

商圈分析事例②  
《滞在型サービスの場合》

逗子市商工会

## 商圈分析結果 報告書

### ■売場面積の評価結果と見解：競合の視点 / 建物の視点

売上に貢献する「売場面積」

1 5	5	3	<u>2</u>	1
501 m <sup>2</sup> 超	500～101 m <sup>2</sup>	100～61 m <sup>2</sup>	<u>60～31 m<sup>2</sup></u>	30 m <sup>2</sup> 以下

(補足)

- ・県内競合と比較して、床面積当たりの売上獲得能力は小さいです。
- ・単位面積あたりの売上は、以下のように算定しています。

$$7,133,419 \text{ 円} \div 40 \text{ m}^2 = 178,335 \text{ 円/m}^2$$

### ■学割サービスの評価結果と見解：競合の視点

学割サービスの実施の有無

3				<u>1</u>
有				<u>無</u>

(補足)

- ・お客様の質に影響するため、一概に学割の有無は、甲乙判断できないですが、顧客育成という観点からは、学割有りを評価することになります。

### ■出張サービスの評価結果と見解：競合の視点

出張サービスの実施の有無

<u>5</u>	4	3	2	1
<u>有</u>		サービスメニューに無いが要望に合わせ時に実施		無

(補足)

- ・原則的に、待ち型商売であるため、外貨を稼ぐ出張サービスの実施を評価しています。

### ■営業時間の評価結果と見解：競合の視点

1日あたり平日の「延べ」営業時間

5	4	3	<u>2</u>	1
24 時間	18 時間超 24 時間内	12 時間超 18 時間以内	<u>6 時間超 12 時間以内</u>	6 時間以内

1日あたり休日の「延べ」営業時間

5	4	3	<u>2</u>	1
24 時間	18 時間超 24 時間内	12 時間超 18 時間以内	<u>6 時間超 12 時間以内</u>	6 時間以内

(補足)

・営業時間の長さは、顧客の利便性につながるため、営業時間が長いほど、売上獲得機会が多いとみなし、評価を高くしています。

### ■予約手段の手数の評価結果と見解：動線の視点 / 競合の視点

予約手段がいくつあるか

5	<u>4</u>	3	2	1
5つ以上	<u>4つ</u>	3つ	2つ	1つ

(補足)

・顧客により、申し込みやすいツールは異なるため、申し込み手数が多の方を、評価を高くしています。  
・時間帯により、申し込みやすいツールは異なるため、申し込み手数が多の方を、評価を高くしています。

### ■価格の評価結果と見解：競合の視点

レコーディング平日の時間あたり最高値価格

1	3	5	<u>4</u>	2
10000 円超	6000 円超～ 10000 円	5000 円超～6000 円	<u>2000 円超～</u> <u>5000 円以内</u>	2000 円以下

レコーディング休日の時間あたり最高値価格

1	3	5	<u>4</u>	2
10000 円超	6000 円超～ 10000 円	5000 円超～6000 円	<u>2000 円超～</u> <u>5000 円以内</u>	2000 円以下

スタジオ平日の時間あたり最高値価格

1	3	5	<u>4</u>	2
6000 円超	3800 円超～ 6000 円	2500 円超～3800 円	<u>1500 円超～</u> <u>2500 円以内</u>	1500 円以下

スタジオ休日の時間あたり最高値価格

1	3	5	<u>4</u>	2
6000 円超	3800 円超～ 6000 円	2500 円超～3800 円	<u>1500 円超～</u> <u>2500 円以内</u>	1500 円以下

(補足)

・レコーディングの1時間の利用料設定の平均価格は、平日休日とも、5000円から6000円に中央値があり、中央値に近いほど、評価が高くなります。  
・スタジオの1時間の利用料設定の平均価格は、平日休日とも、2500円から3800円に中央値があり、中央値に近いほど、評価が高くなります。

- ・価格については、上記評点の順に売上との相関が高いです。

### ■保有機材点数の評価結果と見解：建物の視点 / 競合の視点

保有する機材の総点数

5	4	3	<u>2</u>	1
100 超	70 超～100 以下	50 超～70 以下	<u>30 超～50 以下</u>	30 以下

(補足)

- ・保有する機材が多いほど、顧客への利便性が高いと評価しています。
- ・保有する機材が多いほど、顧客からの売上獲得機会が多いと評価しています。

### ■駐車場の評価結果と見解：建物の視点 / アプローチの視点

駐車場

<u>5</u>	4	3	2	1
<u>有り</u>	コインパーキング利用全額補填	コインパーキング利用半額補填	コインパーキング利用一部補填	無

駐車場が

5	4	3	<u>2</u>	1
顧客受入れ可能人数分存在する。	顧客受入れ可能人数の7割程度存在する。	顧客受入れ可能人数の半分程度存在する。	<u>顧客受入れ可能人数の半分に満たないが存在する。</u>	駐車場が無い

(補足)

- ・駐車場施設の存在は、顧客のアプローチの多様性につながるため、評価は高くなります。

### ■宿泊サービスの評価結果と見解：競合の視点

宿泊が

<u>5</u>	4	3	2	1
<u>可能である</u>		事情に応じて可能である		無

(補足)

- ・宿泊サービスは、顧客の利便性向上に寄与するため、評価が高くなります。

### ■県内 SEO 状況の評価結果と見解：認知性の視点 / 動線の視点

立地県名での検索で店舗のホームページ等の表出状況

10	8	6	4	<u>1</u>
1 ページ前半	1 ページ後半	2 ページ	3 ページ以降	<u>無</u>

(補足)

・2019年1月末日現在、「神奈川（県） 音楽スタジオ」「神奈川（県） レコーディングスタジオ」等の検索で御社のホームページが表出しませんでした。

■地域 SEO 状況の評価結果と見解：認知性の視点 / 動線の視点

立地市町村名での検索で店舗のホームページ等の表出状況

10	8	6	4	<u>1</u>
1 ページ前半	1 ページ後半	2 ページ	3 ページ以降	<u>無</u>

(補足)

・2019年1月末日現在、「逗子（市） 音楽スタジオ」「逗子（市） レコーディングスタジオ」等の検索で御社のホームページが表出しませんでした。

・同検索では、1 ページ目に御社に関わる「メディアの取材記事」「スタジオ検索ポータルサイトからの掲示」等を確認できました。しかしながら御社の独自の SEO 対策とは判断しませんでした。

■送迎サービスの評価結果と見解：競合の視点 / アプローチの視点

最寄り駅等への送迎が

<u>5</u>	4	3	2	1
<u>可能である</u>		事情に応じて可能である		無

(補足)

・送迎サービスの実施は、顧客の利便性の向上並びにアプローチの近接性に関わるため、評価しています。

■駅や公共交通機関からの最寄り性の評価結果と見解：アプローチの視点

駅等から徒歩で

5	<u>4</u>	3	2	1
5 分以内	<u>10 分以内</u>	20 分以内	30 分以内	30 分超

駅等から公共交通機関（車）で

<u>5</u>	4	3	2	1
<u>徒歩圏内</u>	車で 10 分以内	車で 15 分以内	車で 20 分以内	車で 20 分超

(補足)

・最寄り駅からのアクセスの良さは、アプローチの近接性に繋がるため、評価しています。

■レーベル機能の評価結果と見解：競合の視点

企画制作機能

<u>5</u>	4	3	2	1
<u>あり</u>	対応可能			無し

(補足)

- ・企画制作機能は、売上獲得機会の手段になるため、評価しています。

■拡販機能の評価結果と見解：競合の視点

制作物の販売や営業機能

<u>5</u>	4	3	2	1
<u>あり</u>	対応可能			無し

(補足)

- ・制作物の販売や営業活動は、売上獲得手段に繋がるため、評価しています。

■web掲載率の評価結果と見解：動線の視点 / 視界性の視点

提供しているサービスメニューのweb掲載率

5	4	<u>3</u>	2	1
80%超～100%	50%超～80%	<u>30%超～50%</u>	10%超～30%	10%以下

(補足)

- ・実施しているとするサービス内容等は、実際に「顧客の目に触れなければ」利用促進に繋がらない側面があります。そこで、実施しているとするサービスがwebにどの程度掲載しているかを確認しています。
- ・明確にメニューとしてサービス内容を掲示することで、顧客の利用申し込みに繋がったり、検索により、たどり着く可能性も高まるため、評価しています。

■共起語対策の評価結果と見解：動線の視点 / 視界性の視点

共起語対策の実施率

5	4	3	<u>2</u>	1
80%超～100%	50%超～80%	30%超～50%	<u>10%超～30%</u>	10%以下

(補足)

- ・実際に、利用率や人気の高いスタジオは共起語対策を実施しています。従って、どの程度共起後対策が機能しているのかを確認しています。

■立地県並びに市町村のマーケット評価結果と見解：マーケット規模の視点

年間小売販売額

5	4	3	<u>2</u>	1
半径 1 km が 500 億円超	半径 1 km が 300 億円超~500 億円未満	半径 1 km が 100 億円超~300 億円未満	<u>半径 1 km が 10 億円超~100 億 円未満</u>	半径 1 km が 10 億円以下

人口

5	4	<u>3</u>	2	1
半径 1 km が 50000 人超	半径 1 km が 30000 人超	<u>半径 1 km が 20000 人超</u>	半径 1 km が 10000 人超	半径 1 km が 10000 人以下

立地市町村の最大可能性 年間市場規模推定

1 0	4	3	2	<u>1</u>
20 億円以上	10 億円以上	5 億円以上	2 億円以上	<u>1 億円未満</u>

立地県の最大可能性 年間市場規模推定

1 0	4	3	<u>2</u>	1
150 億円以上	100 億円以上	80 億円以上	<u>20 億円以上</u>	20 億円未満

(補足)

- ・東逗子駅半径 2 km の年間小売販売額 (2014 年) は、1,601,357 万円です。半径 1km では、924,631 万円になります。
- ・東逗子駅半径 2 km の人口 (2014 年) は、43,025 人です。半径 1km では、15,018 人になります。

■認知度の評価結果と見解：認知性の視点

他のスタジオが御店の存在を知っているか否か

5	4	3	<u>2</u>	1
100%	80%超~100% 未満	50%超 80%以下	<u>10%超 50%以下</u>	10%以下

他のスタジオ利用者が御店の存在を知っているか否か

1 0	4	3	2	<u>1</u>
100%	80%超~100% 未満	50%超	30%超	<u>10%以下</u>

(補足)

- ・他のスタジオ 12 件のうち、3 件が御社のスタジオを認知しています。
- ・他のスタジオ利用者 30 名のうち、2 人が御社のスタジオを認知しています。

■商圏の質の評価結果と見解：商圏の質の視点

楽器保有率

15	9	5	2	<u>1</u>
10%超	8%超	5%超	3%超	<u>3%以下</u>

楽器販売店の地域内シェア

15	5	3	2	<u>1</u>
15%超	10%超	7%超	3%超	<u>3%以下</u>

(補足)

- ・東逗子駅前にて70名に楽器保有を確認したところ、保有者は2名でした。
- ・御社スタジオから徒歩30分(旅行速度4km)の商圏内には、卸売小売店が97軒存在し、楽器販売並びに、販売可能店は3軒あります。

■競合と自店の評価結果と見解：競合の視点 / 視界性の視点 / 認知性の視点

自店と直接的競合の距離

5	4	3	2	<u>1</u>
徒歩客の場合 50m以内 または 車の場合 300m以内		徒歩客の場合 50~500m以内 または 車の場合 300m超から 1000m以内		<u>徒歩客の場合</u> <u>500m超</u> <u>または</u> <u>車の場合</u> <u>1000m超</u>

徒歩や交通客が直接的競合といずれが認知しやすいか

5	4	3	2	<u>1</u>
自店が 優れている		同程度		<u>競合が</u> <u>優れている</u>

徒歩や交通客の立ち寄りやすさ

5	4	3	2	<u>1</u>
自店が 優れている		同程度		<u>競合が</u> <u>優れている</u>

(補足)

- ・「認知のしやすさ」(web 込)の程度を測定するため、実査員全員にて検証しました。以下の表は御店との比較です。比較した結果、競合の方が優位な場合、その欄に「○」を記入しています。また同程度と判断した場合は、「△」の表示を記入しています。

