平成 22 年 9 月
財団法人　地域流通経済研究所

全線開業後にも期待が持てる出張客の消費

―― 出張ビジネスパーソンの意識と行動調査 ――

平成23年3月に予定されている九州新幹線鹿児島ルートの全線開業まで、残すところ半年となった。今回の博多～新八代間の開業は、熊本に様々な影響を及ぼすと考えられているが、一般的な関心はどうしても「観光客の増加」に偏りがちであるように思われる。

そこで今回は、新幹線を利用することが多いと思われる「出張ビジネスパーソン」を対象としたアンケート調査を企画・実施した。調査は、実際に熊本を訪れて熊本市内ホテルに宿泊した出張ビジネスパーソンを対象とした『Ａ調査』、ならびに、山陽新幹線との直通運転によって相互交流の増加が期待される京阪神地区に住むビジネスパーソンを対象とした『Ｂ調査』の2本で構成される。この2本の調査をもとに、①全線開業後に九州新幹線を利用するか、②全線開業後に熊本への出張回数は変化するか、③出張ビジネスパーソンの熊本での消費金額はどの程度なのか、などの項目について分析を行った。

調査の概要

Ａ調査

(1) 調査対象：熊本市内ホテルに宿泊したビジネスパーソン2,500人、性別・年齢不問
(2) 調査時期：平成22年7月13日（火）～8月11日（水）
(3) 調査方法：熊本市ホテル連絡協議会を通じて会員ホテル（26施設）に調査票の配布を依頼→郵送回収
(4) 有効回答：306人
（回収率12.2%）
(5) 回答者の属性（右表）

（単位：人）

	20代	30代	40代	50代	60歳以上	合計
男性	18	67	73	86	34	278
女性	10	9	4	4	1	28
合計	28	76	77	90	35	306

Ｂ調査

(1) 調査対象：京阪神地区（京都府・大阪府・兵庫県）在住で、過去1年以内に宿泊を伴う出張をした人、性別・年齢不問
(2) 調査時期：平成22年7月27日（火）～7月28日（水）
(3) 調査方法：ネットリサーチ
(4) 有効回答：618人
(5) 回答者の属性（右表）

（単位：人）

	20代	30代	40代	50代	60歳以上	合計
男性	34	159	188	122	21	524
女性	28	39	19	8	0	94
合計	62	198	207	130	21	618

１．熊本と京阪神とのビジネス面での交流は盛んではない

Ａ調査から出張の出発地（勤務先の所在地）を見ると、宿泊客を対象とした調査であるにも関わらず、最も多かったのは「福岡県」の28.4%であった。以下、「東京都」の21.6%、「大阪府」の9.2%が続く。これを地域別に統合してみると、「首都圏」（埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県）が27.5%、「京阪神」（京都府・大阪府・兵庫県）が13.4%、「福岡県以外の九州（他九州）」が17.3%という結果であった（図１）。

一方、Ｂ調査から、ここ1年の間に宿泊を伴う出張をした目的地を見てみると、「東京都」が6割を占め、「熊本県」はわずか4.9%にとどまった（図２）。

全線開業後には新大阪までの直通運転も行われることから、京阪神との人的交流の増加が期待されるところであるが、現状、京阪神と熊本のビジネス面での交流は盛んとは言えないようである。

