

福岡パルコの利用に関する 調査結果報告書

2010年4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

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

平成22年4月8日(木)～12日(月)

4. 調査規模

348サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	168	48.3
女性	180	51.7
全体	348	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	60	17.2
30代	72	20.7
40代	72	20.7
50代	72	20.7
60代以上	72	20.7
全体	348	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	124	35.6
公務員	16	4.6
団体職員	1	0.3
会社役員	5	1.4
商工自営	14	4.0
農林漁業	-	-
自営手伝い	1	0.3
医師・弁護士・税理士等	5	1.4
学生	14	4.0
パート・アルバイト	44	12.6
主婦専業	86	24.7
無職	27	7.8
その他	11	3.2
全体	348	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡都市圏	272	78.2
その他福岡県内	76	21.8
全体	348	100.0

■未既婚	件数	構成比(%)
未婚	92	26.4
既婚	256	73.6
全体	348	100.0

【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場合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

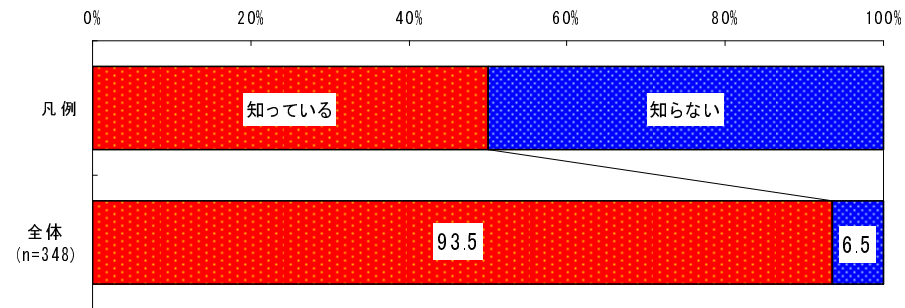
1. 「福岡パルコ」オープンに関する認知度

「福岡パルコ」オープンの認知度は9割を超えており、福岡都市圏居住者では98%に及ぶ

「福岡パルコ」のオープンについて「知っている」の割合は93.5%である。

- ・性別、年代別では大きな違いはみられない。
- ・居住地別では、福岡都市圏居住者はそれ以外に比べて「知っている」の割合が高くなっている。

◆福岡パルコオープンの認知度【単一回答】



		調査数	【%】	
			知っている	知らない
全体		348	93.5	6.5
性別	男性	168	93.9	6.1
	女性	180	93.2	6.8
年代別	20代	60	91.3	8.7
	30代	72	97.5	2.5
	40代	72	98.6	1.4
	50代	72	92.9	7.1
	60代以上	72	86.8	13.2
地居別住	福岡都市圏	272	98.2	1.8
	それ以外	76	76.9	23.1

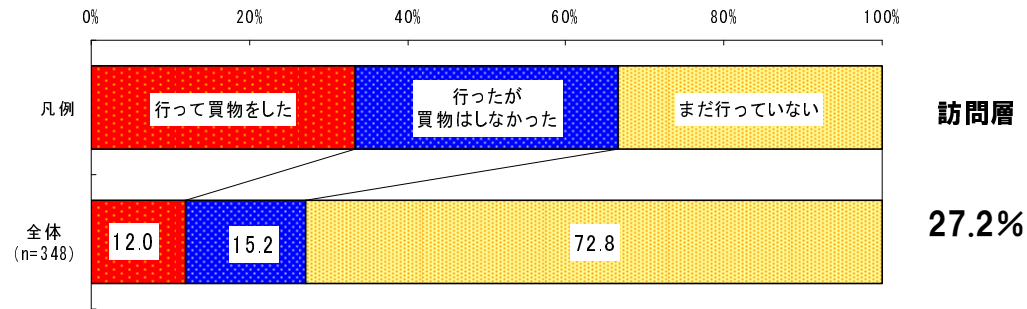
2. 「福岡パルコ」の利用状況

福岡パルコの訪問経験者は27.2%。20代・30代では4割近くに及ぶ

「福岡パルコ」の利用状況は、「行って買物をした」12.0%と「行ったが買物をしなかった」15.2%を合わせた訪問層が27.2%である。

- ・性別で見ると、女性は男性に比べて訪問層の割合が高い。
- ・年代別では、20代・30代は他の年代に比べて訪問層の割合が高くなっている。
- ・居住地別では、福岡都市圏居住者はそれ以外に比べて訪問層の割合が高い。

◆福岡パルコの利用状況【単一回答】



		調査数	行って買物をした	行ったが買物をしなかった	まだ行ってない	訪問層
			【%】	【%】	【%】	【%】
全体		348	12.0	15.2	72.8	27.2
性別	男性	168	9.6	11.4	79.0	21.0
	女性	180	14.2	18.8	67.0	33.0
年代別	20代	60	24.0	13.0	63.0	37.0
	30代	72	15.8	21.8	62.4	37.6
	40代	72	7.8	19.1	73.1	26.9
	50代	72	9.0	8.8	82.2	17.8
	60代以上	72	5.3	13.2	81.6	18.5
居住地別	福岡都市圏	272	13.5	17.1	69.4	30.6
	それ以外	76	6.4	8.6	84.9	15.0

