

“ 2 人に 1 人 ” が訪問！

この 1 年間の熊本市女性の天神利用

はじめに

天神南を起点とする福岡市営地下鉄七隈線(3号線)の開業を平成17年2月に控え、現在急ピッチで工事が進められている福岡・天神地区には、今年9月、新たな複合商業施設「BiVi 福岡」が誕生した。これに先立つこと半年、今年3月には岩田屋の新館も本館(旧Zサイド)に隣接して開業し、周辺の専門店等のリニューアルも予定されるなど、同地区は平成8~9年以来の新たな商業施設の誕生で活気づいている。

このように、商業を始めとした都市機能をいっそう高めつつある天神地区は、今後も広く九州一円からの集客を図るべく、更なる機能集積が予想されるが、とりわけ熊本への影響は小さくないものと考えられる。7年後には九州新幹線の全線開通が見込まれ、飛躍的に交通アクセスが向上することから、今以上に熊本から同地区への来訪者数が増加すると考えられるからである。

そこで当研究所では、熊本から福岡・天神地区への人の流れを探るために、同地区への訪問経験や、その目的、訪問施設等に調査結果のポイント

ついての実態調査を、熊本市の女性を対象にこれまで行ってきたが、今回は、平成16年8月に実施した第4回目の調査結果をレポートする。

なお、天神地区利用の際の目的を第3回目までは「買物」に限定していたが、今回より観劇やコンサートなど、幅広く尋ねているため、訪問経験者が大幅に増加する結果となっていることを予めお断りしておく。

調査概要

- (1) 調査対象：熊本市在住の20代から60代の女性モニター600人
- (2) 調査時期：平成16年8月
- (3) 調査方法：郵送法
- (4) 有効回答：524人
- (5) 回答者の属性

	人数(人)	構成比(%)
20代	74	14.1
30代	97	18.5
40代	103	19.7
50代	115	21.9
60代	135	25.8
合計	524	100.0

- ・ この1年間の福岡・天神地区訪問経験者は5割を超す(50.8%)。
- ・ 訪れた目的では、依然「買物」(60.2%)がトップだが、「観劇」(28.2%)、「コンサート」(23.7%)も2割を超す。
- ・ 訪問経験者の過半数(54.3%)が「キャナルシティ博多」を訪れる。

“ 2 人に 1 人 ” が天神を訪れる

最近 1 年間に天神地区とその周辺(以下、「天神地区」と表記)を訪れた割合は、全体で 50.8%となり、前回調査(平成 14 年 9 月:以下「前回」と表記)に比べて 22.4 ポイント(以下、P)の大幅増となり、熊本市の女性の“ 2 人に 1 人 ”は天神地区を訪れている結果となった。前々回調査(平成 11 年 8 月)の 34.6%と比べても 10P 以上の増加となっているが、今回は天神訪問の目的を、前回までの「買物」に限定せず、観劇やコンサート等を含めて幅広く尋ねた結果だと思われる。

年齢別にみると、「行ったことがある」は、20 代が最も多く、今回は 78.4%と、実に 8 割近くが訪問している実態が浮かび上がった。次いで多かったのは 30 代の 52.6%で、以下、50 代が 49.6%、40 代が 46.6%、60 代が 38.5%の順となっており、これまでの調査結果同様、年齢が高くなるほど訪問経験者の割合は減少する傾向にある。しかしながら、訪問目的を「買物」に限定しなかったことで、すべての年代で訪問経験者の割合が増加しており、単純にこれまでの調査結果と比較することはできないが、熊本の女性を引きつける同地区の魅力がうかがえる結果となった(図表 1)。

