

A nighttime photograph of a busy street festival in Nagasaki. In the foreground, a large crowd of people is gathered. A prominent feature is a large, illuminated float of a Buddha figure sitting on a pink lotus. To the left, a large red diamond-shaped sign with white Japanese characters is visible. The street is lined with buildings, some with lit-up signs, and there are many people walking and watching the festival. The overall atmosphere is festive and vibrant.

2021

8

August

DMO NAGASAKI MONTHLY REPORT

一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会
マンスリーレポート 2021年8月版

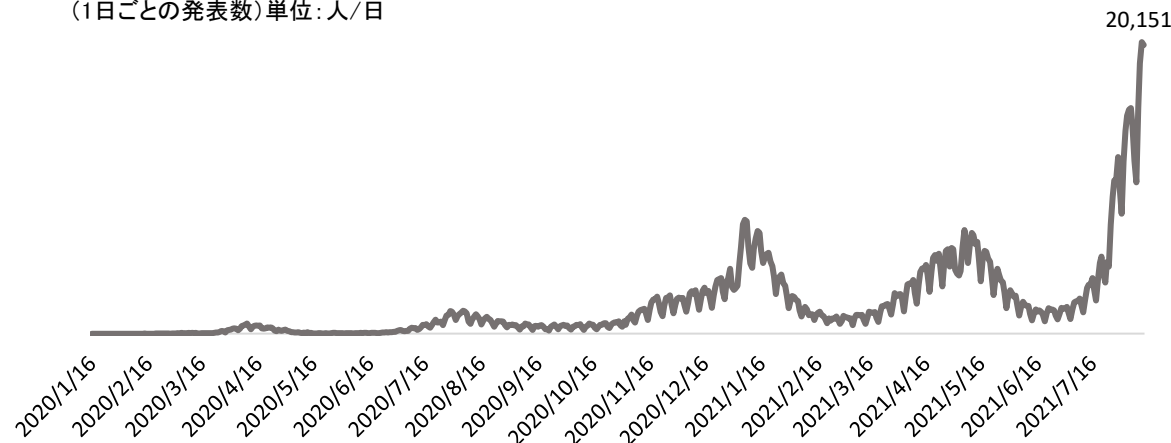
DMO NAGASAKI マンスリーレポートとは

昨年以来、新型コロナウイルスの感染拡大により、長崎市の観光を取り巻く環境は大きな影響を受けております。

外出や移動の制限により交流人口は大幅に減少し、先行きが見通しにくい状況下において、私たちDMO NAGASAKI（長崎国際観光コンベンション協会）では、観光市場環境の各種調査を進め、コロナ禍からの回復に向けた準備や次の施策実施に向けて取り組んでいます。

DMO NAGASAKI マンスリーレポートとは、各種事業の評価や今後の戦略立案のための基礎データとして、月別での長崎市への訪問客の状況や、DMOの実施事業から分かったこと、さらには旬なトピックなどをとりまとめたものです。

日本国内の新型コロナウイルス感染者数
(1日ごとの発表数)単位:人/日



Section1 (毎月共通)

移動情報データからみた長崎市観光動態

- 延べ訪問客数(県外) 3
- 日別訪問客数(県外) 5
- 主要観光スポット・エリア動態(県内外) 6

Section2 (毎月共通)

検索行動データからみた長崎への関心度分析

- 検索ボリューム推移 8
- 8月検索ボリューム 9

Section3 (月替わり)

マンスリー・トピック(今月の注目データ)

- 最新の調査結果や国内外の注目データなど 10



SUMMARY

2021

8

August

感染ステージ引き上げによる観光施設の閉鎖や悪天候が続いた影響で観光スポットなどへの客足は鈍化するも、市全体への県外からの訪問客は増加

- デルタ株が猛威を振るう第5波による緊急事態宣言の影響に加え、大雨特別警報の発令など月の半数が雨天であったという特殊要因も重なり、観光スポットなどエリア別では前月に比べ客足は鈍化。
- 一方で、市全体としての県外からの訪問客数は先月に比べ35%、前年同月に比べても49%増加。お盆や夏休みを利用した帰省など遠方からの訪問が伸びた。
- 居住地別にみると、福岡など九州各県からの訪問は、雨天や帰省自粛なども影響し鈍化の傾向がみられたが、関東や関西、中部などの本州の大都市圏からの訪問客数は大きく増加。前年同月に比べ、関東で74%増、中部で76%増、関西で64%増など回復の兆しが見られた。

