



商圈ポケット

創業準備ガイド

その「やりたい」を、 このまちで。

商圈カルテ 活用マニュアル

誰に、何を、どこで届ける？

地域の数字を、あなたの次の一步に。



読む → 確かめる → 決める

愛知県瀬戸市西長根町・3km圏の全7帳票を使って、
お客さま・立地・採算の考え方を具体的に解説。

START HERE

数字を読むと、次の一步が変わる。

このガイドのゴールは、「開業してよいか」の判定ではありません。

あなたが持ち帰るのは、この3つ。

01 誰に届ける？

最初のお客さま

02 何を確認める？

現地での問い

03 続けられる？

採算と提供能力

読む順番は、あなたの疑問から。

- 01** 初めてなら、次ページの一覧で全7帳票を見渡し、関係する2〜3枚から読み始めてください。すべての数字を覚える必要はありません。
- 02** 各ページの「数字→考えること→次の一步」をたどります。後半では、惣菜店・サロン・学習塾・法人向けサービスへ応用します。
- 03** 最後に開業仮説を1枚にまとめ、商工会・商工会議所などの相談先に持参。資料の数字と、まだ確かめていないことを分けて話します。

まず、自分の商売を1文に。

私は〔誰〕が〔どんな場面〕で感じる〔不便〕を、
〔商品・サービス〕で減らしたい。

例：近くで働く人が、昼休みに食事を買うときの待ち時間を、予約受取の昼食で減らしたい。

本書の数値は添付カルテの記載値です。店舗・顧客像・商品案・採算例は説明用の仮説であり、実際の需要や売上を確認した結果ではありません。

FIND YOUR PAGE

7枚は、7つの問いへの入口。

帳票の順番ではなく、「いま決めたいこと」から探せます。

別添カルテのページ・帳票	創業者の問い	本書
01 商圈カルテ	この地域は、どんなまち？	4
02 人口・世帯	どんな人・世帯に届ける？	5
03 消費購買力	どの支出分野に関わる商売？	6
04 勤務者・就業者	昼と夕方、どちらの場面？	7
05 事業所	競合・取引先をどう探す？	8
06 道路交通量	車で来やすい？ 看板は見える？	9
07 最寄り駅	駅から本当に通える？	10

この冊子と、別添の7ページを並べて読む。

本書の「カルテ〇頁」は別添の実例PDFを指します。

本書は数字の使い方、別添は元の表・グラフ・地図を確認する資料です。地域・半径・統計年が違う資料と混ぜないようにしましょう。

READ THE REPORT / カルテ1頁

まず、まちの全体像をつかむ。

人口の多さではなく、「どんな暮らしがあるか」から始めます。

総人口

116,784

人

一般世帯

48,536

世帯

民営事業所

3,832

事業所

人口・世帯：2020年／事業所：2021年。いずれも3km圏の推計。

最初に見るのは、この3つ

- 01 地域名と半径。今回は西長根町の代表地点を中心とする3km圏です。候補物件そのものを中心にした資料ではありません。
- 02 人口・世帯・事業所。住民向け、世帯向け、法人向けのどこから商売を考えるかを決めます。
- 03 世帯の構成・勤務先の活動・消費。同じ地域に「暮らす人」と「働く人」の両方がいることを読み取ります。

ひとつの数字で決めない

- 01 単独世帯は14,431世帯、29.7%。少量・一人分の商品を検討する入口になります。ただし「単独世帯＝独居高齢者」ではありません。
- 02 勤務先の従業者は42,910人。平日昼の需要を調べる理由になりますが、全員が外食するわけではありません。
- 03 18歳未満のいる世帯は10,437世帯。家族向けの利用場面を考える手がかりです。子ども自身の人数ではありません。

暮らす人

量・頻度を考える

働く人

時間帯を考える

事業所

取引・競合を調べる

次の一步

一人分の夕食か、職場の昼食か。まず2案に絞り、人口・勤務者・道路のページを続けて読みます。

読み間違えないために：総人口を、そのまま「見込客11万人」と書かない。

READ THE REPORT / カルテ2頁

「誰に売るか」を、具体的に。

年齢と家族構成を組み合わせると、商品を選ぶ場面の仮説がつかれます。

単独世帯 14,431 世帯	夫婦と子ども 14,939 世帯	65歳以上 33,456 人
--	--	--

2020年国勢調査を基にした3km圏の推計。年齢3区分は年齢不詳を除く。

年齢 → 場面 → 提供方法

- 01 人口ピラミッドで厚みのある年代を見る。人数だけでなく、買い物や通勤、子育てなどの生活場면을想像します。
- 02 世帯構成を重ねる。一人分の量、家族で分ける量、予約のしやすさなど、提供方法の仮説に変えます。
- 03 狙う年代の人が実際に候補地を通るかを確認。住んでいることと、店の前を通ることは別です。

