

新店舗開設に関する マーケティング調査 報告書

※本資料はサンプルで実際の報告書の一部抜粋となります。

SAMPLE

【調査結果】

1. 商圈調査

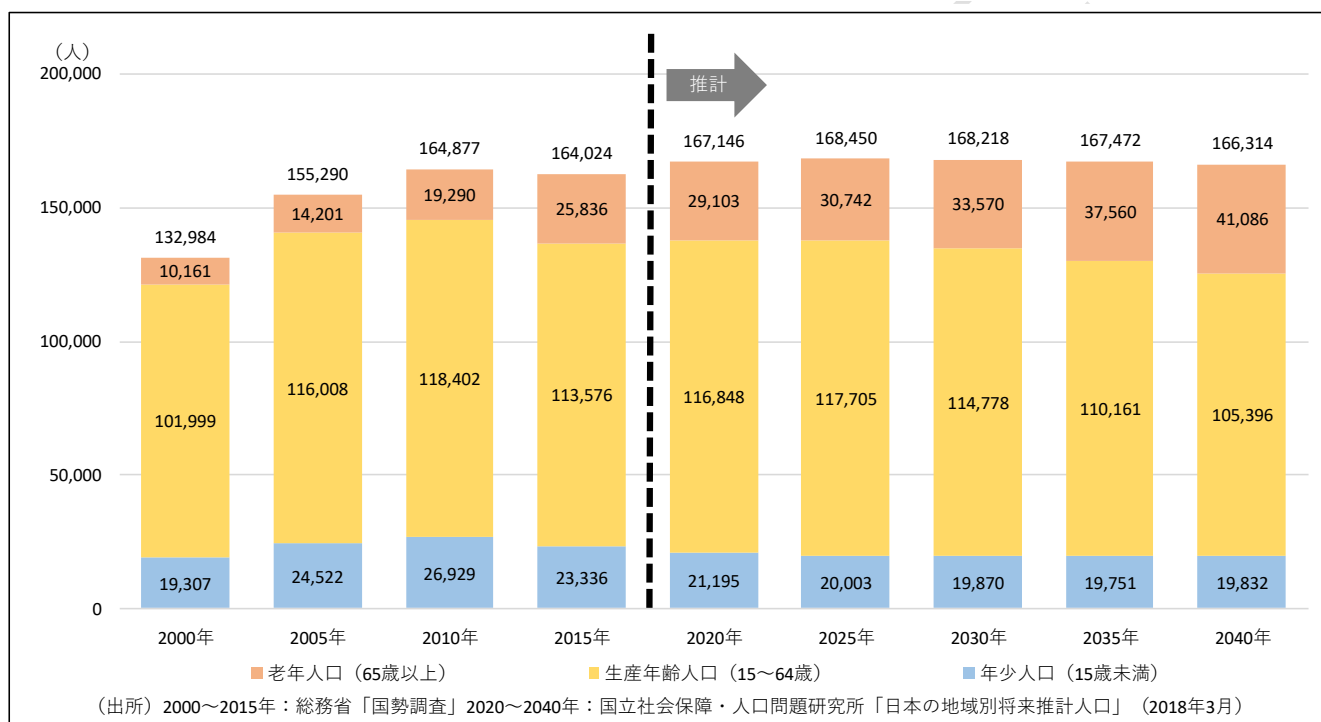
(1) 統計の整理・分析

① ●●市の人口の推移

●●市の人口推移について、国勢調査結果及び社人研が実施した将来人口推計を基に整理した。

...

図表 1 ●●市全体の人口推移



	2000年	2005年	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年	2020年比
総人口 (人)	132,984	155,290	164,877	164,024	167,146	168,450	168,218	167,472	166,314	-0.5%
年少人口 (15歳未満)	19,307	24,522	26,929	23,336	21,195	20,003	19,870	19,751	19,832	-6.4%
生産年齢人口 (15～64歳)	101,999	116,008	118,402	113,576	116,848	117,705	114,778	110,161	105,396	-9.8%
老年人口 (65歳以上)	10,161	14,201	19,290	25,836	29,103	30,742	33,570	37,560	41,086	41.2%

