

令和7年度 観光地域づくり包括的マーケティングリサーチ

- クルーズ船調査報告書 -

暮らしのそばに、ほら世界。



NAGASAKI

DMO NAGASAKI

INDEX

調査概要	2
調査結果サマリー	3
調査結果	5
1. 回答者属性	5
2. 長崎市を含むクルーズを選んだ理由	13
3. 長崎市内の訪問先	16
4. 長崎市内での食事	19
5. 長崎市内で購入したお土産	20
6. 長崎市内での消費金額	21
7. 長崎市の旅行情報の取得先	26
8. 長崎市でのツアー参加状況	32
9. 長崎市の観光満足度	34
10. 長崎市の推奨度	51

調査概要

調査時期	2025年10月13日	2025年10月17日	2025年10月29日	2025年11月10日	2025年12月1日	2025年12月25日
船名	SEVEN SEAS EXPLORER	SILVER MOON	STAR NAVIGATOR	DIAMOND PRINCESS	COSTA SERENA	SPECTRUM OF THE SEAS
クラス	ラグジュアリークラス	ラグジュアリークラス	プレミアムクラス	プレミアムクラス	カジュアルクラス	カジュアルクラス
調査方法	調査員(5名)による聞き取り					
サンプル数	638サンプル					
注記	グラフ等の図表については、四捨五入した値を表示しているため、個々の数字の合計は必ずしも総数と一致しない。コメントには有効回答数N=30以上のものを記載する。					

注) SA: 単純回答、MA: 複数回答、FA: 記述式回答

1	回答者属性	Q1	SA	性別	
		Q2	SA	年齢	
		Q3	FA	国籍	
		Q4	SA	日本へ来られたのは何回目ですか。	
		Q5	SA	長崎市に来られたのは何回目ですか。	
		Q6	SA	今回の旅行は、次のどれですか。(同行者)	
2	長崎市を含むクルーズを選んだ理由	Q7	MA	長崎市を含むクルーズを選んだ理由は何ですか。	
3	長崎市内の訪問先	Q8	MA	今回、長崎市のどこへ行きましたか。または行く予定ですか。	
4	長崎市内での食事	Q9	FA	長崎市では、何を食べましたか。または、食べたいですか。	
5	長崎市内で購入したお土産	Q10	FA	長崎市で買ったお土産、買いたいお土産は何ですか。	
6	長崎市内での消費金額	Q11.1	FA	今回の旅行では、長崎市内で1人あたりどれくらいお金を使いますか。	1.市内交通費
		Q11.2			2.市内でのおみやげ・買い物代
		Q11.3			3.市内食事代
		Q11.4			4.市内宿泊代
		Q11.5			5.市内の施設入場料 (アクティビティやガイド料含む)
7	長崎市の旅行情報の取得先	Q12	MA	旅行前に得た、長崎市の旅行情報の中で役に立ったものはどれですか。	
		Q13	MA	長崎市滞在中に、旅行のための情報を得るのに役立った(利用している)ものは何ですか。	
8	ツアーの参加状況	Q14	SA	長崎市ではツアーに参加しますか？または参加しましたか？	
9	長崎市の観光満足度	Q15.A	SA	長崎市の観光で満足したこと、不満だったことを教えてください。	A.宿泊
		Q15.B			B.飲食
		Q15.C			C.買物・土産
		Q15.D			D.市内交通(移動)
		Q15.E			E.観光案内所の快適性、案内サービスの充実
		Q15.F			F.観光施設の設備(案内や説明)やサービス
		Q15.G			G.旅ナカでの情報取得
		Q15.H			H.総合満足度
10	長崎市の推奨度	Q16	SA	長崎市を家族や友人にどれくらいお勧めしたいですか。0点～10点のスコアで教えてください。	



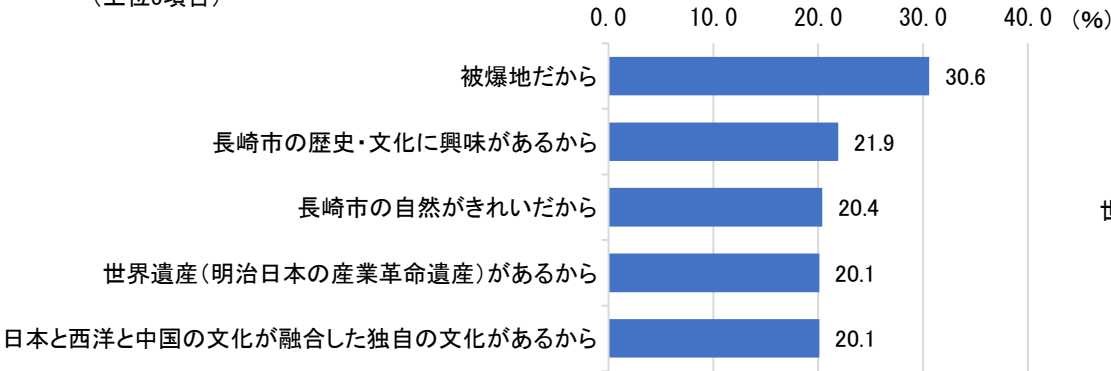
調査結果サマリー

〔実施時期〕 2025年10月～2025年12月 〔調査手法〕 調査員対面式調査 〔サンプル数〕 638人

長崎の歴史や自然、文化への興味度が高く、総合満足度ではクルーズ客の92.8%が満足、推奨度では半数以上が10点と回答。
長崎市での食事は「ラーメン」が「ちゃんぽん」を大きく上回り、市内での消費金額はお土産・買い物代が最も高く、13,014円。

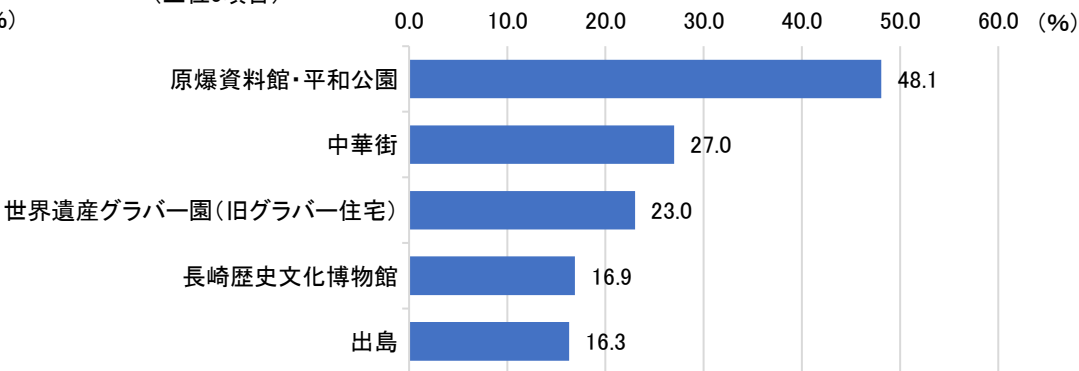
◎長崎市を含むクルーズを選んだ理由

(上位5項目)



◎長崎市内の訪問先

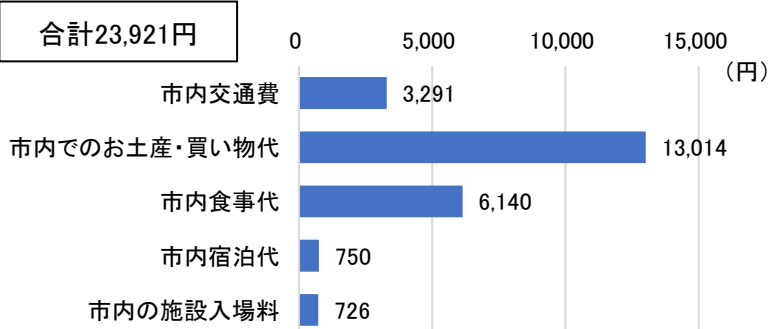
(上位5項目)



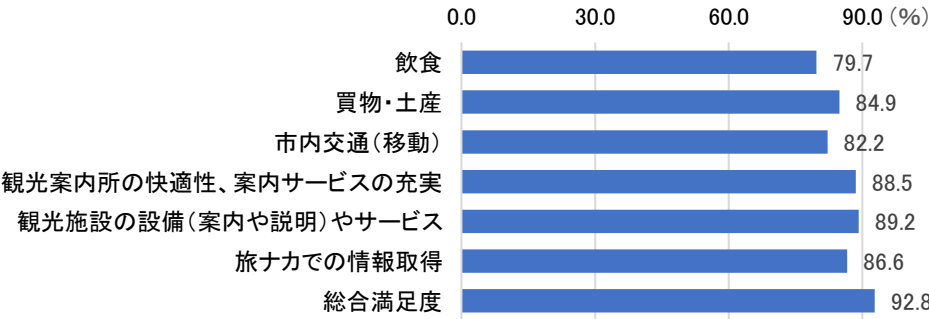
◎長崎市内での食事・購入したお土産(自由記述) ◎長崎市内での消費金額(0円を含む・無回答除く)

食事(上位7品目)	(人)
ラーメン	163
寿司	56
ちゃんぽん	48
カステラ	32
アイスクリーム	20
和食	11
中華料理	10

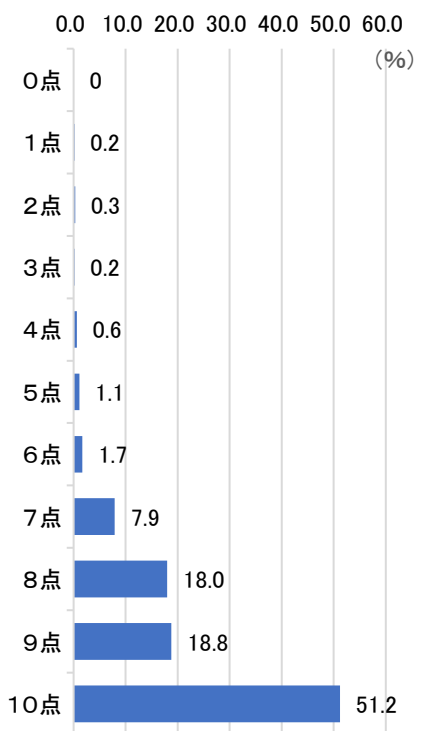
お土産(上位7品目)	(人)
カステラ	92
マグネット	88
Tシャツ	73
着物	20
箸	18
化粧品	15
ケーキ	13



◎長崎市の観光満足度(満足+やや満足の割合)



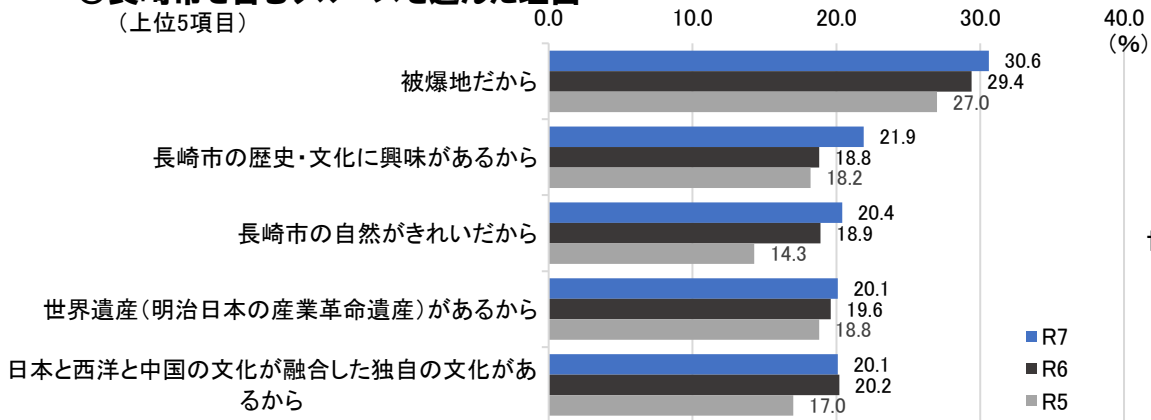
◎長崎市の推奨度



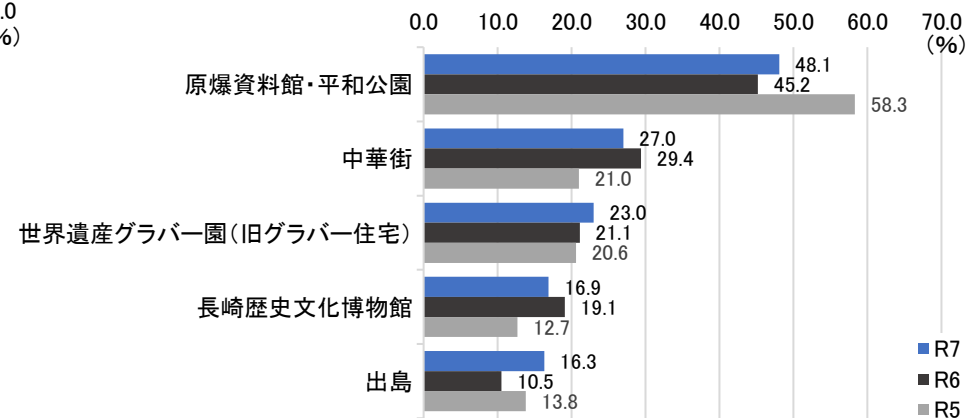


長崎市の観光満足度は3年連続上昇傾向。項目別で見ても、すべての項目で満足度が上昇している。
 「長崎市の歴史・文化に興味があるから」や「自然がきれいだから」という理由で訪れる人が増加している。
 長崎市内の訪問先は3年連続で原爆資料館・平和公園が最多だが、R5年と比べると減少傾向。
 消費金額は市内でのお土産・買い物代が最も高くなっている。

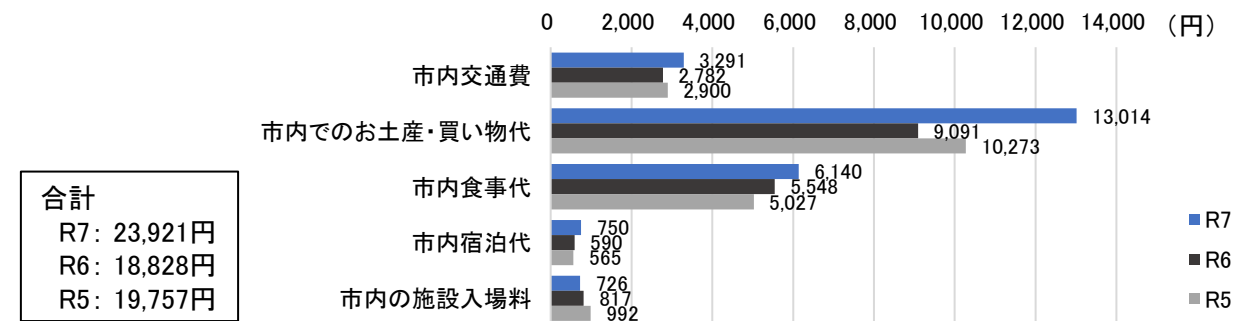
◎長崎市を含むクルーズを選んだ理由
 (上位5項目)



◎長崎市内の訪問先
 (上位5項目)



◎長崎市内での消費金額(0円を含む・無回答除く)



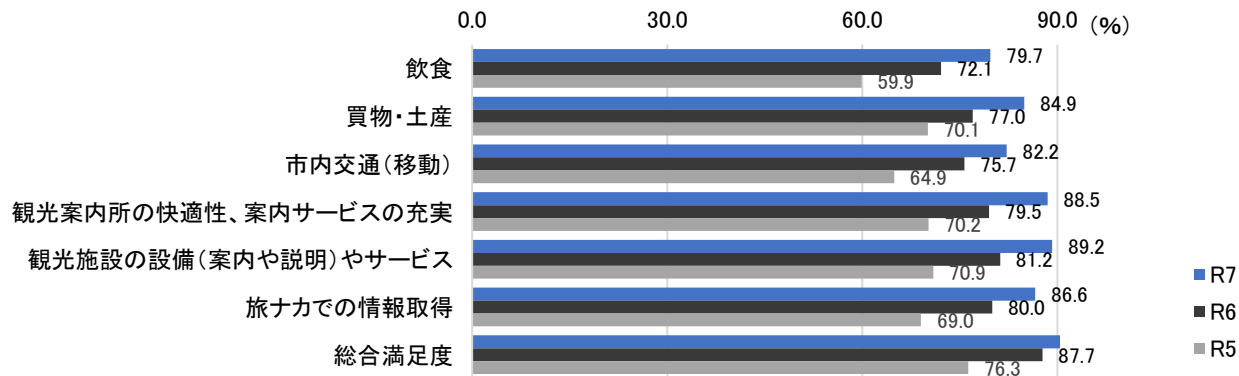
合計

R7: 23,921円

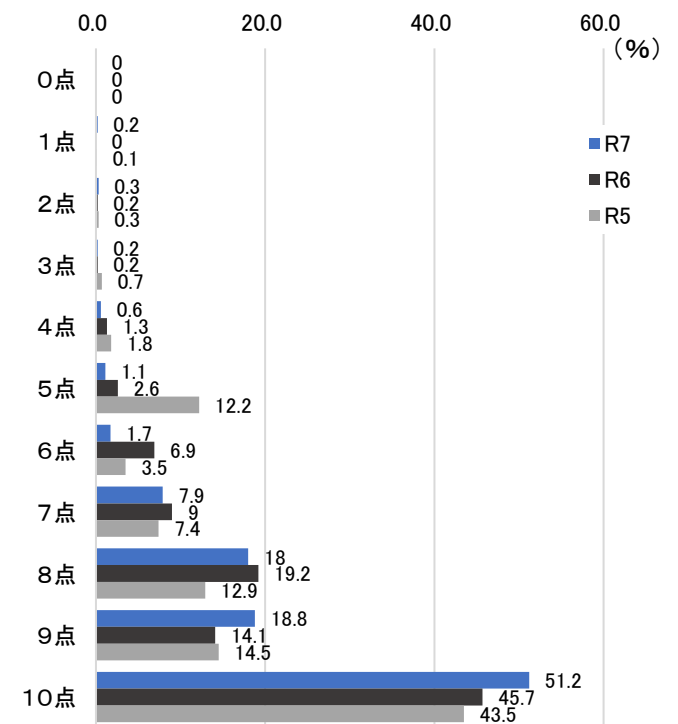
R6: 18,828円

R5: 19,757円

◎長崎市の観光満足度(満足+やや満足の割合)



◎長崎市の推奨度

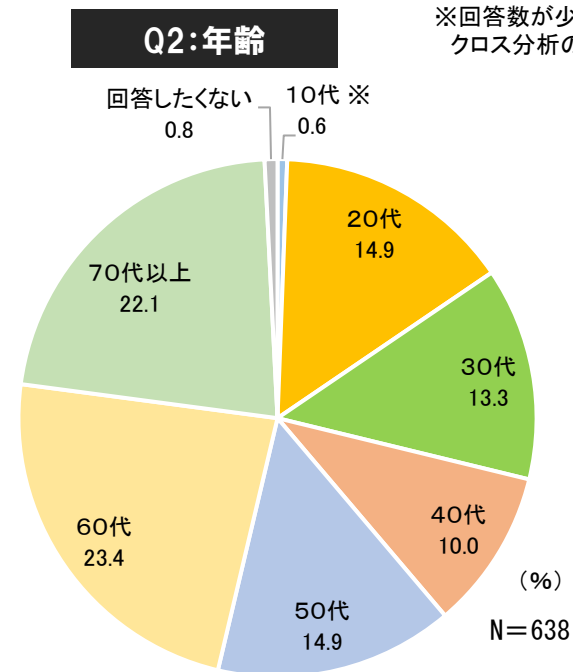
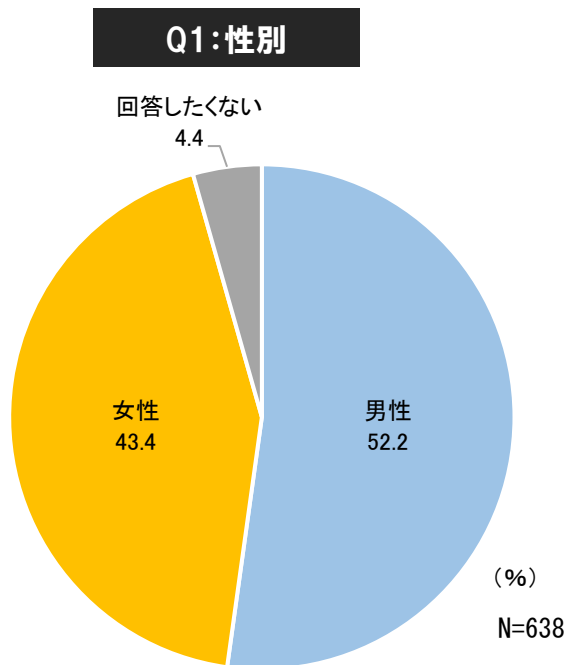


調査結果

1

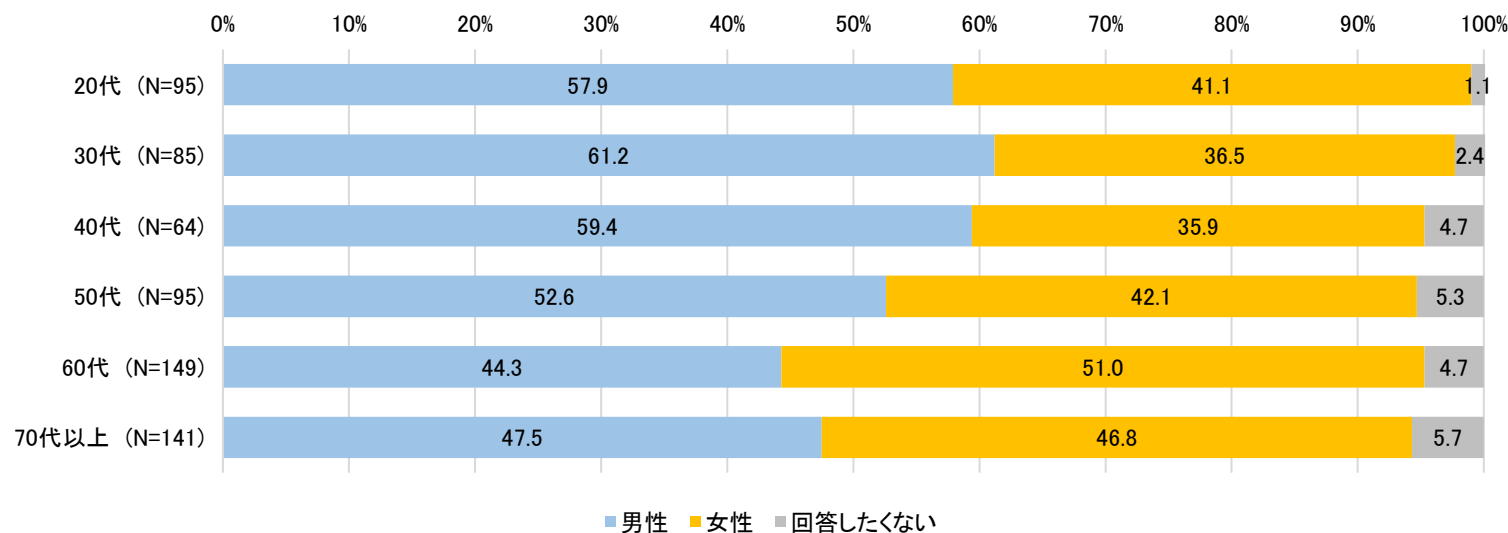
回答者属性

- 男女比は男性52.2%、女性43.4%と男性のほうがやや多い結果となった。
- 年齢は60代が23.4%で最も多く、70代以上が22.1%、50代が14.9%と続き、半数近くが60代以上のシニア世代となった。
- 60代のみ女性の割合がやや高く、他の年代は男性の割合が高い。

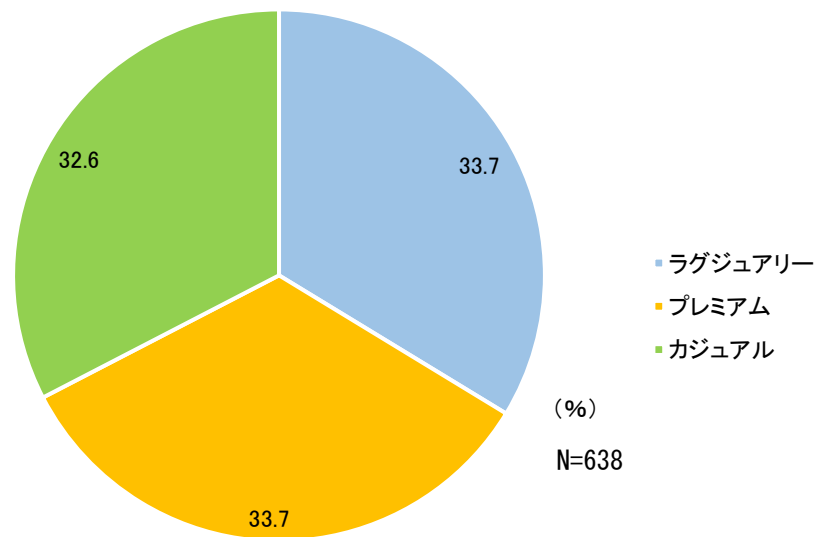


※回答数が少ないため、クロス分析の対象外とする

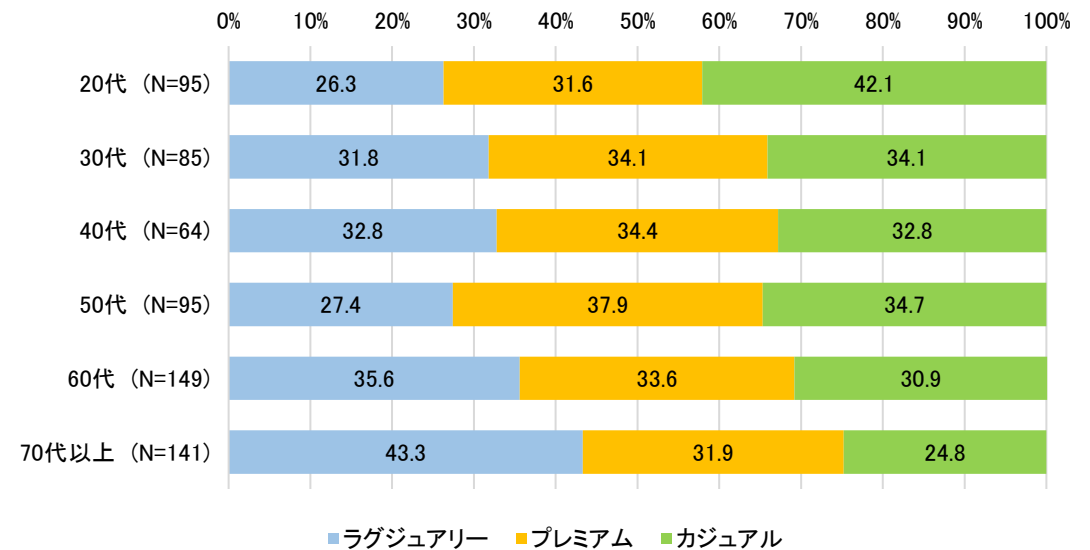
(年代×性別)



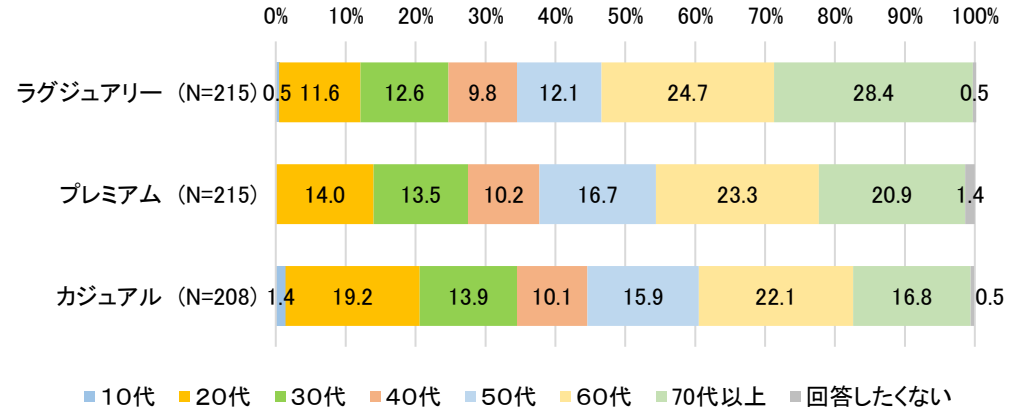
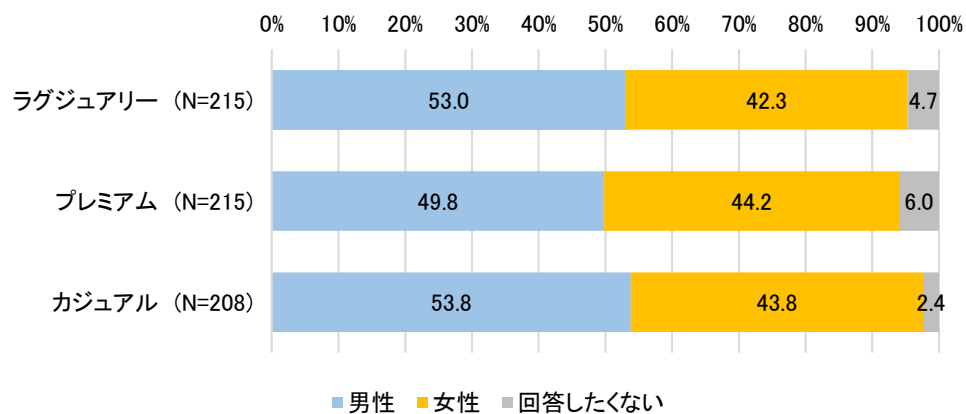
(グレード)



(グレード×年代)

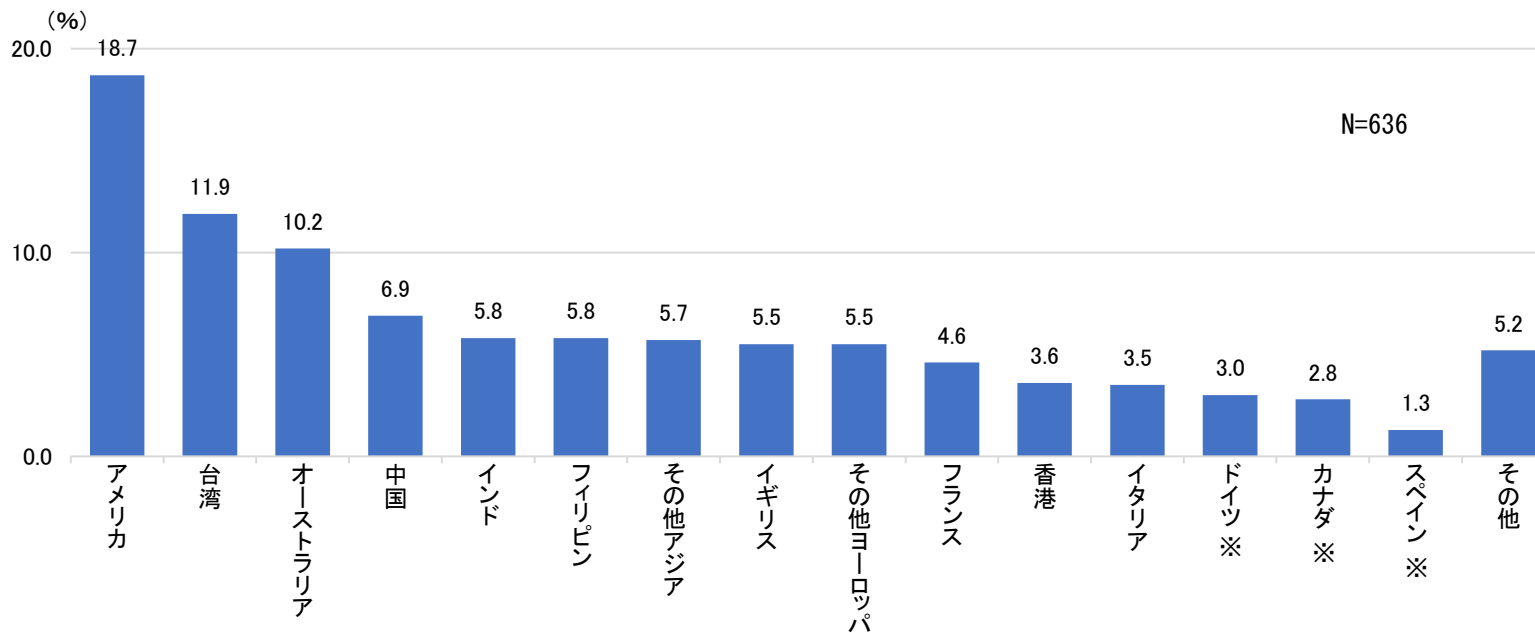


(グレード×性別)