	SV店	CS店	FS店	FJ店	FT店
優位性		△			○

- ・「徒歩や交通客の立ち寄りやすさ」の程度を測定するため、実査員全員にて検証しました。



以下の表は御店との比較です。比較した結果、競合の方が優位な場合、その欄に「○」を記入しています。また同程度と判断した場合は、「△」の表示を記入しています。

	SV店	CS店	FS店	FJ店	FT店
優位性			△		○

### ■ネット検索人口の評価結果と見解：ポイント規模の視点

地域スタジオ検索ボリューム

15	6	4	2	<u>1</u>
想定人口を上回る	想定人口の5割超～想定人口以内	想定人口の3割超～5割以内	想定人口の1割超～3割以内	<u>想定人口の1割以下</u>

県スタジオ検索ボリューム

15	6	4	2	<u>1</u>
想定人口を上回る	想定人口の5割超～想定人口以内	想定人口の3割超～5割以内	想定人口の1割超～3割以内	<u>想定人口の1割以下</u>

(補足)

・2019年1月末日現在、「逗子(市) 音楽スタジオ」「逗子(市) レコーディングスタジオ」等の検索ボリュームを、Google キーワードプランナーにて検索しました。

御社のホームページが表出しませんでした。

・2019年1月末日現在、「神奈川(県) 音楽スタジオ」「神奈川県(県) レコーディングスタジオ」等の検索ボリュームを、Google キーワードプランナーにて検索しました。

■各実査項目の集計

	視界性	認知性	動線	建物	アプローチ
あなたの 得点	8	15	11	11	13
満点	25	50	35	30	25
	マーケット	ポイント	商圏の質	競合	合計
あなたの 得点	8	2	2	57	127
満点	30	30	30	93	348

■競合店の実査項目の集計

	視界性	認知性	動線	建物	アプローチ	マーケット	ポイント	商圏の質	競合	合計
御店	8	15	11	11	13	8	2	2	57	127
SV	8	16	19	11	15	9	2	3	38	121
CS	6	21	21	14	21	7	2	2	56	150
FS	12	16	13	20	8	8	2	2	56	137
FJ	8	9	8	10	22	8	2	2	45	114
FT	20	28	20	10	13	8	2	4	68	173
HP	11	25	23	9	15	6	2	2	53	146
KH	12	11	9	4	13	10	3	2	35	99
YS	18	29	25	11	14	17	3	5	48	170
CC	7	7	8	9	10	7	2	2	25	77
CP	7	10	12	4	13	5	2	2	26	81
OA	7	7	8	5	16	7	2	2	38	92
AS	18	35	30	15	16	7	3	4	61	189

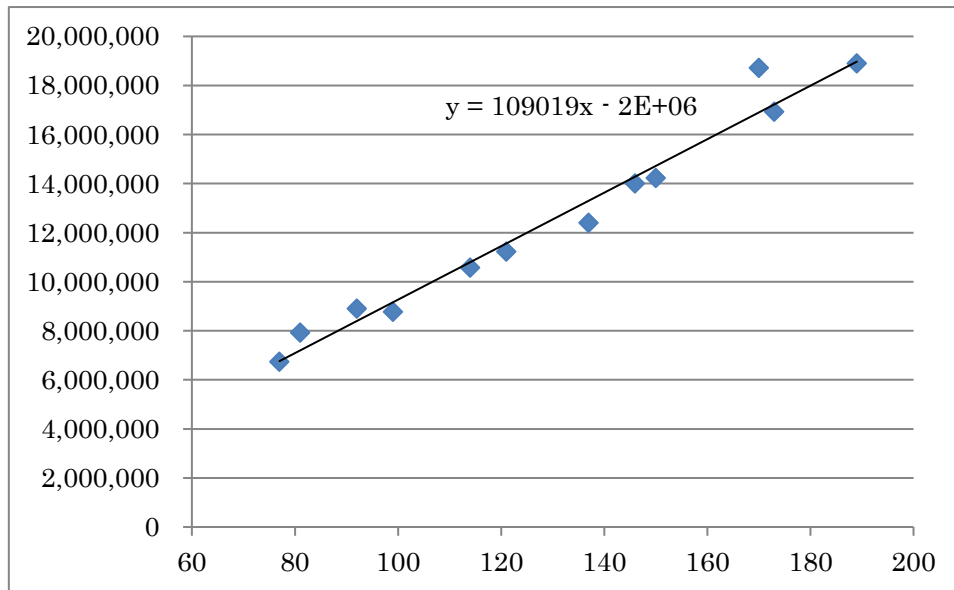
■実査合計点の集計結果の相関

以下は、集計点と売上との相関を計算したものです。

相関係数：0.9851

《相関係数の値》	《相関係数の強弱》	《結果》
0.7～1	強い正の相関あり	○
0.4～0.7	正の相関あり	×
0.2～0.4	弱い正の相関あり	×
-0.2～0.2	ほぼ関係ない	×
-0.4～-0.2	弱い負の相関あり	×
-0.7～-0.4	負の相関あり	×
-1～-0.7	強い負の相関あり	×

■実査合計点の集計結果の線形近似（縦軸 売上（円） 横軸 得点（点数））



■実査合計点の集計結果線形近似による売上見込の算定

活用式：y（見込売上） = 109,019 x（集計結果の得点） - 2,000,000

売上算定：y（見込売上） = 109,019 × 127点（集計結果の得点） - 2,000,000  
 ≒ 11,845,413（円）

■実査合計点の集計結果線形近似による売上差異

第3期 7,133,419（円）－見込額 11,845,413（円）＝売上差異△4,711,994円  
 ：現在の点数で想定される売上を下回っています。

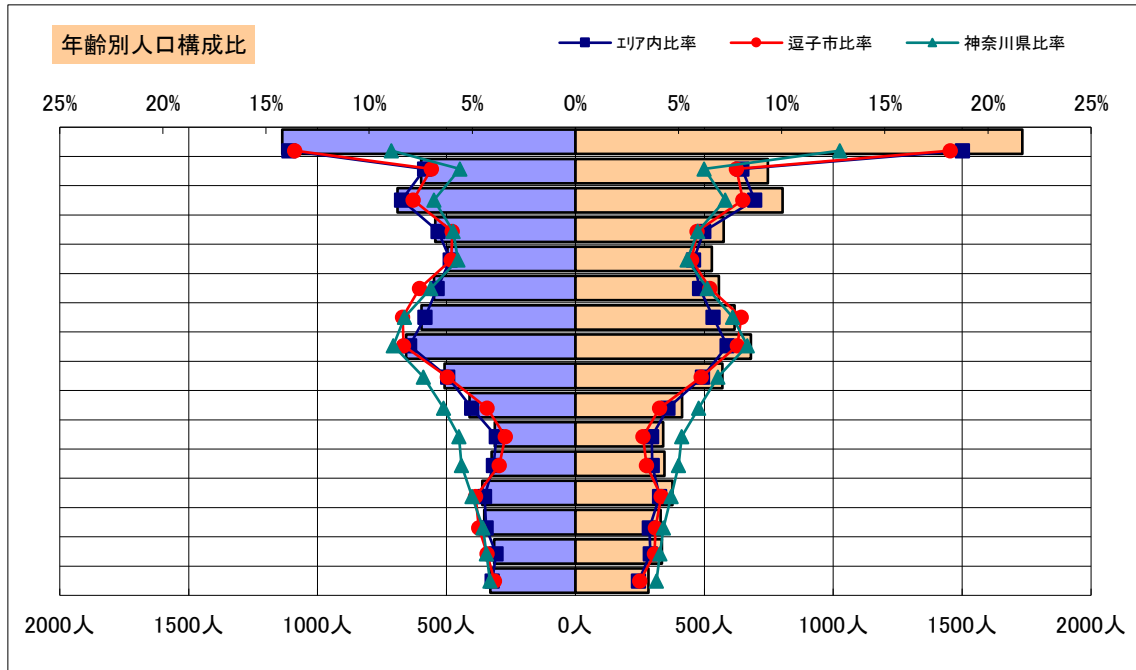
## ■近隣商圏の概況①

《条件設定》

- ・平成 27 年国勢調査
- ・商圏範囲：旅行速度 4 K で 30 分の範囲



・人口

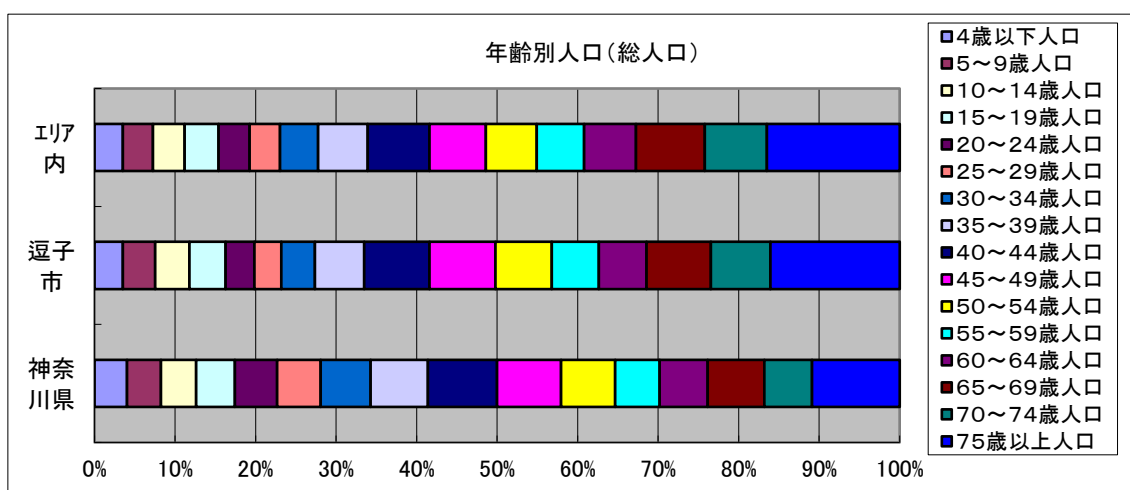


データ名	人口				
	1次エリア	2次エリア	3次エリア	逗子市	神奈川県
人口総数	17,471			57,425	9,126,214
男人口	8,198			26,936	4,558,978
女人口	9,273			30,489	4,567,236

75歳以上	2,871			9,179	983,889
70-74	1,344			4,244	535,599
65-69	1,492			4,582	638,669
60-64	1,120			3,393	536,129
55-59	1,025			3,331	502,515
50-54	1,104			4,013	606,592
45-49	1,215			4,697	718,951
40-44	1,338			4,625	775,579
35-39	1,077			3,521	645,547
30-34	825			2,388	559,152
25-29	655			1,909	488,631
20-24	670			2,043	475,327
15-19	737			2,563	435,960
10-14	685			2,436	395,287

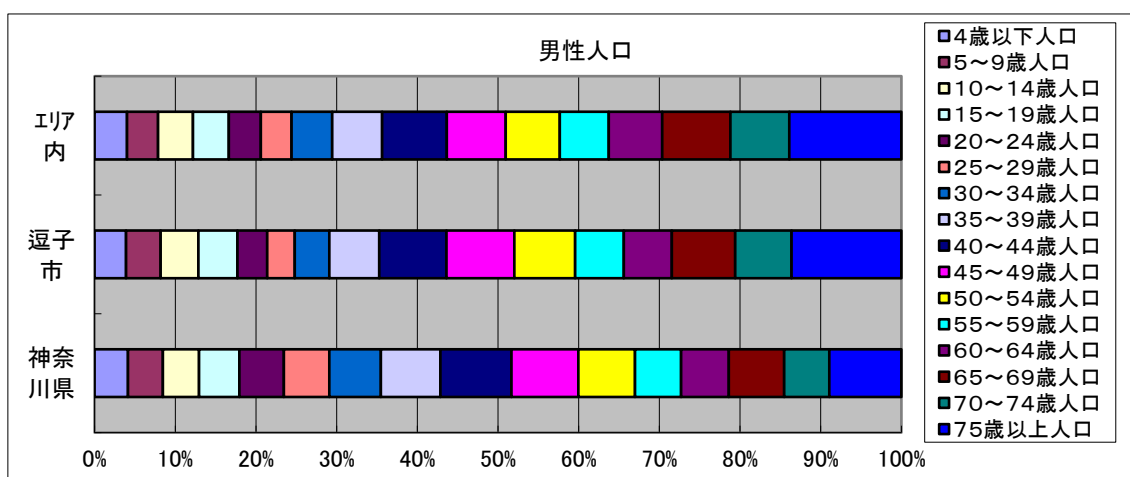
5-9	650			2,317	380,593
0-4	613			2,003	364,868

年少人口(0歳~14歳)	1,948			6,756	1,140,748
生産年齢人口(15歳~64歳)	9,765			32,483	5,744,383
老年人口(65歳以上)	5,708			18,005	2,158,157
15歳以上就業者数	7,564			24,855	4,121,817
後期高齢者数(75歳以上)	2,871			9,179	983,889