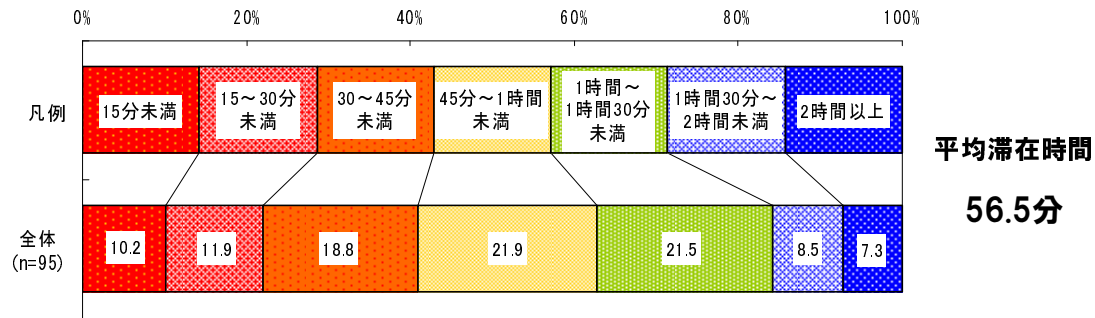
3. 「福岡パルコ」での滞在時間

福岡パルコでの平均滞在時間は1時間弱。女性、20代は滞在時間が長い

「福岡パルコ」での滞在時間は、「45分～1時間未満」の割合が21.9%で最も高く、次いで「1時間～1時間30分未満」21.5%、「30分～45分未満」18.8%の順である。平均滞在時間は56.5分であった。

- ・性別では、女性は男性に比べて平均滞在時間が長い。
- ・年代別では、20代は他の年代に比べて平均滞在時間が長い。

◆福岡パルコでの滞在時間【単一回答】



		調査数	15分未満	15～30分未満	30～45分未満	45分～1時間未満	1時間～1時間30分未満	1時間30分～2時間未満	2時間以上	平均滞在時間
			【%】	【分】	【%】	【分】	【%】	【分】	【%】	【分】
全体		95	10.2	11.9	18.8	21.9	21.5	8.5	7.3	56.5
性別	男性	35	8.8	15.4	19.7	27.6	20.3	3.9	4.3	51.2
	女性	59	11.1	9.8	18.3	18.5	22.2	11.2	9.0	59.6
年代別	20代	22	2.7	2.7	22.5	25.2	25.2	10.8	10.8	66.0
	30代	27	5.0	13.5	28.6	18.5	20.9	10.1	3.3	54.5
	40代	19	22.6	5.8	12.8	20.4	25.6	5.3	7.5	54.0
	50代	13	11.3	16.2	5.4	33.3	17.1	-	16.7	57.7
	60代以上	13	14.3	28.6	14.3	14.3	14.3	-	-	47.1
地居別住	福岡都市圏	83	11.2	11.2	20.7	23.0	18.0	8.5	7.3	55.3
	それ以外	11	3.0	16.5	5.2	13.4	46.8	8.2	6.8	65.1

* 平均滞在時間は、「15分未満」=15、「15～30分未満」=22.5、「30～45分未満」=37.5、「45分～1時間未満」=52.5、「1時間～1時間30分未満」=75、「1時間30分～2時間未満」=105、「2時間以上」=120として算出。

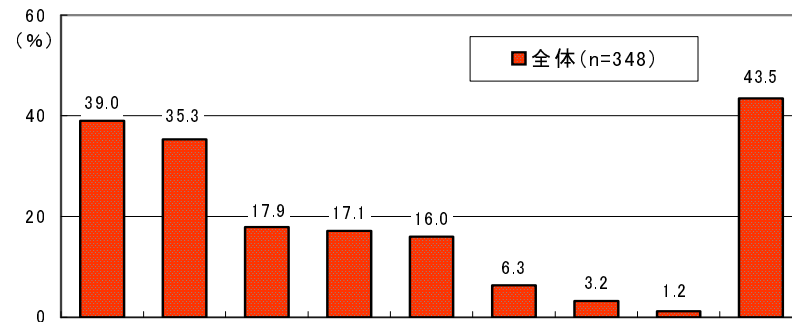
4. 「福岡パルコ」オープンによる意識や行動の変化

福岡パルコのオープンによる意識変化は、「天神に行く楽しみの増加」「天神の魅力増加」

「福岡パルコ」のオープンによる意識や行動の変化は、「天神に行く楽しみが増える」の割合が39.0%で最も高く、次いで「天神の魅力が増す」35.3%、「天神で買物する機会が増える」17.9%の順である。

