

リサーチ(シンクタンク業務)

主な実績紹介(一般)

★ 国・地方自治体

高度技能活用雇用安定地域調査研究	高度技能を活用した事業展開の可能性について、技能の詳細、事業計画等をアンケート・ヒアリング等で把握。課題を整理し可能となる条件を提言。
モーダルシフトに関する調査	事業者アンケート、ヒアリング調査により、物流の発着地・品目・量等の区分による輸送機関のモーダルシフトの可能性を分析し、有害物質排出削減効果を含めた目標設定。
市民満足度調査	暮らしやすさ等についてのアンケート調査結果をもとに、分野別・地域別・住民属性別の評価を把握。規定因分析により優先すべき施策を抽出。
都市吸引力に関する分析	住民、産業他各分野への調査を行い、都市としての魅力度を構成する要因を総合的に分析することにより、優先すべき施策を抽出。
職員アンケート分析	職員の業務に対する意識、人事・給与等の評価基準に対するF A調査結果を分析し体系化。結果を組織区分・個人属性等との関係から分析。
産学連携ネットワークシステム構想策定	地域の大学が連携し、産業界を中心とした住民への情報公開を行うためのシステム構想を検討。その後、大学連携のためのポータルサイトを立ち上げ。
道路整備における通行料金設定と経済効果の分析	P T調査に基づく将来交通量予測、利用者便益分析から通行料金を検討。地価上昇や車の買換え需要等、地域経済への波及効果を分析。
国際物流特区構想に関する調査	事業所を対象とした調査により、F A Z推進のための国際物流特区のあり方、および特区への進出希望についてを把握。
新北九州空港ターミナルビル公共機能整備調査	新北九州空港ターミナルビルに必要な公共機能について、国内の類似空港の現状、課題を整理し、新空港における課題、方向性を検討。
ダイオキシン類健康調査	ダイオキシン類の健康への影響の程度を調査するため、血液・毛髪等におけるダイオキシン濃度とふだんの食生活での摂取食品との関連を分析。

★ 各種団体・研究機関

高規格国際海上輸送網のあり方に関する調査研究	九州・山口の各県と東アジアを結ぶ高規格海上航路の成立性について、定量的モデルを構築することにより検証。
海上交通ネットワークシステムの確立に関する研究	奄美大島の南部加計呂麻地区における海上交通のあり方と、架橋を計画した場合の効果について定量的に推計。コストベネフィット分析の手法を採用。

共同配送センター事業化に関する調査	市内中心部への配送機能を共同化する事業の立ち上げについてのコンサルティング（事業分野、業務の流れ、組織、採算性等）。
伝統的工芸品産地調査・診断事業～個別産地調査診断～	小代焼、天草陶磁器（ともに産地は熊本県）を対象として、全国展開を図るうえでの問題点・課題等を抽出し、今後の全体的な活性化策を検討・作成。
意匠開発事業	伝統的工芸品として指定された産地について、各方面への調査により、意匠コンセプトの設定からマーケティング戦略・戦術までをコンサルティング。
TMO構想	消費者・商業者双方の意識等に関する分析と地域特性・動向等に関わる各種データ分析を行い、中心市街地活性化のためのTMOを支援。
まちなか探検隊事業	TMO構想の見直しを受けて、TMOエリア内の商店街を女子大生、子育てママ、シルバー世代が「探検」して問題点を抽出し、商店街側に問題提起。
特定商工業者名簿作成のための統合データベース構築	会員獲得のための新たな対象事業所を選定するため、さまざまな事業所関連DBを統合・整理。あわせて、報告義務のある特定商工業者名簿を作成。
経済波及効果分析	総合展示場における過去数年の開催イベントに関するデータ、来客調査、出展事業者調査データ等をもとにイベントタイプを区分し、各タイプ別の経済波及効果原単位を推定。
新学部構想調査	大学における新学部創設計画にあたり、そのニーズ等について高校（教員・生徒）、親等の意見を収集し、方向付けを検討。
地域企業の金融機関に対する意識調査	地域企業が、金融機関に対して持っているイメージ、評価、取引実態等を調査し、地域金融機関のあり方を検討。
分析用時系列流通データベース構築	流通関連の各種既存統計データを長期時系列で収集し、メッシュ等の地域単位へ加工・集計。さらに分析により新たな指標を作成、データベース化。

