

令和 6 年度
長崎市日本人観光客動向
分析結果報告

令和 7 年 5 月

 長崎市文化観光部

目 次

I. 調査概要	1
II. 要約	11
III. 分析結果	14
【属性】	14
【長崎市への訪問目的】	16
【日程】	17
【旅行スタイル】	21
【訪問（予定）先と訪問回数】	29
【祭り・行事の認知度】	44
【長崎市の観光に対する要望と「食」、「土産」の傾向】	45
【長崎市を旅行先に決めた理由・目的】	56
【長崎市内における1人当たりの消費額】	58
【長崎市の観光満足度】	59
【長崎市の観光推奨度・再来訪意向・居留意向】	63
【宿泊税について】	66
【長崎市の観光において特に良かった点・感動したこと】	71
【長崎市の観光において改善してほしい点・ご要望】	72
【長崎市の観光に対する自由意見】	73
自由意見	別冊

I. 調査概要

令和6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) 1,528 件 (調査時期) 2024年5月～2025年2月末日 (10か月)
調査場所	宿泊施設 (20か所※)、グラバー園、出島、原爆資料館、稲佐山ロープウェイ (淵神社駅舎)、長崎市総合観光案内所、長崎市恐竜博物館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6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」、「大江戸温泉物語 長崎ホテル清風」、「東横イン長崎駅前」、「長崎オリオンホテル」、「長崎スカイホテル」、「長崎バスターミナルホテル」、「Nomon 長崎」、「ビジネス観光ホテルいけだ」、「ヒルトン長崎」、「ペンション南山手十番館」、「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」、「ホテルマリンワールド」、「矢太樓」

(令和6年度配布チラシ)

”市外”からの来訪者・18歳以上の方限定!

2024年度長崎市観光アンケート
ご協力をお願い

暮らしのそばに、ほら世界。
NAGASAKI

アンケートご回答の方へ
スマホに届く、**QUOカードPay!**
500円 先着**1500名**様全員に
プレゼント!

アプリ不要! 登録不要! 現金と一緒に支払い可能!

締切 2025年2月末 (先着1500名で終了)

回答フォームへは以下のURLからもアクセスできます。
<https://questant.jp/q/nagasaki2024>

【調査実施主体】 長崎国際観光コンベンション協会
Nagasaki International Tourism and Convention Association

【調査運営・お問い合わせ・発送先】 公益財団法人ながさき地域政策研究所
電話 090-7982-9198 (担当 石井)


【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／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。（1つ選択）	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。（複数選択）	<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)</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。(主なものを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> 
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）</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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） • 二次交通の接客サービス等（おもてなし） • 飲食店（魅力的な料理の提供など） • 飲食店の接客サービス等（おもてなし） • 土産店（魅力的な土産の提供など） • 土産店の接客サービス等（おもてなし） • 観光案内所の快適性・案内サービス • 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）

NO	質問	選択肢
		<ul style="list-style-type: none"> • 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。	自由記述
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、歴史的建造物・文化施設等の活用・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 • オーバーツーリズム対策（訪問客の増加等に伴う観光公害）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。	自由記述

NO	質問	選択肢
30	今回の観光先を「長崎市」に決めた理由・目的は何ですか。(複数選択)	<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
31	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。 (1つ選択)	<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	親しい友人に長崎観光を勧めたいと思いますか。 (1つ選択)	<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	長崎市を再び訪れたいと思いますか。(1つ選択)	<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	「長崎市」に住んでみたいと思いますか。(1つ選択)	<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 (第二の住まい) • 住んでみたいとは思わない
35	今回の来訪で、「パック商品 (飛	<ul style="list-style-type: none"> • 利用した

NO	質問	選択肢
	行機+ホテル)」を利用しましたか。(1つ選択)	<ul style="list-style-type: none"> • 利用していない
36	(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
37	(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
38	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 <ul style="list-style-type: none"> ・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・買物代 ・その他 	0円~100,000円/人(1,000円刻み) 100,000円以上/人
39	長崎市において宿泊税が導入されていることを知っていますか。(1つ選択)	長崎市を訪問する前から知っている/今回、訪問してから知った/知らなかった
40	(付問) 「長崎市を訪問する前から知っている」または「今回、訪問してから知った」を選択された方にお聞きします。どのようなきっかけで宿泊税を知りましたか。	<ul style="list-style-type: none"> ・長崎市のホームページ掲載情報 ・空港、駅など交通機関のポスター広告等の情報 ・旅行会社のホームページや宿泊サイト、予約時の説明 ・宿泊施設のホームページ、SNS、電話予約時の説明やメール等 ・宿泊施設のチェックイン時の説明 ・長崎市の観光施設に設置されているポスター・チラシの情報 ・友人、知人、仕事関係者からの情報提供 ・新聞、テレビ、ラジオ ・その他
41	(付問) 「今回、訪問してから知った」または「知らなかった」を選択され	<ul style="list-style-type: none"> ・影響なし(知っていても長崎市内に泊まった) ・長崎市を訪問するが、長崎市外に泊まった ・訪問先として長崎市を選ばなかった

NO	質問	選択肢
	た方にお聞きします。長崎市で宿泊税がかかることを事前に知っていたら、訪問先や宿泊地等の選択に影響しましたか。	
42	今回支払った1人1泊あたりの宿泊税の税額はいくらですか。(1つ選択)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 100 円 ・ 200 円 ・ 500 円 ・ わからない
43	今回支払った宿泊税の税額についてどう思いますか。(1つ選択)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 適当である ・ 高い ・ 安い ・ 気にしていない
44	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。	自由記述

II. 要約

【属性】

◆女性が男性よりも10.9%多い。年代では「50代」、居住地では「九州・沖縄」が最も多い。

年代では、「50代」が26.4%で最も多く、「40代」(20.0%)、「30代」(17.1%)、「60代」(17.1%)と続く。居住地では、「九州・沖縄」が最も多く37.9%。「関東」(29.8%)、「近畿」(16.0%)、「北陸信越・中部」(7.1%)と続く。都道府県では、「福岡県」が最多。

【長崎市への訪問目的】

◆80.3%が「観光」目的

長崎市への訪問目的は、「観光」が80.3%で最も多く、「MICE・ビジネス」が11.8%と続く。性別では、女性が男性に比べ「観光」の割合が高く、男性は女性に比べ「MICE・ビジネス」の割合が高い。年齢層別では40代で「MICE・ビジネス」の割合が高い。

【日程】

◆旅行全体の日程は「宿泊旅行」が約8割、平均宿泊数は2.5泊

旅行の全日程は、「宿泊旅行」が83.6%で、その宿泊数は1泊と2泊で65.3%。

◆長崎市内における宿泊数は「1泊」が最も多く50.3%で、平均宿泊数は1.7泊

長崎市内における宿泊数は、「1泊」50.3%、「2泊」29.2%、「3泊以上」14.9%、「0泊（長崎市での宿泊なし）」5.6%となっている。前回調査と比べると、「0泊」が1.3ポイント増加した。

【旅行スタイル】

◆個人・小グループ旅行が 93.2%

旅行形態は、「家族旅行」が 34.4%で最も多く、「夫婦 2 人での旅行」(22.6%)、「ひとり旅」(21.5%)、「友人との旅行」(9.2%)が続く。

◆交通手段は、「自家用車」がトップ

長崎市に入るまでの交通手段は、「自家用車」が最も多く 31.1%。以下、「飛行機+バス」30.2%、「JR」(19.0%)、「レンタカー」(8.4%)と続く。

◆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「地図系アプリ」

【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 22.2%でトップ。県外では「福岡県」が 14.9%で最も多い。

◆長崎市への来訪回数は「はじめて」が約 24%

長崎市への来訪回数は「はじめて」が最も多く 24.3%。しかしながら、「10 回以上」が 21.5%であり、2.8%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 33.5%、「10 年以上前」が 21.7%、「1～3 年以内」が 20.3%。

◆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 60.5%。次いで、「地元の美味しいものを食べる」が 56.3%、「まちあるき・都市散策」が 36.8%。

◆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 49.7%で最多。以下、「グラバー園（旧グラバー住宅）」(45.9%)、「出島」(40.2%)と続くが、4位の「眼鏡橋」(38.7%)は3位の「出島」との差がほとんどない。

【祭り・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」(78.1%)と「長崎くんち」(61.9%)の認知度が特に高く、これに「精霊流し」(42.9%)が続く。

【長崎市の観光に対する要望と「食」・「土産」の傾向】

◆長崎市の観光に望むことは、「二次交通の充実（ルート、便数など）」がトップ

長崎市の観光に望むことは、「二次交通の充実」(38.7%)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)」(31.4%)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」を合わせて58.6%。一方、「とらふぐ」は11.3%、「びわ」は44.6%、「かんぼこ(かまぼこ)」は48.1%。

◆旅行中の『食』は「ちゃんぽん・皿うどんなどの中華料理」が最多

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75.5%と、次点の「魚の刺身(トラフグ、くじらを除く)」(31.3%)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74.3%と、次点の「角煮まんじゅう」「洋菓子・中華菓子」(27.4%)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46.7%でトップ。

【長崎市内における1人あたりの消費額】

◆長崎市における1人あたりの消費額は、45,983円。そのうち、日帰り21,381円、宿泊47,452円

居住地別では、「北海道・東北」が62,147円で最も高く、「関東」が51,987円、「北陸信越・中部」が47,402円で続いている。

【観光満足度】

◆「大変満足」と「満足」の合計が94.8%

長崎市の観光満足度は「大変満足」が38.2%、「満足」が56.6%で合計94.8%となった。

【宿泊税について】

◆宿泊税の認知度は約2割

「長崎市を訪問する前から知っている」は22.3%。「今回、訪問してから知った」が32.4%、「知らなかった」が45.3%。

◆宿泊税を知ったきっかけは「宿泊施設のチェックイン時の説明」が最多。

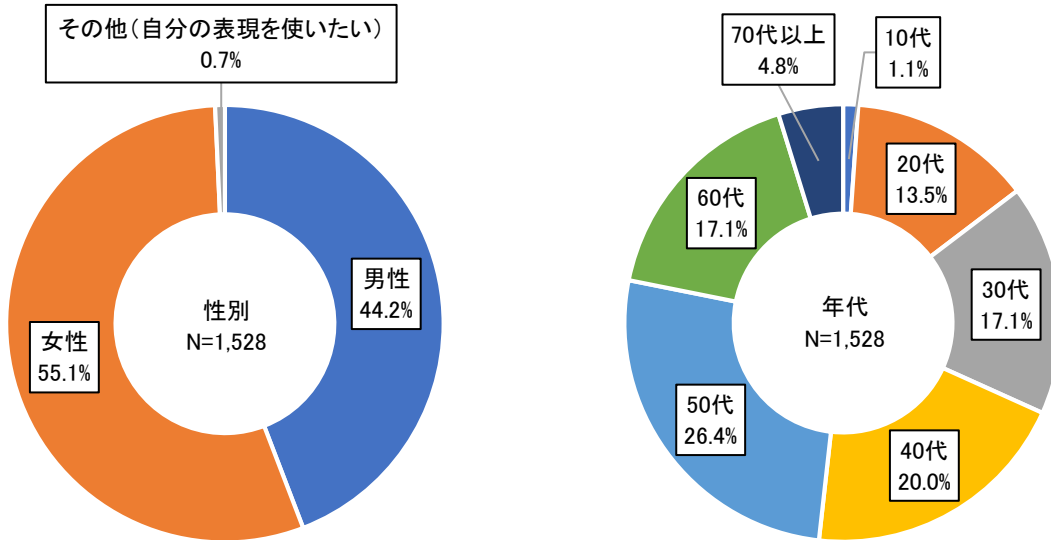
宿泊税を知ったきっかけは「宿泊施設のチェックイン時の説明」37.2%で最多。次いで、「旅行会社のホームページや宿泊サイト、予約時の説明」が19.5%、「長崎市のホームページ掲載情報」が16.4%。

Ⅲ. 分析結果

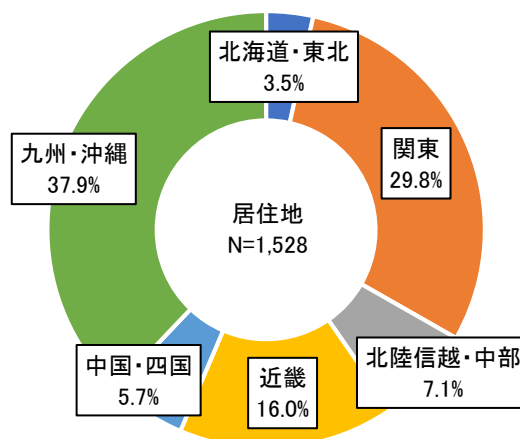
【属性】

性別は「男性」44.2%、「女性」55.1%。

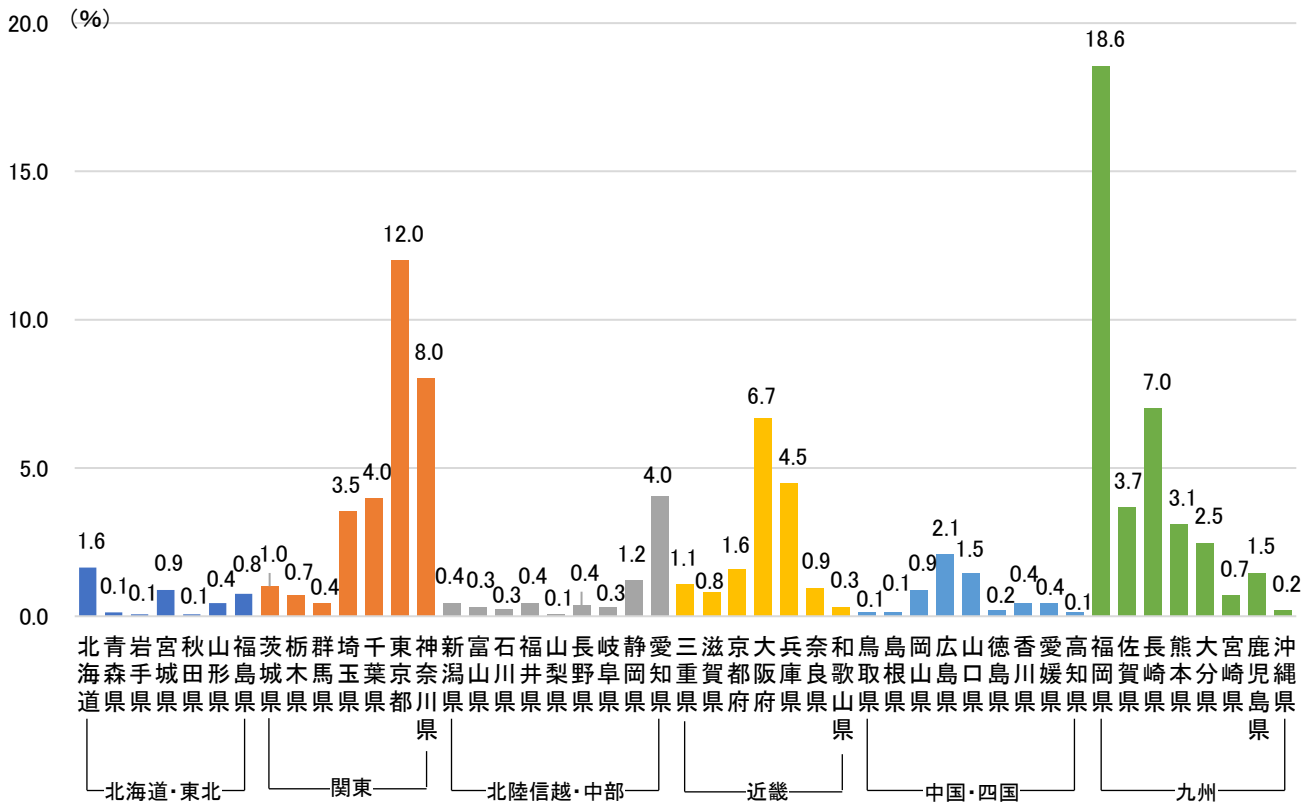
年代は、「50代」が最も多く26.4%で、2番目が「40代」の20.0%。以下、「30代」(17.1%)、「60代」(17.1%)、「20代」(13.5%)、「70代以上」(4.8%)、「10代」(1.1%)と続く。



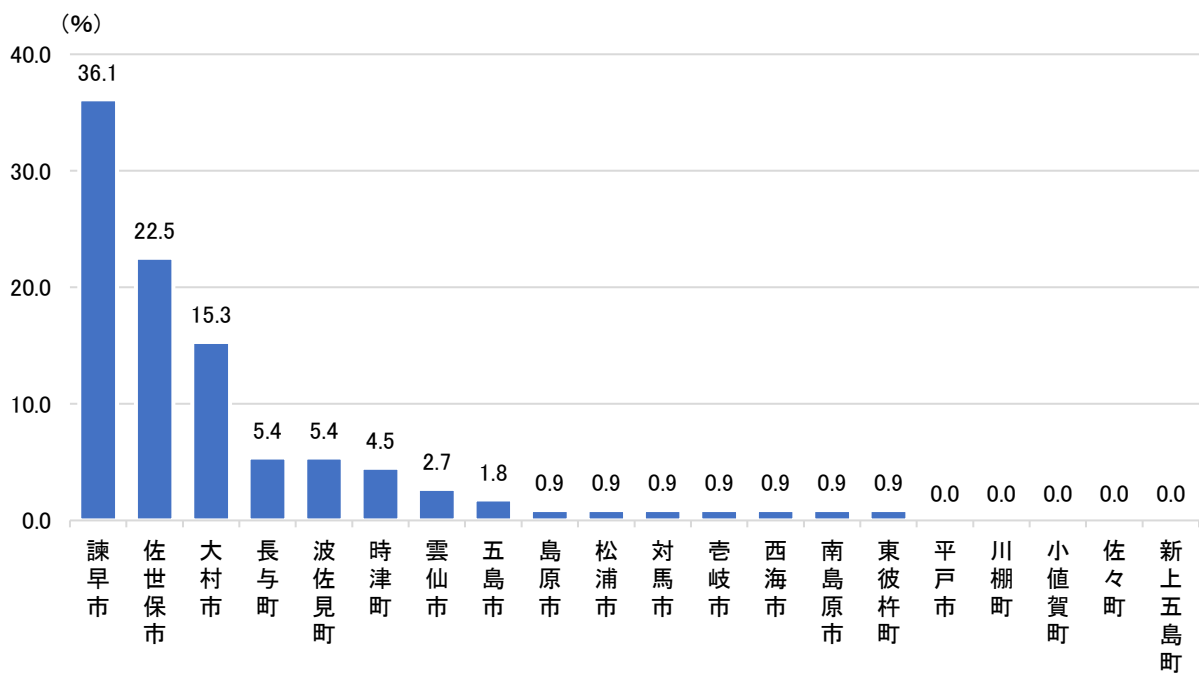
居住地は、「九州・沖縄」が最も多く37.9%。以下、「関東」(29.8%)、「近畿」(16.0%)、「北陸信越・中部」(7.1%)「中国・四国」(5.7%)「北海道・東北」(3.5%)と続く。



さらに、その都道府県をみると、「福岡県」が18.6%で最も多く、以下、「東京都」(12.0%)、「神奈川県」(8.0%)、「長崎県」(7.0%)と続く。



長崎県内での居住地をみると、「諫早市」が36.1%で最も多く、以下、「佐世保市」(22.5%)、「大村市」(15.3%)と続く。



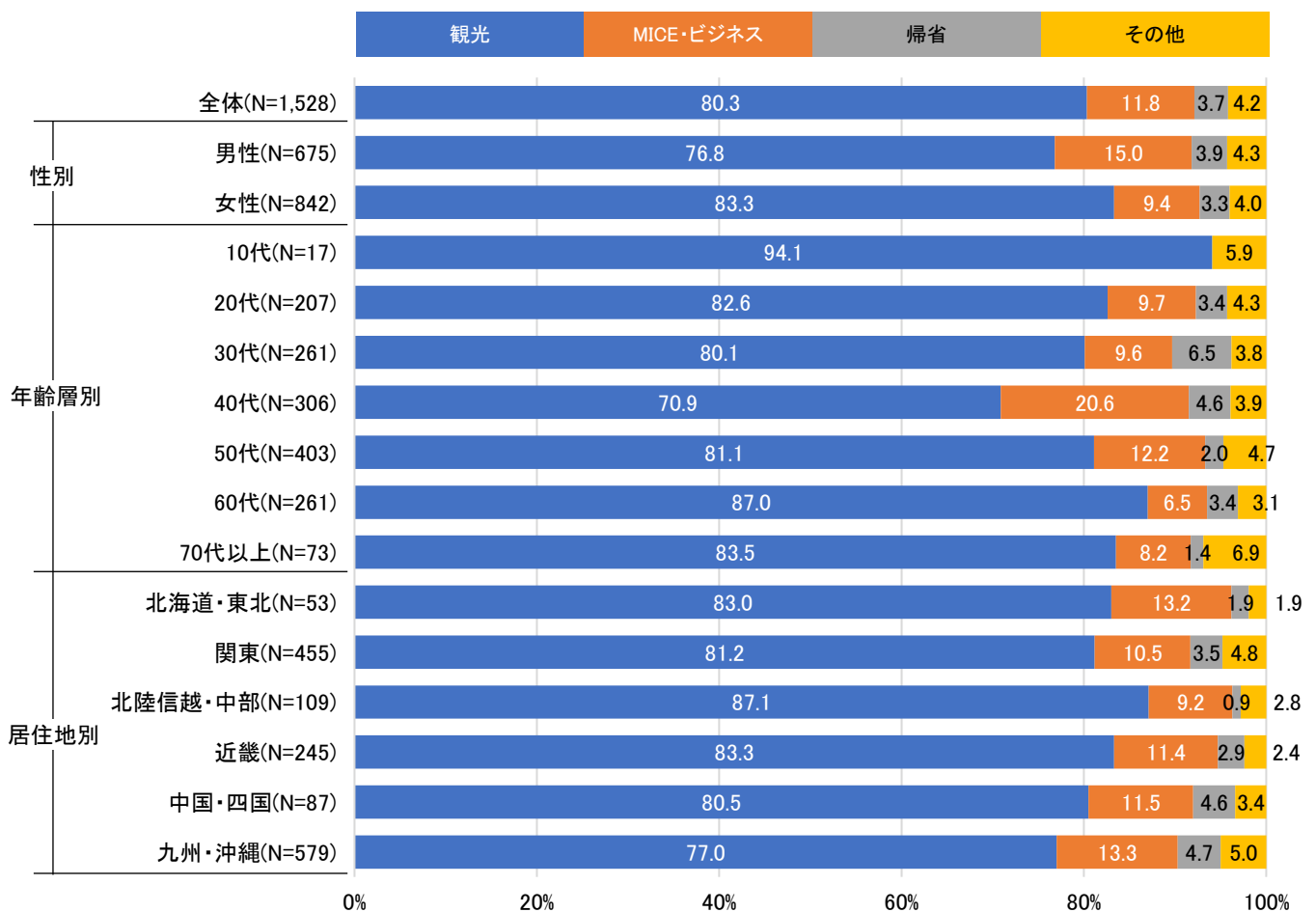
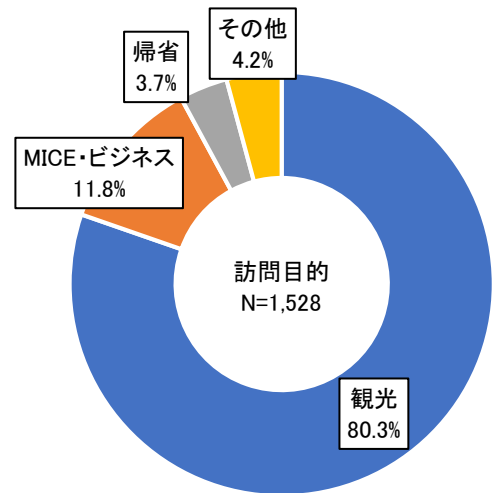
【長崎市への訪問目的】

長崎市への訪問目的は、「観光」が80.3%で最も多く、「MICE・ビジネス（仕事での会議、学会、展示会等）」（11.8%）、「帰省」（3.7%）となっている。「その他」は結婚式や法事、ワーケーション、墓参り、スポーツ観戦などの回答を得た。

・女性のほうが男性よりも「観光」で訪問した割合が高い。また、男性の方が女性よりも「MICE・ビジネス」で訪問した割合が高い。

・年齢層別では、全ての年代で「観光」が最も多いが、40代で「MICE・ビジネス」の割合が20.6%と他の年齢層よりも高い。

・居住地別では、全ての地域で「観光」が最も多いが、九州・沖縄ブロックでは77.0%と全体平均を下回っている。

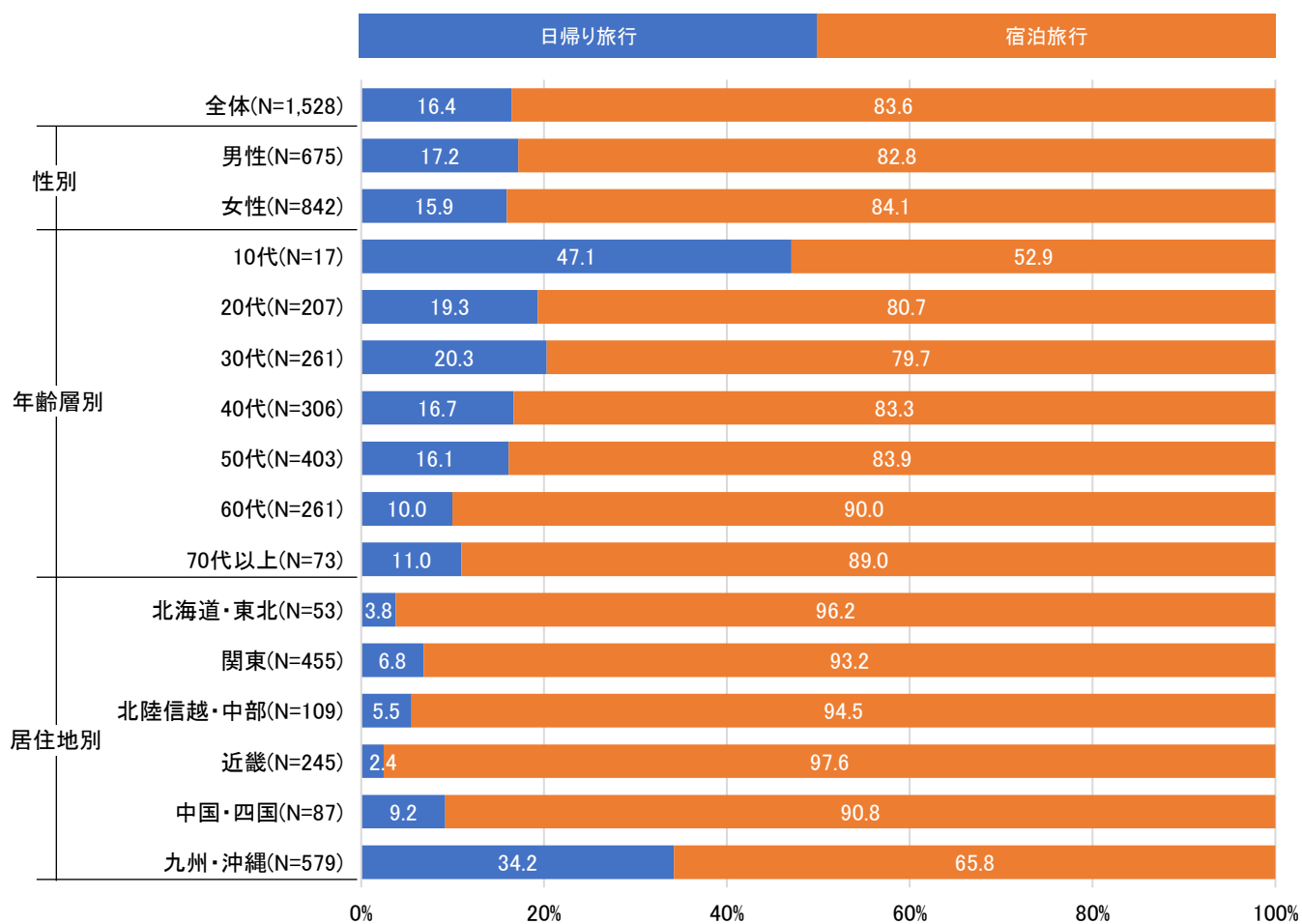
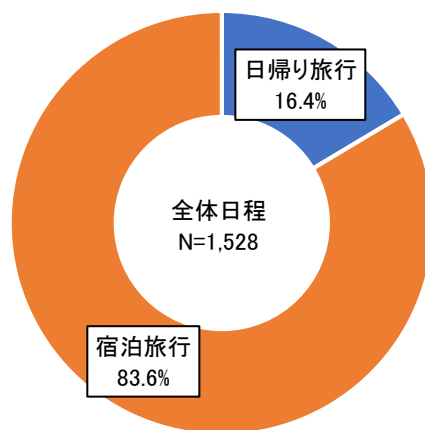


【日程】

○旅行全体の日程

旅行全体の日程をみると、「宿泊旅行」が83.6%、「日帰り旅行」が16.4%となった。

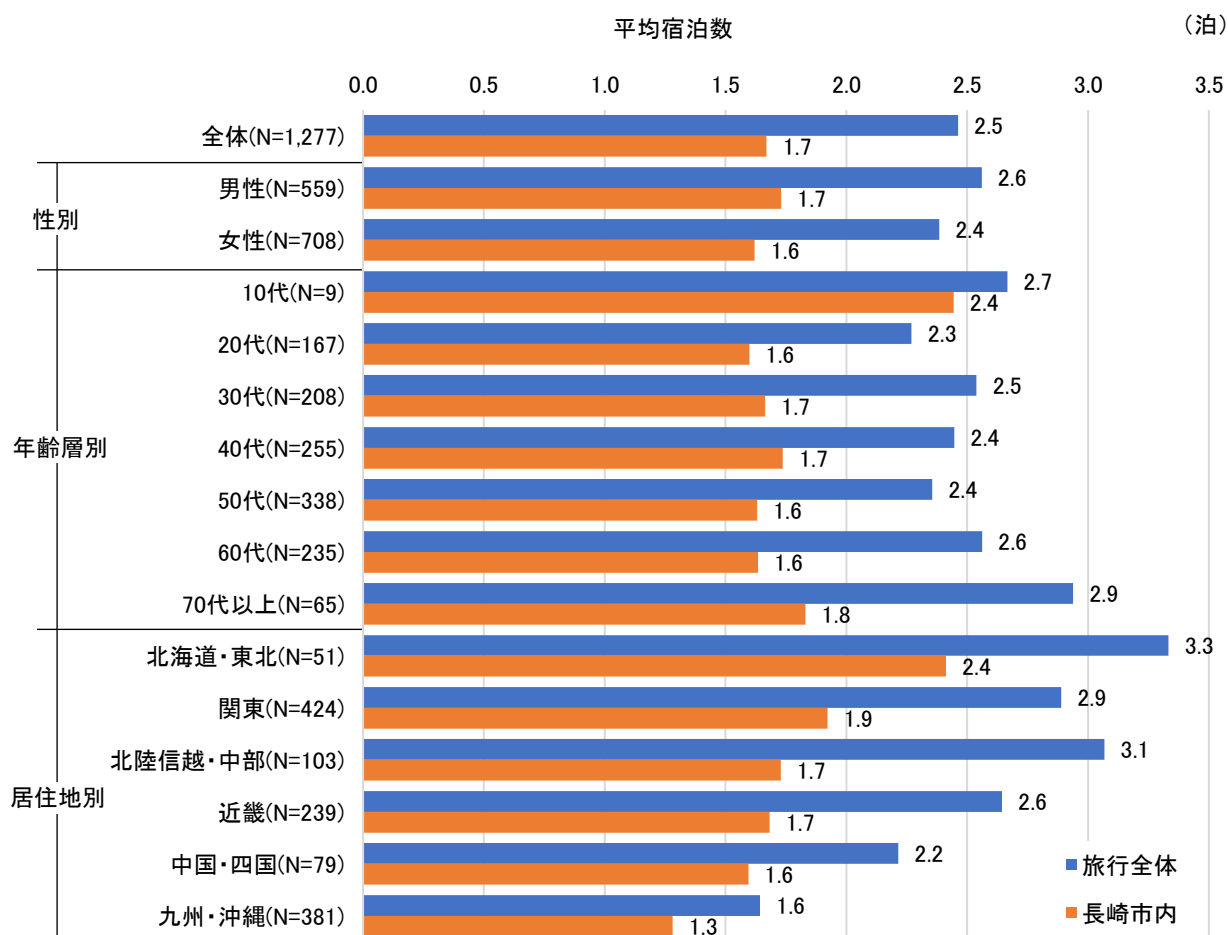
- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、60代・70代以上で「宿泊旅行」が約90%と他の年齢層よりも高い。
- ・居住地別では、九州・沖縄を除く全ブロックで「宿泊旅行」が90%を超えている。



(平均宿泊数)

平均宿泊数は、旅行全体では2.5泊である一方、長崎市内では1.7泊と、0.8泊が長崎市以外での宿泊となっている。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、70代以上で旅行全体の宿泊数と長崎市内の宿泊数の差が1.1泊と他の年齢層よりも差が大きくなっている。
- ・居住地別では、平均宿泊数は距離にほぼ比例しており、最も平均宿泊数が多いのは最も距離が離れている北海道・東北ブロックとなっている。



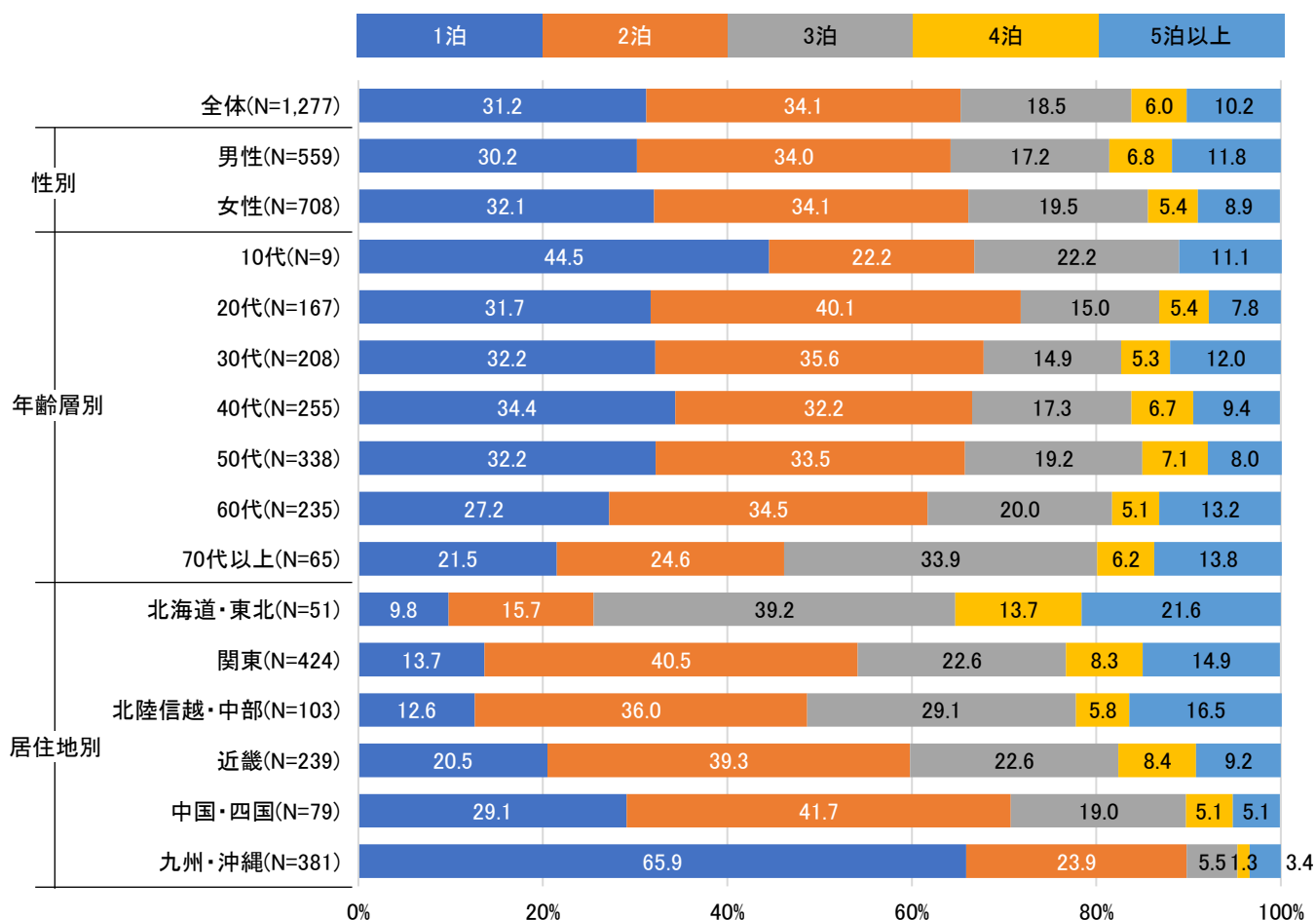
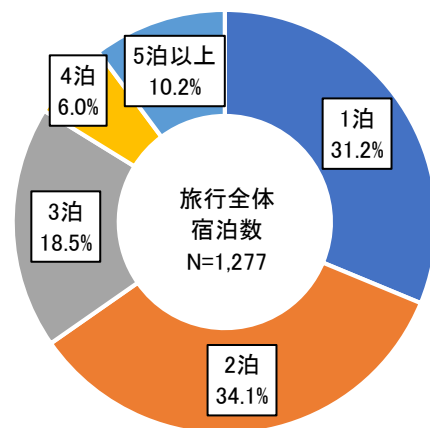
(泊)

