

九州新幹線全線開通を「知らなかった」は大阪で 4 割、広島で 3 割 ～ 熊本県の魅力は「温泉」と「自然環境」～

【調査結果の概要】

1. 九州新幹線鹿児島ルート全線開通（以下、全線開通）を知らなかった人は大阪府在住者の 4 割、広島県在住者の 3 割であった。
2. 全線開通後に観光で訪れたい九州の県は、鹿児島県、宮崎県などの南九州の県が人気を集め、熊本県は両地域で 5 位にとどまった。
3. 九州観光の最大の魅力は「温泉」、次いで「名物料理」、「自然環境」の順。
4. 九州における熊本県の位置付けをみると、熊本県の優位性は「温泉」、「自然環境」。
5. 九州の“食”の中では「チャンポン・皿うどん」の強さが際立つ。熊本県の“食”は認知度、経験度に比べると意向度が相対的に低くなっているが、「くまもとあか牛」、「太平燕」、「車海老」などで潜在力の高さがうかがえた。

【調査概要】

調査対象・回答数：大阪府と広島県に在住の男女 700 人（大阪府 400 人、広島県 300 人）

調査時期：平成 19 年 7 月

調査方法：郵送

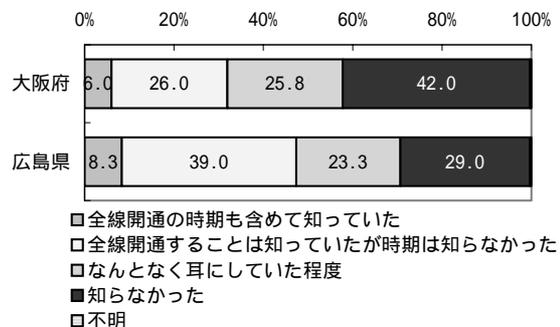
1. 九州新幹線の全線開通について

(1) 全線開通の認知度～知らなかったは大阪で 4 割、広島で 3 割～

まず、全線開通の認知度については大阪府では「全線開通の時期も含めて知っていた」が 6.0%、「全線開通することは知っていたが時期は知らなかった」は 26.0%、「なんとなく耳にしていた程度」が 25.8%、「知らなかった」は 42.0%となった（図表 6）。

一方、広島県では「全線開通の時期も含めて知っていた」が 8.3%、「全線開通することは知っていたが時期は知らなかった」は 39.0%、「なんとなく耳にしていた程度」が 23.3%、「知らなかった」は 29.0%となっており、全線開通の認知度は広島県のほうがやや高いと言える。

図表1 全線開通の認知度



(2) 全線開通後の九州への訪問意向

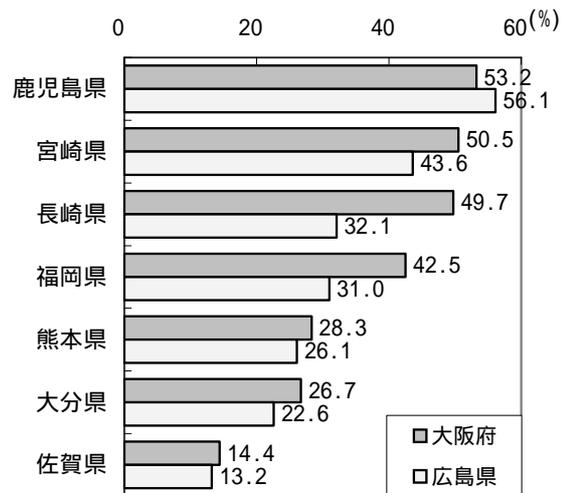
～訪れてみたい九州の県では鹿児島、宮崎の両県が人気を集め、熊本県は5位～

全線開通後に観光などで九州を訪れたいか尋ねたところ、大阪府では「是非訪れてみたい」が24.5%、「機会があれば訪れてみたい」は69.0%にのぼり、広島県でも「是非訪れてみたい」が30.7%、「機会があれば訪れてみたい」は65.0%にのぼるなど、両地域とも「訪れてみたい」は9割を超え、訪問意向の高さがうかがえる結果となった。

