

作成日：2016年12月19日

出席者レポート：

【トレンドエキスポ東京 2016 基調講演】

「リアル・ワールド・ゲームのインパクト～『ポケモン GO』や『インGRES』は、ビジネス、社会にどのような影響力があるのか」

株式会社ナイアンティック代表取締役社長 村井説人氏

日時：2016年11月12日

会場：東京ミッドタウン

文・写真：RuinDig

村井社長はまず、ポケモン GO(Pokémon GO)について、「7月のリリースからポケモン GO は 5 億ダウンロードを記録しているが、まだまだスパイクしていて、サーバー増強中である。」と述べました。



Niantic(ナイアンティック)は位置情報ゲームではなく「リアル・ワールド・ゲーム」と呼んでいて、それは医療の分野、教育の分野、人と人のコミュニケーションに影響を与えるものである、と述べました。



AR(Augmented Reality、拡張現実)は Niantic を語る上では外せない技術であるとした上で、

「VR は今あるものをより楽しくするもの、本来ないものをそこに実現する(例えば、好きなアイドルと共に踊る・プロアスリートとの対戦など)ものである。」

「AR はデバイスを通じて現実新しい情報を付加して新たなレイヤーを作る、その場でしか体験できないもの。」と位置づけていました。

Google の社内スタートアップであった Niantic はかつてアメリカでのゴールドドラッシュに使用された船の名が由来であること、Google マップや Google アースは Keyhole があったからこそそのものであるということも仰っていました。



Niantic の CEO であるジョン・ハンケさんは「自分の周りに何があるのかをもっ

とよく知る。自分の足で歩いて、自分の目で発見する。自分の身の周りを幸せにする。それが世界中で起これば、世界は良くなる。」ということを過去に述べていて、それが”Adventures on foot”、つまり「人は歩けば幸せになる」という考えに繋がっている、また、Google マップや Google アース、Google ムーンといった自分が動かなくても素晴らしさを知ることができるプロダクトの開発を進めた先に見つけたものが Niantic であると村井社長は仰っていました。



プロダクトに関して、村井社長は最初にイングレス(Ingress)について触れました。「イングレスはエキゾチックマター(XM)という物質の使い方を巡って青のレジスタンス(Resistance)と緑のエンライテンド(Enlightened)に分かれる陣取りゲームである。陣取りゲームであるため、ポータルからポータルキーを発掘し、ポータルとポ

一タールを線で結び三角形を作り、その合計点を競うもの。」と概要について述べました。



スキャナー画面と呼ばれるゲーム画面に写るポータルは遺跡・史跡といった歴史的建造物や芸術作品から構成されるもの、光る粒子は XM であることを説明しました。

そして、村井社長はイングレスのゲーム内容に影響を与える SF ドラマの始まりが CERN であることに触れました。「始まりは暗黒物質を研究する CERN という機関であり、日本の KEK と共に世界で 2 つある暗黒物質の研究機関である。」

