

九州新幹線全線開業1年後の意識調査

平成23年3月12日の九州新幹線鹿児島ルート全線開業から、まもなく丸一年が経過しようとしている。開業前日に発生した東日本大震災の影響で静かな滑り出しであった九州新幹線全線開業だが、現在では関西方面を中心とした観光客の増加をはじめとして、様々な開業効果があらわれてきているように思われる。

これまで当研究所では、平成20年11月、平成22年1月、平成23年1月と、3回にわたって全線開業に関しての人々の「意識調査」を実施してきた。その狙いは、新幹線の開業効果の最大化に向けて、実際の利用状況のみならず、人々の新幹線に関する考え方・意識を探ることが重要であるという考えにある。今回は、必要に応じて過去の調査との比較も行いながら、開業後の人々の意識、ならびに実際の新幹線の利用状況を探った。

■調査の概要

- (1) 調査対象：東京都、京都府、大阪府、兵庫県、岡山県、広島県、山口県、および九州各県在住の18歳以上の男女
- (2) 調査時期：平成24年2月23日（木）～2月25日（土）
- (3) 調査方法：ネットリサーチ（調査委託先：株式会社マクロミル）
- (4) 有効回答：3,296人
- (5) 回答者の属性

	男性	女性	合計
東京都	103	103	206
京都府	103	103	206
大阪府	103	103	206
兵庫県	103	103	206
岡山県	103	103	206
広島県	103	103	206
山口県	103	103	206
福岡県	103	103	206
佐賀県	103	103	206
長崎県	103	103	206
熊本県	309	309	618
大分県	103	103	206
宮崎県	103	103	206
鹿児島県	103	103	206
合計	1,648	1,648	3,296

	男性	女性	合計
18～29歳	174	381	555
30～39歳	393	639	1,032
40～49歳	502	366	868
50歳以上	579	262	841
合計	1,648	1,648	3,296

<未既婚別>

	男性	女性	合計
未婚	589	568	1,157
既婚	1,059	1,080	2,139
合計	1,648	1,648	3,296

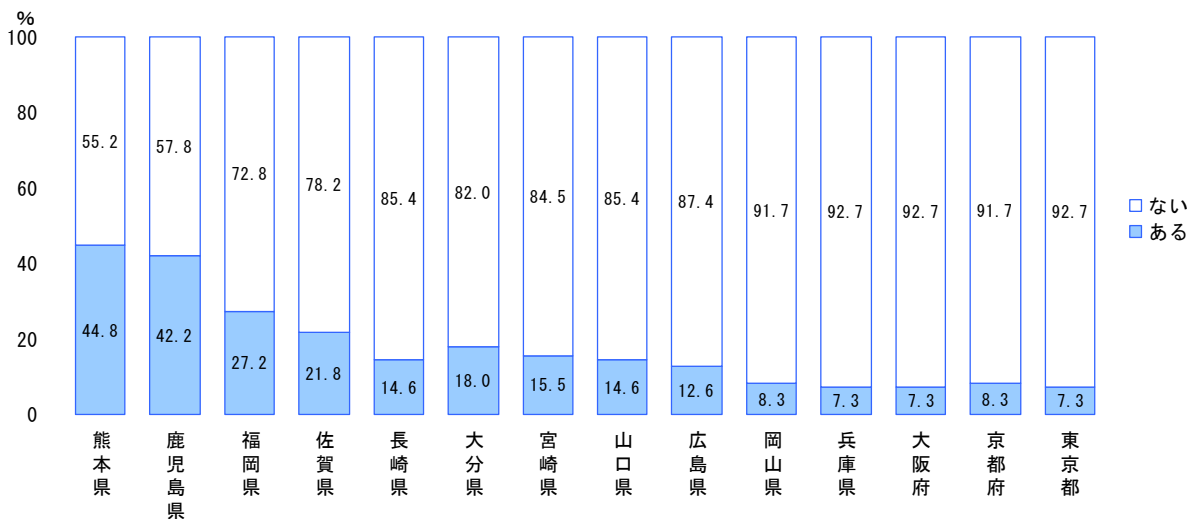
※四捨五入の関係で、内訳と合計が一致しない場合がある。

■熊本県は新幹線の「利用経験あり」が44.8%で14都府県中トップ

はじめに、「あなたは、平成23年3月12日に全線開業した九州新幹線鹿児島ルートを利用したことがありますか？」という設問について見てみよう。利用経験が「ある」と回答した人の比率は、熊本県では実に44.8%に達し、調査対象の14都府県の中で最も高かった。以下、鹿児島県の42.2%、福岡県の27.2%、佐賀県の21.8%が続くが、その他の都府県では2割以下、岡山以遠では1割以下という結果であった（図表1）。

