

移動データ × AI が導く、新時代のユーザー体験

Safe Harbor Statement

- 本資料は、情報提供及び討議のみを目的としており、いかなる契約に組み入れられるものでもなく、ジオテクノロジーズ株式会社にいかなる保証責任を負わせるものでもありません。
- また、本資料は、いかなるサービスおよび機能の提供を約束するものでもなく、本資料に記載されている当社サービスの機能は、全部または一部について、事前通知なく中止または変更する場合があります。
- The following is intended for information and discussion purposes only and may not be incorporated into any contract. No warranty shall be incurred by GeoTechnologies, Inc. in connection with the following.
- It is not a commitment to deliver any service or functionality. The functionality, in whole or in part, described for our services may be suspended or changed without prior notice.

Agenda

- 弊社のご紹介
- 人流データのご紹介
- データ活用について
- 移動データの最大活用 ~ 移動データが導くユーザー体験
- まとめ・今後について

ジオテクノロジーズ株式会社
デジタル データアナリティクス ディレクター

加瀬 正和 Masakazu Kase

[登壇者のご紹介]

データサイエンティスト

2003年にジオテクノロジーズ株式会社の前身であるインクリメントP株式会社に入社。以来、地図・位置情報に関するソフトウェア開発に一貫して従事。
2021年データ活用に向けたデータサイエンス部門を新規に立ち上げ。以降、人流データや地図を活用し様々な社会課題を解決すべく、分析やデータ開発に奮闘している。



01

—

会社紹介

GeoTechnologies, Inc.

| | |
|----------|---|
| 会社名 | ジオテクノロジーズ株式会社 |
| 設立 | 1994年 5月 1日 |
| 本社所在地 | 東京都文京区本駒込2-28-8 文京グリーンコートセンターオフィス 22F |
| 代表 | 代表取締役社長 八剣 洋一郎 |
| 社員数 | 541名（2025年4月1日現在） |
| 測量業者登録番号 | 登録第（1）-36501号 |
| 参加団体 | LBMA Japan /オルタナティブデータ推進協議会 日本デジタル道路地図協会 / 地理情報システム学会 日本ブロックチェーン協会(JBA) |

2005年 設立

グローバル・サーベイ株式会社 (埼玉県さいたま市)

- フィールド調査 (現地走行、歩行調査など)
- 走行検証

東北開発センター (岩手県盛岡市)

- デジタル地図開発・整備
- 地図編集ツール開発
- R&D

大阪オフィス (大阪府大阪市)

- 西日本事業

ジオテクノロジーズ本社 (東京都文京区)

- 製品企画・開発
- 品質保証
- 営業、マーケティング
- 管理業務

2025年グループ会社化

株式会社shiroiro (東京都武蔵野市)

- インターネット広告事業

2024年グループ会社化

株式会社Geolonia (東京都文京区)

- 位置情報に関するクラウド事業
- 各種データ販売

2003年設立

GeoTechnologies Shanghai, Inc.

(上海)

- デジタル地図開発・整備

2016年設立

GeoTechnologies North America, Inc.

(Palo Alto, CA)

1994 ● **設立**
 マルチメディア・ソフトウェア開発・制作会社として創業
 “MapFan”ブランドで電子地図ソフトを販売

1995 ● MapFanが「日経ベストソフト賞」を受賞

2000 ● 国内初iモード地図「iMapFan」が「日経新聞賞」を受賞

2017 ● HEREとの業務提携を開始

2020 ● 日系カーメーカーへ高精度地図を提供

サービスリリース
 9月 **住所確認サービス** 住所の表記ゆれを正規化
 10月 **トリマ** Move to Earn（ポイ活）アプリ

2021 ● **事業継承**

サービスリリース
 8月 **Geo-People** 1日10億のリアルタイム人流データ
 10月 **トリマ広告** トリマアプリに広告を掲載

2022 ● **社名変更**
 4月 MapFanで未来情報を提供開始

サービスリリース
 6月 **Geo-Research**
 600万人以上のモニターで大規模・迅速なジオマーケティングを実現

2023 ● 日本全域の詳細地図を提供開始

サービスリリース
 2月 **GeoSmile** 米国他、海外にトリマを展開 ※2024年9月時点
 10月 **Geo-Prediction Ads** 人流データとリサーチデータを活用したデジタル広告
 12月 **おもいで地図** オリジナル地図グッズ作成サービス

2024 ● **サービスリリース**
 6月 **トリマソリティア** トリマゲームシリーズ第1弾
 6月 **GeoQuest（ジオクエ）** Photo to Earn（ポイ活）アプリ
 11月 **トリマナンプレ** トリマゲームシリーズ第2弾

2025 ● **サービスリリース**
 2月 **トリマソートパズル** トリマゲームシリーズ第3弾
 3月 **GeoQuest Connect** ユーザー参加型情報収集サービス
 9月 **Googleと資本業務提携**

