

令和5年度 クルーズ客船調査

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	4
Q1 性別	4
Q2 年代	4
Q3 国籍	6
Q4 訪日回数	7
Q5 長崎市への訪問回数	8
Q6 同行者	9
Q7 長崎市を含むクルーズを選んだ理由	10
Q8 長崎市内の訪問先	12
Q9 長崎市内での食事	14
Q10 長崎市内で買ったお土産	14
Q11 長崎市内での消費金額	17
Q12 長崎市の旅行情報の取得先	21
Q13 長崎市滞在中の旅行情報の取得先	23
Q14 長崎市の観光満足度	25
Q15 長崎市の推奨度	34

調査概要

調査時期	2023年11月16日	2024年1月26日	2024年2月10日	2024年3月1日	2024年3月14日	2024年3月21日
船名	ダイヤモンド・プリンセス	アドラ・マジック・シティ	ウエステルダム	セブンシーズ・エクスプローラー	セブンシーズ・エクスプローラー	ダイヤモンド・プリンセス
クラス	プレミアムクラス	カジュアルクラス	プレミアムクラス	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
調査方法	調査員（8名）による聞き取り					
サンプル数	719サンプル					

注) SA：単純回答、MA：複数回答、FA：記述式回答

回答者属性	Q1	SA	性別	
	Q2	SA	年齢	
	Q3	SA	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）	
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。	
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。	
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。	
長崎市内で買ったお土産	Q10	FA	長崎市で買ったお土産、買いたいお土産はなんですか。	
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
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）ものはなんですか。	
長崎市の観光満足度	Q14.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
	Q14.B			B.飲食
	Q14.C			C.買物・土産
	Q14.D			D.市内交通（移動）
	Q14.E			E.観光案内所の快適性、案内サービスの充実
	Q14.F			F.観光施設の設備（案内や説明）やサービス
	Q14.G			G.旅ナカでの情報収集
	Q14.H			H.総合満足度
長崎市の推奨度	Q15	SA	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。	

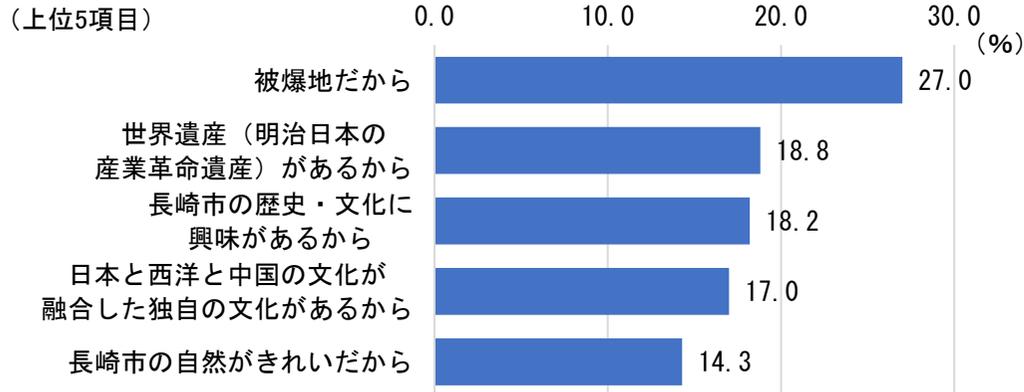


調査結果サマリー

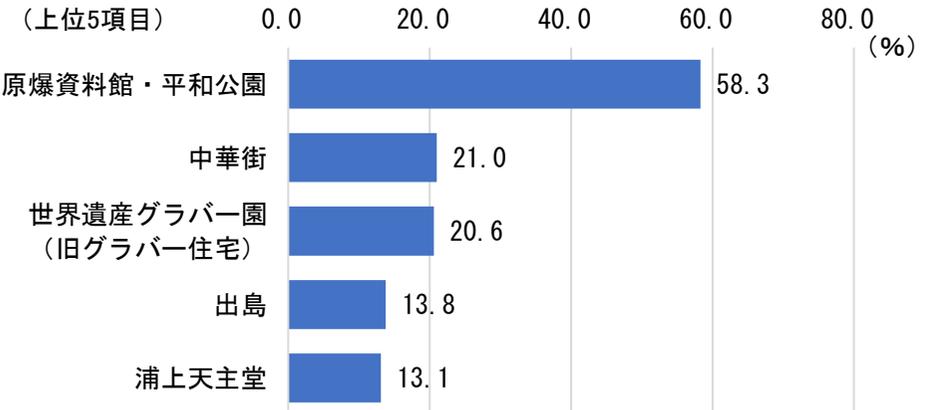
〔実施時期〕 2024年11月～2024年3月 〔調査手法〕 調査員対面式調査 〔サンプル数〕 719人

長崎の歴史や世界遺産への興味度が高く、総合満足度ではクルーズ客の76%が満足、推奨度では71%が8点以上と回答。
長崎市で買ったお土産は「マグネット(冷蔵庫用マグネット)」が多く、市内でのお土産・買い物の平均消費額は10,273円。

◎長崎市を含むクルーズ船を選んだ理由



◎長崎市内の訪問先

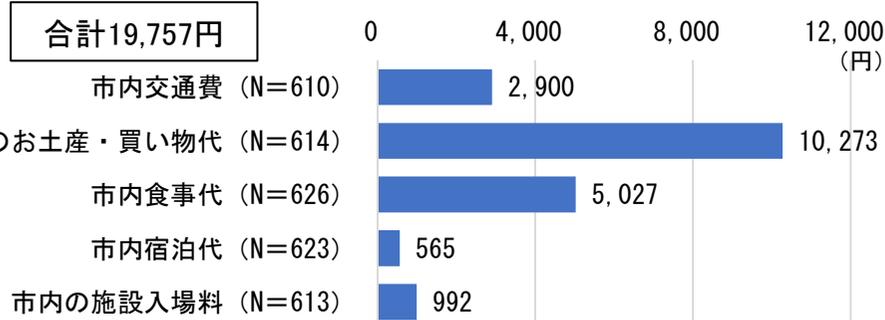


◎長崎市での食事・買ったお土産(自由記述)

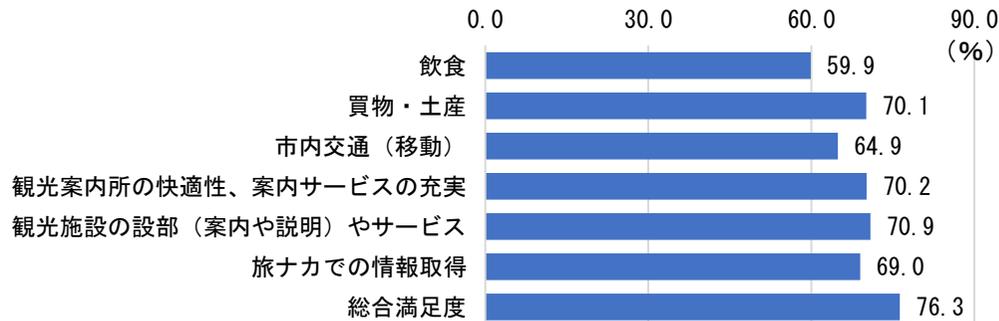
食事(上位7品目)	(人)
ラーメン	155
寿司	83
刺身	23
魚・海鮮	21
日本料理	21
カステラ	19
ちゃんぽん	19

お土産(上位7品目)	(人)
マグネット(冷蔵庫用マグネット)	83
化粧品	34
カステラ	31
お菓子・おやつ	25
着物・浴衣・法被	20
Tシャツ・シャツ	20
スカーフ・マフラー	16

◎長崎市内での平均消費金額(0円を含む・無回答除く)



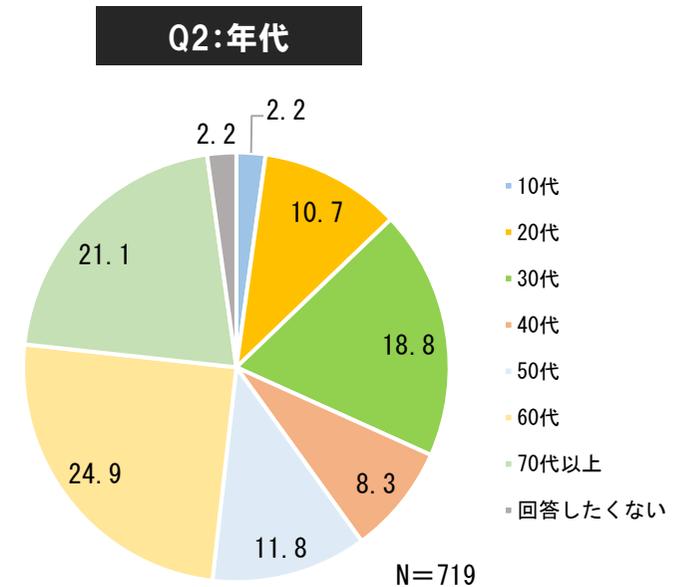
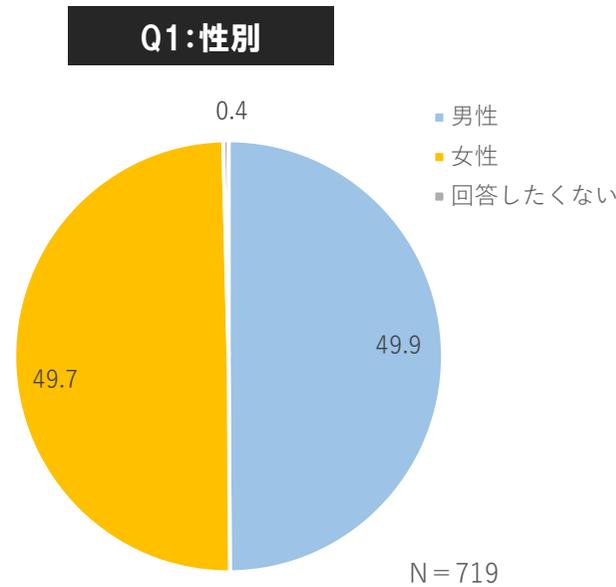
◎長崎市の観光満足度(満足+やや満足の割合)



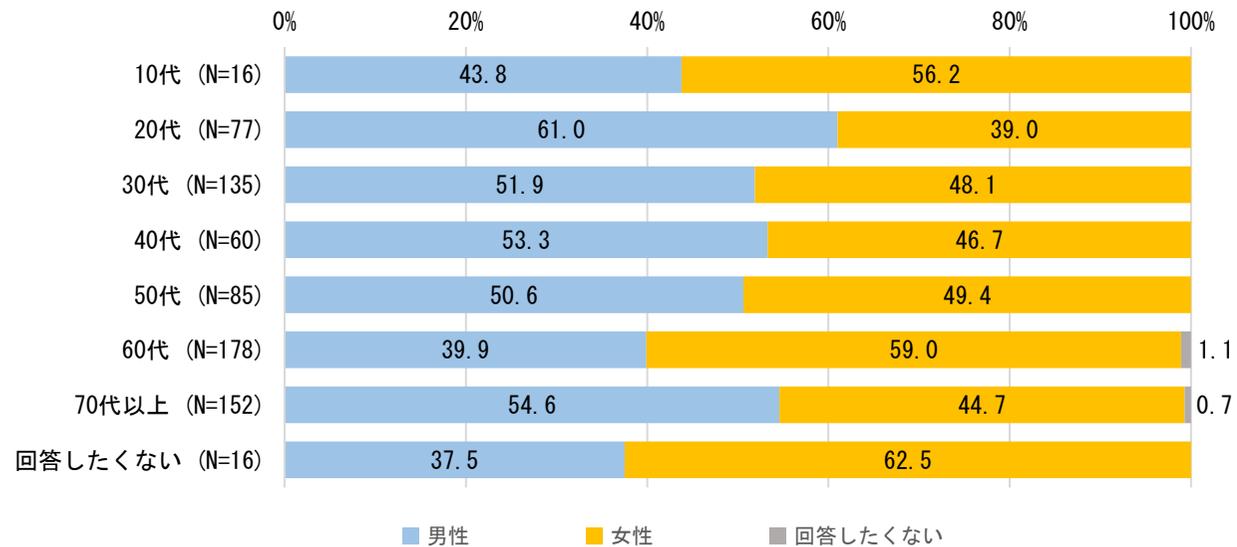
◎長崎市の推奨度



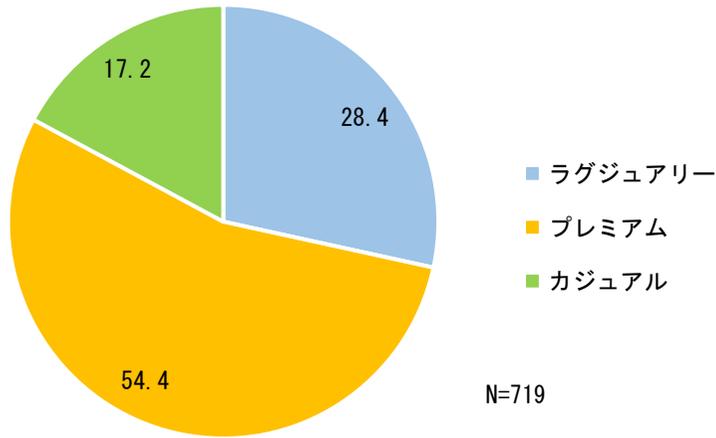
- 男女比は男性49.9%、女性49.7%とバランス良い回答を得た。
- 年代は60代が24.8%で最も多く、70代以上を含めると半数近くが高齢者となった。
- 若い年代ほど男性が多く、高年代ほど女性が多い結果となった。



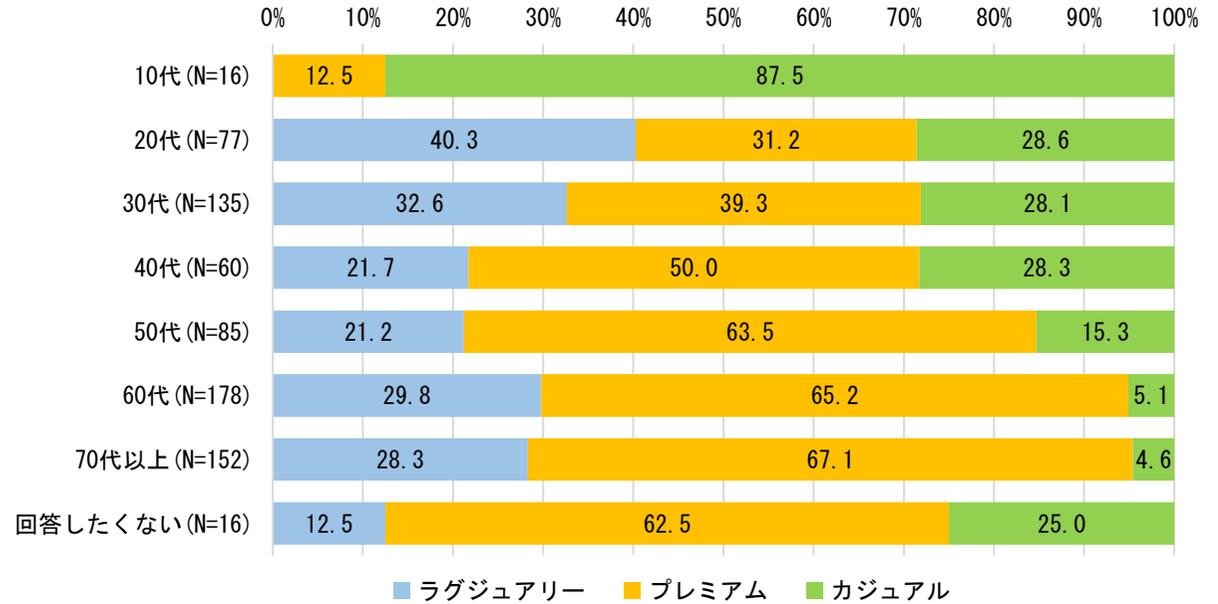
(年齢×性別)



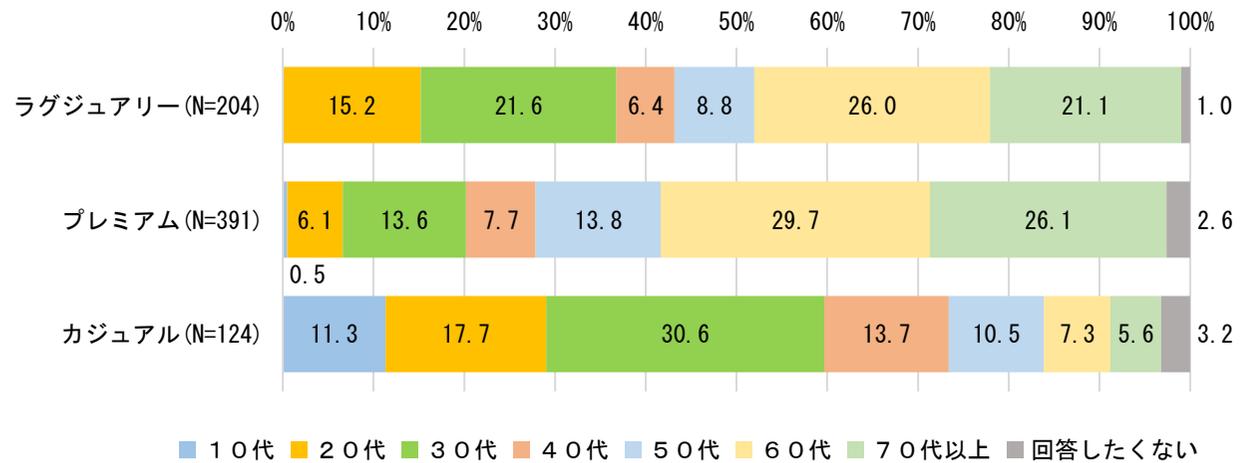
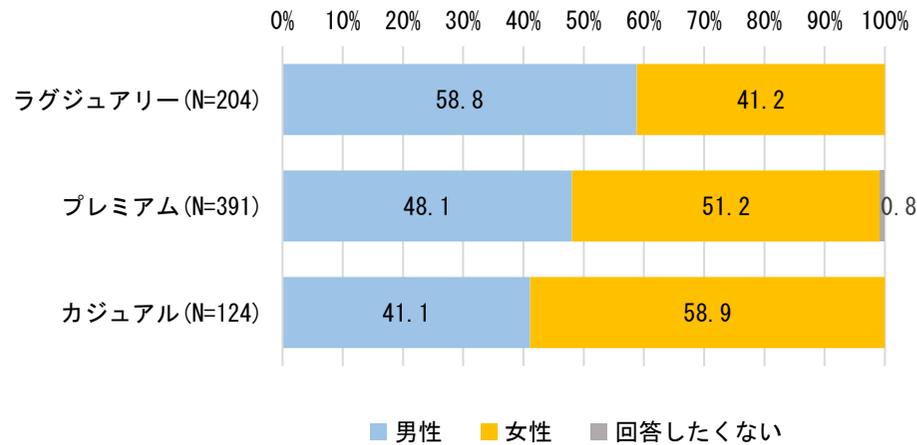
(グレード別割合)



(グレード×年齢)

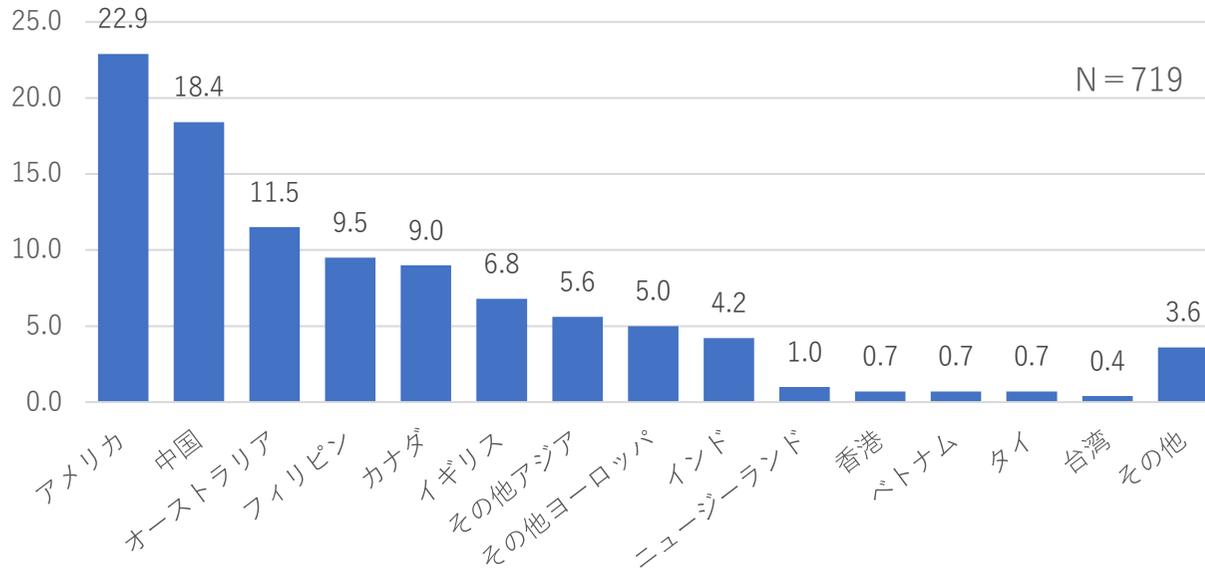


(グレード×性別)