図１　熊本への泊まりがけの出張の出発地＜Ａ調査＞

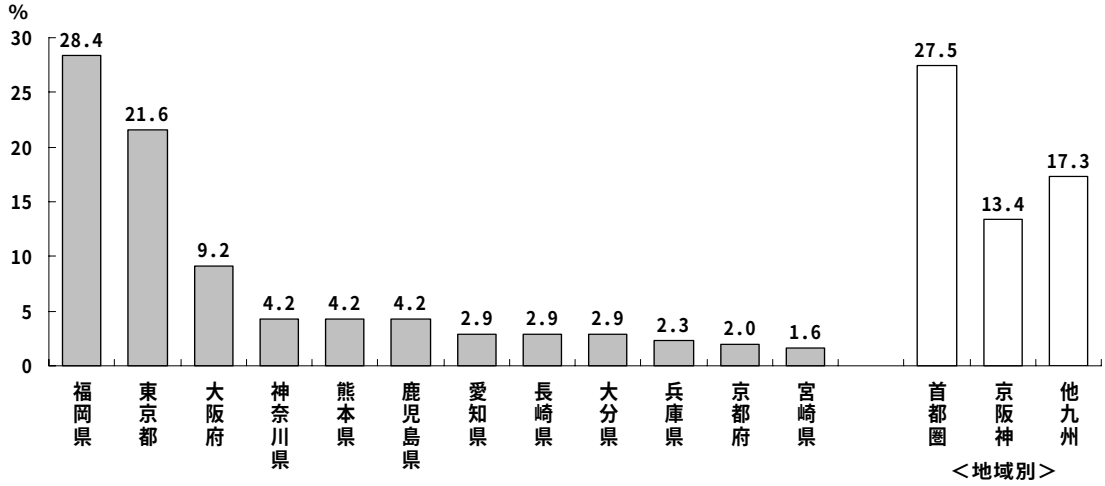
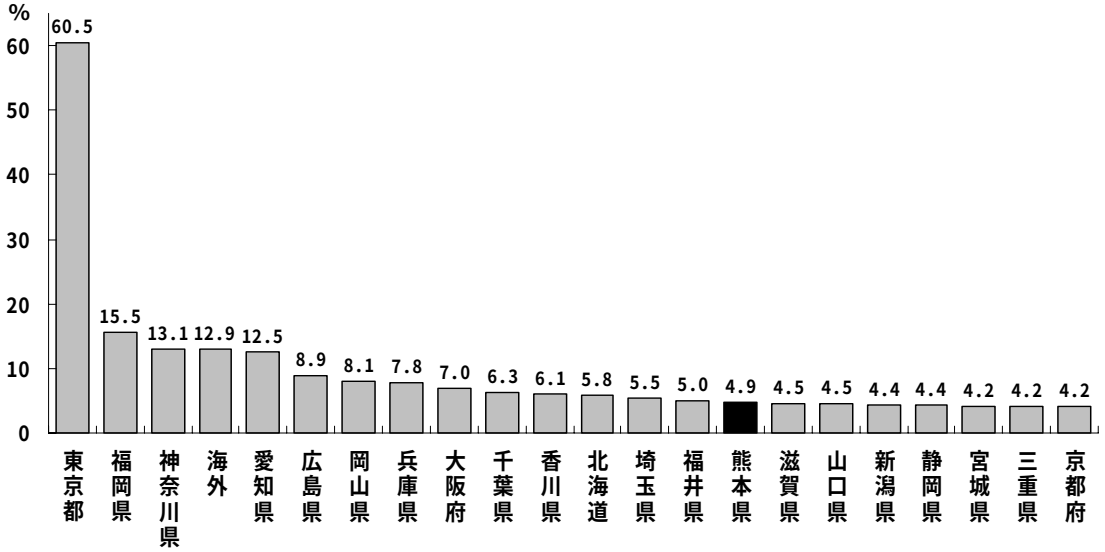


図２　京阪神在住者のここ１年間の出張先（複数回答）＜Ｂ調査＞



２．九州内からの宿泊客は「訪問頻度が高い人」、「乗用車を利用する人」が多い

Ａ調査対象者に、これまでに出張で熊本を訪れた回数を尋ねたところ、「1～4回」が32.4%で最多であったが、「10～29回」および「30回以上」もそれぞれ25.5%を占め、訪問頻度の高い人が多いことがわかった。ちなみに、最多回数「500回」を筆頭に、「100回以上」という人が20人（6.5%）も存在している。これを出発地別に見ると、九州内で訪問回数が非常に多くなっており、福岡県では「30回以上」が37.9%を占めた（図３）。

