

# 商業施設の利用に関するアンケート 調査結果レポート

2009年11月  
株式会社ジーコム生活行動研究所

Marketing & Development  
**G:COM**

## 1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」に対するインターネット調査

## 2. 調査対象

福岡都市圏在住の20歳以上の男女

## 3. 調査時期

2009年10月16日(金)～10月20日(火)

## 4. 調査規模

329サンプル

## 5. 標本構成

| 性別 | 件数  | 構成比(%) |
|----|-----|--------|
| 男性 | 113 | 34.3   |
| 女性 | 216 | 65.7   |
| 全体 | 329 | 100.0  |

| 年代    | 件数  | 構成比(%) |
|-------|-----|--------|
| 20代   | 57  | 17.3   |
| 30代   | 109 | 33.1   |
| 40代   | 87  | 26.4   |
| 50代以上 | 76  | 23.1   |
| 全体    | 329 | 100.0  |

| 居住地      | 件数  | 構成比(%) |
|----------|-----|--------|
| 福岡市内     | 227 | 69.0   |
| それ以外の都市圏 | 102 | 31.0   |
| 全体       | 329 | 100.0  |

| 未既婚 | 件数  | 構成比(%) |
|-----|-----|--------|
| 未婚  | 81  | 24.6   |
| 既婚  | 248 | 75.4   |
| 全体  | 329 | 100.0  |

| 職業        | 件数  | 構成比(%) |
|-----------|-----|--------|
| 会社員       | 122 | 37.1   |
| 会社役員      | 5   | 1.5    |
| 公務員・団体職員  | 14  | 4.3    |
| 自営業       | 11  | 3.3    |
| 自由業       | 11  | 3.3    |
| パート・アルバイト | 49  | 14.9   |
| 専業主婦      | 95  | 28.9   |
| 学生        | 10  | 3.0    |
| 無職        | 11  | 3.3    |
| その他       | 1   | 0.3    |
| 全体        | 329 | 100.0  |

【福岡都市圏】福岡市、筑紫野市、春日市、大野城市、太宰府市、那珂川町、古賀市、宗像市、福津市、糟屋郡、前原市、糸島郡

### 【報告書の見方】

本文及び図中に示した調査結果の数値は百分比(%)で示してある。これらの数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合がある。

複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。

報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

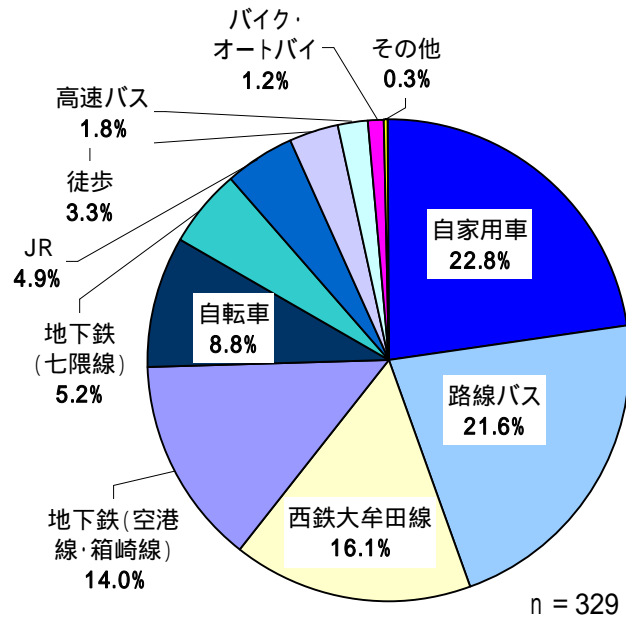
# 1. 天神への来街状況

天神地区への年間の平均来街回数は48.9回

天神地区への主な交通手段は、「自家用車」が最も高く22.8%、次いで「路線バス」が21.6%、「西鉄大牟田線」が16.1%の順である。買い物やレジャー目的での年間の平均来街回数は48.9回となっている。

