

一般社団法人 LBMA Japan

(ロケーションビジネス&マーケティングアソシエーションジャパン)

位置情報データ活用ビジネス & マーケティング

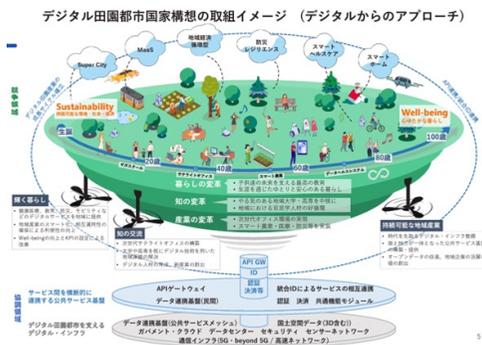
一般社団法人LBMA Japan
代表理事 川島 邦之





デコ活
くらしの中のエコろがけ

この先の『全てのサービス』にて 位置情報データが必要になる世の中がくる (もう来てる)



一般社団法人 LBMA Japan

認定個人情報保護団体



ロケーションビジネス&マーケティングアソシエーション

位置情報データを活用したビジネス・マーケティング・サービスを推進する、業界団体です。会員企業のビジネスの最大化とロケーションプライバシーの保護を支援しています。

設立日：2020年2月

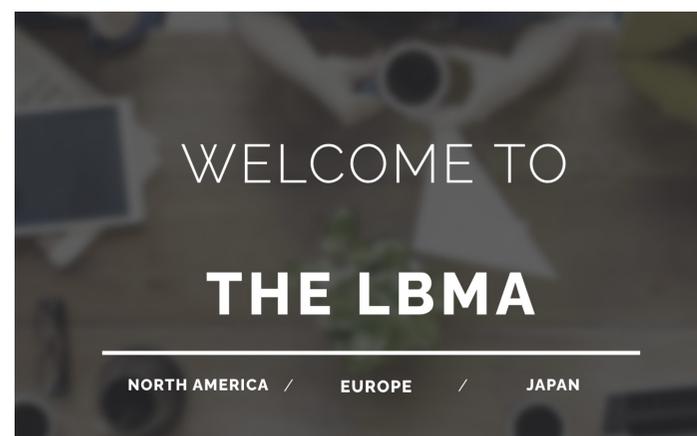
代表理事：川島 邦之
(リバーアイル：代表取締役社長)

理事： 内山 英俊 (株)unerry 代表取締役CEO
市川 史祥 (株)技研商事インターナショナル 執行役員
秋本 和紀 ジオテクノロジーズ (株) 執行役員
新村 生 (株)ブログウォッチャー 代表取締役社長
山田 梢 (株)Hi-Light 代表取締役社長

監事： 山下 大介 (株)プライバシーテック 代表取締役社長

The LBMA—Location-Based Marketing Association

(<https://thelbma.com/>)



世界中で過去累計1,600社の会員が在籍した、位置情報を活用したマーケティングやサービス施策の促進を目的とする非営利事業者団体です。

2010年に設立。現在では、北米・EU・日本での活動を中心に展開しています。

LBMA Japan加盟企業：93社 (2025年2月現在)



位置情報データ（デバイスロケーションデータ）とは

様々な技術・スマートデバイスから取得される「緯度・経度・高さ・精度」のデータです。

GPS (GNSS)



