

各 位

2012年11月29日  
株式会社インプレスR&D  
<http://www.impressRD.jp/>

ー加速するO2Oビジネス、位置情報が新たなビジネスを創りだすー

## 『位置情報ビジネス調査報告書 2013』

11月29日発行

70以上の位置情報ビジネス事例から最新動向や今後の展望を分析

インプレスグループで法人向け情報コミュニケーション技術関連メディア事業を手がける株式会社インプレス R&D（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：井芹昌信）のシンクタンク部門であるインターネットメディア総合研究所は、位置情報ビジネスを多角的に分析した『位置情報ビジネス調査報告書 2013』（URL：<http://r.impressrd.jp/iil/geo2013>）の販売を11月30日（金）より開始します。

iPhone や Android などスマートフォンが急速に普及しています。スマートフォンは GPS や Wi-Fi 測位などを利用して現在地を容易に取得できることや端末の高機能化などにより、位置情報を活用したアプリケーションを利用することが可能です。そうした背景から位置情報に対応したサービスが爆発的に増えています。今ではナビゲーションやゲーム、タウン情報サービス、車や家などをシェアするサービス、ジオフェンシングを利用したサービスなど多種多様な位置情報ビジネスが登場しています。位置情報ビジネスは、まさにスマートフォン市場の拡大と歩調を合わせた形で成長しています。

さらに Facebook などのソーシャルメディアが位置情報を軸としたサービスや機能の強化をしており、Google も現在地情報に合わせて乗換案内や地域情報などを自動で配信する新機能 Google Now をサービス開始しています。今後も、様々な企業が位置情報を利用したビジネスを展開することが予想されています。

E コマース市場においても位置情報を利用したリアルビジネス連携、いわゆる O2O(オンライン・ツー・オフライン: Online to Offline)ビジネスが市場を賑わせており、今後、位置情報が O2O ビジネスの鍵を握ってくると予想されます。

この O2O ビジネスとは、オンライン上から実存する店舗にユーザーを誘導するサービスや、店舗内にいるユーザーへの情報提供や、店舗内行動によりポイントを付加できるサービスなど様々なサービスが現れています。こうした動きは、今までにない新しいショッピングのスタイルを生み出し、さらには流通小売市場に対してイノベーションを起こせる可能性があるとして注目されています。

また今年には位置情報に連動したサービスを地域活性化に利用する事例も増えてきています。スマートフォンは移動しながら利用することができ、現在位置を利用した検索や地図アプリを使ったルート案内機能も備わっています。そのため、観光地の魅力を発信し、集客の増加を見込めるなど観光との相性は非常に良く、色々な地域でスマートフォンアプリを使った観光案内が生まれ始めています。

本書は、このように多様な形で成長する位置情報ビジネスについて、ビジネスモデルや市場動向、各プレイヤーの最新動向、O2O ビジネス、地域活動、技術、マネタイズ手法、社会貢献活動、今後の展望まで網羅しています。この一冊で位置情報ビジネスの全てがわかる調査報告書です。

## <<構成・各章の概要>>

### 第1章 位置情報ビジネスの概要

位置情報ビジネスについてのビジネス構造や歴史、市場の概況などについて解説しています。位置情報ビジネスの全体像を理解するために必須となる情報をまとめています。

### 第2章 位置情報ビジネスの動向

位置情報ビジネスを「案内・地図サービス」「タウン情報サービス」「ゲーム」「チェックイン・ライフログ」「マッチングサービス」「シェア系サービス」「センサー&ロケーションサービス」「ジオフェンシングとオートチェックイン」「ギフト」「位置情報×時間軸」の10に分類し、国内海外33の事例について解説しています。

### 第3章 O2O(オンライン・ツー・オフライン)とローカルサービス

流通やマーケティング業界の新たなトレンドであるO2O(オンライン・ツー・オフライン)について分析しています。O2Oビジネスは「店舗へ送客を行うサービス」「店舗内での購買に影響を与えるサービス」「購買時及び購買後まで影響を与えるサービス」の3つに分類し、国内海外のO2Oビジネスの事例17サービス、決済5サービス、3つのポイントプログラムについて解説しています。また、O2Oビジネスを今後拡大させるカギとなるNFCやMobile Walletの解説や今後のO2Oビジネスの課題についても解説しています。