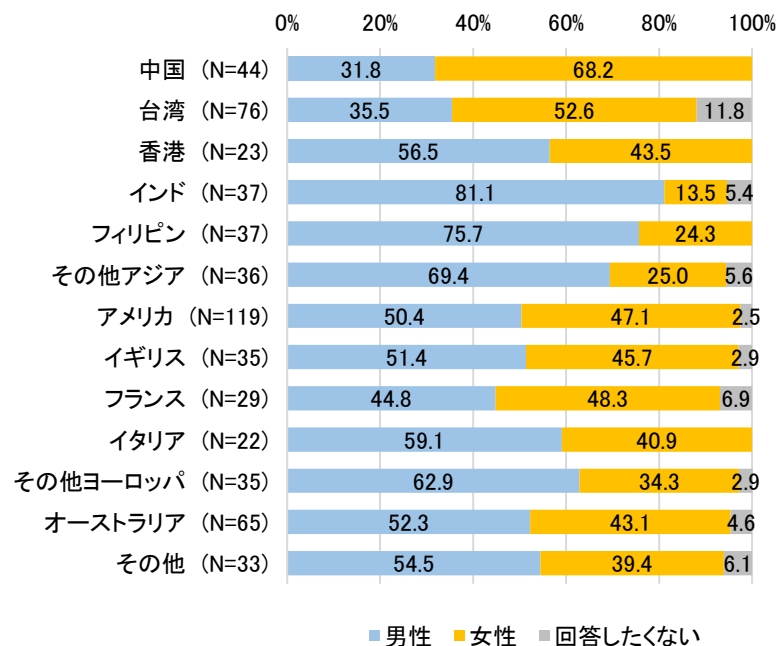
Q3:国籍

・アメリカが18.7%で最も多く、台湾、オーストラリアが続いている。

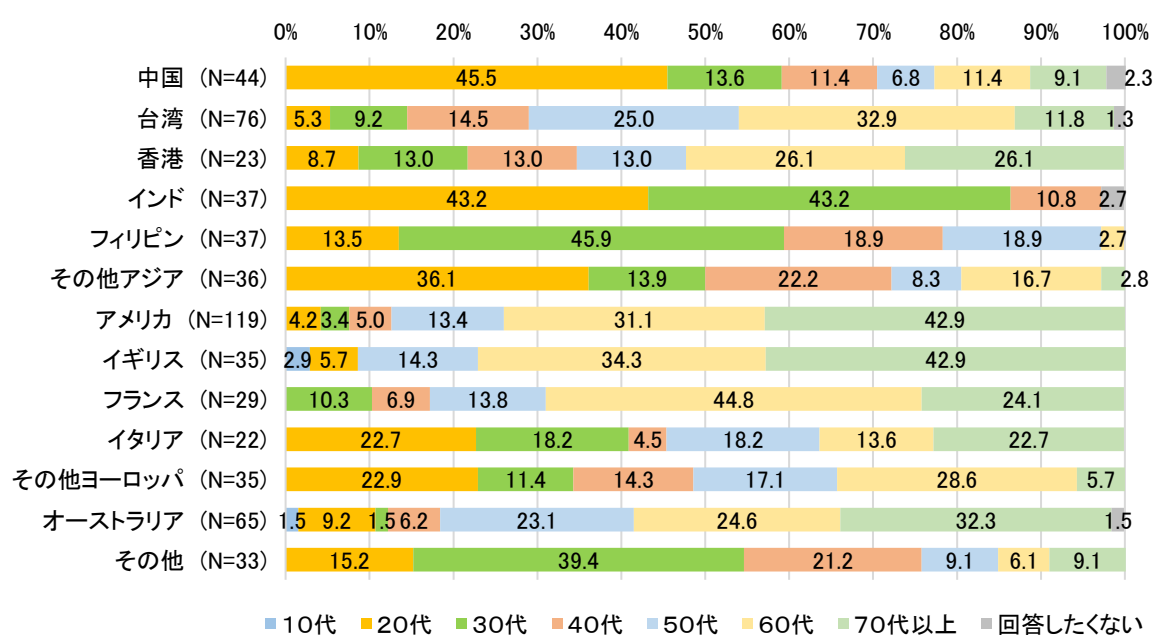


※回答数が少ないため、
クロス分析の対象外とする

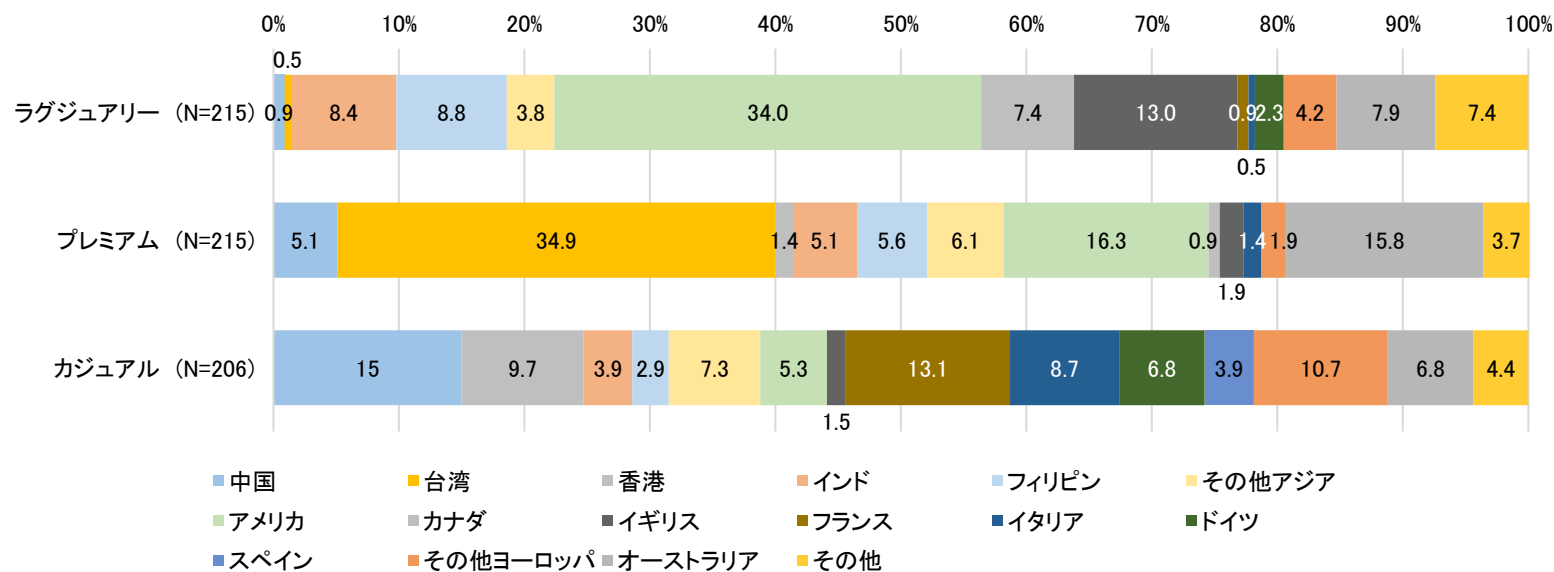
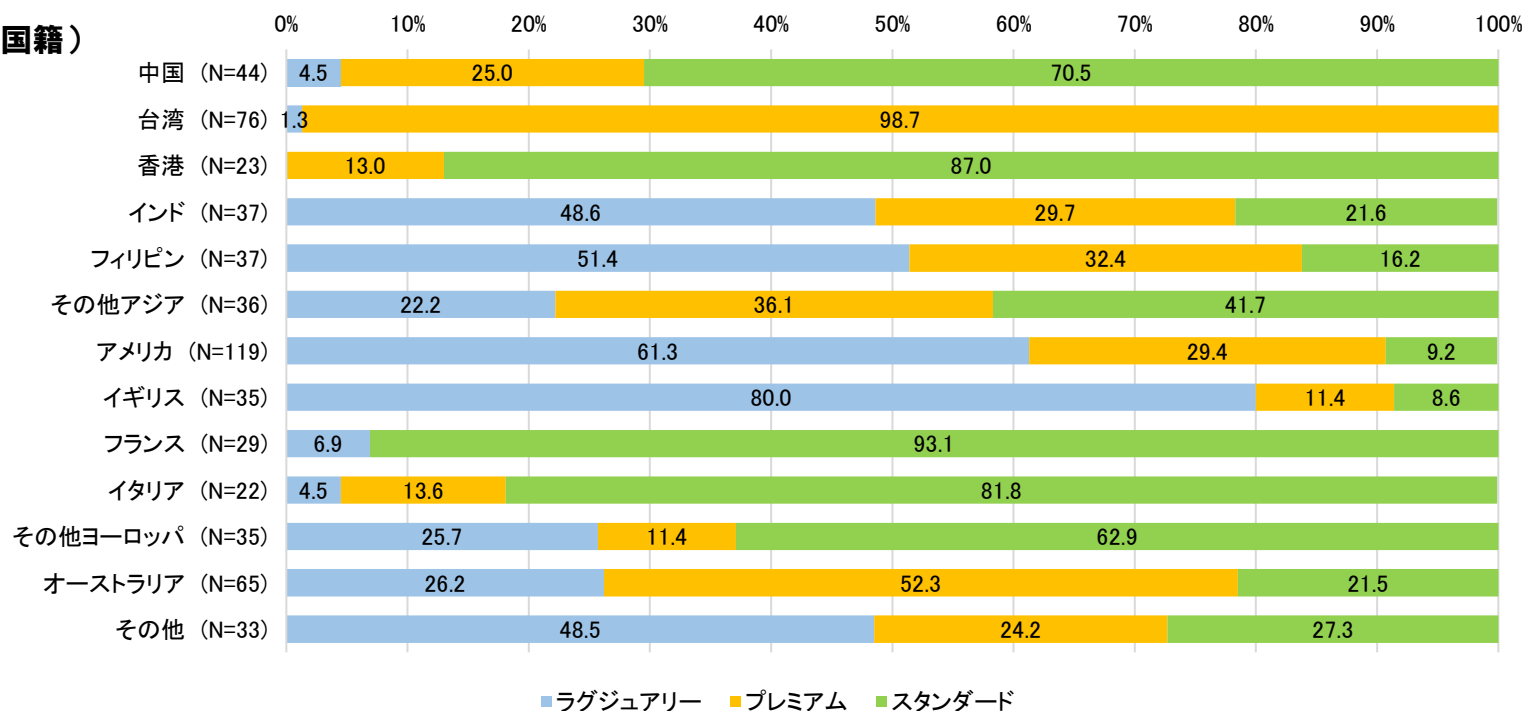
(性別×国籍)



(年代×国籍)



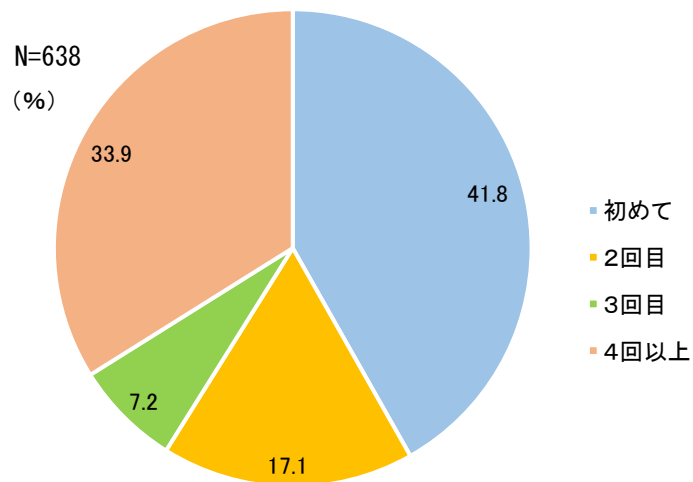
(グレード×国籍)



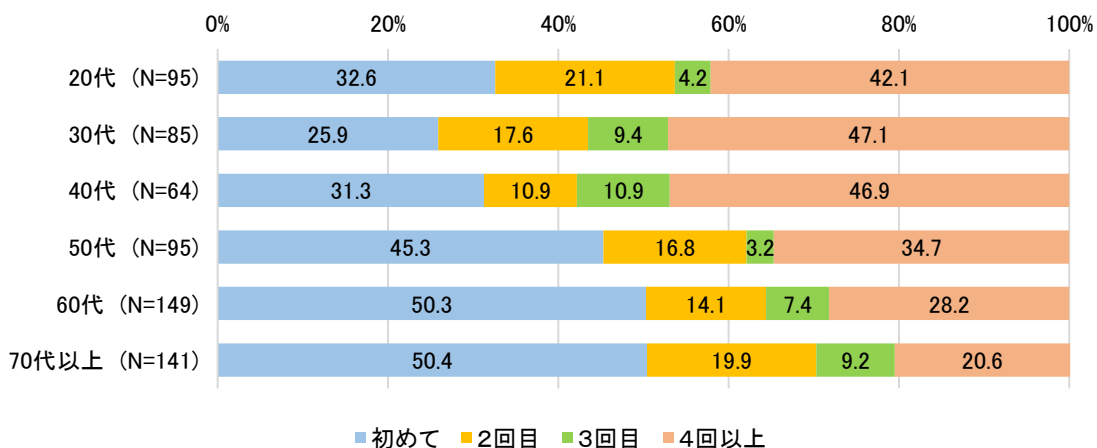
Q4:訪日回数(日本へ来られたのは何回目ですか。)

- 全体では、初めてが41.8%で最も多く、4回以上が33.9%、2回目が17.1%、3回目が7.2%と続いている。
- 性別では、「初めて」が女性では44.4%と男性の39.3%と比べて約5.1ポイント高くなっている。
- 年代別では、20～40代、70代以上は2回目以上が約5割～7割に対し、50代、60代は約6割が「初めて」となっている。
- 国籍別では、欧米豪で「初めて」の割合が高く、アジアは「4回以上」の割合が高い。

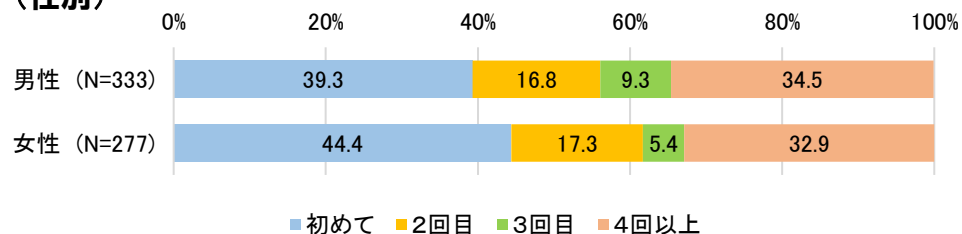
(全体)



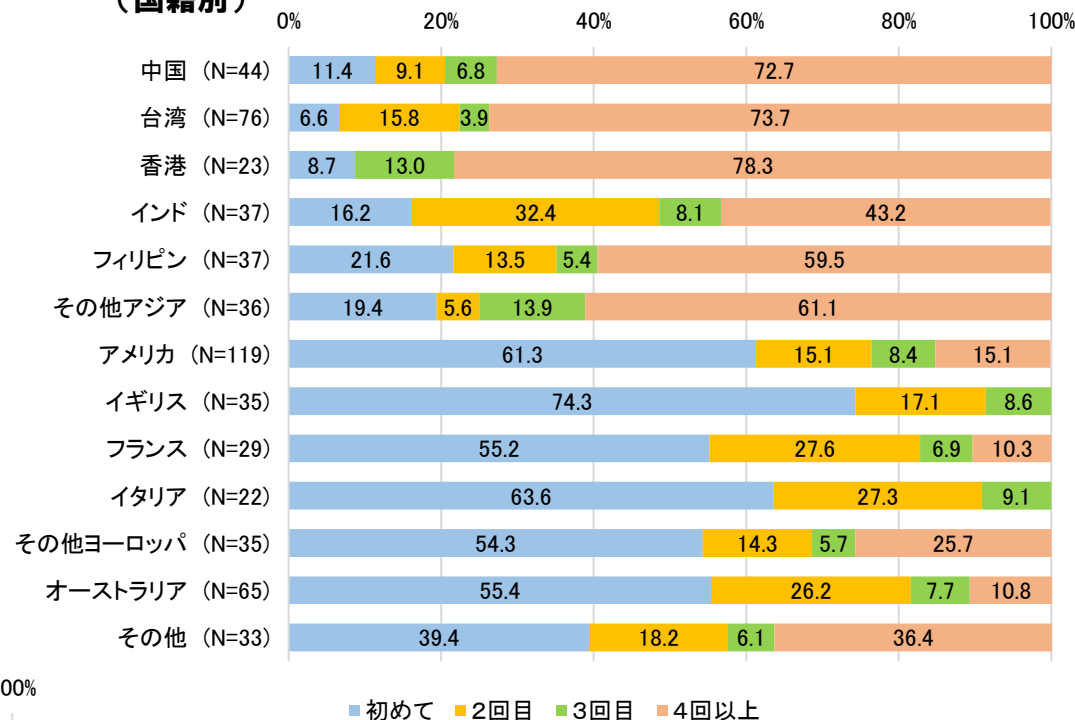
(年代別)



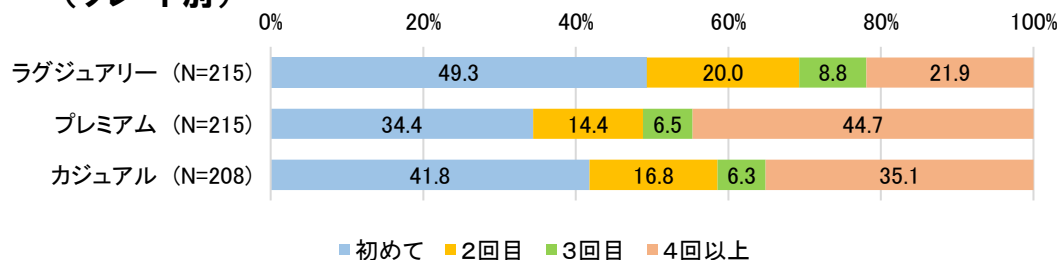
(性別)



(国籍別)



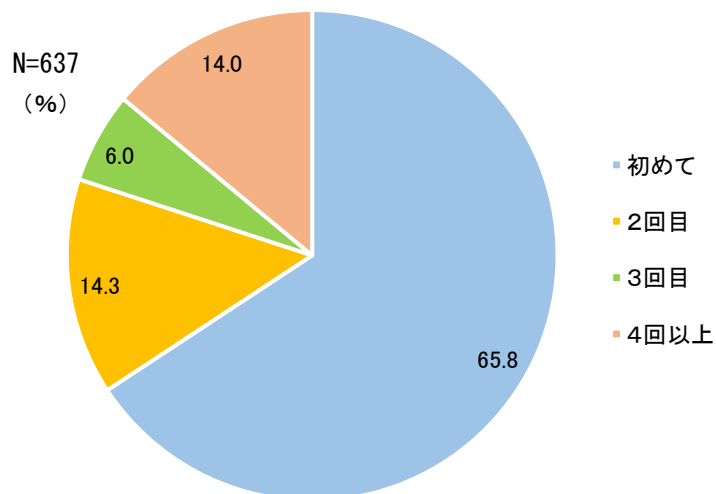
(グレード別)



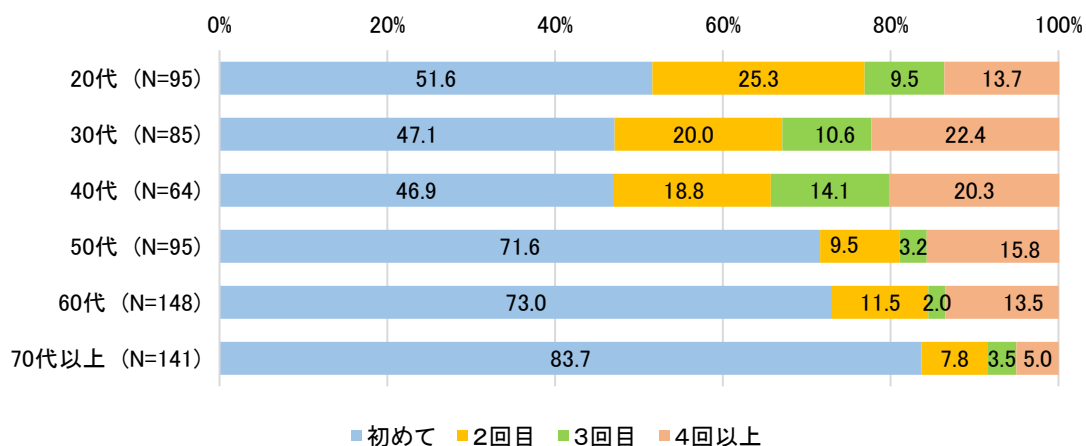
Q5:長崎市への訪問回数(長崎市に来られたのは何回目ですか。)

- 全体では、「初めて」が65.8%で最も多く、2回目が14.3%、4回以上が14.0%、3回目が6.0%と続いている。
- 性別では、男性も女性も「初めて」が最も多く、女性の方が男性よりも6.4ポイント高い。
- 年代別では、20～40代で「初めて」と「2回以上」に二極化されており、50代以上は「初めて」が7割を超えている。
- 国籍別では、中国・台湾・インド・フィリピンで「初めて」の割合が少なく、6割以上の人が2回以上訪れている。

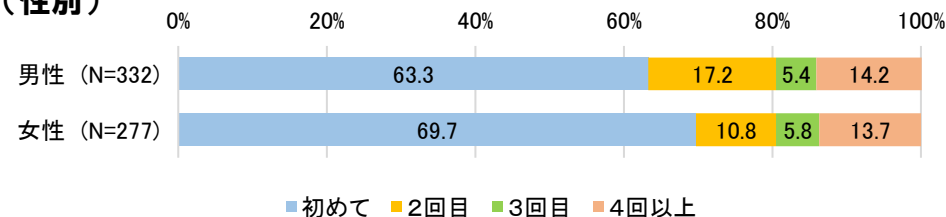
(全体)



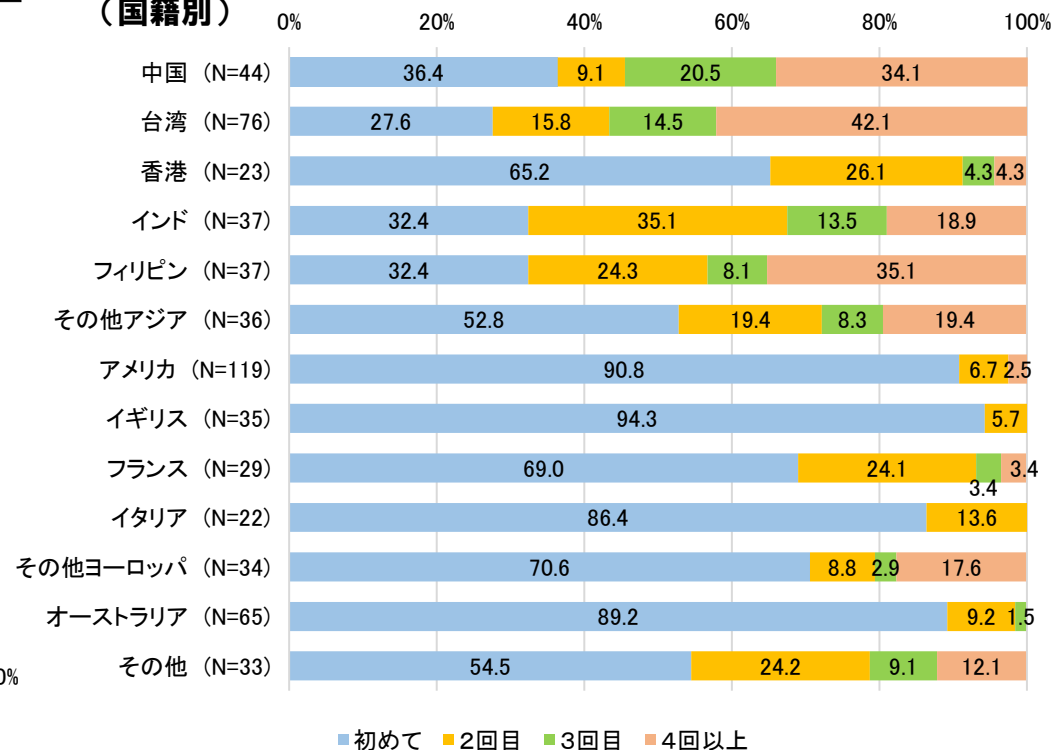
(年代別)



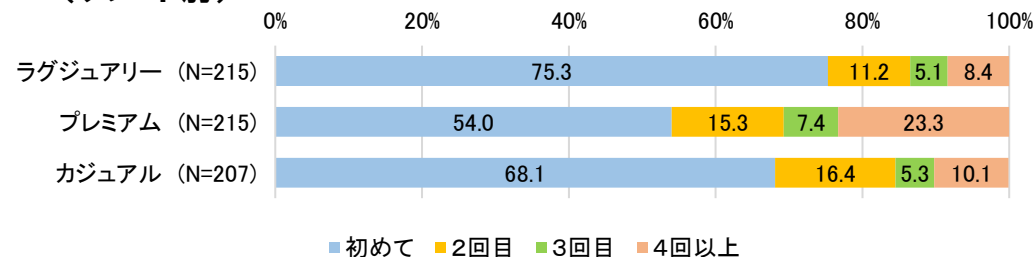
(性別)



(国籍別)



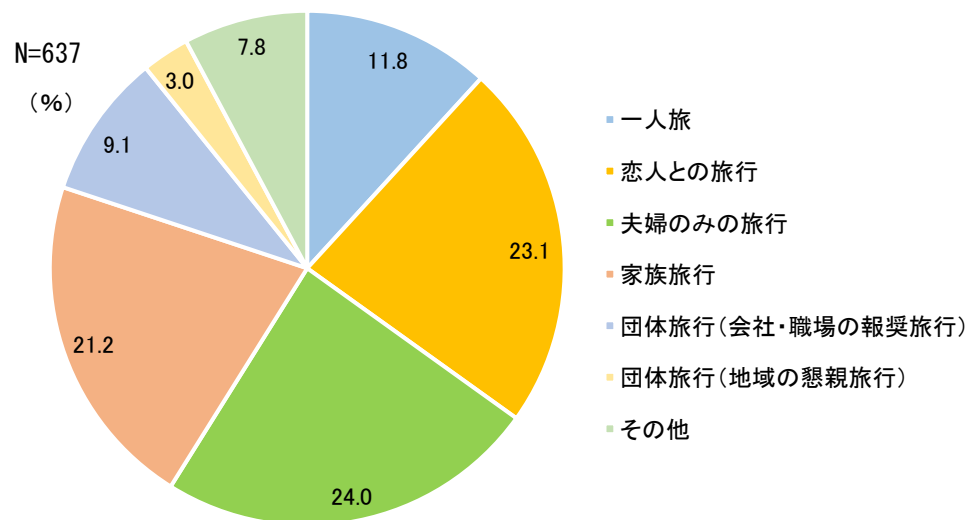
(グレード別)



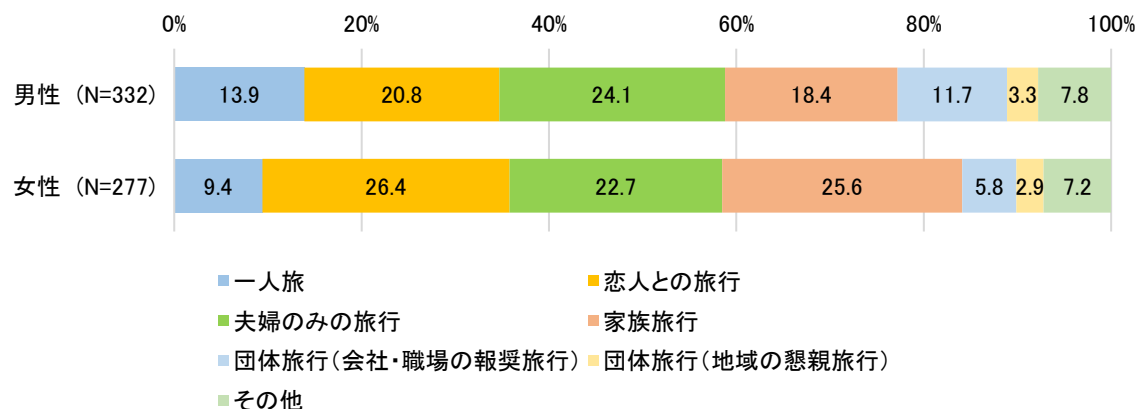
Q6:同行者(今回の旅行は、次のどれですか。)

- 全体では、「夫婦のみの旅行」が24.0%で最も多く、「恋人との旅行」「家族旅行」が続いている。
- 性別では、「家族旅行」と「恋人との旅行」が女性の方がポイントが高い一方で、男性では「一人旅」「団体旅行(会社・職場の報奨旅行)」の割合が女性よりもやや高い。
- 年代別では、20～40代で「一人旅」や「団体旅行(会社・職場の報奨旅行)」の割合が比較的高く、50代以上では「夫婦のみの旅行」の割合が高くなっている。
- 国籍別では、欧米豪で比較的「恋人との旅行」の割合が高いが、アメリカやイギリスでは「夫婦のみの旅行」も高いなど国籍によって同行者に違いがみられる。

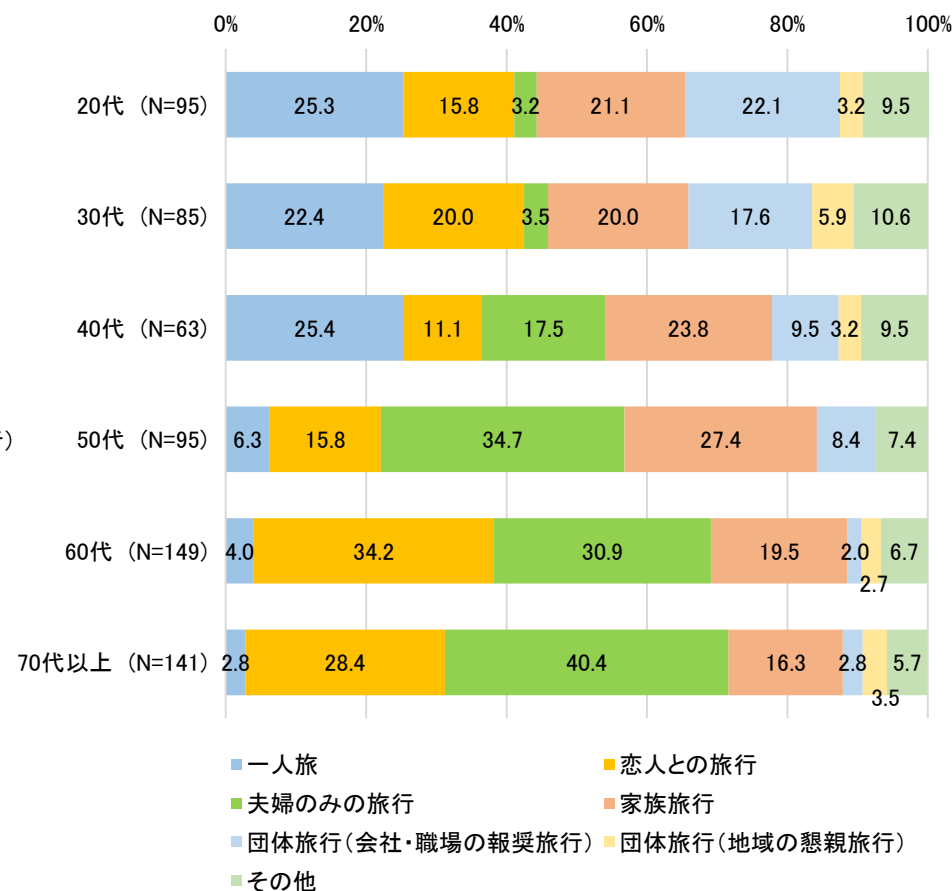
(全体)



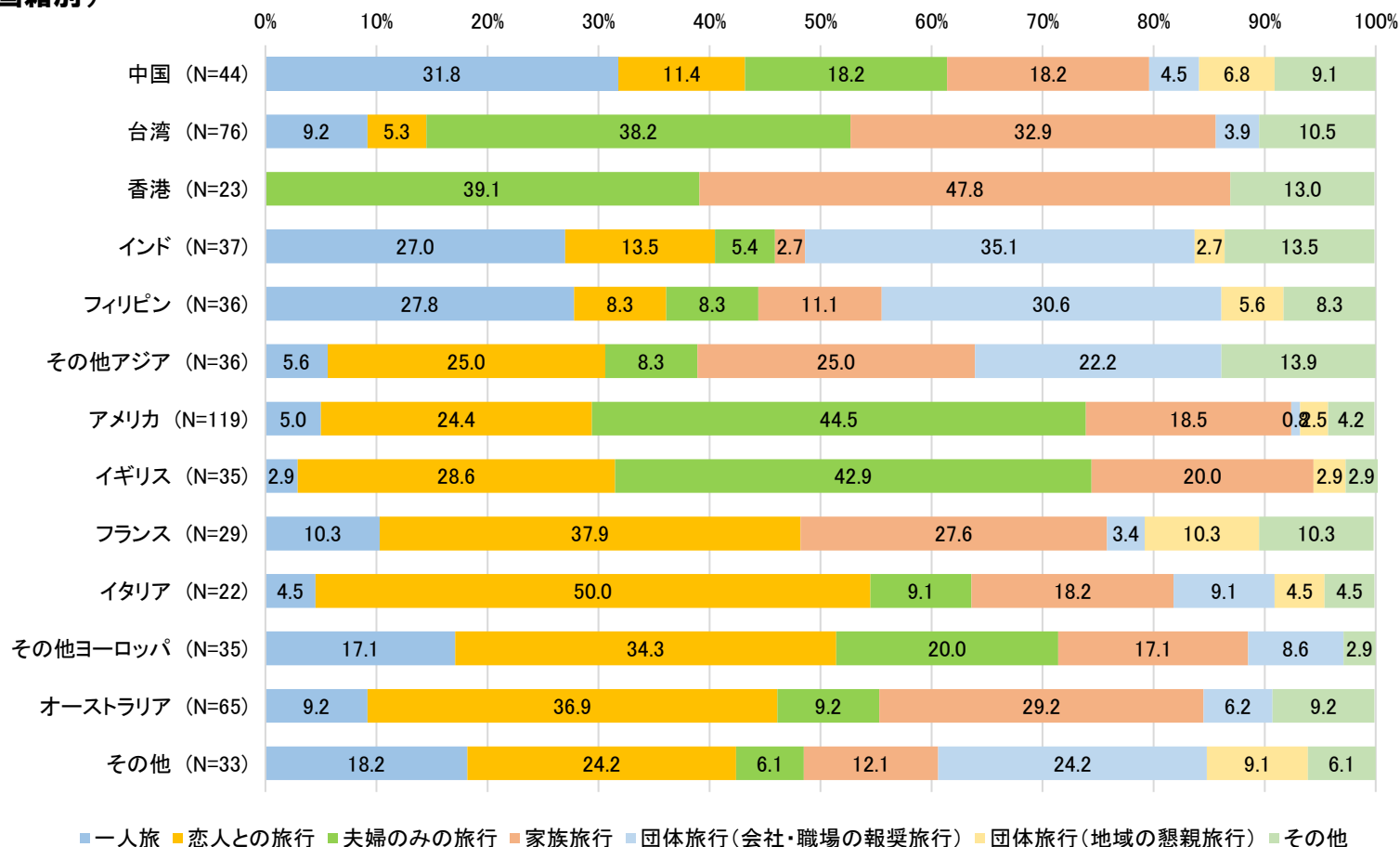
(性別)



