

令和5年度
長崎市日本人観光客動向
分析結果報告

令和6年3月



長崎市文化観光部

目 次

I. 調査概要	1
II. 要約	10
III. 分析結果	13
【属性】	13
【長崎市への訪問理由】	16
【旅行スタイル】	17
【日程】	20
【訪問（予定）先と訪問回数】	24
【祭り・行事の認知度】	38
【長崎市の観光に対する要望と「食」、「土産」の傾向】	39
【長崎市内における1人当たりの消費額】	52
【長崎市の観光満足度】	53
【長崎市の観光推奨度・再来訪意向・居住意向】	57
【長崎市の観光において特に良かった点・感動したこと】	60
【長崎市の観光において改善してほしい点・ご要望】	61
【長崎市の観光に対する自由意見】	62
自由意見	別冊

I. 調査概要

令和5年度調査は、以下のとおり実施した。

調査内容	日本人観光動向調査・満足度調査
・ 回答数	(調査方法)WEB 調査
・ 期間	(有効回答数)1,508 件 (調査時期)2023 年 4 月～2024 年 2 月末日 (11 か月)
調査場所	宿泊施設(30 か所※)、グラバー園、出島、原爆資料館、長崎ロープウェイ、長崎市総合観光案内所などでの回答用のチラシを配布。
・ 調査方法	チラシより QR コードを読み取り、調査フォームより回答。回答者に後日お礼をメールにて送付した。
調査対象	上記を訪れた 18 歳以上の市外在住者

※令和5年度調査における協力宿泊施設)五十音順

「アークインてんねん」、「i+Land nagasaki」、「稲佐山温泉ホテル Amandi」、「稲佐山観光ホテル」、「ANA クラウンプラザホテル 長崎グラバーヒル」、「エスペリアホテル長崎」 「Coruscant Hotel 長崎駅 1」、「THE GLOBAL VIEW 長崎」、「坂本屋」、「JR 九州ホテル長崎」、「セトレグラバーズハウス長崎」 「セントヒル長崎」、「東横イン長崎駅前」、「ドリーイン長崎」 「登美荘」 「長崎 I・K ホテル」、「長崎オリオンホテル」、「長崎紅葉亭」 「長崎ブルースカイホテル」、「長崎につしょうかん」、「長崎梅松鶴」 「NAGASAKI HOUSE ぶらぶら」 「長崎バスターミナルホテル」、「長崎ホテル異邦館」、「ビジネス観光ホテルいけだ」、「ビジネスホテルニューポート」、「ビジネスロイヤルホテル」、「ひふみ」、「ファーストキャビン長崎」、「ペンション南山手十番館」、「ホテルウイング・ポート長崎」 「ホテルクオーレ長崎駅前」、「ホテルコンチェルト長崎」、「ホテル JAL シティ長崎」、「ホテル外海イン」、「ホテル長崎」、「ホテルニュータンダ」、「ホテルニュー長崎」、「ホテルフォルツァ長崎」、「ホテルベルビュー長崎出島」、「ホテルマリンワールド」、「ホテルモントレ長崎」、「民宿旅館 たんぼぼ」、「矢太樓」、「矢太樓南館」、「リッチモンドホテル長崎思案橋」、「旅館 松実」、「ルークプラザホテル」、「ヒルトン長崎」、「月と海」、「Nomon 長崎」、「アパホテル (長崎出島)」

(令和5年度配布チラシ)


【調査内容】

NO	質問	選択肢
1	性別（1つ選択）	男性／女性／その他（自分の表現を使いたい）
2	年代（1つ選択）	10代／20代／30代／40代／50代／60代／70代以上
3	お住まいの都道府県	（47都道府県より選択）
4	長崎県内の方の市町 （1つ選択）	佐世保市／島原市／諫早市／大村市／平戸市／松浦市／ 対馬市／壱岐市／五島市／西海市／雲仙市／南島原市／ 長与町／時津町／東彼杵町／川棚町／波佐見町／小値賀 町／佐々町／新上五島町
5	今回の旅行の目的をお答えくだ さい。（1つ選択）	観光／ビジネス（営業・商談）／学会・大会等 ／会議／展示会・見本市／イベント・コンサート ／結婚式・法事等／帰省／ワーケーション／その他
6	今回の旅行は、次のどれですか。 （1つ選択）	ひとり旅／恋人との旅行／夫婦2人での旅行 ／家族旅行／その他家族旅行／友人との旅行／職場やサー クルなどのその他の団体旅行／その他
7	今回の旅行の日程をお答えくだ さい。（1つ選択）	日帰り旅行／宿泊旅行
8	（付問） 宿泊旅行の方にお聞きします。長 崎市以外（福岡や佐世保など）も 含め何泊の旅行ですか。（1つ選 択）	1泊／2泊／3泊／4泊／5泊／6泊／7泊／8泊／9泊／ 10泊以上
9	（付問） うち、長崎市内には何泊されます か。	0泊／1泊／2泊／3泊／4泊／5泊／6泊／7泊／8泊／9 泊／10泊以上
10	今回の旅行先に長崎市を選ぶき っかけとなった情報源（旅行前） は何ですか。	<ul style="list-style-type: none"> • テレビ（番組・CM） • 長崎観光HP（travel nagasaki・ながさき旅ネット） • 長崎市体験・飲食情報サイト（play nagasaki、グル メサイト『ナガサキ飯』） • 旅行会社HP • 宿泊予約サイト（じゃらん、楽天、Expedia等） • 口コミ・比較サイト（tripadvisor等） • SNS（facebook、Instagram、微信等） • 動画サイト（YouTube等） • 個人ブログ • 「Discover Japan」「BRUTUS」「CREA（クレア）」等の 一般雑誌 • 「るるぶ」「まっぷる」等の旅行雑誌

NO	質問	選択肢
		<ul style="list-style-type: none"> • 新聞 • チラシ・パンフ・ポスター • フリーペーパー • 友人・知人の勧め • 特に無し • その他
11	<p>今回の旅行中の情報源として何を利用されますか。または利用されましたか。(複数選択可)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 総合観光案内所 • 長崎観光 HP(travel nagasaki・ながさき旅ネット) • 長崎市体験・飲食情報サイト (play nagasaki、グルメサイト『ナガサキ飯』) • ホテル・旅館のフロント等 • 長崎 MAP (紙) • 地図系アプリ • 口コミ・比較サイト (tripadvisor 等) • SNS (facebook、Instagram、微信等) • 動画サイト (YouTube 等) • 個人ブログ • 「Discover Japan」「BRUTUS」「CREA (クレア)」等の一般雑誌 • 「るるぶ」「まっぷる」等の旅行雑誌 • チラシ・パンフ・ポスター • フリーペーパー • 友人・知人の勧め • 特に無し • その他
12	<p>今回の旅行では、「長崎市」以外のどこへ行きますか(予定)。または行きましたか。(複数選択)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 長崎市のみ • 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 • 福岡県 • 佐賀県 • 大分県 • 熊本県 • 宮崎県 • 鹿児島県 • その他 (都・道・府・県)

NO	質問	選択肢
13	「長崎市」にはどのような交通手段でお越しになりましたか。(1つ選択)	<ul style="list-style-type: none"> • 自家用車 • レンタカー • 高速バス • 貸切バス • J R • 飛行機+バス • 船舶 • その他
14	今回の旅行を含めて「長崎市」には何回お越しになりましたか。(1つ選択)	<ul style="list-style-type: none"> • はじめて • 2回 • 3回 • 4回 • 5回～9回 • 10回以上 • 長崎市在住
15	(付問) 「長崎市」への訪問が2回目以上の方にお聞きします。前回、長崎市を訪れたのはいつですか。(1つ選択)	<ul style="list-style-type: none"> • 1年以内 • 1年～3年以内 • 3年～5年以内 • 5年前～10年前 • 10年以上前 • 長崎市在住
16	修学旅行で「長崎市」を訪れたことがありますか。また、いつお越しになりましたか。(1つ選択)	<ul style="list-style-type: none"> • 修学旅行では訪れていない • 小学校時 • 中学校時 • 高等学校時
17	あなたは、長崎市でどのように過ごされましたか。予定を含めお答えください。(複数選択)	<ul style="list-style-type: none"> • 宿でのんびり過ごす • 温泉や露天風呂 • 地元の美味しいものを食べる • 花見や紅葉などの自然観照 • 名所、旧跡の観光 • パワースポット • テーマパーク (遊園地、動物園、博物館など) • 買物、アウトレット • お祭りやイベントへの参加、見物 • スポーツ観戦や芸能鑑賞 (コンサート等) • アウトドア (キャンプ、釣り、登山など) • サイクリング • まちあるき、都市散策 • 各種体験 (手作り体験、果実狩りなど)

NO	質問	選択肢
		<ul style="list-style-type: none"> • ウィンタースポーツ、マリンスポーツ • その他スポーツ（ゴルフ、テニスなど） • ドライブ、ツーリング • 友人・親戚を訪ねる • その他
18	<p>今回「長崎市」のどこへ行きましたか。又は行く予定ですか。 （複数選択）</p>	<ul style="list-style-type: none"> • グラバー園（旧グラバー住宅） • 軍艦島（端島） • 稲佐山 • 出島 • ペンギン水族館 • 長崎市恐竜博物館 • 原爆資料館 • 平和公園 • 大浦天主堂 • 浦上天主堂 • 眼鏡橋 • 長崎歴史文化博物館 • 亀山社中記念館 • 孔子廟・中国歴代博物館 • 中華街 • 長崎駅周辺の商業施設 • 浜町周辺の商業施設 • 伊王島 • 高島 • 野母崎 • 外海 • 池島 • 三菱重工業長崎造船所史料館（旧木型場） • 小菅修船場跡 • 北溪井坑跡（高島） • 外海の出津集落・出津教会堂 • 外海の大野集落・大野教会堂？ • 特になし
19	<p>次の観光施設には、今回を含め何回行ったことがありますか。（1つ選択）</p>	<p>（表頭） なし／1回／2回／3回／4回以上</p> <p>（表側） グラバー園／出島／原爆資料館／長崎歴史文化博物館／ 稲佐山／軍艦島（端島）／長崎市恐竜博物館</p>

NO	質問	選択肢
20	長崎市のまつりやイベント、体験などで知っているものはどれですか。(複数選択)	<ul style="list-style-type: none"> • 長崎ランタンフェスティバル • 長崎帆船まつり • 長崎ハタ揚げ大会 • 長崎ペーロン選手権大会 • ながさきみなとまつり • 精霊流し • 長崎くんち • 長崎さるく • ながさきクリスマス (イルミネーション) • 長崎ベイサイドマラソン&ウォーク • いずれも知らない
21	「長崎市」の食についてお尋ねします。それぞれ、次のイメージはありましたか。 (1つ選択)	<p>(表頭) 強くあった／あった／あまりなかった／全くなかった</p> <p>(表側) 長崎市＝「魚」というイメージ 長崎市＝「とらふぐ」というイメージ 長崎市＝「びわ」というイメージ 長崎市＝「かんぼこ (かまぼこ)」というイメージ</p>
22	ブランド和牛「出島ばらいろ」を知っていましたか。 (1つ選択)	知っていた／知らなかった
23	「さしみシティ」というキャッチコピーまたは、ロゴマークを知っていますか。 (複数選択)	<p>キャッチコピーを知っている／ロゴマークを知っている ／両方とも知らない</p> <div style="text-align: center;">  </div>
24	「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。 (複数選択)	<ul style="list-style-type: none"> • 魚の刺身 (トラフグ、くじらを除く) • 刺身以外の魚料理 (トラフグ、くじら料理を除く) • トラフグ料理 • くじら料理 • 卓袱料理 • トルコライス • 長崎ちゃんぽん・皿うどんなどの中華料理 • 長崎和牛・出島ばらいろ • 長崎和牛 (出島ばらいろ以外)

NO	質問	選択肢
		<ul style="list-style-type: none"> • 長崎かんぼこ（かまぼこ） • 食べる予定はない • その他
25	<p>「長崎市」でお土産は何を買いたいですか。または買いましたか。 (複数選択)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 長崎かんぼこ（かまぼこ） • その他魚加工品（からすみ、あじ茶漬け・干物等） • カステラ • 角煮まんじゅう • 長崎ちゃんぽん・皿うどん詰め合わせセット • 長崎の農産加工品（びわゼリー等） • 長崎ぶたまん • 洋菓子・中華菓子 • ビードロなどの工芸品 • 買う予定はない • その他
26	<p>旅行後の満足度をお聞かせください。（1つ選択）</p>	<p>（表頭） 大変満足／満足／どちらでもない／不満／大変不満／あてはまるものはない</p> <p>（表側） 旅行全般 【宿泊施設】（部屋などハード面、Wi-Fi など通信環境） 【宿泊施設】 接客サービス等（おもてなし） 【二次交通】 ルート、便数など 【二次交通】 接客サービス等（おもてなし） 【飲食店】 魅力的な料理の提供など 【飲食店】 接客サービス等（おもてなし） 【土産店】 魅力的な土産の提供など 【土産店】 接客サービス等（おもてなし） 【観光案内所】 快適性・案内サービス</p> <p>史跡・名所 体験メニュー 世界遺産 自然やまちの景観 トイレ環境（快適性、清潔さなど） 案内板 駐車場 バリアフリー化 祭りやイベント 情報通信環境（Wi-Fi など）</p>

NO	質問	選択肢
		旅ナカでの情報取得のしやすさ（交通や飲食店、体験情報の取得など） 観光ガイド 夜型観光 感染症対策
27	今回の長崎市の旅行で特に良かった点、感動したことなどを具体的に教えてください。	自由記入
28	「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。（複数選択）	<ul style="list-style-type: none"> • 宿泊施設の充実 （部屋などハード面、Wi-Fi など通信環境） • 宿泊施設の接客サービス等の充実（おもてなし） • 二次交通の充実（ルート、便数など） • 二次交通の接客サービス等の充実（おもてなし） • 飲食店の充実（魅力的な料理の提供など） • 飲食店の接客サービス等の充実（おもてなし） • 土産店の充実（魅力的な土産の提供など） • 土産店の接客サービス等の充実（おもてなし） • 飲食・土産店の営業時間（夜遅くまで営業など） • 観光案内所の快適性・案内サービスの充実 • 史跡・名所の充実（案内・説明の充実） • 体験メニューの充実 • 世界遺産の活用・充実 • 自然やまちの景観の活用・充実 • トイレ環境の充実（快適性、清潔さなど） • 案内板などの整備 • 駐車場の整備 • バリアフリー化 • 祭りやイベントの充実 • 情報通信環境の強化（Wi-Fi など） • 旅ナカでの情報取得のしやすさの充実（交通や飲食店、体験情報の取得など） • 観光ガイドの充実 • 夜型観光の充実 • 感染症対策の充実 • その他
29	改善してほしい点・ご要望があれば具体的にお聞かせください。	自由記載
30	今回の観光先を「長崎市」に決めた理由・目的は何ですか。（複数	<ul style="list-style-type: none"> • 観光施設めぐり（グラバー園など） • まち歩き（長崎さるくなど）

NO	質問	選択肢
	選択)	<ul style="list-style-type: none"> • 軍艦島上陸周遊クルーズ • 体験型商品（レンタサイクル・吹きガラス体験など） • 夜景観賞 • 平和学習 • 食べ物（飲食） • 世界遺産めぐり（産業革命遺産） • 世界遺産めぐり（潜伏キリシタン） • 長崎というイメージ • ツアーに入っていたから • その他
31	<p>前問の「長崎市」に決めた理由・目的のうち、1番の理由・目的は何ですか。</p> <p>（1つ選択）</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 観光施設めぐり（グラバー園など） • まち歩き（長崎さるくなど） • 軍艦島上陸周遊クルーズ • 体験型商品（レンタサイクル・吹きガラス体験など） • 夜景観賞 • 平和学習 • 食べ物（飲食） • 世界遺産めぐり（産業革命遺産） • 世界遺産めぐり（潜伏キリシタン） • 長崎というイメージ • ツアーに入っていたから • その他
32	<p>親しい友人に長崎観光を勧めたいと思いますか。</p> <p>（1つ選択）</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 大変そう思う • 思う • どちらともいえない • 思わない • 全く思わない
33	<p>長崎市を再び訪れたいと思いますか。（1つ選択）</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 大変そう思う • 思う • どちらともいえない • 思わない • 全く思わない
34	<p>「長崎市」に住んでみたいと思いますか。（1つ選択）</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 住んでみたい（将来的に移住を考えたい） • 実現するかわからないが“住んでみたい” • 二地域居住をしてみたい • 住んでみたいとは思わない
35	<p>今回の来訪で、「パック商品（飛行機＋ホテル）」を利用しましたか。（1つ選択）</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 利用した • 利用していない

NO	質問	選択肢
35	(付問) 「パック商品（飛行機+ホテル、JR+ホテルなど）」を利用した方にお聞きします。その概算料金をお答えください。（あなた1人あたり：円）	0円～100,000円/人（1,000円刻み） 100,000円以上/人
36	(付問) 長崎市滞在中の「宿泊代」の合計をお答えください。（あなた1人あたり：円）※2泊した場合は2泊の合計額	0円～100,000円/人（1,000円刻み） 100,000円以上/人
37	長崎滞在中の消費額をお答えください。（あなた1人あたり：円） ※2泊した場合は2泊の合計額 ・飲食代 ・入場・観覧料 ・市内での交通費（市内までの飛行機やJR代などは除く） ・土産・買い物代 ・その他	0円～100,000円/人（1,000円刻み） 100,000円以上/人
38	長崎市の観光に対するご要望、ほしいもの・コト、課題など自由にお書きください。	自由記入

II. 要約

【属性】

◆女性が男性より18.3ポイント多い。年齢層別では「50代」が最も多く、居住地別では「九州・沖縄」が最も多い。

年齢層別では、「50代」が最も多く28.1%で、2番目が「40代」の21.7%。以下、「60代」(18.2%)、「30代」(16.4%)、「20代」(9.8%)と続く。居住地別では、「九州・沖縄」が最も多く34.4%。以下、「関東」(30.5%)、「近畿」(16.4%)、「北陸信越・中部」(8.7%)の順となっている。都道府県別では、「福岡県」が最多。

【長崎市への訪問理由】

◆82.2%が「観光」目的

【旅行スタイル】

◆個人・小グループ旅行が94.4%

旅行形態は、「家族旅行」が35.7%で最も多く、「夫婦のみの旅行」(26.0%)、「ひとり旅」(17.4%)、「友人等との旅行」(9.8%)が続く。性別で見ると、男性は女性に比べ「ひとり旅」の割合が高く、女性は男性

に比べ「家族旅行」の割合が高い。年齢層別で見ると、「家族旅行」の割合が30代から60代にかけて低くなっていく一方、「夫婦のみの旅行」の割合が高くなっていく。

◆旅行のきっかけとなった情報源のトップは「友人・知人の勧め」、旅行中の情報源のトップは「長崎観光HP」

【日程】

◆旅行全体の日程は宿泊ありが約9割、平均宿泊数は2.4泊

旅行の全日程は、「宿泊あり」が89.2%で、その宿泊数は1泊と2泊で66.5%を占める。

◆長崎市内における宿泊数は「1泊」が49.8%で、平均宿泊数は1.8泊

長崎市内における宿泊数は、「1泊」49.8%、「2泊」32.7%、「3泊以上」7.2%、「0泊（長崎市での宿泊なし）」4.3%となっている。前回調査比では、「0泊」が1.2ポイント低下した。

【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、県外は福岡県がトップ

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）」が21.2%とトップ。県外では「福岡県」が18.5%で最も多い。

◆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」が最も多く28.7%。以下、「自家用車」（27.5%）、「JR」（21.0%）、「レンタカー」（9.8%）と続く。

◆長崎市への来訪回数は「はじめて」が約23%

長崎市への来訪回数は「はじめて」が最も多く23.4%。しかしながら、「2回」が21.0%であり、2.4ポイントの差しかない。

◆前回の長崎市への来訪時期は「1年以内」が3割

前回の訪問時期は「1年以内」が29.9%、「10年以上前」が27.5%、「1～3年以内」が14.2%。

◆長崎市での過ごし方は、「名所・旧跡の観光」がトップ

長崎市での過ごし方は、「名所・旧跡の観光」の割合が最も高く66.3%。次いで、「地元の美味しいものを食べる」が58.6%、「まちあるき・都市散策」が40.8%。

◆訪問（予定）先は、「中華街」、「グラバー園」、「出島」がベスト3

長崎市内での訪問（予定）先は、「中華街」が49.2%で最多。以下、「グラバー園（旧グラバー住宅）」（43.8%）、「出島」（41.2%）と続くが、4位の「眼鏡橋」（40.1%）は3位の「出島」とポイントの差がほぼない。

【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は「ランタンフェスティバル」(80.3%)と「長崎くんち」(67.4%)の認知度が特に高く、これに「精霊流し」(46.4%)が続く。

【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、「二次交通の充実(ルート、便数など)」がトップ

長崎市観光に望むことは、「二次交通の充実」(36.5%)が最も多く、次いで「宿泊施設の充実(部屋などハード面、Wi-Fiなど通信環境)」(28.1%)となっている。

◆長崎市の『食』のイメージは、「魚」5割台、「とらふぐ」1割台、「びわ」、「かんぼこ(かまぼこ)」4割台

長崎市に「魚」というイメージがあるかどうかについて、「強くあった」と「あった」とを合わせて 58.0%。一方、「とらふぐ」では 11.0%、「びわ」では 44.4%、「かんぼこ」では 46.3%。

◆旅行中の『食』は「ちゃんぽん・皿うどん等の中華料理」が約 8割

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 79.2%と、次点の「魚の刺身(トラフグ、くじらを除く)」(34.8%)を大きく引き離してトップ。

◆『土産』は「カステラ」が圧倒

購入したいお土産は「カステラ」が 78.5%と、次点の「洋菓子・中華菓子」(31.8%)を圧倒。

【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約 5割が「観光施設めぐり」

長崎市を旅先に決めた理由は「観光施設めぐり」が 47.4%でトップ。

【長崎市内における 1人あたりの旅行費用】

◆長崎市における 1人あたりの消費額は、日帰り 20,317円、宿泊 44,552円

長崎市内における消費額は、1人当たりの平均で日帰り 20,317円、宿泊 44,552円となった。

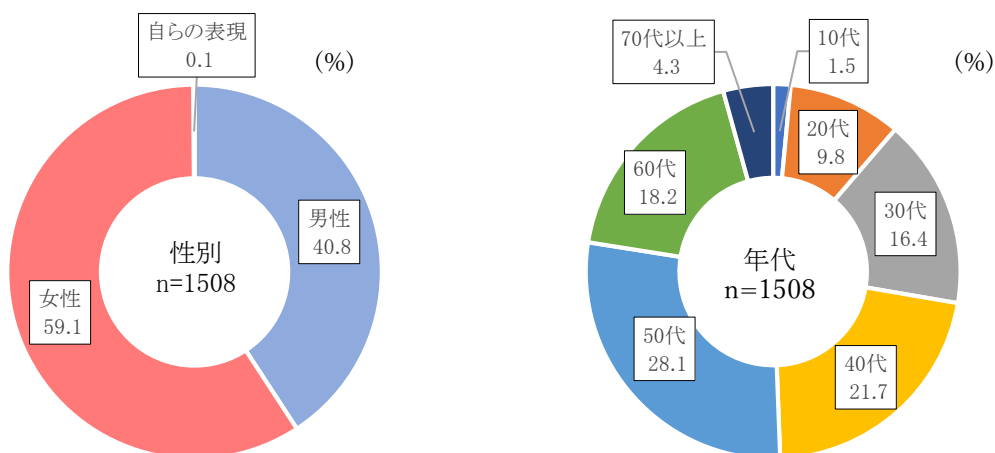
居住地別では、「北海道・東北」が 62,891円 で最も高く、「関東」が 50,844円、「中国・四国」が 49,450円 で続いている。

Ⅲ. 分析結果

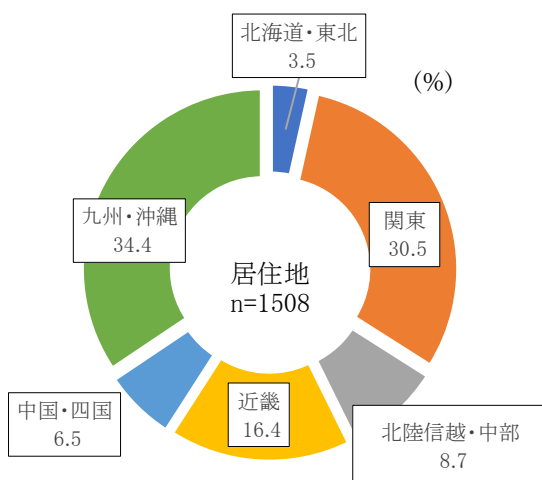
【属性】

性別では「男性」40.8%、「女性」59.1%。

年齢層別では、「50代」が最も多く28.1%で、2番目が「40代」の21.7%。以下、「60代」(18.2%)、「30歳代」(16.4%)、「20代」(9.8%)、「70代以上」(4.3%)、「10代」(1.5%)となっている。



居住地別では、「九州・沖縄」が最も多く34.4%。以下、「関東」(30.5%)、「近畿」(16.4%)、「北陸信越・中部」(8.7%)「中国・四国」(6.5%)「北海道・東北」(3.5%)の順となっている。



さらに、その居住地をみると、「福岡県」が16.1%で最も多く、以下、「東京都」(12.7%)、神奈川県(8.3%)、「大阪府」(7.9%)が続いている。

(n=1508)

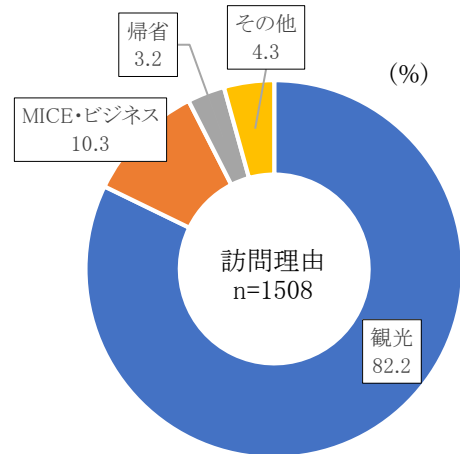
地域	回答者数 (件)	都道府県名	回答者数 (件)	回答割合 (%)
北海道・東北	57	北海道	26	1.7
		青森県	3	0.2
		岩手県	2	0.1
		宮城県	14	0.9
		秋田県	2	0.1
		山形県	5	0.3
		福島県	5	0.3
関東	463	茨城県	15	1.0
		栃木県	8	0.5
		群馬県	8	0.5
		埼玉県	47	3.1
		千葉県	59	4.0
		東京都	189	12.7
		神奈川県	124	8.3
		山梨県	5	0.3
		新潟県	8	0.5
		北陸信越・中部	124	富山県
石川県	5			0.3
福井県	3			0.2
長野県	8			0.5
岐阜県	9			0.6
静岡県	17			1.1
愛知県	77			5.2
近畿	246	三重県	8	0.5
		滋賀県	8	0.5
		京都府	23	1.5
		大阪府	117	7.9
		兵庫県	67	4.5
		奈良県	15	1.0
		和歌山県	8	0.5
中国・四国	102	鳥取県	5	0.3
		島根県	5	0.3
		岡山県	8	0.5
		広島県	35	2.3
		山口県	26	1.7
		徳島県	2	0.1
		香川県	5	0.3
		愛媛県	5	0.3
		高知県	11	0.7
九州・沖縄	516	福岡県	240	16.1
		佐賀県	58	3.9
		長崎県	88	5.9
		熊本県	47	3.1
		大分県	17	1.1
		宮崎県	23	1.5
		鹿児島県	32	2.1
		沖縄県	11	0.7
合計			1508	100.0

長崎県内での居住地をみると、「佐世保市」が26.5%で最も多く、以下、「諫早市」(24.2%)、「大村市」(9.3%)が続いている。

市町村名	回答者数 (件)	回答割合 (%)
佐世保市	24	26.5
諫早市	21	24.2
大村市	8	9.3
島原市	7	8.1
五島市	6	6.9
長与町	6	6.9
川棚町	3	3.4
新上五島町	3	3.4
壱岐市	2	2.3
雲仙市	2	2.3
南島原市	2	2.3
平戸市	1	1.1
対馬市	1	1.1
波佐見町	1	1.1
佐々町	1	1.1

【長崎市への訪問理由】

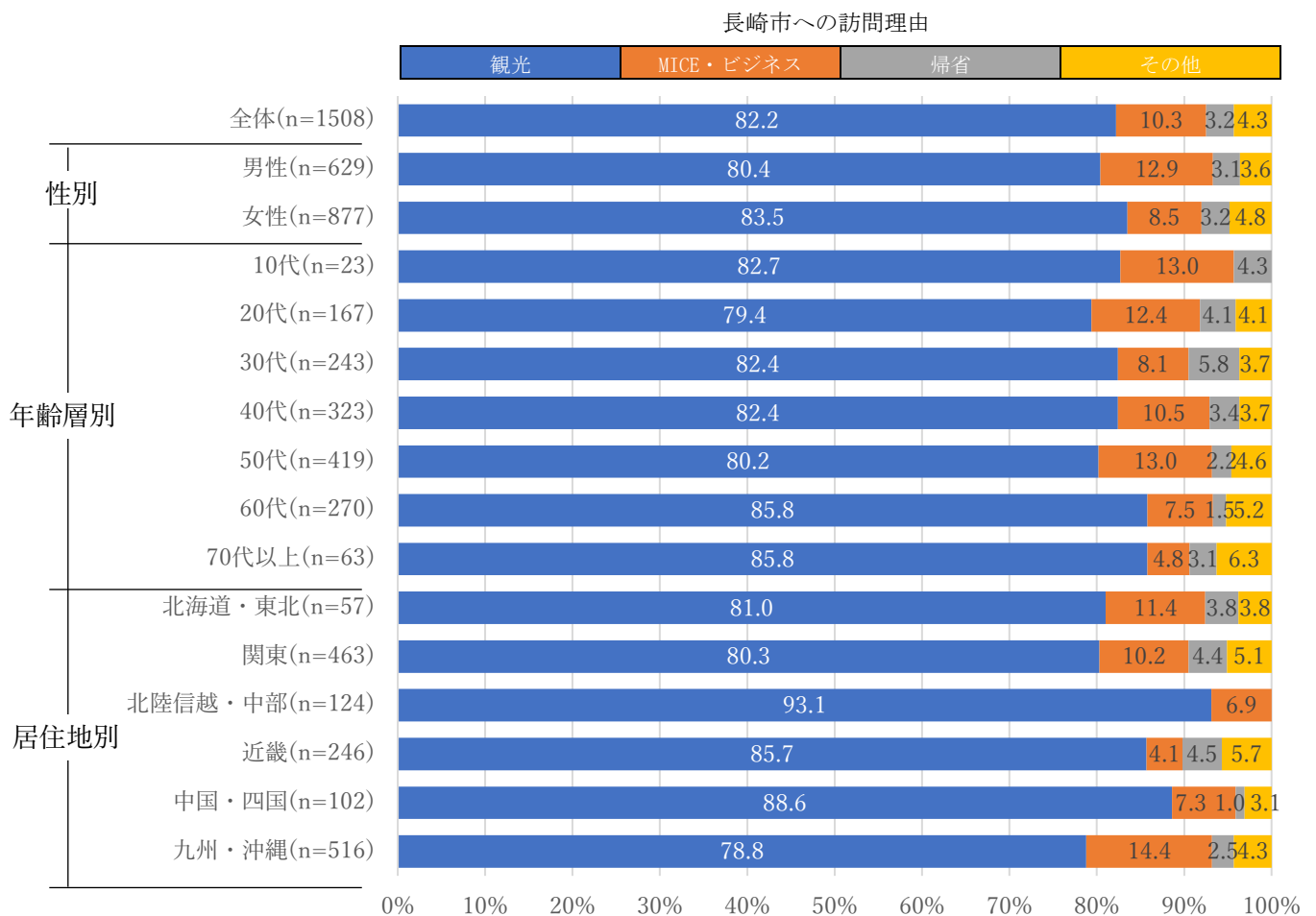
長崎市への訪問目的は、「観光」が最多の82.2%。「MICE・ビジネス（仕事での会議、学会、展示会等）」が10.3%、「帰省」が3.2%となっている。「その他」は結婚式や法事、ワーケーション、知人や親戚に会うためなどの回答を得た。



