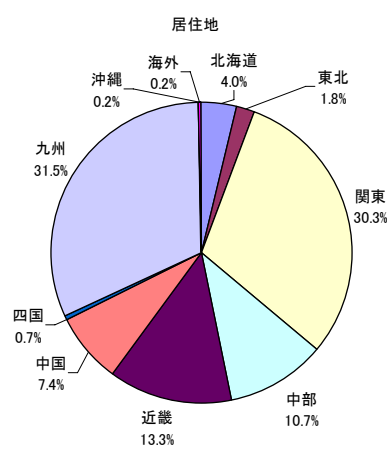
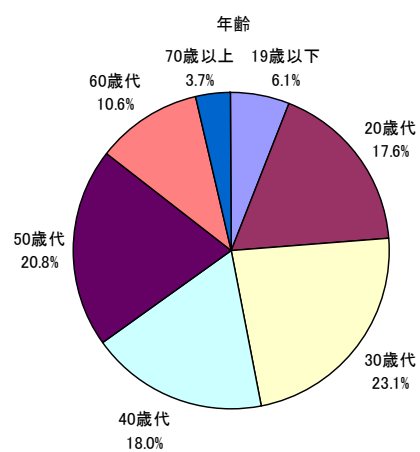
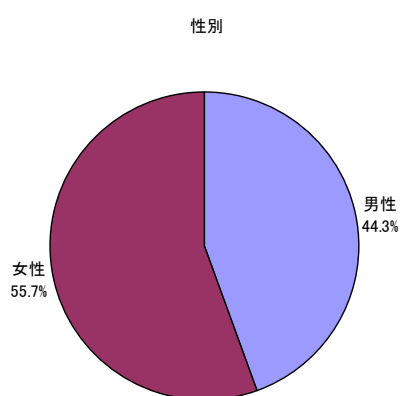


1. アンケート集計結果

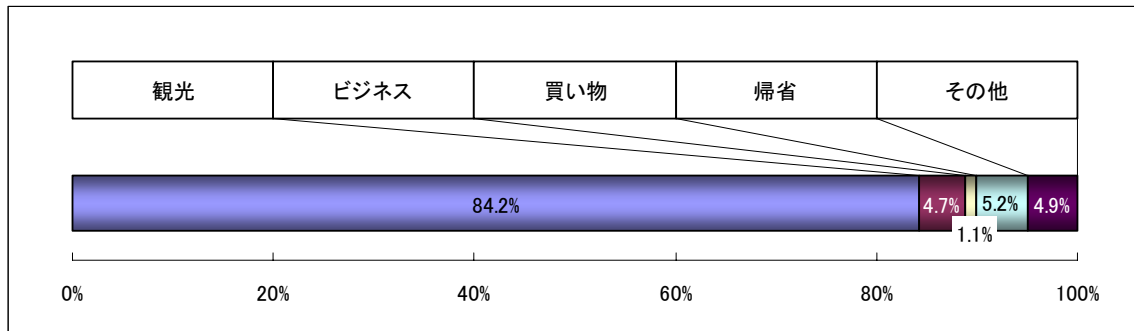
(1) ビジターアンケート集計結果

回答者属性



問1. 今回の長崎市訪問の主な目的は何ですか。(主なものを1つ回答)

①観光 ②ビジネス ③買い物 ④帰省 ⑤その他 ()

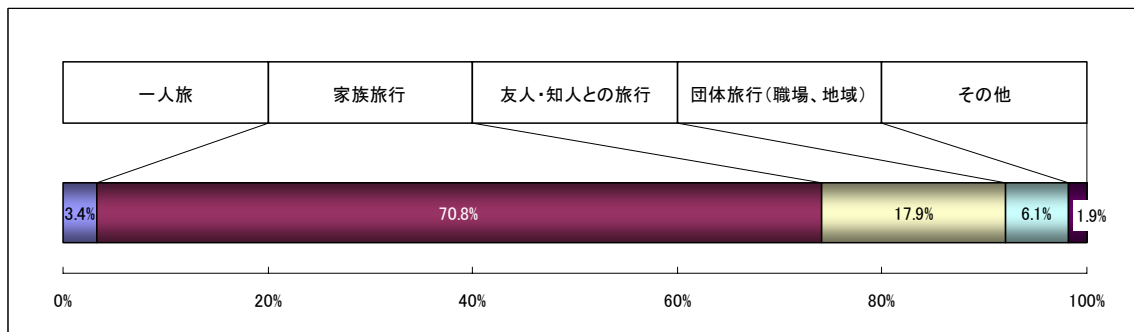


- ・ 観光客が 84%を占めている。

【問2～問3は、問1で長崎市訪問の目的を「観光」と回答した方のみお答えください。】

問2. 今回の旅行は、次のどれに該当しますか。(1つ回答)

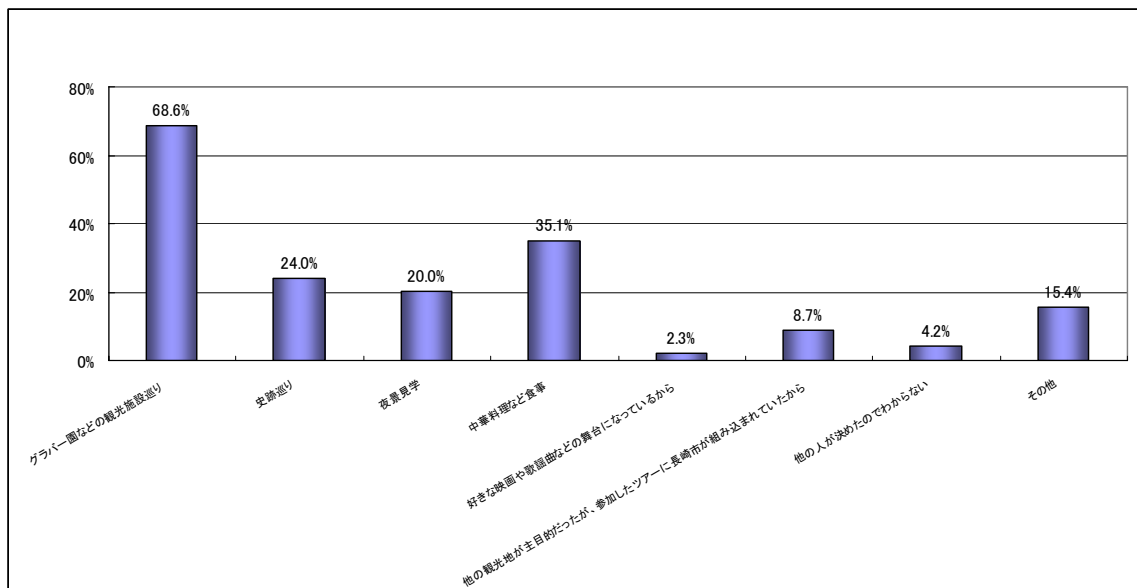
①一人旅 ②家族旅行 ③友人・知人との旅行 ④団体旅行(職場、地域)
⑤その他 ()



- ・ 「家族旅行」が約70%を占めている
- ・ 「友人・知人との旅行」が約18%、「団体旅行」が約6%

問3. 今回の旅行先を「長崎市」に決めた主な理由や目的は何ですか。(いくつでも)

- ①グラバー園等の観光施設巡り ②史跡巡り ③夜景見学 ④中華料理など食事
⑤好きな映画や歌謡曲などの舞台になっているから
⑥他の観光地が主目的だったが、参加したツアーに長崎市が組み込まれていたから
⑦他の人が決めたのでわからない
⑧その他 ()

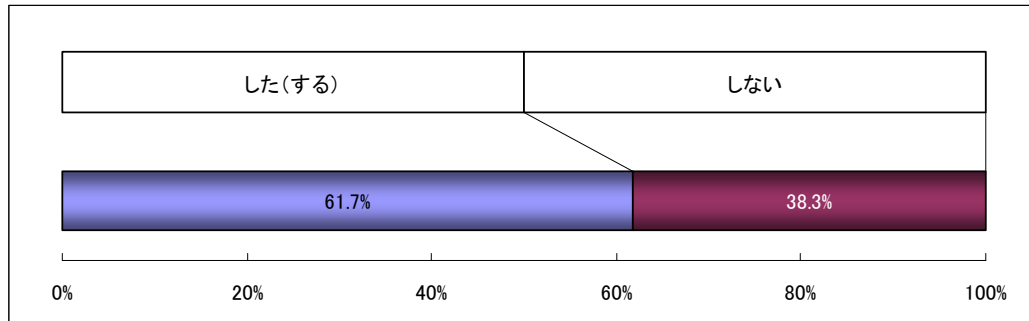


- ・ 「グラバー園などの観光施設巡り」が約70%に達している
- ・ 「中華料理など食事」が約35%、「史跡巡り」が24%、「夜景見学」が20%

【問4は、問1で長崎市訪問の目的を「ビジネス」と回答した方のみお答えください。】

問4. 仕事以外に観光をしましたか(しますか)。(1つ回答)

①した(する) ②しない

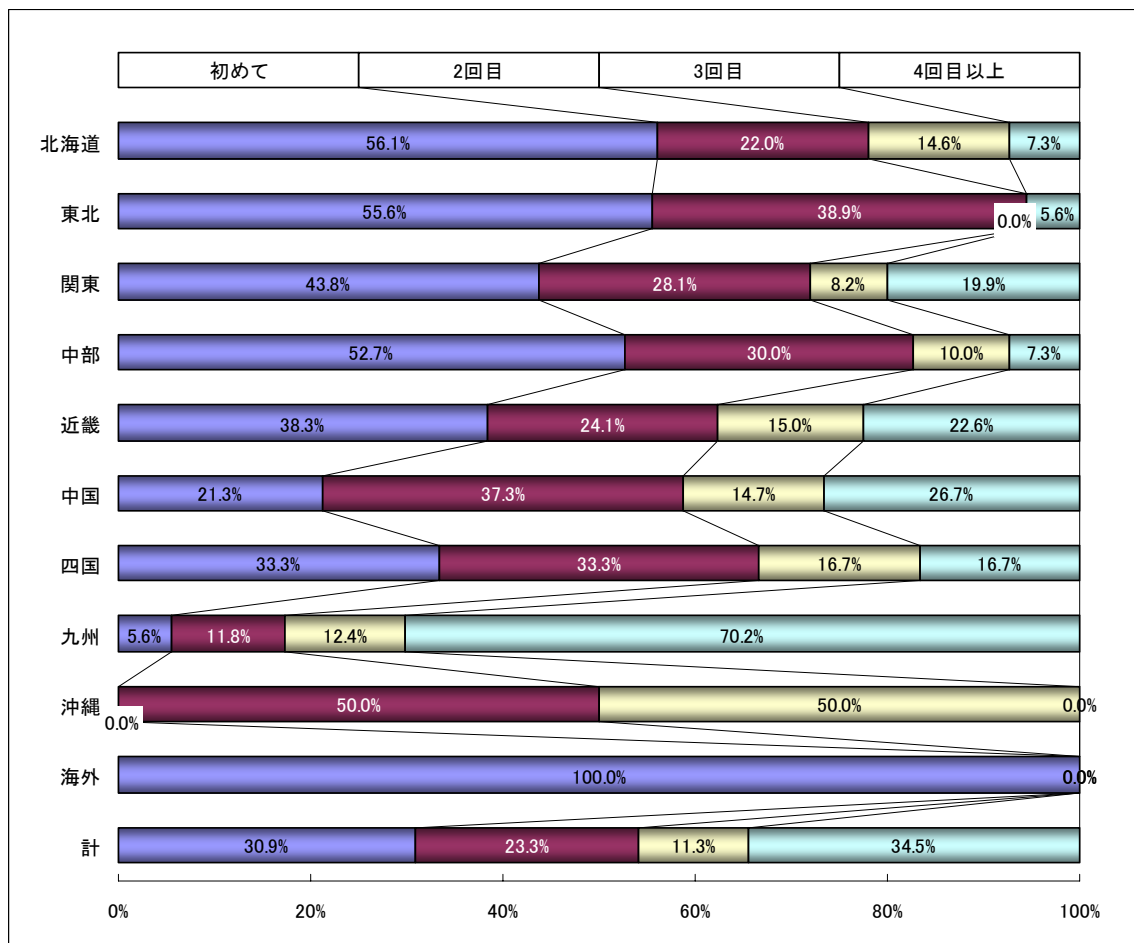


- ・ ビジネス客のうち、約60%は仕事以外に観光をしている

【問5以降は、全ての方に回答をお願いします。】

問5. 長崎市を訪れたのは何回目ですか。(1つ回答)

①初めて ②2回目 ③3回目 ④4回目以上

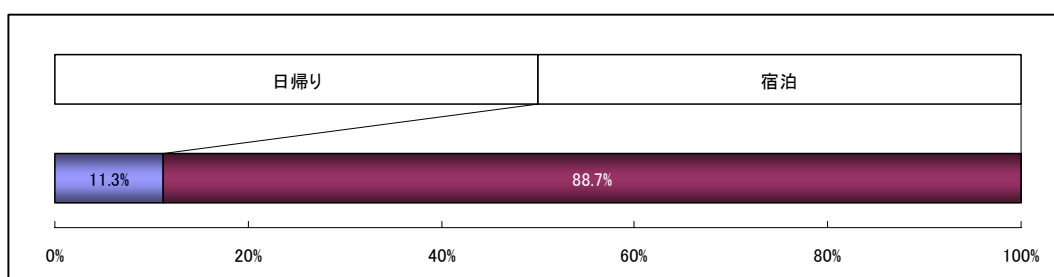


- ・ 九州内からのビジターはリピーターの比率が約 94%に達しており、全体の 30%強が 4 回以上長崎を訪れている
- ・ 中国、近畿、関東からのビジターもリピーターが 50%を超えている
(四国は、サンプル数が 7 件と少ない)

問6. 今回の旅行はどのような日程ですか。(1 つ回答)

①日帰り

②宿泊→ 泊 日 (うち長崎市内に: 泊)



平均日程

全体

宿泊客のみ

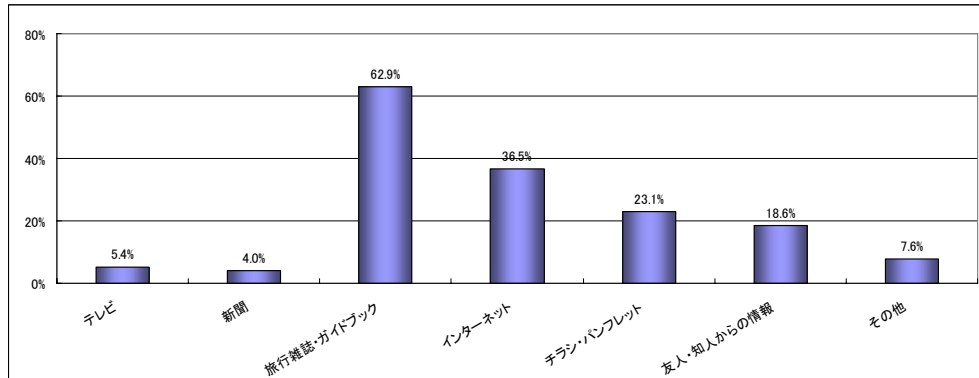
旅行目的	泊数	日数	うち長崎市内泊数	旅行目的	泊数	日数	うち長崎市内泊数
観光	1.9	2.9	0.9	観光	2.1	3.1	1.0
ビジネス	2.7	3.7	2.4	ビジネス	3.0	4.0	2.7
買い物	1.1	2.1	0.7	買い物	1.8	2.8	1.2
帰省	3.2	4.2	2.4	帰省	3.3	4.3	2.5
その他	1.9	2.9	1.6	その他	2.2	3.2	1.9
全体	2.0	3.0	1.0	全体	2.2	3.2	1.2

※「全体」は日帰りを「0泊1日」として算出

- ・ 日帰り客が約 11%、宿泊客が約 89%
- ・ 観光客の平均宿泊数は 2 泊で、うち長崎市内 1 泊
- ・ ビジネス客では総宿泊数と市内泊数の差が小さい

問7. 長崎市来訪に際して情報収集に利用した情報源は何ですか。(いくつでも)

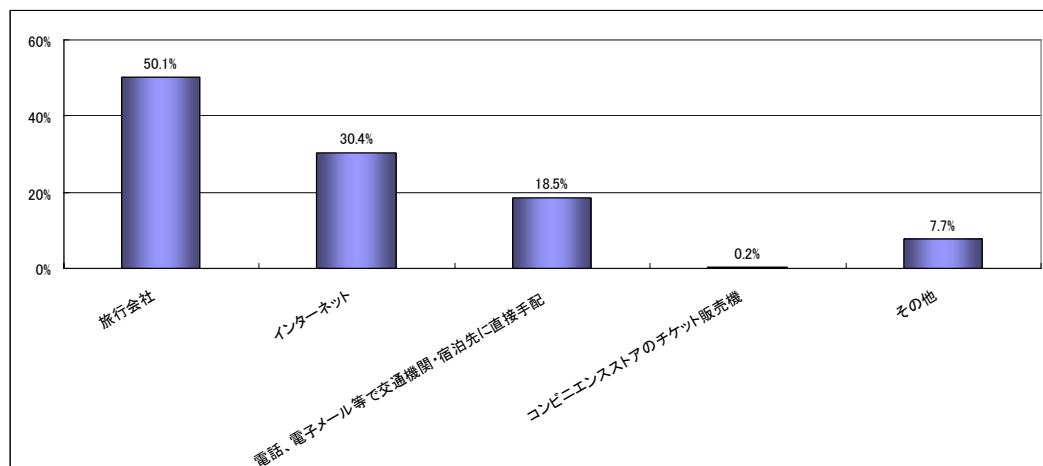
- ①テレビ ②新聞 ③旅行雑誌・ガイドブック ④インターネット
⑤チラシ・パンフレット ⑥友人・知人からの情報 ⑦その他 ()



- ・ 約 63%が情報源として「旅行雑誌・ガイドブック」を活用しており、次いで「インターネット」が約 37%、「チラシ・パンフレット」が約 24%となっている

問8. 交通機関や宿泊先の手配には何を利用しましたか。(いくつでも)

