

民間企業でのジオデモグラフィクスデータの 活用事例と将来展望

株式会社パスコ

システム事業部
コンサルティングサービス部

1. はじめに

■ パスコの会社概要

【創業年月】	1953年10月（今年で60周年）
【事業内容】	地理空間情報収集(測量)技術と処理技術により、国内外の官公庁・民間企業向けに地理空間情報を基軸とした新情報サービスを提供
【事業所】	本社 東京都目黒区（全国55事業所）
【代表者】	代表取締役社長 目崎 祐史
【発行株式数】	73,851,334株（1単元1,000株）
【株式上場】	東京証券取引所 市場第一部
【資本金】	87億5,848万円（2013年3月末現在）
【連結売上高】	513億円（2013年3月期）
【従業員数】	連結:2,607人、単体:1,730人（2013年3月末現在）
【グループ会社】	連結子会社24社、関連会社3社（2013年3月末現在）

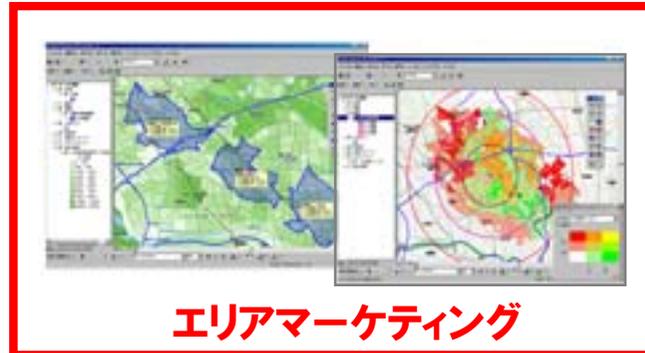
■ パスコの事業領域



地図作成



車両による高精度な計測



エリアマーケティング



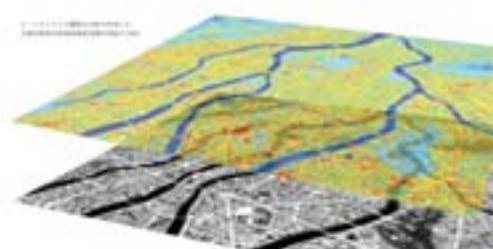
3次元データ取得



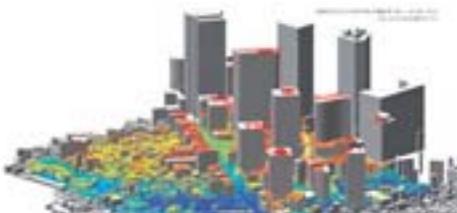
衛星、航空機、地上、船舶による地球上の計測・観測



ロジスティクス支援



環境保全支援(地表熱把握等)



シミュレーション(景観・浸水等)



広域災害発生時の緊急撮影(左:被災前/右:被災後)

防災・BCP対策支援

■ パスコが保有する技術とリソース

地理空間情報の処理・解析技術

- エリア解析・移動体(位置情報)解析技術
- 画像処理・可視化技術
- GIS(地理情報システム)技術
- 地理空間情報技術者:約1,800名(国内:1,400名、海外:400名)

地理空間情報の収集能力

- 取り扱い人工衛星・データ ⇒ 15機
- 航空測量用航空機 ⇒ 44機 (日本、アメリカ、ブラジル、ヨーロッパ等)
- 航空測量用機材 ⇒ 55台
- 計測用専用車両 ⇒ 23台
- 水域計測機材 ⇒ 37台

国内外のネットワーク

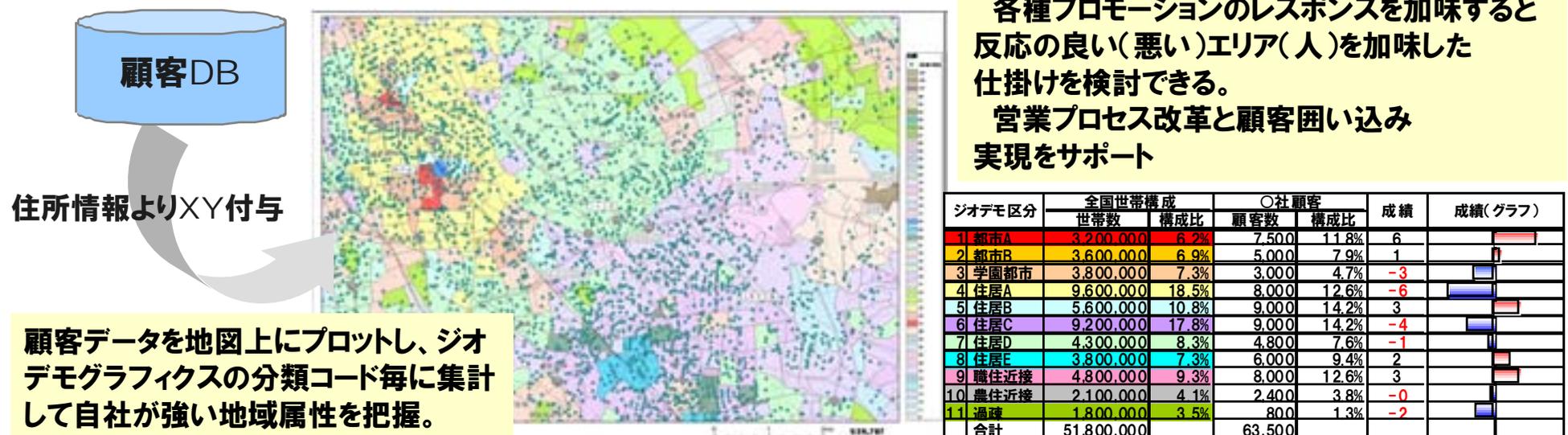
- 国内47都道府県に配置した営業拠点
- 国内8箇所、海外2箇所の生産拠点
- 欧州・アジア・南米・北米に7箇所の事業拠点

