DMO NAGASAKI
観光マーケティング白書

2023年 国内
年間（1-12月）

MARKETING RESEARCH

暮らしのそばに、ほら世界。
NAGASAKI

令和6年（2024年）7月

Agenda

１．2023年の国内観光市場と移動情報からみた長崎市の動向

（０）概要
（１）国内市場環境
（２）移動情報データからみた長崎市観光動態
（３）検索行動データからみた長崎への関心度分析
（４）主要大都市圏からの長崎市への訪問客数と検索数推移
（５）宿泊稼働率
（６）長崎市観光施設入場者数
（７）参考都市比較

２．令和５年度観光まちづくりマーケティングリサーチ結果

1. 2023年の
国内観光市場と移動情報からみた長崎市の動向

DMO NAGASAKI
MONTHLY REPORT

SUMMARY

2023

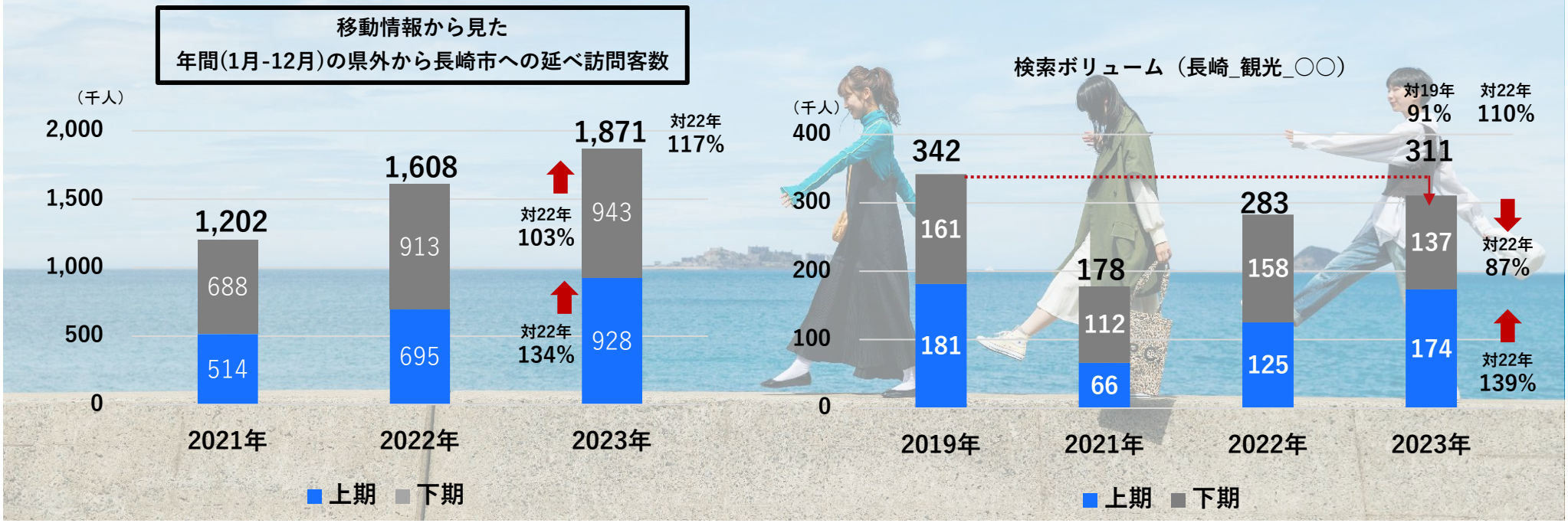
年間

1月～12月

2023年年間の日本人国内延べ旅行数は4億9,733万人と、19年比85%、前年比119%であった。
県外から長崎市への訪問客数は187万人と前年から17%増加した。

長崎市の観光動向

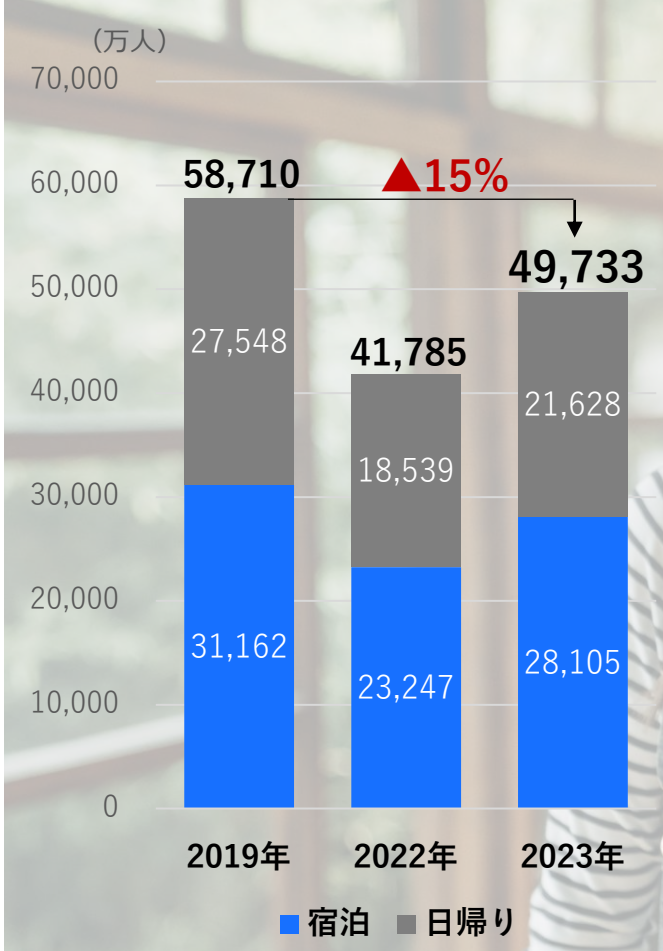
- 移動情報からみた県外から長崎市への訪問客数は上期92.8万人（前年比134%）、下期94.3万人（前年比103%）
- 月別では、夏休みとお盆が重なる8月が20.8万人と最多となった。
- 地域別では、すべてのブロックで前年を上回り、特に北信越・中部、北海道・東北が著しく増加した。
- 「長崎_観光_〇〇」の検索ボリュームは年間で31.1万人と、コロナ前の19年比91%となった。2022年と比較すると10%上回ったものの、下半期は前年を割り込み、前年同期間比87%となった。
- 長崎市の2023年年間宿泊稼働率は全国平均57.5%を上回り、71.9%であった。
- 長崎市観光施設入場者をみると、恐竜博物館（2022年開業）除くすべての施設で前年比を上回り、中でも、「あぐりの丘」「軍艦島見学施設」においてはコロナ前の2019年を超える入場者数であった

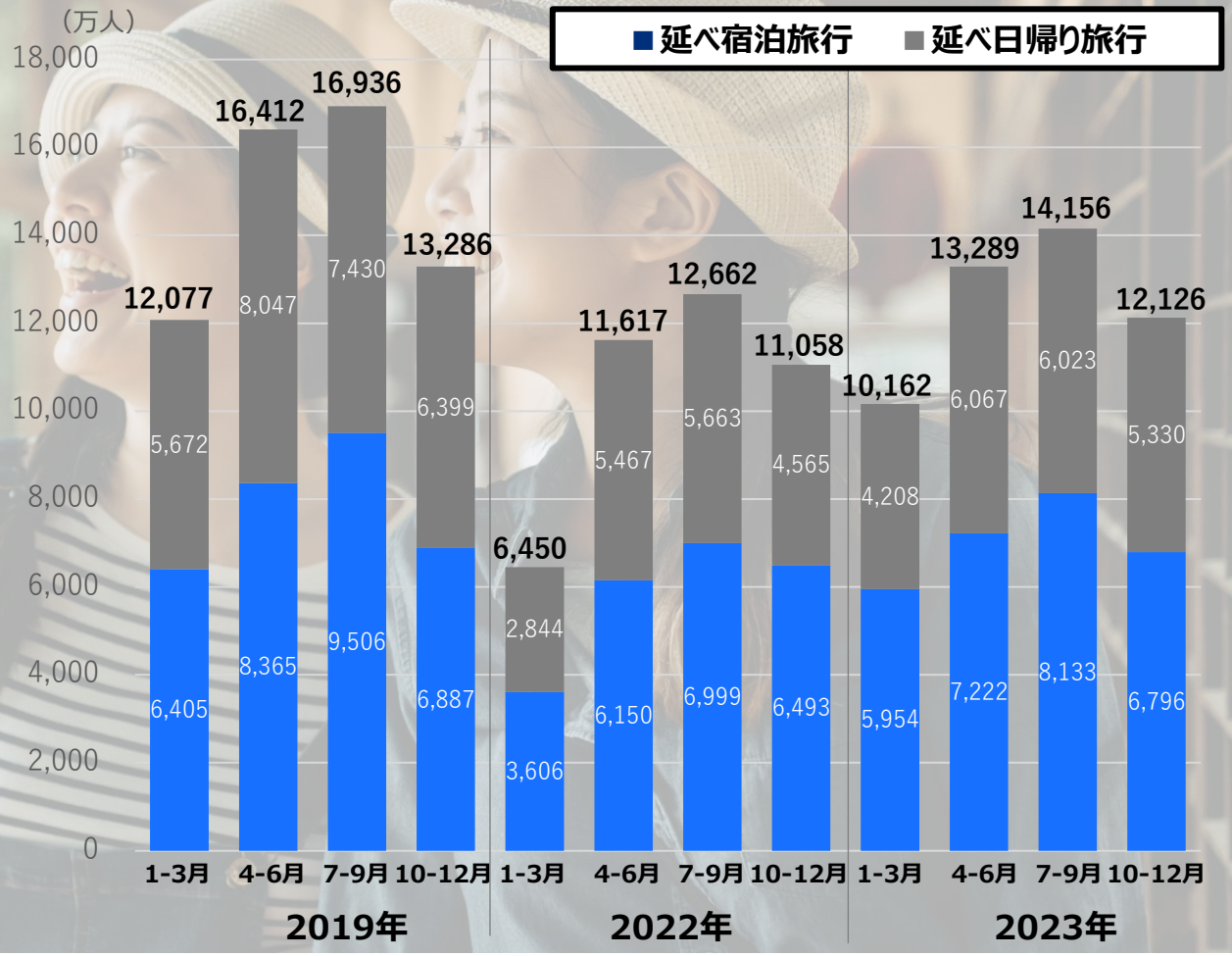


国内市場環境｜2023年年間（1月～12月）

（1）日本人国内延べ旅行者数（2019年、2022年、2023年）

- 2023年年間の日本人国内延べ旅行数は、4億9,733万人と、19年比85%、前年比119%であった。
- 延べ宿泊旅行者数は19年比90%、前年比121%、延べ日帰り旅行者数は19年比79%、前年比117%と、宿泊の方が回復が早い傾向にある。



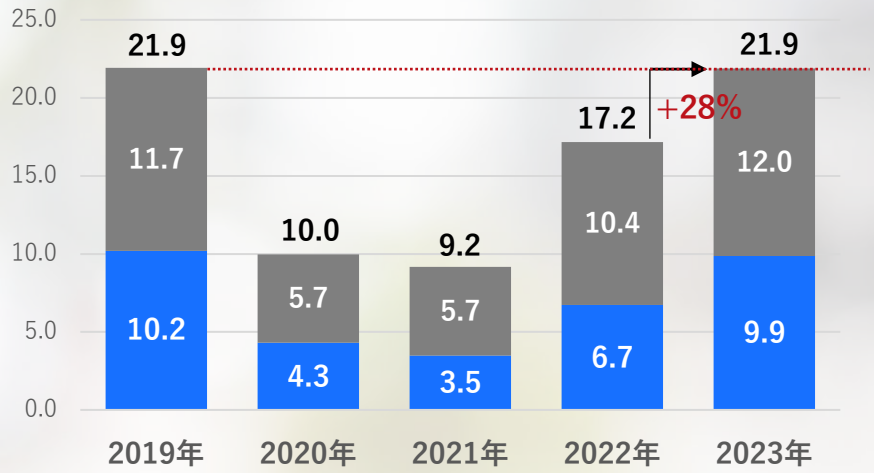


出典）観光庁「旅行・観光消費動向調査（速報値）」

（2）旅行消費額

- 2023年年間の国内旅行消費額は21.9兆円とコロナ前の2019年と比べ99.8%と微減に留まり、前年比は128%と大きく伸長した。
- 一方、国内宿泊旅行消費単価は、2022年にコロナ前の平均単価である55,054円を上回ったが、その後も増加傾向が続き、2023年は年間平均で6万円を超え、10月と11月は7万円を突破する実績となった。

年間(1月-12月)国内旅行消費額（兆円）

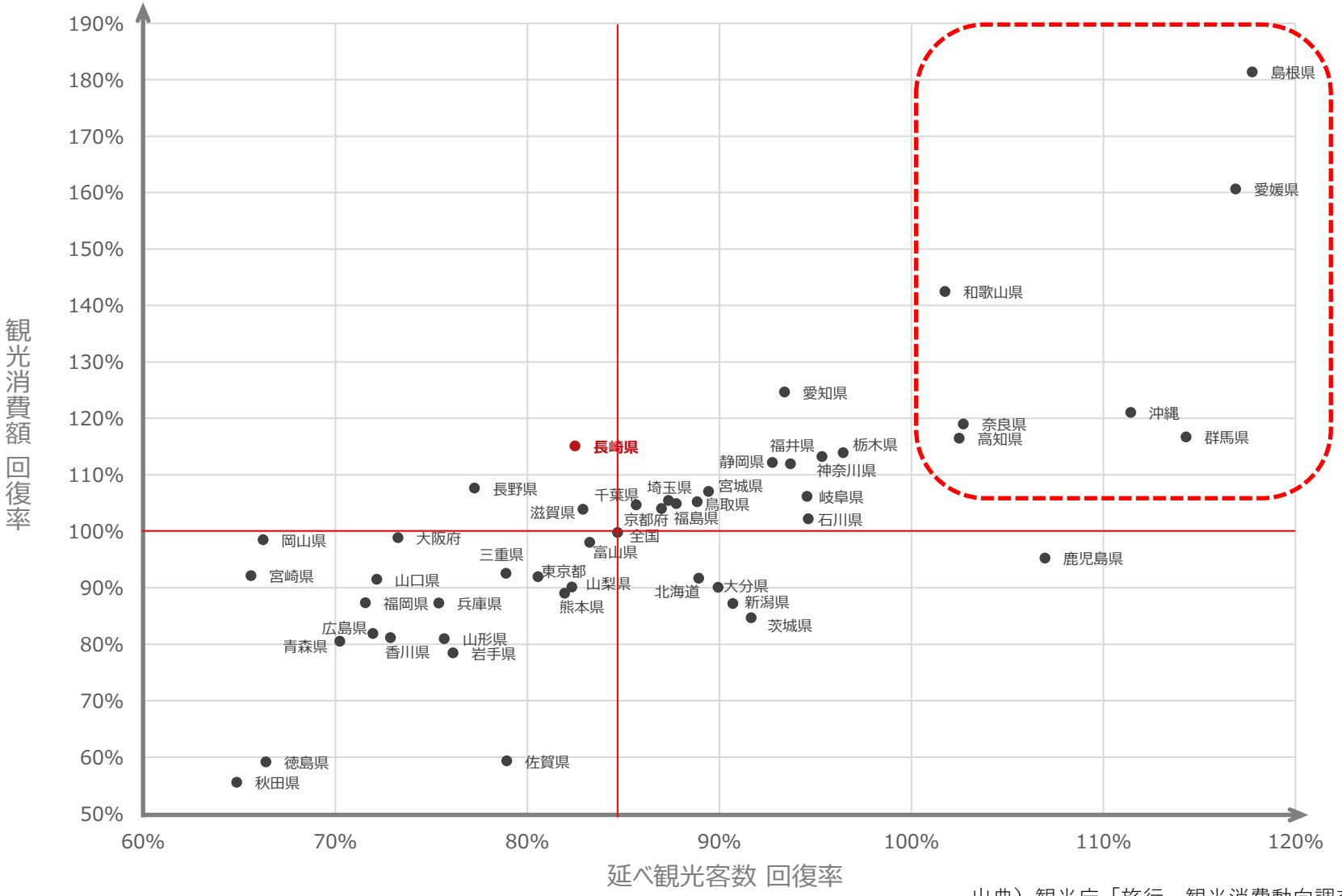


国内宿泊旅行消費単価（円）

出典）観光庁「旅行・観光消費動向調査（速報値）」

（３）2023年日本人国内旅行動向（対19年比）都道府県別プロット

- 延べ観光客数・観光消費額共にコロナ前を超えているのは、島根県・愛媛県・群馬県・沖縄県・奈良県・高知県・和歌山県の８県であった。
- 長崎県の観光客数は19年比82％であったが、**客単価が伸び観光消費額は19年比115％とコロナ前を上回った。**