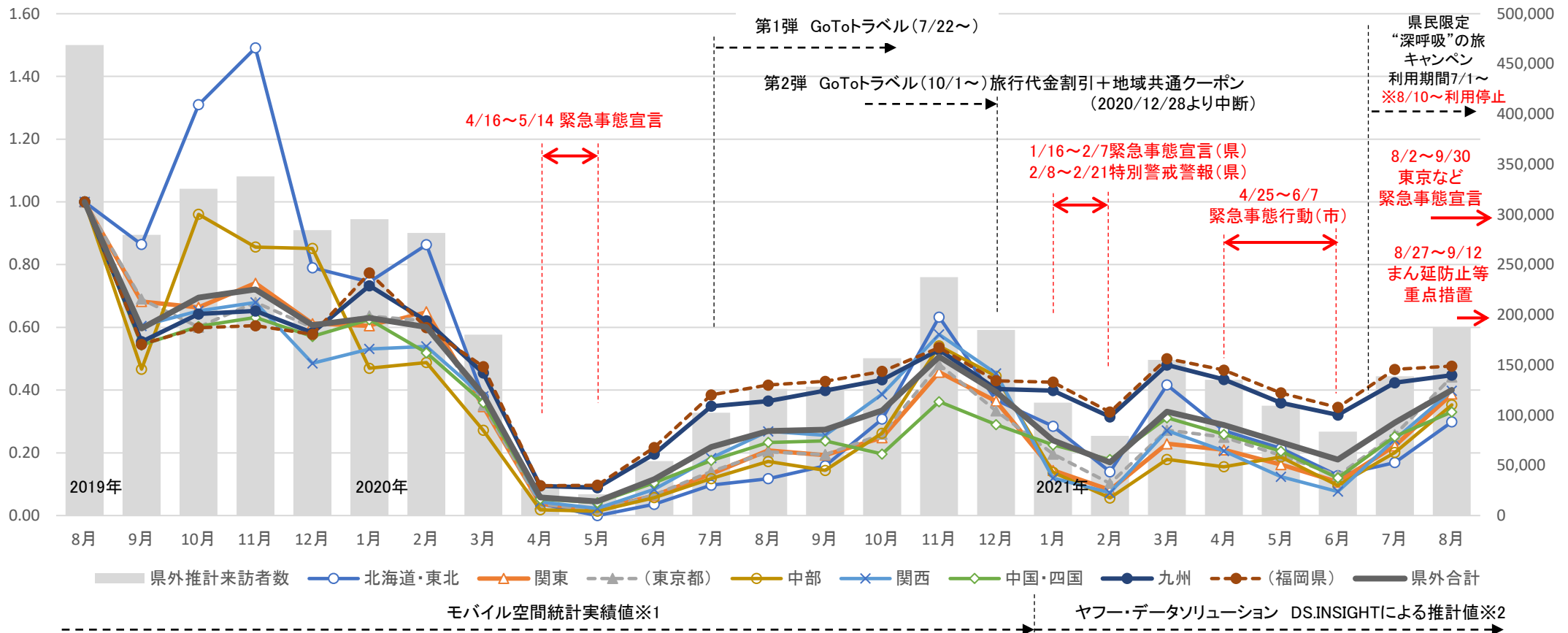


1 移動情報データからみた長崎市観光動態

(1) 延べ訪問客数(県外) 関東、関西、中部など遠方を中心に訪問客が増加

- 2021年8月の県外からの延べ訪問客数(推計値)は約18.8万人。コロナ禍による帰省自粛の動きも見られる中、先月7月に比べ35%増加、前年同月に比べても49%増加。コロナ前の水準には至らないが、人流回復の兆しが見えた。
- 地域別では、首都圏を中心に遠方からの延べ訪問客数が前月比60~70%増加と高い水準にあった。一方で、長崎県を除く九州地方からは前月のほぼ横ばいと、首都圏などに比べ鈍い動きが見られた。
- 緊急事態宣言が発出され、外出や旅行自粛の環境下であったが、お盆や夏休みシーズンによって首都圏を中心に遠方からの人流が拡大。一方、猛威を振るった豪雨など8月の約半分が雨天という特殊要因もあり、比較的短期で予定が組みやすい近隣、福岡などの九州内の人流が鈍化したと推察される。

(2019年8月=1.0とした場合の推移)



出典)ヤフー・データソリューション DS.INSIGHT / 株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計」

※1: モバイル空間統計の居住地(都道府県)別旅行者数に同平均滞在日数を乗じたものを延べ訪問客数と設定
 ※2: 2020年11月値を基準にヤフー・データソリューション DS.INSIGHTの県別訪問者数の増減率を乗じ算出した推計値



