

令和6年度
糸魚川ジオパーク 観光動態調査
報告書

令和6年12月

目 次

I. 実施概要	7
1. 目的	8
2. 実施主体	8
3. 調査概要	8
① 調査実施日・場所	8
② 調査対象	8
③ 調査数	8
④ 調査実施者	8
4. 調査の様子	8
5. 調査票	9
6. 結果の概要	10
II. 調査結果	13
1. 居住地	14
① 全体	14
② 新潟県内 内訳	14
③ 県外からの来訪	15
④ 長野県からの来訪（市町村別）	16
⑤ 富山県からの来訪（市町村別）	16
2. 性別	17
3. 年代	17
4. 交通手段	18
① 全体	18
② 年代別	18
③ 調査ポイント別	18
5. 同行者	19
① 全体	19
② 年代別	19
6. 来訪目的	20
① 全体	20
② 年代別	20
③ 調査ポイント別	20
④ 来訪目的の内容	21
7. これまでの来訪回数	22
① 全体	22
② 年代別	22
③ 調査ポイント別	22
8. 情報入手手段	23
① 全体	23
② 年代別	23
③ 調査ポイント別	23

9. 宿泊・宿泊施設	24
① 全体	24
② 年代別	24
10. 一人あたりの予算	25
① 宿泊費	25
② 飲食費	26
③ お土産代	26
11. 来訪した場所	27
① 全体集計	27
② フォッサマグナミュージアムでの調査結果	28
③ ジオパルでの調査結果	29
④ マリンドリーム能生での調査結果	30
⑤ 親不知ピアパークでの調査結果	31
12. 糸魚川市内で知っている場所	32
① 全体集計	32
② フォッサマグナミュージアムでの調査結果	33
③ ジオパルでの調査結果	34
④ マリンドリーム能生での調査結果	35
⑤ 親不知ピアパークでの調査結果	36
⑥ カテゴリー別集計	37
13. 糸魚川ジオパークの認知度	38
① 全体	38
② 年代別	38
③ 調査ポイント別	38
14. 印象・満足度	39
① 景観・施設	39
② お店の対応	40
③ お土産	41
④ 自由意見＜満足点＞	42
⑤ 自由意見＜不満点＞	42
15. 再来訪の意向	43
① 全体	43
② 年代別	43
③ 調査ポイント別	43
16. 世帯収入	44
① 全体	44
② 年代別	44
③ 調査ポイント別	44

III. 経年変化・平均	45
1. 居住地	46
① 全体	46
② 新潟県内 内訳	46
③ 県外 地域別	47
2. 性別	47
3. 年代	48
4. 交通手段	48
5. 同行者	49
① 全体	49
② 友人・グループの同行者数	50
③ 家族の同行者数	50
6. 来訪目的	51
① 目的	51
② 来訪目的の内容	51
7. これまでの来訪回数	52
8. 情報入手手段	52
9. 宿泊	53
① 市内での宿泊の有無	53
② 市内での宿泊先	53
10. 一人あたりの予算	54
① 宿泊費	54
② 飲食費	54
③ お土産代	55
11. 訪問した場所	56
① 場所別（調査ポイント以外）	56
② カテゴリー別	56
12. 糸魚川市内で知っている場所	57
13. 糸魚川ジオパークの認知度	57
14. 印象・満足度	58
① 景観・施設	58
② お店の対応	58
③ お土産	59
15. 再来訪の意向	59

IV. 調査結果の整理とまとめ	61
1. 調査結果の整理	62
① 県外からの来訪が過去最高	62
② 50 代の割合が高い	62
③ 北陸新幹線の利用が増加	62
④ おひとり様の増加	62
⑤ 「通過点」がやや増加	62
⑥ 「初めて来た」が過去最高	62
⑦ テレビの根強さとネットメディアの多様さ	62
⑧ 糸魚川には宿泊しない方が過去最高	62
⑨ 消費額は増加傾向	63
⑩ ジオパークの認知度が高い	63
⑪ 満足度・再来訪の意向は高い	63
2. まとめ	64
① 情報入手に応じた取組が必要	64
② 調査ポイントごとの経年データ	64
③ マリンドリーム能生での情報発信	66
④ 宿泊施設	67
⑤ 北陸新幹線の活用	67

I. 实施概要

1. 目的

糸魚川ジオパークの活動推進にあたり、観光客の基礎データをはじめ、観光入込客による経済効果や観光満足度等を把握し、事業展開の基礎資料とすることを目的とする。

2. 実施主体

糸魚川市産業部商工観光課ジオパーク推進室
(糸魚川ジオパーク協議会事務局)
TEL025-552-1511 (代表) FAX025-552-7372
E-mail geopark@city.itoigawa.lg.jp

3. 調査概要

① 調査実施日・場所

令和6年 11月2日(土)	糸魚川ジオステーション ジオパル	／雨
11月4日(月・祝)	フォッサマグナミュージアム	／曇
11月9日(土)	親不知ピアパーク	／晴
11月10日(日)	マリンドリーム能生	／晴

② 調査対象

市外より糸魚川市に来訪した方

③ 調査数

333 件	
・ ジオパル	76 件
・ フォッサマグナミュージアム	79 件
・ 親不知ピアパーク	59 件
・ マリンドリーム能生	119 件

④ 調査実施者

株式会社エム・コミュニケーション

4. 調査の様子



ジオパル



フォッサマグナミュージアム



親不知ピアパーク



マリンドリーム能生

5. 調查票

問9. 今回は、糸魚川市内に宿泊をされますか？（されましたか？）
① 日帰り ② 1泊 ③ 2泊 ④ それ以上 () 泊 ⑤ 糸魚川には宿泊しない

問9-2-②・③・④と回答の方に、宿泊施設はどこですか？
① 温泉旅館・ホテル ② ビジネスホテル ③ 民営
④ キャンプ・車内泊 ⑤ その他 ()
⑥ 実家・知人の家

問10. 糸魚川市内で使う、お一人あたりの旅行の手当は？（交通費はのぞく）
① 宿泊 () 円
② 飲食 () 円
③ お土産 () 円
④ その他 () 円
⑤ 何を費やしましたか？ ()
⑥ 何を買いしましたか？ ()

問11. 糸魚川市内のどちらを訪ねましたか？（訪問する予定ですか？）
A 景 ① 荘 ② 糸魚川 ③ 佐野の道 ④ 雄 ⑤ 雄 ⑥ 雄
B 雄 ⑦ 小糸川 ⑧ 雄 ⑨ 雄 ⑩ 雄 ⑪ 雄 ⑫ 雄 ⑬ 雄 ⑭ 雄 ⑮ 雄 ⑯ 雄 ⑰ 雄 ⑱ 雄 ⑲ 雄 ⑳ 雄 ㉑ 雄 ㉒ 雄 ㉓ 雄 ㉔ 雄 ㉕ 雄 ㉖ 雄 ㉗ 雄 ㉘ 雄 ㉙ 雄 ㉚ 雄 ㉛ 雄 ㉜ 雄 ㉝ 雄 ㉞ 雄 ㉟ 雄 ㊱ 雄 ㊲ 雄 ㊳ 雄 ㊴ 雄 ㊵ 雄 ㊶ 雄 ㊷ 雄 ㊸ 雄 ㊹ 雄 ㊺ 雄 ㊻ 雄 ㊼ 雄 ㊽ 雄 ㊾ 雄 ㊿ 雄
C 雄 ① 雄 ② 雄 ③ 雄 ④ 雄 ⑤ 雄 ⑥ 雄 ⑦ 雄 ⑧ 雄 ⑨ 雄 ⑩ 雄 ⑪ 雄 ⑫ 雄 ⑬ 雄 ⑭ 雄 ⑮ 雄 ⑯ 雄 ⑰ 雄 ⑱ 雄 ⑲ 雄 ⑳ 雄 ㉑ 雄 ㉒ 雄 ㉓ 雄 ㉔ 雄 ㉕ 雄 ㉖ 雄 ㉗ 雄 ㉘ 雄 ㉙ 雄 ㉚ 雄 ㉛ 雄 ㉜ 雄 ㉝ 雄 ㉞ 雄 ㉟ 雄 ㊱ 雄 ㊲ 雄 ㊳ 雄 ㊴ 雄 ㊵ 雄 ㊶ 雄 ㊷ 雄 ㊸ 雄 ㊹ 雄 ㊺ 雄 ㊻ 雄 ㊼ 雄 ㊽ 雄 ㊾ 雄 ㊿ 雄
D 雄 ① 雄 ② 雄 ③ 雄 ④ 雄 ⑤ 雄 ⑥ 雄 ⑦ 雄 ⑧ 雄 ⑨ 雄 ⑩ 雄 ⑪ 雄 ⑫ 雄 ⑬ 雄 ⑭ 雄 ⑮ 雄 ⑯ 雄 ⑰ 雄 ⑱ 雄 ⑲ 雄 ⑳ 雄 ㉑ 雄 ㉒ 雄 ㉓ 雄 ㉔ 雄 ㉕ 雄 ㉖ 雄 ㉗ 雄 ㉘ 雄 ㉙ 雄 ㉚ 雄 ㉛ 雄 ㉜ 雄 ㉝ 雄 ㉞ 雄 ㉟ 雄 ㊱ 雄 ㊲ 雄 ㊳ 雄 ㊴ 雄 ㊵ 雄 ㊶ 雄 ㊷ 雄 ㊸ 雄 ㊹ 雄 ㊺ 雄 ㊻ 雄 ㊼ 雄 ㊽ 雄 ㊾ 雄 ㊿ 雄
E 雄 ① 雄 ② 雄 ③ 雄 ④ 雄 ⑤ 雄 ⑥ 雄 ⑦ 雄 ⑧ 雄 ⑨ 雄 ⑩ 雄 ⑪ 雄 ⑫ 雄 ⑬ 雄 ⑭ 雄 ⑮ 雄 ⑯ 雄 ⑰ 雄 ⑱ 雄 ⑲ 雄 ⑳ 雄 ㉑ 雄 ㉒ 雄 ㉓ 雄 ㉔ 雄 ㉕ 雄 ㉖ 雄 ㉗ 雄 ㉘ 雄 ㉙ 雄 ㉚ 雄 ㉛ 雄 ㉜ 雄 ㉝ 雄 ㉞ 雄 ㉟ 雄 ㊱ 雄 ㊲ 雄 ㊳ 雄 ㊴ 雄 ㊵ 雄 ㊶ 雄 ㊷ 雄 ㊸ 雄 ㊹ 雄 ㊺ 雄 ㊻ 雄 ㊼ 雄 ㊽ 雄 ㊾ 雄 ㊿ 雄
F 雄 ① 雄 ② 雄 ③ 雄 ④ 雄 ⑤ 雄 ⑥ 雄 ⑦ 雄 ⑧ 雄 ⑨ 雄 ⑩ 雄 ⑪ 雄 ⑫ 雄 ⑬ 雄 ⑭ 雄 ⑮ 雄 ⑯ 雄 ⑰ 雄 ⑱ 雄 ⑲ 雄 ⑳ 雄 ㉑ 雄 ㉒ 雄 ㉓ 雄 ㉔ 雄 ㉕ 雄 ㉖ 雄 ㉗ 雄 ㉘ 雄 ㉙ 雄 ㉚ 雄 ㉛ 雄 ㉜ 雄 ㉝ 雄 ㉞ 雄 ㉟ 雄 ㊱ 雄 ㊲ 雄 ㊳ 雄 ㊴ 雄 ㊵ 雄 ㊶ 雄 ㊷ 雄 ㊸ 雄 ㊹ 雄 ㊺ 雄 ㊻ 雄 ㊼ 雄 ㊽ 雄 ㊾ 雄 ㊿ 雄
G 雄 ① 雄 ② 雄 ③ 雄 ④ 雄 ⑤ 雄 ⑥ 雄 ⑦ 雄 ⑧ 雄 ⑨ 雄 ⑩ 雄 ⑪ 雄 ⑫ 雄 ⑬ 雄 ⑭ 雄 ⑮ 雄 ⑯ 雄 ⑰ 雄 ⑱ 雄 ⑲ 雄 ⑳ 雄 ㉑ 雄 ㉒ 雄 ㉓ 雄 ㉔ 雄 ㉕ 雄 ㉖ 雄 ㉗ 雄 ㉘ 雄 ㉙ 雄 ㉚ 雄 ㉛ 雄 ㉜ 雄 ㉝ 雄 ㉞ 雄 ㉟ 雄 ㊱ 雄 ㊲ 雄 ㊳ 雄 ㊴ 雄 ㊵ 雄 ㊶ 雄 ㊷ 雄 ㊸ 雄 ㊹ 雄 ㊺ 雄 ㊻ 雄 ㊼ 雄 ㊽ 雄 ㊾ 雄 ㊿ 雄

問12. 上記の場所で行っている宿泊施設はありますか？（備考で教えてください。いくつでも）
F レジャー () ① 雄 ② 雄 ③ 雄 ④ 雄 ⑤ 雄 ⑥ 雄 ⑦ 雄 ⑧ 雄 ⑨ 雄 ⑩ 雄 ⑪ 雄 ⑫ 雄 ⑬ 雄 ⑭ 雄 ⑮ 雄 ⑯ 雄 ⑰ 雄 ⑱ 雄 ⑲ 雄 ⑳ 雄 ㉑ 雄 ㉒ 雄 ㉓ 雄 ㉔ 雄 ㉕ 雄 ㉖ 雄 ㉗ 雄 ㉘ 雄 ㉙ 雄 ㉚ 雄 ㉛ 雄 ㉜ 雄 ㉝ 雄 ㉞ 雄 ㉟ 雄 ㊱ 雄 ㊲ 雄 ㊳ 雄 ㊴ 雄 ㊵ 雄 ㊶ 雄 ㊷ 雄 ㊸ 雄 ㊹ 雄 ㊺ 雄 ㊻ 雄 ㊼ 雄 ㊽ 雄 ㊾ 雄 ㊿ 雄
G その他 ()

問13. 糸魚川ジョパークをご存知ですか？
① 知っている ② 聞いたことがない (初めて聞いた)
③ 聞いたことがない (初めて聞いた)

問14. 糸魚川の印象や満足をお聞かせください。
とてもよい よい ふつう わるい とてもわるい
1 景観・施設 ① ② ③ ④ ⑤
2 お店の対応 ① ② ③ ④ ⑤
3 お土産 ① ② ③ ④ ⑤
特によかった点 ()
特にわるかった点 ()

問15. 糸魚川にまだ来てみたいと思いますか？
ぜひ どちらかというところ どちらかというところ
来てみたい 来てみたい 来てみたい 来てみたい
① ② ③ ④ ⑤
⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

問16. <任意回答> 満足なれば、恒常年額（税込み）をお答えください。
① 300万円未満 ② 300万円以上500万円以下 ③ 500万円以上
【ご協力ありがとうございます】

糸魚川ジオパーク 観光動態調査

このアンケートは、糸魚川市の観光統計の資料として実施するものです。回答内容によって個人が特定されることはありません。

問1. あなたのお住まいはどこですか？

①新潟県内 () 市・町・村
②新潟県外 () 都・道・府・県 () 区・市・町・村

問2. あなたの性別は？

①男性 ②女性

問3. あなたの年齢は？

①19歳以下 ②20歳代 ③30歳代 ④40歳代
⑤50歳代 ⑥60歳代 ⑦70歳代 ⑧80歳以上

問4. どのような交通手段でいらっしゃいましたか？(いくつでも)

