

## 開業機運が盛り上がりつつある中で“料金”への懸念強く

九州新幹線鹿児島ルート全線開業に関する意識調査（2010年版）

2011年3月に予定されている九州新幹線鹿児島ルート全線開業まで、残すところ1年余りとなった。今回の博多～新八代間の開業は、時間短縮効果によるマーケットの拡大、観光客の増加、人的交流の活発化といったプラスの効果をもたらすことが期待される半面、いわゆる“ストロー効果”による熊本県の相対的な地位の低下も懸念されている。

そこで今回は、九州新幹線鹿児島ルート全線開業に対する生活者の意識を探るべく、ネットリサーチを行った。これは2008年11月に引き続いて二度目のネットリサーチであり、前回調査との比較を交えながら、全線開業が地域に及ぼす影響などについて考察する。

### 調査の概要

1. 調査対象：九州全県、広島県、大阪府、東京都、青森県在住の18歳以上の男女  
（九州以外は、山陽新幹線との相互乗り入れ効果が見込まれる「広島県・大阪府」、ならびに2010年12月の東北新幹線の全線開業と比較するために「東京都・青森県」を選択。なお、熊本県と鹿児島県については、年代別の分析が可能となるよう、サンプル数を増やした。）
2. 調査時期：2010年1月13日（水）～1月14日（木）
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：3,502人
5. 回答者の属性

#### < 居住地・性別 >

		男性	女性	合計
青森県		103	103	206
東京都		103	103	206
大阪府		103	103	206
広島県		103	103	206
福岡県		103	103	206
佐賀県		103	103	206
長崎県		103	103	206
熊本県	18～29歳	103	103	206
	30～39歳	103	103	206
	40～49歳	103	103	206
	50歳以上	103	103	206
大分県		103	103	206
宮崎県		103	103	206
鹿児島県	18～29歳	103	103	206
	30～39歳	103	103	206
	40～49歳	103	103	206
	50歳以上	103	103	206
合計	1,751	1,751	3,502	

#### < 年代別 >

	男性	女性	合計
18～29歳	324	422	746
30～39歳	503	582	1,085
40～49歳	490	415	905
50歳以上	434	332	766
合計	1,751	1,751	3,502

#### < 未既婚別 >

	男性	女性	合計
未婚	710	636	1,346
既婚	1,041	1,115	2,156
合計	1,751	1,751	3,502

#### < 子供の有無別 >

	男性	女性	合計
子供なし	836	792	1,628
子供あり	915	959	1,874
合計	1,751	1,751	3,502

1. 全線開業の九州外での認知度と利用意向 (図1~4)

「全線開業の時期も含めて知っていた」の比率は、東京都で3.4ポイント(以下「p」と表記)大阪府で5.4p、それぞれ上昇しているが、その一方で、東京都と大阪府では、「知らなかった」ならびに「何となく耳にしていた程度」の比率はほぼ横這いとなっており、一概に「九州外における認知度が上昇した」と言い切ることはできない。

なお、広島県ではやや異なった動きが見られ、「全線開業の時期も含めて知っていた」と「知らなかった」の両方で比率がやや低下している。この動きは、単なる“誤差の範囲”である可能性も否定できないが、いずれにしても、全線開業についての九州外での認知度は「やや上昇したかもしれない」という程度、と見るべきであろう。

次に、全線開業後に九州新幹線を利用したいかどうかを尋ねた結果を見てみよう。全線開業の時期が近づいたためか、今回は「わからない」という回答が大幅に減少したが、その減少分は「乗ると思う」と「乗りたいとは思わない」の両方の回答を増加させている。

そうした中、大阪府では「多分乗ると思う」が5.8p、「話の種に一度くらいは乗ってみたい」が3.9p増加しており、利用意向は高まっていると言えよう。広島県も同様に、「絶対に乗ると思う」が5.3p、「話の種に一度くらいは乗ってみたい」が9.8p増加しており、総じて利用意向は高まっている。

このように、九州新幹線の利用意向(特に、「話の種に一度くらいは乗ってみたい」という、いわば“潜在的な意向”)は低くなく、しかも昨年に比べて高まっていることがわかった。あとは、さらに認知度を高めていくことが重要となろう。今回調査の自由回答欄でも、「この情報は全く知らなかったが便利になってよかったと思う」(大阪府/20代男性)、「どこを走るのかがイマイチわからないし、特に生活にも関係ないのであまり何も思いません」(大阪府/30代女性)、「既に鹿児島までが乗り換えなく開通しているものだと思っていた」(広島県/40代男性)などの意見が散見され、まだまだアピールが不足していると考えざるをえない。

図1 全線開業の認知度(九州外)