- ・男性は「自家用車」の割合が高い。また、20代は「地下鉄(空港線・箱崎線)」、30代は「自家用車」、50代以上は「路線バス」の割合が高く、年代があがるにつれて「西鉄大牟田線」の割合が高くなっている。
- ・年間平均来街回数は20代が71.5回と他の年代に比べて多くなっている。

天神地区への主な交通手段【単一回答】



天神地区への主な交通手段と来街状況【単一回答】

|       | 調査数 | 自家用車 | 路線バス | 西鉄大牟田線 | 地下鉄(空港線・箱崎線) | 自転車  | 地下鉄(七隈線) | JR  | 徒歩  | 高速バス | バイク・オートバイ | その他 | 年間平均来街回数 |
|-------|-----|------|------|--------|--------------|------|----------|-----|-----|------|-----------|-----|----------|
|       |     | [%]  |      |        |              |      |          |     |     |      |           |     | [回]      |
| 全体    | 329 | 22.8 | 21.6 | 16.1   | 14.0         | 8.8  | 5.2      | 4.9 | 3.3 | 1.8  | 1.2       | 0.3 | 48.9     |
| 性別    |     |      |      |        |              |      |          |     |     |      |           |     |          |
| 男性    | 113 | 30.1 | 20.4 | 12.4   | 13.3         | 8.0  | 4.4      | 5.3 | 1.8 | 1.8  | 2.7       | -   | 52.5     |
| 女性    | 216 | 19.0 | 22.2 | 18.1   | 14.4         | 9.3  | 5.6      | 4.6 | 4.2 | 1.9  | 0.5       | 0.5 | 47.0     |
| 年代別   |     |      |      |        |              |      |          |     |     |      |           |     |          |
| 20代   | 57  | 14.0 | 24.6 | 10.5   | 26.3         | 8.8  | 7.0      | 3.5 | 1.8 | 3.5  | -         | -   | 71.5     |
| 30代   | 109 | 30.3 | 15.6 | 13.8   | 10.1         | 13.8 | 3.7      | 3.7 | 4.6 | 2.8  | 1.8       | -   | 50.1     |
| 40代   | 87  | 21.8 | 19.5 | 17.2   | 17.2         | 6.9  | 4.6      | 8.0 | 3.4 | -    | -         | 1.1 | 41.7     |
| 50代以上 | 76  | 19.7 | 30.3 | 22.4   | 6.6          | 3.9  | 6.6      | 3.9 | 2.6 | 1.3  | 2.6       | -   | 38.4     |

年間平均来街回数: 「週5回以上」=260(5回/週×52週)、「週3~4回」=182(3.5回/週×52週)、「週1~2回」=78(1.5回/週×52週)、「月2~3回」=30(2.5回/月×12ヶ月)、「月1回程度」=12、「2~3ヶ月に1回」=4.8(1回/2.5ヶ月)、「半年に1回程度」=2、「年に1回程度」=1、「それ以下・行かない」=0として算出し、平均値のみを抜粋

利用回数が多い商業施設は「天神地下街」「博多大丸」「福岡三越」の順

年間利用回数が多い上位施設は、第1位が「天神地下街」の29.5回、第2位が「博多大丸」で21.1回、第3位が「福岡三越」で16.4回の順である。

- ・性別では、「天神コア」「キャナルシティ博多」を除くほとんどの商業施設で女性の利用回数が多くなっており、なかでも、「博多大丸」「天神地下街」ではその差が10回以上にのぼる。
- ・年代別では、20代は「天神地下街」「ソラリアプラザ」「ソラリアステージ」「新天町」「キャナルシティ博多」「イムズ」の利用が多くなっている。