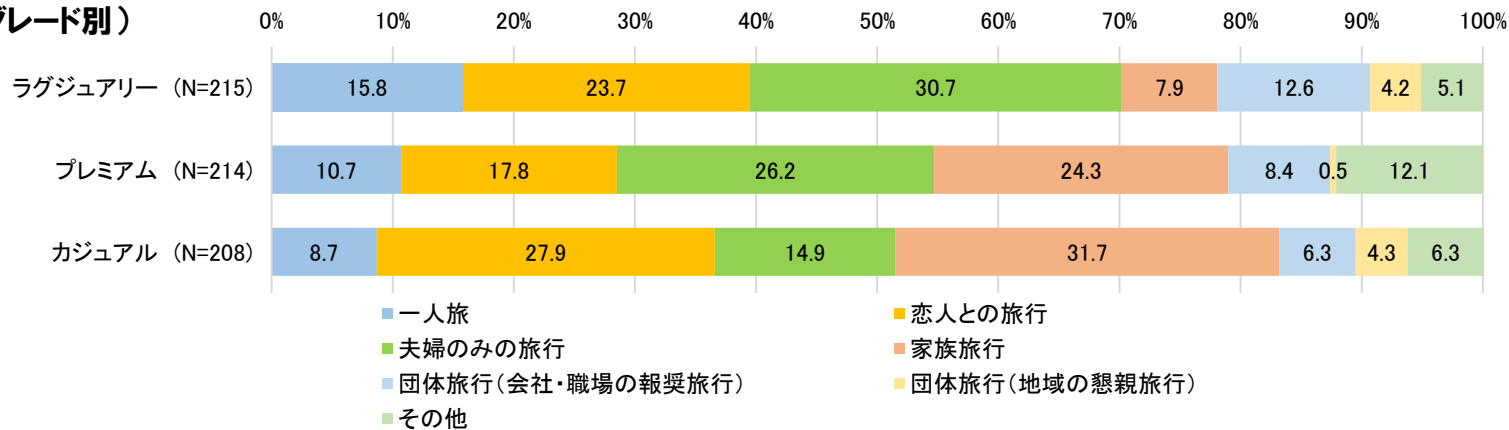
(年代別)



(国籍別)



(グレード別)

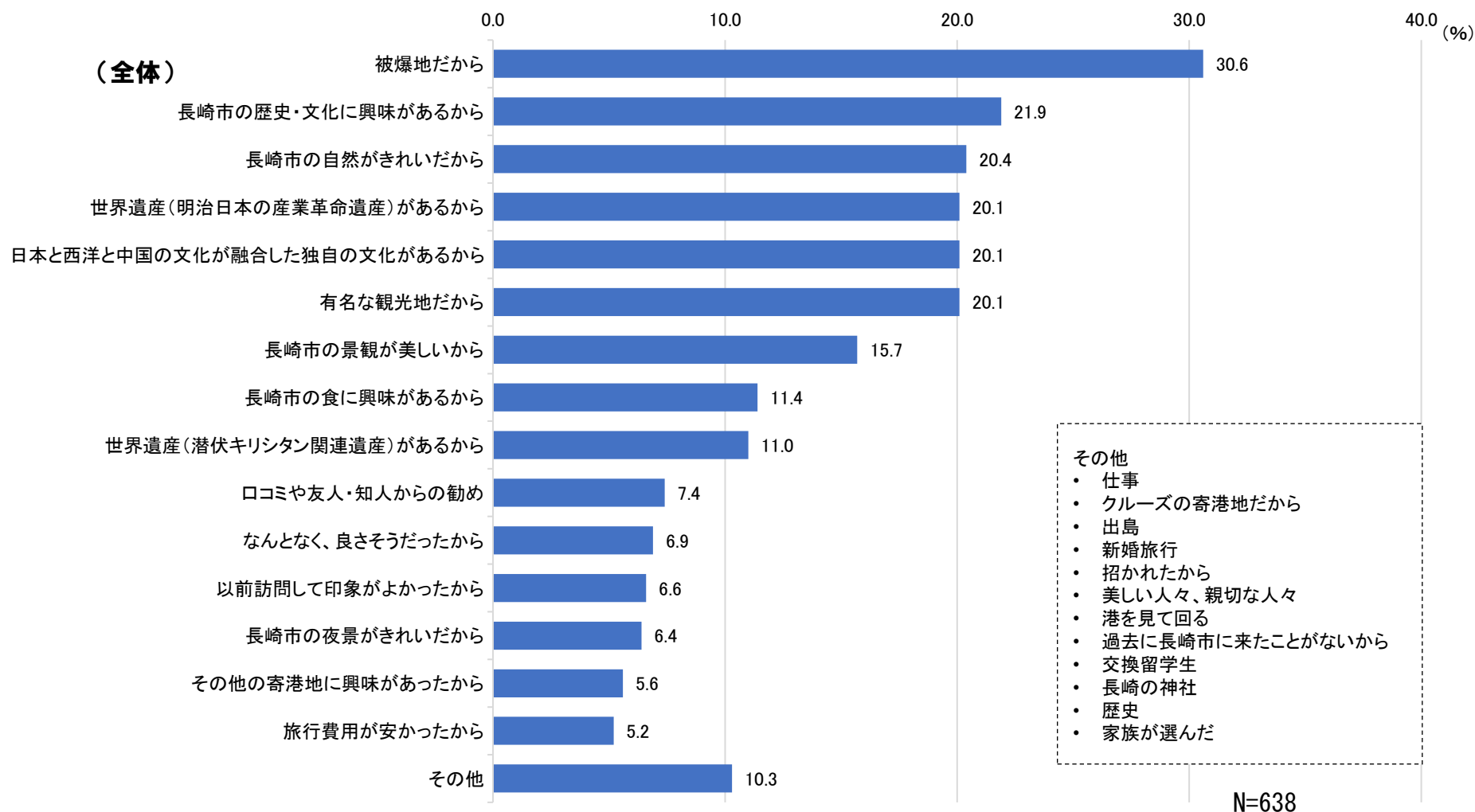


2 長崎市を含むクルーズを選んだ理由

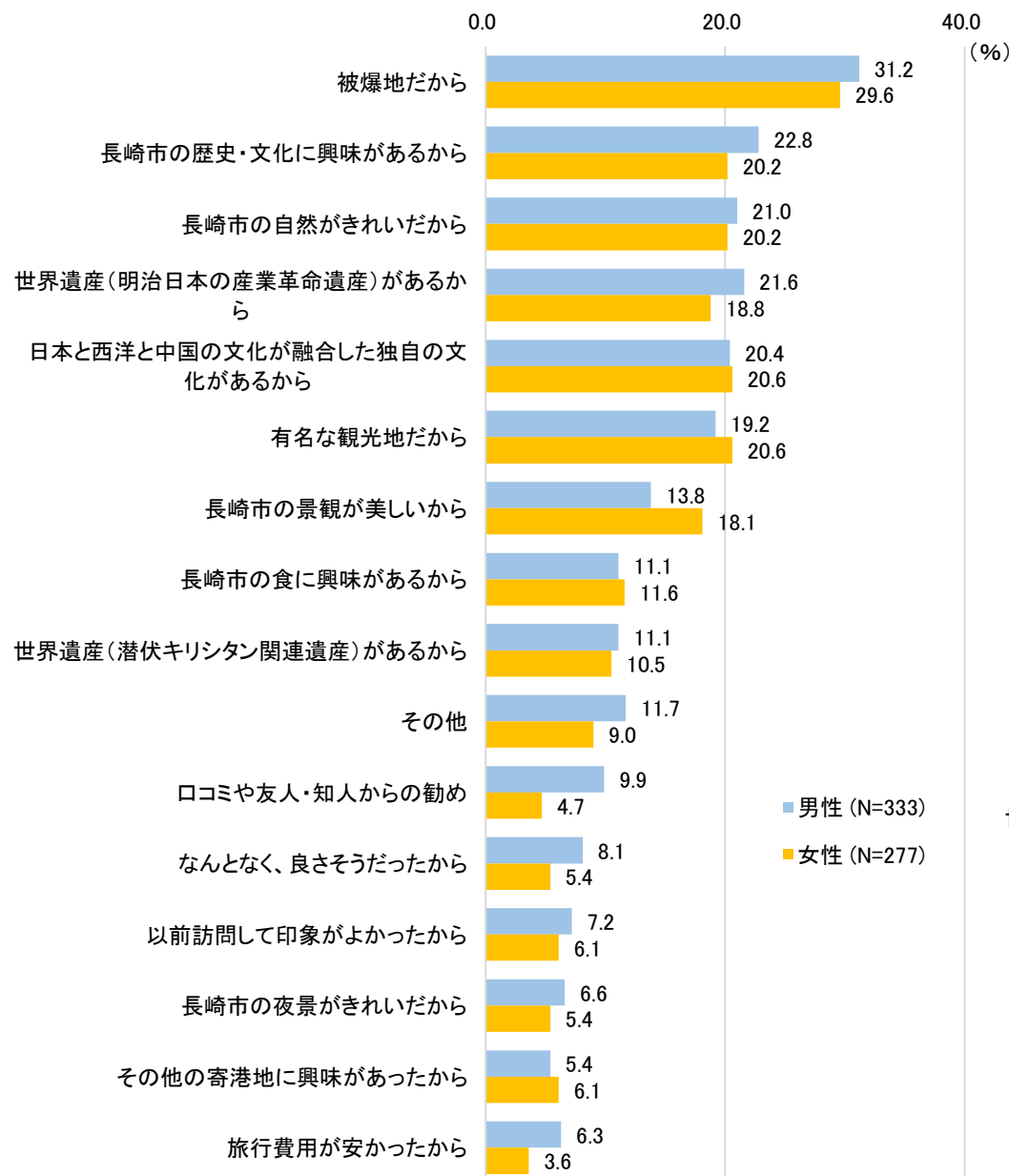
Q7: 長崎市を含むクルーズを選んだ理由は何ですか。

「被爆地だから」の理由が最も多い

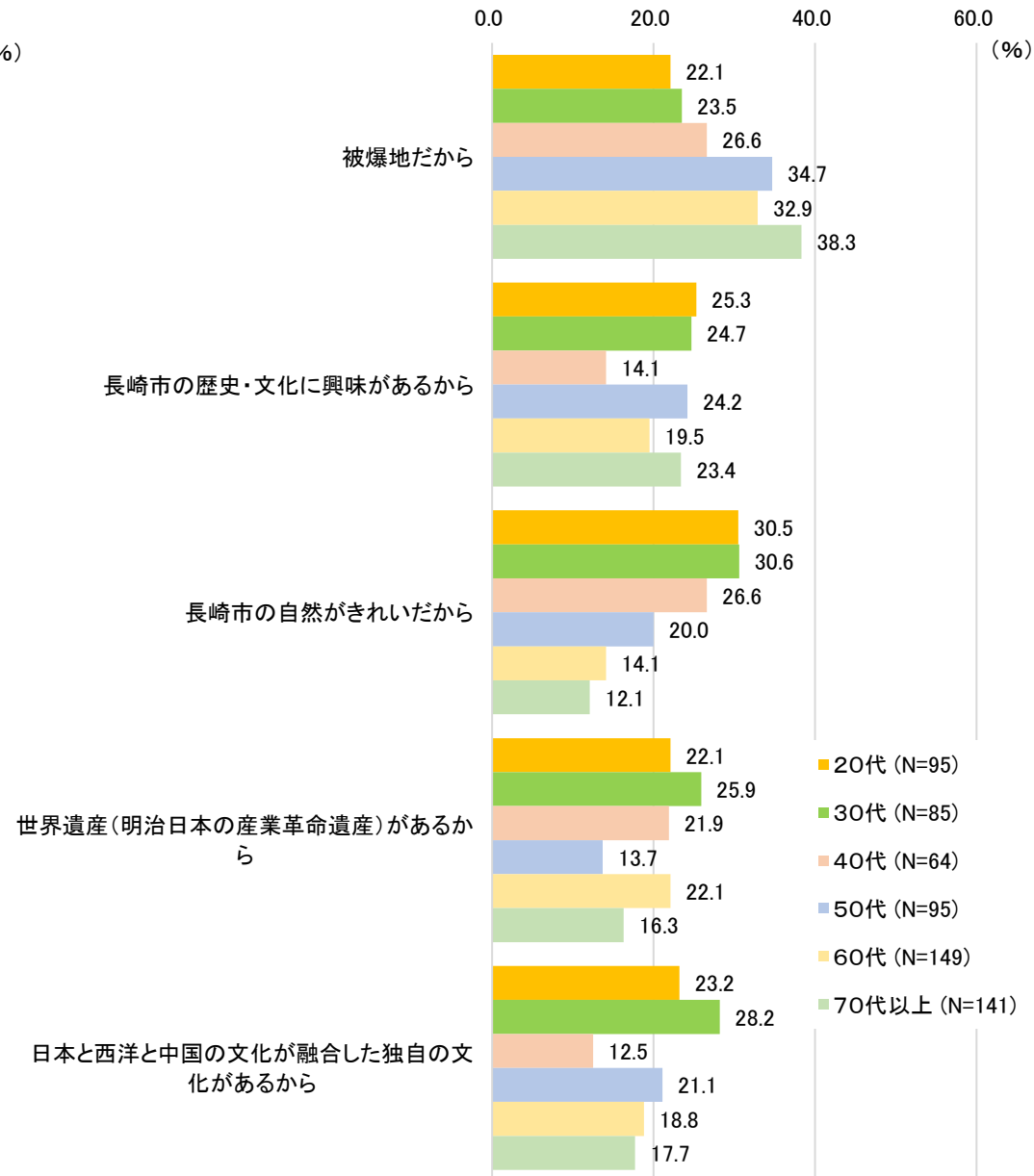
- 全体では、「被爆地だから」が30.6%と最も多く、次いで「長崎市の歴史・文化に興味があるから」(21.9%)、「長崎市の自然がきれいだから」(20.4%)と続いている。
- 性別では、大きな差はみられない。
- 年代別では、「被爆地だから」は40代以上の選択率が高い一方で、20代、30代では一番の理由にはなっておらず、「長崎市の自然がきれいだから」の方がポイントが高くなっている。
- 国籍別では、「被爆地だから」はイギリスで54.3%と高くなっているが、中国や台湾は「長崎市の自然がきれいだから」の方がポイントが高く、国籍によって訪問理由に違いがみられる。



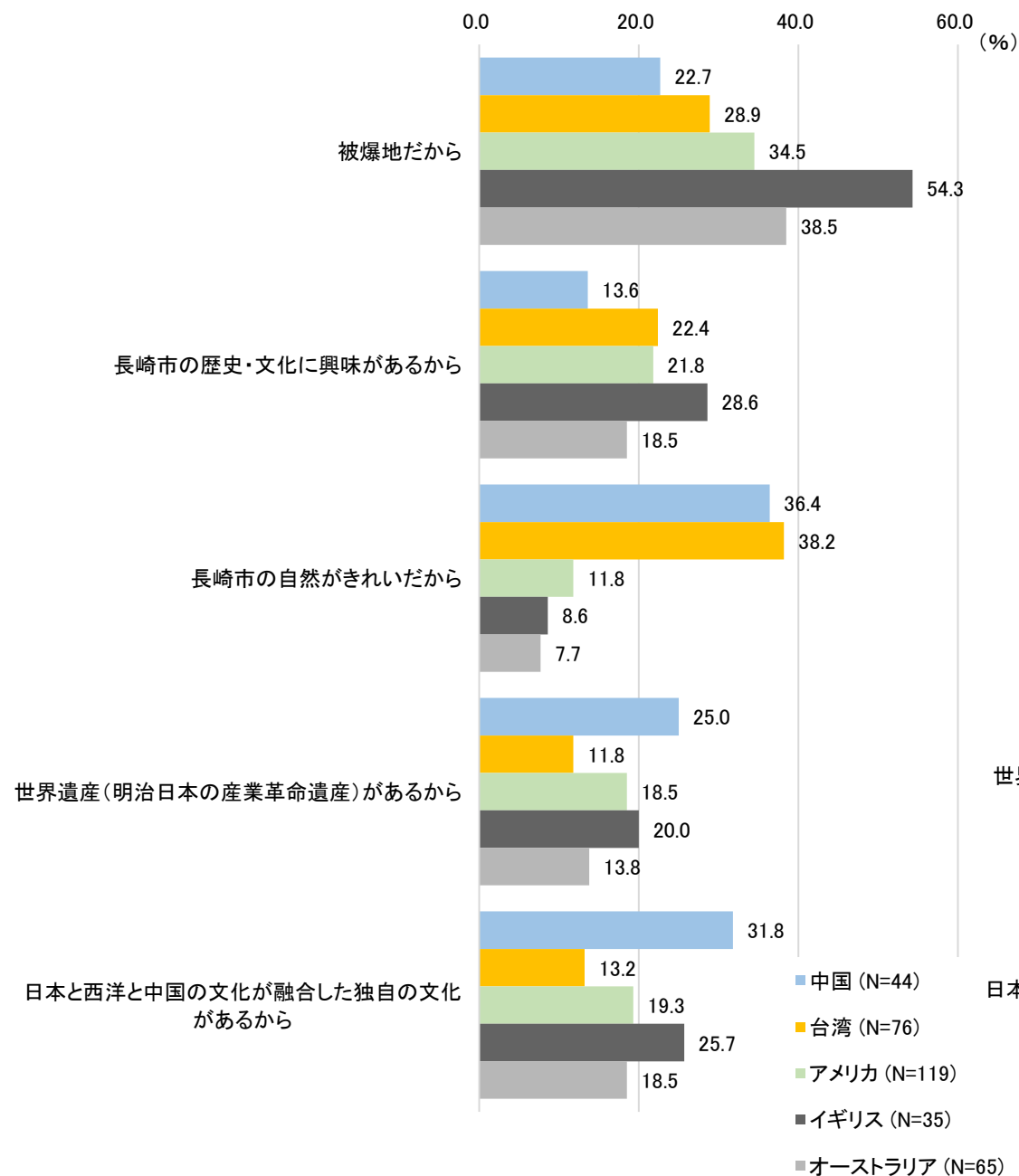
(性別)



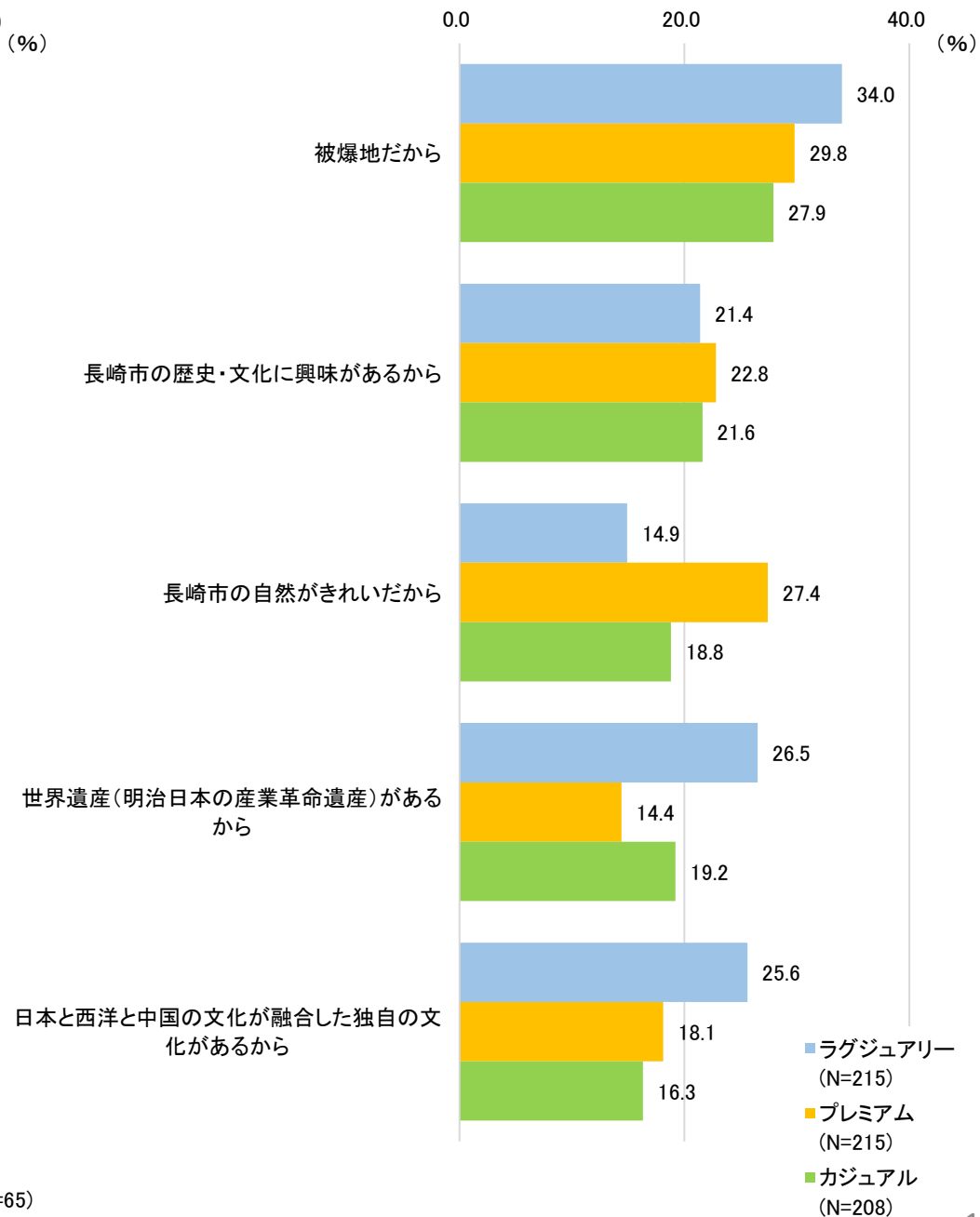
(年代別) ※上位5項目



(国籍別) ※上位5項目



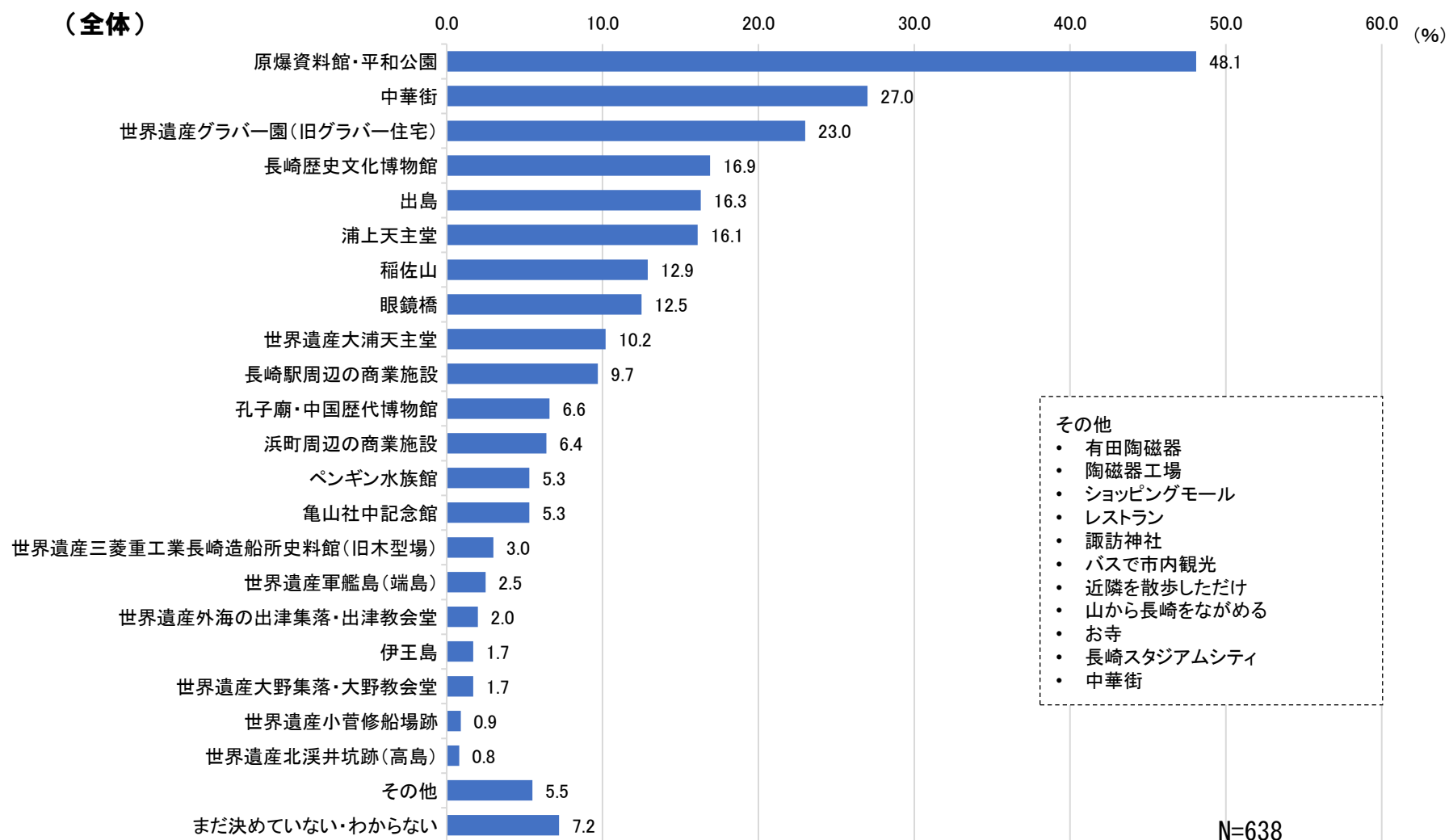
(グレード別) ※上位5項目



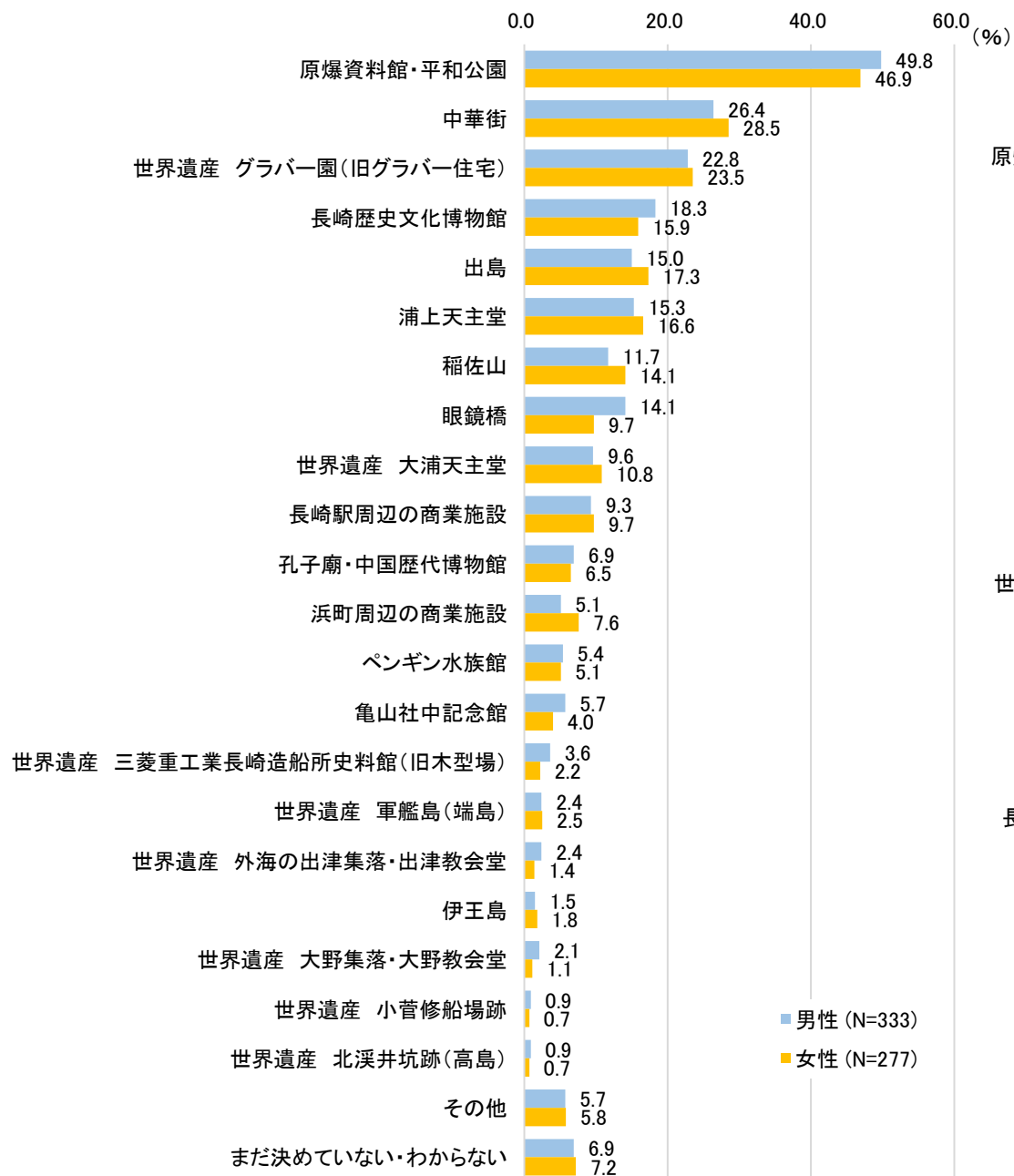
Q8: 今回、長崎市のどこへ行きましたか。または行く予定ですか。

「原爆資料館・平和公園」への訪問が最も多い

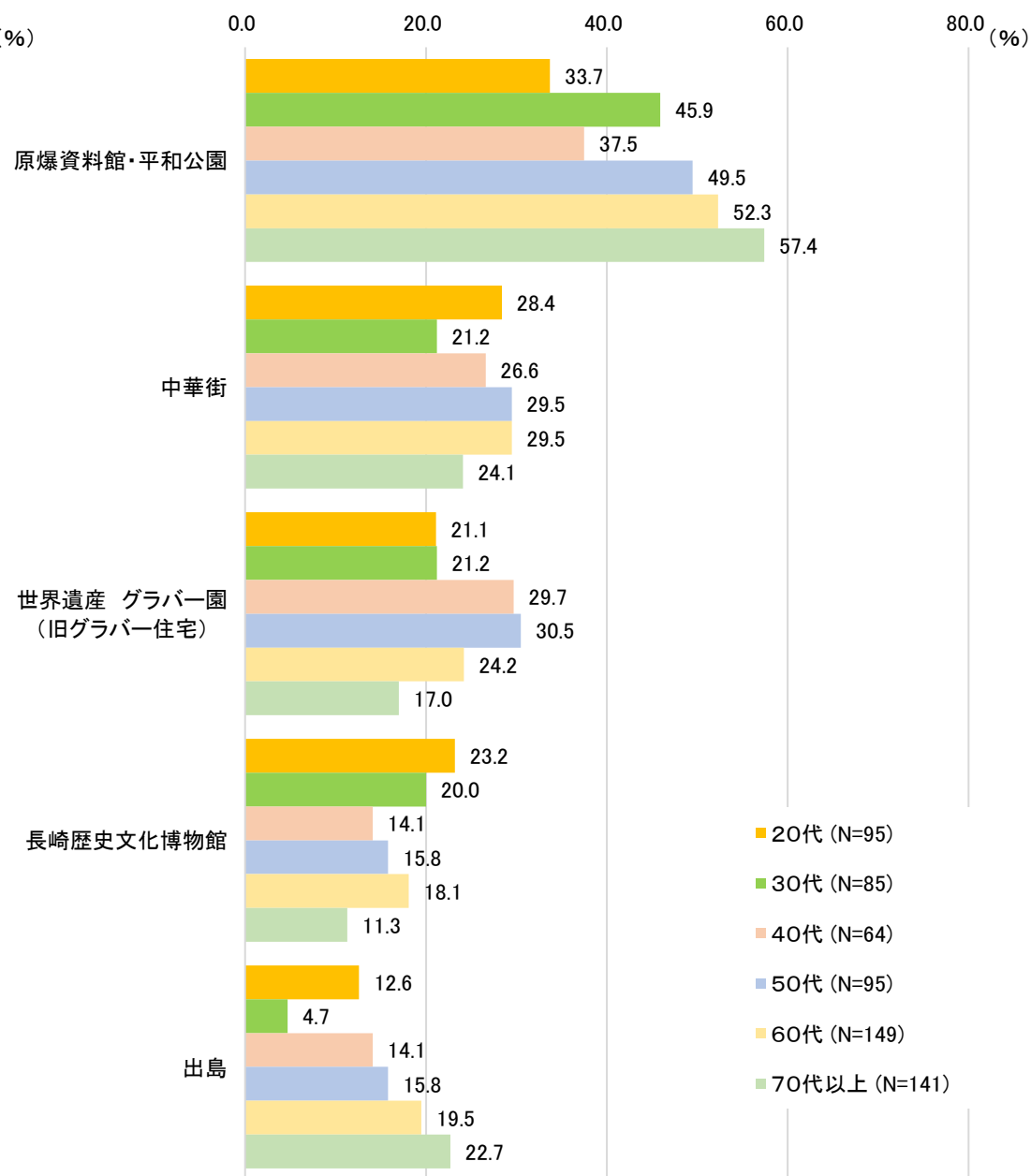
- 全体では、「原爆資料館・平和公園」が48.1%と最も多く、次いで「中華街」(27.0%)、「世界遺産グラバー園(旧グラバー住宅)」(23.0%)、「長崎歴史文化博物館」(16.9%)と続いている。
- 性別では、大きな差はみられない。
- 年代別では、20代・40代は「原爆資料館・平和公園」が他の年代よりやや低く、50代以上をみると年代が上がるほど訪問率が高くなっている。
- 国籍別では、中国・台湾で「原爆資料館・平和公園」の訪問率は3割未満と低く、「中華街」の訪問率が高くなっている。



