

西九州新幹線開通効果結果<速報> ダウンロード資料

CCCMKホールディングス株式会社
CCCマーケティング総合研究所



22/11/24
22/12/13 updated

<p>目的</p>	<p>九州調査協会（九経調）とCCCマーケティング総研の共同研究案件として、西九州新幹線開通（22/9/23）の効果検証を行う。 CCCマーケティング総研では、開通後1カ月間に各拠点に来訪した人の特徴を把握する。</p>
<p>集計対象 データ</p>	<p>全国男女15-89歳 西九州新幹線開通駅周辺1.5kmのTポイント提携先利用履歴データ ※開通駅 武雄温泉駅、嬉野温泉駅、新大村駅、諫早駅、長崎駅 ※該当市区町村在住者は除く</p>
<p>集計期間</p>	<p>開通後（分析対象）：2022/9/23～2022/10/22 開通前（比較対象）：2021/9/24～2021/10/23</p>
<p>可視化 ボード</p>	<p>https://public.tableau.com/app/profile/cccmkt/viz/-_16689899909320/sheet0 ※一部、データをTableau publicにて公開しています。駅別の利用者属性データをご覧いただけます。</p>

西九州新幹線開通後、開通駅エリアを利用した人たちは・・・

旅行好きなミドル層。

休みになると、夫婦や家族と出かけるアクティブ志向。

自分の好きなものは、こだわりをもって楽しみたい。

■ 東京都を中心とした関東エリアからの来訪者が増加。

九州内だけでみると、福岡県、熊本県、鹿児島県、大分県から来訪が微増。

■ 男女ともに40～60代のミドル層が利用。

■ 国内旅行、写真・映像が趣味。お酒も好む。

好きなお酒に関しては、プレミアムラインの限定品、新商品など積極的に試したい。

■ 「るるぶ長崎」「まっふる長崎」の購入割合が高いだけでなく、

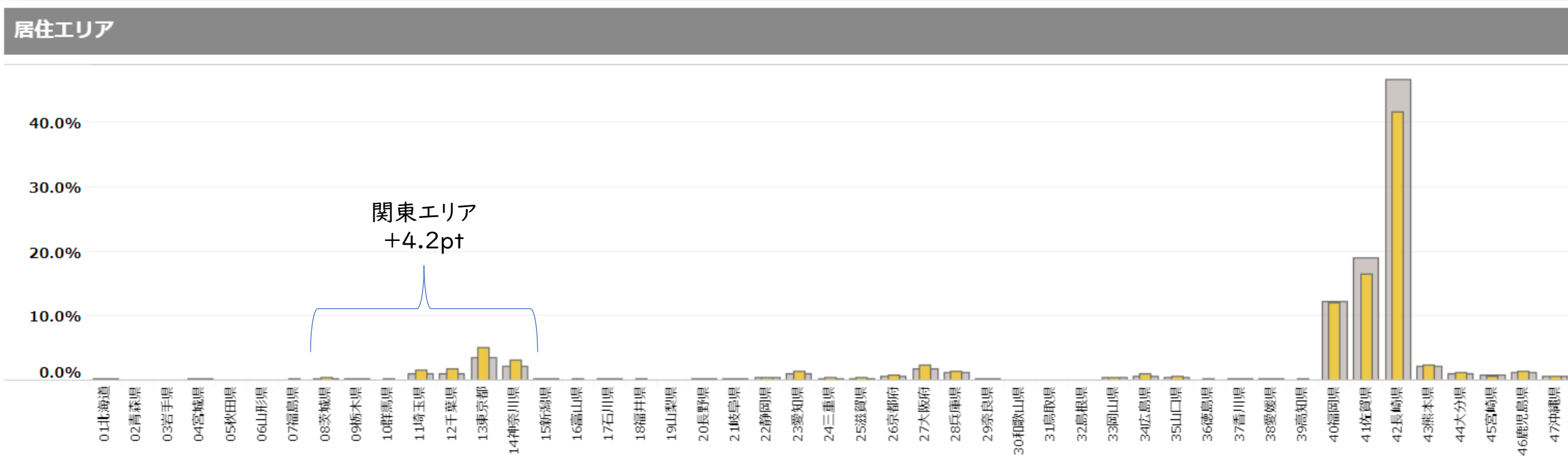
JR時刻表も特徴的に買われており、「鉄道好き」「乗り物好き」なコアファンであることもみてとれる。

