

# 平成 27 年度長崎市観光動向 分析結果報告書

平成 28 年 3 月



長崎市経済局文化観光部観光政策課

# 目次

I. 調査概要	1
II. 要約	6
III. 分析結果	9
《聞き取り調査》	
【属性】	9
【旅行スタイル】	11
【日程】	15
【訪問（予定）先と訪問回数】	19
【まち歩きの有無や祭り・行事の認知度】	30
【市内観光に対する要望と「食」「土産」の傾向】	32
【長崎市を旅行先に決めた理由・目的】	37
【1人あたりの旅行費用】	38
《ハガキによる満足度調査》	
【属性】	40
【長崎観光の「感動」】	41
【長崎観光での感想】	42
【旅行前の期待度と旅行後の満足度】	43
【長崎観光で感じたこと】	46
【長崎への思い】	46
【自由意見】	47

※本報告書は長崎市が調査したデータをもとに作成している。なお、各図表ではサンプル数が少ない「沖縄」と「海外」は除外。

## I. 調査概要

### 【場所】

「グラバー園」「原爆資料館」「出島」「新地中華街」「JR 長崎駅前かもめ広場」「長崎県営バス長崎バスセンター」の6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】

質問用紙を用いた聞き取り調査に加え、旅行満足度・再訪意向について調査ハガキを配布

### 【期間】

観光客への聞き取り調査を平成28年1月16日(土)、17日(日)、18日(月)の3日間に行い、また、この調査期間に加えて同月7日(木)～13日(水)にかけて「グラバー園」と「出島」にて調査ハガキを配布した(回収期限は2月8日)。

### 【回答数】

#### ※聞き取り調査

本調査件数は、グラバー園と原爆資料館にて750件、出島と中華街で350件、かもめ広場とバスセンターにおいて350件の計1,450件の回収を目標に長崎市が実施(うち、有効回答:1,436件)。

(件)

調査場所	1月16日	1月17日	1月18日	合計
グラバー園	213	151	104	468
原爆資料館	123	90	63	276
出島	102	100	74	276
新地中華街	37	29	18	84
JR長崎駅前かもめ広場	40	133	90	263
長崎県営バス長崎バスセンター	28	25	16	69
合計	543	528	365	1,436

#### ※調査ハガキ回収総数

計 352 件



**問11. 今回まち歩き（長崎さるく等）をどのように楽しめますか（予定）。又は楽しめましたか。（1つ回答）**

- ①マップ等で自由にまち歩きした(又は予定)      ②ガイド付きのまち歩きを体験した(又は予定)  
③まち歩きする予定はない

**問12. 長崎市のまつりやイベントで知っているのはどれですか。（複数回答可）**

- ①ランタンフェスティバル    ②帆船まつり    ③ペーロン選手権大会    ④ながさきみなとまつり    ⑤精霊流し    ⑥長崎くんち

**問13. 「長崎市」がもっと良い観光地になるために何を望まれますか。（複数回答可）**

- ①史跡・名所をもっと整備する    ②体験メニューの充実    ③観光地までの案内板などの整備  
④観光地周辺の駐車場の整備    ⑤交通の便を良くする    ⑥観光地のバリアフリー化    ⑦祭りやイベントの充実  
⑧情報提供サービスの充実    ⑨観光ガイドの充実    ⑩まち歩きマップの充実    ⑪宿泊施設の質やサービスの向上  
⑫夜型観光の充実    ⑬その他( )

**問14. 「長崎市」でのお食事は何を召し上がりましたか？または召し上がる予定ですか？（複数回答可）**

- ①長崎ちゃんぽん・皿うどんなどの中華料理    ②トルコライス    ③魚料理(刺身を含む)    ④卓袱料理  
⑤くじら料理    ⑥長崎和牛    ⑦長崎おでん    ⑧その他( )

**問15. 「長崎市」でお土産は何を買いたいですか？（複数回答可）**

- ①カステラ    ②角煮まんじゅう    ③長崎ちゃんぽん・皿うどん詰め合わせセット    ④長崎かまぼこ  
⑤その他魚加工品(あじ茶漬け等)    ⑥地元の農産物    ⑦長崎ぶたまん  
⑧洋菓子・中華菓子    ⑨ビードロなどの工芸品    ⑩その他( )

**\* 問1で「①観光」と回答された方のみにお尋ねします。**

**問16. 今回の観光先を「長崎市」に決めた主な理由や目的は何ですか。（1つ回答）**

- ①観光施設めぐり(グラバー園、出島など)    ②まち歩き(長崎さるくなど)    ③夜景鑑賞    ④平和学習    ⑤食べ物  
⑥世界遺産めぐり(産業革命遺産)    ⑦世界遺産候補めぐり(キリスト教関連遺産)    ⑧長崎というイメージ  
⑨ツアーに入っていたから    ⑩その他( )

**問17. 今回の観光で1人あたりどのくらいお金を使いますか。（使った金額+使う予定の金額）**

**ツアー（バック）の方はツアー（バック）料金と、下記項目のうち「宿泊代」以外をお答え下さい。**

旅行全体の費用（1人あたり 約 ) 円      ツアー(バック料金)約( )円

上記のうち、 <b>長崎市内</b> で使った分 (使う予定も含む)	市内交通費(1人あたり約 )円	市内でのおみやげ・買物代 (1人あたり約 )円
	市内飲食代(1人あたり約 )円	市内宿泊代(ツアーの方は不要)(1人あたり約 )円
	入場・観覧料(1人あたり約 )円	その他 (1人あたり約 )円

**問18. 最後にあなた自身のことについてお答えください。**

お住まい	( )都・道・府・県 (長崎県内の方は )市・町)
性別	①男性      ②女性
年代	①10歳代    ②20歳代    ③30歳代    ④40歳代    ⑤50歳代    ⑥60歳代    ⑦70歳代以上

ご協力、誠にありがとうございました。

**※調査員記入欄**

調査場所	グラバー園 ・ 原爆資料館 ・ 出島 ・ 中華街 ・ かもめ広場 ・ バスターミナル		
調査日時	平成 28 年 1 月 日	時	分
調査員名			

【調査ハガキ】



850-8790



(受取人)

差出有効期間  
平成28年2月  
8日まで  
(切手不要)

長崎市桜町2番22号

長崎市観光政策課 行



切手を貼らずにこのまま投函してください。  
本調査は長崎市が行っているものです。記入いただいた住所・氏名については、抽選によるプレゼント(5,000円相当×10名様)発送のためにのみ利用させていただきます。その他の情報につきましては、集計・分析を行い、長崎市が発行する「長崎市観光動向調査報告書」に使用させていただきます。  
なお、当選発表は商品の発送をもって代えさせていただきます。

住所(当選時のプレゼント送付先)

〒 \_\_\_\_\_

氏名 \_\_\_\_\_ 様

調査日	調査時間	ID

問1 お住まい、性別、年齢についてお答えください。

居住地 \_\_\_\_\_ 都・道・府・県

性別 男・女 年齢 \_\_\_\_\_ 代(例: 50代)

問2 今回の長崎観光で「感動」がありましたか。

なかった  
 あった ( )

問3 今回の長崎観光での感想をお答えください。

なかった  
 あった ( )

長崎市観光満足度調査アンケート

問4 今回の旅行前の期待度と旅行後の満足度についてお答えください。

質問事項	旅行前の期待度			旅行後の満足度				該当なし
	期待した	普通	期待してない	大変満足	やや満足	やや不満	大変不満	
旅行全体	<input type="checkbox"/>							
観光施設	<input type="checkbox"/>							
まち歩き (史跡めぐり)	<input type="checkbox"/>							
世界遺産(候補)	<input type="checkbox"/>							
観光ガイド	<input type="checkbox"/>							
自然や まちの景観	<input type="checkbox"/>							
夜 景	<input type="checkbox"/>							
宿泊 施設	部屋の質	<input type="checkbox"/>						
	従業員のおもてなし	<input type="checkbox"/>						
食事	食事の内容	<input type="checkbox"/>						
	店員のおもてなし	<input type="checkbox"/>						
土産品	商品の内容	<input type="checkbox"/>						
	店員のおもてなし	<input type="checkbox"/>						

問5 今回の長崎観光で感じたことについてお答えください。

質問事項	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	該当なし
長崎にある歴史や文化の 奥深さを感じることができた	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
長崎市民のおもてなしを 感じる事ができた	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
長崎があなたにとって特別 な存在と感じる事ができた	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

問6 長崎への思いについてお答えください。

質問事項	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない
親しい友人に長崎観光を勧めたいと 思いますか	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
長崎市を再び訪れたいと思いますか	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
長崎市に住みたいと思いますか	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ご協力ありがとうございました。

※ご記入後は、平成28年2月8日(必着)で

ご返送くださいますようお願いいたします。

長崎市観光満足度調査アンケート

## Ⅱ. 要約

### 《聞き取り調査》

#### 【属性】

◆「関東」「九州」が3割、県別では福岡県が最多

性別は、「男性」が49.7%、「女性」が50.3%。年齢層別では、「20歳代」～「40歳代」が2割前後。居住地・ブロック別では、「関東」、「九州」が約3割で最も多く、県別で最も多いのは「福岡県」。

#### 【旅行スタイル】

◆9割が「観光」目的。個人・小グループ旅行が全体の9割

旅行目的は、「観光（が主目的）」が89.6%。旅行形態は、「団体旅行」の9.9%に対し、個人・小グループ旅行が9割。『20代』で「友人等との旅行」が、『30代』と『40代』では「家族旅行」、『50代』以上では「カップル・夫婦のみの旅行」の割合が高くなる。「団体旅行」の割合は『40代』以降で高くなっている。

◆情報源のトップは「友人・知人の勧め」

旅行の情報源は「友人・知人の勧め」がトップ。これに「テレビ」「長崎観光HP」「旅行会社HP」と続く。全ての年齢層で「紙媒体」より「インターネット」の割合が上回っている。

◆旅行の手配は、「インターネット」が4割超

#### 【日程】

◆旅行全体の日程は宿泊ありが9割弱、平均宿泊数は2泊未満

旅行の全日程をみると、「宿泊あり」が9割弱。「宿泊あり」の人の宿泊数は1泊及び2泊で8割超を占め、平均宿泊数は1.83泊。

◆長崎市内における宿泊数は「1泊」が6割弱、平均宿泊数は1.02泊

長崎市内における宿泊数は、「1泊」57.9%、「2泊」19.5%、「3泊以上」4.3%。一方、「0泊（長崎市での宿泊なし）」は18.3%となっており、日帰り客が増加傾向。

#### 【訪問(予定)先と訪問回数】

◆長崎市以外の訪問（予定）先は県内では佐世保市、県外では福岡県が中心

長崎市以外の訪問（予定）先は、県内では「佐世保市（ハウステンボス含む）」が33.6%とトップ。県外では「福岡県」が14.0%と最も多い。

◆交通手段は、「JR」がトップ

長崎市に入るまでの交通手段は、「JR」27.6%、「飛行機+バス」26.7%、「自家用車」17.6%の順。「JR」は『中国』地方でトップとなっている。

◆長崎市への来訪回数は、「初めて」が4割弱。

長崎市への来訪回数は「初めて」（38.3%）がトップ。

◆「グラバー園」の訪問割合が7割近く

長崎市市内での訪問（予定）先は、「グラバー園」が67.9%と最多。以下「出島」（40.1%）、「中華街」（39.7%）、「原爆資料館・平和公園」（36.6%）「大浦天主堂」（35.3%）の順。なお、「稲佐山」がロープウェイの運休などから前回調査比7.7ポイント減少したのに対し、世界遺産に認定された「軍艦島」は、7.6ポイント増加した。

**【まち歩きの有無】**

◆まち歩き観光体験の割合は7割

長崎市で「自由にまち歩き」（64.7%）と「ガイド付きまち歩き」（5.1%）を体験した人は、合わせて約7割に上る。

**【祭りや行事の認知度】**

◆認知度が高いのは「ランタンフェスティバル」と「長崎くんち」

長崎市の祭りや行事で「ランタンフェスティバル」（66.4%）と「長崎くんち」（63.7%）の認知度がともに6割台、これに「精霊流し」（48.8%）が5割近くで続く。

**【市内観光に対する要望と「食」「土産」の傾向】**

◆長崎市観光に望むことは、「交通の便を良くする」がトップ

長崎市観光に望むことは、「交通の便を良くする」（21.1%）がトップ。この他では「観光地までの案内板などの整備」（12.1%）、「史跡・名所をもっと整備する」（11.1%）、「観光地周辺の駐車場の整備」（10.6%）が上位。

◆『食』では「ちゃんぽん・皿うどん等の中華料理」が圧倒的

長崎市で食べた（食べる）料理は、「ちゃんぽん・皿うどん等の中華料理」が86.3%と、次点の「トルコライス」（16.7%）を大きく引き離してトップ。

◆『土産』では9割近くが「カステラ」を購入希望

**【長崎市を旅行先に決めた理由・目的】**

◆旅行先に選んだ理由の5割が「観光施設巡り」

**【1人あたりの旅行費用】**

◆1人あたりの旅行全体の費用は、日帰り13,916円、宿泊48,264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43,804円（前回調査平成25年：△15.1%）。このうち「日帰り」旅行13,916円（同：△4.0%）、「宿泊」旅行48,264円（同：△13.2%）となっており、いずれも前回調査比減少。

◆長崎市における消費額は平均29,322円

長崎市市内における消費額は、1人あたり平均29,322円と、平成25年の調査（27,848円）をやや上回った。

## 《ハガキ調査》

### 【属性】

◆「40歳代」～「60歳代」が2割台、居住地別では「関東」が最も多い

年齢層別では、「40歳代」～「60歳代」が2割台。居住地・ブロック別では、「関東」が3割台で最も多く、次いで「九州」が2割。

### 【長崎観光の「感動」の有無】

◆長崎観光に「感動」があったとの回答が9割超

「感動」があったとの回答割合は91.4%。自由意見欄には、自然やまちの景観、世界遺産の軍艦島やグラバー園、夜景などについての記入が多かった。

### 【長崎観光の「感想」の有無】

◆長崎観光へ感想、96.6%が回答

自由意見欄には、旅行全体に満足したという感想が多く見受けられるなか、時間が足りなかった、坂道が多く疲れたなどといった感想も見られた。

### 【旅行前の期待度と旅行後の満足度】

◆6割超が長崎旅行に期待しており、旅行後の満足度も“概ね満足”（「大変満足」+「やや満足」）との回答が97.4%

期待度・満足度ともに最も高かったのが「夜景」（それぞれ64.5%、63.9%）で、期待度における次点は「世界遺産（候補）」（56.8%）であった。一方、満足度の次点は「自然やまちの景観」（50.8%）であった。

### 【長崎観光で感じたこと】

◆約9割が「歴史や文化の奥深さを感じることができた」と回答。

### 【長崎への思い】

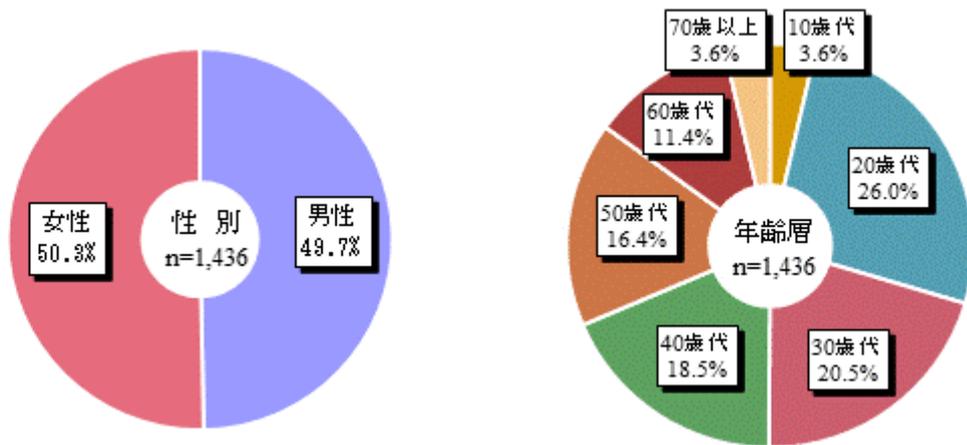
◆「親しい友人に長崎観光を勧めたい」との回答割合が87.7%、「長崎市を再び訪れたい」との回答が同86.8%。

### Ⅲ. 分析結果 《聞き取り調査》

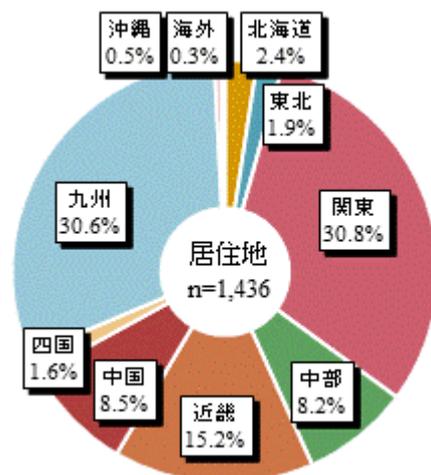
#### 【属性】

性別をみると、「男性」が49.7%、「女性」が50.3%。

年齢層別では、「20歳代」(26.0%)と「30歳代」(20.5%)が2割台、これに「40歳代」(18.5%)と「50歳代」(16.4%)が続く。



居住地・ブロック別では、「関東」(30.8%)と「九州」(30.6%)が最も多く、以下、「近畿」(15.2%)、「中国」(8.5%)「中部」(8.2%)となっている。



さらに居住地を都道府県別に細分化してみると、「福岡県」(13.9%)と「東京都」(13.1%)で3割近くを占め、これに「神奈川県」(7.6%)が7%台で続き、次いで「兵庫県」(5.4%)と「大阪府」(5.2%)がともに5%台。以下、「千葉県」(4.2%)、「広島県」・「熊本県」・「埼玉県」(各3.8%)、「愛知県」・「佐賀県」(ともに3.6%)となった。

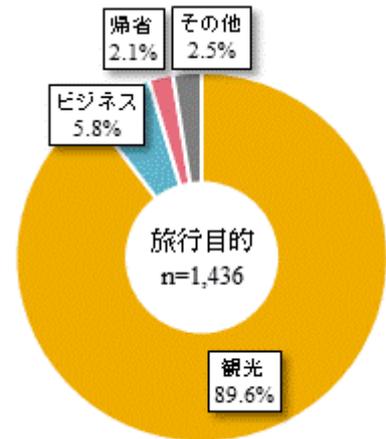
(n=1,436)

都道府県名	回答者数 (件)	回答割合 (%)
北海道	34	2.4
青森	2	0.1
岩手	2	0.1
宮城	10	0.7
秋田	5	0.3
山形	5	0.3
福島	3	0.2
茨城	19	1.3
栃木	8	0.6
群馬	4	0.3
埼玉	55	3.8
千葉	60	4.2
東京	188	13.1
神奈川	109	7.6
新潟	7	0.5
富山	7	0.5
石川	4	0.3
福井	3	0.2
山梨	5	0.3
長野	12	0.8
岐阜	10	0.7
静岡	18	1.3
愛知	52	3.6
三重	11	0.8
滋賀	11	0.8
京都	22	1.5
大阪	74	5.2
兵庫	77	5.4
奈良	16	1.1
和歌山	7	0.5
鳥取	5	0.3
島根	5	0.3
岡山	29	2.0
広島	54	3.8
山口	29	2.0
徳島	4	0.3
香川	4	0.3
愛媛	12	0.8
高知	3	0.2
福岡	200	13.9
佐賀	52	3.6
長崎	55	3.8
熊本	55	3.8
大分	41	2.9
宮崎	14	1.0
鹿児島	23	1.6

