

2018年3月29日

九州新幹線全通7年後の利用状況調査

株式会社 九州経済研究所

【調査概要】

- 調査目的 本調査は九州新幹線の利用状況を把握し、今後の観光振興などに生かしてもらうことを狙いに2004年部分開業の翌年から毎年3月に実施している。今回調査は14回目であるが、明治維新150年や大河ドラマ放映の好機を迎えているなか、九州新幹線の利用状況がどうなっているか調査し県内企業の事業活動などに役立ててもらうことを目的とした。

- 調査実施日 2018年3月7日（水）、9日（金）、10日（土）、11日（日）の4日間
 9：00～10：30、14：00～15：30、18：30～20：00の各時間帯

- 調査場所 鹿児島中央駅の新幹線改札内コンコース

- 調査対象 調査期間中の九州新幹線乗降客から無作為抽出

- 有効回答 1,901件
 男女構成 男54.4% 女45.6%
 年齢構成 10代4.1% 20代18.1% 30代15.9%
 40代25.1% 50代23.8% 60代以上13.0%

- 調査方法 面接による直接聞き取り

株式会社 九州経済研究所

【調査結果のポイント】

●居住地、目的地

- ・ 県外居住者の利用割合は 60.0%で、本県居住者の利用割合 40.0%を上回り、前回調査（17年3月）の 53.4%を上回った（図表 1）。

●利用目的

- ・ 利用目的別にみると、調査対象全体では「観光・レジャー」が 33.9%と最も多く、次いで「ビジネス（27.3%）」となった（図表 3）。県外居住者の「観光・レジャー」目的が 44.7%と前年の 37.5%より 7.2 割伸びた。

●県外観光客に対するアンケート

- ・ 県外観光客にソーシャルネットワークワーキングサービス（SNS）を使って発信したか尋ねたところ、「発信した」が 18.3%、「発信していない」が 81.7%となった（図表 16）（今回新設）。発信した内容は「食べ物」「桜島」「温泉」などが多かった。また、発信者の割合は男性が 68.7%、女性が 31.3%で、SNS 発信者の年代別比率は「20代（39.6%）」「40代（20.8%）」の順となった（図表 17、18）（今回新設）。

●大河ドラマ関連のアンケート(今回新設)

- ・ 大河ドラマが来鹿のきっかけか尋ねたところ「はい」が 21.1%で「いいえ」が 70.8%となった（図表 19）。
- ・ 大河ドラマに関連した場所^注を訪れた感想は「とても満足（32.8%）」「満足（47.5%）」となり、訪問者の 8 割超が満足していた。一方、「あまり満足していない」は 5.7%で、「不満」は無かった（図表 20）。
- ・ 「とても満足」「満足」の回答理由では「歴史、大河ドラマに関する理解が深まった（41.7%）」「実際に訪れたら想像以上に良かった（39.6%）」「現地での表示、案内が親切で分かりやすかった（22.9%）」の順となった（図表 21）。
- ・ 「あまり満足していない」の回答理由では「実際に訪れたら期待外れだった（28.6%）」、「現地の表示、案内が分かりにくかった」「歴史、大河ドラマに関する理解が深まらなかった」（ともに 14.3%）の順となった（図表 22）。
- ・ 大河ドラマ関連のお土産物を「購入した」は 28.9%、「購入しなかった」が 71.1%となった（図表 23）。購入した品目は「せんべい」などの「お菓子」や「焼酎」「T シャツ」などだった。
- ・ 大河ドラマ関連施設についての自由意見では、「仙巖園」が「説明が丁寧だった」などで好評だった。「大河ドラマ館」は「思ったより面白かった」との声があった一方、「値段の割にあまり見るものがなかった」などの意見が寄せられ、賛否が分かれた。

注... 仙巖園、城山展望台、西郷隆盛銅像、大河ドラマ館（鹿児島市）、維新ふるさと館、いぶすき西郷どん館など。

【調査結果】

1. 居住地、目的地

- ・ 県外居住者の利用割合は 60.0%で、本県居住者の利用割合 40.0%を上回り、前回調査（17年3月）の 53.4%を上回った（図表 1）。
- ・ 本県居住者の目的地をみると、県外が 7割超となっており、県外のうち九州外の割合が 11.8%となっている（図表 2）。また、県内移動では薩摩川内市（前回 5.6%→今回 3.8%）、出水市（同 4.9%→1.3%）ともに前回調査を下回った。

2. 利用目的

- ・ 利用目的別にみると、調査対象全体では「観光・レジャー」が 33.9%と最も多く、次いで「ビジネス（27.3%）」となった（図表 3）。
- ・ 本県居住者の利用は「ビジネス」が 27.7%と最も多く、次いで「観光・レジャー（17.8%）」「親戚・友人に会う（12.2%）」となった。
- ・ 県外居住者の利用目的は「観光・レジャー」が 44.7%と最も多く、「ビジネス（27.1%）」を大きく上回った。大河ドラマ「西郷どん」や明治維新 150 年により県外観光客が増加していると思われる。
- ・ 本県居住者の利用目的を移動別にみると、県内移動では「通勤・通学」が 28.0%と最も多い（図表 4）。次いで「買い物（22.0%）」「ビジネス（14.8%）」となっている。県外移動では「ビジネス」が 31.0%で最も多く、次いで「観光・レジャー（23.0%）」だった。

3. 利用頻度

- ・ 利用頻度をみると、調査対象全体と本県居住者、県外居住者のいずれも「複数回利用」とした割合が 5割超となった（図表 5）。また、本県居住者の利用頻度を移動別にみると、県内移動においては「複数回利用」が 43.2%と最も多く、「定期的に利用」「ほぼ毎日利用」との合計が 9割を超えるなど、日常の移動手段として定着している（図表 6）。

4. 県外居住者の日帰り・宿泊状況

- ・ 県外居住者の「観光・レジャー」利用で「有料宿泊（前回 65.6%→今回 66.1%）」、「日帰り（同 26.9%→29.1%）」はともに前年を上回った（図表 7）。一方で「その他（無料宿泊など）（同 7.5%→4.7%）」は前年を下回った。
- ・ 「ビジネス」での有料宿泊は 57.2%と、前回調査から 3.0^{ポイント}減少した一方、日帰りは 35.2%と 1.1^{ポイント}増加した。

5. 県外居住者の平均消費額

- ・ 本県における県外居住者の平均消費額は、合計で3万1,087円（前回調査3万920円）と増加した（図表8）。利用目的別にみると、「観光・レジャー」が4万2,636円（同4万3,860円）で減少した一方、「ビジネス」は2万6,206円（同2万3,834円）と2,372円増加した。ビジネス客が全体の水準を押し上げている。