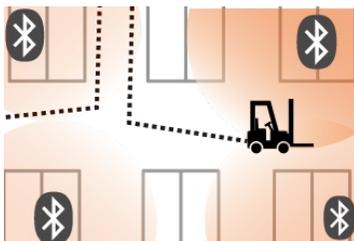
携帯基地局



Wi-Fi



ビーコン



カメラ



センシングテクノロジー

- BLE AoA
- UWB (ウルトラワイドバンド)
- 超音波センシング
- RFID
- 地磁気センシング
- 音声認識



x360

2017-01-12 07:32:01

2017-01-12

+ 追加

Layers

Analysis



opf-converted-05p.csv

36297 objects



マーカー

軌跡

通常 加算

通常 加算

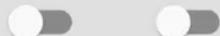
何か選択されている場合

選択のみ 全て表示

何か選択されている場合

選択のみ 全て表示

向きを表示 横にシフト



色付けルール

固定色 マーカーの色

色付けルール



Hue rotation

透明度



色の数

8

テイル

テイル表示

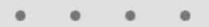
属性で変化

凡例表示

mode

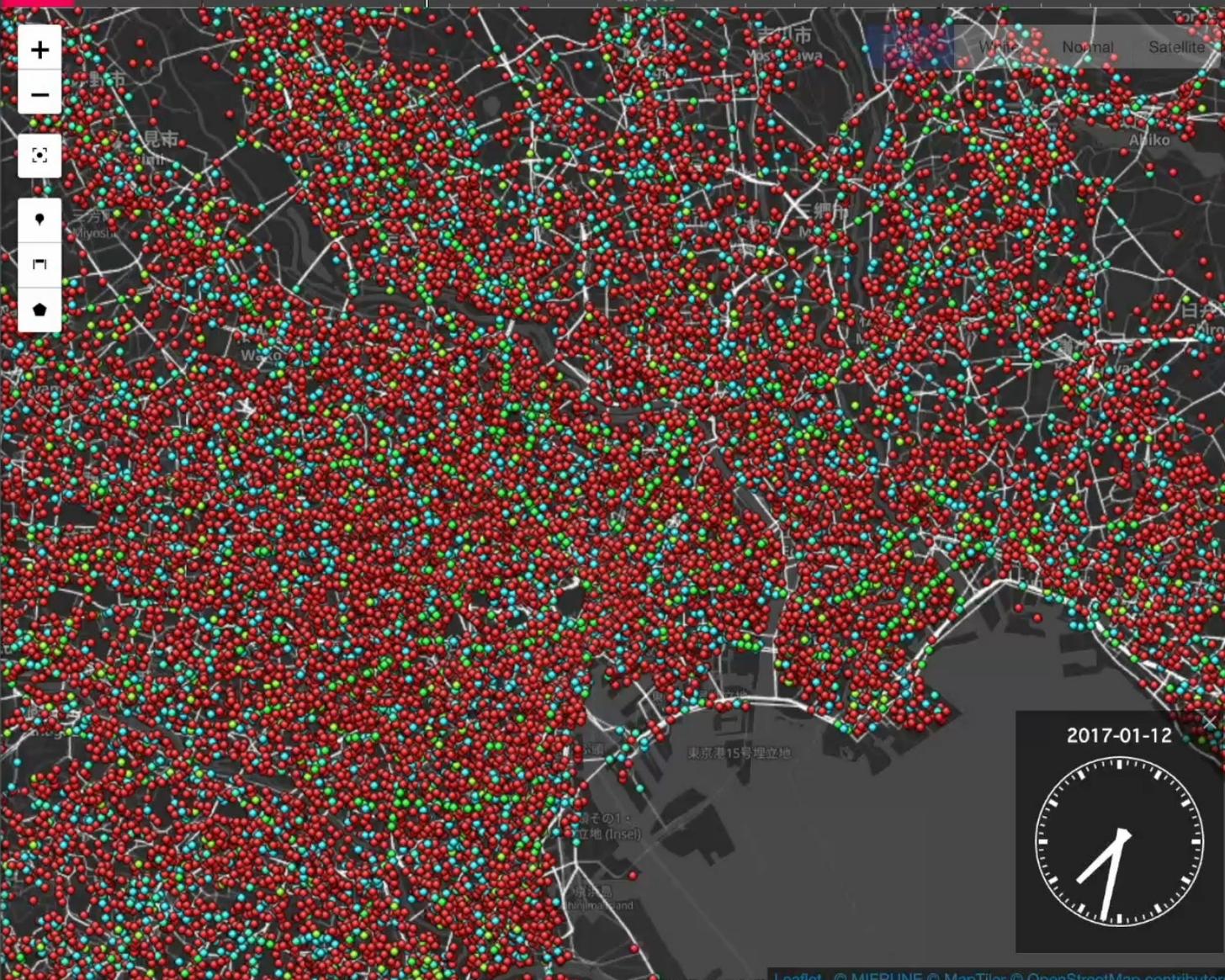
8

サイズ変化



サイズの数

8



2017-01-12



位置情報データを活用したビジネス生態系

データ収集

データ分析

データ活用



位置情報データ

ソリューション
プラットフォーム

ビジネス活用



位置情報ビジネス & マーケティング カオスマップ

2025

2025年1月

位置情報 (ヒト・モノ)