		旅行全体	長崎市内	差 (旅行全体-長崎市内)
全体(N=1,277)		2.5	1.7	0.8
性別	男性(N=559)	2.6	1.7	0.9
	女性(N=708)	2.4	1.6	0.8
年齢層別	10代(N=9)	2.7	2.4	0.3
	20代(N=167)	2.3	1.6	0.7
	30代(N=208)	2.5	1.7	0.8
	40代(N=255)	2.4	1.7	0.7
	50代(N=338)	2.4	1.6	0.8
	60代(N=235)	2.6	1.6	1.0
	70代以上(N=65)	2.9	1.8	1.1
居住地別	北海道・東北(N=51)	3.3	2.4	0.9
	関東(N=424)	2.9	1.9	1.0
	北陸信越・中部(N=103)	3.1	1.7	1.4
	近畿(N=239)	2.6	1.7	0.9
	中国・四国(N=79)	2.2	1.6	0.6
	九州・沖縄(N=381)	1.6	1.3	0.3
	全体(N=1,277)	2.5	1.7	0.8

○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34.1%で最も多く、「1泊」(31.2%)、「3泊」(18.5%)と続く。2泊までで全体の6割を超える。

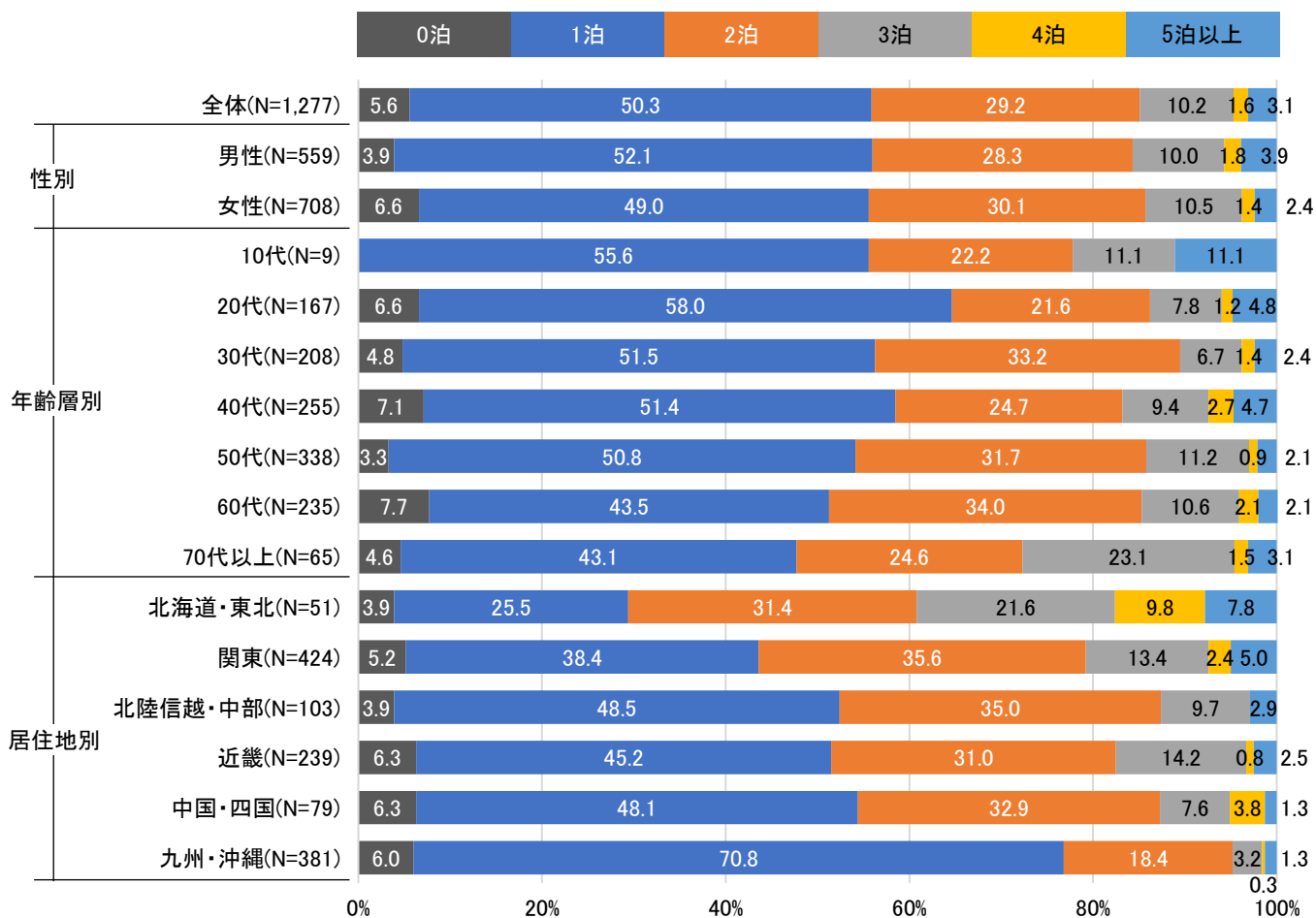
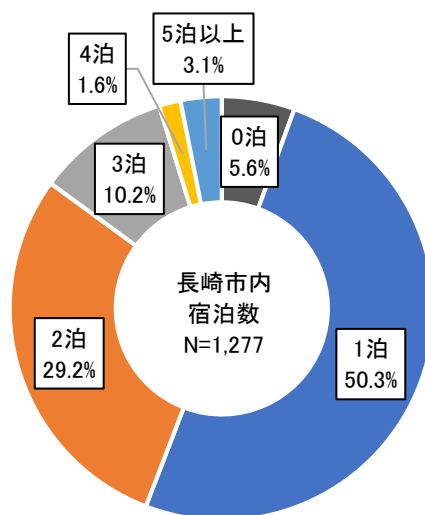
- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、20代は「2泊」が40.1%と高くなっており、70代以上は「3泊」の割合が33.9%とほかの年齢層よりも高くなっている。
- ・居住地別では、九州・沖縄ブロックで「1泊」が65.9%と他の地域よりも高く、長崎市からの距離が離れれば離れるほど「1泊」の割合は低くなっていく。



○長崎市内での宿泊数

長崎市内での宿泊数は、「1泊」が50.3%で最も多く、「2泊」(29.2%)、「3泊」(10.2%)と続く。2泊までで全体の約8割となる。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5.6%存在する。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、すべての年代で「1泊」の割合が最も高く、70代以上は「3泊」の割合が他の年齢層よりも高い。
- ・居住地別では、北海道・東北ブロックを除く地域で「1泊」が最多であるが、中でも九州・沖縄ブロックでは「1泊」が7割を超える。



【旅行スタイル】

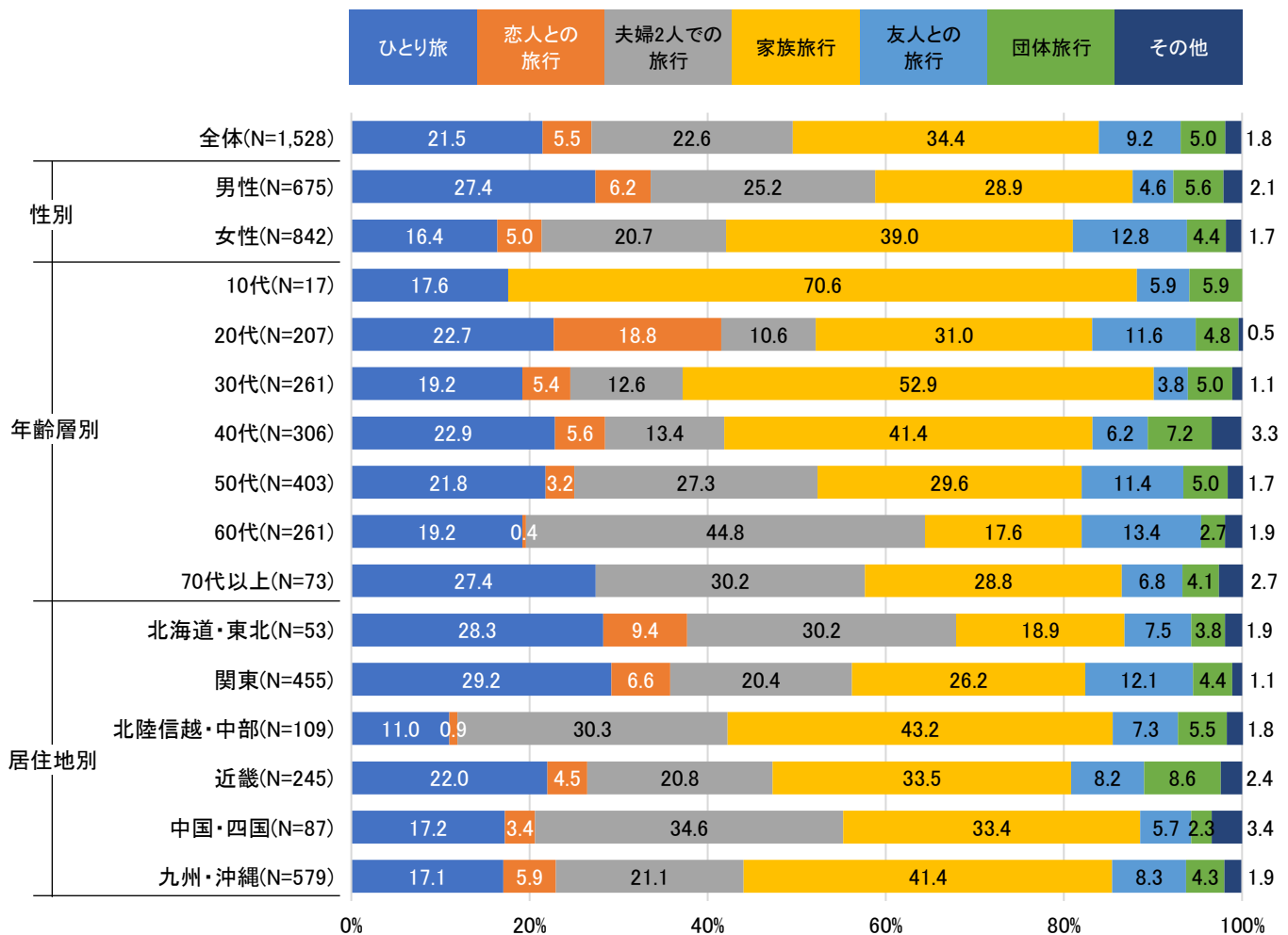
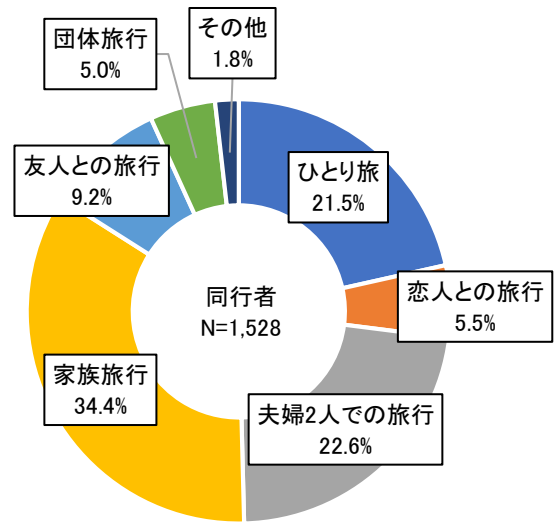
○同行者

旅行形態は、「家族旅行」が34.4%で最も多く、「夫婦2人での旅行」(22.6%)、「ひとり旅」(21.5%)、「友人との旅行」(9.2%)と続く。個人旅行が大部分を占め、「団体旅行」は5.0%にとどまる。

- ・男性は女性よりも「ひとり旅」の割合が高く、女性は男性よりも「家族旅行」の割合が高い。

- ・年齢層別では、年代が上がるにつれ「夫婦2人での旅行」の比率が高まる。

- ・居住地別では、北海道・東北ブロックで「家族旅行」の割合が18.9%と他の地域よりも低く、北陸信越・中部ブロックで「ひとり旅」の割合が11.0%と他の地域よりも低い。



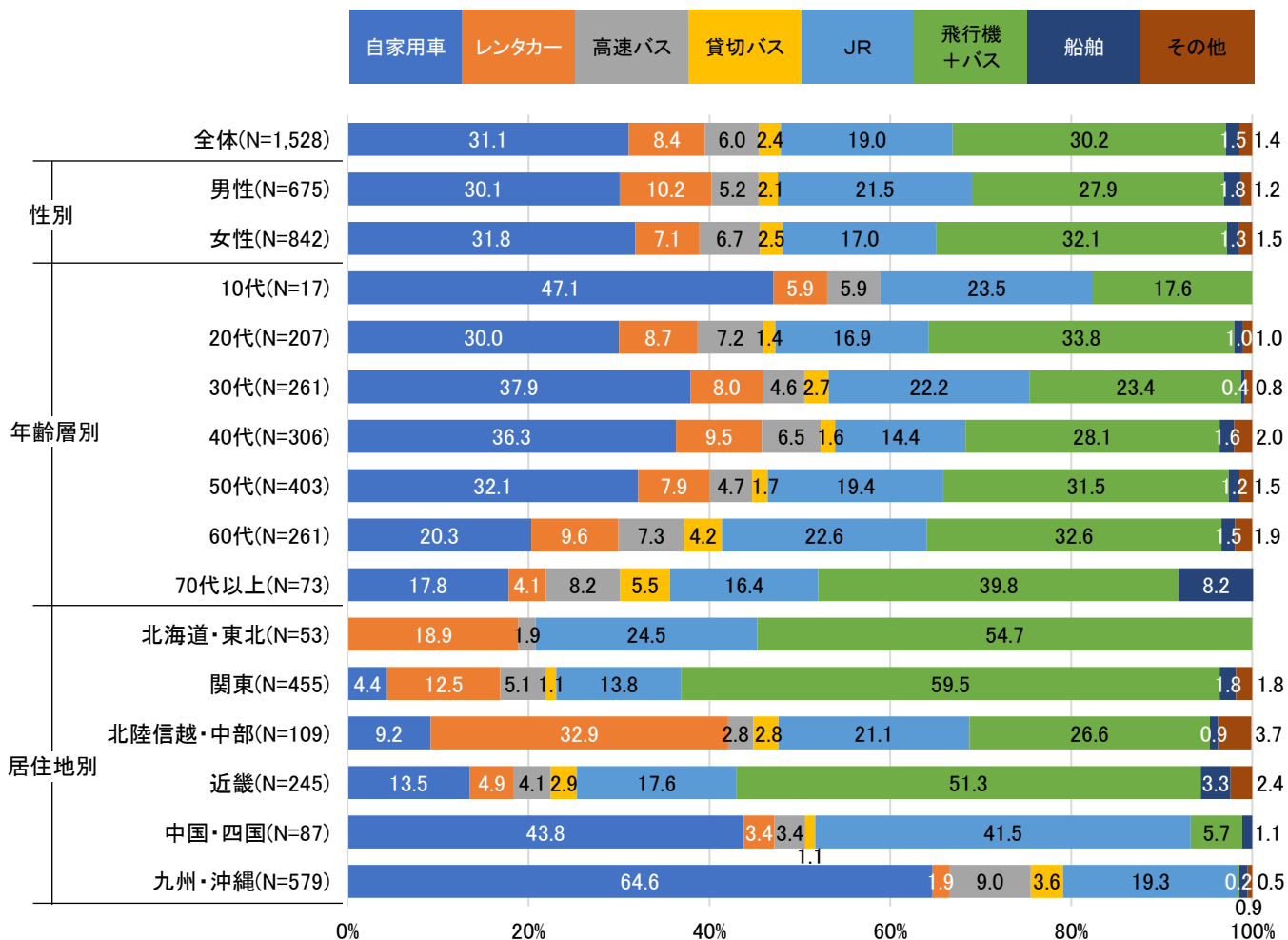
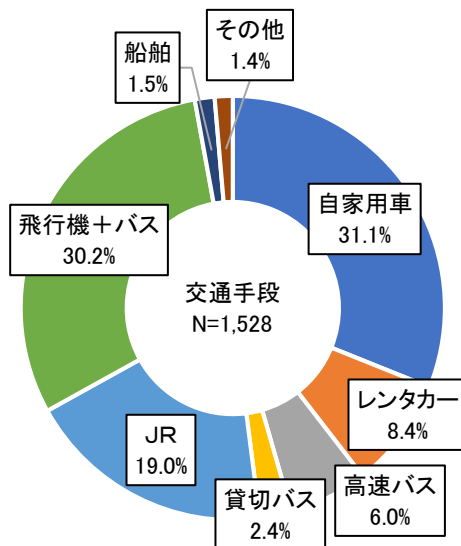
○長崎市に入る交通手段

長崎市に入るまでの交通手段は、「自家用車」が31.1%で最も多く、「飛行機+バス」(30.2%)、「JR」(19.0%)、「レンタカー」(8.4%)となっている。

・男性のほうが女性よりも「レンタカー」や「JR」の割合が高い。一方で、女性の方が男性よりも「飛行機+バス」の割合が高い。

・年齢層別では、30代は「自家用車」の割合が最も高く、50代以上の年代は5割以上の方が「飛行機+バス」または「JR」などの公共交通機関を利用している。

・居住地別では、九州・沖縄ブロックでは64.6%が「自家用車」であり、中国・四国ブロックでは「自家用車」と「JR」に大きく二分されている。



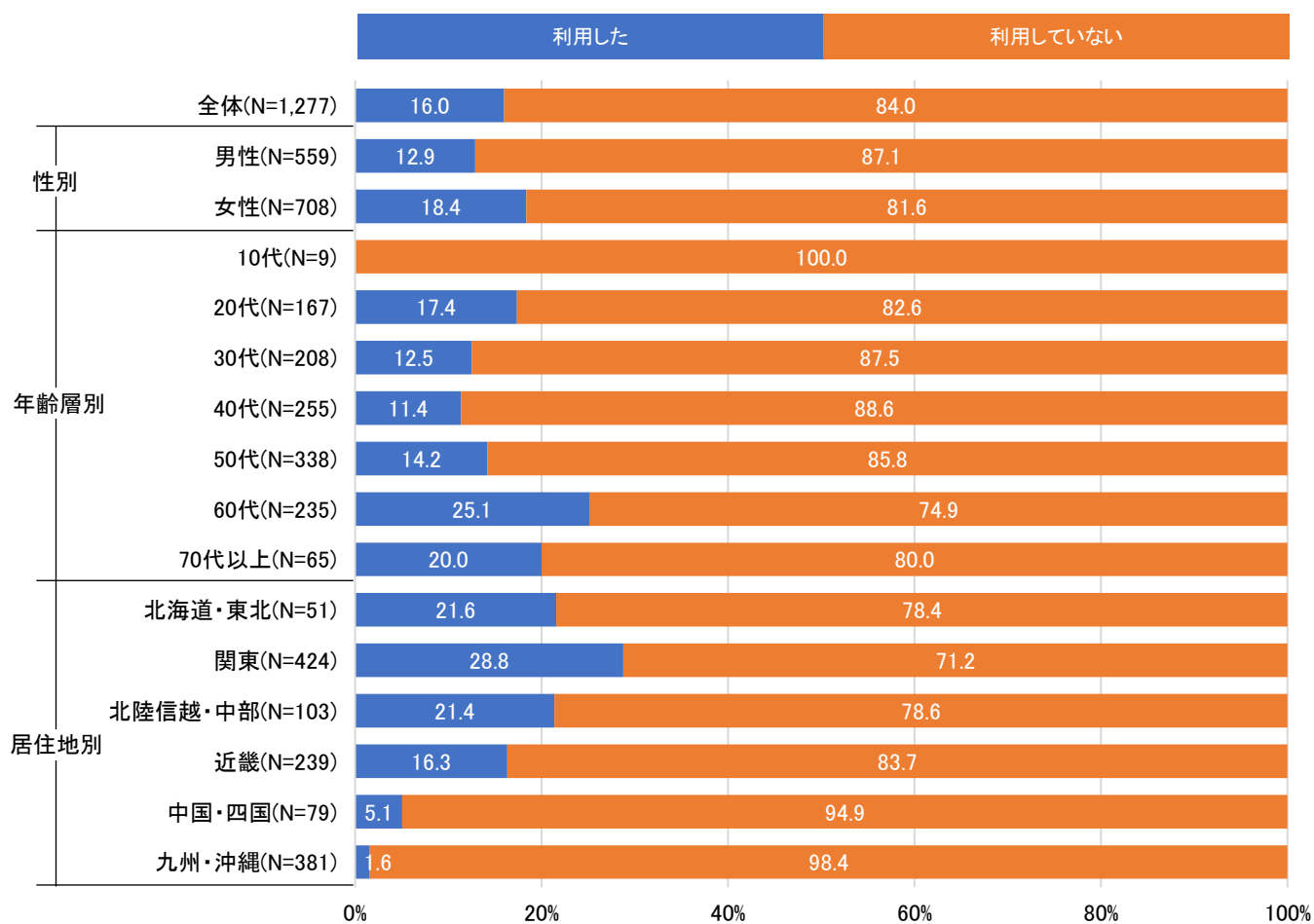
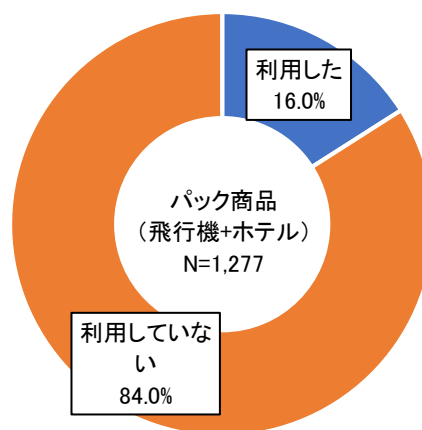
○パック商品の利用状況

パック商品の利用状況について、「利用した」は16.0%となった。

- ・女性のほうが男性に比べ「利用した」が5.5ポイント上回っている。

- ・年齢層別では、「利用した」は60代が25.1%で最も高い。

- ・居住地別では、「利用した」は関東ブロックが28.8%と最も高くなっており、九州・沖縄ブロックが1.6%と最も低い。

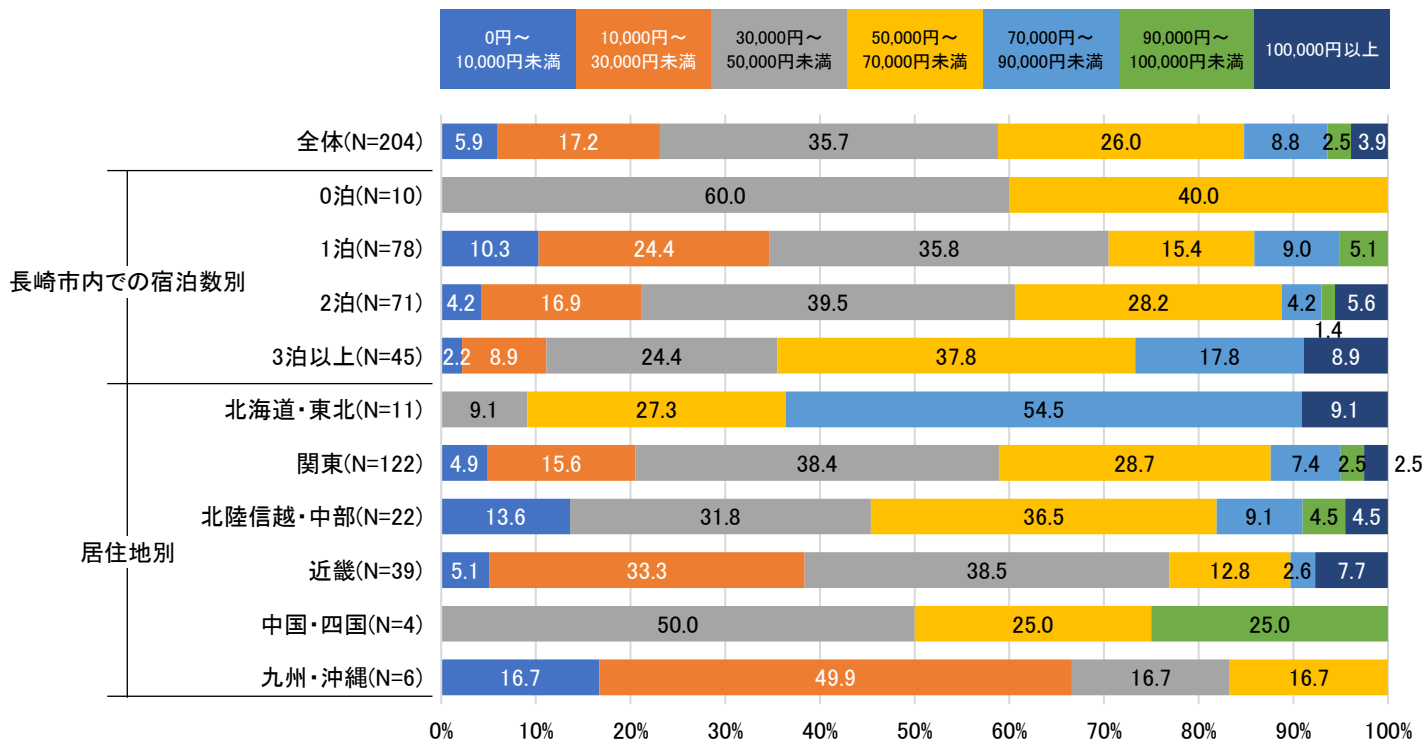


○パック商品の概算料金

パック商品の概算料金は、「3万円～5万円未満」が最も多く、35.7%であった。

・長崎市内での宿泊数別では、1泊と2泊で「3万円～5万円未満」が多く、3泊以上で「5万円～7万円未満」が多い。

・居住地別では、関東ブロックで「3万円～5万円未満」が38.4%と最も多く、近畿ブロックで「1万円～3万円未満」「3万円～5万円未満」が多い。



パック商品の平均金額をみると、全体では44,368円。

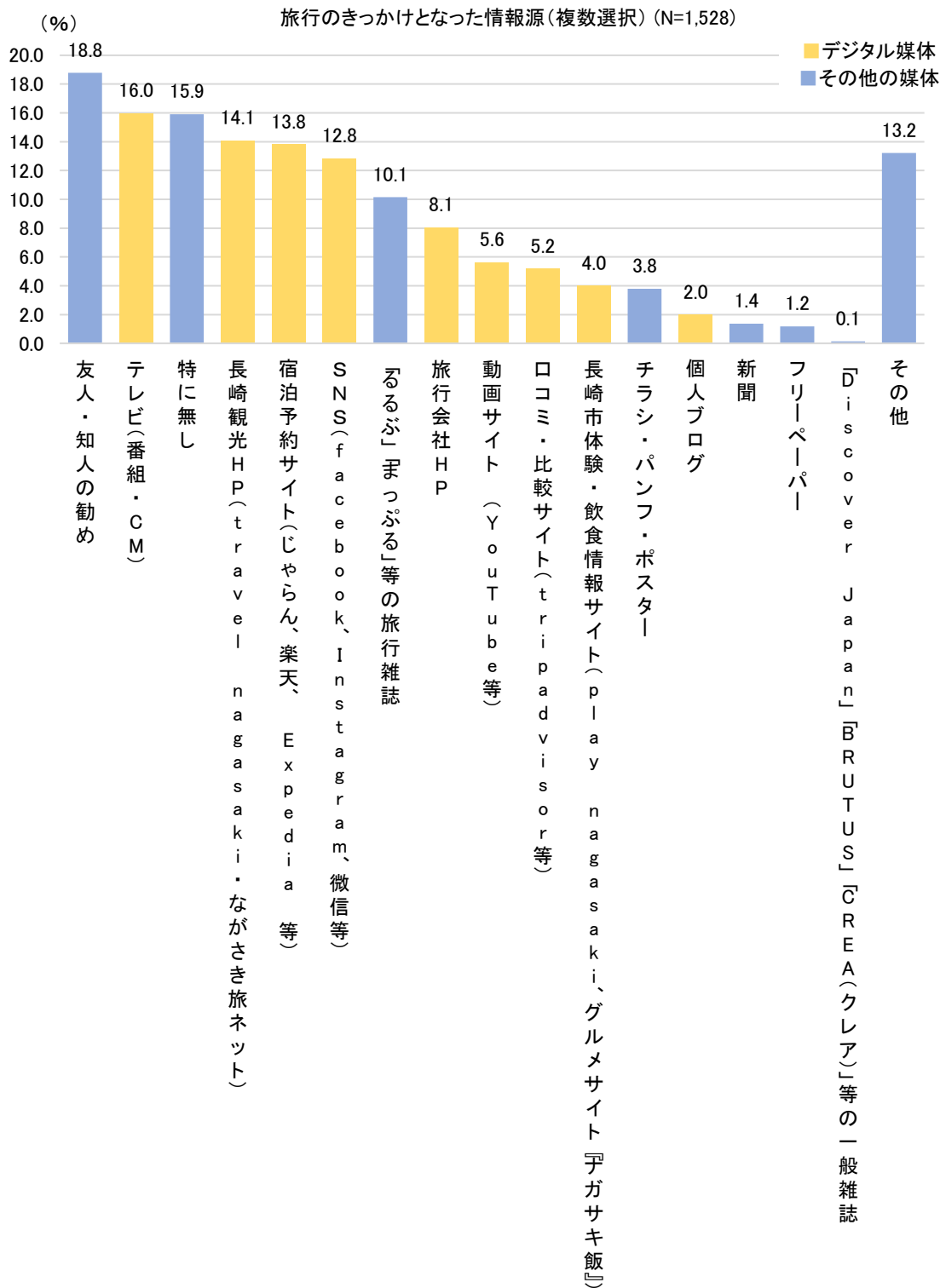
パック商品の平均金額(円)

全体(N=204)		44,368
長崎市内での宿泊数別	0泊(N=10)	48,200
	1泊(N=78)	39,103
	2泊(N=71)	43,592
	3泊以上(N=45)	53,867
居住地別	北海道・東北(N=11)	69,636
	関東(N=122)	43,680
	北陸信越・中部(N=22)	51,864
	近畿(N=39)	36,744
	中国・四国(N=4)	56,000
	九州・沖縄(N=6)	26,333

○旅行のきっかけとなった情報源(複数選択)

旅行のきっかけとなった情報源は、「友人・知人の勧め」が18.8%で最も多く、「テレビ(番組・CM)」(16.0%)、「特に無し」(15.9%)、「長崎観光HP」(14.1%)、じゃらんや楽天などの「宿泊予約サイト」(13.8%)と続く。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、20代・30代は「SNS」、70代以上は「旅行会社HP」の影響が大きい。
- ・居住地別では、北海道・東北ブロックと北陸信越・中部ブロックで「旅行雑誌」の影響が大きくなっている。



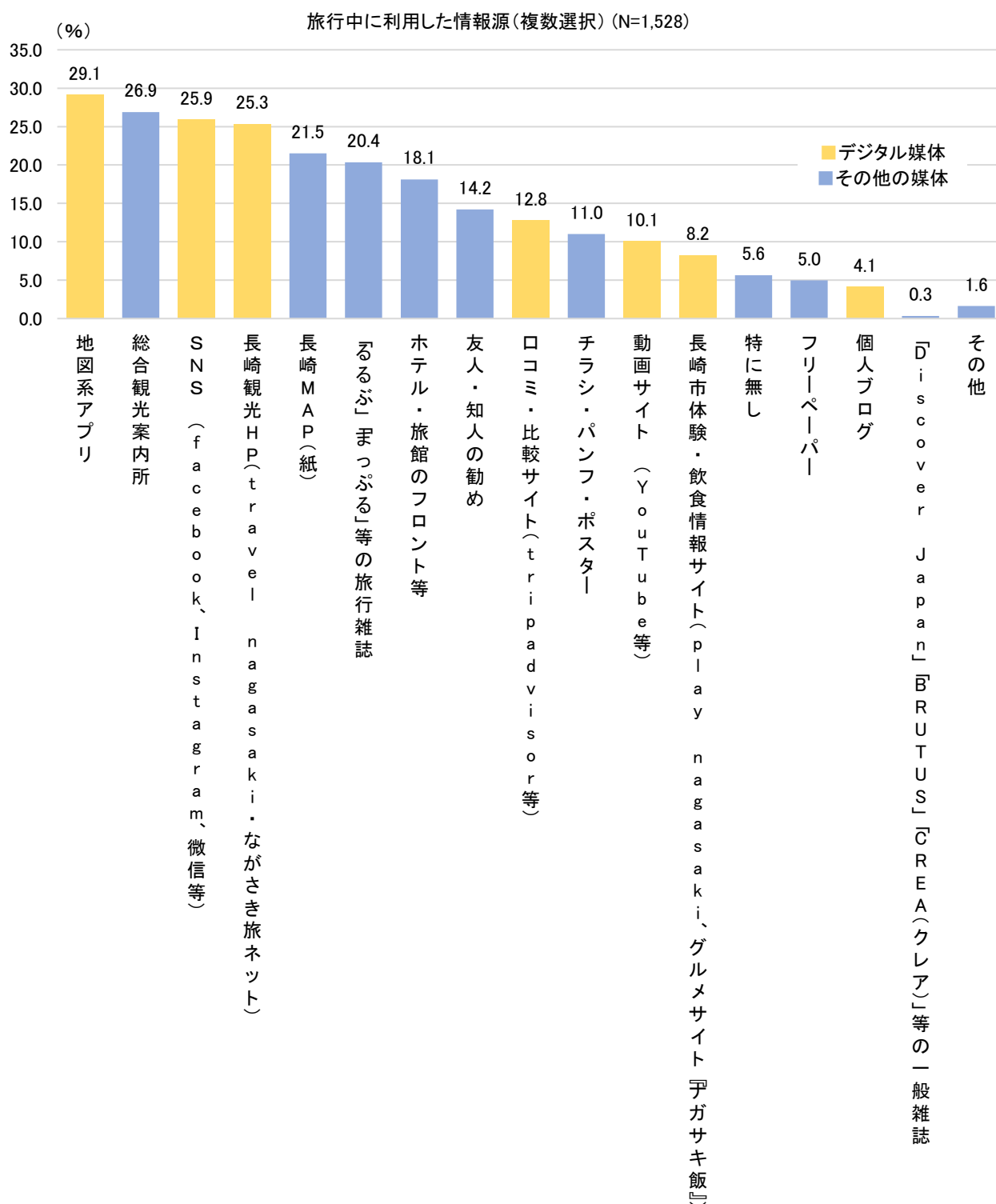
(■+5.0以上、■-5.0以下)(%)

	友人・知人の勧め	テレビ(番組・CM)	特に無し	長崎観光HP(travelnagasaki・ながさき旅ネット)	宿泊予約サイト(じゃらん、楽天、Expedia等)	SNS(facebook、Instagram、微信等)	「るるぶ」「まつぶる」等の旅行雑誌	旅行会社HP	動画サイト(YouTube等)	口コミ・比較サイト(tripadvisor等)	長崎市体験・飲食情報サイト(playnagasaki、グルメサイト『ナガサキ飯』)	チラシ・パンフ・ポスター	個人ブログ	新聞	フリーペーパー	「Discover Japan」「BRUTUS」「CREA(クレア)」等の一般雑誌	その他	
全体(N=1,528)	18.8	16.0	15.9	14.1	13.8	12.8	10.1	8.1	5.6	5.2	4.0	3.8	2.0	1.4	1.2	0.1	13.2	
性別	男性(N=675)	16.7	14.8	17.9	13.5	15.1	11.3	9.9	6.1	5.3	4.0	3.6	3.0	1.2	0.9	0.1	12.6	
	女性(N=842)	20.3	16.9	14.0	14.6	12.9	14.3	10.3	9.1	5.3	4.0	4.0	1.2	1.5	1.4	0.1	13.9	
年齢層別	10代(N=17)	23.5	23.5	29.4	-	11.8	-	-	-	5.9	-	-	5.9	-	-	-	11.8	
	20代(N=207)	22.7	16.4	12.1	13.5	6.3	18.8	8.2	7.2	6.3	4.3	3.9	1.4	1.4	-	0.5	9.7	
	30代(N=261)	16.1	16.5	17.2	10.3	14.9	23.4	10.3	5.0	6.1	6.5	2.7	1.5	2.7	-	2.7	11.5	
	40代(N=306)	17.3	13.4	17.3	11.4	15.0	11.8	8.8	6.5	5.9	5.9	3.6	3.9	2.3	0.7	0.7	-	15.7
	50代(N=403)	21.3	14.4	18.6	15.9	13.9	8.7	10.4	4.5	4.7	4.5	4.7	4.7	2.0	1.7	0.7	-	16.4
	60代(N=261)	16.5	19.5	13.0	18.0	18.4	8.0	13.8	15.7	5.4	5.0	5.4	5.0	0.8	3.8	1.9	0.4	10.3
	70代以上(N=73)	16.4	17.8	8.2	19.2	9.6	5.5	8.2	21.9	6.8	5.5	2.7	9.6	2.7	2.7	-	-	12.3
居住地別	北海道・東北(N=53)	11.3	17.0	7.5	11.3	13.2	11.3	18.9	9.4	15.1	1.9	3.8	1.9	7.5	1.9	-	17.0	
	関東(N=455)	22.2	14.7	15.8	13.8	14.3	11.9	11.9	8.8	8.1	6.4	4.2	2.4	2.6	1.3	1.1	11.6	
	北陸信越・中部(N=109)	22.9	16.5	9.2	16.5	18.3	10.1	17.4	10.1	2.8	3.7	3.7	4.6	-	0.9	-	11.9	
	近畿(N=245)	20.8	14.3	17.1	11.0	12.2	14.3	12.2	13.1	4.1	2.0	2.9	4.5	1.6	0.4	2.0	0.4	14.7
	中国・四国(N=87)	14.9	16.1	21.8	13.8	18.4	9.2	9.2	3.4	4.6	3.4	2.3	2.3	1.1	3.4	-	-	17.2
	九州・沖縄(N=579)	15.7	17.4	16.6	15.4	12.6	14.2	5.9	5.5	4.1	6.4	4.7	4.8	1.6	1.6	1.4	0.2	13.1

