

2021

10

October



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10月版

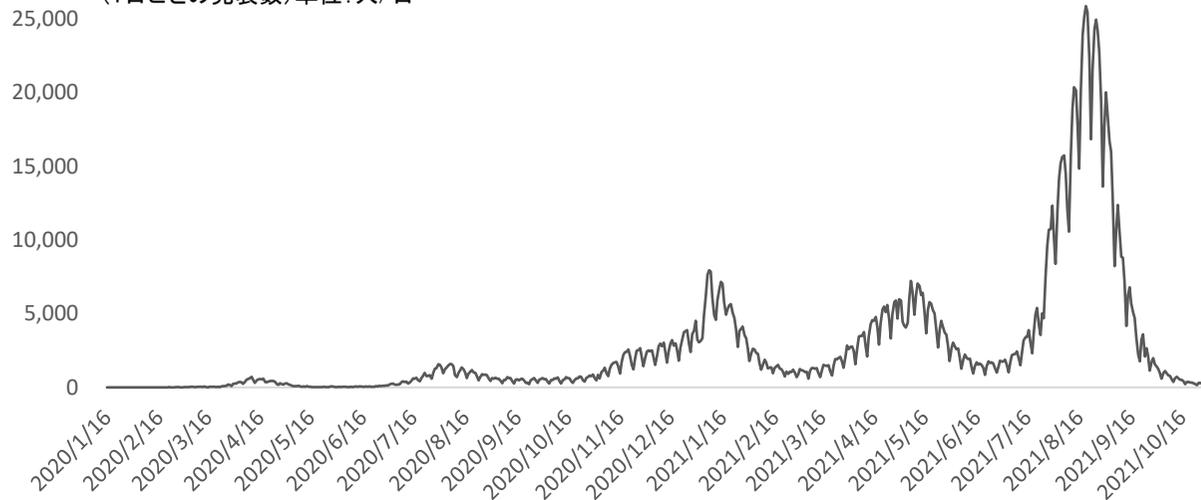
DMO NAGASAKI マンスリーレポートとは

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
- 10月検索ボリューム 9

Section3（月替わり）

マンスリー・トピック

- 2021年上期(1~10月)レポート 11



SUMMARY

2021

10

October

新型コロナウイルス新規感染者数の減少に伴い訪問客数、検索数とも増加の傾向。特に検索数は2020年11月以降、最高を記録。過去動向からみると11月は訪問客数の更なる増加が期待される。

- 今月の訪問客数は、先月に比べ44%の増加となった。エリア別でも全てのエリアで9月を上回り、特に、稲佐山やグラバー園界限、出島界限など、主要観光スポットへの客足の戻りが窺える結果となった。また、10月29日にオープンした長崎市恐竜博物館が立地する南長崎では、GoToトラベル期間中であった2020年9月に比べても39%増加するなど、周辺エリアの賑いも確認された。
- この背景には、9月末での緊急事態宣言の全面解除や新型コロナウイルス新規感染者数の大幅減少、ワクチン接種率の上昇などによる心理的な安心感と、これに伴う旅行マインドの上昇が推察される。実際に検索数は、先月に比べ79%増加した。2020年9月から10月にかけての増加率は51.3%であったことから、今年増加率は2020年を上回る結果となった。
- 昨年は検索数が急増した翌月11月に訪問客数が大幅に増加したが、この傾向どおりであれば、2021年11月は訪問客数の更なる増加が期待される。

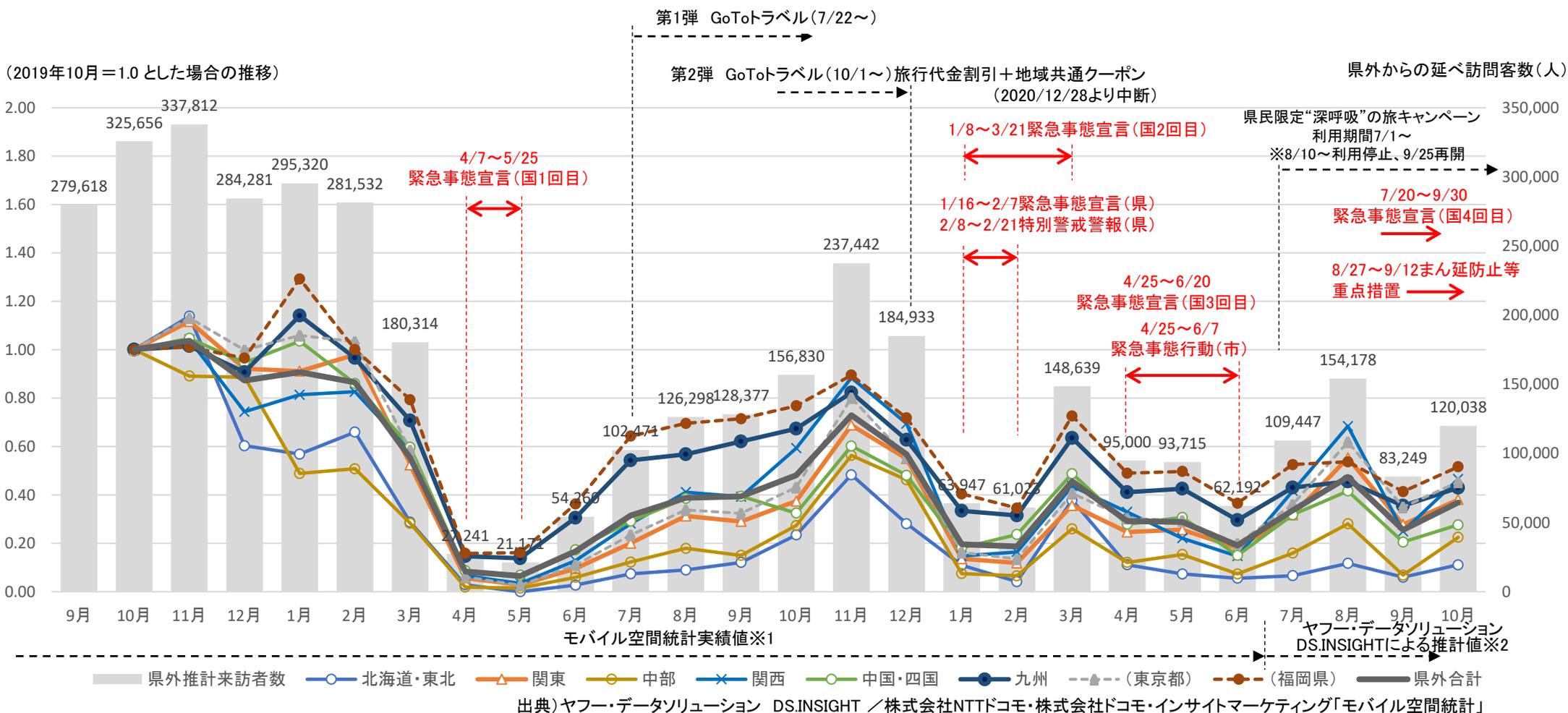


1 移動情報データからみた長崎市観光動態

(1) 延べ訪問客数(県外)

緊急事態宣言の解除に伴い訪問客数は増加傾向に

- 2021年10月の県外からの延べ訪問客数(推計値)は約12.0万人。夏休み帰省の反動が見られた9月に比べ44%の増加となった。
- 地域別では、全地域で延べ訪問客数が前月より増加となった。一方、前年同月比で見ると、関東及び東京都以外は減少となり、全体では▲23%となった
- こうした中で2021年10月は、GoToトラベル期間中の昨年同月の訪問者数には届かなかったものの、緊急事態宣言の全面解除や、ワクチン接種率の上昇、新型コロナウイルス新規感染者数の大幅な減少などを背景に、先月9月の対前年比よりも全体的に減少率が抑制されるなど、緩やかな回復基調にあると推察される。



※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: 2021年6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

※GoToトラベル期間中

	前々年同月比 (2019年10月比)		前年同月比 (2020年10月比)		先月比 (2021年9月比)	
北海道・東北	▲89%	↓	▲53%	↓	+85%	↑
関東	▲62%	↓	2%	↗	+37%	↗
中部	▲77%	↓	▲18%	↘	+227%	↑
関西	▲53%	↓	▲22%	↘	+86%	↑
中国・四国	▲72%	↓	▲15%	↘	+35%	↗
九州(長崎県除く)	▲57%	↓	▲36%	↘	+21%	↗
(東京都)	▲55%	↓	5%	↗	+30%	↗
(福岡県)	▲48%	↘	▲33%	↘	+25%	↗
県外合計	▲63%	↓	▲23%	↘	+41%	↗

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



(2) 日別訪問客数(県外)

