

ITの技術革新は商圈・人流分析を劇的に進化させている。スマートフォンのGPS機能から得られる位置情報ビッグデータをAI解析することで、店の実勢商圈を町丁目単位で推定できるところまでできているのだ。そうした最新テクノロジーを外食事業でどう活かしていくか、その活用方法を探るべく、本企画では右肩上がりの成長を続ける2社3チェーンに商圈・人流分析プラットフォームを実際に使っていただき、その実効性を誌上レポートする。Part1の実験対象は全国にチェーン網を広げる(株)物語コーポレーションの「焼肉きんぐ」と「ゆず庵」である。

## 商圈・人流分析 誌上実験

# 商圈・人流 出店・販

## 焼肉きんぐ・ゆず庵の

調査

# 1 焼肉きんぐの自社競合と

## 調査したこと



COMPASS (仮称)

(株)ゼンリンマーケティングソリューションズが多業態展開、チェーン化をめざす外食・流通業向けに開発したクラウド型マーケティングプラットフォーム。2022年6月にリリースされたバージョン1には戦略マップ、新規出店可能メッシュ検索、物件進捗管理などの機能が搭載されている。

- ② 福岡志免店の実勢商圈
- ④ 埼玉県内25店の実勢商圈
- ⑥ 実勢商圈の航空地図表示

- ① 福岡県内3店のカニバリゼーション
- ③ 出店候補物件の進捗管理
- ⑤ 埼玉県内の出店余白



(株)ゼンリンマーケティングソリューションズ 営業本部 コンサルティング営業部 部長 池立 弥氏

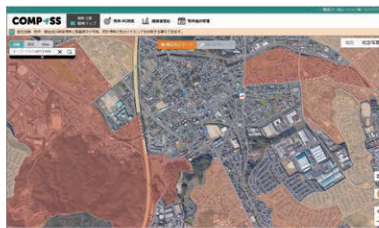
(株)物語コーポレーションさまのご要望は既存店の実勢商圈調査だったため、今回は誌上実験用に『COMPASS』の機能をバージョンアップしました。人流データを用いた実勢商圈分析機能は2022年10月にリリースするバージョン2に搭載予定のため、ここではその一部機能を先行して使用し、GPSビッグデータを元に福岡県内3店、埼玉県内25店の『焼肉きんぐ』の実勢商圈を明らかにしました。各項目はそれをベースに調査を進めました。

### ③ 出店候補物件の進捗管理



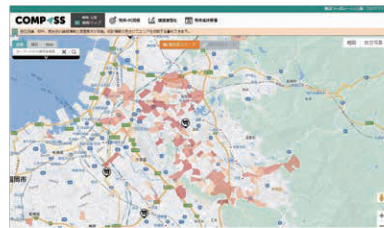
COMPASSは物件開発の進捗管理機能を搭載しています。進捗状況を数値化し、地図を表示しながらデータベースと連携して、情報共有しやすくしています。

### ⑥ 実勢商圈の航空地図表示



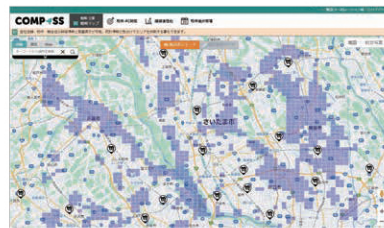
COMPASSの地図はGoogleマップが下地になっており、航空地図も見ることができます。実勢商圈と空港地図を重ねて表示することも可能です。

### ② 福岡志免店の実勢商圈



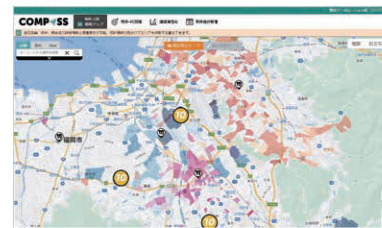
福岡志免店の実勢商圈のみを地図上に表示しました。店の南西部に位置する福岡空港の反対側にはほとんど商圈が広がっていないことが確認できます。