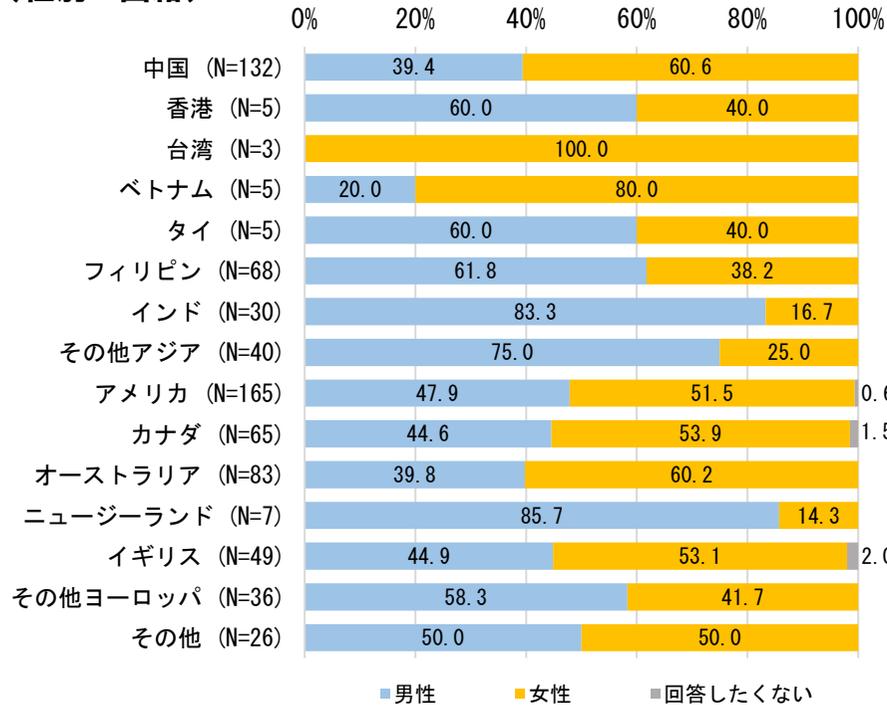


Q3: 国籍

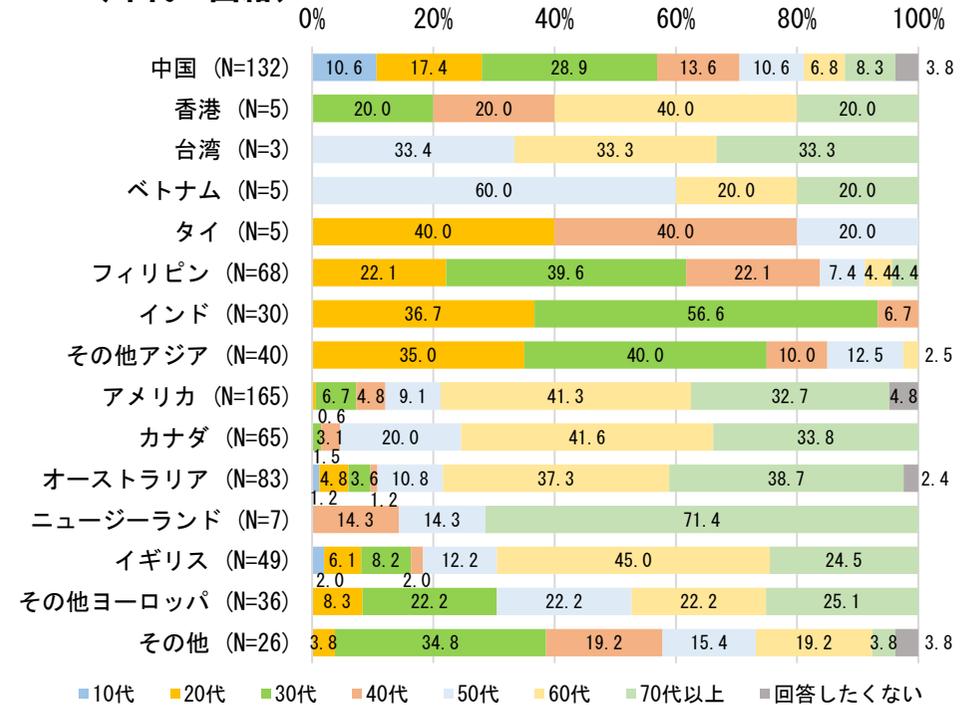
・アメリカが22.9%で最も多く、中国、オーストラリアが続いている。



(性別×国籍)

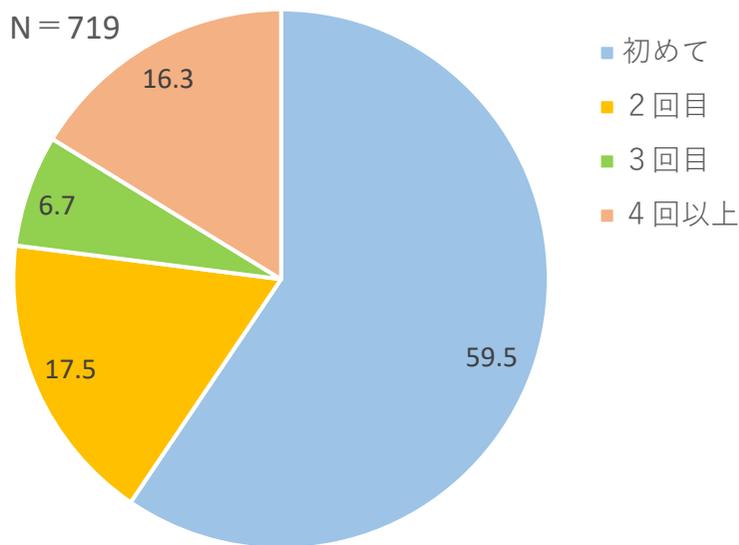


(年代×国籍)

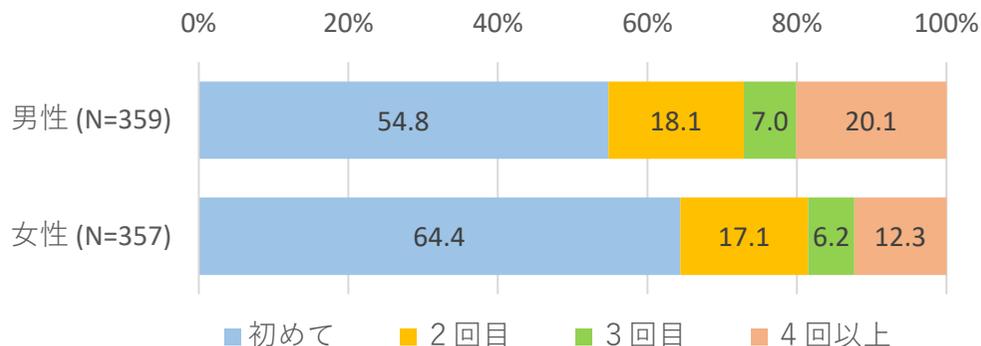


Q4: 訪日回数

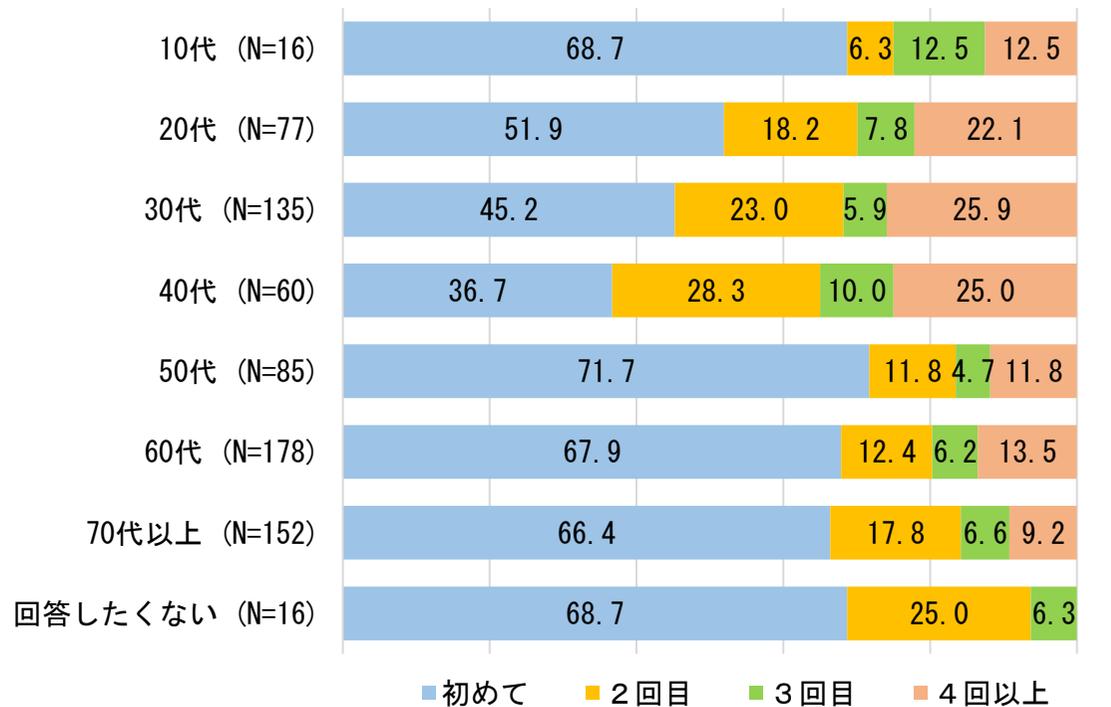
- 初めてが59.5%で最も多く、2回目が17.5%、4回以上が16.3%、3回目が6.7%と続いている。
- 性別では、「初めて」が女性では64.4%と男性の54.9%と比べて約10ポイント高くなっている。
- 年代別では、20～40代は2回目以上が約半数～6割強いるのに対し、10代と50代以上は約7割が「初めて」となっている。



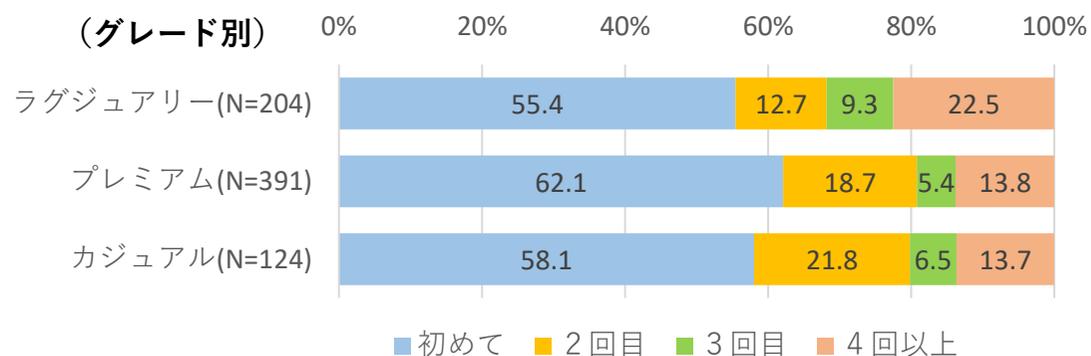
(性別)



(年代別)

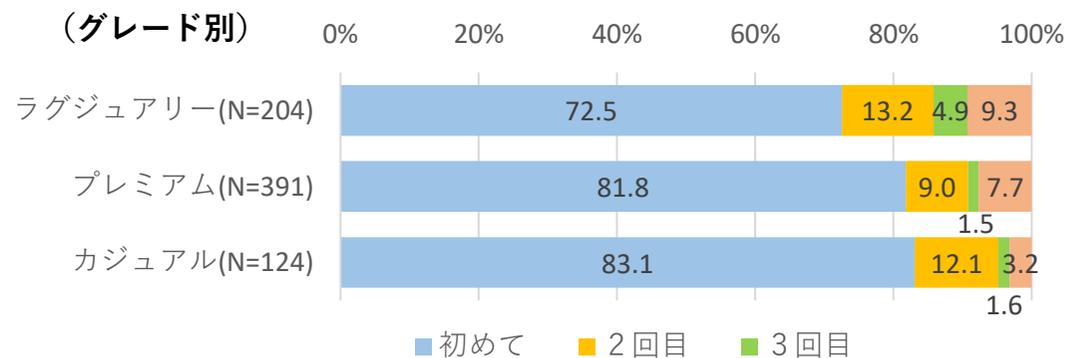
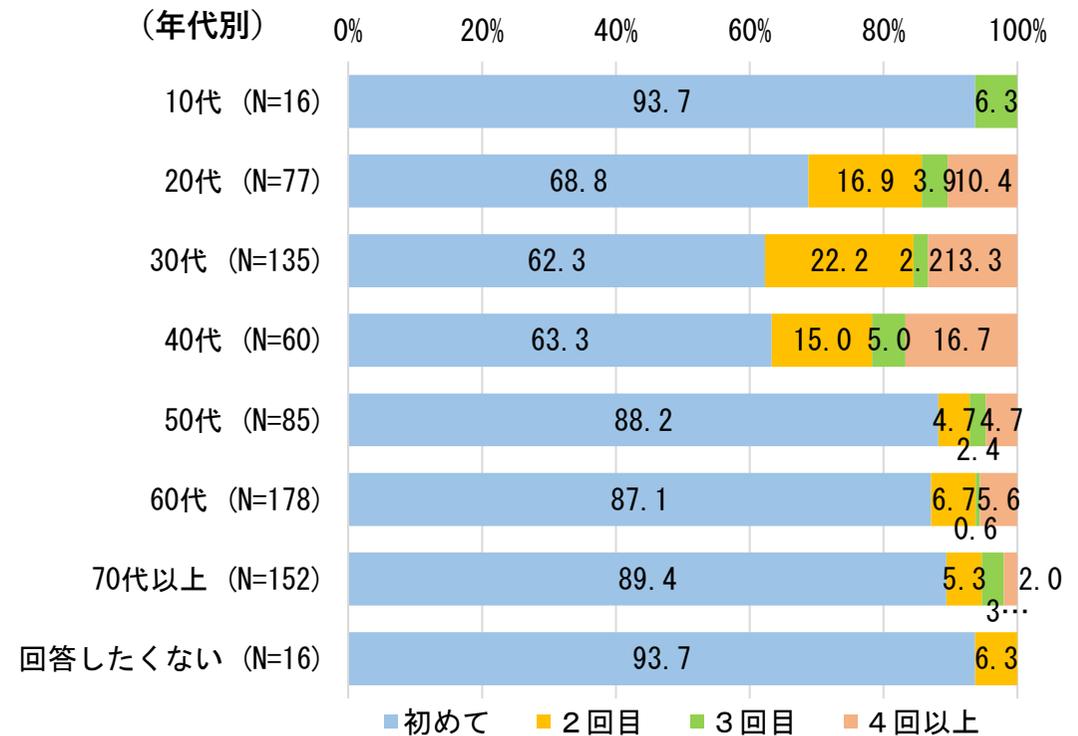
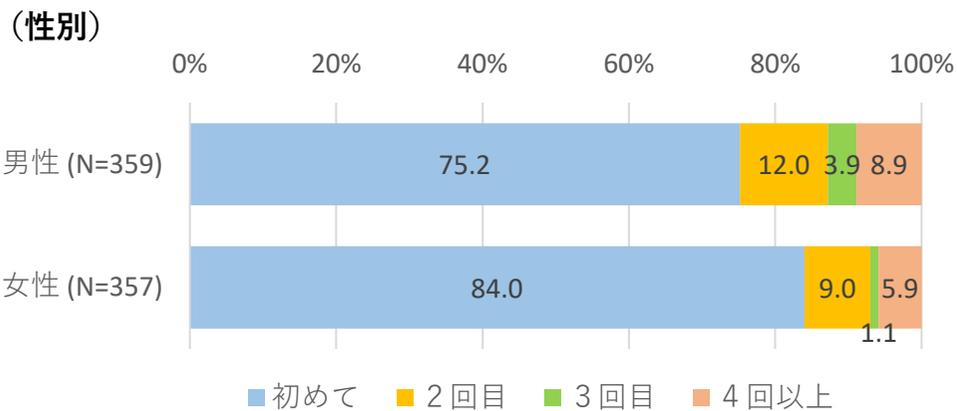
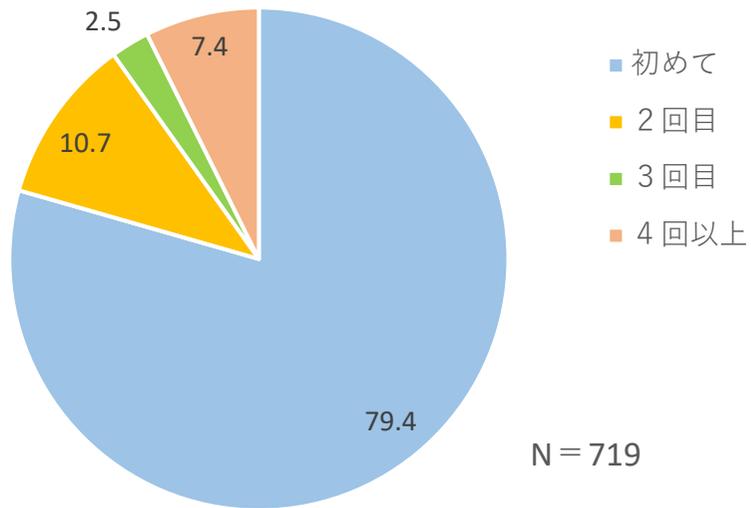


(グレード別)



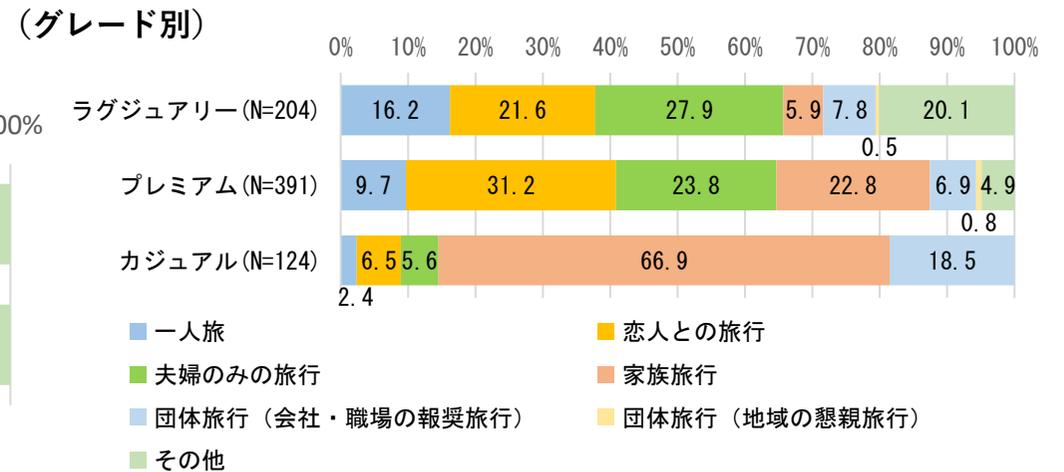
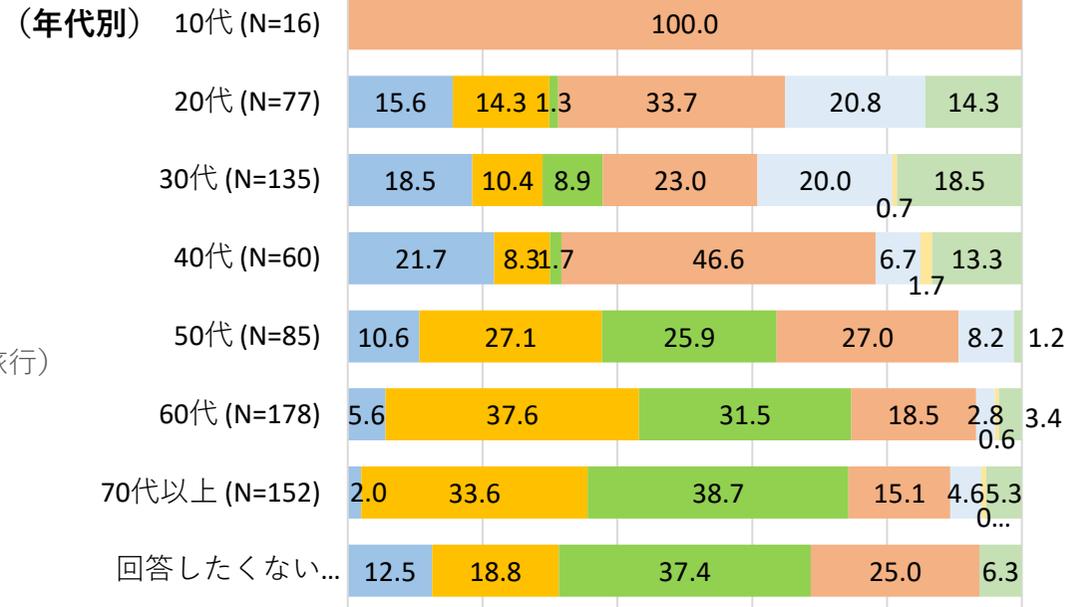
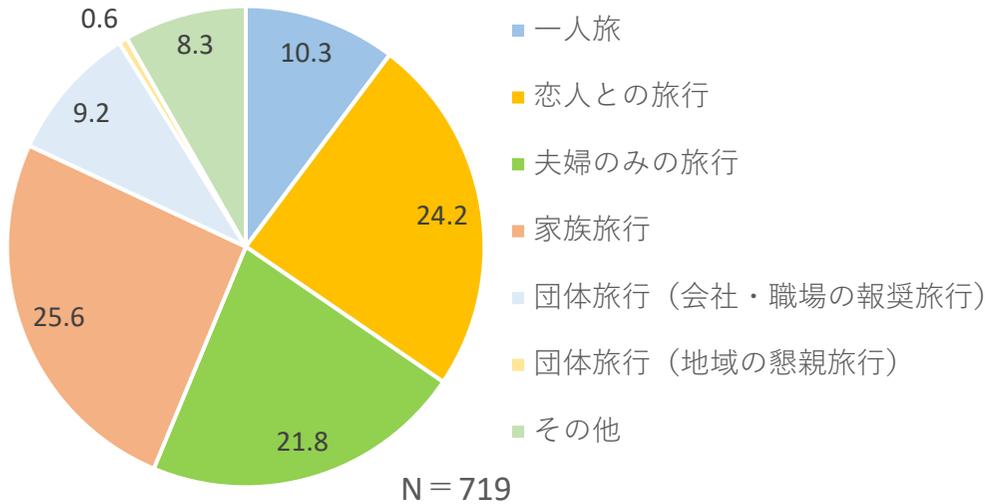
Q5:長崎市への訪問回数

