

令和5年度

市政モニターアンケート調査結果
【 広報戦略について 】



長 崎 市
広報広聴課

1. 調査の目的

長崎市では、100年に一度のまちの進化をお伝えするシティプロモーション「長崎MIRAISM」を展開していますが、今後、刷新を予定しています。今回のアンケートは、市民の皆様の現在の都市イメージや、情報発信等に関する希望等を把握し、刷新の参考とするため実施しました。

2. 調査の概要

調査期間：令和5年2月1日～令和5年2月14日

送付数：268人（郵送モニター 199人 インターネットモニター 69人）

回答率：79.9%（214人）

（郵送モニター 161人 インターネットモニター 53人）

3. 調査結果

【現在の長崎市の好感度やイメージ 問20、21】

好感を持っている方の割合が86.2%となり、総じて好感を持っている人が高い結果となりました。そのうち「とても好感を持っている」人の割合は年代が上がるほど高くなる結果となりました。若い年代の方に対しても、より「とても好感を持っている」と思っていたできるようにアプローチし、市民の皆様全体の好感度をさらに高めることが重要であると改めて感じました。

まちのイメージは、「歴史や文化のまち」「観光やレジャーのまち」「夜景のまち」の割合が非常に高い結果となりました。「歴史や文化のまち」の割合が高いことに関しては、長崎市の歴史や文化に日ごろから触れたり感じたりする機会が多く、市民の皆様にもそのイメージが浸透していることが推測されます。「観光やレジャーのまち」「夜景のまち」の割合が高いことに関しては、長崎が観光のまちであることが浸透していることが推測されます。また、「災害リスクが小さいまち」の割合が全体で5番目の高さとなっていますが、近年の地震等の災害の報道に接することが多い中で、リスクが小さいとされている可能性があります。

一方で、雇用や先端技術、企業誘致、住民参画、教育・子育てといったイメージが弱いことが分かりました。まちの進化により、長崎市では様々なことに取り組めるようになってきているため、それらも今後十分に情報発信する必要があると感じました。

【進化が進んだ事業に対する関心や参加・利用状況 問22、23】

令和5年度上期に実施したアンケートでの同様の設問と比較すると、令和6年10月に開業が予定されている「長崎スタジアムシティ」（前回：52.7% 今回：64.1%）や新幹線開業後も広場等の整備が進んでいる「新・長崎駅の整備」（前回：67.0% 今回：75.1%）への関心度が10ポイント前後高い結果となり、生活に身近な変化への関心が高いことがうかがえます。一方で、長崎市新庁舎を除く選択肢については、関心度が低い傾向がありました。

関心度を維持するための継続的な情報発信が重要であると感じました。

参加・利用状況については、新・長崎駅や出島メッセの利用はどの世代でも割合が高くなりましたが、年代が低いほど、それ以外の関心や利用・参加状況が低くなっていました。現在のシティプロモーションは、全世代の方向けの情報発信を行っていますが、世代によって、関心がある分野や利用・参加状況に幅があるため、世代に応じた情報の選定も重要であると感じました。

【まちの変化が形になり始める前（概ね3年前）と比べた、期待感やまちの魅力 問 24～26】

期待感を持てるようになった方の割合は、70.7%で、年代別に見ると、50代の85%をピークとして、若い世代になるにつれて、または、高齢世代になるにつれて、徐々に減っています。まちを自慢したいと思うようになった方の割合も概ね同様の傾向がありました。

まちの魅力の高まりに関しては、これまでの観光の要素に加えて、スポーツの分野が新たに加わってきており39.2%と全体で2番目に位置しています。一方で、「特にない」と回答した方の割合が3番目の割合となっているため、まちの進化による魅力の発信が重要であると感じました。

【情報発信への満足や、自慢したいこと、課題 問 27～30】

「観光やレジャー」「歴史や文化」「夜景」「スポーツ」において魅力があり情報発信が長崎市からできていると感じる方の割合が高い結果となりました。「観光やレジャー」「歴史や文化」「夜景」に関しては、問 21 におけるまちのイメージへの回答でも上位に位置していますが、「スポーツ」に関しては下位であったため、まちのイメージ定着のために情報発信が重要であると感じました。

一方で、「特にない」も全体で3番目の高さであり、若い世代ほどその割合が高い傾向にありました。今後も、世代に応じた魅力発信がより重要であると感じました。

また、「雇用」や「農林水産業」「先端技術・企業誘致」といった仕事の分野や、「教育・子育て」の分野で情報発信の不足や魅力自体の不足があることが推測されました。100年一度と言われるまちの進化により、新たな楽しみや挑戦できる機会が増えるなどして、様々なことに取り組めるようになってきていますが、それらが十分に市民の皆様に伝えきれていないと感じました。今後、魅力の掘り起こしや情報発信の仕方、特定分野に特化した情報発信についても検討するなどして、市民の皆様に「伝わる広報」により努めたいと思います。

【将来への希望 問 31～33】

より誇れるまちだと思えるようになるために、「雇用」「医療・高齢者福祉」「教育・子育て」の情報を必要としている方が特に多い結果となりました。

また、生活を充実させるためには「医療・高齢者福祉」の情報を必要としている人が最も多く、次いで、「雇用」「災害リスク」「教育・子育て」「環境」と、日常生活に密接した項目が上位となりました。

市外県外の人にまちの魅力を感じてもらうためには、発信すべき情報は「歴史や文化」「観

光やレジャー」「夜景」の割合が高く、市民の皆様が周囲に自慢したいことと、市外県外に魅力を感じてもらうために情報発信すべきことに一定の共通点があることが分かりました。

現在のシティプロモーションは、大型事業の紹介が中心となっているため、ニーズに合わせ日常生活も意識した情報発信が重要であると感じました。

4. 調査結果の見方

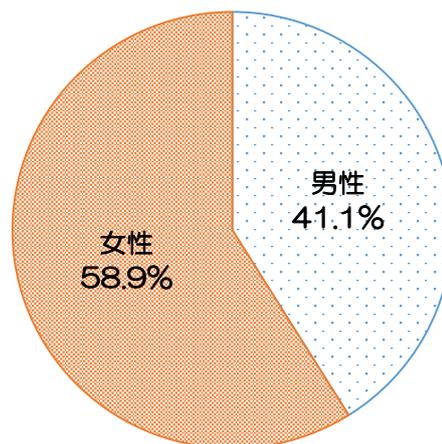
調査結果の数字は、百分率で表記しているものがあり、百分率の値は、小数点以下第2位を四捨五入して、小数点第1位まで表記しています。そのため、内訳を合計しても100パーセントに合致しない場合があります。

また、複数回答可とした設問においては、合計が100パーセントを上回る場合があります。

なお、回答者数の異なる問については、回答者の数を「N=〇〇人」で表現しています。

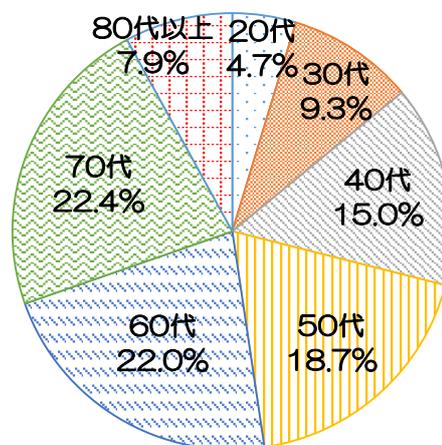
問1 あなたの性別をお答えください。

選択肢	回答者数	割合
男性	88人	41.1%
女性	126人	58.9%
合計	214人	100.0%



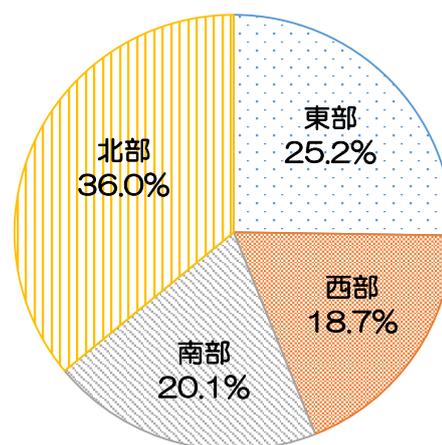
問2 あなたの年齢を選択してください。

選択肢	回答者数	割合
20代	10人	4.7%
30代	20人	9.3%
40代	32人	15.0%
50代	40人	18.7%
60代	47人	22.0%
70代	48人	22.4%
80代以上	17人	7.9%
合計	214人	100.0%



問3 お住まいの町名を教えてください。

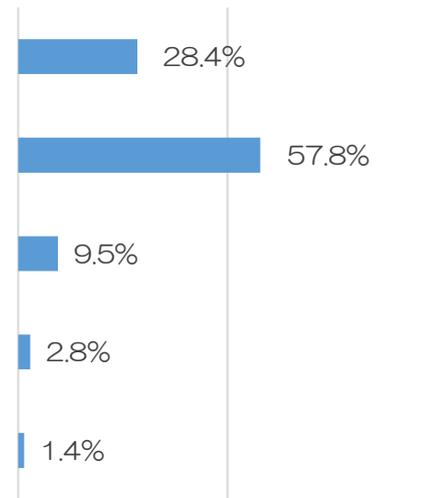
選択肢	回答者数	割合
東部	54人	25.2%
西部	40人	18.7%
南部	43人	20.1%
北部	77人	36.0%
合計	214人	100.0%



※ご記入いただいた町名をもとに、東西南北に分けて集計しています。

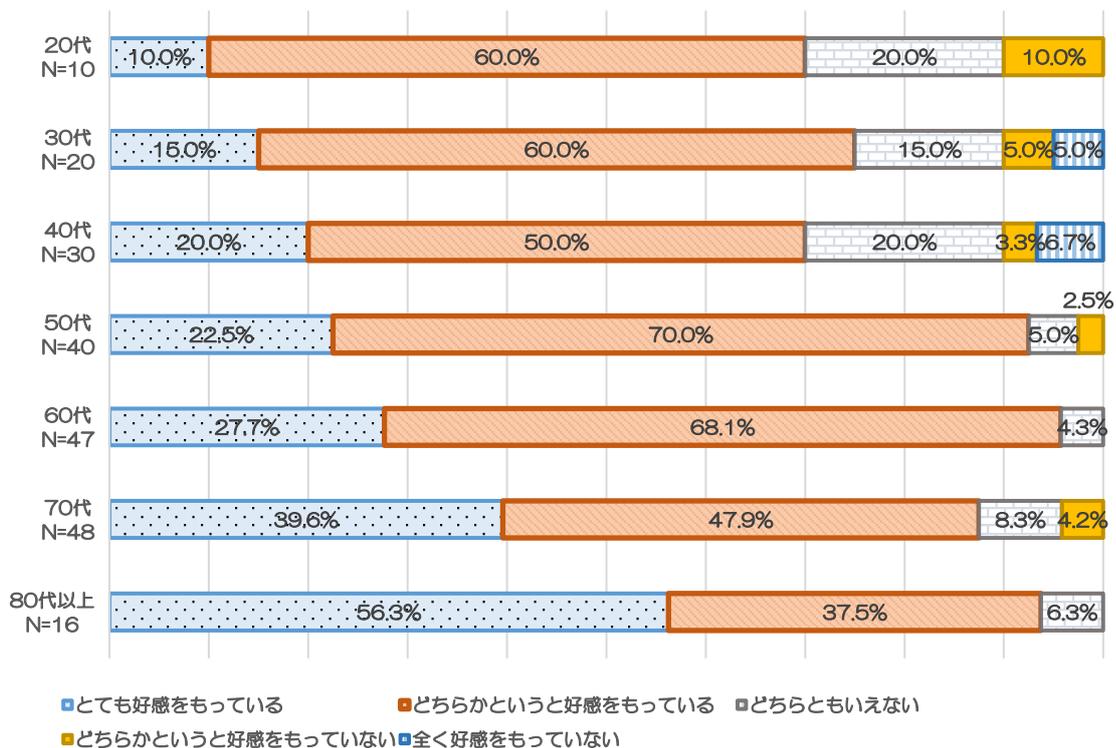
問 20 長崎市のまちに好感をもっていますか。(当てはまるものを1つ回答)

選択肢	回答者数	割合
とても好感をもっている	60人	28.4%
どちらかという 好感をもっている	122人	57.8%
どちらともいえない	20人	9.5%
どちらかという 好感をもっていない	6人	2.8%
全く好感をもっていない	3人	1.4%
合計	211	100.0%



(無回答=3人)

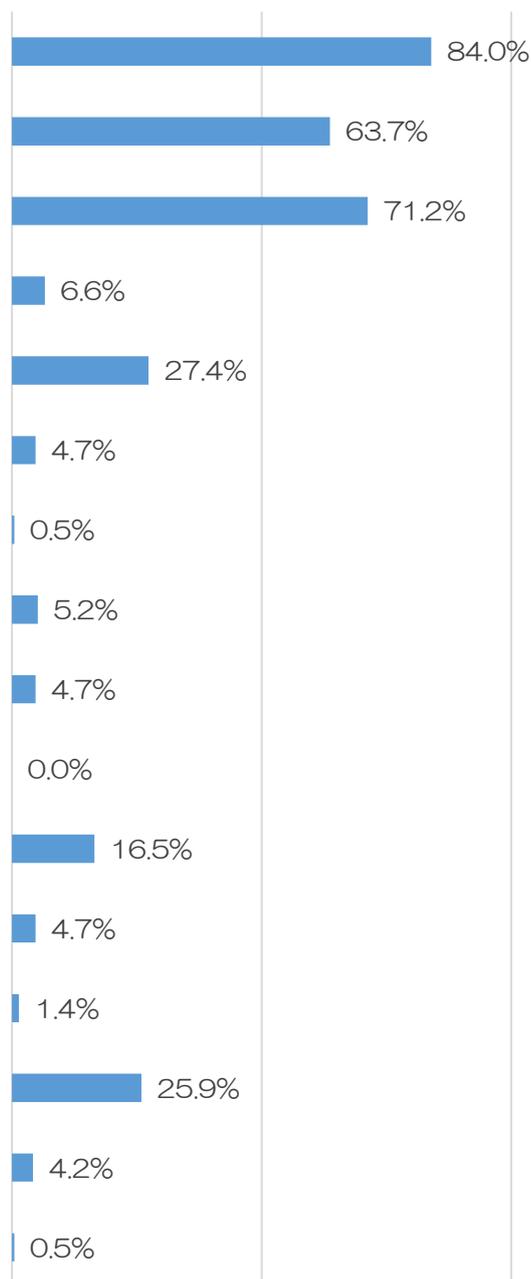
<年齢別割合>



「とても好感をもっている」「どちらかというと好感をもっている」の合計が86.2%と大部分を占めました。また、年齢が高くなるにつれて、「とても好感をもっている」の割合が高くなっています。

問 21 長崎市のまちに対して、どのようなイメージを持っていますか。当てはまるものをお選びください。（複数回答可）

選択肢	有効 回答数	割合
歴史や文化のまち	178 人	84.0%
観光やレジャーのまち	135 人	63.7%
夜景のまち	151 人	71.2%
スポーツのまち	14 人	6.6%
国際交流のまち	58 人	27.4%
環境に優しいまち	10 人	4.7%
住民参画が進んでいるまち	1 人	0.5%
教育・子育てがしやすいまち	11 人	5.2%
医療・高齢者福祉が充実したまち	10 人	4.7%
雇用が充実したまち	0 人	0%
農林水産業のまち	35 人	16.5%
地場産業のまち	10 人	4.7%
先端技術・企業誘致が進んでいるまち	3 人	1.4%
災害リスクが小さいまち	55 人	25.9%
その他	9 人	4.2%
特にない	1 人	0.5%

