

消費者動向調査 No.108-2

テーマ 「主婦の『JR 博多シティ』への関心度調査」

調査時期 平成 23 年 4 月
調査対象 福岡県内のサラリーマン家庭の主婦 500 人
(うち回答者 492 人、回答率 98.4%)

回答者区分	%
20 代	9.1
30 代	15.7
40 代	22.3
50 代	42.3
60 代	10.6

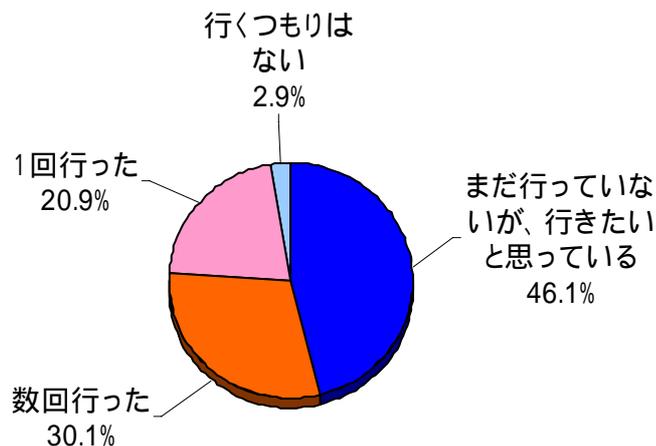
『JR 博多シティ』が 3 月 3 日にオープンしました。3 月 11 日に東日本大震災が発生し、「自粛ムード」の広がりを懸念する声も多かったものの、3 月中の来店数は、当初目標の 600 万人を大きく上回る 726 万人に達し、駅ビルの集客力の強さをまざまざと見せつけました。

4 月 29 日からのゴールデンウィーク前に、『JR 博多シティ』に関するアンケート調査を行い、関心度を探りました。

『JR 博多シティ』に行ったか：「行った人」の比率は、51.0%。

『JR 博多シティ』に「1 回行った」は 20.9%、「数回行った」は 30.1%であり、「行った人」の比率は 51.0%で、すでに 2 人に 1 人は行っている。「まだ行っていないが、行きたいと思っている」を合わせると 97.1%になる。

『JR 博多シティ』に行ったか

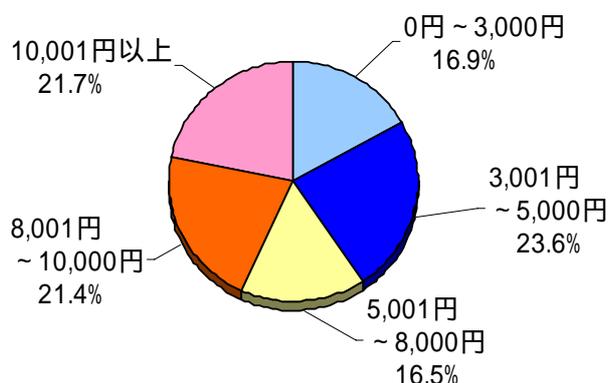


『JR 博多シティ』で1回いくらのお金を使ったか：

1位は「3,001円～5,000円」で23.6%。

使用金額は、1位は「3,001円～5,000円」で23.6%、2位は「10,001円以上」で21.7%となっている。通勤、通学客だけでなく、若年からシニア層まで幅広い層が、必要なものの購入や飲食等に使ったようである。

『JR博多シティ』で1回にいくらのお金を使ったか

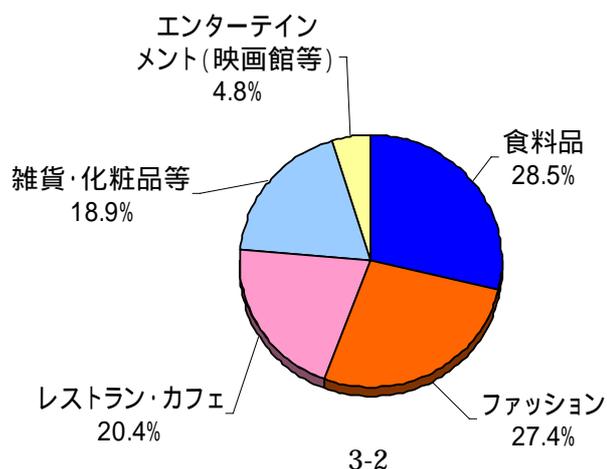


『JR 博多シティ』で一番魅力的なのは：

1位は「食料品」で28.5%、2位は「ファッション」で27.4%。

『JR 博多シティ』で魅力的に感じるものの順位は、1位は「食料品」で28.5%、2位は「ファッション」で27.4%と拮抗。3位は「レストラン・カフェ」で20.4%、4位は「雑貨・化粧品等」で18.9%となっており、駅ビルならではの複合機能やその利便性に魅力を見出しているようである。

『JR博多シティ』で一番魅力的に感じるものは



今後、博多地区へ行く回数は増えるか：

今までと変わらない(天神の優位性は変わらない)が 46.0%。

『JR 博多シティ』が開業したことにより、今後「博多地区へ行く回数は増える」は 30.9%、「天神の優位性は変わらない」は 46.0%と、依然として天神の魅力は維持されている。また、4人に1人は「博多・天神地区を回遊する」と答えている。

今後博多地区に行く回数は増えるか