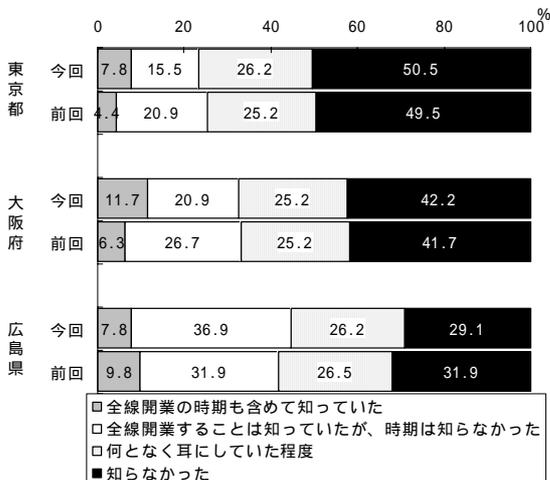
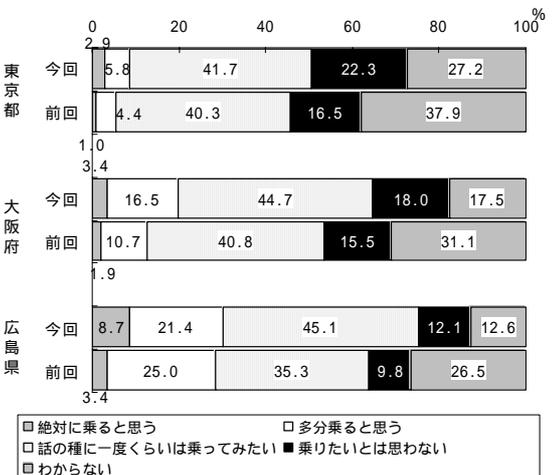


図2 全線開業後の利用意向(九州外)



ここで、九州外における全線開業の認知度を、男女別に見てみよう。

全線開業を「知らなかった」人の比率を見ると、3都府県とも男性よりも女性が大幅に高くなっていることがわかる。特に東京都は、男性36.9%に対して女性は64.1%と、実に27.2pも女性の方が高く、また東京都の女性で「全線開業の時期も含めて知っていた」という人はわずか1.0%にすぎなかった。同様に、「知らなかった」の比率を男女で比較してみると、大阪府が18.5p、広島県が17.5p、それぞれ女性の方が高くなっている。

この要因としてまず思い浮かぶのは、「新幹線の利用経験」であろう。新幹線、特に東海道・山陽新幹線はビジネスでの利用が多いため、男性の利用率が高いと考えられるためである。しかし、今回の調査で新幹線の利用経験を尋ねた結果を見ると、男女差はほとんどないと言ってよい。それではなぜ、女性の認知度がこうも極端に低いのだろうか。

ここからは推測になるが、男性に比べて女性の方が、鉄道路線などの“ハードウェア”への関心が低く、旅行やグルメなどの“ソフトウェア”への関心が高い傾向があるように思われる。たとえば、近年は女性の鉄道ファンが“鉄子”と呼ばれるなど、その存在が注目されているが、裏を返せば「基本的に女性は鉄道には興味がない」ということなのかもしれない。「新幹線が開業する」という事実の宣伝よりも、「熊本に行ってみよう」と女性に思わせるような、ストレートなアプローチが重要なのではないだろうか。それに加えて、九州新幹線についての情報提供・アピールの“手段、媒体、手法”といったものが、女性に届きにくいものになっている可能性についても考慮すべきであろう。

熊本県の『KANSAI戦略』において、女性は「特に意識するターゲット」の一つに挙げられている。にも関わらず、女性の認知度が低いという事実は、由々しき問題である。ただし、認知度は低いながらも、全線開業後の利用意向をみると大阪府・広島県ではむしろ女性の方が積極的だという結果も出ており、女性に向けた適切な情報提供・アプローチ次第では、女性を惹きつけることも十分に可能であろう。九州外の“女性”へのアピールは、今後の重要課題として設定すべきであると考えられる。

図3 全線開業の認知度(九州外・男女別)

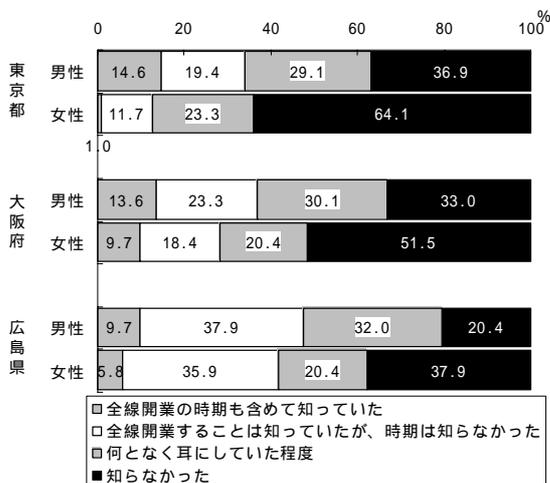
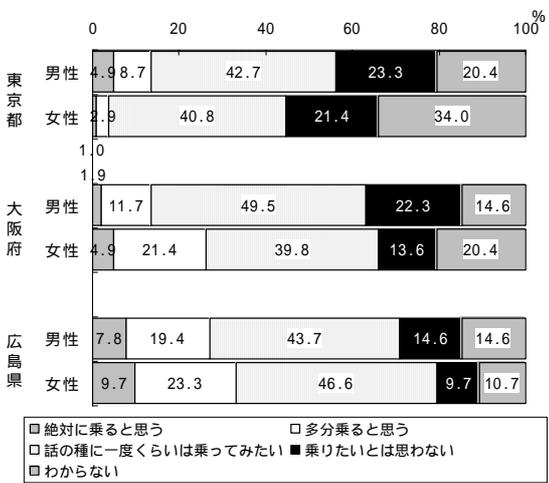