6. 鹿児島を訪れた回数

- ・ 県外居住者の来鹿回数は、「初めて」が17.9%と前回調査の14.8%から3.1%増加し、「5回以上」は55.0%と7.5%減少となった（図表9）。
- ・ 利用目的別にみると「観光・レジャー」では「初めて」が29.2%と前回調査の30.3%から1.1%減少する一方で、「ビジネス」では「初めて」が7.1%と前回調査の3.2%から3.9%増加した。

7. 県外観光客へのアンケート

- ・ 訪問地は「鹿児島市（72.8%）」が最も多く、「指宿（30.5%）」「霧島（9.2%）」「種子・屋久（6.8%）」「知覧（2.8%）」と続いた（図表10）。具体的には、仙巖園（33.5%）、天文館（32.0%）、桜島（31.3%）の順に多かった（図表11）。
- ・ 観光目的は「温泉」が39.9%と最も多く、次いで「自然・景観（30.2%）」「名所・旧跡（24.3%）」「歴史・文化（21.2%）」となった（図表12）。また、「大河ドラマ関連場所の訪問」が16.7%となっている。
- ・ 情報収集手段は「インターネット（66.2%）」の利用割合が最も多く、「旅行代理店（17.3%）」「口コミ（知人・友人から）（9.9%）」が続いた（図表13）。
- ・ 県外観光客の二次交通手段は「路線バス」の利用割合が28.4%と最も多く、次いで「市電（27.3%）」「レンタカー（26.6%）」の順となっている（図表14）。
- ・ 県外観光客に鹿児島を再訪したいか尋ねたところ、「ぜひ来たい」が66.0%で前回調査（60.3%）を5.7%上回った。また「ぜひ来たい」「機会があれば来たい」の合計は92.4%と前回調査（91.5%）を0.9%上回った（図表15）。再訪したい理由としては、「食べ物、焼酎がおいしい」「まだ行ったことがない所がある」「地元の方が親切で優しかった」などの声が挙がった。
- ・ 県外観光客にSNSを使って発信したか尋ねたところ、「発信した」が18.3%、「発信していない」が81.7%となった（図表16）（今回新設）。発信した内容は「食べ物」「桜島」「温泉」などが多かった。今後は発信者への特典（食事代の割引、ポイント付与など）を提供するなどの対応を行うことでSNSによる発信、拡散をいっそう促進することが望まれる。また、発信者の割合は男性が68.7%、女性が31.3%で、SNS発信者の年代別比率は「20代（39.6%）」「40代（20.8%）」「30代」「50代」（ともに16.7%）の順となった（図表17、18）。

- ・ SNS 発信者の特徴として、観光の目的は「自然・景観」「料理・グルメ」、訪問場所では「天文館」「桜島」の割合が発信していない者よりも高かった。また再訪希望者の割合も高かった。
- ・ 鹿児島観光についての自由意見では「良かった」「素晴らしい所」「楽しかった」などの好意的な意見が多かった。一方、交通面で「分かりにくい」、桜島、新燃岳の「噴火が心配」、「案内表示が少ない」などの意見もみられた。

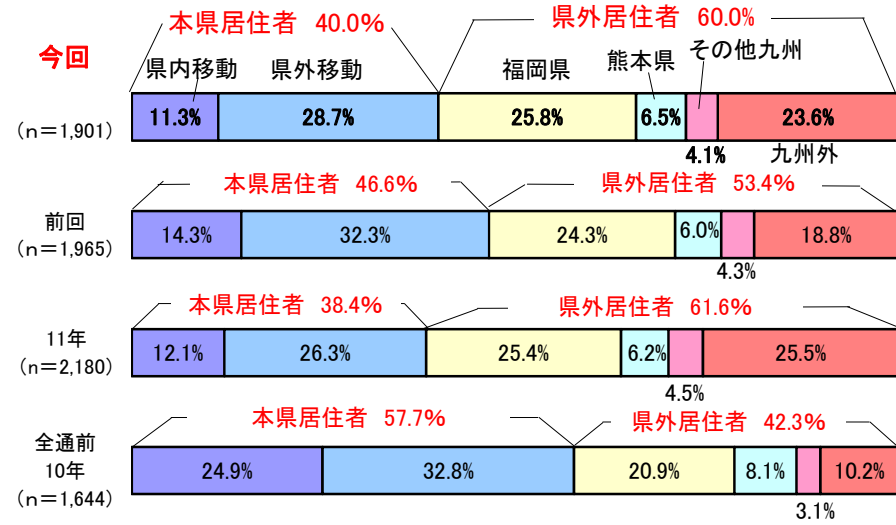
8. 大河ドラマ関連のアンケート（今回新設）

- ・ 大河ドラマが来鹿のきっかけになったか尋ねたところ、「はい」が 21.1%で「いいえ」が 70.8%となった（図表 19）。
- ・ 大河ドラマに関連した場所を訪れた感想は「とても満足（32.8%）」「満足（47.5%）」となり訪問者の 8 割超が満足していた。一方、「あまり満足していない」は 5.7%で、「不満」の回答は無かった（図表 20）。
- ・ 「とても満足」「満足」の回答理由では「歴史、大河ドラマに関する理解が深まった（41.7%）」「実際に訪れたら想像以上に良かった（39.6%）」「現地での表示、案内が親切で分かりやすかった（22.9%）」の順となった（図表 21）。
- ・ 「あまり満足していない」の回答理由では「実際に訪れたら期待外れだった（28.6%）」、「現地の表示、案内が分かりにくかった」「歴史、大河ドラマに関する理解が深まらなかった」（ともに 14.3%）の順となった（図表 22）。
- ・ 大河ドラマ関連のお土産物を「購入した」は 28.9%、「購入しなかった」が 71.1%となった（図表 23）。購入した品目は「せんべい」などの「お菓子」や「焼酎」「T シャツ」などだった。
- ・ 大河ドラマの内容については「面白い」「毎週楽しみにしている」「次が気になるドラマ」など肯定的なものが多かった一方、「見ていない」「脚色し過ぎ」などの意見もあった。
- ・ 大河ドラマ関連施設については、「仙巖園」が「説明が丁寧だった」などで好評だった。「大河ドラマ館」は「思ったより面白かった」との声があった一方、「値段の割にあまり見るものがなかった」などの意見も寄せられ、賛否が分かれた。
- ・ 大河ドラマ関連のお土産物などについて「実用的なものが少ない」「大人向けのものが少ない」などの意見があった。

