

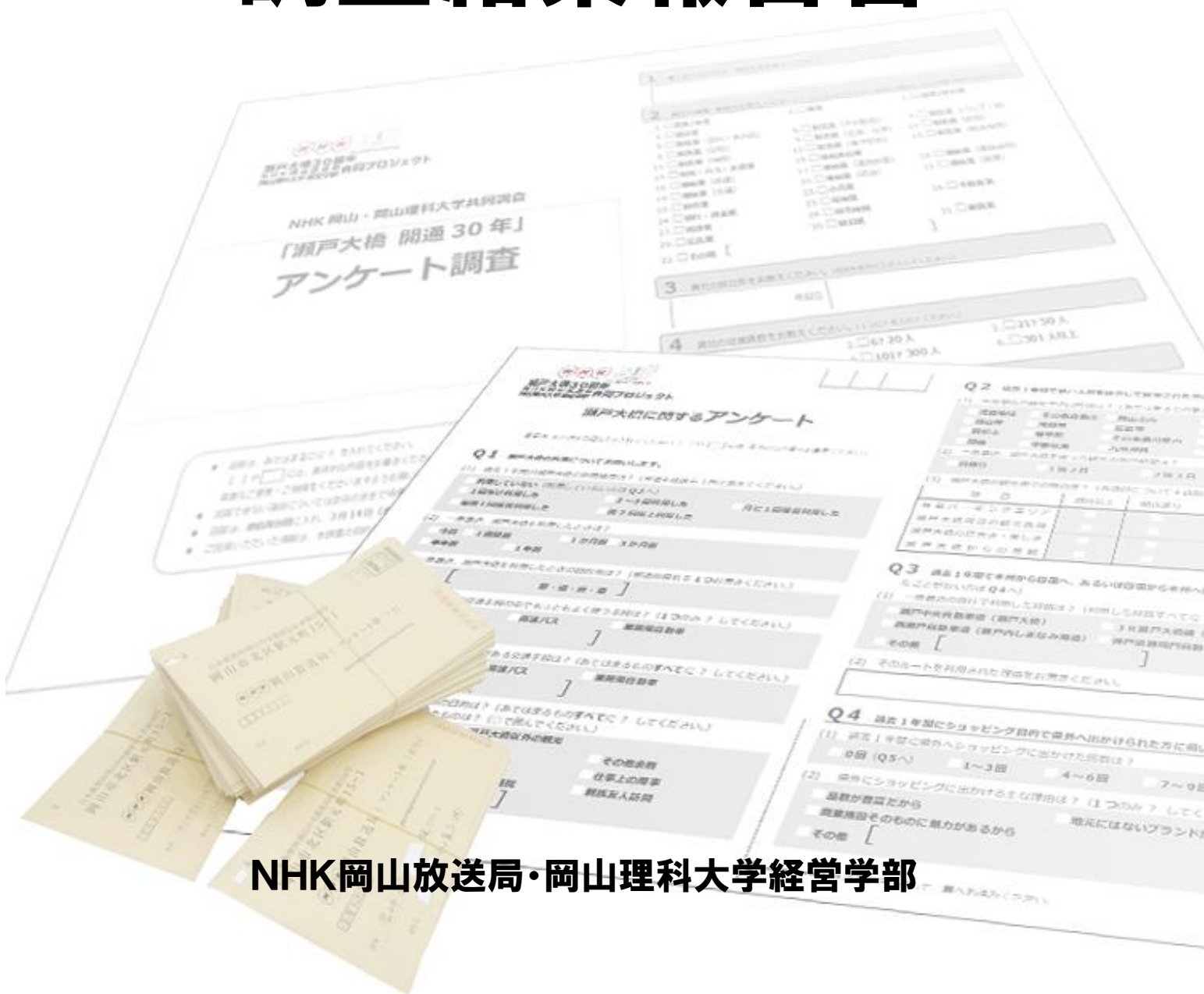
NHK岡山放送局・岡山理科大学経営学部共同プロジェクト

「瀬戸大橋 開通30年」

アンケート調査

(岡山・香川 1000 人・1000 社アンケート)

調査結果報告書



NHK岡山放送局・岡山理科大学経営学部

まえがき

2018年4月10日で開通から30年を迎えた瀬戸大橋がもたらしたものは何であったかを明らかにするために、NHK 岡山放送局と岡山理科大学経営学部が共同プロジェクトとして、本州と四国を結ぶ瀬戸大橋の両サイドである岡山県と香川県で大規模なアンケート調査を実施しました。具体的には、両県の計5カ所での1,000人を対象とした街頭アンケート（1000人アンケート）と両県の主要中小企業1,000社へのアンケート調査（1000社アンケート）です。前者の目的は、生活における瀬戸大橋の利用実態や個人レベルの意識を明らかにすること、後者の目的は、産業等における利用実態や影響度、価値などを明らかにすることです。

NHK 岡山放送局と岡山理科大学経営学部それぞれのプロジェクト担当者による企画打ち合わせを2018年1月に始め、調査方針および方法を検討・確認する2回の全体ミーティングを経て、街頭アンケート班と企業アンケート班に分かれて、2月から調査にとりかかりました。街頭アンケートでは、のべ108名の学生が計15回、街頭へ出て、街行く人に調査の協力をお願いし、目標である1,000人を超えた1,329人（最終集計値）の方から回答を得ました。企業アンケートも、岡山県と香川県の中小企業団体中央会のご協力をいただき、両県の計1,000社にアンケートを郵送し、郵送調査の回収率は1割程度といわれる中、約3割の282社から回答をいただきました。集まったデータをそれぞれの班で分析し、3月に中間発表会と最終報告会を行い、本報告に至りました。分析で明らかになった顕著な実態4つを、4月の第1週のNHK 岡山放送局の番組「もぎたて」の中で放送（同日の朝または昼のニュースでも同内容を放送）するとともに、瀬戸大橋開通30周年記念日の4月10日の特別番組でも調査結果の一部を紹介し、広く世間に知らせしました（次の11日の「もぎたて」では、この調査への学生の取り組みの様子も紹介しました）。この報告では、それらを含むすべての分析結果を掲載します。末尾には、報告会で使用したスライドも掲載しています。

1月末から3月末までという短い期間で、学生60名、教員・スタッフ9名、記者2名が力を合わせ、このプロジェクトを遂行したわけですが、予想通りであったもの、新たな発見、長い間に形成された根強い思いなど、あらためて瀬戸大橋を考えるに十分な情報が得られました。そこからは、地域による違いや年齢による違いも明らかになり、今後への示唆も多く含まれています。参加した学生たちにとっても、問題を解決していく本物のプロセスを体験したと同時に、将来を担う世代として、「瀬戸大橋」を見つめ直すきっかけを得たことは、別の意味での収穫といえます。

本プロジェクトは、「瀬戸大橋」のいまを浮き彫りにするために行いましたが、それにとどまらず、地域の方々や少なくとも本調査にかかわった若者たちの経済活動や地域に対する「思い」の醸成にもつながる多くの成果を得たプロジェクトとなりました。

最後になりましたが、アンケートに回答いただいた方々や企業のみなさま、街頭調査の場所使用を快く許可して下さったみなさま、その他大勢の方々に協力をいただきました。この場を借りてお礼申し上げます。本報告書は、ご協力をいただいたみなさまへ個別にお届けすべきところですが、PDFデータでのWeb公開という形をとらせていただくことでお許しいただきたく思います。可能な限り、細かく分析をしたつもりですので、今後のさまざまなことに役立てていただければ幸いです。この報告書が「瀬戸大橋」および関係する地域のますますの発展につながることを期待しています。

2018年8月

NHK 岡山放送局・岡山理科大学経営学部共同プロジェクトメンバー 一同

本調査の報告会の後、急逝した延藤暁彦君に、本報告書を捧げます。

プロジェクトメンバー一覧

■ NHK岡山放送局

高橋 邦和 放送部 副部長
沼田 悠里 放送部 記者
磯野 真之介 倉敷支局 記者

■岡山理科大学

大藪 亮 経営学部 准教授 (2.3 節)
黒田 正博 経営学部 教授
清野 聡 経営学部 教授
松村 博行 経営学部 准教授
三原 裕子 経営学部 准教授 (2.2.3 節)
森 裕一 経営学部 教授 全体総括, 報告書編集 (1.1, 1.2.3, 1.2.4, 2.1, 2.2.5, 2.2.6 節)
山口 隆久 経営学部 教授 企業調査責任者 (2.2.4 節)
鷺見 哲男 経営学部 教授 街頭調査責任者 (I, 1.2.1, 1.2.2, 1.3 節)
高田 滋美 キャリア支援センター
高橋 良平 大学院 総合情報研究科 数理・環境システム専攻 博士課程 (2.2.1, 2.2.2 節)

総合情報研究科 修士 1 年

薦田 勇智 (ファシリテータ)
西山 ちとせ (ファシリテータ)
吉岡 嵩紹 (ファシリテータ)

社会情報学科 4 年

牧野 龍太郎 (ファシリテータ)
渡邊 陸斗 (ファシリテータ)
伊藤 颯太
角本 嘉基
梶 真
武本 祐明
橋本 陵汰
福田 昌太
宮本 凌佑
横田 圭亮

社会情報学科 3 年

市原 帆乃佳
市村 綾理
井上 響
上村 真穂
奥村 稔真

金丸 優里
蒲生 省吾
魏 琳
實近 優紀
塩谷 錬
末友 由夏
田坂 理州造
田中 拓海
友浦 安純
寺尾 和真
同前 雄太
豊岡 大直
中島 大地
中西 啓太
野田 有
延藤 暁彦
原田 健太郎
ハン ウンデ
平方 拓也
平松 優基
福岡 誉之
藤井 裕也

古田 真夕
三嶋 真由
椋木 瞭太
村上 翔紀
安田 真弓
山口 智也
山根 崇太郎

社会情報学科 2 年

石田 桜花
木村 里菜
近藤 南美
坂本 将希
谷 慧士郎
中田 智大
西江 克起
西山 哲司
長谷川 恭子
波多野 慶太
東 里奈
矢野 稜人

所属・役職・学年は、調査時（2018年3月）のものであります。

目 次

I 活動の概要	1
II 調査報告	7
1. 瀬戸大橋に関する街頭調査（1000人アンケート）.....	9
1.1 調査概要.....	9
1.2 調査結果.....	10
1.2.1 瀬戸大橋の利用頻度.....	10
1.2.2 瀬戸大橋と観光・ショッピング.....	14
1.2.3 瀬戸大橋に対する重要度と実現度に関する認識.....	21
1.2.4 瀬戸大橋の存在意義.....	24
1.3 考 察.....	27
2. 瀬戸大橋に関する企業調査（1000社アンケート）.....	29
2.1 調査概要.....	29
2.2 調査結果.....	30
2.2.1 調査対象企業概要.....	30
2.2.2 瀬戸大橋の利用頻度.....	31
2.2.3 瀬戸大橋の料金の影響.....	34
2.2.4 瀬戸大橋の企業活動への影響.....	36
2.2.5 瀬戸大橋の存在意義.....	42
2.2.6 瀬戸大橋の活用アイデア.....	44
2.3 考 察.....	47
III 資料編	49
A. 調査票.....	51
A.1 「街頭アンケート」調査票.....	51
A.2 「企業アンケート」調査票.....	53
B. 報告会スライド.....	55
街頭調査：回答者の様相（フェイスシートの分析）.....	56
街頭調査：瀬戸大橋の利用（Q1の分析）.....	58
街頭調査：瀬戸大橋を経由した観光（Q2, Q3の分析）.....	64
街頭調査：県外へのショッピング（Q4の分析）.....	68
街頭調査：交通手段の評価項目に対する重要度と瀬戸大橋での実現度（Q5の分析）.....	75
街頭調査：瀬戸大橋の存在意義（Q6の分析）.....	83
企業調査：瀬戸大橋30周年企業アンケート結果報告（質問1～8, 10の分析）.....	86
企業調査：瀬戸大橋30周年NHK岡山放送局合同PBL（質問8～10, 11の分析）.....	90
企業調査：瀬戸大橋の存在（質問9, 12の分析, 街頭調査のQ6も一部含む）.....	94
街頭調査：瀬戸大橋の存在意義と活用アイデア・要望（質問11, 12の分析）.....	97

I 活動の概要

活動の概要

調査の目的

2018年4月に開通から30年を迎えた瀬戸大橋が私たちにもたらしたものは何だったのかについて、本州と四国を結ぶ瀬戸大橋の両サイドである香川県と岡山県で大規模なアンケート調査を実施し、「瀬戸大橋30年目の再定義」に取り組み、国家的な大事業が人々の生活や企業活動に与えたもの、またその未来を浮き彫りにすることが、今回のプロジェクトの目的である。

調査の概要

生活における瀬戸大橋の利用実態や個人レベルの意識を明らかにすることと、産業等における利用実態や影響度、価値などを明らかにするために、街へ出た個人の意識を尋ねる街頭アンケートと企業の意識や取り組みなど聞く企業アンケートを、配布数をそれぞれ1,000として、企画・実施することとした。それぞれの実施内容は次の通りである。

(1) 街頭アンケート（1000人アンケート）

プロジェクト参加の全学生、全教員により、5箇所の調査地点で全15回の調査を実施、のべ学生108名、教員15名が参加した。回収した回答の分析は、3年次ゼミ2チームと2年次生の2チーム、計4チーム24名が行った。

アンケート調査回収数は1,329件である。

調査場所	調査月日（回数）	総計
JR岡山駅	2月17, 18, 19日（3回）	260
三井アウトレットパーク倉敷	2月18, 20, 24日（3回）	274
与島パーキングエリア	2月17, 18, 25日（3回）	262
JR高松駅	2月20, 21, 24日（3回）	250
高松丸亀商店街	2月17, 20, 25日（3回）	283
総計	—	1,329

(2) 企業アンケート

瀬戸大橋の両端の岡山県、香川県の中小企業団体中央会に協力をいただき、合計1,000社にアンケートを郵送、岡山県は505社に発送して151社、香川県は495社に発送して131社から回答をいただいた。分析は、3年次生を主とする4つのチーム、学生31名が取り組んだ。

本社所在県	送付企業数	返送数	回収率
岡山県	505	151	29.9%
香川県	495	131	26.5%
総計	1,000	282	28.2%

活動の実際

1 キックオフミーティング（1月30日）と方針決定ミーティング（2月6日）

NHK 岡山放送局，岡山理科大学の参加学生および教員が全員集まった全体会を開催。1回目はキックオフミーティングで，NHK アーカイブスの瀬戸大橋の動画を観た後，本プロジェクトの趣旨説明と問題解決へ向けてのフリーディスカッションを行う。街頭調査（1000人アンケート）と企業調査（1000社アンケート）を実施することとし，ゼミ単位で2つの調査のいずれを担当するかを決め，各チームで，担当する調査の具体的な項目を考えてくることを次回までの課題とする。

2回目では，各チームから調査項目を発表し，それらを基に，調査の基本方針と調査内容を確認し，調査計画を決める。以後，街頭アンケート班，企業アンケート班それぞれで，実際の調査に向けての準備作業に入ることにする。

2 街頭・企業アンケートの作成および実施（2月中旬～3月初旬）

2つの班それぞれで調査用紙を作成。街頭アンケート班は調査場所の選定，企業アンケート班は対象企業の抽出にかかる。

街頭アンケートは，ターミナル駅として岡山駅と高松駅，ショッピング街として三井アウトレットパーク倉敷と丸亀商店街，中間地点として与島サービスエリアを選び，2月17日から25日の間に，各所に3回出かけ，街行く人200人から回答を集めることを目標とする。所属班にかかわらず，本プロジェクトに参加するすべての学生，教員が調査員となり，結果，1,329件の回答を回収する。

企業アンケートでは，岡山県と香川県それぞれの中小企業団体中央会の協力をいただき，岡山県内505社，香川県内495社の合計1,000社を抽出し，依頼文と返信用封筒とともに，調査用紙を郵送する。2月26日に発送，3月14日を提出期限とした。282社からの回答を得る。



3 街頭アンケート班による中間報告会／企業アンケート班による進捗報告（3月6日）

3回目の全体会である。まず、街頭アンケート班の4チームから単純集計を主とした分析結果の概要と、自由記述形式の回答については、テキストマイニングによる分析が報告される。報告内容に対して、フロアから質問や分析に対するアドバイスなどが出され、最終報告に向けてより詳細な分析を行うことが確認される。企業アンケート班からは、調査の狙いや対象企業選定などについて、進捗報告が行われる。



4 街頭アンケート班最終報告会／企業アンケート班中間報告会（3月19日）

4回目の全体会で、街頭アンケート班各チームからの最終報告、企業アンケート班からの集計の中間報告が行われる。どちらの調査も目標数以上の回答が得られ、手ごたえを感じる報告となる。



テキストマイニングを含む街頭アンケートの最終報告では、居住地（岡山県か香川県か）や年齢（40歳未満か以上か）によって、瀬戸大橋に対する個人の意識に違いがあることなどが報告され、大変興味深い報告会となる。



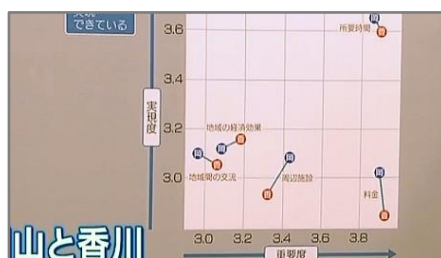
5 企業アンケート班最終報告会（3月28日）

企業アンケート班の最終報告会である。各チームからの分析により、ここでも、地域性（本社所在地が岡山県か香川県か）や業種（建設、製造、運輸、卸、小売、その他）によって、業務での瀬戸大橋の利用頻度、活用方法、影響、存在意義などに違いがみられた。



6 放送での結果紹介（4月2日～5日、10日、11日）

今回の調査において明らかになった様相のうち、特徴的な内容4つを4月2日（月）～5日（木）のNHK岡山放送局「もぎたて」（NHK総合・岡山県域 18:10～19:00）でニュースとしてオンエア、同じ内容を朝または昼のニュースでも放映する。番組では、3名の経営学部の教員がそれらの特徴について取材を受ける様子や与島パーキングエリアでの学生たちの調査風景を放映。また、瀬戸大橋開通30周年記念日の4月10日には、岡山放送局「もぎたて」と高松放送局「ゆう6かがわ」の合同特別番組で、居住地（岡山県か香川県か）と年齢（40歳未満か40歳以上か）によって、瀬戸大橋に対する重要度と実現度に関する認識に違いあることを紹介、その詳細は経営学部の教員が生出演して解説する。なお、本プロジェクトの様子や若者の意識を紹介するため、調査に参加した2名の学生（1人は岡



山, もう 1 人は香川の学生) から, 瀬戸大橋に対する思いや本プロジェクトにかかわって得られたことなどを取材し, 4 月 11 日の「もぎたて」で放映する。

7 最終データ集計と報告書作成 (5 月～8 月 3 日)

回収データをあらためて精査し, 最終的な分析を行い (上記放送時, 街頭アンケートの分析は 1 次集計の 1,314 人のデータを基にしたが, 最終集計では 1,329 人, 企業アンケートについては変更なし), 経営学部の教員が分担して, 分析結果を本報告書へとまとめた。



Ⅱ 調查報告

1 瀬戸大橋に関する街頭調査（1000人アンケート）

1.1 調査概要

(1) 調査目的

2018年4月10日で開通から30年が経つ瀬戸大橋がもたらしたものは何であったかを明らかにするために、瀬戸大橋の両サイドである岡山県と香川県のターミナルや商業施設、計5カ所で、1,000人を対象とした街頭アンケートを実施し、生活における利用実態や個人レベルの意識を調査する。

(2) 調査項目

- 1) 瀬戸大橋の利用について
- 2) 瀬戸大橋を経由した観光について
- 3) 県外へのショッピングについて
- 4) 交通手段の評価項目に対する重要度と瀬戸大橋での実現度について
- 5) 瀬戸大橋の存在意義について

(3) 調査時期

2018年2月17日～25日（実際の調査日は表1.1を参照）

(4) 調査方法

下記の5カ所での街頭調査（調査員が通行人に協力をお願いし、了解を得た人に質問紙を手渡し、その場で回答してもらう方式）。

- ・ JR岡山駅（駅東側広場）
- ・ 三井アウトレットパーク倉敷
- ・ 与島パーキングエリア
- ・ JR高松駅（改札前コンコース）
- ・ 高松丸亀商店街

(5) 調査実施機関

岡山理科大学経営学部およびNHK岡山放送局

(6) 回収結果

会場別、性別の回収結果（回答人数）を表1.1に、会場別、年齢別の回収結果（回答人数）を表1.2に示す。

表 1.1 会場別・性別回収結果

調査場所	性別			総計	調査月日(回数)
	男	女	無回答		
JR 岡山駅	135	115	10	260	2月17, 18, 19日(3回)
三井アウトレットパーク倉敷	113	158	3	274	2月18, 20, 24日(3回)
与島パーキングエリア	151	108	3	262	2月17, 18, 25日(3回)
JR 高松駅	120	130		250	2月20, 21, 24日(3回)
高松丸亀商店街	113	167	3	283	2月17, 20, 25日(3回)
総計	632	678	19	1,329	—

表 1.2 会場別・年齢別改修結果

調査場所	年齢							総計
	19以下	20代	30代	40代	50代	60以上	無回答	
岡山駅	44	78	22	26	38	45	7	260
三井アウトレットパーク倉敷	34	69	38	55	42	35	1	274
与島パーキングエリア	9	55	43	52	61	42		262
高松駅	28	60	27	35	34	66		250
丸亀商店街	26	52	26	60	47	71	1	283
総計	141	314	156	228	222	259	9	1,329

1.2 調査結果

1.2.1 瀬戸大橋の利用頻度

瀬戸大橋の利用頻度について、期間を過去1年間として、次の6項目を尋ねた(調査の「Q1」)。選択肢は、各図表および資料として掲載している実際の調査用紙を見られたい。

- (1) 瀬戸大橋の利用頻度(過去1年間、片道も往復も1回と数える)
- (2) 一番最近、瀬戸大橋を利用したとき
- (3) 一番最近、瀬戸大橋を利用したときの目的地(都道府県名)
- (4) 瀬戸大橋利用時の交通手段の中でもっともよく使う手段
- (5) 瀬戸大橋利用時に使ったことがある交通手段
- (6) 瀬戸大橋利用の目的

以下、回答結果を述べる。

(1) 過去1年間の瀬戸大橋利用回数

過去1年間の瀬戸大橋利用回数に対する回答(図1.1)では、有効回答1320件のうち937件(71.0%)が利用実績ありとの回答となった。利用頻度では2回以上の複数回利用が回答の過半数を占めた(701件, 53.1%)。

回答者の居住地別の回答状況(図1.2)では中国地区・四国地区・その他地区の居住者で集計した結果、四国居住者では413件(85.0%)に利用実績があり、年間の複数回の利用者も356件(73.5%)となった。特に年間に2ないし3回の利用との回答が253件(52.1%)の過半数となった。また、未利用者は73件(15.0%)にとどまり全回答中の未利用率28.6%を大きく下回った。中国地区の複数回利用者は全体の269件(50.2%)にとどまると同時に、未利用者は154件(28.7%)であった。中国地区と四国地

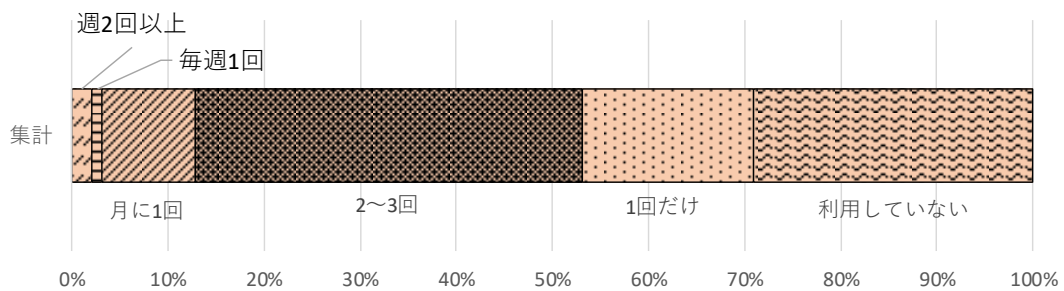


図 1.1 過去1年間の瀬戸大橋の利用頻度 (回答総数: 1,320)

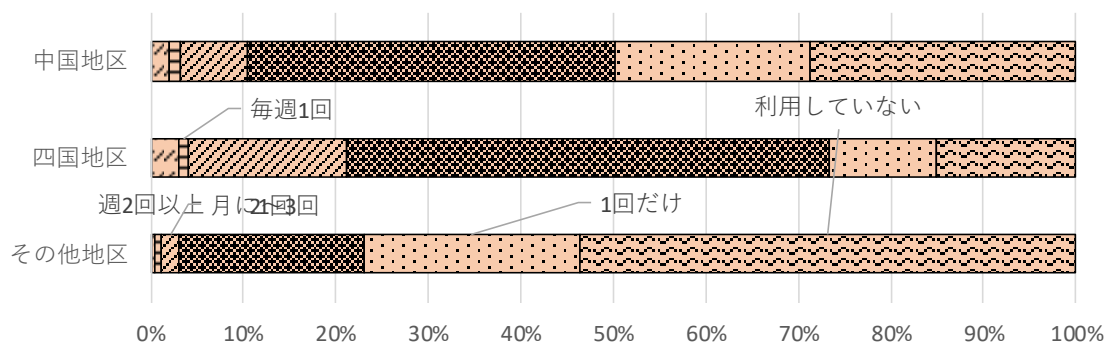


図 1.2 居住地別の瀬戸大橋の利用頻度 (回答総数: 1,283)

区の比較において四国地区居住者の瀬戸大橋の反復利用の割合が高いことが読み取れる。

次に、瀬戸大橋の両端に位置する香川県と岡山県の居住者のデータを抽出し、年代別の瀬戸大橋利用状況を確認した(図 1.3, 図 1.4)。両県とも、どの年代でも瀬戸大橋を利用している状況が確認できた。個別にみると、岡山県では、60歳代では47人(57.3%)、50歳代28人(54.9%)、40歳代37人(57.8%)、30歳代25人(56.8%)、20歳代57人(51.8%)、19歳以下34人(55.7%)であった(図 1.3) ことに対して、香川県居住者では、60歳以上の層で回答者の70.8%にあたる73人が年間2回以上の瀬戸大橋利用実績を示した。同様に50歳代では51人(85.0%)、40歳代55人(78.6%)、30歳代29人(69.0%)、20歳代51人(83.6%)、19歳以下24人(70.6%)であった(図 1.4)。すべての年代で香川県側からの比率が高く、両県では人的交流に差があったことがわかった。

(2) 一番最近、瀬戸大橋を利用したとき

直近の利用実績を回答する設問では、瀬戸大橋の半ばに位置する与島パーキングエリアでの回答は、「今日」だけが回答となるので、集計からは除外した。その結果、751件の利用実績があり、316件は利用実績なしであった。四国居住者の1か月以内の利用が186件(42.3%)を占め、四国居住者が繰り返し瀬戸大橋を利用している状況が明らかとなった。中国居住者の同様の調査結果からは95件(21.3%)であった。瀬戸大橋の両端の地域の比較で明確な差が現れた。

(3) 一番最近、瀬戸大橋を利用したときの目的地(都道府県)

瀬戸大橋を利用して移動した際の目的地についての単一回答の設問では、913件の回答を得た(表 1.3)。四国居住者の目的地は中国地方であるとの回答が283件(69.5%)、内岡山県を目的地とする回答は230

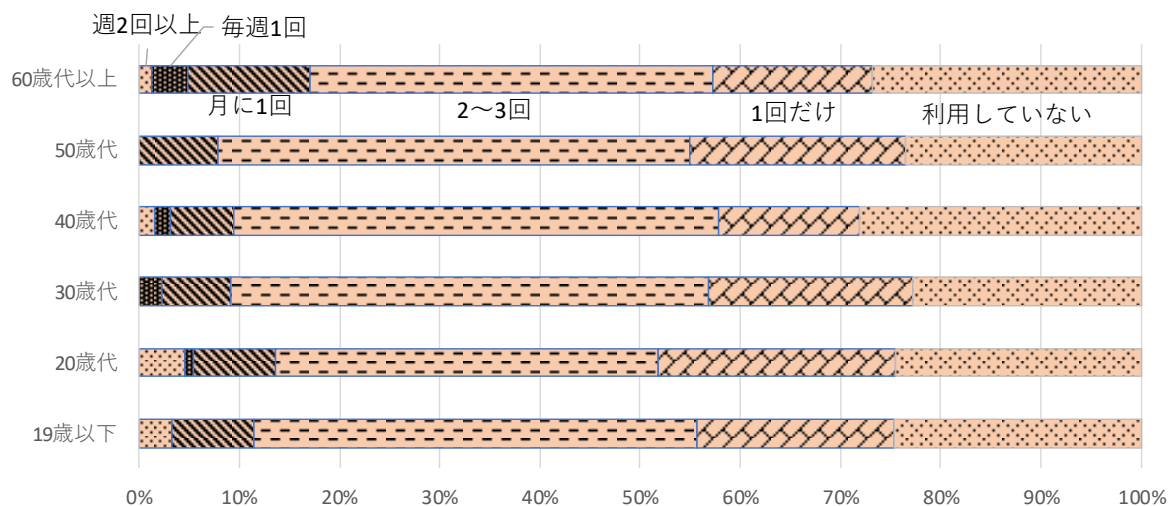


図 1.3 年代別の過去 1 年間の瀬戸大橋利用頻度 (岡山県居住者, 回答総数 : 308)

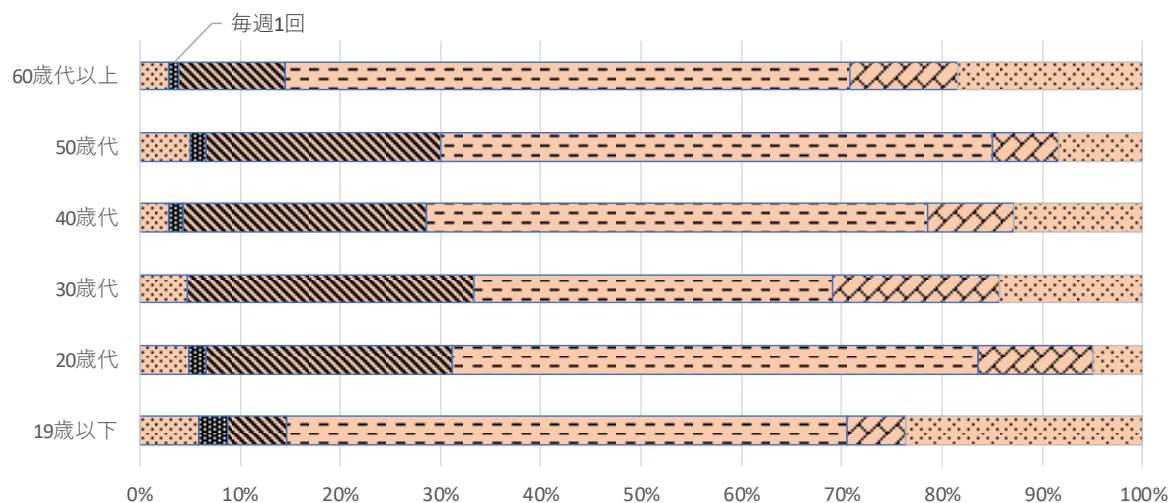


図 1.4 年代別の過去 1 年間の瀬戸大橋利用頻度 (香川県居住者, 回答総数 : 320)

表 1.3 一番最近、瀬戸大橋を利用したときの目的地 (都道府県名)

居住地	目的地				合計	参考 : 未回答
	中国	四国	近畿	その他		
中国	14	356	1		371	166
四国	283	19	67	38	407	83
近畿	6	60	5		71	63
その他地域	9	33		4	46	85
未回答	3	13	2		18	19
合計	315	481	75	42	913	416

* 中国地方居住者で目的地が中国地方といった論理的でない回答が一部あったが, そのまま集計している。

件（56.5%）となった。一方、近畿地方を目的地とする回答が67件（16.5%）、九州または近畿以東のその他地域では38件（9.3%）となり、全体の25.8%に相当する人々が中国地方以外の本州等を目的地としていた。瀬戸大橋が四国と本州を結ぶゲートウェイとしての機能を果たしていることがわかる。また、四国居住者の未回答者の割合は16.9%であり、四国以外の居住者の未回答率39.7%を大きく下回った。

（4）瀬戸大橋利用時の交通手段の中でもっともよく使う手段

瀬戸大橋利用時の交通手段で最もよく使う手段を単一回答の設問では、898件の回答を得た（図1.5）。511件（56.9%）が自家用車利用であり、業務用自動車を加えた自動車での移動は59.5%に達した。四国居住者ではJR利用172件（43%）、自家用車利用184件（46%）であり、両者が拮抗する状況となっている。

（5）瀬戸大橋利用時に使ったことがある交通手段

瀬戸大橋利用時に使ったことがある交通手段を複数回答で問う設問では、1,630件の回答を得た（図1.6）。単一回答と同様に、自家用車利用が735件（45.1%）であり、最大の割合を占めた。居住者の地域別では、中国地方居住者では自動車利用が332件（52.0%）、JR利用が197件（30.9%）となり、自動車利用優位は変わらなかった。一方、四国居住者では自家用車利用が326件（39.7%）、JR利用が318件（38.7%）

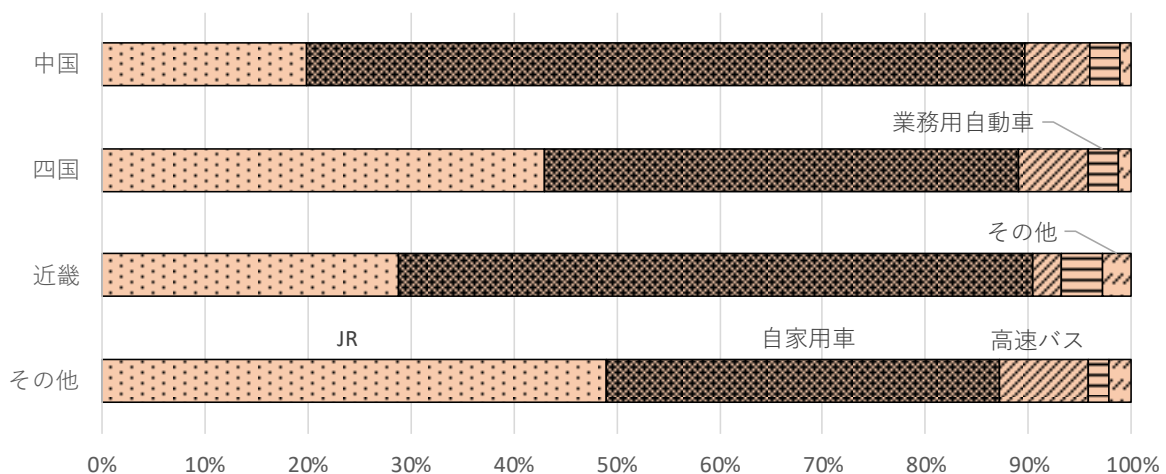


図 1.5 瀬戸大橋利用時の交通手段の中でもっともよく使う手段（回答総数：898）

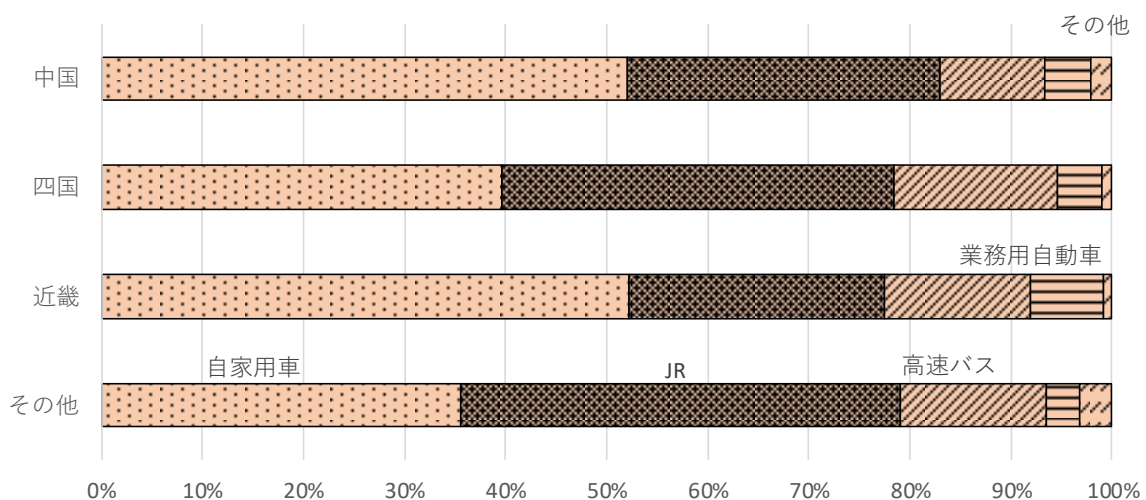


図 1.6 瀬戸大橋利用時に使ったことがある交通手段（複数回答，回答総数：1,620）

と単一回答よりいずれも低い値となった。それぞれの地域で高速バス利用の比率が高まっていることが特徴的であった。具体的には四国居住者 133 件 (16.3%)、中国居住者 65 件 (10.5%)、近畿居住者 16 件 (15.0%)、その他地域 9 件 (15.0%)、全地域の合計で 223 件 (13.9%) となった。交通手段を単一回答で答える設問 (Q1-4) では全 898 件の回答中高速バス利用は 57 件 (6.3%) にとどまっており、高速バスは 2 番手以降の交通手段として利用されていることがわかった。

また、四国居住者では JR 瀬戸大橋線または高速バスの公共交通機関を利用して瀬戸大橋を利用した経験が 814 件の回答に対して 451 件 (55.4%) と唯一過半数に達している。

(6) 瀬戸大橋利用の目的

瀬戸大橋の利用目的を複数回答で回答する設問では、観光と余暇を目的とした利用 (瀬戸大橋自体の観光、瀬戸大橋以外の観光、買い物、食事、その他余暇の合計値) が最も多い結果となった。中国地方の居住者では 456 件 (74.9%) となった。同様にその他地域と近畿の合算で 113 件 (72.0%)、四国では 497 件 (69.1%) となった。瀬戸大橋自体を観光目的としたという回答はその他地方で最も多く 8 件 (13.1%) であったが四国居住者の回答は 19 件 (2.6%)、中国地区居住者では 45 件 (7.4%) にとどまった。

また、四国居住者では 184 件 (25.6%) が買い物での利用と回答している。中国居住者の同様の回答は 45 件 (7.4%) にとどまっており瀬戸大橋を挟んだ両端で特徴的な差が生じる結果となった。

1.2.2 瀬戸大橋と観光・ショッピング

瀬戸大橋と観光およびショッピングについて、期間を過去 1 年間として、次の 7 項目を尋ねた (調査の「Q2」, 「Q3」, 「Q4」)。選択肢は、各図表および資料にある実際の調査用紙を見られたい。

- (1) 一番最近の瀬戸大橋を使った観光の目的地
- (2) 一番最近の瀬戸大橋を使った観光の期間
- (3) 瀬戸大橋の観光面での期待度
- (4) 一番最近の旅行で使った経路
- (5) 県外へショッピングに出かけた回数
- (6) 県外にショッピングに出かける主な理由
- (7) ショッピングに出かけた県外の地域

以下、回答結果を述べる。

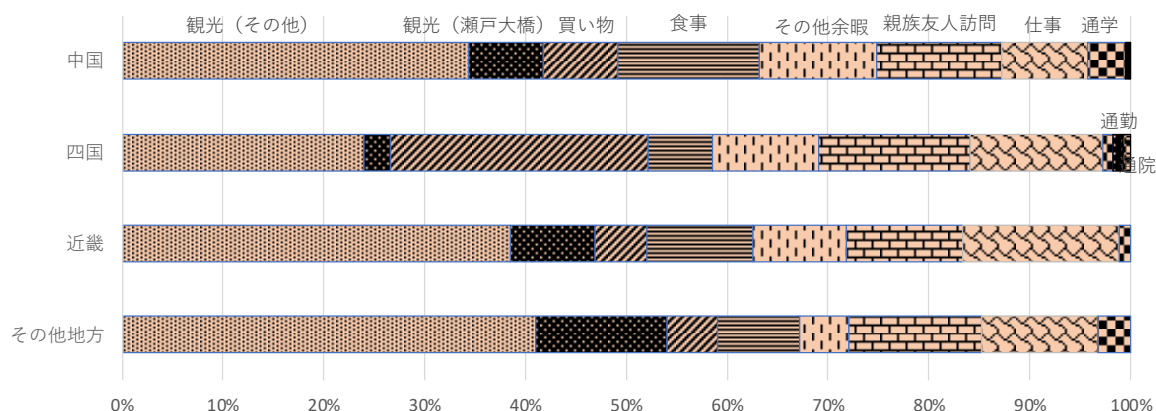


図 1.7 瀬戸大橋利用の目的 (複数回答, 回答総数: 1,485)

