

出店・顧客・GPS分析、売上予測  
販促施策分析、リテールサポート

# MarketAnalyzer™

データに基づいた出店戦略が組めていますか？

顧客の動向・特性を理解できていますか？

販促施策にお困りではないですか？



技研商事インターナショナル株式会社

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

東京本社 TEL:03-5362-3955  
新宿区新宿2-1-12 PMO新宿御苑前 7F

大阪営業所 TEL:06-7639-8644  
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

名古屋本社 TEL:052-972-6544  
名古屋市東区主税町2-30 GSIビル

2022年2月版

# MarketAnalyzer™ 5

## ■ 多彩な標準搭載機能

マーケティングGISに求められる基本機能から高度な解析機能まで搭載しています。

### 商圏作成機能



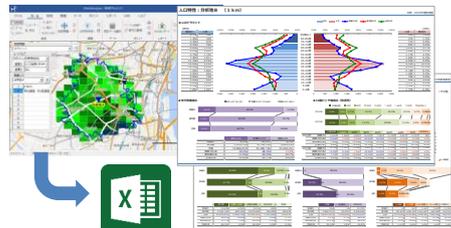
円形商圏は勿論、交通センサスを利用した自動車や徒歩・自転車到達圏など設定が可能。

### 商圏データ一括集計・散布図作成



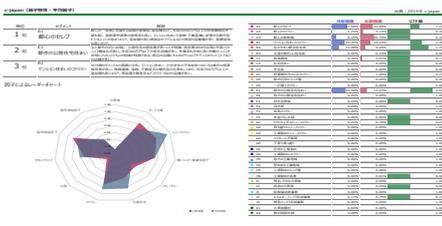
複数店舗の複数商圏データを一括集計。散布図により店舗全体の傾向を把握。

### Excelレポート自動作成機能



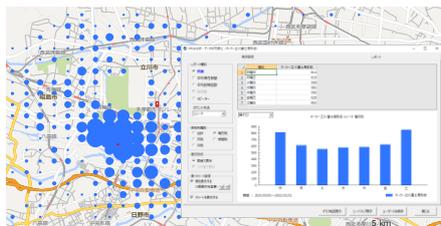
分析位置と商圏を設定するだけでExcel形式の商圏調査レポートを自動出力。

### 仮想ペルソナ分析機能 NEW



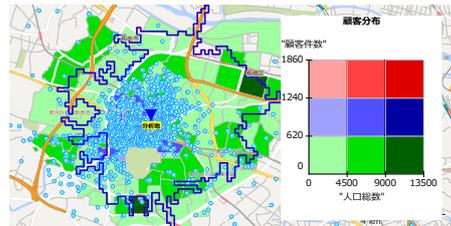
店舗への来訪者データと統計データを重ね、来訪者の詳細な属性をプロファイリング。

### PPLAライブエリア分析機能



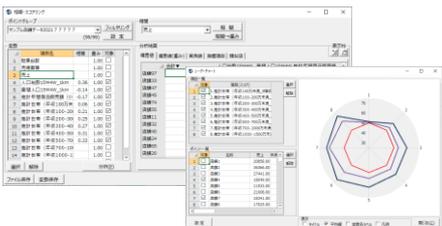
GPS位置情報を用いてエリアや施設への来訪者分布や曜日・時間帯を分析。

### 顧客シェア集計・表示



店舗リストや顧客リストを漢字住所等から地図上にプロット。分布を可視化します。

### 相関・スコアリング、類似店検索機能



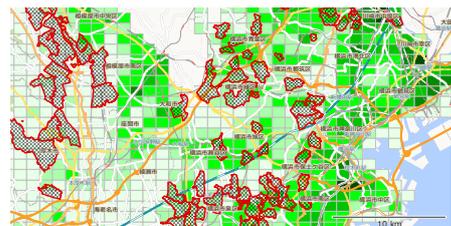
売上と商圏データとの相関係数を算出し、複数の商圏データをスコア化・ランキング。

### グラビティモデル分析機能



競合店舗を加味した店舗への吸引力を算出。ハブモデルを更に進化させ売上予測も対応。

### エリア検索・エリアヒートマップ機能



ターゲットが多く、競合出店が少ないエリアなど、条件に合致するエリアを検索する機能。

## ■ 主なオプション機能

- ・店舗重回帰分析機能
- ・店舗クラスター分析機能
- ・出店余地エリアランキング機能

- ・電車商圏作成機能
- ・最寄りポイント割当機能
- ・MKA-EAI（高速ETLツール）

## ■ クラウドだからどこからでも。

インターネットに繋がれば、どこからでもすぐにMarketAnalyzer™5が利用できます！

- ・ブラウザでログインしてどこからでも使えます。
- ・データは常に最新の状態でメンテナンスされます。
- ・高負荷な分析でもクライアントPCへの負担は最小限

	大容量版
vCPU	4core
メモリ	16GB
ストレージ	SSD200GB



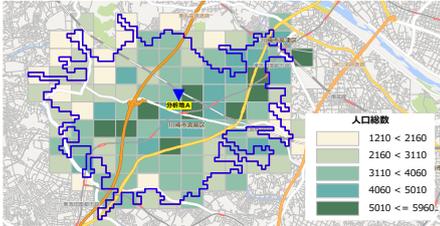
# マーケットアナライザー 5

2,000社への導入実績を誇る、高度で探索的な分析が可能な商圈分析GIS（地図情報システム）

