

# 平成22年度長崎市観光動向調査 分析報告書

平成 23 年 2 月



長崎市文化観光部文化観光総務課

# 目次

I. 調査概要	1
II. 要約	3
III. 分析結果	5
【属性】	5
【旅行スタイル】	6
【日程】	10
【訪問（予定）先と訪問回数】	14
【祭りや行事の認知度】	23
【市内観光に対する要望および再来訪の意向】	26
【1人あたりの旅行費用】	29
【旅行前の期待度と旅行後の満足度】	31

※本報告書の各図表では、サンプル数が少ない「沖縄」と「海外」を除いている。

## I. 調査概要

### 【目的】

本調査は、長崎市を訪れる観光客の旅行形態を把握するとともに、観光地「長崎」に対する観光客の意識について調査を行い、今後の観光振興のデータとして活用することを目的としている。併せて、前回調査（平成21年）結果とも比較し、近年の観光動向を把握する。

### 【場所】

グラバー園、出島、原爆資料館の3カ所

### 【対象者】

上記施設を訪れた市民・修学旅行生以外の観光客

### 【調査方法】

質問用紙を用いた面接聞き取り方式

### 【期間】

平成22年11月20日（土）、21日（日）、22日（月）の3日間

### 【回答数】

計1,509件 うち有効回答1,470件

なお、アンケート調査は、グラバー園・史跡「出島和蘭商館跡」両施設で1,000件、原爆資料館で500件を目安として実施された。

(単位:件)

調査場所	11月20日	11月21日	11月22日	合計
グラバー園	179	237	175	591
出島	101	136	60	297
原爆資料館	144	238	200	582
合計	424	611	435	1,470

## 【項目】

- (1) 属性
  
- (2) 旅行スタイル
  - 目的
  - 形態
  - 情報源
  - 手配
  
- (3) 日程
  - 日程（日帰り、宿泊）
  - 宿泊数
  
- (4) 訪問（予定）先と回数
  - 長崎市以外の訪問（予定）地
  - 長崎市に入るまでの交通手段
  - 来訪回数
  - 長崎市を旅行先に決めた理由・目的
  - 長崎市内の訪問（予定）先
  - 観光施設（3施設）への訪問回数
  
- (5) 祭りや行事の認知度
  - 認知度
  - 主要3イベントの観覧回数
  
- (6) 要望、および再来訪の意向
  - 長崎市観光に望むこと
  - 再来訪の意向
  
- (7) 1人あたりの旅行費用
  - 旅行全体の費用
  - 市内での消費額
  
- (8) 旅行前の期待度と旅行後の満足度

## Ⅱ. 要約

### 【属性】

#### ◆女性がやや多く、「九州」が約4割

女性が53.7%と「男性」をやや上回り、年齢層は「20代」「30代」「40代」がいずれも2割台。居住地は「九州」が約4割。

### 【旅行スタイル】

#### ◆約9割が「観光」目的。個人・小グループ旅行が全体の8割超

旅行目的は「観光（が主目的）」が88.2%、「ビジネス」は3.6%。旅行形態は、「家族旅行」が48.9%、これを含めた個人・小グループ旅行が8割超。一方、「団体旅行」は15.7%。地域別では「四国」の「観光（が主目的）」が大きく増加しており、大河ドラマ「龍馬伝」の影響が見受けられる。

#### ◆情報源のトップは「友人・知人に勧められて」

旅行の情報源は「知人・友人の勧め」、「テレビ」、「チラシ・パンフレット」、「インターネット」の順。大河ドラマの影響から「四国」では「テレビ」が最多。

#### ◆旅行の手配、「旅行会社利用」は3分の1

### 【日程】

#### ◆旅行全体の日程、宿泊ありが9割弱、平均宿泊数は1.9泊

旅行の全日程をみると、「宿泊あり」が89.4%、「日帰り」は10.6%。「宿泊あり」の人の宿泊数は1泊及び2泊で8割近くを占め、平均宿泊数は1.9泊。

#### ◆長崎市内における宿泊数は、「1泊」が6割超、平均宿泊数は1.4泊

長崎市内における宿泊数は、「1泊」62.9%、「2泊」22.0%、「3泊以上」4.0%。一方、「0泊（長崎市での宿泊なし）」は11.1%。今回の調査では「四国」の宿泊数が増加。

### 【訪問(予定)先と訪問回数】

#### ◆長崎市以外の訪問（予定）先、佐世保市と雲仙市、福岡県が中心

長崎市以外の訪問（予定）先は、「佐世保市（ハウステンボス含む）」が17.8%とトップ。続いて「雲仙市（雲仙・小浜）」の12.7%。県外では「福岡県」が17.8%と最も多い。

#### ◆交通手段は、「自家用車」が3割台とトップ

長崎市に入るまでの交通手段は、「自家用車」34.2%、「飛行機+バス」22.9%、「JR」15.5%、「貸切バス」10.0%の順。「関東」以遠では「飛行機+バス」が4割超。「中国」「四国」「九州」では「自家用車」が5割超。

#### ◆長崎市への来訪回数は、「初めて」が3割超

長崎市への来訪回数は、「初めて」（36.7%）がトップ。「2回」以上のリピーター比率は63.3%。

◆旅行先に選んだ理由は、「グラバー園等の観光施設巡り」が6割超

長崎市を旅行先に決めた理由・目的は、「グラバー園等の施設巡り」63.5%と圧倒的に多い。

◆訪問割合が高い「グラバー園」、「大浦天主堂」、「平和公園」

長崎市内での訪問（予定）先は、「グラバー園」が76.1%で最多。以下「大浦天主堂」「平和公園」「原爆資料館」の3カ所が5割弱。特に大きく伸びたのは大河ドラマの影響を受けた「亀山社中記念館」と「長崎歴史文化博物館」。「軍艦島」は男性に人気。

**【祭りや行事の認知度】**

◆長崎くんち、精霊流しに次ぐ認知度はランタンフェスティバル

長崎市の祭りや行事で認知度が高いのは「長崎くんち」（78.0%）、「精霊流し」（59.3%）、「ランタンフェスティバル」（46.3%）。

◆認知度あっても「観たことがない」が大半

「長崎くんち」も「ランタンフェスティバル」も認知度は高いが、9割近くの人が「観たことがない」。

**【市内観光に対する要望および再来訪の意向】**

◆長崎市観光に望むことは、「観光地周辺の駐車場の整備」

長崎市観光に望むことは、「観光地周辺の駐車場の整備」（25.2%）、「交通の便を良くする」（23.7%）、「観光地までの案内板や標識の整備」（17.5%）が上位。

◆全体の9割超が長崎へ再訪する意向あり

**【1人あたりの旅行費用】**

◆旅行全体での1人あたりの費用は、日帰り18,556円、宿泊53,913円

観光目的で来訪した人の旅行全体の費用は1人あたり平均で50,142円。このうち「日帰り」旅行18,556円、「宿泊」旅行53,913円。

◆長崎市における消費額は平均27,298円

長崎市内における消費額は、1人あたり平均27,298円と、平成21年の調査（26,770円）とほぼ同額であった。内訳は「宿泊代」10,351円、「飲食代」6,124円、「おみやげ・買物代」5,690円、「交通費」2,017円、「入場・観覧料」2,009円など。宿泊数別では、「0泊（日帰り）」10,790円、「1泊」24,843円、「2泊」39,330円、「3泊以上」50,319円。

**【旅行前の期待度と旅行後の満足度】**

◆旅行全体について、6割近くが旅行に期待、9割超が概ね満足

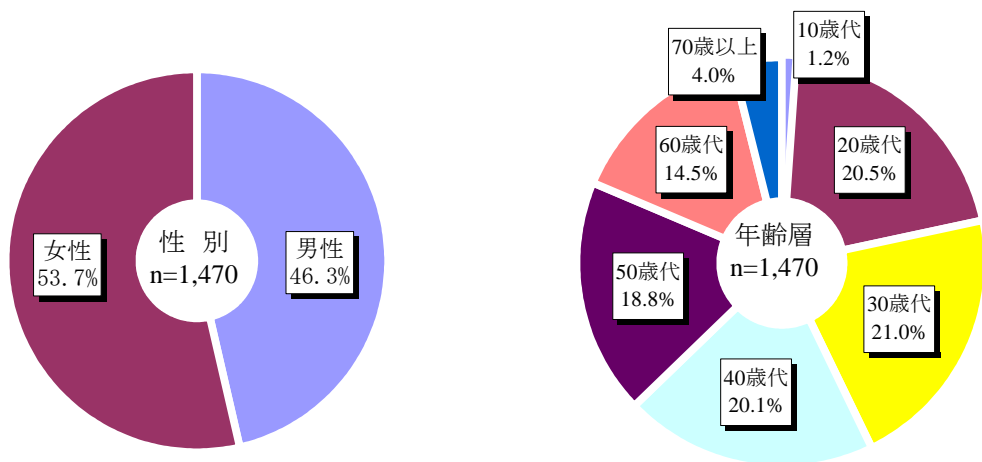
期待が高いのは「食事」、次に「観光施設」。一方、満足度が高いのは「観光施設」、次いで「食事」と「自然やまちの景観」が上位に。

### Ⅲ. 分析結果

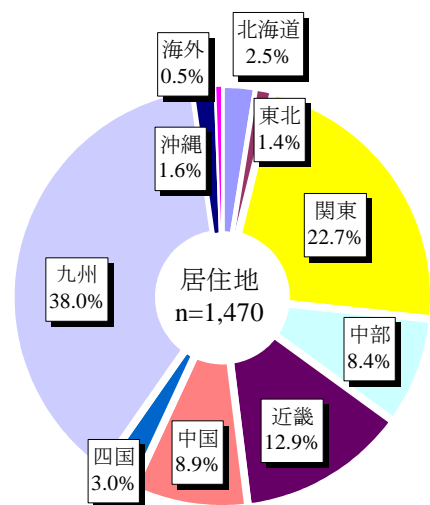
#### 【属性】

性別をみると、「女性」が53.7%と「男性」(46.3%)をやや上回っている。

年齢層別では、「30代」(21.0%)、「20代」(20.5%)、「40代」(20.1%)が2割強。これに「50代」(18.8%)と「60代」(14.5%)が続いている。



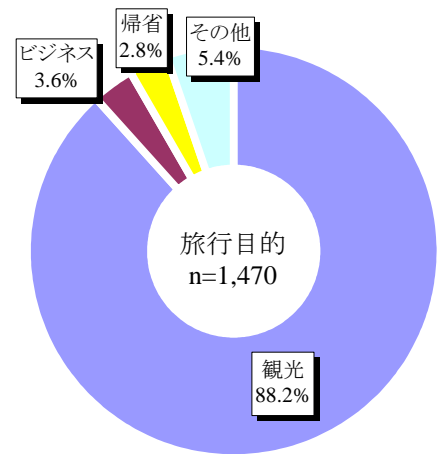
居住地別では、「九州」が38.0%とトップで、以下、「関東」(22.7%)、「近畿」(12.9%)、「中国」(8.9%)、「中部」(8.4%)と続いている。



## 【旅行スタイル】

### ○旅行目的

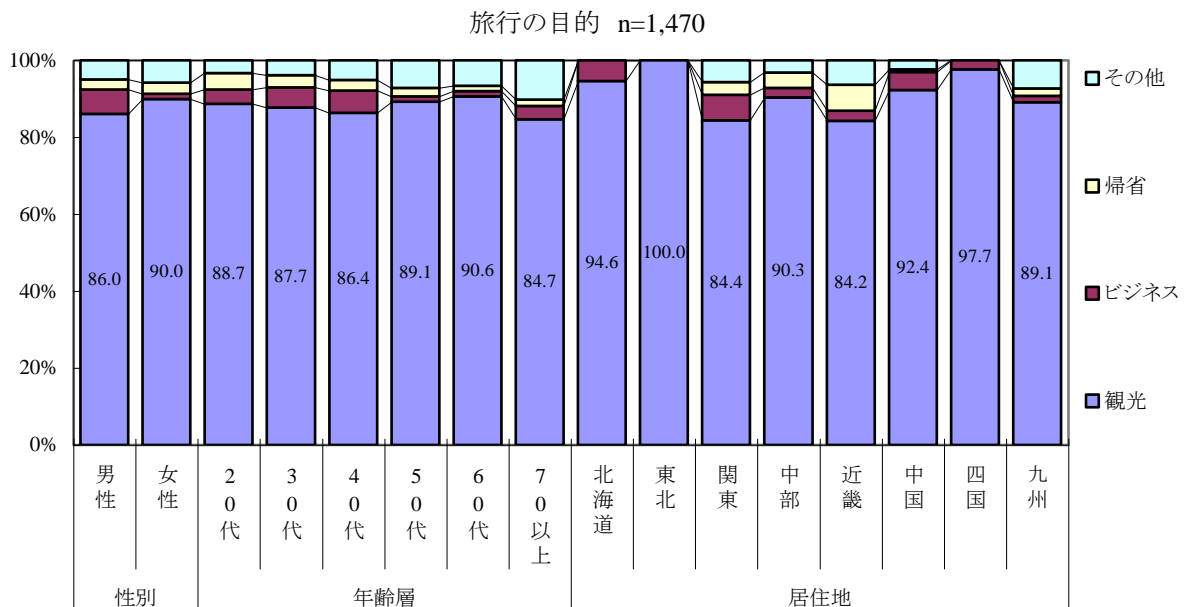
旅行目的は「観光（が主目的）」が88.2%と約9割近くを占めており、「ビジネス」は3.6%、「帰省」2.8%であった。