商業施設の利用状況【それぞれ単一回答 - 年間平均利用回数を抜粋】

|     |       | 調査数 | 天神地下街 | 博多大丸 | 福岡三越 | ソラリアプラザ | 岩田屋  | ソラリアステージ | 新天町  | キャナルシティ博多 | イムズ  | イオンモール福岡ルクル | 天神ロフト | 天神コア | ミーナ天神 | マリノアシティ福岡 |
|-----|-------|-----|-------|------|------|---------|------|----------|------|-----------|------|-------------|-------|------|-------|-----------|
| 全体  |       | 329 | 29.5  | 21.1 | 16.4 | 14.1    | 13.9 | 13.7     | 13.3 | 11.8      | 11.7 | 9.0         | 7.7   | 7.6  | 6.9   | 6.1       |
| 性別  | 男性    | 113 | 22.7  | 14.3 | 11.4 | 13.6    | 8.8  | 12.3     | 11.1 | 13.1      | 7.7  | 8.1         | 5.6   | 9.2  | 5.7   | 6.0       |
|     | 女性    | 216 | 33.0  | 24.8 | 19.0 | 14.4    | 16.6 | 14.4     | 14.4 | 11.2      | 13.7 | 9.5         | 8.9   | 6.8  | 7.5   | 6.1       |
| 年代別 | 20代   | 57  | 46.4  | 25.3 | 19.4 | 28.1    | 14.9 | 24.0     | 25.5 | 19.5      | 19.8 | 5.5         | 9.8   | 13.3 | 12.1  | 6.7       |
|     | 30代   | 109 | 24.0  | 17.9 | 16.8 | 13.1    | 15.0 | 15.5     | 14.5 | 13.7      | 12.7 | 14.0        | 9.7   | 8.2  | 10.1  | 8.2       |
|     | 40代   | 87  | 27.4  | 22.8 | 15.5 | 6.5     | 12.2 | 7.9      | 7.0  | 8.1       | 8.6  | 10.9        | 7.9   | 3.6  | 3.7   | 6.0       |
|     | 50代以上 | 76  | 27.0  | 20.7 | 14.6 | 13.9    | 13.6 | 10.0     | 9.5  | 7.7       | 7.6  | 2.2         | 3.3   | 7.1  | 2.1   | 2.7       |

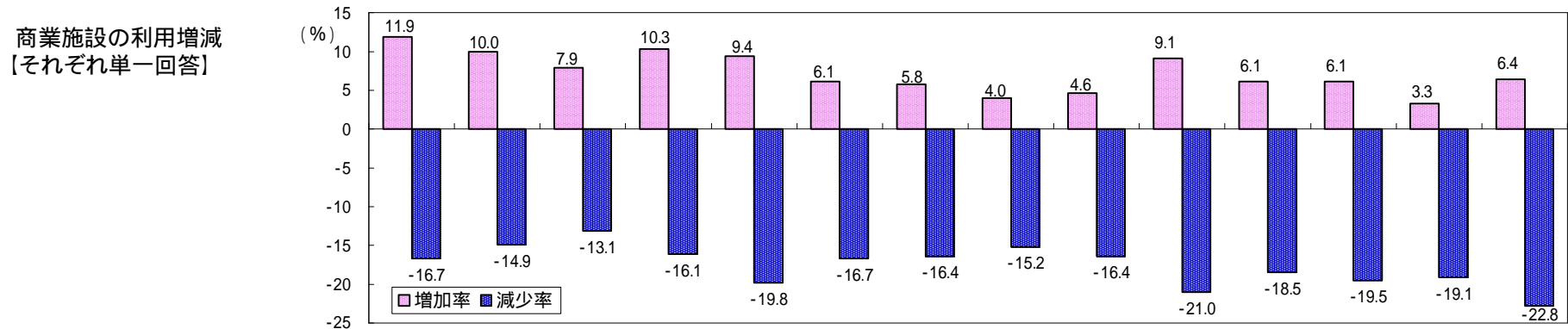
年間平均利用回数：「週5回以上」=260(5回/週×52週)、「週3～4回」=182(3.5回/週×52週)、「週1～2回」=78(1.5回/週×52週)、「月2～3回」=30(2.5回/月×12ヶ月)、「月1回程度」=12、「2～3ヶ月に1回」=4.8(1回/2.5ヶ月)、「半年に1回程度」=2、「年に1回程度」=1、「それ以下・行かない」=0として算出し、平均利用回数のみを抜粋

### 3. 商業施設の利用増減

全ての商業施設で利用が減少。特に、天神地区の百貨店は減少幅が大きい

1年前と比べた商業施設の利用増減値(「増えた」 - 「減った」)は、全ての商業施設において減少している。減少幅が大きいのは、「岩田屋」 - 16.4ポイント、「天神コア」 - 15.8ポイント、「福岡三越」 - 13.4ポイントの順である。