①自家用車 ②観光バス ③北陸新幹線 ④電車(在来線)
⑤路線バス ⑥自転車 ⑦バイク ⑧糸魚川駅からレンタカー
⑨その他 ()

問5. どなたといらっしゃいましたか？

①おひとり ②友人・グループ () 人
③家族 () 人 ④観光ツアーなど団体旅行 ()
⑤その他 ()

問6. 糸魚川市にいらした目的はなんですか？(主なものをひとつ)

①観光 ②スノー・レジャー ③ビジネス ④隣省(31人の回答など)
⑤通過点(体験・食事など) ⑥ヒストリカル ()
⑦その他 ()

問6-2 ①、②とお答えの方に、訪問先を糸魚川市に決めた理由は？(いくつでも)

①訪問してみたい場所があるから ②体験してみたいことがあるから
③食べたいものがあるから ④その他 ()

問7. 今までに糸魚川市に来たことはありますか？

①今回が初めて ②2回目 ③3回目 ④4回以上
⑤5回以上

問8. 糸魚川市の情報をどのような手段で知りましたか？(いくつでも)

①新聞 ②ラジオ ③テレビ ④雑誌
⑤公式ホームページ ⑥公式フェイスブック ⑦その他のSNS ⑧その他のホームページ
⑨旅行業者 ⑩市役所や観光協会などに問い合わせ
⑪家族、友人などからの口コミ ⑫その他 ()

6. 結果の概要

- **県外からの来訪が多い**

本年度の調査では「県内」から 17.3%、「県外」から 82.7%の割合だった。

県外の地方別では「関東・山梨」42.6%、「長野」17.6%だった。県内の内訳は「上越市」35.1%、「新潟市」19.3%、「長岡市」17.5%であった。

- **幅広い世代の来訪**

年代別では、「50 歳代」が 26.1%で最も多かった。「20 歳代」「30 歳代」「40 歳代」「60 歳代」は 13%台～16%台で大きな差がなく、どの世代からも来訪いただいた。男女比では「男性」61.0%、「女性」37.2%、「無回答」1.8%であった。

- **交通手段は「自家用車」**

交通手段は、「自家用車」の利用が 62.8%と最も多かった。また、「北陸新幹線」15.6%「在来線」6.6%と鉄道利用も一定の割合があった。

- **「家族」で「2人」での来訪**

「家族」での来訪が 58.9%と最も多かった。また、同行人数は「2人」が 50.8%であった。

- **来訪目的は「観光」**

「観光」目的の来訪が 61.5%だった。また、「通過点」が 14.5%であった。

- **来訪回数は「4回以上」**

「4回以上」の来訪が 45.5%だった。また「初めて」の割合が 30.1%であった。

- **情報入手は「ネット」から**

従来型メディア（新聞・ラジオ・テレビ・雑誌の合計）の利用は 25.2%、インターネット（ホームページ・SNS の合計）の利用は 35.3%だった。また、「口コミ」は 20.3%であった。

- **「日帰り」利用が半数、市内に宿泊が4分の1強**

「日帰り」の割合が 47.9%、「市内に宿泊」の合計は 19.3%であった。

- **消費金額**

市内での平均消費金額は

宿泊費…16,939 円（15,051 円）

飲食費…3,622 円（3,732 円）

お土産代…8,792 円（6,547 円）

であった。

（ ）内は、昨年度調査の平均額

- **訪問先は「親不知」**

調査ポイント以外の訪問先は、「親不知」が 12.4%、「フォッサマグナパーク」が 11.3%であった。

- **知っている場所は「親不知」**

市内で知っている場所は、「親不知」10.2%、「フォッサマグナパーク」が 7.0%であった。

- **「糸魚川ジオパーク」の認知度**

糸魚川ジオパークを「知っている」は 45.6%、「聞いたことはある」は 27.4%で合わせて 73.2%（78.3%）であった。

（ ）内は、昨年度調査の結果

- **印象・満足度は高い傾向**

景観・施設の「とてもよい」「よい」…78.3%（85.5%）

お店の対応の「とてもよい」「よい」…64.8%（74.1%）

お土産の「とてもよい」「よい」…53.1%（65.1%）

であった。

（ ）内は、昨年度調査の結果

- **再来訪の傾向は高い**

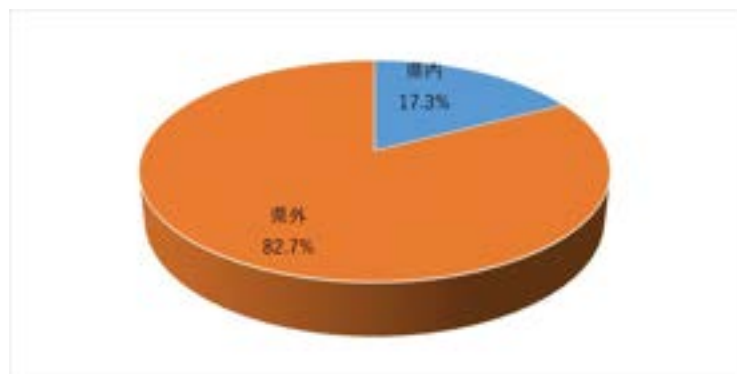
再来訪の意向は、「ぜひ来てみたい」「どちらかというとも来てみたい」を合わせて 86.1%（89.0%）であった。

（ ）内は、昨年度調査の結果

II. 調查結果

1. 居住地

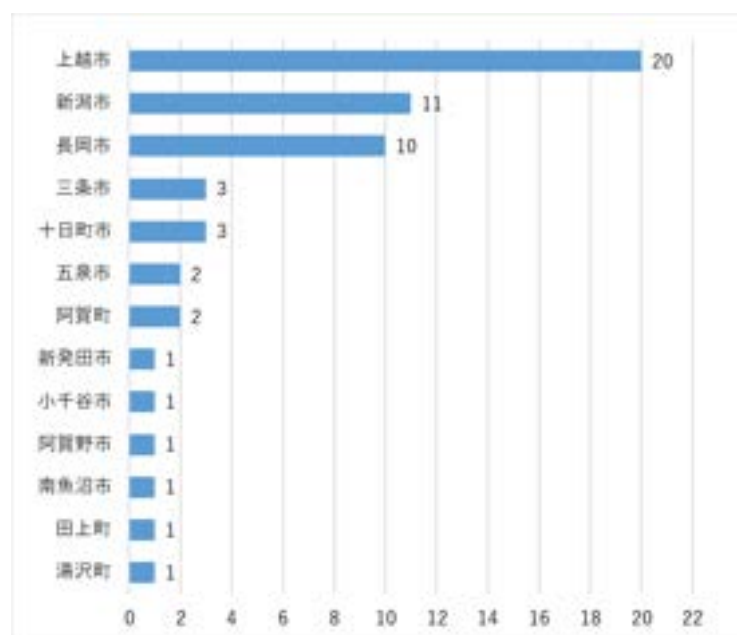
① 全体



県内から 17.3%、県外から 82.7%の割合であった。

※グラフには含んでいないが、海外在住の方が2人の回答があった。
(スウェーデン在住の日本の方、台湾の方)

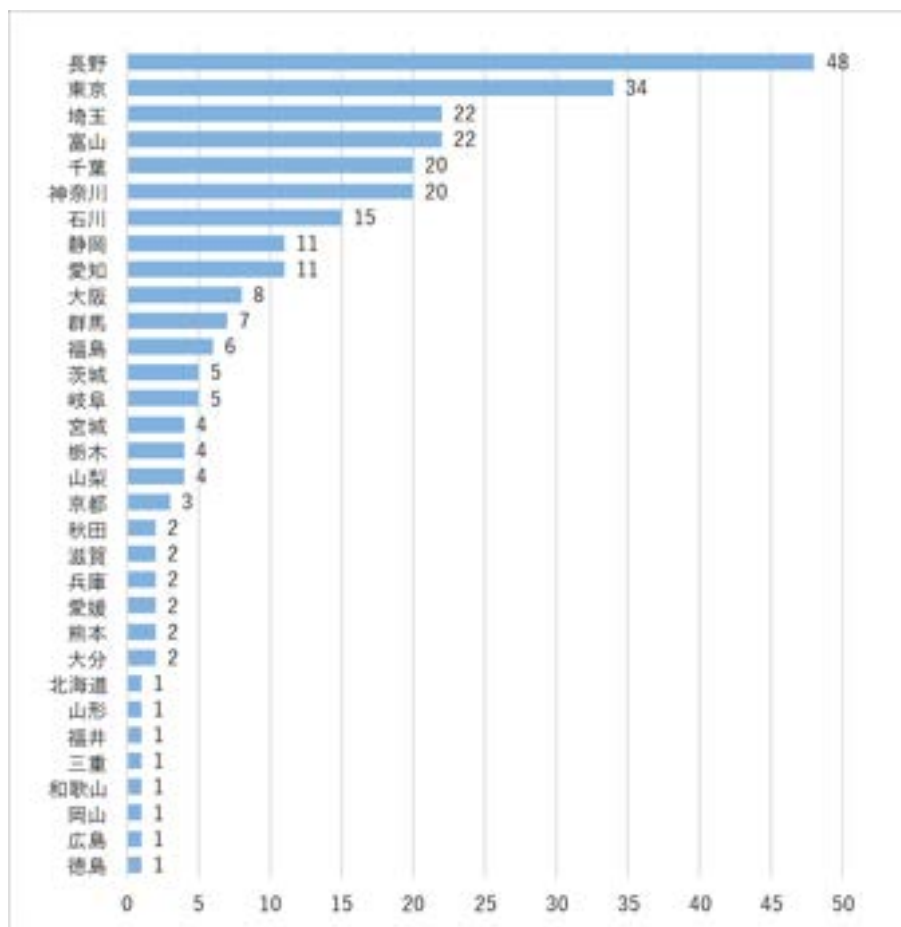
② 新潟県内 内訳



上越市から 35.1%、新潟市から 19.3%、長岡市から 17.5%の来訪があった。そのほか、県内各地からの来訪があった。

③ 県外からの来訪

● 都道府県別

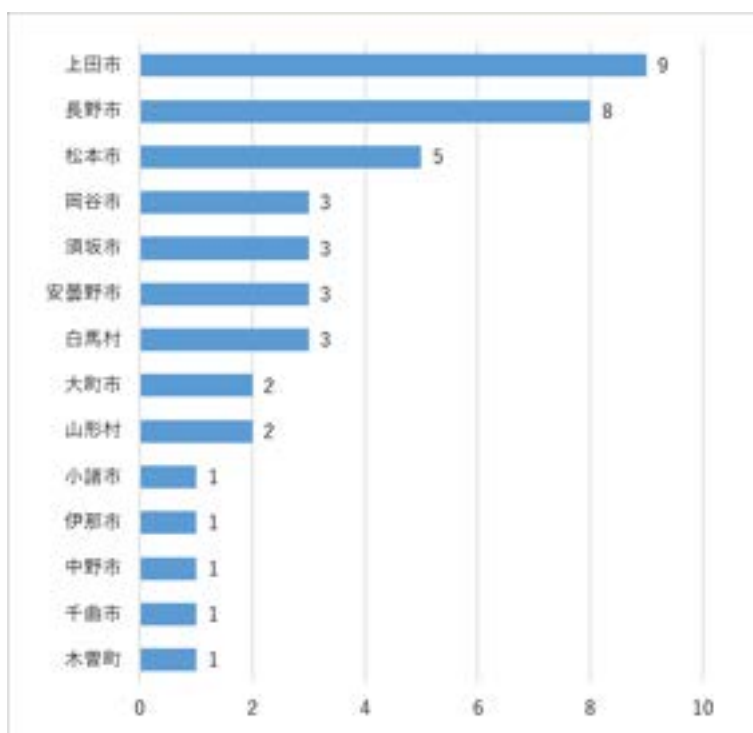


● 地方別



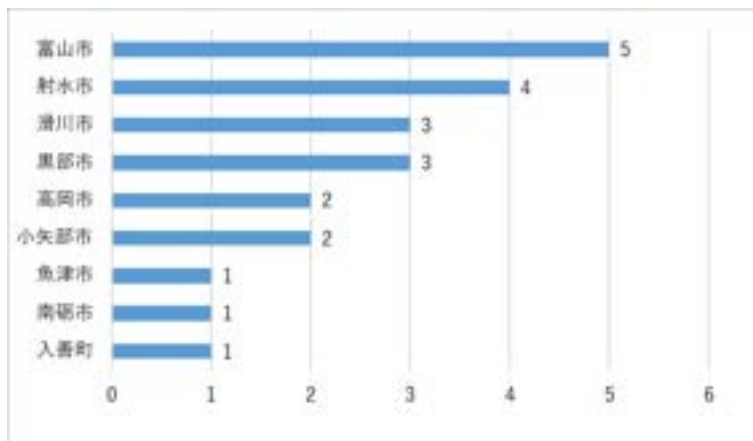
都道府県別では「長野県」からが最も多かった。地方別で見ると「関東・山梨」42.6%、「長野」17.6%、「北陸」14.0%の来訪があった。そのほか「愛媛」「徳島」の四国地方「熊本」「大分」の九州地方からの来訪がある等、全国各地からの来訪があった。

