

# 天神・博多の商業施設に関する調査レポート(概要版)

(平成23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23年4月号』1で実施した読者アンケート「天神・博多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23年3月19日～平成23年4月19日
対象者	『月刊情報誌エルフ 平成23年4月号』読者
回収サンプル数	179件(うちFAXによる回答102件、携帯電話等による回答77件)
調査実施機関	西広AP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AP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

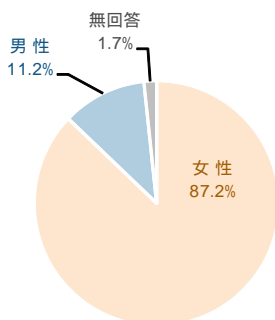
新博多駅ビルが開業する前の来街頻度は月平均3.3回と、これまで行ってきた天神の来街頻度が平均4回以上だったのとは比べ、低くなっています。新博多駅ビル開業後の来街頻度の変化については、博多エリアは「今までより増えると思う」が約7割と多く、今後博多エリアへの来街頻度は増えるものと考えられます。また、天神への来街頻度は「今までと変わらない」が約7割を占める一方、「今までより減ると思う」も約2割と新博多駅ビル開業に伴い、天神への来街頻度減少も考えられます。

新博多駅ビルの各商業施設への来街意向は「阪急百貨店」、「東急ハンズ」、「アミュプラザ博多」の3施設は「既に行った」の割合が約5割と高く、「行ってみたい」の割合も高くなっています。「シティダイニングくうてん」、「T・ジョイ」は「既に行った」は少ないものの、「行ってみたい」の割合は多く、期待度は高いと考えられます。新博多駅ビルの各商業施設で最も「既に行った」人の割合が高かった「阪急百貨店」は、所有しているカードでも1位の「博多大丸カード」、2位「nimocaカード」に続き、「博多阪急ポイントカード」が3位と上位にきていて「阪急百貨店」の利用意向の高さがうかがえます。

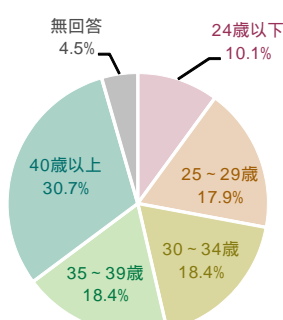
博多駅やその周辺の商業施設に期待することについては、「レストラン・居酒屋」をはじめとした飲食関係の項目が上位となっています。博多エリアのイメージは「ビジネス」、天神は「ファッション」となっており、今後のイメージの変化が注目されます。

## 回答者属性 全体(N=179)

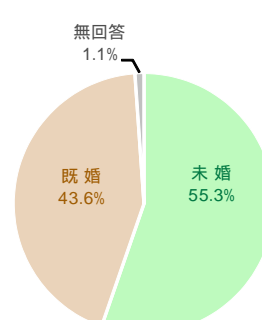
<性別>



<年齢>



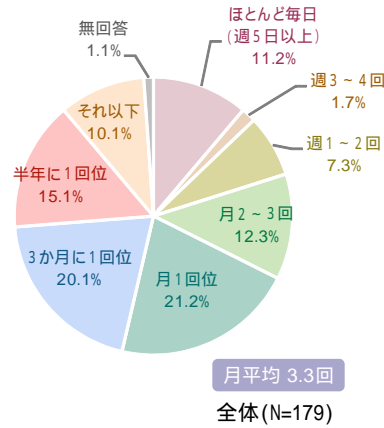
<未既婚>



# 調査結果

## 1 博多駅ビルが新しくなる前の来街頻度

「月に1回位」、「3か月に1回位」が約2割ずつと多い。  
 月平均3.3回は天神の来街頻度と比べ低い。

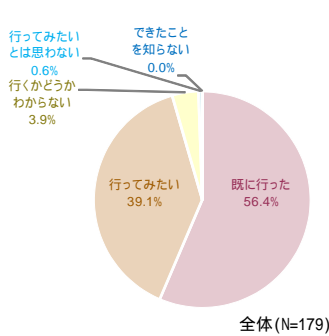


- ・ 博多駅ビルが新しくなる前に博多エリアにどの程度来ていたかきいたところ「月1回位」(21.2%)が最も多く、次いで「3か月に1回位」(20.1%)、「半年に1回位」(15.1%)の順となっています。
- ・ 月平均は3.3回と、これまで調査した天神エリアの来街頻度と比べ低くなっています。(天神は過去7回すべて月平均4回以上で推移)。