### 第4章 位置情報と地域活動

位置情報に連動したサービスを地域活性化に利用する事例が増えてしています。本章では、8つの観光利用事例について解説しています。

### 第5章 位置情報を支える技術

位置情報ビジネスを成り立たせている技術の動向として「センシング」「デバイス」「データ」「位置情報のフォーマット」といった4つのテーマに分けて解説しています。

### 第6章 位置情報ビジネスのマネタイズ手段

位置情報ビジネスのマネタイズ手段を「広告」「店舗向け管理費」「成約手数料」「ユーザー課金」「リアル連動」「マーケティングサービス」「その他の収益手段」というポイントに分類し、位置情報ビジネスを展開する上で注意しなければならないポイントについても解説しています。

## 第7章 社会的課題と位置情報

社会貢献と位置情報をテーマに、東日本大震災時に活躍した9つの位置情報サービスと、海外で展開されている代表的な4つの地域改善サービスについて解説しています。

## 第8章 位置情報ビジネスの将来

位置情報ビジネスの将来像について、技術ベースとビジネスベースの将来像といった2つの視点で分析しています。具体的には「ビッグデータ」「Push リコメンデーション」「O2O」「位置情報を利用したデータベースマーケティング」「スマートシティ」「社会的課題解決」「プライバシー」などについて解説しています。

### <<調査報告書の製品形態、および販売に関するご案内>>

#### 『位置情報ビジネス調査報告書 2013』

関 治之、鈴木 まなみ、藤澤 幸生 著  
インターネットメディア総合研究所 編

#### <<製品形態・販売価格一覧 >>

発売日 :2012年11月30日(金)(予約受付中)

価格 :CD(PDF)版 71,400円(税込)

CD(PDF)+冊子版 81,900円(税込)

判型 :A4判

ページ数 :168ページ

詳細、ご予約は右よりご覧ください。 → <http://r.impressrd.jp/iil/geo2013>

弊社の調査報告書は「libura PRO(ライブラ・プロ)」からもご購入いただけます(新刊は近日登録予定)。  
→<https://libura-pro.com/>

※libura PROでは、誌面イメージを確認してから、ダウンロード版/CD版/冊子版を購入していただけるだけでなく、商品の興味のある一部分(現在は章単位)だけを選んで購入したり、選んだ部分をPOD(プリント・オン・デマンド)で製本してご購入いただくことができます。

インプレス R&D インターネットメディア総合研究所の調査報告書は、お客様のご利用ニーズに合わせ、簡易製本の冊子版、CD(PDF)版をご用意しております。

#### <<目次 >>

はじめに

目次

はじめに

### 第1章 位置情報ビジネスの概要

#### 1.1 位置情報ビジネスとは何か

##### 1.1.1 位置情報ビジネスの概要

##### 1.1.2 位置情報ビジネスの構造

#### 1.2 位置情報ビジネスの歩みと成長の背景

##### 1.2.1 地図サービスのインターネット対応

##### 1.2.2 地図やPOIのAPI公開

##### 1.2.3 携帯電話のメディア化

##### 1.2.4 グローバルでのスマートフォンの普及

##### 1.2.5 位置情報ビジネスとソーシャルメディアの接近

##### 1.2.6 加速するリアル連動

#### 1.3 位置情報ビジネスの市場規模と利用動向

##### 1.3.1 世界の位置情報ビジネスの市場規模

##### 1.3.2 位置情報ビジネスの利用動向

### 第2章 位置情報ビジネスの動向

#### 2.1 位置情報ビジネスの分類

- 2.2 案内・地図サービス
    - Google マップ
    - Yahoo!ロコ
    - NAVITIME
    - いつも NAVI
  - 2.3 タウン情報サービス
    - 食ベログ
    - Retty
    - TripAdvisor
    - trippy
    - tab
    - Compath.me
    - NAVER まとめ
  - 2.4 ゲーム系
    - コロニーな生活
    - ケータイ国盗り合戦
    - MyTown
  - 2.5 チェックイン・ライフログ系
    - Facebook Places
    - Foursquare
    - Instagram
    - 僕の来た道
  - 2.6 マッチングサービス
    - Zaarly
    - Highlight
    - Listia Local
    - Meetrip
    - チケットストリート
  - 2.7 シェア系サービス
    - Airbnb
    - Zipcar
    - NeighborGoods
  - 2.8 その他のジャンル
    - 2.8.1 センサー&ロケーションサービス系
      - Nike+
      - Uber
    - 2.8.2 ジオフェンシングとオートチェックイン
      - aisle411
    - 2.8.3 ギフト
      - Wrapp
      - giftee
    - 2.8.4 位置情報×時間軸
      - Checkmark
      - Plancast
  - 2.9 位置情報ビジネスの要点
    - 2.9.1 位置情報ビジネスの傾向
    - 2.9.2 位置情報ビジネスで重要なポイント
- 第3章 O2O(オンライン・ツー・オフライン)とローカルサービス
- 3.1 O2O(オンライン・ツー・オフライン)とは
    - 3.1.1 概念はEコマースの黎明期から存在
    - 3.1.2 スマートフォンの普及
    - 3.1.3 技術が可能とさせたユーザーのO2O体験
    - 3.1.4 O2Oのビジネス的な側面
    - 3.1.5 O2Oビジネスの本質
    - 3.1.6 O2Oのビジネス事例
  - 3.2 店舗へ送客を行うサービス事例
    - 3.2.1 クーポンやポイントをトリガーとして店舗へ送客を行うサービス
      - Facebook クーポン
      - LINE
      - スマホ
    - 3.2.2 注文、予約することで店舗へ送客を行うサービス