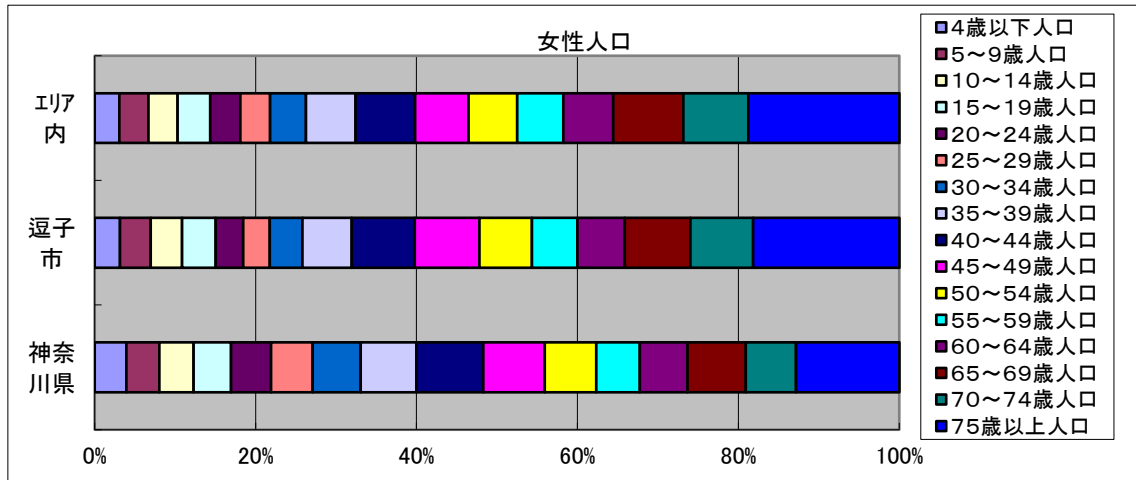
データ名		1次Iワ	逗子市	神奈川県
総人口		17,471	57,425	9,126,214
年齢別人口 (総人口)	4歳以下人口	613	2,003	364,868
	5~9歳人口	650	2,317	380,593
	10~14歳人口	685	2,436	395,287
	15~19歳人口	737	2,563	435,960
	20~24歳人口	670	2,043	475,327
	25~29歳人口	655	1,909	488,631
	30~34歳人口	825	2,388	559,152
	35~39歳人口	1,077	3,521	645,547
	40~44歳人口	1,338	4,625	775,579
	45~49歳人口	1,215	4,697	718,951
	50~54歳人口	1,104	4,013	606,592

	55～59歳人口	1,025	3,331	502,515
	60～64歳人口	1,120	3,393	536,129
	65～69歳人口	1,492	4,582	638,669
	70～74歳人口	1,344	4,244	535,599
	75歳以上人口	2,871	9,179	983,889



データ名	1次エリア	逗子市	神奈川県	
男性総人口	8,198	26,936	4,558,978	
年齢別人口 (男性人口)	4歳以下人口	330	1,052	186,813
	5～9歳人口	315	1,149	194,769
	10～14歳人口	354	1,256	201,953
	15～19歳人口	361	1,298	225,669
	20～24歳人口	325	993	248,985
	25～29歳人口	313	913	254,564
	30～34歳人口	411	1,148	288,035
	35～39歳人口	507	1,668	332,207
	40～44歳人口	657	2,238	397,876
	45～49歳人口	597	2,251	373,709
	50～54歳人口	548	2,030	316,425
	55～59歳人口	496	1,616	257,001
	60～64歳人口	544	1,602	267,348
	65～69歳人口	690	2,113	309,417
70～74歳人口	598	1,873	252,558	

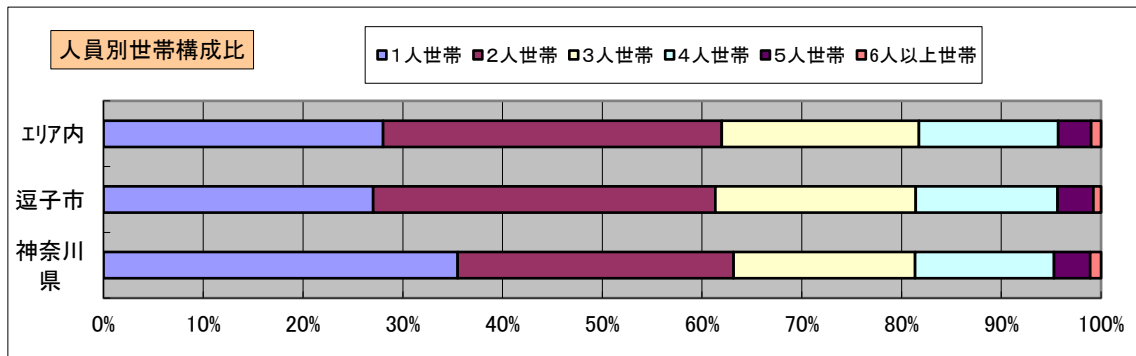
75歳以上人口	1,137	3,655	402,279
---------	-------	-------	---------



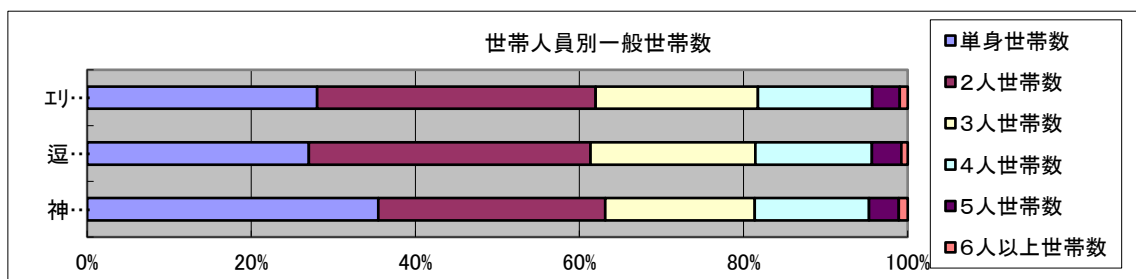
データ名	1次エリア	逗子市	神奈川県	
女性総人口	9,273	30,489	4,567,236	
年齢別人口 (女性人口)	4歳以下人口	283	951	178,055
	5～9歳人口	336	1,168	185,824
	10～14歳人口	331	1,180	193,334
	15～19歳人口	377	1,265	210,291
	20～24歳人口	345	1,050	226,342
	25～29歳人口	341	996	234,067
	30～34歳人口	414	1,240	271,117
	35～39歳人口	570	1,853	313,340
	40～44歳人口	680	2,387	377,703
	45～49歳人口	617	2,446	345,242
	50～54歳人口	557	1,983	290,167
	55～59歳人口	529	1,715	245,514
	60～64歳人口	575	1,791	268,781
	65～69歳人口	803	2,469	329,252
70～74歳人口	746	2,371	283,041	
75歳以上人口	1,734	5,524	581,610	



・世帯



データ名	世帯数		
	1次エリア	逗子市	神奈川県
一般世帯総数	7,348	24,083	3,965,190
単身世帯	2,060	6,508	1,407,541
2人以上世帯	5,288	17,575	2,557,649
核家族世帯	4,877	16,249	2,315,349
夫婦のみの世帯	1,834	6,194	804,367
夫婦と子供から成る世帯	2,273	7,687	1,181,890
6歳未満世帯員のいる世帯	570	1,918	346,502
65歳以上世帯員のいる世帯	3,731	11,864	1,410,766
持ち家世帯	5,440	18,863	2,357,944
民営借家世帯	1,440	4,135	1,221,199



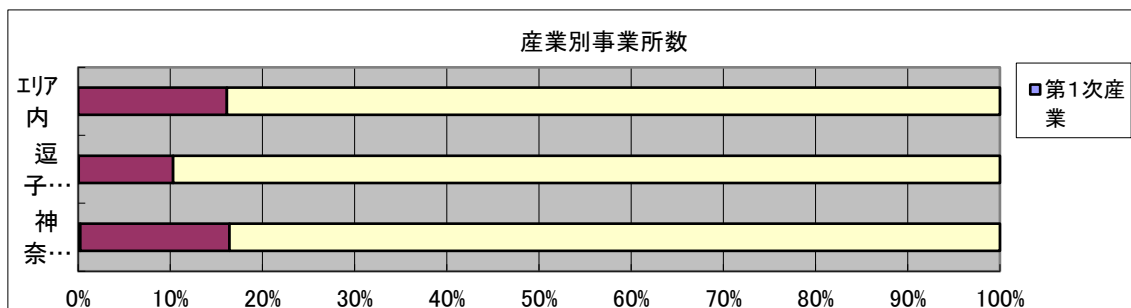
データ名	1次エリア	逗子市	神奈川県	
一般世帯総数	7,348	24,083	3,965,190	
世帯人員別	単身世帯数	2,060	6,508	1,407,541
	2人世帯数	2,495	8,265	1,096,689
	3人世帯数	1,451	4,838	721,900

	4人世帯数	1,026	3,418	552,369
	5人世帯数	244	871	144,024
	6人以上世帯数	72	183	42,667

	親族世帯	5,244	17,403	2,509,489
	核家族世帯	4,877	16,249	2,315,349
	その他の親族世帯	367	1,154	194,140

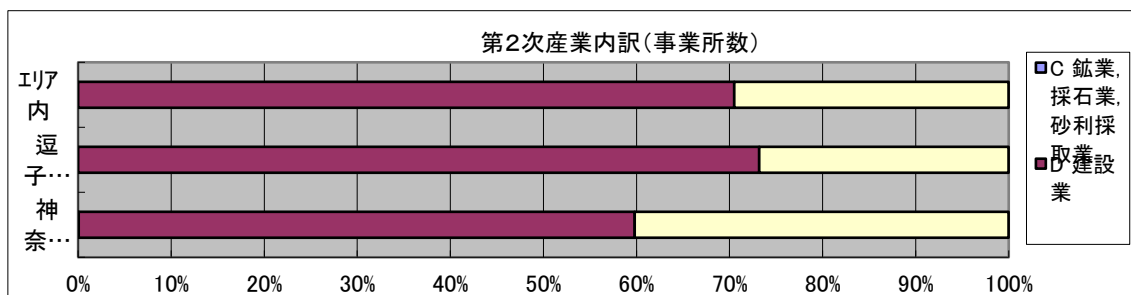
	6歳未満世帯員のいる世帯	570	1,918	346,502
	18歳未満世帯員のいる世帯	1,476	5,180	855,277
	65歳以上世帯員のいる世帯	3,731	11,864	1,410,766

・事業所



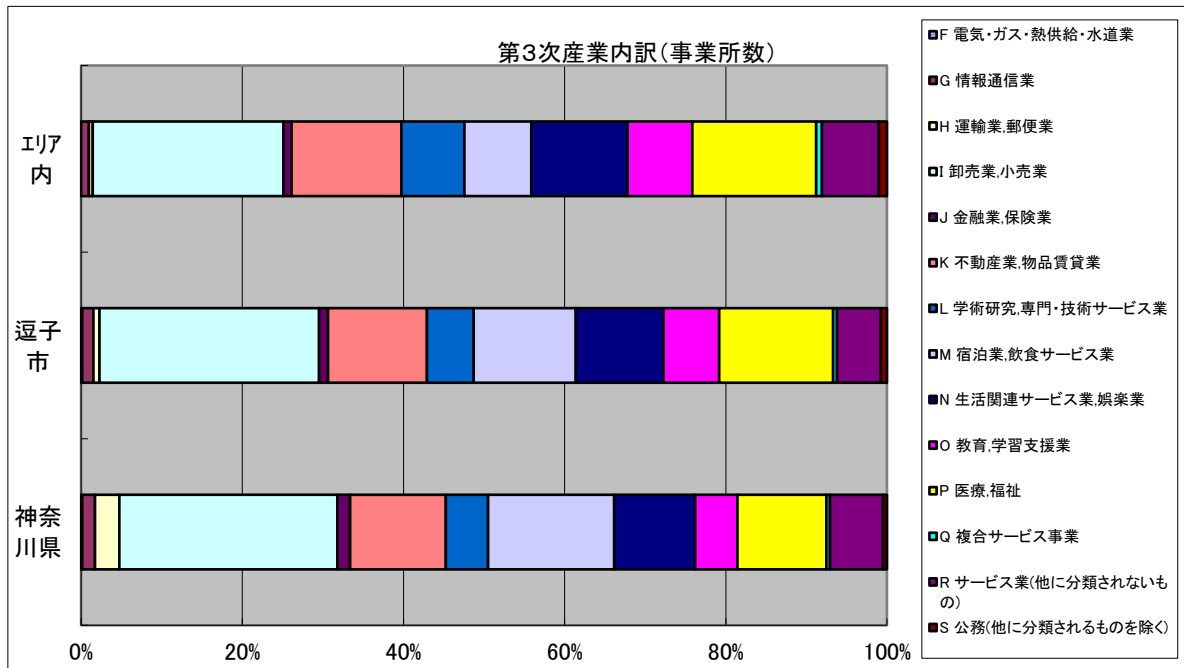
データ名		1次エリア	逗子市	神奈川県
全産業事業所数		484	1,891	304,113
	第1次産業	0	1	694
	第2次産業	78	194	49,155
	第3次産業	406	1,696	254,264