## ■ 標準搭載データ

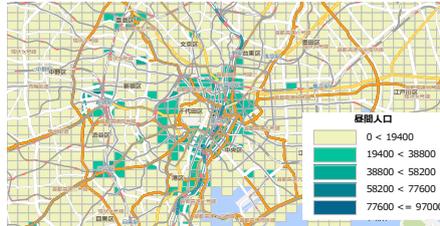
ターゲットを詳細にセグメントする各種データを網羅しています。

### 国勢調査（その1・その2） 125mメッシュ対応



人口、年齢、世帯、家族構成、住宅に関する国内最大の基礎的統計データ。

### 昼間人口（年齢別・タイプ別）



性・年代別昼間人口や従業者数、生徒学生数を収録。オフィス立地、学生街を測るデータ。

### 商業統計



小売店舗数や売場面積、年間販売額など、商業集積度合いを測るデータ。

### 個人年収／世帯年収 125mメッシュ対応

	商圏内	神奈川県	全国
1人当りの年収額	547万円	499万円	433万円
労働力人口	115,135	3,878,494	53,968,867
年収額合計	63,027,781万円	1,933,939,274万円	23,361,712,534万円

■ 年収年代別人口	20代未満							20代							30代							40代							50代							60代							70代以上						
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
年収300万円未満	1,077	9,521	7,931	8,362	6,293	5,560	3,405	24	3,039	4,865	5,682	4,423	2,492	756	0	1,690	4,847	6,565	5,390	1,954	336	0	686	3,649	6,130	5,475	1,202	121	0	119	1,776	5,069	6,201	481	14														

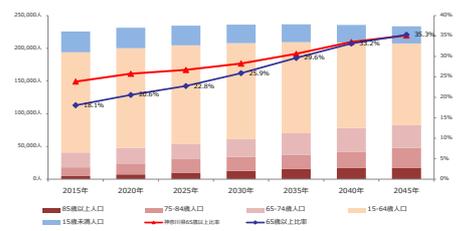
富裕度を知る基本データ。世帯年収や年代別年収について年収階級ごとの世帯数を収録。

### 消費支出 125mメッシュ対応

消費支出	商圏内		1世帯あたり消費額		都道府県比較
	消費額	世帯数	消費額	世帯数	
食料	¥89,126,707,720	¥844,782	¥2,954,654	104.2%	104.2%
飲料	¥5,935,691,273	¥56,261	¥57,100	98.5%	98.5%
食料外	¥6,036,821,627	¥57,220	¥57,578	99.4%	99.4%
肉類	¥5,036,821,627	¥57,220	¥57,578	99.4%	99.4%
魚介類	¥5,036,821,627	¥57,220	¥57,578	99.4%	99.4%
乳類類	¥3,619,634,428	¥34,308	¥32,948	104.1%	104.1%
野菜・海藻	¥9,618,328,887	¥91,167	¥90,347	100.9%	100.9%
油脂・調味料	¥3,297,132,756	¥31,252	¥31,804	98.3%	98.3%
菓子類	¥7,231,848,541	¥68,547	¥64,211	106.8%	106.8%
調理食品	¥12,330,308,844	¥116,872	¥115,023	101.6%	101.6%
飲料	¥5,508,107,391	¥52,208	¥49,388	105.7%	105.7%
酒類	¥3,779,972,071	¥35,828	¥35,175	101.9%	101.9%
外食	¥22,142,371,174	¥209,875	¥181,484	115.6%	115.6%
住居	¥33,014,278,075	¥312,924	¥263,876	118.6%	118.6%
家賃地代	¥23,927,676,997	¥226,797	¥181,944	124.7%	124.7%
設備修繕・維持	¥9,086,601,078	¥86,127	¥81,931	105.1%	105.1%