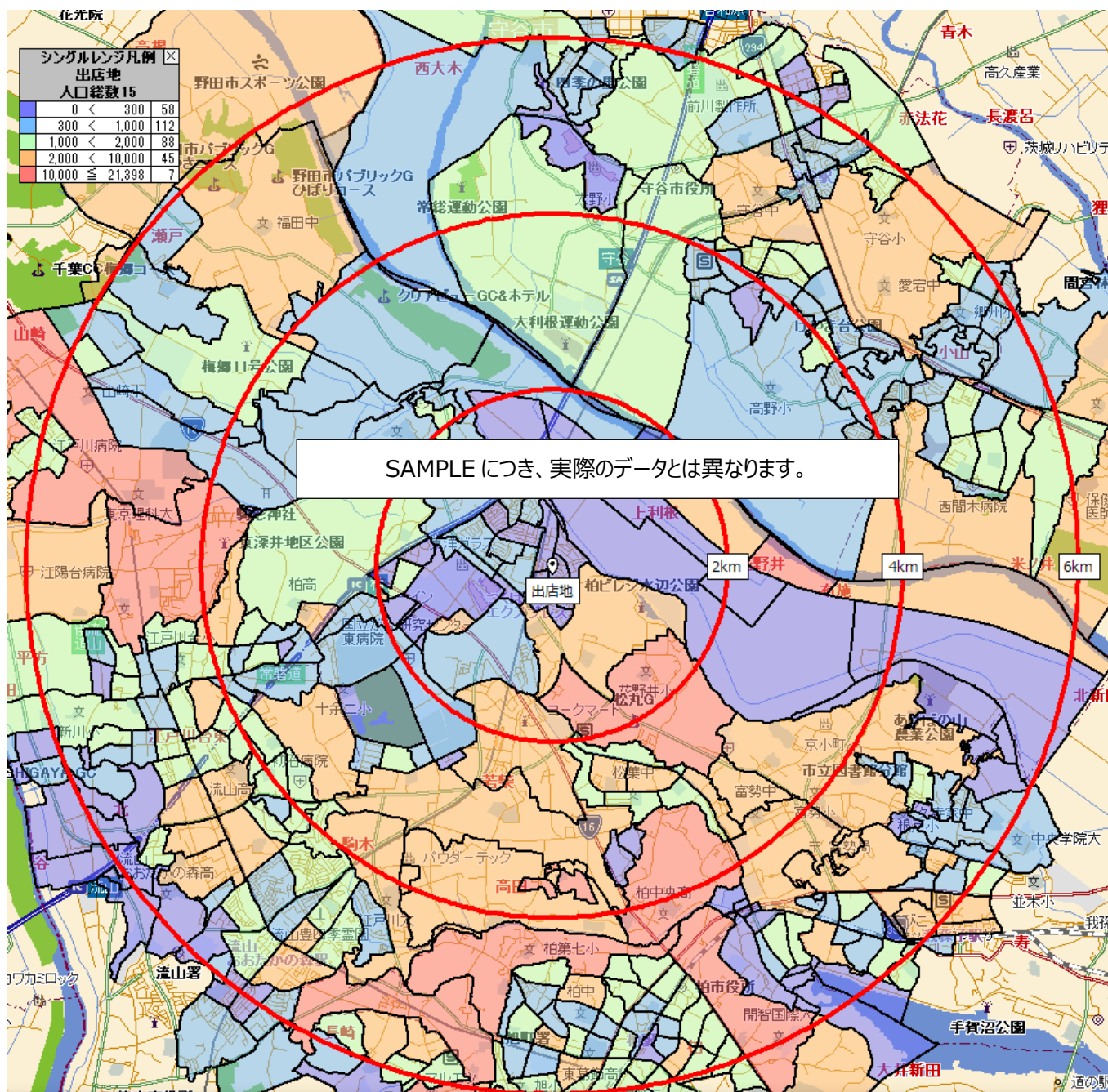
(2) 商圏内の動向

① 商圏の人口・世帯

出店予定場所を中心に、半径 0.25 km（1 次商圏）、0.5 km（2 次商圏）、1 km（3 次商圏）を商圏として、商圏内の人口や世帯数を国勢調査データ（2015 年）より整理した。

...

