

2022

2

February



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 2022年2月版

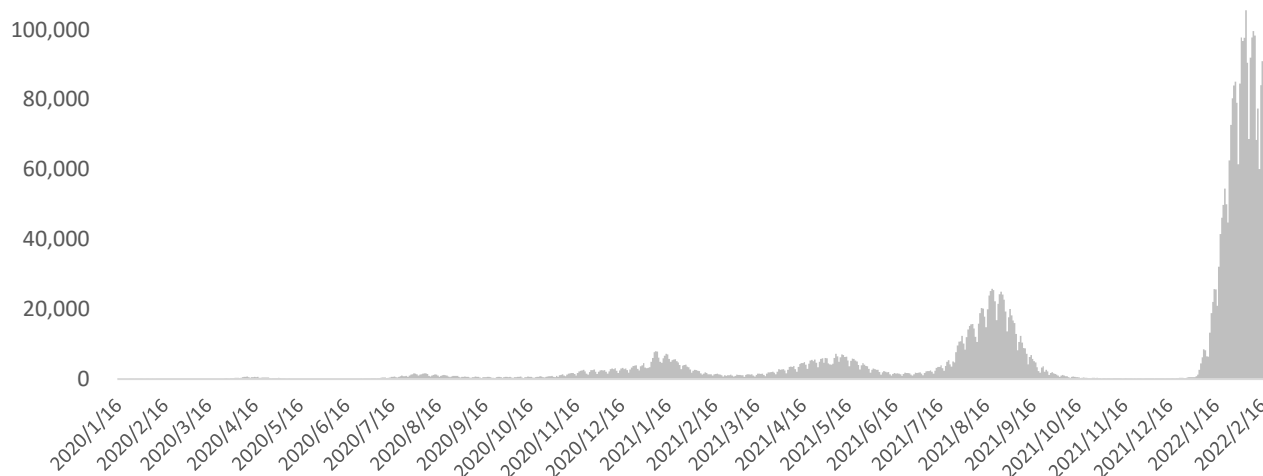
DMO NAGASAKI マンスリーレポートとは

一昨年以来、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
- 2月検索ボリューム 9

Section3 (月替わり)

マンスリー・トピック

- 長崎ランタンフェスティバルに関する調査結果 10



SUMMARY

2022

2

February

昨年同月に比べ、関東など大都市圏からの訪問客が増加

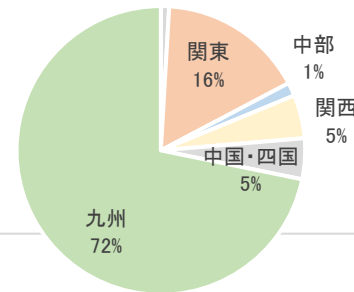
- 2022年2月の新型コロナウイルス感染者数は、オミクロン株の猛威により昨年同月の約50倍に増加するも、県外からの訪問客数は昨年同月に比べ1%増加とほぼ同水準となった。
- 訪問客の前年同月比を地域別で見ると、関東を中心に、関西、中部などの大都市圏からの増加が顕著であった。
- 一方、帰省客が多かった前月と比べると48%減少した。まん延防止重点措置による観光施設の閉鎖（1/21～2/20）の影響もあり、訪問客の落ち込みが目立った。



