



ビーコンの本格導入が進む韓国のサービス事例と展望

一般財団法人マルチメディア振興センター（FMMC）

情報通信研究部 主席研究員 三澤 かおり

概要

O2O やナビサービス等で用いられるスマートフォンの位置情報特定技術ビーコンは、2014年から我が国でも幅広く導入に向けた取り組みが見られるようになった。我が国のビーコン活用サービスの多くが試験的導入段階であるのに対し、韓国では 2014 年から広範な本格導入の動きが見られ、早くもブーム的状况を迎え、成功事例と目されるサービスも出現している。そこで、韓国のビーコン活用の現状を報告するとともに、今後を展望してみたい。

1. はじめに

近距離無線通信技術 Bluetooth Low Energy（BLE）を利用するスマートフォンの位置情報特定技術ビーコン（Beacon）が、O2O（Online to Offline）マーケティングやナビサービスの新手段として急速に注目を集めている。ビーコンは、あらゆるモノがネットにつながる IoT（Internet of Things）環境を構成するための重要な技術の一つもある。電池式で 2～5 年駆動し、ケーブルや電源が不要でランニングコスト節減にもつながることから、Wi-Fi の補完としての活用も期待されている。

我が国では Apple 社が 2013 年後半に開始した iBeacon がメディアで紹介されて以降、2014 年から急速に幅広い分野でのビーコン活用に向けた取り組みが開始されており、2015 年は、ビーコンの本格活用元年とも目されている。ビーコンの活用法としては、割引クーポン配布のような O2O 目的が最もよく知られているが、安心安全分野等の公共サービスでの活用も模索されている。2015 年 6 月現在までの我が国における主なビーコン導入事例を次の表で示すが、現時点では期間限定の試験的位置づけのことが多い。

2014 年以降の国内の主なビーコン導入事例（試験的導入を含む）

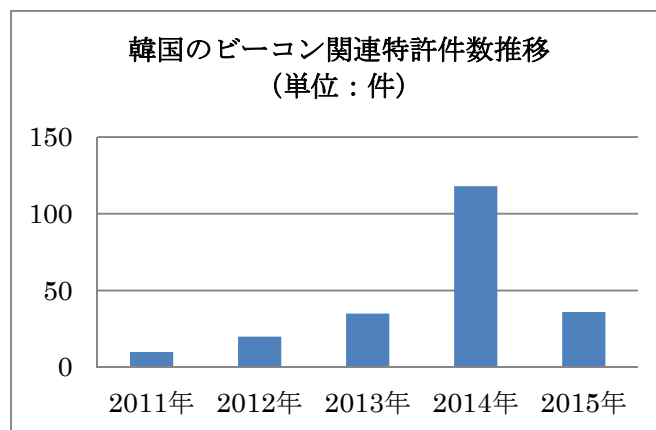
業界	用途	主要導入事例
観光、運輸、娯楽	ナビサービス、スタッフの動線把握による業務効率化	JAL、JR 東日本、星野リゾート、大阪京セラドーム、日本交通
飲食、アパレル、コンビニ、百貨店、カード業界	O2O、マーケティング	伊勢丹新宿本店
自治体・公共サービス	緊急時情報発信、医療・介護	福岡市

出所：各種資料を基に作成

海外でもビーコンの導入事例が増えているが、その中でも特に、ICT 新技術導入に積極的な韓国では 2014 年から広範な分野でのビーコン導入が本格化している。我が国以上の勢いでビーコンの本格導入を進める韓国の現状と課題について、以下、報告する。

2. 2014年からビーコン本格導入が進む韓国

次のグラフで韓国でのビーコンの特許出願件数推移（2015 年 2 月時点）を示すが、2014 年に急激なブームを迎えたことがはっきりしている。出願分野別ではビーコンのサービス分野が 40%と最も多く、O2O、建物内ナビゲーション、電車時間案内、迷子防止等の位置追跡サービス関連の技術が注目されている。次いで、無線通信ネットワーク、ビッグデータ連携等のプラットフォーム技術が 37%、端末技術が 23%の順となっている。



出所：特許庁

* 2015 年は 2 月までの件数

韓国では、2014 年中は特に、主要通信事業者（KT、SK テレコム、LG U+）とクレジットカード業界がビーコンビジネス本格化に力を入れた。移動通信最大手の SK テレコムは、プラットフォーム子会社 SK プラネットと組んでビーコンビジネスに早くから取り組んでいる。SK テレコムは、2013 年 3 月の分唐（プンダン）ソウル大病院への世界初のビーコン活用室内ナビゲーションシステム導入を皮切りにビーコンビジネスに力を入れている。2014 年 5 月には、設置場所の環境タイプに合わせられる 4 種類のビーコンとサービス開発プラットフォームを発売している。SK プラネットは 2014 年 6 月から、モバイルコマース向けビーコン・プラットフォーム「Syrup（シロップ）」を提供している。これまでの韓国におけるビーコン本格導入の主な事例は以下の表のとおり。2014 年後半は、全国チェーンを展開するコンビニで一斉導入されたことで、ビーコン活用範囲が広がった。

