

「KITTE博多・博多マルイのオープン」に関する調査

2016年4月



調査概要

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の15歳以上の男女

3. 調査時期

平成28年3月11日（金）～3月16日（水）

4. 調査規模

508サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	236	46.5
女性	272	53.5
全体	508	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市	274	53.9
福岡市以外都市圏	122	24.0
その他福岡県	112	22.0
全体	508	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	163	32.1
公務員	17	3.3
団体職員	10	2.0
会社役員	7	1.4
派遣社員・契約社員	20	3.9
商工自営	15	3.0
農林漁業	2	0.4
自営手伝い	8	1.6
自由業(医師・弁護士・税理士等)	14	2.8
学生	18	3.5
パート・アルバイト	65	12.8
主婦(主夫)専業	115	22.6
無職	46	9.1
その他	8	1.6
全体	508	100.0

■年齢	件数	構成比(%)
10代	5	1.0
20代	59	11.6
30代	116	22.8
40代	104	20.5
50代	104	20.5
60代	97	19.1
70代以上	23	4.5
全体	508	100.0

■ライフステージ	件数	構成比(%)
未婚	134	26.4
既婚で子どもなし	62	12.2
既婚で小学生以下の子どもがいる	122	24.0
既婚で中学生以上の扶養をしている子どもがいる	67	13.2
既婚で扶養する子どもなし(子育て終了)	123	24.2
全体	508	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%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・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都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

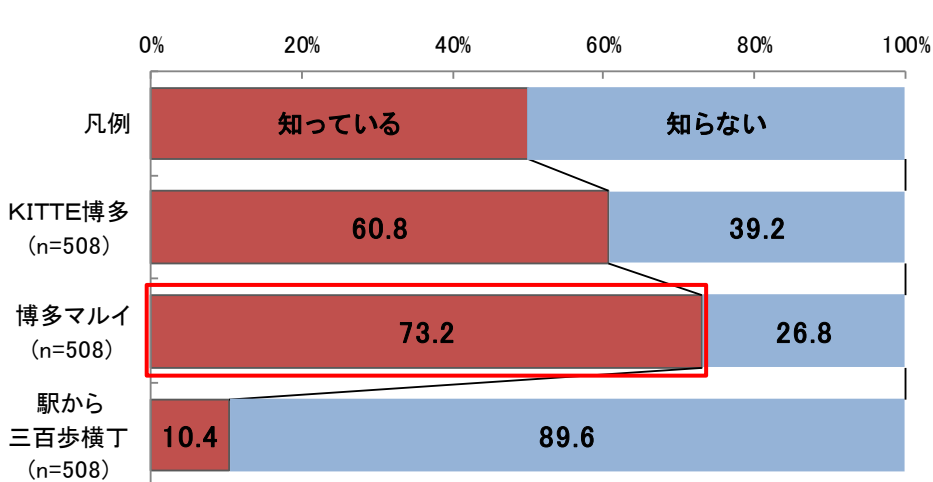
1. 開業認知

「博多マルイ」の開業認知は7割強で、「KITTE博多」の6割を上回る。

4月に博多駅前にオープンする商業施設の開業認知について、「知っている」の割合は「KITTE博多」が60.8%、「博多マルイ」は73.2%、「駅から三百歩横丁」は10.4%である。

- ・性別に見ると、「駅から三百歩横丁」は女性よりも男性の開業認知度のほうが高い。
- ・年代別で、大きな差は見られない。

◆開業認知【単一回答】



		KITTE博多		博多マルイ		駅から三百歩横丁		
	調査数	知っている	知らない	知っている	知らない	知っている	知らない	
		全体	508	60.8	39.2	73.2	26.8	10.4
性別	男性	236	61.4	38.6	72.5	27.5	15.7	84.3
	女性	272	60.3	39.7	73.9	26.1	5.9	94.1
年代別	30代以下	180	61.7	38.3	69.4	30.6	12.2	87.8
	40・50代	208	61.1	38.9	74.5	25.5	11.1	88.9
	60代以上	120	59.2	40.8	76.7	23.3	6.7	93.3