- 「初めて」が79.4%で最も多く、2回目が10.7%、4回以上が7.4%、3回目が2.5%と続いている。
- 性別では、「初めて」が女性では84.0%と男性の75.2%と比べて約9ポイント高くなっている。
- 年代別では、20～40代は2回目以降が3割～4割弱いるのに対し、10代と50代以上は約9割が「初めて」となっている。



Q6: 同行者

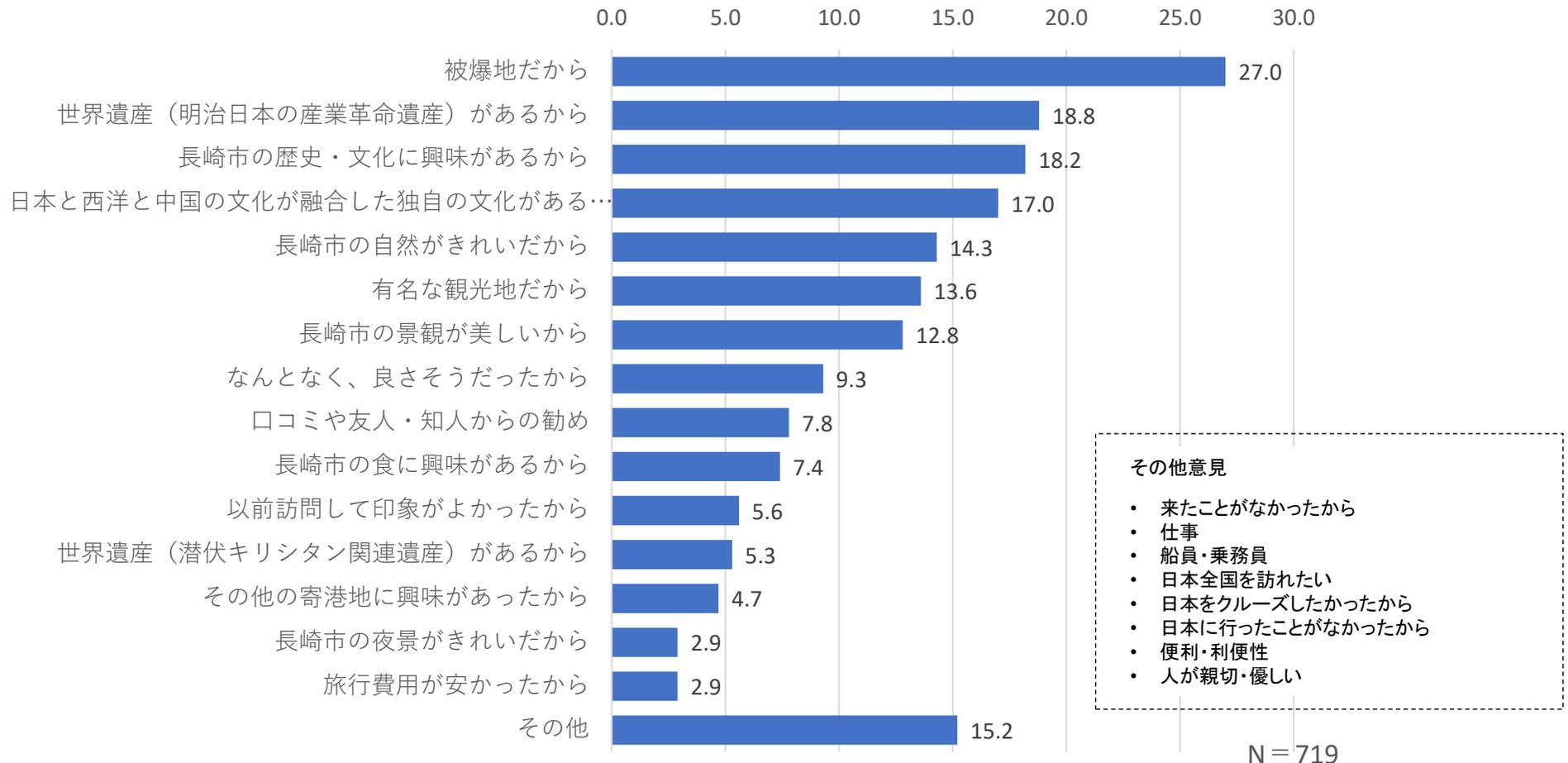
- 家族旅行が25.6%で最も多く、恋人との旅行、夫婦のみの旅行が続いている。
- 性別では、「家族旅行」が女性は30.3%と男性の21.2%に比べて約9ポイント高くなっている。
- 年代別では、40代で「家族旅行」が4割半ばと他の年代に比べて高くなっている。



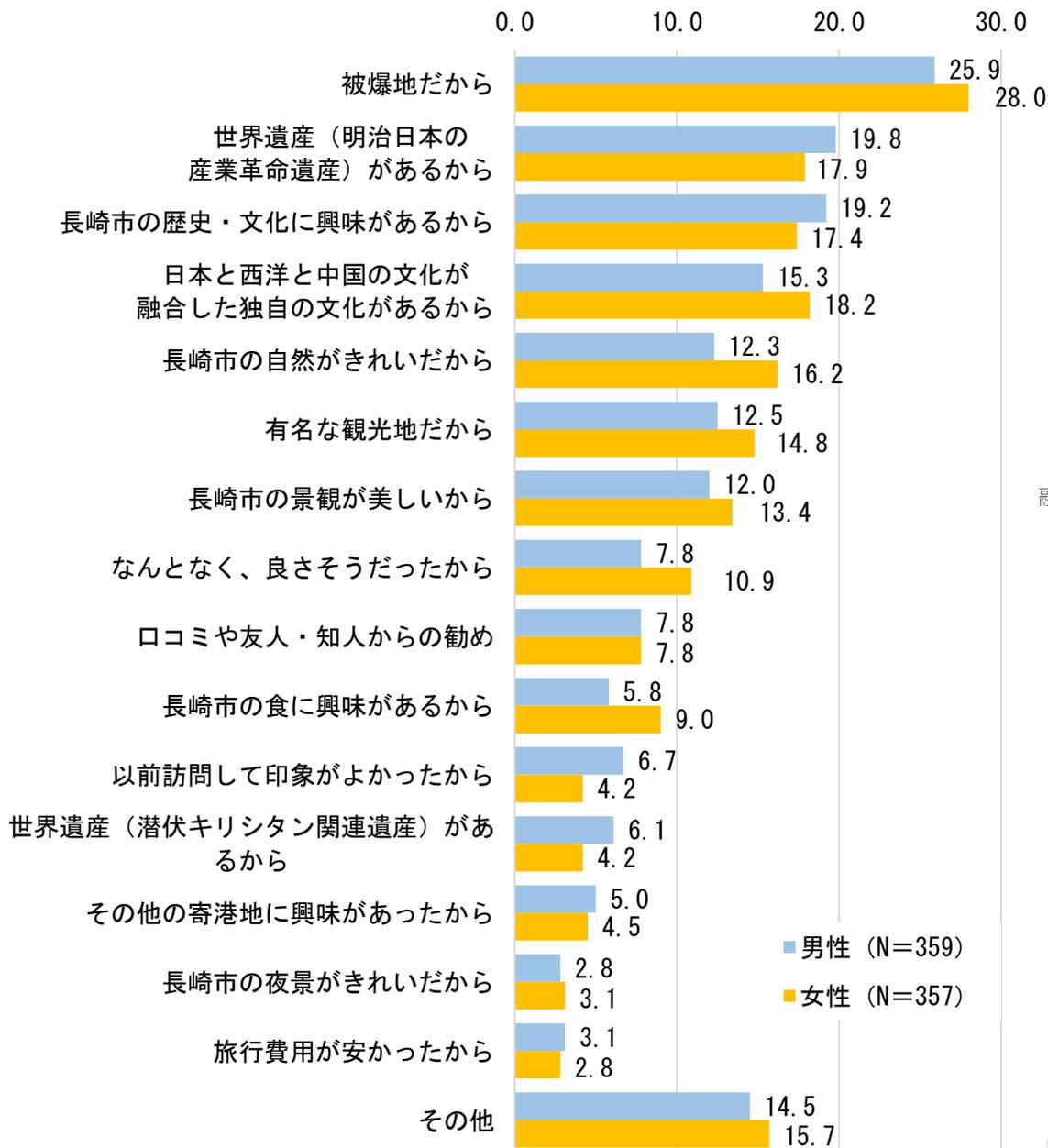
Q7：長崎市を含むクルーズ船を選んだ理由は何ですか。

「被爆地だから」の理由が最も多い

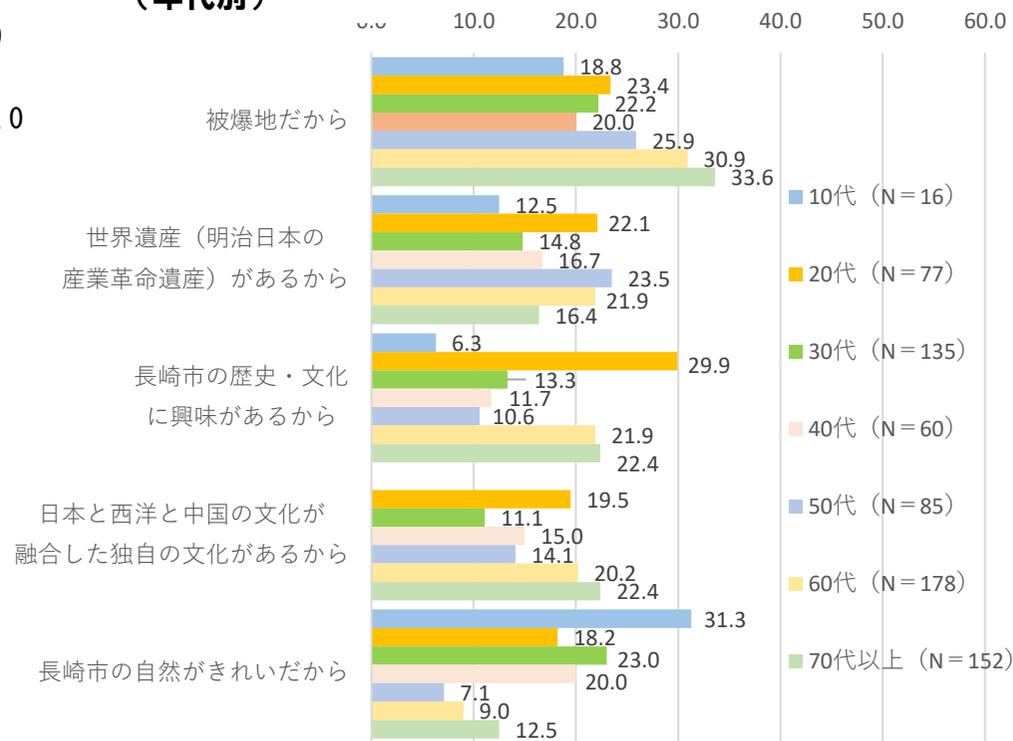
- 長崎市を含むクルーズを選んだ理由をたずねたところ、「被爆地だから」が27.0%と最も多く、次いで「世界遺産（明治日本の産業革命遺産）があるから」（18.8%）、「長崎市の歴史・文化に興味があるから」（18.2%）、「日本と西洋と中国の文化が融合した独自の文化があるから」（17.0%）と続いている。
- 性別にみると、大きな差は見られない。
- 上位5項目を年代別にみると、「被爆地だから」は60代以上で3割強と他の年代と比べて高くなっており、「長崎市の歴史・文化に興味があるから」は20代で3割、「長崎市の自然がきれいだから」は10代で3割強と他の年代と比べて高くなっている。



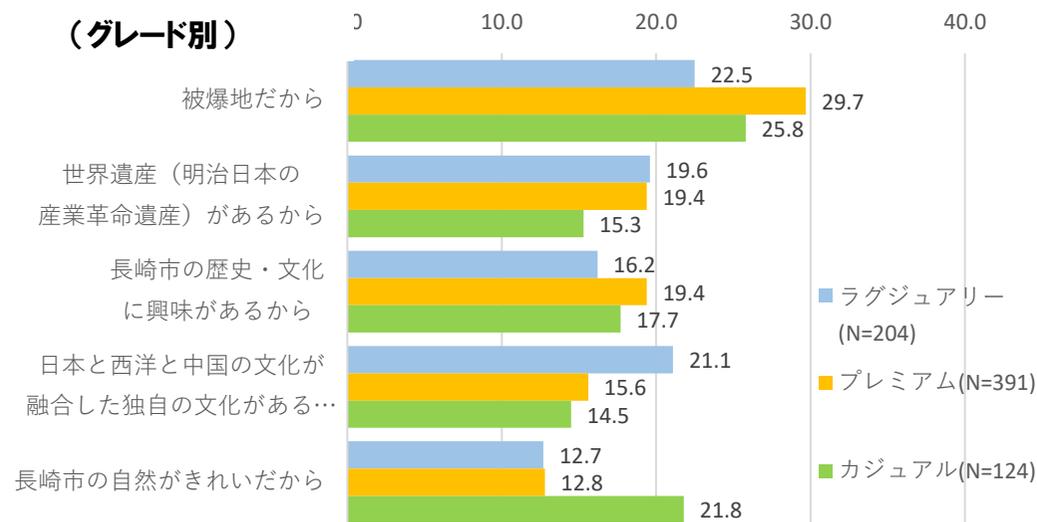
(性別)



(年代別)



(グレード別)