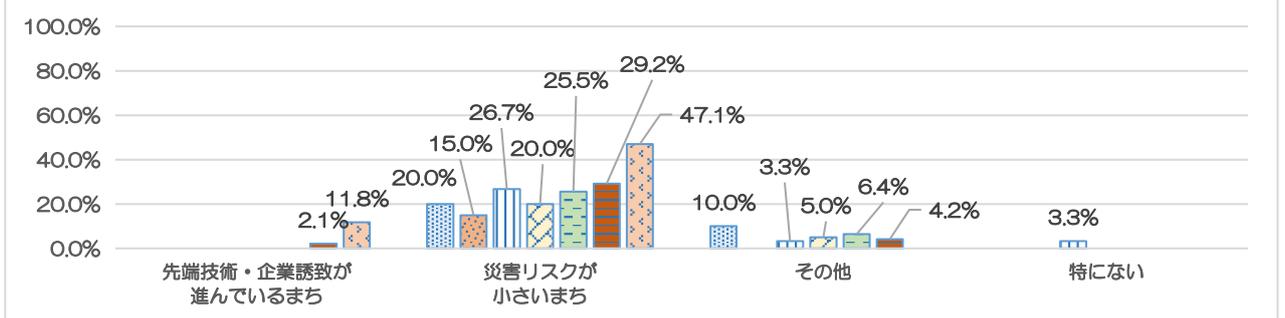
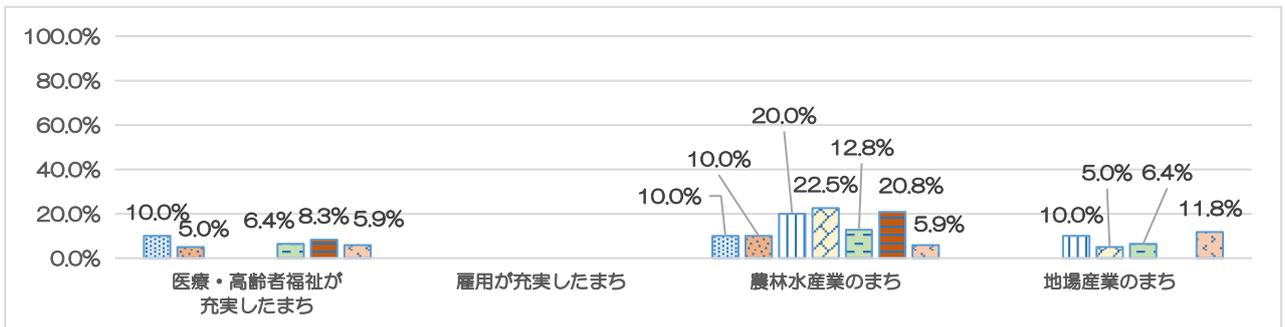
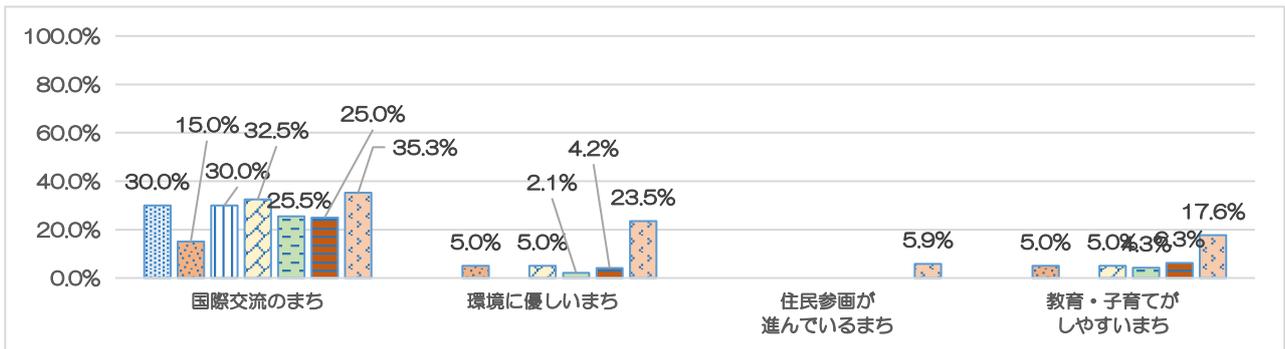
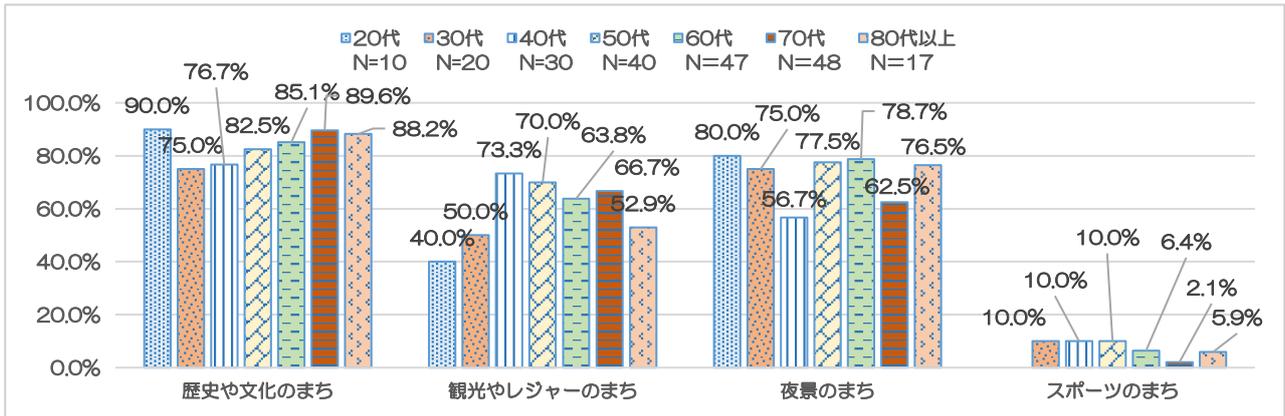


（回答者数=212 人 有効回答数=681）

※「その他」の意見

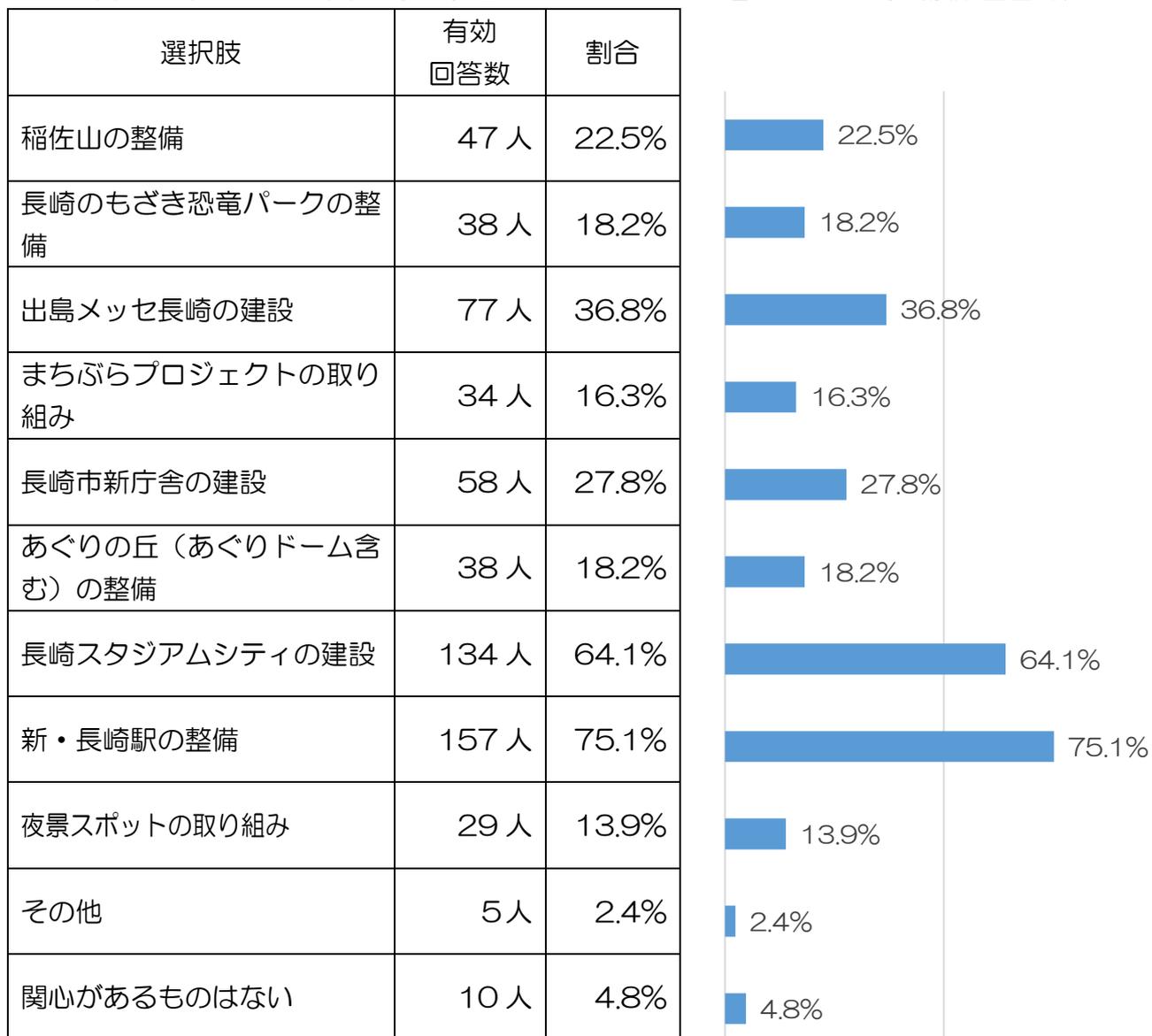
いらぬ箱ものつくりすぎるまち／家賃が高い／斜面地／食べ物がおいしい町／被爆地／住んでいる人が親切な町／全国チェーン店がなかなか進出してこないガラパゴス化したイメージ／ちゃんぽん・皿うどん等グルメのまち

<年代別割合>



どの年代でも「歴史や文化のまち」「観光やレジャーのまち」「夜景のまち」のイメージを持っている方が多い結果となりました。年代ごとのまちイメージに大きな違いはありませんでしたが、80代において「災害リスクが小さいまち」が他の年代より高くなりました。また、雇用や先端技術、企業誘致、住民参画、教育・子育てなどにおいてイメージが低い結果となりました。

問 22 長崎市では次の時代に向けた進化の取り組みを進めており、100年に一度ともいわれる変化が徐々に形になってきています。近年特に進んだ事業のうち、あなたが関心があるものはありますか。当てはまるものをお選びください。（複数回答可）

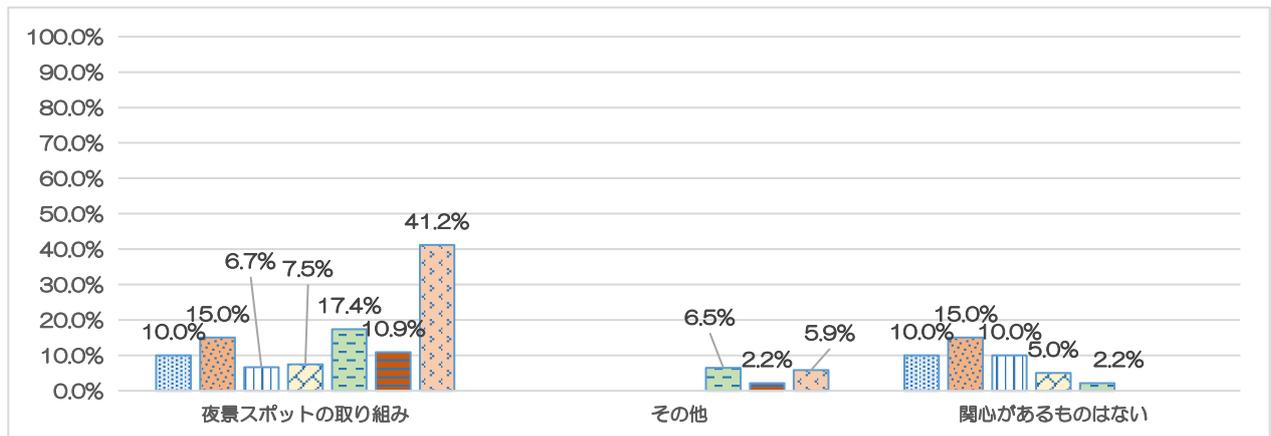
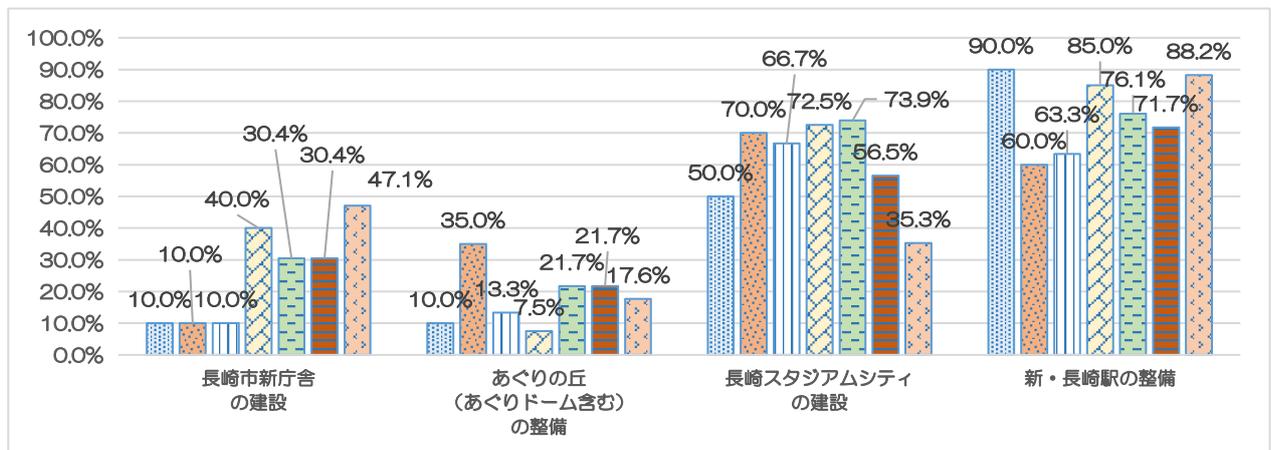
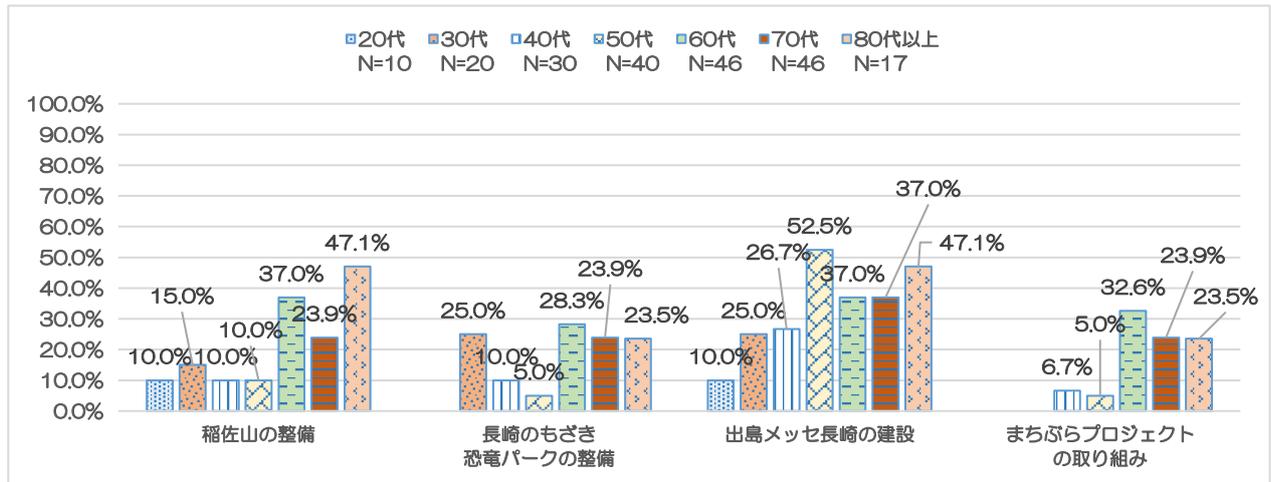