これは、かなり意外な結果であると言えよう。平成23年1月に当研究所が実施した意識調査における全線開業後の利用意向を見ても、「絶対に乗ると思う」の比率は、鹿児島県の35.9%に対して熊本県は24.3%にとどまっていた。これまで当研究所が実施してきた数々の調査の結果からも、部分開業を経験している鹿児島県に比べて、熊本県においては九州新幹線に対する“期待”や“盛り上がり”が小さいことがわかっており、全線開業からの1年間で熊本県居住者の4割以上が九州新幹線を利用したということは、大変な驚きであった。

図表1 九州新幹線の利用経験



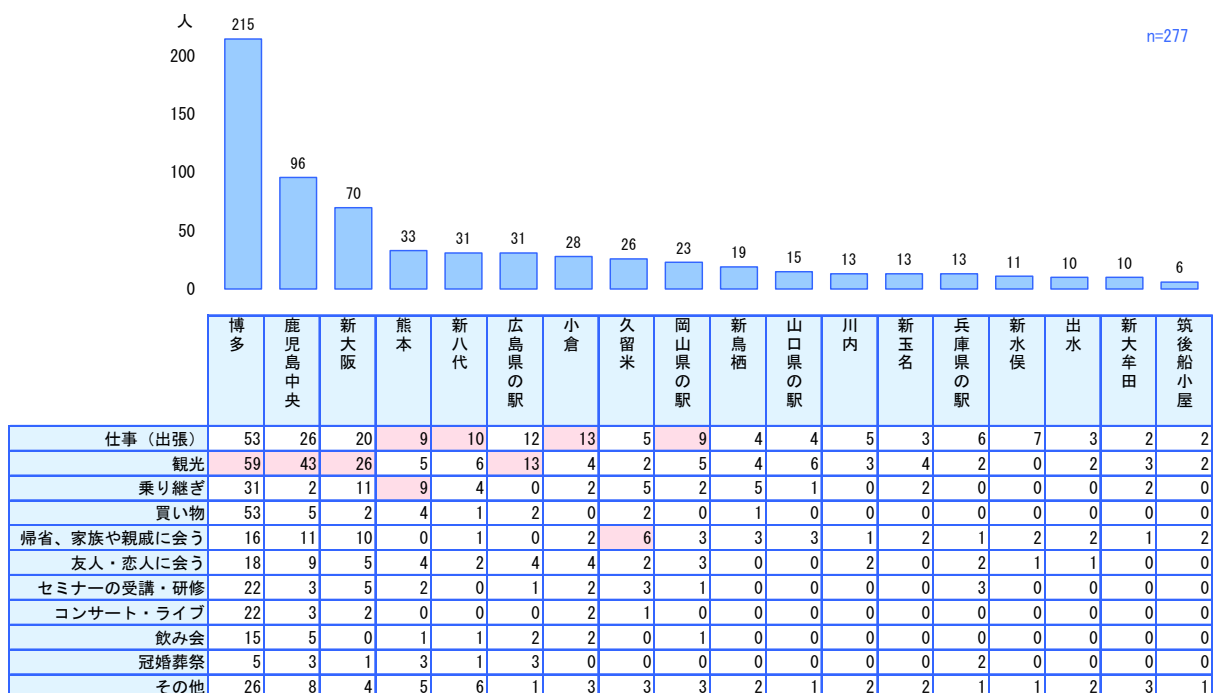
■熊本県から新幹線で出かける先は「博多」、仕事と観光が主目的

次に、熊本県居住者が新幹線を利用して「何のために、どこへ」移動したかを尋ねた結果を、下の図表2で見てみたい。目的地で最も多いのは「博多駅」の215人であり、全体の実に77.6%を占めている。そして、博多駅へ向かう目的としては、「観光」が59人（27.4%）で最多であるが、「仕事（出張）」と「買い物」も53人（24.7%）と多くなっている。このように、熊本県居住者の新幹線利用の中心は、「仕事、観光、買い物などの目的で福岡に出かける」ことであるということが、改めて明らかになった。

目的地として2番目に多かったのは「鹿児島中央駅」の96人で、利用目的では「観光」が43人（44.8%）と多かった。次いで「新大阪駅」の70人が続いており、利用目的では「観光」の26人（37.1%）、「仕事（出張）」の20人（28.6%）などが多くなっている。