また、子育て雑誌なども特徴的に購入されており、子育て中のファミリー層の特徴もみられる。



【図表1】新幹線開通前後 居住都道府県別構成比

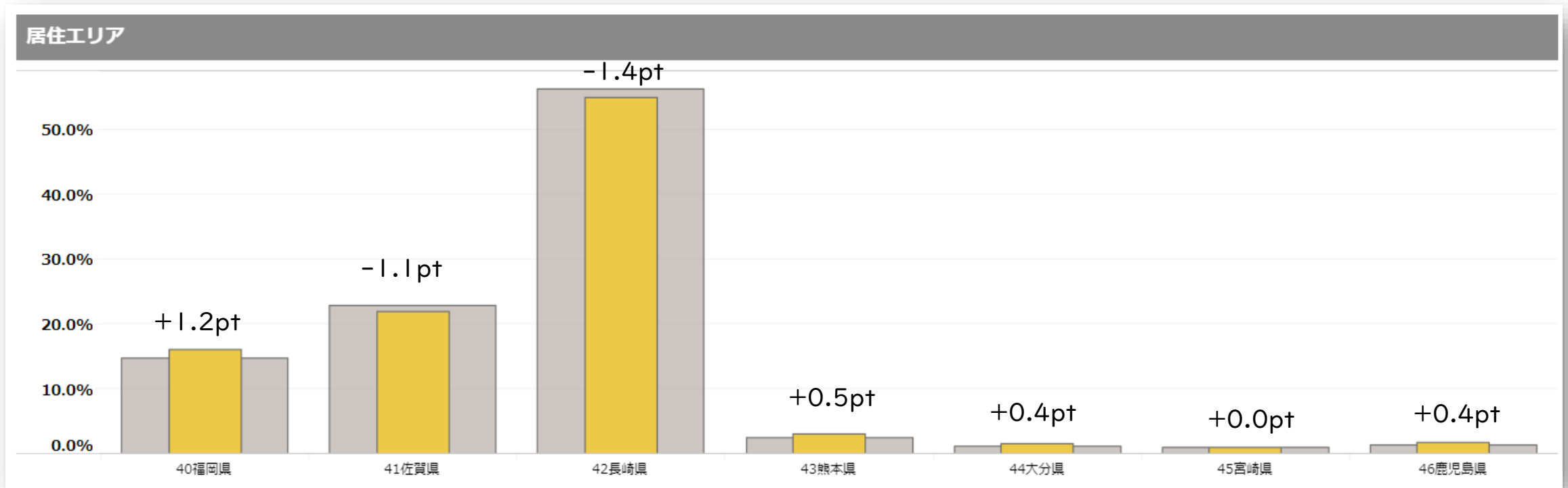
年代別/都道府県別
 ■ 分析対象_構成比
 ■ 比較対象_構成比



開通後期間利用UU数と開通前期間利用UU数の居住都道府県を比較。
 いずれの期間も長崎県、佐賀県、福岡県の利用が多いが、開通後に東京都、神奈川県などの関東首都圏からの来訪者が伸長している。(GAP +4.2pt)

【図表2】新幹線開通前後 居住都道府県別構成比（九州7県のみ）

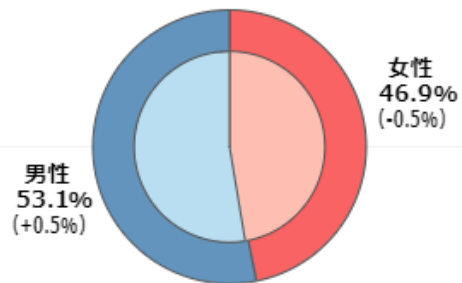
年代別/都道府県別
■ 分析対象_構成比
■ 比較対象_構成比



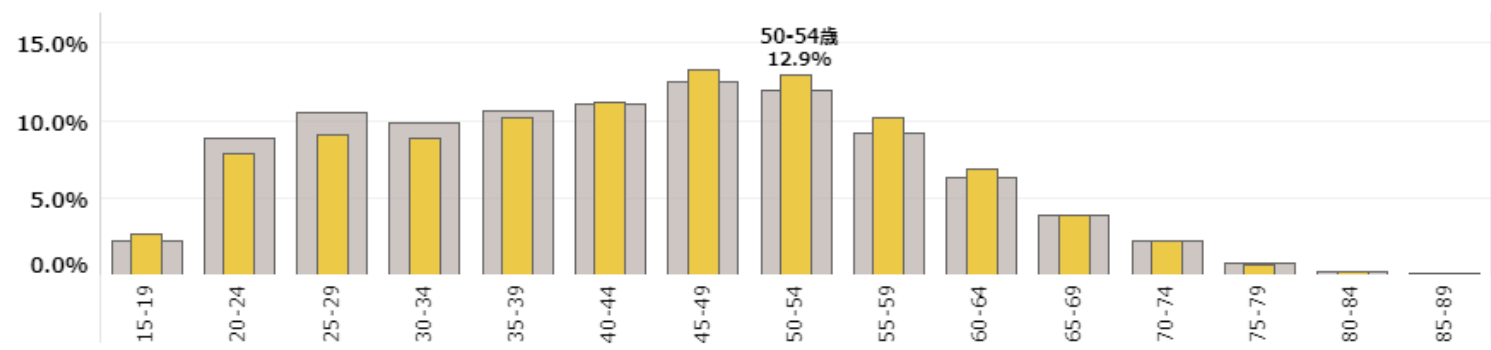
九州7県に絞ってみると、開通前と開通後での差分が大きいのは、福岡県で+1.2pt伸びている。またJR九州の他の新幹線、特急を乗り継いで移動をしやすいためか、熊本県、大分県、鹿児島県からの来訪者も微増。一方で、最も遠隔地にある宮崎県からの来訪は増えていないようである。