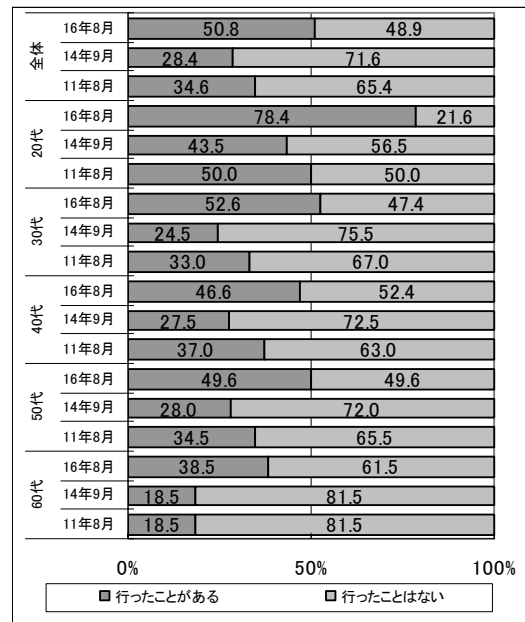
利用目的は「買物」がトップ

天神地区訪問の目的では、「買物」が最も多く 60.2%(複数回答)、次いで「観劇」の 28.2%、「コンサート」が 23.7%、「各種展覧会」が 15.0%、「プロ野球観戦」が 10.9%と続いている。依然として、買物目的の訪問が圧倒的に多くなっているが、買物以外

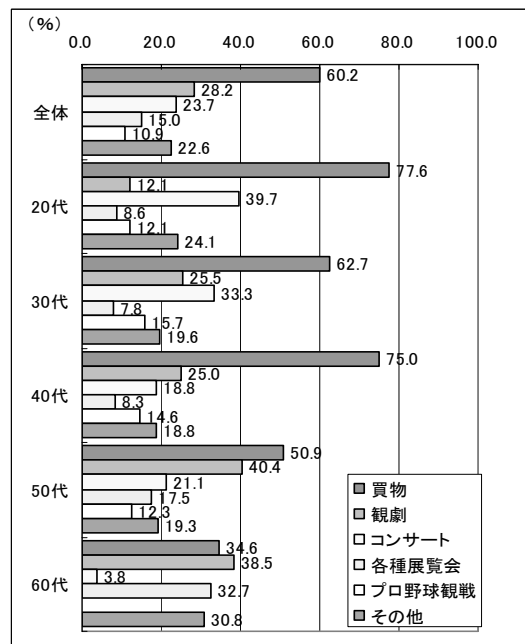
の訪問目的も 1~3 割程度あり、ショッピングだけでなく多様な目的を持って同地区を訪問していることがわかる。

年齢別にみると、60 代を除く全世代で「買物」が多くなっているが、60 代では「観劇」が「買物」をわずかながら(3.9P)上回っていることと、50 代でも「観劇」が 40.4%

図表 1 最近 1 年間の天神地区訪問の有無



図表 2 天神地区を訪れた目的(複数回答)



と、「買物」の 50.9%に 10P 余りの差で迫っていることが注目される。熊本市には、博多座や福岡シティ劇場のような常設の劇場がないため、特に 50～60 代では「観劇」目的で同地区を訪れている女性が相当数存在しているようである。

また、「その他」も全体で 22.6%と 2 割を超えているが、その内容は「同窓会」や「結婚式」への出席、「受験」、「友人・知人と会うため」といった目的がみられ、買物やレジャー以外でも天神地区を訪れている様子がうかがえる。

過半数が「キャナルシティ博多」を訪れる

利用した商業施設については、「キャナルシティ博多」が最も多く、過半数となる 54.3%となった（複数回答）。前は 34.5%で、順位も「天神地下街」、「福岡三越」に次ぐ 3 位にとどまっておき、今回は 20P 近い大幅な増加となった。これも、既述のように、訪問目的を買物に限定しなかった結果、「観劇」を挙げる割合が 3 割近くあったことから、福岡シティ劇場を擁する同施設の訪問割合が増加したものと思われる。

「キャナルシティ博多」に次ぐのは、前回トップだった「天神地下街」の 42.9%、「福岡三越」の 40.2%となっており、いずれも前回調査をわずかながら上回る結果となった。また、「岩田屋本館（旧 Z サイド）」や「ソラリアプラザ」といった従来からある施設が、いずれも 3 割を超え、前回は上回っているのに対して、今年 3 月に開業した「岩田屋新館」は 2 割にとどまっていることは注目される。

今回は、「ホークスタウン」（15.8%）と「マ

リノアシティ」（14.7%）という、天神地区以外の商業施設についても尋ねた結果、いずれも「博多リバレイン」（9.8%）や「博多大丸エルガーラ」（9.0%）を上回るなど、天神周辺にとどまらない行動範囲の広域化がうかがわれる結果となった（図表 3）。

図表 3 利用した商業施設（複数回答）