以上

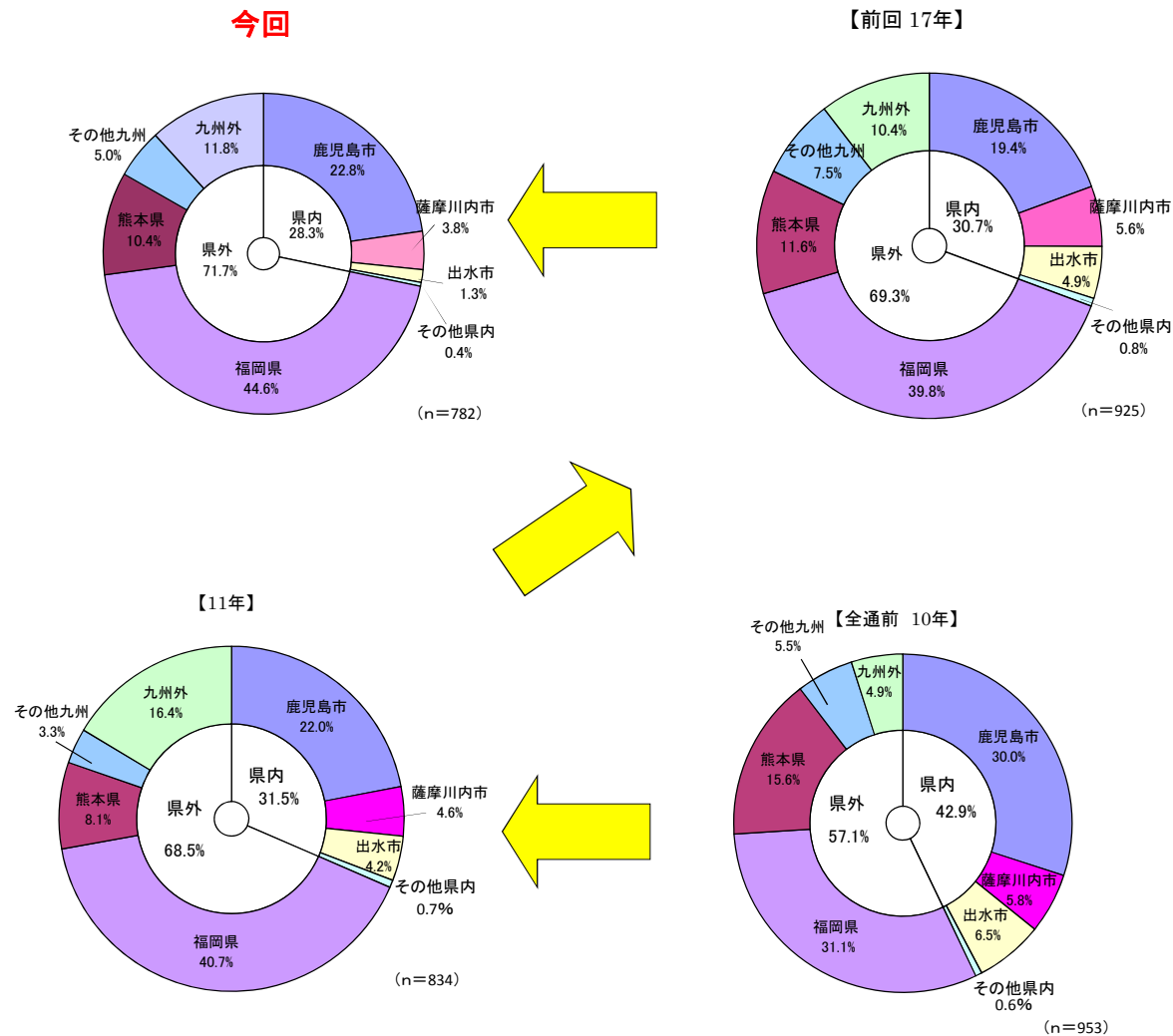
【本件に関するお問い合わせ】 経済調査部（Tel.099-225-7491）

図表1 居住地別利用者割合



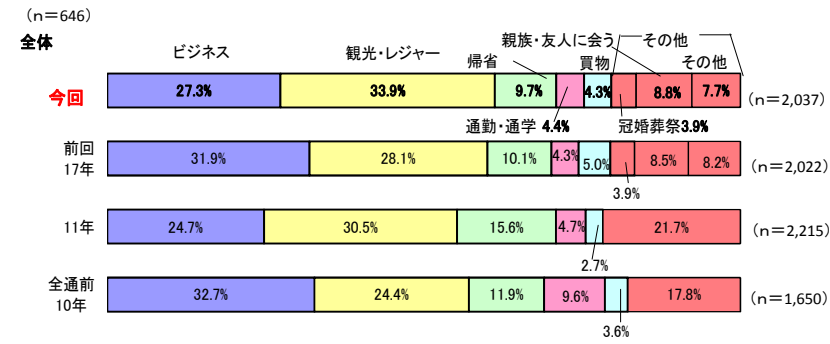
注)nは標本数

図表2 本県居住者の目的地

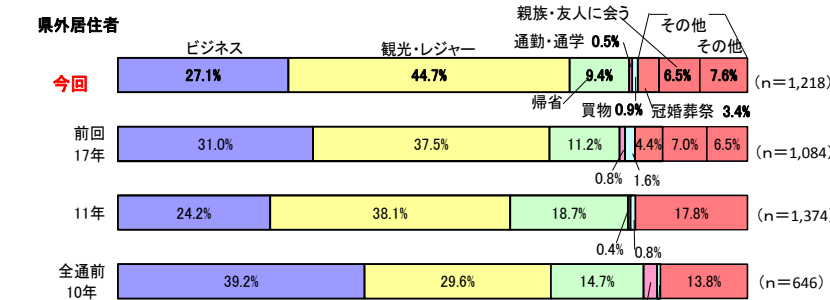
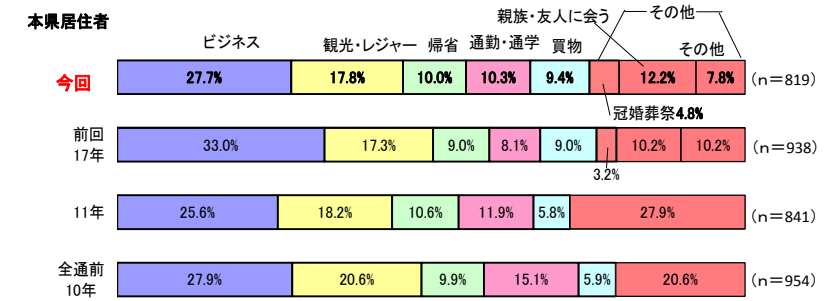


