

位置情報 & コミュニティサービスと エンタテインメント性

垂 水 浩 幸^{†1}

著者は第8回研究会で位置情報サービスにおけるエンタテインメント性についてメタな観点から述べた。今回は、その後の研究成果の知見を加え、コミュニティサービスについての検討も加えてメタな観点からエンタテインメントとの関連性について考察する。

Entertainment in Location-Based and Community Services

HIROYUKI TARUMI^{†1}

The author published a paper at the 8th SIGEC meeting on the entertainment aspects of location-aware services. In this paper, meta-level discussions on location-aware and community services are given, including recent research results.

1. はじめに

著者は、第8回研究会で、位置情報サービスにおけるエンタテインメント性について述べた¹⁾。本稿では、その後の研究成果も踏まえて考察を加える。また、最近取り組み始めたネットワークコミュニティサービスのエンタテインメントへの応用についての考察についてもファン・コミュニティという視点から述べる。

^{†1} 香川大学工学部

Faculty of Engineering, Kagawa University

2. 位置情報サービスに関わる研究成果とそのエンタテインメント性

我々は仮想情報を現実世界に地理的な位置の対応関係を基準に関連づけ、時空間限定でアクセスさせるという概念である SpaceTag^{2),3)} を提唱し、GPS 携帯電話を対象に開発を行ってきた。

研究当初は、「情報の独占や先取りに対する優越感」「情報を（身体を使って）探索して発見する達成感や驚き」をエンタテインメント性としてとらえ、これらの要素をモバイルゲームに取り込むことを一つの目標とした。これらの要素がエンタテインメント性をもたらすことは確かである。しかしながらこの方向性では開発運営がたいへんな割にユーザ数が見込めずビジネスモデルが作りにくい、ゲーム性のみでは社会的な研究評価が得にくいなどの問題があった。そこで、観光支援、教育などへの応用を試みた。

観光支援では、実際の観光客による評価研究まで行った⁴⁾。観光客から一定の評価は得られたと考えている。しかし観光客にとっては観光地が「主」でケータイや仮想世界は「従」という位置づけであることを忘れてはならない。現場では直接得にくい観光情報をガイドブックやパンフレットなどの紙媒体よりも便利な形で提供することが好評価につながる。また観光客は千差万別であり、このような技術的な支援を好まない、あるいは機器使用に困難を覚える人も多くいるということも忘れてはならない。よって、観光客全体を対象にするのか、一部の観光客を対象にするのかというターゲットの明確化も重要である。研究的には後者はやりやすいが、現場の理解を得るためにはターゲットは広い方が良い。

教育支援では、その場の過去の様子を携帯電話の画面に表示して地域の歴史学習を支援する「ケータイムトラベラー」を開発し教育実践を行った⁵⁾。学校教育の場合、学習者への動機づけは観光等他での応用よりも行いやすく、またユーザが若年であることから携帯情報機器にもなじみやすい。これらの背景もあり、教育応用は最も成功した応用分野と考えている。しかし、機能を強化して仮想世界とのインタラクションをしやすくすると、かえって学習効率が下がるという問題も確認された⁶⁾。すなわちここでも仮想世界や情報機器はあくまで「従」であって、学習が「主」であることを忘れてはならない。

以上のように、これら最近の研究では位置情報サービスと携帯情報機器のエンタテインメント性を他のアクティビティ（観光、学習）の支援要素として利用する試みを行ってきた。技術はあくまで脇役であるということや、ユーザの技術親和性のばらつきを考えると、研究試作レベルで面白いことと、実運用で評価されることとの間にはかなりのギャップがある。

なお、位置情報サービスについては 7) にもまとめてある。

3. コミュニティ支援サービスとエンタテインメントに関わる考察

3.1 鑑賞型エンタテインメント

情報ネットワーク上のコミュニティで他人と交流することはそれ自体が楽しみであるばかりでなく、ときにはさまざまなイベントを誘発するなど経済的な効果もあり、ひいては社会の活性化にもつながるものであると考えられる。Blog や SNS などによってネットワーク上の社会交流も一般化・大衆化しているが、さらに技術的、社会的側面から検討を加え、よりよい交流ができるようにしていくことを目指していきたい。