韓国のビーコン本格導入主要事例

導入業界、サービス	概要
大学の出欠管理システム	クァンウン（光云）大学が 2015 年 4 月に国内初のシステム導入。ヨンセ大学でも 2015 年中の導入検討中。
モバイル財布アプリ「YAP」	来店顧客のスマートフォンへのクーポンやポイント配信の O2O アプリ。国内加盟店 7 万以上。ベトナムに進出。
娯楽、イベント	ー競技施設：通信事業者の系列プロ野球チームのホーム球場（KT 水原球場、SK 仁川球場）や体育館 ー大型展示会場のナビサービス（SK テレコム）
病院	慶北大病院、分唐ソウル大病院、釜山大病院で来院患者呼び出し、院内案内等患者管理サービスとして導入。
流通業界	コンビニ：2014 年半ばから CU、GS25 等が全国チェーンで O2O としてビーコン導入。 百貨店：ロッテ百貨店本店（2014 年 11 月）
クレジットカード	BC カードは 2014 年 11 月、カード業界初のビーコン商用サービスとして訪韓中国人観光客対象のサービス開始。

出所：各種資料を基に作成

3. ビーコンO2Oの代表的プラットフォームのSyrupとYap

現在韓国で成果を上げている代表的なビーコン・プラットフォームとして、前述した SK プラネットの Syrup と共に、2014 年 6 月からサービスを開始したモバイル財布アプリ「Yap（ヤップ）」が挙げられる。SK プラネットは、既存サービスの国内最大のポイントサービス・アプリ「OK キャッシュバック」をビーコンと連動させたことで、O2O マーケティングでの実質的効果を実証している。

一方、モバイル財布アプリ Yap は、2009 年創業の IT マーケティング会社アイポップコーン（i.popcorn）によるサービスで、会員カード登録、ポイント、割引クーポン発行、決済までのワンストップサービスを提供する。サービス開始以降、大手コンビニをはじめ提携店舗を急拡大し、利用者は開始 3 か月で 300 万人を超えた。独立系ベンチャー企業によるモバイル財布サービスがこのような短期間で成功するのは韓国では異例であるため、Yap の成功は国内外で既に大きな注目を集めている。2015 年 2 月には、ベトナム最大のインターネット企業 VNG との協力により、Yap ベトナム版を提供すると同時に、ベトナム最大の百貨店 Shop&go との提携サービスも開始した。

Yap の成功要因は、Bluetooth に高周波を連動させたハイブリッドのビーコン独自技術「PopCom」を採用して従来のビーコン O2O サービスとの差別化を図ったことである。従来のビーコンによるクーポン配布サービスは、店舗入り口等のアクセスポイント圏内に入った利用

者全員にメッセージを送る方式であるが、この方式はスパムのように受け止められることもある。一方、Yap は個別利用者にカスタマイズし、利用者を選んでクーポンやメッセージを送れるように細かな設定ができる。スマートフォンを閉じた状態やアプリを立ち上げていない状態でも、端末が位置情報を認識して自動で商品情報や割引クーポン、イベント等のお知らせをスマートフォンにポップアップ表示できる。

このように、Syrup と Yap が成果を上げていることから、ビーコンはチラシ配布よりも有効なマーケティング手段としての認識が広まりつつある。

4. 課題と展望

韓国では 2018 年ピョンチャン冬季オリンピック・パラリンピック開催にあたり、5G、IoT、4K・8K 放送等の ICT 最先端技術を駆使して技術力を世界にアピールし、韓国の ICT 輸出拡大につなげることをねらいとしている。その一環として、ピョンチャン冬季オリンピック公式パートナーとなった総合通信最大手 KT は IoT 環境整備のため、鉄道公社と協力して主要駅等の施設にビーコンを導入して安全管理をはじめ各種サービスを開発する計画である。2020 年の東京オリンピックに向けて最先端の ICT 技術を駆使したい我が国にとって、ピョンチャン冬季オリンピックに向けた ICT 活用動向への関心は高い。

ビーコンは Wi-Fi や NFC 等との組み合わせにより、IoT 環境での様々な活用が期待される一方、今後の普及拡大のための課題として、韓国においても、セキュリティの脆弱性、プライバシー保護、スパムとして扱われる可能性等が指摘されている。また、O2O 手段として利用者に選んでもらうためには、便利さとお得度の両方をアピールできるわかりやすいサービスであることが要となるであろう。冬季オリンピック開催を見据えた IoT 環境構築に向け、韓国ではさらに多くの分野でのビーコン活用が進められる見通しである。前述の課題をどのようにクリアしてビーコンを活用していくのか、引き続き今後の動向を注視したい。