お客さまとパートナー

オートモーティブ

JVCKENWOOD

TOYOTA

NISSAN
MOTOR CORPORATION

Pioneer

HONDA

エンタープライズ

 odakyu
ELECTRIC RAILWAY

 株式会社 オリエンタルコンサルタンツ
ORCONSUL

Google

 JX通信社

 JTB JTBパブリッシング

here

BRIDGESTONE

MS&AD 三井住友海上

 MIRAI SHARE

街に、ルネッサンス
 UR UR都市機構

マーケティング

 unerry

 CyberAgent®

dentsu
tokyo / osaka / nagoya

 Hakuhodo DY
media partners

Live Board

パートナー

 esri ジャパン

NTT DATA

NEC
NECソリューションイノベータ

 国際航業

 PASCO
Surveying the Earth to Create the Future

2025
September 17 プレスリリース

ジオテクノロジーズ、Google との資本業務提携に合意



ジオテクノロジーズ株式会社(本社:東京都文京区、代表取締役社長:八剣 洋一郎)は、地理空間情報とテクノロジーの進化を通じた新たなソリューションの創出を目的に、Google との資本業務提携に合意し、開発協業を開始しました。本協業により、日本市場におけるジオテクノロジーズの豊富な地図データと開発力、そしてGoogle が有するGoogle マップを中心とするグローバル規模の地理空間情報プラットフォームとAIを含めた技術力を組み合わせることで、お客様と社会にさらに価値あるサービスを提供することを目指します。



■ 協業の背景

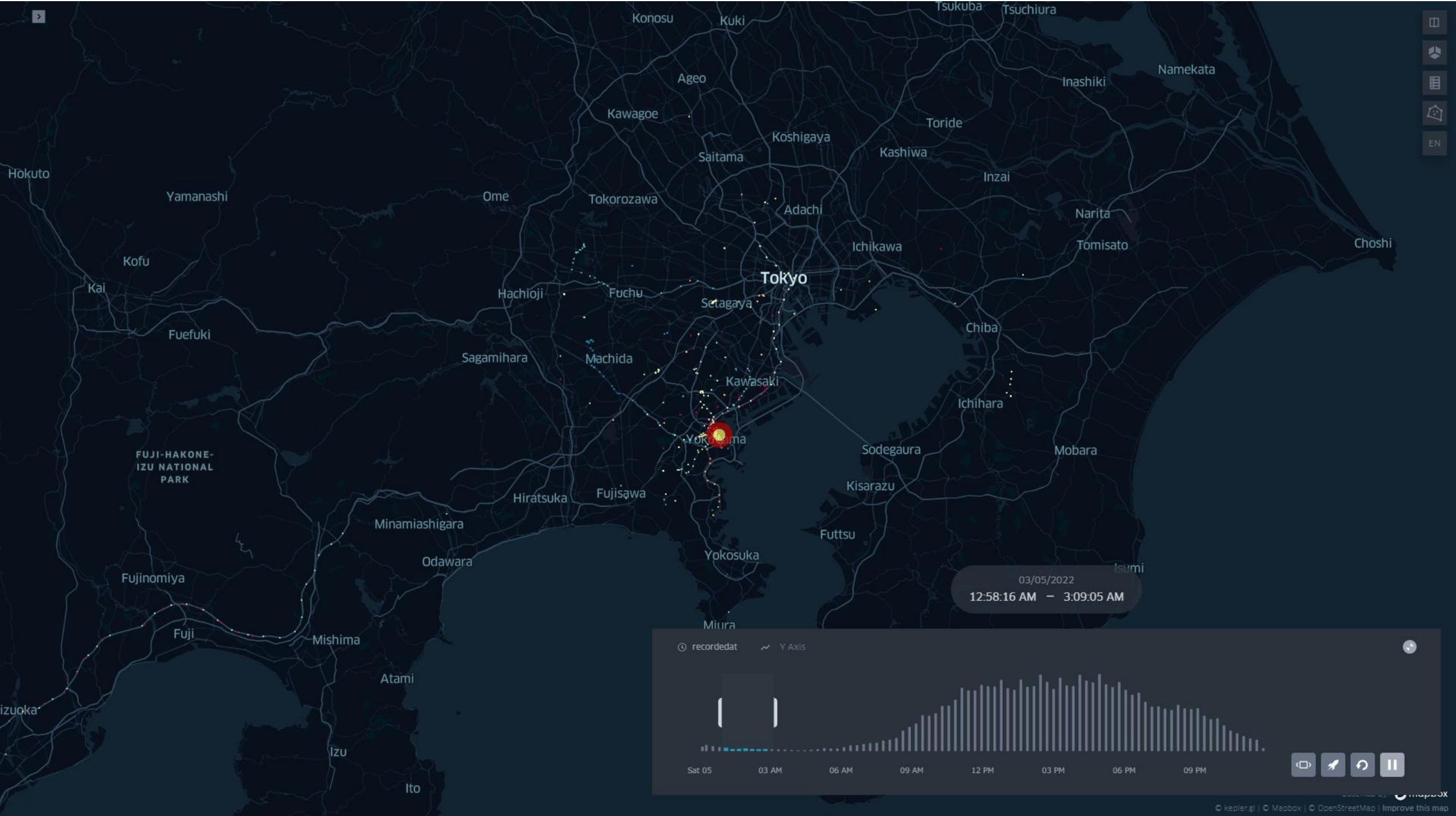
設立から約30年、ジオテクノロジーズは常に新鮮で高品質な地理空間データを維持・提供し続けてきました。近年、地理空間データはモビリティ、物流、防災、観光など多様な分野で活用され、単なる位置情報取得の手段にとどまらず、日常生活に不可欠なインフラとしての地位を確立しています。その結果、より高精度かつリアルタイムなデータ提供への需要が高まっています。

