



レポートの参考使用例 (個人商店編)



登場人物

息子

3代目店主。父を尊敬している。日々大黒柱として奮闘するが、なかなか思い通りに行かず「何とかしなければ」の気持ちが強まっている。



父さん

2代目店主。息子がUターンで店主を引き継ぐことになってからご隠居暮らし。趣味の釣りをたのしむ毎日。



商圈評価レポートはどのように利用されるのでしょうか？

ここでは、ある電器店の一風景を参考に、読み解いていきましょう。

<< ひとつずつ見ていこう! >>



父さん、実は相談事があるんだ…



どうした？店の売上のことか？



そうなんだ。どうも最近、売上が思わしくなくて。商品の構成をオーディオ中心の若者向けにシフトして

みたんだけど、どうもうまくいってなくて…



ふむ。ところでお前、こういう資料を見たことがあるか？



商圈評価レポート？そういうグラフや数字は得意じゃないんだ。



最初から得意な人なんていない。ひとつずつ、必要なところだけを見ていけばいいんだ。



なるほど。簡単に説明してもらえるかな…？

<< わかるところから順番に！ >>



この資料は店の近所にどうい人が住んでいるか、商売として成り立つのかを評価している資料だ。



この「居住者マーケットとしての評価」ってのがそれだね。総合 A ってことは市場としては良ってことだね。 1



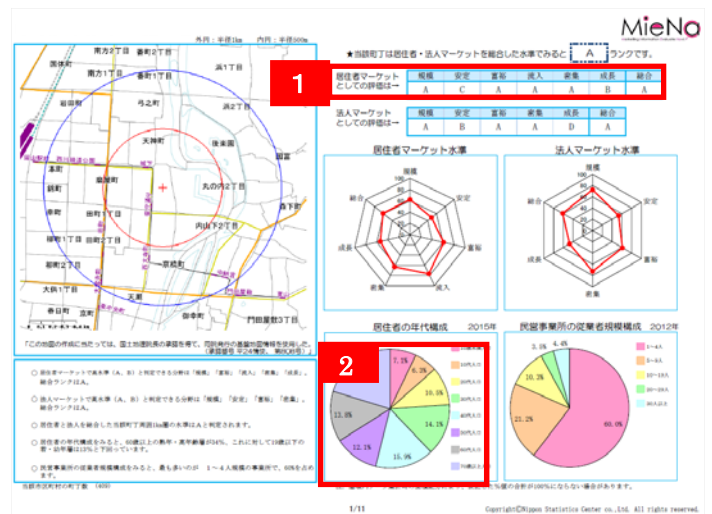
そういうことだ。その下をってみろ。「居住者の年代構成」ってところだ。 2



年代別の割合だね。年齢層高いなあ…



まあ高齢化の問題もあって、最近ではどこでもそれは同じかもしれない。ただ、この店の立地が市街地であることと、「マーケット水準評価」をあわせてみるとよりわかりやすいかもしれないな。 3





人口総数のところだね。比率ではなくて、こっちは実数なんだね。50代以降が全て「++」になっている。年齢層の高いところと言えそうだね。

【マーケット水準評価】

＜居住者＞		年次	当該町丁周囲1km圏内水準	市区町村内全町丁の平均値	標準値	水準判定
規模	住民基本台帳人口※	人	2015 18,361	57.22	+	12,047
	10歳未満人口	人	2015 1,310	53.70	+	1,015
	10代人口	人	2015 1,157	51.38	=	1,053
	20代人口	人	2015 1,923	51.92	=	1,676
	30代人口	人	2015 2,581	56.40	+	1,723
	40代人口	人	2015 2,925	57.46	+	1,858
	50代人口	人	2015 2,218	58.47	++	1,360
	60代人口	人	2015 2,529	60.72	++	1,409
	70歳以上人口	人	2015 3,717	61.54	++	1,954
	就業者数	人	2010 9,163	57.09	+	6,026
	非常勤者数	人	2012 38,549	68.24	++	11,504
	総人口※	人	2010 55,566	67.87	++	19,699
	住民基本台帳世帯数	世帯	2015 10,232	58.06	+	6,293
	持ち家世帯数	世帯	2010 4,515	61.08	++	2,498
	65歳以上のいる一般世帯数	世帯	2010 3,121	60.82	++	1,682
安定	65歳以上の人口比率※	%	2015 27.50	50.91	=	26.61
	持ち家世帯比率※	%	2010 44.26	46.46	-	52.93
富裕	年収70万円以上就業者数※	人	2014 919	59.42	++	678
	65歳以上人口	人	2015 5,050	61.37	++	2,696
	1千万円以上貯蓄高世帯数※	世帯	2014 2,896	58.61	++	1,757
流入	住民基本台帳世帯密度※	世帯/㎡	2010 1,053	65.18	++	480
	延べ間口人口※	指数	2010 305.41	73.86	++	128.83
成長	小売中心地性※	指数	2007 7.42	79.43	++	1.58
	民営事業所比率※	%	2012 29.81	77.00	++	11.04
商業	住民基本台帳世帯密度※	世帯/㎡	2015 3,252	76.76	++	2,001
	昼間人口密度※	人/㎡	2010 17,662	67.86	++	6,262
消費購買力	住民基本台帳人口伸び率※	%	15/14 1.90	60.69	++	0.17
	昼間人口伸び率※	%	10/05 -5.94	46.61	-	-2.73
	国民高収入者数伸び率	%	12/09 -7.28	46.95	-	-4.19
	総合スコア（居住者）			60.95	++	