「暗黒物質の 1 つであるニュートリノの存在は長く噂されてきていて、実際に存在が確認された。」

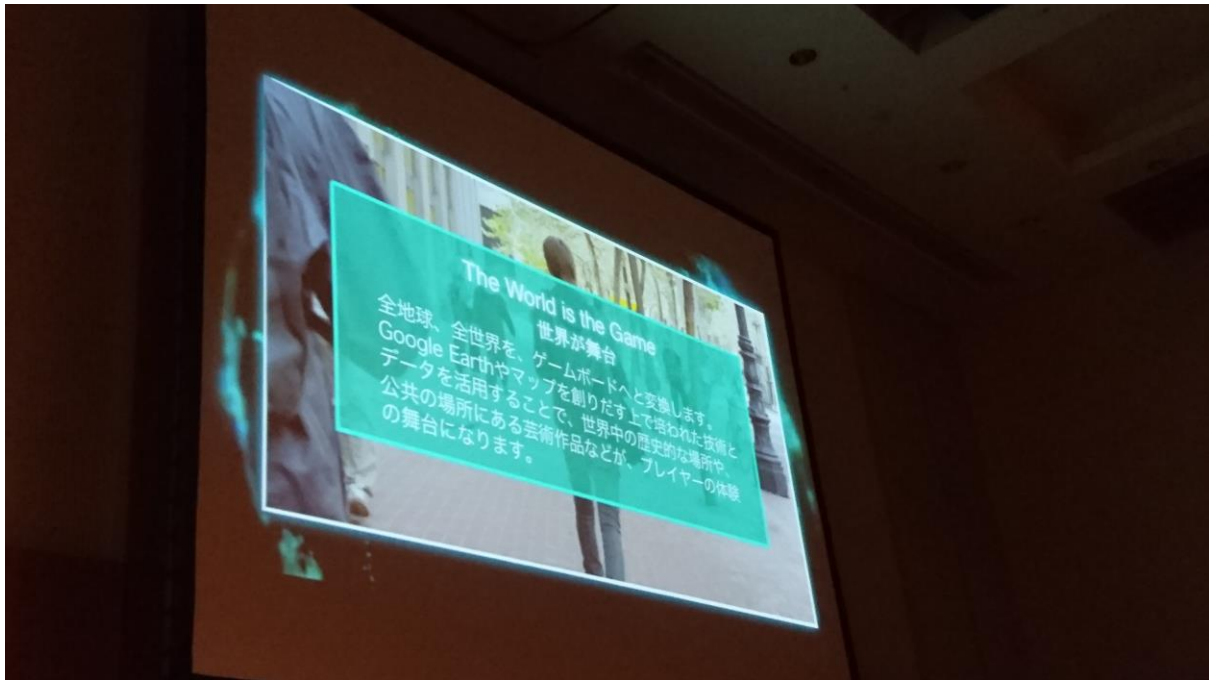
「そして、次に重力に作用するグラビトンという一種の暗黒物質の存在が噂されている。」

「重力が起こるのは何かが作用するからであることまでは分かっているけれども、未だ謎が多い。」と暗黒物質を例に挙げながら、「目に見えるものが全てではない」ということについて述べていました。

「目に見えるものが全てではない」ということに関連して、ハンケさんが日本を愛し毎月のように来日していることに触れました。

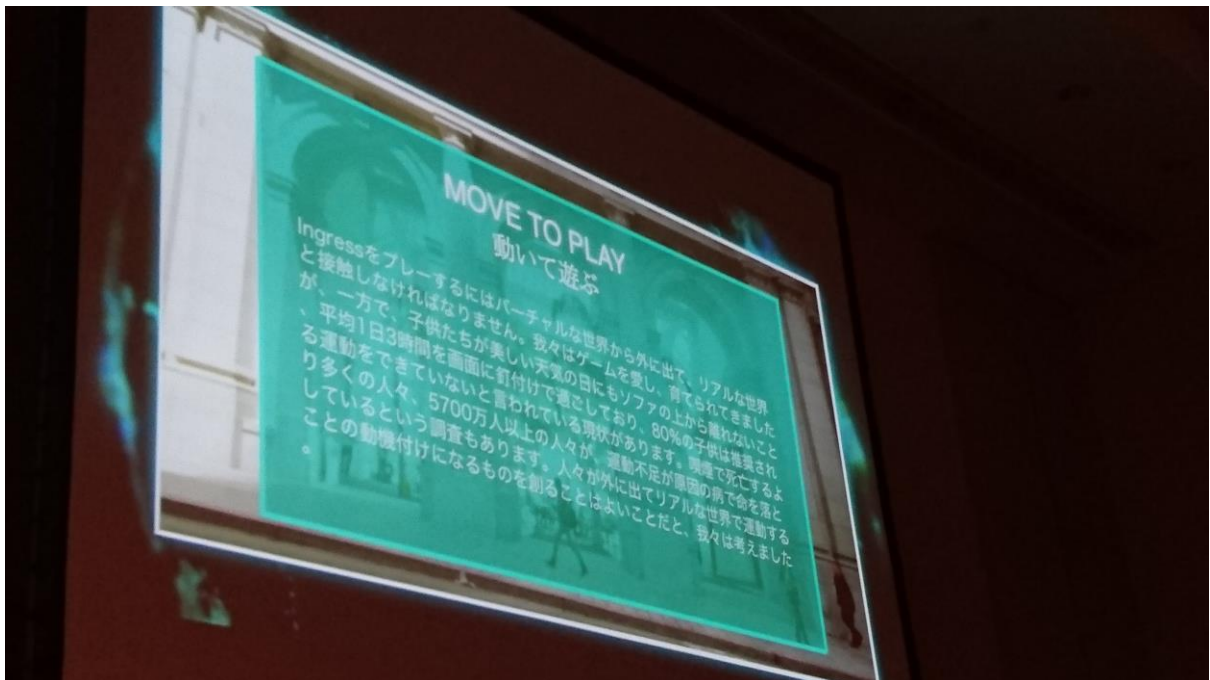
そこで、ハンケさんは過去に「京都で枯山水を見た時、私はその場から動くことができなかった。こんなにも人を魅了する庭があることに驚いた。」と述べていて、目に見えない何かの物質が自身に働きかけたのだと考えたハンケさんは XM のアイディアを生み出したのだ、と村井社長は仰っていました。