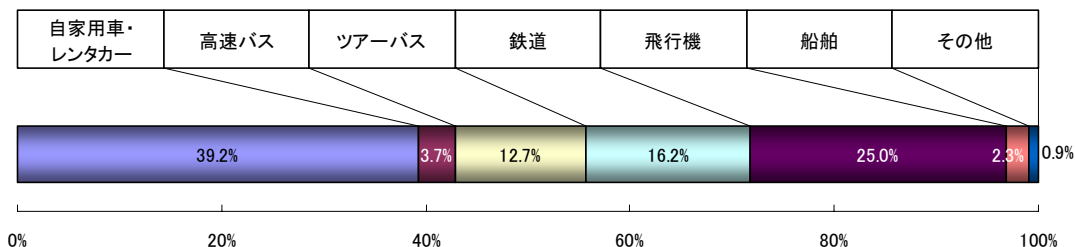
- ①旅行会社 ②インターネット ③電話、電子メール等で交通機関・宿泊先に直接手配
④コンビニエンスストアのチケット販売機 ⑤その他 ()



- ・ 約 50%が旅行会社を利用しており、次いでインターネット予約が約 30%、直接手配が約 19%となっている

問9. 長崎市へお越しの際に利用した主な交通機関は何ですか。(主なものを1つ回答)

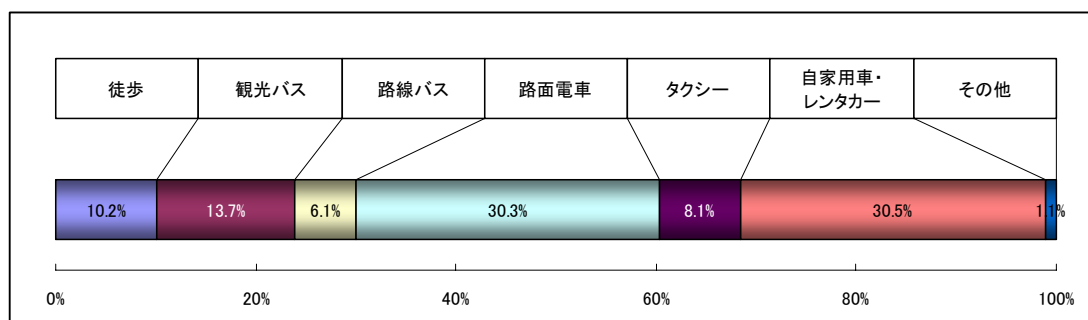
- ①自家用車・レンタカー ②高速バス ③ツアーバス ④鉄道
⑤飛行機 ⑥船舶 ⑦その他 ()



- ・ 約40%が自家用車・レンタカーで来崎
- ・ 「飛行機」が25%、「鉄道」が約16%、「ツアーバス」が約13%

問10. 長崎市内での移動には主に何を利用しますか。(主なものを1つ回答)

- ①徒歩 ②観光バス ③路線バス ④路面電車 ⑤タクシー
⑥自家用車・レンタカー ⑦その他 ()



- ・ 「自家用車・レンタカー」、「路面電車」がともに約30%を占める
- ・ 「徒歩」での観光が全体の約10%

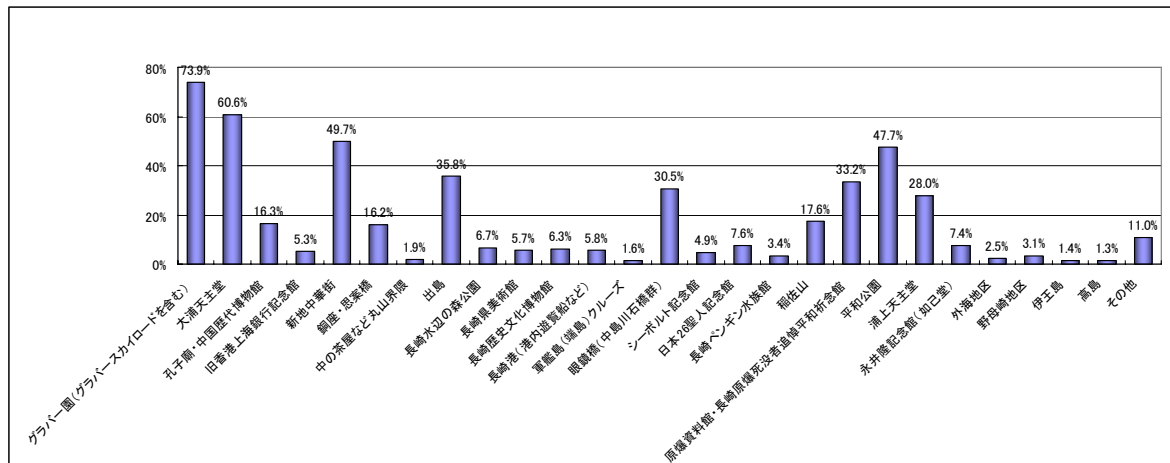
問11. 今回の旅行ではどこへ行きましたか(行きますか)。(いくつでも)

- ①グラバー園 (グラバースカイロードを含む) ②大浦天主堂
③孔子廟・中国歴代博物館 ④旧香港上海銀行記念館 ⑤新地中華街
⑥銅座・思案橋 ⑦中の茶屋など丸山界隈 ⑧出島 ⑨長崎水辺の森公園
⑩長崎県美術館 ⑪長崎歴史文化博物館 ⑫長崎港 (港内遊覧船など)
⑬軍艦島 (端島) クルージング ⑭眼鏡橋 (中島川石橋群)
⑮シーボルト記念館 ⑯日本26聖人記念館 ⑰長崎ペンギン水族館 ⑱稲佐山

⑱原爆資料館・国立長崎原爆死没者追悼平和祈念館 ⑳平和公園 ㉑浦上天主堂

㉒永井隆記念館（如己堂） ㉓外海地区 ㉔野母崎地区 ㉕伊王島

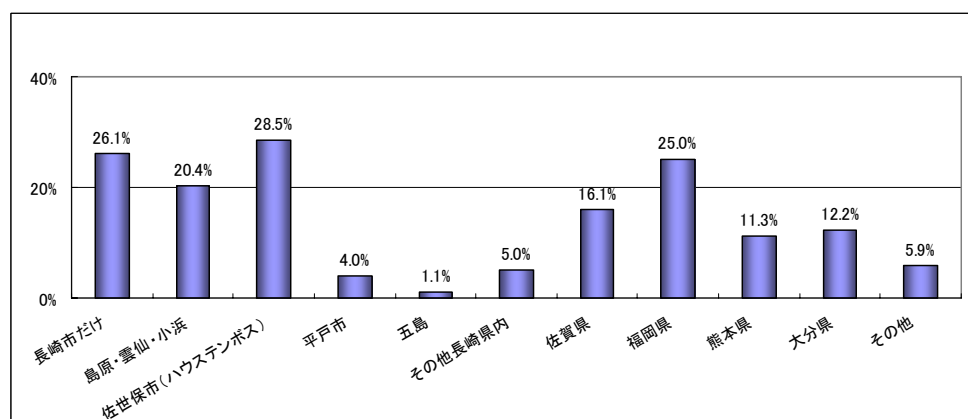
㉖高島 ㉗その他（ ）



- ・ 「グラバー園」、「大浦天主堂」の人气が高い
- ・ 「新地中華街」、「平和公園」も約 50%となっている
- ・ 「出島」、「眼鏡橋」、「原爆資料館・国立長崎原爆死没者追悼平和祈念館」、「浦上天主堂」が 30%前後

問12. 今回の旅行では「長崎市」以外のどこかへ行きますか(行きましたか)。(いくつでも)

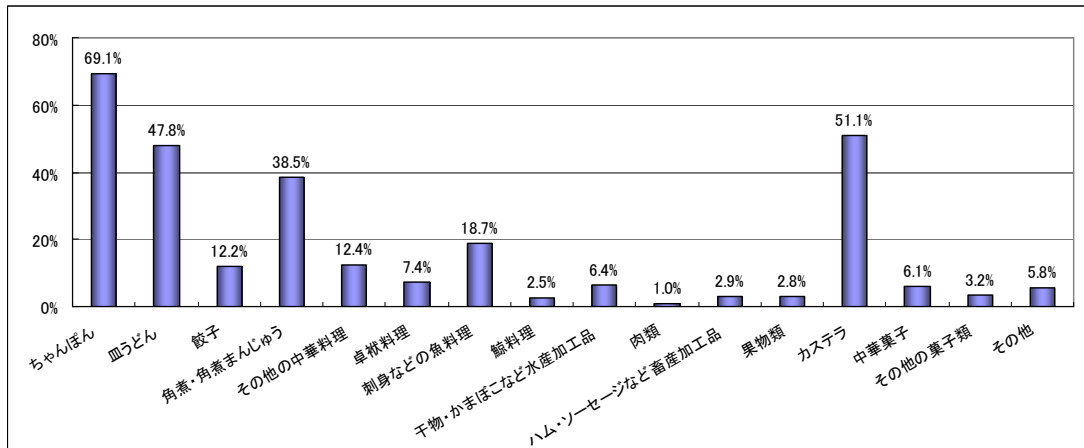
①長崎市だけ ②島原・雲仙・小浜 ③佐世保市（ハウステンボス）
 ④平戸市 ⑤五島 ⑥その他長崎県内 ⑦佐賀県
 ⑧福岡県 ⑨熊本県 ⑩大分県 ⑪その他（ ）



- ・ 「長崎だけ」は約 26%であり、「佐世保市」、「福岡県」、「島原・雲仙・小浜」との周遊客が多い

問13. 長崎の食べ物でおいしいと思われたものは何ですか。(いくつでも)

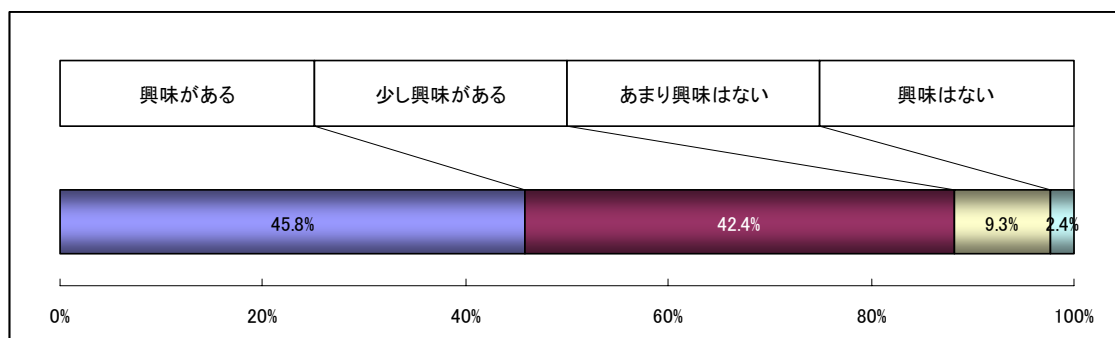
- ①ちゃんぽん ②皿うどん ③餃子 ④角煮・角煮まんじゅう
 ⑤その他の中華料理 ⑥卓袱料理 ⑦刺身などの魚料理 ⑧鯨料理
 ⑨干物・かまぼこなど水産加工品 ⑩肉類 ⑪ハム・ソーセージなど畜産加工品
 ⑫果物類 ⑬カステラ ⑭中華菓子 ⑮その他の菓子類
 ⑯その他 ()



- ・ 「ちゃんぽん」が約70%に達している
- ・ 「カステラ」、「皿うどん」、「角煮・角煮まんじゅう」が人気
- ・ 「刺身などの魚料理」は20%弱に留まる

問14. 長崎市では、観光施設を中心とした見学型の観光に加え、長崎のまちの各地区に残る物語を「まち歩き」に仕立てた体験型の観光を推進しています。このような「まち歩き」に興味はありますか。(1つ回答)

- ①興味がある ②少し興味がある ③あまり興味はない ④興味はない



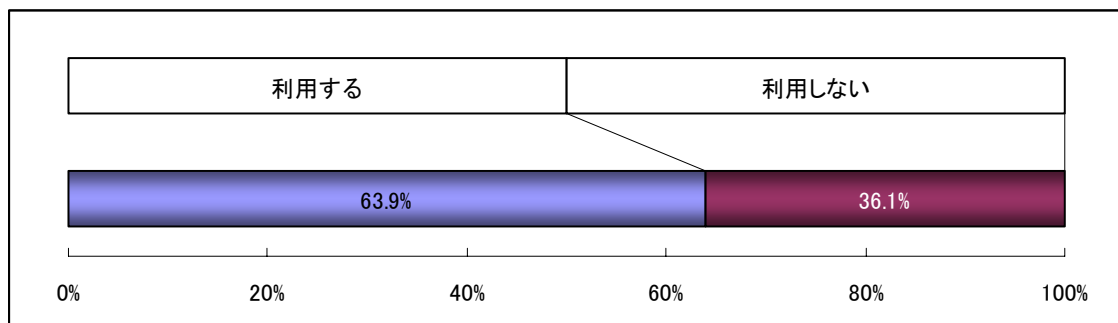
- ・ 「興味がある」約46%、「少し興味がある」約42%で、90%近くが「まち歩き」に興味を示している

問15. 観光やまち歩きのと、観光ボランティア(参加費:おひとり500円程度)などによる案内があれば利用しますか。(1つ回答)

①利用する

②利用しない → その理由をお答えください

[]



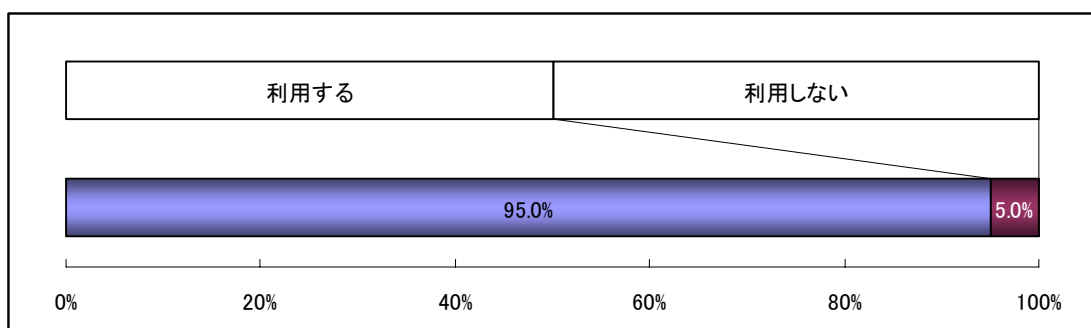
- ・ 「まち歩き」に際して観光ボランティアなどの利用意向は約60%
- ・ 「利用しない」理由としては、「マイペースでまわりたい」、「料金が高い」、「旅行ガイドなどで十分」などの意見が多い

問16. まち歩きをするとして、各地区に残る物語をモデルコースに仕立てたマップがあれば利用しますか。

(1つ回答)

①利用する

②利用しない

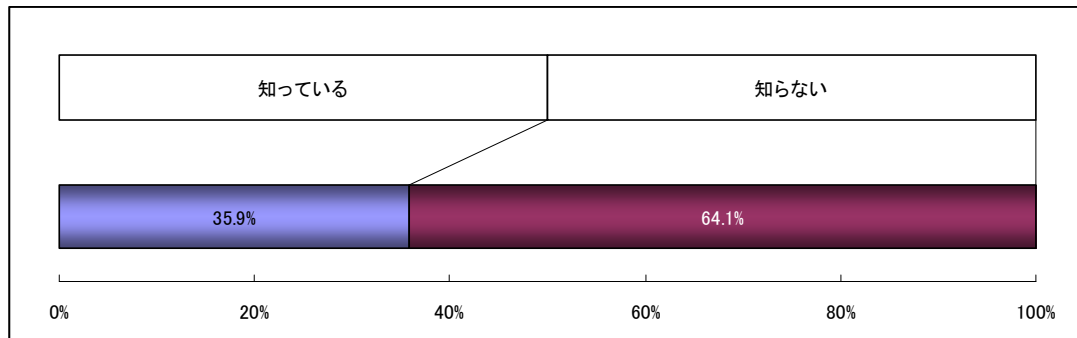


- ・ 「まち歩き」に際してモデルコースを仕立てたマップの利用意向は90%を越え、高い

問17. 平成18年4月から開催される日本ではじめてのまち歩き博覧会「長崎さるく博'06」を知っていますか。

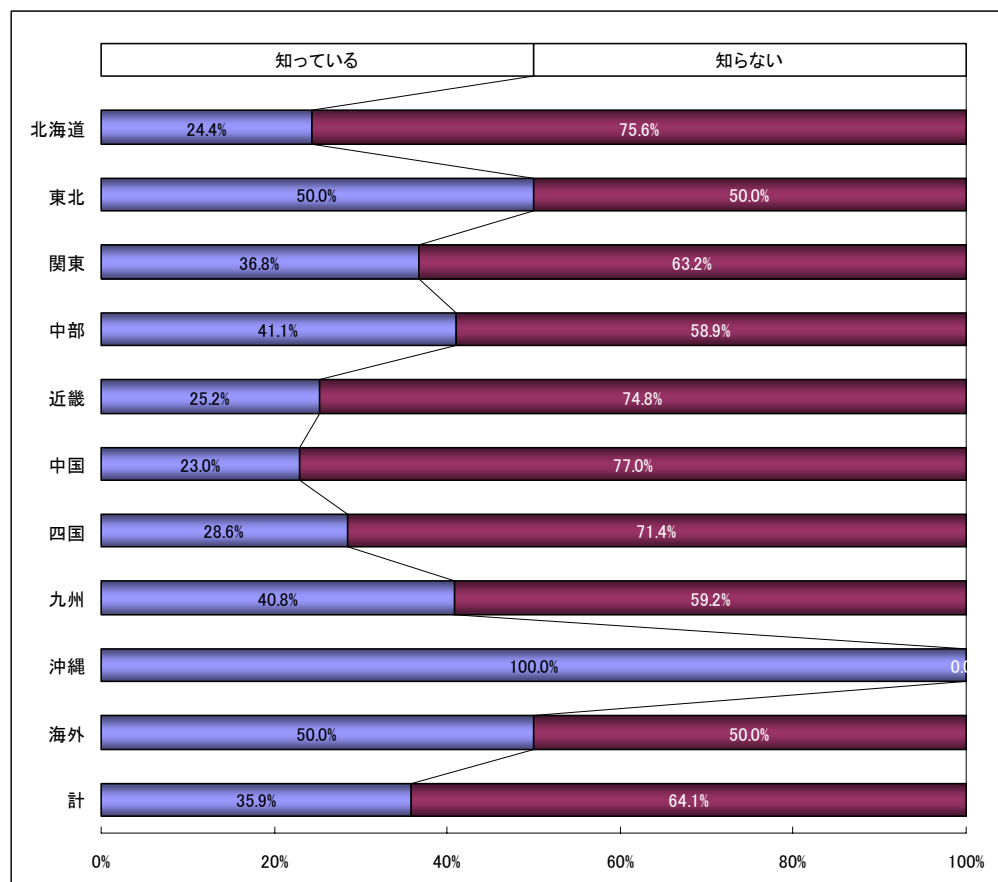
(1つ回答)