(1) 一番最近の瀬戸大橋を使った観光の目的地

瀬戸大橋の観光目的での利用時の目的地を問う設問（複数回答）で、本州側の居住者からは556件の回答を得た（図1.8）。そのうち317件（57.0%）が香川県を目的地とした観光であった。次いで愛媛県92件（16.5%）、高知県85件（15.3%）、徳島県62件（11.2%）など、四国全域へのゲートウェイとして、瀬戸大橋が本州と四国を結ぶ観光の大きなルートとなっていることが読み取れる。

四国側の居住者からは、576件の回答を得た（図1.9）。そのうち81.6%に相当する470件は、岡山をはじめとした中国地方が目的地であった。中国地区に次いで、関西72件（12.5%）、海外を含むその他地域34件（5.9%）となった。

四国以外居住者1,095人のうち、この質問に答えなかった（最近1年間に瀬戸大橋を利用した旅行経験がないと想定される）人は380人（34.7%）であるが、四国居住者の場合は、736人のうち126人（17.1%）にとどまり、四国発本州等各方面への観光での利用率の方が高い値となった。

(2) 一番最近の瀬戸大橋を使った観光の期間

瀬戸大橋を利用した観光旅行の期間についての設問では731件の回答を得た（表1.4、図1.10）。全体では日帰り389件（53.2%）、宿泊旅行342件（46.8%）となった。中国地区居住者では、日帰り185件（62.1%）、宿泊113件（37.9%）となった。四国地区居住者の結果からは、日帰り189件（56.1%）、宿泊148件（43.9%）となり、四国地方発の旅行者の宿泊比率が高い結果となった。また、中国四国以外のその他地地区の集計では宿泊旅行81件（84.4%）となり宿泊旅行の比率が格段に上昇する。

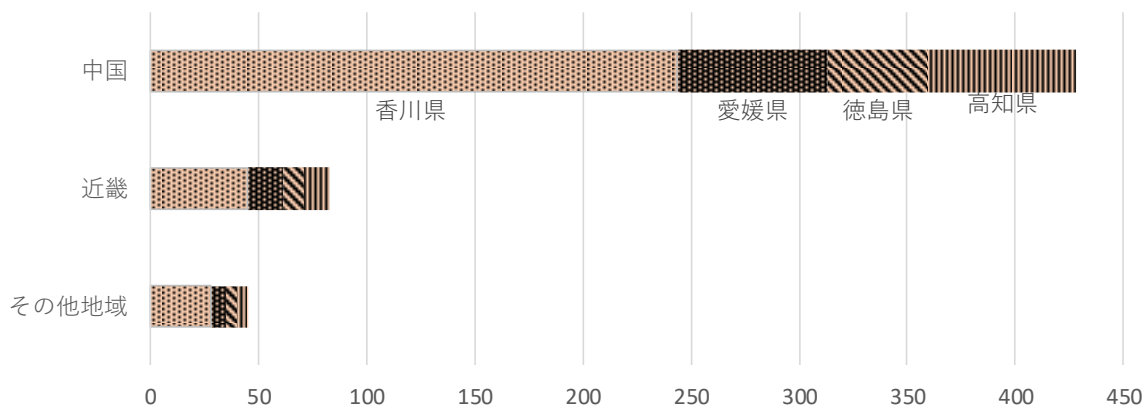


図1.8 瀬戸大橋を利用した観光で、四国外から四国への観光の目的地（回答総数：556）

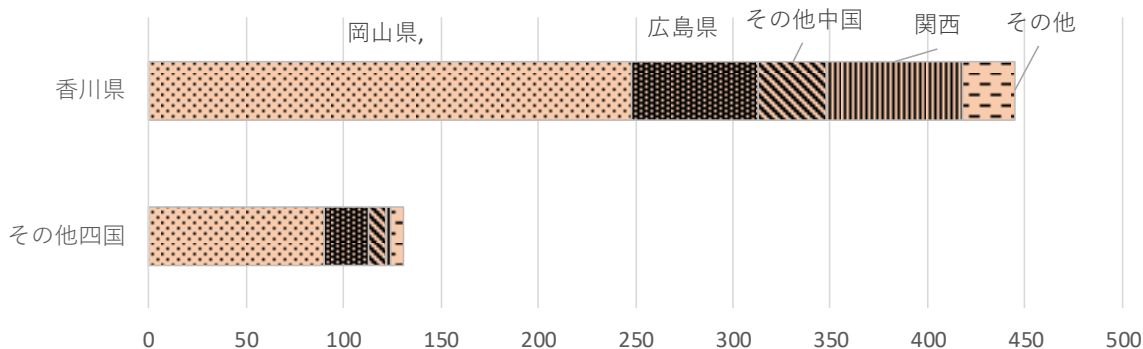


図1.9 瀬戸大橋を利用した観光で、四国から四国外への観光の目的地（回答総数：576）

表 1.4 瀬戸大橋を利用した観光の旅行期間

居住地	日帰り	1泊2日	2泊3日	3泊4日以上	合計
四国地域	189	93	40	15	337
構成比	56.1	27.6	11.9	4.5	100.0
中国地域	185	88	20	5	298
構成比	62.1	29.5	6.7	1.7	100.0
その他	15	45	25	11	96
構成比	15.6	46.9	26.0	11.5	100.0
合計	389	226	85	31	731
構成比	53.2	30.9	11.6	4.2	100.0

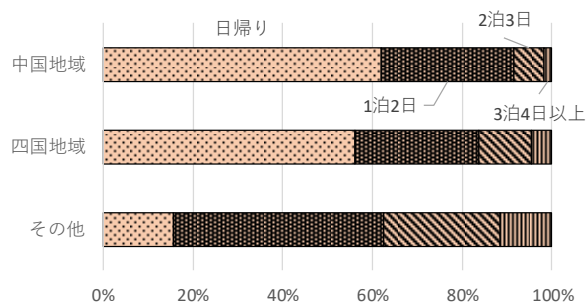


図 1.10 瀬戸大橋を利用した観光の旅行期間 (居住地地域別, 回答総数: 731)

(3) 瀬戸大橋の観光面での期待度

瀬戸大橋の観光面での施設や景観に対する期待度についての4段階プラス「わからない」で回答する設問を瀬戸大橋開通時の記憶が残っていると思われる40歳代以上と40歳未満の層に分けて集計した。

まず、与島パーキングエリアへの期待度(表 1.5, 図 1.11)では、調査の3分の1に相当する259人から「わからない」という回答となった。また、「わからない」以外の回答では、40歳代未満の層で212件の回答のうち178件(84.0%)が期待以上または期待通りと回答し、40歳代以上の186件(61.2%)を上回った。また、期待以下または期待しないといった否定的な回答では40歳代未満では34件(16.0%)にとどまったが、40歳代以上では118件(38.8%)となった。40歳未満の層では与島パーキングエリアに対して肯定的で期待しているという回答が多く、40歳代以上では期待度が低いという結果となり、年代により与島パーキングエリアに対する期待度はその差がはっきりと読みとれた。

次に、瀬戸大橋周辺の施設への期待度(表 1.6, 図 1.12)では、与島パーキングエリア同様に「わからない」が242件(31.4%)となり、40歳未満の層では、127人(36.7%), 40歳代以上の層では115人(27.1%)となった。一方、期待以上・期待通りと回答した40歳未満の層は181件(82.6%)となり、40歳代以上の184件(59.4%)を比率で上回った。与島パーキングエリアへの期待度同様、期待しないあるいは期待以下と回答したケースも40歳代以上に高い値が出ており、瀬戸大橋周辺施設と与島パー

表 1.5 与島パーキングエリアへの期待度 (年齢層別)

年齢	期待以上	期待通り	期待以下	期待しない	わからない	総計
40歳未満	37	141	17	17	134	346
40歳以上	20	166	72	46	125	429
合計	57	307	89	63	259	775

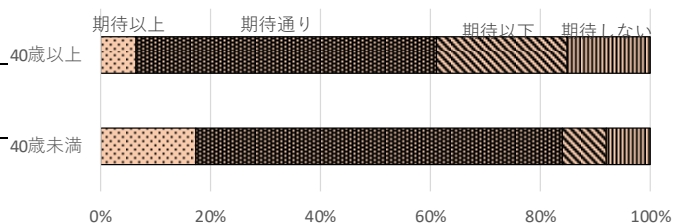


図 1.11 与島パーキングエリアへの期待度 (年齢層別, 回答総数: 775)

表 1.6 瀬戸大橋周辺の観光施設への期待度 (年齢層別)

年齢	期待以上	期待通り	期待以下	期待しない	わからない	総計
40歳未満	36	145	18	20	127	346
40歳以上	23	161	79	47	115	425
合計	59	306	97	67	242	771

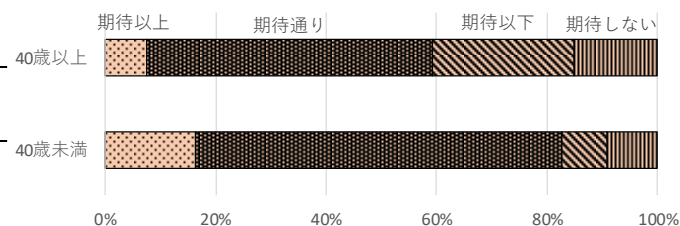


図 1.12 瀬戸大橋周辺の観光施設への期待度 (年齢層別, 回答総数: 771)

キングエリアの調査結果は40歳未満の層では高い評価が大勢を占め、40歳以上では逆に厳しい評価が大勢を占める結果となった。

瀬戸大橋の巨大さ美しさへの期待度（表1.7、図1.13）は、わからないとの回答が40歳代未満で全回答の17.6%、40歳以上で8.1%となった。与島パーキングエリアや周辺観光施設の問いに比較して、瀬戸大橋の巨大さ美しさへの認知度は高い。また、「わからない」を除いた回答で、期待以上または期待通りとの回答が40歳未満で272件（95.1%）、40歳以上で382件（96.2%）と非常に高い値となった。瀬戸大橋が好ましい印象をもって人々に強く認識されていることが確認できた。

最後に、瀬戸大橋からの景観への期待度（表1.8、図1.14）についての調査では、「わからない」という回答は全体の1割程度にとどまった。瀬戸内海の景観に対する評価は人々に根付いていると思われ、40歳未満の層では282件（96.2%）、40歳以上の層でも392件（98.0%）が期待以上または期待通りと回答している。世界的に有名な多島海美を誇る瀬戸内海の景観と瀬戸大橋の存在が人々に関連付けられて好ましい評価を受けていることが明確となった。

（4）一番最近の旅行で使った経路

直近の旅行で利用した本四架橋の通行ルートを確認する設問では、複数回答により1,256件の回答を得た。利用実績の内訳は、JR瀬戸大橋線290件、瀬戸中央自動車道549件と、瀬戸大橋経由合算で839件となり、全体の66.8%に及んだ。調査地点が岡山・倉敷・高松の三都市であることも影響しているものと考えられるが、本州と四国を結ぶ最大の輸送ルートであることが改めて確認された。

中国地区居住者からは、436件の回答を得た（図1.15）。岡山県が341件の回答であったが、自動車道と鉄道を合算し瀬戸大橋の利用が281件（82.4%）となった。岡山県を除く中国4県居住者の回答は、数値は小さいながらも瀬戸大橋を利用した移動経路がこれら4県でも最大シェアとなった（広島県62件中32件、山口県10件中8件、鳥取県10件中7件、島根県13件中8件）。今回の調査では、瀬戸大橋が最大の利用ルートであった。

次に、四国居住者の利用経路（図1.16）では、香川県在住者428件のうち、127件がJR瀬戸大橋線の利用、160件が瀬戸中央自動車道利用となり、両方で67.0%を占めた。関西方面以東に移動の際に利用されていると想定される神戸淡路鳴門自動車道も120件（28.0%）となった。中国地方居住者の回答と

表1.7 瀬戸大橋の巨大さ・美しさへの期待度（年齢層別）

年齢	期待以上	期待通り	期待以下	期待しない	わからない	総計
40歳未満	103	169	2	12	61	347
40歳以上	148	234	7	8	35	432
合計	251	403	9	20	96	779

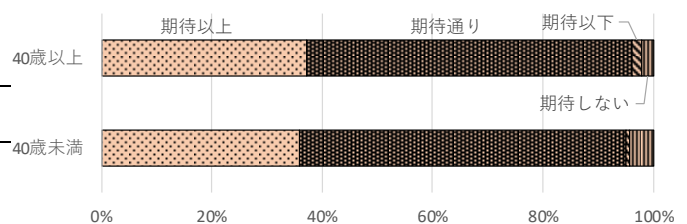


図1.13 瀬戸大橋の巨大さ・美しさへの期待度（年齢層別、回答総数：779）

表1.8 瀬戸大橋からの景観への期待度（年齢層別）

年齢	期待以上	期待通り	期待以下	期待しない	わからない	総計
40歳未満	119	162	2	9	54	346
40歳以上	185	207	5	3	32	432
合計	304	369	7	12	86	778

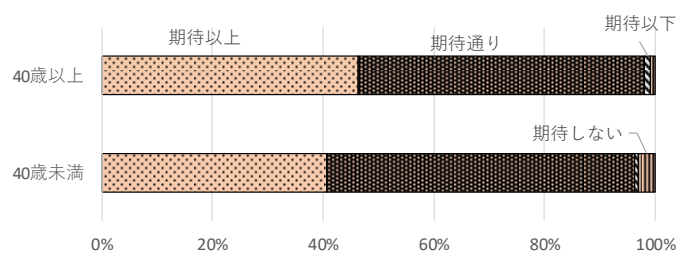


図1.14 瀬戸大橋からの景観への期待度（年齢層別、回答総数：778）

同様に、データ数は少ないものの、愛媛県（59 件中 31 件）、高知県（25 件中 21 件）は、瀬戸大橋利用による移動がいずれもそれぞれの地域での利用経路最大シェアとなった。自動車道に加え、鉄道線の存在が利用者の選択肢を増やしているものと考えられる。

中四国以外居住者の回答（図 1.11）でも瀬戸大橋利用は JR 瀬戸大橋線 50 件（20.7%）、瀬戸中央自動車道 79 件（32.8%）であり瀬戸大橋の利用が過半数を占める結果となった。一方、淡路島ルート（神戸淡路鳴門自動車道）73 件（30.3%）、しまなみ海道（西瀬戸自動車道）26 件（10.8%）、これらルート利用も一定数回答があり 3 つのルートが目的地や目的によって使い分けられている状況がうかがえる。

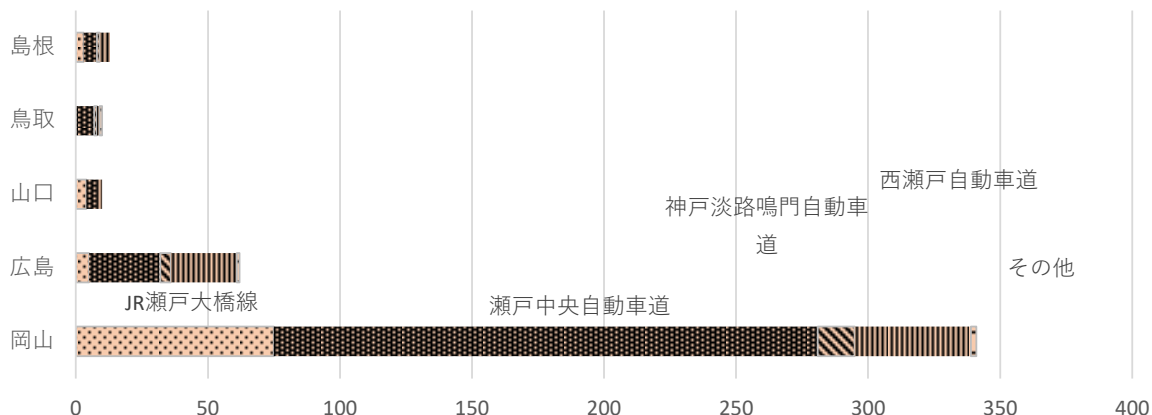


図 1.15 中国地方居住者の四国への観光目的での移動経路（複数回答，回答総数：436）

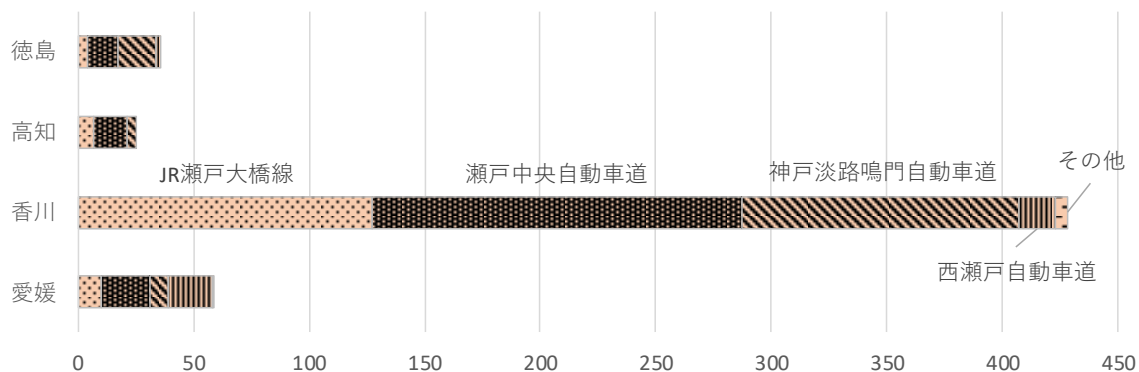


図 1.16 四国 4 県からの本州への観光での移動経路（複数回答，回答総数：548）

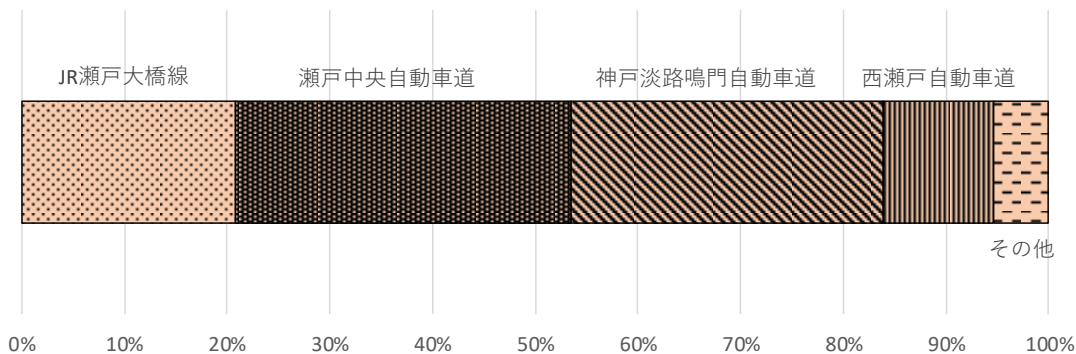


図 1.17 中四国以外の居住者の本州四国間の利用ルート（複数回答，回答総数：241）

(5) 県外へショッピングに出かけた回数

過去1年間の県外でのショッピング経験について頻度を求める設問では中四国居住者から947件の回答を得た（図1.18）。中四国全体では667件（70.4%）の回答者が県外でのショッピングを実施していた。年間1回から3回のショッピング回数が410件（43.3%）を占めた一方、10回以上の回答も85件（9.0%）であった。四国内居住者の県外ショッピングの傾向はほぼ中国四国全域と同じ傾向を示した。

本州と四国を結ぶ3本の橋により四国側から本州への移動にストレスがかからない状態ができあがっていることの裏付けとなりえる。

(6) 県外にショッピングに出かける主な理由

また、県外にショッピングに出かける主な理由では中国四国居住者597人から回答を得た（図1.19）。「品数が豊富であるから」が192件、「商業施設そのものに魅力があるから」が190件、「地元にはないブランドがあるから」が160件となり、3つの選択肢で90.8%を占めた。選択肢以外の自由記述では、「旅行のついで」、「出張の際に」、「ライブの際に」など、買い物目的以外の理由「ついでのショッピング」に該当する回答が50件（4.9%）あった。中国側と四国側の統計結果に大きな差異は現れず、両地域の往来にストレスがかかっていない状況をこの項目でも確認できた。

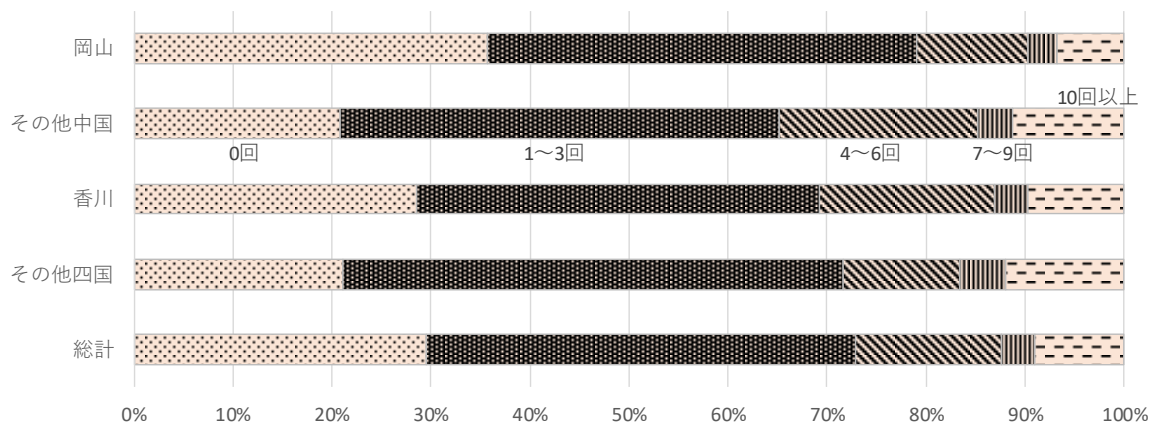


図 1.18 中四国居住者の県外ショッピング回数 (回答総数: 947)

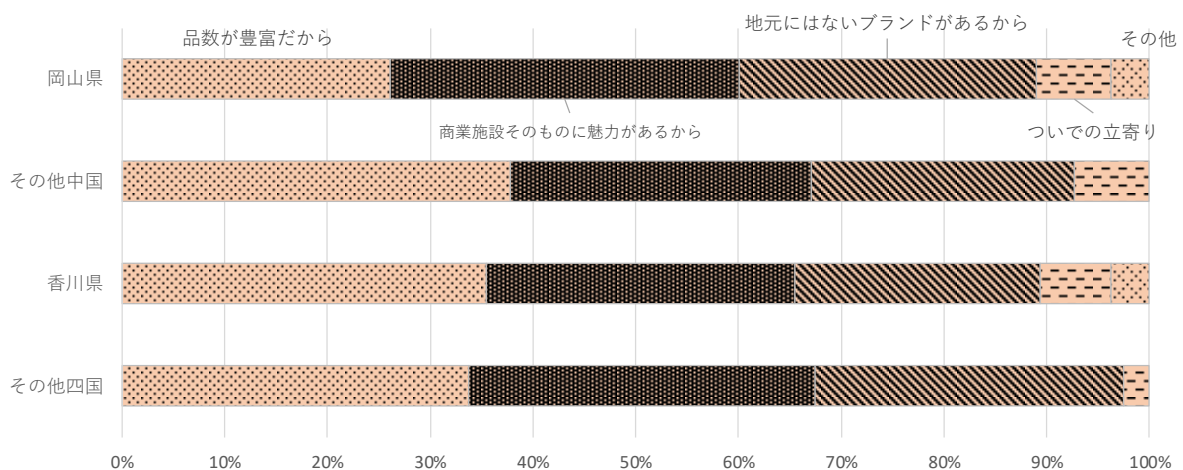


図 1.19 中四国各県から県外へショッピングに出かける際の主な理由 (回答総数: 597)

(7) ショッピングに出かけた県外の地域

最後に中国 5 県，四国 4 県の居住者を対象として，県外ショッピングの実施場所の集計を行った。

中国居住者の回答（図 1.20）では，広島県居住者の回答で岡山と倉敷の合算が 114 件（64.0%）となり，広島県居住者が倉敷・岡山でショッピングを実施している状況が確認された。福山市，三原市，尾道市など広島県東部地域からの来訪者が想定される。本調査後の 4 月に開業した「THE OUTLETS HIROSHIMA」の影響が出ていない時期の調査であり，今後の動きが注目される。また，岡山居住者のうち 60 人（14.3%）が四国でのショッピングを回答した。瀬戸大橋による陸路移動の実現が人々の動きを軽やかなものにしていく状況が読み取れる。なお，山口，島根，鳥取の各県のデータはデータ数が僅少であるため，データに基づく報告は行っていない。

一方，四国居住者の集計では回答に特徴がみられた（図 1.21）。徳島県居住者は四国内（42 件），関西（12 件），岡山と倉敷の合計（20 件）となり，関西地域でのショッピング比率が高い結果となった。高知県ではデータ数が少ない（31 件）ものの，岡山と倉敷の合算で 74.2%を占める結果となった。愛媛県居住者の回答では距離的に近い広島を含む岡山県以外の中国と回答した割合が 16 件（16.8%）にとどまる一方，岡山 26 件・倉敷 25 件の回答を得，過半数の 54.0%の回答となった。香川県居住者では岡山・倉敷・関西・その他中国の各エリアに回答が他県に比べて分散する傾向がみられたが，四国内他県という回答は僅少であった。

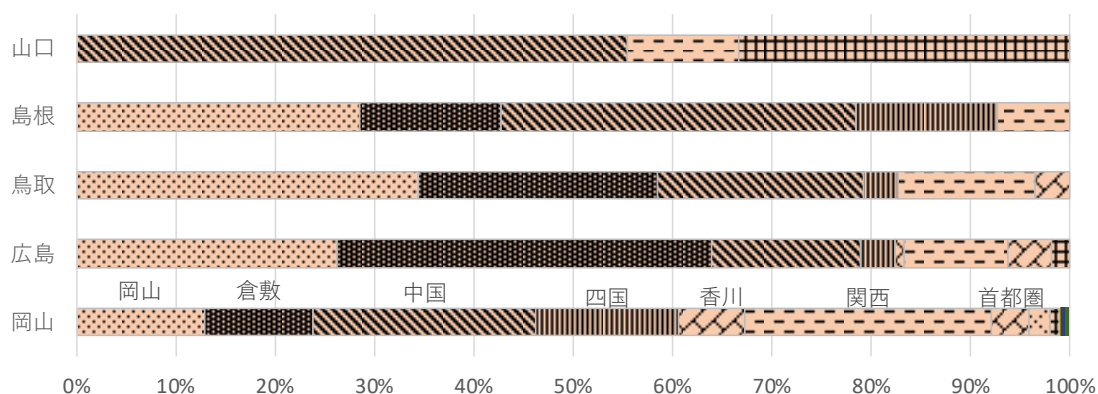


図 1.20 中国 5 県居住者の県外でのショッピングの地域（回答総数：585）

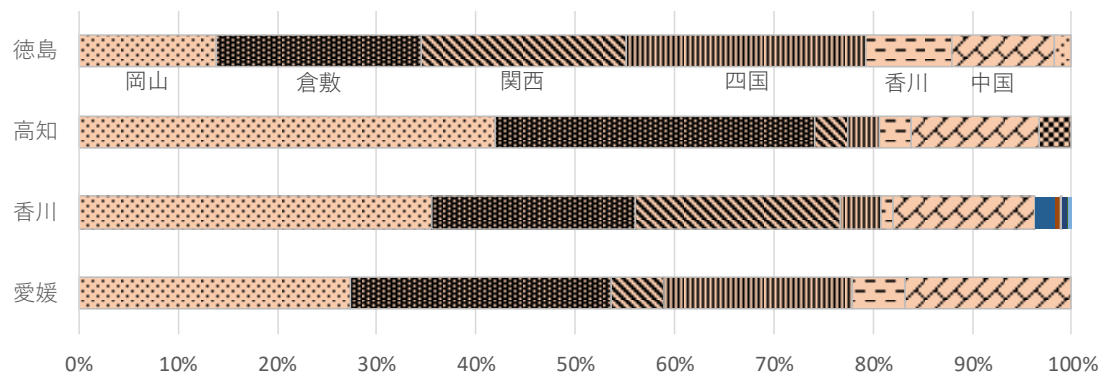


図 1.21 四国 4 県居住者の県外でのショッピングの地域（回答総数：617）

1.2.3 瀬戸大橋に対する重要度と実現度に関する認識

道路や鉄道などの交通手段を評価する観点として、「料金」、「所要時間」、「周辺の施設」、「地域の経済効果」、「地域間の交流」の5項目を設定し、それぞれの項目をどの程度重要視しているか（重要度）と、それぞれの項目が実際に瀬戸大橋ではどの程度実現されていると思うか（実現度）を5段階で尋ねた（調査の「Q5」）。この重要度と実現度の各項目を回答者の居住地や年齢別に平均を求め、重要度と実現度の違いや層による差異を考察し、現在の利用者の瀬戸大橋に対する評価を明らかにする。

表 1.9 は、居住地を岡山県、香川県、香川県を除く四国3県、それら以外の4つに分けて、重要度と実現度の平均を求めたものである。また、横軸に重要度、縦軸に実現度をとった座標上にプロットしたものが図 1.22 である。これらを考察する際、重要度と実現度の値の高低から、次の4つの読み取りができる。すなわち、

- A) 重要度・高－実現度・高（グラフの第1象限）：重要とされていて、実際に実現できている。
- B) 重要度・高－実現度・低（グラフの第4象限）：重要とされているが、あまり実現できていないと認識している。
- C) 重要度・低－実現度・高（グラフの第2象限）：あまり重要とされていないが、実際に実現できていると認識している。
- D) 重要度・低－実現度・低（グラフの第3象限）：あまり重要とっておらず、実際に実現できていないと認識している。

表 1.9 居住地別の重要度と実現度（平均値）

居住地	項目	重要度	実現度
岡山県	料金	3.92	3.02
	所要時間	3.86	3.64
	周辺施設	3.44	3.07
	経済効果	3.07	3.12
	地域間交流	2.95	3.10
香川県	料金	3.93	2.83
	所要時間	3.89	3.63
	周辺施設	3.33	2.93
	経済効果	3.18	3.16
	地域間交流	3.06	3.05
香川以外の四国	料金	3.92	3.16
	所要時間	3.89	3.41
	周辺施設	3.28	3.03
	経済効果	2.82	2.98
	地域間交流	2.70	2.94
その他	料金	3.82	3.18
	所要時間	3.84	3.49
	周辺施設	3.53	3.16
	経済効果	3.01	3.19
	地域間交流	2.85	3.15

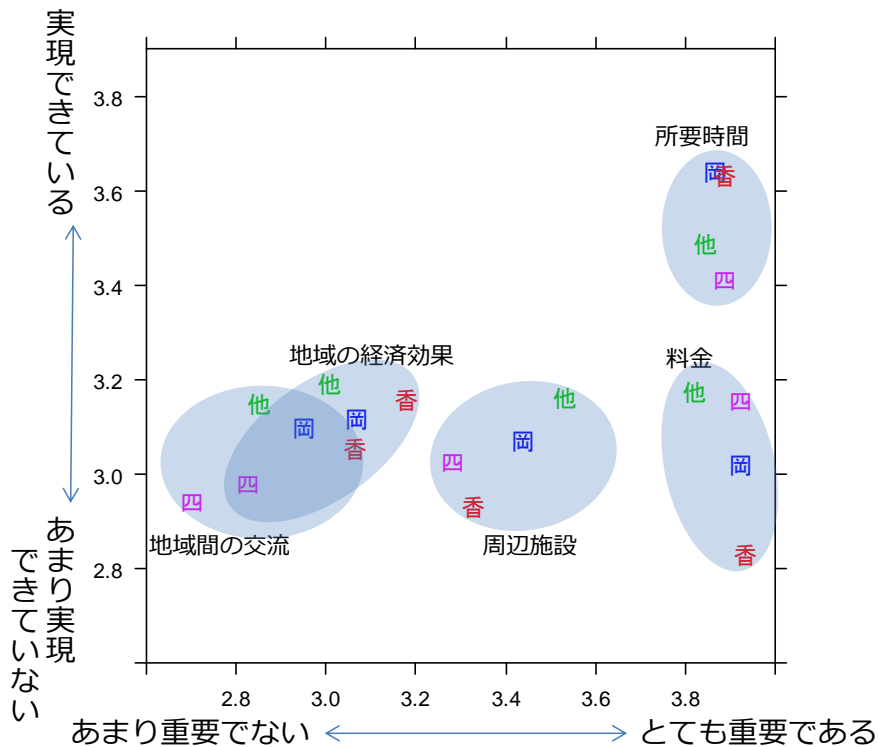


図 1.22 居住地別の重要度と実現度の散布図（項目を楕円で囲んである）

の 4 通りであり、B となる項目（グラフでいえば、右下の位置する項目）が改善の必要がある項目（重要視されているのに実現できていない）で、D となる項目（グラフの左下）はあまり意識されていない項目（重要視もされておらず実現感も低い）ということになる。重視すべき項目が D に位置していると、認識として問題ということになる。

表 1.9 と図 1.22 から、重要度と実現度をそれぞれで考察してみる。

重要度では、「所要時間」、「料金」が高く、それに比して、「周辺施設」、「経済効果」、「地域間交流」が低い。瀬戸大橋のようなインフラにとって、「経済効果」や「地域間交流」は、建設目的として重要視されるべきものであるが、回答者のこれらに対する認識はあまり高くはないことがわかる。実現度は、「所要時間」は十分実現していると認識しているが、それに比して他は低く、実現性については満足していないことがわかる。全体に、重要度より、実現度の評価が低くなっており、重要さに比して実現されていないという認識になっているといえる。

次に、重要度と実現度の関連でみる。「所要時間」は重要度も実現度も高く（A の範疇）、概ね期待通りと認識していると解釈できる。つまり、所要時間は、交通手段としては、重要な要素とっていて、実際にも瀬戸大橋は時間短縮が実現できていると感じていることがわかる。「料金」や「周辺施設」については、B の位置になっており、特に「料金」は重要度と実現度の差が大きく、改善の余地がある項目といえる。一方、「経済効果」や「地域間交流」は D の位置となっている。重要度と実現度に大きな違いはないので、問題はないという判断ではなく、本来、これらの項目の重要度は低くあってはならないことから、むしろ B の位置にあるべきものとして、今回のような認識は問題視すべきところである。

次に、図 1.22 から、岡山県居住者と香川県居住者のみを抜き出し、両県の認識の違いをみてる（図 1.23、項目ごとに両県を直線で結び対応させている）。

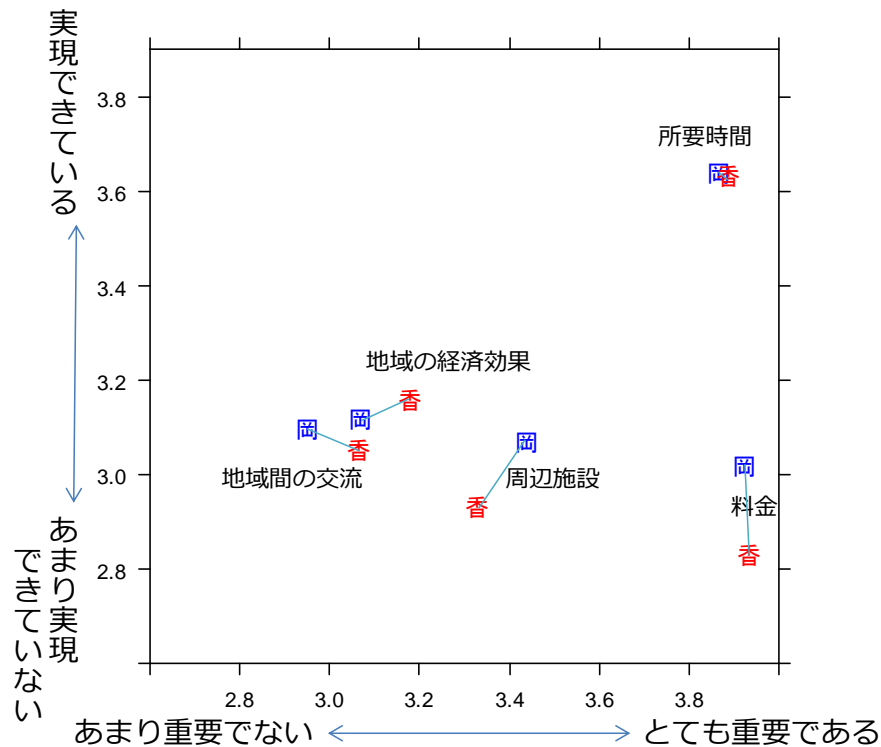


図 1.23 岡山県と香川県の重要度と実現度の散布図

「所要時間」については、両県で大きな差はなく、重要であり、よく実現できていると、両県とも考えていることがわかる。一方、「料金」については、両県とも「所要時間」と同じぐらい重要と考えているが、岡山に比べて香川の方が実現度がより低くなっていることから、岡山県居住者より香川県居住者の方が、まだ実現できていないと評価している、すなわち、料金がまだ高いと感じていることがわかる。「経済効果」や「地域間交流」について両県を比べると、岡山県居住者より香川県居住者の方が重要度が高くなっている。また、「経済効果」を除いた4項目とも香川県居住者の方が実現度に対する評価が低い（厳しい）。これらのことから、すなわち、香川県居住者の方が瀬戸大橋へよせる期待度が高いことがみてとれる。

同様の手法で、年齢層によって分けて考察してみる。物心ついたときに瀬戸大橋があった世代として40歳未満、橋がない時代を知っている世代として40歳以上と、2つに分けて平均を求めた。5つの項目で2つの年代を結んでプロットしたのが図1.24である。

これをみると、「所要時間」については、両年代とも重要で、かつ実現できていると考えており、大きな差はない。しかし、他の4項目では差がみられる。「料金」は、重要度も実現度も40歳未満の方が高い。「周辺施設」は、重要度はほぼ同じであるが、実現度については40歳以上の方が低く、その差は大きい。40歳以上の周辺施設の充実に対する評価が厳しく、それだけ期待感があったことがわかる。「経済効果」、「地域間交流」は、実現度については両年代であまり変わらないが、重要度は40歳以上の方が大きくなっており、こういったインフラに対する意識は若い層より高いことがみてとれる。

40歳未満に比べ、40歳以上の方が、5項目とも実現度に対する評価が厳しいことや瀬戸大橋のもつ経済的効果などを重視していることから、若い層より年配の層の方が瀬戸大橋への意識と期待が高いことがわかった。