3

5

【マーケット特性評価】

＜居住者＞		年次	当該町丁周囲1km圏内水準	市区町村内全町丁の平均値	標準値	水準判定
年代構成	住民基本台帳人口	人	2015 18,361	57.22	+	12,047
	10歳未満人口比率	%	2015 7.13	47.03	-	7.96
	20代人口比率	%	2015 6.30	39.16	-	8.78
	30代人口比率	%	2015 10.47	46.31	-	12.08
	40代人口比率	%	2015 14.06	53.52	+	12.80
	50代人口比率	%	2015 15.93	56.92	+	14.04
	60代人口比率	%	2015 12.08	52.88	+	11.65
就業状況	60代人口比率	%	2015 13.77	52.70	+	12.96
	70歳以上人口比率	%	2015 20.24	50.59	=	19.74
世帯人員構成	15歳以上の人口	人	2010 15,973	66.01	+	10,896
	労働力人口比率	%	2010 63.74	59.32	+	59.16
	就業者比率	%	2010 58.84	58.29	+	54.76
	完全失業率比率	%	2010 7.70	51.31	=	7.37
	世帯労働力人口比率	%	2010 35.30	41.92	-	39.91
世帯人員構成	世帯世帯人員	世帯	2010 10,201	56.54	+	6,747
	一般世帯人員	人	2010 18,001	56.18	+	12,463
	世帯人員1人世帯比率	%	2010 56.59	57.43	+	43.54
	世帯人員2人世帯比率	%	2010 22.04	40.30	-	23.96
	世帯人員3人世帯比率	%	2010 11.40	42.99	-	14.58
世帯人員構成	世帯人員4人世帯比率	%	2010 6.92	40.87	-	11.17
	世帯人員5人世帯比率	%	2010 3.38	41.40	-	6.59
	世帯人員6人世帯比率	%	2010 37.75	43.01	-	45.98
	18歳未満のいる一般世帯比率	%	2010 5.73	44.63	-	7.67
	18歳未満のいる一般世帯比率	%	2010 12.96	42.24	-	18.44
	65歳以上のいる一般世帯比率	%	2010 30.60	47.37	-	35.49
	65歳以上の世帯世帯比率	%	2010 19.32	55.26	+	10.03
	単身世帯比率	%	2010 44.26	46.46	-	57.93
	単身世帯比率	%	2010 50.38	53.83	+	41.63
	戸籍世帯比率	%	2010 27.61	42.32	-	49.50
消費購買力	世帯世帯人員比率	%	2010 70.65	57.85	+	48.21
	世帯世帯人員比率	%	2010 17.95	49.98	-	33.54
消費購買力	消費購買力	百万円	2014 27,487	58.43	++	16,600
	食料品購買力比率	%	2014 26.49	48.57	=	26.85
	日用品購買力比率	%	2014 9.41	44.09	-	9.82
	家具・家事用品購買力比率	%	2014 3.61	53.06	+	3.57
	衣類及び服飾購買力比率	%	2014 4.63	49.14	=	4.64
	医療・医薬関連購買力比率	%	2014 4.38	51.65	+	4.33
	交際・娯楽費支出額比率	%	2014 12.85	49.53	+	12.87
	教育費支出額比率	%	2014 2.53	54.57	+	2.38
	教養娯楽支出額比率	%	2014 10.76	45.04	-	10.81
	その他の消費支出額比率	%	2014 17.98	52.88	+	17.81
富裕	年収70万円以上就業者比率	%	2014 11.13	55.07	+	10.24
	65歳以上人口比率	%	2015 27.50	50.91	=	26.61
	1千万円以上貯蓄高世帯比率	%	2014 28.96	49.29	=	29.18
高齢者比率	%	2010 11.49	53.68	+	9.75	