性別でみると、男性のほうが女性と比べ、「MICE・ビジネス」で訪問した割合が4.4ポイント多い。

年齢層別では、全ての年代で「観光」が最も多いが、10代、20代、40代、50代で「MICE・ビジネス」の割合が10ポイントを超えている。

居住地別にみると、全ての地域で「観光」が最も多いが、北海道・東北ブロック、関東ブロック、九州・沖縄ブロックでは「MICE・ビジネス」の割合が他地域よりも高い。



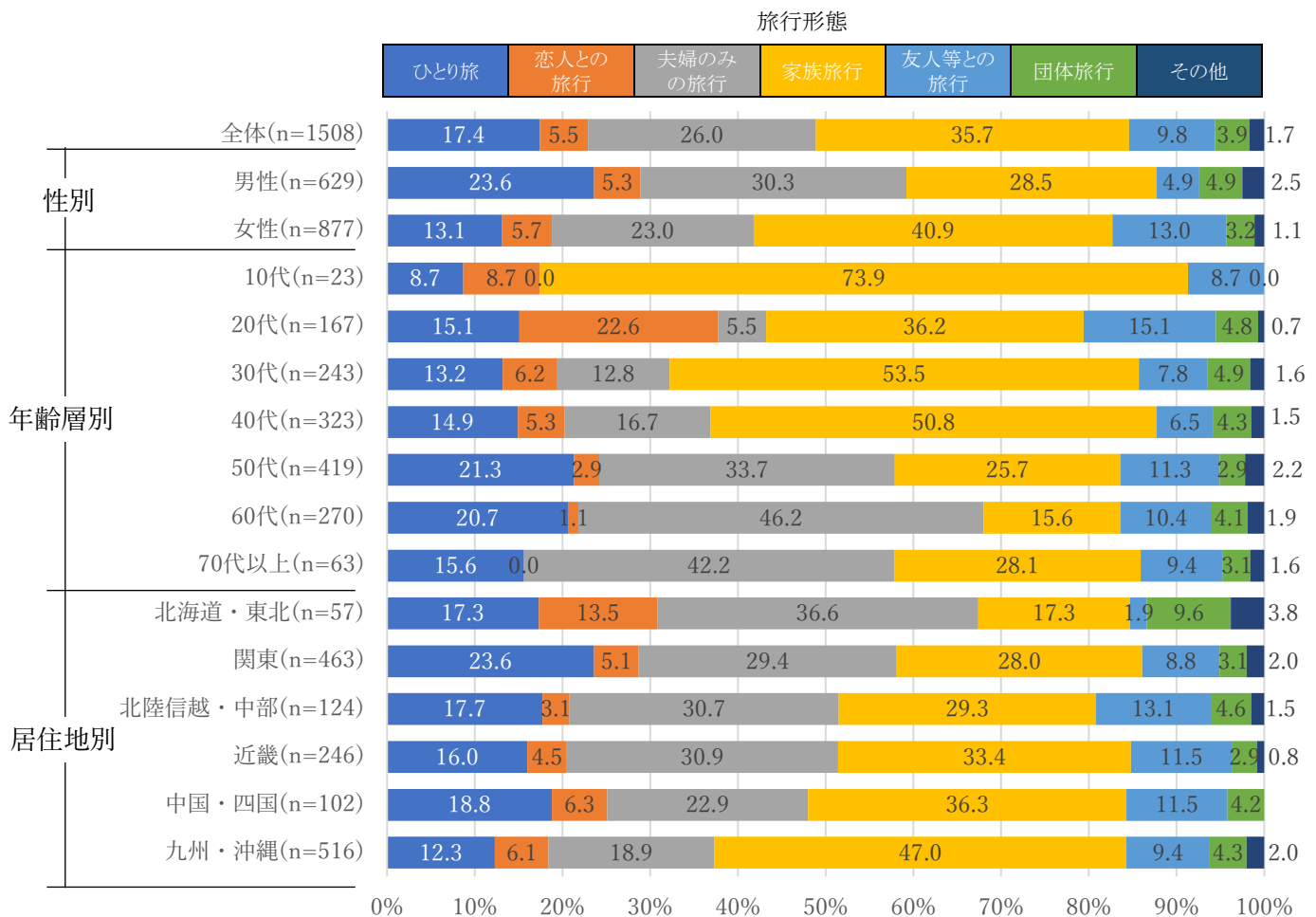
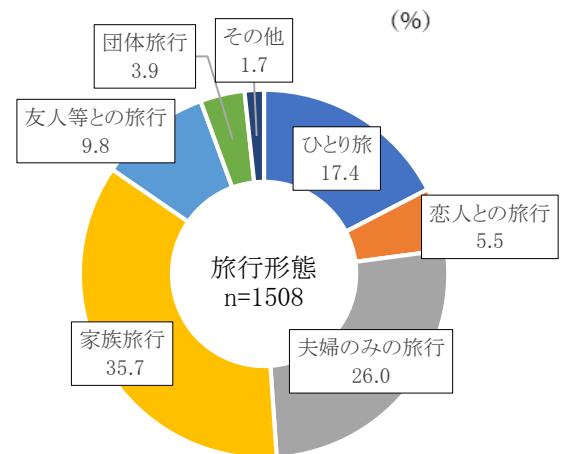
【旅行スタイル】

○旅行形態

旅行形態は、「家族旅行」が35.7%で最も多く、「夫婦のみの旅行」(26.0%)、「ひとり旅」(17.4%)、「友人等との旅行」(9.8%)が続く。個人旅行が大部分を占め、「団体旅行」は3.9%にとどまる。

性別でみると、男性は女性に比べ「ひとり旅」の割合が高く、女性は男性に比べ「家族旅行」の割合が高い。

年齢層別でみると、10代は「家族旅行」の割合が最も高く、また、30代、40代とも50ポイントを超えるが、それ以降は子どもの巣立ちもあつてか、夫婦のみの旅行が増えている。

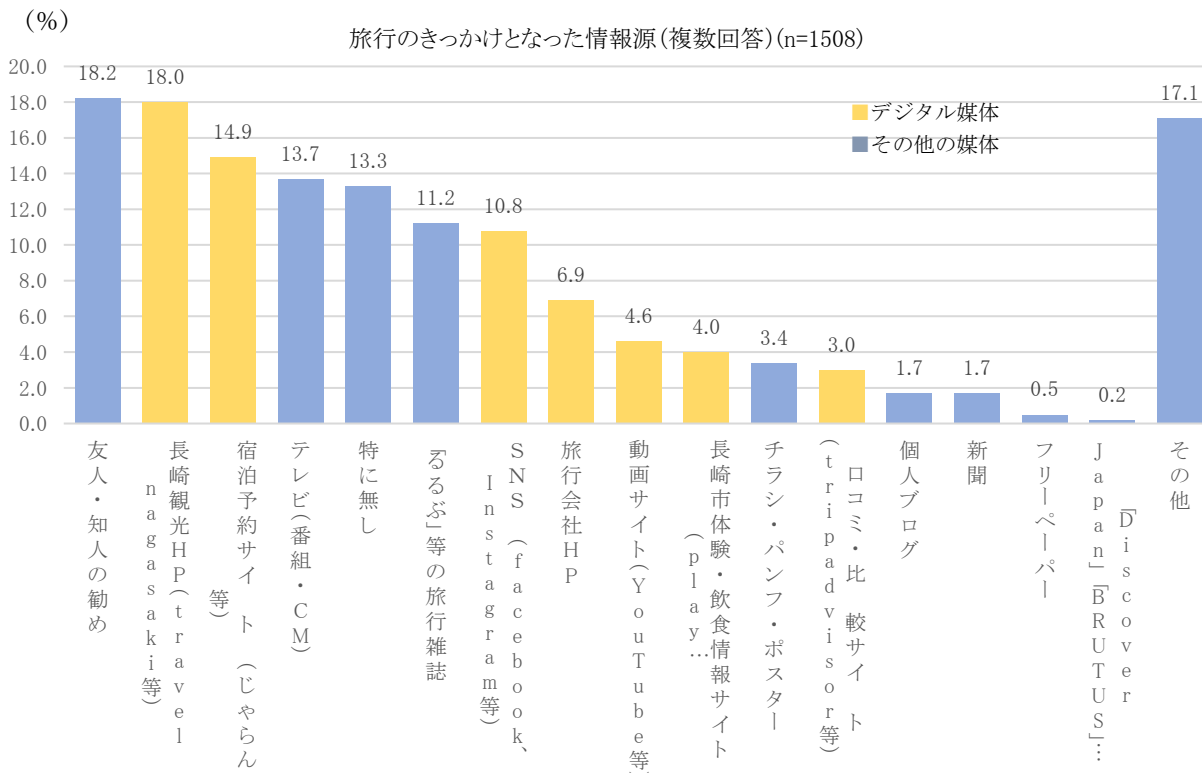


○旅行のきっかけとなった情報源(複数回答)

旅行のきっかけとなった情報源は、「友人・知人の勧め」が18.2%で最も多く、「長崎観光HP」が18.0%、じゃらんや楽天などの「宿泊予約サイト」が14.9%で続いている。

年齢層別でみると、10代から30代では、「SNS」の影響が強く、70代以上では「旅行会社HP」の影響が強い。また、10代では「動画サイト」に影響を受けている割合が他の年齢層と比較して高い。

居住地別でみると、北海道・東北ブロックでは他のブロックに比べ、「長崎観光HP」・「旅行雑誌」に影響を受けている割合が高い。



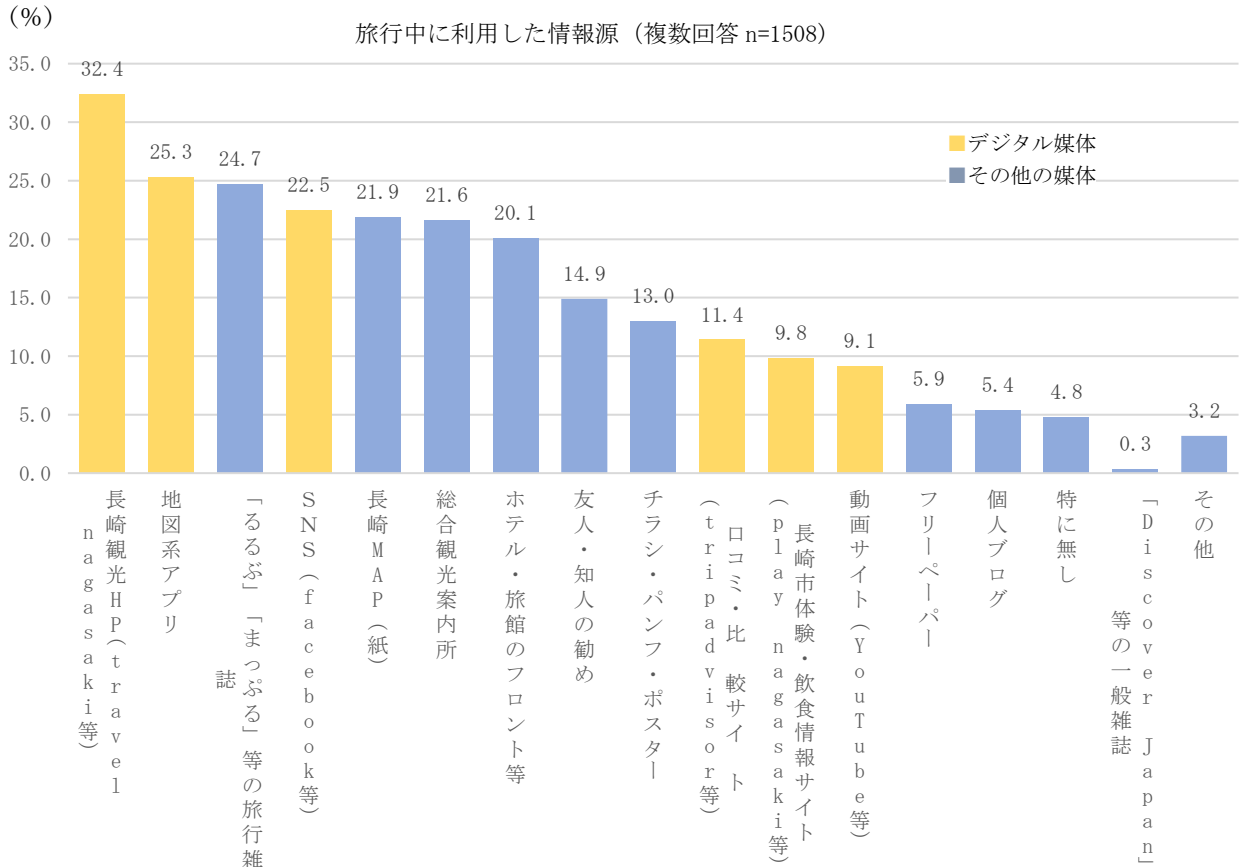
旅行のきっかけとなった情報源 (■+5.0以上、■-5.0以下) (%)

	友人・知人の勧め	長崎観光HP	宿泊予約サイト	テレビ(番組・CM)	特に無し	旅行雑誌	SNS	旅行会社HP	動画サイト	長崎市体験・飲食情報サイト	チラシ・パンフ・ポスター	ロコミ・比較サイト	個人ブログ	新聞	フリーペーパー	一般雑誌	その他	
全体(n=1508)	18.2	18.0	14.9	13.7	13.3	11.2	10.8	6.9	4.6	4.0	3.4	3.0	1.7	1.7	0.5	0.2	17.1	
性別																		
男性(n=629)	16.6	19.3	16.0	13.3	15.7	11.7	10.4	5.9	5.1	4.9	4.1	3.6	1.8	1.6	0.7	0.2	16.0	
女性(n=877)	19.3	17.1	14.1	13.9	11.7	10.9	11.2	7.4	4.2	3.3	3.0	2.6	1.7	1.8	0.5	0.2	17.9	
年齢層																		
10代(n=23)	17.4	21.7	-	13.0	13.0	8.7	26.1	8.7	13.0	8.7	4.3	4.3	4.3	-	-	-	13.0	
20代(n=167)	27.4	16.4	13.0	11.0	11.6	11.0	21.2	6.2	4.8	1.4	1.4	2.1	2.1	-	-	-	13.0	
30代(n=243)	19.8	10.3	17.3	14.8	16.0	12.3	17.3	3.3	3.7	2.1	0.8	1.2	1.6	0.8	0.8	0.4	15.6	
40代(n=323)	18.0	18.6	19.5	15.2	15.5	11.5	12.7	4.3	3.4	4.6	2.2	4.6	2.8	0.6	0.9	0.3	15.8	
50代(n=419)	15.1	17.5	15.6	13.9	14.4	10.6	6.0	4.6	5.0	3.8	4.1	4.1	1.2	2.4	-	0.2	18.9	
60代(n=270)	17.8	24.4	9.6	13.3	8.1	11.9	5.9	12.2	4.8	6.7	5.9	1.9	1.5	3.7	1.1	-	20.0	
70代以上(n=63)	14.1	21.9	9.4	9.4	10.9	9.4	26.6	6.3	6.3	1.6	9.4	1.6	-	3.1	-	-	15.6	
居住地																		
北海道・東北(n=57)	17.3	25.0	15.4	9.6	5.8	21.2	13.5	5.8	7.7	5.8	7.7	1.9	1.9	-	1.9	-	23.1	
関東(n=463)	17.2	18.5	13.0	11.3	15.9	14.1	10.8	8.2	5.7	4.6	2.2	3.8	2.6	1.3	0.2	0.4	17.7	
北陸信越・中部(n=124)	19.2	20.0	13.1	11.5	10.0	17.7	6.9	10.8	8.5	4.6	2.3	3.1	1.5	-	-	-	16.9	
近畿(n=246)	18.9	17.7	8.2	15.2	10.7	11.9	6.2	10.3	3.3	4.1	4.1	1.6	1.2	0.8	0.4	0.4	22.2	
中国・四国(n=102)	21.9	15.6	17.7	9.4	7.3	15.6	10.4	10.4	4.2	2.1	3.1	3.1	2.1	5.2	2.1	-	22.9	
九州・沖縄(n=516)	17.8	16.8	19.5	17.0	15.0	4.9	13.9	2.5	2.9	3.3	4.1	3.1	1.2	2.5	0.6	-	12.5	

○旅行中に利用した情報源(複数回答)

旅行中に利用した情報源は、「長崎観光HP」が32.4%で最も多く、「地図系アプリ」が25.3%、「旅行雑誌」が24.7%で続いている。

年齢層別でみると、10代から30代では「SNS」の利用割合が高く、60代・70代は「長崎MAP(紙)」や「総合観光案内所」といったアナログ媒体の利用割合が高い。



旅行中に利用した情報源 (■+5.0以上、■-5.0以下) (%)

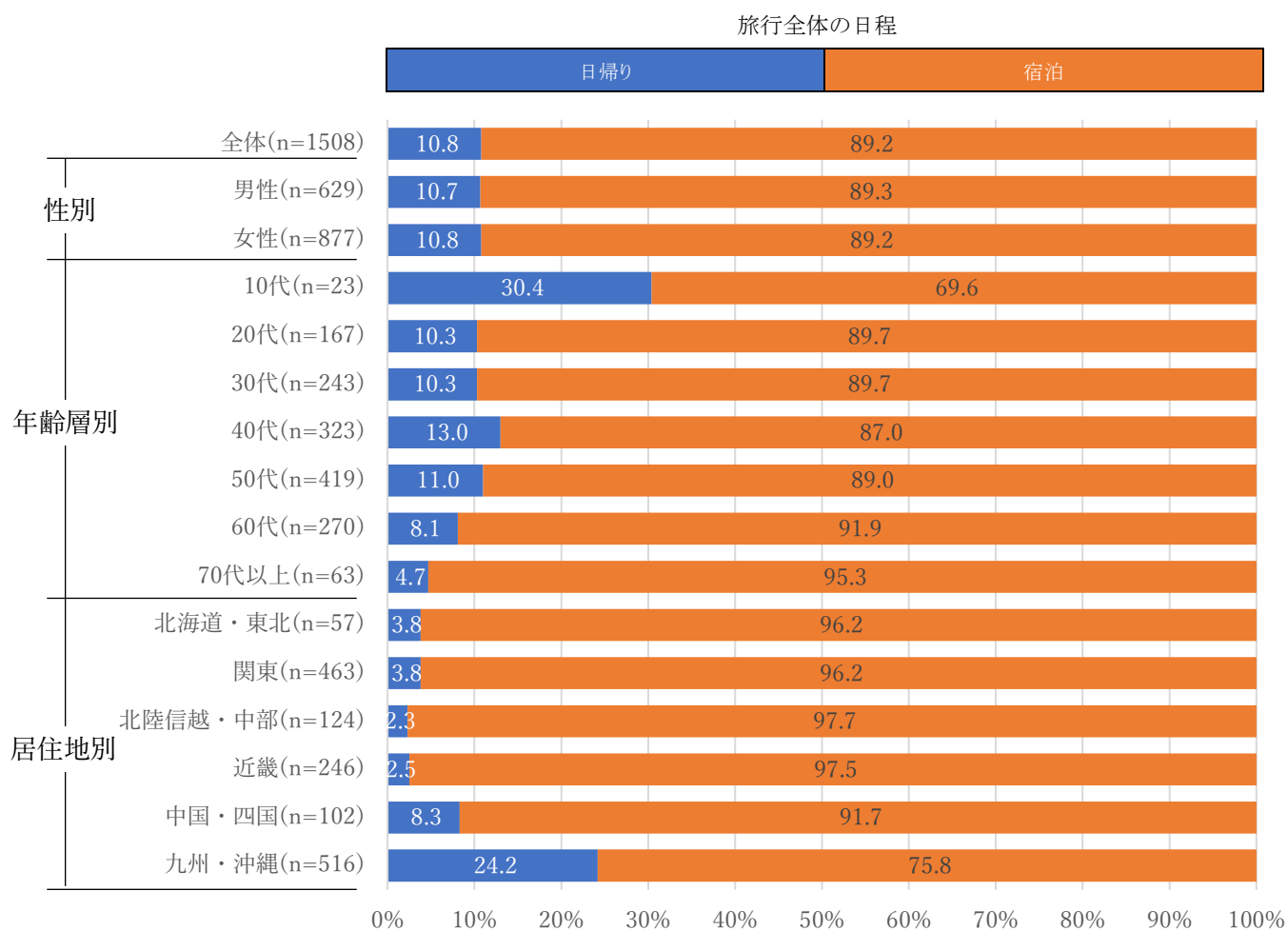
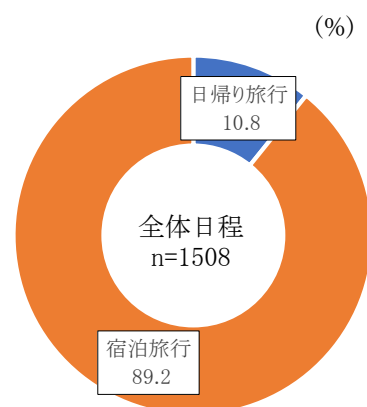
	長崎観光HP	地図系アプリ	旅行雑誌	SNS	長崎MAP(紙)	総合観光案内所	ホテル・旅館のフロント等	友人・知人の勧め	チラシ・パンフ・ポスター	ロコミ・比較サイト	長崎市体験・飲食情報サイト	動画サイト (YouTube等)	フリーペーパー	個人ブログ	特に無し	一般雑誌	その他	
全体 (n=1508)	32.4	25.3	24.7	22.5	21.9	21.6	20.1	14.9	13.0	11.4	9.8	9.1	5.9	5.4	4.8	0.3	3.2	
性別	男性 (n=629)	31.0	26.9	19.9	15.3	21.3	19.9	20.4	11.9	10.9	10.2	10.2	9.1	4.6	5.3	6.3	0.3	3.1
	女性 (n=877)	33.5	24.3	27.9	27.4	22.5	22.8	19.8	17.0	14.5	12.1	9.6	9.1	6.7	5.5	3.8	0.2	3.3
年齢層	10代 (n=23)	26.1	26.1	13.0	34.8	17.4	13.0	13.0	17.4	17.4	13.0	4.3	13.0	-	4.3	4.3	-	4.3
	20代 (n=167)	24.7	32.9	22.6	49.3	17.8	20.5	15.8	16.4	11.0	15.8	4.1	14.4	4.1	4.8	2.7	-	1.4
	30代 (n=243)	30.5	25.9	23.0	38.7	9.9	11.5	14.0	20.2	8.2	14.4	9.1	7.4	5.3	11.1	6.2	-	4.1
	40代 (n=323)	33.1	27.2	28.2	22.6	19.5	19.8	21.4	15.5	12.4	12.1	8.0	7.7	6.5	7.1	4.0	-	2.2
	50代 (n=419)	33.6	25.2	25.4	15.6	25.9	23.7	22.5	11.5	14.9	12.0	11.3	8.4	7.9	3.4	4.6	0.5	3.8
	60代 (n=270)	39.3	22.6	25.2	7.4	28.9	27.0	21.5	14.1	15.9	6.3	13.7	9.6	4.8	2.2	5.6	0.7	3.3
	70代以上 (n=63)	20.3	7.8	15.6	4.7	35.9	37.5	26.6	12.5	12.5	3.1	10.9	10.9	1.6	3.1	6.3	-	4.7
居住地	北海道・東北 (n=57)	42.3	25.0	26.9	25.0	21.2	25.0	23.1	11.5	15.4	15.4	13.5	13.5	11.5	3.8	1.9	1.9	5.8
	関東 (n=463)	32.7	26.9	33.3	20.3	27.4	23.0	22.7	14.3	15.0	13.0	10.8	11.0	6.0	6.6	4.2	-	3.3
	北陸信越・中部 (n=124)	33.8	25.4	36.2	23.1	20.8	27.7	20.8	17.7	12.3	13.8	9.2	6.2	3.1	3.1	2.3	-	2.3
	近畿 (n=246)	33.3	23.0	30.0	21.4	28.0	25.9	20.6	15.2	14.4	10.7	10.3	12.8	7.0	5.8	3.7	0.8	5.8
	中国・四国 (n=102)	39.6	28.1	27.1	27.1	27.1	21.9	17.7	12.5	16.7	12.5	11.5	11.5	6.3	8.3	4.2	-	-
九州・沖縄 (n=516)	29.1	24.4	10.9	23.8	13.7	16.4	17.4	15.2	9.8	9.0	8.2	5.5	5.3	4.3	6.8	0.2	2.5	

【日程】

○旅行全体の日程

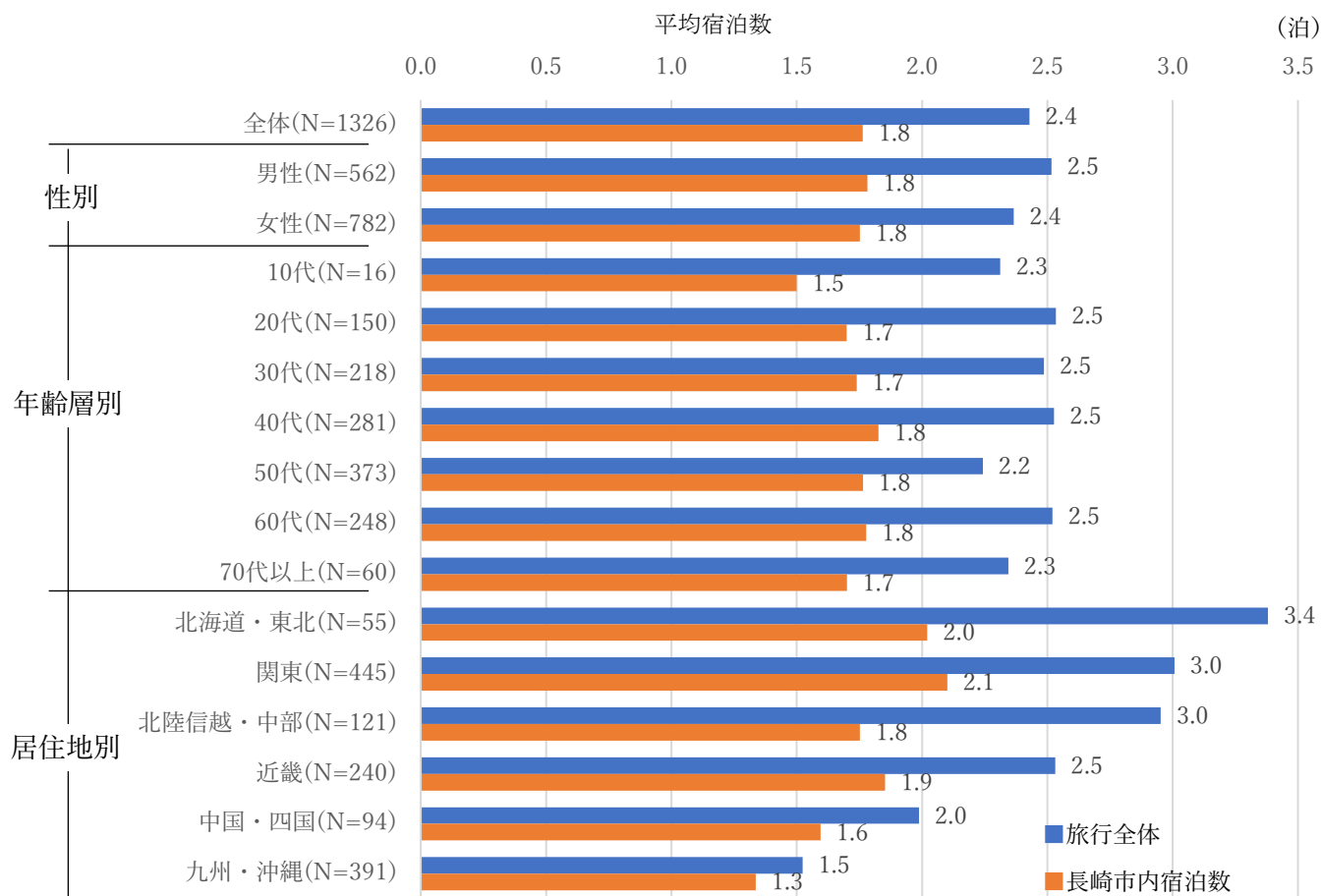
旅行全体の日程をみると、全体では「宿泊」が89.2%、「日帰り」が10.8%となった。

性別、年齢層別、居住地別の全てで「宿泊」が多く、年齢層別では10代を除く全年代でその割合は9割前後となり、居住地別では九州・沖縄を除く全ブロックで9割を超えている。



(平均宿泊数)

平均宿泊数は、旅行全体では2.4泊である一方、長崎市内では1.8泊と、0.6泊が長崎市以外での宿泊となっている。旅行全体での平均泊数は距離にほぼ比例しており、最も多いのは最も距離が離れている北海道・東北ブロックで、関東ブロックが続くが、長崎市内では中国・四国ブロック、九州・沖縄ブロック以外では2泊前後とほぼ違いは見られなかった。



		全体	市内	差(全体-長崎市内)
全体(N=1326)		2.4	1.8	0.6
性別	男性(N=562)	2.5	1.8	0.7
	女性(N=782)	2.4	1.8	0.6
年齢層別	10代(N=16)	2.3	1.5	0.8
	20代(N=150)	2.5	1.7	0.8
	30代(N=218)	2.5	1.7	0.8
	40代(N=281)	2.5	1.8	0.7
	50代(N=373)	2.2	1.8	0.4
	60代(N=248)	2.5	1.8	0.7
	70代以上(N=60)	2.3	1.7	0.6
居住地別	北海道・東北(N=55)	3.4	2.0	1.4
	関東(N=445)	3.0	2.1	0.9
	北陸信越・中部(N=121)	3.0	1.8	1.2
	近畿(N=240)	2.5	1.9	0.6
	中国・四国(N=94)	2.0	1.6	0.4
	九州・沖縄(N=391)	1.5	1.3	0.2

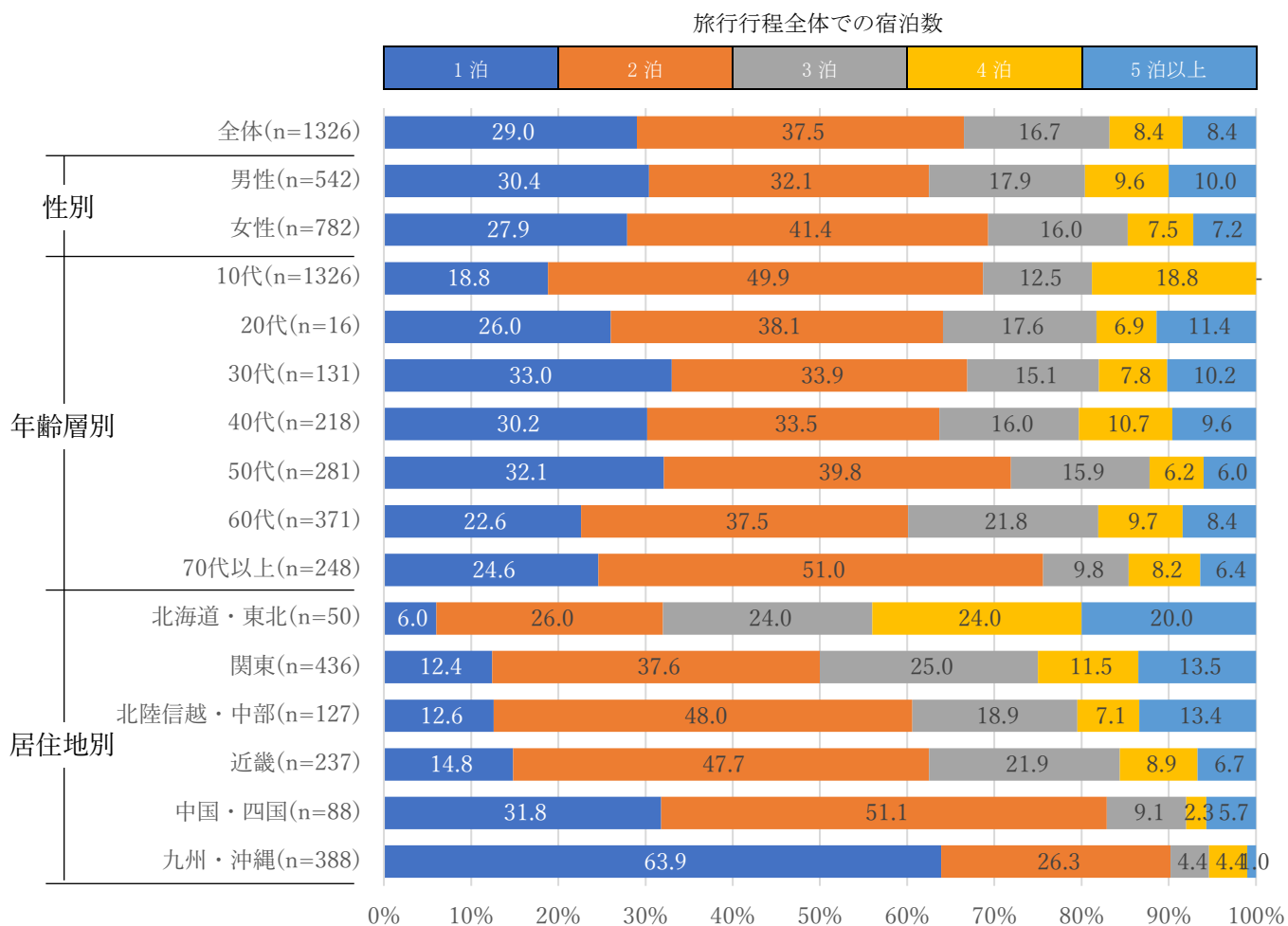
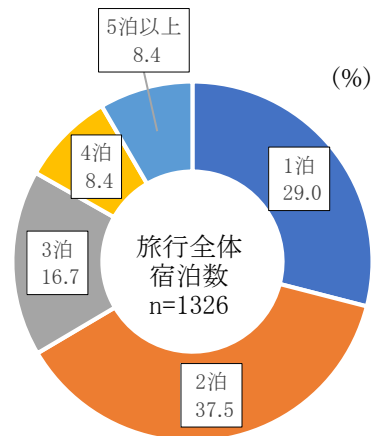
○旅行行程全体での宿泊数