移動情報データからみた長崎市観光動態

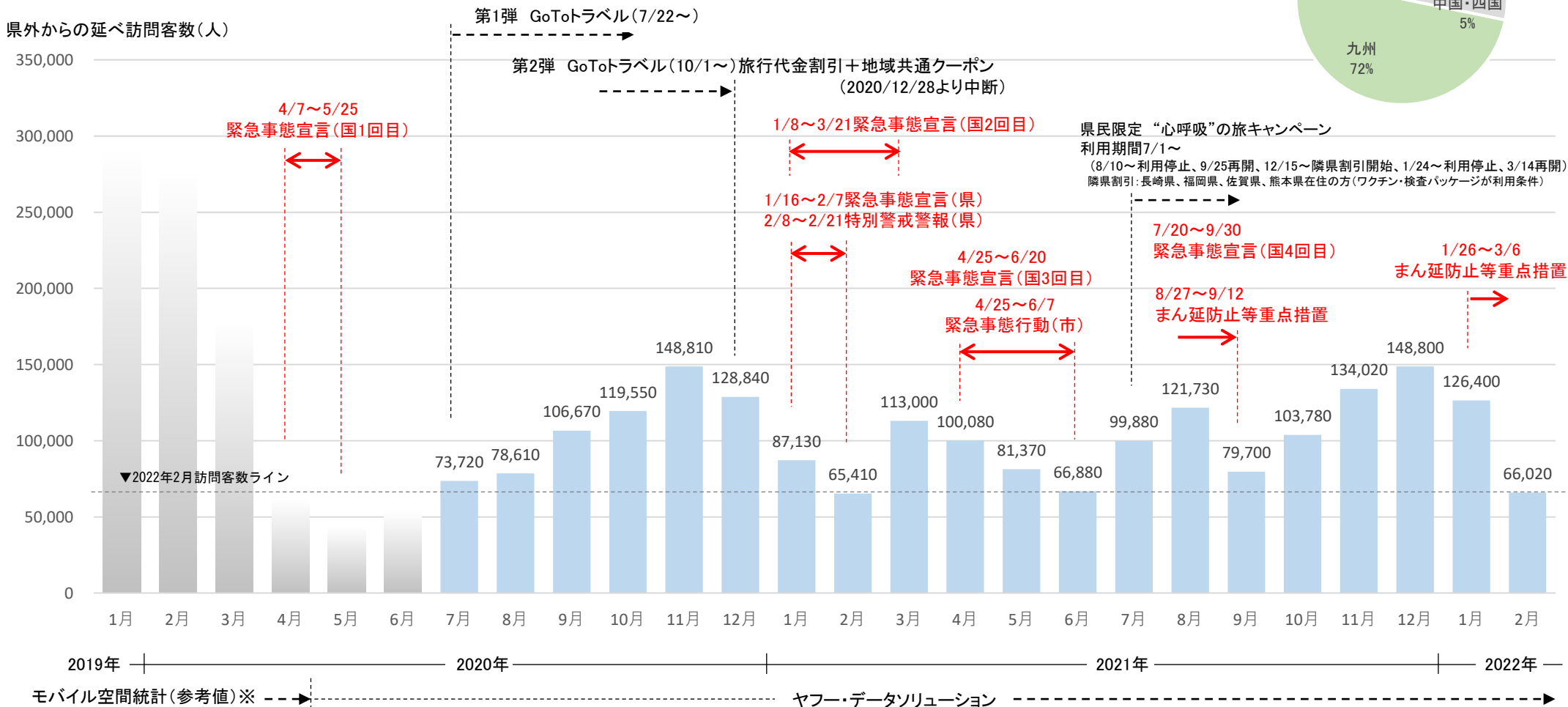
(1) 延べ訪問客数(県外)

(2月地域別延べ訪問客数構成比)



【総計】

県外からの延べ訪問客数(人)