①知っている ②知らない



- ・ さるく博の知名度は30%強
- ・ 来崎後に知った回答者が相当数ある可能性に留意が必要

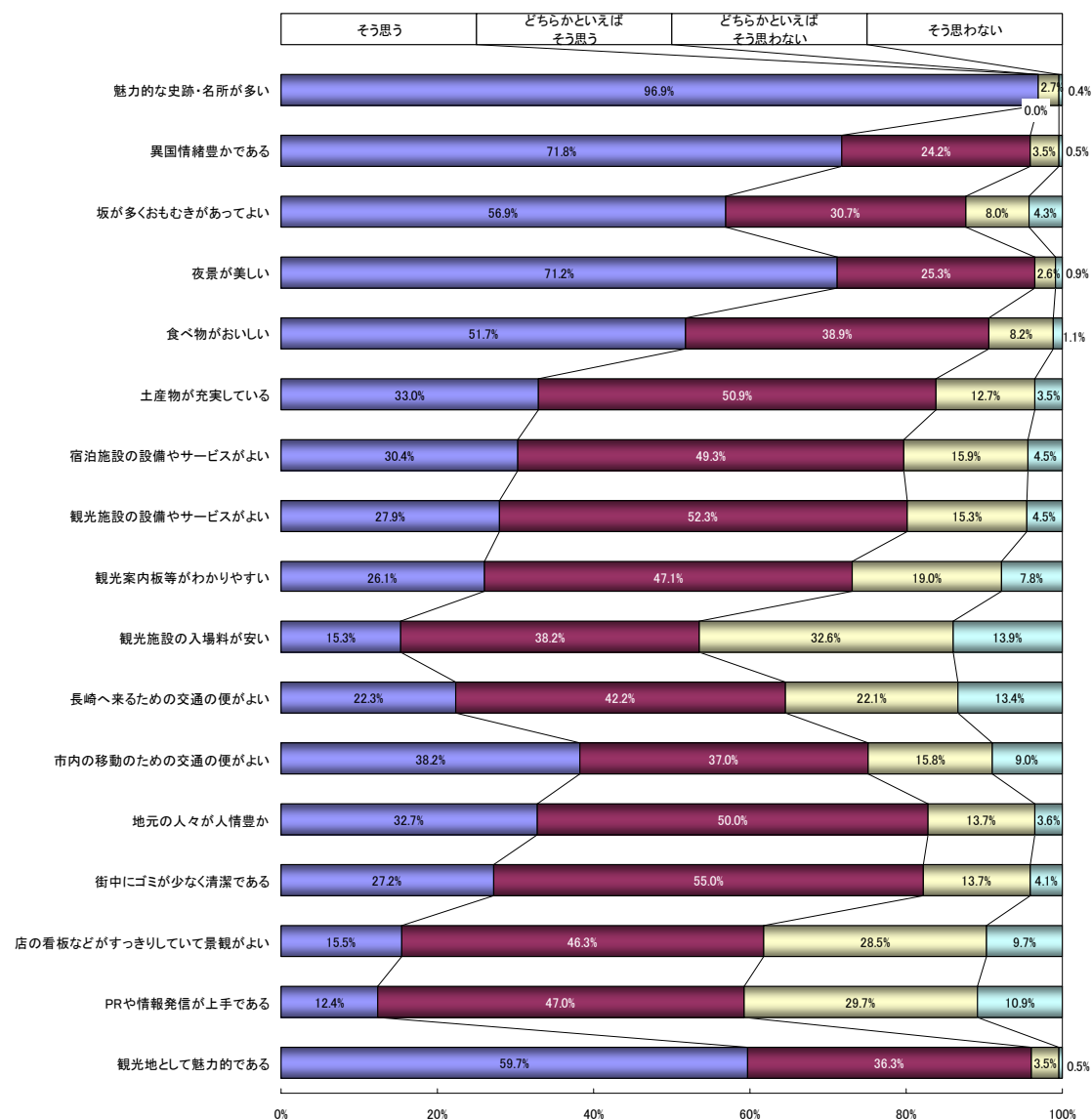
(参考：さるく博の知名度の居住地別データ)



問18. 長崎市の観光に対する印象をお聞かせください。

(「そう思う」～「わからない」の該当する番号に○印を付けてください。)

	そう 思う	ど ち ら か と い え ば そ う 思 う	ど ち ら か と い え ば そ う 思 わ な い	そ う 思 わ な い	わ か ら な い
魅力的な史跡・名所が多い	1	2	3	4	5
異国情緒豊かである	1	2	3	4	5
坂が多くおもむきがあってよい	1	2	3	4	5
夜景が美しい	1	2	3	4	5
食べ物がおいしい	1	2	3	4	5
土産物が充実している	1	2	3	4	5
宿泊施設の設備やサービスがよい	1	2	3	4	5
観光施設の設備やサービスがよい	1	2	3	4	5
観光案内板等がわかりやすい	1	2	3	4	5
観光施設の入場料が安い	1	2	3	4	5
長崎へ来るための交通の便がよい	1	2	3	4	5
市内の移動のための交通の便がよい	1	2	3	4	5
地元の人々が人情豊か	1	2	3	4	5
街中にゴミが少なく清潔である	1	2	3	4	5
店の看板などがすっきりしていて景観がよい	1	2	3	4	5
PR や情報発信が上手である	1	2	3	4	5
観光地として魅力的である	1	2	3	4	5



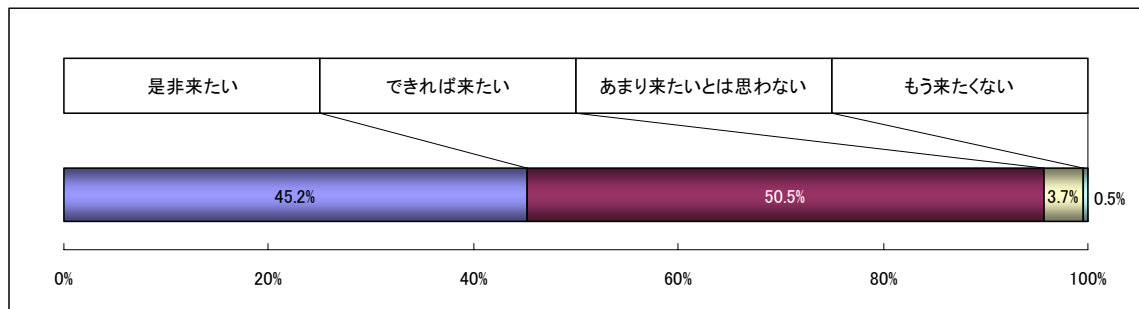
- ・ 「観光地として魅力的である」は約60%が「そう思う」、約30%が「どちらかといえばそう思う」で比較的评价は高い
- ・ 「魅力的な史跡・名所が多い」、「異国情緒豊かである」、「夜景が美しい」などの評価が特に高い
- ・ 「PRや情報発信が上手である」、「観光施設の入場料が安い」、「店の看板などがすっきりして景観がよい」などについては、低い評価に留まっている

問19. 観光のために、また長崎市へおいでいただけますか。(1つ回答)

①是非来たい ②できれば来たい ③あまり来たいとは思わない ④もう来たくない

→ その理由をお答えください

[]



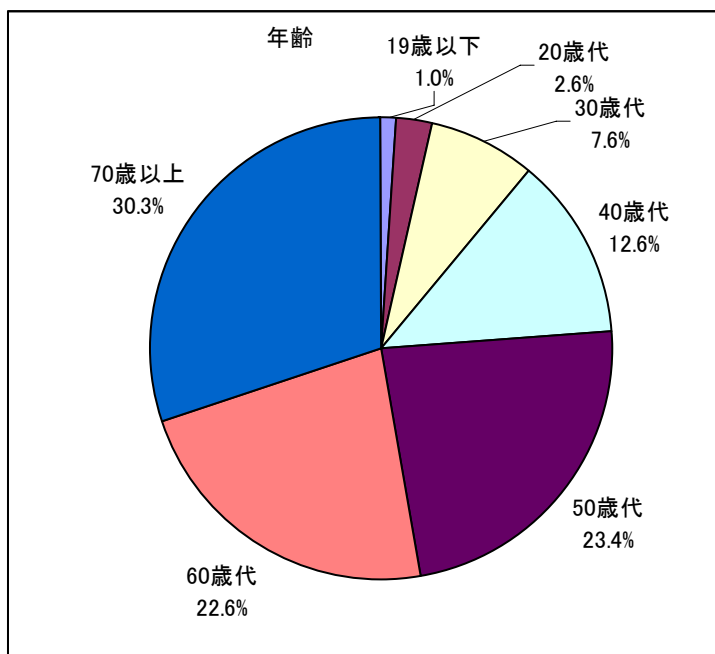
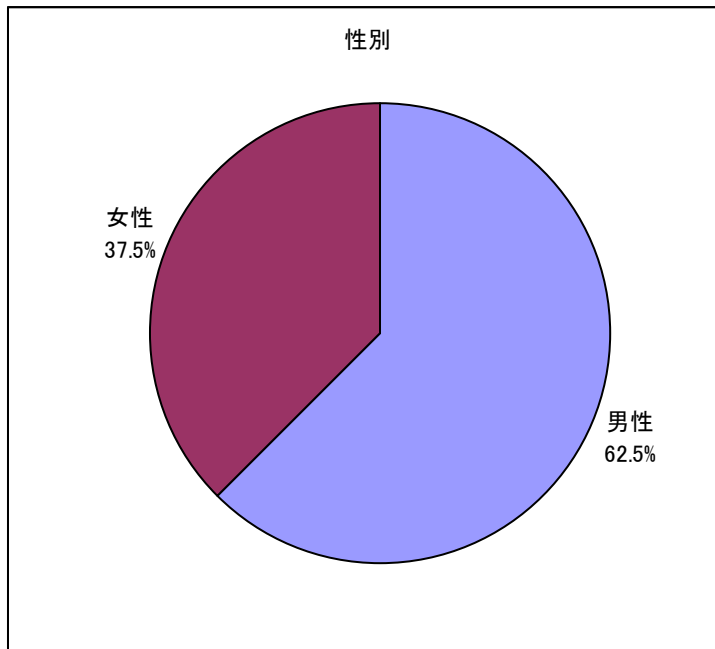
- ・ 約45%が「是非来たい」、約50%が「できれば来たい」との回答で、合わせて約96%が再訪の意向を示している

問20. 「長崎はこんなところを変えればもっと魅力的な観光地になる」ということがあれば、お聞かせください。

- ・ 「案内板・駐車場の整備不足」、「店（中華街）の閉店が早い」、「土産品店や交通機関運転士の対応が悪い」、「（本州方面や南九州方面からの）交通アクセスが悪い」、「車の運転がしにくい」などの意見が多く寄せられている。
- ・ 「歩きタバコが多い」、「交通マナーが悪い」など、地元住民のマナーが悪いとする意見も目立つ。
- ・ 「観光パスポート」、「フリーパス」などの設定を求める意見も多い。

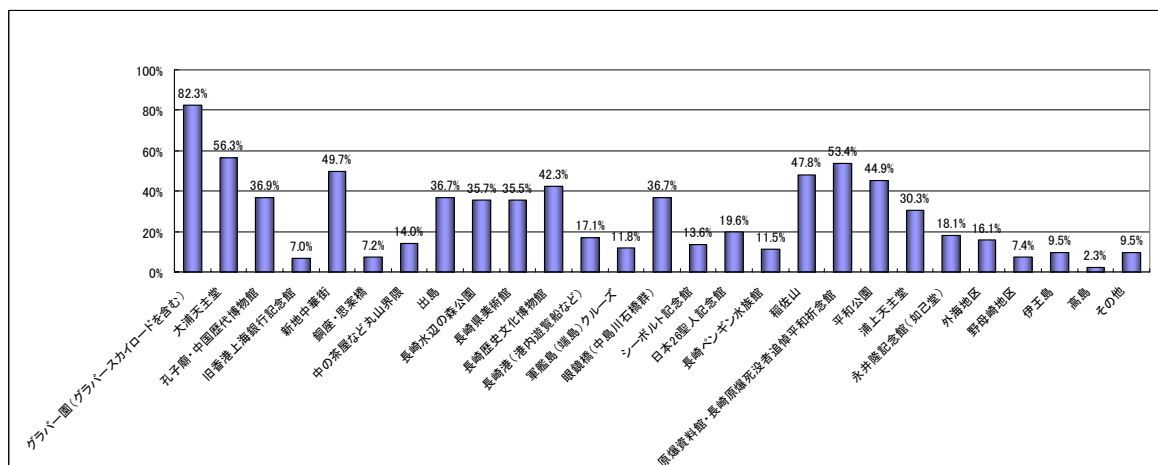
(2) 市民アンケート集計結果

回答者属性



問1. 市外・県外からのお客様を長崎市内観光に連れて行くとしたら、どこに連れて行きたいと思いますか。(いくつでも)

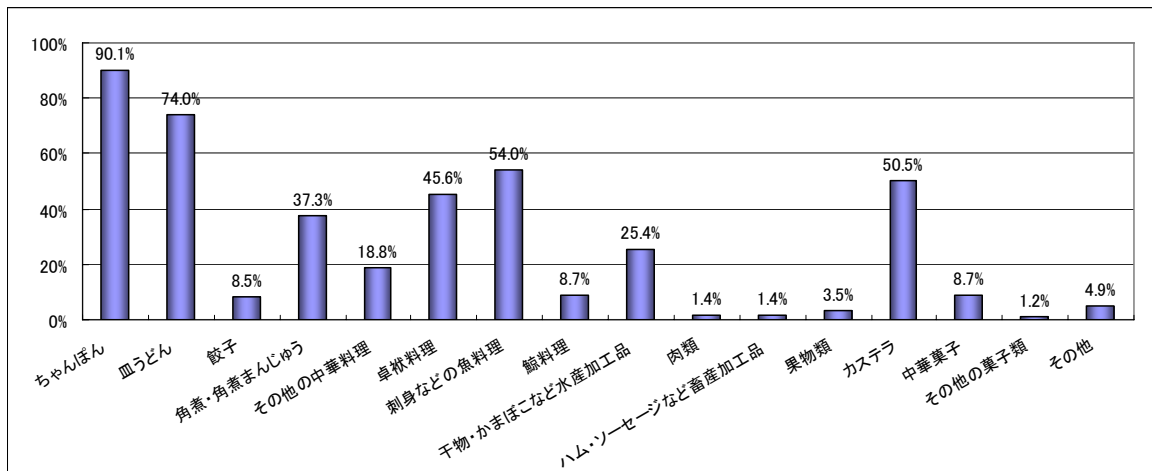
- ①グラバー園（グラバースカイロードを含む） ②大浦天主堂
 ③孔子廟・中国歴代博物館 ④旧香港上海銀行記念館 ⑤新地中華街
 ⑥銅座・思案橋 ⑦中の茶屋など丸山界限 ⑧出島 ⑨長崎水辺の森公園
 ⑩長崎県美術館 ⑪長崎歴史文化博物館 ⑫長崎港（港内遊覧船など）
 ⑬軍艦島（端島）クルージング ⑭眼鏡橋（中島川石橋群）
 ⑮シーボルト記念館 ⑯日本26聖人記念館 ⑰長崎ペンギン水族館 ⑱稲佐山
 ⑲原爆資料館・国立長崎原爆死没者追悼平和祈念館 ⑳平和公園 ㉑浦上天主堂
 ㉒永井隆記念館（如己堂） ㉓外海地区 ㉔野母崎地区 ㉕伊王島
 ㉖高島 ㉗その他（ ）



- ・ 「グラバー園」が80%を超えている。
- ・ 「大浦天主堂」、「原爆資料館・国立長崎原爆死没者追悼平和祈念館」、「新地中華街」、「稲佐山」、「平和公園」、「長崎歴史文化博物館」などが40～50%前後である。

問2. 市外・県外からのお客様に食べさせてあげたいと思うものは何ですか。(いくつでも)

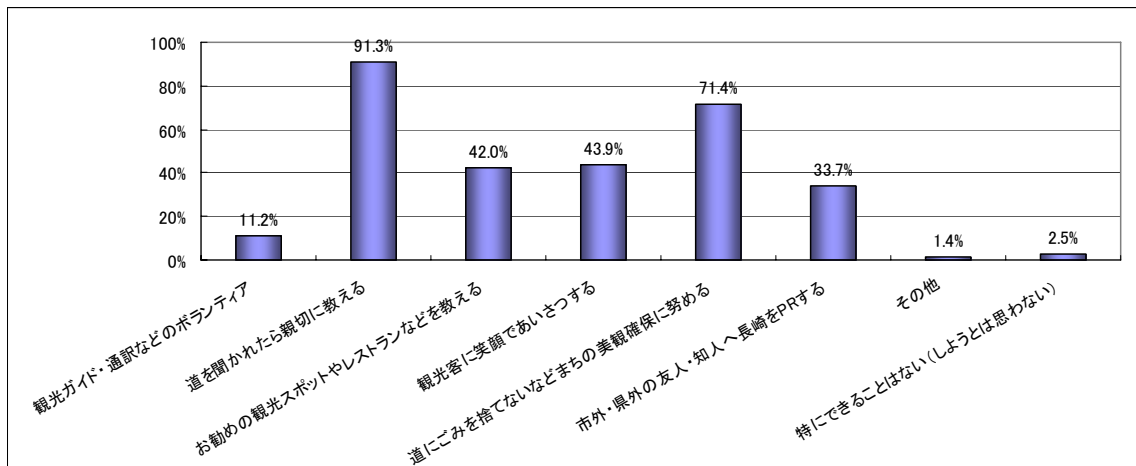
- ①ちゃんぽん ②皿うどん ③餃子 ④角煮・角煮まんじゅう
 ⑤その他の中華料理 ⑥卓袱料理 ⑦刺身などの魚料理 ⑧鯨料理
 ⑨干物・かまぼこなど水産加工品 ⑩肉類 ⑪ハム・ソーセージなど畜産加工品
 ⑫果物類 ⑬カステラ ⑭中華菓子 ⑮その他の菓子類
 ⑯その他 ()



- ・ 「ちゃんぽん」が90%に達し、「皿うどん」の74%とともに多い。
- ・ 「刺身などの魚料理」、「カステラ」もそれぞれ約50%に達している。

問3. 観光は長崎市を支える重要な柱ですが、その魅力の向上には市民の皆さま一人ひとりが観光客の方々を温かく迎える「おもてなしの心」が欠かせません。長崎を魅力あふれる観光地とするために、あなたはどのようなことができると思われますか。(いくつでも)