生活者・企業・行政

データ収集

通信事業者 KDDI, SoftBank, docomo

アプリ agoop, moyai, ANA, NAVITIME, GMO タウンWiFi, Media Lab, GeoTechnologies, Jorte, ヴァル研究所, Loovic

IoT・屋内センシング (生活者) unerry, mapxus, AdInte, OPTEX, IoTBank, One Check, MetCom

IoT・屋内センシング (オフィス/工場) LOCARIS japan, 清水建設, TAKENAKA, OPTEX, WHERE?, Kawasaki, TOPPAN, Panasonic, beacapp, SATO, GUIDE ROBOTICS, MULTISOUP, ERI, eyeForklift, adlib

データプロバイダー agoop, ブログウォッチャー, IM Data, docomo, Geolocation Technology, DIGITAL ADVANTAGE, HAKAWA CO. LTD., HCS, JADA

プライバシー・PIA対応 Privacy Tech, principledrive

データ分析

AI・サイエンス unerry, Ginarra, LocationMind, moyai, GSI, data insight, X-Locations, TRUESTAR

調査・コンサルティング ブログウォッチャー, Ginarra, LocationMind, GSI, ANA, dentsu, data insight, 国際航業, IM Data, KDDI, ORIKOMI SERVICE, 構造計画研究所, intage, DBJ デジタルソリューションズ, SARAYA BOGS, FIACS, HCS, digitalmanage

GIS・エリアマーケティング GSI, PASCO, esri ジャパン, mapbox, Map Marketing, GEOTRA

データ可視化

デジタルマップ・地図サービス esri ジャパン, ZENRIN DataCom, GeoTechnologies, mapbox, mapmaster, mapple, Kawasaki, mapxus, CAD CENTER, docomap JAPAN

システム開発 TRUESTAR, TOPPAN, GOGA, hatsukaze, LOCARIS, Georepublic, Innovature, River-isle Inc., NTT DATA, NEC ネットエスアイ, びじま, MULTISOUP, TOMBOLO, PLUTEUR, InkField

データ活用

ジオターゲティング広告 ブログウォッチャー, Ginarra, Media Lab, GMO タウンWiFi, ゲンダイエージェンシー株式会社, Geolocation Technology

リテールDX・リテールメディア unerry, AdInte, dentsu, Tangerine, hatsukaze

モビリティ・ドローン・物流 moyai, ZENRIN DataCom, EsseN, Georepublic, ORIKOMI SERVICE, HCS, mapmaster, YAZAKI, Pioneer, KDNPA

観光・ツーリズム・インバウンド Nightley, NAVITIME, mapple

スマートシティ・GX NTT DATA, NEC ネットエスアイ, 清水建設, TAKENAKA, 国際航業, Hi-Lights, SoftBank, PASCO, Smart City Institute Japan

<2024年版カオスマップからみる4つのトレンド>

●特徴1: 共創・連携が進んだことでデータ収集→分析→活用のバリューチェーン型業界構造に変革

位置情報をさまざまな形で扱う企業同士の連携が進めています。例えば、大手データプロバイダー同士がお互いのデータを補完するために連携するケースや、データプロバイダーとデータ分析・データ可視化を得意とする企業の連携など、組み合わせも多岐に渡ります。これらの連携によりデータ量の拡充、幅広い業種への利活用が進み、データを収集・分析・活用のバリューチェーンができあがりました。また連携の進展に伴って各社の強みも明確化されつつあり、バリューチェーン内での役割分担も進みました。

