

平成23年度長崎市観光動向調査 分析報告書

平成 24 年 1 月



長崎市経済局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】	7
【日程】	11
【訪問（予定）先と訪問回数】	15
【祭りや行事の認知度】	24
【市内観光に対する要望および再来訪の意向】	27
【1人あたりの旅行費用】	30
【旅行前の期待度と旅行後の満足度】	32

※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】

本調査の目的は、長崎市を訪れた観光客に対して直接アンケートを実施し、彼らの旅行形態や意識などを調査、その分析結果を基本データとして、長崎市の観光振興に活用していくことにある。

【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23年11月19日（土）、20日（日）、21日（月）の3日間

【回答数】

合計1,251件 うち有効回答1,210件

なお、アンケートは、グラバー園と史跡「出島和蘭商館跡」で1,000件、原爆資料館で500件を目安として実施されている。

(件)

調査場所	11月19日	11月20日	11月21日	合計
グラバー園	177	207	138	522
出島	88	157	105	350
原爆資料館	138	133	67	338
合計	403	497	310	1,210

【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、もしくは宿泊）
 - 市内での宿泊数

- (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
 - 「グラバー園」「出島」「原爆資料館」への訪問回数

- (5) 祭りや行事の認知度
 - 認知度
 - 「長崎ランタンフェスティバル」「長崎帆船まつり」「長崎くんち」の観覧回数

- (6) 長崎市観光への要望、および再来訪の意向
 - 市に望むこと
 - 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) 長崎市への旅行前の期待度と旅行後の満足度

Ⅱ. 要約

【属性】

◆「九州」が3割台で、県別では福岡県がトップ

性別は男女ほぼ同数。年齢層では「50歳代」と「30歳代」、「20歳代」が各々2割程度となっている。居住地は「九州」が33.2%でトップ、次いで「関東」が28.8%。県別で最も多いのは「福岡県」。

【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89.8%で「ビジネス」は5.6%。旅行形態は、「団体旅行」の17.1%に対し、「家族旅行」は42.7%でこれを含めた個人・小グループ旅行では8割超。地域別にみると「家族旅行」の割合が高いなか、「友人・知人との旅行」の割合が高いのが『九州』の35.2%。

◆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」「インターネット」「チラシ・パンフレット」の順。特に若い世代では「インターネット」の割合が高い。

◆旅行の手配、「旅行会社の店舗の利用」は3分の1

【日程】

◆旅行全体の日程、宿泊ありが9割超、平均宿泊数は1.9泊

旅行の全日程をみると、「宿泊あり」が9割超。「日帰り」は『20代』での割合が高い。「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1.32泊

長崎市内における宿泊数は、「1泊」62.4%、「2泊」21.3%、「3泊以上」5.4%。一方、「0泊（長崎市での宿泊なし）」は10.9%。大河ドラマの反動から「四国」が減少。

【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18.7%とトップ。続いて「雲仙市（雲仙・小浜）」の10.0%。県外では「福岡県」が18.7%と最も多い。

◆交通手段は、「飛行機+バス」がトップ

長崎市に入るまでの交通手段は、「飛行機+バス」25.6%、「自家用車」21.3%、「JR」21.2%の順。『中部』以遠では「飛行機+バス」がトップであり、『関東』では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」（36.1%）がトップ。「2回」以上のリピーター比率は63.9%。

◆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、「観光施設巡り」が63.0%と最も多い。

◆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」「出島」「中華街」の順。「出島」は40代以上に人気がある。

【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」で82.8%。続いて「精霊流し」が62.7%、「ランタンフェスティバル」は55.4%。

◆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、「観光地までの案内板などの整備」

長崎市観光に望むことは、「観光地までの案内板などの整備」（22.6%）、「交通の便を良くする」（22.5%）、「観光地周辺の駐車場の整備」（19.8%）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13,710円、宿泊58,949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55,867円。このうち「日帰り」旅行13,710円、「宿泊」旅行58,949円。

◆長崎市における消費額は平均26,035円

長崎市内における消費額は、1人あたり平均26,035円と、平成22年の調査（27,298円）を下回った。内訳は「宿泊代」11,335円、「飲食代」4,559円、「おみやげ・買物代」5,302円、「交通費」1,434円、「入場・観覧料」1,619円など。宿泊数別では、「0泊（日帰り）」14,301円、「1泊」23,462円、「2泊」32,315円、「3泊以上」47,896円。

【旅行前の期待度と旅行後の満足度】

◆旅行全体について、7割近くが旅行に期待、9割超が概ね満足

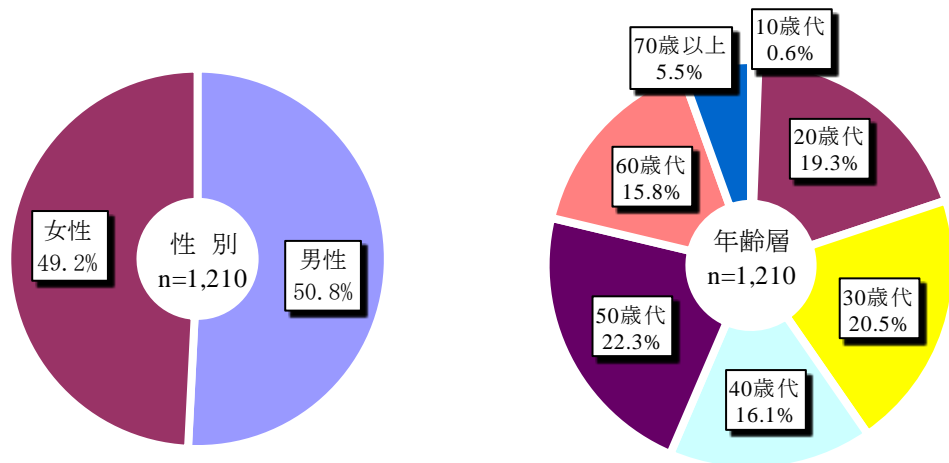
期待度が高いのは「食事」、次に「自然やまちの景観」。一方、満足度が高いのは「自然やまちの景観」、次いで「食事」であった。

Ⅲ. 分析結果

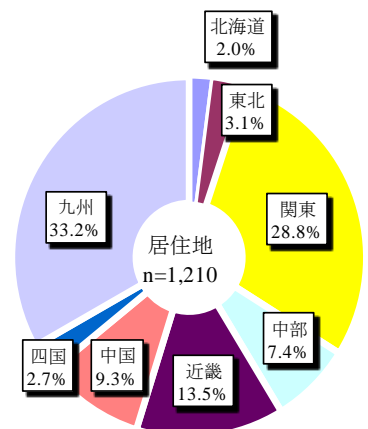
【属性】

性別をみると、「男性」が50.8%、「女性」が49.2%。

年齢層別では、「50歳代」(22.3%)と「30歳代」(20.5%)、「20歳代」(19.3%)が各2割、これに「40代」(16.1%)と「60代」(15.8%)が続く。



居住地・ブロック別では、「九州」が33.2%とトップ。これに「関東」が28.8%で続き、以下「近畿」(13.5%)、「中国」(9.3%)、「中部」(7.4%)となっている。



(n=1, 210)

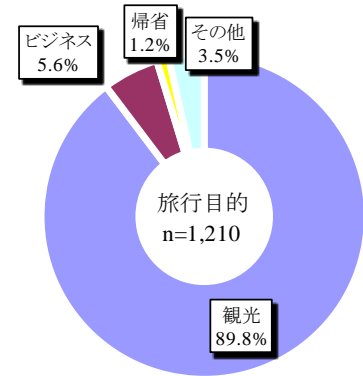
さらに居住地・県別に細分化してみると、「福岡県」(17.0%)と「東京都」(15.3%)が郡を抜いており、以下「神奈川県」(5.0%)、「大阪」(4.5%)、「山口」(4.4%)、「兵庫」(3.6%)、「佐賀」(3.5%)の順。

都道府県名	回答者数 (件)	回答割合 (%)
北海道	24	2.0
青森	4	0.3
岩手	0	0.0
宮城	8	0.7
秋田	7	0.6
山形	3	0.2
福島	14	1.2
茨城	16	1.3
栃木	3	0.2
群馬	10	0.8
埼玉	37	3.1
千葉	29	2.4
東京	185	15.3
神奈川	60	5.0
新潟	6	0.5
富山	5	0.4
石川	8	0.7
福井	2	0.2
山梨	1	0.1
長野	11	0.9
岐阜	7	0.6
静岡	17	1.4
愛知	30	2.5
三重	13	1.1
滋賀	8	0.7
京都	22	1.8
大阪	54	4.5
兵庫	43	3.6
奈良	13	1.1
和歌山	7	0.6
鳥取	4	0.3
島根	7	0.6
岡山	17	1.4
広島	29	2.4
山口	53	4.4
徳島	0	0.0
香川	14	1.2
愛媛	14	1.2
高知	3	0.2
福岡	206	17.0
佐賀	42	3.5
長崎	23	1.9
熊本	36	3.0
大分	28	2.3
宮崎	30	2.5
鹿児島	27	2.2

【旅行スタイル】

○旅行目的

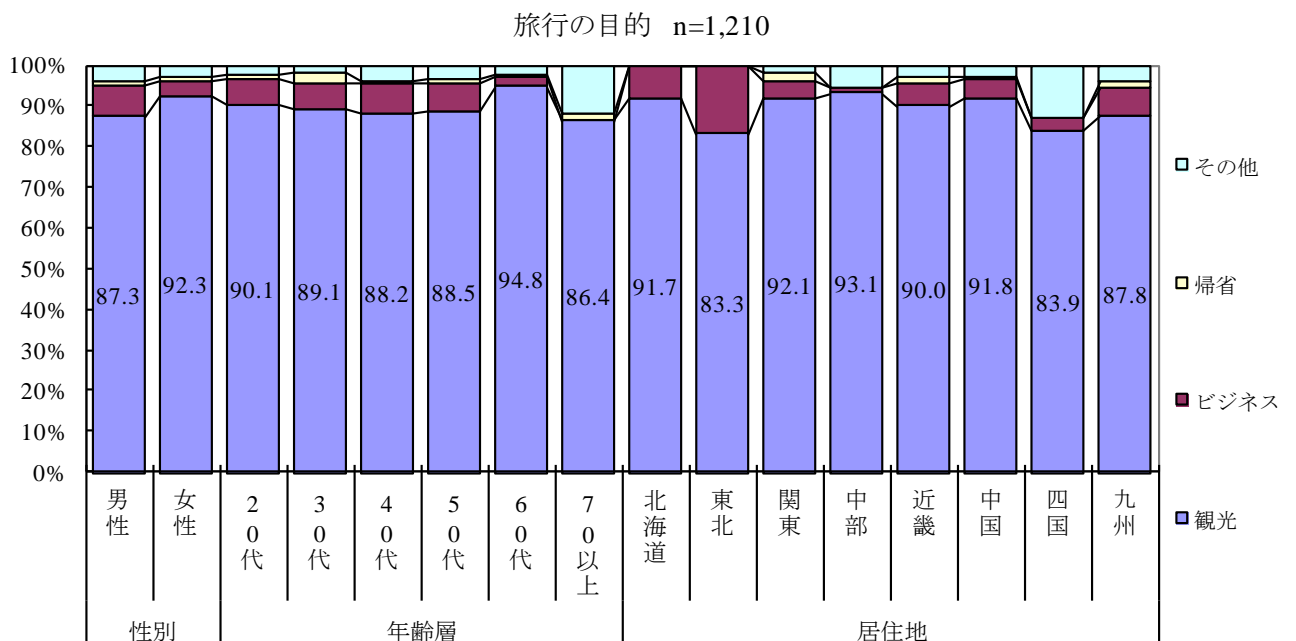
旅行目的は「観光（が主目的）」が89.8%と約9割を占めており、「ビジネス」は5.6%、「帰省」1.2%であった。



属性別にみると、女性が男性より「観光」の割合が高めとなっている。

年齢層別では『40代』『50代』で「ビジネス」の割合がやや高い。

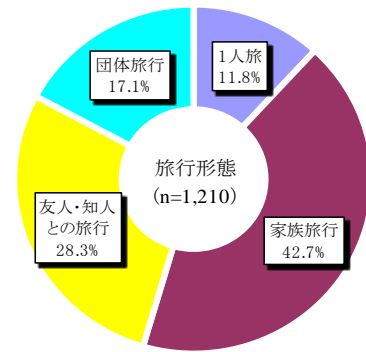
居住地別では『東北』で「ビジネス」の割合が高くなっているが、これは、東日本大震災の代替需要の商談等も影響しているものと推測される。また、『四国』における「観光」の割合が、平成22年調査の97.7%から83.9%と減少しており、昨年大河ドラマ「龍馬伝」の反動がうかがえる。