【図表3】新幹線開通前後 性年代構成比

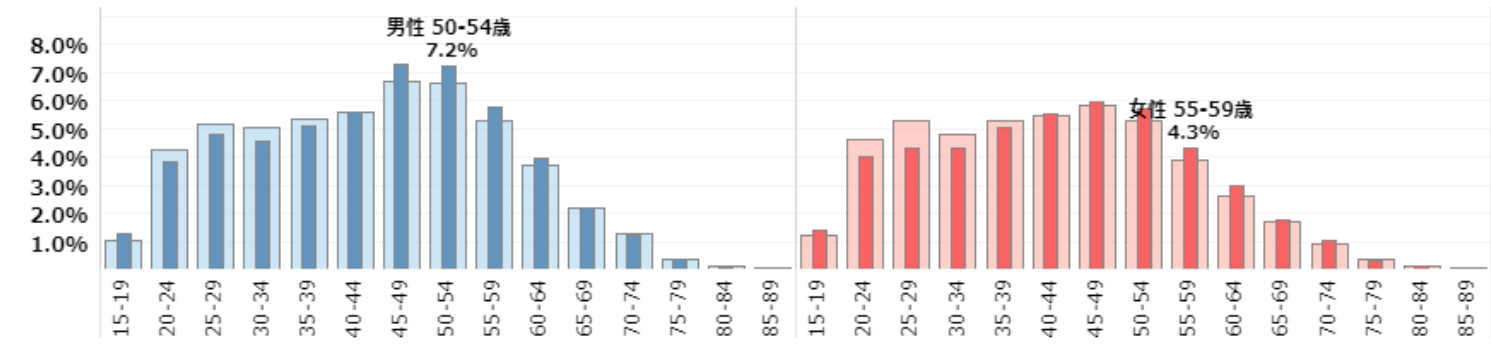
性別



年代別 平均年齢 分析対象: 43.9歳 比較対象: 43.0歳



性年代別

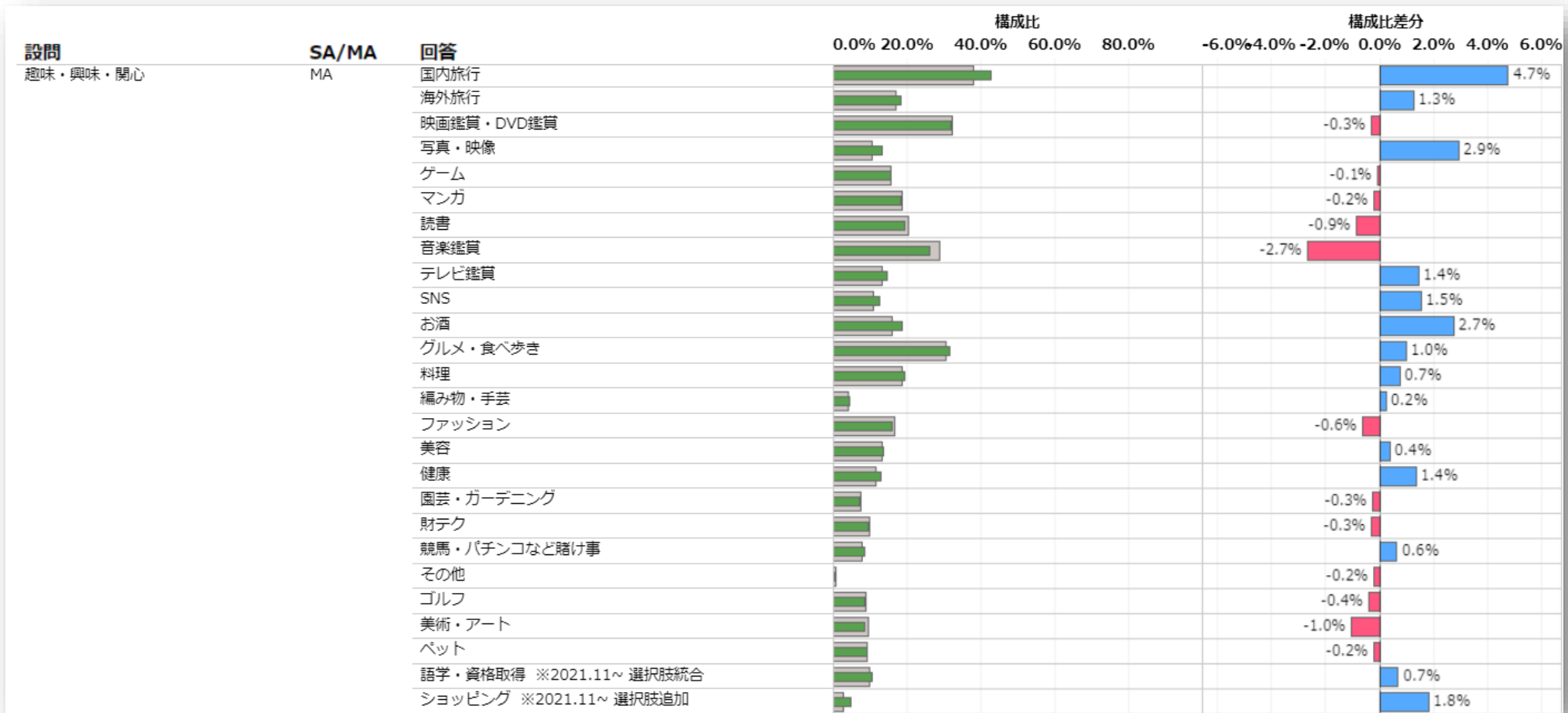


性別/性年代別
 ■ 女性, 分析対象_構成比
 ■ 女性, 比較対象_構成比
 ■ 男性, 分析対象_構成比
 ■ 男性, 比較対象_構成比

年代別/都道府県別
 ■ 分析対象_構成比
 ■ 比較対象_構成比

開通前後ともに、男女の構成比に顕著な差は見られない。
 年代で見ると、開通後に利用が伸びているのは、男女ともに40代～60代前半。ミドル層を中心に動きがみられる。

【図表4】新幹線開通前後 ライフスタイルアンケート



※ライフスタイルアンケートとは・・・T会員のライフスタイル、デモグラフィックに関するアンケート結果。任意回答。

開通後利用者は、開通前利用者に比べて、「国内旅行」「写真・映像」好きが多い。また「お酒好き」と回答する割合も高い。旅行先で、美しい風景や観光地を写真におさめ、お酒や食事を楽しむ、そんな旅行好き達の旅スタイルもうかがえる。

【図表5】新幹線開通前後 TSUTAYA雑誌購入履歴リフト値ランキングTOP20

順位	大分類名	中分類名	小分類名	商品名