図4 全線開業後の利用意向(九州外・男女別)



2. 全線開業の九州内での認知度と地域に及ぼす影響 (図5~6)

ここからは、九州全県のデータを見てみることにする。なお、福岡県・熊本県・鹿児島県以外の4県については今回は初めての調査となるため、前回比較は不可能となっている。

まず全線開業の認知度をみると、鹿児島県と熊本県では「全線開業の時期も含めて知っていた」が過半数を占めるが、他の5県ではかなり低くなっていることがわかる。利用意向も同様で、鹿児島県が圧倒的に高く、次いで熊本県が続くが、その他の5県では「乗りたいとは思わない」が1割以上を占めた(図は省略)。これらはいずれも、新幹線沿線ではない長崎県・大分県・宮崎県については妥当な数字だと思われるが、福岡県と佐賀県における認知度および利用意向の低さは注目されることである。

次に、九州新幹線鹿児島ルート全線開業が、回答者の住む地域に与える影響について尋ねた結果を見ると、鹿児島県で「プラスの影響の方が大きい」が6割を超えるなど、鹿児島県における全線開業への盛り上がり・期待感がうかがえる結果となった。

ところが、「プラスの影響の方が大きい」の比率が2番目に高いのは熊本県ではなく福岡県であり、その福岡県は「マイナスの影響の方が大きい」の比率がわずかに2.4%と極端に少なくなっている。つまり、福岡県在住者は、全線開業の認知度も利用意向も高くはないが、地域へのプラスの影響は大きいと考えているということである。

一方の熊本県は、長崎県と並んで「マイナスの影響の方が大きい」の比率が高く、1割以上を占めていることが特徴的である。加えて、「影響はあるが、プラスとマイナスは同じくらい」も34.6%と、九州7県中最も高くなっており、熊本県在住者が新幹線のマイナスの影響を重く見ていることが改めて明らかになった。

全線開業のプラスの影響としては、「観光客が増える」が全県で過半数を占め、新幹線沿線に限らず“九州”を訪れる観光客への期待が高いことがうかがえる。一方のマイナスの影響としては、鹿児島県・長崎県で「購買の流出」、佐賀県・福岡県で「在来線問題」、大分県・宮崎県で「地域間格差」、熊本県で「素通り」が最も多く挙げられている。

図5 全線開業の認知度 (九州内)

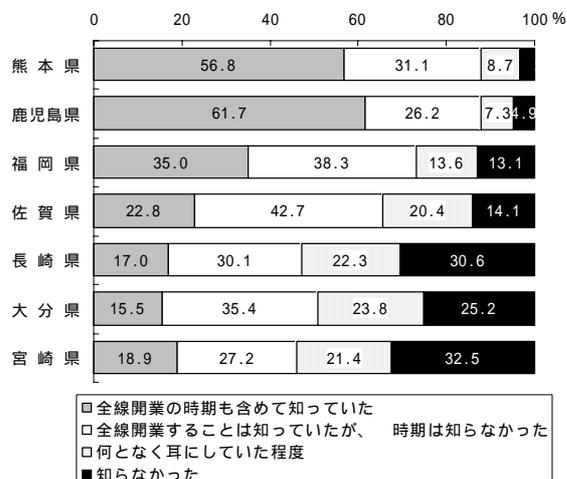
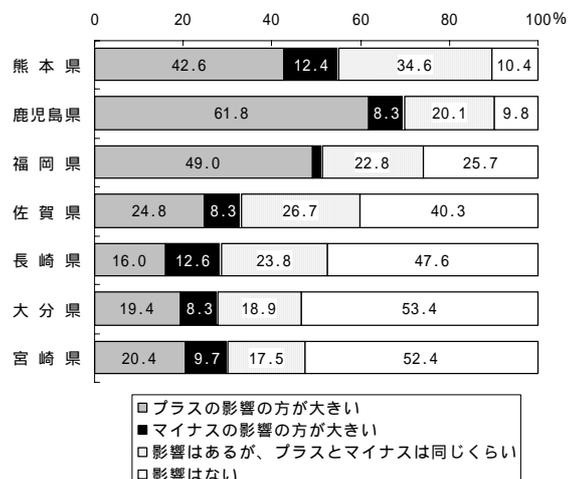


図6 全線開業が地域に及ぼす影響 (九州内)



3. 熊本県における全線開業の認知度と地域に及ぼす影響 (図7~10)

熊本県では全体の56.8%、鹿児島県では全体の61.7%の人が「全線開業の時期も含めて知っていた」と回答している。この比率は、前回と比較して熊本県で5.8p、鹿児島県で8.3pも上昇しており、この1年強の間に両県において全線開業の認知度は高まったことがわかる。この結果を見るかぎりにおいては、行政・民間を問わず、様々な宣伝活動や啓発活動、各種キャンペーンが実施された成果があらわれていると言えよう。