次に、熊本を訪れる際に利用する交通機関を見ると、首都圏では「航空機」（66.7%）、九州内では「乗用車」（福岡県59.8%、福岡県以外の九州56.6%）がそれぞれ過半数を占めている。一方、「鉄道」の比率が高いのは、中国地方を中心とする「その他」地域ならびに京阪神であった（図４）。

福岡県をはじめとする九州内から熊本を訪れ、しかも熊本に宿泊している層は、①その日遅くまで業務がある、②翌朝早くから業務がある、③熊本に連泊する必要がある、④熊本だけではなく他の地域も訪問する予定がある、というように、何らかの“熊本に宿泊しなければならない事情”がある人々である。下の２つの図からは、「九州内から、乗用車を利用して、頻繁に熊本を訪れているビジネスパーソン」がかなり多いことが見てとれるが、利用交通機関に関する自由回答を見ても、「荷物があり、営業のため車が必要」、「店舗訪問で車は絶対に必要」、「仕事で必要なカタログ、サンプル類を運ぶのに車が必要」という記述が散見され、乗用車で九州内を頻繁に移動する営業職が少なくないことがうかがえる。

図３　出張で熊本を訪れた回数＜Ａ調査＞

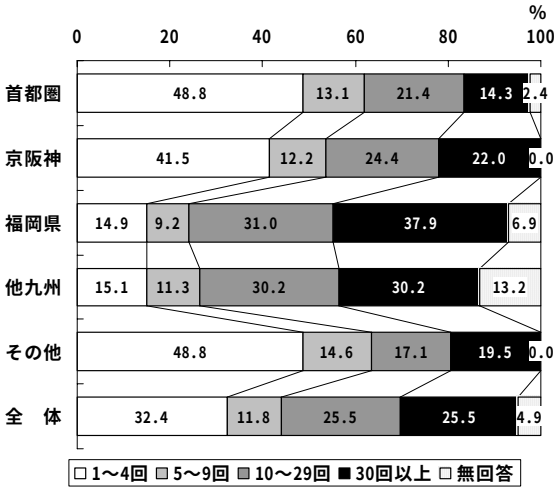
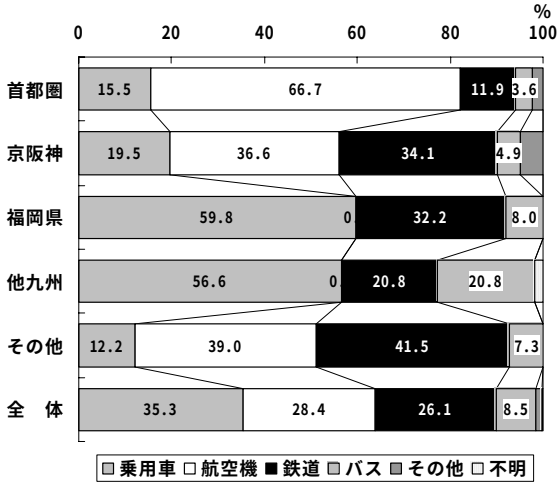


図４　熊本までの利用交通機関＜Ａ調査＞



３．全線開業後の九州新幹線の利用意向は“微妙”

「全線開業後、熊本に出張する際に九州新幹線を利用しますか？」と尋ねたところ、Ａ調査では「利用すると思う」と「利用しないと思う」がともに4割強でほぼ拮抗した。

これを出発地別に見ると、「利用すると思う」の比率が高いのは、中国地方を中心とする「その他」（61.0%）、ならびに「京阪神」（56.1%）であり、これらの地域では九州新幹線の利用意向はかなり高いと言える。自由回答でも、「今まで飛行機を利用していたが、熊本市内への移動を考えると時間的に変わらない」（大阪府／製造業）、「飛行機より移動時間は長いが、時刻の選択肢が多い」（大阪府／製造業）などの声が聞かれた。一方、「利用しない」の比率が高いのは、「福岡県以外の九州」であった（図５）。