次に、村井社長は「イングレスの 4 つの指針」について述べました。それは、



1.全世界が舞台

→Niantic はグローバル企業であり、特定の地域にターゲットを絞ったプロダクトは出さない。



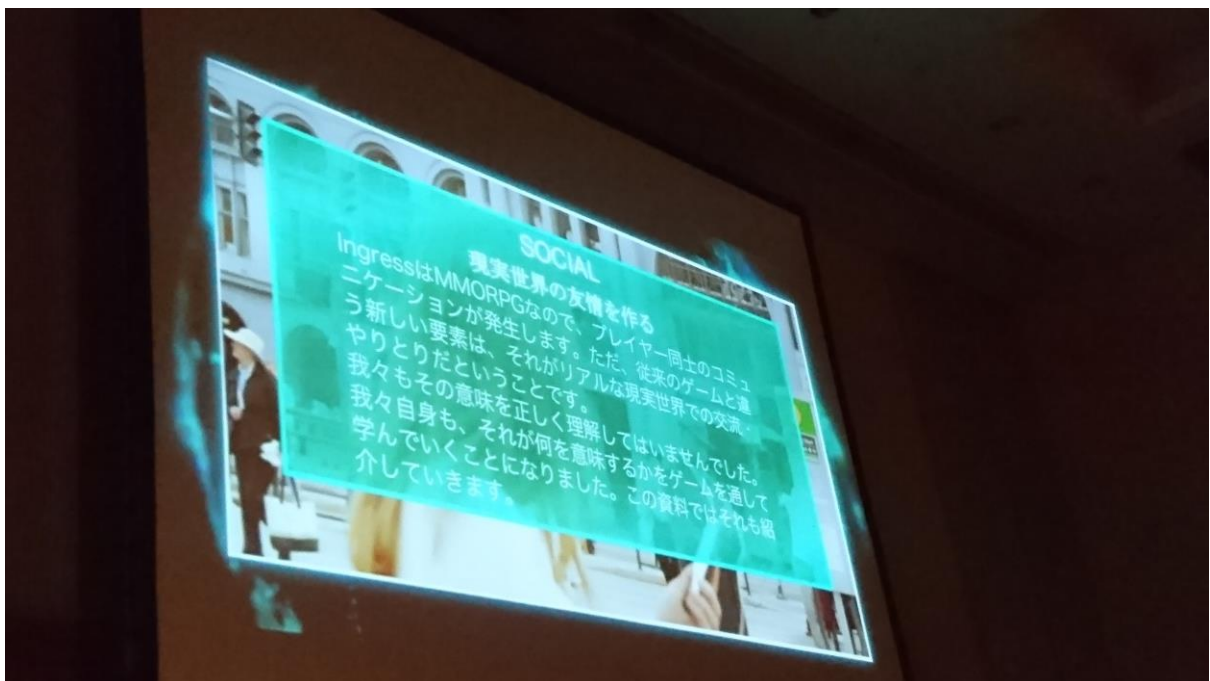
2.動いて遊ぶ

→美しい天気の日に関中家で長時間ソファに座る・ゲームをする子ども達をどのようにして外へ連れ出すかを考えると共に、囲碁や将棋といったテーブルゲームにもある”ゲーム性”を大切にする。