データ名		1次エリア	逗子市	神奈川県
全産業従業者数		3,108	15,193	3,725,924
	第1次産業	0	21	6,010
	第2次産業	324	844	688,519
	第3次産業	2,782	14,328	3,031,395



データ名		1次エリア	逗子市	神奈川県
第2次産業内訳 (事業所数)	C 鉱業,採石業,砂利採取業	0	0	30
	D 建設業	55	142	29,374
	E 製造業	23	52	19,751

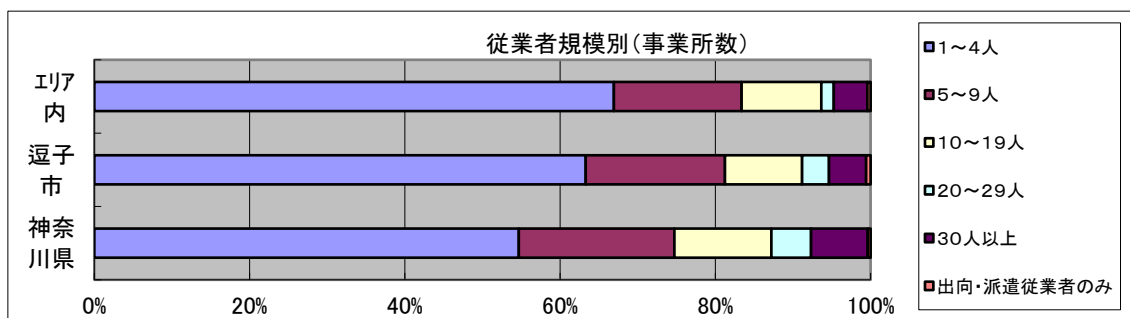
データ名		1次エリア	逗子市	神奈川県
第2次産業内訳 (従業者数)	C 鉱業,採石業,砂利採取業	0	0	280
	D 建設業	205	575	208,929
	E 製造業	119	269	479,310



データ名		1次エリア	逗子市	神奈川県
第3次産業内訳 (事業所数)	F 電気・ガス・熱供給・水道業	0	2	309
	G 情報通信業	4	24	4,032
	H 運輸業,郵便業	2	13	7,707
	I 卸売業,小売業	97	462	68,823
	J 金融業,保険業	4	19	3,991
	K 不動産業,物品賃貸業	56	208	30,178
	L 学術研究,専門・技術サービス業	32	98	13,350
	M 宿泊業,飲食サービス業	34	215	39,805
	N 生活関連サービス業,娯楽業	49	185	25,577
	O 教育,学習支援業	33	117	13,334
	P 医療,福祉	63	240	28,104
	Q 複合サービス事業	3	8	1,088
	R サービス業 (他に分類されないもの)	29	92	16,740
	S 公務(他に分類されるものを除く)	4	13	1,226

第3次産業内訳 (従業者数)	F 電気・ガス・熱供給・水道業	1	8	13,051
	G 情報通信業	11	81	120,262
	H 運輸業,郵便業	42	404	222,204

	I 卸売業,小売業	747	3,465	691,613
	J 金融業,保険業	24	280	68,141
	K 不動産業,物品賃貸業	126	612	109,438
	L 学術研究,専門・技術サービス業	126	306	169,589
	M 宿泊業,飲食サービス業	138	1,607	366,513
	N 生活関連サービス業,娯楽業	107	1,144	153,438
	O 教育,学習支援業	260	1,488	208,620
	P 医療,福祉	1,021	3,397	510,384
	Q 複合サービス事業	16	183	21,358
	R サービス業 (他に分類されないもの)	163	714	282,886
S 公務(他に分類されるものを除く)	186	639	93,898	



データ名		1次エリア	逗子市	神奈川県
従業員規模別 (事業所数)	1~4人	326	1,197	166,246
	5~9人	80	339	61,051
	10~19人	50	188	37,897
	20~29人	8	66	15,606
	30人以上	21	90	22,158
	出向・派遣従業員のみ	2	11	1,155

データ名		1次エリア	逗子市	神奈川県
従業員規模別 (従業員数)	1~4人	645	2,522	361,988
	5~9人	534	2,259	399,585
	10~19人	677	2,490	512,586

	20~29人	193	1,575	371,329
	30人以上	1,246	6,347	2,080,436

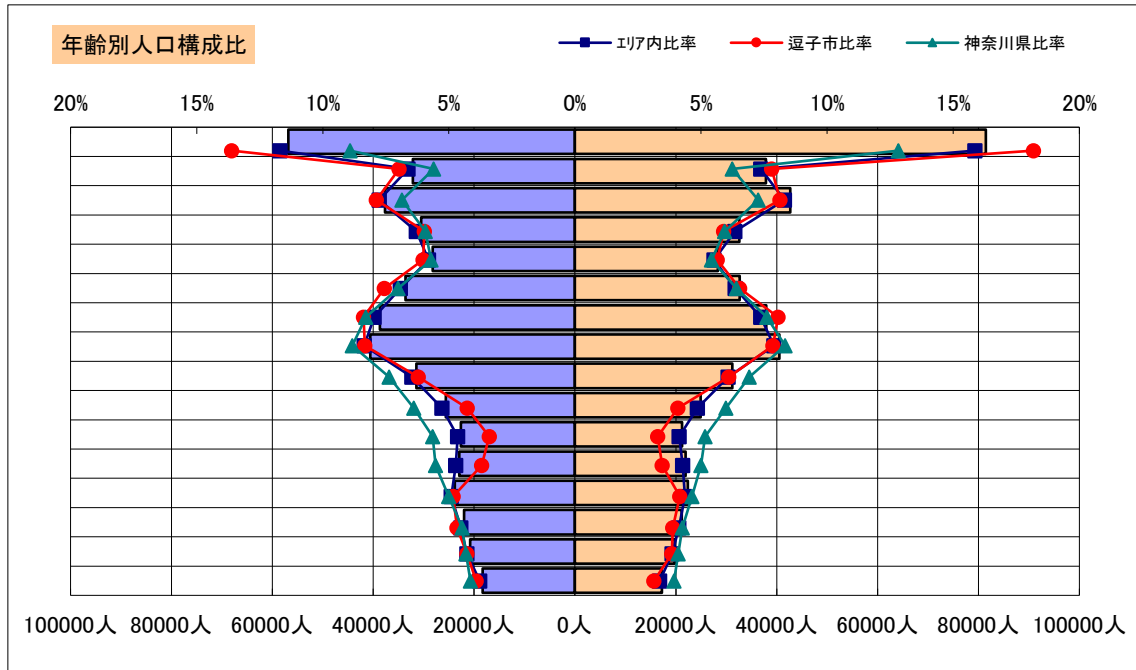
## ■近隣商圏の概況②

《条件設定》

- ・平成 27 年国勢調査
- ・商圏範囲：法定速度にて車で 20 分の範囲



・人口



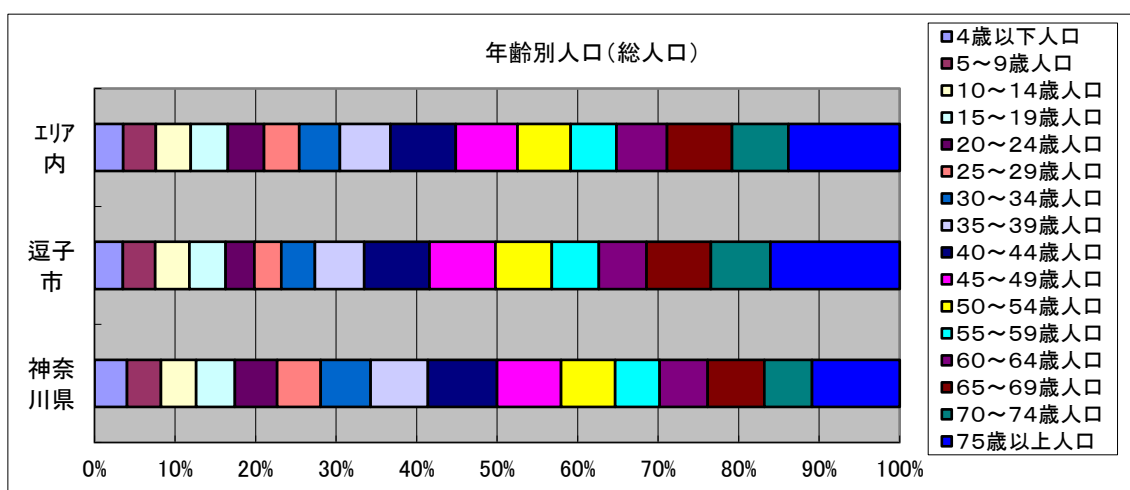
データ名	人口				
	1次エリア	2次エリア	3次エリア	逗子市	神奈川県
人口総数	1,003,406			57,425	9,126,214
男人口	487,800			26,936	4,558,978
女人口	515,606			30,489	4,567,236

75歳以上	138,280			9,179	983,889
70-74	70,015			4,244	535,599
65-69	80,334			4,582	638,669
60-64	63,071			3,393	536,129
55-59	56,506			3,331	502,515
50-54	66,220			4,013	606,592
45-49	76,552			4,697	718,951
40-44	81,084			4,625	775,579
35-39	62,617			3,521	645,547
30-34	50,539			2,388	559,152
25-29	43,819			1,909	488,631
20-24	44,847			2,043	475,327
15-19	46,184			2,563	435,960
10-14	43,112			2,436	395,287



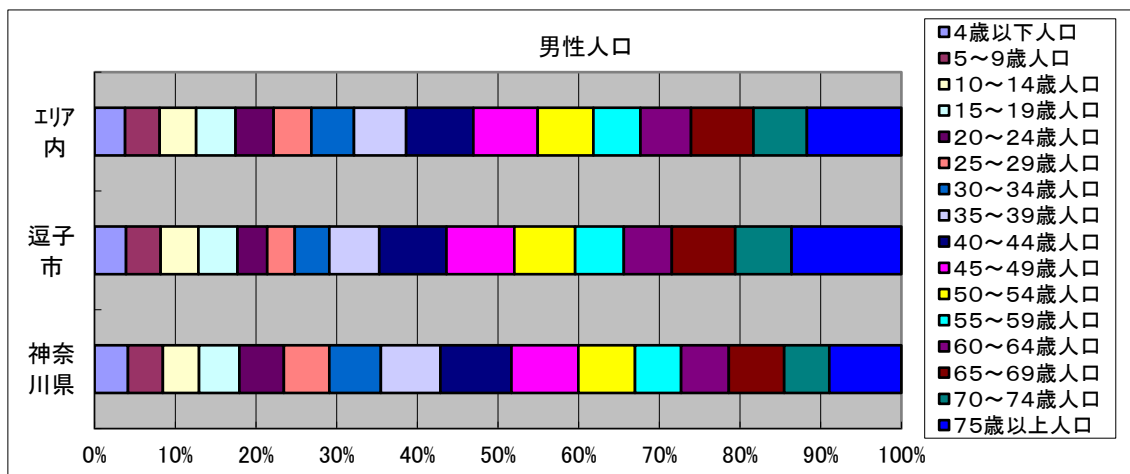
5-9	40,574			2,317	380,593
0-4	35,576			2,003	364,868

年少人口(0歳~14歳)	119,262			6,756	1,140,748
生産年齢人口(15歳~64歳)	591,439			32,483	5,744,383
老年人口(65歳以上)	288,629			18,005	2,158,157
15歳以上就業者数	436,306			24,855	4,121,817
後期高齢者数(75歳以上)	138,280			9,179	983,889