たとえば、惣菜店なら

- 01 単独世帯14,431世帯 → 「一人分を少量から買える夕食」を試す。年齢や食の好みは、この数字だけでは分かりません。
- 02 夫婦と子ども14,939世帯 → 「家族で分けやすい組合せ」を検討。子どもが成人している世帯も含みます。
- 03 高齢者向けには量や味だけでなく、持ち運び、注文方法、受け取りやすさも聞きます。年齢から好みを決めつけません。

カルテ2頁の実物：世帯構成（2020年・3km圏）

単独世帯	14,431世帯
夫婦のみ	11,188世帯
夫婦と子ども	14,939世帯
親1人と子ども	4,710世帯
その他の一般世帯	3,268世帯

※「親1人と子ども」には、成人した子どもと親が同居する世帯も含みます。子育て中のひとり親世帯数を示すものではありません。

次の一步

「誰でも歓迎」から一步進め、「どんな日の、どんな困りごとに応えるか」を1文にします。

読み間違えないために：「親1人と子ども」4,710世帯を、子育て中のひとり親世帯数と読み替えない。

READ THE REPORT / カルテ3頁

購買力は、売上の答えではない。

大きな市場の数字は、商品分野を考える材料。お店の売上は別に組み立てます。

年間消費支出

1,584.7

億円

うち食料

473.8

億円

1人当たり年間

1,380,632

円

2025年の全国支出係数と2020年の地域世帯等による推計。実測の地域支出ではない。

この数字が役立つ場面

- 01** 自分の商品が、食料・教育・保健医療など、どの支出分野に関係するかを確かめます。費目が広ければ、さらに対象を絞ります。
- 02** 複数候補地を比べるとき、同じ範囲・年次・計算方法の推計で規模を比較します。人口が大きい地域ほど総額は大きくなりやすい点に注意。
- 03** 1人当たり額の分母は一般世帯人員114,784人。規模の違いをならす補助指標で、地域所得や購買意欲そのものではありません。

食料473.8億円をどう読む？

- 01** 食品店だけでなく外食等も含む広い費目です。「惣菜の市場規模」や「鮮魚の購買力」とは言えません。品目別値があれば別途確認します。
- 02** 通販や圏外の店舗で使う支出も含みます。全額がこの3km圏の店に落ちるわけではありません。
- 03** 添付例の全国参考欄は未取得です。空欄を推測で埋めず、この欄から全国比較を結論づけません。

年間消費支出のうち、食料が占める部分



次の一步

「食料分野に需要の土台がある」までを資料で押さえ、買う商品・価格・頻度は聞き取りと試験販売で確かめます。

読み間違えないために：473.8億円×1%を、自店の売上目標にしない。

READ THE REPORT / カルテ4頁

昼の需要と、暮らしの需要を分ける。

同じ地域でも、平日昼と夕方ではお客さまの顔ぶれが変わります。

勤務先所在地の従業者

42,910

人

居住地の就業者

55,241

人

昼間人口・市全域参考

116,028

人

勤務先の従業者：2021年／居住地の就業者・昼間人口：2020年。集計対象・範囲が異なる。

勤務先で数える／家で数える

- 01 勤務先所在地の従業者は、地域の事業所で働く人を考える入口。弁当、休憩時の買い物、法人向けサービスなどに関係します。
- 02 居住地の就業者は、この地域に住む働く人。勤務先が圏外の人も含みます。帰宅途中や休日の需要を考える材料です。
- 03 昼間人口116,028人は市区町村の参考値。3km圏の昼間人口として使わないでください。

昼食を売るなら、数字の次へ

- 01 職場が多くても、食堂・持参弁当・交代勤務が中心なら来店につながりにくい場合があります。
- 02 候補店から実際に歩ける職場を確かめ、昼休みの時間、外出の可否、注文・受け取りの方法を聞きます。
- 03 予約配送型なら、昼休みの短さを解決できる可能性があります。配達時間と最低注文数は、現場で確かめて決めます。