延べ訪問客数 増減率

	前々年同月比 (2019年8月比)		前年同月比 (2020年8月比)		先月比 (2021年7月比)	
北海道・東北	▲70%	↓	+154%	↑	+77%	↑
関東	▲61%	↓	+86%	↑	+74%	↑
中部	▲65%	↓	+105%	↑	+76%	↑
関西	▲60%	↓	+48%	↗	+64%	↑
中国・四国	▲67%	↓	+42%	↗	+31%	↗
九州(長崎県除く)	▲55%	↓	+23%	↗	+6%	↗
(東京都)	▲56%	↓	+117%	↑	+72%	↑
(福岡県)	▲52%	↓	+14%	↗	+2%	↗
県外合計	▲60%	↓	+49%	↗	+35%	↗

「↑」50%以上 「↗」1%~49% 「↘」0~▲49% 「↓」▲50%以下



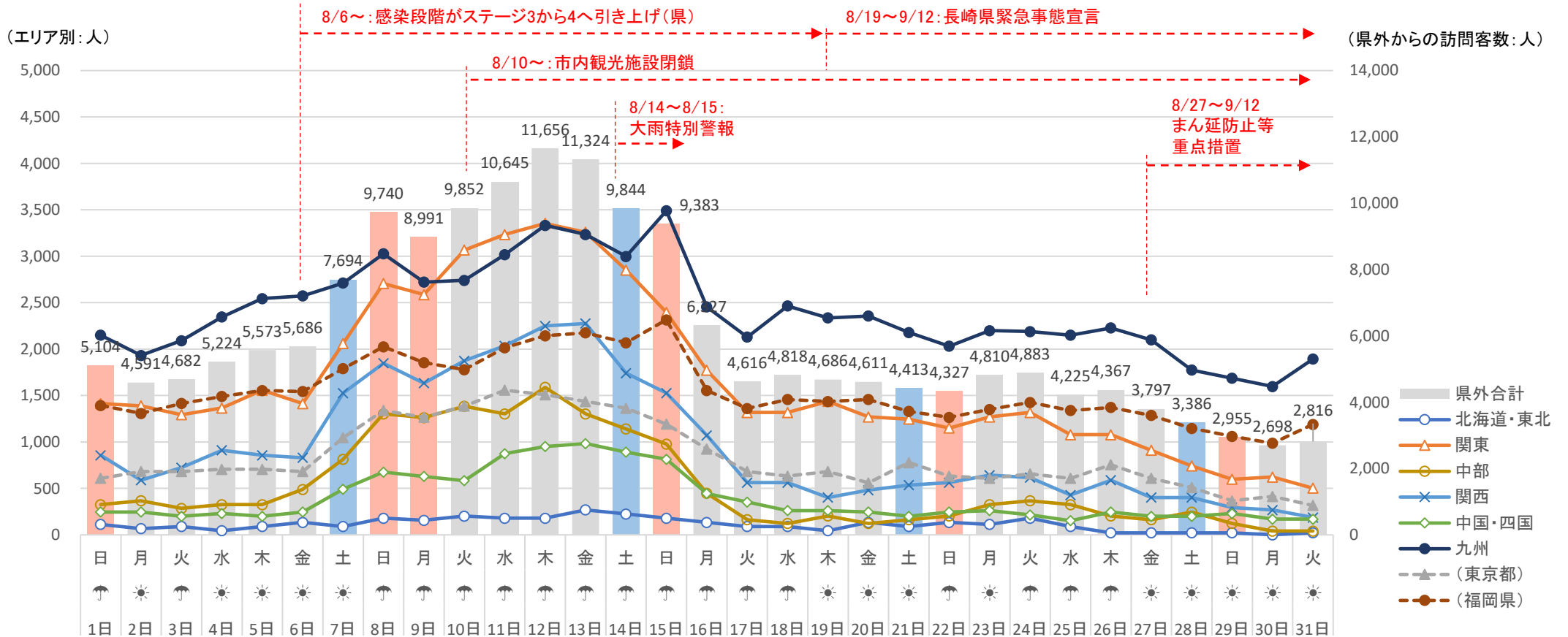
(2) 日別訪問客数(県外)

悪天候に見舞われた8月。お盆期間中に帰省含む訪問客が増加

- お盆を挟む1週間である7日(土)から15日(日)にかけて帰省客含む訪問客が増加。同9日間で全体の47%を占めた。
- 関東、関西などの遠方からの訪問客は12日～13日にかけてピークとなった。一方、福岡からの訪問は最終15日がピークと傾向の違いが見られた。

県外からの訪問客数

	7月	8月	増減率
平均	4,475人/日	6,056人/日	+35%
平日	3,630人/日	6,232人/日	+72%
土日祝	6,012人/日	5,685人/日	▲5%