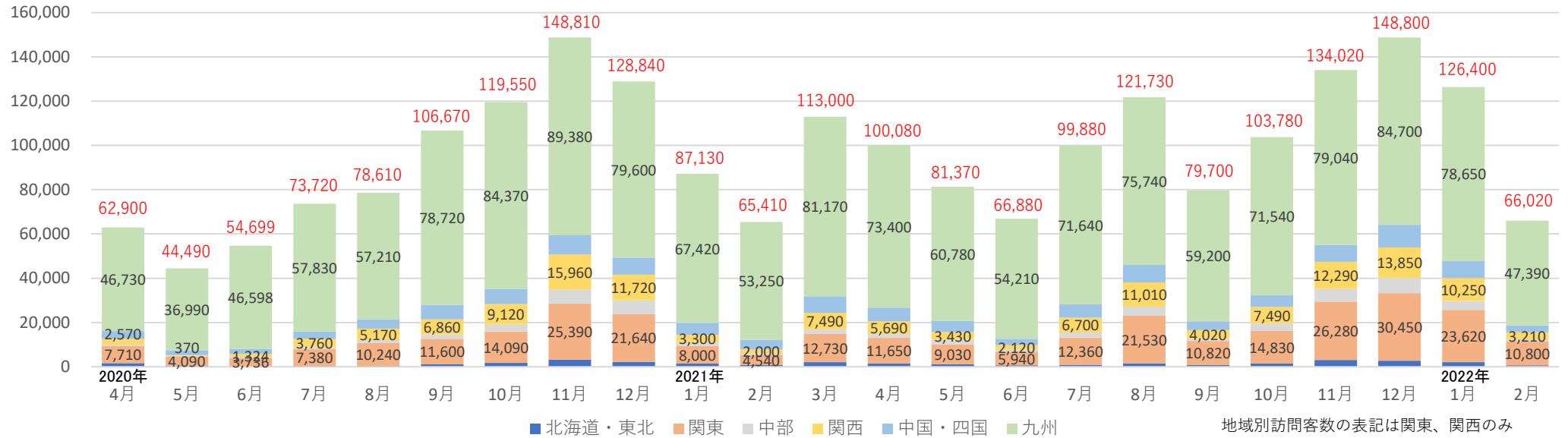


※: モバイル空間統計の居住地(都道府県)別旅行者数に同平均滞在日数を乗じた人数を延べ訪問客数と設定

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」

【地域別】

地域別延べ訪問客数(人)



地域別延べ訪問客数 増減率

| | 前年同月比 (2021年2月比) | | 前月比 (2022年1月比) | | (参考値) 前々年同月比※ (2020年2月比) | |
|-----------|---------------------|----|-------------------|----|--------------------------------|----|
| | 増減率 | 方向 | 増減率 | 方向 | 増減率 | 方向 |
| 北海道・東北 | -14% | ↘ | -71% | ↓ | -94% | ↓ |
| 関東 | 138% | ↑ | -54% | ↓ | -88% | ↓ |
| 中部 | 55% | ↑ | -76% | ↓ | -96% | ↓ |
| 関西 | 61% | ↑ | -69% | ↓ | -92% | ↓ |
| 中国・四国 | -29% | ↘ | -61% | ↓ | -84% | ↓ |
| 九州(長崎県除く) | -11% | ↘ | -40% | ↘ | -54% | ↓ |
| (東京都) | 123% | ↑ | -53% | ↓ | -85% | ↓ |
| (福岡県) | -9% | ↘ | -41% | ↘ | -53% | ↓ |
| 県外合計 | 1% | ↗ | -48% | ↘ | -77% | ↓ |