④ 長野県からの来訪（市町村別）



長野県内からの来訪は、「上田市」が最も多く、次いで「長野市」の順であった。

⑤ 富山県からの来訪（市町村別）



富山県内からの来訪は、「富山市」が最も多く、次いで「射水市」の順であった。

2. 性別

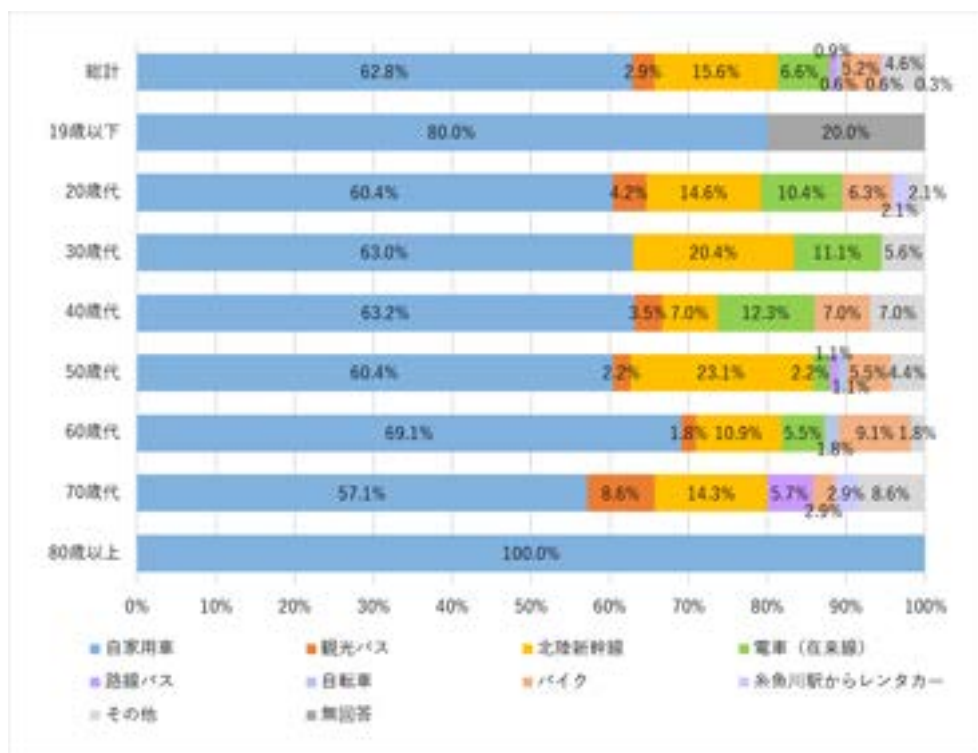


3. 年代



年代別では「50 歳代」が 26.1%と割合が多かった。50 歳代を除く「20 歳代」から「60 歳代」までは大きな偏りがなかった。

4. 交通手段



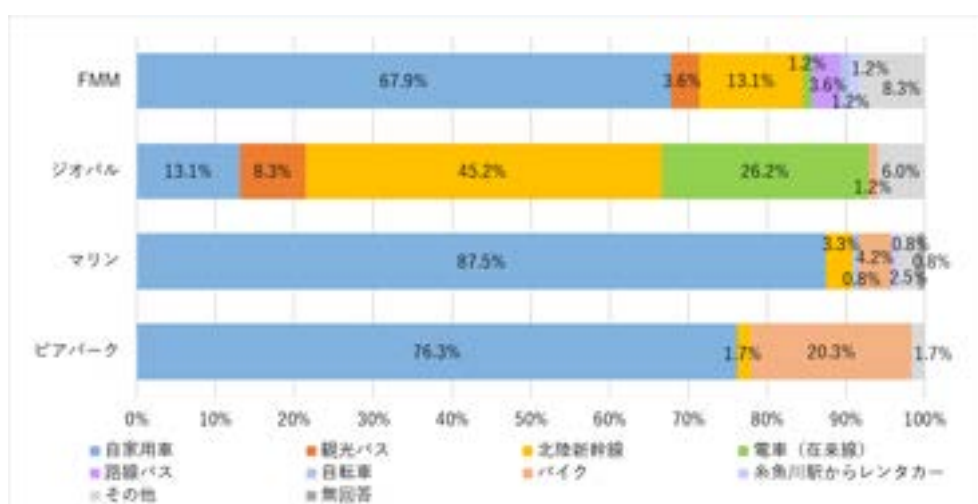
① 全体

全体では、62.8%が「自家用車」を利用している。次いで「北陸新幹線」「在来線」「バイク」と続いた。

② 年代別

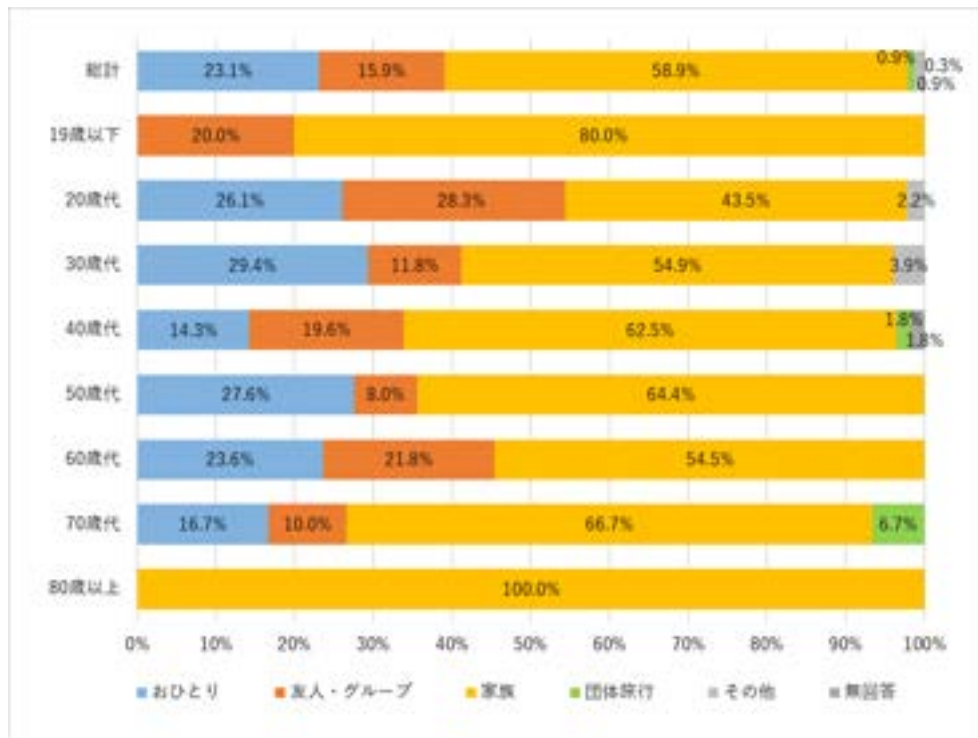
どの年代も「自家用車」の割合が高いが、20歳代・30歳代・50歳代で「北陸新幹線」の利用者が目立ち、20歳代～40歳代で「在来線」の利用者が目立った。

③ 調査ポイント別



フォッサマグナミュージアム、マリンドリーム能生、親不知ピアパークでは自家用車の利用が最も多かった。ジオパルでは「北陸新幹線」「在来線」の利用が多かった。親不知ピアパークでは「バイク」の利用が20.3%あった。

5. 同行者



① 全体

全体では、58.9%の方が「家族」で来訪されていた。次いで「おひとり」が23.1%、「友人・グループ」が15.9%であった。

② 年代別

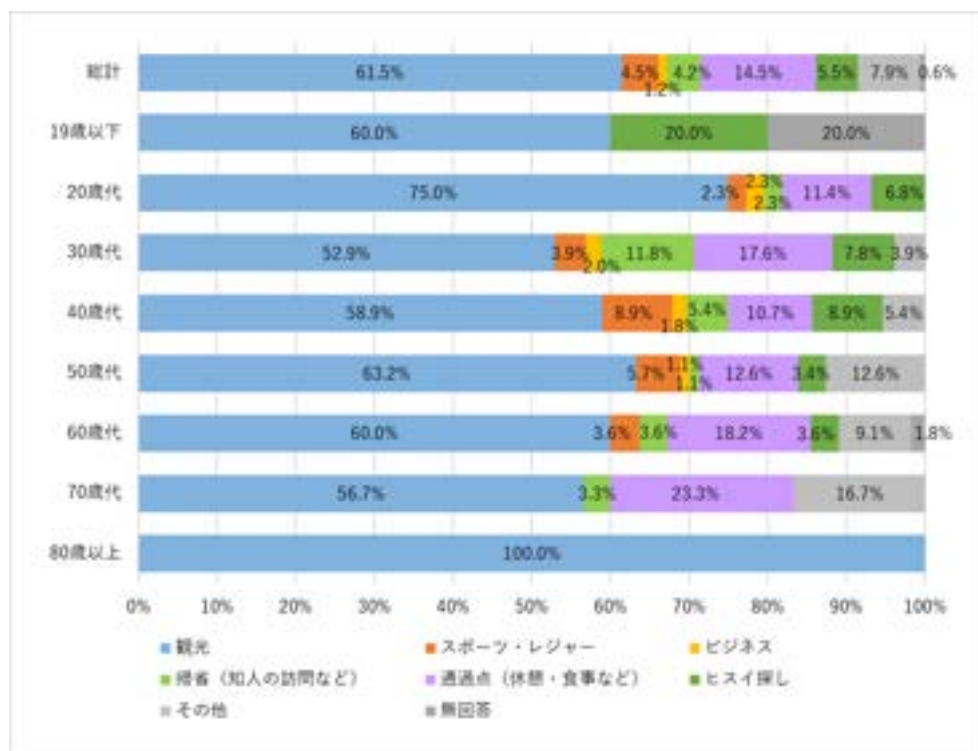
どの年代は「家族」の割合が最も多かった。20歳代は「友人・グループ」の割合が28.3%だった。20歳代・30歳代・50歳代・60歳代では「おひとり」の割合が目立った。

- 「友人・グループ」または「家族」と回答の方に、同行人数をお聞きした。



「友人・グループ」「家族」とも2人での来訪が最も多く、次いで「3人」の割合が多かった。「友人・グループ」では、6人以上での来訪も一定の割合があった。

6. 来訪目的



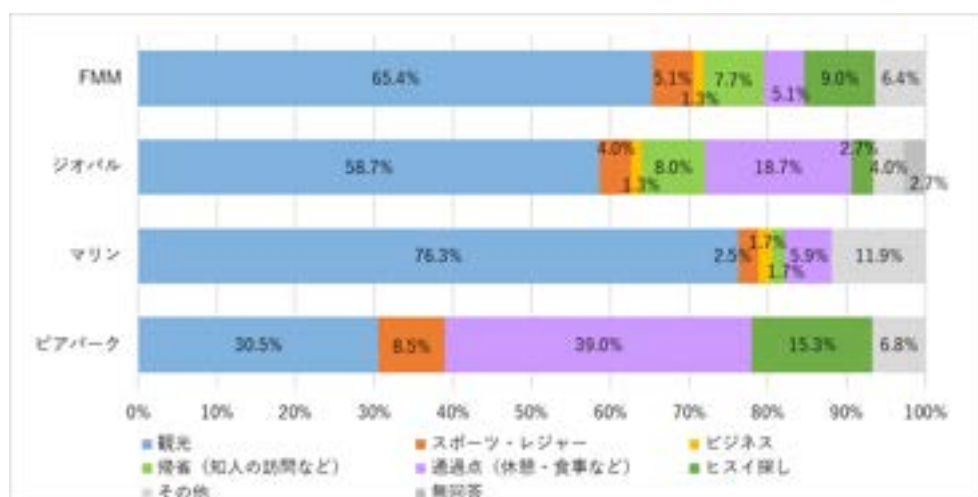
① 全体

全体では、61.5%の方が「観光」目的で来訪されている。一方 14.5%の方は「通過点」としての来訪であった。今回から選択肢に追加した「ヒスイ探し」は 5.5%だった。

② 年代別

どの年代も「観光」の割合が最も多いが、「通過点」もどの年代でも一定の割合があった。また 30 歳代では「帰省」が、40 歳代では「スポーツ・レジャー」を目的とした方がいた。「ヒスイ探し」は 20 歳代～40 歳代でやや目立った。

③ 調査ポイント別

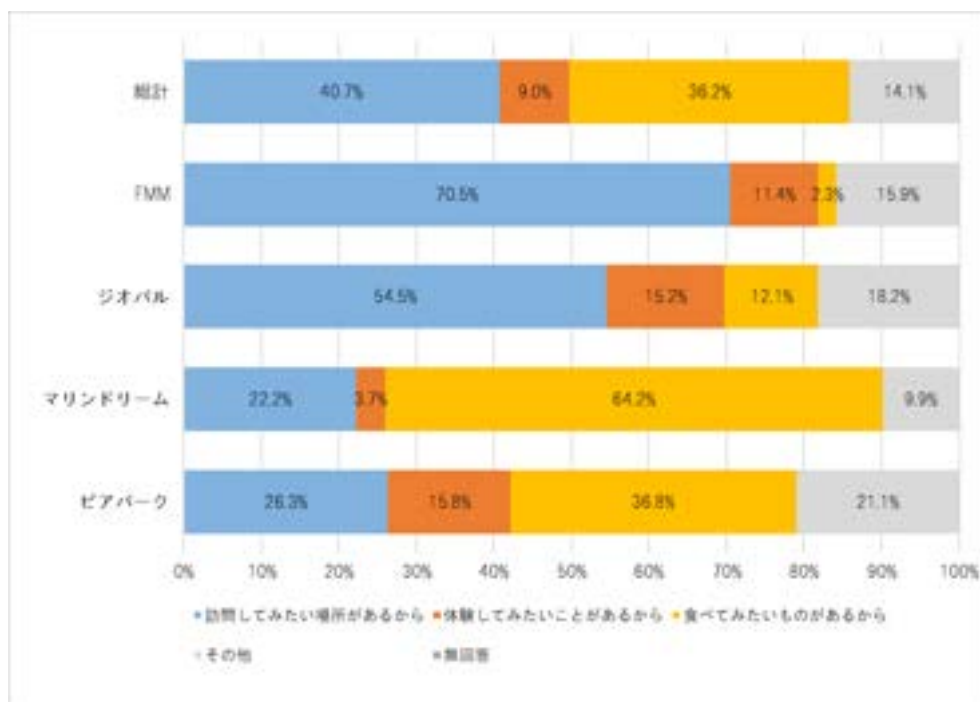


「観光」目的は、フォッサマグナミュージアムでは 65.4%、マリンドリーム能生では 76.3%と高い割合だった。一方、「通過点」がジオパルでは 18.7%、親不知ピアパークでは 39.0%だった。「ヒスイ探し」は親不知ピアパークで 15.3%だったが、マリンドリーム能生ではなかった。

「その他」の内容は、マリンドリーム能生での「ベニズワイガニ（以下、カニ）を食べに」という内容が目立った。

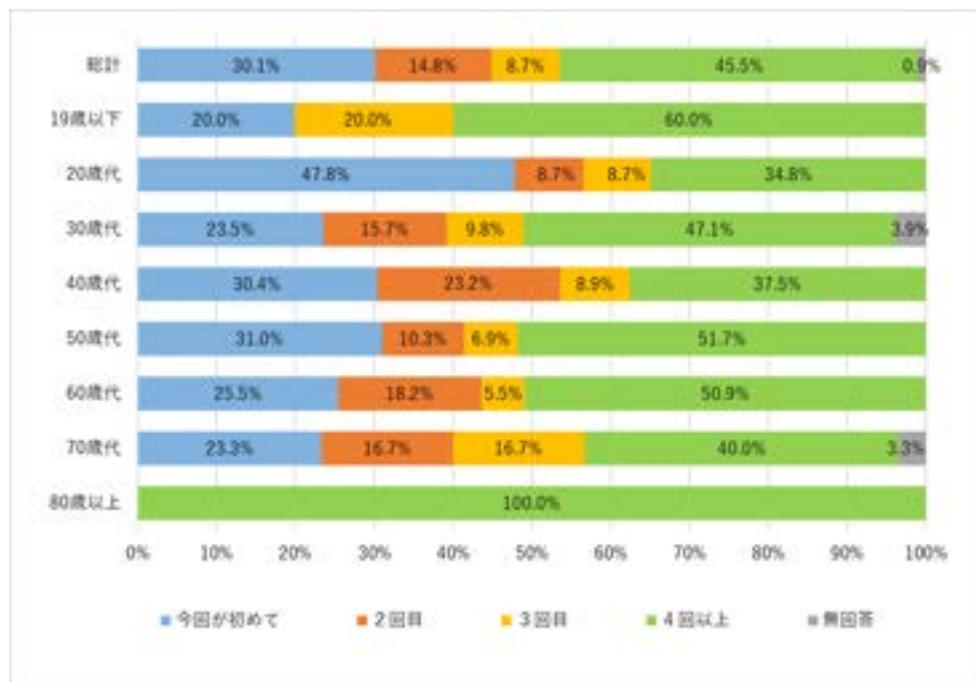
④ 来訪目的の内容

- 「観光」または「スポーツ・レジャー」と回答の方に、その内容をお聞きした。



「訪問してみたい場所があるから」がフォッサマグナミュージアムでは70.5%、ジオパルでは54.5%と最も多く、「食べてみたいものがあるから」がマリンドリーム能生では64.2%、親不知ピアパークでは36.8%で最も多かった。