○旅行中に利用した情報源(複数選択)

旅行中に利用した情報源は、「地図系アプリ」が29.1%で最も多く、「総合観光案内所」(26.9%)、「SNS」(25.9%)と続く。

- ・男性は「地図系アプリ」、女性は「SNS」の利用が多い。
- ・年齢層別では、20代・30代では「SNS」、60代は「総合観光案内所」の利用割合が最も高い。また、60代・70代以上は「長崎観光HP」や「長崎MAP(紙)」の割合も高い。
- ・居住地別では、中国・四国ブロックと九州・沖縄ブロックを除くすべてのブロックで「旅行雑誌」の割合が高い。



(■ +5.0 以上、■ -5.0 以下) (%)

	地図系アプリ	総合観光案内所	SNS (facebook、Instagram、 微信等)	長崎観光HP (travelnagasaki・ ながさき旅ネット)	長崎MAP (紙)	「るるぶ」「まっぶる」 等の旅行雑誌	ホテル・旅館の フロント等	友人・知人の 勧め	口コミ・比較 サイト (tripadvisor等)	チラシ・パンフ・ ポスター	動画サイト (YouTube等)	長崎市体験・飲食 情報サイト (playnagasaki、 グルメサイト『ナガサキ飯』)	特に無し	フリーペーパー	個人ブログ	「Discover Japan」「BRUTUS」「CREA (クレア)」等の 一般雑誌	その他	
全体 (N=1,528)	29.1	26.9	25.9	25.3	21.5	20.4	18.1	14.2	12.8	11.0	10.1	8.2	5.6	5.0	4.1	0.3	1.6	
性別	男性 (N=675)	33.5	26.5	22.2	23.7	21.5	17.6	18.1	12.0	12.6	9.9	10.8	6.2	6.8	4.1	4.1	0.4	0.7
	女性 (N=842)	25.8	27.4	29.1	26.7	21.3	22.8	18.2	15.8	13.1	11.8	9.6	9.6	4.6	5.7	4.2	0.2	2.3
年齢層別	10代 (N=17)	23.5	29.4	11.8	5.9	-	5.9	5.9	17.6	11.8	-	17.6	5.9	23.5	-	5.9	-	-
	20代 (N=207)	30.0	24.2	42.0	24.2	12.1	16.9	9.7	15.5	14.0	6.3	12.6	5.3	3.9	2.4	5.3	-	1.0
	30代 (N=261)	29.1	17.2	37.9	19.2	10.0	16.1	12.6	14.2	13.8	6.9	10.3	3.1	8.8	3.8	6.1	-	1.5
	40代 (N=306)	33.0	25.5	26.1	20.3	20.9	22.9	21.2	15.0	13.7	10.8	10.8	8.8	5.2	7.2	4.2	0.7	1.3
	50代 (N=403)	31.3	26.1	22.3	28.5	25.3	24.1	19.1	14.4	13.2	12.7	8.9	11.9	6.0	4.7	4.2	0.2	1.7
	60代 (N=261)	24.9	41.0	12.3	31.8	33.0	21.1	23.0	11.1	11.9	15.3	8.8	10.0	2.7	6.1	1.9	0.4	2.3
	70代以上 (N=73)	15.1	28.8	8.2	35.6	35.6	15.1	28.8	16.4	2.7	17.8	8.2	6.8	5.5	5.5	-	1.4	2.7
居住地別	北海道・東北 (N=53)	37.7	18.9	20.8	26.4	20.8	37.7	20.8	3.8	15.1	9.4	17.0	11.3	1.9	3.8	11.3	1.9	3.8
	関東 (N=455)	30.5	35.6	25.7	24.8	26.2	25.9	21.3	19.8	15.8	10.8	12.5	6.4	3.1	4.6	4.8	-	2.4
	北陸信越・中部 (N=109)	33.9	21.1	27.5	30.3	22.0	33.0	15.6	13.8	11.9	6.4	11.0	3.7	4.6	2.8	3.7	0.9	0.9
	近畿 (N=245)	33.5	28.2	23.3	31.0	27.3	26.1	17.6	13.9	10.6	15.9	9.0	9.4	3.7	4.1	4.9	0.8	1.2
	中国・四国 (N=87)	29.9	25.3	19.5	34.5	24.1	23.0	19.5	9.2	10.3	14.9	6.9	9.2	5.7	5.7	1.1	-	1.1
	九州・沖縄 (N=579)	24.4	21.6	28.3	20.9	15.0	9.2	15.9	11.7	11.6	9.5	8.3	9.7	9.0	6.0	3.1	0.2	1.2

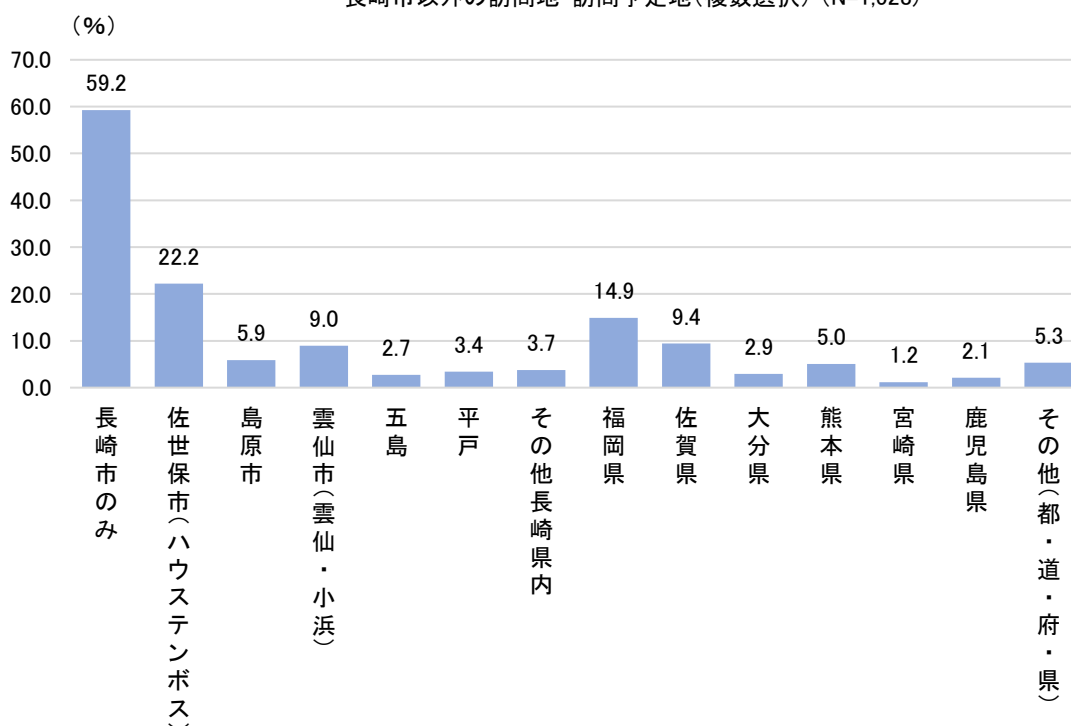
【訪問(予定)先と訪問回数】

○長崎市以外の訪問地・訪問予定地(複数選択)

旅行の訪問(予定)先をみると、「長崎市のみ」が59.2%で最も多く、県内では「佐世保市(ハウステンボス)」(22.2%)、「雲仙市」(9.0%)と続く。県外では、「福岡県」が14.9%、「佐賀県」が9.4%と続く。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、20代・40代は「佐世保市(ハウステンボス)」への訪問率が平均よりも高い。
- ・居住地別では、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、複数都市訪問する傾向がある。

長崎市以外の訪問地・訪問予定地(複数選択)(N=1,528)



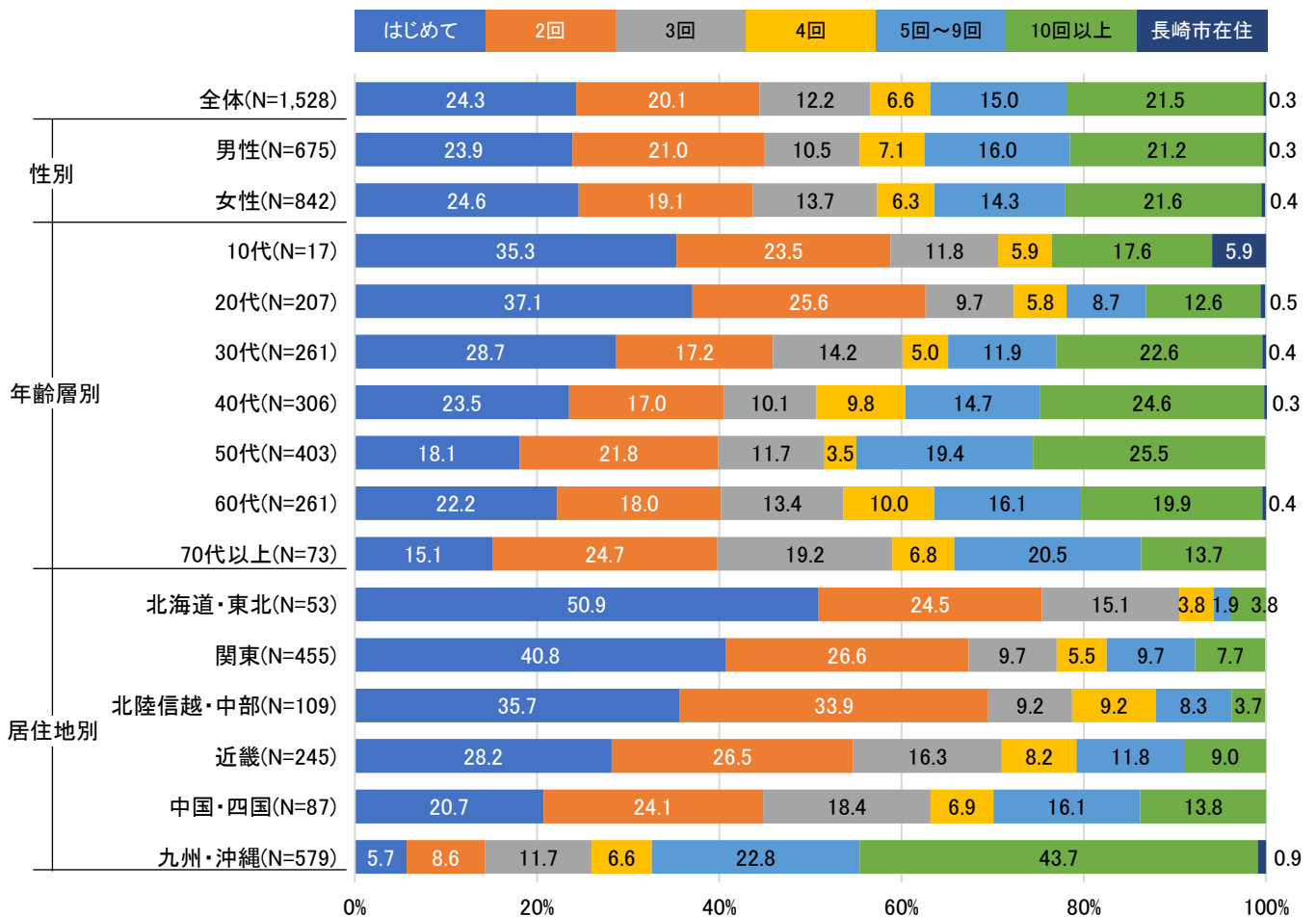
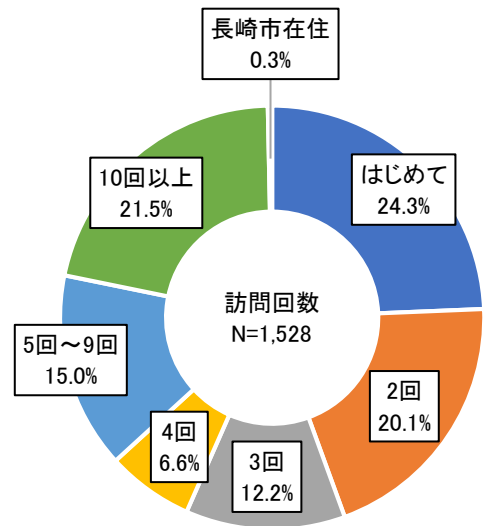
(■ +5.0以上、■ -5.0以下) (%)

		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)
全体(N=1,528)		59.2	22.2	5.9	9.0	2.7	3.4	3.7	14.9	9.4	2.9	5.0	1.2	2.1	5.3
性別	男性(N=675)	61.0	19.4	7.3	8.7	3.0	5.0	4.3	16.1	10.8	3.1	5.9	1.0	2.7	5.6
	女性(N=842)	58.1	24.3	4.8	9.3	2.6	2.1	3.1	14.1	8.4	2.9	4.4	1.3	1.7	4.6
年齢層別	10代(N=17)	70.6	17.6	5.9	5.9	5.9	11.8	-	17.6	-	-	-	-	-	-
	20代(N=207)	50.2	37.2	5.8	7.7	2.4	1.4	5.3	15.0	7.7	3.9	5.8	0.5	0.5	5.3
	30代(N=261)	67.1	21.5	6.1	6.5	4.6	1.1	3.1	15.7	7.3	3.4	3.8	1.1	2.3	4.2
	40代(N=306)	57.8	28.8	5.2	9.5	2.3	4.2	3.3	13.1	9.8	1.6	2.9	0.7	2.0	5.2
	50代(N=403)	62.8	13.6	6.0	9.2	1.2	3.2	3.5	16.4	9.4	3.2	6.0	1.5	1.5	4.7
	60代(N=261)	54.8	19.2	7.7	12.3	2.7	5.7	4.6	13.8	13.4	3.1	7.7	1.9	4.6	7.7
	70代以上(N=73)	56.2	13.7	1.4	6.8	6.8	4.1	2.7	15.1	8.2	2.7	2.7	1.4	1.4	5.5
居住地別	北海道・東北(N=53)	47.2	34.0	7.5	7.5	3.8	3.8	-	43.4	7.5	3.8	7.5	-	-	3.8
	関東(N=455)	49.2	29.0	5.9	10.5	4.6	4.2	3.7	18.5	10.3	2.6	4.6	0.9	2.9	5.7
	北陸信越・中部(N=109)	31.2	33.9	12.8	19.3	1.8	6.4	4.6	34.9	16.5	10.1	13.8	5.5	9.2	3.7
	近畿(N=245)	56.3	24.1	6.9	11.4	3.7	5.3	5.3	16.7	12.7	4.9	5.7	0.4	2.9	7.3
	中国・四国(N=87)	63.2	20.7	3.4	3.4	1.1	1.1	5.7	14.9	10.3	1.1	6.9	1.1	-	16.1
	九州・沖縄(N=579)	74.1	13.0	4.3	5.7	1.2	1.7	2.9	5.0	6.0	1.2	2.9	1.0	0.3	2.9

○長崎市への訪問回数

長崎市への訪問回数は、「はじめて」が24.3%で最も多いが、「10回以上」も21.5%となっており、ほぼ同程度となっている。

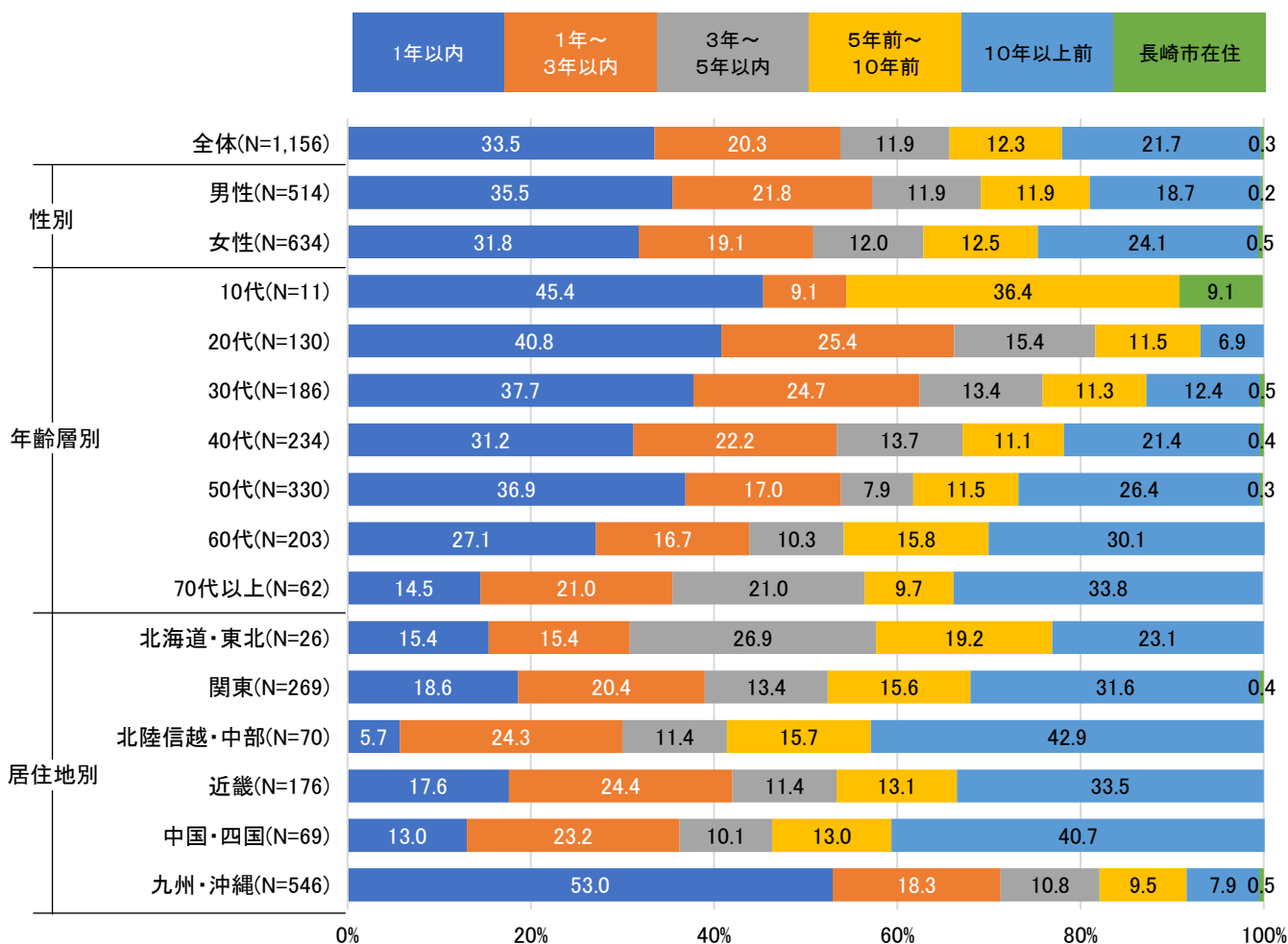
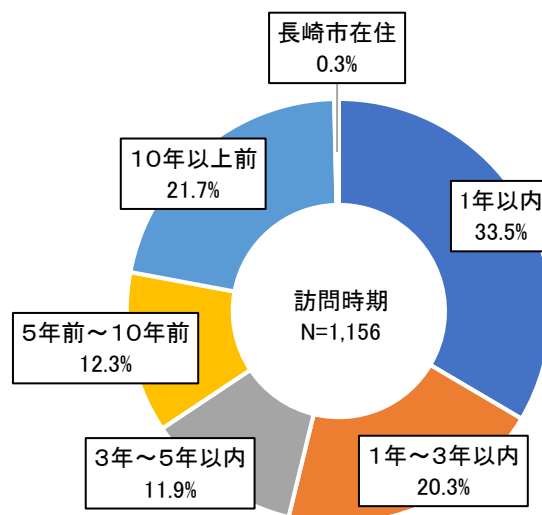
- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、20代で「はじめて」の割合が最も高くなっている。
- ・居住地別では、九州・沖縄ブロックからの訪問回数が多く、「5回以上」が6割を超える。なお、他の地域では「5回以上」は3割以下である。



○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33.5%で最も多く、「10年以上前」(21.7%)、「1年～3年以内」(20.3%)と続く。

- ・女性のほうが「10年以上前」が多い。
- ・年齢層別では、50代以下の年代は「1年以内」が最も多い。また、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。
- ・居住地別では、九州・沖縄ブロックは7割以上が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。



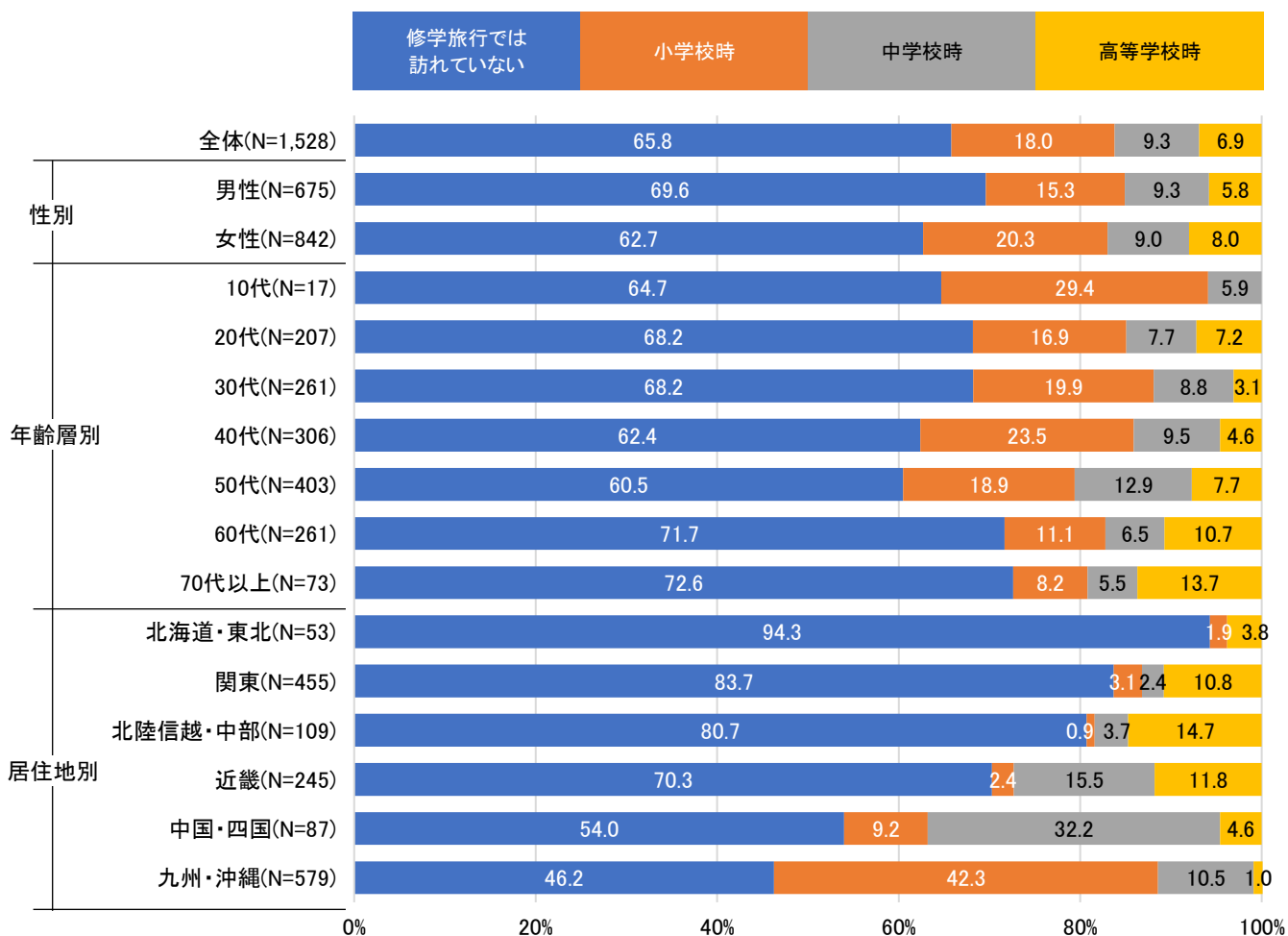
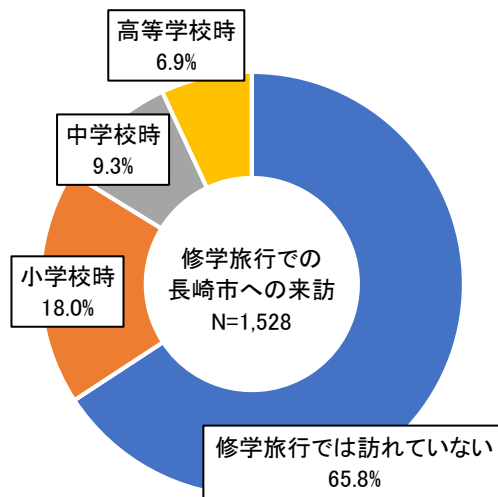
○修学旅行での訪問経験

修学旅行での訪問経験は、「修学旅行では訪れていない」が最も多く 65.8%となった。

- ・男性のほうが女性よりも「修学旅行では訪れていない」が多い。

- ・年齢層別では、60代・70代以上で「修学旅行では訪れていない」の割合が7割以上となり他の年齢層より高い。

- ・居住地別では、修学旅行での訪問経験は距離にほぼ比例しており、「修学旅行では訪れていない」が最も多いのは最も距離が離れている北海道・東北ブロックである。中国・四国ブロックでは「中学校時」が32.2%と他の地域よりも高く、九州・沖縄ブロックでは「小学校時」が42.3%と他の地域よりも高い。



○長崎市での過ごし方(複数回答)

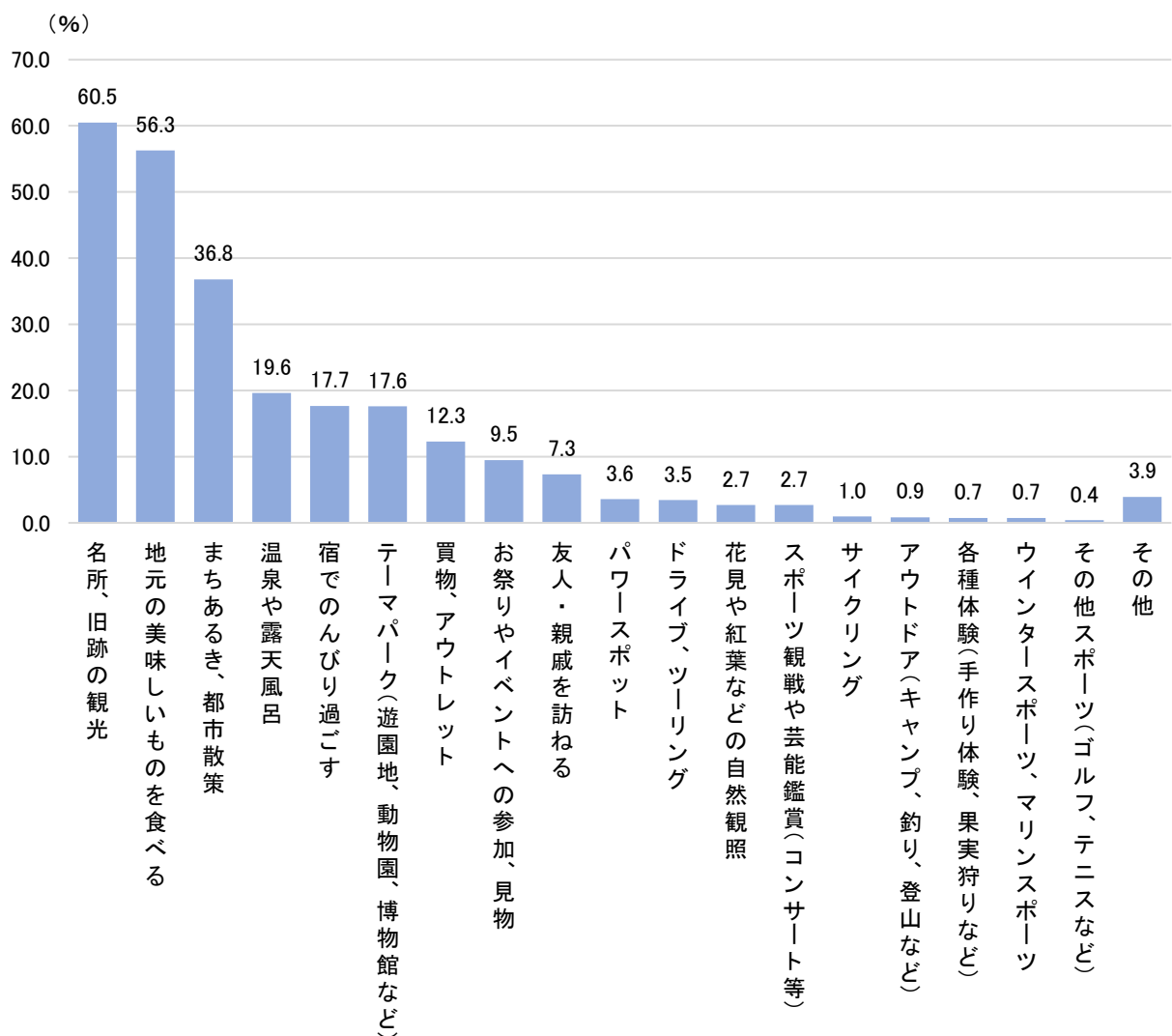
長崎市での過ごし方は、「名所、旧跡の観光」の割合が最も高く 60.5%となった。次いで、「地元の美味しいものを食べる」が 56.3%、「まちあるき、都市散策」が 36.8%となった。

・男女間の差はほとんどない。

・年齢層別では、50代以上で「名所・旧跡の観光」の割合が平均より高い一方で、30代以下で平均より低くなっている。また、50代以上で「宿でのんびり過ごす」「テーマパーク」が平均より低い一方で、30代以下で平均より高くなっている。

・居住地別では、九州・沖縄ブロックで「名所・旧跡の観光」の割合が平均より 15.6ポイント低いが、「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、主要な観光地は既に訪れているリピーターが多いため、心身を休めるなど癒し目的の旅行が多いからであると考えられる。

長崎市での過ごし方(複数選択) (N=1,528)



(■+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	温泉や露天風呂	宿でのんびり過ごす	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	友人・親戚を訪ねる	パワースポット	ドライブ、ツーリング	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	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）	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）	その他	
全体 (N=1,528)	60.5	56.3	36.8	19.6	17.7	17.6	12.3	9.5	7.3	3.6	3.5	2.7	2.7	1.0	0.9	0.7	0.7	0.4	3.9	
性別	男性 (N=675)	57.9	55.0	36.3	19.1	18.8	15.1	11.3	8.4	5.8	3.1	4.4	2.2	2.7	1.2	1.2	1.2	0.6	0.4	5.0
	女性 (N=842)	62.8	57.6	37.3	20.3	17.0	19.7	13.2	10.2	8.6	3.8	2.7	3.1	2.7	0.8	0.6	0.4	0.8	0.4	3.1
年齢層別	10代 (N=17)	41.2	58.8	29.4	29.4	23.5	-	17.6	5.9	-	5.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	20代 (N=207)	51.7	51.2	29.0	20.8	19.3	22.7	12.1	8.7	5.3	1.9	2.9	3.9	1.9	0.5	1.4	1.0	-	0.5	1.4
	30代 (N=261)	43.7	57.9	29.5	20.7	27.2	19.5	13.4	7.3	8.4	3.8	1.9	3.1	3.1	3.1	1.5	0.8	2.3	0.4	1.9
	40代 (N=306)	60.1	52.0	35.6	16.3	16.7	20.9	10.5	12.1	7.8	4.9	3.3	2.0	3.9	0.3	1.3	0.7	0.7	-	6.9
	50代 (N=403)	67.7	61.8	40.9	18.4	15.1	13.9	13.4	8.7	6.0	4.7	4.7	2.7	2.5	0.2	0.2	-	0.5	0.5	4.0
	60代 (N=261)	72.0	56.3	43.7	22.2	13.0	16.5	12.3	10.3	7.7	1.9	4.6	2.3	1.9	1.1	0.4	1.9	0.4	0.8	3.8
	70代以上 (N=73)	69.9	52.1	43.8	21.9	12.3	11.0	9.6	11.0	15.1	1.4	1.4	2.7	2.7	1.4	-	-	-	-	6.8
居住地別	北海道・東北 (N=53)	71.7	56.6	43.4	5.7	5.7	26.4	13.2	7.5	5.7	5.7	-	3.8	7.5	1.9	-	-	-	-	3.8
	関東 (N=455)	68.1	61.5	43.1	18.2	20.0	14.5	10.5	5.7	8.4	2.9	2.0	2.4	1.5	0.2	1.1	0.7	0.9	0.4	4.6
	北陸信越・中部 (N=109)	72.5	53.2	42.2	12.8	7.3	19.3	7.3	11.0	5.5	3.7	1.8	1.8	2.8	-	-	0.9	1.8	-	2.8
	近畿 (N=245)	71.8	54.7	46.5	17.6	12.2	15.9	11.4	9.0	5.7	3.7	5.7	2.0	1.2	0.4	0.4	1.2	-	-	4.9
	中国・四国 (N=87)	70.1	56.3	33.3	13.8	12.6	20.7	12.6	6.9	5.7	4.6	2.3	2.3	2.3	1.1	-	-	2.3	1.1	4.6
九州・沖縄 (N=579)	44.9	53.4	26.6	25.0	21.9	19.2	14.9	13.0	7.9	3.8	4.5	3.3	3.8	1.9	1.2	0.7	0.5	0.5	3.1	

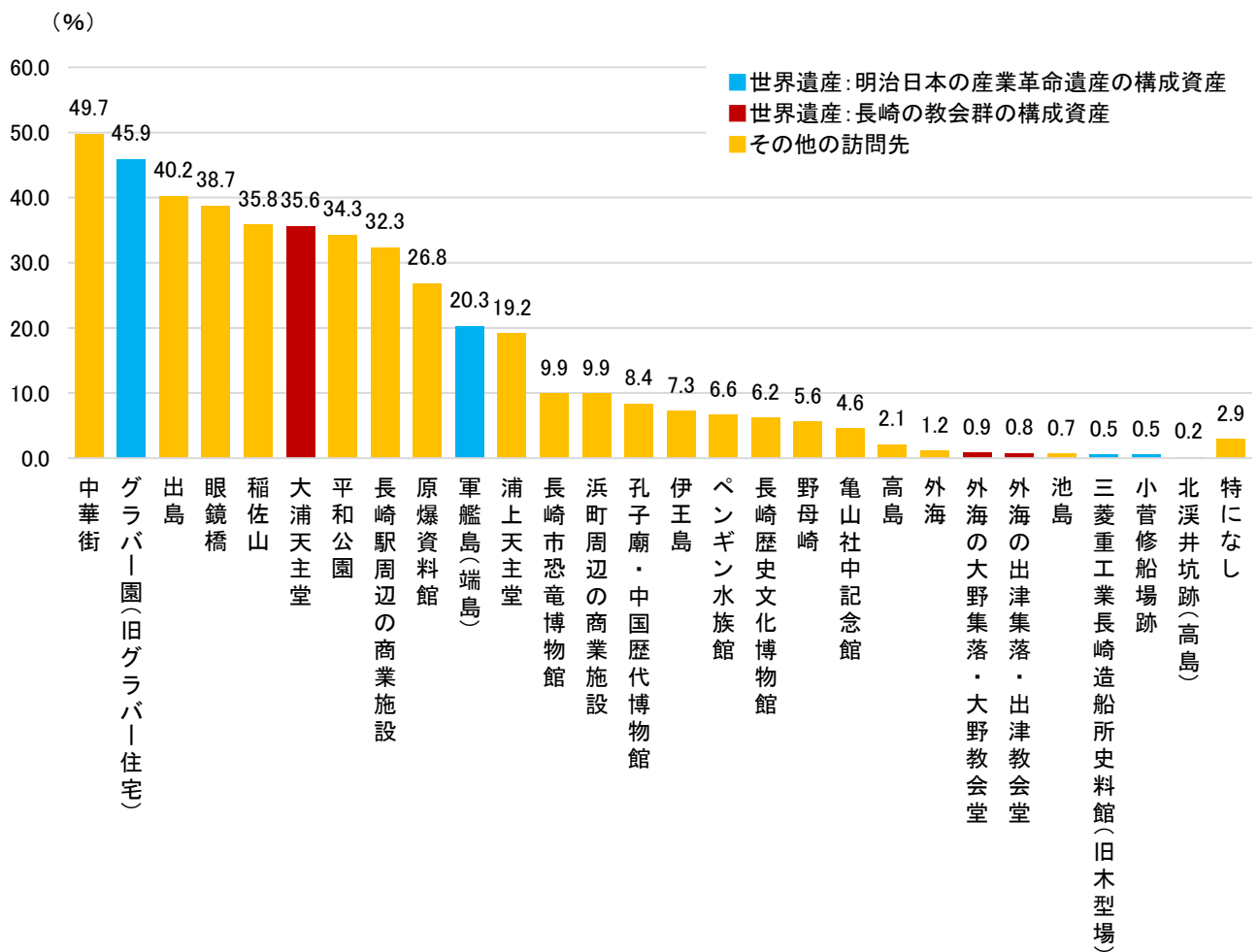
○長崎市内の訪問先・訪問予定先(複数選択)