日本の地図情報は高度に発展していて、カーナビゲーションや都市型モビリティ支援など、独自の応用分野で進化を遂げています。本協業を通じて、両社はそれぞれの技術と専門知識を融合し、日本市場におけるGoogle マップをはじめとする地図情報インフラの高度化、AIを活用した地図データベース開発の効率化、自動運転・安全運転分野のソリューション強化など、幅広い分野での技術革新を加速してまいります。

02

—

人流データ



03/05/2022
12:58:16 AM - 3:09:05 AM



ジオテクノロジーズの人流データ

01 連続性

訪れた場所が漏れなく分かる

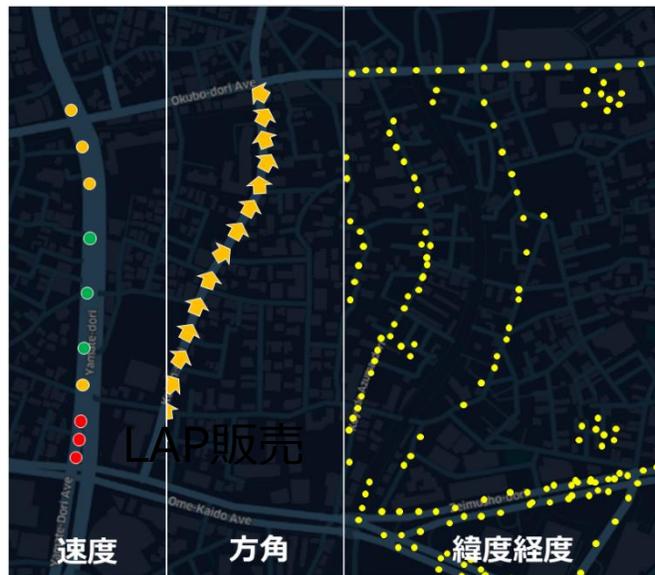
02 高精度

移動の軌跡が正確に分かる

03 人の属性

属性に基づいた分析ができる

ジオテクノロジーズの 連続且つ高精度な人流データ



一般的な人流データ



※ イメージを模式的に表したものであり、実際のデータとは異なります

性別

年齢

居住地

結婚

家族人数

子供人数

勤務地

職業

最終学歴

居住形態