旅行行程全体での宿泊数は、「2泊」が37.5%で最も多く、「1泊」が29.0%が続いている。2泊までで全体の6割を超える。

性別で見ると、男女間の違いはほぼない。

年齢層別で見ると、10代は「2泊」の割合が最も高く、5割近い。

居住地別では、九州・沖縄ブロックでは「1泊」が6割近く、長崎市からの距離が離れれば離れるほど「1泊」の割合は低くなっていく。



○長崎市内での宿泊数

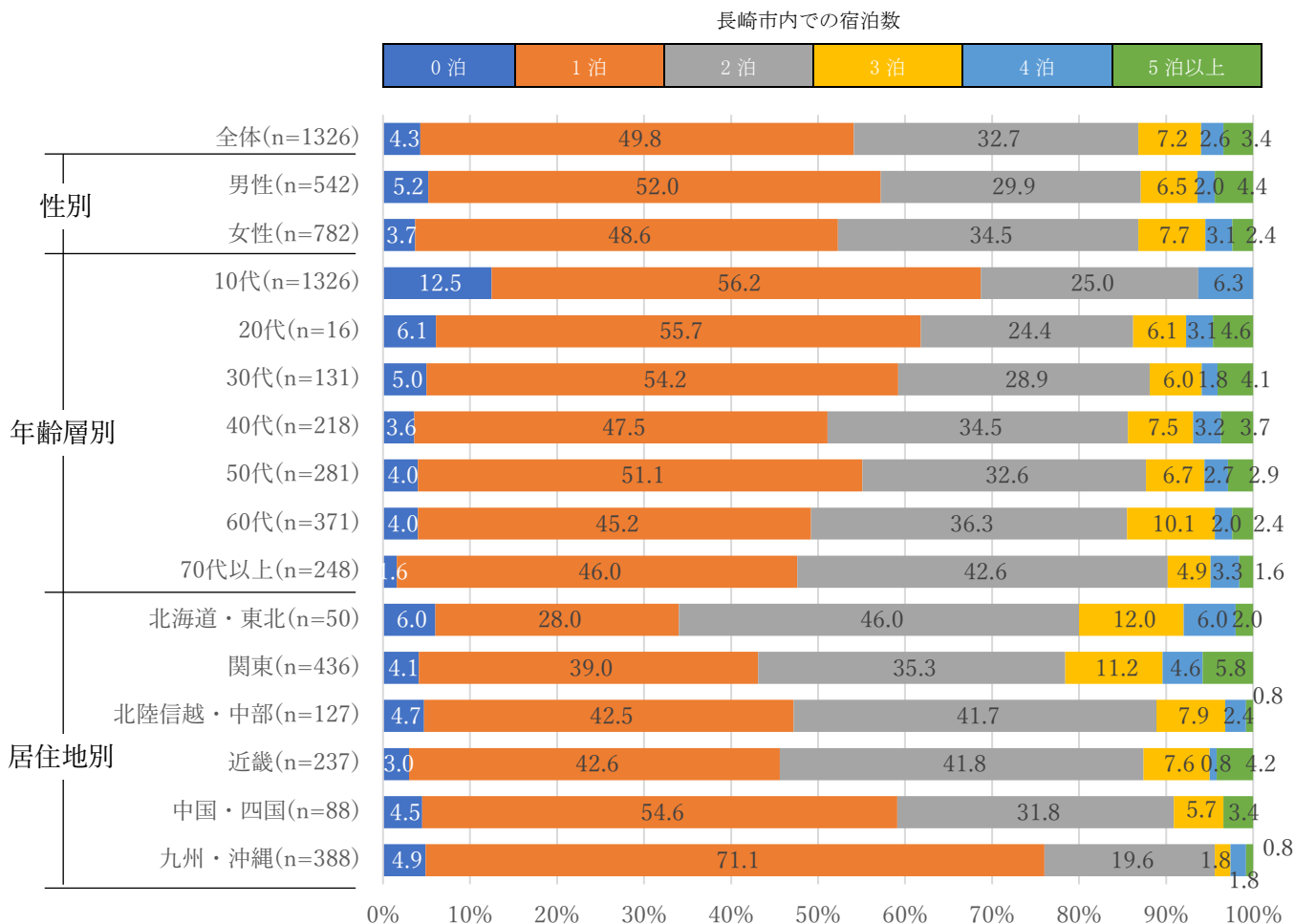
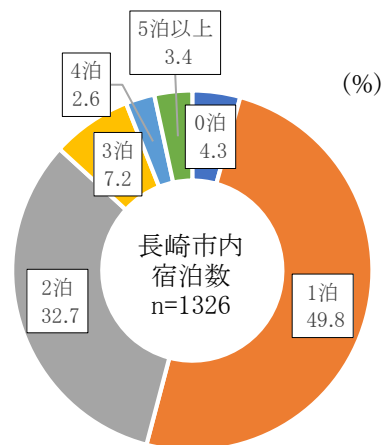
長崎市内での宿泊数は、「1泊」が49.8%で最も多く、「2泊」が32.7%が続いている。2泊までで全体の約8割を超える。

性別で見ると、男女間の違いはほぼない。

年齢層別で見ると、10代は「0泊」の割合が他の年代に比べて高い。

居住地別では、距離の遠い北海道・東北ブロックでは「2泊」が最多であるが、九州・沖縄ブロックでは「1泊」以下が7割を超える。その他のブロックでは1泊と2泊の割合がほぼ同じ数となっている。

なお、旅行行程全体では宿泊を伴う場合でも、長崎市内では「0泊」の訪問客が全体で4.3%存在する。



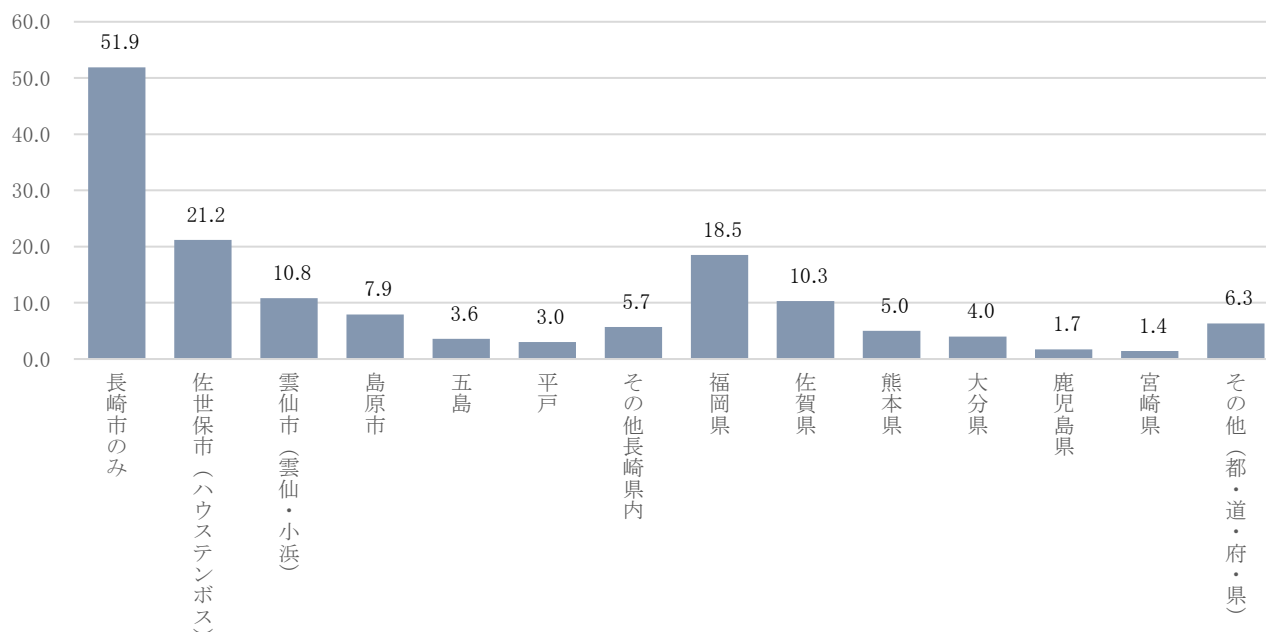
【訪問(予定)先と訪問回数】

○長崎市以外の訪問地・訪問予定地(複数回答)

旅行の訪問(予定)先をみると、「長崎市のみ」が51.9%で最も多く、県内では「佐世保市(ハウステンボス)」が21.2%、「雲仙市」が10.8%と続いている。県外では、「福岡県」が18.5%、「佐賀県」が10.3%と続いている。

属性別では、男女間の違いはほぼないものの、年齢層別では、10代から30代は「佐世保市(ハウステンボス)」への訪問が平均よりも多い。また、20代は「福岡県」への訪問も多い。居住地別では、北海道・東北ブロック、北陸信越・中部ブロックからの訪問者は県外まで足を延ばし、複数県訪問する傾向がある。

(%) 長崎市以外の訪問地・訪問予定地(複数回答 n=1508)



長崎市以外の訪問先・予定地(■+5.0以上、■-5.0以下)(%)

		長崎市のみ	佐世保市(ハウステンボス)	雲仙市(雲仙・小浜)	島原市	五島	平戸	その他長崎県内	福岡県	佐賀県	熊本県	大分県	鹿児島県	宮崎県	その他(都・府・県)
全体(n=1508)		51.9	21.2	10.8	7.9	3.6	3.0	5.7	18.5	10.3	5.0	4.0	1.7	1.4	6.3
性別	男性(n=629)	48.1	21.6	11.7	9.4	3.5	3.6	6.9	22.1	11.7	6.1	4.4	2.0	1.3	6.9
	女性(n=877)	54.4	20.9	10.1	6.8	3.8	2.5	4.9	16.0	9.2	4.2	3.5	1.5	1.4	5.8
年齢層	10代(n=23)	43.5	26.1	17.4	13.0	4.3	4.3	-	21.7	8.7	4.3	-	-	-	-
	20代(n=167)	52.7	27.4	12.3	8.2	2.1	2.1	5.5	25.3	13.0	7.5	6.2	4.1	2.7	6.2
	30代(n=243)	49.4	25.9	9.5	7.8	3.3	1.6	5.8	16.5	10.3	6.2	4.5	1.6	3.3	6.2
	40代(n=323)	57.0	19.8	9.6	7.1	2.5	2.2	8.4	17.6	9.3	5.0	3.1	1.2	0.6	6.5
	50代(n=419)	51.8	19.2	11.3	7.2	4.6	2.2	4.6	17.5	9.6	3.4	2.2	1.2	0.5	5.5
	60代(n=270)	48.5	18.5	11.5	9.6	4.4	5.9	6.3	20.4	10.4	5.2	5.6	1.9	1.5	8.9
	70代以上(n=63)	51.6	18.8	9.4	6.3	4.7	6.3	-	12.5	14.1	6.3	7.8	3.1	1.6	1.6
居住地	北海道・東北(n=57)	30.8	32.7	17.3	13.5	3.8	3.8	3.8	48.1	15.4	9.6	11.5	3.8	1.9	5.8
	関東(n=463)	38.6	29.8	11.5	9.9	5.5	3.8	7.3	22.1	11.7	6.2	4.6	2.4	1.8	8.6
	北陸信越・中部(n=124)	35.4	29.2	13.1	8.5	10.0	1.5	6.2	37.7	17.7	10.0	6.2	4.6	3.1	6.9
	近畿(n=246)	44.4	22.2	13.6	8.6	3.3	7.0	4.1	23.0	10.3	4.9	3.7	0.8	1.2	4.5
	中国・四国(n=102)	46.9	21.9	11.5	6.3	2.1	-	5.2	25.0	12.5	2.1	2.1	1.0	1.0	8.3
九州・沖縄(n=516)	74.4	9.8	7.4	5.3	0.8	1.2	5.3	4.1	6.3	2.9	2.5	0.8	0.8	4.5	

○長崎市に入る交通手段

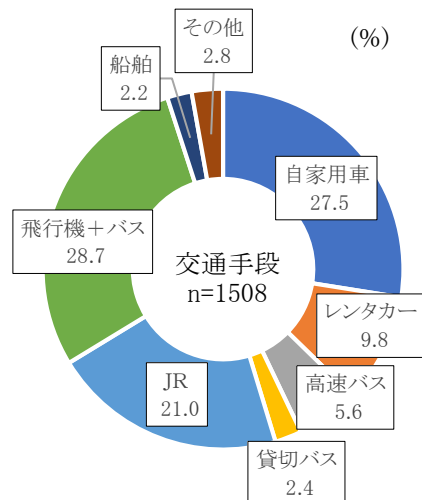
長崎市に入るまでの交通手段は、「飛行機+バス」が28.7%で最も多く、次いで「自家用車」が27.5%、「JR」が21.0%、「レンタカー」が9.8%となっている。

属性別でみると、男女別では男性のほうが2.7ポイント「レンタカー」を利用する割合が高い。

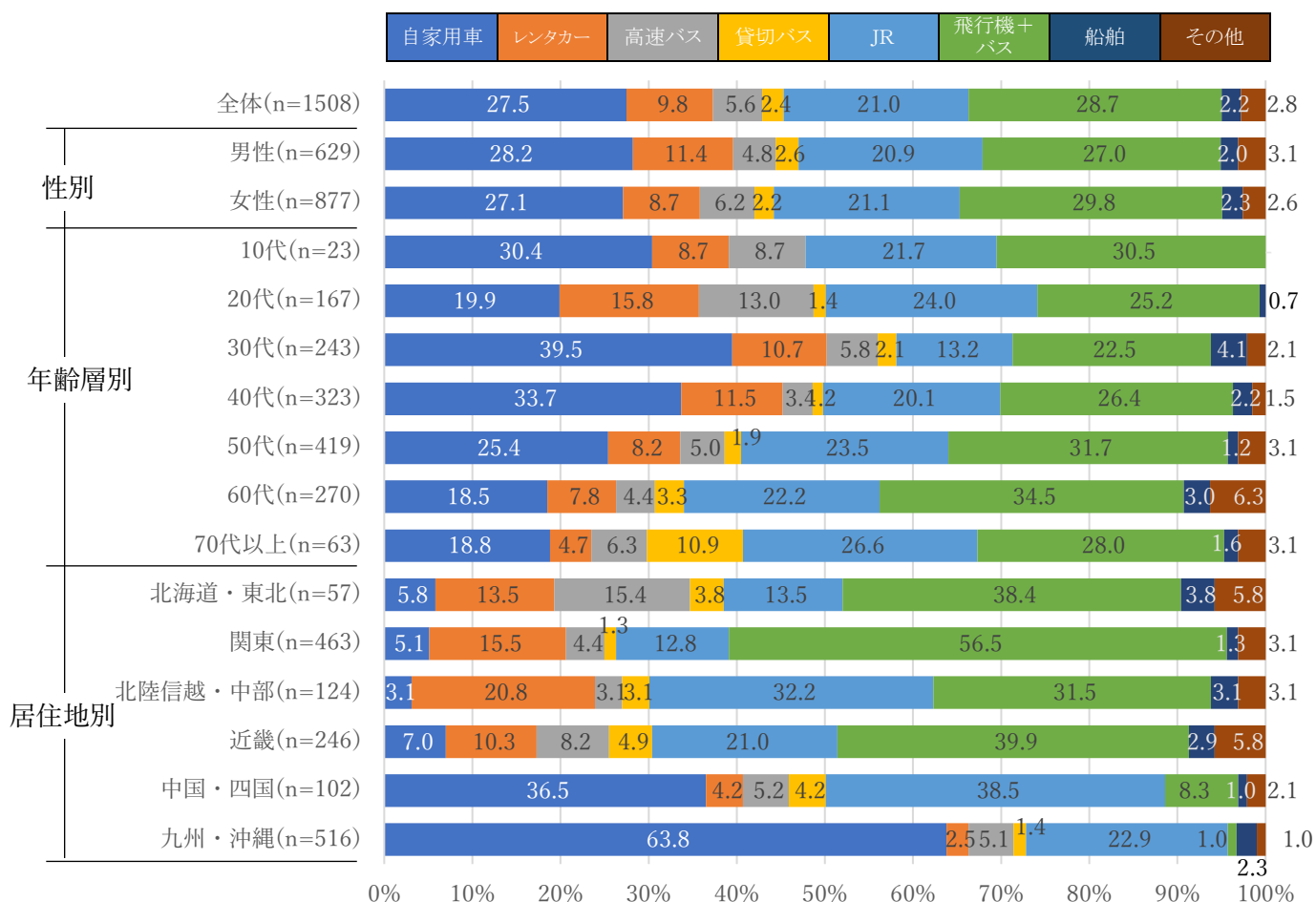
年齢層別では、30代は「自家用車」の割合が最も高く、それ以外の年代ではほぼ半数前後が「飛行機+バス」及び「JR」を利用している。

居住地別では九州ブロックでは63.8%が「自家用車」であり、中国・四国ブロックでは「JR」が38.5%となっている。

なお、前回調査（令和4年）における「JR」利用は四国・中国ブロックが57.5%であり、19ポイント下降しており、昨年見られた西九州新幹線開業に伴うとみられる利用者増はなかった。



長崎市に入る交通手段

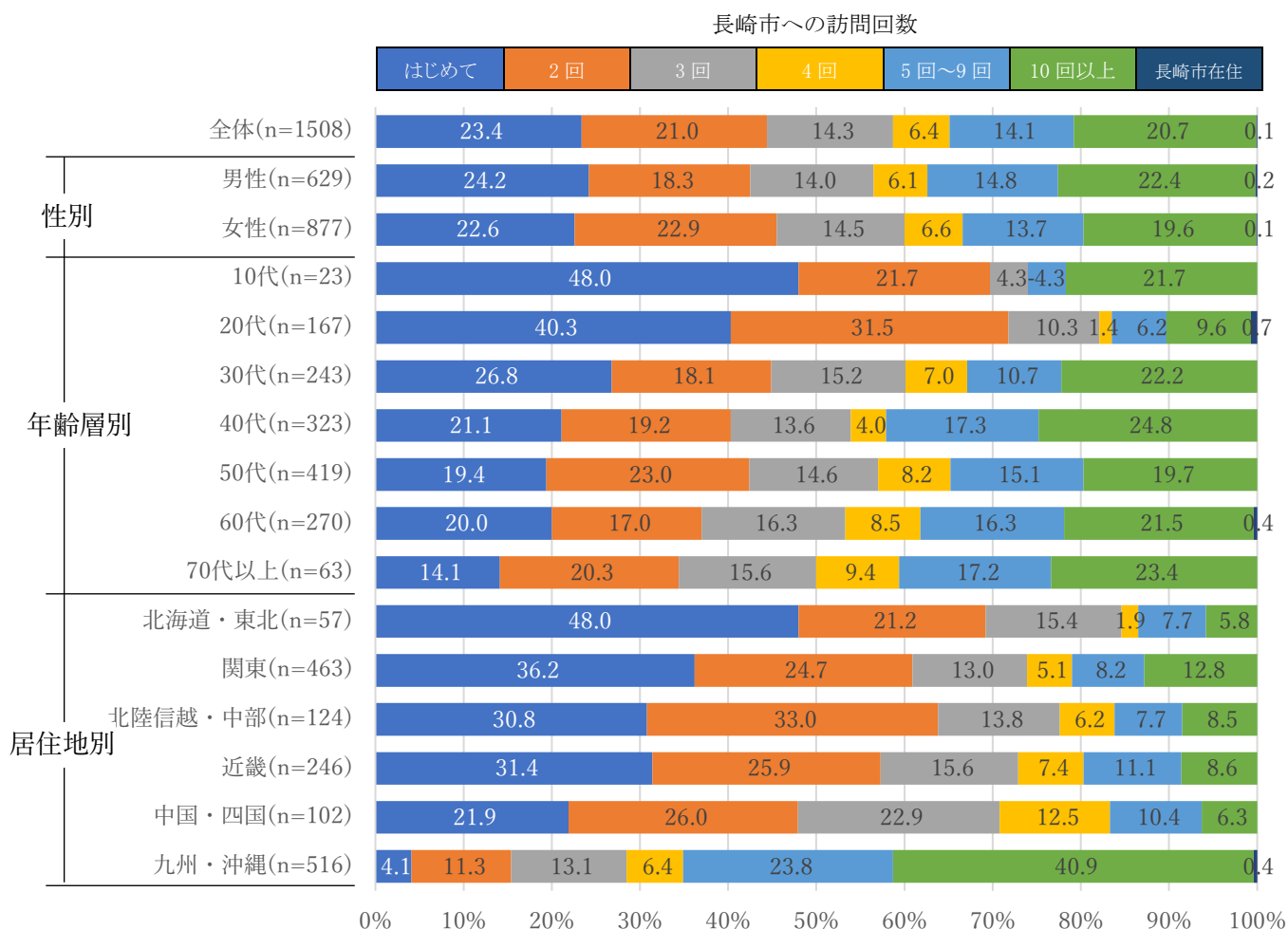
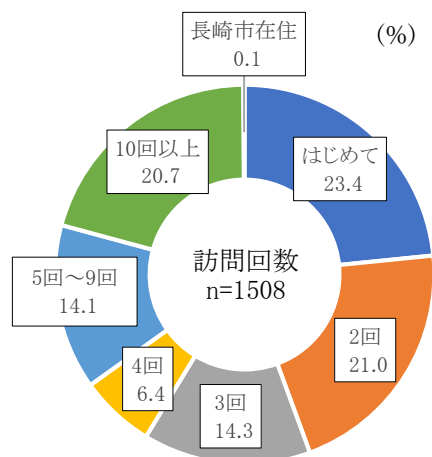


○長崎市への訪問回数

長崎市への訪問回数は、「はじめて」が 23.4%で最も多いが、「2回」も 21.0%となっており、ほぼ同程度となっている。

属性別でみると、男女間の違いはほぼ見られず、10代・20代では「はじめて」の割合が高く、4割以上を占める。

居住地別では九州・沖縄ブロックからの訪問回数が多く、「5回以上」が6割を超える。なお、他の地域では「5回以上」は2割前後である。

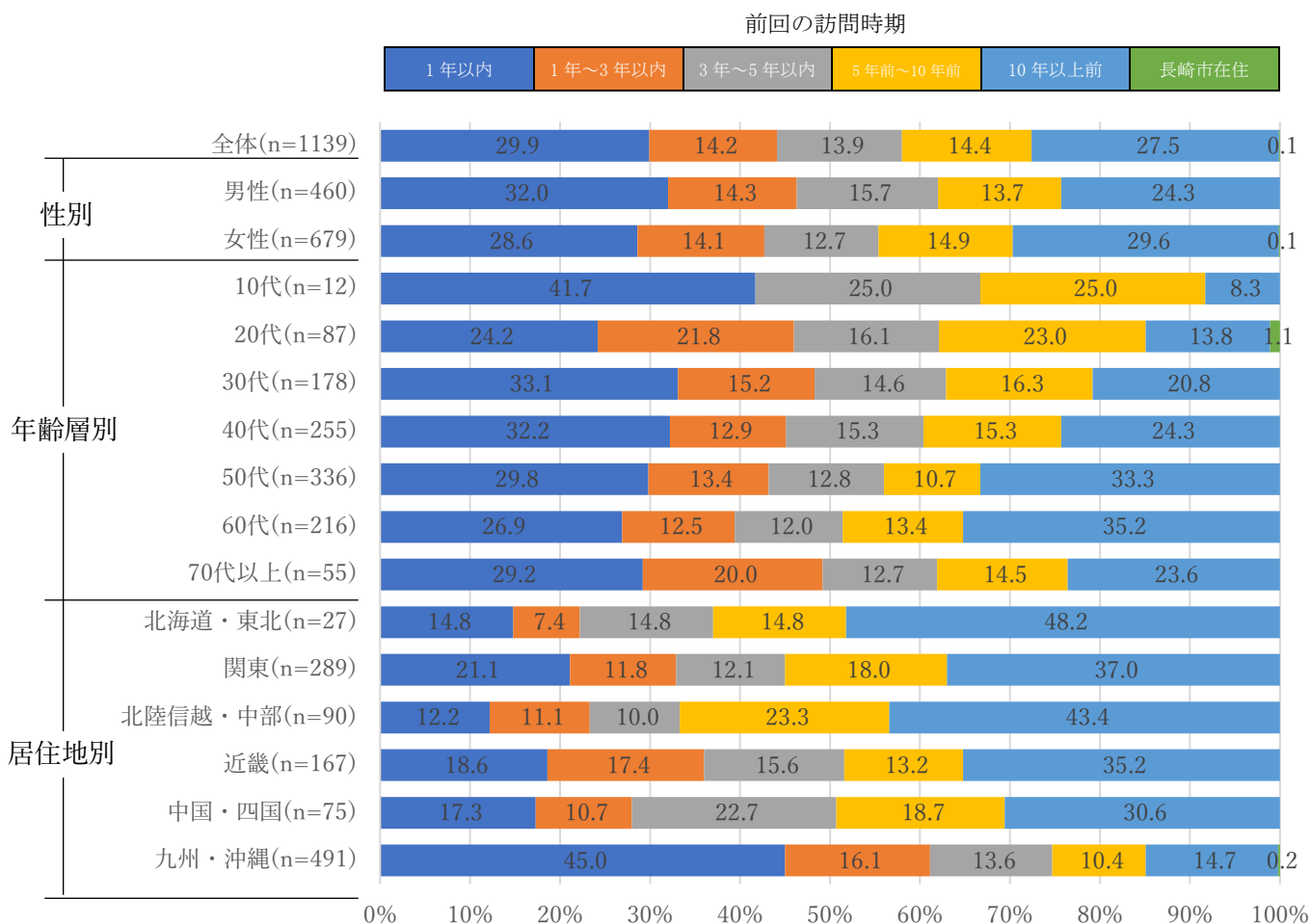
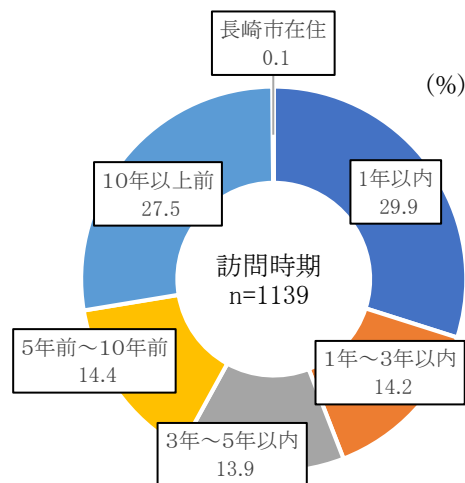


○前回の訪問時期

前回の長崎市への訪問時期は、「1年以内」が29.9%で最も多いが、「10年以上前」が27.5%となっており、ほぼ同程度である。

年齢層別にみると、10代は「1年以内」が最も多く、4割を占める。また、70代以上を除き、年齢が上がるにつれて「10年以上前」の割合が高くなっていく傾向がある。

居住地別でみると、九州・沖縄ブロックは約6割が3年以内に来訪しており、距離の近さから他のブロックより頻繁に来訪している傾向がある。

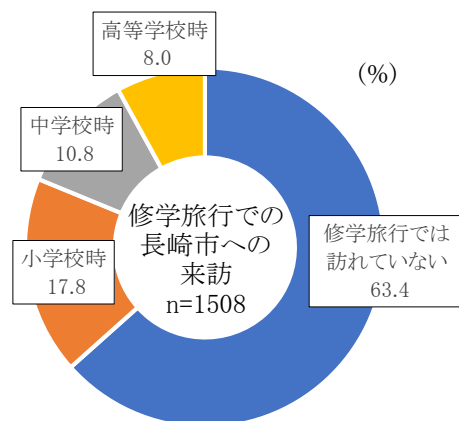


○修学旅行での訪問経験

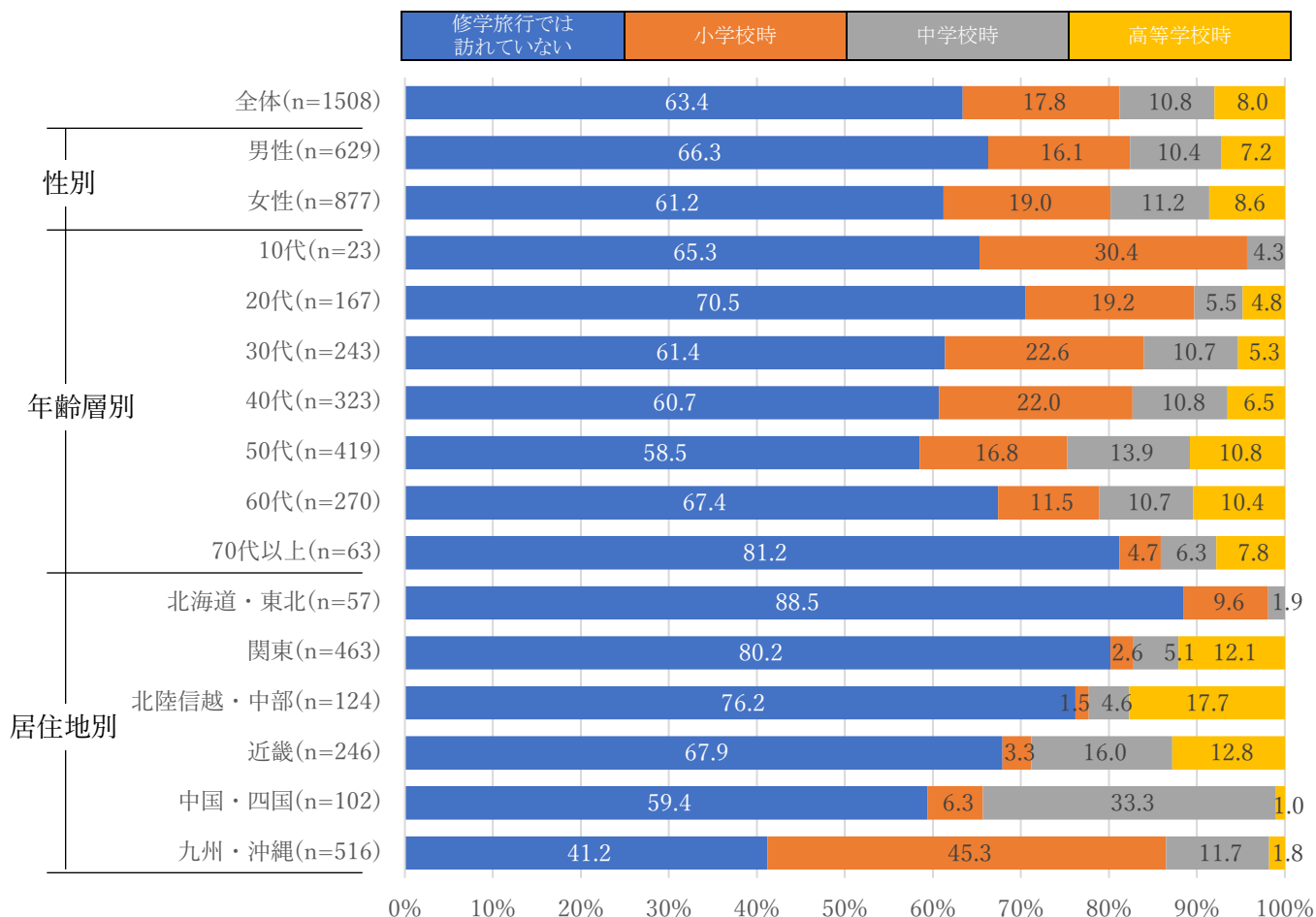
全体の約6割以上は長崎市を「修学旅行では訪れていない」。

属性別でみると、男女間の違いはほぼなく、年齢層別では70代以上と20代では「修学旅行では訪れていない」割合が他の年齢層と比較して高い。

居住地別では、長崎市からの距離が離れば離れるほど、「修学旅行では訪れていない」割合が高くなっている。中国・四国ブロックでは「中学校時」に長崎市を訪れた割合が約3割にのぼる。



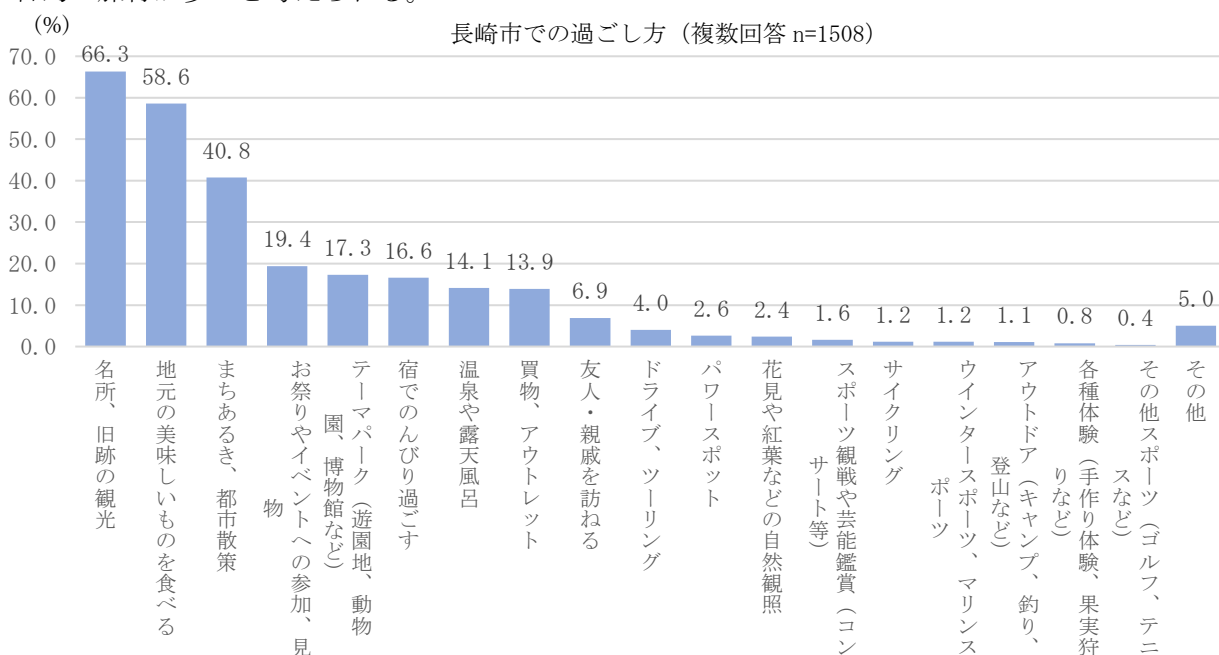
修学旅行での訪問経験



○長崎市での過ごし方(複数回答)

長崎市での過ごし方は、「名所・旧跡の観光」の割合が最も高く 66.3%となった。次いで、「地元の美味しいものを食べる」が 58.6%、「まちあるき・都市散策」が 40.8%となった。

