

福岡地区における新規商業施設の オープン認知及び利用意向に関する調査 結果報告書

2010年12月
株式会社ジーコム 生活行動研究所

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10月20日(水)～10月25日(月)

4. 調査規模

440サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	202	45.9
女性	238	54.1
全体	440	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	85	19.3
30代	99	22.5
40代	92	20.9
50代	96	21.8
60代以上	68	15.5
全体	440	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	147	33.3
公務員	15	3.3
団体職員	3	0.8
会社役員	4	0.9
商工自営	32	7.3
農林漁業	-	-
自営手伝い	3	0.7
医師・弁護士・税理士等	5	1.2
学生	20	4.4
パート・アルバイト	62	14.0
主婦専業	113	25.7
無職	35	8.0
その他	1	0.3
全体	440	100.0

■未既婚	件数	構成比(%)
未婚	116	26.3
既婚	324	73.7
全体	440	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡都市圏	330	75.0
その他福岡県内	110	25.0
全体	440	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都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

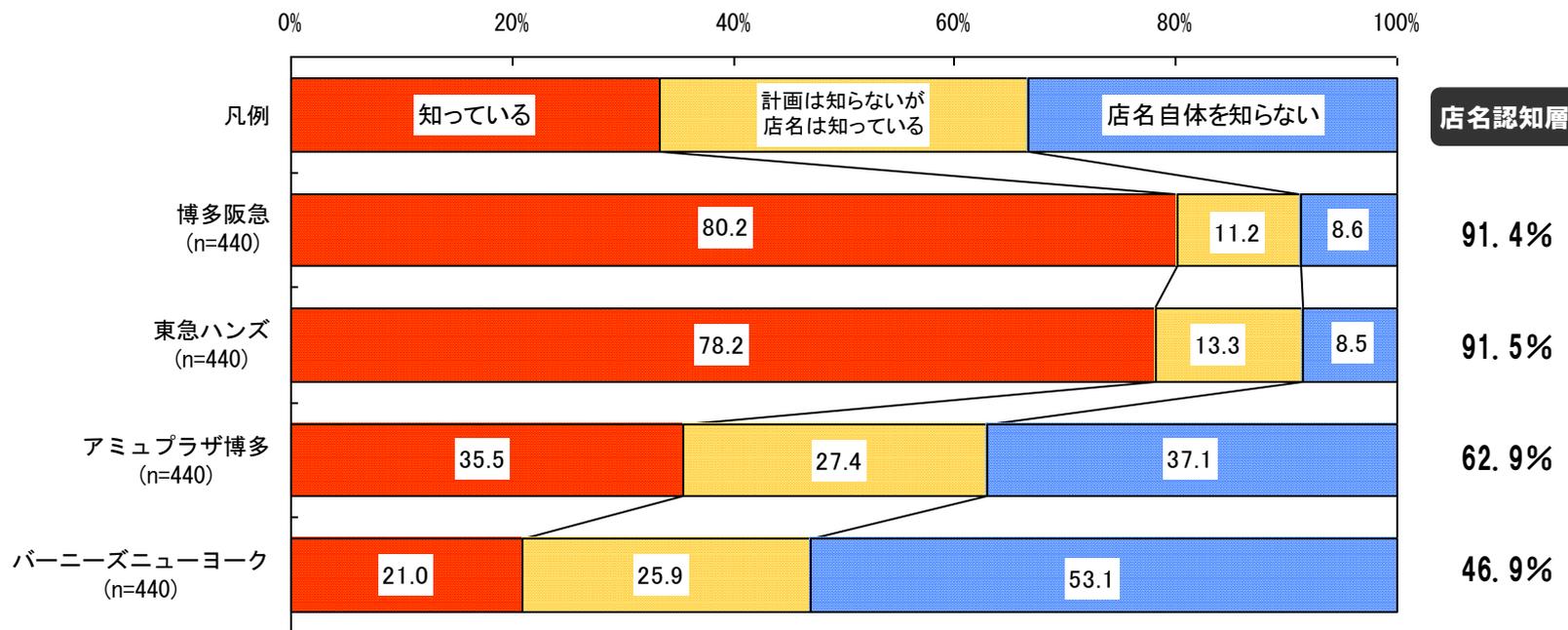
1. 新規商業施設のオープン認知度

オープンの認知度は「博多阪急」「東急ハンズ」が約8割。特に40代や福岡都市圏居住層で認知度が高い。

2011年に福岡地区に出店する新規商業施設のオープンを「知っている」割合は、「博多阪急」が80.2%で最も高く、次いで「東急ハンズ」78.2%、「アミュプラザ博多」35.5%、「バーニーズニューヨーク」21.0%の順である。