「人数の差」ではなく、「使う場面」を分ける。

勤務先側 → 平日昼の利用

居住地側 → 帰宅後・休日

通勤の流入・流出を示す図ではありません。

次の一步

平日11～13時と16～19時など、想定営業時間の通行・買い物行動を別々に観察します。時間帯は自分の業種に合わせて設定。

読み間違えないために：42,910人と55,241人の差を、通勤の流入・流出人数とみなさない。

READ THE REPORT / カルテ5頁

事業所は、競合にも取引先にもなる。

「何店あるか」だけでなく、どこにどんな事業が集まるかを調べます。

3km圏の民営事業所

3,832

事業所

同・従業者

38,791

人

瀬戸市全域の製造業

887

事業所

2021年。3,832事業所・38,791人は3km圏、製造業887事業所は瀬戸市全域。

競合を調べる入口にする

- 01** 「宿泊業、飲食サービス業」376事業所は瀬戸市全域の広い分類です。3km圏の飲食店数でも、惣菜店数でもありません。
- 02** 同じ業種だけでなく、スーパー、コンビニ、通販、自宅で済ませる方法も、お客さまの選択肢として調べます。
- 03** 価格、主な商品、営業時間、駐車場、利用される場面を比べます。「競合が多い＝出店不可」とは限りません。

法人向けの商売にも使う

- 01** 瀬戸市の製造業は887事業所・14,747人。企業向けサービスを検討するきっかけになります。自動的に顧客になる数ではありません。
- 02** 清掃、写真撮影、販促支援などは、対象企業の規模・発注担当・今の外注方法・契約更新時期を確かめます。
- 03** 勤務者42,910人と民営従業者38,791人は集計対象が違います。差の4,119人を特定の業種や公務員数と断定しません。

1人当たり年間支出のモデル平均（円／人・年） | カルテ5頁

3km圏	瀬戸市	愛知県	全国
1,380,632	1,366,556	1,375,395	1,413,733

2020年一般世帯人員・2025年支出係数。同じ推計方法の参考比較で、所得や消費意欲の順位ではありません。

次の一步

「数」から候補企業・競合の実名リストへ進みます。現在営業しているか、商売の中身まで確認して比較します。

読み違えないために：市全域の産業別事業所数を、3km圏内の営業先数として計上しない。

READ THE REPORT / カルテ6頁

交通量より先に、店へ入れるか。

看板やロードサイド店舗では、量・方向・進入しやすさを一緒に見ます。

国道363号・12時間

14,012

台

同・24時間

18,776

台

代表地点から道路まで

約170

m

2021年度道路交通センサス。公表推計を含む。基準は町の代表地点で、店舗前の実測ではない。

まず、調査範囲を合わせる

- 01 掲載例は町の代表地点から近い順です。番地・建物位置は未確認。道路区間線までの近似直線距離で、観測点までの距離ではありません。物件前面と同じ区間かを確認めます。
- 02 国道363号が2行ありますが、区間別の記録です。同じ14,012台を足して28,024台とはしません。
- 03 12時間と24時間は別の時間区分。互いに足さず、看板や営業の時間帯に近い条件で考えます。

小型車・大型車から何を考える？

- 01 小型車12,527台、大型車1,485台。車種に合った駐車・進入のしやすさを考える材料になります。小型車には小型貨物車も含まれます。
- 02 道路が見えても、中央分離帯や右折の難しさで入れないことがあります。店側の車線と帰宅方向を確認します。
- 03 看板の見やすさは、停車位置・走行方向・周辺の遮りでも変わります。公表交通量を看板を見る人数と同一視しません。

カルテ6頁の実物：まず、道路名と区間の値を確認

1. 国道363号

12時間：14,012 台/12時間 | 24時間：18,776 台/24時間

12時間内訳：小型車 12,527台（89.4%） / 大型車 1,485台（10.6%）

約170m

2021年／町代表地点から道路区間線へ。店舗前の実測ではありません。

次の一步

候補物件の前で、営業予定の時間帯に車線別・方向別の流れと駐車場への出入りを確認します。安全な場所で観察してください。

読み違えないために：「約170m」を物件からの距離、14,012台を店の前の実測交通量と書かない。

READ THE REPORT / カルテ7頁

駅の利用者数より、店までの道のり。

駅から近いことと、駅の人がお店に来ることは同じではありません。

瀬戸口駅・乗降客数

4,040

人/日

水野駅・乗降客数

5,064

人/日

新瀬戸駅・乗降客数

9,907

人/日

2024年の当該事業者・路線の参考値。実人数や見込客数ではない。

距離を、実際の移動に置き換える

- 01 瀬戸口駅まで約1,112mは基準地点から駅中心までの直線距離です。改札から店舗入口までの徒歩距離ではありません。
- 02 実際に歩き、出口、横断歩道、坂、踏切、歩道、夜間の明るさを確認します。数字だけで「徒歩何分」と換算しません。
- 03 通勤帰りの買い物なのか、予約して訪れる目的来店なのかで、駅との関係は変わります。