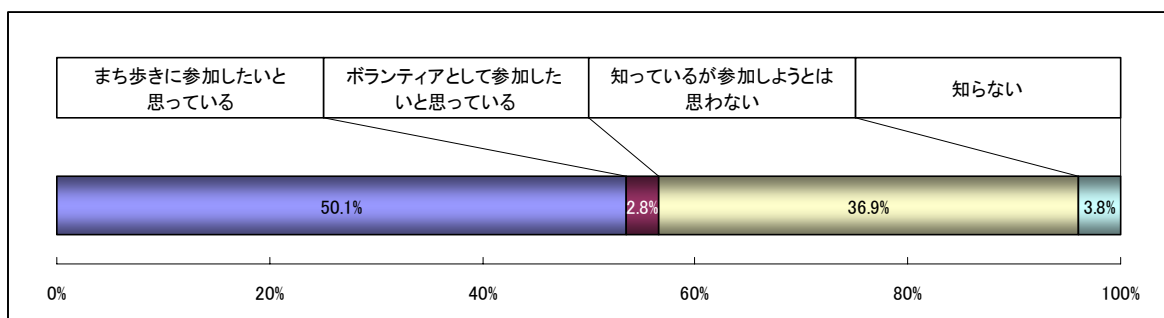
- ①観光ガイド・通訳などのボランティア
 ②道を聞かれたら親切に教える
 ③お勧めの観光スポットやレストランなどを教える
 ④観光客に笑顔であいさつする
 ⑤道にごみを捨てないなどまちの美観確保に努める
 ⑥市外・県外の友人・知人へ長崎をPRする
 ⑦その他 ()
 ⑧特にできることはない(しようとは思わない)



- ・ 「特にできることはない（しようとは思わない）」は2.5%と低く留まっている。
- ・ 「道を聞かれたら親切に教える」の約90%、「道にごみを捨てないなどまちの美観確保に努める」の約70%が多い。
- ・ 「観光客に笑顔であいさつする」、「お勧めの観光スポットやレストランなどを教える」、「市外・県外の友人・知人へ長崎をPRする」が30～40%である。

問4. 平成18年4月から開催される日本ではじめてのまち歩き博覧会「長崎さるく博'06」について伺います。(1つ回答)

- ①まち歩きに参加したいと思っている
- ②ボランティアとして参加したいと思っている
- ③知っているが参加しようとは思わない
- ④知らない

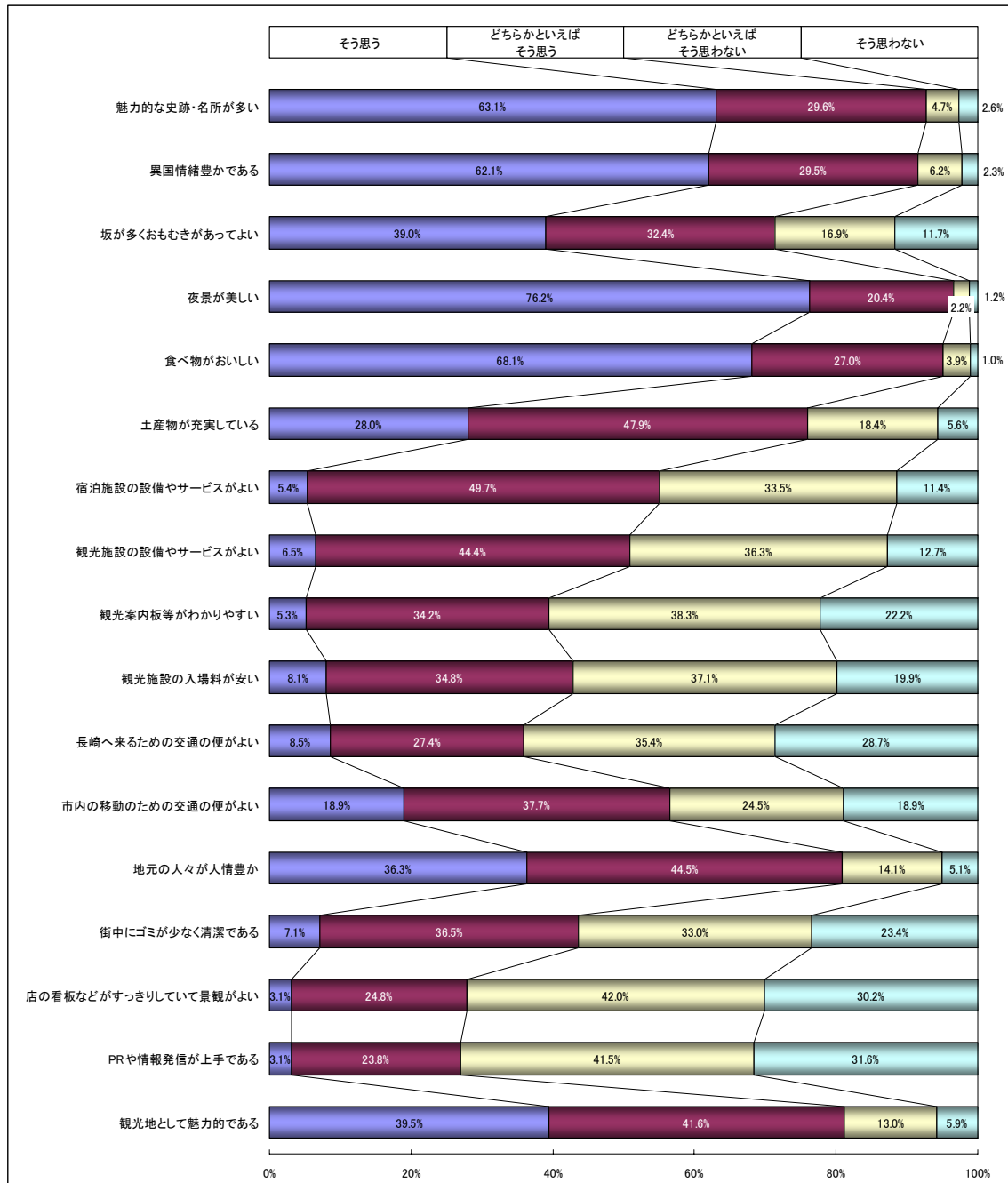


- ・ さるく博を「知らない」は3.8%に留まり、認知度は約96%に達している。
- ・ 「まち歩きに参加しようと思っている」は約50%、「ボランティアとして参加したいと思っている」は約3%となっている。

問5. 長崎市の観光に対する印象をお聞かせください。

(「そう思う」～「わからない」の該当する番号に○印を付けてください。)

	そう 思う	どちらか と い え ば そう 思う	どちらか と い え ば そう 思 わ ない	そう 思 わ ない	わ か ら ない
魅力的な史跡・名所が多い	1	2	3	4	5
異国情緒豊かである	1	2	3	4	5
坂が多くおもむきがあってよい	1	2	3	4	5
夜景が美しい	1	2	3	4	5
食べ物がおいしい	1	2	3	4	5
土産物が充実している	1	2	3	4	5
宿泊施設の設備やサービスがよい	1	2	3	4	5
観光施設の設備やサービスがよい	1	2	3	4	5
観光案内板等がわかりやすい	1	2	3	4	5
観光施設の入場料が安い	1	2	3	4	5
長崎へ来るための交通の便がよい	1	2	3	4	5
市内の移動のための交通の便がよい	1	2	3	4	5
地元の人々が人情豊か	1	2	3	4	5
街中にゴミが少なく清潔である	1	2	3	4	5
店の看板などがすっきりしていて景観がよい	1	2	3	4	5
PR や情報発信が上手である	1	2	3	4	5
観光地として魅力的である	1	2	3	4	5



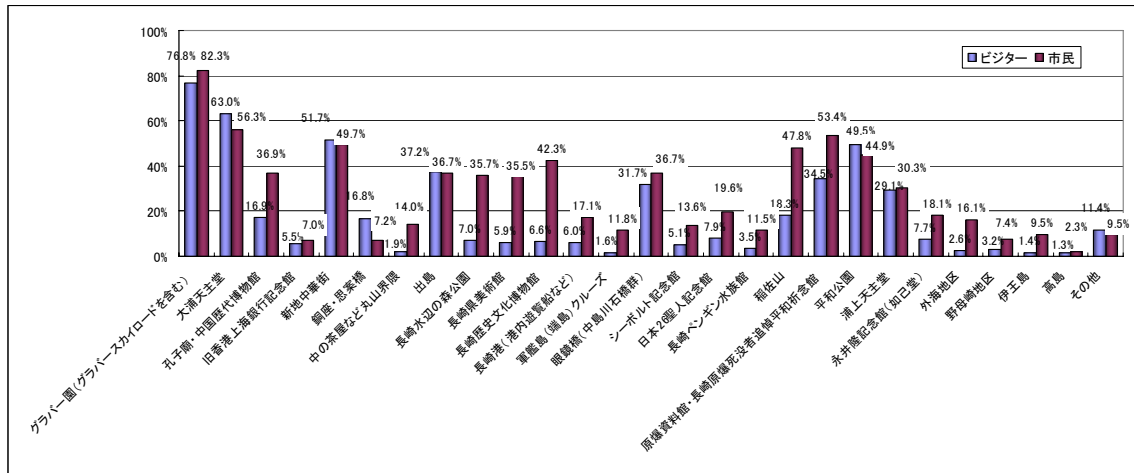
- ・ 「観光地として魅力的である」は「そう思う」、「どちらかといえばそう思う」がともに約 40%であり、約 80%の市民は、長崎市は「観光地として魅力的である」と考えている。
- ・ 「夜景が美しい」、「食べ物がおいしい」、「魅力的な史跡・名所が多い」、「異国情緒豊かである」などの項目で評価が高い。
- ・ 「PR や情報発信が上手である」、「店の看板などがすっきりしていて景観がよい」、「街中にゴミが少なく景観がよい」などの項目で評価が低い。

問6. 「長崎はこんなところを変えればもっと魅力的な観光地になる」ということがあれば、お聞かせください。

- ・ 案内板の不足、市内道路の狭小さや渋滞、駐車場の不足など、市内の移動、観光地へのアクセスに対する指摘が多い。
- ・ 県外からのアクセス改善を望む声も多い。
- ・ 吸い殻やごみのポイ捨てなど、街中の景観、市民のマナー向上の必要性に対する指摘も寄せられている。

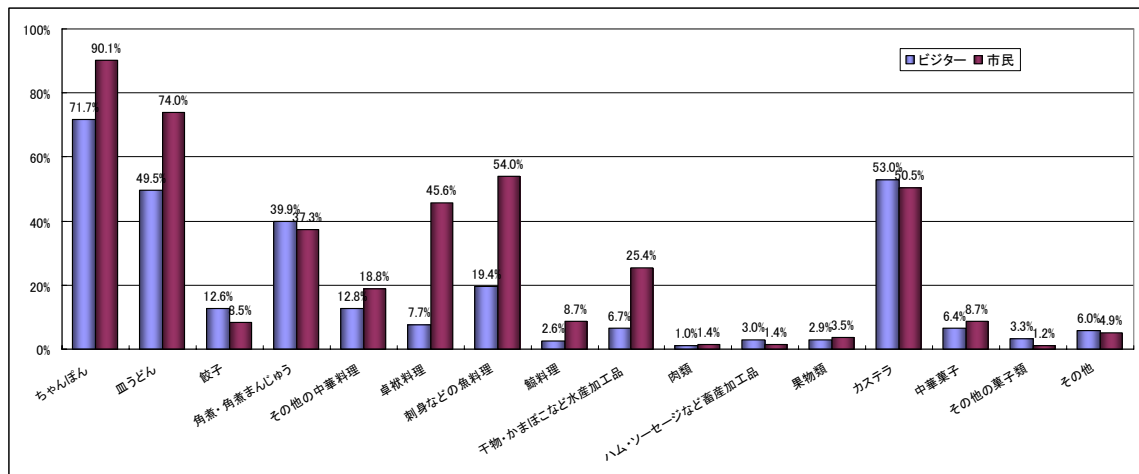
(3) ビジター・市民共通設問集計結果

①訪れた（訪れる予定の）観光地（ビジター）⇔お客を連れて行きたい観光地（市民）



- ・ 「その他」以外の26項目中、「大浦天主堂」、「新地中華街」、「銅座・思案橋」、「出島」、「平和公園」の5項目を除く18項目で、お客を「連れて行きたい」と考える市民の割合が実際に「行った(行く)」ビジターの割合を上回っており、市民が「いい」と感じる観光地への誘客を増加させる余地が残されていることを窺わせる。
- ・ 「グラバー園(グラバースカイロード含む)」、「大浦天主堂」、「出島」、「眼鏡橋(中島川石橋群)」、「平和公園」、「浦上天主堂」などでは市民の「連れて行きたい」という意向とビジターの行動は概ね一致している。
- ・ 「孔子廟・中国歴代博物館」、「中の茶屋など丸山界限」、「長崎水辺の森公園」、「長崎県美術館」、「長崎歴史文化博物館」、「長崎港(港内遊覧船など)」、「軍艦島(端島)クルーズ」、「日本26聖人記念館」、「長崎ペンギン水族館」、「稲佐山」、「永井隆記念館(如己堂)」、「外海地区」、「野母崎地区」、「伊王島」の各項目では「連れて行きたい」という市民の意向が実際に「行った(行く)」ビジターの2倍以上に達しており、さらなるPRやアクセスの改善などにより誘客を増加させられる可能性がある。

②おいしいと思った食べ物（ビジター）⇔お客に食べさせたい食べ物（市民）

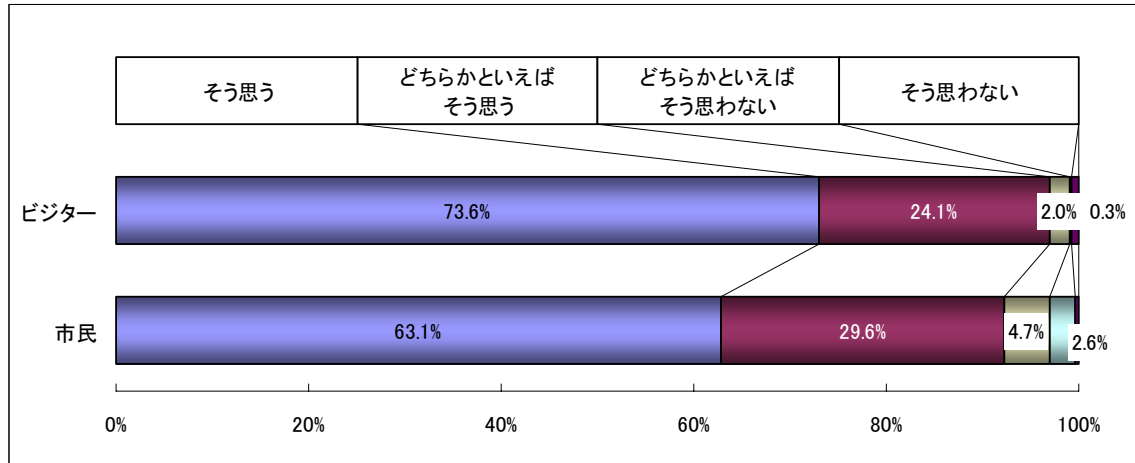


- ・ 「ちゃんぽん」、「皿うどん」、「カステラ」、「角煮・角煮まんじゅう」などは、ビジターが「おいしい」と感じた割合も市民が「食べさせたい」と考える割合も高くなっている。
- ・ 「卓袱料理」、「刺身などの魚料理」、「干物・かまぼこなど水産加工品」などについては、地元では伝統料理、名物として認知されているにもかかわらず、多くのビジターは「おいしい」と感じていない。

これらの食べ物については、PRの強化や気軽に食べられる場の拡充などによって、長崎の「食」をPRしていく素材となる可能性を残している

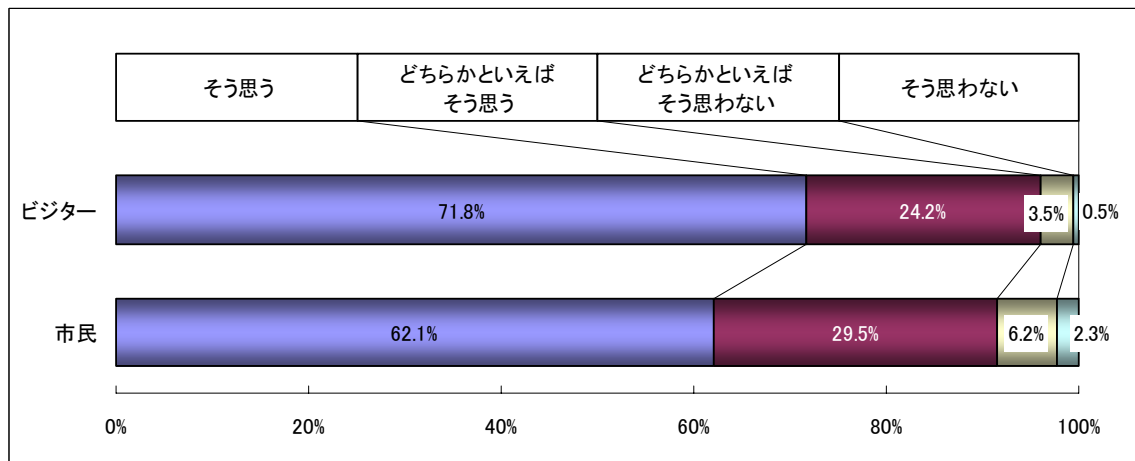
③長崎の観光に対する印象

ア) 魅力的な史跡・名所が多い



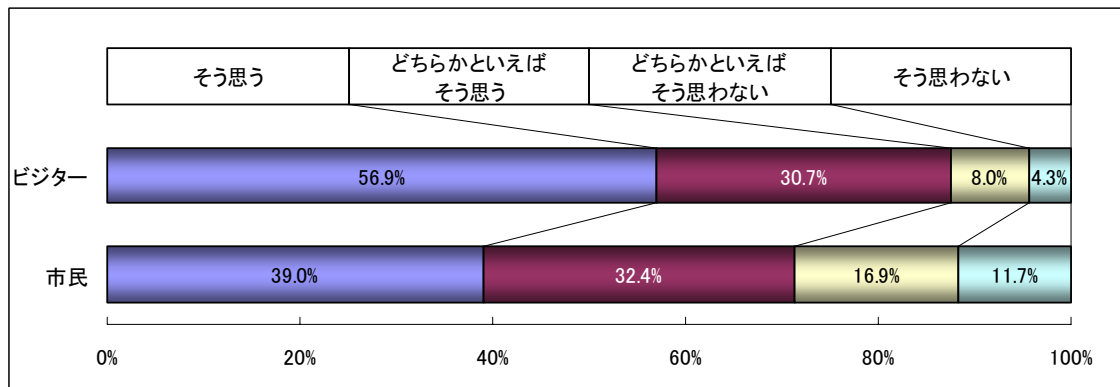
- ・ 市民が考えているよりも「魅力的な史跡・名所が多い」と感じるビジターがやや多い。
- ・ 他の項目に比べ比較的高い評価を得ている。