興味深いのは、「首都圏」において「利用すると思う」の比率が31.0%と意外に高いことである。これは、首都圏から航空機で九州に入った後、新幹線で福岡・熊本・鹿児島などを訪問する人が少なくないことによる。自由回答でも、「福岡で業務後、継続して熊本で業務」（神奈川県／製造業）、「羽田から飛行機の場合福岡の方が安いので、福岡に前泊して新幹線で熊本に移動する」（千葉県／サービス業）といった記述が散見された。

これをさらにＢ調査と比較してみよう。Ｂ調査は、出張で熊本を訪れた経験のある171人（全体の27.7%）と、経験のない447人（72.3%）とに分けて見てみるが、総じてＢ調査の方が九州新幹線を「利用すると思う」と答えた人の比率が高いことは注目される。ただし、熊本訪問経験のない層で「利用すると思う」が過半数を占めているのは、実際に熊本を訪れたことがない人の方が、漠然と「便利そう」というように考えがちだからである。熊本訪問経験のある層では、「新幹線は荷物を預けたり手荷物チェックなどがなく、飛行機と比べて乗りやすい」（大阪府／情報通信業）、「乗り降りの時間が自由に選べる」（大阪府／製造業）、「新幹線に乗り慣れており楽だから」（兵庫県／情報通信業）というような、普段から新幹線をよく利用しているビジネスパーソンならではのリアリティある回答が見られ、結果として京阪神在住者の九州新幹線利用意向は高めとなっている（図６）。

図５　九州新幹線の利用意向＜Ａ調査＞

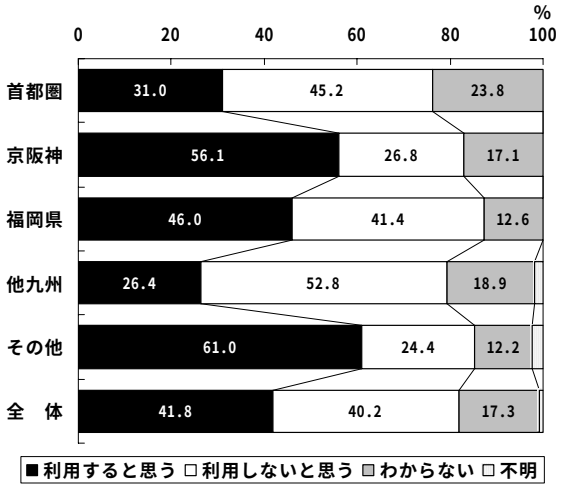
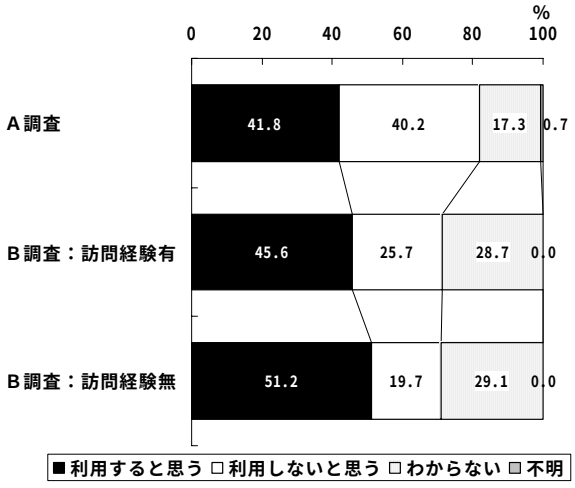


図６　九州新幹線の利用意向＜Ａ・Ｂ比較＞



４．泊まりがけ出張から日帰り出張へのシフトが起こるとは限らない

一般に、「全線開業によって日帰りの出張が増えて泊まりがけの出張が減る」と言われているが、Ａ調査の結果を見ると、出張回数は泊まりがけ・日帰りとも「変わらない」という回答が圧倒的に多かった。確かに、泊まりがけの出張では「増える」よりも「減る」の比率がやや高く、日帰りの出張では「減る」よりも「増える」の比率がかなり高いという結果が見られるが、「泊まりがけから日帰りへのシフト」とは言い切れない水準である。