●特徴2: IoT、屋内位置測位分野の加盟企業が増加・分化

スマートフォンを用いた位置情報の取得が相当進んでおりますが、屋内の詳細な位置情報を把握する技術開発とニーズが進み、IoTデバイスや屋内測位技術を持つ企業の加盟が増えました。特にデジタルマーケティング用途を中心に生活者の位置情報を集積した企業に加えて、工場等における備品管理やオフィス内の従業員場所情報など、古くて新しい用途に応える事業者が急増しています。

●特徴3: GXにおける位置情報利用の標準化が進展

高頻度、高サンプルの人流データが得られるようになり、従来の移動/滞在といった分類だけではなく、その移動手段の解析に期待が高まっております。まちづくり分野においても“ウォーカブル”は大きなトレンドであり、自動車、歩行者、さらには自転車、あるいは公共機関の利用者など移動手段による分析ができることでさらに多くの事業に役に立つ位置情報データとなります。移動手段解析は速度や、路線図、道路との照合などにより各社が技術開発を行い、業界における標準化も進展しました。その結果、位置情報からCO2排出量削減の指標化を目指すなど、GX領域での新しい取り組みも始まっています。

●特徴4: 位置情報プライバシー・PIAを支援する企業の台頭

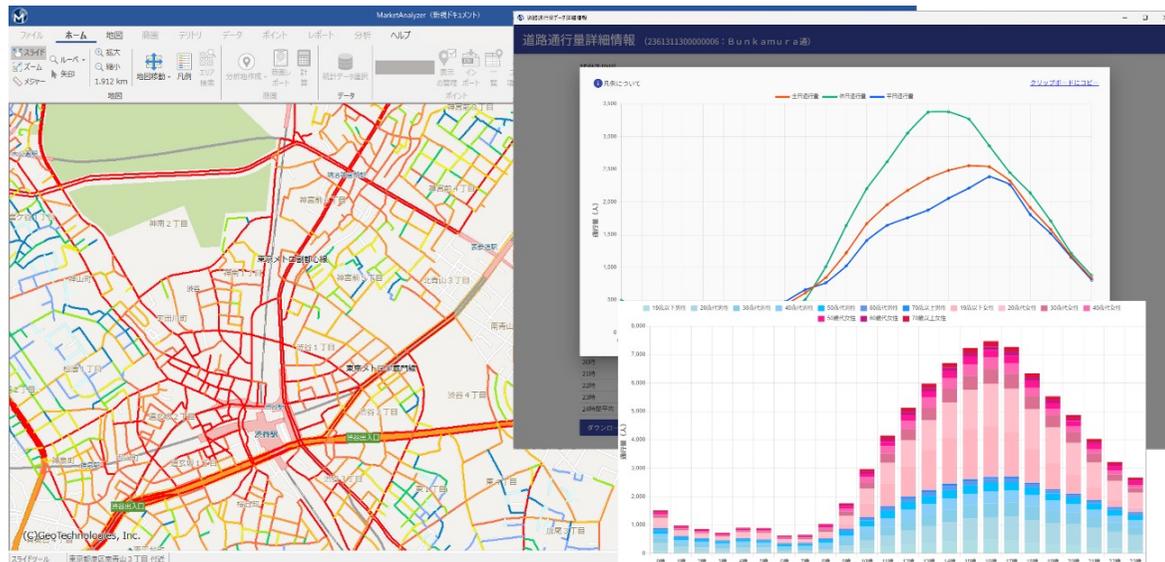
位置情報はプライバシー性が高い情報のため、データ取得・分析・活用に至るあらゆるプロセスでデータガバナンスが求められます。しかし多くの位置情報関連企業が参入することに伴い、各社が独自にガバナンスを整備することが難しくなりつつあります。そこで位置情報に留まらないデータガバナンス、個人データ保護の仕組み作りを支援する企業が台頭し、業界の健全な発展に貢献しつつあります。