一方、比較対象として、2010年12月に東北新幹線「八戸～新青森」間が開業する青森県においても同様にその認知度を尋ねているが、こちらは実に88.8%が「全線開業の時期も含めて知っていた」(前回比+16.5p)と答えている。もちろん、開業時期が3ヶ月早いこと、そして“今年のうち”の開業であることは割り引いて考えなければならないが、青森県がまさに全県をあげて盛り上がって(盛り上げて)いることと対比すると、九州新幹線沿線はまだまだ盛り上げの余地があるものと思われる。

次に、全線開業が地域に及ぼす影響を見ると、熊本県・鹿児島県・福岡県および青森県のすべてにおいて「プラスの影響の方が大きい」と答えた人が最も多かったことは、各県における全線開業への期待の大きさを示すものであろう。特に、鹿児島県(61.8%)および青森県(55.8%)では「プラスの影響の方が大きい」と答えた人が過半数を占めており、期待感の大きさがうかがえる。

一方の「マイナスの影響の方が大きい」の比率を見てみよう。前回調査では、熊本県の17.0%という比率の高さが目についたが、今回は熊本県の「マイナスの影響が大きい」の比率は前回比4.6pマイナスの12.4%にとどまった。また、熊本県では「プラスの影響の方が大きい」の比率が5.2p上昇しており、全体的にみて熊本県においては“悲観論”が若干弱まったように思われる。しかしながら、「プラスの影響の方が大きい」の比率は、鹿児島県で11.3p、福岡県で7.3p、青森県で9.7p増加していることと比較すると、熊本県における盛り上がりは、他県に比べるとまだ弱いと言える。

図7 全線開業の認知度

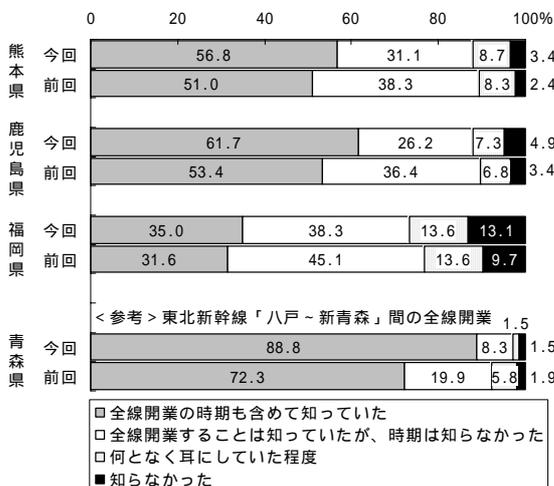
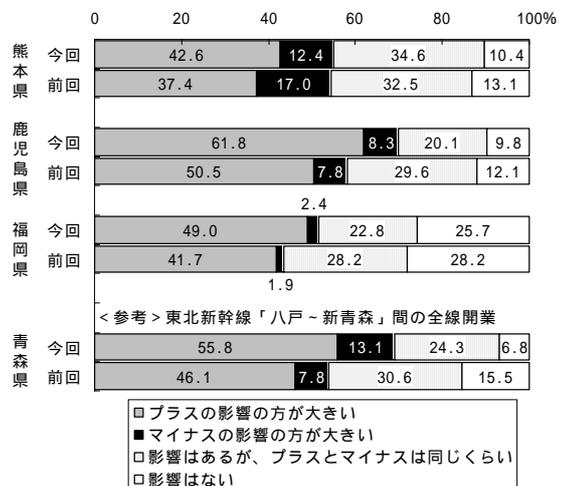


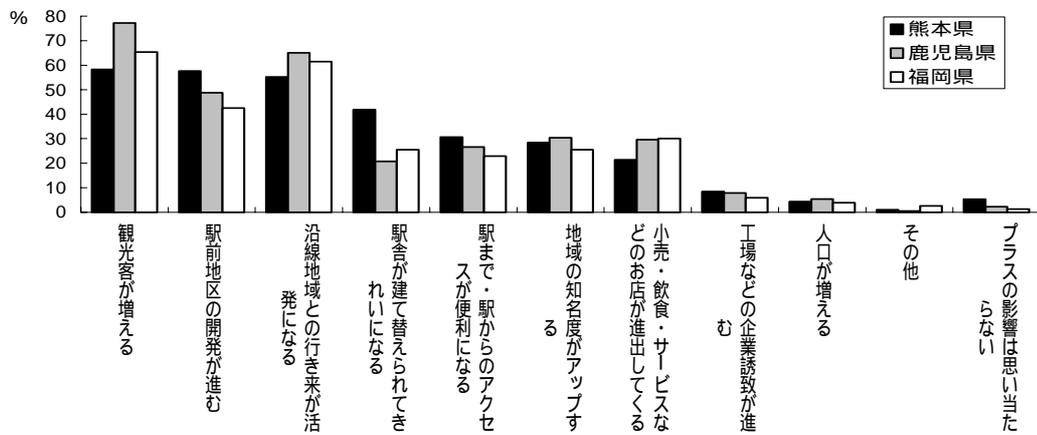
図8 全線開業が地域に及ぼす影響



熊本県においては、プラスの影響の中で「観光客が増える」(+7.5p)と「地域の知名度がアップする」(+8.4p)の2項目で比率が大きく上昇しており、全線開業を契機とした様々な宣伝活動によって地域の知名度が上がり、結果として観光客が増えることを期待する人が増えている。その結果、熊本県では“悲観論”がやや薄れたのであろう。ただし、鹿児島県や福岡県と比較すると、熊本県の「観光客が増える」はまだ低く、逆に「駅前地区の開発が進む」や「駅舎が建て替えられてきれいになる」が高いことは特徴的である。