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49.7%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45.9%、「出島」が40.2%、「眼鏡橋」が38.7%、「稲佐山」が35.8%と続く。

前回調査(令和5年度)と比較すると、前回7位だった「稲佐山」は2.9ポイント上昇し、5位となっている。また、前回6位だった「長崎駅周辺の商業施設」は8位に順位を下げている。さらに、前回13位だった「長崎市恐竜博物館」は今回12位と順位はほとんど変わらないが、ポイント数で見ると3.6ポイント下降している。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、50代以上で「中華街」「グラバー園」「眼鏡橋」の割合が平均より高い一方で、40代以下は平均より低くなっている。
- ・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)割合が平均よりも低いが、「長崎市恐竜博物館」が平均よりも高くなっている。

長崎市内での訪問先・予定先(複数選択)(N=1,528)



(■ +5.0 以上、■ -5.0 以下) (%)

		中華街	グラバー園 (旧グラバー住宅)	出島	眼鏡橋	稲佐山	大浦天主堂	平和公園	長崎駅周辺の商業施設	原爆資料館	軍艦島(端島)	浦上天主堂	長崎市恐竜博物館	浜町周辺の商業施設	孔子廟・中国歴代博物館
全体(N=1,528)		49.7	45.9	40.2	38.7	35.8	35.6	34.3	32.3	26.8	20.3	19.2	9.9	9.9	8.4
性別	男性(N=675)	46.7	43.1	39.0	36.9	34.4	32.1	35.3	30.4	28.4	19.4	18.7	11.3	10.2	7.7
	女性(N=842)	52.0	48.2	41.3	40.3	37.1	38.5	33.6	34.1	25.7	21.3	19.7	8.9	9.9	8.9
年齢層別	10代(N=17)	41.2	52.9	23.5	29.4	35.3	23.5	17.6	17.6	29.4	17.6	5.9	11.8	-	-
	20代(N=207)	44.4	44.4	38.6	34.8	36.2	30.4	29.5	20.3	27.5	25.1	12.1	8.7	7.2	5.3
	30代(N=261)	39.1	37.2	28.4	26.4	25.3	22.2	24.1	26.4	21.5	15.7	13.8	14.9	8.8	3.8
	40代(N=306)	42.2	39.5	34.6	33.7	32.0	31.0	35.3	29.1	26.8	18.3	15.7	15.0	7.8	5.2
	50代(N=403)	58.1	46.4	45.7	44.9	40.2	39.7	34.2	39.5	25.6	20.6	22.1	6.9	12.4	8.2
	60代(N=261)	59.8	59.0	54.0	45.6	42.1	49.4	45.2	41.4	32.2	22.6	26.1	6.5	9.6	17.6
	70代以上(N=73)	54.8	56.2	35.6	58.9	41.1	47.9	45.2	32.9	31.5	21.9	35.6	2.7	20.5	16.4
居住地別	北海道・東北(N=53)	64.2	43.4	56.6	58.5	49.1	32.1	50.9	50.9	49.1	37.7	22.6	5.7	20.8	13.2
	関東(N=455)	53.6	57.6	46.6	47.0	39.8	47.7	44.0	33.0	35.8	27.3	25.9	4.6	11.9	10.3
	北陸信越・中部(N=109)	62.4	59.6	52.3	53.2	50.5	48.6	41.3	29.4	27.5	34.9	21.1	8.3	10.1	10.1
	近畿(N=245)	60.0	62.9	52.2	46.5	46.5	48.6	39.6	39.6	32.7	23.7	25.7	4.9	9.4	9.4
	中国・四国(N=87)	49.4	47.1	46.0	31.0	42.5	31.0	43.7	33.3	32.2	25.3	23.0	18.4	6.9	5.7
	九州・沖縄(N=579)	38.7	26.9	25.6	25.6	23.1	19.2	20.2	27.5	14.3	8.3	9.8	15.7	8.1	6.0

		伊王島	ペンギン水族館	長崎歴史文化博物館	野母崎	亀山社中記念館	高島	海外	海外の大野集落・大野教会堂	海外の出津集落・出津教会堂	池島	三菱重工長崎造船所史料館(旧木型場)	小菅修船場跡	北浜井坑跡(高島)	特になし
全体(N=1,528)		7.3	6.6	6.2	5.6	4.6	2.1	1.2	0.9	0.8	0.7	0.5	0.5	0.2	2.9
性別	男性(N=675)	8.1	6.4	6.2	7.1	5.3	1.8	1.2	1.3	1.3	1.0	0.7	0.7	0.3	3.7
	女性(N=842)	6.7	6.8	6.2	4.4	3.9	2.4	1.2	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4	0.1	2.3
年齢層別	10代(N=17)	5.9	5.9	-	5.9	-	5.9	-	-	-	-	5.9	-	-	11.8
	20代(N=207)	5.8	9.2	3.4	1.9	1.9	0.5	-	0.5	-	1.0	1.0	-	-	0.5
	30代(N=261)	14.6	10.7	2.7	5.0	1.5	-	0.8	-	-	1.5	-	-	-	3.4
	40代(N=306)	5.9	6.5	4.9	7.8	5.6	2.9	1.3	1.0	1.0	0.3	-	0.3	-	5.6
	50代(N=403)	4.7	5.0	6.7	6.0	6.9	2.7	2.5	1.5	1.5	0.5	0.2	1.5	0.2	1.7
	60代(N=261)	5.4	4.2	10.0	6.5	6.1	3.1	0.8	1.1	1.1	0.8	1.1	0.4	0.4	2.7
	70代以上(N=73)	12.3	2.7	16.4	2.7	1.4	2.7	-	-	-	-	1.4	-	1.4	1.4
居住地別	北海道・東北(N=53)	-	9.4	7.5	-	7.5	3.8	-	-	-	-	1.9	-	-	-
	関東(N=455)	5.7	3.3	5.3	2.0	4.2	3.3	1.3	0.9	0.9	1.3	0.4	0.4	0.2	3.1
	北陸信越・中部(N=109)	6.4	5.5	7.3	8.3	1.8	2.8	2.8	0.9	0.9	-	-	-	0.9	-
	近畿(N=245)	4.1	4.1	6.1	4.9	7.8	3.3	1.2	0.8	0.8	0.4	0.8	0.4	-	2.9
	中国・四国(N=87)	5.7	5.7	10.3	5.7	6.9	1.1	2.3	2.3	1.1	2.3	-	2.3	-	-
	九州・沖縄(N=579)	10.9	10.4	5.9	8.6	3.5	0.5	0.7	0.7	0.7	0.3	0.5	0.5	0.2	4.0

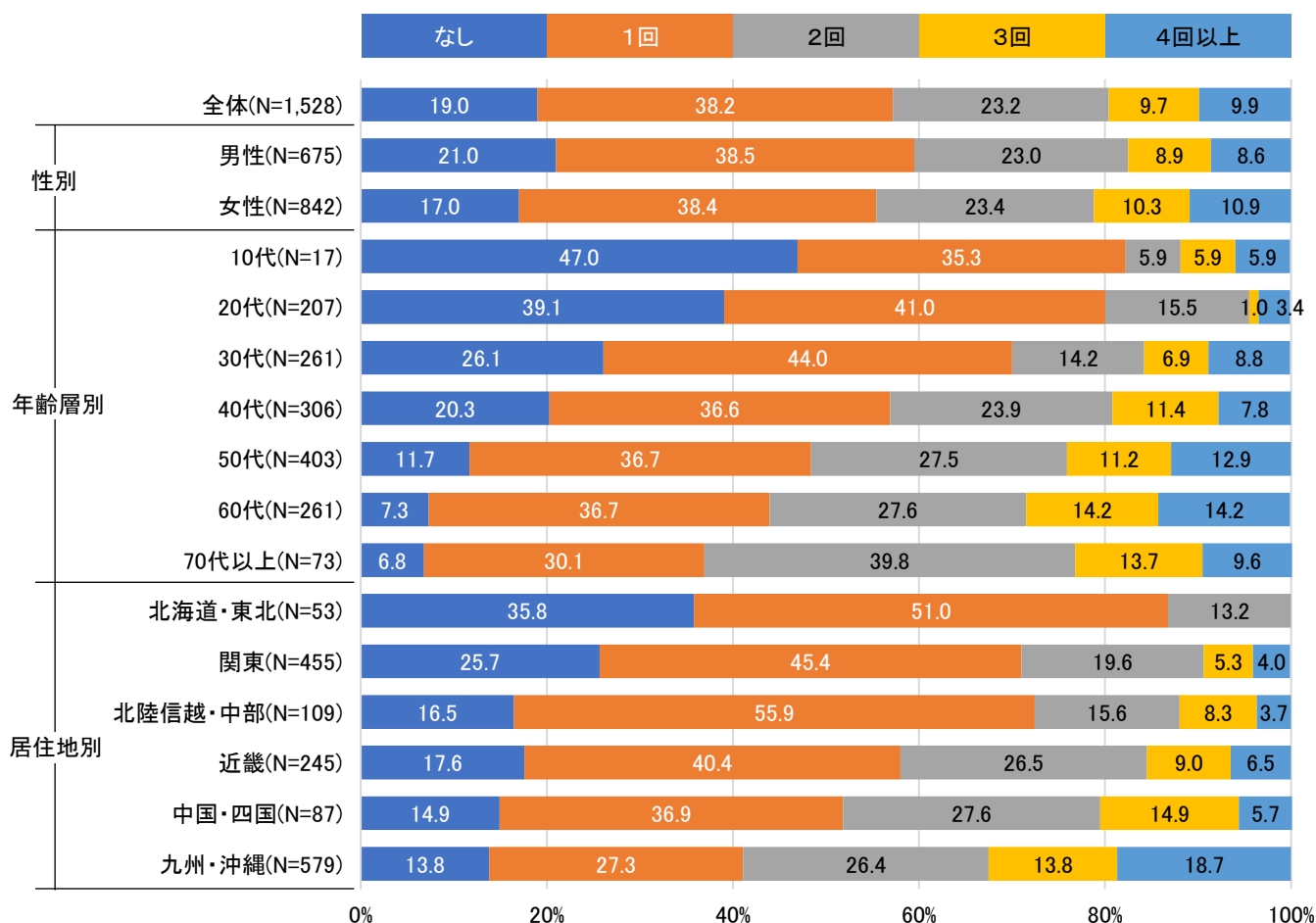
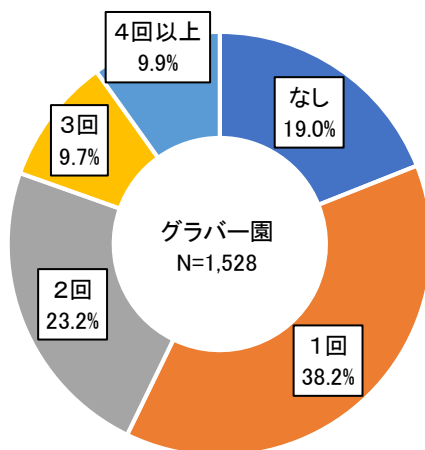
○訪問回数

《グラバー園》

グラバー園への訪問回数は、「1回」が最も多く38.2%、次いで「2回」が23.2%、「なし」が19.0%となっている。

前回調査（令和5年度）と比較すると、北海道・東北ブロックと関東ブロックで「なし」が増加し、「2回目以上」が減少。リピーターが少なくなっている。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、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」が3割を超す。

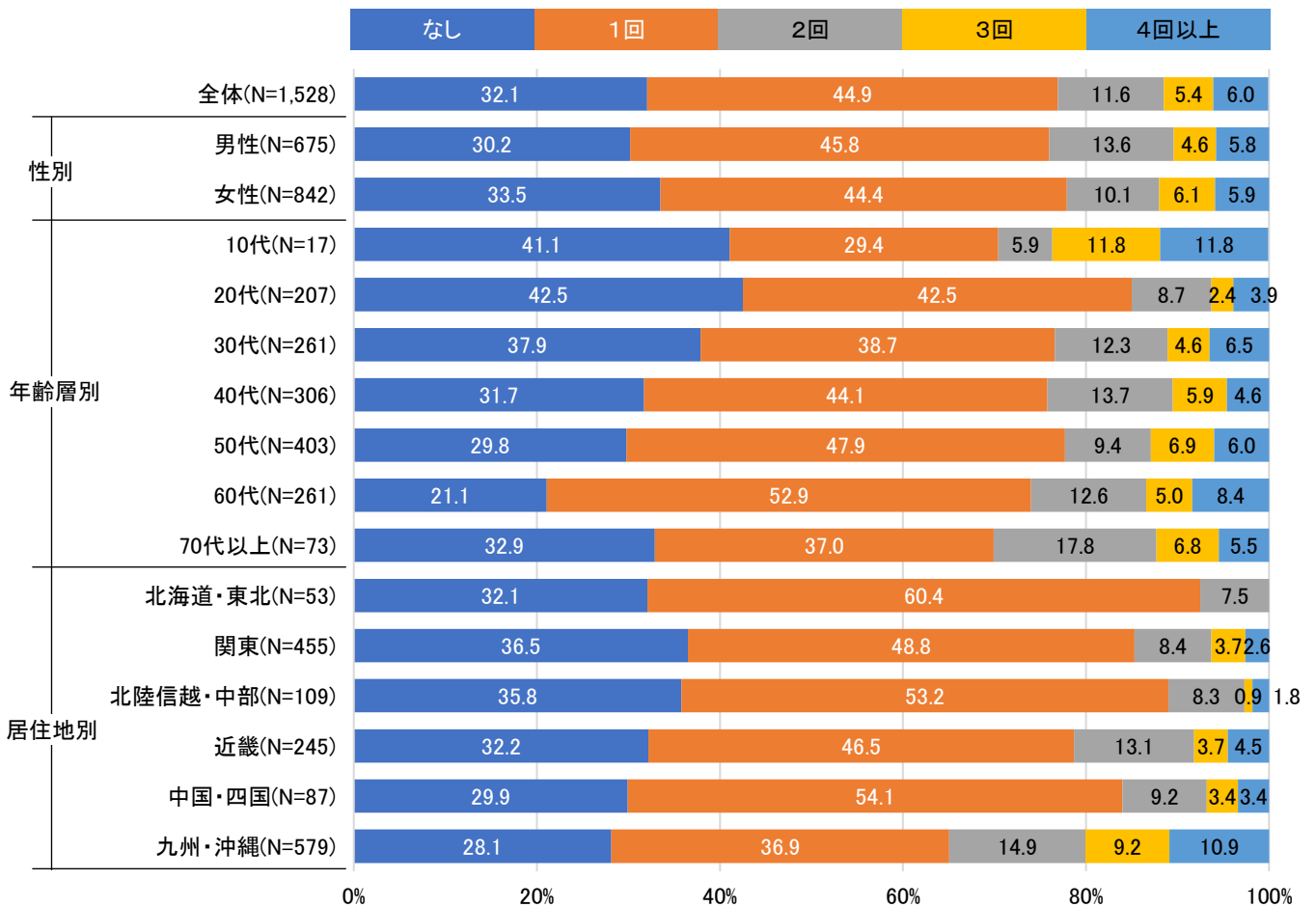
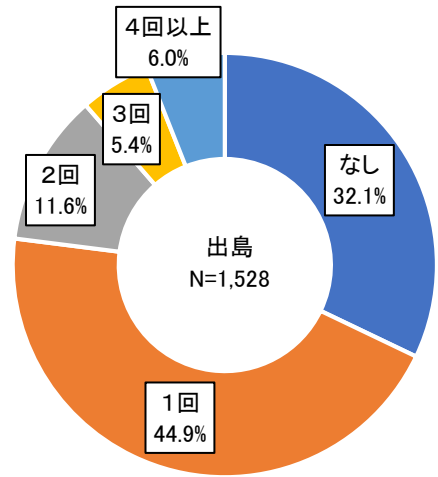


《出島》

出島への訪問回数は、「1回」が44.9%で最も多く、「なし」が32.1%、「2回」が11.6%と続く。

前回調査（令和5年度）と比較すると、「なし」の割合が北海道・東北ブロックで18.0ポイント、中国・四国ブロックで11.8ポイント減少し、「1回」の割合が北海道・東北ブロックで25.8ポイント、中国・四国ブロックで11.5ポイント増加となっており、訪問経験率が高くなっている。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、60代の訪問経験率が約8割と高くなっている。
- ・居住地別では、九州・沖縄ブロックのリピーター率が最も高く、「3回」以上が約2割となっている。

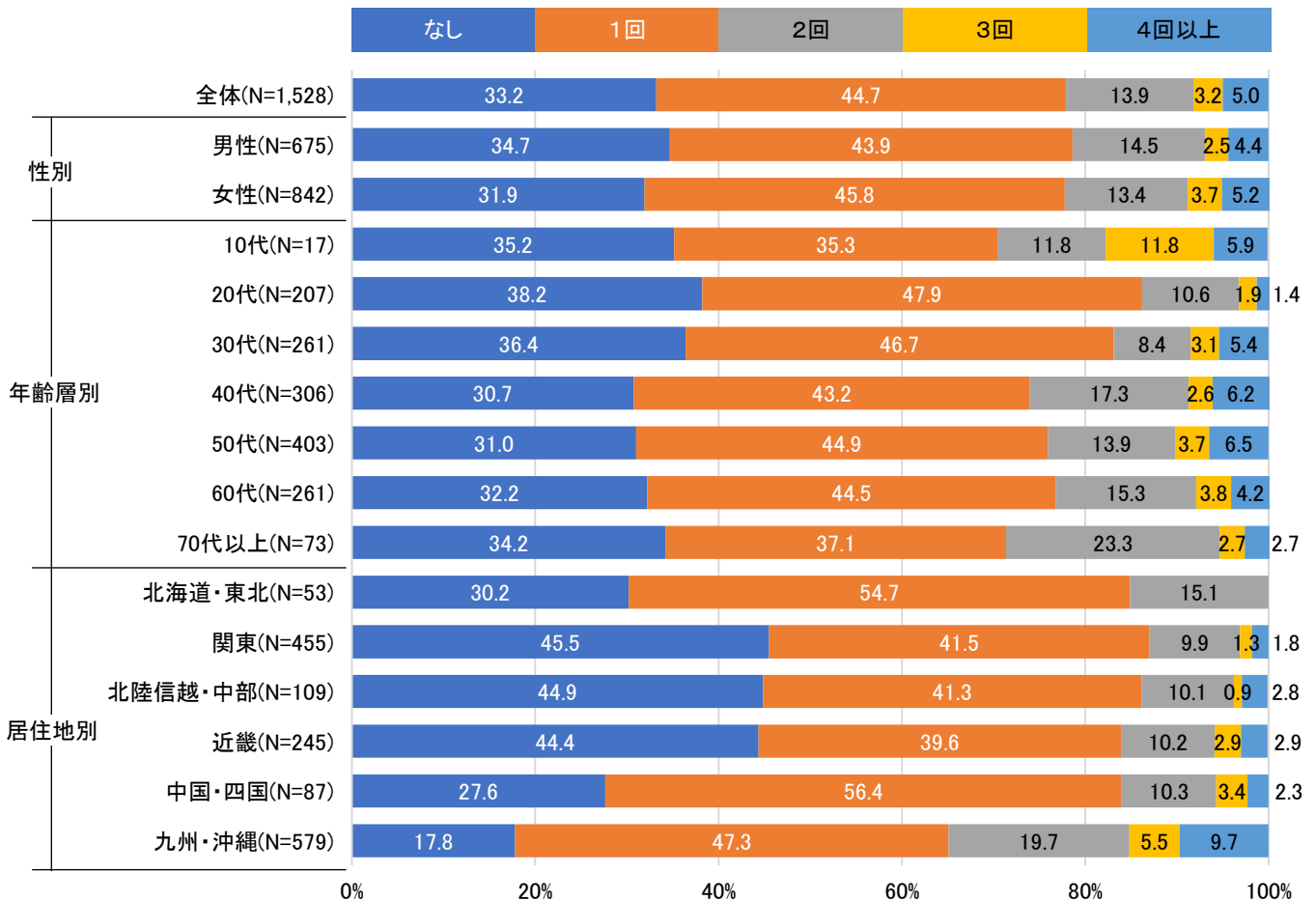
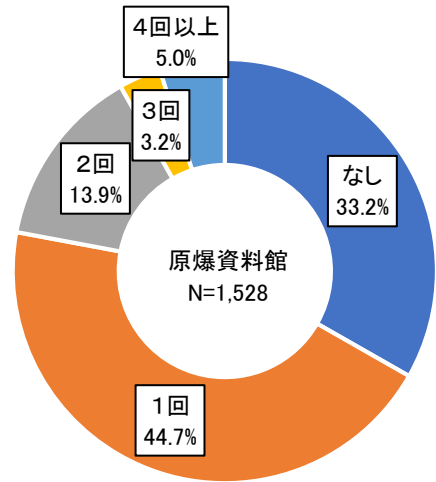


《原爆資料館》

原爆資料館への訪問回数は、「1回」が44.7%で最も多く、「なし」が33.2%、「2回」が13.9%と続く。

前回調査（令和5年度）と比較すると、北海道・東北ブロックと中国・四国ブロックで「なし」の割合が15ポイント以上減少し、「1回」の割合が北海道・東北ブロックで18.2ポイント、中国・四国ブロックで12.6ポイント上昇している。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、70代以上で「2回」が23.3%と他の年齢層よりも高くなっている。
- ・居住地別では、九州・沖縄ブロックで約8割が「1回」以上の訪問経験がある。

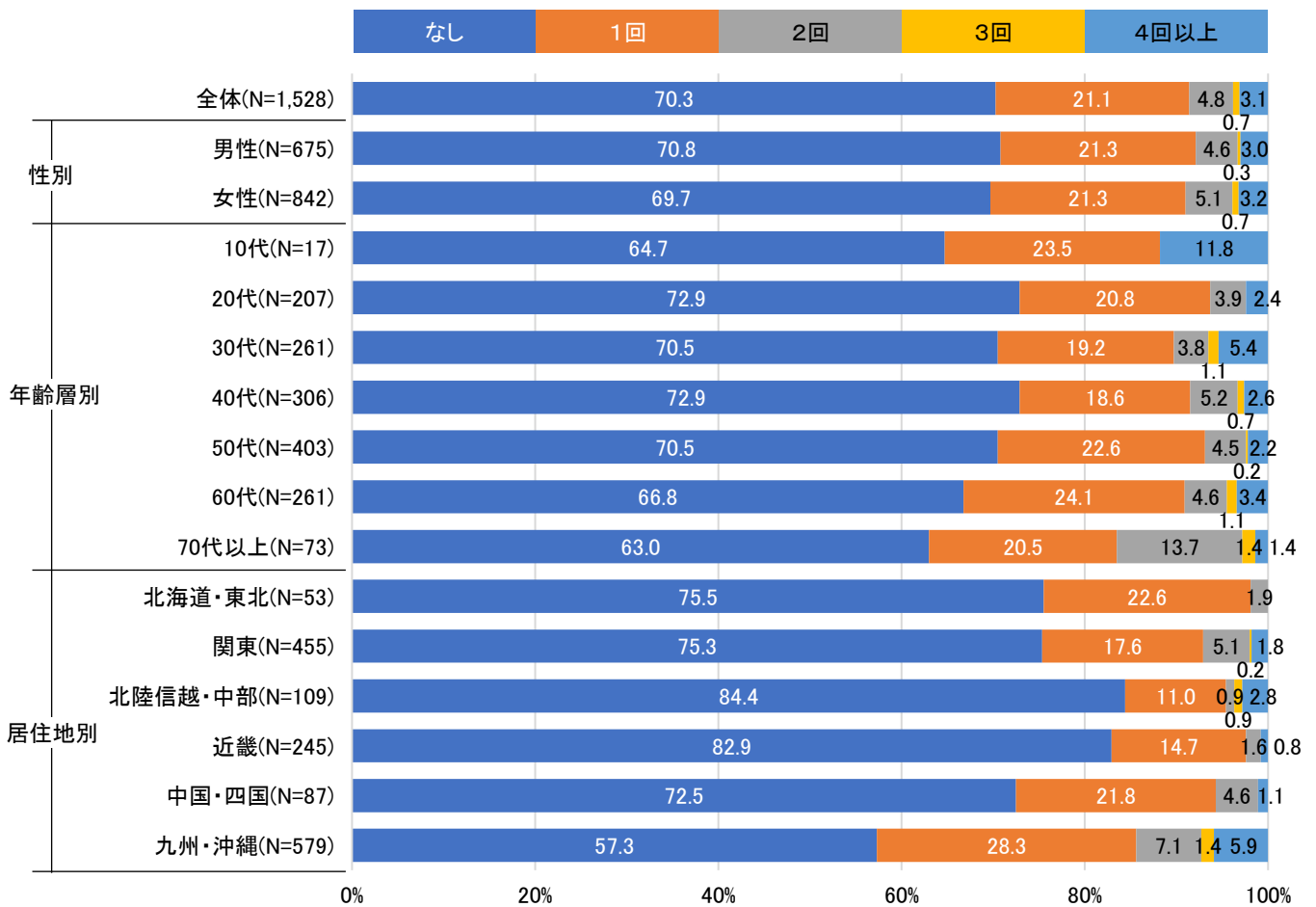
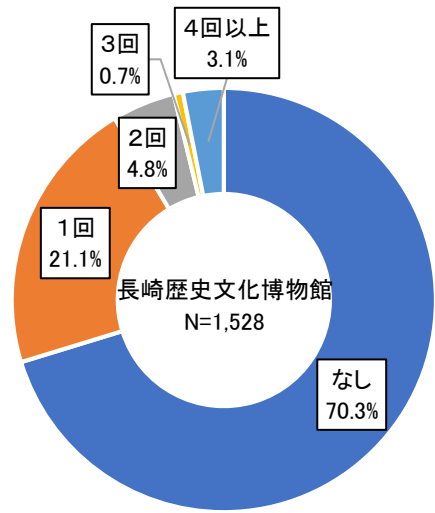


《長崎歴史文化博物館》

長崎歴史文化博物館への訪問回数は、「なし」が70.3%で最も多く、「1回」(21.1%)、「2回」(4.8%)と続く。

前回調査(令和5年度)と比較すると、北陸信越・中部ブロックと近畿ブロックで「なし」の割合が増加し、8割を超えており、訪問経験率が低くなっている。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、70代以上で「2回」が13.7%と他の年齢層よりも高くなっている。
- ・居住地別では、九州・沖縄ブロックの訪問経験率が約4割と他の地域よりも高くなっているが、過半に満たない。

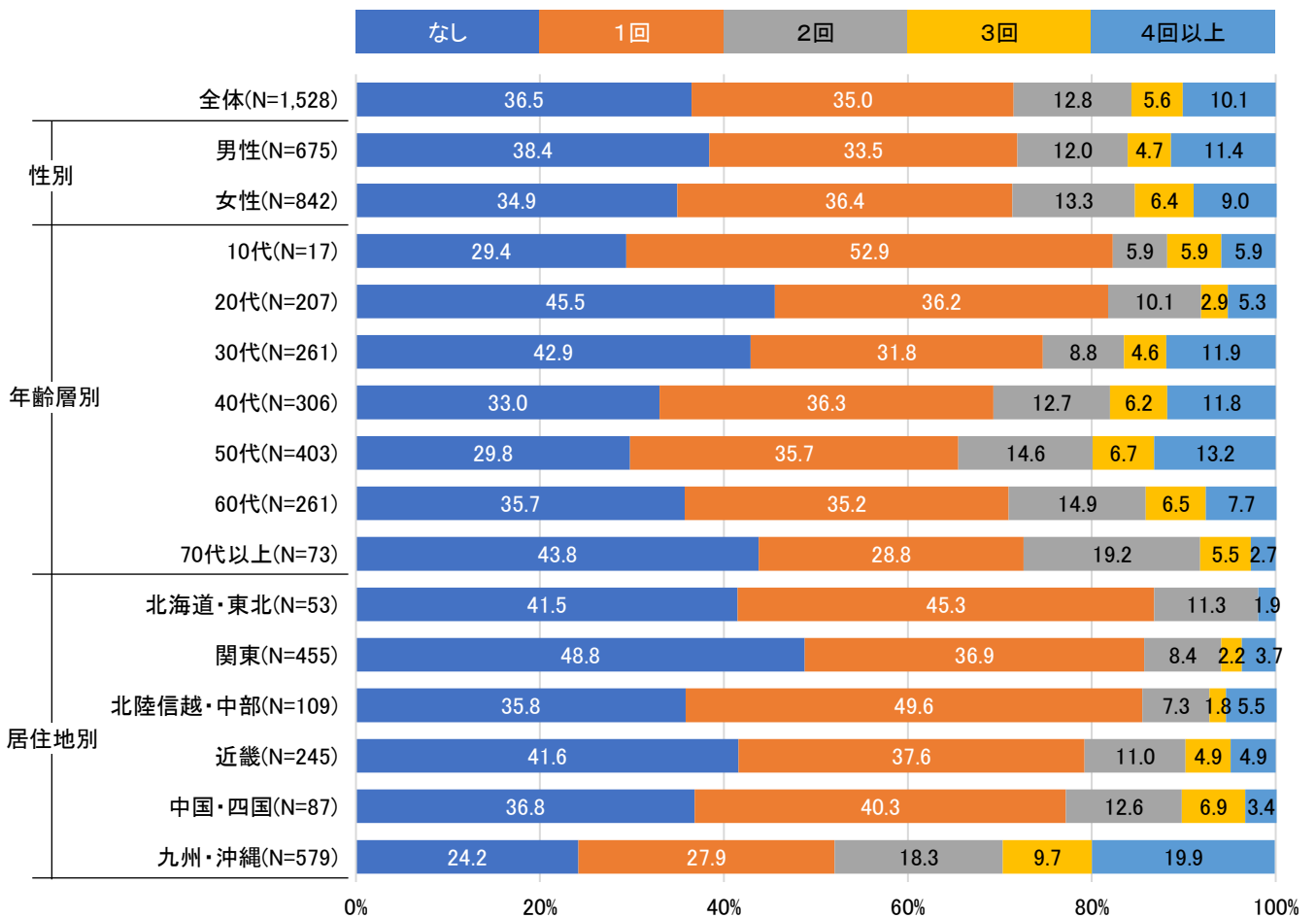
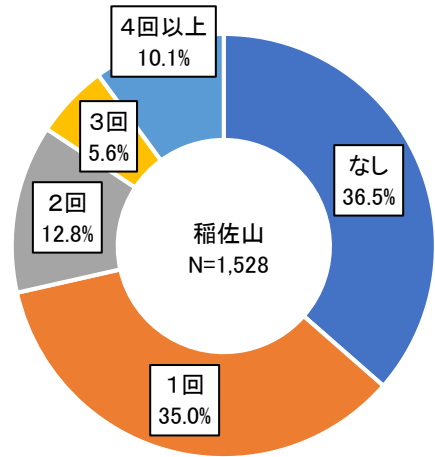


《稲佐山》

稲佐山への訪問回数は、「なし」が36.5%で最も多く、「1回」(35.0%)、「2回」(12.8%)と続く。

前回調査(令和5年度)と比較すると、70代以上で「なし」の割合が12.5ポイント増加し、訪問経験率が低くなっている。北海道・東北ブロックと北陸信越・中部ブロックでは「1回」の割合が10ポイント以上増加しており訪問経験率が高くなっている。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、20代と70代以上で「3回以上」の割合が1割未満と他の年齢層よりも低くなっている。
- ・居住地別では、九州・沖縄ブロックでリピート率が高く「2回以上」が4割を超える。

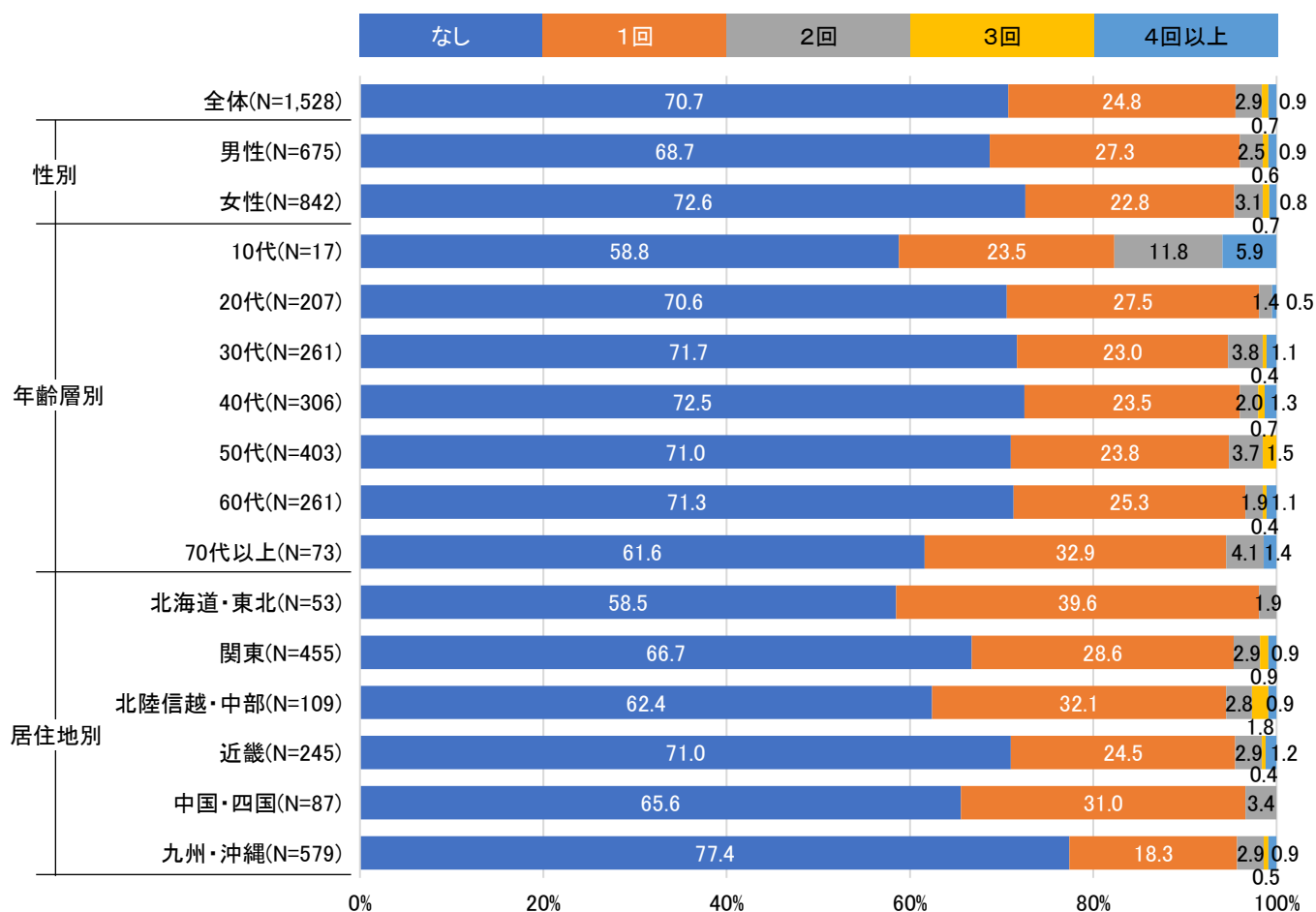
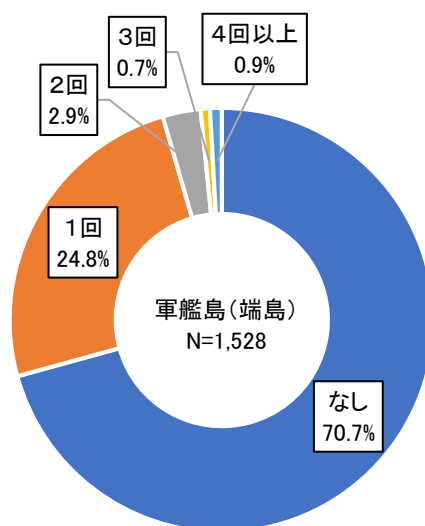