7. これまでの来訪回数



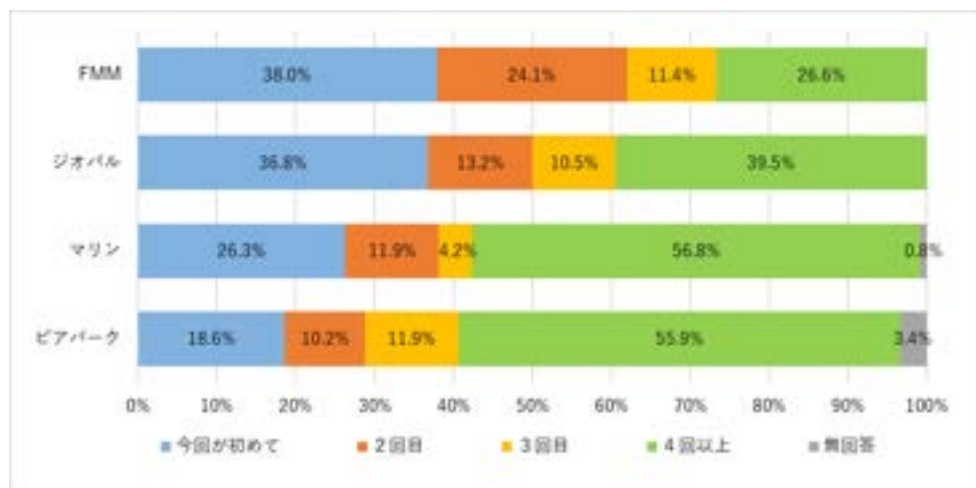
① 全体

全体では 45.5%の方が、「4 回以上」来訪している。「初めて」という方は 30.1%であった。

② 年代別

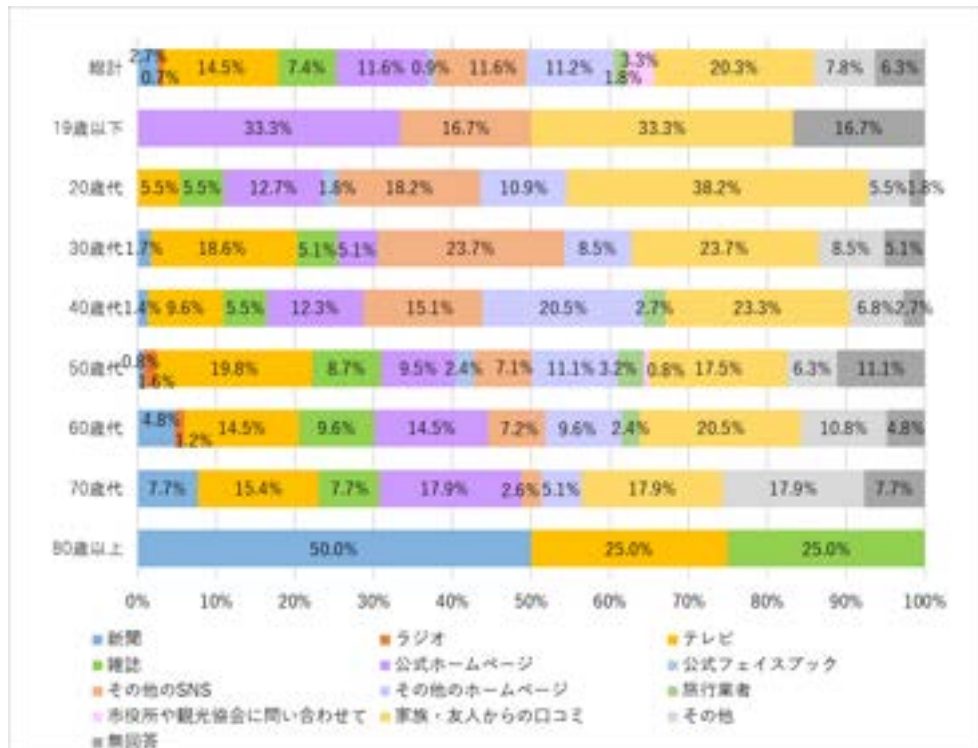
どの年代も「4 回以上」割合が最も多かった。「初めて」という方は 30 歳代・60 歳代・70 歳代で 23～25%、40 歳代・50 歳代で 30%強の割合であった。

③ 調査ポイント別



フォッサマグナミュージアムでは「初めて」の方は 38.0%と最も多かった。ジオパルでは「初めて」と「4 回以上」の方がほぼ同じ割合だった。マリンドリーム能生と親不知ピアパークでは 55%以上の方が「4 回目」であった。

8. 情報入手手段



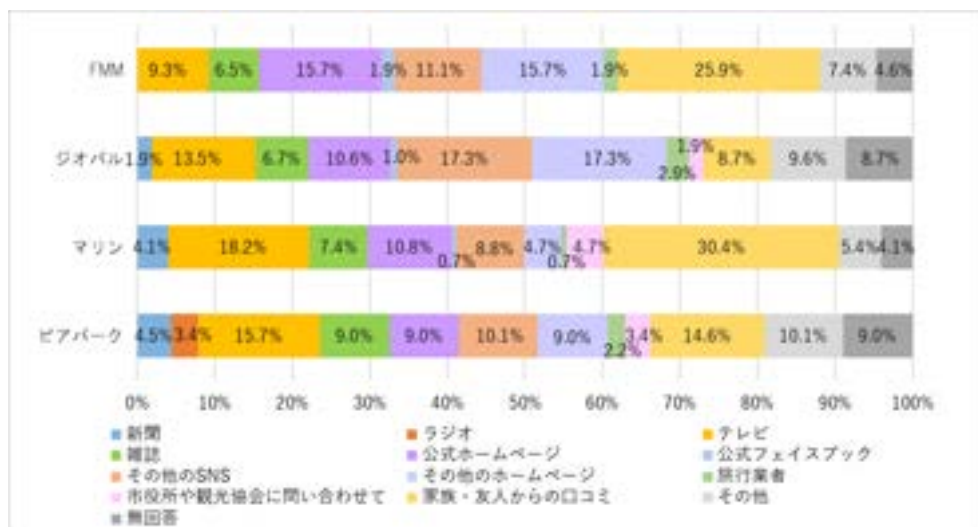
① 全体

従来型のメディア（新聞・ラジオ・テレビ・雑誌）は合わせて 25.2%、「公式ホームページ」「公式フェイスブック」等インターネットを通じた情報入手は 35.3%だった。また、「口コミ」は 20.3%であった。「その他」では、「以前から知っている」という回答が多かった。

② 年代別

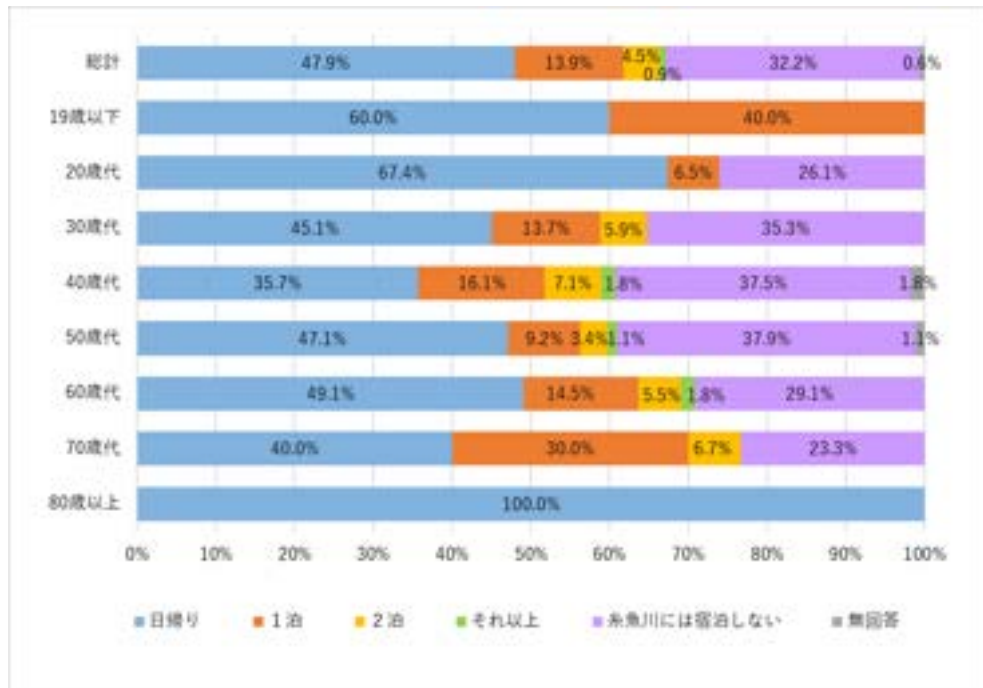
どの年代も「口コミ」の割合が多い。20 歳代～40 歳代では「その他の SNS」目立ち、30 歳代・50 歳代では「テレビ」の割合も多かった。

③ 調査ポイント別



フォッサマグナミュージアムとマリンドリーム能生では「口コミ」が最も多かった。ジオパルでは「その他の SNS」「その他のホームページ」の割合が多く、親不知ピアパークでは「テレビ」の割合が多かった。

9. 宿泊・宿泊施設



① 全体

「日帰り」が47.9%あり、宿泊数にかかわらず「糸魚川に宿泊」の方は19.3%だった。「糸魚川以外に宿泊」の方は32.2%であった。

② 年代別

年代に関わらず「日帰り」の割合が最も多かったが、40歳代は「糸魚川には宿泊しない」の割合が37.5%と最も多かった。30歳代・40歳代・60歳代では20%～25%程度の方が宿泊数にかかわらず「糸魚川に宿泊」していた。

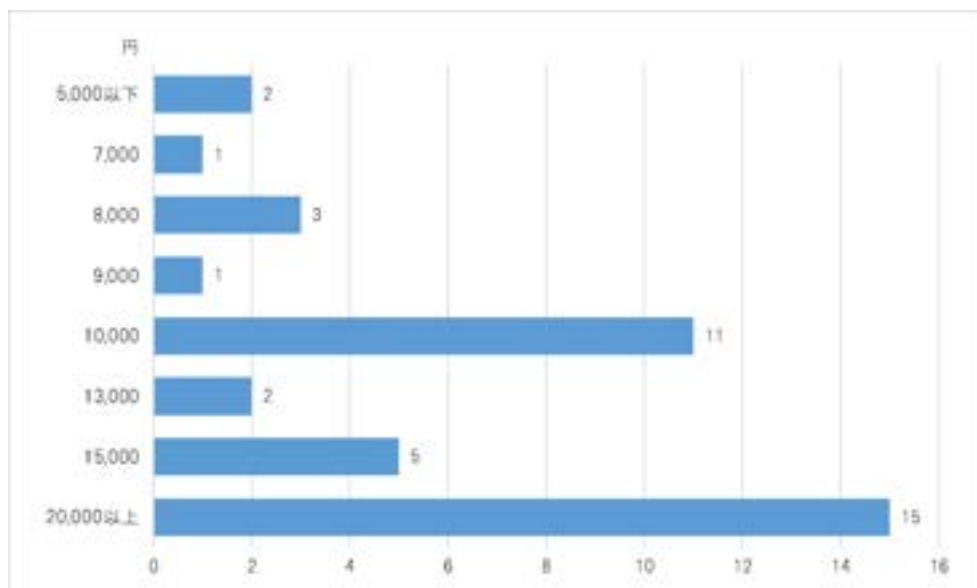
● 市内に宿泊される方に宿泊先をお聞きした



「温泉旅館・ホテル」が46.0%、「ビジネスホテル」が19.0%であった。今回から選択肢に追加した「キャンプ・車中泊」は17.5%であった。

10. 一人あたりの予算

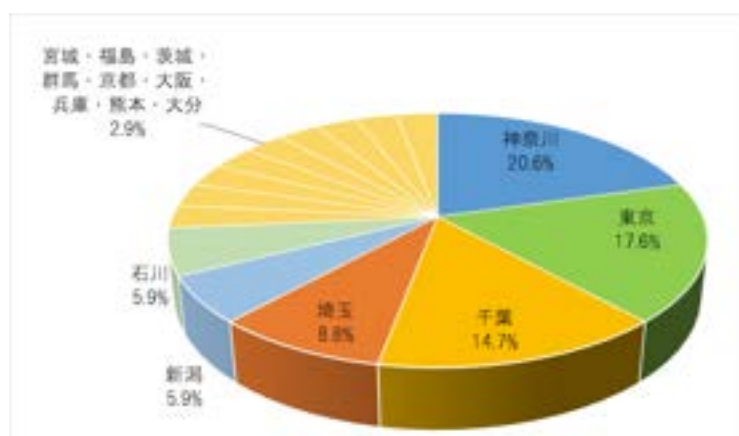
① 宿泊費



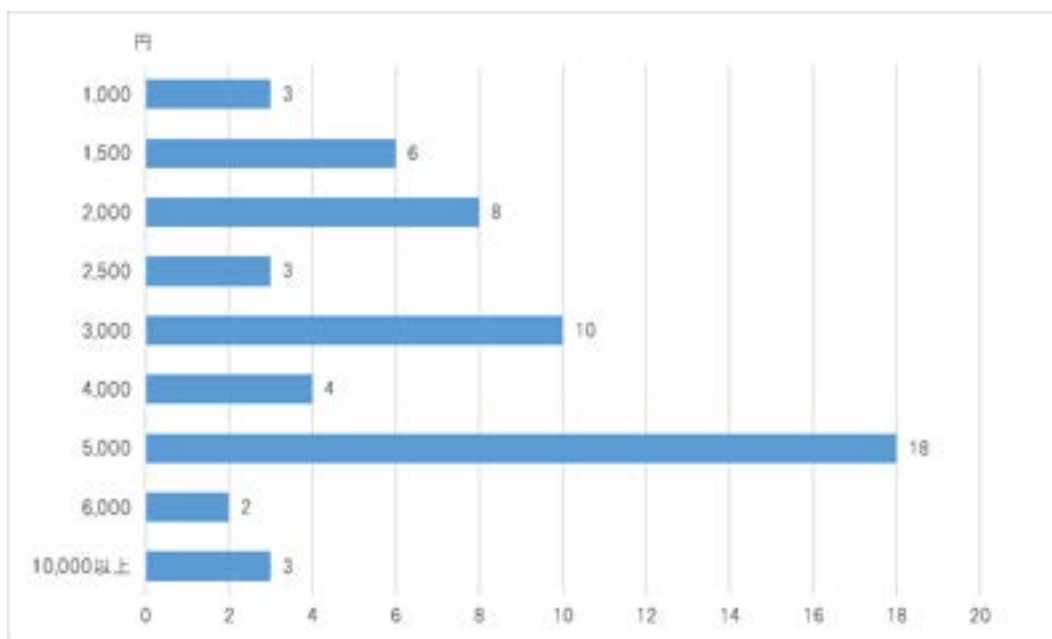
ホテル・旅館・民宿等、宿泊費用が発生する施設での宿泊者データ（回答のあった 64 サンプル。うち、宿泊費を回答いただいたのは 41 サンプル）