○旅行形態

旅行形態をみると、「家族旅行」が42.7%と4割を超え、これに「友人・知人との旅行」(28.3%)、「団体旅行」(17.1%)、「一人旅」(11.8%)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82.9%と、平成22年調査(84.3%)と同じ8割台となり、平成18年の調査(71.1%)と平成21年の調査(73.4%)から約10ポイント増加、個人旅行へのシフトが顕著に表れている。

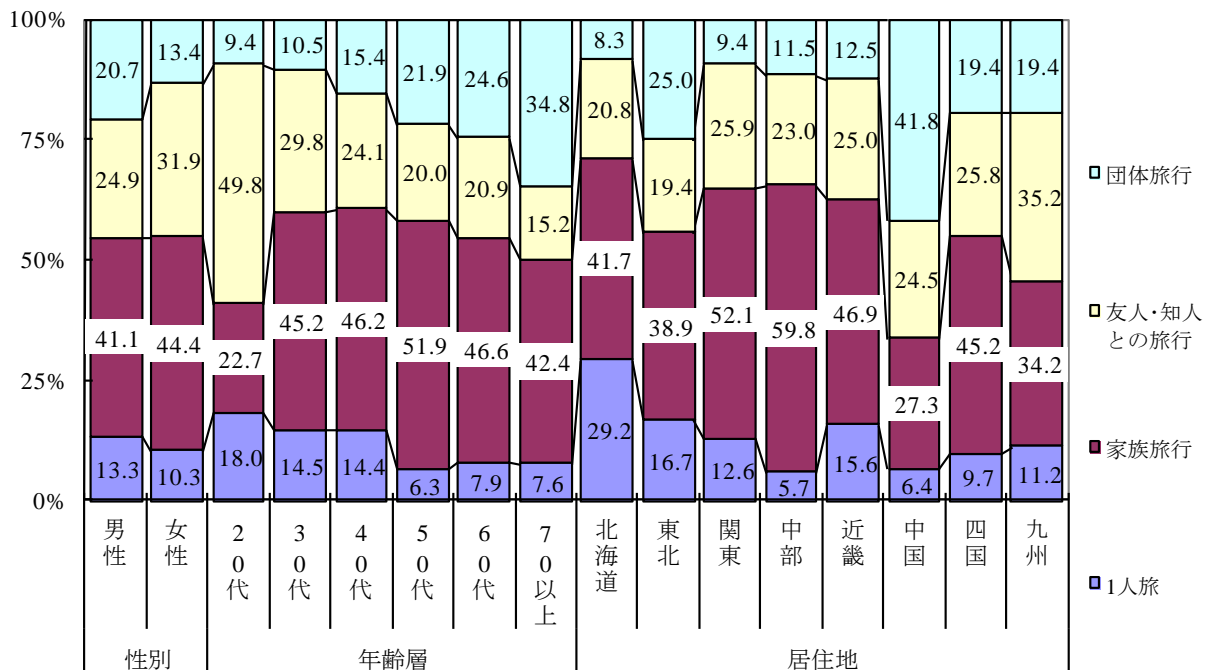


性別でみると、男性は女性に比べ「団体旅行」の割合が高く、女性は男性よりも「友人・知人との旅行」の割合が高い。

年齢層別では、『20代』は「友人・知人との旅行」が49.8%と各年齢層のなかで最も高く、『30代』から「家族旅行」の割合が高くなっている。なお、「一人旅」は『20代』から『40代』までが10%台と、他の年齢層に比べ比較的高かった。

居住地別にみると、ほとんどの地域で「家族旅行」の割合が高い。また、「団体旅行」の割合が『中国』で高いが、これは中国地方で最も多くアンケートを回収できた山口県の観光客の約半数が団体客であることに起因している。一方、「友人・知人との旅行」の割合が高いのは『九州』(35.2%)となっている。

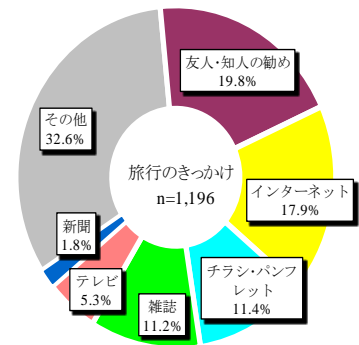
性・年齢層・居住地別にみた旅行形態 (n=1,210)



○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19.8%で最も多く、これに「インターネット」(17.9%)、「チラシ・パンフレット」(11.4%)、「雑誌」(11.2%)が続き、「新聞」は1.8%にとどまった。

「その他」のなかには、《仕事》に加え《会社》で《来てみたかった》《家族の勧め》などが挙げられている。



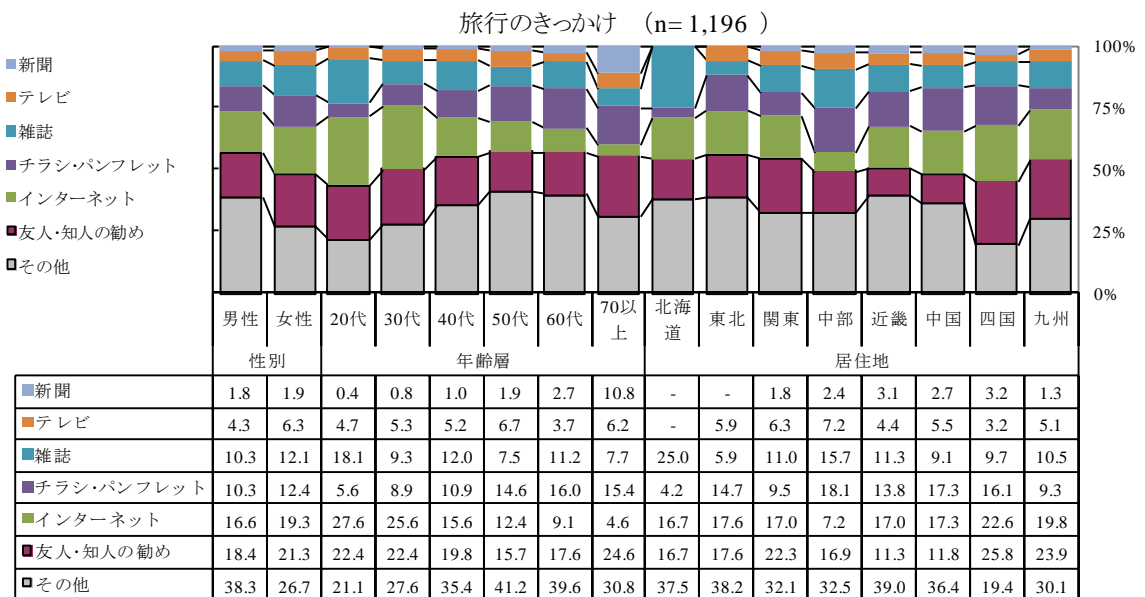
前回の調査(平成22年)結果と比べると、今回の調査では、「テレビ」(5.3%)が大きく

減少(前回調査:12.7%)しているが、これは前回調査で「その他」のなかに挙げられていたキーワード《龍馬伝》《福山雅治》が今回、全く見受けられなくなったことから、大河ドラマ放送終了の影響が大きいことがわかる。

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。

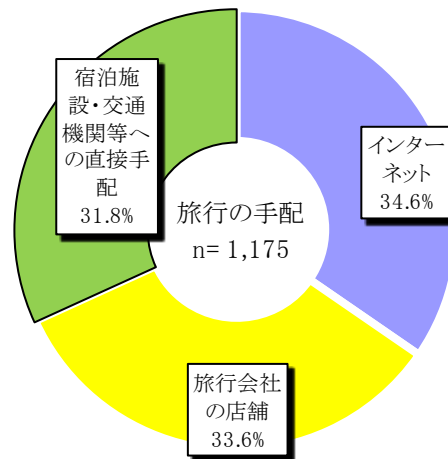
年齢層別にみると、『20代』『30代』では「知人・友人の勧め」よりも「インターネット」の割合が高く、『40代』以上で「知人・友人の勧め」の割合が最も高い。次点には『40代』で「インターネット」が、『50代』以上で「チラシ・パンフレット」が続く。また、『70代以上』では「新聞」の割合が他の年代と比べて高い。

地域別にみると、『北海道』では「雑誌」の割合が、『四国』においては「インターネット」の割合がそれぞれ他地域と比べて高い。



○旅行の手配

旅行については、「インターネット（楽天やYahoo!、旅行会社のHP など）」「旅行会社の店舗」「宿泊施設・交通機関等への直接手配」は各々1/3を占めた。

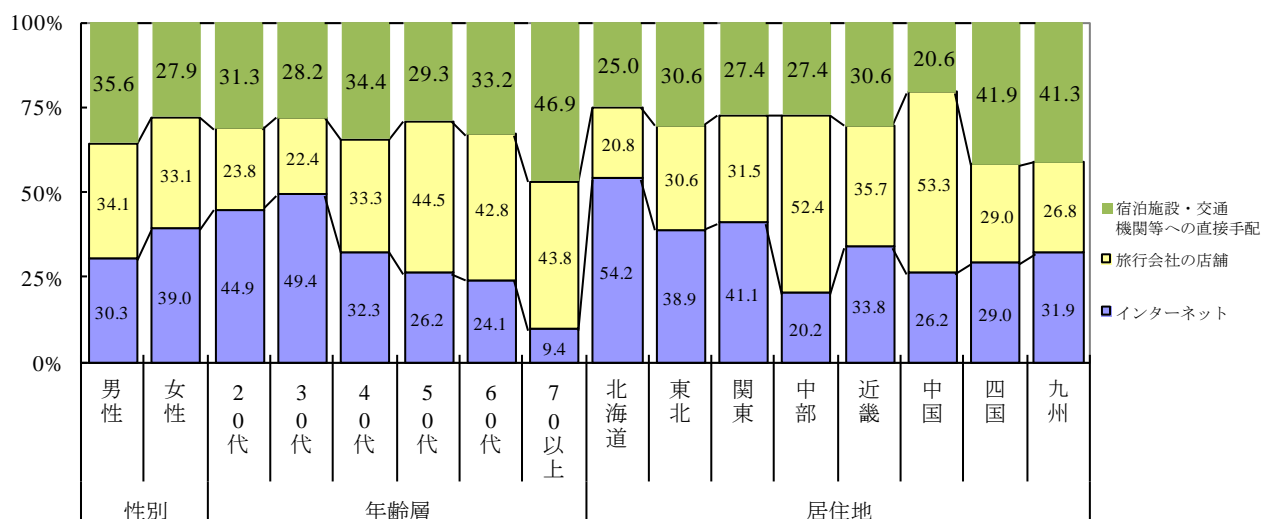


これを属性別にみると、『男性』は宿泊施設等への直接手配が、『女性』はインターネットの割合が高い。

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、『50代』以上になると「旅行会社の店舗の利用」の割合が4割を超える。また、『70代以上』では宿泊施設等への直接手配の割合が高い。

居住地別にみると、「インターネット」の割合が『北海道』で5割を超えており、また、『中部』と『中国』では「旅行会社の店舗の利用」の割合が半数以上を占める。

旅行の手配 (n=1,175)



【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割を超えている。

属性別では、「日帰り」は『20代』での割合が高く、居住地別では『九州』が最も多く24.2%を占める。

また、「宿泊あり」の人について平均泊数をみると、平成21年、22年の調査結果と同じく、全体で1.9泊となっている。

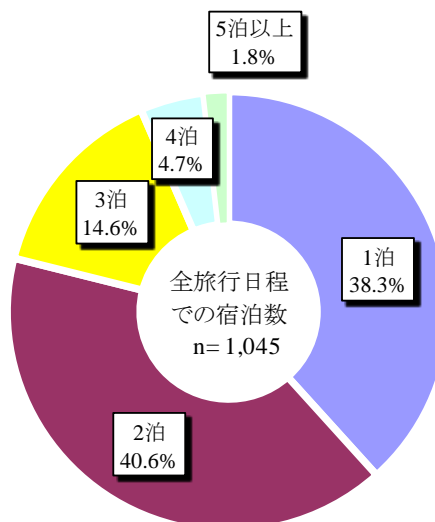
属性別では『60代』で平均泊数が2泊を上回っており、また、居住地別では、『近畿』以遠で2泊を上回っている。