属性別にみると、男女間の違いはほぼ見られないが、年齢層別にみると、50代以上では「宿でのんびり過ごす」割合が平均未満であるのに対し、40代以下は平均よりも高い割合となっている。また、40代以下では「名所・旧跡の観光」、「まちあるき・都市散策」の割合が平均未満であるのに対し、50代・60代では平均よりも高い割合となっている。これらのことから、比較的若い年代は旅先でのんびり過ごし、高齢者ほどアクティブに過ごす傾向があると考えられる。居住地別では、九州・沖縄ブロックにおける「名所・旧跡の観光」の割合が平均より 16.5ポイントも低く、逆に他のブロックにおいては平均を下回っている「宿でのんびり過ごす」、「温泉や露天風呂」の割合が平均より高くなっている。これは、リピーターが多く、主要な観光地は既に訪れており、心身を休めるなど癒し目的の旅行が多いと考えられる。



長崎市での過ごし方 (■+5.0以上、■-5.0以下) (%)

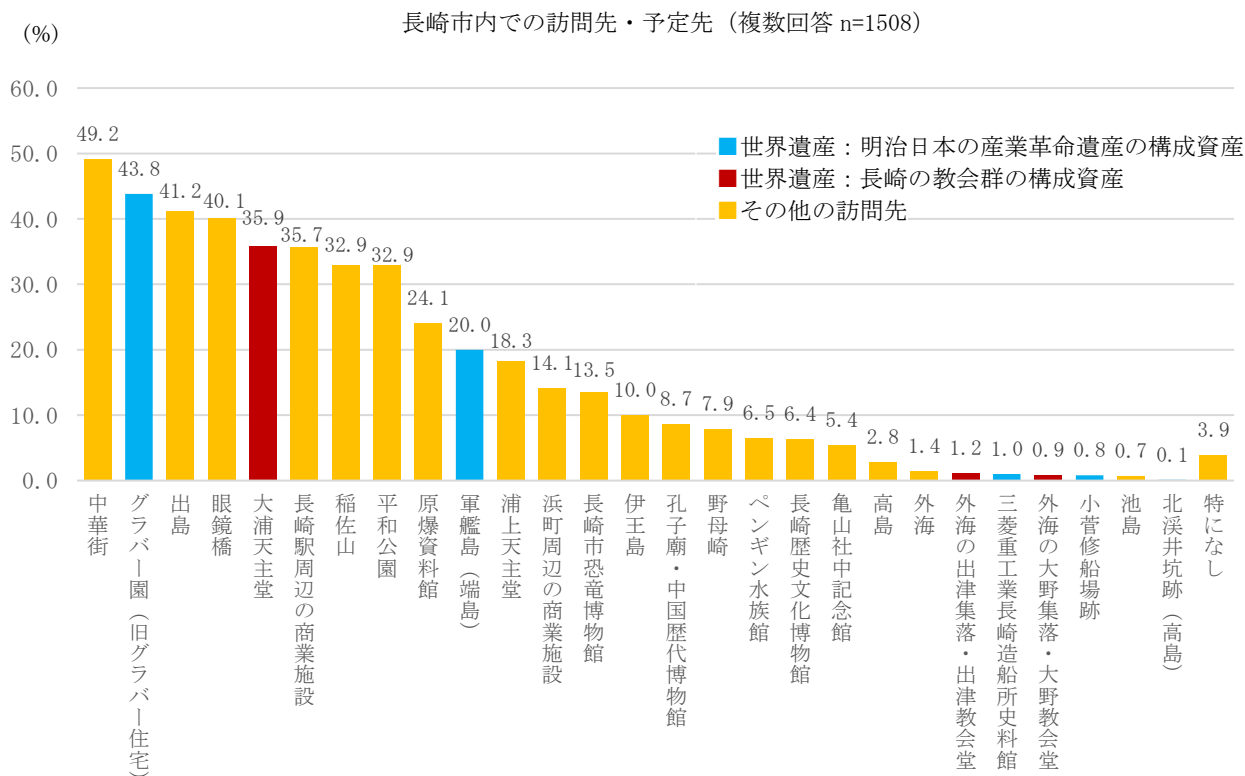
	名所・旧跡の観光	地元の美味しいものを食べる	まちあるき・都市散策	お祭りやイベントへの参加、見物	テーマパーク(遊園地、動物園、博物館など)	宿でのんびり過ごす	温泉や露天風呂	買物、アウトレット	友人・親戚を訪ねる	ドライブ、ツーリング	パワースポット	花見や紅葉などの自然観照	スポーツ観戦や芸能鑑賞(コンサート等)	サイクリング	ウインタースポーツ、マリンスポーツ	アウトドア(キャンプ、釣り、登山など)	各種体験(手作り体験、果実狩りなど)	その他スポーツ(ゴルフ、テニスなど)	その他	
全体(n=1508)	66.3	58.6	40.8	19.4	17.3	16.6	14.1	13.9	6.9	4.0	2.6	2.4	1.6	1.2	1.2	1.1	0.8	0.4	5.0	
性別																				
男性(n=629)	61.8	53.5	40.5	14.2	17.5	15.7	13.0	12.5	5.8	4.8	2.0	2.8	1.6	1.3	1.2	1.5	0.5	0.3	5.6	
女性(n=877)	69.4	62.3	41.0	23.1	17.2	17.1	14.8	14.8	7.8	3.5	3.0	2.2	1.6	1.1	1.3	0.8	1.0	0.5	4.7	
年齢層																				
10代(n=23)	52.2	73.9	26.1	17.4	13.0	21.7	13.0	13.0	8.7	8.7	8.7	13.0	-	-	-	-	4.3	-	4.3	
20代(n=167)	69.2	62.3	41.8	13.0	13.7	17.1	14.4	11.0	7.5	4.8	2.1	3.4	2.1	0.7	-	0.7	0.7	-	3.4	
30代(n=243)	52.3	55.6	33.3	20.2	25.1	28.4	20.2	16.9	8.2	4.5	0.8	2.9	1.2	2.1	1.6	2.1	0.8	1.2	4.1	
40代(n=323)	61.9	56.3	39.9	19.5	22.3	18.6	13.9	13.9	5.6	6.5	2.5	2.8	2.5	1.9	3.1	0.9	0.9	-	6.2	
50代(n=419)	71.9	60.2	42.2	22.1	10.8	10.3	10.1	12.7	5.3	2.6	3.4	1.2	1.2	1.2	0.7	1.0	0.2	0.5	6.0	
60代(n=270)	74.4	58.5	48.5	18.9	17.4	12.6	14.4	14.1	8.5	2.6	3.0	1.9	1.5	0.4	0.4	0.4	1.1	0.4	3.7	
70代以上(n=63)	68.8	57.8	34.4	17.2	14.1	15.6	15.6	15.6	10.9	1.6	1.6	3.1	1.6	-	-	3.1	1.6	-	6.3	
居住地																				
北海道・東北(n=57)	73.1	59.6	44.2	25.0	26.9	11.5	13.5	13.5	7.7	1.9	3.8	1.9	-	1.9	-	-	1.9	-	1.9	
関東(n=463)	74.6	61.4	48.6	12.1	17.4	13.5	12.1	13.9	8.4	4.9	2.6	2.0	2.2	1.3	1.3	0.7	0.4	-	4.4	
北陸信越・中部(n=124)	77.7	52.3	43.8	16.9	13.1	7.7	10.8	14.6	3.1	1.5	2.3	1.5	-	-	0.8	2.3	0.8	0.8	3.8	
近畿(n=246)	76.1	61.3	48.1	15.2	14.0	12.3	8.6	8.6	7.8	0.4	1.6	2.5	0.4	-	0.4	1.6	0.8	-	5.3	
中国・四国(n=102)	70.8	75.0	39.6	22.9	19.8	18.8	13.5	16.7	6.3	9.4	4.2	2.1	1.0	-	1.0	-	-	-	4.2	
九州・沖縄(n=516)	49.8	53.3	29.5	27.3	18.4	23.6	19.3	15.6	6.3	4.9	2.5	3.1	2.3	2.1	1.8	1.2	1.2	1.0	6.3	

○長崎市内の訪問先・訪問予定先(複数回答)

長崎市内における訪問先(予定含む)は、「中華街」の割合が最も高く49.2%となった。以下、「グラバー園(旧グラバー住宅)」(以下、「グラバー園」と表記)が43.8%、「出島」が41.2%、「眼鏡橋」が40.1%、「大浦天主堂」が35.9%と続く。

属性別にみると、他の年代に比べ、30代・40代は「長崎市恐竜博物館」の割合が高く、70代以上は「孔子廟・中国歴代博物館」の割合が高い。居住地別では、九州・沖縄ブロックはほとんどの場所で訪問(予定)割合が平均値よりも低い、「長崎市恐竜博物館」「伊王島」の割合が平均値よりも特に高い。

前回調査(令和4年)と比較すると、前回9位だった「長崎駅周辺の商業施設」は4.9ポイント上昇し、6位となっている。また、前回4位だった「出島」は3位に順位を上げているが、ポイント数でみれば1.6ポイント下降している。さらに、前回調査では3割以上の回答者から訪問先として選ばれた場所は9か所であったが、今回は8か所と1か所減少しており、訪問割合も低下しているため、様々な場所への訪問意欲の低下が懸念される。



長崎市内の訪問先・予定先(黄色+5.0以上、青-5.0以下)(%)

	中華街	グラバー園(旧グラバー住宅)	出島	眼鏡橋	大浦天主堂	長崎駅周辺の商業施設	稲佐山	平和公園	原爆資料館	軍艦島(端島)	浦上天主堂	浜町周辺の商業施設	長崎市恐竜博物館	伊王島	孔子廟・中国歴代博物館	野母崎	ペンギン水族館	長崎歴史文化博物館	亀山社中記念館	高島	外海	外海の出津集落・出津教会堂	三菱重工長崎造船所史料館	外海の大野集落・大野教会堂	小菅修船場跡	池島	北溪井坑跡(高島)	特になし	
全体(n=1508)	49.2	43.8	41.2	40.1	35.9	35.7	32.9	32.9	24.1	20.0	18.3	14.1	13.5	10.0	8.7	7.9	6.5	6.4	5.4	2.8	1.4	1.2	1.0	0.9	0.8	0.7	0.1	3.9	
性別																													
男性(n=828)	48.1	43.5	39.6	37.8	32.8	38.7	30.3	32.6	24.1	20.5	18.0	14.1	15.7	8.2	7.7	7.5	8.0	4.8	5.7	2.5	1.4	0.5	1.4	0.5	0.9	0.5	-	4.6	
女性(n=677)	50.2	43.9	42.4	41.9	38.0	35.0	35.0	33.3	24.2	19.6	18.6	14.0	11.8	11.3	9.5	8.3	5.4	7.6	5.2	3.0	1.4	1.7	0.7	1.2	0.7	0.8	0.2	3.4	
年齢層																													
10代(n=28)	50.0	37.5	37.5	37.5	25.0	-	12.5	25.0	25.0	12.5	12.5	-	-	25.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20代(n=187)	48.4	49.6	44.2	33.7	27.4	28.4	27.4	27.4	20.0	13.7	11.6	10.5	10.5	7.4	6.3	4.2	7.4	3.2	4.2	2.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
30代(n=344)	36.9	30.5	28.9	27.8	23.0	30.5	24.1	17.1	13.9	5.9	10.7	26.2	15.5	2.1	12.8	12.8	4.3	0.5	2.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
40代(n=323)	50.0	36.5	35.2	38.7	33.0	34.8	32.2	31.7	22.2	17.8	15.7	13.5	19.1	13.5	6.5	13.0	7.8	2.2	6.1	3.0	1.7	0.4	-	-	0.4	0.9	1.3	-	4.3
50代(n=418)	58.2	47.6	50.9	47.3	41.8	42.5	36.9	38.1	27.6	27.1	20.5	18.7	8.1	5.1	11.7	5.9	3.7	8.1	6.6	4.0	2.6	1.8	1.1	1.8	1.5	-	-	-	3.7
60代(n=270)	48.2	53.4	45.5	47.1	45.0	37.2	41.4	44.5	29.3	24.1	29.8	13.6	6.8	7.3	11.0	2.6	3.7	11.5	8.4	2.6	1.6	2.6	1.0	1.0	0.5	1.0	0.5	4.2	
70代以上(n=83)	47.9	60.4	39.6	39.6	47.9	35.4	35.4	37.5	27.1	10.4	35.4	14.6	2.1	12.5	25.0	6.3	2.1	12.5	6.3	-	-	-	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	-	-
居住地																													
北海道・東北(n=67)	47.2	63.9	33.3	44.4	38.9	50.0	30.6	47.2	30.6	22.2	22.2	-	13.9	2.8	5.6	2.8	-	11.1	5.6	2.8	2.8	2.8	-	-	-	-	-	-	2.8
関東(n=483)	56.9	56.0	54.2	51.8	45.5	45.8	39.2	43.7	32.8	26.2	24.4	18.1	8.1	7.2	12.3	4.8	6.3	7.2	5.7	3.9	1.8	1.2	1.5	1.5	0.9	0.3	-	-	3.0
北陸・信越・中部(n=124)	62.5	49.0	56.3	47.9	50.0	32.3	33.3	52.1	41.7	36.5	26.0	9.4	9.4	4.2	7.3	9.4	5.2	12.5	9.4	7.3	3.1	4.2	3.1	1.0	2.1	5.2	-	-	2.1
近畿(n=346)	60.0	56.7	55.5	50.0	49.4	28.3	42.2	35.1	25.6	24.4	28.1	12.8	11.1	5.6	13.9	8.3	5.6	9.4	10.0	2.8	-	0.6	-	-	-	-	-	-	2.2
中国(n=103)	46.6	51.7	34.5	37.9	27.6	36.2	25.9	29.3	15.5	17.2	15.5	5.2	22.4	6.9	3.4	8.6	6.9	3.4	1.7	3.4	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	-	-	-	1.7
九州・沖縄(n=616)	32.4	19.4	17.9	20.6	15.8	28.8	23.0	13.9	10.3	6.7	5.8	15.2	19.7	18.2	3.9	10.9	8.2	2.1	2.1	0.3	0.9	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	-	-	6.7

○訪問回数

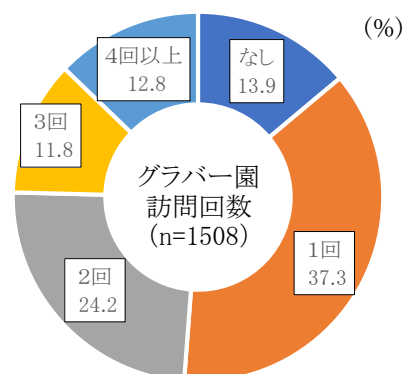
《グラバー園》

グラバー園への訪問回数は「1回」が最も多く37.3%、次いで「2回」が24.2%、「なし」が13.9%となっている。

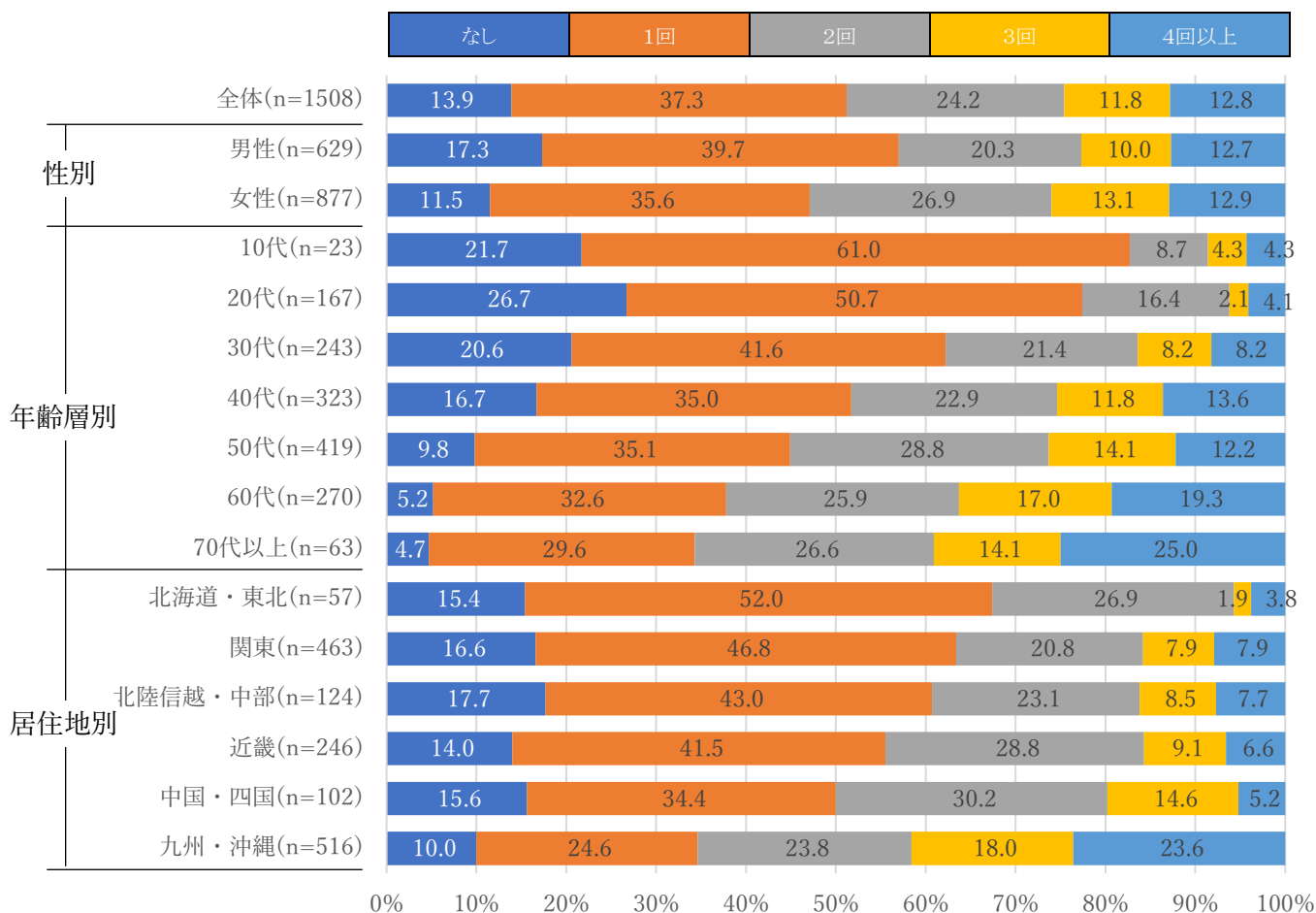
属性別では、年齢層が高くなるにつれて訪問経験率とリピート率が高まる傾向がみられた。

居住地別では、九州・沖縄ブロックのリピート率が最も高く、3回以上の訪問者が4割を超す。

前回調査（令和4年）と比較すると、全体的には大きな変化はみられないが、北海道・東北ブロックについては「なし」が11.5ポイント低下した。



グラバー園への訪問回数



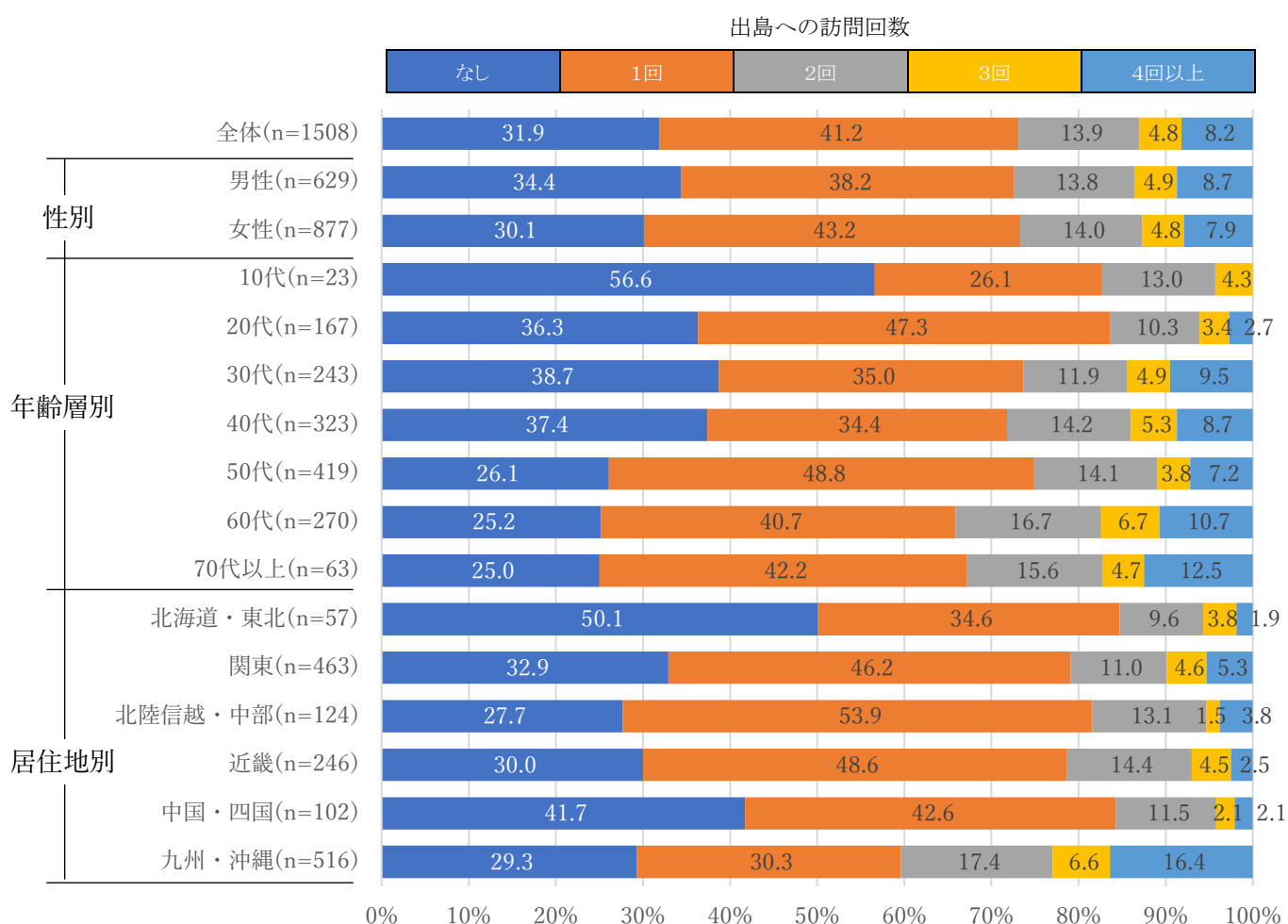
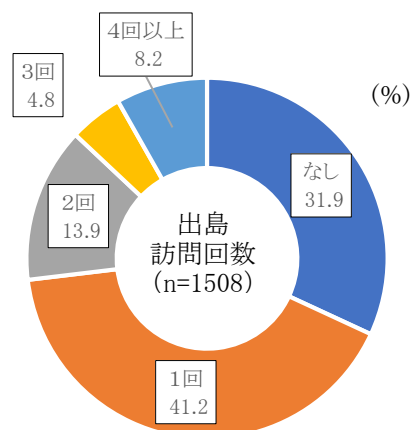
《出島》

出島への訪問回数は、「1回」が41.2%で最も多く、「なし」が31.9%、「2回」が13.9%と続く。

属性別では、年齢層が高くなるにつれて来訪経験率とリピート率が高くなる傾向がみられる。

年齢層別では、60代・70代以上では2割以上が「2回」以上のリピーターである。

居住地別では、九州・沖縄ブロックを除き、訪問傾向に大きな違いはみられないが、前回調査（令和4年）と比較すると、北海道・東北ブロックにおいて「なし」の割合が17.4ポイント増加した。



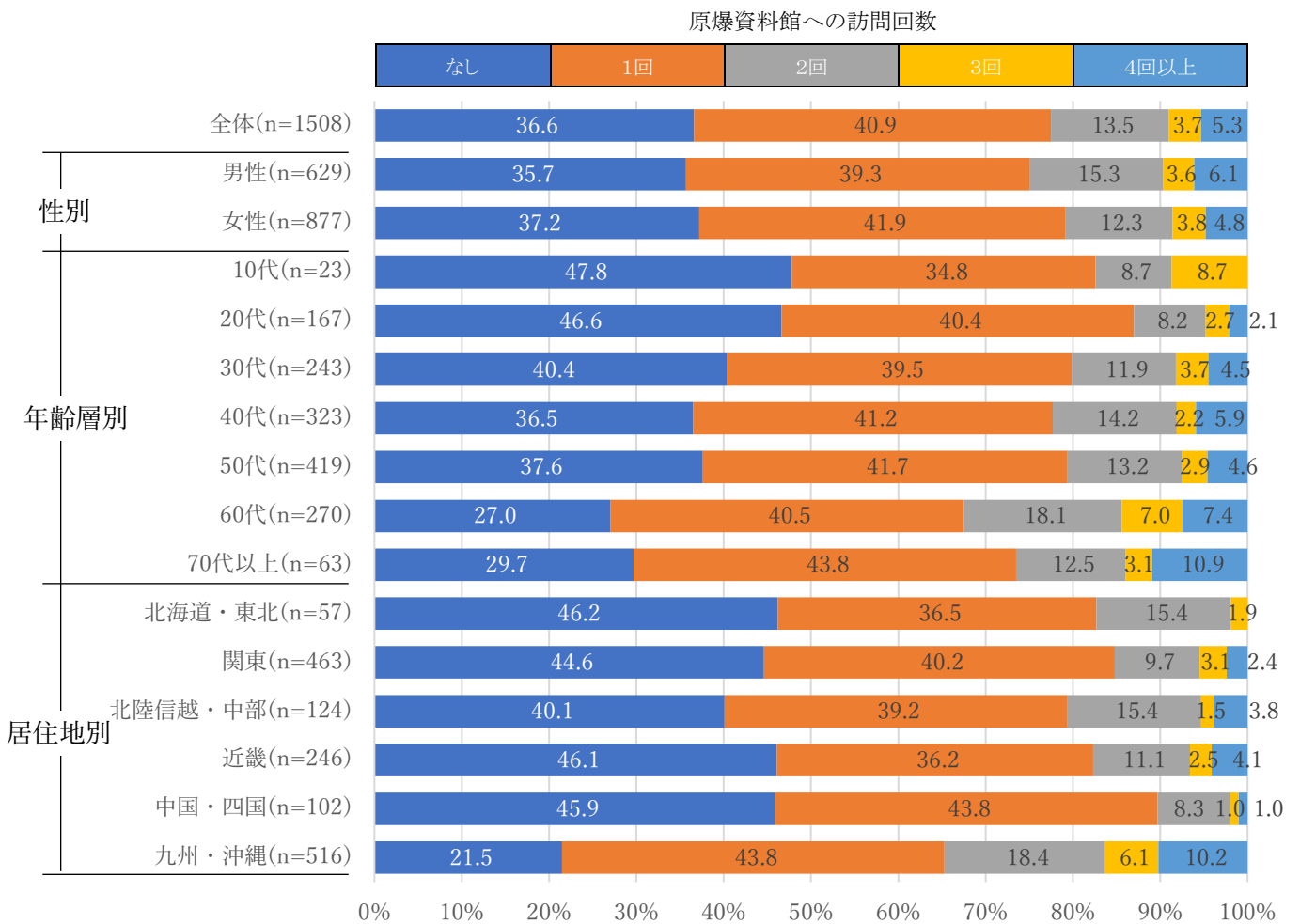
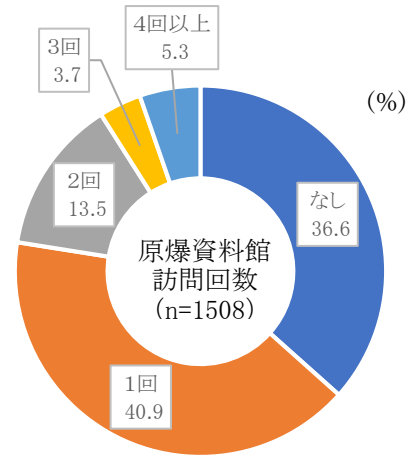
《原爆資料館》

原爆資料館への訪問回数は、「1回」が40.9%で最も多く、「なし」が36.6%、「2回」が13.5%と続く。

前回調査（令和4年）と比較すると大きな違いはみられない。

属性別では、男女間の違いはほぼないが、年齢層別にみると10代及び20代の「なし」の割合が他の年齢層よりも高く、4割を超える。

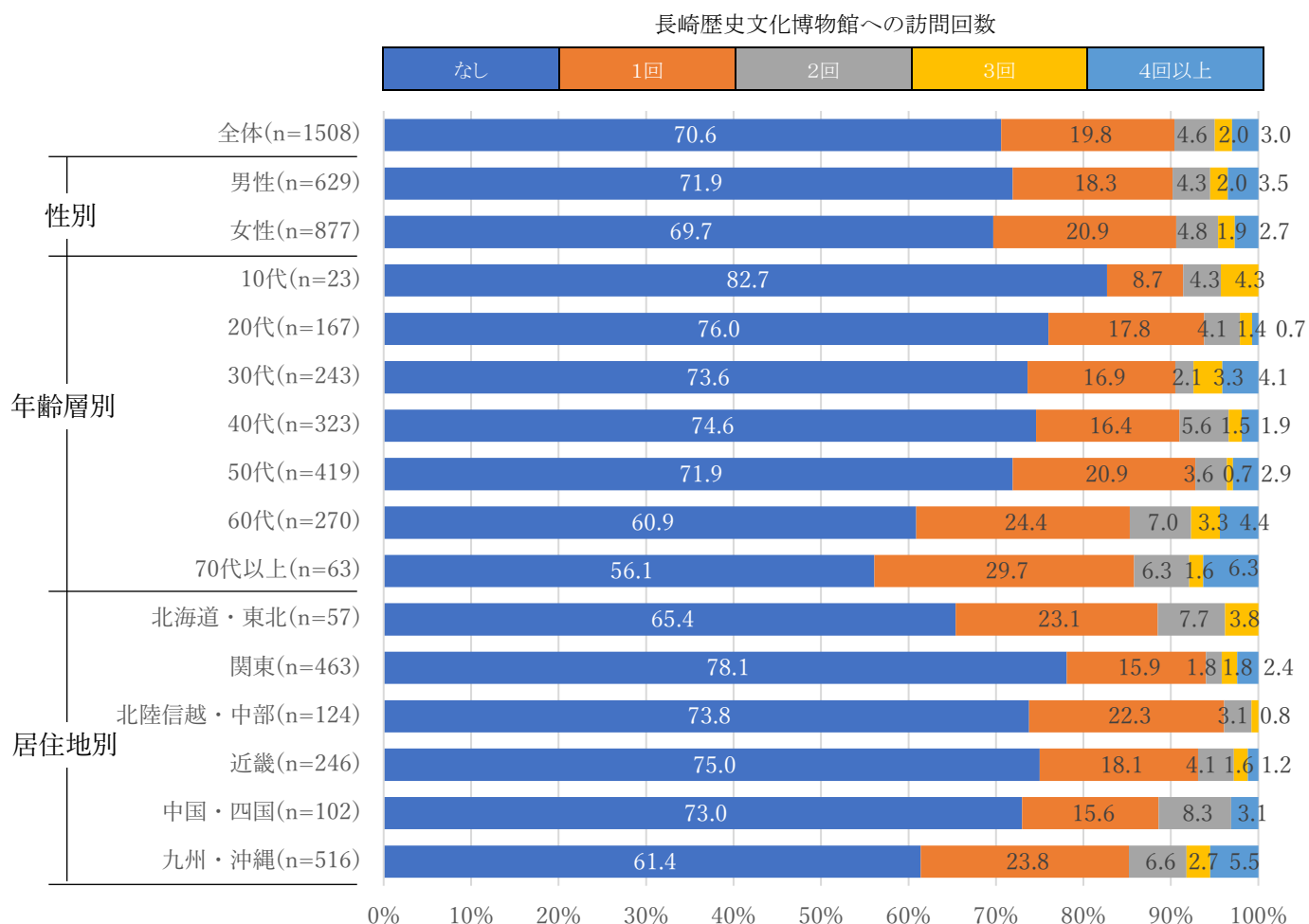
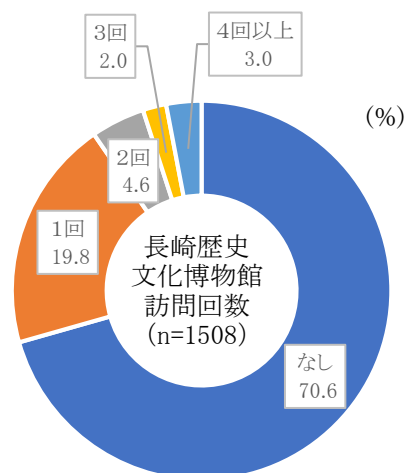
居住地別では、九州・沖縄ブロックでは約8割が「1回」以上の訪問経験がある。



《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、「なし」が70.6%で最も多く、「1回」が19.8%が続いている。これは、前回調査（令和4年）とほぼ変わらない。