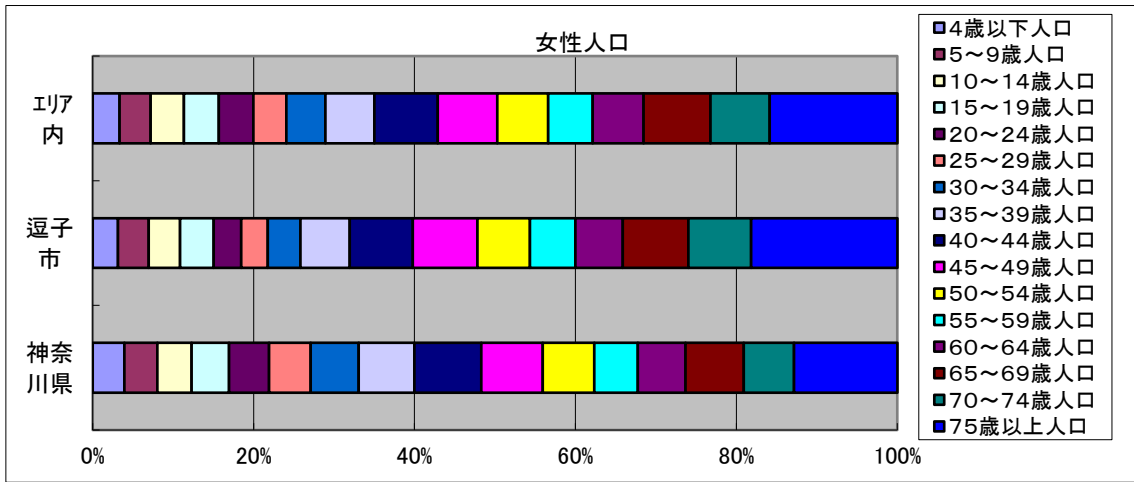


データ名		1次Iワ	逗子市	神奈川県
総人口		1,003,406	57,425	9,126,214
年齢別人口 (総人口)	4歳以下人口	35,576	2,003	364,868
	5~9歳人口	40,574	2,317	380,593
	10~14歳人口	43,112	2,436	395,287
	15~19歳人口	46,184	2,563	435,960
	20~24歳人口	44,847	2,043	475,327
	25~29歳人口	43,819	1,909	488,631
	30~34歳人口	50,539	2,388	559,152
	35~39歳人口	62,617	3,521	645,547
	40~44歳人口	81,084	4,625	775,579
	45~49歳人口	76,552	4,697	718,951
	50~54歳人口	66,220	4,013	606,592

	55～59歳人口	56,506	3,331	502,515
	60～64歳人口	63,071	3,393	536,129
	65～69歳人口	80,334	4,582	638,669
	70～74歳人口	70,015	4,244	535,599
	75歳以上人口	138,280	9,179	983,889

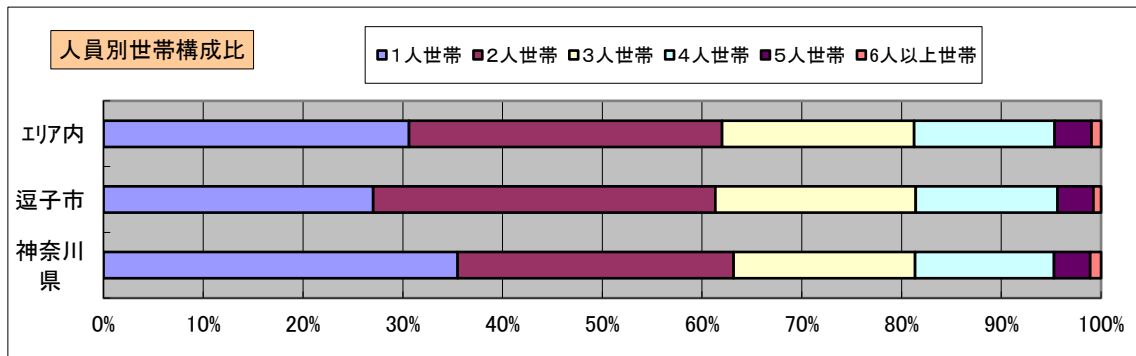


データ名	1次エリア	逗子市	神奈川県	
男性総人口	487,800	26,936	4,558,978	
年齢別人口 (男性人口)	4歳以下人口	18,317	1,052	186,813
	5～9歳人口	20,770	1,149	194,769
	10～14歳人口	21,966	1,256	201,953
	15～19歳人口	23,796	1,298	225,669
	20～24歳人口	22,921	993	248,985
	25～29歳人口	22,590	913	254,564
	30～34歳人口	25,612	1,148	288,035
	35～39歳人口	31,415	1,668	332,207
	40～44歳人口	40,546	2,238	397,876
	45～49歳人口	38,657	2,251	373,709
	50～54歳人口	33,573	2,030	316,425
	55～59歳人口	28,194	1,616	257,001
	60～64歳人口	30,503	1,602	267,348
	65～69歳人口	37,642	2,113	309,417
70～74歳人口	32,143	1,873	252,558	
75歳以上人口	56,799	3,655	402,279	

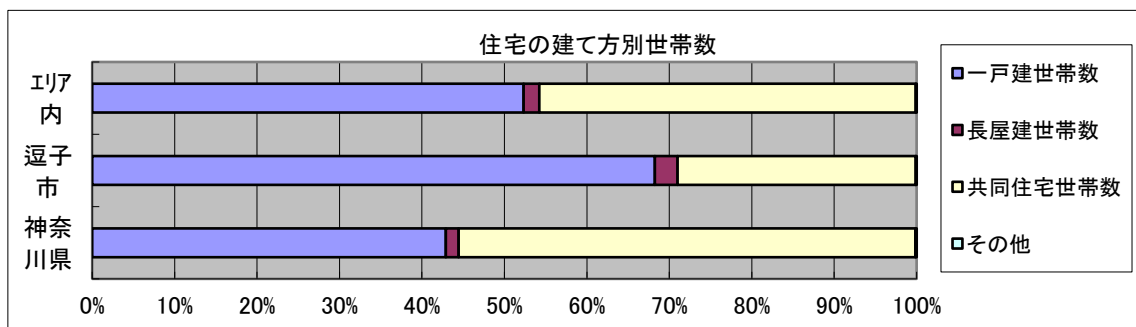


データ名		1次エリア	逗子市	神奈川県
女性総人口		515,606	30,489	4,567,236
年齢別人口 (女性人口)	4歳以下人口	17,259	951	178,055
	5～9歳人口	19,803	1,168	185,824
	10～14歳人口	21,147	1,180	193,334
	15～19歳人口	22,387	1,265	210,291
	20～24歳人口	21,926	1,050	226,342
	25～29歳人口	21,229	996	234,067
	30～34歳人口	24,926	1,240	271,117
	35～39歳人口	31,202	1,853	313,340
	40～44歳人口	40,538	2,387	377,703
	45～49歳人口	37,895	2,446	345,242
	50～54歳人口	32,647	1,983	290,167
	55～59歳人口	28,312	1,715	245,514
	60～64歳人口	32,567	1,791	268,781
	65～69歳人口	42,692	2,469	329,252
	70～74歳人口	37,872	2,371	283,041
75歳以上人口	81,481	5,524	581,610	

・世帯



データ名	世帯数				
	1次エリア	2次エリア	3次エリア	逗子市	神奈川県
一般世帯総数	425,212			24,083	3,965,190
単身世帯	130,206			6,508	1,407,541
2人以上世帯	295,006			17,575	2,557,649
核家族世帯	269,438			16,249	2,315,349
夫婦のみの世帯	99,818			6,194	804,367
夫婦と子供から成る世帯	130,554			7,687	1,181,890
6歳未満世帯員のいる世帯	34,190			1,918	346,502
65歳以上世帯員のいる世帯	188,447			11,864	1,410,766
持ち家世帯	293,429			18,863	2,357,944
民営借家世帯	90,113			4,135	1,221,199

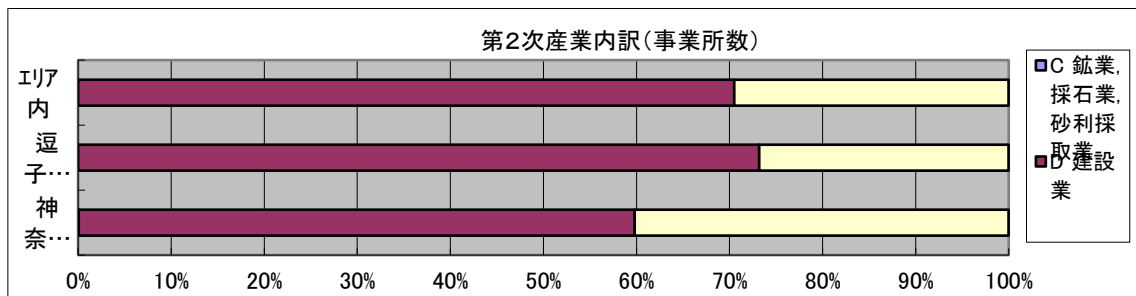
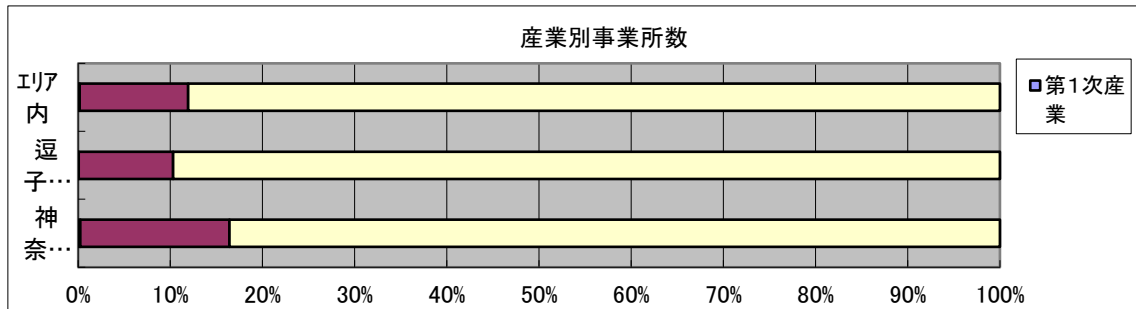


データ名	1次エリア	逗子市	神奈川県	
主世帯数	415,272	23,587	3,859,288	
住宅形態	一戸建世帯数	217,319	16,096	1,655,796

	長屋建世帯数	7,944	656	59,886
	共同住宅世帯数	189,555	6,810	2,138,289
	1～2階建て	50,164	2,503	550,137
	3～5階建て	70,161	2,667	826,479
	6～10階建て	42,929	1,498	508,801
	11階建て以上	26,301	142	252,872
	その他	454	25	5,317

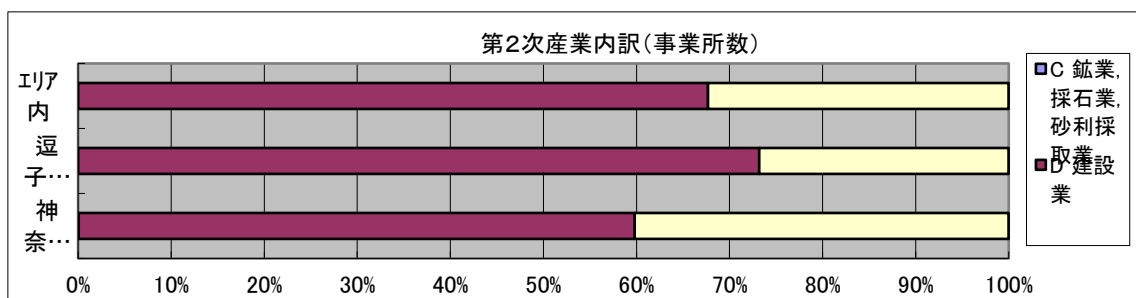
データ名		1次エリア	逗子市	神奈川県
住宅に住む一般世帯		419,394	23,927	3,894,549
持ち家形態	持ち家世帯数	293,429	18,863	2,357,944
	民営の借家世帯数	90,113	4,135	1,221,199