（回答者数＝209人 有効回答数＝627）

※「その他」の意見

自治会のあり方／新幹線／歴史をいかして（新しいビル建設では大都会に並ぶことはない、長崎に来る観光客は長崎の歴史を見たいと思う）

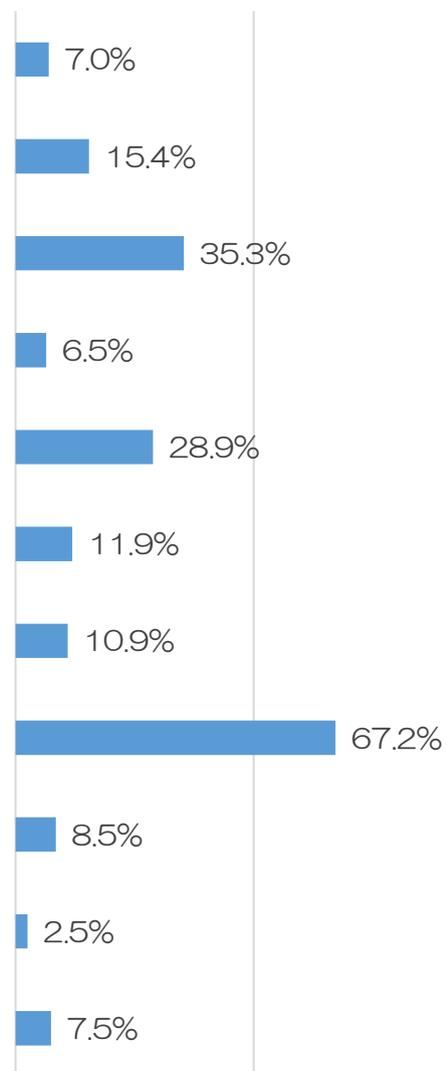
<年代別割合>



概ね全ての年代において、令和6年10月に開業が予定されている「長崎スタジアムシティ」や新幹線開業後も広場等の整備が進んでいる「新・長崎駅の整備」への関心が高い結果となりました。また、年代が高いほど「長崎スタジアムシティ」「新・長崎駅の整備」以外にも関心がある分野が多く、年代が低くなると関心がある分野が少なくなりました。

問 23 長崎市では次の時代に向けた進化の取り組みを進めており、100年に一度ともいわれる変化が徐々に形になってきています。近年特に進んだ事業のうち、イベントやプロジェクトに参加したものはありますか。当てはまるものをお選びください。
(複数回答可)

選択肢	有効回答数	割合
稲佐山でのイベント等	14人	7.0%
長崎のもぞき恐竜パークでのイベント等	31人	15.4%
出島メッセ長崎でのイベント等	71人	35.3%
まちぶらプロジェクトの取り組み	13人	6.5%
長崎市新庁舎の利用等	58人	28.9%
あぐりの丘(あぐりドーム含む)のイベント等	24人	11.9%
長崎スタジアムシティプロジェクト	22人	10.9%
新・長崎駅の利用等	135人	67.2%
夜景スポットの散策等	17人	8.5%
その他	5人	2.5%
関心があるものはない	15人	7.5%

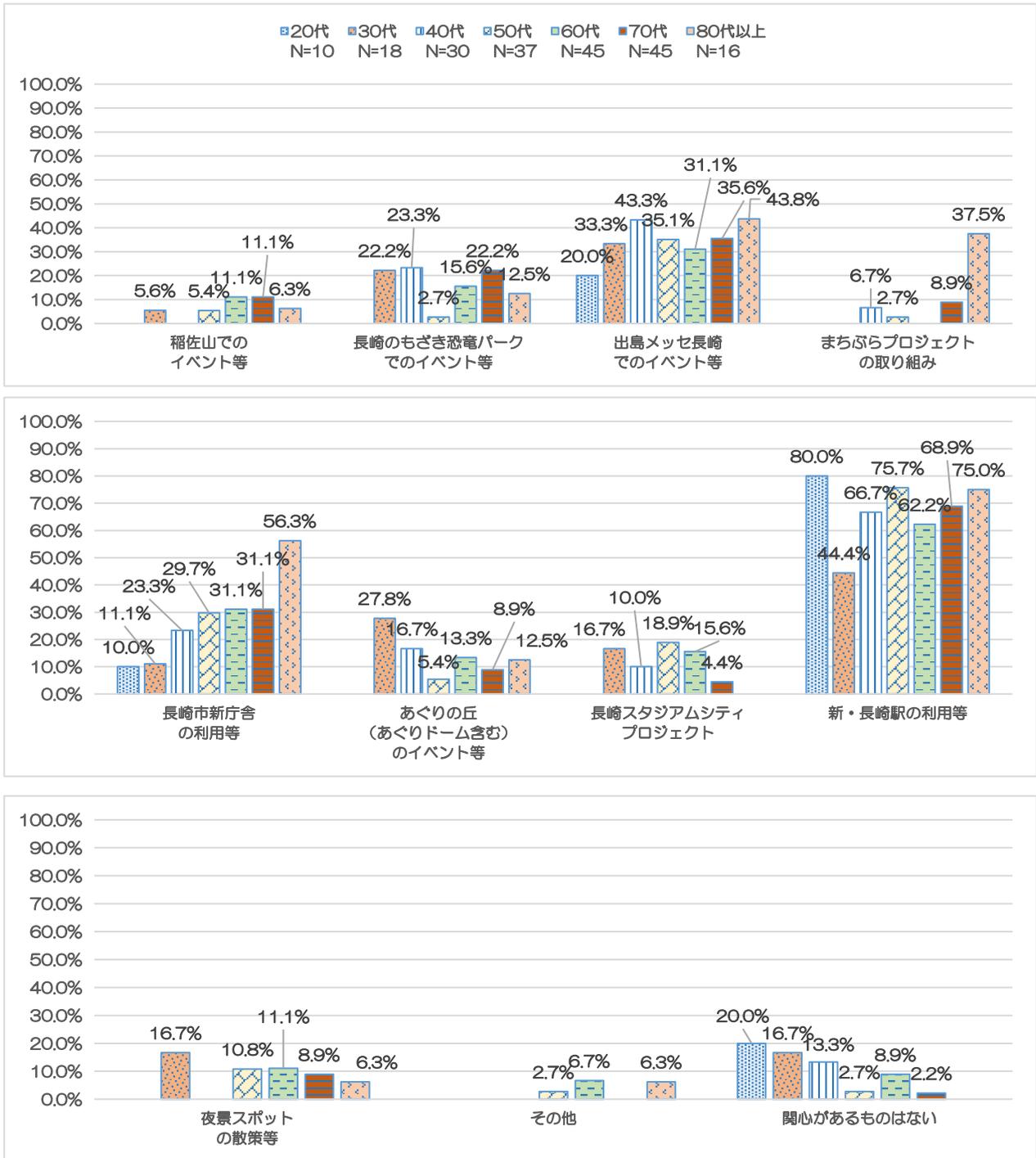


(回答者数=201人 有効回答数=405)

※「その他」の意見

参加しない/関心があってもいけない/今は参加できない

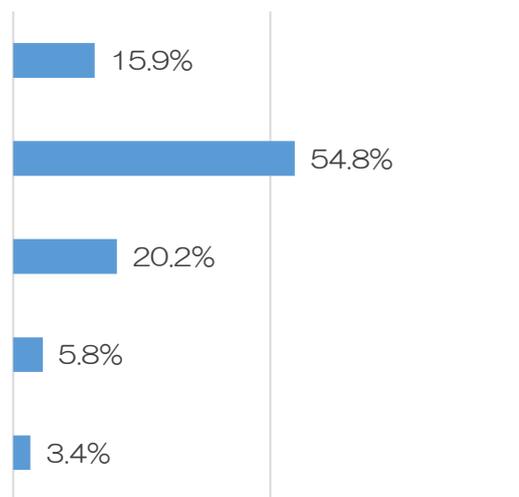
<年代別割合>



「新・長崎駅の利用等」がどの年代においても高く、日常生活や旅行等での有効な交通手段となっていることや、駅周辺に大型商業施設が開業したことで、新・長崎駅周辺へ足を運ぶことが多くなったことが推測されます。「出島メッセ長崎でのイベント利用等」が「新・長崎駅の利用等」に次いで多く、比較的幅広い世代が利用をしていることが分かりました。また、20代は「新・長崎駅の利用等」以外では、利用しているものが少なく、「関心があるものはない」という割合が全世代の中で最も高い結果となりました。

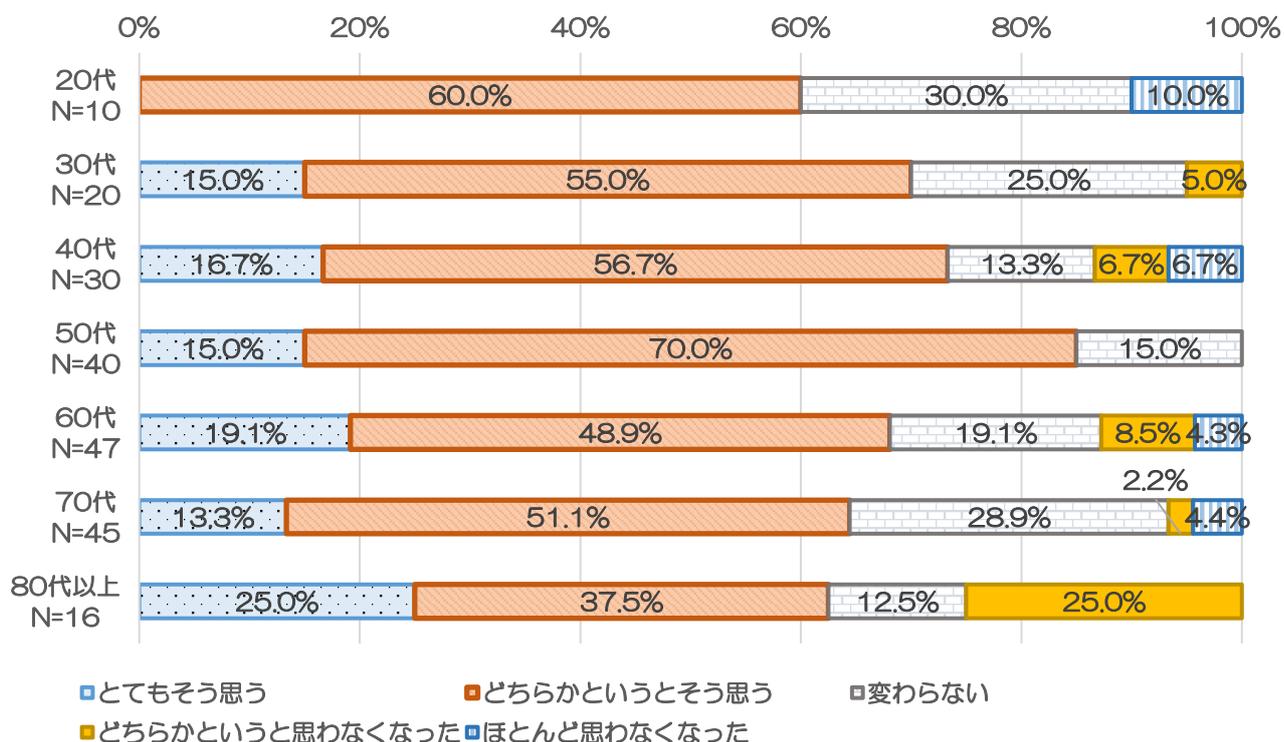
問 24 長崎市では次の時代に向けた進化の取り組みを進めていますが、まちの変化が形になり始める前（概ね3年前）と比べて、長崎市のまちの近い未来に期待感を持てるようになりましたか。（当てはまるものを1つ回答）

選択肢	回答者数	割合
とてもそう思う	33人	15.9%
どちらかという そう思う	114人	54.8%
変わらない	42人	20.2%
どちらかという 思わなくなった	12人	5.8%
ほとんど思わなくなった	7人	3.4%
合計	208人	100.0%



（無回答＝6人）

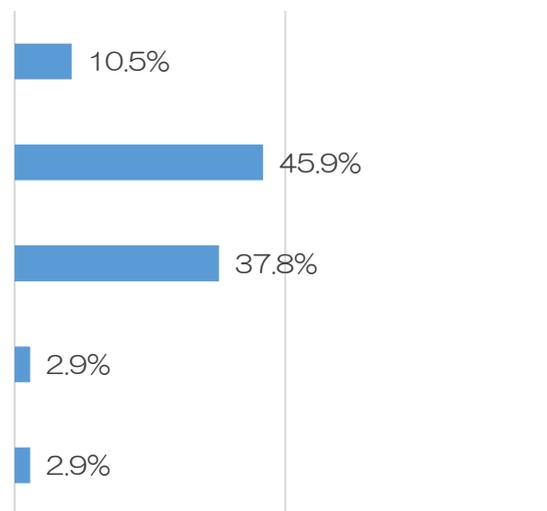
<年代別割合>



「とてもそう思う」「どちらかというそう思う」が 70.7%で、年代別に見ると、50代の85%をピークとして、若い世代になるにつれて・高齢世代になるにつれて、徐々に減っています。また、「とてもそう思う」は、世代が低くなるにつれて少なくなる傾向にあり、20代ではゼロという結果になりました。