- **平均金額 16,939 円**
- **宿泊費の合計 2,354,524 円（一人あたり宿泊平均金額×宿泊人数 139 人）**
宿泊費は、「20,000 円以上」の方が最も多かった。

宿泊者の出発地は神奈川県が 20.6%で最も多かった。次いで東京都・千葉県・埼玉県の順で、この 4 都県で 61.7%であった。その他、県内・石川県、東北地方・関東地方・関西地方・九州地方の方の宿泊があった。



② 飲食費

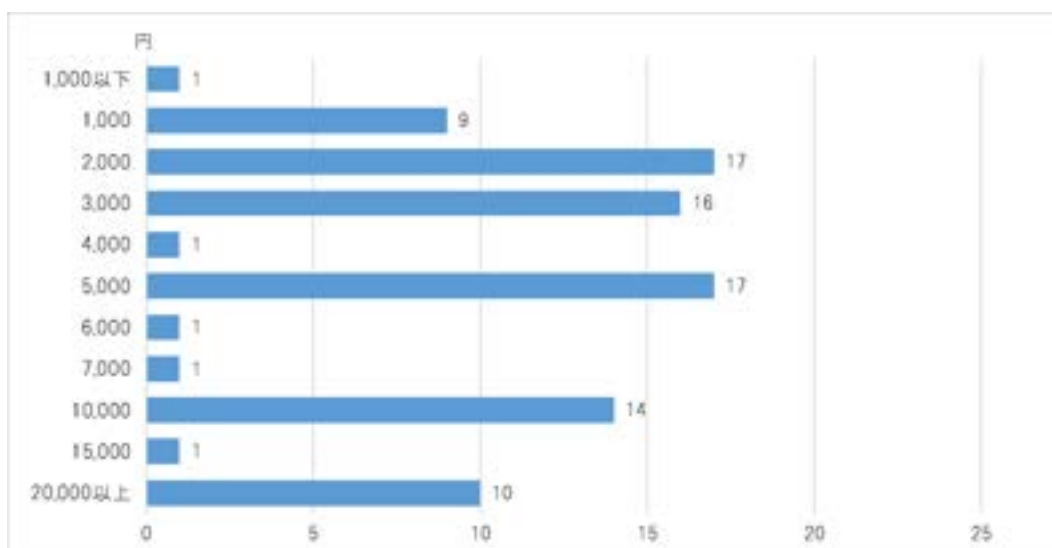


- **平均金額 3,622 円** (回答のあった金額を、一緒に来た人数で割った金額)

金額的には、「5,000 円」が最も多く、次いで「3,000 円」「2,000 円」という方が多かった。

具体的なメニューとしては、カニ、海鮮丼、寿司、ラーメン等があがっていた。

③ お土産代



- **平均金額 8,792 円**

金額的には、「2,000 円」「5,000 円」が最も多く、次いで「3,000 円」「10,000 円」の回答が多かった。また、「20,000 円以上」という回答も 10 件あった。

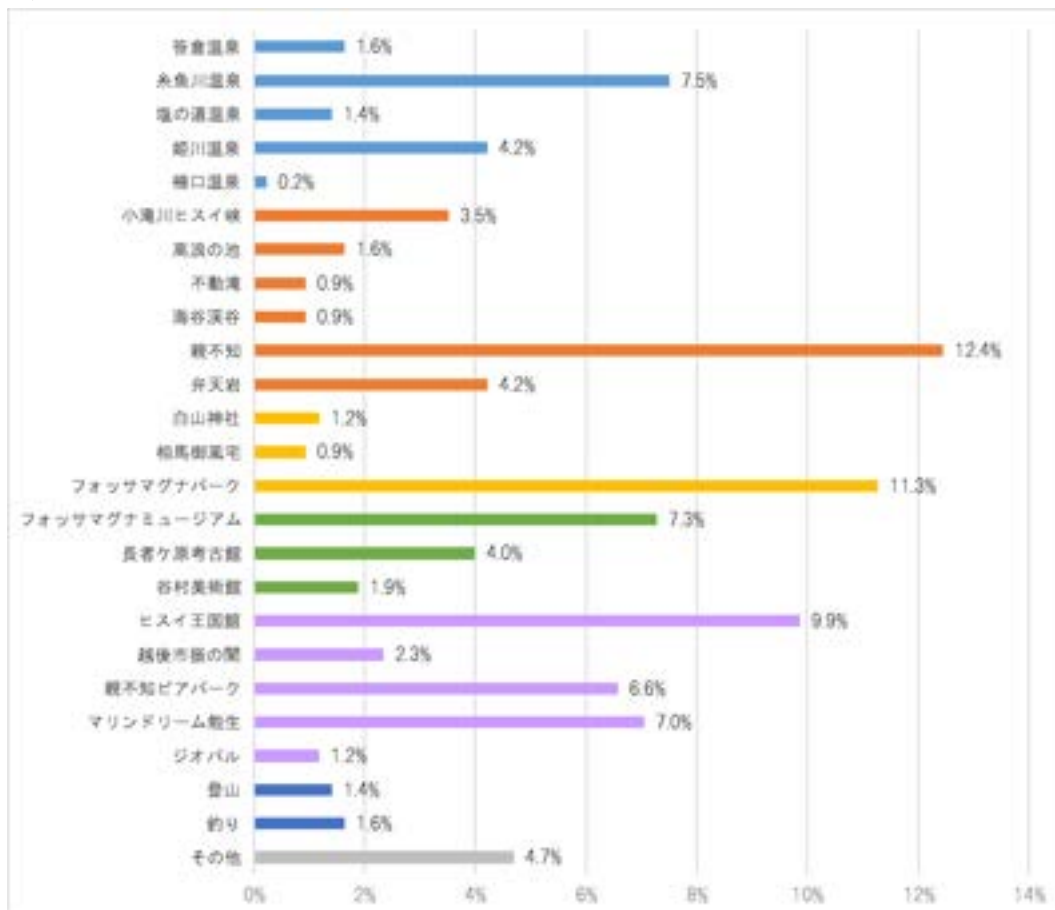
具体的な商品としては、ヒスイ加工品、カニや海産物、お菓子があがっていた。

11. 来訪した場所

注) フォッサマグナミュージアムで調査した際の「フォッサマグナミュージアム」の回答、ジオパルでの「ジオパル」の回答、マリンドリーム能生での「マリンドリーム能生」の回答、親不知ピアパークでの「親不知ピアパーク」の回答は除外した。

