

BtoB マーケティング



オンライン不正検知

地方創生



インターネット資源管理

位置情報解析をもとに提供する様々なサービス

ジオロケーションテクノロジー

株式会社 Geolocation Technology

アクセスユーザーの位置情報を解析しWebマーケティングを支援

2020年12月、東京証券取引所のプロ投資家向けの「TOKYO PRO Market」へ上場を果たした(株) Geolocation Technologyは、IPアドレスから位置情報を判定する「IP Geolocation」技術を活用したサービスで順調に事業を拡大している。新型コロナの感染が拡大した昨年からのテレワークを前提とした働き方に変えるなど、時代の最先端を走り続ける同社は、地方創生への取組みにも注力している。

若き起業家が立ち上げたベンチャー企業

沼津市で生まれ育った山本敬介社長は、地元の高校を卒業後、自衛隊に入隊。基地通信隊に所属しコンピューターネットワークの基礎を学んだ後、民間のプロバイダーに転職した。

このプロバイダー勤務時代には、顧客から「自社ホームページへの地域別アクセス数を教えて欲しい」という依頼や、「地域別にインターネット

広告を打ちたい」という要望に応えることができなかった。その時点ではインターネットのアクセスと位置情報を結び付ける技術が存在しなかったからだ。そこで山本社長は、「この問題を解決すれば世の中に役立つ」と思案。技術的にも克服できると確信を持ち、2000年に(株) Geolocation Technologyの前身であるサイバーエリアサーチ(株)を立ち上げた。

設立時、山本社長は26歳と若く、資金調達や信用獲得に非常に苦労した。銀行を回り事業内容の説明を繰り返しても、なかなか理解を得ることができなかった。それでも、個人投資家やベンチャーキャピタルなどを相手に事業の将来性を説明し、開発資金を集めることに成功。そして、2000年末にIPアドレスから位置情報を判定する「IP Geolocation」技術を完成させた。

IP Geolocation技術は、パソコンやスマートフォンなどの通信機器に個別に割り当てられる「IP

アドレス”という識別番号やネットワーク機器のつながりを解析することにより、利用者の所在している都道府県などの位置情報を約93%という高精度で推計するものである。この技術を応用することで、ホームページにアクセスしてきた利用者の所在地ごとに発信する情報を変えることが可能になるなど、利便性や効率性が格段に向上する。現在も、国内でこの技術を有するのは会社だけである。

企業のWebマーケティングを支援

このように山本社長が苦労を重ねて開発に成功したIP Geolocation技術は、現在では位置情報だけではなく組織の属性や回線情報など100種類以上のデータを紐付けたデータベースに発展している。同社のさまざまなサービスに応用されており、売上の8割を占めるWebマーケティング事業では、アクセスユーザーの位置情報や企業情報を判定し企業のマーケティング活動を支援する。

たとえば、衣料品を扱うオンラインショッピングサイトの場合、5月頃ならば北海道からのアクセスユーザーには春物衣料の、沖縄からのアクセスユーザーには夏物衣料の情報を多く表示させるなど、地域ごとの異なるニーズに対応することで購買率を向上させる。ほかにも、B to B企業であれば、自社ホームページへのアクセスを分析することで自社に興味を持つ企業を地域や業種ごとに判別でき、効率的な営業活動が可能となる。分

析をもとに業種を絞ってダイレクトメールを送った結果、問い合わせが8倍になった事例もあったという。

同社のサービスは、主にクラウド上で利用する形式で提供されており、データベースの参照数によって利用料金が変わる従量課金制である。利用量が少なければ1カ月に数万円程度で導入でき、小規模事業者も利用しやすい。顧客からの要望があれば、サービスのカスタマイズや専用のアクセス解析ソフトの開発にも対応している。

活用の場が広がるIP Geolocation技術

近年ではサイバー犯罪の増加から、オンライン不正検知事業も脚光を浴びている。IPアドレスから位置情報や企業情報などを特定し、不正アクセスなどを未然に防ぐ事業だ。犯罪収益移転防止法の施行に伴い、疑わしい取引を報告する義務のある金融機関などで同社のシステムが採用され始め、直近では警察庁からも受注が決まるなど、活用の場が徐々に広がっている。