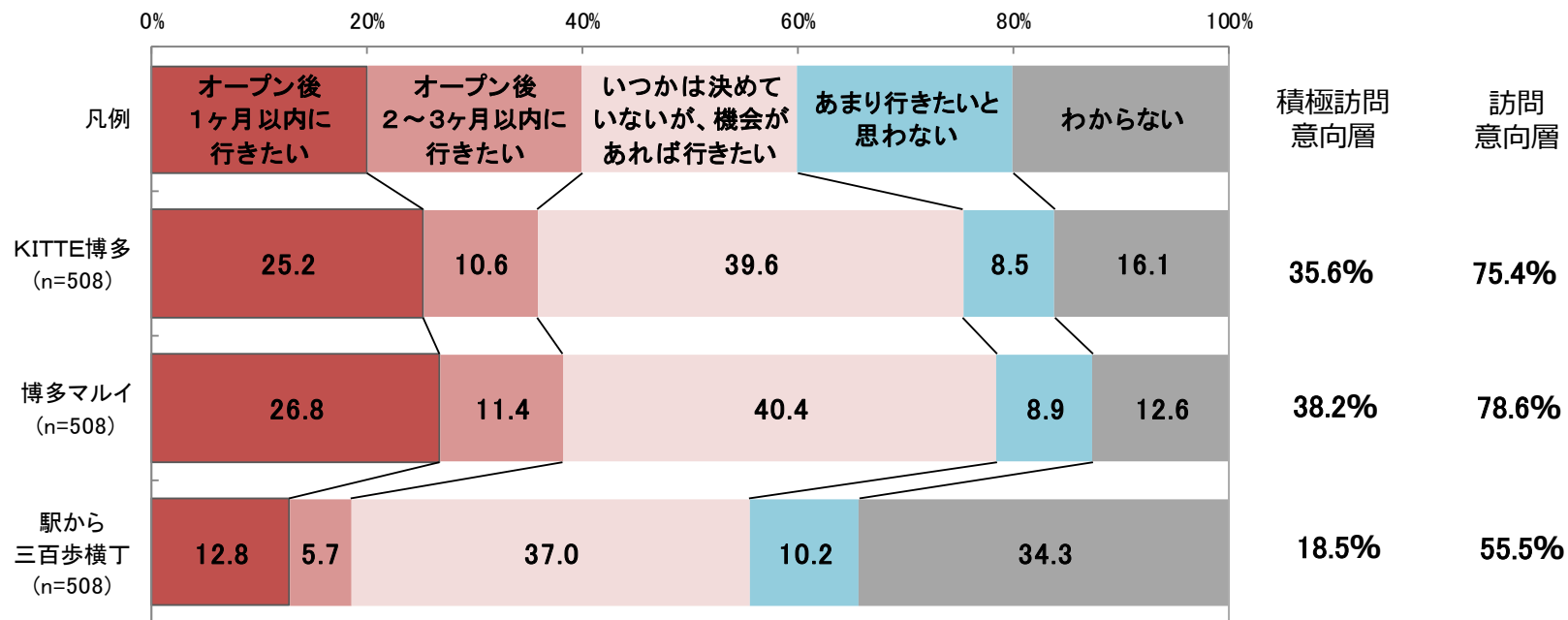
2. 訪問意向

オープン後3ヶ月以内の訪問意向は「KITTE博多」「博多マルイ」ともに3割以上。属性別の訪問意向の差はあまり見られない。

オープン後の訪問意向について、「オープン後1ヶ月以内に行きたい」と「オープン後2～3ヶ月以内に行きたい」を合わせた積極訪問意向層の割合は、KITTE博多は35.6%、博多マルイは38.2%、駅から三百歩横丁は18.5%である。

・性別、年代別ともに大きな差は見られない。

◆利用状況【単一回答】



* 積極訪問意向層 = 「オープン後1ヶ月以内に行きたい」 + 「オープン後2～3ヶ月以内に行きたい」
 訪問意向層 = 「オープン後1ヶ月以内に行きたい」 + 「オープン後2～3ヶ月以内に行きたい」 + 「いつかは決めていないが、機会があれば行きたい」

◆ K I T T E 博多訪問意向【単一回答】

		調査数	【%】				【%】				
			以 内 に 行 き た い	オ ー プ ン 後 1 ヶ 月 以 内 に 行 き たい	た い 3 ヶ 月 以 内 に 行 き たい	オ ー プ ン 後 2 ヶ 月 以 内 に 行 き たい	れ ば 行 き たい	い つ か は 決 め て い ない が 、 機 会 が あ い	あ ま り 行 き た い と 思 わ な い	わ か ら な い	積 極 訪 問 意 向 層
全体		508	25.2	10.6	39.6	8.5	16.1	35.8	75.4		
性別	男性	236	25.0	9.7	39.4	10.6	15.3	34.7	74.1		
	女性	272	25.4	11.4	39.7	6.6	16.9	36.8	76.5		
年代別	30代以下	180	26.1	9.4	40.6	4.4	19.4	35.5	76.1		
	40・50代	208	23.6	13.0	38.9	10.1	14.4	36.6	75.5		
	60代以上	120	26.7	8.3	39.2	11.7	14.2	35.0	74.2		