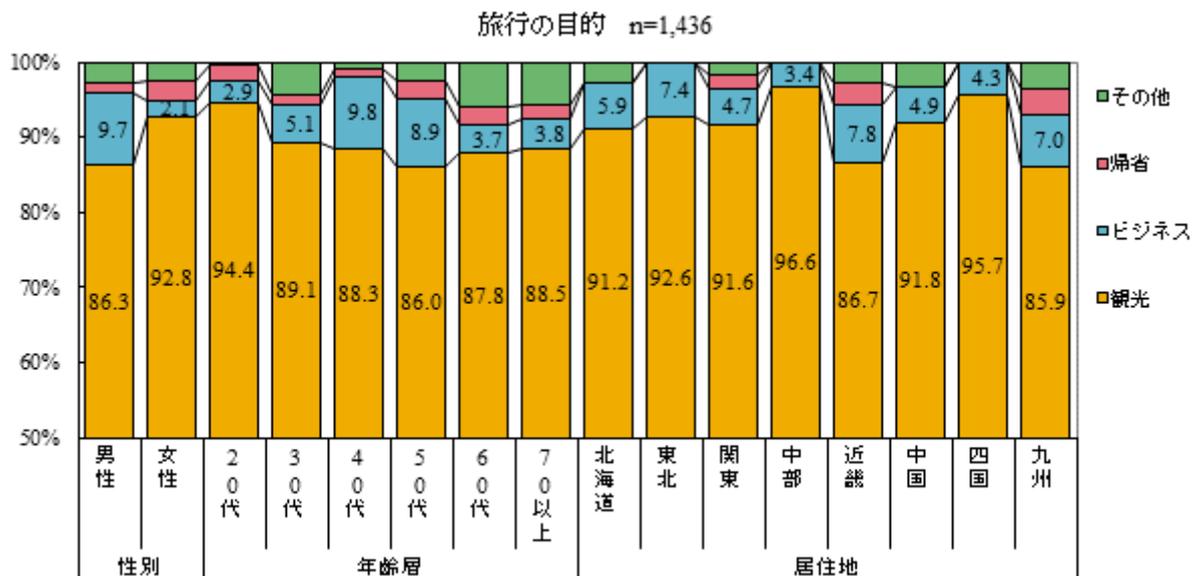
## 【旅行スタイル】

### ○旅行目的

旅行目的は「観光（が主目的）」が 89.6%と 9 割弱を占め、次いで「ビジネス」5.8%、「帰省」2.1%。



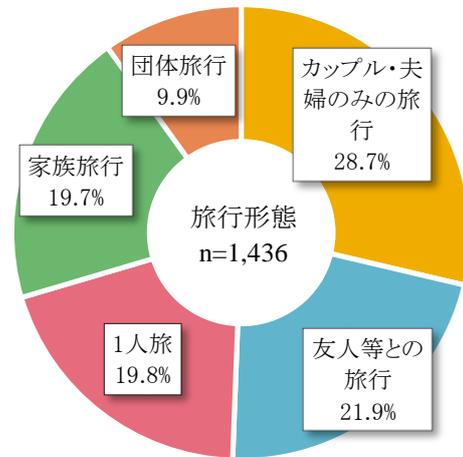
属性別にみると、女性が男性より「観光」の割合が高い。年齢層別では『40代』と『50代以上』で「ビジネス」の割合がやや高めとなっており、居住地別では『東北』と『近畿』、『九州』で「ビジネス」の割合がやや高い。



## ○旅行形態

旅行形態をみると、「カップル・夫婦のみの旅行」が28.7%と最も割合が高く、「友人等との旅行」(21.9%)、「一人旅」(19.8%)、「家族旅行」(19.7%)、「団体旅行」(9.9%)と続く。

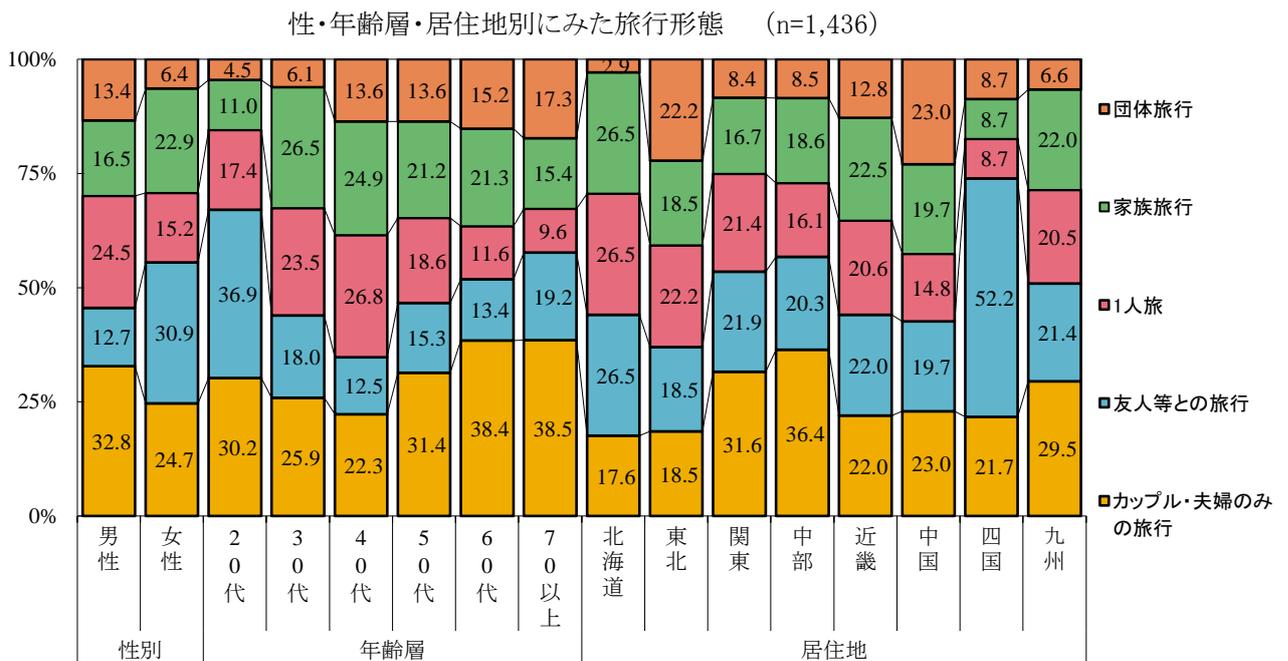
「カップル・夫婦のみの旅行」「友人等との旅行」「家族旅行」「一人旅」を合わせた個人・小グループ旅行で9割を占める。



性別でみると、男性は女性に比べ「団体旅行」の割合が高く、「友人等との旅行」は女性が男性よりも割合が高い。

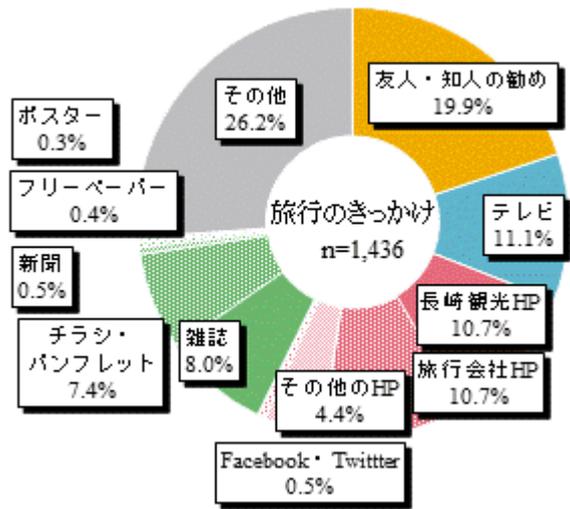
年齢層別では、「友人等との旅行」は『20代』で36.9%とその割合が最も高い。また、『30代』と『40代』では「カップル・夫婦のみの旅行」より「家族旅行」の割合が高いが、『50代』以上の年代では「カップル・夫婦のみの旅行」の割合が高くなり、『60代』以上で4割近くを占める。一方、「団体旅行」の割合は『40代』以降、徐々に高くなっている。

居住地別にみると、『関東』や『中部』からの「カップル・夫婦のみの旅行」の割合が高く、『四国』における「友人等との旅行」の割合は5割を超える。



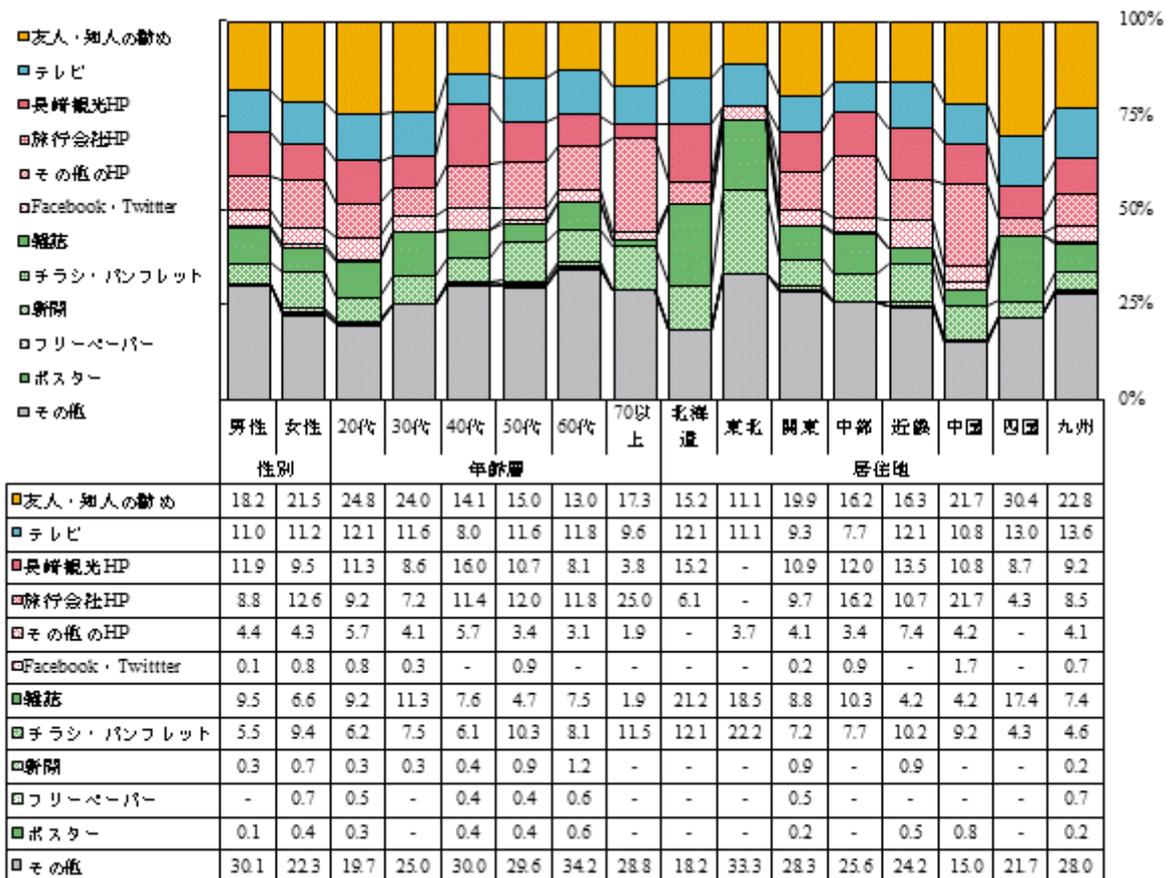
## ○旅行のきっかけとなった情報源

旅行のきっかけとなった情報源の割合は、「友人・知人の勧め」が19.9%と最も高く、次いで「テレビ」が11.1%、「長崎観光HP」と「旅行会社HP」がともに10.7%で続く。また、インターネット（「長崎観光HP」「旅行会社HP」「その他のHP」「Facebook・Twitter」の合計、以下同）の割合は26.3%と、紙媒体（「雑誌」「チラシ・パンフレット」「ポスター」「新聞」「フリーペーパー」の合計、以下同）の16.6%を上回る。



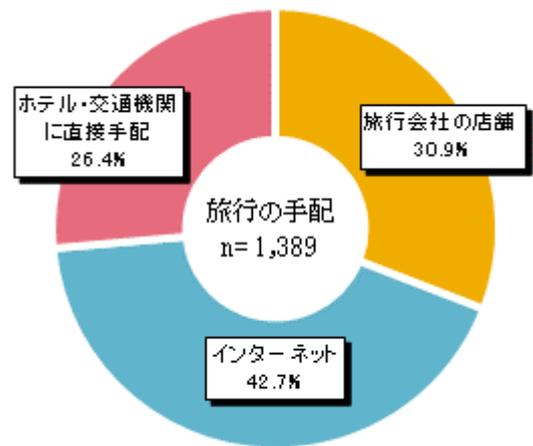
性別では、男性より女性が「友人・知人の勧め」の割合が高い。年齢層別では、『40代』で「インターネット」が3割を超える。すべての年齢層において「インターネット」の割合が「紙媒体」の割合を上回っており、スマートフォンやパソコンなどを用いて情報収集を行うことが高齢者層にも浸透してきていることがうかがえる。一方、地域別にみると、『中国』(38.4%)と『中部』(32.5%)、『近畿』(31.6%)にて「インターネット」の割合が3割を超えているが、『北海道』と『東北』、『四国』では「紙媒体」の方が高い。

旅行のきっかけ (n=1,436)



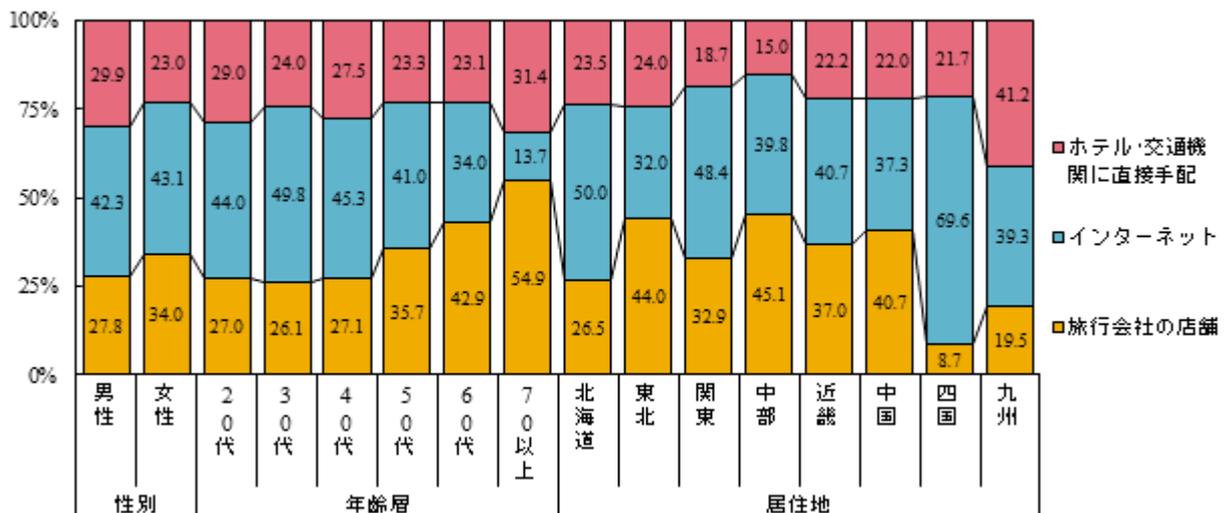
## ○旅行の手配

旅行の手配については、「インターネット（楽天、Yahoo!、旅行会社 HP 等）」の割合が 42.7%と 4 割を超え、以下、「旅行会社の店舗」が 30.9%、「ホテル・交通機関に直接手配」が 26.4%となった。前回調査（平成 25 年）と比較すると、「インターネット」（前回調査：34.8%）と「旅行会社の店舗」（同 25.6%）の割合が 5～8 ポイント増加しているのに対し、「ホテル・交通機関に直接手配」（同 39.6%）の割合は約 13 ポイント減少した。



これを属性別にみると、男女共「インターネット」の割合が高いが、男性は女性より「ホテル・交通機関に直接手配」の割合が高く、女性は男性より「旅行会社の店舗」の割合が高い。年齢層別では、『50 代』以下において「インターネット」の割合が 4 割を超えているが、『60 代』以上では反対に「旅行会社の店舗」の割合が 4 割を超える。また、居住地別では、『東北』と『中部』、『中国』にてそれぞれ「旅行会社の店舗」の割合が 4 割を超えるが、「インターネット」は『四国』で 7 割弱、『北海道』にて 5 割、『関東』と『近畿』で 4 割超と主流になっている。一方、『九州』では「直接手配」の割合が高い。

旅行の手配 (n=1,389)



## 【日程】

### ○旅行全体の日程

旅行の全日程で「宿泊する」とした人は 9 割弱。

属性別にみると、「日帰り」の割合は『20代』（14.4%）が最も高く、年齢が上がるにつれ低くなる傾向となっており、『60代』と『70代』では 1 桁台。居住地別では『九州』（29.1%）以外の地域はすべて 1 桁台であり、『北海道』と『東北』では 0%となった。

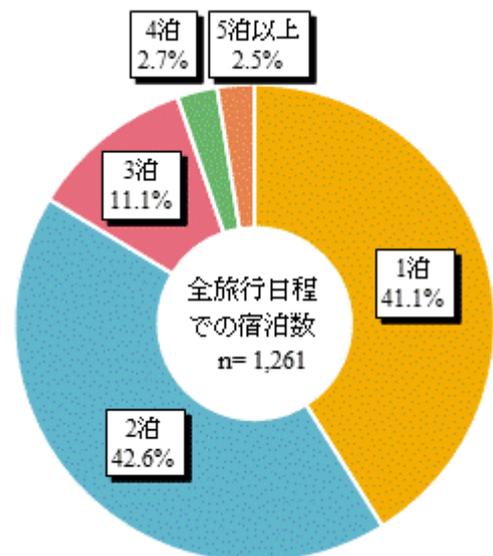
また、宿泊者の平均泊数（1.83 泊）では、前回調査（平成 25 年：2.01 泊）比減少し、2 泊を下回った。属性別にみると、年齢が上がるにつれ高くなる傾向はあるものの、全年齢層で 2 泊を下回っている。一方、居住地別では『中部』以北で 2 泊以上となっており、なかでも距離的に遠い『北海道』（2.68 泊）と『東北』（2.44 泊）がそれぞれ高い。

旅行全日程での宿泊の有無と宿泊者の平均泊数  
(n= 1,436)