なお、下表のデータは「目的地」も「利用目的」も複数回答であるため、厳密には数値を合計することに意味はないが、横方向に合計して延べ数を見てみると、「仕事（出張）」が193、「観光」が189となる。すなわち、熊本県居住者の新幹線利用目的としては、「仕事（出張）」と「観光」の2つが中心であり、以下、「乗り継ぎ」、「買い物」、「帰省、家族や親戚に会う」、「友人・恋人に会う」などが続いていることがうかがえる。

図表2 九州新幹線の利用の目的地と目的<熊本県居住者>（複数回答）



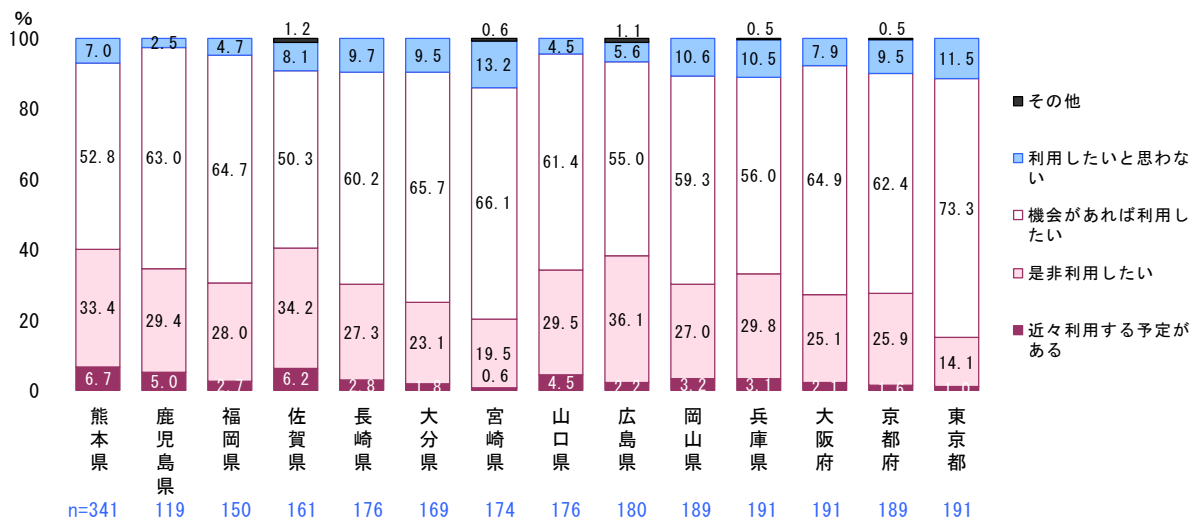
■新幹線未利用者の利用意向は高く、特に山陽新幹線沿線に注目

九州新幹線の利用経験のない2,597人に対して、「あなたは今後、九州新幹線を利用したいと思いますか？」と尋ねた結果を見ると、「是非利用したい」と答えた人の比率にはかなりの幅があった。距離的に遠く、九州を訪れる機会が少ないであろう東京都が14.1%と低いのは当然としても、九州内の宮崎県や大分県で「是非利用したい」の比率が低いのは気になることである。特に宮崎県は、「利用したいとは思わない」の比率が13.2%で最も高く、自由回答を見ても「宮崎は通っていないので関係ない」という意見が非常に多いなど、九州新幹線に対する冷ややかな意識が感じられる結果であった。

逆に、「是非利用したい」の比率が高かったのは、広島県（36.1%）、佐賀県（34.2%）、熊本県（33.4%）などであった。このうち、熊本県と佐賀県については、「近々利用する予定がある」が6%以上存在しているなど、九州新幹線沿線ならではの“利用可能性の高さ”が感じられるが、ここで注目したいのは、広島県をはじめとする山陽新幹線沿線府県の数字である。山陽新幹線沿線府県（加えて京阪神地域の京都府）では、「是非利用したい」の比率は25%以上を占めており、宮崎・大分両県よりもむしろ高くなっているのである（図表3）。

図表1でも見たように、山口県と広島県は九州新幹線利用率も既に1割を超えており（山口県14.6%、広島県12.6%）、それに加えて、未利用者の利用意向も高いという結果であった。熊本県の『KANSAI戦略』は市場の大きい関西地区に重点を置いたものであったが、今後は、より九州に近い山口県・広島県にももっと目を向けるべきなのではないだろうか。

