

店舗開発のノウハウに説得力を増すためにも欠かせないGIS。クラウド型システムにより自由に快適な分析環境を実現しました。



株式会社タイトー
店舗開発部 小林 大作様



ユーザー企業インタビュー

全国160か所のアミューズメント施設を運営するタイトー様。2018年に既存のGIS（地図情報システム）からの切替でMarketAnalyzer™をご採用いただき、その後さらにKDDI Location Analyzerをご導入いただきました。今回、導入の経緯や評価などを店舗開発部の小林様に伺いました。



技研商事インターナショナル株式会社

ーはじめに、小林様のお仕事内容についてお聞かせください。

私たちの会社は、アーケードゲーム、家庭用ゲームやオンライン向けのゲームコンテンツなど、幅広いエンターテインメントを提供していますが、その中でも私は全国に広がるアミューズメント施設「タイトーステーション」の店舗開発を担当しています。商圈分析を含むマーケティング調査等を通じて、新規の出店や既存店の活性化および新業態に対しての社内提案など、仕事の範囲は多岐にわたります。



操作性の高さや アクセス環境の自由度が 導入の決め手に。

ー MarketAnalyzer™へGIS（地図情報システム）の切り替えを検討されたきっかけは何ですか？

それまで使っていたシステムが契約満了を迎える時期だったこともあり、もっと操作しやすいものがないか見直しをしていました。

というのも、そのシステムは固定したPCでしか起動できなかったのですが、我々の仕事は新店の候補地や既存店舗に赴くことも多く、エリアや商圈分析作業が会社でしかできないと不便で…。

MarketAnalyzer™のクラウド版は、決められた固定のPCだけでなくタブレット等でも操作できる点が魅力的でした。(※)また、分析やレポートの各機能も使いやすく、さらに従来のシステムよりコストが抑えられることもあり、導入を決めました。

ー 実際に導入してみて、いかがですか？

使い勝手はかなり向上しました。やはりGIS（地図情報システム）がポータブルな端末で使えるというのは大きくて、利便性がグッとあがりました。最近ではPCも薄くなりましたし持ち歩くのも苦ではないですが、タブレット等だと起動スピードが速いので便利です。

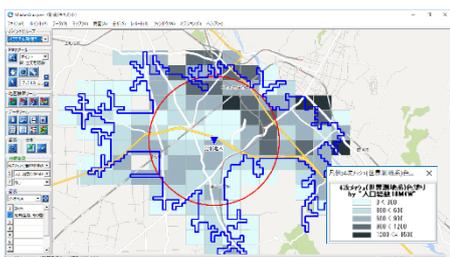
近頃は商談にタブレット端末を持参することも増えており、気になったらリアルタイムで分析レポートが出せるとすごく便利です。商談中に「今ご提案いただいたエリアは、こういう特性がありますよね。」といった感じでレポートを見せると、商談相手から驚かれることも多いです。また、現地に行っただけで物件調査をしている時にも、周囲にどんな人がいらっしゃるのかその場ですぐに分かる点はメリットにつながっています。

我々の仕事に必要なのは、確かな根拠。 経験や感覚に説得力を増すためにも 商圈を数字で把握できるGISは武器になる。

ー MarketAnalyzer™は、どのような業務で役に立っていますか？

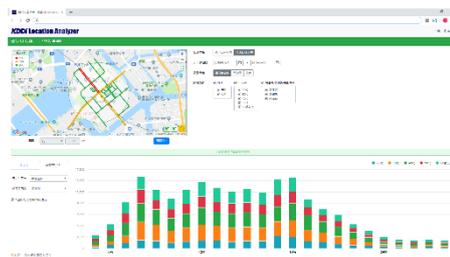
主にはエリア特性を調べたり、商圈分析で活用しています。新店舗の立地を決めるには、まず我々の部署で店舗の候補地を絞り込み、実際に物件を取得すべきか否かのジャッジを仰ぐのが大まかな流れになります。店舗開発の経験が長いメンバーが多いため、狙うべきエリアの候補は感覚的に出てくことも多くあります。しかし、会社に対して物件の特性を提案する際に、個人の感覚では話ができません。

タイトー様に採用いただいた技研商事インターナショナルのクラウド型GIS



MarketAnalyzer™ Cloud

探索的で高度な分析を行う商圈分析GIS



KDDI Location Analyzer

GPSビッグデータの分析に対応した新しいGIS

足元にはどういう人がいるのか、私たちのビジネスにマッチする根拠はこれという風に物件の選定理由を客観的に示せると説得力が違ってきます。感覚を裏付けるデータを取得できる点でも、役に立っているといえますね。

—業務の効率が上がったことはありますか？

調査や分析作業にかかる時間が減りました。単純にシステムの情報処理速度が時代とともに上がったことありますが、場所にとらわれずに商圈分析レポートが作れることで、時間をうまく使えるようになったと思います。今までは、出先から帰社してからでないレポートが作れなかったうえに、レポート自体もシステムから出力したものを再度加工編集する必要がありました。今はワンクリックでスピーディに作れますし、それをそのまま関係者に送るだけで、十分説得材料になるので助かっています。

—気に入っている活用法などはありますか？

チーム全員が使いこなせるようになるのはこれからですが、個人的に気に入っているのは、昼間人口や商業統計がすぐにレポートで見られる点。ファクトだけでなく、ベンチマークすべきターゲット層がどれだけ商圈内にいるのかも見れるのは参考になります。将来人口などのデータも非常にユニークに感じます。ショッピングセンターへの出店を検討するのであれば、将来人口は非常に参考になりますね。