属性		日帰り (%)	宿泊 (%)	宿泊者の平均泊数 (泊)
全体		12.0	88.0	1.83
性別	男性	11.6	88.4	1.84
	女性	12.5	87.5	1.82
年齢層	20代	14.4	85.6	1.78
	30代	12.6	87.4	1.87
	40代	10.6	89.4	1.76
	50代	10.6	89.4	1.83
	60代	7.3	92.7	1.97
	70以上	7.7	92.3	1.98
居住地	北海道	0.0	100.0	2.68
	東北	0.0	100.0	2.44
	関東	4.1	95.9	2.00
	中部	2.5	97.5	2.26
	近畿	7.3	92.7	1.78
	中国	4.9	95.1	1.53
	四国	4.3	95.7	1.82
	九州	29.1	70.9	1.42

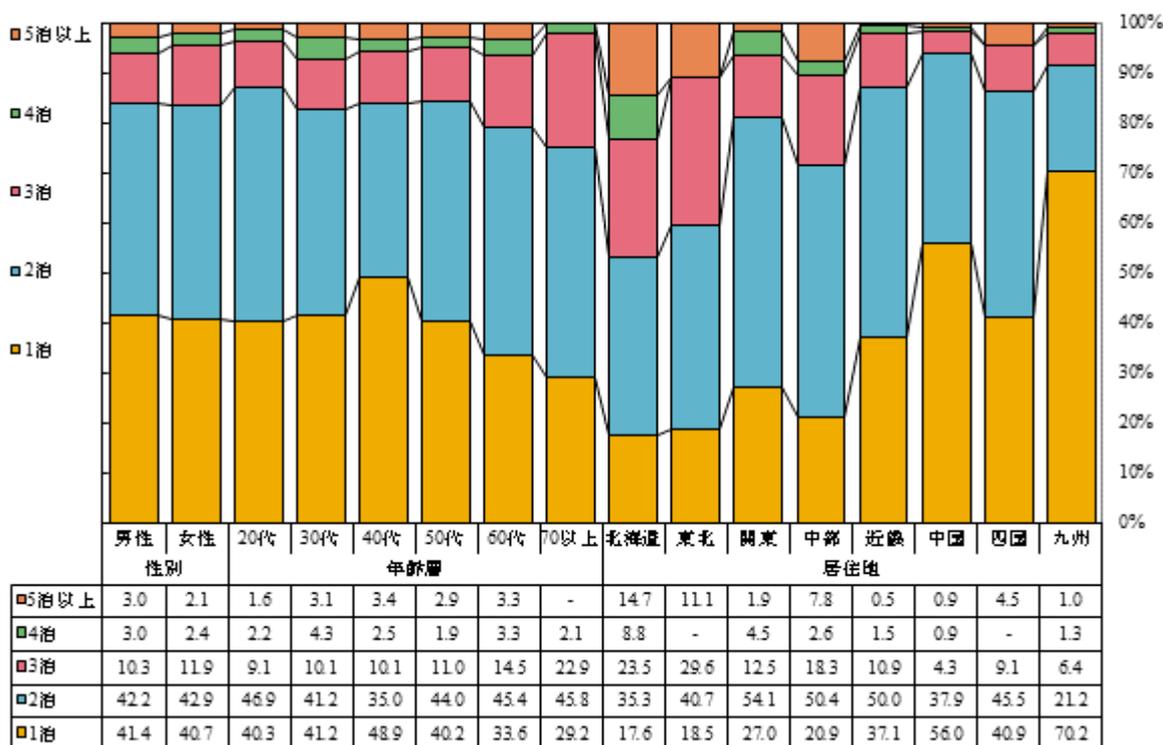
宿泊数別にみると、「2泊」（42.6%）が最も多く、次いで「1泊」（41.1%）となっている。

平成 25 年の前回調査と比べると、「2泊」（前回調査：44.9%）2.3 ポイント、「3泊」（同 13.6%）2.5 ポイント、「4泊以上」（同 8.5%）3.3 ポイントと、軒並み減少に転じたのに対し、過去の調査で 3 割台が続いていた「1泊」（平成 25 年：33.0%、平成 24 年：32.4%、平成 23 年：38.3%、平成 22 年 36.1%）が 4 割台となっている。



属性別にみると、性別による違いはほとんどみられない。年齢層別では、年齢が上がるにつれて「1泊」の割合が減り「3泊」以上の割合が高くなっている。居住地別では、九州から遠くなるにつれ「1泊」の割合が低くなり、「3泊」以上の割合が高くなっている。特に、『東北』と『北海道』では「3泊」以上の割合がそれぞれ4割、5割弱を占める。一方、本州の各地域における「2泊」の割合は4、5割台となった。

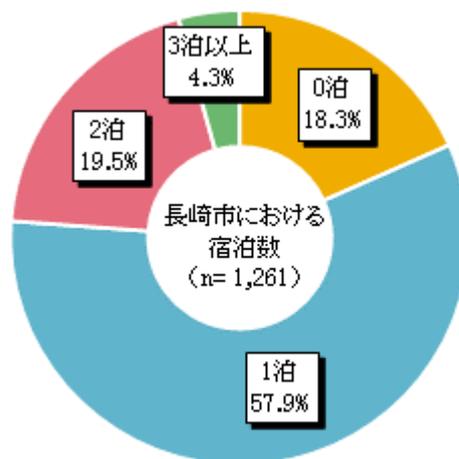
全旅行日程での宿泊数 (n=1,261)



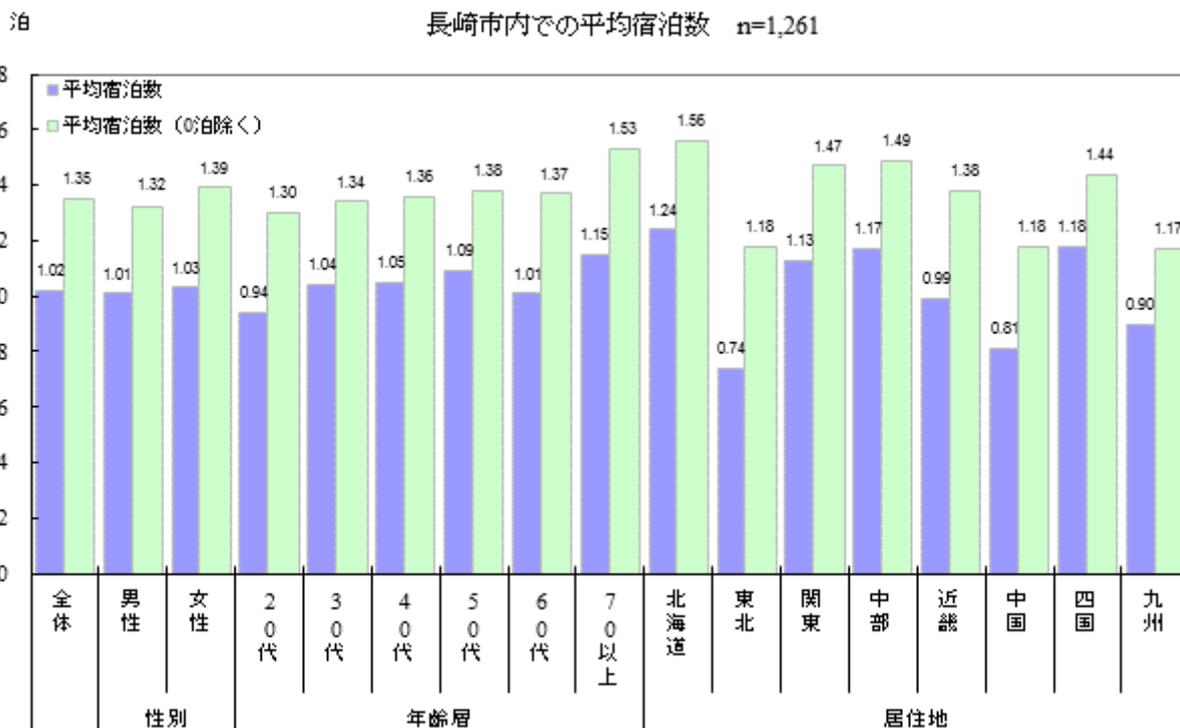
## ○長崎市内における宿泊数

長崎市内における宿泊数をみると、「1泊」が57.9%と、前回調査（平成25年：56.3%）より1.6ポイント増加したが、「2泊」（19.5%、前回調査：27.1%）は7.6ポイント、「3泊以上」（4.3%、同：7.4%）も3.1ポイントそれぞれ減少した。

一方、「0泊（＝日帰り客）」18.3%と、前回調査（同：9.2%）から倍増している。

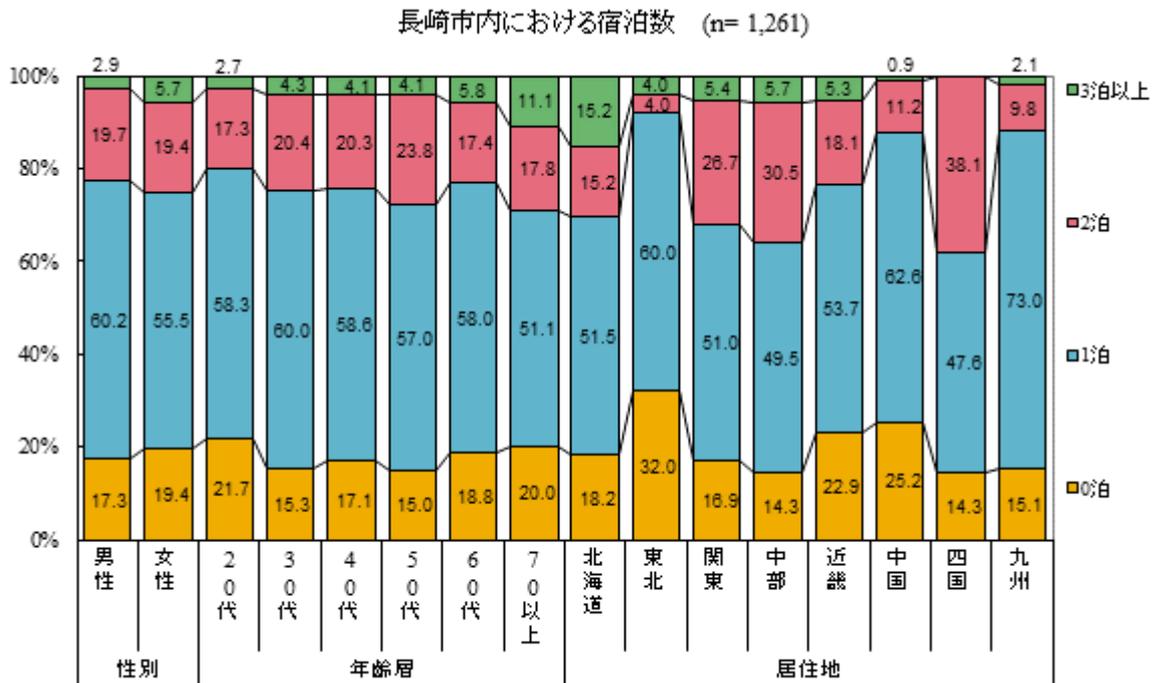


長崎市内での平均宿泊数は、長崎市内0泊を含むと1.02泊、長崎市内0泊を除いて1.35泊であった。平成21年（1.14泊、1.32泊）、平成22年（1.19泊、1.40泊）、平成23年（1.32泊、1.45泊）、平成24年（1.38泊、1.43泊）、平成25年（1.42泊、1.55泊）と、徐々に伸びてきていたが、今回、減少に転じている。



長崎市内における宿泊数は、2泊以上で男性に比べて女性の割合が高い。また、年齢層別では『20代』と『70以上』で日帰りの割合が20%を超えている一方、『70以上』では3泊以上の割合が他年代比最も高い。

居住地別をみると、『北海道』と『関東』、『中部』、『四国』にて2泊以上の割合がそれぞれ30%台となっている。

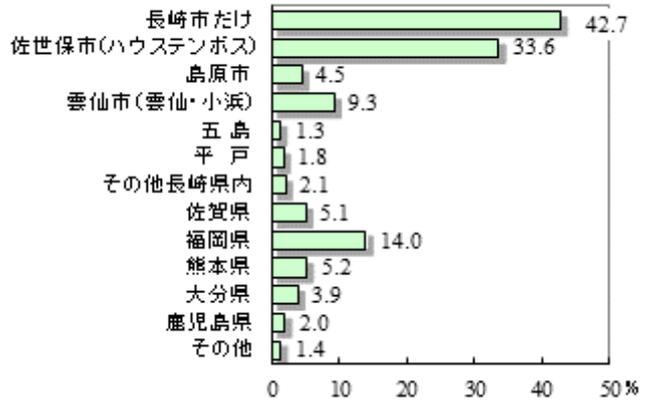


【訪問(予定)先と訪問回数】

○長崎市以外の訪問地・訪問予定地

今回の旅行の訪問(予定)先をみると、「長崎市だけ」が42.7%と、前回調査(平成25年:48.3%)から5.6ポイント減少した一方、「佐世保市(ハウステンボス)」が33.6%と、10.0ポイント増加(同23.6%)した。また、「雲仙市(雲仙・小浜)」も9.3%と、前回(同13.8%)より4.5ポイント減少している。他方、県外では「福岡県」が前回(同13.9%)並みとなる14.0%と、主要ルートとなっていることがうかがえる。

長崎市以外の訪問(予定)先(複数回答、n=1,427)



属性別にみると、「長崎市だけ」の訪問割合は『40代』が50%を超え、『30代』と『50代』で40%台となっている。また、居住地別では『近畿』と『中国』でそれぞれ4割弱、4割強となっており、『九州』は6割台。

長崎市以外の訪問先をみると、ほとんどにおいて男性の割合が女性を上回るなか、「佐世保市(ハウステンボス)」では女性の割合が男性を10ポイント近く上回っている。年代別では、「佐世保市(ハウステンボス)」は『20代』に最も人気があり、「雲仙市(雲仙・小浜)」は『60代』と『70代』に支持されている。また、県外では各年代とも「福岡県」の割合が高い。居住地別にみると、県内では、全ての地域にて「佐世保市(ハウステンボスを含む)」の割合が最も高く、次いで「雲仙市(雲仙・小浜)」の割合が高い。県外では「福岡県」の割合が高いが、『北海道』と『東北』にて「熊本県」の割合が高くなっている。

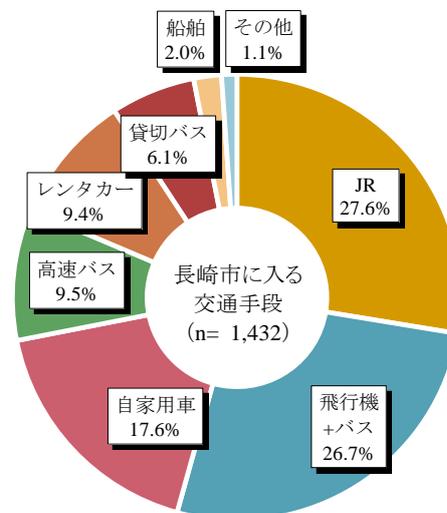
長崎市以外の訪問先・予定先(複数回答、n=1,427)

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)	五島	平戸	その他 長崎県内	佐賀県	福岡県	熊本県	大分県	鹿児島県	その他
全体	42.7	33.6	4.5	9.3	1.3	1.8	2.1	5.1	14.0	5.2	3.9	2.0	1.4
性別	男性	42.3	28.6	5.4	11.4	1.4	2.3	2.1	5.6	15.9	5.9	4.4	1.4
	女性	43.2	38.5	3.6	7.1	1.1	1.4	2.1	4.6	12.1	4.5	3.5	1.4
年齢層	20代	39.2	45.2	3.8	5.1	0.8	0.0	1.9	4.3	16.9	4.3	3.8	1.9
	30代	45.9	32.7	4.4	7.8	0.7	2.0	2.0	4.8	13.3	4.4	3.4	2.0
	40代	53.2	23.2	6.1	9.9	1.5	2.3	0.4	3.8	12.9	6.1	2.7	1.5
	50代	42.2	28.4	4.3	9.9	1.7	1.7	3.0	6.9	13.4	4.7	2.2	2.2
	60代	30.1	31.9	4.3	16.0	1.8	6.1	3.7	8.6	16.0	8.6	10.4	3.1
	70以上	36.5	23.1	7.7	26.9	3.8	0.0	3.8	3.8	9.6	7.7	5.8	3.8
居住地	北海道	8.8	50.0	2.9	2.9	0.0	0.0	8.8	55.9	14.7	2.9	2.9	2.9
	東北	18.5	33.3	0.0	7.4	0.0	0.0	3.7	0.0	22.2	25.9	7.4	14.8
	関東	32.0	40.6	6.1	12.5	2.0	1.6	2.5	6.8	18.8	6.3	5.9	2.0
	中部	23.9	45.3	2.6	8.5	1.7	2.6	1.7	5.1	31.6	8.5	6.8	3.4
	近畿	38.7	37.3	3.7	8.8	1.8	1.8	1.8	4.1	12.0	3.7	3.7	1.8
	中国	40.2	34.4	4.1	11.5	0.0	0.8	3.3	5.7	8.2	5.7	1.6	1.6
	四国	30.4	52.2	8.7	13.0	0.0	0.0	4.3	4.3	8.7	8.7	8.7	4.3
九州	66.7	19.3	4.1	6.0	0.7	2.1	1.6	3.4	2.8	1.1	1.1	0.9	

## ○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、「JR」(27.6%)が最も多く、以下「飛行機+バス」(26.7%)、「自家用車」(17.6%)と続く。

前回調査(25年)と比較すると、「JR」(平成25年:31.5%)と「自家用車」(同24.0%)は3.9ポイント、6.4ポイントとそれぞれ減少したものの、それ以外の交通手段をみると、「飛行機+バス」(同22.7%)4.0ポイント、「高速バス」(同5.0%)4.5ポイント、「レンタカー」(同7.3%)2.1ポイント、「貸切バス」(同5.5%)0.6ポイント、船舶(同0.9%)1.1ポイントと、全て増加に転じている。



性別では、女性が「JR」と「高速バス」で男性よりも割合が高い。年齢層別にみると、『20代』で「高速バス」や「JR」、「レンタカー」、「船舶」の割合が他の年代より比較的高く、また、「自家用車」は『30代』と『40代』で、「貸切バス」は『60代』以上の割合がそれぞれ高い。居住地別にみると、「自家用車」は『九州』を筆頭に『四国』と『中国』の割合が高く、「JR」は『中国』『近畿』『四国』にて、「飛行機+バス」は『近畿』以北でそれぞれ割合が高い。旅行形態別にみると、『一人旅』では「JR」と「飛行機+バス」の割合が高く、『家族旅行』で「自家用車」が、『団体旅行』では「貸切バス」の割合がそれぞれ高い。

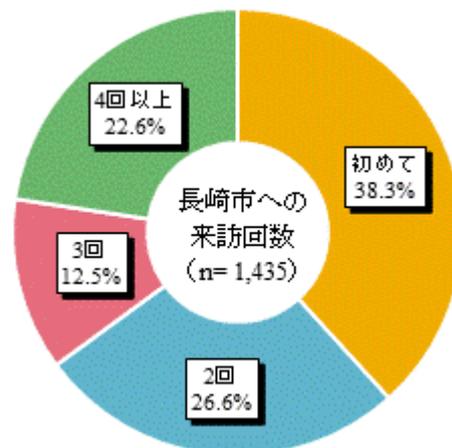
長崎市に入る交通手段 (n=1,432)

(%)

