

事業計画の作成に役立つ

商圈を知って 売上を伸ばす

商圈分析システムの紹介

海老名商工会議所

〒243-0434 海老名市上郷 4 8 5-2
TEL 046-231-5865 FAX 046-231-0225
E-mail info@eccj.or.jp

… 目次 …

1. はじめに	… 3
2. 商圈とは	… 4
3. 商圈を知ることによって出来ること	… 5
4. 商圈を調べる方法	… 8
5. GIS WEBサービスの使い方	… 10
6. GISレポートの見方	… 12
7. GISレポートで出来ること	… 14
8. 専門家への相談	… 16
9. 事例紹介	… 21
10. Q&A集	… 25
11. 付録（小規模事業者応援隊について）	… 28

はじめに

この度、海老名商工会議所では商圈分析システムの導入を開始しました。会員の皆様のみならず海老名市内で事業活動を行う多くの人々が本システムを使うことが健全な経営に繋がると信じています。

“商圈” と聞いてもピンとこない人がいるかも知れませんが、そうであっても、事業活動を行う全ての人にとっては商圈分析は欠かせません。例えば自社・自店が取り扱う商品やサービスがどのようなお客様に受け入れられるのか、そのお客様はどの地域に住んでいるのか、あるいはそれら商品・サービスの潜在的な需要はどの程度あるのかなど知ることができる手段が商圈分析です。

初めて商圈分析を行うことは難しいかも知れません。また、それら商圈分析の結果を知って、どのように事業経営に役立てる方法が分からない方もいらっしゃるでしょう。そこで、当会議所では、本システムを誰でも分かるように工夫しています。まずは、当会議所のホームページに入ってください、該当するページを試してください。試してみて分かりづらければ当会議所に問い合わせてください。

全ての小規模事業者が生き生きと事業活動を行える環境を整えるのが、当会議所の役目です。その意味で、不明なことや改良してほしいことなどがあれば、遠慮なく申し出て下さい。

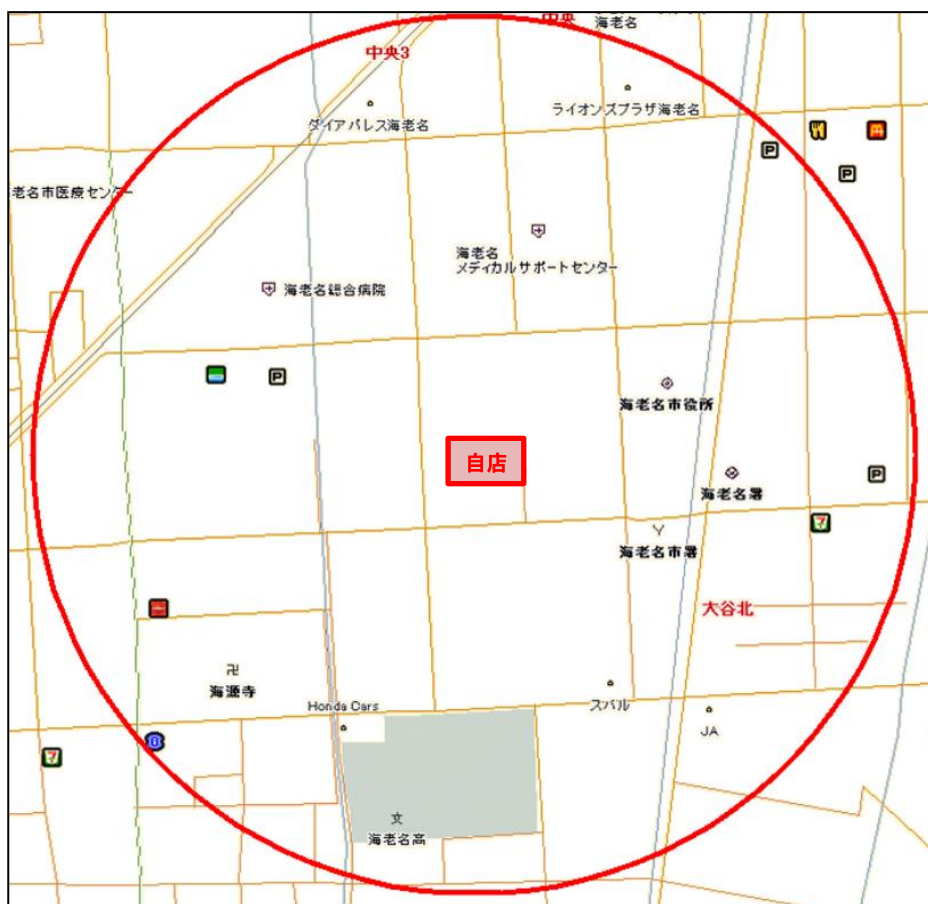
事業活動を継続的に発展させるパートナーとして、商圈分析システムを役立てていただきたく考えています。

商圈とは

商圈とは、自社・自店に集客できる範囲のことです。つまり、自社・自店の潜在的なお客様の地域的な広がりを意味します

例えば飲食店において、自店に来られるお客様の居住範囲を地図上で表示することです。これを知ること、効果的な集客方法など経営に役立つ手段を講じることができます。

(下の地図で、赤枠の範囲内が商圈のイメージです)



商圈を知ることによって出来ること

商圈を知ることによって出来ることは様々あります。代表的なことを次に挙げます。

- 売上予測を行う
- チラシの有効な配布範囲を知る
- 新規出店の候補地を絞る
- 当地で有望な業種を知る
- どのような販促活動をするべきかを判断する

【売上予測を行う】

売上予測は事業計画立案の基本です。既存事業者であれ、創業希望者であれ、まずは直近年度から数年先の売上予測は欠かせません。

また、金融機関に融資を申し込む際に、あるいは各種の補助金・助成金申請に際しても売上予測を行います。一般に売上は次の方法により算出されます。

(方法①) $\text{売上} = \text{顧客数} \times \text{商品単価}$

(方法②) $\text{売上} = \text{潜在的な需要} \times \text{自店シェア}$

方法①にせよ、方法②にせよ商圈分析を行うことで売上予測することが可能となります。方法①では、自社・自店の商圈を設定した上で、商圈内の世帯数や住民数、年齢層、年収特性などを知ることによって、顧客数を推定でき、それに商品単価を乗ずることで、売上予測を算出します。