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

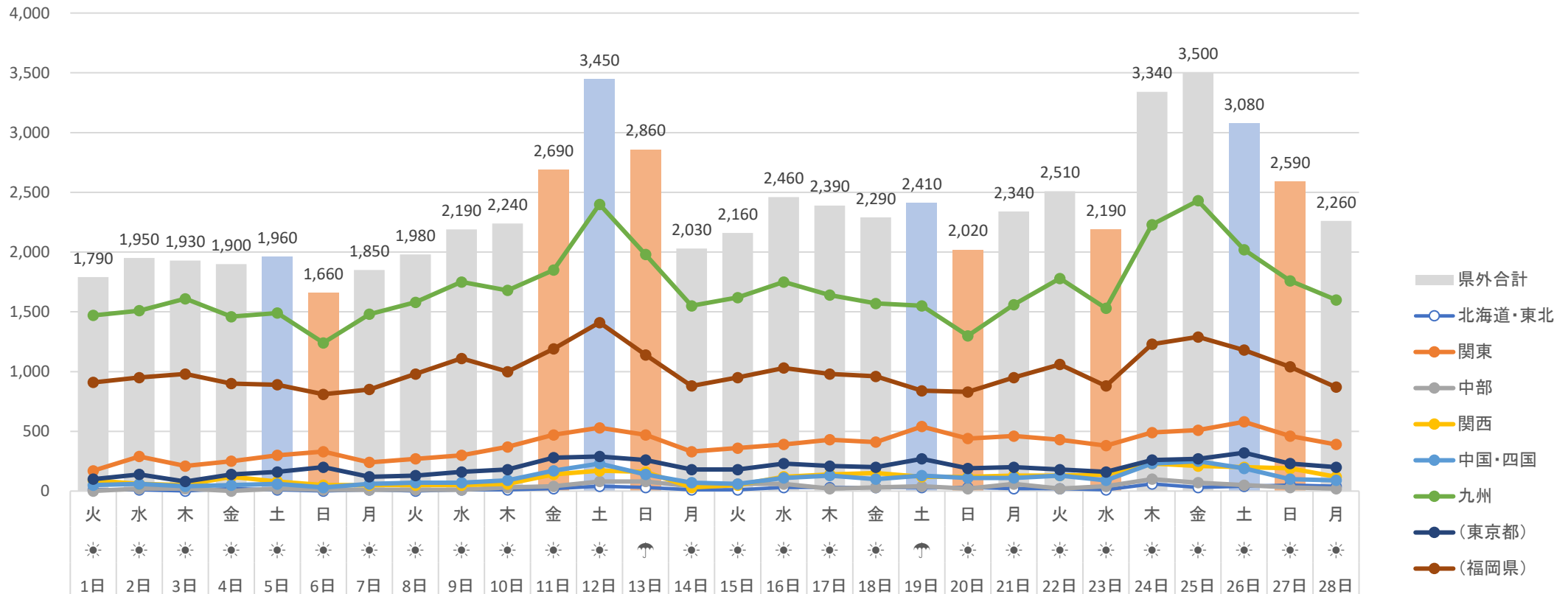


(2) 日別訪問客数(県外)

県外からの訪問客数

| | 2021年2月 | 2022年1月 | 2022年2月 | 前月増減率 |
|-----|----------|----------|----------|-------|
| 平均 | 2,336人/日 | 4,077人/日 | 2,358人/日 | ▲42% |
| 平日 | 2,314人/日 | 3,450人/日 | 2,284人/日 | ▲34% |
| 土日祝 | 2,375人/日 | 5,218人/日 | 2,491人/日 | ▲52% |

県外からの訪問客数(人)



出典)ヤフー・データソリューション DS.INSIGHT/気象庁

天気:長崎気象台データを基に日降水量が1mm以上を☂、1mm未満を☀



(3) 主要観光スポット・エリア動態(県内外)

| | | 前年同月比(2021年2月比) | 前月比(2022年1月比) |
|---------|---|-----------------|---------------|
| グラバー園界隈 |  | -16% ↓ | -39% ↓ |
| 出島界隈 |  | -17% ↓ | -27% ↓ |
| 平和公園界隈 |  | -27% ↓ | -23% ↓ |
| 浜町界隈 |  | -8% ↓ | -24% ↓ |
| 稲佐山展望台 |  | -42% ↓ | -62% ↓ |
| 長崎駅西口周辺 |  | -12% ↓ | -24% ↓ |

「↑」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、平和公園界隈は125mメッシュで関連施設が立地する範囲、浜町界隈はハマクロス付近から半径400m程度、稲佐山界隈は展望台から半径100m程度とした。

| | | 前年同月比 (2021年2月比) | 前月比 (2022年1月比) |
|-----------|---|---------------------|-------------------|
| 茂木 |  | -16% ↓ | -30% ↓ |
| 東長崎 |  | -19% ↓ | -20% ↓ |
| 伊王島 |  | 6% ↗ | -41% ↓ |
| 南長崎 (野母崎) |  | -15% ↓ | -58% ↓ |
| 外海 |  | -20% ↓ | -11% ↓ |
| 琴海 |  | -12% ↓ | -17% ↓ |

