

長崎寄港クルーズ船 中国人乗客アンケートについて

当研究所はこのほど、クルーズ船で来日する中国人乗客の長崎上陸時の観光行動等を把握する目的で、長崎新聞社と共同してアンケート調査を実施した。本稿ではその集計結果を紹介する。

【 調査 の 概 要 】

調査対象：長崎港に寄港した中国発着国際観光クルーズ船の乗客。

下記の2隻の乗船客のうち188人から回答を得た（うち、客船乗務員、添乗員、非中国居住者を除いた有効回答数は181人）。

調査実施日	船名	トン数	乗客定員	調査実施時間
2月20日	クァンタム・オブ・ザ・シーズ	169千トン	4,180人	14:30～17:30
2月21日	コスタ・アトランチカ	86千トン	2,680人	12:30～15:30

調査方法：観光等を終えて帰船する乗客を松が枝ターミナル付近で待受け、調査員（中国人留学生）が中国語でヒアリングを行い、アンケートを実施。

調査事項：○属性（性別、年代、職業等）

○日本や長崎への来訪回数

○観光した場所、長崎観光の満足度、買い物をした場所、食事をした場所、食事や買物の金額等

回答者の属性

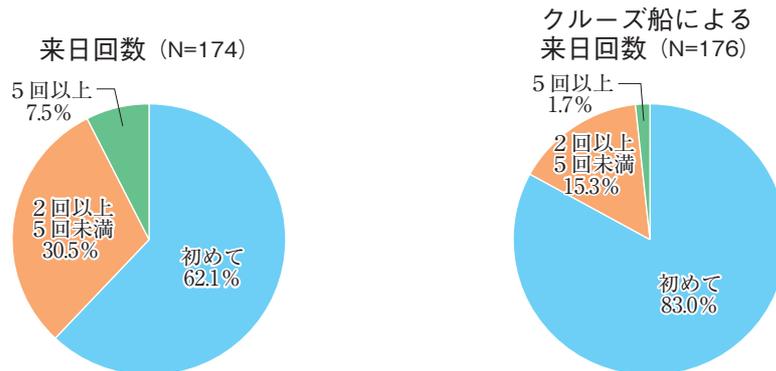
種別	人数	割合(無回答除く)(%)
全体	181	100
性別		
男性	56	30.9
女性	125	69.1
年齢		
10歳代	5	2.8
20歳代	23	12.8
30歳代	51	28.3
40歳代	20	11.1
50歳代	29	16.1
60歳代	43	23.9
70歳以上	9	5
無回答	1	

種別	人数	割合(無回答除く)(%)
職業		
会社役員	8	4.4
会社員	58	32.2
公務員	18	10
自営業	7	3.9
専業主婦	6	3.3
学生	7	3.9
無職	59	32.8
その他	17	9.4
無回答	1	

（職業の「無職」には定年退職者を含む）

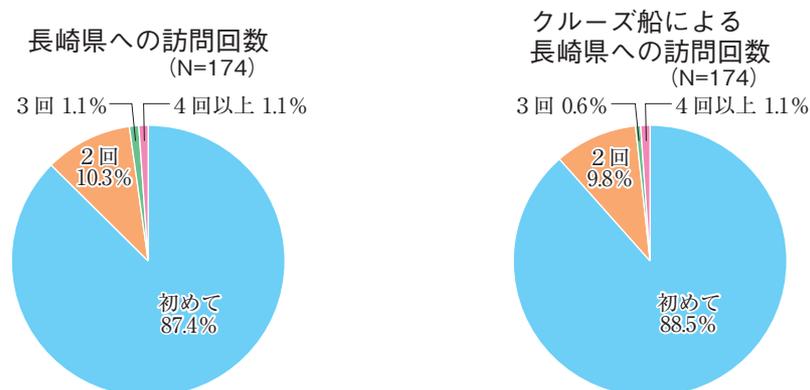
日本、長崎への訪問回数

まず、日本への訪問回数を尋ねると、「今回初めて日本に来た」人の割合は62.1%、「2～4回め」が30.5%、「5回め以上」が7.5%という結果であった。また「クルーズ船で日本に来た」回数は、「初めて」が83.0%、「2～4回め」が15.3%、「5回め以上」が1.7%となっている。