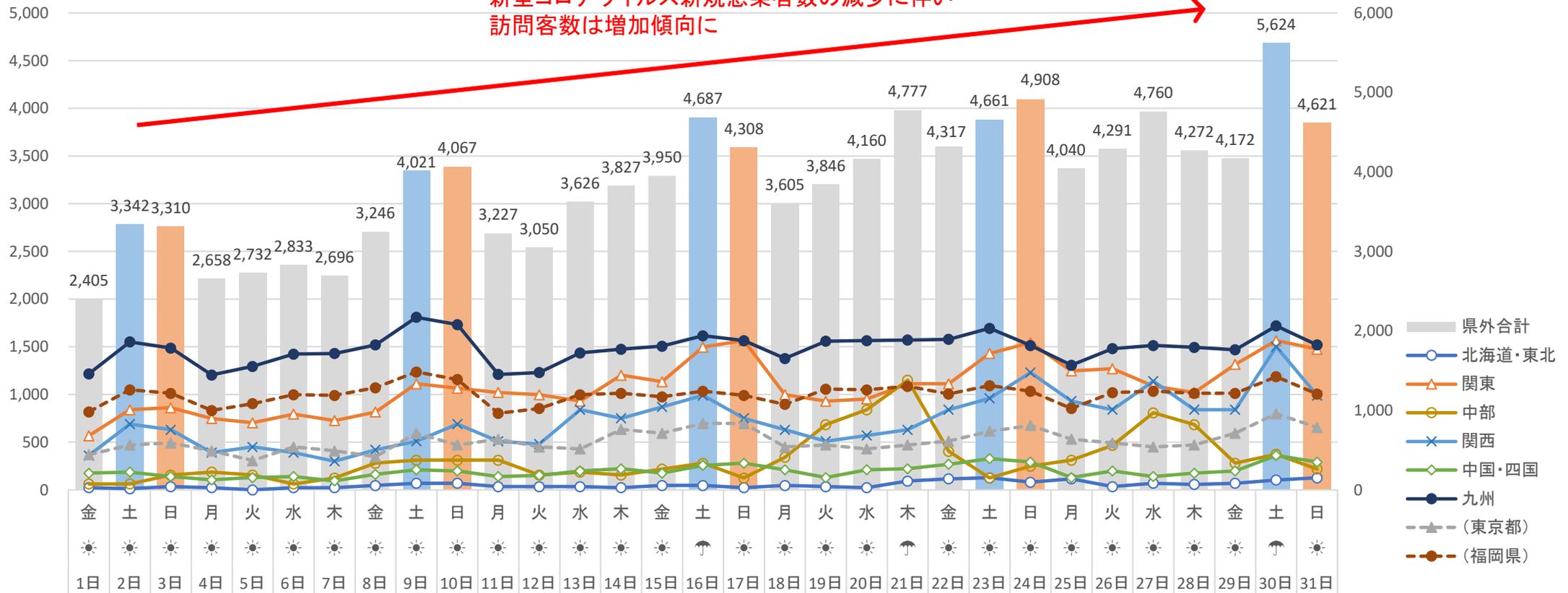
新規感染者数の減少に伴い訪問客数は増加傾向に

- 2021年10月の日平均訪問客数は3,872人/日と、9月に比べ40%増加した。
- 10月は新型コロナウイルス新規感染者数が日を追うごとに減少していったが、訪問客数はその影響から徐々に増加傾向がみられた。10月2日～3日の土日平均3,310人/日に対し、最終日の30～31日は5,122人/日と54%増加している。

県外からの訪問客数

	9月	10月	増減率
平均	2,775人/日	3,872人/日	40%
平日	2,549人/日	3,642人/日	43%
土日祝	3,227人/日	4,355人/日	35%

エリア別訪問客数(人)



出典)ヤフー・データソリューション DS.INSIGHT/気象庁

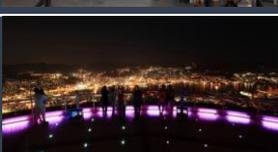
天気は長崎気象台データを基に日降水量が1mm以上を☂とし、それ以外を☀とした。



(3) 主要観光スポット・エリア動態(県内外)

各地で訪問客数は増加。恐竜博物館がオープンした南長崎地区は賑いが継続

- 前月比で最も増加率が高かったのは稲佐山展望台の54%であり、グラバー園界限47%、出島界限41%と主要な観光スポットでの増加が目立った。
- 南長崎地区は、10月29日にオープンした長崎市恐竜博物館の効果もあり、先月比、前年同月比とも増加となった。
- これらの増加要因は、夏休み明けにより訪問客数が減少した9月からの反動に加え、8/10から利用が停止していた「県民限定“深呼吸”の旅キャンペーン」が9/25より再開したことも影響があったと推察される。

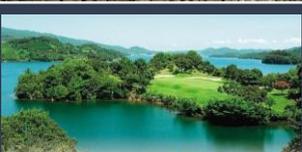
		前年同月比(2020年10月比)	先月比 (2021年9月比)
グラバー園界限		-16% ↓	+47% ↗
出島界限		-13% ↓	+41% ↗
平和公園界限		-12% ↓	+25% ↗
浜町界限		-10% ↓	+36% ↗
稲佐山展望台		-26% ↓	+54% ↑

「↑」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10月比)	先月比 (2021年9月比)
長崎駅西口周辺		-14% ↓	+29% ↗
茂木		+14% ↗	+30% ↗
東長崎		-9% ↓	+14% ↗
伊王島		-27% ↓	+28% ↗
南長崎 (野母崎)		+39% ↗	+30% ↗
外海		-16% ↓	+7% ↗
琴海		-3% ↓	+18% ↗

「↑」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

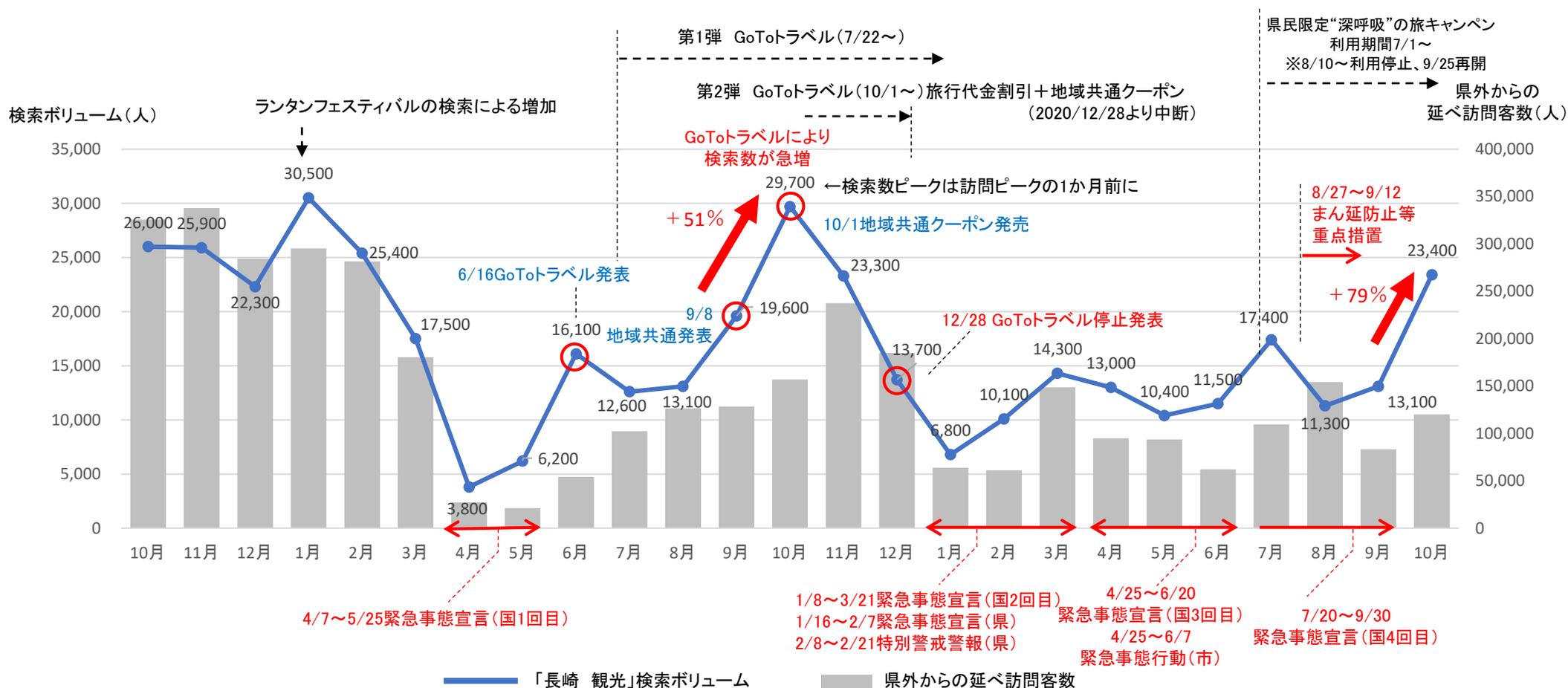
(1) 検索ボリューム推移

観光機運の高まりにより、先月より78.6%増加

「長崎 観光」の月間検索数

先月比(2021年9月)	+78.6% ↑
前年比(2020年10月)	▲42.6% ↓

- 検索ボリュームはGoToトラベル期間中であった昨年同月に比べ4割少ないものの、先月に比べ78.6%増加した。なお、増加率ベースで見ると、GoToトラベル期間中であった2020年9月から10月にかけての増加率は51.3%であったことから、今年の増加率は2020年を上回る結果となった。
- 2020年は検索数が急増した翌月11月に訪問客数が大幅に増加したが、この傾向どおりであれば、2021年11月も訪問客数の更なる増加が期待される。