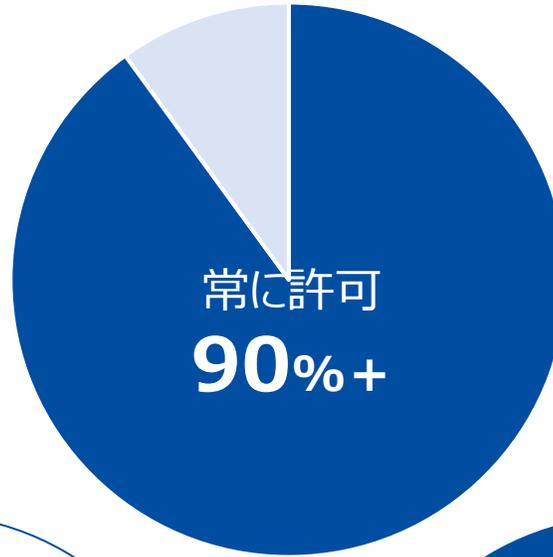
個人年収

世帯年収

主な移動手段

興味関心・趣味

ジオテクノロジーズの人流データ



ターゲット業界と弊社アセット

ターゲット業界への課題解決



ジオテクノロジーのアセット

地図データ

- ・建物形状
- ・道路リンク

人流データ

- ・GPSログ
- ・デモグラ属性

分析能力

- ・地理空間処理
- ・データサイエンス

リサーチ

- ・アンケート
- ・意識データ

03

—

データ活用について

データ活用とは？

収集・蓄積したデータを加工・分析することにより
新たな価値を創出してビジネスに役立てること

データ活用の重要性は10年以上前から謳われている

パーソナルデータは、
インターネットにおける新しい石油であり、
デジタル世界における新たな通貨である

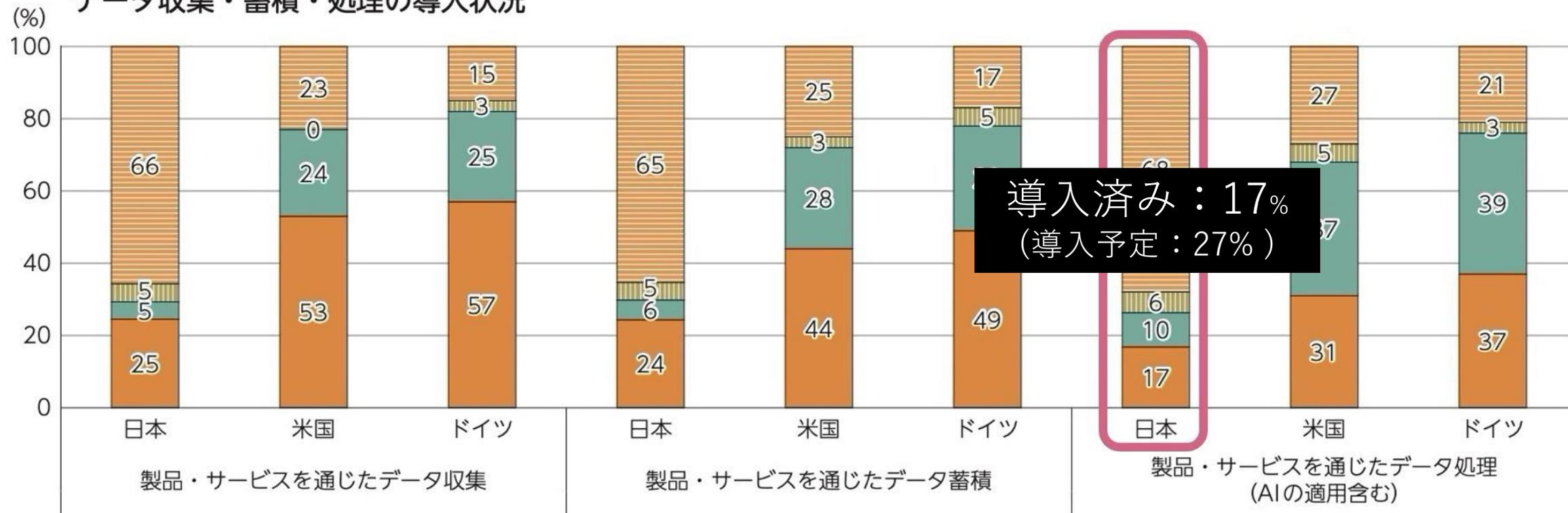
図 1-3 パーソナルデータは新しい石油

出所：「パーソナルデータ：新たな資産カテゴリーの出現」（世界経済フォーラム・2011年）