このうち、出発地としてウエイトの高い首都圏と福岡県を取り出して見てみると、首都圏については泊まりがけ・日帰りとも「変わらない」が9割を超えており、九州新幹線の全線開業が出張回数に与える影響はほぼないと言ってよい。一方の福岡県は、日帰り出張が「増える」という人が35.6%を占めるなど、かなり大きな影響が見られる。しかしながら、その福岡県においても、泊まりがけ出張が「減る」という回答と、日帰り出張が「増える」という回答とでは、後者の方がかなり多くなっており、泊まりがけから日帰りへのシフトはさほど多くはないと考えられる。前述のように、何らかの理由（深夜・早朝まで業務がある、連泊する、熊本以外も訪問する、など）があって熊本に宿泊している人には、全線開業の影響はほとんどないと考えるべきである（図７）。

一方のＢ調査では、「わからない」および「熊本に出張はしない」という回答が多いため、Ａ調査との比較は困難であるが、京阪神居住者はそもそも熊本への日帰り出張がさほど多くはないこともあって、全線開業が出張回数に及ぼす影響は小さいと考えられる。ただし、ウエイトとしては小さいながらも、泊まりがけ・日帰りともに「増える」という回答が「減る」よりも多いことは注目される（図８）。すなわち、全線開業により所要時間が短縮して利便性が向上することで、京阪神から熊本への“出張そのものの増加”も期待できるのではないだろうか。

図７　出張回数の増減＜Ａ調査＞

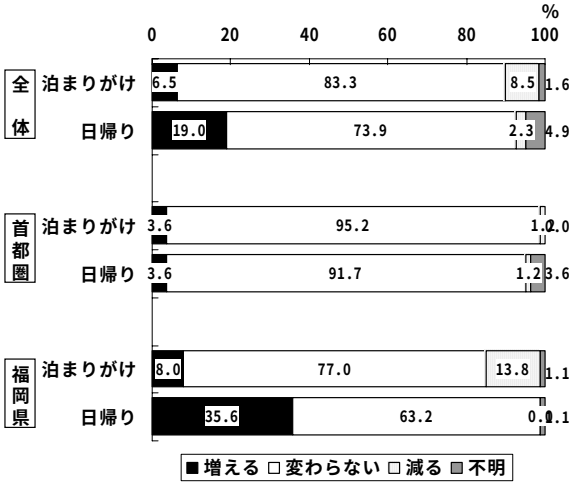
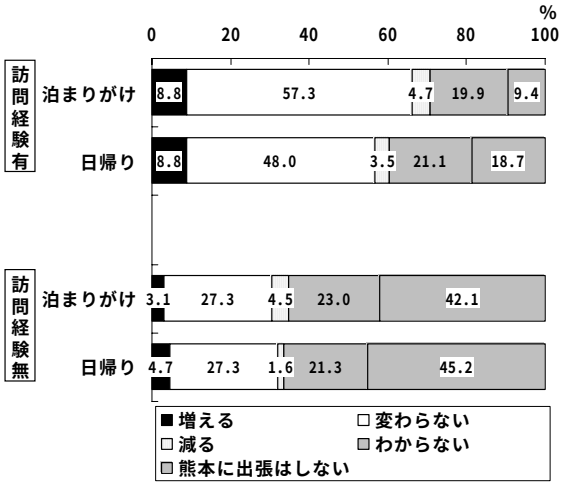