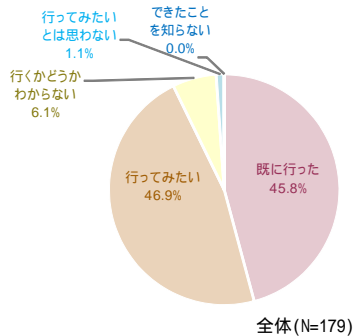
## 2 新博多駅ビルの商業施設への来館意向

「阪急百貨店」、「東急ハンズ」、「アミュプラザ博多」は「既に行った」が約半数。  
 「シティダイニングくうてん」は「既に行った」が約3割、「T・ジョイ」は1割未満と少ない。

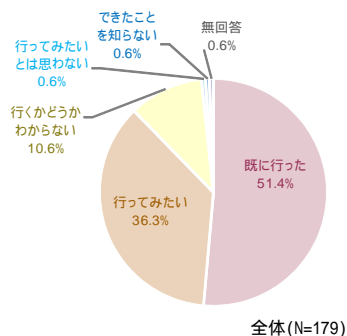
### < 阪急百貨店 >



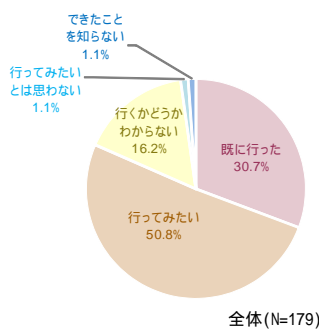
### < 東急ハンズ >



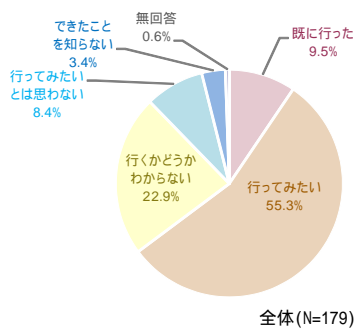
### < アミュプラザ博多 >



### < シティダイニングくうてん >



### < T・ジョイ >

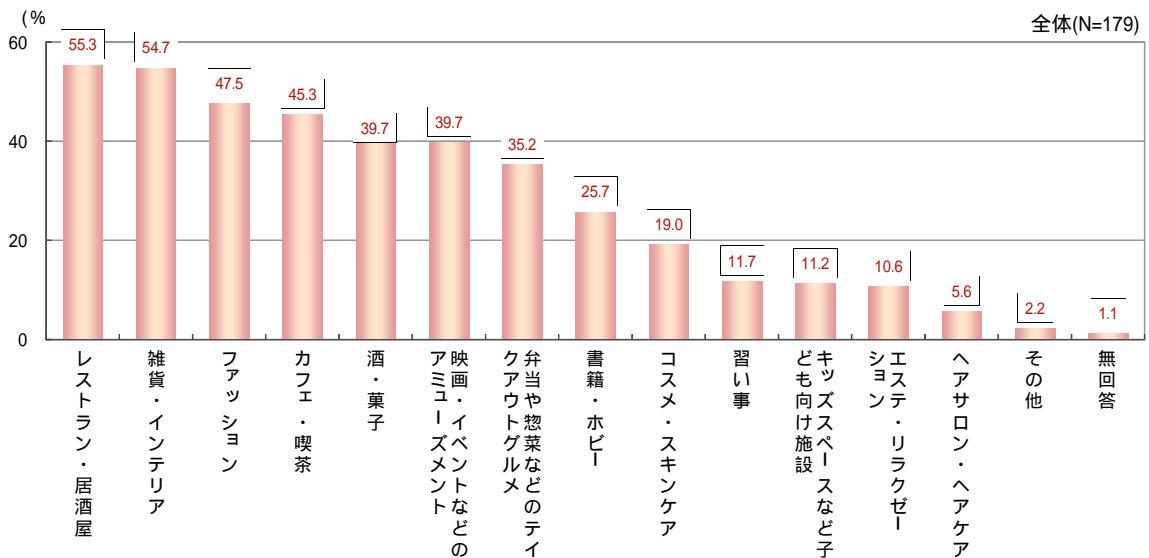