「↑」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。

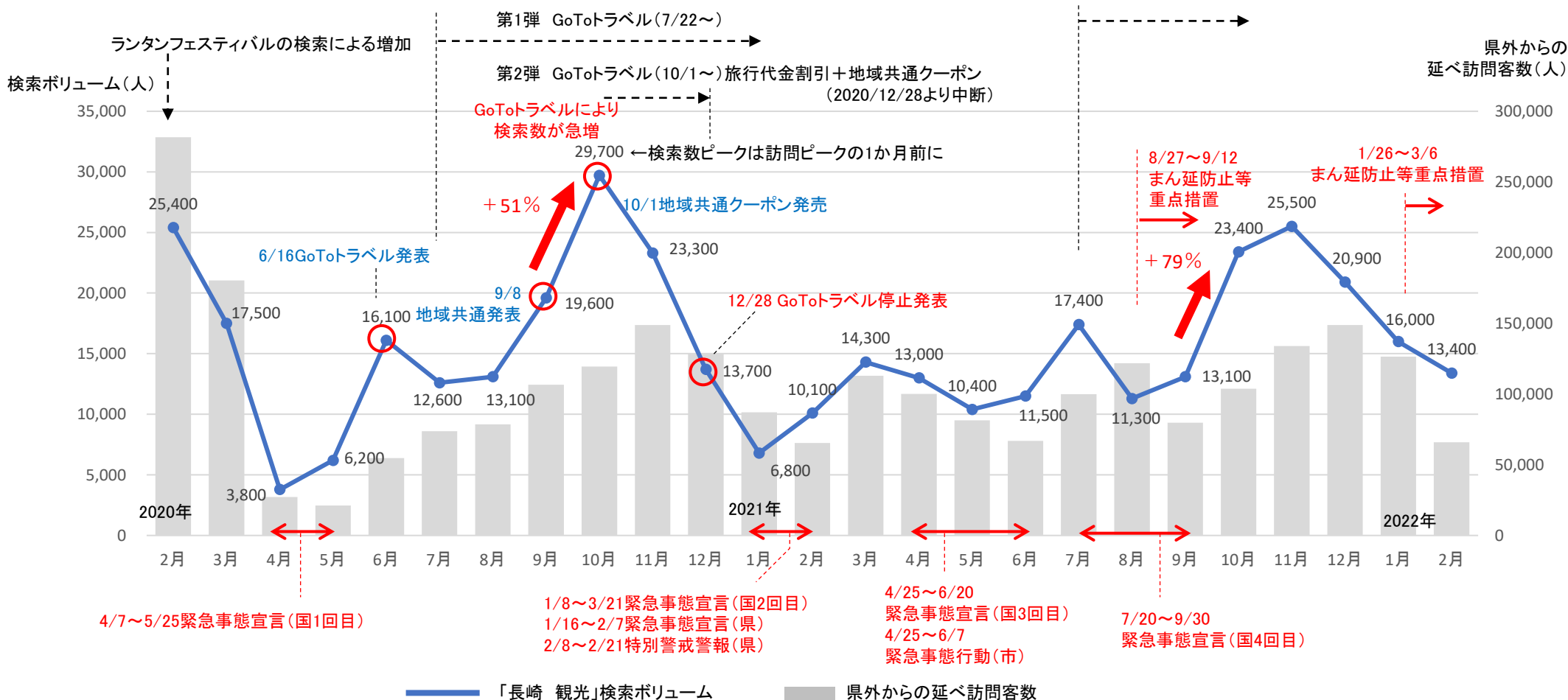


検索行動データからみた長崎への関心度分析

(1) 検索ボリューム推移

「長崎 観光」の月間検索数

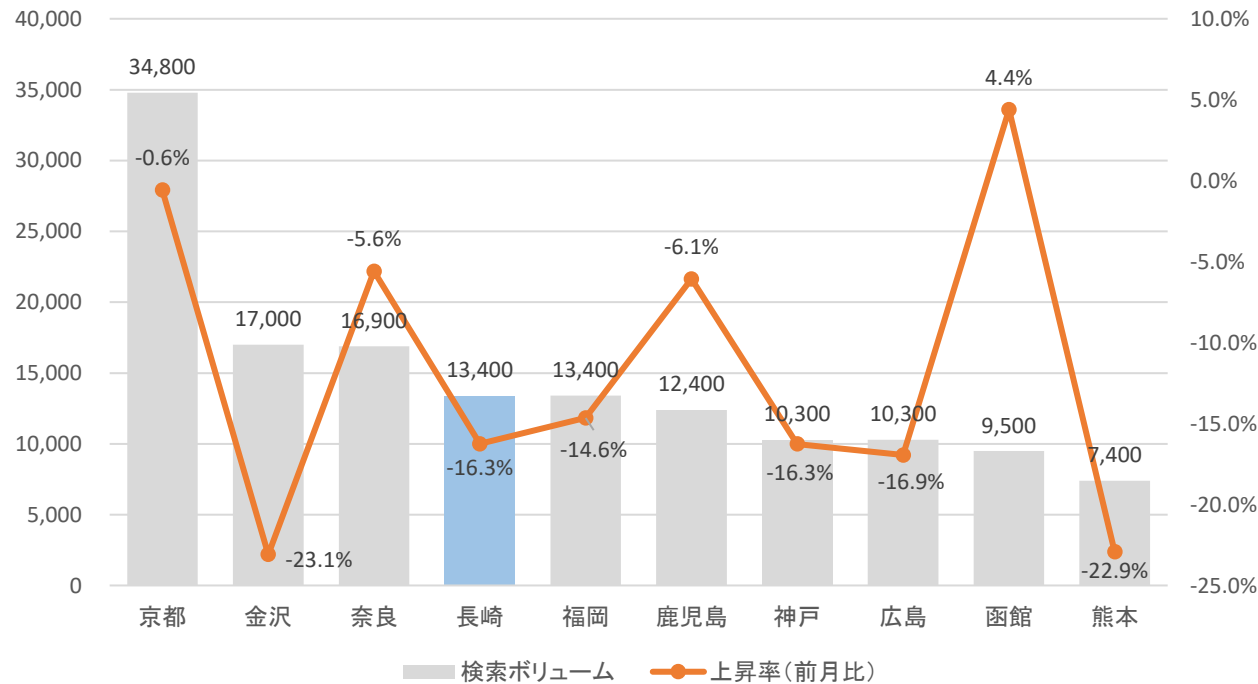
| | |
|--------------|----------|
| 前月比(2022年1月) | ▲16.3% ↓ |
| 前年比(2021年2月) | +32.7% ↑ |