年齢層別では、60代以上の訪問経験率が約4割、居住地別では九州・沖縄ブロックの訪問経験率が約4割と最も多いが、過半に満たない。



《稲佐山》

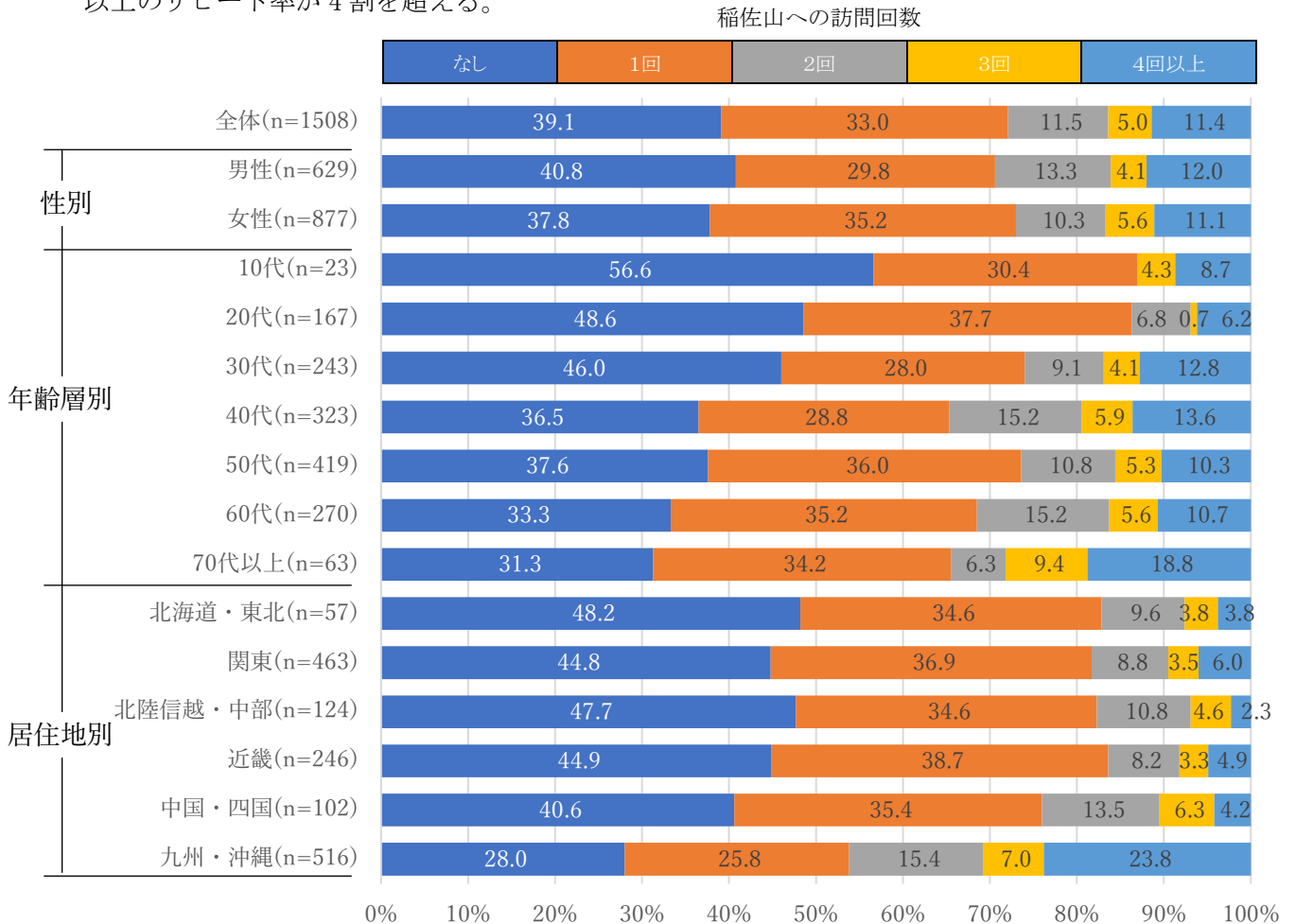
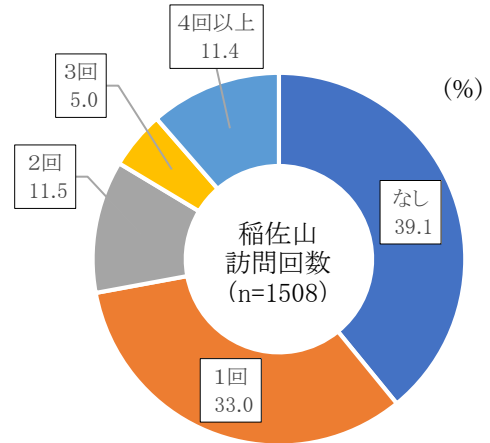
稲佐山への訪問回数は、「なし」が39.1%で最も多く、「1回」が33.0%が続いている。

前回調査（令和4年）では、「1回」と答えた人の割合が40.2%と最も高かったが、今回は「なし」と答えた人の割合のほうが高くなった。

既出の「長崎市内の訪問先・訪問予定先」でも稲佐山は前回調査と比較し、3位から7位と順位を下げており、訪問意欲の低下か何らかの原因が考えられる。

属性別でみると、男女間の違いはほぼないが、年齢層別にみると年代が高くなるほど訪問経験が高くなっていく。

居住地別でみると、九州・沖縄ブロックでは2回以上のリピート率が4割を超える。



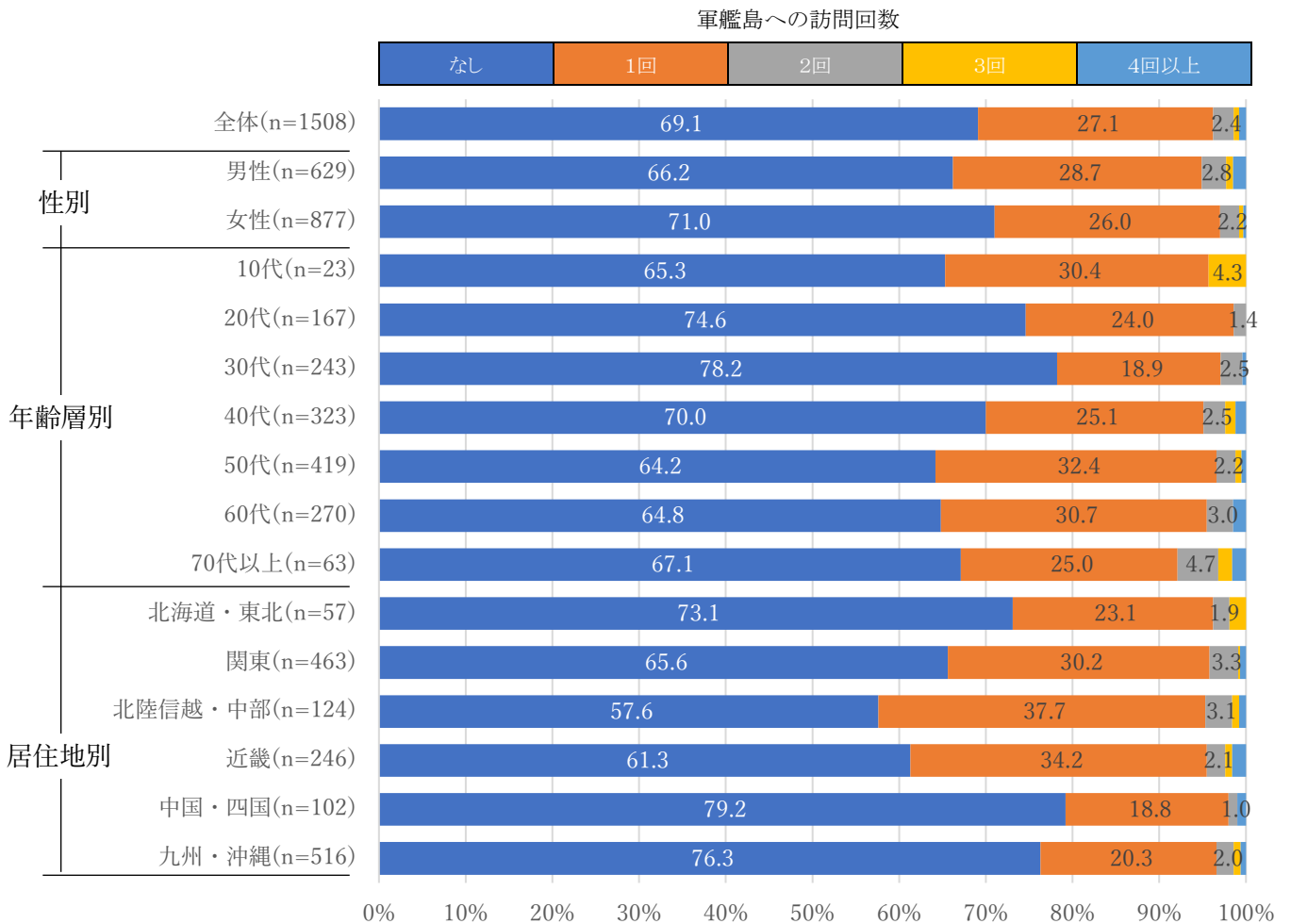
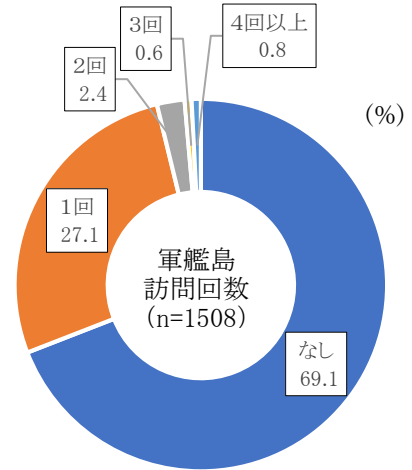
《軍艦島》

軍艦島への訪問回数は、「なし」が69.1%で最も多く、「1回」が27.1%で続いている。

前回調査（令和4年）と比較すると、大きな違いはみられない。

属性別でみると、男女間の違いはほぼないが、年齢層別にみると、30代の訪問経験率が約2割と他の年齢層と比較して10ポイント程度低い。

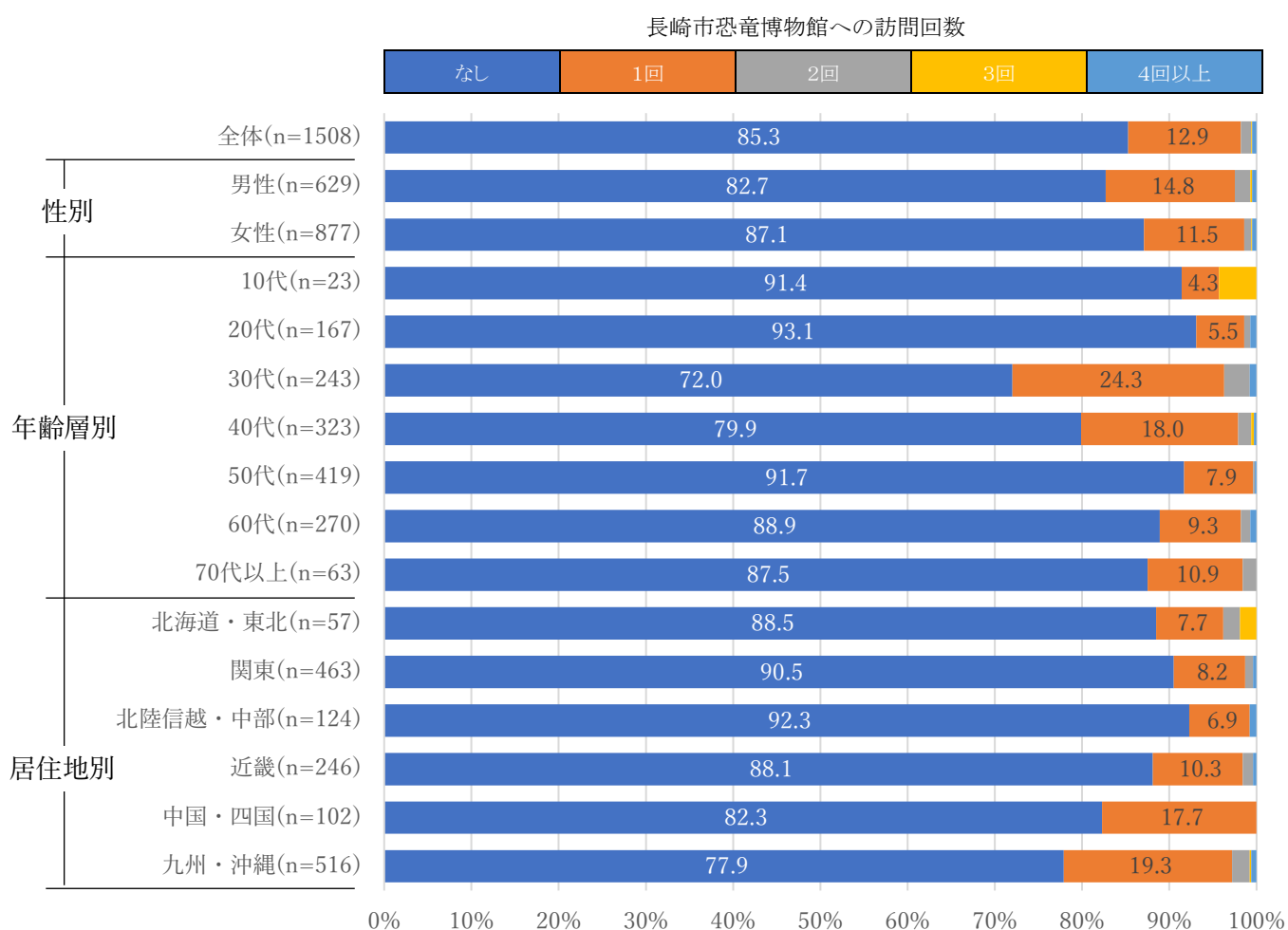
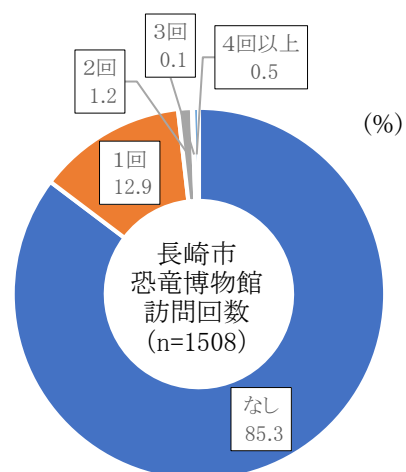
居住地別では、北陸信越・中部ブロックからの訪問経験率が4割を超えており、全体平均と比較して10ポイント程度高い。



《長崎市恐竜博物館》

令和3年10月にオープンした長崎市恐竜博物館への訪問回数は、「なし」が85.3%で最も多く、訪問経験がない方が多いが、昨年の93.0%より7.7%の低下がみられ、「1回」が昨年より7.2ポイント増加しており少しずつ施設の認知度が高まっているとみられる。

属性別でみると、性別の違いはほぼないが、年齢層別の違いとして30代及び40代において「1回」以上の訪問者数が約2割と他の年齢層に比べて高い割合となっている。また、前回調査（令和4年）と比較すると30代において「1回」が前回より21ポイント増加している。

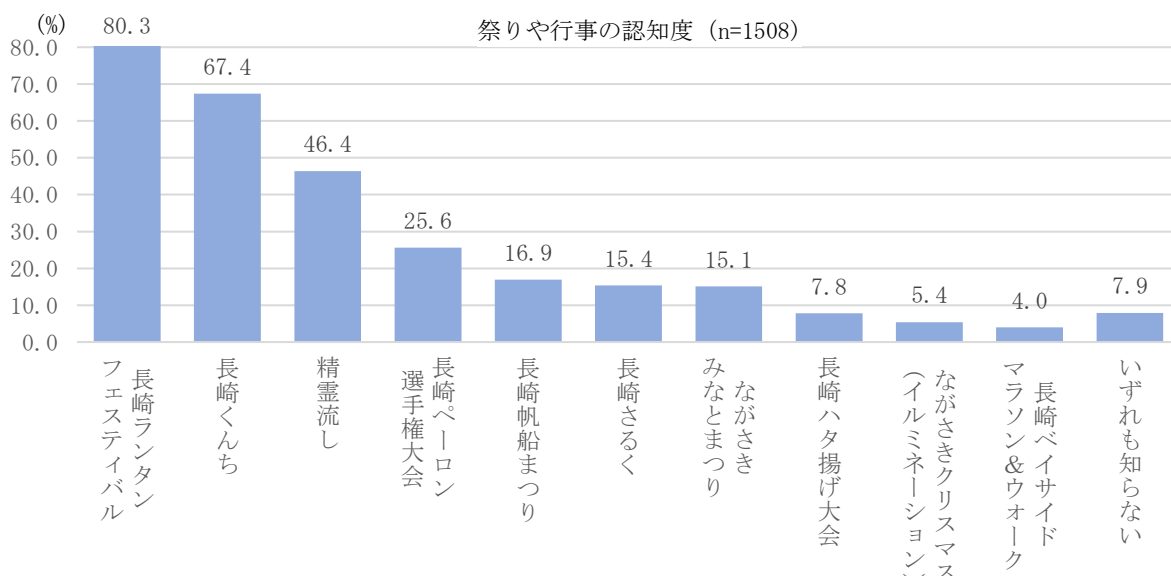


【祭り・行事の認知度】

○祭りや行事の認知度

長崎市の祭りや行事の認知度は、「ランタンフェスティバル」が 80.3%で最も多く、「長崎くんち」が 67.4%、「精霊流し」が 46.4%と続いている。それら以外の祭りや行事の認知度はいずれも 3 割未満となっており、上位 3 位の祭りや行事の認知度と比較し、大きな差がある。

属性別では、男女別で認知度に差があるのは「ランタンフェスティバル」で、男性に比べ女性の認知度が 10 ポイント程度高い。年齢層別では、全体的に 10 代・20 代の認知度が低く、「いずれも知らない」と答えた人の割合は、20 代において 2 割弱となっている。居住地別では九州・沖縄ブロックにおける認知度はほとんどの祭りや行事について平均を 10 ポイント程度上回っているが、それ以外のブロックにおける認知度は平均を下回る祭りや行事が多い。唯一、近畿ブロックにおけるペーロン選手権大会の認知度は平均を上回るが、兵庫県相生市でもペーロン祭が行われており、長崎市で行われる大会にも参加経験があることに起因すると考えられる。



長崎のお祭り・行事の認知度 (■+5.0以上、■-5.0以下) (%)

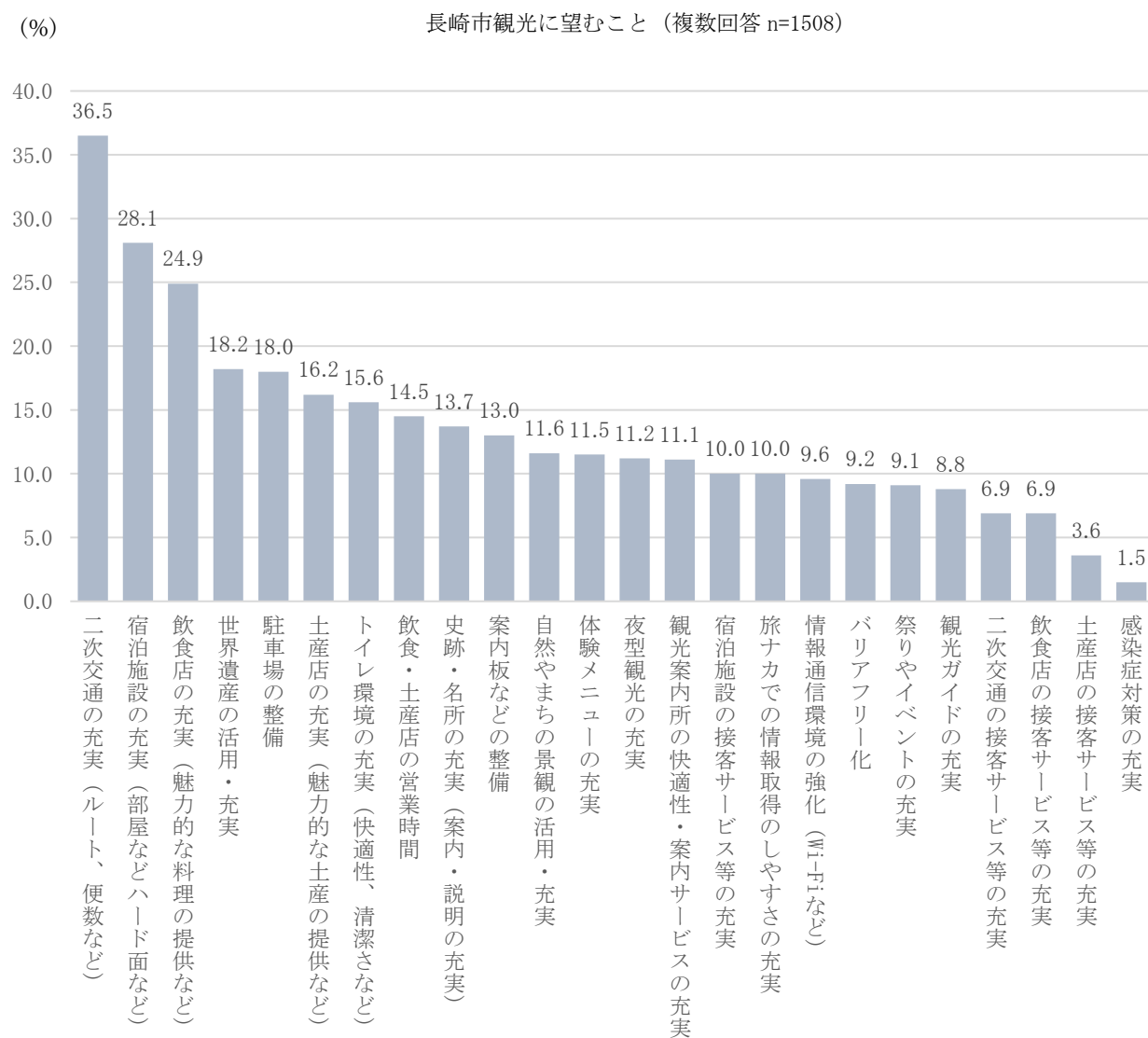
	長崎ランタンフェスティバル	長崎くんち	精霊流し	長崎ペーロン選手権大会	長崎帆船まつり	長崎さるく	みなとまつり	ながさき	長崎ハタ揚げ大会	ながさきクリスマス(イルミネーション)	長崎ベイサイドマラソン&ウォーク	いずれも知らない
全体 (n=1508)	80.3	67.4	46.4	25.6	16.9	15.4	15.1	7.8	5.4	4.0	7.9	
性別	男性 (n=629)	73.1	68.0	46.6	28.0	16.1	12.0	15.5	7.9	5.3	4.6	10.2
	女性 (n=877)	85.2	67.0	46.4	24.1	17.4	17.8	14.8	7.8	5.5	3.5	6.4
年齢層	10代 (n=23)	69.6	47.8	17.4	-	8.7	-	13.0	-	8.7	-	8.7
	20代 (n=167)	73.3	43.2	25.3	7.5	7.5	11.6	11.0	3.4	6.2	6.2	17.1
	30代 (n=243)	85.6	62.6	40.7	20.6	18.1	18.9	19.3	7.8	6.6	6.6	5.3
	40代 (n=323)	85.1	70.9	48.3	27.6	20.7	18.0	18.0	6.5	4.6	2.5	6.8
	50代 (n=419)	78.9	68.6	47.2	27.3	14.4	14.1	12.5	7.2	5.0	3.4	8.6
	60代 (n=270)	78.5	75.6	63.3	33.0	18.1	15.9	14.1	11.9	5.6	3.7	6.3
	70代以上 (n=63)	71.9	87.5	40.6	43.8	28.1	9.4	15.6	14.1	3.1	3.1	4.7
居住地	北海道・東北 (n=57)	63.5	51.9	40.4	17.3	7.7	3.8	9.6	1.9	-	1.9	15.4
	関東 (n=463)	70.0	62.0	40.6	19.0	9.3	10.6	9.3	6.6	3.8	3.3	11.5
	北陸信越・中部 (n=124)	68.5	57.7	33.1	13.1	6.2	8.5	5.4	2.3	3.1	0.8	14.6
	近畿 (n=246)	73.3	63.0	36.6	32.9	11.5	10.3	3.3	4.1	2.1	0.8	11.5
	中国・四国 (n=102)	87.5	63.5	41.7	17.7	9.4	11.5	13.5	8.3	6.3	1.0	4.2
	九州・沖縄 (n=516)	96.1	78.9	61.1	33.6	31.3	25.8	29.1	12.5	9.4	7.6	1.4

【長崎市の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(複数回答)

長崎市が更に良くなるために望むこと（複数回答）は、「二次交通の充実（ルート、便数など）」が36.5%で最も多く、「宿泊施設の充実（部屋などハード面など）」が28.1%、「飲食店の充実（魅力的な料理の提供など）」が24.9%と続く。

前回調査（令和4年）と比較すると、「二次交通の充実（ルート、便数など）」と「宿泊施設の充実（部屋などハード面）」については前回同様3割前後の要望がある（「二次交通の充実（令和4年調査：39.9%）」、「宿泊施設の充実（同32.5%）」）。



属性別では、男女別では大きな傾向の違いは見られなかったが、年齢層別でみると、上位3位以下は10代・20代と70代以上では逆の傾向を示すことが多い（例えば10代・20代は「案内板などの整備」を望む割合が平均以下であるのに対し、70代以上は平均より10ポイント以上高い）。また、「二次交通の充実」については10代からの要望が特に多い。

居住地別では「宿泊施設の充実」「飲食店の充実」については、北海道・東北ブロックからの要望が平均よりも5ポイント以上少ない。また、「駐車場の整備」については、九州・沖縄ブロックからの指摘が特に多く、車での訪問が多いことがうかがえる。

長崎市が更に良くなるために望むこと（■+5.0以上、■-5.0以下）（%）

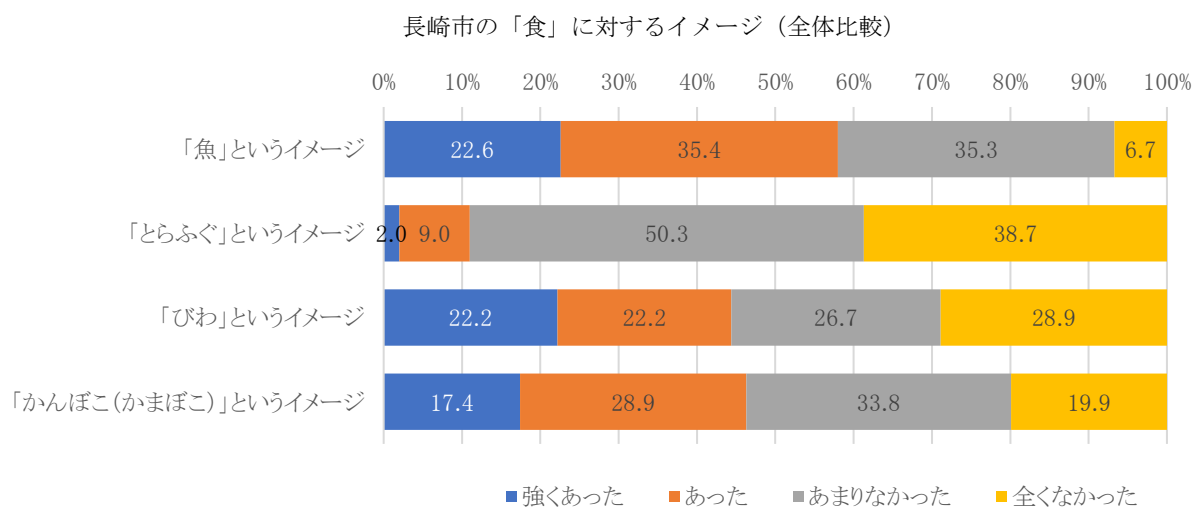
		二次交通の充実 (ルート、便数など)	宿泊施設の充実 (部屋などハード面)	飲食店の充実(魅力的な料理の提供など)	世界遺産の活用・充実	駐車場の整備	土産店の充実(魅力的な土産の提供など)	トイレ環境の充実	飲食・土産店の営業時間	(史跡・名所の充実)案内・説明の充実	案内板などの整備	自然やまちの景観の活用・充実	体験メニューの充実
全体(n=1508)		36.5	28.1	24.9	18.2	18.0	16.2	15.6	14.5	13.7	13.0	11.6	11.5
性別	男性(n=629)	38.7	32.5	24.9	20.3	20.8	13.7	14.2	14.8	14.3	13.2	11.9	12.0
	女性(n=877)	35.0	25.0	25.0	16.8	16.2	18.0	16.6	14.4	13.3	12.9	11.4	11.2
年齢層	10代(n=23)	47.8	34.8	26.1	13.0	4.3	13.0	8.7	4.3	8.7	4.3	4.3	8.7
	20代(n=167)	40.4	29.5	18.5	15.1	11.0	17.8	14.4	13.0	11.0	4.1	10.3	8.9
	30代(n=243)	34.2	27.2	23.5	11.5	20.2	16.9	18.1	19.8	9.9	9.9	12.3	14.4
	40代(n=323)	36.5	25.7	27.6	22.3	18.9	16.1	14.9	10.5	17.3	11.1	10.5	17.3
	50代(n=419)	36.5	29.3	24.2	16.5	20.4	16.3	14.4	16.1	11.3	14.9	10.8	9.8
	60代(n=270)	36.3	28.1	27.4	23.0	17.4	14.8	17.8	15.6	17.0	18.1	13.7	7.4
	70代以上(n=63)	34.4	29.7	25.0	21.9	14.1	17.2	14.1	7.8	20.3	23.4	15.6	6.3
居住地	北海道・東北(n=57)	34.6	21.2	15.4	17.3	15.4	19.2	15.4	13.5	11.5	17.3	13.5	19.2
	関東(n=463)	36.9	24.7	23.4	20.8	8.6	14.6	13.7	16.1	13.5	11.9	11.3	11.7
	北陸信越・中部(n=124)	33.8	26.2	26.9	23.8	14.6	16.9	10.0	13.1	14.6	11.5	12.3	6.9
	近畿(n=246)	37.0	27.2	24.3	19.8	11.1	16.0	14.8	17.7	15.6	14.8	11.1	10.7
	中国・四国(n=102)	41.7	30.2	25.0	17.7	25.0	14.6	15.6	14.6	11.5	13.5	5.2	7.3
	九州・沖縄(n=516)	35.9	32.2	27.0	13.9	29.5	17.6	19.1	12.1	13.5	12.9	12.9	12.9

		夜型観光の充実	観光案内所の快適性・案内サービスの充実	宿泊施設の接客サービス等の充実	旅ナカでの情報取得のしやすさの充実	情報通信環境の強化(Wi-Fiなど)	バリアフリー化	祭りやイベントの充実	観光ガイドの充実	二次交通の接客サービス等の充実	飲食店の接客サービス等の充実	土産店の接客サービス等の充実	感染症対策の充実	その他
全体(n=1508)		11.2	11.1	10.0	10.0	9.6	9.2	9.1	8.8	6.9	6.9	3.6	1.5	5.9
性別	男性(n=629)	10.5	9.4	11.5	8.7	11.0	7.6	8.4	9.6	8.1	8.2	4.9	1.0	6.9
	女性(n=877)	11.7	12.3	8.9	10.8	8.6	10.3	9.6	8.3	6.2	6.0	2.7	1.8	5.2
年齢層	10代(n=23)	4.3	13.0	4.3	4.3	-	4.3	8.7	4.3	-	8.7	-	-	-
	20代(n=167)	14.4	6.2	7.5	7.5	7.5	7.5	6.2	4.1	6.2	8.9	2.1	-	6.2
	30代(n=243)	7.0	9.5	12.8	8.6	8.2	8.2	10.3	4.9	6.6	7.8	3.3	1.2	5.3
	40代(n=323)	11.1	9.9	9.0	9.6	9.0	6.5	11.8	8.0	7.1	7.1	3.7	1.5	5.9
	50代(n=419)	12.5	11.0	10.3	10.3	10.1	9.4	7.7	9.6	7.2	4.6	4.6	2.2	6.2
	60代(n=270)	11.9	16.3	10.4	13.0	12.2	13.0	8.5	14.8	8.1	7.8	4.1	1.5	7.0
	70代以上(n=63)	12.5	12.5	7.8	9.4	10.9	14.1	9.4	9.4	4.7	9.4	1.6	1.6	3.1
居住地	北海道・東北(n=57)	7.7	7.7	9.6	9.6	3.8	7.7	5.8	3.8	11.5	5.8	1.9	-	3.8
	関東(n=463)	10.8	11.3	7.5	10.6	12.4	7.7	9.1	9.7	7.9	5.5	3.3	1.1	7.5
	北陸信越・中部(n=124)	14.6	16.2	10.8	10.0	5.4	6.9	6.2	9.2	6.9	4.6	3.1	1.5	5.4
	近畿(n=246)	11.5	10.3	8.2	13.2	9.1	10.3	9.1	12.3	7.0	7.4	3.3	2.5	7.8
	中国・四国(n=102)	12.5	9.4	9.4	11.5	7.3	9.4	9.4	10.4	6.3	7.3	2.1	1.0	6.3
	九州・沖縄(n=516)	10.7	10.7	12.9	7.6	9.4	10.5	10.2	6.4	5.7	8.6	4.7	1.6	3.9

○長崎市の「食」に対するイメージ(全体比較)

長崎市の「食」に対するイメージを尋ねたところ、「強くあった」、「あった」の合計値が最も高いのは『魚』というイメージの58.0%であり、次いで『かんぼこ(かまぼこ)』というイメージの46.3%、「びわ」というイメージの44.4%であった。この順位は前回調査(令和4年)と変わっていない。

