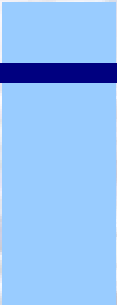




地理情報システム学会
GIS資格認定協会
第三回GIS上級技術者会議



民間企業におけるGISの活用

-GISマーケティングの今後-



株式会社JPS 平下 治

◆ マーケティングとは

マーケティングとは

企業(行政)



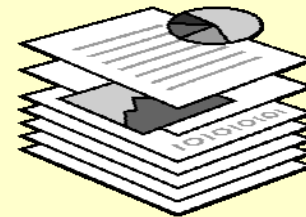
が

儲ける



為に試行錯誤して

儲ける為の “情報”



を得ること

マーケティング諸活動

ソフトウェア

データベース

- ・売上管理
- ・販売店管理
- ・顧客管理
- ・顧客分析
- ・商品管理
- ・在庫管理
- ・POSデータ管理
- ・ハフ吸引率予測
- ・売上予測
- ・売上目標値設定
- ・潜在需要測定
- ・適正販売拠点配置
- ・セールスマン適正配置
- ・適正商品構成
- ・商品アソート
- ・インストア
マーチャンダイジング
- ・販売促進計画
- ・販売店支援
- ・セールスマン支援
- ・販売拠点・出店計画
- ・既存店活性化計画
- ・広告・宣伝計画
- ・物流・配車計画
- ・etc

ビジネスソフトウェア

表計算ソフト

統計解析ソフト

CDI

Profiling Report

POS

棚割ソフト

GIS

売上予測システム

地図ソフト

物流・配車ソフト

到達距離計算ソフト

グラフ・チャート作成ソフト

データ分析・管理

インストア

地理分析

TOTALデータベース

インターデータ

本部

支店

営業所

セールス

問屋

販売店

代理店

小売店

取引店

未取引店

商品

顧客etc

地理データベース

道路

鉄道

河川

湖沼

湾岸

住宅地図

街区図

数値地図

市区町村行政界

町丁目行政界

メッシュetc

統計データベース

市区町村

町丁目

メッシュ

国勢調査・事業所統計・商業統計
家計調査・所得指標etc

ポイントデータベース

DARMS

スーパー

学校

病院

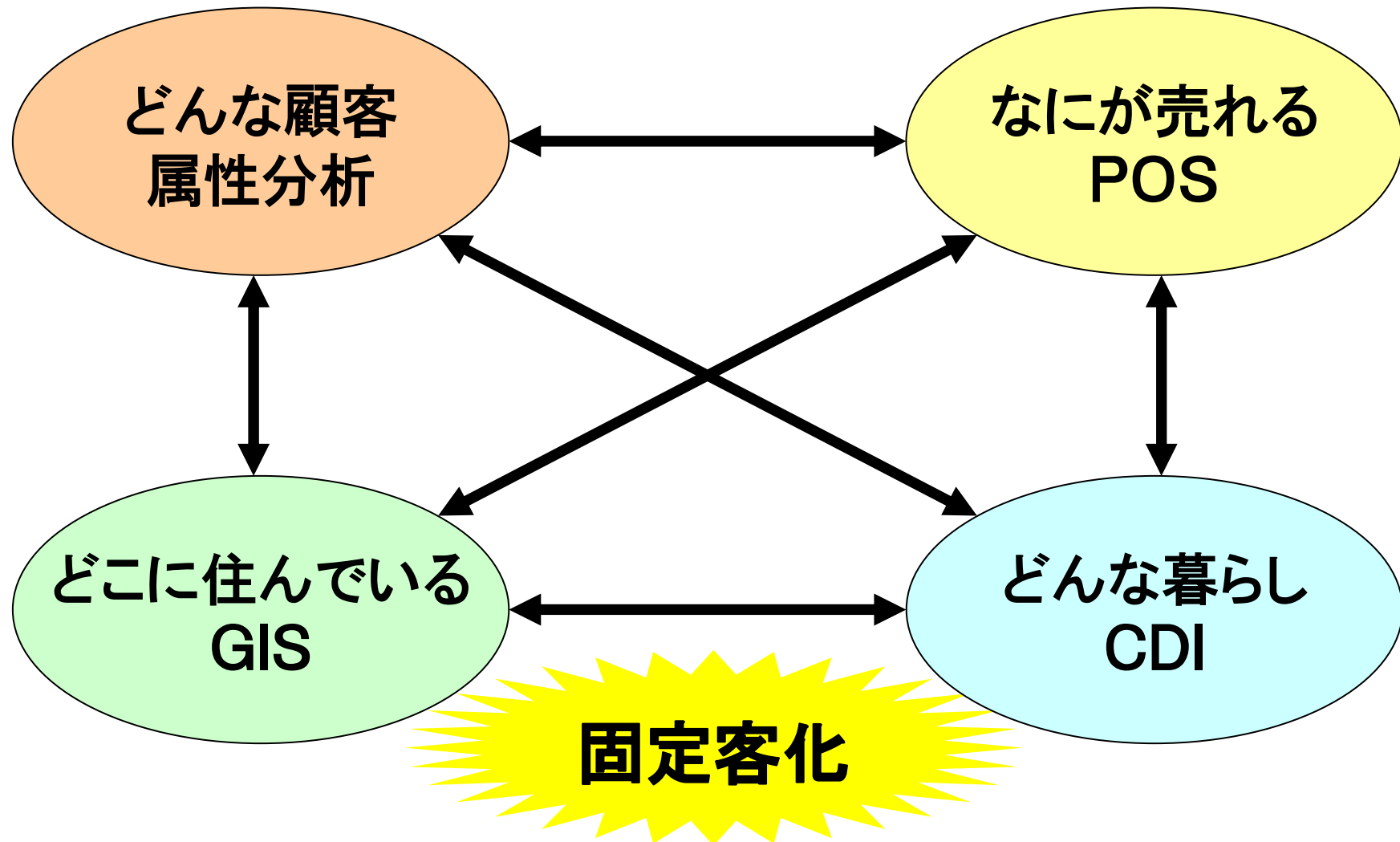
駅

NTTタウンページ

顧客

顧客を知る

どんな人が、どこに住んでいて、どんなライフスタイルをした人が
どんな商品を買っているのか？



◆ 21世紀型マーケティング

表計算ソフト

CRM

統計解析ソフト

CDI

グラフ作成ソフト

FSP

顧客管理ソフト

GIS

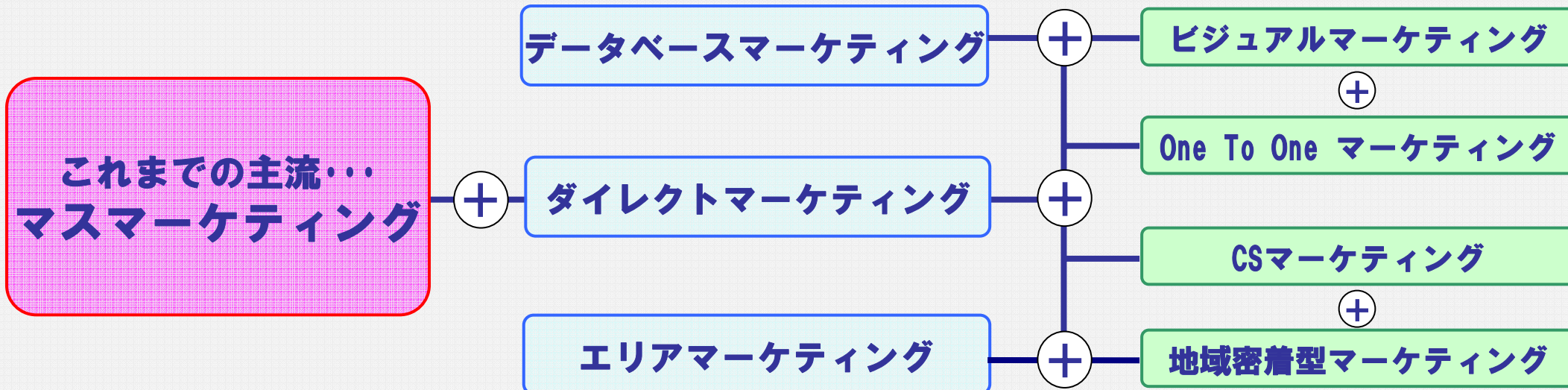
売上予測ソフト

POS分析ソフト

売上管理ソフト

エリアマーケティングにおいて **GIS** は
最適なツールとして実績を上げている。

◆ 今求められるマーケティング



地域密着型・顧客満足型・One To One・B to B・B to C・
ダイレクト・ビジュアルエリア・データベースマーケティング

要約すると・・・
GISマーケティング

◆ ビジネス(マーケティング)GISの役割



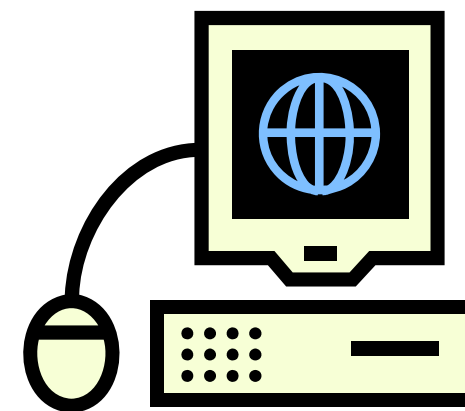
コンピュータに地図を取り込んでおいて
その上にありとあらゆる各種情報を載せて
表示するシステム