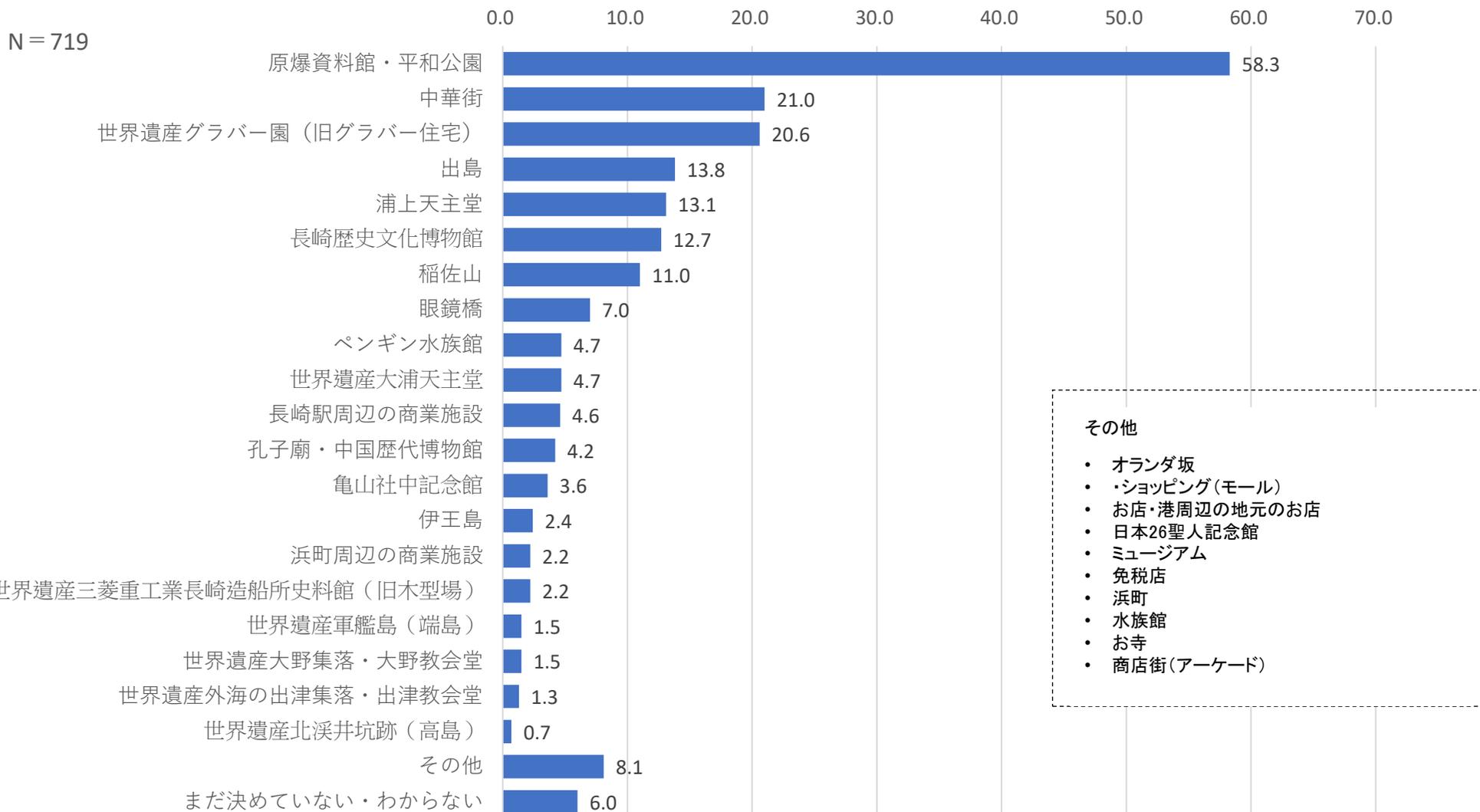
3

長崎市内の訪問先

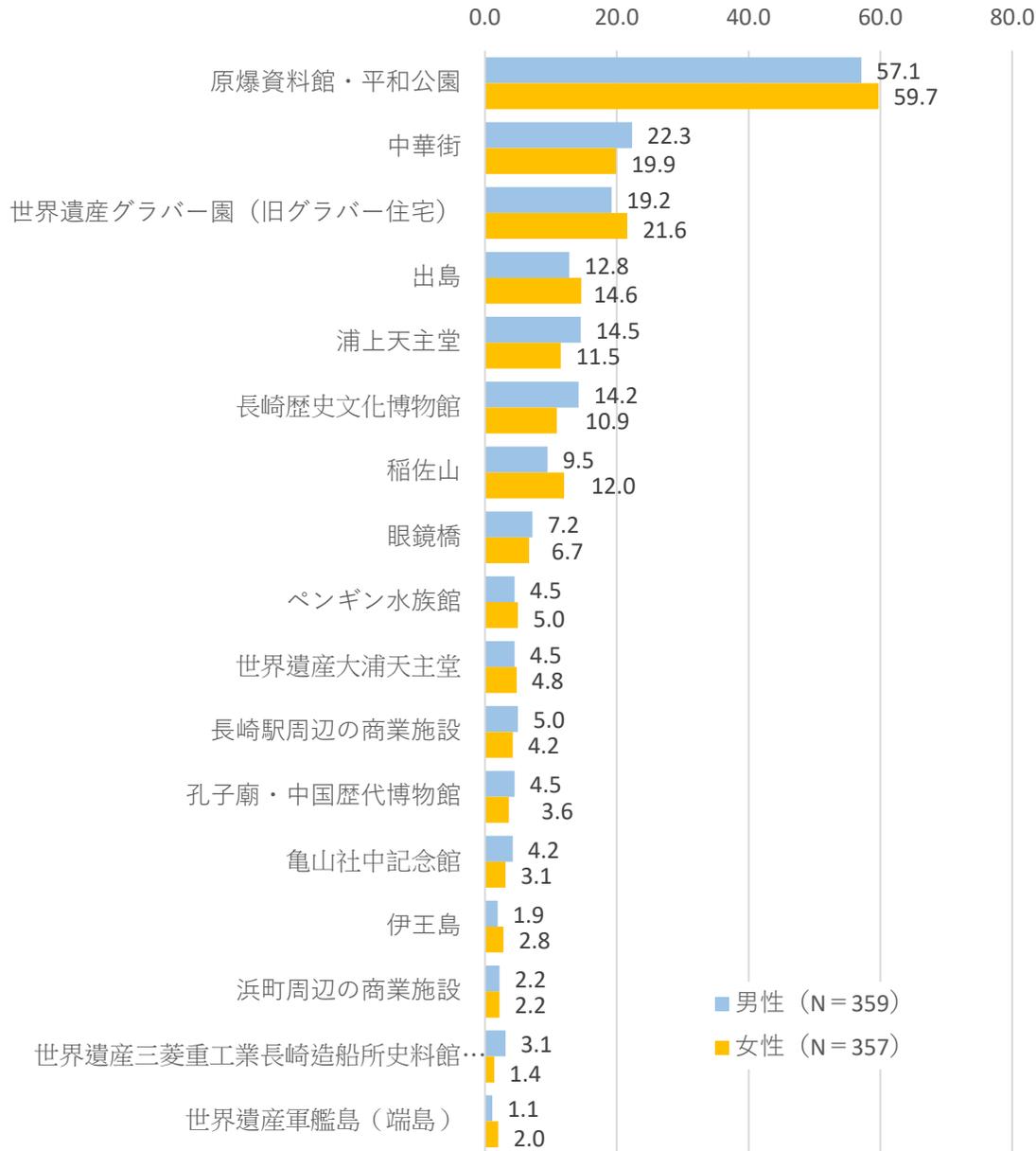
Q8：今回、長崎市のどこへ行きましたか。または行く予定ですか。

「原爆資料館・平和公園」への訪問が最も多い

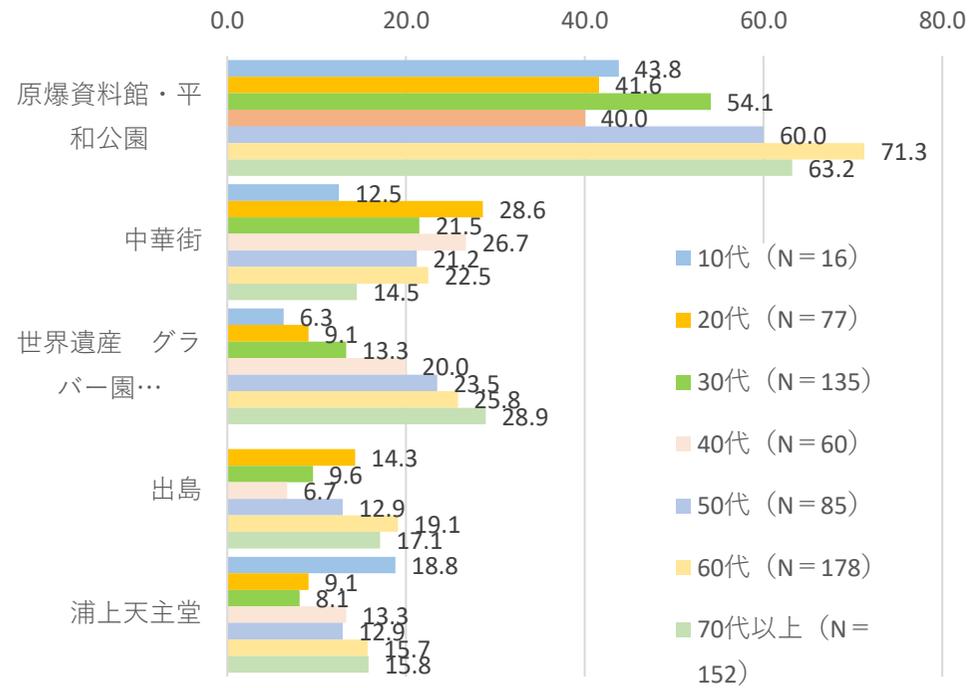
- ・ 長崎市内の訪問先をたずねたところ、「原爆資料館・平和公園」が58.3%と最も多く、次いで「中華街」（21.0%）、「世界遺産グラバー園（旧グラバー住宅）」（20.6%）、「出島」（13.8%）と続いている。
- ・ 性別にみると、大きな差は見られない。
- ・ 上位5項目を年代別にみると、「原爆資料館・平和公園」では、50代以上で6割以上と他の年代に比べて高くなっている。また、「世界遺産グラバー園（旧グラバー住宅）」は年代が高くなるにつれ、割合が高くなっている。



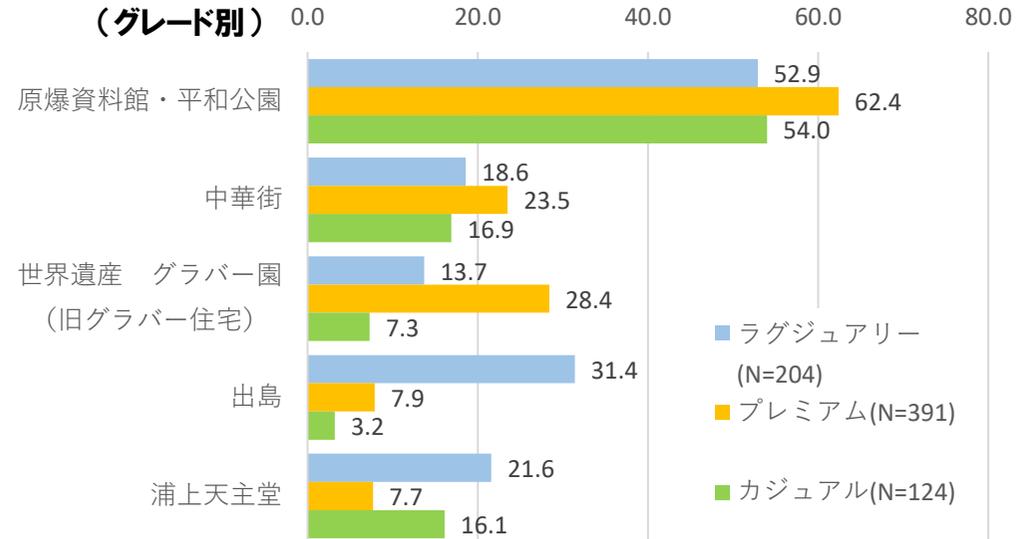
(性別)



(年代別) ※上位5地点



(グレード別)



長崎市内での食事と長崎市内で買ったお土産

Q9：長崎市では、何を食べましたか。または、食べたいですか。

Q10：長崎市で買ったお土産、買いたいお土産はなんですか。

**食事は、「ラーメン」と回答した人が最も多い
お土産は「マグネット（冷蔵庫用マグネット）」が最も多くなっている。**

- ・ 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」、「刺身」、「魚・海鮮」などが続いている。
- ・ 長崎市内での買ったお土産は、「マグネット（冷蔵庫用マグネット）」が最も多く、次いで「化粧品」、「カステラ」などが続いている。

（長崎市内での食事）

食事	
ラーメン	155
寿司	83
刺身	23
魚・海鮮	21
日本料理	21
カステラ	19
ちゃんぽん	19
ケーキ・パンケーキ	15
うどん	14
アイス	12
コーヒー	12
郷土料理・地元の料理	11
たこ焼き	8
餃子	6
カレー	5

その他の回答として

- ・ うなぎ
 - ・ すき焼き
 - ・ 肉まん、豚まん
 - ・ 餅
 - ・ 中華料理
- 等

（長崎市内での買ったお土産）

お土産	
マグネット（冷蔵庫用マグネット）	83
化粧品	34
カステラ	31
お菓子・おやつ	25
着物・浴衣・法被	20
Tシャツ・シャツ	20
スカーフ、マフラー	16
人形	15
アニメ・マンガ関連	13
キーホルダー	12
食器（茶碗、グラス、カップなど）	11
靴	11
ポストカード、レターカード切手	11
お箸	11
医薬品	10

その他の回答として

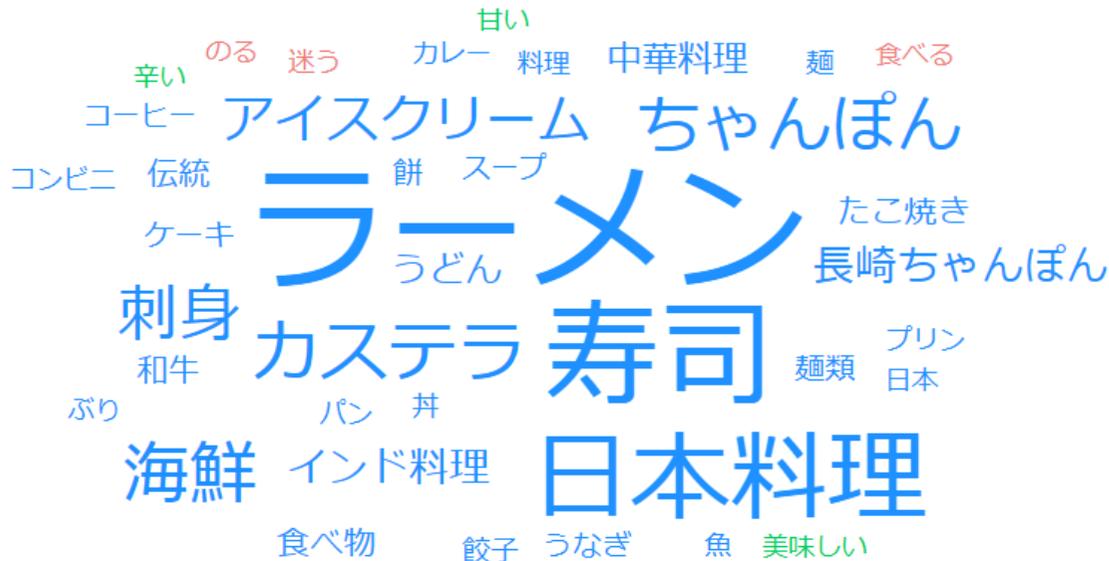
- ・ ケーキ
 - ・ 鞆
 - ・ 靴下
 - ・ ぬいぐるみ
 - ・ お酒
- 等

Q9 : 長崎市では、何を食べましたか。または、食べたいですか。
Q10 : 長崎市で買ったお土産、買いたいお土産はなんですか。

食べたもの

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と色で図示しています。単語の色は品詞の種類で異なっており、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」「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多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。

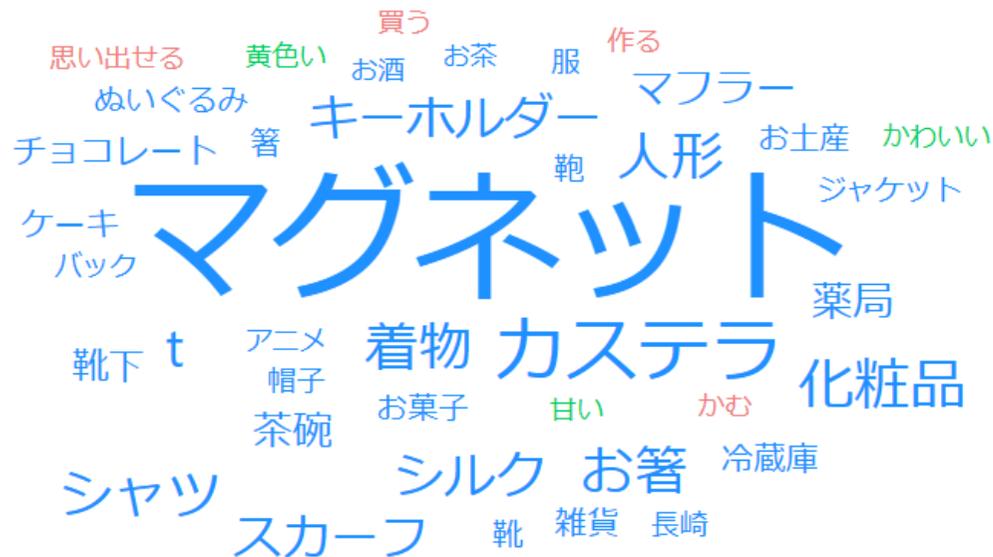
名詞	スコア	出現頻度
ラーメン	225.86	154
寿司	169.18	84
日本料理	129.17	20
カステラ	61.44	19
海鮮	54.97	19
刺身	42.15	19
ちゃんぽん	51.94	16
うどん	8.93	14
食べ物	6.86	14
ケーキ	4.00	11
コーヒー	2.51	11
アイスクリーム	20.94	10
たご焼き	6.91	8
料理	1.23	7
餃子	2.82	6

Q9 : 長崎市では、何を食べましたか。または、食べたいですか。
Q10 : 長崎市で買ったお土産、買いたいお土産はなんですか。

お土産・買物

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と色で図示しています。単語の色は品詞の種類で異なっており、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」「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多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
マグネット	466.66	84
カステラ	115.06	30
化粧品	28.04	23
シャツ	22.82	22
着物	23.23	18
t	17.27	16
人形	17.61	15
服	1.81	13
キーホルダー	13.46	11
ケーキ	4.00	11
マフラー	9.41	10
お菓子	2.53	10
チョコレート	5.17	9
靴	3.12	9
アニメ	0.67	9

5

長崎市内での消費金額

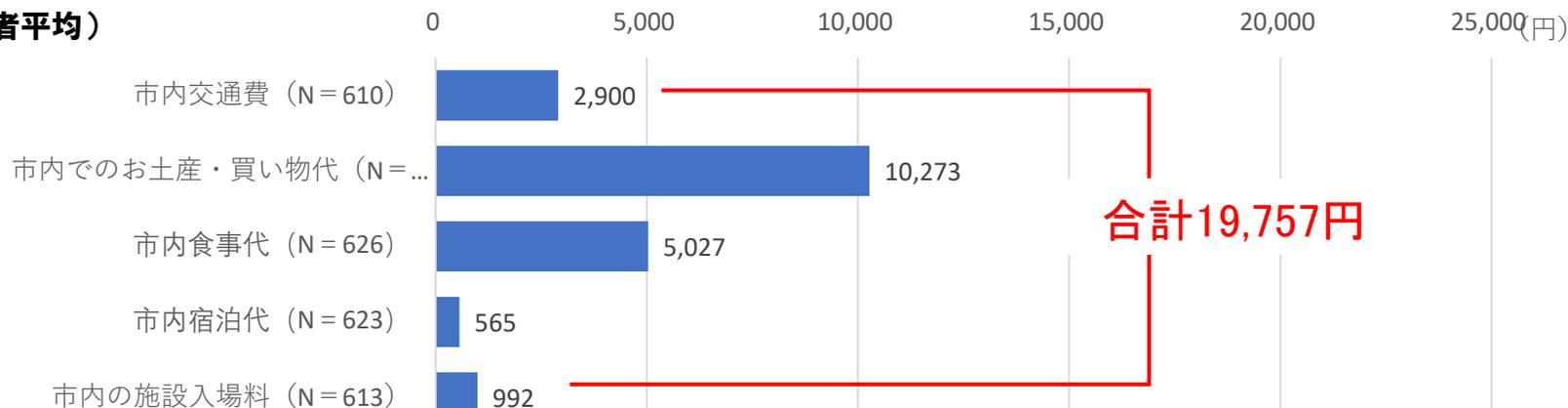
Q11：今回の旅行では、長崎市内で1人あたりどれくらいお金をつかいますか。

「市内でのお土産・買い物代」は10,273円（11,745円）

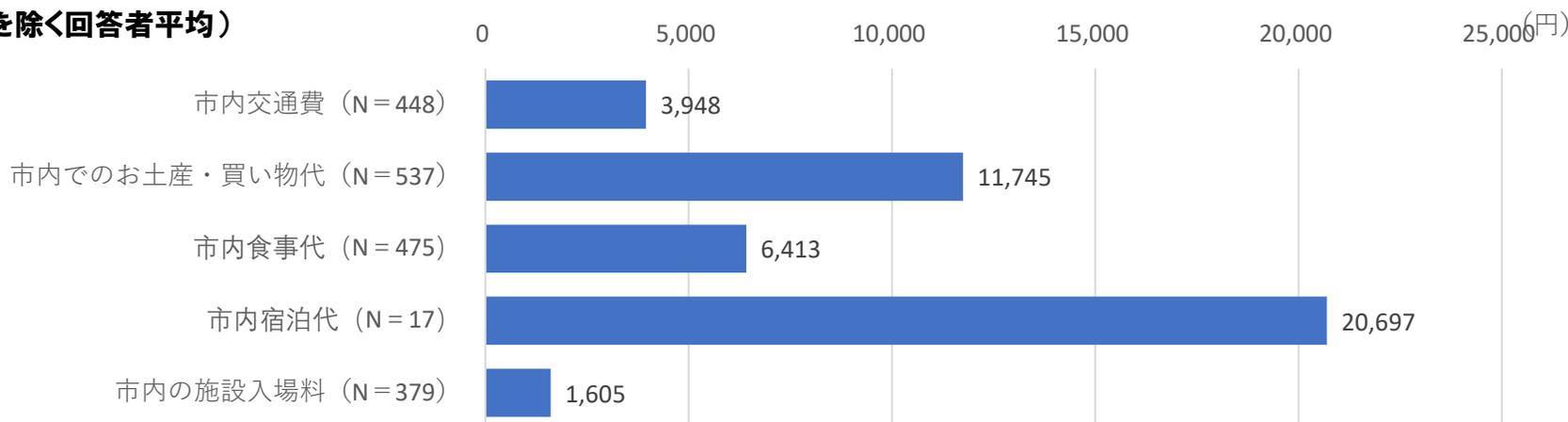
※（）内は0円と回答した方を除いた平均金額

- ・長崎市内で消費された金額（1人あたり）は、交通費2,900円（3,948円）、お土産・買い物代10,273円（11,745円）、食事代5,027円（6,413円）、宿泊費565円（20,697円）、施設入場料992円（1,605円）となっている。
- ・性別にみると、「お土産・買い物代」が女性は11,612円（13,481円）で男性の8,947円（10,086円）に比べて高くなっている。
- ・年代別にみると、「お土産・買い物代」が20代は14,260円（14,461円）、40代は15,196円（16,412円）で他の年代に比べて高くなっている。