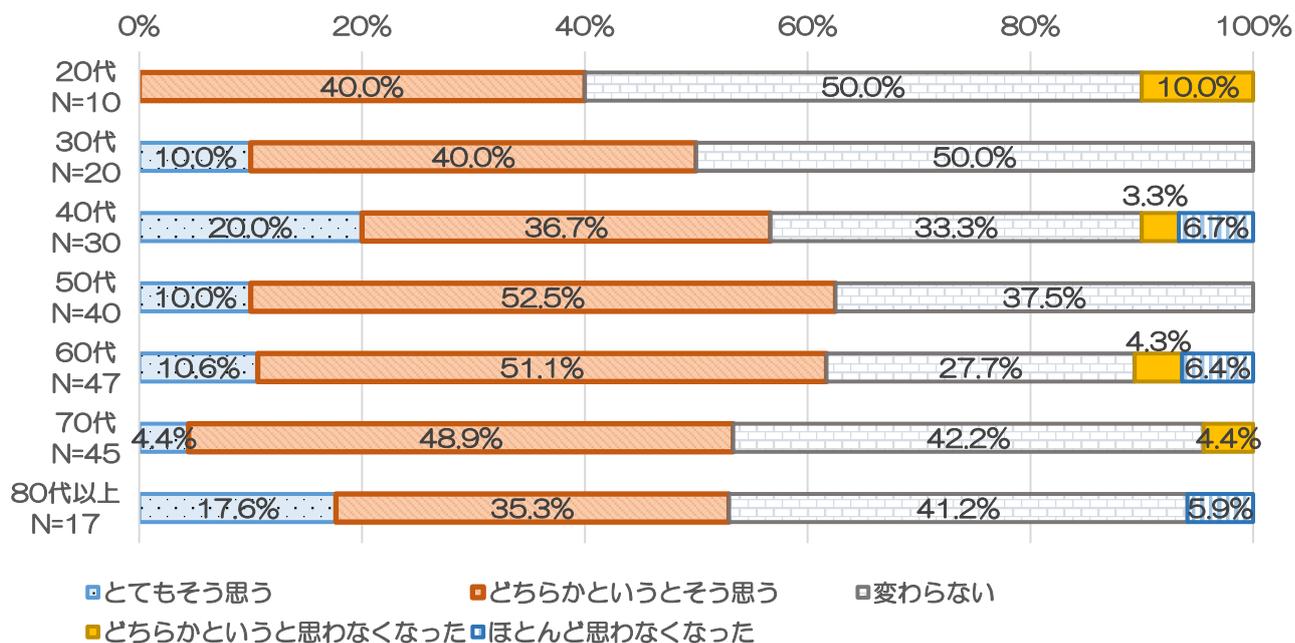
問 25 長崎市では次の時代に向けた進化の取り組みを進めていますが、まちの変化が形になり始める前（概ね3年前）と比べて、長崎市のまちの魅力を市内外の人に自慢したいと思うようになりましたか。（当てはまるものを1つ回答）

選択肢	回答者数	割合
とてもそう思う	22人	10.5%
どちらかという そう思う	96人	45.9%
変わらない	79人	37.8%
どちらかという 思わなくなった	6人	2.9%
ほとんど思わなくなった	6人	2.9%
合計	209人	100.0%



（無回答＝5人）

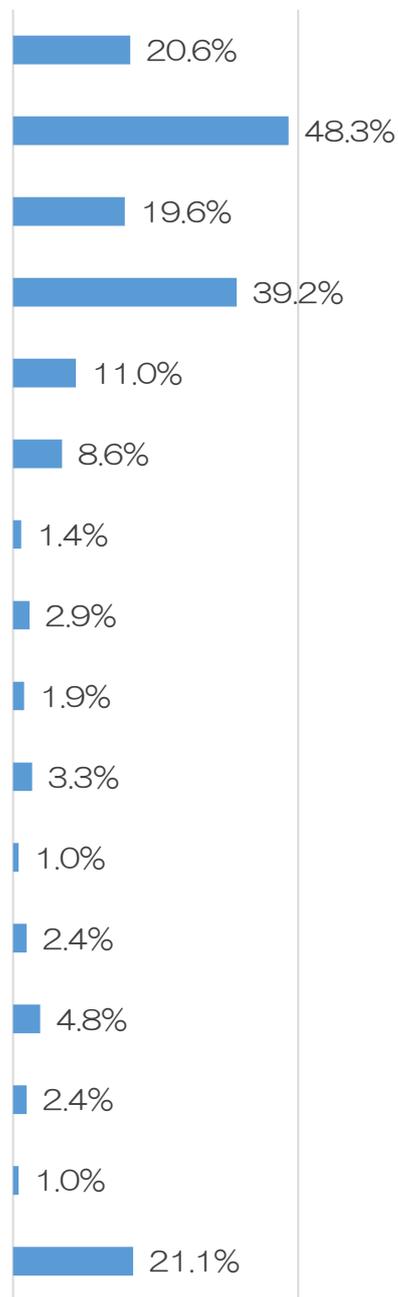
<年代別割合>



「とてもそう思う」「どちらかというそう思う」が 56.4%で、年代別に見ると、50代の62.5%をピークとして、若い世代になるにつれて・高齢世代になるにつれて、徐々に減っています。また、「とてもそう思う」は、40代が最も多く20%で、次いで、80代が17.6%でした。20代ではゼロという結果になりました。

問 26 まちの変化が形になり始める前（概ね3年前）と比べて、長崎市のまちの魅力が高まったと感じるものがありますか。当てはまるものをお選びください。（複数回答可）

選択肢	有効回答数	割合
歴史や文化	43 人	20.6%
観光やレジャー	101 人	48.3%
夜景	41 人	19.6%
スポーツ	82 人	39.2%
国際交流	23 人	11.0%
環境	18 人	8.6%
住民参画	3 人	1.4%
教育・子育て	6 人	2.9%
医療・高齢者福祉	4 人	1.9%
雇用	7 人	3.3%
農林水産業	2 人	1.0%
地場産業	5 人	2.4%
先端技術・企業誘致	10 人	4.8%
災害リスク	5 人	2.4%
その他	2 人	1.0%
特にない	44 人	21.1%

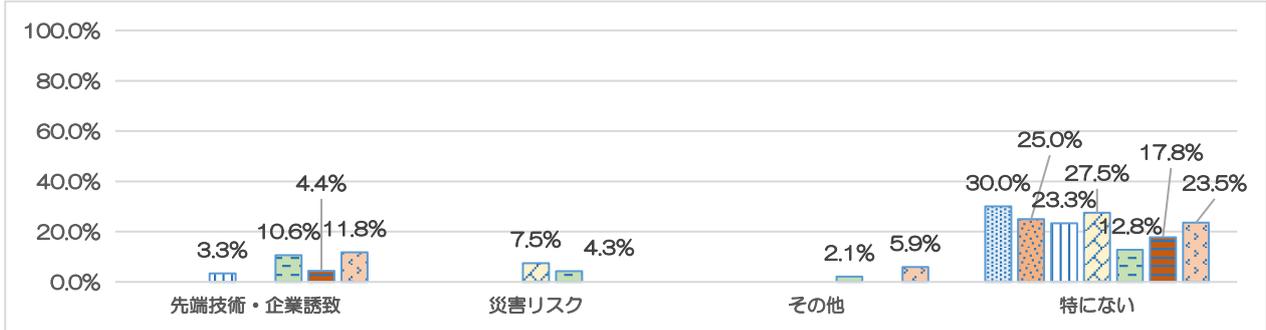
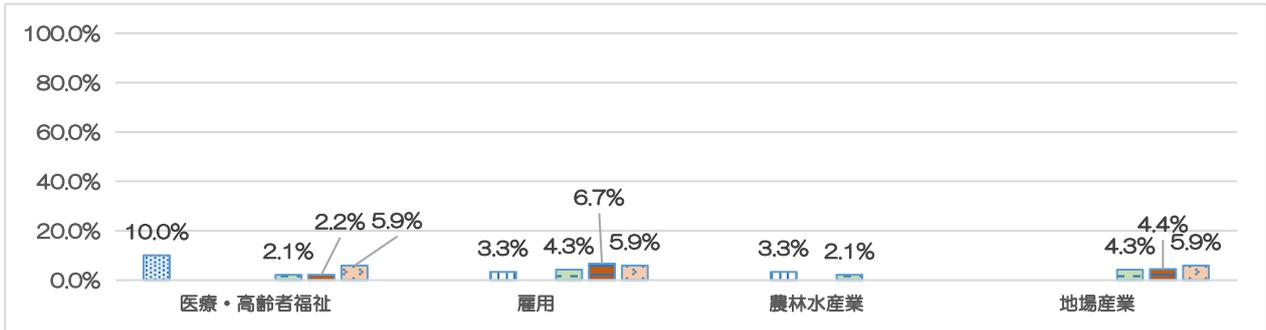
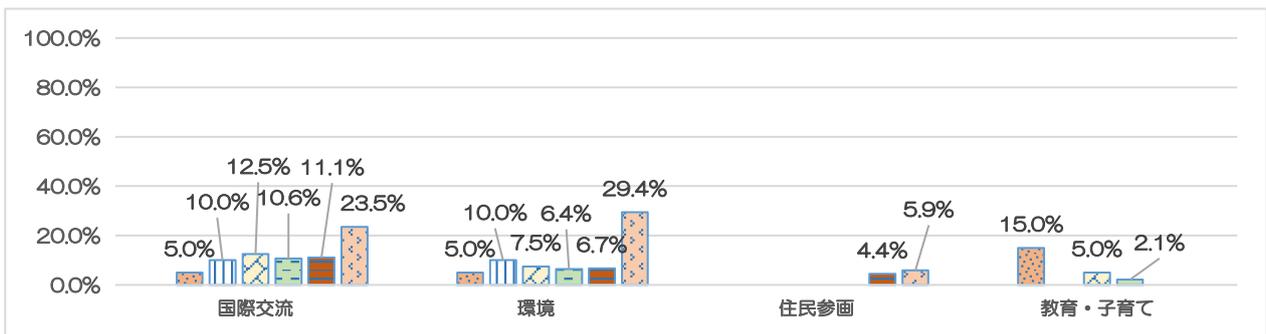
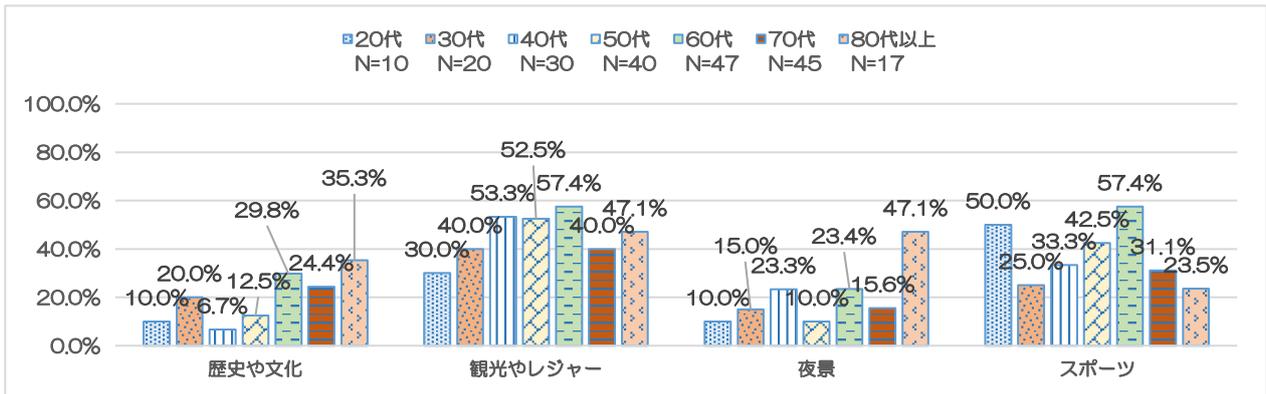


（回答者数=209人 有効回答数=396）

※「その他」の意見

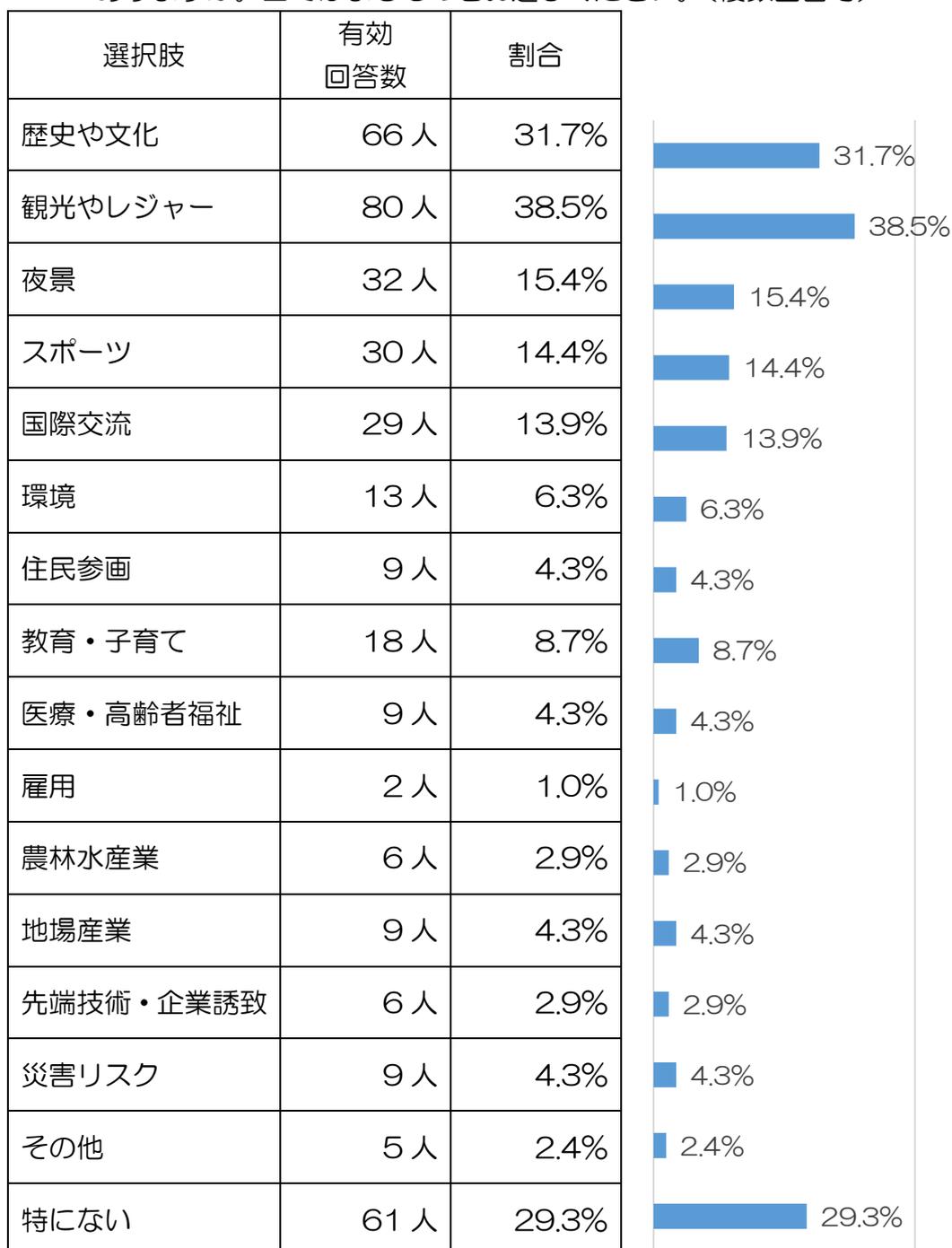
市の地形など魅力がないとも考えるので、大きく希望されない／新幹線

<年代別割合>



「観光やレジャー」「スポーツ」「歴史や文化」「夜景」の魅力が高まったと感じる方の割合が高い結果となりました。スポーツに関しては、V ファーレン長崎や長崎ヴェルカといったプロスポーツの活躍が影響していることが推測されます。一方で、「特にない」も全体の3番目の高さであり、今後も、魅力発信がより重要であると感じました。また、「農林水産業」や「住民参加」「医療・高齢者福祉」等が低い結果となりました。