各種マーケティング諸活動支援システム

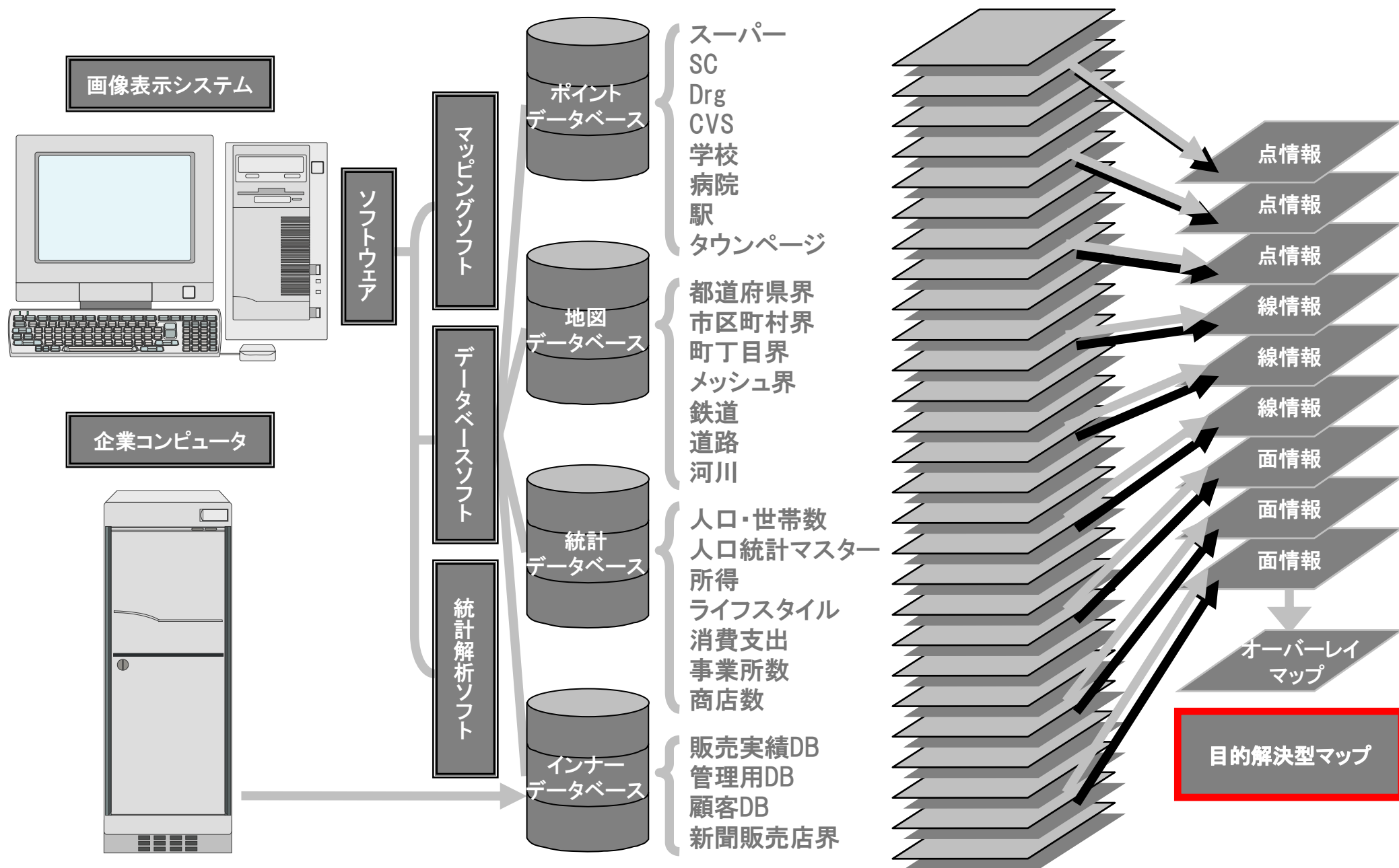
出店計画、既存店評価、
顧客情報管理、広告宣伝計画、
セールス指示システム 等



ビジネス(マーケティング)GIS



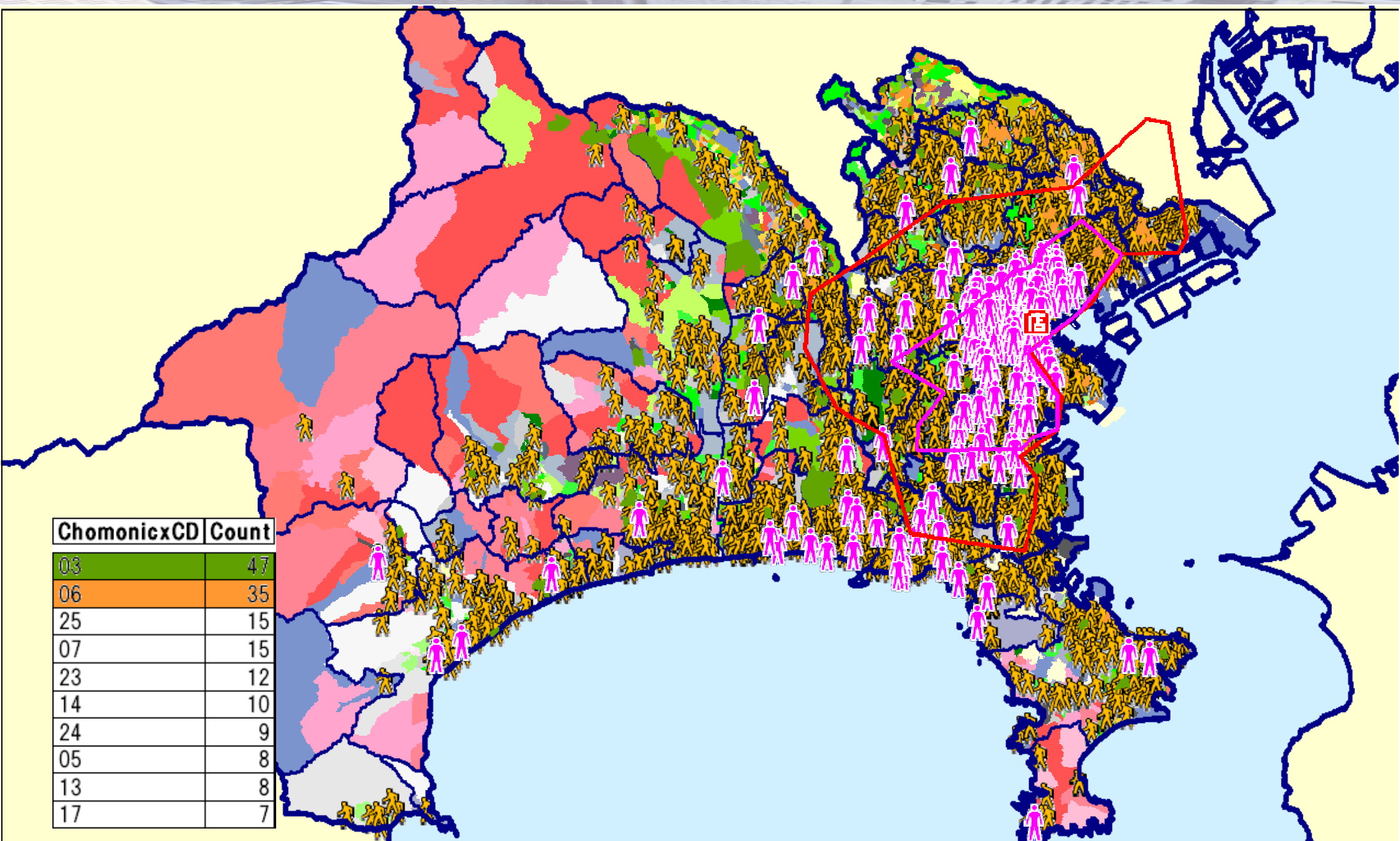
◆ ビジネス分野のGISのレイヤ構成



◆ GISは魚群探知機

JPS

ChomonicxCD	Count
03	47
06	35
25	15
07	15
23	12
14	10
24	9
05	8
13	8
17	7

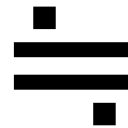
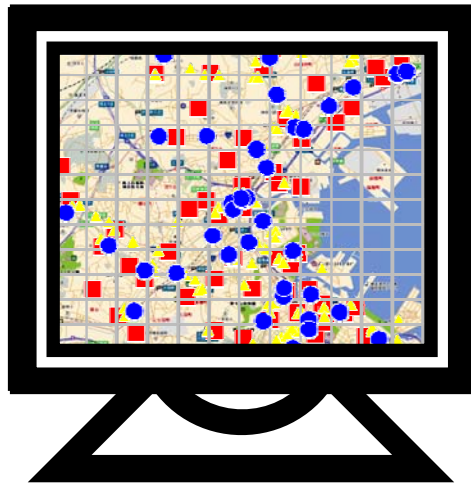


