

Vol.1 『三宮周辺における商業施設のポジショニング』

三宮周辺を月1回以上の頻度で利用する消費者に、SC・百貨店のイメージを尋ね、
コレスポネンス分析によりポジショニングMAPに落とし込みました。

<調査概要>

調査方法 インターネット調査
調査期間 2014年10月21日(火)～24(金)
調査対象 兵庫県在住の20～69歳男女
三宮を月に1回以上利用している
回収数 400サンプル

<コレスポネンス分析とは>

2次元マップ上に各種商業施設とイメージや来館者にとってのベネフィットなどの各種要素を同時にプロットすることで、各施設ごとのイメージと関係性を一覧で理解することが出来ます。



【最先端】・・・神戸BAL/ミント神戸/SOL/神戸マルイ

【個性的】・・・mediterasse/クレフィ三宮

【高品質】・・・大丸神戸店/そごう神戸店

【親近感】・・・三宮センター街/umie/三宮オーパ/三宮ビブレ

各施設の
ブランドイメージを
視覚的に捉えること
ができます。