### ⑤ 埼玉県内の出店余白



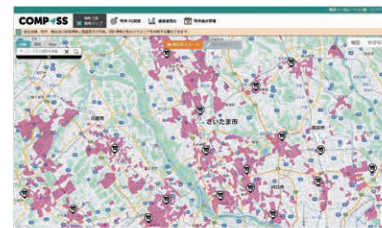
『埼玉県内25店の実勢商圈』の調査結果を元に、商圈から外れ、かつ半径3km圏内の人口が10万人を超えるエリアを出店余白としてメッシュ表示しました。

### ① 福岡県内3店のカニバリゼーション



焼肉きんぐの来訪者を追跡し、店ごとに色分けして居住地データを実勢商圈として地図上に表示しています。色が重なっている箇所が自社競合エリアです。

### ④ 埼玉県内25店の実勢商圈



埼玉県内の焼肉きんぐ25店の来訪者データを元にそれぞれの店の実勢商圈を調査しました。赤く色分けされたエリアがチェーンの実勢商圈と推察できます。

## Part1 (株)物語コーポレーション × (株)ゼンリンマーケティングソリューションズ クロスロケーションズ(株)

# データ分析で見えてきた 促進度の高めかた

## 出店余白



店舗・立地開発本部 本部長 水本和孝氏

今回の誌上実験にあたり、(株)ゼンリンマーケティングソリューションズさんの『COMPASS』で福岡県福岡市と埼玉県の2エリアについて『焼肉きんぐ』既存店の商圈分析をお願いしました。福岡県は出店が好調なエリア、埼玉県は出店を強化したいエリアであり、福岡県の商圈分

## 検証業態

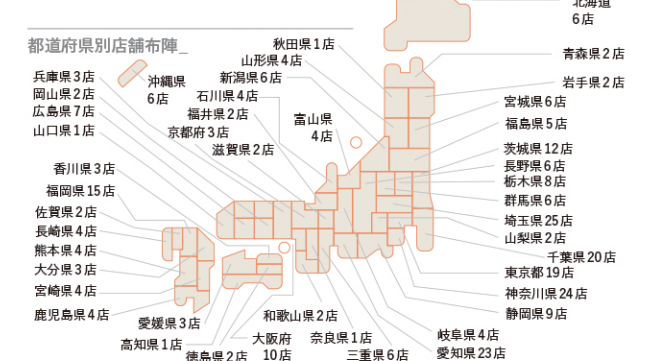


## 焼肉きんぐ

(株)物語コーポレーションの総売上高のおよそ5割を占めるテーブルオーダーバイキング方式の焼肉チェーン。メインターゲットは30代～40代のファミリーで、郊外ロードサイドをメインにして2022年7月末で287店を展開している。食べ放題コースの価格は2948円、3278円、4378円の3ラインで、小学生は半額、幼児は無料になる「こども価格」を採用。チェーン平均の客単価は2600円、標準規模86坪156席で想定月商1850万円という大商圏型フォーマットである。