GISの役割

条件に合った顧客を見つけ出せる。
また、店舗周辺の地域状況を把握でき、
かつ同じようなエリアを見つけ出すことも
できる有効なツール。

つまり、エリアマーケティングにおける

GISとは

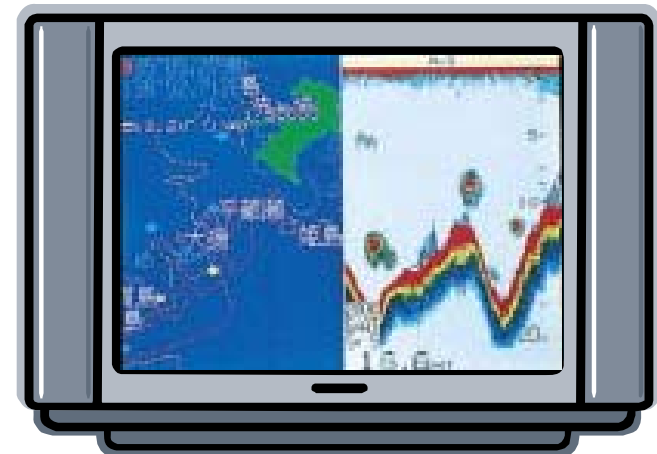


魚群探知機の役割

釣りたい魚の群れを見つけ出せる。
さらに、正確に水深や海底・湖底の状況
を把握できる有効なツール。

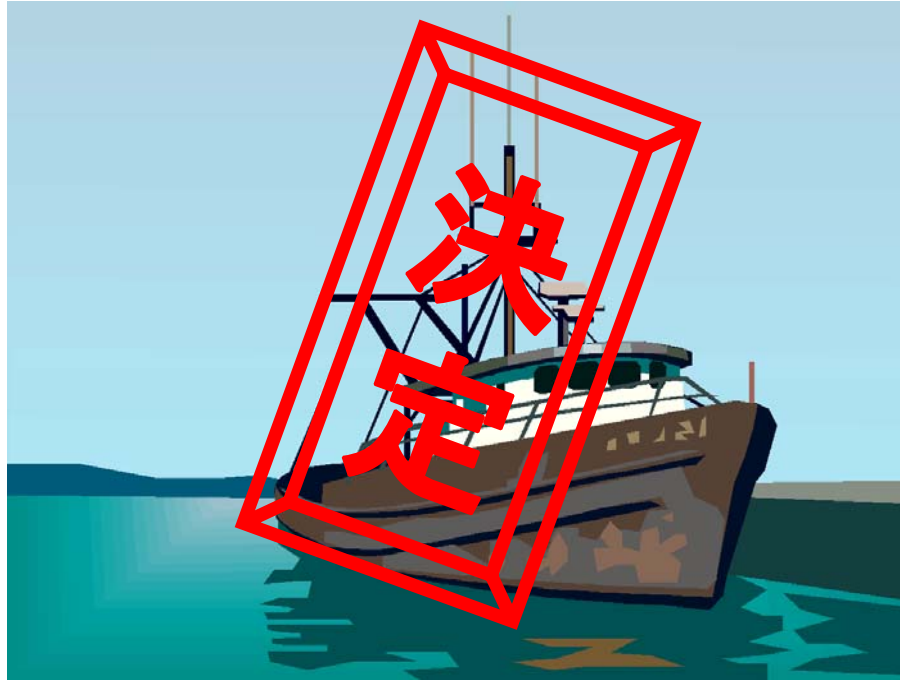
漁師にとっての

魚群探知機

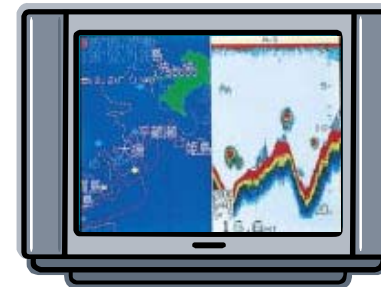


◆ あなたならどちらを選ぶ？

釣りにきたお客さん(クライアント)が、どちらの釣り船(コンサルタント)を選びますか？

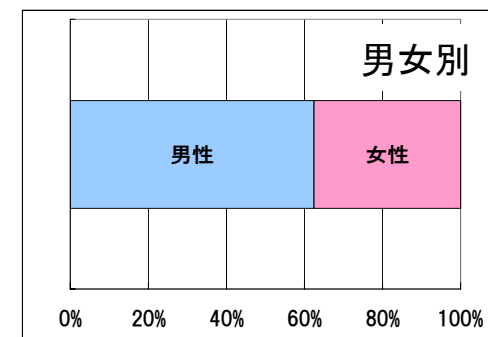
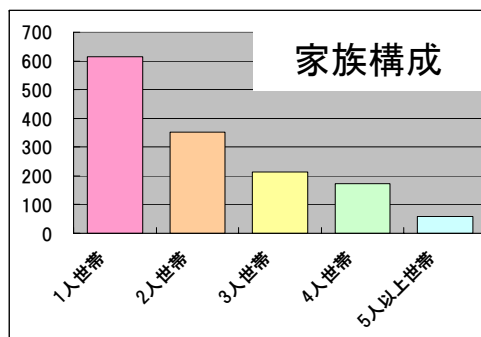
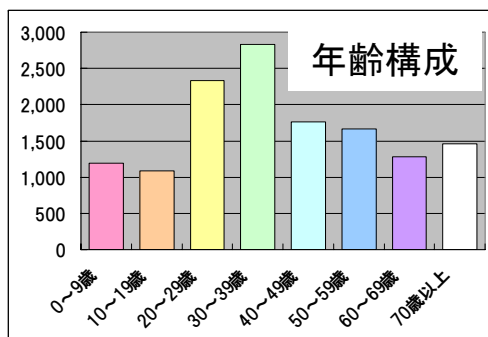
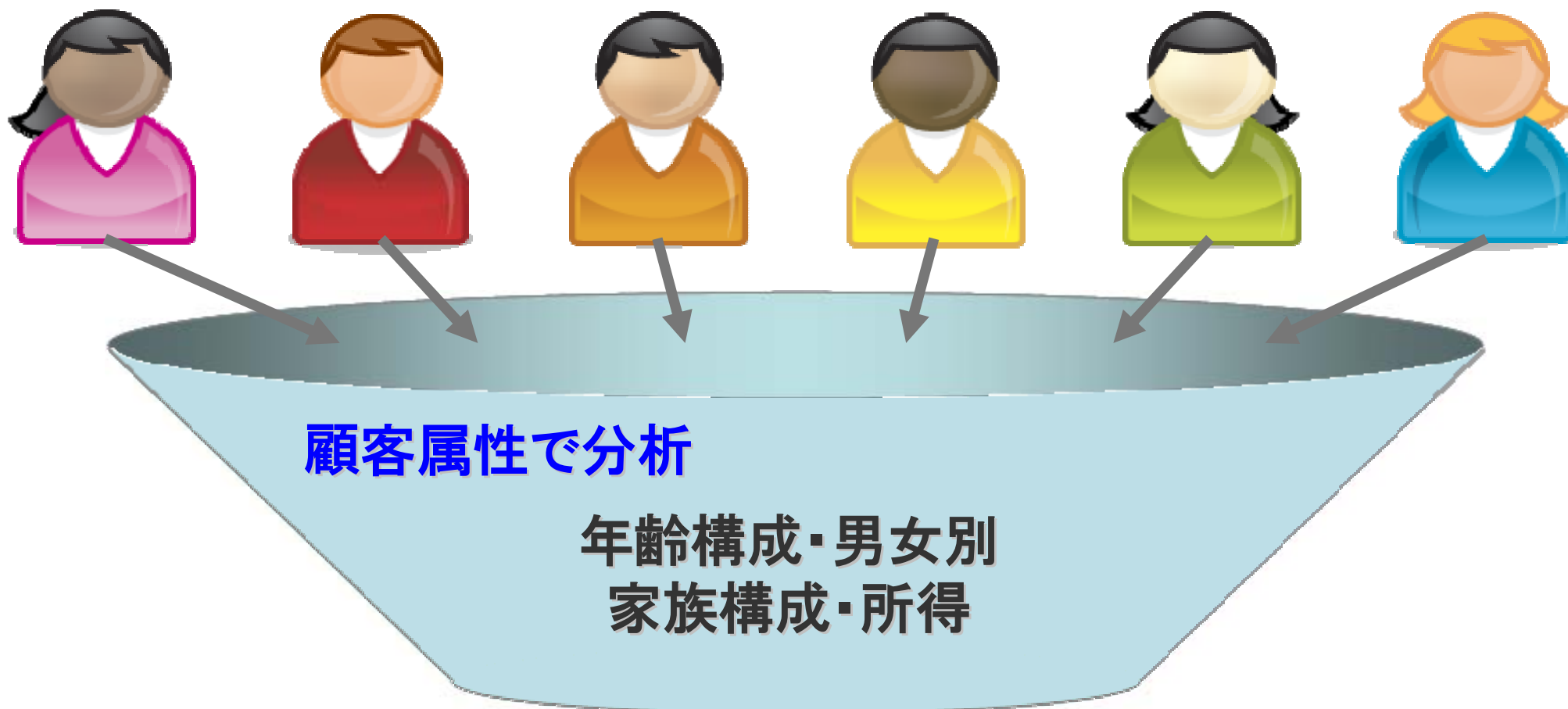