(2) 2月検索ボリューム

「(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1月)



「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1.0以上

特化係数=2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 | 2022年 2月 | (1月) | 前月 増加率 | 対人口 特化係数 |
|----|------|-------------|-------|-----------|-------------|
| 1 | 東京都 | 1,800 | 2,500 | -28.0% | 1.6 |
| 2 | 大阪府 | 1,200 | 1,600 | -25.0% | 1.7 |
| 3 | 愛知県 | 840 | 1,100 | -23.6% | 1.4 |
| 4 | 神奈川県 | 760 | 890 | -14.6% | 1.0 |
| 5 | 福岡県 | 720 | 1,200 | -40.0% | 1.8 |
| 6 | 埼玉県 | 640 | 840 | -23.8% | 1.1 |
| 7 | 兵庫県 | 450 | 580 | -22.4% | 1.0 |
| 8 | 千葉県 | 430 | 580 | -25.9% | 0.9 |
| 9 | 北海道 | 270 | 460 | -41.3% | 0.7 |
| 10 | 長崎県 | 270 | 600 | -55.0% | 2.6 |
| 11 | 静岡県 | 200 | 360 | -44.4% | 0.7 |
| 12 | 京都府 | 200 | 270 | -25.9% | 1.0 |
| 13 | 広島県 | 180 | 250 | -28.0% | 0.8 |
| 14 | 熊本県 | 130 | 210 | -38.1% | 1.0 |
| 15 | 茨城県 | 120 | 190 | -36.8% | 0.5 |
| 16 | 長野県 | 120 | 240 | -50.0% | 0.7 |
| 17 | 滋賀県 | 120 | 160 | -25.0% | 1.1 |
| 18 | 宮城県 | 110 | 130 | -15.4% | 0.6 |
| 19 | 奈良県 | 100 | 110 | -9.1% | 1.0 |
| 20 | 山口県 | 100 | 130 | -23.1% | 0.9 |

マンスリー・トピック(今月の注目データ)

長崎ランタンフェスティバルに関する調査

2月の
トピック!



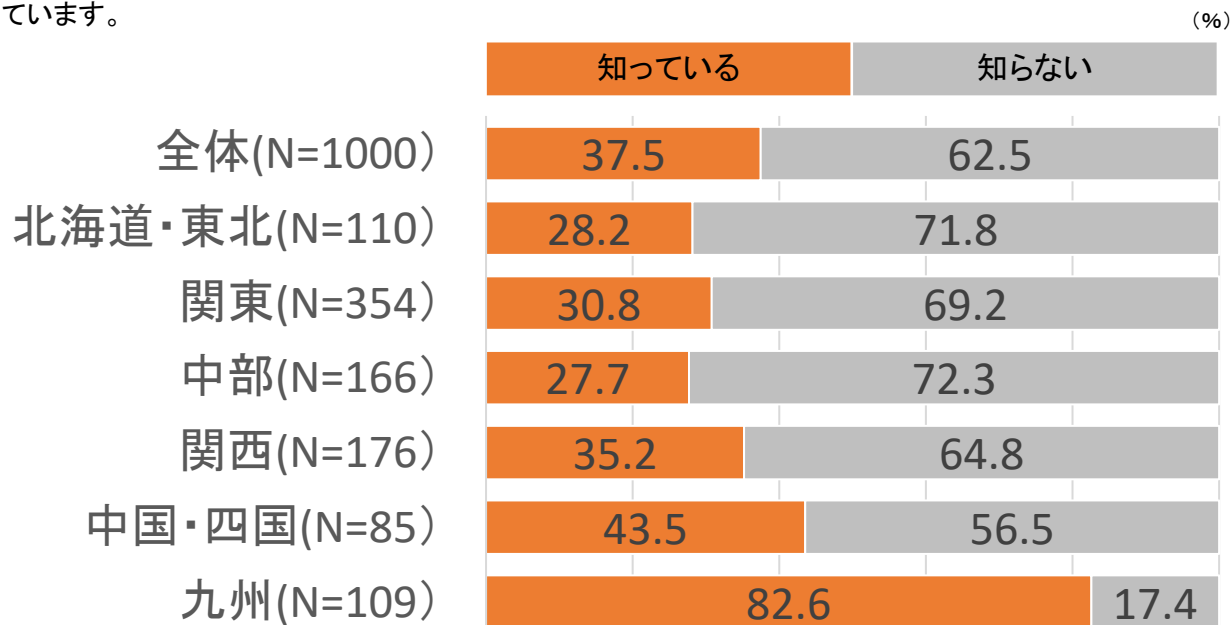
長崎市の冬の風物詩といえば「長崎ランタンフェスティバル」。コロナ前は100万人を超える人出で賑いをみせていました。