方法②においては、自社・自店の商圈を設定した上で、居住している世帯当たりの対象商品（あるいは対象サービス）の消費支出額を知り、自店シェアを設定することで、売上予測を算出します。

【チラシの有効な配布範囲を知る】

折り込みチラシを配布するにあたって、どの地域に配布すると効果的かは事業者が悩むところです。商圈分析を行うことで、効果的なチラシ配布範囲を知ることができます。折り込みチラシだけでなく、ポス

商圈を知ることによって出来ること

ティングチラシの配布範囲でも同様です。

商圈を設定し、対象商材に合った世帯数が多い地域を選び、その地域に絞ってチラシを配布することになります。世帯を選定するには、年齢構成、年収層、貯蓄額層、住宅区分などを参考にします。

分析例（高齢者比率が多い町丁目）

町丁目	70歳代人口比率（%）
海老名市勝瀬	24
海老名市国分寺台5丁目	21
海老名市国分寺台1丁目	19
海老名市国分寺台2丁目	18
海老名市国分寺台3丁目	18
海老名市国分寺台4丁目	18
海老名市さつき町	16
海老名市杉久保南4丁目	16
海老名市中新田	15
海老名市門沢橋6丁目	15

【新規出店の候補地を絞る】

新規出店の場所を選定するには、来店客の多さが決め手になります。来店客の多さは、店前通行量、周辺の誘引施設、駐車場の有無などに影響されますが、何といたっても商圈内の住民・世帯の特性に最も影響を受けます。

実際には複数の物件候補から絞り込むことになるかと思いますが、それぞれの候補地にて商圈設定を行い、住民・世帯特性を見て、自身の商品・サービスに合致した住民・世帯が多い物件を選定することが基本的な考え方です。

【当地で有望な業種を知る】

自宅や既存店にて新たに新業態で新規開業を希望される方も多いと思います。その際にどのような業種が有望か判断する材料として、商圈分析が有効になります。

商圈を知ることによって出来ること

例えば、自宅にてカフェを開業したいが、主婦層中心のおしゃべりを楽しむような店にするか、早朝から高齢者が集う店にするかを判断する際の参考にします。

この例では、両方の店それぞれの顧客対象は異なることから、自店の商圈設定を行った上で、住民特性を調べます。仮に商圈内の住民に高齢者が比較的多いと判明すれば、高齢者が集う店が有望だろうと判断されます。

もちろんこのようなデータだけで業態を決めるのは早計ですので、顧客層別の来店比率などを推定し、売上予測を行ったうえでの判断となります。

【どのような販促活動をするべきかを判断する】

販促活動には、チラシ配布、ダイレクトメール送付、メルマガ、看板設置、ネット広告、イベント開催、カード会員化など様々な方法があります。

既存店であれば実際の顧客居住地を地図上にプロットすると、想定している商圈と実際の来店客の居住地の合致程度が判明します。仮に想定している商圈の方が広く、今後は遠方からの来店促進を図るには、遠方へのチラシ配布、広域への広告媒体宣伝などが有効になります。

逆に想定している商圈の方が狭く、近隣からの来店促進を図るには、店前ファサードの充実や自店でのイベント開催などが有効になります。

新規出店であれば商圈設定をしたうえで、その商圈内に浸透するための各種販促活動を実行します。

販促活動の種類（例示）	目的	商圈データとの関連
チラシ（折り込み・ポスティング）	新規来店促進	住民特性の把握
ダイレクトメール（DM）	既存客の掘り起し	既存客商圈の把握
看板設置	通行客の誘引	通行客の把握
イベント開催	潜在顧客の発見	近隣住民への告知
ネット広告	新規来店促進	地域限定広告
地域広報誌の広告	新規来店促進	購読者地域への浸透
カード会員化	既存客の再来店	既存客商圈の把握

