

ドコモとunerryが位置情報データの連携強化とドコモのデータの掛け合わせにより 社会課題の解決とマーケティングを支援する取り組みの検討を開始 ～マクロからミクロまでの人流分析と生活者のインサイトを組み合わせ、顧客理解を深化～

株式会社NTTドコモ（以下、ドコモ）と株式会社unerry（以下、unerry）は、7月10日（木）から、両社が保有する位置情報データの連携の強化およびドコモの多様なデータアセットを掛け合わせることで、自治体や企業の抱える社会課題の解決およびマーケティングを支援する取り組み（以下、本取り組み）の検討を開始します。データ連携の実現に向けて2025年12月までをめどに検討を進めてまいります。

unerryからドコモグループへのデータ連携が実現すれば、ドコモの持つ「モバイル空間統計®」※1に代表される広域なカバレッジを持つ基地局データなどのマクロな位置情報データとunerryの持つ「Beacon Bank®」※2のGPSデータやビーコンデータのリアルタイムでミクロな位置情報データの連携が強化されます。この連携により、従来のドコモの人流分析より高精度かつ多角的な人流の分析を行うことが可能です。さらに、人流データにドコモの1億会員を超える※3dポイントクラブ会員基盤 や「d払い®」の決済データなどをはじめとするドコモの多様なデータアセットを掛け合わせることで、生活者のインサイトも含めた行動分析やそれに基づく施策の実施も可能となります。これらの分析や施策を通じて、都市計画の最適化や防災・災害対策などの企業および自治体が抱える社会課題の解決や、小売店などのマーケティング事業を支援します。



ドコモとunerryは2022年6月より、ドコモが提供する日本全国の人口統計情報「モバイル空間統計」に代表される基地局データとunerryが提供するリアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank」のGPSデータやビーコンデータの連携を開始し、特定のスポットにおける人流や訪れた人々の性年代などの属性把握の精度向上により、リテールマーケティングや市街地回遊の活性化支援などに取り組んでまいりました。

今回、両社が保有する位置情報データの連携を強化したマクロからミクロまでの人流分析に加え、ドコモの多様なデータアセットを用いた生活者の購買行動や興味関心も含めた行動分析が実現すれば、マーケティングにおいては生活者の購買行動を「なぜその行動を選択したのか」という生活者のインサイトとも関連づけて分析することができます。また、データをマーケティングへの活用のみならず、交通・観光・健康などの都市計画の最適化支援による地域活性化や防災・災害対策など、社会のさまざまな分野において活用することで、企業および自治体の社会課題の解決や新たな価値創造の実現を加速させることが期待できます。詳細は別紙をご確認ください。

本取り組みにおけるデータ連携は、法令遵守および生活者のプライバシー保護を最優先とし、ドコモおよびunerryがそれぞれ整備しているデータクリーンルーム（DCR）等の安全な環境を活用することで、個人を特定できない形でデータを連携・分析・活用を進めてまいります。

ドコモとunerryは、これらの取り組みを通じて、データとテクノロジーの力で社会課題の解決およびマーケティングを支援・促進し、すべての人がより豊かで安心できる社会の実現に貢献してまいります。

※1 「モバイル空間統計」は、ドコモの携帯電話ネットワークの仕組みを使用して作成される人口の統計情報です。

集団の人数を性別・年代別・居住エリア別などに把握することができます。

詳細はこちら。（<https://www.dcm-im.com/service/57/>）

※2 「Beacon Bank」は、unerryが運営する、グローバルで4.2億IDのスマートフォンアプリ経由の人流データを中心とした「リアル行動データプラットフォーム」です。屋外はGPS、店舗や地下などの屋内はビーコンで、屋内外の人流をシームレスに把握することが可能です。また、多彩なデータコラボレーションやメディア連携が可能です。

詳細はこちら。（<https://www.beaconbank.jp/>）

※3 ドコモ調べ。2025年6月時点。

* 「モバイル空間統計」、「d払い」は株式会社NTTドコモの登録商標です。

* 「Beacon Bank」は株式会社unerryの登録商標です。

本件に関するお問い合わせ先	
株式会社NTTドコモ マーケティングイノベーション部 加藤・川田 TEL：03-5156-1293	株式会社unerry 広報部 内山・柳田 information@unerry.co.jp