食べ放題メニュー 2948円～

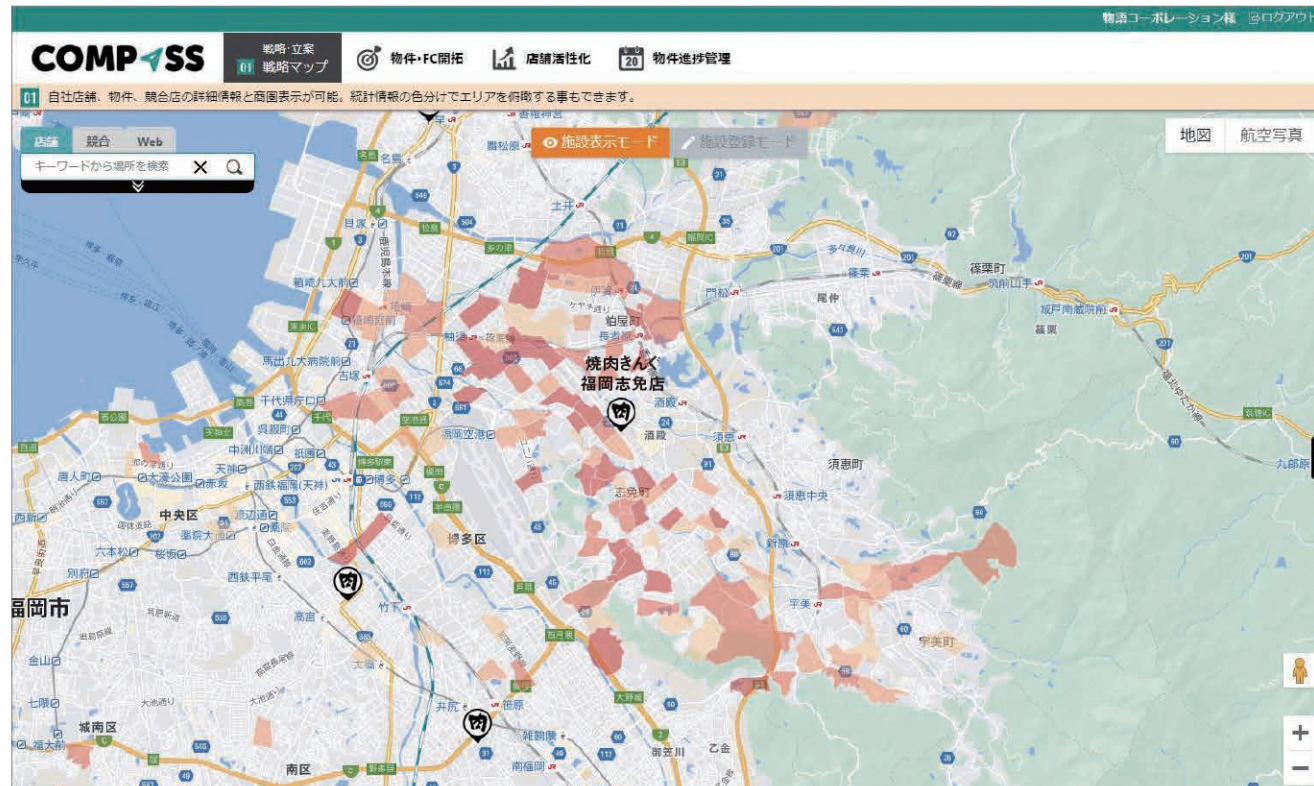




着目したデータと検証2 福岡志免店の実勢商圈

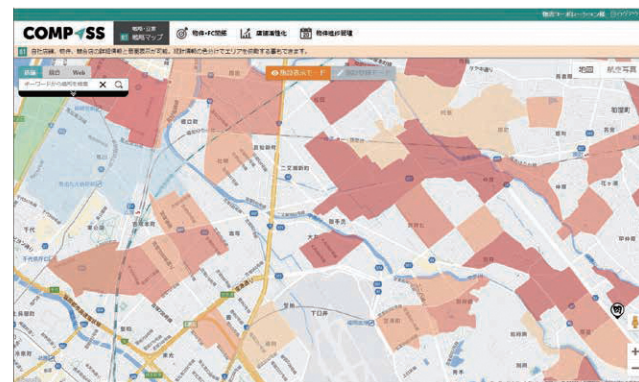
①福岡志免店の実勢商圈

(オレンジは福岡志免店の実勢商圈)



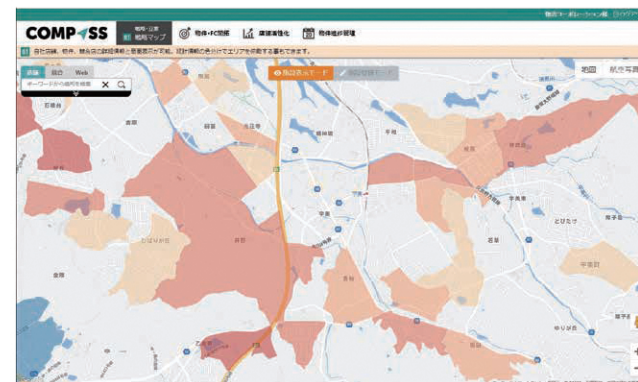
\*焼肉さんく 福岡志免店の実勢商圈のみを表示。店の南西に福岡空港があり、商圈の広がりが空港に妨げられていることがはっきり読みとれる。