商圈を調べる方法

商圈を調べる方法はいくつもあります。

この度、海老名商工会議所では商圈を調べるための新たなサービスの提供を開始しました。それは、海老名商工会議所のHPにある「商圈分析しらべ隊」を利用する方法です。

＜海老名商工会議所のHPに入る＞

→ URL : <http://www.ecci.or.jp>



＜小規模事業者応援隊のサイトに入る＞

→ URL : <http://ouentai.ecci.or.jp/>



＜商圈分析しらべ隊のサイトに入る＞



次ページへ



商圈を調べる方法

「商圈分析しらべ隊」では、二つの方法で商圈を調べることができます。

↓ 商圈を自分で分析する

＜GIS WEB サービスを使う＞

利用お申込み

お名前 必須

例：応援 太郎

メールアドレス 必須

例：info@ouentai.ecci.or.jp

確認用メールアドレス 必須

もう一度メールアドレスを入力してください

確認画面は表示されません。上記内容にて送信しますがよろしいですか？

必須

☐ はい

送信

上記フォームに必要事項を記入して送信すると、ログインIDとパスワードが届くので、GIS WEBサービスに入る。

地図からはじめるマーケティング
Seeing is Believing

GIS WEB サービス

ログインIDとパスワードを入力してください。

ログインID

パスワード

ログイン

次ページへ

↓ 専門家に相談する

商圈分析専門家相談フォーム

お名前 必須

例：応援 太郎

業種 必須

業種一覧はこちら

大分類

▼選択

中分類

▼選択

小分類

▼選択

希望する商圈 必須

例：神奈川県海老名市中央3丁目

お問い合わせ内容 必須

例：駅の近くにお店を展開したいと考えている。

送信

上記フォームに必要事項を記入して送信すると、相談日時の指定の知らせが来るので、当日に来所しご相談ください。

専門家への相談ページへ

GIS WEBサービスの使い方

「GIS WEB サービス」に入ると次の画面が現れるので、住所を入力し、さらに、『地図から単店レポート作成』をクリックします。

ZGI Web レポートサービス Ver1.0

住所を入力してください。

住所を入力

決定

マーカー ☒ 表示/非表示

レポート選択

地図から単店レポート作成

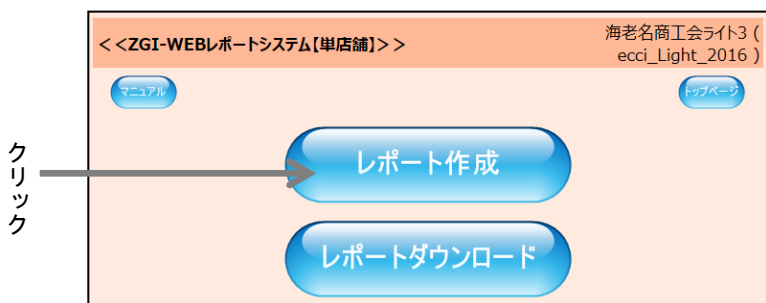
地図から単店レポートDL

クリックしてレポートを作成

次ページへ

GIS WEBサービスの使い方

次の画面が現れるので、「レポート作成」をクリックします。



次の画面が現れるので、レポート名称に自身の名前※を記入し、さらに、「1次商圈」と「2次商圈」に適当な半径範囲（Km表示）を選択し、レポート作成をクリックする。



しばらくしてから、「戻るボタン」をクリックすると、「レポート一覧」リストに、作成したレポートが表示されるので、そのレポートをPCの適当な場所（例えば、デスクトップ）にダウンロードします。

※ レポート名称に自身の名前を記入する意味
他の利用者が作成したレポートが「レポート一覧」に残ってる場合があります。それらと区別するために、必ず自身の名前を記入願います。

GISレポートの見方

ダウンロードされたレポートは、表紙を含め8つのシートから構成されたエクセル形式であり、商圏内の人口特性、住民特性、消費特性などのデータを見ることができます。



人口特性

		500m商圏		2km商圏		神奈川県		関東	
		実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
人口(年齢不詳を含む)		3,340	-	68,872	-	9,048,331	-	43,467,160	-
年齢階級別人口	0～9歳	368	11.1%	6,691	9.7%	781,098	8.7%	3,588,692	8.3%
	10～19歳	269	8.1%	6,316	9.2%	827,662	9.2%	3,876,383	9.0%
	20～29歳	352	10.6%	7,881	11.5%	1,067,809	11.8%	5,079,845	11.8%
	30～39歳	657	19.8%	11,867	17.3%	1,431,269	15.9%	6,735,387	15.6%
	40～49歳	608	18.3%	10,557	15.4%	1,341,620	14.9%	6,148,231	14.3%
	50～59歳	395	11.9%	8,133	11.8%	1,069,334	11.9%	5,313,227	12.3%
	60～69歳	342	10.3%	9,270	13.5%	1,239,868	13.8%	6,057,240	14.1%
女性人口(年齢不詳を含む)		332	10.0%	7,941	11.6%	1,247,443	13.9%	6,264,810	14.5%
女性人口	0～9歳	1,711	51.2%	34,055	49.4%	4,503,786	49.8%	21,816,476	50.2%
	10～19歳	193	5.8%	3,294	4.8%	381,554	4.2%	1,750,986	4.1%
	20～29歳	137	4.1%	3,094	4.5%	401,290	4.5%	1,886,871	4.4%
	30～39歳	188	5.7%	3,716	5.4%	500,267	5.6%	2,449,153	5.7%
	40～49歳	337	10.1%	5,721	8.3%	680,928	7.7%	3,262,654	7.6%
	50～59歳	279	8.4%	4,955	7.2%	639,115	7.1%	2,968,317	6.9%
	60～69歳	190	5.7%	4,026	5.9%	525,566	5.8%	2,619,286	6.1%
男性人口(年齢不詳を含む)		169	5.1%	4,740	6.9%	633,283	7.0%	3,085,946	7.2%
男性人口	0～9歳	203	6.1%	4,393	6.4%	712,116	7.9%	3,622,137	8.4%
	10～19歳	177	5.3%	3,399	5.0%	389,544	4.4%	1,837,706	4.3%
	20～29歳	132	4.0%	3,226	4.7%	426,372	4.7%	1,989,512	4.6%
	30～39歳	163	4.9%	4,166	6.1%	557,542	6.2%	2,630,692	6.1%
	40～49歳	318	9.6%	6,147	9.0%	740,341	8.2%	3,472,733	8.1%
	50～59歳	329	9.9%	5,592	8.1%	702,505	7.8%	3,178,914	7.4%