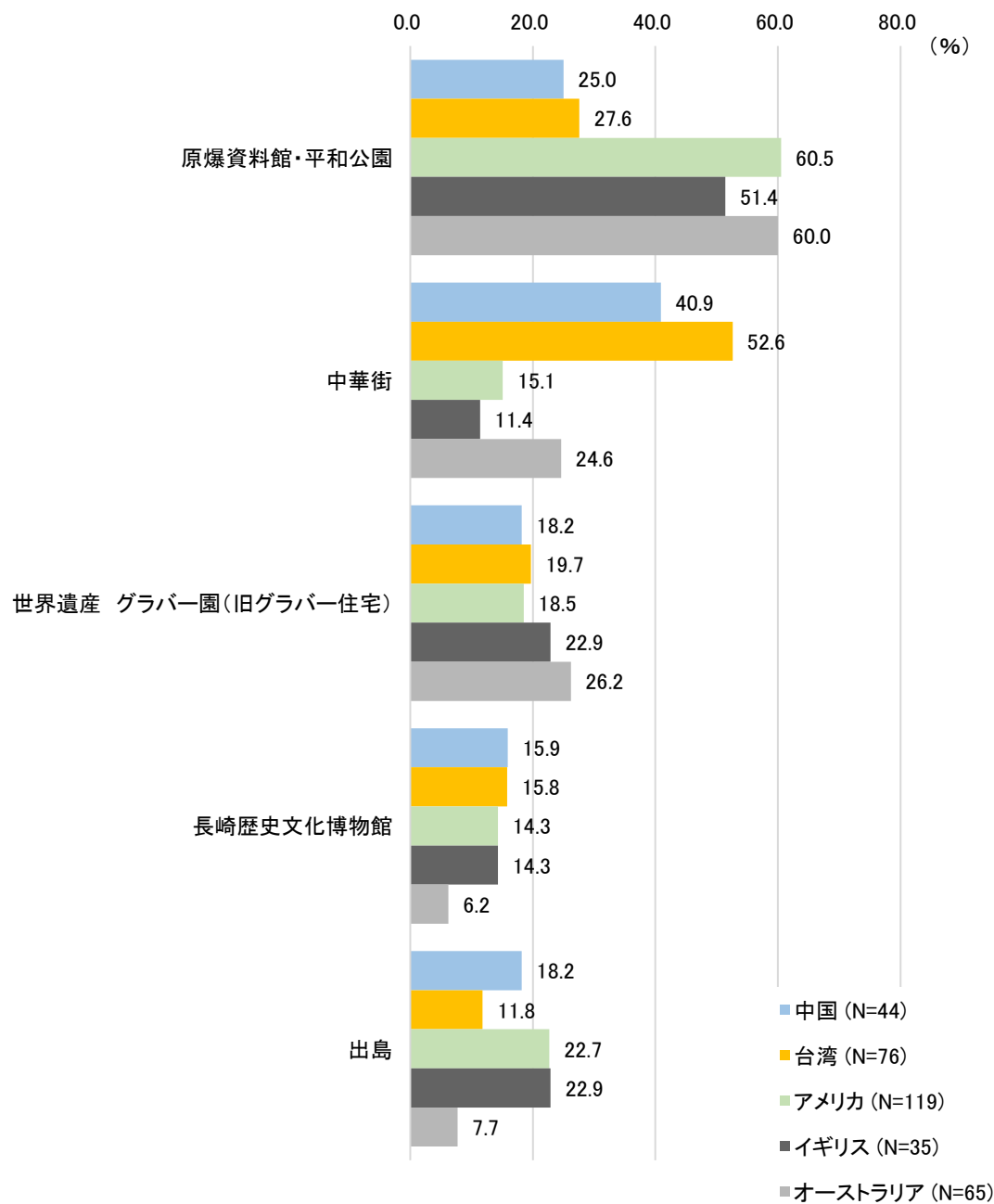
(性別)



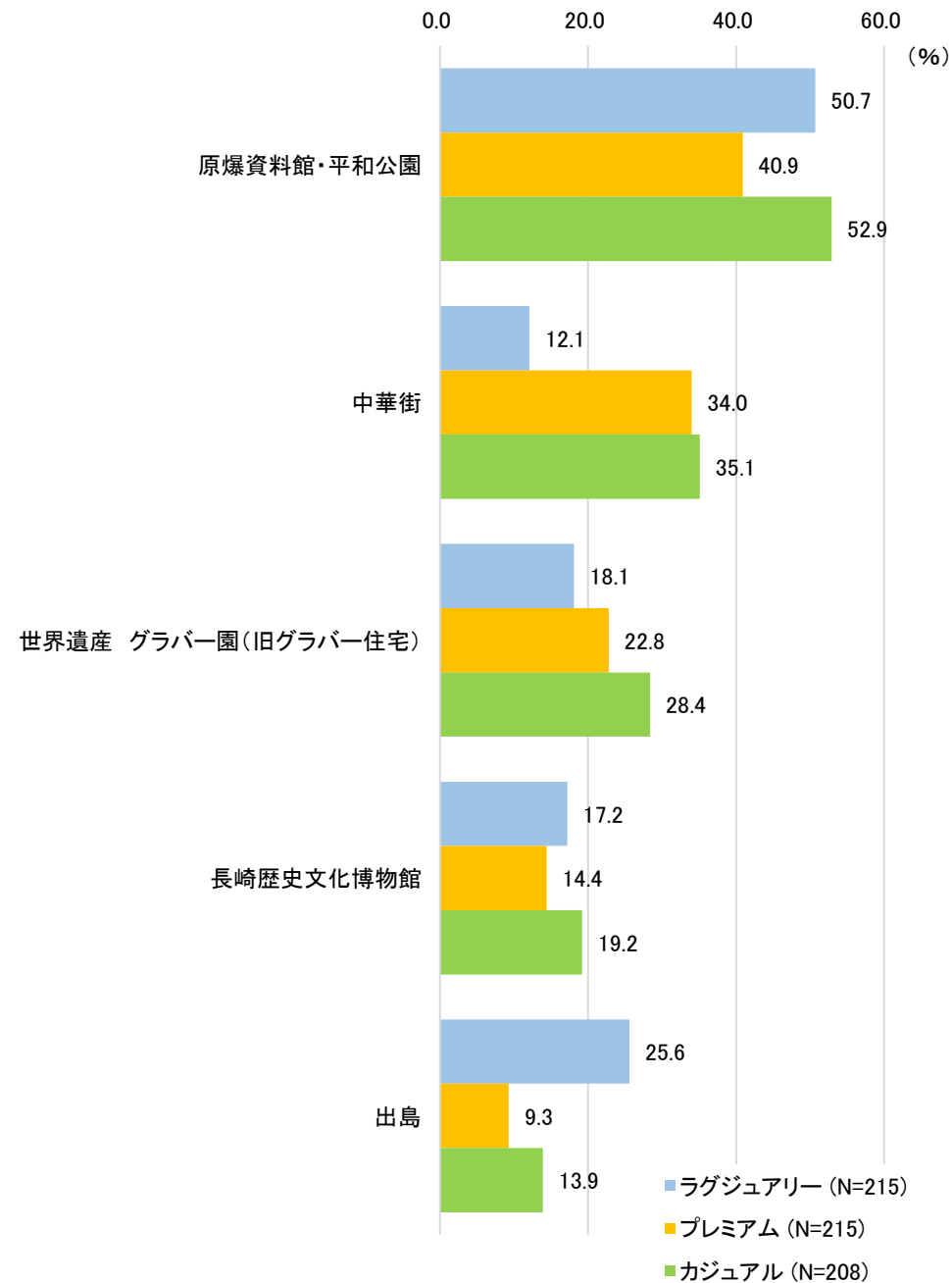
(年代別) ※上位5地点



(国籍別) ※上位5地点



(グレード別) ※上位5地点



Q9 :長崎市では、何を食べましたか。または、食べたいですか。

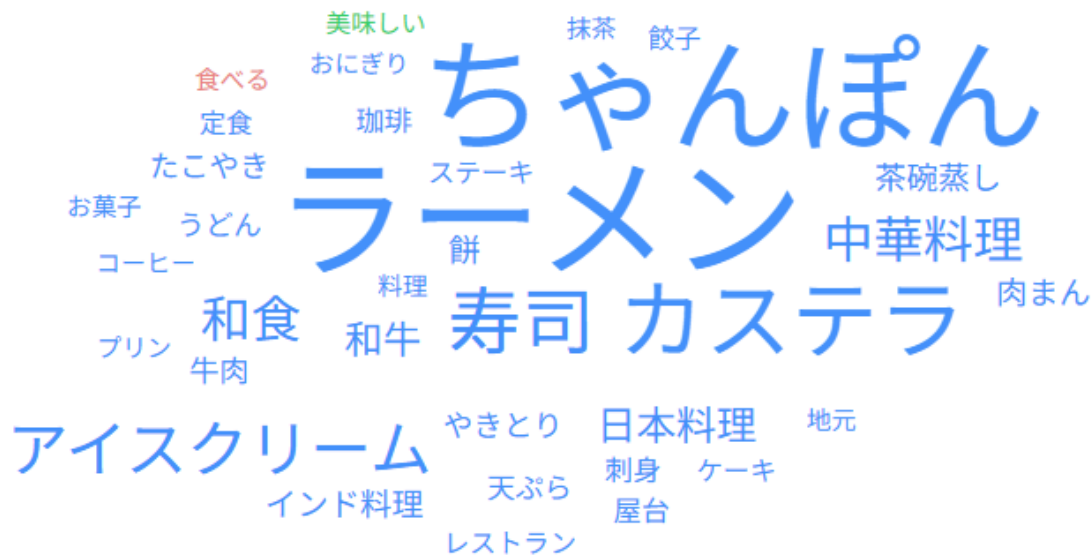
食事

「ラーメン」と回答した人が最も多い

長崎市内での食事は、「ラーメン」が最も多くなっている。次いで「寿司」、「ちゃんぽん」、「カステラ」などが続いている。

ワードクラウド

スコアが高い単語を複数選び出し、その値に応じた大きさを図示しています。単語の色は品詞の種類で異なり、青色が名詞、赤色が動詞、緑色が形容詞、灰色が感動詞を表しています。



スコアは、その単語の「重要度」を表す値です。以下で、スコアがなぜ必要なのかと、その算出方法についてご紹介します。

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、こ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。

単語出現頻度

文章中に出現する単語の頻出度を表にしています。単語ごとに表示されている「スコア」の大きさは、与えられた文書の中でその単語がどれだけ特徴的であるかを表しています。通常はその単語の出現回数が多いほどスコアが高くなりますが、「言う」や「思う」など、どの文書にもよく現れる単語についてはスコアが低めになります。

名詞	スコア	出現頻度
ラーメン	247.67	163
寿司	89.46	56
ちゃんぽん	226.85	48
カステラ	125.51	32
アイスクリーム	58.28	20
和食	26.41	11
中華料理	29.06	10
うどん	4.83	10
和牛	14.91	8
餅	7.79	8
ケーキ	2.18	8
料理	1.23	7
肉まん	7.25	6
餃子	2.82	6
牛肉	6.47	5

Q10:長崎市で買ったお土産、買いたいお土産は何ですか。

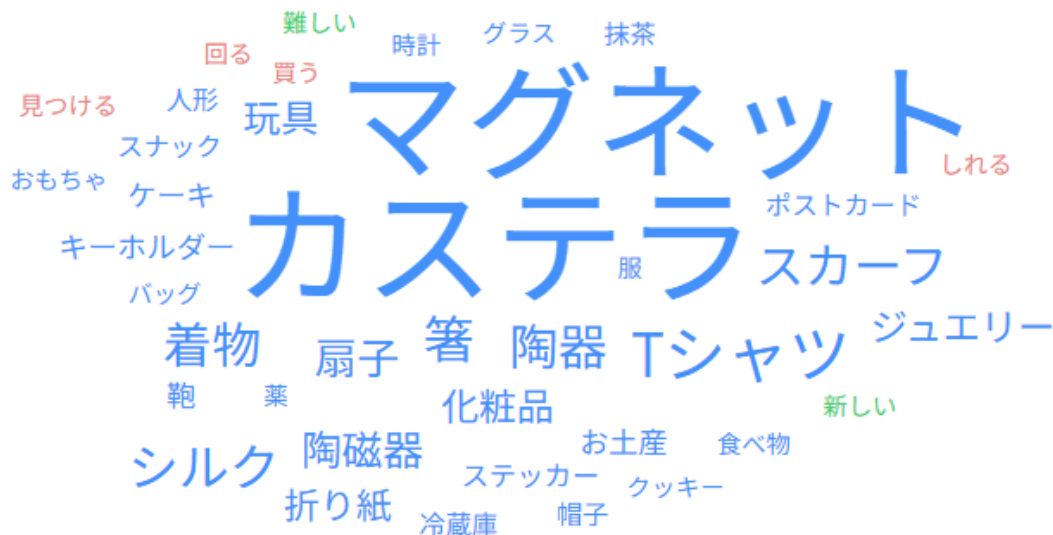
お土産・買物

「カステラ」が最も多い

長崎市内で購入したお土産は、「カステラ」が最も多くなっている。次いで「マグネット」、「Tシャツ」などが続いている。

ワードクラウド

スコアが高い単語を複数選び出し、その値に応じた大きさを図示しています。単語の色は品詞の種類で異なり、青色が名詞、赤色が動詞、緑色が形容詞、灰色が感動詞を表しています。



スコアは、その単語の「重要度」を表す値です。以下で、スコアがなぜ必要なのかと、その算出方法についてご紹介します。

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。

単語出現頻度

文章中に出現する単語の頻出度を表にしています。単語ごとに表示されている「スコア」の大きさは、与えられた文書の中でその単語がどれだけ特徴的であるかを表しています。通常はその単語の出現回数が多いほどスコアが高くなりますが、「言う」や「思う」など、どの文書にもよく現れる単語についてはスコアが低めになります。

名詞	スコア	出現頻度
カステラ	495.17	92
マグネット	494.66	88
Tシャツ	105.57	73
着物	27.64	20
箸	37.84	18
化粧品	13.50	15
ケーキ	5.47	13
シルク	32.97	12
服	1.31	11
スカーフ	29.10	10
お土産	4.99	10
葉	1.23	9
玩具	12.72	8
陶器	22.66	7
扇子	17.11	7

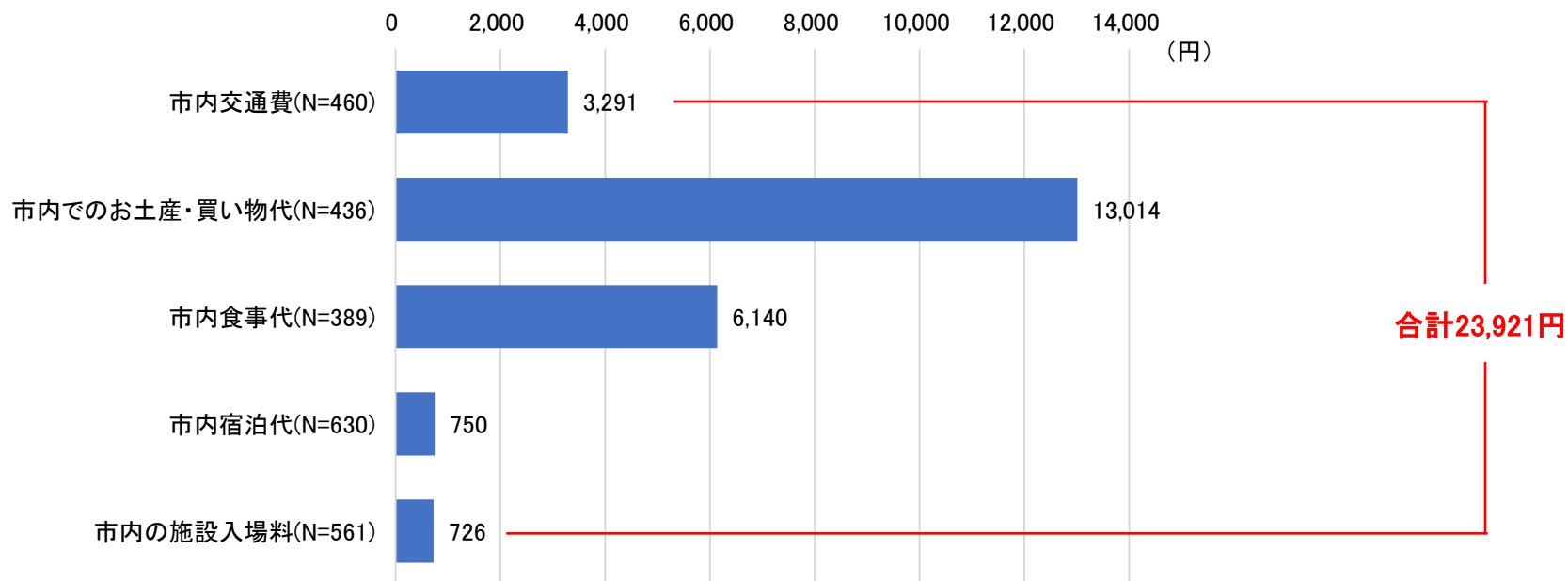
Q11: 今回の旅行では、長崎市内で1人あたりどれくらいお金を使いますか。

市内での消費金額は合計で23,921円、特に消費金額が高いのは「市内でのお土産・買い物代」で13,014円

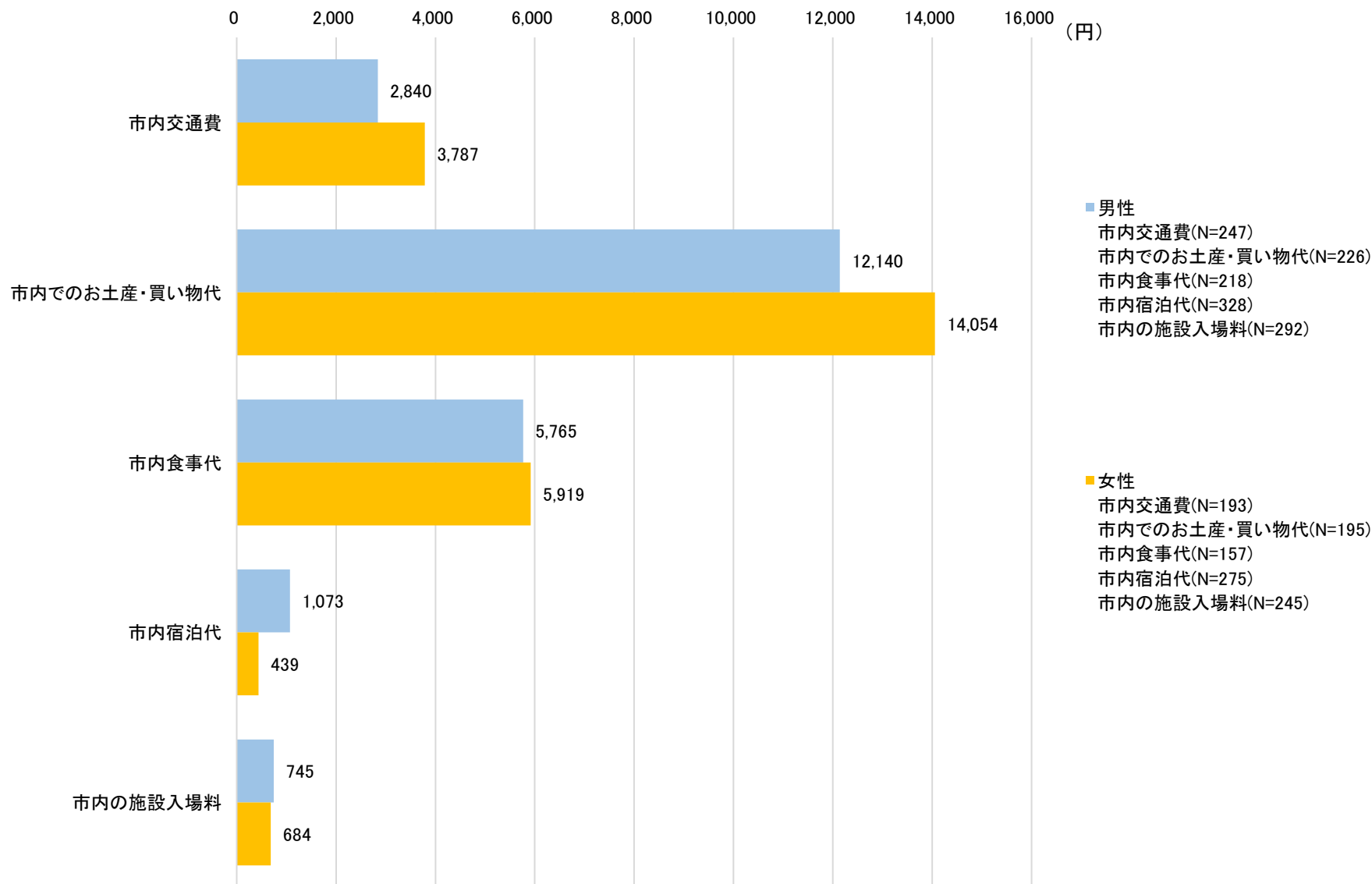
- ・ 全体では、長崎市内で消費された金額(1人あたり)は、交通費3,291円、お土産・買い物代13,014円、食事代6,140円、宿泊費750円、施設入場料726円となっている。
- ・ 性別では、女性の「お土産・買い物代」が14,054円と男性よりも高くなっている。
- ・ 年代別では、50代で「お土産・買い物代」が16,490円と最も高く、30代が14,763円で続いている。「食事代」は概ね6千円前後だが、20代でやや高く、7,254円となっている。
- ・ 国籍別では、中国と台湾で「おみやげ・買い物代」と「食事代」が他の国と比べて比較的高くなっている。

(全体)

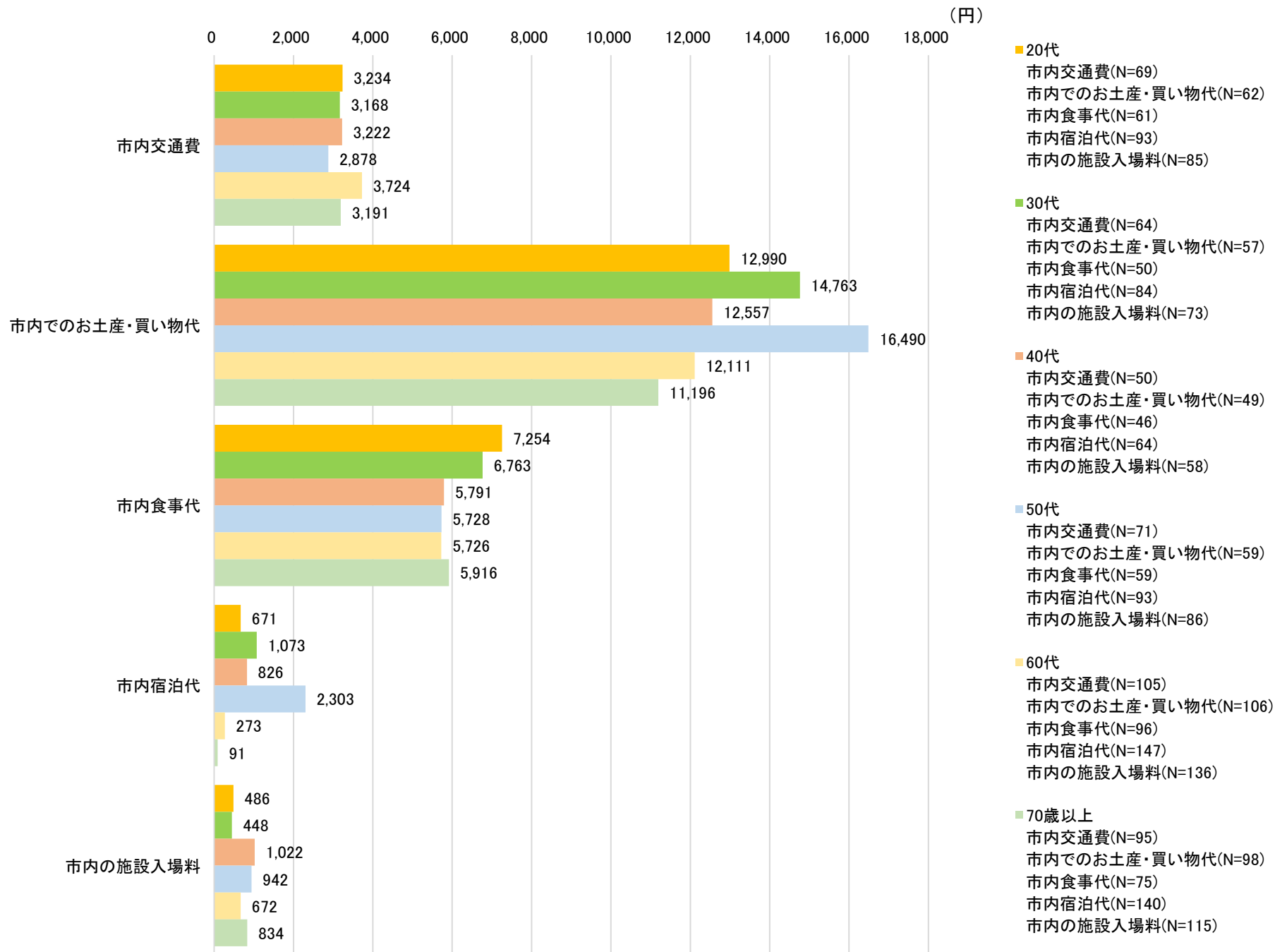
(0円を含む回答者平均)



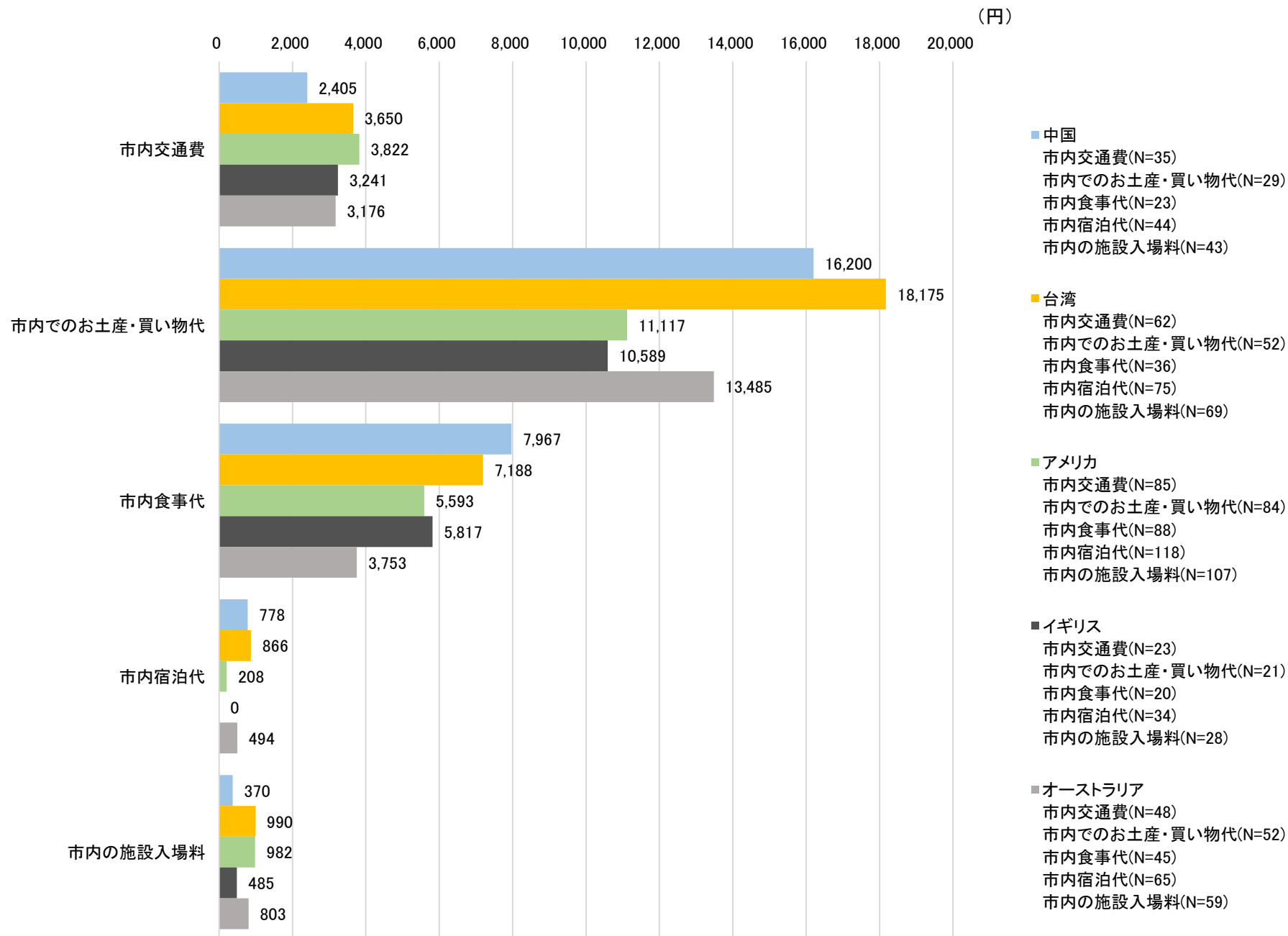
(性別)
(0円を含む回答者平均)



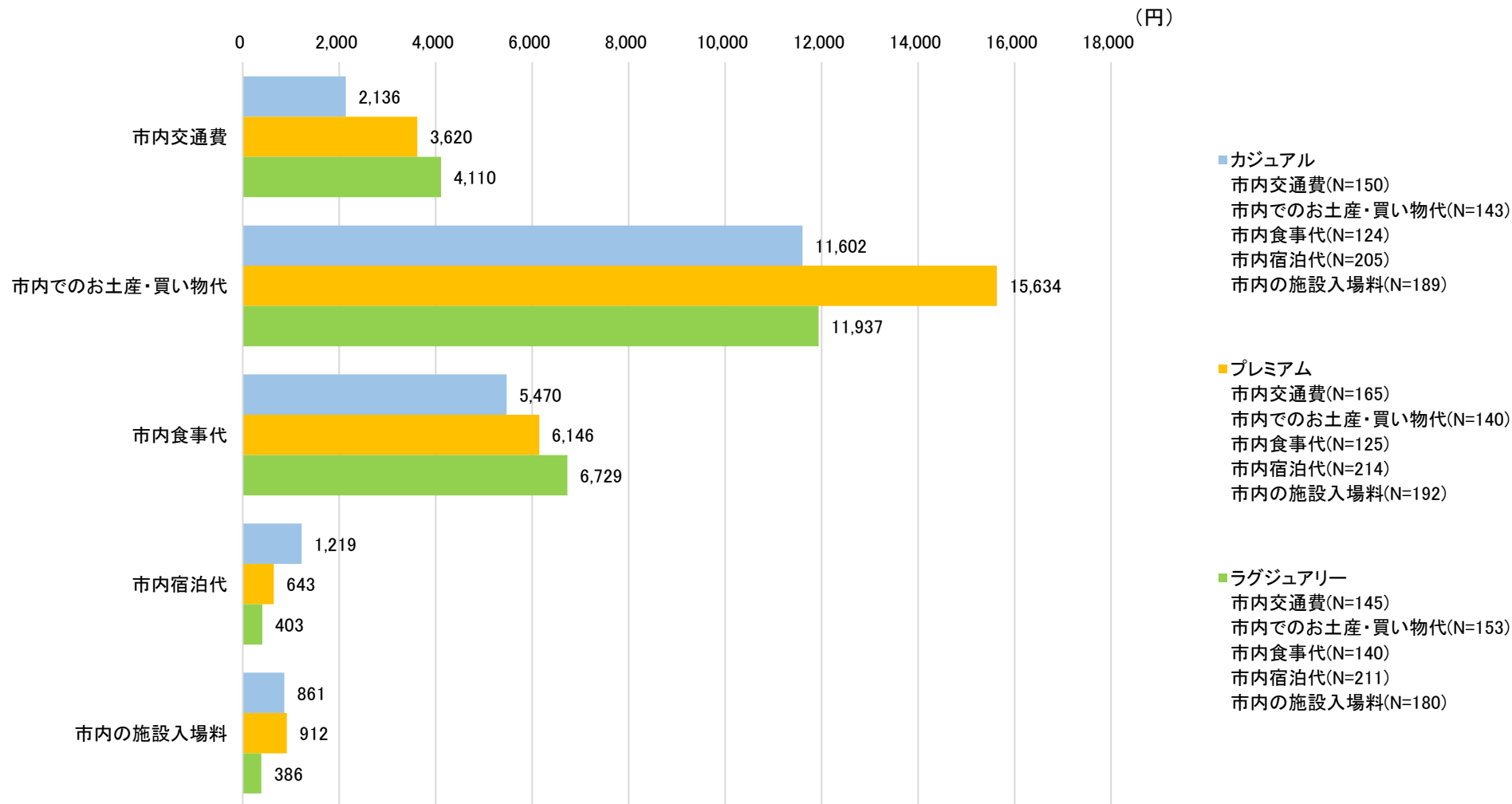
(年代別)
(0円を含む回答者平均)