約600品目の年間消費支出を推計。単身世帯と2人以上世帯、全世帯それぞれを収録。

### 将来人口



死亡／出生率、人口移動を加味し、コーホート変化率から算出した2045年までの性・年代別人口。

## ■ その他の標準搭載データ

・自動車保有台数 ・POIデータ

## ■ 導入までの流れ

貴社のご要望・課題に合わせて最適な構成・分析環境をご提案いたします。



## ■ 価格

ライセンス数	初期費用	年間費用
1	550,000円	1,800,000円

- ※ 2ライセンス以上の複数ライセンスは別途お問い合わせください。
- ※ 契約は年間契約となります。月額お支払の場合は別途事務手数料が発生します。
- ※ トレーニング費用は別途（10万円～要見積り）。
- ※ PPLA機能は10地点20万円です。
- ※ 表記の価格は税別です。

## ■ 製品WEBサイト

- ・事例紹介ウェビナー
- ・お役立ち資料集
- ・製品無料トライアル

など様々なコンテンツをご用意しています。



# PPLAライフエリア分析機能

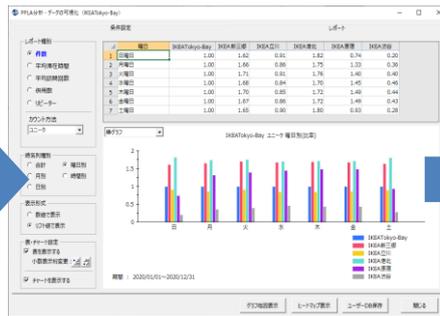
MarketAnalyzer™ 5

株式会社プログウォッチャーが保有するGPS位置情報をMarketAnalyzer™からリクエスト・取得し、分析する機能。競合店舗やキャンペーンエリアへの来訪者分布や曜日別・時間帯傾向を把握し、キャンペーンの効果測定などに活用します。

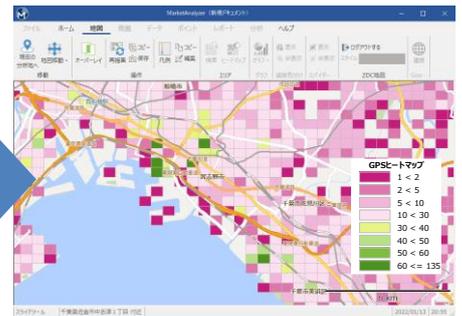
## ■ 分析STEP



MarketAnalyzer™5で分析対象の店舗にジオフェンス（仮想境界線）を設定。



GPS情報を期間を指定してリクエスト。来訪者推移、曜日・時間別傾向を比較。



メッシュ単位の来訪者居住地／勤務地を地図上に可視化。実商圈範囲を把握。

### 自社・競合店分析

- ・この店舗にきた人はどこに住んでいるのか？
- ・他店舗との商圈競合状態の可視化
- ・自店と競合店のレポート、併用分析
- ・来店客調査、店前通行量調査の代替・補完

### キャンペーンの効果測定

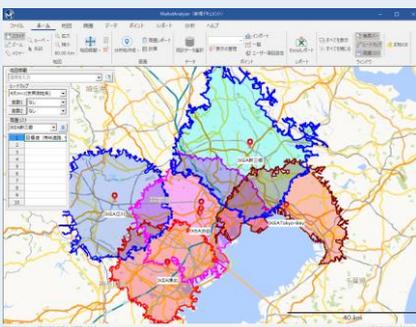
- ・施策前後の店舗来訪者の変化
- ・O2O施策の効果測定、可視化
- ・キャンペーンエリアの曜日別・時間帯別傾向
- ・通常時と特売日のキャップ分析