図８　出張回数の増減＜Ｂ調査＞

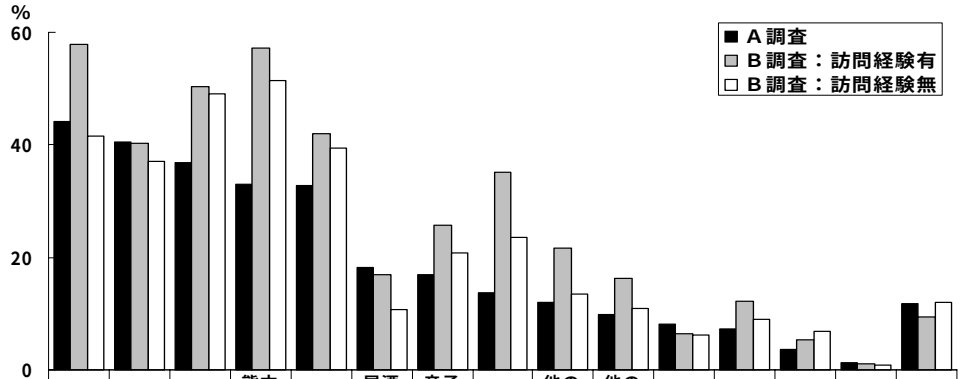


５．熊本の観光地や食べ物の体験意向は高い

出張で熊本を訪れたときに体験したいことを尋ねたところ、「馬刺し、熊本城、温泉、熊本ラーメン、阿蘇」が上位を占めた。Ｂ調査の熊本訪問経験のある層では、「馬刺し」と「熊本ラーメン」の体験意向が6割程度とかなり高く、また、「焼酎、温泉」などの項目もＡ調査に比べて高くなっている。前述のように、Ａ調査の対象者には熊本訪問頻度の高い人が多いため、総じて体験意向は低めになっているものと思われるが、京阪神に住むビジネスパーソンのかなりの数が、「出張で熊本に行ったら熊本ラーメンを食べたい」、「夜には馬刺しや焼酎を楽しみたい」といった意向を持つことは確かである（図９）。

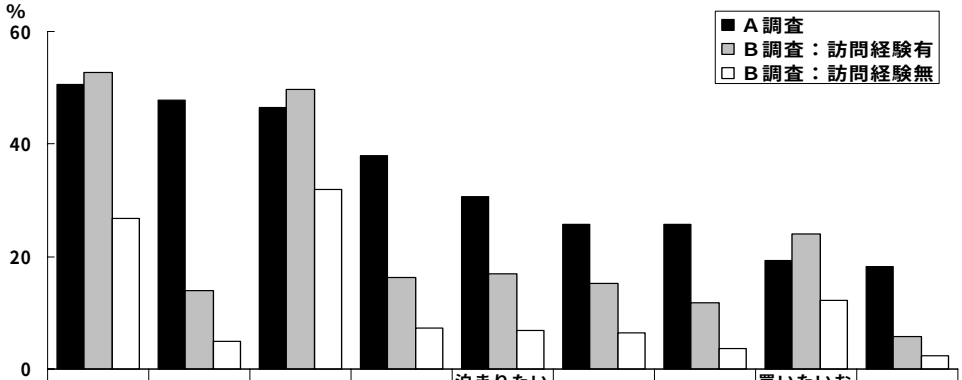
さらに、出張で訪れることを想定した場合の熊本市のイメージを尋ねた結果を見ると、Ａ調査では「食べ物が美味しい」、「夜の街に魅力がある」、「観光ができる」の3項目が上位を占めた。このうち、「夜の街に魅力がある」という項目は、Ａ調査だけが抜きん出て高く、しかも、熊本の訪問回数が多いほど比率が高くなるという傾向が見られた（図10）。

図９　熊本で体験したいこと（複数回答）＜Ａ・Ｂ比較＞



	馬刺し	熊本城	温泉	熊本ラーメン	阿蘇	居酒屋、バー	辛子レンコン	焼酎	他の郷土料理	他の名所旧跡	風俗	他の自然	水	その他	特にない
■ Ａ調査	44.1	40.5	36.9	33.0	32.7	18.3	17.0	13.7	12.1	9.8	8.2	7.2	3.6	1.3	11.8
▨ Ｂ調査：訪問経験有	57.9	40.4	50.3	57.3	42.1	17.0	25.7	35.1	21.6	16.4	6.4	12.3	5.3	1.2	9.4
□ Ｂ調査：訪問経験無	41.6	37.1	49.0	51.5	39.4	10.7	20.8	23.5	13.4	11.0	6.3	8.9	6.9	0.9	12.1