《軍艦島（端島）》

軍艦島への訪問回数は、「なし」が70.7%で最も多く、「1回」が24.8%が続いている。

前回調査（令和5年）と比較すると、北海道・東北ブロックと中国・四国ブロックで「なし」の割合が10ポイント以上減少、「1回」の割合が10ポイント以上増加しており、訪問経験率が増加している。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、70代以上の訪問経験率が約4割と他の年齢層よりも高くなっている。
- ・居住地別では、九州・沖縄ブロックの訪問経験率が3割以下と他の地域よりも低くなっている。

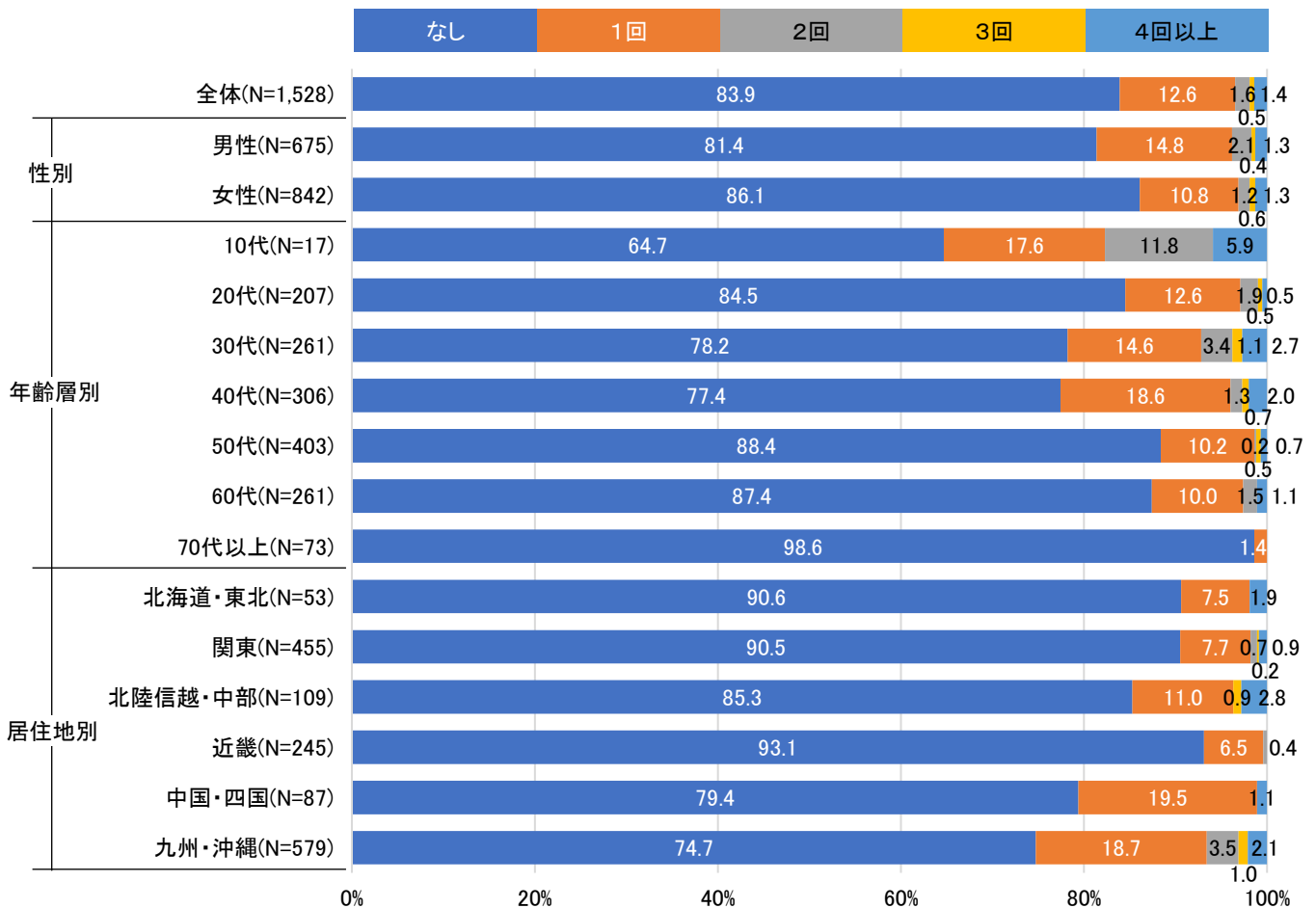
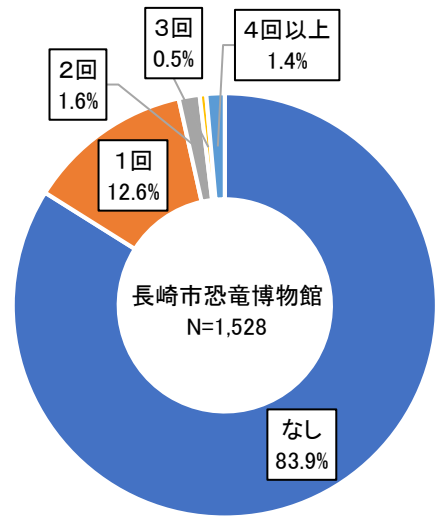


《長崎市恐竜博物館》

長崎市恐竜博物館への訪問回数は、「なし」が83.9%で最も多く、訪問経験がないほうが多い。

前回調査（令和5年度）と比較すると、20代の「なし」の割合が8.6ポイント減少し訪問経験率が増加している一方で、70代以上では11.1ポイント上昇と年代によって訪問傾向に差が見られた。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、70代以上の「なし」が98.6%と全体平均と比較して特になくなってきている。
- ・居住地別では、中国・四国ブロックと九州・沖縄ブロックの訪問経験率が2割を超えている。



【祭り・行事の認知度】

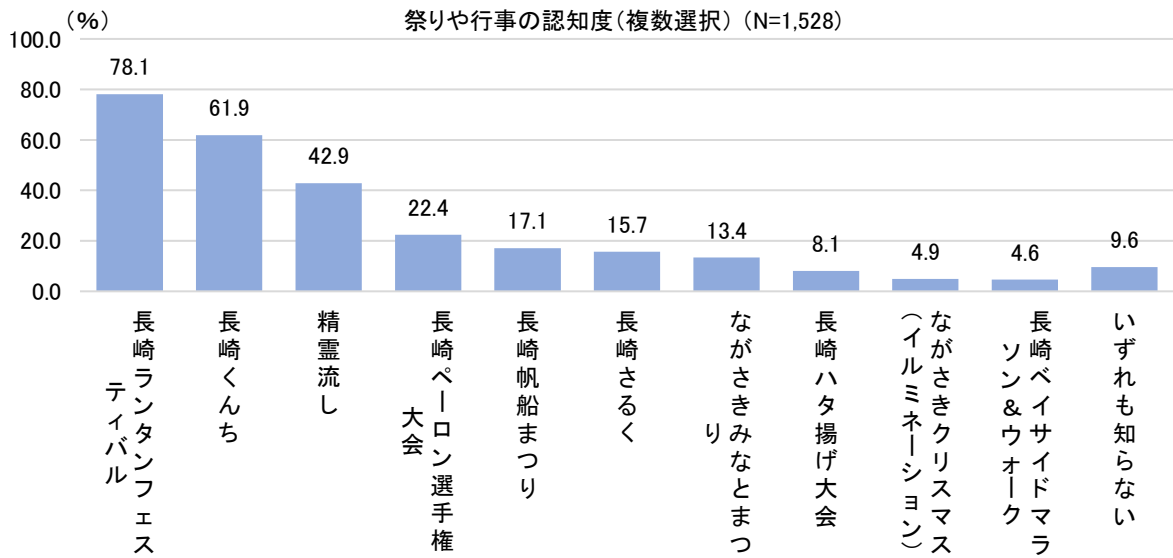
○祭りや行事の認知度(複数選択)

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78.1%で最も多く、「長崎くんち」が61.9%、「精霊流し」が42.9%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。

・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11.3ポイント高い。

・年齢層別では、全体的に30代以下の認知度が低く、「いずれも知らない」と答えた人の割合は、全体の平均より高くなっている。

・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、これは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。



(■ +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	ながさきみなとまつり	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&ウオーク	いずれも知らない	
全体(N=1,528)	78.1	61.9	42.9	22.4	17.1	15.7	13.4	8.1	4.9	4.6	9.6	
性別	男性(N=675)	72.0	59.9	40.1	23.7	16.0	15.0	12.6	7.3	3.3	4.1	11.6
	女性(N=842)	83.3	63.8	45.4	21.5	18.1	16.4	14.0	8.8	6.3	5.1	7.7
年齢層別	10代(N=17)	64.7	47.1	23.5	11.8	11.8	17.6	23.5	11.8	11.8	5.9	35.3
	20代(N=207)	72.9	41.5	22.2	8.7	12.1	7.2	10.1	3.9	3.9	4.3	15.5
	30代(N=261)	76.6	48.7	32.6	16.5	20.7	17.2	17.2	10.0	6.1	6.9	14.6
	40代(N=306)	79.1	62.7	45.4	15.7	15.4	14.4	12.7	4.6	5.2	5.2	8.5
	50代(N=403)	80.6	72.0	46.2	28.8	18.4	18.1	14.9	10.2	6.0	5.0	7.2
	60代(N=261)	78.9	75.1	60.5	33.7	16.9	16.9	10.3	10.7	3.1	2.3	3.1
	70代以上(N=73)	80.8	64.4	50.7	38.4	21.9	21.9	12.3	6.8	1.4	1.4	9.6
居住地別	北海道・東北(N=53)	56.6	50.9	22.6	1.9	3.8	9.4	-	1.9	1.9	1.9	22.6
	関東(N=455)	66.2	54.3	38.7	14.9	8.6	7.3	5.5	5.9	3.3	3.3	13.8
	北陸信越・中部(N=109)	63.3	48.6	33.9	12.8	5.5	5.5	3.7	0.9	0.9	0.9	17.4
	近畿(N=245)	72.7	59.2	38.8	32.7	10.2	12.2	6.1	5.7	1.2	1.2	11.8
	中国・四国(N=87)	82.8	63.2	42.5	17.2	5.7	8.0	8.0	3.4	5.7	-	6.9
	九州・沖縄(N=579)	94.0	72.4	51.5	28.5	32.0	27.5	26.6	13.5	8.6	8.8	2.9

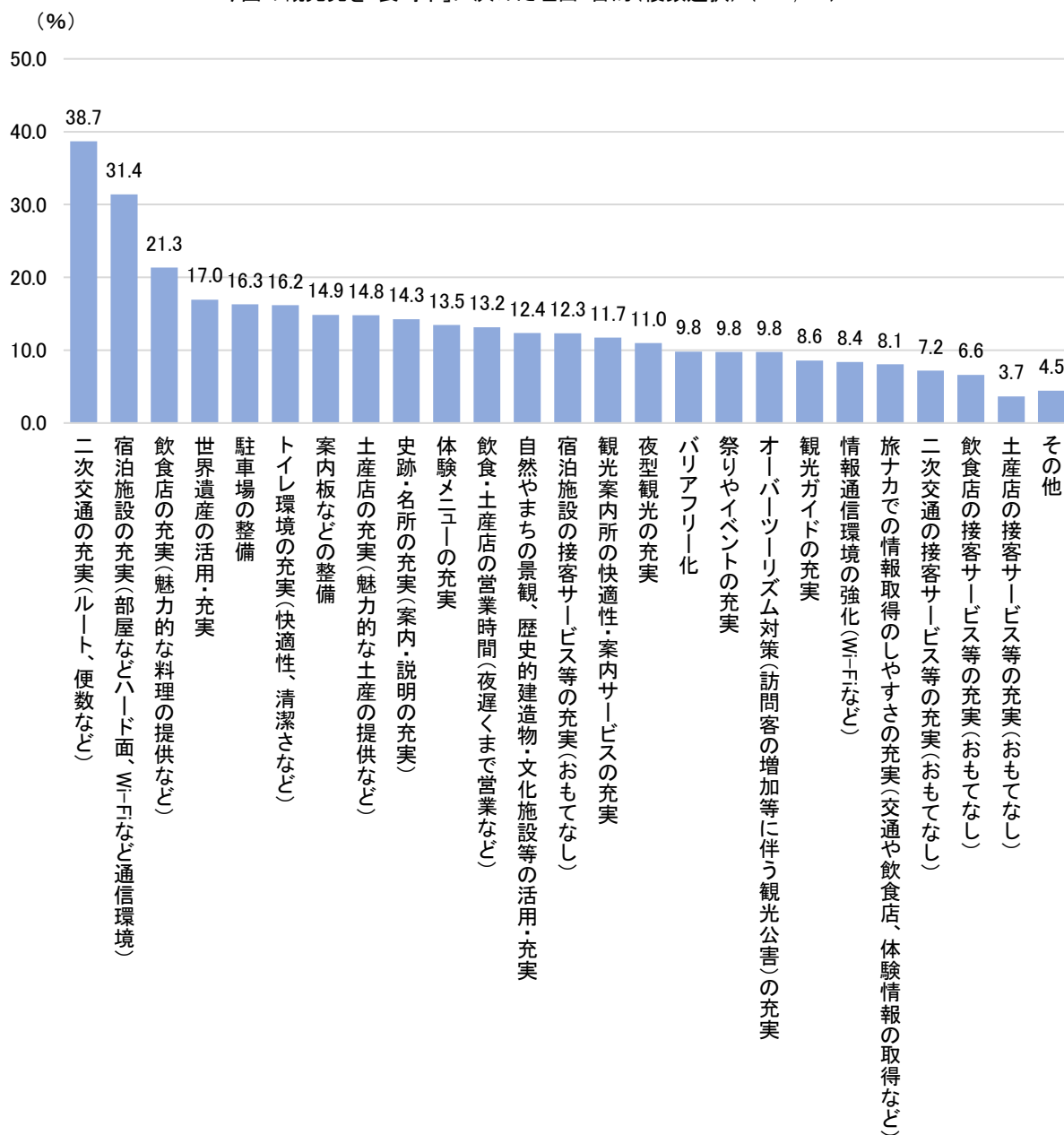
【長崎市の観光に対する要望と「食」、「土産」の傾向】

○長崎市観光に望むこと(複数選択)

長崎市が更に良くなるために望むことは、「二次交通の充実（ルート、便数など）」が38.7%で最も多く、「宿泊施設の充実（部屋などハード面など、Wi-Fi など通信環境）」が31.4%、「飲食店の充実（魅力的な料理の提供など）」が21.3%と続く。

前回調査（令和5年度）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、Wi-Fi など）」については前回は上回り3割以上の要望がある（「二次交通の充実（令和5年度調査：36.5%）」、「宿泊施設の充実（同28.1%）」）。

今回の観光先を「長崎市」に決めた理由・目的(複数選択) (N=1,528)



- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、60代で「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」「案内板などの整備」に対する要望が平均よりも高い一方で、20代以下の世代ではこれらの項目は平均よりも低くなっている。
- ・居住地別では、北海道・東北ブロックと中国・四国ブロックで「案内板などの整備」に対する要望が平均よりも5%以上高くなっている。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。

(■+5.0以上、■-5.0以下)(%)

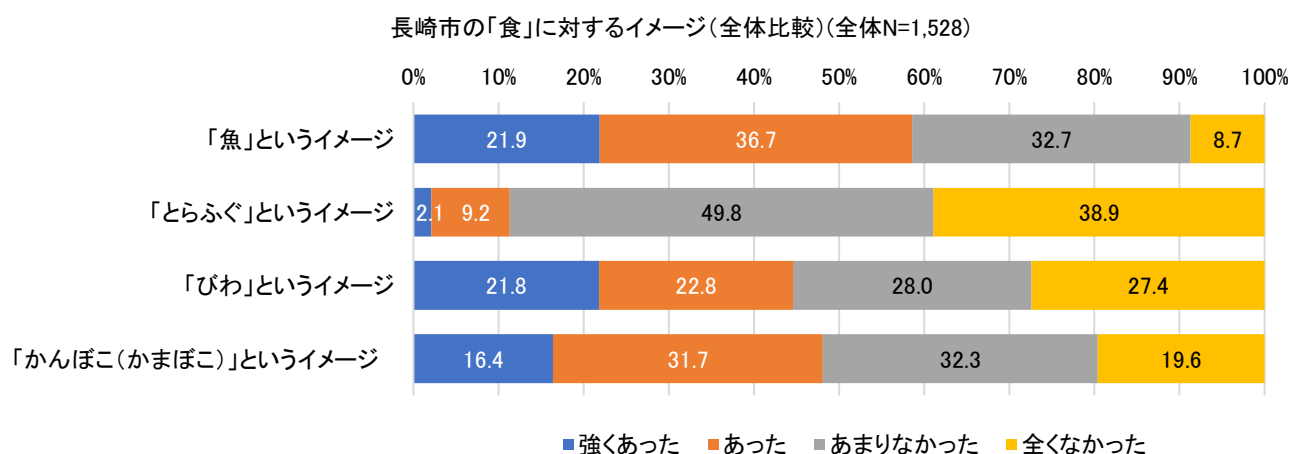
	二次交通の充実 (ルート、便数など)	宿泊施設の充実 (部屋などハード面、Wi-Fiなど)	飲食店の充実 (魅力的な料理の提供など)	世界遺産の活用・充実	駐車場の整備	トイレ環境の充実 (快適性、清潔さなど)	案内板などの整備	土産店の充実 (魅力的な土産の提供など)	史跡・名所の充実 (案内・説明の充実)	体験メニューの充実	飲食・土産店の営業時間 (夜遅くまで営業など)	自然やまちの景観、歴史的建造物、文化施設等の活用・充実	宿泊施設の接客サービス等の充実 (おもてなし)	
全体(N=1,528)	38.7	31.4	21.3	17.0	16.3	16.2	14.9	14.8	14.3	13.5	13.2	12.4	12.3	
性別	男性(N=675)	38.2	33.0	20.0	17.5	17.9	15.1	13.9	13.3	14.8	11.3	12.3	11.3	12.9
	女性(N=842)	38.6	30.3	22.7	16.5	14.8	17.1	15.6	16.2	14.0	15.1	13.9	13.3	12.0
年齢層別	10代(N=17)	11.8	41.2	5.9	11.8	5.9	17.6	5.9	5.9	23.5	17.6	5.9	11.8	-
	20代(N=207)	36.7	32.9	15.5	9.2	11.6	12.6	4.8	8.2	10.1	16.9	6.3	7.7	9.7
	30代(N=261)	37.2	33.3	19.5	13.0	13.0	16.1	7.3	15.7	11.9	15.3	13.8	12.6	16.1
	40代(N=306)	38.9	30.1	20.3	16.3	17.6	15.0	12.7	18.0	12.1	12.4	16.7	13.4	13.4
	50代(N=403)	41.4	32.3	22.6	21.1	19.6	17.9	19.4	14.1	14.9	12.4	14.9	11.4	10.7
	60代(N=261)	39.1	28.7	27.2	23.0	18.4	16.9	23.0	17.6	19.2	12.6	10.7	14.9	13.0
	70代以上(N=73)	38.4	28.8	24.7	12.3	12.3	19.2	27.4	12.3	20.5	9.6	16.4	16.4	11.0
居住地別	北海道・東北(N=53)	28.3	22.6	20.8	17.0	9.4	15.1	22.6	7.5	17.0	11.3	13.2	9.4	5.7
	関東(N=455)	41.5	31.0	19.3	19.1	6.2	12.5	13.8	11.0	15.2	11.2	15.8	12.5	14.9
	北陸信越・中部(N=109)	40.4	21.1	17.4	14.7	14.7	22.0	18.3	17.4	10.1	14.7	11.0	9.2	12.8
	近畿(N=245)	42.0	29.0	23.3	21.2	9.8	13.9	13.9	14.7	18.4	11.8	14.7	18.0	9.8
	中国・四国(N=87)	42.5	21.8	16.1	16.1	18.4	19.5	21.8	10.3	11.5	12.6	10.3	9.2	9.2
	九州・沖縄(N=579)	35.1	37.0	23.7	14.0	27.6	18.5	13.6	18.7	12.8	16.1	11.2	11.2	12.3

	案内所・接客サービスの充実	観光案内所の快適性	夜型観光の充実	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	観光客の増加等に伴う観光公害の充	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)	二次交通の接客サービス等の充実 (おもてなし)	飲食店の接客サービス等の充実 (おもてなし)	土産店の接客サービス等の充実 (おもてなし)	その他
全体(N=1,528)	11.7	11.0	9.8	9.8	9.8	8.6	8.4	8.1	7.2	6.6	3.7	4.5	
性別	男性(N=675)	10.8	10.8	8.1	7.0	10.8	7.6	8.7	7.4	8.0	6.8	3.9	4.3
	女性(N=842)	12.5	11.3	11.0	12.1	8.9	9.5	8.0	8.6	6.5	6.5	3.6	4.6
年齢層別	10代(N=17)	11.8	-	5.9	11.8	-	11.8	5.9	5.9	11.8	11.8	5.9	5.9
	20代(N=207)	5.8	12.1	5.8	8.2	8.2	5.3	6.8	6.8	4.8	2.9	2.4	4.3
	30代(N=261)	7.3	10.3	9.2	12.6	10.3	4.6	8.8	6.9	4.6	6.9	3.4	3.1
	40代(N=306)	12.4	12.7	6.5	8.5	9.2	7.8	7.2	6.5	9.5	4.6	2.3	3.9
	50代(N=403)	13.6	10.9	11.2	9.7	11.2	9.9	9.2	7.9	8.2	7.9	5.2	4.5
	60代(N=261)	13.4	10.0	14.6	10.7	9.6	11.5	10.3	10.7	5.4	9.2	3.4	6.1
	70代以上(N=73)	24.7	9.6	13.7	5.5	9.6	16.4	5.5	13.7	13.7	6.8	5.5	5.5
居住地別	北海道・東北(N=53)	5.7	9.4	9.4	11.3	3.8	5.7	5.7	3.8	9.4	3.8	1.9	5.7
	関東(N=455)	10.5	13.0	9.2	9.0	11.0	9.2	6.8	8.6	6.4	6.8	4.0	5.3
	北陸信越・中部(N=109)	7.3	11.0	5.5	4.6	11.9	11.0	4.6	6.4	7.3	5.5	4.6	5.5
	近畿(N=245)	15.1	12.2	11.0	9.0	11.0	9.8	10.6	12.7	8.6	6.5	4.5	4.9
	中国・四国(N=87)	14.9	5.7	6.9	-	6.9	6.9	10.3	6.9	8.0	2.3	1.1	5.7
	九州・沖縄(N=579)	12.1	9.8	11.1	13.0	8.8	7.6	9.3	6.6	6.9	7.6	3.5	3.1

○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」と「あった」の合計が最も高いのは『魚』というイメージの58.6%であり、次いで『かんぼこ(かまぼこ)』というイメージの48.1%、「びわ」というイメージの44.6%であった。この順位は前回調査(令和5年度)と変わっていない。

また、『とらふぐ』というイメージは11.3%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。

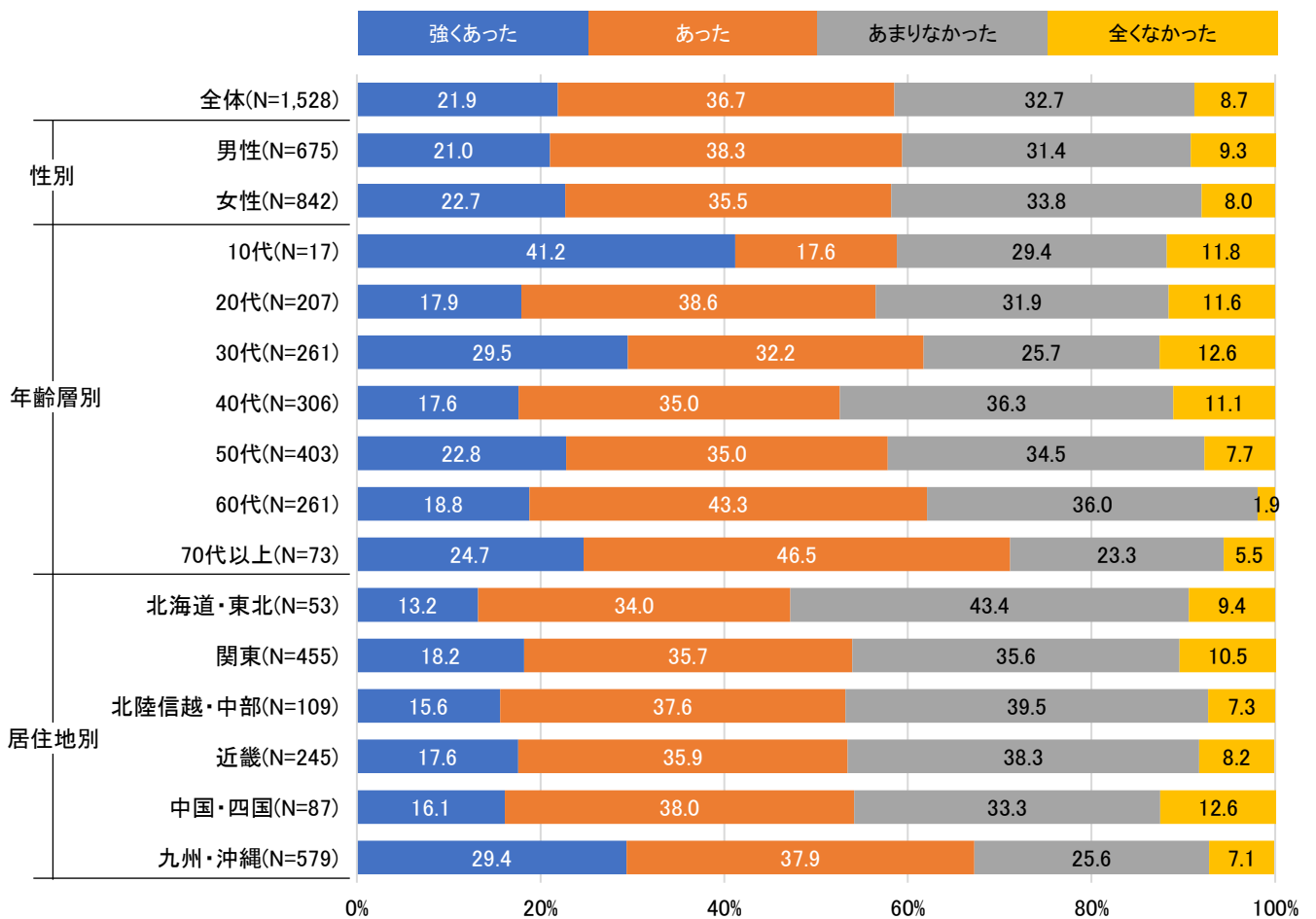
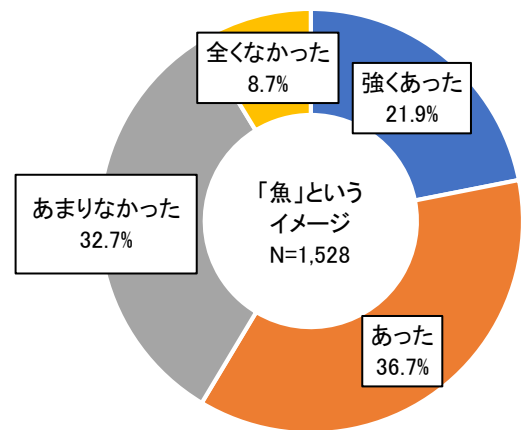


○長崎市＝「魚」というイメージ

長崎市＝「魚」というイメージについて、「強くあった」と「あった」の合計は58.6%。

前回調査（令和5年）と比較すると、「強くあった」と「あった」の合計は、70代以上で7.2ポイント増加したほか、北陸信越・中部ブロックで12.4ポイント、中国・四国ブロックで10.4ポイント増加し、北海道を除くすべてのブロックで50%を超えた。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、「強くあった」と「あった」の合計が、70代以上で71.2%と最も高い。
- ・居住地別では、「強くあった」と「あった」の合計が、北海道・東北を除く全てのブロックにおいて過半を超えている。

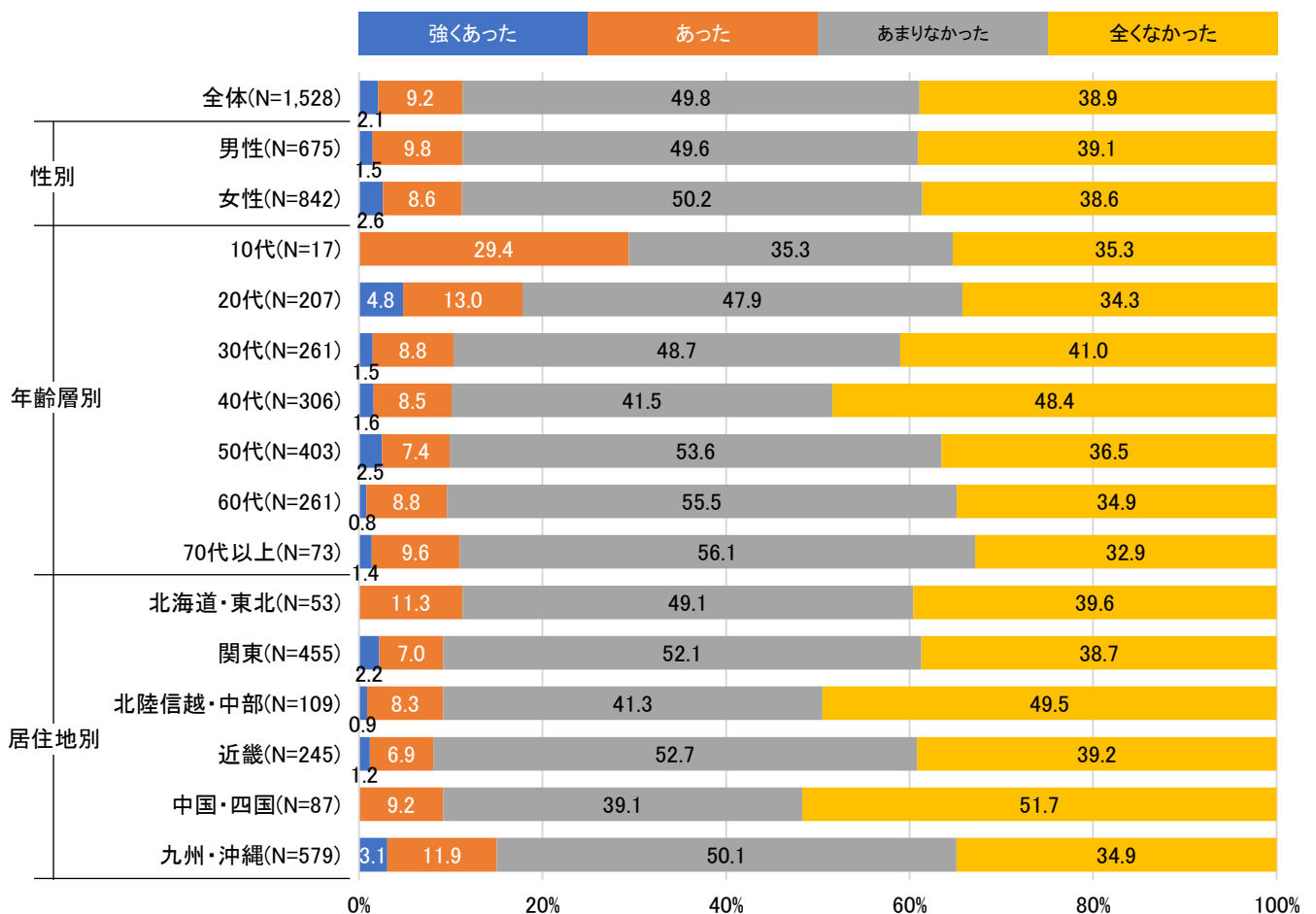
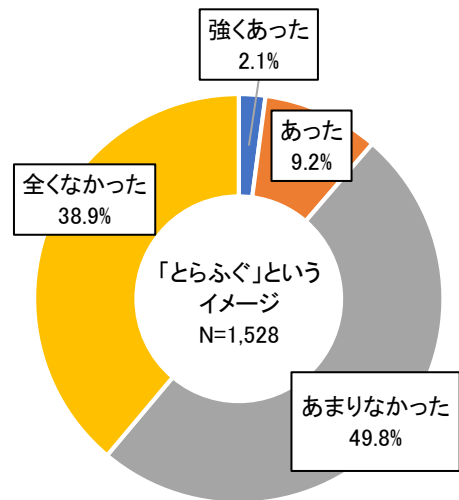


○長崎市＝「とらふぐ」というイメージ

長崎市＝「とらふぐ」というイメージについて、「強くあった」と「あった」の合計は11.3%。

前回調査（令和5年）と比較すると、「強くあった」と「あった」の合計は、70代以上で7.8ポイント減少、中国・四国ブロックで8.5ポイント、北海道・東北ブロックで6.0ポイント減少した一方で、九州・沖縄ブロックで3.9ポイント増加した。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、「強くあった」と「あった」の合計が若い年代ほど高い傾向にある。
- ・居住地別では、九州・沖縄ブロックで「強くあった」、「あった」の合計が平均を超えている。



○長崎市＝「びわ」というイメージ

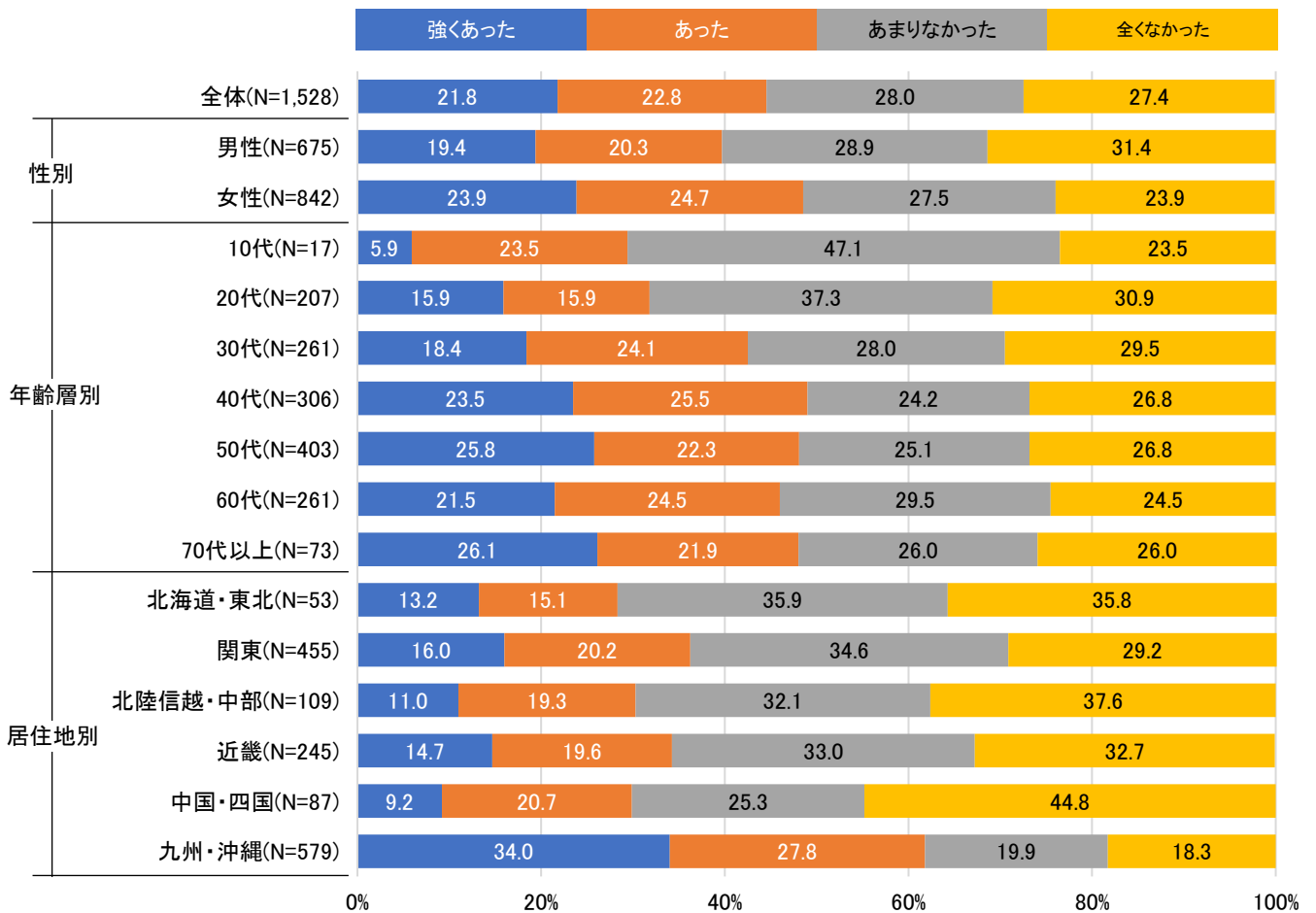
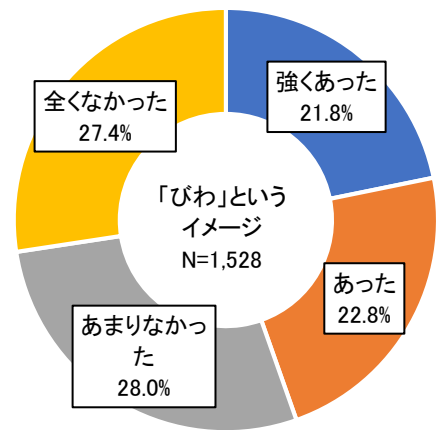
長崎市＝「びわ」というイメージについて、「強くあった」と「あった」の合計は44.6%。