2. 民間企業におけるジオデモグラフィックスの活用事例

■ ジオデモグラフィックスの主な活用企業

- ・小売（通販、ネットスーパーを含む）
- ・金融（銀行・保険・証券）
- ・通信（ブロードバンド拡販）
- ・高級インテリア（営業支援・顧客開拓）等

■ 小売業界でのジオデモグラフィックスの活用事例



■ エリアマーケティングASP:『商圈大勝』での活用事例



商圈大勝ってなに？

商圈大勝はインターネット型の商圈分析サービスです

- 出店地検討やチラシ配布検討に必要な機能・統計情報が全てそろっている“基本サービス”
- お客さまご指定の地点で分析した結果をご提供する“レポートサービス(有料オプション)”

基本サービス

分析機能・統計情報が
すべてそろった

オールインワン
サービス



レポートサービス

より高度な分析レポートを

ご指定の地域で

オーダーいただくサービス
(有料オプション)

■ エリアマーケティングASP:『商圈大勝』での活用事例

商圈大勝 サービスメニュー

基本サービス

日本全国の様々なデータを、地域差なくご提供しているため、国内のどの地域でも自由に何度でもシームレスに分析できます。

ランキング Map

「人口が多い地域はどこ?」、「若年層が多い地域はどこ?」
国勢調査の統計情報を色分け地図で閲覧できます。

ターゲット Map

「駅から近い地域はどこ?」、「競合が少ない地域はどこ?」
条件に当てはまる地域がどこか検索できます。

地域特性 診断

「商圈内の人口、世帯数は何人くらいだろう?」
商圈内の統計情報の集計、都道府県の平均と比較ができます。

総需要 シェア 診断

「自分のお店では、シェアを何%くらい獲れているのだろうか?」
店舗の売上高を入力して、品目別の市場シェアを把握できます。

消費 支出推移

「さんま」はいつどのくらい売れるのだろうか?」
品目別に、「支出金額」、「購買頻度」、「購入単価」の時系列推移や年収や年齢による消費傾向の違いをグラフで把握できます。

販促チラシ Map

「チラシをどこに、どのくらい配布したら良いだろう?」
チラシ配布先の検討から反応率の算出まで、企業さまの販促活動をPDCAのサイクルに沿って支援します。

My ページ

「色々な設定をお気に入り登録したい。」
店舗の商圈や競合店の場所などをお気に入り登録し、あなただけの戦略情報を管理。レポートサービスにも活用できます。

■ エリアマーケティングASP:『商圈大勝』での活用事例



③ 地域特性診断

まずは、診断を行いたい **商圈を設定** します。

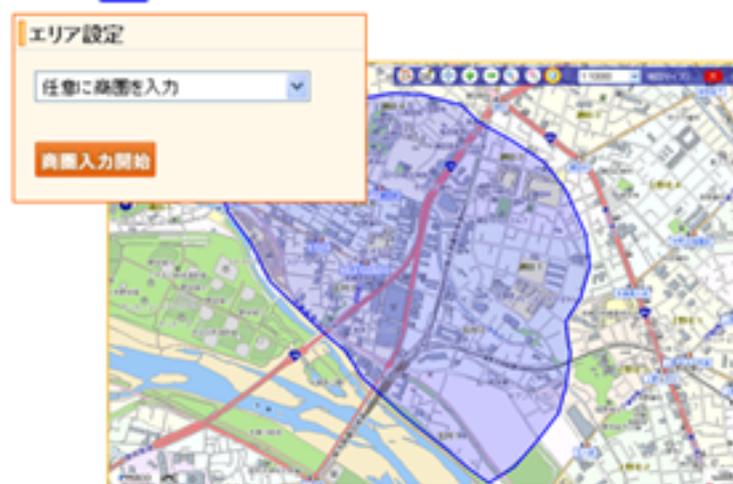
● 円商圈作成機能



地図上で中心地をクリックするだけで、
100m単位での円商圈が作成可能。

- 作成手順
1. 「入力位置からの円商圈」を選択
 2. 商圈半径を入力し半径を指定
 3. 「中心位置入力」をクリックし地図上で
商圈の中心位置(お店や候補地点)をクリック

◆ 任意商圈作成機能



地図上で自由に商圈形状を入力し、
任意な形状の商圈が作成可能。

- 作成手順
1. 「任意に多角形を入力」を選択し「商圈入力開始」をクリック
 2. 多角形の頂点(角)を地図上でクリック
 3. 最後の頂点(角)でダブルクリック
※線が交差しているとエラーになります。
その時は、「商圈入力開始」をクリックするとやり直せます。

■ エリアマーケティングASP:『商圈大勝』での活用事例



③ 地域特性診断

商圈を設定すると、商圈内の地域特性を **自動的に診断** します。



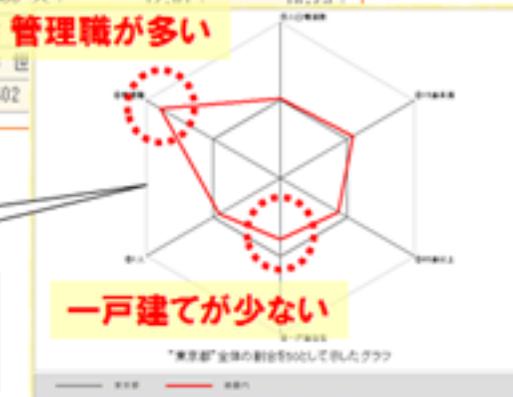
商圈内の基本情報
(人口数、世帯数)
を自由に選択して算出できます。

商圈内の地域特性をレーダーチャートで
わかりやすく把握できます。

集計結果

固定	商圈内集計
人口総数	14,506 人
世帯人口	10,000 人
世帯数	6,600 世帯
全事業所数	740 事業所
小売業事業所数	267 事業所

任意選択	商圈内集計	商圈内 構成比(%)	東京都 構成比(%)
①人口増減数	720 人	5.25	4.25
②15歳未満	1,721 人	11.86	11.30
③65歳以上	2,460 人	17.01	18.25
④一戸建住宅	1,672		
⑤1人	2,660 世		
⑥管理職	402		