旅行全日程での宿泊の有無と宿泊者の平均泊数(n=1,210)

属性		日帰り (%)	宿泊 (%)	宿泊者の平均泊数 (泊)
全体		9.3	90.7	1.9
性別	男性	9.8	90.2	1.9
	女性	8.9	91.1	1.9
年齢層	20代	18.0	82.0	1.9
	30代	9.3	90.7	1.9
	40代	9.7	90.3	1.8
	50代	5.9	94.1	1.9
	60代	5.8	94.2	2.2
	70以上	3.0	97.0	1.7
居住地	北海道	-	100.0	3.0
	東北	-	100.0	2.7
	関東	2.4	97.6	2.3
	中部	-	100.0	2.3
	近畿	2.5	97.5	2.0
	中国	4.5	95.5	1.6
	四国	-	100.0	1.7
	九州	24.2	75.8	1.3

宿泊数別にみると、「2泊」が最も多く40.6%、次いで「1泊」が38.3%。

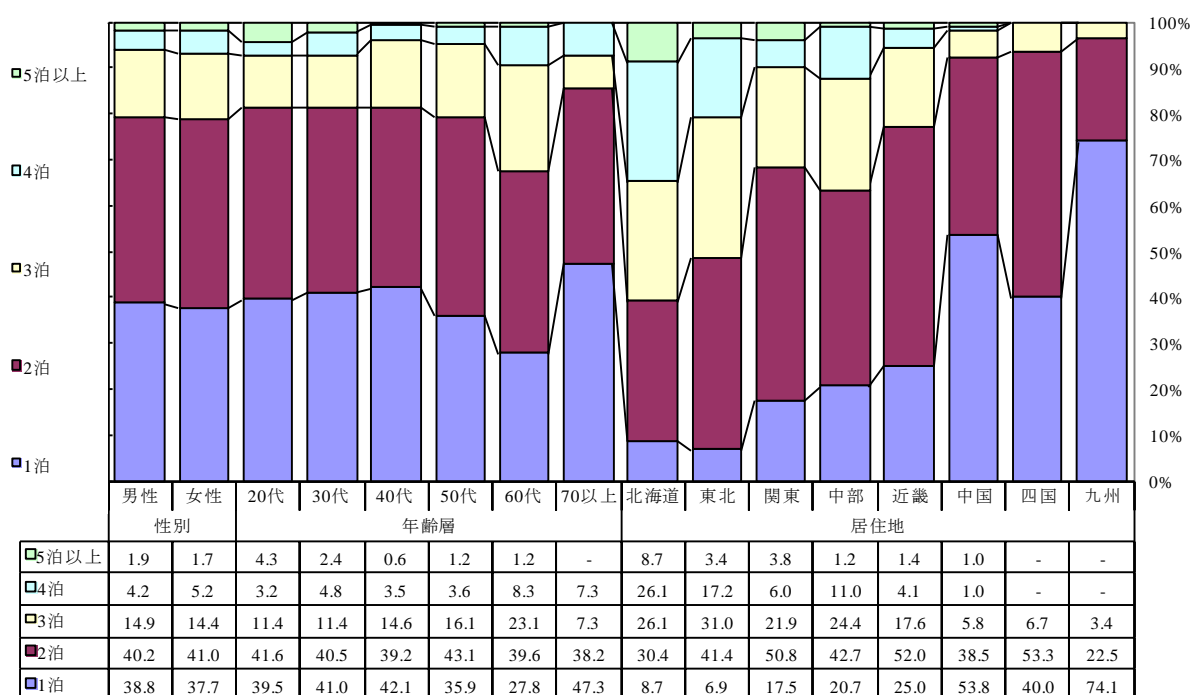
これを今までの調査結果と比較すると、1泊は前年（平成22年：36.1%）比2.2ポイント増加したが、平成21年（46.9%）比では8.6ポイントの減少。同じく4泊（4.7%）も前年（同4.3%）比0.4ポイントと僅かに増加したが、平成21年（8.7%）比では4ポイント減少している。また、2泊では前年（同41.2%）比0.6ポイント減少したが、平成21年（31.5%）比では9.1ポイントの増加。同様に3泊（14.6%）も前年（同18.3%）比3.7ポイント減少したが、平成21年（13.0%）比では1.6ポイント増加した。



性別では、男女の宿泊数にあまり差は見受けられない。年齢層別では、各年代とも1、2泊に集中しているが、『70代以上』で「1泊」の割合が多い。また、『60代』では3泊以上の割合が高い。

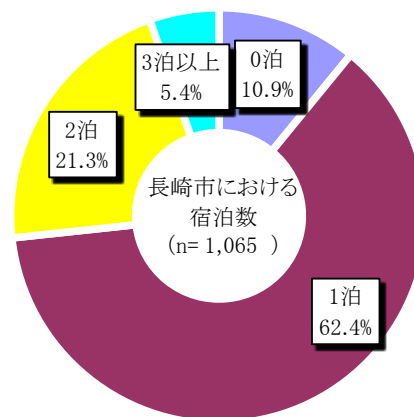
居住地別では、『九州』と『中国』で「1泊」の割合が高く、それ以外は「2泊」が多い。九州から遠くなるにつれ、「3泊」以上の割合が高くなっており、『北海道』では、「3泊」と「4泊」の割合が同率。

全旅行日程での宿泊数 (n=1,045)

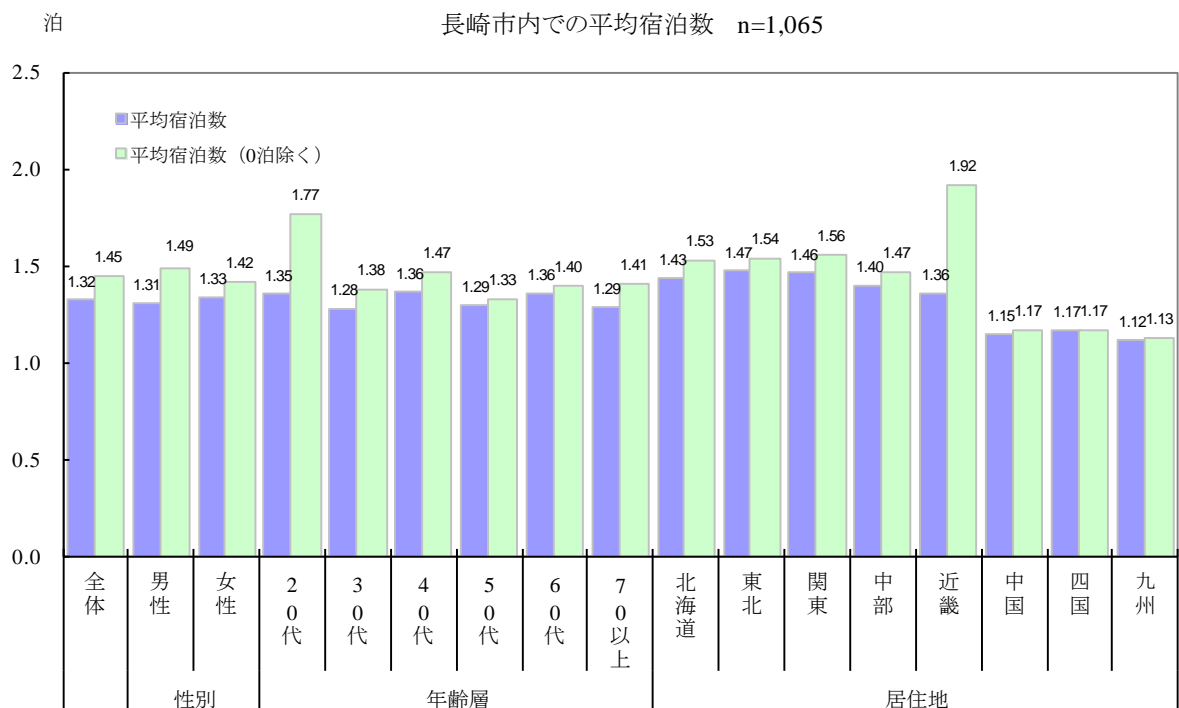


○長崎市内における宿泊数

長崎市内における宿泊数は、「1泊」が6割超と最も多く、前年（平成22年：62.9%）や平成21年（62.5%）の調査結果と変わらない。「0泊」（10.9%）は前年（同11.1%）の調査結果とほぼ同じ割合だが、平成21年（15.9%）比では5ポイントの減少。一方、「2泊」（21.3%）も前年（同22.0%）とほぼ変わらないが、平成21年（16.0%）比で5.3ポイント上回った。



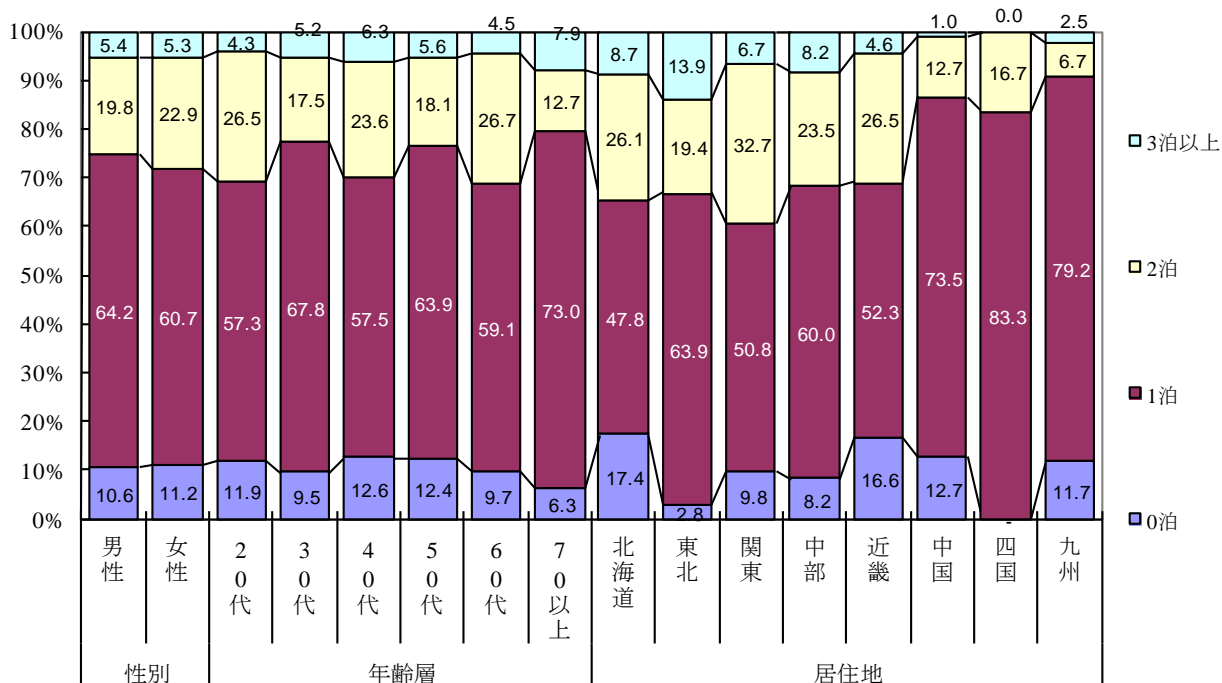
長崎市内での平均宿泊数（含む長崎市内0泊）は1.32泊、長崎市内0泊を除くと1.45泊と、平成21年（1.14泊、1.32泊）、平成22年（1.19泊、1.40泊）と徐々に伸びてきている。



長崎市内における宿泊数は、男性に比べ女性の方が2泊以上の割合が高い。また、年齢層別にみると、「70代以上」の高年齢層は全日程では1泊の割合が高いが、長崎市内における宿泊数では、他の年代と比べて2泊以上の割合が高い。

居住地別では、東日本大震災の影響が大きい『東北』で2泊以上が33.3%と、前年の調査結果(47.7%)より14.4ポイント減少したが、『北海道』は34.8%と前年(30.5%)比4.3ポイント増加した。また、『四国』では2泊以上が16.7%と、前年調査(34.9%)比18.2ポイント減少しており、大河ドラマの放送終了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 = 1,065)