（0円を含む回答者平均）

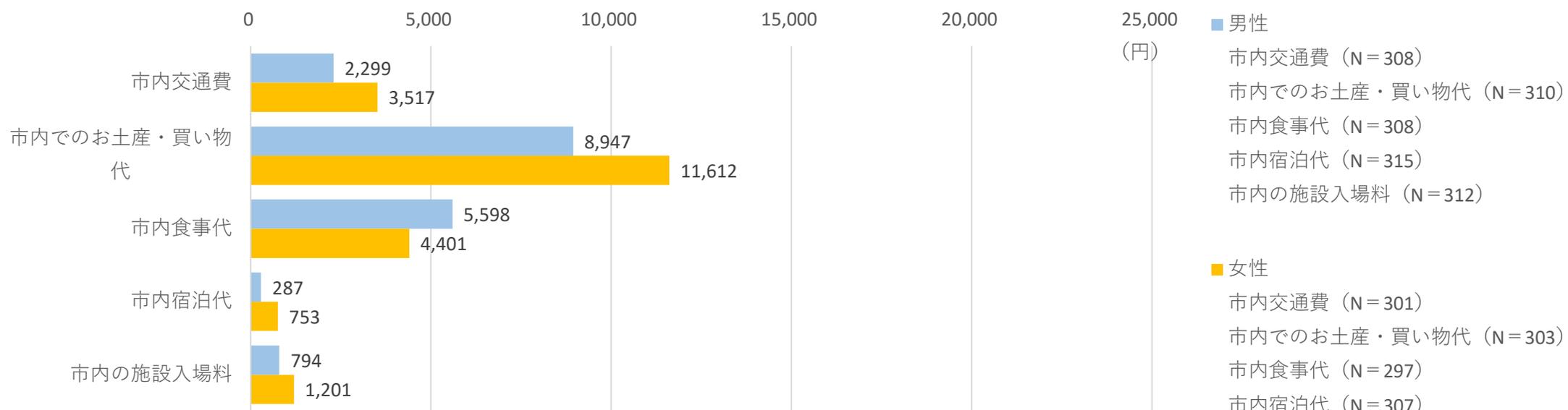


（参考：0円を除く回答者平均）

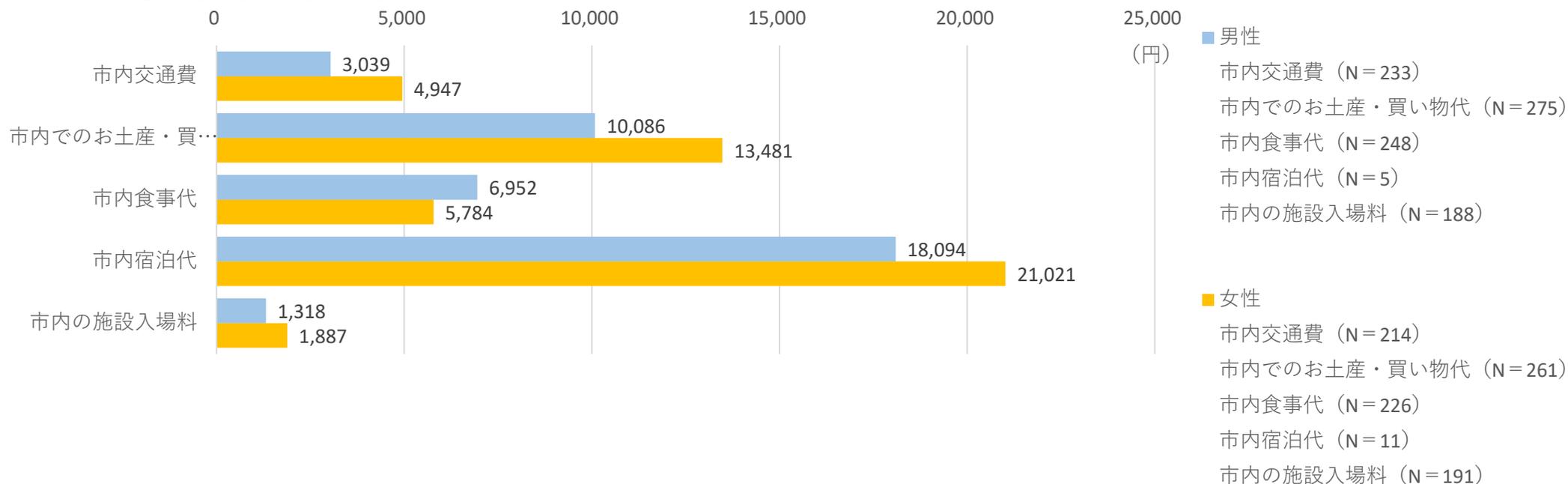


(性別)

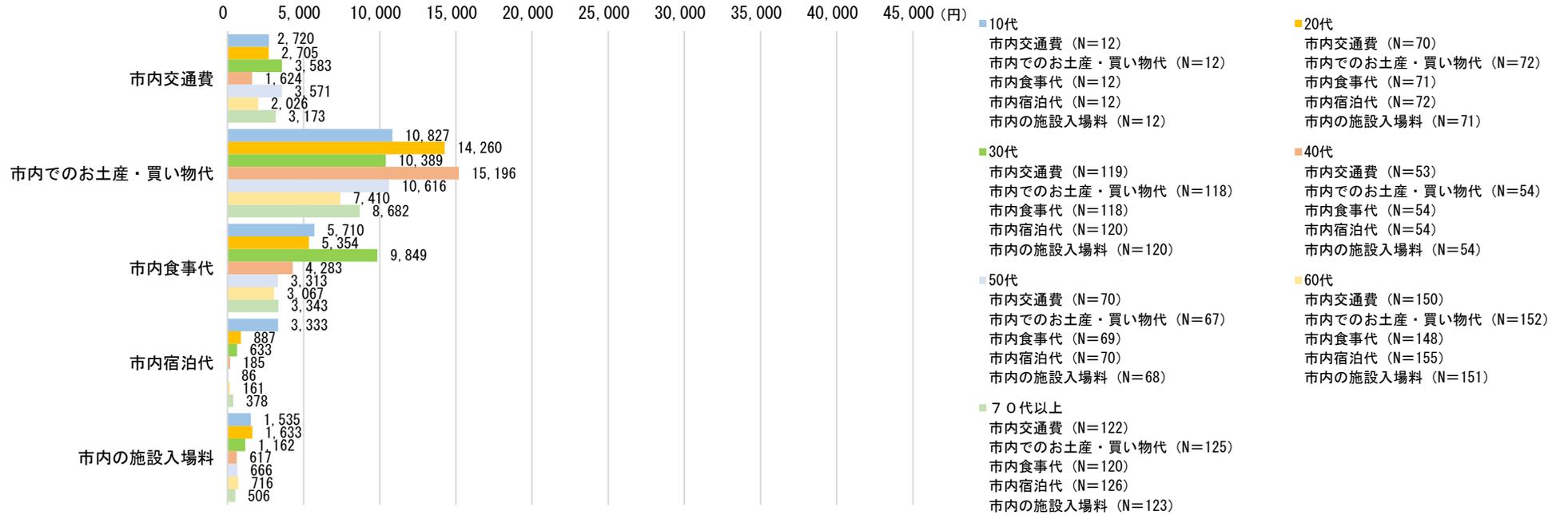
(0円を含む回答者平均)



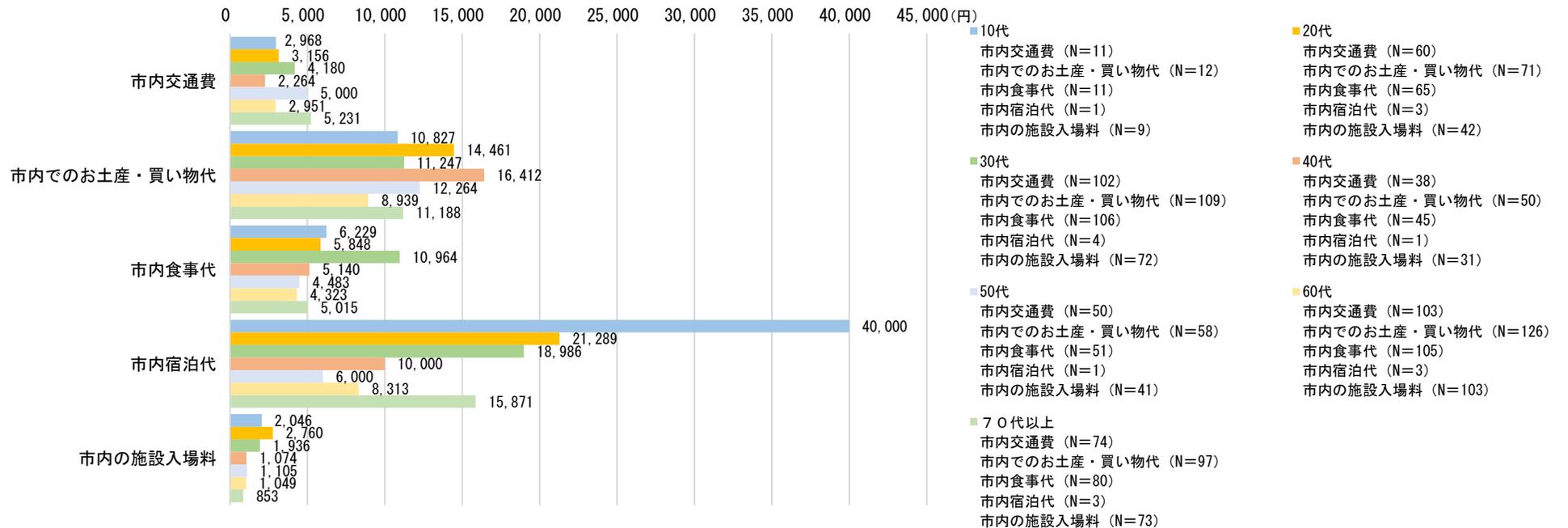
(参考:0円を除く回答者平均)



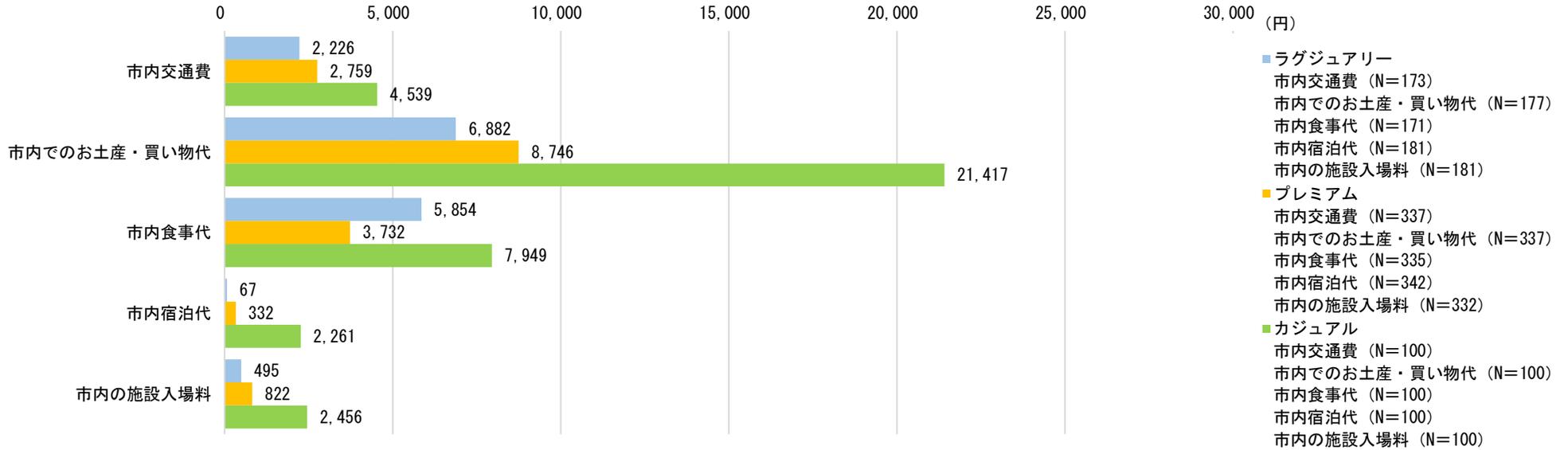
(年代別)
(0円を含む回答者平均)



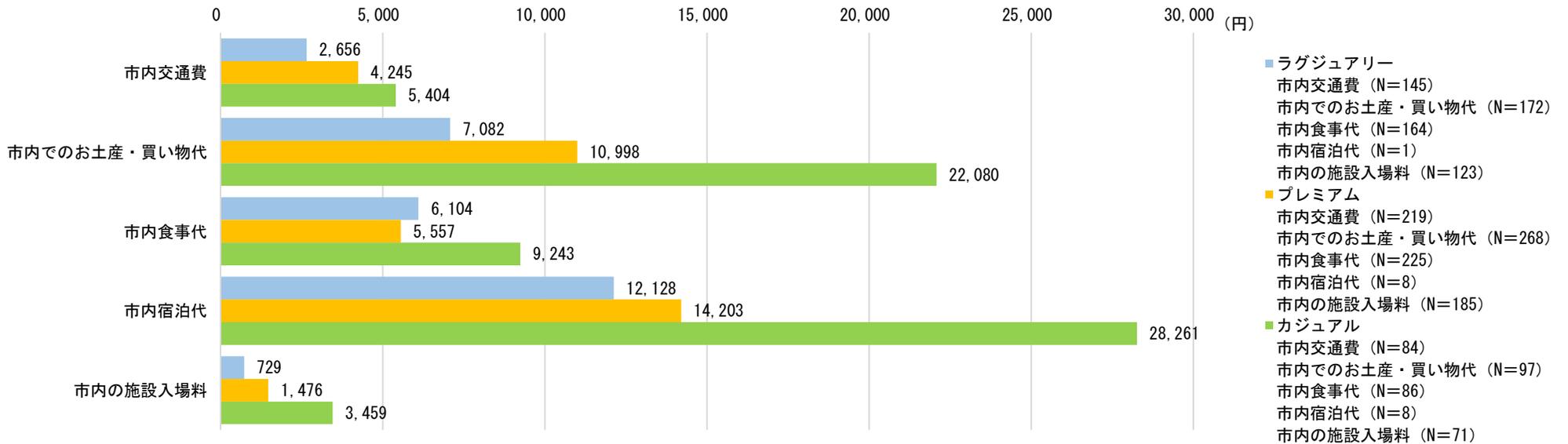
(参考:0円を除く回答者平均)



(グレード別)
(0円を含む回答者平均)



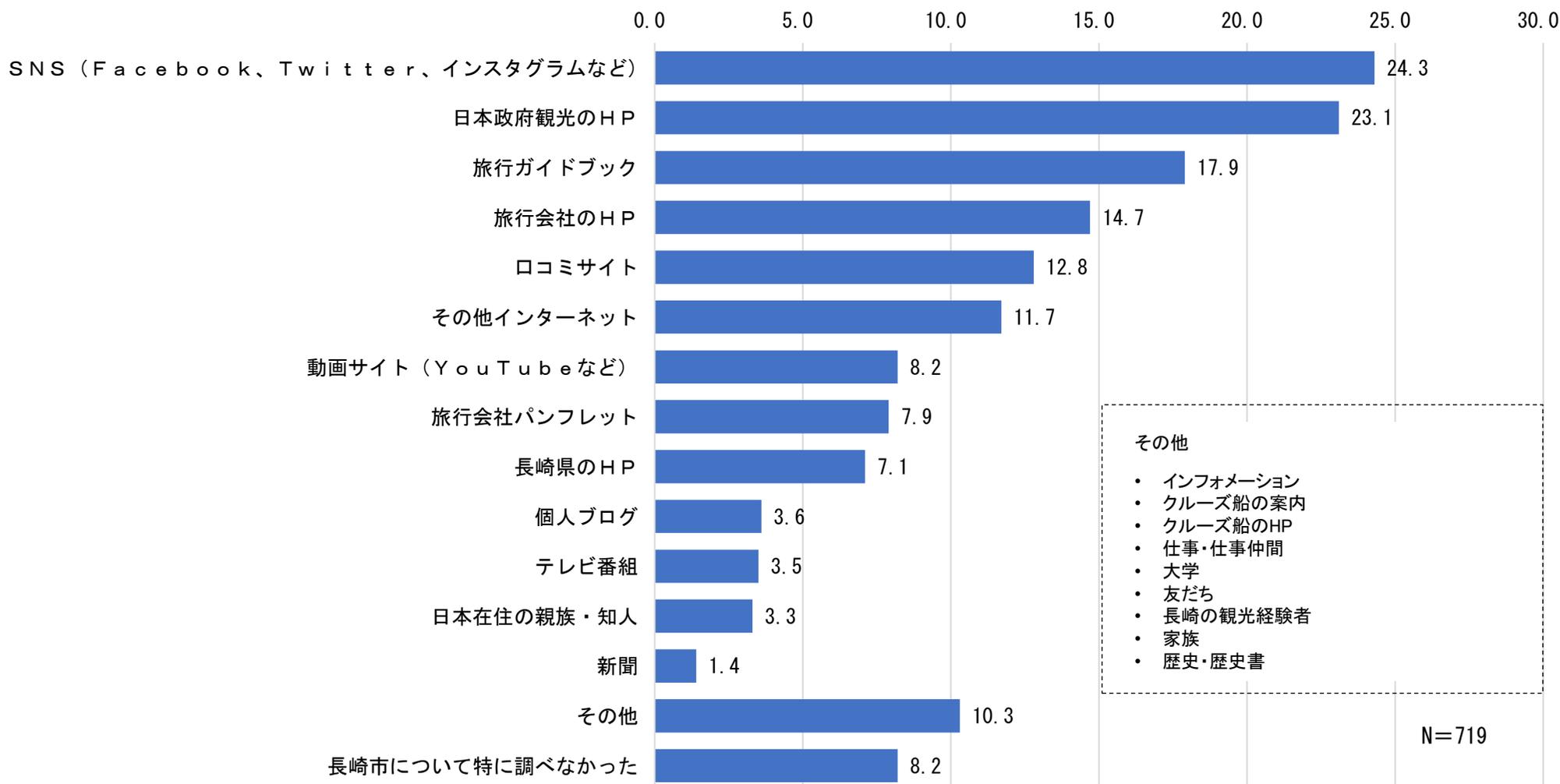
(参考:0円を除く回答者平均)



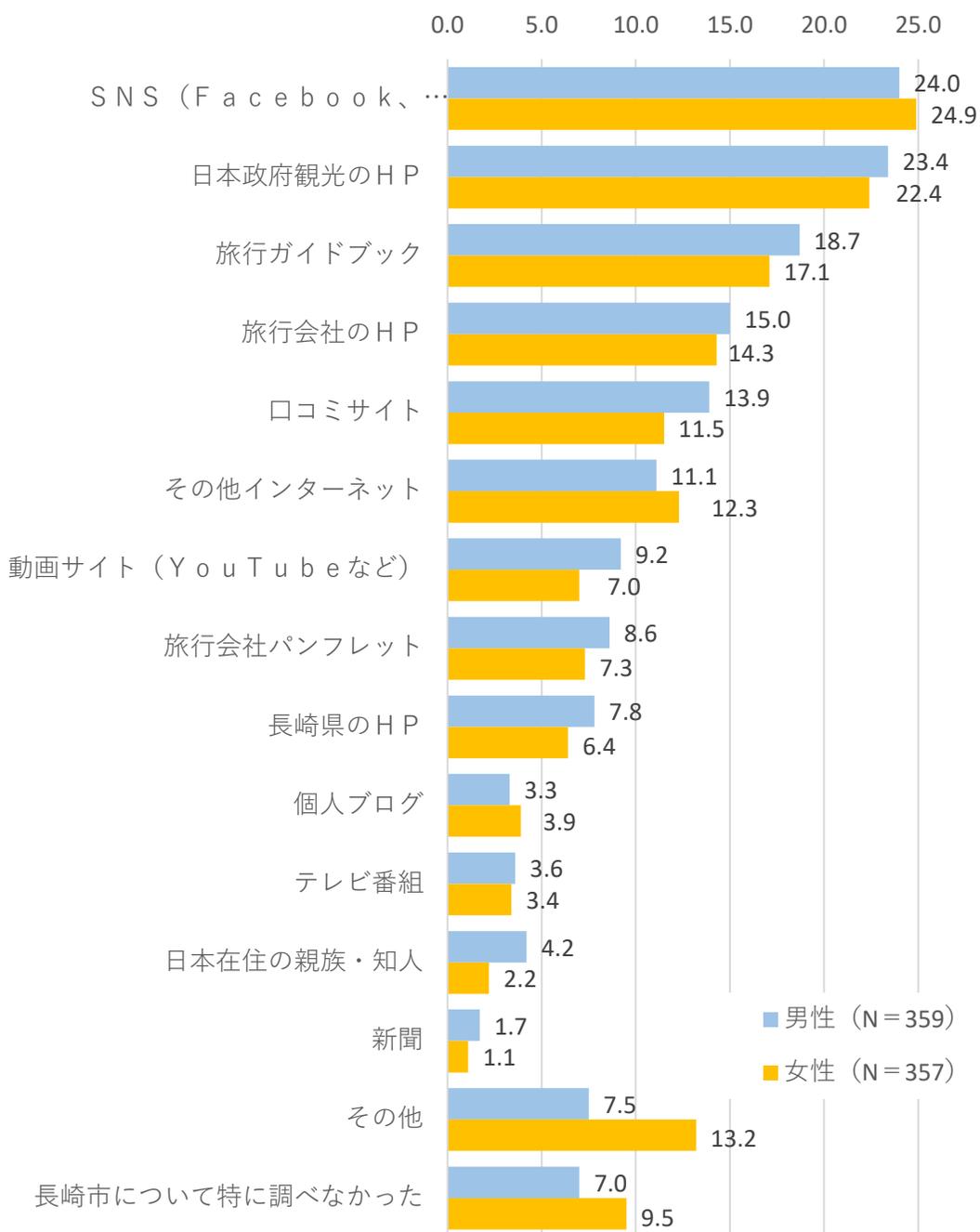
Q12：旅行前に得た、長崎市の旅行情報の中で役だったものはどれですか。

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

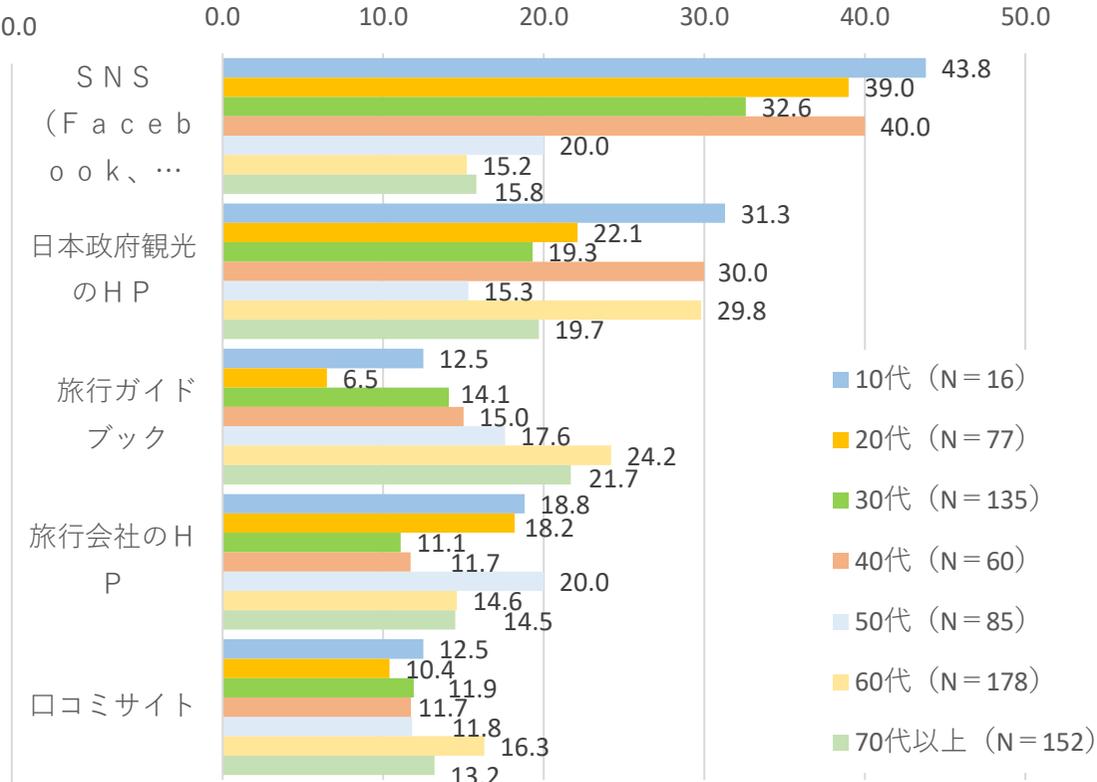
- ・ 長崎市の旅行情報の取得先をたずねたところ、「SNS（Facebook、Twitter、Instagramなど）」が24.3%と最も多く、次いで「日本政府観光のHP」（23.1%）、「旅行ガイドブック」（17.9%）、「旅行会社のHP」14.7%と続いている。
- ・ 性別にみると大きな差は見られない。
- ・ 上位5項目を年代別にみると、10代・20代・40代で「SNS（Facebook、Twitter、Instagramなど）」は4割前後と他の年代に比べて高くなっている。