3.新しい視点から見ること

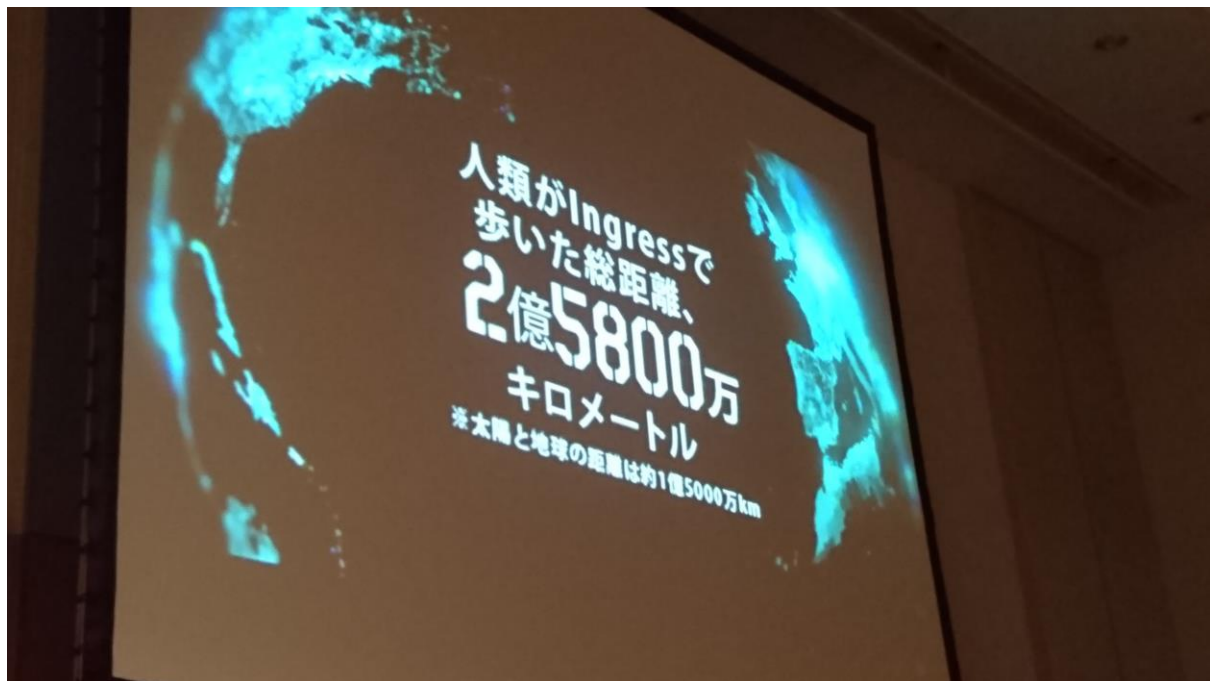
→その土地に隠された物語や人々が何度も通りがかる場所に隠されているものに気づき、最終的にはその土地の地域コミュニティに気づく。