問 27 長崎市のまちで魅力があり、かつ市役所から情報発信ができていると感じるものはありますか。当てはまるものをお選びください。（複数回答可）

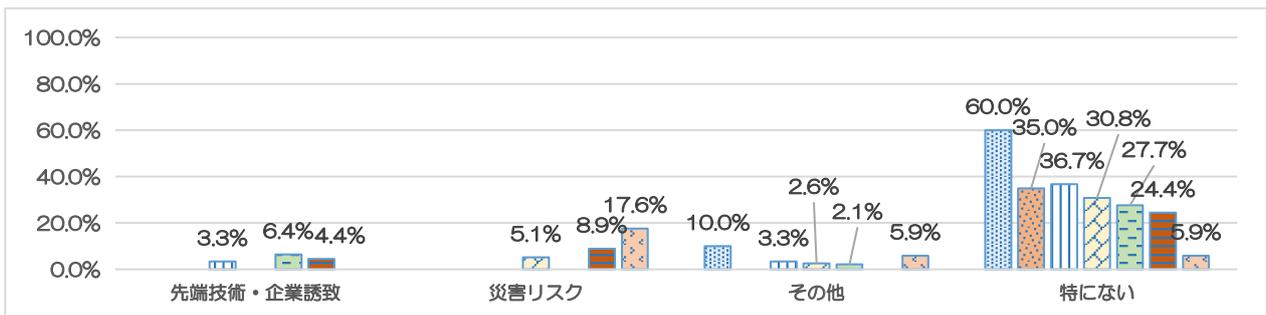
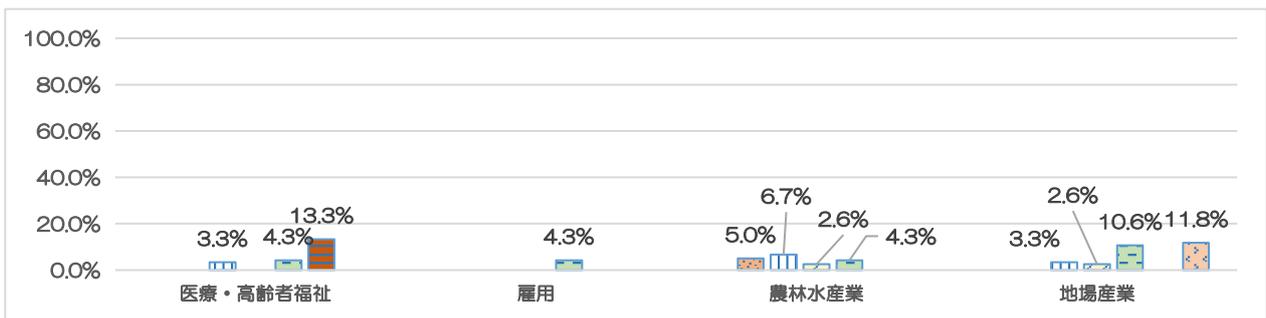
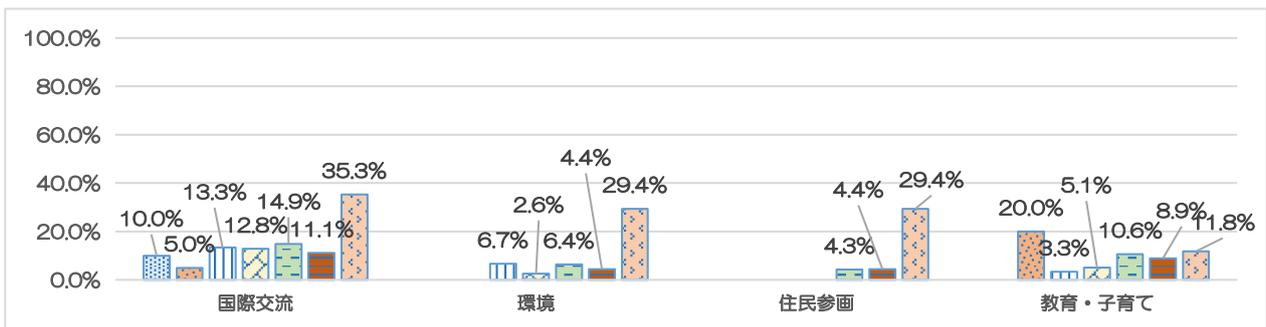
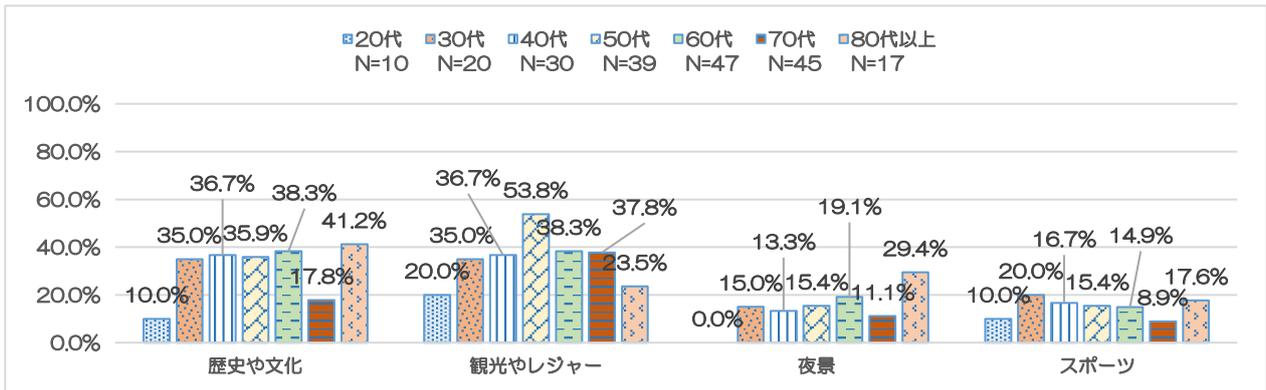


（回答者数＝208 人 有効回答数＝384）

※「その他」の意見

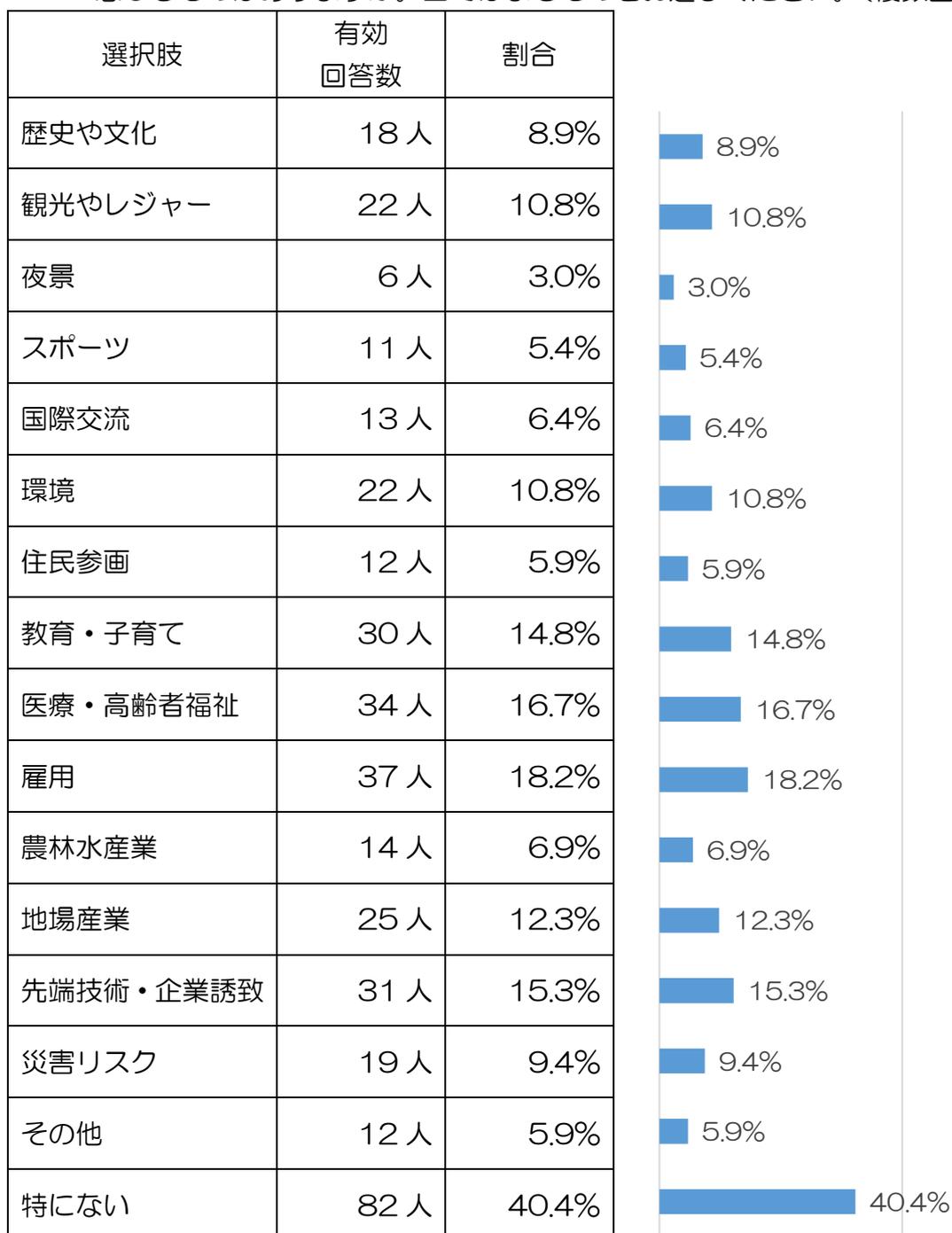
情報発信不足を感じている／田舎という感じなので、市内の地形などからして問題が多いと思う／詳しいことはわかりません／わからない／市長の活動

<年代別割合>



「観光やレジャー」「歴史や文化」「夜景」「スポーツ」において魅力があり情報発信が長崎市からできていると感じる方の割合が高い結果となり、問 26 とほぼ同様の内容となりました。一方で、「特にない」も全体の3番目の高さであり、若い世代ほどその割合が高い傾向にありました、今後も、世代に応じた魅力発信が重要であると感じました。また、「雇用」や「農林水産業」「先端技術・企業誘致」が特に低い結果となりました。

問 28 長崎市のまちで魅力があるにもかかわらず、市役所から情報発信ができていないと感じるものはありますか。当てはまるものをお選びください。(複数回答可)

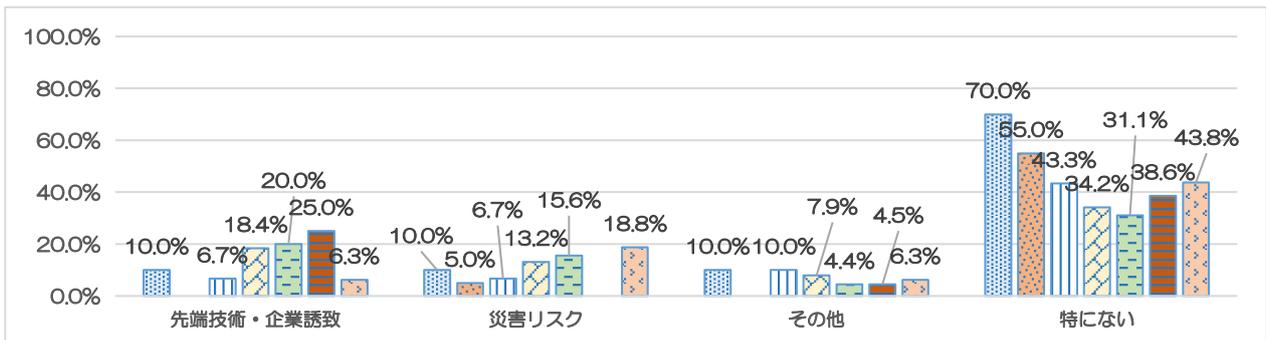
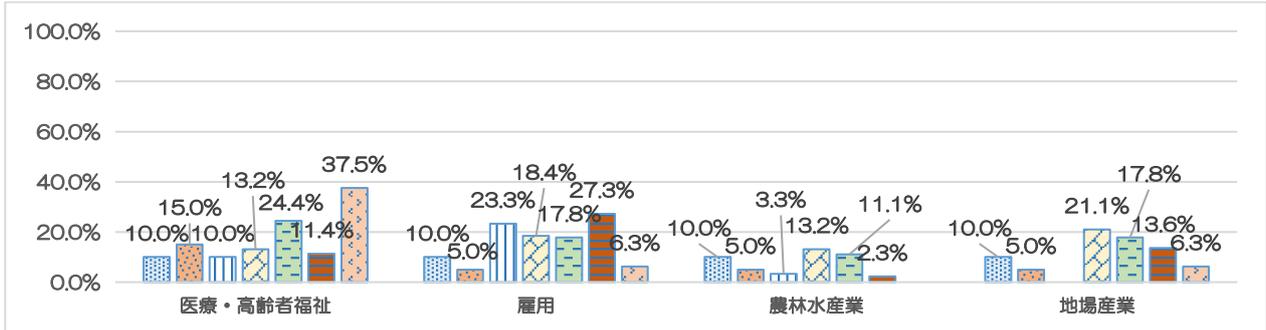
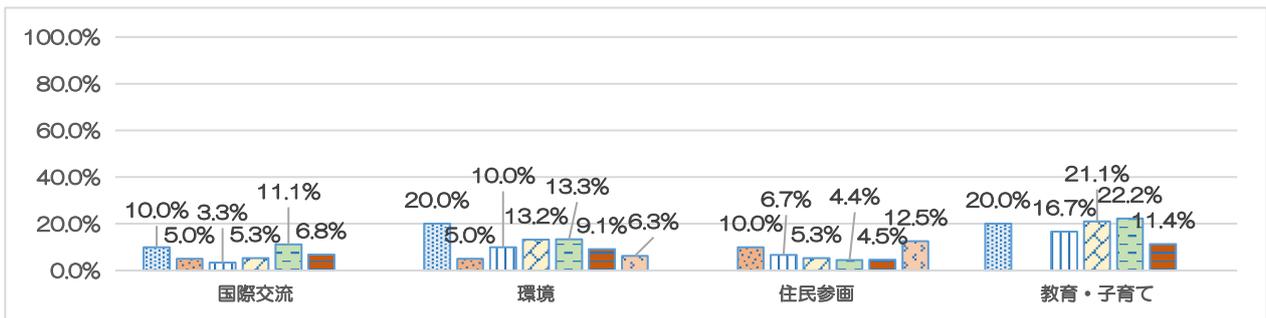
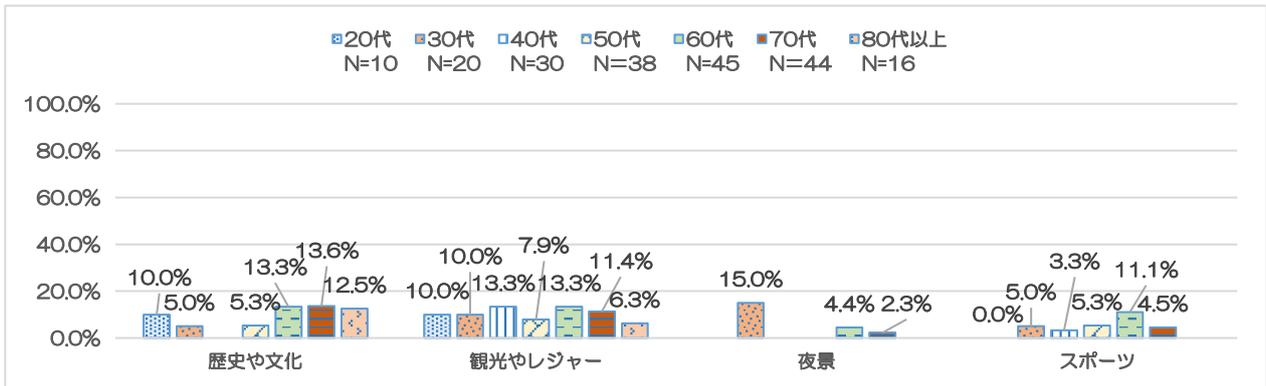