次ページへ

GISレポートの見方

世帯特性

		500m商圏		2km商圏		神奈川県		関東	
		実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
世帯（施設等世帯を含む）		1,415	-	28,235	-	3,844,525	-	18,513,284	-
世帯人員別	1人	498	35.2%	8,527	30.2%	1,294,051	33.8%	6,555,259	35.5%
	2人	377	26.7%	7,700	27.3%	1,038,181	27.1%	4,861,466	26.3%
	3人	256	18.1%	5,697	20.2%	722,040	18.9%	3,318,258	18.0%
	4人	235	16.6%	4,682	16.6%	574,272	15.0%	2,614,020	14.1%
	5人以上	47	3.3%	1,609	5.7%	201,567	5.3%	1,125,447	6.1%
所有形態別	持ち家	1,006	72.0%	17,586	62.9%	2,214,495	58.9%	10,614,332	58.4%
	公営UR公社借家	0	0.0%	801	2.9%	197,576	5.3%	1,067,848	5.9%
	民営借家	327	23.4%	8,397	30.0%	1,181,387	31.4%	5,704,445	31.4%
	給与住宅	55	3.9%	879	3.1%	112,672	3.0%	548,349	3.0%
	間借り	9	0.6%	286	1.0%	50,480	1.3%	235,340	1.3%
建て方別	一戸建	82	5.9%	11,064	39.7%	1,588,926	42.9%	8,444,180	47.2%
	長屋建	4	0.3%	329	1.2%	68,620	1.9%	278,073	1.6%
	共同住宅	1,309	93.8%	16,502	59.2%	2,042,109	55.2%	9,178,947	51.3%
階数別	1～2階建て共同住宅	45	3.4%	3,981	24.1%	550,775	27.0%	2,569,709	28.0%
	3～5階建て共同住宅	197	15.0%	5,199	31.5%	795,870	39.0%	3,459,419	37.7%
	6～10階建て共同住宅	208	15.9%	3,244	19.7%	466,048	22.8%	1,838,733	20.0%
	11階建て以上共同住宅	859	65.6%	4,082	24.7%	229,409	11.2%	1,311,072	14.3%

年収階級別世帯	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
300万円未満	380	26.9%	8,398	29.8%	1,128,546	29.5%	6,061,590	32.8%
300～500万円未満	388	27.5%	8,016	28.4%	1,093,885	28.6%	5,276,504	28.6%
500～700万円未満	301	21.3%	5,671	20.1%	748,544	19.5%	3,459,419	18.7%
700～1000万円未満	230	16.3%	4,095	14.5%	574,272	15.0%	2,614,020	14.1%
1000万円以上	114	8.1%	2,092	7.5%	201,567	5.3%	1,125,447	6.1%

消費特性

マーケットサイズ（一世帯当たり消費金額）

	500m商圏		2km商圏	
	実数(千円)	構成比	実数(千円)	構成比
食料	714	25.0%	727	24.9%
穀類	59	8.2%	61	8.3%
魚介類	54	7.6%	56	7.7%
肉類	55	7.7%	57	7.9%
乳卵類	30	4.1%	30	4.2%
野菜・海藻	81	11.3%	83	11.4%
果物	29	4.1%	30	4.1%
油脂・調味料	28	3.9%	29	4.0%
菓子類	65	9.0%	66	9.1%
調理食品	83	11.7%	84	11.6%
飲料	41	5.8%	42	5.7%
酒類	29	4.0%	29	4.0%
外食	162	22.7%	161	22.1%
住居	260	9.1%	257	8.8%
光熱・水道	175	6.1%	180	6.2%
家具・家事用品	103	3.6%	106	3.6%
被服及び履物	149	5.2%	152	5.2%
保健医療	131	4.6%	135	4.6%
交通・通信	302	10.6%	309	10.6%
教育	120	4.2%	129	4.4%
教養娯楽	348	12.2%	352	12.1%
その他の消費支出	556	19.5%	570	19.5%
合計	2,858	-	2,915	-

GISレポートで出来ること

以下に述べる事柄は例です。店舗の立地（住所）を選択しGISレポートをダウンロードして自身で各経営課題に沿った分析を行ってください。

① 学習塾に最適な立地を選択する

当事業者は学齢期の児童（6～11歳）を対象とした学習塾の設置を考えている。A地域の商圈には76名居住しているのに対して、B地域では321名居住していることが分かった。

A地域の半径0.5Km商圈

学齢別人口	193	18.4%
0～2歳	20	1.9%
3～5歳	25	2.4%
6～11歳	76	7.2%
12～14歳	39	3.7%
15～17歳	33	3.1%

B地域の半径0.5Km商圈

学齢別人口	901	18.5%
0～2歳	157	3.2%
3～5歳	167	3.4%
6～11歳	321	6.6%
12～14歳	133	2.7%
15～17歳	123	2.5%

さらに、中学校の塾対象においても、A地域では39名に対し、133名居住している。したがって、当事業者は、まずB地域を優先して立地を探すことにした。

② 飲食店に最適な立地を選択する

当事業者は飲食店の開業を計画している。候補地として、C地域、D地域を選んで分析した。

C地域の半径0.5Km商圈

昼間人口	実数	比率
人口	5,613	-
サラリーマン	3,349	59.7%
学生	585	10.4%
昼間人口比	-	115.4%
1飲食店当たり夜間人口	348	-
1飲食店当たり昼間人口	401	-
飲食店事業所数	14	-

D地域の半径0.5Km商圈

昼間人口	実数	比率
人口	1,782	-
サラリーマン	439	24.6%
学生	945	53.0%
昼間人口比	-	169.6%
1飲食店当たり夜間人口	1,051	-
1飲食店当たり昼間人口	1,782	-
飲食店事業所数	1	-

C地域の商圈内の昼間サラリーマン人口が3,349名に対し、D地域でのそれは439名と圧倒的に少ない。しかし、同じ商圈内の比較にて、C地域では飲食店数が14軒に対し、D地域では1軒と少ないことに加え、夜間人口がC地域よりも多いことから、夜も来られる飲食店をD地域に開設することにした。