出典)ヤフー・データソリューション DS.INSIGHT/気象庁

天気は長崎気象台データを基に日降水量が1mm以上を☂とし、それ以外を☀とした。

(3) 主要観光スポット・エリア動態(県内外)

雨天や緊急事態宣言、施設閉鎖等の影響により全体的に減少。特に県内からの訪問客減少が影響か

- 県内外からの訪問客数は、4連休があった7月は前月に比べ全地区で増加がみられたが、8月は茂木、伊王島、琴海を除き減少となった。
- 毎年海水浴客で賑う伊王島は、前月比5%増、前年比14%増と堅調な動きが見られた。
- 訪問客数の減少は、前述のとおり全市的に見ると県外来訪客数は増加していることから、むしろ県内(市外)からの訪問客減少(前月比▲22%)が影響していると示唆される。
- 県内からの訪問客は悪天候や緊急事態宣言、観光施設閉鎖等の影響、「第2弾“深呼吸”の旅キャンペーン」(7/1から利用開始)が8/10から一旦停止となった影響も加わり、全体的に流動が鈍化した可能性が推察される。

		前年同月比 (2020年8月比)	先月比 (2021年7月比)
グラバー園界限		▲31% ↓	▲14% ↓
出島界限		▲24% ↓	▲15% ↓
平和公園界限		▲14% ↓	▲11% ↓
浜町界限		▲9% ↓	▲9% ↓
稲佐山展望台		▲47% ↓	▲44% ↓

「↑」50%以上 「↗」1%~49% 「↘」0~▲49% 「↓」▲50%以下

出典)ヤフー・データソリューション DS.INSIGHT



※設定範囲はグラバー園は園中心部から半径300m、出島は半径100m、平和公園界限は125mメッシュで関連施設が立地する範囲、浜町界限はハマクロス付近から半径400m程度、稲佐山界限は展望台から半径100m程度とした。

		前年同月比 (2020年8月比)	先月比 (2021年7月比)
(参考) 出島メッセ長崎周辺		▲17% ↓	▲13% ↓
茂木		-9% ↓	+1% ↗
東長崎		-29% ↓	-3% ↓
伊王島		+14% ↗	+5% ↗
南長崎 (野母崎)		-17% ↓	-4% ↓
外海		-50% ↓	-7% ↓
琴海		-36% ↓	+11% ↗

「↑」50%以上 「↗」1%~49% 「↘」0~▲49% 「↓」▲50%以下

出典)ヤフー・データソリューション DS.INSIGHT

※計測範囲は各地域の主要観光エリア・スポットが含まれる範囲とし、東長崎は半径2000m、琴海は半径4000m、伊王島は半径1900m、外海は半径3500m、南長崎は半径4000m、茂木は半径2000mとした。



