

天神の商業施設に関する調査レポート(概要版)

(平成22年4月実施調査結果より)

本調査レポートは、『月刊情報誌エルフ 平成22年4月号』1で実施した読者アンケート「天神の商業施設について」の調査結果をもとに、(株)西日本リサーチ・センターが集計・分析し、作成したものです。

実施方法	質問を紙面に掲載し、FAX および携帯電話アンケートシステム「Thumbias」2で回答
実施期間	平成22年3月19日～平成22年4月19日
対象者	『月刊情報誌エルフ 平成22年4月号』読者
回収サンプル数	334件(うちFAXによる回答184件、携帯電話等による回答150件)
調査実施機関	西広案内エルフ部
集計・分析機関	(株)西日本リサーチ・センター

1『月刊情報誌エルフ』は、西広案内が発行するフリーペーパーマガジンです。(http://elf-fukuoka.com/)

2「Thumbias(サンビラス)」:(株)西日本リサーチ・センターが開発した携帯電話リサーチシステムの総称です。

TOPIC

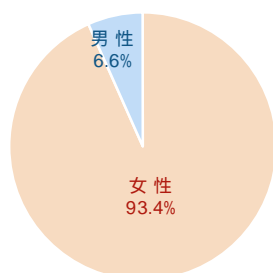
天神の来街頻度は1年前の同時期と比べて減少傾向となっており、ショッピング目的で天神に来る回数は月平均4.3回と、1年前の5.6回から大きく減っています。特に、「ほとんど毎日(週5日以上)」、「週3~4回」天神に来ている人の割合が落ち込んでいるのが特徴的です。買い物等にかかる金額をみると、衣料品の平均消費額が1年前と同程度の水準に戻ったものの、代わりに靴の平均消費額が減少しています。その他の項目は前回調査とほとんど変わっていません。不況による景気低迷で、消費者の出費の抑制が続いており、その影響により天神地区で買い物をする回数も減少していると考えられます。

ショッピング目的でよく行く商業施設については「天神地下街」が1位を保っており、前回から利用割合が増加に転じています。2位の「大丸福岡天神店本店」も利用割合が増加に転じています。3位の「ソラリアプラザ」は、僅かずつですが利用割合は増加傾向となっています。一方、4位の「イムズ」は逆に減少傾向となっています。利用頻度が最も高い商業施設の中で「イムズ」は順位が大きく後退しているとともに、「以前利用していたが最近では利用しなくなった商業施設」の3位にあげられています。昨年、「イムズ」は客足が順調に回復していたものの、その流れを今年に繋げることができず、消費者が離れてしまったと考えられます。

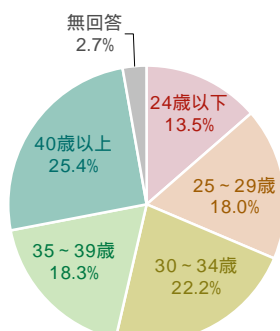
新しく福岡にオープンするデパートや生活雑貨店の利用意向については、「福岡パルコ」が78.4%で最も高く、次いで「東急ハンズ」が70.4%、「阪急百貨店」が64.7%と、新規参入店への期待が強くなっています。

回答者属性 全体(N=334)