注)四捨五入を用いた算出により、合計が100%とならない場合がある(以下同じ)。無回答は除いて算出(以下同じ)。

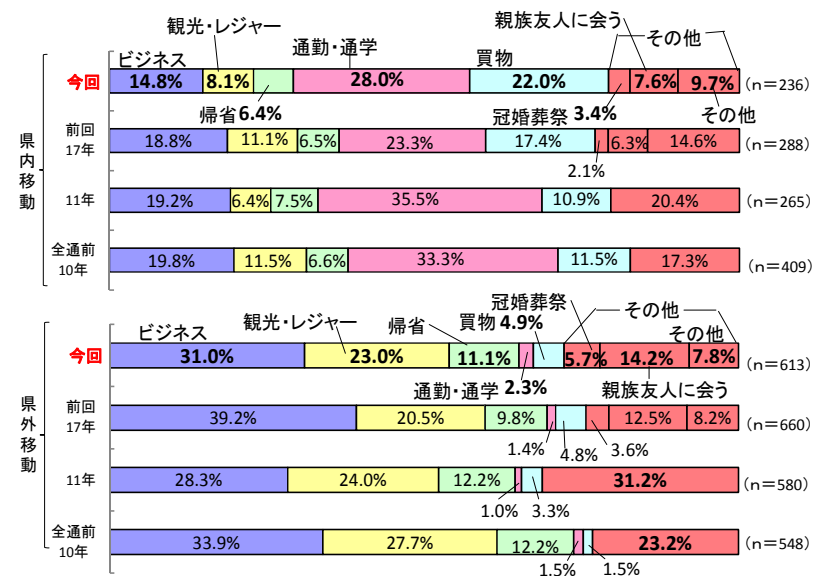
図表3 新幹線利用者の利用目的



注)前回調査からアンケート項目に、「親族・友人に会う」と「冠婚葬祭」を追加、以下同じ。

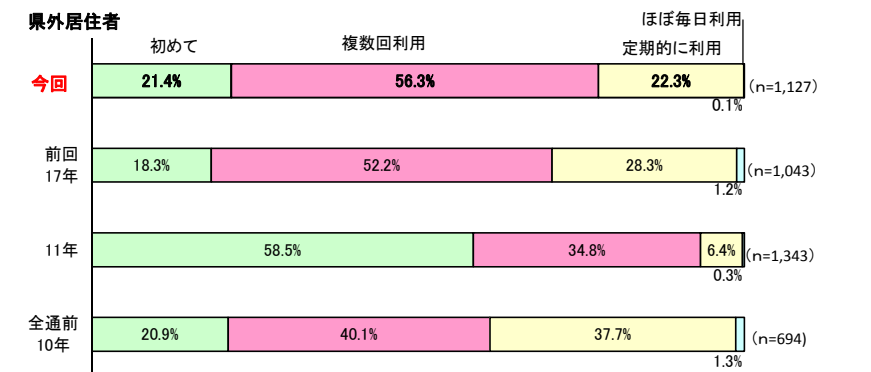
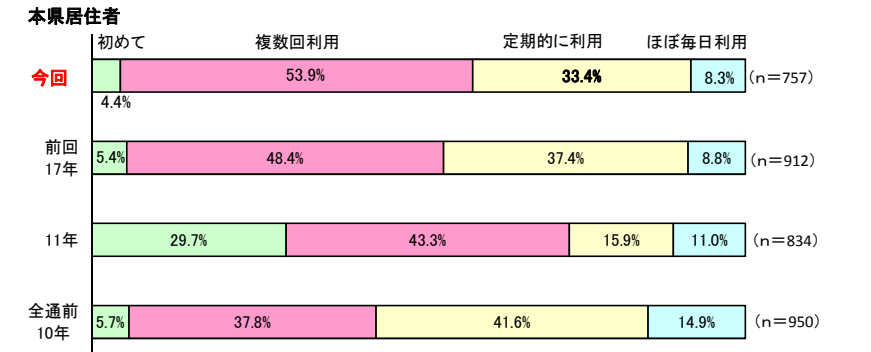
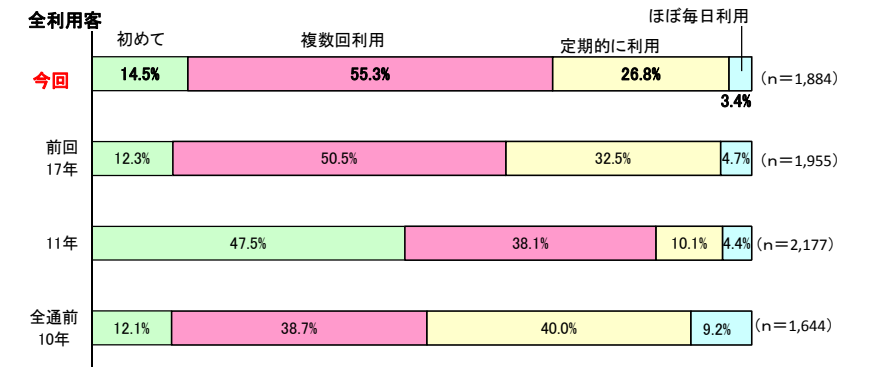


図表4 本県居住者の移動別利用目的

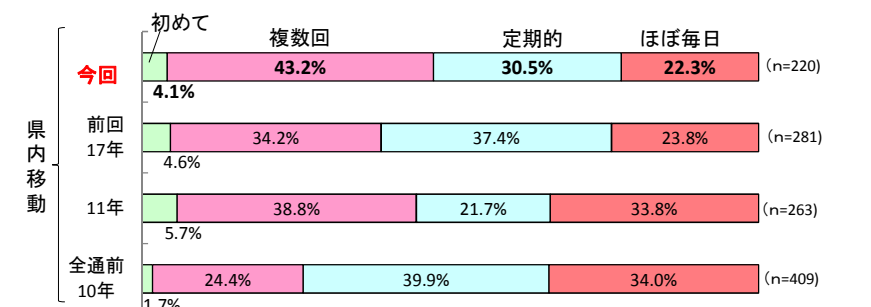


注)前回調査からアンケート項目に、「親族・友人に会う」と「冠婚葬祭」を追加。

図表5 新幹線利用者の利用頻度



図表6 本県居住者の移動別利用頻度



図表7 県外居住者の日帰り・宿泊状況(利用目的別)

	有料宿泊				日帰り				その他(無料宿泊など)			
	全通前10年	11年	前回17年	今回	全通前10年	11年	前回17年	今回	全通前10年	11年	前回17年	今回
全体	52.5%	56.3%	54.2%	54.2%	26.6%	20.5%	29.5%	30.4%	20.9%	23.2%	16.2%	15.4%
観光・レジャー	70.9%	81.0%	65.6%	66.1%	25.2%	16.5%	26.9%	29.1%	3.9%	2.5%	7.5%	4.7%
ビジネス	67.3%	66.3%	60.2%	57.2%	29.8%	31.3%	34.1%	35.2%	2.9%	2.4%	5.7%	7.7%

10年:n=689、11年:n=1,290、17年:n=1,033、18年:n=1,109

図表8 県外居住者の本県における平均消費額(利用目的別)