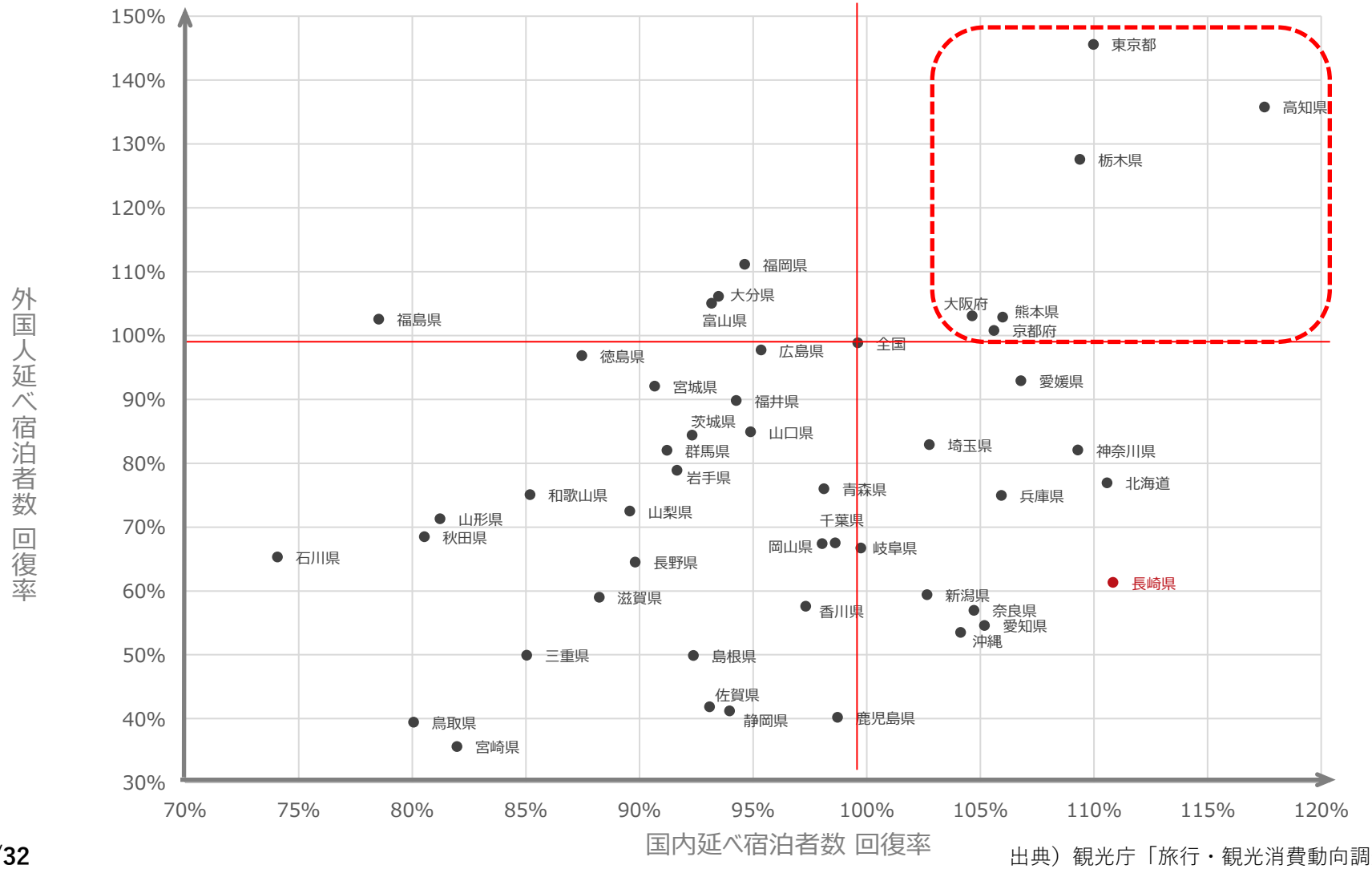


出典）観光庁「旅行・観光消費動向調査（速報値）」

（4）2023年日本人国内旅行動向（対19年比）都道府県別プロット

- 日本人延べ宿泊者数は4億7,842万人泊（19年比99.6%）、外国人延べ宿泊者数は1億1,434万人泊（19年比98.9%）であった。
- 外国人延べ宿泊者数において、三大都市圏では19年比114%と増加した一方、地方部では19年比74%であった。

※三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県。地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう



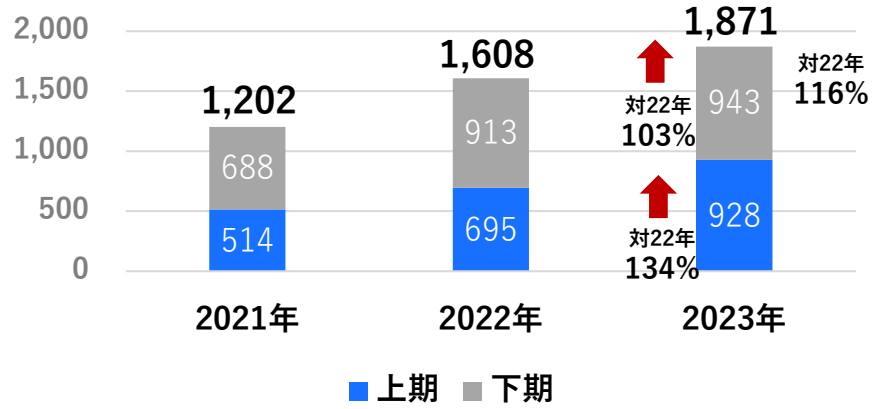
出典）観光庁「旅行・観光消費動向調査（速報値）」

移動情報データからみた長崎市観光動態｜2023年年間（1月～12月）

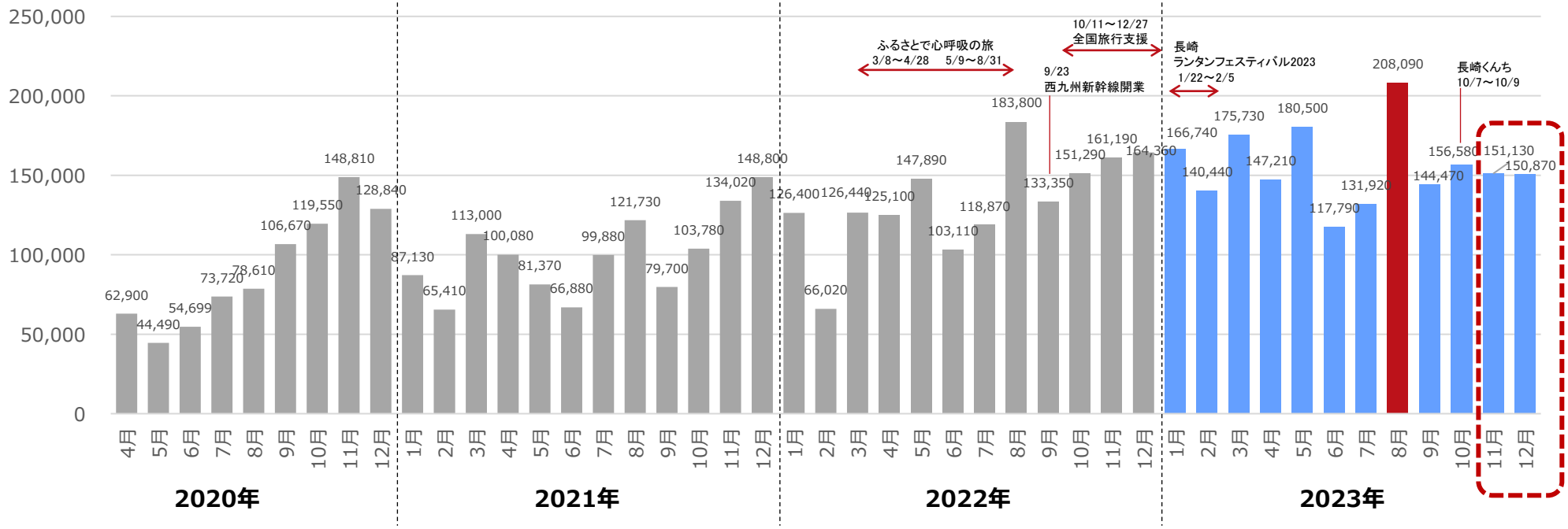
（1）県外から長崎市への訪問客数（延べ数）

- 2023年年間の県外から長崎市への訪問客数は**187万人と、上期は好調も下期は減速し、前年比116%**となった。
- 月別で見ると、夏休みとお盆のシーズンである8月が最多で20万人を超えた。
- 移動情報データの取得開始（2020年）以降ではじめて、11月と12月の訪問客数が10月を下回る結果であった。