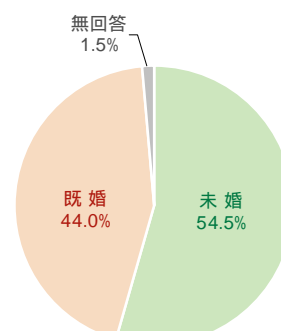
<性別>



<年齢>



<未婚婚>

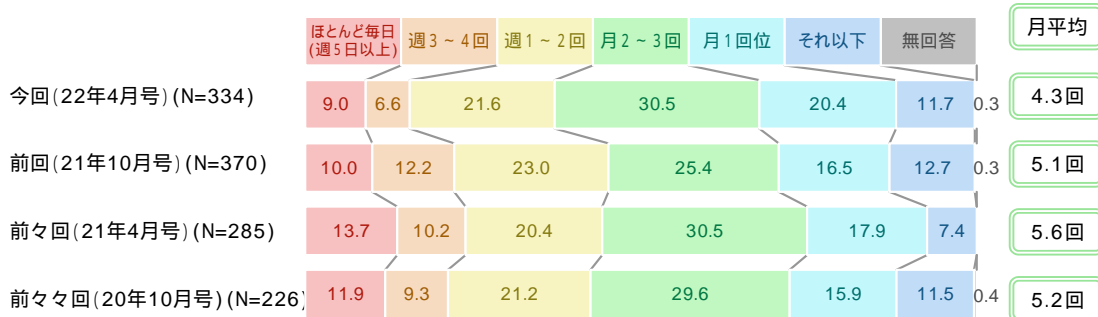


調査結果

1 ショッピング目的で天神に来る頻度

週に1回以上天神でショッピングしている人は3割未満

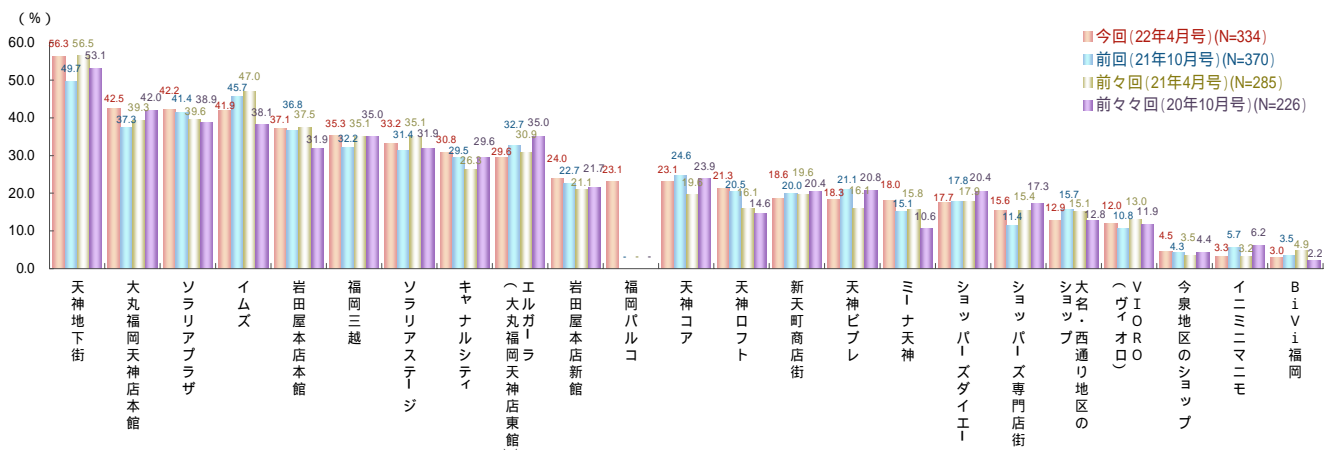
天神でのショッピングの頻度は1年前から減少傾向



- ・ ショッピング目的で天神にどの程度来ているか聞いたところ「月2~3回」(30.5%)が最も多く、次いで「週1~2回」(21.6%)、「月1回位」(20.4%)の順となっています。
- ・ 「ほとんど毎日(週5日以上)」から「週1~2回」までを合わせた「週に1回以上天神に来ている」人の割合は全体の37.2%で、前回(21年10月号)から減少しています。このうち、「ほとんど毎日(週5日以上)」、「週3~4回」の割合は前々回(20年4月)から減少傾向となっているのが特徴的です。
- ・ 上記結果をもとにした平均来街回数は1ヶ月あたり4.3回で、前々回から減少傾向となっています。

2 天神界隈の商業施設の利用状況(よく行く商業施設)

ショッピング目的でよく行く商業施設の「天神地下街」が1位をキープ、2位は「大丸福岡天神本店」、3位は「ソラリアプラザ」、4位の「イムズ」は利用割合が1年前からみて減少傾向