### 店舗来訪者の時系列分析

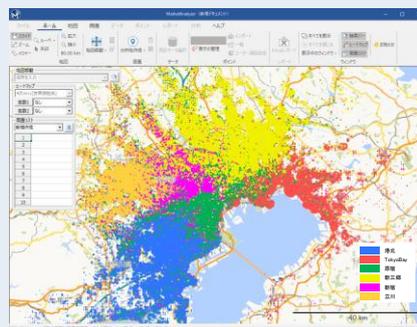
- ・月別来訪者数
- ・曜日別来訪者数
- ・日別来訪者数
- ・時間帯別来訪者数

## ■ 首都圏に展開する大型家具店の来訪者分析（自主調査）

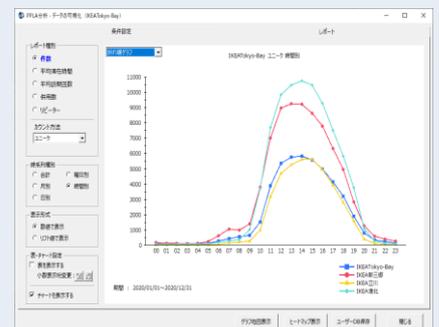
首都圏にあるそれぞれの店舗にジオフェンスを設定し1年間の来訪者データを取得。PPLAライフエリア分析機能でレポートを作成。



各店舗の実商圈の重なり（自社商圈の可視化）



各店舗の来訪者の居住地分布（来訪者の可視化）



時間帯別来訪者の傾向

曜日	IKEATokyo-Bay	IKEA新三郷	IKEA立川	IKEA港北	IKEA原宿	IKEA渋谷
月曜日	12.04%	12.02%	11.70%	11.93%	13.68%	12.87%
火曜日	11.02%	11.33%	11.34%	10.95%	13.18%	12.96%
水曜日	10.84%	10.94%	10.36%	10.44%	13.45%	14.60%
木曜日	10.74%	10.98%	10.37%	10.48%	13.74%	13.79%
金曜日	11.57%	11.68%	11.34%	11.25%	14.79%	14.75%
土曜日	20.29%	20.12%	20.68%	20.72%	16.22%	16.92%
日曜日	23.51%	22.93%	24.21%	24.22%	14.94%	14.11%

### 店舗立地による曜日別来訪者傾向の考察

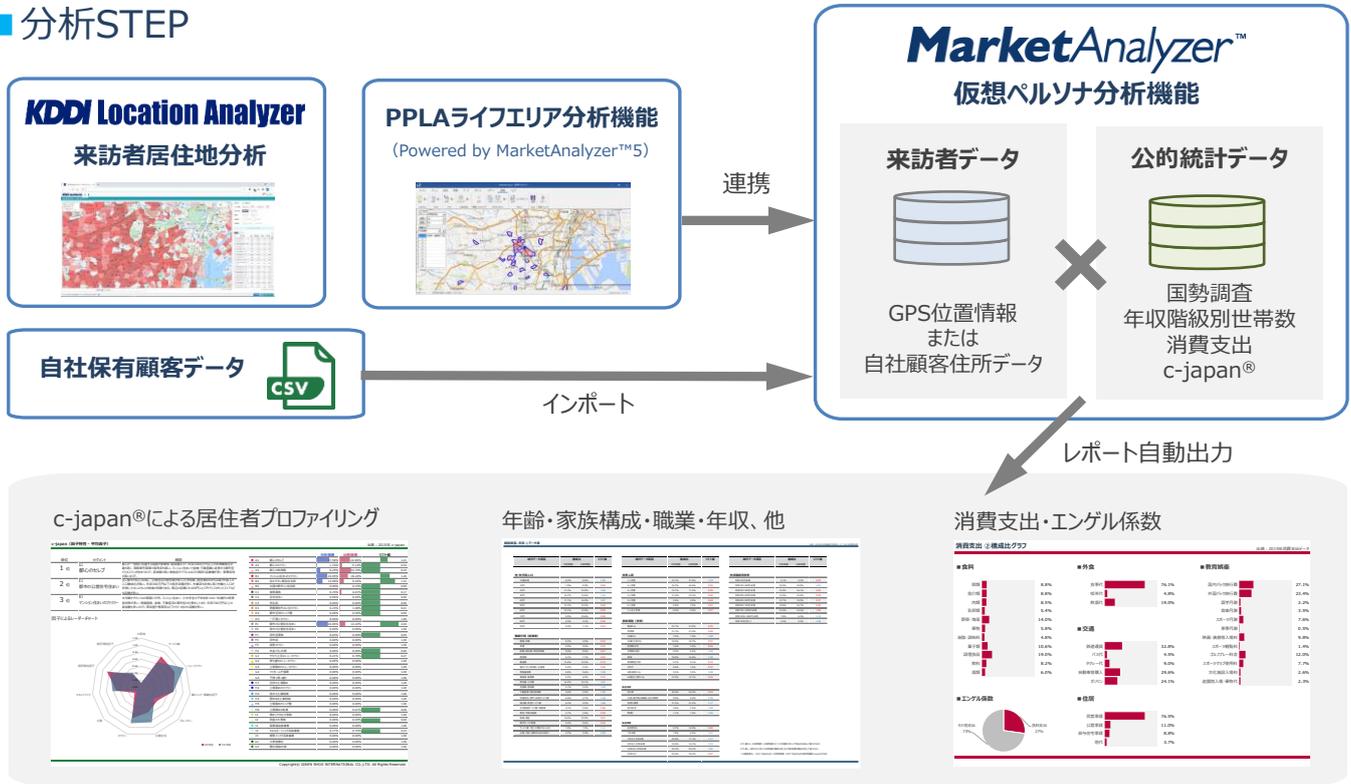
各店舗の曜日別来訪者の傾向を指数化し比較。郊外型店舗は土日に集中しているが、都心型店舗は金曜日と土曜日の来訪が多い傾向。通勤通学や買い物という生活スタイルによる違いや変化がわかる。