図表 4 商圏内の人口分布図と商圏ごとの人口・世帯数



(単位：人、世帯)

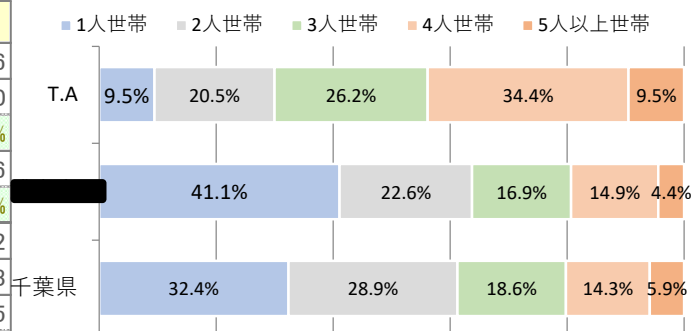
商圏	距離	エリア数(町丁目数)	人口数	世帯数
一次商圏	半径0.25km	6	2,721	845
二次商圏	半径0.5km	10	8,568	2,861
三次商圏	半径1km	22	26,667	8,793

【一次商圏の統計データ概要】

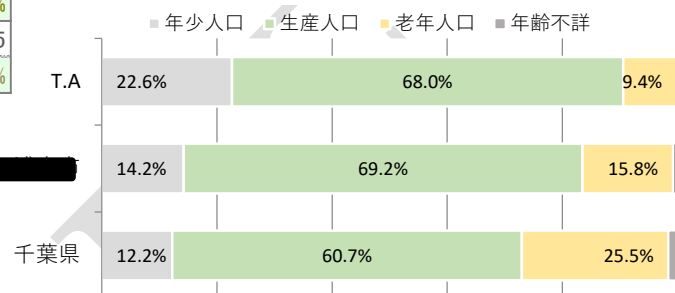
統計データ		T.A	千葉県	千葉県
人口総数		2,721	164,024	6,222,666
男性人口	実数	1,316	81,057	3,095,860
	比率	48.4%	49.4%	49.8%
女性人口	実数	1,404	82,967	3,126,806
	比率	51.6%	50.6%	50.2%
世帯数		845	74,229	2,609,132
住宅に住む主世帯		838	71,676	2,533,133
持家主世帯	実数	754	35,232	1,686,035
	比率	90.0%	49.2%	66.6%
借家主世帯	実数	84	36,444	847,098
	比率	10.0%	50.8%	33.4%
昼間人口	実数	1,392	157,958	5,206,745
	比率	51.2%	96.3%	83.7%