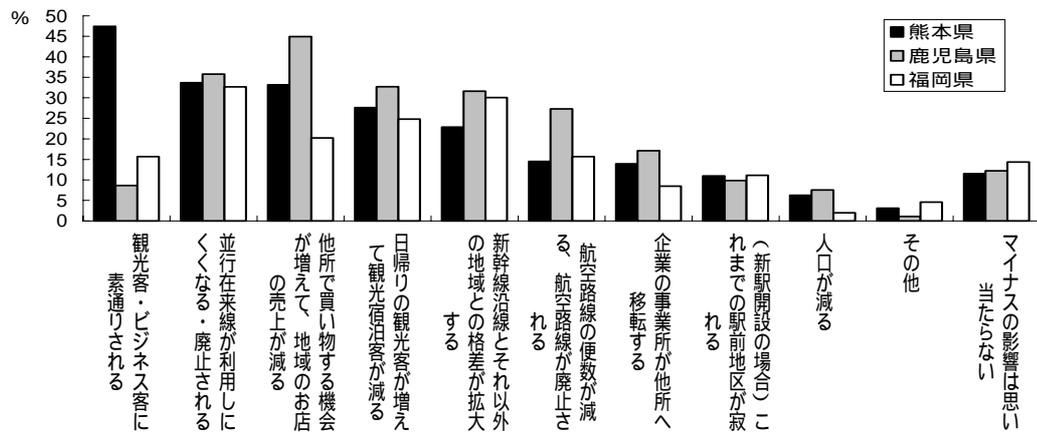
一方のマイナスの影響を見ると、熊本県では依然として「素通り」懸念が強いが、「在来線」や「航空路線」への関心がやや高まっていることがわかる。

図9 全線開業によるプラスの影響



		%										
		観光客が増える	駅前地区の開発が進む	沿線地域との行き来が活発になる	駅舎が建て替えられてきれいになる	駅まで・駅からのアクセスが便利になる	地域の知名度がアップする	小売・飲食・サービスなどのお店が進出してくる	工場などの企業誘致が進む	人口が増える	その他	プラスの影響は思い当たらない
熊本県	今回	58.3	57.6	55.1	41.9	30.6	28.5	21.4	8.4	4.3	1.1	5.3
	前回	50.8	58.1	59.8	40.2	29.6	20.1	19.6	7.8	2.8	1.1	7.8
鹿児島県	今回	77.3	48.7	65.0	20.7	26.6	30.4	29.6	7.8	5.4	0.5	2.3
	前回	79.6	38.7	55.8	15.5	27.1	27.6	32.0	7.2	7.2	1.1	4.4
福岡県	今回	65.4	42.5	61.4	25.5	22.9	25.5	30.1	5.9	3.9	2.6	1.3
	前回	64.9	29.7	52.0	23.0	26.4	21.6	18.9	6.1	10.1	1.4	2.7

図10 全線開業によるマイナスの影響



		%										
		観光客・ビジネス客に素通りされる	並行在来線が利用しにくくなる・廃止される	他所で買物する機会が増える・地域のお店の売上が減る	日帰りの観光客が増えて観光宿泊客が減る	新幹線沿線とそれ以外の地域との格差が拡大する	航空路線の便数が減る・航空路線が廃止される	企業の事業所が他所へ移転する	（新駅開設の場合）これまでの駅前地区が寂れる	人口が減る	その他	マイナスの影響は思い当たらない
熊本県	今回	47.4	33.7	33.2	27.6	22.9	14.5	14.0	11.0	6.2	3.1	11.5
	前回	44.7	32.4	34.6	35.2	25.1	11.7	17.3	11.2	4.5	2.2	7.8
鹿児島県	今回	8.6	35.8	45.0	32.7	31.6	27.3	17.1	9.8	7.5	1.1	12.2
	前回	11.0	41.4	39.8	32.0	35.9	22.7	18.8	8.3	9.9	1.7	10.5
福岡県	今回	15.7	32.7	20.3	24.8	30.1	15.7	8.5	11.1	2.0	4.6	14.4
	前回	20.9	35.1	18.2	25.7	28.4	12.8	8.1	17.6	4.1	6.1	14.2

4. 熊本県から福岡市への訪問 (図11~14)

福岡市を訪れる頻度は総じて高く、どの層でも「年に1回以上」訪れるという人が過半数を占めている。訪問の目的としては、「買い物、観光、コンサートやライブを見る、仕事、スポーツ観戦」などが多く、「買い物、コンサート」は女性、「観光、仕事、スポーツ観戦」は男性で多い。福岡市を訪れる際に利用する「交通手段」では、どの層でも最も多いのは「乗用車」であるが、特にその比率が高いのは男女とも「30代」であった。30代は比較的小さな子供がいるケースが多く、家族揃っての旅行には「乗用車」での移動が便利なのであろう。その他では、女性でバスの利用が多いことなどが特徴的である。

