

# 位置情報ゲーム「Ingress」を用いた自治体での観光振興の取り組み

—神奈川県横須賀市と東京都中野区の事例研究によるモデル構築—

内田悠貴

東洋大学国際地域学部  
国際地域学科国際地域専攻

研究動機を説明する前に

# Ingressについて

- 2016年7月にリリースされたスマートフォンアプリ『Pokémon GO(ポケモンGO)』を開発したNiantic, Inc.(Niantic社)によるスマートフォン用位置情報ゲームアプリ。
- 主な内容: プレイヤーは青と緑、2つの陣営のどちらかを選び、現実世界の各地に点在するゲーム内の拠点となる「ポータル」を訪れ様々なアクションを起こしたり、ポータル同士を繋ぎコントロールフィールドと呼ばれる三角形のフィールドを作り大きさを競う。
- ポータルを訪れるためには、プレイヤーが外に出てポータルが位置する現実世界での場所を実際に訪れる必要がある。

出典: 筆者作成



INGRESS

v1.129.2



Niantic Labs

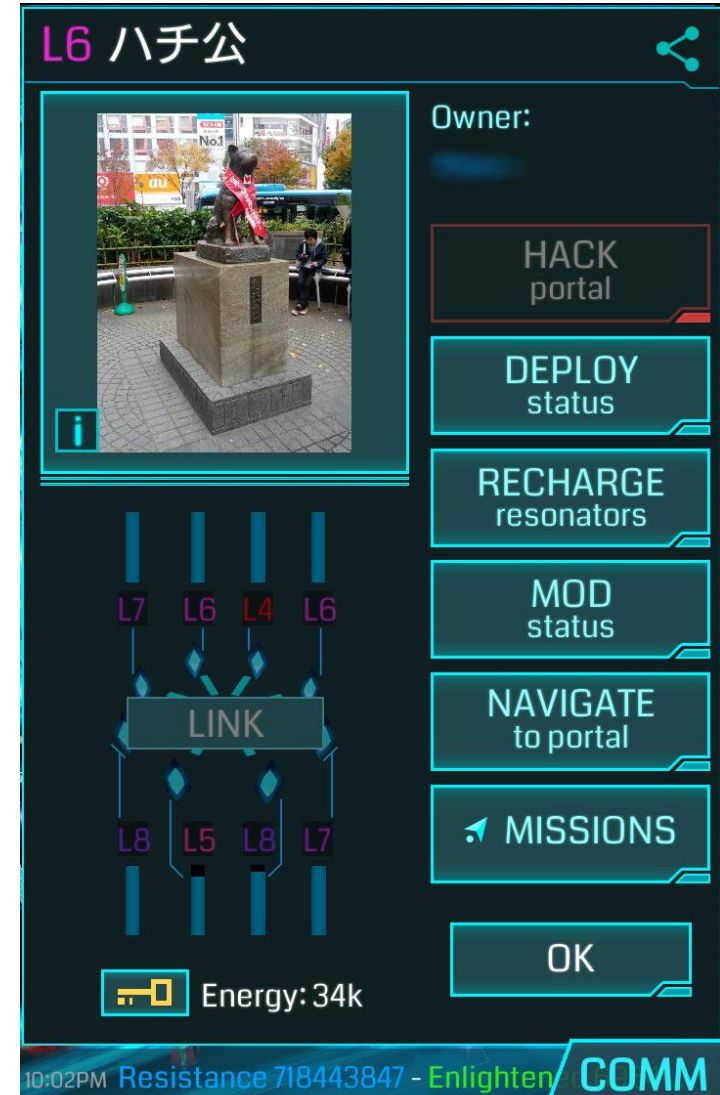
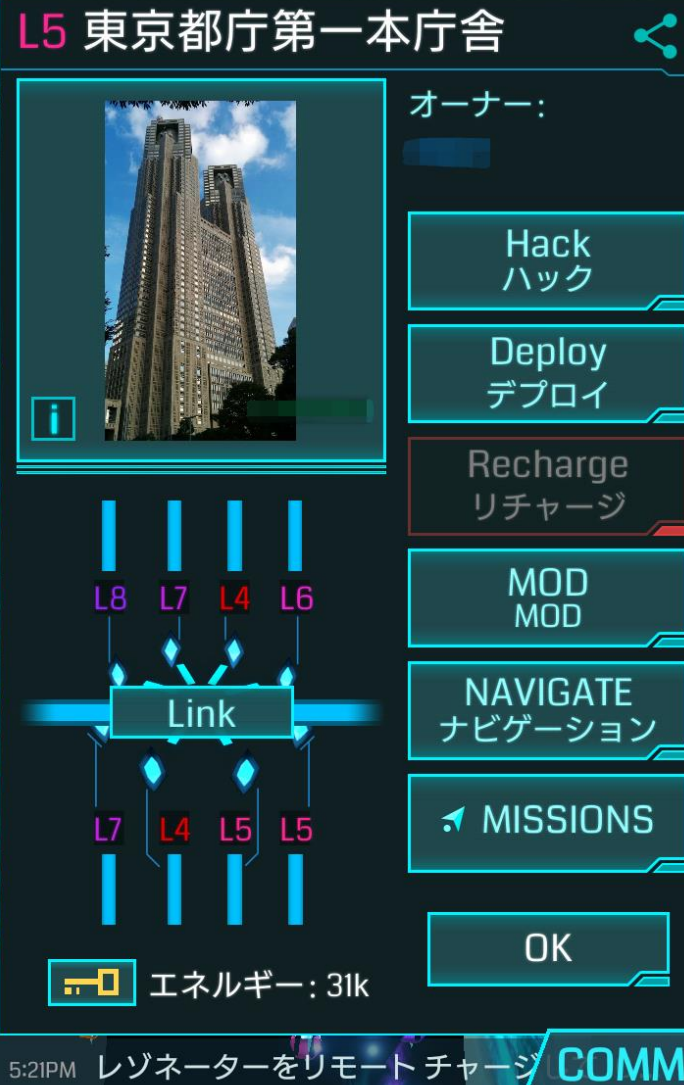
[ヘッドフォンの利用を推奨します]

