

匠

TakumiMap News Letter

地図情報で、御社に眠る顧客データを金の卵に換える新世代マーケティングGIS

再び輝きだす「アラウンド50」をどのように顧客に取り込めば良いか？



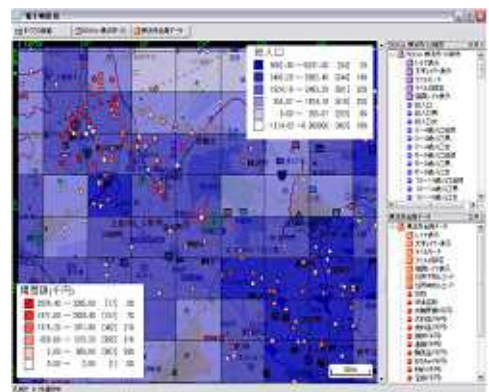
2007年9月に集英社より創刊されたのが雑誌「éclat (エクラ)」。実はこの雑誌、50歳前後 = 通称**アラウンド50 (フィフティ)**と言われる世代をターゲットとした業界初の雑誌だ。雑誌名のéclatとは仏語で「輝き・きらめき」を意味する言葉。育児・家事がひと段落し始め、一人の女性として再び輝く世代に贈る、という意味が込められているのだ。アラウンド50と言えば、今から約40年近く前、1970年に創刊されたファッション女性誌のパイオニア「anan (アンアン)」を初め、1981年創刊の「CanCan (キャンキャン)」など多くのファッション誌に啓蒙されたトレンドの元祖、バブルの立役者だったのだ。長い闘争が収束に向かいつつあった大学キャンパスをファッション誌を片手に颯爽と歩く最先端の女子大生であった彼女たちも、今や50歳台に足をかけようというところ。

もし、あなたが店舗開発マネージャーだとしたら、今再び輝き出そうとしているアラウンド50に対して、**どのような仮説を持ち、店舗をどのように展開していこうか。**

金の卵となりうる購買情報、パソコンに眠らせていませんか？

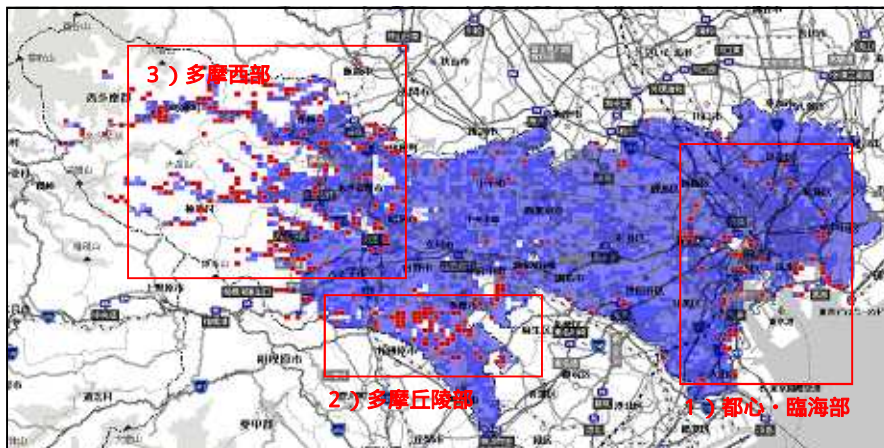
Suicaを初めとするデビット型のカード決済システムの普及で、**多くのお客さんの購買履歴と個人情報**がつかめる時代となり、不特定多数のお客に商品の販売をする、という従来の小売の常識が昨今少しずつ崩れかけている。そして課題は、そのようなシステムを通して得た情報をどのように活用するか、となった。

そんな時に大活躍するのがTakumiMap。この最大の特徴は、ほとんどの機能がクリック操作だけでおこなえてしまう点だ。しかもやる気の高い店長さんが複雑な分析をしたい！と思うとき、そのニーズに応えるだけの高度な分析ポテンシャルも秘めている、まさに初心者から地図情報の“匠”までを対象とした、リーズナブルな新世代地図情報システムだ。まずは無料でお試しからどうぞ！（連絡先は次ページをご参照ください）



店舗開発の第一歩！まずはゾーニングによるエリア絞り込みを！

東京都内のアラウンド50 (46歳～54歳人口) 比率の分布マップ



店舗開発についての仮説構築は、**まずターゲットとなる属性のエリア分布を確認することから始まる**。アラウンド50 (以後“A50”) の分布をつかむため、TakumiMapを用いて東京都内の45歳～54歳の人口比率 (総人口に対するA50人口の割合) を濃淡で示し、さらに上位5%のエリアを濃い色 (赤) で塗りつぶしてみると左の地図のようになる。