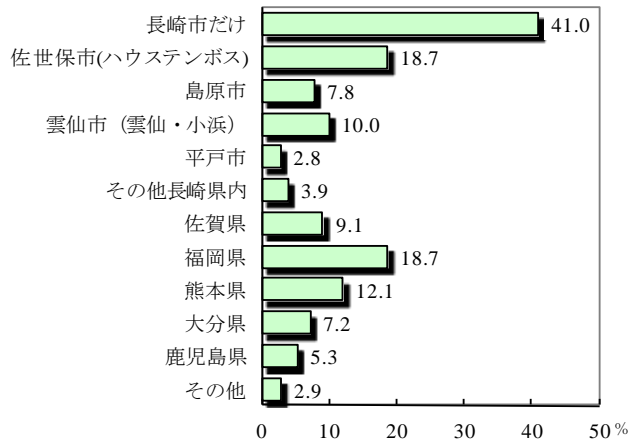


【訪問(予定)先と訪問回数】

○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41.0%(平成22年調査:44.2%)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18.7%、「雲仙市(雲仙・小浜)」が10.0%。県外では「福岡県」が18.7%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=1,206)



一方、属性別では「長崎市だけ」の訪問割合は、『30代』と『60代』以上で3割台と比較的低く、また居住地別でも、『中国』『四国』『九州』以外は3割台以下(なかでも『東北』は5.7%にとどまる)となっており、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。

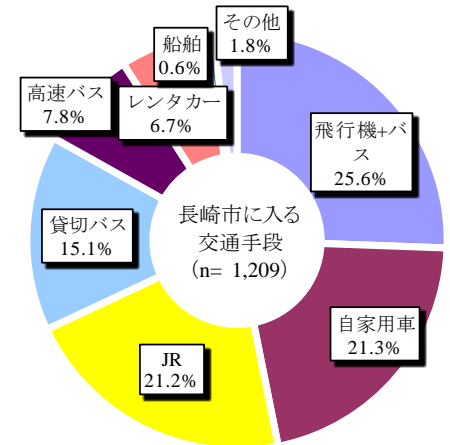
長崎市以外の訪問先をみると、『20代』～『40代』が「ハウステンボスを含む佐世保市」、また『20代』と『30代』で「福岡県」の割合が高い。また、『60代』以上で県内では「雲仙市(雲仙・小浜)」、県外では福岡県に加え「熊本県」の割合が高かった。居住地別では、『九州』を除くほとんどの地域で長崎市以外の県内では「ハウステンボスを含む佐世保市」、県外では「福岡県」の割合が高いが、『北海道』では「島原市」と「熊本県」のウエイトがそれぞれ高い。

長崎市以外の訪問先・予定先(複数回答、n=1,206)

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	鹿児島県	その他
全体		41.0	18.7	7.8	10.0	2.8	3.9	9.1	18.7	12.1	7.2	5.3	2.9
性別	男性	43.0	16.8	7.7	11.4	3.4	3.9	10.4	17.6	12.9	7.3	6.0	2.8
	女性	38.9	20.8	7.9	8.6	2.2	3.9	7.8	19.8	11.3	7.1	4.6	3.0
年齢層	20代	45.9	23.6	5.2	3.4	0.4	4.3	9.4	20.6	9.9	7.3	3.9	1.3
	30代	36.8	22.3	11.7	10.9	3.6	3.6	6.1	21.1	10.9	7.3	3.6	4.5
	40代	42.6	21.5	5.6	10.8	1.5	2.6	6.7	16.9	8.2	5.6	4.6	2.6
	50代	41.5	18.1	6.3	12.2	1.5	4.4	10.7	17.0	11.1	7.8	5.2	1.9
	60代	38.3	9.6	9.0	11.2	5.3	3.7	12.2	18.1	20.7	6.9	9.0	2.7
	70以上	39.4	7.6	10.6	16.7	10.6	6.1	12.1	15.2	15.2	9.1	7.6	7.6
居住地	北海道	16.7	8.3	16.7	8.3	-	4.2	4.2	37.5	45.8	20.8	20.8	8.3
	東北	5.7	14.3	8.6	14.3	5.7	-	5.7	45.7	37.1	14.3	14.3	2.9
	関東	35.9	19.7	7.6	11.5	2.6	5.9	10.0	21.5	17.4	10.3	5.6	3.2
	中部	17.2	28.7	8.0	16.1	4.6	5.7	10.3	37.9	19.5	11.5	9.2	4.6
	近畿	33.3	27.0	8.2	10.1	4.4	5.7	11.9	22.6	9.4	8.2	7.5	0.6
	中国	43.6	16.4	2.7	10.0	2.7	0.9	12.7	19.1	8.2	1.8	1.8	1.8
	四国	41.9	12.9	9.7	6.5	12.9	3.2	6.5	16.1	12.9	12.9	3.2	6.5
	九州	59.2	14.9	7.9	7.2	0.8	2.3	6.4	5.9	3.1	1.5	1.8	1.0

○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、「飛行機+バス」が25.6%と最も多く、以下「自家用車」21.3%、「JR」21.2%、「貸切バス」15.1%と続いている。このうち「飛行機+バス」は21年(19.1%)、22年(22.9%)を上回り増加傾向。このほか「JR」(22年比5.7ポイント増)、「貸切バス」(同5.1ポイント増)などが増加しているのに対し、「自家用車」は22年比12.9ポイント下回るなど、対照的な動きとなった。



性別では、「飛行機+バス」「JR」「高速バス」「レンタカー」において女性の割合が高い。男性では「自家用車」が最も高いが、「飛行機+バス」も同程度の割合となっている。

年齢層別でみると、「飛行機+バス」が『30代』～『50代』でトップ、うち『30代』では「自家用車」と同率である。また、60代以上では「貸切バス」がトップとなっている。

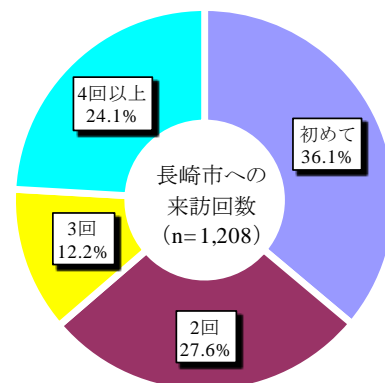
居住地別では、『中部』以遠で「飛行機+バス」がトップであり、特に『関東』では5割を超えている。また、『近畿』では「JR」が、『中国』では「貸切バス」がトップである。一方、『四国』『九州』では「自家用車」がトップであり、うち『九州』では4割を超える。前回調査では『四国』で「自家用車」の割合が5割を超えていたが、今回の調査では3割台と大きく減少した。これは大河ドラマがきっかけとなって発生した龍馬ブームが一段落し、家族旅行などに代表される個人型旅行が落ち着いたことも一因であると考えられる。

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

属 性		飛行機+バス	自家用車	JR	貸切バス	高速バス	レンタカー	船舶	その他
全体		25.6	21.3	21.2	15.1	7.8	6.7	0.6	1.8
性別	男性	23.5	23.9	19.2	17.8	6.8	6.4	0.8	1.6
	女性	27.9	18.5	23.2	12.3	8.7	7.1	0.3	2.0
年齢層	20代	22.3	21.0	24.9	6.9	10.7	9.9	0.9	3.4
	30代	27.0	27.0	20.2	8.9	7.7	8.5	0.4	0.4
	40代	25.1	23.6	22.6	11.3	8.2	6.7	0.5	2.1
	50代	29.6	16.3	21.5	19.3	5.9	4.8	-	2.6
	60代	24.2	18.9	17.9	26.3	6.3	4.7	1.1	0.5
	70以上	22.7	19.7	15.2	30.3	6.1	3.0	1.5	1.5
居住地	北海道	37.5	4.2	29.2	4.2	-	12.5	-	12.5
	東北	38.9	22.2	13.9	8.3	11.1	5.6	-	-
	関東	55.6	5.6	13.2	8.2	3.8	12.4	0.9	0.3
	中部	39.5	5.8	24.4	9.3	3.5	14.0	1.2	2.3
	近畿	26.3	15.6	31.3	10.0	5.6	8.1	0.6	2.5
	中国	2.7	21.8	24.5	39.1	8.2	2.7	-	0.9
	四国	3.2	38.7	29.0	19.4	6.5	-	3.2	-
九州	1.5	41.6	20.7	18.9	12.8	1.5	0.3	2.8	
旅行形態	1人旅	29.4	13.3	30.8	1.4	16.8	2.1	-	6.3
	家族旅行	29.1	28.1	20.3	4.8	5.8	10.3	0.6	1.0
	友人・知人との旅行	25.7	26.5	26.2	5.0	8.5	6.1	0.3	1.7
	団体旅行	14.5	1.0	8.2	66.7	5.3	1.9	1.4	1.0

○長崎市への来訪回数

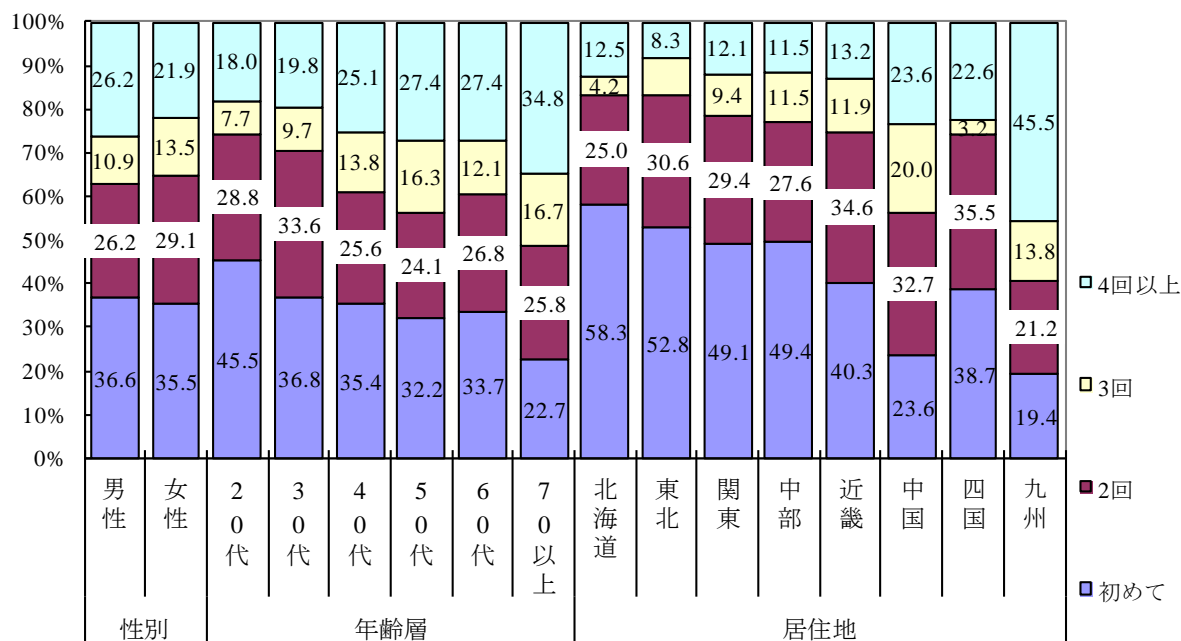
長崎市を訪れた回数（今回の旅行を含む）をみると、「初めて」が36.1%と、前回調査結果（平成22年：36.7%）とほぼ同じ割合だった。一方、「2回」以上を合計したリピーター比率も63.9%と、前回調査（同63.3%）と同程度。



性別でもリピーター率は男女ともほぼ同率（男性63.3%、女性64.5%）。また、年齢層別では、『20代』で4割以上の人々が「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。

居住地別では、『四国』の「初めて」の割合が坂本龍馬ブームに沸いた昨年の調査結果（平成22年：47.7%）と比べ38.7%と、9ポイント減少していることが目立つ。

長崎市への訪問回数 (n=1,208)

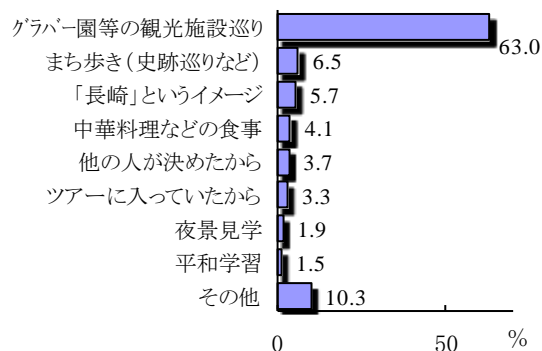


○長崎市を旅行先に決めた理由・目的

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、63.0%に上った。以下、「まち歩き（史跡巡りなど）」（6.5%）「長崎というイメージ」（5.7%）、「中華料理などの食事」（4.1%）、「他の人が決めたから」（3.7%）、「ツアーに入っていたから」（3.3%）と続く。