- ・性別では、女性は男性に比べて「天神に行く楽しみが増える」の割合が高い。
- ・年代別では、20代は他の年代に比べて「天神に行く楽しみが増える」「天神の魅力が増す」「天神で買物する機会が増える」「天神で過ごす時間が長くなる」「天神に出かける機会が増える」の割合が高い。一方、年代が上がるにつれて「特に変化はない」の割合が高くなっている。
- ・福岡都市圏居住者はそれ以外に比べて、「天神に行く楽しみが増える」「天神の魅力が増す」「天神で過ごす時間が長くなる」の割合が特に高い。

◆福岡パルコオープンによる意識や行動の変化【複数回答】



		調査数	増え天神に行く楽しみが増える	天神の魅力が増す	会天神で買物する機会が増える	長くなる過ごす時間が	が天神に出かける機会が増える	ま岡ませ	岡ませ	す他の商業施設を利用	その他	特に変化はない
全体		348	39.0	35.3	17.9	17.1	16.0	6.3	3.2	1.2	43.5	
性別	男性	168	32.1	36.1	16.9	15.5	18.0	7.2	4.1	-	48.4	
	女性	180	45.5	34.5	18.7	18.5	14.1	5.5	2.4	2.3	39.0	
年代別	20代	60	63.7	56.7	42.0	31.7	39.0	7.7	5.3	-	27.0	
	30代	72	40.7	39.6	16.5	19.6	12.1	4.8	2.5	0.6	38.4	
	40代	72	36.9	35.6	14.1	14.3	15.2	2.8	3.1	0.5	42.8	
	50代	72	31.7	19.1	10.2	11.8	6.9	6.0	2.9	1.9	46.3	
	60代以上	72	26.3	28.9	10.5	10.5	10.5	10.5	2.6	2.6	60.5	
地居別住	福岡都市圏	272	41.8	37.0	18.9	19.2	17.0	6.8	2.9	1.2	40.4	
	それ以外	76	29.1	29.0	14.1	9.5	12.1	4.4	4.6	0.9	54.7	

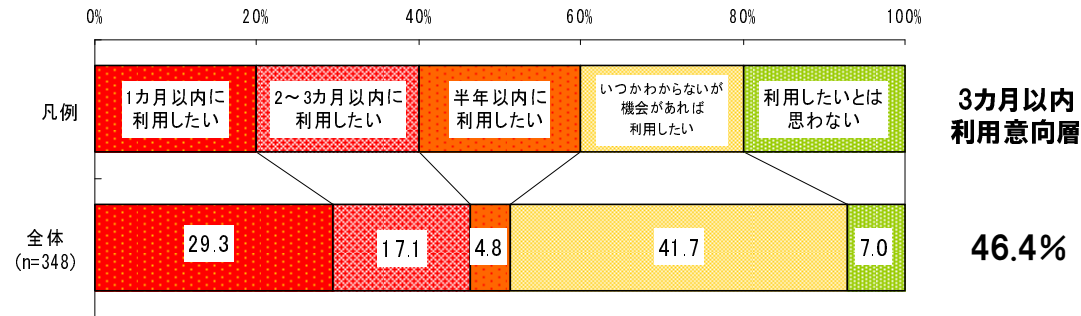
5. 「福岡パルコ」の利用意向

福岡パルコの3カ月以内利用意向層は全体で46.4%だが、20～30代では6割前後に及ぶ

「福岡パルコ」の今後の利用意向は、「1カ月以内に利用したい」29.3%、「2～3カ月以内に利用したい」17.1%で、両者を合わせた3カ月以内利用意向層は46.4%である。

- ・性別では、女性は男性に比べて3カ月以内利用意向層の割合が高い。
- ・年代別では、20代・30代は他の年代に比べて3カ月以内利用意向層の割合が高く、20代においては「1カ月以内に利用」の割合も高くなっている。
- ・居住地別では、福岡都市圏居住者はそれ以外に比べて3カ月以内利用意向層の割合が高い。

◆福岡パルコの今後の利用意向【単一回答】



	調査数	【%】					【%】	
		1カ月以内に利用したい	2～3カ月以内に利用したい	半年以内に利用したい	いつかわからないが機会があれば利用したい	利用したいとは思わない	3カ月以内利用意向層	
全体	348	29.3	17.1	4.8	41.7	7.0	46.4	
性別	男性	168	23.2	16.9	4.2	48.9	6.8	40.1
	女性	180	35.1	17.3	5.4	35.0	7.2	52.4
年代別	20代	60	42.7	17.7	9.7	29.0	1.0	60.4
	30代	72	34.2	23.7	3.5	33.6	5.1	57.9
	40代	72	27.7	18.5	5.8	41.6	6.4	46.2
	50代	72	20.6	10.0	5.9	52.3	11.1	30.6
	60代以上	72	23.7	15.8	-	50.0	10.5	39.5
居住地別	福岡都市圏	272	35.3	13.6	4.9	39.7	6.5	48.9
	それ以外	76	7.9	29.7	4.5	49.1	8.8	37.6

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

TEL092-283-2085

FAX092-262-6110

URL：<http://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail：info@gcom-net.co.jp