新博多駅ビルの商業施設への来館意向は「阪急百貨店」が「既に行った」が56.4%と最も多く、次いで、「アミュプラザ博多」(51.4%)、「東急ハンズ」(45.8%)の順となっています。どの施設も「行ってみたい」の割合が高く、新博多駅ビル各商業施設への期待度は高いと考えられます。

### 3 新博多駅ビルやその周辺の商業施設について期待していること

「レストラン・居酒屋」が1位、「雑貨・インテリア」が2位。

上位には飲食関係の項目が多くなっている。



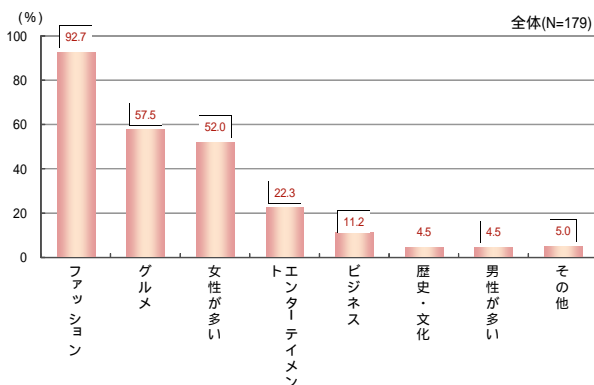
- ・ 新博多駅ビルやその周辺の商業施設について期待していることについては、1位が「レストラン・居酒屋」(55.3%)、2位は「雑貨・インテリア」(54.7%)、3位は「ファッション」(47.5%)となっています。
- ・ 1位の「レストラン・居酒屋」を始め、4位に「カフェ・喫茶」、5位に「酒・菓子」など飲食関係の項目が上位に多くあがっています。