この状況が全線開業後にどう変化するかを図で表したものが下の図12であるが、これによると利用交通手段を変えない人が圧倒的に多く、バスから新幹線へのシフトは29人、乗用車から新幹線へのシフトは49人という結果であった。

利用交通手段を福岡市を訪れる目的別にみると、現状、鉄道の利用が多いのは「仕事、コンサート」となっているが、全線開業後に新幹線を利用すると答えた人が多かったのは「仕事、スポーツ観戦」、逆に少なかったのは「買い物」という結果であった。

図11 福岡市までの利用交通機関

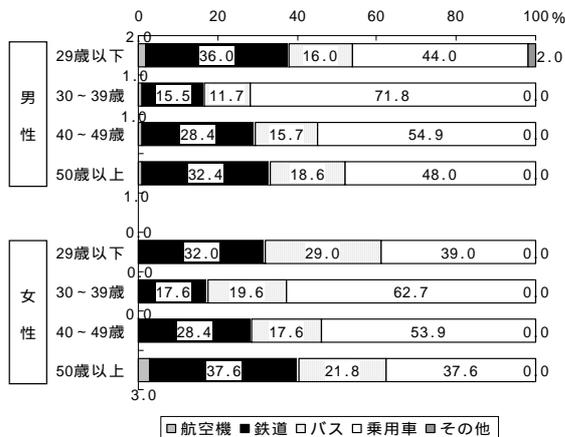


図12 福岡市までの利用交通機関の変化

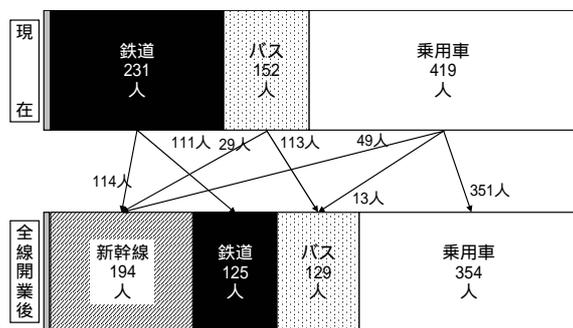


図13 目的別にみた利用交通機関

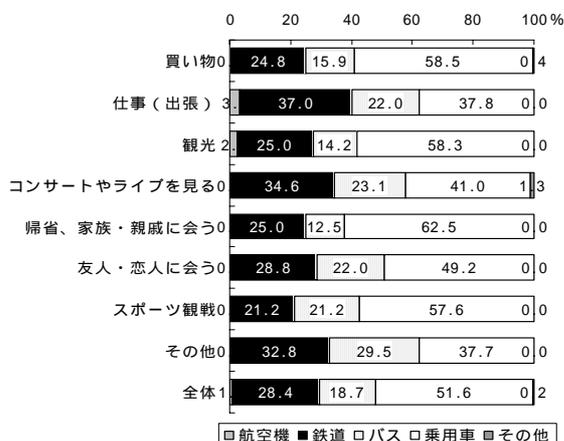


図14 目的別にみた全線開業後の利用交通機関

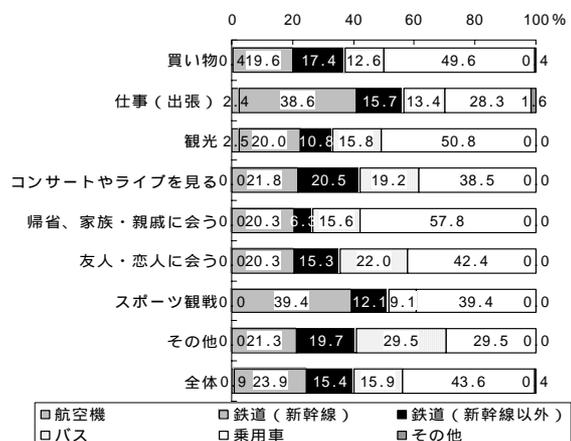


図11~14は、福岡市に行ったことがある812人が対象

今回のアンケートでは、熊本県在住者に対してのみ、博多までの「料金」と「在来線特急」に関する設問を設定している。

まず、新幹線の料金についてみると、「片道2,500円まで」という答えが圧倒的に多く、29歳以下の男性を除くすべての層で過半数を占めた。現在の鹿児島本線の熊本～博多間の料金は「4枚きっぷで8,000円」、つまり片道2,000円となっているが、「現状プラス500円」が妥当な線だと考えている人が過半数だということである。