4.現実世界の友情を作る

→イングレスは MMORPG(大規模多人数同時参加型ゲーム)だが、プレイヤー同士のコミュニケーションが生まれる場が現実世界であることが特徴的である。

以上の点でした。これらと共に、



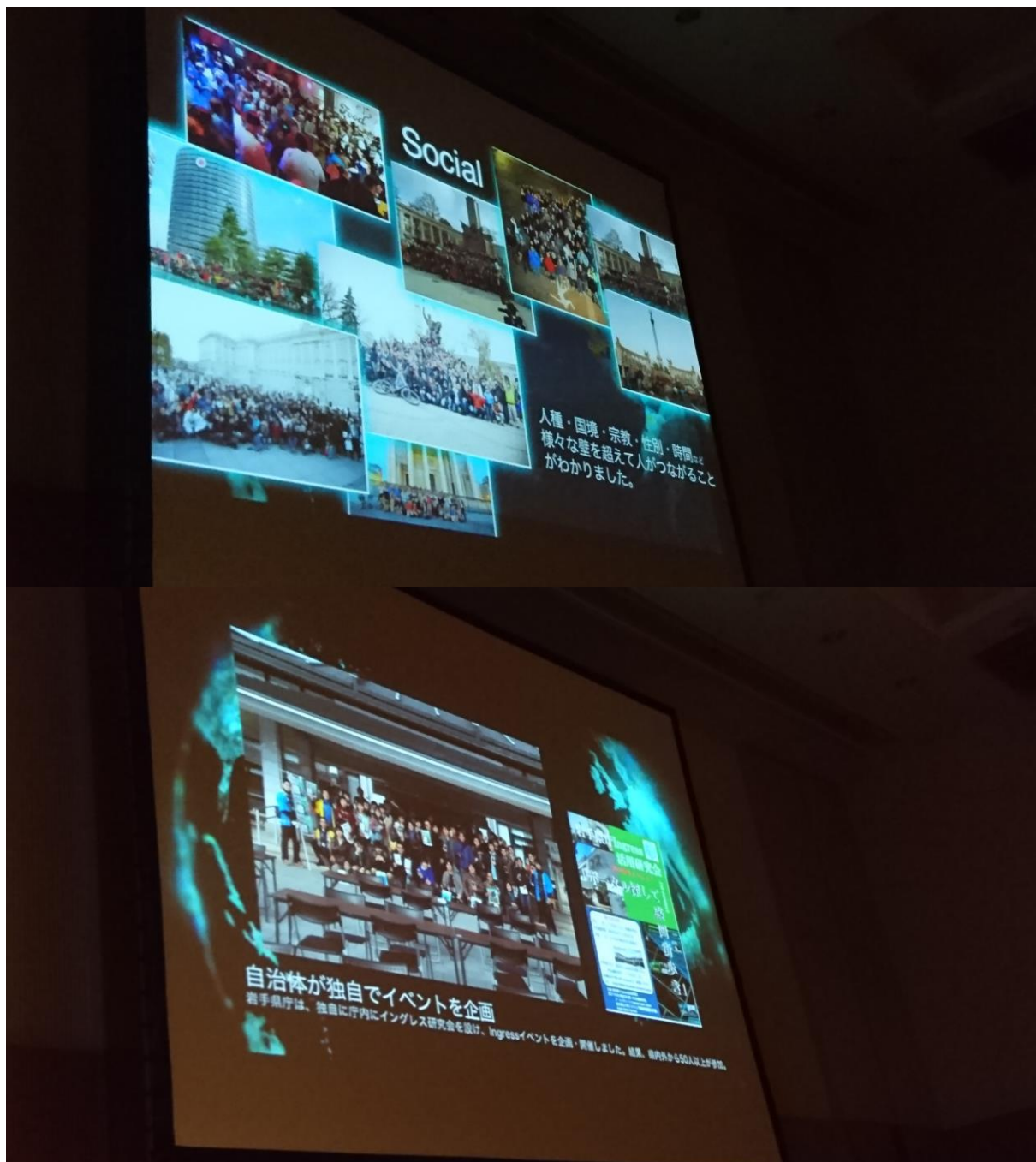
・インGRESSは 200 ヶ国で配信され 2 億 5800 万 km、ポケモン GO は 150 ヶ国以上で配信され 46 億 km 歩いたこと



・ Helios(ヘリオス)台北・ Interitus(インテリタス)石巻・ Persepolis(ペルセポリス)仙台・ Darsana(ダルサナ)東京・ Shonin(ショウニン)京都・ AegisNova(エイジスノヴァ)東京の様子を取り上げ、イベントが人々を動かす動機づけの 1 つであり、自治体首長の出席が増えていること

・ iOS 版リリースというのが日本では重要な要素であったことにも触れました。

村井社長は更に、「インGRESとポケモン GO をリリースした Niantic はゲーム会社ではなく、プラットフォームを開発する企業であることから 1 年 2 年ではなく、"一生の友人として一生付き合うように"開発を行う」と仰っていました。