検索行動データからみた長崎への関心度分析

(1) 検索ボリューム推移

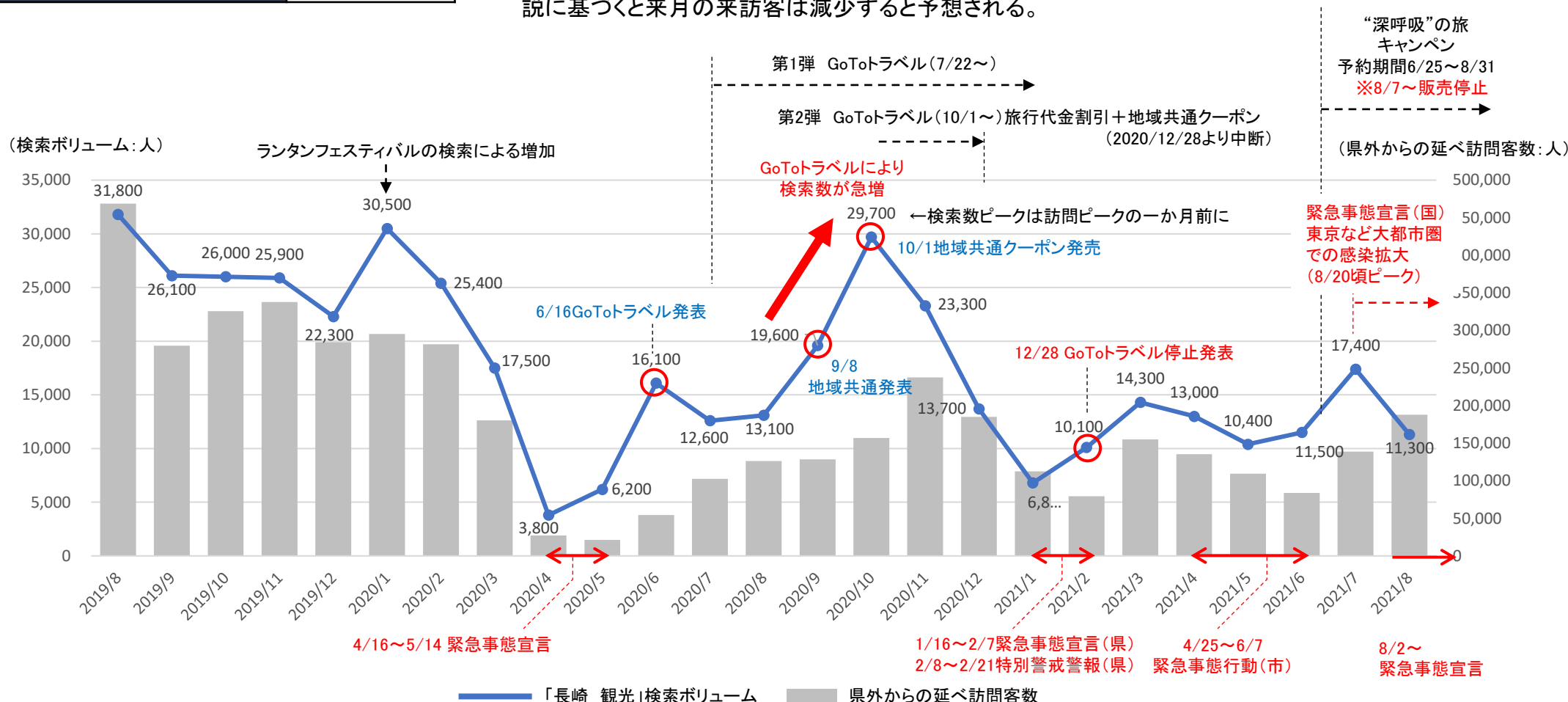
「長崎 観光」の月間検索数

前年比(2020年8月) ▲13.7% ↓

先月比(2021年7月) ▲35.1% ↓

先月に比べ35%減少。緊急事態宣言及び帰省中心の人流により検索行動は減少か

- 訪問客数が増加した8月であるが、検索ボリュームは先月及び前年同月に比べ減少。
- 帰省シーズンに加え、6月後半から高まりつつあった旅行モチベーションは、緊急事態宣言により低下し、検索行動は今年の5月並みに逆戻り。
- これまでの傾向では、検索行動の動向から1か月遅れで訪問動向が同様の動きとなることから、この仮説に基づくと来月の来訪客は減少すると予想される。

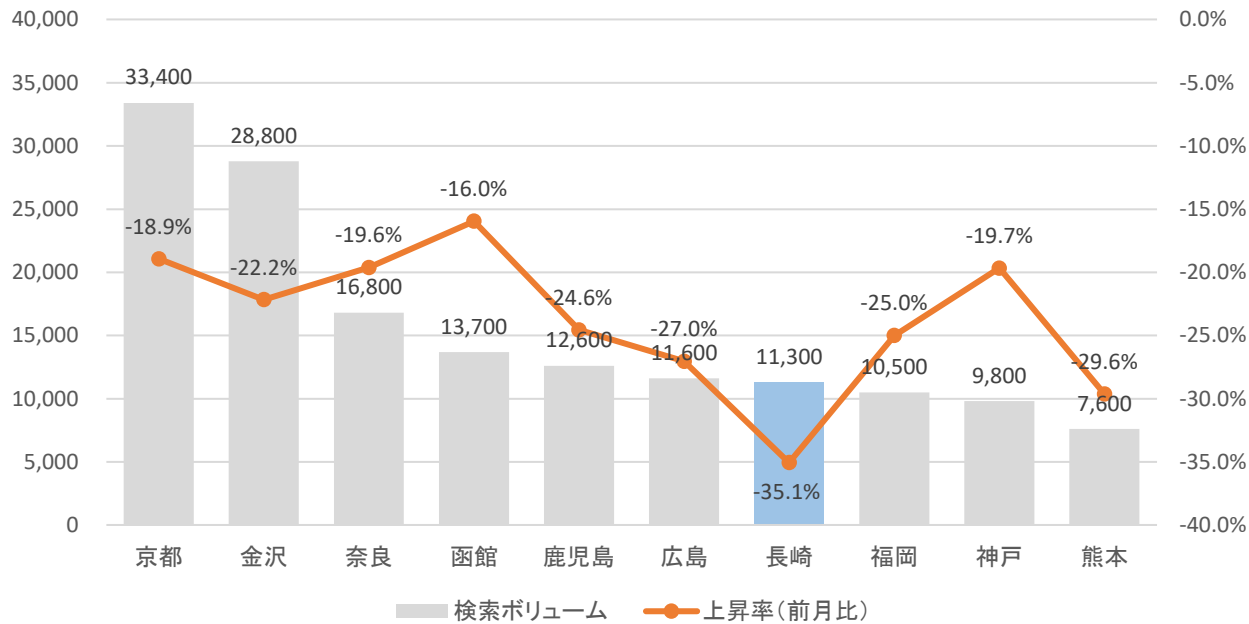


(2) 8月検索ボリューム

検索ボリュームは比較都市すべてにおいて減少しているが、特に長崎は減少率が大きく、4位→7位にランクダウン。

「(都市名) 観光」の月間検索数 ※比較対象都市別

検索ボリューム(人)・上昇率(対7月)