加えて、各層に数%ずつ「その他」の回答があるが、その内訳を見ると、

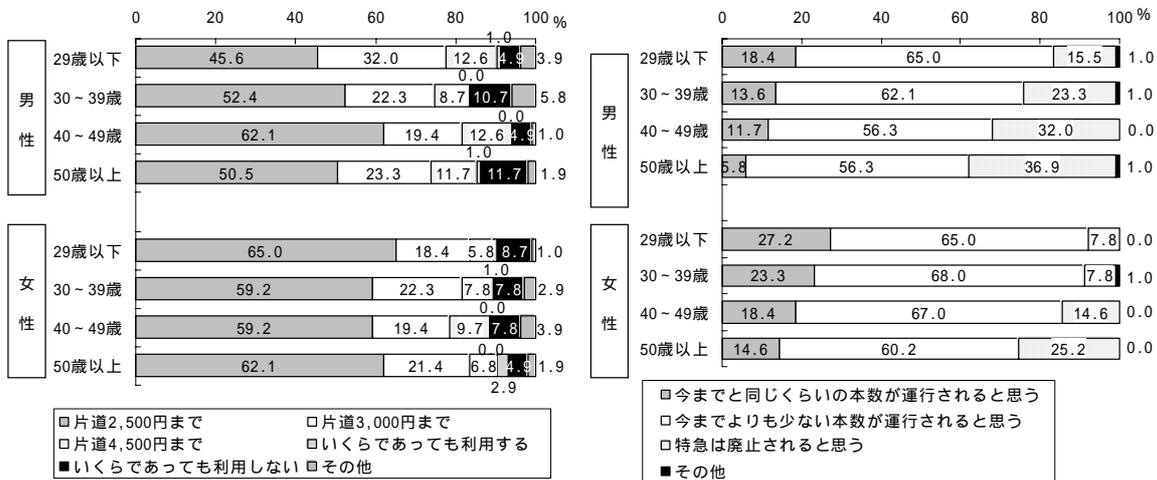
- ・2,000円：7人（現在の鹿児島本線の料金より高ければ利用しない）
- ・1,600円：3人（高速バス料金並みと考えて）
- ・1,000円：6人（高速道路1,000円を意識して）

というように、およそ現実的ではない回答が並んでいる。自由回答を見ても、「不景気だからファミリー層には浸透しないのでは？」といった回答や、高速道路の割引や無料化実験などの話を耳にすることが多い中で高額な新幹線を利用するメリットを想像できない、といった回答が散見された。

それでは、熊本県在住者は、全線開業後の在来線特急について、どのような考えを持っているのであろうか。どの層でも、最も多かったのは「今までよりも少ない本数が運行されると思う」であるが、「今までと同じくらいの本数が運行されると思う」という回答も決して少なくはない。特に若い層では「同じくらいの本数」が運行されると思っている人が多く、29歳以下の男性の18.4%、29歳以下の女性の27.2%がそう回答している。この設問では、男女差や年代差がかなり大きくあらわれており、全般にみて男性よりも女性、年齢の高い人より若い人の方が、在来線特急は残ると考える傾向がある。

前回調査の時点では、在来線特急の本数削減や廃止について不安を抱いていた人は極めて少なかった。しかし今回は、自由回答欄を見ても在来線特急についての関心が高まってきたことが感じられる。しかしながら、前ページ図12のように、全線開業後も福岡市に行く際に「新幹線以外の鉄道」を利用すると答えた人は812人中125人とかなり多いのである。

図15 博多までの料金がいくらなら利用するか 図16 在来線特急はどうなると思うか



5. 熊本県のイメージ (図17)

最後に、「熊本県と言われてイメージするものは何ですか?」と尋ねた結果についてまとめしておく。この設問は、今回調査の回答者3,502人に対して、熊本県のイメージを“最低1つ、最高3つまで”自由に記入してもらったものである。

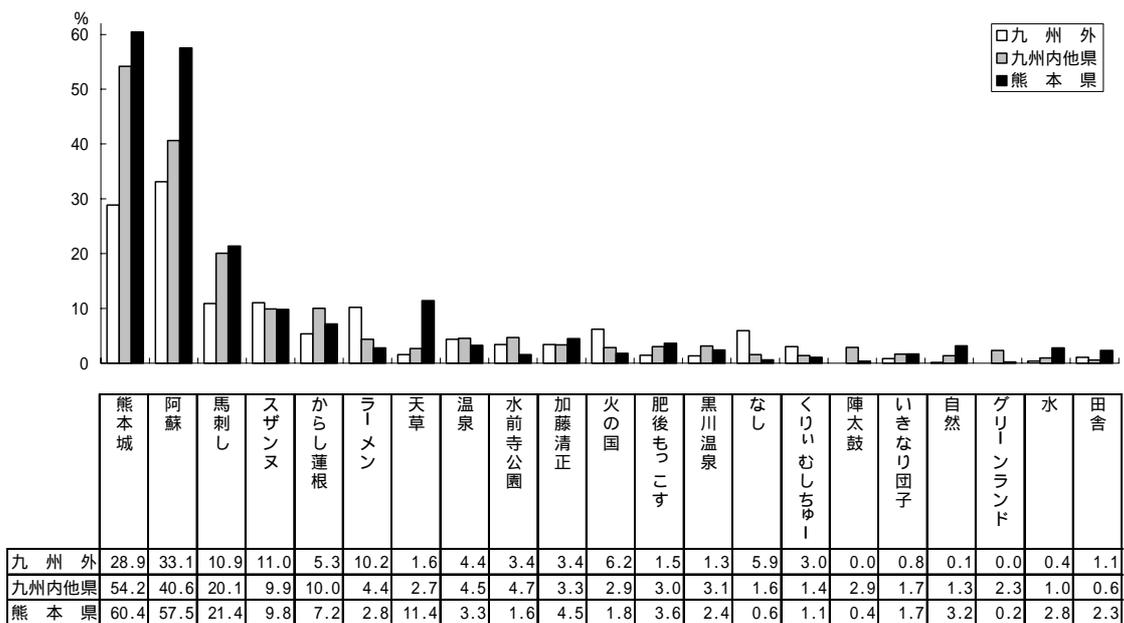
熊本県のイメージとして多かった回答は、熊本城(49.7%)、阿蘇(42.8%)、馬刺し(18.2%)、スザンヌ(10.2%)、からし蓮根(8.3%)、ラーメン(5.4%)、天草(4.5%)、温泉(4.2%)、水前寺公園(3.7%)、加藤清正(3.6%)であった。