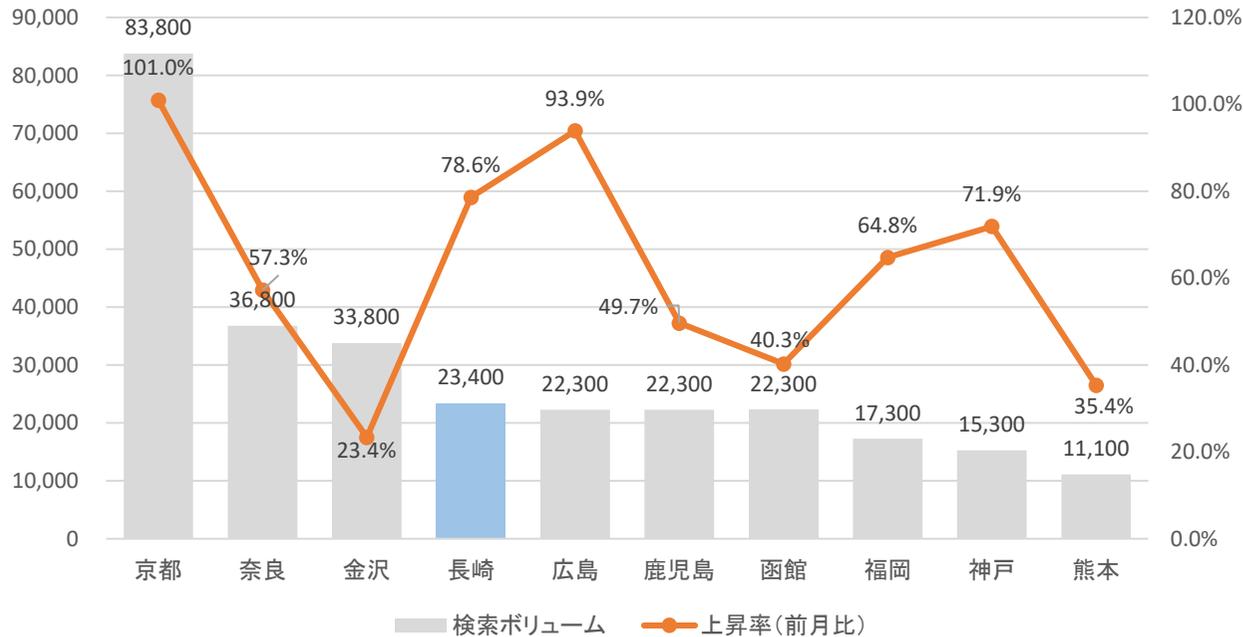


(2) 10月検索ボリューム

検索ボリュームは全都市で増加するなど関心度が高まる傾向。
長崎も78.6%増で検索数は6位→4位にランクアップ。

「(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9月)



- 10月の長崎の検索ボリュームは23,400人と、9月に比べ78.6%増加し比較10都市中4位と、前月の6位より2ランクアップした。
- 比較都市全てで検索ボリュームは増加傾向にあり、長崎の増加率は京都、広島に次ぐ高さであった。

「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=9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	10月	(9月)	前月増加率	対人口特化係数(10月)
1	東京都	3,000	1,700	+76.5%	1.6
2	大阪府	2,100	1,100	+90.9%	1.8
3	愛知県	1,400	720	+94.4%	1.4
4	福岡県	1,300	790	+64.6%	1.9
5	神奈川県	1,200	600	+100.0%	1.0
6	埼玉県	960	500	+92.0%	1.0
7	千葉県	690	370	+86.5%	0.8
8	兵庫県	650	390	+66.7%	0.9
9	長崎県	650	470	+38.3%	3.7
10	北海道	560	320	+75.0%	0.8
11	静岡県	480	260	+84.6%	1.0
12	京都府	320	190	+68.4%	0.9
13	広島県	290	170	+70.6%	0.8
14	長野県	280	140	+100.0%	1.0
15	茨城県	220	150	+46.7%	0.6
16	岐阜県	190	100	+90.0%	0.7
17	佐賀県	190	110	+72.7%	1.7
18	奈良県	180	100	+80.0%	1.0
19	熊本県	180	130	+38.5%	0.8
20	宮城県	160	90	+77.8%	0.5

- 「長崎 観光」で検索した人を居住地別でみると、ランキングに大きな変動はないものの上位20都市では全ての地域で検索数が増加。
- 県外では東京都、大阪府、愛知県、福岡県などの大都市圏で関心度が高いことが窺える。



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」	〔国内〕月別・性別年代・居住地(都道府県)別での国内旅行者数及び宿泊者数(ともに実数)、平均滞在日数など 〔海外〕国別旅行者数及び宿泊者数(ともに実数)、平均滞在日数など		・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	・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	〔～2021年6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。 〔2021年7月～〕 ヤフー・データソリューション DS.INSIGHTの2021年4～6月のエリア別訪問客数と、モバイル空間統計の同期間のエリア別訪問客数よりエリア別補正係数を算出。モバイル空間統計2021年6月値に、2021年7月以降のヤフー・データソリューション DS.INSIGHTのエリア別訪問客数に補正係数を乗じて算定した。			
		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。		
		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の月別人口の訪問者数(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。		

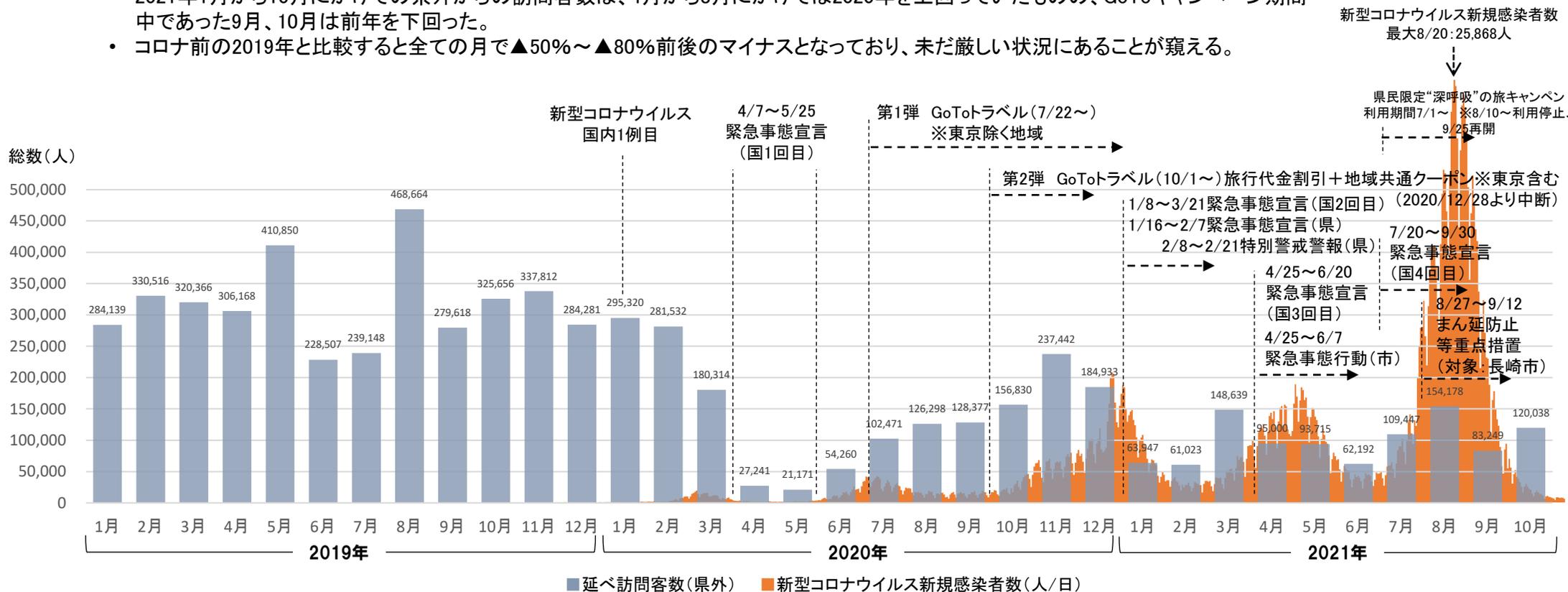


『2021年上期(1~10月)レポート』

(1) 訪問客数推移(県外)