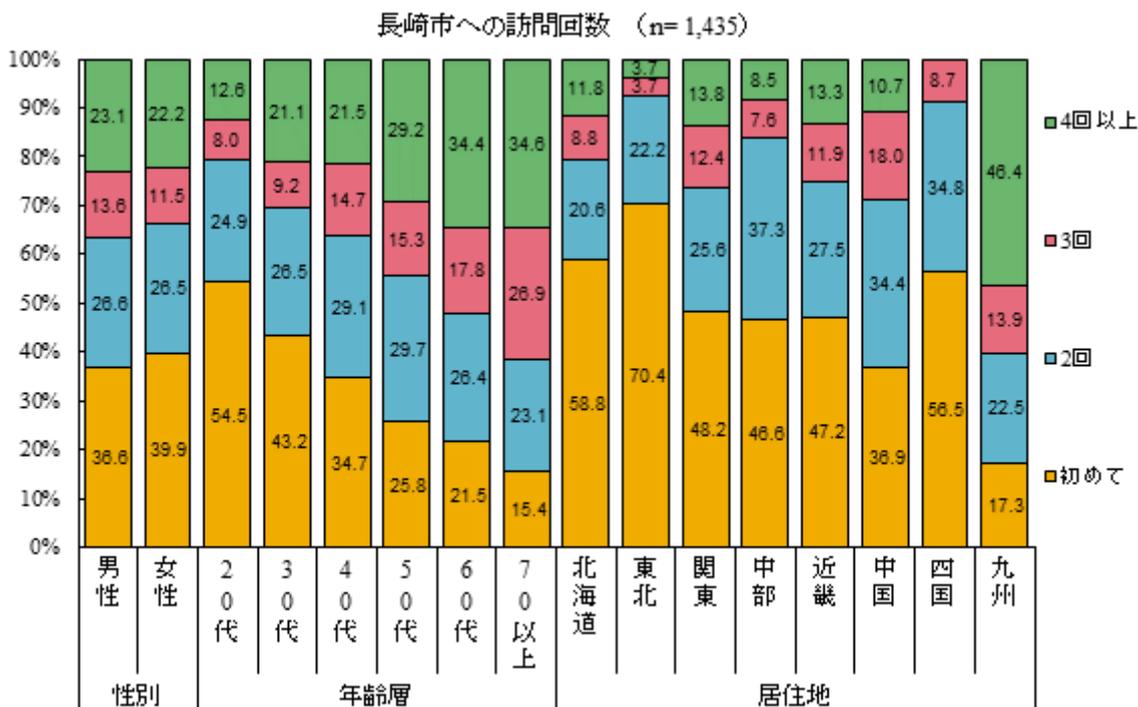
		自家用車	高速バス	貸切バス	JR	レンタカー	飛行機+バス	船舶	その他
全 体		17.6	9.5	6.1	27.6	9.4	26.7	2.0	1.1
性別	男 性	18.7	7.6	6.9	23.9	11.3	27.7	2.7	1.3
	女 性	16.5	11.4	5.4	31.2	7.5	25.8	1.2	1.0
年齢層	20 代	16.9	11.5	2.7	30.3	11.8	21.4	4.6	0.8
	30 代	23.2	8.9	2.7	25.6	9.9	28.7	0.7	0.3
	40 代	20.0	9.1	5.3	26.0	9.1	28.7	0.4	1.5
	50 代	14.9	4.7	9.4	28.1	6.8	32.8	0.9	2.6
	60 代	17.2	9.2	13.5	20.2	9.2	27.6	1.8	1.2
	70以上	5.8	7.7	23.1	21.2	7.7	32.7	1.9	0.0
居住地	北海道	14.7	11.8	0.0	23.5	11.8	38.2	0.0	0.0
	東 北	7.4	3.7	7.4	22.2	7.4	51.9	0.0	0.0
	關 東	3.2	6.4	5.7	15.5	14.1	52.0	0.9	2.3
	中 部	2.6	6.0	6.0	30.8	17.9	35.0	0.9	0.9
	近 畿	5.0	6.9	4.6	39.4	11.5	30.3	2.3	0.0
	中 国	18.0	8.2	15.6	42.6	3.3	6.6	5.7	0.0
旅行形態	1人旅	12.3	16.1	1.4	35.1	2.5	30.9	0.7	1.1
	カッパル・夫婦	22.2	6.4	4.4	25.7	13.0	25.7	1.2	1.5
	家 族	29.3	4.6	3.2	25.4	11.7	24.4	0.4	1.1
	友人等	13.4	12.8	2.6	28.8	11.8	26.5	3.5	0.6
	団 体	0.7	7.7	34.5	19.7	2.8	26.8	6.3	1.4

## ○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38.3%と、前回調査(平成25年：34.0%)から4.3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61.7%と、前回調査(同66.0%)を下回った。

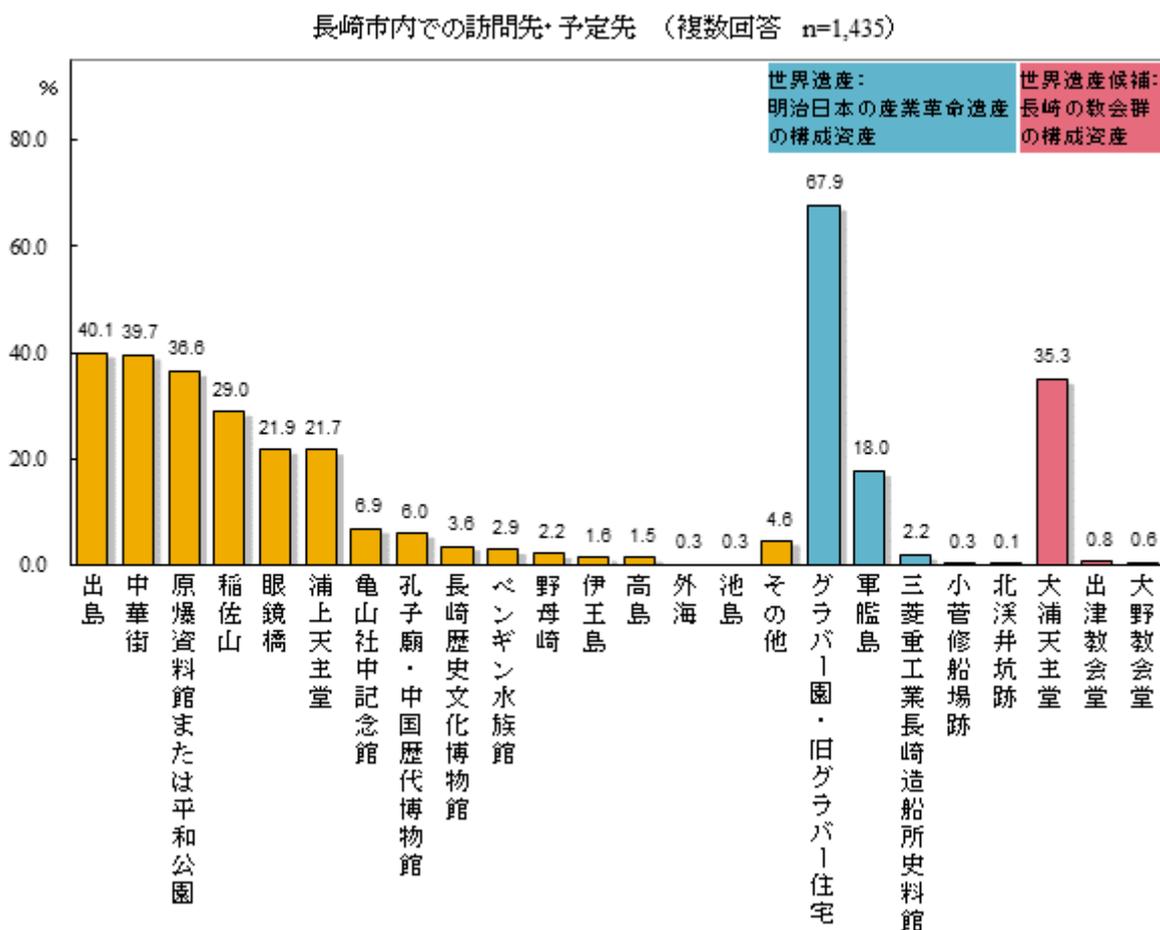


性別をみると、リピーター率は、男性（63.3%）の方が女性（60.2%）よりやや高い。年齢層別では、『20代』で「初めて」が5割を超えており、年齢が上がるにつれ訪問回数が増加、『60代』で「3回」以上が5割を超え、『70以上』では6割を超えている。居住地別にみると、遠方ほど「初めて」の割合が高く、『四国』でも5割を超える。また、『関東』『中部』『近畿』『中国』において、リピーター率が5割を超えている。



## ○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）では、世界文化遺産「旧グラバー住宅」のある「グラバー園」（67.9%）が最も多く、以下「出島」（40.1%）、「中華街」（39.7%）、「原爆資料館」（36.6%）、「大浦天主堂」（35.3%）と続く。「稲佐山」（29.0%）は、2012年の世界新三大夜景認定後増加傾向にあったが、前回調査（平成25年：36.7%）比7.7ポイント減少している。これは、長崎ロープウェイが駅舎の耐震化工事のため長期間運休したことが影響したものと思われる。一方、「軍艦島」（18.0%）は、前回調査（同：10.4%）比7.6ポイント増加しており、世界文化遺産の認定効果が現れている。また、同島を展望できる「野母崎」（2.2%）も、前回調査（同：0.8%）より増加した。



次に性別をみると、男性の割合が女性よりやや高いのが「出島」「原爆資料館または平和公園」「亀山社中記念館」「高島」「軍艦島」「三菱重工史料館」。女性の割合が比較的高いのが「稲佐山」「グラバー園」「大浦天主堂」となっている。

年齢層別にみると、『20代』で「中華街」と「稲佐山」の割合が高く、「亀山社中記念館」と「軍艦島」は、『40代』と『50代』に人気がある。また、「原爆資料館または平和公園」

「長崎歴史文化博物館」「孔子廟・中国歴代博物館」は『70代以上』の割合が高い。

居住地域別にみると、世界文化遺産の「グラバー園・旧グラバー住宅」は『九州』と『東北』を除く各地域が7割台（『四国』も69.6%と約7割）と高く、同じ世界遺産の「軍艦島」も『近畿』から『東北』にかけて人気がある。また「稲佐山」は『北海道』で、「原爆資料館または平和公園」は『東北』でそれぞれ5割を超え、『四国』では「出島」と「中華街」、「亀山社中記念館」の割合が比較的高い。

来訪回数別では、「グラバー園・旧グラバー住宅」が3回までで6、7割台と高く、これまで長崎観光の主役であったことに加え、世界文化遺産認定の影響がうかがえる。一方、「原爆資料館」「稲佐山」「眼鏡橋」は、回数が増すごとに割合が低くなる傾向にある。

宿泊数別にみると、ほとんどの訪問先において『2泊』『3泊以上』の割合が高いなか、「グラバー園・旧グラバー住宅」は、『日帰り』から『3泊以上』まで全て7割超と抜群の安定感を誇る。

長崎市内での訪問・訪問予定先（複数回答、n=1,435）

(%)

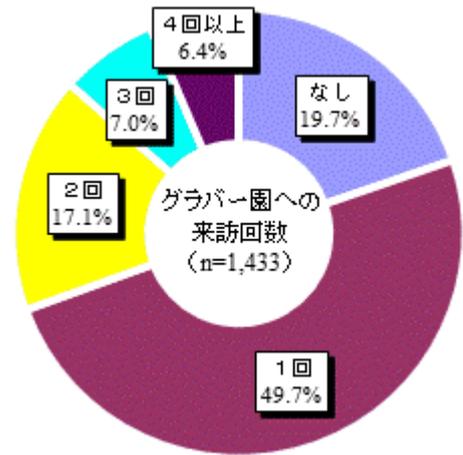
属性	世界文化遺産																世界遺産候補								
	出島	中華街	原爆資料館、平和公園	稲佐山	眼鏡橋	浦上天主堂	亀山社中記念館	孔子廟（中国歴代博物館）	長崎歴史文化博物館	ペンギン水族館	野母崎	伊王島	高島	外海	池島	その他	旧グラバー住宅（グラバー園）	軍艦島	三菱重工業長崎造船所史料館	小菅修船場跡	北溪井坑跡	大浦天主堂	出津教会堂	大野教会堂	
全体	40.1	39.7	36.6	29.0	21.9	21.7	6.9	6.0	3.6	2.9	2.2	1.6	1.5	0.3	0.3	4.6	67.9	18.0	2.2	0.3	0.1	35.3	0.8	0.6	
性別	男性	41.5	39.0	39.4	26.1	21.6	21.2	8.4	5.5	3.4	2.8	1.8	1.7	1.8	0.1	0.4	3.8	66.1	19.8	3.1	0.3	0.1	33.7	0.8	0.6
	女性	38.8	40.4	33.8	31.9	22.2	22.2	5.4	6.5	3.7	3.0	2.6	1.5	1.2	0.6	0.1	5.4	69.7	16.3	1.4	0.3	0.1	36.8	0.8	0.6
年齢層	20代	37.4	48.1	33.2	38.2	25.1	16.8	4.8	4.5	1.1	4.3	0.8	1.3	1.9	0.8	0.5	2.9	67.6	19.5	1.1	0.5	0.3	30.5	0.5	0.5
	30代	43.5	35.7	35.4	30.3	20.1	20.4	6.5	4.4	2.0	3.1	1.0	1.4	1.4	0.0	0.0	3.7	68.7	13.6	1.0	0.0	0.0	36.7	0.7	0.0
	40代	43.0	44.2	42.6	32.5	26.0	25.3	10.6	7.9	5.3	3.8	3.0	3.4	2.6	0.4	0.8	3.8	66.8	23.8	2.3	0.0	0.4	39.6	1.1	0.8
	50代	47.0	36.0	36.4	22.9	16.5	25.4	9.7	6.8	4.7	0.4	4.2	1.3	1.3	0.0	0.0	5.5	68.2	22.5	5.1	0.0	0.0	36.4	1.3	1.3
	60代	33.5	29.9	36.6	16.5	19.5	25.6	4.9	7.9	5.5	1.8	4.9	1.2	0.0	0.0	0.0	7.9	73.2	17.1	3.7	1.2	0.0	39.0	1.2	0.6
70以上	29.4	15.7	52.9	7.8	15.7	23.5	3.9	9.8	11.8	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.8	70.6	2.0	2.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	
居住地	北海道	41.2	32.4	26.5	52.9	26.5	23.5	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9	70.6	17.6	0.0	0.0	0.0	29.4	0.0	0.0
	東北	33.3	25.9	59.3	22.2	18.5	22.2	0.0	0.0	0.0	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.4	63.0	22.2	0.0	0.0	0.0	29.6	3.7	0.0
	関東	48.5	38.8	48.5	27.5	26.4	26.6	6.5	7.4	5.4	2.3	0.9	0.7	2.7	0.5	0.5	3.8	74.3	22.6	2.3	0.0	0.5	40.6	1.6	1.1
	中部	38.1	35.6	44.9	26.3	35.6	31.4	7.6	12.7	3.4	1.7	2.5	0.8	0.0	0.0	0.0	3.4	70.3	22.9	4.2	0.0	0.0	34.7	0.0	0.0
	近畿	38.5	40.4	38.5	30.7	24.8	23.4	8.3	6.9	4.1	0.9	1.4	3.2	2.3	0.9	0.5	2.8	74.3	25.7	4.1	0.5	0.0	38.5	1.4	0.9
	中国	36.1	42.6	27.0	25.4	18.9	14.8	10.7	2.5	2.5	4.1	3.3	1.6	0.0	0.0	0.8	2.5	78.7	13.1	1.6	0.8	0.0	35.2	0.0	0.0
四国	65.2	52.2	26.1	34.8	34.8	30.4	13.0	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3	69.6	13.0	0.0	0.0	0.0	43.5	0.0	0.0	
九州	33.3	41.7	23.7	29.8	12.5	14.1	6.2	4.3	2.5	4.8	3.9	2.3	1.1	0.2	0.0	6.8	54.4	10.0	1.4	0.5	0.0	28.0	0.2	0.2	
訪問回数	初めて	41.9	38.3	42.6	35.5	26.6	24.0	7.1	6.9	3.1	2.7	1.5	1.3	2.2	0.2	0.2	3.1	73.8	21.9	1.5	0.0	0.0	35.9	0.5	0.5
	2回	42.3	42.3	37.8	28.1	20.2	21.8	7.6	6.0	2.9	2.1	2.1	2.1	1.3	0.5	0.3	2.4	76.6	19.9	2.6	0.5	0.3	42.0	1.0	0.5
	3回	41.3	39.1	34.6	26.8	22.9	23.5	7.8	5.6	3.4	3.9	2.2	0.0	0.0	1.1	0.6	3.9	66.5	17.3	2.8	0.0	0.0	35.2	1.1	0.6
	4回以上	34.2	39.7	25.8	20.3	15.4	16.6	5.2	4.6	5.2	3.7	3.7	2.5	1.5	0.0	0.3	10.2	48.3	9.8	2.8	0.6	0.3	26.2	0.9	0.6
宿泊数	日帰り	37.1	33.8	29.1	13.6	17.4	13.1	3.3	3.3	1.9	2.3	2.3	0.5	0.9	0.5	0.5	3.8	73.2	14.6	2.3	0.5	0.0	42.3	0.9	0.9
	1泊	39.0	41.8	37.2	33.2	22.8	22.2	8.3	4.8	3.1	2.5	2.1	1.9	1.0	0.3	0.1	3.4	70.4	19.5	2.2	0.4	0.3	36.3	0.7	0.3
	2泊	50.2	40.5	51.5	37.4	30.4	33.0	9.3	13.2	5.3	3.1	1.8	2.2	4.0	0.4	0.0	5.3	78.4	24.7	2.6	0.0	0.0	38.8	1.8	1.8
	3泊以上	40.0	40.0	58.0	32.0	32.0	38.0	8.0	14.0	10.0	0.0	2.0	0.0	2.0	0.0	4.0	6.0	70.0	22.0	10.0	0.0	0.0	34.0	0.0	0.0

## 訪問回数

### 《グラバー園》

グラバー園への来訪回数は、「1回」が49.7%（平成25年調査：48.6%）と半数近くを占め、次いで「2回」17.1%（同21.2%）、「3回」7.0%（同8.3%）、「4回以上」6.4%（同9.6%）となっている。