◆ 駅から三百歩横丁訪問意向【単一回答】

		調査数	【%】				【%】				
			以 内 に 行 き た い	オ ー プ ン 後 1 ヶ 月 以 内 に 行 き たい	た い 3 ヶ 月 以 内 に 行 き たい	オ ー プ ン 後 2 ヶ 月 以 内 に 行 き たい	れ ば 行 き たい	い つ か は 決 め て い ない が 、 機 会 が あ い	あ ま り 行 き た い と 思 わ な い	わ か ら な い	積 極 訪 問 意 向 層
全体		508	12.8	5.7	37.0	10.2	34.3	18.5	55.5		
性別	男性	236	15.3	6.4	35.6	11.9	30.9	21.7	57.3		
	女性	272	10.7	5.1	38.2	8.8	37.1	15.8	54.0		
年代別	30代以下	180	12.2	5.6	42.8	8.3	31.1	17.8	60.6		
	40・50代	208	14.9	5.8	32.2	12.0	35.1	20.7	52.9		
	60代以上	120	10.0	5.8	36.7	10.0	37.5	15.8	52.5		

◆ 博多マルイ訪問意向【単一回答】

		調査数	【%】				【%】				
			以 内 に 行 き た い	オ ー プ ン 後 1 ヶ 月 以 内 に 行 き たい	た い 3 ヶ 月 以 内 に 行 き たい	オ ー プ ン 後 2 ヶ 月 以 内 に 行 き たい	れ ば 行 き たい	い つ か は 決 め て い ない が 、 機 会 が あ い	あ ま り 行 き た い と 思 わ な い	わ か ら な い	積 極 訪 問 意 向 層
全体		508	26.8	11.4	40.4	8.9	12.6	38.2	78.6		
性別	男性	236	26.3	9.7	39.8	10.6	13.6	36.0	75.8		
	女性	272	27.2	12.9	40.8	7.4	11.8	40.1	80.9		
年代別	30代以下	180	27.8	10.0	40.6	5.0	16.7	37.8	78.4		
	40・50代	208	25.0	13.5	40.4	10.6	10.6	38.5	78.9		
	60代以上	120	28.3	10.0	40.0	11.7	10.0	38.3	78.3		