そこで全線開通後に九州を訪れたいと回答した人に、訪れてみたい県を尋ねたところ、大阪府で最も高かったのは「鹿児島県」で53.2%、以下、「宮崎県」(50.5%)、「長崎県」(49.7%)と続き、「熊本県」は28.3%で7県中5位となった。また、広島県でも「熊本県」の順位は同じ5位(26.1%)となっている(図表2)。

全線開通による時間短縮効果の大きい南九州の県が人気を集めるなか、熊本県の順位はそれほど高くない。

図表2 訪れてみたい九州の県(複数回答)

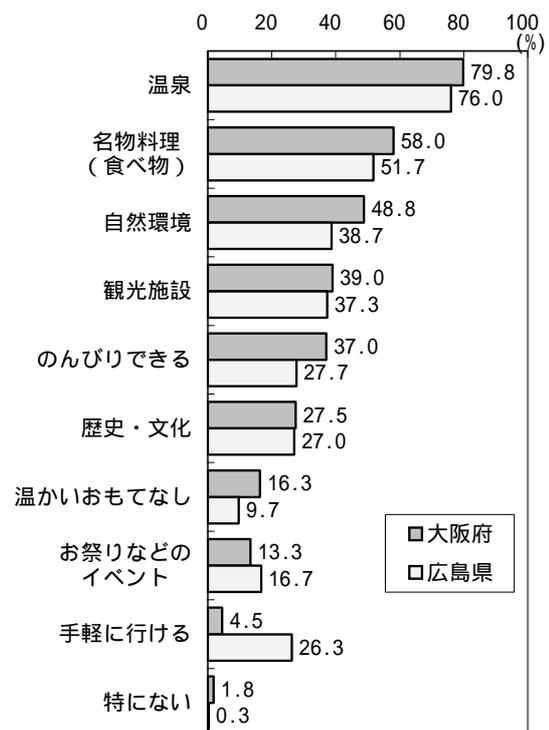


2. 九州に対するイメージ

(1)九州観光の魅力～九州観光の最大の魅力はやはり“温泉”～

九州観光の魅力について尋ねたところ、両地域とも最も高かったのは「温泉」で、大阪府では79.8%、広島県では76.0%にのぼった。2位以下の項目をみると、「名物料理」、「自然環境」、「観光施設」、「のんびりできる」、「歴史・文化」と続いており、これらの順位は両地域とも同じであった(図表3)。違いが見られたのは「手軽に行ける」が広島県では「歴史・文化」に次いで多くなっていた点で、陸路を使った時間距離の短さが影響しているものと思われる。

図表3 九州観光の魅力(複数回答)



(2) 九州各県のイメージ～熊本の優位性は「温泉」と「自然環境」～

九州観光の魅力としては温泉がトップとなったが、これらの要素のうち、下表にある A から G の 7 項目に関して九州のどの県が魅力的かを尋ねた。以下、それぞれの要素の結果についてみていく。

A) 温泉～両地域とも 2 位～

「温泉」の魅力度については、大阪府では「大分県」が 67.5% の支持を集めてトップ、以下、「熊本県」が 22.5%、「鹿児島県」(22.0%) と続いた。また、広島県でも「大分県」が 79.0% でトップ、以下、「熊本県」(24.7%)、「鹿児島県」(21.3%) と続いている。両地域とも上位の顔ぶれは、順位も含めて全く同じものとなった。

トップの大分県にはかなりの差をつけられたものの、九州観光の最大の魅力となっている「温泉」で熊本県は 2 位にランクインしている。関西・中国地方の観光客を呼び込む際に「温泉」という要素は、熊本県にとって大きな武器となりそうである。