※2023年10月は4年ぶりに「長崎くんち」が開催された



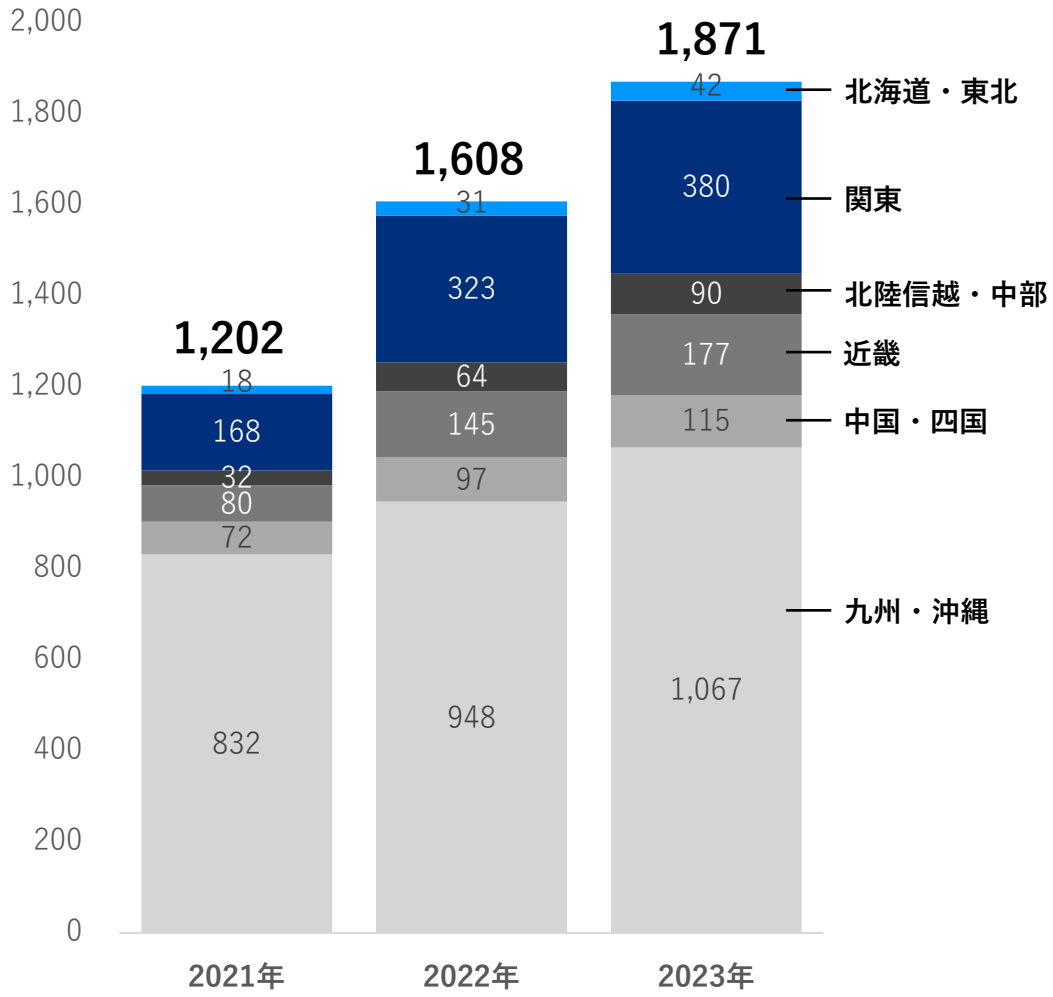
県外からの延べ訪問客数（人）



出典）ヤフー・データソリューション　DS.INSIGHT

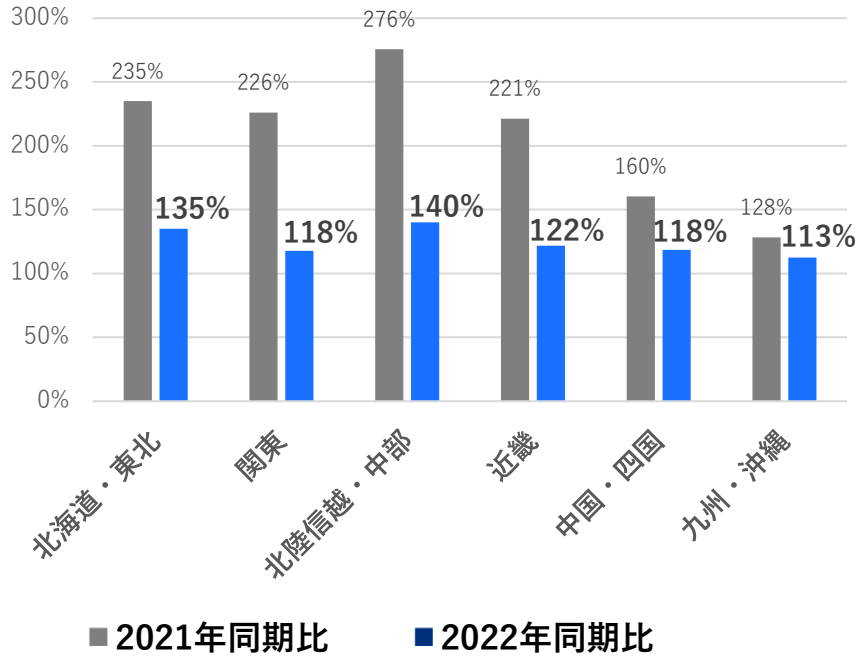
（2）ブロック別動向

年間(1月-12月)の県外から長崎市への訪問客数・ブロック別（千人）



● 地域ブロック別では**全てのブロックで前年を上回り**、特に北陸信越・中部と北海道・東北では訪問客数が著しく増加した。

＜直近2カ年同期間比＞

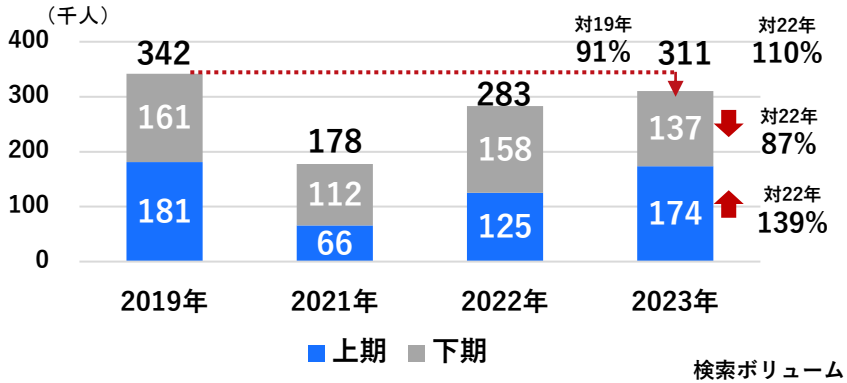


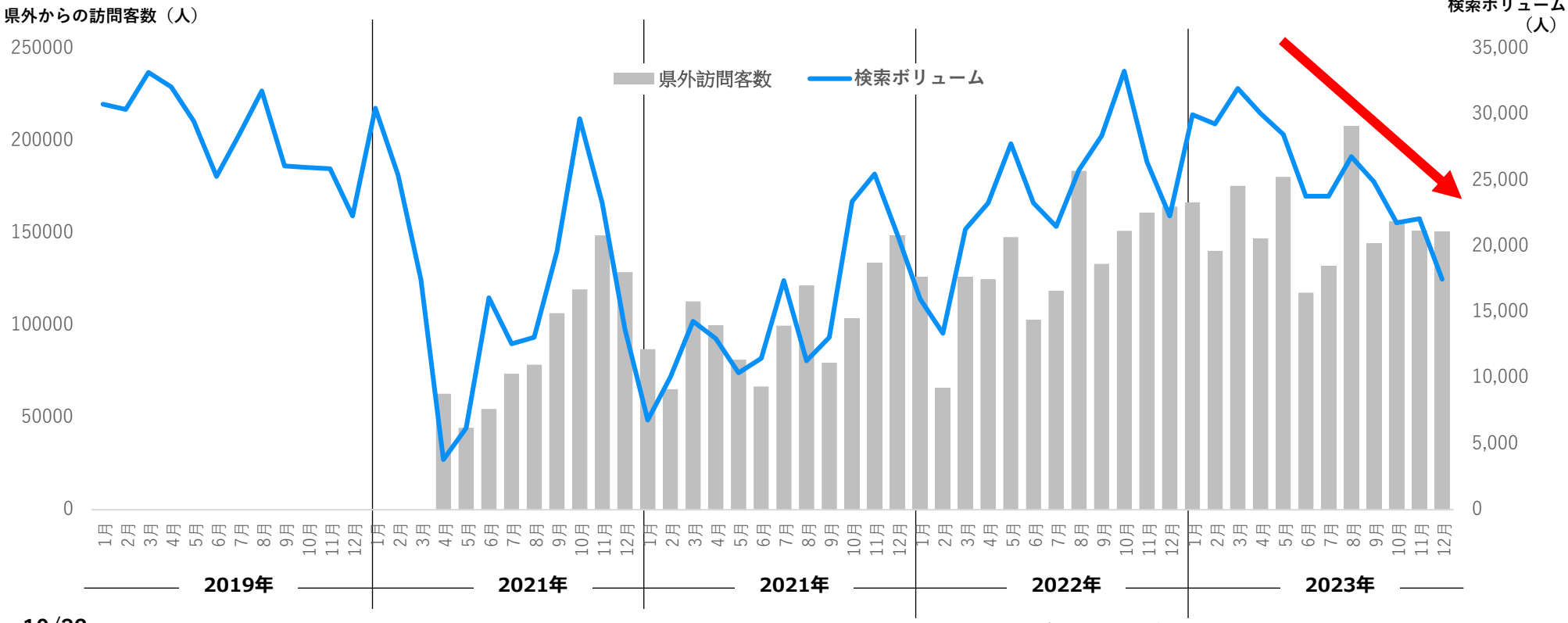
出典）ヤフー・データソリューション　DS.INSIGHT

検索行動データからみた長崎への関心度分析「長崎__観光__〇〇」

（1）検索ボリューム推移（2019年1月～2023年12月）

- 2023年年間の検索ボリュームは31.1万人と、コロナ前の19年比では91%となり、前年比では110%上回ったものの、下半期は前年比を割り込み、前年同期間比87%となった。
- 2023年は3月をピークに減少傾向が続き、特に9月以降は大きく落ち込んでいる。





出典）ヤフー・データソリューション　DS.INSIGHT

（2）2023年（年間）都道府県別検索ボリューム・特化係数

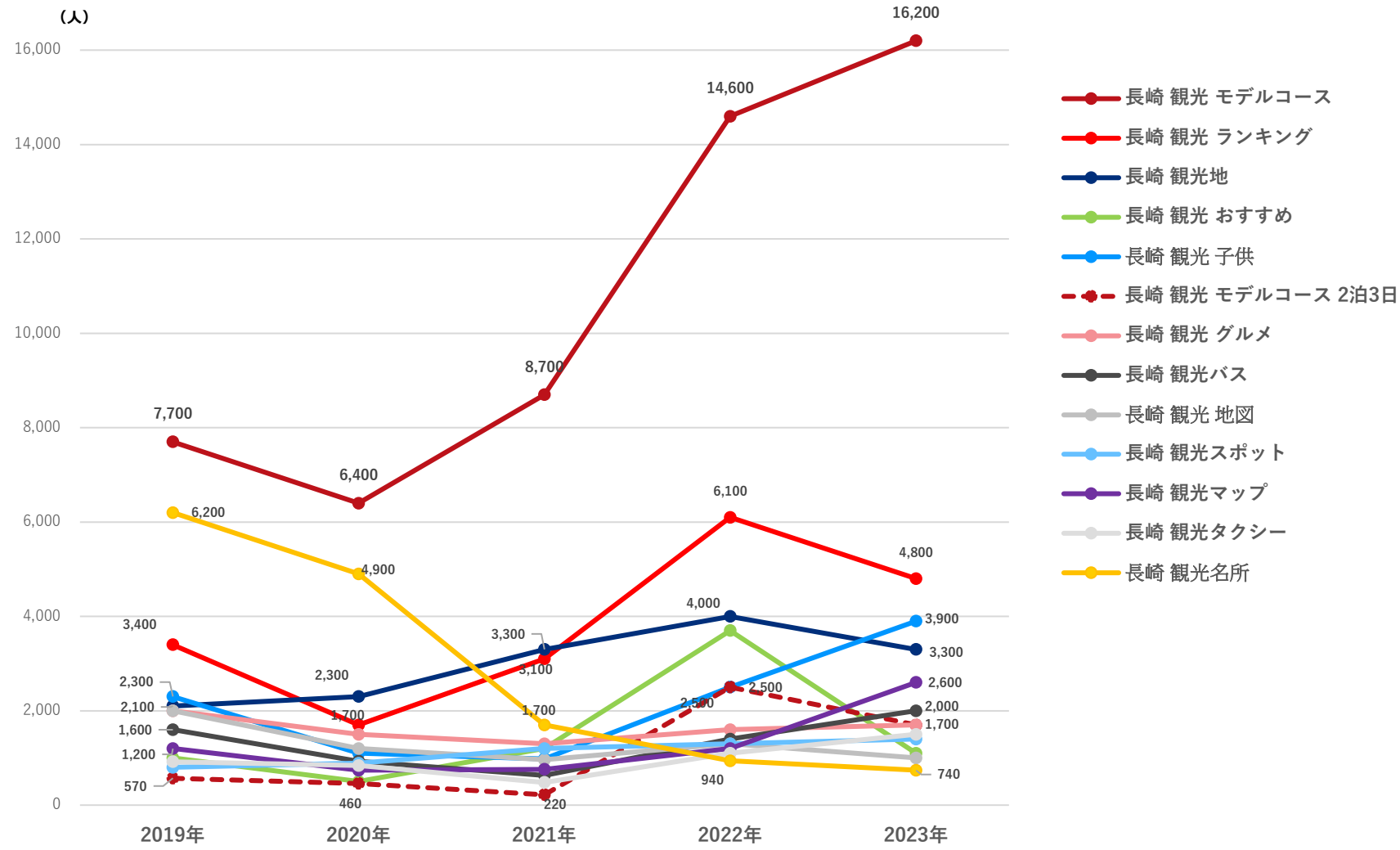
※特化係数とは検索ボリュームの都道府県別構成比/人口構成比。 1以上は人口に対し検索ボリュームが多いことを示す。

- 検索ボリュームは東京都が36,200人で最も多く、大阪府、愛知県、福岡県、神奈川県の順となった。
- 対人口特化係数でみると、東京都、大阪府、愛知県、福岡県、兵庫県、（長崎県）、山口県、佐賀県、大分県で特化係数1.0以上と、人口に対し検索ボリュームが多い状況がうかがえる。※赤字は1.5以上
- 特に大阪府は、最大市場の福岡県よりも特化係数が高く、関心度が著しく高いことがわかる。

出典）ヤフー・データソリューション　DS.INSIGHT

（3）「長崎__観光__〇〇」検索ボリューム　年間推移（2019年～2023年）

- 「長崎_観光」に続く検索ワードで最も多いのが「モデルコース」で、年々大幅に増加し、19年と比べ2倍以上の伸びを示した。一方、「観光名所」は年々減少し、19年比11%と僅かな検索数にとどまる。
- そのほかでは、「子供」「観光マップ」「モデルコース２泊３日」が上昇トレンドと言える。



出典）ヤフー・データソリューション　DS.INSIGHT

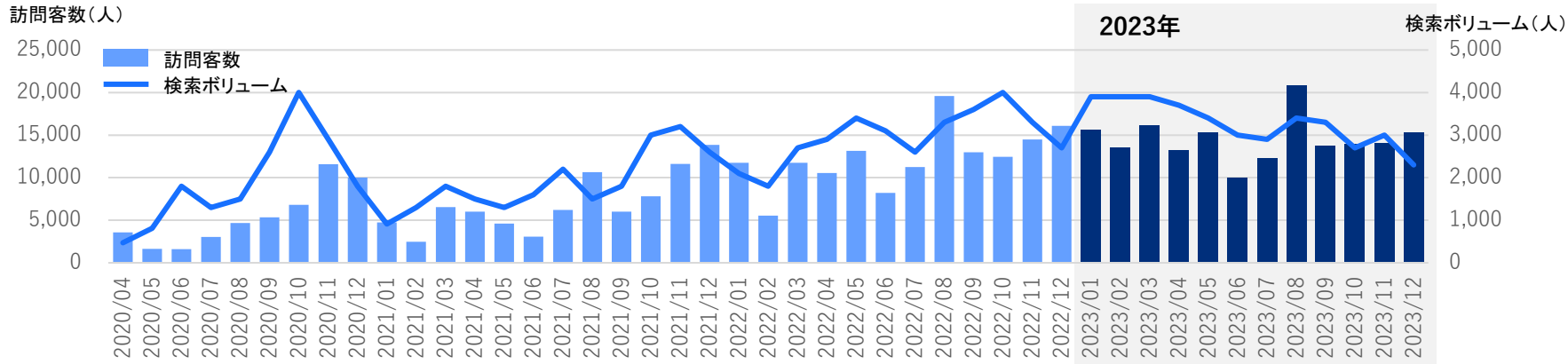
主要大都市圏から長崎市への訪問客数と検索数（長崎_観光）推移

● 東京・大阪は検索と訪問客数ともに順調に増加しているが、福岡に関しては検索数が昨年を下回る結果となった。

東京都

検索ボリューム
39,400人
（2022年比 111%
2021年比 173%）

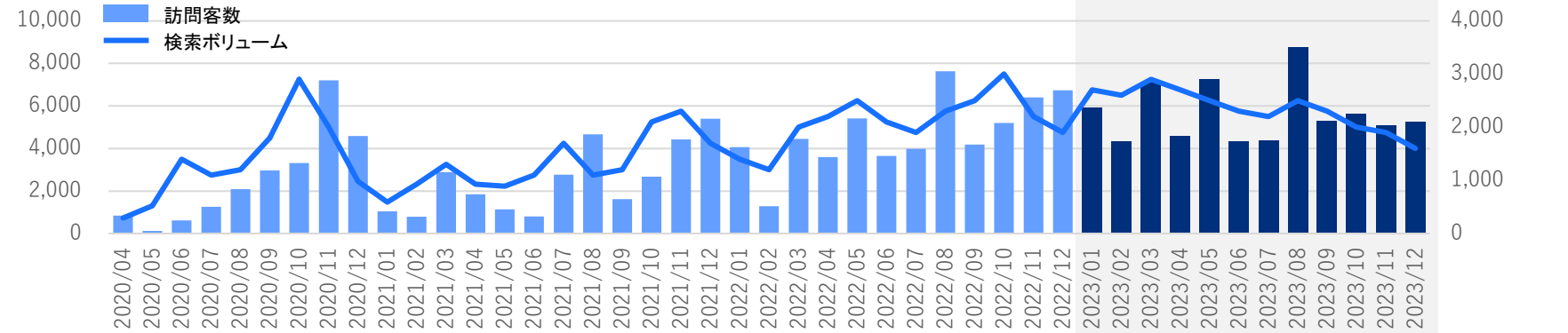
訪問客数
173,430人
（2022年比 117%
2021年比 208%）



大阪府

検索ボリューム
28,200人
（2022年比 112%
2021年比 178%）

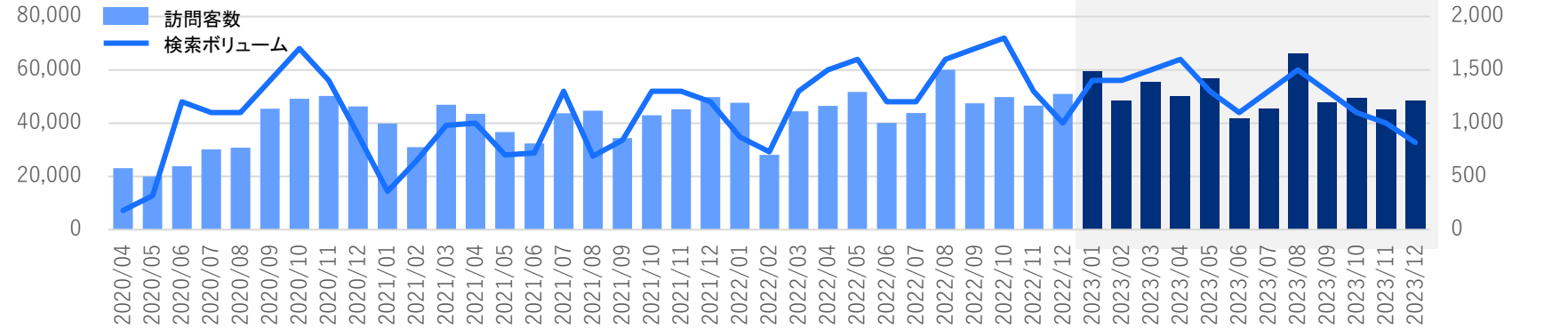
訪問客数
67,780人
（2022年比 120%
2021年比 226%）



福岡県

検索ボリューム
15,320人
（2022年比 97%
2021年比 139%）

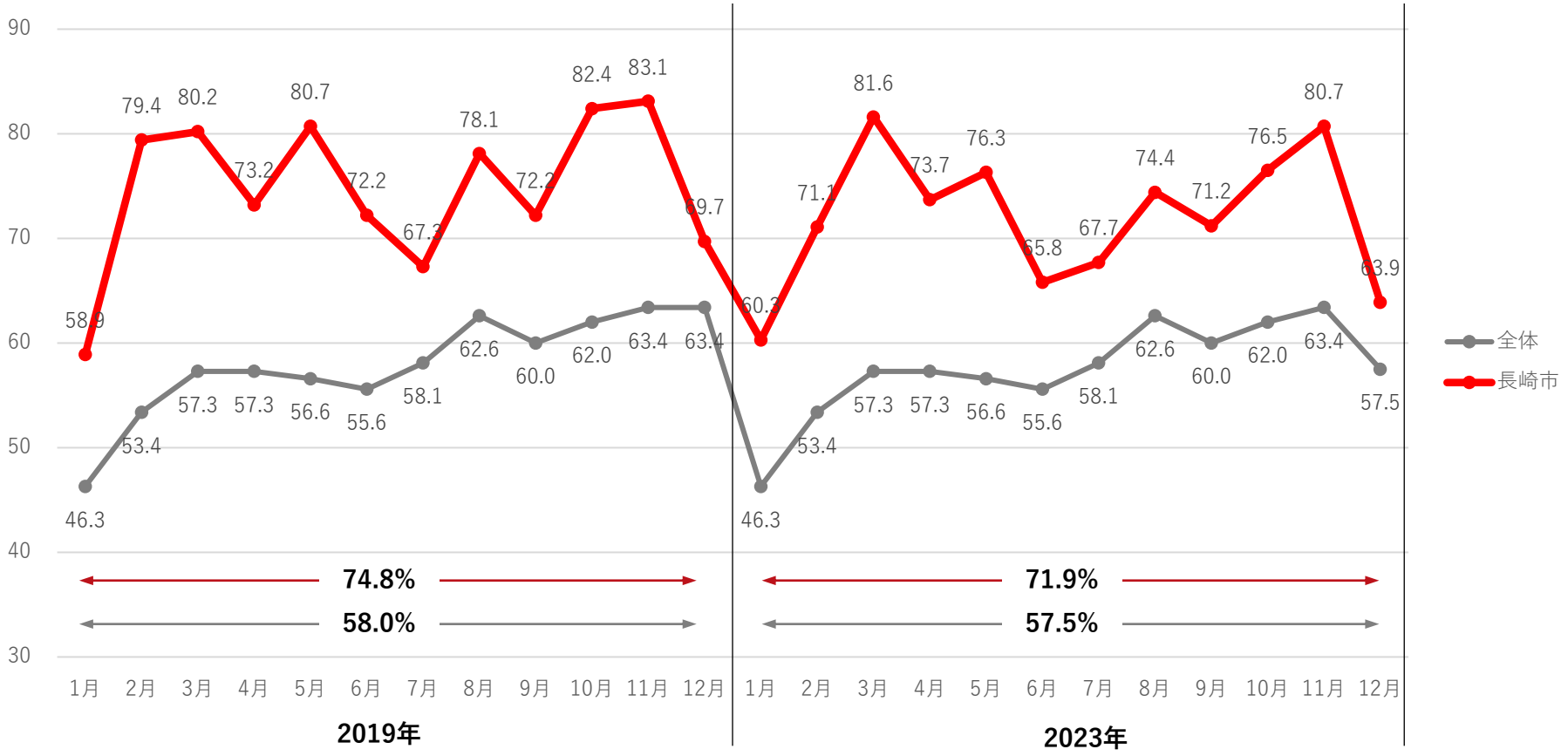
訪問客数
302,040人
（2022年比110%
2021年比125%）



出典）ヤフー・データソリューション　DS.INSIGHT

宿泊稼働率（年間累計：2019年比）

- 長崎市の2023年年間宿泊稼働率は全国平均の57.5%を上回り、71.9%であった。
- コロナ前の2019年と比較すると75%となり、下げ幅は3%にとどまり順調な回復状況が伺える。