- ZARA
  - ウォールマート
  - Oh My Glasses
  - Groupon
  - 3.2.3 その他
    - コロニーな生活
    - ファンくる
    - Wrapp
  - 3.3 店舗内での購買に影響を与えるサービス事例
    - aisle411
    - shopkick
    - Google ローカルショッピング
  - 3.4 購買時及び購買後にまで影響を与えるサービス事例
    - 3.4.1 決済
      - Square
      - PayPal
      - ソフトバンク×Paypal
      - 株式会社ジェーシービー
      - 国内電子マネー
    - 3.4.2 ロイヤリティ
      - Tポイント
      - Yahoo!×Tポイント
      - Ponta
  - 3.5 O2O(オンライン・ツー・オフライン)を拡大させる2つの要素
    - 3.5.1 NFCの可能性
    - 3.5.2 NFCが提供する3つの基本機能
      - <カードエミュレーション機能>
        - NTTドコモ 2012年冬モデルのNFC対応
      - <「リーダーライター機能」と「端末間通信機能(P2P)」>
        - NTTドコモ「かざしてリンク」
        - 凸版印刷
        - 大日本印刷株式会社
        - 株式会社春光社
    - 3.5.3 Mobile Wallet
      - Google Wallet
      - ISIS
      - Square Wallet
      - PayPass Wallet
      - V.me(ブイドットミー)
      - DNP モバイル Wallet
      - Yahoo!ウォレット
  - 3.6 O2O融合と事業者間の連携
    - 3.6.1 インセンティブ誘導
    - 3.6.2 コンテキストの不足・購買体験の演出
    - 3.6.3 オンラインとオフライン相互のビジネス的なWin-Win
    - 3.6.4 課題への取組みと展望
      - g.u.(ジーユー)
      - テスコ
      - ユナイテッドアローズ
      - honto
- 第4章 位置情報と地域活動
- 4.1 地域活性化と位置情報サービス
  - 4.2 観光利用事例
    - おもてナビ
    - 渋谷アプリ
    - 東急電鉄「ニコトコ」
    - 福岡市の公衆無線LANサービス
    - セカイカメラ
    - コロニーな生活☆プラス
    - DriMuch
    - 式根島 CITO

- 4.2.2 地域コミュニティでの利用事例
- 4.2.3 地域 SNS(国内事例)
  - 武雄市の Facebook 活用
  - 兵庫県「ひよこむ」
  - 千葉県「あみっぴい」
- 4.2.4 地域 SNS(海外事例)
  - SeeClickFix
  - FixMyStreet
  - Neighborland
  - LocalWiki
- 4.3 オープンデータの潮流
  - 電子行政オープンデータ戦略
  - データシティ鯖江
  - Open311
- 第 5 章 位置情報を支える技術
  - 5.1 センシング
    - 5.1.1 GPS
    - 5.1.2 基地局測位
    - 5.1.3 Wi-Fi 測位
    - 5.1.4 IMES (Indoor Messaging System)
    - 5.1.5 その他の測位技術
  - 5.2 デバイス
    - 5.2.1 ケータイ(フィーチャーフォン)
    - 5.2.2 スマートフォン・タブレット
    - 5.2.3 カーナビ
    - 5.2.4 テレビ
  - 5.3 データ
    - 5.3.1 POI 情報
    - 5.3.2 地図情報
    - 5.3.3 公共データ
    - 5.3.4 アクティビティデータ
    - 5.3.5 クラウド型データベース
      - SimpleGeo
      - GeolQ
      - SpatialDB
    - 5.3.6 地理空間情報ソフトウェア
  - 5.4 位置情報のフォーマット
    - 5.4.1 GML (Geography Markup Language)
    - 5.4.2 KML (Keyhole Markup Language)
    - 5.4.3 WKT (Well-Known Text)、WKB (Well-Known Binary)
    - 5.4.4 GeoJSON
    - 5.4.5 GeoRSS
    - 5.4.6 Geohash
    - 5.4.7 GeoHex
    - 5.4.8 PI (Place Identifier)
    - 5.4.9 Linked Open Data (LOD)
- 第 6 章 位置情報ビジネスのマネタイズ手段
  - 6.1 いろいろなマネタイズ手段
    - 6.1.1 広告[純広告、ターゲティング広告、情報掲載料、アフィリエイト]
    - 6.1.2 店舗向け管理費
    - 6.1.3 成約手数料
    - 6.1.4 ユーザー課金[利用料課金(定額制/従量制)、アプリ課金、ポイント・アイテム課金など]
    - 6.1.5 リアル連動[チェックイン、店舗での購買、店頭でのタッチ、店舗への送客]
    - 6.1.6 マーケティングサービス
    - 6.1.7 その他の収益手段 [データ/コンテンツ再販、リサーチなど]
  - 6.2 位置情報ビジネスの注意点
    - 6.2.1 位置という物理制約要素をどのように使うのか?
    - 6.2.2 位置情報の詐称に注意
    - 6.2.3 プラットフォームの変化に乗り遅れない
      - モバイル OS