2021年4月から8月にかけて前年を上回るものの、コロナ前に比べると厳しい状況が続いている

- 2021年1月から10月にかけての県外からの訪問客数は、4月から8月にかけては2020年を上回っていたものの、GoToキャンペーン期間中であった9月、10月は前年を下回った。
- コロナ前の2019年と比較すると全ての月で▲50%~▲80%前後のマイナスとなっており、未だ厳しい状況にあることが窺える。



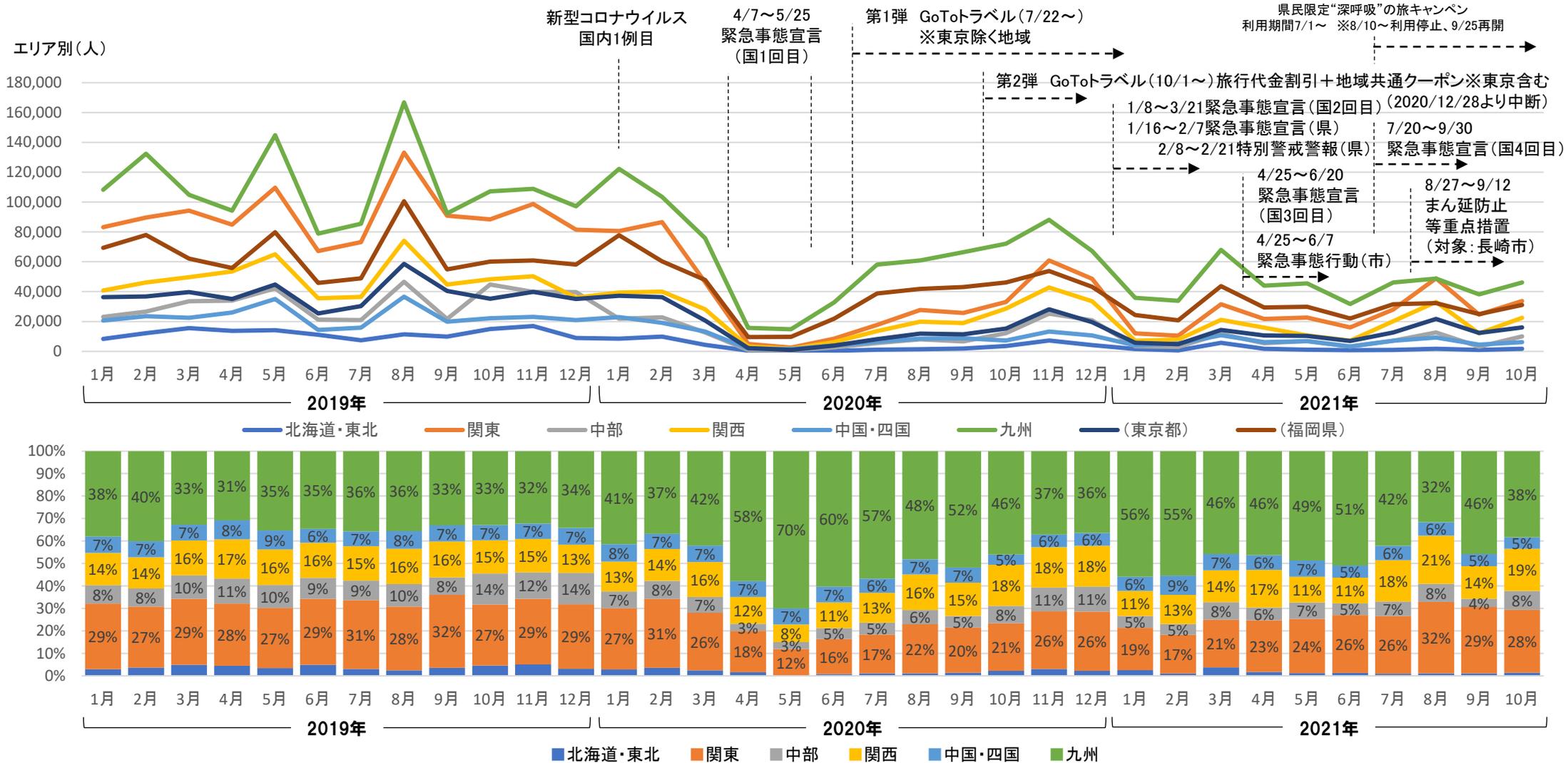
2021年上期対比

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
前月比	▲65%	▲5%	+144%	▲36%	▲1%	▲34%	+76%	+41%	▲46%	+44%
前年比	▲78%	▲78%	▲18%	+249%	+343%	+15%	+7%	+22%	▲35%	▲23%
前々年比	▲77%	▲82%	▲54%	▲69%	▲77%	▲73%	▲54%	▲67%	▲70%	▲63%

(2) エリア別訪問客数推移

コロナ禍でのマイクロツーリズムの傾向から、徐々に通常期のマインドへ

- 2019年1月から10月におけるエリア別構成比は、九州:本州が35%:65%であったのが、2020年の同期間は九州51%:49%とマイクロツーリズムの傾向が強まった。



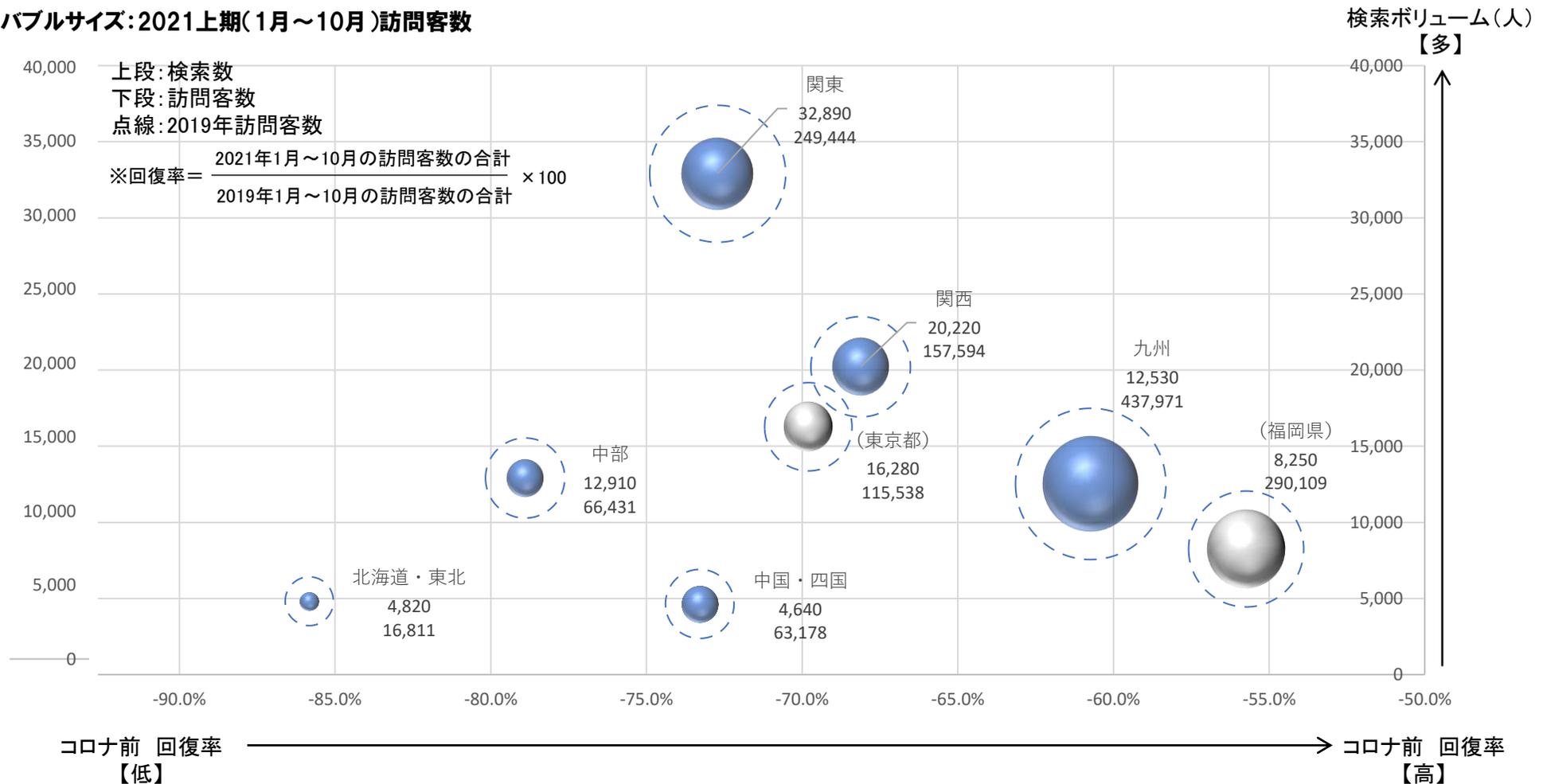
出典) 2019年1月~2021年6月:株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計」
2021年7月~10月:ヤフー・データソリューション DS.INSIGHT を基にした推計値