# ポータルとは

寺社仏閣、城跡をはじめとする歴史的建築物や公園、市役所等の公共建築、芸術作品等の人工物、その地域特有の場所等が基本。

ポータル同士をつないで形成された三角形のコントロールフィールド

青・緑・白色に映る要素がポータル



## プレイヤーの行動実績—Explorer

- 『プレイ開始からこれまでに未訪問のポータルを何ヶ所ハック(ポータルからアイテムを入手する行動)したか』を示す。
- これまでに10万か所の未踏のポータルを訪れたプレイヤーもいる。



出典:筆者作成

## プレイヤーの行動実績—Trekker

- 『プレイ開始からこれまでどれだけの距離を歩いてきたか』を示す。
- 5000kmを歩いたプレイヤーもいれば、1万km歩いたプレイヤーもいる。



出典:筆者作成

Ingressが現実世界に与える影響

# Ingressにおけるリアルイベントの数々



出典：  
<https://plus.google.com/+MasashiKawashima/posts/3roEC1R7z8h>, 2017年  
12月10日参照



出典(左):  
<https://plus.google.com/+Ingressjapan/posts/2UGDFbJy3SP>, 2017年12月10日  
参照

出典(右):  
<https://plus.google.com/110483659806940758964/posts/EKCxXJxD8HE>,  
2017年12月10日参照



**MISSION DAY**  
Kumamoto City



# 企業・ブランド・組織とのパートナーシップ やコラボレーション

出典:筆者作成

パートナーシップ	コラボレーション
ローソン	日本赤十字社
ソフトバンク	日本テニス協会
三菱東京UFJ銀行	東急ハンズ
AXA	PARCO
WILLER	JTB
伊藤園	New Balance
大日本印刷	Anker
オートバックス	Cheero



