

2020年8月31日

株式会社パスコ

(報道資料)

## 現実的な商圈分析を実現する新機能の提供を開始 駅前立地のエリアマーケティング・商圈分析業務の支援を強化

株式会社パスコ（本社：東京都目黒区、代表取締役社長：島村秀樹、以下：パスコ）は、立地分析や出店・統廃合計画などに用いるエリアマーケティング・商圈分析用の GIS（地理情報システム）として

「MarketPlanner（マーケットプランナー）」シリーズを提供しており、小売・サービス業に限らず、メーカーや金融機関など幅広い業種で採用いただいています。

この度、「MarketPlanner」シリーズにおいて、現実的な商圈分析として有効な手法である「後背地分析」が行える新機能を実装し、9月1日より提供を開始いたします。

これまでの商圈分析では、店舗や駅を基点とした距離圏を商圈と仮定して分析を行うことが一般的でしたが、この方法では人の動きや経路の情報が加味することができず、商圈範囲の推定に限界がありました。今回提供を開始する新機能では、顧客となりうる方々が利用する経路の情報や行動パターンを考慮した商圈を分析ができ、これまでの道路距離や円商圈よりも現実に近い商圈分析が可能となります。

### ■後背地とは

店舗の背後に広がる商圈のことを「後背地」と呼んでいます。例えば「駅から店舗を通過して帰宅するような居住地の範囲」をその店舗の後背地と呼びます。

### ■従来の課題と新機能の特長

従来の商圈分析の課題	新機能「後背地分析」の特長
<ul style="list-style-type: none"><li>・店舗や駅を基点とした距離圏を商圈と仮定して用いることが一般的で市場規模の推定に限界がある</li><li>・店舗前道路の性質を考慮することが難しい</li><li>・現地に行かなければ「立地の良し悪し」を評価・判断するには不十分である</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・店舗や駅を基点とせず、店舗の背景にある居住地を商圈と仮定し市場規模の推定に用いることができる</li><li>・店舗前道路の性質（動線の方向、利便性、集中性など）を考慮した商圈を推定できる</li><li>・現地に行かずとも「立地の良し悪し」を判断する材料が多く得られる</li></ul>

### ■新機能「後背地分析」の概要

後背地分析は、まず、地域のランドマークとなる駅と周辺居住地の距離を計算し、「駅にアクセスしやすい経路」を導き出します。ここで得られた経路上に店舗位置を指定することで、店舗前道路の性質を踏まえた後背地がわかります。

経路探索には、パスコの物流ソリューションで採用されている自社製の経路探索エンジンと、カーナビゲーションで採用されている道路データを用いています。その結果、網羅性が高く現実に近い後背地の範囲推定が可能となります。

なお、本機能は、「MarketPlanner」シリーズの1つである「MarketPlanner GIS」に実装いたします。

＜後背地分析を Web セミナーでご説明します＞

2020 年 9 月 14 日（月）から 9 月 18 日（金）の期間で、新機能のリリース発表を兼ねて Web 配信による「後背地分析活用セミナー」を開催いたします。お申込み・詳細は、ホームページをご覧ください。

<https://www.pasco.co.jp/seminar/>

■本件に関するお問い合わせ先

株式会社パスコ <https://www.pasco.co.jp/>

（報道機関）広報部

（お 客 様）カスタマーセンターセミナー事務局

TEL : 03-6412-2800

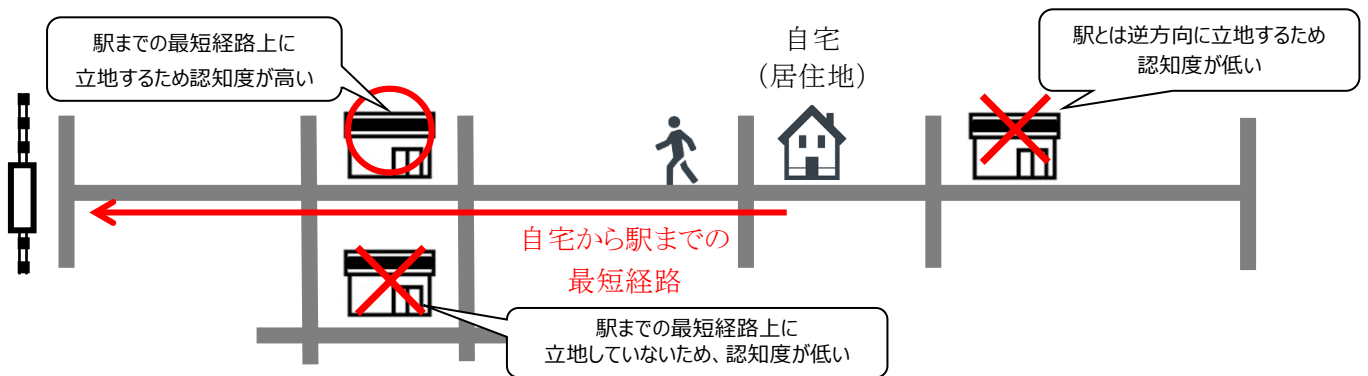
[biz\\_semievent@pasco.co.jp](mailto:biz_semievent@pasco.co.jp)

(参考)