B) 名物料理～大阪府で 5 位、広島県で 4 位～

「名物料理」については、大阪府では「福岡県」が 52.3% でトップ、以下「長崎県」(40.3%)、「宮崎県」、「鹿児島県」(ともに 22.5%) と続き、「熊本県」は 15.8% で 5 位にとどまった。また、広島県でも「福岡県」の 55.3% がトップで、以下「長崎県」(32.7%)、「鹿児島県」(20.3%) と続き、「熊本県」は「宮崎県」と並んで 15.3% で 4 位となっている。

図表4 九州各県の魅力度ランキング

(A から G の 7 分野について魅力があると回答した割合、複数回答)

表中の囲み数字はそれぞれの県の分野毎の順位

【大阪府在住者】

(単位：%)

	A.温泉	B.名物料理	C.自然環境	D.観光施設	E.歴史・文化	F.おもてなし	G.イベント
福岡県	4.0	52.3	3.3	27.5	14.5	19.8	63.5
佐賀県	5.0	7.2	9.3	5.0	8.8	10.0	3.5
長崎県	7.5	40.3	19.0	60.0	58.3	23.0	29.3
熊本県	22.5	15.8	33.5	11.5	19.5	19.5	3.8
大分県	67.5	5.0	13.0	10.0	5.3	17.3	2.3
宮崎県	8.0	22.5	39.5	30.0	5.5	50.2	5.8
鹿児島県	22.0	22.5	49.3	14.5	32.0	32.5	5.5

【広島県在住者】

(単位：%)

	A.温泉	B.名物料理	C.自然環境	D.観光施設	E.歴史・文化	F.おもてなし	G.イベント
福岡県	3.3	55.3	2.3	53.3	12.7	12.0	72.3
佐賀県	10.0	5.0	8.3	3.0	9.3	12.0	5.7
長崎県	6.3	32.7	16.0	48.7	55.7	18.3	34.3
熊本県	24.7	15.3	38.0	15.7	16.7	14.3	3.7
大分県	79.0	6.7	17.3	16.7	5.7	29.0	2.3
宮崎県	5.3	15.3	40.7	18.7	5.3	50.0	4.7
鹿児島県	21.3	20.3	37.0	13.7	27.7	26.7	2.7

C) 自然環境～大阪府で3位、広島県で2位～

「自然環境」については、大阪府では「鹿児島県」が49.3%でトップ、以下、「宮崎県」(39.5%)、「熊本県」(33.5%)と続き、広島県では「宮崎県」が40.7%でトップで、「熊本県」(38.0%)、「鹿児島県」(37.0%)と続いた。大阪府で3位、広島県で2位にランクインし、「自然環境」という要素でも熊本県の優位性がうかがえる結果となった。

D) 観光施設化～両地域とも5位～

「観光施設」については、大阪府で最も高かったのは「長崎県」(60.0%)で、以下、「宮崎県」(30.0%)、「福岡県」(27.5%)と続き、「熊本県」は11.5%で5位となった。一方、広島県では「福岡県」(53.3%)がトップ、以下、「長崎県」(48.7%)、「宮崎県」(18.7%)と続き、「熊本県」は15.7%で5位であった。

E、F、G) 歴史・文化など

そのほかの要素について、熊本県の結果をみると、両地域とも順位は同じで「歴史・文化」は3位であったが、「おもてなし」と「イベント」はどちらも5位にとどまっている。観光分野におけるホスピタリティ(おもてなしの心)の重要性が叫ばれているなか、「おもてなし」のイメージで下位に位置していることは気になることである。

3. 九州の“食”のイメージ

九州の代表的な32の“食”について知っているか、食べたことがあるか、食べたいかを尋ねた。

(1) 認知度(知っているか)～熊本県の“食”では「馬刺し」がトップ～

最も高かったのは「チャンポン・皿うどん」(大阪府90.8%、広島県84.7%)であった。熊本県関連では「馬刺し」が両地域とも7割を超えて4位に入り、以下「辛しレンコン」、「スイカ」、「熊本ラーメン」と続き、「太平燕」や「くまもとあか牛」の認知度はわずか10%台にとどまった(図表5)。