■ エリアマーケティングASP:『商圏大勝』での活用事例



③ 地域特性診断

商圏内の特徴を **わかりやすいキーワード** で診断します。

診断結果の例:

① 事務・業務系管理職が多い市街地▲

キーワード:

都心周辺/持ち家/管理職/マンション/管理職

統計データによる特徴:

- **事務・業務系管理職の割合が比較的高い**
- 持ち家世帯の割合が比較的高い
- 一戸建て住宅居住世帯の割合は比較的低い
- どんな居住者層(個人・世帯)・地域特性が見えてくるか:
- 都心周辺の持ち家住宅に居住する家族
- 都心周辺のマンションに居住する管理職

② 戸建とマンションが混在する市街地▲

キーワード:

分譲マンション/利便性/都心周辺/ファミリー/住環境/密集/高層住宅

統計データによる特徴:

- 民営借家居住世帯の割合が比較的高い
- 【戸建が多い市街地】と比較して一戸建て住宅居住世帯の割合が低い
- どんな居住者層(個人・世帯)・地域特性が見えてくるか:
- 都心周辺の分譲マンションに居住する家族

③ 成熟した郊外▲

キーワード:

高級住宅地/富裕層

統計データによる特徴:

- **事務・技術系管理職の割合が最も高い**
- **中年(45~64歳)人口の割合が最も高い**
- 夫婦のみ世帯の割合が比較的高い
- どんな居住者層(個人・世帯)・地域特性が見えてくるか:
- 高級住宅地に居住する富裕層

統計データ(国勢調査)をもとに、地域の住民像や特徴を、わかりやすいキーワードで診断します。地域の特徴がキーワード化されることで、より住民像を掴みやすくなります。

**高級住宅地に住む
中年層(45~64歳)が多い。**

“こだわり素材”や“安心素材”など
良質な商品について価格は高めでも、
購入してもらえる地域かもしれない。



■ エリアマーケティングASP:『商圈大勝』での活用事例



データに裏付けられた出店判断※の秘訣！

※商圈大勝ユーザー様の感想より

お店周辺の見込みのお客さま数を2ステップで把握しただけ！

- 洋菓子店に来て欲しいお客さま：小さなお子様や女性
- そのお客さまの人数：何人いるかわからない・・・

商圈大勝の『地域特性診断』なら、地図と統計データを使って、お客さまが何人いるかが、2ステップで把握できます。

①条件設定

STEP 1
集計範囲を設定

入力位置からの円範囲
 範囲半径 km

STEP 2
集計対象を設定

Myセットから選ぶ

① 世帯-家族構成	6歳未満親類あり
② 人口-年齢	6~11歳
③ 人口-年齢	12~14歳
④ 人口-10歳層級	30歳代女性
⑤ 人口-10歳層級	40歳代女性
⑥ 人口-10歳層級	50歳代女性

比較郵便番号選択

クリック

お客さま数を調べる条件を設定！

1. 集計範囲：お店から半径1.0km
2. お客さま(集計対象)：
 - 6歳未満の子供がいる世帯、6-11歳、12-14歳、30歳代女性、40歳代女性、50歳代女性

※地図はサンプルです。実際の場所とは関係ありません。

結果は次へ

■ エリアマーケティングASP:『商圈大勝』での活用事例



データに裏付けられた出店判断※の秘訣！

※商圈大勝ユーザ様の感想より

②集計結果

A 駅

固定	商圈内集計
人口総数	72,812 人
世帯人口	46,000 人
世帯数	28,735 世帯
全事業所数	2,090 事業所
小売業事業所数	389 事業所

任意選択	商圈外集計	商圈内	東京都
①6歳未満児あり	2,907 世帯	1012	791
②6～11歳	3,850 人	529	456
③12～14歳	1,872 人	257	220
④30歳代 女性	5,500 人	570	631
⑤40歳代 女性	4,876 人	670	622
⑥50歳代 女性	4,707 人	646	670

B 駅

固定	商圈内集計
人口総数	74,953 人
世帯人口	51,942 人
世帯数	37,465 世帯
全事業所数	3,944 事業所
小売業事業所数	749 事業所

任意選択	商圈外集計	商圈内	東京都
①6歳未満児あり	2,205 世帯	605	791
②6～11歳	2,790 人	372	456
③12～14歳	1,312 人	176	220
④30歳代 女性	7,735 人	932	631
⑤40歳代 女性	4,689 人	625	622
⑥50歳代 女性	4,712 人	629	670

設定した条件で集計！

- お客さまの人数が数値でわかる
- 構成比率の大小がグラフでわかる

レーダーチャート

数値にもとづいた
客観的な出店判断を
実施！
複数候補地の比較も
明確な根拠に
基づいて判断！

↑

↓

洋菓子店なら
A駅がぴったり！

商圈大勝で
集計した人数・比率を
比較してみると・・・

※数値はサンプルです。実際の場所とは関係ありません。

© PASCO CORPORATION 2012

- 11 -

■ エリアマーケティングASP:『商圈大勝』での活用事例



本屋さんの売上が17%アップ※の秘訣！

※商圈大勝ユーザ様の感想より

お客さまに合った品揃えに変えただけ！

- お店に買い物に来ているお客さま：サラリーマン
- お店の周りに住んでいるお客さま：どんな方たちが住んでいるかわからない…

商圈大勝の『地域特性診断』なら、地図と統計データを使って、周辺にお住まいの方の特徴を2ステップで把握できます。

①条件設定

STEP 1
集計範囲を設定

入力位置からの円範囲
商圈半径 km
中心位置入力

STEP 2
集計対象を設定

Myセットから選ぶ 人口基礎

① 人口・世帯	人口増減数
② 人口・世帯	世帯増減数
③ 人口・年齢	65歳以上
④ 人口・年齢	幼年代
⑤ 人口・年齢	12~14歳
⑥ 人口・年齢	15~17歳

Myセット保存
比較都道府県選択 神奈川県

クリック

お客さまの特徴を調べる条件を設定！

1. 集計範囲：お店から半径1.0km
2. お客さま(集計対象)：
人口増減数、世帯増減数、65歳以上、
幼年代(0-5歳)、12-14歳、15-17歳

結果は次へ

※地図はサンプルです。実際の場所とは関係ありません。

■ エリアマーケティングASP:『商圈大勝』での活用事例



本屋さんの売上が17%アップ※の秘訣!