- ゲームプラットフォーム
- ソーシャルメディアのプラットフォーム

#### 6.2.4 プライバシー侵害に気をつける

### 第7章 社会的課題と位置情報

#### 7.1 東日本大震災対応で活躍した位置情報サービス

- Google Crisis Response
- 震災情報 東日本大震災 - Yahoo! JAPAN
- 東日本大震災協働情報プラットフォーム ALL311
- OpenStreetMap Crisis Mapping
- 通行実績情報マッシュアップ
- sinsai.info
- ボランティアインフォ
- Pachube(パッチベイ)
- 風@福島原発

#### 7.2 社会的課題を解決するための位置情報サービス

##### 7.2.1 地域の問題を可視化するサービス

- Open311
- Ushahidi
- World Cleanup 2012
- WheelMap

### 第8章 位置情報ビジネスの将来

#### 8.1 位置情報ビジネス関連技術の将来展望

- 8.1.1 屋外と屋内測位のシームレス化
- 8.1.2 スマートフォンへの NFC チップ搭載
- 8.1.3 位置情報データの共有プラットフォーム
- 8.1.4 メガネ型ヘッドマウントディスプレイ
- 8.1.5 ビッグデータ

#### 8.2 位置情報ビジネスの将来展望

- 8.2.1 Push リコメンデーション
- 8.2.2 O2O
- 8.2.3 位置情報を利用したデータベースマーケティング
- 8.2.4 スマートシティ
- 8.2.5 社会的課題解決
- 8.2.6 プライバシー
- 8.2.7 まとめ

#### 【株式会社インプレスR&D】 <http://www.impressRD.jp/>

インプレス R&D は、Web ビジネス関係者、ワイヤレスブロードバンド技術者、放送・通信融合およびデジタル家電関係者、ICT を活用するビジネスマンなど、インターネットテクノロジーを核としたあらゆる分野の革新をいち早くキャッチし、これからの産業・社会の発展を作り出す人々に向けて、クロスメディア事業を展開しています。

#### 【インプレスグループ】 <http://impress.jp/>



株式会社インプレスホールディングス(本社:東京都千代田区、代表取締役:関本彰大、証券コード:東証1部9479)を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「医療」「山岳・自然」「モバイルサービス」を主要テーマに専門性の高いコンテンツ+サービスを提供するメディア事業を展開しています。2012年4月1日に創設20周年を迎えました。

#### 【購入に関するお問い合わせ先】

株式会社インプレス R&D オンライン販売部

〒102-0075 東京都千代田区三番町 20 番地

フリーダイヤル:0120-350-995(平日 11時~12時、13時~17時) FAX:03-5213-6297

電子メール: [report-sales@impress.co.jp](mailto:report-sales@impress.co.jp)

【内容に関するお問い合わせ先、報道関係者からのお問い合わせ先】

株式会社インプレス R&D インターネットメディア総合研究所 編集担当:河野  
〒102-0075 東京都千代田区三番町 20 番地

TEL:03-5275-1087 FAX:03-5275-9018

電子メール: [im-info@impress.co.jp](mailto:im-info@impress.co.jp)、URL: <http://www.impressRD.jp/>