(回答者数=203人 有効回答数=388)

※「その他」の意見

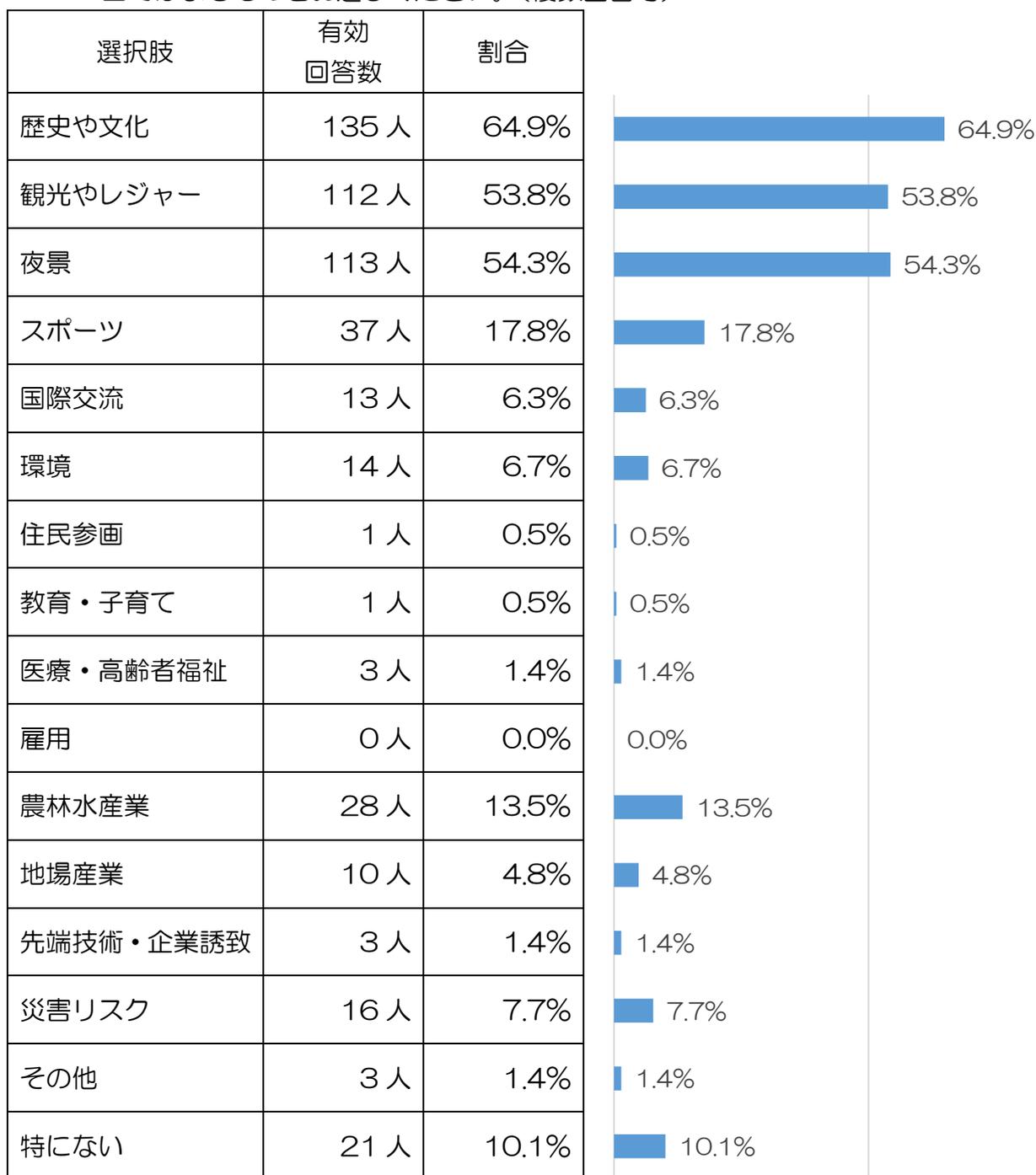
そもそも魅力的だとまで思えるモノが少ない／空き家が多く県外からの移住をもっと進めていくべき／全て不足していると思う／ナイトレジャー、思案橋界隈の再興をお願いしたい。町の魅力は飲食街、歓楽街ですので／長崎県特に長崎市というと国の西端であり、これ以上発展するのは無理と思っている。／詳しいことはわかりません／発信の周知方法／全て／わからない／平和についてはその時期のみと感じる／C級グルメ

<年代別割合>



全世代を通じて「特にない」が一番多い結果となりました。次いで、「雇用」「医療・高齢者福祉」「先端技術・企業誘致」「教育・子育て」の順に、魅力があるにもかかわらず情報発信ができていないと感じている方が多いという結果になりました。「夜景」に関しては、情報発信ができていないと感じている方は20、40、50、80代以上で0%となっています。

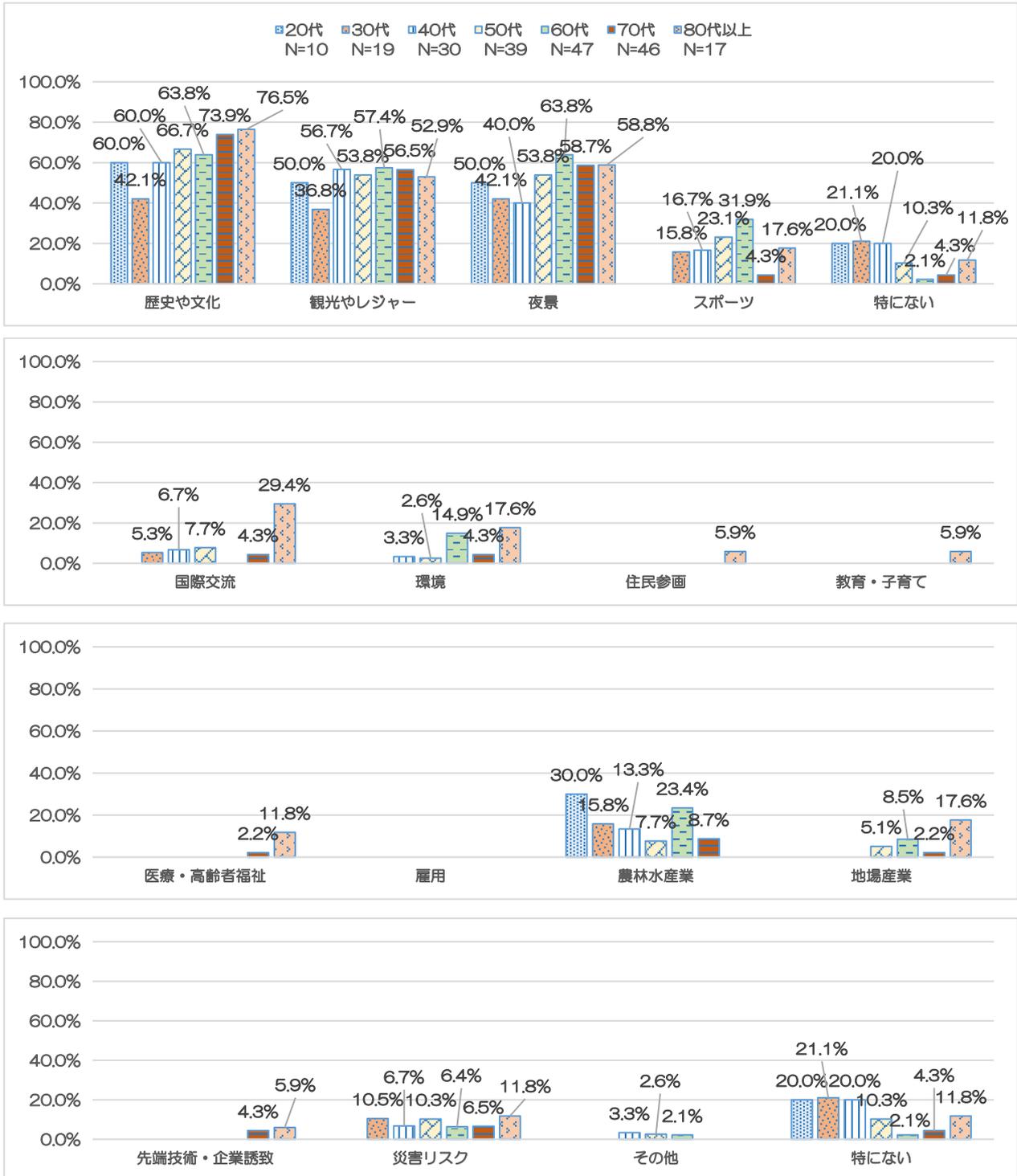
問 29 あなたが周囲の方に自慢したい長崎市のまちの魅力はありますか。
 当てはまるものをお選びください。(複数回答可)



(回答者数=208 人 有効回答数=510)

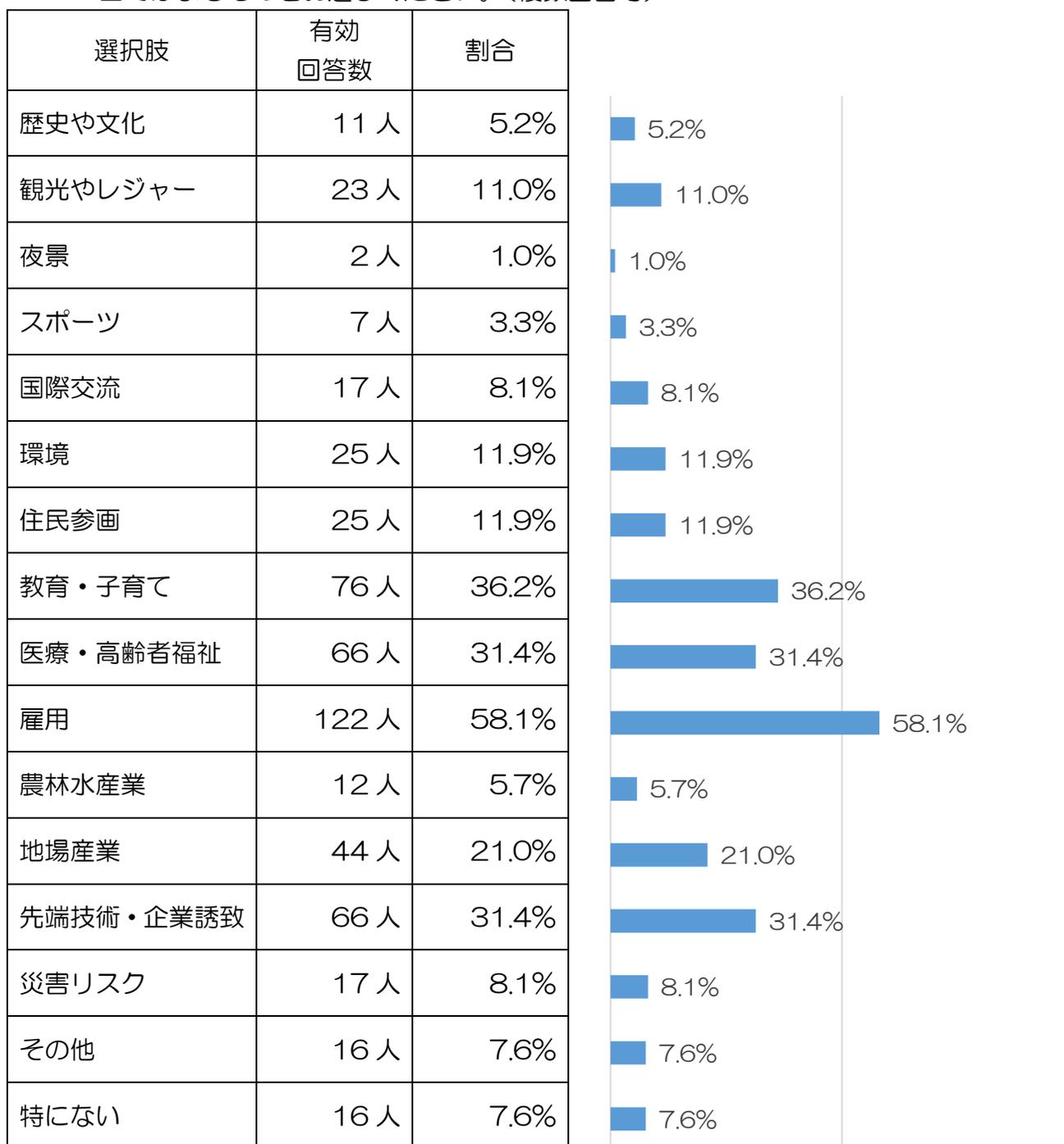
※「その他」の意見
 スタジアムシティ/食 (2件)

<年代別割合>



どの年代でも「歴史や文化」「観光やレジャー」「夜景」を自慢したい方が多い結果となり、3項目に偏った結果となりました。自慢したいと思っている内容が少ないということが表れていると推測されます。特に、「住民参画」「教育・子育て」「医療・高齢者福祉」「雇用」「先端技術・企業誘致」に関しては、20～60代においてゼロ、という結果でした。

問 30 長崎市のまちはどの分野において魅力が欠けていると思いますか。
 当てはまるものをお選びください。(複数回答可)

