

利用頻度が最も高いのは博多大丸 ジーコム

市場調査などを手掛ける㈱ジーコム(福岡市博多区古門戸町、村上隆英社長)は、2月、博多大丸、岩田屋、福岡三越の3百貨店を対象としたイメージ調査の結果レポートを発表した。

調査方法は、福岡都市圏在住20歳以上の女性300人を対象に、インターネットで実施。利用頻度は博

多大丸が最も高く39・1%、岩田屋が31・5%、福岡三越が29・4%となった。年代別では50代以上になると博多大丸と福岡三越、20代では岩田屋の割合が高くなっている。利用理由については、博多大丸は「ポイントの特典の充実」が50・6%、岩田屋、福岡三越は「好

みのブランドや店舗がある」がそれぞれ40・2%と40・7%で最も多かった。また、各百貨店のイメージは岩田屋が「親しみのある」で49・8%、博多大丸が「老舗」で41・4%、福岡三越が「高級な」で54・2%だった。