前回調査（令和5年）と比較すると、「強くあった」と「あった」の合計は、北海道・東北ブロックで8.2ポイント減少した。

- ・男性よりも女性のほうが「強くあった」「あった」の合計が高くなっている。

- ・年齢層別では、30代以上で「強くあった」と「あった」の合計が4割を超えている。

- ・居住地別では、九州・沖縄ブロックで「強くあった」と「あった」の合計が6割を超える一方、他のブロックでは4割未満にとどまり、最も低い北海道・東北ブロックと比較すると33.5ポイントの差がある。

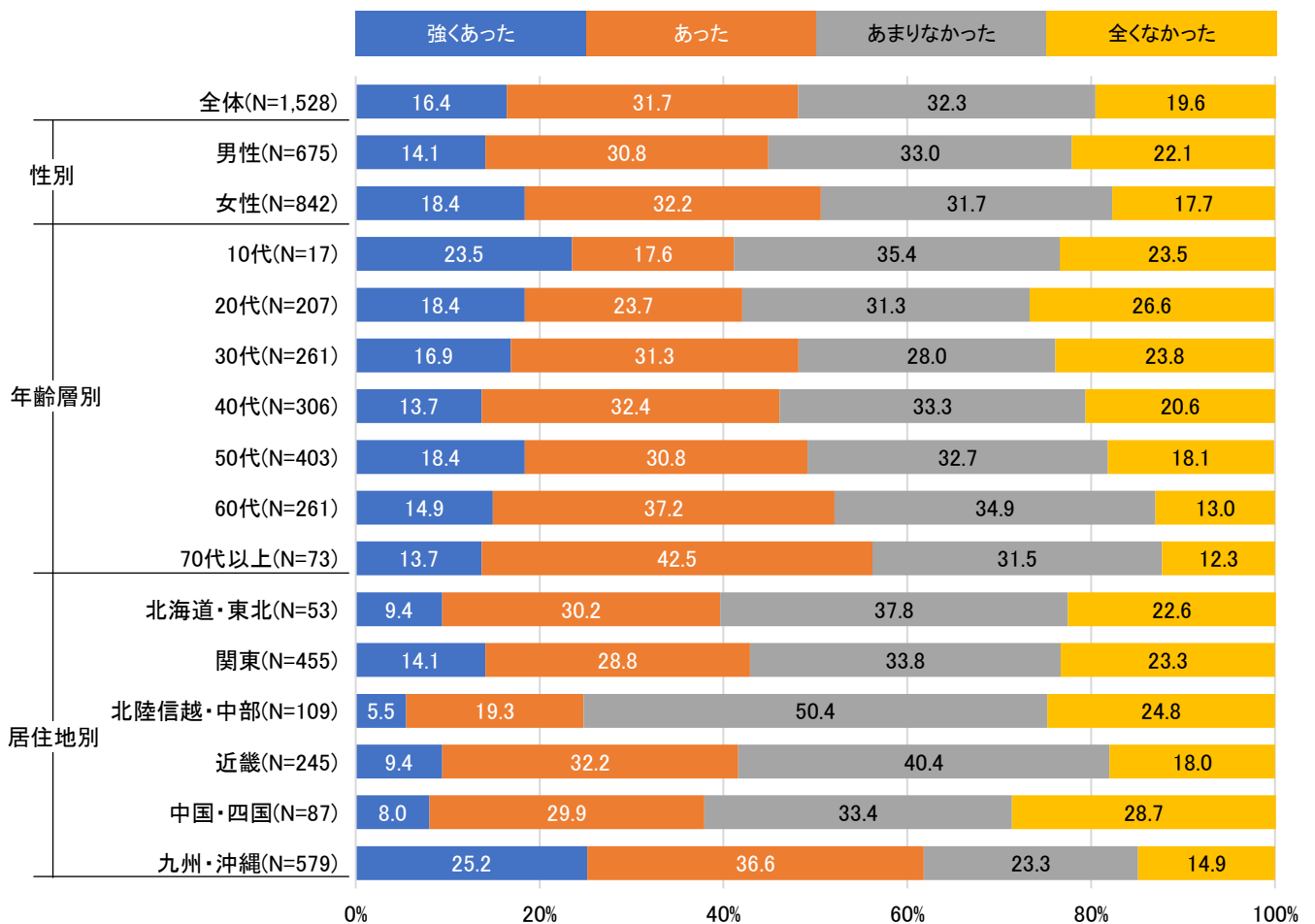
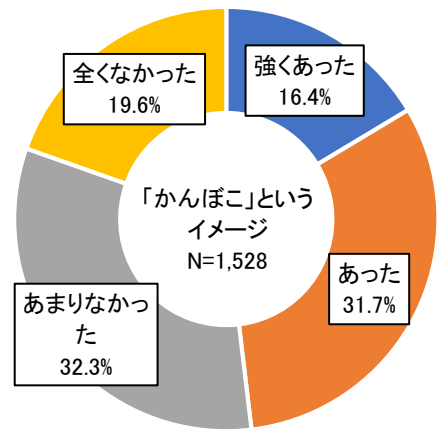


○長崎市＝「かんぼこ(かまぼこ)」というイメージ

長崎市＝「かんぼこ」のイメージについて、「強くあった」と「あった」の合計は48.1%。

前回調査（令和5年）と比較すると、「強くあった」と「あった」の合計は、20代で11.3ポイント、30代で9.5ポイント増加し、すべての年代で40%を超えた。また中国・四国ブロックで3.5ポイント増加した一方で、北陸信越・中部ブロックで13.6ポイント減少し、30%を下回った。

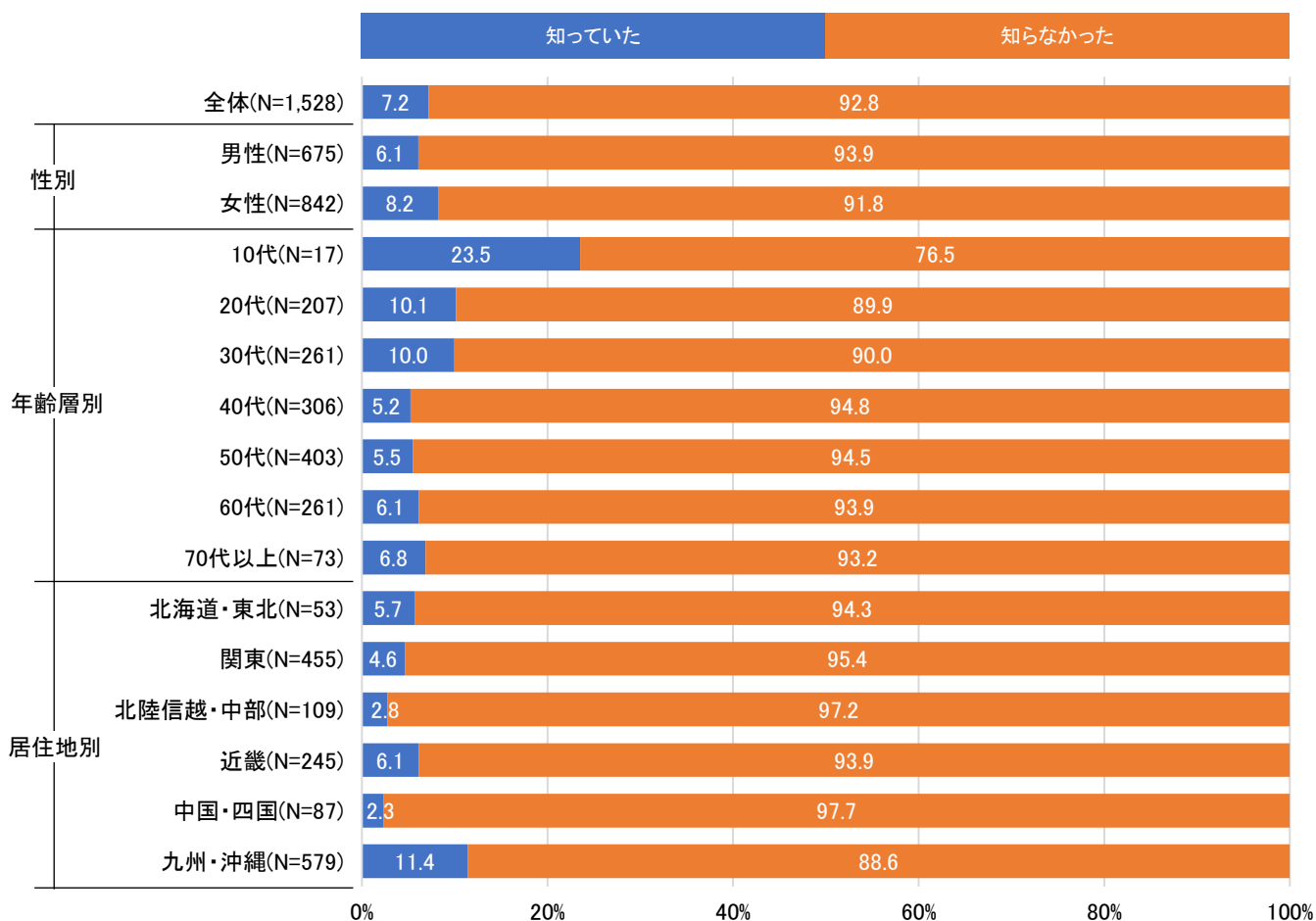
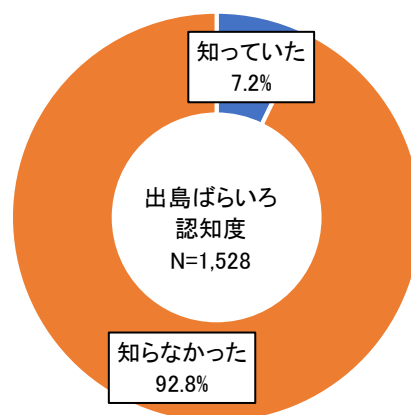
- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、「強くあった」と「あった」の合計は比較的、年齢が高くなればなるほど高くなる傾向がみられた。
- ・居住地別では、九州・沖縄ブロックで「強くあった」と「あった」の合計が平均を13.7ポイント上回る一方、北陸信越・中部ブロックにおいては平均を23.3ポイント下回った。



○「出島ばらいろ」の認知度

「出島ばらいろ」の認知度は「知っていた」が7.2%と、前回調査（令和5年度）より0.7ポイント上昇。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、「知っていた」の合計は40代以上で1割未満と低くなっている。
- ・居住地別では、九州・沖縄ブロックで「知っていた」が平均を4.2ポイント上回っている一方、他のブロックでは平均に満たない。特に北陸信越・中部ブロックと中国・四国ブロックにおいては認知度が3%未満となっている。



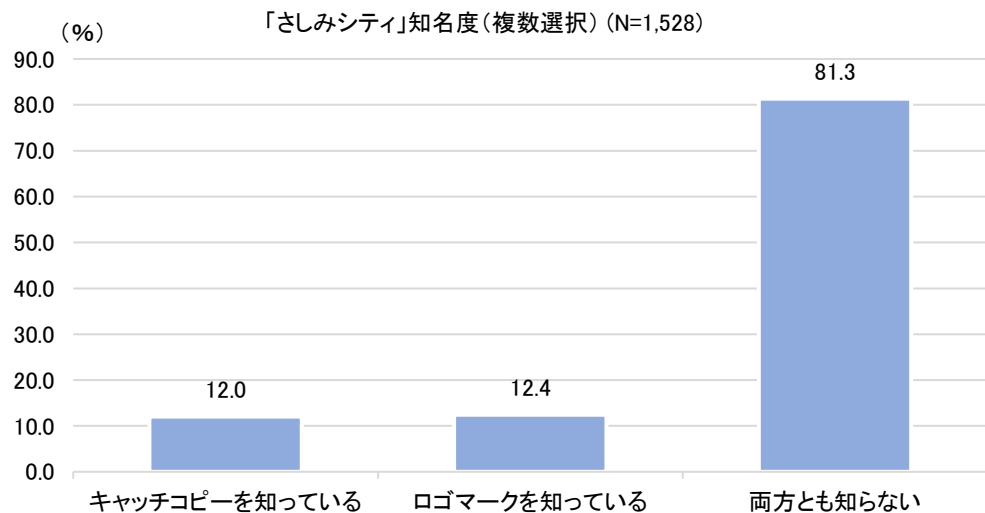
○「さしみシティ」知名度(複数選択)

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18.7%であった。前回調査(令和5年度)では17.2%であったことから1.5ポイント上昇した。男女間の差はほとんどない。年齢層別では、年齢が低いほど認知度は高くなる傾向がみられた。

キャッチコピーの知名度は12.0%で、性別による差はほとんどなく、年齢層別では20代、30代、50代において平均より高くなっている。居住地別では、北陸信越・中部ブロックにおける知名度が7.3%と他の地域と比較して低い。

また、ロゴマークの知名度は12.4%で、性別による差はほとんどなく、年齢層別では70代が6.8%と平均を5.6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



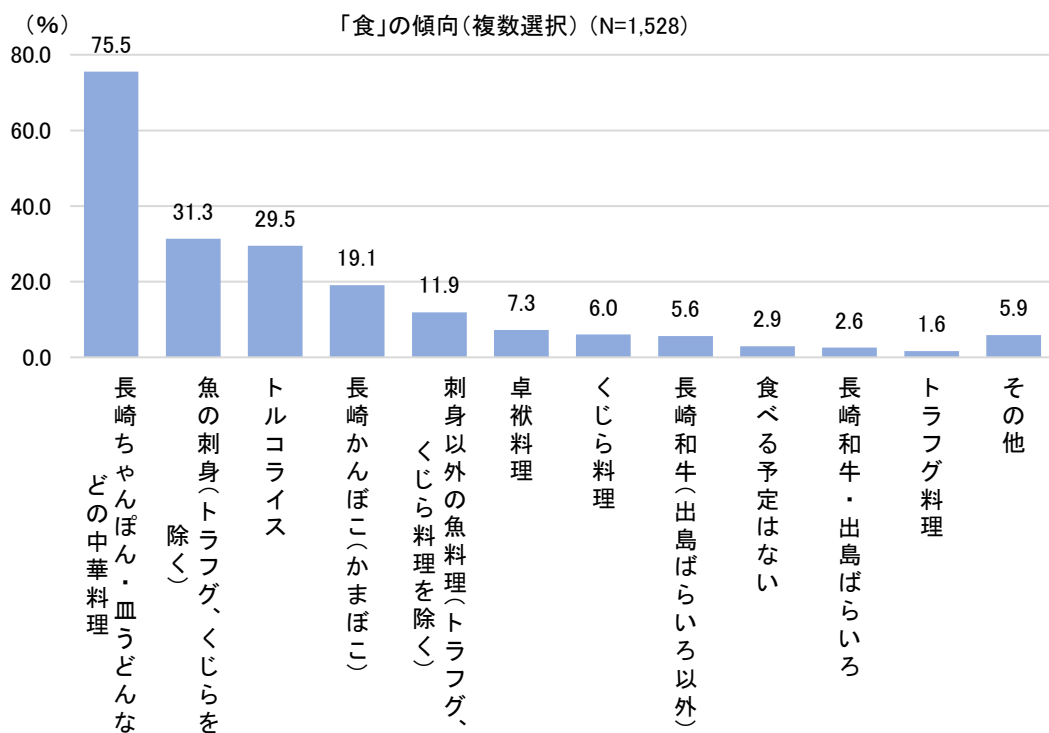
(■ +5.0 以上、■ -5.0 以下) (%)

		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
全体 (N=1,528)		12.0	12.4	81.3
性別	男性 (N=675)	11.1	10.8	83.1
	女性 (N=842)	12.6	13.5	80.2
年齢層別	10代 (N=17)	11.8	11.8	76.5
	20代 (N=207)	12.1	16.4	76.8
	30代 (N=261)	14.2	17.6	76.6
	40代 (N=306)	11.8	12.4	81.7
	50代 (N=403)	13.4	10.2	83.1
	60代 (N=261)	9.6	9.2	85.1
	70代以上 (N=73)	6.8	6.8	87.7
居住地別	北海道・東北 (N=53)	11.3	7.5	84.9
	関東 (N=455)	11.6	12.1	82.6
	北陸信越・中部 (N=109)	7.3	10.1	85.3
	近畿 (N=245)	11.8	15.1	78.8
	中国・四国 (N=87)	10.3	11.5	83.9
	九州・沖縄 (N=579)	13.6	12.6	80.0

○「食」の傾向(複数選択)

長崎市で食べた(食べる予定の)料理は、「長崎ちゃんぽん・皿うどんなどの中華料理」が75.5%(令和5年度調査:79.2%)で最も多く、「魚の刺身」が31.3%(同34.8%)、「トルコライス」が29.5%(同26.6%)と続く。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、「長崎ちゃんぽん～」は年齢が高いほど、割合が高くなる傾向。また「卓袱料理」も60代以上において平均を上回っている。
- ・居住地別では、「長崎ちゃんぽん～」は近畿ブロックの86.1%が最も高く、北陸信越・中部ブロックが83.5%と続く。九州・沖縄ブロックでは平均より10.6ポイント下回っている。



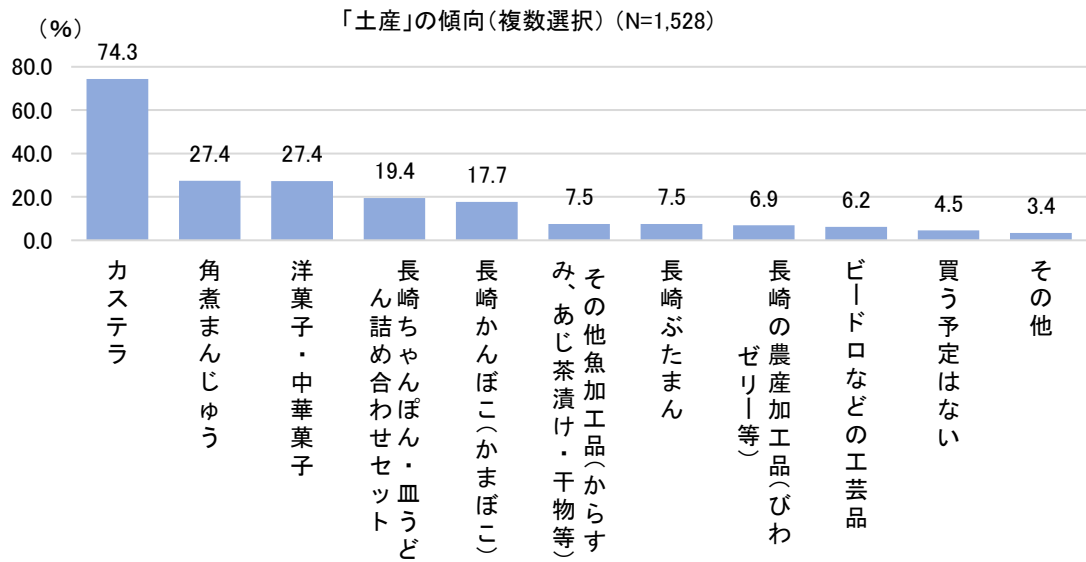
(■+5.0以上、■-5.0以下)(%)

	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	長崎和牛(出島ばらいろ以外)	食べる予定はない	長崎和牛・出島ばらいろ	トラフグ料理	その他
全体 (N=1,528)	75.5	31.3	29.5	19.1	11.9	7.3	6.0	5.6	2.9	2.6	1.6	5.9
性別												
男性 (N=675)	75.1	31.7	28.4	16.0	12.3	5.8	6.5	4.0	3.7	1.8	2.4	3.9
女性 (N=842)	76.1	31.1	30.5	21.4	11.6	8.6	5.6	6.9	2.4	3.2	1.1	7.5
年齢層別												
10代 (N=17)	47.1	47.1	11.8	5.9	5.9	-	-	5.9	-	5.9	-	5.9
20代 (N=207)	69.6	29.0	31.9	15.5	12.1	3.4	7.7	5.8	3.9	3.4	2.4	4.3
30代 (N=261)	70.5	40.2	30.3	13.0	14.9	6.5	5.4	3.8	2.7	2.7	2.7	5.0
40代 (N=306)	70.9	28.4	31.7	18.6	9.5	5.9	5.6	6.2	3.9	1.6	1.3	6.5
50代 (N=403)	77.7	26.1	27.8	20.3	12.4	6.5	7.2	4.7	3.0	1.2	1.2	8.4
60代 (N=261)	86.2	33.7	29.1	27.6	12.6	12.6	4.2	8.0	1.9	3.4	1.1	4.6
70代以上 (N=73)	86.3	35.6	26.0	19.2	6.8	13.7	6.8	5.5	1.4	6.8	1.4	1.4
居住地別												
北海道・東北 (N=53)	79.2	24.5	32.1	20.8	13.2	-	11.3	3.8	-	-	1.9	5.7
関東 (N=455)	80.2	34.7	30.8	25.7	14.5	7.5	8.6	5.9	3.1	1.8	2.0	4.4
北陸信越・中部 (N=109)	83.5	25.7	36.7	12.8	14.7	10.1	7.3	6.4	2.8	2.8	2.8	5.5
近畿 (N=245)	86.1	32.2	33.9	19.6	12.7	4.9	5.3	6.9	2.0	2.0	0.4	6.5
中国・四国 (N=87)	79.3	39.1	24.1	19.5	8.0	11.5	5.7	9.2	2.3	4.6	2.3	4.6
九州・沖縄 (N=579)	64.9	28.8	25.9	14.7	9.5	7.6	3.6	4.3	3.6	3.3	1.6	7.1

○「土産」の傾向(複数選択)

長崎市で購入した（購入予定の）お土産は、「カステラ」が74.3%（令和5年度調査：78.5%）で最も多く、「角煮まんじゅう」27.4%（同30.2%）、「洋菓子・中華菓子」27.4%（同31.8%）を46.9ポイント上回っている。なお、前々回調査（令和4年度）では「カステラ」の購入率は79.0%、「洋菓子・中華菓子」の購入率は24.8%であることから、年々少しずつではあるが、「カステラ」一強からお土産の選択肢が多様化してきている傾向がある。

- ・男女間に違いが見られるのが「洋菓子・中華菓子」で、女性のほうが9.6ポイント高い。
- ・年齢層別では、20代・30代の「洋菓子・中華菓子」の購入率は平均より5.0ポイント以上下回っており、60代の「洋菓子・中華菓子」の購入率は平均より7.5ポイント高い。
- ・居住地別では、「カステラ」の購入率は九州・沖縄ブロック以外では平均を上回るが、九州・沖縄ブロックでは平均を7.6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、北陸信越・中部ブロックにおいて平均を11.3ポイント下回っている。



(■ +5.0以上、■ -5.0以下) (%)

	カステラ	角煮まんじゅう	洋菓子・中華菓子	長崎ちゃんぽん・皿うどん詰め合わせセット	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)	長崎ぶたまん	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=1,528)	74.3	27.4	27.4	19.4	17.7	7.5	7.5	6.9	6.2	4.5	3.4	
性別	男性 (N=675)	72.0	24.7	22.2	14.8	16.9	8.0	6.5	5.9	4.4	5.8	1.8
	女性 (N=842)	76.5	29.5	31.8	23.4	18.4	6.9	8.2	7.7	7.6	3.4	4.6
年齢層別	10代 (N=17)	52.9	17.6	23.5	-	11.8	17.6	11.8	11.8	-	5.9	-
	20代 (N=207)	72.5	23.7	21.3	12.1	16.4	4.8	3.9	3.4	3.4	5.3	1.9
	30代 (N=261)	70.9	32.2	19.9	16.5	14.6	5.7	8.8	3.4	4.6	6.9	4.2
	40代 (N=306)	75.2	28.1	28.4	20.6	15.4	6.9	8.5	6.5	8.5	4.9	2.9
	50代 (N=403)	75.4	27.8	30.0	22.3	19.6	7.2	7.4	7.9	6.7	3.5	4.0
	60代 (N=261)	76.6	28.0	34.9	21.5	20.3	11.5	7.7	10.0	6.9	3.4	2.7
	70代以上 (N=73)	79.5	16.4	26.0	27.4	24.7	8.2	6.8	12.3	5.5	1.4	6.8
居住地別	北海道・東北 (N=53)	83.0	32.1	32.1	30.2	13.2	7.5	9.4	5.7	3.8	-	-
	関東 (N=455)	75.6	25.7	25.7	25.5	19.8	10.1	5.7	8.8	4.8	3.7	2.2
	北陸信越・中部 (N=109)	81.7	24.8	40.4	18.3	6.4	4.6	1.8	5.5	11.0	1.8	4.6
	近畿 (N=245)	82.4	21.6	33.9	22.0	15.9	6.1	6.9	6.9	7.8	1.6	2.9
	中国・四国 (N=87)	81.6	24.1	32.2	17.2	16.1	11.5	12.6	6.9	6.9	-	3.4
	九州・沖縄 (N=579)	66.7	31.8	22.3	13.1	19.7	5.9	9.2	5.7	5.7	7.9	4.7

【長崎市を旅行先に決めた理由・目的】

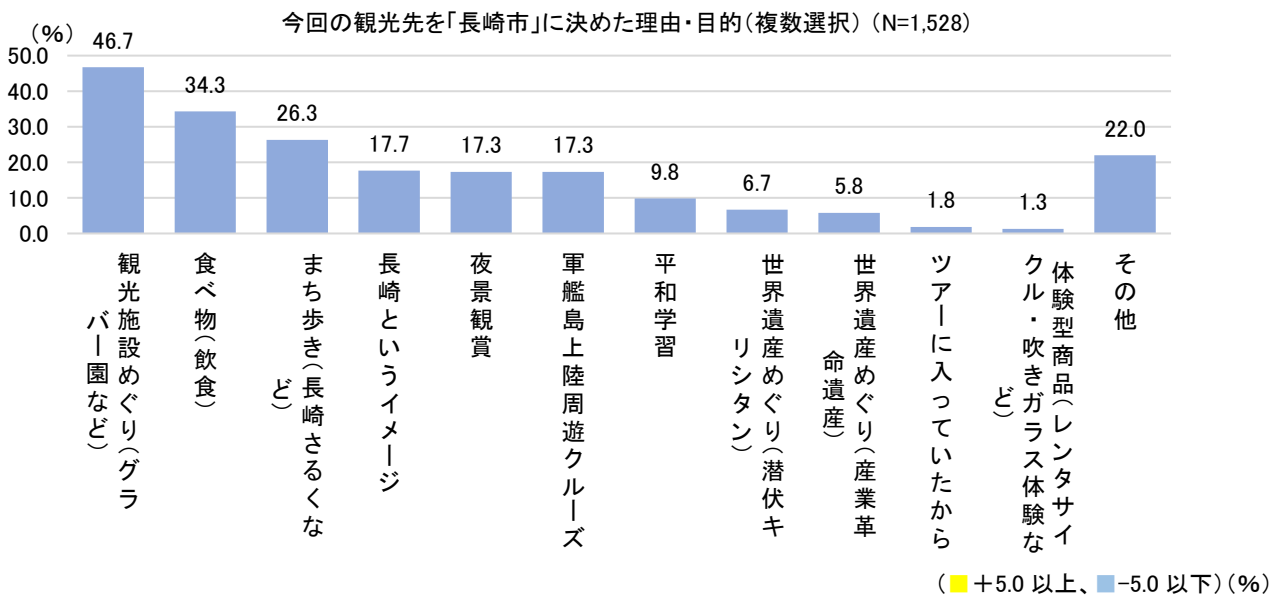
○今回の観光先を「長崎市」に決めた理由・目的(複数選択)

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」が46.7%（令和5年度調査：47.4%）で最も多く、「食べ物」が34.3%（同30.8%）、「まち歩き」が26.3%（同21.4%）、「長崎というイメージ」が17.7%（同19.2%）、次いで17.3%の「夜景観賞」（同19.2%）と「軍艦島上陸周遊クルーズ」（同16.2%）となっている。

- ・男女間の差はほとんどない。

- ・年齢層別では、「まち歩き」について、20代で平均を5.1ポイント上回っている。また、「長崎というイメージ」については、70代以上で平均を5.6ポイント上回っており、「夜景観賞」については、60代で平均を5.7ポイント上回っている。

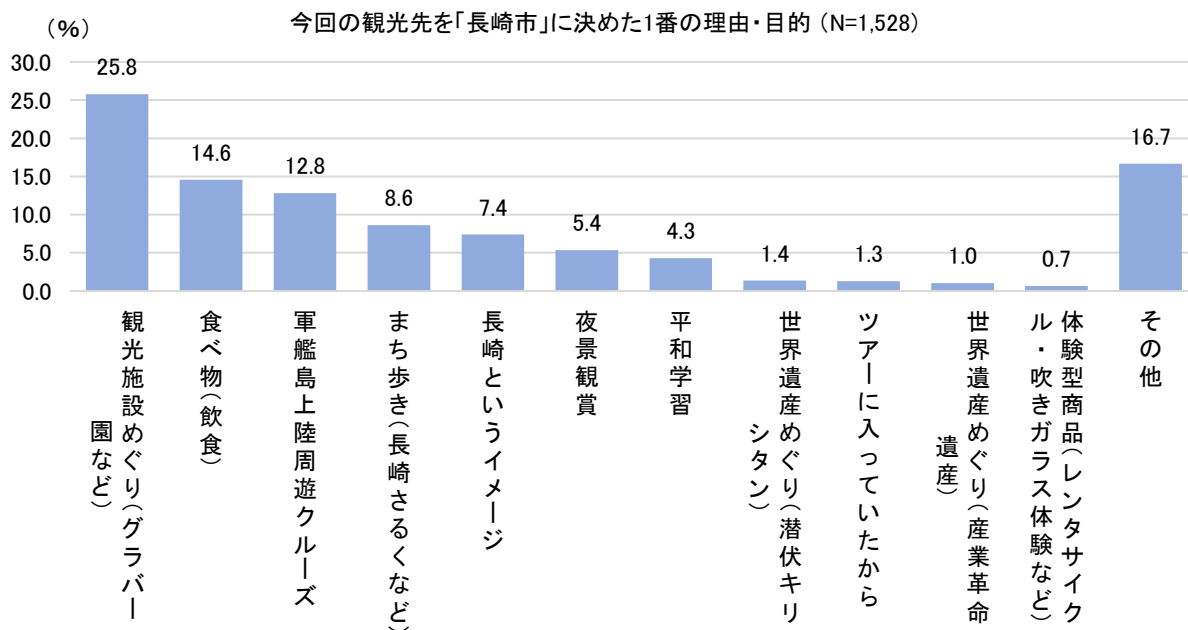
- ・居住地別では、「観光施設めぐり」について、北海道・東北ブロックと九州・沖縄ブロック以外では平均を上回っているが、北海道・東北ブロックでは平均を14.6ポイント下回っており、九州・沖縄ブロックでは平均を8.2ポイント下回っている。また、北海道・東北ブロックでは「軍艦島上陸周遊クルーズ」が35.8%と平均を18.5ポイント上回っている。



		観光施設めぐり(グラパークなど)	食べ物(飲食)	まち歩き(長崎さるくなど)	長崎というイメージ	夜景観賞	軍艦島上陸周遊クルーズ	平和学習	世界遺産めぐり(潜伏キリシタン)	世界遺産めぐり(産業革命遺産)	ツアーに入っていたから	体験型商品(レンタサイクル・吹きガラス体験など)	その他
全体(N=1,528)		46.7	34.3	26.3	17.7	17.3	17.3	9.8	6.7	5.8	1.8	1.3	22.0
性別	男性(N=675)	45.8	32.9	27.6	20.6	14.4	16.3	9.2	7.3	7.0	1.5	1.6	19.0
	女性(N=842)	47.6	35.7	25.3	15.4	19.8	18.3	10.1	6.1	4.6	2.1	1.0	24.5
年齢層別	10代(N=17)	41.2	29.4	23.5	23.5	23.5	11.8	5.9	5.9	5.9	5.9	-	-
	20代(N=207)	51.7	26.1	31.4	14.5	15.5	19.3	10.1	3.9	4.8	0.5	1.4	12.6
	30代(N=261)	44.1	36.0	25.7	17.6	10.3	11.9	8.0	5.0	5.4	2.7	1.9	23.0
	40代(N=306)	44.1	33.3	20.9	16.0	14.1	16.7	11.4	7.2	4.6	0.3	1.6	24.8
	50代(N=403)	45.2	36.7	27.3	17.9	21.3	18.4	9.2	9.4	7.4	1.0	0.2	25.3
	60代(N=261)	51.3	37.9	27.2	19.9	23.0	19.9	11.1	6.9	5.7	3.8	1.5	21.5
	70代以上(N=73)	46.6	30.1	28.8	23.3	17.8	19.2	8.2	2.7	5.5	5.5	2.7	21.9
居住地別	北海道・東北(N=53)	32.1	32.1	26.4	17.0	18.9	35.8	13.2	7.5	5.7	-	3.8	26.4
	関東(N=455)	53.0	33.0	30.5	22.2	16.9	23.3	13.8	10.8	11.2	0.9	0.7	18.7
	北陸信越・中部(N=109)	59.6	33.0	23.9	20.2	22.9	26.6	12.8	4.6	5.5	5.5	1.8	15.6
	近畿(N=245)	49.4	29.8	25.7	21.2	20.0	22.0	11.4	9.0	5.3	4.1	0.4	23.3
	中国・四国(N=87)	54.0	27.6	26.4	13.8	20.7	18.4	9.2	8.0	3.4	-	1.1	24.1
九州・沖縄(N=579)	38.5	38.7	23.7	12.8	14.9	6.9	5.2	2.6	2.1	1.4	1.9	24.5	

○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(グラバー園など)」が25.8%(令和5年度調査:24.4%)で最も多く、「食べ物」が14.6%(同11.6%)、「軍艦島上陸周遊クルーズ」が12.8%(同11.1%)と続く。上位3位までは前回調査と変動はみられなかったが、「まち歩き」が8.6%(同7.0%)で5位から4位となり、「長崎というイメージ」が7.4%(同8.1%)で4位から5位となった。



(■+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	まち歩き(長崎さるくなど)	長崎というイメージ	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	世界遺産めぐり(産業革命遺産)	体験型商品(レンタサイクル・吹きガラス体験など)	その他
全体 (N=1,528)		25.8	14.6	12.8	8.6	7.4	5.4	4.3	1.4	1.3	1.0	0.7	16.7
性別	男性 (N=675)	25.3	15.0	13.6	9.0	9.9	3.4	4.6	1.2	1.0	1.3	0.6	15.0
	女性 (N=842)	26.0	14.5	12.4	8.3	5.3	7.0	4.0	1.4	1.5	0.7	0.7	18.1
年齢層別	10代 (N=17)	29.4	23.5	5.9	23.5	5.9	5.9	-	-	5.9	-	-	-
	20代 (N=207)	30.0	10.1	14.5	12.1	8.7	7.2	4.3	1.0	1.0	1.4	1.0	8.7
	30代 (N=261)	21.5	19.2	9.2	10.3	6.5	5.4	3.4	0.8	1.9	0.8	1.5	19.5
	40代 (N=306)	25.2	14.1	11.8	6.2	7.8	4.2	6.9	2.0	0.7	0.7	0.3	20.3
	50代 (N=403)	25.1	15.1	13.9	7.4	7.7	4.7	3.2	1.5	1.2	1.2	0.5	18.4
	60代 (N=261)	29.1	14.2	13.8	6.9	6.5	5.7	4.6	1.5	1.9	0.8	0.4	14.6
70代以上 (N=73)	23.3	9.6	17.8	12.3	6.8	6.8	2.7	1.4	-	2.7	-	16.4	
居住地別	北海道・東北 (N=53)	18.9	-	34.0	7.5	5.7	1.9	9.4	-	-	-	-	22.6
	関東 (N=455)	25.3	13.0	16.9	7.3	7.7	4.8	5.3	2.4	0.9	1.5	0.7	14.3
	北陸信越・中部 (N=10)	31.2	2.8	20.2	8.3	8.3	5.5	3.7	1.8	4.6	-	-	13.8
	近畿 (N=245)	30.6	10.2	15.1	7.3	8.2	4.1	3.3	2.0	2.4	0.8	0.4	15.5
	中国・四国 (N=87)	24.1	10.3	12.6	16.1	8.0	4.6	3.4	-	-	2.3	1.1	17.2
九州・沖縄 (N=579)	24.0	21.9	5.4	9.3	6.7	6.7	3.8	0.5	0.9	0.9	0.9	19.0	

【長崎市市内における1人当たりの消費額】

長崎市市内における消費額は、1人当たりの平均で45,983円（令和5年度調査：44,552円）となった。

・費目別では、「宿泊代」15,582円（同16,703円）で最も多く、次いで「飲食代」10,199円（同9,388円）、「土産・買物代」6,218円（同6,131円）、「交通費」4,670円（同4,178円）、「入場・観覧料」4,004円（同3,655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」については、コロナ禍以降の観光需要の高まりによる宿泊料金の高額化がみられた前回調査からやや低下した。

・宿泊数別では、「0泊（日帰り）」21,381円（同20,317円）、「1泊」36,145円（同34,472円）、「2泊」51,751円（同52,546円）、「3泊以上」79,212円（同76,640円）となった。前回調査と比較すると、「2泊」を除き全体的に増加した。