* 積極訪問意向層＝「オープン後1ヶ月以内に行きたい」+「オープン後2～3ヶ月以内に行きたい」

訪問意向層＝「オープン後1ヶ月以内に行きたい」+「オープン後2～3ヶ月以内に行きたい」+「いつかは決めていないが、機会があれば行きたい」

3. KITTE博多・博多マルイのイメージ

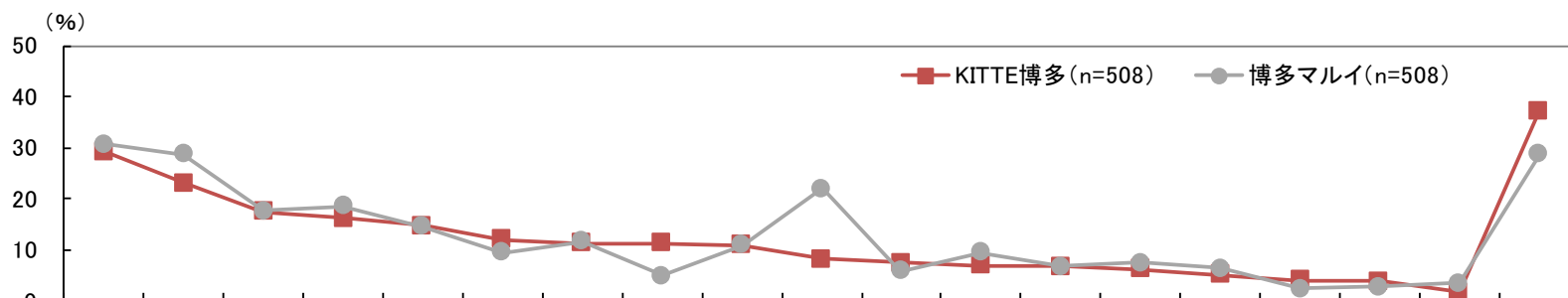
両者は重なるイメージ項目が多いが、博多マルイは、「若者向けの」イメージが高い。

KITTE博多のイメージは、「話題性がある」の割合が29.3%で最も高く、次いで「おしゃれな」23.2%、「発見や刺激がある」17.5%の順である。また、博多マルイのイメージは「話題性がある」の割合が30.7%で最も高く、次いで「おしゃれな」28.7%、「若者向けの」22.0%の順である。

・性別には、大きな差は見られない。

・年代別に見ると、KITTE博多では年代が下がるにつれて、「発見や刺激がある」イメージがやや高くなっている。また、博多マルイでは60代以上は他の年代に比べて、「おしゃれな」イメージが低く、「親しみのある」イメージが高い。

◆ KITTE博多・博多マルイのイメージ【複数回答】



調査数	話題性がある	おしゃれな	発見や刺激がある	賑わいがある	洗練されている	楽しい	親しみのある	文化的な	便利な	若者向けの	清潔感がある	大人向けの	オリジナリティある	快適な	ファミリー向けの	居心地の良い	落ち着いた	好きな	この中／わてはまらない
KITTE博多	508	29.3	23.2	17.5	16.3	14.8	11.4	11.4	11.0	8.3	7.5	6.9	6.7	6.3	5.1	4.1	3.9	1.8	37.2
博多マルイ	508	30.7	28.7	17.7	18.5	14.6	11.6	4.9	11.0	22.0	5.9	9.6	6.7	7.5	6.5	2.4	2.8	3.5	28.7

◆KITTE博多のイメージ【複数回答】

		調査数	話題性がある	おしゃれな	発見や刺激がある	賑わいがある	洗練されている	楽しい	親しみのある	文化的な	便利な	若者向けの	清潔感がある	大人向けの	オリジナリティある	快適な	ファミリー向けの	居心地の良い	落ち着いた	好きな	【%】 この中 にあては まらな いも
全体		508	29.3	23.2	17.5	16.3	14.8	12.0	11.4	11.4	11.0	8.3	7.5	6.9	6.7	6.3	5.1	4.1	3.9	1.8	37.2
性別	男性	236	28.0	22.9	14.4	13.1	13.1	8.5	14.0	10.2	13.1	8.9	6.4	5.9	5.5	5.5	5.9	5.5	3.4	1.3	36.9
	女性	272	30.5	23.5	20.2	19.1	16.2	15.1	9.2	12.5	9.2	7.7	8.5	7.7	7.7	7.0	4.4	2.9	4.4	2.2	37.5
年代別	30代以下	180	29.4	26.1	20.6	18.3	13.9	12.8	10.6	8.9	11.7	9.4	10.0	9.4	6.1	6.7	6.1	3.3	4.4	1.1	33.9
	40・50代	208	28.8	23.1	17.8	15.9	16.8	12.0	10.1	12.5	9.6	8.2	5.8	4.8	4.3	4.8	5.3	4.8	3.4	1.9	34.6
	60代以上	120	30.0	19.2	12.5	14.2	12.5	10.8	15.0	13.3	12.5	6.7	6.7	6.7	11.7	8.3	3.3	4.2	4.2	2.5	46.7

◆博多マルイのイメージ【複数回答】

		調査数	話題性がある	おしゃれな	発見や刺激がある	賑わいがある	洗練されている	楽しい	親しみのある	文化的な	便利な	若者向けの	清潔感がある	大人向けの	オリジナリティある	快適な	ファミリー向けの	居心地の良い	落ち着いた	好きな	【%】 この中 にあては まらな いも
全体		508	30.7	28.7	17.7	18.5	14.6	9.6	11.6	4.9	11.0	22.0	5.9	9.6	6.7	7.5	6.5	2.4	2.8	3.5	28.7
性別	男性	236	30.1	24.6	13.6	15.3	11.4	5.5	11.9	6.8	11.9	21.2	6.4	9.3	5.5	7.6	7.6	3.0	3.4	3.8	30.5
	女性	272	31.3	32.4	21.3	21.3	17.3	13.2	11.4	3.3	10.3	22.8	5.5	9.9	7.7	7.4	5.5	1.8	2.2	3.3	27.2
年代別	30代以下	180	28.9	32.2	18.9	16.7	13.3	11.1	10.6	4.4	9.4	22.2	10.6	11.1	5.6	6.7	4.4	2.2	3.9	4.4	27.8
	40・50代	208	32.7	30.3	17.8	17.8	18.3	9.6	8.2	4.8	10.6	23.6	2.4	8.2	4.8	6.3	5.8	2.4	1.9	2.9	26.9
	60代以上	120	30.0	20.8	15.8	22.5	10.0	7.5	19.2	5.8	14.2	19.2	5.0	10.0	11.7	10.8	10.8	2.5	2.5	3.3	33.3