(国籍別)
(0円を含む回答者平均)



(グレード別)
(0円を含む回答者平均)

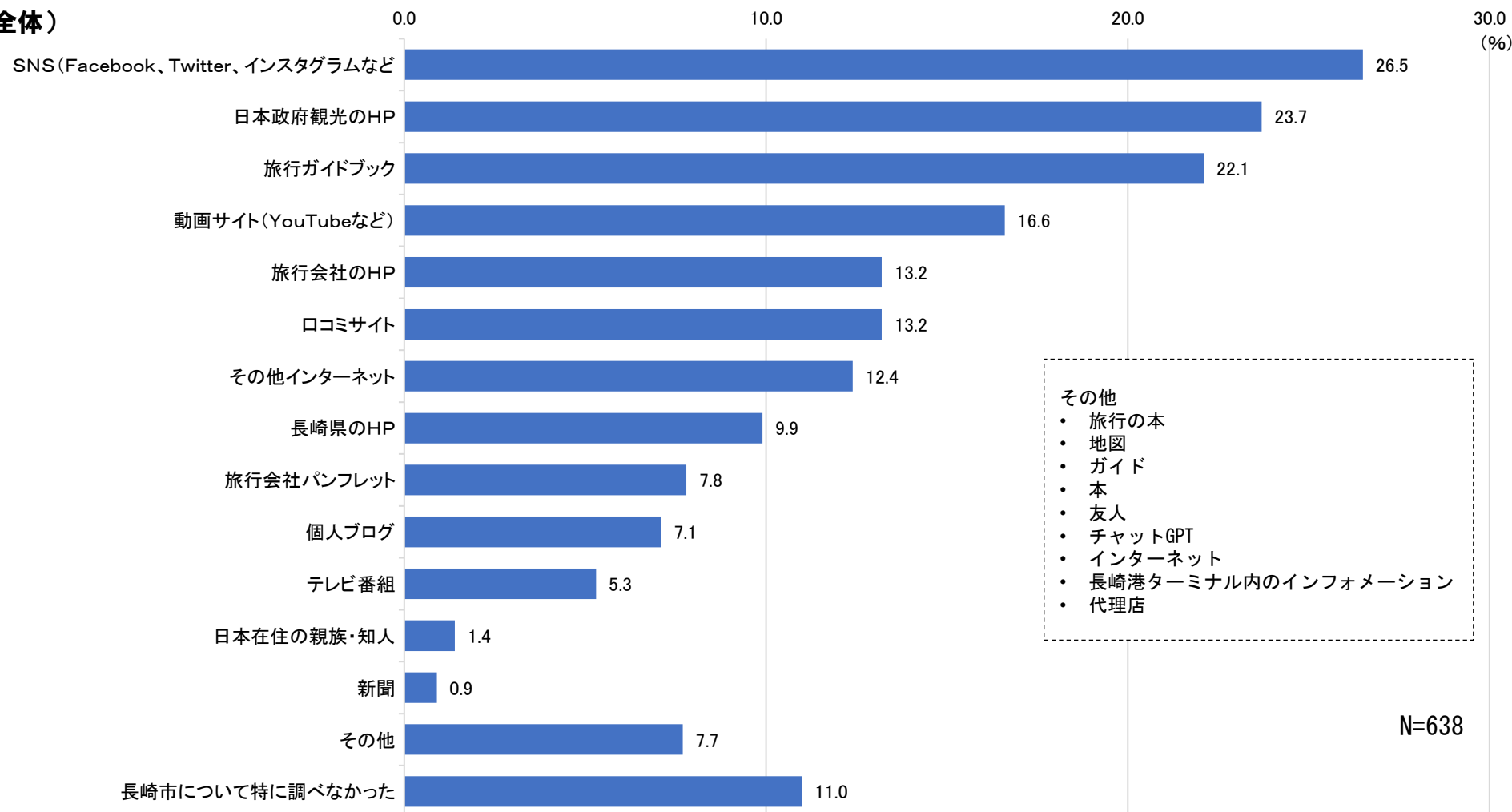


Q12: 旅行前に得た、長崎市の旅行情報の中で役に立ったものはどれですか。

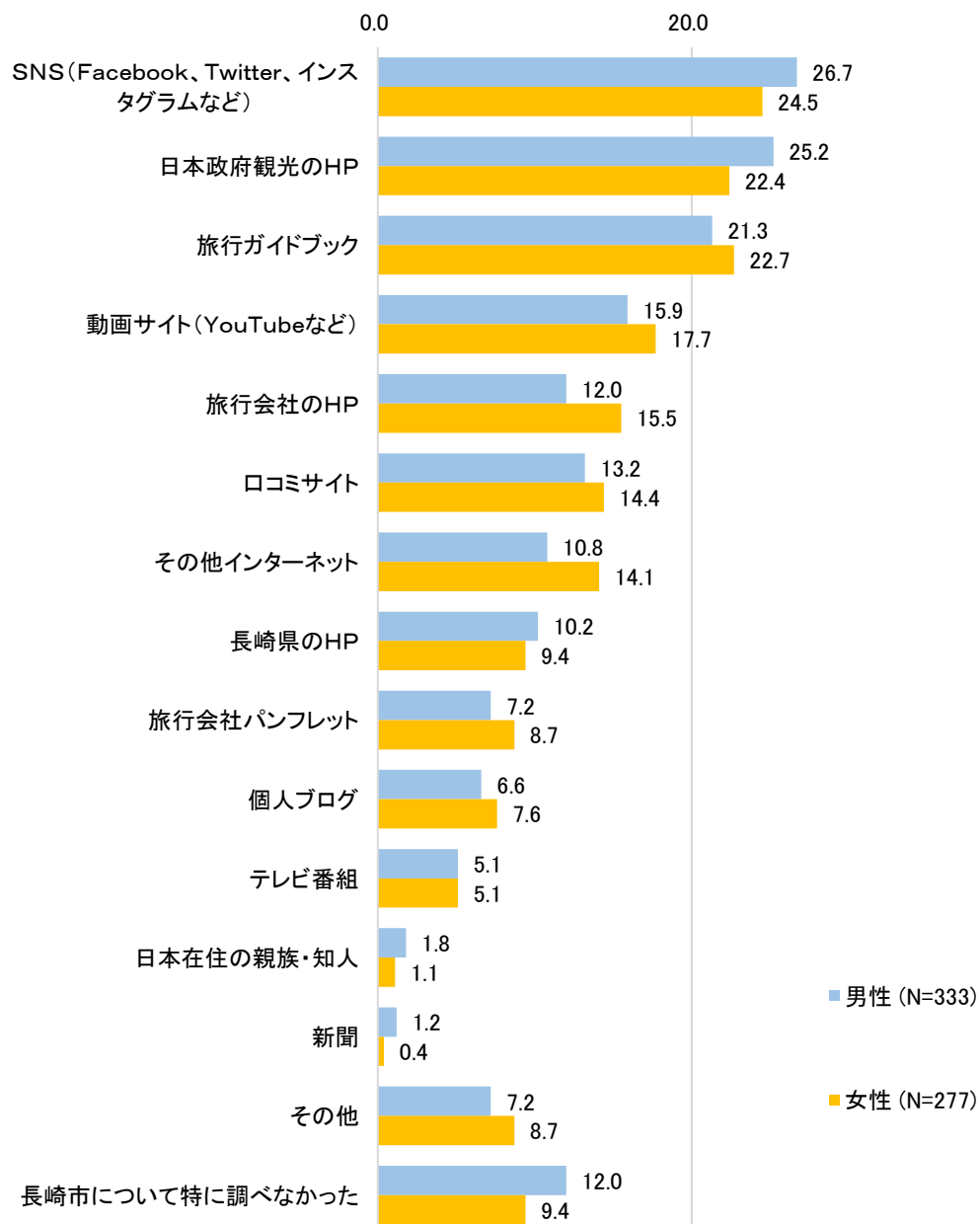
旅行前は「SNS (Facebook、Twitter、Instagramなど)」の利用が最も多い

- ・ 全体では、「SNS (Facebook、Twitter、Instagramなど)」が26.5%と最も多く、次いで「日本政府観光のHP」(23.7%)、「旅行ガイドブック」(22.1%)、「動画サイト (YouTubeなど)」が16.6%と続いている。
- ・ 性別では、大きな差はみられない。
- ・ 年代別では、若年層で「SNS (Facebook、Twitter、Instagramなど)」の割合が高く、年代が上がるにつれて利用率が低くなっている
- ・ 国籍別では、「SNS (Facebook、Twitter、Instagramなど)」は中国や台湾で利用率が高く、アメリカやイギリスでは「旅行ガイドブック」の利用率が高くなっている。

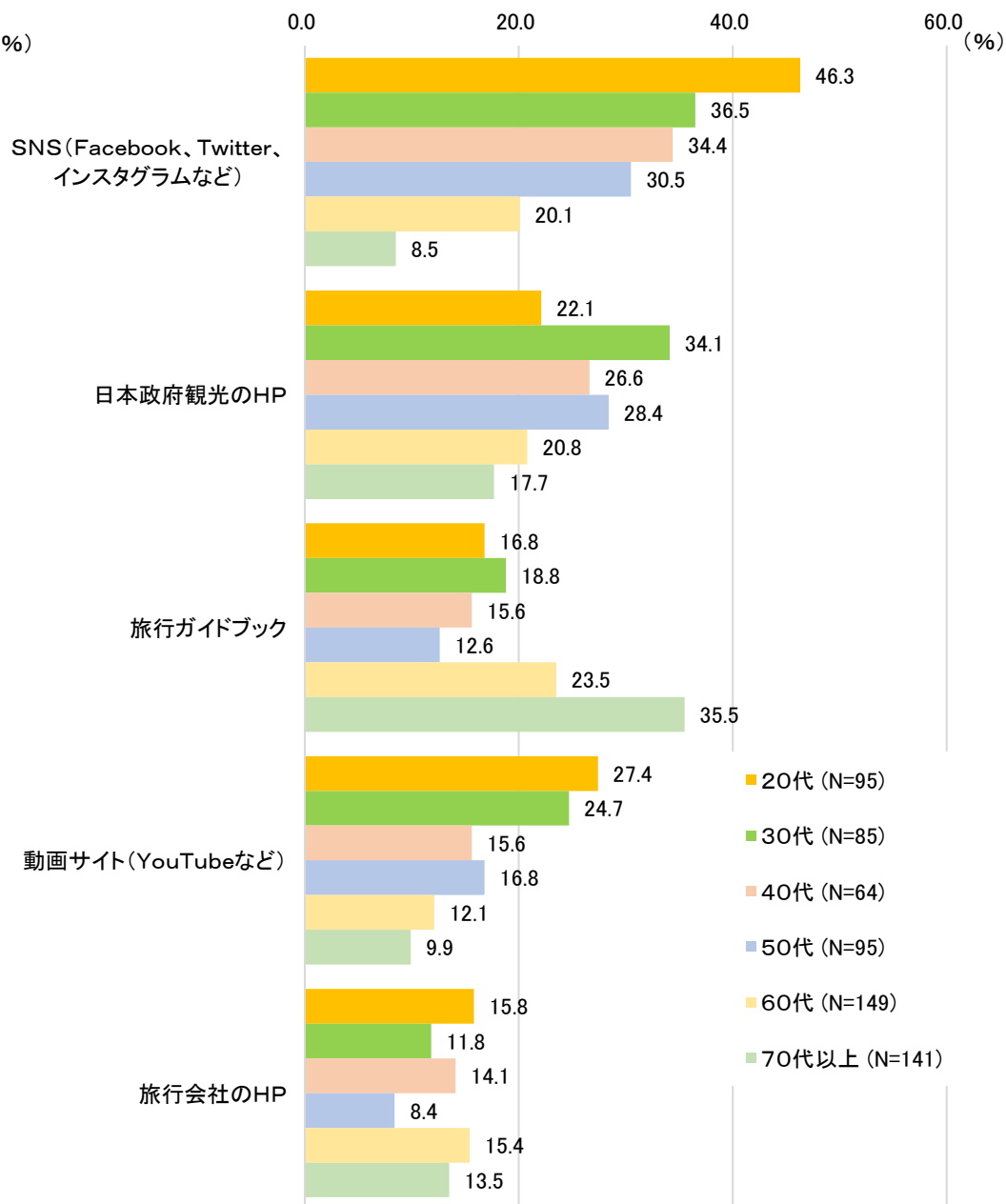
(全体)



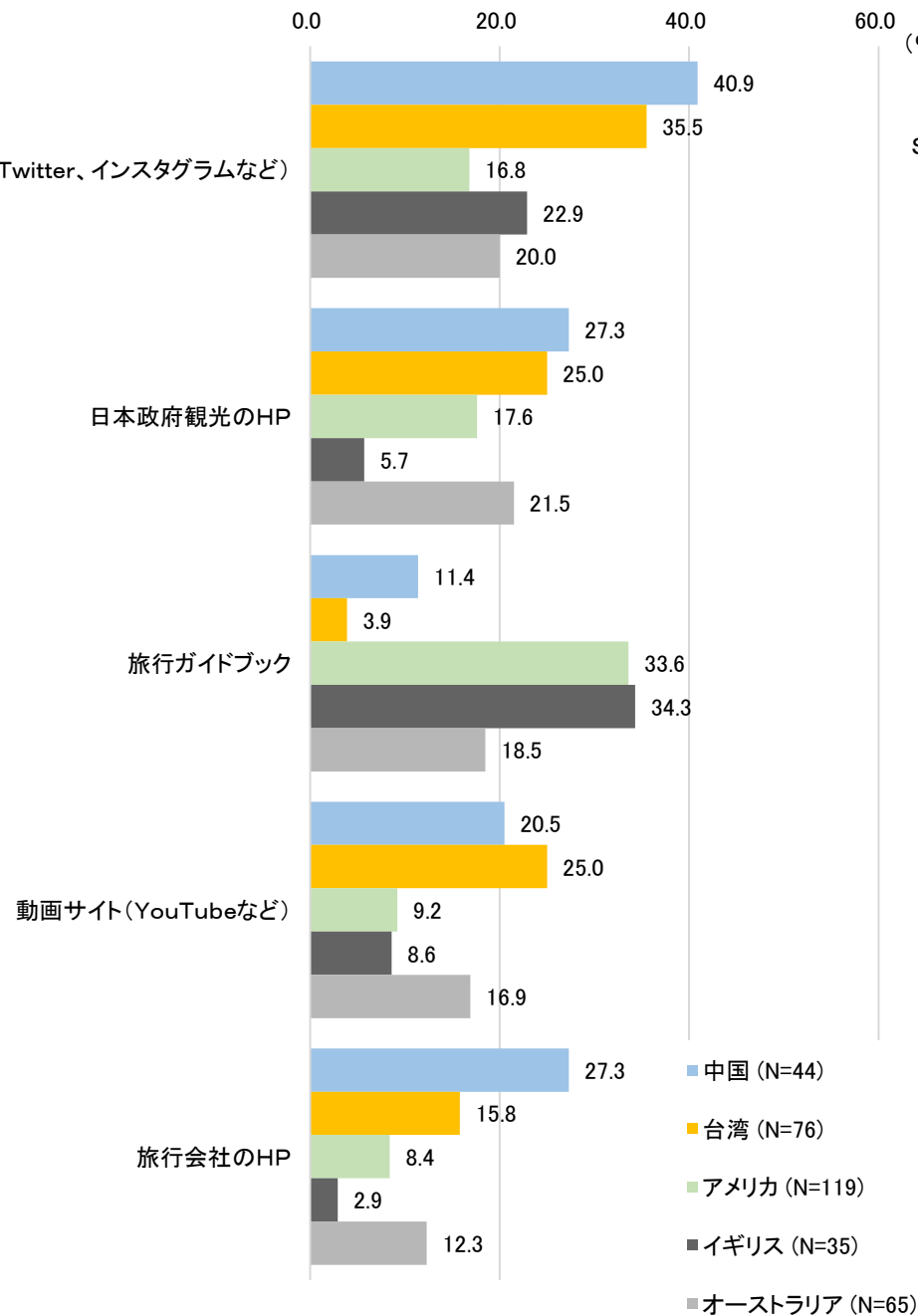
(性別)



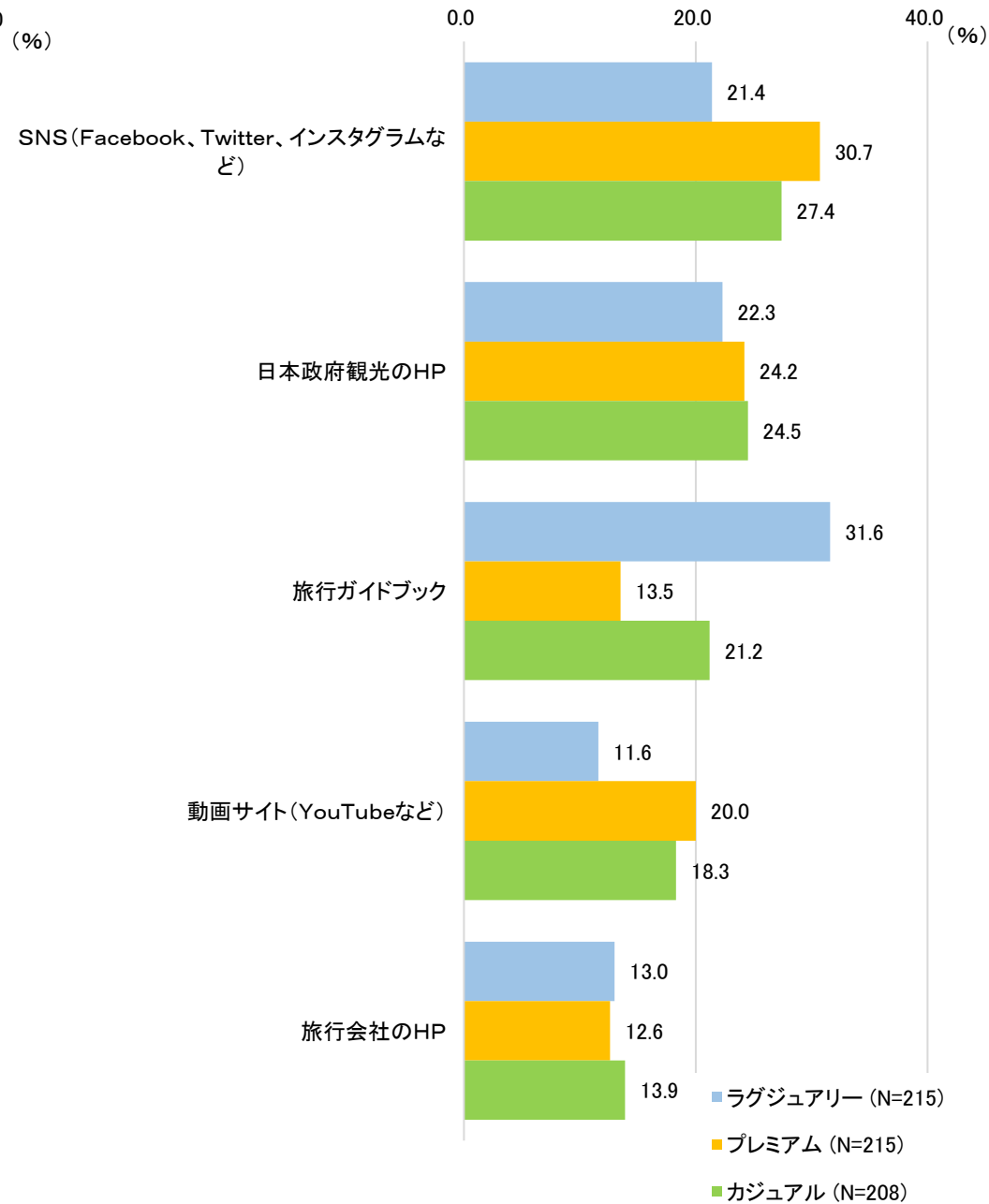
(年代別) ※上位5項目



(国籍別) ※上位5項目



(グレード別) ※上位5項目

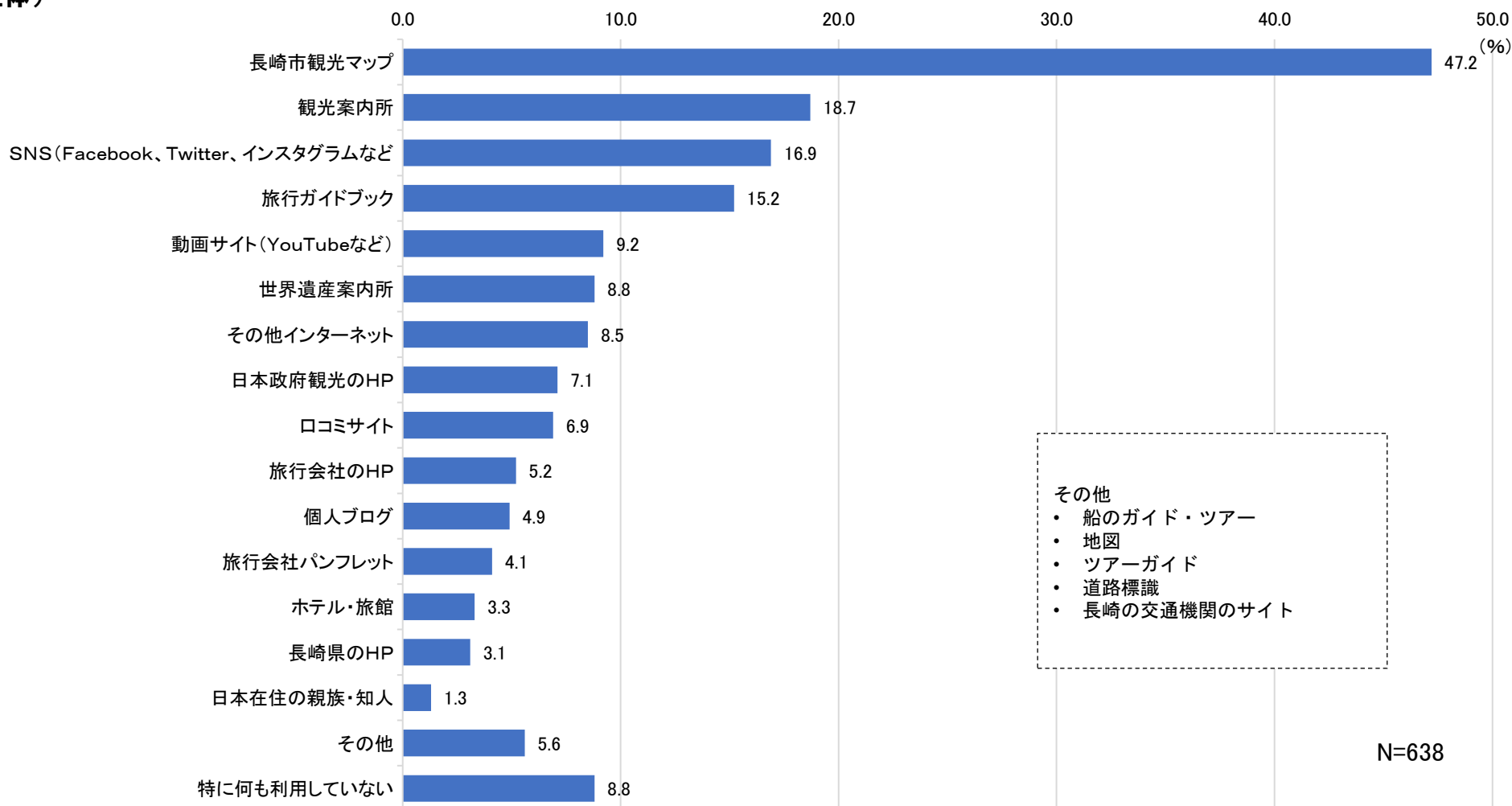


Q13:長崎市滞在中に、旅行のための情報を得るのに役立った(利用している)ものは何ですか。

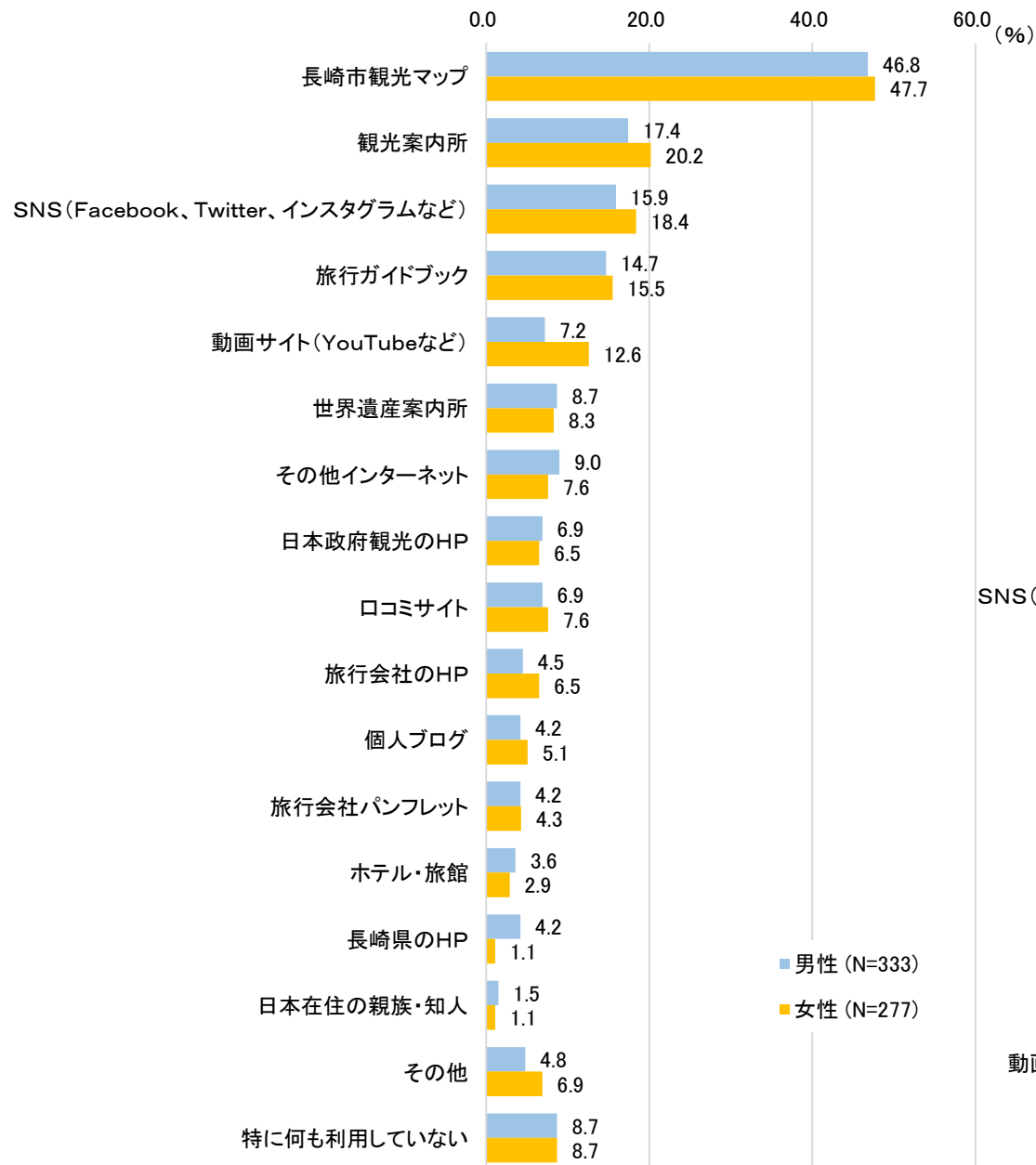
滞在中は「長崎市観光マップ」の利用が最も多い

- 全体では、「長崎市観光マップ」が47.2%と最も多く、「観光案内所」(18.7%)、「SNS(Facebook、Twitter、インスタグラムなど)」(16.9%)と続いている。
- 性別では、大きな差はみられない。
- 年代別では、すべての年代で「長崎市観光マップ」が4割を超えており、最も利用率が高い。20代では、「SNS(Facebook、Twitter、インスタグラムなど)」の利用も3割程度みられる。
- 国籍別では、主要国は「長崎市観光マップ」の利用率が最も高い。中国では「SNS(Facebook、Twitter、インスタグラムなど)」や「観光案内所」の利用も3～4割程度みられるが、アメリカやイギリスは「長崎市観光マップ」の次に、「旅行ガイドブック」の利用率が高くなっており、国籍によって利用する媒体が異なる。

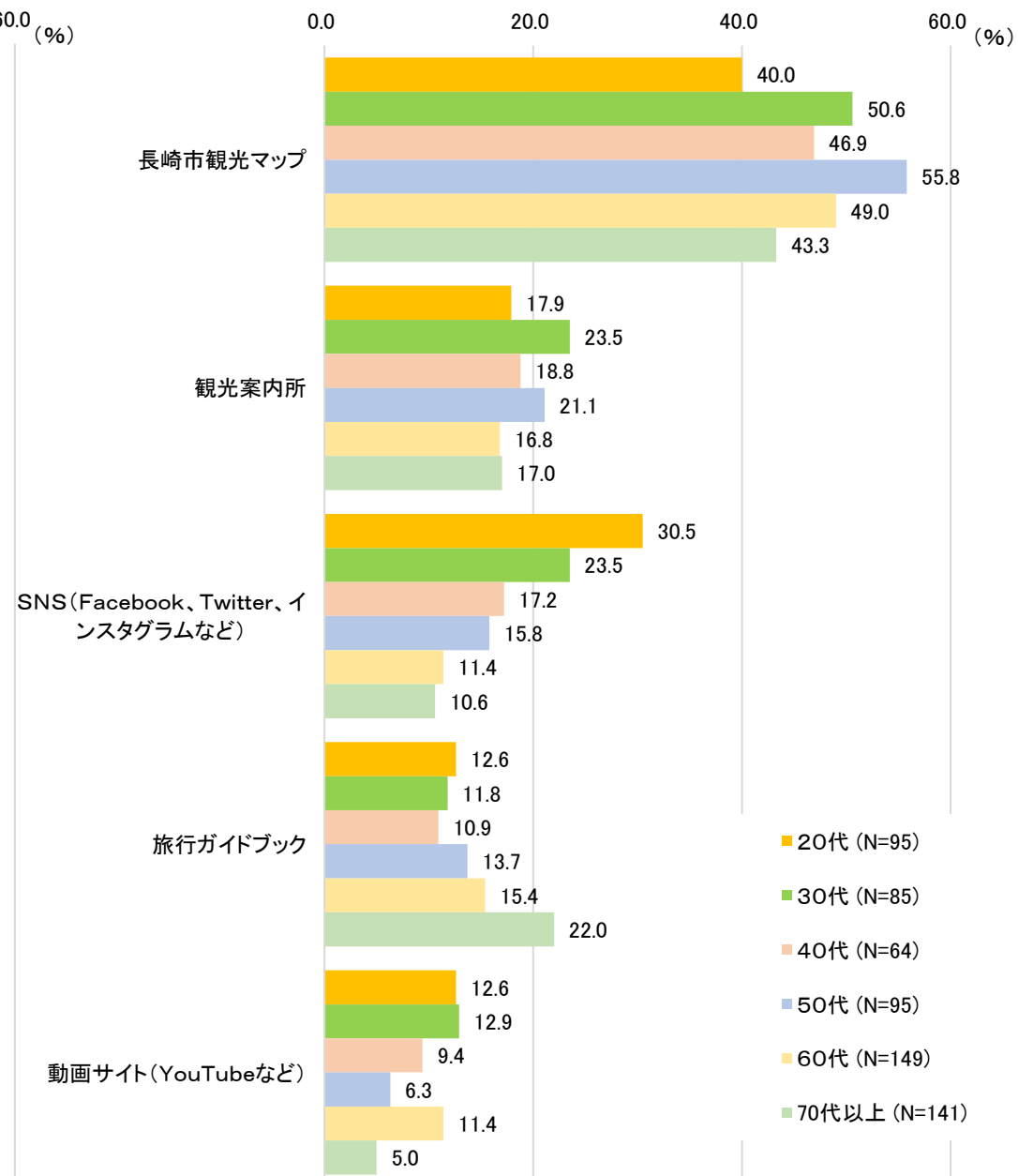
(全体)