4

6



次の「マーケット特性評価」では比率での水準判定が記載されている。比率でいうと、やはり20歳代までは平均を下回るほど比率は低いようだね。



若者向けの商品構成があたらなかった訳か…。



商品が悪いわけではないと思うがな。やっぱり、買う人と商品が一致しないとなかなか商売はうまくいかないってことかな。

<<イメージを膨らませてみよう！>>



じゃあ、どういった商品を扱ってあげればいいんだろう？



そのヒントも、この商圈評価レポートの中に隠れているぞ。たとえば、「マーケット水準評価」内の、「富裕」を見てみると、どの水準も「++」だろ。



年齢層が高くて、ゆとりのある家庭が多い…？



そうそう。なんとなくお客さんの暮らしぶりが見えてきただろ？それだけじゃないぞ。「マーケット特性評価」の「世帯人員1人世帯比率」、「借家世帯比率」、「消費購買力計」なんかも高そうだ。

6



借家で一人暮らし、ゆとりのあるお年寄り…？



一概にそんな人がたくさんいる、というわけではないが、店の周辺地域の特徴であることは間違いないようだな。



なんとなくわかってきたぞ！

【マーケット購買力評価】



■は偏差値の上位10位 □は偏差値の下部10位

分野	指標名	単位	年次	当該町丁目圏内水準		市区町村内全町丁の平均値
				指標の値	偏差値	
消費支出額・購買力	消費購買力計	千円	2014	27,487,016	58.43	16,599,967
	食料品購買力	千円	2014	7,281,792	58.50	4,381,740
	飲料購買力	千円	2014	571,004	59.02	334,988
	魚介類購買力	千円	2014	571,111	59.90	320,879
	肉類購買力	千円	2014	581,396	59.27	336,988
	乳卵類購買力	千円	2014	298,470	59.18	173,725
	野菜・海藻購買力	千円	2014	594,402	59.59	396,086
	果物購買力	千円	2014	276,520	59.93	154,518
	油脂・調味料購買力	千円	2014	288,985	59.27	167,533
	菓子類購買力	千円	2014	603,265	58.63	360,726
	調理食品購買力	千円	2014	924,776	58.37	560,133
	飲料購買力	千円	2014	416,876	58.01	257,092
	酒類購買力	千円	2014	374,332	58.88	221,106
	外食費支出額	千円	2014	1,607,990	57.03	1,041,74
	一般外食費支出額	千円	2014	1,550,109	56.98	1,007,11
	住居費支出額	千円	2014	2,585,431	57.04	1,674,7
	娯楽文化支出額	千円	2014	1,794,928	55.80	1,237,751
	設備修繕・維持費支出額	千円	2014	756,694	60.30	436,637
	貯蓄材料購買力	千円	2014	237,401	60.21	131,439
	家具・家事用品購買力	千円	2014	991,971	58.96	583,814
	家庭用耐久財購買力	千円	2014	335,136	59.09	196,012
	家事用耐久財購買力	千円	2014	170,173	59.07	99,588
	冷暖房器具購買力	千円	2014	120,945	59.36	69,778
	一般家具購買力	千円	2014	42,783	58.54	25,701
	室内装飾・装飾品購買力	千円	2014	81,469	59.20	47,387
	寝具類購買力	千円	2014	66,190	58.85	39,144
	家事雑貨購買力	千円	2014	200,371	58.51	120,531
	家事用品消耗品購買力	千円	2014	213,651	58.84	126,416
	家事サービス支出額	千円	2014	90,330	59.80	51,021
	被服及び履物購買力	千円	2014	1,271,543	58.10	780,400
	初上り靴	千円	2014	59,458	59.71	21,791
	洋服購買力	千円	2014	516,892	57.72	323,261
	男子用洋服購買力	千円	2014	174,107	57.06	112,599
	婦人用洋服購買力	千円	2014	294,001	58.02	181,208
子供用洋服購買力	千円	2014	49,412	58.19	30,097	
シャツ・セーター類購買力	千円	2014	265,490	58.43	160,366	
男子用シャツ・セーター購買力	千円	2014	81,176	57.63	51,024	
婦人用シャツ・セーター購買力	千円	2014	170,420	58.88	100,667	
子供用シャツ・セーター購買力	千円	2014	14,026	58.15	8,546	
下着類購買力	千円	2014	97,117	58.78	57,654	
生活サービス購買力	千円	2014	179,502	59.71	7,265	
他の娯楽購買力	千円	2014	101,834	58.17	62,344	
履物類購買力	千円	2014	161,564	57.67	101,302	
被服関連サービス支出額	千円	2014	78,202	58.79	46,379	
健康医療関連購買力	千円	2014	1,203,540	59.26	697,769	
医薬品購買力	千円	2014	229,854	59.43	132,117	
医療器材用医薬品購買力	千円	2014	148,856	59.82	83,607	