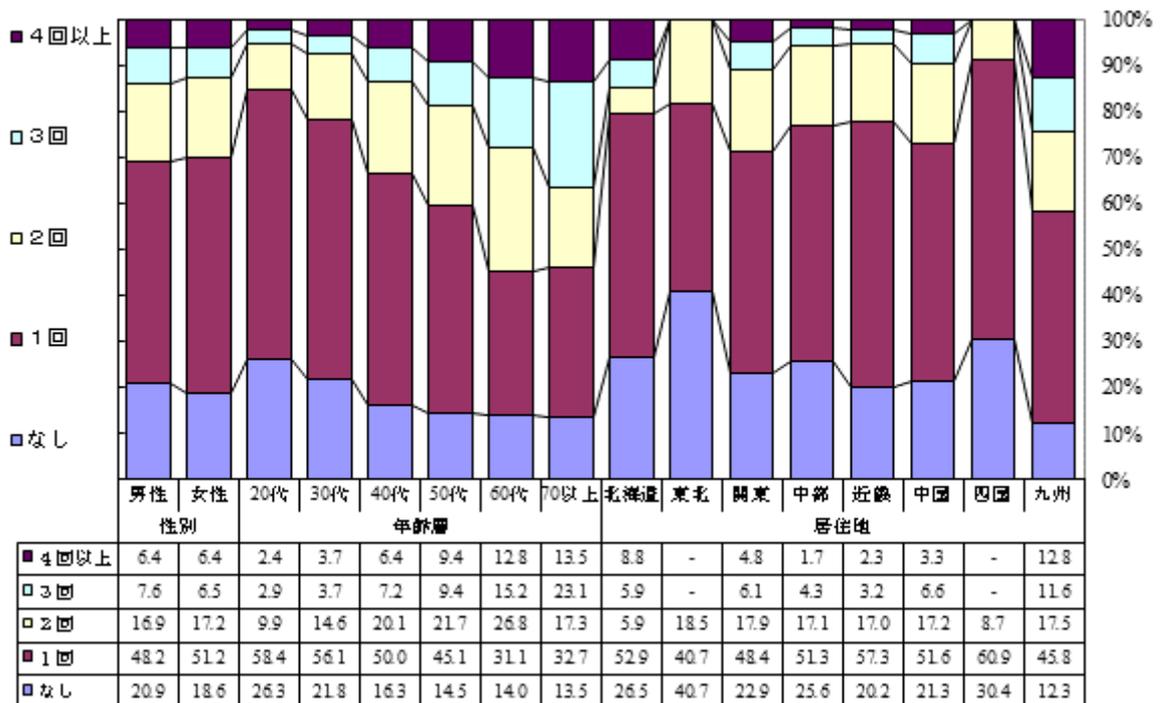
2回以上のリピーター割合は、平成23年調査40.1%、平成24年調査38.2%と減少してきており、前回（平成25年）の調査では39.1%と横這いとなったものの、今回調査では30.5%と、前回調査比8.6ポイント減となった。一方、「なし」（19.7%）は、前回調査（12.3%）比7.4ポイント増加している。



性別にみると、男性が女性より「なし」の割合がやや多い。年齢別では、「2回」以上のリピーター割合が年齢と共に上昇している。

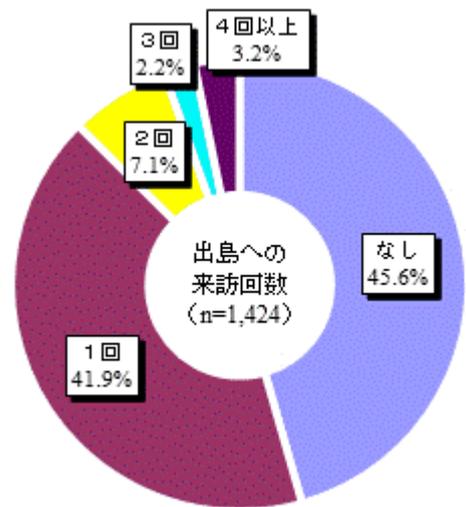
居住地別にみると、リピーター割合は『九州』で4割超と最も高く、「なし（行かないし、行ったこともない）」の割合は『東北』と『四国』で比較的高い。

グラバー園への来訪回数 (n=1,433)



## 《出島》

「出島」への訪問回数は、「1回」が前回調査（平成25年：47.7%）比5.8ポイント減の41.9%となった。また、「なし」は45.6%と、前回調査（同33.3%）より12.3ポイント増となっている。さらに、平成23年調査17.1%、平成24年調査15.8%と減少し、前回調査で19.0%と持ち直していたリピーター割合も、今回調査では「2回」7.1%（同10.6%）、「3回」2.2%（同3.2%）、「4回以上」3.2%（同5.2%）とそれぞれ減少し、計12.5%と6.5ポイントの減少となった。

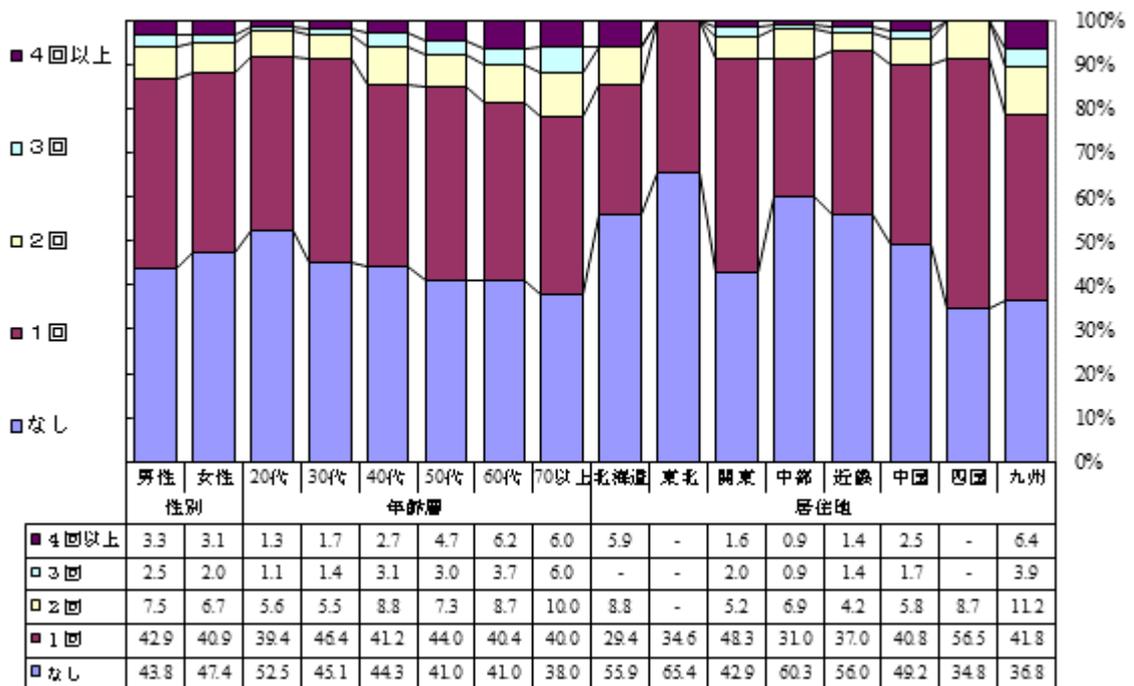


属性別にみると、性別では男性より女性の方の「なし」の割合が比較的高い。

年齢層別では、「なし」の割合が『20代』で5割超、その他の年代でも4割台と高いが、『70以上』では3割台となった。また、リピーター割合は年齢が上がるにつれて高くなっており、『70以上』では2割を超えている。

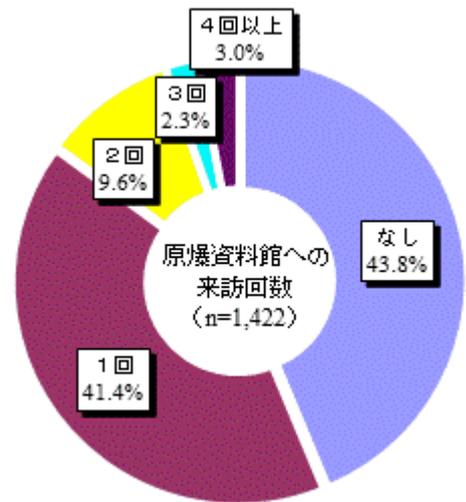
居住地別にみると、「なし」の割合は『中国』以北における割合が高い。一方、リピーター割合は、最も多い『九州』でも21.5%にとどまる。

出島への来訪回数 (n=1,424)



## 《原爆資料館》

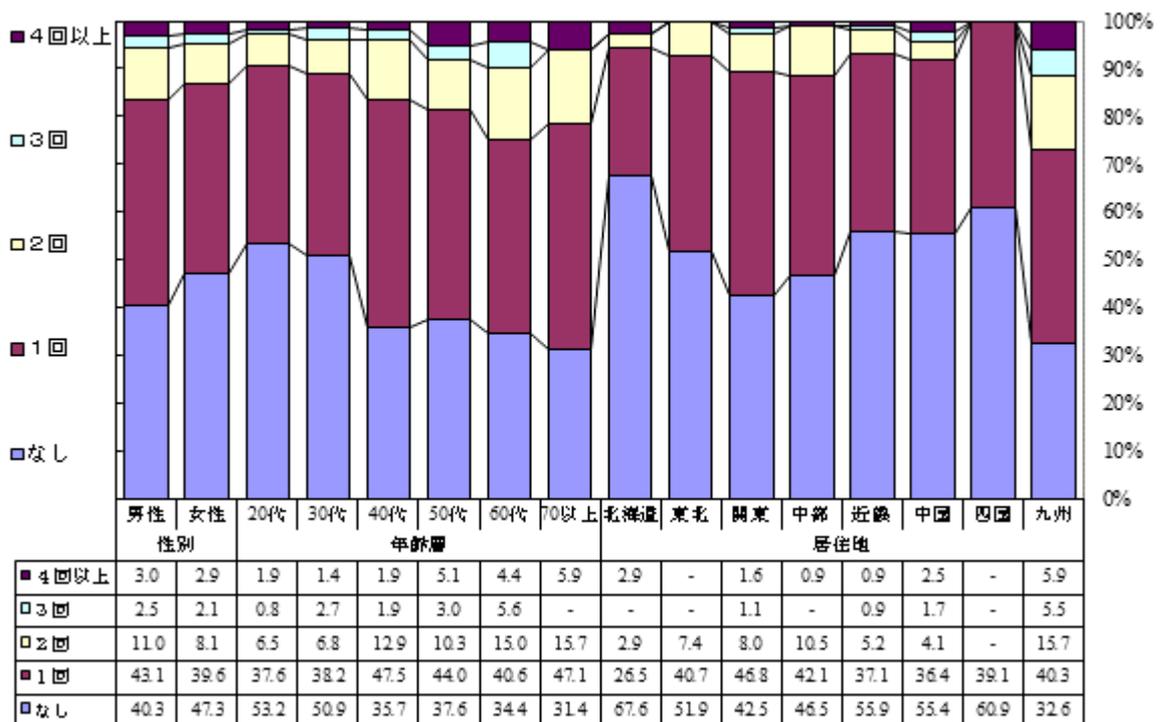
「原爆資料館」への訪問回数は、「1回」が41.4%と、前回調査（平成25年：49.4%）より8.0ポイント減少した。一方、「なし」は43.8%で、前回調査（同28.1%）より15.7ポイントの大幅増となっている。また、平成23年調査22.6%、平成24年調査23.3%、前回調査22.5%と、20%台で推移していたリピーター割合は、今回調査では「2回」9.6%（同12.2%）、「3回」2.3%（同4.6%）、「4回以上」3.0%（同5.7%）とそれぞれ減少し、計14.9%と前回調査比7.6ポイントの減少となった。



属性別にみると、年齢層別では、『20代』と『30代』で「なし」の割合が5割を超えており、年代が上がるほど「2回」以上のリピーター割合が高くなる傾向にある。

居住地別にみると、『関東』と『中部』、『九州』を除くすべての地域で「なし」の割合が5割を超えており、なかでも『北海道』と『四国』では6割を超える。また、「2回」以上のリピーター率は、『九州』と『関東』、『中部』を除くすべての地域で1割台にとどまる。

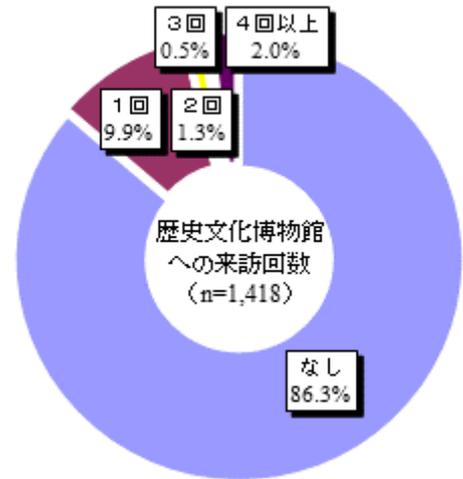
原爆資料館への来訪回数 (n=1,422)



## 《長崎歴史文化博物館》

長崎歴史文化博物館への訪問回数は、「1回」が9.9%と前回調査（平成25年：15.6%）比5.7ポイント減少する一方、「なし」が86.3%と、前回調査（同76.6%）より9.7ポイント増となった。また、リピーター割合も「2回」1.3%（同4.1%）、「3回」0.5%（同1.1%）、「4回以上」2.0%（同2.6%）とそれぞれ減少し、計3.8%と前回調査（同7.8%）比4.0ポイント減少している。

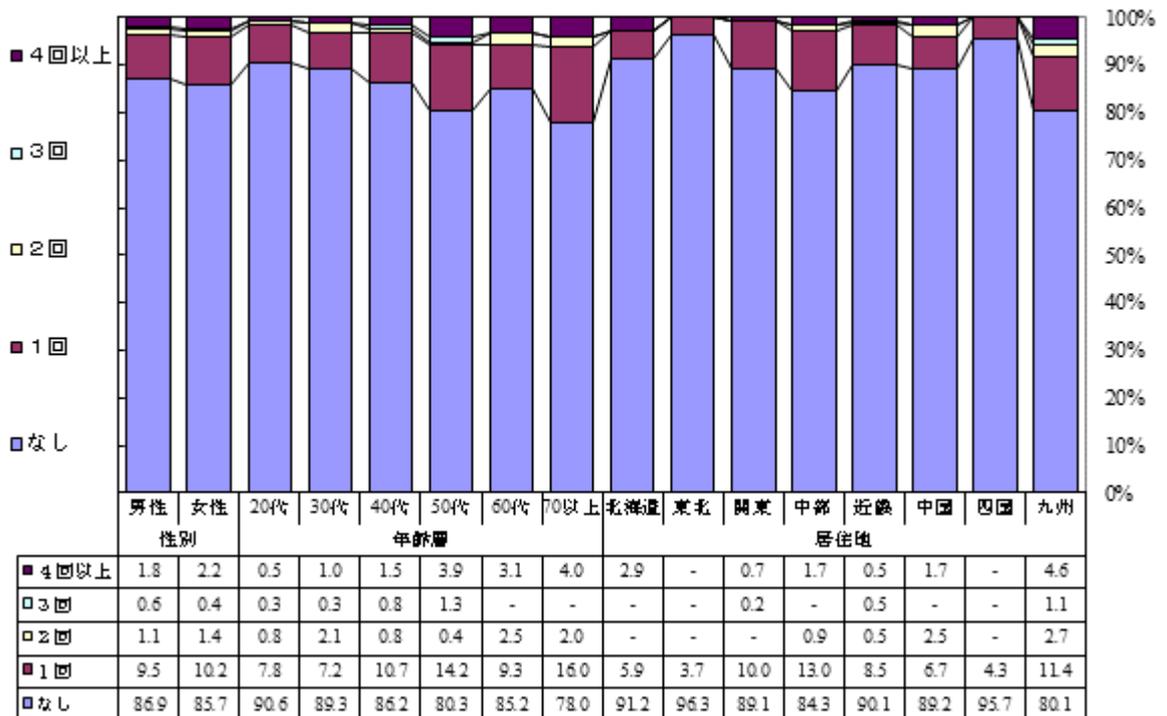
施設の性格上、来館者数は、特別展など企画展に左右される部分も大きい。



属性別では、年齢層別で『20代』と『30代』にて「なし」の割合が約9割と高く、「2回」以上のリピーター割合はすべての年代において1桁台にとどまる。

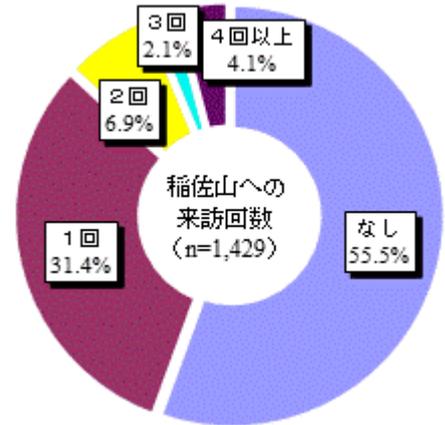
居住地別でも、『中部』と『九州』を除く各地において「なし」の割合が9割弱、もしくは9割超となっており、リピーター割合はすべての地域にて1割未満となった。

長崎歴史文化博物館への来訪回数 (n=1,418)



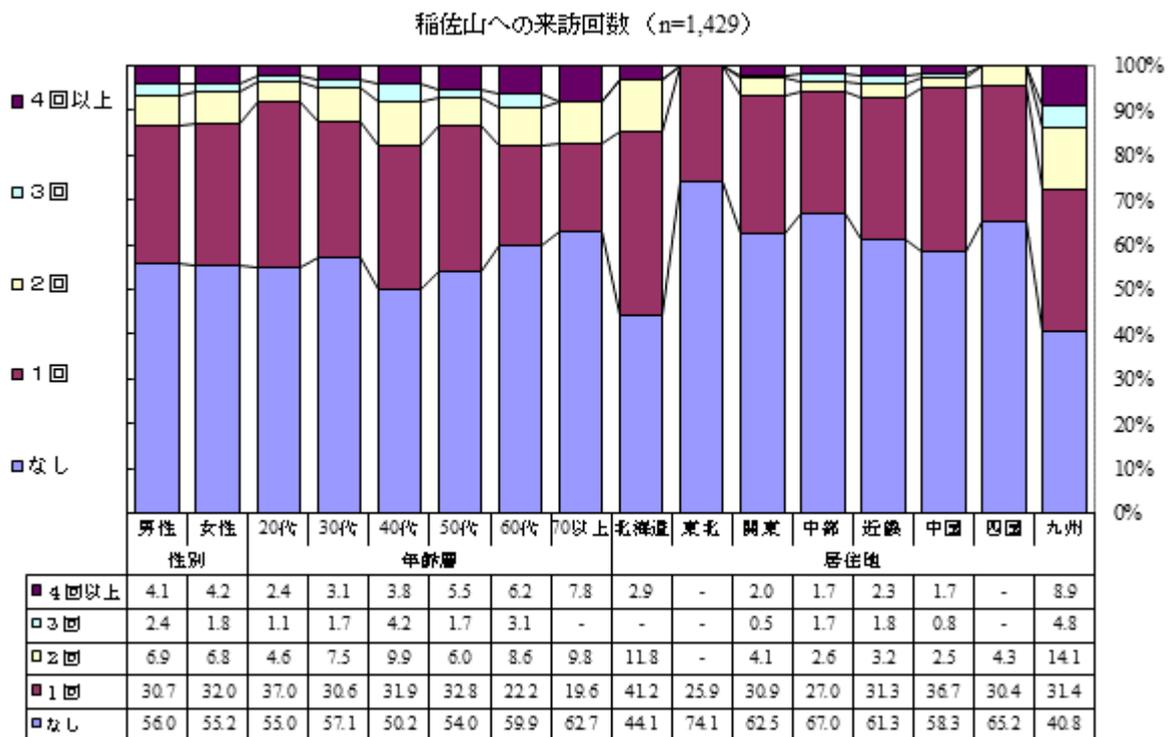
## 《稲佐山》

稲佐山への訪問回数は、「1回」が31.4%と、前回調査（平成25年：34.3%）から2.9ポイント減少している。また、「なし」は55.5%と、前回調査（同49.6%）比5.9ポイント増加した。また、リピーター割合をみても「2回」6.9%（同7.3%）、「3回」2.1%（同3.1%）、「4回以上」4.1%（同5.8%）とそれぞれ減少しており、計13.1%と前回調査（同16.2%）から3.1ポイント減少した。