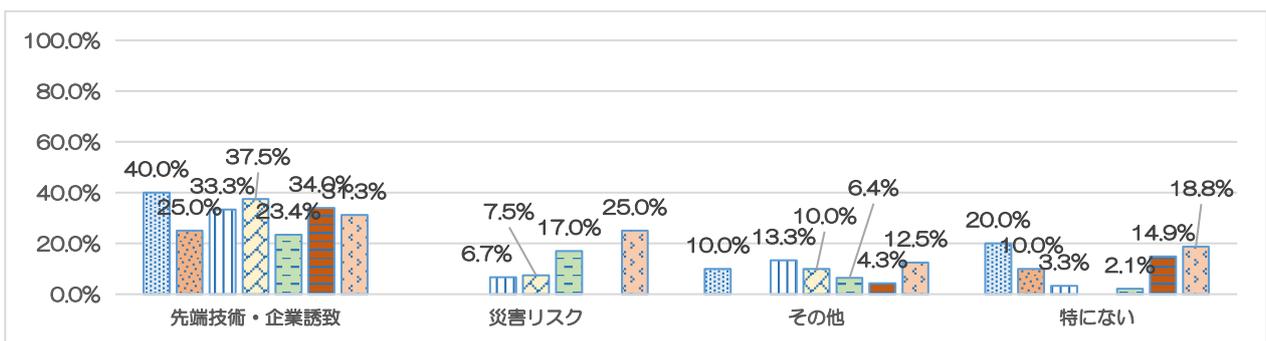
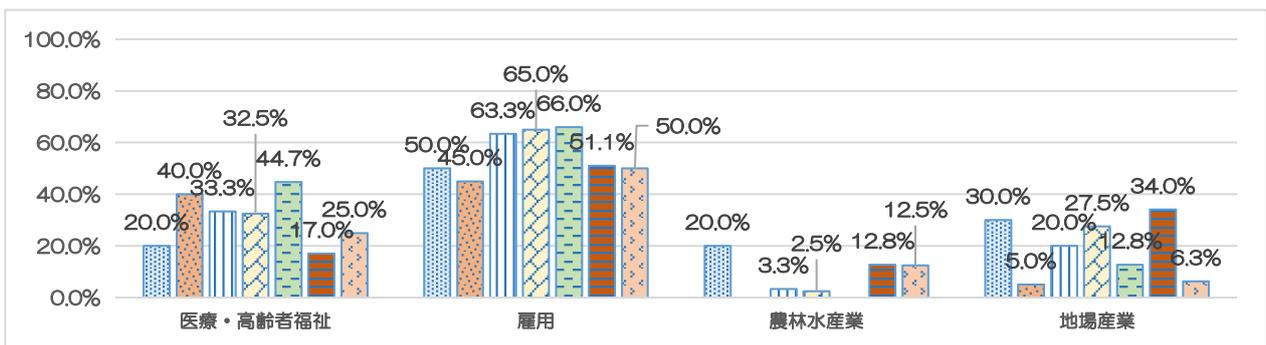
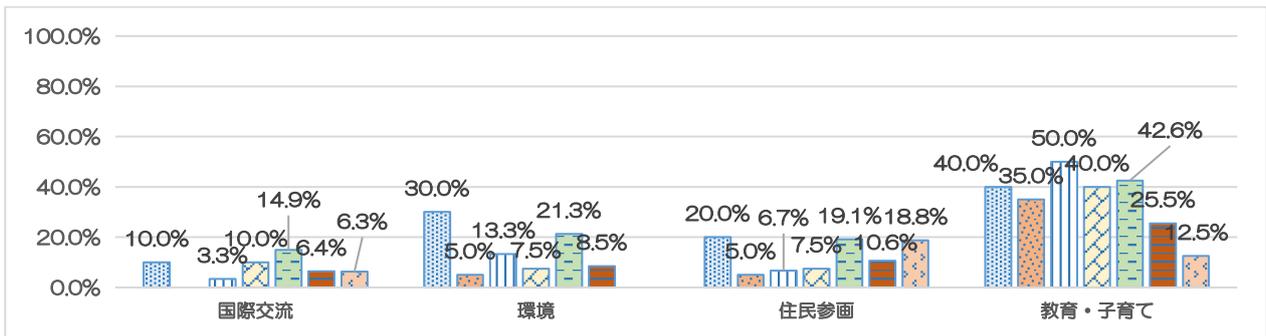
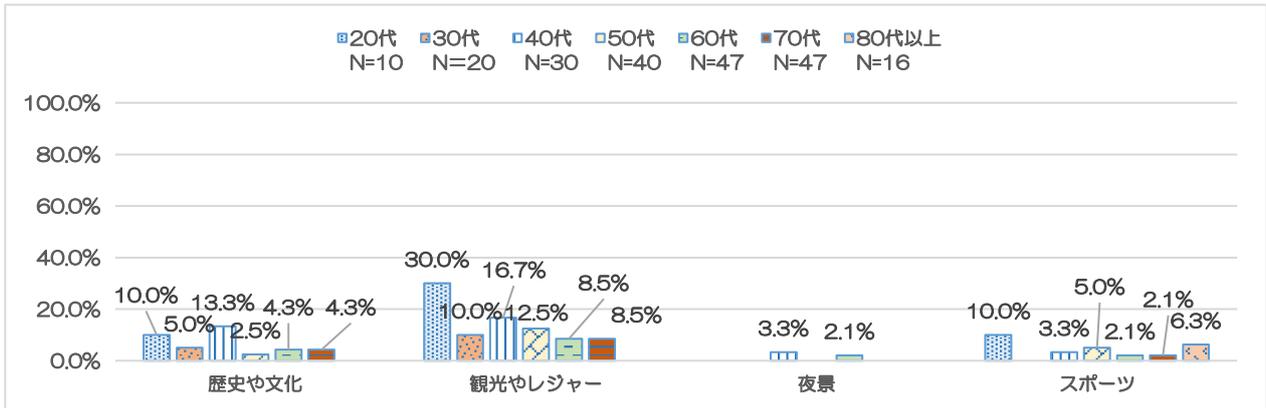


(回答者数=210人 有効回答数=545)

※「その他」の意見

1~3 中途半端/飲食店/全ての人が住みやすい町/音楽公演場所がない/夜の歓楽街/郡部の交通機関が不便/市街地以外の交通手段がない/災害対策/公共交通機関/飛行機での移動が不便/県外の若い知人に平和公園やグラバー園など伝えても、知らない。ハウステンボスは知っている/道路環境は悪い。市電との関係もあり、要望はないが、何かしら不便/グルメ(外食産業)/移動手段/交通の便/大学/人口流出 地方の割にガソリンや家賃など生活コストが高い

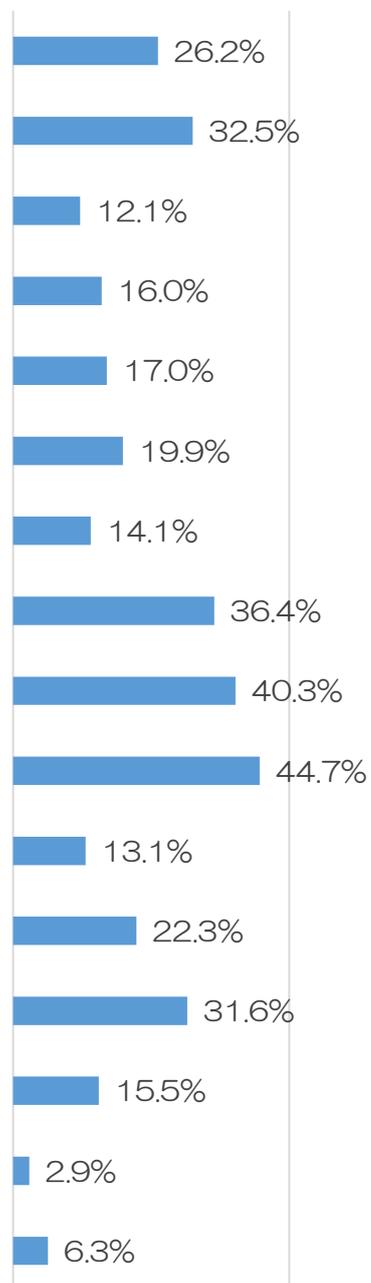
<年代別割合>



「雇用」が全世代で最も多く、回答数も2位の約 1.5 倍と突出していました。次いで、「教育・子育て」「先端技術・企業誘致」「医療・高齢者福祉」となっています。「夜景」は低く、魅力を感じている方が多いことが伺えます。また、その他の意見として、交通に関する内容を記載している人が多く、長崎の交通の不便さを感じている方が多いことが推測されます。

問31 あなたが長崎市をより誇れるまちだと思えるようになるために、どのような情報がほしいですか。当てはまるものをお選びください。(複数回答可)

選択肢	有効回答数	割合
歴史や文化	54人	26.2%
観光やレジャー	67人	32.5%
夜景	25人	12.1%
スポーツ	33人	16.0%
国際交流	35人	17.0%
環境	41人	19.9%
住民参画	29人	14.1%
教育・子育て	75人	36.4%
医療・高齢者福祉	83人	40.3%
雇用	92人	44.7%
農林水産業	27人	13.1%
地場産業	46人	22.3%
先端技術・企業誘致	65人	31.6%
災害リスク	32人	15.5%
その他	6人	2.9%
特になし	13人	6.3%

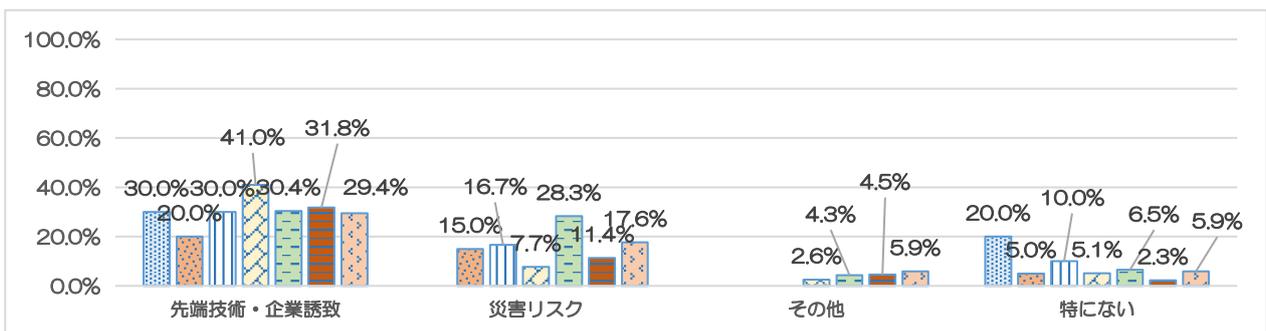
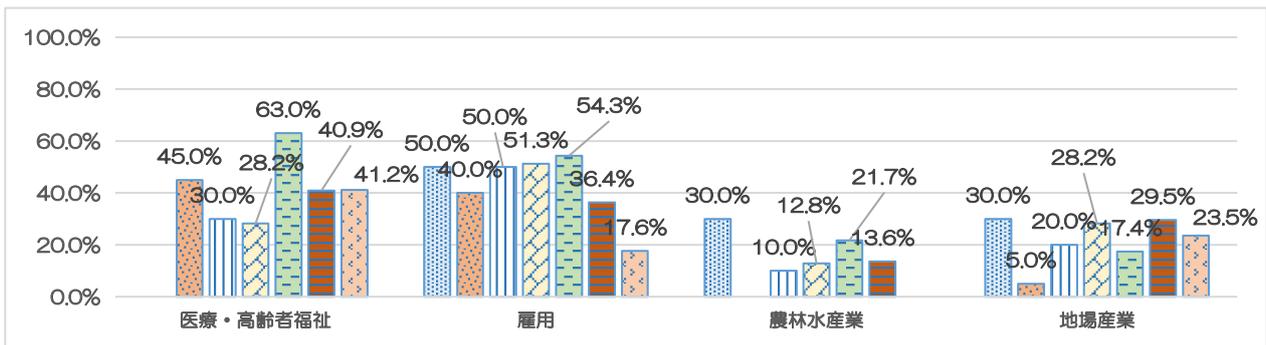
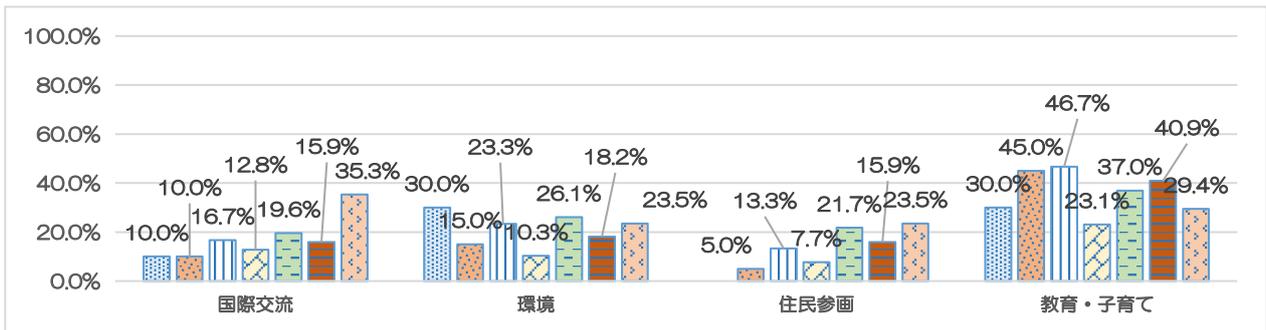
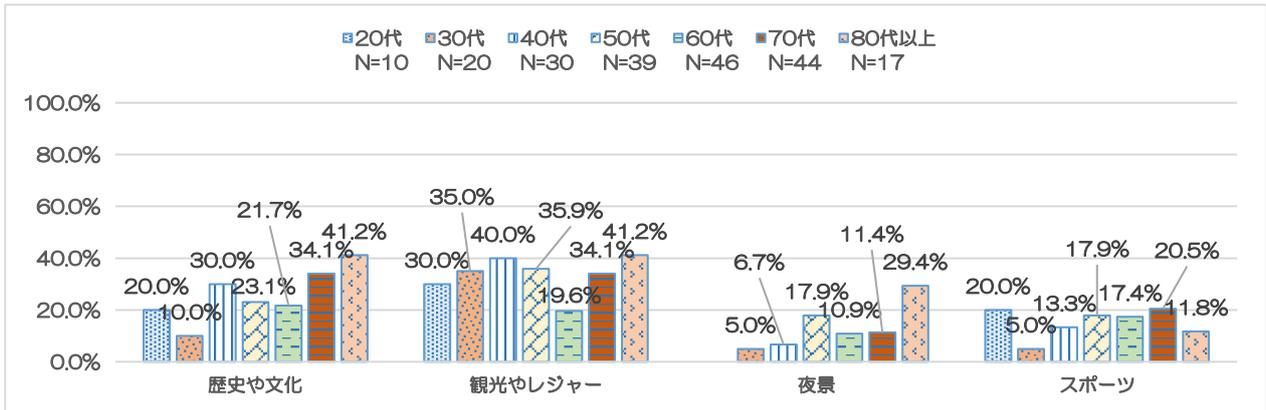


(回答者数=206人 有効回答数=723)