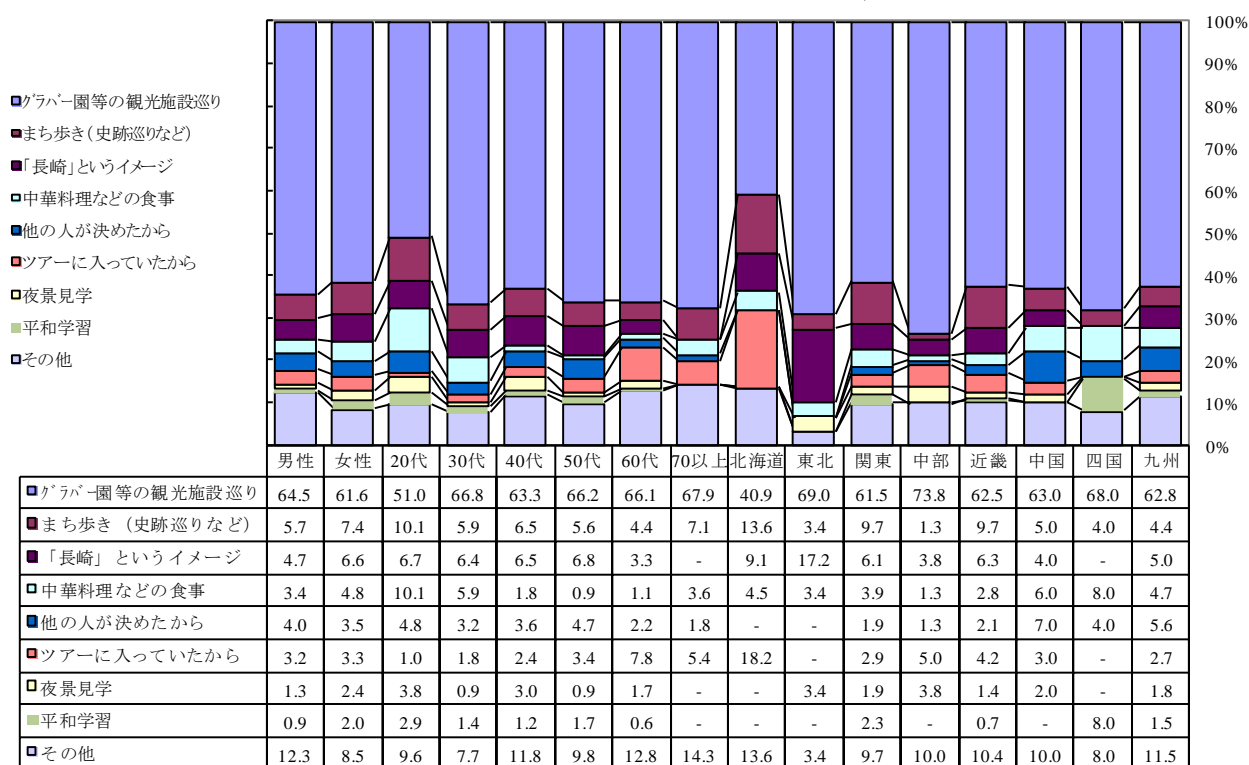
また、「その他」の回答には《妻（夫）が来たことがなかったから》《以前来たことがあるから》などとあり、昨年数多く見受けられた《福山雅治》《坂本龍馬》などといった大河ドラマ関連のキーワードは、それぞれ1件ずつとなっている。

長崎市を旅行先に決めた理由・目的
(n=1,073)



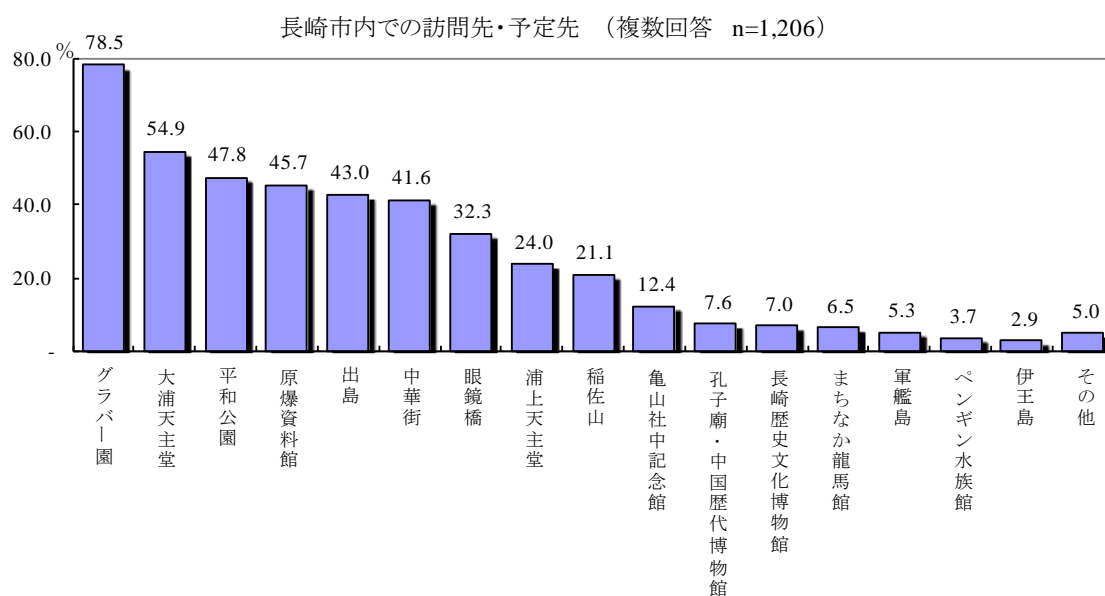
属性別にみると、『20代』で「まち歩き」と「食事」の割合が比較的高い。また、居住地別では、『北海道』で「ツアーに入っていたから」、『東北』で「長崎というイメージ」の割合が他地域より高い。

長崎市を旅行先に決めた理由・目的 (n=1,073)



○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78.5%と最も多く、これに、「大浦天主堂」（54.9%）、「平和公園」（47.8%）、「原爆資料館」（45.7%）と続く。前回調査（平成22年）では11位（18.8%）であった「稲佐山」、14位（6.1%）であった「孔子廟・中国歴代博物館」が今回、それぞれ9位（21.1%）と11位（7.6%）に順位を上げている。一方、大河ドラマ関連企画を展開していた「長崎歴史文化博物館」（昨年10位：20.5%）は今回12位（7.0%）と低下した。



次に性別をみると、男女間で大きな差は見受けられないなか、女性の割合が比較的高い施設には「大浦天主堂」と「中華街」「眼鏡橋」などがある。

年齢層別では「出島」が40代以上に人気。また、「稲佐山」は比較的若い世代に人気があることがうかがえる。『50代』では「亀山社中記念館」と「まちなか龍馬館」という坂本龍馬関連施設、『70以上』では「孔子廟・中国歴代博物館」と「長崎歴史文化博物館」の人气が高い。

居住地域別にみると、『九州』など近いほど、主要観光地への訪問比率が低くなる傾向。来訪回数別では、「グラバー園」が『初めて』と『2回』が8割、『3回』や『4回以上』で7割を超えており、“長崎観光といえばまず「グラバー園」”が定番となっていることがわかる。一方、「平和公園」「原爆資料館」などは、来訪回数が増えると訪問割合が大きく低下している。

宿泊数別にみると、泊数が増えるにつれ夜景観光の中心「稲佐山」や坂本龍馬関連施設、「長崎歴史文化博物館」や「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=1,206）

（%）

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	眼鏡 橋	浦上 天主 堂	稲佐 山	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	まちな か龍 馬館	軍艦 島	ペン ギン 水族 館	伊王 島	その他
全体		78.5	54.9	47.8	45.7	43.0	41.6	32.3	24.0	21.1	12.4	7.6	7.0	6.5	5.3	3.7	2.9	5.0
性別	男性	78.8	51.4	48.8	45.0	42.7	38.3	29.2	22.2	19.2	12.9	7.7	6.7	5.5	5.2	3.1	2.3	4.9
	女性	78.2	58.5	46.9	46.4	43.2	45.0	35.6	26.0	22.9	12.0	7.6	7.3	7.4	5.4	4.4	3.5	5.1
年齢層	20代	72.4	44.4	40.9	48.3	34.1	44.4	27.6	15.5	24.6	8.2	3.9	4.7	3.4	2.6	6.0	1.3	4.3
	30代	77.3	55.9	48.6	51.4	34.4	47.0	33.2	24.7	22.3	12.6	8.5	6.5	3.6	7.7	5.3	2.8	3.2
	40代	77.9	57.4	47.2	45.1	50.3	43.1	32.8	21.0	19.5	10.3	10.3	7.2	6.2	6.2	3.6	2.1	4.6
	50代	84.4	61.0	51.7	47.2	49.8	43.1	38.7	30.9	21.2	17.1	7.1	7.1	11.5	4.1	1.1	3.7	5.9
	60代	84.7	59.5	50.0	36.3	46.3	34.2	32.1	28.4	18.9	14.7	7.4	8.9	8.4	7.4	4.2	4.7	4.2
	70以上	66.7	45.5	50.0	37.9	47.0	22.7	21.2	22.7	15.2	7.6	13.6	10.6	3.0	3.0	-	3.0	13.6
居住地	北海道	83.3	58.3	50.0	62.5	54.2	45.8	33.3	33.3	29.2	20.8	12.5	8.3	12.5	4.2	4.2	-	4.2
	東北	80.0	45.7	45.7	48.6	37.1	40.0	37.1	34.3	40.0	25.7	8.6	14.3	8.6	8.6	2.9	-	-
	関東	82.4	66.5	61.5	52.6	47.6	49.4	43.5	34.4	29.4	14.7	12.4	7.9	8.2	7.6	2.1	2.4	3.2
	中部	80.5	52.9	49.4	41.4	51.7	35.6	35.6	27.6	23.0	14.9	9.2	5.7	5.7	1.1	2.3	1.1	3.4
	近畿	81.9	60.0	43.1	46.9	40.0	48.1	30.0	23.1	20.0	12.5	7.5	3.1	6.9	5.0	2.5	2.5	7.5
	中国	76.4	63.6	40.9	28.2	56.4	40.9	35.5	19.1	10.9	9.1	8.2	10.9	10.9	5.5	7.3	1.8	5.5
	四国	90.3	54.8	45.2	54.8	16.1	25.8	25.8	9.7	9.7	16.1	3.2	3.2	-	9.7	-	3.2	3.2
九州	72.5	42.2	39.3	41.6	36.8	36.0	22.4	16.5	15.4	9.5	2.6	5.9	4.1	4.1	5.7	4.9	5.9	
訪問回数	初めて	81.8	60.7	57.9	54.0	46.2	45.5	38.6	26.9	24.1	13.1	9.0	7.6	6.2	4.6	3.2	1.8	3.9
	2回	81.4	55.7	44.0	44.9	44.6	42.8	35.9	23.1	18.9	13.5	8.7	6.3	5.7	5.1	3.9	1.5	3.3
	3回	76.2	52.4	47.6	43.5	39.5	46.3	29.9	23.8	21.1	9.5	6.1	6.1	8.2	4.1	4.8	2.7	5.4
	4回以上	71.2	46.2	37.2	35.4	38.2	31.9	19.8	21.2	18.8	11.8	5.2	6.9	6.9	6.9	3.8	5.9	8.0
の長 宿 泊 市 数 で	日帰り	85.3	59.5	43.1	39.7	29.3	46.6	26.7	23.3	15.5	6.0	4.3	2.6	6.0	4.3	3.4	0.9	3.4
	1泊	78.3	54.4	48.9	42.9	44.4	38.2	30.7	20.3	18.6	11.1	7.4	6.3	5.3	5.7	2.9	2.7	3.8
	2泊	85.0	64.3	54.6	54.6	55.1	56.8	48.5	37.4	35.2	21.1	11.9	11.0	9.7	5.7	4.4	4.8	6.6
	3泊以上	83.9	55.4	62.5	58.9	48.2	51.8	48.2	44.6	30.4	19.6	8.9	16.1	17.9	8.9	5.4	1.8	8.9