ちなみに比率の計算は、TakumiMapの持っている統計計算機能を用いれば、わずか数クリックで可能だ。

この段階でA50が都内3ゾーン、**1) 都心・湾岸地区、2) 多摩丘陵部、3) 多摩西部**に大きく分布していることがわかる。

TakumiMapによる分析から、アラウンド50は都内で大きく3つのゾーンに分布しているのがわかる。1つは都心・湾岸地区、2つ目は多摩丘陵部、3つ目は多摩西部だ。

地図データは株式会社ゼンリンデータの地図を転用しております。(許諾番号: Z06A-第2506号)

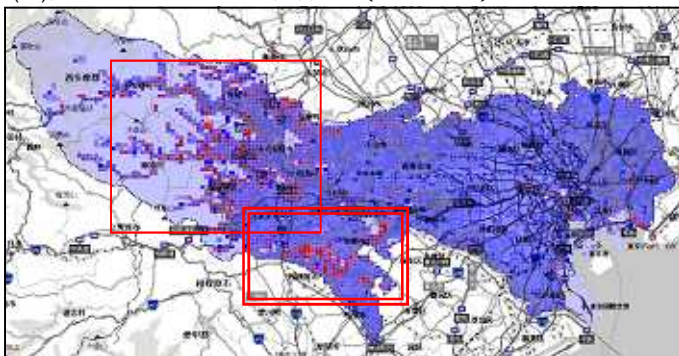
TakumiMap® は、株式会社匠技研の登録商標です。

TakumiMap積極活用で、店舗展開に関する仮説がみえた！

(下)A50人口比率に「2人世帯(上位20%)」をクロス



(下)同様に「65歳以上親族同居世帯(上位10%)」をクロス表示



上の図は、A50世代の人口分布に2人世帯(上)、65歳以上親族同居世帯(下)をクロス表示し、その上位を濃い色(赤)で塗りつぶしたものだ。この結果からより具体的な店舗展開仮説が見えてきたことは言うまでもない。同じA50の分布するゾーンでも、1)都心・湾岸地区と3)多摩西部は大きく分かれ、その両方の特性を持つのが2)多摩丘陵部ということがいえるのだ。従って店舗展開の一つの仮説として、まず多摩丘陵部にパイロット店舗を出店し、1)3)の購買特性を見極めた後、より詳細なMD(マーチャンダイジング)仮説を構築、自社が得意とするゾーンに出店・店舗展開を図る、という仮説シナリオが見えてくるのである。

ここで少し考えてみたい。同じ東京都内でもA50の人口分布は大きく3つにゾーニングされた。この3つのゾーンに居住するA50は、すべて世代共通の特徴をもち、同じような購買行動をとるのだろうか。たとえば東京23区内、それも湾岸地区に居住するA50と、多摩西部の青梅付近に居住するA50は、おのずとライフスタイルも異なるに違いない。

仮説をブラッシュアップする上では、このようなわずかな疑問に着眼して掘り下げることこそが大切である。本来であればA50を対象としたアンケートをとればよいがその予算もなければ時間もなし。そこで今回は、3つのゾーンに居住するA50が、どのようなライフスタイルを送っているのか、居住形態(世帯人口等)から推察してみよう

アンケートをとる前に、TakumiMapで気軽に分析

皆さんは消費者の購買行動を知るために、どのような手段を使うだろうか。やはりお手軽なのはアンケート調査だろう。現在、インターネット調査が普及し、格安・短納期でアンケートを行うことができる。しかし、それでも数万~10数万円の支出は覚悟しなければならないし、2~3日のリードタイムも要する。そんな時、TakumiMapを用いれば、簡単に購買行動を推察する情報を得ることができるのだ。

TakumiMapの機能をそのままに！レポーターサービスいよいよ開始！

御社だけの『高効率・業務戦略マップ』づくりをリーズナブルに最速支援！

今なら特典 Vol.1

スポットでリーズナブル！
ベーシックサービスはなんと
30000円~の特別プライス

今なら特典 Vol.2

最速翌日納期！
ベーシックサービスは仕様合
意の翌日にデータをご送付

今なら特典 Vol.3

メールでのご相談！
顧客データ活用アドバイスを
メールで1回相談・ご返信！

今なら特典 Vol.4

トレーニング・サービス！
25ライセンス以上購入した法人様に
使用トレーニング・サービスを提供



地図情報で“見える”マーケティングへ 株式会社匠技研®

本ニュースレター、並びに商品・サービス内容に関するお問い合わせは

電話 03-5765-5343

FAX 03-5765-5342

Eメール customer@takugi.com

株式会社 匠技研 匠レポーター担当宛までどうぞ
〒105-0022 東京都港区海岸2-1-23 ベイサイド5階