- 8月の長崎の検索ボリュームは11,300件と、7月に比べ35%減少し比較10都市中7位と、前月の4位より3ランクダウン。
- 比較都市全てで検索ボリュームは減少したが、長崎の減少率は10都市中最大。
- 減少率は▲20%～▲50%と差があるものの、緊急事態宣言の発出と帰省シーズンによって、全体的に検索行動を抑制した可能性が推察される。

「長崎 観光」を検索した人の居住地(都道府県別)

検索ボリューム(人)・特化係数※

※特化係数=8月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。

順位	都道府県	8月	(7月)	前月増加率	対人口特化係数(8月)
1	東京都	1,400	2,100	▲33.3%	1.0
2	大阪府	990	1,600	▲38.1%	1.2
3	福岡県	640	1,200	▲46.7%	1.3
4	愛知県	570	940	▲39.4%	0.8
5	神奈川県	540	750	▲28.0%	0.6
6	長崎県	500	720	▲30.6%	3.9
7	埼玉県	410	570	▲28.1%	0.6
8	兵庫県	360	600	▲40.0%	0.7
9	千葉県	290	460	▲37.0%	0.5
10	北海道	210	260	▲19.2%	0.4
11	静岡県	160	270	▲40.7%	0.5
12	広島県	160	250	▲36.0%	0.6
13	京都府	140	270	▲48.1%	0.6
14	熊本県	110	170	▲35.3%	0.7
15	岐阜県	100	150	▲33.3%	0.5
16	佐賀県	90	170	▲47.1%	1.1
17	茨城県	80	110	▲27.3%	0.3
18	宮城県	70	70	±0.0%	0.3
19	三重県	70	110	▲36.4%	0.4
20	滋賀県	70	110	▲36.4%	0.5

- 「長崎 観光」で検索した人を居住地別で見ると、ランキングに大きな変動はないものの、上位20都市では宮城県除くすべての地域で大幅に減少。
- 依然として、県外では東京都、大阪府、福岡県、佐賀県では関心度が高いことがわかる。

マンスリー・トピック(今月の注目データ)

ブランド調査結果

(対象)日本国内在住1,000名(過去3年以内に宿泊旅行経験あり)
(時期)2021年7月

DMO NAGASAKIでは、長崎市の観光ブランディング・マーケティング戦略立案にあたり、長崎市の観光地としてのポジショニングや旅の目的や行動、長崎市の観光への来訪行動や評価などを把握する目的に、2021年7月、ブランド調査を実施しました。MONTHLY REPORT8月号では同調査結果から客観的に長崎市の現状や課題について分析を行ってまいります。

8月のトピック!

長崎市は
行ってみたい
観光地

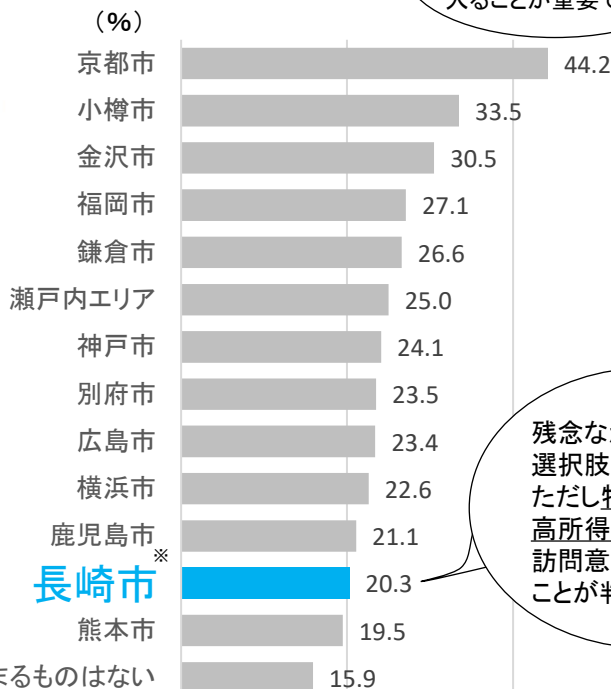


DMO NAGASAKI

Q コロナ明け どこに行きたい? (複数回答)