ところで現代人にとってメジャーなエンタテインメントの一つに、音楽、スポーツなどの一芸に秀でたプレイヤーの芸を鑑賞するということがある。長年、自らプレイする層と鑑賞する層との分離がなされなかった将棋においても、梅田によって専ら鑑賞を楽しむとする層が肯定的にとらえられ⁸⁾、共感を得ている。

このような鑑賞型エンタテインメントを支援する技術について考察すると、支援アプローチの一つとしては鑑賞行為自体を技術的に支援することが考えられる。例えば野球の鑑賞時に「今の球はカーブである」というようなリアルタイム解説を加える技術である。そして、もう一つのアプローチとして、鑑賞者同士のコミュニティ(ファン・コミュニティ)を活性化させることが考えられる。以下、本稿ではこのことについて論を進める。

3.2 鑑賞型エンタテインメントのコミュニティ

著者自身、音楽や将棋などの複数のファン・コミュニティに所属し、SNS などのネットワークツールを利用して多くのプレイヤーやファンと活発な交流を行っている。その参与経験から、ネットワークにおけるファン・コミュニティの構造について以下の仮説を検討する。

まず、当然プレイヤー自身がコミュニティの中核にいる。プレイヤーは自分のプレイを鑑賞してくれる人が増えることがメリットになるため、(特に人気が高くファンとの関わりを避ける方が無難な一部のプレイヤーを除けば)基本的には積極的にコミュニティに関わりとする。このため、インターネット利用に対しても他の職業人より相対的に高い動機を持っており、Blog を執筆したり SNS に拠点を持ったりすることが多い。

プレイヤーの周辺に、最も活発なファン層がある。ネットワークで盛んに情報発信するだけでなく、オフラインミーティングなどのイベントを企画したり、積極的に参加する。オフラインでの交流に熱心であり社会的である。プレイヤーとの直接交流を持つ者も多く、様々な形で自発的にプレイヤーをサポートする。ボランティア的に芸術を支えるこの層をここではネット貴族と呼ぶことにする。貴族と言っても経済的に裕福という意味では必ずしもな

表 1 ファン・コミュニティの階層(一例、仮説)

種別	オンライン参加	オフライン交流	情報発信
プレイヤー自身	する	する/しない	する
ネット貴族層	する	する	する
オンライン層	する	しない	する
リードオンリー層	する	しない	しない
消極層	しない	しない	しない

く、芸術を支援する姿勢と高いネット活用力を含意する。

次に、ネットワークでの情報発信は行うが、オフラインの交流には熱心ではない層が存在する。ハンドルネームで Blog や SNS にコメントを書くことがあるが、オフラインミーティングには参加しない層である。

この他に、ネットワークでの書き込みは行わずに情報を得ているだけのリードオンリー層、Blog 購読や SNS 参加すら行っていない消極的なファン層が存在する。以上の階層を表 1 に示す。

3.3 鑑賞型エンタテインメントコミュニティの課題

SNS 等のネットワークコミュニケーションについてはさまざまな研究がなされているが、エンタテインメントプレイヤーを中心とする上述のようなコミュニティ階層を前提とすると、新たな課題として以下のことに取り組むべきではないかと考えられる。

- プレイヤーの情報発信支援。プレイヤーは必ずしも情報機器やインターネットの扱いが得意とは限らないが、商業上の動機から情報発信を行っている。また情報発信を行いたいがスキルの至っていない場合もある。これらを支援するため、一般的なユーザビリティ改善の他、芸の特性に応じてプレイの様子を中継する技術などが考えられる。
- オフラインミーティング支援。特にオフラインでの活動も活発なネット貴族層に対してどのような支援ができるかを検討する。我々は地方都市における地域活性化というテーマにも取り組んでいるが、オフラインミーティングによる交流活性化は地域においても重要である。
- 消極層へのアプローチ方法。消極層は興味がないとは限らない。例えば「学生時代よく音楽を聞いていたが最近仕事で忙しく情報収集も行っていない」という人は消極層に該当するが、適切に情報を提供すれば活動を再開する可能性がある。このことはエンタテインメントビジネスの活性化にとって重要であろう。