アプリ内の要素として登場しているが、同時に、広告(ネイティブアド)としての役割も担っている等ビジネス面にも影響を与えている。

例：ローソンの場合、店舗をポータル化する事で、Ingressプレイヤーは10m先のA社のコンビニよりも50m先のローソンを選ぶ、という様にして商圈を広げている。

また、Niantic社としては半径40m以内でプレイヤーがパートナーシップ企業のポータルに対して何かアクションを起こす事で Cost Per Visitとして収益を上げている。

出典：<https://japan.cnet.com/article/35078185/>,  
2017年12月12日参照、  
<http://hrnabi.com/2016/02/23/10394/>, 2017年  
12月12日参照

# Ingressを用いた観光振興を目指す自治体による取り組み

## 神奈川県横須賀市や岩手県など

### STRATEGY BASE FOR INGRESS IN YOKOSUKA

[HOME](#)[MODEL  
ROUTE](#)[NEWS](#)

#### お知らせ

#### Ingress in Yokosuka Report

2017年04月21日 (金曜日)

[【横須賀×ハイスchool・フリートミッション】プレゼントキャンペーン](#)

2016年06月27日 (月曜日)

[WILLER TRAVEL × 横須賀市 コラボ企画 「NL-PRIME」横須賀便運行記念ミッション&「オリジナルスカジャン」プレゼントキャンペーン](#)

2016年04月21日 (木曜日)

[2016年度 第1回よこすか京急沿線ウォーク「威臨丸フェスティバル」ウォーク×Ingress Yokosuka](#)

#### About this site



このサイトは、より多くの方に横須賀でのインGRESSを楽しんでいただけるよう、情報を配信しています。効率的にUPVやMissionを攻略するための情報を少しずつ掲載していく予定です。

#### Ingress in Yokosuka



神奈川県横須賀市は三浦半島の先端に位置し、海に囲まれている。また、山に囲まれているという本来の地形が、観光しやすい立地。さらに横須賀は、世界で一番負荷の少ないエリアPA01-ALPHAにあるエリア。PA01-ALPHAは、ゲームも狙いやすい場所である。さらに無人島や山頂など、魅力的な場所が多い。

マイページ

岩手県 Iwate Prefecture 黄金の國、いわて。

文字サイズの変更 縮小 標準 拡大 サイト内検索 Google カスタム検索 検索

配色の変更 音声読み上げ サイトマップ Foreign Language

トップページ 震災復興 暮らし・環境 産業・雇用 県土づくり 教育・文化 県政情報

現在の位置 : [トップページ](#) > [県政情報](#) > [広報広聴](#) > 岩手県庁ゲームノミクス研究会 (旧岩手県庁Ingress活用研究会)

読み上げる

### 県政情報

#### 岩手県庁ゲームノミクス研究会 (旧岩手県庁Ingress活用研究会)

ツイート シェア 1,236

ID番号 N31399 更新日 平成29年3月31日

このコーナーは、県職員で組織する岩手県庁ゲームノミクス研究会の活動内容やイベント情報などを広く知っていただくため、同研究会からのお知らせを掲載しています。(平成29年3月末をもって活動終了)

イベントカテゴリ: 催し

『全国自治体ゲームコラボレーションフォーラム』の開催について (2016/11/2)

10月24日(日)締切  
めんがーネット特別付録つき

一般参加大募集!!  
このプランをよく見て今すぐエントリーしよう!