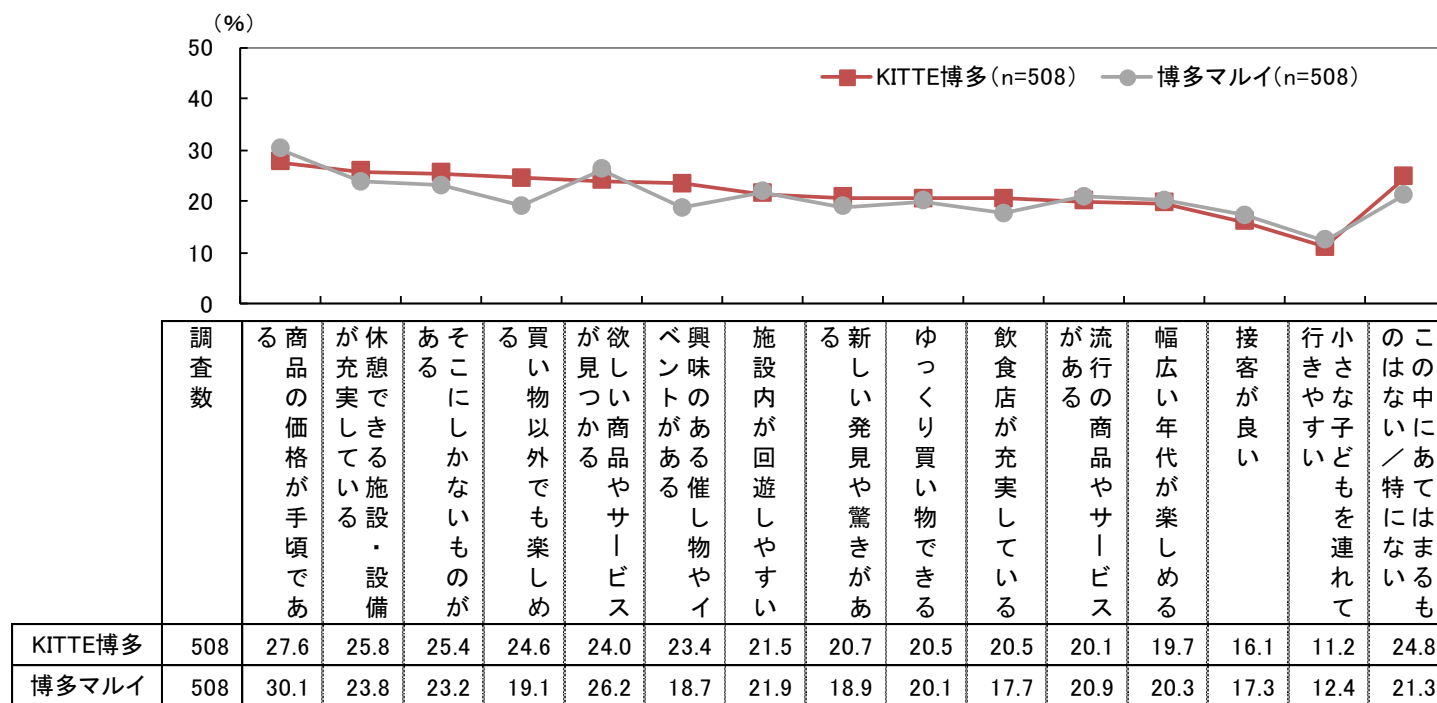
4. KITTE博多・博多マルイに期待すること

施設への期待点は「手頃な価格帯」「欲しい商品やサービスの存在」「休憩設備」「他にはないオリジナリティ」が上位。

KITTE博多に期待することは、「商品の価格が手頃である」の割合が27.6%で最も高く、次いで「休憩できる施設・設備が充実している」25.8%、「そこにしかないものがある」25.4%の順である。また、博多マルイに期待することは、「商品の価格が手頃である」の割合が30.1%で最も高く、次いで「欲しい商品やサービスが見つかる」26.2%、「休憩できる施設・設備が充実している」23.8%の順である。