データ活用の現状

データ活用の必要性・重要性が謳われて久しいが、
うまく活用できている企業は限られている

データ収集・蓄積・処理の導入状況



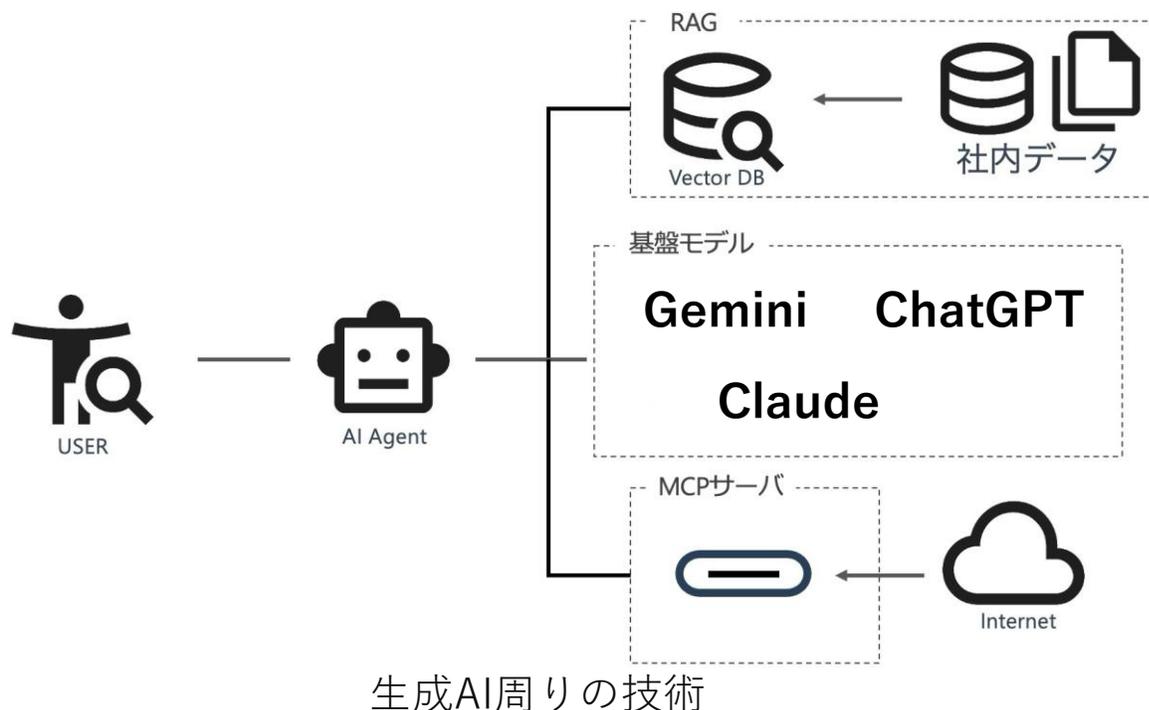
導入済み：17%
(導入予定：27%)



(出典)総務省(2020)「データの流通環境等に関する消費者の意識に関する調査研究」

データ活用の潮流

データ活用のステージも生成AIにより、劇的に変化を遂げている



単に基盤モデルを活用するだけでなく、企業内のデータを活用し易くする周辺の技術開発も進んできている

生成AI全盛の今、データ活用の重要性は益々高まっている

Geo-Prediction Platform

データ活用のための **位置情報データ分析基盤** を構築

ジオテクノロジーズのアセット



人流データ活用事例 (via Geo-Prediction Platform)

1

交通情報
(過去・リアルタイム・予測)



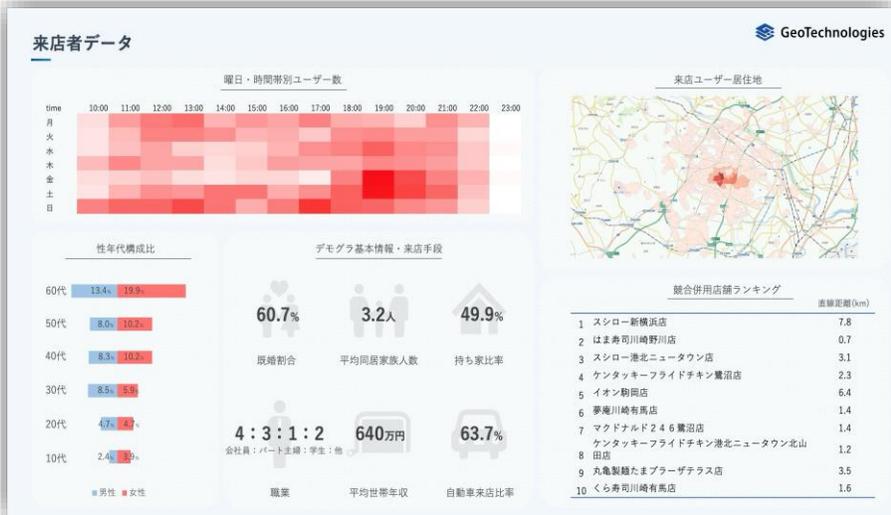
2

通行量
(自動車・歩行者)