- ・全体的に男性は女性に比べて利用の減少幅大きく、なかでも「天神地下街」「博多大丸」についてはその差が大きい。
- ・年代別では、20代は他の年代に比べて増減値がプラスの施設が多い。一方で、「イオンモール福岡ルクル」「ミーナ天神」「天神コア」は20代の減少幅が最も大きくなっている。また、50代以上で「博多大丸」と「岩田屋」の減少幅が20ポイントを超えている。



利用増減値  
(増加率 - 減少率)

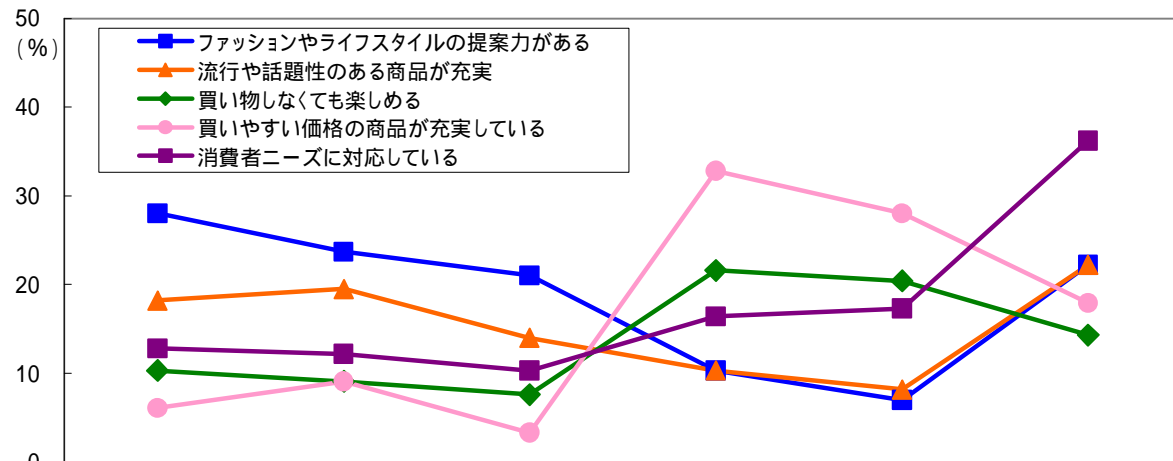
| 調査数 | マリノアシティ福岡 | イオンモール福岡ルクル | 天神ロフト | 天神地下街 | キャナルシティ博多 | ソラリアプラザ | 新天町   | ミーナ天神 | ソラリアステージ | 博多大丸  | イムズ   | 福岡三越  | 天神コア  | 岩田屋   |       |       |
|-----|-----------|-------------|-------|-------|-----------|---------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 全体  | 329       | -4.8        | -4.9  | -5.2  | -5.8      | -10.4   | -10.6 | -11.2 | -11.8    | -11.9 | -12.4 | -13.4 | -15.8 | -16.4 |       |       |
| 性別  | 男性        | 113         | -6.2  | -7.9  | -8.0      | -11.5   | -8.0  | -11.5 | -13.3    | -19.4 | -14.2 | -13.3 | -17.7 | -20.4 |       |       |
|     | 女性        | 216         | -4.1  | -3.2  | -3.7      | -2.8    | -11.5 | -9.7  | -11.1    | -7.9  | -11.6 | -13.4 | -14.8 | -14.3 |       |       |
| 年代別 | 20代       | 57          | 3.5   | -15.8 | -5.3      | 1.8     | -8.8  | 3.5   | -5.3     | -17.6 | -3.5  | 1.8   | 5.2   | -7.1  | -22.8 | 0.0   |
|     | 30代       | 109         | 0.9   | 3.6   | -7.4      | -11.0   | -7.4  | -14.7 | -10.1    | -5.5  | -15.6 | -14.7 | -19.3 | -17.4 | -18.3 | -20.2 |
|     | 40代       | 87          | -9.2  | -5.8  | 1.2       | 1.1     | -10.4 | -9.2  | -10.4    | -11.5 | -8.1  | -9.2  | -12.7 | -10.4 | -4.6  | -17.3 |
|     | 50代以上     | 76          | -14.5 | -7.9  | -9.2      | -11.8   | -15.8 | -17.1 | -15.8    | -14.5 | -17.1 | -21.1 | -15.8 | -19.8 | -4.6  | -22.4 |