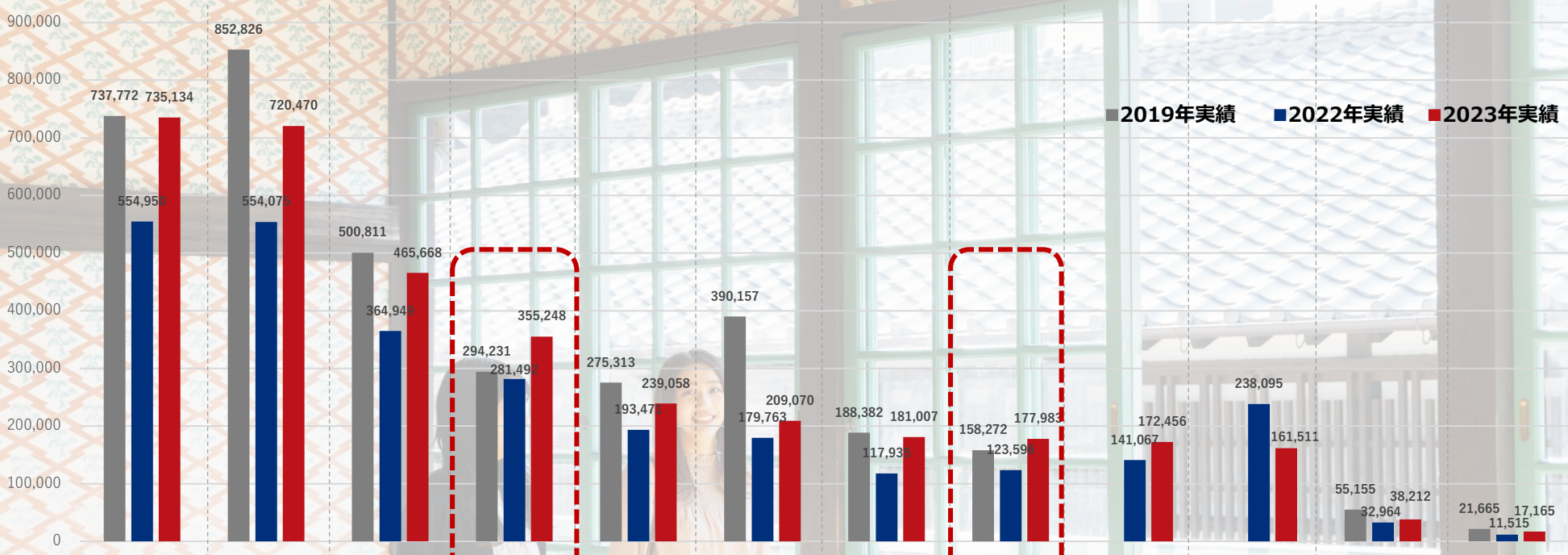


出典）観光庁「宿泊旅行統計調査」

長崎市観光施設入場者数（年間累計：2019年、前年比）

- 恐竜博物館（2022年開業）除くすべての施設で前年比を上回った。
- 中でも、「あぐりの丘」「軍艦島見学施設」においてはコロナ前の2019年を超える入場者数であった。

年間(1月-12月)入場者数（人）



	原爆資料館	グラバー園	出島	あぐりの丘	ペンギン水族館	歴史文化博物館	ロープウェイ	軍艦島見学施設	スロープカー	恐竜博物館	亀山社中記念館	遠藤周作文学館
19年比	100%	84%	93%	121%	87%	54%	96%	112%	開業前	開業前	69%	79%
22年比	132%	130%	128%	126%	126%	116%	153%	144%	122%	68%	116%	149%

出典）長崎市：観光施設集客数等月別調査

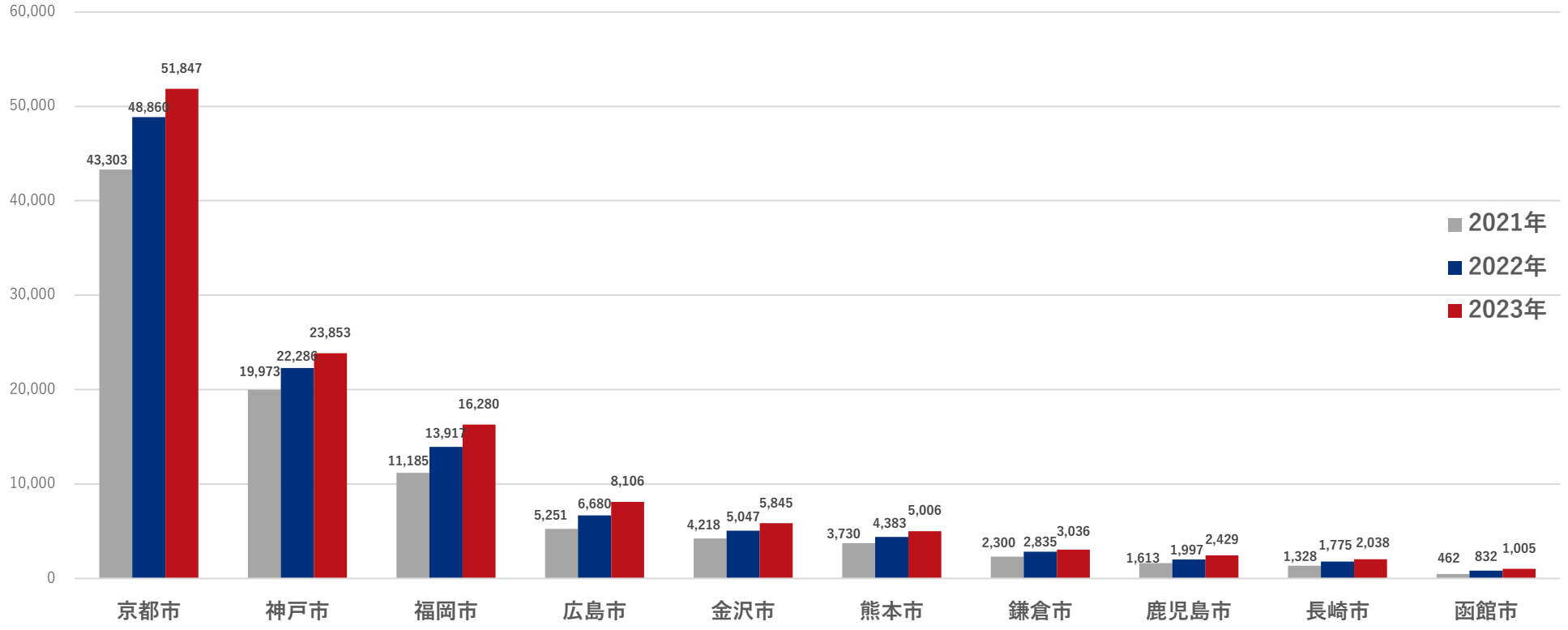
参考都市比較

（1）県外からの訪問客数

- 2023年年間の県外からの訪問動向を見ると、すべての参考都市で前年比を上回った。
- 中でも、福岡市・鹿児島市・函館市は前年比で+20%と大きく伸長した。

年間(1月-12月)の県外からの訪問客数（千人）

同期間比	京都	金沢	広島	福岡	鎌倉	神戸	長崎	鹿児島	熊本	函館
2021年比	120%	119%	146%	154%	139%	134%	132%	151%	153%	218%
2022年比	106%	107%	117%	121%	116%	114%	107%	122%	115%	121%



出典）ヤフー・データソリューション　DS.INSIGHT

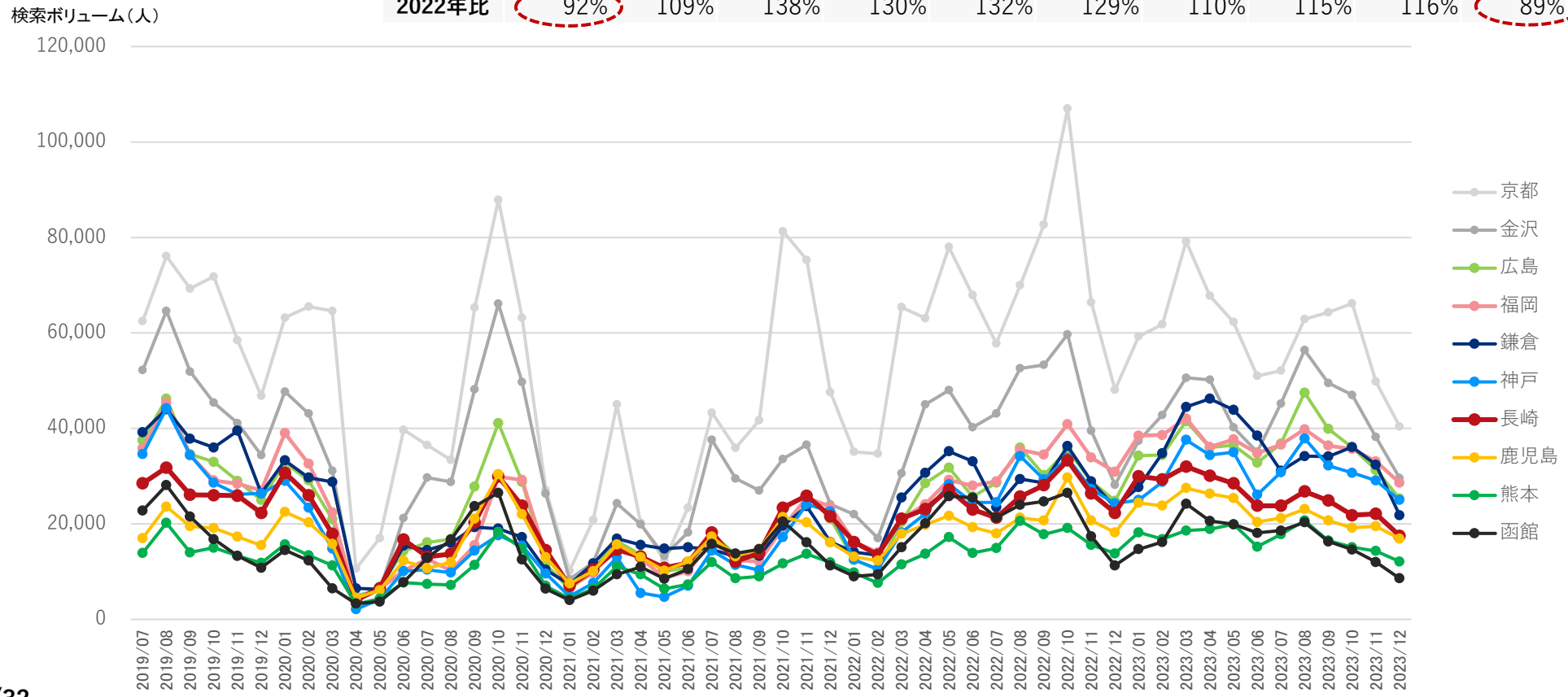
（2）検索ボリューム推移（2019年7月～）

- 年間の検索ボリュームは、京都と函館を除く都市で前年比を上回り、特に広島・福岡・鎌倉が+30%と大幅に増加した。
- 長崎においては、2021年時点では京都・金沢に続く検索量であったが、現在は比較都市の中で７番目と他都市に追い抜かれている。

検索ボリューム（人）　【1月～12月累計】

日付	京都	金沢	広島	福岡	鎌倉	神戸	長崎	鹿児島	熊本	函館
2021年	457,000	284,400	181,900	173,300	181,900	142,600	182,800	171,600	111,800	141,600
2022年	776,200	479,200	313,400	337,100	322,200	289,500	281,200	232,700	175,500	230,100
2023年	717,100	522,200	432,300	438,000	425,300	372,600	310,600	268,400	204,100	204,100

同期間比	京都	金沢	広島	福岡	鎌倉	神戸	長崎	鹿児島	熊本	函館
2021年比	157%	184%	238%	253%	234%	261%	170%	156%	183%	144%
2022年比	92%	109%	138%	130%	132%	129%	110%	115%	116%	89%



出典）ヤフー・データソリューション　DS.INSIGHT

分析データ仕様・推計方法

区分			取得データ・分析方法		データ取得時期・過去データ
データ仕様		ヤフー・データソリューション　DS.INSIGHT	検索データ	居住地（都道府県）別、性別、年代別の検索数（時系）、検索ワードなど	・1日前のデータ取得が可能 ・過去データは2019年8月より取得可能
			行動データ	住民や市外からの訪問客の性別・年代別人口、来訪元ランキングなど	・2日前のデータ取得が可能 ・過去データは2019年10月より取得可能
推計方法	観光動態分析	延べ訪問客数	ヤフー・データソリューション　DS.INSIGHTの居住地（都道府県）別・日別訪問客数より算出		
		日別延べ訪問客数（県外）	ヤフー・データソリューション　DS.INSIGHTの居住地（都道府県）別・日別訪問客数より算出。 日データの積み上げによる延べ人数として算出		
	関心度分析	検索ボリューム推移	ヤフー・データソリューション　DS.INSIGHTの検索ボリュームより算出。 検索ワードは「長崎　観光」		
		月別検索ボリューム	ヤフー・データソリューション　DS.INSIGHTの検索ボリュームより算出。 検索ワードは「長崎　観光」上昇率は前月との増減率より算出		