経験のある船長が魚群探知機を駆使して釣り場に向かう船

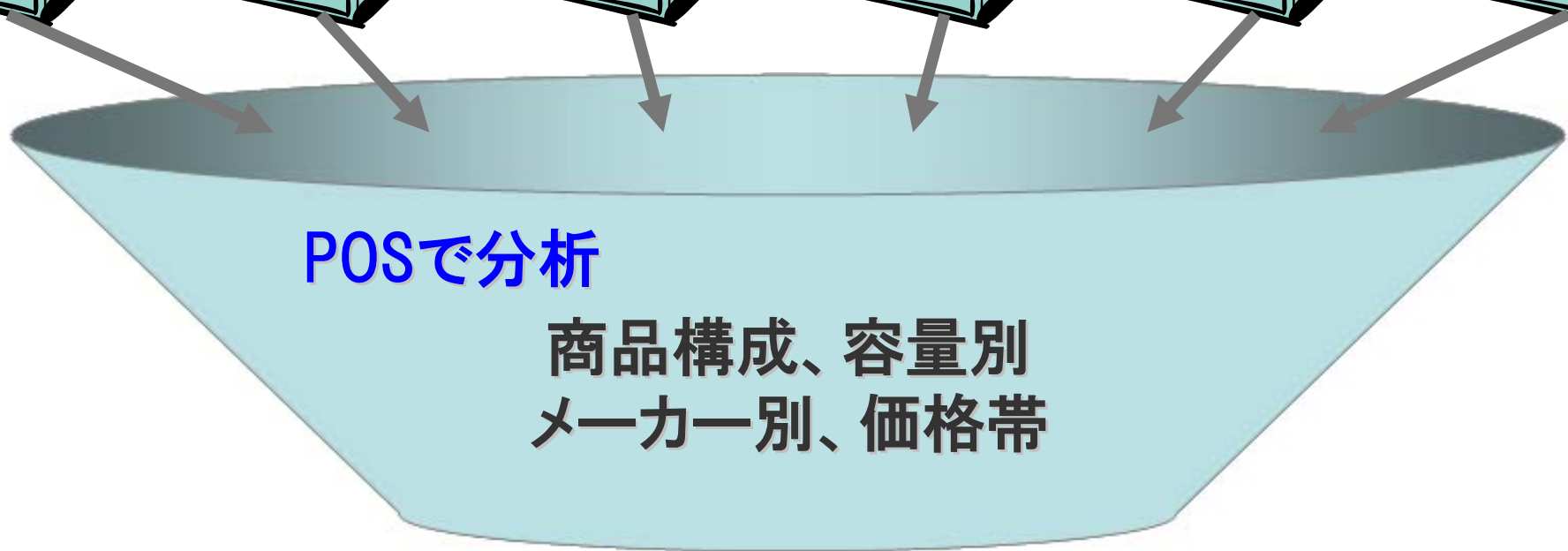


魚群探知機

◆ 自分のお客様の特性が知りたい!!

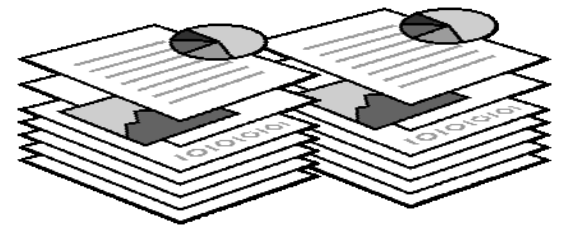
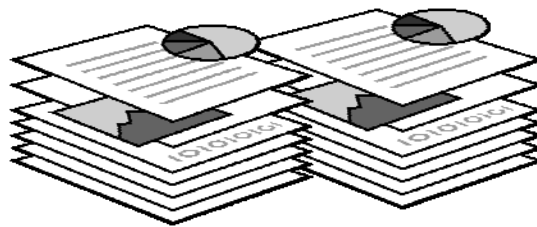
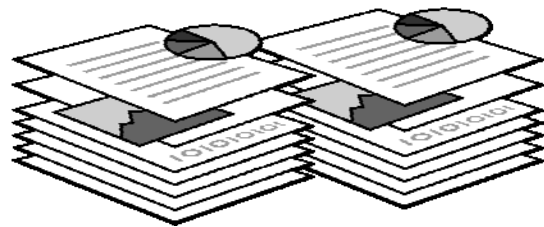


◆ お客様が「なにを好んでいるのか?」を知りたい!!

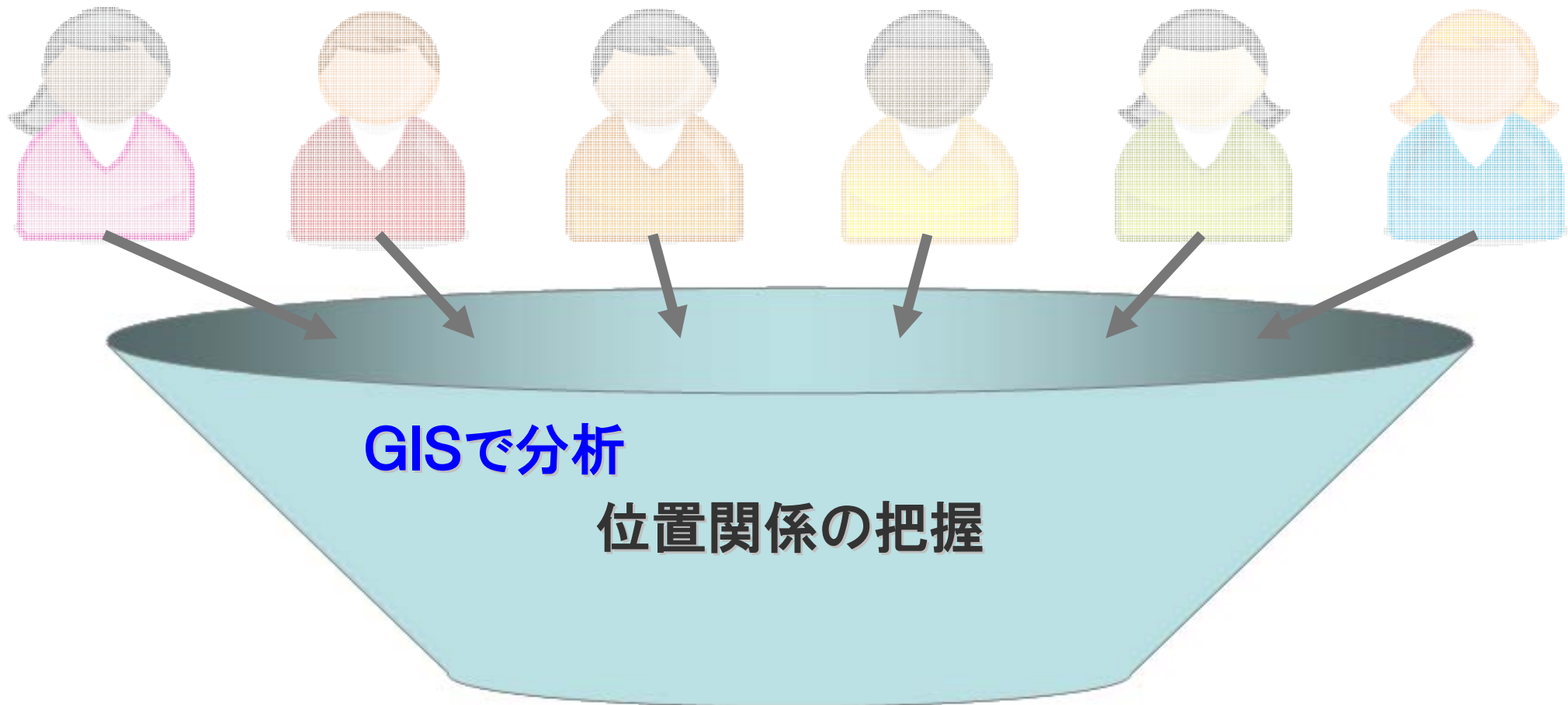


POSで分析

商品構成、容量別
メーカー別、価格帯



◆ 自分のお客様の分布を知りたい!!