(3) エリア特性 (訪問客数・回復率・検索ボリューム)

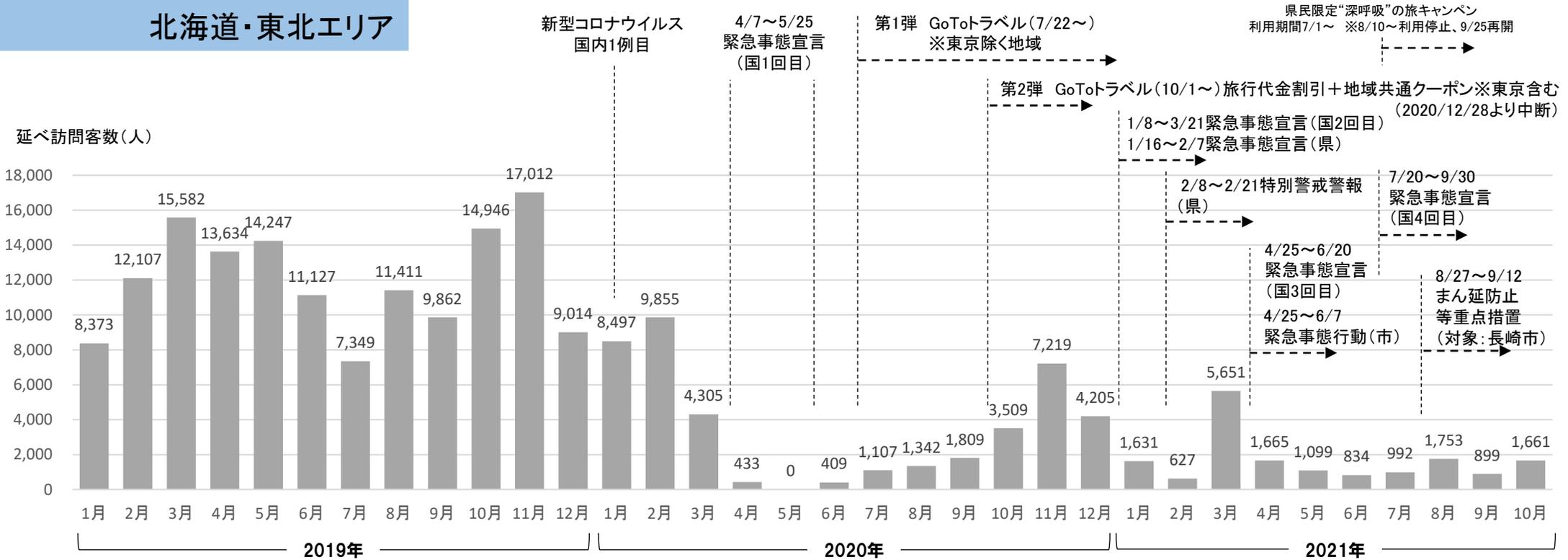
コロナ前からの回復率※は九州が高いが、検索ボリュームは関東が最多

- エリア別訪問客数とコロナ前からの回復率、検索ボリュームのバブルチャートを見ると、回復率は九州エリアが最も高いが、検索ボリュームは関東エリアが最も多い。
- 中部エリアの検索ボリュームは九州エリア並みであるが、訪問客数は15%程度に止まっている。

バブルサイズ: 2021上期(1月~10月)訪問客数



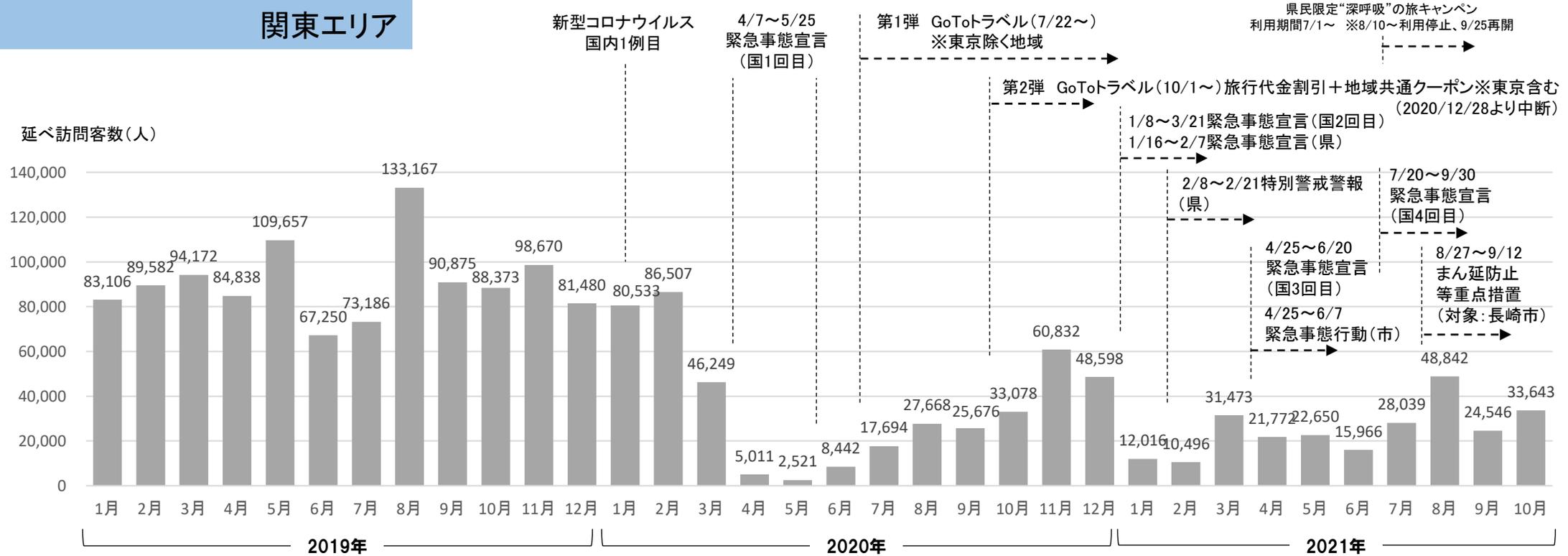
北海道・東北エリア



2021年上期(1~10月)対比

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
前月比	▲61%	▲62%	+801%	▲71%	▲34%	▲24%	+19%	+77%	▲49%	+85%
前年比	▲81%	▲94%	+31%	+284%	-	+104%	▲10%	+31%	▲50%	▲53%
前々年比	▲81%	▲95%	▲64%	▲88%	▲92%	▲93%	▲87%	▲85%	▲91%	▲89%

関東エリア

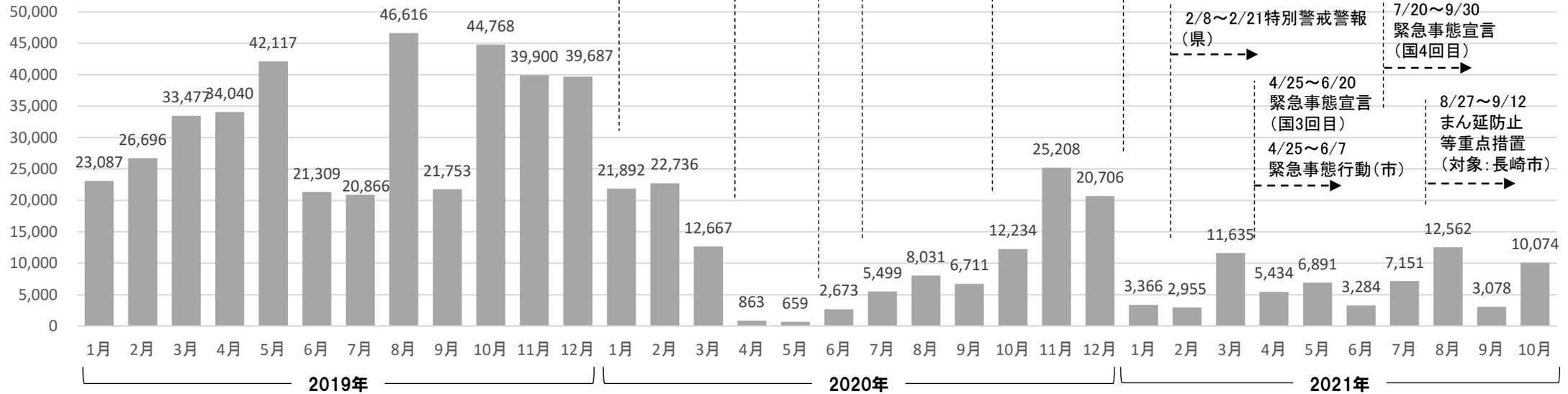


2021年上期(1~10月)対比

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
前月比	▲75%	▲13%	+200%	▲31%	+4%	▲30%	+76%	+74%	▲50%	+37%
前年比	▲85%	▲88%	▲32%	+335%	+799%	+89%	+58%	+77%	▲4%	+2%
前々年比	▲86%	▲88%	▲67%	▲74%	▲79%	▲76%	▲62%	▲63%	▲73%	▲62%