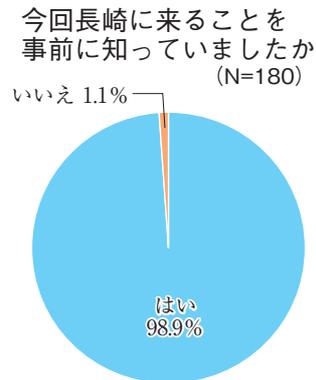
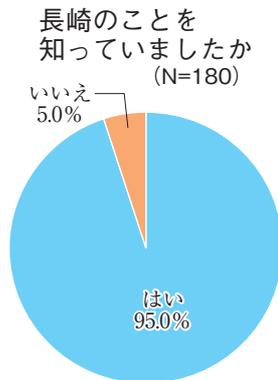
長崎県への訪問回数については、今回「初めて」長崎県に来た人の割合は87.4%、「2回め」が10.3%、「3回め以上」は2.2%であった。

また「クルーズ船で長崎県に来た」回数は、「初めて」が88.5%、「2回め」が9.8%、「3回め以上」が1.7%であった。



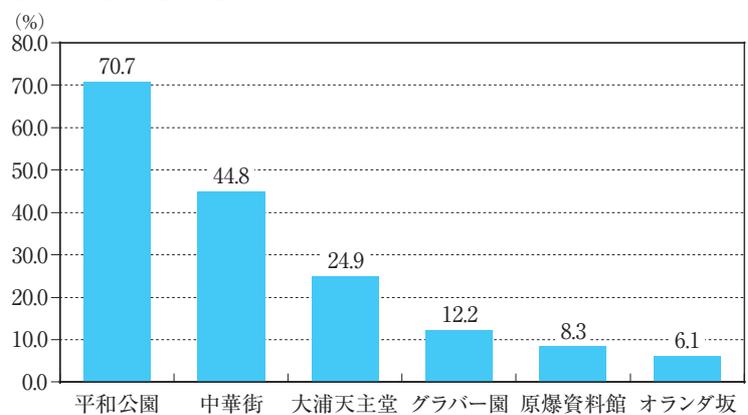
長崎の観光について

「長崎のことを知っていたか」を尋ねたところ、知っていた人の割合は95.0%と高率であり、知らなかった割合は5.0%にとどまった。もっとも、今回のクルーズが長崎に寄港することを「知っていた」とする人の割合が98.9%に達することから、これが認知度の高さに影響した可能性は否めない。



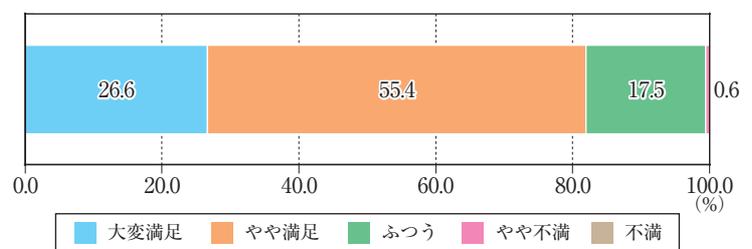
どの観光地を訪れたかを尋ねたところ（複数回答）、「平和公園」との回答割合が最も高く72.3%、次いで「中華街」が45.8%、「大浦天主堂」が25.4%、「グラバー園」が12.4%といった順。7割の人が平和公園を訪れているのに対し、同じ地区にある原爆資料館を訪れた人は1割に満たない結果となった。

長崎でどこを観光しましたか (N=177)



長崎観光の満足度については、「大変満足」が26.6%、「やや満足」が55.4%と8割方が評価している。一方、「やや不満」が17.5%であったが「不満」はわずか0.6%であった。

長崎観光満足度 (N=177)