### 4 天神と博多エリアのイメージ

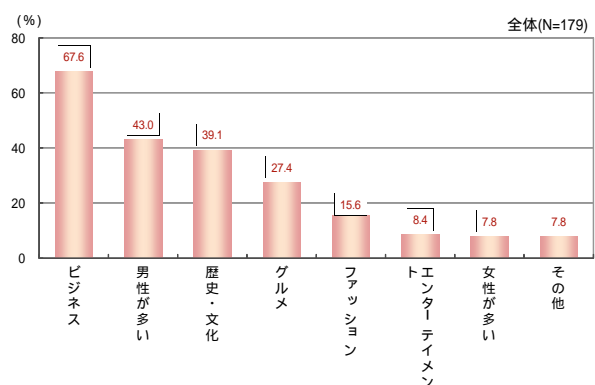
天神は「ファッション」、「グルメ」、「女性」

博多エリアは「ビジネス」、「男性」、「歴史・文化」が上位となっている。

< 天神 >



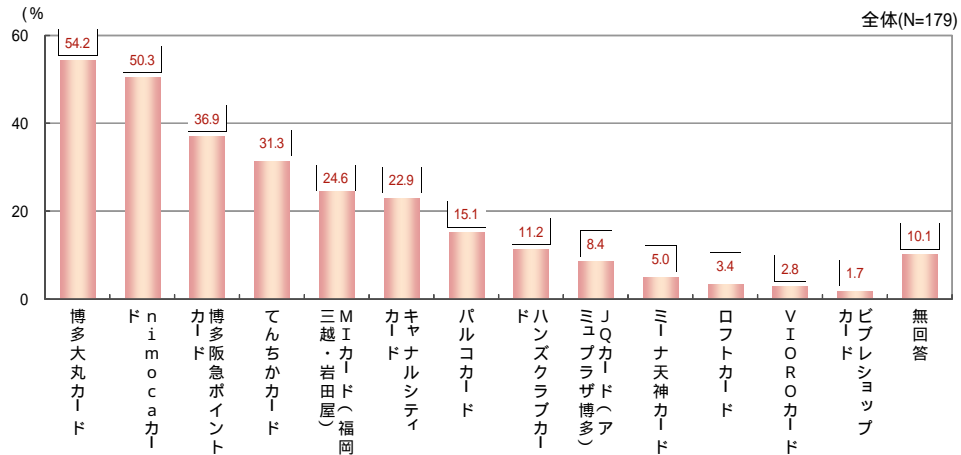
< 博多エリア >



- ・ 天神は「ファッション」が92.7%と最も多く、「ファッション」のイメージは定着しているものと思われます。ファッション以外の上位は「グルメ」(57.5%)、「女性が多い」(52.0%)となっています。
- ・ 一方、博多エリアは「ビジネス」が67.6%と最も多く、ついで、「男性が多い」(43.0%)とビジネスのイメージが強い傾向にあります。

## 5 持っているカード

「博多大丸カード」が1位、「nimocaカード」が2位、「博多阪急ポイントカード」が3位。

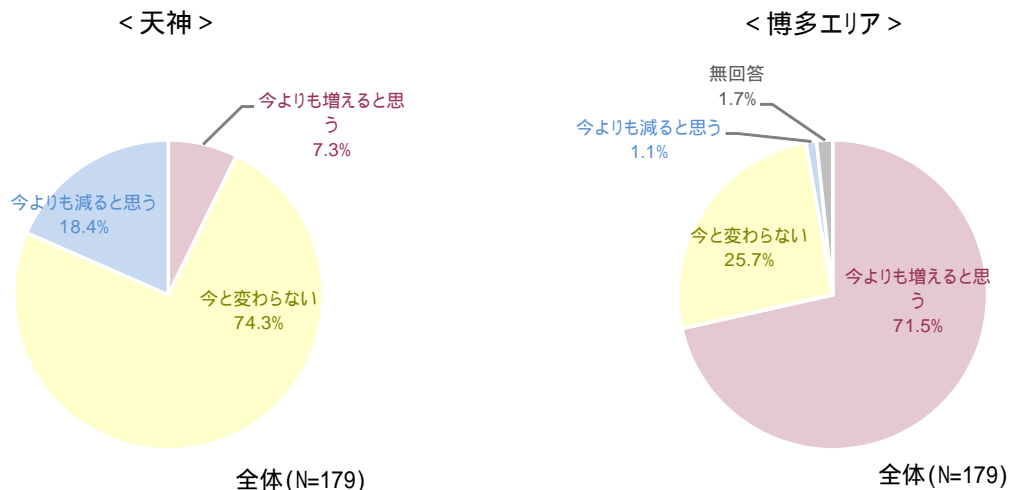


- ・ 商業施設のカードで所有しているカードについては、「博多大丸カード」が54.2%で最も多く、次いで、「nimocaカード」(50.3%)、「博多阪急ポイントカード」(36.9%)の順となっています。今春新規オープンの「博多阪急ポイントカード」が3位とカード所有率が高い結果となりました。

## 6 博多駅が新しくなったことによる天神や博多エリアへの来街頻度の変化

天神は「今と変わらない」が74.3%と最も多い。

博多エリアは「今より増えると思う」が71.5%と最も多い。



- ・ 天神は、「今と変わらない」が74.3%と最も多くなっています。一方、「今よりも減ると思う」が18.4%と約2割程度となり、新博多駅ビル開業が天神への来街頻度減少につながる可能性があります。
- ・ 博多エリアは「今より増えると思う」が71.5%と最も多く、新博多駅ビル開業により来街が増えることが見込まれます。「今より減ると思う」はわずか1.1%に留まっています。

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。

**NNRC 株式会社 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)



(社)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。