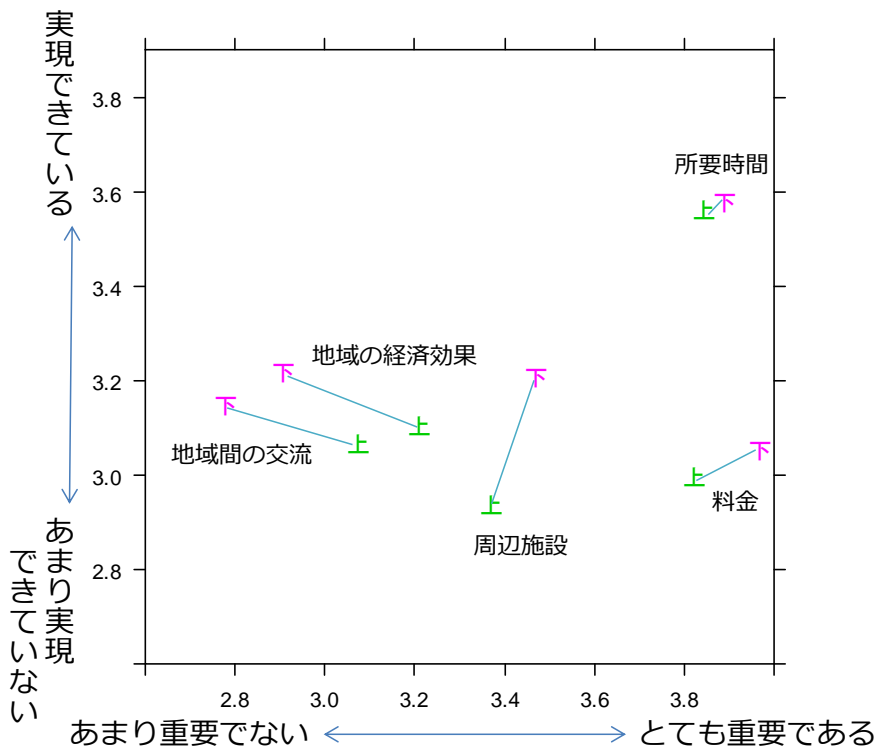


図 1.24 40 歳未満（「下」の文字）と 40 歳以上（「上」の文字）の重要度と実現度の散布図

1.2.4 瀬戸大橋の存在意義

街頭アンケートの最後では、回答者にとって瀬戸大橋はどのような存在であり、これからどのように発展していけばよいかを自由記述形式で回答してもらった（調査の「Q6」）。この全回答 713 件を計量テキスト分析で分析（使用ソフトは KH Coder 3, <http://kncoder.net/>）し、期待することについては、顕著な提案をあげる。

自由記述の中で使用される単語を取り出し、度数の多い順に並べたものが図 1.25 である。瀬戸大橋そのものや周辺の地域に関する語が多いのは当然として、「料金」、「安い」、「高い」といった料金に関する語が上位にきており、通行料への何らかの要望が多く記されていることがわかる。観光、景観などの瀬戸大橋の観光的要素や仕事や移動に関する語も比較的多くみられ、手段あるいは機能面への期待が記されていることがうかがえる。便利や気軽といった思いを示す語や、「シンボル」、「架け橋」といった象徴的な語もあり、発展に対して期待感をもった記述が多いことが観察される。

文の中に同時に用いられている語の関係（共起関係）をネットワーク図で表したのが図 1.26 である。これをみると、料金のことに関する大きな共起（図の左上）と、本州と四国をつなぐ交通手段に関する大きな共起（右下）が目立つ。料金を安くすることで、人の交流や利用が促進されることを期待している（将来への発展への期待としての）意見や瀬戸内海をはさんだ地域を結ぶ手段としての必要性を強調した（瀬戸大橋の存在意義としての）意見が多いことがわかる。また、新幹線や景観について触れている記述があることもわかる。

文節に分けた上での係り受けも考慮した語の頻度による対応分析を行う。図 1.27～1.29 が、年齢、職業、居住地の層を考慮して対応分析を行った結果である。

1	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
2	四国	133	地方	10	魅力	6
3	料金	103	気軽	9	名所	6
4	橋	95	施設	9	サイクリング	5
5	思う	94	大変	9	安価	5
6	安い	91	道路	9	一番	5
7	行く	82	旅行	9	下げる	5
8	便利	71	フェリー	8	開通	5
9	利用	66	安全	8	希望	5
10	存在	59	移動	8	機会	5
11	観光	58	感じる	8	交流	5
12	手段	58	今後	8	出る	5
13	交通	57	多い	8	人間	5
14	本州	53	大事	8	船	5
15	岡山	47	綺麗	8	大きい	5
16	香川	34	マリン	7	中	5
17	使う	29	ライナー	7	鉄道	5
18	もう少し	28	下がる	7	日本	5
19	重要	28	期待	7	非常	5
20	高い	24	作る	7	夢	5
21	瀬戸大橋	24	使用	7	目的	5
22	大切	24	周辺	7	連絡	5
23	人	23	出来る	7	お金	4
24	良い	23	少ない	7	かけ橋	4
25	結ぶ	20	象徴	7	イメージ	4
26	渡る	20	中国	7	バス	4
27	新幹線	19	中国地方	7	メンテナンス	4
28	通る	19	通学	7	以前	4
29	今	18	無い	7	楽しめる	4
30	増える	18	有名	7	活性	4
31	必要	18	イベント	6	増える	4
32	シンボル	16	スポット	6	近い	4
33	車	16	維持	6	繋ぐ	4
34	景観	15	海	6	見える	4
35	景色	15	癒しい	6	見直し	4
36	行ける	15	経済	6	効果	4
37	きれいな	14	欠く	6	最短	4
38	高連	14	県外	6	子供	4
39	通行	14	県民	6	資源	4
40	身近	13	行く	6	十分	4
41	来る	13	自転車	6	助かる	4
42	架け橋	12	充実	6	乗る	4
43	見る	12	昔	6	食べる	4
44	仕事	12	素晴らしい	6	瀬戸内	4
45	発展	12	増やす	6	早い	4
46	ルート	11	知る	6	走る	4
47	考える	11	地元	6	他県	4
48	高松	11	道	6	値段	4
49	地域	11	買い物	6	通す	4
50	因る	10	風	6	通れる	4
51	場所	10	分かる	6	通動	4

図 1.25 頻出語トップ 150

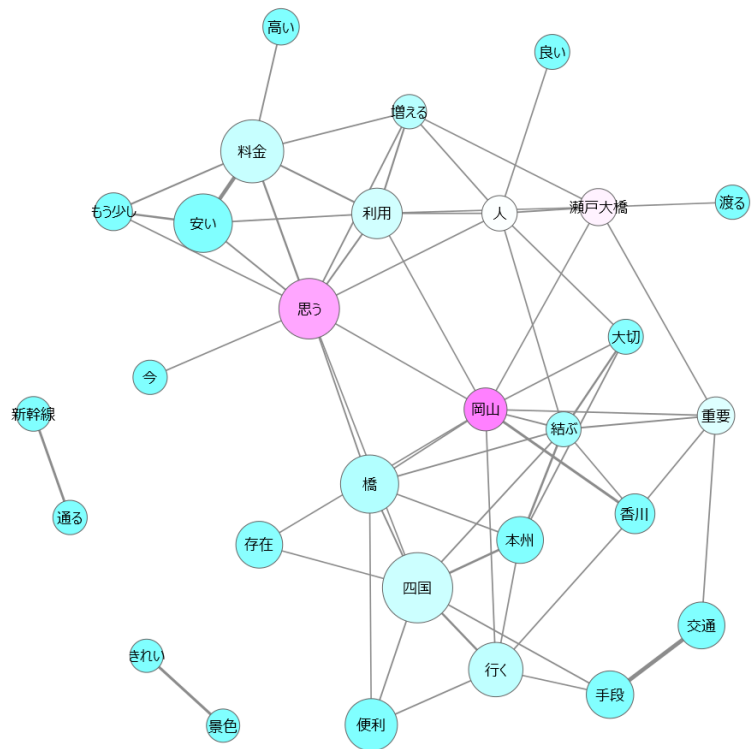


図 1.26 共起ネットワーク

地域別 (図 1.27) にみると、岡山県居住者は、手段であることを強調し、料金に対する記述に特徴がみられる。一方、香川県居住者は、本州へ行く手段として必要であること、存在そのものが重要であることなどに触れていることがわかる。これらに対して、両県以外の居住者は、生活に結びつけたものとしての認識よりも観光や旅行で利用するにあたっての意義などを記述しているといえる。

年齢別 (図 1.28) にみると、20 歳代から 50 歳代が、橋の機能面や料金面、存在価値などに言及している。その中でも 20~30 歳代が料金に関する記述が特徴的で、40~50 歳代は交通手段としての意義を強調しているものとみてとれる。

職業別 (図 1.29) にみると、業務で利用することが多いであろう職業は、料金や便利さに着目している。観光への着眼があるからか、公務員は少し離れているが、全体的な視点でみているといえる。仕事をもたない主婦 (主夫) 業や無職の人は、渡るための手段であることを強調し、学生は通学手段として利用する存在としての記述をしていることがわかる。

(1) ~ (3) を総合すると、全体に料金に関する記述が多く、改善を望んでいること、香川県居住者が瀬戸大橋を必要とする記述が特徴的であること、社会人としての経験が豊富な年齢、特に 40 歳代以上の年齢および業務でのつながりが多い職業ほど、生活や業務に関連して記述が具体的であり、地域の経済や活性化も含めた瀬戸大橋の存在価値に言及しているといえる。

実際の記述として、「料金をもっと下げてほしい」や「本州 (岡山県) と四国 (香川県) をつなぐかけがえのない橋」といった記述が多い中、将来的な提案となっている顕著なものを以下にあげておく。

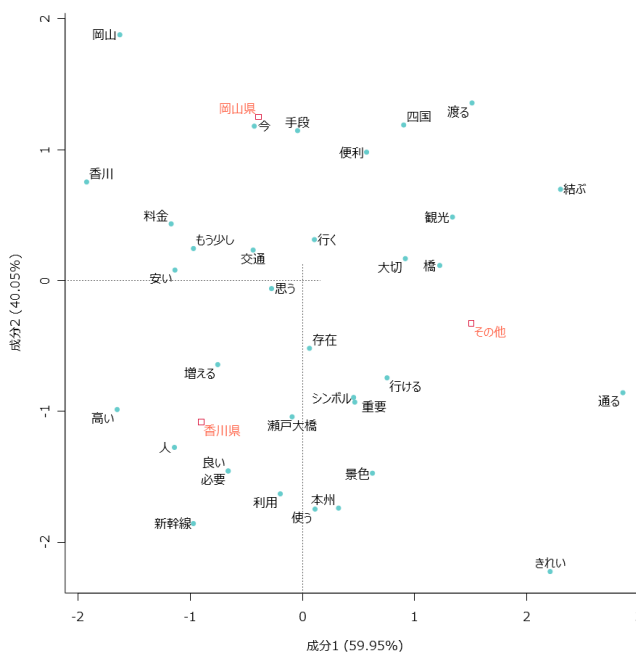


図 1.27 対応分析（居住地域別）

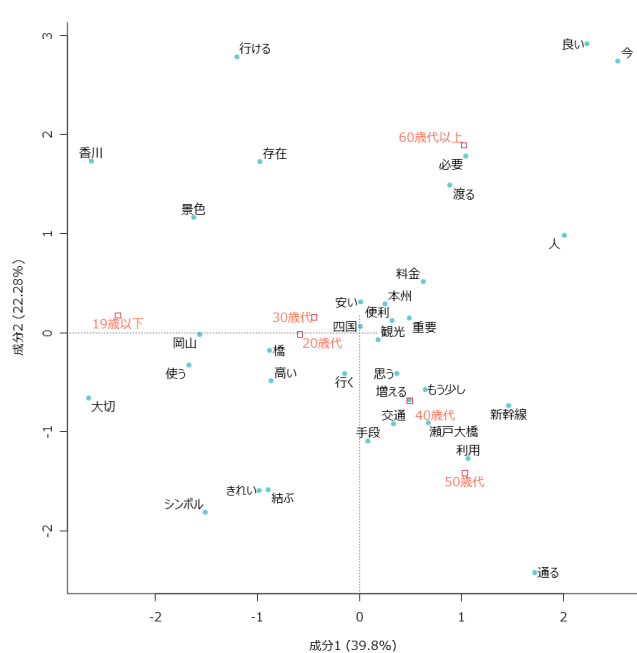


図 1.28 対応分析（年齢別）

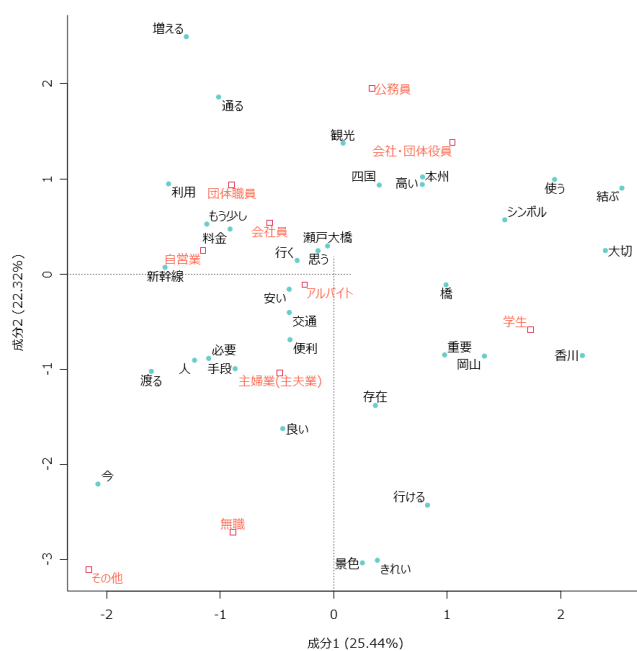


図 1.29 対応分析（職業別）

- ・ 自転車やバイク（50cc）も走行可能に。
- ・ 以前の週末にあったような ETC による大幅な割引や均一料金。
- ・ 本四備讃線以外の路線（予讃線など）を高速化や新技術の導入。
- ・ 新幹線の開通。
- ・ 周りにもう少し魅力的な施設ができること。
- ・ サービスエリアや与島の施設の充実。
- ・ 与島に釣りセンターの設置。

- ・立ち寄りレジャースポットの充実。
- ・子供の遊び場。
- ・安全に泳げる施設。
- ・観光施設やテーマパーク、グルメなど。
- ・回遊性のある観光ルートの開発。
- ・景色がよいことを売りにした企画やインスタ映えポイント等の設置。
- ・きれいな景色をゆっくり見れるスポットの設置。
- ・好きな所で車が停車でき、写真が撮れるようにする。
- ・瀬戸大橋にしかないイベントを開催する。
- ・イベントを増やして、SNS、カメラ映えする橋に。
- ・橋の上とか下とか普段行けないところの見学。
- ・橋上を利用した「瀬戸内フルマラソン」などの国際大会の開催。
- ・サイクリングを通じての観光開発。
- ・地場産業と観光、交通のタイアップ。
- ・土地の物産を生かす。
- ・リピーターを増やす策。たとえば「渡るマイレージ」。
- ・明石海峡大橋のようなイルミネーション。
- ・もっとドラマなどの舞台になれば、聖地巡礼などもしてもらえる。
- ・瀬戸大橋を多くの人にPRする。
- ・人との交流がもっとできるように。

1.3 考 察

1,329件の回答のうち、岡山県居住者が413件、その他中国地区124件、香川県373件、その他四国地区117件、合算で1,027件（全体の77.3%）であった。本州（岡山県）と四国（香川県）の居住地の違い、あるいは40歳を境とした世代別にどのような意識や活動に差があるかについて検討を加える。

(1) 瀬戸大橋の利用頻度と交通手段について

瀬戸大橋の利用頻度の設問では、月1回以上利用しているという回答が四国居住者の21.2%（103/486）となり、本州居住者の回答10.4%（56/536）を上回った。年2回以上の利用でも、四国居住者は73.3%（356/486）となり、本州居住者50.2%（269/536）を上回った。四国の人々の利用率が高いことは予想されたが、アンケート結果により裏付けられた。また、瀬戸大橋を利用時の最もよく使う交通手段は、「自家用車」による通行が最多となったが、四国居住者では、「JR」（318件38.7%）と「自家用車」（326件39.7%）が拮抗する結果となり、四国居住者の瀬戸大橋とのかかわり方が他の地域とは異なる傾向が示された。瀬戸大橋が四国内の人々の生活圏を本州側に拡大している様子が推測される。

(2) 瀬戸大橋と観光・ショッピング

観光を目的とした瀬戸大橋利用に対しては、本州居住者では34.7%（380人）が旅行実績なしと推定される「無回答」であったのに対し、四国側では、17.1%（126人）であった。四国側からの旅行先は多岐にわたり、未利用の比率が低いことは当然ではあるが、観光の移動手段としての重要性が確認された。ここで、年齢別の瀬戸大橋の観光面での期待度を、「期待以上」、「期待通り」を「高評価」、「期待以下」、「期待しない」を「低評価」としてあらためて合算集計する（表1.10）と、瀬戸大橋開通時代をよく知

表 1.10 瀬戸大橋の観光面での期待度の年代別回答シェア集計 (単位 %)

観光の観点	40 歳未満			40 歳以上		
	高評価	低評価	わからない	高評価	低評価	わからない
与島パーキングエリア	51.4	9.8	39.3	43.4	27.5	29.1
周辺観光施設	52.3	11.0	36.7	43.3	29.6	27.1
瀬戸大橋の美しさ大きさ	78.4	4.0	17.6	88.4	3.5	8.1
瀬戸大橋からの景観	81.2	3.2	15.6	90.7	1.9	7.4

らないと思われる 40 歳未満の若年層からの回答では、「わからない」という回答がすべての観点で、40 歳以上の結果を上回った。一方、「与島パーキングエリア」と「周辺観光施設」に対する評価では、40 歳以上に比べ「低評価」の割合が低い。また、「瀬戸大橋そのもの」と「瀬戸大橋からの景観」への評価では、「低評価」は拮抗する結果となった。40 歳以上の人々には、30 年間慣れ親しみ、日々利用している瀬戸大橋を観光資源として認識しにくくなっていると考えられる。逆に、40 歳未満の若年層では、親しみが薄い分、観光の対象として意識していると考えられる。次の重要度と実現度に関する質問において、周辺施設の重要度・実現度とも 40 歳未満の層で高い値となったことと整合性がみられる。2017 年に「日本の 20 世紀遺産 20 選」に選定された瀬戸大橋の観光資源としての利活用が今まで以上に期待されることである。

(3) 瀬戸大橋に対する重要度と実現度

「地域間の交流」と「地域の経済効果」については、回答者の居住地により回答にばらつきはあるものの、「あまり重要でない」かつ「あまり実現できていない」が多い結果となった。本来、瀬戸大橋の機能として最も重視されなければならない 2 つの項目の回答としては、ふさわしくない結果といえる。考えられる理由としては、個人対象の調査で、企業団体を対象としていなかったこともあろうが、観光の分析と同様に、瀬戸大橋の存在が当然のものとして日常の中に溶け込み、かけがえのない資源といった認識を人々がもてなくなっているのではないかと考えられる。瀬戸大橋に関連する自治体や本四道路会社などの団体は、瀬戸大橋の役割と重要性について現状よりも強く情報発信すべきと考える。一方、「料金」は重要視すべき項目であるが、「実現できていない」（金額が高い）と認識している傾向が明確になった。特に、香川県居住者は金額重視かつ実現できていないという回答に集中したが、これは、利用頻度が他の地域よりも高く、日常の移動手段として瀬戸大橋が認識されていることの裏付けであろう。

(4) まとめ

開通から 30 年を迎えた瀬戸大橋は、この間大きな問題もなくわれわれの生活にあり続けてきた。開通直後は、与島にはフィッシャーマンズワープが開設され、遊覧船やヘリコプターによる遊覧も事業化されていた。現在では与島パーキングエリアは残されており、年間約 74 万台の利用があるものの往年のにぎわいは失われている。近年、インバウンド旅行者が急増しているが、京都伏見稲荷大社や瀬戸内海の大久野島など、日本人の観光の対象として目立つ存在ではなかった場所に、多くの外国人旅行者が訪問している。つまりインバウンド市場の伸長は、日本の観光資源を改めて見直す契機となっているということである。瀬戸大橋においても、インバウンド観光に限らず、資源としての価値や観光対象としての可能性について、この 30 周年を契機に見直すべきではないかと考える。今回の自由記述の回答では、これからの瀬戸大橋の発展に対する提案をもらったが、ここには、施設の魅力向上、グルメ、独自イベント、マラソン大会など、瀬戸大橋の魅力再発見や観光振興に関するキーワードが多くみられた。これらの記述から、地域を活性化する資源としての瀬戸大橋への人々の期待を強く感じた。

2 瀬戸大橋に関する企業調査（1000社アンケート）

2.1 調査概要

(1) 調査目的

2018年4月10日で開通から30年が経つ瀬戸大橋がもたらしたものは何であったかを明らかにするために、瀬戸大橋の両サイドである岡山県と香川県の中小企業1,000社にアンケートを実施し、業務における利用実態や企業活動での意義等を調査する。

(2) 調査項目

- 1) 社名（任意）、業種・業態、設立年、従業員数、本社所在地（都道府県）、支社/支店/自社販売店の所在と数、地域別の売り上げ割合
- 2) 瀬戸大橋の業務利用頻度、船舶の業務利用頻度、瀬戸大橋・船舶を使い分けている場合の理由、瀬戸内海対岸への業務利用でもっとも利用頻度の高いルート
- 3) 瀬戸大橋の料金が企業活動に与えた影響（プラス面とマイナス面）
- 4) 瀬戸内海対岸での企業活動において重要視する内容およびその影響度（影響度は現在と10年前について好影響か悪影響かも回答）
- 5) 貴社にとっての瀬戸大橋の存在意義
- 6) 瀬戸大橋の活用方法についてのアイデアや要望等

(3) 調査時期

2018年2月26日～3月14日

(4) 調査方法

岡山県、香川県に本社がある中小企業を各県の中小企業会社一覧から抽出した計1,000社の中企業への郵送調査（調査用紙を郵送し、回答後、郵送で返送してもらう方式）

(5) 調査実施機関

岡山理科大学経営学部およびNHK岡山放送局

(6) 回収結果

岡山県、香川県それぞれからの抽出企業数および返送数（回答企業数）を表2.1に示す。

表 2.1 抽出・送付企業数および回収数

本社所在県	送付企業数	返送数	回収率
岡山県	505	151	29.9%
香川県	495	131	26.5%
総計	1,000	282	28.2%

2.2 調査結果

2.2.1 調査対象企業概要

アンケートの回収数は、岡山県企業送付先 505 先中 151 先（回収率 29.9%）、香川県企業 495 先中 131 件（回収率 26.5%）となった。これらの他、香川県企業として送付した 1 社について、親会社の愛媛県の企業から回答があった。この企業については、本調査が岡山県企業と香川県企業のみを対象としたため、今回の集計には含めていない。

図 2.1 では、岡山県企業・香川県企業のそれぞれの回収できたアンケート回答企業の業種（調査の「質問 2」）をみたものである。今回のアンケート調査においては、標本の抽出段階で業種によるバイアスなどはかけていないが、回答は建設業・製造業・運輸業・小売業からの回答が多くなっている。特に岡山県側では建設業者・香川県側では運輸業からの回答が多いことが特徴的である。

回答企業の設立年別（調査の「質問 3」）のグラフが図 2.2 である。岡山県は 1960 年代設立の企業が多く、突出しており、香川県は瀬戸大橋の開通時期である 1980 年代設立の企業からの回答が多い。

図 2.1、図 2.2 から、今回のアンケートについては、建設業・運輸業からの回答が多いことや、瀬戸大橋の開通時期と設立時期が重なる企業からの回答が多かったことなどから、本調査の趣旨である「瀬戸大橋 30 年目の再定義」の内容に関心・思い入れのある企業が回答に積極的であったと推察される。

アンケートを回答した企業の従業員数（調査の「質問 4」）の分布は、図 2.3 の通りである。岡山県本社の企業については、6～20 人規模の企業、香川県企業については 21～50 人規模の企業の回答が多かった。

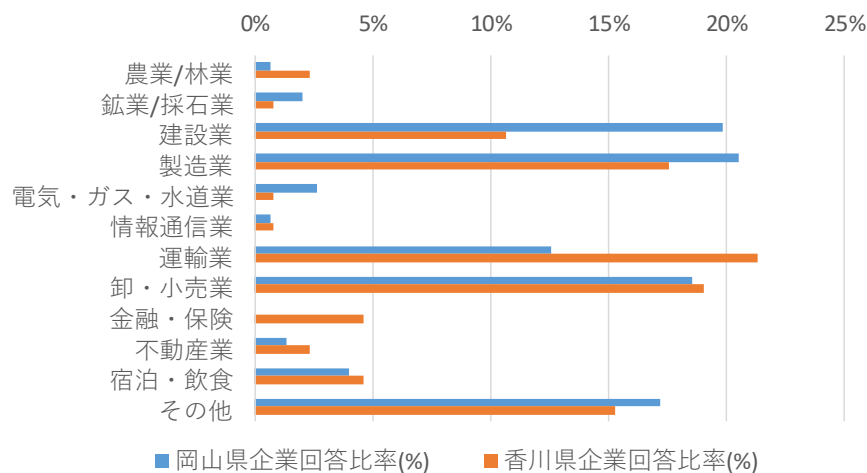


図 2.1 県別業種別 アンケート回答企業数比率

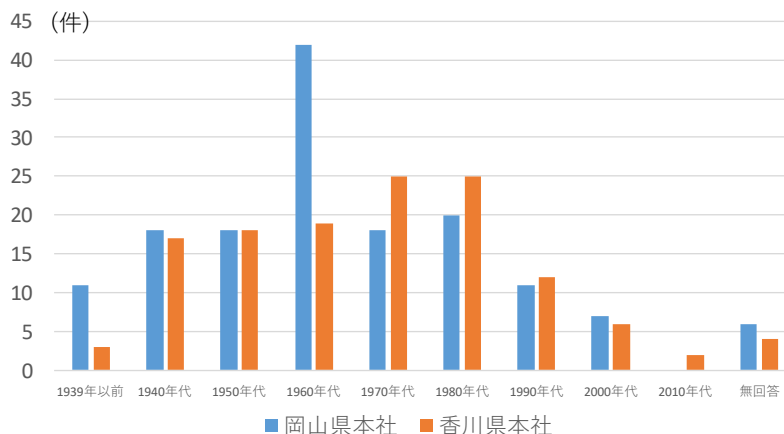


図 2.2 県別設立年別 アンケート回答企業数

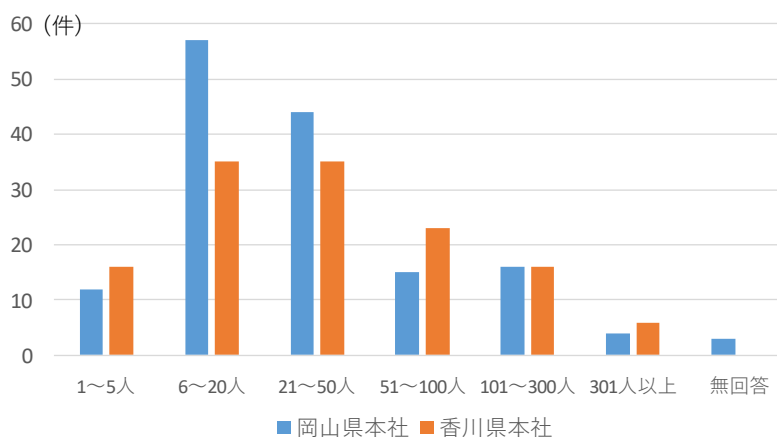


図 2.3 県別従業員数 アンケート回答企業数

図 2.4 は企業に対して、支社がどこにあるかを問うた設問（調査の「質問 5」および「質問 6」）である。岡山県に本社を置く企業は、岡山県内に支社を置くところが多く、香川県県内に支社を置く企業は、香川県に支社を置くところが多くなっている。

自社の売上がどの地域でもたらされるかについて、その割合を答えさせた（調査の「質問 7」）結果が、図 2.5 である。このグラフでは、本社を置く県別の地域別の売上割合の平均値を求め表示している。岡山県内企業が関西圏での売上割合の平均が 2.3 割であるのに対し、香川県企業が 2.0 割に留まっており、首都圏については岡山県内企業が 2.6 割であるのに対して、香川県企業は 3.1 割となっている。両県の企業ともに、関西圏よりも首都圏での売上割合が多くなっているが、関西圏では相対的に岡山県本社の企業の売上割合が高く、首都圏では香川県本社の企業の売上割合が高い。岡山県企業が近隣である関西圏での売上が高いのに対し、香川県企業は首都圏での売上比率が高くなっていることが特徴的である。

2.2.2 瀬戸大橋の利用頻度

各企業の瀬戸内海をまたぐ業務について、その交通手段や、交通手段の利用頻度を質問した（調査の「質問 8」）。岡山県企業にとっての四国、香川県企業にとっての本州へのアクセス手段、瀬戸大橋の利

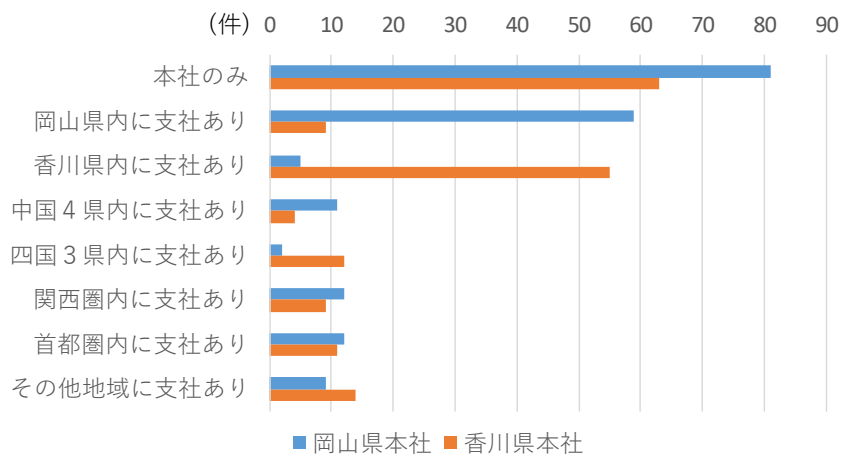


図 2.4 県別支社/支店/自社販売店の有無 アンケート回答企業数

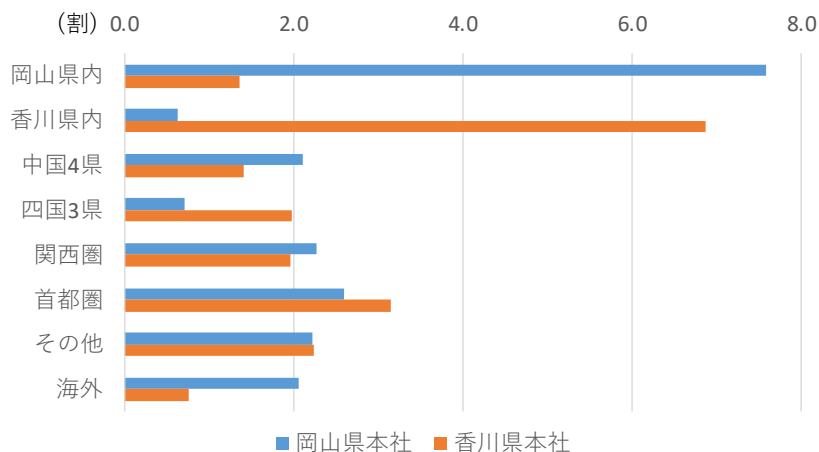


図 2.5 県別地域別アンケート回答企業 売上割合平均値

用頻度、フェリー・貨物船等の船舶利用状況について問うことで、各県企業の瀬戸内海対岸の事業としての重要性、瀬戸大橋の重要性認識の差異についてみていきたい。

瀬戸大橋の業務利用頻度を問うた（調査の「質問 8-1」）結果が図 2.6 である。岡山県に本社を置く企業のうち 43 社（28.5%）が瀬戸大橋を全く利用しないと答えており、岡山県に本社を置く企業の最も多い回答がこれであった。逆に、香川県に本社を置く企業は、18.3%にあたる 24 社が「ほぼ毎日」瀬戸大橋を利用していると答え、週に数回程度と合わせると、36.6%の企業が週に数回以上瀬戸大橋を利用するという結果となった。瀬戸大橋の業務利用に際しては、岡山県側と香川県側に大きな利用実態の差があり、香川県に本社を置く企業がより瀬戸大橋を業務活用しているといえる。

図 2.7 は、瀬戸内海対岸への業務での船舶利用の頻度（調査の「質問 8-2」）についての結果である。これは瀬戸大橋を利用せずに、フェリーで人員が渡ることの他、資材・商品の船舶での運搬を想定した質問となっている。岡山県企業、香川県企業のどちらも「利用しない」を選択する企業が多いが、船舶

を利用するとした回答数は、どの頻度の選択肢においても香川県側が多くなっている。

図 2.8 は、業務での瀬戸内対岸への移動に際して利用する交通手段（調査の「質問 8-4」）についての集計結果である。回答は最も利用する交通手段とし、単一回答を求めており、業務で瀬戸内対岸への交通を使用しない場合は無回答となる。JR 瀬戸大橋線は岡山駅から高松駅を結ぶ鉄道での瀬戸大橋利用であり、瀬戸中央自動車道は岡山県倉敷市の早島インターチェンジから香川県坂出市の坂出インターチェンジを結ぶ高速道路で、瀬戸大橋を乗用車・トラック等で利用するルートである。また、神戸淡路鳴門自動車道は、明石海峡大橋と鳴門大橋を経由して、兵庫県神戸市と徳島県鳴門市を結ぶ高速道路である。集計の結果、岡山県に本社を置く企業は、四国側への業務利用においては、全回答の 71.5%にあたる 108 社が瀬戸中央自動車道を使用すると回答している。四国側への移動がないとする「無回答・その他」の回答が 22.5%であるから、岡山県内の事業者の四国へのアクセスの多くが瀬戸大橋を使った車・トラックでの移動ということになる。それに対し、香川県に本社に置く企業は、瀬戸中央自動車道の利用が最も多いものの、瀬戸大橋の JR 利用、神戸淡路鳴門自動車道の利用の割合も高く、さまざまなルートで本州へアクセスしていることがわかる。また、瀬戸中央自動車道利用が 60 社、神戸淡路鳴門自動車道

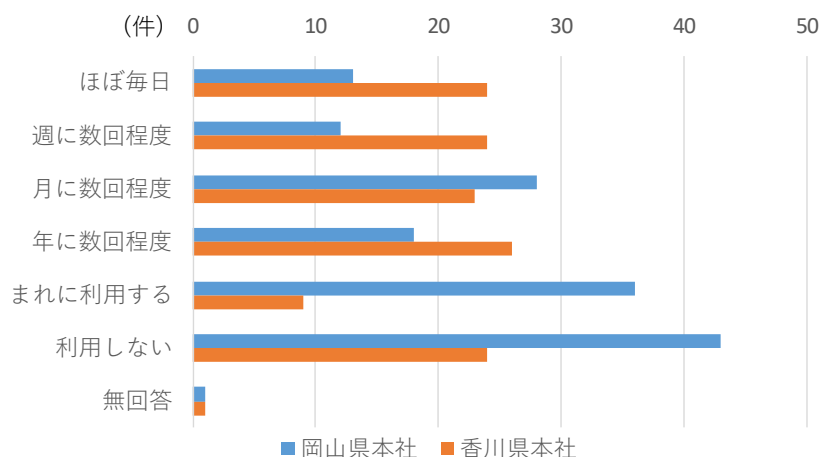


図 2.6 県別瀬戸大橋の業務利用頻度アンケート回答数

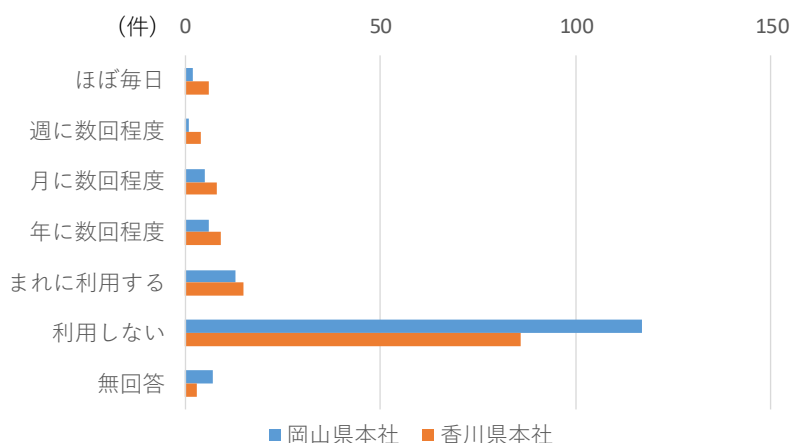


図 2.7 県別瀬戸内海対岸への船舶の業務利用頻度アンケート回答数

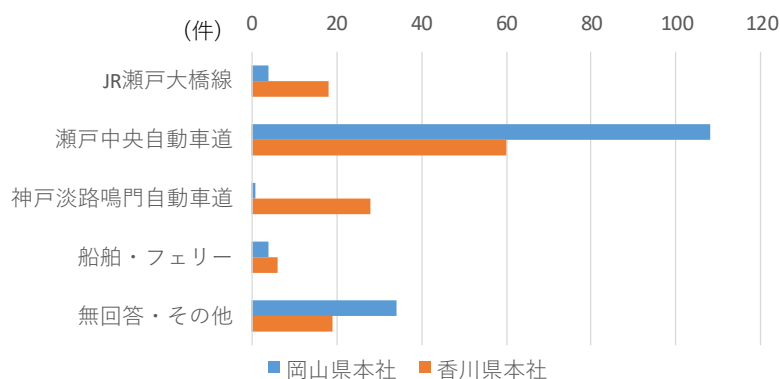


図 2.8 県別 瀬戸内対岸への移動に最も使用する交通手段の回答数

の利用が 28 社と、瀬戸大橋の利用の半分程度ではあるが、神戸淡路鳴門自動車道の利用があることから、香川県は岡山県をはじめとする中国地方へのアクセスの他、関西圏への業務を目的としたアクセスが多いことがわかる。

以上から、瀬戸大橋を始め、瀬戸内海対岸への業務でのアクセスについては、香川県企業の利用頻度が多く、四国側の企業の本州への依存が垣間みられる。また、香川県企業については、瀬戸内海対岸へのアクセスとして瀬戸大橋の利用頻度が多いこともわかる。

2.2.3 瀬戸大橋の料金の影響

表 2.2 は、瀬戸大橋が開通した 1988 年 4 月から 2018 年 7 月現在までの瀬戸中央自動車道の利用料金（早島一坂出間 37.3km の普通車片道料金）の変遷である。この料金の変化が瀬戸大橋利用を利用する企業活動にどのような影響を与えたかを、プラスの面とマイナスの面を尋ねた（調査の「質問 9」）。

まず、瀬戸中央自動車道の料金値下げが企業活動に与えたプラス面をみしてみる。

岡山県企業と香川県企業ともにプラス面として、瀬戸中央自動車道の利用料金の値下げはコスト削減につながると回答する企業が多い。実際にこのように回答する企業の記述をあげると、

表 2.2 瀬戸大橋利用料金（普通自動車，早島一坂出間 片道）

年 月	全車 平休日	現金車 平休日	ETC車 平日	ETC車 休日
1988年4月	6,300円			
1989年4月	6,490円			
1997年4月	6,620円			
1998年4月	4,600円			
2003年7月		4,100円	3,874円	3,874円
2009年3月		4,100円	2,870円 / 2,050円	1,000円
2011年6月		4,100円	2,870円 / 2,050円	2,050円
2012年4月		4,100円	2,870円 / 2,050円	1,900円
2014年4月		4,220円	2,270円	1,950円

※ 2009年3月～2014年3月のETC車平日料金は、4～6時、9～17時、20～24時が2,870円で、それ以外の時間帯が2,050円
 出所：第11回高速道路のあり方検討有識者委員会（http://www.mlit.go.jp/road/ir/ir-council/hw_arikata/pdf11/6.pdf#page=5）
 山陽新聞社（<http://www.sanyonews.jp/article/648783>）

- ・コスト削減がはかれている。
- ・ETCが利用できるようになって経費面でも助かっている。
- ・交通費の削減。

などがある。

一方、瀬戸中央自動車道の利用料金の経時的な値下げが企業活動に与えたプラスの影響として、それぞれの県の企業にとって特徴的な回答として、以下のようなものがある。

まず、岡山県企業の典型的な回答である。

- ・児島に当社はあるが、坂出のお客様に安く（気軽に）行けるようになった。
- ・四国方面からの増客に貢献している（料金引き下げにより）。
- ・料金が下がったことにより、瀬戸大橋を利用しやすくなり、四国各地への業務は拡大した。
- ・利便性が格段に良くなり、ビジネスチャンスが広がった。

これらから、岡山県企業が瀬戸中央自動車道の時間を通じた値下げにより、他の本州の経済と同等の条件で、四国を経済圏として意識するようになったことが読み取れる。

次に、香川県企業の回答をみると、以下のものが特に目立つ。

- ・時間短縮。
- ・輸送時間の短縮。
- ・フェリーより時間速く行くことが出来て大変いいです。

これらの記述より、料金値下げを通じた瀬戸大橋の利用によって香川県企業は、時間の短縮という恩恵を受けていることがわかる。ただし、これらの回答は、瀬戸中央自動車道の料金の値下げをきっかけとする瀬戸大橋利用の影響によるものか、移送においてフェリーとの代替を可能とする手段としての瀬戸大橋利用の影響によるものなのかが明確ではないが、質問の趣旨を理解したとして、前者による回答と考える。