訪問回数

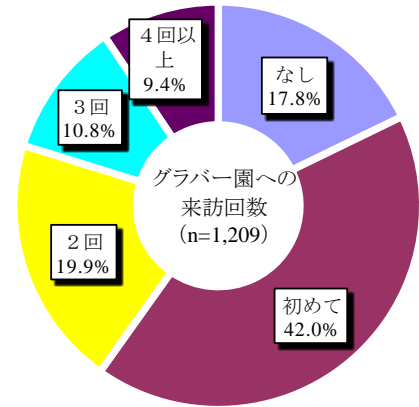
《グラバー園》

グラバー園への来訪回数は「初めて（1回）」が42.0%と最も多く（平成22年調査：45.9%）、次いで、「2回」19.9%（同20.5%）、「3回」10.8%（同10.1%）、「4回以上」9.4%（同7.8%）と続いている。

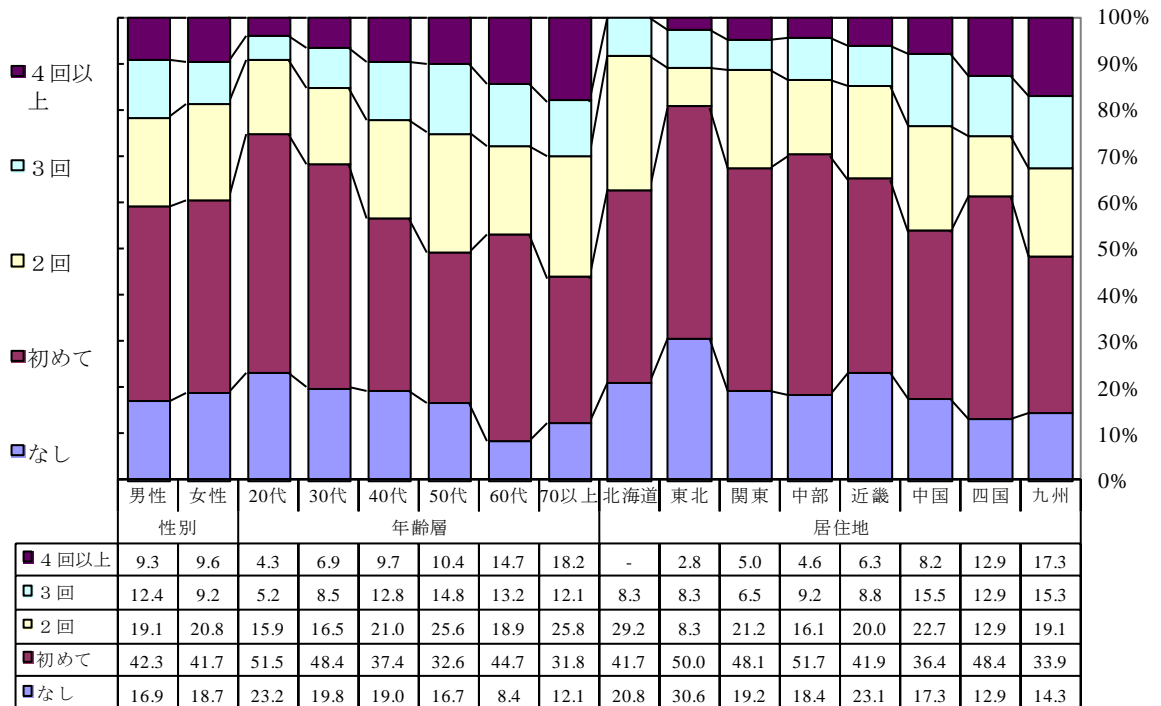
2回以上のリピーター割合は、平成18年調査で54.2%、平成21年調査で46.8%、平成22年調査が38.4%と減少傾向にあったが、今回40.1%と持ち直している。

属性別にみると、性別では大差ないものの、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。なお、「なし（行かないし、行ったこともない）」の割合は『20代』から『50代』まで概ね2割前後となっている。

居住地別にみると、「2回」以上とするリピーターは『九州』で5割を超えるが、それ以外の地域では『中国』で4割を超えている。

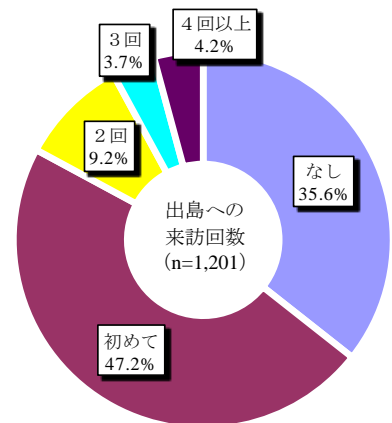


グラバー園への来訪回数 (n=1,209)



《出島》

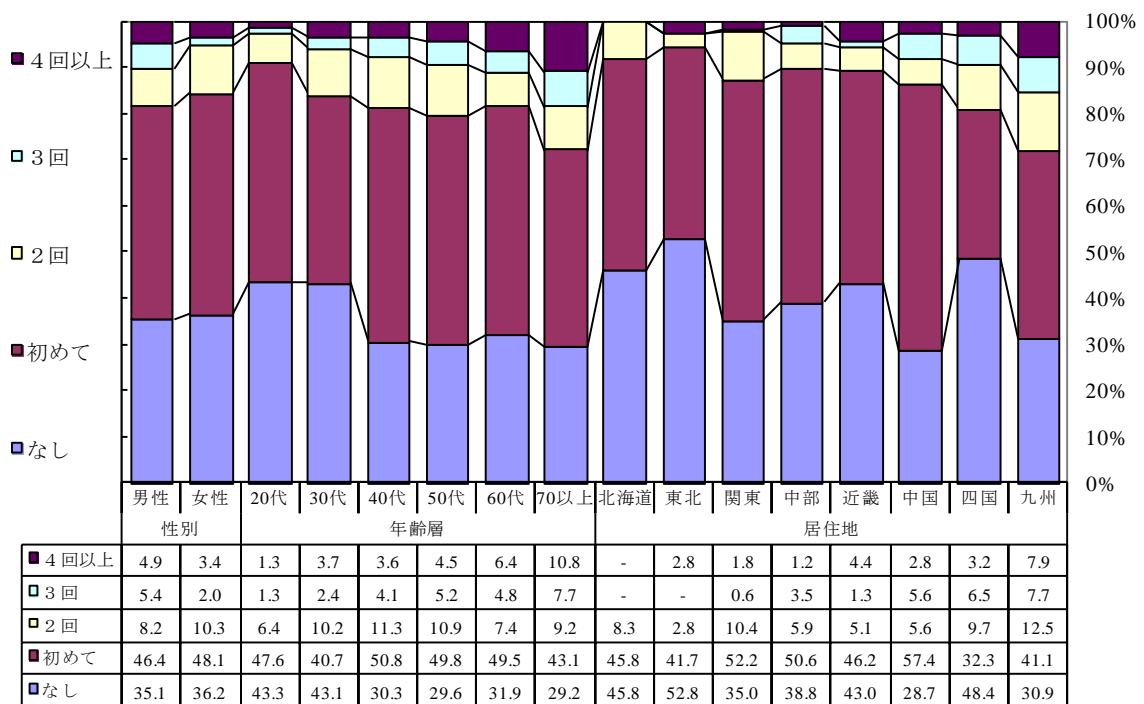
「出島」への訪問回数は、「初めて」が最も多く47.2%（平成22年調査：37.0%）と、前回調査比10.2ポイントの増加。また、「なし（行かないし、行ったこともない）」は35.6%（同51.0%）と大幅に減少した。一方、「2回」は9.2%（同7.9%）、「3回」も3.7%（同1.6%）と、いずれも前回調査を上回っている。また、平成18年調査で20.7%、平成21年調査で18.4%、平成22年調査で12.0%と減少傾向にあった2回以上のリピーター割合も、今回は17.1%と、落ち込みに歯止めがかかった。



なお、属性別にみると、年齢層別では「なし」の割合が『20代』と『30代』で4割を超えている。一方、「2回」以上となるリピーター割合は、『70代』が最も高く3割弱だが、『20代』では1割弱にとどまっている。

また、居住地別にみると、「なし」の割合が『東北』で5割を超える。また、リピーター割合では地元『九州』で3割に届いておらず、『北海道』『東北』では1割を下回っている。

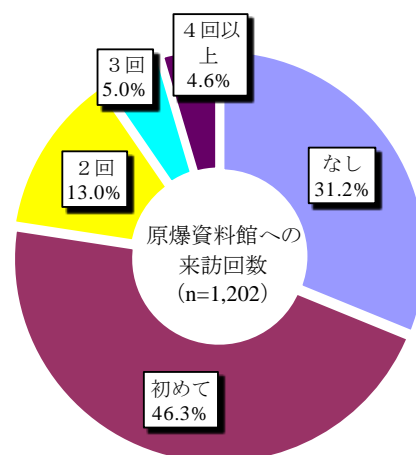
出島への来訪回数 (n=1,201)



《原爆資料館》

原爆資料館の来訪回数は「初めて」が46.3%と最も多く、前回の調査結果(平成22年:51.8%)と比べると、5.5ポイント減少している。また、「なし(行かないし、行ったこともない)」は31.2%と、前回調査(同28.9%)より2.3ポイントの増加。

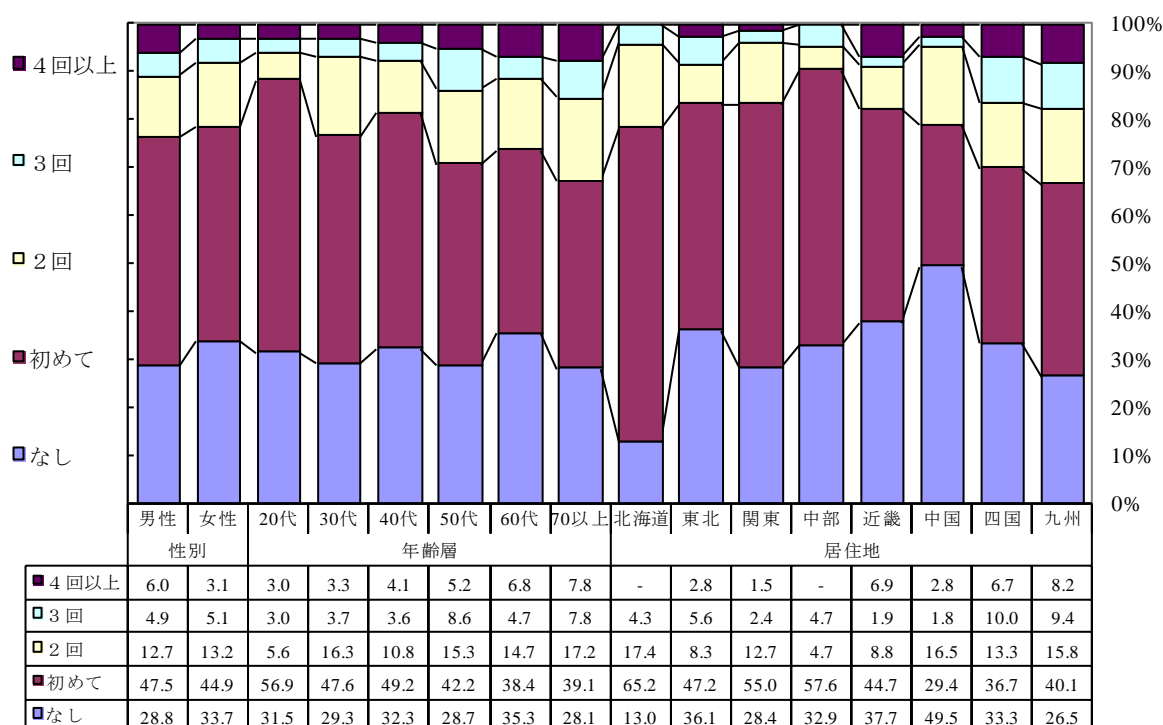
一方、2回以上のリピーター割合は、平成18年調査が32.5%、平成21年調査が27.4%、平成22年調査が19.3%と減少傾向にあったが、今回は22.6%と持ち直している。



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割ある。また、「2回」以上とするリピーター割合は『70代以上』を除き1~2割台しかなく、1回行けば十分であるとする観光客が多いことがうかがえる。