図表3 九州新幹線の今後の利用意向



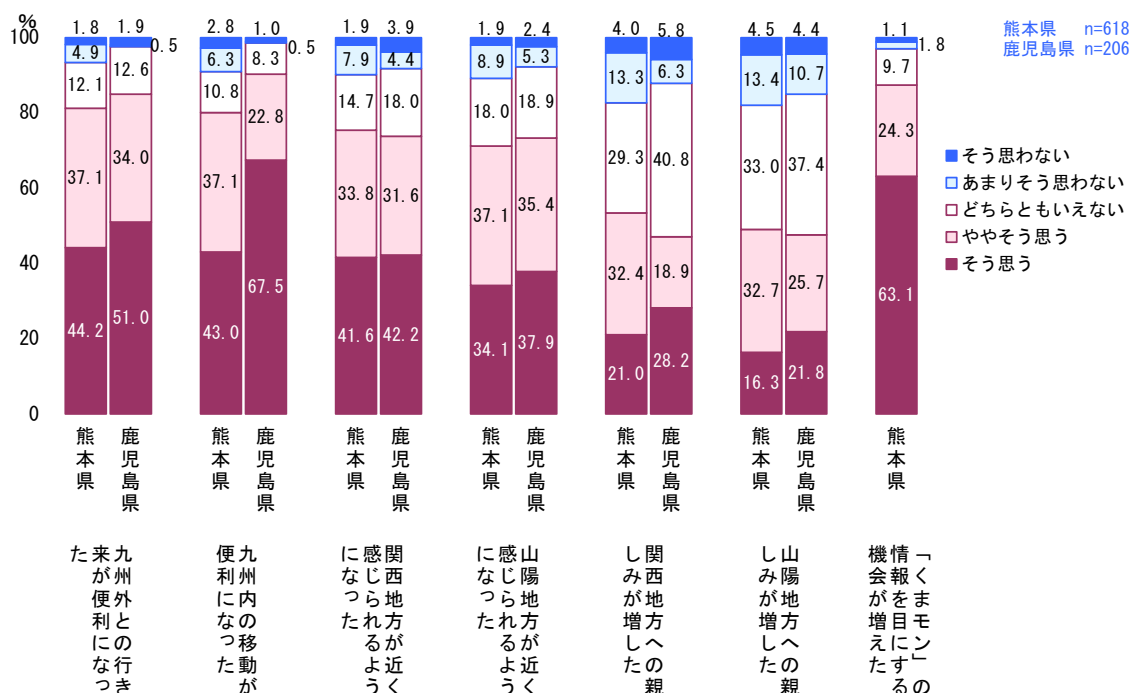
■熊本・鹿児島から近く感じられるようになった関西・山陽地方

ここでは、全線開業による熊本県居住者の意識の変化を、鹿児島県居住者との比較で見よう。まず、利便性の変化について見ると、「九州外との行き来が便利になった」、「九州内の移動が便利になった」のいずれも、鹿児島県の方が「そう思う」の比率が高くなっている。特に「九州内の移動が便利になった」では、「そう思う」の比率は鹿児島県の67.5%に対して熊本県は43.0%にとどまっており、かなりの差異があることがわかった。

続いて、関西・山陽地方に対する意識の変化について見ると、「関西地方が近く感じられるようになった」、「山陽地方が近く感じられるようになった」のいずれにおいても、熊本県と鹿児島県の間にはさほど大きな差異は見られない。また、「そう思う」と「ややそう思う」の合計で見ると、いずれの項目、いずれの県でも7割を上回っており、全線開業が関西・山陽地方との“距離感”を大幅に縮めたことが、改めて明らかになった。

さらに、心理的な距離感として“親しみ”についても尋ねてみたが、こちらは「そう思う」は鹿児島県で多く、「ややそう思う」は熊本県で多くなっており、顕著な特徴は見られなかった。なお、熊本県居住者に対してのみ、「熊本県のPRキャラクター『くまモン』の情報を目にする機会が増えた」という設問を設けたが、「そう思う」が63.1%、「ややそう思う」が24.3%という結果で、『くまモン』の認知度の高さが改めてわかった（図表4）。