イ) 異国情緒豊かである



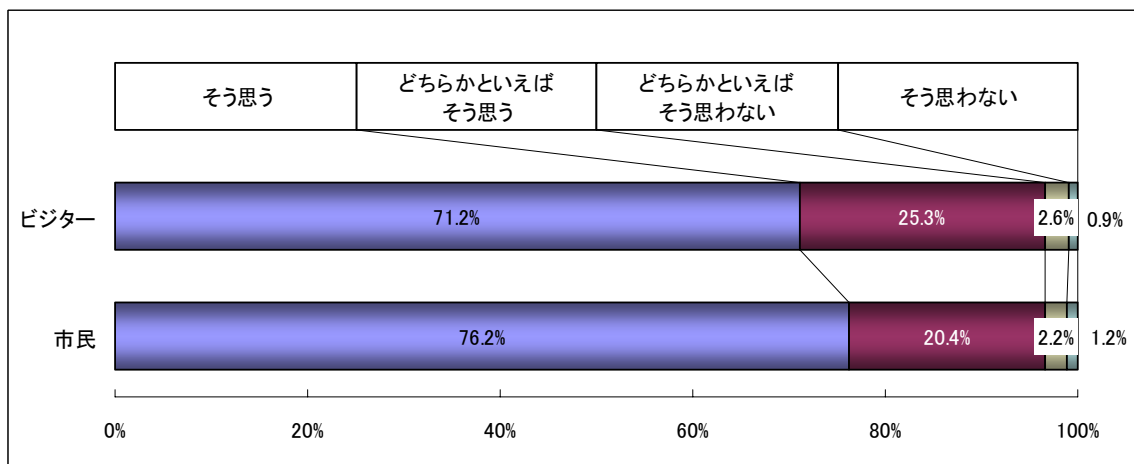
- ・ 市民よりもビジターが「異国情緒豊かである」と感じている。
- ・ 他の項目に比べ比較的高い評価を得ている。

ウ) 坂が多くおもむきがあってよい



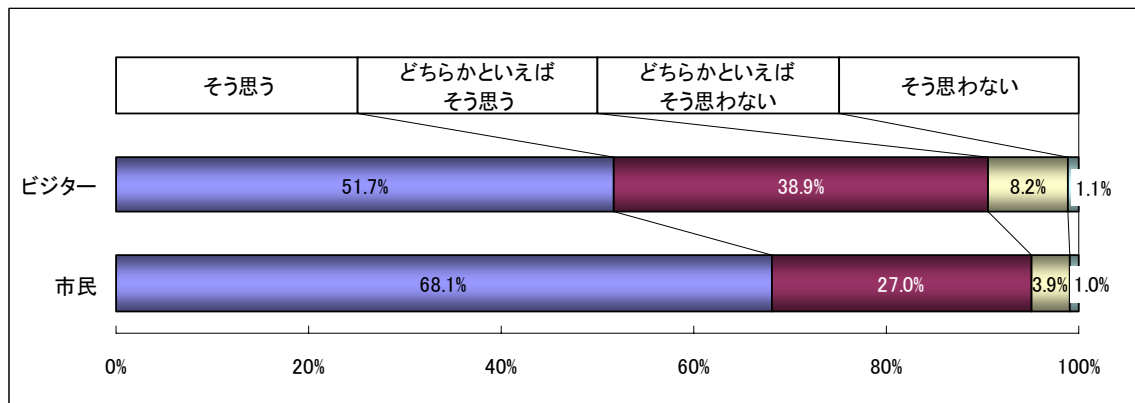
- ビジターに比べ、市民では「そう思う」への回答が少なく、日常の生活における斜面地の利便性の低さなどが表れている。
- ビジターからは他の項目に比べやや高い評価を得ている。

エ) 夜景が美しい



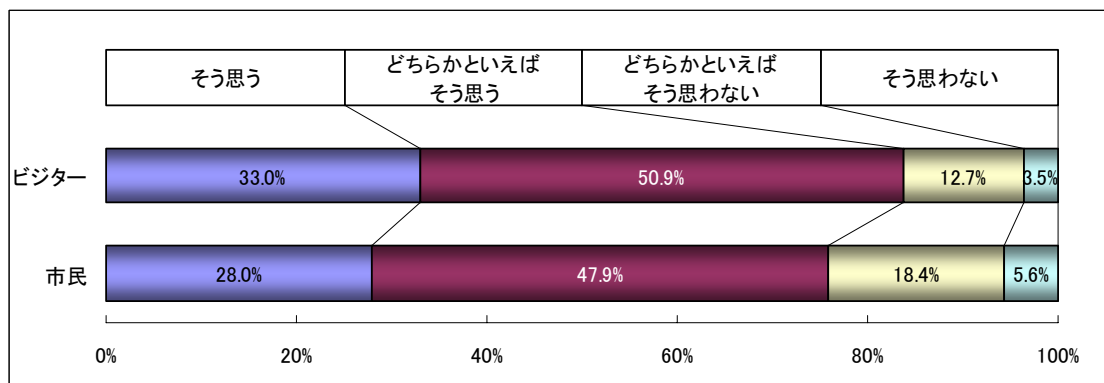
- 「そう思う」への回答は市民に比べビジターでわずかに下回っているが、概ねビジターと市民との認識は一致している。
- 他の項目に比べ比較的高い評価を得ている。

オ) 食べ物がおいしい



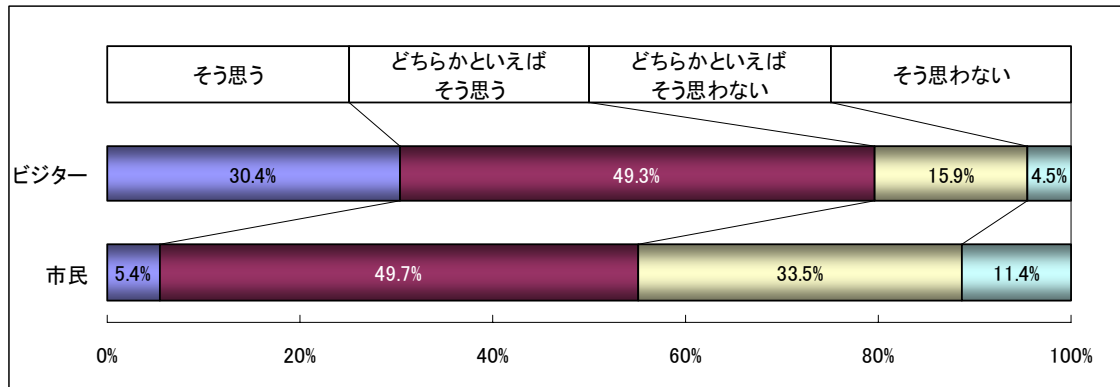
- ・ 市民に比べ、ビジターの評価が低く、「食」の活用の余地が残されている。
- ・ 市民からは他の項目に比べ比較的高い評価を得ている。

カ) 土産物が充実している



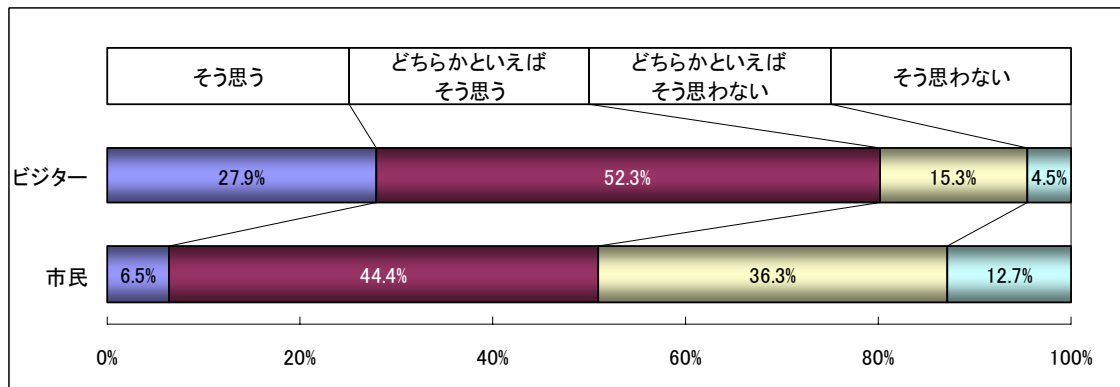
- ・ 市民に比べ、ビジターの評価がやや高い。
- ・ 他の項目との比較では、ビジター、市民とも概ね中位程度の評価となっている。

キ) 宿泊施設の設備やサービスがよい



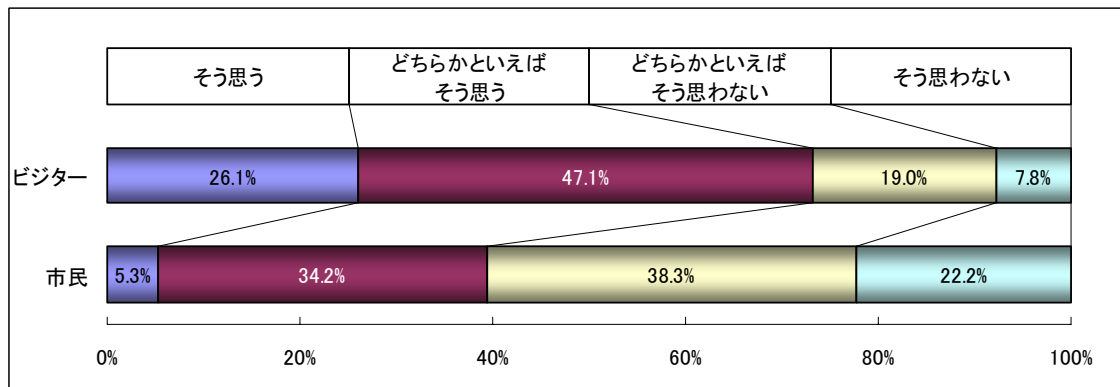
- ・ 市民に比べ、ビジターの評価がやや高い。
- ・ 他の項目との比較では、ビジター、市民ともやや低めの評価となっている。

ク) 観光施設の設備やサービスがよい



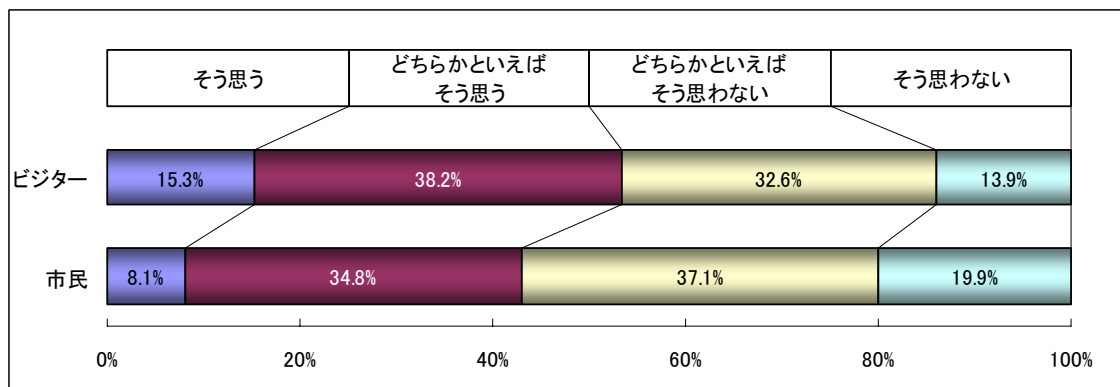
- ・ 市民に比べ、ビジターの評価が高い。
- ・ 他の項目との比較では、ビジター、市民ともやや低めの評価となっている。

ケ) 観光案内板等がわかりやすい



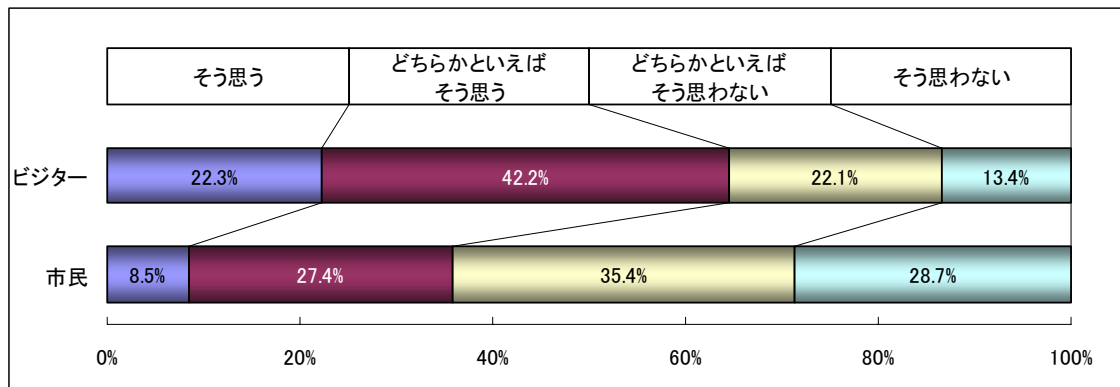
- ・ 市民に比べ、ビジターの評価が高い。
- ・ 他の項目との比較では、ビジター、市民とも低い評価に留まっている。

コ) 観光施設の入場料が安い



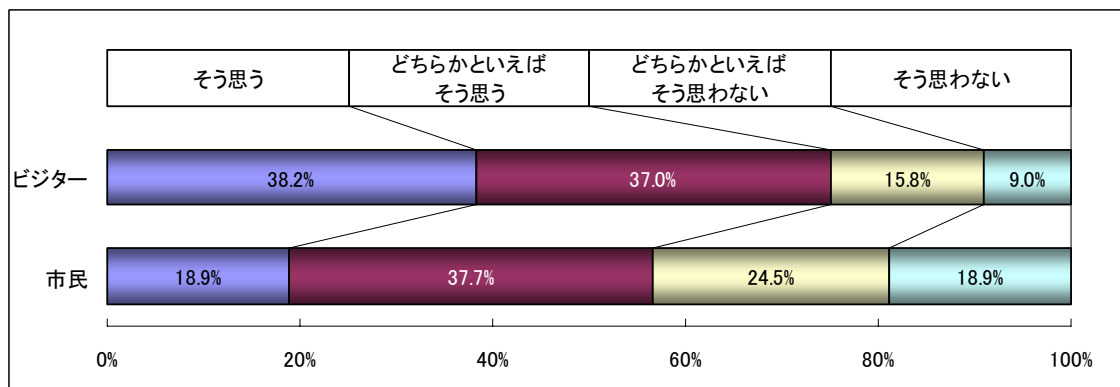
- ・ 市民に比べ、ビジターの評価がやや高い。
- ・ 他の項目との比較では、ビジター、市民とも低い評価に留まっている。

サ) 長崎へ来るための交通の便がよい



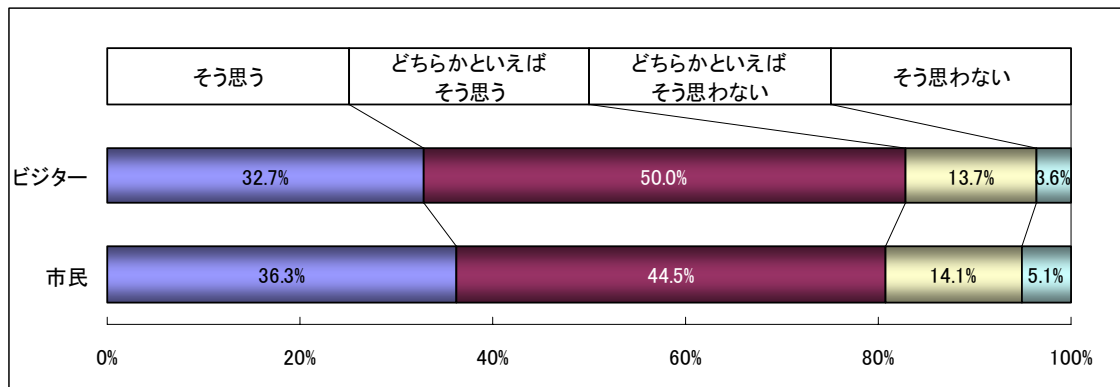
- ・ 市民に比べ、ビジターの評価が高い。
- ・ 他の項目との比較では、ビジター、市民とも低い評価に留まっている。

シ) 市内の移動のための交通の便がよい



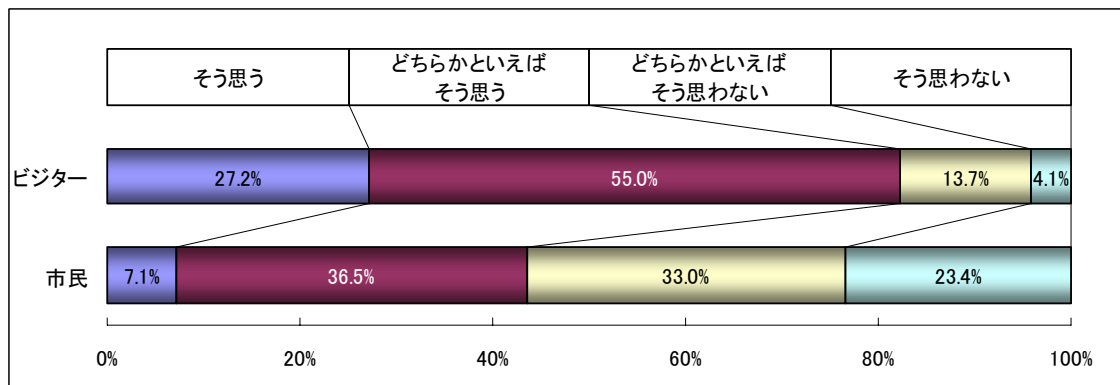
- ・ 市民に比べ、ビジターの評価が高い。
- ・ 他の項目との比較では、市民からは中位程度の評価を得ているが、ビジターはやや低い評価となっている。