3.4 関連研究

大野⁹⁾ はスポーツマーケティングの立場からファン・コミュニティをヘビー・ユーザー、ミディアム・ユーザー、ライト・ユーザーに階層化した。ここには情報ネットワークの利用度という観点は含まれておらず、プロスポーツチームに対するロイヤルティが基準となっている。国外においても、ファン・コミュニティについてはスポーツとの関連で研究されていることが多い(例えば 10), 11) など)。これはプロスポーツの(チームの)ファンが経済的に、時には政治的に大きな力を持つためであろう。我々はインターネットをベースとした、もう少し小さいコミュニティについて検討して行きたいと考えている。また、チーム(の応援)というより個人として活動するエンタイナーを対象として考えている。経済的効果を主な目的としたマーケティング志向の研究ではない。

4. おわりに

位置情報サービスに関するこれまでの研究経過、およびコミュニティ支援サービスについて現在検討している課題について述べた。両者は決して無関係ではなく、コミュニティ支援サービスで今後ターゲットとして捉えているオフラインミーティングには位置情報、あるいはユビキタス技術が関連する。これまでの経験を今後の研究に生かしていきたいと考えている。

参考文献

- 1) 垂水浩幸：位置情報サービスにおけるエンタテインメント性、情報処理学会エンタテインメントコンピューティング研究会、2007-EC-8(5), pp.15-16 (2007)
- 2) Tarumi,H., Morishita,K., Nakao,M., and Kambayashi,Y.: SpaceTag: An Overlaid Virtual System and its Application, *Proc. International Conference on Multimedia Computing and Systems (ICMCS'99)*, IEEE, Vol.1, pp. 207-212 (1999)
- 3) 森下健、中尾恵、垂水浩幸、上林弥彦：時空間限定オブジェクトシステム: SpaceTag プロトタイプシステムの設計と実装、情報処理学会論文誌、Vol.41, No.10, pp.2689-2697 (2000)
- 4) 垂水浩幸、鶴身悠子、横尾佳余、西本昇司、松原和也、林勇輔、原田泰、楠房子、水久保勇記、吉田誠、金尚泰：携帯電話向け共有仮想空間による観光案内システムの公開実験、情報処理学会論文誌、Vol.48, No.1, pp.110-124 (2007)
- 5) 山田敬太郎、垂水浩幸、大黒孝文、楠房子、稲垣成哲、竹中真希子、林敏浩、矢野雅彦：ケータイタイムトラベラー：過去世界の訪問を実現する携帯電話による歴史学習システム、情報処理学会論文誌、Vol. 50, No. 1, pp.372-382 (2009)
- 6) 辻本裕紀、垂水浩幸、大黒孝文、楠房子、稲垣成哲、竹中真希子、林敏浩、矢野雅彦：

GPS 携帯電話を用いた過去体験型システムにおける教師支援機能の開発と評価、教育システム情報学会研究報告、Vol. 23, No. 7, pp.61-68 (2009)

- 7) 垂水浩幸：ロケーション・アウェア情報サービス～SpaceTag 研究とその周辺、ヒューマンインタフェース学会誌、Vol.10, No.1, pp.5-10 (2008)
- 8) 梅田望夫：シリコンバレーから将棋を観る～羽生善治と現代、中央公論新社 (2009)
- 9) 大野貴司：ファン・コミュニティ：性格と機能、体育・スポーツ経営学研究、第 21 巻、pp.47-55 (2007)
- 10) Smith,J.M. and Ingham,A.G.: On the Waterfront: Retrospectives on the Relationship between Sport and Communities, *Sociology of Sport Journal*, Vol.20, Issue3, pp.252-274 (2003)
- 11) Van Zoonen,L.: Imagining the Fan Democracy, *European Journal of Communication*, Vol.19, Issue1, pp.39-52 (2004)