図表4 熊本・鹿児島居住者の全線開業による意識の変化



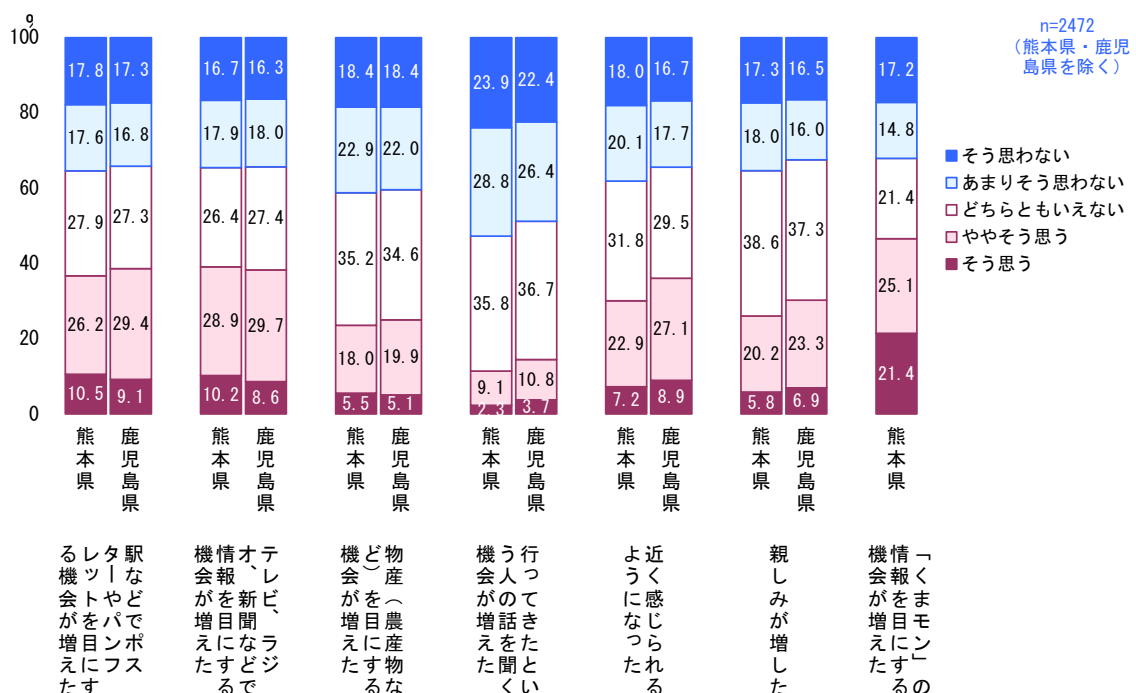
■外から見てより近く感じられるようになったのは熊本より鹿児島

逆に、熊本・鹿児島を外から見る場合の人々の意識は、全線開業によってどう変化したのだろうか。まず、「駅などでポスターやパンフレットを目にする機会が増えた」、「テレビ、ラジオ、新聞などで情報を目にする機会が増えた」、「物産（農産物など）を目にする機会が増えた」という3つの設問では、熊本県と鹿児島県との間にほとんど差異は見られなかった。このことは、全線開業の前後、さらには昨年10月からのデスティネーションキャンペーンなどで、両県とも熱心にPR活動を行った成果があらわれていると見るべきであろう。

次に、「（熊本もしくは鹿児島に）行ってきたという人の話を聞く機会が増えた」という設問では、わずかではあるが鹿児島県の方が「そう思う+ややそう思う」の比率が高い。このことは、いわゆる“クチコミ”による今後の来訪者の広がりにつながるポイントでもあり、気になるところである。さらに、前頁と同様に“心理的な距離感”についても尋ねているが、「近く感じられるようになった」と「親しみが増した」のいずれも、熊本県よりも鹿児島県の方が「そう思う+ややそう思う」の比率が高くなっていることも注目すべき点であろう。

最後に、これも前頁と同様に『くまモン』に関する設問も設けているが、こちらは「そう思う」が21.4%、「ややそう思う」が25.1%となっており、他の6問と比較すると「そう思う」の比率がかなり高く、改めて『くまモン』人気うかがえる結果となった（図表5）。