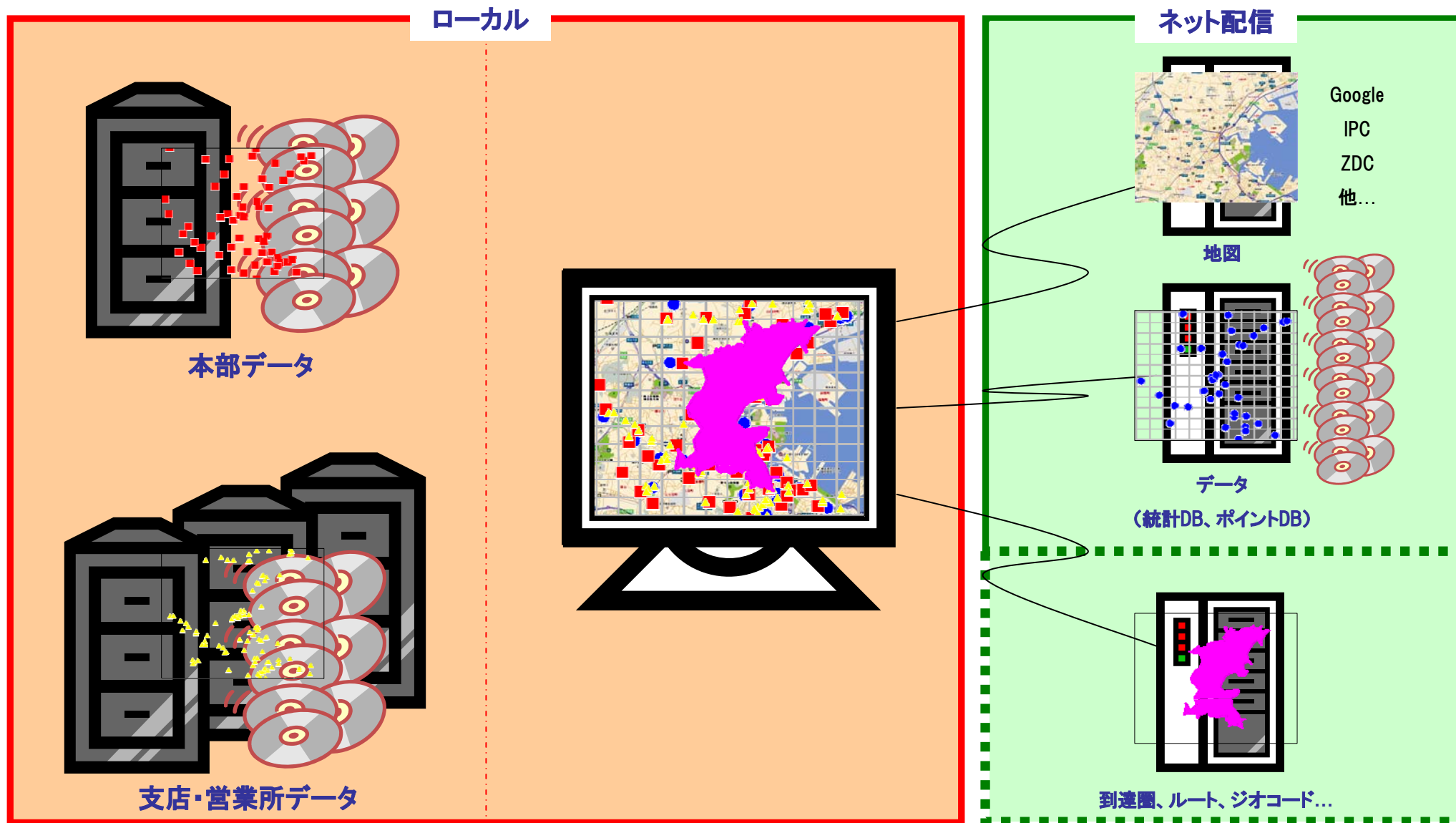


これまでの悪評の原因

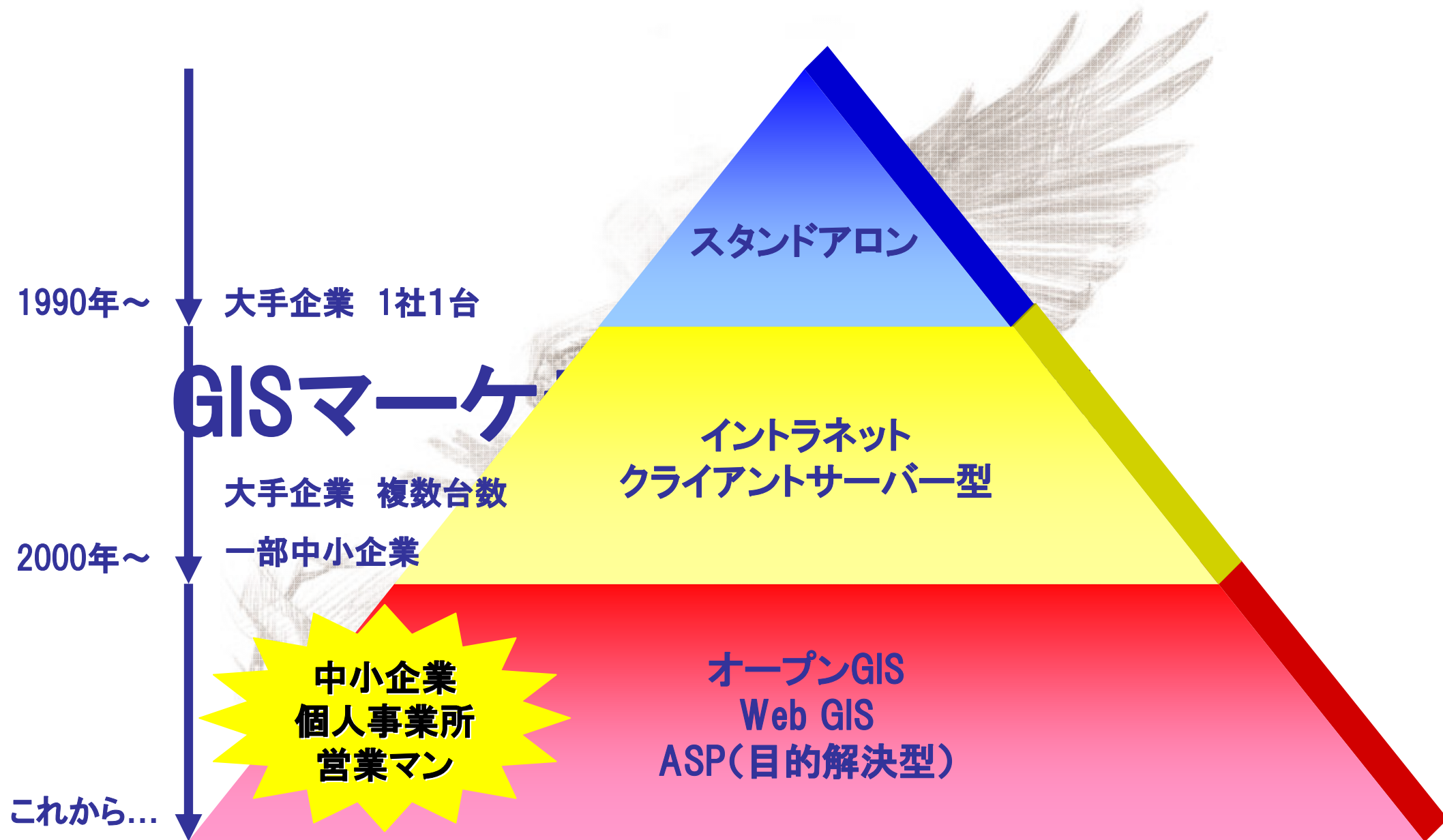


目的に合わせた
GISの構築が
されていなかった

◆ これからのGISマーケティング



◆ GIS利用の変遷



◆ わが国における“マーケティングGIS”導入実績

■主な導入・活用業種（20,000事業所 200,000セット 導入済み）

- 消費材メーカー
食品、飲料、日用雑貨、家電、化粧品、ペットフードなど
- 小売量販店
CVS、スーパーマーケット、HC、SC、百貨店、DSなど
- 生保・損保会社・共済組合
- カーディーラー・自動車メーカー
- 飲食業
ファーストフード、ファミリーレストラン、たこやき屋、喫茶店など
- 広告代理店・マーケティングリサーチ・コンサルティングなど
- 塾・音楽教室・英会話・美容室・エステサロンなど
- アミューズメント・レンタルショップ
- 公認会計士事務所・税理士・社会保険事務所など
- 葬儀会社