長崎市市内における1人当たり旅行消費額(円)

(長崎市市内での宿泊数別)

	交通費	土産・買物代	飲食代	宿泊代	入場・観覧料	その他	合計
0泊(日帰り)	2,683	4,993	7,310	0	2,613	3,782	21,381
1泊	3,936	5,241	7,507	11,845	3,229	4,387	36,145
2泊	5,282	6,710	11,233	18,268	4,607	5,651	51,751
3泊以上	6,678	8,995	18,304	30,973	5,948	8,314	79,212
全体の平均 (日帰り+宿泊)	4,670	6,218	10,199	15,582	4,004	5,310	45,983
宿泊の平均	4,786	6,290	10,369	16,521	4,086	5,400	47,452

・居住地別では、「北海道・東北」が62,147円で最も多く、次いで「関東」が51,987円、「北陸信越・中部」が47,402円となっている。なお、上位3位までは前回調査と変動はみられなかった。

長崎市市内における1人当たり旅行消費額(円)

(居住地別)

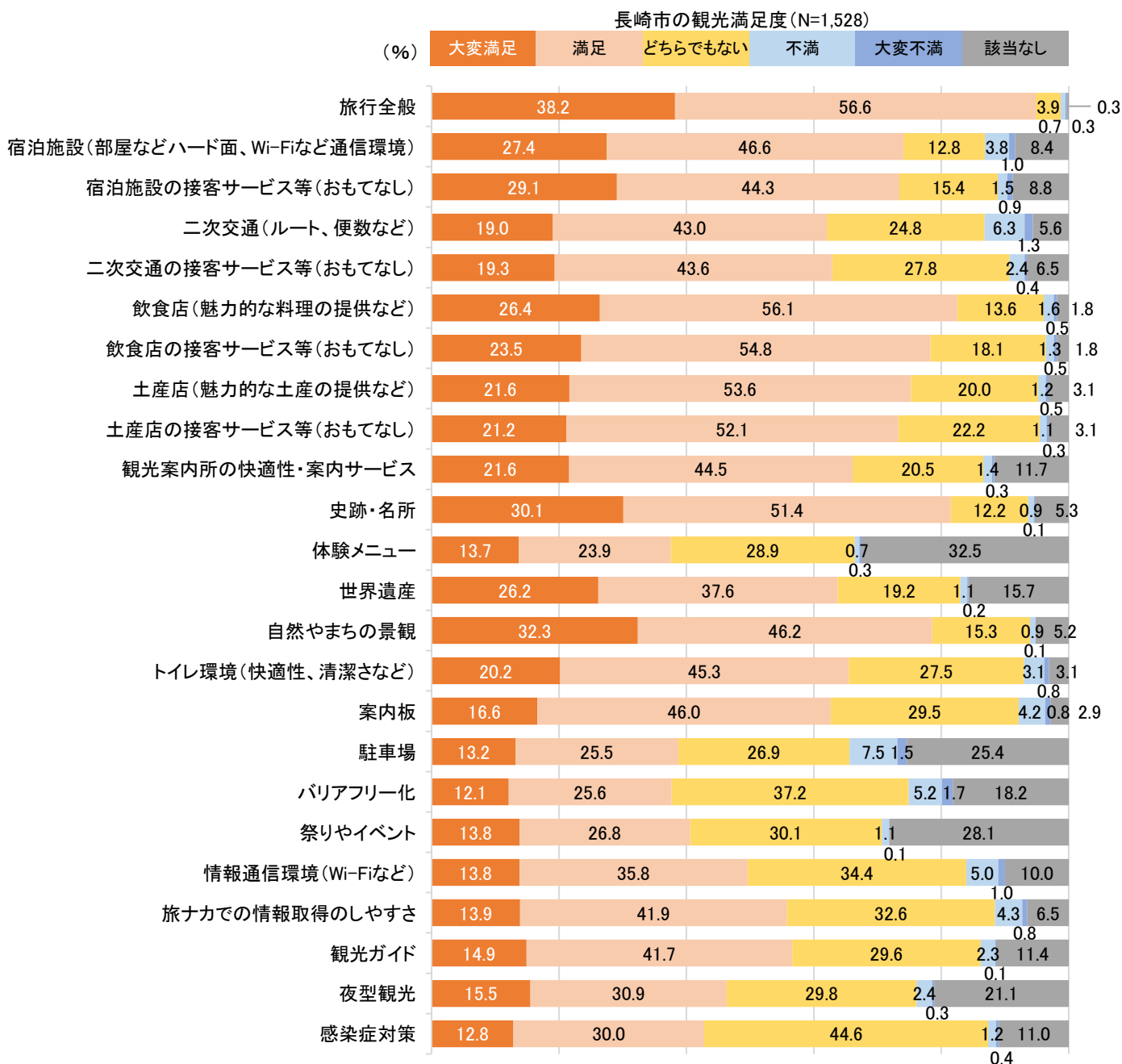
	交通費	土産・買物代	飲食代	宿泊代	入場・観覧料	その他	合計
北海道・東北	7,509	9,151	13,604	20,025	5,896	5,962	62,147
関東	4,791	6,443	11,608	18,725	4,498	5,922	51,987
北陸信越・中部	5,009	6,376	9,734	16,926	4,472	4,885	47,402
近畿	4,714	6,388	10,190	16,070	3,788	4,892	46,042
中国・四国	4,920	6,615	9,316	13,387	4,615	5,034	43,887
九州・沖縄	3,521	4,560	6,705	13,439	2,771	4,326	35,322

【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38.2%、「満足」が56.6%と計94.8%となった。令和5年度調査では「大変満足」が46.7%、「満足」が48.7%で計95.4%であったことから、概ね満足度は高いと考えられる。

項目別では、「大変満足」は「自然やまちの景観」、「史跡・名所」において3割を超えた。一方、「バリアフリー化」、「感染症対策」、「駐車場」、「体験メニュー」、「祭りやイベント」、「情報通信環境(Wi-Fiなど)」、「旅ナカでの情報取得のしやすさ」、「観光ガイド」、「夜型観光」、「案内板」「二次交通(ルート、便数など)」「二次交通の接客サービス等(おもてなし)」は2割を下回り相対的に低い評価となった。

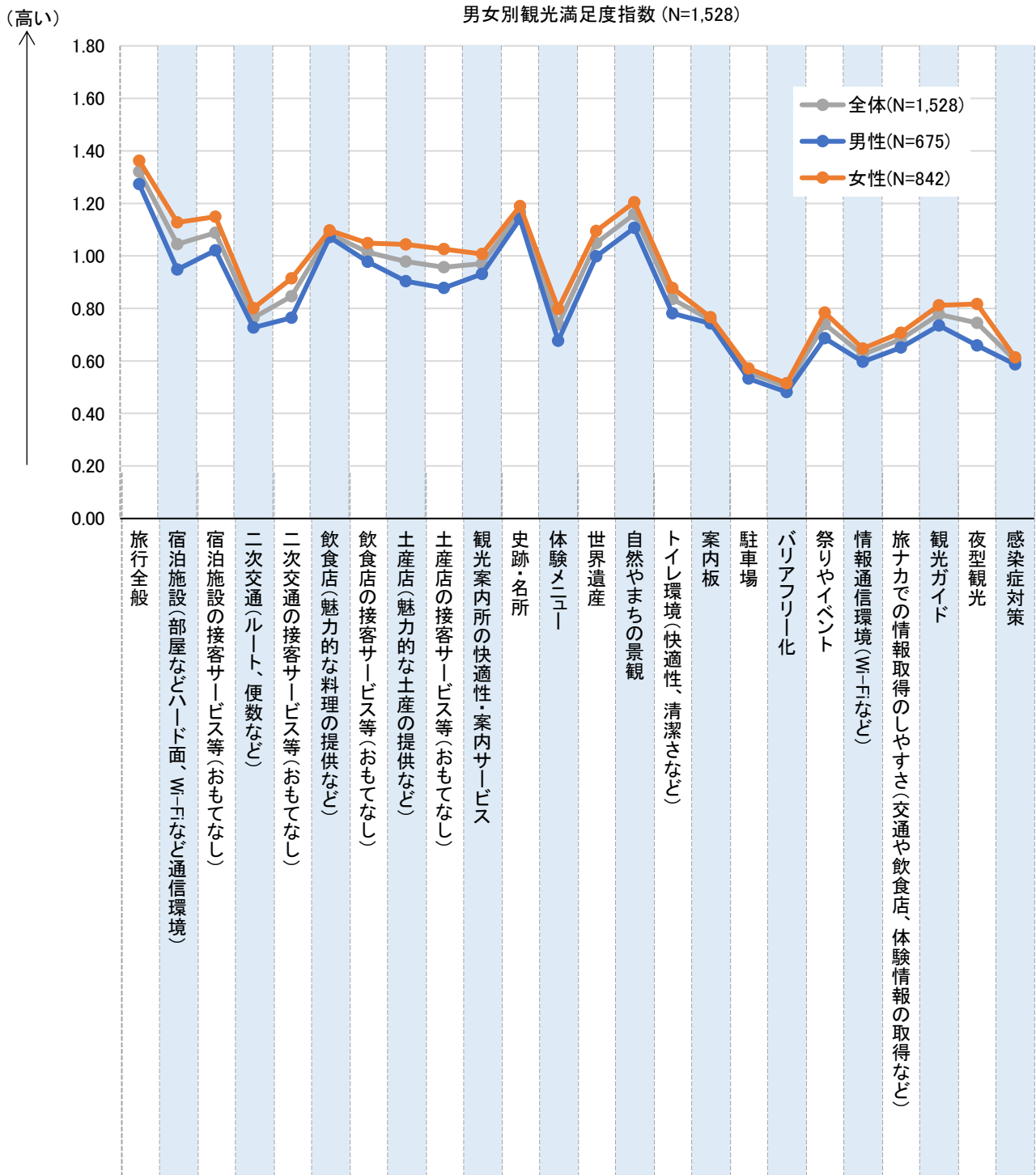
「不満」、「大変不満」の合計は全体的に5%未満であるが、「駐車場」、「二次交通(ルート、便数など)」、「バリアフリー化」、「情報通信環境(Wi-Fiなど)」「旅ナカでの情報取得のしやすさ」「案内板」においては、5%以上となった。



(属性別満足度指数)

<性別>

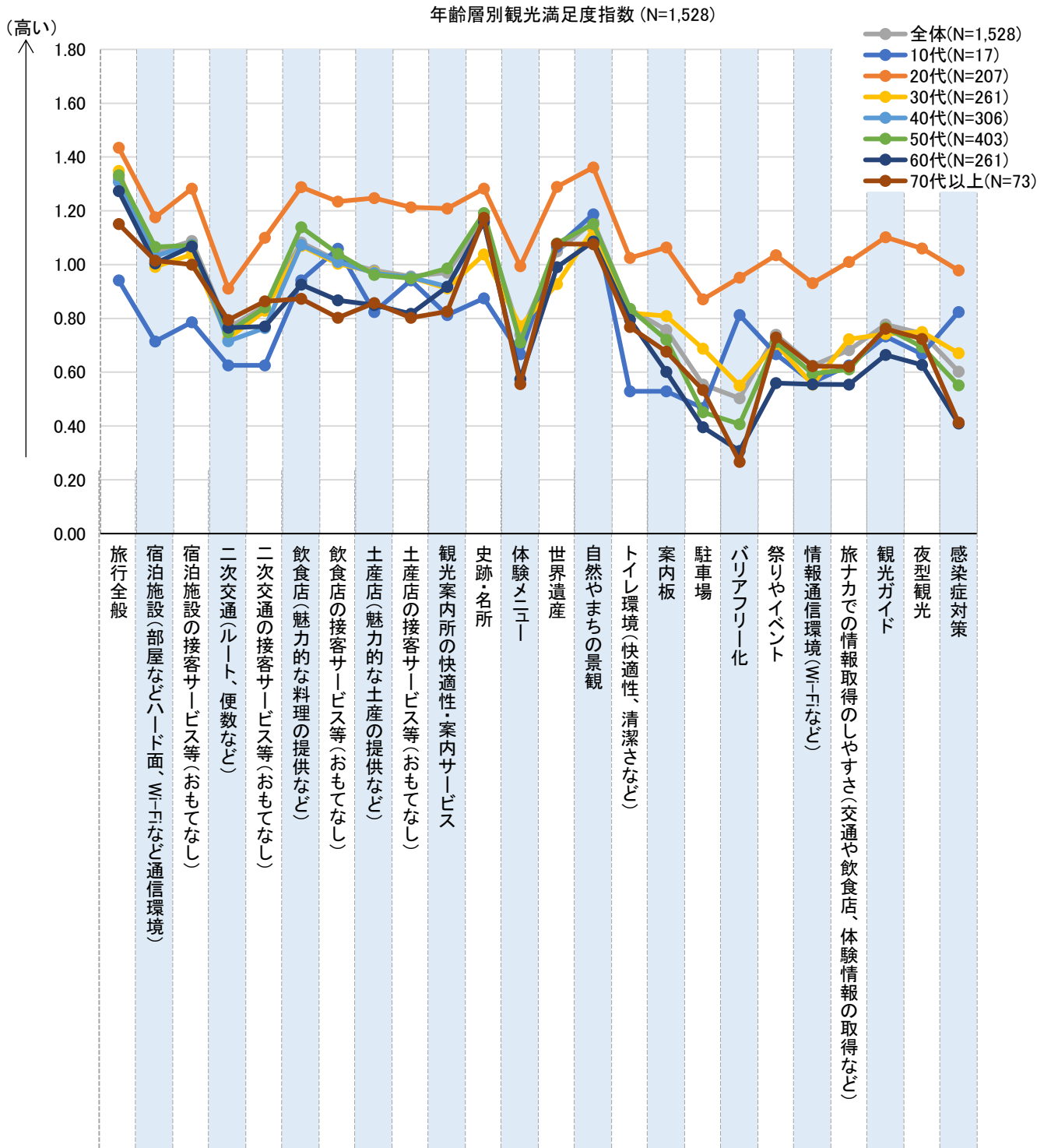
男女間の差はほとんどないが、「宿泊施設(部屋などハード面、Wi-Fi など通信環境)」「宿泊施設の接客サービス等」「二次交通の接客サービス等」「土産店(魅力的な土産の提供など)」「土産店の接客サービス等」「夜型観光」においては、男性に比べ女性の評価が若干高い。



満足度指数 = (大変満足 × 2 + 満足 × 1 + どちらでもない × 0 + 不満 × (-1) + 大変不満 × (-2)) / 回答数

<年齢層別>

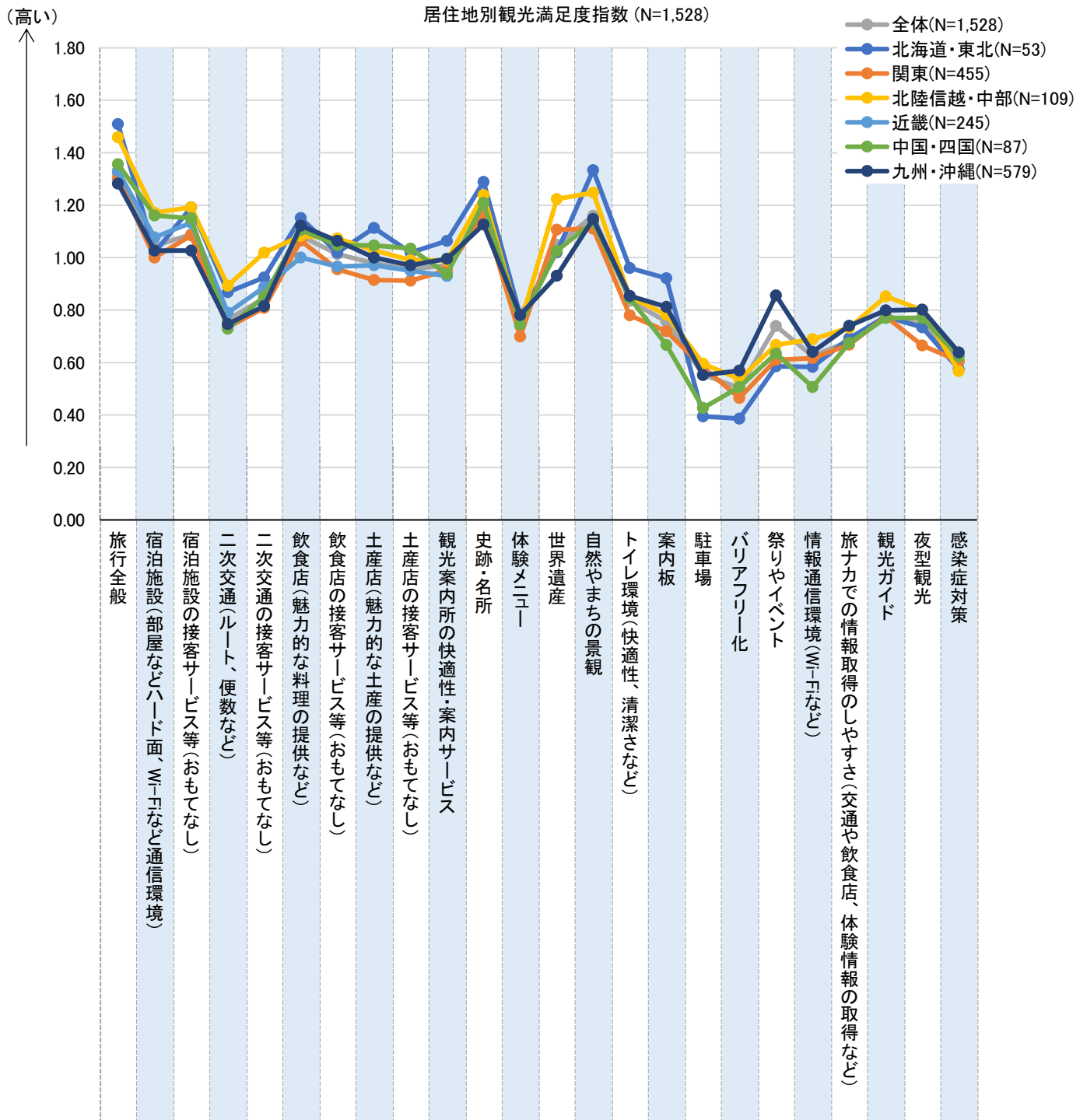
全ての項目において、20代の評価が最も高い。中でも、「土産店(魅力的な土産の提供など)」「土産店の接客サービス等(おもてなし)」「案内板」「祭りやイベント」「観光ガイド」「夜型観光」の20代における満足度指数は他の年代と比較して特に高い。



満足度指数 = (大変満足 × 2 + 満足 × 1 + どちらでもない × 0 + 不満 × (-1) + 大変不満 × (-2)) / 回答数

<居住地別>

居住地によって多少の差はあるものの、全体的に概ね同様の評価がなされている。



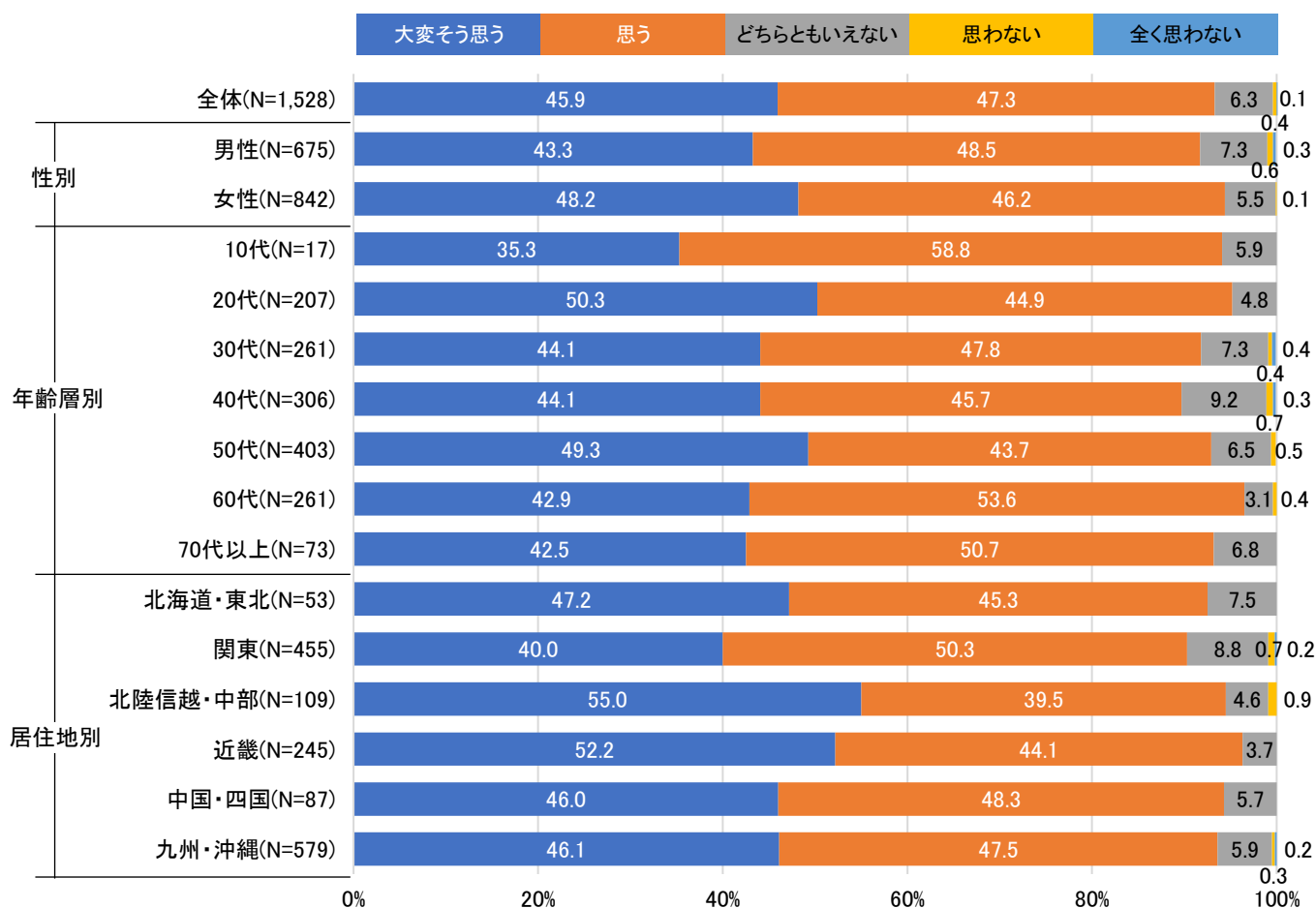
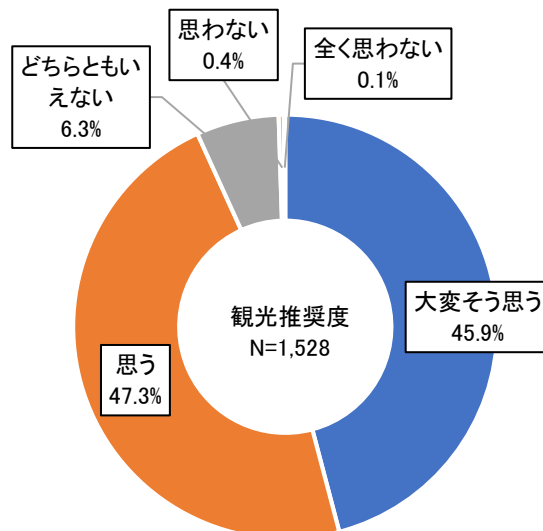
満足度指数 = (大変満足 × 2 + 満足 × 1 + どちらでもない × 0 + 不満 × (-1) + 大変不満 × (-2)) / 回答数

【長崎市の観光推奨度・再来訪意向・居住意向】

○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5年）でも93.2%であり、変化はない。

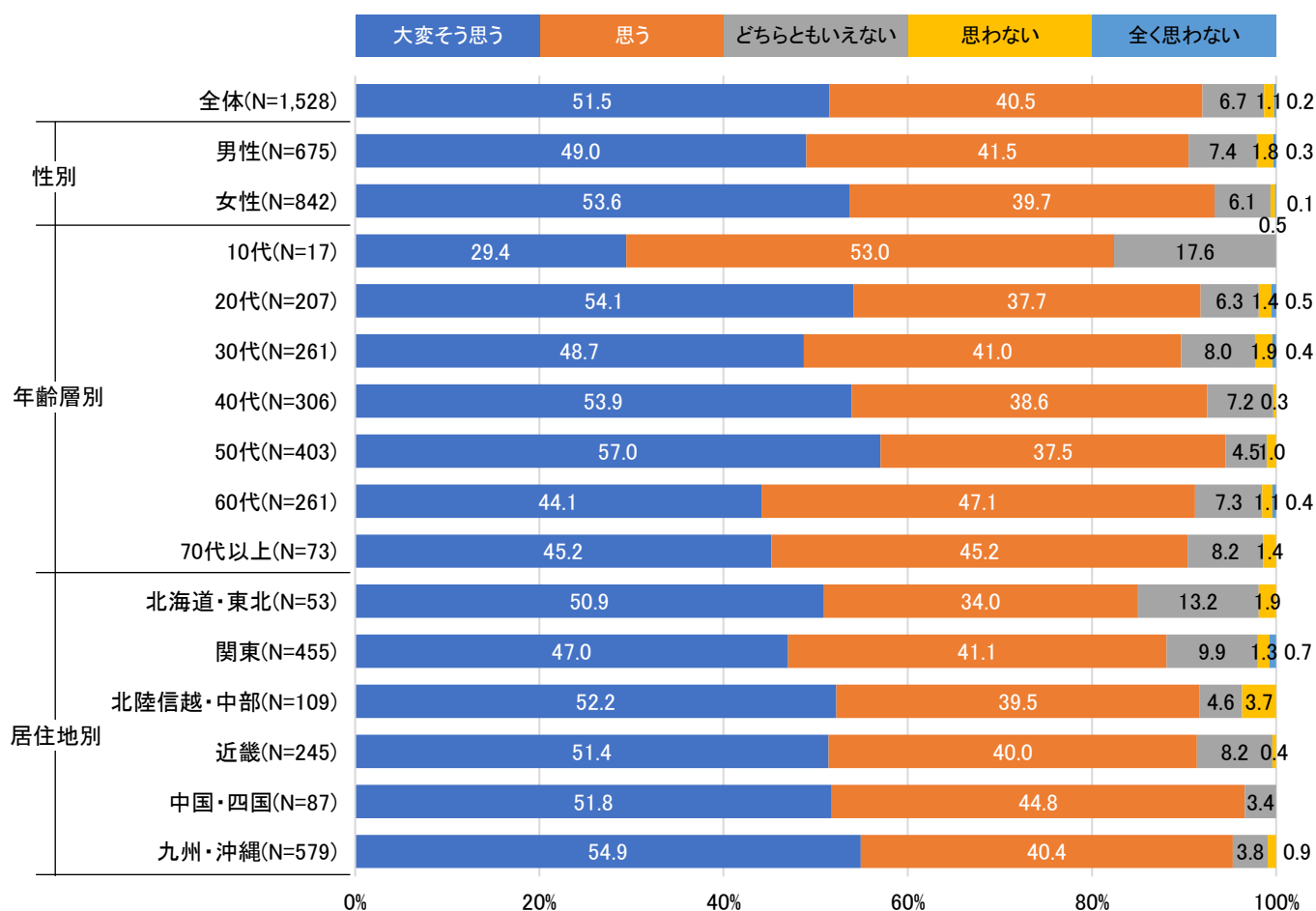
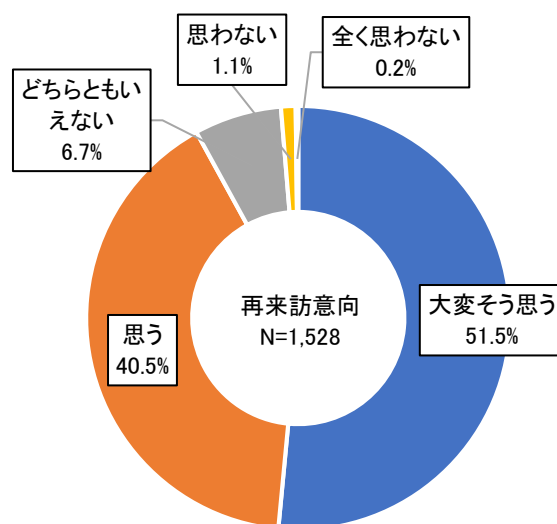
- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、「大変そう思う」割合が20代と50代においては約50%と平均の45.9%を上回る。
- ・居住地別では、「大変そう思う」割合が北陸信越・中部ブロックで55.0%と最も高く、近畿ブロックが52.2%と続く。関東ブロックでは「大変そう思う」割合が40.0%と最も低く、平均を5.9ポイント下回る。



○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51.5%、「思う」が40.5%となっており、合計92.0%に再来訪意欲があった。なお、前年度調査（令和5年度）において再来訪意欲があったのは94.2%であり、全体としては2.2ポイント低下。

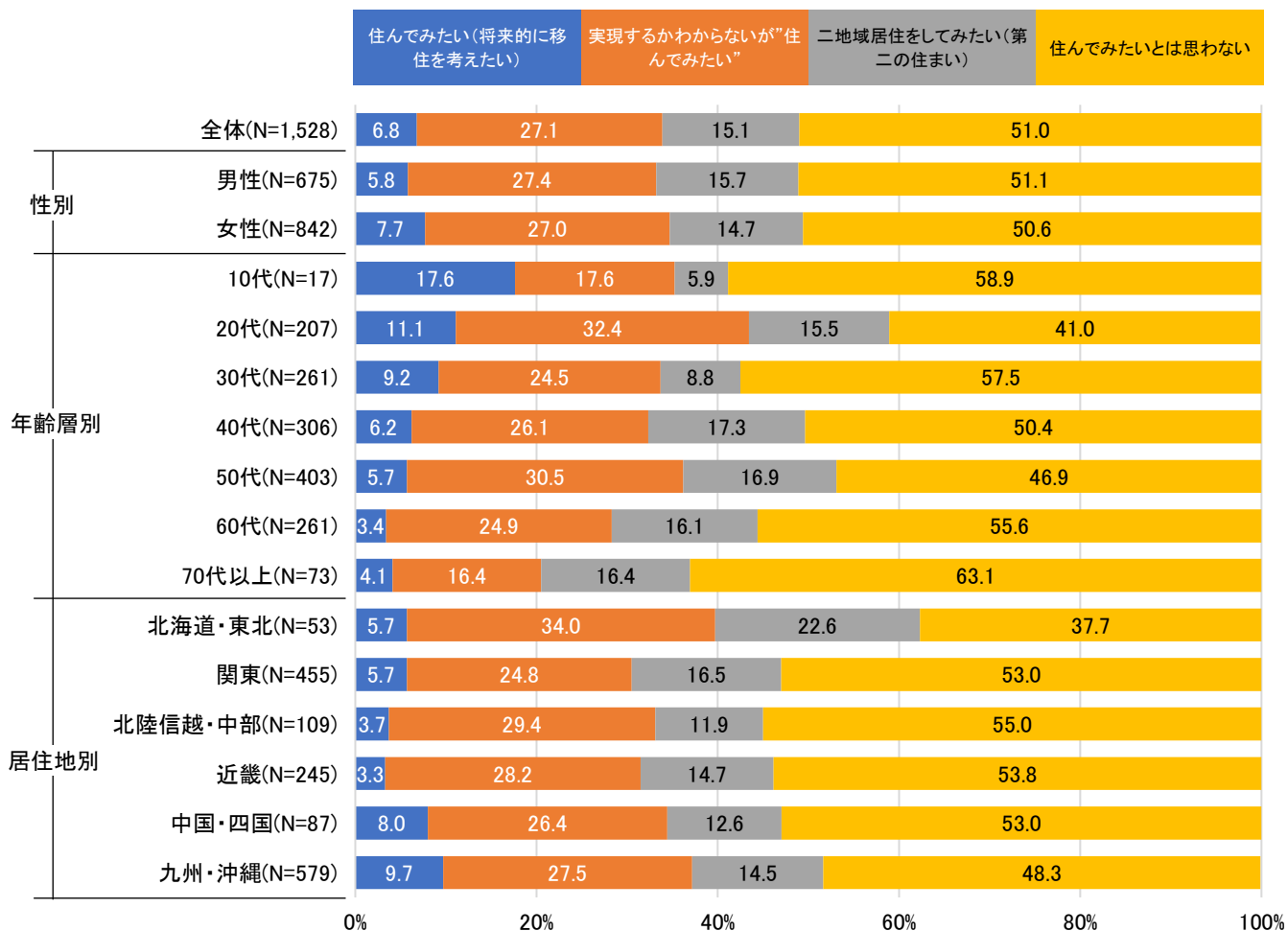
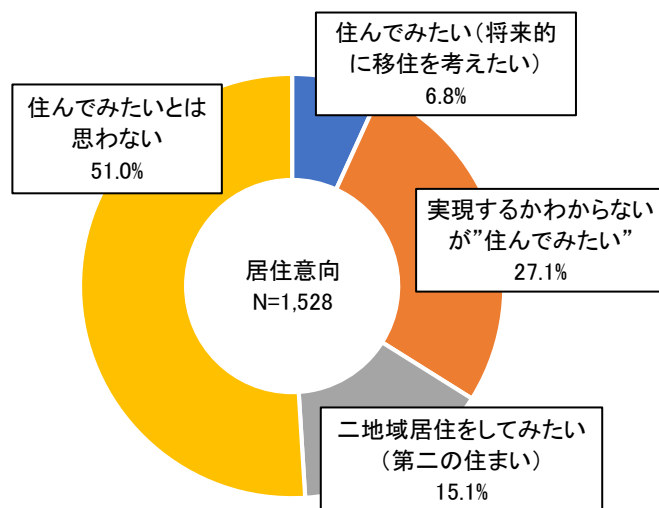
- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、「大変そう思う」と答えた割合が最も高いのは50代の57.0%。
- ・居住地別では、「大変そう思う」と答えた割合が最も高いのは九州・沖縄ブロックの54.9%。



○長崎市への居留意向

長崎市への居留意向については、「住んでみたい（将来的に移住を考えたい）」は6.8%で「実現するかわからないが住んでみたい」の27.1%を合わせると33.9%となった。前回調査（令和5年）と比較すると、0.5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、49.0%となり、1.0ポイント低下している（以下「居留意向」という）。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、年齢が低いほど居留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留意向が62.3%と最も高くなっており、九州・沖縄ブロックが51.7%と続く。

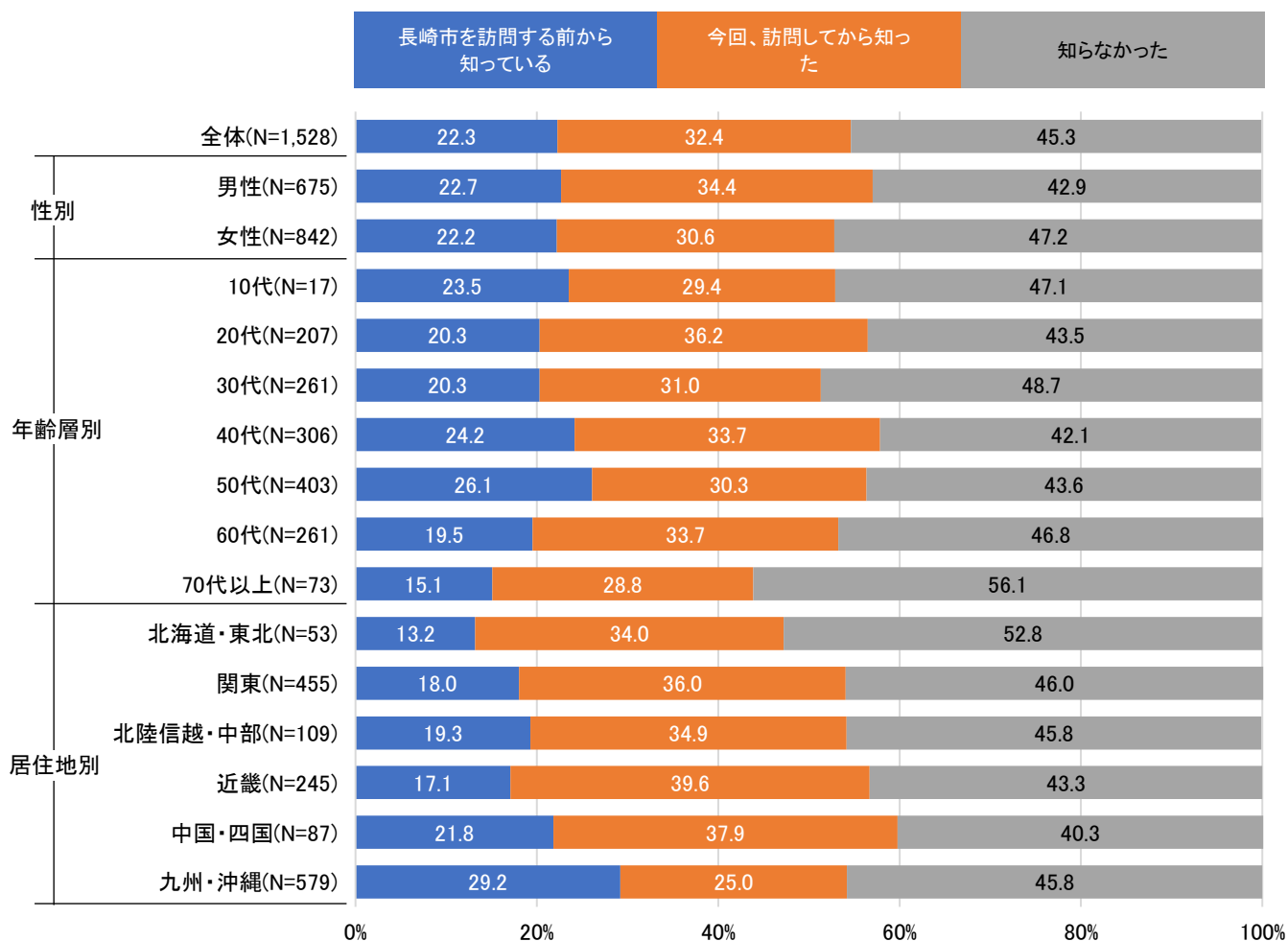
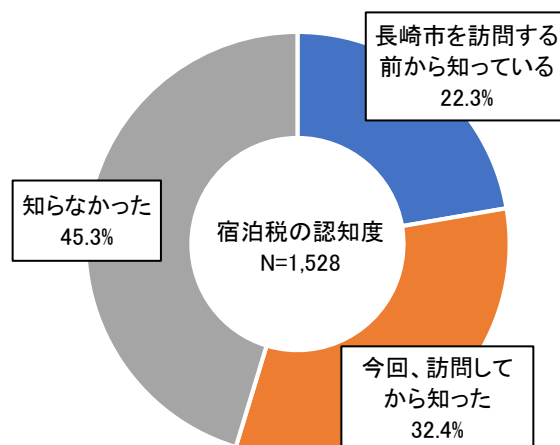


