



## <会社所在地とよく行く街>

首都圏の女性560人に、ファッションビル・ショッピングセンターでのショッピングについてのアンケートを実施した。

回答者の会社の所在地は、「品川・芝・高輪・三田エリア」14.1%、「大手町・丸の内エリア」、「新宿エリア」各11.6%、「日本橋・八丁堀・築地エリア」10.9% (グラフ)。

平日よく行く街は、「銀座」53.1%、「新宿」28.0%、「東京(丸の内)」26.5%となった(グラフ)。「銀座」「東京(八重洲)」は年代が上がるほど多く、「新宿」「渋谷」「上野・秋葉原」「池袋」は若い年代ほど多かった。また、休日よく行く街は、「銀座」47.1%、「新宿」35.1%、「渋谷」23.4%となった(グラフ)。「銀座」は年代が上がるほど多く、「新宿」「渋谷」は若い年代ほど多かった。

## <ファッションビル・ショッピングセンター>

### 【一緒に行く相手】

平日では「一人で行く」80.7%が圧倒的。どの年代においても最も多かった。次いで「友人」9.3%、「会社の同僚」4.9%となった。休日では「夫・彼」31.8%、「友人」28.0%、「一人で行く」25.7%と続く。24歳以下では「友人」が40.6%と他の年代よりも高くなった。また、35歳以上では「家族・親戚」が18.8%と他の年代より高くなった。(グラフ)

### 【ファッションビル・ショッピングセンターの好きなおとこ】

「何でもそろう」62.4%、「行き慣れている」56.9%、「時間つぶしになる」42.4%と続く(グラフ)。どの年代においても「何でもそろう」が最も多かった。「時間つぶしになる」「豊かな気持ちになる」は、若い年代ほど高くなり、「飲食店がある」は年代が上がるほど高くなった。

### 【行く頻度と利用するフロア】

ファッションビル・ショッピングセンターに行く頻度(月)は、「0~2回」14.4%、「3~4回」18.8%、「5~9回」30.9%、「10回以上」35.9%となり、平均は7.9回となった。「0~2回」は35歳以上で22.0%、「10回以上」は25~29歳で41.1%となり、それぞれ他の年代よりも高い数値となった。

いつ行くことが多いかは、「主に平日の昼休み」0.9%、「主に平日の会社帰り」55.8%、「主に休日」43.3%となった。24歳以下、30歳以上は「主に平日の会社帰り」が最も多く、25~29歳は「主に休日」が最も多かった。24歳以下は「主に平日の昼休み」が3.0%と他の年代より高い数値となった。

主に利用するフロアは、「ファッション」89.9%、「生活雑貨」70.0%、「飲食」57.8%と続く(グラフ)。「ファッション」はどの年代においても最も多く、25~29歳では94.4%となった。「飲食」は年代が上がるほど多くなった。また、25~29歳では「下着」と回答した人が26.5%と他の年代よりも多かった。

**シティリビング** オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

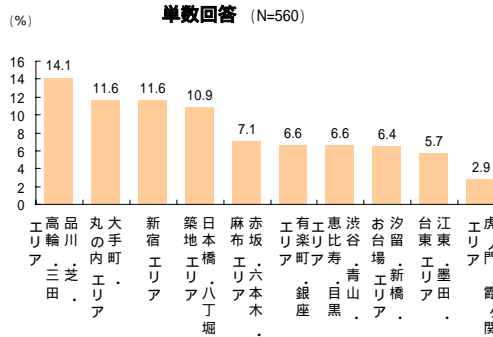
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

**リビングくらしHOW研究所** 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

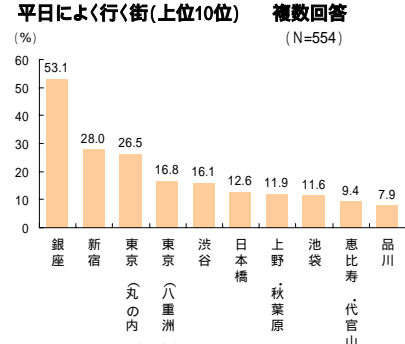
**ウェブサイト** <http://www.kurashihow.co.jp>

**問い合わせ** TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

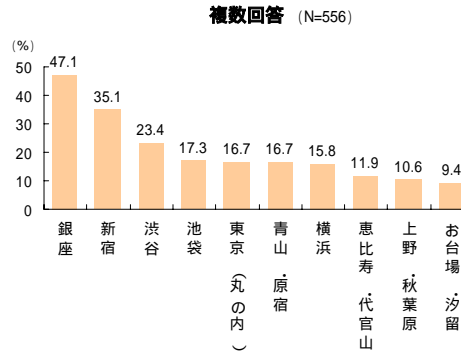
(グラフ) 会社所在地(上位10位)



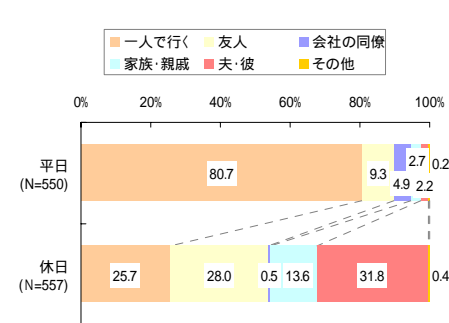
(グラフ) 平日よく行く街(上位10位)