1	ムック	旅行	るるぶ国内	るるぶ長崎 '23 ハウステンボス・佐世保・雲仙
2	月刊誌	旅行	時刻表	JR時刻表
3	月刊誌	ホビー	鉄道・乗り物	鉄道ファン
4	ムック	旅行	まっふる国内	まっふる 長崎 ハウステンボス 佐世保・五島列島'..
5	月刊誌	旅行	旅行誌	JTB小さな時刻表
6	月刊誌	ホビー	鉄道・乗り物	AIRLINE
7	月刊誌	ホビー	鉄道・乗り物	鉄道ジャーナル
8	月刊誌	ホビー	鉄道・乗り物	鉄道ダイヤ情報
9	ムック	スポーツ	野球	プロ野球オール写真選手名鑑 2022 Slugger..
10	月刊誌	旅行	時刻表	JTB時刻表
11	月刊誌	ホビー	鉄道・乗り物	鉄道ピクトリアル
12	月刊誌	語学・テキスト	教育	新・幼児と保育
13	ムック	旅行	旅行	こどもとおでかけ九州パパママWalker 2022-20..
14	月刊誌	情報誌	TV情報誌	B. L. T.
15	月刊誌	出産・育児	総合誌	kodomoe
16	月刊誌	語学・テキスト	教育	あそびと環境0・1・2歳
17	月刊誌	幼年誌	キャラクター	ポケモンファン79
18	ムック	音楽	洋楽	Rolling Stone India Collectors Edition:..
19	週刊誌	ホビー	週刊分冊	鉄道車両金属モデルコレクション
20	ムック	情報誌	TV情報	TVガイド PERSON 話題のPERSONの素顔に..