GISレポートで出来ること

③ ホームセンターの品揃えを工夫する

当事業者は市内E地域とF地域の2か所に立地するホームセンター店である。両地域の世帯特性を比較したところ、下表の違いが分かった。

E地域の1次商圈、2次商圈

		500m商圈		2km商圈	
		実数	構成比	実数	構成比
世帯(施設等世帯を含む)		1,955	-	28,235	-
世帯人員別	1人	600	30.8%	8,818	30.5%
	2人	508	26.0%	7,692	27.3%
	3人	398	20.4%	5,817	19.9%
	4人	366	18.8%	4,643	16.5%
	5人以上	79	4.0%	1,543	5.8%
所有形態別	持ち家	1,388	71.5%	17,468	62.8%
	公営・F公社借家	18	0.9%	696	2.5%
	民営借家	474	24.4%	8,266	29.8%
	給与住宅	53	2.7%	1,064	3.8%
	間借り	9	0.5%	295	1.1%
建て方別	一戸建	123	6.3%	11,656	42.0%
	長屋建	2	0.1%	307	1.1%
	共同住宅	1,816	93.6%	15,762	56.8%
階数別	1～2階建て共同住宅	106	5.8%	3,966	14.2%
	3～6階建て共同住宅	519	28.6%	4,838	17.3%
	6～10階建て共同住宅	255	14.0%	3,102	11.1%
	11階建て以上共同住宅	937	51.6%	3,855	14.5%
年収階級別世帯		実数	構成比	実数	構成比
300万円未満		538	27.6%	8,316	29.5%
300～500万円未満		541	27.7%	7,995	28.3%
500～700万円未満		406	20.8%	5,735	20.3%
700～1,000万円未満		309	15.8%	4,158	14.7%
1,000万円以上		158	8.1%	2,008	7.1%
1世帯あたり平均年収		573.4 万円		547.2 万円	

F地域の1次商圈、2次商圈

		500m商圈		2km商圈	
		実数	構成比	実数	構成比
世帯(施設等世帯を含む)		315	-	10,056	-
世帯人員別	1人	38	12.1%	2,275	22.7%
	2人	79	25.2%	2,719	27.1%
	3人	64	20.4%	2,170	21.6%
	4人	75	24.0%	1,878	18.7%
	5人以上	57	18.2%	994	9.9%
所有形態別	持ち家	281	90.6%	7,425	75.3%
	公営・F公社借家	0	0.0%	71	0.7%
	民営借家	27	8.7%	1,898	19.5%
	給与住宅	1	0.3%	215	2.2%
	間借り	1	0.3%	126	1.3%
建て方別	一戸建	292	94.2%	6,723	69.2%
	長屋建	1	0.3%	172	1.8%
階数別	共同住宅	17	5.5%	2,818	29.0%
	1～2階建て共同住宅	17	100.0%	1,075	38.1%
	3～5階建て共同住宅	0	0.0%	650	23.1%
	6～10階建て共同住宅	0	0.0%	431	15.3%
	11階建て以上共同住宅	0	0.0%	662	23.5%
年収階級別世帯		実数	構成比	実数	構成比
300万円未満		72	23.0%	2,607	26.0%
300～500万円未満		86	27.5%	2,789	27.8%
500～700万円未満		68	21.7%	2,122	21.1%
700～1,000万円未満		57	18.2%	1,687	16.8%
1,000万円以上		30	9.6%	831	8.3%
1世帯あたり平均年収		621.2 万円		585.5 万円	

E地域では単身者世帯が30%超なのに対し、F地域では12%程度である。したがって、安価な小型の雑貨類（例えば食器など）の品揃えを充実させた。

E地域では共同住宅が圧倒的であるために、観葉植物関連商品の品揃えを充実させた。

※ GISレポート数の制限

月間のGISレポートのダウンロード数は、全利用者を含わせて30ファイルに制限されています。したがって、ダウンロード数が多数になった月は使用不可になる場合があります。また、多くの方にご利用いただくため、1事業所当たり月1回までのご利用にご協力ください。

専門家への相談

「専門家に相談する」とは、「商圈を自分で分析する」（GIS WEBサービス）以上のより詳しい内容を分析したいときに利用できるサービスです。

● 相談方法は

「商圈分析しらべ隊」から「専門家に相談する」を選び、「商圈分析専門家相談フォーム」に必要事項を記入します。そのうえで、原則として指定日時に海老名商工会議所に来られて直接に話し合います。その場で、相談結果をお渡しできることもあります。原則としては後日回答を送付することになります。

● 専門家とは

海老名商工会議所の経営指導員が担当しますが、内容によっては外部の専門コンサルタントが回答を作成することもあります。

● より詳しい内容とは

商圈の設定条件、年齢分布区分、消費支出区分などのより詳細なデータを駆使した分析が可能です。次に各分析データを説明します。

① 商圈の設定条件

GISレポートでは、中心地から円形の地域を商圈として設定するのみですが、専門家への相談では、徒歩、自転車、車両での時間到達範囲で設定することが可能になります。



専門家への相談

② 年齢分布区分

GISレポートでは年齢分布は8区分ですが、専門家への相談では18区分に細分化されます。

年齢18区分の結果例

	男	
	実数	構成比
85歳以上人口	57	0.46%
80～84歳人口	102	0.82%
75～79歳人口	154	1.23%
70～74歳人口	220	1.76%
65～69歳人口	289	2.31%
60～64歳人口	372	2.97%
55～59歳人口	343	2.74%
50～54歳人口	378	3.02%
45～49歳人口	540	4.32%
40～44歳人口	634	5.07%
35～39歳人口	630	5.04%
30～34歳人口	593	4.74%
25～29歳人口	446	3.56%
20～24歳人口	304	2.43%
15～19歳人口	270	2.16%
10～14歳人口	276	2.21%
5～9歳人口	310	2.48%
0～4歳人口	355	2.84%

③ 商圈内の事業所数

GISレポートでは商圈内の事業所数は調べられませんが、専門家への相談では業種別など区分した事業所数データ入手できます。

事業所数の結果例

事業所数			
事業所数	業種別	買回り品	107 64.8%
		最寄品	53 32.1%
		各種商品	1 0.6%
		その他	4 2.4%
	産業別	織物・衣服・身回品	54 32.7%
		飲食品	43 26.1%
		自動車・自転車	5 3.0%
		家具・什器・機械器具	9 5.5%
		その他の小売業	54 32.7%
	業態別	百貨店	0 0.0%
		総合スーパー	1 0.6%
		専門スーパー	8 4.8%
		コンビニエンスストア	6 3.6%
		ドラッグストア	1 0.6%
		その他のスーパー	20 12.0%
		専門店	107 64.1%
		中心店	24 14.4%
		その他の小売店	0 0.0%

