

報道関係各位

平成26年 5月26日
株式会社 クロス・マーケティング

商業施設の利用度・関心度

新オープンの商業施設に関心ナシ？

ただし、施設自体の特徴を求める声
新オープン施設には**食事・買い物以外でも楽しめる**ことに期待
メディアからの情報量が増えれば**興味UP**へ

満足度が高い施設は、他者へオススメ

— 今、注目の商業施設についての調査 —

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、首都圏(1都3県)に在住する15歳~69歳の高校生以上の男女を対象に、「今、注目の商業施設についての調査」を実施しました。

■調査背景・目的

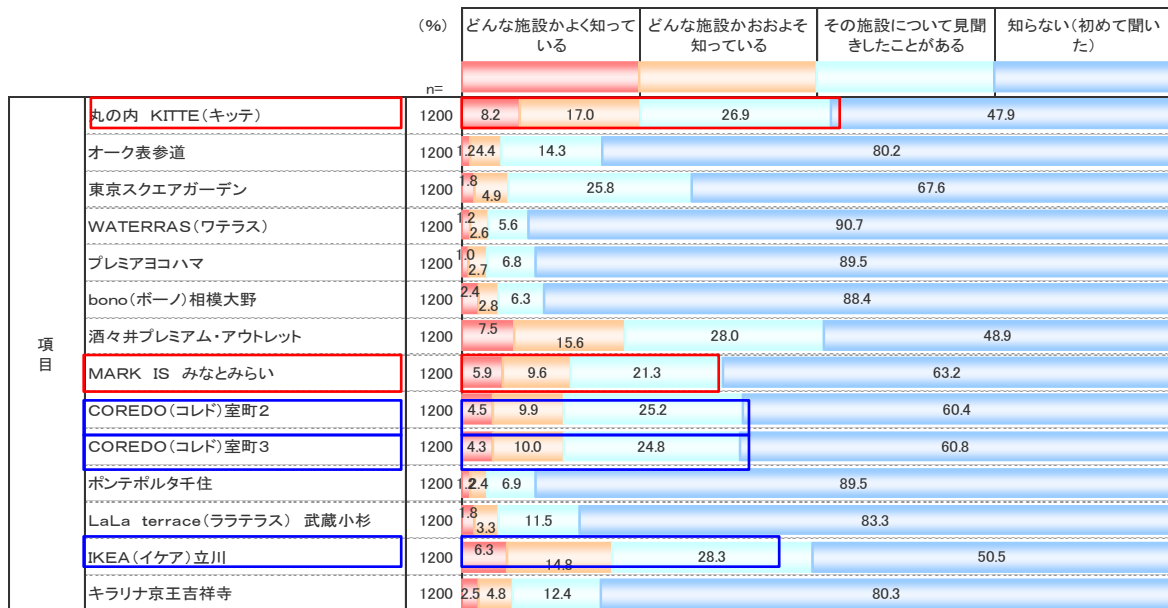
春は商業施設の開業ラッシュ。昨年に引き続き、今年も日本橋や立川、酒々井など各地で多くの商業施設が開業しています。人気テナントの誘致だけに留まらず、各施設ごとの強みや特徴を打ち出して集客を図るなど盛り上がりを見せている商業施設。今回は各施設の認知度や利用後の印象、更には今後開業予定の施設についてどんな期待をしているのかなどを調査し、それぞれの利用意識を明らかにしました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒<http://www.cross-m.co.jp/report/sp20140526/>