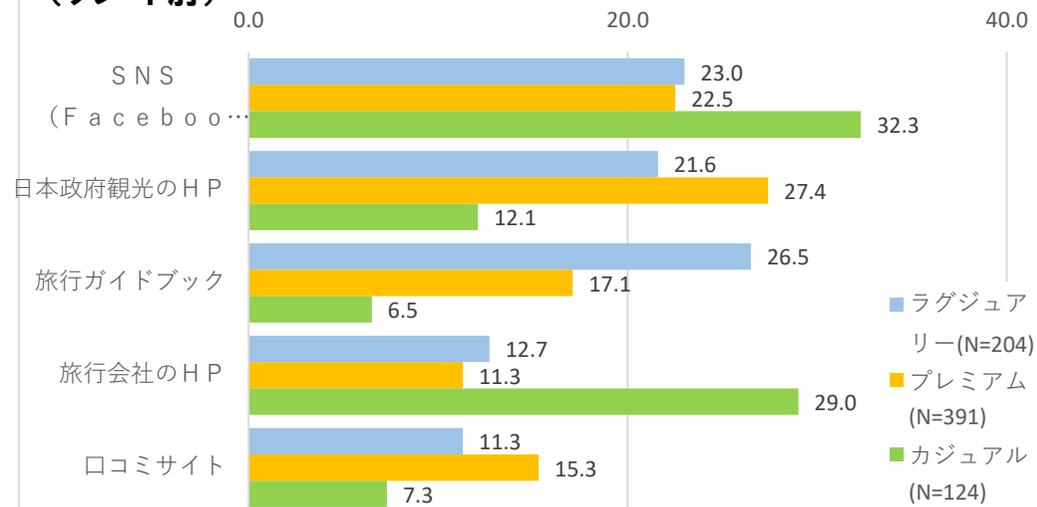
(性別)



(年代別) ※上位5項目

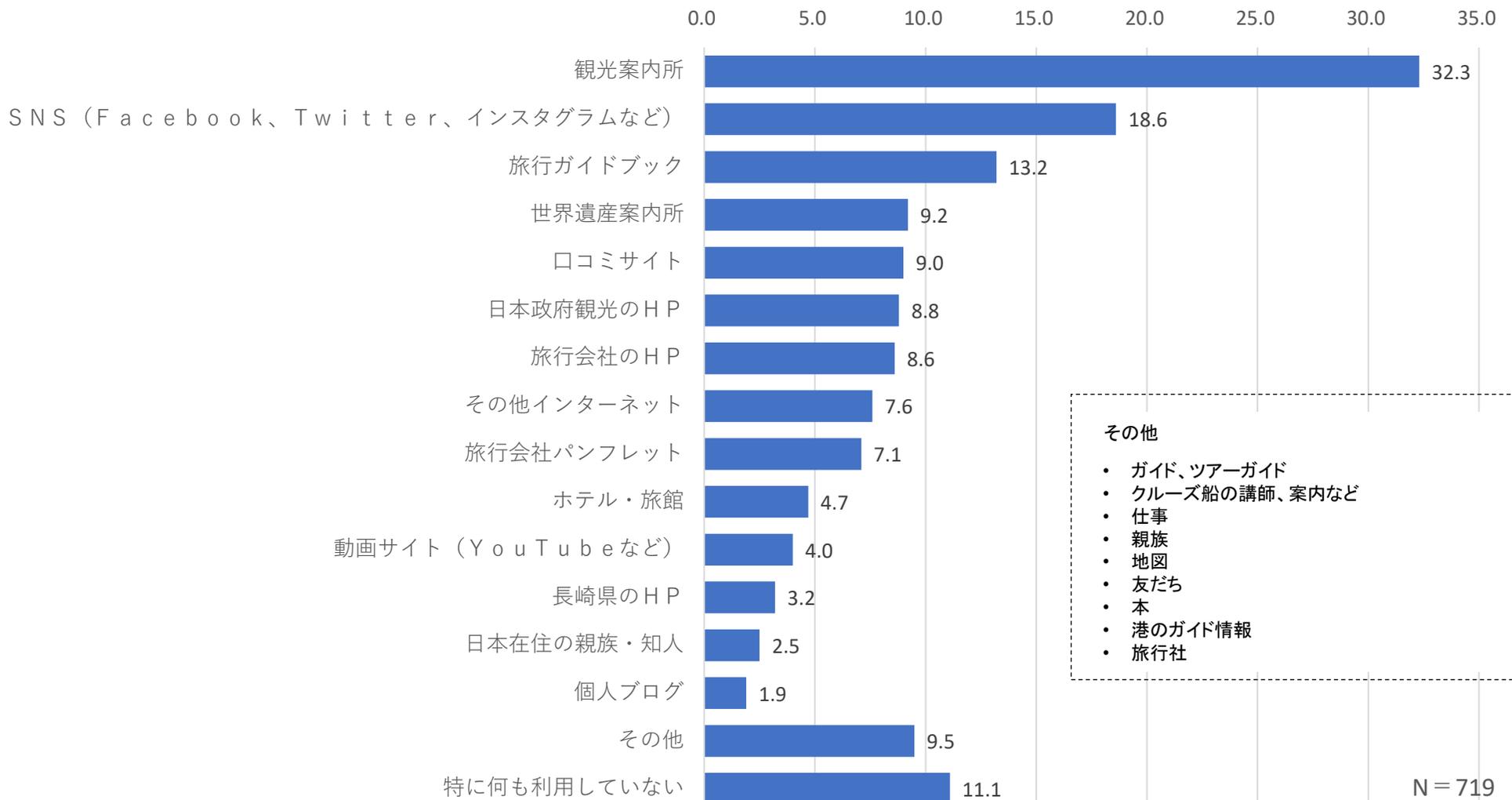


(グレード別)

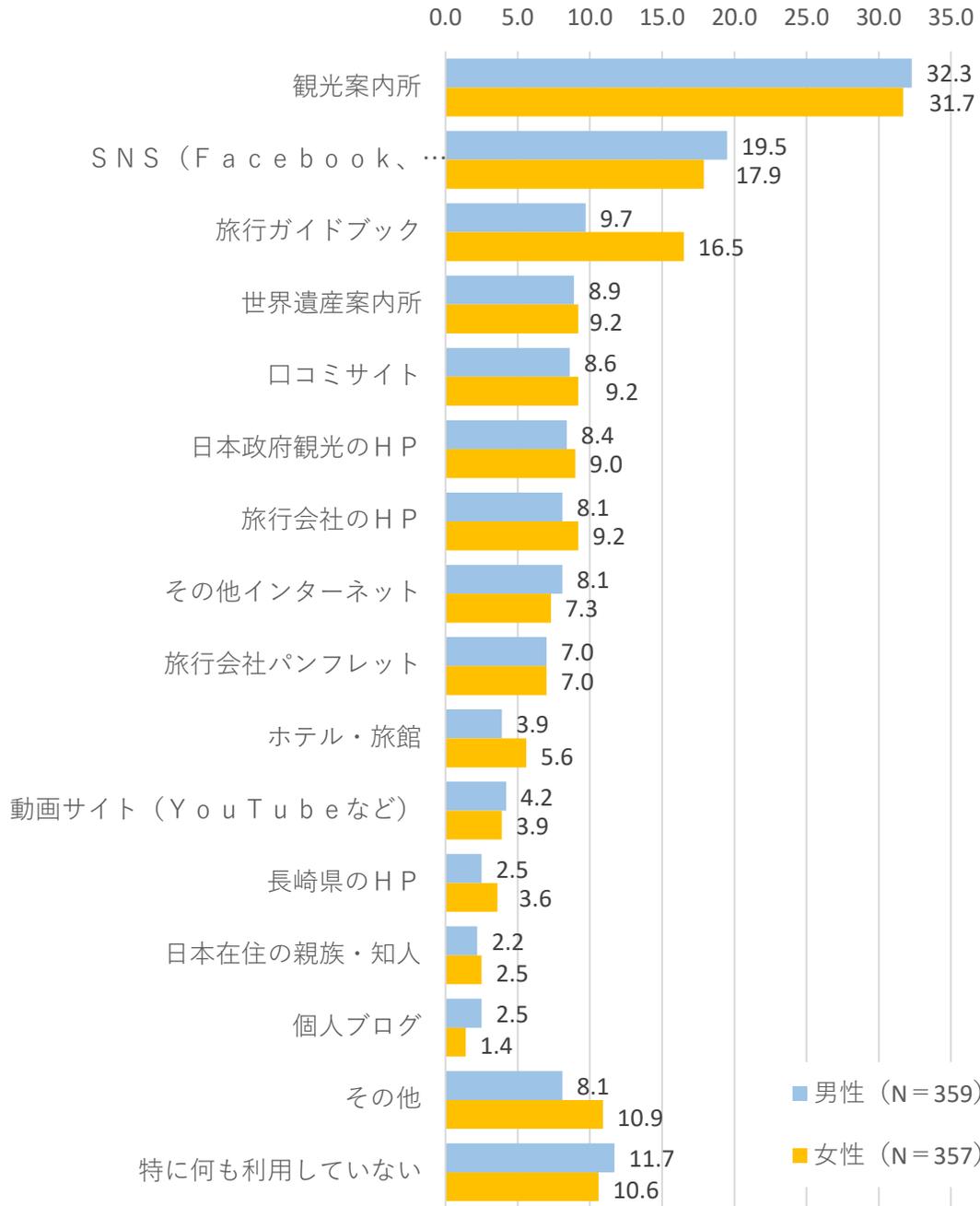


滞在中は「観光案内所」の利用が最も多い

- 長崎滞在中の長崎市の旅行情報の取得先をたずねたところ、「観光案内所」が32.3%と最も多く、「SNS（Facebook、Twitter、Instagramなど）」（18.6%）、「旅行ガイドブック」（13.2%）、「世界遺産案内所」（9.2%）となっている。
- 性別にみると、「旅行ガイドブック」は女性は16.5%と男性の9.7%と比べて高くなっている。
- 上位5項目を年代別にみると、「観光案内所」「SNS（Facebook、Twitter、Instagramなど）」は20代で高くなっている。
- 上位5項目を主要な国籍別にみると、「観光案内所」はオーストラリアで5割弱と他に比べて高くなっている。また、「SNS（Facebook、Twitter、Instagramなど）」は、イギリスでは1割未満と他に比べて低くなっている。

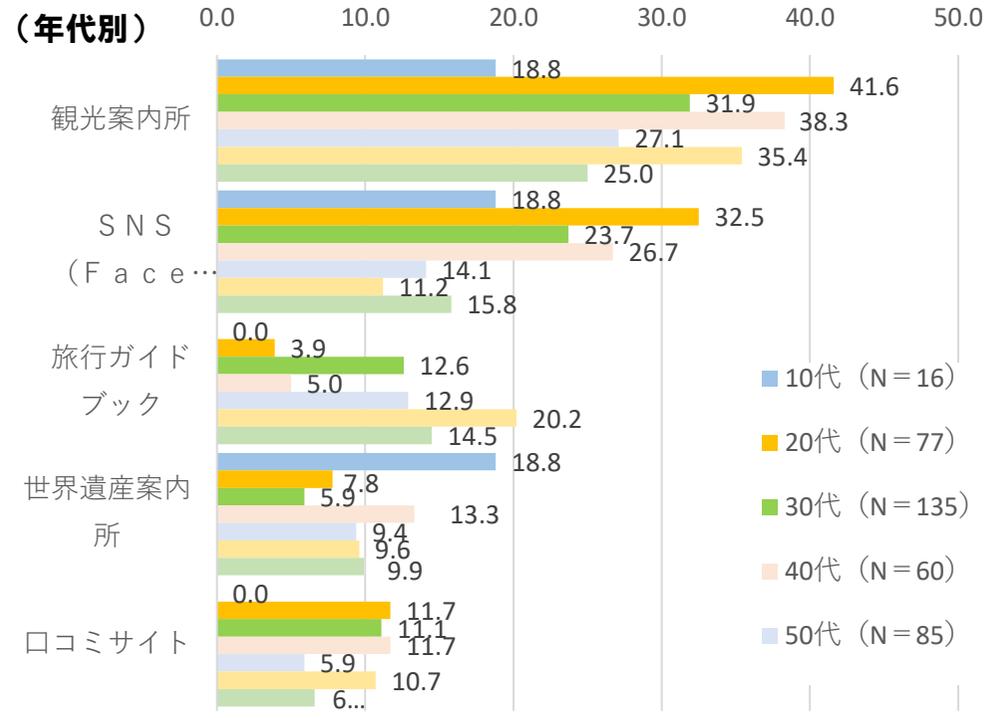


(性別)

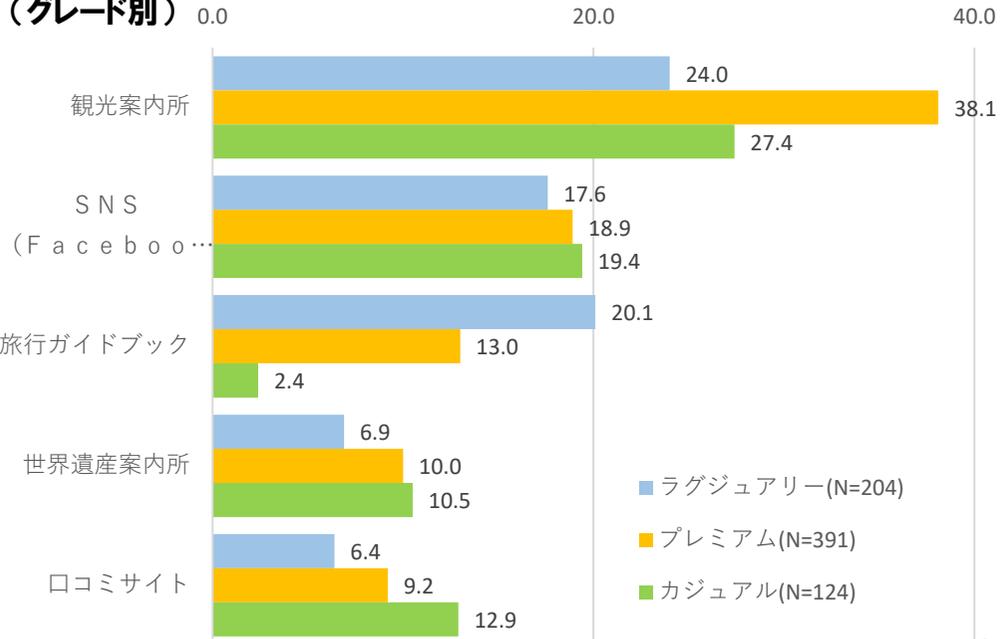


※上位5項目

(年代別)



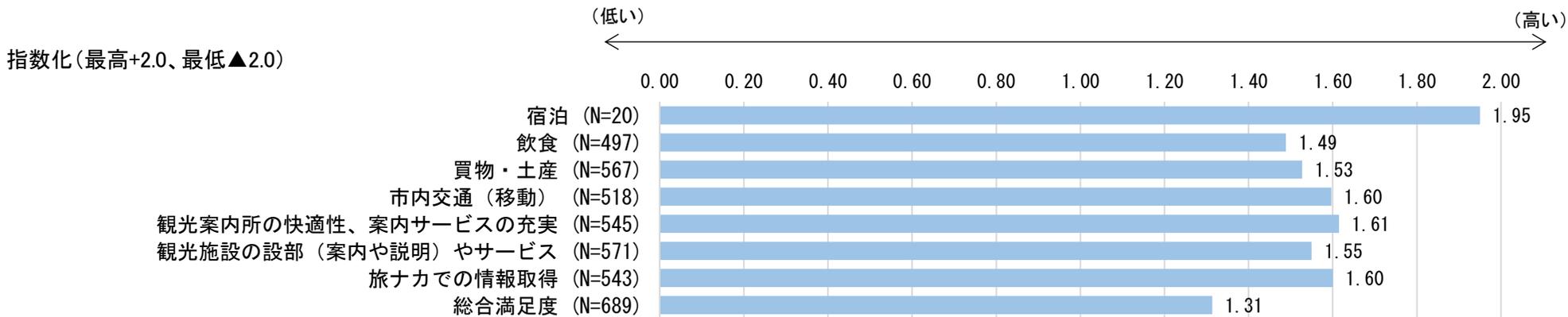
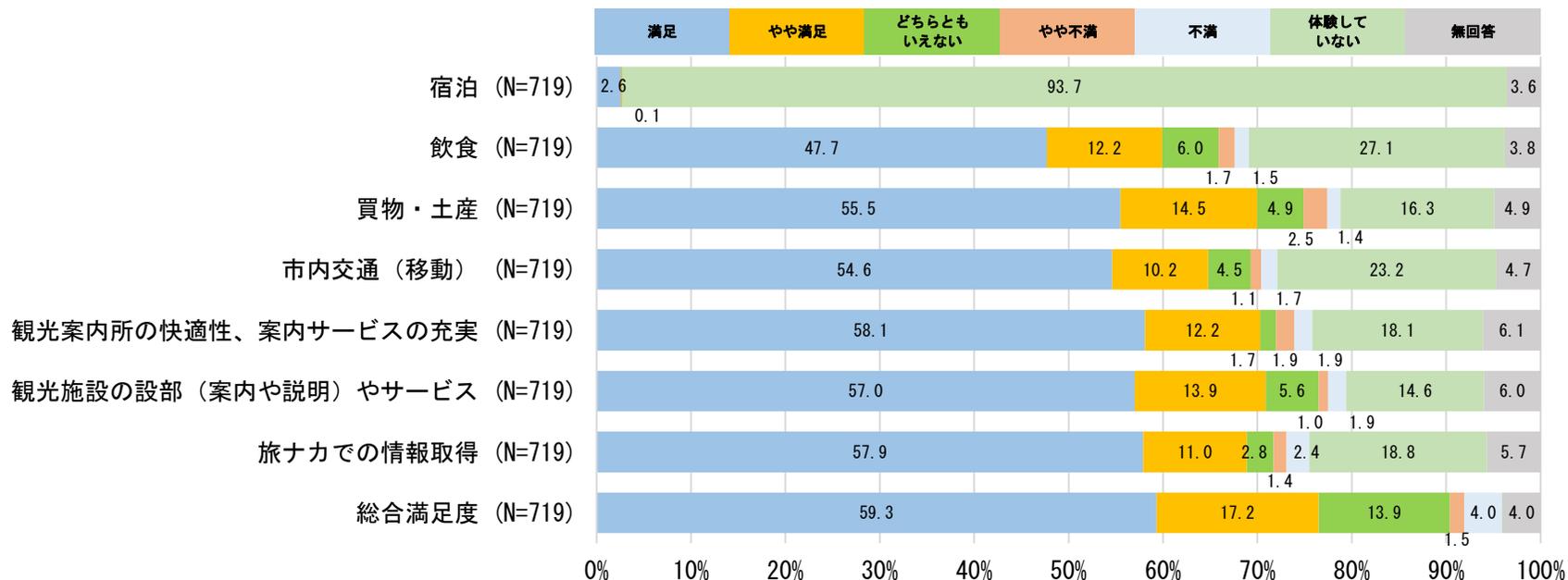
(グレード別)