②福岡志免店の実勢商圈外エリア1



\*マップ左は焼肉さんく 福岡志免店の西側に位置する海岸エリア、同右は南東側に位置するJR宇美駅周辺の拡大マップ。それぞれ人口の多いエリアだが、商圈に含まれていない地域が散見される。

③福岡志免店の実勢商圈外エリア2



とれていないはずのエリアが商圈から外れている。もしくは出店余地があるかもしれない

福岡志免店は店と福岡市中心部の間に福岡空港があり、実勢商圈は空港で堰き止められていると考えていました。また、店の北側に多々良川が流れているため、川を境に商圈が途切れているはず。それらはほぼ推測通りの結果でした (①)。

一方、気になったのは、店の北西に広がる海岸近辺 (②) と、南東に位置するJR宇美駅周辺 (③) に商圈から外れたエリアが散見されること。エリア人口や

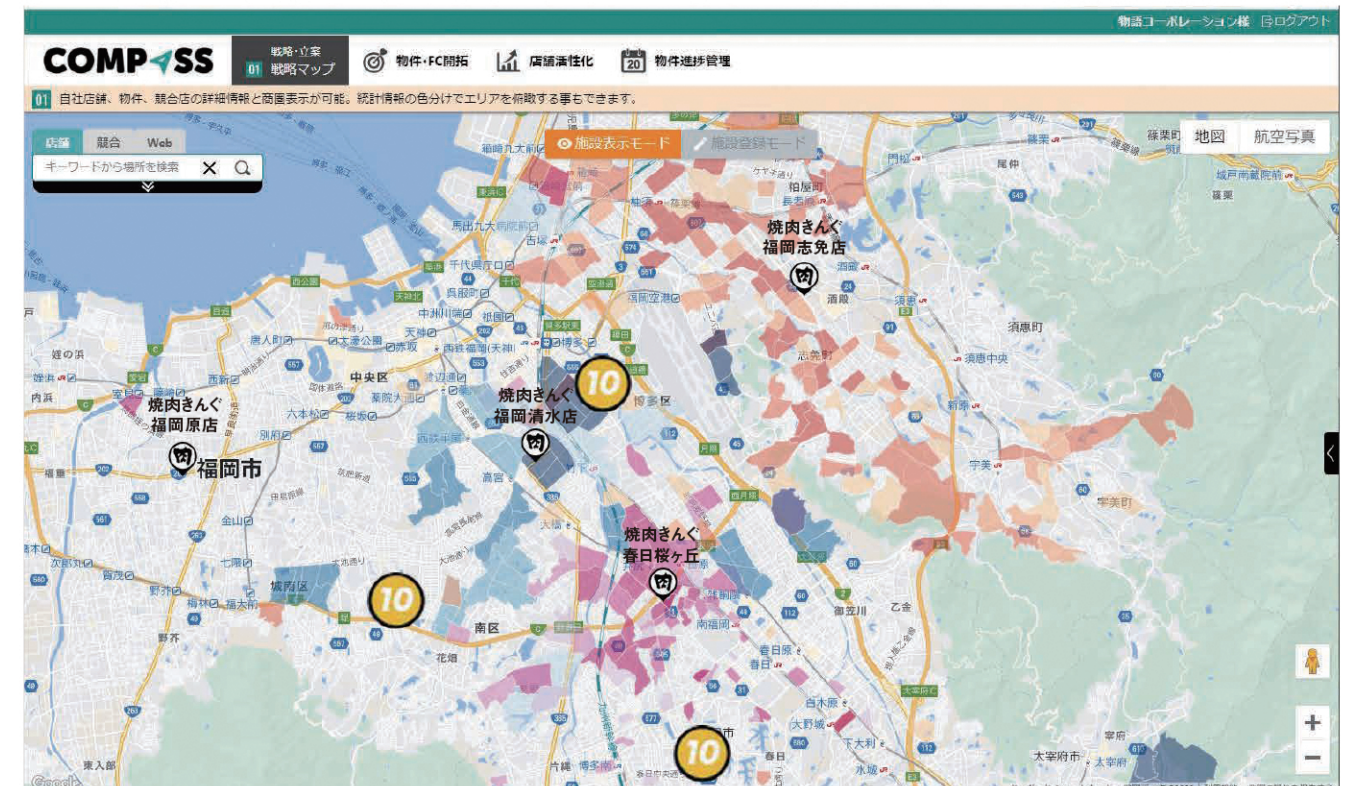
アクセスのしやすさなどを考慮すると、本来はとれていないとおかしいエリア。販促が行き届いていない可能性があり、もしくは海岸近辺には出店の余地が残されているのかもしれませんが。物件開発担当者として全国津々浦々の道路や街並みか頭の中にインプットされていると自負しており、その目で1店の実勢商圈を見てもさまざまな可能性や課題点が頭に浮かんできて興味が尽きません。