両県の企業による記述から、瀬戸中央自動車道の料金の値下げが企業活動に与えるプラス面として、岡山県企業は、ビジネスチャンスの拡大による利益獲得機会の増加を、一方の香川県企業は、時間短縮による経費削減を記す企業が多いことがわかった。

次に、瀬戸中央自動車道の料金値下げが企業活動に与えたマイナス面をみしてみる。

マイナス面として両県に共通するものに「料金が高い」がある。ただし、瀬戸中央自動車道の高料金をマイナス面としてあげる企業は、岡山県企業に顕著であった。一方の香川県企業にとっては、

- ・本州の運送業者が四国に入りやすくなり、価格競争が激化した。
- ・四国の玄関口、高松の支店機能の低下（スルー化）。
- ・四国からの人口流出が進み、香川の力が落ちた。
- ・広島・岡山より業者が来て、販路が奪われることがある。

が、マイナス面として特徴的であった（ここでも、これらの回答は、瀬戸中央自動車道の料金の値下げをきっかけとするものと解釈しておく）。

岡山県企業にとって瀬戸中央自動車道の料金によるマイナスの影響は、その高料金にあり、これは岡山県企業の利益には不利に働く一方、香川県企業にとってマイナスの影響は、四国より新規参入が起こり、それによる顧客減少、価格競争の激化を通じた経済力の低下があることがわかる。

以上より、瀬戸中央自動車道の料金の値下げを通じた両県の企業活動への影響は、次のようにまとめることができる。

岡山県企業にとって瀬戸中央自動車道の利用料金の値下げはその利用を通じて、ビジネスチャンスの拡大というプラス面をもつ一方、まだまだ高いというマイナス面が顕著であることが指摘される。岡山経済と四国経済との距離を瀬戸中央自動車道の料金水準で近似することができるのであれば、料金が安いほど、岡山県企業にとって四国経済での企業活動は、他の本州経済のそれとほぼ変わらない条件で行うことが可能になるといえる。よって、瀬戸中央自動車道の通行料金のさらなる値下げは、岡山企業が瀬戸大橋を利用するインセンティブに結びつき、企業活動において有利に働くことが予想される。

一方、香川県企業にとっては、通行料金値下げを通じた瀬戸大橋利用による時間短縮というプラス面をもつ一方で、値下げを通じて、岡山県やこれを含む本州から新規参入が起こることによる経済力の低下というマイナス面が顕著である。香川県企業にとっては、域外からの新規参入企業に対抗できるほどの経済的な体力がなければ、瀬戸中央自動車道の料金が値下げされると、マイナス面がプラス面を上回り、料金値下げは不利に働くことが予想される。

以上をまとめると、瀬戸中央自動車道の値下げは、岡山県企業には新規顧客獲得を通じて有利に働く一方で、香川県企業にはその影響はマイナスに働くため、両県企業に真逆の影響を及ぼす可能性があるといえる。

2.2.4 瀬戸大橋の企業活動への影響

瀬戸大橋の企業活動への影響について、7つの項目を2つの軸で尋ねた（調査の「質問 10」）。調査項目は、瀬戸内海対岸での

- ・ モノの輸送
- ・ 日常業務での人の移動
- ・ 新しいビジネスや市場の開拓
- ・ 人材確保
- ・ 競合他社の動向
- ・ 仕入先の開拓・確保
- ・ 事業収益の拡大

の7つで、これらを瀬戸内海対岸での「企業活動における重要度」、「瀬戸大橋の影響度」の2つの軸で各社の意識を聞いている。「企業活動における重要度」は「非常に重要」から「全く重要でない」までを4段階で回答させ、「瀬戸大橋の影響度」は「非常に影響がある」から「全く影響がない」までを4段階で回答させたうえで、さらに、その影響が好影響であるか、悪影響であるか、影響の正負を答えさせている。また、「瀬戸大橋の影響度」については、10年前の影響度も同時に聞き、10年間での影響度の変化をみることにした。

図 2.9 は、全回答者の瀬戸大橋の企業活動への重要度と、影響度の現在と10年前の影響を示したグラフである。グラフは、4段階の重要度を、重要度の低い回答順から1~4の数に変換し、項目毎に平均値をとった。また、影響度については、影響度が少ない順に0~3の数値とし、好影響を+、悪影響を-とする数に変換し、項目毎に平均値をとった。その結果、瀬戸大橋の影響度は、「瀬戸内海対岸の競合他社の動向」の項目を除くすべての項目で、瀬戸大橋の影響度は10年前に比べて好影響側にシフトしている。このことから、岡山県、香川県に本社を置く企業にとって、瀬戸大橋は「競合他社の動向」を除き、瀬戸大橋の影響度は「良い」方向に変化しつつあることがわかる。また、瀬戸内対岸の事業の重要度では、「人やモノの移送面」、「市場開拓・事業収益拡大」、「競合他社の動向」、「仕入先・人材確

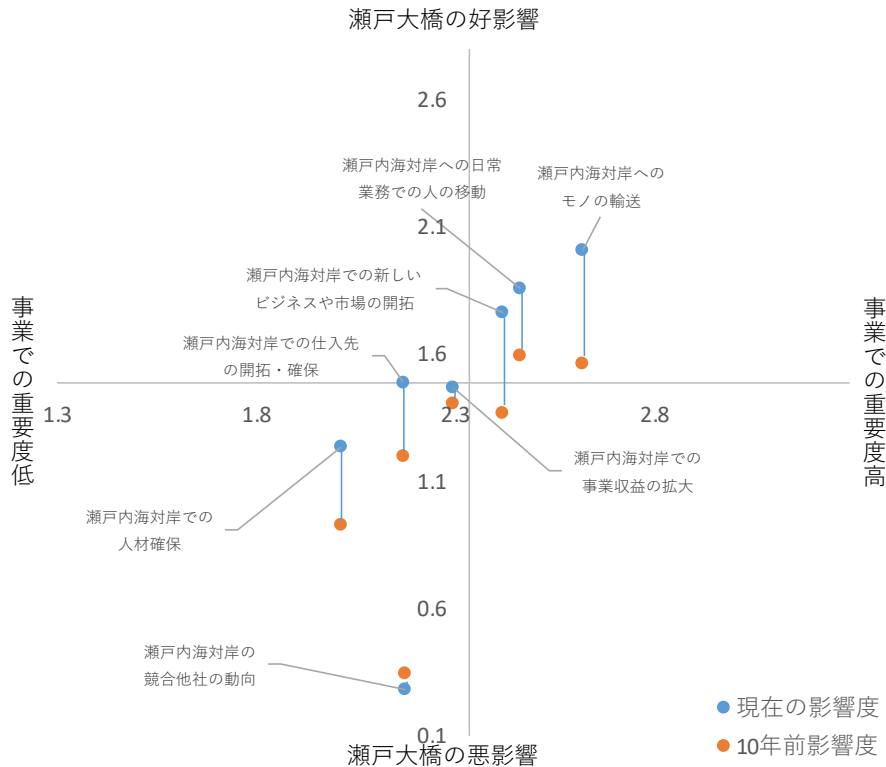


図 2.9 企業活動における瀬戸大橋の重要度と影響度（全回答）

保」の順に重要性が高い結果となった。

図 2.10 は、岡山県の企業のみを、図 2.11 は香川県の企業のみを抽出し、瀬戸大橋の企業活動への重要度・影響度をグラフにしたものである。岡山県の企業は、10年前に比べて、瀬戸大橋に対して好影響に大きくシフトしている。特に、瀬戸内海対岸への「モノの輸送」、「ビジネスや市場の開拓」、「日常業務での人の移動」では、10年前に比べて大きく好影響側に変化している。それに対し、香川県の企業にとっては、「モノの輸送」、「日常業務での人の移動」については、10年前より好影響となっており、それらには大きな変化はない。しかし、香川県の企業にとっても「ビジネスや市場の開拓」、「事業収益の拡大」では、瀬戸大橋に対する印象が10年前よりも好転している。

図 2.12 は、瀬戸大橋の影響と瀬戸内対岸での事業の重要度のグラフを岡山県の企業と香川県の企業それぞれの影響を比較しやすいように図示したグラフである。このグラフより、岡山県に比べ、香川県の企業は、より瀬戸内海対岸の企業活動の重要性を認識していることがわかる。しかし、縦軸でみると、「モノ」・「人」の移動、「市場開拓」、「人材確保」、「事業収益の拡大」に関しては、横ばいの線であるため、岡山県企業と香川県企業で瀬戸大橋の影響度にあまり大きな違いがないことがわかる。「仕入先の確保」については、香川県企業が瀬戸大橋に対して好影響を認識している。

図 2.13 は、建設業における岡山県の企業と香川県の企業の瀬戸大橋の影響を表したグラフである。建設業は、岡山県企業と香川県企業の間的重要度の差はあまり大きくないが、影響度については、2つの県の企業の間で大きく差が出ている。「モノの輸送」では、香川県企業は好影響側に位置しており、建設業におけるモノの輸送では、瀬戸大橋が重要なインフラとなっていることがわかる。逆に、「競合他社の動向」については、香川県企業は-1.0の負の影響となっており、本州側の競合の流入に対して、瀬戸大橋を脅威としていることが伺える。また、瀬戸内海対岸での「事業収益の拡大」、「人材確保」、「仕

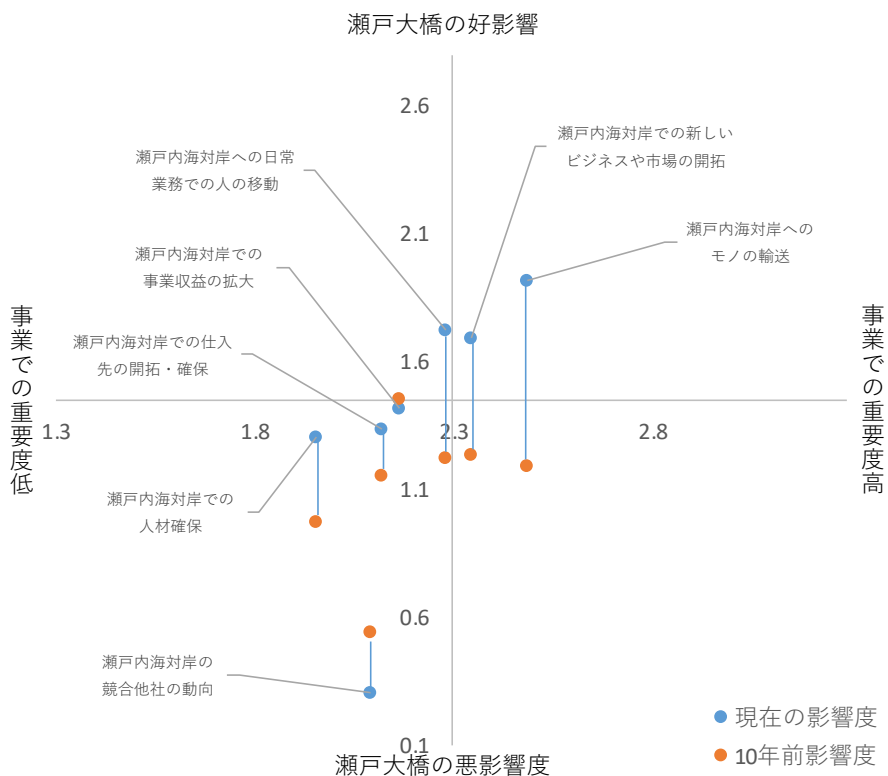


図 2.10 企業活動における瀬戸大橋の重要度と影響度（岡山県企業）

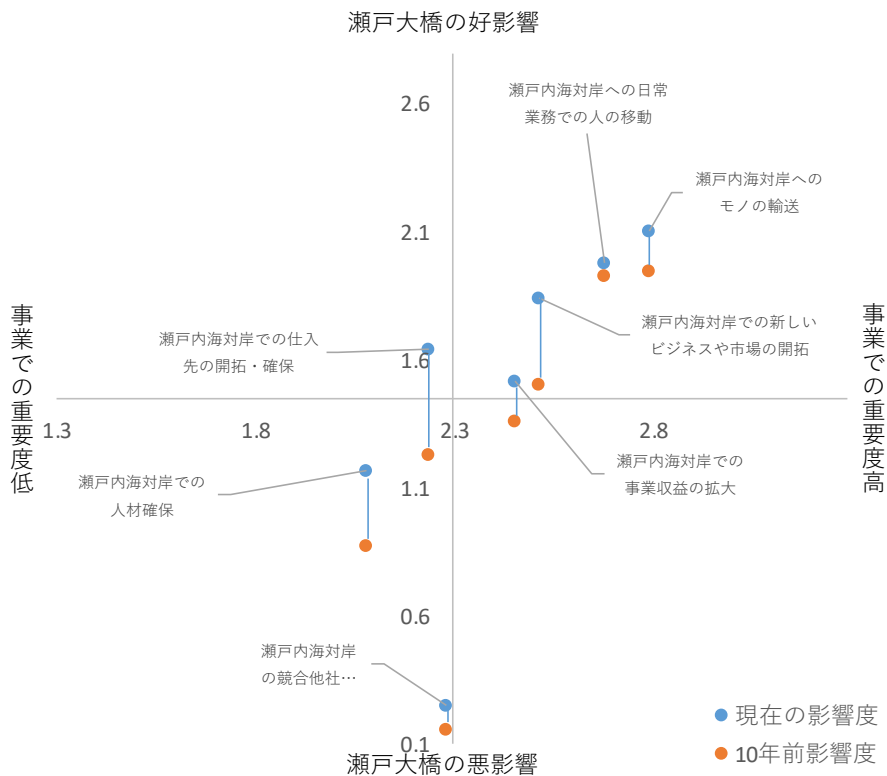


図 2.11 企業活動における瀬戸大橋の重要度と影響度（香川県企業）

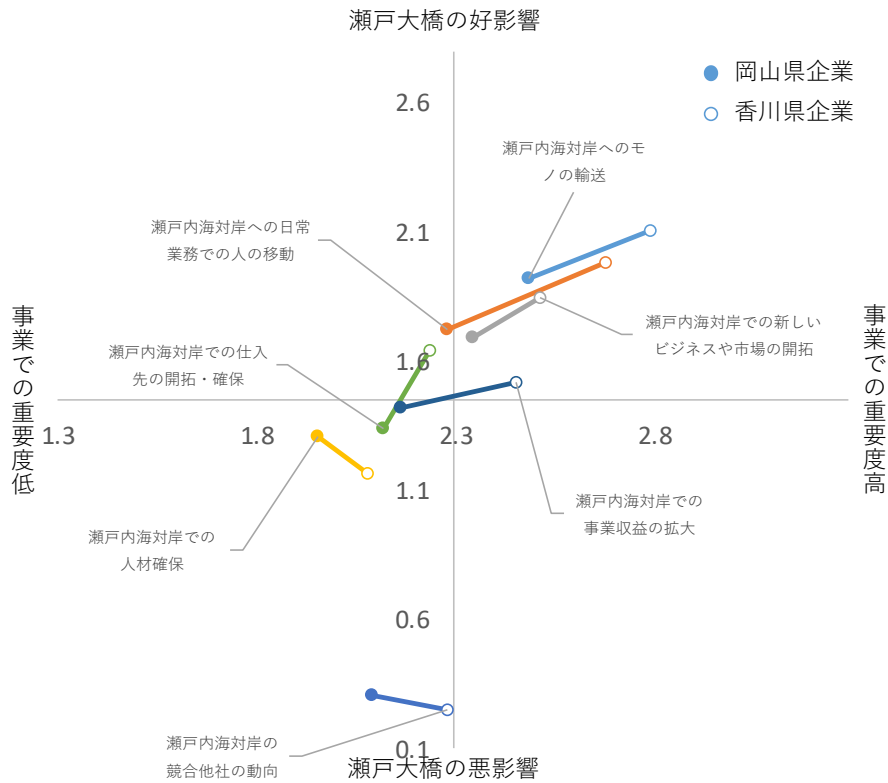


図 2.12 岡山県本社企業と香川県本社企業の比較

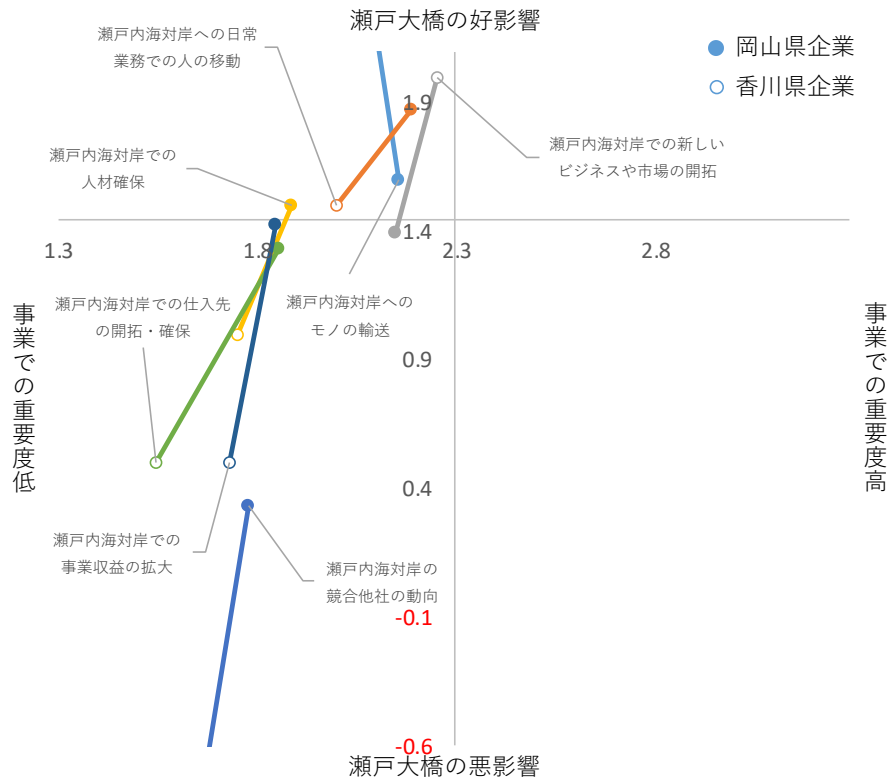


図 2.13 岡山県本社企業と香川県本社企業の比較 (建設業)

入先の開拓」については、岡山県の建設業者がより瀬戸大橋を好影響と捉えており、「新しいビジネスや市場の開拓」では、香川県の建設業者がより瀬戸大橋を好影響と捉えている。

続いて、図 2.14 は、製造業における岡山県企業と香川県企業の瀬戸大橋の影響を表したグラフである。製造業では、岡山県企業と香川県企業との間では、「モノの輸送」と「人の移動」が事業における重要度に大きな差がある。香川県の製造業は、本州へのモノ・人の移動に大きな影響を受けていることがわかる。また「新しいビジネスや市場の開拓」や「仕入先の開拓」については、岡山県の製造業者が瀬戸大橋を好影響と捉えている。

図 2.15 は、運輸業における岡山県企業と香川県企業の瀬戸大橋の影響を表したグラフである。香川県の運輸業者は、本州側の「競合他社の動向」について、瀬戸大橋を悪影響と捉えていることが顕著である。また、「モノの輸送」に対して、岡山県の運輸業が瀬戸大橋を好影響と捉えている。さらに、「人の移動」、「ビジネスや市場の開拓」、「事業の収益の拡大」については、香川県の運輸業の方が、岡山県の運輸業者に比べて、重要度が高いと回答している。

卸・小売業者における岡山県企業と香川県企業の瀬戸大橋の影響のグラフが図 2.18 である。香川県の小売・卸売業者は、「モノの輸送」、「人の移動」、「仕入先の開拓・確保」に対して、岡山県企業と比べて、瀬戸内対岸での重要度を高く評価している。しかし、香川県企業は「人材の確保」については、重要度を低く評価している。また、香川県の卸・小売業者は、瀬戸内対岸での「事業収益の拡大」については、瀬戸大橋を岡山県の企業に比べて、悪影響と評価している。

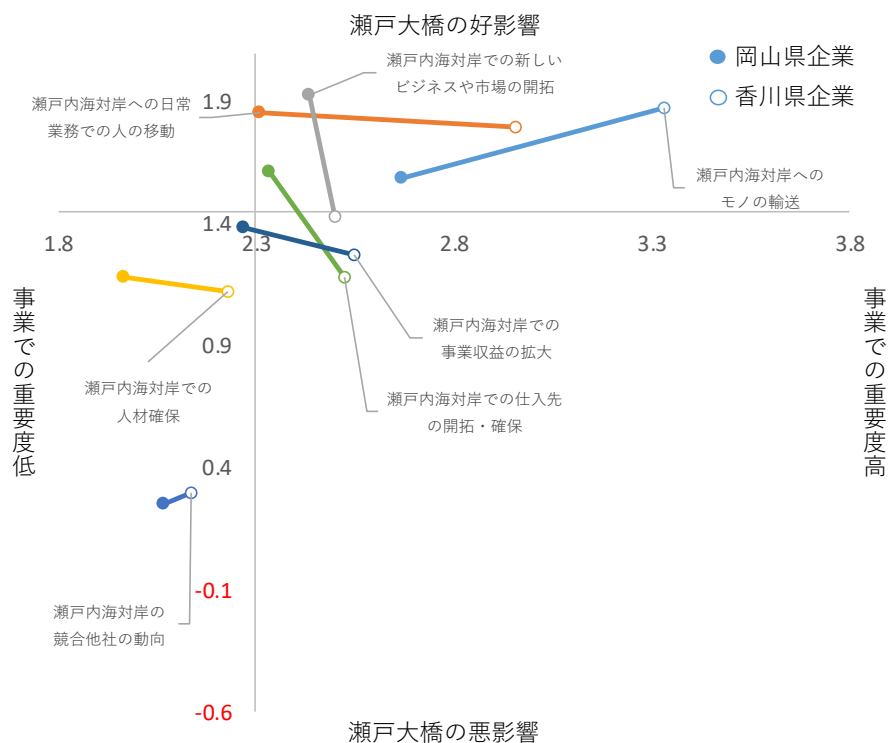


図 2.14 岡山県本社企業と香川県本社企業の比較 (製造業)

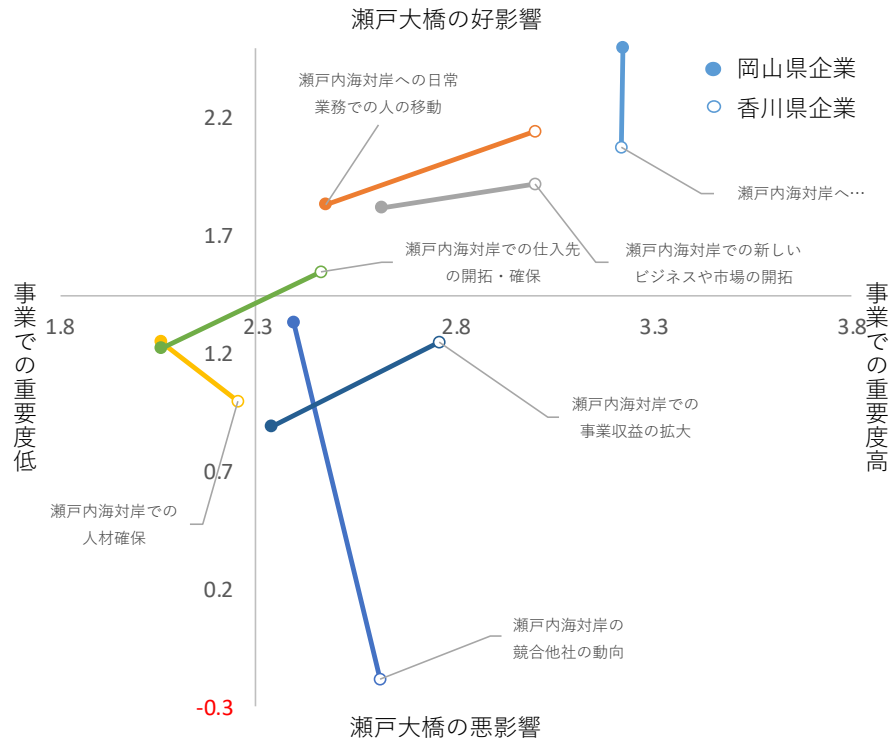


図 2.15 岡山県本社企業と香川県本社企業の比較 (運輸業)

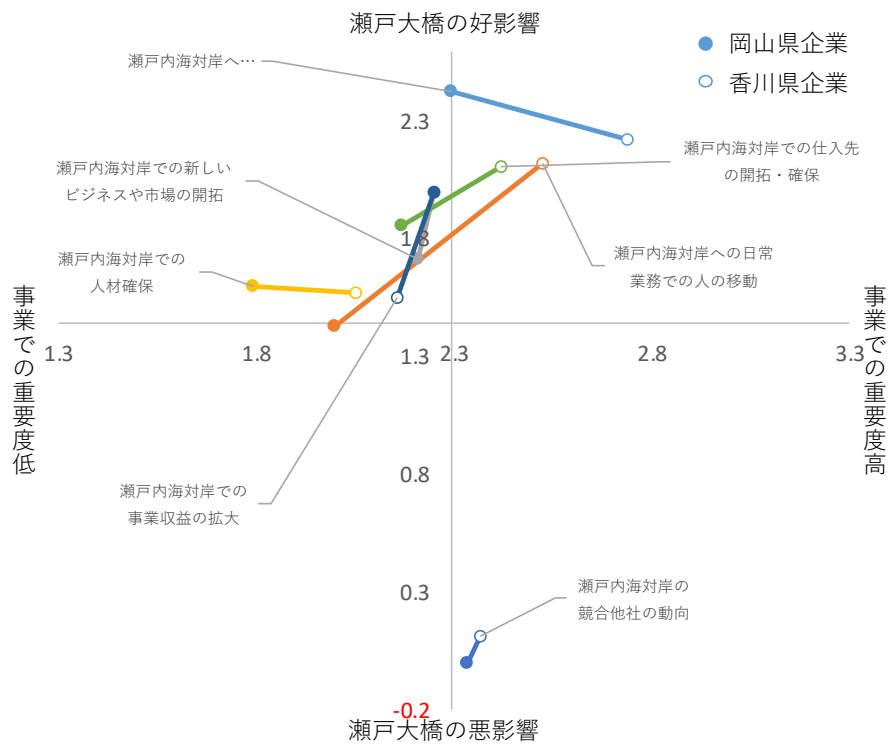


図 2.16 岡山県本社企業と香川県本社企業の比較 (卸・小売業)

2.2.5 瀬戸大橋の存在意義

自社にとって、瀬戸大橋の存在意義とその理由を尋ねた（調査の「質問 11」）自由記述形式の回答全 127 件を計量テキスト分析で分析（使用ソフトは KH Coder 3, <http://kncoder.net/>）する。

図 2.17 は、自由記述の中で使用される単語を取り出し、度数の多い順に並べたものである。「移動」、「時間」、「利用」、「業務」、「拡大」などの語が多く使われていることから、移動時間のメリットから業務拡大に寄与していること、「物流」、「人」、「交流」など、ヒト、モノの行き来が活発になったことに多く着目していることがわかる。また、「必要」、「不可欠」、「意義」、「大きい」、「影響」などの語からも瀬戸大橋の肯定的な存在意義が記されていることがわかる。

本社の所在地別にみても、県を考慮して、対応分析を行った結果が図 2.18、共起ネットワークが図 2.19 となる。両県企業とも業務や交流面に意義を認めており、岡山県企業は、四国を意識し、時間短縮や業務の拡大、およびその必要性に言及し、香川県企業は、本州を大きく意識しつつ、ビジネスや販売、エリア拡大や本州へのルートとしての機能に着目していることがわかる。なお、県内だけで活動している企業にとっては、存在意義は大きくないことが記されていた。

同様に、業種別にみると（図 2.20、図 2.21）、どの業種においても「人」や「運送」が文章に多く表

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
四国	24	商品	4	交通	2
瀬戸大橋	20	生活	4	広がる	2
存在	15	短縮	4	行く	2
思う	13	中	4	購入	2
移動	12	物	4	国内	2
時間	12	方面	4	今	2
利用	12	利便	4	仕る	2
岡山	11	料金	4	市場	2
物流	10	いつ	3	時代	2
橋	9	営業	3	時短	2
意義	8	会社	3	車	2
拡大	8	開通	3	手段	2
考える	8	感じる	3	進出	2
増える	8	行ける	3	瀬戸内海	2
本州	8	事業	3	瀬戸内海	2
香川	7	重要	3	制約	2
出来る	7	場合	3	船舶	2
大きい	7	早い	3	全く	2
必要	7	対岸	3	太い	2
影響	6	大橋	3	台風	2
企業	6	卓球	3	大変	2
業務	6	地区	3	中国	2
県内	6	地方	3	通る	2
交流	6	通行	3	天候	2
仕事	6	渡る	3	当たり前	2
人	6	道路	3	動き	2
不可欠	6	便利	3	道	2
お客様	5	魅力	3	届く	2
エリア	5	無い	3	入	2
ビジネス	5	面	3	配送	2
ルート	5	流通	3	売上	2
運送	5	良い	3	伴う	2
活動	5	イベント	2	販路	2
現在	5	シンボル	2	負担	2
多い	5	フェリー	2	弊社	2
当社	5	メリット	2	変わる	2
年	5	安心	2	鳴門	2
販売	5	運転	2	役割	2
非常	5	下がる	2	与島	2
輸送	5	価値	2	陸続き	2
運ぶ	4	開業	2	旅行	2
可能	4	簡単	2	PR	1
観光	4	関係	2	あたりまえ	1
客	4	関西	2	お陰	1
近い	4	気	2	お願い	1
貢献	4	経済	2	アピール	1
高い	4	経路	2	インターネット	1
今後	4	欠く	2	インパクト	1
取引	4	県外	2	カネ	1
助かる	4	支開	2	ク	1

図 2.17 「存在意義」に関する記述の頻出語トップ 150

れているが、建設業では、「県内」、「仕事」、「業務」、「増える」といった語、製造業では、「業務」、「利用」、「販売」で、両業種ともに、岡山・香川での業務利用に意識が高い。運輸業では、「運送」、「物流」、「時間」、「意義」、「存在」など、瀬戸大橋の役割と存在意義を認める表現が多く、卸売業では、「ビジネス」、「エリア」、「影響」が特徴的で、これら2つの業種を中心に、存在意義は大きいという記述が多かった。小売業は建設業とよく似た傾向がみられる。

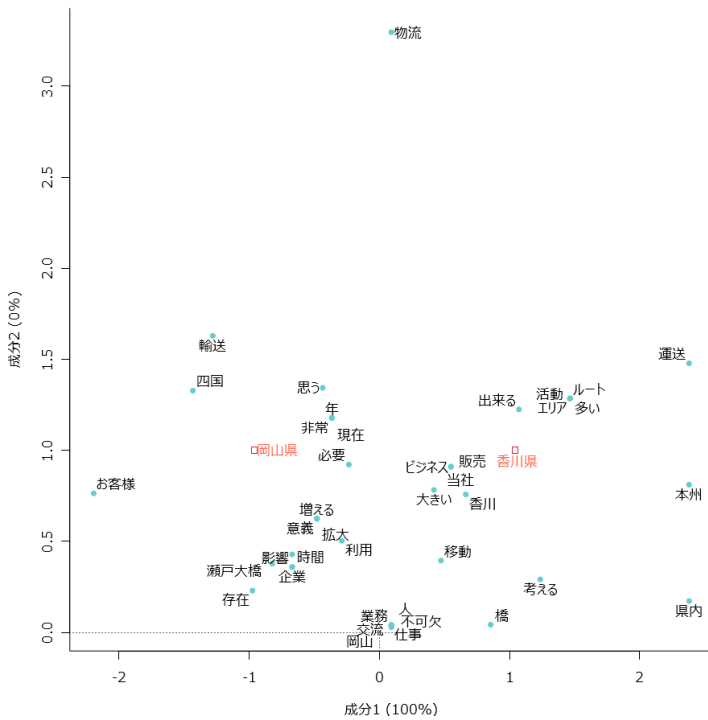


図 2.18 「存在意義」の対応分析（県別）

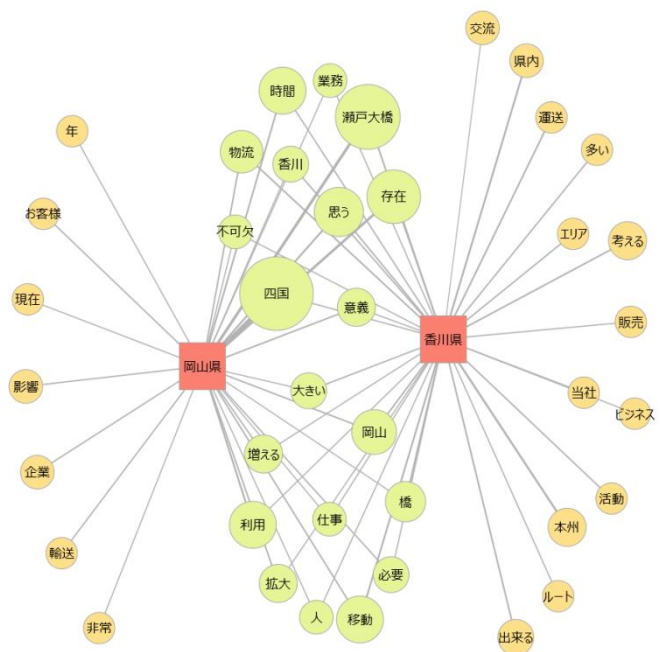


図 2.19 「存在意義」の共起ネットワーク（県別）

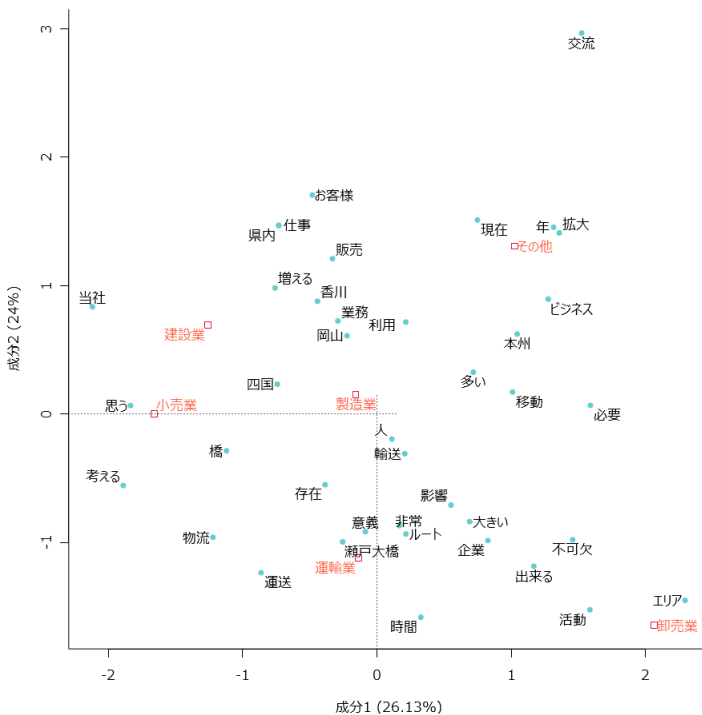


図 2.20 「存在意義」の対応分析（業種別）

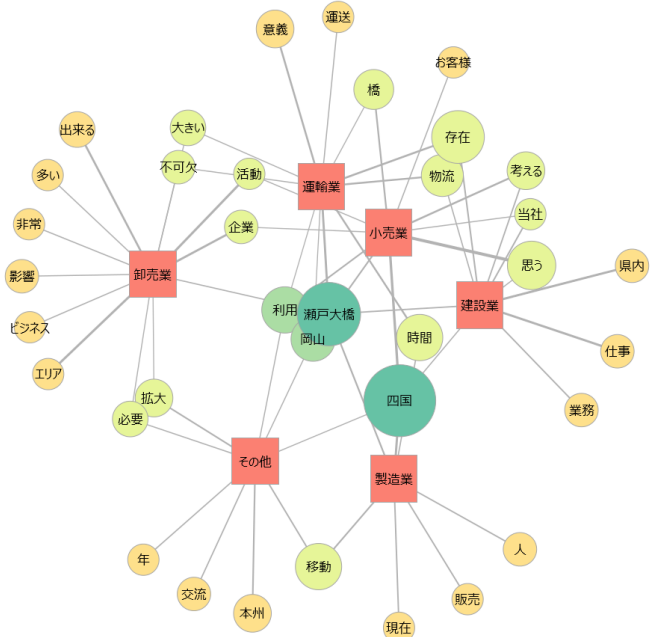


図 2.21 「存在意義」の共起ネットワーク（業種別）

2.2.5 瀬戸大橋の活用アイデア

瀬戸大橋の今後の活用方法について自由記述で回答した 105 件のアイデアや要望（調査の「質問 12」）を計量テキスト分析（KH Coder 3, <http://khcoder.net/>）した後、顕著な提案の一覧をあげる。

図 2.22 は、頻出語である。「料金」および料金に関する語が多くみられることから、利用料に対する改善策や要望が多くあげられていることがわかる。また、「観光」に着目していることもうかがえ、頻度の少ない部分に、ライトアップ、ツアー、マラソン、自転車（サイクリング）、バンジージャンプなど、具体策がみられる。一方、「新幹線」も多く、その実現を望んでいること、「メンテナンス」や「安全」にも着目していることがわかる。

次に、県別の様相をみってみる。図 2.23、図 2.24 をみると、両県とも、「料金」と「観光」についての言及が多い。そんな中でも、岡山県は、さらに、「コスト」、「値下げ」、「割引」が多く、企業にとって有利となる提案が多いことがみて取れる。香川県は、「マラソン」、「自転車」、「ツアー」、に加え、「制度」、「活性」、「与島」、「美しい」などが顕著で、瀬戸大橋の魅力を引き出し、集客を目指そうという記述が多いことがわかる。鉄道（JR）への言及もあることからそれがわかる。

業種別にみると（図 2.25、図 2.26）、建設業では、「新幹線」が顕著で、製造業では、「メンテナンス」や「管理」の語がみられる。運輸業では、「鉄道」に触れているのが特徴的で、卸売業では、「生活」や「美しさ」と「安全」や「対策」、小売業では、「高松」や「地域」に着目している。

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	
1	利用	28	多い	3	地震	2
2	料金	24	地域	3	通行止め	2
3	瀬戸大橋	15	鉄道	3	道	2
4	思う	14	島	3	発信	2
5	橋	12	年	3	必要	2
6	新幹線	11	イベント	2	復活	2
7	観光	10	イン	2	物流	2
8	活用	9	インフラ	2	本日	2
9	安い	8	エリア	2	魅力	2
10	通行	8	サイクリング	2	有料	2
11	四国	6	スペース	2	良い	2
12	対策	6	テスト	2	列車	2
13	岡山	5	バンジージャンプ	2	(有)	1
14	割引	5	メニュー	2	ある程度	1
15	考える	5	ルート	2	いかが	1
16	今後	5	易い	2	きれい	1
17	出来る	5	一体	2	しかた	1
18	道路	5	駅	2	たくさん	1
19	無料	5	円	2	アイデア	1
20	コスト	4	往来	2	アウト	1
21	メンテナンス	4	価格	2	アクセス	1
22	ライトアップ	4	活動	2	アビール	1
23	安全	4	含める	2	イルミネーション	1
24	拡大	4	客	2	ウォーキング	1
25	空港	4	強い	2	カフェ	1
26	高松	4	近い	2	キャンペーン	1
27	自動車	4	景色	2	クレー	1
28	人	4	見える	2	コース	1
29	増える	4	見直し	2	サービス	1
30	値下げ	4	現在	2	シフト	1
31	美しい	4	更	2	ション	1
32	風	4	香川	2	スる	1
33	本州	4	高い	2	スタンプ	1
34	与島	4	左右	2	スポット	1
35	お願い	3	作る	2	タダ	1
36	もう少し	3	仕事	2	ダル	1
37	ツアー	3	資源	2	チェーン	1
38	パウンド	3	時間	2	ニュース	1
39	マラソン	3	祝日	2	ネット	1
40	開通	3	縮小	2	ビジネス	1
41	活性	3	小島	2	ビジネスチャンス	1
42	感じる	3	身近	2	ファクター	1
43	管理	3	世界	2	フオリ	1
44	願う	3	制限	2	ホームページ	1
45	企業	3	生かす	2	ホテル	1
46	自転車	3	西日本	2	マイカー	1
47	心配	3	走る	2	マッチ	1
48	制度	3	増やす	2	マリソ	1
49	生活	3	速度	2	モー	1
50	増加	2	大橋	2	マイカー	1