平均選択数3.4都市

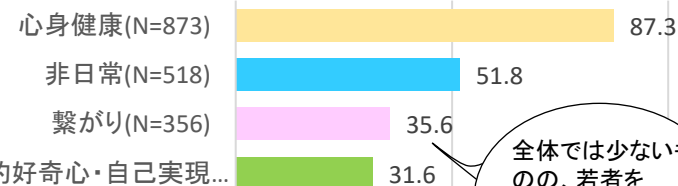
人が思い浮かぶ場所は3つまでは3つまで。この3つに入る事が重要です。



残念ながら
選択肢中は下位に...
ただし特に若い女性や
高所得者などは
訪問意欲が高い
ことが判明!

※長崎市については「ハウステンボス」は佐世保市です」と表記(以下、同様)

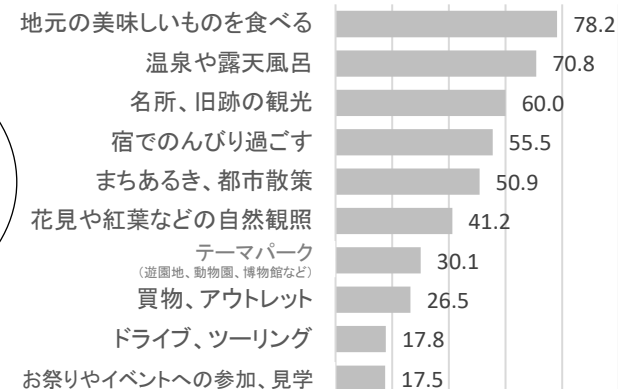
Q 旅の目的は? (複数回答)



※以下のキーワードより選択した結果を集計
 ・心身健康: いやし、ゆとり、美的、逃避、健美
 ・非日常: 変化、情動、アクティブ、スリル
 ・繋がり: ペア、話題追求、戯れ
 ・知的的好奇心・自己実現: 知的創造、自己世界、情報収集、成長、自己顕示