2024年 位置情報アワード最優秀賞



MarketAnalyzer® Traffic

株式会社 Agoop
技研商事インターナショナル株式会社



MarketAnalyzer® Traffic

技研商事インターナショナルの導入実績2,000社以上のGIS「MarketAnalyzer® 5」にAgoopの道路単位の通行量データや125mメッシュ単位の滞在データを搭載。ユーザー保有の自社データや、公的統計データ、様々なオルタナティブデータと位置情報を重ね合わせて高度な分析が可能となりました。本ソリューションは、行政関連では、渋滞の緩和、安全性の向上などの持続可能な交通政策の計画や、災害時の避難計画、地域経済への影響分析に資するサービスです。企業のマーケティング分野では、店舗の立地調査、ターゲット顧客層の分析、各種プロモーション施策の効果測定、物流とサプライチェーンの最適化での活用が想定されます。このように広く社会課題の解決に貢献するものです。

2024年 位置情報アワード最優秀賞



桃鉄WALKING@イオンモール茨木

株式会社コナミデジタルエンタテインメント
川崎重工業株式会社

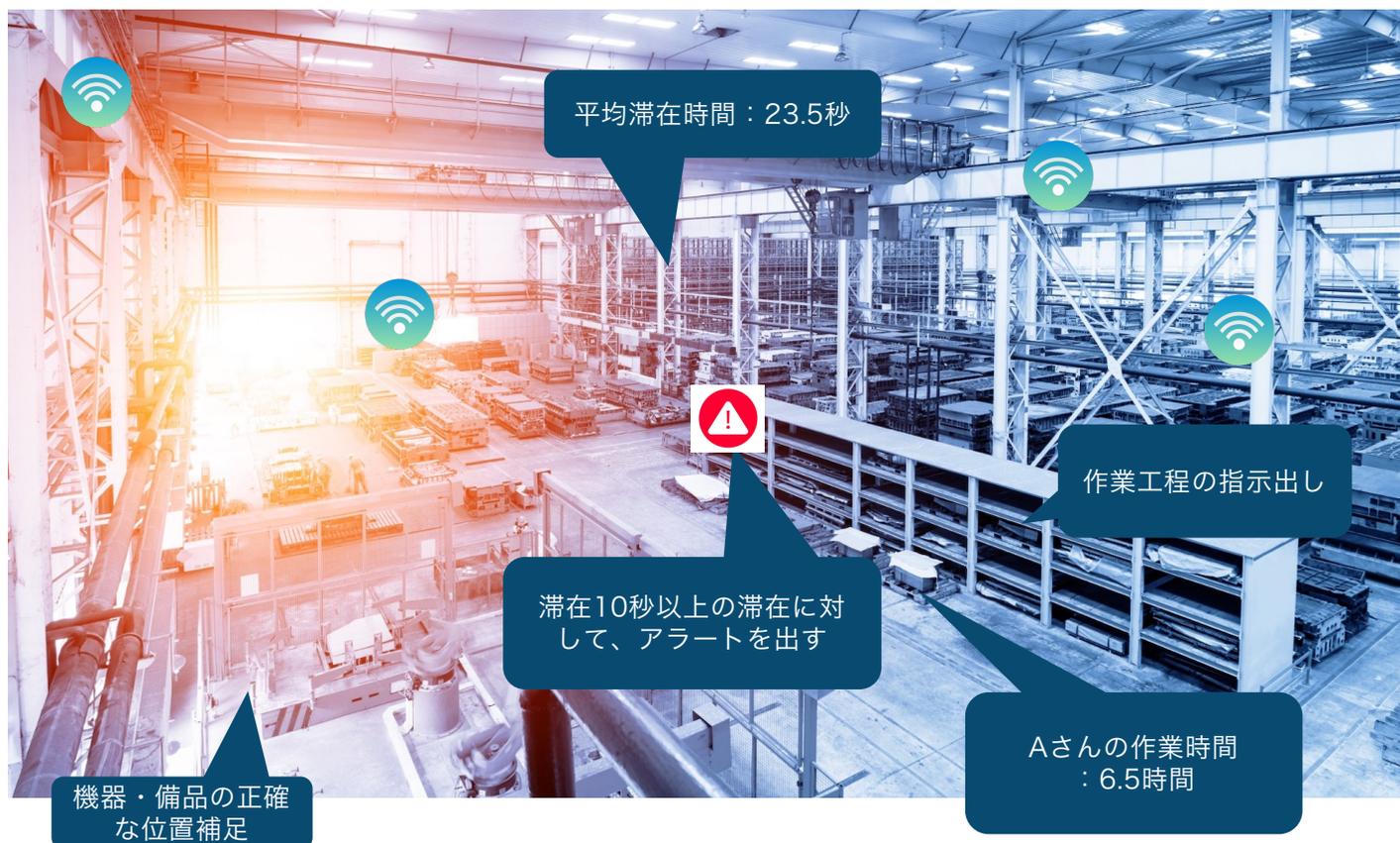
※アプリのダウンロード期間は終了いたしました。

mapxus Driven by Kawasaki™は、Wi-Fi電波環境を活用した屋内での位置情報とGPSなどで取得する屋外の位置情報と地図情報を併せて屋内外空間でシームレスな位置情報を提供するサービスです。

本件は、屋内施設を舞台とするゲームアプリにおいて、初めての適用事例となります。本アプリでは、iPhoneもしくはAndroid スマートフォン上で、屋内空間を含むゲームステージ内での現在地情報の表示や、施設情報と連携した商品/サービス情報表示により、プレイヤーおよび利用者の体験をサポートすることでリアルワールドとリンクした新しい体験を実現しました。

センシング技術の進化

IoTや屋内センシング技術の進化に伴い、施設内、建築現場のリアルタイムデータ化・可視化、その活用が広がっています。



実装が進む様々な技術：

- BLEビーコン
- BLE AoA
- UWB (ウルトラワイドバンド)
- 超音波センシング
- RFID
- Wi-Fiセンシング
- 地磁気センシング
- カメラ認識
- 音声認識

更に、広域分析 (GPS等) と組み合わせることで、現場内のデータのみでなく、近隣広域での人流・物流の情報を可視化することもできます。

活用事例：リテールマーケティング