① 全体集計

● 場所別



全体で最も多かった回答は、「親不知」で 12.4%。次いで「フォッサマグナパーク」11.3%、「ヒスイ王国館」9.9%であった。

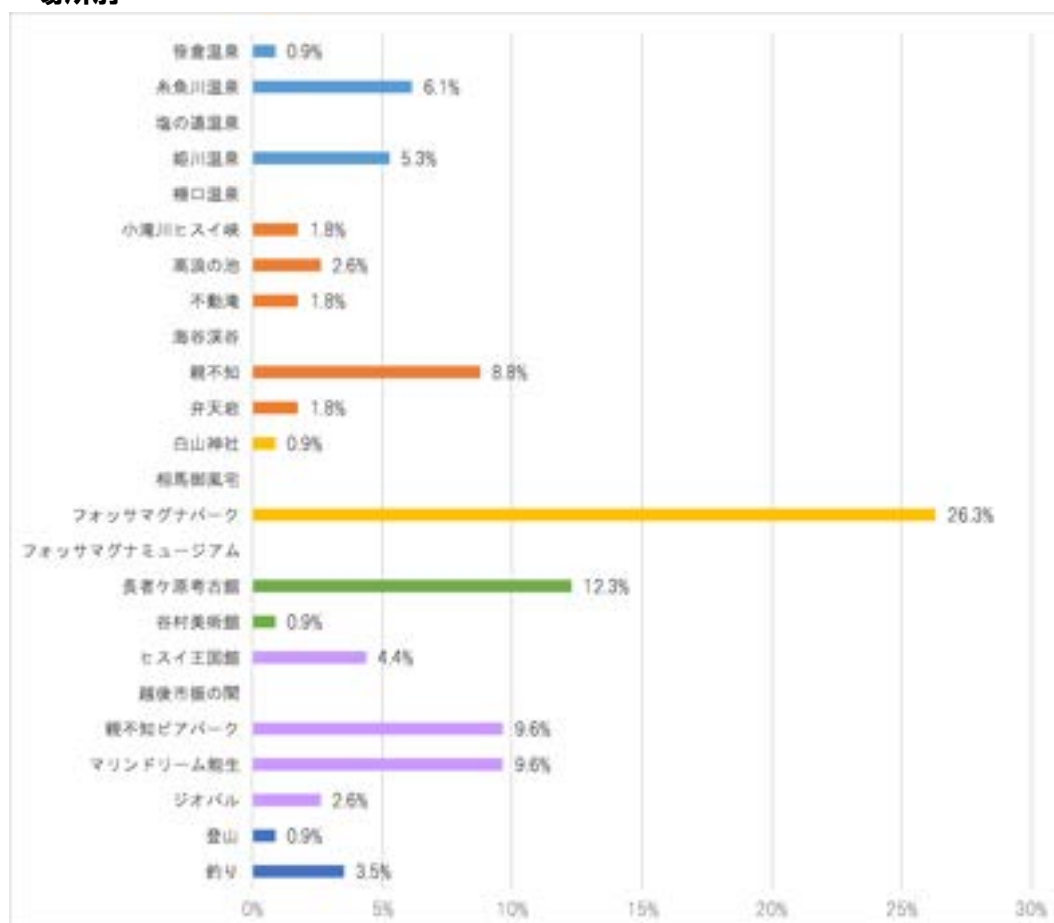
● カテゴリー別



カテゴリー別では「道の駅等」が 27.0%、「自然景観」が 23.7%、「温泉」が 15.0%であった。

② フォッサマグナミュージアムでの調査結果

● 場所別



フォッサマグナミュージアムで最も多かった回答は、「フォッサマグナパーク」で26.3%。次いで「長者ヶ原考古館」12.3%であった。

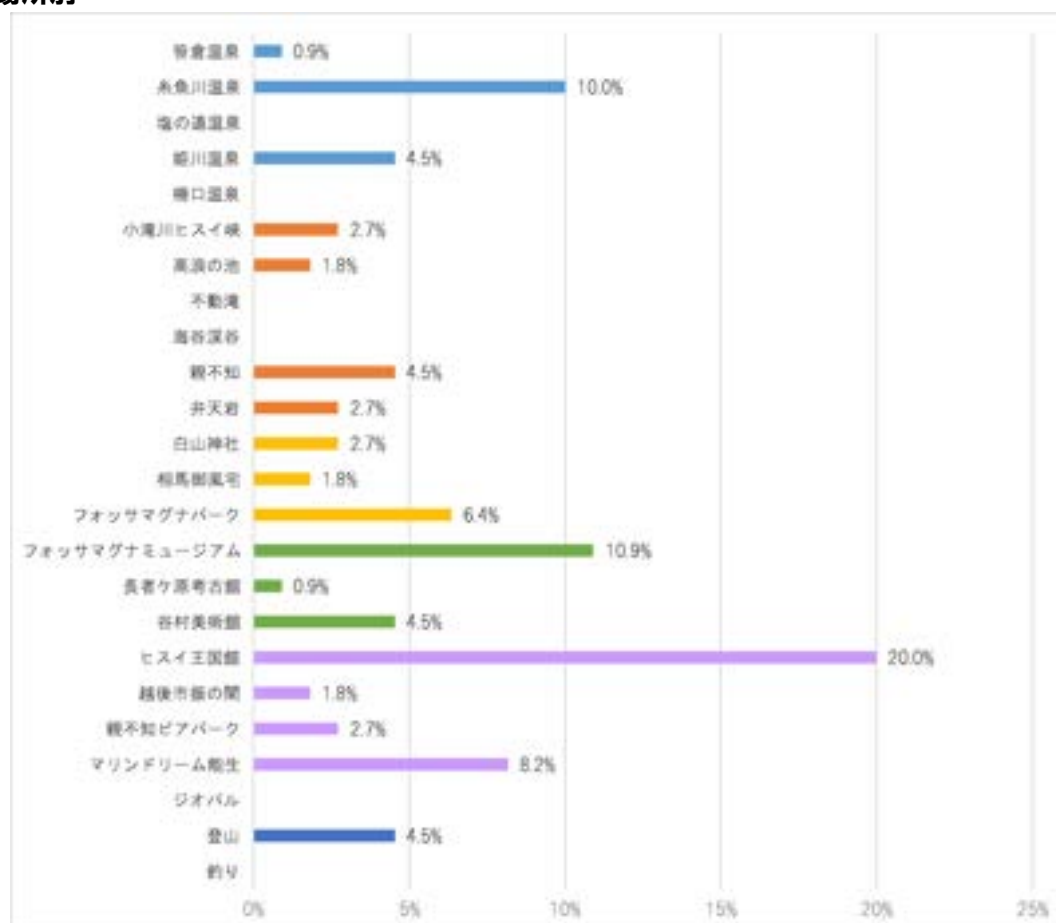
● カテゴリー別



カテゴリー別では「名所旧跡」で27.2%と最も多く、「道の駅等」26.3%であった。

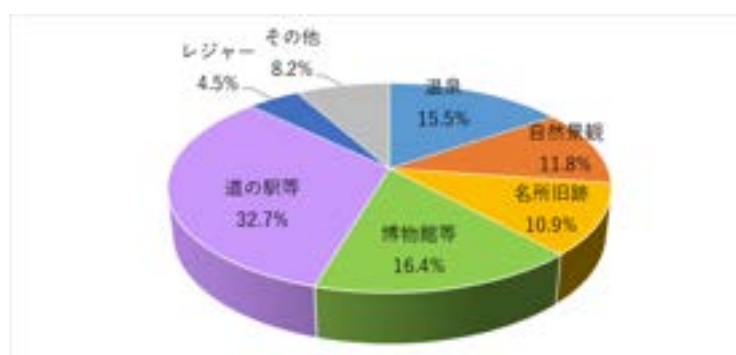
③ ジオバルでの調査結果

● 場所別



ジオバルで最も多かった回答は「ヒスイ王国館」で 20.0%、次いで「フォッサマグナミュージアム」10.9%、「糸魚川温泉」10.0%であった。

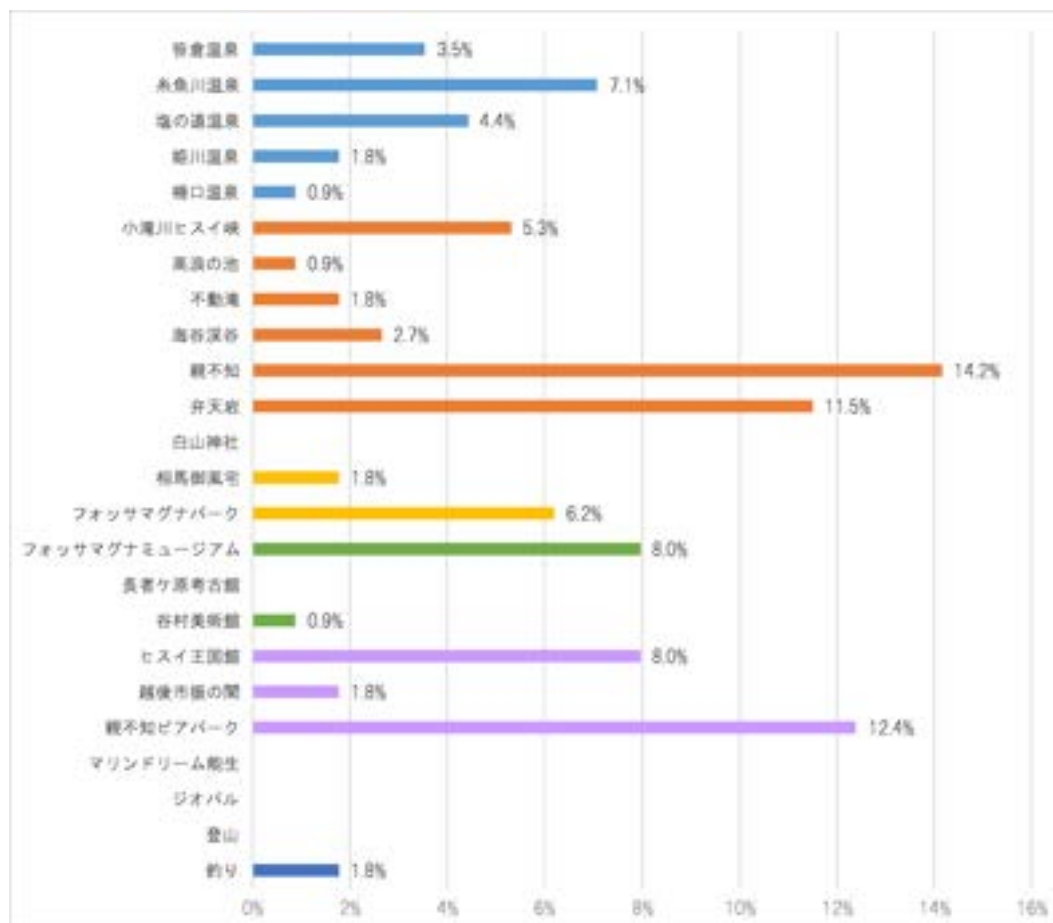
● カテゴリー別



カテゴリー別では「道の駅等」で 32.7%と最も多く、次いで「博物館等」16.4%、「温泉」15.5%であった。

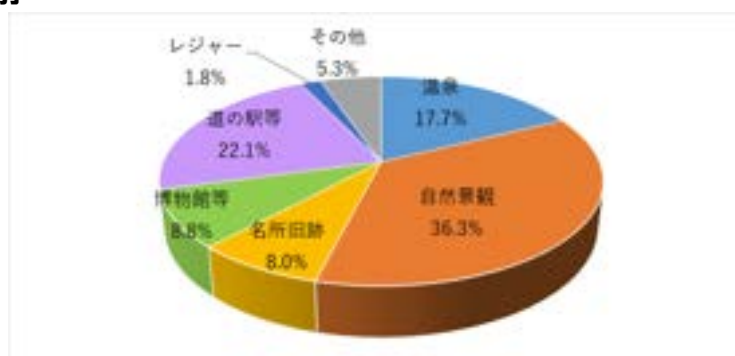
④ マリンドリーム能生での調査結果

● 場所別



マリンドリーム能生で最も多かったのは「親不知」で 14.2%、次いで「親不知ピアパーク」12.4%、「弁天岩」11.5%であった。

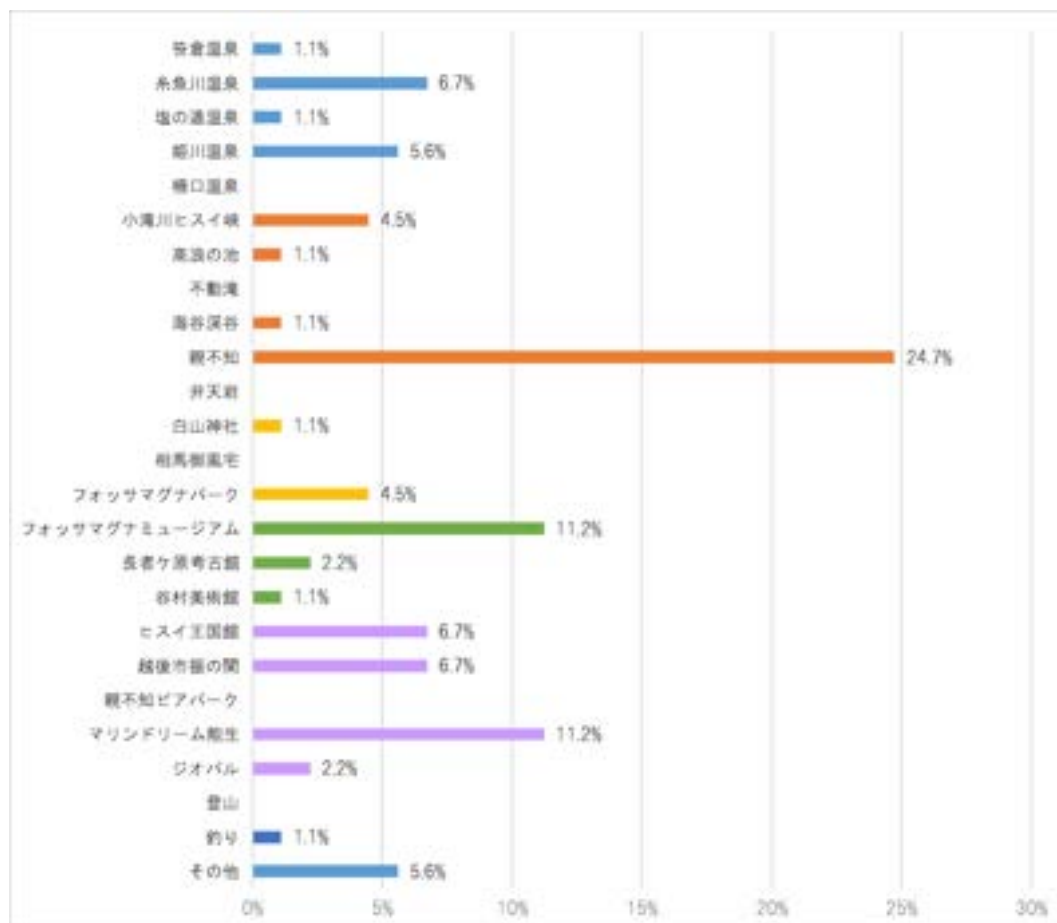
● カテゴリー別



カテゴリー別では「自然景観」が 36.3%と最も多く、次いで「道の駅等」22.1%であった。

⑤ 親不知ピアパークでの調査結果

● 場所別



親不知ピアパークで最も多かったのは「親不知」で 24.7%、次いで「フォッサマグナミュージアム」・「マリンドリーム能生」の 11.2%であった。

● カテゴリー別

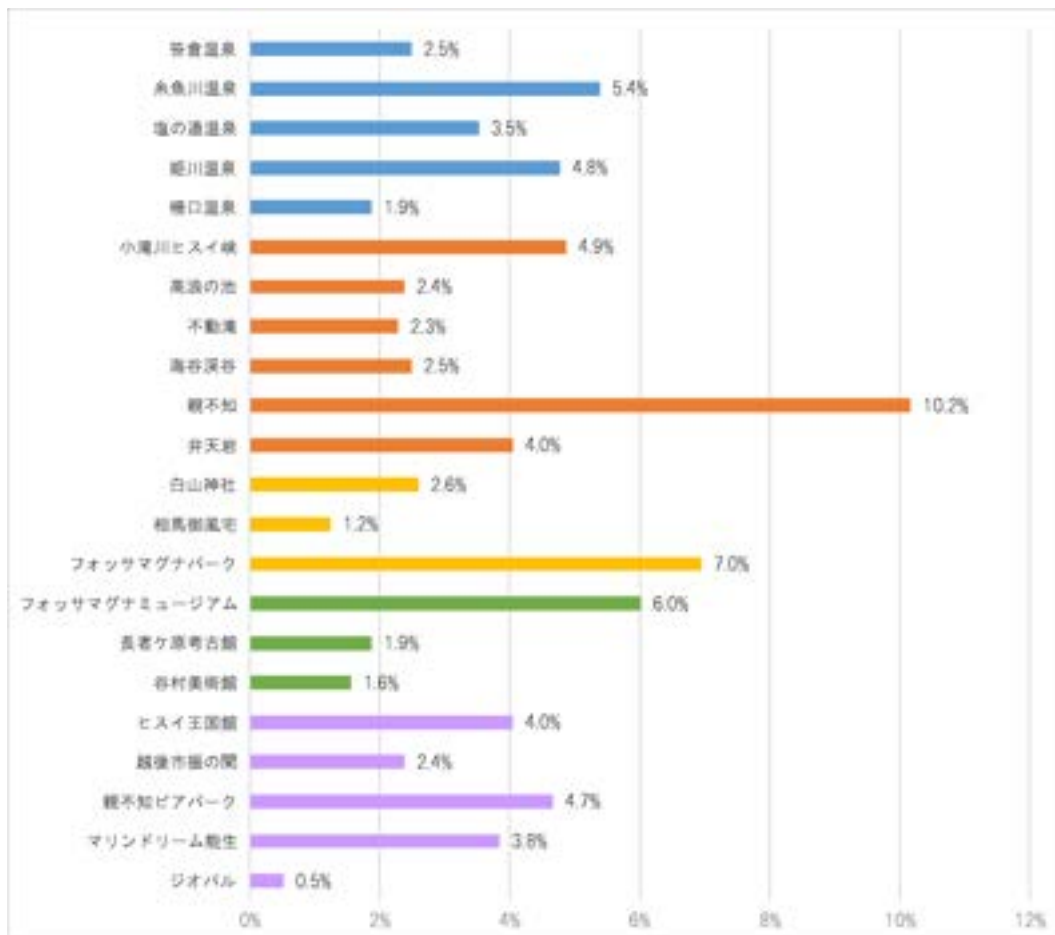


カテゴリー別では「自然景観」で 31.5%と最も多く、次いで「道の駅等」が 27.0%であった。

12. 糸魚川市内で知っている場所

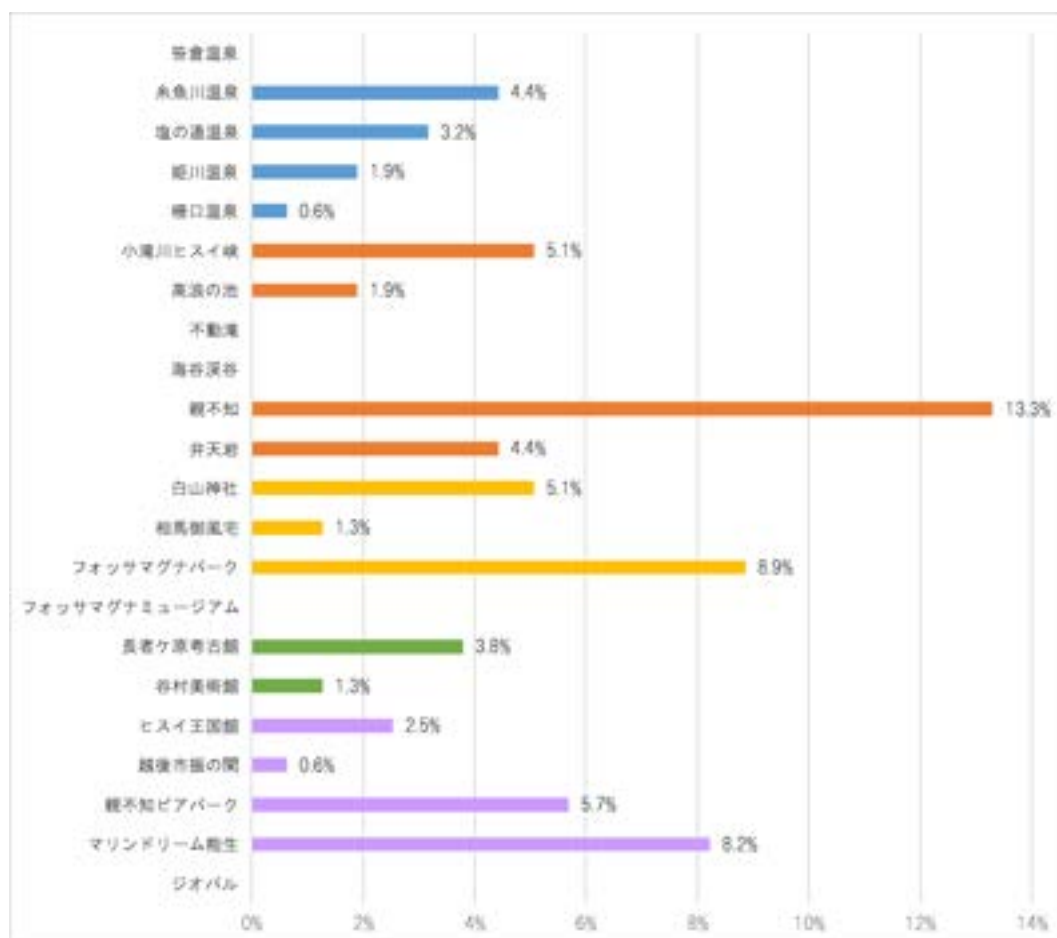
注) 前問の選択肢の中から、知っている場所をお答えいただいた。
 フォッサマグナミュージアムで調査した際の「フォッサマグナミュージアム」の回答、
 ジオバルでの「ジオバル」の回答、マリンドリーム能生での「マリンドリーム能生」の
 回答、親不知ピアパークでの「親不知ピアパーク」の回答は除外した。