駅前だけでなく、選ばれる条件

- 01 予約型のサロンなら、駅距離だけでなく駐車場、自転車、来店負担、施術時間との相性を検討します。
- 02 駅利用者が多い地域でも、駅から住宅地へ向かう道が別なら店の前は通りません。出口と生活動線を見ます。
- 03 乗車・乗降、年次、路線・事業者の集計をそろえて比較します。駅ごとの人数を単純に足し合わせません。

駅中心までの直線距離（徒歩経路ではない）

瀬戸口駅		約1,112m
水野駅		約1,277m
新瀬戸駅		約1,457m

次の一步

候補地までの移動を「お客さまの足」で確かめ、案内文に使える出口・道順・目印を記録します。

読み違えないために：4,040人/日を、そのまま来店可能な人数として売上計算に使わない。

CASE 01 / 惣菜・持ち帰り

昼の一食か、夕方の一品か。

小さな惣菜店を考えるAさん。物件は未契約、販売実績はまだありません。

説明用の架空例

A 昼の予約受取

想定する場面

近くで働く人が、短い昼休みに待たずに受け取る。

カルテの手がかり

勤務先の従業者42,910人。平日昼の需要を調べる入口。

先に確かめること

昼休みの時間／食堂の有無／現在の購入先／外出できる距離／予約の方法。

最初から追わないもの

多品目、長居用の席、広い配送範囲。

あなたなら、先にどちらを調べる？ 理由：

B 夕方の小分け惣菜

想定する場面

帰宅途中に、一人分や家族の一品を買い足す。

カルテの手がかり

単独世帯14,431世帯。量や組合せを考える入口。

先に確かめること

帰宅方向／立ち寄れる時刻／いつもの買い先／一度に買う量／駐車場のしやすさ。

最初から決めないもの

「高齢者向け」「安ければ売れる」という思い込み。

出典：勤務者はカルテ4頁・2021年、単独世帯はカルテ2頁・2020年。いずれも3km圏の推計。

いま決めることは、出店ではなく「比べ方」。

昼と夕方で、買う人・立ち寄る経路・必要な提供速度を比べます。資料だけでA・Bの勝者は決めません。

CASE 02 / 美容・教室

同じまちでも、読む順番は違う。

店舗の数より先に、「通い続けられる条件」を考えます。

予約型サロン

読む順：人口・世帯 → 駅 → 道路

例えば「平日の昼に落ち着いて利用したい人」を対象にするなら、希望時刻・施術時間・移動手段を聞きます。

65歳以上33,456人という数だけで、価格の好みや求める施術は決まりません。入口の段差、駐車、待ち時間も確認します。

売上を組み立てる式
実際の施術数 × 平均単価

空いている予約枠は売上ではありません。準備・片付けを含め、無理なく提供できる人数も計算。

学習塾・教室

読む順：人口・世帯 → 道路・駅

18歳未満のいる世帯10,437世帯は、児童生徒数でも、入塾希望世帯数でもありません。

「小学校高学年の学習のつまずき」など、学年と困りごとを絞り、通える曜日・時刻・送迎・他の習い事との重なりを確かめます。

売上を組み立てる式
在籍して支払う生徒数 × 月額料金

必要な生徒数と、教室・講師の定員を照合。
全席が埋まる前提だけで家賃を決めない。

出典：65歳以上はカルテ2頁、18歳未満のいる世帯はカルテ1頁。ともに2020年・3km圏推計。サービス案は説明用の仮説。

聞くのは、未来の賛成より「最近の選び方」。

「このサービスを使いますか？」だけでなく、「前回どこを選び、何が決め手でしたか？」と、実際の行動を尋ねます。

CASE 03 / 法人向け

事業所の数を、営業先の解像度に。

3,832事業所を、3,832件の見込客に変換しない。

3km圏・民営事業所

3,832

事業所

瀬戸市全域・製造業

887

事業所

同・従業者

14,747

人

カルテ5頁／2021年。3km圏と市全域を混ぜずに読みます。

例：小規模事業所の事務・販促支援

- 01 まず対象を絞る。「製造業すべて」ではなく、扱う商品、規模、担当者の役割、手間がかかる仕事を具体化します。
- 02 次に営業先を確かめる。現在の営業状況、担当窓口、既存の外注先、社内で行う仕事を調べます。業種別統計は企業名簿ではありません。
- 03 最後にサービス範囲を決める。「何でも支援」ではなく、成果物、作業回数、対応範囲、納期をそろえた案を提示します。