POSデータとの組み合わせ等で、更に顧客の購買行動を可視化し、最適な施策を打ち出すための指標化や、自動的なマーケティング事例も広がっています。



今後、こういった事例活用に応じて、センシングデバイスが建物自体に実装されていくことが求められます。

ロケーションプライバシー推進活動 LBMA Japan 共通サービスガイドライン

現在

「個人情報保護法」の範囲内

位置情報等のデバイスロケーションデータの活用にあたって、
スマートデバイス利用者のプライバシーに配慮する取り組み

スマートフォンやタブレットから許諾を得た上で取得される位置情報等のデバイスロケーションデータが、社会で広く活用されています。



企業が位置情報等のデータを正しく大切に扱い、誰もが安心できる形で有効な利活用がされるよう、社団法人LBMA Japanに加盟する企業が遵守するルールを「共通ガイドライン」として定めています。

LBMA Japanは、デバイスロケーションデータの正しく、有効な利活用を進める活動を行っています。

プライバシーに配慮した利活用を進めます

- ・ 個人情報（氏名や連絡先など）は取得されません。
- ・ 個人が特定されないよう、データに加工が施されます。
- ・ 差別や偏見の生じるような利活用は禁止しています。



データ利活用の透明性向上に努めます

- ・ データの提供はあなたの同意を得て行われます。
- ・ データの提供や利活用はいつでも停止することができます。



あなたの生活をちょっぴり便利にします

- ・ お気に入りのお店のセール情報や、近くの飲食店の割引クーポンなどが届きます。
- ・ 天気予報や交通情報、気になる近隣のニュースなどを受け取ることができます。



よりよい社会づくりに役立っています

- ・ 交通機関の混雑回避や商業施設の新規出店などの参考として、暮らしの向上に活かされています。
- ・ 災害対策やインフラの整備など、学術研究や公共分野での活用も進んでいます。



共通ガイドラインは、法令遵守はもちろん、倫理面や社会風潮にも配慮して策定を行っています。

社会的な認知と合意



法令・指針の遵守



人々の心情への配慮



改正個人情報保護法

個人関連情報

LBMA Japan
共通ガイドライン

特定の個人を
識別することができない
デバイスロケーションデータ

個人情報

* デバイスロケーションデータによって特定の個人を識別することが可能な場合は「個人情報」として取り扱う。

仮名加工情報

匿名加工情報

改正電気通信事業法

Web/アプリの利用者



ユーザーの端末



Webサービス運営/アプリ提供事業者から利用者へ

確認付与の機会

通知

又は

容易に知りうる状態
(公表)