## 全国自治体 ゲームコラボレーション フォーラム

日時 平成28(2016)年11月23日(水) 13:00~18:00

出典: <http://www.cocoyoko.net/ingress/>,  
2017年12月12日参照

出典: <http://www.pref.iwate.jp/kouchoukouhou/031399.html>, 2017年12月  
12日参照

# 研究動機

- 私は日常の中でスマートフォンアプリ「Ingress(イングレス)」をプレイしている。
- Ingressをプレイする中で、日経トレンディや電通報の特集記事でゲームの要素を別の領域に応用して社会課題の解決を目指す「ゲーミフィケーション」という言葉を知る。
- それを受けて、Ingressをはじめとする位置情報ゲームによるゲーミフィケーションを当初は主題とした。
- 後に、Ingressを観光振興に導入した自治体の事例研究を主題にする。

# 先行文献研究

- Ingressを用いた観光振興や地域活性化の取り組みに関する先行研究は、岩手県庁ゲームノミクス研究会の報告書や山梨県での取り組みに関する山梨総合研究所(地域シンクタンク)の報告書などがあり、その他にジオキャッシング等その他の位置情報ゲームを用いた観光振興や地域活性化に関する取り組みまたはその可能性を研究した例が存在。
- Ingressを用いた複数の自治体での取り組みを比較した研究は見当たらなかった。

# 本研究における問い

【観光振興においてなぜスマートフォンアプリ「Ingress」が選ばれたのか、そして導入した自治体間で取り組みに差が出ている要因とは何か】

- 地方自治体がIngressを観光振興に導入した頃は、コロプラ社の『コロニーな生活』やマピオン社の『ケータイ国盗り合戦』はサービスが続いている時期である。そうした中で、Ingressが選ばれた理由は何かを研究する。
- また、観光振興にIngressを導入しているが、2014年12月からの導入以来、積極的にイベントやキャンペーンを発信している神奈川県横須賀市と、同じく2014年の導入以来目立ったイベントやキャンペーンを打ち出せていない東京都中野区、双方の間に差が生じる要因は何かを研究する。

# 研究方法

1. ミッションデイ横須賀や『「なかのまちめぐり博」の開催を記念したオリジナルミッションをクリアした人へのモバイルバッテリープレゼントキャンペーン』に関するTwitterおよびGoogle+上でのSNS投稿を検索。
  - 1-A: ミッションデイ横須賀は「#IngressYokosuka」および「#missionday」をというワードを含む2015年10月30日から2015年10月31日の投稿を対象に検索。
  - 1-B: 『「なかのまちめぐり博」～』は2016年10月15日から2017年1月31日の投稿を「中野区 歴史と文化の回廊」と「まるっと中野 Ingress」というワードで検索した。
  - 1-C: ミッションデイ横須賀において、Google+でNiantic社が公式に立ち上げたイベントページ(<https://plus.google.com/events/cc1fvuf8knlotblbesr4is5l2v0>, 2017年10月30日参照)を閲覧。
- 1-A、1-B、1-Cはいずれも2017年10月30日時点である。
2. 神奈川県横須賀市と東京都中野区へインタビューを実施(2017年11月)

# 研究結果①

## SNS投稿の検索・調査結果

出典:筆者作成

Twitter	投稿数	Google+	投稿数
#IngressYokosuka	402件	中野区 歴史と文化の回廊	6件
#missionday	11件	まるっと中野 Ingress	0件
中野区 歴史と文化の回廊	5件	ミッションデイ横須賀Google+イベントページ	50人以上のユーザーが937枚の写真を共有
まるっと中野 Ingress	3件		

### 投稿内容

Twitter: #IngressYokosuka、#missionday	当時のゲーム画面、イベント当日の食事、記念艦『三笠』の写真、ミッションデイ横須賀当日に開かれた対談イベントが実施された横須賀芸術劇場の様子など多岐にわたった。
Twitter、Google+:「中野区 歴史と文化の回廊」、「まるっと中野 Ingress」	どのような場所を巡ったのかという内容やモバイルバッテリーの当選を伝える内容、レンタサイクルで巡ったことを伝える内容などであった。