属性別にみると、女性は男性より「観光」の割合が高めとなっている。

年齢層別では『30代』と『40代』で「ビジネス」の割合がやや高い。

居住地別では『関東』で「ビジネス」の割合がやや高くなっている。また、『四国』における「観光」の割合が、平成21年の前回調査では64.9%あったものが、今回の調査では97.7%と大きく上昇しており、大河ドラマの影響がうかがえる。

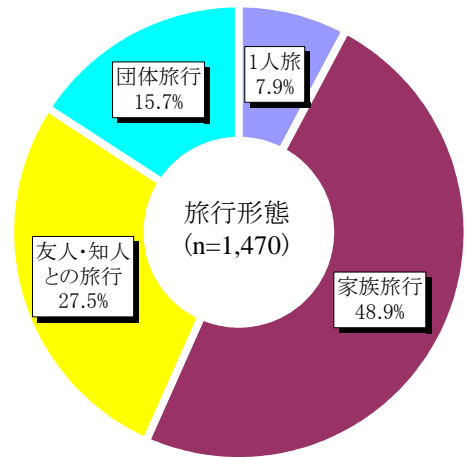




## ○旅行形態

旅行形態をみると、「家族旅行」が 48.9%でほぼ半数を占め、これに「友人・知人との旅行」(27.5%)、「団体旅行」(15.7%)、「一人旅」(7.9%)が続く。

このうち「家族旅行」、「友人・知人との旅行」、「一人旅」を合わせた個人・小グループ旅行は 84.3%に上る。これは、平成 18 年の調査 (71.1%) と平成 21 年の調査 (73.4%) より 10 ポイント以上増加しており、個人旅行へのシフトがここでも見られる。

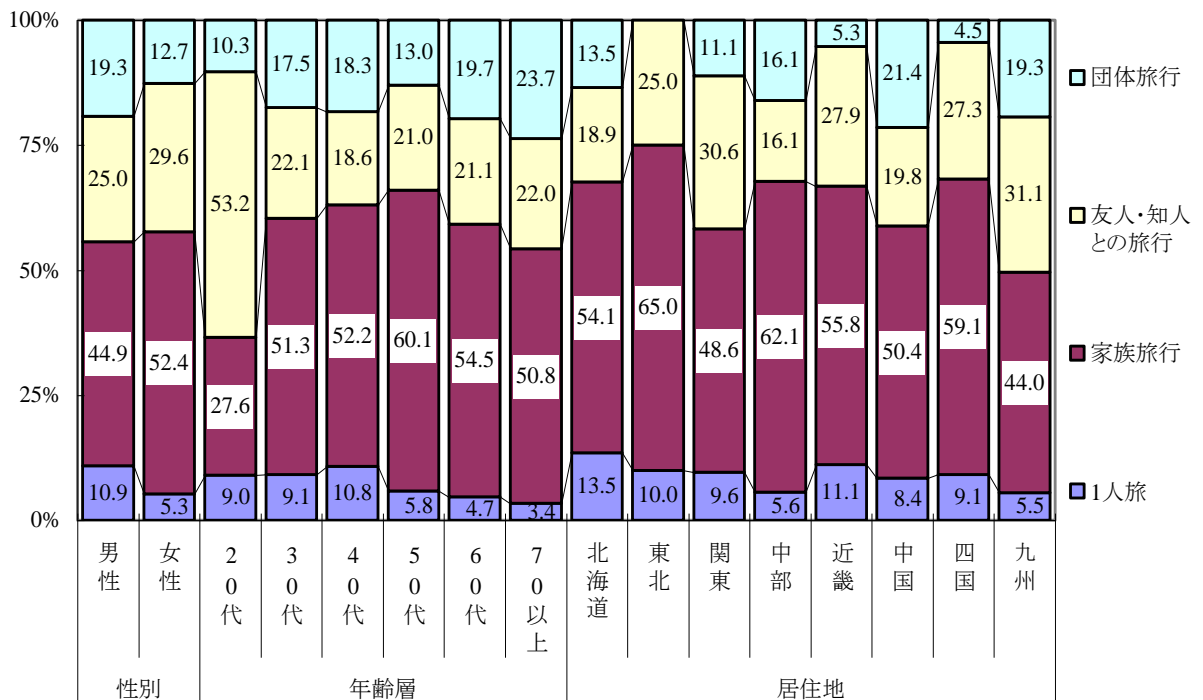


性別でみると、男性は女性に比べ「団体旅行」の割合が高く、女性は男性よりも「友人・知人との旅行」の割合が高い。

年齢層別では、『20代』は「友人・知人との旅行」が 53.2%と各年齢層のなかで最も高く、『30代』から「家族旅行」の割合が最も高くなっている。なお、「一人旅」は『20代』から『40代』まで 10%前後と、他の年齢層に比べ比較的高かった。

居住地別にみると、いずれも「家族旅行」の割合が最も高い。「団体旅行」の割合が最も高いのは『中国』(21.4%)、「友人・知人との旅行」の割合が高いのは『九州』(31.1%)、『関東』(30.6%)となっている。

性・年齢層・居住地別にみた旅行形態 (n=1,470)



## ○旅行のきっかけとなった情報源

旅行のきっかけとなった情報源をみると、「知人・友人の勧め」が21.1%で最も多く、これに「テレビ」(12.7%)、「チラシ・パンフレット」(11.6%)、「インターネット」(10.5%)が続いており、「新聞」は1.0%にとどまった。

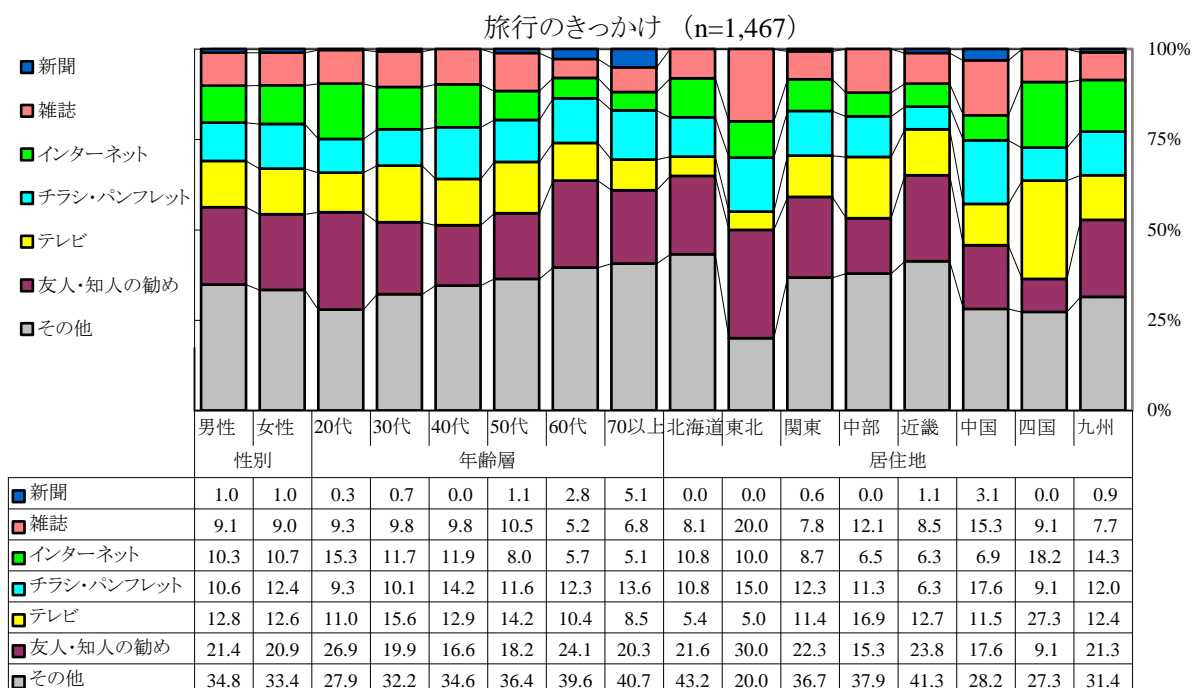
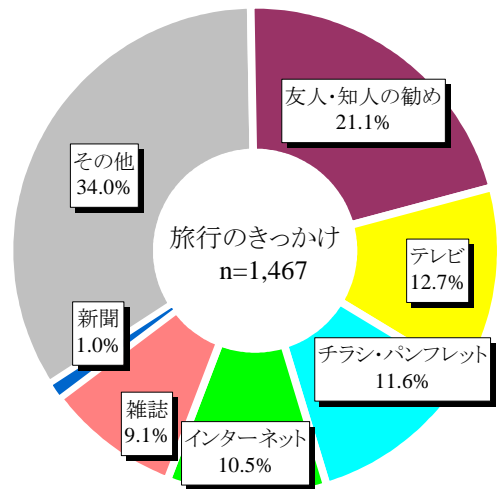
「その他」は、「仕事」に加え「以前から来てみたかった」「帰省」「社員旅行」などが多い。

前回の調査結果と比べると、今回の調査では、「テレビ」が大きく増加(平成21年:4.0%)し、その他に「龍馬伝」、「坂本龍馬」、「福山雅治」などといったキーワードも多く見受けられることから、大河ドラマが大きく影響していることがわかる。

次に、属性別にみると、男女とも「知人・友人の勧め」の割合が最も高く、性別による違いはない。

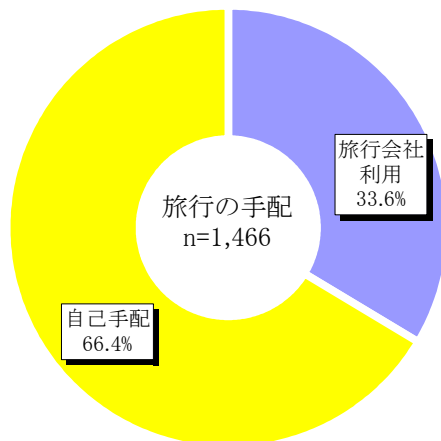
年齢層別にみると、『20代』『30代』では「知人・友人の勧め」に次いで、「チラシ・パンフレット」より「インターネット」の割合が高いのに対し、『40代』以上の年代では、「インターネット」よりも「チラシ・パンフレット」の方が高い。また、『60代』『70代』では他の年代に比べ「雑誌」の割合が低く、「新聞」の割合が高くなっている。

地域別にみると、『四国』において「テレビ」の割合が他地域に比べて突出しており、ここにも大河ドラマの影響がうかがえる。また、『東北』では「雑誌」の割合が高いことが特徴。



## ○旅行の手配

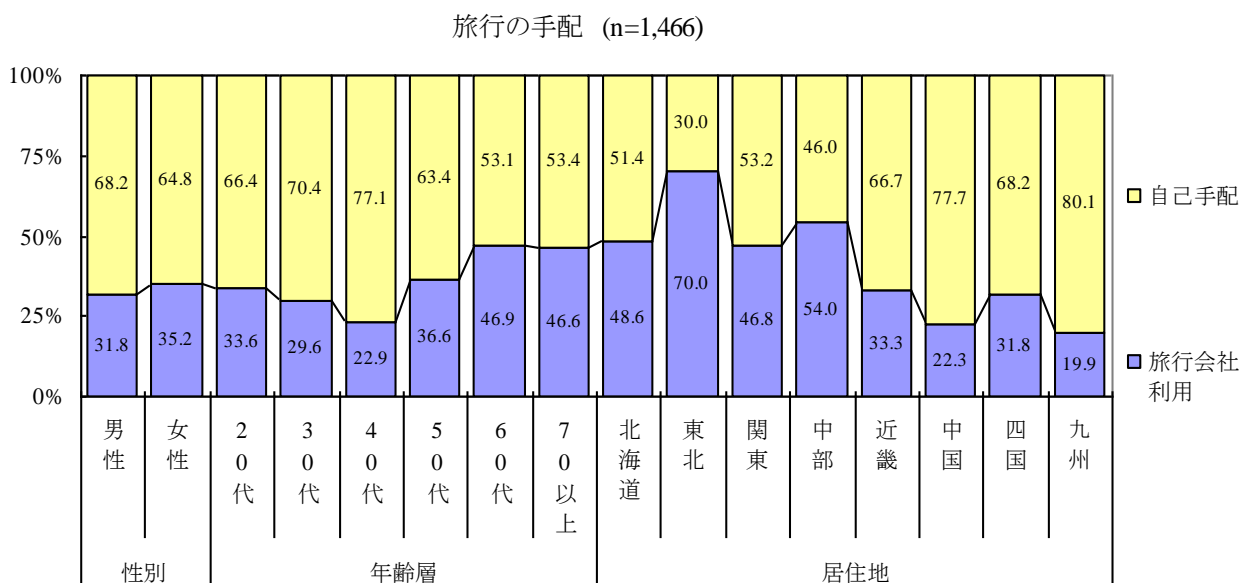
旅行については、約3分の2が「自分で手配」したと回答している。



これを属性別にみると、性別では大きな違いはみられない。

年齢層別では『30代』『40代』において「自分で手配」した人の割合が7割を超えているのに対し、『60代』以上は「旅行会社利用」の割合が半数近くに上っている。

また、居住地別にみると、「旅行会社利用」の割合が『東北』では7割なのに対し、『近畿』『中国』『四国』『九州』では7～8割の人が「自分で手配」したとしている。



## 【日程】

### ○旅行全体の日程

旅行の全日程をみると、「宿泊する」人が9割弱を占めている。

属性別では、「日帰り」は『20代』から『40代』までが比較的高く、居住地別では『九州』が最も多く25.8%を占める。

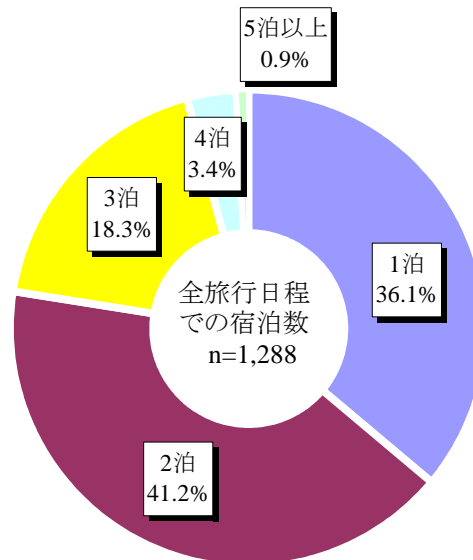
次に、「宿泊あり」の人について平均泊数をみると、平成21年の調査結果と同じく、全体で1.9泊となっている。