※新幹線開通前後利用者の
TSUTAYA雑誌購入履歴を参照。

<集計期間>

21/10/23~22/10/22

※購入者数が5UU以上の雑誌のみ対象。

※リフト値

開通後利用者の雑誌SKU購入者率÷
開通前利用者の雑誌SKU購入者率

値が高いほど、開通後利用者に特徴的に
購入されていると判断できる。

本ランキングはリフト値の高い順で作成。

開通後利用者に特徴的に購入されている雑誌として「るるぶ長崎」「まっふる長崎」などの旅行ガイド本。

JR時刻表、「鉄道ファン」などの購入も高く、乗り物好きな人達であることもわかる。

旅行雑誌の中でも「こどもとおでかけ九州パパママWalker」など子どもとの旅行ガイド本も選ばれており、「kodomoe」「遊びと環境」のように育児関連雑誌も読まれていることから、子連れ旅行客層もいることがわかる。

【速報】開通前後比較-西九州新幹線開通駅ALL

【図表6】 新幹線開通前後 アルコール飲料カテゴリ リフト値ランキングTOP20

順位	中分類名	小分類名	細分類名	商品名
1	飲料・酒類	アルコール飲料	ビール	エビス プレミアム メルツェン 350ml :0
2	飲料・酒類	アルコール飲料	リキュール類	ほろよい フルーツサンゴリア 缶 350ml :0
3	飲料・酒類	アルコール飲料	ビール	黒ラベル エクストラドラフト 缶 500ml :0
4	飲料・酒類	アルコール飲料	リキュール類	BAR Pomum 桃と紅茶 350ml :0
5	飲料・酒類	アルコール飲料	スピリッツ	こだわり酒場 樽香るレモンサワー 350ml :0
6	飲料・酒類	アルコール飲料	ビール	スプリングバレーシルクエール 缶 350ml :0
7	飲料・酒類	アルコール飲料	リキュール類	贅沢搾り 桃&オレンジ 22期間限定缶 350ml
8	飲料・酒類	アルコール飲料	リキュール類	サントリー ほろよい 冷やしパイン 缶 350ml :0
9	飲料・酒類	アルコール飲料	スピリッツ	氷結 無糖グレープフルーツ 7度 缶 350ml :0
10	飲料・酒類	アルコール飲料	ビール	黒ラベル エクストラドラフト 缶 350ml :0
11	飲料・酒類	アルコール飲料	ビール	スプリングバレーシルクエール 缶 500ml :0
12	飲料・酒類	アルコール飲料	リキュール類	BAR Pomum カシスと葡萄 350ml :0
13	飲料・酒類	アルコール飲料	スピリッツ	-196度ストロングゼロまるごと白ぶどう350ml :0
14	飲料・酒類	アルコール飲料	リキュール類	サントリー -196度C 秋梨 缶 350ml :0
15	飲料・酒類	アルコール飲料	ビール	黄桜 悪魔のビールレッドS IPA 缶 350ml :0
16	飲料・酒類	アルコール飲料	リキュール類	サントリー ほろよい ひんやり梨 缶 350ml :0
17	飲料・酒類	アルコール飲料	スピリッツ	-196度C オレンジパンチ 500ml :1
18	飲料・酒類	アルコール飲料	リキュール類	サントリー ほろよい オレンジサワー 350ml :0
19	飲料・酒類	アルコール飲料	リキュール類	CRAFT -196度ひきたつ洋梨 350ml :0
20	飲料・酒類	アルコール飲料	スピリッツ	濃いめのレモンサワー深みの熟成 缶 350ml :0

※新幹線開通前後利用者の
デイリーユース購買履歴を参照。
<集計期間>
21/10/23~22/10/22

※購入者数が20UU以上のSKUのみ対象。

※リフト値
開通後利用者のSKU購入者率÷
開通前利用者のSKU購入者率

値が高いほど、開通後利用者に特徴的に
購入されていると判断できる。
本ランキングはリフト値の高い順で作成。

※本ランキングではアルコール飲料カテ
ゴリのみ掲載。

アルコール飲料ではエビスプレミアムメルツェン、黒ラベルエクストラドラフトなどの限定品商品や、BAR Pomumなど新商品を好んで購入する。

【図表7】 新幹線開通前後 偏差値50以上の特徴的な顧客DNA (遊)