着目したデータと検証1 福岡県内3店のカニバリゼーション

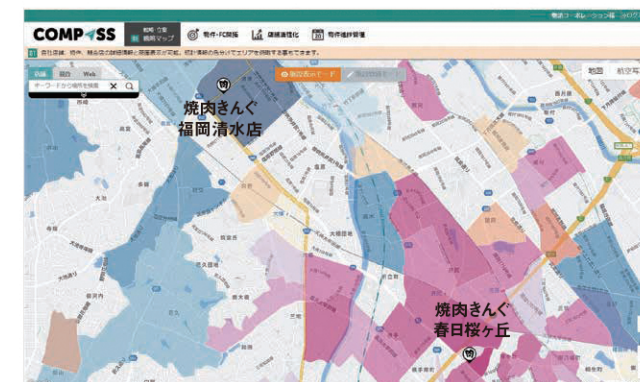
①福岡県内3店の実勢商圈

(青は福岡清水店、ピンクは春日桜ヶ丘店、オレンジは福岡志免店の実勢商圈)



\*福岡県内3店の焼肉さんくに来訪する居住者が多いエリアを実勢商圈として町丁目単位で表示。各店の実勢商圈をわかりやすくするため、店ごとに色分けしており、色の濃いエリアほど来訪者が多いことを示している。

②福岡市内の実勢商圈外エリア



\*焼肉さんく 福岡清水店と春日桜ヶ丘店の実勢商圈を拡大したマップ。福岡清水店は店の近辺に商圈が集中していることもあり、2店の中間にそれぞれの商圈に含まれないエリアが広がっている。

③福岡市内の人口密集エリア



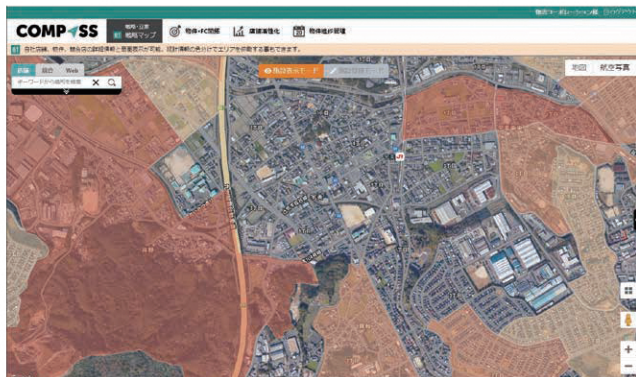
\*焼肉さんく 福岡清水店周辺の拡大マップ。複数の店の商圈が重なっていることが地図上からは読みとれる。ただ、「R博多駅周辺の昼間人口が密集しているエリアであり、「商圈としてはまだゆとりがある」というのが水本氏の見立てだ。