※商圈大勝ユーザー様の感想より

②集計結果

設定した条件で集計!

- 年齢層別の人数が数値でわかる
- 構成比がグラフでわかる
- 地域の特徴が解説文でわかる

解説文で特徴が一目瞭然!

文例:

① 戸建とマンションが混在する市街地

キーワード:

分譲マンション/利便性/都心周辺/ファミリー/住環境/密集/高層住宅

統計データによる特徴:

- 民営借家居住世帯の割合が比較的高い
- 一戸建住宅居住世帯の割合が低い
- 都心周辺の分譲マンションに居住するファミリー

住民特性にマッチした品そろえて
購入単価と購入客数が増え
売上が17%アップ!

任意選択	商圈内集計	商圈内 比率00	神奈川県 比率00
①人口増減数	1,032 人	3.09	3.55
②世帯増減数	805 世帯	6.66	6.97
③65歳以上	6,678 人	19.39	16.84
④幼年代	1,858 人	5.39	5.42
⑤12~14歳	997 人	2.89	2.60
⑥15~17歳	1,015 人	2.95	2.66

データチャート



65歳以上・15-17歳
人口割合が高い!
⇒ 品揃えを充実!

■ エリアマーケティングツール: MarketPlanner クラウドの概要

【特徴】

■ 自動的に変化するレポートの表示項目

立地タイプを自動的に判定し、最適なレポートをデフォルトで表示

■ 立地特性と商圈特徴の自動表示レポート

立地タイプ、立地特性と商圈の特徴を、グラフとコメントの要約が自動的に表示

ブラウザでの利用で、インストール不要
また暗号化により、セキュリティも安心

メニュー・操作に説明が表示
また操作はウィザードで完結

誰でもわかる
メニュー構成

商圈レポート(単一店舗)作成 1/4
顧客名(企業名)を入力してください。
顧客名(企業名):

MarketPlannerクラウド リテール支援レポートでの利用事例

レポート概要

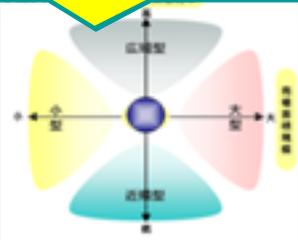
立地タイプ自動判定

立地タイプ
この物件の立地は
ショッピング立地です。

高圏内エリア特徴

- 品目別の市場規模は、全国と比べて実圏内品業種が多く、その他の業種が少ない特徴があります。
- 小売業の売場面積規模は、東京都平均と比べて高売場面積20㎡未満の店舗が多く、高売場面積1500-3千㎡の店舗が少ないことが特徴です。

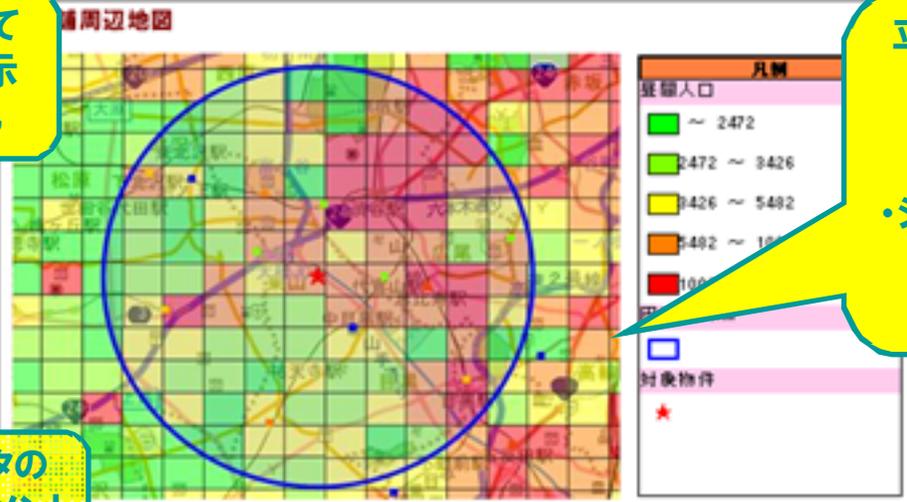
立地タイプに合わせて立地特性チャート表示・立地の特性を表現



商圏内エリアデータのグラフに対応するコメントを自動的に切換え

商圏内エリア指標

項目	商圏内	東京都	全国
人口総数	431,000	1,311,000	1,018,000
人口密度(可住地㎡あたり)	15,964.4	14,977.900	12,7265.800
昼間人口	738,291	14,977,900	12,7265,800
昼間人口密度(可住地㎡あたり)	26,048.4	10,690.9	1,018.8
昼夜間人口比	1.83	1.19	1.00
平均年齢(夜間人口)	43.4	42.6	43.3
平均年齢(昼間人口)	40.3	42.3	43.3
世帯数	232,003	3,747,480	49,082,330
平均世帯人数	1.9	2.2	2.6
人口増減比(0+17-112)	4.2	4.2	0.7
平均年収(万円)	882.3	373.8	317.4
小売業許店舗数	6,099	102,899	1,137,899
小売業計年間販売金額(万円)	123,946,939	1,727,890,300	13,470,544,800
小売業計高売場面積(㎡)	671,238	11,831,314	149,894,906
小売業1店舗あたり年間販売金額	20,395.1	16,829.3	11,835.3
小売業1店舗あたり高売場面積	110.8	113.3	131.5
全産業事業所数	40,677	690,390	3,911,030
全産業従業員数	924,943	5,704,670	34,634,319
全産業従業員密度(可住地㎡あたり)	16,370.7	8,308.3	497.6
1事業所あたり従業員数	12.9	12.6	8.9
店舗建設数	12	-	-