※昼間人口(2015年国勢調査・2014年経済センサスから算出)
昼間人口比率は人口総数より算出

【一次商圏の世帯人員別構成】



【一次商圏の年齢3区分別構成】



一世帯当り平均年収

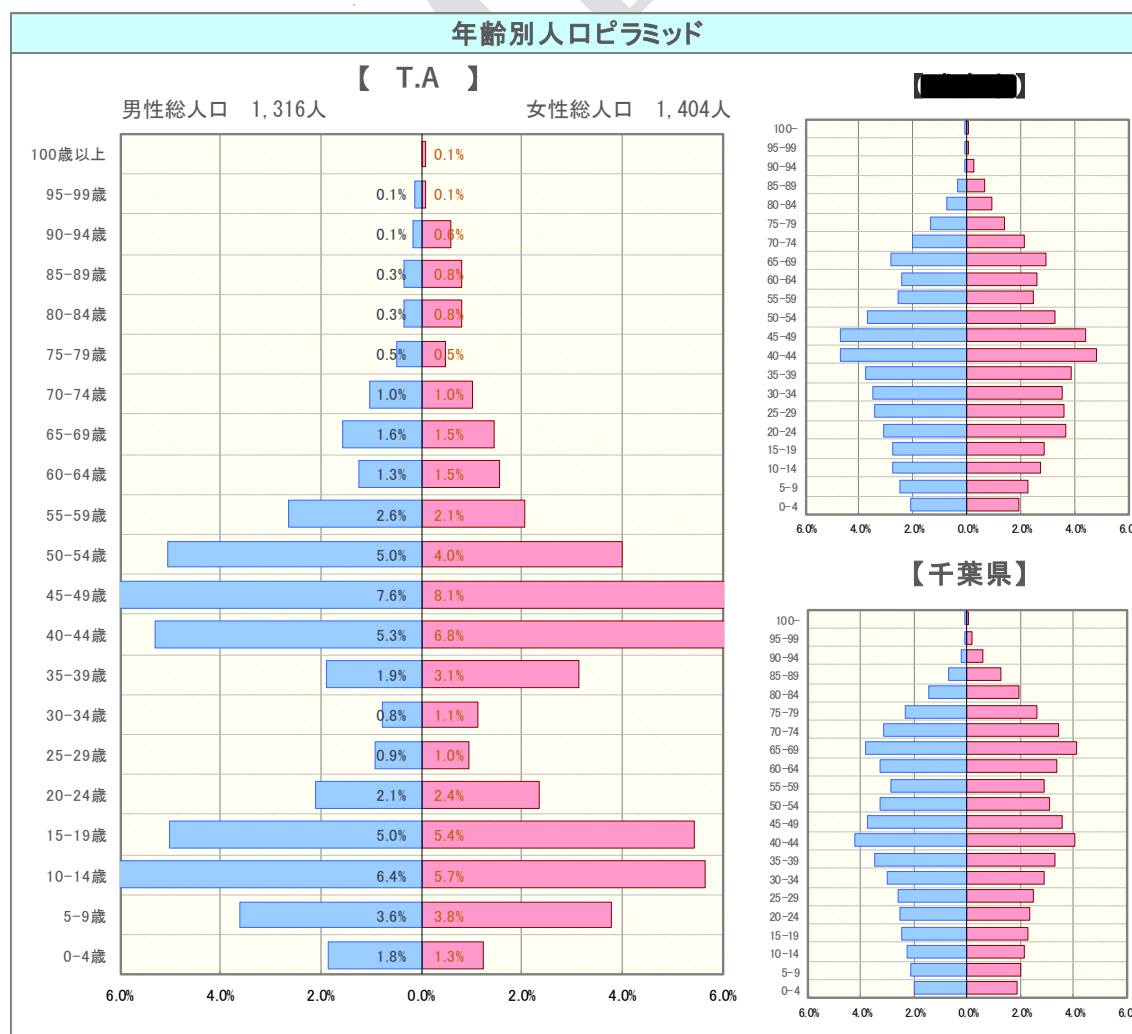
T.A 内 **804** 万円

599 万円

千葉県 **503** 万円

※年収推計データ各階級の基準値より算出

【一次商圏の年齢別人口ピラミッド】



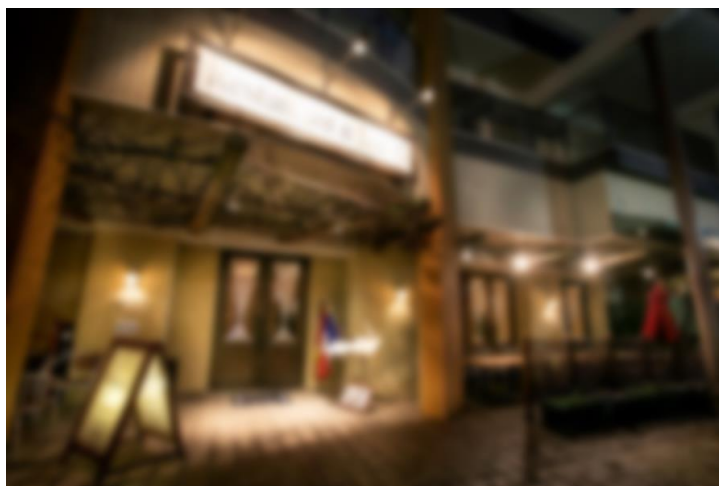
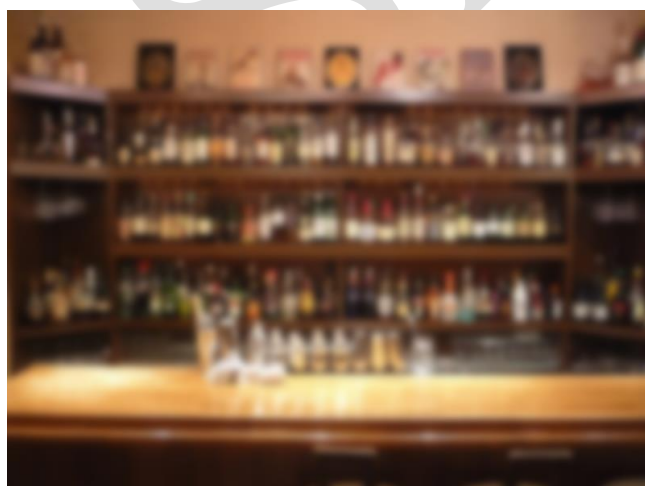
2. 競合店舗調査