本取組みで支援する社会課題の解決とマーケティング事業について

ドコモとunerryが保有する位置情報データの連携の強化およびdポイントクラブ会員基盤 や「d払い」の決済データなどをはじめとするドコモの多様なデータアセットの掛け合わせが実現すれば、自治体や企業が抱える社会課題の解決およびマーケティングの支援をより高度に行うことができます。これにより、一人ひとりに最適化された体験の提供に貢献します。

1.社会課題の解決への貢献

両社のマクロとミクロの位置情報データを組み合わせた人流分析が実現すれば、企業や自治体が抱える以下のような社会課題の解決や社会全体の最適化を促進できるようになります。これにより豊かな社会の実現に貢献します。

① 都市インフラの構築

日々の生活者の行動データを分析し、自治体がめざすスマートシティやコンパクトシティの実現、地域課題の解決に向けた都市計画の立案や施策評価を支援します。また、災害時の人流の分析などにより、災害発生時にも都市機能が麻痺しない都市インフラとしてのデータ基盤構築も支援します。

②交通の利便性向上

人流データをベースとして、移動ニーズや実態調査に基づいた交通に関するさまざまなデータを組み合わせた分析を行うことで、平時における道路の混雑分散施策による渋滞緩和や公共交通機関の待ち時間の短縮、スマートモビリティ・シェアモビリティの導入支援など、地域課題に応じた交通最適化を支援し、都市の利便性を向上に寄与します。また、災害などの有事における安全で効率的な輸送ルートの構築なども支援します。

③防災・減災

自治体や企業などに対して、平時における人々の行動データを活用し、災害時に想定すべき帰宅困難者のシミュレーションや過去災害時における実際の避難行動などを明らかにすることで、災害計画へのフィードバックを通じた計画策定を支援します。これにより災害に強いまちづくりに貢献します。

④観光・インバウンド

自治体や企業などに対して、インバウンドを含む観光客の人流（どこから来て、どこを周遊し、どこに滞在しているか）の詳細な分析を行うことで、来訪促進や地域消費の増加支援、効果測定、地域の新たな周遊促進に寄与します。

また、リアルタイムや予測による観光スポットの人流を分析することで、観光客の流れを分散させる取り組みを支援し、オーバーツーリズム解消に貢献します。

⑤健康促進

人流データを基にした市民の活動エリアや歩行量データを合わせて分析を行うことで、人々が運動しやすい街の環境整備など健康増進施策を行う自治体の活動を支援します。

2.マーケティング支援

両社の位置情報データとドコモが保有するデータの掛け合わせが実現すれば、生活者一人ひとりの行動やニーズを深く理解できるようになります。

これにより、事業者によるマーケティング活動や店舗運営を促進します。

①リテールDX支援

リアルタイムの人流データを活用した高精度な出店計画や、人流データと購買データを掛け合わせた商品仕入れの最適化、潜在顧客への効果的なアプローチを支援します。これにより、店舗運営の効率化と収益向上に貢献します。

②広告・販促

店舗や特定のエリアへの人流データの分析により見込み顧客を捉え、適切なタイミングでのスマートフォンへのオンライン広告配信や、街なかのデジタル屋外広告と連携したリアルタイムでの広告表示を支援します。さらに、本取組みを通じてデジタル屋外広告の広告効果を可視化する業界標準メジャメントの確立を目指します。広告接触者の来店や購買までを一気通貫で分析することで、オンライン・オフラインを統合した広告効果の最大化を支援します。また、ドコモが保有するデータに基づき個人の興味・関心に合わせた情報やクーポンを、最適なタイミングで配信するなど、パーソナライズされた快適な購買体験を提供することで、潜在顧客の効果的な集客と来店を支援します。

【プライバシー保護への最大の配慮】

本取組みにおけるデータ活用は、関係法令の遵守およびお客さまのプライバシー保護を最優先事項としています。ドコモとunerryは、関連法令および両社の厳格なプライバシーポリシーを遵守し、社会貢献や生活を豊かにする目的に限定してデータを安全に利用することを前提として、データ連携の方法や利用方法などの詳細を両社で検討してまいります

ドコモグループではDCRも整備しており、各事業者とも個人を特定できない安全な形でデータの連携を行います。詳細なプライバシーに関する取り組みは、両社のウェブサイトにてご確認ください。

・ドコモ: https://www.docomo.ne.jp/utility/personal_data/

・unerry: <https://www.unerry.co.jp/privacy/>