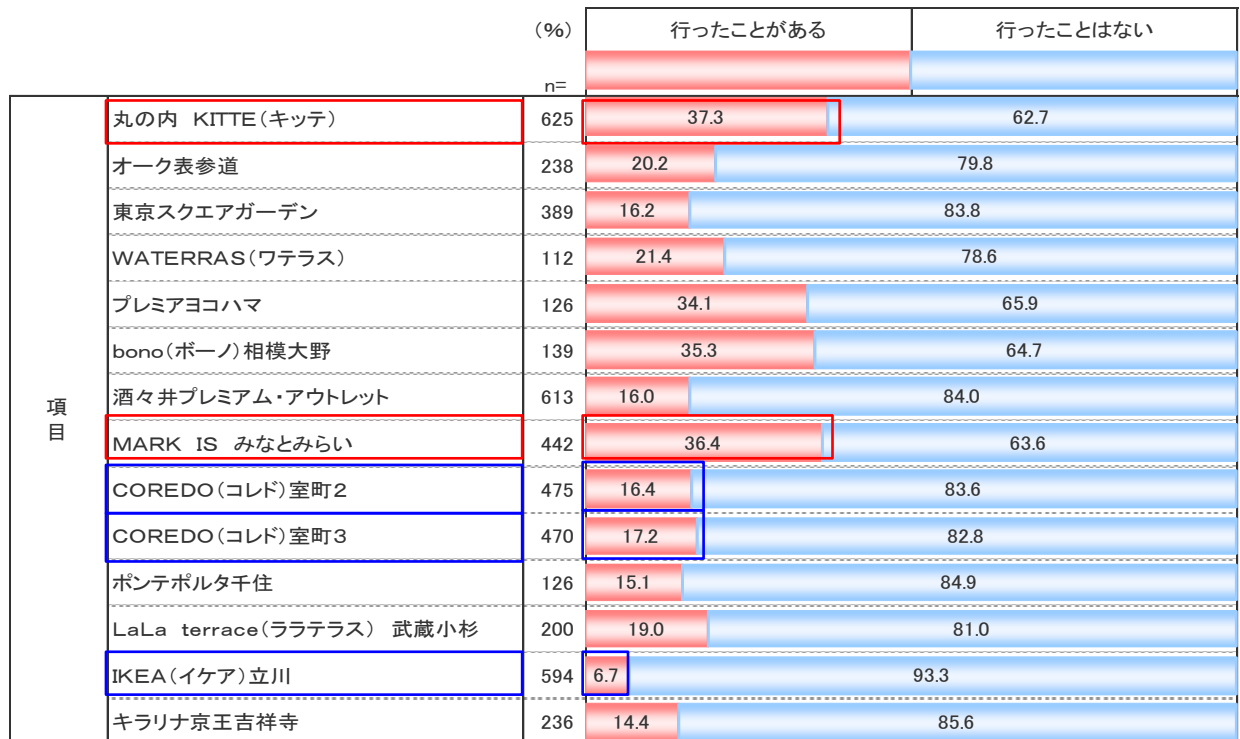
■調査結果

- ✓ MARK IS みなとみらいや丸の内KITTEなどの施設を認知している人の約3人に1人は実際に利用したことがある。対して、COREDO室町2・3やIKEA立川は認知度と比べて実際の利用度は低い傾向がうかがえる。その要因として、立地的に主要駅ではなかったり、都心から離れていたりするためではないかと考えられる <図1><図2>
- ✓ 丸の内KITTEや酒々井プレミアム・アウトレットなど、最も良かった施設に選ばれている施設の他者への推奨意向は約7割~8割。その推奨理由として「買い物や食事を楽しめる」こと以外に、商業施設に行く前の期待より、行った後に「施設の雰囲気良かった」と感じた施設に対してより他者へ推奨意向が強くなっているといえる <図3>
- ✓ 今後、開業する施設に期待していることでは、いずれの施設も「買物が楽しめる」、「食事が楽しめる」が上位2位という結果に。しかし、「食事や買い物以外に楽しめること」がいずれの施設でも5位圏内にランクインしており、その施設自体の特徴に価値を期待されているのではないかと見受けられる <図4><図5>