図10　熊本市のイメージ（複数回答）＜Ａ・Ｂ比較＞



	食べ物が美味しい	夜の街に魅力がある	観光ができる	まちに活気がある	泊まりたい宿泊施設がある	おもてなしがよい	交通が便利	買いたいおみやげ品がある	買い物に便利
■ Ａ調査	50.7	47.7	46.4	37.9	30.7	25.8	25.8	19.3	18.3
▨ Ｂ調査：訪問経験有	52.6	14.0	49.7	16.4	17.0	15.2	11.7	24.0	5.8
□ Ｂ調査：訪問経験無	26.8	4.9	32.0	7.4	6.9	6.5	3.6	12.3	2.5

６．出張先で使う飲食費は小さくなく、出張客は地域にとって重要な顧客

熊本を訪れた出張ビジネスパーソンは、どのくらいの金額を消費しているのだろうか。今回は「宿泊、飲食、おみやげ」の3項目について尋ねているが、ここでは最も興味深い結果の出た「飲食費」を取り上げる。

熊本に出張した際の１日当たり飲食費を尋ねたところ、「1～3千円」が36.9%、「3～5千円」が31.4%と、ともに3割を超えた。また、どの地域でも「5千円以上」の層が3割前後存在していること、および首都圏以外では「1万円以上」という層が1割以上存在していることも目につく（図11）。

実際のところ、出張先での夕食はコンビニ弁当で済ませるという人もいれば、夜の街に繰り出して飲み歩くという人もいるわけで、回答結果のばらつきも大きかった。しかし、出張ビジネスパーソンが出張先で使う飲食費は、総じてかなりの金額であると考えてよいと思われ、“外から来てお金を落としてくれる顧客”として、出張ビジネスパーソンを再認識する必要があるだろう。

続いて、熊本への出張に限らず、出張全般についての考え方について尋ねた結果を見てみよう。京阪神居住者が対象のＢ調査の結果を見ると、「支給される出張旅費の範囲におさめたい」という設問で、「そう思う」が70.4%、「ややそう思う」が19.3%という結果が出ており、出張旅費の範囲内におさめたいという人が圧倒的多数を占めた。

このように、出張ビジネスパーソンの財布の紐は緩くはないが、その一方で、「出張先の土地の名物を食べたい」、「職場や家庭に出張みやげを買う」、「出張のついでに観光も楽しみたい」、「出張先では夜に飲みに出かける」といった項目に対しても肯定的であり、「そう思う」と「ややそう思う」の合計は半数を超えている。すなわち、飲食を中心とした出張先での支出には期待が持てそうであり、前頁のデータと合わせて考えると、熊本での「馬刺し、熊本ラーメン、焼酎」などへの支出には期待できるものと思われる（図12）。

