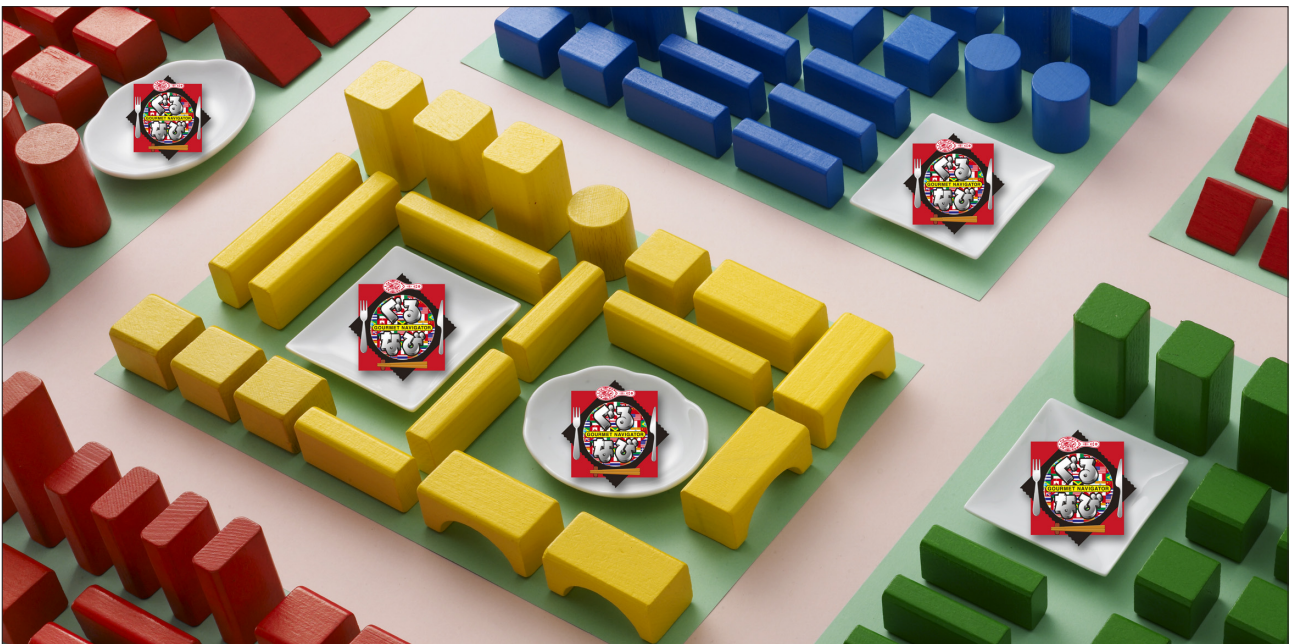


## 株式会社ぐるなび

〒100-0005  
東京都千代田区丸の内3-4-1  
新国際ビル2F  
<http://www.gnavi.co.jp/>

### 会社概要

行きたい飲食店がすぐに見つかる日本最大級の飲食店情報検索サイト「ぐるなび」、飲食店の経営を支援する「ぐるなびPRO for 飲食店」のほか、買い物サイトの「ぐるなび食市場」、ネットで宅配・出前のオーダーができる「ぐるなびデリバリー」などからなる“食のポータルサイト”を運営。1996年にサービスを開始し、2009年3月には掲載店舗数50万店、月間アクセス数8億5千万ページビューを越えるメガサイトへと成長。



## Google の革新的な技術開発力をパートナーに 常に進化する地図サービスを追求、NO.1 サイトを守り続ける。

### 恒常的にあらゆる地図サービスを研究

日本はもちろんのこと、中国においても飲食店情報を提供するなど、“食のポータルサイト”でおなじみのぐるなび。運営する株式会社ぐるなびは、2010年6月にGoogle Maps API Premierを導入する。「ぐるなび」で飲食店を検索するユーザーは、行きたい店を探し出すとその所在地の地図画面を開いてプリントアウトする場合が多い。「地図が正確かつ詳細でないとユーザーは店に辿り着くことができなくなります。例えば、大きなビルの中にある飲食店の場合、ビルの西側にあるのか東側にあるのかで入り口が違い、それを間違えるとユーザーは遠回りをしてしまいかねません。そうなると、目の前にある違うお店に入店してしまうということが十分考えられます。したがって、地図の正確さや使い勝手の良さは『ぐるなび』に情報を掲載する飲食店にとって死活問題に直結し、当社の競争力にも大きくかわる最重要の要素となります。そこで、当社では以前より恒常的にあらゆる地図サービスを研究し、いいものだけを導入してきています」と企画 department 企画部門長付担当リーダーの山田健治氏は言う。

### 異なる地図情報サービスを使い分ける弊害

ところが、そうした地図サービスへのこだわりによってマイナスの側面も現れている。例えば、同じ店舗でも基本情報ページの静的な地図とモバイル版ナビゲーションの地図、さらにPC版のルート検索地図はそれぞれ異なる地図情報サービスを個別最適的に使い分けている。そのことの弊害があるというのだ。「店舗情報の地図を見て、ルート検索をすると違うデザインの地図が出るということで、ユーザービリティに多少影響が出ている可能性があります。さらに、当社にとっては複数の地図情報会社を利用することになるので、開発や運用のプロセスが複雑化してしまっています。例えば、同じ座標位置でも、それを表すパラメータの書き方が地図情報によって異なるからです」と技術 department グループ長の渡邊幸広氏は言う。このことがミスやトラブルの原因にもなるし、契約などの作業も地図情報会社の数の分だけ増えることになる。「以前は地図情報サービスによって長短所があったのでそうしてきたわけですが、現在ではどこのサービスも機能がそろってきています。した



