

飯島賢二の

やさしく解決!

第5回



株式会社 飯島 綜研
代表取締役 飯島 賢二

難問道場

Q 最近よく、「GIS」という言葉を耳にします。私の車にも「GPS」搭載というナビゲーションがありますが、何が違うのですか？ また将来は、GISをマーケティングに活用するといった話を聞きますが、どういうことか教えてください。

A GISは、Geographic Information System、日本語で地理情報システムと訳します。一方、GPSは、Global Positioning Systemといい、汎地球測位システムと訳され、同根の技術といえなくもないが、似て非なるものです。

簡単に言うとGPSは、あるポイントを地図上で追っかけていくイメージですが、GISの方は、地図そのものに情報が盛り込まれているもので、そのインプット情報によっては、いかなる範疇においても活用できます。例えば、防犯・防災、救急医療、福祉・介護、学校教育、環境問題、そして行政サービスや企業マーケティング等々、今後来るであろうユビキタス社会の中心たる「魔法のツール」というべきものと認識しています。

GISのマーケティング活用事例としては、たとえば大型店舗売上予測システムがあります。少し専門的になりますが、従来のメッシュ分析にハフモデル分析を加え、GIS上にプロットすれば、ほぼ95%の精度で売上予測金額まで算出できます。

自社の顧客管理情報とドッキングして、エリアマーケティングをより効率的に展開させ

ることができるかもしれない。この例は、保険会社、銀行等金融機関、ホテル業セールスなどで実際に利用されています。また新規出店する時の商圈分析は、大型スーパーや郊外型レストランチェーンなどでは、現在でもGISが、もはや必須アイテムになっています。更に、効率的運行管理や、厳しいまでのトレーサビリティを追求されるデリバリー関連（運輸・運送業者、宅配業）や定期訪問業（新聞宅配、訪問セールス、集金・点検訪問など）は、かなりの資金を投資して、GISシステム構築を急いでいるようです。

ITインフラとしては、来年の「ユニバーサル社会創造法」案（仮称）が可決された時点から、世の中大きく変わってくるでしょう。ソフト的には、今後一般にも適用対象になる、「個人情報保護法」との兼ね合いもありますが、公共団体の持つ情報の民間活用の許容範囲が明確になって、ディスクロズされた時、GISは更なる進展を見ること間違いなしでしょう。今から貴社にとってのGIS導入プラン、ぼちぼち、いかがでしょうか？