属性別では『60代』以上で平均泊数が2泊を上回っており、また、居住地別では、『近畿』以遠および『四国』で2泊を上回っている。

旅行全日程での宿泊の有無と宿泊者の平均泊数  
(n=1,468)

属性		日帰り (%)	宿泊 (%)	宿泊者の平均泊数 (泊)
全体		10.6	89.4	1.9
性別	男性	10.5	89.5	1.9
	女性	10.8	89.2	2.0
年齢層	20代	11.6	88.4	1.9
	30代	10.7	89.3	1.8
	40代	12.6	87.4	1.9
	50代	9.8	90.2	1.9
	60代	8.0	92.0	2.0
	70以上	1.7	98.3	2.1
居住地	北海道	—	100.0	2.5
	東北	—	100.0	2.4
	関東	2.1	97.9	2.3
	中部	1.6	98.4	2.2
	近畿	0.5	99.5	2.2
	中国	1.5	98.5	1.7
	四国	—	100.0	2.3
	九州	25.8	74.2	1.4

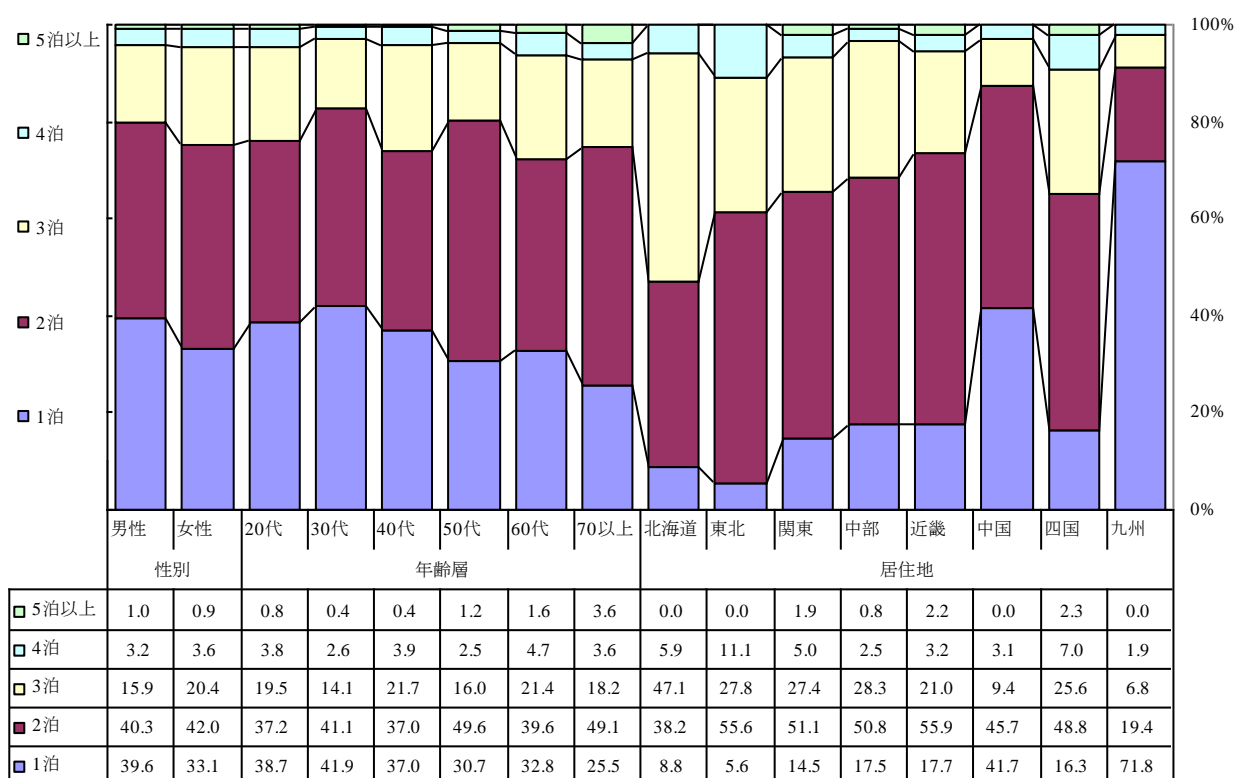
また、宿泊数別にみると、「2泊」が最も多く41.2%、次いで「1泊」が36.1%となっている。これを前回の調査結果と比較すると、1泊の36.1%(平成21年:46.9%)と4泊の4.3%(同8.7%)は、10.8ポイントと4.4ポイントそれぞれ減少しているが、2泊は41.2%(同31.5%)で前回比9.7ポイント、3泊も18.3%(同13.0%)と前回比5.3ポイントそれぞれ増加している。



性別では、男性より女性の泊数が比較的多く、年齢層別では、『20代』～『40代』は「1泊」、『50代』以上では「2泊」の割合が高く、『60代』以上は「4泊」以上の割合が高い。

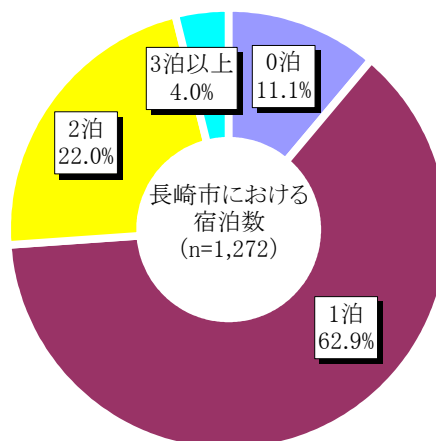
また、居住地別では、『九州』が「1泊」、それ以外は「2泊」が多く、九州から遠くなるにつれ、「3泊」以上の割合が高くなっている。特に『北海道』では、「3泊」以上が5割を超える。

全旅行日程での宿泊数 (n=1,288)

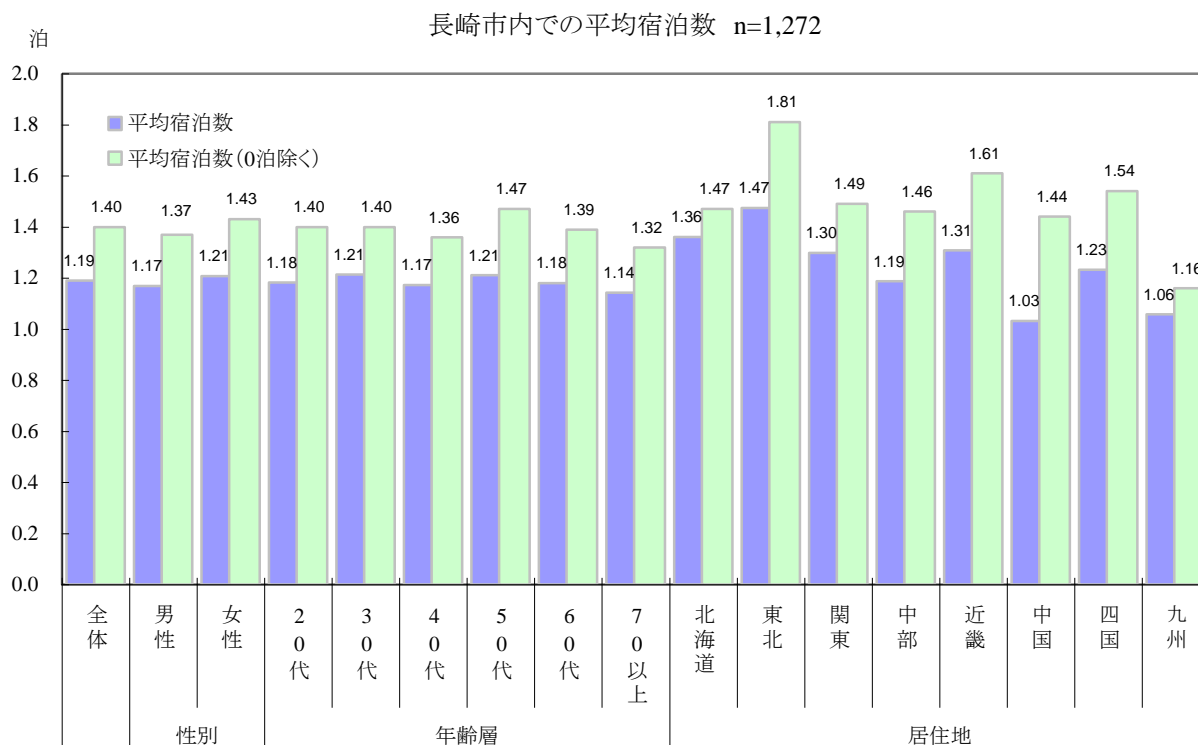


## ○長崎市内における宿泊数

長崎市内における宿泊数は、「1泊」が6割超と最も多く、前回の調査結果（平成21年：62.5%）と変わらない。一方、「0泊」は11.1%（同15.9%）と4.8ポイント減少したが、「2泊」は22.0%（同16.0%）と6.0ポイント上回った。



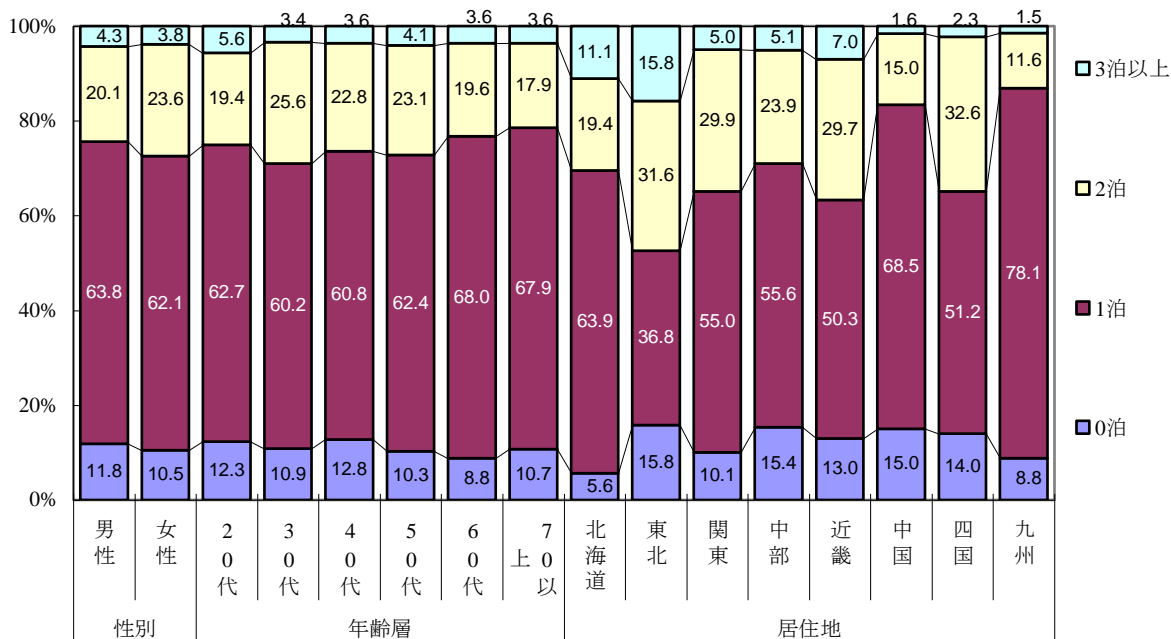
長崎市内での平均宿泊数（含む長崎市内0泊）は1.19泊、長崎市内0泊を除くと1.40泊と、平成21年の調査結果（1.14泊、1.32泊）と比較してわずかに伸びている。



また、長崎市内における宿泊数は、全日程と同様、男性に比べ女性の方が2泊以上の割合が高くなっている。また、年齢層別にみると、60代以上の高齢層は、全日程では2泊以上の割合が高いが、長崎市内における宿泊数については、他の年代に比べ1泊の割合が高くなっている。