不満およびやや不満と回答した人が

挙げた理由をみると、「行きたいところが少ない」（6人）、「団体旅行で自由がない」（3人）、「時間がない」（3人）といった事項であった。

長崎での食事について

長崎のどこで食事をしたかを尋ねると、最も多かったのは「中華街」で41.7%、次いで「コンビニ」が27.6%、「ラーメン店」が14.2%など。時間がない等により「食べていない」という回答も11.0%あった。

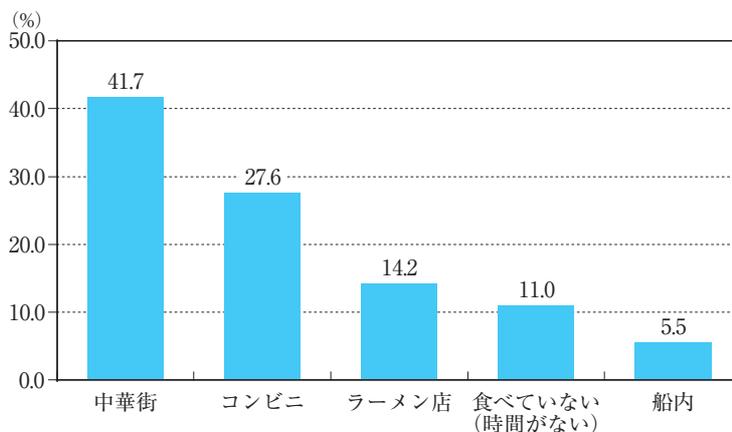
食事に使った費用を尋ねると、最も多かったのは「1,000～2,000円」で23.2%、それに次ぐのが「0～1,000円」の21.2%、「2,000～3,000円」の20.5%で、これらを合わせると3,000円以下が全体の3分の2ほどを占める。2,000円を超えると次第に割合が低下していくが、「5,000～10,000円」とする割合はやや高めとなり（11.9%）、食事にこだわりお金をかける層の存在がうかがわれる。

こうした長崎での食事について満足度を尋ねると、「大変満足」が27.8%、「やや満足」が53.5%と8割方が評価している。一方、「やや不満」は3.5%、「大変不満」も0.7%とわずかである。

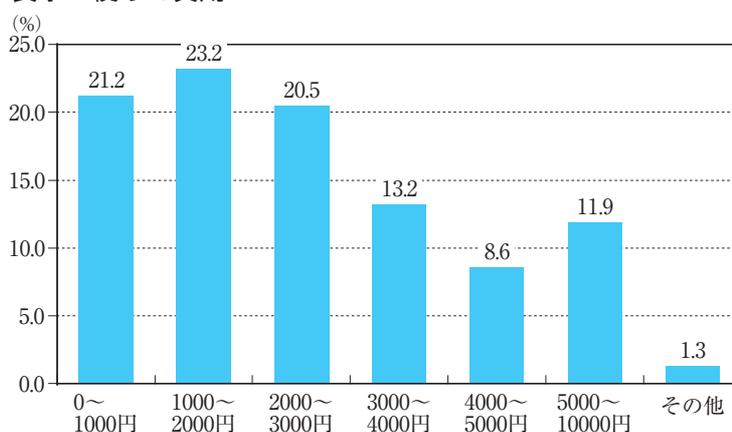
長崎の食事に大変満足およびやや満足と回答した人に理由を尋ねると、回答した人の72.5%が「おいしい」、14.5%の人が「サービスが良い」を挙げた。他には「薄味である」（7.2%）、「衛生的」（5.8%）という回答がそれぞれ数名からあった。

一方、不満の理由としては「時間がなくゆっくり食べられない」、「特色がない、普通すぎる」、「おいしくない、口に合わない」、「値段が高い」などが各々数名ずつから挙げられた。

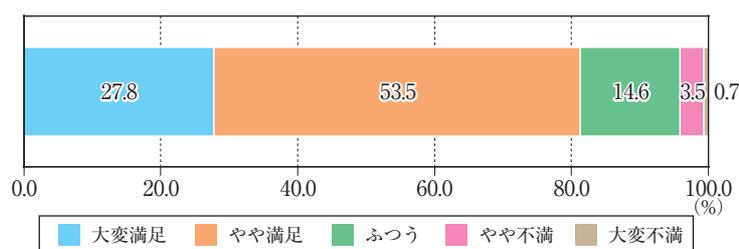
長崎のどこで食事をしましたか (N=127)