あなたのお店の

1. 実勢商圈を把握
2. 商圈特性を把握
3. 顧客特性を分析
4. 適正売上の把握

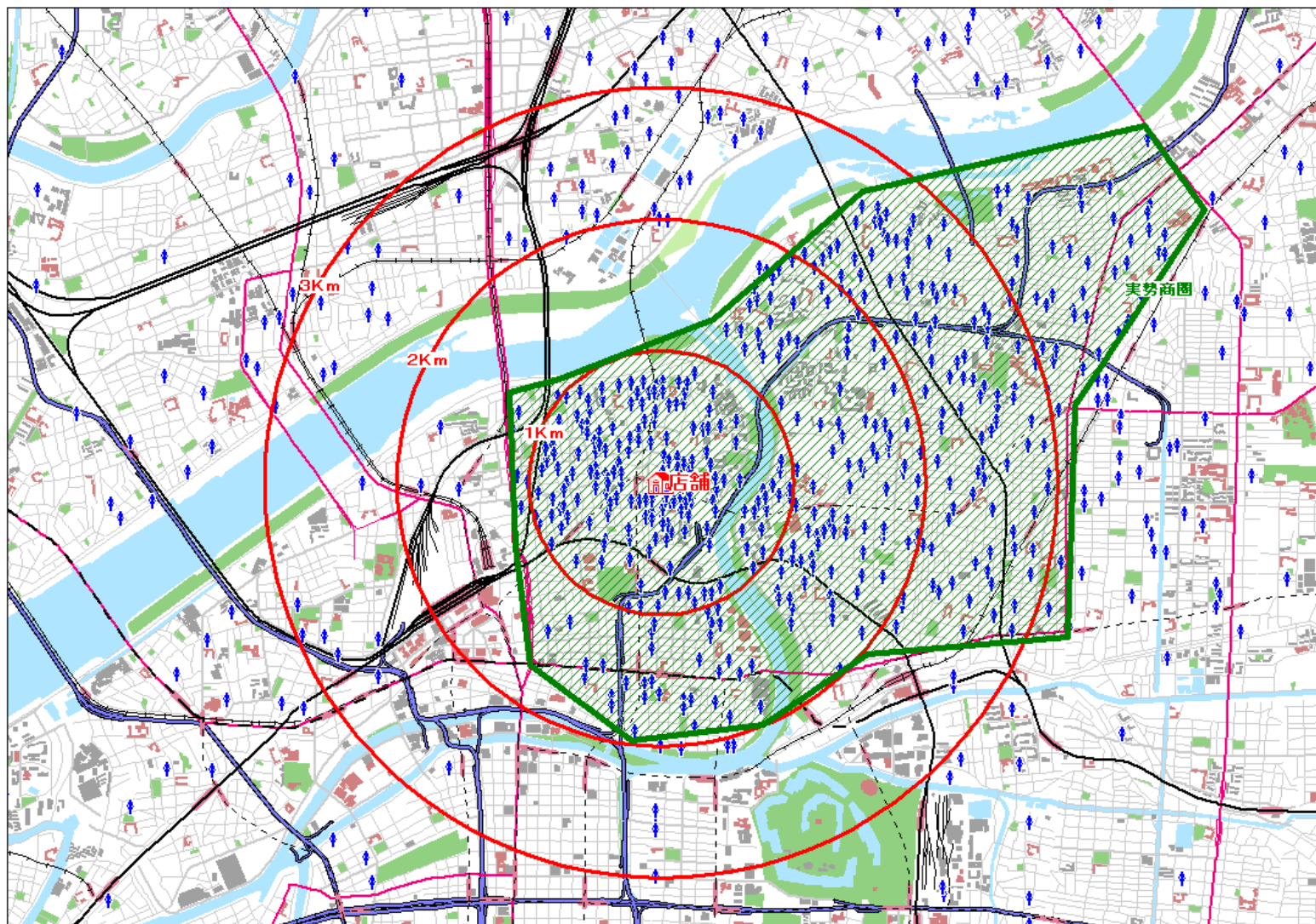
チェーン展開の企業様向け

5. 店舗別商圈データの整備
6. 店舗別ライフスタイル分析

◆ GISマーケティングのアウトソーシング5段活用

第1弾 実勢商圈を把握しませんか？

来店調査結果、カード会員データなどの住所をもとに GIS を活用して地図に表示します。
(町丁目単位での集計も行います)

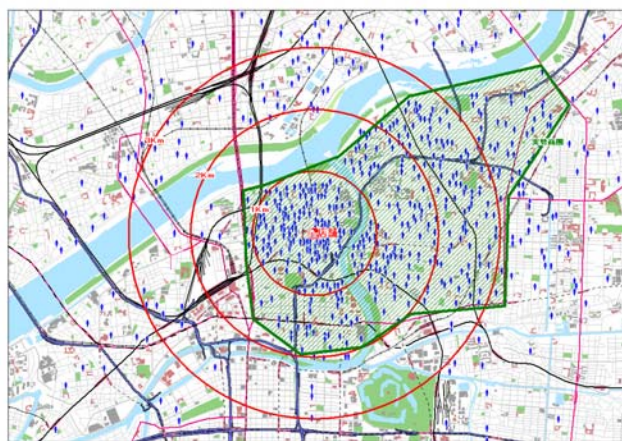


◆ GISマーケティングのアウトソーシング5段活用

第2弾 商圈特性を把握しましょう！

あなたのお店の実勢商圈内の人口、性別・年齢別人口、産業別就業者数、学齢別人口、居住形態などのデータをレポートします。

商圈地図



商圈内データ一覧(世帯数など)

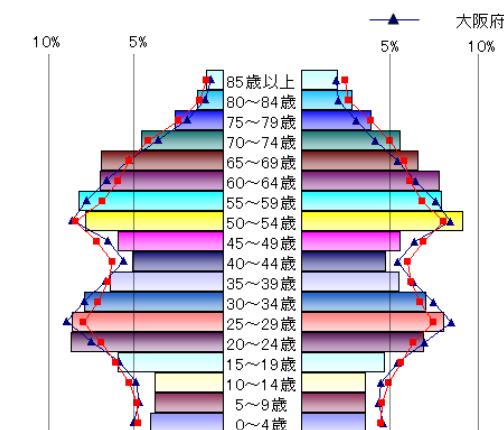
項目	一次商圈	二次商圈	全国	大阪府
世帯数	2,077	—	47,062,743	—
1人世帯	777	37.4%	2,887	33.0%
2人世帯	534	25.7%	2,418	26.7%
3人世帯	348	16.8%	1,635	18.1%
4人世帯	277	13.3%	1,363	15.1%
5人以上世帯	139	6.4%	602	6.7%
核家族世帯	1,100	53.0%	5,263	58.2%
6歳未満の1人世帯	173	8.3%	863	9.5%
65歳以上の1人世帯	653	31.4%	2,715	30.0%

商圈内データ(人口数など)

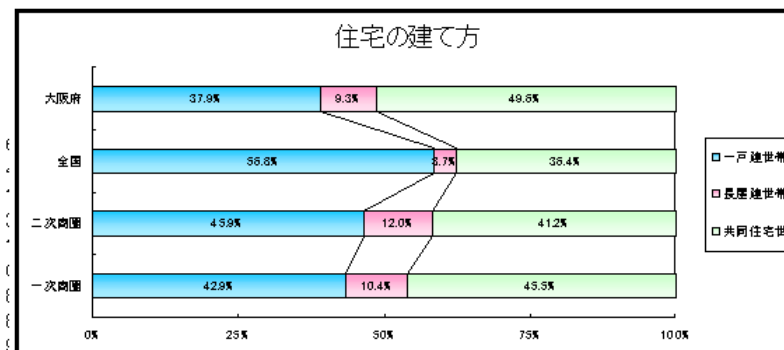
項目	一次商圈	二次商圈	全国	大阪府
人口	4,724	—	128,825,843	—
0～9歳	356	7.5%	1,845	8.8%
10～19歳	426	9.0%	1,994	9.3%
20～29歳	758	16.0%	3,425	15.8%
30～39歳	633	13.4%	2,838	13.5%
40～49歳	528	10.8%	2,340	10.9%
50～59歳	781	16.5%	3,619	16.8%
60～69歳	669	14.2%	2,585	13.9%
70歳以上	575	12.2%	2,340	10.9%
人口	2,430	—	11,062	—
0～9歳	178	7.2%	804	8.2%
10～19歳	209	8.4%	975	9.8%
20～29歳	365	15.0%	1,677	15.2%
30～39歳	307	12.6%	1,430	12.9%
40～49歳	253	10.4%	1,152	10.4%
50～59歳	417	17.2%	1,990	17.9%
60～69歳	351	14.4%	1,545	14.0%
70歳以上	352	14.5%	1,416	12.8%
一戸建て世帯	880	42.9%	4,153	45.9%
長屋建て世帯	217	10.4%	1,086	12.0%
共同住宅世帯	946	45.5%	3,721	41.2%

商圈内人口ピラミッド

商圈内人口ピラミッド(一次商圈)