★ 各種メーカー

出店余力・出店適地分析	顧客分布、地域統計データをもとにした分析により、自社系列店舗の出店空白地を抽出。さらに、抽出された地点に優先スコアを付与。
中古車販売台数規定因分析	新車とは異なる中古車販売における売上規定因について、店舗属性、地域特性、競合条件等のデータを用いて分析。
商圈把握のためのMCIモデル構築	自社系列店舗の商圈、売上、既存店への影響を予測するため、店舗属性、地域特性、競合条件等のデータを用いてハフ型モデル（MCIモデル）を構築。
販売動向推定モデルの構築	景気動向と家電販売の動向についての関連性を分析。家電販売に影響する先行指標を明らかにしモデルを構築。

都市別市場性分析	日本全国の市区町村について、家電販売に結びつく各種指標（所得水準、販売額水準等）を相対評価し、グラフ等を用いたカルテ化。
製品テストマーケティング	調味料のテストマーケティングのため、1年間にわたって定期的に消費者サーベイを実施。認知度、使用率の動向より全国展開の可否を判断。
店舗販売力分析	店長スキルを含めた店舗属性、地域特性、競合条件等のデータを用いて、直営店舗の売上規定因を分析。分析結果により売上予測システムを構築。
従業員と店長の意識構造の差異分析	商品構成、価格、顧客サービス等何を重視すべきかについて、店員と店長、本部社員の意識調査を実施、意識のズレと業績の関係について分析。
消費者意識調査	消費者の店舗評価、商品・価格評価や店舗の売上等のデータを使い、消費者満足度の規定因、店舗業績の規定因、競合店との評価の有意差等分析。
関連購買分析	顧客データやアンケート調査データ等から、年齢別の関連購買を分析（CEE解析）し、顧客のライフサイクル別の販促計画、品揃え計画に活用。

★ 鉄道・バス

質的調査データの集計と賃率策定	別途調査したODデータを元に、列車別の経営指標である賃率を算定。また、その他の調査データから列車別の客ニーズに基づいた改善必要点を抽出。
ODデータの集計・分析	特定5日間の全列車における駅別乗降状況を調査し、列車別の平均乗車距離等から、運行区間の変更・新設等の営業用資料を作成。
鉄道の利用促進調査	沿線住民の交通機関利用状況、生活行動、意識を調査し、当該鉄道の利用を促進するための要因を分析。
利用客予測モデル構築	鉄道沿線住民の目的別の利用鉄道駅、属性等を調査し、地域における利用鉄道駅予測モデル（MCIモデル）を構築。
鉄道駅開発にかかるコンセプト作成調査	鉄道沿線住民の意識、各種施設の利用動向等を調査し、商業・サービス施設等の成立性を分析。当該計画駅施設のあり方を提言。
バスの利用客調査	利用客、沿線住民へのアンケート結果等を用い、路線毎の採算性、自家用車・他社バスからの転換の可能性等を分析。

★ 電力・ガス・通信

工業立地調査	工場適地を中心とした各種データを収集。さらに、労働力については高校の専攻別卒業生の数から確保の可能性を分析。
原子力発電に関する意識調査	原子力発電に関する住民アンケートを実施。ダイレクトな質問が困難な賛否については、潜在構造分析の手法により測定。

有料老人ホームに関する需要調査	有料老人ホームの建設可能性を把握するためのアンケート調査。有料老人ホームの入居を規定する要因分析と、調査結果と統計データを組み合わせた需要予測。
ISOの取得に関する調査	アンケート調査により企業のISO取得状況等について調査することにより、ISO取得における要因を分析。
ガス器具整備会社の事業化に関する調査	ガス器具整備会社の事業化に関するコンサルティング（事業分野の仮定、従業員数、資金の調達、財務シミュレーション等）。
携帯電話のリサイクルに関する調査	店舗への来店者アンケートにより、使用済み携帯電話のリサイクル状況とリサイクル推進の要因を分析。