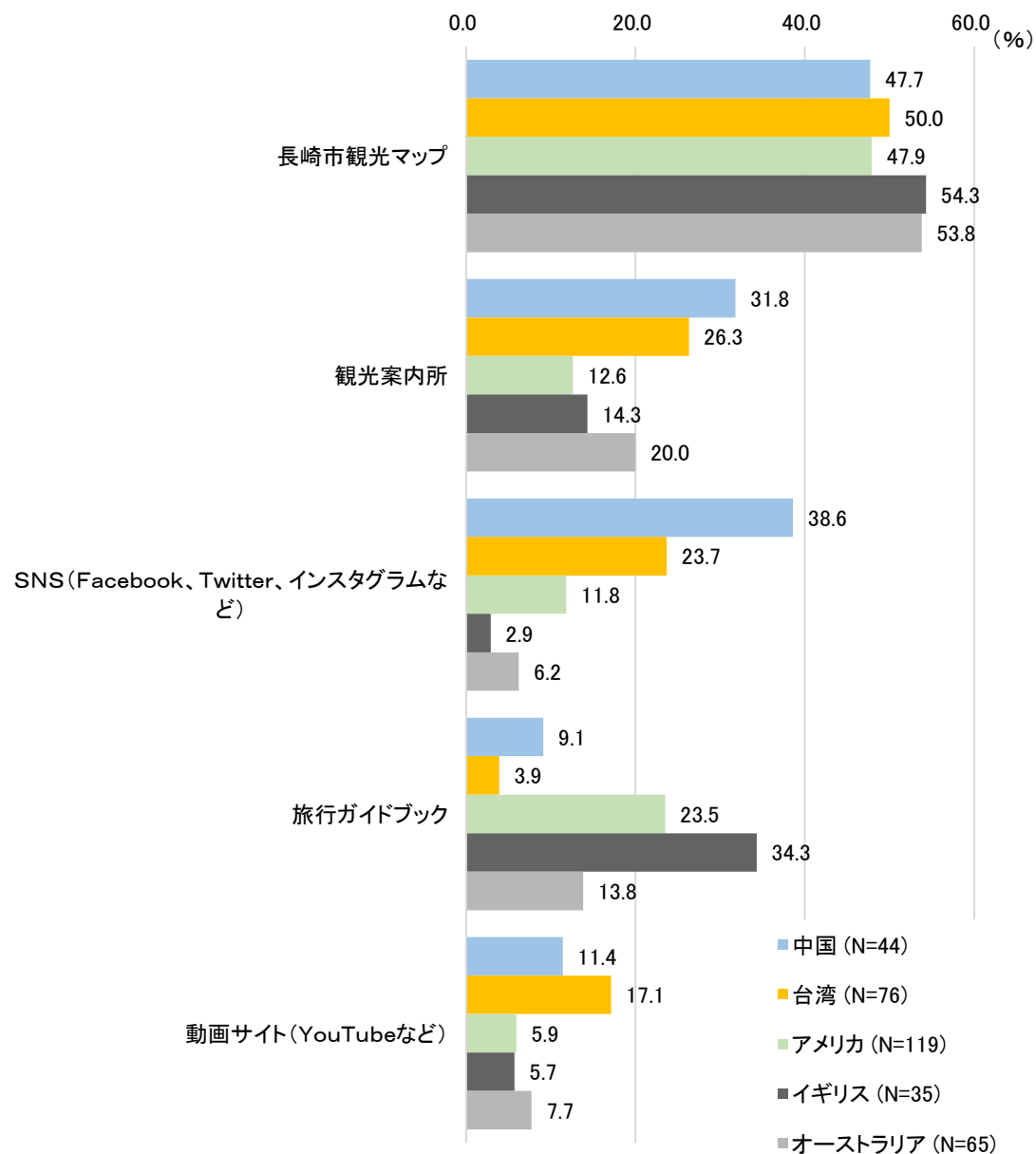
(性別)



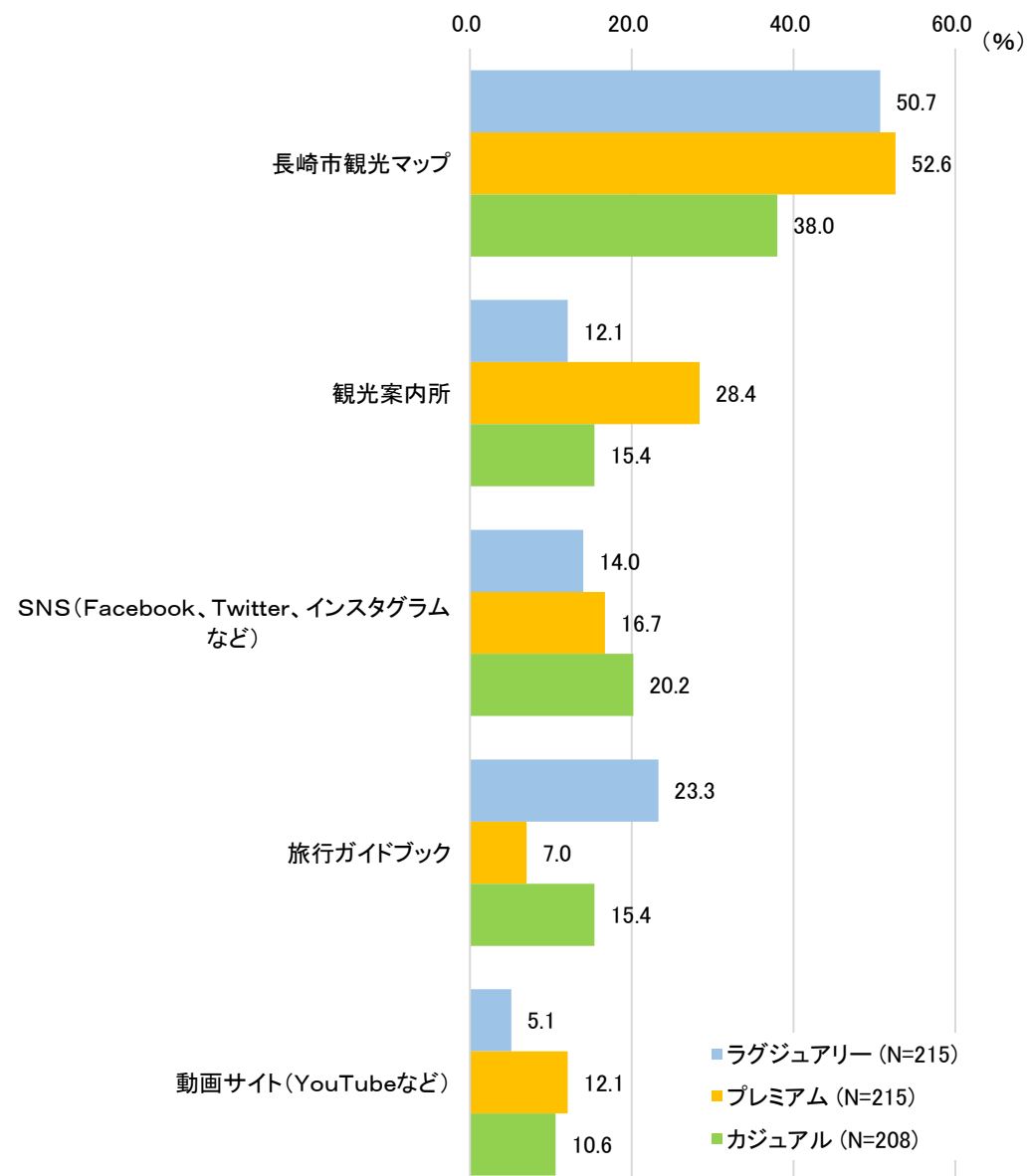
(年代別) ※上位5項目



(国籍別) ※上位5項目



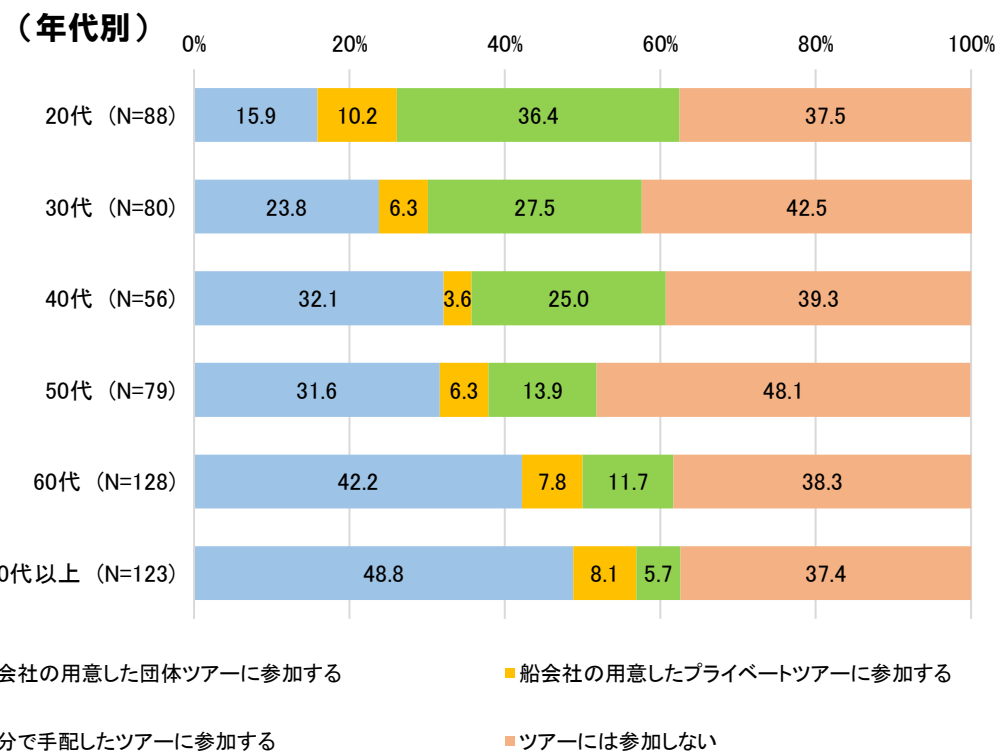
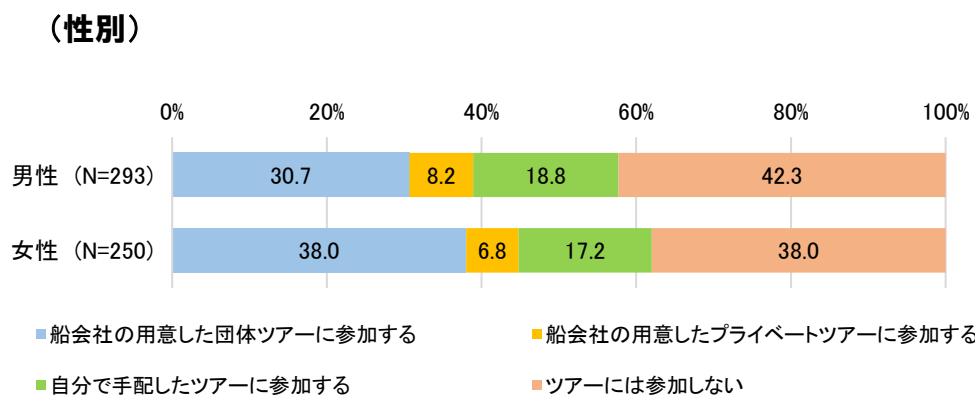
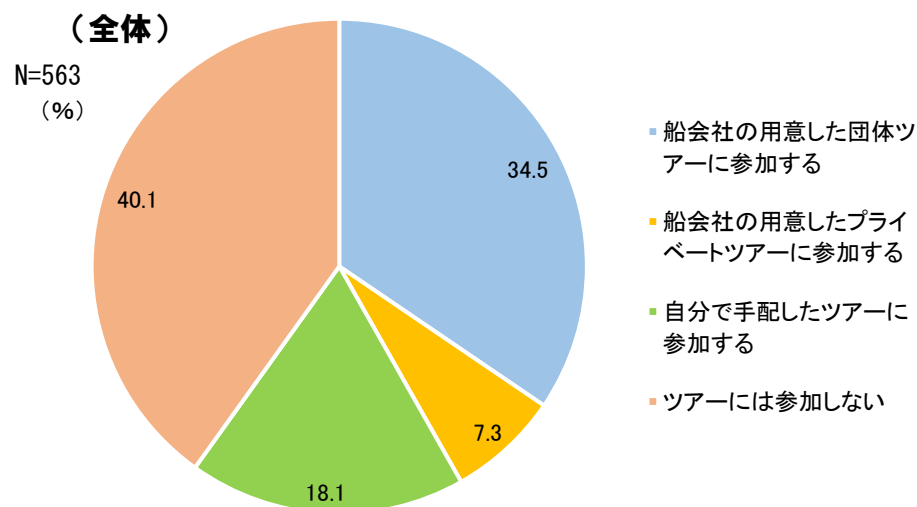
(グレード別) ※上位5項目



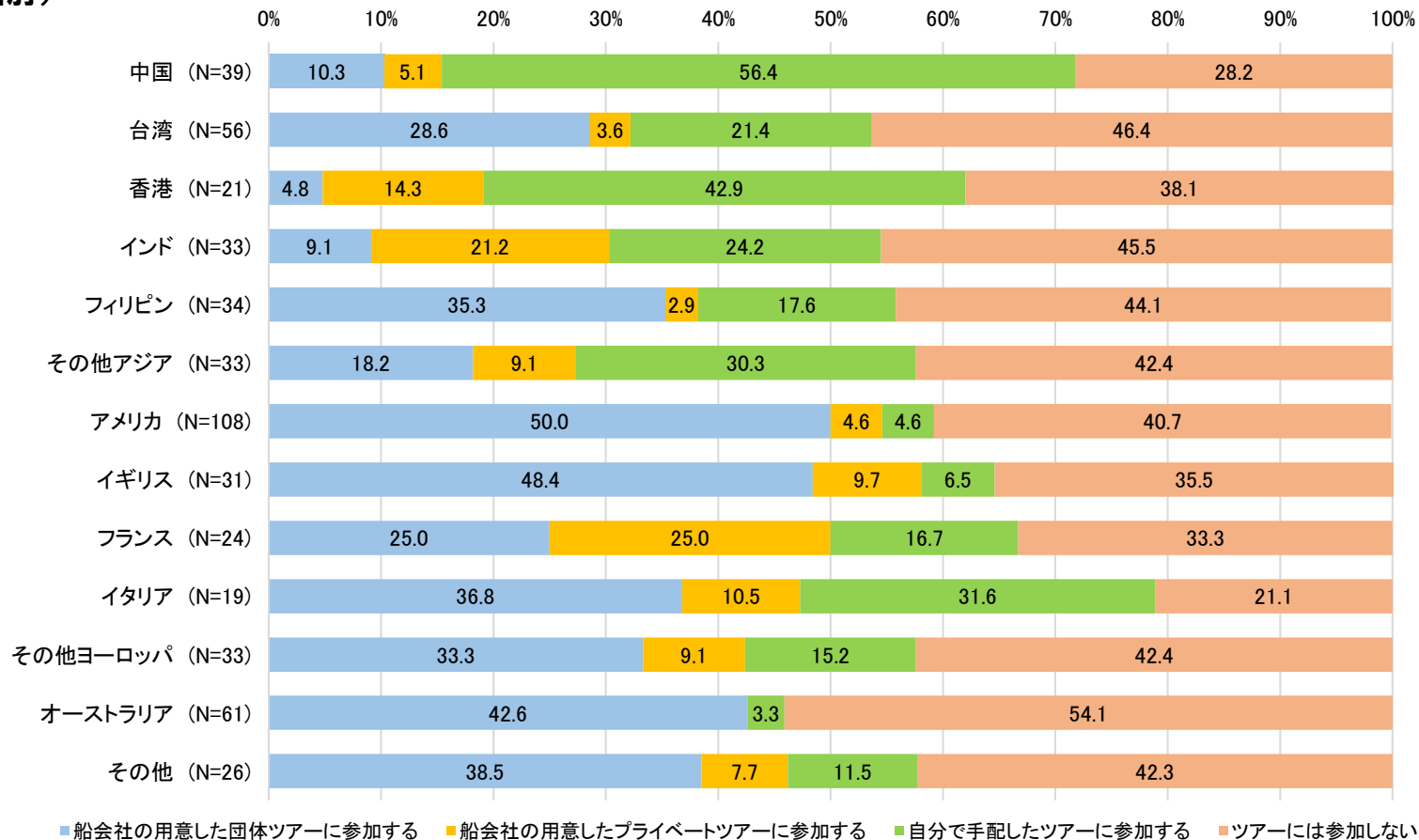
Q14:長崎市ではツアーに参加しますか？または参加しましたか？

長崎市でのツアーは「参加しない」が4割

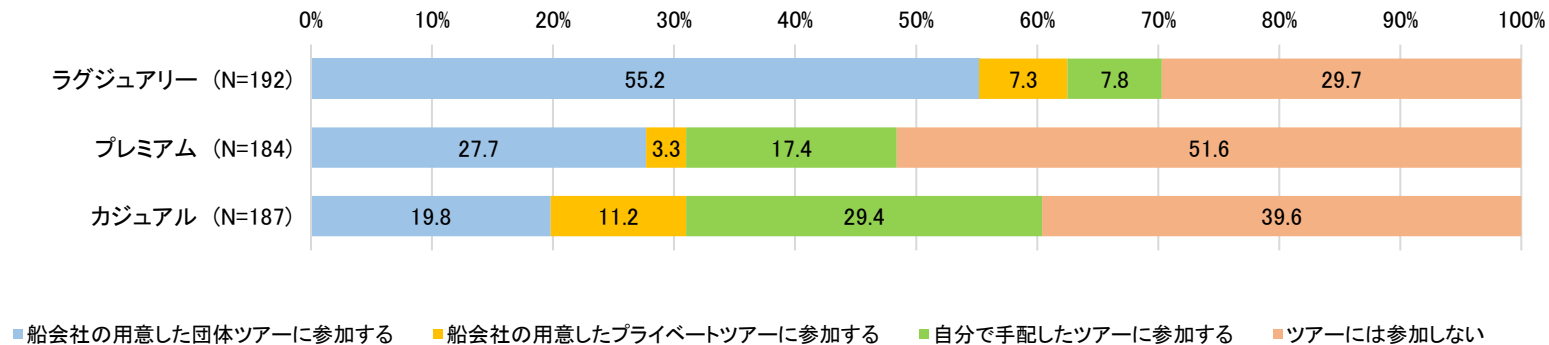
- 全体では、「ツアーには参加しない」が最も多く40.1%で、「船会社の用意した団体ツアーに参加する」が34.5%、「自分で手配したツアーに参加する」が18.1%で続いている。
- 性別では女性の方が「船会社の用意した団体ツアーに参加する」の割合が男性よりも高い。
- 年代別では、年代が上がるにつれて「船会社の用意した団体ツアーに参加する」が高くなっている。一方で、年代が低いほど、「自分で手配したツアーに参加する」の割合が高い。
- 国籍別では、アメリカやイギリス、オーストラリアで「船会社の用意した団体ツアーに参加する」の割合が高い一方で、中国や香港では「自分で手配したツアーに参加する」が4割を超えており、国籍によってツアーの参加方法が異なる傾向がみられる。



(国籍別)



(グレード別)



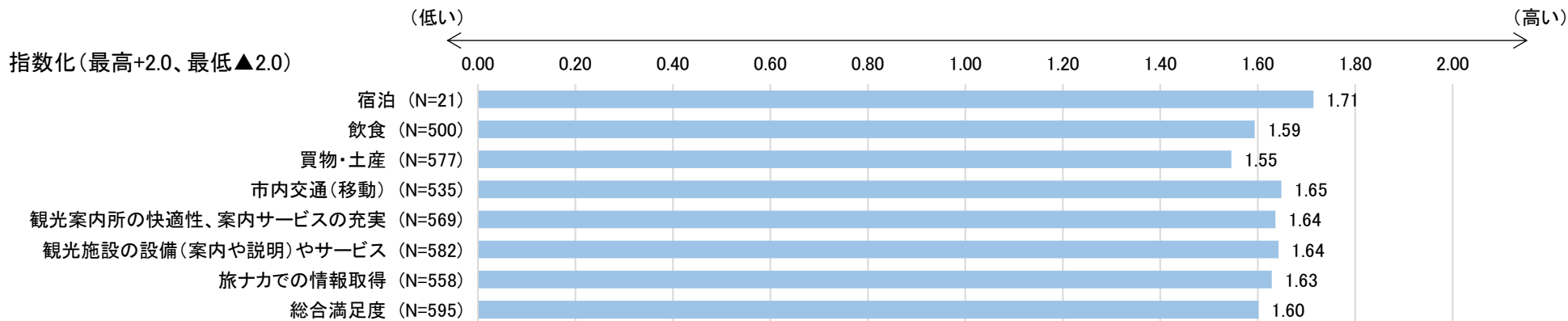
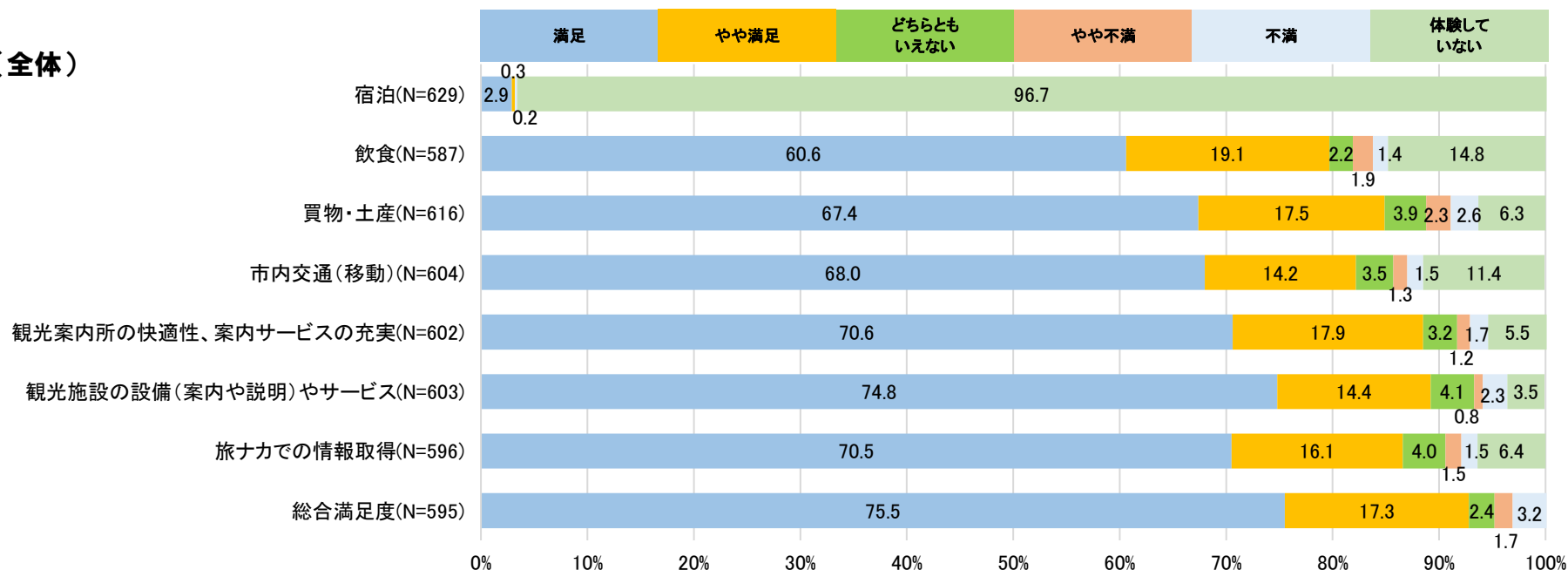
Q14:長崎市の観光で満足したこと、不満だったことを教えてください。

総合満足度は『満足』(「満足」+「やや満足」)が9割超

全体では、宿泊は9割以上が「体験していない」となっている。

それ以外の項目は、「満足」が約6～7割となっており、「満足」と「やや満足」の合計は約8～9割となっている。

(全体)



指数=(満足×2+やや満足×1+どちらともいえない×0+やや不満×(-1)+不満×(-2))/回答数(体験していない、無回答除く)

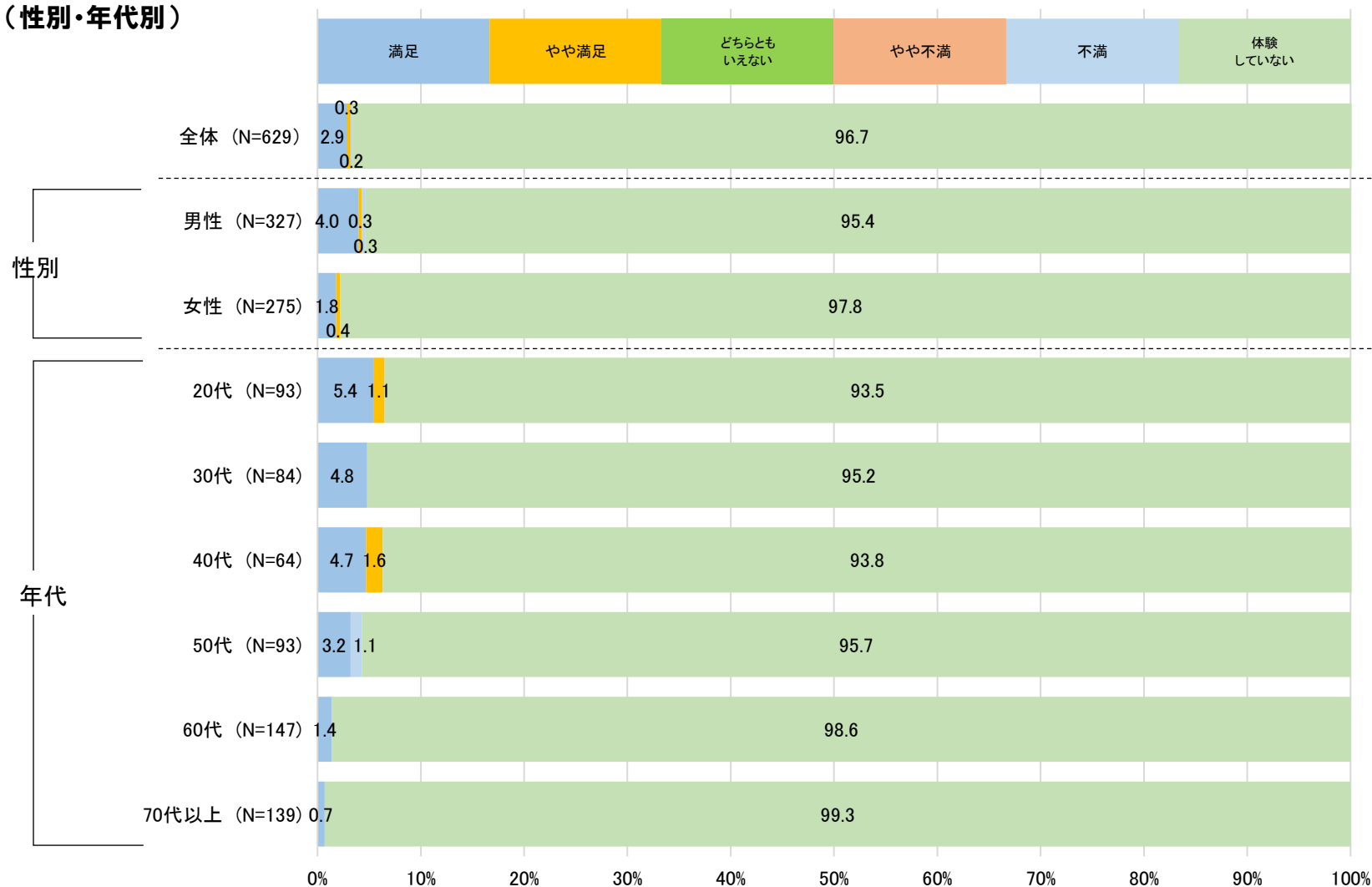
(各評価項目別)

Q14:長崎市の観光で満足したこと、不満だったことを教えてください。

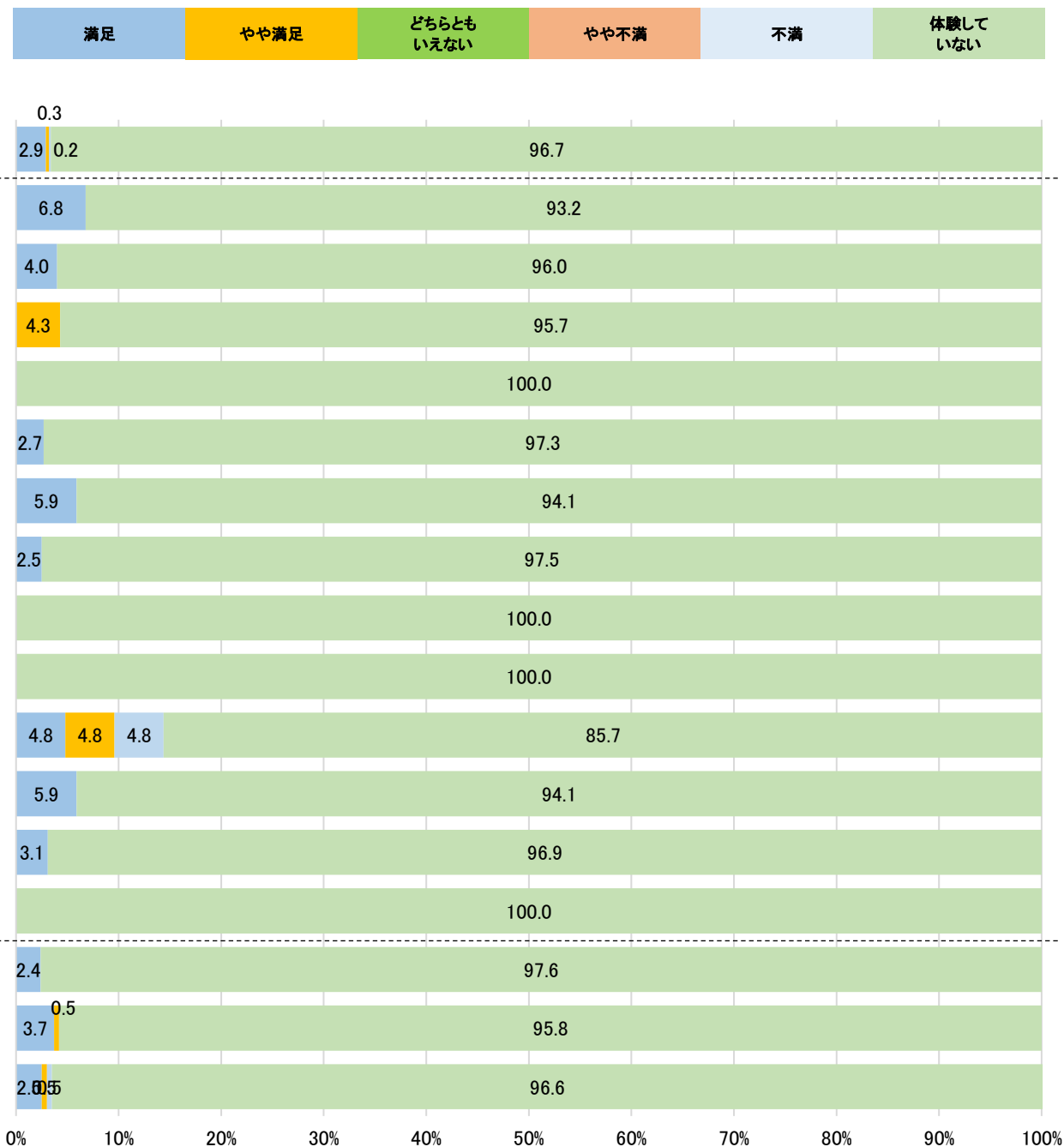
【A.宿泊】

- ・ 性別、年代別では、いずれも「体験していない」が9割以上となっている。
- ・ 国籍別ではイタリアを除きすべての国で9割以上が「体験していない」と回答している。

(性別・年代別)



(国籍・グレード別)