① 全体集計



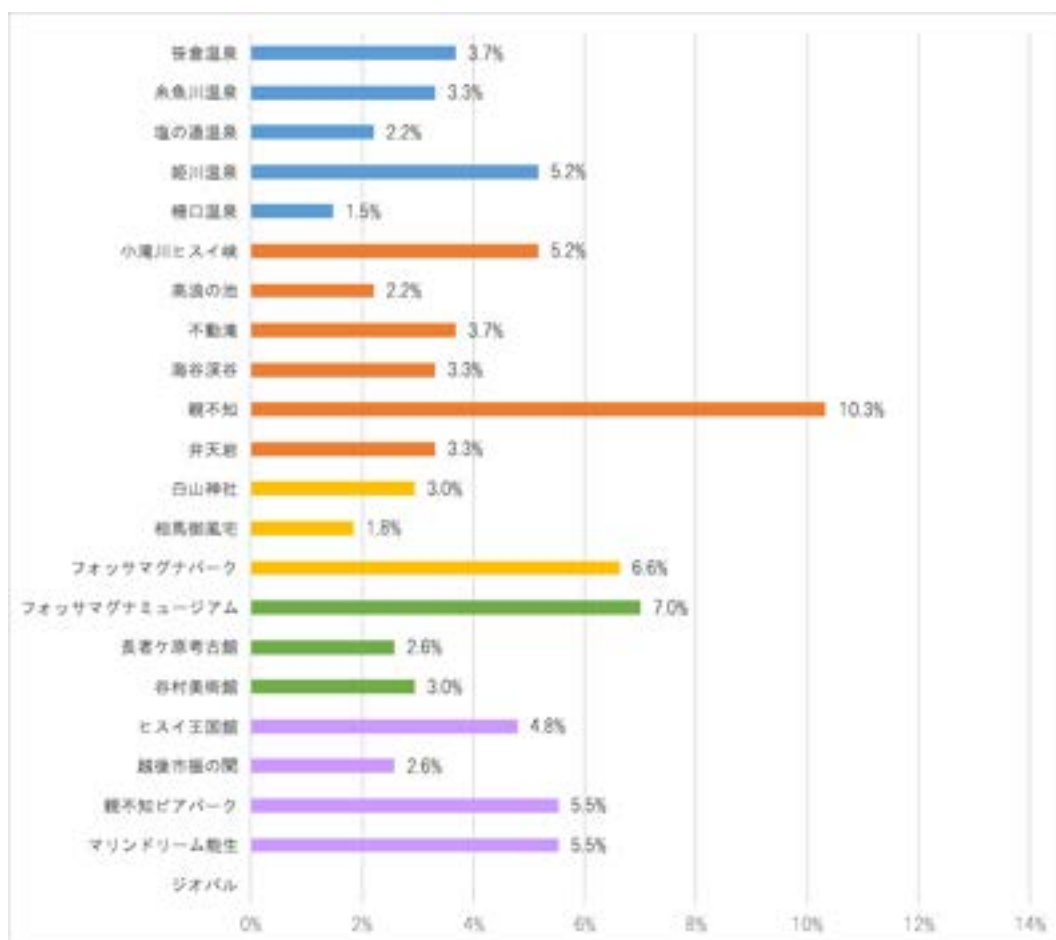
全体では、「親不知」が10.2%と最も認知度が高く、次いで「フォッサマグナパーク」7.0%、「フォッサマグナミュージアム」6.0%、「糸魚川温泉」5.4%の順であった。

② フォッサマグナミュージアムでの調査結果



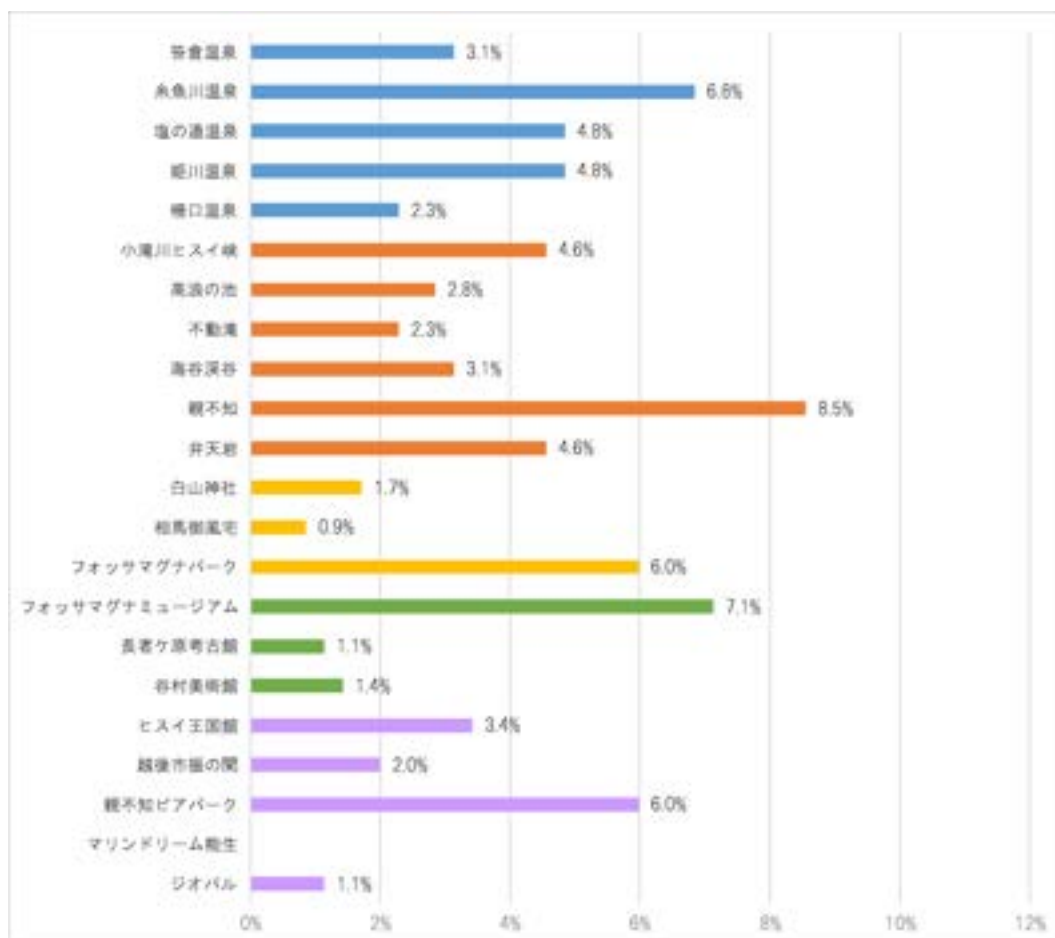
フォッサマグナミュージアムでは、「親不知」が13.3%で最も認知度が高く、次いで「フォッサマグナパーク」8.9%、「マリンドリーム能生」8.2%の順であった。

③ ジオバルでの調査結果



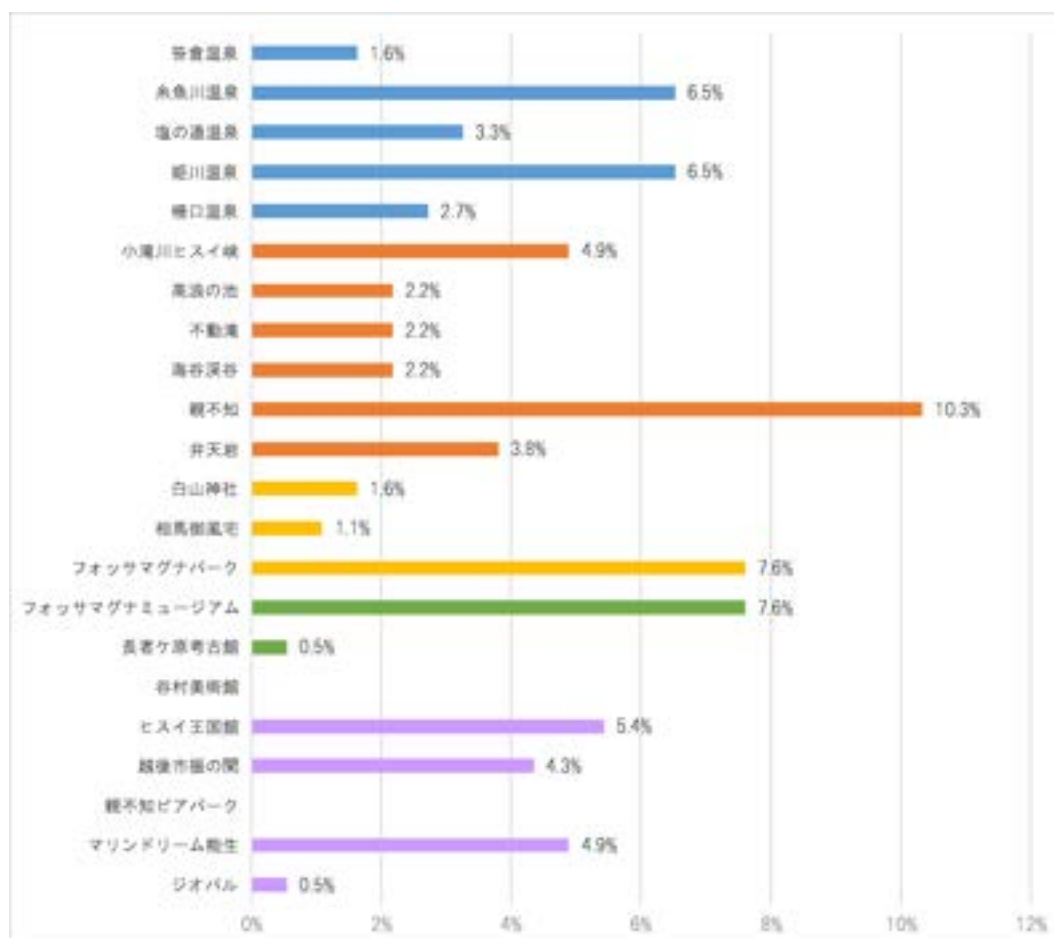
ジオバルでは、「親不知」が10.3%と認知度が最も高く、次いで「フォッサマグナミュージアム」が7.0%、「フォッサマグナパーク」6.6%の順であった。

④ マリンドリーム能生での調査結果



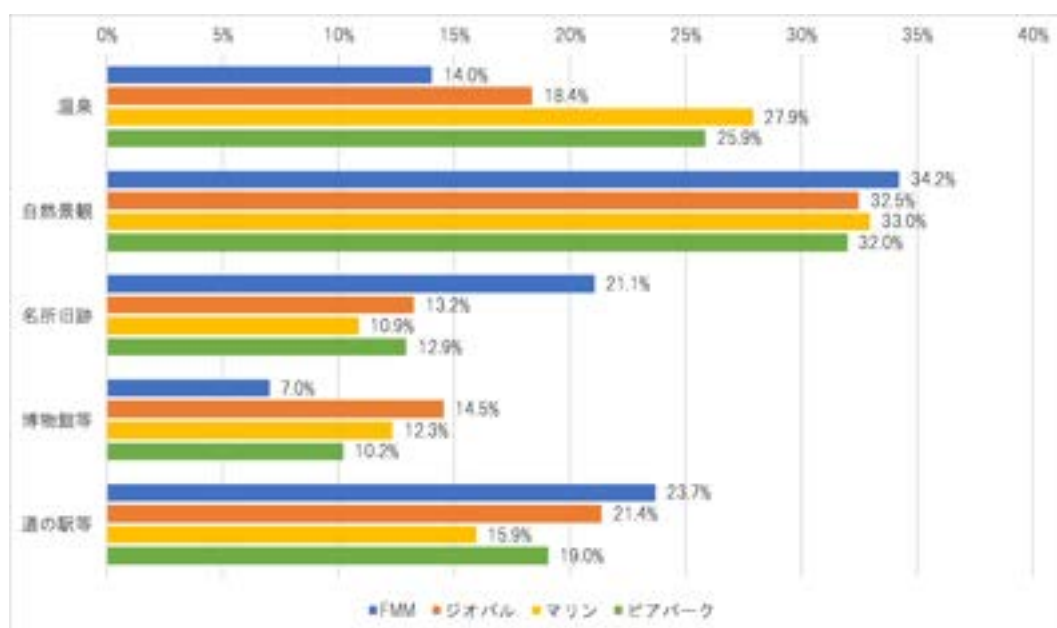
マリンドリーム能生では、「親不知」が8.5%と認知度が最も高く、次いで「フォッサマグナミュージアム」7.1%、「糸魚川温泉」6.8%の順であった。

⑤ 親不知ピアパークでの調査結果



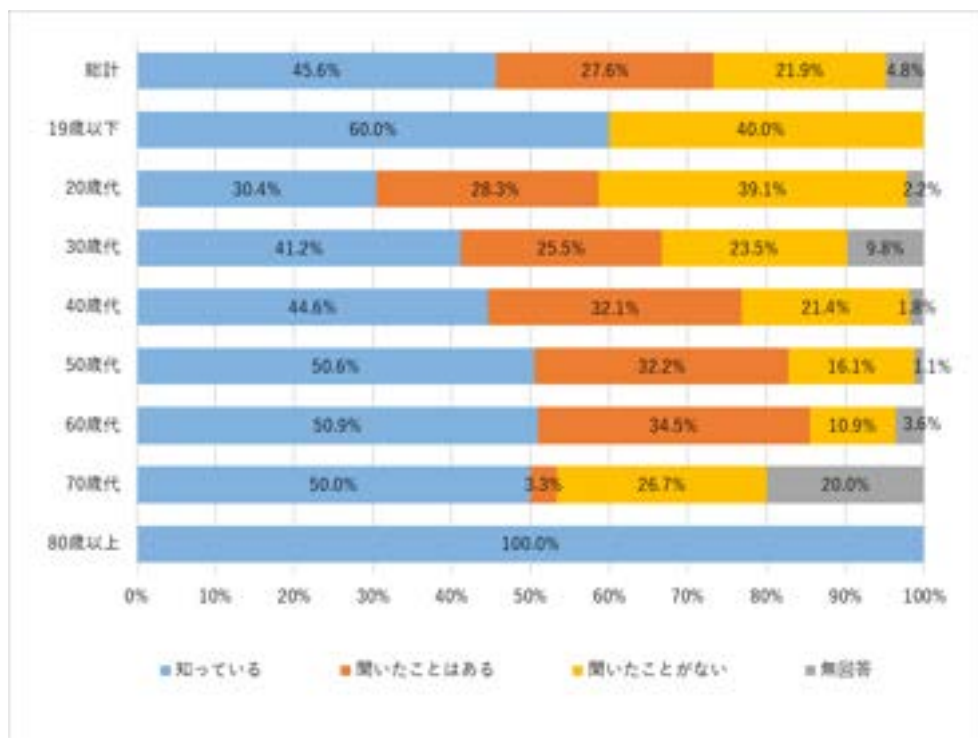
親不知ピアパークでは、「親不知」が10.3%で認知度が最も高く、次いで「フォッサマグナパーク」・「フォッサマグナミュージアム」が7.6%であった。