図11　１日当たり飲食費＜Ａ調査＞

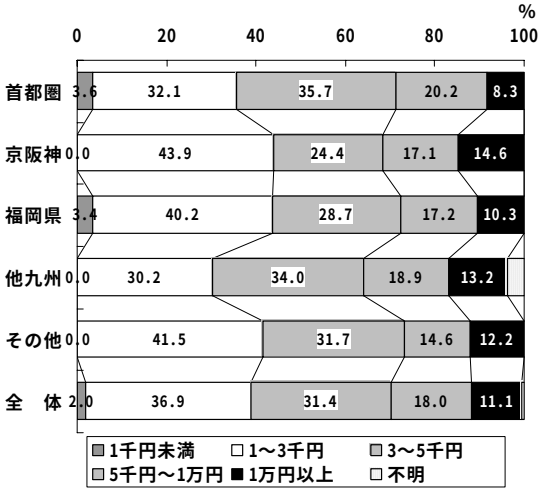
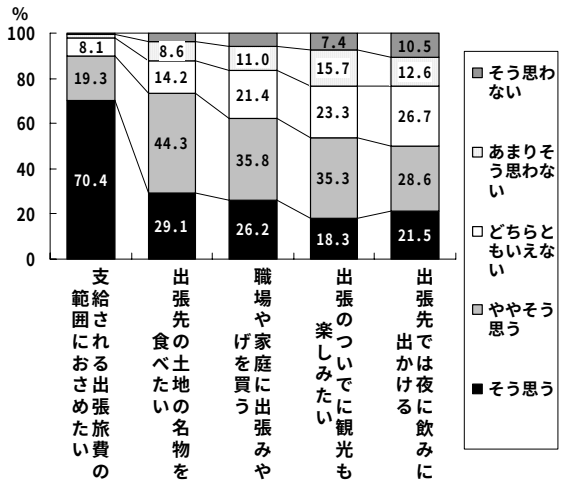


図12　出張に対する考え方＜Ｂ調査＞



７．今回の調査のポイントと今後への提言

今回のアンケート結果の要点を整理すると、以下のようになる。

①熊本で宿泊するビジネスパーソンの出発地は「福岡県」ならびに「首都圏」が中心

実際に熊本に宿泊した人を対象としたアンケートであるにも関わらず、「福岡県」が多いことに注目。九州新幹線が新大阪まで直通運転を行うことで注目される「京阪神」は、現状、熊本とのビジネス面での交流は薄い。

②全線開業後の九州新幹線の利用意向については微妙

九州内から熊本を訪れるビジネスパーソンには、営業目的で乗用車に乗って荷物を運んだり、乗用車で多くの顧客を効率よく訪問したりする人が少なくないため、九州新幹線の利用意向は総じてさほど高くはない。一方、新幹線そのものに馴染みがある京阪神居住者の新幹線利用意向は高めだが、上記のとおり、熊本との交流が少ない。

③「泊まりがけ出張が減って日帰り出張が増える」とは限らない

早朝・深夜まで業務がある、連泊する、熊本以外の地域も訪問する、などの理由があって熊本に宿泊した人には、全線開業による影響は小さいと考えるべき。また、京阪神在住者では、泊まりがけ・日帰りとも「減る」よりも「増える」の方がやや多く、全線開業によって熊本への出張そのものが増えることも期待される。

④出張先での飲食を中心とした消費には期待できる

出張ビジネスパーソンの財布の紐は緩くはないが、一方で出張先の「名物料理、おみやげ、観光」などへのニーズは高い。また、熊本を頻繁に訪れる層は、“ 夜の街・熊本 ”を高く評価しており、飲酒・遊興に関する消費金額は侮れない規模であると考えられる

出張ビジネスパーソンは、統計データとして把握しにくい存在であり、これまでほとんど目を向けられていなかったように思う。しかし今回の調査からは、頻繁に熊本を訪れてかなりの金額を消費する顧客として再認識する必要が感じられた。

東北新幹線の北の終着駅である青森県八戸市では、「出張客も観光客である」という考えのもとに、ビジネスホテル宿泊客を対象として、八戸の特徴ある資源「朝市と朝風呂」を体験してもらう『あさぐる』という取組みを行っている。こうした発想には見習うべき点も多いように思う。幸い、熊本の観光地や名物に対する体験意向は低くないため、出張客にも各種資源を気軽に体験してもらえるような仕組みや情報提供が必要であろう。

また、出張で熊本を訪れた際の好印象が、その後のさらなる交流の増加や観光目的での訪問の増加にもつながることが予想されるため、全線開業に向けて、観光客のみならず出張ビジネスパーソンも温かく迎えるような取組みが、今後ますます求められる。

以　上