全体では少ないものの、若者を
中心にニーズが拡大
しています

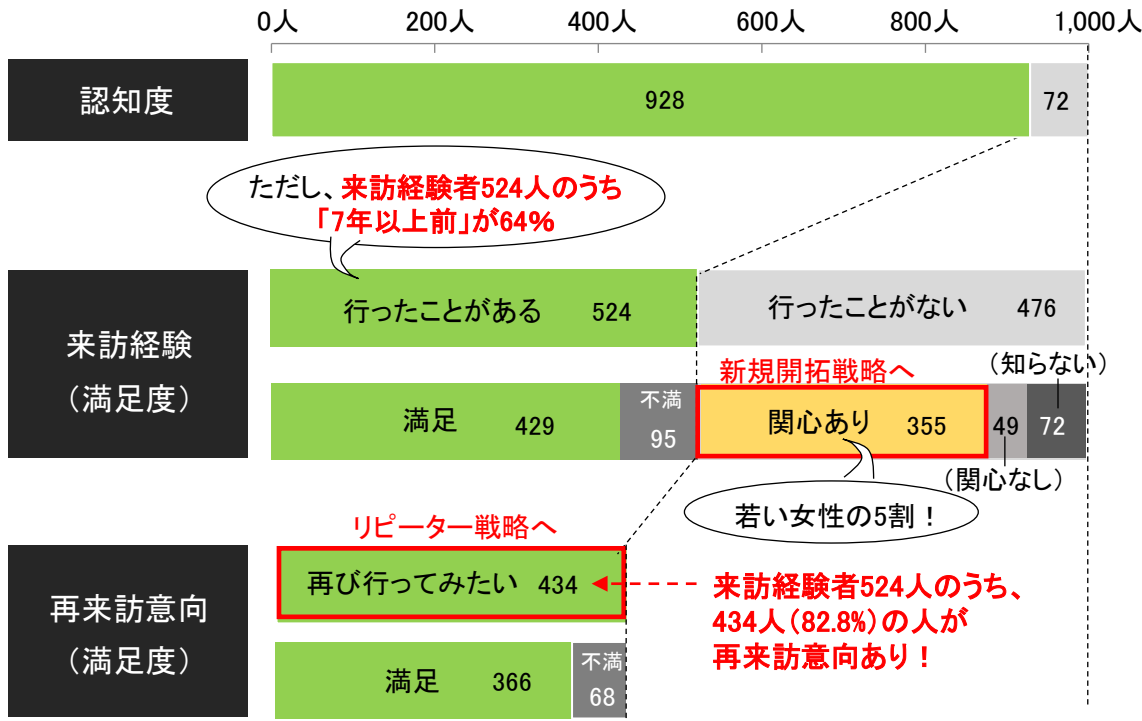
Q 旅ナカでの過ごし方は? (複数回答) ※表記は上位10位まで



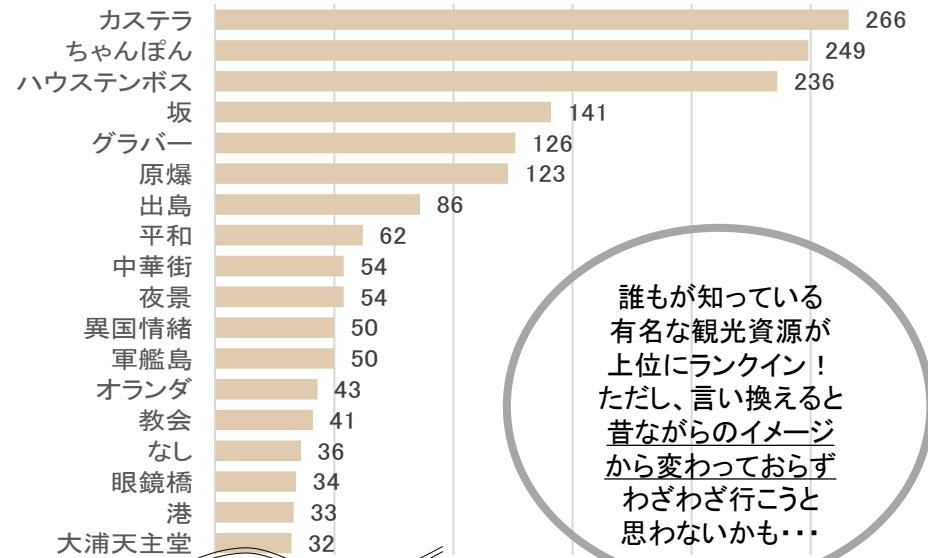
Q 長崎市の認知度・来訪頻度・満足度は？

観光地としての長崎市の知名度は92.8%と非常に高く、「行ったことがある」も52.4%と半数を超えています。

今後は、来訪経験者(524人)のうち「①再び行ってみたい(434人:82.8%)」人と、未来訪者(476人)のうち「②関心がある(355人:74.6%)」人の両方に来てもらうのはもちろん、それ以外の人にも長崎の魅力届け、訪れたいと思ってもらえるよう、戦略を打っていく必要があります。



Q 長崎市のイメージは？



誰もが知っている有名な観光資源が上位にランクイン！
ただし、言い換えると昔ながらのイメージから変わっておらずわざわざ行こうと思わないかも...

Q なぜ、長崎市に行かないの？

第1位	距離が遠すぎる
第2位	見るべきところが少なそう
第3位	費用が高そう
第4位	のんびり寛げなさそう
第5位	観光地として有名ではない

観光資源の多さが自慢の長崎市ですが、若い人を中心に、その魅力が十分に伝わっていない可能性があります。情報発信の工夫と新たな魅力作りが必要です！

調査結果まとめ

- 長崎市は認知度そのものは高いが、“旅行で行ってみたいところ”の上位ではない。
- また、再来訪意向は比較的高いものの、前回から長い期間、訪れていない方も多い。
- これらの要因の一つとして、まちのイメージが硬直化しており、わざわざ行ってみたい、また行きたい、と思うような魅力や情報が届いていない可能性がある。
- 新たなターゲットとしてチャンスがあるのは、若い女性や知的好奇心の旺盛な高感度層など。リピーター＆新規開拓の両面が重要である。

現在、市民や関係者と連携し、長崎の魅力を伝えるブランドづくりを実践中！

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		株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計」		<ul style="list-style-type: none"> ・N年の暦年データ(1月～12月)はN+1年の3月頃 ・過去データは2017年1月より取得可能 	
		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	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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		<p>[～2020年12月] モバイル空間統計の旅行者数に平均滞在日数を乗じた。</p> <p>[2021年1月～] ヤフー・データソリューション DS.INSIGHTの月別来訪者数を基に、2020年11月を基準とした増減率を算出。モバイル空間統計の2020年11月データに増減率を乗じて算出した。なお、2022年3月頃にはモバイル空間統計のデータへの置き換え予定(年間レポートはモバイル空間統計に統一)。</p>	
		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・日別来訪者数より算出。日データの積み上げによる延べ人数として算出。	
		主要観光スポット・エリア動態(県内外)		ヤフー・データソリューション DS.INSIGHTの月別人口の来訪者数(県内含む)より算出。	
	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。	



 【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 : 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
dmo@nagasaki-visit.com

