

新博多駅ビルの開業に関するアンケート 調査結果レポート

2007年8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19年5月1日(月)～5月15日(木)

4. 標本構成

性別

	件数	構成比
男性	200	50.0%
女性	200	50.0%
合計	400	100.0%

年代

	件数	構成比
20代	100	25.0%
30代	100	25.0%
40代	100	25.0%
50代	100	25.0%
合計	400	100.0%

職業

	件数	構成比
会社員	150	37.5%
公務員	20	5.0%
団体職員	3	0.8%
会社役員	1	0.3%
商工自営	33	8.3%
農林漁業	-	0.0%
自営手伝い	6	1.5%
医師・弁護士・税理士等	8	2.0%
学生	17	4.3%
パート・アルバイト	57	14.3%
主婦専業	86	21.5%
無職	11	2.8%
その他	8	2.0%
合計	400	100.0%

未既婚

	件数	構成比
未婚	119	29.8%
既婚	281	70.3%
合計	400	100.0%

居住地

	件数	構成比
福岡市内	214	53.5%
福岡市周辺市町村	84	21.0%
その他福岡県内	102	25.5%
合計	400	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、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

1. 新博多駅ビル開業の認知度

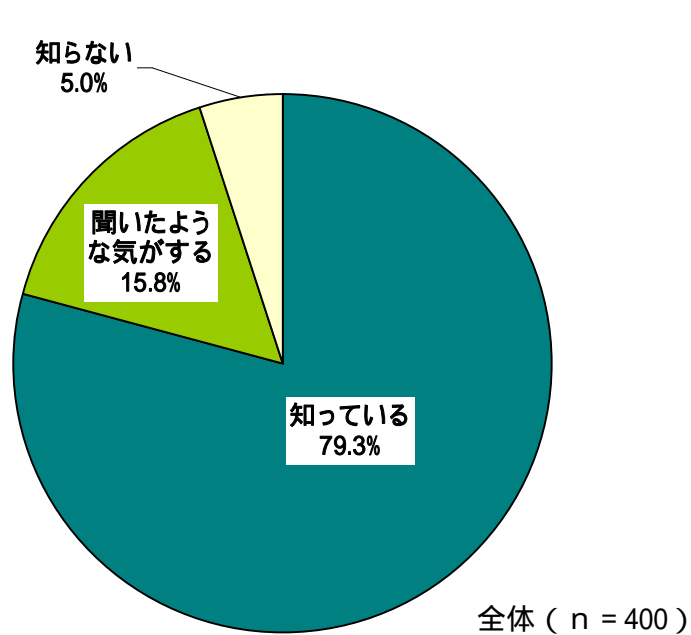
新博多駅ビル開業の認知度は約8割。30代の認知度が高い

2011年に新博多駅ビルが開業することについての認知度は、全体で79.3%である。

性別ではほとんど差が見られない。

年代別に見ると、30代の認知度が最も高く88.0%となっており、最も低い20代でも70.0%であった。

新博多駅ビル開業の認知 【単一回答】



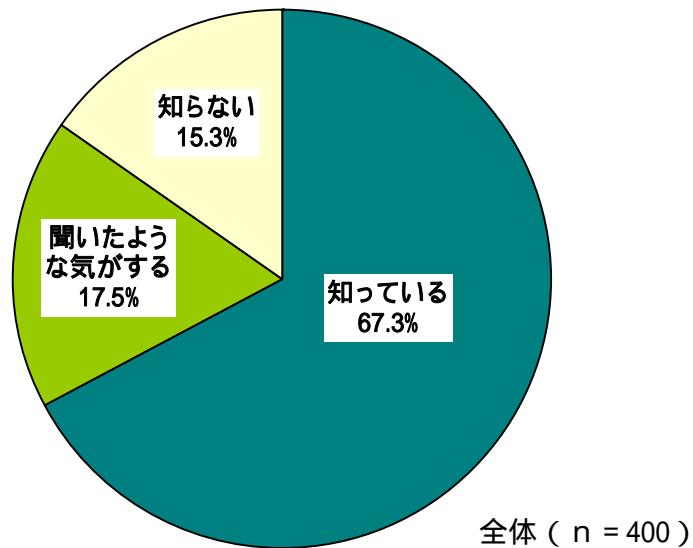
		【%】			
		調査数	知っている	聞いたような気がする	知らない
合計		400	79.3	15.8	5.0
性	男性	200	78.5	15.0	6.5
	女性	200	80.0	16.5	3.5
年代	20代	100	70.0	22.0	8.0
	30代	100	88.0	11.0	1.0
	40代	100	80.0	16.0	4.0
	50代	100	79.0	14.0	7.0

2. 阪急百貨店の出店に関する認知度

阪急百貨店出店の認知度は7割弱。30～50代の認知度が高い

新博多駅ビルに阪急百貨店が出店することについての認知度は、全体で67.3%である。
性別では男性の認知度のほうがやや高く、69.5%となっている。
年代別では、30代から50代で認知度が7割を超えており、20代の55.0%とは開きがある。