居住地別にみると、『九州』『中国』を除く地域では、「2泊以上」が3割を越えている。前回の調査結果と比較してみると、『四国』では「1泊」が51.2%と30ポイント減少（平成21年：81.1%）しているのに対し、「2泊」以上が32.6%と20ポイント以上増加（同13.5%）していることから、同じ大河ドラマの舞台となったことが影響しているものと考えられる。

長崎市内における宿泊数 (n=1,272)

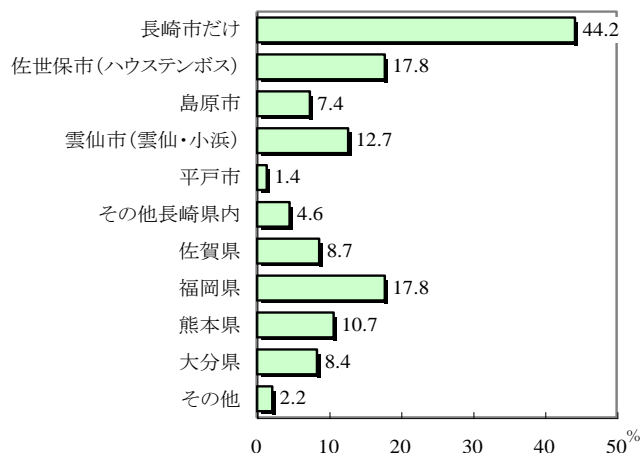


## 【訪問(予定)先と訪問回数】

### ○長崎市以外の訪問地・訪問予定地

長崎市以外の訪問地(訪問予定地を含む)をみると、「長崎市だけ」との回答が44.2%(平成21年調査:46.4%)と最も多い。他の訪問先として県内ではハウステンボスを含む「佐世保市」が17.8%、「雲仙市(雲仙・小浜)」が12.7%。県外では「福岡県」が17.8%と、主要ルートとなっている。

長崎市以外の訪問(予定)先 (複数回答、n=1,470)



一方、属性別では「長崎市だけ」の訪問割合は、『60代』以上で3割台と比較的低く、また居住地別でも、『九州』を除き2~3割程度にとどまって(なかでも『東北』は5.0%にとどまる)おり、多くが他地域と組み合わせて訪問していることがわかる。

長崎市以外の訪問先をみると、『20代』～『40代』が「ハウステンボスを含む佐世保市」、また『20代』と『40代』、『60代』以上で「福岡県」の割合が高い。また、『60代』以上では「島原市」や「雲仙市(雲仙・小浜)」、「熊本県」や「大分県」の割合も高かった。居住地別では、『九州』を除くと、長崎市以外の県内では「ハウステンボスを含む佐世保市」、県外では「福岡県」のウエイトが高い。

長崎市以外の訪問先・予定先 (複数回答、n=1,470)

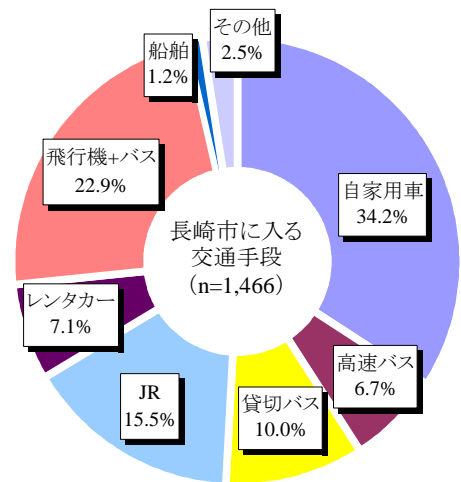
(%)

属性	長崎市 だけ	佐世保市 (ハウステンボス)	島原市	雲仙市 (雲仙・小浜)	平戸市	その他 長崎県内	佐賀県	福岡県	熊本県	大分県	その他	
全体	44.2	17.8	7.4	12.7	1.4	4.6	8.7	17.8	10.7	8.4	2.2	
性別	男性	45.0	14.9	8.4	13.2	1.3	4.9	7.1	19.1	12.5	8.5	2.1
	女性	43.5	20.3	6.6	12.2	1.4	4.4	10.1	16.7	9.2	8.4	2.3
年齢層	20代	45.2	23.3	3.0	8.6	1.3	3.3	6.6	20.6	9.0	7.0	1.7
	30代	48.4	19.8	9.4	12.0	1.0	2.9	8.8	14.0	7.5	4.5	1.6
	40代	45.4	18.0	5.4	8.1	0.3	5.4	10.8	19.0	9.2	8.1	2.0
	50代	45.7	14.5	6.5	15.6	1.4	4.3	5.8	15.2	12.3	8.7	2.9
	60代	35.2	13.6	11.7	18.3	3.8	7.0	12.2	20.7	14.6	11.7	2.3
	70以上	33.9	10.2	18.6	27.1	-	8.5	11.9	20.3	23.7	25.4	5.1
居住地	北海道	24.3	29.7	8.1	8.1	-	-	2.7	40.5	35.1	18.9	5.4
	東北	5.0	45.0	15.0	20.0	5.0	10.0	5.0	25.0	15.0	10.0	5.0
	関東	28.2	20.7	9.6	15.6	1.8	6.0	8.7	27.0	19.5	14.7	3.3
	中部	25.8	25.0	4.0	16.1	3.2	8.9	7.3	27.4	20.2	18.5	1.6
	近畿	33.2	18.4	6.3	9.5	1.6	5.8	15.8	24.7	12.1	9.5	3.2
	中国	39.7	18.3	7.6	16.8	2.3	1.5	10.7	22.1	6.9	8.4	0.8
	四国	22.7	25.0	11.4	15.9	-	4.5	4.5	22.7	15.9	13.6	9.1
九州	67.4	12.2	6.3	9.7	0.5	3.6	6.3	3.6	2.1	0.7	0.5	



## ○長崎市に入る交通手段

長崎市に入るまでの交通手段をみると、「自家用車」が34.2%と最も多く、この割合は、平成18年調査の20.1%から平成21年調査の25.4%へと、徐々に増加傾向。また、「飛行機+バス」が22.9%（平成21年調査：19.1%）、「高速バス」も6.7%（同5.7%）と増加している一方、「貸し切りバス」は10.0%（同18.5%）と前回は8.5ポイント減。また「JR」も15.5%（同19.3%）、前回は3.8ポイント減となっている。



性別では、「高速バス」「JR」「飛行機+バス」「船舶」において女性の利用割合が高い。

年齢層別でみると、「自家用車」が『70以上』を除く各年齢層でトップとなり、『70以上』では「飛行機+バス」(32.2%)が「自家用車」(30.5%)を上回っている。また、『60代』以上においては「貸し切りバス」も他の年齢層の約2倍となっている。

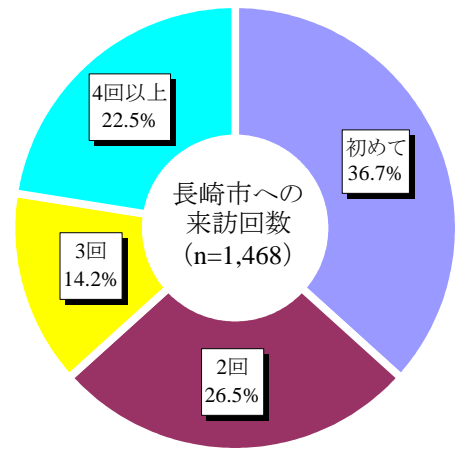
居住地別では、『中部』以遠で「飛行機+バス」がトップであるのに対し、『近畿』では「自家用車」「JR」「飛行機+バス」に分散する形となっている。また、『中国』『四国』『九州』では「自家用車」が半数以上に上る。なかでも、『四国』は前回調査と大きく異なり、平成21年の調査では「貸し切りバス」(37.8%)と「JR」(29.7%)が主に利用され、「自家用車」は16.2%にとどまっていたのに対し、今回の調査では「自家用車」の利用が52.3%と大きく増加している。これは、大河ドラマがきっかけとなり、従来のツアー客に加え、家族旅行などの個人型旅行が増えたことも一因であると考えられる。

旅行形態別にみると、『一人旅』では「飛行機+バス」、『家族旅行』と『友人・知人との旅行』では「自家用車」が、『団体旅行』では「貸し切りバス」がそれぞれトップとなっている。

		長崎市に入る交通手段 (n=1,466)							(%)
属性		自家用車	高速バス	貸し切りバス	JR	レンタカー	飛行機+バス	船舶	その他
全体		34.2	6.7	10.0	15.5	7.1	22.9	1.2	2.5
性別	男性	36.7	5.3	10.9	13.7	9.6	20.6	0.9	2.4
	女性	32.0	7.9	9.3	17.0	5.0	24.8	1.5	2.5
年齢層	20代	35.7	9.3	7.0	17.7	7.7	18.7	0.7	3.3
	30代	38.3	7.1	8.4	15.9	7.8	20.1	1.0	1.3
	40代	33.0	7.8	9.5	15.0	8.2	23.8	0.3	2.4
	50代	32.1	5.1	8.8	16.1	8.4	25.9	1.1	2.6
	60代	30.5	2.8	16.9	14.1	3.8	25.4	3.3	3.3
	70以上	30.5	3.4	20.3	8.5	—	32.2	3.4	1.7
居住地	北海道	—	2.7	—	16.2	32.4	45.9	—	2.7
	東北	—	10.0	—	25.0	10.0	45.0	—	10.0
	関東	5.7	3.0	4.8	10.8	11.7	58.7	0.3	4.8
	中部	13.7	2.4	9.7	22.6	8.1	35.5	4.0	4.0
	近畿	28.6	3.2	2.6	28.6	11.6	23.3	1.1	1.1
	中国	51.9	3.1	18.3	21.4	1.5	2.3	—	1.5
	四国	52.3	6.8	11.4	18.2	—	2.3	6.8	2.3
九州	56.9	12.4	14.0	11.1	2.3	0.9	1.3	1.1	
旅行形態	1人旅	12.9	13.8	—	27.6	6.0	35.3	2.6	1.7
	家族旅行	44.4	3.8	2.9	15.5	8.2	22.3	1.0	2.0
	友人・知人との旅行	36.8	10.0	3.2	16.2	7.2	22.4	0.7	3.5
	団体旅行	8.7	6.5	48.9	8.2	3.9	19.0	2.2	2.6

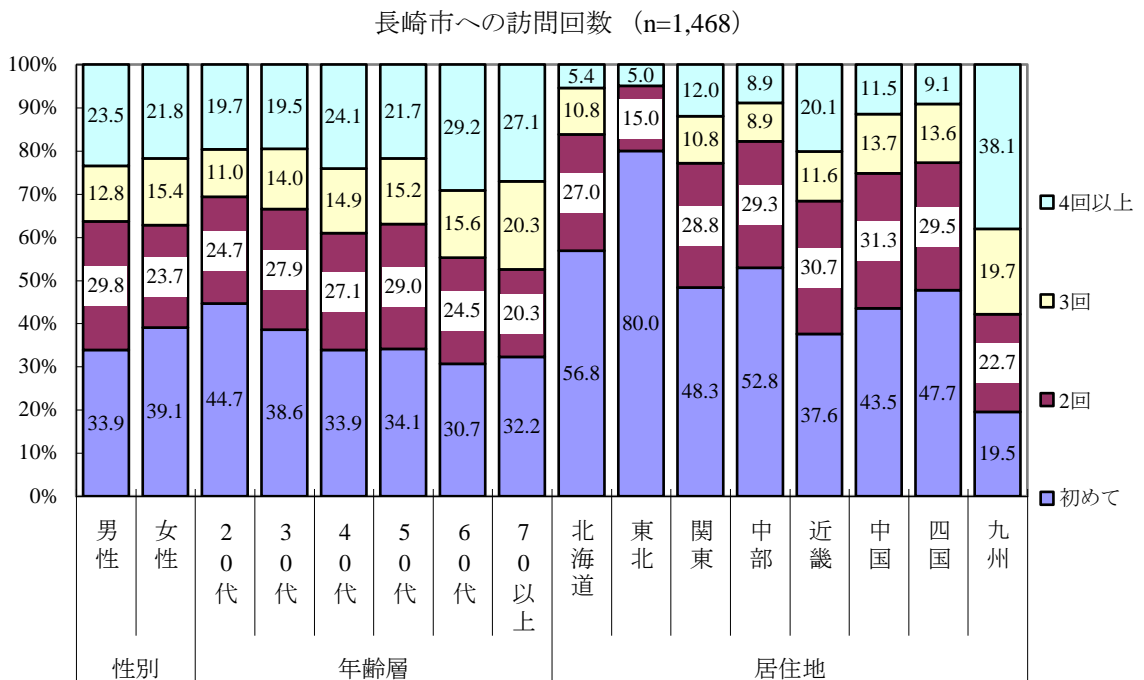
## ○長崎市への来訪回数

長崎市を訪れた回数（今回の旅行を含む）をみると、「初めて」が36.7%と、前回調査結果（平成21年：31.6%）と比べ、約5ポイント増加した。一方、「2回」以上を合計したリピーター比率は63.3%と、前回調査（同68.4%）に比べ、約5ポイント減少した。



属性別にみると、女性に比べ男性の方がリピーター率が高い。また、年齢層別では、『20代』の4割以上の方が「初めて」としており、年齢が上がるにつれ、訪問回数が増えていることがわかる。