# 研究結果②

## 神奈川県横須賀市へのインタビュー

1. Q:なぜ自治体の観光振興にIngressを選んだのか？

A:取り組み開始以前から自分自身がプレイをしていること、取り組み開始当初Ingressが無料であったこと。

2. Q:観光振興においてどのような場合にIngressが効力を発揮するのか？

A:著名な方やメディアを巻き込んで企画する。予算がない中でも、どのような可能性があるのかを探す。作品へのリスペクトや作品への愛があること。

3. Q:イベントやキャンペーン成功の鍵は何か？

A:【模索・発見・企画】を行政が行い、【発展・継続】を地元事業者の自発的な動きによって実行され、【波及】として、ファンコミュニティの形成がされること。

## 研究結果②(続き)

4. Q: Niantic社の介入の有無によるイベントの盛況度合いに差はあったのか？

A: Niantic社の介入があった2015年10月31日のミッションデイ横須賀では1866人が参加し、Niantic社の介入が無かった2016年4月30日に開催された咸臨丸フェスティバルウォーク×Yokosuka Ingress(総来場者数1836人、一般参加者1461人、Ingress参加者375人)であった。よって、Niantic社の介入の有無によるイベントの盛況度合いに差があった。

5. Q: 公式イベントでの有料チケット販売などマネタイズ面が表面化してきたことで取り組み開始当初からの姿勢に変化はあったか？

A: チケット販売は個人のコレクター心を満たすだけのものではなかったため、取り組み当初からの姿勢は変わっていない。

# 研究結果③

## 東京都中野区へのインタビュー

1. Q:なぜ自治体の観光振興にIngressを選んだのか？

A:石巻や横須賀でのイベントを参考に取り組みを開始した。

2. Q:観光振興においてどのような場合にIngressが効力を発揮するのか？

A:地域にやる気を持ったプレイヤーがいること、自治体の主要産業が観光であること、観光スポットが適度に散らばっていること。

# 研究結果③(続き)

3. Q: イベントやキャンペーン成功の鍵は何か？

A: Ingress × 健康、Ingress × 地域活性化等、Ingressと何かを掛け合わせることで、Ingressに限らず、イベントやキャンペーンに付加価値や魅力を持たせること、事前の情報発信をすること。

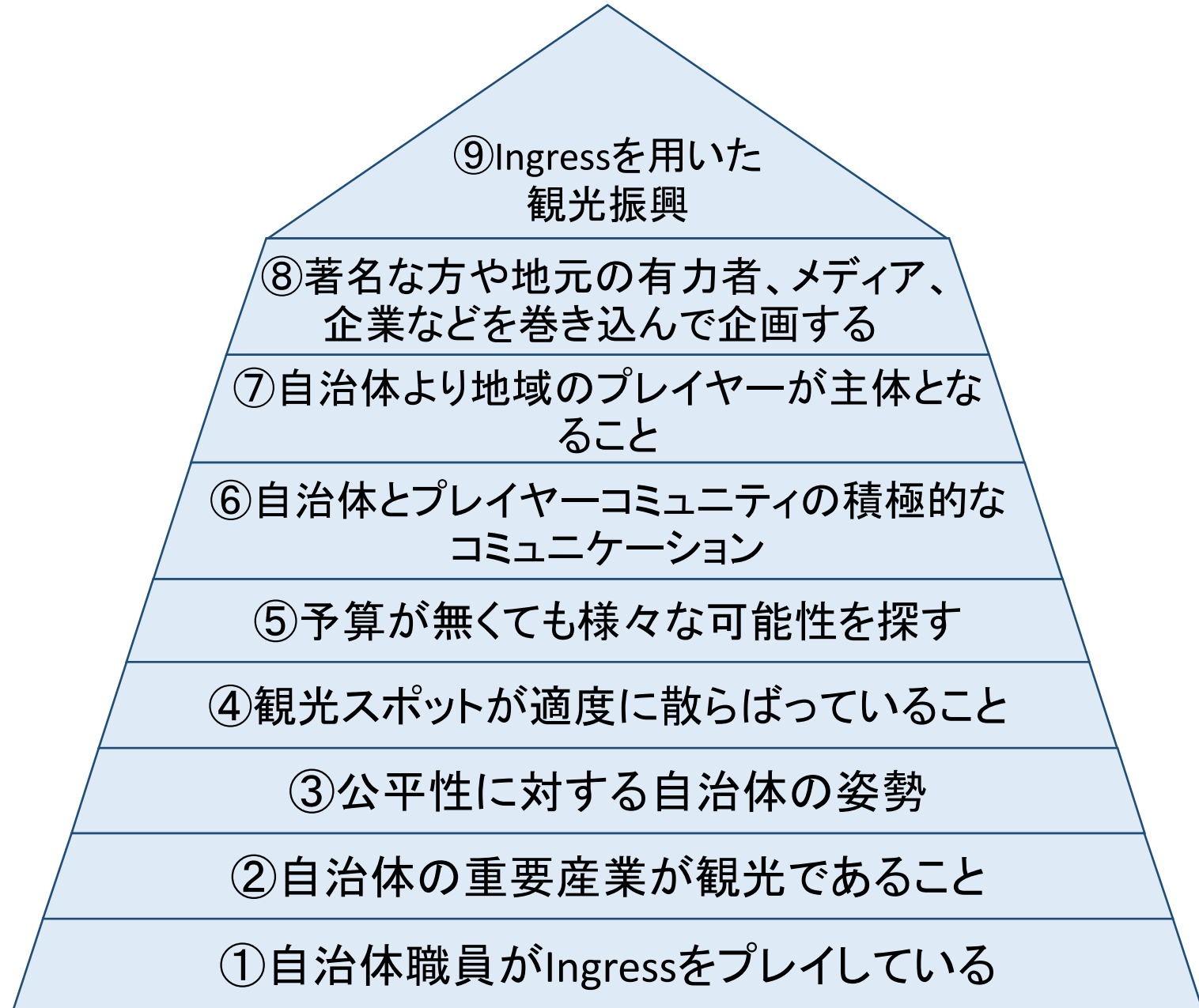
4. Q: 今現在Ingressを用いた観光振興の取り組みを行っていない理由は何か？