# 仮想ペルソナ分析機能

MarketAnalyzer™ 5  
特許第6943436号

仮想ペルソナ分析とは、自社保有の顧客データの住所や、GPS位置情報と公的統計データを重ね合わせ、顧客や店舗への来訪者全体の性・年代、富裕度、消費傾向といった属性を類推する分析手法です。

## ■ 分析STEP



## ■ 都心型店舗と郊外型店舗で来訪者の特性に違いはある？（自主調査）

大型家具店の既存形態となる郊外型店舗と近年出店攻勢を強める都心型店舗について、「PPLA ライフエリア分析機能」で来訪者を取得し仮想ペルソナ分析を実行した。

### 来訪者の主要セグメント

#### 都心型

- 1位：都会のセレブ  
(年収、貯蓄が高く、マンション住まいが多い)
- 2位：都心の単身層  
(単身層)
- 3位：該当なし

#### 郊外型

- 1位：都心のファミリー  
(都心の主要路線に点在し、居住期間が短い)
- 2位：マンション住まいのファミリー  
(小中学生の子ども、富裕層が多い)
- 3位：住みやすい都会住宅街  
(40～50代が多い、年収700万円が多い)

### 年収特性

#### 都心型

500～1000万未満クラスの方が多く、また、単身層が多いため、年収200～400万円が多い傾向。

#### 郊外型

年収100万未満、200～300万未満の方が多く。

➡ **都心型を出店し、郊外型店舗とターゲットのかぶらない  
高年収の単身層を囲い込むことに成功している**

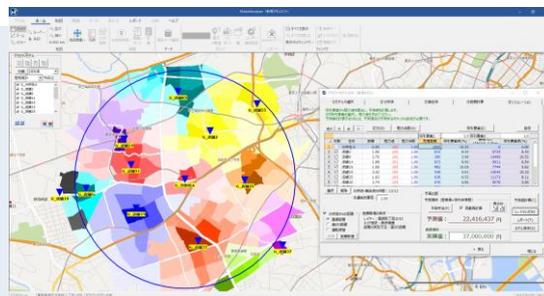


## ハフモデルをさらに進化させた商圈吸引力分析機能

店舗商圈内のマーケットポテンシャルだけでなく、競合店舗を加味した実際の吸引力を算出するハフモデルをさらに進化させた「グラビティモデル分析機能」を標準搭載。競合の位置や質的魅力を加味し、自社店舗への吸引力を算出する機能。ハフモデルをさらに進化させ、距離や魅力値（吸引要素）の設定を柔軟に追加・変更でき、トライ&エラーによる精度の向上が一層行いやすくなりました。