・事業所



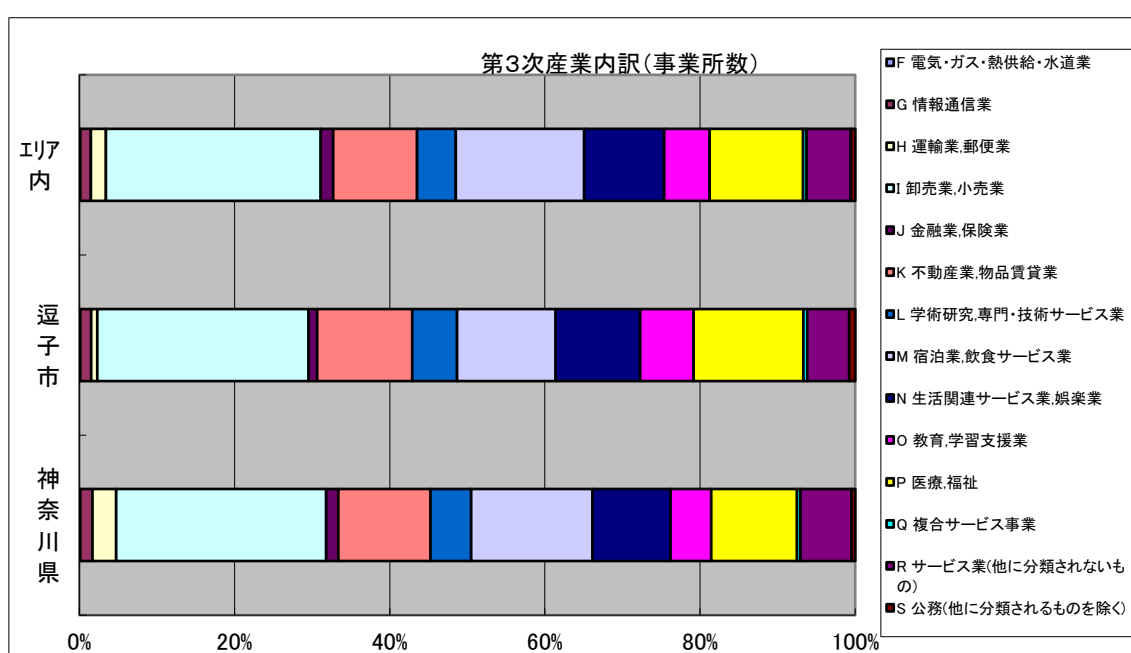
データ名	1次エリア	逗子市	神奈川県
全産業事業所数	33,083	1,891	304,113
第1次産業	48	1	694
	3,901	194	49,155
	29,134	1,696	254,264

全産業従業者数	349,745	15,193	3,725,924
第1次産業	500	21	6,010
	56,620	844	688,519
	292,626	14,328	3,031,395



データ名		1次エリア	逗子市	神奈川県
第2次産業内訳 (事業所数)	C 鉱業,採石業,砂利採取業	0	0	30
	D 建設業	2,641	142	29,374
	E 製造業	1,260	52	19,751

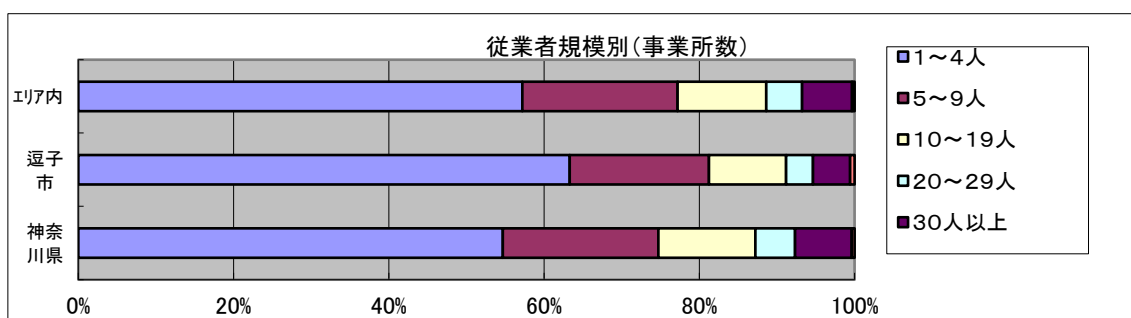
第2次産業内訳 (従業者数)	C 鉱業,採石業,砂利採取業	0	0	280
	D 建設業	16,092	575	208,929
	E 製造業	40,528	269	479,310



データ名		1次エリア	逗子市	神奈川県
第3次産業 内訳 (事業所数)	F 電気・ガス・熱供給・水道業	36	2	309
	G 情報通信業	402	24	4,032
	H 運輸業,郵便業	566	13	7,707
	I 卸売業,小売業	8,113	462	68,823
	J 金融業,保険業	464	19	3,991
	K 不動産業,物品賃貸業	3,167	208	30,178
	L 学術研究,専門・技術サービス業	1,466	98	13,350
	M 宿泊業,飲食サービス業	4,842	215	39,805
	N 生活関連サービス業,娯楽業	3,029	185	25,577

	O 教育,学習支援業	1,719	117	13,334
	P 医療,福祉	3,518	240	28,104
	Q 複合サービス事業	143	8	1,088
	R サービス業(他に分類されないもの)	1,669	92	16,740
	S 公務(他に分類されるものを除く)	161	13	1,226

第3次産業 内訳 (従業者数)	F 電気・ガス・熱供給・水道業	1,227	8	13,051
	G 情報通信業	5,338	81	120,262
	H 運輸業,郵便業	17,554	404	222,204
	I 卸売業,小売業	70,517	3,465	691,613
	J 金融業,保険業	6,788	280	68,141
	K 不動産業,物品賃貸業	10,808	612	109,438
	L 学術研究,専門・技術サービス業	16,323	306	169,589
	M 宿泊業,飲食サービス業	40,300	1,607	366,513
	N 生活関連サービス業,娯楽業	16,097	1,144	153,438
	O 教育,学習支援業	25,137	1,488	208,620
	P 医療,福祉	62,409	3,397	510,384
	Q 複合サービス事業	1,855	183	21,358
	R サービス業(他に分類されないもの)	18,273	714	282,886
	S 公務(他に分類されるものを除く)	15,854	639	93,898



データ名		1次エリア	逗子市	神奈川県
従業員規模別 (事業所数)	1~4人	19,014	1,197	166,246
	5~9人	6,644	339	61,051



	10～19人	3,799	188	37,897
	20～29人	1,543	66	15,606
	30人以上	2,140	90	22,158
	出向・派遣従業員のみ	104	11	1,155

データ名		1次エリア	逗子市	神奈川県
従業員規模別 (従業員数)	1～4人	40,853	2,522	361,988
	5～9人	43,529	2,259	399,585
	10～19人	50,960	2,490	512,586
	20～29人	36,649	1,575	371,329
	30人以上	193,609	6,347	2,080,436

■競合（重複）商圏の実情

・CS店との競合状況

車で法定速度 20 分の範囲



■競合影響度を踏まえた商圈の市場規模

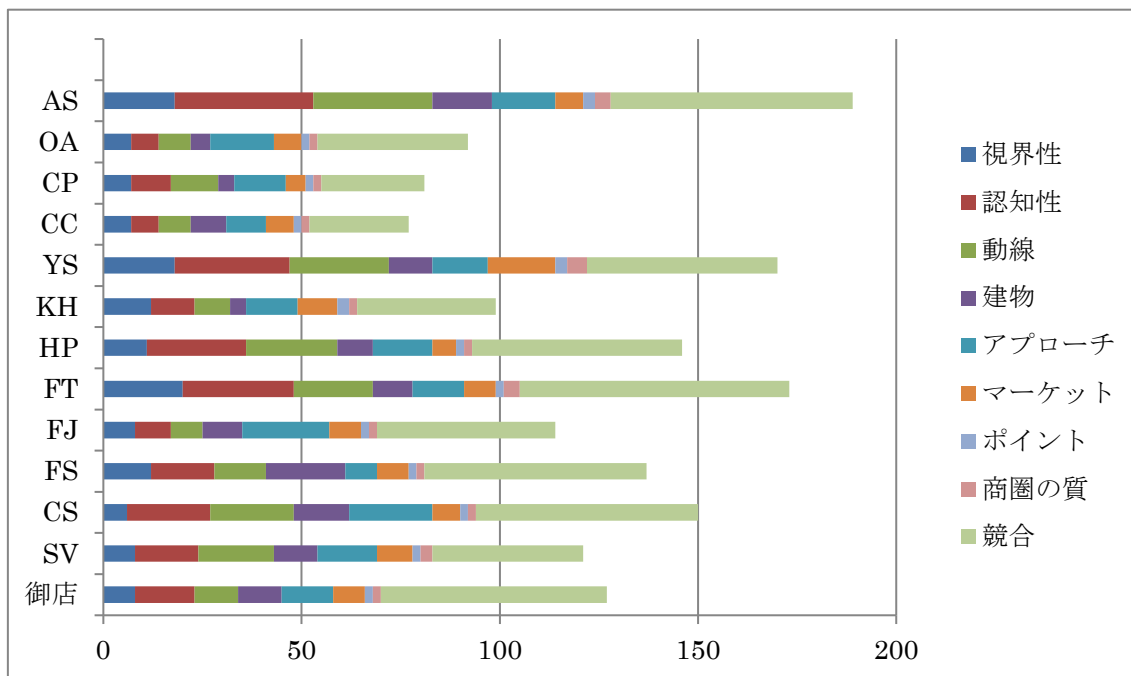
・CS店の影響を踏まえた市場規模の算出

商圈人口	1,003,406	
競合と重複する商圈の人口	680,309	
競合との商圈の重複率 (a)	67.8%	
重複商圈の活性化後の商圈重複率	81.4%	一般的に競合が複数存在する場合、重複する商圈の人口や世帯数は1.1~1.3倍に活性化すると種々の学術書や論文で発表されています。そこで簡易に検討するために、平均の1.2倍を採用しています。
重複していない商圈率	72.9%	重複している商圈は1.2倍に活性化し、その商圈を競合と分け合うという考え方が一般的です。
競合の影響により奪われた商圈率	27.1%	元来単独では100%の商圈人口や世帯を確保できたものが、競合に幾分か持っていかれたと考えます。つまり、左記の場合、27.1%の顧客が競合の取り分になり、72.9%の顧客が自社の取り分と考えます。
重複していない商圈の人口数	731,282	見込売上を算定する際に、左記の世帯数を根拠に検討することになります。

1人あたり年間スタジオ消費額 (円)	783
見込年間市場規模 (円)	572,594,035

## ■実査集計結果の比較から見た改善の方向性

《合計点》

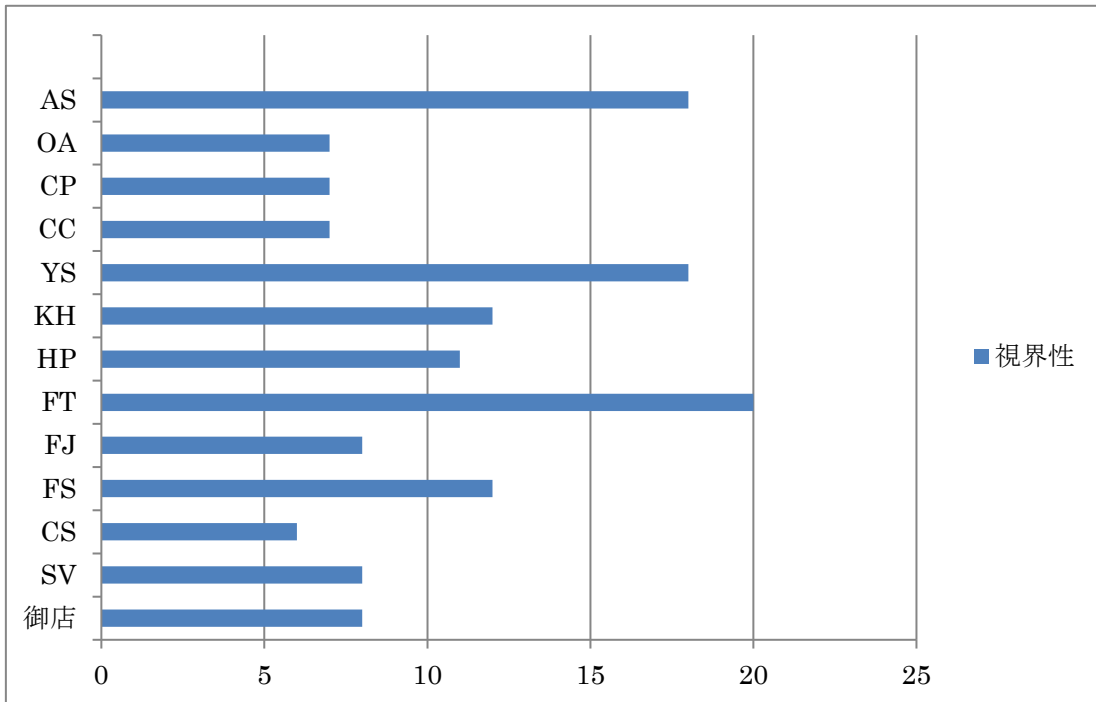


・商工会による実査データの蓄積、並びに商工会連携による実査データの相互補完により実査による売上見込の精度が更に向上します。最低でも25件超のデータで比較したいところです。