立地タイプに合わせて色分け項目を選定

- ・住宅; 夜間人口
- ・ショッピング; 昼間人口
- ・ビジネス; 昼間人口
- ※ユーザ指定も可

商圏内エリアデータ

買回品業種別別店舗構成

品目	店舗数	構成比	東京都	全国
買回品業種	4190,323,762	69.2%	52.4%	46.6%
飲食品業種	3715,171,553	39.3%	41.6%	41.6%
各種商品小売業	13,632,71,456	0.2%	0.2%	0.4%
その他の業種	129,62,421.9	2.3%	5.8%	11.4%
計	6,059	100.0%	100.0%	100.0%

〔売場面積規模別店舗構成〕

売場面積	店舗数	構成比	東京都	全国
売場面積20㎡未満	1,373	22.7%	20.6%	17.2%
売場面積20-50㎡	2,131	35.2%	38.4%	35.5%
売場面積50-500㎡	2,393	39.5%	37.9%	42.3%
売場面積500-1500㎡	130	2.1%	2.3%	3.7%
売場面積1500-3千㎡	15	0.2%	0.5%	0.8%
売場面積3千㎡以上	17	0.3%	0.4%	-
計	4,059	100.0%	100.0%	-

商圏内

立地タイプに合わせて表・グラフを選定

- ・住宅地: 年代別人口構成
世帯人数別世帯数構成
- ・商業地: 買回・最寄別店舗数
売場面積規模別店舗数
- ・業務地: 年齢別昼間人口
産業別従業者数構成
- ※ユーザ選択もあり

■ ジオデモグラフィクスデータに関するお客様の声

ジオデモグラフィクス に関するお客様の声

- ① 通常、「どのような人が住んでいるか」にフォーカスしたデータであることから、「どのような人が集まるか」については、必ずしもフォーカスされていないことがある
- ② 居住者をセグメントした分類と、地域の特性をセグメントした分類が混在していることがあり、判断に迷う場合がある
- ③ 特に都市部においては、一部のクラスターが集中して出現している場合があり、都市部内での地域特性(差異)を把握しづらい



お客様の声を反映した ジオデモグラフィクスの 方向性(案)

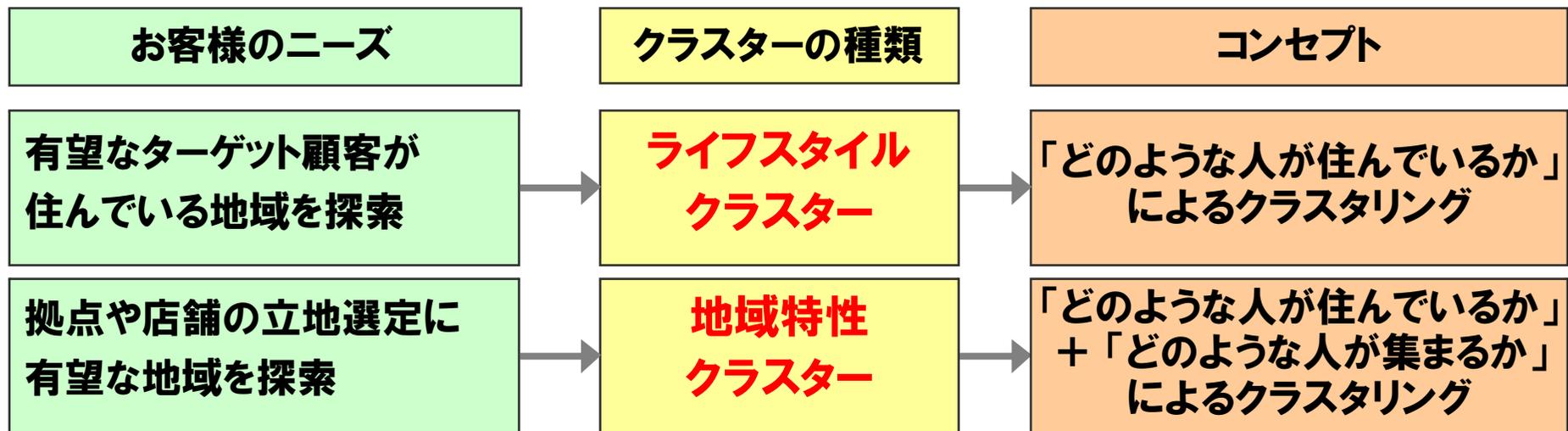
- ① 「どのような人が住んでいるか」だけでなく、「どのような人が集まるか」の分類も重要
- ② お客様の利用ニーズ・利用シーンを想定した「分りやすい・理解しやすいクラスター分類」が必要
- ③ 特に利用ニーズが高いと想定される都市部において地域特性を分類・把握できるデータが必要

3. 今後の活用を踏まえたジオデモグラフィクスの可能性

■ 我々が考える新しいジオデモグラフィクスの方向性

- ① 様々な利用ニーズ・利用シーンに対応できるように2種類のクラスター（下図参照）
- ② ユーザー様にとって、分かりやすく、理解しやすいクラスター分類
- ③ 特に利用ニーズが高い都市部の地域特性について分類・把握できるデータ

【図】 2種類のクラスターのイメージ



■ ライフスタイルクラスターの概要

■ 構築方法

非階層型クラスター分析(K-means法)