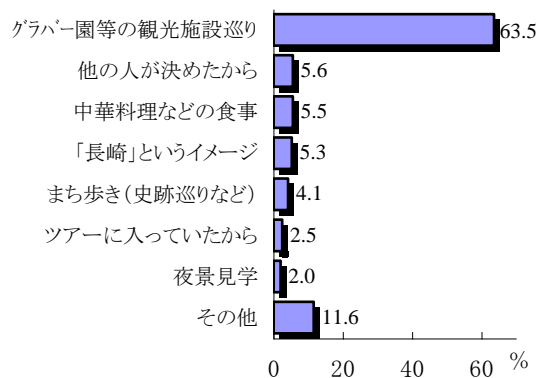
居住地別では、『四国』の「初めて」の割合が47.7%と、前回の調査結果（平成21年：29.7%）と比べ、+18ポイントと大きく増加している。



## ○長崎市を旅行先に決めた理由・目的

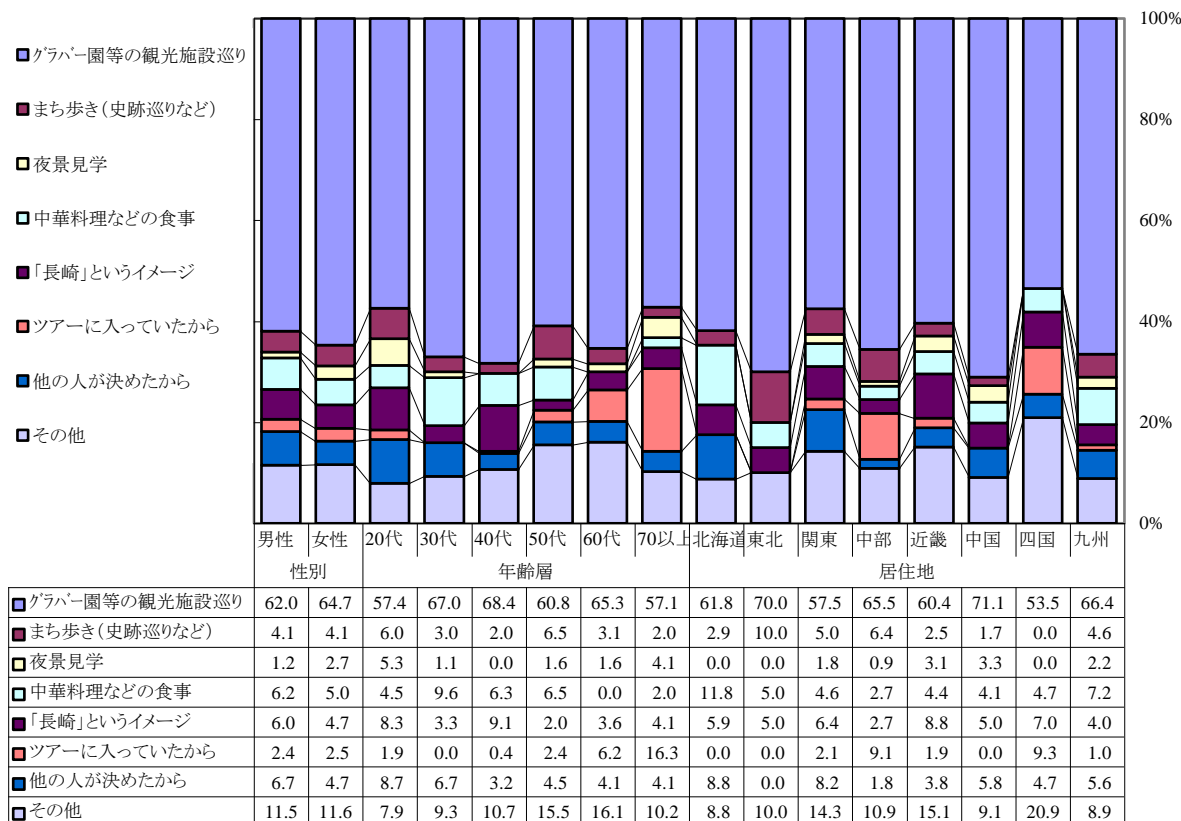
長崎市を今回の旅行先に決めた理由や目的は、「グラバー園等の観光施設巡り」が最も多く、63.5%に上った。以下、「他の人が決めたから」(5.6%)、「中華料理などの食事」(5.5%)、「長崎というイメージ」(5.3%)、「まち歩き(史跡巡りなど)」(4.1%)と続く。また、「その他」として、最も多くあげられたのが「龍馬伝(大河ドラマ)、坂本龍馬、福山雅治」であった。また、「平和学習、原爆資料館」といった回答も見受けられた。

長崎市を旅行先に決めた理由・目的  
(n=1,290)



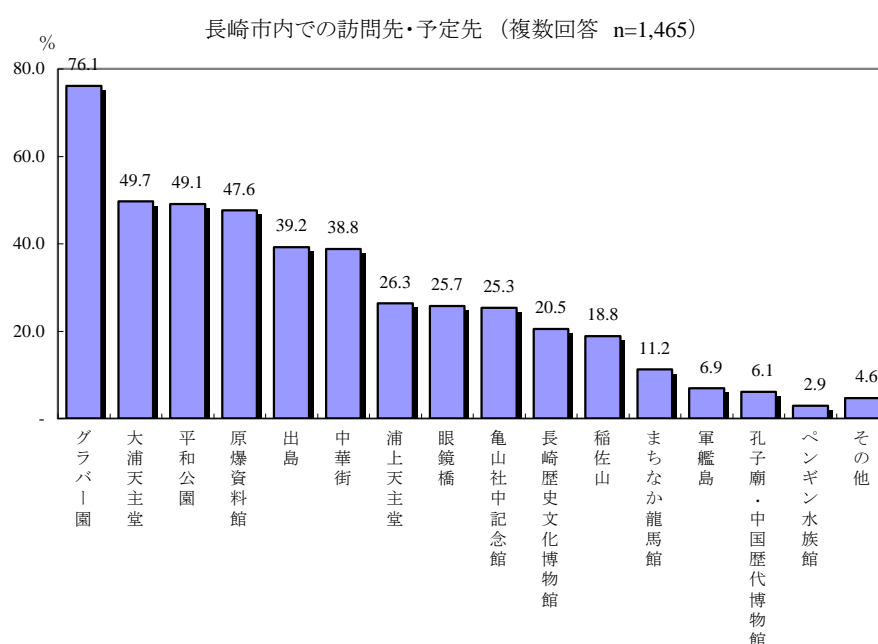
属性別にみると、『60代』と『70歳以上』で「ツアーに入っていたから」の割合が高い。また、居住地別では、『四国』で「観光施設巡り」の割合が他地域より低く「その他」の割合が高い。

長崎市を旅行先に決めた理由・目的 (n=1,290)



## ○長崎市内の訪問先・訪問予定先（複数回答）

長崎市内での訪問先（訪問予定も含む）としては、「グラバー園」が76.1%で最も多く、これに、「大浦天主堂」（49.7%）、「平和公園」（49.1%）、「原爆資料館」（47.6%）と続いている。平成21年の調査では3位（50.2%）だった「出島」が、今回5位（39.2%）に後退したことを除き、順位に変動はない。一方、「亀山社中記念館」が25.3%、「長崎歴史文化博物館」も20.5%と、平成21年の調査（それぞれ7.3%、4.9%）に比べ大きく伸びている。



次に、性別では、男性が女性の約2倍ほど高い。

年齢層別では、「中華街」と「稲佐山」は『20代』『30代』に人気のあることがうかがえる。急坂の途中にある「亀山社中記念館」は、『70以上』で他の年代と比べて10ポイントほど低い。

居住地域別にみると、前回調査同様、『九州』など長崎に近いほど、主要観光地への訪問比率が低くなる傾向がある。また、今回調査の特徴として、「亀山社中記念館」「長崎歴史文化博物館」「まちなか龍馬館」について、いずれも『四国』が最も高い割合を示していることが挙げられる。

来訪回数別にみると、回数が増えるほど主要観光地への訪問比率が低くなる傾向があり、また、宿泊数別にみると、「2泊」「3泊」と泊数が増えるにつれ、「まちなか龍馬館」「孔子廟・中国歴代博物館」「軍艦島」にまで足を伸ばしていることがうかがえる。

訪問・訪問予定先（複数回答、n=1,465）

（%）

属性		グラ バー 園	大 浦 天 主 堂	平 和 公 園	原 爆 資 料 館	出 島	中 華 街	浦 上 天 主 堂	眼 鏡 橋	亀 山 社 中 記 念 館	長 崎 歴 史 文 化 博 物 館	稲 佐 山	ま ち な か 龍 馬 館	軍 艦 島	孔 子 廟 ・ 中 国 歴 代 博 物 館	ペン ギン 水 族 館	そ の 他
全体		76.1	49.7	49.1	47.6	39.2	38.8	26.3	25.7	25.3	20.5	18.8	11.2	6.9	6.1	2.9	4.6
性別	男性	74.0	47.6	48.2	47.0	37.8	38.4	26.7	25.0	25.4	20.2	17.3	10.0	9.5	6.6	3.2	3.7
	女性	77.9	51.5	50.0	48.2	40.5	39.1	25.9	26.4	25.3	20.8	20.2	12.2	4.7	5.6	2.7	5.3
年齢層	20代	76.4	45.5	44.9	45.2	39.9	43.5	18.9	25.6	21.3	15.0	21.9	11.3	8.0	7.0	5.0	5.3
	30代	76.5	48.7	45.1	47.1	37.3	46.4	22.9	25.8	25.5	19.6	21.2	12.4	7.2	6.9	4.6	3.6
	40代	68.8	45.8	53.2	53.6	38.6	38.3	26.4	22.7	27.5	21.4	15.6	10.5	7.5	4.1	2.0	3.1
	50代	76.7	52.4	51.3	48.7	40.0	39.6	29.5	28.0	26.9	22.9	18.9	10.5	6.2	6.9	1.8	2.5
	60代	83.1	60.6	53.1	43.7	41.3	25.4	32.4	28.6	28.2	25.8	17.4	11.3	6.1	6.6	0.9	8.0
	70以上	78.9	50.9	54.4	47.4	38.6	26.3	49.1	22.8	15.8	17.5	10.5	10.5	5.3	3.5	1.8	10.5
居住地	北海道	94.6	59.5	59.5	67.6	45.9	56.8	29.7	40.5	29.7	16.2	43.2	13.5	2.7	10.8	-	-
	東北	65.0	55.0	70.0	45.0	30.0	35.0	40.0	25.0	30.0	10.0	20.0	-	10.0	10.0	-	5.0
	関東	80.2	63.7	53.2	52.9	42.6	41.1	29.7	30.9	24.9	16.8	21.9	12.0	7.8	8.4	1.2	5.7
	中部	86.9	60.7	56.6	54.9	46.7	32.8	32.0	34.4	15.6	22.1	16.4	11.5	5.7	4.9	2.5	4.1
	近畿	79.5	53.7	50.0	44.2	41.1	34.7	34.2	26.8	30.0	21.1	23.2	14.2	5.8	7.9	2.6	3.2
	中国	78.5	53.1	49.2	38.5	40.8	46.2	30.0	24.6	24.6	26.2	16.9	10.0	11.5	6.9	3.8	1.5
	四国	77.3	45.5	61.4	36.4	40.9	52.3	34.1	34.1	31.8	29.5	25.0	22.7	9.1	9.1	2.3	2.3
九州	68.4	35.4	42.0	45.1	34.5	37.7	18.5	19.0	24.2	19.4	13.8	9.7	6.3	3.4	4.5	5.9	
訪問回数	初めて	79.6	55.5	59.4	57.5	39.1	45.6	27.6	27.6	25.8	20.6	21.3	10.2	6.9	5.9	3.0	2.6
	2回	77.8	51.4	49.4	43.2	37.7	41.6	27.9	26.4	26.1	17.1	18.9	9.6	6.5	5.9	2.8	2.6
	3回	76.0	45.2	46.6	49.0	42.3	29.3	27.9	23.6	25.5	23.6	19.7	13.0	8.2	7.2	1.0	3.4
	4回以上	68.7	41.0	33.4	35.6	39.2	30.4	20.7	23.4	23.7	22.8	14.3	13.7	6.7	5.8	4.3	10.6
長崎市での宿泊数	日帰り	82.3	53.2	41.8	40.4	25.5	27.7	23.4	21.3	12.8	12.1	9.9	7.1	7.1	8.5	2.8	3.5
	1泊	75.4	48.5	48.4	45.9	35.5	38.8	23.9	23.9	24.2	19.8	18.4	9.9	6.1	4.8	3.3	4.0
	2泊	80.3	58.4	63.1	59.1	52.7	50.2	37.6	38.0	35.5	28.3	28.7	17.2	9.7	9.0	1.8	5.4
	3泊以上	86.3	60.8	47.1	60.8	51.0	45.1	35.3	37.3	29.4	29.4	27.5	11.8	15.7	13.7	3.9	5.9