中部エリア

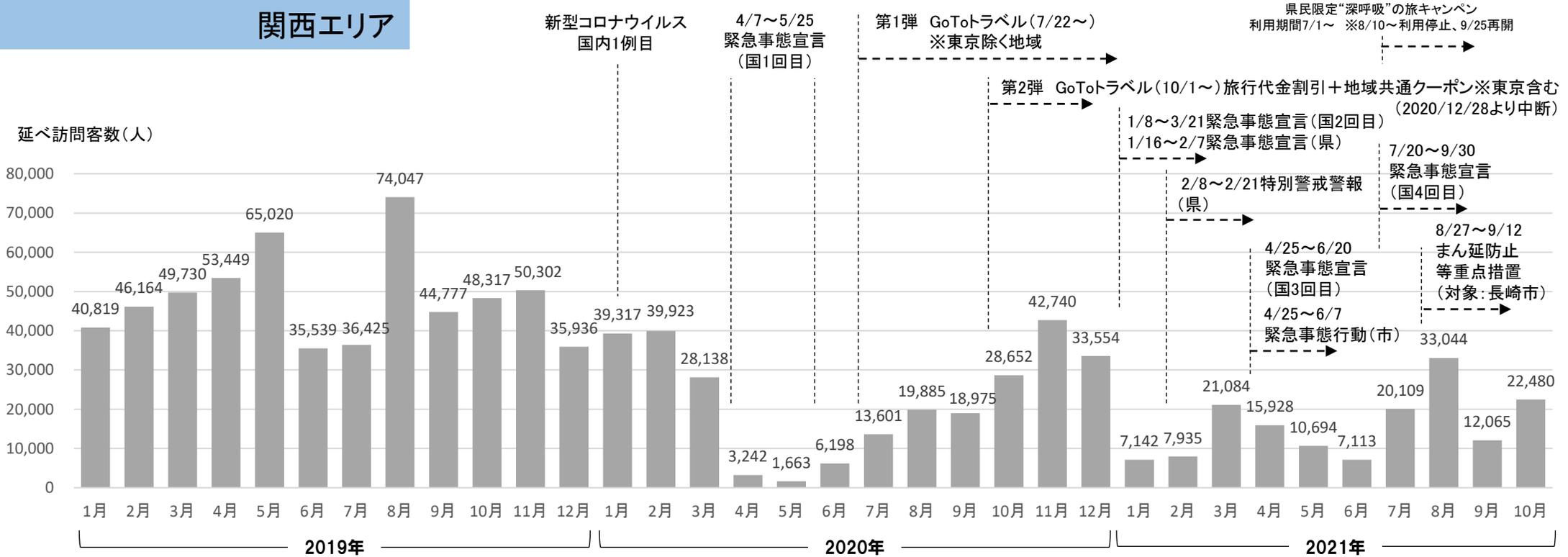
延べ訪問客数(人)



2021年上期対比

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
前月比	▲84%	▲12%	+294%	▲53%	+27%	▲52%	+118%	+76%	▲75%	+227%
前年比	▲85%	▲87%	▲8%	+529%	+945%	23%	+30%	+56%	▲54%	▲18%
前々年比	▲85%	▲89%	▲65%	▲84%	▲84%	▲85%	▲66%	▲73%	▲86%	▲77%

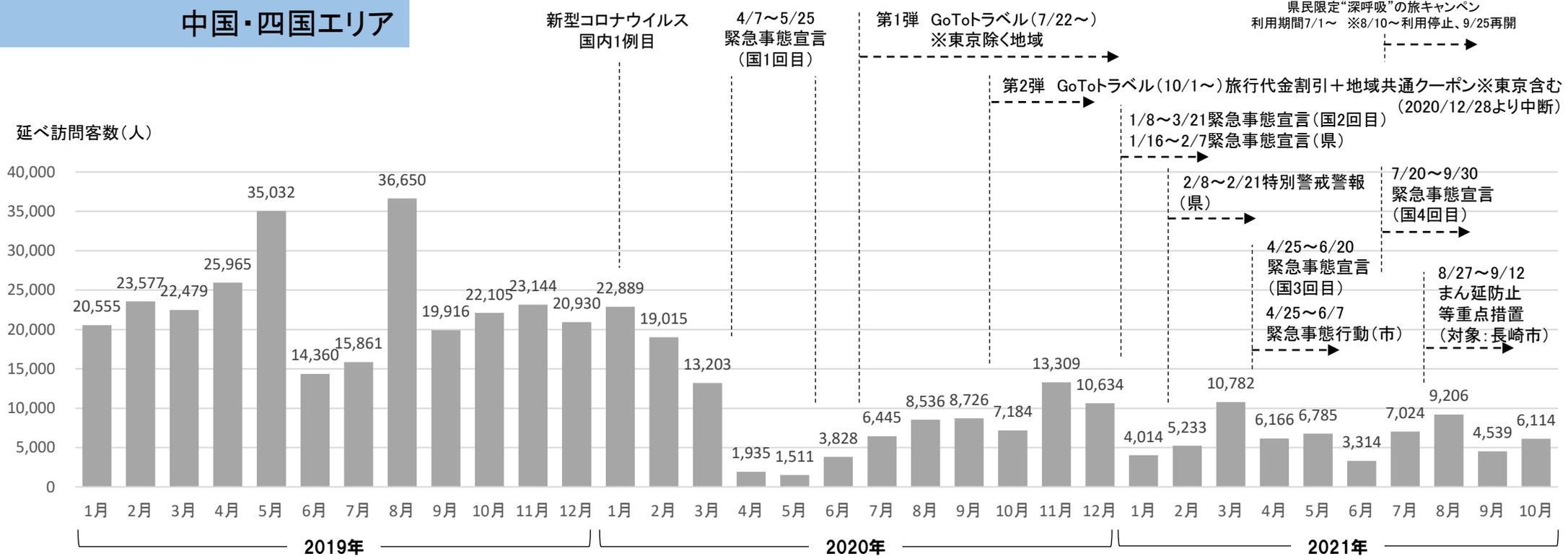
関西エリア



2021年上期(1~10月)対比

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
前月比	▲79%	+11%	+166%	▲24%	▲33%	▲33%	+183%	+64%	▲63%	+86%
前年比	▲82%	▲80%	▲25%	391%	+543%	+15%	+48%	+66%	▲36%	▲22%
前々年比	▲83%	▲83%	▲58%	▲70%	▲84%	▲80%	▲45%	▲55%	▲73%	▲53%

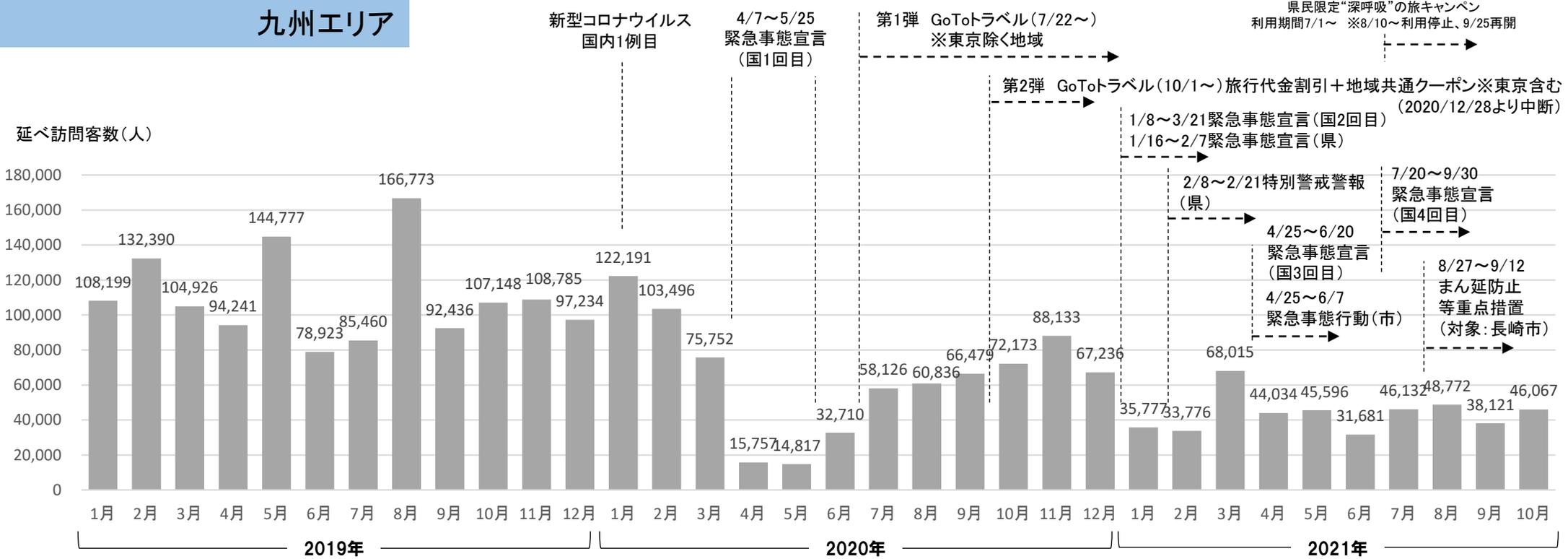
中国・四国エリア



2021年上期(1~10月)対比

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
前月比	▲62%	+30%	+106%	▲43%	+10%	▲51%	+112%	+31%	▲51%	+35%
前年比	▲82%	▲72%	▲18%	219%	+349%	▲13%	+9%	+8%	▲48%	▲15%
前々年比	▲80%	▲78%	▲52%	▲76%	▲81%	▲77%	▲56%	▲75%	▲77%	▲72%