- ・性別ではそれほど大きな違いはないが、すべての施設において女性のほうが認知度が高くなっている。
- ・年代別でも大きな違いはないが、「博多阪急」「東急ハンズ」「バーニーズニューヨーク」は40代、「アミュプラザ博多」は20代において「知っている」の割合が最も高くなっている。
- ・居住地別では、すべての項目で福岡都市圏居住層のほうが「知っている」の割合が高く、特に「博多阪急」と「東急ハンズ」ではその差が大きい。

◆新規商業施設のオープンに関する認知【それぞれ単一回答】



*店名認知層:「知っている」と「計画は知らないが店名は知っている」の合計値。

1. 新規商業施設のオープン認知度

◆2011年春に新博多駅ビルに博多阪急がオープンすることの認知【単一回答】

		調査数	知っている	店計画は知らないが、	店名自体を知らない	店名認知層
全体		440	80.2	11.2	8.6	91.4
性	男性	202	77.9	11.3	10.8	89.2
	女性	238	82.3	11.0	6.7	93.3
年代	20代	85	76.5	8.5	15.0	85.0
	30代	99	72.4	16.4	11.2	88.8
	40代	92	87.1	9.7	3.2	96.8
	50代	96	83.9	10.1	6.1	94.0
	60代以上	68	82.1	10.5	7.5	92.6
居住地	福岡都市圏	330	85.6	9.2	5.2	94.8
	その他の福岡県内	110	64.3	16.9	18.8	81.2

◆2011年春に新博多駅ビルに東急ハンズがオープンすることの認知【単一回答】

		調査数	知っている	店計画は知らないが、	店名自体を知らない	店名認知層
全体		440	78.2	13.3	8.5	91.5
性	男性	202	75.6	12.2	12.2	87.8
	女性	238	80.4	14.2	5.4	94.6
年代	20代	85	78.8	9.7	11.5	88.5
	30代	99	74.9	16.3	8.9	91.2
	40代	92	87.1	11.3	1.6	98.4
	50代	96	77.8	16.0	6.1	93.8
	60代以上	68	70.9	12.2	16.9	83.1
居住地	福岡都市圏	330	85.6	9.4	4.9	95.0
	その他の福岡県内	110	56.0	24.8	19.2	80.8

◆2011年春に新博多駅ビルにアミュプラザ博多がオープンすることの認知【単一回答】

		調査数	知っている	店計画は知らないが、	店名自体を知らない	店名認知層
全体		440	35.5	27.4	37.1	62.9
性	男性	202	34.4	25.0	40.6	59.4
	女性	238	36.4	29.4	34.2	65.8
年代	20代	85	44.1	28.8	27.1	72.9
	30代	99	36.9	37.7	25.5	74.6
	40代	92	40.8	25.3	33.9	66.1
	50代	96	24.2	25.1	50.7	49.3
	60代以上	68	31.2	16.9	51.9	48.1
居住地	福岡都市圏	330	36.5	27.5	35.9	64.0
	その他の福岡県内	110	32.2	27.0	40.8	59.2

◆2011年秋に天神にバーニーズニューヨークがオープンすることの認知【単一回答】

		調査数	知っている	店計画は知らないが、	店名自体を知らない	店名認知層
全体		440	21.0	25.9	53.1	46.9
性	男性	202	16.8	25.6	57.6	42.4
	女性	238	24.6	26.2	49.2	50.8
年代	20代	85	22.4	29.1	48.5	51.5
	30代	99	21.3	32.3	46.4	53.6
	40代	92	27.3	26.3	46.4	53.6
	50代	96	22.2	23.2	54.6	45.4
	60代以上	68	8.5	16.0	75.4	24.5
居住地	福岡都市圏	330	23.6	28.1	48.3	51.7
	その他の福岡県内	110	13.2	19.3	67.4	32.5