## 訪問回数

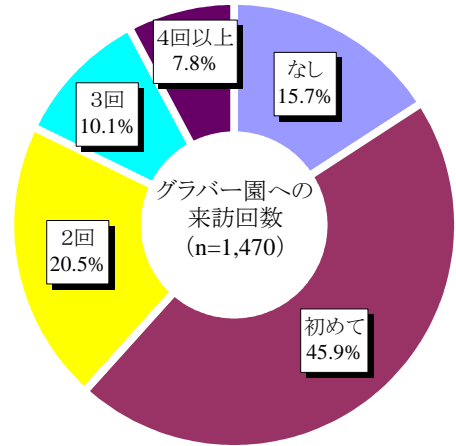
### 《グラバー園》

グラバー園への来訪回数は「初めて（1回）」が45.9%と最も多く（平成21年調査：38.5%）、次いで、「2回」20.5%（同23.0%）、「3回」10.1%（同10.3%）、「4回以上」7.8%（同13.5%）と続いている。

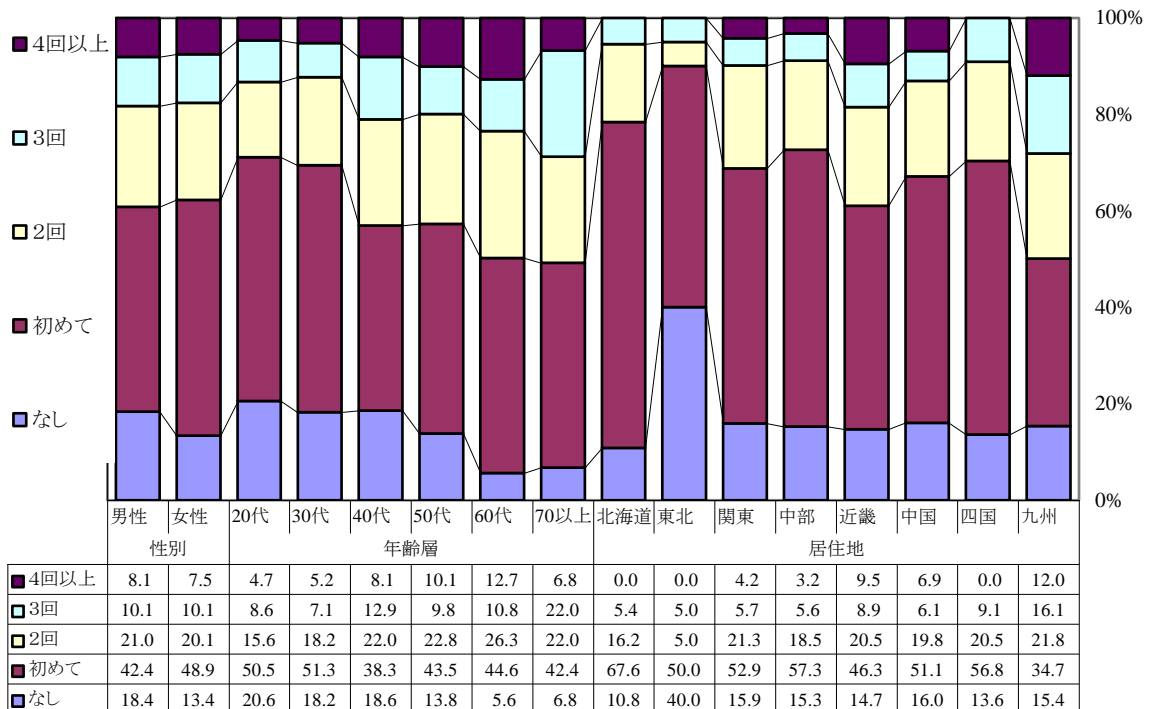
2回以上のリピーターの割合は、平成18年調査で54.2%、平成21年調査で46.8%であったのに対し、今回38.4%と、減少傾向にあるが、これは、大河ドラマ効果で初めて訪れる人が増えたことに起因しているものと考えられる。

属性別にみると、性別では大差なく、年齢別では「2回」以上とするリピーターが年齢と共に上昇しているものの、『20代』では「なし（行かないし、行ったこともない）」が唯一2割を超えている。

居住地別にみると、「2回」以上とするリピーターは『九州』が多く約5割に上るが、それ以外の地域は、1～3割台である。

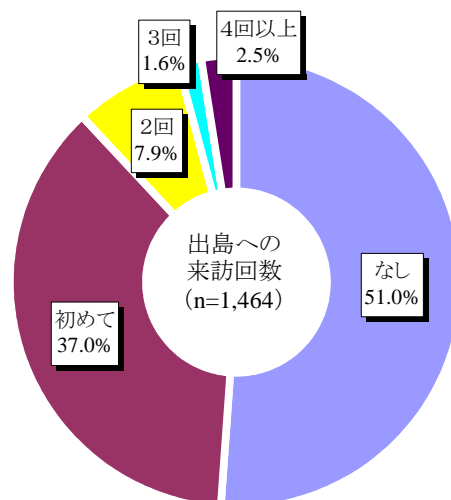


グラバー園への来訪回数 (n=1,470)



## 《出島》

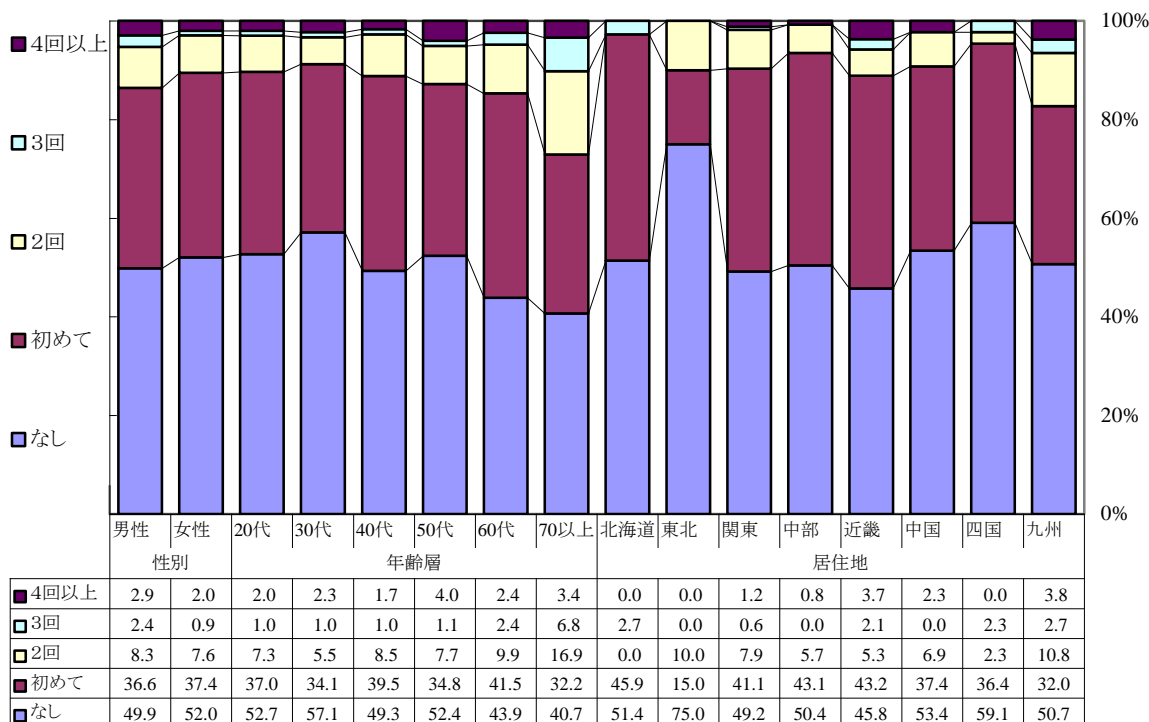
「出島」への訪問回数は、「なし（行かないし、行ったこともない）」が最も多く、51.0%に上った。前回の調査結果（平成21年：39.0%）と比べ、大きく増加している一方、「初めて」が37.0%（同42.6%）、「2回」も7.9%（同9.9%）、「3回」も1.6%（同2.6%）と、いずれも減少した。また、平成18年調査が20.7%、平成21年調査が18.4%と減少傾向にあった2回以上のリピーターの割合も、今回はさらに12.0%と、大きく落ち込んだ。



なお、属性別にみると、年齢層別では、「なし」の割合はいずれも4割を超え、『30代』では6割近くとなっている。一方、「2回」以上となるリピーターの割合は、『70代』が最も高く3割弱で、他の年代では1割程度にとどまっている。

また、居住地別にみると、『関東』と『近畿』を除く全ての地域で「なし」が半数以上に上り、リピーターの割合が最も高い『九州』でも2割に届いておらず、近場の『中国』でも1割を下回っている。

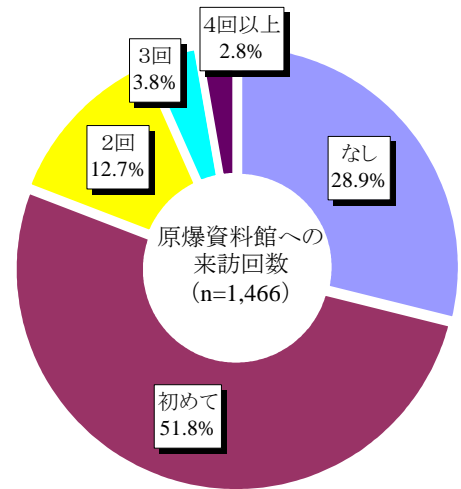
出島への来訪回数 (n=1,464)



## 《原爆資料館》

原爆資料館の来訪回数は「初めて」が 51.8%と最も多く、前回の調査結果(平成 21 年:42.9%)と比べると、1 割程度増加している。また、「なし(行かないし、行ったこともない)」は 28.9%と、前回調査(同 29.8%)とほぼ変わらない。

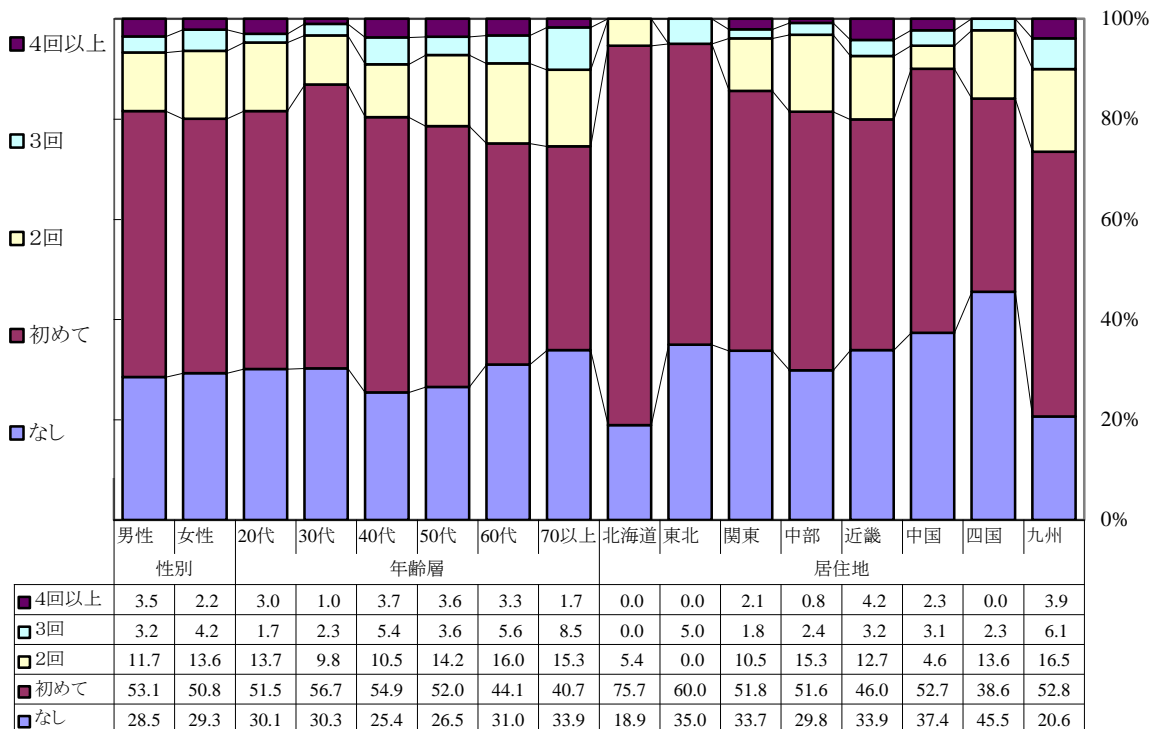
一方、2 回以上のリピーターの割合は、平成 18 年調査が 32.5%、平成 21 年調査が 27.4%と減少傾向にあったが、今回さらに減少し、19.3%となっている。



属性別にみると、年齢層別では、全ての年代において「なし(行かないし、行ったこともない)」の割合が 2~3 割あり、また反対に、「2 回」以上とするリピーターの割合も 1~2 割台しかなく、1 回行けば十分と考える観光客が多いことがわかる。

居住地別にみると、『北海道』『東北』を除く地域のうち、『近畿』『四国』以外の地域は「初めて」の割合が 5 割を超えている。

原爆資料館への来訪回数 (n=1,466)