数表内は「増えた」から「減った」を減じた値

## 「提案力」の百貨店、「時間消費」と「手頃感」の郊外SC

天神の施設として百貨店3店舗、郊外型の「マリノアシティ福岡」と「イオンモール福岡ルクル」の2店舗を項目別に比較した。  
 『ファッションやライフスタイルの提案力がある』施設と『流行や話題性のある商品が充実』している施設の上位は天神3百貨店であった。  
 『買い物しなくても楽しめる』施設、『買いやすい価格の商品が充実』している施設、『消費者ニーズに対応している』施設では、郊外型の2店舗の評価が高い結果となった。

商業施設の特徴評価  
 【それぞれ複数制限回答(3つまで)】



全体n=329

|                       | 岩田屋  | 博多大丸 | 福岡三越 | マリノアシティ福岡 | イオンモール福岡ルクル | あてはまらない施設はない・わ |
|-----------------------|------|------|------|-----------|-------------|----------------|
| ファッションやライフスタイルの提案力がある | 28.0 | 23.7 | 21.0 | 10.3      | 7.0         | 22.2           |
| 流行や話題性のある商品が充実        | 18.2 | 19.5 | 14.0 | 10.3      | 8.2         | 22.2           |
| 買い物しなくても楽しめる          | 10.3 | 9.1  | 7.6  | 21.6      | 20.4        | 14.3           |
| 買いやすい価格の商品が充実している     | 6.1  | 9.1  | 3.3  | 32.8      | 28.0        | 17.9           |
| 消費者ニーズに対応している         | 12.8 | 12.2 | 10.3 | 16.4      | 17.3        | 36.2           |

## 4. 商業施設の特徴評価

### <参考:属性別数表>

ファッションやライフスタイルの提案力がある【複数制限回答(3つまで)】

|       | 調査数 | 岩田屋  | 博多大丸 | 福岡三越 | マリノアシティ福岡 | ルクール福岡 | イオンモール福岡 | いあてはまからな施設はない |
|-------|-----|------|------|------|-----------|--------|----------|---------------|
| 全体    | 329 | 28.0 | 23.7 | 21.0 | 10.3      | 7.0    | 22.2     |               |
| 性別    |     |      |      |      |           |        |          |               |
| 男性    | 113 | 23.0 | 19.5 | 20.4 | 10.6      | 6.2    | 30.1     |               |
| 女性    | 216 | 30.6 | 25.9 | 21.3 | 10.2      | 7.4    | 18.1     |               |
| 年代別   |     |      |      |      |           |        |          |               |
| 20代   | 57  | 28.1 | 8.8  | 7.0  | 17.5      | 8.8    | 24.6     |               |
| 30代   | 109 | 32.1 | 28.4 | 23.9 | 11.0      | 8.3    | 12.8     |               |
| 40代   | 87  | 26.4 | 23.0 | 20.7 | 12.6      | 6.9    | 24.1     |               |
| 50代以上 | 76  | 23.7 | 28.9 | 27.6 | 1.3       | 3.9    | 31.6     |               |