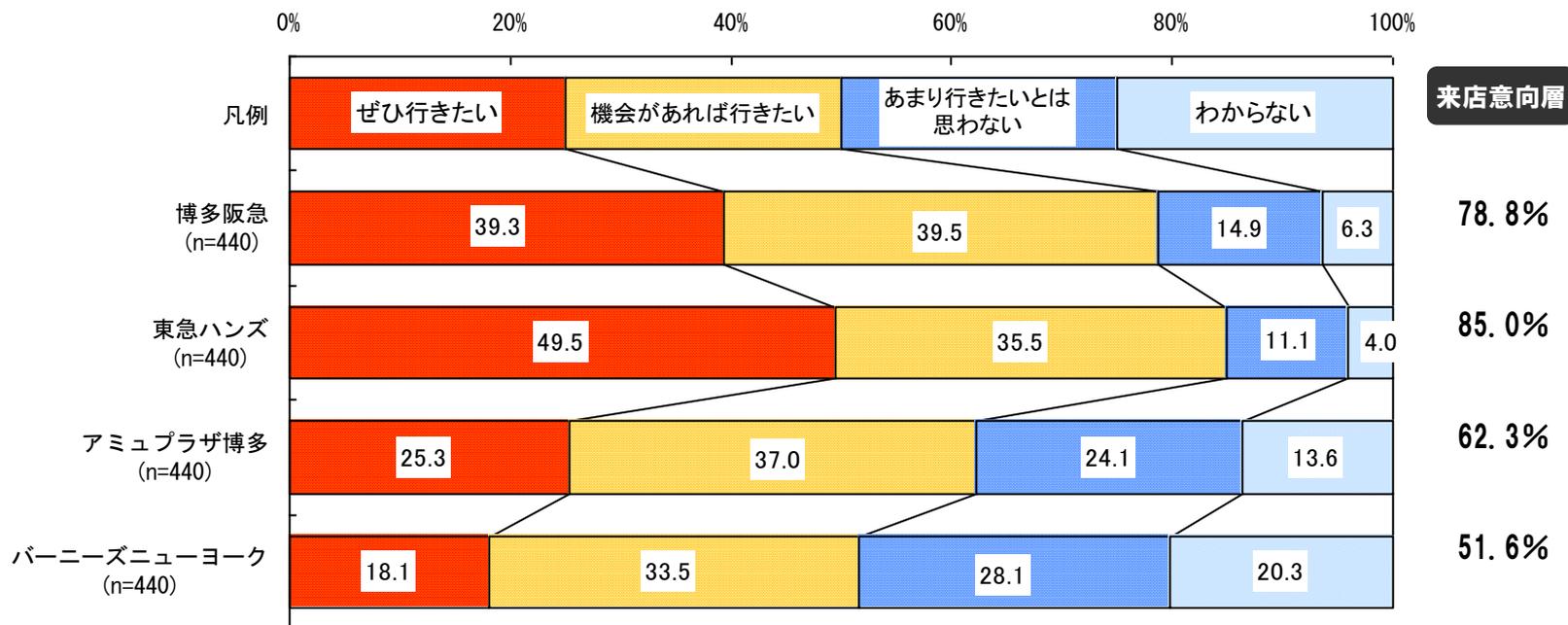
2. 新規商業施設への来店意向

来店意向が最も強いのは「東急ハンズ」。特に20代や福岡都市圏居住層での来店意向が強い。

2011年に福岡地区にオープンする新規商業施設への来店意向について、「ぜひ行きたい」と「機会があれば行きたい」を合わせた来店意向層の割合は、「東急ハンズ」の割合が85.0%で最も高く、次いで「博多阪急」78.8%、「アミュプラザ博多」62.3%、「バーニーズニューヨーク」51.6%の順である。東急ハンズはトップボックス（「ぜひ行きたい」）の割合が約5割に及んでいる。