- ・性別に見ると、KITTE博多、博多マルイともに、男性よりも女性は「休憩できる施設・設備が充実している」の割合が高い。
- ・年代別に見ると、KITTE博多では年代が下がるにつれて、「流行の商品やサービスがある」「小さな子どもを連れて行きやすい」の割合が高くなっており、年代が上がるにつれて、「幅広い年代が楽しめる」が高くなっている。博多マルイでは年代が上がるにつれて、「商品の価格が手頃である」「幅広い年代が楽しめる」の割合が高くなっており、年代が下がるにつれて、「欲しい商品やサービスが見つかる」が高くなっている。また、30代以下は「小さな子どもを連れて行きやすい」の割合が他の年代に比べて高い。

◆ KITTE博多・博多マルイに期待すること【複数回答】



◆ K I T T E 博多に期待すること【複数回答】

		調査数	商品の価格が手頃である	休憩できる施設・設備が充実している	そこにはしかないものがある	買い物以外でも楽しめる	欲しい商品やサービスが見つかる	興味のある催し物やイベントがある	施設内が回遊しやすい	新しい発見や驚きがある	ゆっくり買い物できる	飲食店が充実している	流行の商品やサービスがある	幅広い年代が楽しめる	接客が良い	小さな子どもを連れて行きやすい	この中／特にはまるものはない
全体		508	27.6	25.8	25.4	24.6	24.0	23.4	21.5	20.7	20.5	20.5	20.1	19.7	16.1	11.2	24.8
性別	男性	236	27.1	19.9	24.2	23.7	22.5	19.5	16.9	18.6	19.1	19.5	18.6	16.9	14.8	8.1	26.3
	女性	272	27.9	30.9	26.5	25.4	25.4	26.8	25.4	22.4	21.7	21.3	21.3	22.1	17.3	14.0	23.5
年代別	30代以下	180	23.9	23.9	25.0	21.1	26.7	23.3	22.2	20.6	21.1	17.8	26.7	13.3	15.6	18.3	23.3
	40・50代	208	27.4	25.5	26.9	24.5	24.5	21.6	21.6	20.7	20.2	22.1	18.8	20.7	17.3	9.6	24.0
	60代以上	120	33.3	29.2	23.3	30.0	19.2	26.7	20.0	20.8	20.0	21.7	12.5	27.5	15.0	3.3	28.3

◆ 博多マルイに期待すること【複数回答】

		調査数	商品の価格が手頃である	休憩できる施設・設備が充実している	そこにはしかないものがある	買い物以外でも楽しめる	欲しい商品やサービスが見つかる	興味のある催し物やイベントがある	施設内が回遊しやすい	新しい発見や驚きがある	ゆっくり買い物できる	飲食店が充実している	流行の商品やサービスがある	幅広い年代が楽しめる	接客が良い	小さな子どもを連れて行きやすい	この中／特にはまるものはない
全体		508	30.1	23.8	23.2	19.1	26.2	18.7	21.9	18.9	20.1	17.7	20.9	20.3	17.3	12.4	21.3
性別	男性	236	27.5	17.8	21.2	18.2	23.3	19.1	17.4	18.6	19.1	15.7	17.8	18.2	13.1	9.3	24.2
	女性	272	32.4	29.0	25.0	19.9	28.7	18.4	25.7	19.1	21.0	19.5	23.5	22.1	21.0	15.1	18.8
年代別	30代以下	180	25.6	23.3	23.9	16.7	30.6	20.6	22.2	18.3	19.4	18.3	26.7	11.1	18.9	21.1	20.0
	40・50代	208	28.8	20.7	24.5	19.7	26.9	15.9	21.2	18.3	18.3	18.3	16.8	20.2	17.3	8.2	20.7
	60代以上	120	39.2	30.0	20.0	21.7	18.3	20.8	22.5	20.8	24.2	15.8	19.2	34.2	15.0	6.7	24.2

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4丁目1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221

FAX 092-761-0228

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

E-mail : inq@gcom-net.co.jp