

TOWN'05 タウン

Terra Organized Warehouse of Nationality

全国町丁目別マーケティングキャラクター生活者分類データ

価格 (税別)

● Lite ¥300,000— ● Standard ¥1,000,000— ● カスタマイズ 別途お見積り

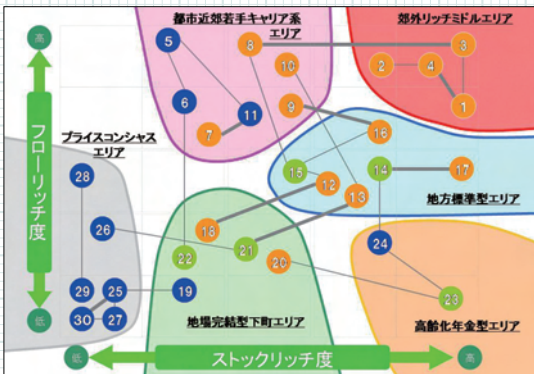
当データのご利用には、Terra Map (¥380,000-) が必要です。

お客様はここにいます——

ターゲティングをもっと簡単に！ もっと的確に！

「TOWN'05」(タウン'05)は、国内唯一のエリアマーケティング GIS 専門メーカーであるマップマーケティング株式会社と、産学共同プロジェクトの実績豊富な早稲田大学マーケティング研究所が共同開発した、エリアマーケティング専用の生活者分類データです。年齢別人口、世帯構成、住宅種別、就業状況、産業別人口、通勤方法、賃金給与、公共交通機関利用率、学歴など様々な統計データをもとに、全国町丁目の生活者マーケティング特性を6カテゴリ30種類に分類しています。

●TOWN'05 キャラクター相関図



統計データのシンクロ率をもとに、生活者のマーケティング特性を分類し、フロアリッチ度(年収など)とストックリッチ度(持家世帯比率など)により位置づけ。TOWN'05はクラスター分類のローデータ構成が明瞭なため、ユーザに開示することが可能です。また、ユーザのリクエストに応じて加工することができます(別途お見積りも)。

●マーケティング特性 分類表

郊外リッチミドルエリア

1 郊外型のんびりプチリッチシニア 2 郊外リッチ系二世ファミリー 3 郊外型セレブ大家族 4 郊外型悠々自適リッチミドル

都市近郊若手キャリア系エリア

5 アーバン独身キャリアウーマン 6 地元都会派プチリッチ&学生 7 都会派ヤングリッチファミリー 8 郊外型都会派セレブファミリー 9 地方都市型プチリッチファミリー 10 郊外型若手キャリアファミリー 11 郊外型ヤングリッチキャリア

地方標準型エリア

12 地方農村型ファミリー 13 郊外型標準ミドルファミリー 14 地方農村型大家族 15 地方標準型バラエティエリア 16 地方型大家族 17 地方農村型高齢大家族

地場完結型下町系エリア

18 地方農村型若年ファミリー 19 地元サービス系独身ヤング 20 地方商店ほそぼそ自営シニア 21 高齢下町エリア 22 下町型バラエティエリア

高齢化年金型エリア

23 地方農村型過疎エリア 24 年金依存型シニア

プライスコンシャスエリア

25 若手独身サラリーマン 26 プライスコンシャス高齢者 27 地元サービス系ヤング OL 28 地元ワーキング系単身ミドル男性 29 地元メーカー系ヤング OL 30 地元工場勤務若手サラリーマン

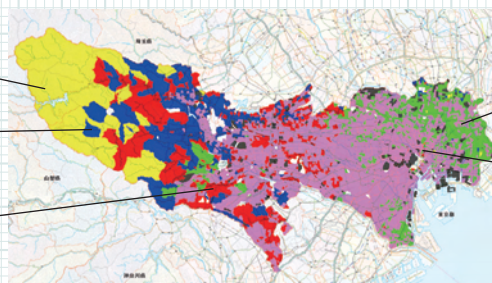
※統計データの傾向からイメージした名称です。

●東京都とその周辺をTOWN'05 で色分け表示

高齢化年金型エリア

地方標準型エリア

郊外リッチミドルエリア



地場完結型下町系エリア

都市近郊若手キャリア系エリア

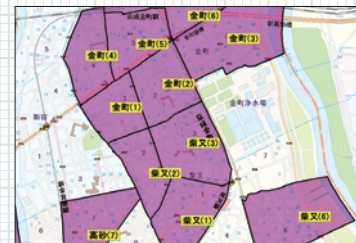
●実例 TOWN'05 キャラクター「アーバン独身キャリアウーマン」のエリア(大分類「都市近郊若手キャリア系エリア」より)