属性別では、年齢層別にみると、「2回」以上のリピーター割合は、『40代』と『60代』以上で17%台と他年代より比較的高い。

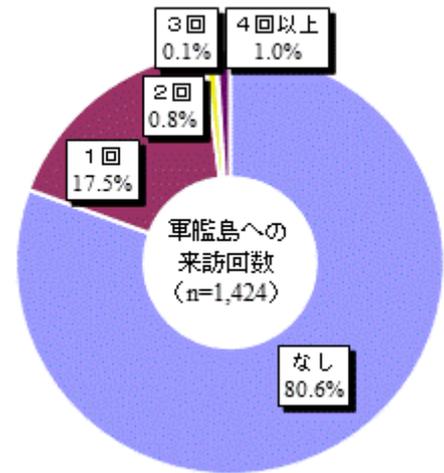
居住地別にみると、『北海道』と『中国』、『九州』を除くすべての地域で「なし」が6～7割に上り、リピーター割合はわずか数%にとどまっている。一方『北海道』は、地元『九州』に次いで「なし」の割合（44.1%）が低く、リピーター割合も14.7%と高い。また、『九州』におけるリピーター割合は3割近くとなっている。



## 《軍艦島》

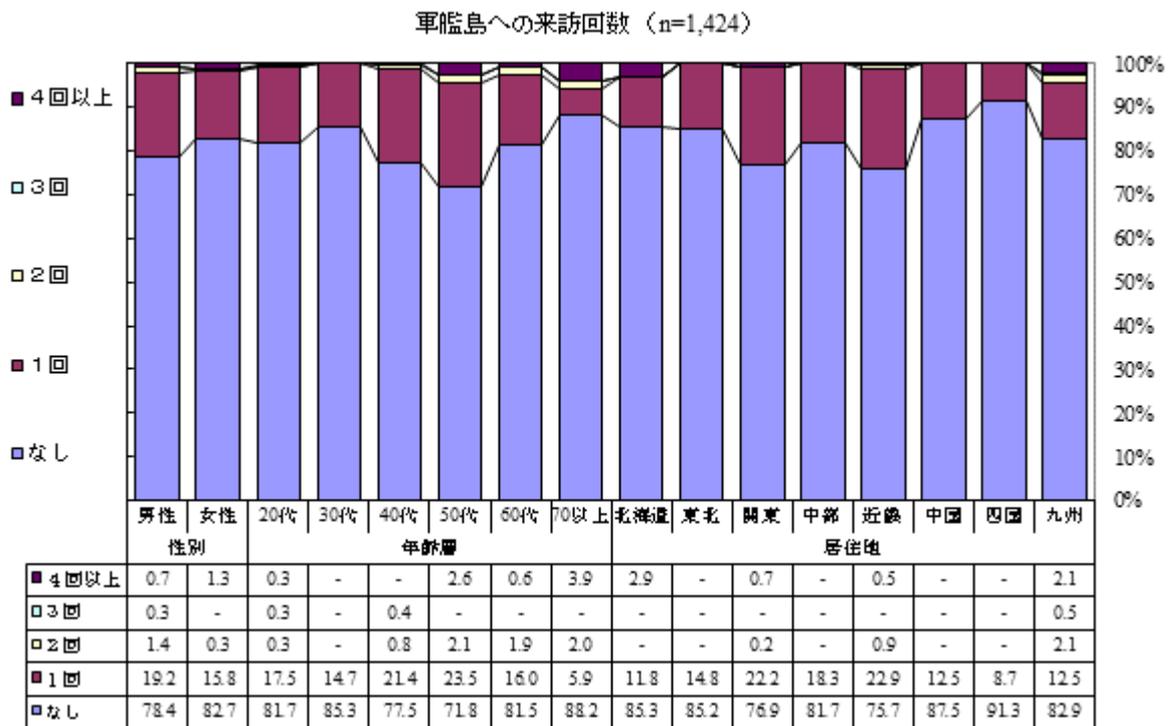
軍艦島の来訪回数は、「1回」が17.5%と前回調査（平成25年：13.7%）に比べ3.8ポイント増加している。一方、「なし」は、前年調査（同84.5%）に比べて3.9ポイント減少するなど、世界遺産認定効果が見受けられる。

また、「2回」以上のリピーター割合は1.9%と、平成24年と前回調査の1.8%とほぼ変わらないことから、今後はリピーター対策が課題であることが浮き彫りとなった。



年齢層別にみると、『50代』からリピーター割合が高くなっている。

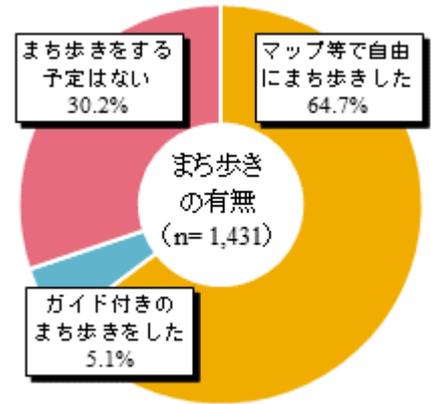
また、居住地別では、『北海道』が『九州』に次いでリピーター割合が高いが、これは、『北海道』に現在唯一の現役炭鉱が稼働していることとの関連も考えられる。



## 【まち歩きの有無や祭り・行事の認知度】

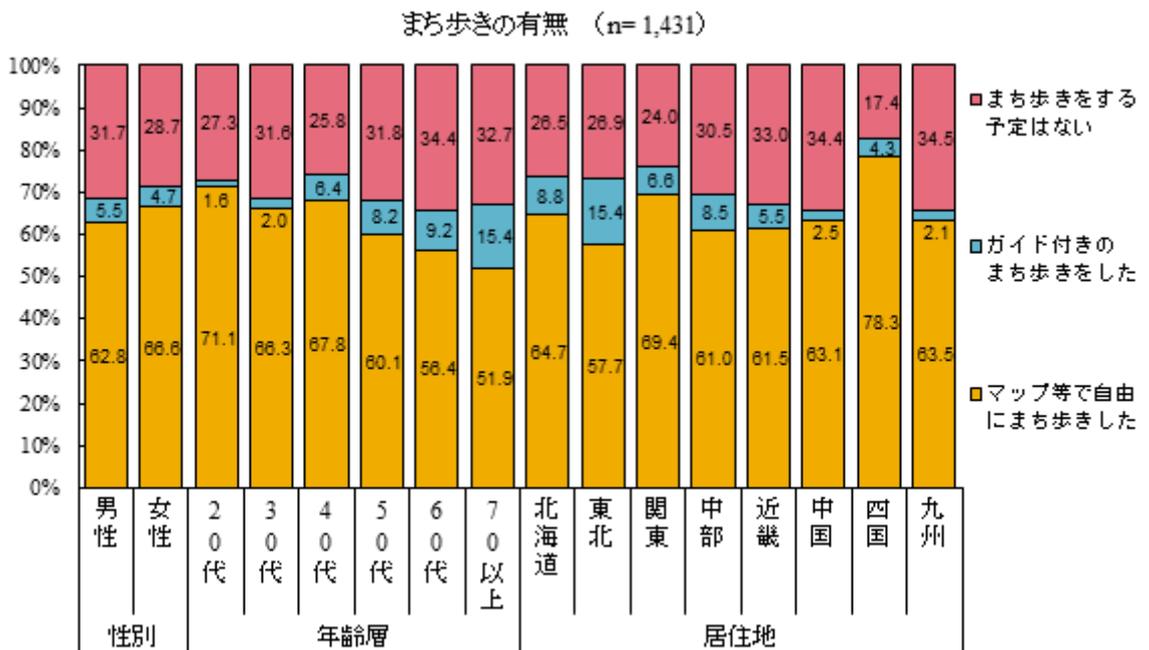
### ○まち歩きの有無

長崎さるくに代表されるまち歩き観光体験の有無では、「マップ等で自由にまち歩き」（64.7%）と「ガイド付きまち歩き」（5.1%）を合わせて69.8%と、前回調査（平成25年：55.0%）比約15ポイント増となった。特に「マップ等で自由にまち歩き」で前回調査（同50.6%）より約14ポイント増となっている。反対に、「まち歩きをする予定はない」（30.2%）は前回調査（同45.0%）に比べて約15ポイント減少しており、まち歩き観光が、長崎市の観光スタイルとして定着してきていることがうかがえる。



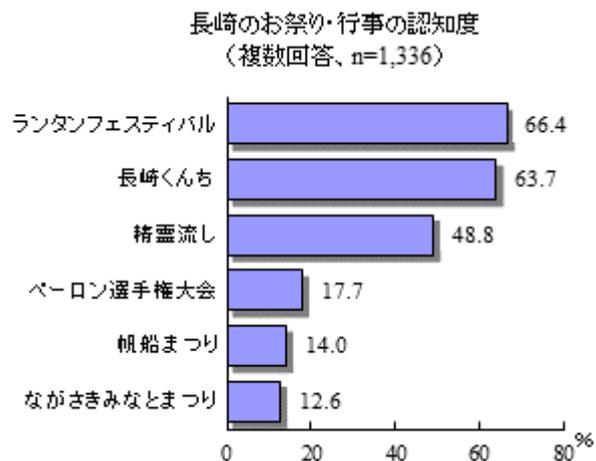
年齢別にみると、『60代』以上で「マップ等で自由にまち歩き」の割合が50%台となっており、『70以上』では「ガイド付きのまち歩き」の割合が唯一2桁となっている。

居住地別にみると、『四国』で「マップ等で自由にまち歩き」の割合が8割近くとなっており、また、「ガイド付きのまち歩き」の割合は『東北』で唯一2桁となっている。



## ○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、「ランタンフェスティバル」(66.4%、平成25年:52.8%)は、認知度が前回調査比13.6ポイント上昇したが、「長崎くんち」(63.7%、同82.7%)と「精霊流し」(48.8%、同58.8%)、「ペーロン選手権大会」(17.7%、同28.3%)と「長崎帆船まつり」(14.0%、同15.6%)、「ながさきみなとまつり」(12.6%、同15.3%)のそれぞれのイベントについては低下した。



年齢層別にみると、『20代』で「長崎くんち」や「精霊流し」、「ペーロン選手権大会」の認知度が低く、『70以上』で「ランタンフェスティバル」と「帆船まつり」の認知度が低い。

居住地別では、「ランタンフェスティバル」と「長崎くんち」が各地でともに5割以上の認知度があり、「精霊流し」も『北海道』と『東北』を除く各地域で4割以上の認知度があるも、「ペーロン選手権大会」は『中部』で、「帆船まつり」は『近畿』以北、「ながさきみなとまつり」は『九州』以外全ての地域にて、それぞれ認知度がきわめて低い。

長崎のお祭・行事の認知度 (複数回答、n=1,336)

(%)

属性	ランタンフェスティバル	長崎くんち	精霊流し	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	66.4	63.7	48.8	17.7	14.0	12.6	
性別	男性	60.4	62.4	48.9	20.3	12.7	10.5
	女性	72.2	65.0	48.7	15.1	15.2	14.6
年齢層	20代	67.3	46.5	35.0	7.8	12.7	11.3
	30代	66.9	59.3	49.5	11.6	12.7	13.8
	40代	69.4	66.5	52.1	12.8	14.0	11.2
	50代	68.1	79.0	55.9	30.1	14.8	10.9
	60代	61.9	80.0	61.3	37.4	15.5	15.5
	70以上	41.7	75.0	50.0	22.9	8.3	14.6
居住地	北海道	57.1	50.0	35.7	14.3	7.1	0.0
	東北	54.5	72.7	31.8	27.3	0.0	9.1
	関東	62.5	57.8	49.1	14.8	9.1	4.9
	中部	54.5	59.1	44.5	8.2	4.5	7.3
	近畿	58.7	57.2	48.8	20.4	8.5	5.5
	中国	57.0	62.3	40.4	12.3	10.5	7.9
	四国九州	66.7	47.6	52.4	14.3	19.0	4.8
九州	81.0	74.6	53.8	22.8	25.6	27.2	

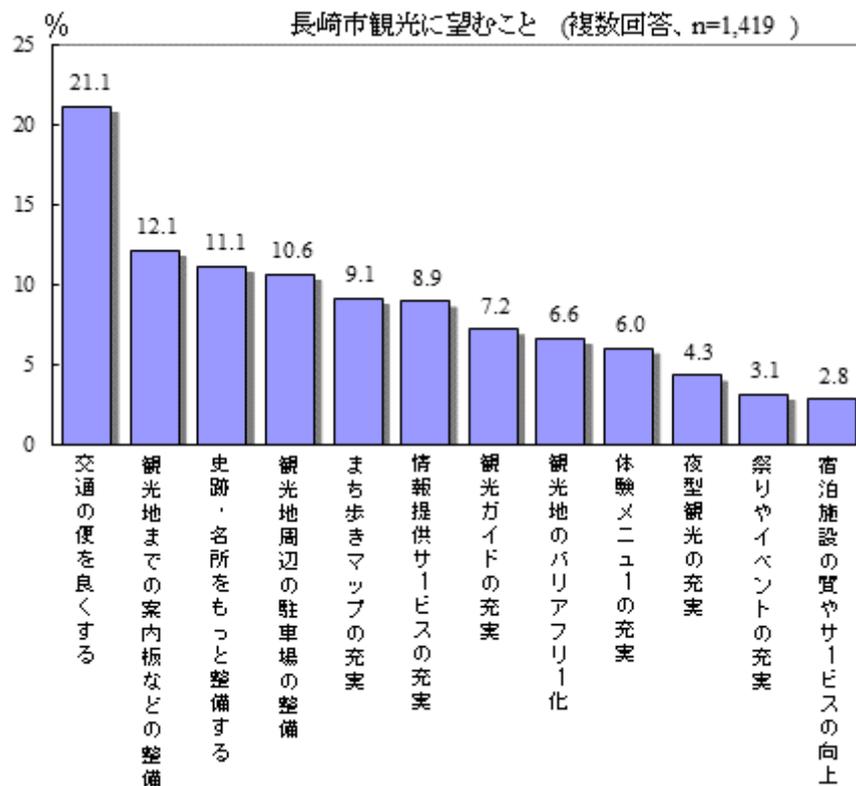
## 【市内観光に対する要望と「食」「土産」の傾向】

### ○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）の上位をみると、「交通の便を良くする」21.1%(前回調査 平成25年:21.4%)、「観光地までの案内板などの整備」12.1%（同 24.5%）、「史跡・名所をもっと整備する」11.1%（同 10.9%）、「観光地周辺の駐車場の整備」10.6%（同 19.7%）となった。案内板や駐車場の整備については、前回調査より約10ポイント低下しており、改善効果がうかがえる。

年代別にみると、前項“まち歩きの有無”にて自由にまち歩きを楽しみたい割合が比較的高い『20代』～『40代』で、「交通の便を良くする」「案内板の整備」「史跡・名所の整備」を望む割合が高くなっている。また、『20代』で「夜型観光の充実」と「祭りやイベントの充実」の割合が高い一方、『70以上』では「観光ガイドの充実」と「観光地のバリアフリー化」を望む割合が高い。

居住地別にみると、「駐車場の整備」を望む割合が『九州』『中国』『四国』『東北』にて2桁台と高く、「案内板の整備」を望む割合も『中国』以北において高い。また、「史跡・名所の整備」では、『近畿』を除く全地域の割合が2桁台となっている。



長崎市観光に望むこと (複数回答、n=1,419)

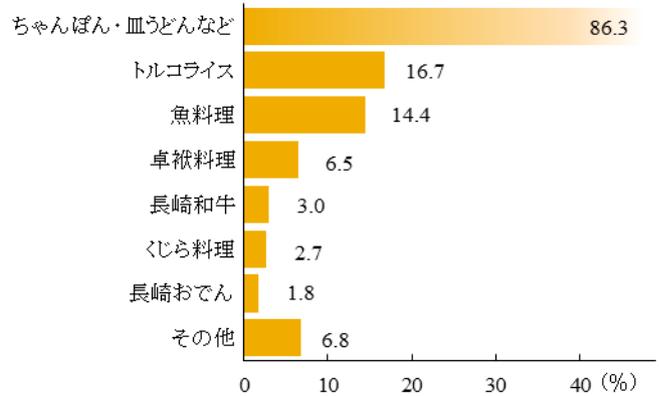
(%)

属性		交通の便を良くする	観光地までの案内板などの整備	史跡・名所をもっと整備する	観光地周辺の駐車場の整備	まち歩きマップの充実	情報提供サービスの充実	観光ガイドの充実	観光地のバリアフリー化	体験メニューの充実	夜型観光の充実	祭りやイベントの充実	宿泊施設の質やサービスの向上	その他
全体		21.1	12.1	11.1	10.6	9.1	8.9	7.2	6.6	6.0	4.3	3.1	2.8	31.3
性別	男性	20.4	11.8	11.9	12.1	8.5	9.2	5.8	5.4	4.0	3.5	2.4	3.1	33.0
	女性	21.8	12.5	10.4	9.2	9.7	8.7	8.5	7.8	8.0	5.0	3.8	2.5	29.6
年齢層	20代	24.7	12.5	11.7	10.3	8.9	9.8	4.9	5.4	6.8	6.2	4.1	1.9	29.5
	30代	19.2	14.0	14.0	9.2	8.6	10.3	8.9	4.1	4.8	4.5	3.4	2.1	28.1
	40代	20.3	12.3	12.3	14.6	9.6	9.2	5.0	8.0	6.9	3.4	2.7	3.4	30.3
	50代	17.1	9.8	8.5	10.3	10.3	8.1	7.7	6.8	7.3	2.6	3.0	3.8	33.8
	60代	17.4	11.8	7.5	11.8	8.1	6.2	9.9	9.3	3.7	1.9	1.9	5.6	42.2
	70以上	19.6	5.9	9.8	5.9	5.9	9.8	11.8	9.8	3.9	2.0	0.0	0.0	39.2
居住地	北海道	17.6	11.8	11.8	5.9	14.7	5.9	5.9	5.9	0.0	5.9	0.0	5.9	35.3
	東北	22.2	18.5	14.8	11.1	7.4	3.7	3.7	0.0	3.7	0.0	0.0	3.7	40.7
	関東	17.5	13.3	10.1	7.6	10.8	9.4	7.1	6.9	6.0	5.3	1.1	3.4	34.0
	中部	14.5	13.7	11.1	3.4	2.6	9.4	7.7	5.1	6.0	2.6	0.0	0.9	46.2
	近畿	18.1	14.0	8.8	6.0	10.7	8.8	6.5	7.4	7.4	3.3	7.0	1.9	30.2
	中国	18.0	12.3	13.9	10.7	4.9	7.4	4.9	4.1	8.2	4.1	2.5	3.3	29.5
	四国	8.7	8.7	13.0	13.0	13.0	8.7	13.0	8.7	8.7	8.7	8.7	0.0	43.5
九州	30.0	9.4	12.2	18.3	9.2	9.2	8.0	7.1	5.0	3.9	4.1	3.0	24.3	

