PRESS RELEASE

報道関係各位

2026 年 11 月 2 日
ジオテクノロジーズ株式会社

ジオテクノロジーズ、顧客調査・人流データと広告運用の一体化を実現
受け手の反応を見ながら進める「リサーチ起点型 広告運用パッケージ」を提供開始

生活者の意識と行動を捉え、3 か月ごとの定点調査で広告施策の改善を支援

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：八剱 洋一郎）は、2026 年 11 月 2 日より、受け手の反応を見ながら進める広告運用代行サービス「リサーチ起点型 広告運用パッケージ」の提供を開始したことをお知らせします。

本パッケージは、アンケート調査サービス「Geo-Research」と、人流データを活用した広告配信サービス「Geo-Promotion Ads」を組み合わせたものです。いずれも、利用者と双方向にやり取りできる当社のポイ活アプリ「トリマ」を基盤としています。これにより、顧客の認知度やニーズ、来訪行動などを踏まえた広告運用を展開できます。初回調査に加えて 3 か月ごとに定点調査を行い、顧客の意識やニーズの変化を広告表現・配信施策の見直しに活用します。

【サービスサイト】：https://business.mapfan.com/service/research-ads-package-lp-001/



■ サービス開発の背景

電通「2025 年 日本の広告費」によると、2025 年のインターネット広告費は 4 兆 459 億円となり、初めて総広告費の半数を超えました。広告主は、広告の管理画面でクリック率やコンバージョン数を確認できます。しかし、生活者が商品やサービスをどのように認知し、何を重視しているのかは、配信データだけでは分かりません。別途市場調査を行うには、追加の費用や工数がかかります。

本パッケージでは、広告主は調査会社へ別に発注しなくても、顧客調査の結果を広告の設計と改善に使えます。

© 2026 GeoTechnologies, Inc.
※記載されている会社名、製品名などは該当する各社の商標または登録商標です。

■ 「リサーチ起点型 広告運用パッケージ」の特長

1. マーケティングリサーチ（Geo-Research）

契約後、初回調査を実施し、ブランドや商品の認知度、購入・利用意向、ニーズなどの現状を把握します。以降は３か月ごとに定点調査を行い、認知や意向の変化を確認します。また、位置情報を活用して対象者を絞り込めるため、特定の施設やイベントの来訪者、屋外広告の視認エリアを通過した人などに限定した調査も可能です。調査は 1 回あたり 5 問までで、ライトプランは 400 サンプル、スタンダードプランは 1,000 サンプルを回収します。

2. 人流データを活用したターゲティング（Geo-Promotion Ads）

ポイ活アプリ「トリマ」から取得した来訪データやアンケート回答データを基に、広告主の目的に応じた独自のターゲティングが可能です。例えば、「住宅展示場に来訪し、１年以内に住宅を購入したいと回答した人」などを広告配信の起点となるユーザー群（種データ）として設定し、配信媒体の類似拡張機能を活用することで、行動特性や興味関心が近いユーザーへの広告配信につなげます。本パッケージでは、こうした独自ターゲティングを追加費用なしで利用できます。

3. クリエイティブ制作（スタンダードプランのみ）

調査を通じて明らかになった生活者の悩みや商品選定時の重視点などを、広告の訴求内容やクリエイティブ制作に反映します。スタンダードプランでは、バナー広告を毎月 10 点まで追加費用なしで制作します。

※来訪データは、トリマ利用者から許諾を得て取得した約 10 秒間隔の GPS データです。個人を特定しない形で処理しています。

■ 料金プラン

項目	ライトプラン	スタンダードプラン
広告予算（総額）	月額 50 万円から	月額 100 万円から
運用手数料	広告予算総額の 20%	広告予算総額の 20%
広告運用代行（検索・SNS 等）	○	○
人流ターゲティング	○	○
アンケート調査	3 か月に 1 回（5 問・400 サンプル）	3 か月に 1 回（5 問・1,000 サンプル）
クリエイティブ制作	なし	バナー広告 毎月 10 点まで
定例会・レポート	月 1 回の定例会（オンライン）、月次レポート	月 1 回の定例会（オンライン）、週次・月次レポート
契約期間	最低 3 か月	最低 3 か月

※広告予算は、媒体費と運用手数料を合わせた支払総額です。表示金額は税抜です。

※運用手数料は月額 10 万円を下限とします。

※6 問以上のアンケート調査は別途料金がかかります。

© 2026 GeoTechnologies, Inc.
※記載されている会社名、製品名などは該当する各社の商標または登録商標です。

■ 想定する活用場面

・新商品や新サービスの立ち上げ時：認知度や購入意向、ニーズなどを調査し、その結果をもとに広告を設計する
・広告施策の見直しを検討する際：配信データでは把握できない生活者の反応やその背景を調査し、新たな訴求やターゲティングの検討につなげる
・ブランドの認知拡大・育成を図る際：認知度や購入意向の変化を定期的に把握し、継続的な広告施策の改善に活用する
・屋外広告などと Web 広告を連動させる際：アンケート調査を通じて広告の認知や印象、利用意向を確認し、施策全体を評価する

■ ご利用の流れ

お問い合わせ時に、当社が課題と目的をヒアリングします。その後、初回調査、広告の設計、配信の順に進め、3 か月ごとの定期調査と改善を繰り返します。当社は調査と並行して運用準備を進めます。希望に応じて、調査結果を待たずに配信を始めることもできます。

【サービスサイト】：https://business.mapfan.com/service/research-ads-package-lp-001/
【資料ダウンロード】：https://business.mapfan.com/resources/download/9295

■ 移動するだけでポイントが貯まるアプリ「トリマ」について

ポイ活アプリ「トリマ」は、歩数だけでなく移動距離に応じてポイントが貯まるため、通勤や通学、お仕事など日常的に移動が多い方に最適なアプリです。歩数履歴や消費カロリーなどのヘルスケア機能も搭載しており、ポイ活しながら健康管理もできます。貯まったポイントは現金、PayPay マネーライト、Amazon ギフト券や V ポイントなどに交換できる他、森林保全団体、国境なき医師団、日本赤十字社への寄付が可能です。

■ ジオテクノロジーズ株式会社について

1994 年の創業以来、一貫してデジタル地図を提供しています。自社ブランド「MapFan」をはじめ、カーナビ・法人向けの地図データや、高度な自動運転の実現に不可欠な AD/ADAS 用地図など、幅広い地理空間データを保有しています。

さらに当社は、ポイ活アプリ「トリマ」に代表されるユーザーとの接点によって得られる「ダイナミックデータ」という、もう一つの資産を持っています。位置情報に人の移動や行動を掛け合わせることにより、そこにあるストーリーまでを提供することが可能となります。

当社は、地理空間データとダイナミックデータの提供・分析を通じて、より快適でサステナブルな社会の実現を目指します。

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

© 2026 GeoTechnologies, Inc.
※記載されている会社名、製品名などは該当する各社の商標または登録商標です。

代　　表　　者：　代表取締役社長　　八剱 洋一郎
設　　　　立：　1994 年 5 月 1 日
事 業 内 容 ：　オートモーティブビジネス／エンタープライズビジネス／コンシューマービジネス／
　　マーケティングビジネス
コーポレートサイト：　https://geot.jp/

© 2026 GeoTechnologies, Inc.
※記載されている会社名、製品名などは該当する各社の商標または登録商標です。