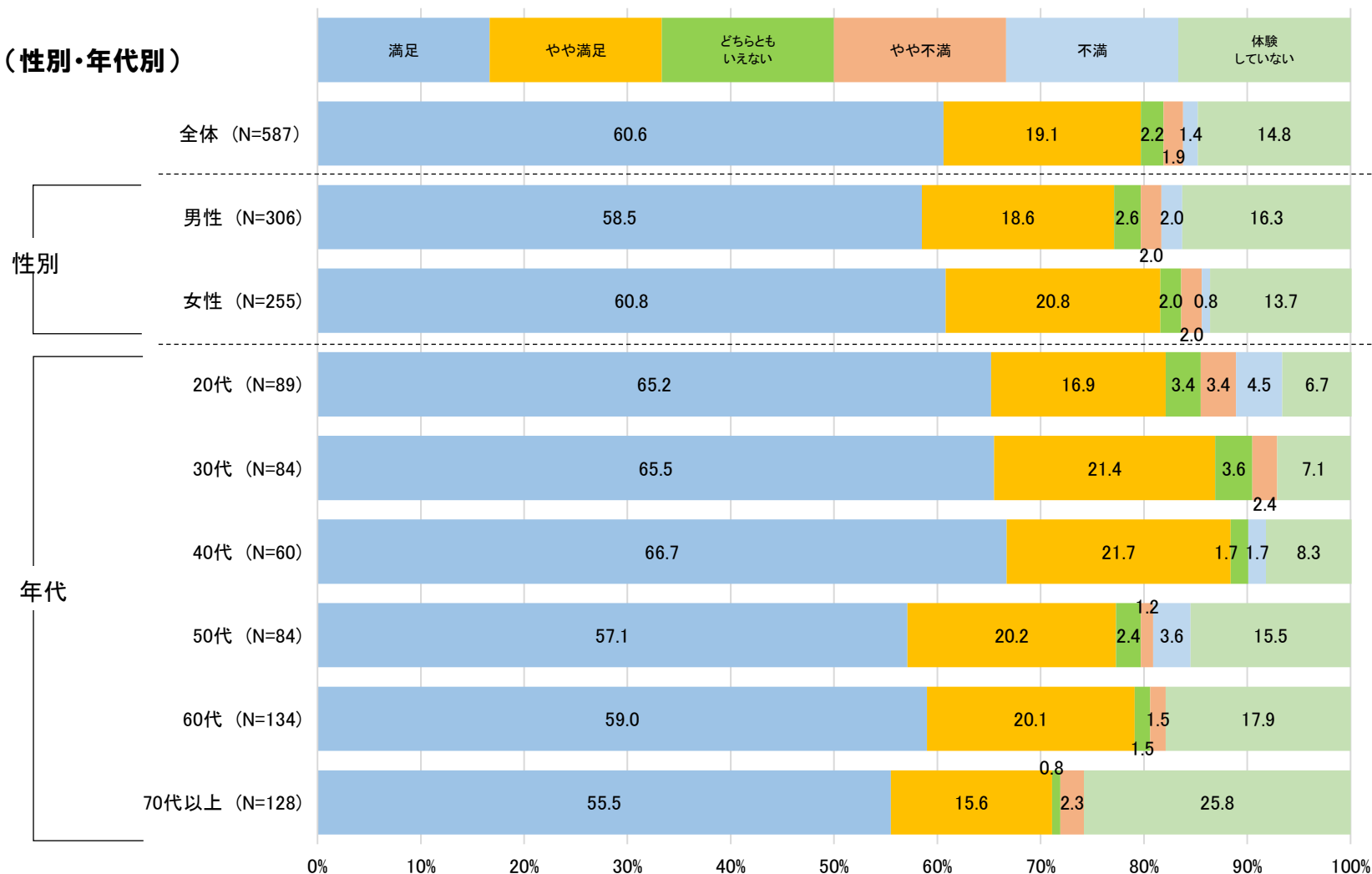
(各評価項目別)

Q14:長崎市の観光で満足したこと、不満だったことを教えてください。

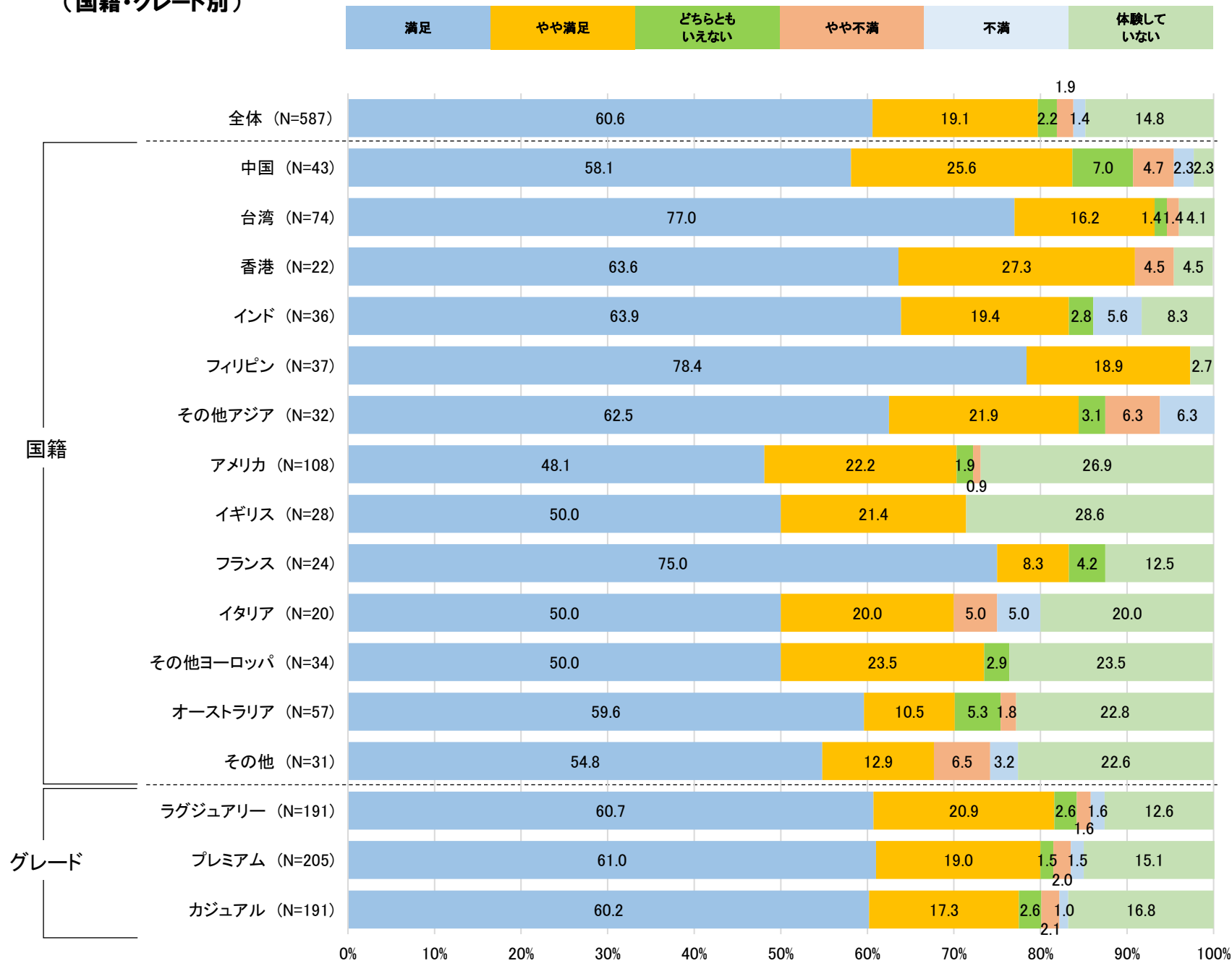
【B.飲食】

- ・ 性別では、大きな差はみられない。
- ・ 年代別では、20～40代では6割以上が「満足」と回答しているのに対し、50代以上は「満足」が6割未満とやや低くなっている。また、70代以上では「体験していない」の割合が25.8%と他の年代に比べてやや高くなっている。
- ・ 国籍別では、台湾やフィリピンで「満足」が7割を超えており、「満足」+「やや満足」でみると、9割以上が満足となっている。欧米豪ではアジア諸国に比べて「体験していない」の割合が相対的に高くなっている。

(性別・年代別)



(国籍・グレード別)



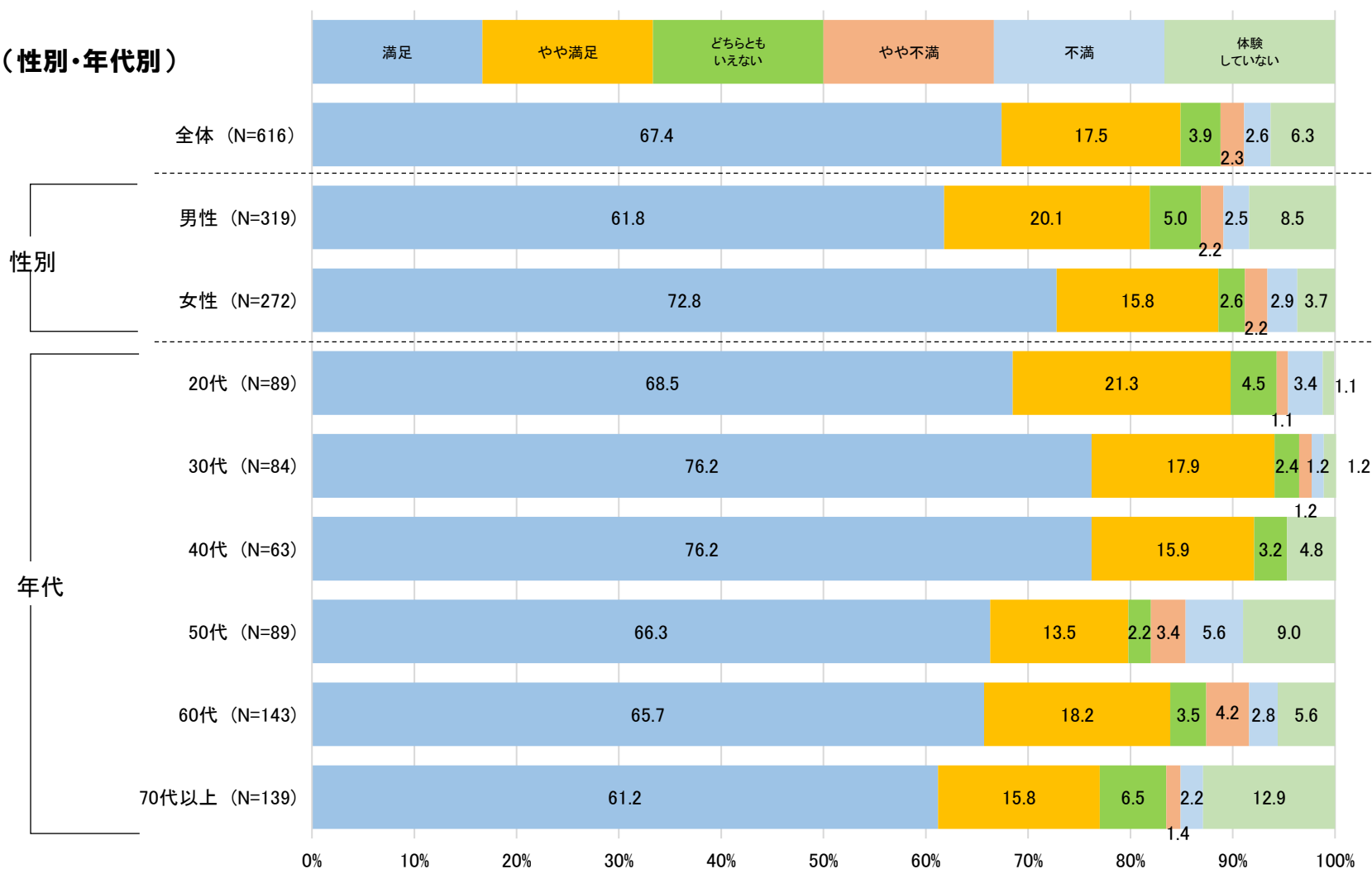
(各評価項目別)

Q14:長崎市の観光で満足したこと、不満だったことを教えてください。

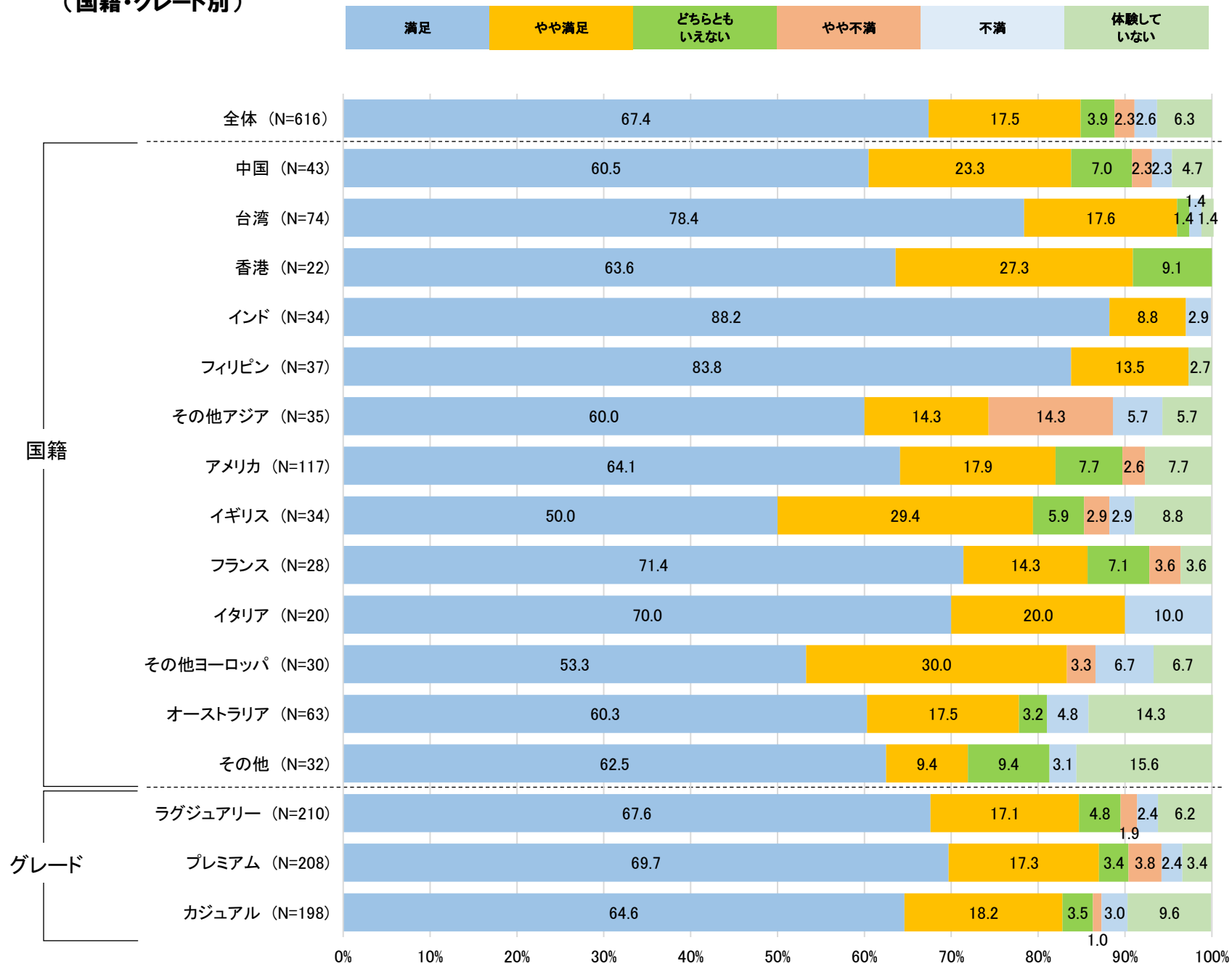
【C.買物・土産】

- ・ 性別では、女性の「満足」の割合が72.8%と男性よりも11ポイント高くなっている。
- ・ 年代別では、30代・40代の「満足」がいずれも76.2%と他の年代よりも高くなっており、「満足」+「やや満足」でみると9割以上が満足と回答している。
- ・ 国籍別では、「満足」はフィリピン、インドで8割を超えており、他の国に比べて高くなっている。イギリスやその他ヨーロッパでは「満足」が5割程度とやや低い。

(性別・年代別)



(国籍・グレード別)



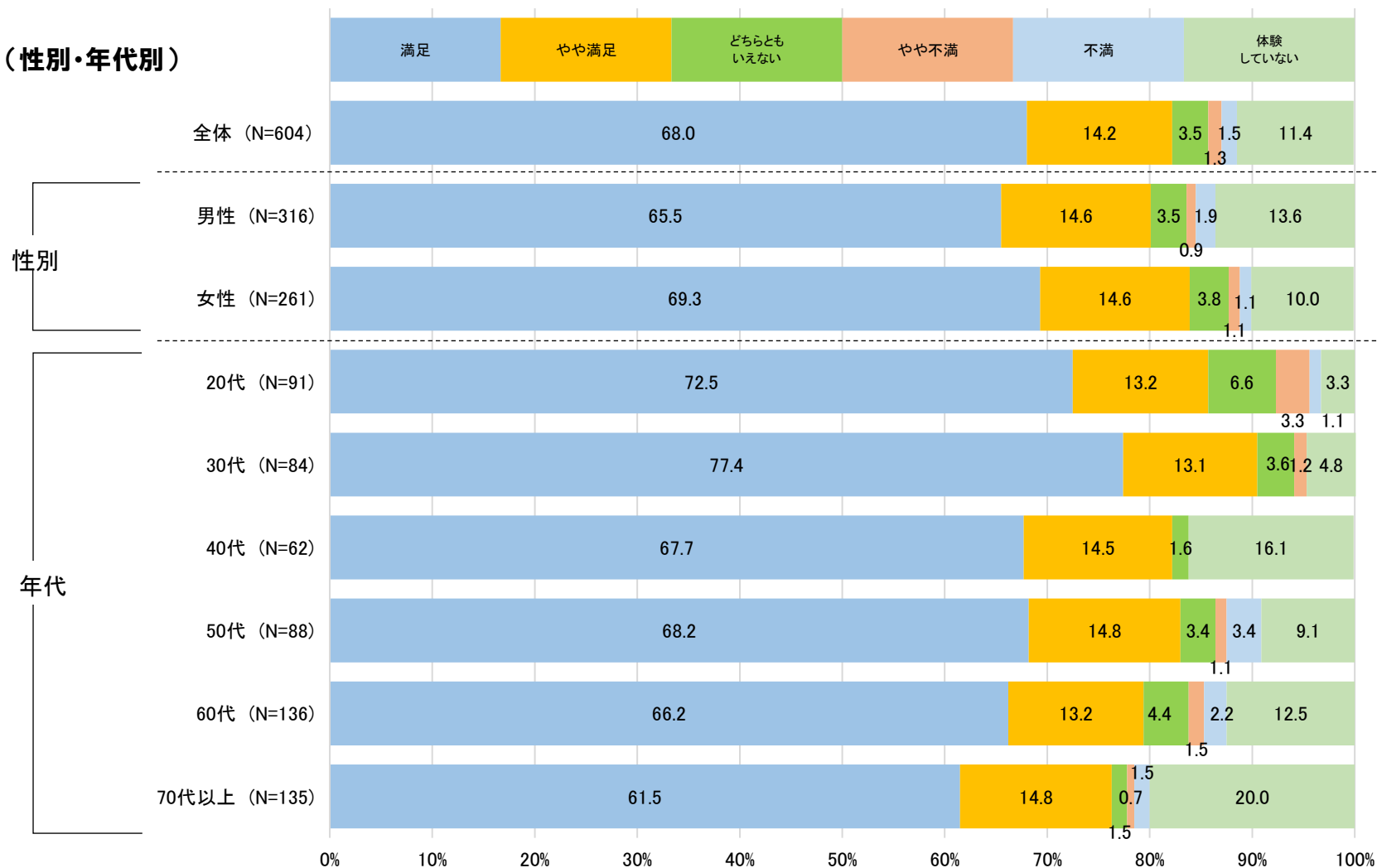
(各評価項目別)

Q14:長崎市の観光で満足したこと、不満だったことを教えてください。

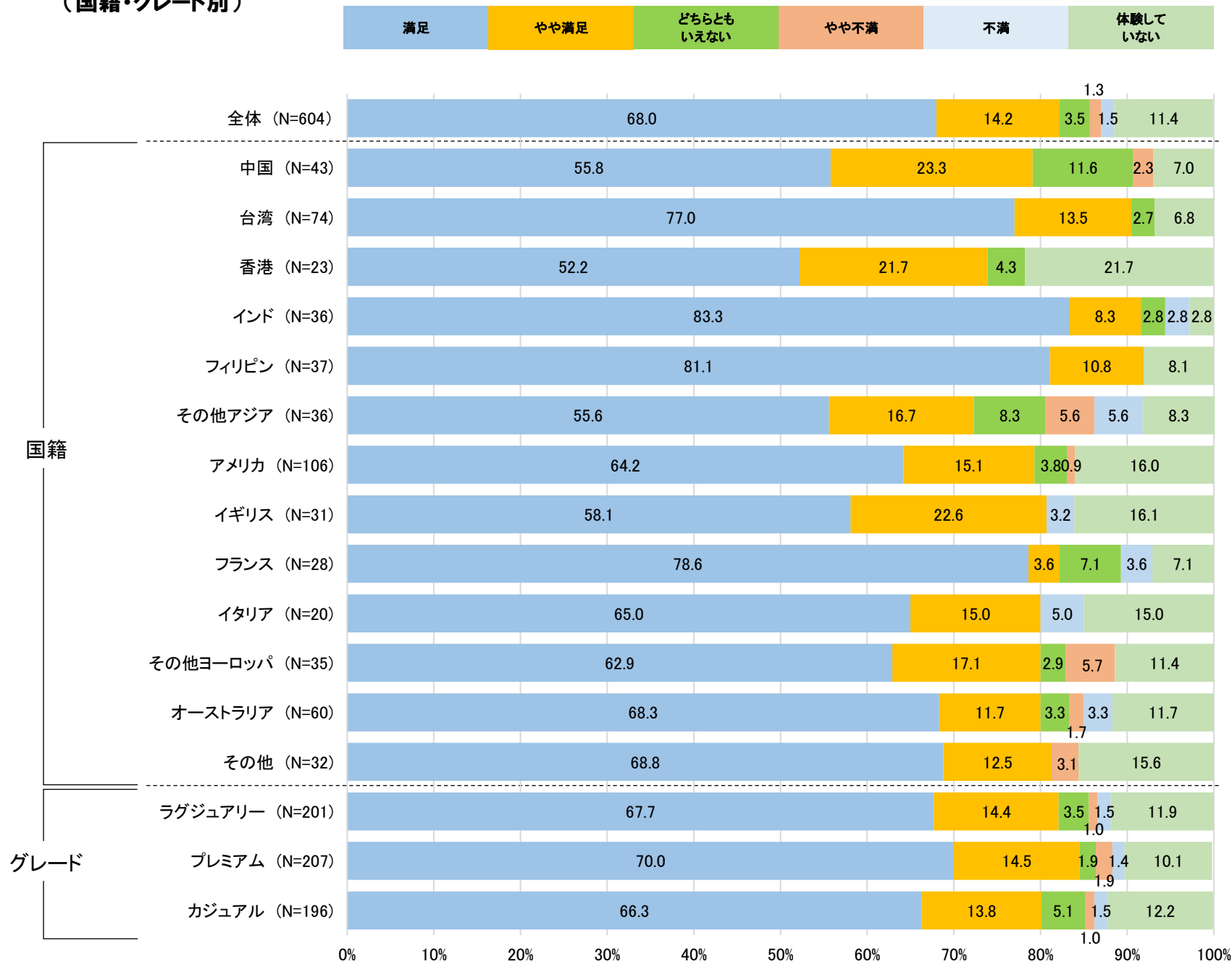
【D.市内交通(移動)】

- ・ 性別では、大きな差はみられない。
- ・ 年代別では、「満足」は20代・30代で7割を超えており比較的高くなっている。一方で、40代や70代以上では「体験していない」が他の年代よりも高くなっている。
- ・ 国籍別では、台湾・インド・フィリピンで「満足」の割合が高く、「満足」+「やや満足」でみると9割以上が満足と回答している。

(性別・年代別)



(国籍・グレード別)



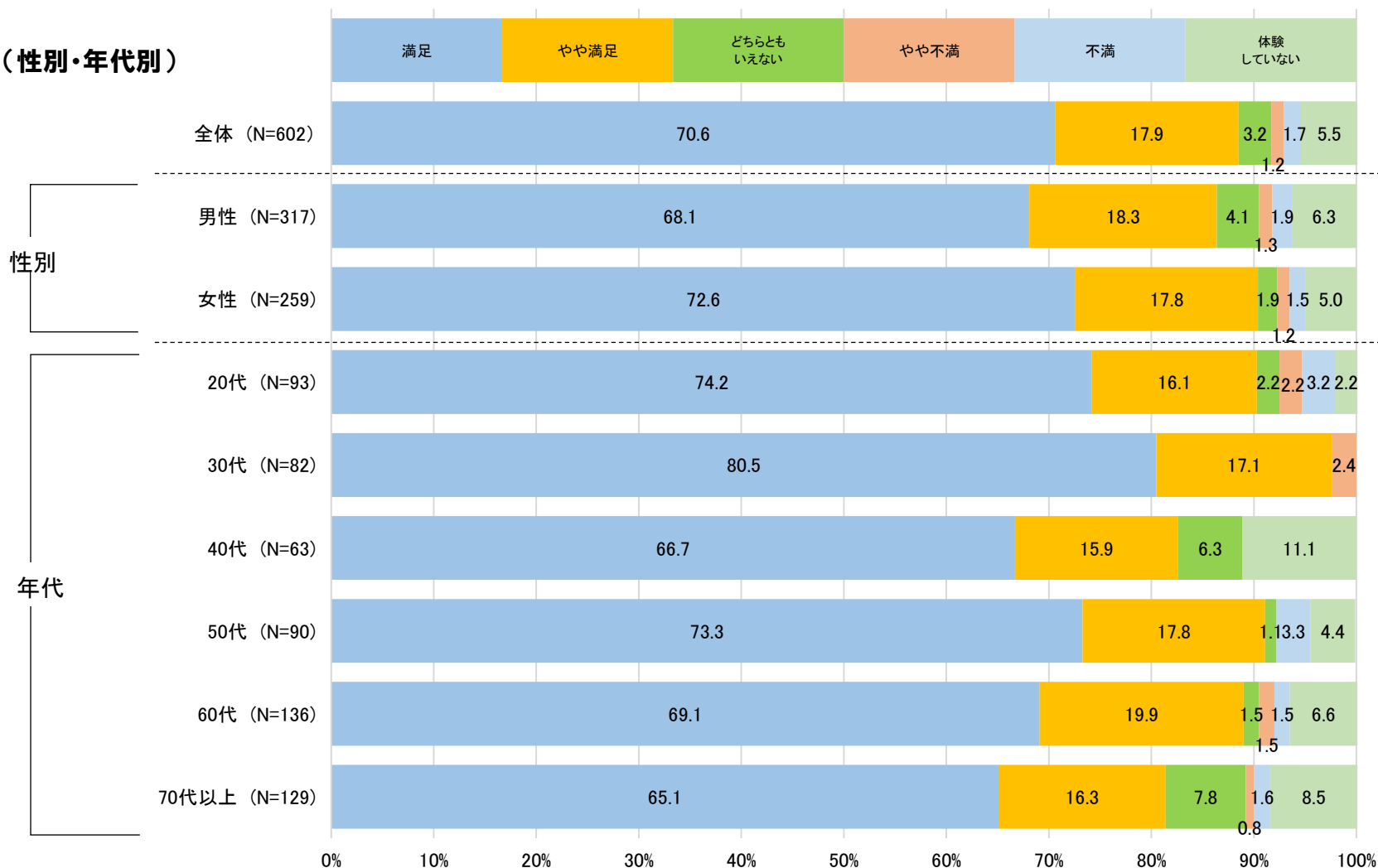
(各評価項目別)

Q14:長崎市の観光で満足したこと、不満だったことを教えてください。

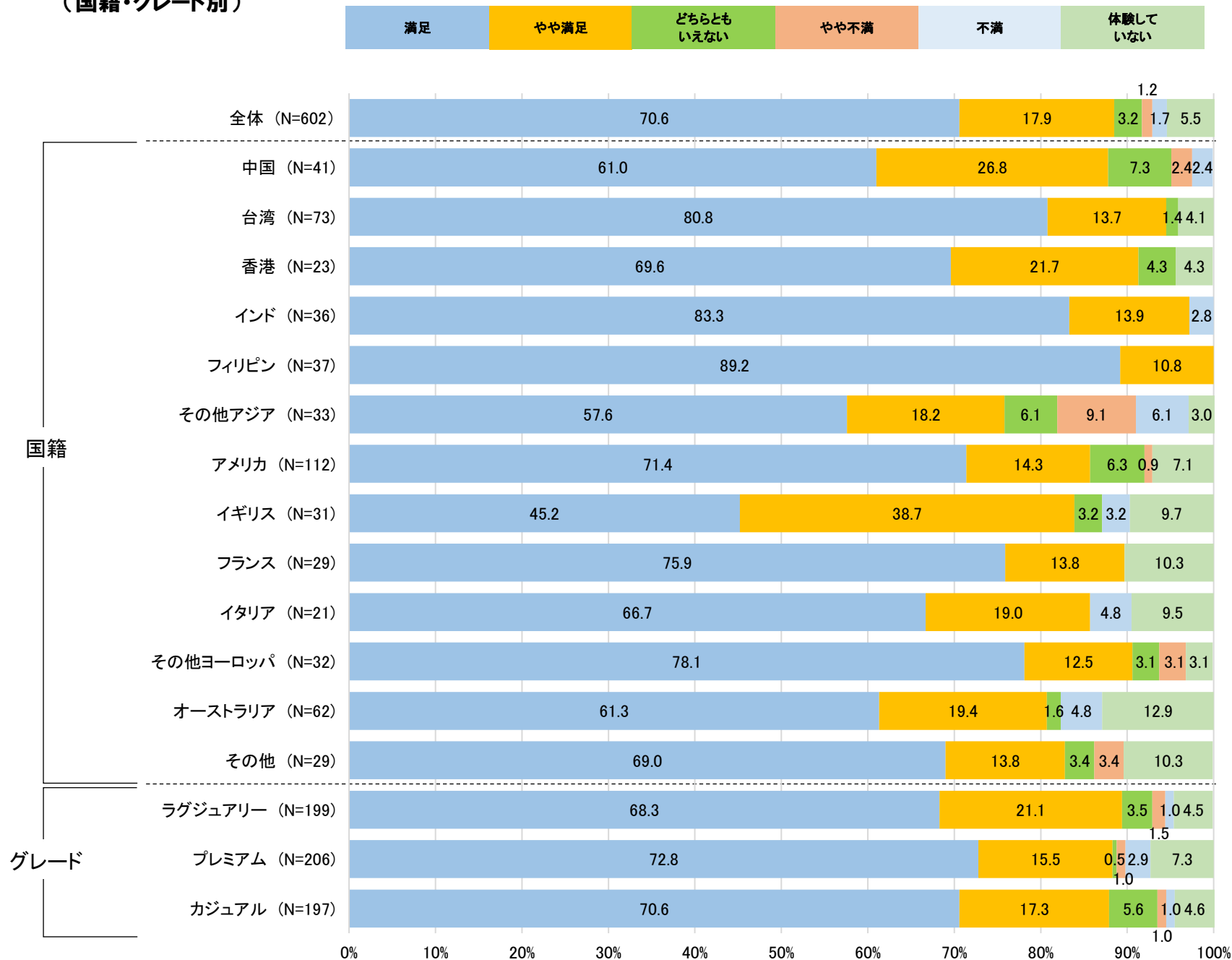
【E.観光案内所の快適性、案内サービスの充実】

- ・ 性別では、大きな差はみられない。
- ・ 年代別では、30代で「満足」が80.5%と最も高くなっている。また、40代・60代以上では「満足」が7割未満と他の年代よりもやや低くなっている。
- ・ 国籍別では、イギリスで「満足」が45.2%と低くなっているが「満足」+「やや満足」でみると8割を超えている。

(性別・年代別)



(国籍・グレード別)