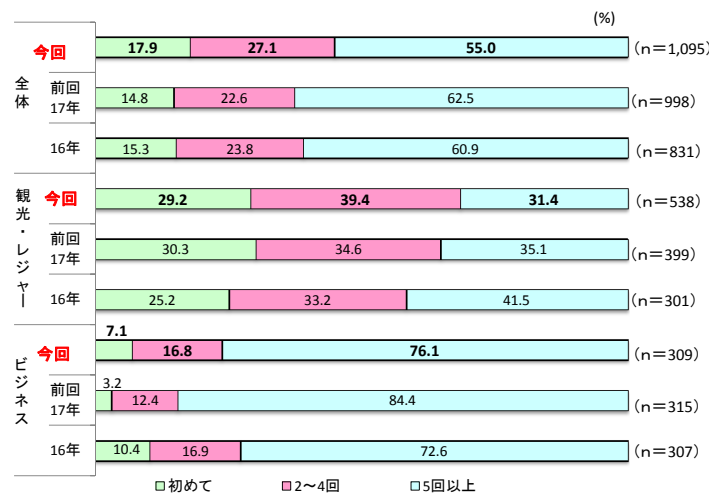
	宿泊費	お土産・買い物費	飲食費	交通費	合計消費額
全体	12,590 (12,416)	6,075 (6,321)	7,687 (8,122)	4,736 (4,061)	31,087 (30,920)
観光・レジャー	19,597 (20,262)	9,078 (8,838)	8,789 (9,632)	5,172 (5,128)	42,636 (43,860)
ビジネス	8,747 (9,850)	3,502 (2,758)	8,014 (7,030)	5,944 (4,196)	26,206 (23,834)

注1) 下段の()内の金額は17年3月調査時の金額。

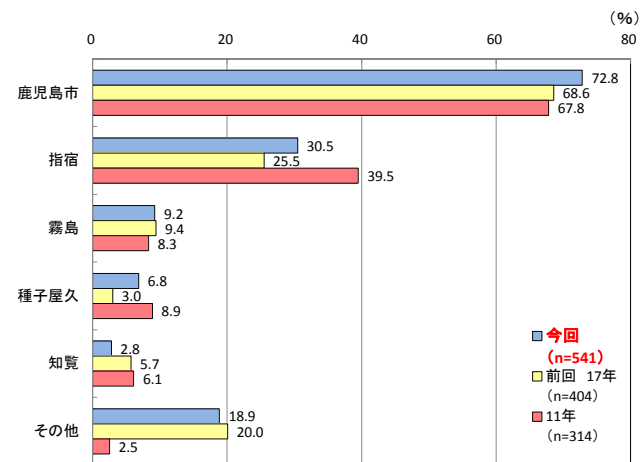
注2) パック旅行の場合、パック料金に占める宿泊費を35%として試算。

注3) 交通費は新幹線料金を除く。

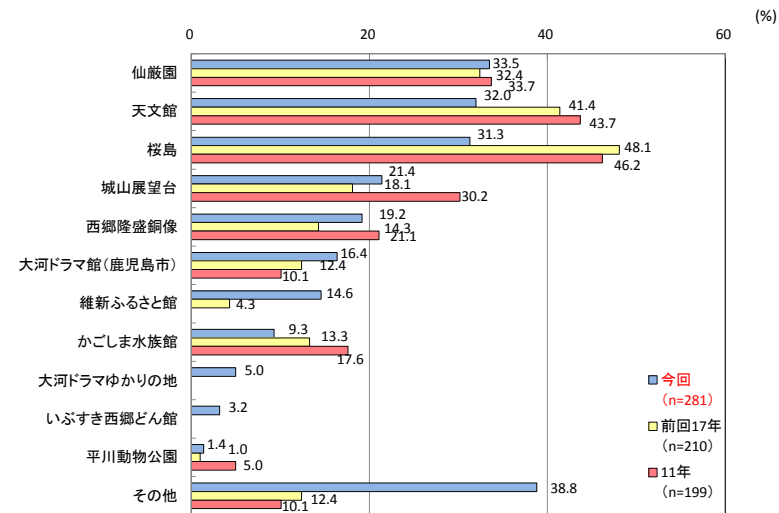
図表9 県外居住者の来県回数



図表10 県外観光客の訪問した地域(複数回答)

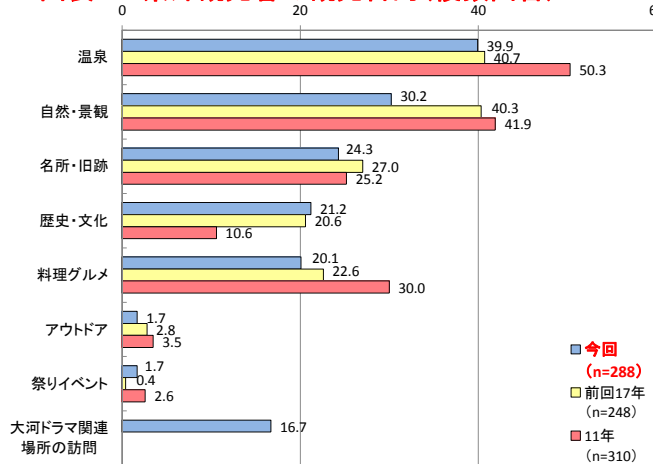


図表11 県外観光客の訪問した場所(複数回答)



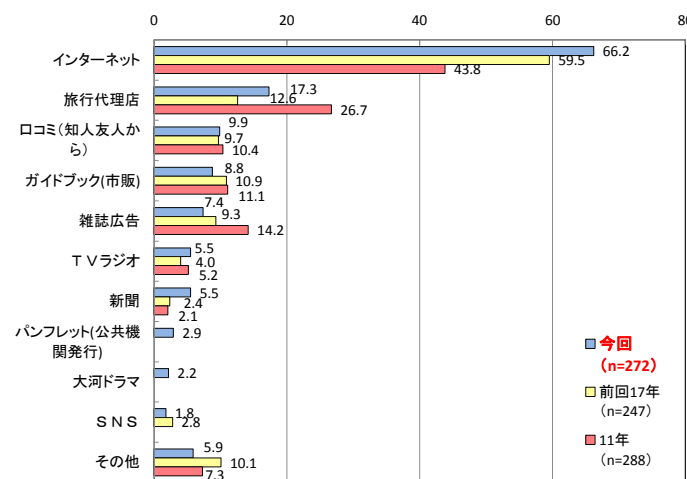
注) 前回までは鹿児島市内を対象。今回は鹿児島県内に対象を広げたため、その他の割合が増加。また「大河ドラマ館」、「大河ドラマゆかりの地」、「いぶすき西郷どん館」は今回初めて項目に追加。「維新ふるさと館」は2011年3月調査時で調査対象外。

図表12 県外観光客の観光目的(複数回答)



