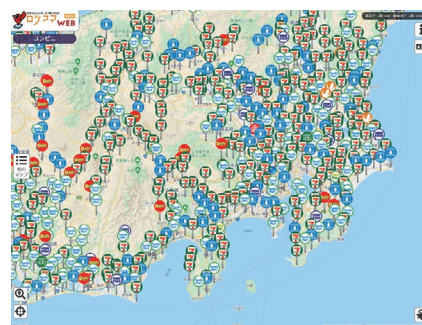


デジタルアドバンテージ リアルタイム店舗位置情報で 次世代のデータ駆動型ビジネスを支援

現在地周辺の店舗検索をマップで素早く行うアプリ「ロケスマ」を開発し、その過程でネットから収集した店舗GISデータの販売などを行うデジタルアドバンテージ。GPSの人流データとGISデータの組み合わせで何ができるのか。代表取締役の小川誉久さんに聞いた。

人間の勤や経験から データに基づいた判断へ

これからの時代はさまざまなデータを収集、分析し、判断していくというデータ駆動型（データドリブン）の時代になっていくことが予想される。これまで人間の勤や経験で行ってきた判断も、AIを活用することでより精度が高くなる。大量のデータを用いて機械学習させることで、さらに精度を上げていく。継続的にそうした自己強化をし続ける企業こそが生き残る時代がやってくるとも考えられる。



ロケスマWebでコンビニを表示したところ。
(ロケスマWeb <https://www.locationsmart.org/>)

「そうしたデータ駆動型の経営が求められる時代に重要なポイントは、

3つあると思います。1つ目は大量のデータ、2つ目はそのデータを処理する計算能力、そして、3つ目がエンジニアです。この3つをそろえた企業が、機械学習の成果を成長の原動力にできると考えています。この3つの中でも、いちばん大事なものはデータです。計算能力やエンジニアの能力が一定の水準を満たしているなら、アルゴリズムの能力や精度を決めるのは、データの質と量だからです」

品質の高い店舗GISデータとはどういうものか。リアルタイム性の高い人流データと組み合わせれば分析が可能で、従来にはなかった更新性と正確性が重要だと小川さんは説明する。

GPS人流データと相性がよい「ロケスマ」店舗データ

デジタルアドバンテージが運営している「ロケスマ」は、コンビニ、スーパー、レストラン、コインパーキングなど6300チェーン、約89万7000店舗（2022年2月現在）の場所を地図上に表示する無料のiPhone / Android



株式会社
デジタルアドバンテージ
代表取締役
小川誉久さん

Webアプリだ。追加対象としているのは全国5店舗以上のチェーン店で、ロゴベースのピンで店舗位置が表示される。毎日、「クローラー」と呼ばれるホームページ巡回プログラムで各社の公式ホームページから情報を収集し、更新している。

「例えば大手コンビニは、ときに1日で数十店舗が開・閉店することもあり、従来からある電話帳データでは追従できません。これに対しロケスマの店舗データは毎日更新しているため、現実の店舗の変化を素早くキャッチできます。おかげさまで小売から飲食、サービス業まで、国内の主要なチェーン運営元をはじめ、米Appleやヤフーにもデータを提供しています。KDDI Location Analyzer (KLA) の一部機能として表示されるチェーン店舗データ

も当社のものです」

KLAでも使用している、携帯GPSなどのリアルタイム人流データとロケスマデータを組み合わせることで、単なる緯度経度ではなく、そこに何があるのか、コンビニなのか、レストランなのかといったことがわかり、なぜそこに人が集まるのか、人流の解像度を飛躍的に上げることが

ができる。例えば、気象条件や交通状況、各種プロモーション、社会情報（緊急事態宣言等）などが人々の来店行動にどのような影響を及ぼすのかをリアルタイムに分析可能となり、自社はもちろん、競合企業の来店行動も分析できることから、よりダイナミックな広告・集客・物流の最適化が可能になる。

データ駆動による最適化が 企業の命運を分ける

人工知能という技術を手に入れた現在の企業が、競合優位を実現できるかどうかは、データ駆動型のビジネスシステムをいち早く構築できるかどうかにかかっていると小川さんは言う。

「私たちの周りを見渡すと、コンピュータによる支援はあっても、最終的な意思決定は人間の勘に頼っているものが少なくありません。しかしデータ駆動型モデルを取り入れた企業は、データから自己のビジネスを最適化するための機械学習モデルを構築し、人間の勘にさほど頼ることなく、競合企業よりも勝率の高い選択肢を機械支援により手に入らせるようになるでしょう。こうして競合から市場を奪った企業は、さらに多くのデータを手に入れ、モデルを自己強化することにより競合を引き離していきます」

前述したとおり、データ駆動型のビジネスシステムを構築するために最も重要な鍵となるのはデータである。これまでも、例えばPOSの売

上データなど、自社で収集可能なデータの分析や活用は行われてきた。しかしこれからは必要になるのは、自社のデータに限らず、周囲から入手可能なオルタナティブデータを手に入れ、一見ただけではわかりにくいデータの相関を見出して、より精度の高いシステムを構築することだ。

「私たちが提供できるのはチェーン店舗の位置情報などです。毎日の店舗の状態を更新するようなデータはこれまでなかったため、例えば時系列の変化に注目した分析はあまり発達してきませんでした。このように従来にはないデータの特徴を生かした新しい分析に私たち自身も挑戦していきたいと思っています。しかし私たちのデータの価値が本領を発揮するのは、世界にあまたあるオルタナティブデータと組み合わせることで、思いもしなかった付加価値を生み出すことでしょう。こうした未来の可能性に向けて私たちは、さらにカバーするチェーンブランドを増やし、データの品質を高めることに注力していきます。何らかしらのアイデアがあれば、ぜひともお声がけいただきたいと思っています」

■ ロケスマGISデータの特徴

- 網羅性** 国内6300ブランド、90万店舗をカバー。5店舗以上のチェーンブランドは発見し次第追加している
- 高頻度** 情報は毎日更新。毎日深夜時間帯に全店舗データを各社のWebサイトからクロールして更新している
- 高品質** Webから取得したデータを、多様な自動検査システムで正当性をチェック。必要により人間のチェックも加え、クレンジングを行う。データ提供先（「採用実績」を参照）や無料アプリ「ロケスマ」利用者からの報告も受けて精度向上を図っている
- 過去データの提供** 主要チェーンについては2014年からデータ収集を行っており、収集データがあれば、日次の時系列変動を過去から現在にわたり確認することができる
- 採用実績** 米Apple (iOS標準マップアプリ)、ヤフー (ヤフーMap)、LINE (LINE Place)、スマートニュース (クーポンマップ) ほか、競合分析用途としては国内の主要チェーンの多くにデータを提供中

国内主要チェーンの各Webサイトからスクレイピングにより毎日情報収集、クレンジング、データベースを更新できる自動システムを2014年から継続運用している。