企画 department  
企画部門長付担当リーダー  
山田健治氏



技術 department  
グループ長  
渡邊幸広氏

がって、そろそろどこかに一本化するタイミングに来ていると感じていました」(渡邊氏)

## 地図専用サーバーの重い負荷とコスト

さらに、もうひとつ大きな問題があった。以前は地図情報会社の ASP サービスを利用していたが、月間アクセス数が 8 億 5 千万 (2009 年 3 月現在) と多大なページビューに至るプロセスで地図情報会社の ASP サービスでは対応しきれなくなった。そこで、地図情報会社から地図ライセンスを購入し、自社サーバーを導入しての運用に切り替えている。「10 数台のサーバーが地図専用で稼働しています。自社運用なので更新などの自由度が高いのはいいのですが、地図データは毎月購入して更新していますし、サーバーのメンテナンスも発生します。このコストがばかにならなくなってきました」(渡邊氏)

また、サーバーの負荷の面で、現在の地図はユーザーが自由にスクロールできず、8 方向に一定の間隔で移動できるだけの機能に止めている。「駅と目的地の店を 1 枚の地図にきれいに納めてプリントアウトすることが難しく、Google マップなどスクロールや拡大縮小が自在にできるほかの地図情報を立ち上げ、そこに『ぐるなび』にある店の住所をコピーして使うというユーザーも多くいます。そういった使い勝手の悪さも改善する必要を感じていました」と山田氏は言う。

## Google Maps API Premier には安定性や信頼性が

そういった状況を背景に、渡邊氏らは 2009 年度の始め頃から、今後一つの地図情報サービスにまとめていく検討を開始。あらためて各地図情報サービスを並べて比較検討する場を持った。その中に Google Maps API Premier は含まれていた。

「ラーメン店だけを集めた『ぐるなびラーメン』というサイトがあるのですが、その地図情報は Google マップを使っています。ストリートビューの導入が大きな選定理由でした。ストリートビューができてから、どこかで使ってみたくて機会をうかがっていました。飲食店オーナーには抵抗感を持つ人もいますが、ラーメン店にはストリートビューが馴染みやすいという判断があって導入を始めました。『アクセス性がアップする』と好評ですね」

そう語る山田氏らは、Google Maps API Premier に対してはすでに世界各国の多くの企業で利用されているという安定性や信頼性、そのことによりいろいろなサイトで様々な使い方やプログラミングの方法などが公開されており参考となる点が多いこと、そしてストリートビューに代表

される革新性や将来性を感じていた。

## Google の革新的な技術開発力にアドバンテージ

「以前から Google のエンジニアと交流する機会があります。その場で、例えばストリートビューを撮影するのは人通りの少ない朝なのですが、『その時間帯で飲食店を撮影するのはイメージが良くないから、夜のストリートビューはつくれる?』と相談を持ちかけるなど、新しいサービスの開発についていろいろコラボレーションしてきたのです。そのプロセスで Google の革新的な技術開発力を感じてきました。今回、地図情報の一本化のために各社のサービスを横並びで検討した結果、機能面ではどこも遜色がありませんでしたが、Google はその面でアドバンテージがありました」と渡邊氏は評価する。そう評価する背景にある同社のポリシーについて、山田氏は次のように言う。

「飲食店情報サービスの世界も数多くの競合が存在しています。この分野で NO.1 であり続けるために、常にどういった機能があればもっとユーザーに使ってもらえるか、どうすれば情報を掲載して下さる飲食店に 1 人でも多くのユーザーを送り込めるかにチャレンジし続けなければなりません。逆に『ぐるなびって古いよね』と言われたら終わりです。常に時代に合ったサイトに進化させる必要があります。そういうビジョンにかなうサービスを共に開発したり、提供してもらうことを Google には期待しているのです」

## 斬新なサービスのブレイクに期待

そして、2009 年 6 月に、2010 年 6 月から『ぐるなび』の飲食店情報ページの地図を Google Maps API Premier にリプレイスすることを決定。それ以降は時間をかけてポータル内にあるあらゆる地図を Google マップ に切り替えていく。すべての地図情報を切り替えた時点で、クラウドコンピューティングによりサーバーにかかるコストなどが削減できるというメリットもある。

決定から導入まで 1 年という時間をかけたのは、冒頭で触れたように飲食店オーナーなどの地図情報に対するこだわりが強く、営業担当者が飲食店オーナーに納得してもらえる説明ができるように慎重に準備を進めてきたからである。4 月から飲食店オーナーには Google Maps による地図を見られるようにして、意見集約とその反映を検討していく。「Google マップ で思ってもみなかった斬新なサービスがブレイクするかもしれませんね」と渡邊氏らは期待を込める。



### お問い合わせ

Google Maps API Premier の詳細については、<http://www.google.co.jp/enterprise/geo> をご覧ください。もしくは、同ページ「お問い合わせ」よりお問い合わせください。

© Copyright 2010 Google

Google は、Google Inc. の商標です。その他すべての社名および製品名は、それぞれ該当する企業の商標である可能性があります。

© Copyright 2010 Google is a trademark of Google Inc. All other company and names may be trademarks of the respective companies with which they are associated. GECS01/15/10