【宿泊税について】

○長崎市において宿泊税が導入されていることの認知度

長崎市における宿泊税導入の認知度について、「長崎市を訪問する前から知っている」が22.3%、「今回、訪問してから知った」が32.4%の合計54.7%であり、「知らなかった」は45.3%であった。

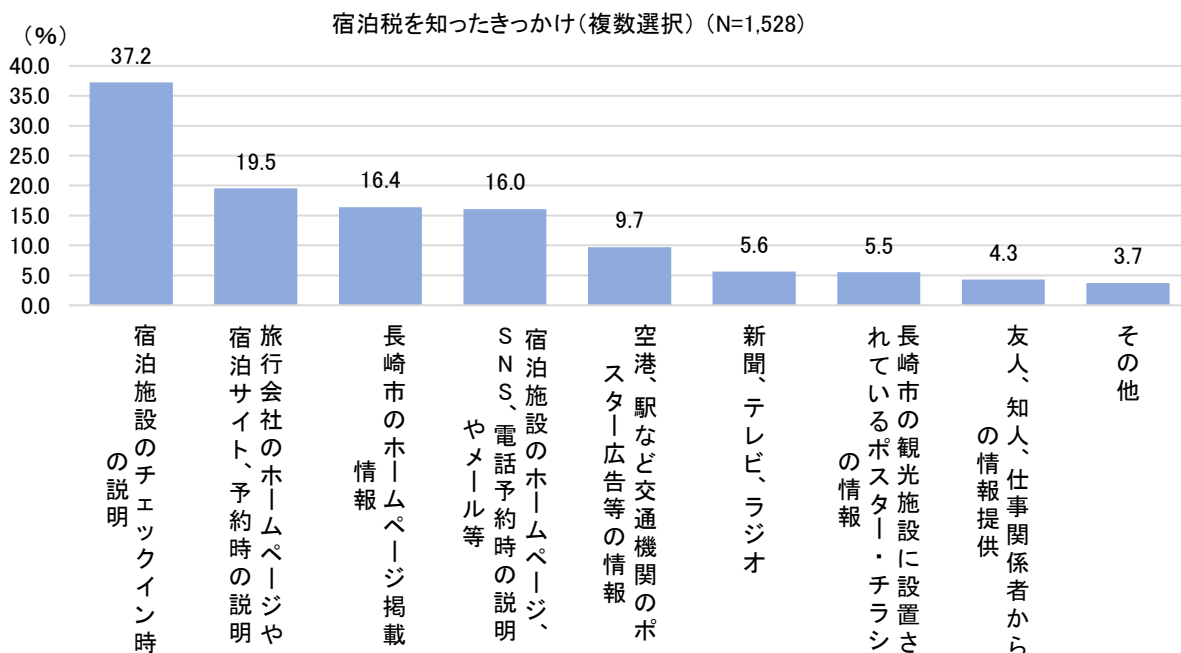
- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、70代以上は「知らなかった」が過半を超えた。
- ・居住地別では、「長崎市を訪問する前から知っている」と「今回、訪問してから知った」の合計が中国・四国ブロックで59.7%と最も高く、北海道・東北ブロックで47.2%と最も低い。



○宿泊税を知ったきっかけ(複数選択)

宿泊税を知ったきっかけについて、「宿泊施設のチェックイン時の説明」が37.2%で最も高く、「旅行会社のホームページや宿泊サイト、予約時の説明」が19.5%、「長崎市のホームページ掲載情報」が16.4%と続く。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、「旅行会社のホームページや宿泊サイト、予約時の説明」は20代が平均より9.2ポイント低く、70代以上が平均より14.9ポイント高い。
- ・居住地別では、「宿泊施設のチェックイン時の説明」は北陸信越・中部ブロックが44.1%で最も高く、近畿ブロックが43.9%と続く。



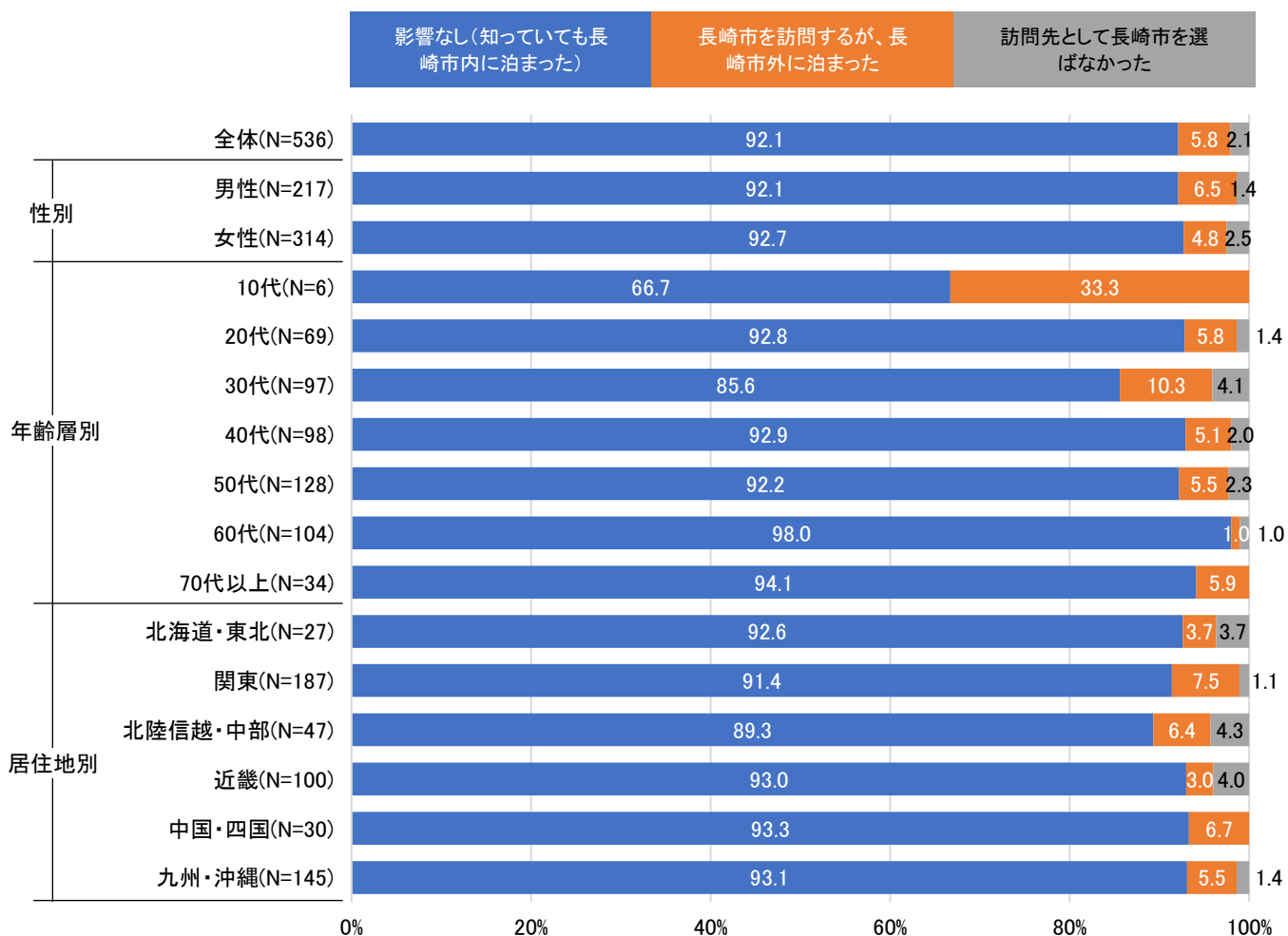
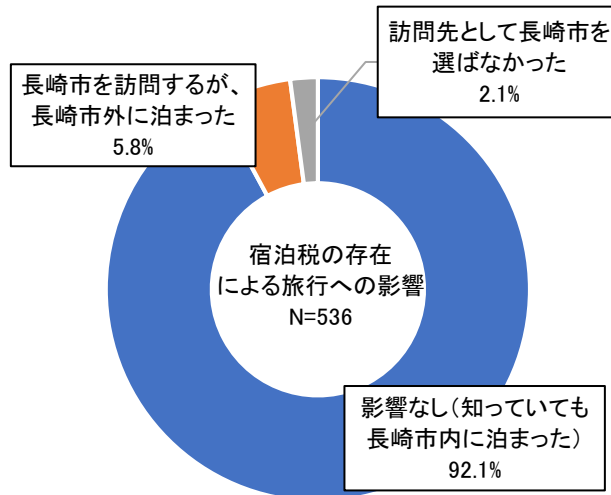
(■ +5.0以上、■ -5.0以下) (%)

	宿泊施設のチェックイン時の説明	旅行会社のホームページや宿泊サイト、予約時の説明	長崎市のホームページ掲載情報	SNS、電話予約時の説明やメール等	空港、駅など交通機関のポスター広告等の情報	新聞、テレビ、ラジオ	長崎市の観光施設に設置されているポスター・チラシの情報	友人、知人、仕事関係者からの情報提供	その他
全体 (N=835)	37.2	19.5	16.4	16.0	9.7	5.6	5.5	4.3	3.7
性別	男性 (N=385)	38.7	17.1	18.2	14.8	10.4	4.9	3.1	3.6
	女性 (N=445)	36.2	21.6	15.1	17.1	9.0	6.1	5.4	3.6
年齢層別	10代 (N=9)	22.2	11.1	33.3	-	22.2	-	11.1	-
	20代 (N=117)	35.9	10.3	19.7	11.1	16.2	3.4	7.7	0.9
	30代 (N=134)	41.0	20.9	23.1	16.4	8.2	3.0	3.0	3.0
	40代 (N=177)	33.3	18.6	15.8	17.5	9.0	5.7	8.5	5.7
	50代 (N=227)	37.4	20.3	12.8	19.4	8.4	6.2	3.5	2.2
	60代 (N=139)	39.6	23.0	14.4	14.4	8.6	7.2	3.6	4.3
	70代以上 (N=32)	40.6	34.4	9.4	12.5	6.3	15.6	9.4	3.1
居住地別	北海道・東北 (N=25)	36.0	16.0	8.0	8.0	12.0	8.0	4.0	12.0
	関東 (N=246)	40.2	17.1	14.6	17.9	11.8	3.7	6.5	3.7
	北陸信越・中部 (N=59)	44.1	10.2	10.2	32.2	10.2	1.7	5.1	-
	近畿 (N=139)	43.9	20.9	9.4	10.8	8.6	7.2	5.0	6.5
	中国・四国 (N=52)	32.7	23.1	21.2	15.4	7.7	3.8	3.8	5.8
	九州・沖縄 (N=314)	31.5	22.3	22.0	14.7	8.6	7.3	5.4	5.7

○宿泊税の存在を事前に知っていた場合の訪問先や宿泊地の選択への影響

宿泊税の存在を事前に知っていた場合の訪問先や宿泊地の選択への影響については、「影響なし」が92.1%であった。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、60代で「影響なし」が98.0%と最も高くなった。
- ・居住地別では、居住地による差はほとんどない。



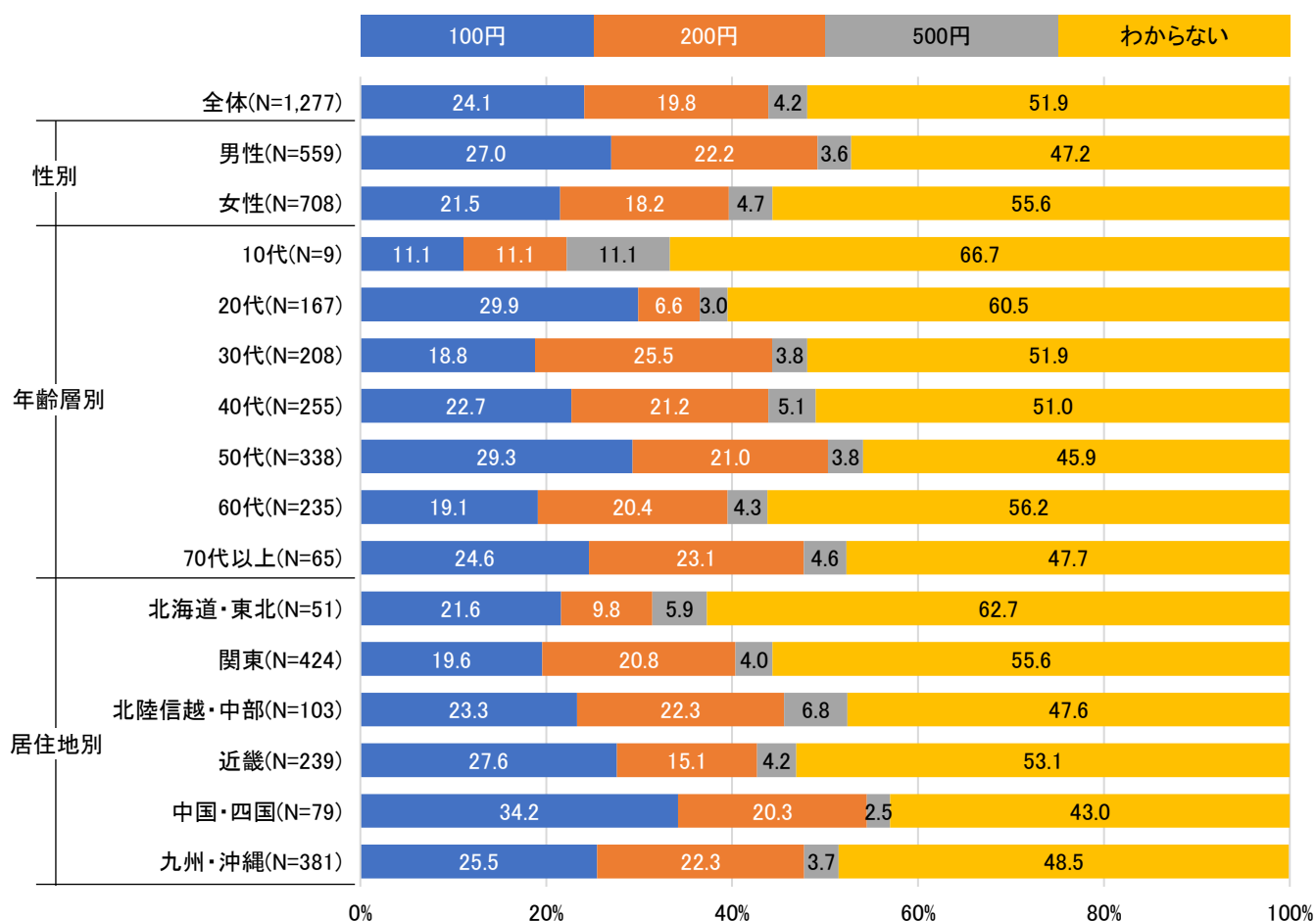
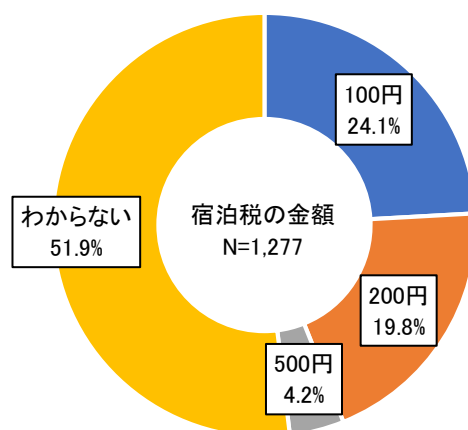
○支払った宿泊税の金額

支払った宿泊税の金額については、「100円」が24.1%で最も高く、次いで「200円」が19.8%、「500円」が4.2%と続く。

・男性より女性のほうが「わからない」が8.4ポイント高くなっている。

・年齢層別では、50代と70代以上を除いたすべての年齢層で「わからない」が5割を超えている。

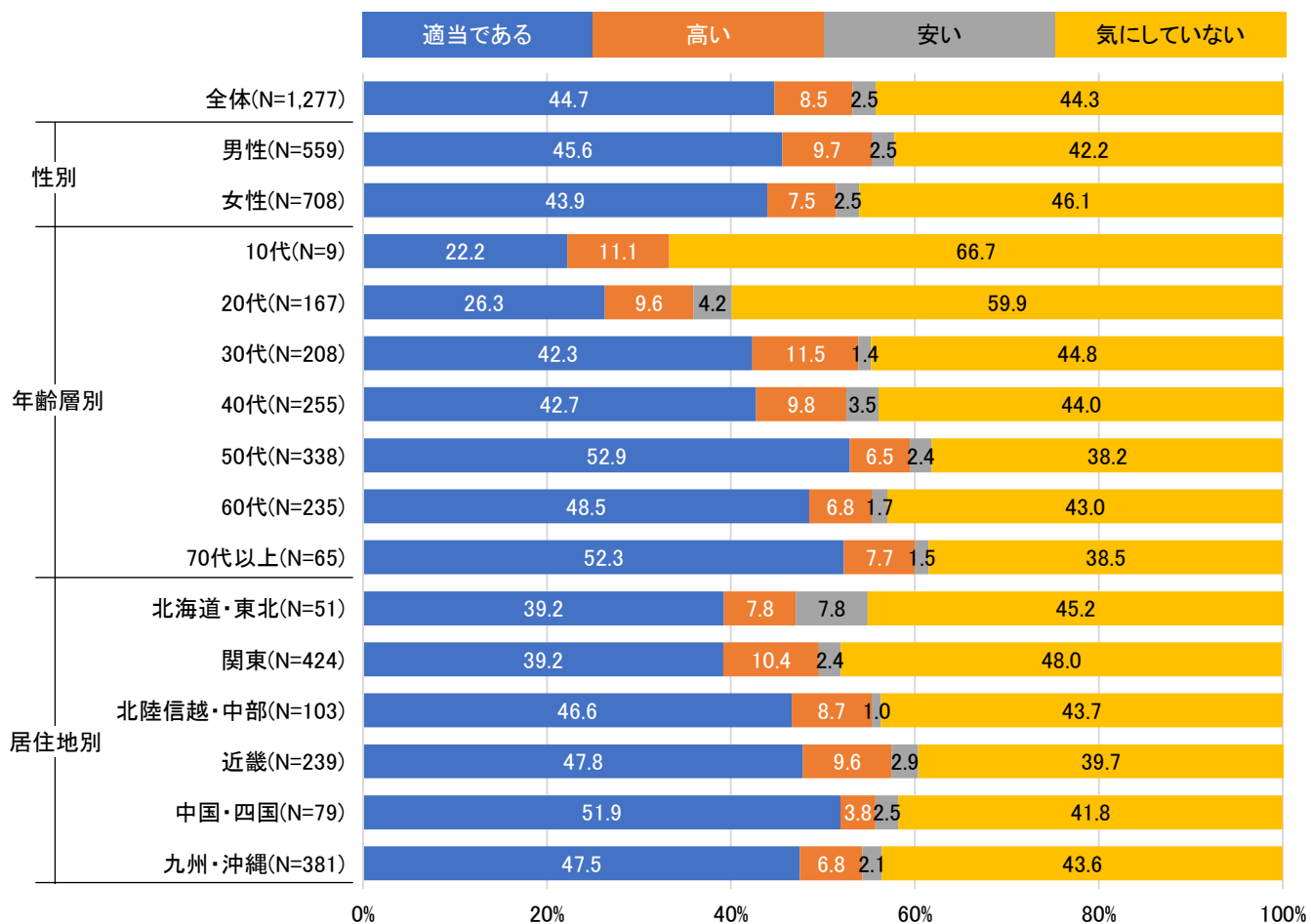
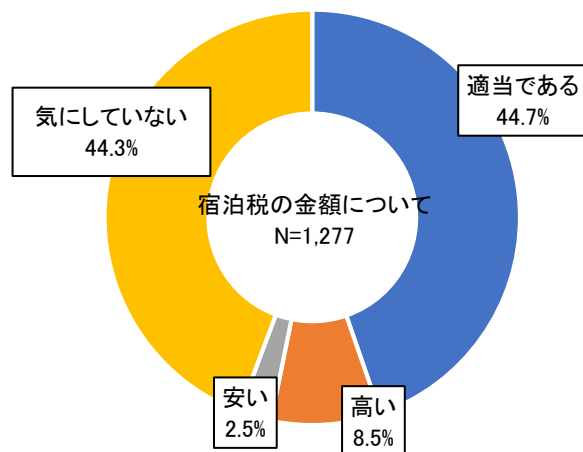
・居住地別では、中国・四国ブロックで「100円」が最も多く、宿泊料金が1万円未満の宿に泊まっていることがうかがえる。



○支払った宿泊税の金額について

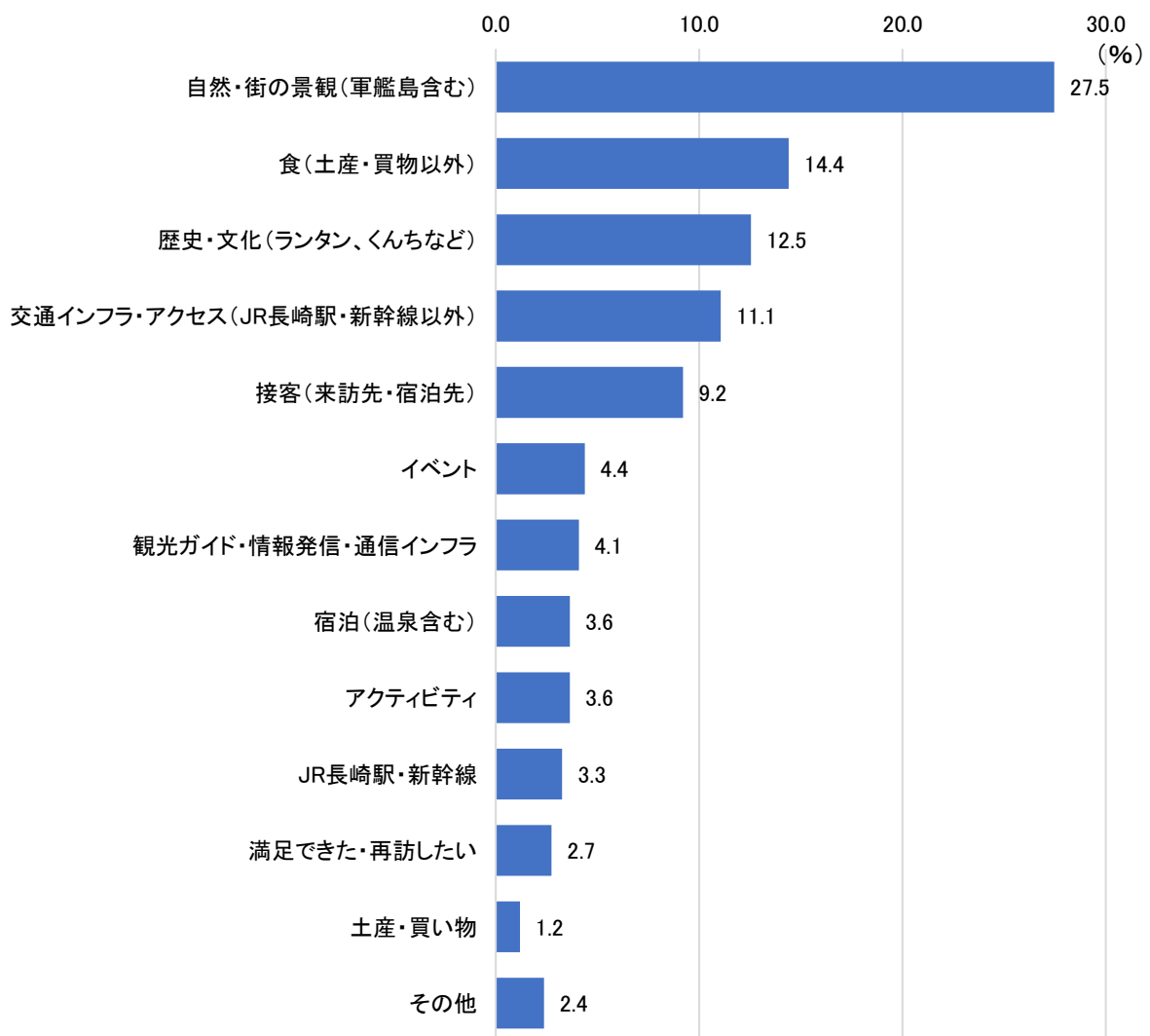
宿泊税を支払った人の回答のうち、「高い」は8.5%で、「適当である」と「気にしていない」の合計は89.0%であった。

- ・男女間の差はほとんどない。
- ・年齢層別では、30代で「高い」が11.5%と最も多くなっている。
- ・居住地別では、関東ブロックで「高い」が10.4%と最も多くなっている。



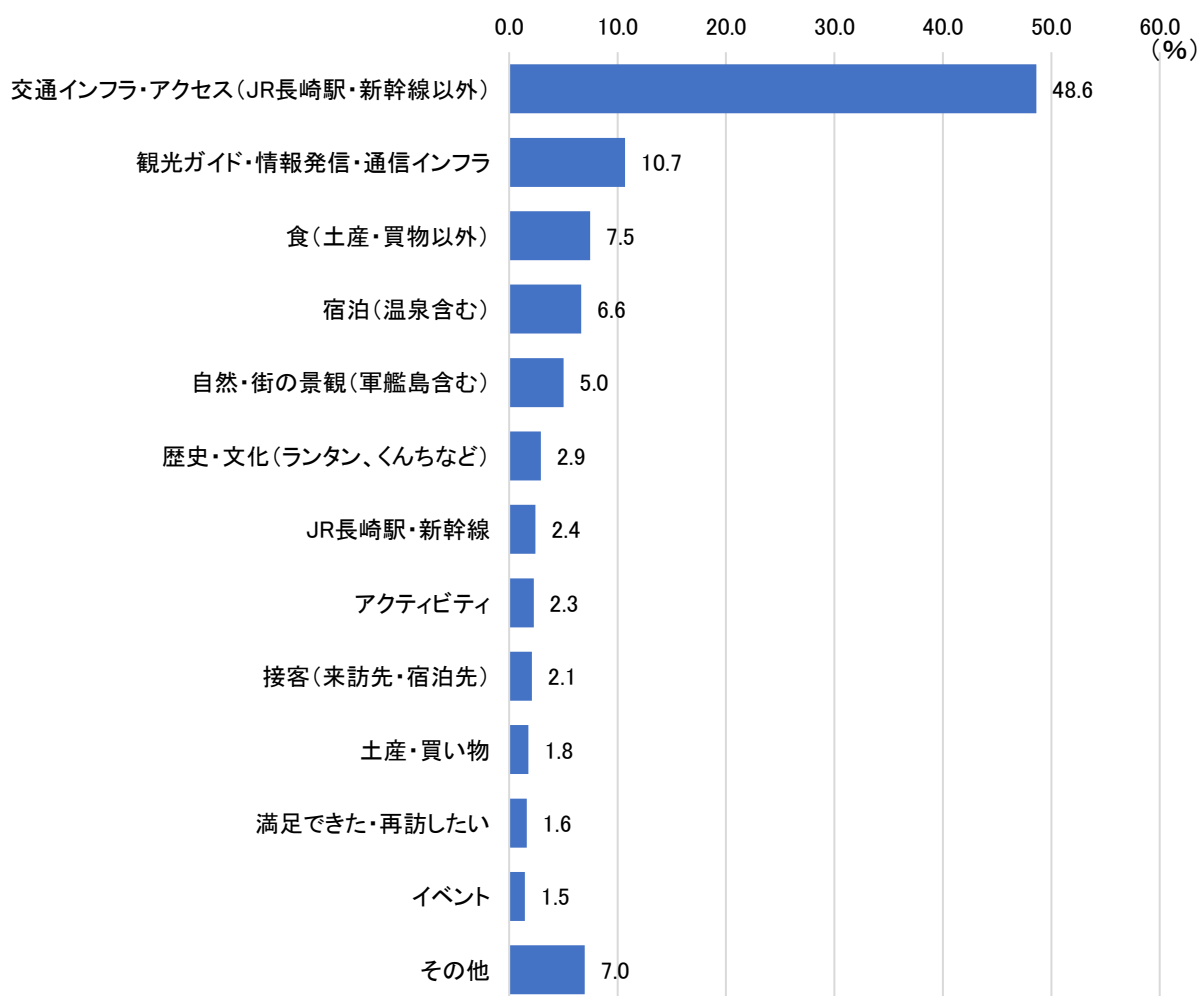
【長崎市の観光において特に良かった点・感動したこと】

- 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 1,346 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）」、「食（土産・買物以外）」、「歴史・文化（ランタン、くんちなど）」、「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）」、「イベント」、「観光ガイド・情報発信・通信インフラ」、「宿泊（温泉含む）」、「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・買物」、「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27.5%で最も多く、特に稲佐山について「夜景が素晴らしくキレイでした」「稲佐山展望台まで歩くことで自然を感じられました」等の意見がみられた。軍艦島に関する意見も多く「軍艦島観光で当時の島での生活を詳しく知れた」「軍艦島では案内のスタッフに大変詳しく説明頂いたので感動しました！」等の意見があった。
- 次に多かった要素は、「食（土産・買物以外）」の14.4%で、「ちゃんぽんと皿うどんが美味しかった」「魚が安価でとても美味しかったです」等の意見があった。



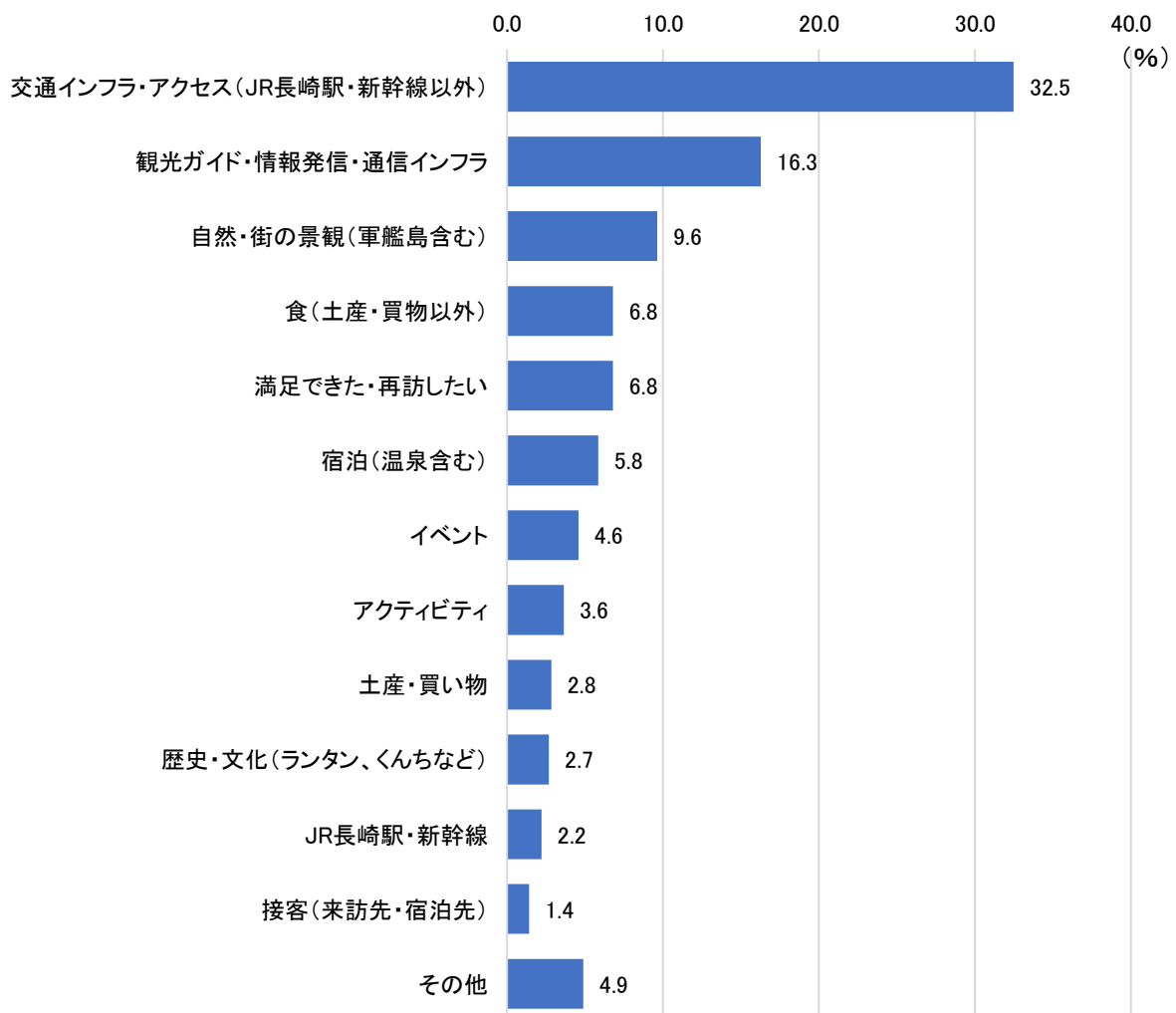
【長崎市の観光において改善してほしい点・ご要望】

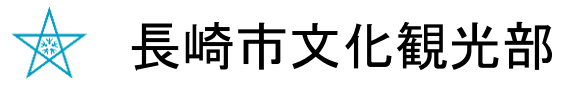
- 長崎市の観光において「改善してほしい点・ご要望」について来訪者 617 件の意見が寄せられた。
- 来訪者からの意見を、「交通インフラ・アクセス（JR 長崎駅・新幹線以外）」、「観光ガイド・情報発信・通信インフラ」、「食（土産・買物以外）」、「宿泊（温泉含む）」、「自然・街の景観（軍艦島含む）」、「歴史・文化（ランタン、くんちなど）」、「JR 長崎駅・新幹線」、「アクティビティ」、「接客（来訪先・宿泊先）」、「土産・買い物」、「満足できた・再訪したい」、「イベント」、「その他」の 13 区分に分類した。
- 要素別でみると、「交通インフラ・アクセス（JR 長崎駅・新幹線以外）」に関する意見が 48.6%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「駅からバスに乗りにくい」「長崎駅の JR と路面電車の乗り換えが遠すぎる」「バスの種類と行き先、乗り場が分かりづらかった」等、長崎駅から市電やバスの乗り場へのアクセス、行き先等の案内表示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、「駐車場が少ない高い」「観光地の街の駐車場がなかなか狭くて停めづらい」といった指摘、稲佐山からのアクセスについて、「稲佐山ロープウェイのシャトルバスの本数又は満員の際の増便をお願いします」「稲佐山に夜景見学に行ったがロープウェイに乗るのにかなり待たされた」といった指摘が複数あった。
- 次に多かった要素は、「観光ガイド・情報発信・通信インフラ」の 10.7%で、「案内図が少なく迷うことがあった」「移動手段やルートに関する情報が手軽に知れると助かりました」等案内板の少なさに対し不便さを指摘する声が複数あった。



【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 633 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）」、「観光ガイド・情報発信・通信インフラ」、「自然・街の景観（軍艦島含む）」、「食（土産・買物以外）」、「満足できた・再訪したい」、「宿泊（温泉含む）」、「イベント」、「アクティビティ」、「土産・買物」、「歴史・文化（ランタン、くんちなど）」、「JR 長崎駅・新幹線」、「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 32.5% で最も多く、駐車場の充実、道路の整備、長崎市外の観光地へのアクセスの充実等の要望が多数みられた。
- 次に多かった要素は「観光ガイド・情報発信・通信インフラ」の 16.3% 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、「City wi-fi の周知を、各施設内にも目立つ掲示が望まれます」「観光マップの内容充実」「無料の施設ガイドさんがいたら良いと思います」といった意見もあった。





長崎市文化観光部