

2009年6月2日

## 九州人に新説発見！？

### ～電通九州、データから読み解く『九州人の気質』を発表～

株式会社電通九州（本社：福岡市中央区赤坂 1-16-10、資本金 4 億円、社長：中野正道）はこの度、「九州生活者調査 2009」（※3 ページ参照）にさらなる分析を加え、「九州人の気質」に関する考察をまとめましたので、発表いたします。

今回の内容は、同調査のデータをもとに、県や県民のイメージ、生活価値観などを、九州の 7 県（福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島）間で比較分析し、県ごとの特徴をまとめたものです。

九州人の県民性や気質に関する“通説”は数々ありますが、今回の調査分析では、その県に住む生活者に、自分の住む県や県民について回答してもらった「自県評価」を分析のベースとした点が特色です。分析の中から、過去の“通説”に加えて、これまで注目されていなかった新たな気質も浮かび上がっています。（詳細は同封の冊子「生活者研九白書 vol.2『九州人の気質』」をご参照ください）。

2011 年の九州新幹線全線開通や、道州制議論など、九州を取り巻く環境が変わりつつある中で、変化の主導者である生活者を理解することの重要性は日々高まっております。電通九州は地域と密着した広告会社として、今後も九州の生活者に関する情報を今後も継続的に発信してまいります。

#### 主な調査結果

- 【福岡】福岡人の高い地元愛。人とのつながりを求め、集まるのが大好き。
- 【佐賀】確実に貯めて確実に使う。堅実な佐賀人は、お買物の達人。
- 【長崎】観光県として高い意識。「おもてなし」の心が自慢の長崎人。
- 【熊本】自分が大好き、熊本人。長生き志向で、健康管理が得意。
- 【大分】脱九州男児志向？男女の機会均等大分人。環境意識・食意識も高し。
- 【宮崎】自然が好き。食が好き。家族を大切に作る宮崎人。
- 【鹿児島】歴史や秩序を重んじる鹿児島人。週に3度は自宅で晩酌。

※詳細は次項以降にサマリーがあります。さらに詳しい内容は別添の「生活者研九白書 Vol.2『九州人の気質』」をご覧ください。

[このリリースに関するお問い合わせ]

(株)電通九州 MP・CR局 プランニング 1 部（九州生活者研究班）和久田、熊本 TEL: 092-713-2634

### 【福岡】福岡人の高い地元愛。人とのつながりを求め、集まるのが大好き。

自県民評価を尋ねると「パワフル・主張のある・楽天的・誠実・一貫している」などの他、「有能・先進的」「陽気・お祭り好き・前向き・おもしろい」などのイメージも高く、人の特徴にバラエティあふれる福岡人。「自分の住んでいる地域に愛着がある(51.6%)」人が最も多く、「友達と集まるのが好き(38.0%)」な人も多い。さらにお店での飲酒頻度(1.82回/月)が九州で最も高く、外食頻度(2.49回/月)が2位と、人とコミュニケーションを取ったり、集まったりするのが大好きな福岡人は、「お金は楽しむために使うべき(43.2%)」とも思っている。

### 【佐賀】確実に貯めて確実に使う。堅実な佐賀人は、お買物の達人。

「古臭い・堅苦しい・誠実」などの他、目だった傾向が得られなかった佐賀人の自県民評価。全体的に主張の激しい九州人ではあるが、その中で控えめで主張をしすぎない、それが佐賀人の県民性かもしれない。「きちんと計画的に貯金している(28.0%)」と答えた人が最も多く、また「ノートパソコン」「地デジ対応大画面テレビ」「ブルーレイディスクレコーダー」など、高感度な家電機器の所有率が九州で最も高い。支出を引き締めつつも、欲しいものは確実に買う、堅実な金銭感覚が佐賀人の特徴のようだ。福岡への来訪頻度も1.13回/月であり、2位の大分県(0.44回/月)の2倍以上。地元ライフをゆったりと過ごしつつ、福岡の都市型ショッピングも楽しむ、メリハリ生活を送っているものと思われる。

### 【長崎】観光県として高い意識。「おもてなし」の心が自慢の長崎人。

自県民評価は「誠実・楽天的・気配りがある」などに加えて「客人を温かく迎え入れてくれる・親切」と、非常にホスピタリティの高い「おもてなし」気質がうかがえた。合わせて県のイメージにおいて「歴史を感じさせる(62.8%)」「伝統文化が残されている(48.4%)」「美しい街並みがある(30.8%)」が九州でトップ。「親切で客人に温かい」県民性と相まって、日本有数の観光県としての高い意識が見られる。また「インターネットがない生活は考えられない(69.2%)」と考えている人も多く、SNSやブログの情報発信経験(58.0%)も高い。「魅力的な観光資源×高い情報発信力×高いホスピタリティ」が、観光都市・長崎の魅力を下支えているようだ。

### 【熊本】自分が大好き、熊本人。長生き志向で、健康管理が得意。

自県民評価は「パワフル」で「主張のある」というポジティブなイメージの反面、「堅苦しい・古臭い・粗野」「威張っている」などのイメージもあげられた。根強い「肥後もっこす」な熊本人気質は健在のよう。「自分が好き(30.8%)」「自分は親に愛されて育った(58.8%)」と考える人が最も多く、「自分」が好きな県民性がうかがえる。さらに「長生きしたい(36.8%)」「毎朝、朝食はとるようにしている(63.2%)」という人も多く、自分の体調管理に気を遣っている様子がうかがえる。加えて「体組成計」の所有率(46.4%)が九州で最も高い。