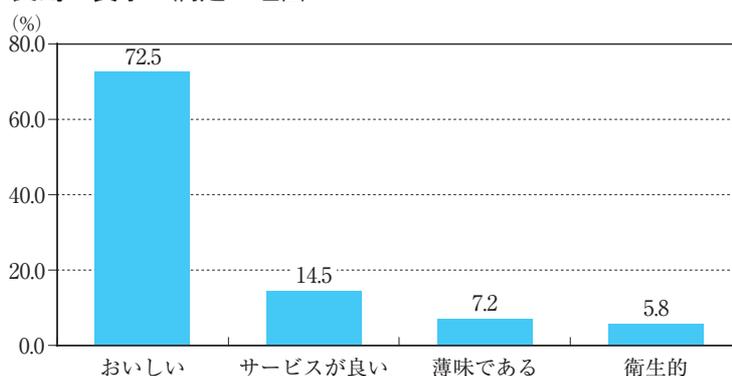
食事に使った費用 (N=151)



長崎の食の満足度 (N=144)



長崎の食事 満足の原因 (N=69)

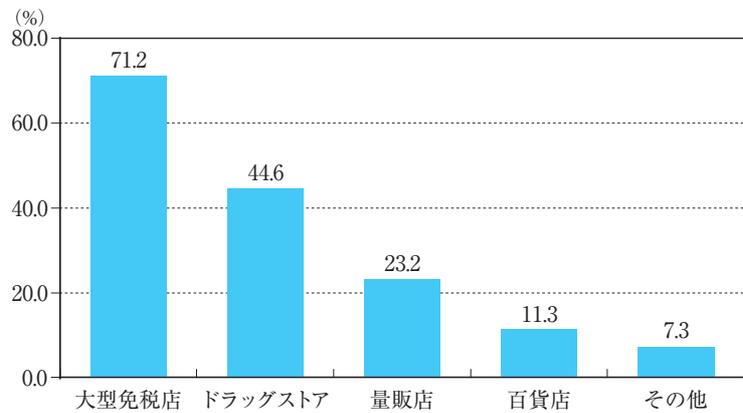


長崎での買い物について

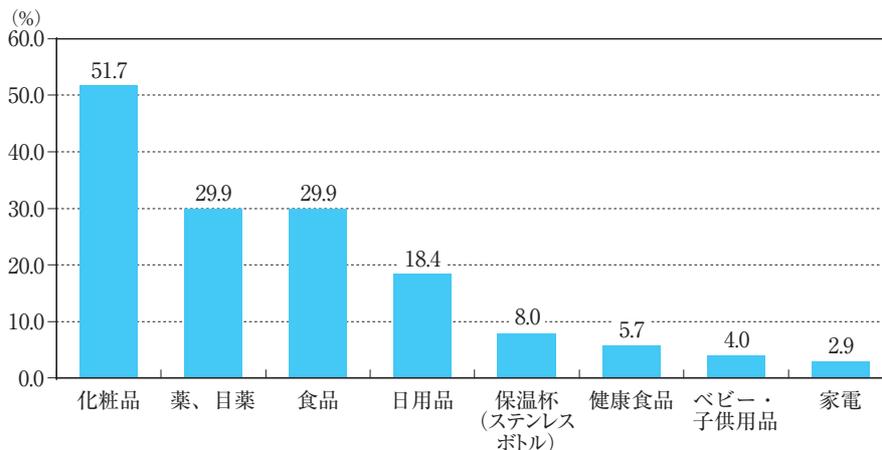
長崎のどこで（どのような種類の店で）買物をしたかを尋ねたところ（複数回答）、最も多かったのは「大型免税店」で71.2%、次いで「ドラッグストア」の44.6%、以下「量販店」（23.2%）、百貨店（11.3%）の順。