専門家への相談

④ 就業者数

GISレポートでは商圈内の就業者のデータは入手できませんが、専門家への相談では就業者のデータの入手が可能です。

就業者の結果例

		15分商圈		30分商圈	
		実数	構成比	実数	構成比
就業者総数					
就業者の結果例	第1次産業	21	0.3%	258	0.8%
	農業	20	0.3%	255	0.8%
	林業	0	0.0%	1	0.0%
	漁業	1	0.0%	2	0.0%
	第2次産業	1,700	24.5%	7,399	24.4%
	鉱業採石業砂利採取業	0	0.0%	4	0.0%
	建設業	307	4.4%	1,635	5.4%
	製造業	1,389	20.0%	5,755	18.9%
	第3次産業	5,005	72.1%	21,706	71.5%
	電気ガス熱供給水道業	28	0.4%	107	0.4%
	情報通信業	431	6.2%	1,482	4.9%
	運輸業郵便業	313	4.5%	2,020	6.6%
	卸売業小売業	988	14.2%	4,615	15.2%
	金融業保険業	216	3.1%	805	2.7%
	不動産業物品賃貸業	183	2.6%	698	2.3%
	学术研究専門技術サービス業	548	7.9%	1,913	6.3%
	宿泊業飲食サービス業	340	4.9%	1,583	5.2%
	生活関連サービス娯楽業	194	2.8%	910	3.0%
	教育学習支援業	377	5.4%	1,523	5.0%
	医療福祉	670	9.7%	2,711	8.9%
	複合サービス事業	18	0.3%	126	0.4%
	サービス業	431	6.2%	2,150	7.1%
	公務	263	3.8%	1,068	3.5%
	分類不能の産業	216	3.1%	1,017	3.3%

⑤ 消費支出区分

GISレポートでは商圈内の世帯当たりの消費支出区分は、12分類の食料支出額、住居費、光熱費など21区分ですが、専門家への相談では619区分の消費支出のデータの入手が可能です。

したがって、自社・自店の業種・業態に合致した商圈内の世帯当たり

専門家への相談

の消費額を調べることが可能となります。

消費支出額の結果例

マーケットサイズ(一世帯当たり消費金額)				
	15分商圏		30分商圏	
	実数(千円)	構成比	実数(千円)	構成比
生うどん・そば	2	3.1%	2	3.2%
食パン	7	10.7%	7	10.8%
他のパン	15	21.9%	15	22.0%
調理パン	5	7.8%	5	7.7%
めん類	12	18.3%	13	18.4%
生うどん・そば	2	3.1%	2	3.2%
乾うどん・そば	2	2.9%	2	2.9%
スパゲッティ	1	1.3%	1	1.4%

⑥ 特定階層の世帯の居住地域

専門家への相談では、年齢階層、世帯人数、年収、貯蓄額などの特定階層の世帯が海老名市内のどの地域に居住しているかが分かります。したがって、出店候補地域の選定や折り込みチラシの有効な配布地域を知ることができます。