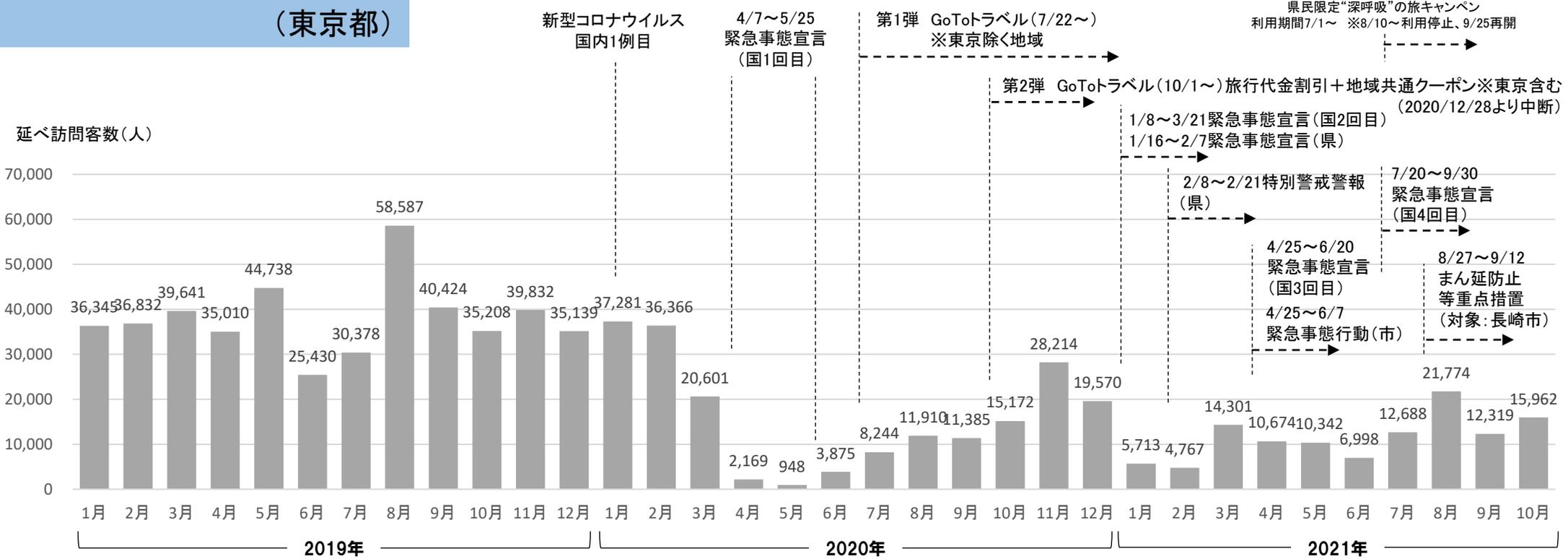
九州エリア



2021年上期(1~10月)対比

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
前月比	▲47%	▲6%	+101%	▲35%	+4%	▲31%	+46%	+6%	▲22%	+21%
前年比	▲71%	▲67%	▲10%	+179%	+208%	▲3%	▲21%	▲20%	▲43%	▲36%
前々年比	▲67%	▲74%	▲35%	▲53%	▲69%	▲60%	▲46%	▲71%	▲59%	▲57%

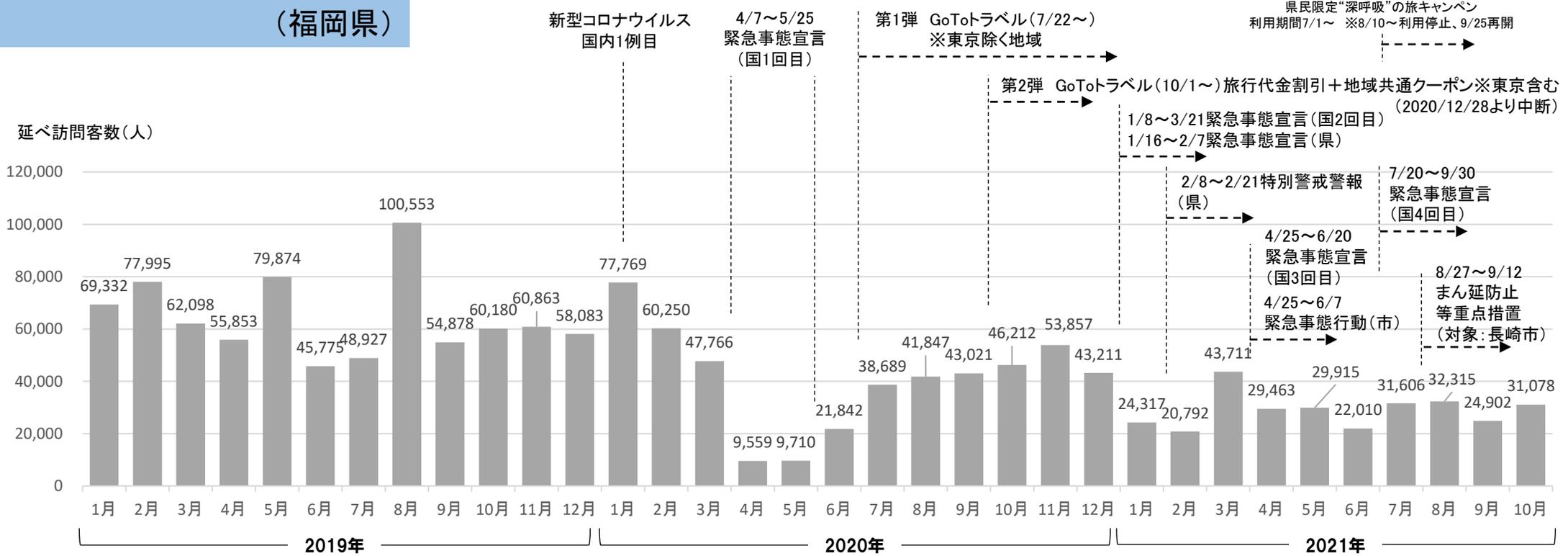
(東京都)



2021年上期(1~10月)対比

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
前月比	▲71%	▲17%	+200%	▲25%	▲3%	▲32%	+81%	+72%	▲43%	+30%
前年比	▲85%	▲87%	▲31%	+392%	+991%	+81%	+54%	+83%	+8%	+5%
前々年比	▲84%	▲87%	▲64%	▲70%	▲77%	▲72%	▲58%	▲63%	▲70%	▲55%

(福岡県)