最初の聞き取りで確かめる4点

誰が決める？ / いま何に時間がかかる？

どこまで外に任せられる？ / どんな条件なら継続できる？

採算の入口

月の契約件数 × 月額単価で売上を置き、1社当たり作業時間 × 契約件数で稼働を確認。移動・修正・連絡の時間も含めます。

COMPARE

候補地は、同じ物差しで比べる。

点数を付ける前に、営業できない条件を外します。

候補A・Bのカルテは、中心の決め方、半径、統計年、推計条件をそろえます。3kmと5km、市全域と円内の値を、そのまま比べないでください。

比較するもの	そろえる・現地で確かめる条件
お客さまの土台	対象年齢・世帯／勤務先の従業者。自分の利用場面に関係する指標を優先。
通いやすさ	入口・帰宅方向・歩行経路・駐車・送迎。直線距離だけで優劣を決めない。
競合と代替手段	同業店だけでなく、スーパー・通販・自宅で済ませる方法も比較。
物件の負担	家賃だけでなく、初期工事・設備・共益費・必要な固定費を同条件で整理。
運営の相性	営業時間、仕込み・提供能力、騒音、荷さばき、許認可や契約条件。

必要条件 → 優先条件 → 現地の証拠

例えば、駐車が不可欠な商売なら、駐車条件を先に確認。その後で人口や家賃を比べます。総合点が高くても、必要条件を満たさなければ候補から外します。

CHECK THE NUMBERS

1日、何注文あれば続けられる？

売れる数を当てるのではなく、必要な数を先に知ります。

すべて計算用の仮定

平均売上 900円／注文 変動費 360円／注文
 月の固定費 36万円 目標の事業主取り分 12万円
 月24日営業。固定費には事業主の取り分を含めません。

1注文に残るお金 $900 - 360 = 540$ 円

固定費だけ： $360,000 \div 540 = \text{約}666.7 \rightarrow \text{月}667\text{注文}$

取り分も目指す： $(360,000 + 120,000) \div 540 = \text{約}888.9 \rightarrow \text{月}889\text{注文}$

毎日同じ注文数なら

1日 38注文

月889注文 $\div 24\text{日} = 37.041\cdots\text{注文}$ 。毎日同数で満たすため、38に切り上げ。

1日注文数	月売上	変動費・固定費控除後
30注文	648,000円	28,800円
40注文	864,000円	158,400円
50注文	1,080,000円	288,000円

目標の取り分12万円に対し、30注文なら91,200円不足。40注文なら38,400円の余裕です。変動費が10%上がると396円となり、必要数は月953注文、毎日同数なら1日40注文に増えます。

簡易モデル。実際は税込・税抜基準を統一し、税・借入元本返済・設備投資・開業前支出・入出金時期を別途確認。上表の残りは手元資金や可処分所得ではありません。

GO & SEE

現地では、「何を記録するか」を決める。

観察・聞き取り・試行を分けると、思い込みを減らせます。

01 観察する

昼食案なら平日昼、夕食案なら帰宅時間帯へ。場所・曜日・時刻・天候・観察時間を記録し、同じ長さで比べます。車・歩行者、方向、立ち寄り、待ち時間、入口の使われ方を見る。