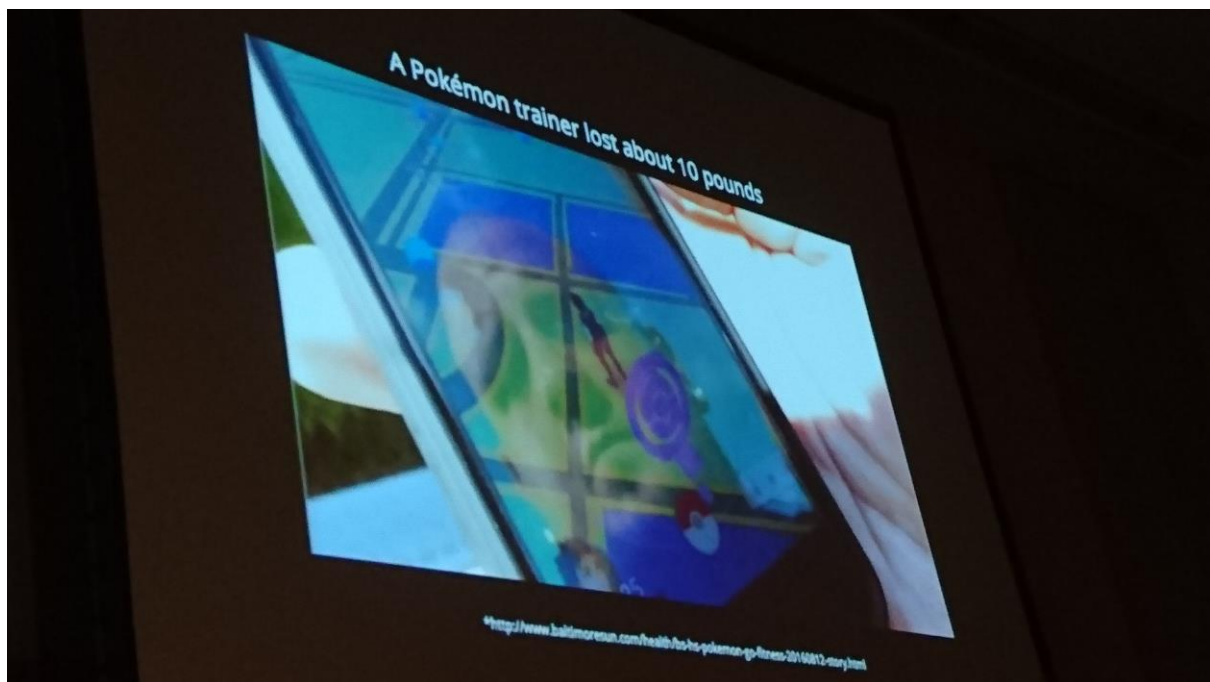


次に、村井社長はインGRESにおいて人種や国境、宗教、性別という壁を越えた繋がりを生み出した例としてイスラエルでの作戦等を挙げました。

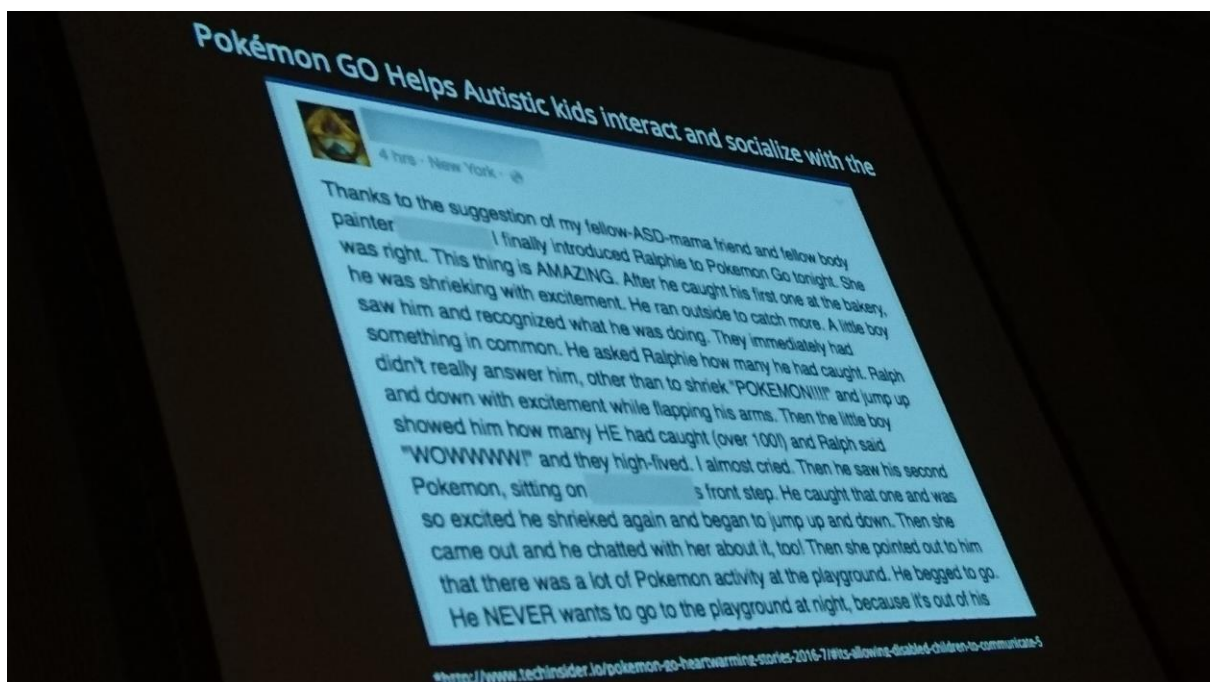
他にも、岩手県をはじめとする自治体主体の企画、あるいはユーザー主体のイベント、ミッションデイ、InitioTohokuMission(イニシオ東北ミッション)を挙げていました。