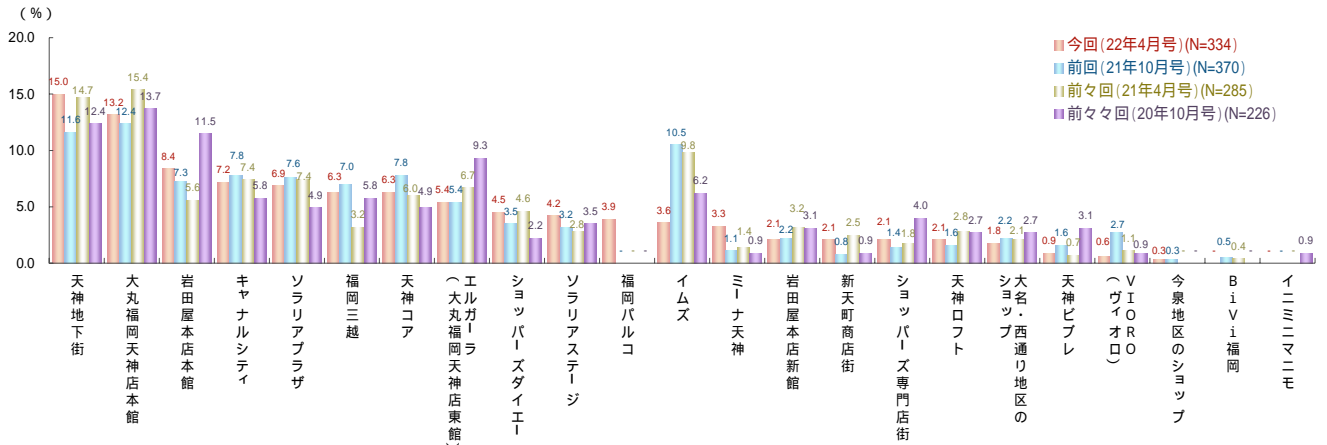


今回調査より「福岡パルコ」を追加している。

- ・ ショッピング目的でよく行く天神界隈の商業施設は、1位が「天神地下街」(56.3%)、2位は「大丸福岡天神本店本館」(42.5%)、3位は「ソラリアプラザ」(42.2%)、4位は「イムズ」(41.9%)の順となっています。
- ・ 「天神地下街」は利用割合が前回から増加し、前々回と同程度の水準に戻っています。2位の「大丸福岡天神本店本館」も利用割合が増加に転じています。3位の「ソラリアプラザ」は、僅かずつではあるものの利用割合は増加傾向となっています。一方、4位の「イムズ」は前々回から利用割合が減少傾向となっています。
- ・ 3月19日に開店した「福岡パルコ」の利用割合は23.1%で、「天神コア」(23.1%)と同程度となっています。