購入したものを尋ねると（複数回答）、多い順に「化粧品」（51.7%）、「薬、目薬」（29.9%）、食品（29.9%）、日用品（18.4%）などが挙げられた。

買物をした店 (N=177)



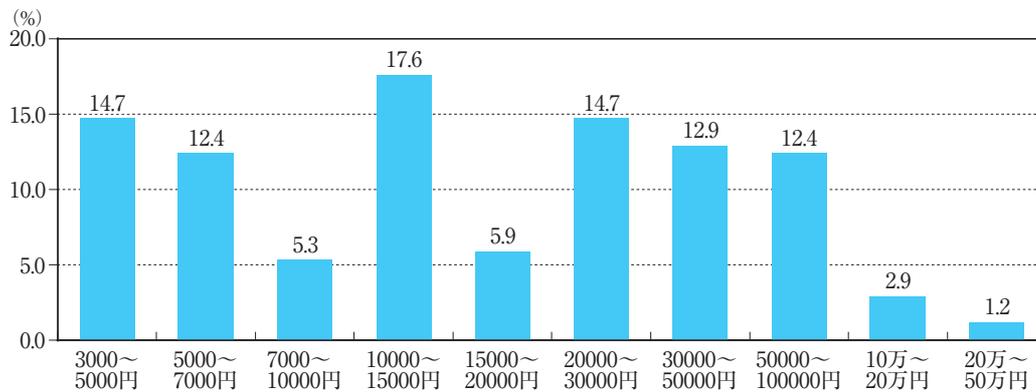
長崎で何を買いましたか (N=174)



こうした買物に使った金額（総額）について尋ねると、ばらつきがみられるなか最も多かったのは「10,000～15,000円」の17.6%、次いで「20,000～30,000円」と「3,000～5,000円」の14.7%であった。

結果の分布をみると、「1万円以下（あまり買物をしない）」（32.4%）、「2万円以上（買物に積極的）」（44.1%）、「それらの中間（23.5%）」の3つのグループに分けることができるようである。また買物に積極的なグループのなかには「10万～20万円」とする回答が2.9%、「20万～50万円」も1.2%あった。訪日中国人によるいわゆる『爆買い』は一時期ほどの勢いがなくなったともいわれるが、長崎に寄港するクルーズ船の乗客のなかに、数は少ないながらも『爆買いをする層』の存在が一定数見受けられるようである。