ス) 地元の人々が人情豊か



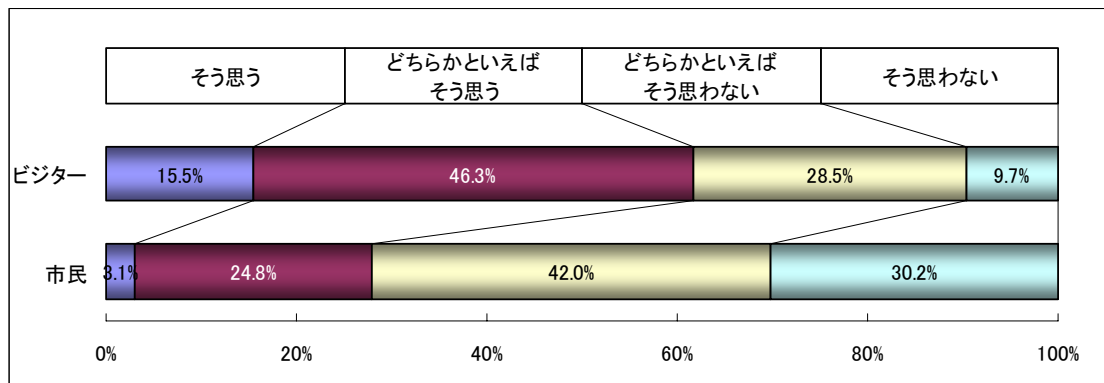
- ・ 「そう思う」、「どちらかといえばそう思う」を合わせた肯定的な評価は、ビジターの評価が市民からの評価に比べわずかに高い。
- ・ 他の項目との比較では、ビジター、市民ともに中位程度の評価となっている。

セ) 街中にゴミが少なく清潔である



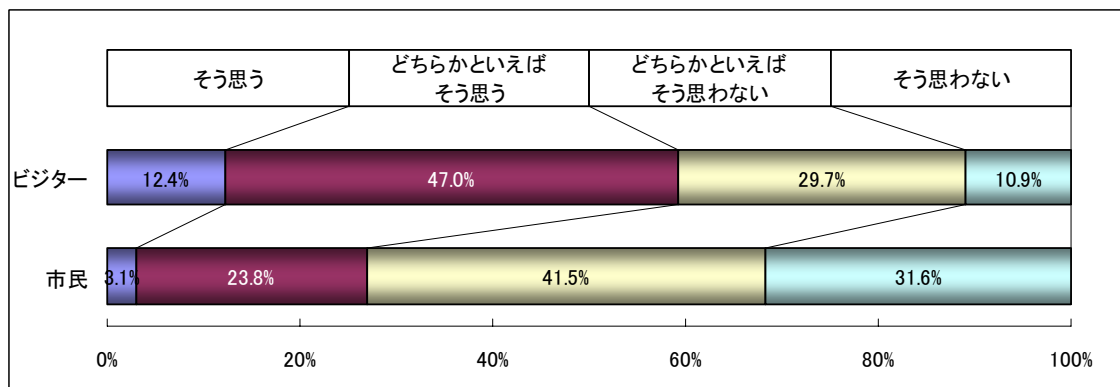
- ・ 市民に比べ、ビジターの評価が高い。
- ・ 他の項目に比べて評価はやや低い。

ソ) 店の看板などがすっきりしていて景観がよい



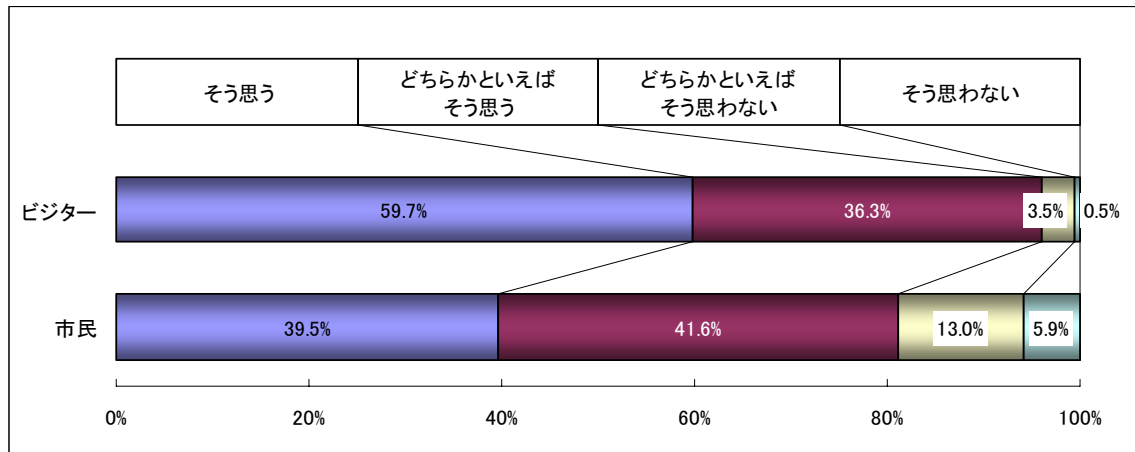
- ・ 市民に比べ、ビジターの評価が高い。
- ・ 他の項目に比べて評価は低い。

タ) PR や情報発信が上手である



- ・ 市民に比べ、ビジターの評価が高い。
- ・ 他の項目に比べて評価は低い。

チ) 観光地として魅力的である

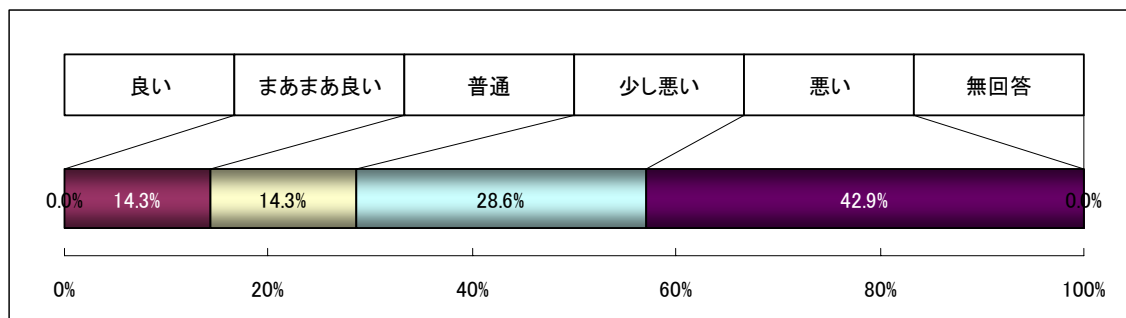


- ・ 市民に比べ、ビジターの評価が高い。
- ・ 他の項目に比べて評価は高めとなっている。

(4) 宿泊施設アンケート集計結果

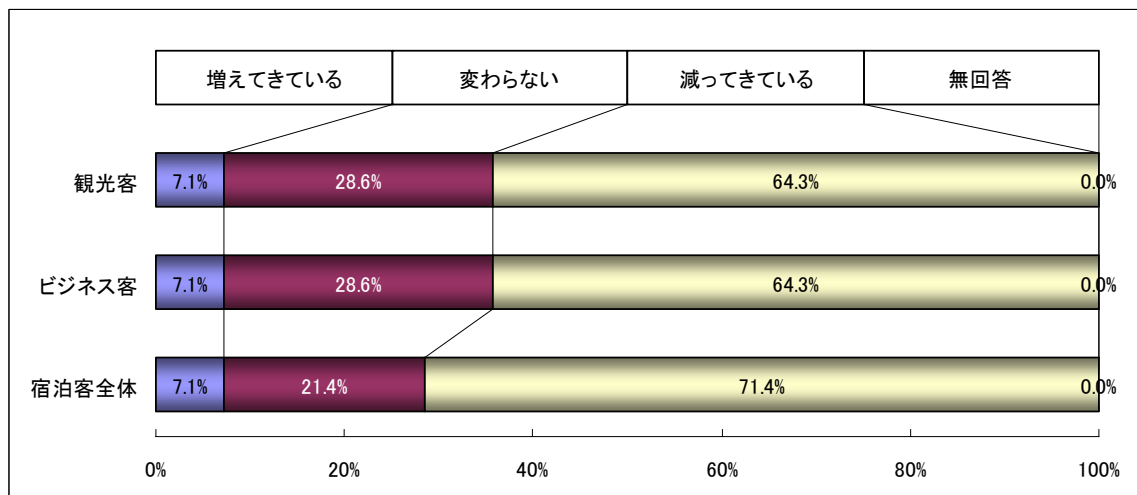
問 1. 現在の長崎市における観光の状況についてどう思われますか。

①良い ②まあまあ良い ③普通 ④少し悪い ⑤悪い



問 2. 宿泊客の状況はどうか。

(観光客) ①増えてきている ②変わらない ③減ってきている
 (ビジネス客) ①増えてきている ②変わらない ③減ってきている
 (宿泊客全体) ①増えてきている ②変わらない ③減ってきている



問3. 平成17年（1～12月）の宿泊予約の受付手段別構成比をお教えてください。

	旅行会社 の手配	インターネット		電話、電子 メールなどでの直 接予約	コンビニ エンス ストアのチ ケット販 売機	その他	計
		自社ホーム ページの予 約システム	「じゃらん」、 「旅の窓口」 などの予約 サイト				
観光客	%	%	%	%	%	%	100%
ビジネス客	%	%	%	%	%	%	100%
宿泊客全体	%	%	%	%	%	%	100%

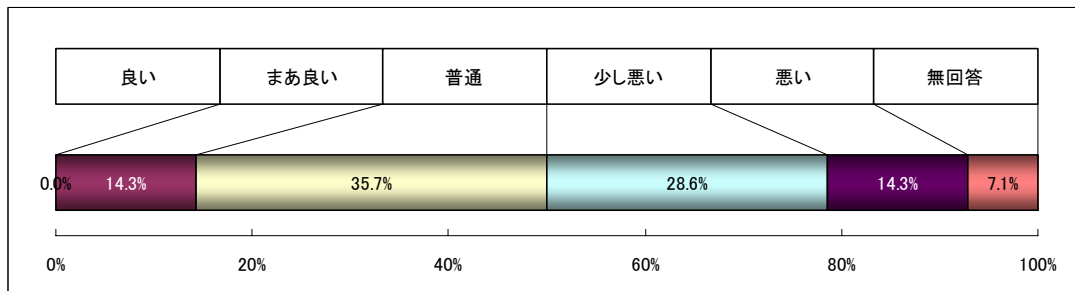
※差し支えない範囲の大まかなデータで結構です。

（単純平均）

	(n)	旅行会社 の手配	インターネット		電話、電子 メールなどでの直 接予約	コンビニエンス ストアのチケット 販売機	その他	計
			自社ホーム ページの予 約システム	「じゃらん」、 「旅の窓口」 などの予約 サイト				
観光客	(11)	33.9%	10.2%	19.6%	28.3%	0.8%	7.1%	100.0%
ビジネス客	(10)	16.1%	11.9%	24.1%	37.3%	0.3%	10.4%	100.0%
全体	(13)	38.8%	10.8%	16.1%	30.7%	1.3%	2.3%	100.0%

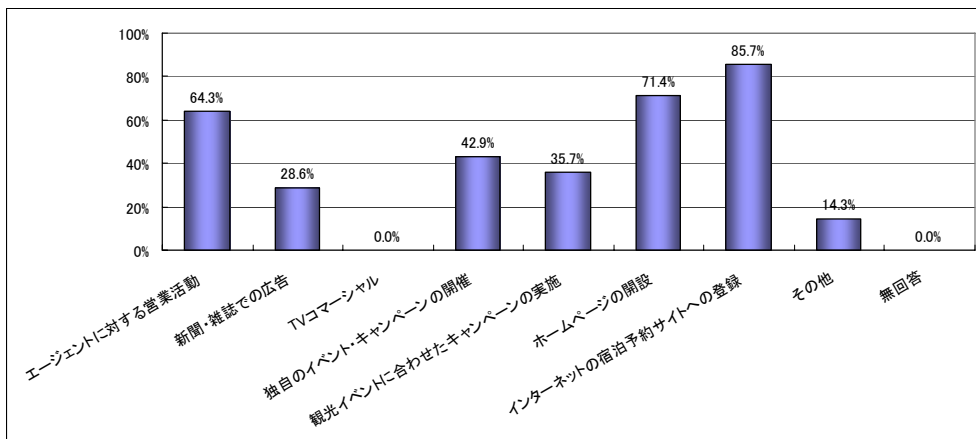
問4. 平成17年（1～12月）の客室稼働状況はどうか。

①良い ②まあ良い ③普通 ④少し悪い ⑤悪い



問5. 集客のためにどのようなことに取り組んでいますか。

- ①エージェン特に対する営業活動 ②新聞・雑誌での広告
 ③TV コマーシャル ④独自のイベント・キャンペーンの開催
 ⑤観光イベントに合わせたキャンペーンの実施
 ⑥ホームページの開設 ⑦インターネットの宿泊予約サイトへの登録
 ⑧その他（ ）



問 6. 長崎市の観光について、現在の問題点や課題などをご記入下さい。

主な回答内容
・ イベント会場への案内板が少なく車でのご来客がわかりにくい、駐車料金が高い など。
・ 全国 CM を大々的に打ち出す。(航空会社、JR 等とのタイアップ)
・ 修学旅行受け入れの見直し。(新企画、提案等盛り込む)
・ 名物、名産等の PR。
・ 以前に比べ、長崎の魅力がなくなっている。
・ 市の観光事業に活力がない。
・ 観光地内をめぐるには石段や坂が多く高齢者に厳しい。
・ 参加型施設 (企画) が少ない。
・ 西九州ルートの確立を急ぐ必要がある。(特に HTB)
・ 中華街のお店が観光客を無視した営業時間で行っている →ランタン期間中でも閉店時間が早い。正月はほとんどの店が休業している。 など
・ 小学校、中学校の授業の中で、必須科目として観光に特化した内容を学ぶことができる環境をつくっていく。
・ 市民、県民が観光地であることを常に意識していると、受け側が何をしなくてはならないのか自然にわかってくる。
・ 21:00 以降、バスを駐車する場所がない。
・ 夜景観光をキャンセルすることが多い。
・ その他コース変更をお願いして 21:00 まで、バスを入れてもらっている。
・ コンベンション施設の整備
・ 官民の一体化
・ 価格競争が前年より厳しくなっており付加価値の高い商品が販売しにくい環境にある。価格よりサービス内容を充実させていくことが重要であると思う。

問 7. 長崎市へのビジター（観光客、ビジネス客）を増やす提案をご記入下さい。

主な回答内容
・ 街並、景観を守ること。長崎は異国情緒あふれるイメージを持たれているので開発しながらもごみのない美しい街にしておかなければいけない。魅力ある観光名所の掘り起こし。体験型のツアーなど。
・ 観光客：隠れている史跡、名所等をクローズアップ PR、掘り起こし
・ ビジネス客：大企業の誘致
・ 市、県でイベントや行事を開催し、そのアピールを市民・県民や他県にも行う。
・ 観光スポットの整備・広報活動の拡大。
・ 国際的コンベンション誘致を定期的に行う。
・ 大会、学会等の誘致を行い、観光客につなげる。
・ 外国人観光客を増やすための活動が必要。バス、電車、JR の交通機関のアナウンス等。
・ バス駐車場を、24 時間にすること。
・ 駐車料金より営業時間を。
・ 企業の誘致
・ ハウステンボス、雲仙との連携
・ 観光客は個人型に移行して、そのウェートが高く、好みも多様化しており、よりきめ細かい対応が求められているのにミスマッチが見られる。改善してゲスト志向のサービスに徹したい。

2. 事業者ヒアリング結果

(1) 旅行代理店（5社）

ヒアリング日時：平成18年1月11日、12日、20日、23日、26日

■長崎市の観光について

- ・ 長崎県美術館、長崎歴史文化博物館、女神大橋の有効活用が重要である。
- ・ 海外からの誘客やコンベンション誘致の推進が必要である。
- ・ 出島地区における景観の統一性の欠如が問題である。

■観光客などの動向

- ・ 観光客が、その土地にしかないものの情報を知っているかどうか重要であり、街や食についてのランク付けなど、意識的な仕掛けが必要である。
- ・ 職場旅行自体も減少している中、職場旅行の行動は小グループ化されてきており、個人旅行の形態と変わらなくなっている。
- ・ グラバー園・原爆資料館などは、1回来れば十分でありリピーターは来ない。再訪を促すには、常に新しいものをうまくアピールしていく必要がある。
- ・ 長崎市の強みは、九州最大の都市・福岡から2時間弱で来ることが可能で、日帰り圏内であるということである。
- ・ 長崎市のみのツアーというものは非常に少なく、ハウステンボスや雲仙との組み合わせとなっている状況である。
- ・ 関西の修学旅行生は、主に沖縄（65～70%）に行っており、その理由としては、平和学習に加え、体験型学習で思い出づくりができるということである。

■旅行代理店としての顧客獲得の方策

- ・ 旅行代理店において、顧客獲得策の検討を行う際、地域内の話し合いが多いので、県外の人にも直接話を聞く機会を設けていきたい。
- ・ 誘客においては、お客様のニーズに応えることが最重要であり、口コミについても有効な情報発信手段である。

■長崎市における課題・問題点

- ・ 案内板を増やす必要がある。
- ・ 全体的に案内表示、サイン関係が分かりにくいいため、改善が必要である。
- ・ 長崎市には、既に観光の土壌があり、それをどう活かしていくかが課題である。
- ・ 長崎市内には大型コンベンションに対応できる施設がないため、施設の充実と対応体

制の構築が必要である。

- ・ 長崎市は、日本本土における「終着駅」であるというコンセプトをもっと活かした取り組みを実施すべきである。
- ・ グラバー園などは坂道が多いため、年配の観光客などは入園せずに坂の下で同行者を待っている場合が多い。何らかの対策・対応が必要である。
- ・ 幅広い観光客の誘客のため、行政による駅前高架広場などのバリアフリー化を推進する必要がある。
- ・ 長崎市の観光地の中で、今後、有望であると思われる外海町について、道中における観光客の楽しみ創出のため、アクセス途中でショッピングや休憩が出来るような施設が必要である。
- ・ 新幹線整備などインフラ整備が非常に大事である。このことにより、ビジネス交流においても飛躍的な伸びが期待される。
- ・ 行政は、グラバー園と原爆資料館といった既存の観光施設だけではなく、他の新たな観光資源についても積極的にアピールすべきである。
- ・ 長崎県美術館や長崎歴史文化博物館などは、九州国立博物館との連携企画などによりもっと九州外からの誘客効果が期待できる。
- ・ 長崎市内の店舗の閉店時間が早すぎるため、観光客が夜に楽しめるスポットが不足しており、今後検討が必要である。
- ・ 長崎にはジャンボ飛行機が就航していないことから、人数の多い学校の修学旅行に対応できない上、航空運賃も高い点が誘客における弱点である。