(1) 競合店舗の基本情報の整理

出店予定地における小売店または飲食店のテナントについて調査した。

<商圏内の飲食店>

名称	● ●
電話番号	● ●
営業時間	<平日・日曜・祝日> 昼：● ● 夜：● ● <金・土・祝前日・連休中日> 昼：● ● 夜：● ●
品揃え等	<アルコール> ※全て税込 ● ● XX 円 ● ● XX 円 ● ● XX 円 など <フードメニュー> ● ● XX 円 ● ● XX 円 ● ● XX 円 など <おつまみ> ● ● XX 円 ● ● XX 円 など
特徴	● ● ● ●

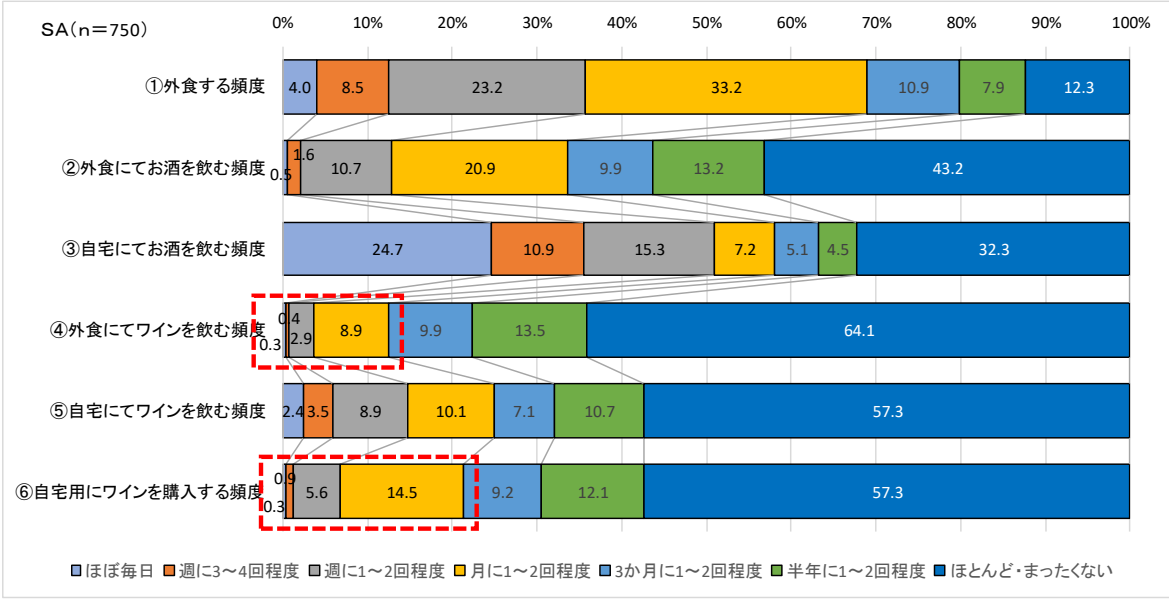


3. 周辺住民のニーズ調査概要

(1) 消費状況

- ●。
- ●。
- ●。

【外食で飲む頻度】



【外食で飲む頻度(属性別)】

(単位:件、%)