ただし、これを「九州外・九州内他県・熊本県」で比較すると、かなり大きな違いが見られて興味深い。熊本県においては、「熊本城」と「阿蘇」をそれぞれ6割前後の人が挙げているが、九州外ではこの2つの知名度はかなり低い。特に「熊本城」と回答した人の比率は、九州外では28.9%と極端に低く、「阿蘇」の33.1%を下回っている。築城400年のイベント、本丸御殿の復元などによって来訪者が大きく増加した熊本城であるが、実際のところはその多くが熊本県内および九州内からの来訪だったのではないだろうか。

その他、九州外で比率が低かったものは、「馬刺し」や「天草」であった。逆に、九州外の方が比率が高かったものとしては、「ラーメン」、「火の国」が挙げられる。このように、“内から見たイメージ”と“外から見たイメージ”は大きく異なるのであり、そのあたりを踏まえた宣伝活動・情報発信が今後ますます重要となろう。

なお、今回は比較対象として福岡県と鹿児島県のイメージも尋ねているが、「辛子明太子とラーメンの福岡県」、「桜島の鹿児島県」と比較すると、熊本県はどの項目も回答者が少ない、つまりイメージされるものが拡散しており、若干インパクトが弱いと言える。

図17 熊本県と言われてイメージするもの(複数回答)



## 6. 今回の調査のポイントと今後への提言

---

### 九州外へのアピールについて

九州外（東京都・大阪府・広島県）での全線開業の認知度は、「やや上昇したかもしれない」という程度であり、前回と比べてさほど大きな変化はない。特筆すべきは、全線開業の認知度における男女差（女性は極端に低い）であるが、大阪府と広島県では女性の利用意向はむしろ高めであるため、今後は女性へのアピールが重要となろう。

### 九州各県の状況について

認知度や利用意向が高いのは鹿児島県と熊本県のみであるが、すべての県が観光客の増加を期待している。一方、鹿児島・長崎で「購買の流出」、佐賀・福岡で「在来線」、大分・宮崎で「地域間格差」、熊本で「素通り」といったマイナスの影響が懸念されている。

### 熊本県の状況について

熊本県での全線開業の認知度は確実に上昇したが、東北新幹線全線開業を今年12月に控えた青森県と比較するとまだ低く、今後の盛り上げの余地は大きい。地域に及ぼす影響では、「観光客の増加」や「地域の知名度アップ」といったプラスの影響を期待する声が高まり、熊本県内での“悲観論”はやや弱まった印象を受ける。

現状、熊本県在住者の福岡市への訪問頻度は高く、男性は「観光、仕事」、女性は「買い物、コンサート」を目的として福岡に出かけている。その際の交通手段としては「乗用車」が最も多く、全線開業後も利用交通機関は大きくは変化しない見込みである。博多までの新幹線の料金は、「片道2,500円まで」という回答が過半数を占め、新幹線の料金の高さが利用へのネックとなりそうである。また、在来線特急は「本数が減少する」と考えている人が圧倒的に多いが、若い層では「本数は減らない」と考えている人も少なくない。

### 熊本県のイメージについて

熊本県のイメージは「熊本城、阿蘇、馬刺し、スザンヌ、からし蓮根」などである。ただし、九州外における「熊本城、阿蘇」の知名度は、熊本県在住者が思うほど高くはない。逆に、九州外の方が知名度が高いものは「ラーメン、火の国」という結果であった。

「辛子明太子とラーメンの福岡県」、「桜島の鹿児島県」と比較すると、熊本県はイメージするものが拡散しており、若干インパクトが弱いと言える。

前回調査結果の見出しは『期待感大きい鹿児島、危機感大きい熊本』であったが、今回は熊本の危機感・悲観論はやや弱まっている。これは、様々な宣伝・PR活動の成果であると考えられ、これからの1年強、さらに開業機運を盛り上げていくべきだと考える。また、九州外へのさらなる情報発信、特に女性へのアピールが強く求められよう。

しかしながら、最終的には「新幹線の料金」がどうなるかが最重要ポイントであるように思われる。人々の低価格志向・節約志向は一時的なものではないと思われ、「高い」というイメージがある新幹線を今後どう活用していけるかは、現状では未知数である。