■今後、長崎市へ観光客を呼び込むには

- ・ 観光パンフレットなどは旅行業者を活用し、各業者の全国の支店の窓口に置いてもらうことも検討する必要がある。
- ・ 誘客に向けた宿泊施設間での協調と地域全体としての盛り上がりが重要である。
- ・ 宿泊施設や飲食店のそれぞれの経営者が、店舗イメージを改善し、客を呼び込もうという意識を持たなければ、街全体が他から客を呼び込む活力に欠けることとなる。
- ・ 新たな長崎観光のイメージの創出が必要である。
- ・ インターネットを活用した観光情報の提供において、観光客の気を引くような工夫が必要である。
- ・ 修学旅行を誘致するには、体験型のメニューを加える必要がある。
- ・ 長崎には日本初のものが多くあり、日本初を巡るコースと体験型観光の組み合わせによる誘客が有効であると思う。

(2) 交通関連事業所（6社）

ヒアリング日時：平成18年1月16日、17日、18日、20日

■長崎市の観光について

- ・ 修学旅行で長崎を訪れる観光客は全体的に減少しており、特に中学・高校においては、飛行機利用が解禁されたことにより、旅行先が沖縄・北海道に移行している。
- ・ 今後は、中国や韓国からの観光客が増えると思われるため、案内標識や説明文などについて、中国語や韓国語での対応が必要である。

■観光客などの動向

- ・ 団体旅行では、特に企業の慰安旅行が大幅に減少している。
- ・ 交通事業者において、船会社と提携して熊本と島原の周遊ルートを検討する動きもある。
- ・ 観光客が本来ビジネス需要向けのホテルパックに流れ、旅行商品が低迷している。
- ・ インターネットなどによる情報入手が容易となったことが、旅行形態の団体・グループから個人への移行の要因となっている。
- ・ バスによる集団周遊からタクシーを利用したグループでの周遊という形態に移行している。
- ・ 定期観光バスは、色々な観光地を短時間で回ることから駆け足になっており、「観光の時間が短い」という意見がある。

■顧客獲得戦略について

- ・ 旅行代理店は、まず、九州へどう誘客するかということに知恵を絞っており、その後、長崎、鹿児島などへ持ってくるという順序である。
- ・ 旅行代理店が欲しがっている観光商品は新しい施設であり、長崎歴史文化博物館などは、九州国立博物館と連携して「博物館巡りの旅」など考えられる。
- ・ 他都市で走っていた路面電車車両を活用した「ながさき路面電車まつり」などのイベントを開催している。
- ・ 利用者の利便性向上を図るため、低床車の導入や電停へのスロープ設置など、バリアフリー化に取り組んでいる。
- ・ 平成18年1月末から各電停にQRコードを掲示し、携帯電話によって観光施設までの道順や1日乗車券の販売所などを案内する「観光ナビ」を導入する予定である。
- ・ 交通事業者としては、「聖地巡り」やホームヘルパー資格者を活用したバリアフリー観光などにも力を入れていく予定である。

■長崎市における課題・問題点

- ・ 案内板が少なく、分かりにくい。パンフレットなどには、周辺の観光地図を記載するなどの工夫が必要である。
- ・ 長崎市の道路整備については、バスが入ることのできない史跡・名所が多いのが課題である。
- ・ JR 長崎駅におけるバス駐車場や観光地周辺における駐車スペースの確保が課題である。観光客が駐車場探しに苦労すれば、リピーターにはなり得ない。
- ・ 手軽な交通手段として貸し自転車の需要は少なからずあると思われるが、観光地周辺などへの駐輪場の整備が必要である。
- ・ 自家用車利用の観光客を、いかに取り込むかが一番の課題である。
- ・ 長崎駅前、諏訪神社下など 5 電停で歩道橋や地下道のみのアクセスとなっており、バリアフリー化がなされていない。
- ・ 夜間に営業している飲食店や土産物品店が少なく、観光客が楽しめるスポットが少ないことが課題である。
- ・ 神戸・横浜の中華街では長崎と違い、路上販売、食べ歩きが多く見られる。
- ・ 長崎市において、地域での統一感がなく、南山手・東山手などでは鉄筋のビルが増え、景観を壊している。

■今後、長崎市へ観光客を呼び込むには

- ・ 長崎県美術館や長崎歴史文化博物館、女神大橋など、新たな観光資源をアピールする必要がある。
- ・ 旅行代理店などにおいても、多様化する観光客のニーズに対応するため、他地域との連携によるルートの開発・提案が必要である。
- ・ 観光客が長崎の異国情緒を感じることが出来るように、グラバー園ではレトロな服装、出島では江戸時代の服装とするなど、トータルでの雰囲気づくりが必要である。

■その他

- ・ 旅行代理店や交通事業者において、新たな観光商品を開発するには最低 3 ヶ月必要であるため、新しい施設やイベントの情報については行政がとりまとめ、その前までに情報提供して欲しい。
- ・ 旅行代理店向け（できれば一般向けでも）の市内宿泊施設の空き情報を閲覧できるシステム構築が必要である。
- ・ 旅行代理店などに対しては、案内文（紙ベース）だけではなく、直接面談し、観光情報など PR する必要がある。

(3) メディア関連（５社）

ヒアリング日時：平成 18 年 1 月 13 日、16 日、18 日、25 日

■観光客の動向

- ・ 観光客の満足度を向上させるためには、ガイドに対する、接客・もてなしについての教育が必要である。
- ・ グラバー園等の定番観光スポットのみに頼るのではなく、新たな観光施設、催しなどの開発が必要である。
- ・ 長崎市内で人気があるのは中華街（新地）と南山手。この２ヶ所は「食」「文化」「歴史」など、トータル的に長崎を象徴する場所となっている。

■情報発信について

- ・ タウン誌のネットワークを活用するなど、全国的に長崎の観光情報を発信する手法を検討する必要がある。
- ・ 観光情報の PR については、中身にもましてイメージが重要である。
- ・ メディアとしては、既存の観光スポット・イベントのみを取り上げるのではなく、新しい観光情報を PR するよう心掛けている。
- ・ テレビ番組の中で、ホームビデオやデジタルカメラを活用した、市民の方からの投稿による長崎の隠れた魅力探しも実施している。
- ・ 中国・韓国にも長崎観光の魅力を伝える発信方法を検討したい。
- ・ 観光客は、ガイドブックを見れば代表的な観光スポットなどは分かるが、「食」について十分な情報を得ることが出来ない。
- ・ 視聴者の興味としては「観光スポット」より「食」にあり、メディアとしては、「食」に関する情報発信が多い状況である。

■外国からの集客について

- ・ 外国メディアの駐在員に対して観光 PR を行うことが外国人観光客の誘客には効果的である。
- ・ 中国、台湾から観光客を誘客するためには、観光 PR において、孫文をもっと前面に出し、長崎に親しみを持ってもらうことも必要がある。
- ・ 外国人観光客が興味を持つような、長崎らしい観光資源づくりが重要である。

■長崎市における課題・問題点

- ・ 案内板・サイン関係は不備が多く、長崎に到着したばかりの観光客を観光スポットへと誘導する仕掛けが必要である。

- ・ 市内に長崎を象徴するようなホテルがないことも課題の一つである。
- ・ 観光ルートについて、ストーリー性や時代性に沿ったルートづくりが必要である。
- ・ 宿泊施設において、現在主流となっている個人観光客への対応が不十分である。
- ・ 行政が作成しているガイドブックや地図は、観光客の視点に立ったデザイン、内容となっていないため、使いにくい。
- ・ 路面電車などの外観をレトロ風にするなど、長崎らしさを醸し出す工夫が必要である。
- ・ 民間で観光専門の組織を作り、観光イベントなどの計画から企画・PR・開催まで一貫して実施する体制の整備も検討する必要がある。
- ・ 観光客の目的地間移動における負担軽減を図るための交通機関の充実及び交通機関の運転手等における、「長崎の顔」としての自覚が重要である。
- ・ 行政において、観光客の利便性ばかりを重視するあまり、観光資源本来の魅力を低下させることがないよう配慮する必要がある。
- ・ 観光客が、水産県長崎を感じることが出来るような仕掛けが必要である。
- ・ 行政において、長崎観光の魅力向上のため、他市などと連携した広域観光にさらに取り組む必要がある。

■今後、長崎市へ観光客を呼び込むには

- ・ 観光振興については、民間主導（特に交通事業者・宿泊施設が中心）でやる必要がある。
- ・ 民間における観光商品開発と、行政による受け皿づくりが必要である。
- ・ 観光客に対して長崎観光の「イメージ」をどう伝えるかが重要であり、「行ってみよう」と思わせる仕掛けが必要である。
- ・ 長崎市には日本人が元々持っている感性をくすぐるような素材（自然・癒される雰囲気・歴史）があるが、まずは、市民にそれらを知ってもらい、口コミで感動を広げていく仕組み構築が必要である。
- ・ 官民一体となって、新たな観光スポット、イベントづくりに取り組み、観光客における長崎の魅力向上を図る必要がある。
- ・ 観光客が、夫婦で長崎を訪問し、長期滞在するような新たな観光プラン作りと、それらを全国にPRしていく仕組みの構築が必要である。
- ・ 長崎市が、平和学習都市として、また、日本のみでなく広くアジアまでの範囲における「修学旅行のメッカ」としての地位確立を図ることが重要である。
- ・ 中国企業の役員会の研修旅行として、三菱造船所見学と温泉保養を兼ねた観光プランなどを提案し、長崎市への誘客を図る必要がある。

3. 外国人に対するグループヒアリング結果

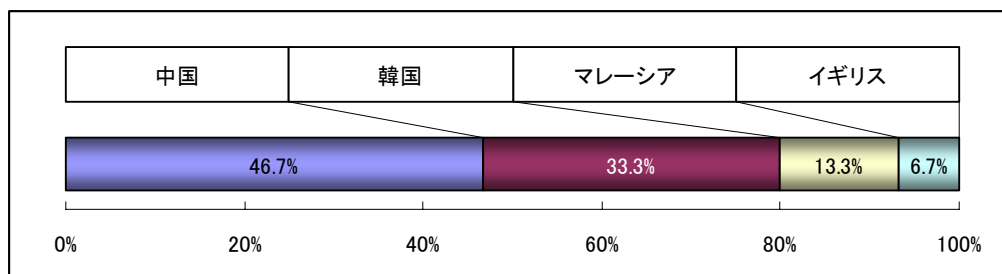
ヒアリング日時：平成 18 年 1 月 27 日（金）19:00～21:00

ヒアリング場所：東山手「地球館」

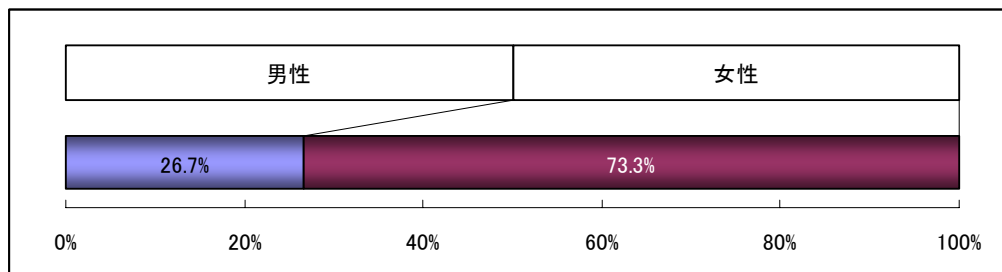
※ 東アジアからの留学生を中心とする 15 名の外国人に対し、参集のうえアンケートを記入していただいた後、グループヒアリングを実施した。

<対象者属性>

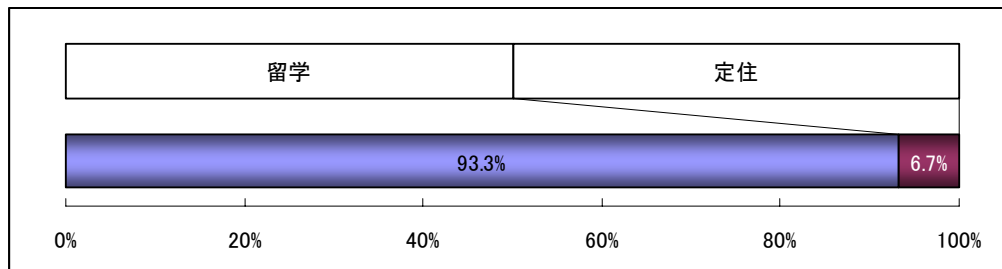
①出身国



②性別



③長崎滞在の目的



④長崎への滞在期間

滞在期間	回答数
1 年未満	7
1 年以上 2 年未満	1
2 年以上 3 年未満	4
3 年以上 4 年未満	1
4 年以上 5 年未満	1
13 年	1
計	15

■グループヒアリング結果：長崎の知名度

長崎が日本のどこにあるか知っていた	3 人/15 人
“長崎” という名前だけは知っていた	12 人/15 人

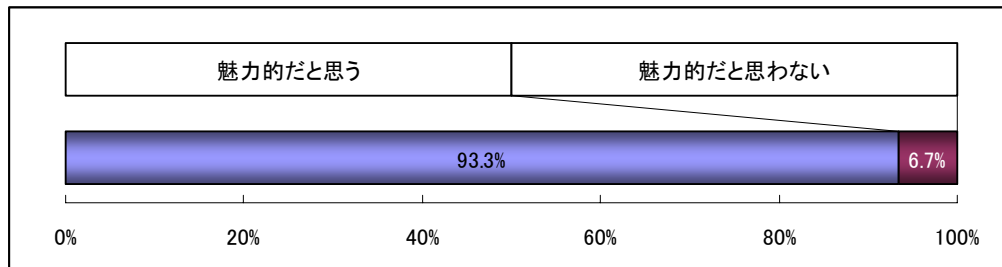
※ 「長崎」という名前の知名度は高いが、場所や土地柄などは、ほとんど知られていない。

※ 地名を知っていた外国人のほとんどが「原爆が投下された都市」とのイメージ。

■グループヒアリング結果：長崎の印象

- ・ 坂が多い。
- ・ 海がきれい。
- ・ 魚が新鮮で美味しく、安い。
- ・ 住んでいる人々がのんびりしている。
- ・ 祭り好きの土地柄である。
- ・ 交通の便が悪く、駐車場が整備されていない（駐車場の数の問題、場所が判りにくい）。
- ・ 家賃が高い。
- ・ デパートの閉店時間が早すぎる。銀行の ATM も閉まるのが早い、せめて 22 時まででは開けておくべきである。また、公共交通機関の最終が 23 時と、これもまた早すぎる。
- ・ 長崎の商店の中には、日曜日など、一般の人が休みである一番の稼ぎ時に閉まっている店舗があり、常識ではとても考えられない。
- ・ 長崎の道（特に坂道）は夜、大変暗い。
- ・ 信号が多すぎる上に、待ち時間が大変長い。
- ・ 長崎に住んで、「嫌な思い」をしたことはあまりない。ただし、日本語を話せない欧米人が道を尋ねようとしていたとき、それを見て引き返す（避ける）日本人がいたのを見て悲しくなった。

＜設問：長崎は観光地として魅力的だと思うか。また、思う（思わない）理由＞



魅力的だと思う理由

出身国	主な理由
中国	・昔から中国、オランダと深く結びつき、長崎の食文化や建物建設などに影響し、独自の融合文化を生み出した。
中国	・歴史的なものがたくさんあるし、中華街もある。
韓国	・魅力的ですけど、観光地が少し少ない感じがする。
中国	・歴史的遺産が多い。 ・華和洋の文化が多彩。
マレーシア	・原爆資料館に行ってみたい人がたくさんいると思う。（世界的によく知られている。）
マレーシア	・色々なところがあるし、県産物は他の県にも負けないと思う。
中国	・被爆地なので、原爆資料館があり、教育の面ではとても有意義だと思う。そして、昔からよく外国との交流があり、各国の文化の跡がたくさん残っている。
韓国	・日本のものと西洋のものが合わさっている。 ・ハウステンボスは世界的に有名な観光地として知られている。
韓国	・昔、外国との貿易が多かったため、歴史的建物など色々な見どころが多い。
イギリス	・歴史がある。 ・自然がとてもきれい。
韓国	・歴史上、外国との交流も多かったし、海辺の町なので。
中国	・歴史的な建物、平和町の印象、海や緑地、他文化の融合、おいしい海のものなど。
中国	・自然の風景は美しいし、物価は他の町ほど高くない。
中国	・たくさんイベントがあり、人もとても親切。

魅力的だと思わない理由

出身国	主な理由
韓国	・日本の中では被爆地として平和のイメージや外国文明の開放が早かったのが有名かも知れませんが、外国人観光客にとっては魅力的ではないと思う。

■グループヒアリング結果：日本への旅行形態について

- ・ 東京・大阪を観光してから長崎に来て、料金が高いので、他の九州地域を見て回るということは、まずない。
- ・ 外国人旅行者は、京都・奈良など、長崎よりももっと日本的な街へ行きたいものである。ただし、長崎が中国文化・西洋文化が混在している街だからといって中途半端な街ということではなく、日本の文化も感じられる街であることには間違いない。
- ・ 団体旅行はともかく、個人旅行では有料でもガイドを依頼した方が便利である。

■グループヒアリング結果：長崎の観光について

- ・ 外国人にとって、日本の都市の中では、東京・大阪・神戸・横浜などの印象があまりにも強すぎて、長崎はそれらに隠れてしまっている。
- ・ ランタンフェスティバルは中国絡みの祭りなので、“日本”を目的に観光に来ている外国人にとっては目的に合わない。
- ・ 「長崎くんち」などは、日本・西洋・中国が混在した珍しい祭りなのに、アピールが下手である。
- ・ 中華街は、歩いて 10 分もあれば全て見て回れてしまい、規模があまりにも小さい。また、食事の値段は高い上、販売している商品数も少ない。来てみて大変がっかりする場所である。
- ・ マレーシアの学校からは毎年 20 名前後、東京と長崎に別れてホームステイや観光を行うプログラムが実施されている。
- ・ 長崎市は、九州の他の地域と手を組んでもっとイメージアップを図るべきである。
- ・ 長崎市のイメージは「原爆」と「食」というイメージが強い。
- ・ 長崎市内の主要観光地へ電車を利用する回数は 3 回あれば十分なのに、1 日乗車券の 500 円は高すぎる。観光地の入場チケットと合わせて 1,000～1,500 円程度で販売してみてもどうか。また、観光施設を含めての 2 日券の販売を考えてみてはどうだろうか。
- ・ 長崎市内における観光案内所の存在が全く目立っていない。駅の向かい側のビルにあることを、今日、初めて知った。
- ・ 看板が分かりにくい。もっとハッキリとしたものにすべきである。例えば、「〇〇まであと～m」など。例を挙げると、平和公園など、「こちら□□□」と矢印は出ているが、まさか、あの松山からの階段を上った所にあるとは思わない。外国人には難しい。また、唐人屋敷界限なども大変分かりにくく、迷っている観光客をよく見かける。
- ・ 長崎市内には、案内板そのものがまだまだ少なく、車での観光は厳しい。