2021年上期(1~10月)対比

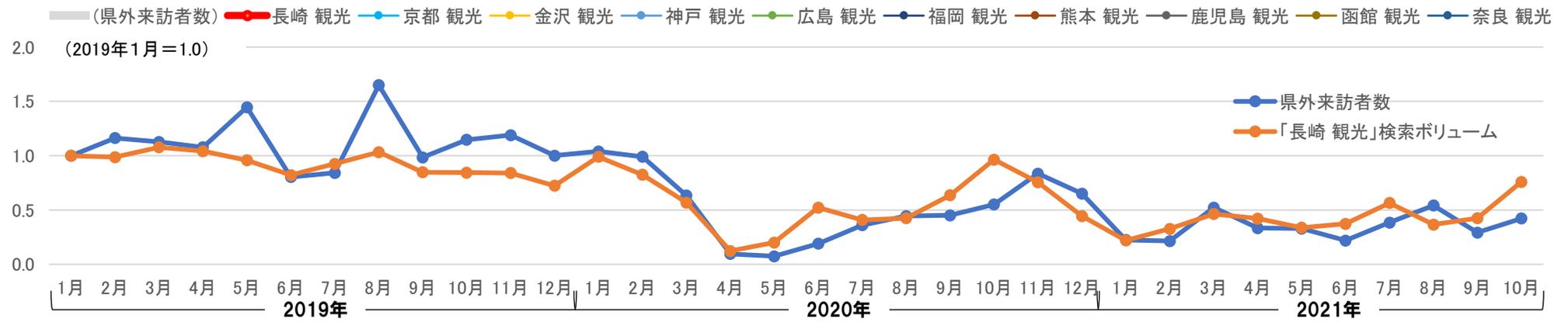
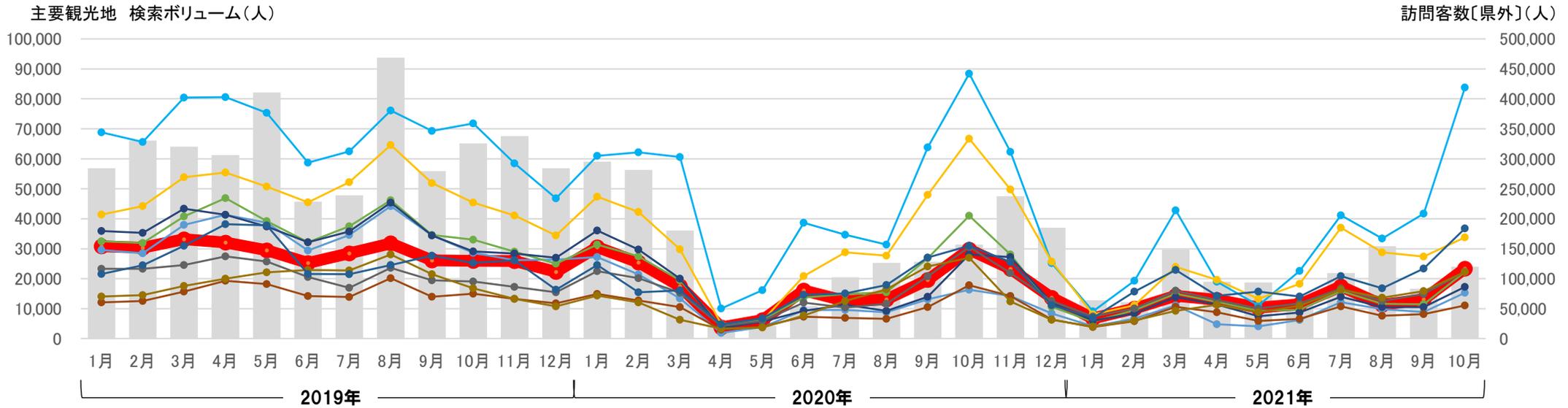
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
前月比	▲44%	▲14%	+110%	▲33%	+2%	▲26%	+44%	+2%	▲23%	+25%
前年比	▲69%	▲65%	▲8%	+208%	+208%	+1%	▲18%	▲23%	▲42%	▲33%
前々年比	▲65%	▲73%	▲30%	▲47%	▲63%	▲52%	▲35%	▲68%	▲55%	▲48%

(4)「長崎 観光」検索ボリューム推移

「長崎 観光」の検索ボリュームはコロナ前に比べ▲55%。訪問客数との相関関係が顕著

- 「長崎 観光」の検索ボリュームは、2021年1月～10月は131,300人と前年に比べ▲25%、前々年に比べ▲55%減少した。
- 競合都市との比較では、京都と金沢の検索ボリュームが特に多く、コロナ禍においても特にハイシーズンになると、両都市の検索数が急増する傾向が見られる。
- 検索ボリュームと訪問客数は相関関係にあるが、その動きに1ヶ月ほどのタイムラグがあることから、検索行動は訪問の一ヶ月前程度から行われる傾向が示唆される。

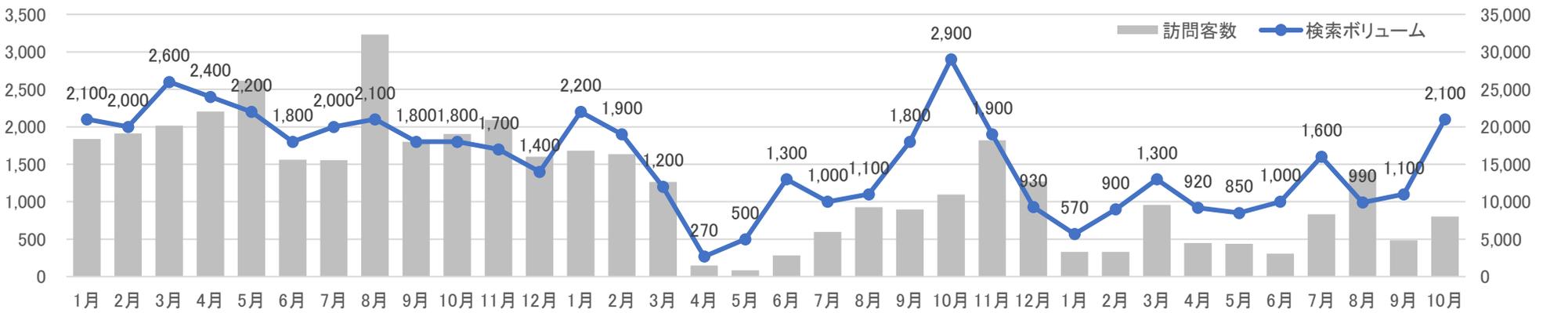
(1月～10月)	「長崎 観光」 検索ボリューム
2021年	131,300人 前年比▲25% 前々年比▲55%
2020年	174,500人
2019年	293,700人



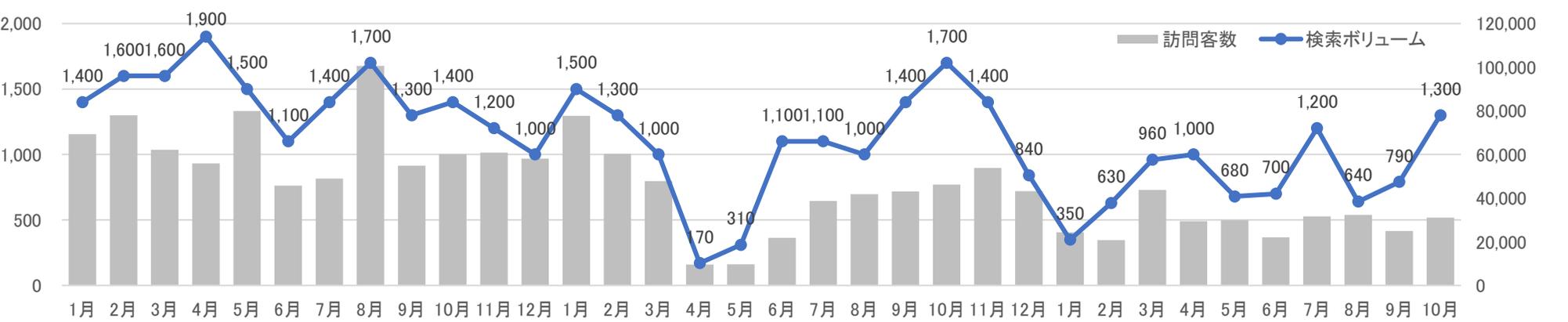
東京都



大阪府



福岡県



出典) 2019年1月～2021年6月: 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」
2021年7月～10月: ヤフー・データソリューション DS.INSIGHT を基にした推計値



(5)「長崎 観光 ○○」検索ランキング

必要とされている情報は、「モデルコース」や「ランキング」、「観光スポット」、「グルメ」など。ニーズに応じた情報発信が必要

- 2021年1月～10月における「長崎 観光」との共起ワードをみると、各月で「モデルコース」の検索数が最多であった。
- 2位以降は「観光地」、「名所」、「穴場」などの特定の観光スポットが多いほか、「ランキング」や「グルメ」、「地図」などの検索数が増えている。
- 2021年8月は雨天が多かったが、「雨」や「雨の日」など天候に関するワードも多い。天候に応じた過ごし方など、季節に応じた情報発信の重要性が示唆される。

「長崎 観光 ○○」検索キーワード ランキング(2021年1月～10月)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	(参考:京都)	(参考:金沢)
1位	モデルコース	10月 おすすめ	モデルコース									
2位	観光地	観光地	観光地	名所	観光地	ランキング	ランキング	ランキング	ランキング	ランキング	モデルコース	グルメ
3位	冬	名所	名所	穴場	名所	観光地	観光地	観光地	観光地	グルメ	11月	バス
4位	観光名所	ランキング	穴場	観光地	穴場	名所	名所	スポット	グルメ	おすすめ	バス	マップ
5位	ランキング	グルメ	ランキング	マップ	ランキング	グルメ	子供	地図	名所	観光地	穴場	観光地
6位	グルメ	マップ	マップ	子供	スポット	子供	グルメ	雨	穴場	地図	マップ	穴場
7位	スポット	ランキング	グルメ	ランキング	グルメ	スポット	穴場	穴場	おすすめ	バス	タクシー	おすすめ
8位	マップ	地図	スポット	グルメ	地図	地図	スポット	子供	地図	スポット	観光地	ホテル
9位	地図	スポット	子供	バス	子供	穴場	タクシー	雨の日	スポット	マップ	子供	子供
10位	-	子供	タクシー	スポット	おすすめ	タクシー	地図	名所	子供	タクシー	ランキング	スポット



 **【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