流行や話題性のある商品が充実【複数制限回答(3つまで)】

|       | 調査数 | 岩田屋  | 博多大丸 | 福岡三越 | マリノアシティ福岡 | ルクール福岡 | イオンモール福岡 | いあてはまからな施設はない |
|-------|-----|------|------|------|-----------|--------|----------|---------------|
| 全体    | 329 | 18.2 | 19.5 | 14.0 | 10.3      | 8.2    | 22.2     |               |
| 性別    |     |      |      |      |           |        |          |               |
| 男性    | 113 | 15.9 | 13.3 | 17.7 | 11.5      | 8.0    | 33.6     |               |
| 女性    | 216 | 19.4 | 22.7 | 12.0 | 9.7       | 8.3    | 16.2     |               |
| 年代別   |     |      |      |      |           |        |          |               |
| 20代   | 57  | 12.3 | 10.5 | 3.5  | 8.8       | 10.5   | 21.1     |               |
| 30代   | 109 | 19.3 | 18.3 | 13.8 | 13.8      | 10.1   | 15.6     |               |
| 40代   | 87  | 19.5 | 19.5 | 18.4 | 12.6      | 6.9    | 24.1     |               |
| 50代以上 | 76  | 19.7 | 27.6 | 17.1 | 3.9       | 5.3    | 30.3     |               |

買い物しなくても楽しめる【複数制限回答(3つまで)】

|       | 調査数 | 岩田屋  | 博多大丸 | 福岡三越 | マリノアシティ福岡 | ルクール福岡 | イオンモール福岡 | いあてはまからな施設はない |
|-------|-----|------|------|------|-----------|--------|----------|---------------|
| 全体    | 329 | 10.3 | 9.1  | 7.6  | 21.6      | 20.4   | 14.3     |               |
| 性別    |     |      |      |      |           |        |          |               |
| 男性    | 113 | 7.1  | 5.3  | 7.1  | 17.7      | 15.9   | 22.1     |               |
| 女性    | 216 | 12.0 | 11.1 | 7.9  | 23.6      | 22.7   | 10.2     |               |
| 年代別   |     |      |      |      |           |        |          |               |
| 20代   | 57  | 8.8  | 5.3  | 5.3  | 22.8      | 21.1   | 19.3     |               |
| 30代   | 109 | 10.1 | 8.3  | 6.4  | 26.6      | 31.2   | 8.3      |               |
| 40代   | 87  | 10.3 | 8.0  | 11.5 | 23.0      | 14.9   | 10.3     |               |
| 50代以上 | 76  | 11.8 | 14.5 | 6.6  | 11.8      | 10.5   | 23.7     |               |

買いやすい価格の商品が充実している【複数制限回答(3つまで)】

|       | 調査数 | 岩田屋  | 博多大丸 | 福岡三越 | マリノアシティ福岡 | ルクール福岡 | イオンモール福岡 | いあてはまからな施設はない |
|-------|-----|------|------|------|-----------|--------|----------|---------------|
| 全体    | 329 | 6.1  | 9.1  | 3.3  | 32.8      | 28.0   | 17.9     |               |
| 性別    |     |      |      |      |           |        |          |               |
| 男性    | 113 | 4.4  | 5.3  | 4.4  | 27.4      | 25.7   | 26.5     |               |
| 女性    | 216 | 6.9  | 11.1 | 2.8  | 35.6      | 29.2   | 13.4     |               |
| 年代別   |     |      |      |      |           |        |          |               |
| 20代   | 57  | 1.8  | 1.8  | -    | 33.3      | 21.1   | 14.0     |               |
| 30代   | 109 | 3.7  | 5.5  | 1.8  | 39.4      | 36.7   | 11.9     |               |
| 40代   | 87  | 5.7  | 10.3 | 2.3  | 37.9      | 31.0   | 21.8     |               |
| 50代以上 | 76  | 13.2 | 18.4 | 9.2  | 17.1      | 17.1   | 25.0     |               |

消費者ニーズに対応している【複数制限回答(3つまで)】

|       | 調査数 | 岩田屋  | 博多大丸 | 福岡三越 | マリノアシティ福岡 | ルクール福岡 | イオンモール福岡 | いあてはまからな施設はない |
|-------|-----|------|------|------|-----------|--------|----------|---------------|
| 全体    | 329 | 12.8 | 12.2 | 10.3 | 16.4      | 17.3   | 36.2     |               |
| 性別    |     |      |      |      |           |        |          |               |
| 男性    | 113 | 11.5 | 8.0  | 13.3 | 15.0      | 16.8   | 38.9     |               |
| 女性    | 216 | 13.4 | 14.4 | 8.8  | 17.1      | 17.6   | 34.7     |               |
| 年代別   |     |      |      |      |           |        |          |               |
| 20代   | 57  | 15.8 | 10.5 | 5.3  | 19.3      | 14.0   | 35.1     |               |
| 30代   | 109 | 11.9 | 11.9 | 11.9 | 19.3      | 25.7   | 29.4     |               |
| 40代   | 87  | 11.5 | 9.2  | 9.2  | 18.4      | 17.2   | 32.2     |               |
| 50代以上 | 76  | 13.2 | 17.1 | 13.2 | 7.9       | 7.9    | 51.3     |               |