### 【大分】脱九州男児志向？男女の機会均等な大分人。環境意識・食意識も高し。

「古臭い・堅苦しい・誠実」などの自県民評価は得られたが、佐賀人同様にそれ以外の項目で目立つ傾向は得られなかった。

ただ、県民意識において非常にユニークな傾向が見られ、「男性も家事や育児に参加すべき（76.4%）」「結婚しても女性は仕事を続けるべき（32.8%）」と考えている人が一番多く、男女の家庭での役割や仕事に対する機会を極力平等に捉えているようだ。「何があっても浮気はしない方がいい（46.4%）」「恋する気持ちは大切（64.4%）」とも考えており、非常にユニークかつニュートラルなジェンダー観や恋愛観がうかがえる。「ゴミの分別やリサイクルに配慮」「値段が高くても安心感のある食材を買う」など、環境や食に関する意識も高い。

### 【宮崎】自然が好き。食が好き。家族を大切にする宮崎人。

自県民評価においては、「楽天的・誠実・気配りのある」ほか「温かい・客人を温かく迎え入れる・親切・陽気」などのイメージが高く、まさに南国の太陽と海を想起させるような、おおらかさと柔和さが、宮崎人の最大の魅力であり、特徴のようだ。

「自分の県には遊ぶところが少ない（58.0%）」と思っている宮崎人にはあるが、その反面「自分の県は子供を育てるのに適している（40.4%）」「都会より田舎が好き（44.8%）」とも思っている。「両親や祖父母を大切にしている（53.6%）」「家族揃っての食事が大切（52.8%）」「年に一回以上は墓参りに行く（63.6%）」「ふるさとの味覚が好き（44.0%）」など、非常に家族や、家族で味わう食事を大切にしている様子が見られる。

### 【鹿児島】歴史や秩序を重んじる鹿児島人。週に3度は自宅で晩酌。

自県民評価によると、「パワフル」で「主張」があり「一貫」している鹿児島人。「粘り強い・しっかりしている・威張っている」などの項目も高く、まさに薩摩隼人という言葉に裏付けるような勇ましい、一本気な人間像がみられた。

また、「社会には助け合いの精神が必要（66.8%）」「年上の人・目上の人を敬うべき（64.8%）」「公共交通で携帯電話を使わない（54.4%）」など、秩序や社会性を非常に重んじる鹿児島人。地元の有名人を上げてもらうと、トップ10のうち5人が歴史上の人物（西郷隆盛、篤姫、大久保利通、島津斉彬、東郷平八郎）になってしまうほど、地元の歴史が大切。家庭内の飲酒頻度（11.78回/月）が最も高く、反面お店での飲酒頻度（1.28回/月）、外食頻度（2.02回/月）が最も低い。

調査・分析手法については、4ページをご覧ください。

注：「九州生活者調査2009」について

2009年1月に実施した、電通九州の独自調査。九州7県に住む20～59歳の男女個人2000名と、東京都に住む同男女個人400名を対象に、九州人の暮らしや消費動向に関する質問、メディア接触に関する質問、九州各県のイメージや県人意識に関する質問、更に時代性の高い設問として九州新幹線や道州制、アジア意識など幅広いジャンルの内容で構成されている。当社では本調査を毎年1回、定期的にも実施する予定。

## 調査・分析手法について

### 1. 県民イメージ・分析手法について

下記 2 つの質問形式にて、自県民のイメージを尋ねた。

それぞれ対象者は、自分の居住県について回答している。

Q. あなたは、「〇〇県で生まれ育った人」といわれると、どのようなイメージを思い浮かべますか。

次にあげる項目ごとに、あなたが抱く「〇〇県で生まれ育った人」のイメージに最も近い位置を、意見Aから意見Bの間でお知らせください。(各SA)

A. パワフルな	—	B. 弱々しい	A. 繊細な	—	B. 粗野な
A. 有能な	—	B. 頼りない	A. 楽天的な	—	B. 理屈っぽい
A. 誠実な	—	B. いい加減な	A. 柔軟な	—	B. 堅苦しい
A. 一貫した	—	B. 変わりやすい	A. 先進的な	—	B. 古臭い
A. 気配りのある	—	B. ひとりよがりの	A. 主張のある	—	B. 流されやすい

各項目について(非常にAに近い・ややAに近い・どちらともいえない・ややBに近い・非常にBに近い)の5段階で評価。

A/Bどちらかにおいて「非常に近い+やや近い」の合計が35%を超えたものを各県の傾向として、今回の分析に使用している。

Q. 引き続き、「〇〇県で生まれ育った人」のイメージについてお知らせください。

次にあげる項目について、「〇〇県」のイメージとして、あなたのお考えに近い位置をお知らせください。(各SA)

#### 項目一覧

温かい／客人を温かく受け入れてくれる／親切な／陽気な／しっかりしている／粘り強い／洗練されている  
／威張っている／お祭り好きな／前向きな／ロマンティックな／おもしろい

各項目について(あてはまる・ややあてはまる・どちらともいえない・あまりあてはまらない・あてはまらない)の5段階で評価。

各県の「あてはまる+ややあてはまる」の計を比較し、九州で1位と2位になったものを抜粋し、今回の分析に使用している。

### 2. 県民意識・分析手法について

下記の質問形式にて、各県民の意識を尋ねた。

Q. あなたの「(各テーマ)」についてのお考えをお伺いします。

次の中で、あなたのお気持ちやお考えと近いものを全てお知らせください。(MA)

テーマは下記 12 分野、1テーマにつき 10 問程度の選択肢で計 145 項目の設問を用意した。

#### テーマ一覧

生活全般／ジェンダー／遊び／住環境／お金／情報／倫理観／仕事／環境／健康／食／ファッション

各設問で最も高かった(九州で一番その設問に共感した)県を抜粋し、それを県民の意識(価値観)として分析に使用した。

### 3. その他

その他の分析は全て「九州生活者調査 2009」の調査結果より抜粋している。