そうして、講演の中心はポケモン GO へと移りました。

村井社長は、ユーザー主体、あるいは自発的なイベントが起こった例として、ポケモン GO におけるシドニー・シカゴ・サンフランシスコでの様子を挙げ、「見ず知らずの人が集まり、人種や国境、宗教、性別という壁を越えた繋がりを生み出したのはポケモン GO でも同じである」と述べました。

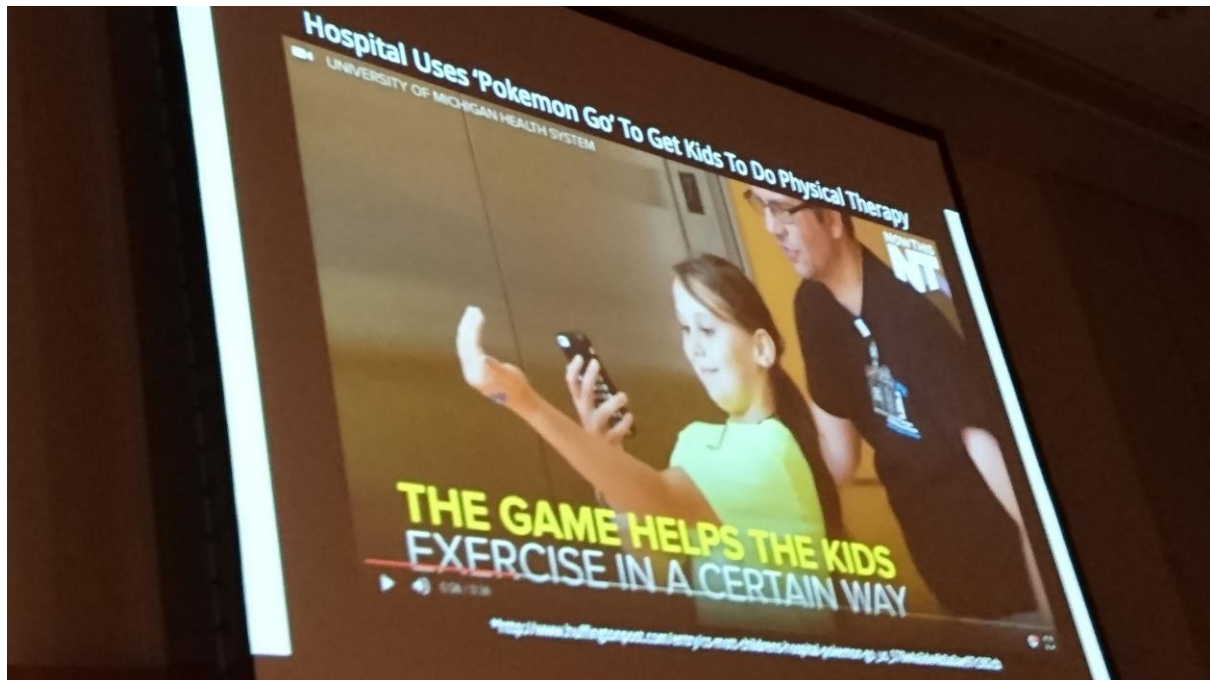


ポケモン GO が医療の分野において様々な効果を与えていることに触れ、最初の例として体重が減少した事例を挙げました。



医療の分野での効果の例として、村井社長は 2 つ目に、1 通の手紙を紹介しました。それは、自閉症の娘さんがポケモン GO によって自ら外へ出るようになったというご両親からの手紙でした。