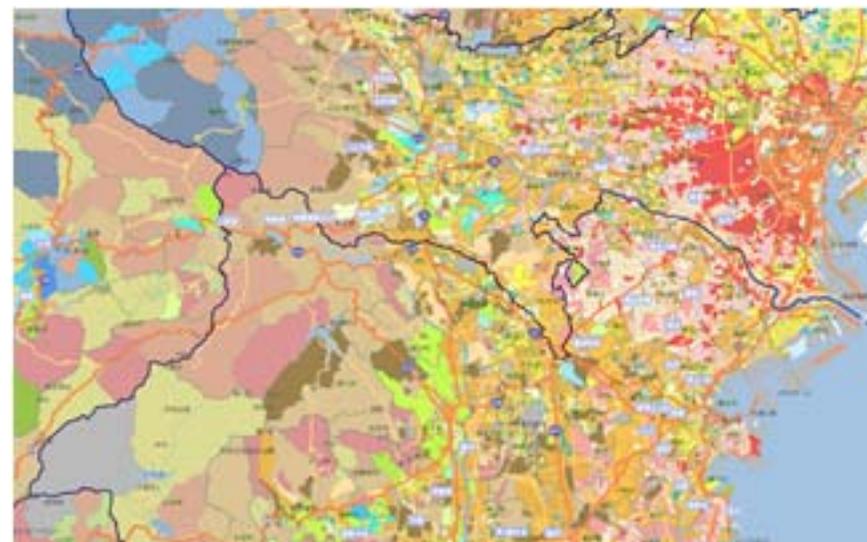
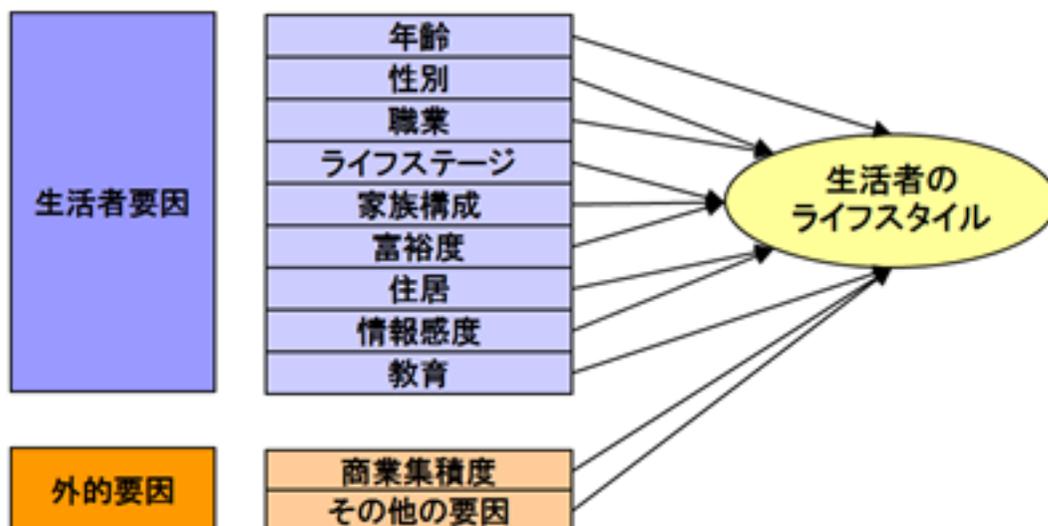
■ 投入データ