3 天神界隈の商業施設の利用状況（利用頻度が最も高い商業施設）

利用頻度が最も高い商業施設の1位は「天神地下街」、2位に「大丸福岡天神店本館」、3位は「岩田屋本店本館」で、前回3位だった「イムズ」は大きく後退

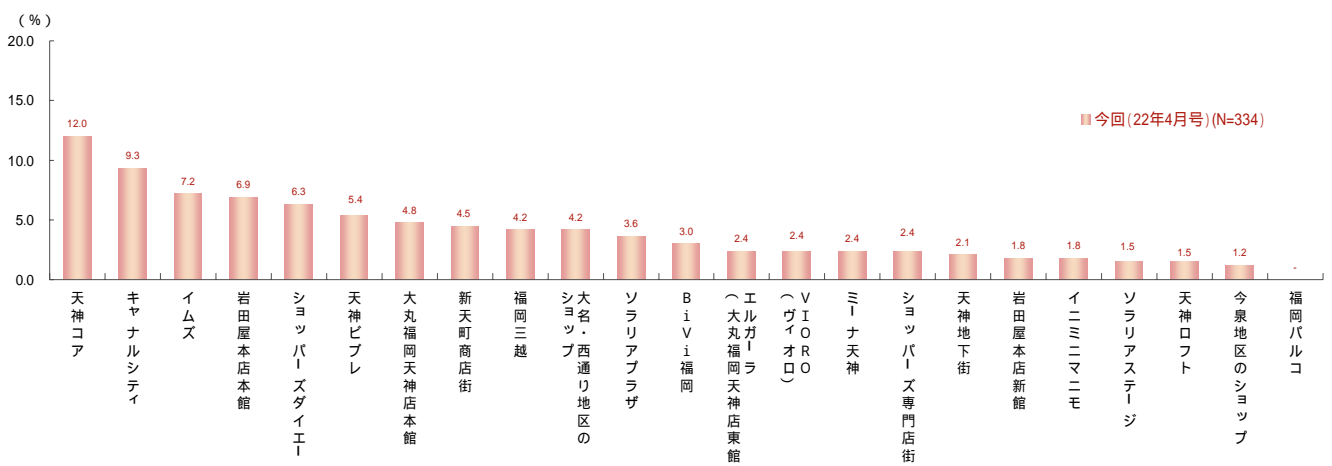


今回調査より「福岡バルコ」を追加している。

- ・ 利用頻度が最も高い商業施設については、1位が「天神地下街」(15.0%)、2位は「大丸福岡天神店本館」(13.2%)、3位は「岩田屋本店本館」(8.4%)となっています。
- ・ 過去ずっと2位だった「天神地下街」が今回初めて1位となり、「大丸福岡天神店本館」は今回2位となっていますが、割合は双方とも前回よりも増加しています。3位の「岩田屋本店本館」は、他の商業施設の割合が伸び悩む中、前々回から割合が増加傾向に転じています。一方、前回3位だった「イムズ」は割合が約7ポイント減少し、順位が大きく後退しています。

4 以前利用していたが最近是利用しなくなった商業施設

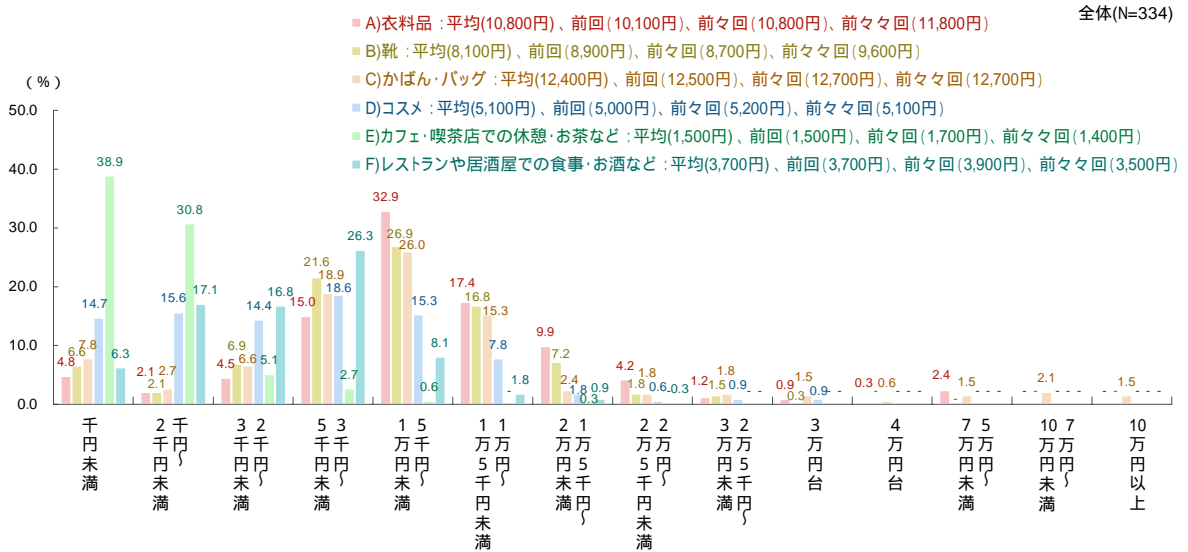
以前利用していたが最近是利用しなくなった商業施設の1位は「天神コア」、2位は「キャナルシティ」



- ・ 以前利用していたが最近是利用しなくなった商業施設については、1位が「天神コア」(12.0%)、2位は「キャナルシティ」(9.3%)、3位は「イムズ」(7.2%)、4位は「岩田屋本店本館」(6.9%)となっています。
- ・ 年齢層別では、1位の「天神コア」は20歳代後半から30歳代前半で2割前後みられ、他の年代よりも割合が高くなっています。一方、2位の「キャナルシティ」は20歳代前半と40歳以上で1割以上みられるほか、3位の「イムズ」と4位の「岩田屋本店本館」は30歳代後半で1割以上みられるのが特徴的です。