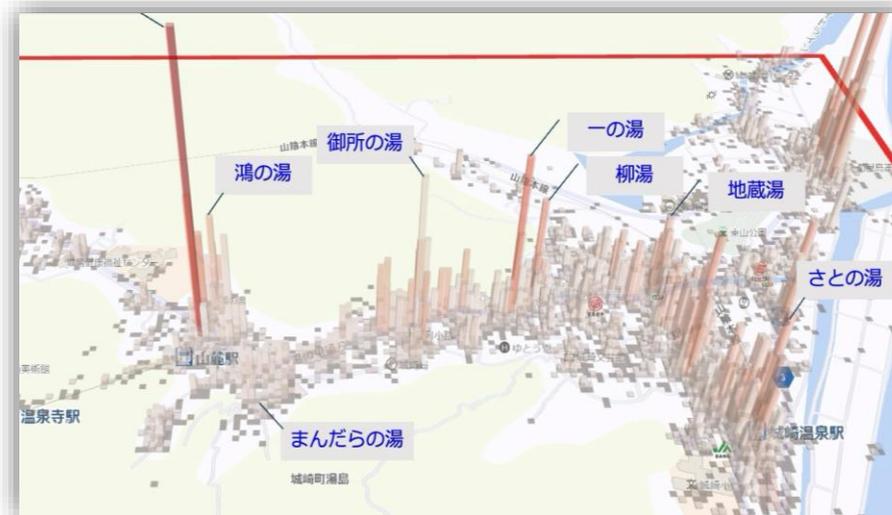
3

店舗向け分析



4

観光地分析



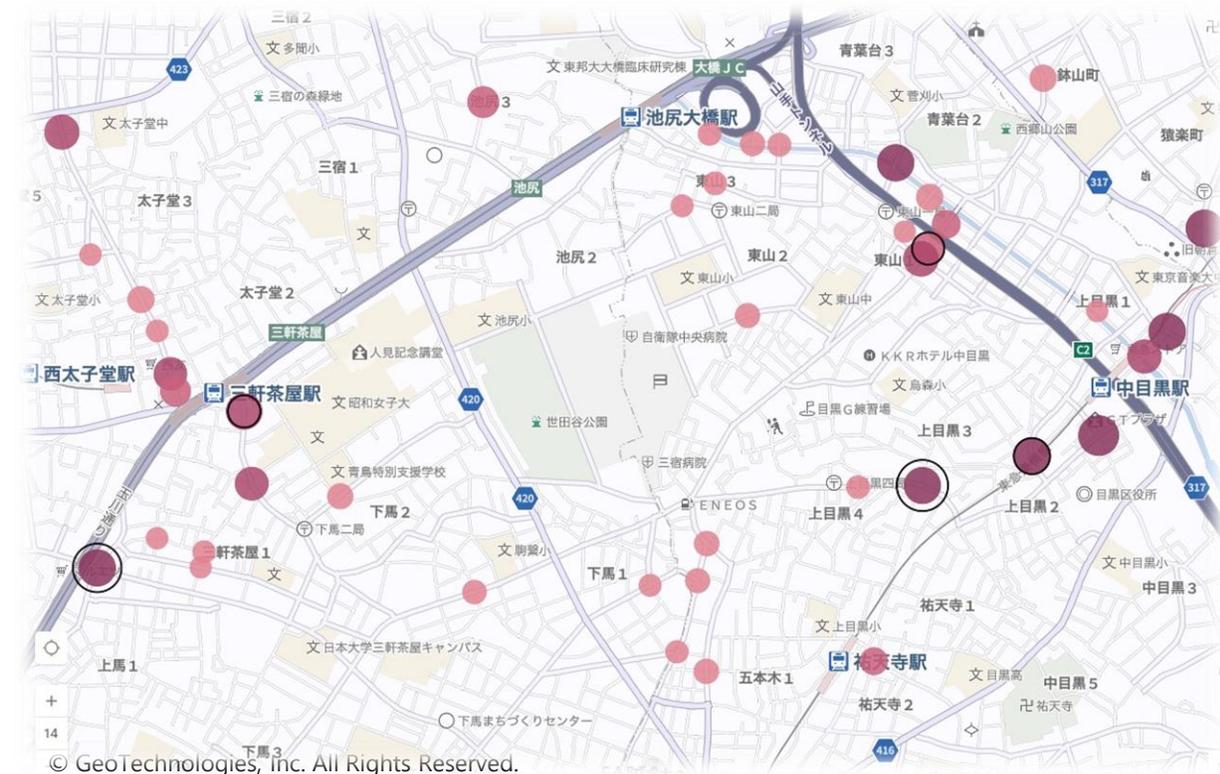
人流データ活用事例：交差点リスク推計モデル

当社が保有する1日当たり10億件に上る膨大な量の人流データとAIを組み合わせることにより、住宅街にあるような身近な交差点の事故リスクを算出する「交差点リスク推計モデル」を開発

人流データ × AI ▶ 交差点リスク

特徴

- 生活道路で構成される信号機も無い様な **小さな交差点** に対して **リスクを算出** が可能
- すでに事故が起こっている箇所だけでなく、**潜在的に危険な交差点** を炙り出すことが可能
- 人流データから算出した **交差点の通行流** を特徴とした、**世界初***の交差点リスク算出モデル