義務化

対象外

一定の要件を満たした「同意取得」と「オプトアウト」

Location-GXガイドライン

<https://lbmajapan.com/locationgx>

算出のロジック、方法等を当団体発行の『L-GXガイドライン』にて定義し移動に関する炭素排出量の算出方法の標準化をしています

移動に伴う脱炭素量の算出

AIなどを活用、位置情報・時間（スピード）と、MAP上の交通経路を比較し、移動手段を算出します。



移動手段毎の『元値』の定義と『ベースライン』

それぞれの移動手段において、1km毎の炭素排出量(g)を『元値』とし、毎年更新していきます。

2024年度元値

自家用車	132 g-CO2/km
トラック	自家用貨物車 1124 g-CO2/トンkm 産業用貨物車 219 g-CO2/トンkm
飛行機	124 g-CO2/km
バス	90 g-CO2/km
電車・新幹線	25 g-CO2/km
船・フェリー	43 g-CO2/トンkm
歩行	0 g
自転車	0 g

各サービスにて、 移動データ解析



対象期間：本施策実施（～2024.4）

サービスA	対象者数 1,000,000人 炭素排出量 (年間合計) 10万t
サービスB	対象者数 500,000人 炭素排出量 (年間合計) 30万t
ビジネスC	対象者数 3,000人 炭素排出量 (年間合計) 700万t

『ベースライン』 (施策実施前データ)