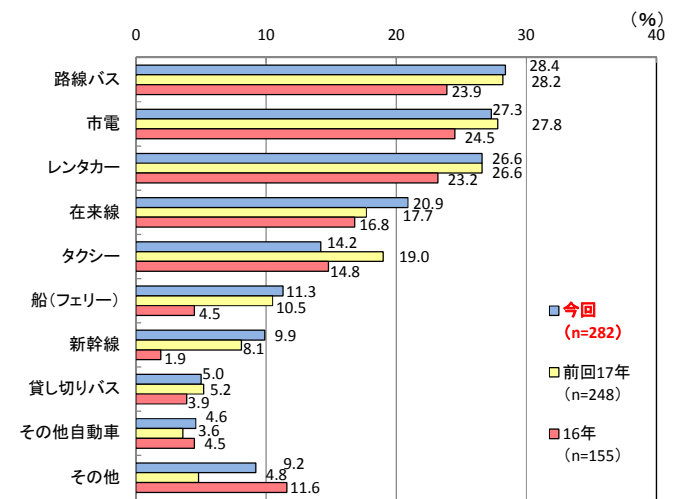
注) 今回初めて「大河ドラマ関連地」を選択肢に設定。

図表13 県外観光客の情報収集手段(複数回答)

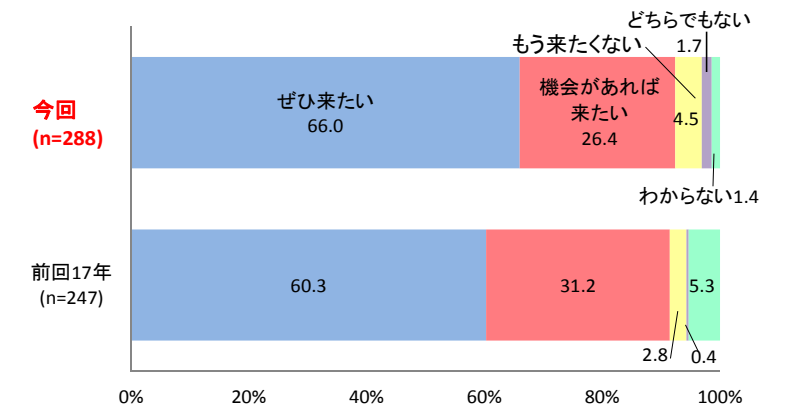


注) パンフレット(公共機関発行)と大河ドラマは今回初めて項目に追加。SNSは2011年3月調査時で調査対象外。

図表14 県外観光客の二次交通手段(複数回答)

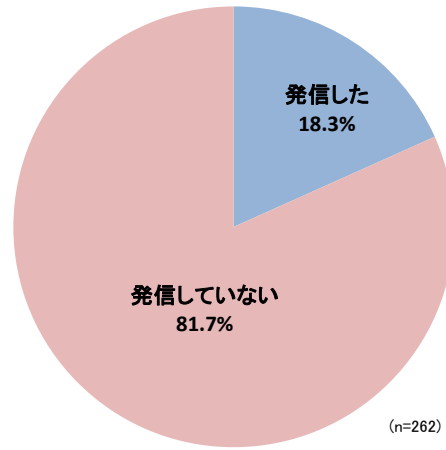


図表15 県外観光客の本県再訪希望

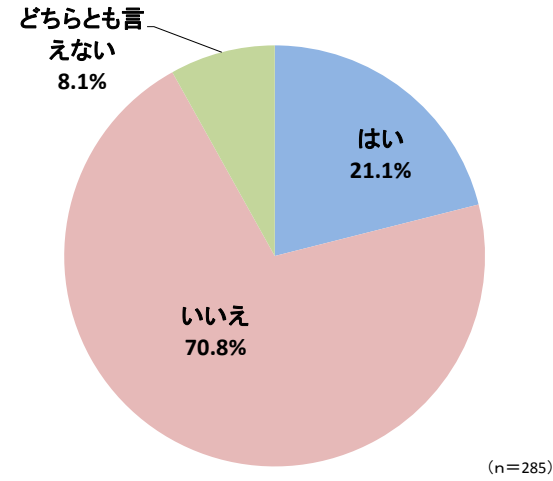


注) 前回調査から設定された質問。

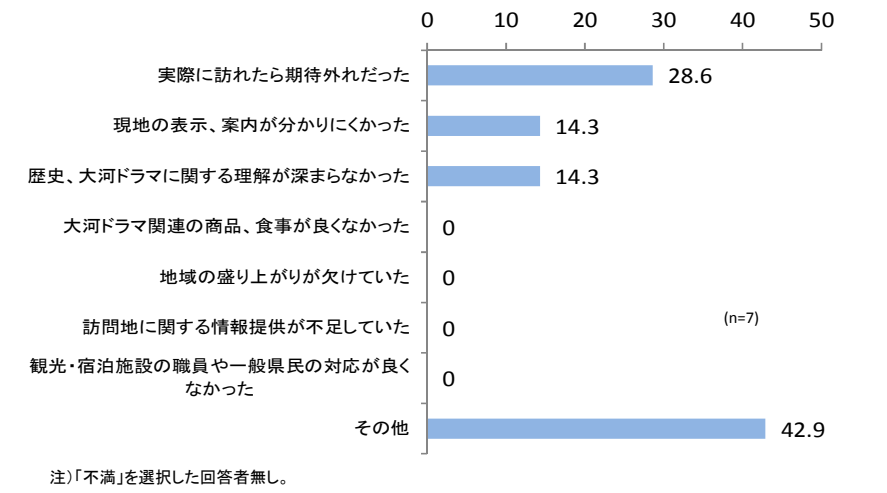
図表16 県外観光客のSNS発信



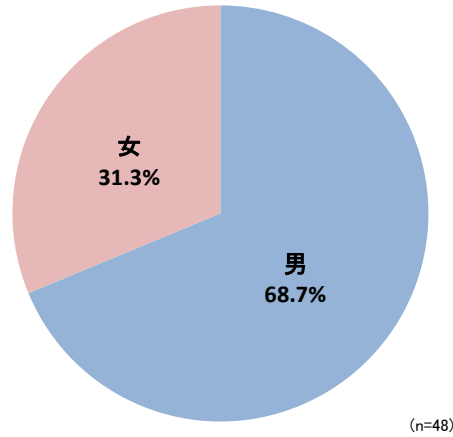
図表19 大河ドラマが来鹿のきっかけか(県外観光客対象)