(2) 経験度(食べたことがあるか)～熊本県の“食”では「スイカ」がトップ～

最も高かったのは大阪府では「チャンポン・皿うどん」(66.3%)、広島県では「博多ラーメン」(65.0%)であった。熊本県関連では「スイカ」、「馬刺し」、「辛しレンコン」が4割前後の経験度を示し、両地域で4～6位と高かった。一方、「太平燕」や「くまもとあか牛」の経験度は一桁台にとどまった(図表6)。

(3) 意向度(食べたいか)～熊本県の“食”は全てトップテン圏外～

最も高かったものは大阪府では「完熟マンゴー」(42.5%)、広島県では「博多ラーメン」(34.0%)であった。熊本県関連では両地域ともベストテン入りしたものはなく、最も高かった「馬刺し」が大阪では26.0%で11位、広島県では21.3%で13位であった。以下、「熊本ラーメン」、「メロン」、「スイカ」、「車海老」と続き、「太平燕」は両地域で最下位となった(図表7)。認知度や経験度に比べると上位にランクするものが少なく、印象が弱いのではないかとと思われる。

(4) リピート意向度(経験がある人の意向度)～潜在力の高さがうかがえる熊本の“食”～
ここで実際に食べた経験がある人に限定した意向度(リピート意向度)をみていく。

大阪府では、上位にランクしたのは「完熟マンゴー」、「関アジ・関サバ」、「地鶏(宮崎県)」でいずれも4割を超えていた。熊本県関連では「くまもとのあか牛」はじめ、「車海老」、「メロン」、「馬刺し」などが比較的上位にきている(図表8)。前述した経験度(図表6)と比較すると、サンプル数(経験者数)は少ないが、「くまもとあか牛」が30位から6位にアップしているほか、「太平燕」(31位→15位)、「車海老」(16位→9位)も順位を上げている。これらは実際の経験者の評価が高いことから、認知・経験度さえ上げれば、大きく飛躍する可能性を秘めていると言えるだろう。

一方、広島県でリピート意向度が上位のものは「白熊」、「呼子のイカ」、「完熟マンゴー」でほぼ3割であった。熊本県関連では最も高い「熊本ラーメン」でも15.9%で18位と、全体に低い傾向を示しているのが気になるところである。

おわりに

今回の調査結果を概観すると、関西・中国地方在住者の九州新幹線の利用意向や、全線開通後の九州への訪問意向はともに9割を超えており、全線開通後は、関西・中国地域からの観光客の入り込み増加が大いに期待出来そうである。

そのような中、熊本県は全線開通後の訪問意向度で九州7県中5位にとどまっており、宮崎県が東国原知事就任に伴いメディアでの露出が増えている中、九州の他県に比べて相対的に印象が薄いことがうかがえた。また、熊本県のイメージに対する自由記述などをみても、大阪在住者では「九州の中ではあまり目立たない」、「イメージがわからない」などの厳しい意見も散見された。

ただ、その一方で、九州観光の魅力として、上位となった「温泉」や「自然環境」という要素で熊本県は上位にランクされており、それらの分野では優位性がうかがえる結果となった。今後は、それらの強みを最大限に活かした観光関連の情報発信の強化などが求められそうである。そのほか、「名物料理」という要素では熊本県関連は意向度がやや低かったものの、個別の“食”の評価をみると、潜在能力の高さがうかがえるものもあり、今後の情報発信の強化によって、熊本県の「名物料理」の存在感を高め、県外からの観光客にアピールしていくことも有効な手段であるといえよう。

図表5 九州の“食”の認知度 (%)

順位	料理・特産品	大阪府	広島県
1	チャンポン・皿うどん	90.8	84.7 (1)
2	博多ラーメン	89.8	84.7 (2)
3	さつまあげ	82.5	79.0 (3)
4	馬刺し	76.0	72.3 (4)
5	地鶏(宮崎)	75.3	72.0 (5)
6	辛しレンコン	71.3	69.7 (7)
7	関アジ・関サバ	69.8	66.7 (8)
8	完熟マンゴー	69.8	56.7 (10)
9	佐賀牛	67.3	53.0 (12)
10	もつ鍋	63.0	70.0 (6)
11	柳川鍋	62.5	58.0 (9)
12	佐世保バーガー	56.8	46.3 (16)
13	黒豚料理	56.8	51.3 (14)
14	スイカ	56.3	53.0 (13)
15	熊本ラーメン	55.5	54.3 (11)
18	メロン	49.0	48.3 (15)
23	車海老	35.5	35.3 (25)
30	くまもとあか牛	13.3	17.3 (30)
32	太平燕(タイビーエン)	11.3	12.0 (32)