A: 当初、石巻や横須賀で活用したイベントが開催されており、中野区の地域特性を活かしやすい取り組みだと感じていたが、公式イベントでの有料チケット販売等のマネタイズ面や地域トラブル等の新聞記事での表出があること。また、住宅都市である中野区では、商業地域のすぐ隣に住宅街があり、住宅街を避けてイベントすることの困難さや歩きスマホなどネガティブな要素も多いため、大きなイベントは難しいと考えている。

# 結論

研究結果より、横須賀市と中野区におけるIngressを用いた観光振興の取り組みに差が生じている要因は地方自治体のマネタイズ面への姿勢と都市の性格であると結論付けた。

また、横須賀市と中野区へのインタビューを基に、Ingressを用いた観光振興の取り組みに求められる要素を右のモデル図に示した。



# 今後の課題

- Ingressを用いた観光振興の取り組みにおいて横須賀市に並び代表的な自治体である岩手県にインタビューを行うことができなかった。
- 更なる研究として、自治体の産業別売り上げおよび収入金額において観光産業が占める割合の水準などの基準を設定した上で、このモデル図に基づいて、どの地方自治体がIngressを用いた観光振興の取り組みを行うのに当てはまるのか、岩手県にこのモデル図を当てはめるとどの要素を満たすのか、という観点から研究を行ってみたい。
- 加えて、海外でもIngressのリアルイベントは開催されているが、横須賀市のようなIngressを用いた観光振興の継続的な取り組みの事例にも視野を広げていきたい。

# ありがとうございました。

論文PDF [https://drive.google.com/file/d/12kUIZKJbUV\\_Lnic-Ge5\\_Z1tVxp4gnr3l/view](https://drive.google.com/file/d/12kUIZKJbUV_Lnic-Ge5_Z1tVxp4gnr3l/view)

論文要旨PDF <https://drive.google.com/file/d/16MhMcw0TlMlcepapaUHOGbLVTjRX-ZVS/view>

論文概要ページ <https://ruindig.hatenablog.jp/entry/ingress/rd-yu-graduate-thesis>

論文掲載note <https://note.mu/ruindig/m/mef101a2f8bc6>