また、『とらふぐ』というイメージは11.0%と他に比べ著しく低くなっているが、これも前回同様である。



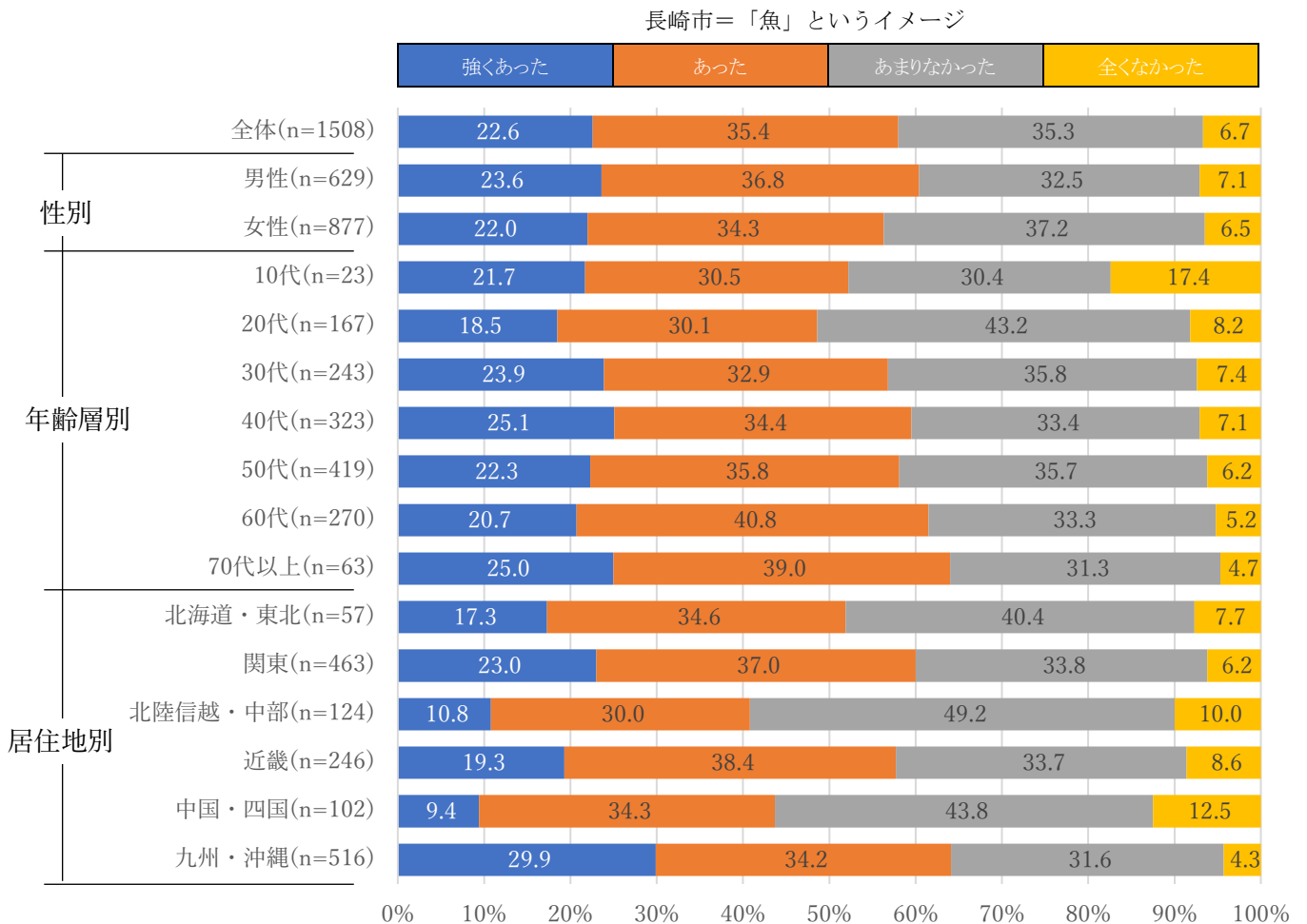
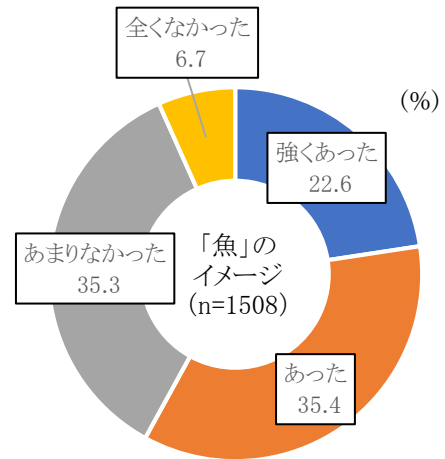
N=1508

○長崎市＝「魚」というイメージ

長崎市＝「魚」のイメージは、「強くあった」と「あった」の合計が58.0%であった。

属性別では、男女間の違いはほぼないが、年齢層別でみると、10代・20代については「強くあった」と「あった」の合計が5割前後だが、60代以上では6割を超す。

居住地別では、「強くあった」と「あった」の合計が、九州・沖縄ブロックだけではなく、北海道・東北ブロック、関東ブロック、近畿ブロックにおいても過半を超えている。

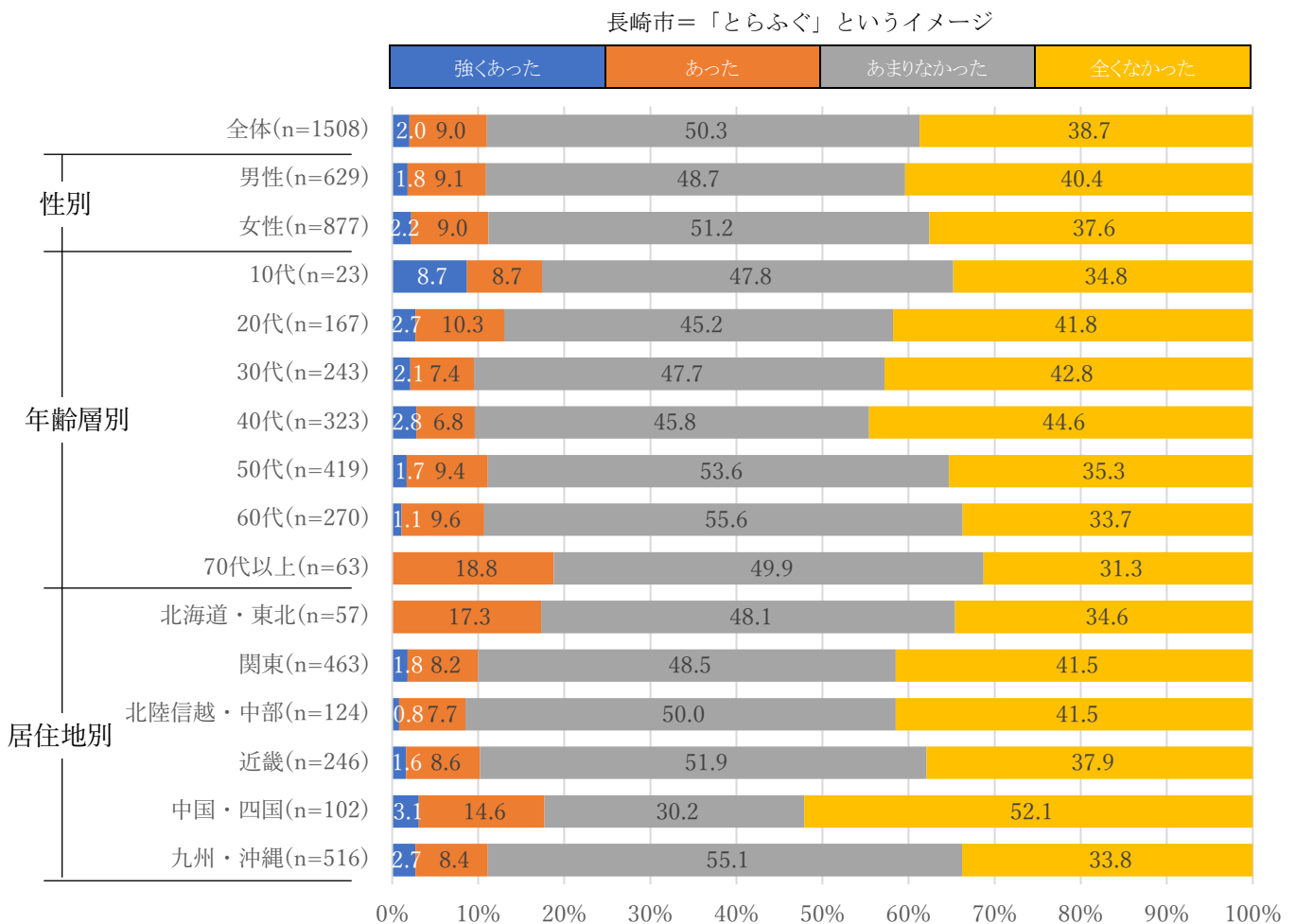
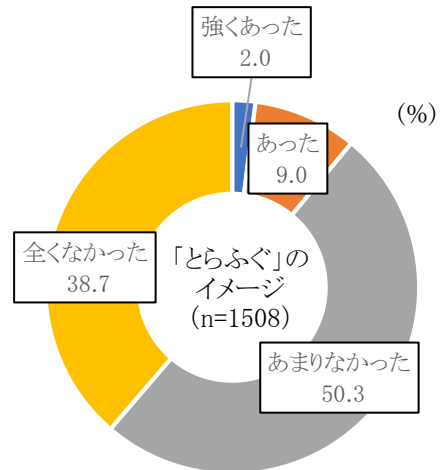


○長崎市=「とらふぐ」というイメージ

長崎市=「とらふぐ」のイメージは、「強くあった」と「あった」の合計が11.0%であった。

属性別では、男女間の違いはほぼないが、年齢層別でみると「強くあった」と「あった」の合計が10代で17.4%、70代以上で18.8%となり、他の年齢層を上回る。

居住地別では、「強くあった」、「あった」の合計が北海道・東北ブロック、中国・四国ブロックにおいては平均を超えた。

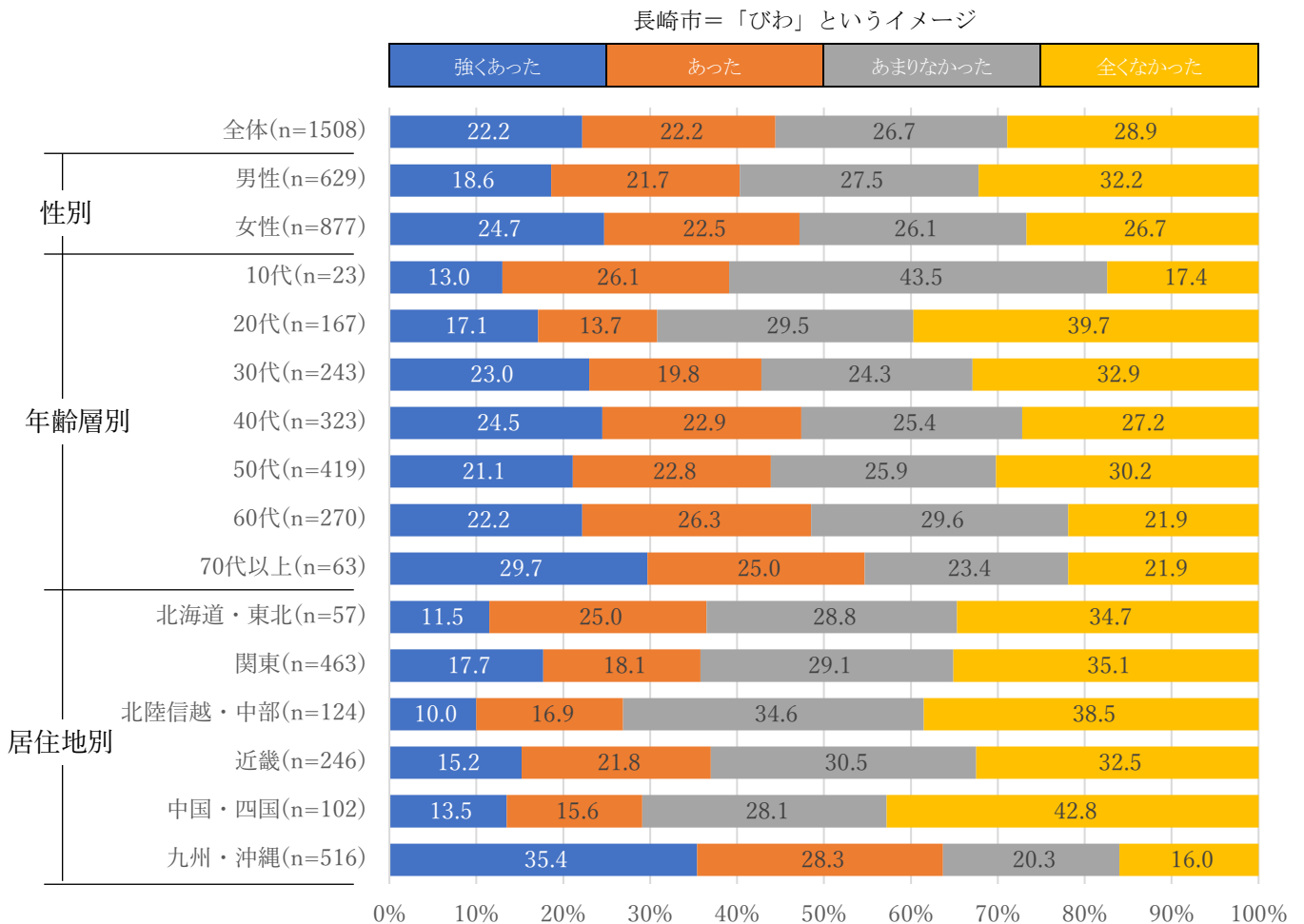
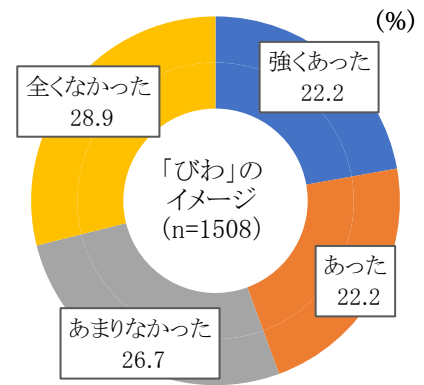


○長崎市=「びわ」というイメージ

長崎市=「びわ」のイメージは、「強くあった」と「あった」の合計が44.4%であった。

属性別では、男女間の違いはほぼないが、年齢層別でみると、「強くあった」、「あった」の合計は比較的、年齢が高くなればなるほど高くなる傾向がみられた。

居住地別では、九州・沖縄ブロックにおいては「強くあった」、「あった」の合計が6割を超える一方、他のブロックでは高くても4割程度にとどまり、最も低い北陸信越・中部ブロックと比較すると36.8ポイントもの差がある。

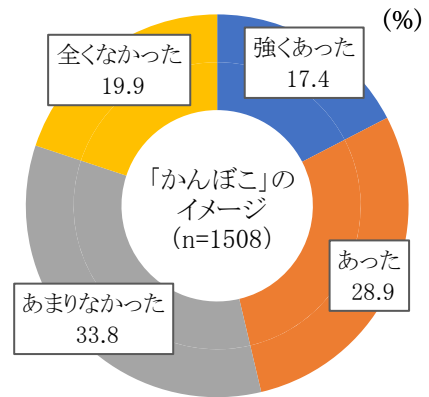


○長崎市=「かんぼこ(かまぼこ)」というイメージ

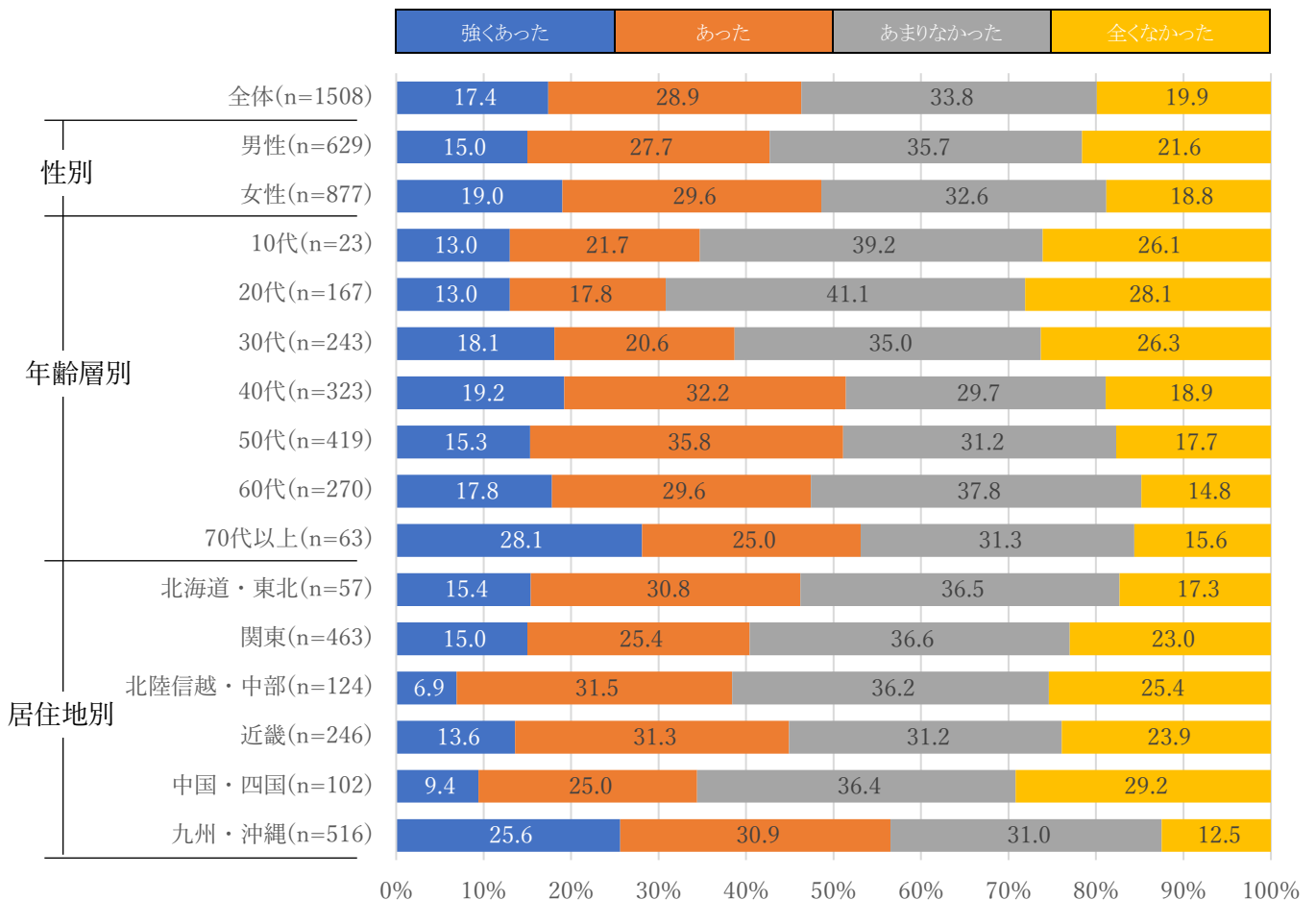
長崎市=「かんぼこ」のイメージは、「強くあった」と「あった」の合計が46.3%であった。

属性別では、男女間の違いはほぼないが、年齢層別で見ると、「強くあった」、「あった」の合計は比較的、年齢が高くなればなるほど高くなる傾向がみられた。

居住地別では、九州・沖縄ブロックにおいては「強くあった」と「あった」の合計が平均を10ポイント程度上回る一方、中国・四国ブロックにおいては平均を10ポイント程度下回った。



長崎市=「かんぼこ(かまぼこ)」というイメージ

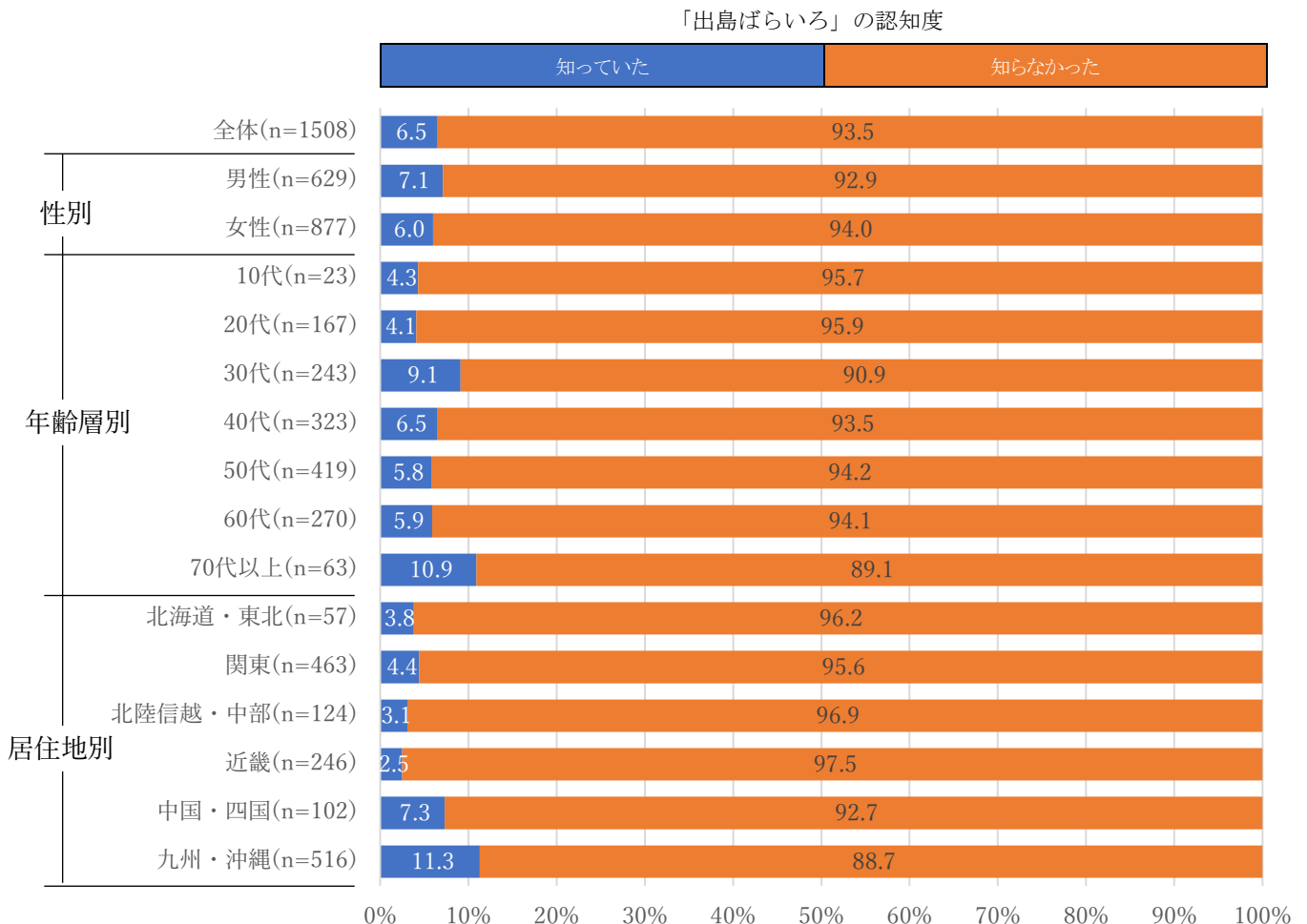
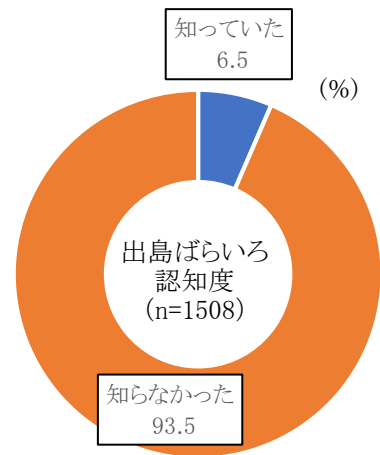


○「出島ばらいろ」の認知度

「出島ばらいろ」の認知率は6.5%と、前回調査（令和4年）より1.6ポイント下降し、昨年の前年比3.2ポイント増を除き、年々下降傾向にある。

属性別で見ると、性別、年齢層別の違いはほぼない。

居住地別では、九州・沖縄ブロックにおいては平均を4.8ポイント上回っている一方、他のブロックにおいては中国・四国ブロックを除き、平均に満たない。特に近畿ブロックにおいては認知度が3%未満となっている。



○「さしみシティ」知名度(複数回答)

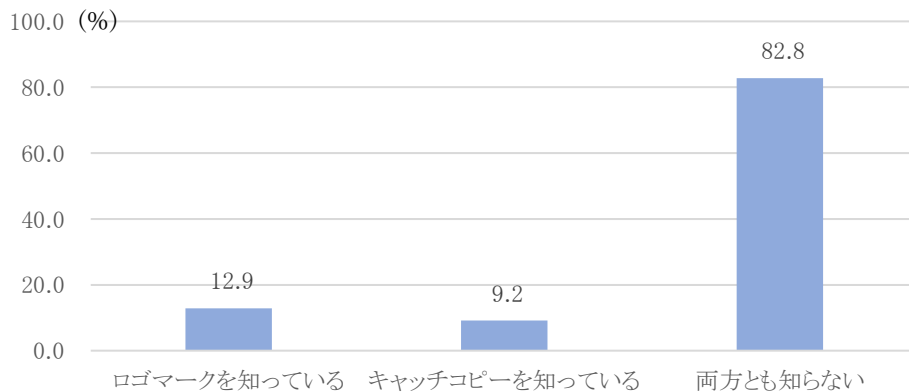
観光活性化策として令和3年から掲げられた「さしみシティ」の知名度※は17.2%であった。前回調査(令和4年)では12.7%であったことから4.5ポイント上昇した。属性別にみると、全年代において約2割前後に認知されている。

キャッチコピーの知名度は9.2%で、性別による違いはあまりなく、年齢層別でみると10代、30代において平均より高くなっている。居住地別では、北海道・東北ブロックにおける知名度が17.3%と他のブロックと比較して高い。

また、ロゴマークの知名度は12.9%で、男女間の違いはほぼないが、年齢層別でみると10代では4.3%と平均を8.6ポイント下回る。

※「さしみシティ」の知名度・・・ロゴマークかキャッチコピーのどちらか又は両方とも知っている人の割合

「さしみシティ」知名度(複数回答 n=1508)



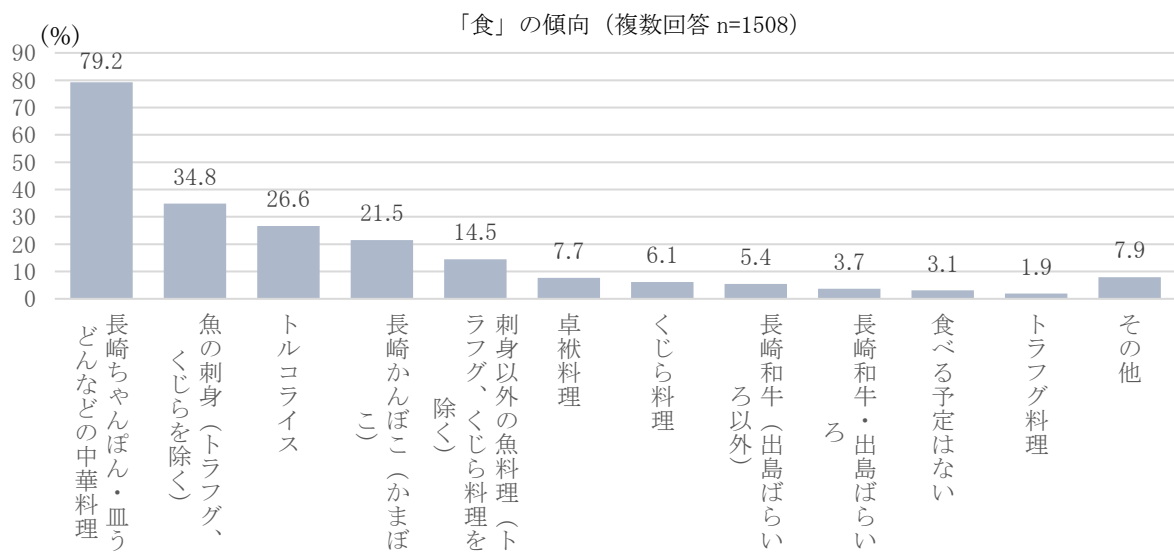
「さしみシティ」知名度 (■+5.0以上、■-5.0以下) (%)

		ロゴマークを知っている	キャッチコピーを知っている	両方とも知らない
全体 (n=1508)		12.9	9.2	82.8
性別	男性 (n=629)	11.4	7.7	85.3
	女性 (n=877)	13.9	10.1	81.1
年齢層	10代 (n=23)	4.3	13.0	82.6
	20代 (n=167)	11.6	6.2	86.3
	30代 (n=243)	15.6	12.8	81.1
	40代 (n=323)	13.6	9.9	81.4
	50代 (n=419)	12.7	9.1	81.5
	60代 (n=270)	11.5	7.8	85.2
	70代以上 (n=63)	12.5	4.7	85.9
居住地	北海道・東北 (n=57)	11.5	17.3	78.8
	関東 (n=463)	14.1	11.0	80.6
	北陸信越・中部 (n=124)	8.5	5.4	90.0
	近畿 (n=246)	13.2	7.0	84.4
	中国・四国 (n=102)	13.5	6.3	83.3
	九州・沖縄 (n=516)	12.9	9.4	82.4

○「食」の傾向(複数回答)

長崎市で食べた(食べる予定の)料理は、「長崎ちゃんぽん～(令和4年調査:78.6%)」が79.2%で最も多く、次いで「魚の刺身(同33.8%)」が34.8%、「トルコライス(同28.8%)」が26.6%となった。

属性別では、男女間に違いが見られるのが「長崎かんぼこ(かまぼこ)」で、男性の割合と比べ、女性のほうが8.9ポイント高い。年齢層別にみると、20代において「食べる予定はない」と答えた割合も7.5%と平均より4.4ポイント高い。また10代において「くじら料理」と答えた割合は13.0%と平均より6.9ポイント高い。居住地別では、前回調査時(令和4年)に平均より20ポイント低かった北海道・東北ブロックにおける「長崎ちゃんぽん～」が、84.6%と平均より5.4ポイント上回っている。



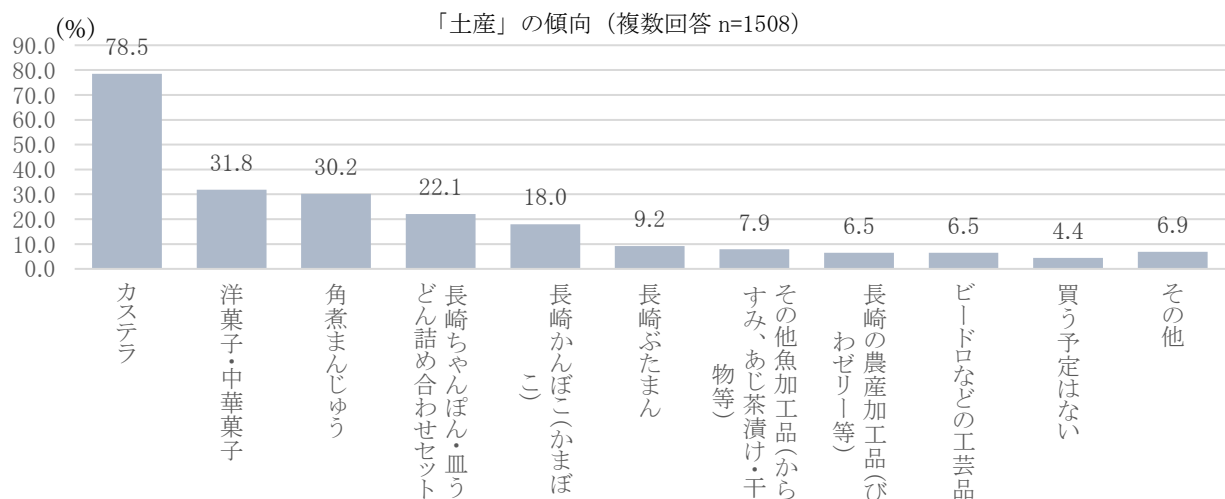
「食」の傾向(■+5.0以上、■-5.0以下)(%)

		長崎ちゃんぽん・皿うどんなどの中華料理	魚の刺身(トラフグ、くじらを除く)	トルコライス	長崎かんぼこ(かまぼこ)	刺身以外の魚料理(トラフグ、くじら料理を除く)	卓袱料理	くじら料理	(出島ばら以外の)長崎和牛	長崎和牛・出島ばら	食べる予定はない	トラフグ料理	その他
全体(n=1508)		79.2	34.8	26.6	21.5	14.5	7.7	6.1	5.4	3.7	3.1	1.9	7.9
性別	男性(n=629)	77.3	33.1	26.9	16.3	15.0	7.7	6.1	5.4	3.3	3.5	1.8	5.3
	女性(n=877)	80.6	35.9	26.3	25.2	14.1	7.8	6.0	5.4	4.0	2.9	1.9	9.7
年齢層	10代(n=23)	78.3	34.8	30.4	8.7	13.0	-	13.0	4.3	-	-	4.3	4.3
	20代(n=167)	75.3	26.0	26.7	11.6	12.3	3.4	5.5	4.1	1.4	7.5	0.7	10.3
	30代(n=243)	72.8	36.6	26.7	16.9	11.5	8.2	4.9	3.7	5.3	5.3	1.6	9.5
	40代(n=323)	77.7	40.6	30.0	18.0	16.1	7.1	5.0	5.0	3.7	2.8	0.9	7.1
	50代(n=419)	82.3	31.2	29.3	28.1	15.6	6.5	7.4	7.4	3.1	1.7	2.9	7.0
	60代(n=270)	82.6	38.1	20.7	25.9	17.8	12.2	5.6	5.2	4.1	2.2	1.9	8.1
	70代以上(n=63)	85.9	28.1	14.1	23.4	1.6	10.9	7.8	4.7	6.3	-	3.1	6.3
居住地	北海道・東北(n=57)	84.6	42.3	25.0	28.8	23.1	13.5	7.7	3.8	5.8	-	1.9	3.8
	関東(n=463)	82.6	39.5	28.7	24.7	16.3	7.7	8.4	6.4	4.2	3.1	2.6	6.8
	北陸信越・中部(n=124)	83.8	35.4	29.2	20.8	16.9	3.1	4.6	7.7	3.8	1.5	2.3	5.4
	近畿(n=246)	86.8	39.9	27.2	24.7	14.4	6.6	6.2	8.2	3.3	1.6	2.1	8.2
	中国・四国(n=102)	87.5	28.1	33.3	26.0	16.7	8.3	6.3	4.2	5.2	2.1	2.1	4.2
	九州・沖縄(n=516)	69.3	28.5	22.7	15.8	10.9	8.8	4.1	2.9	2.9	4.7	1.0	10.4