5 ショッピング目的で天神に来たとき、買い物等にかかる金額

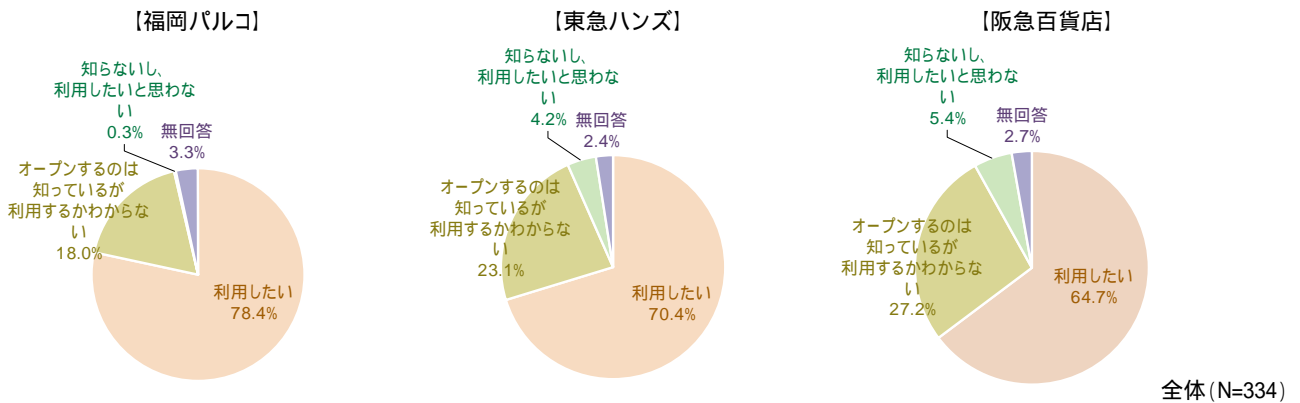
天神地区でのショッピングにおける平均消費額は、衣料品 10,800 円、靴 8,100 円、かばん・バッグ 12,400 円、コスメ 5,100 円、カフェ・喫茶店での休憩・お茶 1,500 円、レストラン 3,700 円



- ・ ショッピング目的で天神に来たときに使うお金について、A)衣料品、B)靴、C)かばん・バッグ、D)コスメ、E)カフェ・喫茶店での休憩・お茶など、F)レストランの6項目についてそれぞれきたところ、上のような結果になりました。
- ・ 平均消費額の推移をみると、A)衣料品は平均金額が前回から増加し、前々回と同程度の水準に戻っています。一方、B)靴は前回から減少しています。その他の項目は前回とほとんど変わっていません。

6 新しく福岡にオープンするデパートや生活雑貨店の利用意向

利用意向率は福岡パルコが 78.4%、東急ハンズは 70.4%、阪急百貨店は 64.7%



- ・ 利用意向率は福岡パルコが 78.4%で最も高く、次いで東急ハンズ(70.4%)、阪急百貨店(64.7%)の順となっています。なお、「利用するかわからない」まで含めた認知率は、福岡パルコが 96.4%、東急ハンズは 93.5%、阪急百貨店は 91.9%となっており、いずれも9割を超えています。

本調査レポートについてのお問い合わせは、下記までお願いします。

西日本リサーチ・センター

担当：企画調査部 上村(ウエムラ)、矢野(ヤノ)



(株)日本マーケティング・リサーチ協会会員
地方シンクタンク協議会会員
〒810-0021 福岡市中央区今泉 1-4-1
TEL:(092)751-7968
Fax:(092)712-7097
E-mail:info@nnrc.co.jp
URL:http://www.nnrc.co.jp

(株)西日本リサーチ・センターは、西日本地域を中心に数多くの民間企業や地方自治体の各種市場調査のお手伝いをさせていただいております。
豊富な経験とノウハウをもとに、専門的かつ実践的なマーケティング・リサーチのご提案をさせていただきます。