## ○「食」の傾向

長崎市で食べた（食べる）料理を尋ねたところ、「ちゃんぽん・皿うどん等の中華料理」が86.3%（平成25年調査：82.9%）と例年通り突出している。次いで「トルコライス」が16.7%（同16.6%）。「魚料理」が14.4%（同18.1%）と続く。「卓袱料理」は6.5%（同11.6%）、「長崎和牛」は3.0%（同3.9%）、「くじら料理」は2.7%（同4.6%）、「長崎おでん」は1.8%といずれも1桁台にとどまった。

長崎市で食べた（食べる予定の）食事（複数回答、n=1,426）



性別では、男女間の差が最も大きかったのは「魚料理」で、男性の割合が3.5ポイント高い。年齢層別にみると、「トルコライス」は『50代』以下の割合が高く「卓袱料理」は『60代』に人気がある。

居住地別にみると、『北海道』と『近畿』で「魚料理」の割合が比較的高く、「卓袱料理」は『東北』以北でやや高くなっている。

長崎市で食べた（食べる予定の）食事（複数回答、n=1,426） (%)

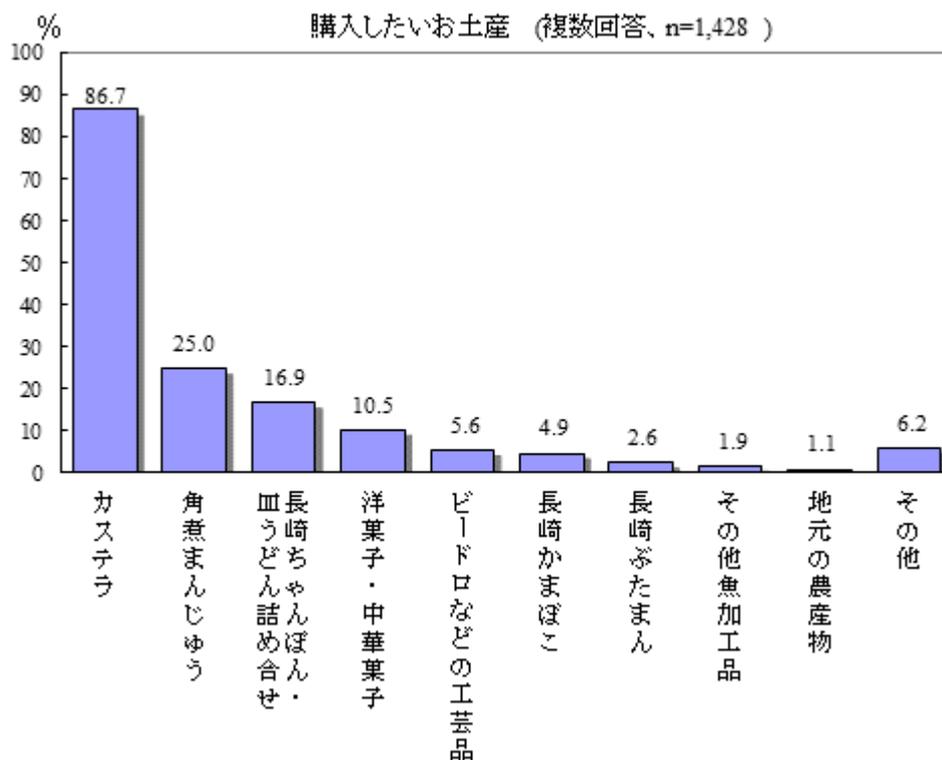
属性	ちゃんぽんなどの中華料理	トルコライス	魚料理（刺身を含む）	卓袱料理	長崎和牛	くじら料理	長崎おでん	その他	
	全体	86.3	16.7	14.4	6.5	3.0	2.7	1.8	6.8
性別	男性	86.3	17.5	16.2	6.8	2.8	3.4	2.0	5.2
	女性	86.2	15.9	12.7	6.3	3.2	2.1	1.7	8.4
年齢層	20代	85.5	21.5	13.2	3.0	3.0	4.0	1.9	6.5
	30代	86.0	16.4	14.4	4.1	2.1	2.1	1.0	6.2
	40代	89.0	17.9	17.5	8.7	1.9	3.0	2.3	4.6
	50代	86.4	14.5	13.2	8.5	3.8	3.0	3.4	9.4
	60代	87.7	8.6	19.1	13.6	5.6	0.6	0.6	6.8
	70以上	76.9	3.8	7.7	7.7	1.9	1.9	1.9	13.5
居住地	北海道	85.3	17.6	23.5	11.8	0.0	2.9	8.8	8.8
	東北	74.1	14.8	3.7	11.1	0.0	0.0	0.0	14.8
	関東	92.1	16.1	14.7	6.6	4.1	3.6	2.3	8.4
	中部	91.5	10.2	14.4	9.3	2.5	4.2	5.1	1.7
	近畿	85.2	14.4	22.2	7.9	3.2	2.8	1.4	3.7
	中国	86.7	13.3	11.7	6.7	3.3	2.5	0.0	5.8
	四国	95.7	13.0	13.0	0.0	0.0	0.0	4.3	8.7
九州	79.6	21.6	10.8	4.8	2.3	1.6	0.7	7.6	

## ○「土産」の傾向

長崎市でどのような土産を購入したいのかを尋ねたところ、「カステラ」が86.7%（平成25年調査：84.3%）と依然として圧倒的。以下、「角煮まんじゅう」が25.0%（同19.6%）で次点、「ちゃんぽん・皿うどんの詰め合わせ」が16.9%（同17.3%）で3位と、前回調査と同じ順位となった。また、「洋・中華菓子」が10.5%（同13.8%）で4位、「ビードロなどの工芸品」が5.6%（同9.4%）と、ともに前回調査と同じ順位となりながらも比率は落ちている。

性別では、全製品において女性が男性の割合を上回った。年齢層別では、「角煮まんじゅう」は『50代』以下に人気があり、「ちゃんぽん・皿うどんの詰め合わせ」は『40代』で20%台、「洋菓子・中華菓子」では『40代』と『50代』がともに2桁台となった。また、「長崎かまぼこ」は年齢層が上がるにつれて割合が高くなっている。

居住地別にみると、『九州』では、他地域で9割前後に上っている「カステラ」が8割弱にとどまる一方、「角煮まんじゅう」の割合が他地域より高くなっている。また、『北海道』では、「ちゃんぽん・皿うどんの詰め合わせ」と「長崎かまぼこ」の割合が比較的高く、『四国』では「ビードロなどの工芸品」が、『東北』では「魚加工品」と「地元農産物」の割合が比較的高かった。



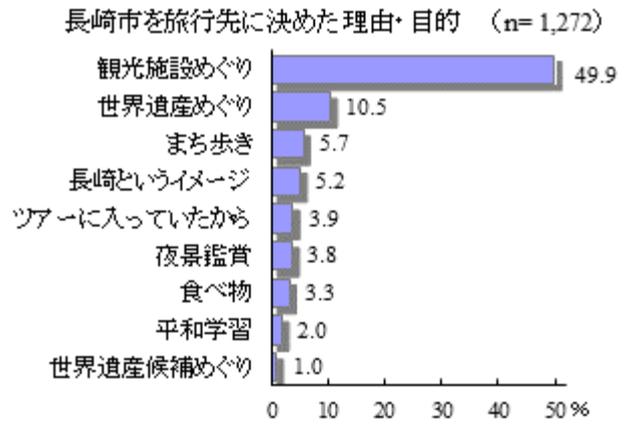
購入したいお土産（複数回答、n=1,428）

（%）

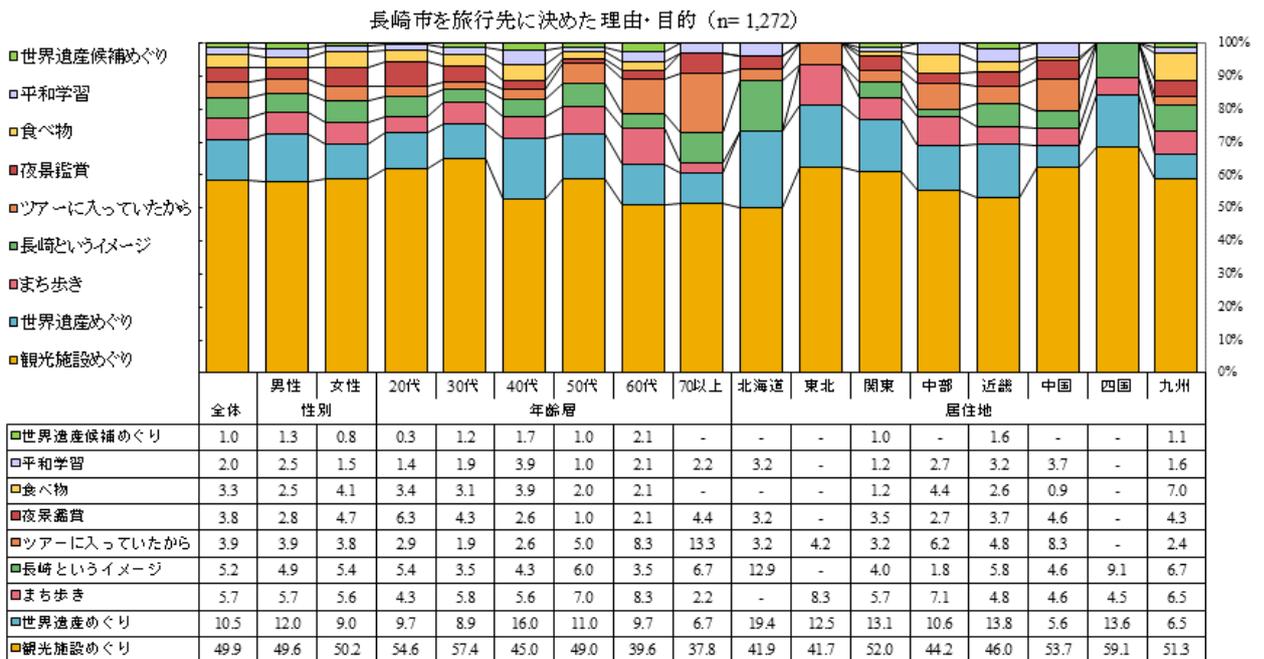
属性		カステラ	角煮まんじゅう	長崎ちゃんぽん・ 皿うどん詰め合せ	洋菓子・中華菓子	ビードロなどの 工芸品	長崎かまぼこ	長崎ぶたまん	その他魚加工品	地元の農産物	その他
全体		86.7	25.0	16.9	10.5	5.6	4.9	2.6	1.9	1.1	6.2
性別	男性	85.8	22.5	13.7	8.6	4.1	4.2	2.5	1.8	1.0	6.9
	女性	87.6	27.4	20.1	12.4	7.1	5.6	2.6	1.9	1.1	5.4
年齢層	20代	90.6	28.6	17.6	9.1	5.9	3.2	2.1	1.1	0.3	2.9
	30代	86.6	24.0	16.4	9.6	5.1	3.4	3.1	1.4	1.4	5.8
	40代	85.9	26.6	20.5	12.2	6.1	5.3	3.8	1.9	1.1	3.4
	50代	83.8	23.5	17.5	13.2	6.8	7.3	1.7	3.8	2.6	9.8
	60代	83.3	18.5	13.6	8.0	4.3	6.8	1.9	1.9	0.6	11.7
	70以上	86.5	17.3	9.6	5.8	3.8	9.6	1.9	0.0	0.0	13.5
居住地	北海道	91.2	26.5	32.4	5.9	8.8	11.8	0.0	5.9	2.9	5.9
	東北	88.9	18.5	7.4	0.0	0.0	0.0	3.7	7.4	7.4	7.4
	関東	86.2	24.2	17.9	10.6	6.1	5.9	2.5	2.3	1.1	7.0
	中部	94.9	16.1	15.3	11.9	7.6	3.4	3.4	1.7	0.0	4.2
	近畿	91.3	20.6	19.3	10.1	6.4	4.6	1.4	2.3	1.8	4.6
	中国	95.9	20.5	13.9	8.2	4.9	4.1	3.3	0.8	0.8	3.3
	四国九州	95.7	17.4	13.0	13.0	13.0	4.3	4.3	0.0	0.0	0.0
九州	79.4	32.8	15.5	11.8	3.9	4.6	3.0	1.2	0.5	7.6	

【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、「観光施設めぐり」が最も多く約5割（49.9%）となったが、前回調査（平成25年：58.5%）と比べると約9ポイント減少している。しかしながら、前回調査時にまだ世界遺産“候補”であった「世界遺産めぐり」が、今回9ポイント増の10.5%（同1.5%）となっており、2位にランクインした。「まち歩き」は5.7%（同4.4%）で1ランクアップの3位となっている。一方、「夜景観賞」は3.8%（同5.5%）の6位と、前回3位より後退した。



属性別では、『40代』と『50代』で「世界遺産めぐり」、『50代』と『60代』で「まち歩き」の割合がそれぞれ比較的高く、『70以上』では「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、『北海道』で「長崎というイメージ」と「世界遺産めぐり」が、さらに『九州』と『中国』を除く各地域でも「世界遺産めぐり」の割合が比較的高くなっている。



## 【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、43,804円（平成25年調査：51,575円、同24年調査：52,967円）。このうち「日帰り」旅行では13,916円（同14,488円、同15,072円）、「宿泊」旅行の場合は48,264円（同55,614円、同56,839円）と、減少傾向が見受けられる。

宿泊の日程別では、1泊2日33,449円（同35,900円）、2泊3日53,291円（同58,066円）、3泊4日63,067円（同67,718円）と、いずれも前回比7～8%減少しているが、4泊5日66,036円（同88,364円）と5泊6日以上112,111円（同142,500円）では、それぞれ25%と21%の大幅減となっており、長期宿泊における減少率が大きくなっている。

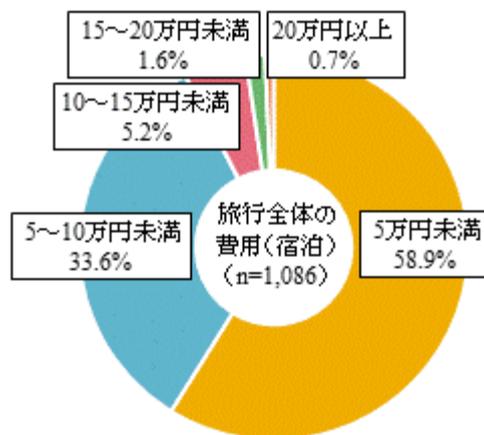
年齢別にみると、前回調査同様、年齢が上がるにつれて金額が高くなっているが、全ての年齢層において金額が減少しており、「20代」36,828円（同41,092円）と「70以上」56,207円（同80,025円）との差額は19,379円と前回調査（38,933円）の約半分にまで縮小している。特に「70以上」で前回調査比約30%減と、減少率が大きい。

また、居住地別にみても、「北海道」52,371円（同95,783円）で前回調査比45%減、「関東」43,890円（同69,210円）で同37%減など、大きく減少するなか、「九州」は26,827円（同25,363円）と、わずかながら唯一増加した地域となった。

宿泊における旅行全体費用を金額階層別にみると、「5万円未満」が58.9%（同51.6%）と最も多く、前回調査比約7ポイント増加した一方、「5～10万円未満」は33.6%（同34.8%）、「10～15万円未満」は5.2%（同9.6%）、「15～20万円未満」は1.6%（同2.3%）、「20万円以上」は0.7%（同1.7%）と、いずれも減少している。

観光目的で来訪した人の旅行全体の費用(n=1,086)

属性		旅行全体の費用の平均額(円)
全体		43,804
旅行日程	日帰り	13,916
	宿泊	48,264
	1泊2日	33,449
	2泊3日	53,291
	3泊4日	63,067
	4泊5日	66,036
性別	5泊6日以上	112,111
	男性	45,895
年齢層	女性	41,819
	20代	36,828
	30代	44,135
	40代	45,342
	50代	51,912
	60代	51,940
居住地	70以上	56,207
	北海道	52,371
	東北	65,882
	関東	43,890
	中部	39,306
	近畿	45,316
	中国	26,855
四国	45,316	
	九州	26,827



## ○長崎市における消費額

観光目的で来訪した人の長崎市内における消費額は、1人あたりの平均で29,322円（平成25年調査：27,848円）と、前回調査比約1,500円増加した。その内訳をみると、「宿泊代」が11,424円（同12,424円）と最も大きく、次いで「おみやげ・買物代」5,691円（同5,720円）、「飲食代」5,348円（同5,496円）、「交通費」4,083円（同1,637円）、「入場・観覧料」1,862円（同1,672円）となっている。

次に、市内宿泊数別の消費額をみると、「0泊（日帰り）」15,432円（同11,826円）、「1泊」27,562円（同24,948円）、「2泊」39,166円（同34,880円）、「3泊以上」44,829円（同49,364円）となっており、前回調査と比べて、「0泊（日帰り）」から「2泊」は増加したものの、「3泊以上」では減少した。

観光目的で来訪した人の長崎市内における一人当たり消費額  
（長崎市内での宿泊数別）

（円）

長崎市内での宿泊数	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)	3,097	6,065	4,653	—	1,505	113	15,432
1泊	4,212	5,700	5,283	9,512	1,806	1,048	27,562
2泊	5,455	7,539	7,503	14,605	2,312	1,753	39,166
3泊以上	5,454	6,098	8,056	21,971	2,719	531	44,829
全体の平均	4,083	5,691	5,348	11,424	1,862	915	29,322

長崎市内での消費額を居住地（発地）別にみると、「九州」の24,063円（同19,813円）から「中部」の38,147円（同34,184円）まで幅があり、特に、近畿以南と中部以北とでは、1万円ほどの差がある。遠方から来崎した観光客ほど消費金額が大きい傾向。

観光目的で来訪した人の長崎市内における一人当たり消費額  
（居住地別）

（円）

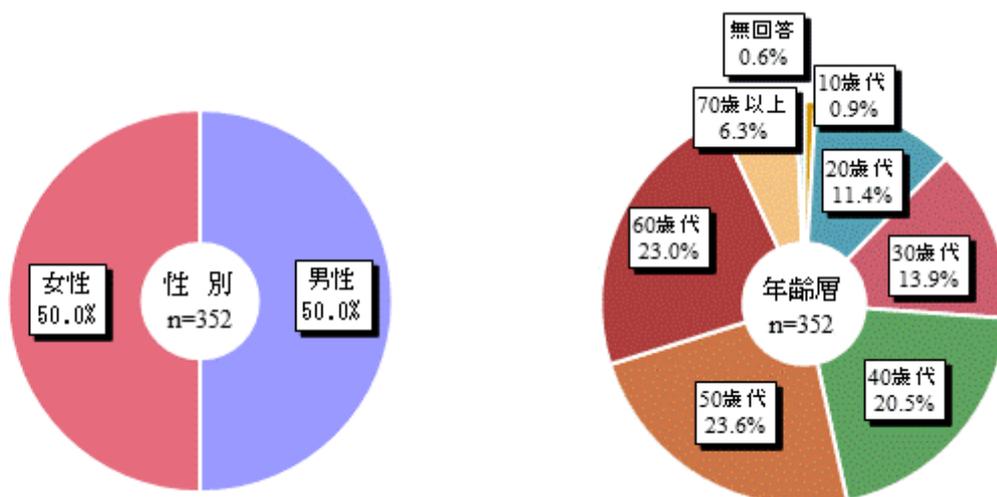
居住地	交通費	おみやげ・買物代	飲食代	宿泊代	入場・観覧料	その他	計
北海道	6,025	7,259	8,589	11,947	2,118	0	35,938
東北	6,739	8,000	5,500	11,818	2,145	0	34,203
関東	4,310	6,181	6,130	13,215	2,016	1,469	33,321
中部	6,365	7,800	6,200	14,240	2,271	1,271	38,147
近畿	3,390	5,791	4,647	9,445	1,981	555	25,809
中国	4,911	6,073	4,529	10,320	1,435	979	28,247
四国	2,542	5,316	6,881	8,292	1,367	429	24,826
九州	3,181	4,167	4,538	10,059	1,602	515	24,063