○「土産」の傾向(複数回答)

長崎市で購入した（購入予定の）お土産は、「カステラ（令和4年調査：79.0%）」が78.5%で最も多く、2位の「洋菓子・中華菓子（同24.8%）」を46.7ポイント上回っている。なお、前々回調査（令和3年）では「カステラ」の購入率は79.7%、「洋菓子・中華菓子」の購入率は18.8%であることから、年々少しずつではあるが、「カステラ」への一極集中から選択肢が多様化してきている傾向がある。

属性別でみると、男女間に違いが見られるのが「洋菓子・中華菓子」で、男性の購入率と比べ、女性のほうが16.6ポイント高い。年齢層別にみると、20代の「洋菓子・中華菓子」の購入率は平均より7.1ポイント低く、10代の「角煮まんじゅう」の購入率は平均より17.6ポイント高い。また、70代の「長崎ちゃんぽん」の購入率は平均より6.5ポイント低い。居住地別では、「カステラ」の購入率は関東、九州・沖縄ブロック以外では平均を上回るが、関東ブロックでは平均を1ポイント、九州・沖縄ブロックでは平均を5.3ポイント下回る。「長崎かんぼこ（かまぼこ）」の購入率については、北海道・東北ブロックにおいては平均を6.5ポイント下回っている。



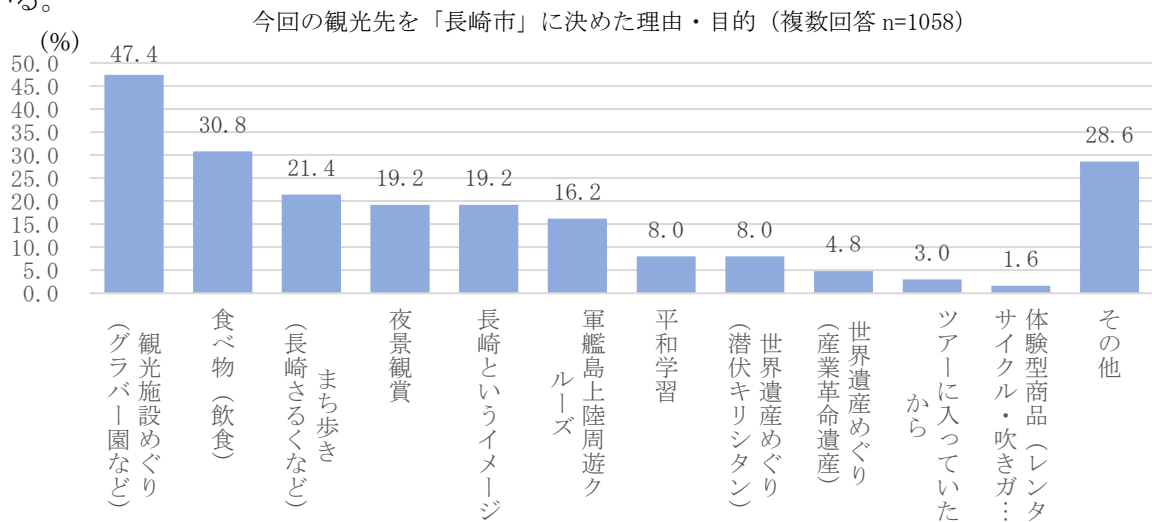
長崎市内で購入した（購入予定の）お土産（■+5.0以上、■-5.0以下）（%）

	カステラ	洋菓子・中華菓子	角煮まんじゅう	皿うどん詰め合わせセット	長崎ちゃんぽん	長崎かんぼこ（かまぼこ）	長崎ぶたまん	その他魚加工品（からすみ等）	長崎の農産加工品（びわゼリー等）	ビードロなどの工芸品	買う予定はない	その他
全体 (n=1508)	78.5	31.8	30.2	22.1	18.0	9.2	7.9	6.5	6.5	4.4	6.9	
性別	男性 (n=629)	75.1	22.1	25.2	20.1	15.5	7.2	6.4	5.3	5.1	5.6	6.1
	女性 (n=877)	80.7	38.7	33.8	23.6	19.8	10.6	9.0	7.3	7.3	3.5	7.4
年齢層	10代 (n=23)	91.3	30.4	47.8	17.4	-	17.4	-	-	13.0	8.7	-
	20代 (n=167)	81.5	24.7	28.1	19.9	13.7	10.3	4.1	6.2	6.2	2.7	5.5
	30代 (n=243)	73.7	32.1	28.4	18.5	10.7	11.9	5.3	9.5	8.6	5.3	6.2
	40代 (n=323)	77.1	33.7	32.2	22.6	18.9	6.8	8.0	7.7	7.4	7.4	7.4
	50代 (n=419)	80.6	33.6	28.1	26.6	21.6	10.6	10.3	4.8	5.8	2.6	6.5
	60代 (n=270)	77.4	30.4	32.2	21.1	18.5	7.4	8.9	5.9	4.4	3.3	9.3
	70代以上 (n=63)	82.8	32.8	31.3	15.6	32.8	4.7	9.4	4.7	4.7	3.1	4.7
居住地	北海道・東北 (n=57)	88.5	30.8	32.7	36.5	11.5	5.8	7.7	9.6	13.5	-	5.8
	関東 (n=463)	77.5	30.5	29.6	23.4	15.0	7.3	7.7	7.1	6.8	5.3	6.2
	北陸信越・中部 (n=124)	80.0	33.1	30.8	23.8	15.4	6.9	10.0	6.2	8.5	5.4	6.2
	近畿 (n=246)	83.5	38.3	24.3	21.4	25.1	9.1	11.9	5.3	7.0	1.6	7.8
	中国・四国 (n=102)	90.6	36.5	33.3	30.2	19.8	9.4	7.3	6.3	7.3	1.0	6.3
	九州・沖縄 (n=516)	73.2	28.9	32.6	18.0	18.4	11.9	5.9	6.3	4.5	5.7	7.4

○今回の観光先を「長崎市」に決めた理由・目的(複数選択)

今回の観光先を長崎市に決めた理由・目的は、「観光施設めぐり（令和4年調査：50.4%）」が47.4%で最も多く、「食べ物（同35.3%）」が30.8%、「まち歩き（同29.5%）」が21.4%、「夜景観賞（同21.8%）」が19.2%、「長崎というイメージ（同22.3%）」が19.2%と続く。前回調査と比較すると選択肢が2個増え、回答に多少の分散が見られたが、上位3位までは前回調査と変動は見られなかった。また、新しい選択肢である「軍艦島上陸周遊クルーズ」が16.2%と6位となり、「平和学習」（令和4年調査：12.6%）」が8.0%、「世界遺産めぐり（産業革命遺産）（同11.6%）」が4.8%と減少が見られた。

属性別では、男女間で大きな違いはみられないが、年齢層別にみると、「食べ物（飲食）」については、10代で平均を8.3ポイント上回り、全体の4割を占めている。また、「長崎というイメージ」については、10代で平均を6.9ポイント上回っており、「夜景観賞」については、70代以上で平均を21.4ポイント上回っている。居住地別では、「観光施設めぐり」について、九州・沖縄ブロック以外では平均を上回っているが、九州・沖縄ブロックでは平均を6ポイント下回っている。また、北陸信越・中部ブロックでは「軍艦島上陸周遊クルーズ」が34.6%と平均を18.4ポイント上回っている。

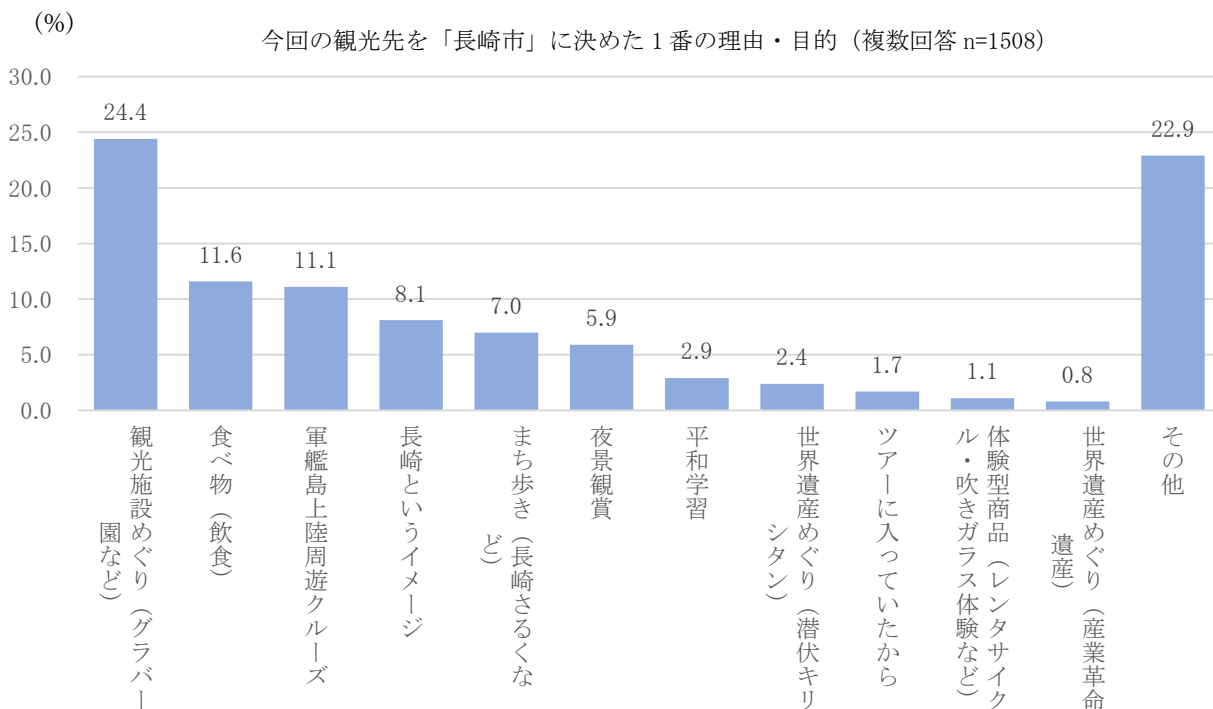


今回の観光先を「長崎市」に決めた理由・目的（■+5.0以上、■-5.0以下） (%)

		(観光施設めぐり グラブパー園など)	食べ物 (飲食)	(長崎さるくなど) まち歩き	夜景観賞	長崎というイメージ	軍艦島上陸周遊クルーズ	平和学習	(潜伏キリシタン) 世界遺産めぐり	(産業革命遺産) 世界遺産めぐり	ツアーに入っていたから	体験型商品 (レンタサイクルなど)	その他
全体 (n=1508)		47.4	30.8	21.4	19.2	19.2	16.2	8.0	8.0	4.8	3.0	1.6	28.6
性別	男性 (n=629)	45.5	29.8	23.1	19.1	18.6	16.6	8.6	8.7	4.9	2.5	2.1	27.2
	女性 (n=877)	48.8	31.4	20.2	19.4	19.6	15.8	7.6	7.5	4.8	3.3	1.3	29.6
年齢層	10代 (n=23)	65.2	39.1	30.4	21.7	26.1	13.0	8.7	8.7	13.0	-	4.3	13.0
	20代 (n=167)	58.2	24.7	19.9	17.1	17.8	11.0	13.0	9.6	4.1	2.1	0.7	21.9
	30代 (n=243)	41.6	29.2	13.6	11.9	20.2	11.5	7.0	2.9	2.5	3.7	4.1	31.3
	40代 (n=323)	45.2	30.0	20.7	13.6	16.1	15.2	9.6	7.1	3.7	0.9	1.2	31.6
	50代 (n=419)	48.0	32.1	22.1	19.9	20.4	21.1	5.3	8.2	5.5	2.2	1.0	30.2
	60代 (n=270)	47.8	34.4	26.3	27.4	20.4	18.9	9.6	11.5	7.4	5.6	1.5	26.3
	70代以上 (n=63)	45.3	26.6	29.7	40.6	18.8	7.8	3.1	12.5	3.1	7.8	-	23.4
居住地	北海道・東北 (n=57)	53.8	34.6	25.0	30.8	17.3	19.2	11.5	9.6	1.9	1.9	-	26.9
	関東 (n=463)	49.9	29.8	23.4	20.5	24.3	22.1	11.3	13.9	6.8	3.8	1.3	24.1
	北陸信越・中部 (n=124)	49.2	29.2	23.1	23.1	19.2	34.6	14.6	9.2	9.2	4.6	-	20.0
	近畿 (n=246)	50.6	29.6	21.4	22.6	18.9	21.4	7.8	8.2	7.0	2.5	0.8	26.7
	中国・四国 (n=102)	54.2	39.6	20.8	22.9	20.8	12.5	6.3	7.3	4.2	6.3	2.1	24.0
	九州・沖縄 (n=516)	41.4	30.5	18.9	13.7	14.6	4.1	3.5	2.3	1.4	1.6	2.7	36.7

○今回の観光先を「長崎市」に決めた1番の理由・目的

今回の観光先を長崎市に決めた1番の理由・目的は、「観光施設めぐり（令和4年調査：29.6%）」が24.4%で最も多く、「食べ物（同14.5%）」が11.6%、「軍艦島上陸周遊クルーズ」が11.1%と続いた。前回調査と比較すると、新しい選択肢である「軍艦島上陸周遊クルーズ」が3位となり、「まち歩き（同10.1%）」が7.0%と2ランク低下した。



今回の観光先を「長崎市」に決めた1番の理由・目的（■+5.0以上、■-5.0以下） (%)

		観光施設めぐり（グラバー園など）	食べ物（飲食）	軍艦島上陸周遊クルーズ	長崎というイメージ	まち歩き（長崎さるくなど）	夜景観賞	平和学習	世界遺産めぐり（潜伏キリシタン）	ツアーに入っていたから	体験型商品（レンタサイクルなど）	世界遺産めぐり（産業革命遺産）	その他
全体 (n=1508)		24.4	11.6	11.1	8.1	7.0	5.9	2.9	2.4	1.7	1.1	0.8	22.9
性別	男性 (n=629)	22.6	12.0	11.5	9.1	6.8	6.8	2.8	2.8	1.5	1.8	0.7	21.7
	女性 (n=877)	25.7	11.2	10.7	7.5	7.2	5.2	3.0	2.2	1.9	0.7	0.9	23.8
年齢層	10代 (n=23)	17.4	13.0	8.7	8.7	17.4	8.7	4.3	8.7	-	-	-	13.0
	20代 (n=167)	34.9	6.8	8.2	9.6	9.6	4.8	2.7	3.4	1.4	-	0.7	17.8
	30代 (n=243)	25.1	13.2	8.6	9.5	3.7	6.2	2.9	0.8	1.6	2.9	0.4	25.1
	40代 (n=323)	23.5	12.7	11.5	6.2	7.1	4.6	5.3	2.2	0.9	0.9	0.9	24.1
	50代 (n=419)	22.3	12.5	13.9	7.4	6.5	5.3	1.9	2.9	1.4	1.0	1.0	24.0
	60代 (n=270)	22.2	10.7	11.5	8.9	8.1	6.7	2.2	2.6	3.3	1.1	0.4	22.2
	70代以上 (n=63)	26.6	7.8	6.3	10.9	7.8	12.5	-	1.6	3.1	-	3.1	20.3
居住地	北海道・東北 (n=57)	25.0	15.4	7.7	9.6	3.8	9.6	1.9	1.9	1.9	-	-	23.1
	関東 (n=463)	25.4	9.3	14.3	8.6	6.0	3.3	4.4	5.1	2.2	0.9	1.3	19.2
	北陸信越・中部 (n=124)	19.2	9.2	26.2	4.6	3.8	10.0	5.4	2.3	1.5	-	1.5	16.2
	近畿 (n=246)	25.9	8.2	16.9	7.4	7.4	6.6	2.5	2.1	1.6	0.4	1.2	19.8
	中国・四国 (n=102)	31.3	11.5	7.3	12.5	6.3	6.3	1.0	-	3.1	1.0	-	19.8
九州・沖縄 (n=516)	22.7	15.4	2.7	8.0	9.0	6.3	1.6	0.8	1.2	2.1	0.2	30.1	

【長崎市内における1人当たりの消費額】

長崎市内における消費額は、1人当たりの平均で44,552円（令和4年調査：40,697円）となった。

費目別の内訳をみると、「宿泊代」16,703円（同14,634円）で最も多く、次いで「飲食代」9,388円（同9,010円）、「おみやげ・買物代」6,131円（同5,728円）、「入場・観覧料」3,655円（同3,756円）、「交通費」4,178円（同3,038円）となった。前回調査と比較すると、全体的に増加しているが、「宿泊代」は前回調査額の1.14倍となっており、コロナ以降の観光需要の高まりによる宿泊料金の高額化が多少みられる。

宿泊数別でみると、「0泊（日帰り）」20,317円（同17,987円）、「1泊」34,472円（同32,743円）、「2泊」52,546円（同45,809円）、「3泊以上」76,640円（同71,946円）となった。前回調査と比較すると、全体的に増加した。

長崎市内における1人当たり旅行消費額（円）
（長崎市内での宿泊数別）

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）	3,691	3,843	5,700	0	3,265	3,818	20,317
1泊	3,498	5,351	6,896	12,404	3,002	3,321	34,472
2泊	4,644	6,962	11,921	19,924	4,179	4,916	52,546
3泊以上	6,231	9,913	17,225	29,127	5,335	8,809	76,640
全体の平均	4,178	6,131	9,388	16,703	3,655	4,497	44,552

長崎市内での消費額を居住地別でみると、「北海道・東北」が62,891円で最も多く、次いで「関東」が50,844円となっている。なお、前回調査で最も多かったのは「関東」の48,425円であったが、全体的に消費額が増加した。

長崎市内における1人当たり旅行消費額（円）
（居住地別）

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・東北	4,471	9,808	11,019	21,622	4,433	11,538	62,891
関東	4,794	6,327	11,753	18,381	4,649	4,940	50,844
北陸信越・中部	4,631	6,581	9,577	20,194	3,950	3,977	48,910
近畿	4,095	6,420	9,496	15,707	3,689	4,788	44,195
中国・四国	4,391	9,250	10,021	17,897	4,094	3,797	49,450
九州・沖縄	3,489	4,749	6,913	14,272	2,523	3,515	35,461

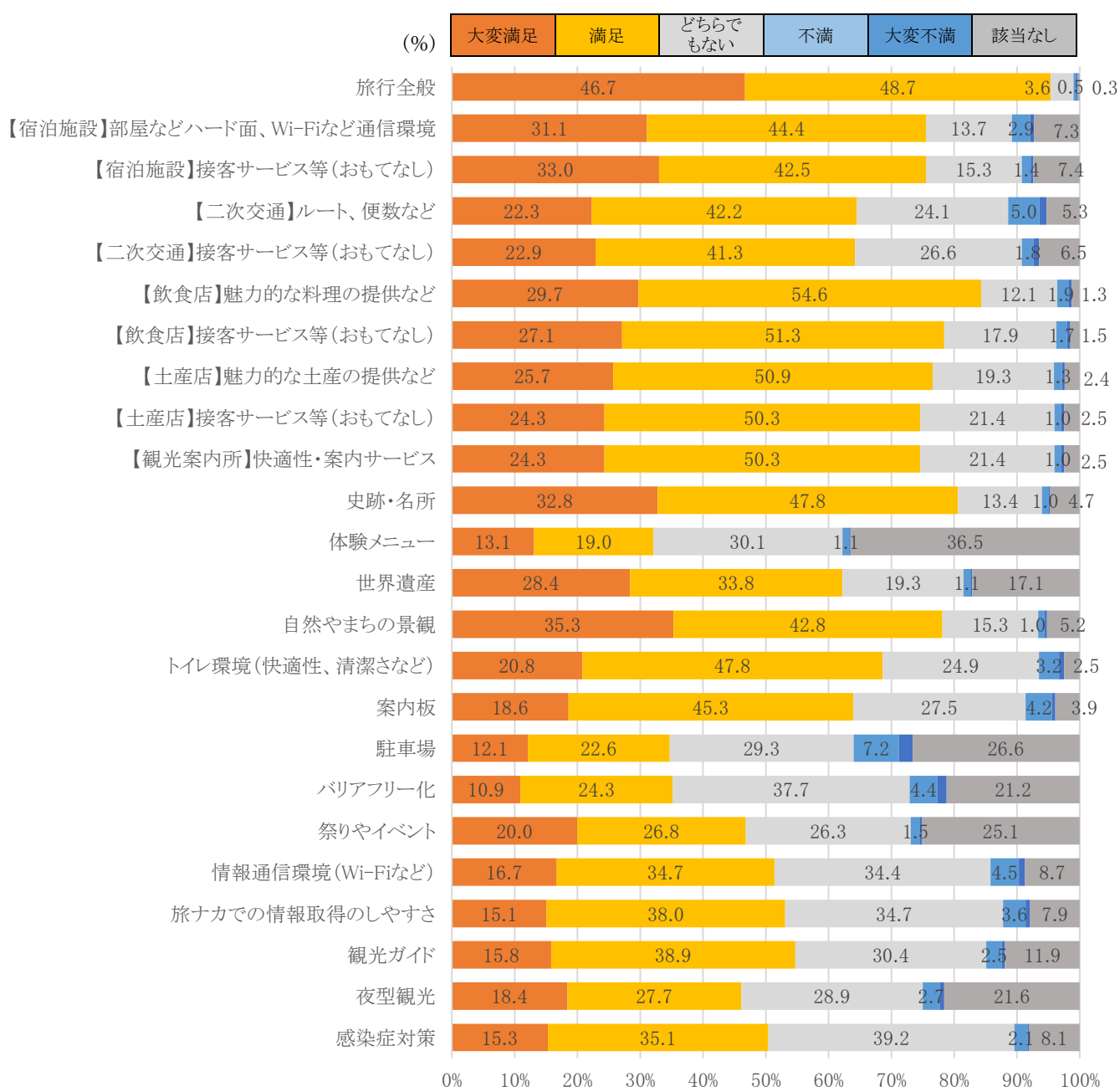
【長崎市の観光満足度】

長崎市の観光満足度を尋ねたところ、旅行全般では「大変満足」が46.7%、「満足」が48.7%と計95.4%となった。令和4年調査では「大変満足」が47.2%、「満足」が49.1%で計96.3%であったことから、概ね満足度は高いと考えられる。

項目別でみると、「大変満足」は「自然やまちの景観」、「【宿泊施設】接客サービス等」、「史跡・名所」、「【宿泊施設】部屋などハード面、Wi-Fiなど通信環境」において3割を超えた。一方、「バリアフリー化」、「駐車場」、「体験メニュー」、「旅中での情報取得のしやすさ」、「感染症対策」、「観光ガイド」、「情報通信環境（Wi-Fiなど）」、「夜型観光」、「案内板」は2割を下回り相対的に低い評価となった。

「不満」、「大変不満」の合計は全体的に5%未満であるが、「駐車場」、「【二次交通】ルート、便数など」、「バリアフリー化」、「情報通信環境」においては、5%を上回る値となった。

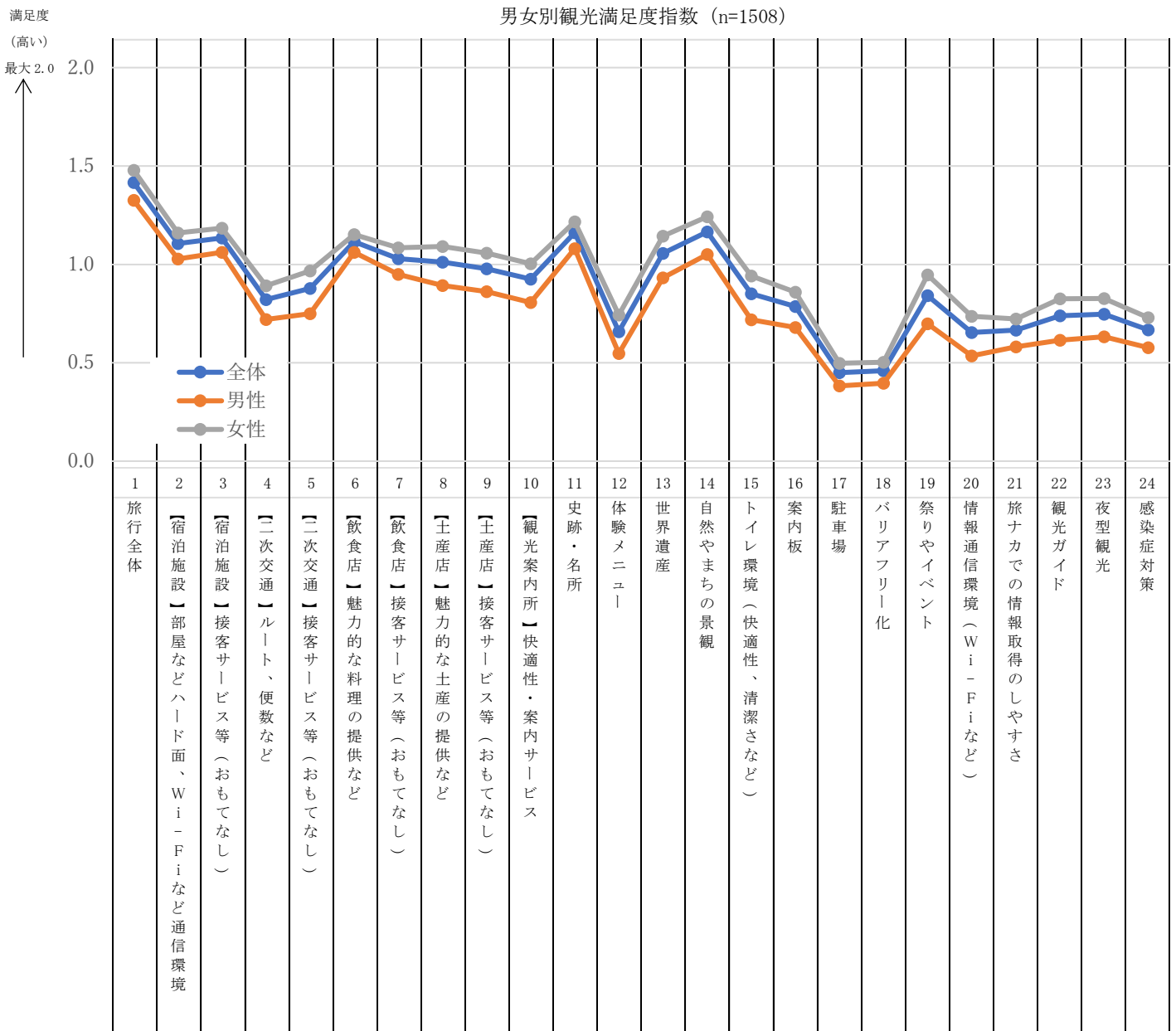
長崎市の観光満足度 (n=1508)



(属性別満足度指数)

<男女別>

男女間の違いはほぼ見られないが、「祭りやイベント」「トイレ環境」「【二次交通】接客サービス等」においては、男性に比べ女性の評価が若干高い。

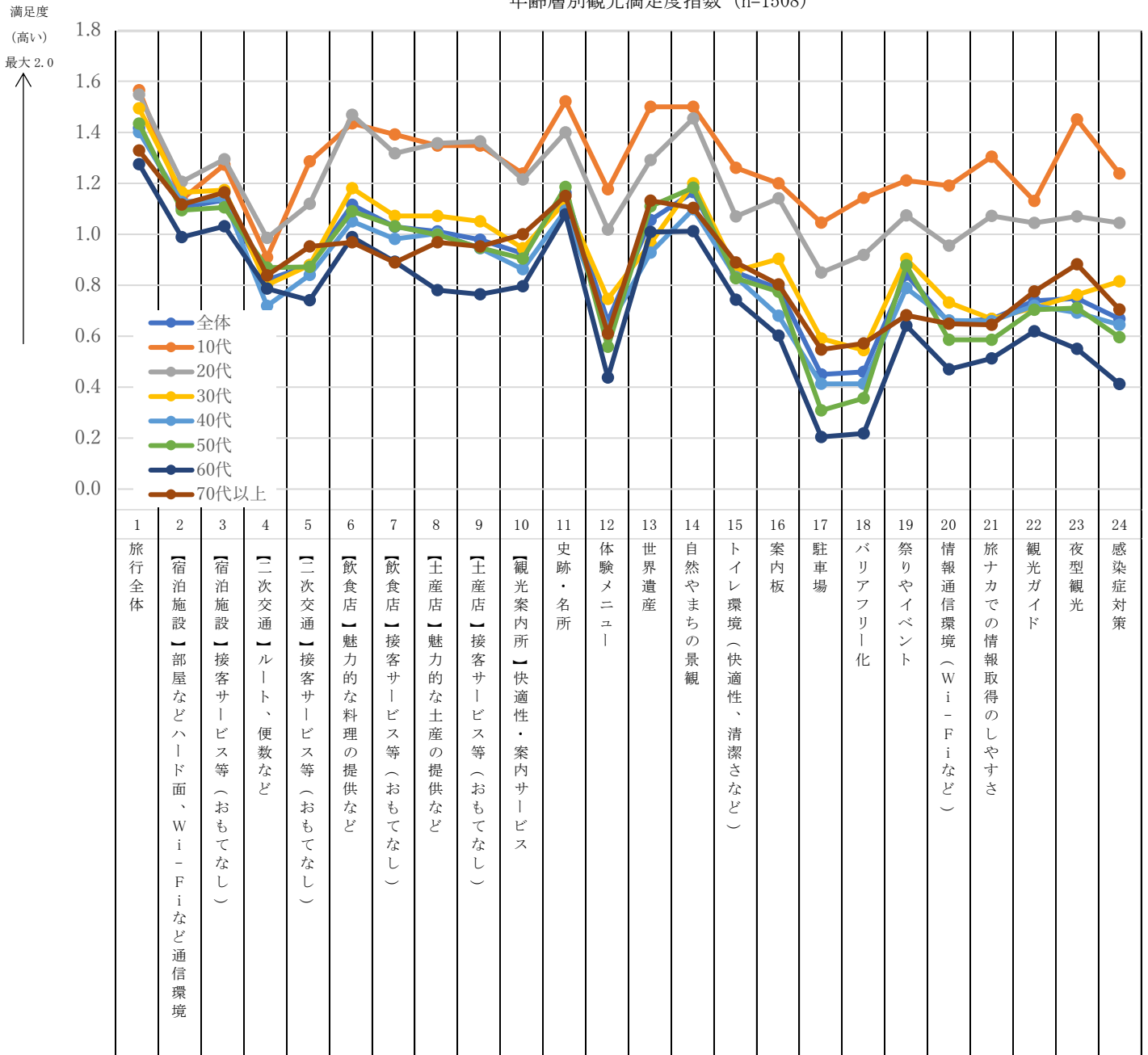


$$\text{満足度指数} = (\text{大変満足} \times 2 + \text{満足} + \text{やや不満} \times (-1) + \text{不満} \times (-2)) / \text{回答数}$$

<年齢層別>

全体的に10代・20代の評価が高く、60代の評価が低い。中でも、「【宿泊施設】部屋などハード面、Wi-Fiなど通信環境」と「駐車場」「バリアフリー化」「【土産店】接客サービス、魅力的な土産の提供など」については60代における満足度指数は他の年代と比較して著しく低い。

年齢層別観光満足度指数 (n=1508)