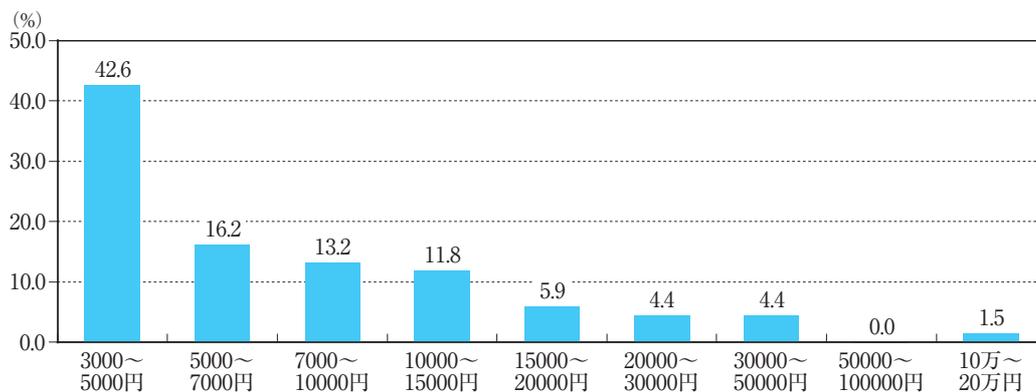
購入金額（全体）（N=170）



長崎特産の土産物として買ったものを尋ねた結果では「カステラ」がやはり最も多く、回答の77.6%を占めた。

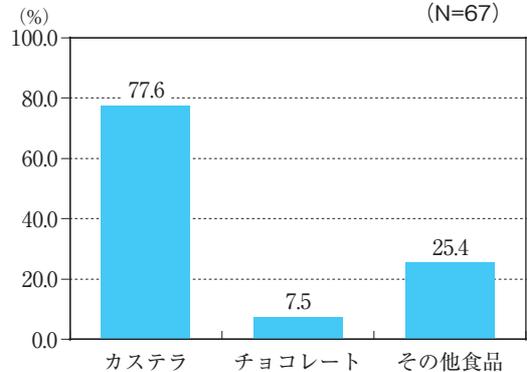
長崎土産の購入にかけた金額は、「3,000~5,000円」との回答が最も多く42.6%、次いで「5,000~7,000円」の16.2%、以下金額の増加につれて割合が減少する傾向となった。

購入金額（長崎土産）（N=68）



なお、有効回答者181人のうち長崎土産を購入した人の割合は37.6%（68人）にとどまり低調であった。購入しなかった理由として「時間がなかった」という回答のほかに「中国語表記の商品説明がない」、「長崎の特産品がわからない」といったものが散見され、改善の余地がありそうである。

長崎特産のお土産は何を買いましたか（N=67）



長崎観光の総合的な評価

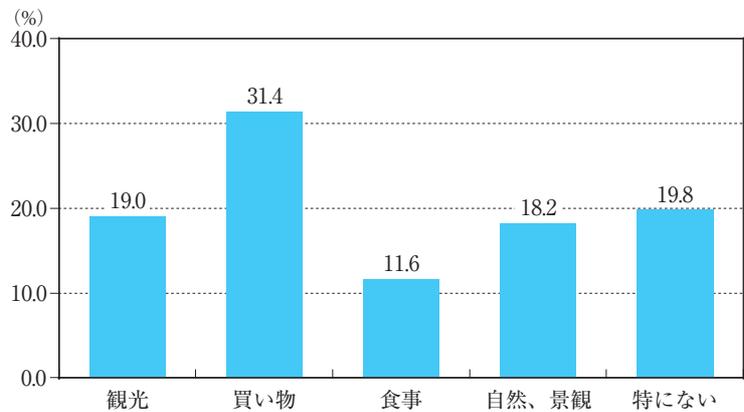
長崎について事前に楽しみにしていたことは何かを尋ねたところ、最も回答割合が高かったのは「買い物」の31.4%、次いで「観光」が19.0%、「自然・景観」が18.2%など。また「特にない」とする回答が「観光」よりも多い19.8%あり、「買い物」は一般に免税店中心で地域性があまりないことも考えると、長崎への事前の期待はあまり高くなかったといえる。

一方、長崎観光を終えて最も満足したものを尋ねたところ、回答割合が最も高かったのは「自然」の29.7%、以下「買い物」(28.4%)、「食事」(15.5%)、「観光地」(10.3%)といった順。

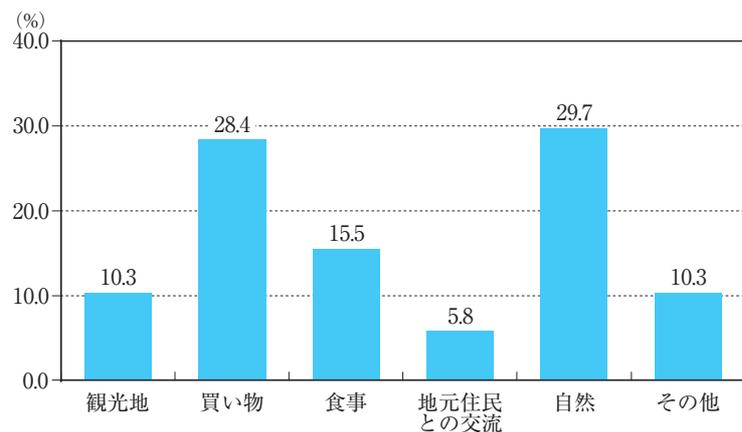
事前の期待項目と訪問後の結果を比べてみると、まず「自然」に関する満足度が事前の期待を大きく超えて高いのが目をひく。「買い物」については期待通りかやや下回る程度、食事に関しては期待を上回っている。