## 【祭りや行事の認知度】

### ○祭りや行事の認知度

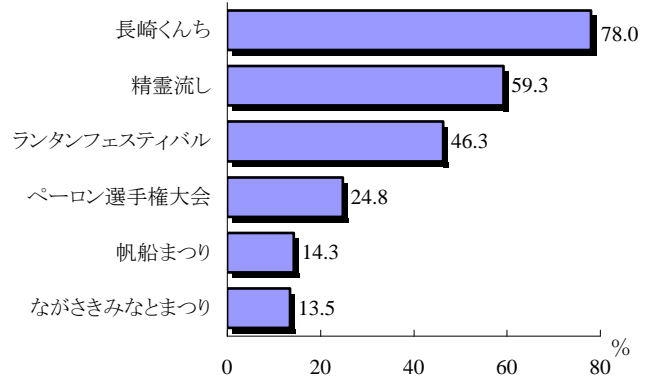
長崎市の祭りや行事の認知度をみると、「長崎くんち」が78.0%と最も高く(平成21年調査:85.6%)、次いで「精霊流し」59.3%(同54.9%)、「ランタンフェスティバル」46.3%(同48.1%)、「ペーロン選手権大会」24.8%(同27.1%)であった。

また、「長崎帆船まつり」が14.3%(同12.5%)、「ながさきみなとまつり」も13.5%(同10.4%)と、徐々に認知度が上がってきていることがわかる。

年齢層別にみると、「長崎くんち」の認知度が『20代』で唯一6割台と平均を大きく下回っている。また「精霊流し」は、全世代にわたり5~6割の人に認知されているが、「ランタンフェスティバル」は『20代』と『30代』で5割を超え、比較的若い層で認知度が高いのに対し、『70以上』では2割台となっている。

居住地別では、「くんち」に次いで「精霊流し」も『東北』と『中部』、『四国』を除いた地域に5割超の認知度があるが、「ランタンフェスティバル」は6割超と高い地元『九州』と、5割に近い『中国』を除く地域では3割以下である。その他「ペーロン」「帆船まつり」「みなとまつり」は『九州』でも2割台にとどまっている。

長崎のお祭り・行事の認知度  
(複数回答、n=1,301)



長崎のお祭り・行事の認知度 (複数回答、n=1,301)

(%)

属性		長崎くんち	精霊流し	ランタンフェスティバル	ペーロン選手権大会	帆船まつり	ながさきみなとまつり
全体		78.0	59.3	46.3	24.8	14.3	13.5
性別	男性	78.8	60.1	41.1	29.5	13.8	13.6
	女性	77.4	58.7	50.8	20.8	14.7	13.3
年齢層	20代	63.5	56.4	59.8	18.3	15.8	15.8
	30代	76.7	56.4	54.5	16.5	12.8	9.0
	40代	79.7	63.5	42.4	26.6	14.8	15.1
	50代	81.0	61.2	40.3	26.0	14.0	11.6
	60代	89.7	60.0	38.5	38.5	15.9	15.9
	70以上	85.2	59.3	27.8	29.6	9.3	16.7
居住地	北海道	69.7	51.5	27.3	12.1	9.1	6.1
	東北	87.5	37.5	12.5	31.3	6.3	6.3
	関東	76.9	62.1	30.0	21.4	9.0	6.9
	中部	85.0	47.0	33.0	22.0	7.0	7.0
	近畿	67.1	60.2	39.8	27.3	13.7	10.6
	中国	76.6	50.5	47.7	18.9	10.8	9.0
	四国	73.0	45.9	21.6	29.7	0.0	5.4
	九州	82.4	63.5	64.1	27.8	21.4	21.2

## ○ランタンフェスティバル、帆船まつり、長崎くんちの観覧回数

### 《ランタンフェスティバル》

ランタンフェスティバルの観覧回数は、「なし」が86.4%（平成21年調査：87.0%）と、観たことがない人が大多数である。

地区別に見ても、『九州』でも「なし」が73.0%に上り、他地域においては9割を超える。

1回以上観たことがある人については、平成18年の調査では12.7%、平成21年の調査では13.0%、そして今回は13.6%と、ほぼ横ばいとなっている。

ランタンフェスティバル観覧回数（n=1,465）  
（%）

属性		なし	1回	2回	3回	4回以上
全体		86.4	9.6	1.6	0.7	1.6
性別	男性	87.4	8.1	1.8	0.7	1.9
	女性	85.6	10.9	1.5	0.6	1.4
年齢層	20代	84.1	9.6	2.0	0.7	3.7
	30代	87.9	9.1	1.0	0.3	1.6
	40代	83.4	11.2	3.4	1.4	0.7
	50代	89.5	8.4	1.1	0.4	0.7
	60代	85.8	11.8	0.5	0.5	1.4
	70以上	91.4	5.2	-	1.7	1.7
居住地	北海道	100.0	-	-	-	-
	東北	100.0	-	-	-	-
	関東	95.8	3.0	0.9	0.3	-
	中部	96.0	4.0	-	-	-
	近畿	90.5	6.3	-	0.5	2.6
	中国	92.4	6.1	0.8	0.8	-
	四国	95.5	4.5	-	-	-
	九州	73.0	18.7	3.6	1.3	3.4

### 《帆船まつり》

帆船まつりの観覧回数は、「なし」が95.6%（平成21年調査：94.7%）と大多数を占め、1回以上でも観たことがある人は、わずか4.4%にとどまっている。

居住地別に見ても、地元『九州』でさえ「なし」が9割を上回っている。

帆船まつり観覧回数（n=1,457）  
（%）

属性		なし	1回	2回	3回	4回以上
全体		95.6	3.1	0.1	0.2	1.0
性別	男性	95.2	3.1	0.1	0.3	1.2
	女性	95.9	3.1	0.1	0.1	0.8
年齢層	20代	94.7	4.0	-	0.3	1.0
	30代	96.7	2.0	-	-	1.3
	40代	95.2	4.1	-	0.7	-
	50代	96.0	2.9	0.4	-	0.7
	60代	95.7	1.9	0.5	-	1.9
	70以上	96.6	1.7	-	-	1.7
居住地	北海道	100.0	-	-	-	-
	東北	100.0	-	-	-	-
	関東	97.3	2.4	-	0.3	-
	中部	99.2	0.8	-	-	-
	近畿	95.2	3.2	-	0.5	1.1
	中国	98.5	1.5	-	-	-
	四国	97.7	2.3	-	-	-
	九州	92.3	4.9	0.4	0.2	2.2

## 《長崎くんち》

長崎くんち観覧回数 (n=1,462)

(%)

「長崎くんち」の観覧回数は、「なし」が88.0%（平成21年調査：88.0%）と観たことがない人が9割近くを占める。

居住地別で見ると、『九州』では、1回以上観たことがある人が2割だが、その他の地域では、1割未満である。

また、『九州』において2回以上観たことがある人は、平成18年の調査では17.4%、同21年の調査で10.3%、そして今回は5.7%と、大きく落ち込んでいる。

属性		なし	1回	2回	3回	4回以上
全体		88.0	8.2	1.0	0.3	2.5
性別	男性	87.7	8.0	1.0	0.3	3.0
	女性	88.2	8.4	1.0	0.4	2.0
年齢層	20代	87.3	7.3	1.7	-	3.7
	30代	90.5	6.3	0.7	-	2.6
	40代	89.4	6.8	1.4	1.0	1.4
	50代	88.0	9.5	0.4	0.4	1.8
	60代	85.0	10.8	0.9	0.5	2.8
	70以上	78.0	16.9	1.7	-	3.4
居住地	北海道	100.0	-	-	-	-
	東北	100.0	-	-	-	-
	関東	92.8	5.1	0.6	0.3	1.2
	中部	93.5	4.8	-	-	1.6
	近畿	87.8	5.3	1.6	0.5	4.8
	中国	91.6	6.9	-	-	1.5
	四国	97.7	2.3	-	-	-
	九州	80.4	13.8	1.8	0.5	3.4

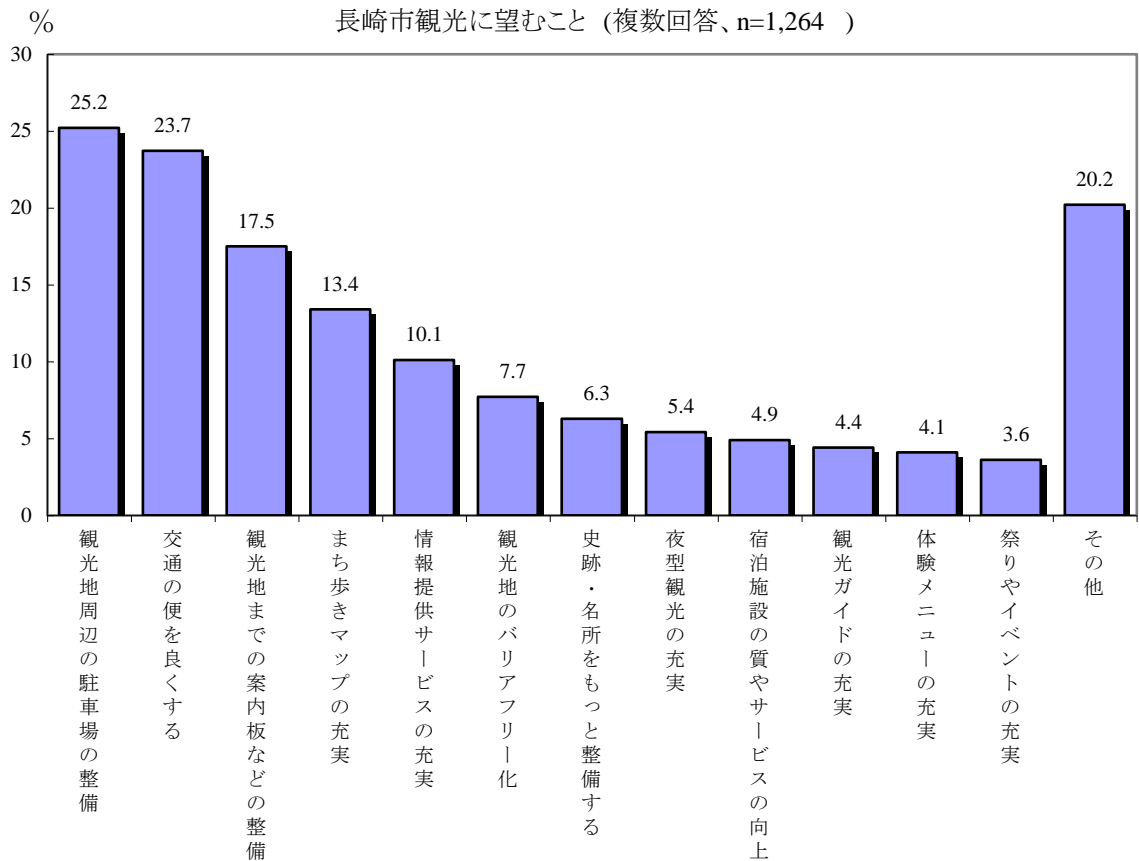
## 【市内観光に対する要望および再来訪の意向】

### ○長崎市観光に望むこと

長崎市がより良い観光地になるために望むこと（複数回答）としては、「観光地周辺の駐車場の整備」（25.2%）が最も多く、前回調査（平成21年）で1位の「交通の便を良くする」は、今回の調査では23.7%で次点となった。これは、長崎市へ入る交通手段として、「自家用車」の割合が増加したことと関連づけられるものと思われる。3位は「観光地までの案内板や標識の整備」（17.5%）で、これら上位3項目はいずれもハード面の整備への注文。以下、「まち歩きマップの充実」（13.4%）、「情報提供サービスの充実」（10.1%）、「観光地のバリアフリー化」（7.7%）といったソフト面の充実を期待する声が続く。

年代別にみると、他の年代と比べて高齢者からの要望が多いのが「観光地のバリアフリー化」、また若い世代からは「夜型観光の充実」や「祭りやイベントの充実」への要望が多かった。

居住地別では、「観光地周辺の駐車場の整備」は自家用車利用の多い『九州』『中国』で3～4割、「観光地までの案内板や標識の整備」は『東北』『中部』『中国』『四国』で多く2割超。また『中部』『関東』『東北』では「情報サービスの充実」の割合が10%を超えている。



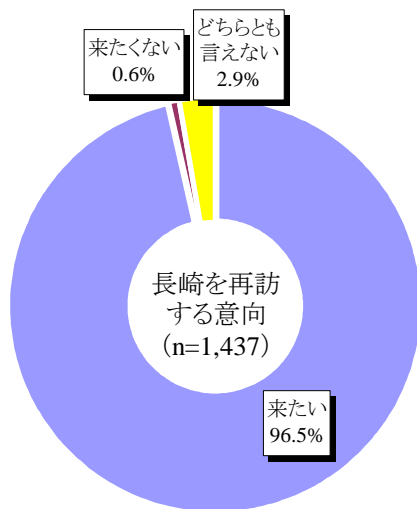
長崎市観光に望むこと(複数回答、n=1,264)