図 2.22 「活用アイデア」に関する記述の頻出語トップ 150

2 瀬戸大橋に関する企業調査 (1000 社アンケート)

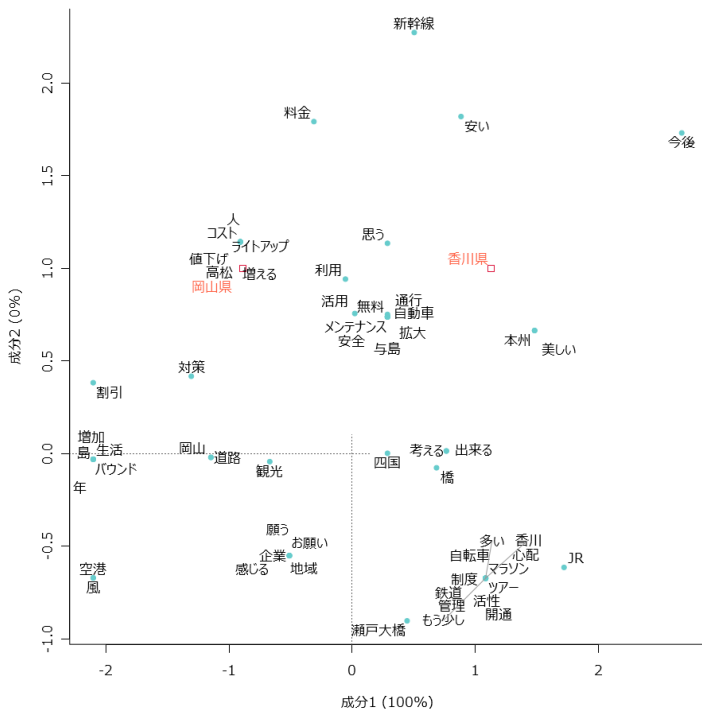


図 2.23 「活用方法のアイデア」の対応分析 (県別)

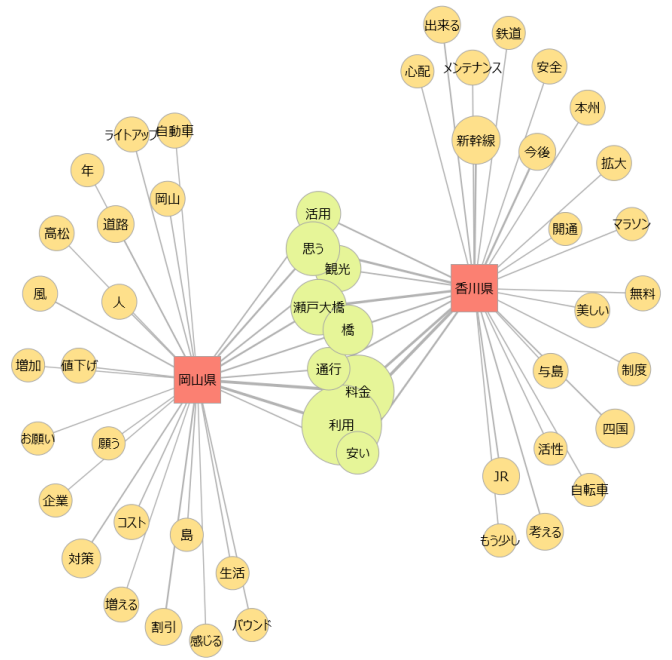


図 2.24 「活用方法のアイデア」の共起ネットワーク (県別)

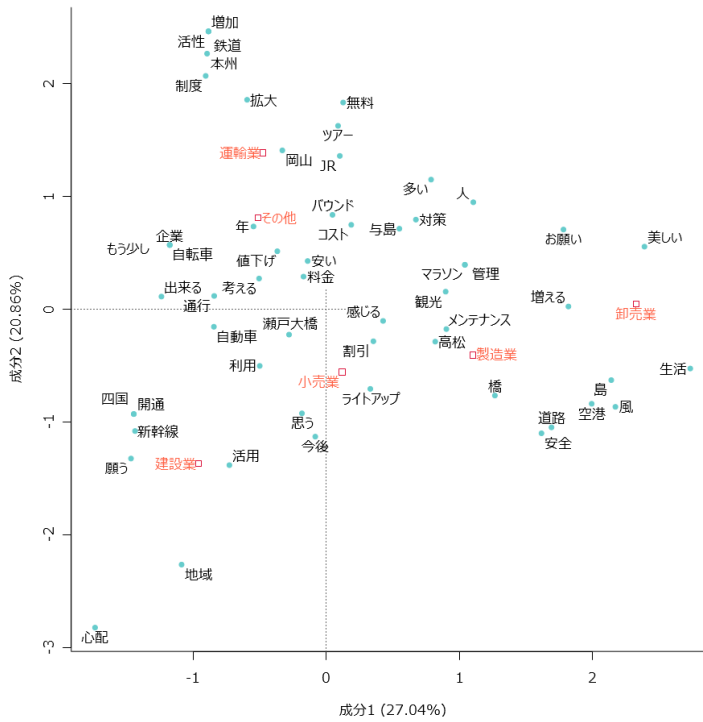


図 2.25 「活用のアイデア」の対応分析 (業種別)

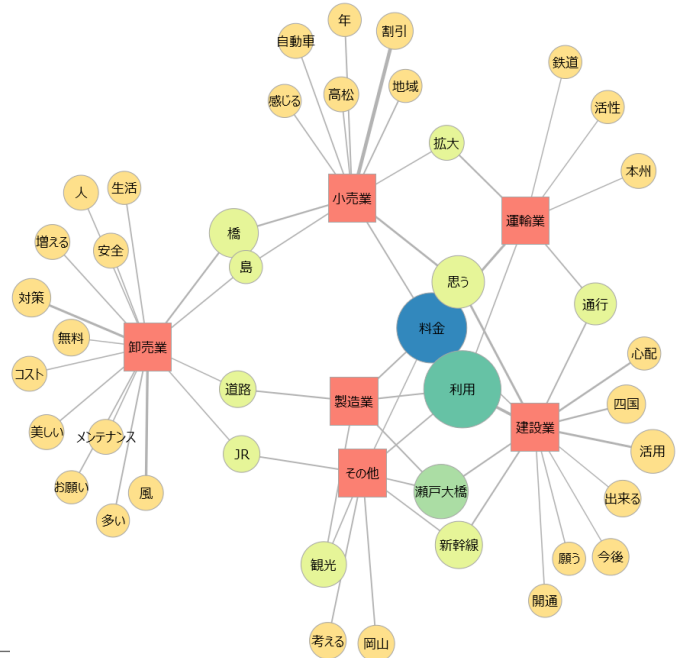


図 2.26 「活用のアイデア」の共起ネットワーク (業種別)

実際の記述をみると、最も多いのは、料金に関する事で、「地域の疲弊につながるので、これ以上料金は下げないでほしい」という意見は1件あったが、他はすべて「割引率拡大」や「無償化」の要望であり、

- ・割引キャンペーン／日帰り割引
- ・上り（香川→岡山）は有料，下り（岡山→香川）は無料
- ・営業所や拠点，取引先が両エリアで確認できたら，通行料や JR 運賃が減額される制度

などの具体的なアイデアや

・日祝日のマイカー利用は積極的にアピールしてもよいが，物流を最優先とした割引拡大をといった意見が寄せられた。無償化に対しては、

- ・岡山・香川を1つの商圈／生活圏としてとらえよう

といった考え方も提案されていた。

料金以外には、次のようなアイデアがあがった。

- ・防風対策，地震対策。
- ・災害時における安全性が心配。
- ・四国にも新幹線を。なせなら，この瀬戸大橋だけが当初より新幹線の運行が画されていて，実際に新幹線を通行できるスペースもあることから，ぜひ四国一周の新幹線がほしい。
- ・鉄道へのモーダルシフト拡大。
- ・唯一四国と本州を結ぶマリンライナーを海外の人に PR するなどして，乗客を増やす。
- ・もう少し物流中心より人を多くする必要がある。そのための価格の再考や JR の便数の増加を。
- ・世界でも海上を走る鉄道は珍しいので，JR 西日本・JR 四国共同で観光列車等を考えてほしい。
- ・鉄道の車内で讃岐うどんが食べれたり。
- ・列車での荷物を預かり，到着駅で引き渡すサービス。
- ・しまなみ海道，明石海峡大橋と連携し観光地をチェーン化し，西日本有数の一体的観光エリアを形成する。
- ・高松空港へのアクセスということで，岡山空港⇄高松空港のアウトバウンドにスポットを当ててはどうか。
- ・岡山と一体となったインバウンドルートとして活用したい。
- ・インバウンド向けのアイデア（たとえば，サイクリング）。
- ・しまなみのような，サイクリングロードとしての開放。
- ・自転車道の整備。
- ・電車に自転車をつめるようにして利用者を増やすようにしたらどうか。
- ・瀬戸大橋の途中の島などで音楽フェスをやってはどうか。
- ・バンジージャンプとか何か高さが売りの観光名所の開発。
- ・見学ツアー（たとえば，歩いて渡れるツアー企画や橋脚などを歩けるツアー）。
- ・初日の出の際には車を停めて歩行者専用にする。
- ・ライトアップ／プロジェクションマッピング／イルミネーション（による色の違い）。
- ・四季のイベント（春：お花見，夏：納涼祭，秋：ウォーキング，冬：マラソン）。
- ・景観を利用した瀬戸大橋を広報したらよいと思う。（島と橋と海）カフェとか。
- ・瀬戸大橋より見える美しい景色を国内外へ発信するとよい。
- ・釣公園，潮干狩りとした手軽に遊べる小島があったらどうか。
- ・5年，10年に一度くらいは博覧会を開くとよいかも。外国の客はとても喜んでくれるので世界に発信する。

- ・橋を利用することでその地域での特典を貰ったりする。
- ・スマホアプリを作りスタンプラリーをする。
- ・与島（サービスエリア）の利用の多様化、活性化。
- ・櫃石島とか岩黒島への交通（下りれる様）が便利になるとよいと思う。
- ・瀬戸大橋よりも高松自動車を含めて自動車道で片側一車線の解消と雨風対策。
- ・技術遺産の認定。
- ・記念館のPR。

2.3 考 察

開通から 30 年が経つ瀬戸大橋がもたらしたものは何であったかを明らかにするために、企業調査（1000社アンケート）を行い、業務における瀬戸大橋の利用実態や企業活動での意義等、各質問の回答について分析した。ここでは、各分析結果を要約するとともに、それらを俯瞰することで、瀬戸大橋がもたらしたものについて考察する。

「瀬戸大橋の利用頻度」（2.2.2 節）では、各企業の瀬戸内海をまたぐ業務について、その交通手段や交通手段の利用頻度について分析した。瀬戸大橋の業務利用については、岡山県側と香川県側に大きな利用実態の差があり、香川県に本社を置く企業がより瀬戸大橋を業務活用していることがわかった。具体的には、岡山県に本社を置く企業の 3 割弱（28.5%）が瀬戸大橋を全く利用しないと答えている反面、香川県側に本社を置く企業の 4 割弱（36.6%）が週に数回以上瀬戸大橋を利用している（図 2.6）。さらに、香川県企業の瀬戸内対岸への移動に利用する交通手段は、瀬戸大橋（瀬戸中央自動車道および JR 瀬戸大橋線）だけでなく、神戸淡路鳴門自動車道や船舶・フェリーの利用頻度がいずれも岡山県企業に比べて高いことが明らかになった（図 2.8）。

次に、「瀬戸大橋の料金の影響」（2.2.3 節）において、利用料金（の変化）が瀬戸大橋を利用する企業活動に与えたプラスおよびマイナスの影響について分析した。「瀬戸大橋の利用頻度」（2.2.2 節）と同様に、利用料金が企業活動に与える影響についても、岡山県企業と香川県企業で違いがみられた。自由記述におけるプラスの影響についての各回答を整理すると、岡山県企業は「ビジネスチャンスの拡大による利益獲得機会の増加」といった収益面を強調する一方、香川県企業は「時間短縮による経費節減」というコスト面に関する記述が多い。逆に、マイナスの影響については、岡山県企業は「料金が低い」というコスト面を、香川県企業は「本州からの新規参入の増加」という収益面を指摘する記述が多くみられる。

「瀬戸大橋の企業活動への影響」（2.2.4 節）では、「企業活動における重要度」と「瀬戸大橋の影響度」の 2 つの軸で、7 つの項目（瀬戸内対岸でのモノの輸送／日常業務での人の移動／新しいビジネスや市場の開拓／人材確保／競合他社の動向／仕入先の開拓・確保／事業収益の拡大）それぞれについての各社の意識について回答してもらった。さらに、「瀬戸大橋の影響度」については、現在の影響度と 10 年前の影響度についても質問し、それぞれの回答について比較・分析している。そこから明らかになった主な点は、以下の通りである。第一に、瀬戸内海対岸での競合他社の動向を除くすべての項目で、瀬戸大橋の影響度は 10 年前に比べてプラスの方向へシフトしていること、特に、瀬戸内海対岸へのモノの輸送については、最も重要度が高く、さらに、影響度については 10 年前と比較して好影響側に変化している（図 2.9）。第二に、影響度と重要度について岡山県企業と香川県企業を比較すると、岡山県に比べ香川県の企業は、より瀬戸内海対岸の企業活動の重要性を認識している（図 2.12）。第三に、業

種別に影響度と重要度について分析したところ、業種によって違いがみられた。たとえば、建設業では、岡山県企業と香川県企業間の重要度の差はあまり大きくないが、影響度については大きく差が出ている（図 2.13）。また、建設業ほどではないにしても、運輸業や卸・小売業においても影響度に差が出ている（図 2.15 および図 2.16）。逆に、製造業においては、影響度に大きな差はみられない（図 2.14）。

「瀬戸大橋の存在意義」（2.2.5 節）では、両県企業とも業務や交流面に意義を認めており、岡山県企業は四国を意識しつつ、業務の拡大やその必要性に言及している。香川県企業は、本州を大きく意識しつつ、ビジネスや販売、エリア拡大、本州へのルートとしての機能をあげている（図 2.18 および図 2.19）。業種別にみると、建設業および製造業では、岡山・香川での業務利用に対して意識が高く、運輸業や卸売業では存在意義は大きいとする記述が多い（図 2.20 および図 2.21）。

最後に、「瀬戸大橋の活用アイデア」（2.2.6 節）では、利用料金に対する改善や要望、観光に関する記述がみられる。岡山県企業は、利用料金や割引に関するものが多く、その一方で、香川県企業は観光や瀬戸大橋の魅力に関する記述が多い（図 2.23 および図 2.24）。業種別では、それぞれの業種の特徴が現れており、運輸業では「鉄道」、卸売業では「生活」、「美しさ」、小売業では「高松」や「地域」に着目している（図 2.25 および図 2.26）。

以上、各項の分析について要約してきた。繰り返しになるが、本論文の目的は瀬戸大橋がもたらしたものは何であったかを明らかにすることである。特に、本章では、1000 社アンケートを実施し企業側の視点から、その目的にアプローチしている。既に述べたように、瀬戸大橋が企業活動にもたらしたものに対する意識は、岡山県企業と香川県企業によって違いが存在する。それは、岡山県企業と比べ、香川県企業にとって瀬戸大橋は、企業活動を行う上で重要な存在であるということである。たとえば、香川県の 4 割弱の企業が週に数回以上瀬戸大橋を利用していること（図 2.6）や、7 つの項目（瀬戸内対岸でのモノの輸送／日常業務での人の移動／新しいビジネスや市場の開拓／人材確保／競合他社の動向／仕入先の開拓・確保／事業収益の拡大）すべてにおいて、香川県企業は、岡山県企業よりも瀬戸内海対岸での活動に対する重要性を認識し、それらの項目に対して瀬戸大橋から影響を受けていると考えていること（図 2.12）から、それがわかる。このような瀬戸大橋が現在の香川県企業のビジネス活動にとって欠かせない存在であるという点は、瀬戸大橋の存在意義を問う自由記述にも現れている。具体的には、岡山県企業は、業務の拡大といったビジネスの広がりという側面に関する言及が多い一方で、香川県企業は、ビジネスや販売、本州へのルートなど、瀬戸大橋の日常業務利用といった機能面を強調している。このように、各項の分析を俯瞰してみると、瀬戸大橋は香川県企業にとって既に欠かせない存在となっていることが明らかになったといえる。

Ⅲ 資料編

- A.1 「街頭アンケート」調査票
- A.2 「企業アンケート」調査票

- B 最終発表会パワーポイント

(3) ショッピングに出かけた県外の地域は？ (あてはまるものをすべてに✓してください)

<input type="checkbox"/> 岡山市	<input type="checkbox"/> 倉敷市	<input type="checkbox"/> その他岡山県内	<input type="checkbox"/> その他中国地方
<input type="checkbox"/> 高松市	<input type="checkbox"/> その他香川県内	<input type="checkbox"/> 広島県	
<input type="checkbox"/> その他	[]		

Q5 あなたは、道路や鉄道などの交通手段において、次のそれぞれの項目をどれほど重要と考えますか。5 をもっとも重要、1 をもっとも重要でないとして5段階でお答えください。また、瀬戸大橋は、その項目をどれくらい実現していると思いますか、同様に5段階でお答えください。

項目	交通手段における重要度 →高					瀬戸大橋での実現度 →高				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
料 金	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
所 要 時 間	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
周 辺 の 施 設	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
地域の経済効果	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
地域間の交流	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q6 あなたにとって瀬戸大橋はどのような存在ですか。また、これからのように発展していけばよいと思いますか。ご自由にお書きください。

あなたご自身のことについてお伺いします。

性別	<input type="checkbox"/> 男	<input type="checkbox"/> 女				
年齢	<input type="checkbox"/> 19歳以下	<input type="checkbox"/> 20歳代	<input type="checkbox"/> 30歳代	<input type="checkbox"/> 40歳代	<input type="checkbox"/> 50歳代	<input type="checkbox"/> 60歳以上
ご職業	<input type="checkbox"/> 会社員	<input type="checkbox"/> 会社・団体役員	<input type="checkbox"/> 自営業	<input type="checkbox"/> 団体職員	<input type="checkbox"/> 公務員	
	<input type="checkbox"/> 主婦業 (主夫業)	<input type="checkbox"/> 学生	<input type="checkbox"/> アルバイト	<input type="checkbox"/> 無職		
	<input type="checkbox"/> その他 []					
お住まい	<input type="checkbox"/> 岡山県	<input type="checkbox"/> 香川県	<input type="checkbox"/> その他	[] 都・道・府・県/海外		

ご協力ありがとうございました。
NHK 岡山放送局/岡山理科大学総合情報学部・経営学部

A.2 「企業アンケート」調査票



瀬戸大橋30周年
NHK岡山放送局 合同プロジェクト
岡山理科大学 経営学部

NHK 岡山・岡山理科大学共同調査

「瀬戸大橋 開通30年」

アンケート調査

- 回答は、あてはまる□に✓を入れてください。
[] や □には、具体的な内容をお書きください。
率直なご意見・ご指摘をくださいますようお願いいたします。
- 回答できない項目については空白のままご結構です。
- 回答は、**返信用封筒**に入れ、**3月14日(水)**までにご返送ください。
- ご回答いただいた情報は、本調査の目的以外には使用しません。

1 差し支えなければ、貴社名をお教えてください。

2 貴社の業種・業態をお教えてください。(1つに✓を入れてください。複数ある場合は、主たる業種・業態をお答えください)

1. <input type="checkbox"/> 農業/林業	2. <input type="checkbox"/> 漁業	3. <input type="checkbox"/> 鉱業/採石業
4. <input type="checkbox"/> 建設業	5. <input type="checkbox"/> 製造業 (飲料・食料品)	6. <input type="checkbox"/> 製造業 (木材製品)
7. <input type="checkbox"/> 製造業 (印刷)	8. <input type="checkbox"/> 製造業 (石油・化学)	9. <input type="checkbox"/> 製造業 (リフレコ・紙)
10. <input type="checkbox"/> 製造業 (鉄鋼)	11. <input type="checkbox"/> 製造業 (機械)	12. <input type="checkbox"/> 製造業 (電子部品)
13. <input type="checkbox"/> 製造業 (輸送機械)	14. <input type="checkbox"/> 電気・ガス・水道業	15. <input type="checkbox"/> 情報通信業
16. <input type="checkbox"/> 運輸業 (鉄道)	17. <input type="checkbox"/> 運輸業 (道路旅客)	18. <input type="checkbox"/> 運輸業 (道路貨物)
19. <input type="checkbox"/> 運輸業 (水運)	20. <input type="checkbox"/> 運輸業 (航空)	21. <input type="checkbox"/> 運輸業 (倉庫)
22. <input type="checkbox"/> 卸売業	23. <input type="checkbox"/> 小売業	24. <input type="checkbox"/> 銀行・貸金業
25. <input type="checkbox"/> 保険業	26. <input type="checkbox"/> 不動産業	27. <input type="checkbox"/> 賃貸業
28. <input type="checkbox"/> 研究機関	29. <input type="checkbox"/> 広告業	30. <input type="checkbox"/> 宿泊業
31. <input type="checkbox"/> 飲食業	32. <input type="checkbox"/> その他 []	

3 貴社の設立年をお教えてください。(西暦を数字にて記入してください)

年設立

4 貴社の従業員数をお教えてください。(1つに✓を入れてください)

1. <input type="checkbox"/> 1~5人	2. <input type="checkbox"/> 6~20人	3. <input type="checkbox"/> 21~50人
4. <input type="checkbox"/> 51~100人	5. <input type="checkbox"/> 101~300人	6. <input type="checkbox"/> 301人以上

5 貴社の本社所在地 (都道府県名) をお教えてください。

都道
府県

6 支社/支店/自社販売店があれば、その数をお教えてください。(該当する項目に✓を入れて、数値を記入してください)

1. <input type="checkbox"/> 本社のみ	2. <input type="checkbox"/> 岡山県内 [社/店]	3. <input type="checkbox"/> 岡山県を除く中国4県 [社/店]
4. <input type="checkbox"/> 香川県内 [社/店]	5. <input type="checkbox"/> 香川県を除く四国3県 [社/店]	6. <input type="checkbox"/> 香川県を除く中国4県 [社/店]
7. <input type="checkbox"/> 関西圏内 [社/店]	8. <input type="checkbox"/> 関西圏内 [社/店]	9. <input type="checkbox"/> 関西圏内 [社/店]
10. <input type="checkbox"/> その他道府県 [社/店]	11. <input type="checkbox"/> その他道府県 [社/店]	12. <input type="checkbox"/> その他道府県 [社/店]

10 貴社は瀬戸内海対岸での企業活動において、以下の各項目をどの程度重要視しますか。4段階でお答えください。

また、各項目に対する瀬戸大橋の影響度を、「現在」と「10年前」について、それぞれ4段階でお答えください。影響が少しいずれもある（「非常に」「ある程度」「あまり」）場合、その影響が好影響か悪影響かについてもお答えください。

項目	瀬戸大橋の影響度				
	現在		10年前		
企業活動等に おける重要度	非常に重要である	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	非常に重要である	<input type="checkbox"/>
	ある程度重要である	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ある程度重要である	<input type="checkbox"/>
あまり重要でない	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	あまり重要でない	<input type="checkbox"/>	
	全く重要でない	<input type="checkbox"/>	全く重要でない	<input type="checkbox"/>	
好影響	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	好影響	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	好影響	<input type="checkbox"/>	
悪影響	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	悪影響	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	悪影響	<input type="checkbox"/>	

11 開通30周年を迎える瀬戸大橋について、貴社にとっての存在意義とその理由をお教えてください。

12 今後もありつづける瀬戸大橋の活用方法についてアイデア・要望等があればお聞かせください。

以上、ご回答ありがとうございました。

7 貴社の地域別の売上割合をお教えてください。(合計10割になるようにお答えください)

岡山県内での売上割合	[]割	岡山県を除く中国4県での売上割合	[]割
香川県内での売上割合	[]割	香川県を除く四国3県での売上割合	[]割
関西圏での売上割合	[]割	首都圏での売上割合	[]割
その他国内での売上割合	[]割	国外での売上割合	[]割

合計10割

8-1 貴社の瀬戸大橋の業務利用頻度をお教えてください。流通事業者に自社製品の流通を依頼している場合も業務利用に含めてください。(1つに✓を入れてください。)

1. ほぼ毎日 2. 週に数回程度 3. 月に数回程度

4. 年に数回程度 5. まれに利用する 6. 利用しない

8-2 貴社の岡山県・香川県の岡山県・香川県の船舶の業務利用頻度をお教えてください。流通事業者に自社製品の流通を依頼している場合も業務利用に含めてください。(1つに✓を入れてください。)

1. ほぼ毎日 2. 週に数回程度 3. 月に数回程度

4. 年に数回程度 5. まれに利用する 6. 利用しない

8-3 岡山県・香川県の瀬戸大橋・船舶の業務利用において、それぞれの手段を使い分けられている場合は、その理由をお聞かせください。

8-4 貴社の瀬戸内海対岸への業務利用において、もっとも利用頻度の高いルートをお教えてください。(1つに✓を入れてください)

1. 瀬戸中央自動車道 (瀬戸大橋) 2. JR瀬戸大橋線 (瀬戸大橋)

3. 西瀬戸自動車道 (瀬戸内しまなみ海道) 4. 神戸淡路門自動車道 (明石海峡大橋+大瀬戸橋)

5. 船舶・フェリー 6. その他 []

9 瀬戸大橋の料金が、貴社の企業活動に与えた影響について、プラスの面とマイナスの面をそれぞれお書きください。瀬戸大橋 (瀬戸中央自動車道) の利用料金は、たとえば、右表のように変遷しています。

年	瀬戸大橋利用料金の変遷の例 (早島-原出間)	
	普通乗用車 (平日 片道)	ETC利用料金
~1997年	6,620円	-
1998年~2003年	4,600円	-
2003年~2009年	4,100円	3,974円
2009年~2014年	4,100円	2,970円
2014年~現在	4,220円	2,270円

プラスの面:

マイナスの面:

B 最終発表会パワーポイント

街頭調査（1000人アンケート）分析担当班

1. 回答者の様相（フェイスシートの分析）
2. 瀬戸大橋の利用（Q1の分析）
3. 瀬戸大橋を経由した観光（Q2, Q3の分析）
4. 県外へのショッピング（Q4の分析）
5. 交通手段の評価項目に対する重要度と瀬戸大橋での実現度（Q5の分析）
6. 瀬戸大橋の存在意義（Q6の分析）

企業調査（1000社アンケート）分析担当班

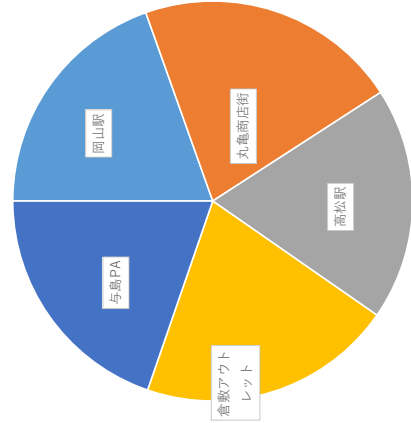
1. 企業調査：瀬戸大橋30周年企業アンケート結果報告（質問1～8, 10の分析）
2. 企業調査：瀬戸大橋30周年NHK岡山放送局合同PBL（質問8～10, 11の分析）
3. 企業調査：瀬戸大橋の存在（質問9, 12の分析, 街頭調査のQ6も一部含む）
4. 瀬戸大橋の存在意義と活用アイデア・要望（質問11, 12の分析）

瀬戸大橋に関する街頭アンケート調査のあらましについて (フェイスシートの単純集計結果)



調査地点	回答者数
岡山駅	260
丸亀商店街	283
高松駅	250
倉敷アウトレット	274
与島PA	262
総計	1,329

調査地点別回答者数



街頭調査実施日時・場所・担当

調査箇所	第1回目調査	第2回目調査	第3回目調査
岡山駅後楽園口	2月17日(土) 松村ゼミ	2月18日(日) 森ゼミ・2年B	2月19日(月) 三原・鷲見ゼミ
倉敷アウトレットモール	2月18日(日) 鷲見ゼミ・2年A	2月20日(火) 2年B	2月24日(土) 大藪・清野ゼミ
高松駅構内	2月20日(火) 大藪ゼミ・清野ゼミ	2月21日(水) 2年A	2月24日(土) 森ゼミ・2年B
丸亀町商店街	2月17日(土) 森ゼミ・2年B	2月20日(火) 森ゼミ	2月25日(日) 山口・村松ゼミ
与島パーキングエリア	2月17日(土) 鷲見ゼミ・2年A	2月18日(日) 山口・村松ゼミ	2月25日(日) 山口・村松ゼミ

アンケートにご協力いただいた方々： 1, 329人 (アンケート集約データ数)
 調査で頑張ったみなさん： 学生 全15回の調査で延べ105人が参画
 教員 回ごとく 延べ 15人が参画



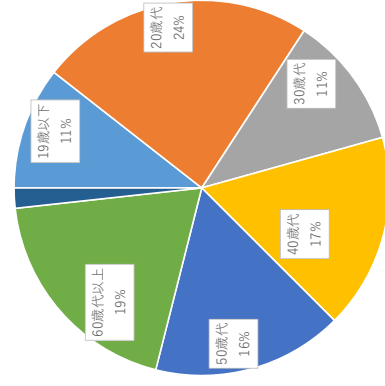
街頭アンケート調査の概要について - 1

総数

1,329人

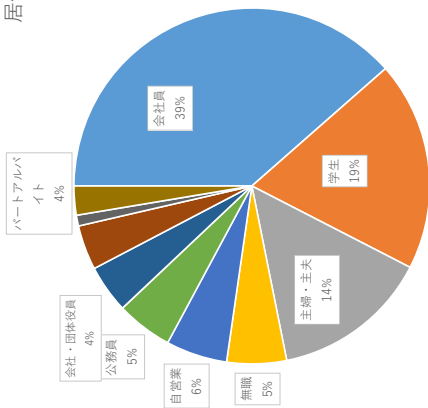
性別	回答者数	割合
男性	678	50.3%
女性	632	47.6%
無回答	19	1.4%

回答者の年齢層による集計

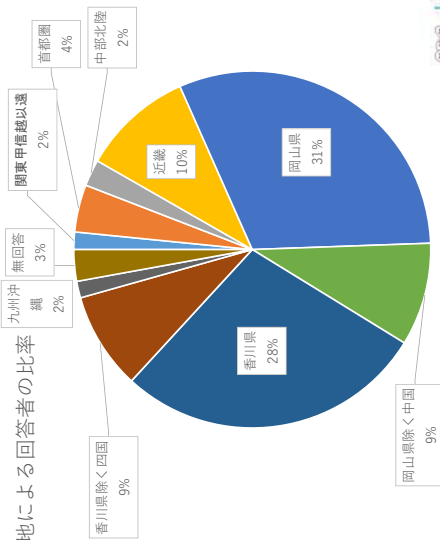


街頭アンケート調査の概要について - 2

職業による回答者の比率



居住地による回答者の比率



瀬戸大橋30周年記念 合同プロジェクト

2年Aグループ

西江克起 近藤南美 木村里菜
石田桜花 矢野稜人 坂本将希

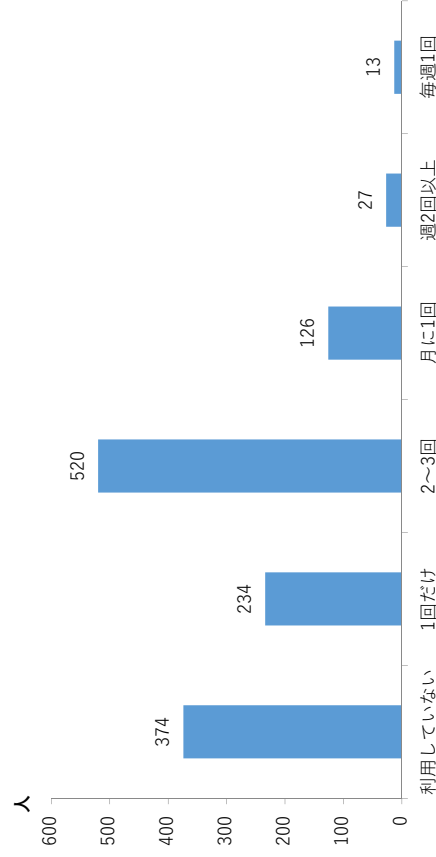
明らかにしたいこと

瀬戸大橋の周辺に居住する人々と瀬戸大橋との関わりを、交通手段・利用目的・利用頻度・目的地などによって明らかにしてゆく。

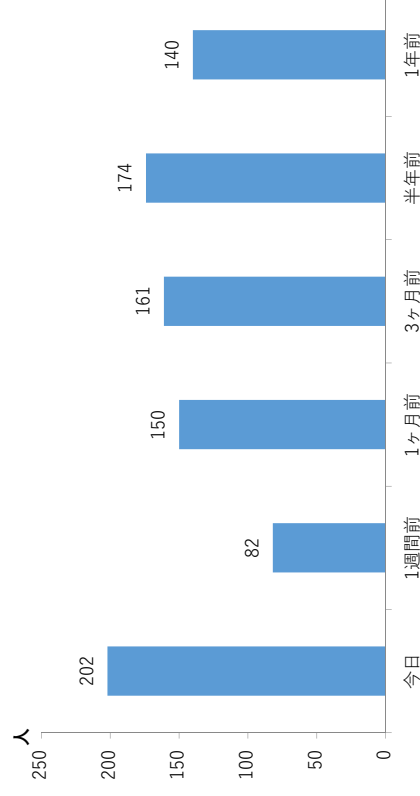
2年Aグループ

西江克起 近藤南美 木村里菜
石田桜花 矢野稜人 坂本将希

Q1(1) 瀬戸大橋の利用頻度



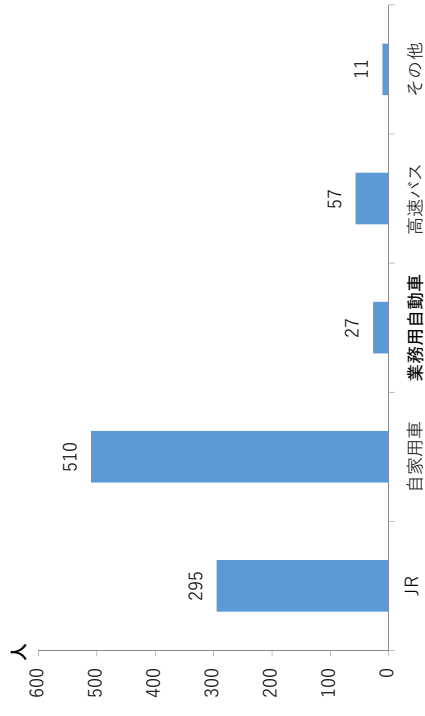
Q1(2) 一番最近、瀬戸大橋を利用したときは？



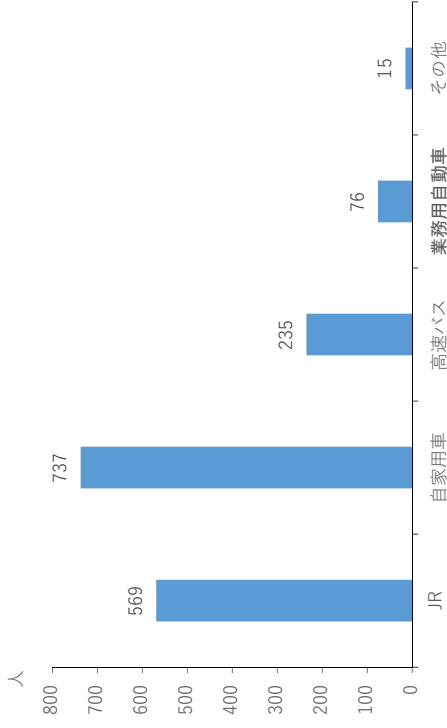
Q1(3) 一番最近、瀬戸大橋を利用したときの目的地



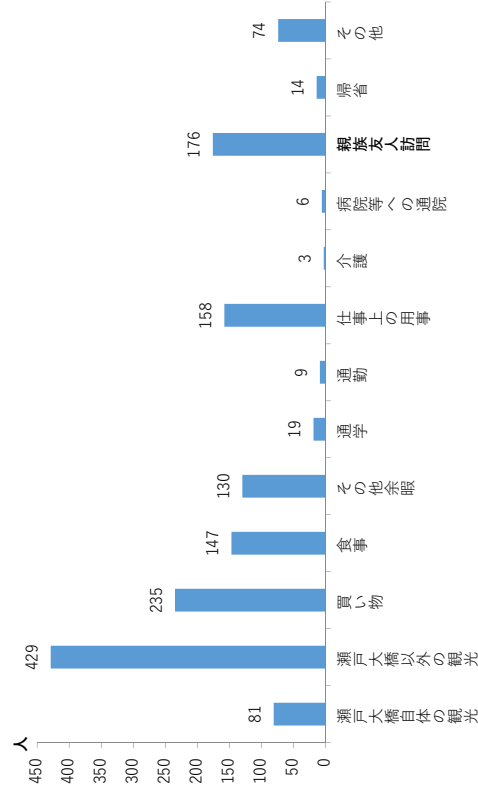
Q1(4) 瀬戸大橋利用時の交通手段の中で
もっともよく使う手段は？



Q1(5)瀬戸大橋利用時の使ったことがある
交通手段は？



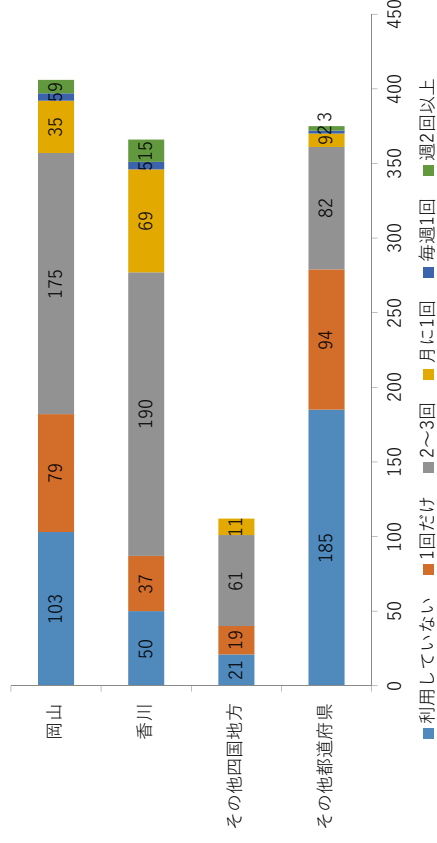
Q1(6)過去1年間の瀬戸大橋の利用目的



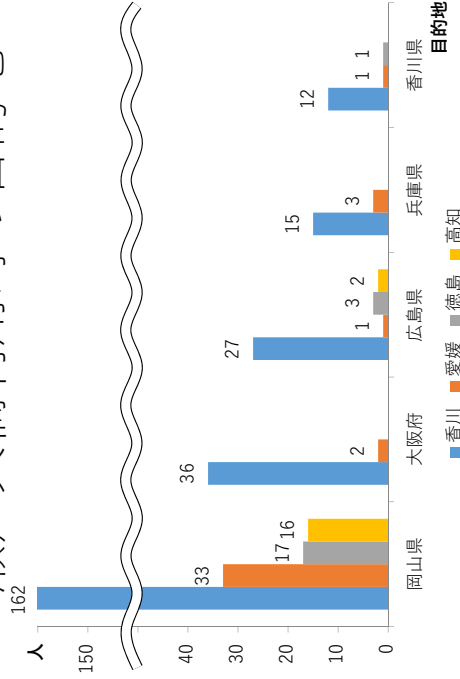
その他の目的

転勤 四国4県の観光 展覧会巡り ライブ 釣り
 ある活動を参加するため 試合 登山 レジャー
 お遍路 部活 入試 引越 越し
 お墓参り 就活、受験 墓参り 花火
 ゴルフ 出張 娘の転居の為に住む所探し 観光 (香川)
 コンサート行き 初めて 野球の試合 講習会
 ボート 商用 友人の結婚式 祭り
 マラソン大会 占い 旅行 大会

