

専門知識ゼロから始める！社内データを「地図(GIS)」に落とし込む

整理

分析

可視

「文字」を「位置」に変えるだけで見える3つの価値

エクセルやCSVのリストを眺めるだけでは気づけない事実が、地図にするだけで一瞬で浮き彫りになります。

- 営業ルートの最適化: 訪問先が密集しているエリアが分かり、移動の無駄を削減。
- 手薄なエリアの可視化: 競合に攻め込まれている、または開拓の余地がある地域を特定。
- エリア特性の把握: どの地域にどんな属性（業種・売上規模など）の顧客が多いか直感的に理解。

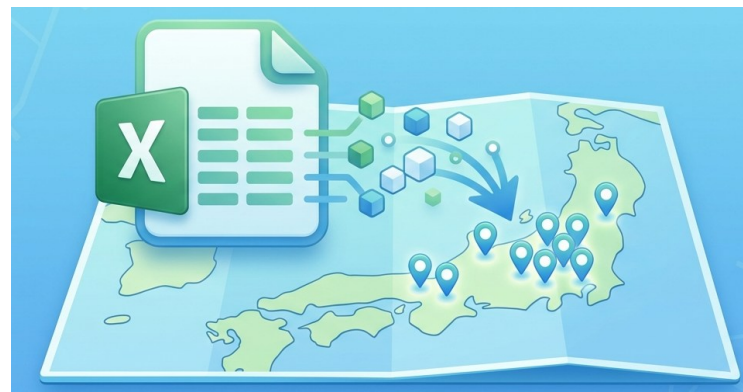


ビード

費用ゼロ！「顧客マップ」を作る3ステップ

高額なシステムは不要です。Googleが提供している無料ツール「Googleマイマップ」を使えば、誰でも5分で作成できます。

1. 住所リスト（Excel/CSV）を用意する
2. Googleマイマップを開いてデータをインポートする
- ↓
3. 位置情報の基準となる「住所」の列を指定する



1. 住所リスト（Excel/CSV）を用意する

名簿の中に「住所」の列が正しく入力されているか確認します。

※建物名や部屋番号が細かすぎる場合、自動変換でエラーになることがあるため「市区町村+番地」までが綺麗に入力されているとスムーズです。

2. Googleマイマップを開いてデータをインポートする

Googleマイマップ（無料）にアクセスし、「新しい地図を作成」をクリックします。「インポート」ボタンから、用意したExcelやCSVファイルをアップロードします。

3. 位置情報の基準となる「住所」の列を指定する

画面の指示に従い、「目印を配置する列（住所）」と「マーカーのタイトルにする列（顧客名）」を選択します。これだけで、ツールが自動で住所を緯度経度に変換し、地図上に一瞬でピンを立ててくれます。

さらに成果を出すための「もう一工夫」

マップ化に慣れてきたら、ピンの色や形を変えることで、さらに強力なマーケティングツールに進化します。

売上規模で色分け: 「優良顧客は赤」「新規顧客は青」と色分けし、重要エリアを可視化。

最終訪問日で色分け: 「3ヶ月以上未訪問の顧客」を黄色にし、ルート営業の掘り起こしに活用。

とっても簡単ですん！
ウマでもわかるIT化の第一歩



IT化は「身近なデータの視覚化」から始まる

高度なAIや複雑なシステムを導入することだけがITやDXではありません。「社内に眠っている住所データを地図に落とし込んで、業務を効率化する」。

これこそが、小さく始めて大きく成果を出す、正しいIT導入の第一歩です。

まずは、10件~20件のサンプルデータから試してみませんか？