属 性		観光地周辺の駐車場の整備	交通の便を良くする	観光地までの案内板などの整備	まち歩きマップの充実	情報提供サービスの充実	観光地のバリアフリー化	史跡・名所をもっと整備する	夜型観光の充実	宿泊施設の質やサービスの向上	観光ガイドの充実	体験メニューの充実	祭りやイベントの充実	その他
全 体		25.2	23.7	17.5	13.4	10.1	7.7	6.3	5.4	4.9	4.4	4.1	3.6	20.2
性 別	男 性	26.3	25.8	19.1	11.1	11.1	5.6	6.5	5.3	5.0	3.2	4.3	4.1	19.3
	女 性	24.2	21.9	16.1	15.3	9.3	9.4	6.0	5.4	4.9	5.3	4.0	3.1	20.9
年 齢 層	20 代	26.3	30.4	18.1	14.8	10.7	6.7	10.0	7.4	5.9	3.3	4.4	5.9	11.5
	30 代	26.8	23.8	13.6	14.0	10.2	6.0	4.9	8.3	5.7	2.6	4.5	3.4	17.4
	40 代	26.8	20.0	17.2	12.4	12.4	7.2	4.8	4.4	4.4	6.4	5.2	4.8	24.0
	50 代	23.2	19.3	19.3	13.7	9.9	5.2	5.6	3.4	4.3	8.2	4.3	1.3	23.6
	60 代	20.9	23.7	18.6	13.0	8.5	10.2	6.8	2.3	3.4	1.7	1.7	2.8	30.5
	70 以上	29.4	23.5	19.6	5.9	3.9	29.4	2.0	2.0	7.8	2.0	3.9	-	13.7
居 住 地	北海道	12.9	19.4	6.5	6.5	6.5	6.5	6.5	16.1	-	6.5	-	-	48.4
	東 北	12.5	12.5	25.0	12.5	18.8	-	-	-	6.3	6.3	-	-	37.5
	関 東	13.2	23.6	14.9	16.7	10.4	9.4	4.5	6.3	7.3	5.2	5.6	2.8	25.3
	中 部	10.1	24.2	23.2	18.2	14.1	5.1	4.0	1.0	5.1	6.1	5.1	2.0	17.2
	近 畿	17.8	21.3	16.1	12.6	9.2	8.0	6.3	5.2	5.2	4.6	2.3	2.3	26.4
	中 国	29.2	33.0	20.8	11.3	9.4	5.7	9.4	5.7	0.9	-	3.8	3.8	18.9
	四 国	18.6	25.6	20.9	14.0	9.3	9.3	4.7	4.7	-	4.7	-	4.7	20.9
九 州	40.1	22.3	17.1	12.1	9.4	7.5	7.5	5.6	4.6	4.2	4.2	4.6	13.4	

## ○長崎を再訪する意向

長崎を再訪する意向があるか尋ねたところ、「また来たい」との回答が96.5%（平成21年調査：91.7%）と大半を占め、「もう来たくない」は0.6%（同0.8%）、「どちらとも言えない」が2.9%（同7.5%）であった。

属性別にみても目立った差はなく、全体的に高い評価である。



長崎を再訪する意向 (n=1,437) (%)

属性		来たい	来たくない	どちらとも言えない
全体		96.5	0.6	2.9
性別	男性	96.8	0.5	2.7
	女性	96.3	0.6	3.1
年齢層	20代	96.3	0.3	3.4
	30代	95.6	0.3	4.0
	40代	98.3	0.3	1.4
	50代	96.7	0.4	2.9
	60代	95.7	1.4	2.9
	70以上	94.7	1.8	3.5
居住地	北海道	94.6	2.7	2.7
	東北	75.0	-	25.0
	関東	96.3	1.2	2.5
	中部	95.1	0.8	4.1
	近畿	97.8	-	2.2
	中国	93.7	0.8	5.5
	四国九州	88.4	-	11.6
九州	98.7	-	1.3	

## 【1人あたりの旅行費用】

### ○旅行全体の費用

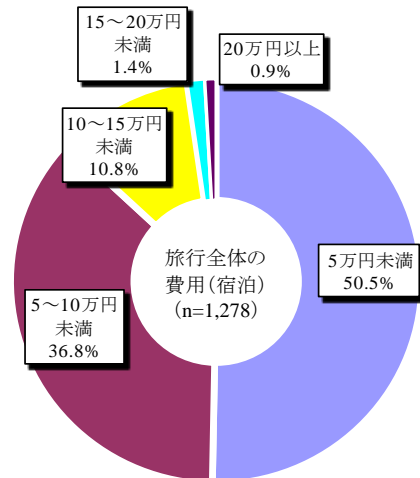
観光目的で来訪した人について、旅行全体の費用の1人あたり平均金額をみると、50,142円（平成21年調査：58,033円）。このうち「日帰り」旅行では18,556円（同19,726円）、「宿泊」旅行の場合は53,913円（同62,402円）である。平成21年の調査時に比べ金額は減少しており、近年の不況により旅行費用を抑える傾向にあることがうかがえる。

宿泊の日程別では、1泊2日が35,353円（同39,756円）に対し、2泊3日は59,508円（同65,823円）と約24千円の差、3泊4日では67,897円（同87,325円）と2泊3日との差が約8千円と、泊数が増えるにつれてその差が縮小する傾向にある。

また、属性別にみると「20代」の41,354円から「70代以上」の70,938円まで、年齢層が上がるにつれて、また「九州」の28,571円から「北海道」の90,441円まで、居住地域が遠方になるほど金額は上昇する傾向にある。

旅行全体の費用を金額階層別にみると、「5万円未満」が50.5%（同42.6%）と最も多く、次いで「5～10万円未満」が36.8%（同38.9%）となっており、平成21年の調査結果と同様であるが、「5万円未満」が半数を超え、「5～10万円未満」の割合が低下している。

属性	旅行全体の費用の平均額	〈参考〉パック料金の平均	
全体	50,142	45,897	
旅行日程	日帰り	18,556	20,571
	宿泊	53,913	46,563
	1泊2日	35,353	35,493
	2泊3日	59,508	48,182
	3泊4日	67,897	60,323
	4泊5日	64,721	44,667
5泊6日以上	94,286	90,000	
性別	男性	51,383	45,920
	女性	49,114	45,880
年齢層	20代	41,354	45,388
	30代	43,672	47,976
	40代	50,183	44,026
	50代	57,404	43,340
	60代	58,059	46,573
	70以上	70,938	54,150
居住地	北海道	90,441	51,747
	東北	84,750	61,500
	関東	68,521	50,366
	中部	65,830	54,572
	近畿	55,956	38,192
	中国	44,881	34,926
	四国	50,786	24,286
	九州	28,571	30,342



## ○長崎市における消費額

観光目的で来訪した人の長崎市における消費額は、1人あたりの平均で27,298円（平成21年調査：26,770円）だった。費目別の内訳をみると、「宿泊代」が10,351円（同10,215円）と最も大きく、次いで「飲食代」6,124円（同5,246円）、「おみやげ・買物代」5,690円（同6,635円）、「交通費」2,017円（同1,956円）、「入場・観覧料」2,009円（同1,442円）となっており、平成21年の調査結果と比べると、「おみやげ・買物代」だけが減少している。

次に、市内宿泊数別の消費額をみると、「0泊（日帰り）」10,790円（同12,041円）、「1泊」24,843円（同25,327円）、「2泊」39,330円（同34,729円）、「3泊以上」50,319円（同48,837）となっている。平成21年の調査結果と比べると、「1泊」以下は減少しているものの、「2泊」以上は増加しており、宿泊数が増えると消費額も増加傾向にある。

観光目的で来訪した人の長崎市における一人当たり消費額

（長崎市市内での宿泊数別 n=1,278）

（円）

長崎市市内での宿泊数	交通費	おみやげ・買物代	飲食代	宿泊代	入場・観覧料	その他	計
0泊(日帰り)	902	4,877	2,451	—	1,726	834	10,790
1泊	1,884	5,806	5,966	8,235	1,851	1,102	24,843
2泊	2,693	6,994	9,299	16,118	2,815	1,410	39,330
3泊以上	3,828	7,828	12,050	20,217	3,539	2,857	50,319
全体の平均	2,017	5,690	6,124	10,351	2,009	1,107	27,298

また、長崎市市内での消費額を居住地（発地）別にみると、「九州」の21,080円（同21,700円）から「関東」の34,819円（同27,531円。ちなみに平成21年調査の最高額は「東北」の38,617円）まで幅があるが、これは概ね市内での滞在時間（宿泊数）の違いを反映したものであろうと考えられる。

観光目的で来訪した人の長崎市における一人当たり消費額

（居住地別の市内消費額 n=1,278）

（円）

居住地	交通費	おみやげ・買物代	飲食代	宿泊代	入場・観覧料	その他	計
北海道	2,187	5,303	6,362	12,347	2,214	1,615	30,029
東北	2,197	8,853	7,294	13,546	2,188	0	34,078
関東	2,281	6,966	7,300	13,519	2,451	2,302	34,819
中部	2,153	8,010	6,987	12,065	2,142	214	31,571
近畿	1,991	6,373	7,222	11,532	2,117	849	30,083
中国	1,866	5,137	5,846	9,078	2,143	909	24,978
四国	1,679	5,357	6,464	12,186	1,840	1,539	29,064
九州	1,900	4,192	4,906	7,667	1,675	741	21,080

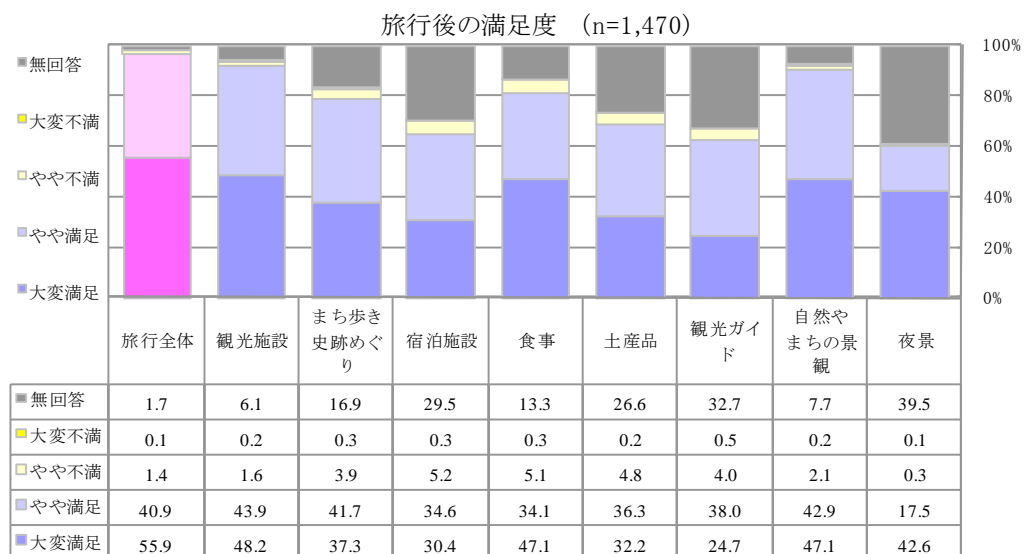
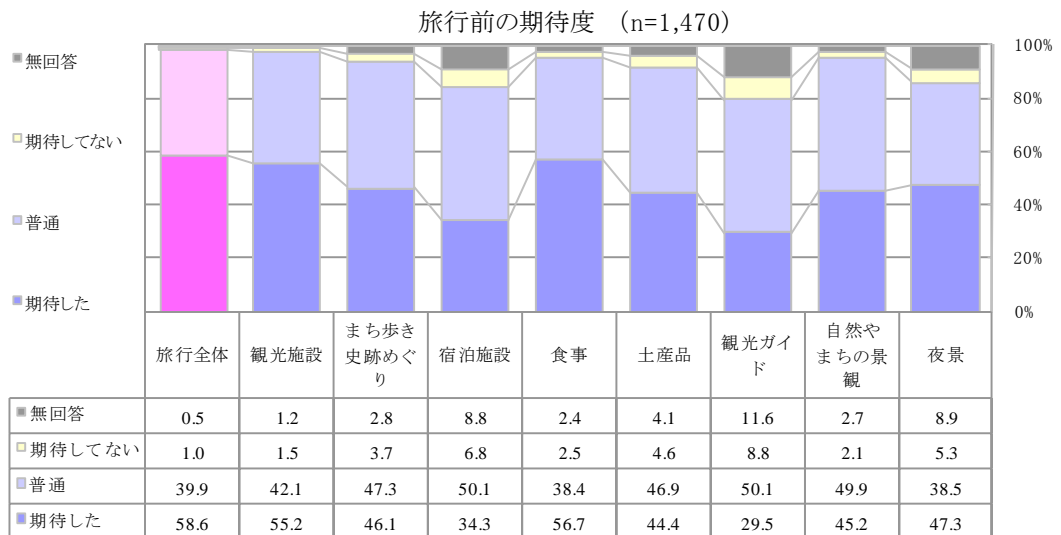


## 【旅行前の期待度と旅行後の満足度】

旅行前の旅行全体についての期待度は「期待した」58.6%に対し、「期待してない」はわずかに1.0%であった。一方、旅行後の旅行全体についての満足度は、「大変満足した」55.9%、「満足した」40.9%に対し、「やや不満」1.4%、「大変不満」0.1%であった。大半の人が長崎への旅行に期待をし、満足していることがわかる。

次に旅行の各要素について見てみると、期待度が最も高かったのは「食事」56.7%、次いで「観光施設」55.2%であった。

また、満足度が最も高かったのは「観光施設」48.2%、次いで「食事」「自然やまちの景観」がともに47.1%であった。他方、「宿泊施設」や「食事」をやや不満とする人が5%を超えている。



さらに、各項目の期待度と満足度について、各評価を点数化し、平均点を算出したところ、全体的に満足度は期待度を上回っている。なかでも「自然やまちの景観」「観光ガイド」の満足度は大きく、「食事」「土産品」「夜景」は期待通りとする回答が多かった。

旅行前の期待度と旅行後の満足度 (n=1,470)