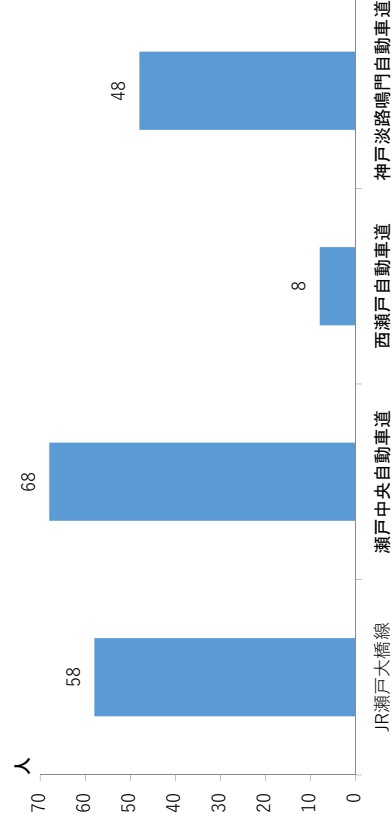
Q1 (1) 居住地別 瀬戸大橋利用頻度



Q1 (3) 四国の居住者の瀬戸大橋利用時の目的地



Q3 (1) 香川居住者の岡山以外を目的とした橋利用

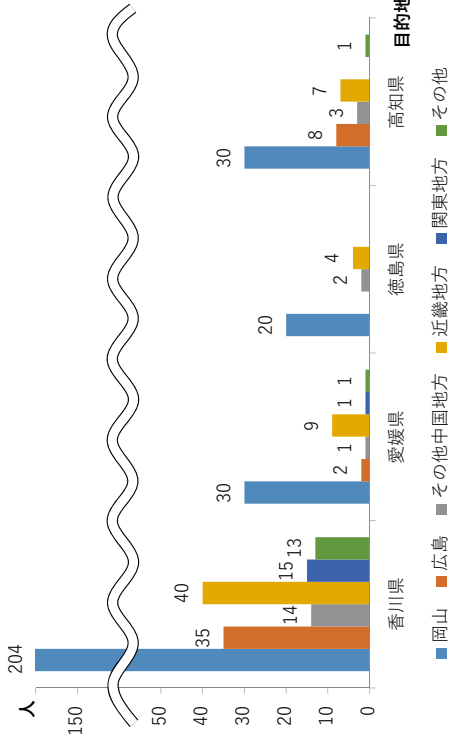


参考：高松中央ICから各地への有料道路料金（松山ICから宝塚ICへの料金）

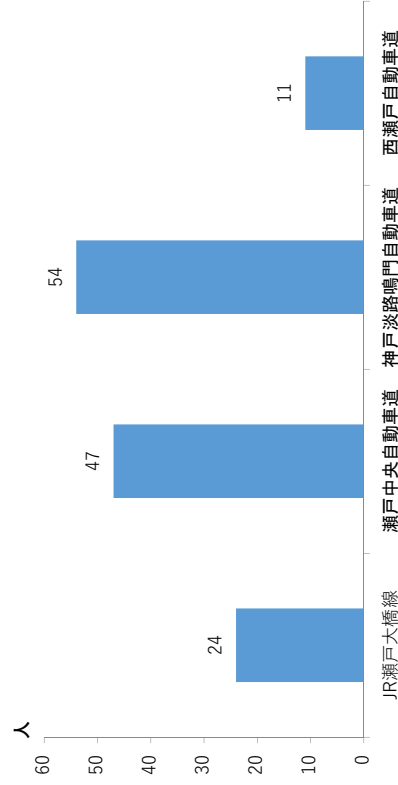
出発IC	到着IC	経由	休日料金	平日料金	距離	所要時間	摘要
高松中央	岡山	瀬戸大橋	¥2,850	¥3,550	79.3km	58分	
		瀬戸大橋	¥4,810	¥6,360	201km	140分	
	広島	しまなみ海道	¥6,210	¥8,520	275km	223分	一般道使用
宝塚	瀬戸大橋	瀬戸大橋	¥4,140	¥5,220	231km	161分	
		神戸淡路 鳴門自動車道	¥4,810	¥6,230	185km	142分	
	松山	瀬戸大橋	¥5,930	¥7,800	336km	228分	
宝塚	瀬戸大橋	しまなみ海道	¥7,120	¥9,660	338km	257分	一般道使用
		神戸淡路 鳴門自動車道	¥7,450	¥9,450	327km	238分	

料金は普通車ETC利用料金を参照
 出典：ネクスト西日本ホームページ情報から加工

Q 1 (3) 四国以外の居住者の 瀬戸大橋利用時の四国内の目的地



Q 3 (1) 近畿地方居住者の橋利用



Q 1 (5) 瀬戸大橋利用時のJRと自家用車の利用者数

香川から
岡山へ

JR	141
自家用車	127

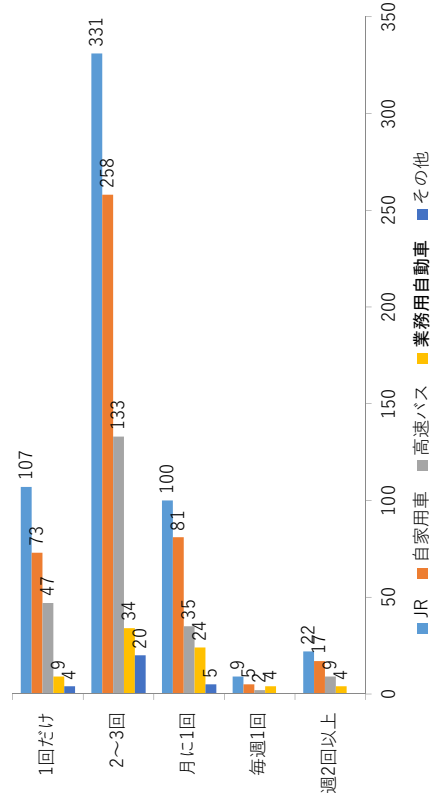
香川から岡山に行く場合はJRが多い
 岡山から香川に行く場合は自家用車が多い

岡山から
香川へ

JR	112
自家用車	174

Q1 (1)

瀬戸大橋利用時の交通手段と利用頻度の関係



中国銀行のシンクタンク・岡山経済研究所が
岡山・香川県民に行ったインターネット調査

橋を通行する時の交通手段

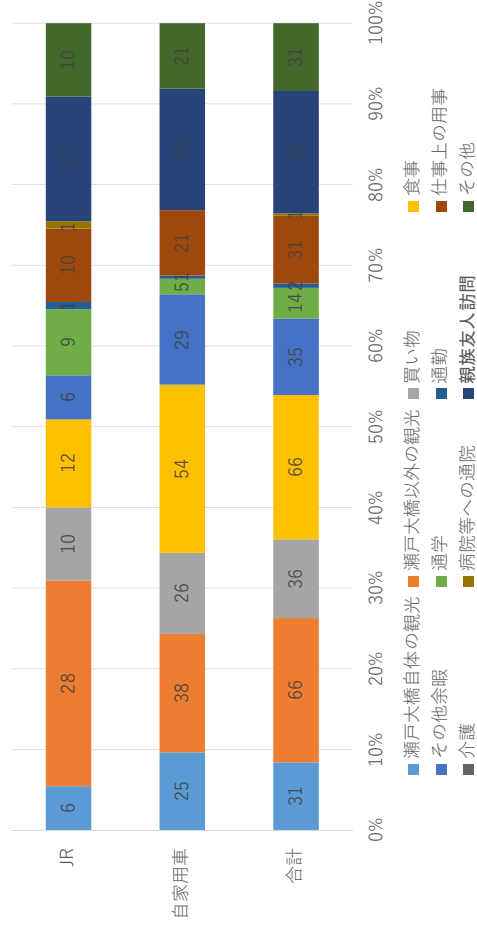
自家用車： 岡山 77%
香川 57%

JR瀬戸大橋線： 岡山 13%
香川 31%

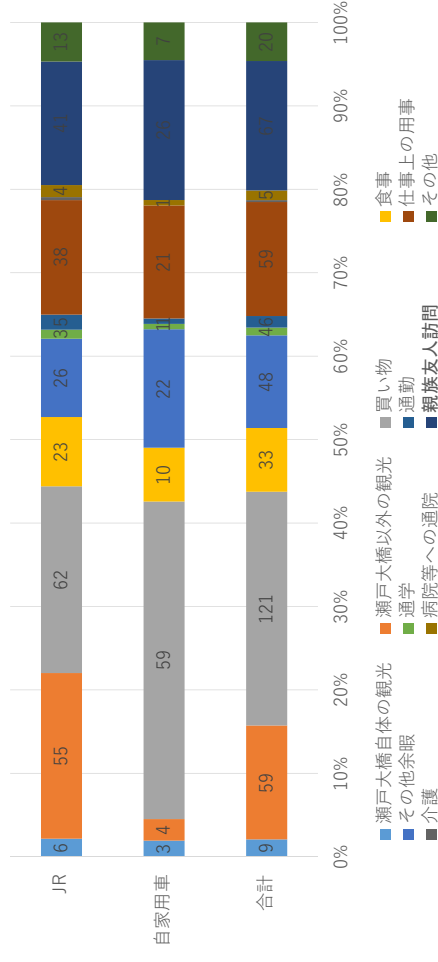
山陽新聞さんデジ 2018年3月12日掲載
<http://www.sanyonews.jp/article/682263>

Q1 (4) (6)

居住地が岡山の人々の交通手段別目的



居住地が香川の人々の交通手段別目的



中国銀行のシンクタンク・岡山経済研究所が 岡山・香川県民に行ったインターネット調査

瀬戸大橋を使う主目的

岡山は	香川は
「観光・レジャー」 72%	「観光・レジャー」 55%
「帰省・知人訪問」 13%	「帰省・知人訪問」 15%
「出張・ビジネス」 8%	「買い物」 14%
など	など

山陽新聞さんデジ 2018年3月12日掲載
<http://www.sanyonews.jp/article/682263>

まとめ

瀬戸大橋の利用頻度	瀬戸大橋の利用手段
香川県の人は、月1回以上岡山県側への利用頻度が他の地域より高いことが分かった。	JRを使う人が香川県では多く、今回の調査と岡山経済研究所で同じ傾向が確認できた。Q1(1)で明らかになった月1回以上の利用者のJR利用率の高さから定期的に用事がある人が使っているのではと推測される。
瀬戸大橋利用の目的	瀬戸大橋の利用目的
香川県の人は、岡山・広島・神戸・大阪に行く場合、瀬戸大橋を利用する人が多いことが確認された。他の橋と比べて瀬戸大橋を利用するほうが料金、距離などの利点があることが確認された。	瀬戸大橋を利用する岡山県・香川県の人は、観光レジャー目的が過半数であることが分かった。瀬戸大橋は観光レジャーにとつて欠かせないものになっている。また、香川県側では、買い物を目的として利用する人が多くいることが分かった。

ご清聴ありがとうございました

瀬戸大橋30周年 NHK岡山放送局協働PBL

驚見ゼミ

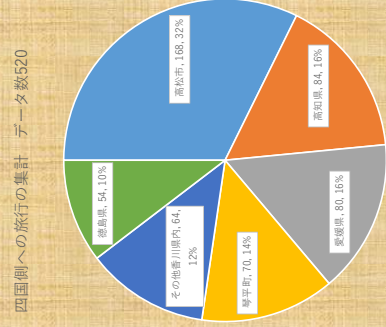
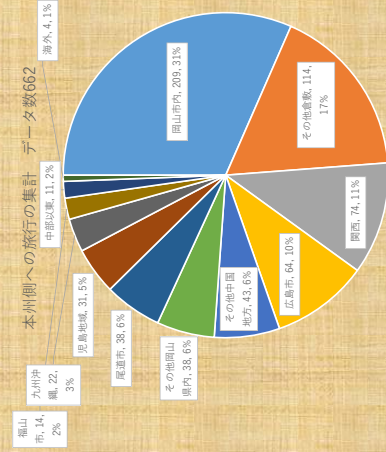
平方 拓也	田中 拓海
原田 健太郎	友浦 安純
田坂 理州造	豊岡 大直

今回の調査で明らかにすること

- 岡山と香川との人々の意識の違い
- 観光との関連が深い「与島PA」での調査結果からの傾向
- 瀬戸大橋を含む3架橋とJR利用の傾向
- 瀬戸大橋への期待度(観光資源としての可能性)

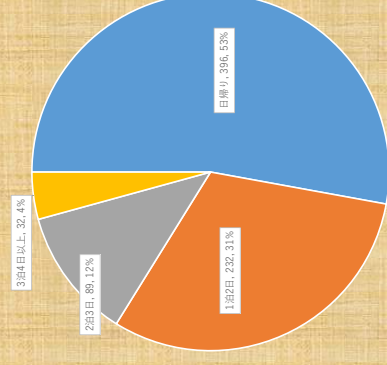
街頭アンケートQ2の集計

Q2 過去1年間で瀬戸大橋を経由して観光された方に伺います。
(1)一番最近の観光での目的地は？(複数回答)



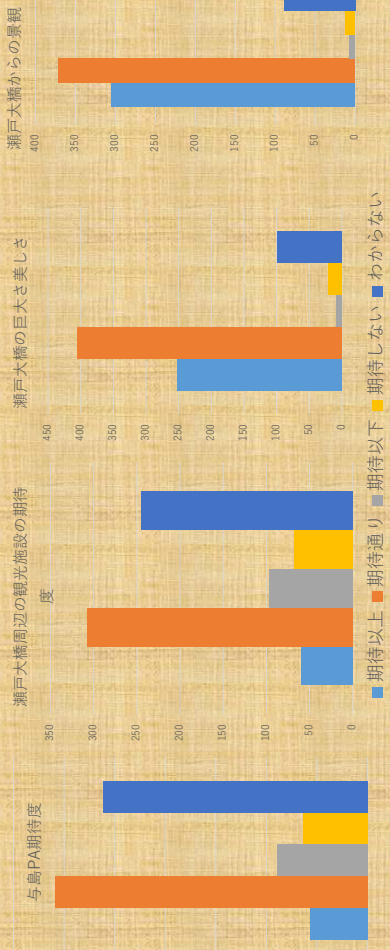
街頭アンケートQ2の集計

Q2 過去1年間で瀬戸大橋を経由して観光された方に伺います。
(2)一番最近、瀬戸大橋を使った観光の旅行期間は？



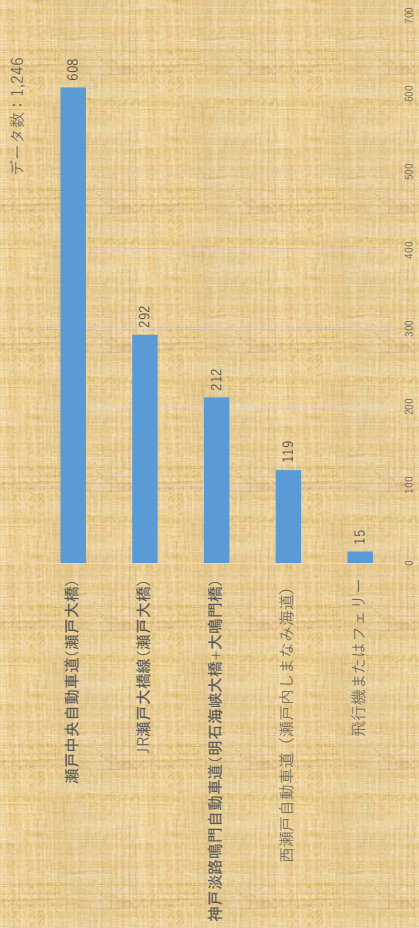
街頭アンケートQ2の集計

Q2 過去1年間で瀬戸大橋を経由して観光された方に伺います。
 (3)瀬戸大橋の観光面での期待度？(各項目について4段階でお答えください)



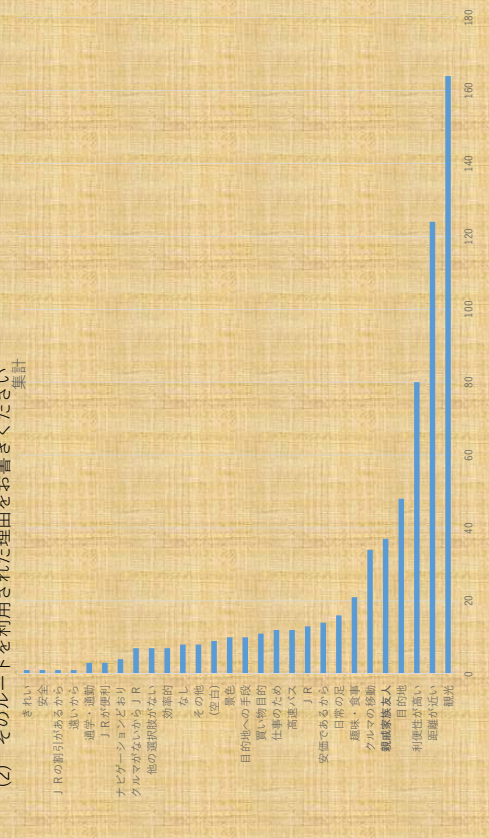
街頭アンケートQ3の集計

Q3 過去1年間で本州から四国へ、あるいは四国から本州へ観光された方に伺います。
 (1)一番最近の旅行で利用した経路は？(利用した経路すべてに✓してください)

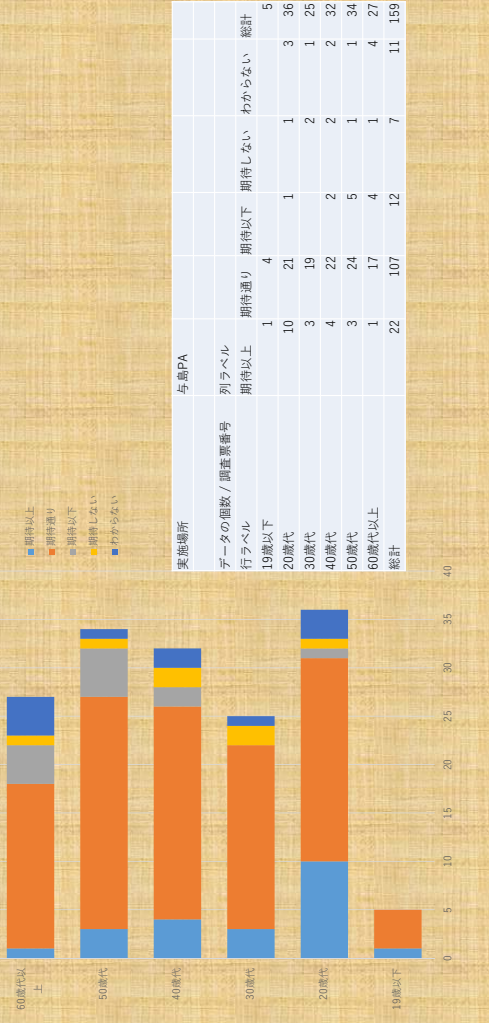


街頭アンケートQ3の集計

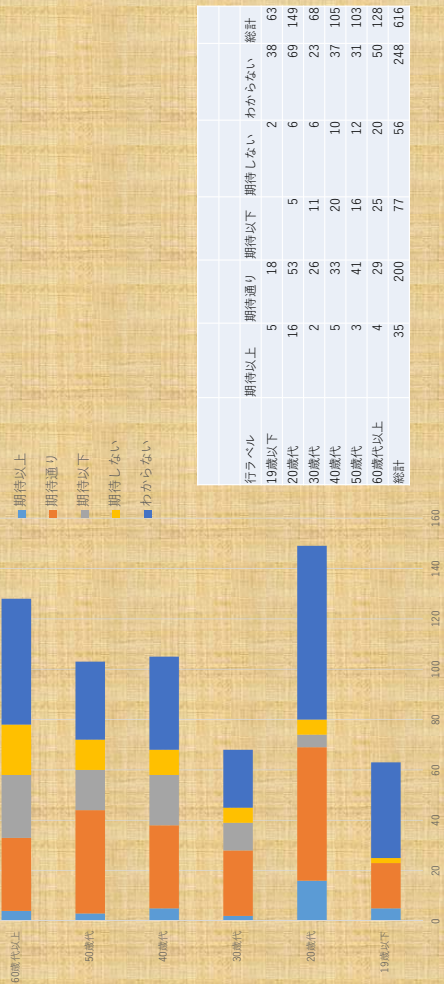
Q3 過去1年間で本州から四国へ、あるいは四国から本州へ観光された方に伺います。
 (2) そのルートを利用された理由をお書きください



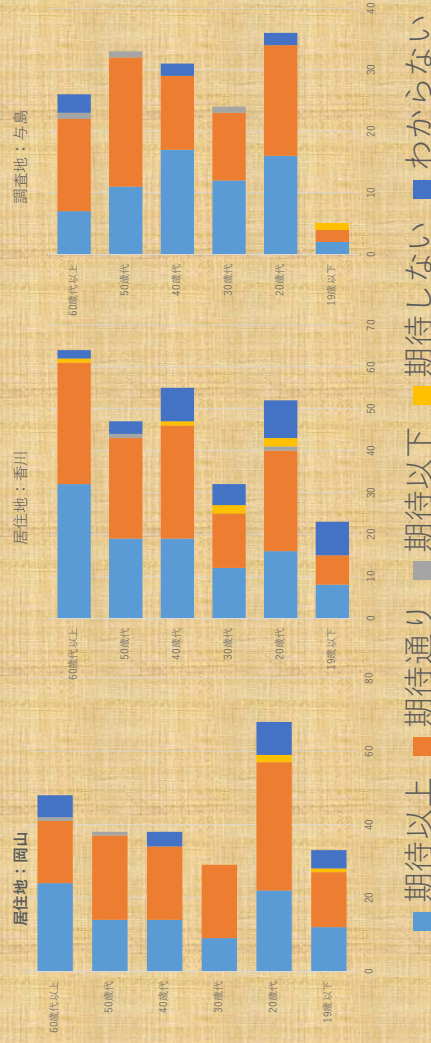
観光との関連が深い「与島PA」での調査結果からの傾向



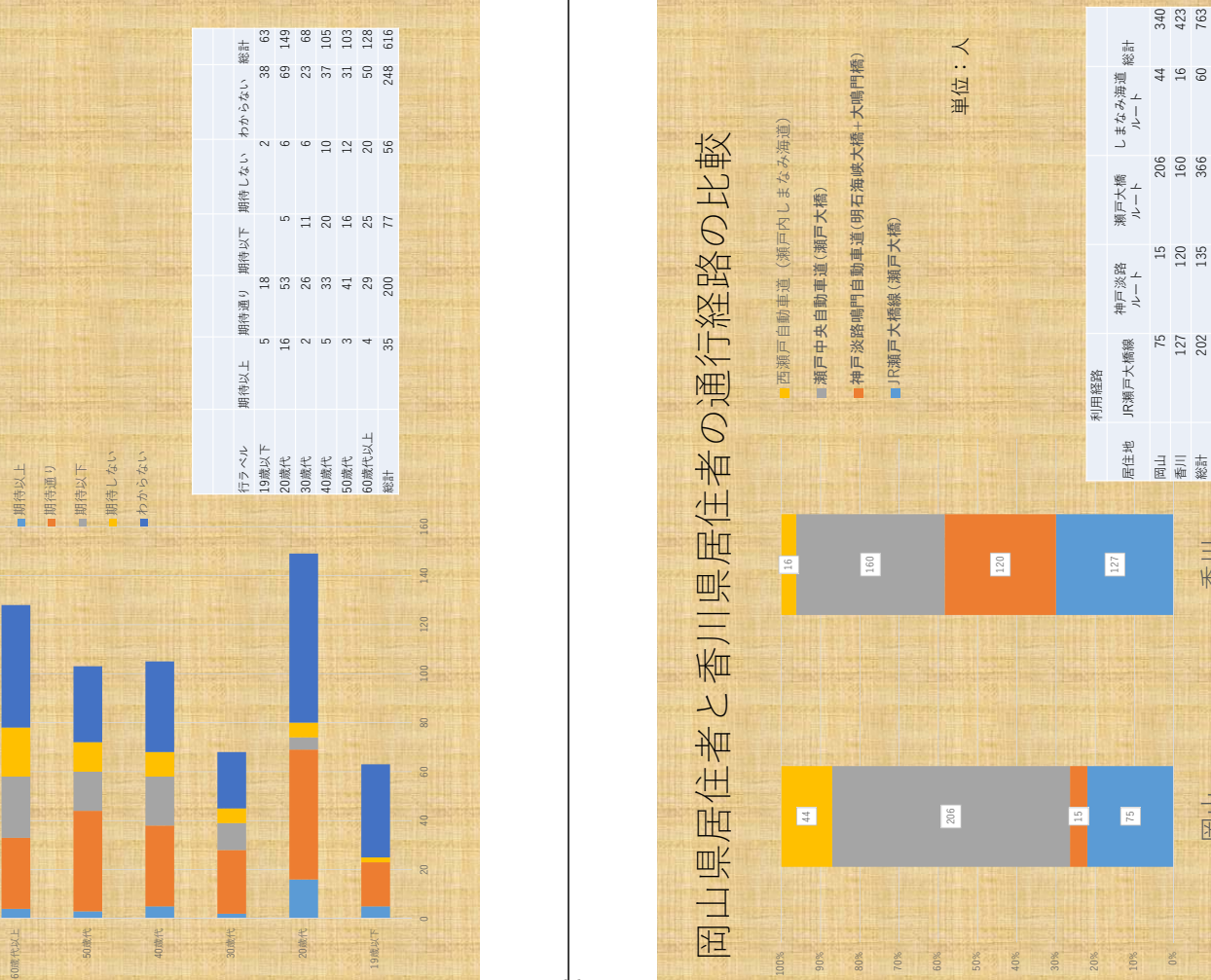
与島PA以外での与島PA期待度の調査結果



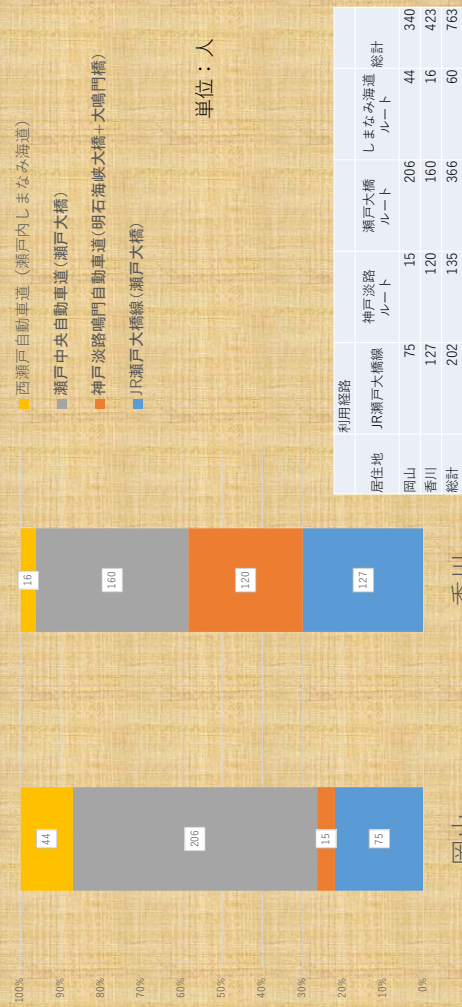
瀬戸大橋の景観についての期待度の比較



岡山県居住者と香川県居住者の通行経路の比較

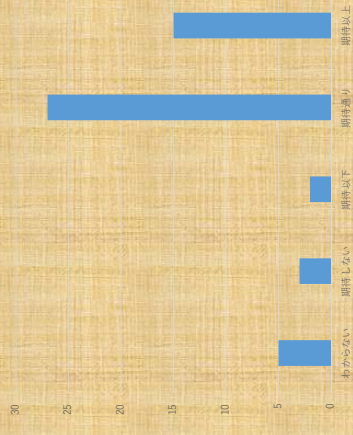


岡山県居住者と香川県居住者の通行経路の比較

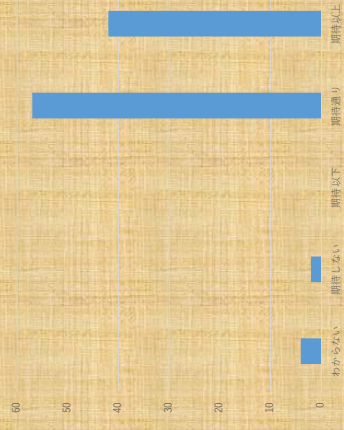


瀬戸大橋の観光資源としての可能性

与島PAで調査した岡山県、香川県居住者の瀬戸大橋の巨大さ・美しさへの期待度 (データ数：52)

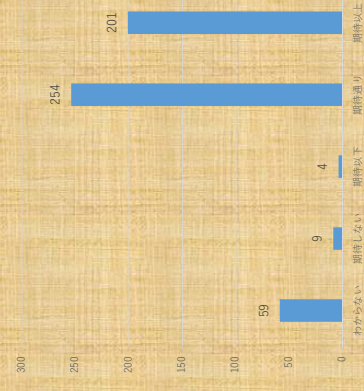


与島PAで調査した岡山県、香川県居住者以外の瀬戸大橋の巨大さ・美しさへの期待度 (データ数：105)

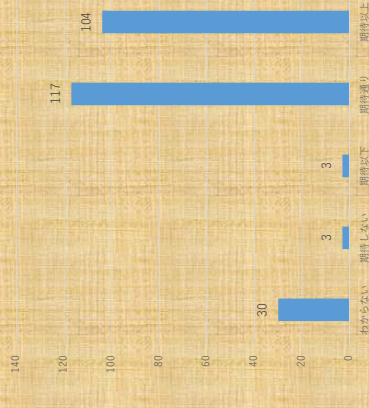


瀬戸大橋の観光資源としての可能性

与島PAで調査した岡山県、香川県居住者の瀬戸大橋の景観の期待度



与島PAで調査した岡山県、香川県居住者以外の瀬戸大橋の景観の期待度



まとめ、感想

- 岡山、香川で瀬戸大橋への期待度には差は見られなかった。
- 与島PAなどの観光資源の魅力が灯台下暗しで評価されていない
- 瀬戸大橋というのはただの橋・移動手段ではなく、観光という視点で見直せば大きな可能性があると感じた。
- J R の利用傾向は一定の方向性を確認したが、調べきれなかったことが残念だった。



本日の内容

- 1 調査目的
- 2 調査結果
- 3 まとめ



本調査の目的

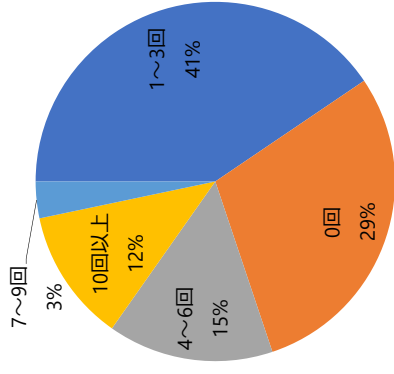
今回行ったアンケートのショッピングの項目を利用し、

どのような層が瀬戸大橋を渡って

倉敷 **丸亀** アウトレット と 商店街 に買い物に来ているのか
を明らかにする

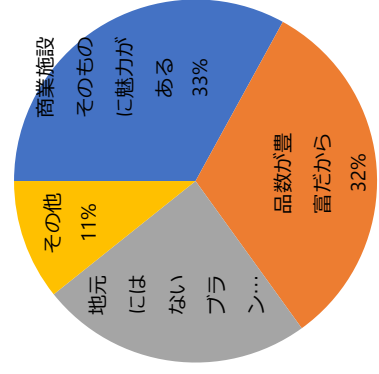


Q4-1県外へ出かけた回数



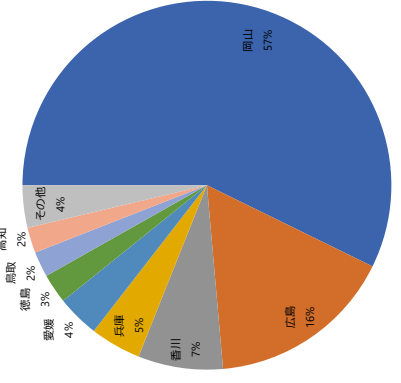
1~3回	492
0回	356
4~6回	181
10回以上	145
7~9回	40
総計	1214

Q4-2出かける主な理由



品数が豊富だから	252
商業施設そのものに魅力がある	245
地元にはないブランドン...	185
その他	82
総計	764

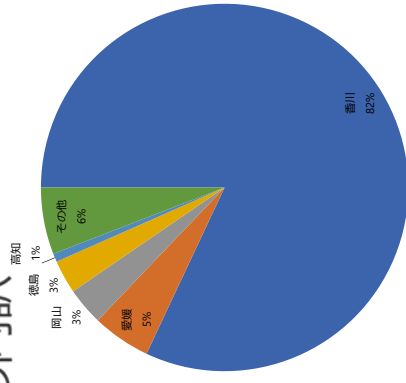
所在地の内訳



岡山県	154
広島県	44
香川県	20
兵庫県	12
愛媛県	10
徳島県	7
鳥取県	6
高知県	6
その他	10
総計	269

倉敷アウトレット

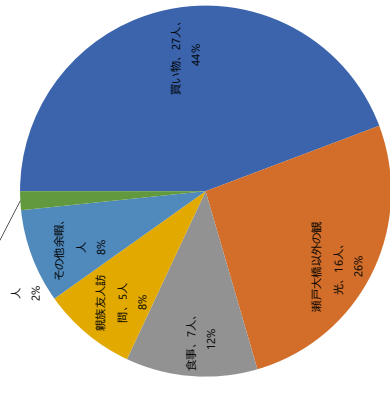
所在地の内訳



丸亀商店街

瀬戸大橋の利用目的

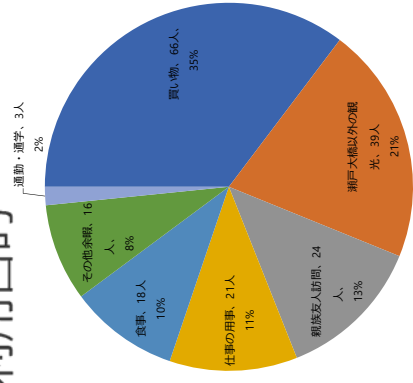
Q1 (3)
Q1 (6)



倉敷アウトレット

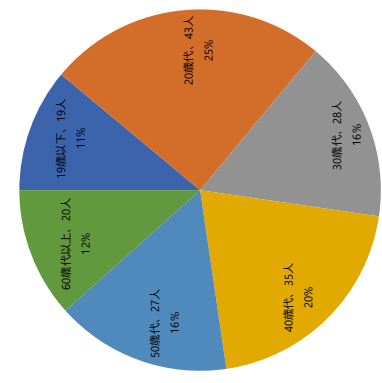
瀬戸大橋の利用目的

Q1 (3)
Q1 (6)



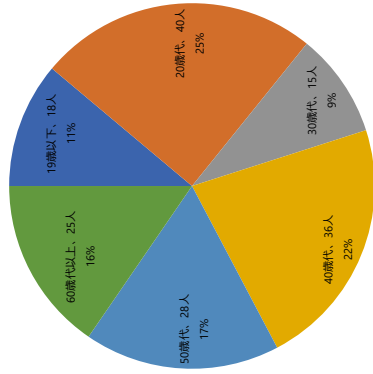
丸亀商店街

回答者の年代層



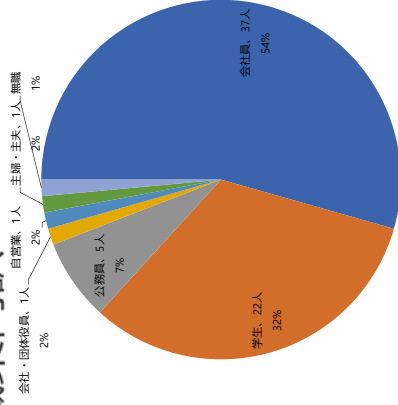
倉敷アウトレット

回答者の年代層



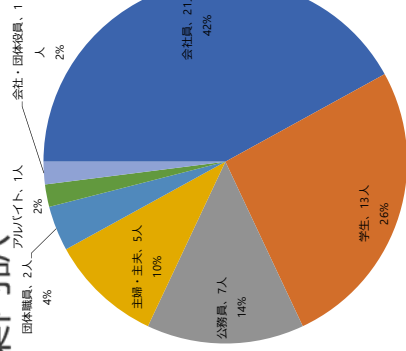
丸亀商店街

20代の職業内訳



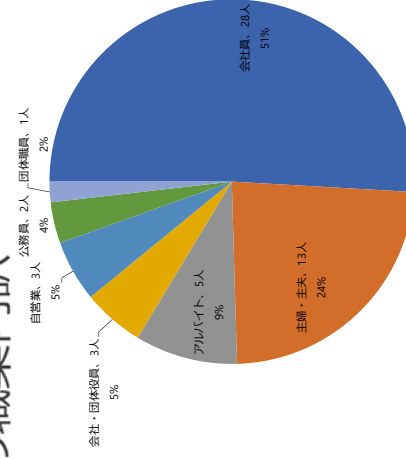
倉敷アウトレット

20代の職業内訳



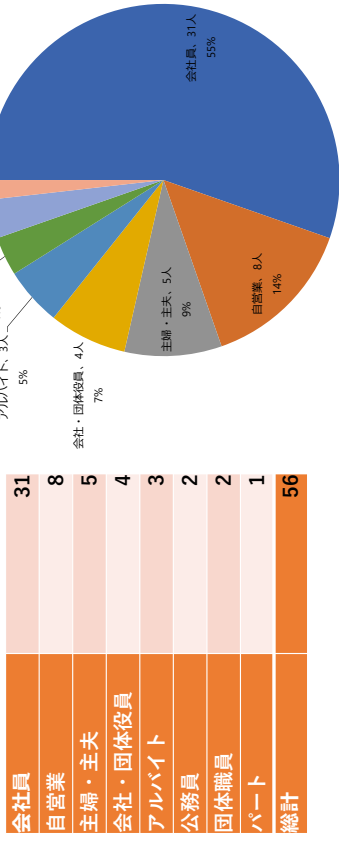
丸亀商店街

40代の職業内訳



倉敷アウトレット

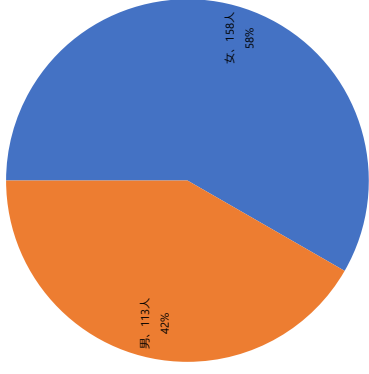
40代の職業内訳



丸亀商店街

性別の内訳

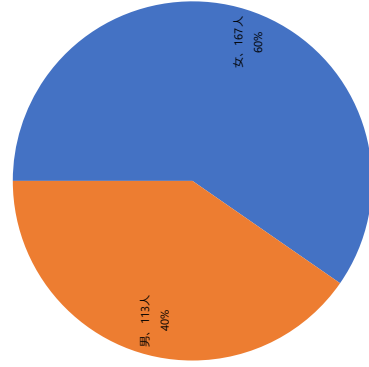
女	158
男	113
総計	271



倉敷アウトレット

性別の内訳

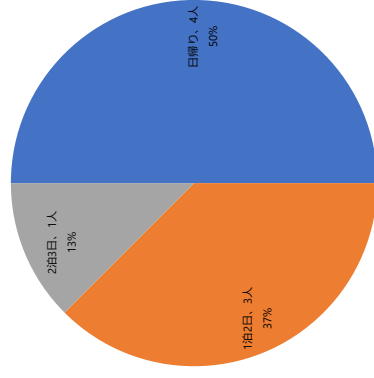
女	167
男	113
総計	280



丸亀商店街

買い物物にきた人の滞在期間内訳

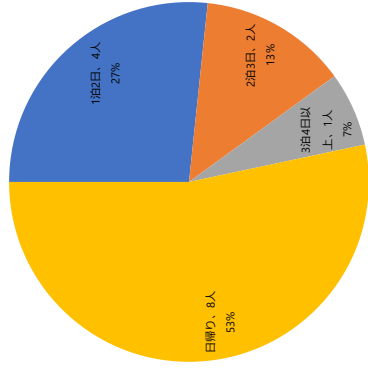
日帰り	4
1泊2日	3
2泊3日	1
総計	8



倉敷アウトレット

買い物に来た人の滞在期間内訳

日帰り	8
1泊2日	4
2泊3日	2
3泊4日以上	1
総計	15

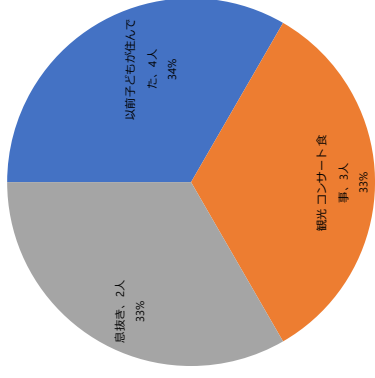


丸亀商店街

買い物に行く理由

Q4(1)
Q4(2)