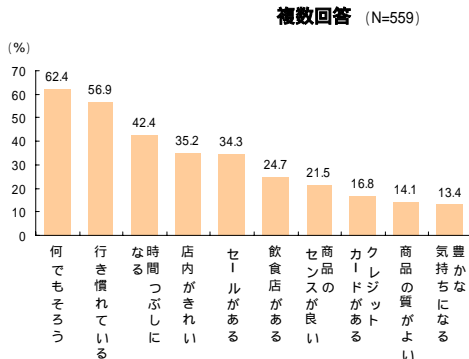
(グラフ) 休日よく行く街(上位10位)



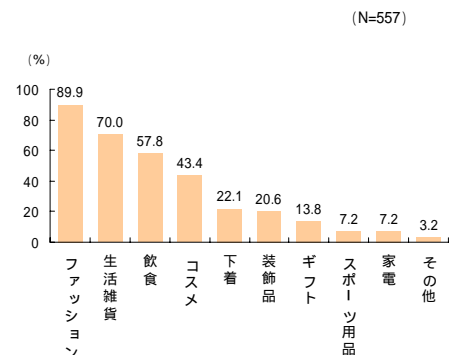
(グラフ) 一緒に行く相手



(グラフ) ファッションビル・ショッピングセンターの好きなおとこ



(グラフ) 主に利用するフロア





## 【使い分けと行く理由】

目的によってファッションビル・ショッピングセンターを使い分けることがあるかを聞いたところ、「よくある」37.2%、「たまにある」52.1%、「あまりない」9.9%、「全くない」0.9%となり、「よくある」「たまにある」を合わせると89.3%となった。24歳以下では「あまりない」が12.1%と他の年代より多かった。「全くない」は年代が上がるほど多くなった。

ファッションビル・ショッピングセンターに行く理由で多いものは、「商品の品揃えが良い」19.9%、「お気に入りのショッピングセンターがある」17.2%、「お店のクレジット・ポイントカードを持っている」15.7%と続く(グラフ)。24歳以下は「お気に入りのショッピングセンターがある」が36.4%と他の年代より多かった。また、「お店のクレジット・ポイントカードを持っている」は若い年代ほど多くなった。

## 【情報入手先とほしい情報】

ファッションビル・ショッピングセンターに関する情報入手先は、「シティリビング」59.0%、「インターネット」38.6%、「ファッション雑誌」37.7%と続く(グラフ)。25歳以上では5割以上が「シティリビング」と回答した。また、24歳以下は「ファッション雑誌」と回答した人が5割を超えた。35歳以上では「情報雑誌」が31.6%と他の年代よりも多かった。

シティリビングを見て、ファッションビル・ショッピングセンターに行ったことがあるかを聞いたところ、「ある」75.6%、「ない」24.4%となり、どの年代においても「ある」と回答した人が多かった。

ファッションビル・ショッピングセンターについて、どんな情報がほしいかは、「セール」77.6%、「イベント」63.7%、「割引クーポンなどのお得情報」62.4%と続く(グラフ)。35歳以上は「セール」が83.5%と他の年代よりも多かった。また、「物産展などの催事」は年代が上がるほど高い数値となり、「ファッション」は若い年代ほど高い数値となった。

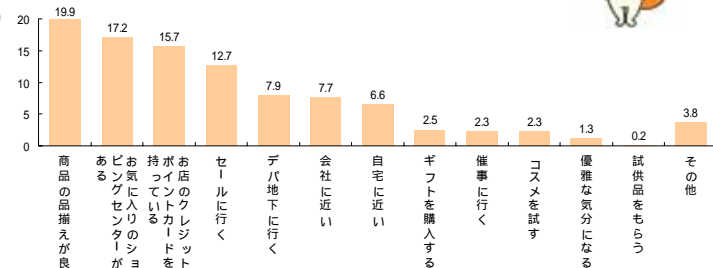
## 【最も好きなショッピングセンターと行く頻度】

最も好きなショッピングセンターは、「ルミネ新宿」15.2%、「有楽町イトシア(有楽町マルイも含む)」5.2%、「丸ビル」「新丸ビル」各4.5%と続く(グラフ)。34歳以下は「ルミネ新宿」が最も多く、35歳以上は「有楽町イトシア」が最も多かった。

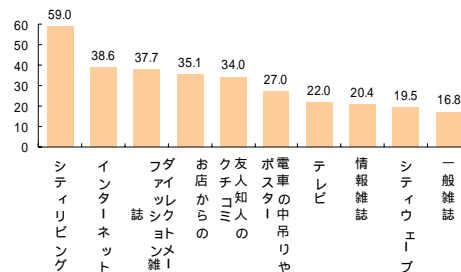
好きな理由をフリーアンサーで聞いたところ、「カードがいつでも5%オフ。たまに10%は大きい。ポイントもつくし、何でもそろそろ。好きなお店が多数入っている。友達とも会いやすい場所」(25歳/ルミネ新宿)、「高級感があり、品揃えが豊富で、新作のスイーツもあるから」(26歳/有楽町イトシア)、「以前の職場が近く、帰りにしょっちゅう寄っていて、駅からも近いし、ビル内も明るく綺麗でお気に入りのショップも入っているからです。全く飽きないで半日くらいはいられます!!」(31歳/丸ビル)などが挙がった。