★ 流通

消費者調査	商圈内に居住する消費者の買物動向・意識・ニーズ・評価等を定期的に調査・分析することにより、店舗MD等検討のための資料とする。
来店客調査	駅前立地型である対象店舗へのマイカーでのアクセス、駐車場の利用状況等を居住地域・方向別に分析。フロア間の立寄り・買物状況も把握。
来店客調査集計・分析	既存店舗全店における来店客数調査、来店客アンケート調査、店舗特性データ等を分析しとりまとめた店舗別カルテを作成。
売上予測	既存店のカード顧客の購買データを元に、ハフ型モデルを構築し、これによって新規出店時の売上額、商圈範囲・構造を予測。
月次カードデータ集計・分析	月次集計データから顧客吸引、客単価等についての分析マップ作成。また、DM配布先の抽出資料を作成。
ハウスカードデータ分析	店舗の大規模増床に際し、ハウスカードのデータから消費者の来店特性等を分析。増床後店舗のコンセプト設定、売場配分等の計画に利用。
ハウスカード利用分析	来店客調査では把握できないPOSレベルのデータから、既存各店の商圈範囲・構造や商品の関連購買実態等を分析して、店舗別カルテを作成。
店舗分類分析	商品別の売上動向等から各店舗の売上構造をクラスターアナリシスによって分類し、それぞれの分類ごとの品ぞろえ、顧客対策等を提言。
市場環境総合分析	市場性をあらわす指標（市区町村別）を設定し数区分に集約・評価。これを自社の出店・売上動向と関連分析し、今後の店舗開発計画に利用。
環境アセスメント	大規模店舗出店の際の環境アセスメント。大気、水、廃棄物、景観、交通等必要項目に関する評価を行い準備書・評価書を作成。

交通アセスメント	交通への影響に特化したアセスメント。店舗属性と周辺消費者の買物行動特性からリンク別来店客数／車両数を推定し、道路への影響を評価。
----------	--

★ 金融・保険・不動産

駅勢圏総合評価分析	駅データ、周辺住民・産業ポテンシャルデータをもとに、クラスター分析により駅勢圏をポジショニング。金融機関立地場所としての鉄道駅の魅力を評価。
支店別市場性分析	全店の店周地域について、市場特性（高齢化率、富裕度等）、規模（世帯数、推定預金額等）等の区分で相対評価。店舗別カルテを作成。
イメージに関する調査	周辺住民に対し、当該金融機関のイメージ、評価等を調査。他の金融機関と比較した優劣のポイント、顧客満足度に影響している要因等を明らかにした。
支店統廃合と目標設定	支店テリトリーの市場性、取引状況、開拓余力、取引効率性等から店舗存廃シミュレーションを展開。あわせて、統廃合後の支店別目標を設定。
支店別目標設定	データの標準化による支店別水準（市場性・取引）評価と、重回帰分析による特定商品の適正目標値を算定。
ターゲット抽出のためのデータ分析	バスケット分析を用いた顧客利用商品間の関連分析、因子分析による取引可能性スコア算出等の手法により商品別の推進対象顧客を抽出。
商品別目標設定	取引先数ベースのマーケットカバー率より商品需要量を推定。さらに、商品間の取引の関連から、当該商品の推進目標を設定。
商品別需要量分析	マーケットと取引先とを量・質の両面から対比することにより、商品別の需要量を評価・把握し、半期毎の目標設定時資料とする。
オフィスビルニーズ調査	入居するオフィスビルに対する評価、ニーズ、移転意向等に関する事業所調査結果から、今後のオフィスビルのあり方とPR方策等を検討。
営業スキルの評価基準作成分析	営業スタッフのスキルについて、主に営業活動の実績値からタイプを区分。売上等の実績との関連分析により営業活動の指針を作成。

< お問い合わせ先 >



〒802-0005 福岡県北九州市小倉北区堺町1-2-16
十八銀行第一生命共同ビル 5階

TEL : 093-521-3728 (直通)
FAX : 093-511-4634
URL : <https://www.nihon-toukei.co.jp/>
E-Mail : homepage@nihon-toukei.co.jp

担当 : 吉永・安藤