0～9歳が多く居住している地域例



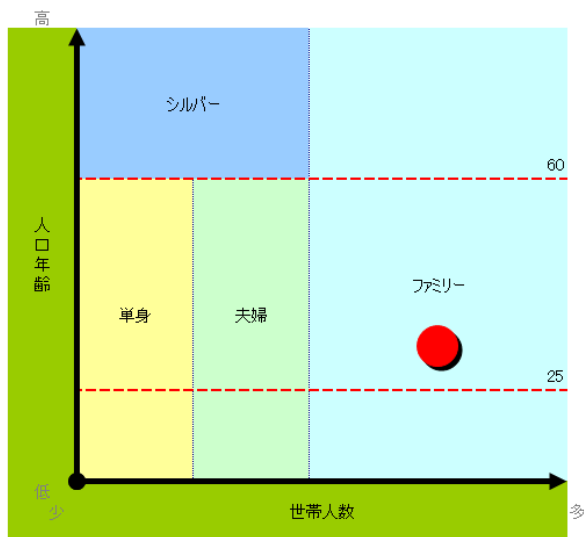
専門家への相談

⑦ その他の調査データの入手

上記の①～⑥の各種商圈データ以外にも、専門家が調査分析できる事柄は多数あります。例えば、次のようなものです。

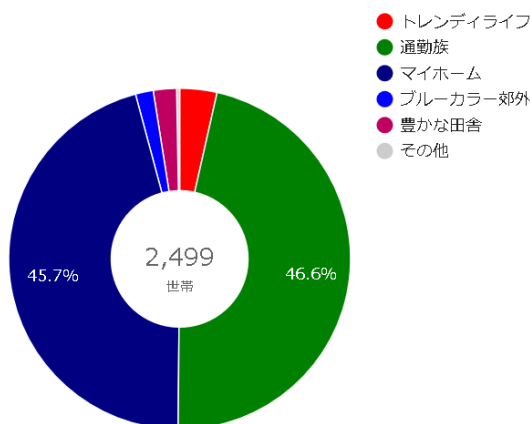
- （同業種の）既存の競合店の商圈内情報

- 小学校毎の学区内の住民特性（年齢区分別人口、年収分布、住宅区分など）
- 他の地域と比較した場合の当店の商圈の特徴（右図は例示）



- 商圈内世帯のライフスタイル別の比率（右図は例示）

神奈川県海老名市国分南3丁目4-10



事例紹介

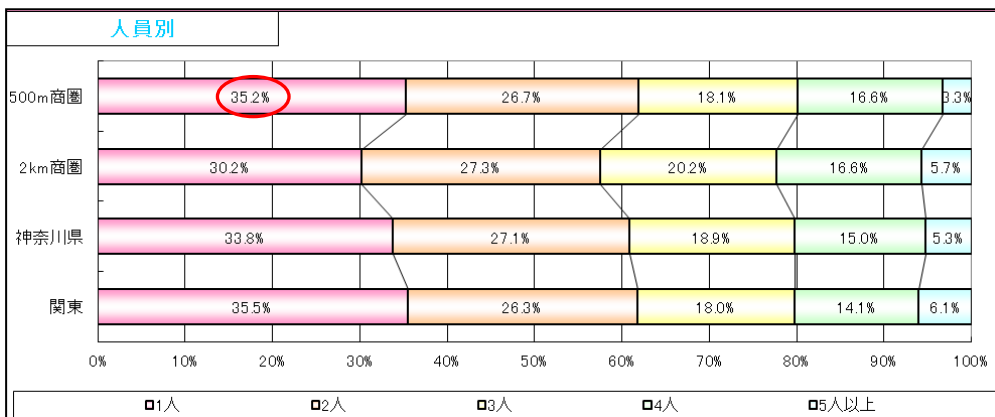
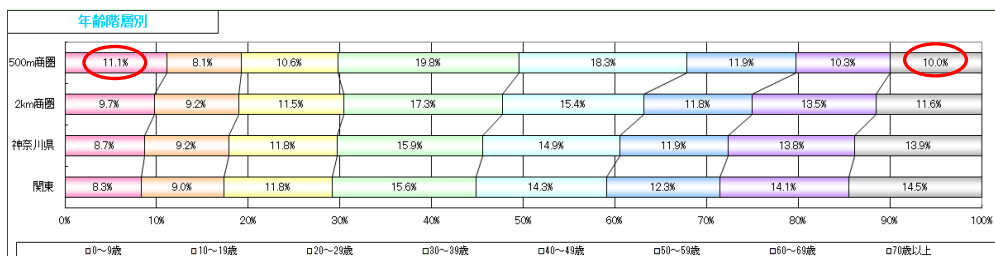
本システムを使った役立つ事例を以下に紹介します。

【商圈を自分で調べる】

① 自店の商圈内には、どのような人たちが住んでいるのか調べたい



「商圈しらべ隊」に入って、「GIS WEBサービス」から自店の商圈のWEBレポートをダウンロードする。



自店の1次商圈内（半径500m）には、0～9歳人口が多く、高齢者が他に比べて少ない。また、単身世帯も比較的多い。したがって、学齢期を対象とした業種、あるいは単身者を対象とした商品・サービスに適しているといえる。

事例紹介

② 自店の商圏内住民の消費は、どのような傾向なのか調べたい



「商圏しらべ隊」に入って、「GIS WEBサービス」から自店の商圏のWEBレポートをダウンロードする。

マーケットサイズ(一世帯当たり消費金額)					
		500m商圏		2km商圏	
		実数(千円)	構成比	実数(千円)	構成比
食料		714	25.0%	727	24.9%
	穀類	59	8.2%	61	8.3%
	魚介類	54	7.6%	56	7.7%
	肉類	55	7.7%	57	7.9%
	乳卵類	30	4.1%	30	4.2%
	野菜・海藻	81	11.3%	83	11.4%
	果物	29	4.1%	30	4.1%
	油脂・調味料	28	3.9%	29	4.0%
	菓子類	65	9.0%	66	9.1%
	調理食品	83	11.7%	84	11.6%
	飲料	41	5.8%	42	5.7%
	酒類	29	4.0%	29	4.0%
	外食	162	22.7%	161	22.1%
住居		260	9.1%	257	8.8%
光熱・水道		175	6.1%	180	6.2%
家具・家事用品		103	3.6%	106	3.6%
被服及び履物		149	5.2%	152	5.2%
保健医療		131	4.6%	135	4.6%

自店の1次商圏内（半径500m）では、世帯当たりの年間食料消費額は714千円であり、その中でも年間外食費は162千円であり、最大の消費額である。したがって、世帯数（例 1,415）を乗ずると、外食費のマーケットサイズは229百万円となる。

$$162 \text{ 千円} \times 1,415 = 229 \text{ 百万円}$$

事例紹介

【専門家に相談する】

- ③ 海老名駅前新たに中華料理店を開業したい。そのために日本政策金融公庫の事業計画にある売上計画をしっかりと作りたい



「商圈しらべ隊」に入って、「商圈分析専門家相談フォーム」に必要な事項を記入した上で、商工会議所に出向き経営指導員に詳しく相談します。お聞きする内容は次のような事柄です。（分かる範囲で答えてください）

- ・ 開業予定の立地、開業時期
- ・ 席数、店舗の特徴
- ・ 予定メニュー
- ・ 設定する1次商圈、2次商圈の範囲（徒歩、車、自転車）
- ・ 想定する競合店
- ・ その他事項（希望する売上規模、開業資金調達方法など）

専門家は、潜在的な中華料理店の需要データを取得し、競合店情報を入手した上で、開業当初と軌道に乗った後の売上予測を行います。

その結果をまとめ電子メールなどで送付します。

- ④ 学習塾事業で経営革新の申請を考えている。申請書に記述する市場規模の推定を行いたい。また、学習塾の業界動向を知りたい



「商圈しらべ隊」に入って、「商圈分析専門家相談フォーム」に必要な事項を記入した上で、商工会議所に出向き経営指導員に詳しく相談します。お聞きする内容は次のような事柄です。（分かる範囲で答えてください）

- ・ 経営革新に当たる新規事業の内容

事例紹介

- ・ 設定する1次商圈、2次商圈の範囲（徒歩、車、自転車）
- ・ 想定する競合店
- ・ その他事項（自店の強み、既存事業の状況など）

専門家は、潜在的な学習塾の需要データを取得し、新規事業の市場規模を推定します。

また、学習塾の業界動向を各種の公開された資料等を参考にして調査します。

その結果をまとめ電子メールなどで送付します。

⑤ ペット用品の店を運営しており、半年後に同用品のネットショップも運営したい。今後期待できる売上を予測したい



「商圈しらべ隊」に入って、「商圈分析専門家相談フォーム」に必要な事項を記入した上で、商工会議所に出向き経営指導員に詳しく相談します。お聞きする内容は次のような事柄です。（分かる範囲で答えてください）