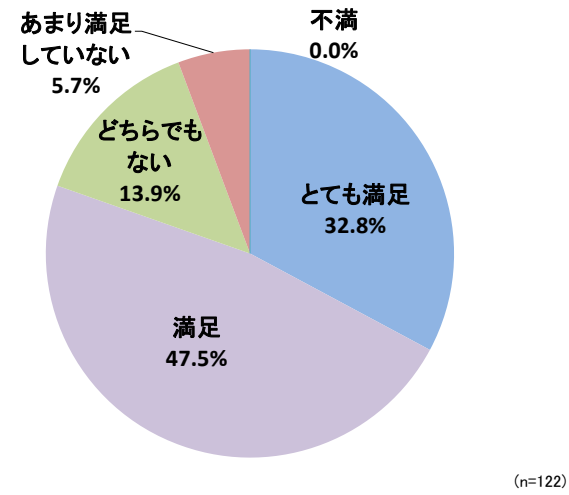
図表22 図表20「あまり満足していない」の理由



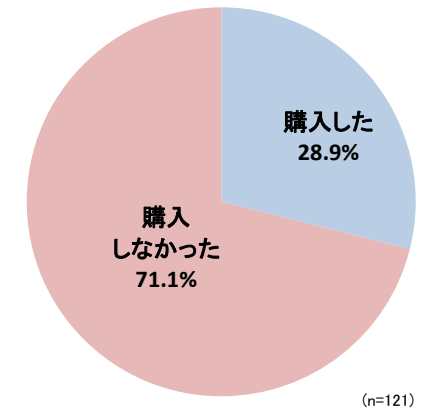
図表17 SNS発信者の男女別比率



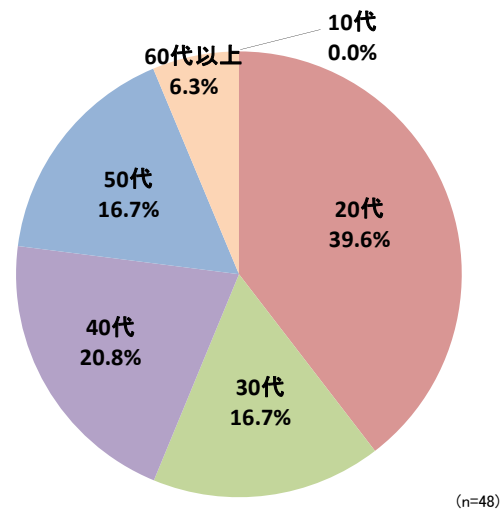
図表20 大河ドラマ関連地の感想(以下、関連地を訪れた県外観光客を対象)



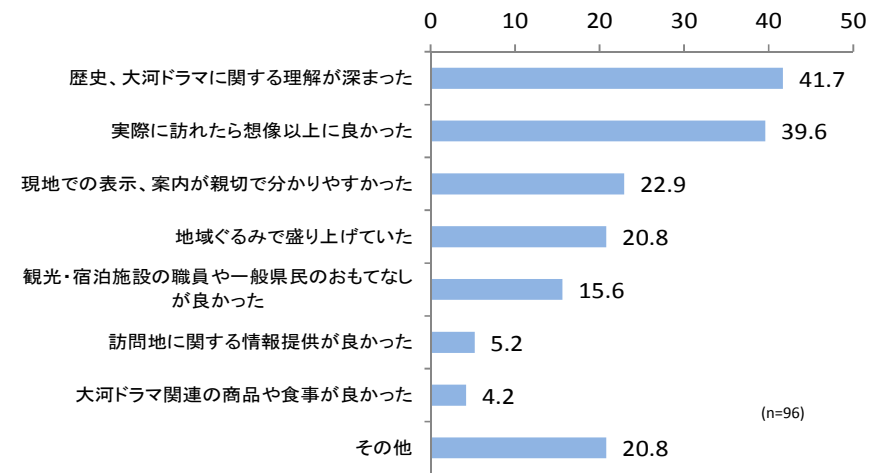
図表23 大河ドラマ関連のお土産物購入



図表18 SNS発信者の年代別比率



図表21 図表20「とても満足」「満足」の理由



自由意見

大河ドラマについて(関連施設を訪問した方から聞き取り)

素晴らしいキャスト、久しぶりに本気で面白い。今後も期待している。

(出演者が)カッコいい。

次が気になるドラマ。

ドラマが面白い。毎回楽しみにしている。黒木華がきれい。

話的には分かりやすい。

面白い(合計6件)。

鹿児島弁がしっかり使われていて面白い。

面白い。毎週楽しみにしている(合計4件)。

(今後はドラマを)しっかり見たい(合計2件)。

見ていない(合計10件)。

ドラマは脚色し過ぎ。史実と違っている。

大河ドラマ関連施設、ドラマに関連するお土産物などについて(関連施設を訪問した方から聞き取り)

(関連施設は)良かった(合計9件)。

(関連施設の)スタッフの人がとても良かった。

(関連施設の)訪問は楽しかった。

(関連施設は)工夫されていて良かった。

レストラン、トイレがきれいだった。

良い所です。接客が良い。

歩いて行ける所があって良かった。

良かったのでまた来たい。

綺麗に整備されていて見やすかった。

良かったのでまた来たい。

(仙巖園の)庭がきれいで、食べ物がおいしかった。

(仙巖園の)庭が良かった。

仙巖園がきれいだった(合計3件)。

(仙巖園の)スタバがおしゃれで良かった。

仙巖園から見る桜島はすごかった。ドラマの舞台となった時代に思いをはせた。

仙巖園の説明が丁寧だった。

大河ドラマ館(鹿児島市)は思ったより面白かった。

大河ドラマ館(鹿児島市)は見た目の割に中がしっかりしていた。

維新ふるさと館が良くて、もっとゆっくり見たかった。

偉人が結構多いと思います。

(関連施設に)がっかりした。

(関連施設は)資料が少なかった。

時間がなかったため、ゆっくり見物できなかつた。

大河ドラマ館(鹿児島市)は物語に従って新しくして欲しい。

大河ドラマ館(鹿児島市)は値段の割にあまり見るものがなかつた。

大河ドラマ館(鹿児島市)は面白くなかつた。

子どもサイズのTシャツがなかつた。

お土産の包装は、鹿児島風味が少ない。

お土産が宅配できれば(西郷どん関連のお土産を)買った。

お土産は、実用的なもの(タオルとか)が少なかつた。

大人向けのお土産、使えるものが少ない。Tシャツとかは買わない。

(南洲翁)遺訓集(本)がない。今まで知らなかつた西郷隆盛を知ることができた。

刀の鐔(つば)、小さい甲冑で飾れるものがあると良い。

鹿児島や鹿児島観光についての自由意見(県外観光客から聞き取り)