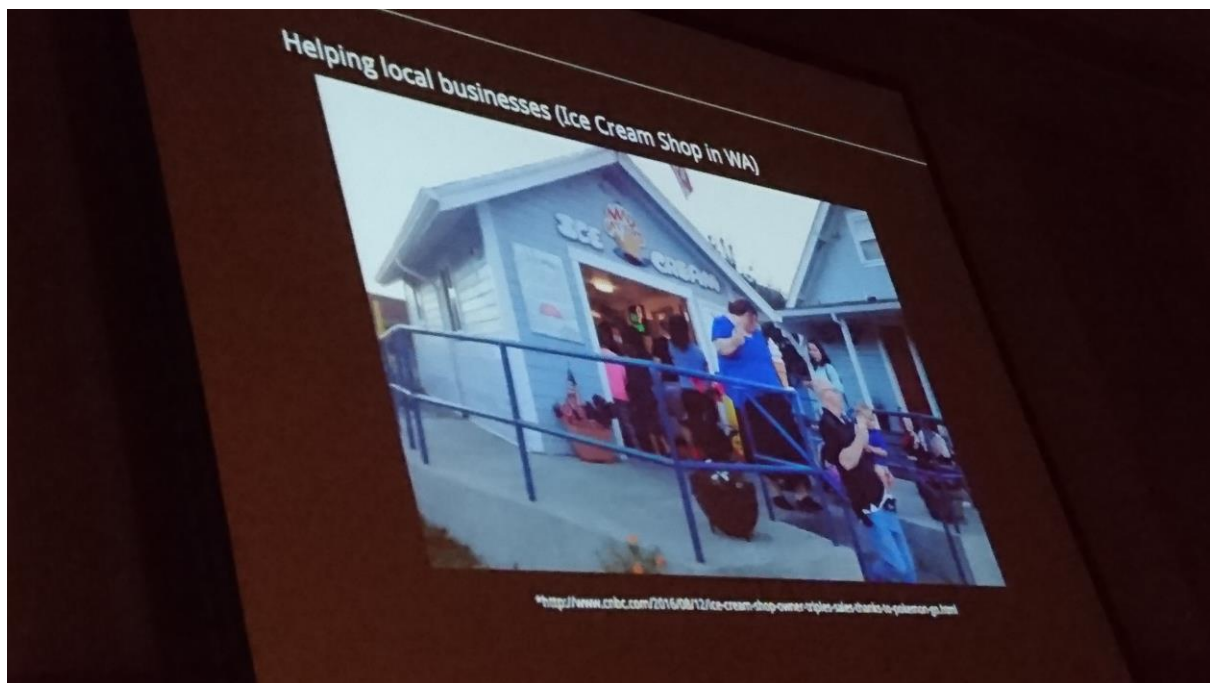
「そのご両親は手紙で『十数年闘ってきたけれども、それは娘だけの闘いではなく、自分達家族の闘いであった。そして、ポケモン GO がリリースされたことで、今では近所の見ず知らずの人とどこにどんなポケモンが現れたのか等とコミュニケーションをするほどになっている。』と述べられていた。」と村井社長は仰っていました。



更に、シカゴの小児病棟での例も挙げました。

「小児病棟で過ごす子ども達は身体を動かすことがマンネリ化して飽きつつあった。ポケモン GO がリリースされたことで、子ども達は病棟の中を歩き始め、医師達もポケモン GO をネガティブに捉えることなく、彼らもプレイすることで子ども達とコミュニケーションしている。」と村井社長は仰っていました。

次に、村井社長はポケモン GO におけるローカルビジネスについて触れました。



「ポケモン GO をプレイする内に、喉が渇いて飲み物が欲しくなることはある。そこで人々がその地域の店で飲み物を買う、という流れもあり、将来的にはローカルビジネスにおけるポケストップの設定やルアーの利用等を考えていく。」と仰っていました。



次に、村井社長はポケモン GO における自治体の取り組みについて触れ、京都府・京都市との観光面での取り組み、神奈川県横須賀市による「ヨコスカ GO」、鳥取県による「トットリ GO」、既に発表された東北 3 県との取り組み、そして宮城県でのポケストップ追加イベント”Explore Miyagi”を挙げました。

こうしてポケモン GO が普及していく中で、村井社長はシニア層がポケモン GO をするためにスマートフォンに替えたということに触れ、こうした変化は非常に素晴らしいと仰っていました。



次に、村井社長はマクドナルドとのパートナーシップに触れました。

「マクドナルドとのパートナーシップによってマクドナルドの売上が 25.6%アップしたとあるが、その全てがポケモン GO によるものではないだろう。マクドナルドは普段から魅力ある商品を提供している。それがポケモン GO による集客が重なり、売上が増加したとみていて、集客と購買は別々であると考えている。」と仰っていました。



最後に、村井社長は、Niantic は今後も人を動かすことに取り組み続けることを述べて、講演は閉じられました。