DMO NAGASAKIでは、長崎ランタンフェスティバルをもっと多くの人に知ってもらい、お越しいただくための戦略を展開するため、全国を対象とした実態調査を実施しました。

Q1:長崎ランタンフェスティバルの認知度

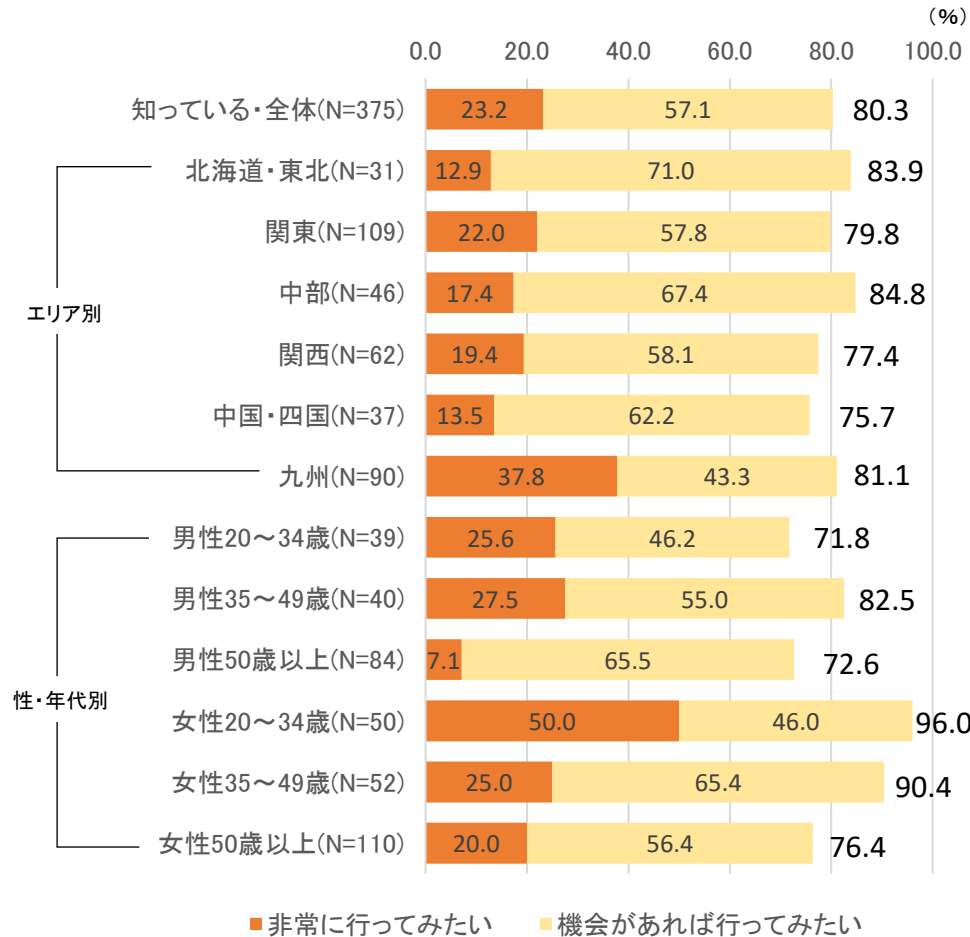
九州での知名度は8割以上と高いですが、全国平均では37.5%にとどまっています。

| | |
|------|--------------------|
| 調査時期 | 2022年2月 |
| 調査対象 | 国内在住20歳以上の男女1,000人 |
| 調査方法 | インターネットアンケート調査 |