良かった、良い所、素晴らしい所、楽しかったなど(合計23件)。

バス路線が分かりやすい。

バスに乗ればどこでも行けた。

バス・市電が充実してる。安い。アクセスが良い。

まち巡りバスが良かった。逆回りがあるとよい。

シティビューの本数が良かった。アクセスが簡単。

シティビューバスの案内が英語のみ。韓国語や中国語も流した方が良いのでは。

フェリーの便数が多く、良かった。

温泉が良かった(合計2件)。

桜島が良い。

西郷さんが好きなのでまた来たい。

食事・焼酎がおいしい。

おもてなしがよくできてる。

来るたびに楽しい。

(鹿児島の)人が親切(合計3件)。

綺麗に整備されている所が多い。

自然が素晴らしい。料理の種類が多い。

焼酎が好きなのでまた買いに来たい。

「指宿のたまたま箱」号が良かった。次、指宿に行く時は車で行きたい。

(以前と比べ)きれいになった。

添乗員さんがすごく良かった。都会だと感じた。

食べ物がおもしろかった。さつまあげ料理がおいしい。(公共交通機関は)台数を増やして欲しい。

九州新幹線により手軽に旅行ができると思っている。

知覧特攻平和会館を見たら、ちょっと悲しかった。見たい場所があるので、また来たい。

交通が不便(合計2件)。

電車などの交通の便が悪く、切符の買い方も分かりにくい。

鹿児島の交通施設が乏しいです。

駅前をもう少し使いやすくして。

バス路線が分かりにくい。

バス停の乗り場が分からない。鹿児島中央駅の乗り場が分からない。

市電をもう少し分かりやすくして。

バス、電車の本数を増やしてほしい。

suicaが使えなかったのが少し不便だった。

誰も乗らないバスは要るのか。

フェリーのトイレが汚かった。

観光地があまり無い。

フリーガイドを探すのが大変だった。

(桜島、新燃岳)の噴火が心配。

桜島の活気がなくなった。溶岩の道など自然のままがいい場所がある(遺跡)。整備しすぎても良くない。

噴火したら来ない方が良くと思った。

灰がなければ良い。

意外と寒い。

飲食店の物価が高い気がする。

黒豚の専門店は、想像よりも少なかった。

西郷どんを広めて！大隅をもっと活発に！！

西郷どん周遊ツアーをやったら良い。

観光地をもっと分かりやすくしてほしい。

もう少しアピールしてほしい。屋台村は良かった。

多彩な食材があれば良い。

今の雰囲気大事にして欲しい。

1.観光できるポイントを作ってほしい。ちょっと少ない。2.駐車場が狭い。3.案内表示が少ない。4.観光スポットを増やしてほしい。5.黒豚を食べたいと思ったが、場所が分からなかった。

交通網が悪い。バスが分かりにくい。国際的な表示がない。市電の人の案内が分かりにくい。「〇〇に行くにはここで降りて」くらいアナウンスしてほしい。まとめる人がちゃんといるか？統一感がない。桜島のパンフレット希望。行政の力が足りない。

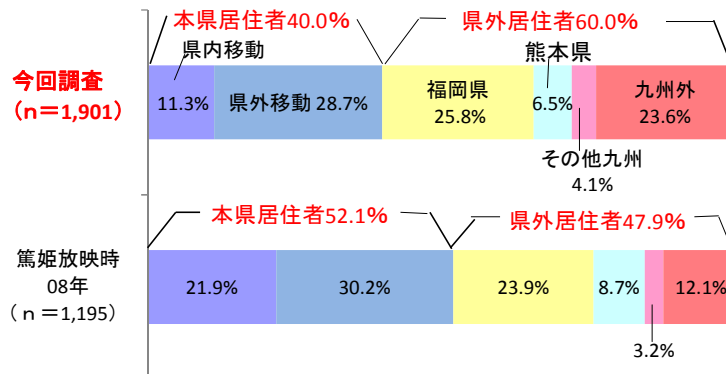
他の観光地の良いところを見習ってほしい。

参考資料 2008年大河ドラマ「篤姫」放映時との比較

1.居住地別利用者割合の推移

今回調査の県外居住者の利用割合は60.0%で、篤姫放映時(47.9%)を12.1%[※]上回った(図表1)。篤姫放映時は九州新幹線の部分開業後4年目で、その3年後に九州新幹線は全線開通した。所要時間の短縮効果で、篤姫放映時より県外居住者を呼び込む力が高まっていることがうかがえる。

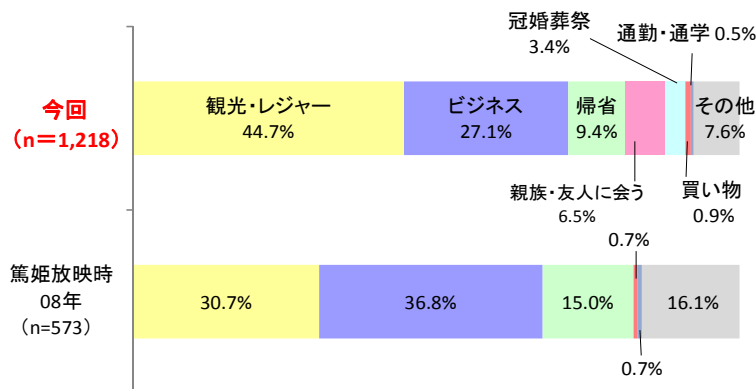
図表1 居住地別利用者割合



2.県外居住者の新幹線利用目的

県外居住者の利用目的は「観光・レジャー」44.7%で、篤姫放映時(30.7%)を14.0%[※]上回った(図表2)。全通効果は観光・レジャー利用の増加に表れている。

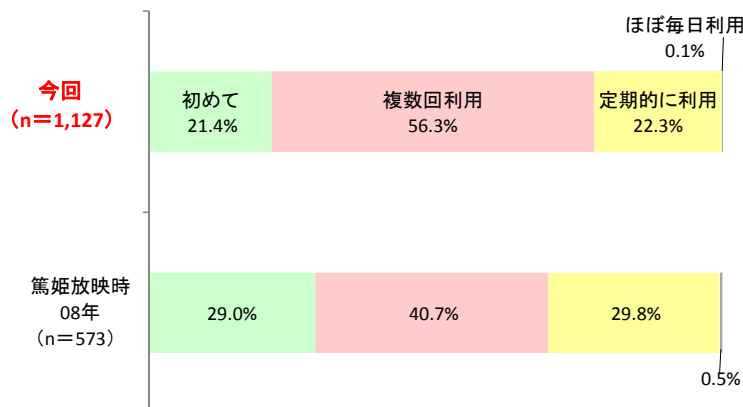
図表2 県外居住者の新幹線利用目的



3.県外居住者の利用頻度

県外居住者の利用頻度を見ると、「複数回利用」が56.3%で、篤姫放映時(40.7%)を15.6%[※]上回った(図表3)。県外居住者のリピート率は高まっている。

図表3 県外居住者の利用頻度



注)2008年調査は3月7日(金)、8日(土)、9日(日)、12日(水)の4日間、9:00~10:00、14:00~15:00、19:00~20:00に実施。