### 【ハフモデルとは？】

アメリカの経済学者デービット・ハフ博士が考案した商圈算出モデルです。商圈分析の代表的手法の一つで、小売店舗の出店前に、立地（商圈）と競合店を加味した集客力調査や売上予測を行う手法のことを言います。



【トライ&エラーを行いやすいインターフェース】

## ■ 特長

### 3つの距離から選択可能

エリアと店舗との距離は、エリアマーケティングにおける「3つの距離」、直線距離／道のり距離／時間距離から選択できます。自店舗と競合との距離も計測可能です。

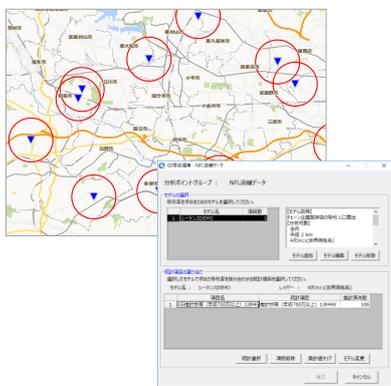
### 魅力値の設定がより詳細に

吸引要素を複数項目設定し、さらに各要素に重み付けを行います。売場面積などの量的変数だけでなく、企業ブランドなどの質的変数も店舗の魅力値として投入します。

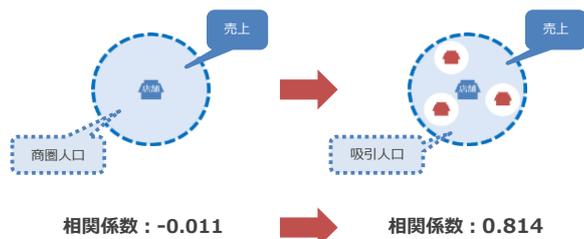
### 売上予測の説明変数に

重回帰モデルなどの説明変数に従来の単純な商圈人口ではなく、競合を加味した吸引人口を投入することによって、予測精度が向上することがあります。

## グラビティモデルシーケンス機能（オプション）



登録してある店舗リストの店舗それぞれを中心としたグラビティモデル分析を一括処理で行い、店舗の属性値として吸引人口などを一括付与する機能。既存店全体の吸引人口を集計することによって、売上とマーケットポテンシャルとのギャップ分析や、重回帰モデルの変数として投入することができます。

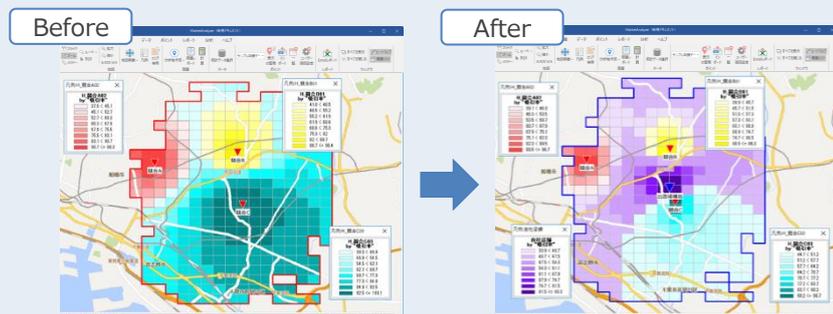


競合の影響を加味しない商圈人口よりもグラビティモデルシーケンス機能で一括集計した吸引人口のほうが、売上との相関係数が向上する場合があります。売上予測モデルの精度向上に貢献します。

※本機能はMarketAnalyzer™5のグラビティモデル分析機能のオプションです。  
※年間利用料金：6万円（税別）

## ■ 店舗出店前後の競合の影響を踏まえた商圈の変化（シミュレーション）

新規出店時に、出店前と後で想定商圈内の吸引エリアがどう変化するかをグラビティモデルによりシミュレーション。



### 主な活用例

- ・新規出店前後の商圈内勢力分布の変化
- ・店舗改装・増床効果シミュレーション
- ・新規出店時の売上予測シミュレーション

左の地図は出店候補地の出店前と出店後の競合を加味した勢力分布のシミュレーションです。紫色の地域は出店後、自社店舗への吸引率が最も高いと想定されるエリアです。