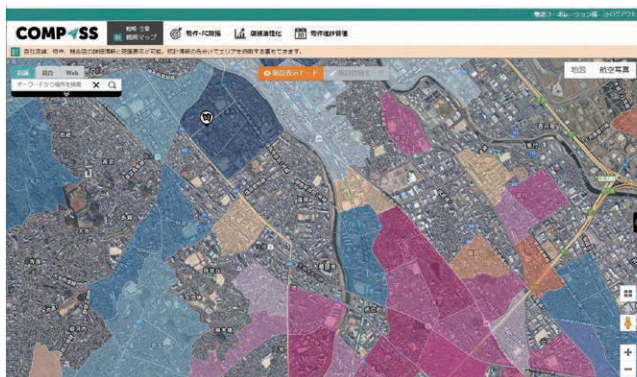


着目したデータと検証4 実勢商圈の航空地図表示

①実勢商圈を重ねた福岡市内の航空地図  
(オレンジは福岡志免店)



②福岡清水店と春日桜ヶ丘店の実勢商圈を重ねた福岡市内の航空地図  
(青は福岡清水店、赤は春日桜ヶ丘店)



\*マップ右は50頁に別掲した「福岡市内の実勢商圏外エリア」、同左は51頁に別掲した「焼肉きんぐ福岡志免店の実勢商圏外エリア1」のマップを拡大した航空地図。商圏外のエリアにも住宅街が広がっていることがわかる。

微細なエリア属性が読みとれる航空地図。  
実勢商圈と重ねると気づきが無数にある

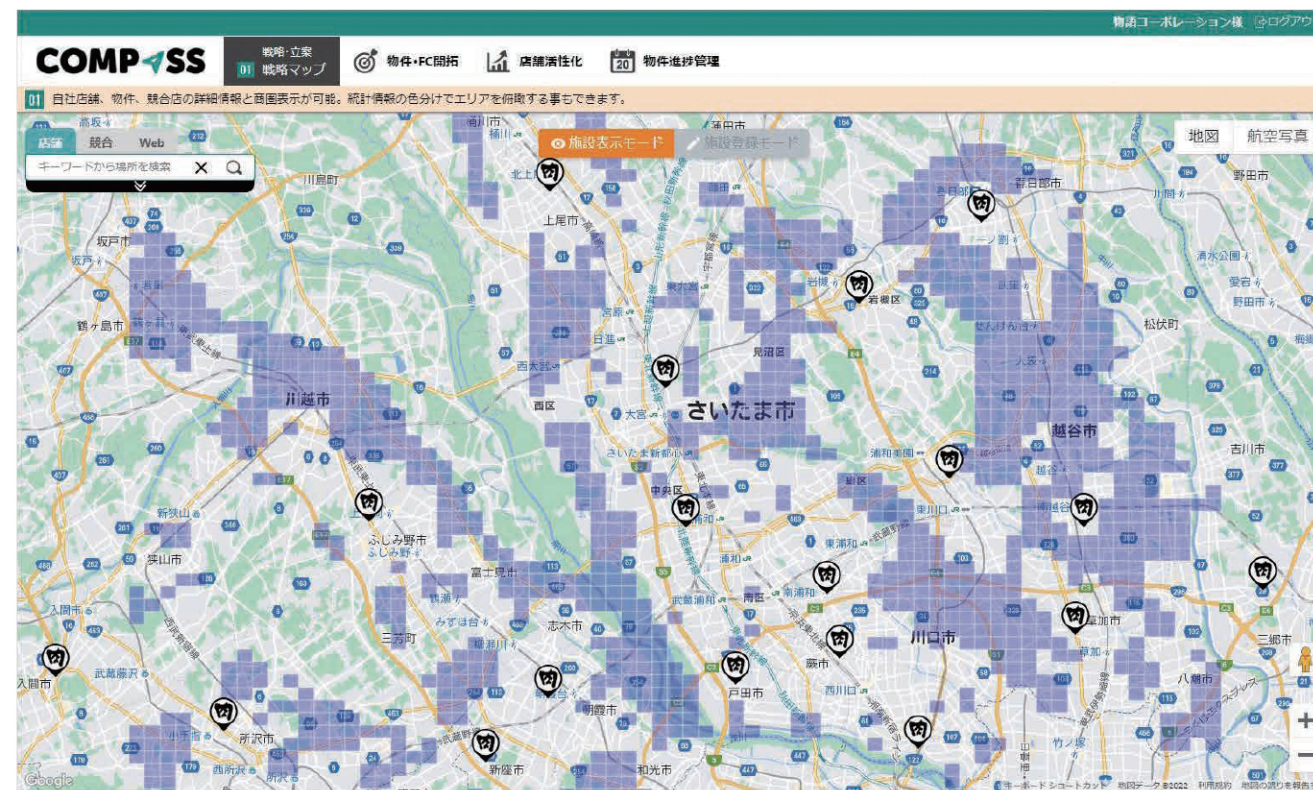
Google マップは間違いなく地図の最高傑作ですが、COMPASSの使い勝手がいいのはそれを地図表示の下地にしていること。とくにGoogle マップの航空地図と連動しているのがいい。航空地図は通常の地図上では見えない建物の密集具合もわかりますし、見慣れてくると高級住宅地、新興住宅地といった微妙なエ