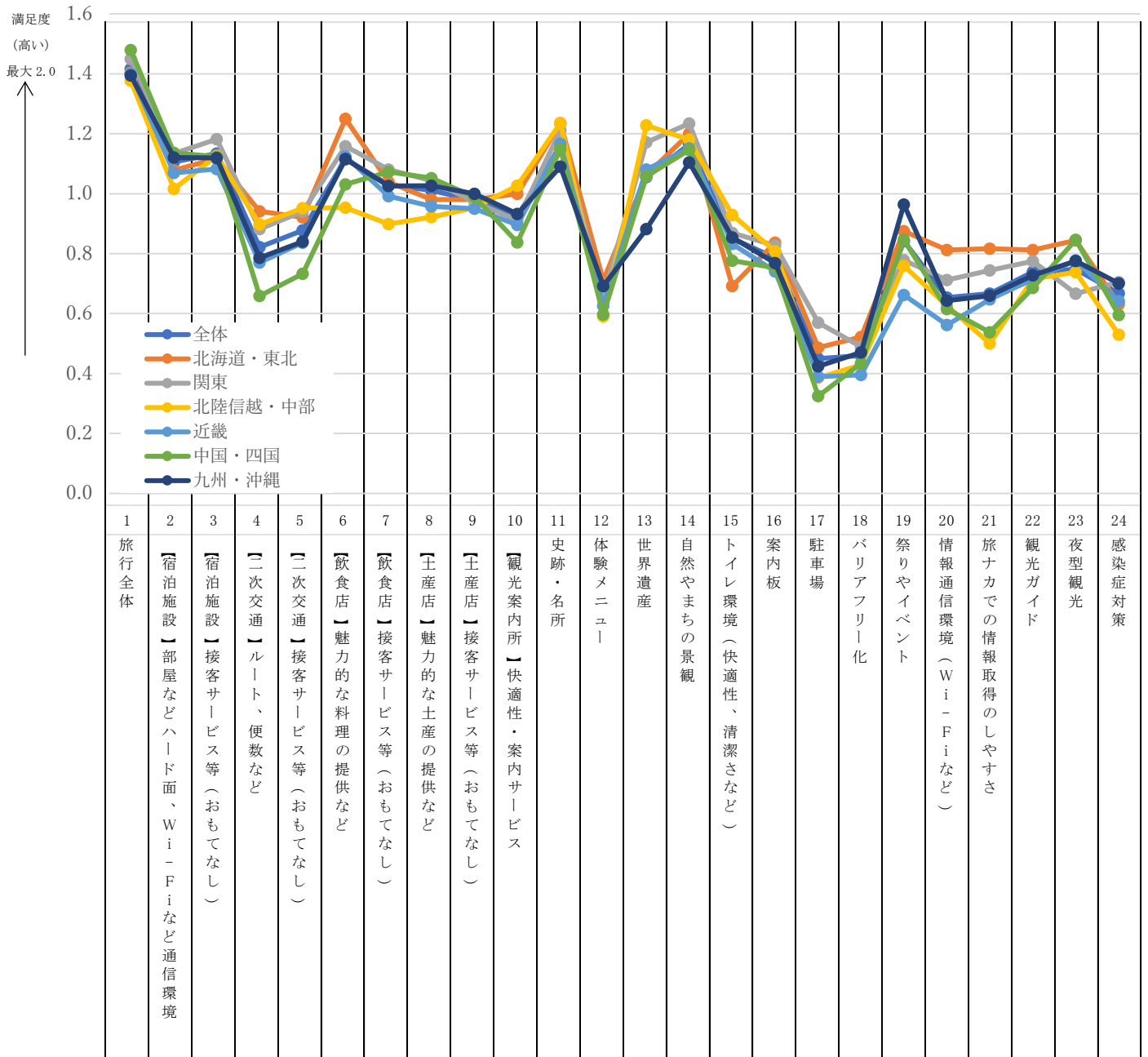


$$\text{満足度指数} = (\text{大変満足} \times 2 + \text{満足} + \text{やや不満} \times (-1) + \text{不満} \times (-2)) / \text{回答数}$$

<居住地別>

全体的に中国・四国ブロックの評価が低く、北海道・東北ブロックの評価が比較的高いが、概ね同様の評価がなされている。

居住地別別観光満足度指数 (n=1508)



$$\text{満足度指数} = (\text{大変満足} \times 2 + \text{満足} + \text{やや不満} \times (-1) + \text{不満} \times (-2)) / \text{回答数}$$

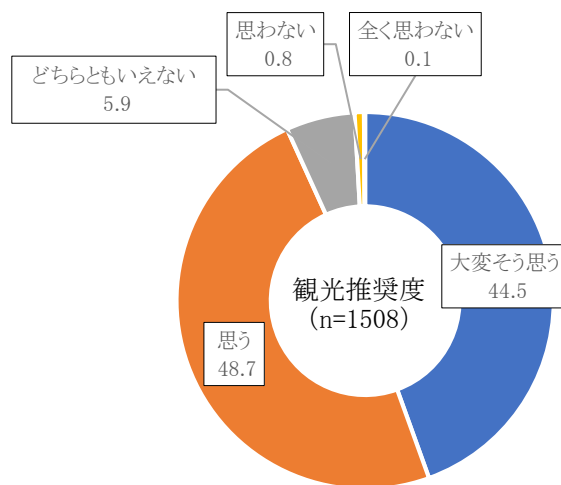
【長崎市の観光推奨度・再来訪意向・居留意向】

○長崎市の観光推奨度

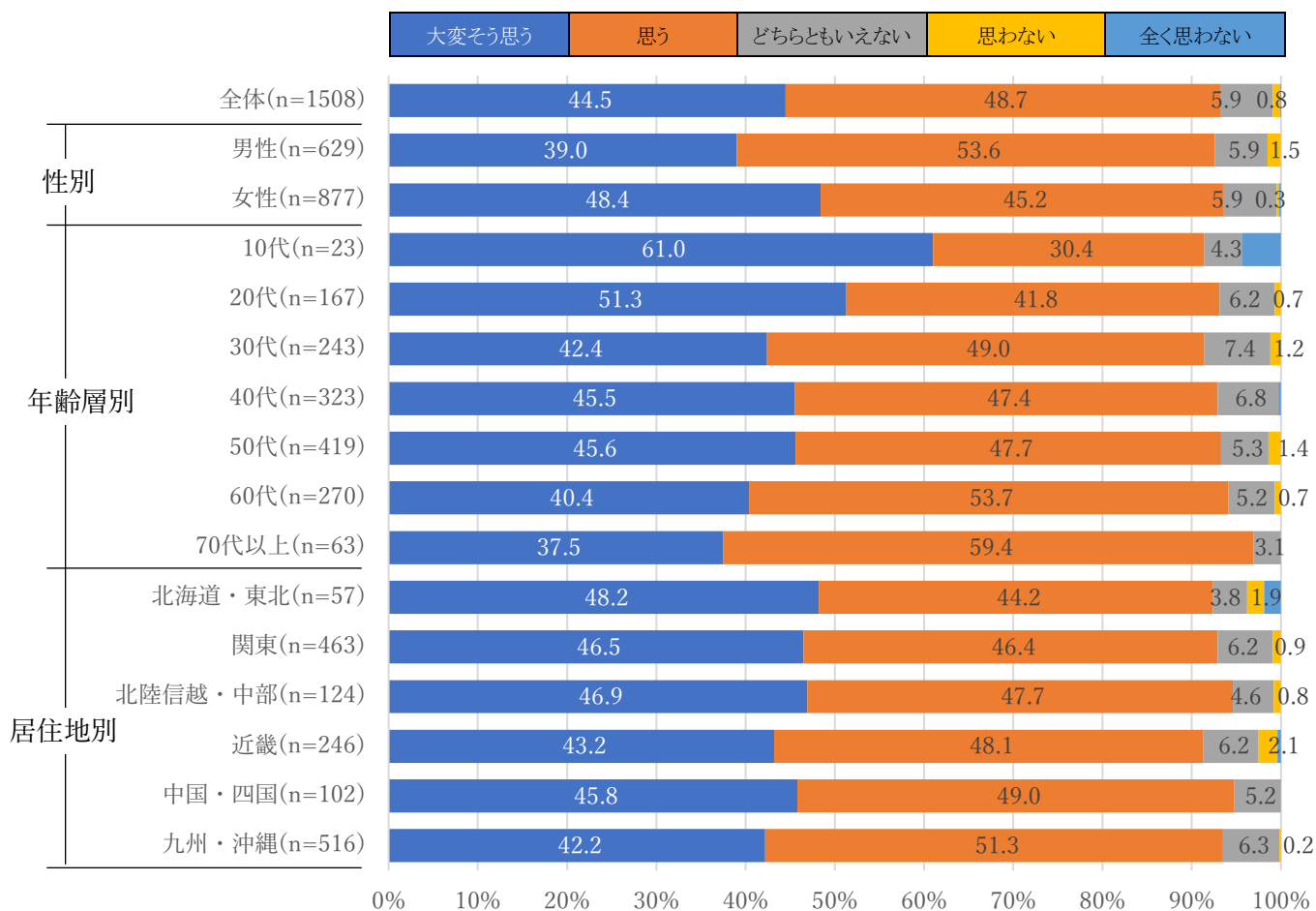
長崎市への観光を薦めるかについては、「大変そう思う」と「思う」の合計で93.2%であった。前回調査（令和4年）では93.6%であり、変化はほぼない。

属性別では、男女間の違いはほぼないが、年齢層別にみると、10代・20代における「大変そう思う」割合は過半を占めるが、30代以降は減少傾向である。なお、10代については「大変そう思う」割合が過半を占める一方で、「全く思わない」が4.3%であり、年齢層別でみたときに最も高い。

居住地別では、大きな違いはみられない。



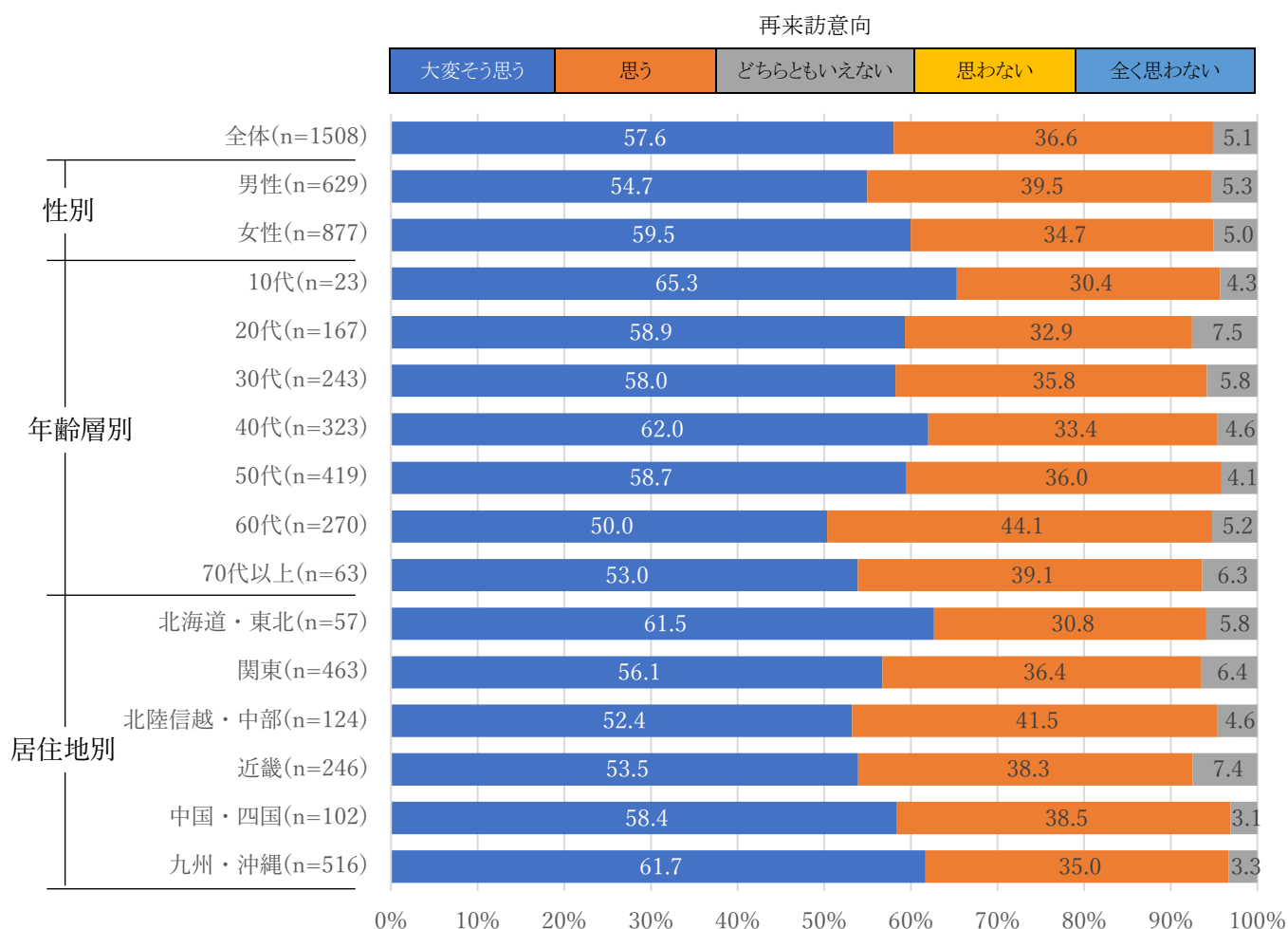
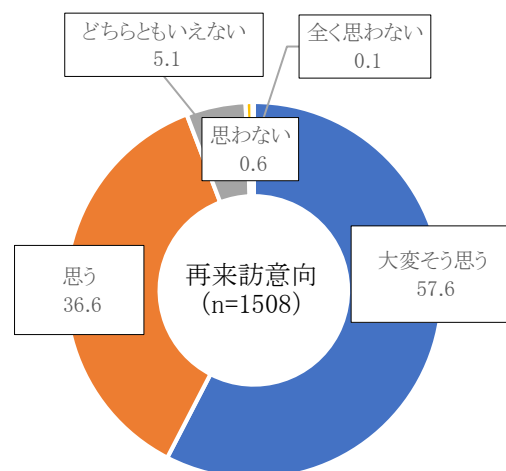
長崎市の観光推奨度



○再来訪意向

長崎市への再来訪については、「大変そう思う」が57.6%、「思う」が36.6%となっており、合計94.2%に再来訪意欲があった。なお、前年度調査（令和4年）において再来訪意欲があったのは95.3%であり、全体としてはほぼ変化はない。

属性別では、「大変そう思う」と答えた割合が最も高いのは、年齢層別では10代、居住地別では九州・沖縄ブロックとなっている。

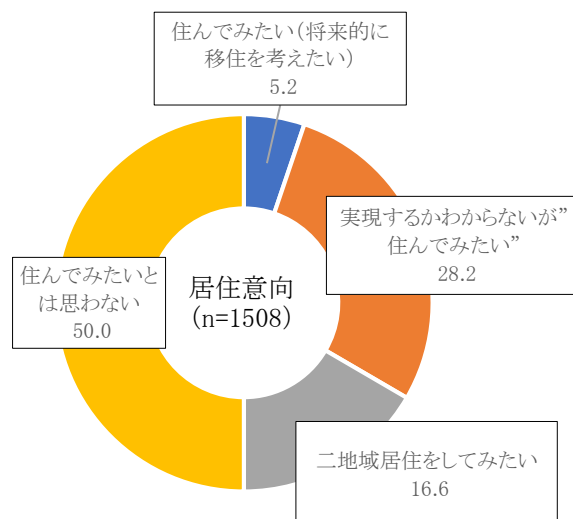


○長崎市への居住意向

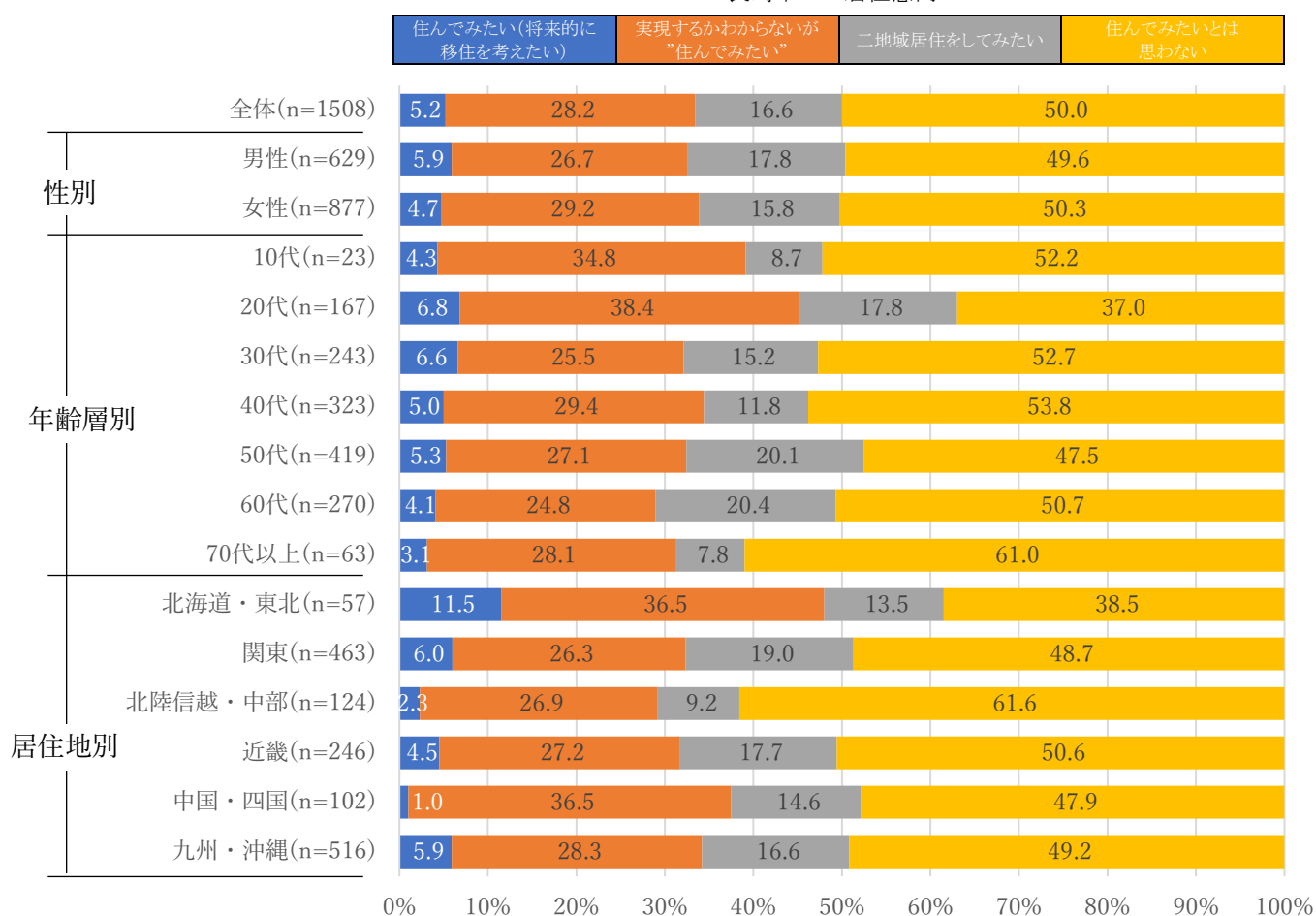
長崎市への居住意向については、「住んでみたい（将来的に移住を考えたい）」は5.2%で「実現するかわからないが住んでみたい」の28.2%を合わせると33.4%となった。前回調査（令和4年）と比較すると、1.5ポイント増加しているが、「二地域居住をしてみたい」という選択肢を合わせると、50%となり、3.8%増加している（以下「居住意向」という）。

属性別でみると、男女間の違いは少ないが、年齢層別にみると、若ければ若いほど居住意向が高い傾向がある。

居住地別では北海道・東北ブロックにおいて、居住意向が61.5%と最も高くなっており、北陸信越・中部ブロック、近畿ブロック以外の地域で過半を超えている。

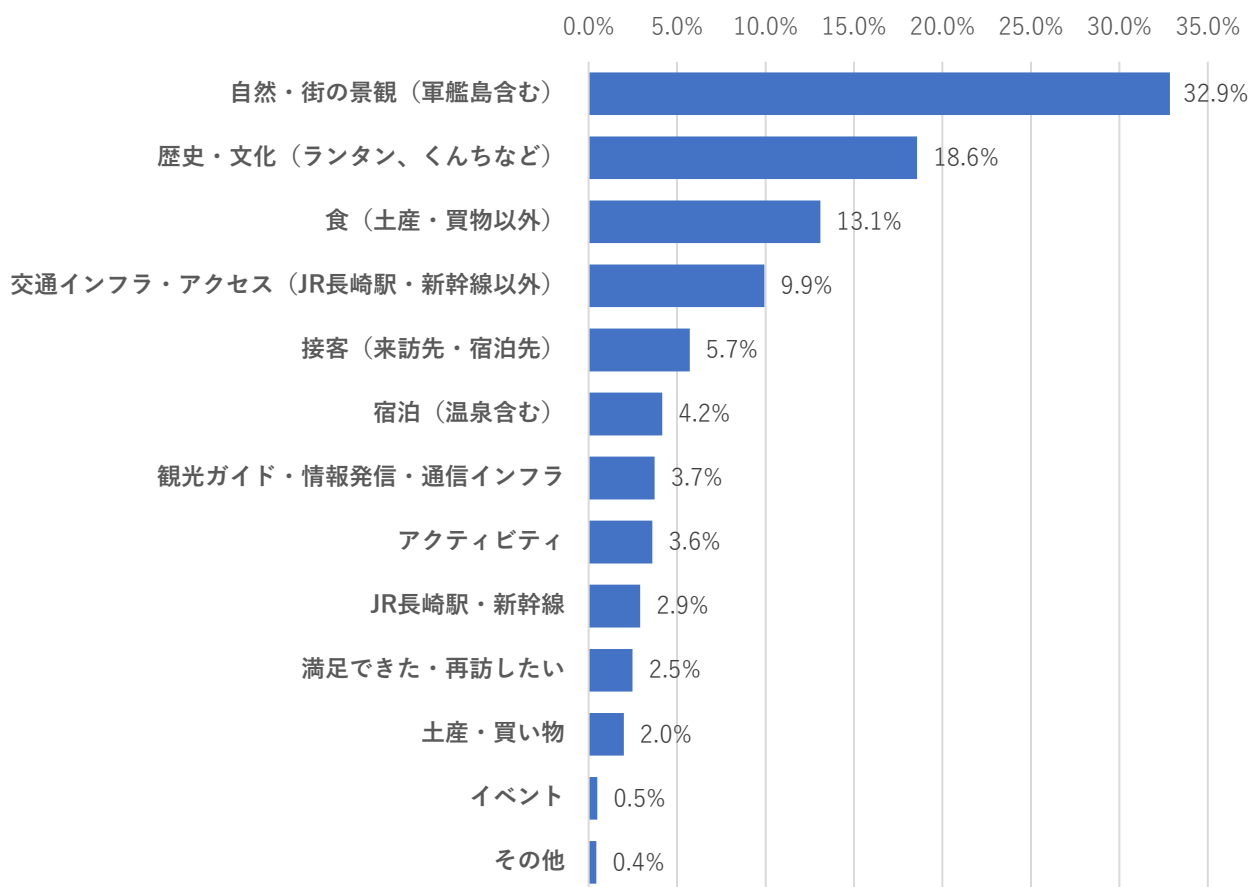


長崎市への居住意向



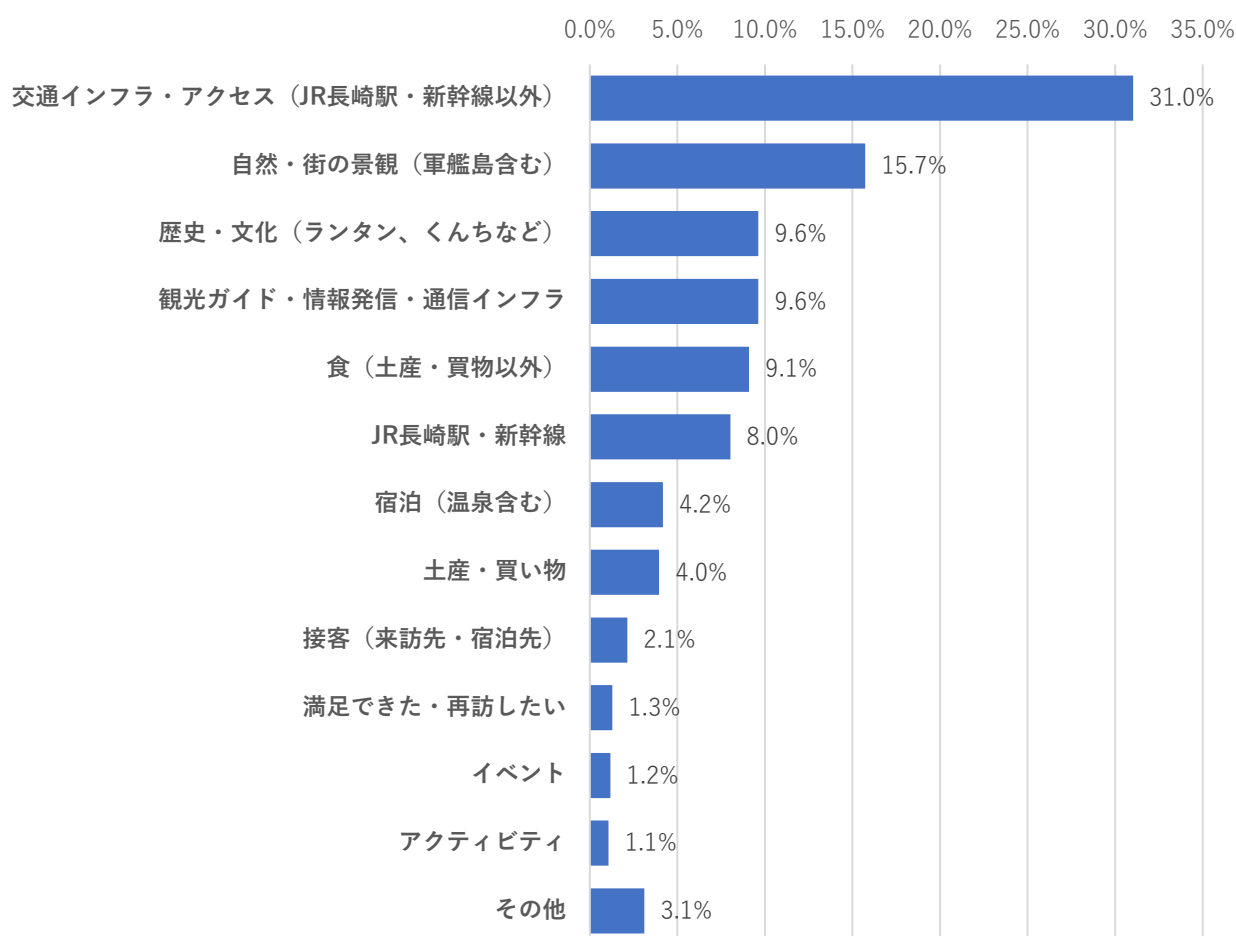
【長崎市の観光において特に良かった点・感動したこと】

- 長崎市の観光において「特に良かった点・感動したこと」について来訪者 1,610 件の意見が寄せられた。
- 来訪者からの意見を、「自然・街の景観（軍艦島含む）」、「歴史・文化（ランタン、くんちなど）」、「食（土産・買物以外）」、「交通インフラ・アクセス（JR長崎駅・新幹線以外）」、「接客（来訪先・宿泊先）」、「宿泊（温泉含む）」、「観光ガイド・情報発信・通信インフラ」、「アクティビティ」、「JR長崎駅・新幹線」、「満足できた・再訪したい」、「土産・買い物」、「イベント」、「その他」の13区分に分類した。
- 要素別でみると、「自然・街の景観（軍艦島含む）」に関する意見が32.9%で最も多く、特に稲佐山について「夜景がとてもきれいで感動した」「稲佐山ロープウェイに初めてのり景観に感動しました」等の意見がみられた。軍艦島に関する意見も多く「軍艦島ツアーが楽しかった」「テレビでしか見たことのなかった軍艦島に上陸でき、この目で見ることができ感動した」等の意見があった。
- 次に多かった要素は、「歴史・文化（ランタン、くんちなど）」の18.6%で、特にランタンフェスティバルについての意見が多くみられた。



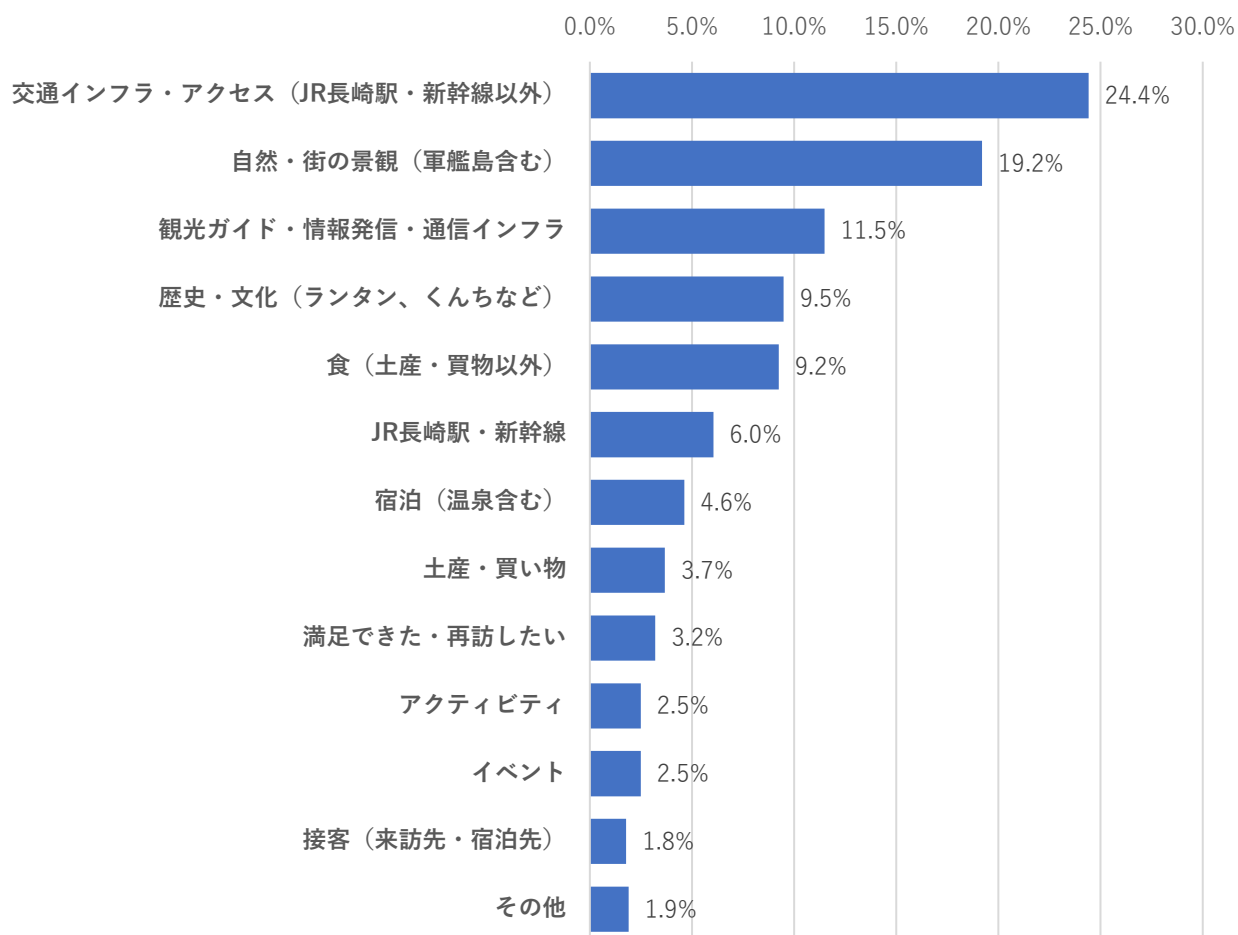
【長崎市の観光において改善してほしい点・ご要望】

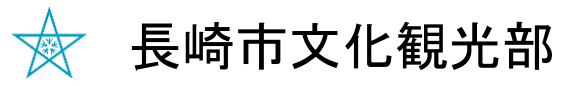
- 長崎市の観光において「改善してほしい点・ご要望」について来訪者 935 件の意見が寄せられた。
- 来訪者からの意見を、「交通インフラ・アクセス（JR 長崎駅・新幹線以外）」、「自然・街の景観（軍艦島含む）」、「歴史・文化（ランタン、くんちなど）」、「観光ガイド・情報発信・通信インフラ」、「食（土産・買物以外）」、「JR 長崎駅・新幹線」、「宿泊（温泉含む）」、「土産・買い物」、「接客（来訪先・宿泊先）」、「満足できた・再訪したい」、「イベント」、「アクティビティ」、「その他」の 13 区分に分類した。
- 要素別でみると、「交通インフラ・アクセス（JR 長崎駅・新幹線以外）」に関する意見が 31.0%と最も多く、駐車場の不足や料金の高さ、路面電車やバスの混雑、案内のわかりにくさなどが指摘されている。具体的には「JR 長崎駅から路面電車への乗り換え距離が長くなり大変不便になった」「長崎駅前が工事中のため、路面電車やバスの案内標識の把握が難しい」等、長崎駅から市電やバスの乗り場へのアクセスに対し不便さを指摘する声が複数あった。駐車場に対して、「料金がどこも高いと感じた」「駐車場が少ない」といった指摘、稲佐山からのアクセスについて、「稲佐山と長崎駅までの最終連絡便が欲しい。タクシーしかないのが残念だった」「最終便が早い」といった指摘が複数あった。
- 次に多かった要素は、「自然・街の景観（軍艦島を含む）」の 15.7%であった。中華街の営業時間に対する意見が多く、特に閉店時間が早いことに対して改善を求める声が複数みられた。



【長崎市の観光に対する自由意見】

- 長崎市の観光についての「自由意見」として来訪者 844 件の意見が寄せられた。
- 来訪者からの意見を、「交通インフラ・アクセス（JR 長崎駅・新幹線以外）」、「自然・街の景観（軍艦島含む）」、「観光ガイド・情報発信・通信インフラ」、「歴史・文化（ランタン、くんちなど）」、「食（土産・買物以外）」、「JR 長崎駅・新幹線」、「宿泊（温泉含む）」、「土産・買物」、「満足できた・再訪したい」、「アクティビティ」、「イベント」、「接客（来訪先・宿泊先）」、「その他」の 13 区分に分類した。
- 要素別でみると、「交通インフラ・アクセス（JR 長崎駅・新幹線以外）」に関する意見が 24.4%で最も多く、駐車場料金を安くしてほしい、路面電車の本数を増便してほしい、長崎市外の観光地へのアクセスを良くしてほしい等の要望が多数みられた。
- 次に多かった要素は「自然・街の景観（軍艦島含む）」の 19.2%であった。特に坂道が多いことに対してバリアフリーの充実を望む声が複数みられ、「坂の上に行くのにタクシーより気軽に使える「200円カー」みたいなのがあれば年配にはうれしい」「トウクトウクやゴルフカートみたいな乗り物がたくさん走れば良い」といった意見もあった。





長崎市文化観光部