1回の観察を、普段の平均として扱わない。別の日・違う条件でも確認。

02 最近の行動を聞く

「昨日の昼食はどう選びましたか？」「前回困ったのは何ですか？」「何円で、どこで買いましたか？」。答えを誘導せず、相手の言葉を記録します。

数人の意見を、地域全体の割合に拡大しない。好意的な感想と注文を分ける。

03 小さく試す

場所・必要な手続き・費用上限を確認したうえで、商品、実際の価格、受取方法を提示。提示数、注文数、提供時間、再注文の有無を記録します。

「好評だった」で終わらず、必要注文数と提供能力に届くかを検討。

聞き取りは相手の同意と負担に配慮。個人情報が必要以上に集めず、私有地への立入り・撮影等は事前に確認してください。

WRITE YOUR PLAN

事業計画には、「根拠＋仮説＋検証」。

数字の羅列より、なぜその事業を考え、何を確かめるかを伝えます。

避けたい書き方

「半径3kmに11万人が住み、食料市場は473.8億円ある。
その1%を獲得できるため、十分な売上が見込める。」

獲得率の根拠、店に来られる人、競合、購入頻度が抜けています。

書き換え例：昼食の予約受取店

【資料の根拠】

西長根町を中心とする半径3km圏の勤務先所在地の従業者は42,910人（2021年推計）であり、平日昼の食事需要を調べる手がかりになる。

【事業の仮説】

近隣で働く人が昼休みに待たずに受け取れる、予約型の昼食を検討する。

【これからの検証】

候補物件への移動、現在の昼食購入先、休憩時間、価格への反応を確認し、必要注文数と提供できる数を照合して事業条件を見直す。

上記は説明用の文章です。現地調査や試験販売はまだ実施していない設定。提出する際は、実施済みの結果と未確認の事項を分け、実際の証拠に置き換えます。

出典を添える

商圏ポケット「商圏カルテ」西長根町3km圏・2026年10月18日保存版、4頁。元統計は2021年経済センサス。資料を保存した年と、統計年を混同しません。

MY FIRST PLAN

あなたの開業仮説を、1枚に。

空欄に書き込み、カルテと一緒に相談先へ持参してください。

01 誰の、どんな場面？

例：近隣で働く人が、短い昼休みに食事を受け取りたい。

02 何を、どう届ける？

例：予約した昼食を、決めた時間に受け取れる形にする。

03 資料で分かったこと

例：勤務先の従業者42,910人（2021年・3km圏推計）。

04 まだ確かめていないこと

例：昼休みに来られるか／価格／提供できる数。

05 お金と運営の条件

例：自分の費用・単価で、必要数と提供能力を計算する。

06 次に行うこと・実行日

例：候補地で観察・聞き取りをする。実行日： 月 日。

書いたら、次の判断へ。

進む：需要・提供能力・資金の条件が成り立つ。

変える：価格、時間、固定費などの条件を見直す。

見送る：必要数や負担を根拠で支えられない。

KEEP IT ACCURATE

数字を味方にする、5つの約束。

短い注意を、読む場所で確認する。それだけで誤読は大きく減らせます。

01 範囲をそろえる

3km圏の推計と瀬戸市全域の参考値は別物。半径は距離の目安で、全員が来店できる範囲ではありません。

02 年次をそろえる

2020年人口・2021年事業所・2024年駅・2025年支出係数。保存日が新しくても、元の調査年は変わりません。

03 分母を確かめる

1人当たり支出の分母は一般世帯人員114,784人。総人口116,784人とは異なります。施設等の世帯を含む総人口で割り直さない。

04 推計と実績を分ける

全国支出係数によるモデル平均を、実測の地域消費や地域所得と呼ばない。面積按分は円に含まれる面積割合を使う推計で、建物ごとの住民を数えた値ではありません。

05 欠けた数字は、足さない

未取得欄は比較に使わず、分かる数値で仮説を進めます。重複する世帯区分、同じ道路の区間別交通量、駅利用者も、意味を確認せず合計しません。

迷ったら：数値／単位／年／範囲／出典の5点をセットで確認。見慣れない差や欠落は、無理に解釈せず原資料へ戻ります。

NEXT STEP

数字を読む。まちを歩く。小さく確かめる。

商圈カルテは、あなたの商売を考える「最初の地図」です。

明日、ひとつだけ進めるなら。

- ・候補物件の前を、営業したい時間に歩く。
- ・想定するお客さまの、最近の選び方を聞く。
- ・実際の条件で、必要な利用数を計算する。

商圈カルテの実例と本書を並べ、自分の地域・業種に置き換えてください。迷う点は、仮説メモと一緒に相談先へ。数字の読み方が、次の質問を具体的にしてくれます。

資料について

本書の実例：2026年10月18日保存「愛知県瀬戸市西長根町・3km圏 商圈カルテ 全7帳票」。掲載数値・出典表示を読み解いたもので、元統計の再集計や原表の独立再検証は行っていません。別添実例は提供されたPDFをそのまま収録しています。

元統計：2020年国勢調査、2021年経済センサス、2025年家計調査の支出係数、2021年度道路交通センサス、2024年の駅別乗降客数。詳細な表・出典リンク・範囲は別添各ページをご確認ください。

編集・発行：有限会社起業経営研究所

挿絵は創業準備のイメージで、実際の地域や人物を描いたものではありません。



商圈ポケット

<https://machiloupe.jp/>

2026年10月18日 初版 | © 有限会社起業経営研究所