以前子供が住んでいた	4
観光、コンサート、食事	3
息抜き	2
総計	9

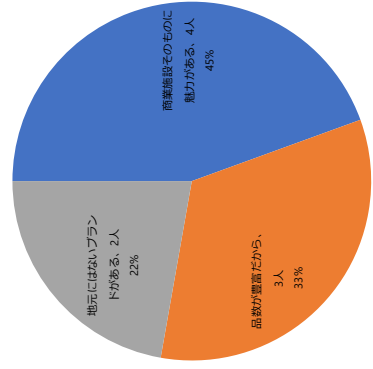


倉敷アウトレット

買い物に行く理由

Q4(1)
Q4(2)

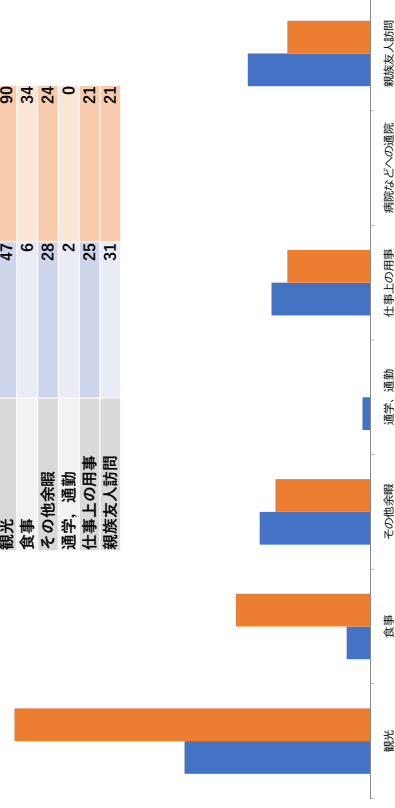
商業施設そのものに魅力がある	4
品数豊富だから	3
地元にはないブランドがある	2
総計	9



丸亀商店街

買い物目的の人の買い物以外の目的

観光	47	丸亀商店街	90
食事	6	倉敷アウトレット	34
その他余暇	28		24
通学、通勤	2		0
仕事上の用事	25		21
親族友人訪問	31		21





まとめ

ここまでのことから…

倉敷アウトレットで買い物をする人は、

客層のおよそ2割は四国から来た人である

買い物を中心に目的にして来ている人が多い

ことが分かった

ここまでのことから…

丸亀商店街で買い物をする人は、

客層の9割が四国から来た人である

観光以外にも仕事や知人に会うついでに買い物をして
いる

ことが分かった



プロジェクト
NHK 瀬戸大橋ラブ

ご静聴ありがとうございました！

終 森 0203

瀬戸大橋開通30年 PBL

街頭調査の最終報告

2年Bグループ

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

1

本日の内容

1. 明らかにしたいこと
2. 分析結果
3. 結論

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

2

1. 明らかにしたいこと

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

3

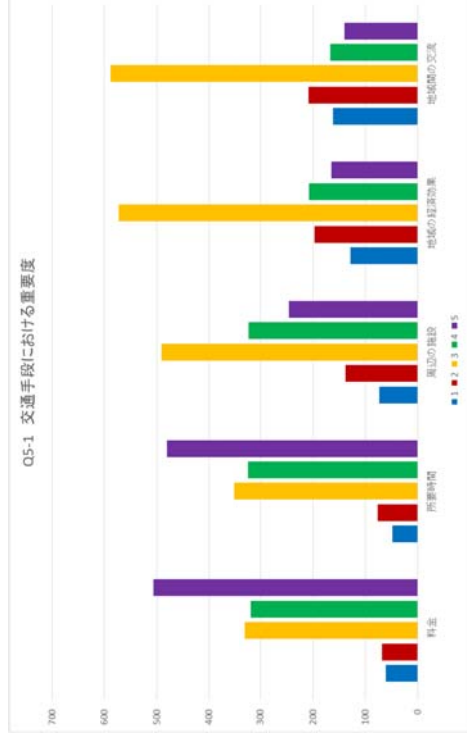
1. 明らかにしたいこと

- ・世代間で瀬戸大橋に対するイメージに違いがあるのか？
- ・岡山と香川の人の瀬戸大橋に対するイメージに違いがあるか？
→利用した人と利用していない人でイメージに違いがあるか？

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

4

料金と時間の重要度が高い



6

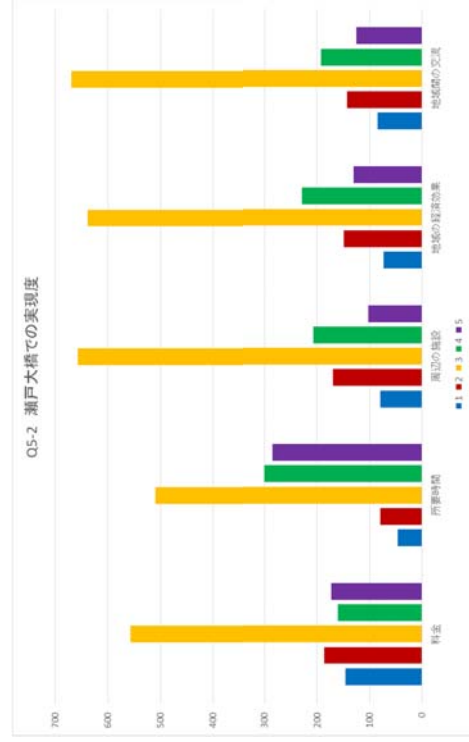
2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

2. 分析結果

5

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

所要時間が実現している



7

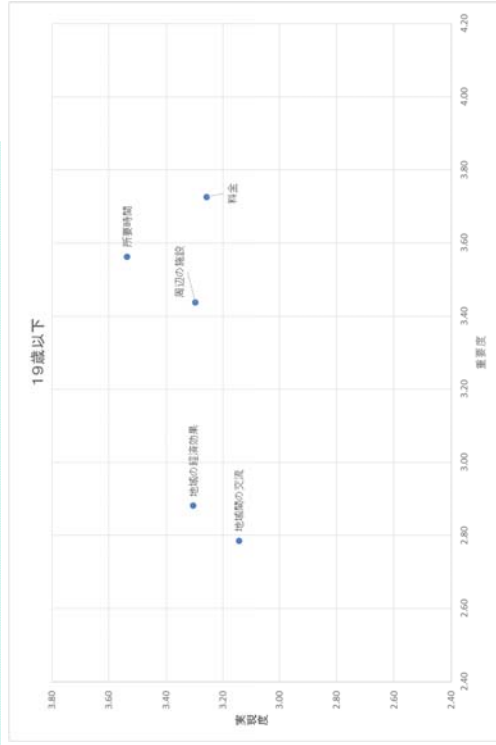
2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

世代ごとの特徴を見ていく

8

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

19歳以下



9

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

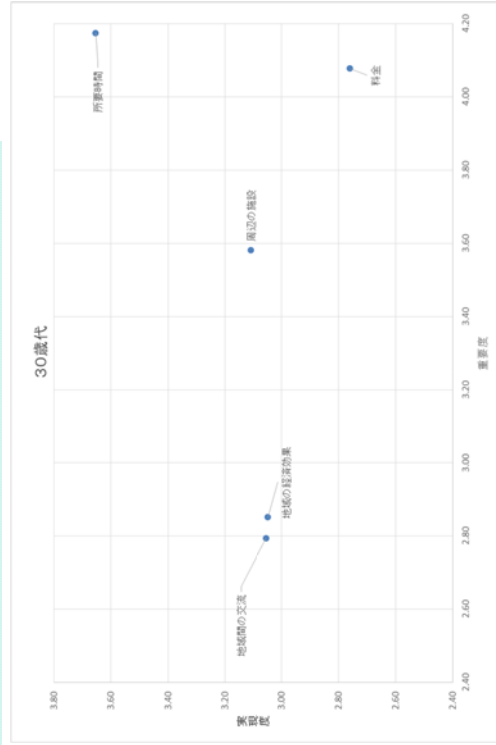
20歳代



10

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

30歳代



11

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

40歳代



12

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

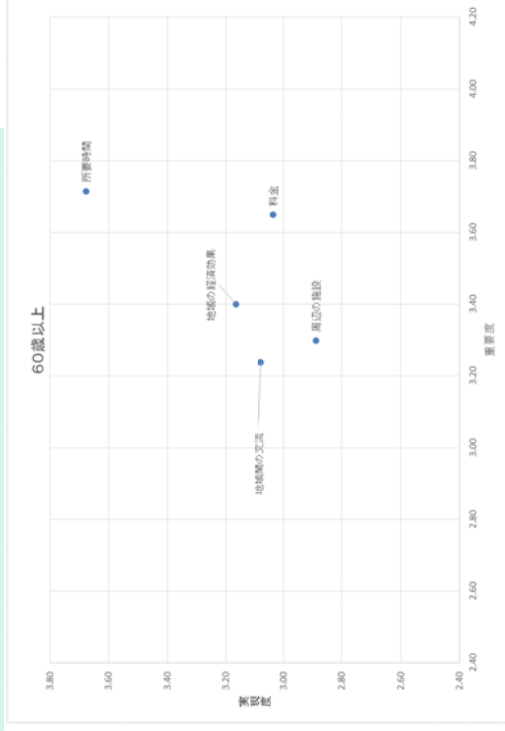
50歳代



13

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

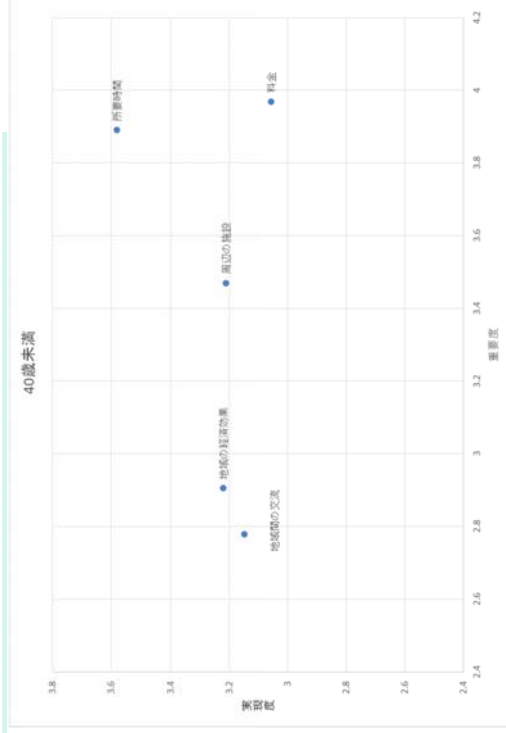
60歳以上



14

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

瀬戸大橋ができた後の世代 (40歳未満)



15

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

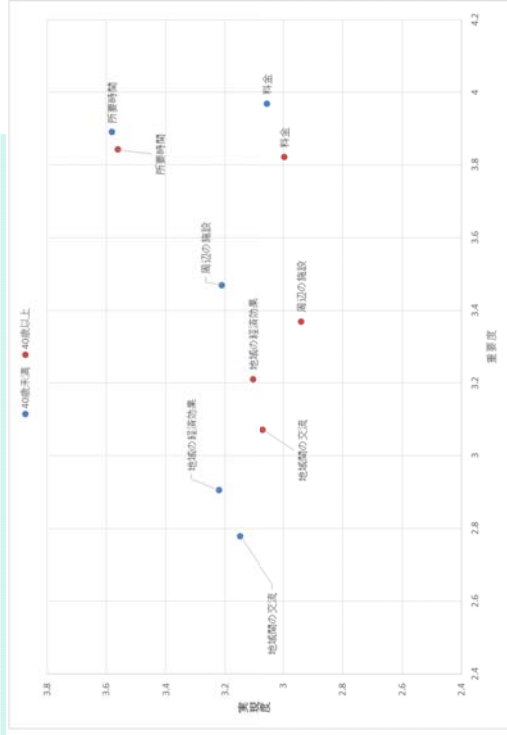
瀬戸大橋ができる前の世代 (40歳以上)



16

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

瀬戸大橋ができる前後のイメージの違い



17

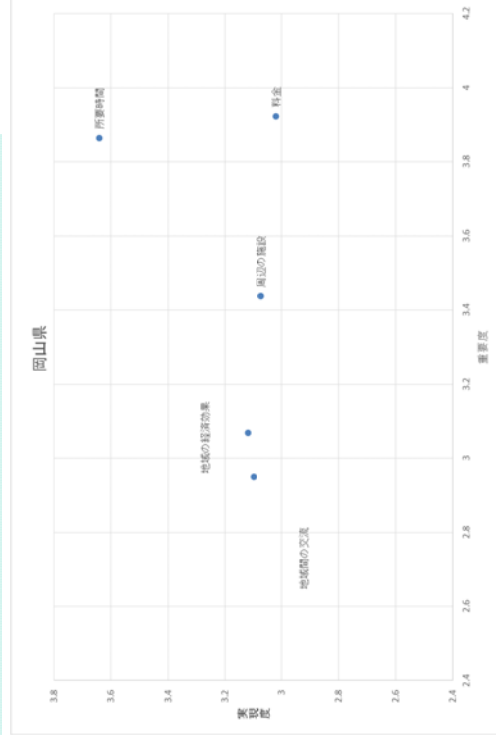
2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

18

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

岡山と香川と 岡山・香川以外 でみていく

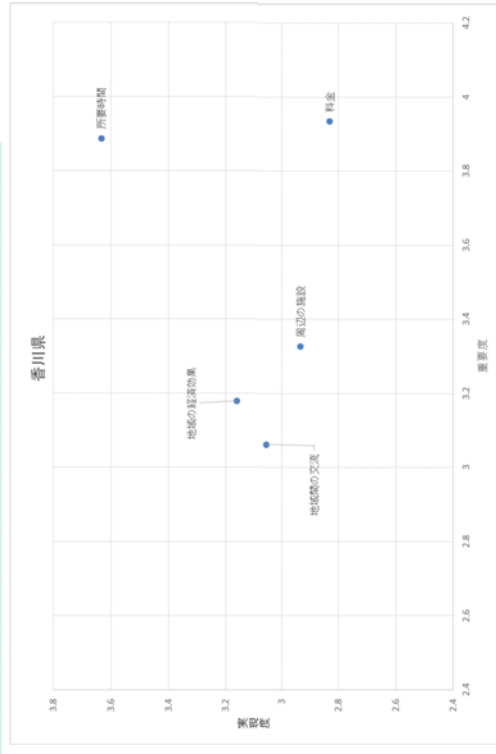
岡山県



19

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

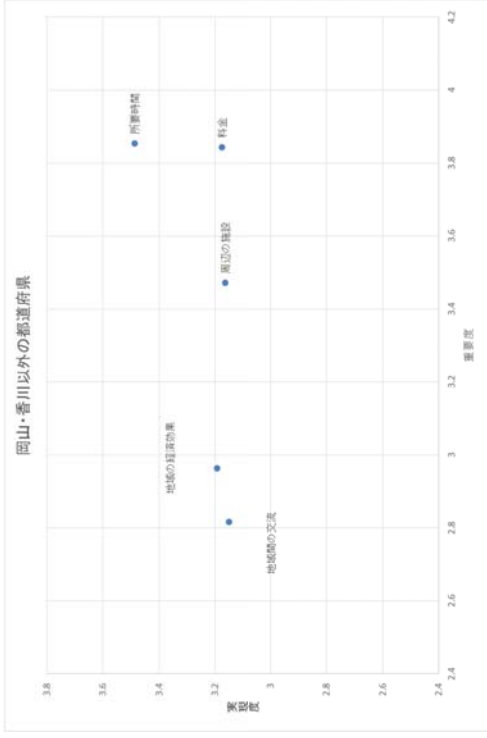
香川県



20

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

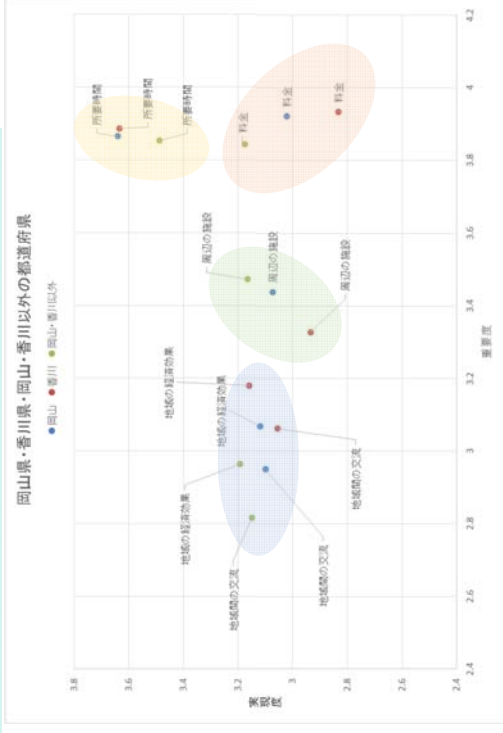
岡山・香川以外の都道府県



21

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

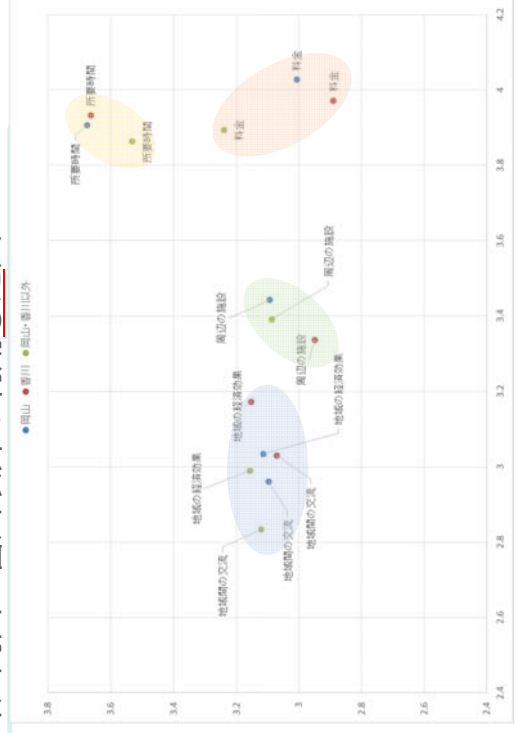
岡山と香川と岡山・香川以外



22

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

岡山、香川、岡山・香川以外の利用した人



23

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

24

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

利用した人 利用していない人 みていく

岡山、香川、岡山・香川以外の利用してない人



25 2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

3. 結論

世代間で瀬戸大橋に対するイメージに違いがあるか？

40歳未満の方が【所要時間】【周辺の施設】を重要と考えている

→40歳未満は交通手段を利用する際に利便性を求めている傾向がある

40歳以上の方が【地域の経済効果】【地域間の交流】を重要と考えている

→交通手段以外にも役割があると考えている傾向がある。

40歳以上の方が全体的に実現度の評価が低い

→瀬戸大橋に期待しているが、思っていたような結果になってない

27 2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

岡山と香川の人の瀬戸大橋に対するイメージに違いがあるか？

【料金】【所要時間】【周辺の施設】の重要度に差はないが、
実現度には、差がある傾向がある

【地域間の交流】【地域の経済効果】の重要度の差はあるが、実現度には差がない傾向がある

岡山と香川の人の瀬戸大橋に対するイメージに違いがあるか？
→利用した人と利用していない人でイメージに違いがあるか？

利用した人には
岡山・香川と岡山・香川以外を分けた場合特に違いはない

利用していない人には
【料金】【周辺施設】に差がある

今後、瀬戸大橋を観光資源としてみるなら、岡山・香川
より、それ以外の地域の人をターゲットにしたほうがいい

29

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

ありがとうございました

30

2018/3/19 PBL/瀬戸大橋開通30周年

瀬戸大橋に関するアンケートの テキストマイニング

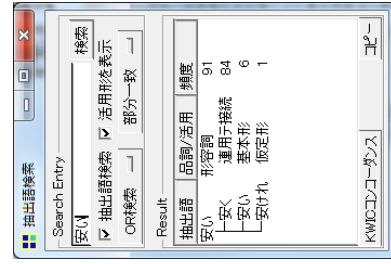
森ゼミ
I14V018
角本嘉基

使用データ

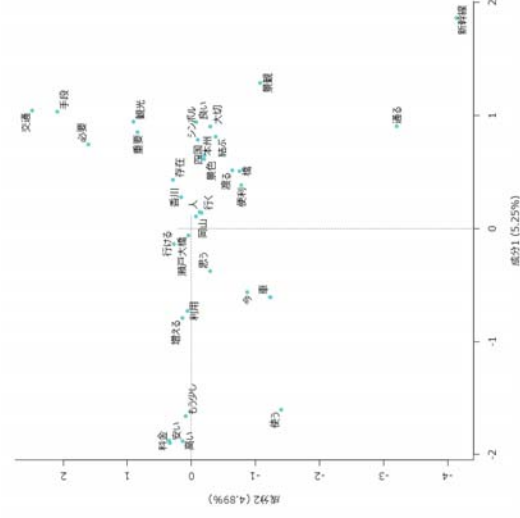
- 街頭アンケート 1325件
 - Q6自由記述 713件
- 企業アンケート 231件
 - Q8-3自由記述 45件
 - Q9自由記述
 - プラスの面 132件
 - マイナスの面 83件
- Q11自由記述 127件
- Q12自由記述 105件

街頭アンケートの分析

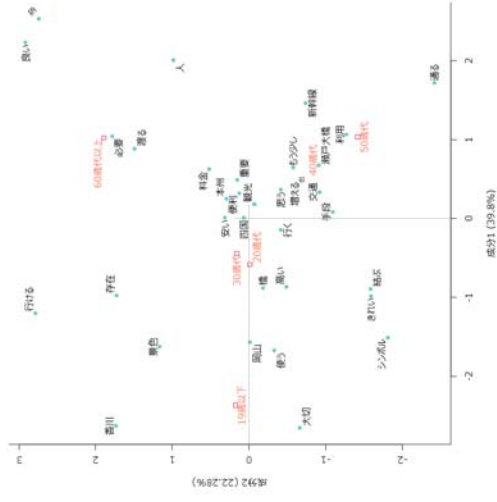
抽出項目	抽出数	抽出率	抽出割合	抽出割合
1	1325	100%	100%	100%
2	100	7.5%	7.5%	7.5%
3	100	7.5%	7.5%	7.5%
4	100	7.5%	7.5%	7.5%
5	100	7.5%	7.5%	7.5%
6	100	7.5%	7.5%	7.5%
7	100	7.5%	7.5%	7.5%
8	100	7.5%	7.5%	7.5%
9	100	7.5%	7.5%	7.5%
10	100	7.5%	7.5%	7.5%
11	100	7.5%	7.5%	7.5%
12	100	7.5%	7.5%	7.5%
13	100	7.5%	7.5%	7.5%
14	100	7.5%	7.5%	7.5%
15	100	7.5%	7.5%	7.5%
16	100	7.5%	7.5%	7.5%
17	100	7.5%	7.5%	7.5%
18	100	7.5%	7.5%	7.5%
19	100	7.5%	7.5%	7.5%
20	100	7.5%	7.5%	7.5%
21	100	7.5%	7.5%	7.5%
22	100	7.5%	7.5%	7.5%
23	100	7.5%	7.5%	7.5%
24	100	7.5%	7.5%	7.5%
25	100	7.5%	7.5%	7.5%
26	100	7.5%	7.5%	7.5%
27	100	7.5%	7.5%	7.5%
28	100	7.5%	7.5%	7.5%
29	100	7.5%	7.5%	7.5%
30	100	7.5%	7.5%	7.5%
31	100	7.5%	7.5%	7.5%
32	100	7.5%	7.5%	7.5%
33	100	7.5%	7.5%	7.5%
34	100	7.5%	7.5%	7.5%
35	100	7.5%	7.5%	7.5%
36	100	7.5%	7.5%	7.5%
37	100	7.5%	7.5%	7.5%
38	100	7.5%	7.5%	7.5%
39	100	7.5%	7.5%	7.5%
40	100	7.5%	7.5%	7.5%
41	100	7.5%	7.5%	7.5%
42	100	7.5%	7.5%	7.5%
43	100	7.5%	7.5%	7.5%
44	100	7.5%	7.5%	7.5%
45	100	7.5%	7.5%	7.5%
46	100	7.5%	7.5%	7.5%
47	100	7.5%	7.5%	7.5%
48	100	7.5%	7.5%	7.5%
49	100	7.5%	7.5%	7.5%
50	100	7.5%	7.5%	7.5%



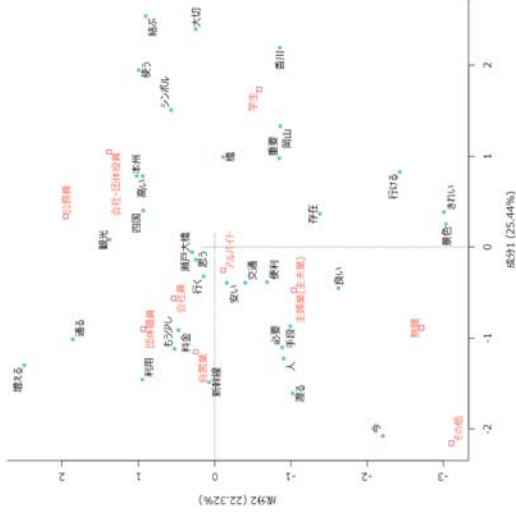
対応分析



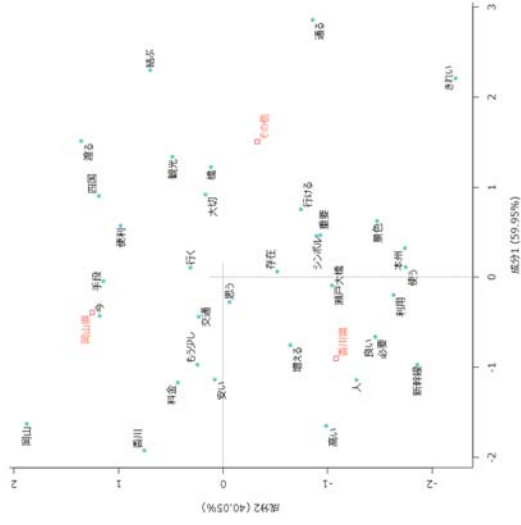
対応分析(年齢別)



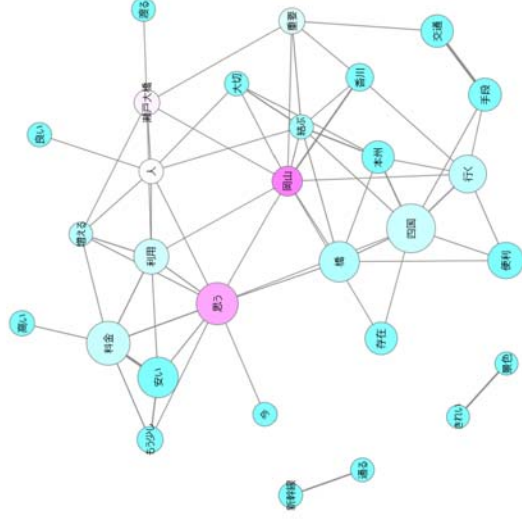
対応分析(職業別)



対応分析(住まい別)



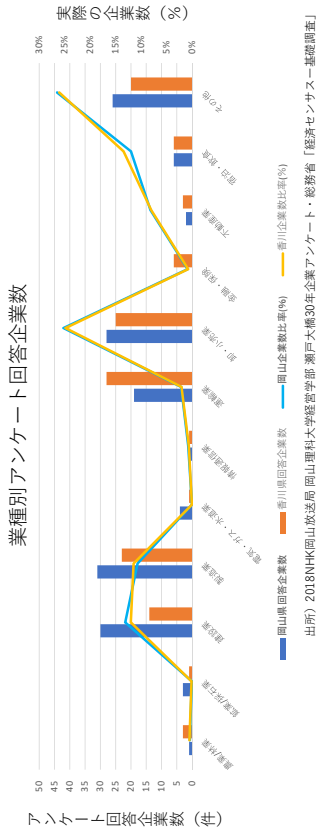
共起ネットワーク



瀬戸大橋30周年 企業アンケート結果報告

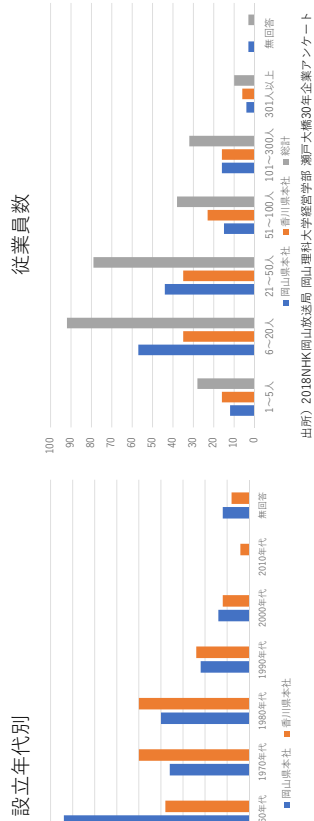
企業アンケートチーム

アンケート回答企業の業種分布



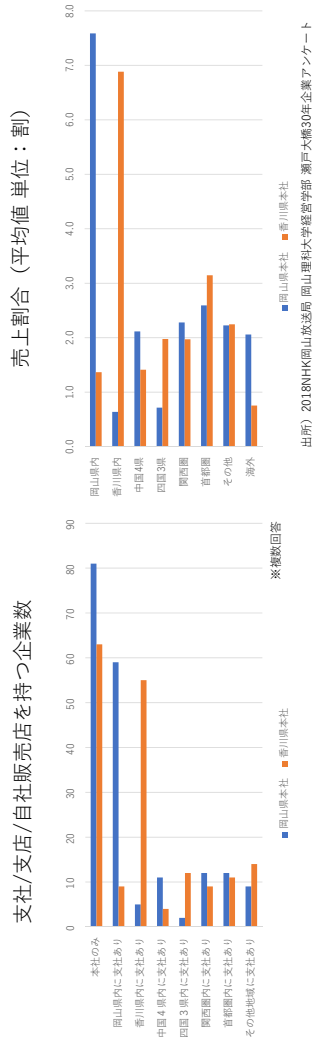
アンケート回収数は、岡山県企業151先（送付505先 回収率29.9%）、香川県企業131件（495先 回収率26.5%）となっている。（上記以外に、香川県企業として送付した1社について、親会社の愛媛県企業から回答があった。）業種別アンケート回答企業数では、実際の岡山・香川県内企業数の割合と比べて**建設業・製造業・運輸業**からの回答が多くなっている。

アンケート回答企業の設立年代・従業員数



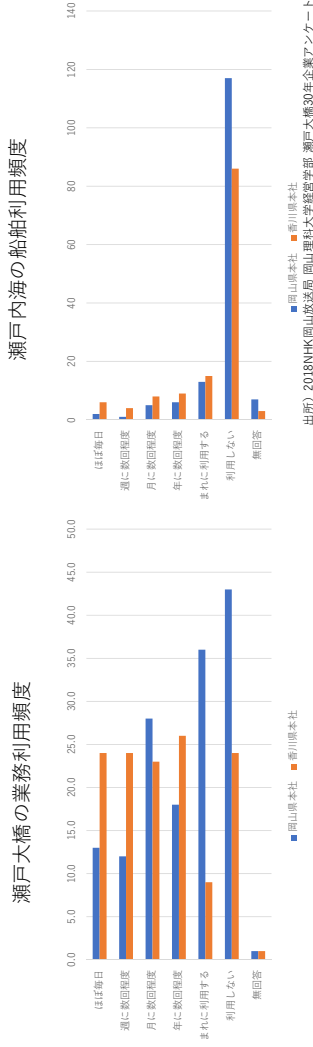
アンケート回答企業の設立年代別では、岡山県は1960年代が最も多く、香川県は瀬戸大橋が開通した1980年代が最も多くなっている。

アンケート回答企業の県外支店・県外売上



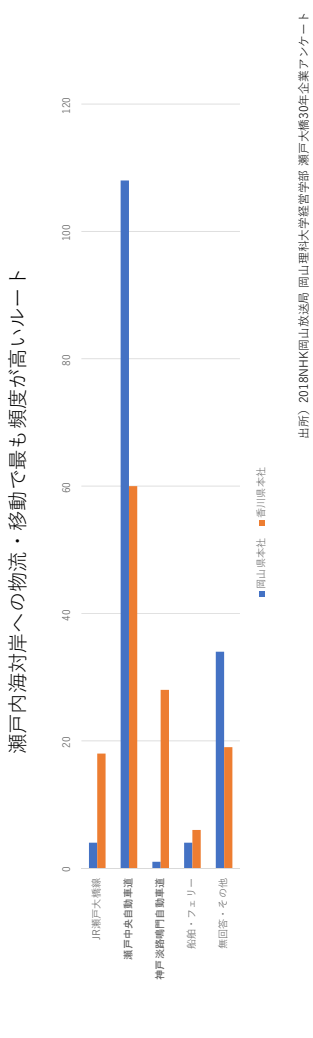
回答企業のうち、支社を持たない（本社のみ）の先は岡山県81先（53.6%）、香川県63先（48.1%）売上割合では、香川県を本社に持つ企業は県外売上の割合が高い。

アンケート回答企業の瀬戸大橋・船舶の利用頻度



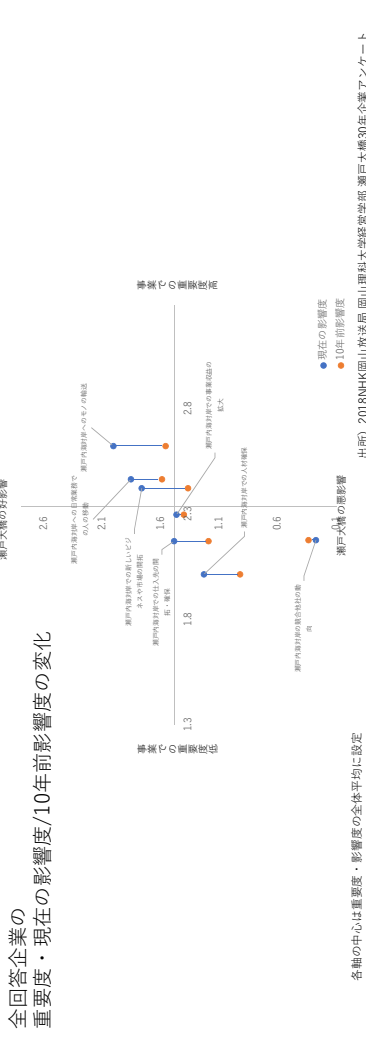
瀬戸大橋の業務利用では、香川県側の利用頻度が高いことがわかる。船舶利用は岡山県27先(17.9%)、香川県42先(32.1%)が船舶を利用している。こちらも香川県側の利用の高さが見られた。

アンケート回答企業の瀬戸内海対岸への利用ルート



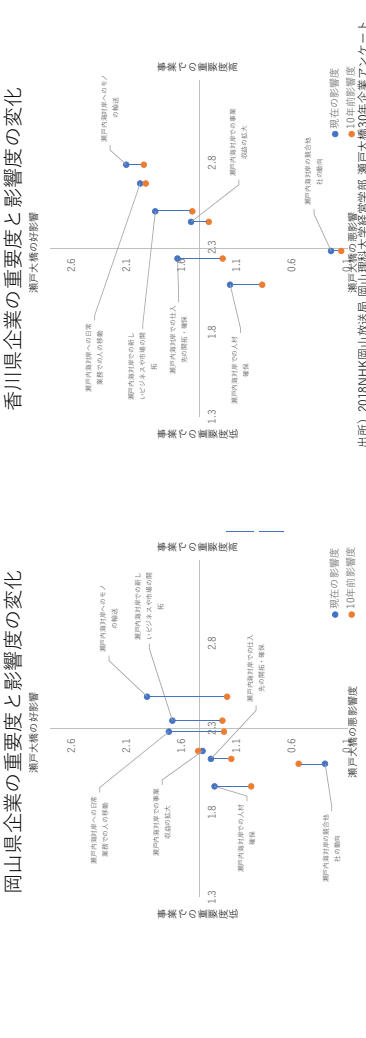
岡山県は圧倒的に瀬戸中央自動車道(瀬戸大橋ルート)の使用が多いが、香川県は神戸淡路鳴門自動車道(神戸・淡路・徳島ルート)など、他のルートの利用比率が高い。

瀬戸内対岸の企業活動の重要性と瀬戸大橋の影響度



各社の中心は重要性・影響度の全体平均に設定。重要性は、瀬戸内海対岸の「モノの輸送」、「人の移動」、「市場開拓」、「事業収益の拡大」、「仕入先の確保」、「競合の動向」、「人材確保」の順。10年前と比べて全体的に瀬戸大橋の影響度は、「好い」方向に変化しているが、競合他社の動向については、「悪影響」の方向にシフトしている。

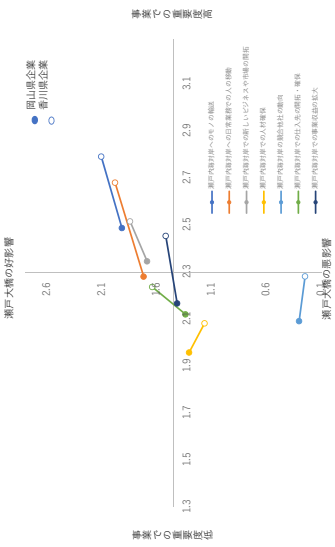
県別の重要性と現在影響度・10年前影響度比較



岡山県は、10年前に比べて瀬戸大橋に対し好影響を各企業活動を各企業活動で感じていることがわかる。香川県は、「モノ」「人」の移動への好影響については、10年前から高く評価しており現在もあまり変わっていない。それ以外の評価は10年前よりも好い方向に変化している。

重要度と影響度の県別比較

重要度と影響度の岡山県・香川県比較

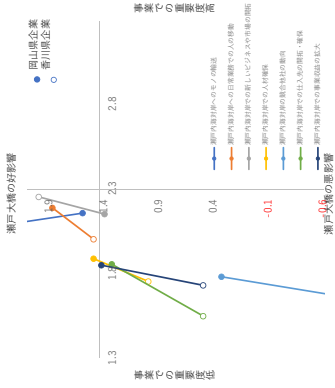


※経済学部 瀬戸大橋30年企業アンケート

岡山県に比べ、香川県の企業はより瀬戸内海沿岸の企業活動の重要性を認識している。しかし「モノ」・「人」の移動、「市場開拓」、「人材確保」、「収益拡大」に関しては、岡山県と香川県で瀬戸大橋の影響度に大きな違いがない。「仕入先の確保」「競合他社」については、香川県が瀬戸大橋に対して好影響を認識している。

業種別の重要度と影響度の県比較(1/2)

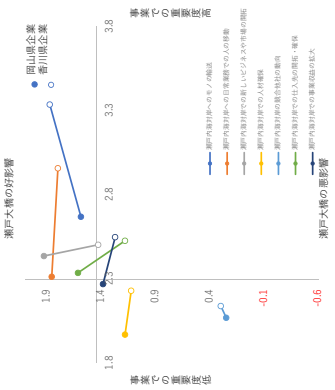
建設業の重要度と影響度の岡山県・香川県比較



出所) 2018NHK岡山放送局 岡山県立大学経済学部 瀬戸大橋30年企業アンケート

建設業における、瀬戸内海沿岸の事業における重要度は低い。対岸の「競合他社の動向」「事業収益の拡大」については香川県企業は瀬戸大橋が悪影響を強く及ぼしていると認識している。製造業では「モノ」「人」の移動について香川県が重要視している。岡山県は瀬戸内沿岸の「市場開拓」を瀬戸大橋が好影響を与えていると認識している