リア属性を読みとれるようになる。つまり、店の実勢商圈を航空地図と重ねる(①②)と無数の気づきを得られるんです。幹線道路の流れを追うだけでなく、駐車場の出入りのしやすさなども航空地図上でおおよそわかりますから、仮説を立てて現地調査に臨むこともできます。



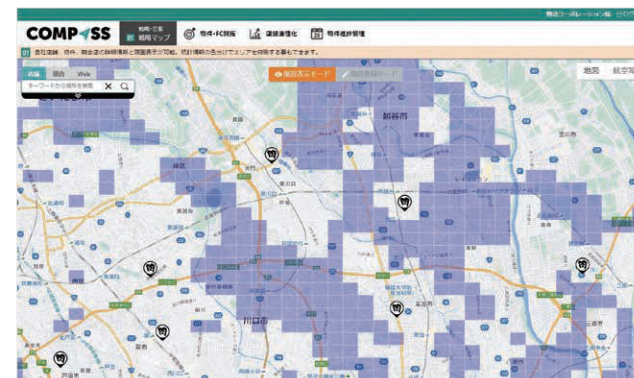
着目したデータと検証3 埼玉県内の出店余白

①埼玉県内の出店空白地



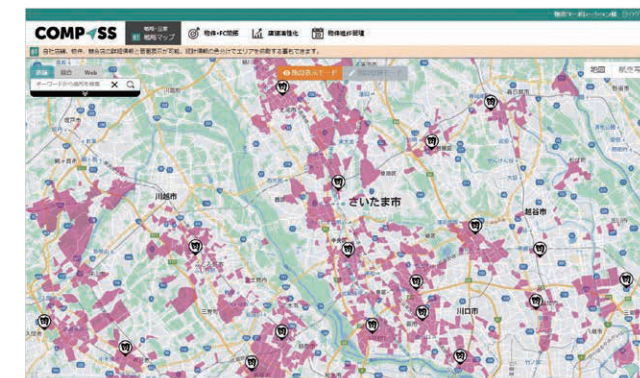
\*右下に別掲した埼玉県内の焼肉きんぐ25店の実勢商圏から外れ、かつ500m単位のメッシュを中心に半径3km以内の人口が10万人以上のエリアを出店空白地として青色で表示した。

②埼玉県東部の出店空白地



\*埼玉県東部エリアを拡大した出店余白マップ。まだ出店数が少ないエリアになるため、同エリアの主要道路である国道4号沿いにも出店余白が多く確認される。

③埼玉県内25店の実勢商圏



\*埼玉県内の焼肉きんぐ25店の来訪者データを元に県内の実勢商圏を計測。実勢商圏は赤く色分けされており、それぞれの店を中心としながら幹線道路や自然環境などによって商圏が広がっていることがわかる。

検証結果から見えてきたこと



店舗・立地開発本部 本部長  
水本和孝氏

シエラをとりこにいく出店戦略。  
実勢商圈調査でその道筋が見えた