- ・ 現事業（店舗販売）の売上状況および商圈状況
- ・ 商品メニュー、平均単価など
- ・ 開設するネットショップの形態（自社サイトかショッピングサイトかなど）
- ・ その他事項（希望するネットショップの売上規模など）

専門家は、潜在的な全ペット用品の需要データを取得し、その中での平均的なネットショッピング比率を推定することで、潜在的なネットショッピングによるペット用品需要予測を推定します。

さらに、サイトの目標とする月間アクセス数、コンバージョン率、購入単価を設定することで、ネットによる売り上げの予測を行います。

その結果をまとめ電子メールなどで送付します。

Q&A集

Q1 海老名商工会議所の会員ではありませんが、商圈分析システムは利用できますか。

(回答)

利用できます。特に新規開業希望者は会員ではないことが多いこともあり、会員外でも利用することを歓迎します。また当会議所では今後、会員になっていただけるようにお勧めします。

Q2 海老名市外域の商圈分析は可能ですか。

(回答)

残念ながら、海老名市外のデータは入手できません。ただし、店舗が海老名市内にあり、その商圈が市外にまで広がっていることがあり得ますので、その場合は市外のデータが含まれます。

Q3 専門家に相談する際には、海老名商工会議所に出向くことは、勤務時間的に難しいのですが、出向かなくても相談できますか。

(回答)

面談の形式で詳細をお聞きすることで、よりご要望に沿った回答ができると考えています。ただし、来所されることが困難な場合は、電話での相談、電子メール等での相談に応じます。

Q4 相談してから、回答が返信されるまでの時間はどれほど要しますか。

(回答)

極力早めに回答することを目指していますが、様々な事情で遅れることがあり得ます。特に、外部の専門コンサルタントに回答作成を依頼する場合は、より時間を要すると考えられます。できれば1週間以内の回答を心がけます。

Q5 商圈の設定の方法が良く分かりません。

(回答)

Q&A集

業種によって異なりますが、飲食店であれば、1次商圈は徒歩圏で10～15分程度、2次商圈は自転車で10～15分程度を設定する場合があります。また、車で来店する割合が高い店の場合は、より広い商圈を設定します。いずれにせよ、試行錯誤を繰り返し、自店にあった商圈を設定すると良いでしょう。

Q6 商圈分析を行った結果、自店の潜在的な需要推定や売上予測が可能になることは理解出るのですが、そのほかに何に役立てられますか。

(回答)

例えば、チラシの配布範囲を知る、新規出店の候補地を知る、品揃え・メニューの見直し、新たな販売促進方法の検討などが考えられます。自社・自店の課題に応じて専門家が相談に応じます。

Q7 商圈分析システムに使用されているデータ類の出所は何ですか。

(回答)

各種の統計データを使用しています。例えば、国勢調査結果、業種別電話帳、総務省家計調査年報、国土交通省小学校区データなどのデータベースです。またこれらは、(株)ゼンリンジオインテリジェンス様のシステムを利用しています。

Q8 入手したデータの著作権はどのように考えれば良いですか。

(回答)

WEBレポートの地図情報には、Copyright (C) 表示がされています。したがって、当人外・社外への配布などは制限されると考えてください。不明な場合は会議所まで問い合わせ願います。

Q9 GIS WEBサービスを利用するためのIDとパスワードは、一度取得するといつまでも使用できますか。あるいは、使用に当たっての注意事項はありますか。

(回答)

Q&A集

お教えしたIDとパスワードは、原則としていつまでも使用できます。ただし、他の人には決して教えないでください。

また、同時のログイン数は20に制限されているため、混雑時はつながらない場合がございます。さらに、WEBレポートの月間ダウンロード数は総数で30という制限がありますので、月によってはダウンロードできないこともあり得ます。一事業者あたりは月に1回までのご利用にご協力ください。

Q10 専門家への相談では、商圏内の競合店の情報が得られるとのことですが、どのような情報ですか。

(回答)

複数の競合店の店名、所在地、商圏内の住民特性などが分かります。ただし、これらの競合店は法人タウンページに登録されている店であることが要件ですので、タウンページに掲載されていない競合店であればその情報自体が存在しません。

Q11 当社は雑貨類の製造販売業です。このような業種であっても利用できますか。

(回答)

製造業であっても海老名市内に顧客がいる業種であれば、有効な情報提供は可能です。ただし詳しいデータの入手は、専門家への相談に限られると思いますので、詳しい内容をお聞かせください。

Q12 ネット販売を開始したいと考えています。このような業種であっても利用できますか。

(回答)

全国を販路とするネット販売であれば、商圏分析という考え方はありませんが、対人サービス業で集客用にネット活用する場合のように、地域が限定される業種であれば、本システムでの商圏分析は可能です。また、全国を販路とするネット販売であっても、専門家に相談することで業界情報の入手や、売上増の手段提案などは可能です。

付録（小規模事業者応援隊について）

「小規模事業者応援隊」（URL：<http://ouentai.ecci.or.jp/>）には、「商圈分析しらべ隊」を含めて4つのサブサイトを用意しています。それぞれが小規模事業者にとって有意義な情報を集めていますので、ぜひ活用願います。



（本システムの利用窓口です）



経営計画を作成する上での役立つサイト（外部リンク）を集めています。



最新の補助金情報を集めています。
（外部リンク）



海老名商工会議所の「経営発達支援計画」（小規模事業者支援に係る基本計画）を公開しています。

上記の他に、J-Net21とのリンクを貼っています。
この中には、200以上の業種に区分した「業種別開業ガイド」など有意義な情報が満載です。
ぜひご利用ください。



「商圈を知って売上を伸ばす」
（商圈分析システムの紹介）

海老名商工会議所発行 2017. 1