今後は、IP Geolocation技術を活用したデジタルコンテンツの提供にも注力していく方針で、その一例として挙げられるのが、デジタルスタンプラリーだ（写真1）。これは、従来から観光地などで行われているスタンプラリーをスマートフォンなどを使いデジタル化したサービスである。スタンプ台などを用意する必要がなく、物理的な接触を避けられるコンテンツとしてコロナ下でも活



▲写真1 三島市ではデジタルスタンプラリーの仕組みを利用して「みしまコロッケラリー」「三島旅ラリー」などを開催



▲写真2 上場通知書と新規上場記念の木槌

COMPANY
DATA

株式会社 Geolocation Technology

代表取締役社長 山本 敬介

| | |
|------|--|
| 所在地 | 三島市一番町18-22 アーサーファーストビル4階 |
| 創業 | 2000年（平成12年） |
| 資本金 | 1億200万円 |
| 従業員数 | 50名 |
| 事業内容 | Webマーケティング事業、オンライン不正検知事業、 アプリケーション開発事業、IPアドレス移転支援事業 |
| TEL | 055-991-5544 |



用が期待できる。さらに、デジタル化することで、これまで把握が困難だったスタンプポイントごとの利用日時などをデータとして記録できるため、観光マーケティング分野において非常に有効な基礎データの取得が可能となるなど、さらなる活用が見込めるのである。

● 念願の上場とテレワークがもたらした効果 ●

同社は2017年に、どのようなビジネスをしている会社か分かりやすくするため、核となる技術を社名に取り入れた(株)Geolocation Technologyに社名変更した。再スタートを切ってから3年、同社はプロ投資家向け市場の「TOKYO PRO Market」で念願だった株式上場を果たした（写真2）。山本社長は、「当社を支援してくれた投資家に報いるためにも設立当初から上場が目標だった」と、当時を振り返る。

同社では新型コロナの感染拡大を機に、全社的なテレワークにも取り組んでいる。現在では本社管理部門の数名が出社するだけで、営業や開発部門は全員テレワークとなっている。その結果、広いオフィスが不要となったため本社フロアを縮小。家賃を大幅に削減でき、営業に費やす移動時間も減ったことから営業効率も向上した。

こうしたテレワークの導入は、経費削減や営業効率向上だけでなく、採用面でもプラスになっている。これまでは、静岡県東部に地域を限定して募集していたこともあり、応募者が10名に満たないことが多かった。しかし、テレワークを前提

に募集範囲を全国に広げたところ、昨年の上場による相乗効果もあり100名を超える応募があった。直接会う機会が極端に減るため社員の評価が難しくなるなどの課題もあるが、全国から優秀な人材を確保できるといったメリットは大きく、今後も新体制を継続していく方針だ。

● 地元静岡から広げる“地方創生” ●

山本社長は、これから取り組むテーマとして“地方創生”を挙げる。地方自治体は、インターネットを使った情報発信を苦手としているところが多いが、IP Geolocation技術を活用すれば首都圏の個人からのアクセスには移住促進を、法人であれば企業誘致の画像やメッセージを表示させるなど、効果的なシティプロモーションが可能となる。実際、2020年には三島市や松崎町と地方創生に関する包括連携協定を締結、松崎町では移住オンラインセミナーの運営支援を行い好評を得ている。また、三島市から委託されたデジタルスタンプラリーなどのサービスは周遊観光に適しており、「コロナ下で疲弊した地方の観光産業の助けになる」（山本社長）と確信している。

現状、同社の売上は東京に集中しているが、「地元静岡の比率を上げていきたい」と、山本社長は意気込む。“地域社会にとって価値のある新しいインターネットサービスを提供する”という企業理念のもと、地方創生に取り組む同社の挑戦は始まったばかりだ。

研究員：中澤 郁弥
Nakazawa Fumiya