偏差値50以上顧客DNA

前後GAP +



スコア 52.0
前後GAP +0.2



スコア 54.7
前後GAP -0.6



スコア 54.1
前後GAP -0.8



スコア 53.8
前後GAP -0.7

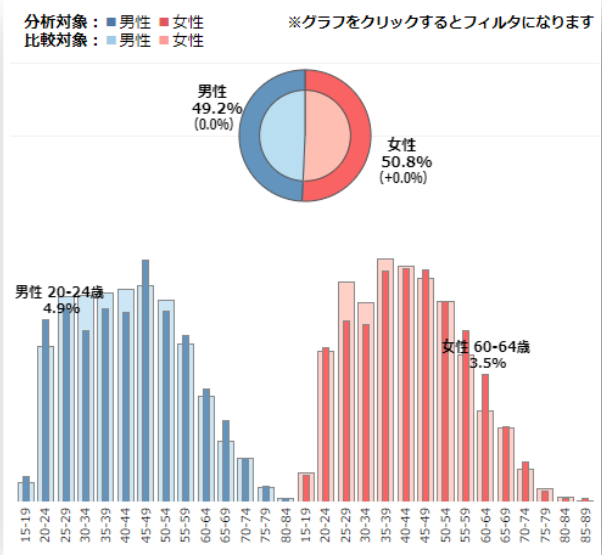


スコア 53.2
前後GAP -0.6

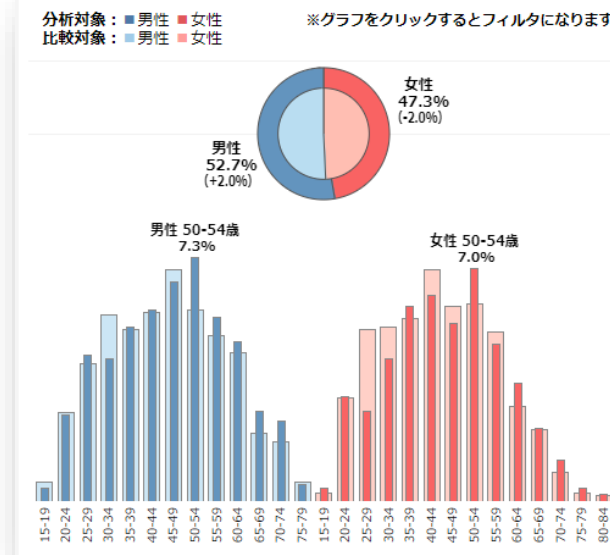
※顧客DNAとは…
T会員の購買履歴をもとにした統計モデルによって予測・スコアリングし、T会員全体の属性/志向性を集計したもの
今回は「遊」カテゴリのみ抜粋して掲載する。

西九州新幹線エリア来訪者の傾向として高いのは「ライブ観戦好き」「休日浪費タイプ」「新しもの好き」など。
更に、開通後來訪者に顕著に見られる傾向は「休日アクティブ派」