<図1> 商業施設の認知度



<図2> 商業施設の利用有無



※n=30未満は参考値のため灰色。

<図3> 最も良かった施設の他者への推奨意向

		(%)	勧めたい	勧めたくない
		n=		
全体		467	76.9	23.1
商業施設	丸の内 KITTE(キッテ)	148	79.7	20.3
	オーク表参道	14	71.4	28.6
	東京スクエアガーデン	9	77.8	22.2
	WATERRAS(ワテラス)	6	33.3	66.7
	プレミアヨコハマ	6	50.0	50.0
	bono(ポーノ)相模大野	25	56.0	44.0
	酒々井プレミアム・アウトレット	62	83.9	16.1
	MARK IS みなとみらい	101	73.3	26.7
	COREDO(コレド)室町2	24	83.3	16.7
	COREDO(コレド)室町3	12	83.3	16.7
	ポンテポルタ千住	4	75.0	25.0
	LaLa terrace(ララテラス) 武蔵小杉	15	86.7	13.3
	IKEA(イケア)立川	24	79.2	20.8
キラリナ京王吉祥寺	17	82.4	17.6	

※n=30未満は参考値のため灰色。

⇒行く前の期待に比べて行った後で「施設の雰囲気」についてのランキング上昇した施設

「丸の内 KITTE」 行く前:4位→行った後:2位

「酒々井プレミアム・アウトレット」 行く前:6位以下→行った後:3位

「MARK IS みなとみらい」 行く前:6位以下→行った後:3位)

<図4>これからオープンする施設の関心度

項目	n	関心度 (%)					関心ある合計	関心ない合計
		関心がある	やや関心がある	どちらともいえない	あまり関心はない	関心はない		
アリオ武蔵小杉	1200	2.2	6.7	16.8	21.9	52.4	8.9	74.3
虎ノ門ヒルズ	1200	3.2	13.2	18.9	19.4	45.3	16.4	64.7
飯田橋グランブルーム	1200	1.9	8.0	19.2	20.1	50.8	9.9	70.9
イオンモール木更津	1200	2.5	8.2	17.7	20.3	51.3	10.7	71.6
イオンモール多摩平の森	1200	2.3	5.6	16.3	21.0	54.8	7.9	75.8

<図5>これからオープンする施設に期待すること

アリオ武蔵小杉 n=1200		虎ノ門ヒルズ n=1200		飯田橋グランブルーム n=1200		イオンモール木更津 n=1200		イオンモール多摩平の森 n=1200	
1. 買い物を楽しめること (19.5)	1. 買い物を楽しめること (19.4)	1. 買い物を楽しめること (18.2)	1. 買い物を楽しめること (20.3)	1. 買い物を楽しめること (19.1)					
2. 食事を楽しめること (17.3)	2. 食事を楽しめること (18.2)	2. 食事を楽しめること (17.3)	2. 食事を楽しめること (16.4)	2. 食事を楽しめること (15.8)					
3. 施設の雰囲気がいよこと (12.7)	3. センスのよい店舗があること (15.5)	3. 電車・バス等公共交通機関でのアクセスがいよこと (12.6)	3. 食事や買い物以外でも楽しめること (12.7)	3. 食事や買い物以外でも楽しめること (11.4)					
4. 電車・バス等公共交通機関でのアクセスがいよこと (12.3)	4. 施設の雰囲気がいよこと (13.8)	4. 食事や買い物以外でも楽しめること (12.3)	4. 電車・バス等公共交通機関でのアクセスがいよこと (10.7)	4. 施設の雰囲気がいよこと (10.4)					
5. 食事や買い物以外でも楽しめること (11.7)	5. 食事や買い物以外でも楽しめること (13.2)	5. 施設の雰囲気がいよこと (12.3)	5. 施設の雰囲気がいよこと (10.3)	5. 電車・バス等公共交通機関でのアクセスがいよこと (10.1)					

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ(クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
 調査地域 : 首都圏(1都3県)
 調査対象 : 15~69歳の高校生以上の男女
 調査期間 : 2014年4月28日(月)~4月29日(火)
 有効回答数 : 1,200サンプル

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : リサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当: 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2251 FAX : 03-6859-2273
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」