04

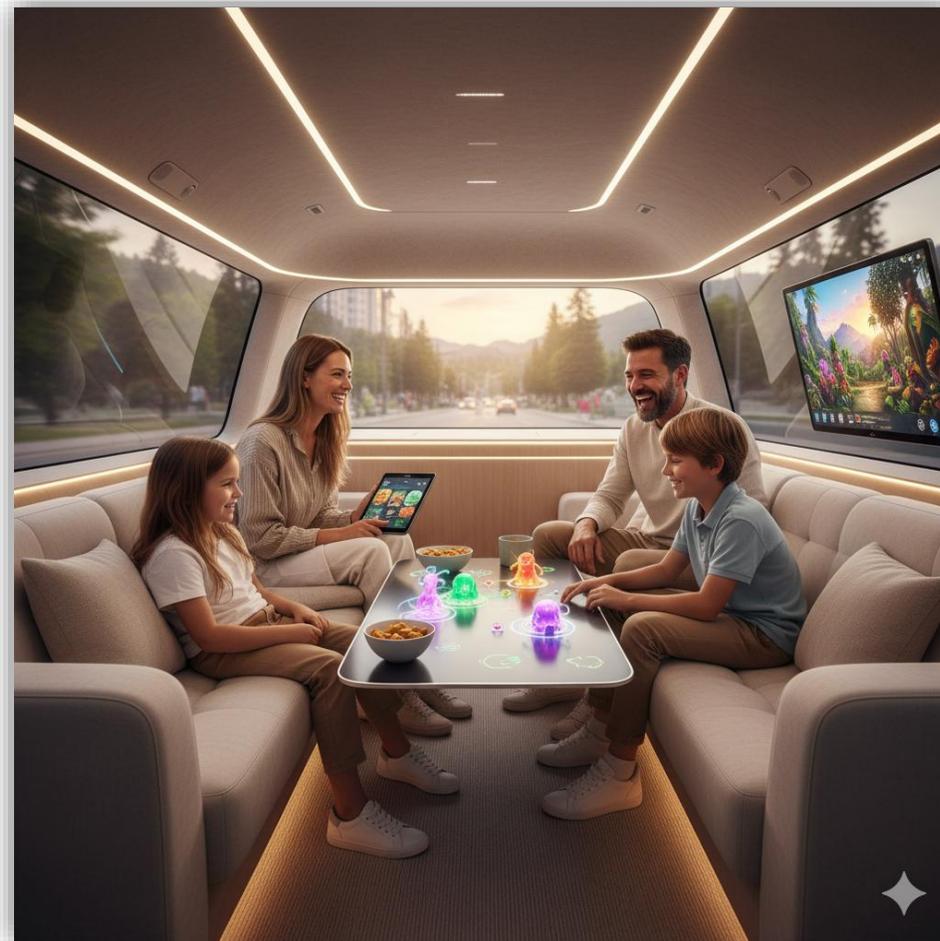
—

移動データの最大活用

～ 移動データが導くユーザー体験 ～

モビリティの使命の変化

モビリティのコネクテッドやSDV・自動運転化が進むにつれ、単なる移動手段という枠を超えて、**新たな価値**を提供していく必要がある



データ x AI が導く価値

新たな価値・体験を創出する上で **キー** となるのは
データ x AI

入力データ

GTデータ

(地図データ、人流データ、
走行画像データ、衛星画像)

1st Partyデータ

(車両/車内センサー、走行ロ
グ、検索履歴、...)

3rd Partyデータ

(駐車場・EV充電スポット、
イベント、気象データ...)

オープンデータ

(政府統計データ、公共交通
情報、...)

Generative AI

(Transformer based model)

マルチモーダル

構造化データだけでなく非構造化データにも対応(マルチモーダル)。多種多様なフォーマットのデータを柔軟に統合可能に

長期記憶(深い理解)