阪急百貨店出店の認知 【単一回答】



		【%】			
		調査数	知っている	聞いたような気がする	知らない
合計		400	67.3	17.5	15.3
性	男性	200	69.5	17.0	13.5
	女性	200	65.0	18.0	17.0
年代	20代	100	55.0	18.0	27.0
	30代	100	73.0	21.0	6.0
	40代	100	70.0	16.0	14.0
	50代	100	71.0	15.0	14.0

3. 東急ハンズの出店に関する認知度

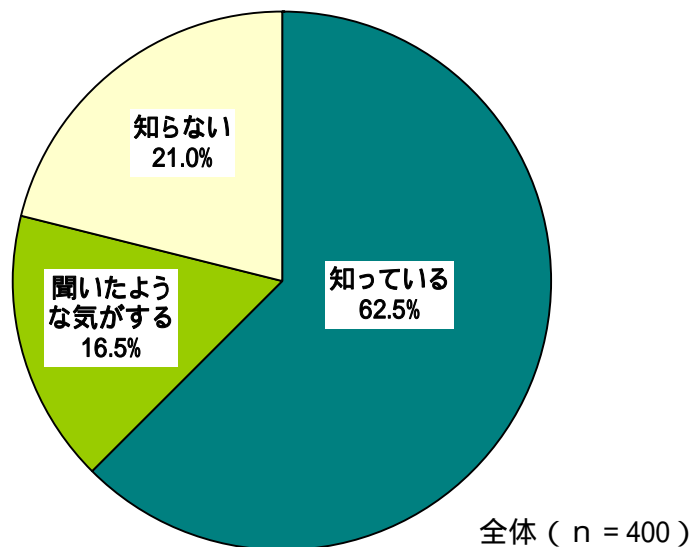
東急ハンズ出店の認知度は6割程度

新博多駅ビルに東急ハンズが出店することについての認知度は、全体で62.5%である。

性別では女性の認知度のほうがやや高く、64.5%となっている。報道が先行した阪急百貨店と比べると、40代までは大きな差はないが、50代になると東急ハンズ進出の認知度はやや減少している。

年代別では30代の認知度が最も高く74.0%となっており、最も低いのは20代の52.0%であった。

東急ハンズ出店の認知 【単一回答】



		調査数	知っている	聞いたような気がする	知らない
			【%】		
合計		400	62.5	16.5	21.0
性	男性	200	60.5	18.5	21.0
	女性	200	64.5	14.5	21.0
年代	20代	100	52.0	13.0	35.0
	30代	100	74.0	18.0	8.0
	40代	100	68.0	14.0	18.0
	50代	100	56.0	21.0	23.0

4. 新博多駅ビル開業による意識変化

性別では女性、年代別では30代で「博多駅に行く機会が増える」

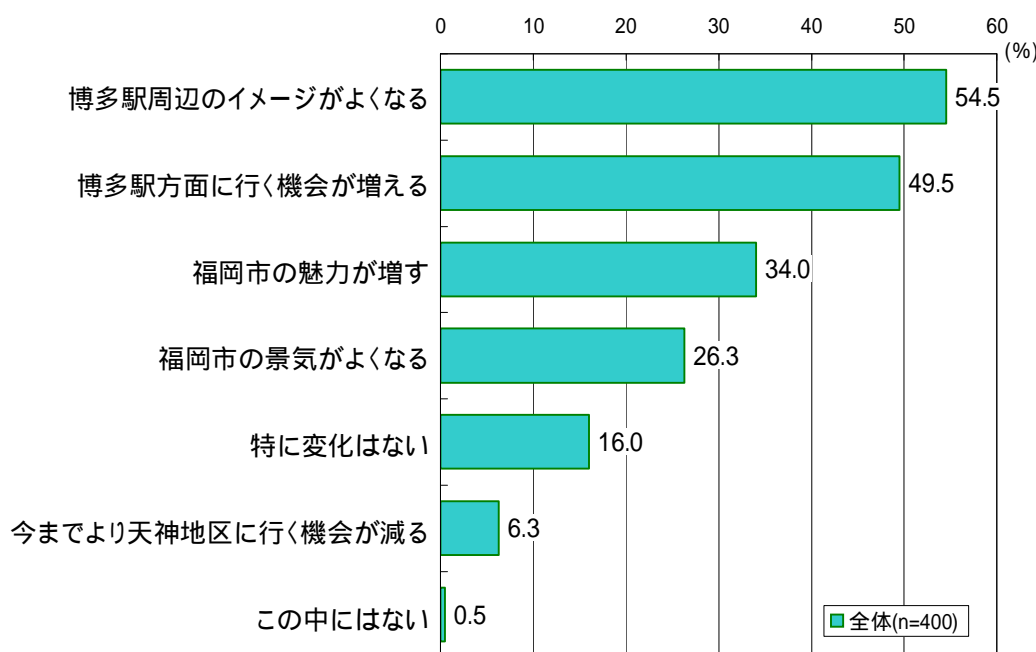
新博多駅ビルがオープンすることによって福岡にどのような変化が起きるかということについて、最も多かったのが「博多駅周辺のイメージがよくなる」の54.5%、次いで「博多駅方面に行く機会が増える」49.5%、「福岡市の魅力が増す」34.0%の順になっている。「福岡市の景気がよくなる」という評価も26.3%となっており、好意的な印象を持たれていることがわかる。