２.令和５年度
観光まちづくりマーケティングリサーチ結果

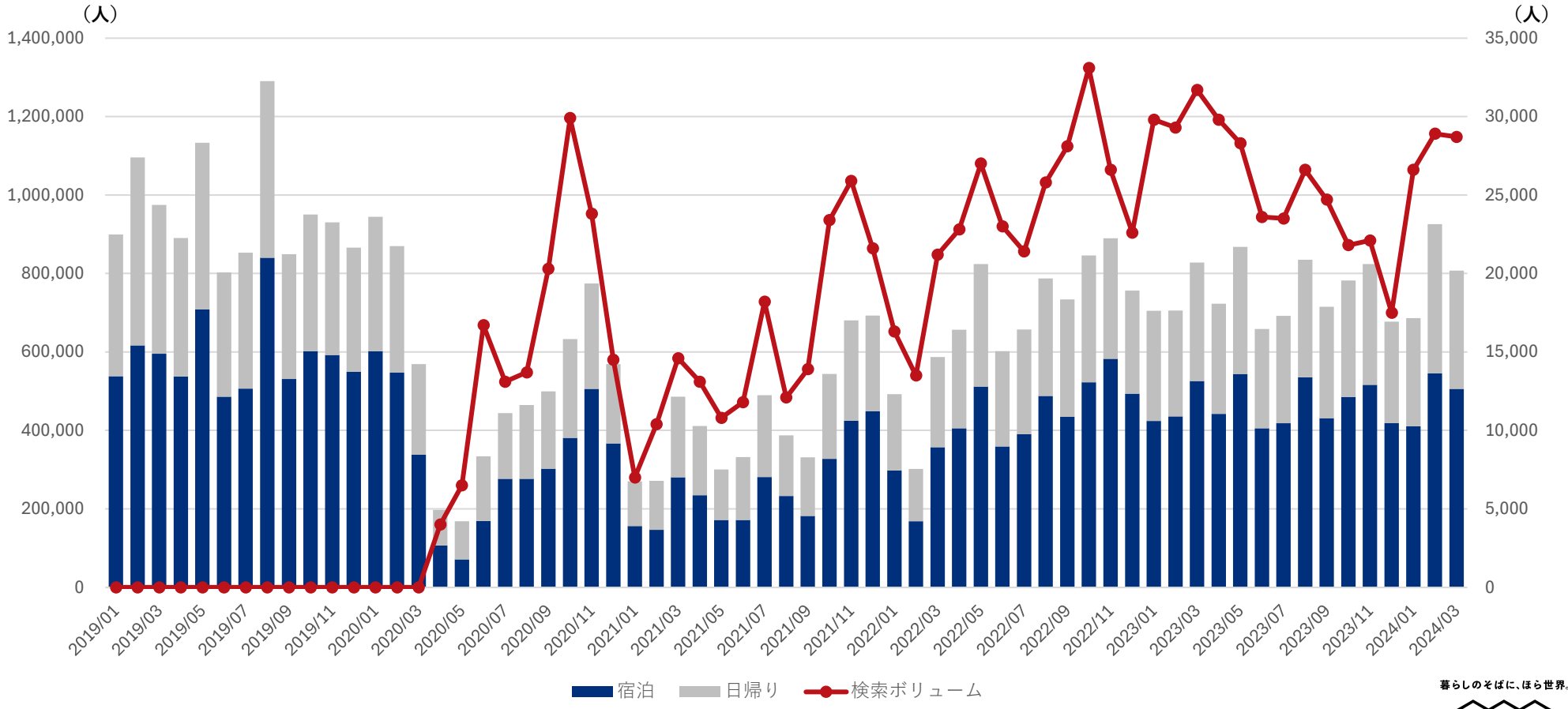
0．調査概要

- 令和５年度は以下８つの調査を実施しました。
- 本白書では「国内ブランド調査」「観光動向調査（国内）」「市内事業者調査」「市民アンケート」の結果概要を共有します。

NO	調査名	実施時期	サンプル	調査手法
1	国内ブランド調査	令和5年8月	国内在住 1, 000人	インターネット調査（楽天インサイト）
2	観光動向調査（国内）	令和5年4月～令和6年3月	長崎市訪問の日本人 1,508人	WEB調査
3	観光動向調査（海外）	令和5年7月～令和5年11月	長崎市訪問の外国人 577人	調査員(10名/回）による聞き取り
4	クルーズ調査	令和5年11月～令和6年3月	長崎市寄港6隻 719人	調査員(8名/回）による聞き取り
5	市内事業所調査	令和5年11月～12月	市内事業所 112社	郵送及びメール配布・WEB及びFAX回収
6	市民アンケート	令和5年2月	市民500人	インターネット調査（楽天インサイト）
7	MICE参加者調査	令和5年7月～令和6年3月	出島メッセ8催事参加者967人	調査員（3名/回）による聞き取り調査
8	MICE事業所調査	令和5年7月・令和6年3月	市内開催の大規模催事	

1．2023年度　移動情報等からみた長崎市の観光動向サマリー
（1）国内訪問者数・検索ボリューム長期トレンド

- おでかけウォッチャーとヤフーDS.INSIGHTによる訪問者数と検索ボリュームの長期トレンドは以下のとおりであり、2019年度（20219年4月～2020年3月）を100とした場合の令和5年度の回復率は84％であった
- なお、検索ボリュームと訪問者数（宿泊・日帰りの合計）の相関係数は0.90と極めて高い相関が確認された

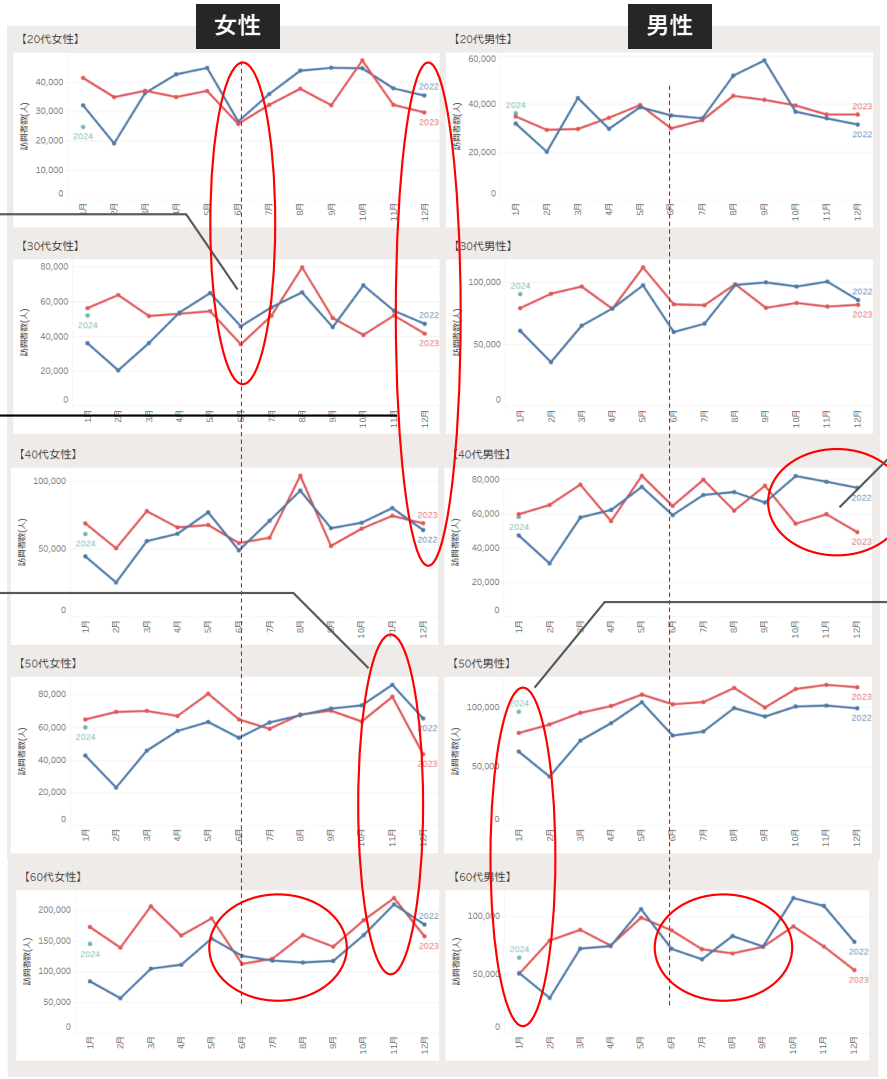


暮らしのそばに、ほら世界。

（資料）おでかけウォッチャー、DS.INSIGHT

（２）属性別訪問特性

- 閑散期となる6月は特に「女性」の減少が影響している可能性が高い
- 12月は「若い女性」が減少しており、クリスマスなどの冬ならでの魅力的なコンテンツが不足している可能性がある
- 夏場は高齢層が減少し、冬季は男性が減少する傾向が高い。



6月は各年代で減少するが比較的女性の減少が目立つ

12月は若い女性が減少。クリスマスなどの魅力が少ないのが影響の可能性。

11月は高年代女性が増加。バスツアーなどの団体旅行の影響の可能性

40代男性は10月以降減少

1月は高年代男性の減少が目立つ。寒さに弱い特徴がある可能性

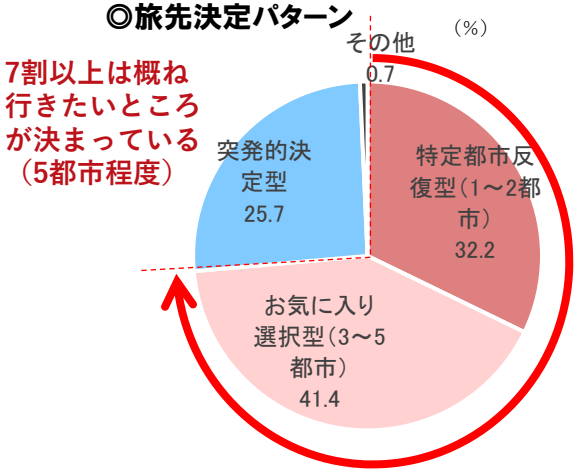
高齢層は夏場減少。男性は特に寒さに弱い。

暮らしのそばに、ほら世界。
NAGASAKI

2．ブランド調査

- 「長崎」は行ってみたい観光地ランキング（純粋想起）全国7位であるが、「長崎市」の助成想起 及び 訪問意欲は昨年からダウンした
  →対外的なブランド強化が必須
- 長崎市に行きたくない理由については、懸案事項である「見るべきところが少なそう」が約4ポイント低下した

◎旅先決定パターン



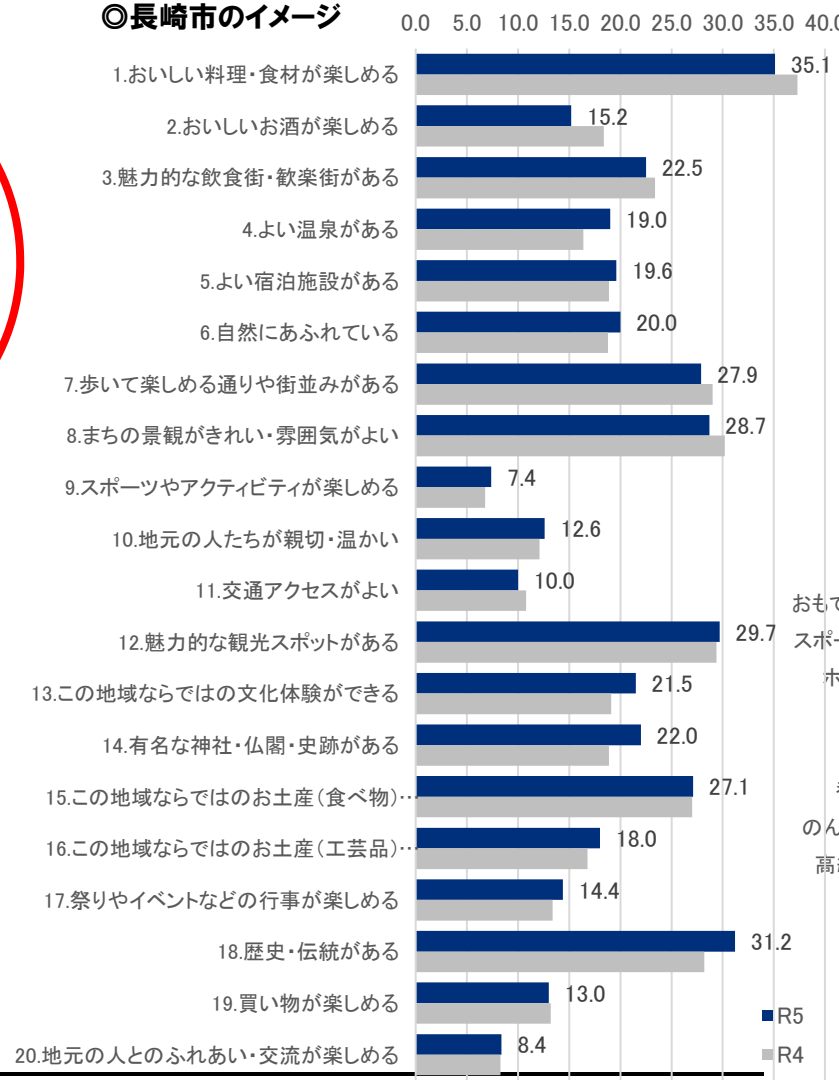
◎行ってみたい観光地（純粋想起）

順位	純粋想起	想起割合
1	北海道	47.7%
2	沖縄	37.6%
3	京都	18.4%
4	東京	13.2%
5	大阪	11.1%
6	福岡	10.4%
7	**長崎**	**8.5%（R4：7.3）**
8	鹿児島	6.1%
9	長野	5.8%
10	高知	5.3%

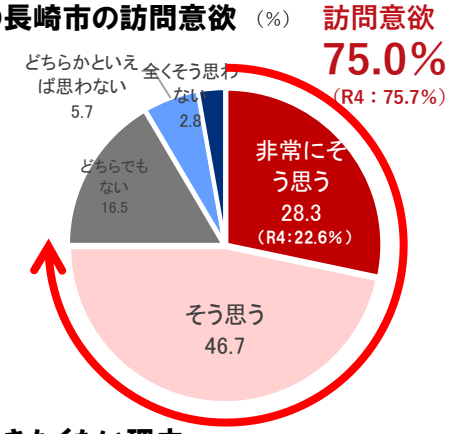
（助成想起）

助成想起（MA）	R4	R5
長崎市	23.2%	20.8%

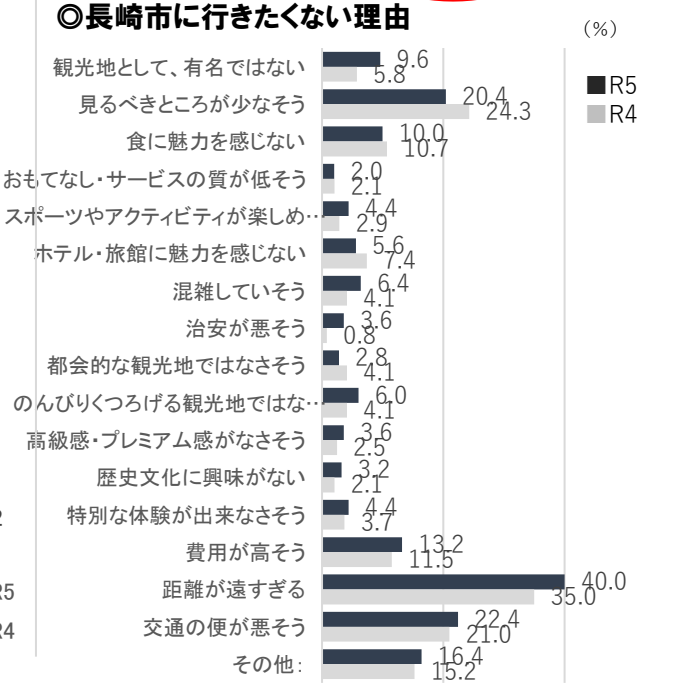
◎長崎市のイメージ



◎長崎市の訪問意欲



◎長崎市に行きたくない理由



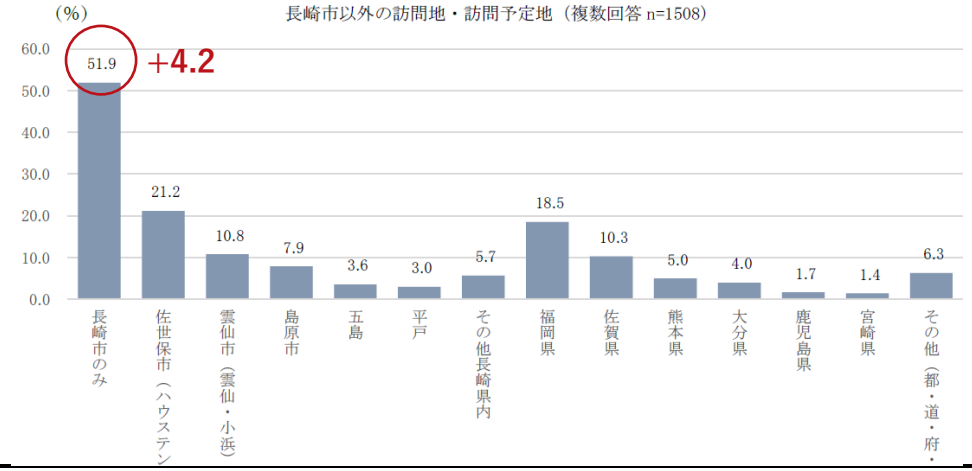
3． 観光動向調査（国内）

- 長崎市を訪れた半数は「長崎市のみ」の訪問であり、２割は＋佐世保市、＋福岡県を訪問している
- 長崎市の観光に望むこととしては、「２次交通の充実」が約４割、次いで「宿泊施設の充実」であった