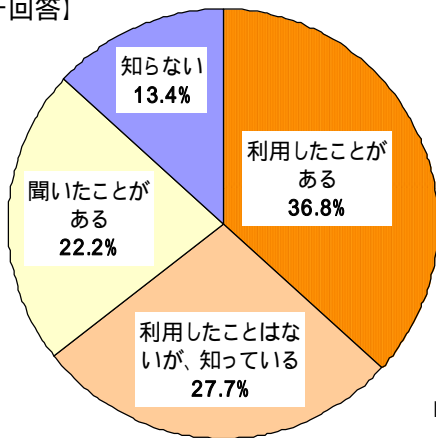
## 5. PARCO (パルコ) の認知および利用経験状況

『PARCO (パルコ)』の認知度は8割を超えているものの、天神地区への新規出店の認知度は6割弱にとどまっている

商業施設としての「パルコ」の認知度は86.7%、利用経験率は36.8%、2010年春に旧岩田屋本館ビルにオープンすることについての認知度は55.9%である。

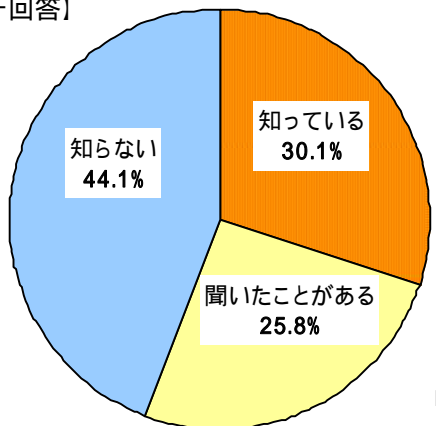
- ・性別では、女性は男性に比べて利用経験率がやや高い。
- ・年代別では、40代で利用経験率、30代で新規出店の認知度が高くなっている。

パルコの認知度  
【単一回答】



n = 329

パルコ新規出店の認知度  
【単一回答】



n = 329

パルコの認知および利用状況【単一回答】

|     | 調査数   | 認知度       |          |          |      | 利用状況 |       |      |
|-----|-------|-----------|----------|----------|------|------|-------|------|
|     |       | 利用したことがある | 聞いたことがある | 聞いたことがない | 知らない | 認知度  | 利用経験率 |      |
| 全体  | 329   | 36.8      | 27.7     | 22.2     | 13.4 | 86.7 | 36.8  |      |
| 性別  | 男性    | 113       | 31.9     | 32.7     | 21.2 | 14.2 | 85.8  | 31.9 |
|     | 女性    | 216       | 39.4     | 25.0     | 22.7 | 13.0 | 87.1  | 39.4 |
| 年代別 | 20代   | 57        | 36.8     | 17.5     | 28.1 | 17.5 | 82.4  | 36.8 |
|     | 30代   | 109       | 41.3     | 30.3     | 19.3 | 9.2  | 90.9  | 41.3 |
|     | 40代   | 87        | 46.0     | 23.0     | 19.5 | 11.5 | 88.5  | 46.0 |
|     | 50代以上 | 76        | 19.7     | 36.8     | 25.0 | 18.4 | 81.5  | 19.7 |