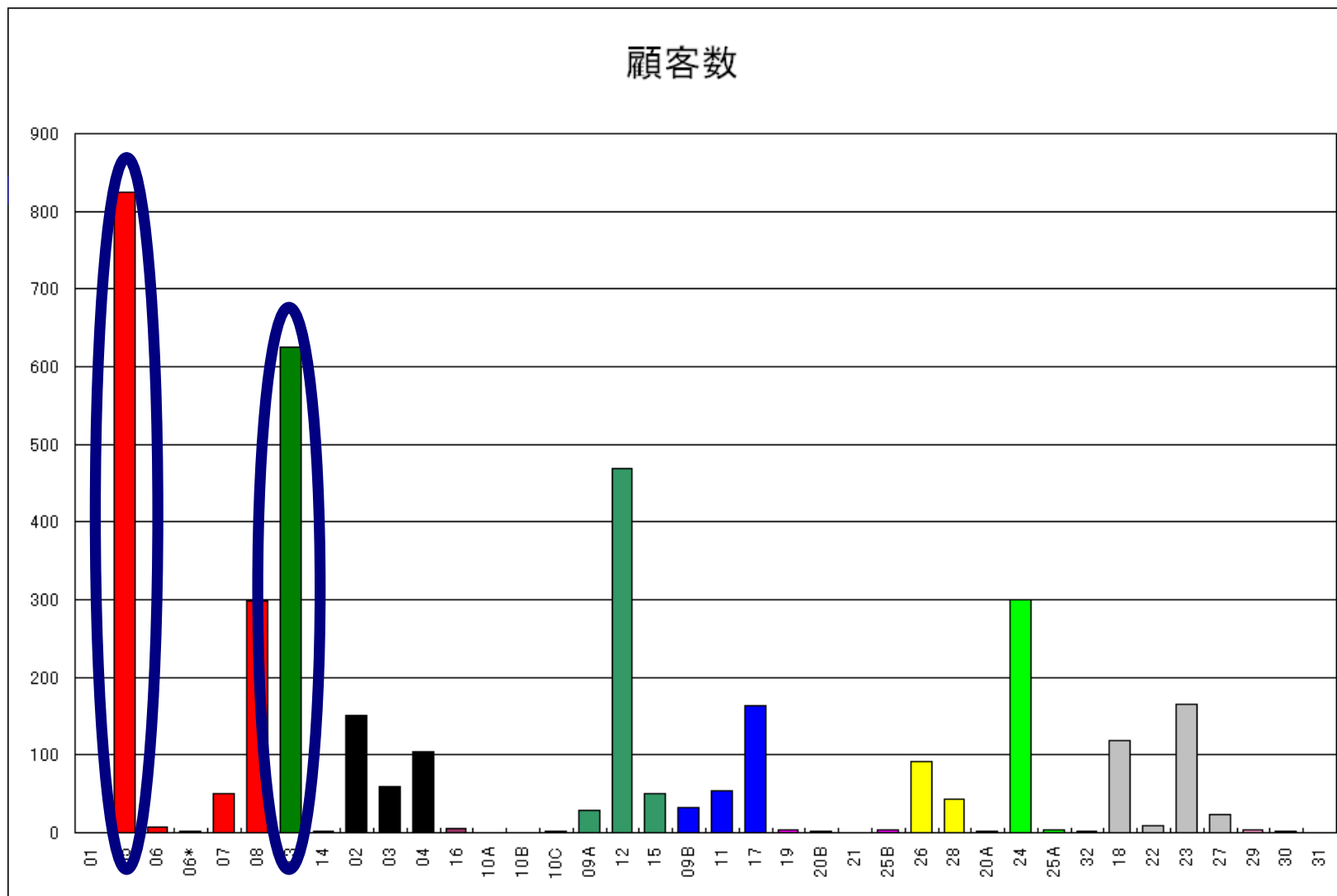


住居形態



第3弾 顧客特性分析をしませんか？

あなたのお店の顧客データの住所（〇〇市〇〇町〇丁目まで）をお預け頂ければ顧客特性分析を行えます。日本人のライフスタイルクラスターデータ（38パターン）

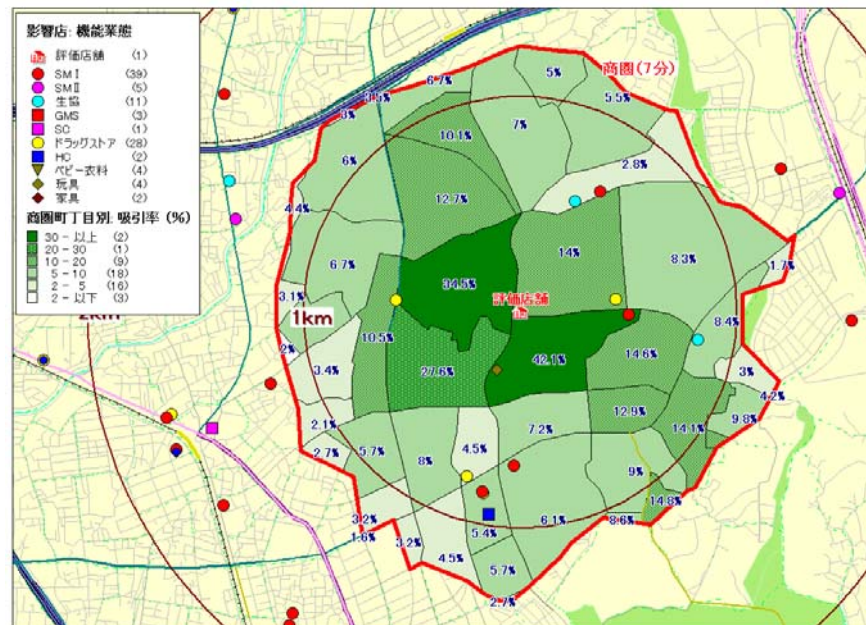


第4弾 売上予測をしませんか？

「あなたのお店は商圈に見合った売上を取れていますか？」

1. 新規出店計画の売上予測
新店を出す際に感や経験だけに頼っていませんか？
2. 既存店の売上予測
既存店の売上は適正でしょうか？
3. 競合出店対策
競合が近隣に出店してきた場合の影響は？また店舗の増床等の対策を行った際の売上見込は？

吸引率マップ



分析結果表

物件評価	評価物件 (分析評価値)	商圈分析 (SM)
1 店舗住所		
2 売場面積	1,500 m ²	(評価面積) 1,300 m ²
3 駐車台数	50 台	
4 営業時間	11.0 H	(10:00~21:00)
5 商圈人口	54,972 人	(出向人口) 6,246 人
6 商圈世帯	21,103	(出向世帯) 2,360
7 基準世帯人員	2.87 人	(世帯人数) 2.60 人
8 基準家計消費支出	796,000 円	(消費支出) 734,114 円
9 商圈内潜在需要額	15,246,035 千円	(シェア率) 11.4 %
		(坪売上/月) 367 千円
売上高予測額	1,732,297 千円	(月額) 144,358 千円

*注：推奨業種

スーパーマーケット、ドラッグストア、ホームセンター等の小売業

第5弾 店舗別商圈データを整備しませんか？

各店舗の商圈データ一覧を作成いたします。

※注：基本は円商圈で1km～5kmの任意の商圈で設定します。5km商圈以上はご相談にて対応いたします。

店舗名	人口総数	昼間人口 総数	世帯総数	人口10代	人口20代	人口30代	人口40代	人口50代	20歳以上 人口総数	65歳以上 人口総数
A店	16,337	140,271	10,599	1,994	4,614	2,521	1,800	1,843	13,453	2,004
B店	21,870	136,527	13,304	2,179	4,809	3,543	2,824	3,086	18,503	3,131
C店	4,787	418,652	2,957	162	823	1,043	594	628	4,424	1,019
D店	22,710	136,101	11,929	1,738	3,324	3,059	2,514	3,149	18,838	5,281
E店	16,001	262,288	9,388	948	2,961	2,683	1,773	2,055	13,496	3,062
.
.
.
.
Z店	29,088	140,140	20,543	2,398	6,616	4,420	2,954	3,842	22,886	3,697

データ内容 項目一覧

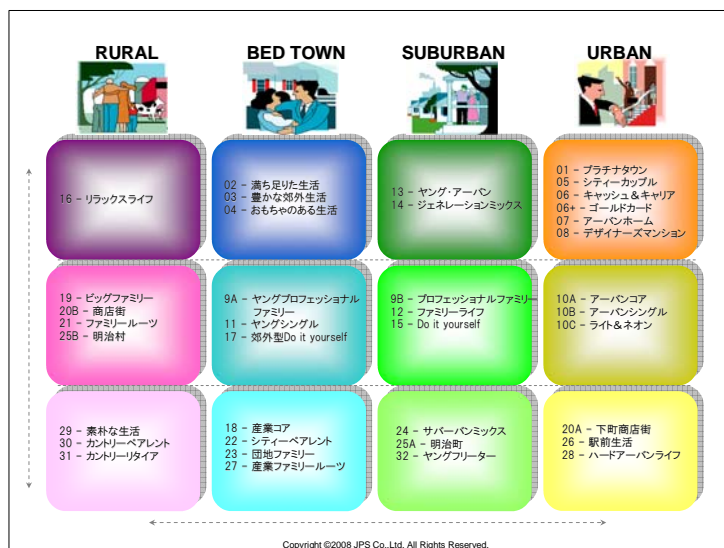
- ・人口（5歳ピッチから可能、男女別）
- ・昼間人口（男女別）
- ・世帯数
- ・年収5階層別世帯数（300万円未満、300～500万円、500～700万円、700～1,000万円、1,000万円以上）
- ・居住形態（一戸建、共同住宅、世帯人数、持家、賃貸など）
- ・産業別就業者数（一次、二次、三次産業）