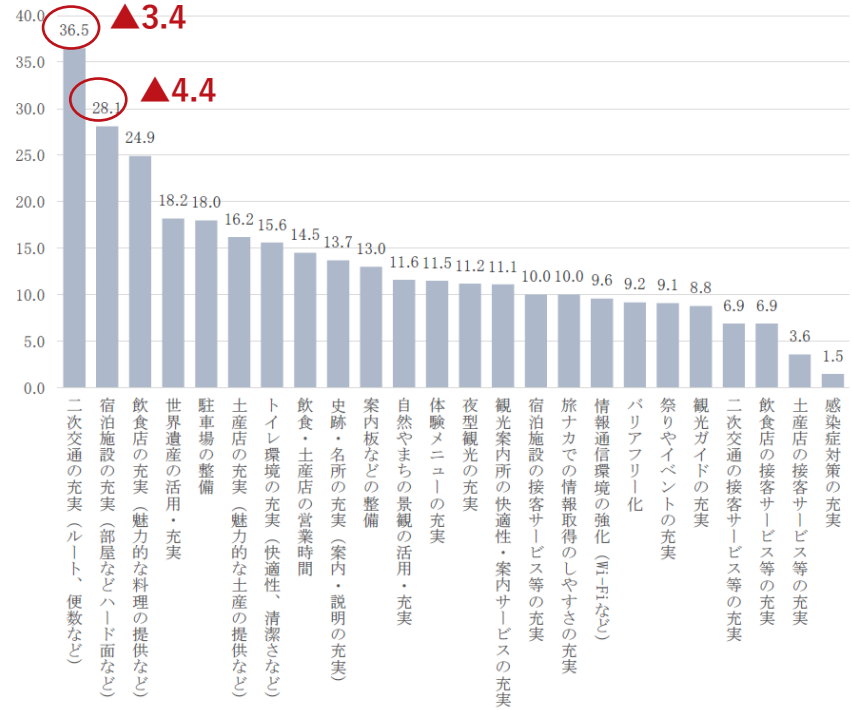
◎市内宿泊数（泊）

	市内宿泊数		
	R4	R5	増減
全体	1.7	1.8	+0.1
20代	1.6	1.7	+0.1
30代	1.6	1.7	+0.1
40代	1.6	1.8	+0.2
50代	1.7	1.8	+0.1
60代	1.8	1.8	0.0
70代以上	2.3	1.7	-0.6
北海道・東北	2	2.0	+0.0
関東	1.9	2.1	+0.2
北陸信越・中部	1.7	1.8	+0.1
近畿	1.8	1.9	+0.1
中国・四国	1.5	1.6	+0.1
九州・沖縄	1.4	1.3	-0.1

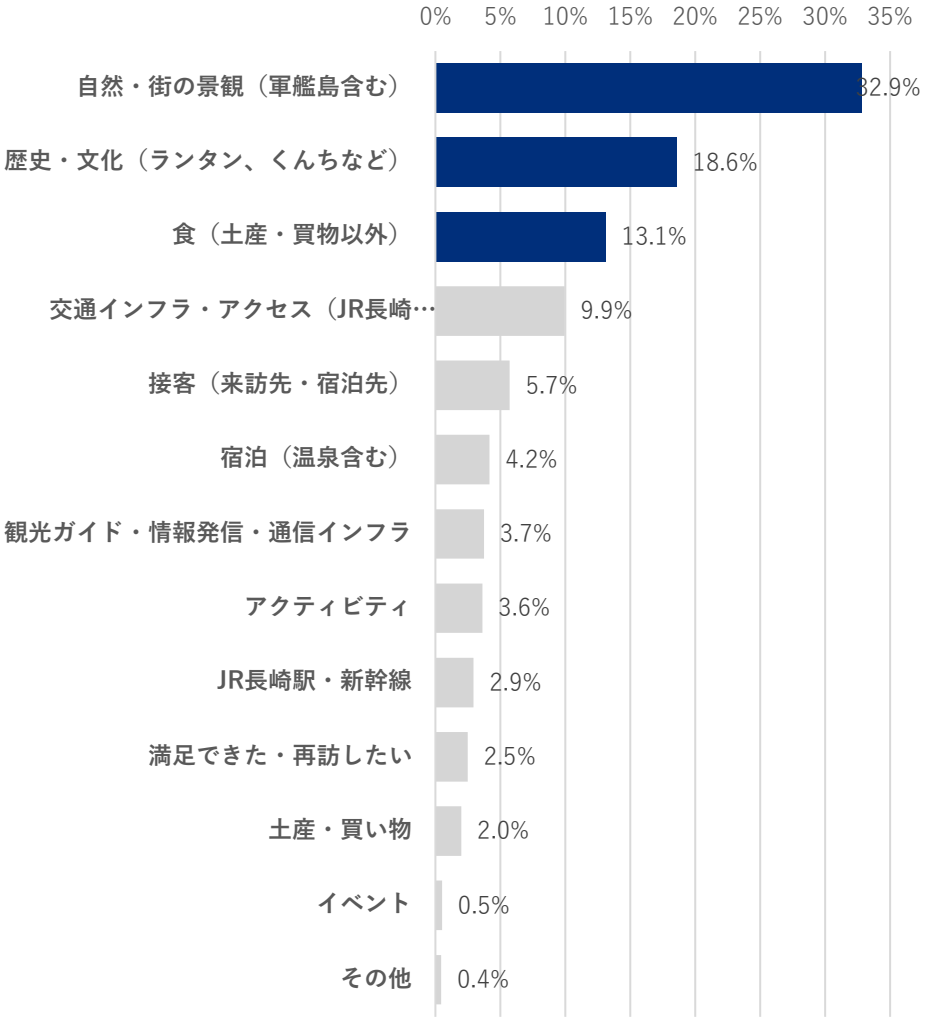
◎長崎市以外の訪問地



◎長崎観光に望むこと



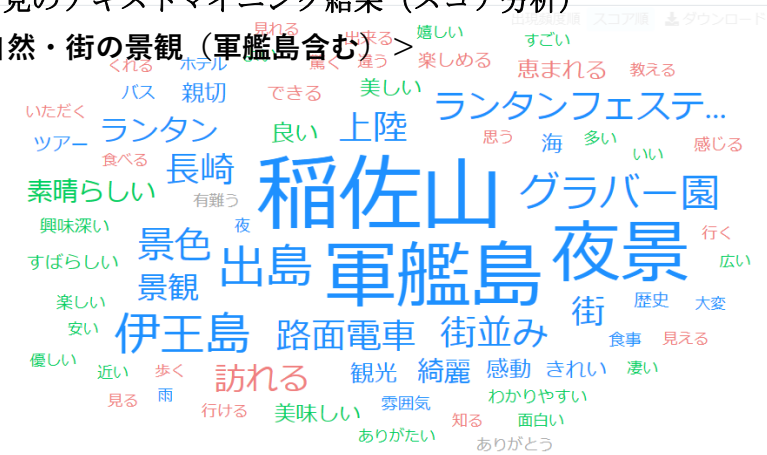
【長崎市の観光において特に良かった点・感動したこと】



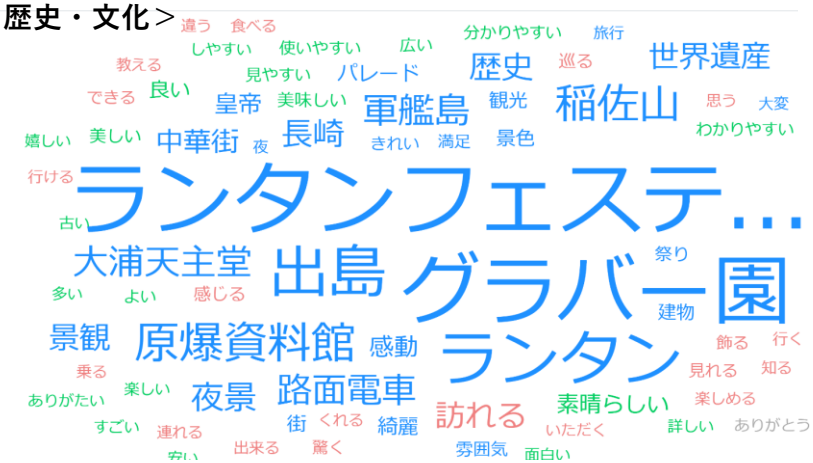
（スコア分析）一般的な文書では、単語の出現回数だけでいえば「今日」や「思う」「ある」などといった、”ごく一般的な単語”が何度も出現してしまいます。ただ、このような単語は、どういった文書にも出現する単語であるため、たとえ出現回数が多いとしても、意味が薄い、あまり重要ではない単語といえます。単純に回数だけをランキング化しても、一般的な語が混じってしまいその文章の特徴をつかむことができません。
この問題を解決するため、テキストマイニングでは、「一般的な文書でよく出る単語は、重要ではないため、重み付けを軽くする」、いっぽう「一般的な文書ではあまり出現しないけれど、調査対象の文書だけによく出現する単語は重視する」仕組みを取り入れています。
こういった特徴語を抽出するためのロジックとして、一般的にTF-IDF法という統計処理をします。

自由意見のテキストマイニング結果（スコア分析）

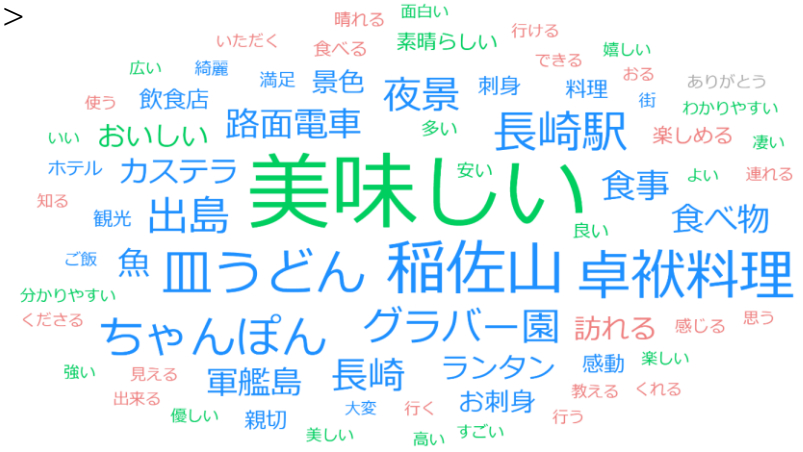
＜自然・街の景観（軍艦島含む）＞



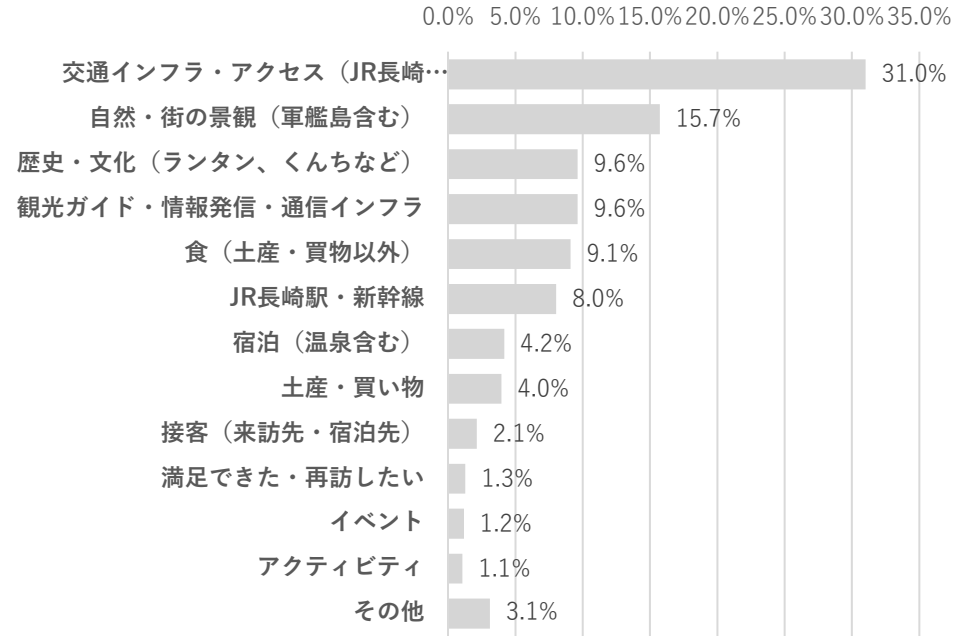
＜歴史・文化＞

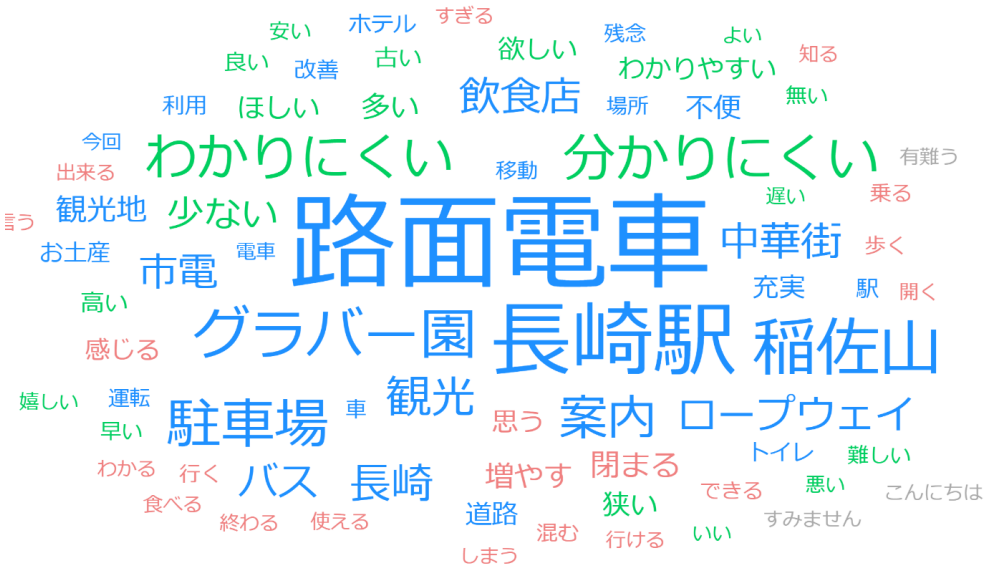


＜食＞

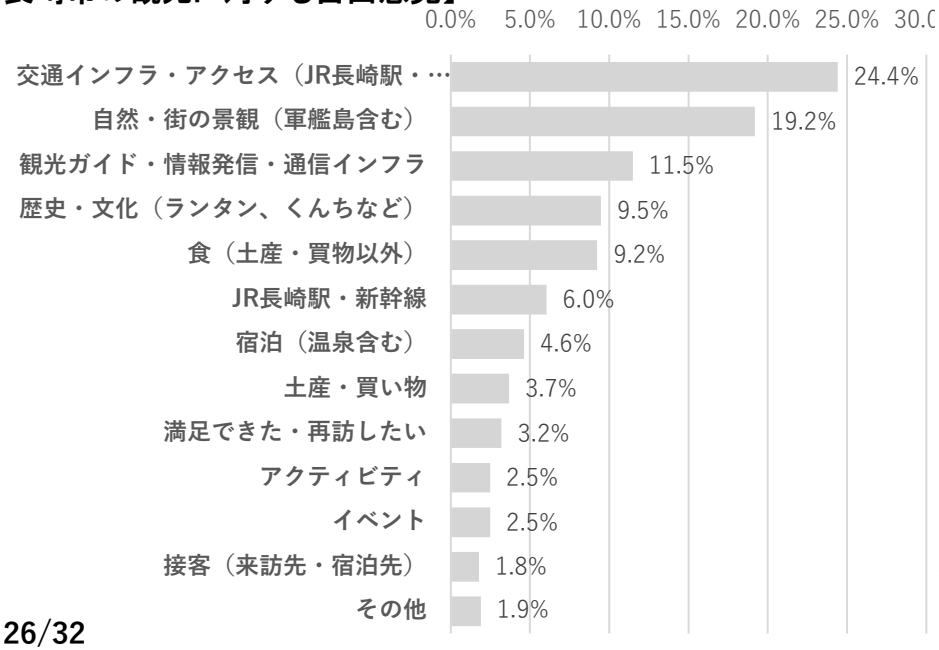


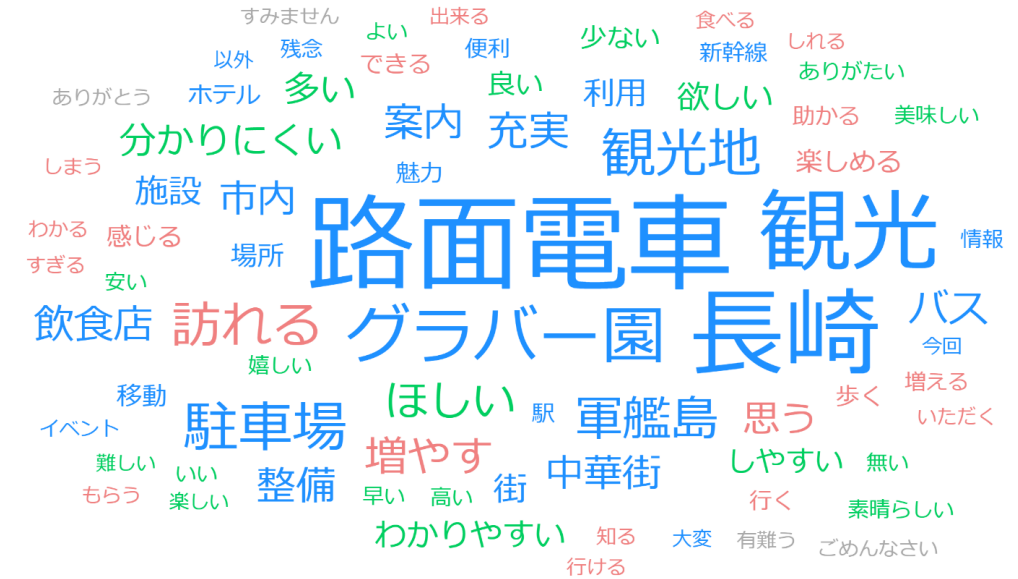
【長崎市の観光において改善して欲しい点・ご要望】





【長崎市の観光に対する自由意見】





- 1人あたりの観光消費額はすべての泊数で昨年度より3,900円増回し、特に２泊以上が大きく伸びた
- 居住地別では、すべての地区で増加。中でも、北海道・東北と関東と遠方からの単価が5万円を超え、北信越・中部、中国・四国は昨年度から飛躍的に増加した。