## 《ハガキによる満足度調査》

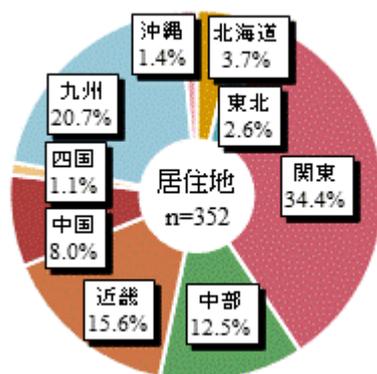
### 【属性】

性別をみると、男女ともに 50.0% ちょうどとなった。

年齢層別では、「50 歳代」(23.6%) が最も多く、以下「60 歳代」(23.0%)、「40 歳代」(20.5%)、「30 歳代」(13.9%) 「20 歳代」(11.4%)、「70 歳以上」(6.3%) と続く。

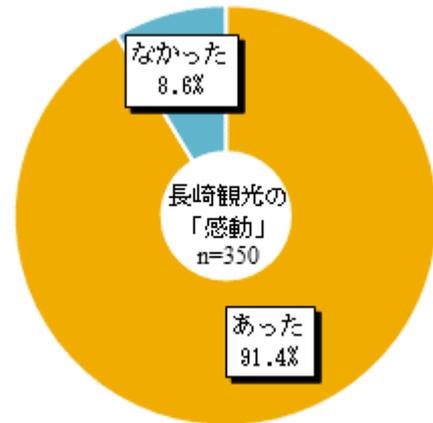


居住地・ブロック別では、「関東」(34.4%) が最も多く、「九州」(20.7%)、「近畿」(15.6%)、「中部」(12.5%) 「中国」(8.0%) と続く。



## 【長崎観光の「感動」】

今回の長崎観光で「感動」があったかどうかを尋ねたところ、「あった」と答えた割合は9割を超えた。



属性別にみると、『50代』と『70以上』で「感動」が「あった」とする割合が8割台であった。また、地元『九州』で「感動」が「なかった」とする割合が最も高いが、他地域では『東北』が唯一1割を超えている。

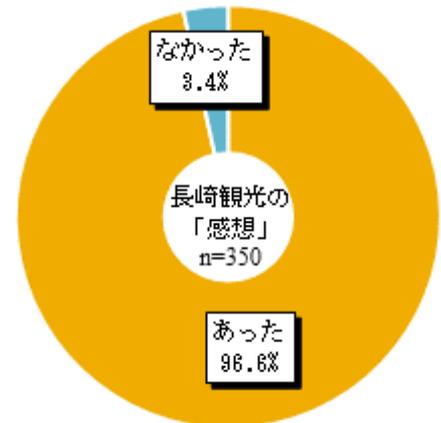
長崎観光の「感動」 (n=350)



自由意見欄には、自然やまちの景観についての意見が多くみられ、また、他にも軍艦島やグラバー園といった世界遺産、夜景や原爆資料館・出島など観光施設に関する意見も多く見受けられた。一方、定番のちゃんぽん・皿うどん以外にも魚料理や長崎和牛、茶わん蒸しや卓袱料理といった「食」に関する記載もあった。その他、今回の旅行ではハウステンボスや島原、雲仙などが最も感動した、との記述もあった。

## 【長崎観光での感想】

今回の長崎観光について、感想を回答したのは96.6%。



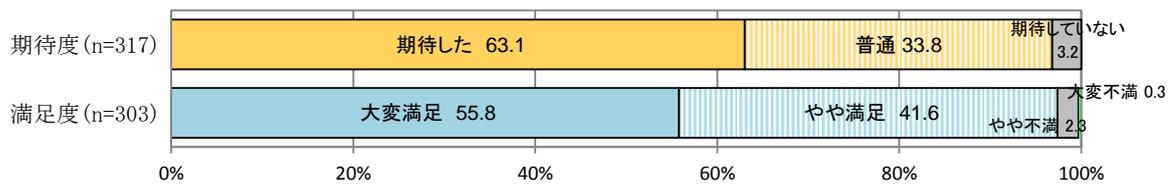
自由意見欄には、全体的に満足とする感想が多いなか、「天候に恵まれず予定通り観光できなかつた」「時間が足りなかつた」「坂道が多く疲れた」などの不満・要望も見受けられた。他には、「また訪れたい」という感想や、グラバー園や軍艦島など世界遺産についての感想、路面電車の利便性について、ガイドやホテルを含む“おもてなし”についてなど、観光客目線での素直な感想が見受けられる。

## 【旅行前の期待度と旅行後の満足度】

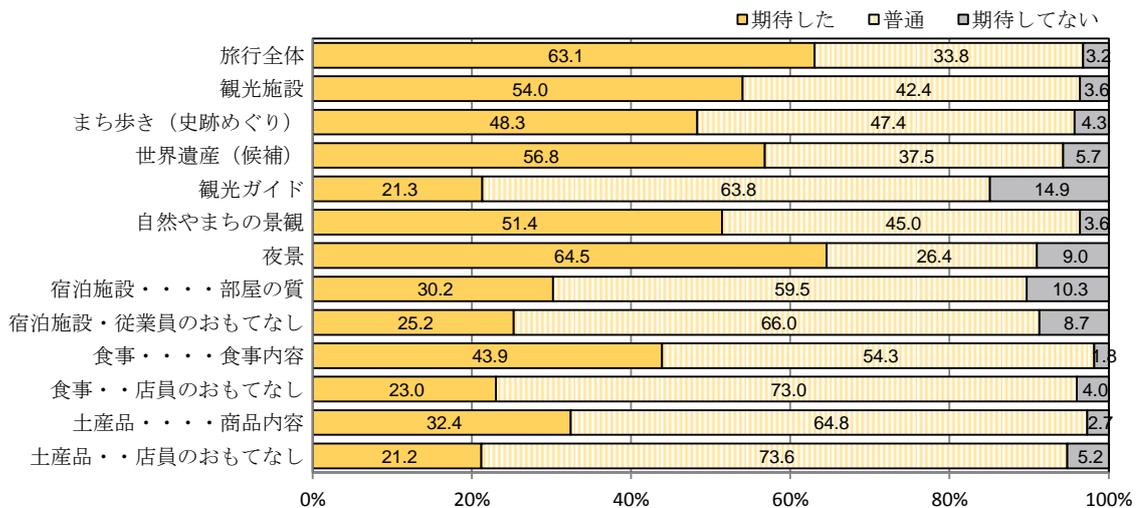
旅行前の期待度をみると、「期待した」が63.1%と前回調査（平成25年：69.8%）より6.7ポイント減少したのに対し、「期待していない」は3.2%（同2.1%）と1.1ポイント増加した。

また、旅行後の満足度は、「大変満足」55.8%（同54.3%）と「やや満足」41.6%（同44.7%）とを合わせると97.4%に上り、長崎旅行への満足度は高いながらも、前回調査（同99.0%）より1.6ポイント減少している。一方、「やや不満」2.3%（同0.5%）と「大変不満」0.3%（同0.5%）を合わせると1.6ポイント増となった。

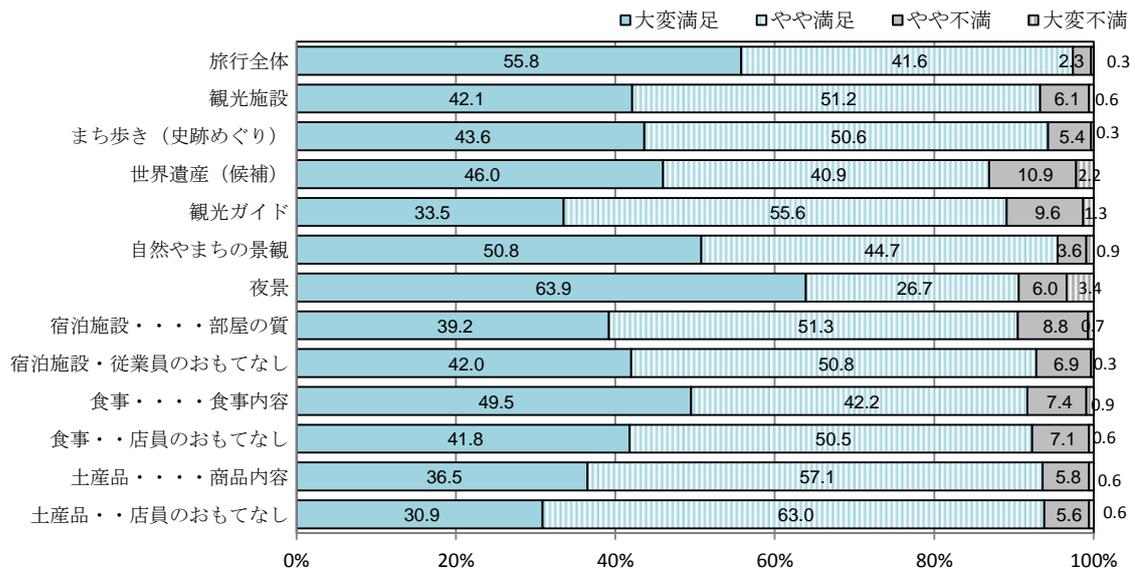
旅行全体の期待度と満足度



次に、旅行前の期待度について各要素をみてみると、「期待した」割合が高かったのは「夜景」の64.5%（前回調査 平成25年：67.9%）と「世界遺産（候補）」の56.8%であり、新三大夜景と世界遺産の認定効果がうかがえる結果となった。以下、「観光施設」54.0%（同51.6%）、「自然やまちの景観」51.4%（同56.9%）、「まち歩き（史跡めぐり）」48.3%（同61.8%）と続く。一方、「期待していない」の割合が高かったのは、前回調査同様「観光ガイド」の14.9%（同15.9%）であった。



また、旅行後の満足度について「大変満足」の割合が最も高かったのも「夜景」63.9%（同65.6%）であった。以下、「自然やまちの景観」50.8%（同46.4%）、「食事内容」49.5%（同46.8%）、「世界遺産（候補）」46.0%、「まち歩き（史跡めぐり）」43.6%（同50.5%）、「観光施設」42.1%（同40.2%）となっている。一方、「やや不満」と「不満」の割合を合わせて2桁の不満割合となったのが、「世界遺産（候補）」13.1%と「観光ガイド」10.9%（同9.7%）であった。

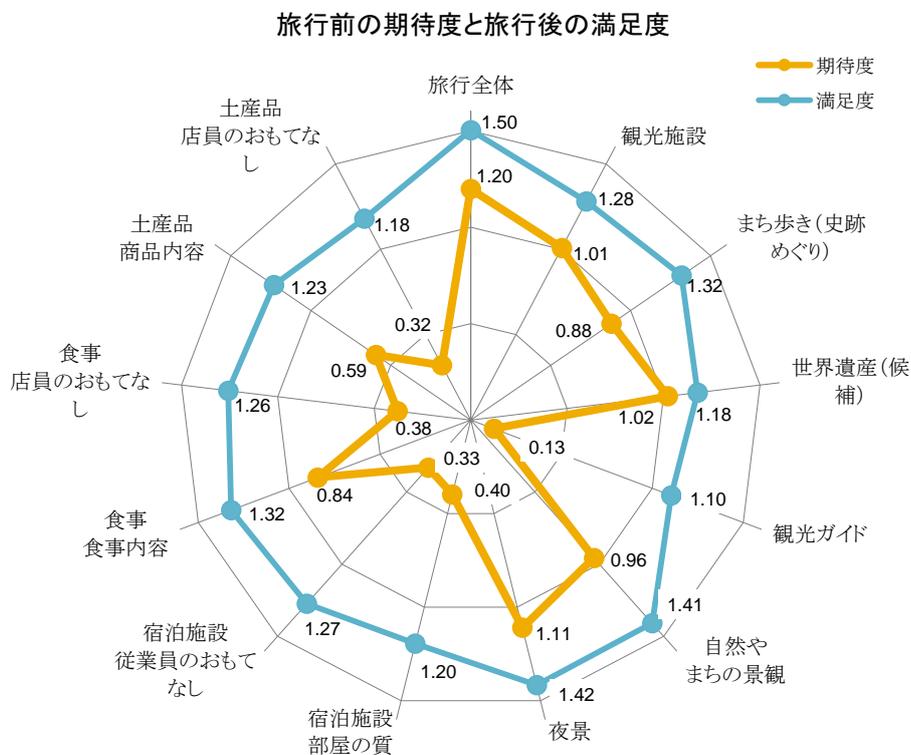


	期待度 (%)				満足度 (%)					
	N	期待した	普通	期待してない	N	大変満足	やや満足	やや不満	大変不満	
旅行全体	317	63.1	33.8	3.2	303	55.8	41.6	2.3	0.3	
観光施設	337	54.0	42.4	3.6	328	42.1	51.2	6.1	0.6	
まち歩き（史跡めぐり）	323	48.3	47.4	4.3	314	43.6	50.6	5.4	0.3	
世界遺産（候補）	296	56.8	37.5	5.7	274	46.0	40.9	10.9	2.2	
観光ガイド	268	21.3	63.8	14.9	239	33.5	55.6	9.6	1.3	
自然やまちの景観	333	51.4	45.0	3.6	331	50.8	44.7	3.6	0.9	
夜景	299	64.5	26.4	9.0	266	63.9	26.7	6.0	3.4	
宿泊施設	部屋の質	311	30.2	59.5	10.3	306	39.2	51.3	8.8	0.7
	従業員もてなし	309	25.2	66.0	8.7	305	42.0	50.8	6.9	0.3
食事	食事内容	328	43.9	54.3	1.8	325	49.5	42.2	7.4	0.9
	店員もてなし	326	23.0	73.0	4.0	323	41.8	50.5	7.1	0.6
土産品	商品内容	330	32.4	64.8	2.7	329	36.5	57.1	5.8	0.6
	店員もてなし	326	21.2	73.6	5.2	324	30.9	63.0	5.6	0.6

【参考】

期待度と満足度の各項目について、評価を点数化し平均点を算出すると、すべての項目において、満足度が期待度を上回っている。特に、「観光ガイド」「宿泊施設の従業員のおもてなし」「食事の店員のおもてなし」「土産品店員のおもてなし」の4項目については、満足度が大きく上回っており、期待していなかったが、実際の満足度は大きかったことがうかがえる。これは、長崎市民の“人の良さ”が評価されたとも受け止められよう。

また、「世界遺産（候補）」は、期待度と満足度の差が小さく、期待していた通りであったという受け止め方もできるが、北溪井坑跡に代表される軍艦島以外の世界文化遺産の“見せ方”と、現在は世界遺産候補にすぎない教会群の“見せ方”が課題となっている。



※平均点の算出方法

●期待度

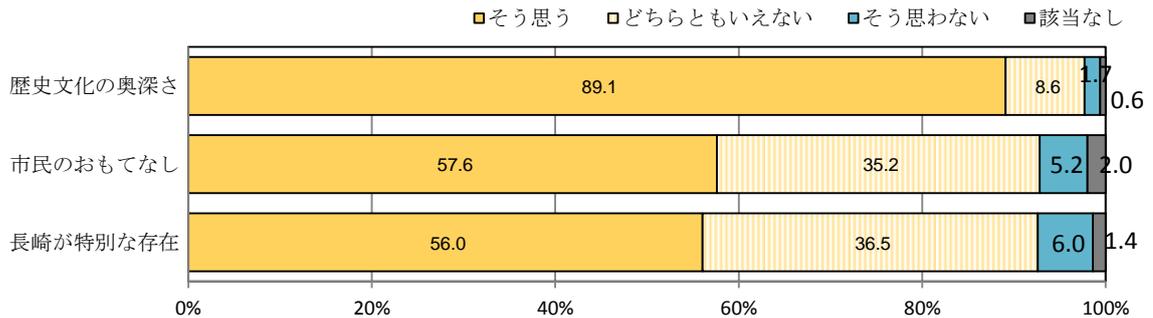
「期待した」を+2点、「普通」を0点、「期待してない」を-2点とし、それぞれの回答者数の積を足し合わせ、総回答者数で割り戻した。

●満足度

「大変満足」を+2点、「やや満足」を+1点、「やや不満」を-1点、「大変不満」を-2点とし、それぞれの回答者数の積を足し合わせ、総回答者数で割り戻した。

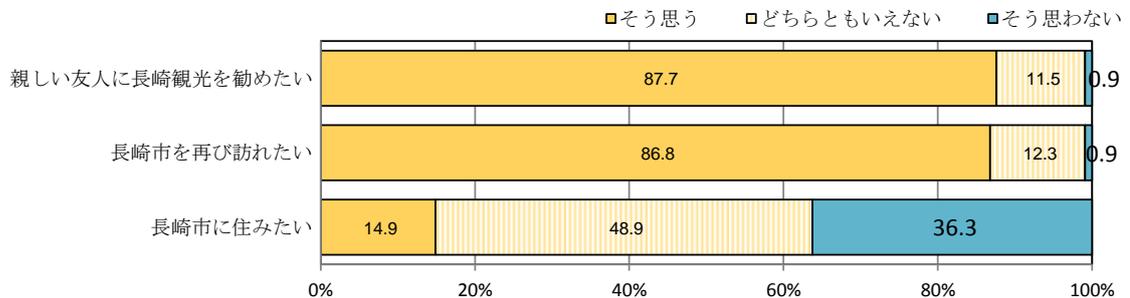
## 【長崎観光で感じたこと】

長崎観光で感じたことを尋ねたところ、『長崎にある歴史や文化の奥深さを感じることができた』に対して「そう思う」と答えた人の割合は9割近くと非常に高かった。一方『長崎市民のおもてなしを感じることができた』に対しては「そう思う」57.6%、「そう思わない」5.2%、『長崎が特別な存在と感ずることができた』に対しては「そう思う」56.0%、「そう思わない」6.0%となっており、おもてなしの充実が今後のキーポイントともいえよう。



## 【長崎への思い】

長崎への思いについて、「親しい友人に長崎観光を勧めたいと思うか」に対して「そう思う」と答えた人の割合は87.7%、「長崎市を再び訪れたいと思うか」に対して「そう思う」と答えた人の割合も86.8%と、ともに高く、「そう思わない」はいずれも0.9%であった。一方、「長崎市に住みたいと思うか」について「そう思う」と答えた人の割合は14.9%と低く、定住人口を増やす方策の1つとしての長崎観光のあり方を模索していくことが求められる。





長崎市経済局文化観光部観光政策課