製造業の重要度と影響度の岡山県・香川県比較

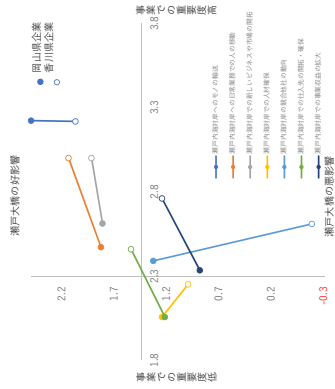


出所) 2018NHK岡山放送局 岡山県立大学経済学部 瀬戸大橋30年企業アンケート

製造業における、瀬戸内海沿岸の事業における重要度は低い。対岸の「競合他社の動向」「事業収益の拡大」については香川県企業は瀬戸大橋が悪影響を強く及ぼしていると認識している。製造業では「モノ」「人」の移動について香川県が重要視している。岡山県は瀬戸内沿岸の「市場開拓」を瀬戸大橋が好影響を与えていると認識している

業種別の重要度と影響度の県比較(2/2)

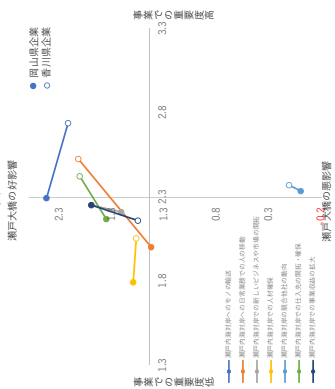
運輸業の重要度と影響度の岡山県・香川県比較



出所) 2018NHK岡山放送局 岡山県立大学経済学部 瀬戸大橋30年企業アンケート

運輸業においては、瀬戸内海沿岸の事業における重要度を高く認識。香川県は「競合他社の悪影響を強く感じており、岡山県は「モノの輸送」で瀬戸大橋の好影響を強く感じている。卸・小売業では、岡山県企業が瀬戸内海沿岸の「収益拡大」に瀬戸大橋の好影響を感じており、瀬戸大橋を好影響と捉えている。

卸・小売業の重要度と影響度の岡山県・香川県比較

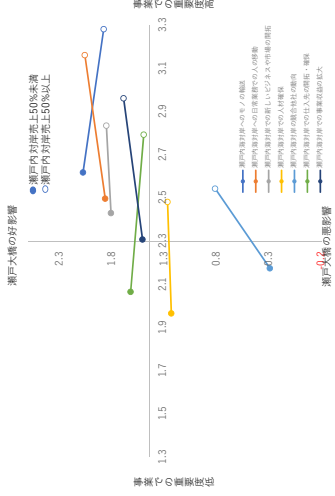


出所) 2018NHK岡山放送局 岡山県立大学経済学部 瀬戸大橋30年企業アンケート

卸・小売業においては、瀬戸内海沿岸の事業における重要度を高く認識。香川県は「競合他社の悪影響を強く感じており、岡山県は「人の移動」に瀬戸大橋の好影響を感じており、瀬戸大橋を好影響と捉えている。

瀬戸内海沿岸の売上比率による比較

重要度と影響度の瀬戸内海沿岸の売上比率による比較

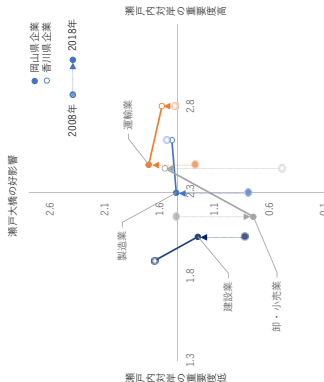


出所) 2018NHK岡山放送局 岡山県立大学経済学部 瀬戸大橋30年企業アンケート

香川県企業は本州での売上、岡山県企業は四国での売上比率を計算し、それが50%をこえる企業と50%未満の企業に分けて分析を行った。対岸での売上が50%を超える企業の瀬戸内海沿岸の事業重要度は当然ながら高い。しかし瀬戸大橋の影響についてはあまり50%未満の企業との差が見られなかった。対岸の「競合他社」の動向のみ50%以上の企業が瀬戸大橋に好影響を感じている。

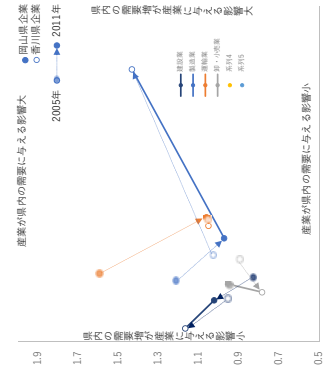
岡山県・香川県の産業別需要影響とアンケート結果比較

岡山県/香川県の産業別の需要影響



出所) 2018NHK岡山放送局 岡山理科大学経営学部 瀬戸大橋30周年企業アンケート

岡山県/香川県の産業別の需要影響



出所) 平成17年・平成23年 岡山県産業調査団発表、香川県産業調査団発表

岡山県の製造業や運輸業、香川県の卸・小売業は、県内需要に對しその産業が与える影響力が低下しつつある。このような県内需要の減少期である岡山県の製造業・運輸業、香川県の卸・小売業は、県外市場と繋がる瀬戸大橋を好影響として捉えていることがわかる。

企業と瀬戸内対岸の重要度・瀬戸大橋の評価まとめ

- 瀬戸大橋の経営への影響は、過去10年で好影響に変化
- 香川県企業は、岡山県企業に比べ瀬戸内対岸の経営戦略上の重要度を高く認識
- 製造業・運輸業の瀬戸内対岸の重要度が高い
- 岡山県・香川県の県内需要が縮む業種については、瀬戸内対岸の市場

が重要となり、瀬戸大橋が経営に好評価を与える構造がみられた

瀬戸大橋30周年 NHK岡山放送局合同PBL (企業アンケート)

清野ゼミ・黒田ゼミ・大藪ゼミ

調査目的

- 岡山県・香川県の企業が、瀬戸大橋やその周辺の橋をどの様に使い分けしているのかを明らかにする。
- 10年前と現在で瀬戸大橋が企業に及ぼす影響は変化しているのかを明らかにする。

2

瀬戸内海対岸への移動ルート

	岡山県	香川県	総計
JR瀬戸大橋線	4	18	22
神戸淡路鳴門自動車道	1	28	29
瀬戸中央自動車道	108	60	168
船舶・フェリー	4	6	10
飛行機		1	1
総計	117	113	230

3

<Q5,Q8-4>

瀬戸内海対岸への移動ルート

- 岡山県も香川県も、「瀬戸中央自動車道」が一番多い。
- 香川県は、「瀬戸中央自動車道」と「神戸淡路鳴門自動車道」を使い分けている。
- 「JR瀬戸大橋線」を一番利用する人は、製造業(産業用ロボット)や建設業など重いものを運んでいることが多い。
<Q1>

4

瀬戸内海対岸への移動ルート

○「JR瀬戸大橋線」を一番利用する企業の利用頻度は低い、「神戸淡路鳴門自動車道」を一番利用する企業の利用頻度は高い。<Q8-1>

○「以前はフェリーを使っていたが便数が減り、遠回りではあるが橋を使うことが多くなった。」などの意見が多く、岡山県も香川県もフェリーが少ない。<Q8-3>

5

瀬戸大橋の影響度の変化

【瀬戸内海対岸へのモノの輸送】

10年前 現在	全く影響 ない	あまり影響 ない	ある程度影響 ある	非常に影響 ある	総計
全く影響がない	50	3			53
あまり影響がない	8	31	9	1	49
ある程度影響がある	3	12	35	3	53
非常に影響がある	3	7	23	37	70
総計	64	53	67	41	225

<Q10-2-1, Q10-3->

瀬戸大橋の影響度の変化

【瀬戸内海対岸への日常業務での人の移動】

10年前 現在	全く影響 ない	あまり影響 ない	ある程度影響 ある	非常に影響 ある	総計
全く影響がない	58	4	1		63
あまり影響がない	5	43	4		52
ある程度影響がある	3	10	42	5	60
非常に影響がある	2	3	16	30	51
総計	68	60	63	35	226

<Q10-2-1, Q10-3-1>

瀬戸大橋の影響度の変化

【瀬戸内海対岸での新しいビジネスや市場の開拓】

10年前 現在	全く影響 ない	あまり影響 ない	ある程度影響 ある	非常に影響 ある	総計
全く影響がない	56	2	1		59
あまり影響がない	6	54	4	1	65
ある程度影響がある	7	19	46		72
非常に影響がある	2	6	7	14	29
総計	71	81	58	15	225

<Q10-2-1, Q10-3-1>

瀬戸大橋の影響度の変化

【瀬戸内海対岸での人材確保】

10年前 現在	全く影響 ない	あまり影響 ない	ある程度影響 ある	非常に影響 ある	総計
全く影響がない	84	3			87
あまり影響がない	19	65	2		86
ある程度影響がある	6	11	19		36
非常に影響がある	1	5	2	5	13
総計	110	84	23	5	222

<Q10-2-1,Q10-3-1>

瀬戸大橋の影響度の変化

【瀬戸内海対岸の競合他社の動向】

10年前 現在	全く影響 ない	あまり影響 ない	ある程度影響 ある	非常に影響 ある	総計
全く影響がない	70	2			72
あまり影響がない	8	64	3		75
ある程度影響がある	4	20	31		55
非常に影響がある	1	4	4	15	24
総計	83	90	38	15	226

<Q10-2-1,Q10-3-1>

瀬戸大橋の影響度の変化

【瀬戸内海対岸での仕入先の開拓・確保】

10年前 現在	全く影響 ない	あまり影響 ない	ある程度影響 ある	非常に影響 ある	総計
全く影響がない	76	2			78
あまり影響がない	8	69	4		81
ある程度影響がある	3	14	30		47
非常に影響がある		5	3	12	20
総計	90	90	37	12	229

<Q10-2-1,Q10-3-1>

瀬戸大橋の影響度の変化

【瀬戸内海対岸での事業収益の拡大】

10年前 現在	全く影響 ない	あまり影響 ない	ある程度影響 ある	非常に影響 ある	総計
全く影響がない	64	3			68
あまり影響がない	8	63	5		76
ある程度影響がある	4	15	36	2	57
非常に影響がある	2	1	5	11	19
総計	81	82	48	14	225

<Q10-2-1,Q10-3-1>

瀬戸大橋の影響度の変化

- 全体的に、影響度は強まっている。
- 「瀬戸大橋開通に備え、増築を実施したりと、ビジネス利用者、観光客共々、切っても切れない間柄であり、存在も貴重である。」「運送業の為、時間短縮が出来て、非常に助かっている。」などの意見が多いことから、影響度はプラスに変化している。<Q11>

13

瀬戸大橋の影響度の変化

- 「ETC利用で通行料金が下がってから商圏として考えるようになった。」「料金が下がったことにより、瀬戸大橋を利用しやすくなり四国各地への業務は拡大した。」<Q9-1>や、「利用料金値下げは四国方面からの増客に貢献している。」「<Q11>などの意見が多く、2014年の4月にETC限定で利用料金が4,100円から2,000円に値下げしたことが要因ではないか。」

14

まとめ

- 香川県の企業は、運ぶ場所によって橋を使い分けている。
- 運ぶものによっても使い分けているのではないか。
- 利用料金が下がったことにより、影響度はプラスに変化している。

15

ご清聴ありがとうございました

16

瀬戸大橋の存在

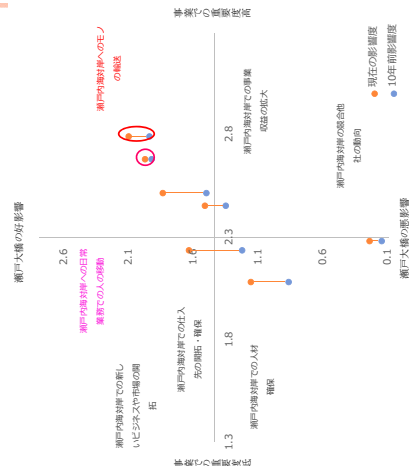
～企業アンケートから明らかとなった
岡山県と香川県の差～

1

岡山県企業の重要度と影響度の変化



香川県企業の重要度と影響度の変化



2018年現在、アンケートにおける 10年間における

岡山県企業の重要度と影響度の変化

香川県企業の重要度と影響度の変化

に注目した！

2

自由記述より

岡山県では・・・

料金が安くなった
時間の短縮のため



企業の合理的な判断により
瀬戸大橋を利用

- ・ 船舶利用より、格段に早く相手方に到着出来る
- ・ 瀬戸大橋が架かっていない香川県の島が取引先であるため、それ以外の四国行きは瀬戸大橋となる
- ・ 児島に当社はあるが、坂出のお客様に安く(気軽に)行けるようになった
- ・ 料金の低下
- ・ 本州と同じように営業活動が出来るようになった。料金なげで日帰り出張から四国へ宿泊出張が増えた
- ・ 安くなり利用しやすくなった
- ・ 時間の短縮・自由な時間帯
- ・ 料金が下がり、利用が身近になった
- ・ 四国に宿泊されていた利用者が、土日のETC料金の割引もあり、岡山県内で宿泊される事が増えた
- ・ ETC利用するので、価格は余り気にならない
- ・ 料金が基本的に高額
- ・ 料金が高い
- ・ 有料だと取引するに当たり、見積もり金額に料金を加味して出すようになるので、新規開拓が難しくなる

4

自由記述より

香川県では・・・

料金安くなった

仕方なく利用する

無くてはならないもの

- ・ETC料金が安くなった事で、時間を気にすることなく利用しやすくなった
- ・ETCの利用することで、通常より金額がおさえられ経費削減につながる。
- ・ETCおよびETC料金が導入されてから、利便性が良くなった
- ・ETCを付けていない車の場合、割高ではあるが、仕方なく利用する
- ・本州と四国を結ぶ、無くてはならない道路
- ・本州への移動ルートとして、不可欠なもの。
- ・西讃方面から本州への移動ルートとして、瀬戸大橋が便利だから。
- ・岡山県などに大口の得意先があり、商品の輸送には必要不可欠

5

瀬戸大橋の利用料金に対する回答の考察

【目的】瀬戸大橋の通行料金について、岡山と香川の間温度差を明らかにする。その際、企業アンケートとあわせて個人アンケートも比較する。

【方法】企業アンケート(Q9・Q12)および個人アンケート(Q5・Q6)の自由記述に注目し、そこからキーワードを抽出して、両県の相違を検討する。

① 企業アンケートの自由記述の比較

	岡山県	香川県
Q9-1 瀬戸大橋の利用料金の値下げによってプラスの影響があると回答した企業の割合	66% (n=61)	58% (n=43)
Q9-2 瀬戸大橋の利用料金が値下げがまだ不十分だと答えた企業の割合	53% (n=26)	43% (n=25)
Q12 瀬戸大橋の活用方法についてのアイデア・要望として「値下げ」「無料化」と回答した企業の割合	42% (n=47)	30% (n=35)

岡山の方がより価格に対して敏感であることが明らかに

② 個人アンケートの自由記述の比較

Q6の自由記述で、瀬戸大橋の利用料金が高いとした回答の県別の比較

	岡山	香川
	23% (n=237)	24% (n=225)

◎まとめ

- ・企業アンケートの自由記述を分析した結果、プラスマイナスの評価においては、岡山県のほうが香川県よりも約一割程度高く評価している。また、値下げの要望も岡山県のほうが香川県より一割ほど多い。
- ・しかし、個人アンケートでは岡山県民と香川県民の間に違いはほとんどない。

企業アンケートと街頭アンケートの結果から・・・

企業アンケート

瀬戸大橋の料金や存在に対する評価に**差がみられた**

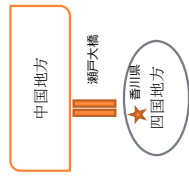
個人アンケート

瀬戸大橋の料金や存在に対する評価に対する差は**みられない**

【考察】

岡山県企業と香川県企業でこの10年間の影響が大きく異なるのはなぜか。
岡山県企業と香川県企業で瀬戸大橋の料金と存在に対する評価が異なる。

瀬戸大橋は岡山県にも香川県にも等しく架かる橋であるが、立地場所により瀬戸大橋利用の価格弾力性が異なる可能性



9

まとめ

香川県

瀬戸大橋は「なくてはならないもの」なので、必要不可欠 → 価格弾力性は小さい！

岡山県

特になくても困らないもの（香川企業と比べて）なので、安くなったら使おう → 価格弾力性は大きい！

この価格の変化が
H21年に起こった！

瀬戸大橋に対する必要不可欠の度合いが、橋の北か南か（立地場所）によって違うため、瀬戸大橋利用の価格弾力性が異なる！

価格の変化が10年以内に起こったことから、**これらの複合的な結果として影響の大きさが大きく異なる！**

11

瀬戸大橋利用の価格弾力性・・・瀬戸大橋の料金が安くなったときに、どの程度瀬戸大橋の利用を増やすかの程度

香川企業にとっての瀬戸大橋利用の価格弾力性

↑ 小（四国経済には不可欠であるため）

↑ 料金水準に関わらず利用するはず

岡山県企業にとっての瀬戸大橋利用の価格弾力性

↑ 大（岡山経済にとっては（四国経済に比べると）不可欠の程度は小さい）

↑ 料金が上がれば企業にとって利用する誘引

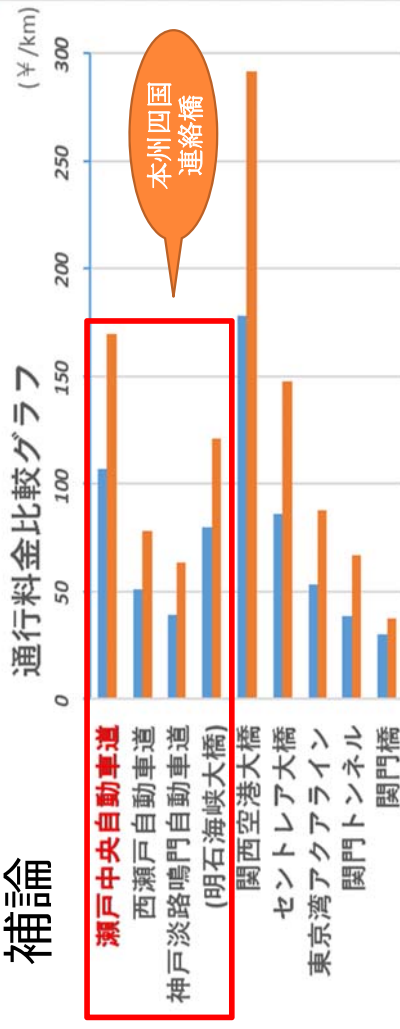
瀬戸大橋
値下げ
H21.3

香川企業にとっては不可欠であるので、料金値下げには大きく反応しない

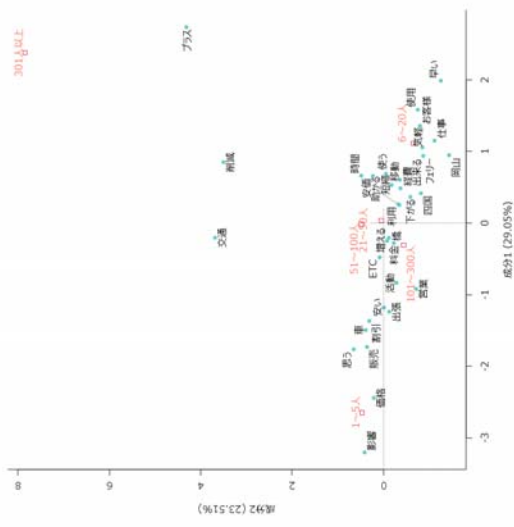
岡山県企業は料金値下げに大きく反応するため、この10年の影響度は大きい

10

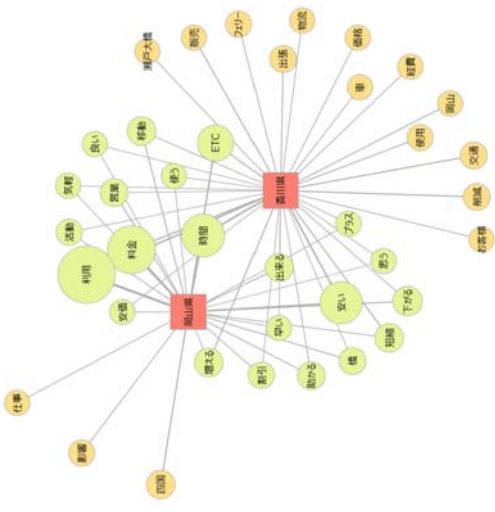
補論



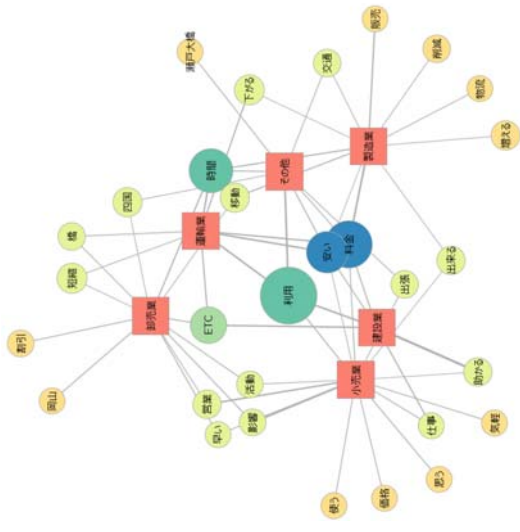
対応分析(従業員数別)



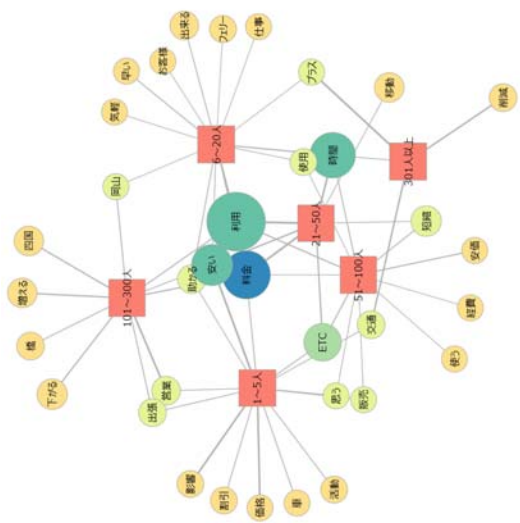
共起ネットワーク(県別)



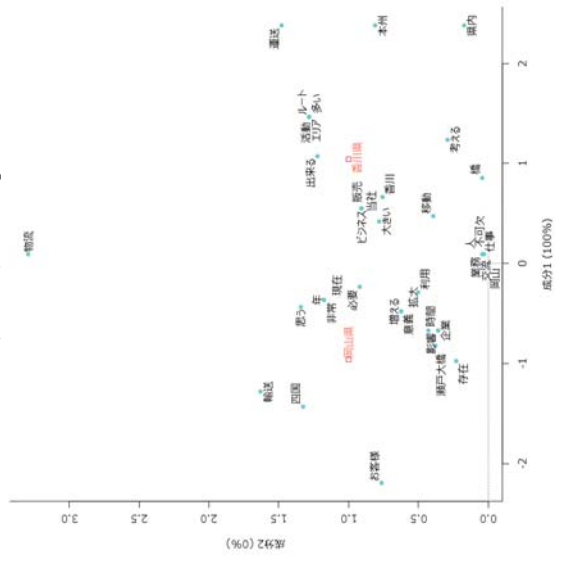
共起ネットワーク(業種別)



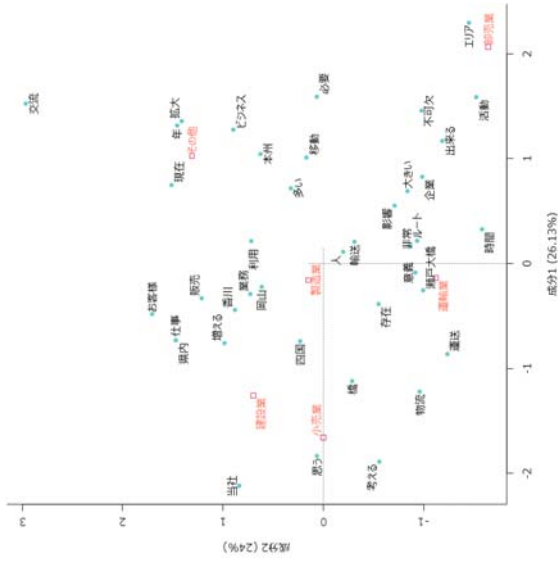
共起ネットワーク(従業員数別)



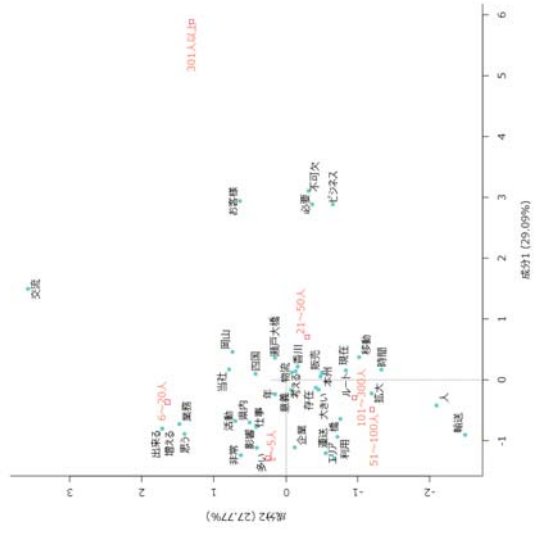
対応分析(県別)



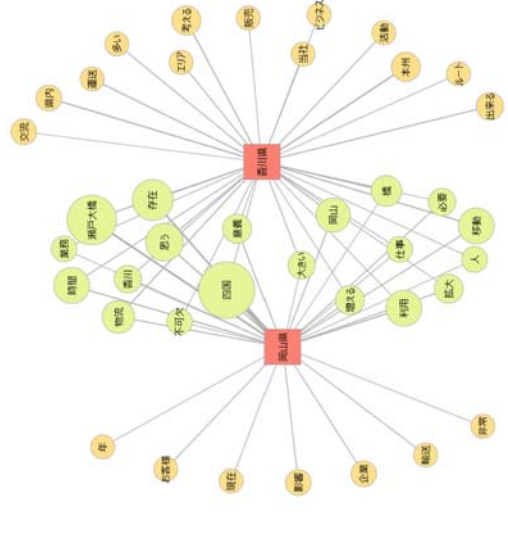
対応分析(業種別)



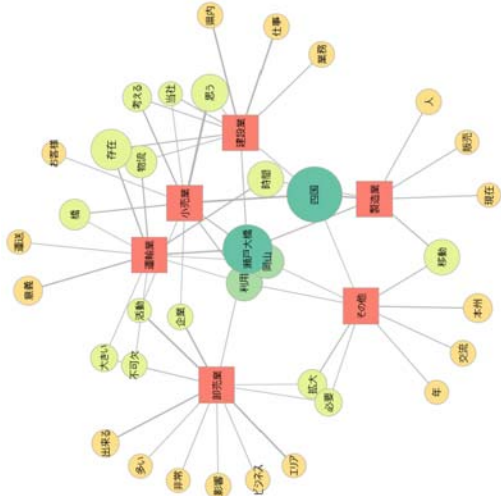
対応分析(従業員数別)



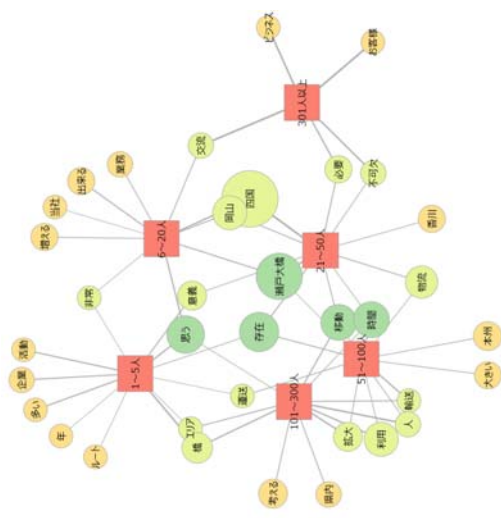
共起ネットワーク(県別)



共起ネットワーク(業種別)



共起ネットワーク(従業員数別)

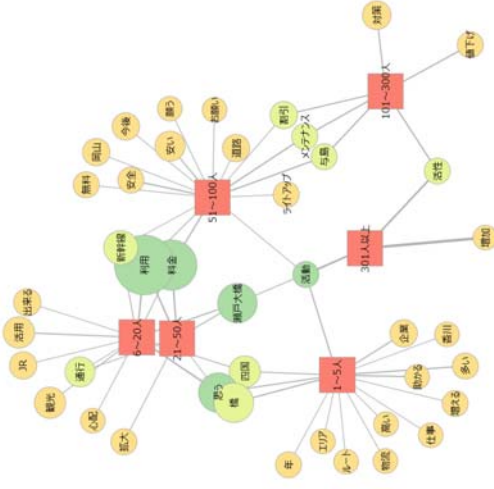


企業アンケートQ12の分析

企業アンケートQ12の分析結果のスクリーンショット。上部にはアンケート結果の表があり、下部にはKWICコーパスの検索結果とKWICコーパスの表示画面が示されています。

項目	回答数	割合
1 利用	24	48%
2 存在	12	24%
3 必要	10	20%
4 拡大	8	16%
5 交通	6	12%
6 年	4	8%
7 現在	3	6%
8 販売	2	4%
9 人	1	2%
10 山崎	1	2%
11 時給	1	2%
12 西国	1	2%
13 必要	1	2%
14 拡大	1	2%
15 交通	1	2%
16 年	1	2%
17 現在	1	2%
18 販売	1	2%
19 人	1	2%
20 山崎	1	2%
21 時給	1	2%
22 西国	1	2%
23 必要	1	2%
24 拡大	1	2%
25 交通	1	2%
26 年	1	2%
27 現在	1	2%
28 販売	1	2%
29 人	1	2%
30 山崎	1	2%
31 時給	1	2%
32 西国	1	2%
33 必要	1	2%
34 拡大	1	2%
35 交通	1	2%
36 年	1	2%
37 現在	1	2%
38 販売	1	2%
39 人	1	2%
40 山崎	1	2%
41 時給	1	2%
42 西国	1	2%
43 必要	1	2%
44 拡大	1	2%
45 交通	1	2%
46 年	1	2%
47 現在	1	2%
48 販売	1	2%
49 人	1	2%
50 山崎	1	2%
51 時給	1	2%
52 西国	1	2%
53 必要	1	2%
54 拡大	1	2%
55 交通	1	2%
56 年	1	2%
57 現在	1	2%
58 販売	1	2%
59 人	1	2%
60 山崎	1	2%
61 時給	1	2%
62 西国	1	2%
63 必要	1	2%
64 拡大	1	2%
65 交通	1	2%
66 年	1	2%
67 現在	1	2%
68 販売	1	2%
69 人	1	2%
70 山崎	1	2%
71 時給	1	2%
72 西国	1	2%
73 必要	1	2%
74 拡大	1	2%
75 交通	1	2%
76 年	1	2%
77 現在	1	2%
78 販売	1	2%
79 人	1	2%
80 山崎	1	2%
81 時給	1	2%
82 西国	1	2%
83 必要	1	2%
84 拡大	1	2%
85 交通	1	2%
86 年	1	2%
87 現在	1	2%
88 販売	1	2%
89 人	1	2%
90 山崎	1	2%
91 時給	1	2%
92 西国	1	2%
93 必要	1	2%
94 拡大	1	2%
95 交通	1	2%
96 年	1	2%
97 現在	1	2%
98 販売	1	2%
99 人	1	2%
100 山崎	1	2%
101 時給	1	2%
102 西国	1	2%
103 必要	1	2%
104 拡大	1	2%
105 交通	1	2%
106 年	1	2%
107 現在	1	2%
108 販売	1	2%
109 人	1	2%
110 山崎	1	2%
111 時給	1	2%
112 西国	1	2%
113 必要	1	2%
114 拡大	1	2%
115 交通	1	2%
116 年	1	2%
117 現在	1	2%
118 販売	1	2%
119 人	1	2%
120 山崎	1	2%
121 時給	1	2%
122 西国	1	2%
123 必要	1	2%
124 拡大	1	2%
125 交通	1	2%
126 年	1	2%
127 現在	1	2%
128 販売	1	2%
129 人	1	2%
130 山崎	1	2%
131 時給	1	2%
132 西国	1	2%
133 必要	1	2%
134 拡大	1	2%
135 交通	1	2%
136 年	1	2%
137 現在	1	2%
138 販売	1	2%
139 人	1	2%
140 山崎	1	2%
141 時給	1	2%
142 西国	1	2%
143 必要	1	2%
144 拡大	1	2%
145 交通	1	2%
146 年	1	2%
147 現在	1	2%
148 販売	1	2%
149 人	1	2%
150 山崎	1	2%
151 時給	1	2%
152 西国	1	2%
153 必要	1	2%
154 拡大	1	2%
155 交通	1	2%
156 年	1	2%
157 現在	1	2%
158 販売	1	2%
159 人	1	2%
160 山崎	1	2%
161 時給	1	2%
162 西国	1	2%
163 必要	1	2%
164 拡大	1	2%
165 交通	1	2%
166 年	1	2%
167 現在	1	2%
168 販売	1	2%
169 人	1	2%
170 山崎	1	2%
171 時給	1	2%
172 西国	1	2%
173 必要	1	2%
174 拡大	1	2%
175 交通	1	2%
176 年	1	2%
177 現在	1	2%
178 販売	1	2%
179 人	1	2%
180 山崎	1	2%
181 時給	1	2%
182 西国	1	2%
183 必要	1	2%
184 拡大	1	2%
185 交通	1	2%
186 年	1	2%
187 現在	1	2%
188 販売	1	2%
189 人	1	2%
190 山崎	1	2%
191 時給	1	2%
192 西国	1	2%
193 必要	1	2%
194 拡大	1	2%
195 交通	1	2%
196 年	1	2%
197 現在	1	2%
198 販売	1	2%
199 人	1	2%
200 山崎	1	2%
201 時給	1	2%
202 西国	1	2%
203 必要	1	2%
204 拡大	1	2%
205 交通	1	2%
206 年	1	2%
207 現在	1	2%
208 販売	1	2%
209 人	1	2%
210 山崎	1	2%
211 時給	1	2%
212 西国	1	2%
213 必要	1	2%
214 拡大	1	2%
215 交通	1	2%
216 年	1	2%
217 現在	1	2%
218 販売	1	2%
219 人	1	2%
220 山崎	1	2%
221 時給	1	2%
222 西国	1	2%
223 必要	1	2%
224 拡大	1	2%
225 交通	1	2%
226 年	1	2%
227 現在	1	2%
228 販売	1	2%
229 人	1	2%
230 山崎	1	2%
231 時給	1	2%
232 西国	1	2%
233 必要	1	2%
234 拡大	1	2%
235 交通	1	2%
236 年	1	2%
237 現在	1	2%
238 販売	1	2%
239 人	1	2%
240 山崎	1	2%
241 時給	1	2%
242 西国	1	2%
243 必要	1	2%
244 拡大	1	2%
245 交通	1	2%
246 年	1	2%
247 現在	1	2%
248 販売	1	2%
249 人	1	2%
250 山崎	1	2%
251 時給	1	2%
252 西国	1	2%
253 必要	1	2%
254 拡大	1	2%
255 交通	1	2%
256 年	1	2%
257 現在	1	2%
258 販売	1	2%
259 人	1	2%
260 山崎	1	2%
261 時給	1	2%
262 西国	1	2%
263 必要	1	2%
264 拡大	1	2%
265 交通	1	2%
266 年	1	2%
267 現在	1	2%
268 販売	1	2%
269 人	1	2%
270 山崎	1	2%
271 時給	1	2%
272 西国	1	2%
273 必要	1	2%
274 拡大	1	2%
275 交通	1	2%
276 年	1	2%
277 現在	1	2%
278 販売	1	2%
279 人	1	2%
280 山崎	1	2%
281 時給	1	2%
282 西国	1	2%
283 必要	1	2%
284 拡大	1	2%
285 交通	1	2%
286 年	1	2%
287 現在	1	2%
288 販売	1	2%
289 人	1	2%
290 山崎	1	2%
291 時給	1	2%
292 西国	1	2%
293 必要	1	2%
294 拡大	1	2%
295 交通	1	2%
296 年	1	2%
297 現在	1	2%
298 販売	1	2%
299 人	1	2%
300 山崎	1	2%
301 時給	1	2%
302 西国	1	2%
303 必要	1	2%
304 拡大	1	2%
305 交通	1	2%
306 年	1	2%
307 現在	1	2%
308 販売	1	2%
309 人	1	2%
310 山崎	1	2%
311 時給	1	2%
312 西国	1	2%
313 必要	1	2%
314 拡大	1	2%
315 交通	1	2%
316 年	1	2%
317 現在	1	2%
318 販売	1	2%
319 人	1	2%
320 山崎	1	2%
321 時給	1	2%
322 西国	1	2%
323 必要	1	2%
324 拡大	1	2%
325 交通	1	2%
326 年	1	2%
327 現在	1	2%
328 販売	1	2%
329 人	1	2%
330 山崎	1	2%
331 時給	1	2%
332 西国	1	2%
333 必要	1	2%
334 拡大	1	2%
335 交通	1	2%
336 年	1	2%
337 現在	1	2%
338 販売	1	2%
339 人	1	2%
340 山崎	1	2%
341 時給	1	2%
342 西国	1	2%
343 必要	1	2%
344 拡大	1	2%
345 交通	1	2%
346 年	1	2%
347 現在	1	2%
348 販売	1	2%
349 人	1	2%
350 山崎	1	2%
351 時給	1	2%
352 西国	1	2%
353 必要	1	2%
354 拡大	1	2%
355 交通	1	2%
356 年	1	2%
357 現在	1	2%
358 販売	1	2%
359 人	1	2%
360 山崎	1	2%
361 時給	1	2%
362 西国	1	2%
363 必要	1	2%
364 拡大	1	2%
365 交通	1	2%
366 年	1	2%
367 現在	1	2%
368 販売	1	2%
369 人	1	2%
370 山崎	1	2%
371 時給	1	2%
372 西国	1	2%
373 必要	1	2%
374 拡大	1	2%
375 交通	1	2%
376 年	1	2%
377 現在	1	2%
378 販売	1	2%
379 人	1	2%
380 山崎	1	2%
381 時給	1	2%
382 西国	1	2%
383 必要	1	2%
384 拡大	1	2%
385 交通	1	2%
386 年	1	2%
387 現在	1	2%
388 販売	1	2%
389 人	1	2%
390 山崎	1	2%
391 時給	1	2%
392 西国	1	2%
393 必要	1	2%
394 拡大	1	2%
395 交通	1	2%
396 年	1	2%
397 現在	1	2%
398 販売	1	2%
399 人	1	2%
400 山崎	1	2%
401 時給	1	2%
402 西国	1	2%
403 必要	1	2%
404 拡大	1	2%
405 交通	1	2%
406 年	1	2%
407 現在	1	2%
408 販売	1	2%
409 人	1	2%
410 山崎	1	2%
411 時給	1	2%
412 西国	1	2%
413 必要	1	2%
414 拡大	1	2%
415 交通	1	2%
416 年	1	2%
417 現在	1	2%
418 販売	1	2%
419 人	1	2%
420 山崎	1	2%
421 時給	1	2%
422 西国	1	2%
423 必要	1	2%
424 拡大	1	2%
425 交通	1	2%
426 年	1	2%</

共起ネットワーク(従業員数別)



企業アンケートまとめ

- Q8-3
 - 天候や時間に応じて手段の使い分けをしている
- Q9
 - プラス面では料金が安くなったことや時間の短縮、物流面の回答が多かった
 - マイナス面ではまだ料金が高いことや、フェリーの便数の減少、他県の企業との競争の増加等の回答が多かった

企業アンケートまとめ

- Q11
 - 運輸業や卸売業を中心に存在意義は大きいという回答が多かった。県内だけで活動している企業にとっては存在意義はあまり大きくない
- Q12
 - 利用料金を更に安くしてほしいという回答の他に新幹線の開通や観光を主としての活用に関する回答が多かった

NHK 岡山放送局・岡山理科大学経営学部共同プロジェクト
「瀬戸大橋 開通 30 年」アンケート調査
(岡山・香川 1000 人・1000 社アンケート)
調査結果報告書

2018 年 8 月 3 日
発行 岡山理科大学 経営学部
〒700-0005 岡山市北区理大町 1-1