◎1人あたり観光消費額（円）

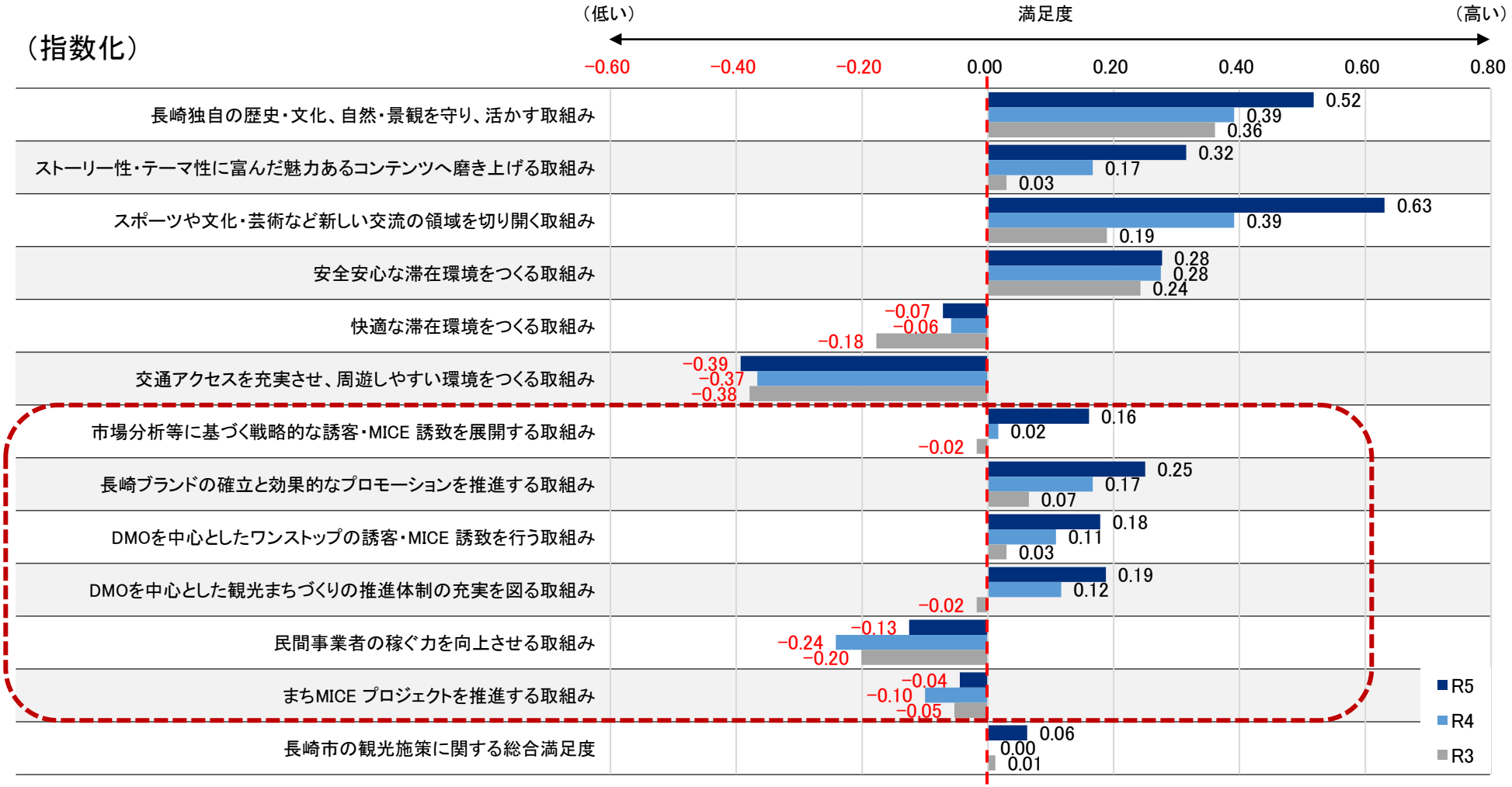
長崎市内での宿泊数	交通費	おみやげ・買物代	飲食代	宿泊代	入場・観覧料	その他	計	R4増加額
0泊（日帰り）	3,691	3,843	5,700	0	3,265	3,818	**20,317**	2,330
1泊	3,498	5,351	6,896	12,404	3,002	3,321	**34,472**	1,729
2泊	4,644	6,962	11,921	19,924	4,179	4,916	**52,546**	6,737
3泊以上	6,231	9,913	17,225	29,127	5,335	8,809	**76,640**	4,694
全体の平均	4,178	6,131	9,388	16,703	3,655	4,497	**44,552**	3,855

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	R4増加額
北海道・東北	4,471	9,808	11,019	21,622	4,433	11,538	**62,891**	27,543
関東	4,794	6,327	11,753	18,381	4,649	4,940	**50,844**	2,419
北陸信越・中部	4,631	6,581	9,577	20,194	3,950	3,977	**48,910**	6,281
近畿	4,095	6,420	9,496	15,707	3,689	4,788	**44,195**	3,947
中国・四国	4,391	9,250	10,021	17,897	4,094	3,797	**49,450**	9,722
九州・沖縄	3,489	4,749	6,913	14,272	2,523	3,515	**35,461**	3,020

4．　市内事業者調査

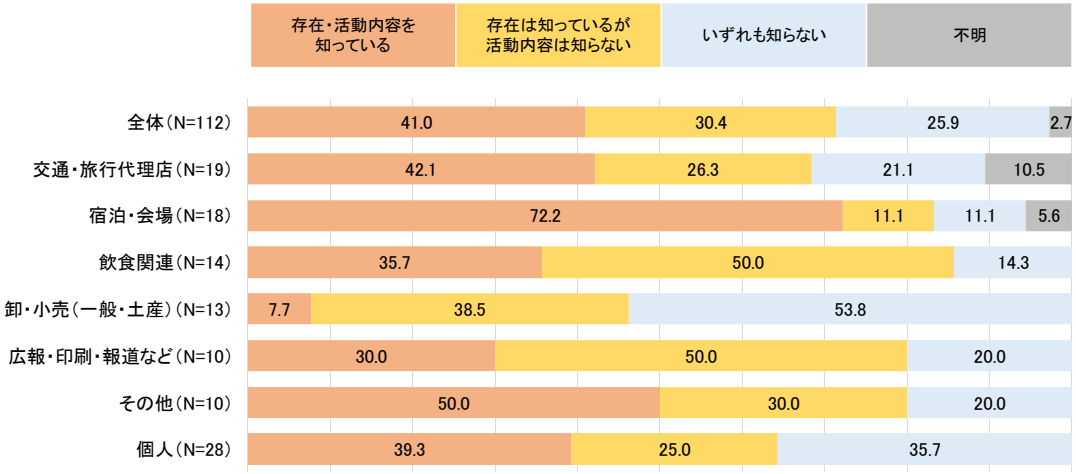
- DMOが中心となって地域事業者と推進する取組みについて、すべのの項目で昨年度より高い評価となった。特に「市場分析に基づく戦略的誘致」や、「民間事業者の稼ぐ力を向上」が向上した
- DMOに期待することとしては、これまで通り「情報発信」の強化がダントツで高く、次いで「イベントの開催」となった

◎長崎市全体で進めている「観光まちづくり」についての評価

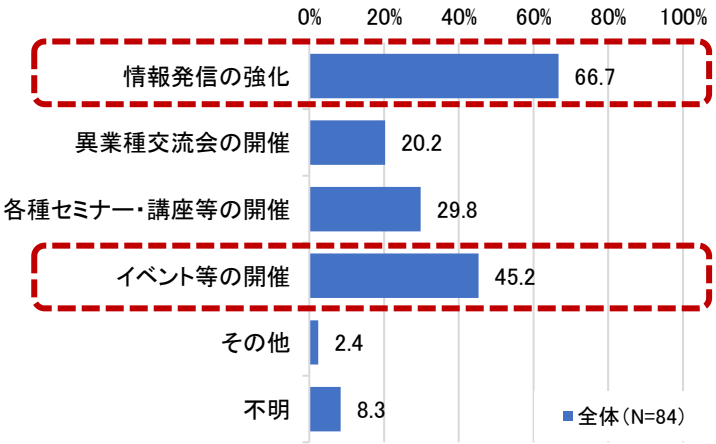


《満足度指数》＝（「大変満足」×2＋「まあ満足」×1＋「どちらともいえない」×0＋「やや不満」×（−1）＋「不満」×（−2））／回答数

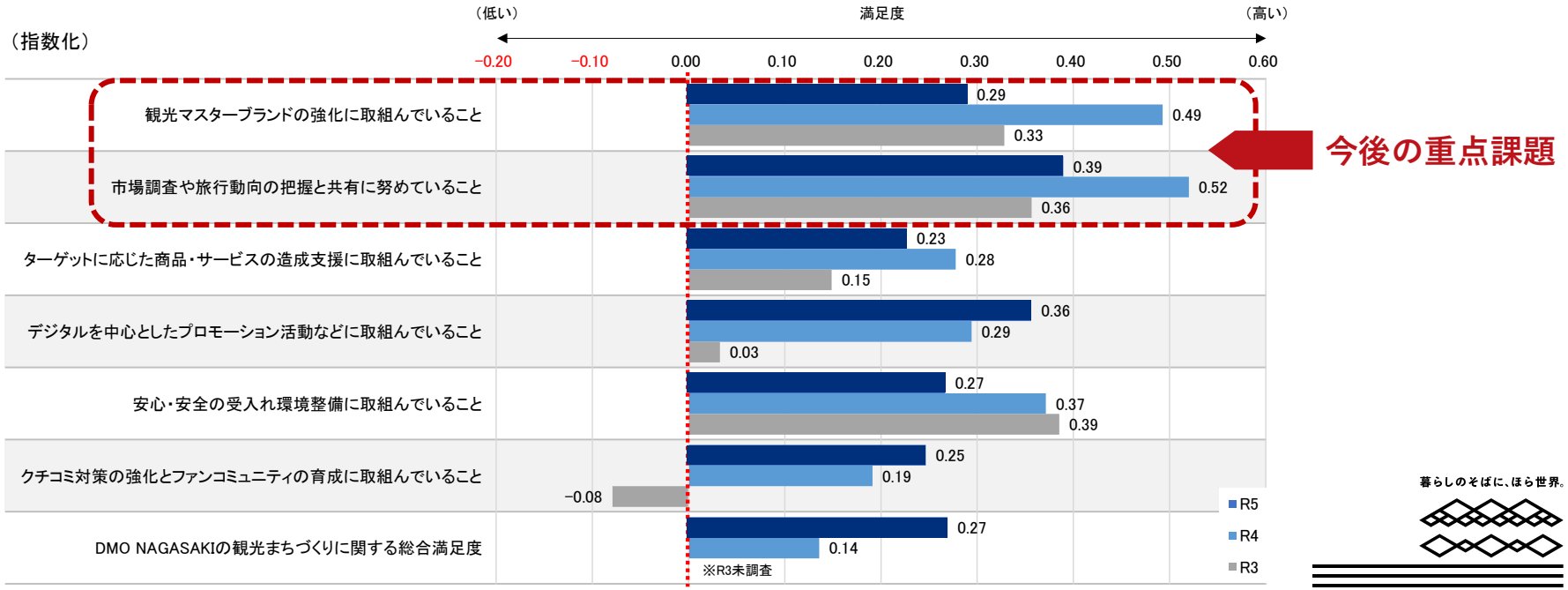
◎DMO NAGASAKI の認知度（存在・活動内容） 認知度R5：71.4%（R4:71.9%、R3:65.6%）



◎DMO NAGASAKI に期待すること



◎DMO NAGASAKI のブランディング・マーケティングサイクルを基本戦略とした取組みの評価



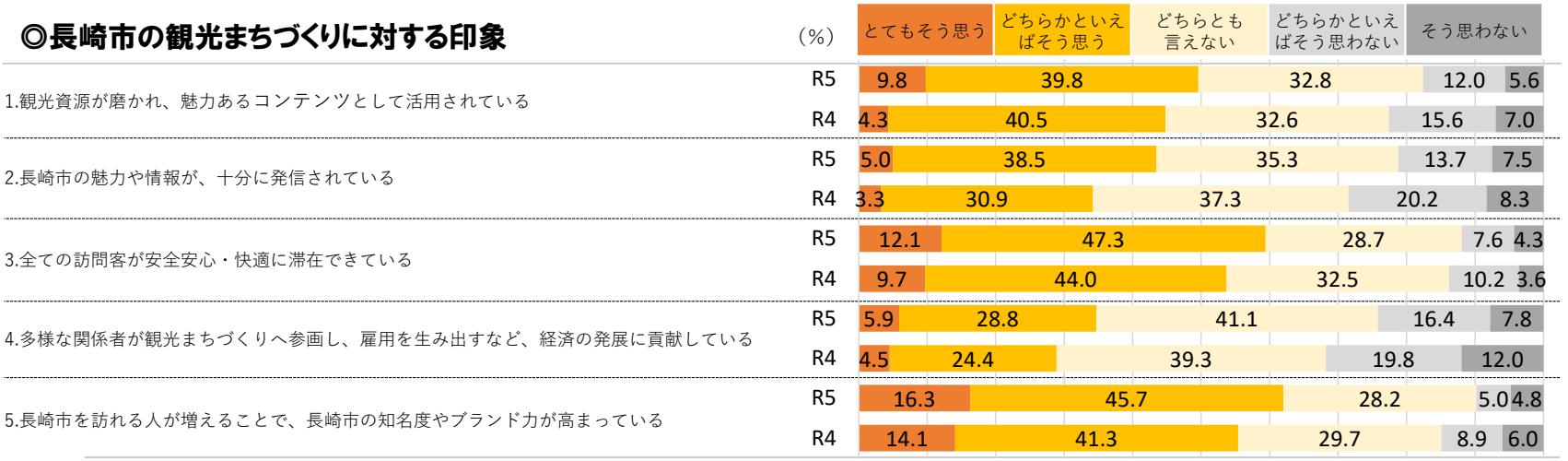
《満足度指数》＝（「大変満足」×2＋「まあ満足」×1＋「どちらともいえない」×0＋「やや不満」×（−1）＋「不満」×（−2））／「知らない」を除いた回答数