## ■後背地の例

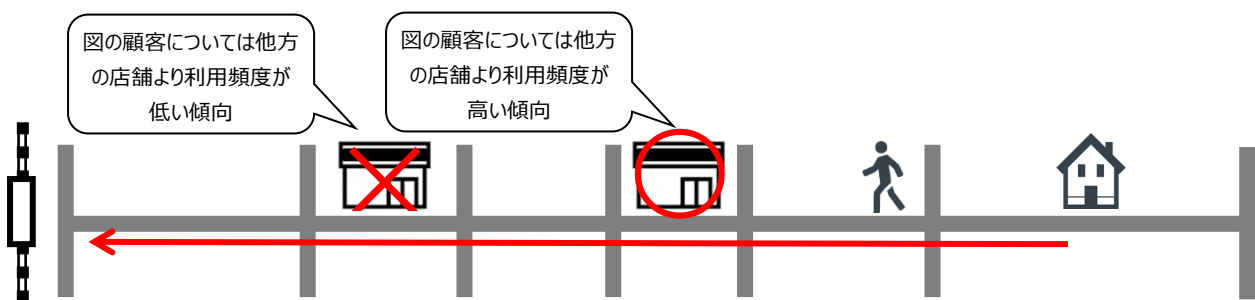
図1のように、自宅から駅までの最短経路沿いにある店舗と経路沿いに立地しない店舗を比較すると、後者の来店者数は著しく低くなります。これは多くの人々が特定の目的が無ければ日常生活で利用する経路と逆方向への移動や経路の迂回等が必要な店舗には足を運ばない傾向にあるためです。

【図1 駅動線付近に存在する店舗の認知度の傾向】



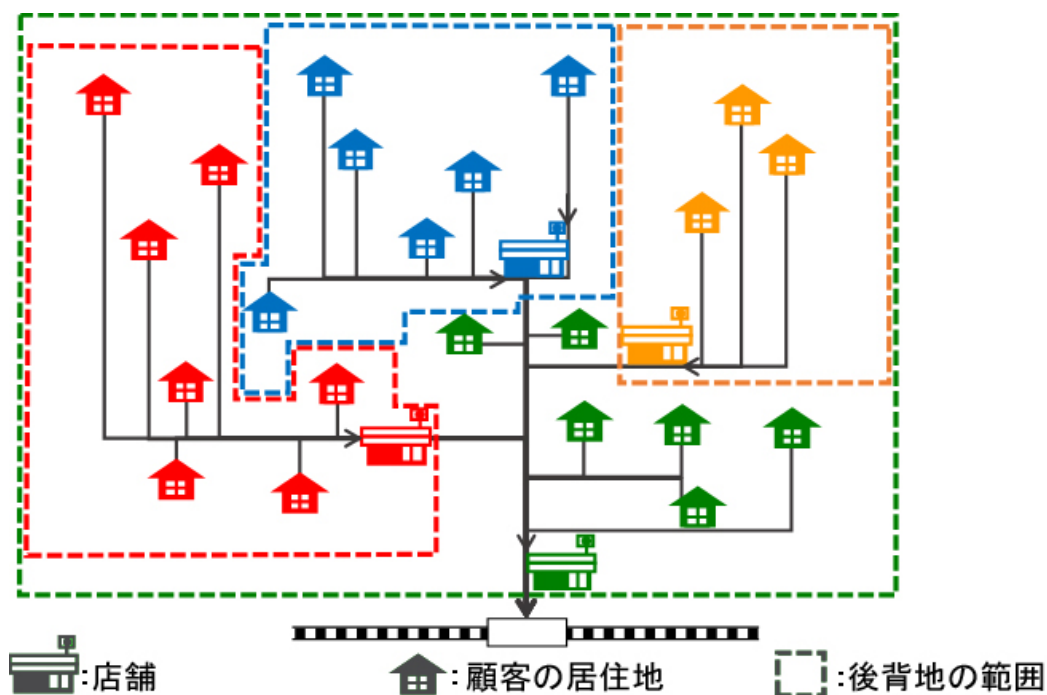
また、経路沿いに複数店舗が存在する場合も、図2のように利用頻度に違いが見られ、より居住地に近い店舗の利用頻度が高い傾向にあります。

【図2 駅動線上に存在する店舗の利用頻度の傾向】



このような考え方にに基づき、店舗に対して顧客の利用頻度の高い居住地域を見てみると、図3のように分析地点から地域拠点に背を向けて広がるような範囲（後背地）となります。

【図3 各要素の位置関係と後背地範囲の例】



■新機能の有効性が高いと思われるお客様と利用シーン

業種	業態	主な利用シーン
1. 小売業	食品、日用雑貨、薬品（処方箋を含む）の生活必需品を取り扱っており、駅前店の出店や移転を検討されている小売店	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 駅前物件の立地評価</li> <li>・ 駅前店の立地評価</li> <li>・ 駅勢圏の評価</li> </ul>
2. 飲食業	中食、ファストフード、カフェなど、通勤帰宅時の集客を主体に想定されている飲食店	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 好立地の検索</li> </ul>
3. サービス業	旅行代理店、フィットネスなど、駅もしくは駅周辺施設の利用者の集客を主体に想定されているサービス事業者	
4. 金融業	駅前店の出店や統廃合を検討されている金融機関 上記1, 2, 3の企業への融資を検討されている金融機関	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 駅前物件の立地評価</li> <li>・ 駅前店（ATMを含む）の立地評価</li> <li>・ 好立地の検索</li> <li>・ 融資物件の立地評価</li> </ul>
5. 不動産業	上記1, 2, 3の企業への物件提供やご提案を検討されている不動産事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 駅前物件の立地評価</li> <li>・ 駅前用地の立地評価</li> </ul>