国勢調査、商業統計、経済センサス
地価公示価格、都道府県地価、
年収推計データ等

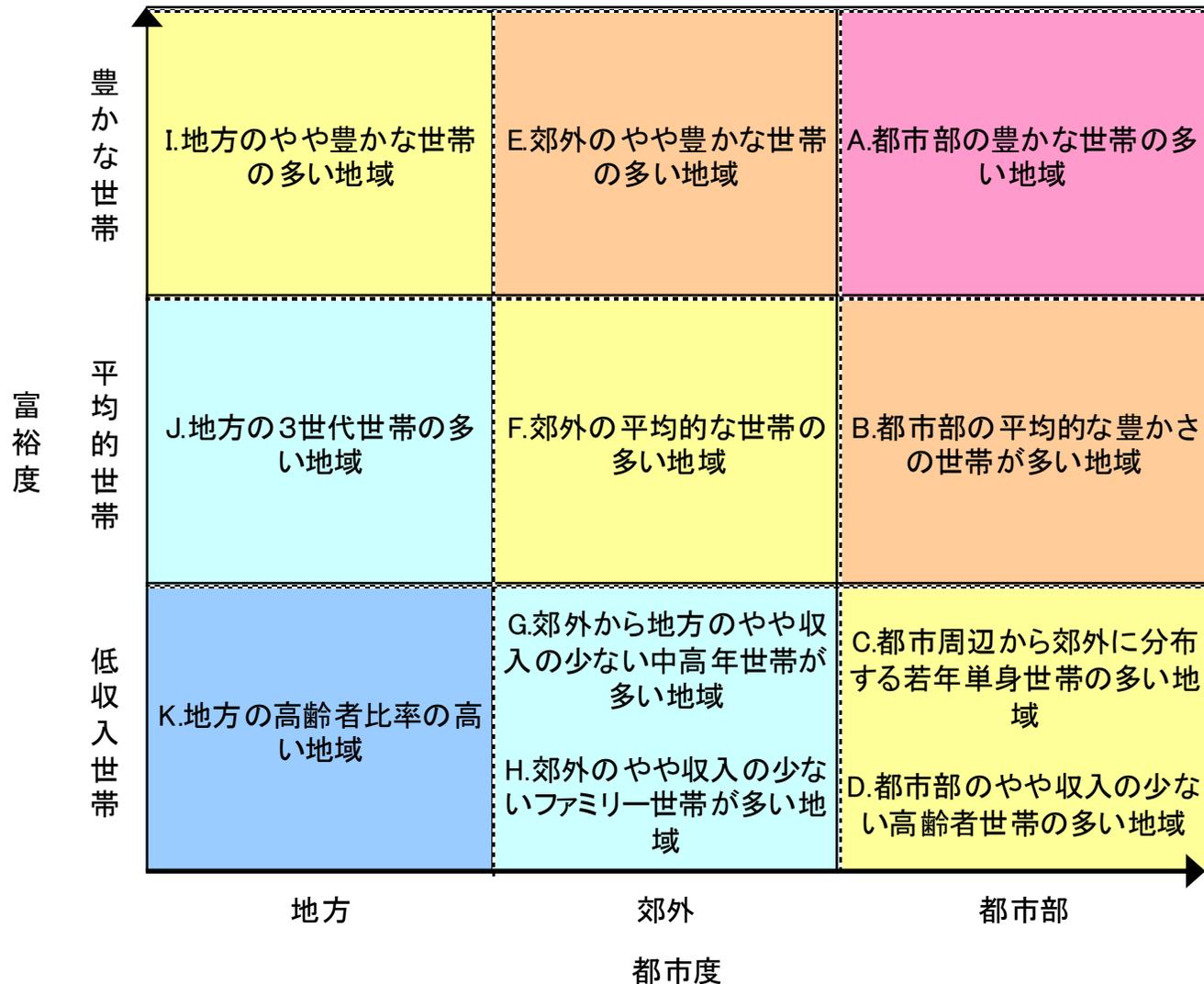
■ 構築結果

大分類: 11クラスター

小分類: 44クラスター



■ ライフスタイルクラスターの大分類マトリクス



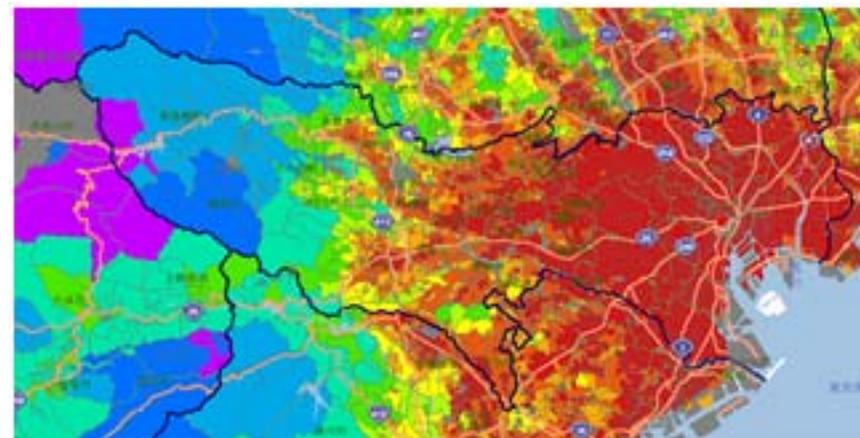
■ ライフスタイルクラスターの大分類マトリクス

クラスターグループ	クラスター番号	クラスター名称	クラスター説明	世帯構成比(%)	人口構成比(%)
A		都市部の豊かな世帯の多い地域	都市の中心部からその周辺にかけて分布している。昼間人口密度が全グループのなかで最も高い、全体的にホワイトカラー職種の比率が高い。平均世帯年収が全グループで最も高い。	9.79	8.60
	A01	とても豊かなファミリー層世帯の多い地域	都市部に分布している。18歳未満の子供のいる夫婦世帯の比率が高く、年齢では40代および10代以下の比率が高い。グループAのなかで最も平均世帯年収が高い。	1.22	1.22
	A02	都市部のさまざまな年代・タイプの世帯が居住しているやや	都市部に分布している。年代、家族類型ともさまざまな世帯が混在している。グループAのなかでは平均的な地域。	3.29	3.07
	A03	シニアのみ世帯の比較的多い地域	都市部周辺に点在している。60代以上の高齢者比率が高く、65歳以上のみの世帯比率が高い。	0.91	0.82
	A04	持ち家一戸建ての二人以上世帯が多い住宅地地域	都市部周辺を中心に分布している。夫婦のみ世帯の比率が高く、60代以上の比率が高い。持ち家一戸建ての比率も高い。	0.70	0.74
	A05	都市中心部の高収入単身世帯の多い地域	都市部のオフィス地域を中心に分布している。単身世帯比率が高く、20代から40代の比率が高い。平均世帯年収が非常に高い。	1.07	0.77
	A06	賃貸アパート・マンションに住む単身世帯の多い地域	都市部の住宅地域に多く分布している。賃貸共同住宅の比率が高く、単身世帯比率も高い。	2.61	1.98
B		都市部の平均的な豊かさの世帯が多い地域	都市部から郊外にかけて分布している。常住人口密度が全体的に高い。平均世帯年収は全国の平均に近い。	12.40	9.84
	B07	都市中心部周辺に分布する賃貸マンション世帯の多い地域	都市部のうち特にオフィス地域や商業地域に分布している。単身世帯比率が高く、20代の若年層比率が高い。賃貸共同住宅の比率も高い。	1.10	0.77
	B08	公営賃貸住宅に居住する世帯の多い地域	都市部周辺部に分布しており、特に団地や高層住宅の地域によく見られる。人口密度が非常に高く、公営公社比率や共同住宅(3層建て以上)比率も非常に高い。グループBのなかでは平均世帯年収が極めて低い。	0.96	0.82
	B09	都市部のさまざまな年代・タイプの世帯が混在している平均	都市部に分布している。年代・家族類型ともさまざまな世帯が混在している。グループBのなかでは平均的な地域。	4.09	3.39
	B10	都市部のやや年収の低い世帯が多い地域	都市部周辺部から郊外にかけて分布している。賃貸住宅比率がやや高い。グループBのなかでは平均世帯年収がやや低い。	2.47	2.01
	B11	ホワイトカラー単身世帯の多い地域	都市部から郊外にかけて分布している。グループのなかでは20代から40代の比率が高く、単身世帯比率が高い。ホワイトカラーの職種比率が高く、学生比率も高い。	3.78	2.85
C		都市周辺から郊外に分布する若年単身世帯の多い地域	都市部から郊外にかけて分布している。常住人口密度がやや高い。全体的に20代や単身世帯の比率が高く、賃貸住宅比率も高い。	4.12	2.71
	C12	賃貸マンションに住む若年単身世帯の多い地域	都市部のオフィス地域、商業地域に分布している。20代比率、単身世帯比率が非常に高く、賃貸住宅比率も高い。平均世帯年収が非常に低い。	0.65	0.38
	C13	若年単身者とその他の年代の単身者が混在している住宅地	都市部の住宅地域に分布している。20代比率が非常に高いが、その他の年代も混在している。単身世帯比率が非常に高い。平均世帯年収が非常に低い。	2.03	1.41
	C14	学生単身世帯や給与住宅世帯の多い地域	郊外の大学などの教育施設がある地域を中心に分布している。20代比率、単身世帯比率が非常に高いほか、大学・大学院の在学者率もきわめて高い。賃貸住宅や給与住宅の比率が高い。	1.43	0.92