最も好きなショッピングセンターに行く頻度(月)は、「0~2回」54.9%、「3~4回」26.3%、「5~9回」12.5%、「10回以上」6.3%となり、平均は3.1回。35歳以上は「0~2回」、25~29歳は「3~4回」が他の年代より高い数値となった。また、「5~9回」は若い年代ほど多くなった。

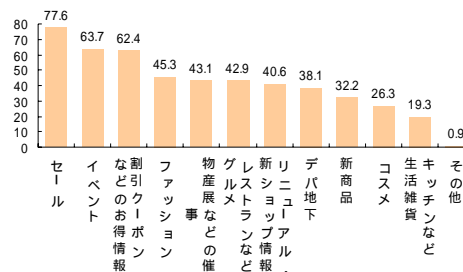
(グラフ) ファッションビル・ショッピングセンターに行く理由 複数回答 (N=559)



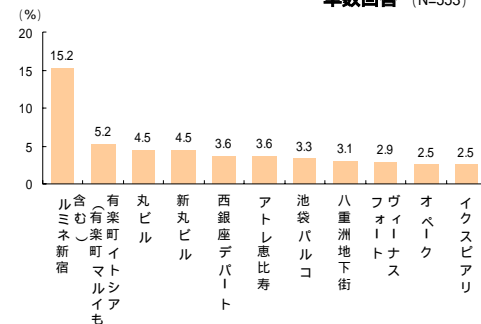
(グラフ) 情報入手先(上位10位) 複数回答 (N=559)



(グラフ) ほしい情報 複数回答 (N=559)



(グラフ) 最も好きなショッピングセンター(上位10位) 単数回答 (N=553)



**シティリビング** オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

**リビングくらしHOW研究所** 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



## 【実際によく行くショッピングセンターと行く頻度】

実際によく行くショッピングセンターは、「ルミネ新宿」25.2%、「西銀座デパート」「銀座インズ」「丸ビル」各16.6%となった(グラフ)。34歳以下は「ルミネ新宿」が最も多く、35歳以上は「西銀座デパート」が最も多かった。また、「ルミネ新宿」「新宿ミロード」は若い年代ほど多く、「西銀座デパート」「新丸ビル」「八重洲地下街」は年代が上がるほど多かった。

よく行く理由は、「通勤ルートにある」46.2%、「会社の近所」39.3%、「自分に似合うお店が揃っている」31.5%と続く(グラフ)。24歳以下は「自分に似合うお店が揃っている」が最も多く、25歳以上は「通勤ルートにある」が最も多かった。

よく行くショッピングセンターに行く頻度は、「0～2回」31.9%、「3～4回」31.1%、「5～9回」20.2%、「10回以上」16.8%となり、平均は4.9回だった。「0～2回」は年代が上がるほど多くなった。25～29歳は「3～4回」、24歳以下は「5～9回」が、それぞれ他の年代より高い数値となった。

## <回答者プロフィール>

年齢:24歳以下 5.9%、25～29歳 29.3%、30～34歳 41.1%、35歳以上 23.8%。平均年齢 31.2歳。  
居住地:東京都 58.2%、千葉県 15.5%、神奈川県 14.1%、埼玉県 11.8%、茨城県 0.4%。  
未婚:未婚 77.5%、既婚 22.5%。  
暮らし:親と同居(独身) 41.4%、一人暮らし 30.4%、夫婦二人暮らし 15.5%、夫婦と子供 5.0%、その他 7.7%。

## <調査実施>シティリビング

**シティリビング** オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/> )

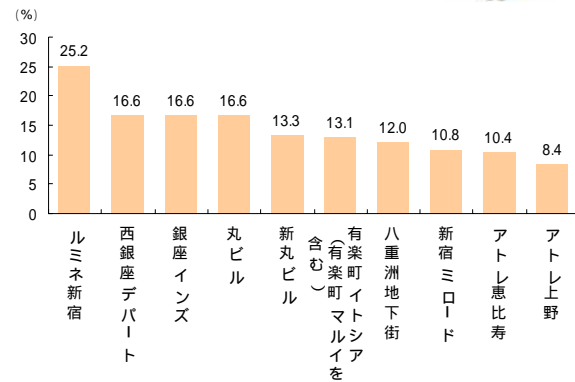
**リビングくらしHOW研究所** 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

**ウェブサイト** <http://www.kurashihow.co.jp>

**問い合わせ** TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

## (グラフ)

実際によく行くショッピングセンター(上位10位)  
複数回答 (N=548)



## (グラフ)

よく行く理由(上位10位) 複数回答  
(N=552)