分野	指標名	単位	年次	当該町丁目圏内水準		市区町村内全町丁の平均値
				指標の値	偏差値	
消費支出額・購買力	保健医療等用品・器具購買力	千円	2014	200,105	58.42	120,884
	眼鏡購買力	千円	2014	55,065	59.28	31,875
	コンタクトレンズ購買力	千円	2014	23,898	56.25	16,112
	保健医療サービス支出額	千円	2014	626,160	59.39	360,725
	交通・通信費支出額	千円	2014	3,532,466	58.11	2,167,618
	交通費支出額	千円	2014	627,984	57.28	401,544
	自動車関係費購買力	千円	2014	1,711,808	58.38	1,036,549
	自動車等購入購買力	千円	2014	424,008	58.68	252,986
	自転車購入購買力	千円	2014	27,557	57.89	17,080
	自動車等維持費支出額	千円	2014	1,254,410	58.28	763,388
	自動車等部品購買力	千円	2014	87,147	58.12	53,133
	自動車等部品購入購買力	千円	2014	54,006	57.92	33,480
	教育費支出額	千円	2014	696,382	58.50	416,641
	授業料等支出額	千円	2014	508,462	58.51	304,246
	教科書・学習参考教材購買力	千円	2014	15,274	58.51	9,130
	教育費支出額	千円	2014	172,314	58.48	102,997
	幼児・小学校教育費支出額	千円	2014	64,677	58.23	39,062
	中学校補習教育費支出額	千円	2014	62,343	58.48	37,254
	高校補習教育・予備校支出額	千円	2014	45,208	58.79	26,672
	職業訓練支出額	千円	2014	2,957,188	58.27	1,800,146
	職業訓練指導員報酬購買力	千円	2014	216,514	57.63	136,070
	パーソナルコンピュータ購買力	千円	2014	69,824	57.32	44,575
	教育娯楽用品購買力	千円	2014	610,376	58.92	370,781
文房具購買力	千円	2014	56,025	58.21	34,189	
運動用品類購買力	千円	2014	98,430	57.12	63,482	
テレビゲーム機購買力	千円	2014	7,074	58.09	4,342	
テレビゲーム機購買力	千円	2014	9,458	56.39	6,259	
他のがん具購買力	千円	2014	28,242	56.65	18,668	
切り花購買力	千円	2014	88,197	60.19	48,789	
ベトフード購買力	千円	2014	44,580	59.42	25,636	
物の委託・整備・修理等購買力	千円	2014	40,481	59.00	23,761	
日用品・日用品購買力	千円	2014	68,217	60.30	32,071	
手袋・工業材料購買力	千円	2014	8,881	58.45	5,360	
書籍・他の印刷物購買力	千円	2014	401,756	58.70	239,405	
教育娯楽サービス支出額	千円	2014	1,722,286	58.24	1,050,161	
ベトナム旅行費支出額	千円	2014	434,717	58.81	256,381	
月謝型支出額	千円	2014	282,435	58.68	156,303	
インターネット接続料支出額	千円	2014	181,128	57.58	114,129	
その他の消費支出額	千円	2014	4,941,668	58.03	2,911,586	
贈答費支出額	千円	2014	2,419,748	58.72	1,441,045	
娯楽サービス支出額	千円	2014	339,475	58.61	203,215	
理美容用品購買力	千円	2014	443,357	58.36	268,872	
理美容用電気器具購買力	千円	2014	12,339	57.13	7,958	
身の回り用品購買力	千円	2014	210,960	57.49	133,506	
たばこ購買力	千円	2014	170,821	57.35	108,544	

科目について一部割愛した科目があり、表内では合計と内訳は一致しない箇所がある。
 周囲1km圏指標の値・半径1km圏内に含まれる各町丁データを距離比で配分し集計した値。
 市区町村内全町丁の平均値：当該町丁が所属する市区町村内全町丁の半径1km圏内値の平均。
 符号の意味：++高水準、+やや高水準、=平均水準、-やや低水準、--低水準



そして「マーケット購買力評価」だ。電器店のうちに関係が有りそうなのは「家具・家事用品購買力」や「パーソナルコンピュータ購買力」といったところかな。中心地だけあって、購買力自体が全体的に高く、て水準判定は「++」がほとんどだ。ちゃんと商売としてやっつけられるってことだ。

7



で、具体的にどんな商品を取り扱えばいいの？



さすがに資料を見るだけでは「この商品を置きなさい」という答えまでは教えてくれない。そこは電器店の腕の見せどころだ。



ごめんなさい…。でも、さすが父さん。昔からこういう資料を見て商売してきたんだね。



いやあ～アハハ、銀行の営業の人にな、このサービスを教えてもらったんだよ。昨日。



(° ڡ)…