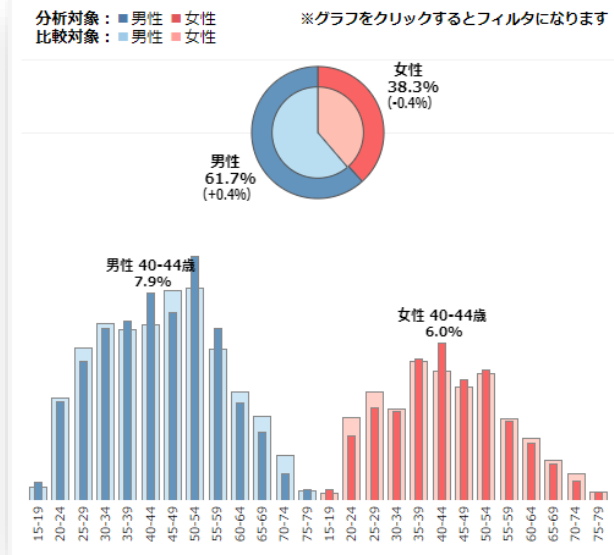
■武雄温泉駅



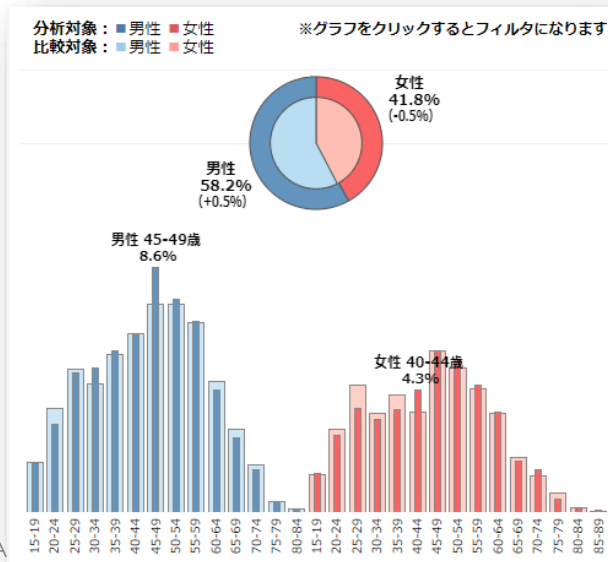
■嬉野温泉駅



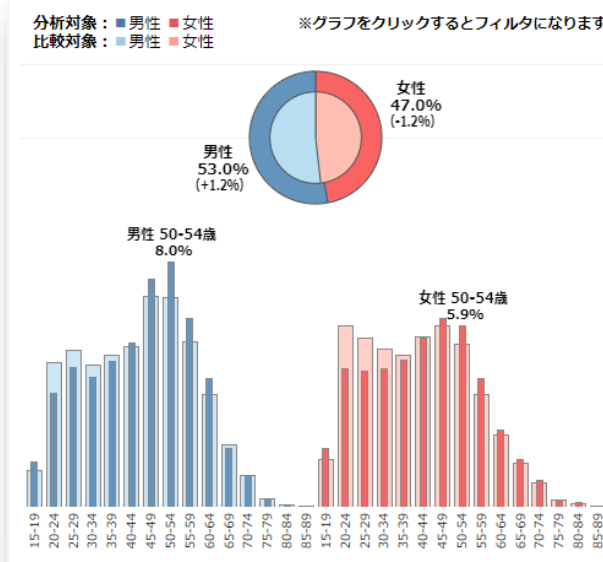
■新大村駅



■諫早駅



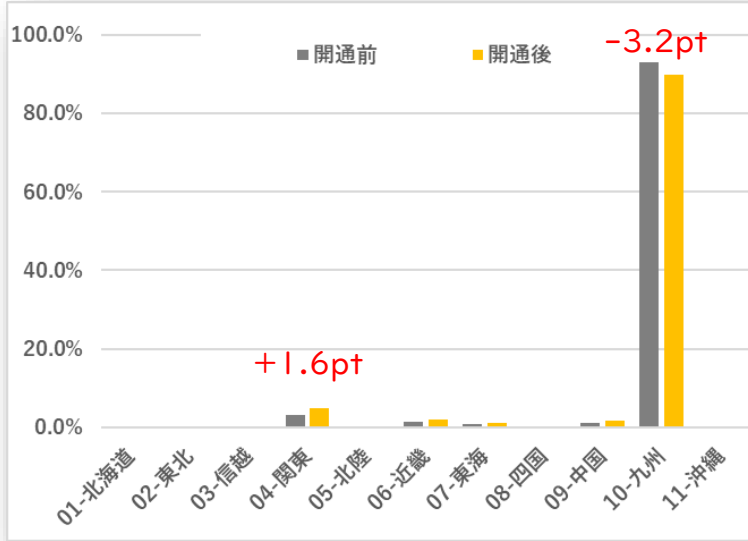
■長崎駅



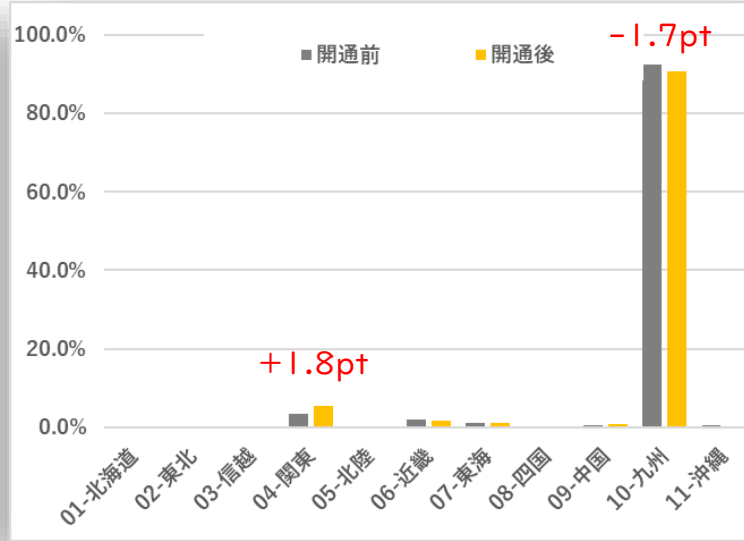
各駅によって利用層はやや異なる。
新大村駅、諫早駅は比較的男性利用が多い。

開通後、特に諫早駅では男性45-49歳の利用者が顕著に伸びている。

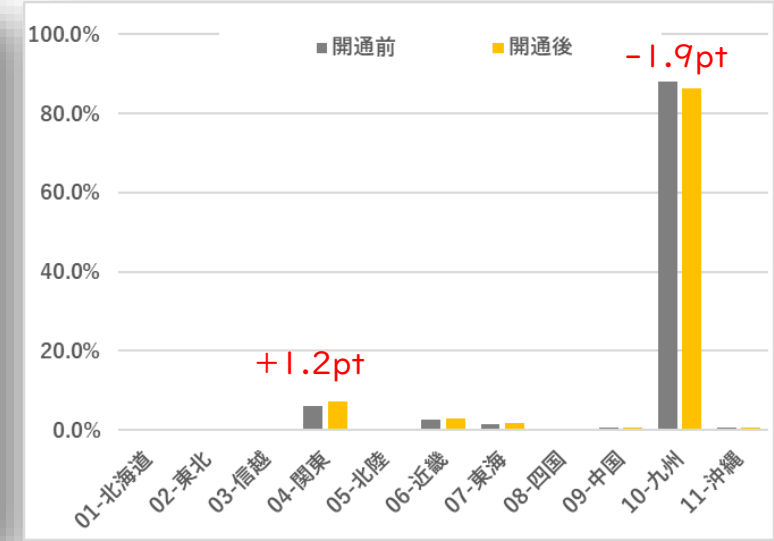