上位15位と熊本県の“食”を抜粋
 ランキングは大阪府の数値に基づく。
 広島県のランキングは()で表示、以下、同じ。

図表6 九州の“食”の経験度 (%)

順位	料理・特産品	大阪府	広島県
1	チャンポン・皿うどん	66.3	63.3 (2)
2	さつまあげ	61.5	53.3 (3)
3	博多ラーメン	58.3	65.0 (1)
4	スイカ	38.8	39.0 (5)
5	馬刺し	38.5	40.3 (4)
6	辛しレンコン	38.5	38.3 (6)
7	関アジ・関サバ	33.8	35.0 (8)
8	地鶏(宮崎)	31.8	30.0 (10)
9	メロン	31.3	31.7 (9)
10	熊本ラーメン	26.0	27.3 (11)
11	もつ鍋	24.3	37.0 (7)
12	ラーメン(とんこつ・マガロ)	24.3	24.0 (12)
13	黒豚料理	22.8	18.7 (18)
14	佐賀牛	22.8	22.7 (13)
15	柳川鍋	21.0	22.3 (15)
16	車海老	19.8	20.7 (17)
30	くまもとあか牛	4.0	8.3 (29)
31	太平燕(タイビーエン)	3.0	3.3 (32)

図表7 九州の“食”の意向度 (%)

順位	料理・特産品	大阪府	広島県
1	完熟マンゴー	42.5	31.3 (4)
2	チャンポン・皿うどん	39.0	32.0 (2)
3	佐賀牛	37.3	24.0 (7)
4	地鶏(宮崎)	36.8	31.7 (3)
5	博多ラーメン	36.5	34.0 (1)
6	関アジ・関サバ	34.5	26.3 (6)
7	さつまあげ	32.8	22.3 (11)
8	佐世保バーガー	29.3	23.3 (8)
9	宮崎牛	29.0	19.3 (16)
10	黒豚料理	26.5	27.0 (5)
11	馬刺し	26.0	21.3 (13)
12	熊本ラーメン	25.5	20.3 (14)
13	メロン	24.5	19.0 (19)
14	ラーメン(とんこつ・マガロ)	23.0	21.7 (12)
15	スイカ	23.0	16.0 (25)
18	車海老	21.5	20.0 (15)
23	くまもとあか牛	17.5	15.0 (27)
30	辛しレンコン	15.3	13.7 (30)
32	太平燕(タイビーエン)	11.8	11.3 (32)

図表8 九州の“食”のリピート意向度 (%)

順位	料理・特産品	大阪府	広島県
1	完熟マンゴー	45.0	28.2 (3)
2	関アジ・関サバ	43.7	22.9 (7)
3	地鶏(宮崎)	42.5	23.3 (6)
4	佐賀牛	39.6	17.6 (17)
5	黒豚料理	38.5	19.6 (12)
6	くまもとあか牛	37.5	8.0 (28)
7	チャンポン・皿うどん	37.0	25.3 (4)
8	宮崎牛	36.8	11.1 (26)
9	車海老	35.4	12.9 (23)
10	メロン	35.2	13.7 (21)
11	馬刺し	35.1	15.7 (19)
12	白熊(鹿児島)	34.8	30.9 (1)
13	熊本ラーメン	34.6	15.9 (18)
14	さつまあげ	33.7	18.8 (13)
15	太平燕	33.3	0.0 (32)
17	スイカ	32.9	12.8 (24)
31	辛しレンコン	21.4	8.7 (27)

以上