図表5 熊本・鹿児島に対する外からの意識の変化



■開業前には悲観的だった地域に及ぼす影響、熊本県でも好転

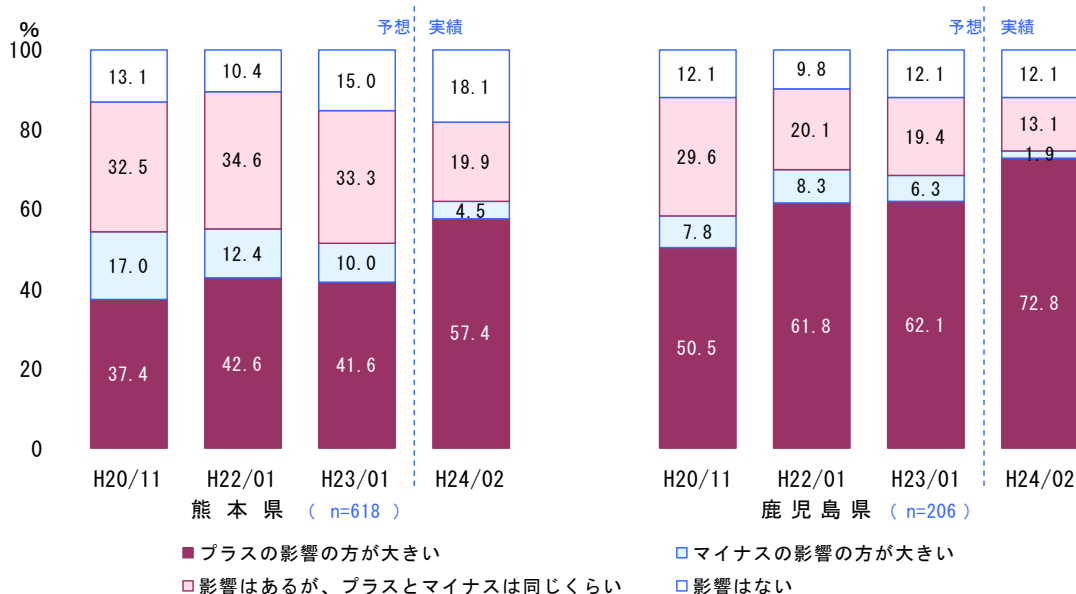
以下では、「全線開業は、あなたのお住まいの地域の社会・経済にどのような影響を与えたと思いますか?」という設問について見ていく。この設問は、全線開業前にも継続して尋ねてきたものであり、ここでは全線開業前の予想と今回調査の結果の比較を行う。

これまで実施してきた意識調査では、総じて熊本県居住者の“悲観的”な考え方が目についていたが、「地域に及ぼす影響」の設問はその最たるものであった。調査のたびごとに低下傾向にあったとはいえ、「マイナスの影響の方が大きい」の比率が1割を超えているというのは、九州新幹線沿線としてはあまりに悲観的すぎたと言えよう。

しかし今回、実際に開業してからの調査では、「マイナスの影響の方が大きい」の比率は4.5%にまで低下しており、その一方で「プラスの影響の方が大きい」の比率は、41.6%から57.4%へと15.8ポイントも上昇したのである。すなわち、開業前にはあれこれマイナス要素を想定して悲観的な予想をしていた熊本県居住者であるが、実際に開業して、熊本を訪れる観光客の増加や自分が新幹線を利用してみた体験等を踏まえ、「プラスの影響の方が大きい」と感じる人が大幅に増加したと思われる(図表6)。

ただし、比較のために掲載した鹿児島県の数字を見ると、「プラスの影響の方が大きい」の比率は実に72.8%に達しており、鹿児島県居住者の方が全線開業によるプラスの効果をより強く感じていることがうかがえる。

図表6 全線開業が地域に及ぼした影響



■熊本県では「知名度アップ」を実感、マイナスの影響は総じて減少

さらに、プラスとマイナスの影響を具体的に尋ねた結果が、下の図表7である。熊本県においては、開業前の予想と比較して今回調査で比率が上昇した項目としては「地域の知名度がアップした」(29.3%→47.8%)、ならびに「駅舎が建て替えられてきれいになった」(37.7%→45.8%)という2項目しかない。このうち、地域の知名度については、前述した『くまモン』の活躍や関西地方を中心とした積極的な広告宣伝活動を踏まえたものであろう。また、駅舎については、新玉名駅および熊本駅新幹線口が新設されているため、当然と言えなくもない。なお、鹿児島県との比較で見ると、「観光客が増えた」および「小売・飲食・サービスなどのお店が進出してきた」などにおいて熊本県の方がかなり低くなっていることが目につく。

一方、マイナスの影響を見ると、熊本県では比率が低下した項目が多く、特に顕著なのが「観光客・ビジネス客に素通りされた」(42.3%→20.9%)である。熊本においては、従来からこの“素通り”懸念が非常に強いことが大きな特徴であったが、実際に開業してみて、それが杞憂であったと気付いたのであろう。また、「マイナスの影響は思い当たらない」の比率も11.6%から26.3%へと大幅に上昇しており、これまで悲観的な傾向が強かった熊本県居住者も、全線開業のプラスの影響を実感しているようである。