30～40代の独身女性が中心のエリア。学歴や年収レベルが高く、都会派キャリア層が多いと考えられます。



環状八号線周辺～以内に多く分布し、例えば、港区の白台周辺が該当エリアです。



実は、葛飾区の金町付近にも同じマーケティング特性を持つエリアがあるのです。

価格	TOWN '05 Lite 全国版 300,000 円 (税別) 都道府県別 150,000 円 (税別)
	30 クラスタの分類データです。 エリアごとのマーケティング特性を把握することが可能です。
価格	TOWN '05 Standard 全国版 1,000,000 円 (税別) 都道府県別 500,000 円 (税別)
	30 クラスタの分類データ及びシンクロ率データです。 シンクロ率で分析することで、Lite 版では隠れていた特性を見つけることができます。

※2セットのご購入でフリーライセンス使用が可能です。 ※年収別世帯数推計データと同時にご購入いただく場合は引きとなります。

「TOWN '05」開発の監修を務めた

早稲田大学マーケティング研究所とは

機関概要

単なる一般論では無い、実効性のあるソリューションを求めて様々な人、力が集まる場となった早稲田大学。そのリソースをフルに活用し、マーケティング研究を通じて企業との実りあるコラボレーションを実現します。真に有効なソリューションメソッドとは何か。マーケティングのコアとも言える課題研究によって、深刻化する状況を迎えたビジネス社会に、大学独自の視点から提案し貢献していく。それが早稲田大学マーケティング研究所の基本コンセプトです。

実績

【マルチクライアント・プロジェクト】

- ステーションフォーマット研究会
駅学業態開発研究プロジェクト 参加企業 30 社
- サロンマネージメント研究会
多店舗展開美容チェーン経営研究プロジェクト 参加企業 15 社

【個別受託プロジェクト】

- 流通業 (A 社) 新規事業展開の立案
- 住宅設備メーカー (C 社) 新商品開発および顧客分析

- 石油元売業 (E 社) 販売店調査および事業展開の立案
- 広告業 (J 社) 顧客満足度調査および店舗リニューアルの実行
- 化粧品業 (J 社) 顧客支援システムの設計・構築
- 金融業 (O 社) 顧客満足度調査および事業展開の立案
- (インストアマーケティング協会)現代女性のライフスタイル(Web)調査
- (政府系機関)某 TV 番組の視聴者調査と視聴率改善のための戦略提言
- (日用品メーカー)日用品・化粧品業界の成長エンジンについてのベンチマーキング調査
- (某メーカー)顧客クレーム DB からの新製品開発コンセプトの抽出
- (某コンサルティング会社)地域ブランディングの評価マニュアルの試作

PROFIEL



所長
永井 猛教授

【略歴】
 1950年 生まれ。
 1976年 早稲田大学大学院商学研究所修士課程修了。
 1980年 早稲田大学システム科学研究所助手。
 1993年 早稲田大学システム科学研究所教授。
 1997年 早稲田大学ビジネススクール教授。
 2003年 早稲田大学マーケティング研究所所長。現在に至る。

〈専門分野〉
 マーケティング戦略
 〈研究テーマ〉
 マーケティング戦略の国際比較、新製品・新規事業開発戦略、戦略市場計画
 〈主要著書・論文・研究レポート〉
 「ストック型社会のマーケティング戦略」誠文堂新光社1993年
 「マーケティング戦争」誠文堂新光社1995年
 「企業家の輩出」日本経済新聞社1996年
 「地域ブランドの評価マニュアル報告書」国際ビジネスサポートセンター2004年
 「商店街に求められるのは、暮らす人を支援する生活センター」OMNI-MANAGEMENT2004年
 「現代マーケティングの革新と課題」東海大学出版2005年
 「15年度中心市街地商業等活性化支援業務：先進的の事業手法等調査研究事業報告書」経済産業省2005年

「TOWN '05」開発

開発：マップマーケティング株式会社
 共同開発：シンクフォート株式会社
 監修：早稲田大学マーケティング研究所

【お問い合わせ】

マップマーケティング株式会社
 Tel : 03-6455-0478
 E-Mail : info@mapmarketing.co.jp