店舗開発は数字で会話をすべきだというのが持論です。説得力のある提案をするために、裏付けとなるデータを自身の知恵として蓄積していく必要があります。そのためにも、MarketAnalyzer™からの情報を自分の頭にインプットし、再度アウトプットする。この繰り返しを大事だと思っています。

GPSで、新鮮で正確な分析を可能にする KDDI Location Analyzerの導入も決定。 MarketAnalyzer™との両輪で 業務のさらなるクオリティアップを。

—新たにご導入いただくKDDI Location Analyzer。採用のポイントは？

具体的な活用方針は社内でも検討していますが、運用メンバーで勉強会をしたり、村田さん（当社の営業担当）にも一部入ってもらい意見を聞きながら分析手法の理解を深めています。

重回帰分析を活用して売上予測をしたり、業務効率や質ももっとあげていけると感じています。当社のビジネスはハブモデルが通用しない業種のひとつ。一部参考にしている点はあるものの、ハブモデルに頼らずいかに分析の精度を高めていくか、使い方もブラッシュアップしていきたいですね。

—KDDI Location Analyzerは、今後どのように活用されていく予定ですか？

新たに導入を決めた KDDI Location Analyzer は、居住者だけでなく来街者の人の流れや滞留人口まで性別や年代が紐づく形で可視化できるのは面白いと感じました。推測ではなくGPSを元に、どこにどんな人がいるのかを割り出している点と、曜日や時間帯別に分析できる点も評価できます。

私たちの店舗は約半数が路面店なので、店舗付近にどんな人が集まっているのかを把握することは必須です。人手を割いて目視で人数調査をしていた頃と比べるとシステムで調査から分析まで完結できると作業がずいぶん楽になります。働く人の高齢化や人口減少により業務効率も上げていかなきゃという風潮もありますし働き方改革の面からみてもメリットがありそうですね。MarketAnalyzer™とKDDI Location Analyzerの両輪でうまく使っていきたいと思います。



小林様（写真右）と当社営業担当の村田（写真左）

—最後に

取れるデータの種類の増々広がり、データの鮮度も上がっていくなか、自分たちのビジネスに有効なデータがどれなのか、その取捨選択も大事だと感じます。店舗開発部の目的・目標は、店を開けて売上利益をつくること。そして従業員が働いて有意義な時間を過ごせること、ひいてはお客様に喜んでいただけること。その実現のためにも、自分たちの仕事の効率や質を上げていかなければと思います。

昔は、店舗に行かなければ楽しめなかったものが、今やインターネット上でも気軽に遊べます。ゲームとの接点が日常にあふれている今日、ゲームセンターに足を運んだことがない方も数多くいらっしゃるはず。

あらゆる世代の遊びが好きな人たちへ、エンターテインメント体験・空間を通じて笑顔や新たな驚き、人とのつながりを提供していくというわが社のミッションのもと、より多くの人をゲームの世界に呼び込んでいき、喜んでいただく機会をつくっていきたく、そう思っています。

（取材日：2019年9月）



株式会社タイトー様の運営するアミューズメント施設 タイトー ステーション

駅直結の好立地店舗や、大型の路面店、またファミリーで楽しめるショッピングセンター店や郊外型大型店舗など、立地に合わせた様々なスタイルでアミューズメント施設を運営。

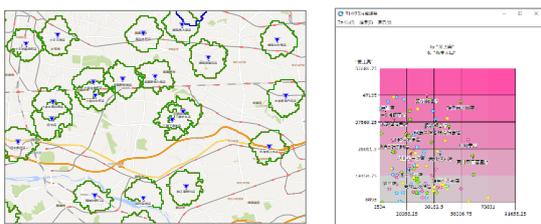
クレーンゲーム、メダル、ネットワークゲームなど多種多様な機種を取り揃え、ファミリー、カップル、お友達同士など様々な層が楽しめる街の人気スポットとして注目を集めています。

MarketAnalyzer™ cloud

レジャー・アミューズメント施設におすすめの活用方法

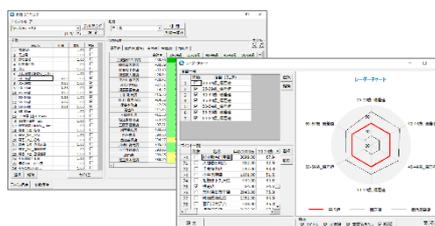
○多数の店舗分析をスムーズに

「一括集計・ポイントマトリクス機能」



登録した複数店舗の商圏データを一括集計。既存店全体のポジショニングを把握します。

「相関スコアリング機能」



売上と商圏データとの相関係数を算出し、複数の商圏データをスコア化・ランキング。

○立地のポテンシャルを細かく分析

「きめ細かい人口・世帯データ」

- ・**昼間人口（年齢別・タイプ別）**
性・年齢別昼間人口や従業者数、生徒学生数、事業所数などを収録。
- ・**将来人口**
コーホート変化率を用いて2040年までの性・年代別の将来人口を推計。
- ・**年収階級別世帯数**
年収1000万円以上世帯数など、年収階級ごとの世帯数や平均年収を推計。

「居住者プロファイリングデータ」



エリア特性や
潜在顧客を
知る

居住者のライフステージやライフスタイルの特性に応じて地域を分類した「定性データ」。顧客データやID-POSデータを30クラスター単位で集計し集客効率の分析等も可能です。



<https://www.giken.co.jp/>



技研商事インターナショナル株式会社

本社 名古屋市東区主税町2-30 GSIビル

東京支店 新宿区新宿2-1-12 PMO新宿御苑前7F

大阪営業所 大阪市中央区北久宝寺町3-6-1 本町南ガーデンシティ7F

TEL 052-972-6544 (代表)

TEL 03-5362-3955 (代表)

TEL 06-7639-8644 (代表)