

IN  SEARCH®

2009 RETAIL REPORT

2009流通レポート 都心大型店/仙台地区

調査概要

- 調査対象店舗：
 - ・S-PAL、S-PAL II
 - ・仙台フォーラス
 - ・EBeanS
 - ・ショップ & ワンダー AER
 - ・仙台 Loft
 - ・Kurax
 - ・仙台 PARCO
 - ・藤崎
 - ・仙台三越
 - ・さくら野百貨店 仙台店
- 調査方法：インターネット調査
- 標本抽出法：インサーチ仙台会員より対象を抽出

- 調査地域：仙台圏
- 調査対象者：20歳以上の男女個人
- 調査期間：2009年7月29日(水)～
8月5日(水)
- 指令標本数：2,100人
- 有効回収数：913人
- 回収率：43.5%

< 性・年齢 >

全 体	男 性							女 性						
	全体	20代	30代	40代	50代	60代以上	その他	全体	20代	30代	40代	50代	60代以上	その他
100.0	23.8	2.2	7.1	7.2	3.6	3.3	0.3	76.2	14.0	32.0	19.7	7.7	1.6	1.2
913	217	20	65	66	33	30	3	696	128	292	180	70	15	11

< 既婚女性・年齢 >

全 体	既婚女性					
	全体	20代	30代	40代	50代	60代以上
100.0	53.9	4.6	23.5	17.0	7.2	1.5
913	492	42	215	155	66	14

< 未既婚 >

全 体	未 婚	既 婚
100.0	46.1	53.9
913	421	492

< 職業 >

全 体	経営者	会社員	自営業	専門職	公務員	学生	専業主婦	パート	無職	その他
100.0	1.1	29.4	4.1	3.4	2.6	3.5	28.5	19.4	5.5	2.6
913	10	268	37	31	24	32	260	177	50	24

< 世帯年収 >

全 体	200万未満	200万～ 300万未満	300万～ 400万未満	400万～ 500万未満	500万～ 600万未満	600万～ 800万未満	800万～ 1,000万未満	1,000万円 以上
100.0	7.7	12.4	15.0	18.0	14.9	19.3	7.2	5.6
913	70	113	137	164	136	176	66	51

上段：構成比(%)
下段：サンプル数(人)

2009 流通REPORT (仙台地区/都心大型店)

< ニュースリリース版 >

利用率の比較

■ 年代別ベスト3

	1位	2位	3位
20代	エスパル	パルコ	ロフト
30代	エスパル	藤崎	パルコ
40代	藤崎	エスパル	三越
50代	三越	藤崎	エスパル
60代	藤崎	三越	エスパル

※各年代の上位にエスパルが入り、幅広い支持。20代30代ではトップ

※パルコは20代、30代で上位を占める

※ロフトは20代でのみ3位に

※藤崎は30代以上は各年代で上位、特に40代と60代でトップ

※三越は40代以上で上位、50代ではトップ

■ 居住エリア別ベスト3

	1位	2位	3位
仙台市内在住者	藤崎	エスパル	三越
仙台市以外在住者	エスパル	藤崎	ロフト

■ 区別ベスト3

	1位	2位	3位
青葉区	エスパル	藤崎	三越
太白区	藤崎	エスパル	三越
泉区	藤崎	三越	エスパル
宮城野区	エスパル	藤崎	ロフト
若林区	エスパル	藤崎	三越

■ 全体

- パルコの市場参入とエスパルの増床によって駅前エリアの活性化傾向が顕著に。
- 対して、一番町エリアは集客パワーが従来より低下傾向の印象。
- こうした中で藤崎は地元代表の百貨店としての地位を死守しているが、駅前立地と増床のダブル効果でエスパルの台頭も目立つ結果。

上記は結果の一部ですが、従来の百貨店競合、専門店ビル競合の枠では捉えきれない業態の枠を超えた競合が起こりつつある結果となっております。これ以外にも、収入別の利用率や競合店との重複率、そして店舗への評価やご意見まで集約させていただきました。更に店舗毎の利用者の買物行動の傾向や意識まで知ることによってマーチャンダイジングやクリエイティブまで反映できる内容となっております。

※調査結果は、出典先を「マーケティングリサーチシステム インサーチ」と明記の上、自由にご利用ください。

<その他のお問い合わせ先>

株式会社第一エージェンシー インサーチ事務局

e-mail : infosd@insearch.jp