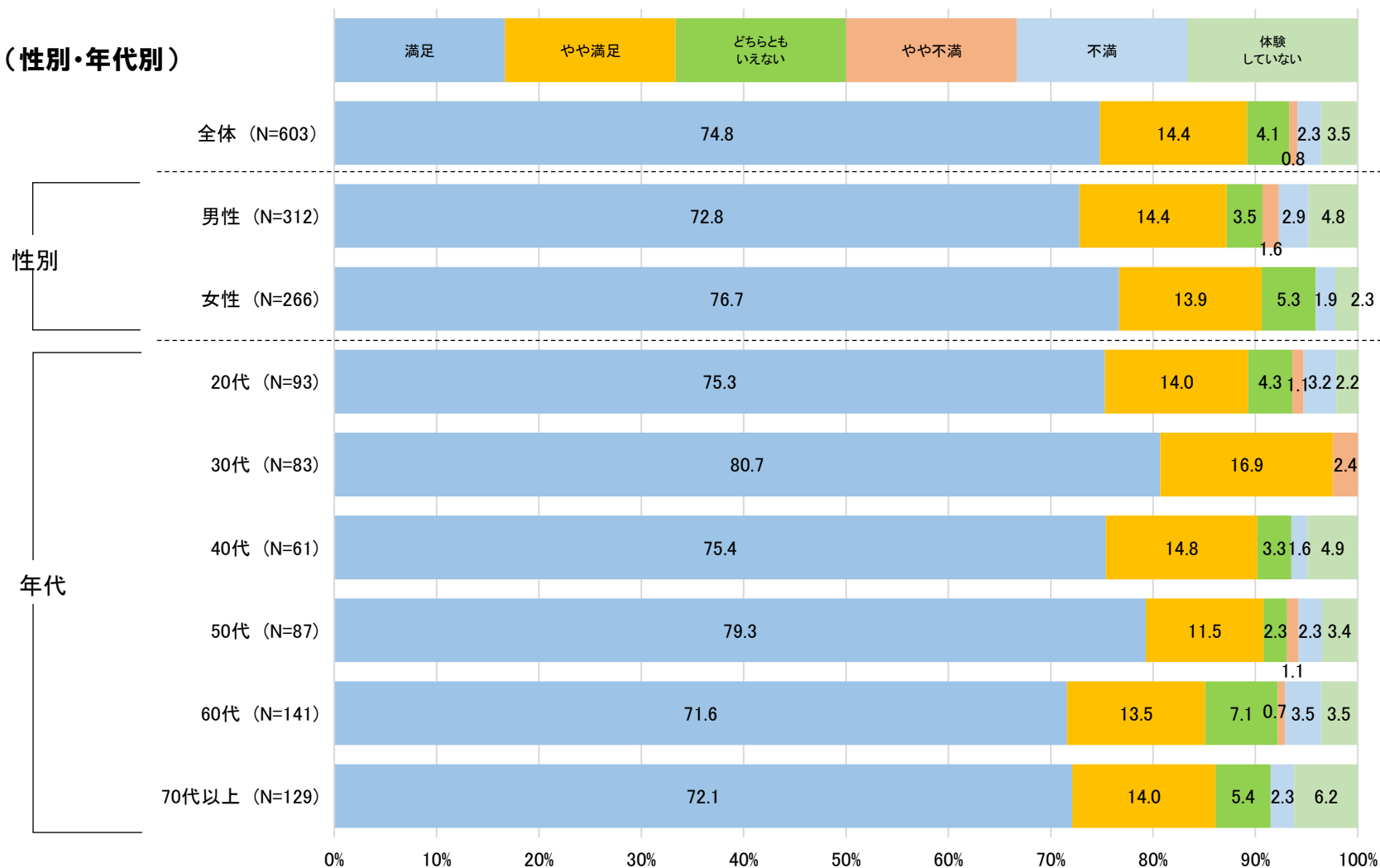
(各評価項目別)

Q14：長崎市の観光で満足したこと、不満だったことを教えてください。

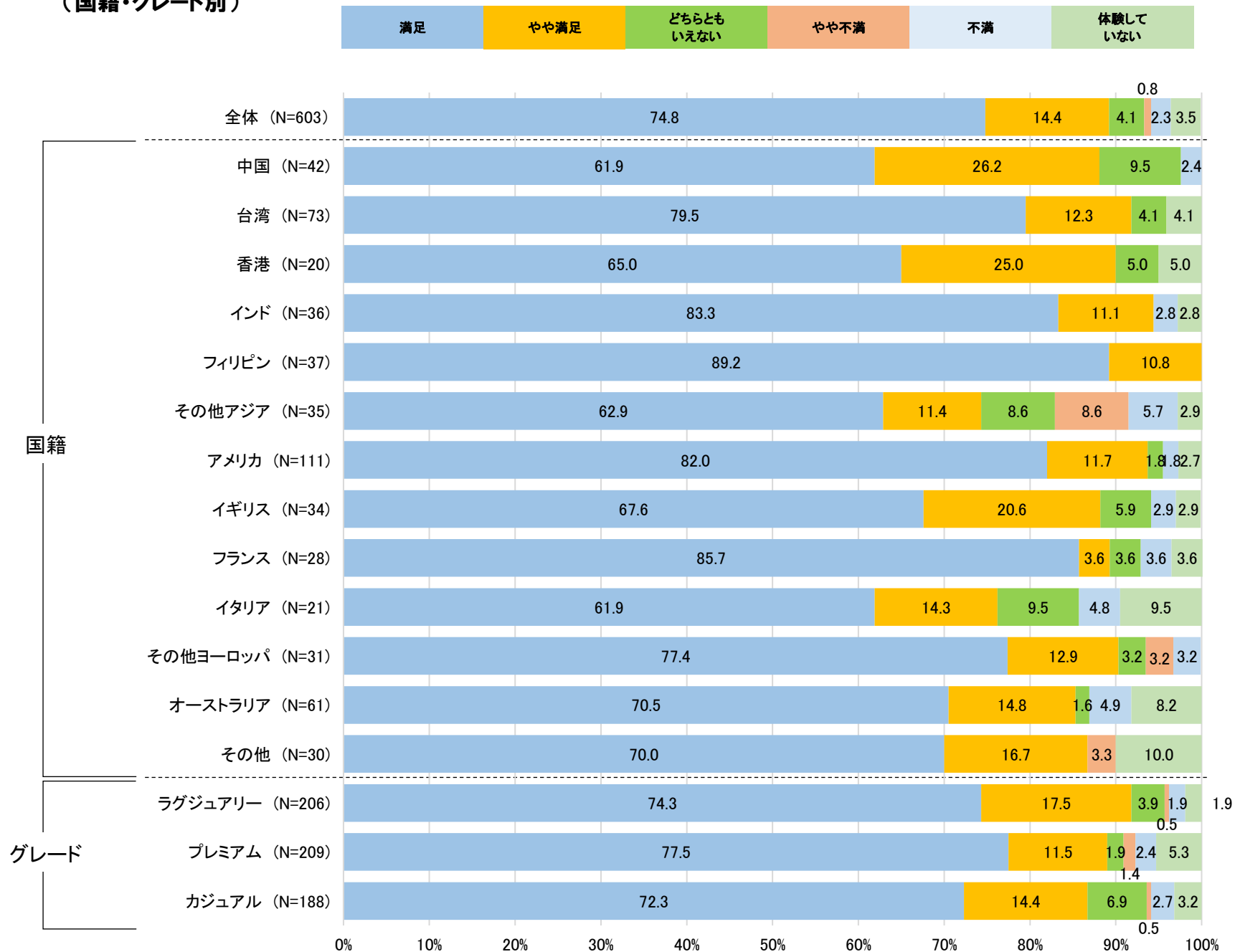
【F.観光施設の設備(案内や説明)やサービス】

- ・ 性別では、大きな差はみられない。
- ・ 年代別では、すべての年代で約7割～8割が「満足」となっており、特に30代は「満足」+「やや満足」でみると97.6%が満足と回答している。
- ・ 国籍別では、「満足」は台湾・インド・フィリピンで高くなっており、特にフィリピンで「満足」+「やや満足」でみると100%と、体験した人全員が満足している。

(性別・年代別)



(国籍・グレード別)



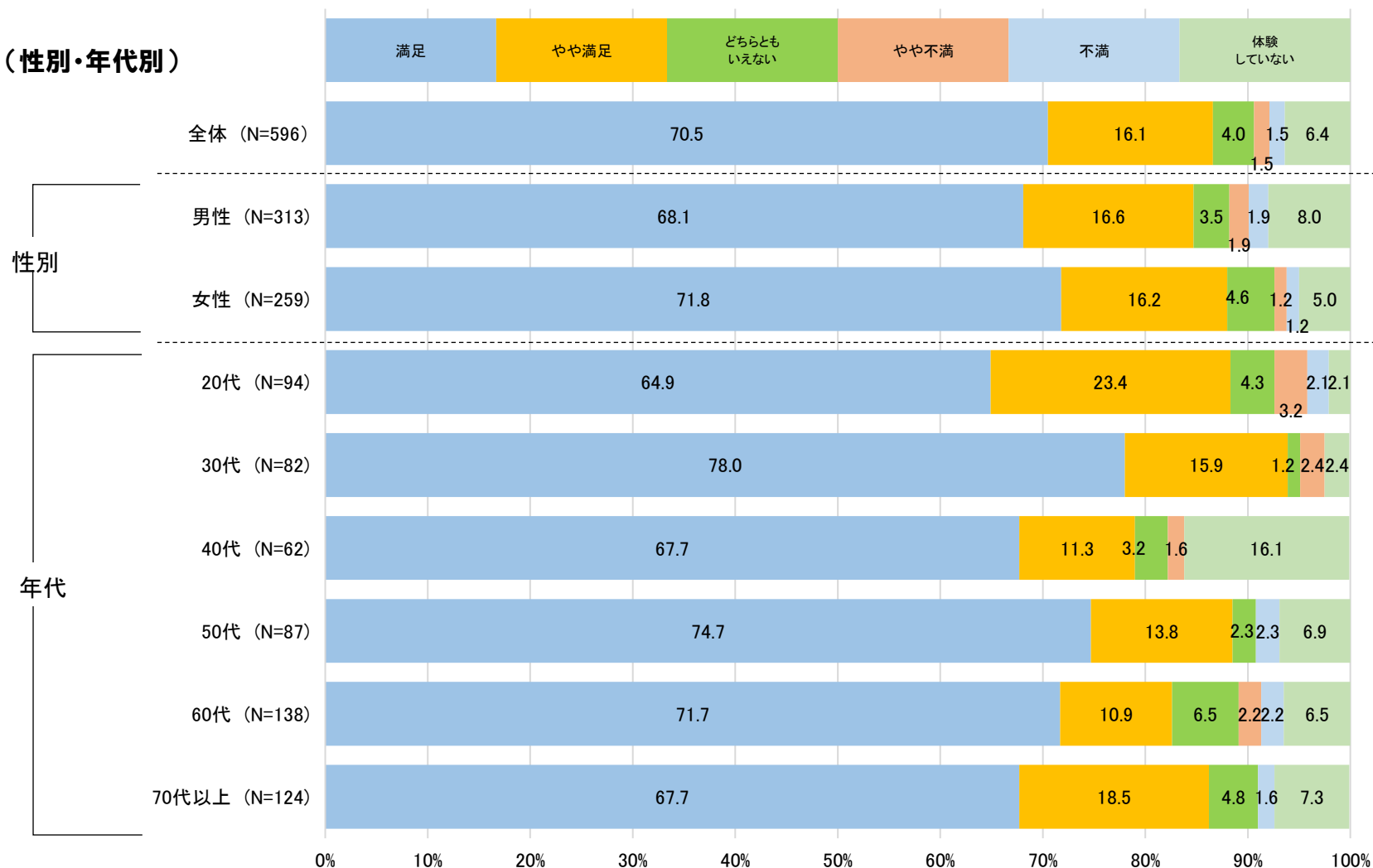
(各評価項目別)

Q14：長崎市の観光で満足したこと、不満だったことを教えてください。

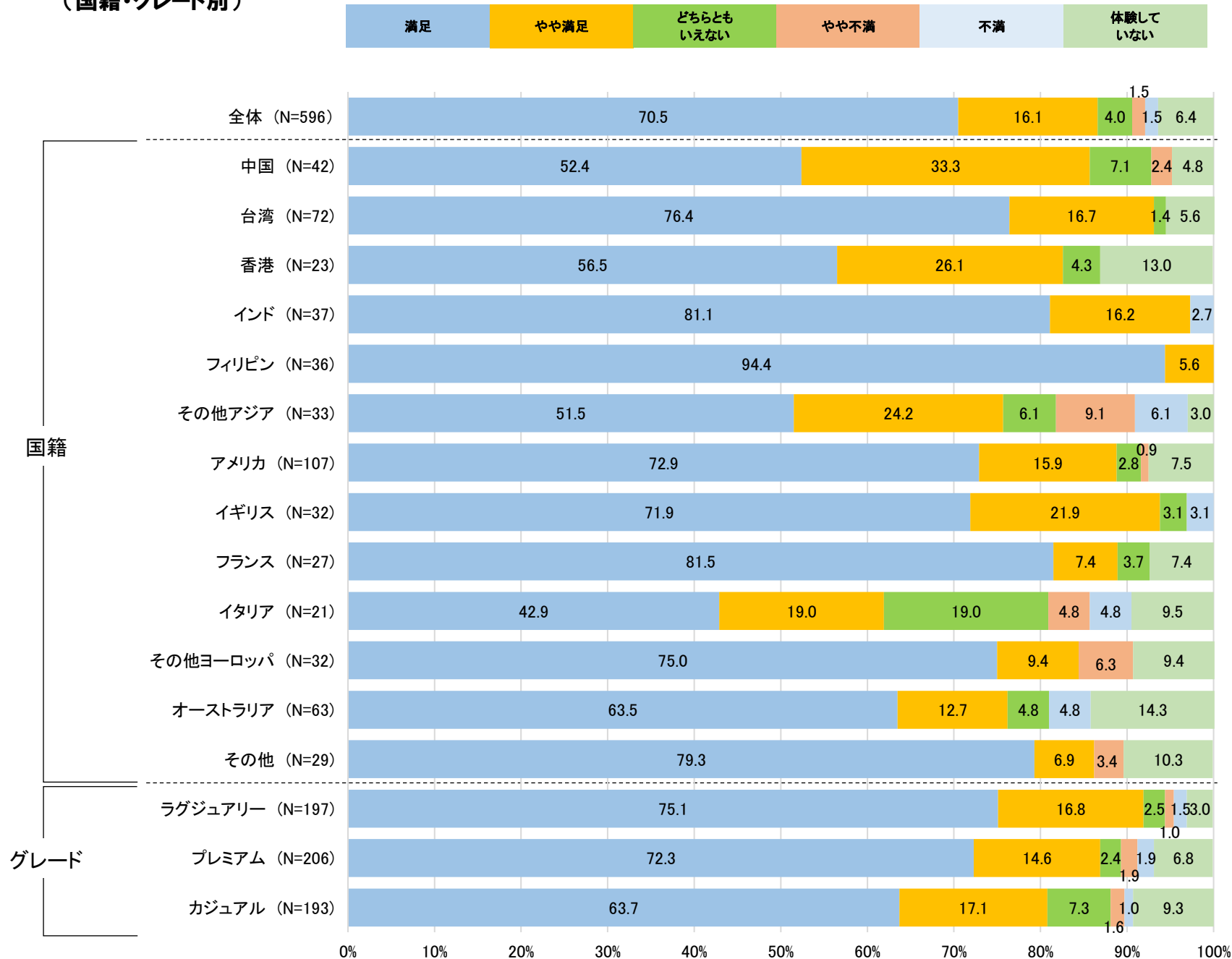
【G.旅ナカでの情報取得】

- ・ 性別では、大きな差はみられない。
- ・ 年代別では、30代で「満足」が78.0%とほかの年代に比べて高くなっている。また、40代では「体験していない」の割合が16.1%と他の年代よりも高くなっている。
- ・ 国籍別では、フィリピンで「満足」が94.4%と高くなっており、「満足」+「やや満足」でみると体験した人全員が満足している。

(性別・年代別)



(国籍・グレード別)

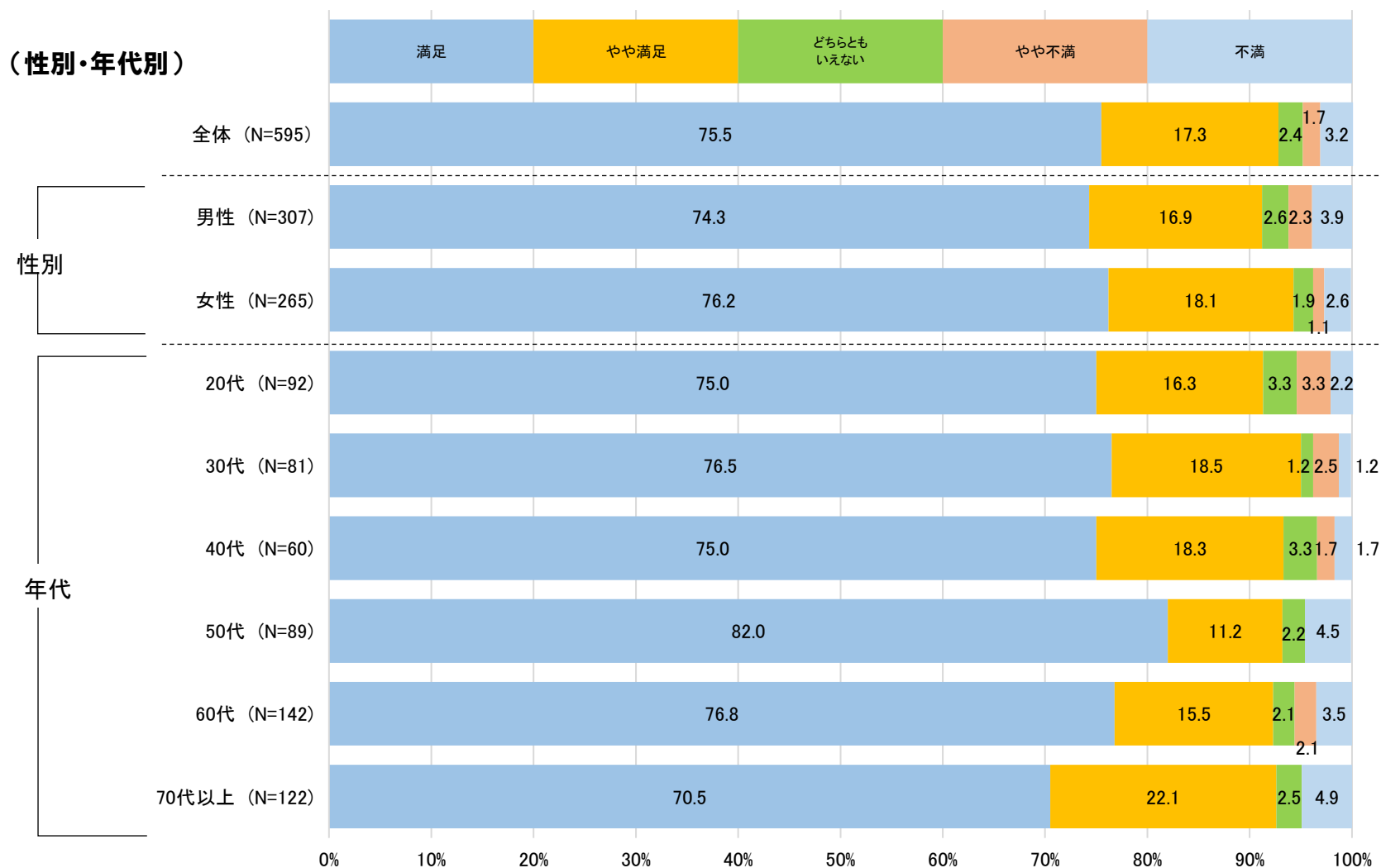


(各評価項目別)

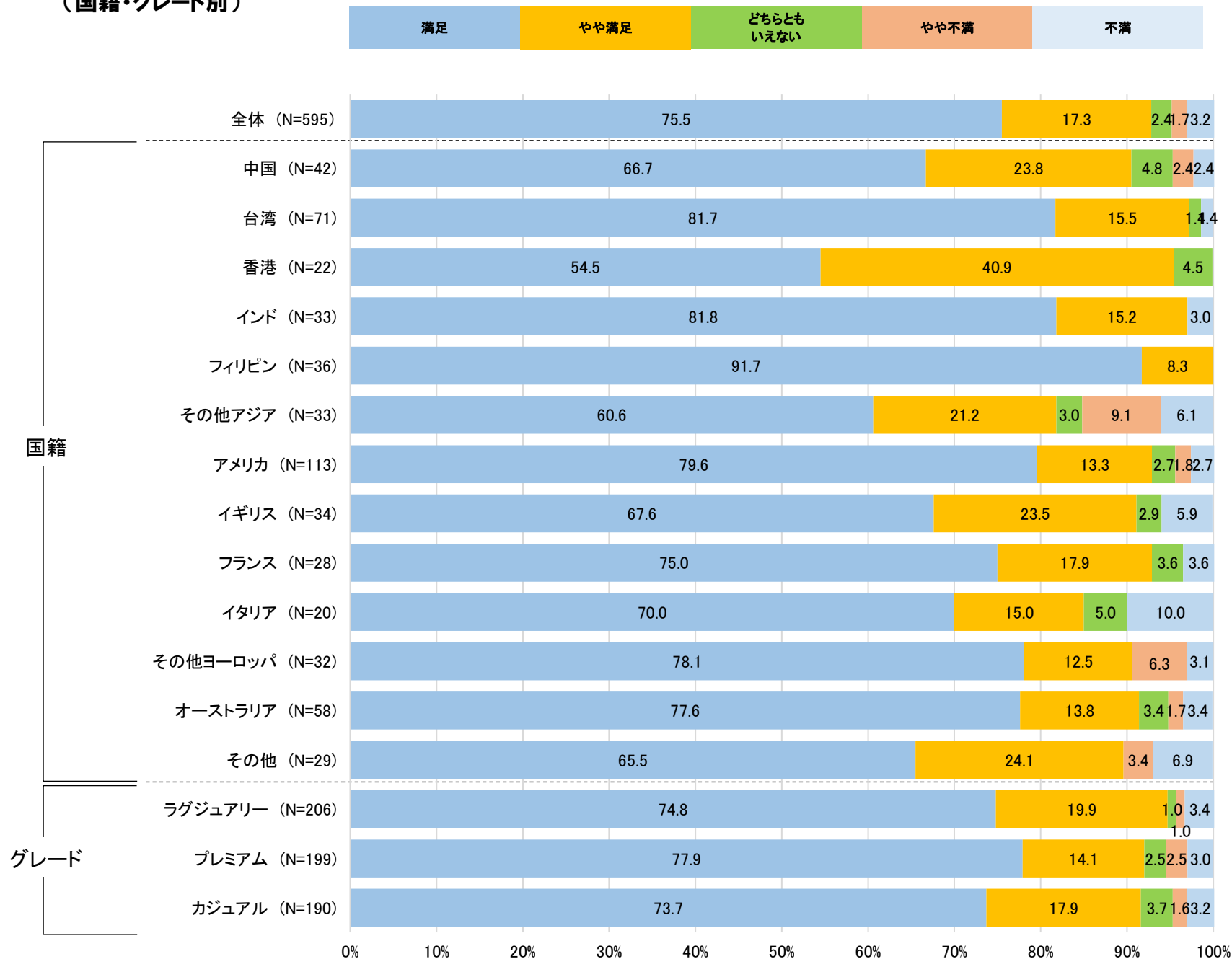
Q14：長崎市の観光で満足したこと、不満だったことを教えてください。

【H.総合満足度】

- ・ 性別では、大きな差はみられない。
- ・ 年代別では、大きな差はみられない。
- ・ 国籍別では、台湾・インド・フィリピンで8割以上が「満足」と回答しており、特にフィリピンでは91.7%と高くなっている。



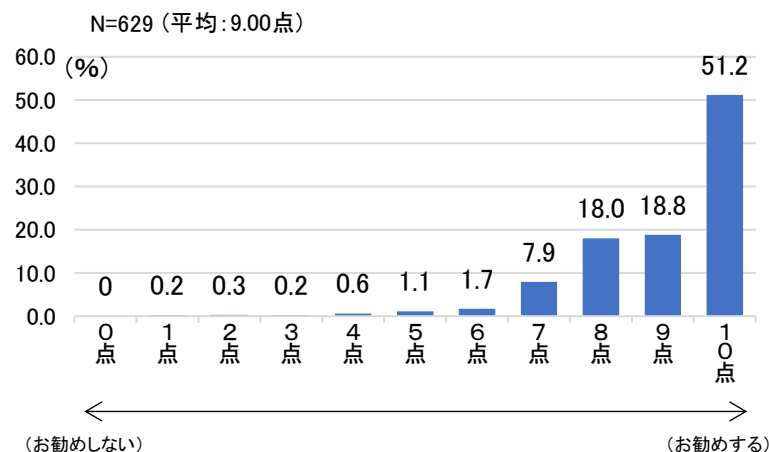
(国籍・グレード別)



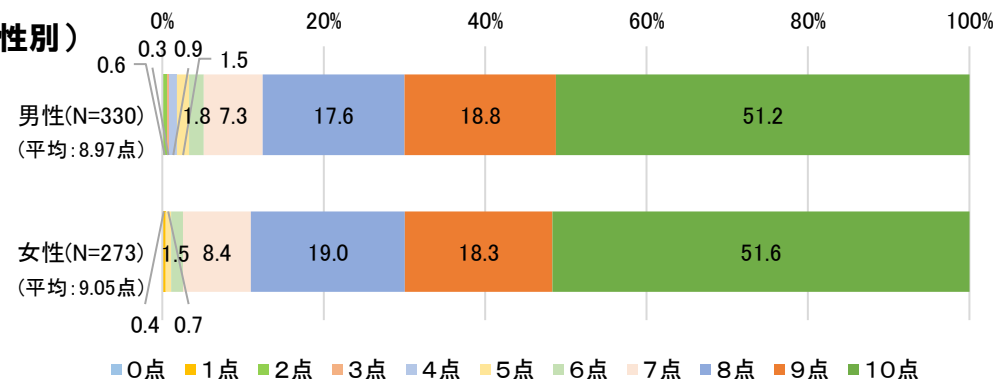
Q16: 長崎市を家族や友人にどれくらいお薦めしたいですか。0点～10点のスコアで教えてください。

- ・全体では、「10点」が51.2%で最も多く、「9点」(18.8%)、「8点」(18.0%)と続いている。また、平均は9.00点となっている。
- ・性別では、大きな差はみられない。
- ・年代別では、30代で9.31点とほかの年代に比べて平均点が高く、70代以上で8.78点と最も低くなっている。
- ・国籍別では、フィリピンで9.46点とほかの国に比べて平均点が高くなっている。

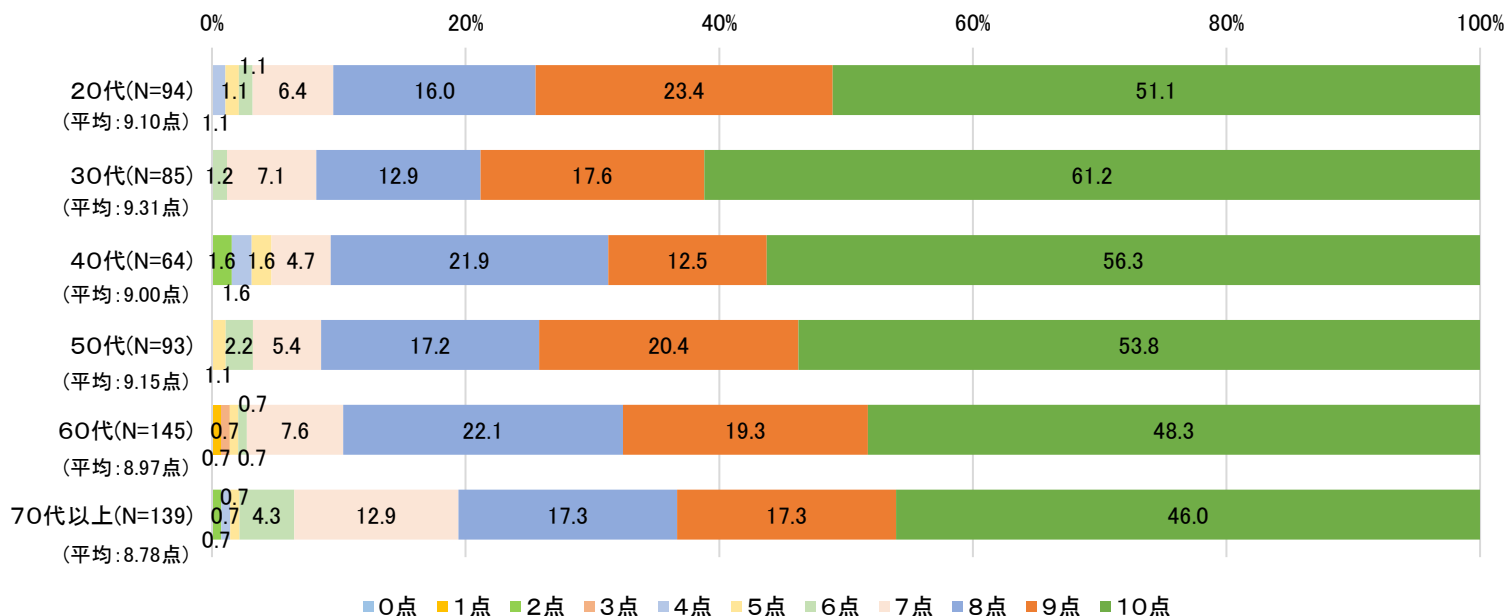
(全体)



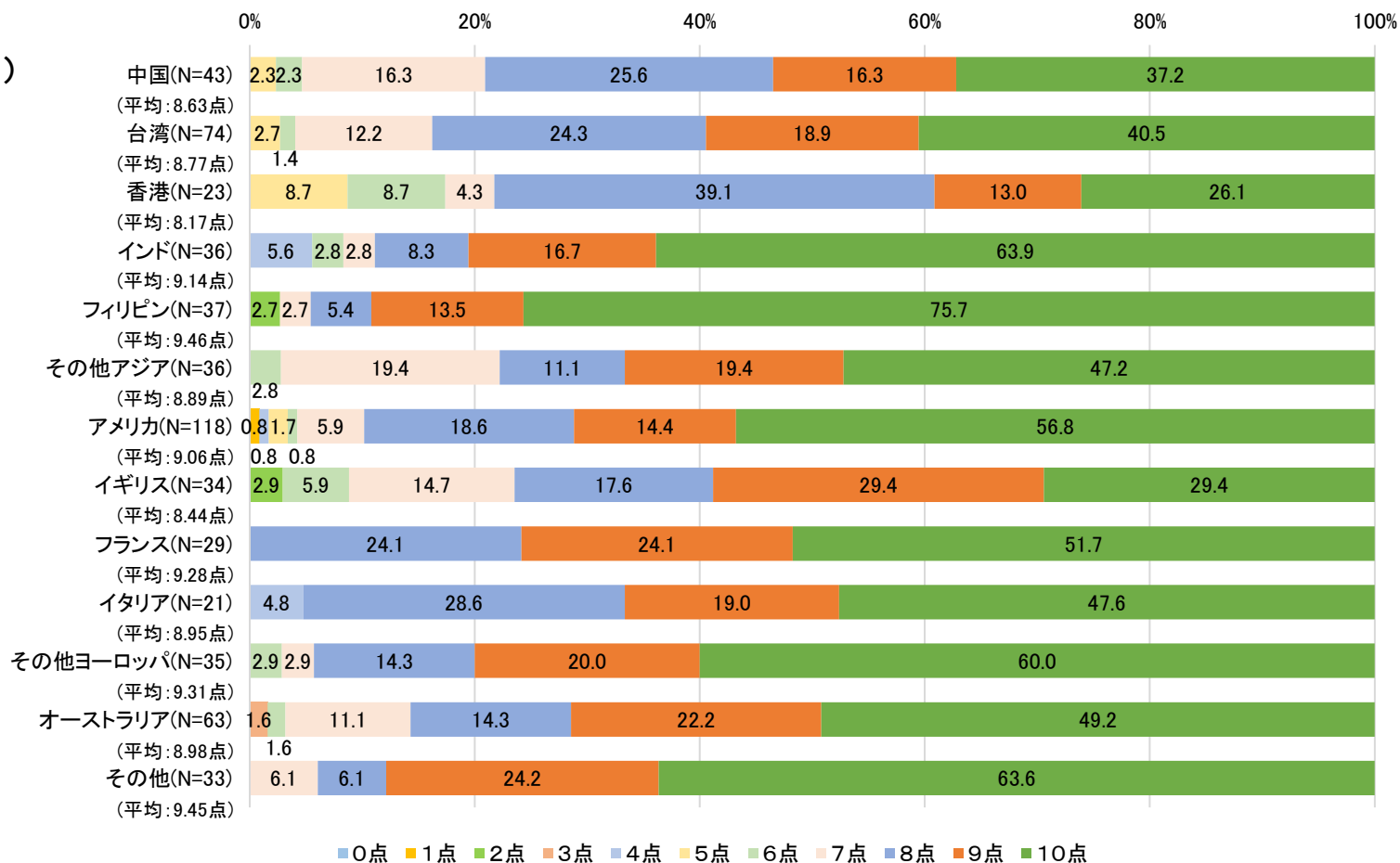
(性別)



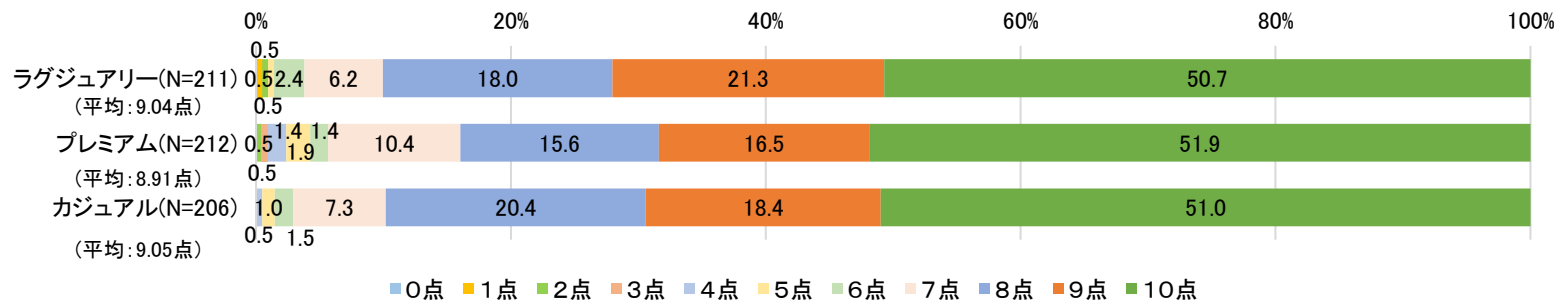
(年代別)



(国籍別)



(グレード別)



暮らしのそばに、ほら世界。