居住地別にみると、『北海道』と『関東』、『中部』で「初めて」の割合が5割を超えており、広島県がある『中国』では「なし」の割合が5割に近い。

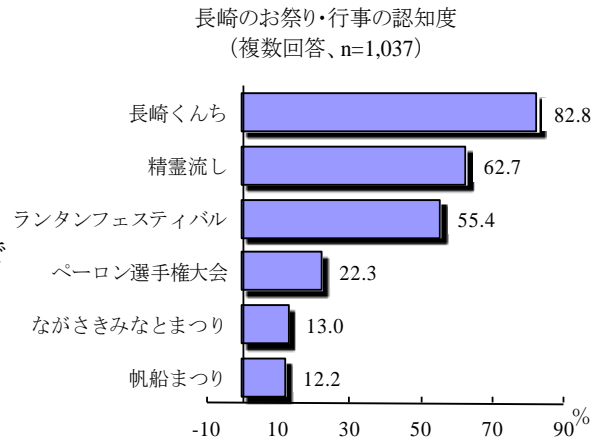
原爆資料館への来訪回数 (n=1,202)



【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82.8%と最も高く（平成22年調査：78.0%）、次いで「精霊流し」62.7%（同59.3%）、「ランタンフェスティバル」55.4%（同46.3%）。このほかでは「ペーロン選手権大会」22.3%（同24.8%）、「ながさきみなとまつり」が13.0%（同13.5%）、「長崎帆船まつり」が12.2%（同14.3%）。



年齢層別にみると、「長崎くんち」は全世代に万遍なく浸透していることがわかる。また「精霊流し」と「ランタンフェスティバル」も全世代にわたり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」の『60代』のみ4割台。

居住地別では、「くんち」に次いで「精霊流し」も『北海道』と『東北』を除いた地域で5割超の認知度があるが、「ランタンフェスティバル」は7割超の認知度の地元『九州』と、5割超の『中国』、5割弱の『近畿』を除く地域では3~4割台にとどまる。その他「ペーロン」「みなとまつり」は『九州』でも2割台。「帆船まつり」は2割を下回る。

長崎のお祭・行事の認知度（複数回答、n=1,037）

(%)

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	ながさきみなとまつり	帆船まつり
全体		82.8	62.7	55.4	22.3	13.0	12.2
性別	男性	83.3	62.2	50.0	24.1	11.8	10.1
	女性	82.4	63.2	60.9	20.4	14.3	14.3
年齢層	20代	72.8	60.5	66.7	10.3	10.8	7.2
	30代	79.4	56.9	61.8	18.1	13.7	11.3
	40代	85.6	66.1	55.7	21.8	15.5	13.8
	50代	87.1	70.5	50.6	28.6	12.9	14.1
	60代	89.2	57.8	40.4	29.5	10.8	12.7
	70以上	87.0	63.0	57.4	33.3	18.5	18.5
居住地	北海道	88.2	47.1	35.3	17.6	5.9	-
	東北	69.0	44.8	44.8	6.9	6.9	6.9
	関東	80.8	66.8	44.8	19.6	10.8	7.3
	中部	81.3	56.0	33.3	13.3	5.3	6.7
	近畿	80.8	65.4	49.2	30.8	8.5	8.5
	中国	89.8	59.2	55.1	23.5	8.2	14.3
	四国	84.0	72.0	36.0	24.0	12.0	4.0
	九州	84.3	62.7	73.9	24.6	20.4	19.3

○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83.4%（平成22年調査：86.4%）と、観たことがない人が大多数。

地区別にみても、地元『九州』で「なし」が72.2%に上っており、他地域においては8～9割が“観たことがない”と回答。

一方、1回以上観たことがある人については、平成18年の調査が12.7%、平成21年の調査が13.0%、平成22年の調査で13.5%とほぼ横這いであったが、今回調査では16.6%とやや上向いている。

ランタンフェスティバル観覧回数 (n=1,208) (%)

属性	なし	1回	2回	3回	4回以上	
全体	83.4	10.8	3.2	1.0	1.6	
性別	男性	83.7	10.3	3.1	0.5	2.4
	女性	83.0	11.4	3.4	1.5	0.7
年齢層	20代	84.1	11.2	2.6	0.9	1.3
	30代	83.1	11.3	2.4	1.2	2.0
	40代	78.5	15.4	1.5	0.5	4.1
	50代	82.9	10.8	4.5	1.5	0.4
	60代	86.3	7.4	4.2	1.1	1.1
	70以上	87.9	6.1	6.1	-	-
居住地	北海道	95.8	4.2	-	-	-
	東北	91.4	2.9	-	5.7	-
	関東	88.8	8.5	2.1	0.3	0.3
	中部	93.1	4.6	2.3	-	-
	近畿	84.9	10.1	3.1	-	1.9
	中国	90.0	8.2	-	0.9	0.9
	四国	80.6	12.9	6.5	-	-
	九州	72.2	16.6	5.6	2.0	3.6

《長崎帆船まつり》

長崎帆船まつりの観覧回数は、「なし」が94.7%（平成22年調査：95.6%）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5.2%。

居住地別にみても、地元『九州』でさえも「なし」が9割以上。

帆船まつり観覧回数 (n=1,202) (%)

属性	なし	1回	2回	3回	4回以上	
全体	94.7	3.4	0.7	0.3	0.8	
性別	男性	94.6	3.1	0.5	0.7	1.1
	女性	94.8	3.7	1.0	-	0.5
年齢層	20代	95.7	2.6	0.9	0.4	0.4
	30代	96.0	2.4	0.4	0.4	0.8
	40代	89.6	6.7	1.6	-	2.1
	50代	94.4	4.1	0.4	0.7	0.4
	60代	95.2	2.7	1.1	-	1.1
	70以上	100.0	-	-	-	-
居住地	北海道	100.0	-	-	-	-
	東北	97.1	2.9	-	-	-
	関東	97.3	2.4	-	0.3	-
	中部	98.9	1.1	-	-	-
	近畿	95.5	1.9	-	-	2.5
	中国	95.4	1.8	1.8	0.9	-
	四国	96.8	3.2	-	-	-
	九州	90.0	6.2	1.8	0.5	1.5

《長崎くんち》

「長崎くんち」の観覧回数は、「なし」が83.8%（平成22年調査：88.0%）と観たことがない人が8割超。

居住地別でみると、『九州』で1回以上観たことがある人が2割を超え、『関東』『近畿』『中国』では1割を超えている。

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17.4%、同21年の調査で10.3%、平成22年の調査が5.7%と落ち込んできたものの、今年は日程が連休と重なり、天候にも恵まれ、奉納踊りのなかで一番人気の太鼓山（コッコデショ）が出場する年でもあったことから、今回調査では10.7%まで回復している。

属性	なし	1回	2回	3回	4回以上	
全体	83.8	9.7	2.3	1.2	3.0	
性別	男性	83.7	9.8	1.8	1.8	2.9
	女性	83.9	9.6	2.9	0.7	3.0
年齢層	20代	85.8	10.7	1.7	0.4	1.3
	30代	85.4	9.3	1.6	0.4	3.3
	40代	82.0	11.3	1.5	1.0	4.1
	50代	83.3	8.9	3.0	3.0	1.9
	60代	83.8	9.9	2.6	1.0	2.6
70以上	75.8	6.1	6.1	1.5	10.6	
居住地	北海道	91.7	8.3	-	-	-
	東北	91.7	2.8	2.8	-	2.8
	関東	88.2	7.1	1.5	1.2	2.1
	中部	90.8	6.9	1.1	-	1.1
	近畿	86.8	8.8	0.6	1.3	2.5
	中国	83.5	9.2	2.8	0.9	3.7
	四国	90.3	6.5	-	-	3.2
九州	74.7	14.6	4.1	2.0	4.6	

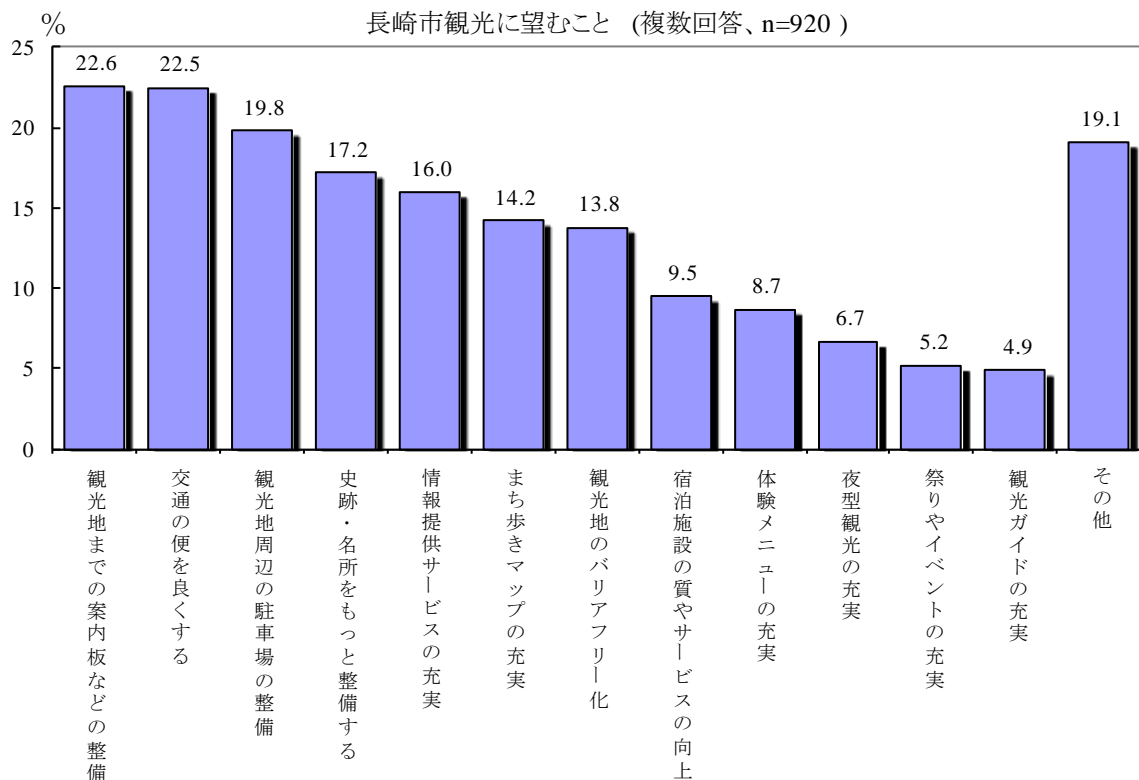
【市内観光に対する要望および再来訪の意向】

○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、「観光地までの案内板などの整備」（22.6%）、「交通の便を良くする」（22.5%）が1、2位を占め、前回調査（平成22年）で1位だった「観光地周辺の駐車場の整備」は、今回19.8%と3位であった。続いて「史跡・名所をもっと整備する」が17.2%で4位と、上位項目はいずれもハード面への注文となっている。また、5位は「情報提供サービスの充実」（16.0%）で、6位は「まち歩きマップの充実」（14.2%）と、ソフト面への充実も期待されている。

年代別にみると、「観光地までの案内板などの整備」は『20代』を除く全ての世代で2割を超えており、また「交通の便を良くする」も『20代』～『40代』、『60代』で同じく2割超となっている。他方、「夜型観光の充実」が比較的若い世代から期待されている。

居住地別では、「観光地までの案内板などの整備」が『北海道』『東北』『中部』を除く地域で2割超。「観光地周辺の駐車場の整備」は自家用車利用の多い『九州』『四国』『中国』に、特に『四国』では3割を超えている。また「まち歩きマップの充実」が『四国』で、「観光地のバリアフリー化」が『中国』でともに2割を超えている。



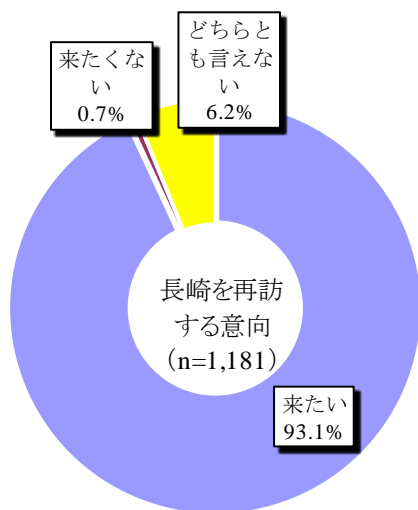
長崎市観光に望むこと(複数回答、n=920)

