

商圈の状況を調べる

創業期のみならず成長期や成熟期においても、ターゲットとする顧客層が十分いるのか、商圈の状況を適時に確認しておきたいですね。

ターゲットを見定める



【市場情報評価ナビMieNa (ミーナ)】(日本統計センター)

町丁単位(周囲500m/1km/3km/5km圏)で、人口・事業所等の規模、成長性、富裕度、吸引力、消費購買力等の指標による評価レポートが見られます。マップでの表示も可能です。※収録範囲は埼玉県・東京都・神奈川県・千葉県・茨城県・群馬県・栃木県です。



【RESAS 地域経済分析システム(リーサス)】

(まち・ひと・しごと創生本部) <https://resas.go.jp/>

ビッグデータを活用した地域経済の見える化システム。

マップで表示できるだけでなく、数値データのダウンロードも可能。

- ・まちづくりマップ - 事業所立地動向、From-to分析(滞在人口)、流動人口メッシュ
- ・観光マップ - 国内/国外 - 目的地分析 ほか



活用方法については『RESASの教科書』(日経BP社, 2016)が参考になります。

立地や周辺環境を調査する



【立地の科学 購買行動を数値化する出店戦略】(ダイヤモンド社, 2016)

売上を決定する要素を「立地」と「商圈」から定量的に分析し、カンや経験に左右されない立地選びについて解説しています。



【立地は怖くない 失敗しない立地判定と売上予測の技術】(商業界, 2019)

立地の見かたの基礎から業種・業態別のポイント、売上予測モデルを作る方法まで網羅した、実践的な解説書です。



【全国大型小売店総覧】(東洋経済新報社, 年刊)

出店計画や地域の経済分析などに必要な、大規模小売店(新設予定店含む)の最新情報を掲載しています。



【駅別乗降者数総覧】(エンタテインメントビジネス総合研究所, 年刊)

全国主要都市圏の鉄道各駅1日あたりの平均乗降者数が過去5年分掲載されています。



【住宅地図】(ゼンリン・日興商事など発行)

建物内のテナント名も記載されているので、現地での調査に役立ちます。

また、古い住宅地図を遡って店舗の変遷を確認するなどの活用方法もあります。

- ※ 埼玉県立熊谷図書館では主に1970年代からの埼玉県内の住宅地図を所蔵しています。