国勢調査の基本データなどからお打ち合わせにより項目を選択頂けます。

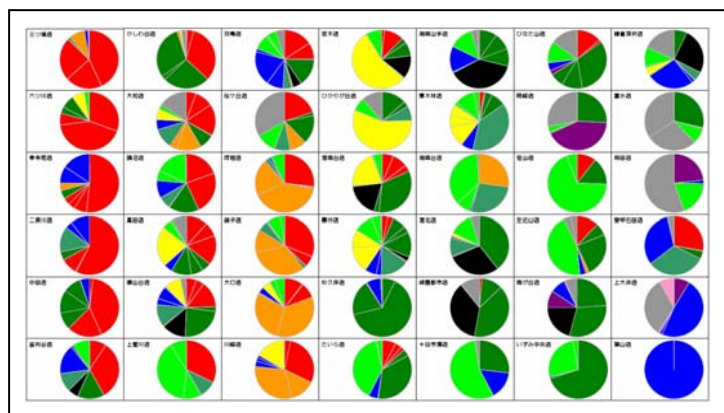
◆ GISマーケティングのアウトソーシング5段活用

第6弾 店舗別ライフスタイル分析をしませんか？

チェーン店の各店舗をライフスタイルによって分類します。
各店舗の商圈内のライフスタイルによって売れ筋商品は変わります。



01 トレンディタイプ	02 シティ・ベアレント	03 シティ・ベアレント	04 シティ・ベアレント	05 シティ・ベアレント	06 シティ・ベアレント
07 シティ・ベアレント	08 シティ・ベアレント	09 シティ・ベアレント	10 シティ・ベアレント	11 シティ・ベアレント	12 シティ・ベアレント
13 シティ・ベアレント	14 シティ・ベアレント	15 シティ・ベアレント	16 シティ・ベアレント	17 シティ・ベアレント	18 シティ・ベアレント
19 シティ・ベアレント	20 シティ・ベアレント	21 シティ・ベアレント	22 シティ・ベアレント	23 シティ・ベアレント	24 シティ・ベアレント
25 シティ・ベアレント	26 シティ・ベアレント	27 シティ・ベアレント	28 シティ・ベアレント	29 シティ・ベアレント	30 シティ・ベアレント
31 シティ・ベアレント	32 シティ・ベアレント	33 シティ・ベアレント	34 シティ・ベアレント	35 シティ・ベアレント	36 シティ・ベアレント
37 シティ・ベアレント	38 シティ・ベアレント	39 シティ・ベアレント	40 シティ・ベアレント	41 シティ・ベアレント	42 シティ・ベアレント
43 シティ・ベアレント	44 シティ・ベアレント	45 シティ・ベアレント	46 シティ・ベアレント	47 シティ・ベアレント	48 シティ・ベアレント
49 シティ・ベアレント	50 シティ・ベアレント	51 シティ・ベアレント	52 シティ・ベアレント	53 シティ・ベアレント	54 シティ・ベアレント
55 シティ・ベアレント	56 シティ・ベアレント	57 シティ・ベアレント	58 シティ・ベアレント	59 シティ・ベアレント	60 シティ・ベアレント
61 シティ・ベアレント	62 シティ・ベアレント	63 シティ・ベアレント	64 シティ・ベアレント	65 シティ・ベアレント	66 シティ・ベアレント
67 シティ・ベアレント	68 シティ・ベアレント	69 シティ・ベアレント	70 シティ・ベアレント	71 シティ・ベアレント	72 シティ・ベアレント
73 シティ・ベアレント	74 シティ・ベアレント	75 シティ・ベアレント	76 シティ・ベアレント	77 シティ・ベアレント	78 シティ・ベアレント
79 シティ・ベアレント	80 シティ・ベアレント	81 シティ・ベアレント	82 シティ・ベアレント	83 シティ・ベアレント	84 シティ・ベアレント
85 シティ・ベアレント	86 シティ・ベアレント	87 シティ・ベアレント	88 シティ・ベアレント	89 シティ・ベアレント	90 シティ・ベアレント
91 シティ・ベアレント	92 シティ・ベアレント	93 シティ・ベアレント	94 シティ・ベアレント	95 シティ・ベアレント	96 シティ・ベアレント
97 シティ・ベアレント	98 シティ・ベアレント	99 シティ・ベアレント	100 シティ・ベアレント	101 シティ・ベアレント	102 シティ・ベアレント

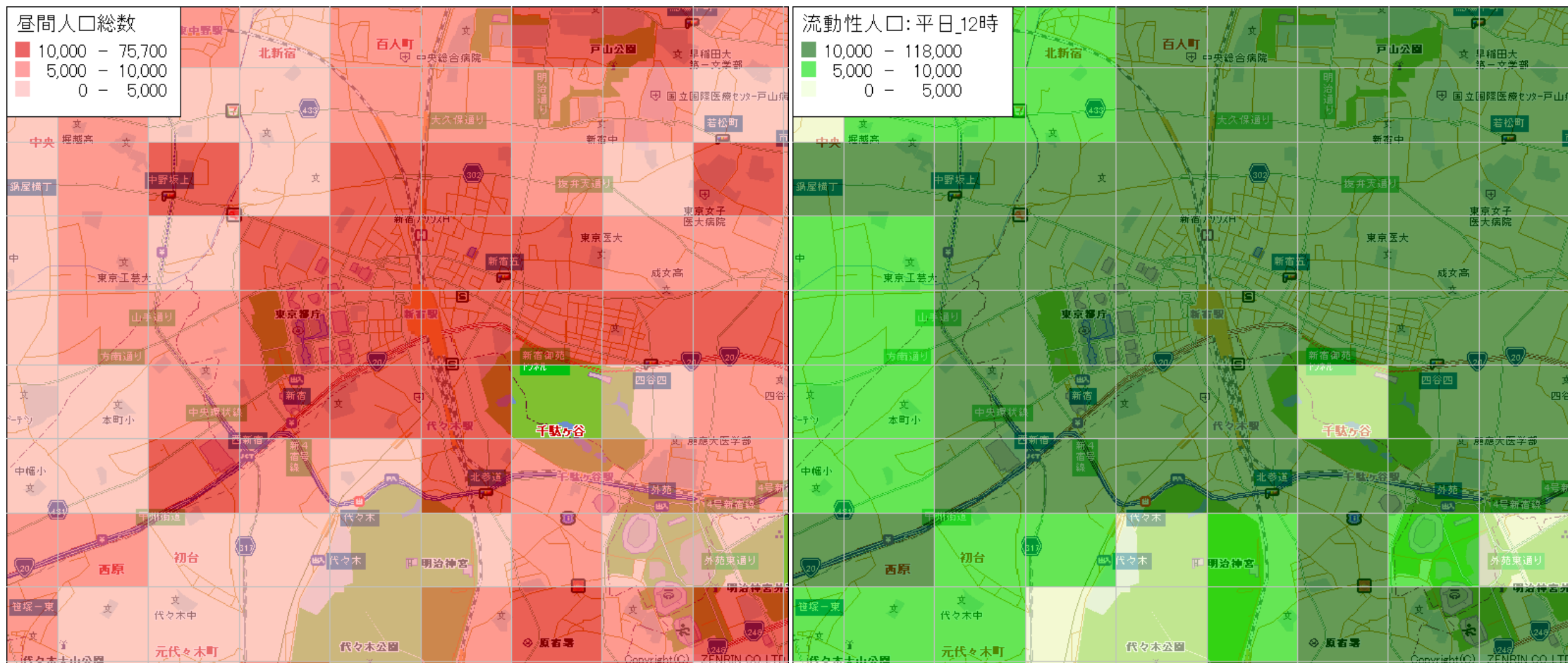


売上不振店は同じグループの繁盛店を参考に戦略を立てることを提案します。

◆ 昼間人口と流動性人口の比較

昼間人口

流動性人口



データ提供元: 株式会社Agoop
<http://agoop.co.jp/>



GISマーケティング 実践セミナー 21事例

身近な問題解決からメーカーのエリア戦略まで、21もの実践事例で解説。マーケティング担当者のみならず、マネジメント層、経営者にとっても多くの発見がある一書である。

日本加除出版 定価1,995円