Transformerのアーキテクチャは既存の機械学習よりも長期的な依存関係を捉えることができ、より複雑な事象も理解し処理することができる



新価値
新体験

ユーザー価値創出のキー

新たなユーザー **価値を創出** するにあたって、
ユーザーを **深く理解** することが大切

周辺環境の理解



ユーザーを取り巻く周辺の環境（行動範囲の街の状況）は刻々と変化している。ここを深く理解しないと、適切な価値を届けることはできない。

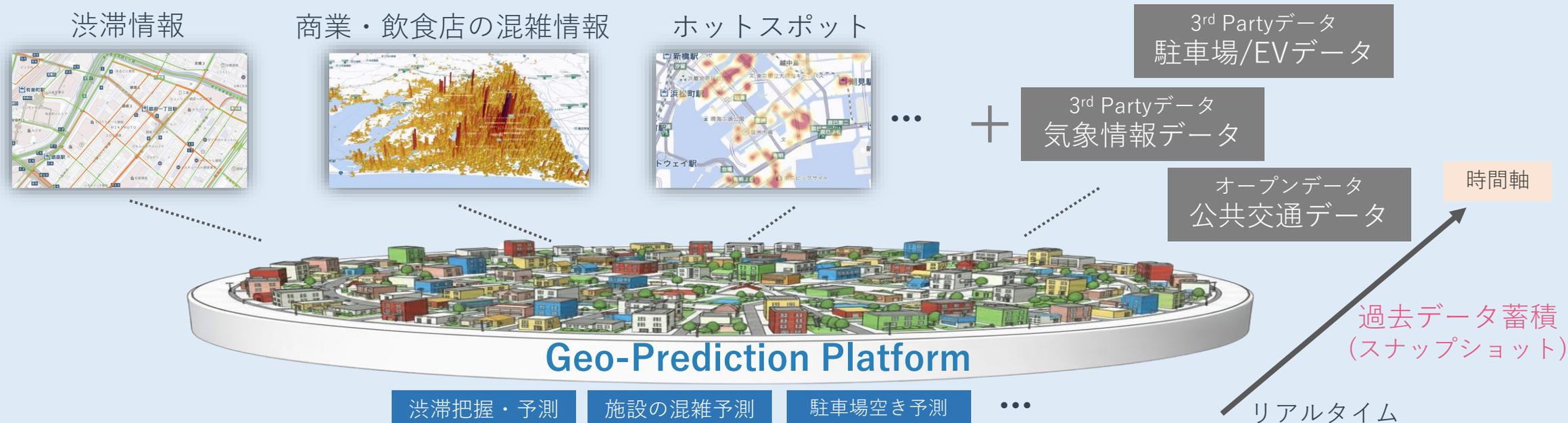
ユーザー特性の理解



ユーザー個々によって欲していること(ニーズ)は当然様々。ユーザーの特性を深く理解しないと、適切な価値を届けることはできない。

周辺環境の理解（移動データ x AI）

人流データというものは名前の通り、人の動きそのもの
 人流(移動)データを解析すると **街の現況** を表す様々なデータが作成できる



この蓄積されたデータをAIと掛け合わせることで、
 街の **現況の理解** だけでなく、街の **今後を予測** することができるようになる

ユーザー特性の理解 (移動データ x AI)

行動特性



行動ペルソナ



- 個人の行動特性
- 位置属性 (居住・活動エリア,..)
- デモグラ (性年代, 家族構成,..)

↓ クラスタリング

地域特性・デモグラを加味した
行動特性(行動パターン)

施設・店・エリア特性



行動特性を施設や店・エリアに沿って分析

施設特性
その場所はどういった人(特性)に人気か？

行動連鎖
その場所に行く人が他にどこに行くのか？



Geo-Prediction Platform

上記情報を蓄積・学習



ユーザーの趣味嗜好を予測
次の行動パターンを予測



一人一人に最適な
先回りの提案が可能に

共創の必要性

弊社が提供可能なのは、あくまでも一般化されたユーザー特性であり、ドライバー自身のデータではない

真の新たな価値や体験を生むには **共創** が不可欠

1st Partyデータ

OEM/Tier1
(走行ログ、目的地の設定履歴・車両の乗車人数（センサー情報）、燃料/充電残量)



車両が持つ情報と、弊社が提供する広範な都市情報を高度に連携させることにより

ドライバーが求めるものを先回りした

気の利いた提案 をすることで、**移動体験**を劇的に**向上**させる

まとめ・今後について

- 人流データ と AI を掛け合わせることで、ユーザの 周辺環境 と 行動特性 を深く理解した、ユーザの 次の行動を提案する 基盤とすることが可能である*。
- ドライバーの真の 個別最適化された体験 には、車両からの情報が不可欠であり、様々なパートナーとの データ連携 が必須となります。
モビリティを 移動手段 から 生活を豊かにする パーソナルアシスタント へ、
未来の移動体験を共にデザイン していきましょう。

*今回紹介させて頂いたものは、現時点では開発中のものも多く含まれており、構想中の段階となります。



ジオテクノロジーズ株式会社

<https://geot.com>

活用例

見知らぬ土地でのランチスポット提案

現状: 出張先の見知らぬ街で、昼食時になったがどこで食べたら良いか分からない。

利用データ(車両データ): 目的地の設定履歴・車両の乗車人数 (センサー情報) ・現在地情報

提案: そろそろお昼の時間ですね。

この地方だと (あなたと同じ特性を持った方には) ラーメンA店、ラーメンB店が人気なようです。ラーメンB店は現在混んでいるようですが、30分後ですと比較的空いている傾向にあります。ラーメンB店に行きますか？

週末の家族ドライブ中の新たな体験提案

現状:週末の家族との家族ドライブ中に、どこに立ち寄るか迷っている。

利用データ(車両データ): 車両の乗車人数 (センサー情報) ・現在地情報・日時(曜日・時間帯)情報

提案: このエリアでは『〇〇牧場』が週末に家族連れから特に人気を集めております。現在の施設混雑度も『やや空き』で、牧場へ続く道路も渋滞はございません。牧場に立ち寄った後は、多くの方が『近くの道の駅』で休憩を取る傾向があるようです。なお、夕方以降は帰り道が混む傾向があるので、4時頃に道の駅を出発すると渋滞に巻き込まれずに帰宅できる可能性が高いです。