認知度 = 「利用したことがある」+  
「利用したことはないが、知っている」+  
「聞いたことがある」の合計  
利用経験率 = 「利用したことがある」

パルコ新規出店の認知度【単一回答】

|     | 調査数   | 認知度   |          |      | 認知度  |      |
|-----|-------|-------|----------|------|------|------|
|     |       | 知っている | 聞いたことがある | 知らない | 認知度  |      |
| 全体  | 329   | 30.1  | 25.8     | 44.1 | 55.9 |      |
| 性別  | 男性    | 113   | 32.7     | 23.0 | 44.2 | 55.8 |
|     | 女性    | 216   | 28.7     | 27.3 | 44.0 | 56.0 |
| 年代別 | 20代   | 57    | 26.3     | 19.3 | 54.4 | 45.6 |
|     | 30代   | 109   | 37.6     | 25.7 | 36.7 | 63.3 |
|     | 40代   | 87    | 27.6     | 32.2 | 40.2 | 59.8 |
|     | 50代以上 | 76    | 25.0     | 23.7 | 51.3 | 48.7 |

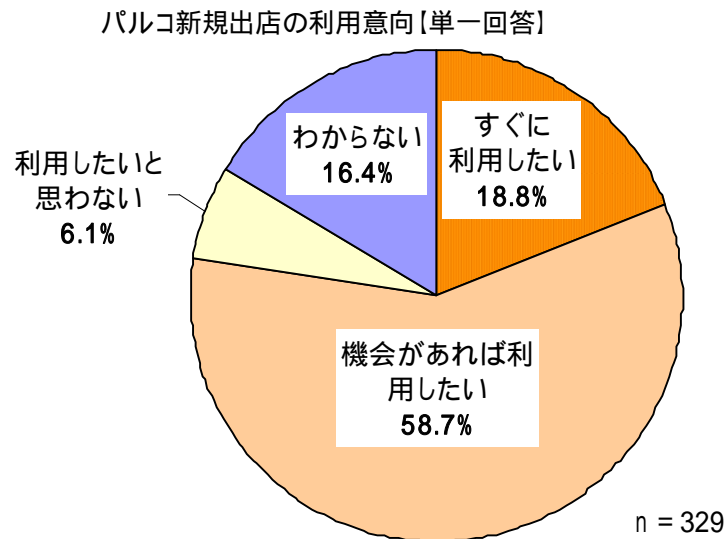
認知度 = 「知っている」+「聞いたことがある」の合計



天神地区にPARCO (パルコ) がオープンすることについて、「すぐに利用したい」は約2割、利用意向層は8割近くに及ぶ

「パルコ」が天神地区にオープンした場合の利用について、「すぐに利用したい」18.8%、「機会があれば利用したい」58.7%で、これらを合わせた利用意向層は77.5%である。

- ・性別では、女性は男性に比べて利用意向層の割合が高い。
- ・年代別では、30代の利用意向層が高くなっている。



パルコ新規出店の利用意向【単一回答】

|     | 調査数   | 【%】      |             |            |       | 【%】   |      |
|-----|-------|----------|-------------|------------|-------|-------|------|
|     |       | すぐに利用したい | 機会があれば利用したい | 利用したいと思わない | わからない | 利用意向層 |      |
| 全体  | 329   | 18.8     | 58.7        | 6.1        | 16.4  | 77.5  |      |
| 性別  | 男性    | 113      | 13.3        | 54.9       | 9.7   | 22.1  | 68.1 |
|     | 女性    | 216      | 21.8        | 60.6       | 4.2   | 13.4  | 82.4 |
| 年代別 | 20代   | 57       | 21.1        | 57.9       | 1.8   | 19.3  | 78.9 |
|     | 30代   | 109      | 25.7        | 56.9       | 6.4   | 11.0  | 82.6 |
|     | 40代   | 87       | 14.9        | 64.4       | 5.7   | 14.9  | 79.3 |
|     | 50代以上 | 76       | 11.8        | 55.3       | 9.2   | 23.7  | 67.1 |

利用意向層 = 「すぐに利用したい」+「機会があれば利用したい」の合計

発行元：株式会社ジーコム 生活行動研究所

福岡市博多区古門戸町2番4号 KSコモンドビル4F

TEL 092 - 283 - 2085

FAX 092 - 262 - 6110

URL : <http://www.gcom-net.co.jp/>

E - mail : [info@gcom-net.co.jp](mailto:info@gcom-net.co.jp)