※「その他」の意見

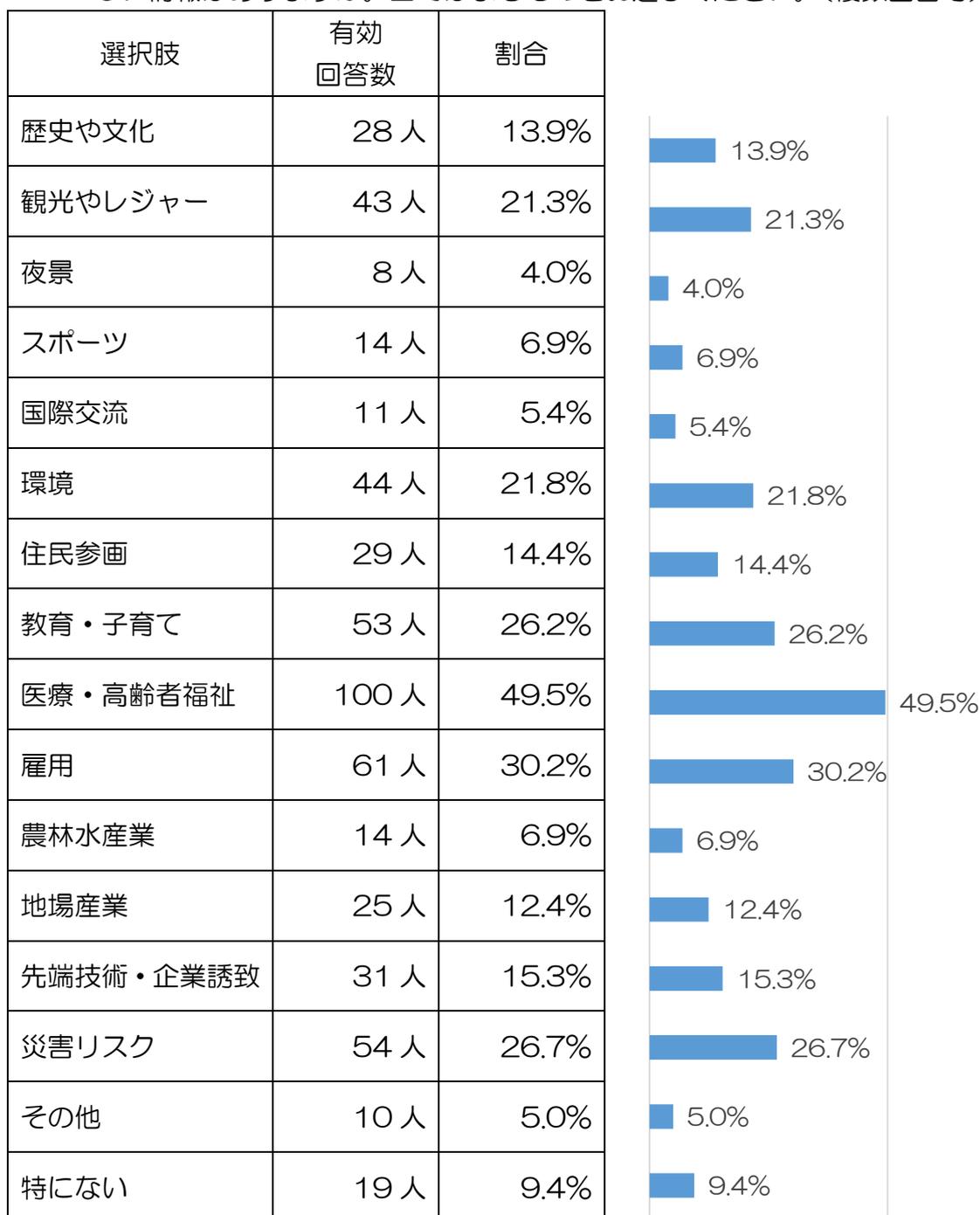
宿泊を多くする組み立てを考えるべき！主要な観光地まわりでは狭い長崎。1時間30分から2時間で回れる／全てを分かりやすく発信してほしい／全ての人が住みやすい町／市街地以外の交通手段／現状で不満はない／安くてうまいものがある

<年代別割合>



「雇用」「医療・高齢者福祉」「教育・子育て」の情報を必要としている方が特に多く、「雇用」は、80代以上を除く世代で、「医療・高齢者福祉」は20代を除く世代で、また、「教育・子育て」は全世代で比較的まんべんなく情報を必要とされていることが分かりました。また、他の設問と比べて有効回答数が2番目に多い（複数回答が多くあった）ことから、様々な情報が必要とされていることが伺えました。

問 32 まちの変化が形になり始めていますが、あなたの生活を充実させるために市から欲しい情報はありますか。当てはまるものをお選びください。（複数回答可）

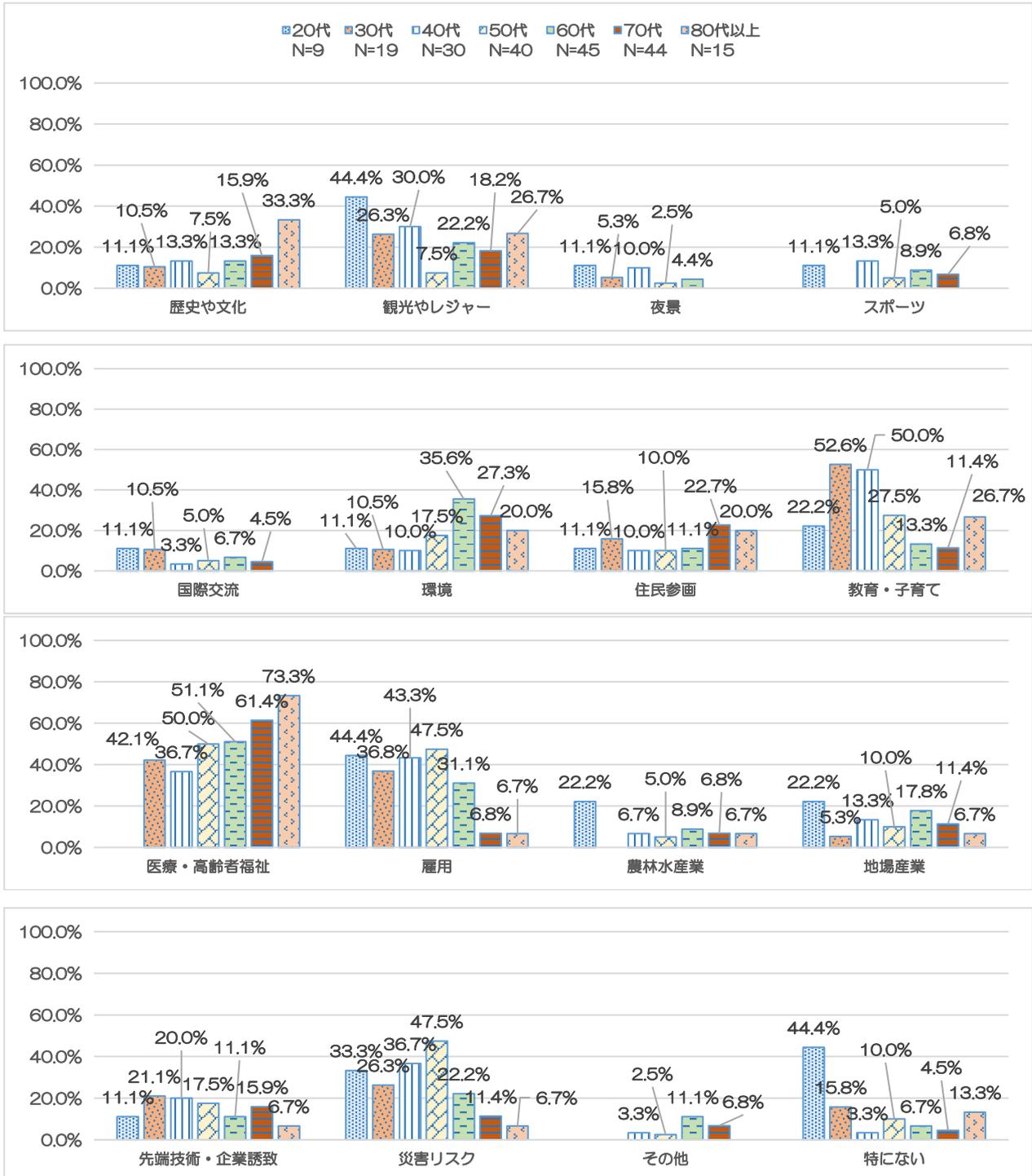


（回答者数＝202 人 有効回答数＝544）

※「その他」の意見

分からない／外食について／市街地以外の交通手段／生活関連／障害福祉に関する情報、バリアフリー／空住宅、移住体験／生活に対する相談／施策が偏りすぎていて特定の世代にしか反映されていない／全て／市・県ともに経済力のUP しかないと思う

<年代別割合>

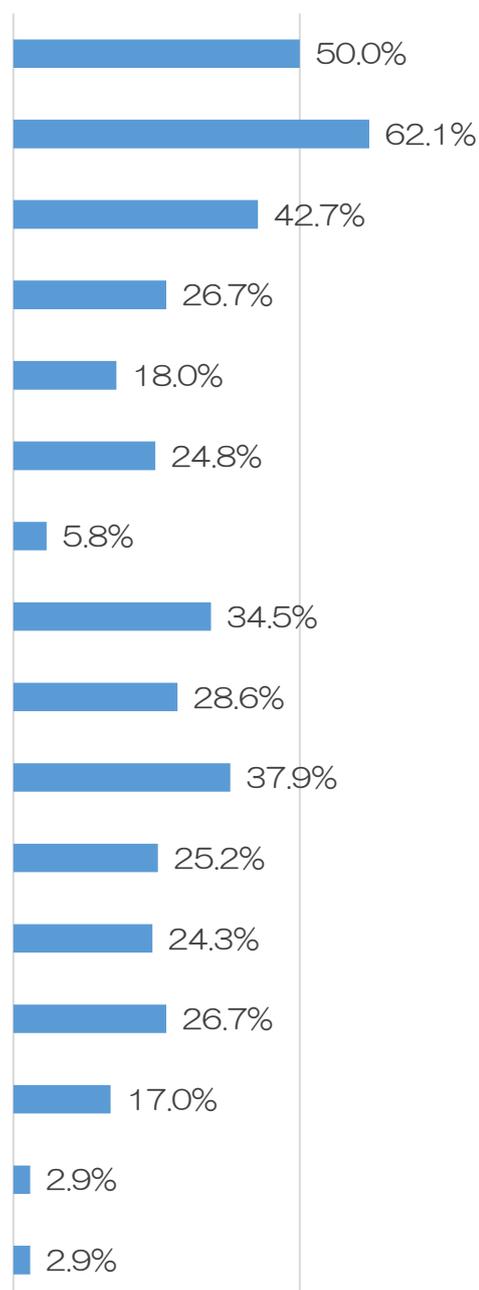


「医療・高齢者福祉」の情報を必要としている人が最も多く、次いで、「雇用」「災害リスク」「教育・子育て」「環境」と、日常生活に密接した項目が上位となりました。

年代別に見ると、「医療・高齢者福祉」は年代が上がるほどその割合は高い、「雇用」「災害リスク」「教育・子育て」に関しては、比較的若い世代の方の割合が高い、「環境」は比較的高齢世代の方の割合が高い結果となりました。

問 33 市外県外の人に長崎のまちを魅力的だと感じてもらうためには、どのような情報を発信するべきと思いますか。当てはまるものをお選びください。（複数回答可）

選択肢	有効回答数	割合
歴史や文化	103 人	50.0%
観光やレジャー	128 人	62.1%
夜景	88 人	42.7%
スポーツ	55 人	26.7%
国際交流	37 人	18.0%
環境	51 人	24.8%
住民参画	12 人	5.8%
教育・子育て	71 人	34.5%
医療・高齢者福祉	59 人	28.6%
雇用	78 人	37.9%
農林水産業	52 人	25.2%
地場産業	50 人	24.3%
先端技術・企業誘致	55 人	26.7%
災害リスク	35 人	17.0%
その他	6 人	2.9%
特にない	6 人	2.9%

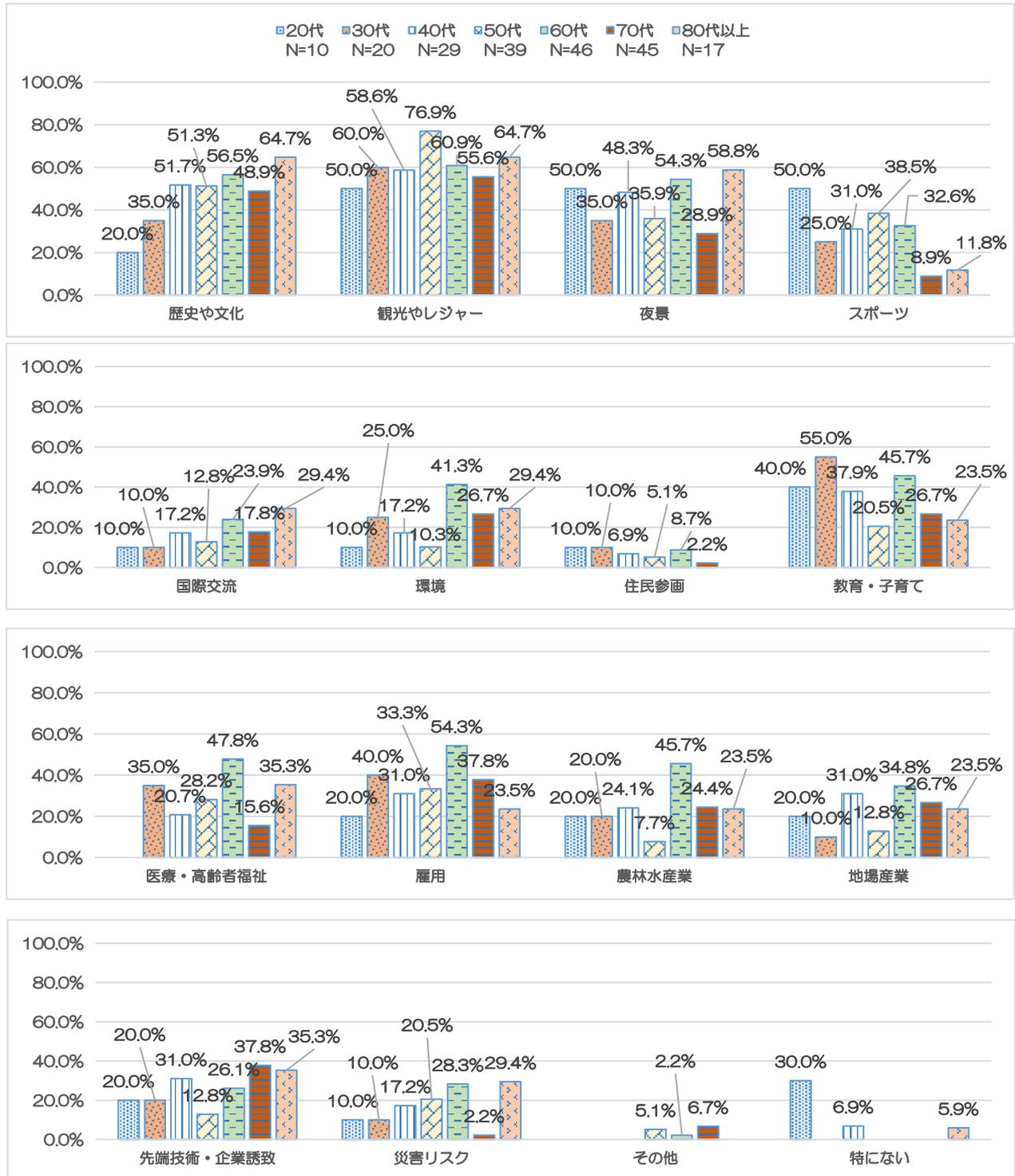


（回答者数＝206 人 有効回答数＝886）

※「その他」の意見

先ずは新幹線の博多までの直通／全ての人々が住みやすい町／平和都市だと言うことをもっとアピールした方が良い／夜の歓楽街に魅力的な店を出店する方に資金等貸付を考えて欲しい／うまい食べ物や安心できる宿泊

<年代別割合>



設問29と同様に「歴史や文化」「観光やレジャー」「夜景」の割合が高く、市民の皆様が周囲に自慢したいことと、市外県外に魅力を感じてもらうために情報発信すべきことに一定の共通点があることがわかりました。なお、20代に関しては、「歴史や文化」の割合が他の世代より低く「スポーツ」が高くなっています。また、他の設問と比べて有効回答数が最も多い（複数回答が多くあった）ことや、設問29と比べて前記3項目以外についても回答数が多いことから、様々な分野で情報発信すべきと感じている方が多いと推測されます。