		回答数	週に1~2回以上	ほぼ毎日	週に3~4回程度	週に1~2回程度	週に1~2回未満	月に1~2回程度	3か月に1~2回程度	半年に1~2回程度	ほとんど・まったくない
合計		750	3.6	0.3	0.4	2.9	96.4	8.9	9.9	13.5	64.1
性別・年代	男性	425	4.5	0.2	0.0	4.2	95.5	8.7	8.9	16.7	61.2
	20~30歳代	55	5.5	1.8	0.0	3.6	94.5	5.5	9.1	12.7	67.3
	40歳代	90	5.6	0.0	0.0	5.6	94.4	5.6	5.6	18.9	64.4
	50歳代	140	5.0	0.0	0.0	5.0	95.0	9.3	11.4	15.7	58.6
	60~70歳代	140	2.9	0.0	0.0	2.9	97.1	11.4	8.6	17.9	59.3
	女性	325	2.5	0.3	0.9	1.2	97.5	9.2	11.1	9.2	68.0
	20~30歳代	105	4.8	0.0	1.9	2.9	95.2	9.5	13.3	5.7	66.7
	40歳代	90	1.1	1.1	0.0	0.0	98.9	10.0	5.6	10.0	73.3
	50歳代	90	2.2	0.0	1.1	1.1	97.8	10.0	12.2	10.0	65.6
	60~70歳代	40	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	5.0	15.0	15.0	65.0
地域	元町	309	1.9	0.3	0.0	1.6	98.2	7.8	9.1	10.7	70.6
	中町	257	2.7	0.0	0.8	1.9	97.3	8.2	10.1	15.2	63.8
	新町	184	7.5	0.5	0.5	6.5	92.5	12.0	10.9	15.8	53.8
	うち明海	44	6.8	0.0	0.0	6.8	93.1	6.8	13.6	18.2	54.5
世帯年収	300万円未満	126	0.8	0.0	0.8	0.0	99.2	8.7	5.6	8.7	76.2
	300万円以上~500万円未満	165	2.4	0.6	0.0	1.8	97.6	4.8	7.9	14.5	70.3
	500万円以上~750万円未満	148	1.4	0.0	0.7	0.7	98.6	5.4	10.1	14.2	68.9
	750万円以上~1,000万円未満	135	3.7	0.7	0.0	3.0	96.3	10.4	11.1	11.1	63.7
	1,000万円以上	176	8.5	0.0	0.6	8.0	91.5	14.8	13.6	17.0	46.0

【調査結果まとめと戦略の方向性】

1. STP 分析に基づく戦略立案

アンケートによる消費者のニーズ調査結果等を踏まえて、Segmentation（セグメンテーション）、Targeting（ターゲティング）、Positioning（ポジショニング）を行う STP 分析に基づき戦略を整理した。

STP 分析とは、「Segmentation（セグメンテーション）」「Targeting（ターゲティング）」「Positioning（ポジショニング）」との頭文字を取ったものであり、自社がどの市場で、どのような価値を提供していくかを定める際に活用するマーケティング手法。

「Segmentation（セグメンテーション）」：人口動態などの数値的なデータをもとに市場を細分化する。

「Targeting（ターゲティング）」：細分化された市場の中で、どの市場を狙うべきかを定める。

「Positioning（ポジショニング）」：同業他社との立ち位置を明確化し、優位なポジションを見つける。

(1) セグメンテーション（Segmentation:市場の細分化）

- ・ ● ●
- ・ ● ●
- ・

(2) ターゲティング（Targeting：標的市場の決定）

- ・ ● ●
- ・ ● ●

(3) ポジショニング（Positioning：市場優位性）

- ・ ● ●。
- ・ ● ●。

2. マーケティングの 4P に基づく戦略立案

アンケートによる消費者のニーズ調査結果を踏まえて、新規飲食店出店における戦略について整理した。

(1) 商品戦略 (Product)

- ・ ● ●
- ・ ● ●
- ・

(2) 価格戦略 (Price)

- ・ ● ●
- ・ ● ●
- ・

(3) 流通・立地戦略 (Place)

- ・ ● ●
- ・ ● ●
- ・

(4) プロモーション戦略 (Promotion)

- ・ ● ●
- ・ ● ●
- ・

3.顧客の獲得見込み（月あたりの需要予測）

アンケートによる消費者のニーズ調査結果等を踏まえて、参考に新規出店した場合の月の顧客数見込みを2段階に分けて以下のように算出した。

第1段階（新規出店当初で認知度が低い段階）

《月の顧客獲得見込数》 ●人～●人

《条件》

- ◆ …
- ◆ …
- ◆ …

《算出根拠》

- ◇ …
- ◇ …
- ◇ …

第2段階（徐々に実績の蓄積や認知度の向上により、広域からの集客が可能となった場合）

《月の顧客獲得見込数》 ●～●人

《条件》

- ◆ …
- ◆ …
- ◆ …

《算出根拠》

- ◇ …
- ◇ …
- ◇ …

SAMPLE