暮らしのそばに、ほら世界。
NAGASAKI

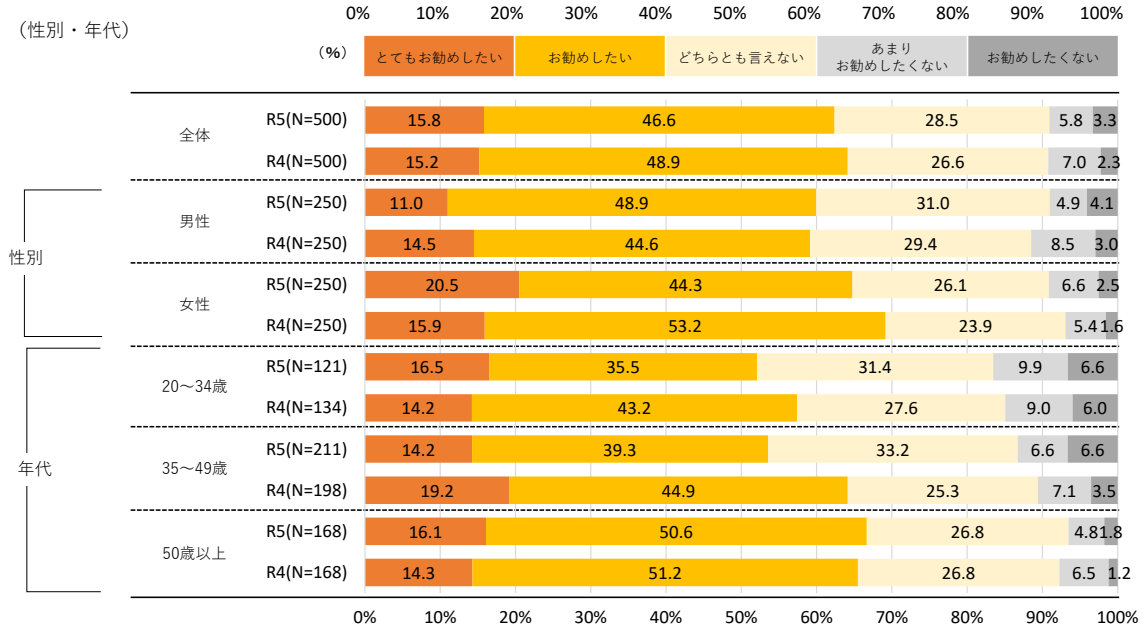
5． 市民アンケート

- 観光まちづくりに対する印象については、全項目でTOP BOX（とてもそう思う）が増加している
- 観光推奨度は全体でTOPBOXが増加しているが、女性と男性の評価が乖離している →段階を経て全方位型のインナーブランド強化へ

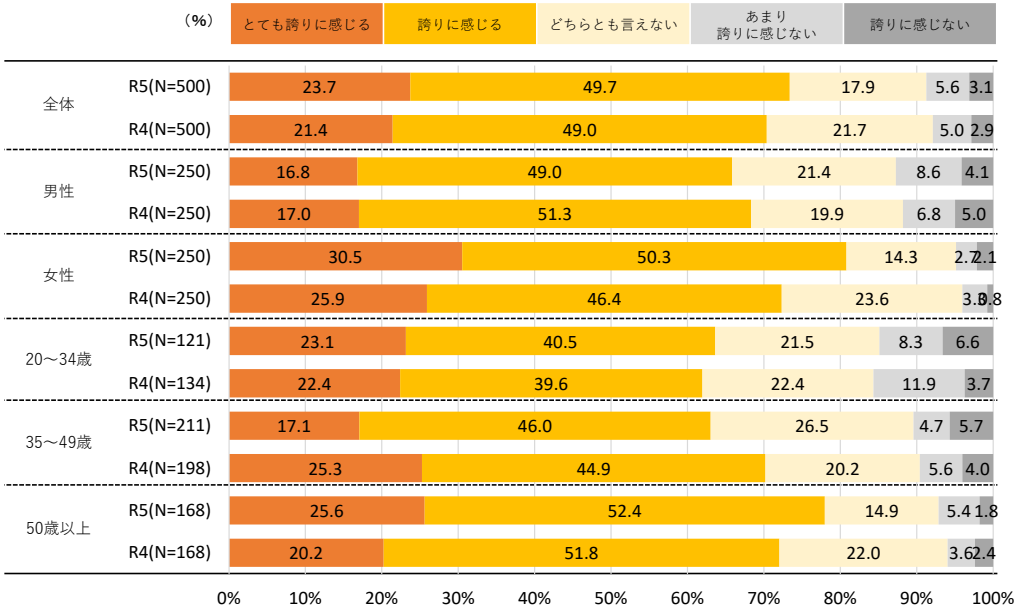
◎長崎市の観光まちづくりに対する印象



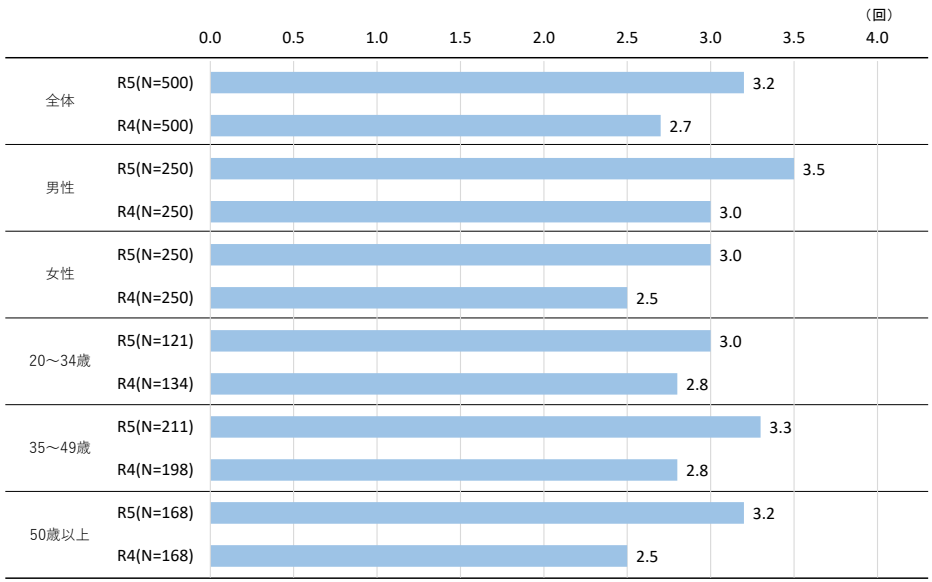
◎長崎市の観光推奨度



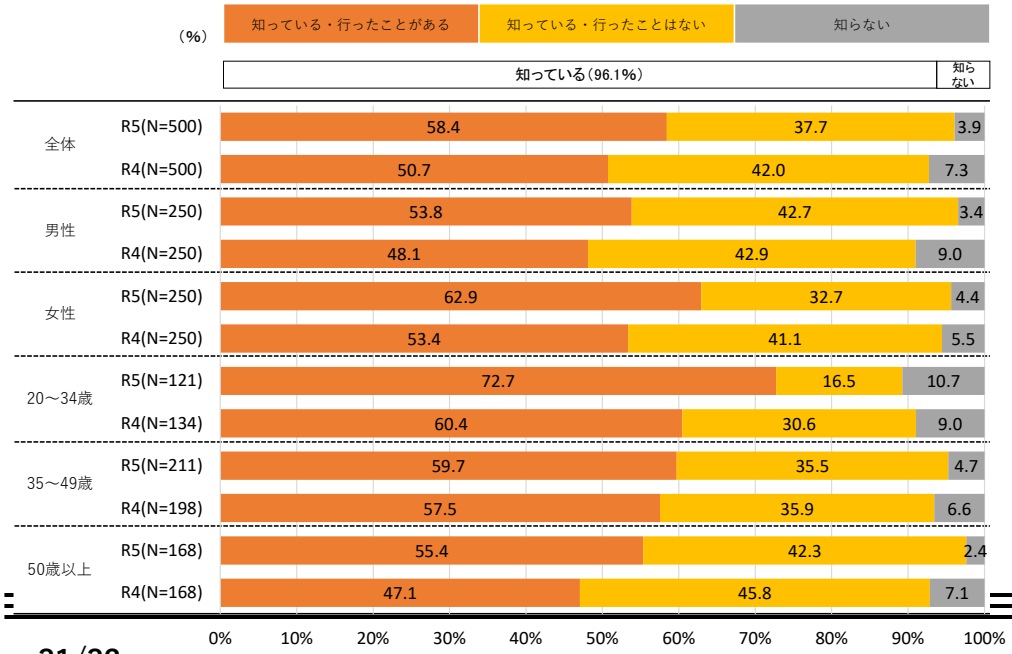
◎長崎市の観光への誇り



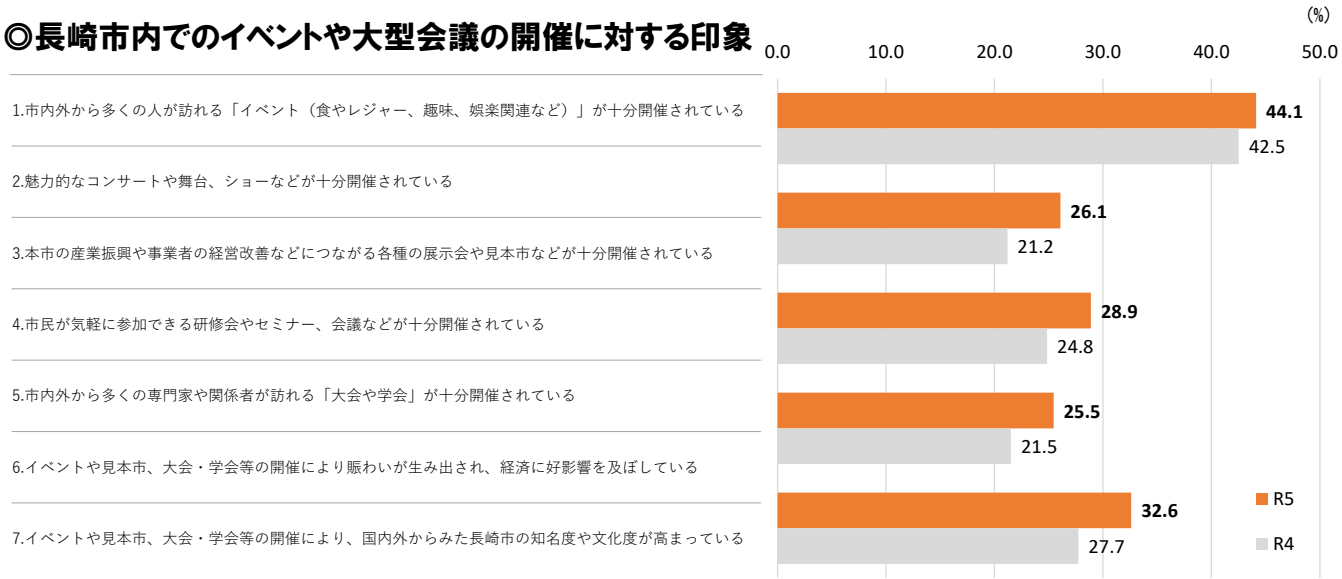
◎出島メッセ長崎の訪問回数（訪問経験者ベース）



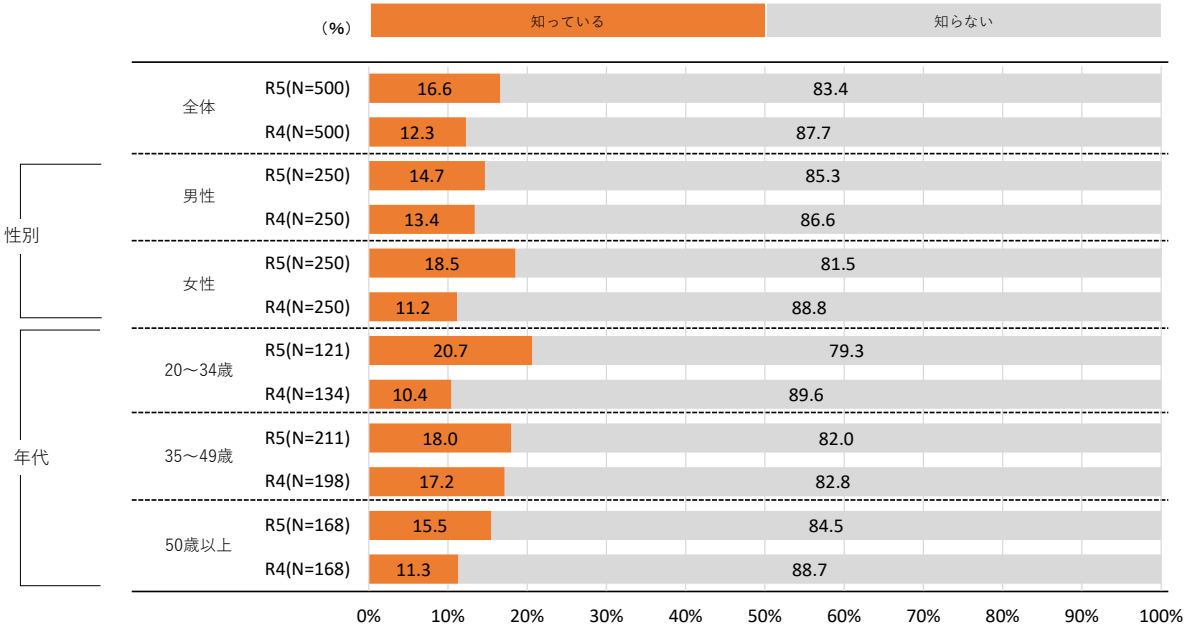
◎出島メッセ長崎の認知度・訪問率



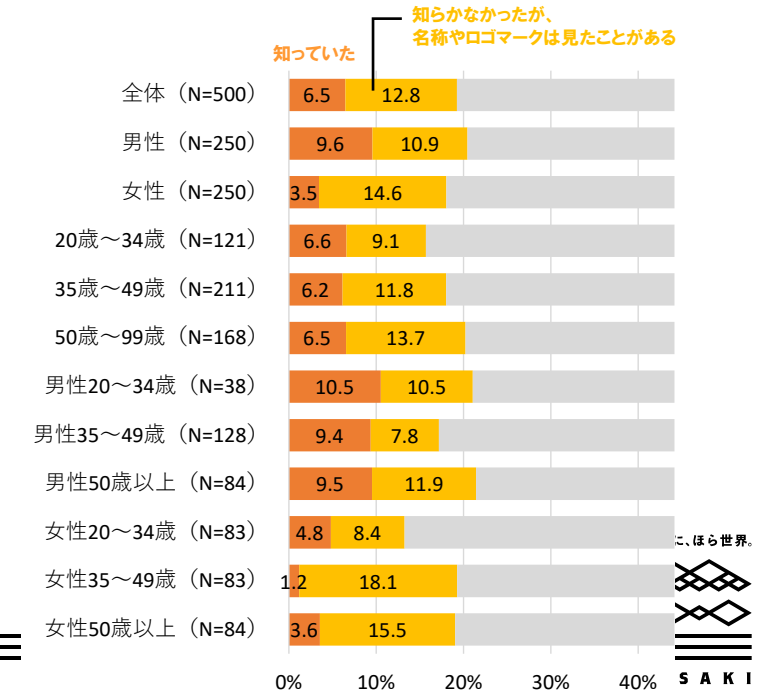
◎長崎市内でのイベントや大型会議の開催に対する印象



◎長崎市観光マスターブランドの認知度



◎「I am 長崎人-ふつうとふしぎの架け橋に-」の認知度



暮らしのそばに、ほら世界。

NAGASAKI

【ご注意：本資料の転載・複製での利用について】

- 本資料は、一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。事前に当協会までご連絡ください。使用用途によって転載・複製をご遠慮いただく場合もございます、予めご了承ください。

  ※お問い合わせ先：

  経営企画室　dmo@nagasaki-visit.com

- 本資料は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料を利用する場合にはお客さまの判断で利用してください。

一般社団法人 長崎国際観光コンベンション協会
Nagasaki International Tourism and Convention Association

〒850-0862　長崎県長崎市出島町1-1 出島ワーフ2階
TEL.095-823-7423　FAX.095-824-9128
https://www.at-nagasaki.jp/nitca

事業計画及び取組み実績、毎月のマーケティング情報や各種調査結果はコチラから↓
長崎市内事業者向け情報サイト　https://www.at-nagasaki.jp/dmo