一方で、「観光」の事前の期待割合(19.0%)に対して「観光地」の満足割合は10.3%にとどまっている。中国人観光客に対して長崎の観光資源のうち豊かな自然が最も好評であることは、もっと意識されてよいのではないだろうか。

長崎で楽しみにしていたことは何ですか (N=121)



最も満足したものの (N=155)

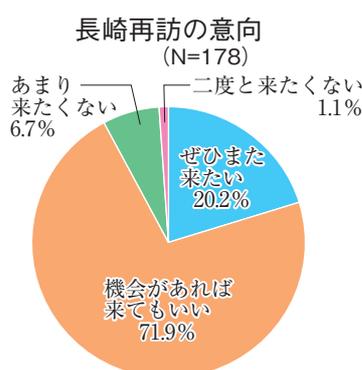


「楽しみにしていたこと」		「最も満足したもの」	
買い物	31.4	自然	29.7
観光	19	買い物	28.4
自然、景観	18.2	食事	15.5
食事	11.6	観光地	10.3
特にない	19.8	地元住民との交流	5.8
		その他	10.3

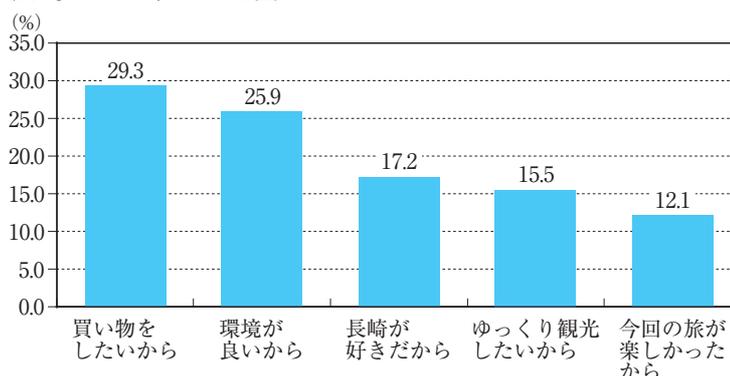
長崎再訪の意向

最後に、もう一度長崎に来たいと思うかどうかを尋ねたところ、「ぜひまた来たい」が20.2%、「機会があれば来てもいい」が71.9%に対し、「あまり来たくない」が6.7%、「2度と来たくない」が1.1%という結果であった。「機会があれば」というやや消極的な回答も含めると長崎再訪の意向度は9割を超え、事前の期待度がやや低かったことを考えると「事前の期待よりもよかった」という感想を持った人が少なくなかったという推察ができよう。

また「ぜひまた来たい」、「機会があれば来てほしい」という理由として具体的に挙げられたのは、「買い物をしたいから」、「環境が良いから」、「長崎が好きだから」、「ゆっくり観光したいから」、「今回の旅が楽しかったから」といったことが挙げられた。逆に来たくない理由は主に「ほかのところへ行きたいから」であり、長崎に負の感想を持ったからということではなかった。



長崎にまた来たい理由 (N=58)



まとめ

長崎港へのクルーズ船の入港は昨年が197回で博多港に次ぐ全国2位、今年はさらに増加して300回近くが予定されている。今回調査ではクルーズ船で長崎を訪れる中国人客の長崎観光についての満足度、長崎再訪の意向度がいずれも高いものであることがわかったが、これを維持しさらに高めていくこと、すなわち乗船客のニーズ（寄港時にどこに行きたいのか、何をしたいのか）を的確に捉え応えていくことが、競合する他の港湾に対して引き続き優位性を保ち、寄港数を確保していくために必要と考えられる。

インバウンド観光について「モノからコトへ」のシフトが始まっているといわれるなど観光客の動向は変化が速い。この変化に対応しニーズに応じて高い満足度を維持し続けるには、官民が目的を共有し連携しながら、それぞれの領域でタイムリーな対応や中長期的な計画の推進にバランスよく取り組んでいくことが不可欠となる。

(野邊 幸昌)