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7割超

- 長崎市の観光満足度についてたずねたところ、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4割から5割と最も多くなっており、「満足」と「やや満足」を足した『満足』は約6割から7割となっている。



指数 = (満足 × 2 + やや満足 × 1 + やや不満 × (-1) + 不満 × (-2)) / 回答数 (体験していない、無回答除く)

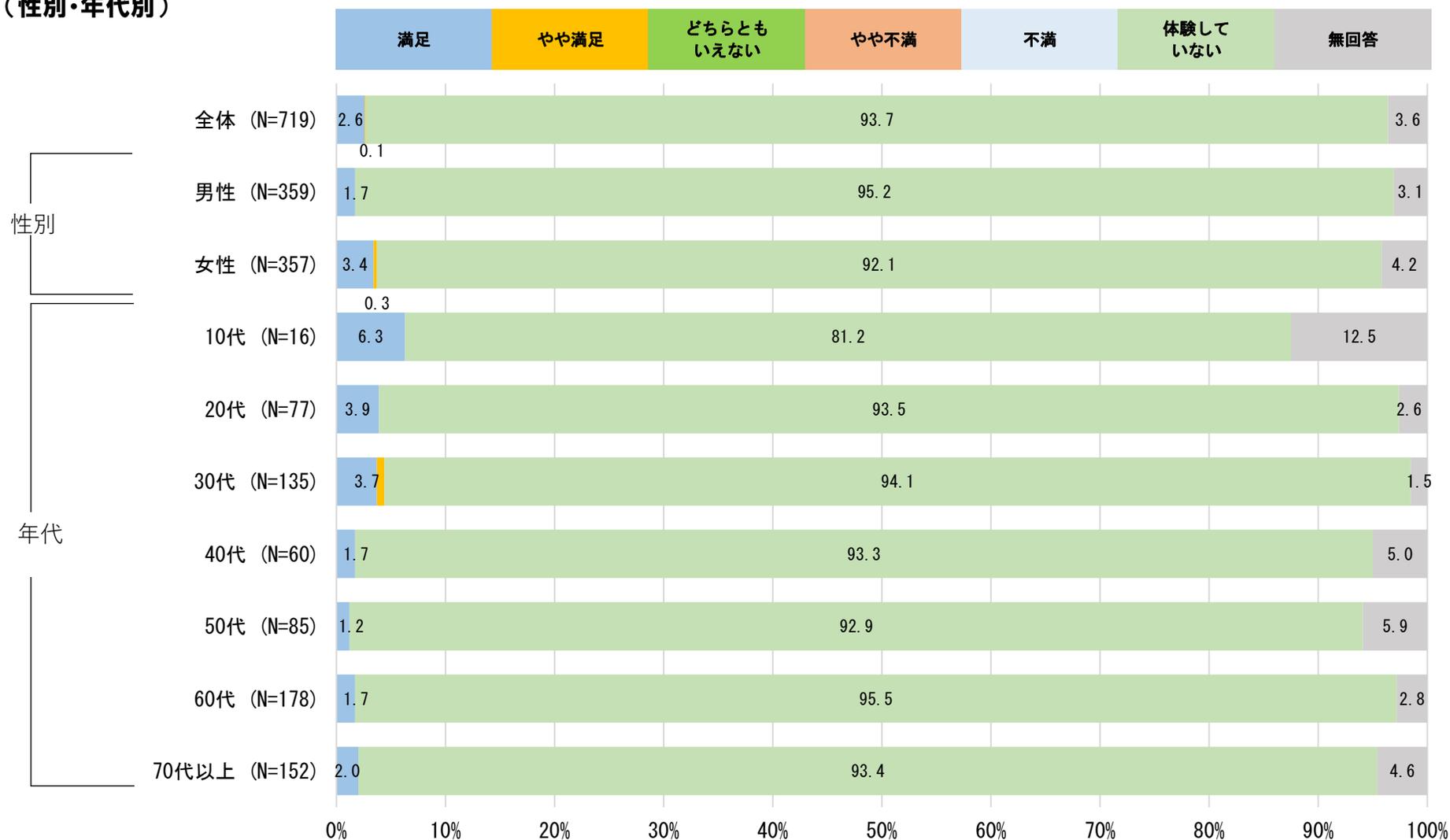
(各評価項目別)

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、国籍別では、いずれも体験していないが8割以上となっている。それ以外では、大半が「満足」と回答している。

(性別・年代別)

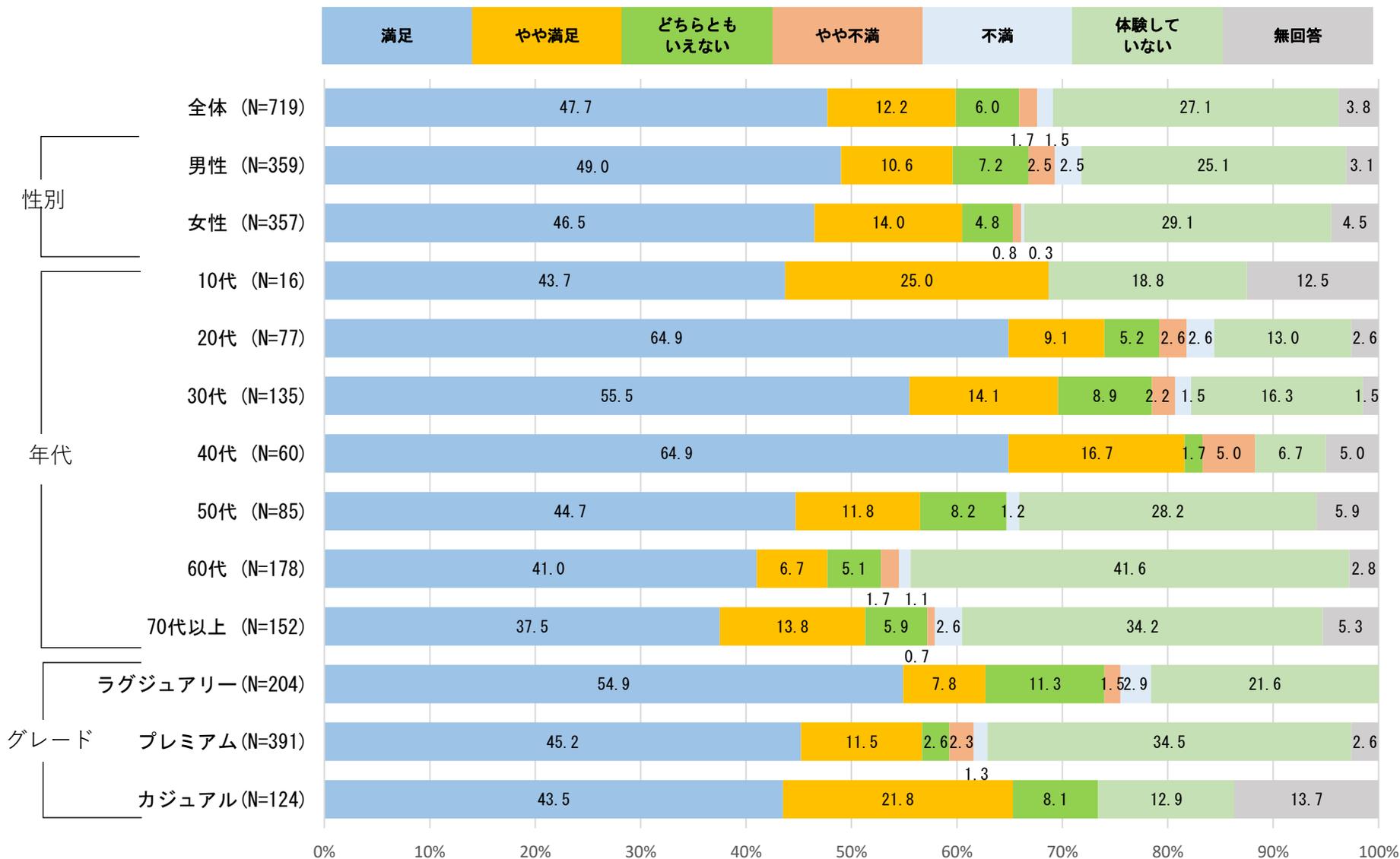


(各評価項目別)

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】

- 性別にみると大きな差はみられない。
- 年代別にみると、20代、40代で「満足」が6割半ばと高くなっており、40代は「満足」と「やや満足」を合わせた割合が8割強と他の年代に比べて高くなっている。

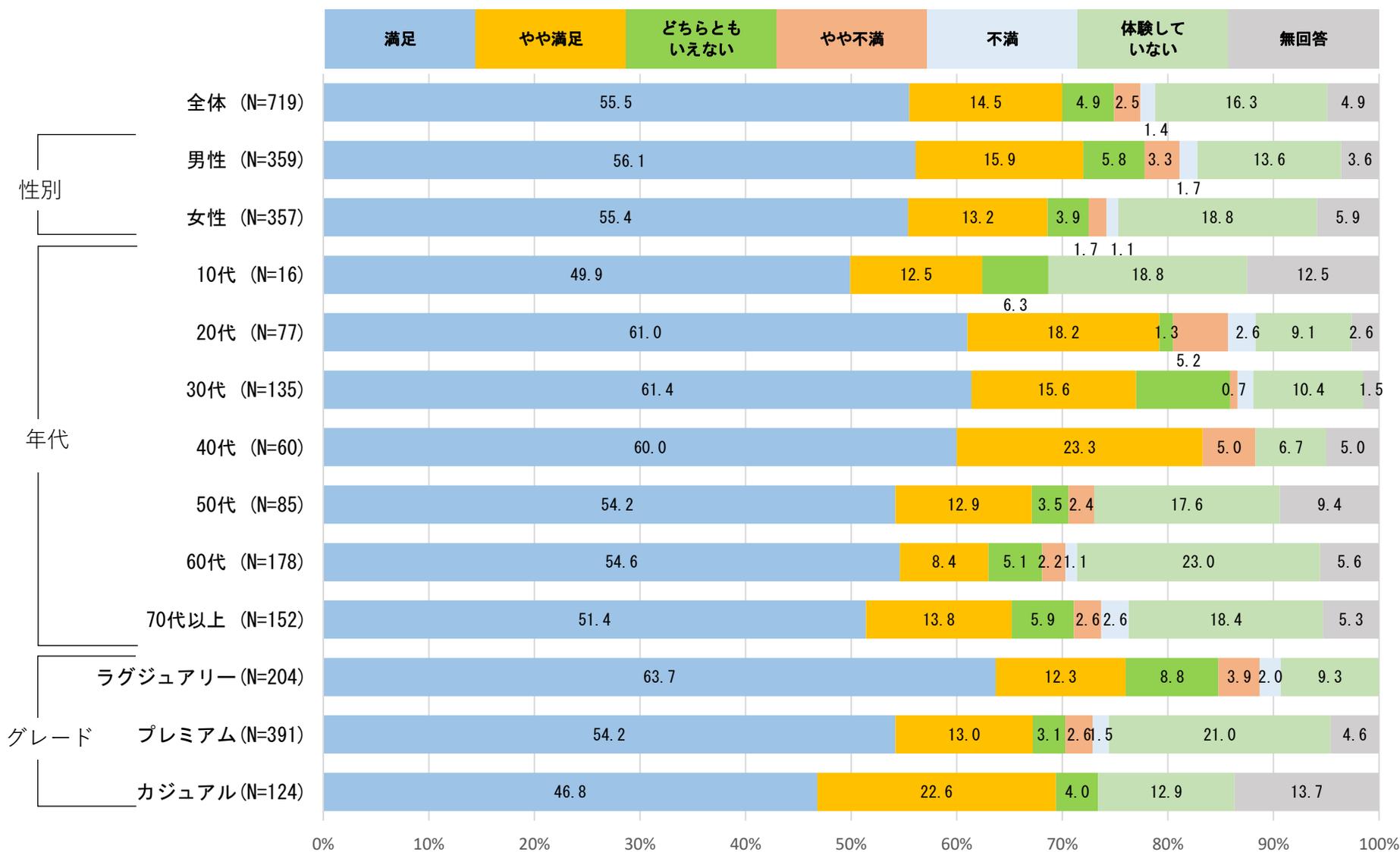


(各評価項目別)

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】

- ・性別で見ると大きな差はみられない。
- ・年代別みると、すべての年代で「満足」は5割以上となっている。また、40代は「満足」と「やや満足」を合わせた割合が8割強と他の年代に比べて高くなっている。

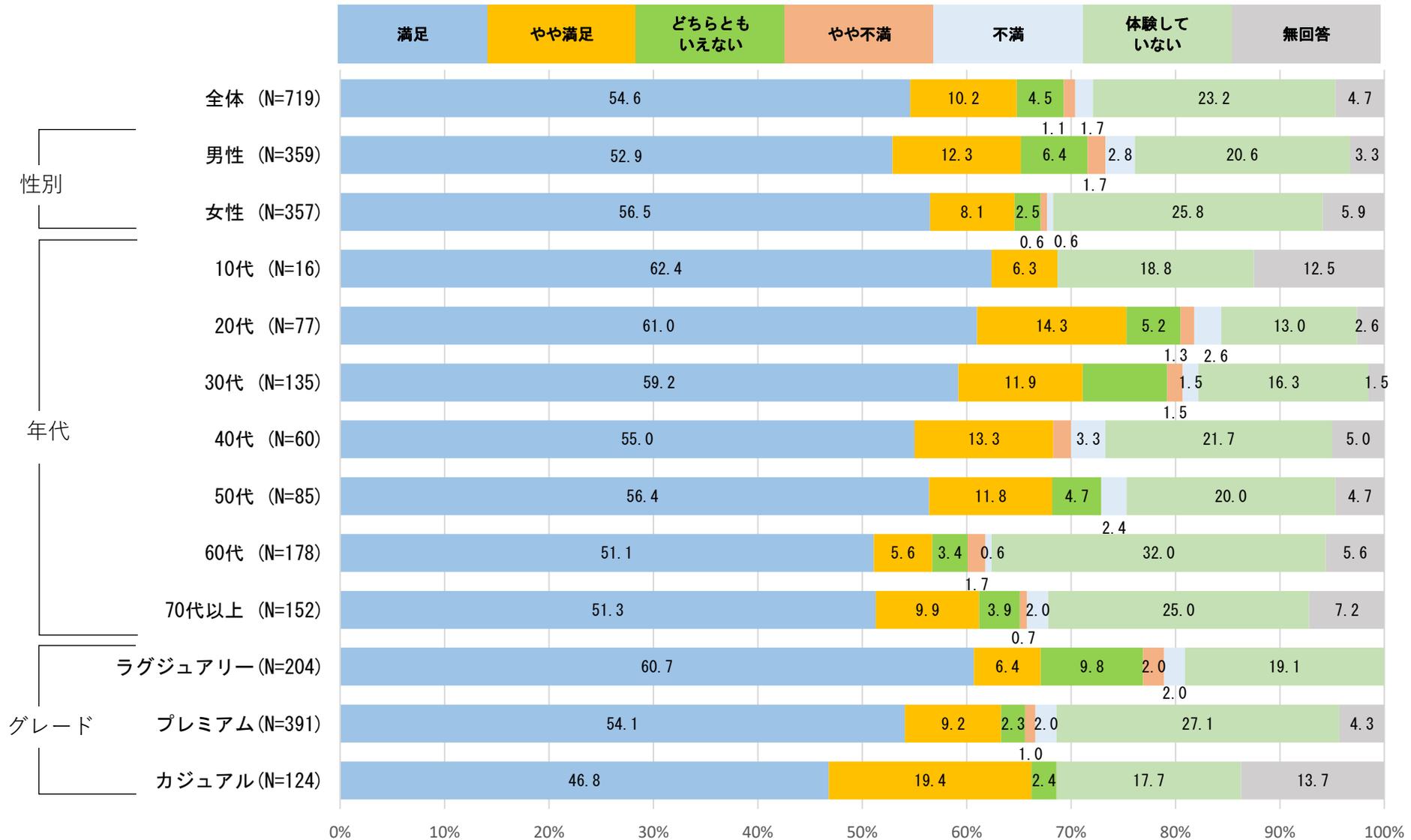


(各評価項目別)

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）】

- 性別にみると大きな差はみられない。
- 年代別では概ね年代が低くなるにつれて、「満足」の割合が高くなっている。また、20代は「満足」と「やや満足」を合わせた『満足』は7割半ばと他の年代に比べて高くなっている。

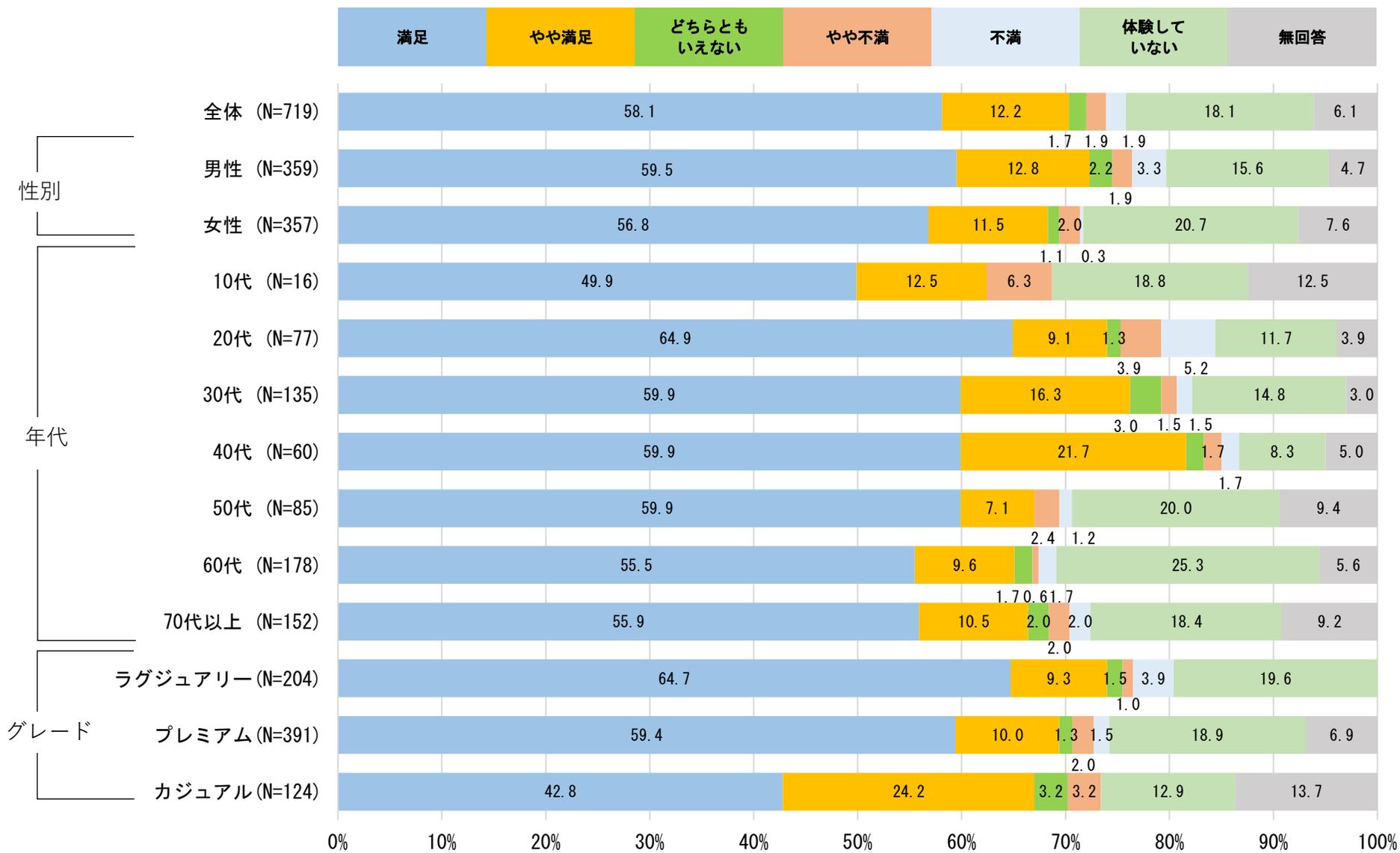


(各評価項目別)