- ・ 長崎市は観光地であるにも関わらず、公共交通機関における外国人向けの車内アナウンスが少ない。
- ・ 観光の目玉であるはずの平和公園一帯も、広島と比較するととまっていない上、公園と資料館の間が離れており分かりにくい。離れているのなら、もっと一帯を整備し、初心者にも周遊しやすくする工夫が必要である。
- ・ 寺町界限では、車が猛スピードで走り抜けていくのを、よく見かける。安心して観光できない。
- ・ 夜景を売り物にしているが、稲佐山の頂上までは一般の車は入れない。それなのに、ロープウェイ・スカイウェイの営業時間が短い。

<設問：家族や友人・知人を連れて行きたい場所>

連れて行きたい場所	回答数	連れて行きたい場所	回答数
グラバー園	10	お寺・寺町風致区	2
ハウステンボス	7	孔子廟	1
雲仙	5	出島	1
島原	2	出島ワープ	1
オランダ坂	2	東山手、南山手住宅群	1
水辺の森公園	2	野母崎	1
中華街	2	温泉	1
唐人屋敷	2	京都	1
美術館	2	五島	1
長崎歴史文化博物館	2	広島	1
平和公園	2	東京	1

■グループヒアリング結果

- ・ 温泉はとても気持ちよく、大変珍しい。皆、裸で入るのが外国ではとても考えられない。水着で入れる温泉を整備すると良いのではないかな。
- ・ 外国にも温泉はあるのだが、長崎にある、海が見える露天風呂というものはない。しかし、露天風呂に限っていえば、日帰りの施設を探すことは難しい。

※温泉については、ほとんどの参加者が「珍しい」、「気持ちいい」など好印象を持っている。

＜設問：家族や友人・知人に食べさせたいもの（おいしいと思った食べ物・飲み物）＞

食べさせたいもの	回答数	食べさせたいもの	回答数
ちゃんぽん	6	おでん	1
角煮・角煮まんじゅう	5	すき焼き	1
魚・刺身	4	たらこ	1
たこ焼き	3	メロンパン	1
カステラ	3	寿司	1
お好み焼き	2	焼きそば	1
ちくわ	2	焼き鳥	1
卓袱料理	2	湯たこ	1
果物	2	煎餅	1
かまぼこ	1	茶碗蒸し	1
うどん	1		

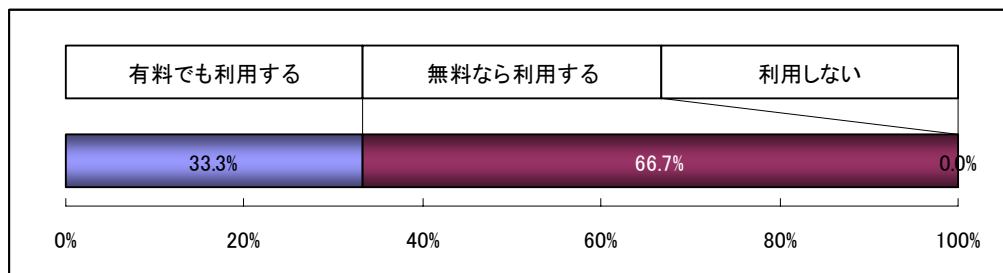
＜設問：家族や友人・知人に持って帰りたい土産物＞

持って帰りたい土産物	回答数	持って帰りたい土産物	回答数
カステラ	9	チョコレート	1
角煮・角煮まんじゅう	4	ハウステンボスのチーズケーキ	1
ちゃんぽん	3	ファッショングッズ	1
家電製品	2	干物	1
陶磁器	2	皿うどん	1
お酒・日本酒	2	着物	1
日本刀	2	日本をイメージするTシャツ	1
びわゼリー	1	納豆	1

■グループヒアリング結果：母国でも人気の商品

- ・ 韓国にはカステラがある。長崎のカステラは日本において有名であるが、韓国人の口からすると、韓国製のカステラと何ら変わらない味である。
- ・ 中国では酒類市場ではビールばかり売られているので、焼酎・チューハイなどが有効なのではないか。
- ・ 角煮などおいしいと思うが、肉類なので、日本国外へ持ち出すのは大変難しい。
- ・ 中国では、料理をするとき「材料を刻む」から始めるので大変手間がかかる。レトルト食品、「混ぜるだけ」など、調理が簡単な食品の輸出は有望ではないか。中国への中華料理の輸出などおもしろいと思う。

<設問：観光ガイドに対するニーズ>

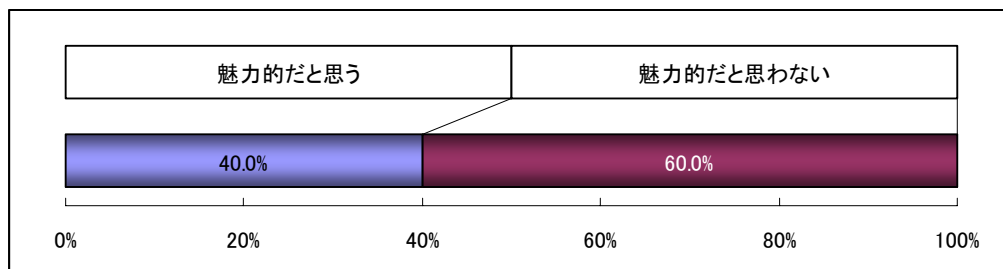


※「無料なら利用する」への回答者のうち1名は、「専門のガイドならば、有料でも利用する」との回答

「有料でも利用する」の場合の上限金額

上限	回答数
500 円	1
1,500 円	1
5,000 円	1
10,000 円	1

<設問：長崎は就職・起業の場として魅力的だと思うか。また、思う（思わない）理由>



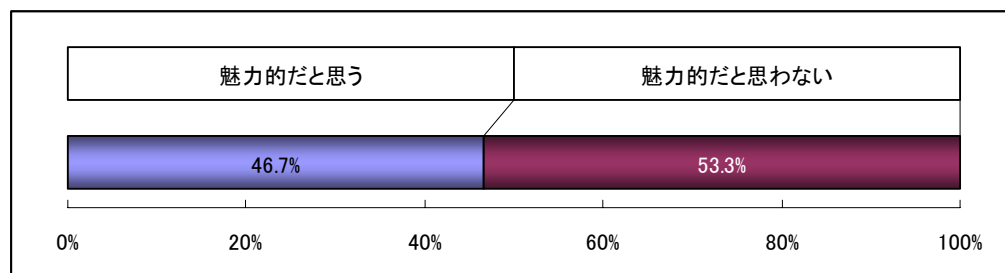
魅力的だと思う理由

出身国	主な理由
韓国	・日本の中で物価があまり高くはないと感じているため。
イギリス	・場所がいいと思う。(中国、韓国に近い)
中国	・静かできれいな町である。緑地なども豊かで、自然とともに生きていける町だと思う。
中国	・長崎人は親切だし、仕事のストレスが少ない。
中国	・就職先としては住みやすい。周りの人もとても親切。 ・起業としては、長崎は色々発展潜在力があると思う。特に観光事業。

魅力的だと思わない理由

出身国	主な理由
中国	・交通が不便で若者が少ない。
中国	・自然的な条件が欠けている。
韓国	・もっと大きな都市で就職したい。
中国	・交通の便が悪い。 ・水道料金が高い。 ・人口数が減少している。 ・商店数過度競争。
マレーシア	・自分が自動車メーカーに就職したいが、長崎には自動車メーカーの工場がないから。
中国	・商業はあまり発達していないと思う。
韓国	・就職したいと思う会社がありません。
韓国	・長崎は悪くはないが、私の目から見たところ、これといった特徴がありません。
韓国	・就職はもっと大きい都市に勤めたい。

設問：（帰国したとして）長崎はビジネスの場として魅力的だと思うか。また、思う（思わない）理由



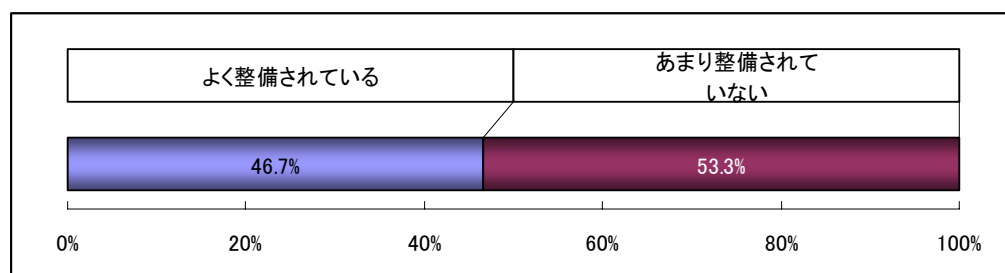
魅力的だと思う理由

出身国	主な理由
中国	・国際的、新しい物事に対して受入が早い。
韓国	・歴史的な観点から見ると十分魅力的だと思う。
中国	・ビジネス業種次第である。
マレーシア	・色々な国の料理レストランがあるから。
韓国	・韓国から近い港なので。 ・特に、夏は8～9月までも海水浴ができるので（韓国は海が寒くなる）、韓国人向けのバカンスプログラムがあったら良いと思う。
中国	・中国とは近くて、多くのビジネスチャンスがありそうだと思う。
中国	・中国政府側は、現在、長崎との交流はもっと親しくなるように努力しているらしい。これからも色々ビジネスチャンスが増えてくると思う。

魅力的だと思わない理由

出身国	主な理由
中国	・やはり観光地として発展した方がいいと思う。
韓国	・外国からのつながりが良くないと思う。
マレーシア	・もっと大きな都市と比べれば、ビジネスの場として魅力的ではない。
中国	・水産業。 ・洋風の建造物や中華街のような異国の文化の跡が残っているから、観光業も結構魅力的だと思う。
韓国	・今はそう思わないが、もし観光に向かって力を入れれば長崎は観光のビジネスの面でも魅力的なところになると思う。
韓国	・決して悪いとは思わない。しかし、長崎が人を呼び寄せられる魅力を持っているとも思えない。どちらかというと普通である。
イギリス	・母国と離れているから。
中国	・長崎にある企業があまり多くないため。

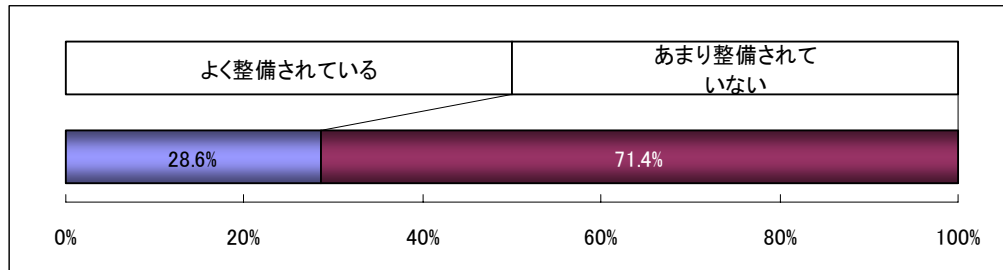
<設問：市内・観光地などの案内板の整備状況>



どのような点で整備されていないか

出身国	どのような点で
中国	・坂道や比較的有名な場所の案内板、説明が少ない。
中国	・坂が多くて、場所を探すのが難しい。 ・案内板など図をたくさん設置した方がいいと思う。
中国	・案内板はよく整備されているが、観光地内でも安心して散歩できる環境はできていない。
マレーシア	・長崎に初めて来る人には観光地に行く方法が分かりにくい。案内板が少なすぎる。
韓国	・地図や案内板は複雑で分かりにくかったし、周りの人々に聞いた方がもっと分かりやすかった。
イギリス	・最近よくなったけど、案内板など分かりにくい。英語の間違いが多くちょっと恥ずかしい時がある。
中国	・観光地は多いが、総体的イメージがないと思う。そして、旅行者用の地図はあまり見にくいと思う。電車の路線図も同様である。
中国	・バスの中などに、交通情報が少ない。

設問：帰国等国外へ移動するときの交通情報（公共交通機関や道路標識等）の多言語対応について



どのような点で整備されていないか

出身国	どのような点で
中国	・長崎空港からの出発便が無いため、いつも福岡から帰国する。
中国	・英語しか流れていない。
韓国	・空港（長崎、福岡）から長崎までの移動情報、長崎市内の電車以外の交通情報（例えば、バスの経由地、値段）が少ない。
中国	・長崎空港へのバスの中での案内について、英語はあったが中国語はなかった。リレーつばめは、日中韓3ヶ国語流しているのはとてもいい。
韓国	・言語対応の面でみれば、チラシなどはほかの言語で書いてあるものもあるが、その数は少なく、特に、外国語を使える人があまりいなかった。
イギリス	・分かりにくい。長崎の国際性はどこに消えたのか、と思うときがある。
韓国	・韓国から来る時、福岡経由ではない場合、飛行機などの情報が足りない気がする。釜山からの直行便（飛行機）がないのは不便だと思う。
中国	・JR、バスや空港でも多言語対応があまり整備されていないと思う。
中国	・バス、電車で多言語対応が少ない。

設問：日本では手に入らない物を本国から調達する場合のリードタイム（所要期間）について

出身国	リードタイム	品物	リードタイムへの満足度	リードタイムが長すぎる場合、その原因
中国	1日			
中国	7日	調味料など	満足	
中国	7日	服、食べ物	不満	航空便だったら中国の上海から、一番早いのは一週間くらいかかり、時間がかかりすぎる。
中国	20日	食べ物	不満	
中国	30日	食品（中国本場のお茶など）	不満	海運だから時間がかかるが、航空便だと価格が高い。
中国	100日	調味料など	満足	
中国	分からない			
韓国	2～3日	食べ物	満足	
韓国	3日	食べ物	満足	

出身国	リードタイム	品物	リードタイムへの満足度	リードタイムが長すぎる場合、その原因
韓国	3日	韓国ラーメン、キムチ	満足	
韓国	4日	食べ物	満足	
韓国	5日	色々なもの	満足	
マレーシア	5日	食品、調味料	満足	
マレーシア	5日	調味料等、食べ物など	満足	
イギリス	5～7日	食べ物	満足	

設問：日本（長崎）へより多くの観光客・ビジネス客に来ていただくために解決が必要な問題点や増客のアイデアなどについて

出身国	主な回答
中国	・長崎の独自の文化を外界に知らせる宣伝が必要。 ・長崎に来る前、「長崎は原爆投下されたことがある」ことしか知らなかった。
中国	・より便利な交通手段やコミュニケーション場などを整備してほしい。
韓国	・大きな国際ビジネスセンターを建てて、海外に国際ビジネスの都市というイメージを知らせる方がいいと思う。
韓国	・長崎だけで2泊くらいは十分できるぐらいの観光地や食べ物のパックがもっと多ければ色々な人々が来ると思う。
中国	・一番大切なのは、長崎という街の魅力である。「長崎市にしかないもの」をアピールすべき。 ・歴史的な遺産をもっと大切に。 例：出島は国宝の指定も受けて（注：国宝ではなく、国指定史跡）、復元までいつている。一方、唐人屋敷は放棄されているまま。寺町も一緒。 ・安心して歩けるまちづくりをして欲しい。「線」だけでなく、「面」への広がりが見込まれている。 - アイデア：長崎新幹線ができる前に、商業施設を魅力的に作らないと、買い物客の福岡への流れは防げない。
マレーシア	・長崎空港を国際空港にする。 ・新幹線の整備。 ・外国の雑誌やテレビに長崎の魅力的なところを宣伝。
マレーシア	・長崎といえば、平和公園だというイメージが強い。 ・長崎は被爆地ということ以外にも色々な観光資源があるということをもっとアピールすべきである。 ・アイデアとしては、テレビあるいはインターネット上の宣伝をもっと積極的に活用し、アピールすべき。 ・県産品を全国に紹介して、長崎県内だけでなく全国に販売する必要がある。
中国	・重要文化財の保護や国際都市になれるような工夫が必要である。
韓国	・長崎は日本（東洋）のものと西洋のものが融合している街だと言われるが、あまり発展していないこともありそう。 ・チャンポンなどの食べ物は外国人の口に合うように色々な味を開発（→新しい味をつくる）する工夫も必要。
韓国	・長崎に留学する前までは、長崎という都市があることさえ知らなかった。 ・多分、私のような人は多いと思うが、一回来て、住んでみると長崎はすばらしい所だということが分かってくるはずだが、そのチャンスはそんなに多くないと思う。 ・九州は福岡が全てではないこと、「長崎」という所もあるということを外国人にアピールするのが一番大事なことである。

出身国	主な回答
イギリス	・国際線の増加。 ・関西空港や成田空港への簡単な乗り継ぎが必要。 ・安いホテルの充実。 ・英語を話せる人の増加。
韓国	・交通機関が増えたらもっと多くの人が訪れると思う。
中国	・長崎の良さを更にアピールし、外国にメッセージを伝えていく必要がある。 ・中国の個人旅行ができれば、もっと中国の観光客が増えるのではないかと思います。 ・そして、長崎の整体的な（全体の）イメージが欠けていると思います。
中国	・長崎灯会のような活動や行事が多ければ、長崎へ観光に来る人は多くなると思う。 - また、長崎にある企業も少ないし、ビジネスで来る人は少ない。もし、企業や貿易の交流を拡大すれば、もっといいと思う。
中国	・ボランティアガイドの充実。 ・良い観光都市になるために、市民、企業の支援と意識が必要。

■グループヒアリング結果：長崎への誘客策

- ・ 長崎市の観光地は1度行けば十分、とよく言われるが、若者が行く娯楽施設やカフェが少ないので、そういったところを見直してみてもどうか。今の長崎市には若者が行く所が全く無い。
- ・ もっと、中国色を全面に打ち出してみてもどうだろうか。唐人屋敷界隈の活用が、全くされていない。夜の新しい観光として、唐人屋敷界隈にて京劇や雑伎団などのショーを開催できるようにすれば良いのでは。このような仕掛けは、日本国内の他の地域には無く、長崎市独自のものとなる。
- ・ 丸山地域において、京都のように町中に芸者を歩かせてみるのはどうか。丸山は歴史のある地域なので、日本人・外国人共に喜ばれるものになる。
- ・ 外国人にとって、やはり「フジヤマ、ゲイシャ」のイメージは強い。長崎には丸山の歴史があるが、どうすれば芸者を見られるのか分からない。気軽に体験できるメニューを作ってみてもどうか。