- ・性別では大きな違いはみられないが、すべての施設において女性は男性よりも来店意向層の割合が高い。
- ・年代別では、すべての施設において20代で来店意向層の割合が高くなっており、特に「東急ハンズ」についてはトップボックスが6割に及ぶ。
- ・居住地別では、すべての施設において福岡都市圏居住層はその他福岡県内居住層に比べて来店意向層の割合が高くなっている。

◆新規商業施設への来店意向【それぞれ単一回答】



*来店意向層:「ぜひ行きたい」と「機会があれば行きたい」の合計値。

2. 新規商業施設への来店意向

◆新博多駅ビルにオープンする博多阪急への来店意向【単一回答】

		調査数	ぜひ行きたい	機会があれば行きた	あまり行きたいとは思わない	わからない	来店意向層
			[%]				[%]
全体		440	39.3	39.5	14.9	6.3	78.8
性	男性	202	33.7	40.3	18.6	7.4	74.0
	女性	238	44.0	38.9	11.7	5.4	82.9
年代	20代	85	47.6	40.3	7.6	4.4	87.9
	30代	99	47.4	36.0	12.2	4.4	83.4
	40代	92	36.5	41.4	17.8	4.3	77.9
	50代	96	30.0	39.3	20.4	10.3	69.3
	60代以上	68	33.8	41.7	16.0	8.5	75.5
居住地	福岡都市圏	330	43.7	38.5	12.1	5.7	82.2
	その他の福岡県内	110	25.9	42.7	23.2	8.2	68.6

◆新博多駅ビルにオープンする東急ハンズへの来店意向【単一回答】

		調査数	ぜひ行きたい	機会があれば行きた	あまり行きたいとは思わない	わからない	来店意向層
			[%]				[%]
全体		440	49.5	35.5	11.1	4.0	85.0
性	男性	202	46.1	35.9	13.6	4.4	82.0
	女性	238	52.3	35.2	8.9	3.6	87.5
年代	20代	85	59.7	31.8	5.9	2.6	91.5
	30代	99	51.0	34.8	11.9	2.4	85.8
	40代	92	51.5	36.1	9.7	2.7	87.6
	50代	96	45.3	39.3	9.3	6.2	84.6
	60代以上	68	37.6	35.0	20.7	6.6	72.6
居住地	福岡都市圏	330	55.4	32.7	8.7	3.3	88.1
	その他の福岡県内	110	31.8	43.9	18.1	6.1	75.7

◆新博多駅ビルにオープンするアミュプラザ博多への来店意向【単一回答】

		調査数	ぜひ行きたい	機会があれば行きた	あまり行きたいとは思わない	わからない	来店意向層
			[%]				[%]
全体		440	25.3	37.0	24.1	13.6	62.3
性	男性	202	23.5	32.5	31.8	12.3	56.0
	女性	238	26.9	40.8	17.6	14.7	67.7
年代	20代	85	38.8	44.1	10.0	7.1	82.9
	30代	99	32.2	37.7	21.1	9.1	69.9
	40代	92	25.8	34.9	29.7	9.6	60.7
	50代	96	10.0	38.0	29.6	22.5	48.0
	60代以上	68	19.7	28.4	31.0	20.9	48.1
居住地	福岡都市圏	330	27.0	37.3	21.9	13.8	64.3
	その他の福岡県内	110	20.3	36.1	30.6	12.9	56.4

◆天神にオープンするバーニーズニューヨークへの来店意向【単一回答】

		調査数	ぜひ行きたい	機会があれば行きた	あまり行きたいとは思わない	わからない	来店意向層
			[%]				[%]
全体		440	18.1	33.5	28.1	20.3	51.6
性	男性	202	13.8	29.9	36.7	19.6	43.7
	女性	238	21.9	36.5	20.7	20.9	58.4
年代	20代	85	29.4	41.2	12.1	17.4	70.6
	30代	99	26.8	31.9	28.4	12.9	58.7
	40代	92	15.5	33.8	34.6	16.2	49.3
	50代	96	7.9	31.0	33.7	27.4	38.9
	60代以上	68	9.4	29.3	31.0	30.3	38.7
居住地	福岡都市圏	330	18.7	34.4	26.2	20.7	53.1
	その他の福岡県内	110	16.4	30.7	33.8	19.1	47.1

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