属性		観光地までの案内板	交通の便を良くする	観光地周辺の駐車場	史跡・名所をもっと整備する	情報提供サービスの充実	まち歩きマップの充実	観光地のバリアフリー化	宿泊施設の質やサービスの向上	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	観光ガイドの充実	その他
全体		22.6	22.5	19.8	17.2	16.0	14.2	13.8	9.5	8.7	6.7	5.2	4.9	19.1
性別	男性	22.7	23.5	24.6	17.5	14.7	12.5	13.8	9.5	7.8	6.7	5.4	6.0	17.7
	女性	22.5	21.4	14.9	16.8	17.3	16.0	13.8	9.4	9.6	6.8	5.0	3.7	20.6
年齢層	20代	15.5	26.9	19.2	10.4	18.1	14.5	7.8	5.7	9.3	8.3	10.9	5.7	14.0
	30代	23.4	21.0	18.5	15.1	19.0	13.2	14.6	12.2	11.2	7.3	4.9	4.9	13.7
	40代	24.8	23.6	16.6	19.7	16.6	15.9	15.3	12.7	8.9	8.9	3.8	4.5	21.0
	50代	27.2	16.8	27.2	26.1	14.7	14.1	15.2	10.9	8.7	6.0	3.8	6.0	19.0
	60代	22.2	27.4	17.8	12.6	11.1	14.8	14.8	5.2	5.9	3.0	2.2	2.2	30.4
	70以上	20.5	7.7	17.9	17.9	5.1	7.7	20.5	5.1	2.6	2.6	2.6	7.7	30.8
居住地	北海道	7.7	23.1	7.7	23.1	-	15.4	15.4	7.7	15.4	7.7	-	-	38.5
	東北	7.7	26.9	15.4	23.1	15.4	11.5	3.8	3.8	7.7	11.5	7.7	3.8	15.4
	関東	22.8	21.3	18.9	11.4	16.5	16.9	13.8	6.3	9.1	7.1	3.9	7.5	19.3
	中部	19.7	13.1	14.8	16.4	8.2	8.2	14.8	9.8	4.9	8.2	1.6	1.6	29.5
	近畿	26.4	17.4	14.0	19.0	16.5	17.4	12.4	8.3	9.9	5.0	7.4	2.5	18.2
	中国	25.3	26.4	23.1	23.1	17.6	8.8	20.9	13.2	5.5	7.7	8.8	5.5	16.5
	四国	27.3	18.2	36.4	27.3	18.2	22.7	9.1	4.5	13.6	-	4.5	4.5	22.7
九州	22.1	27.0	23.5	17.6	17.6	12.7	13.0	13.0	8.5	6.5	5.2	4.6	16.9	

○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、「来たい」との回答が 93.1%と、前回調査（平成 22 年：96.5%）比 3.4 ポイント減少したものの大半を占め、「来たくない」は 0.7%（同 0.6%）、「どちらとも言えない」が 6.2%（同 2.9%）であった。

属性別でも目立った差はなく、全体的に高評価であり、特に『北海道』では再訪したいとの回答が 100%。



長崎を再訪する意向 (n=1,181) (%)

属性		来たい	来たくない	どちらとも言えない
全体		93.1	0.7	6.2
性別	男性	93.6	0.7	5.7
	女性	92.6	0.7	6.7
年齢層	20代	91.7	0.9	7.4
	30代	95.0	-	5.0
	40代	93.2	-	6.8
	50代	92.7	1.1	6.1
	60代	93.6	1.6	4.8
	70以上	90.9	-	9.1
居住地	北海道	100.0	-	-
	東北	91.7	2.8	5.6
	関東	94.5	-	5.5
	中部	89.5	2.3	8.1
	近畿	91.6	1.3	7.1
	中国	91.6	-	8.4
	四国	93.3	-	6.7
	九州	94.5	0.5	4.9

【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、55,867円（平成22年調査：50,142円）。このうち「日帰り」旅行では13,710円（同18,556円）、「宿泊」旅行の場合は58,949円（同53,913円）である。平成22年の調査に比べ「全体」と「宿泊」旅行の金額は上昇しているが、「日帰り」旅行については節約指向がうかがえる。

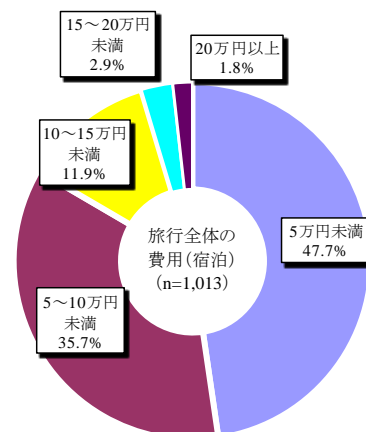
宿泊の日程別では、1泊2日が36,017円（同35,353円）に対し、2泊3日は57,947円（同59,508円）と約22千円の差、3泊4日では77,326円（同67,897円）と2泊3日との差が約19千円と、泊数が増えるにつれてその差が縮小する傾向にある。

属性別にみると、年齢別では「20代」の44,054円から「70代以上」の82,347円まで、年齢層が上がるにつれて金額が上昇する傾向にある。また居住地別では、「北海道」の83,095円や「東北」の100,276円など、地域が遠く、長崎へ直接アクセスする手段が限られている地域ほど金額が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47.7%（同50.5%）と最も多く、次いで「5～10万円未満」が35.7%（同36.8%）となっており、平成22年調査と比べ「5万円未満」と「5～10万円未満」の割合が低下、10万円以上の層がそれぞれ増加している。

観光目的で来訪した人の旅行全体の費用 (n=1,013)
(円)

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	55,867	43,782
旅行日程	日帰り	13,710
	宿泊	58,949
	1泊2日	36,017
	2泊3日	57,947
	3泊4日	77,326
	4泊5日	73,250
5泊6日以上	81,765	52,000
性別	男性	59,261
	女性	52,598
年齢層	20代	44,054
	30代	48,114
	40代	53,503
	50代	58,812
	60代	71,978
	70以上	82,347
居住地	北海道	83,095
	東北	100,276
	関東	68,833
	中部	78,908
	近畿	58,130
	中国	51,136
	四国	57,692
九州	28,256	
	21,841	



○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26,035円（平成22年調査：27,298円）だった。費目別の内訳をみると、「宿泊代」が11,335円（同10,351円）と最も大きく、次いで「おみやげ・買物代」5,302円（同5,690円）、「飲食代」4,559円（同6,124円）、「入場・観覧料」1,619円（同2,009円）、「交通費」1,434円（同2,017円）、となっており、平成22年の調査結果と比べると、「宿泊代」以外は軒並み減少している。

次に、市内宿泊数別の消費額をみると、「0泊（日帰り）」14,301円（同10,790円）、「1泊」23,462円（同24,843円）、「2泊」32,315円（同39,330円）、「3泊以上」47,896円（同50,319円）となっている。平成22年の調査結果と比べると、「日帰り」以外は減少しており、龍馬ブームがあった昨年と比べると、今年は宿泊を伴う旅行で費用を押さえる傾向が見受けられた。

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 n=1,013）

（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)	1,318	7,629	3,403	—	1,472	478	14,301
1泊	1,331	4,834	4,510	9,316	1,556	1,916	23,462
2泊	1,759	5,731	5,828	14,196	1,995	2,806	32,315
3泊以上	1,795	9,767	6,262	24,300	1,771	4,000	47,896
全体の平均	1,434	5,302	4,559	11,335	1,619	1,786	26,035

また、長崎市内での消費額を居住地（発地）別にみると、「九州」の20,874円（同21,080円）から「北海道」の39,547円（同30,029円。平成22年調査の最高額は「関東」の34,819円）まで幅があり、これは概ね市内での滞在時間（宿泊数）や『遠方から来崎した』という、観光客の気持ちの差を反映したものであらうと考えられる。

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

（居住地別の市内消費額 n=1,013）

（円）

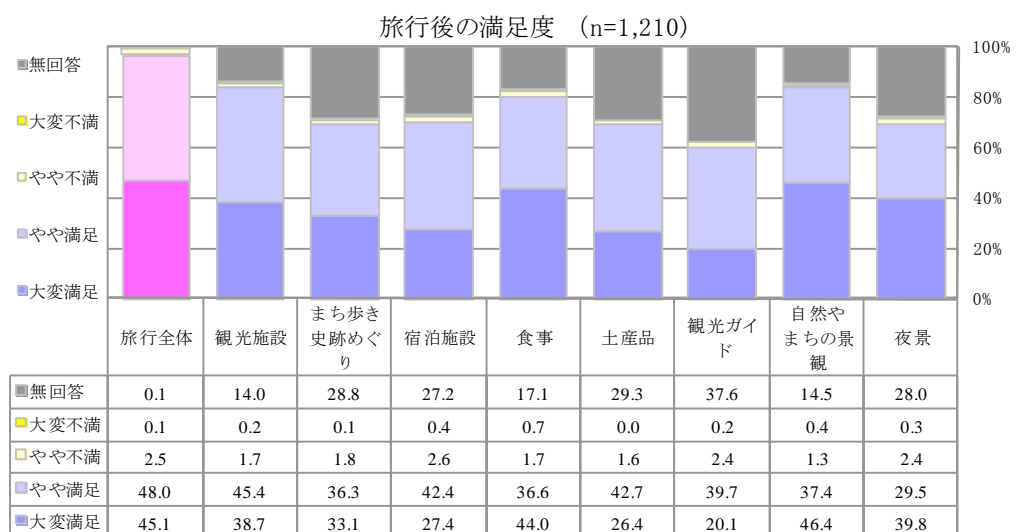
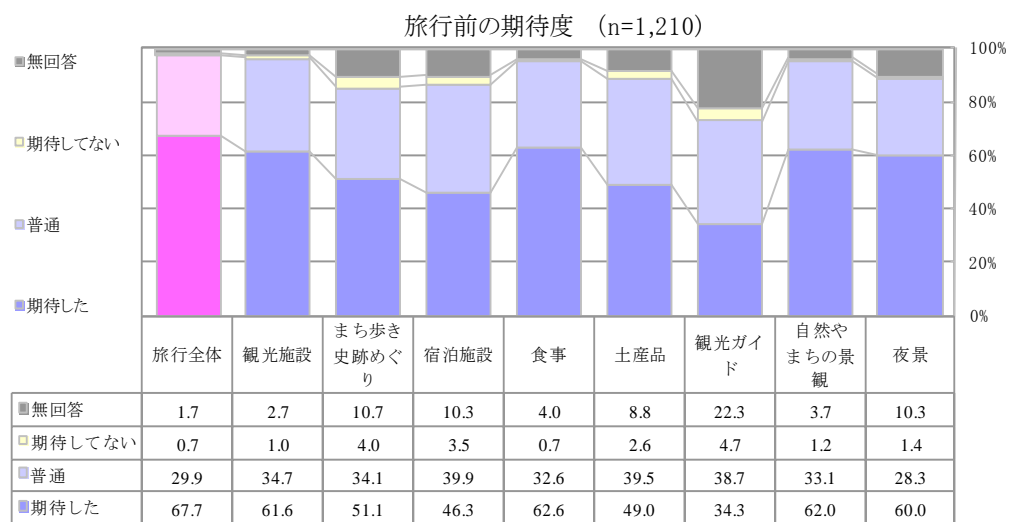
居住地	交通費	おみやげ・買物代	飲食代	宿泊代	入場・観覧料	その他	計
北海道	2,067	7,806	6,722	16,923	2,029	4,000	39,547
東北	2,196	7,852	6,224	12,346	2,193	0	30,812
関東	1,591	5,493	5,317	12,023	1,970	2,694	29,087
中部	1,256	6,072	5,471	11,449	1,651	0	25,899
近畿	1,438	5,812	4,307	11,174	1,486	2,857	27,072
中国	1,059	7,826	4,139	10,509	1,257	1,211	26,001
四国	1,223	4,364	3,440	11,500	1,915	0	22,442
九州	1,330	3,518	3,687	9,541	1,368	1,431	20,874

【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振りをみると、「期待した」が67.7%に対し、「期待していない」はわずか0.7%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」45.1%、「満足した」48.0%に対し、「やや不満」2.5%、「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みてみると、期待度が最も高かったのは「食事」62.6%、以下「自然やまちの景観」62.0%、「観光施設」61.6%、「夜景」60.0%であった。

また、満足度が最も高かったのは「自然やまちの景観」46.4%、次いで「食事」44.0%であった。他方、「宿泊施設」や「観光ガイド」、「夜景」を不満とする割合は2~3%にとどまっている。



【参考】

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と概ね同等となり、長崎市の観光については旅行前の期待通りとする回答が太宗を占めている。なかでも「観光施設」では期待度と満足度が同数となった。

旅行前の期待度と旅行後の満足度 (n=1, 210)