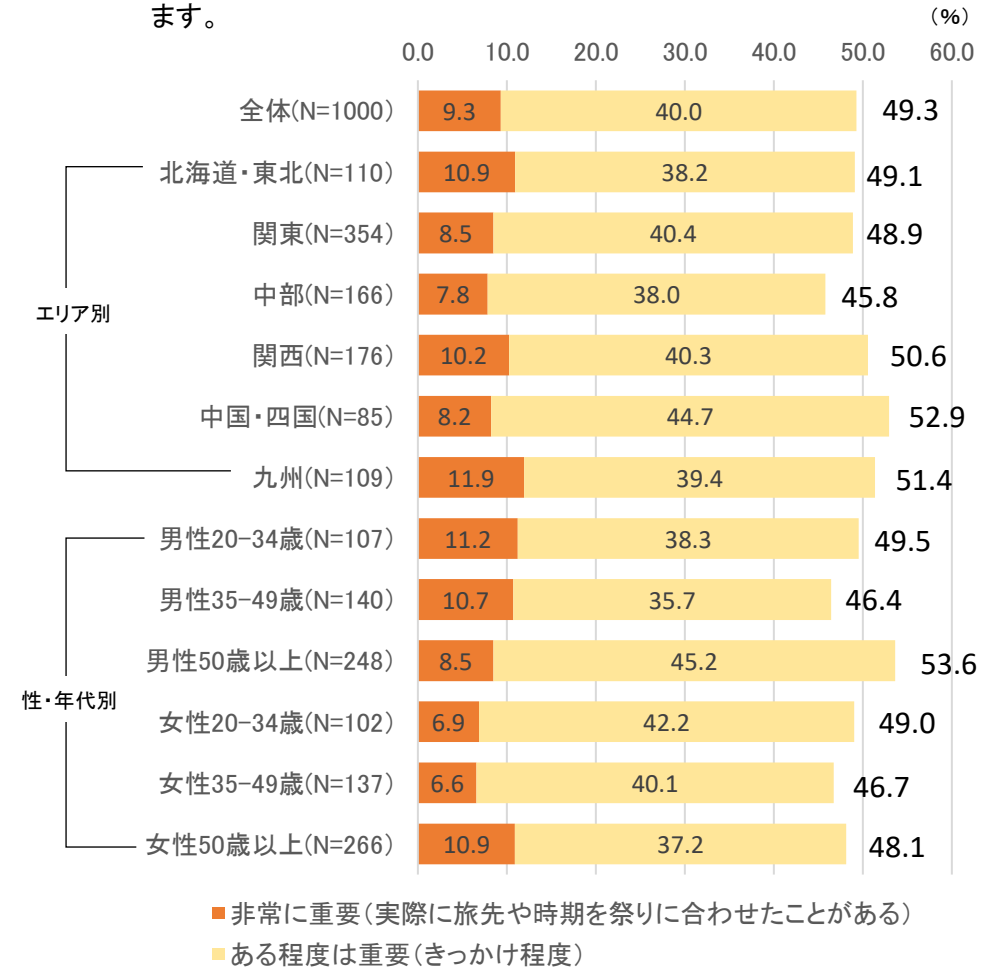
Q2:長崎ランタンフェスティバルへの参加意欲

Q1でランタンフェスティバルを「知っている」と答えた人のうち、「行ってみたい人」は全国平均80.3%。特に女性の20～49歳は90%を超え、参加意欲が非常に高いことがわかりました。



Q3:旅先や旅行の時期を決める際の「お祭り」の重要度

旅先や旅行時期を決める際に“重要”、“ある程度重要”と回答した人は49.3%と半数近くの方が重視する傾向があることがわかりました。お祭りのプロモーションは誘客戦略としても重要な要素と言えます。



| 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 | | <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 |
| | | 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 |
| | ヤフー・データソリューション DS.INSIGHT | 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 | | 〔～2021年3月〕 モバイル空間統計の旅行者数に平均滞在日数を乗じ算出 〔2021年4月～〕 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 |
| | | 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算出 |