また、「今までより天神に行く機会が減る」も6.3%に及び、天神の集客力にも若干の影響が出ることがうかがえる。

性別に見ると、女性において「博多駅方面に行く機会が増える」が56.5%と、男性に比べて14ポイントも高くなっている。一方、「福岡市の魅力が増す」では男性が40.5%と、女性に比べて13ポイント高くなっている。

年代別では、30代で「博多駅方面に行く機会が増える」が61.0%で、他の年代に比べて顕著に高くなっている。

新博多駅ビル開業による変化【複数回答】



		調査数	福岡市の景気がよくなる	博多駅方面に行く機会が増える	博多駅周辺のイメージがよくなる	福岡市の魅力が増す	今までより天神地区に行く機会が減る	特に変化はない	この中にはない
合計		400	26.3	49.5	54.5	34.0	6.3	16.0	0.5
性別	男性	200	29.5	42.5	53.0	40.5	7.5	18.0	1.0
	女性	200	23.0	56.5	56.0	27.5	5.0	14.0	-
年代	20代	100	29.0	47.0	44.0	31.0	6.0	15.0	1.0
	30代	100	31.0	61.0	55.0	38.0	6.0	13.0	1.0
	40代	100	21.0	48.0	62.0	36.0	10.0	15.0	-
	50代	100	24.0	42.0	57.0	31.0	3.0	21.0	-

5. 都市圏居住者の新博多駅ビル開業による意識変化

「博多駅方面に行く機会が増える」都市圏中部(西鉄大牟田線沿線エリア)居住者の6割超

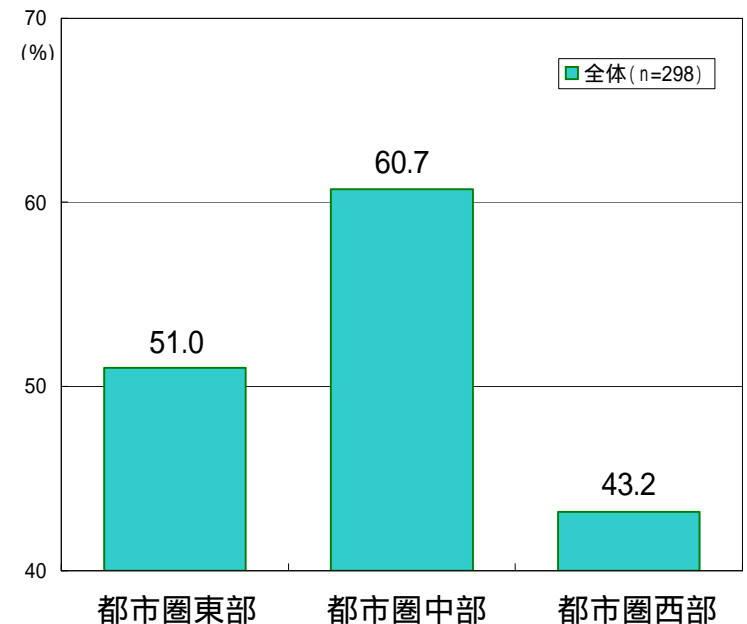
新博多駅ビル開業による意識の変化を福岡都市圏居住者について見てみると、福岡都市圏中部地区(西鉄大牟田線沿線エリア)居住者では「博多駅方面に行く機会が増える」と回答した人が60.7%と、他のエリアに比べて高くなっている。

「天神に行く機会が減る」と回答した人の割合は、都市圏東部や中部地区居住者のほうが西部地区居住者に比べて高くなっている。

福岡都市圏居住者における居住地区別の新博多駅ビル開業による変化【複数回答】

		【%】							
調査数		福岡市の景気がよくなる	博多駅方面に行く機会が増える	博多駅周辺のイメージが良くなる	福岡市の魅力が増す	天神地区に行く機会が減る	特に変化はないと思う	この中にはない	
合計		298	26.2	53.0	58.7	34.6	6.7	13.1	0.7
居住地区	福岡都市圏東部	102	26.5	51.0	59.8	37.3	8.8	14.7	1.0
	福岡都市圏中部	122	27.0	60.7	58.2	32.8	8.2	9.0	-
	福岡都市圏西部	74	24.3	43.2	58.1	33.8	1.4	17.6	1.4

「博多駅方面に行く機会が増える」人の居住地区別割合



* 福岡都市圏東部：博多区・東区・宗像市・古賀市・福津市・糟屋郡
 福岡都市圏中部：中央区・南区・春日市・大野城市・筑紫野市・太宰府市・那珂川町
 福岡都市圏西部：西区・早良区・城南区・前原市・糸島郡