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】

- 性別で見ると大きな差はみられない。
- 年代別で見ると、40代は「満足」と「やや満足」を合わせた割合が8割強と他の年代に比べて高くなっている。

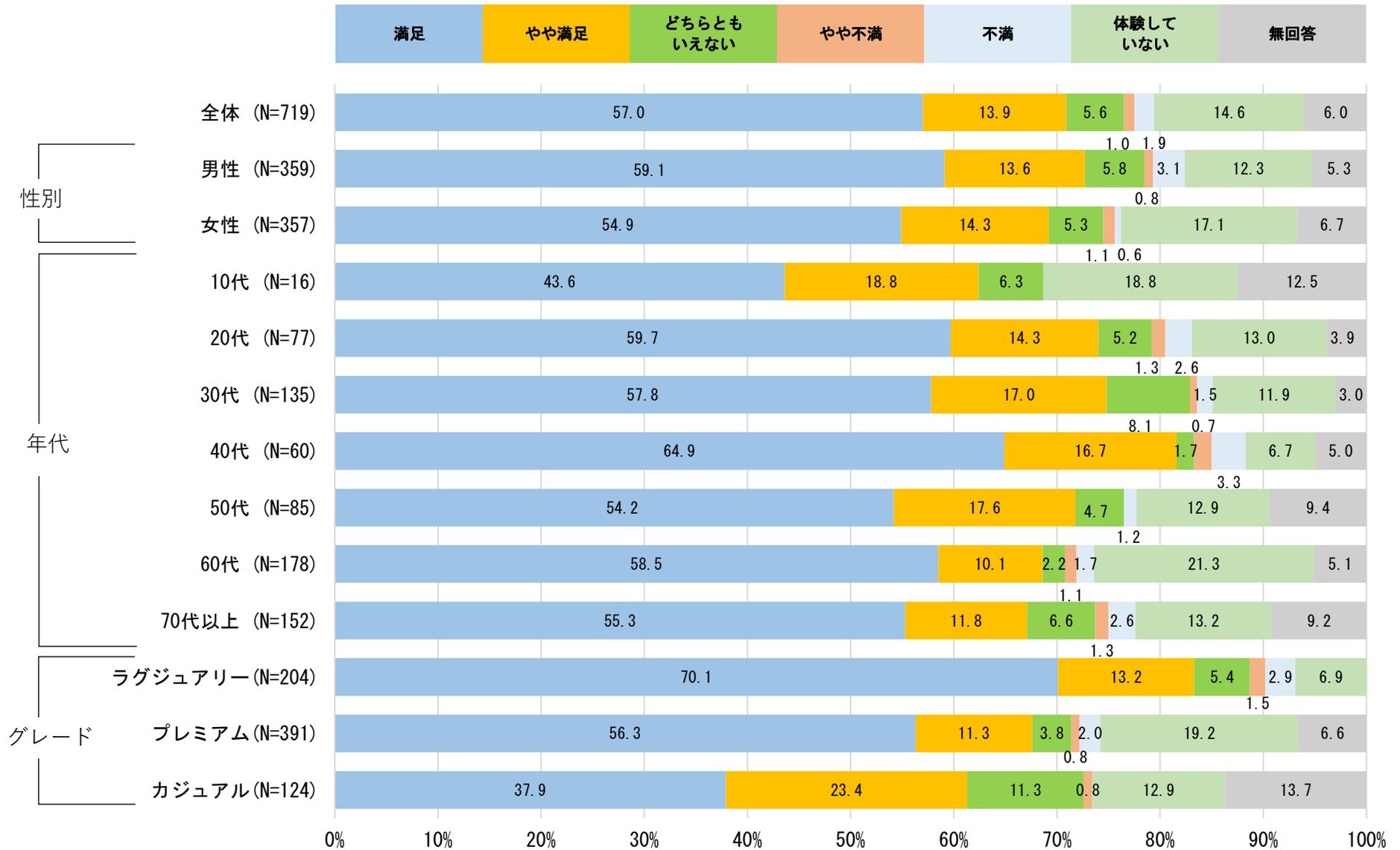


(各評価項目別)

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】

- 性別にみると大きな差は見られない。
- 年代別にみると、40代は「満足」と「やや満足」を合わせた割合が8割強と他の年代に比べて高くなっている。

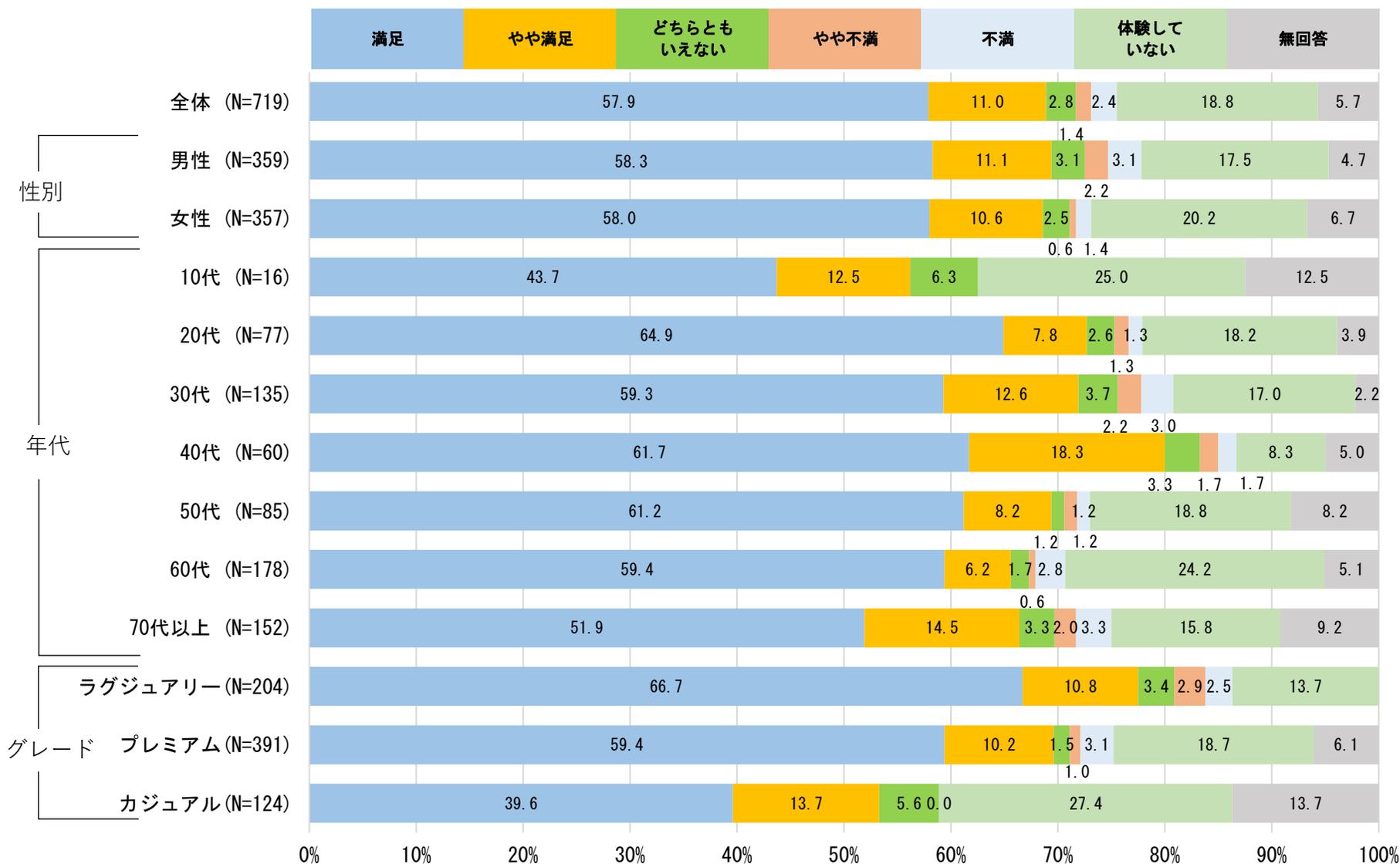


(各評価項目別)

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）

【G.旅ナカでの情報取得】

- 性別にみると大きな差はみられない。
- 年代別にみると、20代で「満足」が6割半ばと他の年代に比べて高くなっている。また、40代は「満足」と「やや満足」を合わせた割合が8割と他の年代に比べて高くなっている。

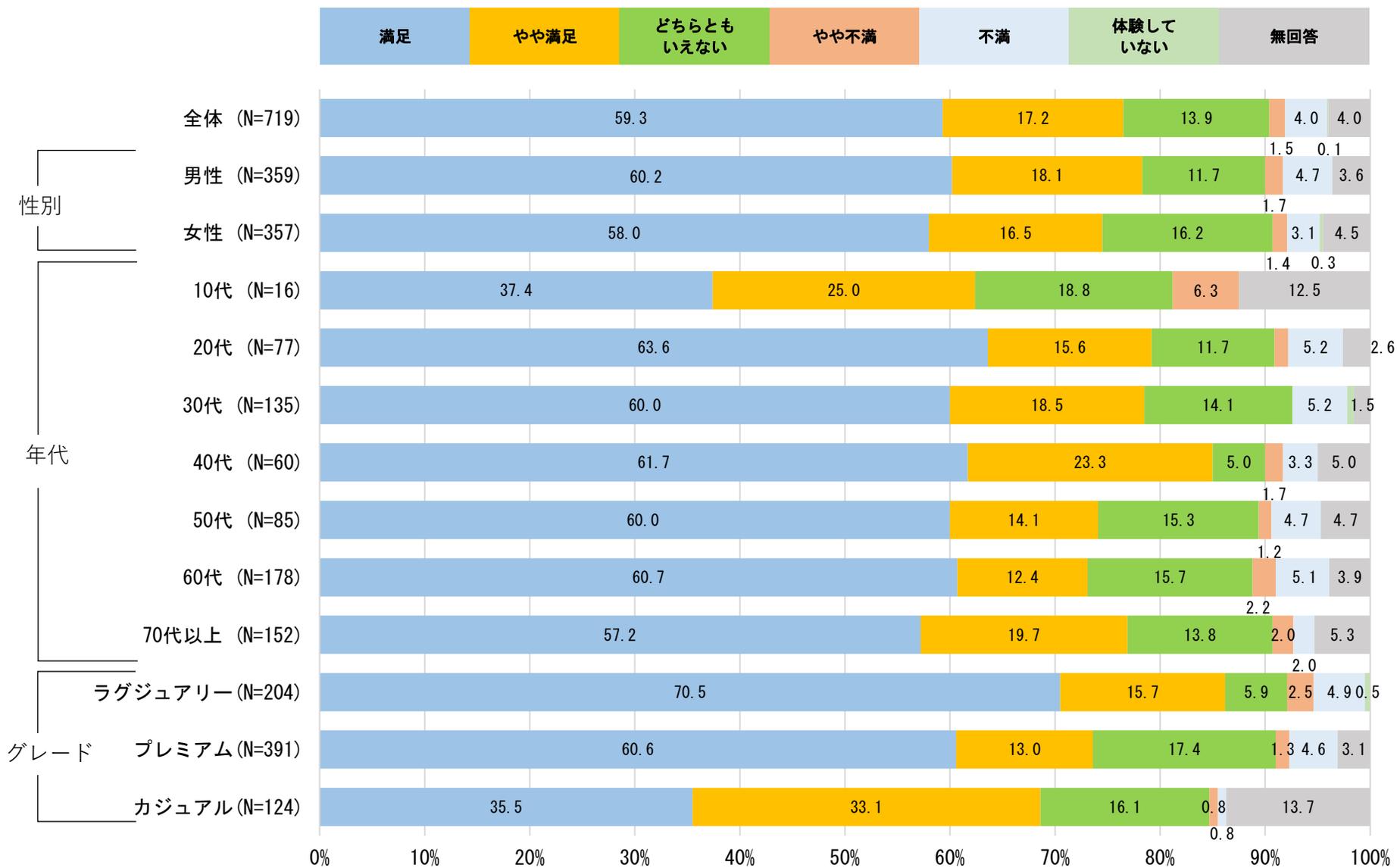


(各評価項目別)

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）

【H.総合満足度】

- ・性別にみると大きな差はみられない。
- ・年代別にみると、10代は「満足」が4割弱と他の年代に比べて低くなっている。



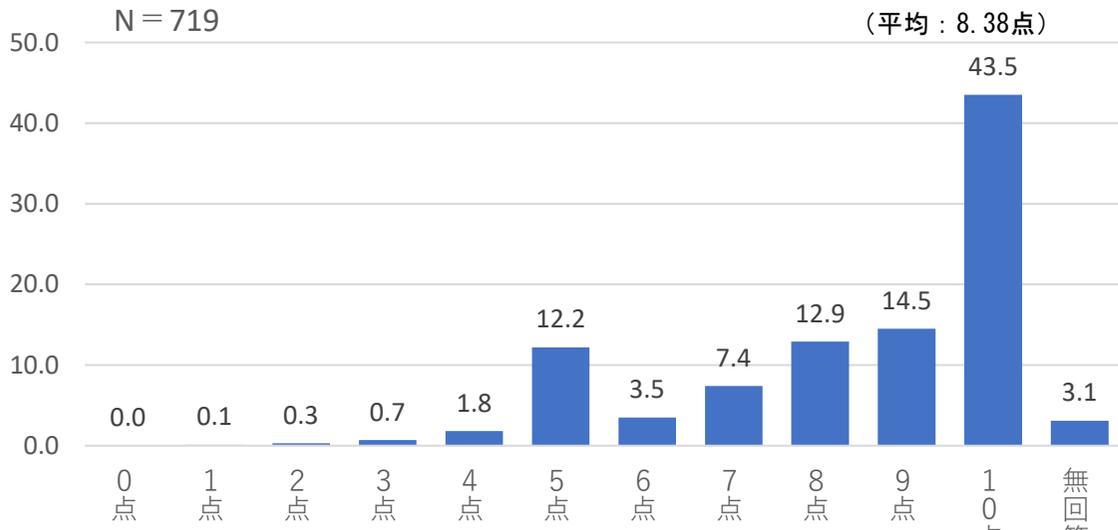
8

長崎市の推奨度

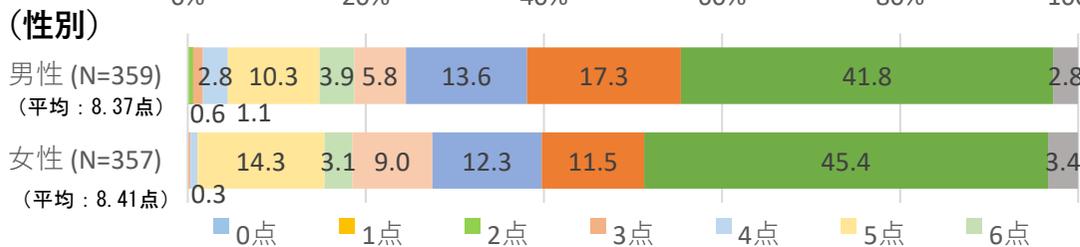
Q15：長崎市を家族や友人にどれくらいお薦めしたいですか。0点～10点のスコアで教えてください。

Q14:推奨度

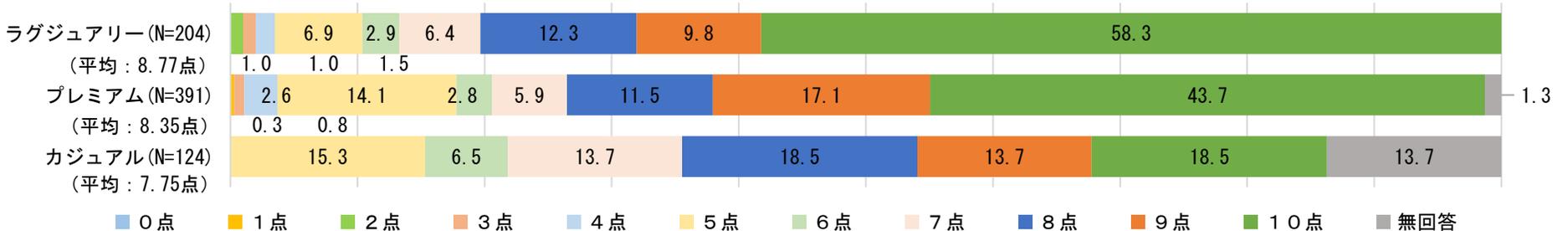
- 家族や友人への推奨度を点数でたずねたところ、「10点」が43.5%で最も多く、「9点」（14.5%）、「8点」（12.9%）と続いている。また、平均は8.38点となっている。
- 年代別でみると、20代は7.71点と他の年代に比べて平均が低くなっている。



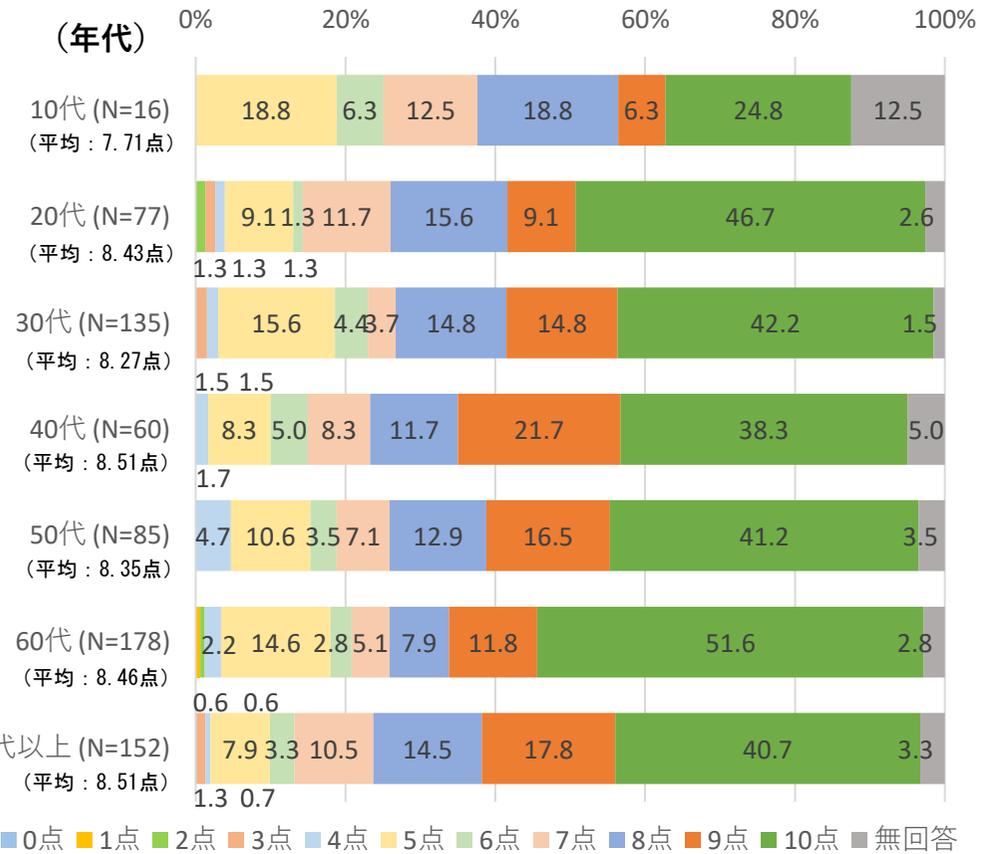
(お勧めしない) ← → (お勧めする)



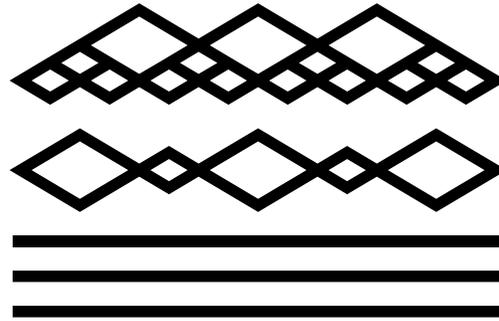
(グレード別)



(年代)



暮らしのそばに、ほら世界。



N A G A S A K I