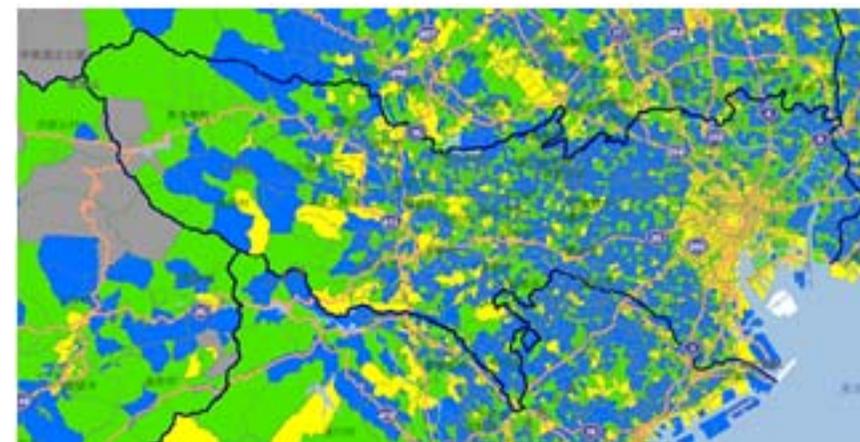
■ 地域特性クラスターの概要

第1～第6分類の分類ごとに基準を設けてクラスタリング

分類レベル	分類軸	分類クラスター		
第1分類	都市度	都市部		
		郊外		
		地方		
		過疎地域		
第2分類	昼型/夜型地域タイプ	業務地域タイプ		
		業務・住宅混在地域タイプ		
		住宅地域タイプ		
第3分類	地域タイプ詳細分類	業務地域タイプ	オフィス地域－大企業集積地域	
			オフィス地域－中小企業集積地域	
			製造業地域－大規模製造業地域	
			製造業地域－中小製造業地域	
			教育施設地域	
			医療施設地域	
			宿泊施設地域	
			その他の業務地域	
			業務・住宅混在地域タイプ	大企業オフィス・住宅地域
				中小企業オフィス・住宅地域
		大規模製造業・住宅地域		
		中小製造業・住宅地域		
		教育施設・住宅地域		
		医療施設・住宅地域		
		宿泊施設・住宅地域		
		その他の業務・住宅地域		
		住宅地域タイプ (人口増減度)		人口増加地域
				人口微増地域
			人口拮抗地域	
			人口微減地域	
人口減少地域				



第1分類(都市度)

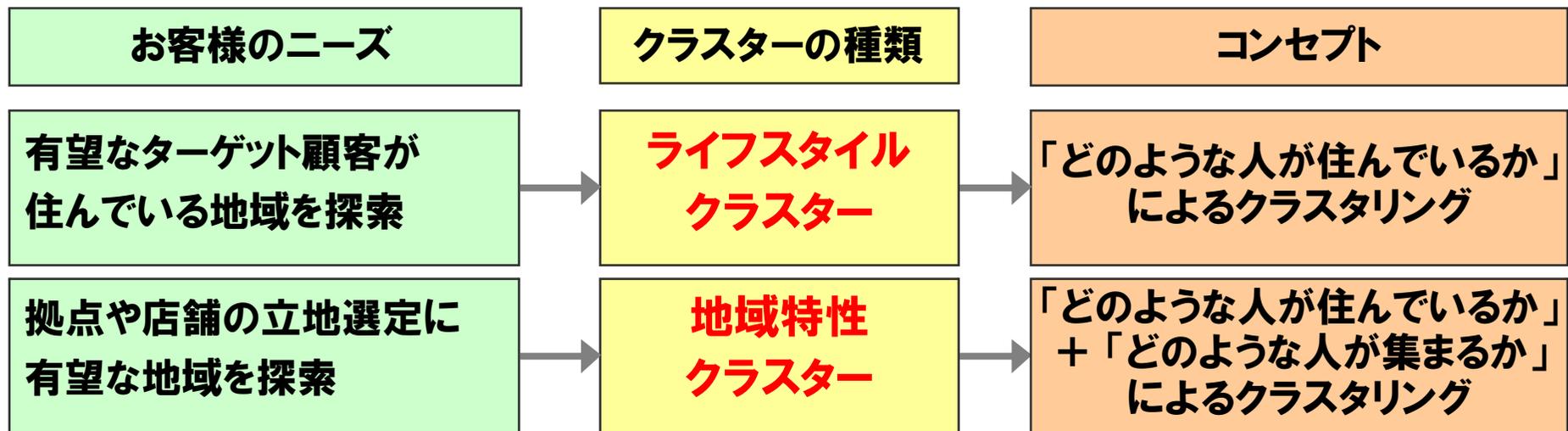


第2分類(昼型/夜型地域)

■ 我々が考える新しいジオデモグラフィクスの方向性（再掲）

- ① 様々な利用ニーズ・利用シーンに対応できるように2種類のクラスター（下図参照）
- ② ユーザー様にとって、分かりやすく、理解しやすいクラスター分類
- ③ 特に利用ニーズが高い都市部の地域特性について分類・把握できるデータ

【図】 2種類のクラスターのイメージ



Measure the Earth, Here and Beyond™