・実査項目の要因を踏まえた重回帰分析に発展させれば、より精度は高まります。

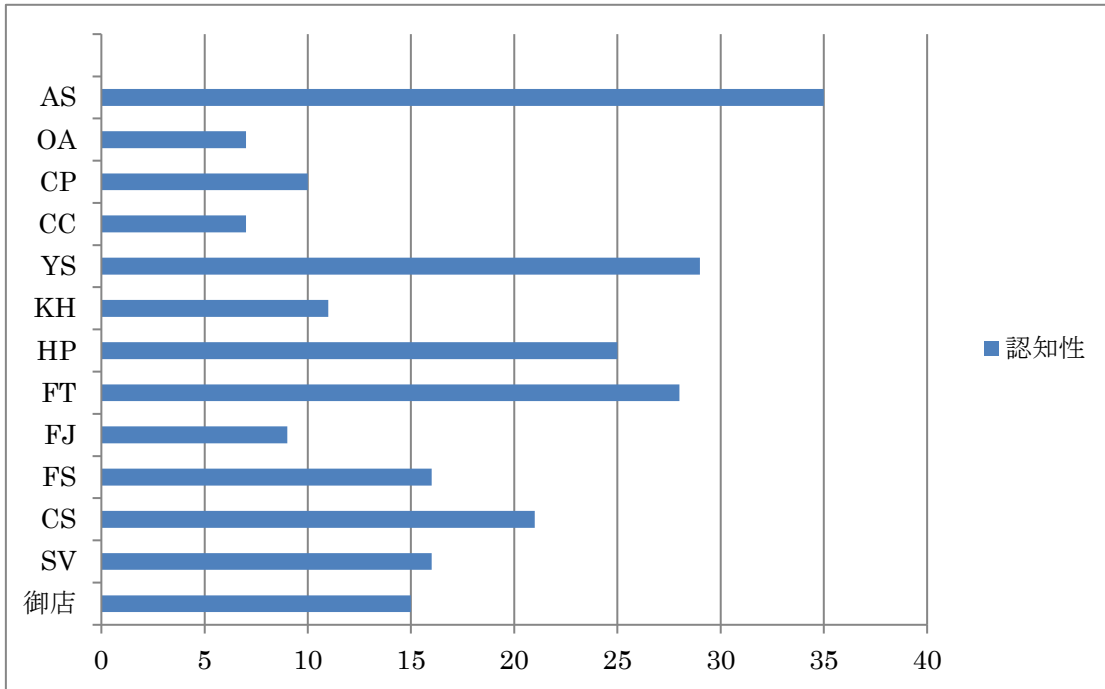
・御店の合計点は、一部競合をのぞき優秀です。各項目の不利な部分を解消し、売上に繋がる可能性を模索してほしいです。

《視界性》



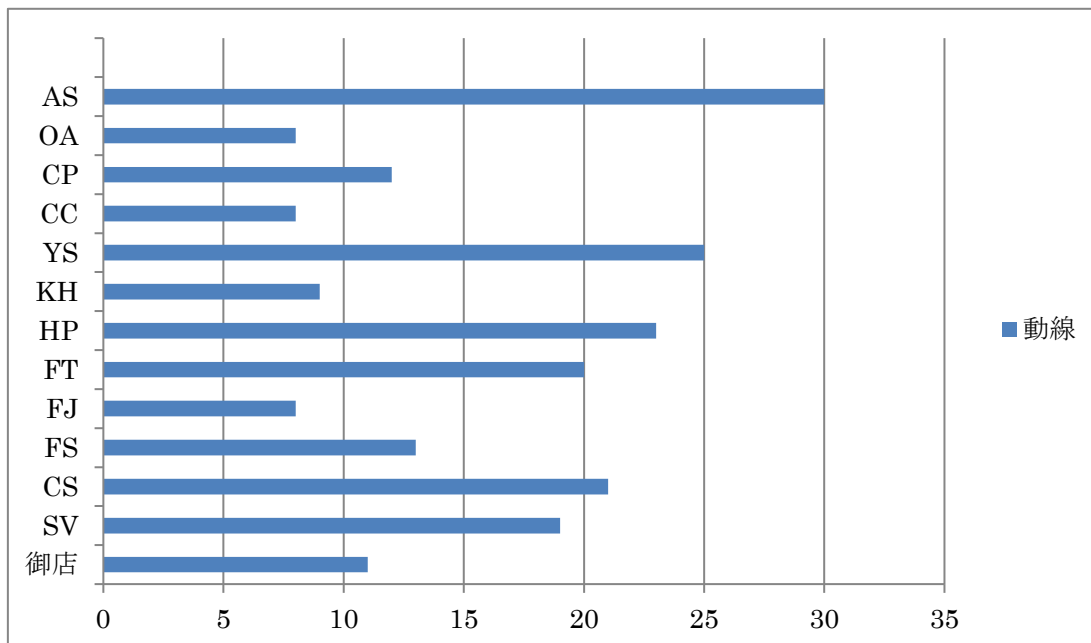
- ・音楽スタジオが逗子に存在する旨を、逗子や東逗子駅利用者等に認知していただく取り組みが必要です。
- ・視界性の低い状態は、認知性に通づる部分が多いため、集客策が機能していないことが推察できます。結果として、御社のサービスの見込客が少ないことを意味します。

## 《認知性》



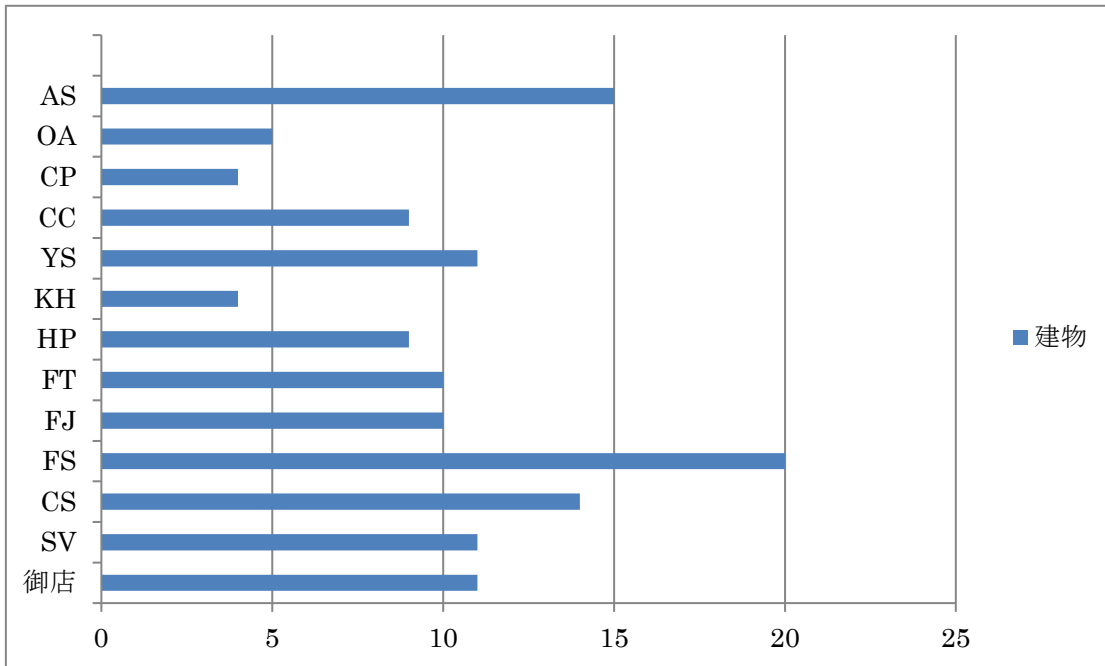
- ・御店の認知度が低すぎるのが最大の課題です。
- ・認知度が低いということは、これまでの集客策（≒見込客の獲得の取り組み）が機能していないことが考えられます。
- ・集客策は見込客を獲得する作業になりますので、将来の顧客獲得可能性のポテンシャルに直結します。
- ・少なくとも横須賀線や湘南新宿ライン沿線で「音楽スタジオと言えば・・・」で3本の指に入るよう、集客策を講じましょう。販売促進策は次段階だと言えます。
- ・御店の内容を紹介するチラシやショップカード等を、横須賀線や湘南新宿ライン沿線駅前等で配布できるような拠点を増やしたいところです。
- ・SNSの地域コミュニティへの積極的投稿で御店の認知を高めます（集客の視点）。
- ・SNSの地域コミュニティへの稀なインセンティブ投稿で御店への来店意欲を醸成します（販促の視点）。
- ・Googleマップ等のSEO対策を強化します。具体的には、近隣の競合施設や人気施設等を意識した共起後対策、画像に呼称を付すことによる画像SEO対策が望まれます。

## 《動線》



- ・一部の競合と比べ、動線の評価は低くなっています。
- ・リアル・web 両方の動線が機能していない状況です。
- ・特に、顧客との出会いである web 動線が機能していない状況です。
- ・別動線に立地する競合店や知人のお店の集客拠点に、御店の内容を紹介するチラシやシヨップカード等を、設置したり配布すると良いです。
- ・別動線の幹線道路や横須賀線や湘南新宿ラインの駅傍に、視認性の高い看板等を設置します。
- ・Google 等の検索サイトで、稀に広告を打ちます。打つタイミングはターゲット毎に異なりますので、商工会に相談してみましよう。
- ・駅動線や別の幹線道路動線に所在する競合店等と相互利用に繋がる相互補完イベントやキャンペーンを実施します。

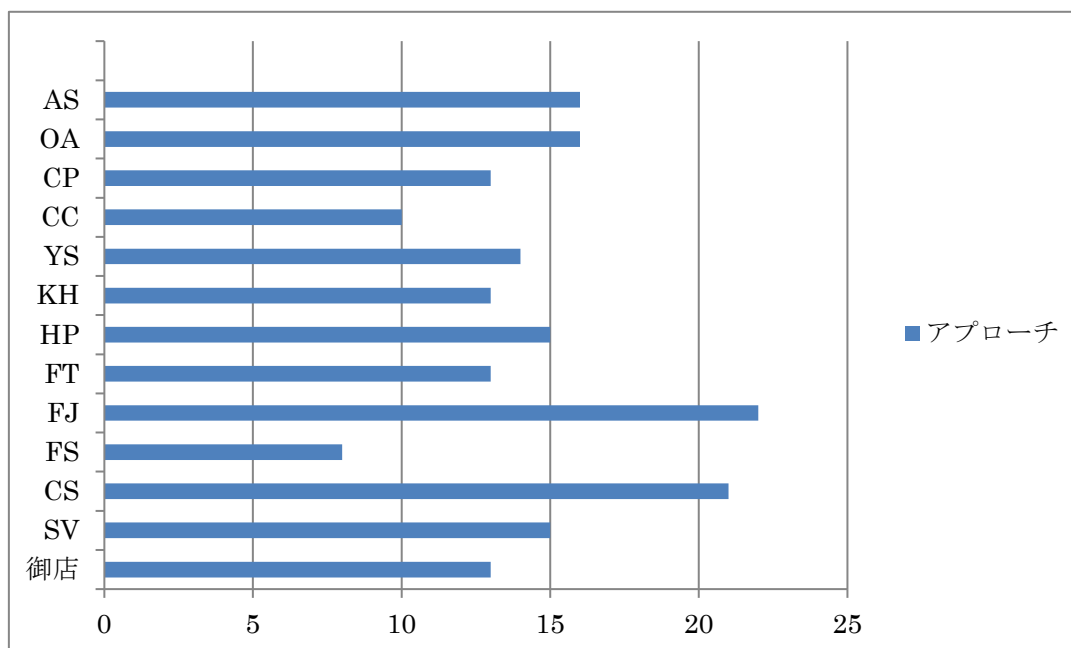
《建物》



- ・ 競合に比べまずまずの評価になっています。
- ・ 車利用で来店が促進される状況であれば、施設充実も一考です。
- ・ 利用スペースの広さは、売上に直結しやすい要素です。今後の展開次第ですが、別立地等のスペース確保も一考です。