図表7 全線開業が地域に及ぼした具体的な影響

	熊本県 (n=506)			鹿児島県 (n=181)			
	H23/01 予想	増 減	H24/02 実績	H23/01 予想	増 減	H24/02 実績	
プラスの影響	観光客が増えた	58.9		51.8	82.3	83.4	
	地域の知名度がアップした	29.3	↗	47.8	29.3	↗ 43.6	
	駅舎が建て替えられてきれいになった	37.7		45.8	8.8	↗ 25.4	
	駅前地区の開発が進んだ	51.0		42.9	35.9	40.9	
	沿線地域との行き来が活発になった	49.0	↘	37.2	53.0	45.9	
	小売・飲食・サービスなどのお店が進出してきた	20.8		12.6	29.3	29.8	
	駅まで・駅からのアクセスが便利になった	21.5		11.9	21.5	↘ 11.0	
	人口が増えた	4.8		2.0	2.8	2.8	
	工場などの企業誘致が進んだ	5.9		1.2	5.0	2.2	
	その他	1.0		1.0	0.0	1.1	
	プラスの影響は思い当たらない	4.8		3.0	1.1	0.6	
	マイナスの影響	並行在来線が利用しにくくなった・廃止された	38.3		33.8	25.4	15.5
		観光客・ビジネス客に素通りされた	42.3	↘	20.9	7.2	6.1
新幹線沿線とそれ以外の地域との格差が拡大した		22.1		19.8	30.9	28.2	
日帰りの観光客が増えて観光宿泊客が減った		26.7	↘	13.2	31.5	↘ 10.5	
他所で買い物する機会が増えて、地域のお店の売上が減った		28.8	↘	12.6	38.1	↘ 13.8	
(新駅開設の場合) これまでの駅前地区が寂れた		7.6		8.3	2.8	4.4	
航空路線の便数が減った、航空路線が廃止された		12.0		4.3	24.3	14.9	
企業の事業所が他所へ移転した		11.0		4.3	17.1	8.3	
人口が減った		4.2		1.0	9.4	2.2	
その他		2.1		2.2	0.0	2.8	
マイナスの影響は思い当たらない	11.6	↗	26.3	19.9	↗ 33.7		

注：予想よりも10ポイント以上上昇を↗、10ポイント以上下降を↘、他県比10ポイント以上高いものを白文字で表記。

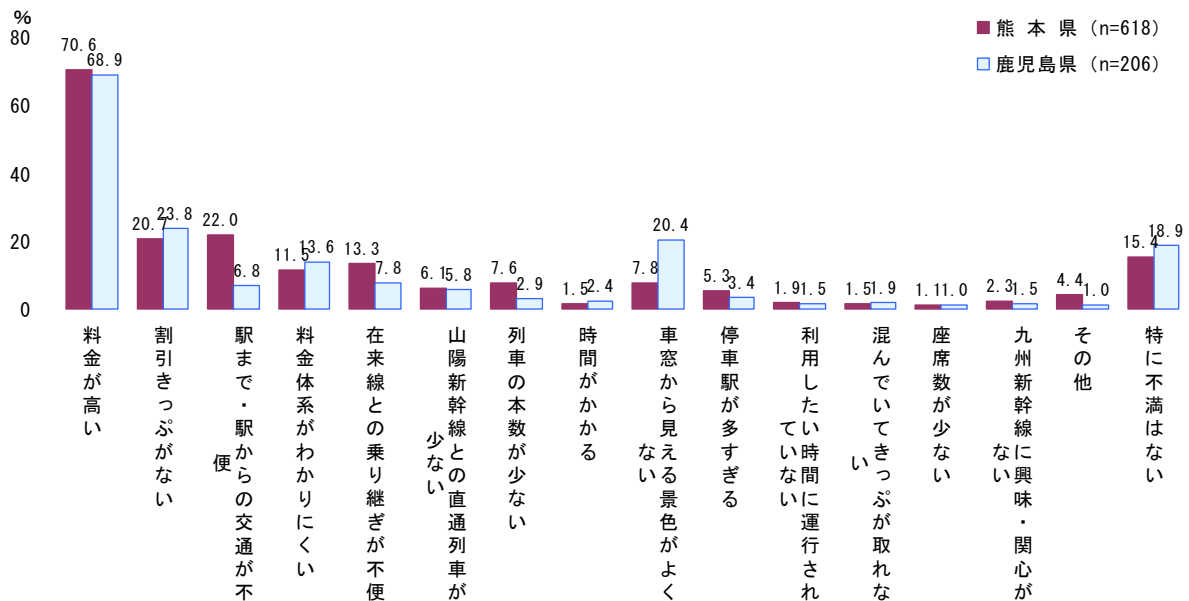
■熊本・鹿児島では「料金の高さ」への不満が7割前後

最後に、「九州新幹線の問題点、九州新幹線に対する不満」について尋ねた結果を見てみよう。都府県別にみると、当然のことではあるが、九州外では「特に不満がない」が最も多く、一方の九州内では、「料金が高い」をはじめとして「駅まで・駅からの交通が不便」、「料金体系がわかりにくい」、「在来線との乗り継ぎが不便」など、具体的かつ多様な項目が並んだ。

