

飯島賢二の『恐縮ですが・・・一言コラム』

第 16 回 NPO「GIS パートナーシップ」の誕生！

立正大学の後藤真太郎教授が中心になって、平成 15 年 11 月、NPO(特定非営利活動法人)として、「GIS パートナーシップ」が正式に認可(埼玉県)された。

GIS (Geographic Information System) とは、いわゆる「地理情報システム」といわれるもので、地図をベースにした、総合的な管理、解析・分析、検索、調査、演算、シミュレーションが容易にできるシステムと言って過言でない。

今回、NPO「GIS パートナーシップ」が目指すものは、国や地方公共団体の、GIS 運営に関して、正式な行政パートナーとしての役割を担うと同時に、可能な限り、行政の持つ有益情報の民間への共用活用を推し進め、官民一体化した「情報社会」の構築を、健全に築き上げることにある。更に、GIS の普及・啓蒙活動を推進し、その機能を十分果たすべく、導入企業の環境整備を指導・支援し、企業のマーケティングに GIS を活かすための調査、研究、開発を実践していくことにある。

ちょっと、難しくって、あまりピンとこない読者の方、例えば、こういうことかもしれない。(ご免なさい、偉そうで。小生もあまり良く、分かってないのです。)

平成 17 年を目途に市町村の合併が進められている。役所の中には沢山の部署があり、それぞれで色々な「地図」が相関性なく使われている。都市計画、固定資産税、上・下水道、学校関係、ごみ収集、災害非難、道路台帳等々、何十・何百という地図が、全く統合性なくマチマチに使われている。これが GIS 上の地図に一本化されるメリットは、計り知れないものがある。更にその運営を、正規のパートナーとして民間にアウトソーシングすれば、財政コストも大幅にダウンできるかもしれない。

狙うべきターゲットが、その情報ごとに地図上にプロットできれば、色々なマーケティングは、すこぶる高性能になるに違いない。何しろ、地図がそのまま、大量の情報が入ったデータベースになってしまう、そんなイメージである。

従って、例えば、運送や配送、物流などのデリバリー業者、巡回、訪問、送迎などを要するビジネス、無駄のない効率的運行管理、コスト管理、市場解析、新規開発などは、あるいは瞬時にできるかもしれない。また例えば、金融機関の顧客開発、飲食店の販促用チラシ戦略、携帯モバイルや IC カードと連携した顧客行動分析、情報管理、それをベースにした販売促進策の展開、行政の、開示可能な情報とのタイアップを考えると、豊かで無限大な、「新手法マーケティング」の可能性が湧いてくる。

特定非営利活動法人「GIS パートナーシップ」の今後の活躍、決して見逃すことはできない。大いに期待するところである。