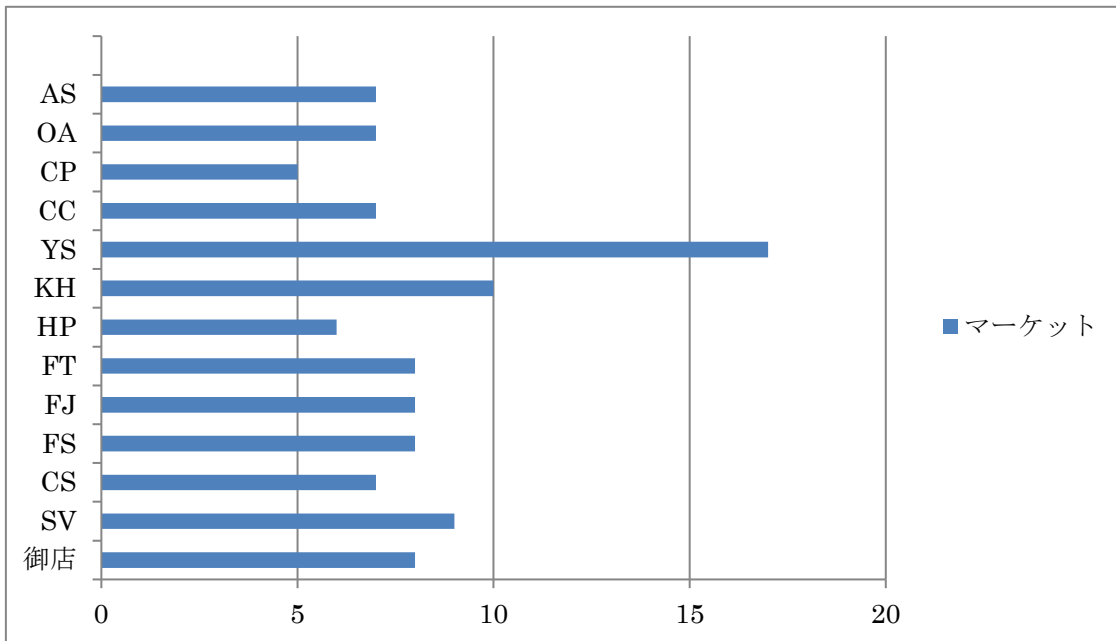


《アプローチ》



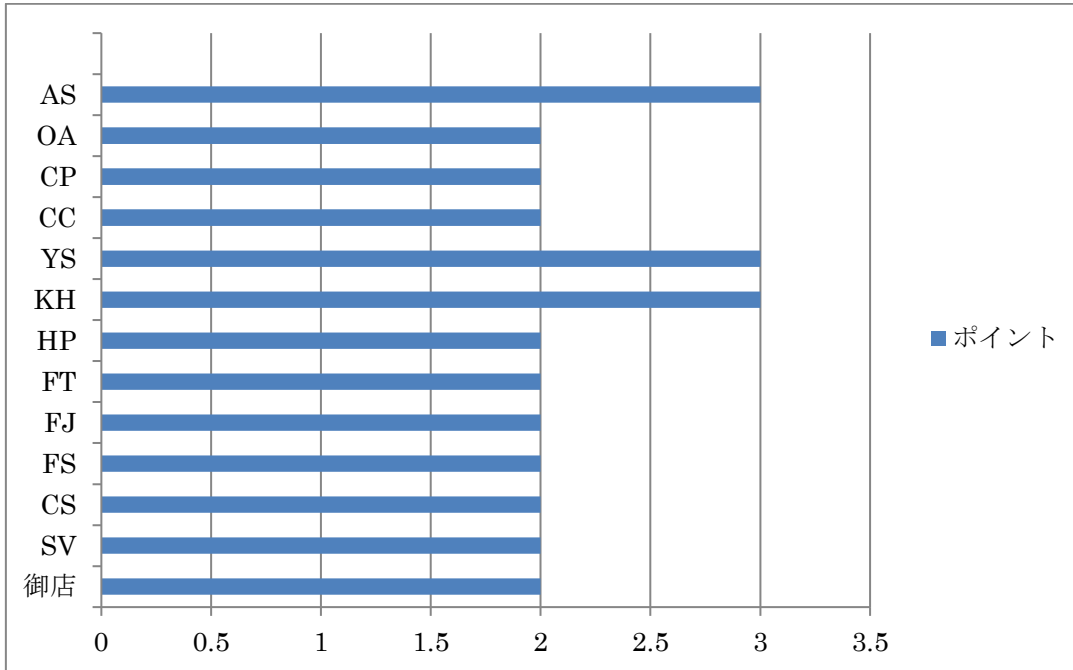
- ・一部の競合と比べ、まずまずの得点です。
- ・顧客の実情を踏まえ、来店しやすい状況を検討し、その状況を積み上げることでアプローチのしやすさは改善していきます。

《マーケット》



- ・年間小売販売額が小さい商圈の割には検討している結果です。
- ・知人や友人のお店や集客拠点に、案内のチラシやショップカードを設置してもらう等、別のマーケットからの顧客誘引も有効です。
- ・横須賀線や湘南新宿ライン沿線の顧客が、「どのように考え、スタジオを決定しているのか？」等々を知る努力と、その結果を踏まえた「集客策」や「販促策」のブラッシュアップが必要です。
- ・「どのようなお客様に」「どのように利用してほしいのか」の視点で「集客策」や「販促策」を検討し、創り込む必要があります。その際、Webの積極的活用が重要です。
- ・商圈を拡げることができるサービスメニューを開発し、集客や販促に活用したいところです。

《ポイント規模》



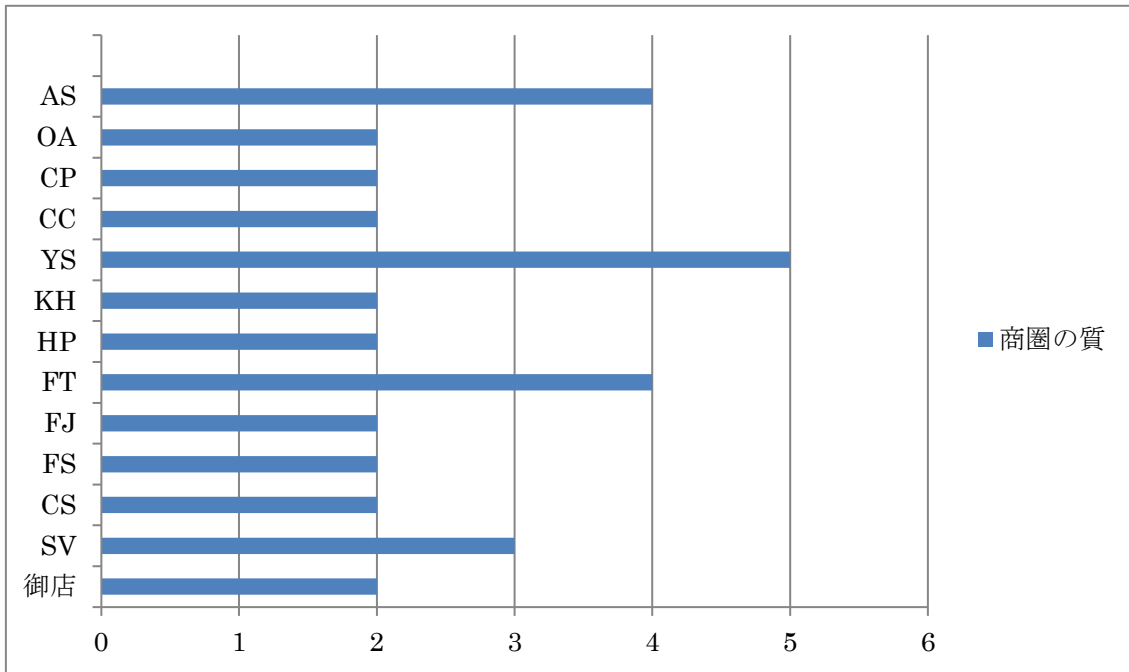
・ 競合と似通った状況です。

・ 検索ボリュームの多いキーワードの組み合わせを検討し、そこから自社に誘導する志向で、ホームページ等の改善が必要です。

いです。

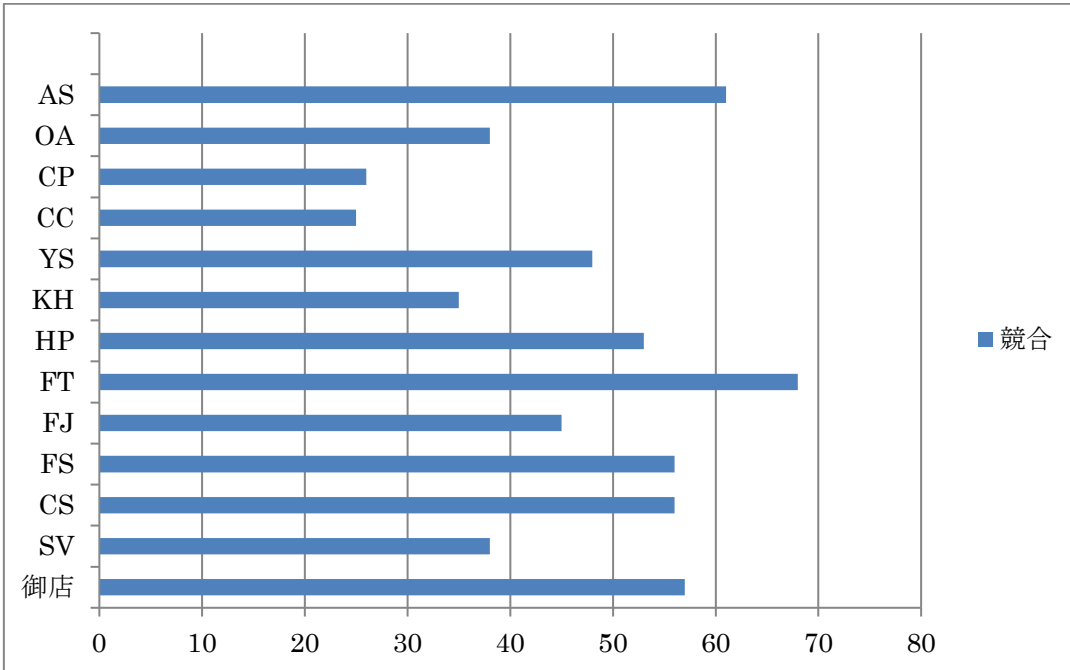
・ 一方、リアルな取り組みも可能な限り重要です。交通量や通行量が多いエリアで、スタジオの存在を知ってもらう取り組みが重要です。

《 商圏の質 》



- ・ 競合と似通った状況です。
- ・ スタジオ近郊商圏での音楽への興味喚起や需要喚起等の取り組みを、さらに加速させることが求められています。

## 《競合》



- ・一部の競合と比較して優位な結果になっています。
- ・競合との距離が比較的近いこと、相乗圏の効果があります。
- ・競合と自店を比較検討してもらえよう、御店だからこそ体験できるメニューや企画を充実させ、相乗圏内での認知度向上策が益々、求められます。
- ・どうすれば競合より認知があがるかのチャレンジが必要です。競合の近くでポスティングを実施する等、競合から自店を連想させるように仕向けます。
- ・競合より立ち寄りやすくするため（立ち寄る理由を創るため）、競合が行っている施策（販促）やサービスを研究し、競合より優位な策を思案します。その実現の際には、競合の近くでポスティングしたり、屋外看板を設置する等、競合と比較されやすいよう、仕向けていくことがポイントです。

## ■2次データから俯瞰した改善の方向性

### ・音楽市場の整理

作る側の全国市場規模

楽器販売	約 3,000 億円
貸スタジオ	約 1,000 億円
音楽教室	約 1,100 億円
楽譜販売	約 500 億円

聴く側の全国市場規模

音楽ソフト	約 3,000 億円
ライブ公演	約 3,000 億円
カラオケ	約 3,500 億円

### ・音楽スタジオの家計消費支出

世帯あたり換算スタジオ年間消費額（円）	172,391
1人あたり換算スタジオ年間消費額（円）	783

### ・逗子市の音楽スタジオ年間消費額の算定

逗子市人口換算（円）	4,496,612,052
------------	---------------

### ・逗子市牽引人口換算音楽スタジオ年間消費額の算定

逗子市牽引人口換算（円）	2,697,967
--------------	-----------

### ・高齢者向けサービスやメニューの強化

高齢者人口換算（円）	14,098,650
------------	------------

### ・集合住宅世帯へのサービスやメニュー強化

集合住宅世帯換算（円）	11,739,853
-------------	------------