これを、熊本県と鹿児島県で比較したものが、下の図表8である。この2県においては、「料金が高い」の比率が7割前後と突出して高いことが最大の特徴であり、料金面への不満が大きいことがわかる。熊本県居住者の自由回答を見ても、「とにかく高い」、「もう少し安ければ利用してみたい」、「今の料金のままだと高速バスを使う」といった料金に関する意見が非常に多く、不満は料金面に集中しているという印象を受けた。

その他で特徴的な項目は、熊本県で「駅まで・駅からの交通が不便」が22.0%と高いこと、ならびに鹿児島県で「車窓から見える景色がよくない」が20.4%と高いことなどが挙げられる。後者については、新幹線というものの性質上やむをえないと思われるが、とりわけトンネルの多い九州新幹線南部を利用する鹿児島県居住者にとっては大きな不満なのであろう。一方、前者については、「駅へのアクセスが悪い地域が多い」、「そもそも熊本駅に行くのに結構な時間がかかるため、新幹線に何も期待していない」、「熊本駅から水前寺駅方面へのアクセスが不便になった」などの声も寄せられており、熊本における大きな課題と言えるだろう。

図表8 九州新幹線に対する不満



■開業効果を実感しはじめた熊本、九州内外との双方向交流の推進へ

過去3回の調査結果を踏まえた上で、今回の調査結果のポイントを一言であらわすと、「実際に開業してみて、熊本県もようやく盛り上がってきた」ということになるであろう。鹿児島県を上回る新幹線利用率、関西・山陽地方が近く感じられるようになったという声、地域にプラスの影響を及ぼしたという回答の多さ等、全体的に非常に明るい結果であった。

逆に言うと、なぜ開業前にはあれほど悲観的だったのか疑問に思えてくるが、おそらく、新幹線というものに馴染みのない熊本県居住者にとっては、開業してみないと新幹線の利便性がピンとこなかったのであろう。加えて、実際に関西弁を話す観光客が県内各地で見かけられるようになって、開業効果を徐々に実感するようになったものと思われる。

その上で、開業から1年という現在、今後の課題として以下の3つを挙げたい。

①**山陽地方、特に山口県・広島県**は、新幹線利用率も比較的高い上に、今後の利用意向も高く、熊本や鹿児島が近くなったと感じている人が多いという、実に魅力的な市場である。広島～熊本間は、直通の『みずほ』や『さくら』を利用すれば最短で1時間37分と非常に近い上に、3月17日からは山陽新幹線直通列車が大幅に増便される。今後は、山口・広島にももっと目を向け、さらなる双方向交流を進めていくべきではないだろうか。

②巨額の投資が行われた新幹線において、不満が大きいからといって安易に値下げができるものではないだろうが、熊本県ならびに鹿児島県における**料金の高さに対する不満の大きさ**は無視できないレベルである。開業2年目を迎えるにあたり、様々な新商品・新サービスも企画されているようだが、現状でも既に「料金体系がわかりにくい」、「割引きっぷは前日までに買わなければならなくて使えない」、「南の方は料金が高くて不公平」といった声が多く聞かれている。わかりやすく、利用しやすい割引きっぷ・料金体系が求められる。

③全線開業から現在までを振り返ると、熊本県の『KANSAI戦略』の積極的な展開およびキャラクター『くまモン』の活躍によって、関西地方などにおける熊本県の認知度・知名度は飛躍的に高まっており、熊本県居住者もそのことを認識しているようである。ただし、そこには若干の温度差があるように感じられる。たとえば『くまモン』について見るなら、「くまモンの情報を目にする機会が増えた」という項目で「そう思う」と答えた人の比率は、熊本県の63.1%に対して、大阪府は17.0%にすぎず、むしろ福岡県で40.8%、佐賀県で35.0%など、九州内の方が比率が高いという結果が出ている。「大阪でくまモンが大人気！」というのは嘘ではないにしても、**くまモン人気、くまモンバブルに踊らずに、今のうちに今後の広告宣伝活動を構築していくことも重要**なのではないだろうか。

以上