令和6年度 環境省 脱炭素行動変容プロジェクト（デコ活）補助金対象として採択されました。

事業者向け
位置情報データを活用した移動に伴う脱炭素推進活動のための



LocationGX

ロケーショングリーントランスフォーメーション

ガイドライン

1.0版

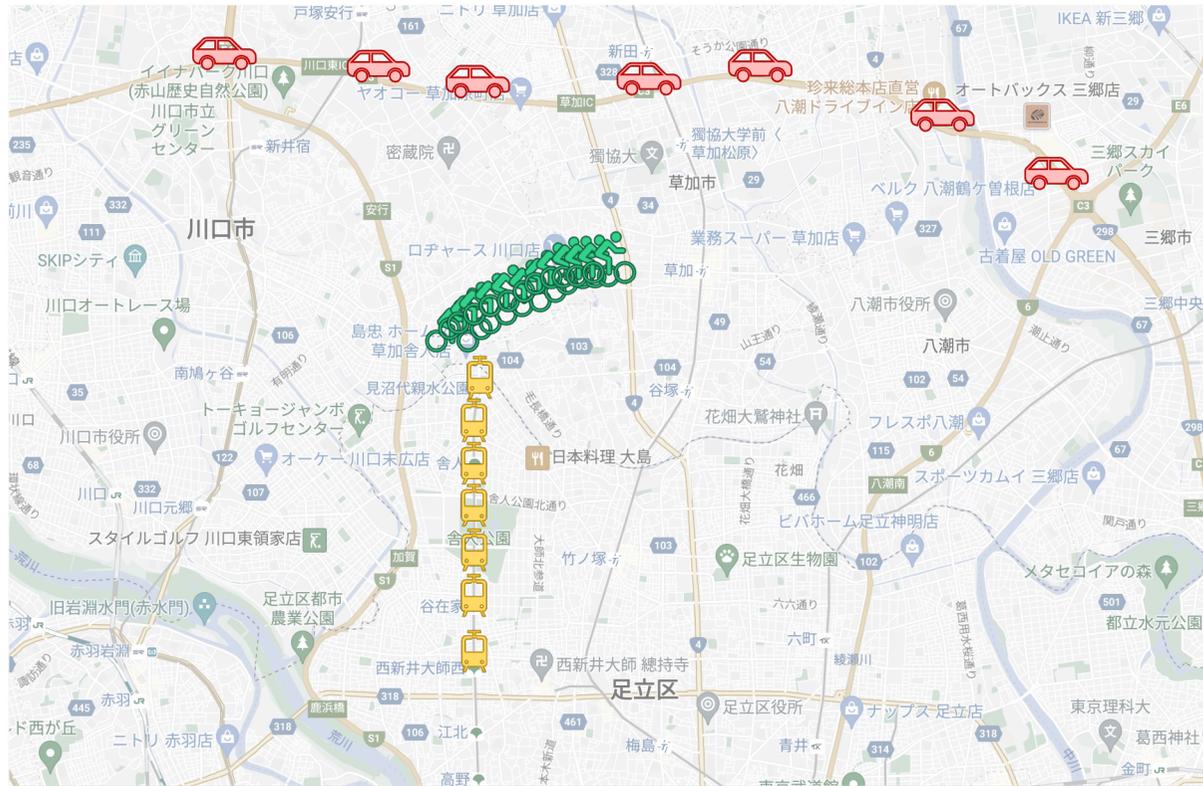
2024年5月一般公開

LBMA Japanにて、加盟会員任意メンバーにより委員会を発足し、立案・作成いたしました。

協力：一般社団法人サステナブル推進機構(SuMPO) <https://sumpo.or.jp/>

Location-GXガイドライン： 移動に伴う炭素排出量の算出

AIなどを活用、位置情報・時間（スピード）と、MAP上の交通経路を比較し、**移動手段を算出**します。



車移動



自転車移動



電車移動

移動手段毎の『元値』の定義と『ベースライン』

□ それぞれの移動手段において、1 km毎の炭素排出量(g)を『元値』とし、毎年更新していきます。

2024年度元値

🚗 自家用車	132 g-CO2/人km
🚛 トラック	自家用貨物車 1124 g-CO2/トンkm 営業用貨物車 216 g-CO2/トンkm
✈️ 飛行機	124 g-CO2/人km
🚌 バス	90 g-CO2/人km
🚊 電車・新幹線	25 g-CO2/人km
🚢 船・フェリー	43 g-CO2/トンkm
🚶 歩行	0 g
🚲 自転車	0 g

※日本人の成人男性67kg、女性53kg（厚生労働省2023.4）のため、「60kg」と定義すると、トンkm × 0.06 = 人kmで算出

各サービスにて、 移動データ解析



対象期間：本施策実施前（～2024.4）

サービスA

対象者数	1,000,000人
炭素排出量 (年間合計)	10万t

サービスB

対象者数	500,000人
炭素排出量 (年間合計)	30万t

ビジネスC

対象社数	3,000社
炭素排出量 (年間合計)	700万t

『ベースライン』 (施策実施前データ)

Location-GXダッシュボード

GX（グリーン・トランスフォーメーション）に取り組む各企業の情報を収集し、公開・可視化しています。GXの取り組みによって行動変容したユーザー数（変容者数）やCO₂削減量を掲載しており、環境負荷の低減状況をリアルタイムで確認できます。

本ダッシュボードは、LBMA Japanが策定した『Location-GXガイドライン』に基づいており、移動に関する炭素排出量の標準値を提供します。ユーザーの移動履歴を基に、移動に伴うCO₂排出量を可視化し、持続可能な移動の選択をサポートします。



2025年2月20日公開：

<https://www.lbmajapan.com/lgxdashboard>

本プロジェクト参画企業：

- ・ジオテクノロジーズ
- ・ブログウォッチャー
- ・unerry
- ・データインサイト

それぞれが実現した脱炭素値を、日々アップデートし、各GX事業の進捗を対外的に発表していきます。

また、業界団体として、今後もGXビジネスを推進し、様々なGX施策を展開してまいります。

データの共創ー新たなビジネスモデルの創出



1社では実現できない、イノベーションや、社会実装を共に。

お問い合わせ：info@lbmajapan.com

LBMA Japan会員は、以下の3つを享受できます。

- ①マーケティング活用
- ②各施策等への参加
(イベント・セミナー・カンファレンス・懇親会など)
- ③ロケーションプライバシー推進活動