■武雄温泉駅



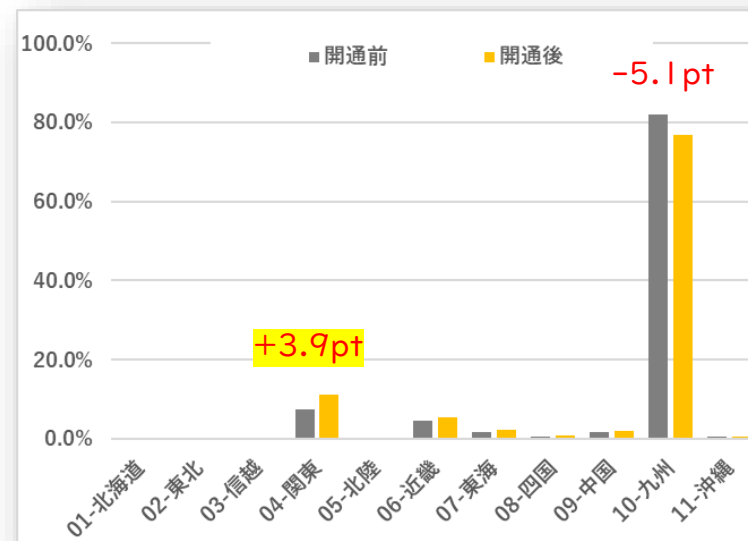
■嬉野温泉駅



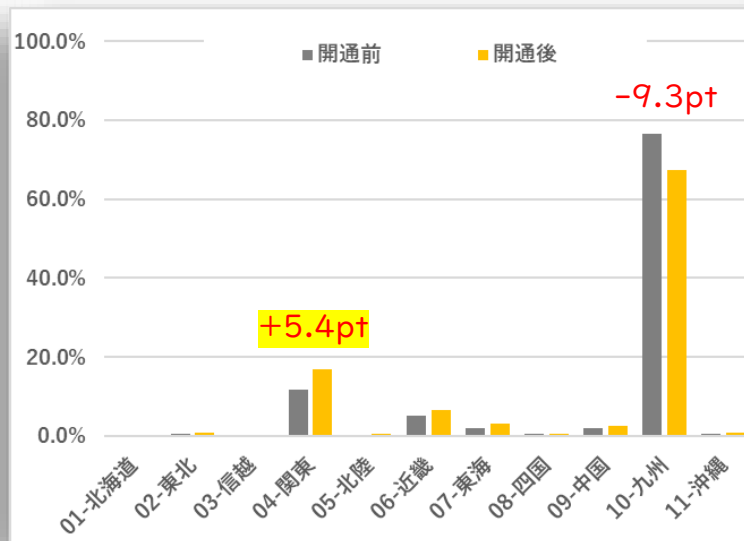
■新大村駅



■諫早駅



■長崎駅



来訪エリアの変化を各駅で比較すると、諫早駅、長崎駅は、関東からの来訪者の構成比が比較的高くなっていることが分かる。ただし、諫早駅に関しては、Jリーグ観戦客の影響が見られる（九経調パートより）
上記2駅に比べると、武雄温泉駅、嬉野温泉駅、新大村駅は九州外からの利用者の構成比の伸びが小さい。

西九州新幹線開通により、九州外からの来訪者拡大による経済効果を得られる駅と、効果の低い駅の二極化の兆しが見えている。