⑥ カテゴリー別集計



カテゴリー別に見ると、どの調査ポイントでも「自然景観」と認知度が高く、次いで「温泉」、「道の駅」の順であった。

13. 糸魚川ジオパークの認知度



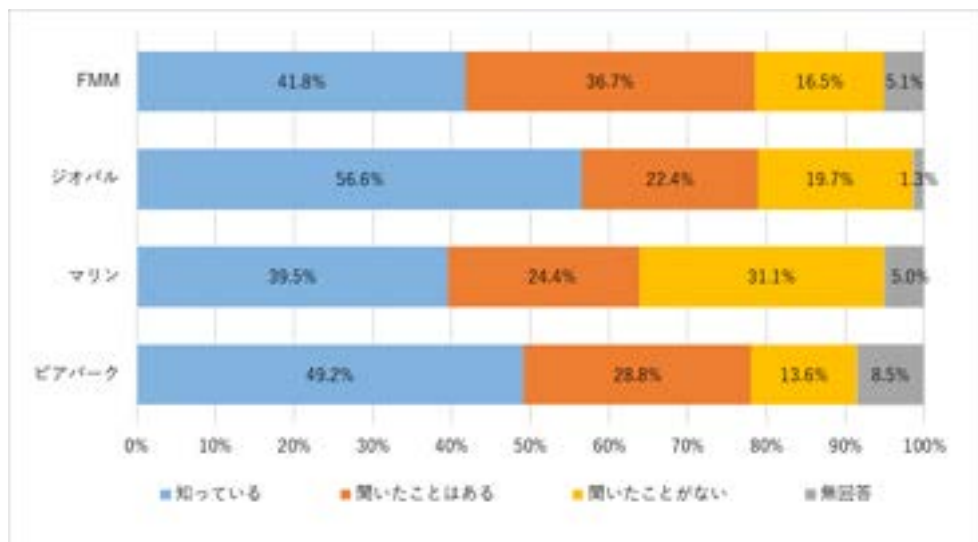
① 全体

全体では、「知っている」「聞いたことはある」をあわせ、73.2%の回答があった。

② 年代別

30歳代以上から70歳代までは「知っている」が40%以上だった。また「聞いたことがない」は20歳代で39.1%、70歳代26.7%であった。

③ 調査ポイント別

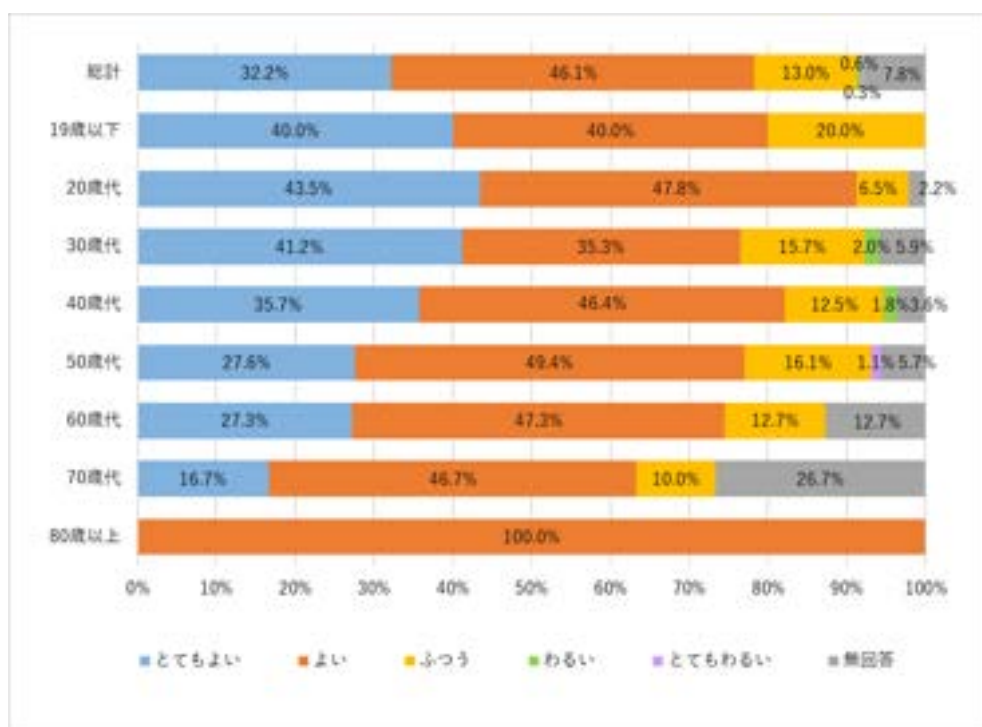


「知っている」と「聞いたことがある」を合わせた割合が、フォッサマグナミュージアムでは78.5%、ジオパルでは79.0%、親不知ピアパークでは78.0%であった。

一方で、マリンドリーム能生では「聞いたことがない」が31.1%であった。

14. 印象・満足度

① 景観・施設



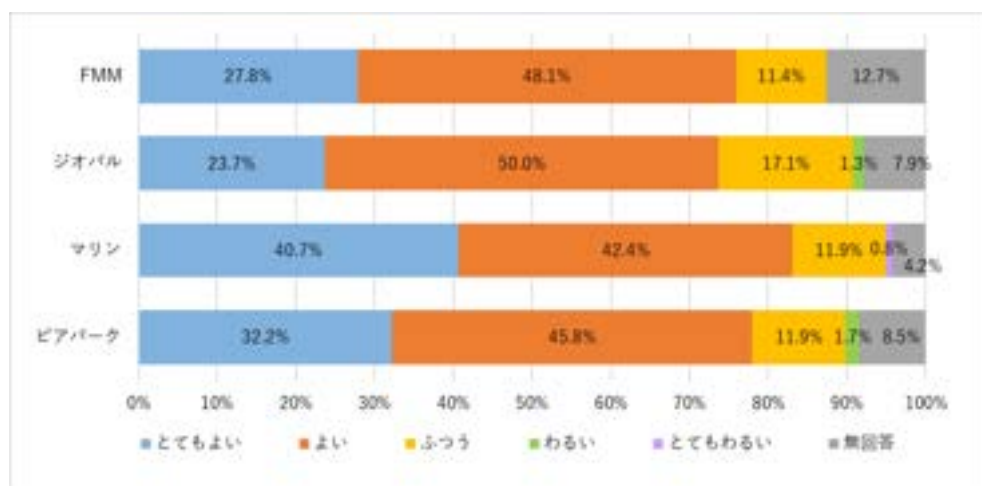
(1) 全体

全体では「とてもよい」「よい」を合わせて78.3%であった。

(2) 年代別

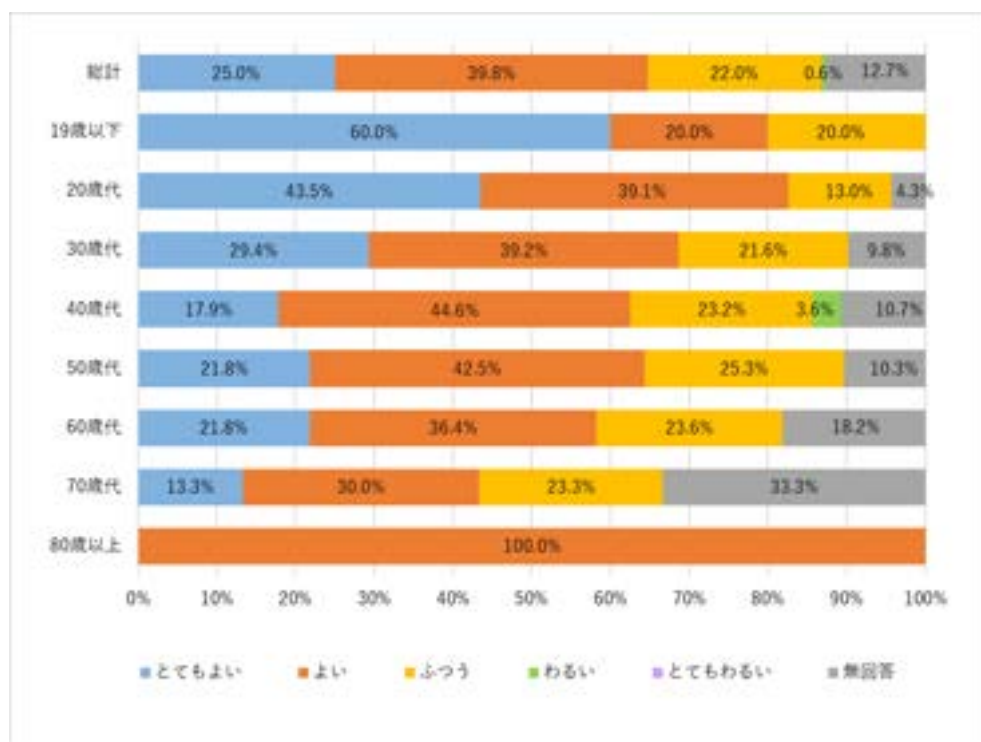
どの年代でも「とてもよい」「よい」の割合が高かった。特に20歳代では合わせて91.3%と最も高かった。

(3) 調査ポイント別



「とてもよい」「よい」を合わせた割合が、マリンドリーム能生では83.1%、親不知ピアパークでは78.0%、フォッサマグナミュージアム75.9%、ジオパルでは73.7%であった。

② お店の対応



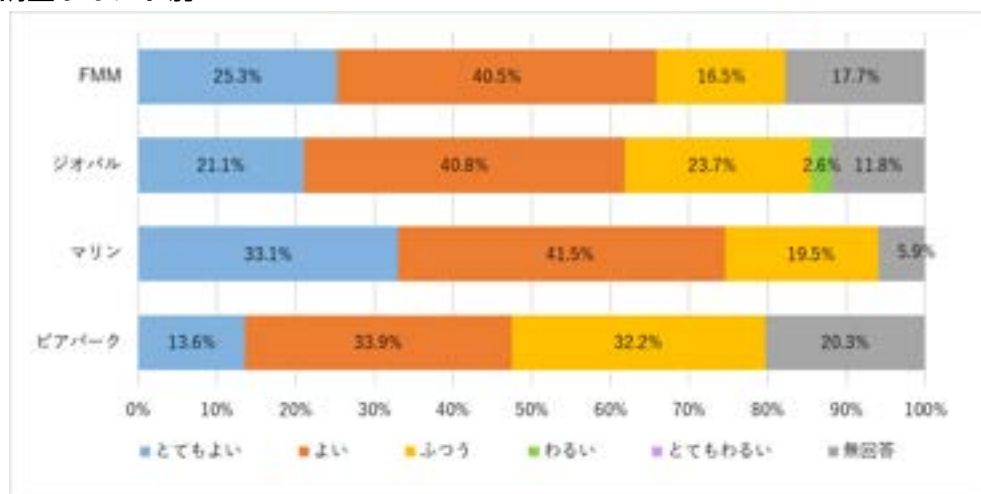
(1) 全体

「とてもよい」「よい」を合わせて64.8%であった。

(2) 年代別

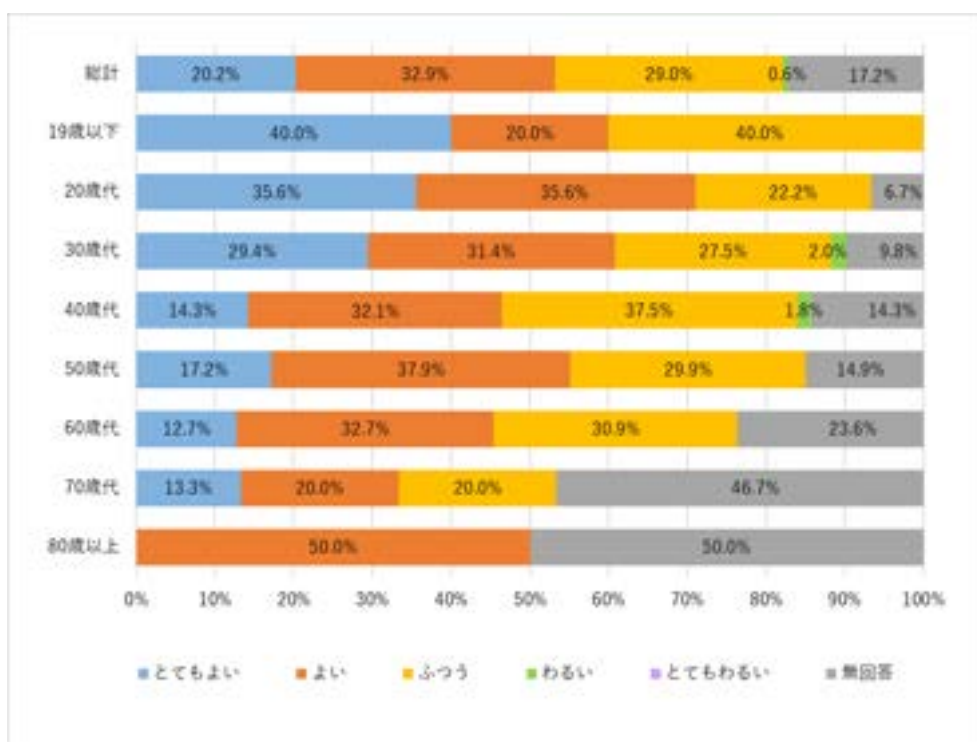
どの年代でも「とてもよい」「よい」の割合が高いが、30歳代～60歳代では「ふつう」が20%以上であった。

(3) 調査ポイント別



「とてもよい」「よい」を合わせると、マリンドリーム能生では74.6%、フォッサマグナミュージアムでは65.8%、ジオパルでは61.9%、親不知ピアパークでは47.5%であった。

③ お土産



(1) 全体

「とてもよい」「よい」を合わせて53.1%だった。「ふつう」が29.0%であった。

(2) 年代別

どの年代でも「とてもよい」「よい」を合わせた割合が多かった。一方で40歳代では「ふつう」が37.5%と「とてもよい」14.2%、「よい」32.1%よりも多かった。

(3) 調査ポイント別



フォッサマグナミュージアムでは「とてもよい」「よい」が49.4%だった一方、「ふつう」が26.6%であった。

ジオパルは「とてもよい」「よい」をあわせて46.1%、「ふつう」が31.6%であった。

マリンドリーム能生では「とてもよい」「よい」をあわせて68.4%であった。

親不知ピアパークでは「とてもよい」「よい」をあわせて37.3%、「ふつう」が39.0%であった。

④ 自由意見＜満足点＞

● 自然・景観

- ・ 景観が良いと思う (県内 男性 30 代 FMM)
- ・ 海が近い (長野 男性 20 代 FMM)
- ・ 街がきれい (県内 男性 20 代 ジオパル)
- ・ 海岸線がよかった (三重 女性 60 代 ジオパル)
- ・ 海も山もあって行ってみたい所がたくさん (長野 女性 40 代 マリン)
- ・ 海がきれい (東京 男性 60 代 マリン)
- ・ 自然が多い (県内 男性 20 代 ピアパーク)
- ・ ヒスイがとれるのはめずらしい (埼玉 女性 40 代 ジオパル)

● 施設

- ・ 念願のフォッサマグナミュージアム (神奈川 女性 40 代 FMM)
- ・ 施設がきれいに整備・管理されている (長野 男性 40 代 FMM)
- ・ 駅に無料の鉄道資料館的なものがある (東京 男性 30 代 ジオパル)
- ・ フリースペースに豪華な車両や遺構を展示していて素晴らしい (東京 男性 40 代 ジオパル)
- ・ 糸魚川駅の無料鉄道博物館がとても良かった (埼玉 男性 40 代 ジオパル)
- ・ ジオラマが見ていて楽しい (千葉 女性 50 代 ジオパル)

● お店の対応等

- ・ 人柄が良い (北海道 女性 20 代 ジオパル)
- ・ ホテルのおもてなしが良かった (千葉 男性 70 代 マリン)
- ・ みんな元気 (長野 女性 20 代 マリン)

● 食べ物・お土産

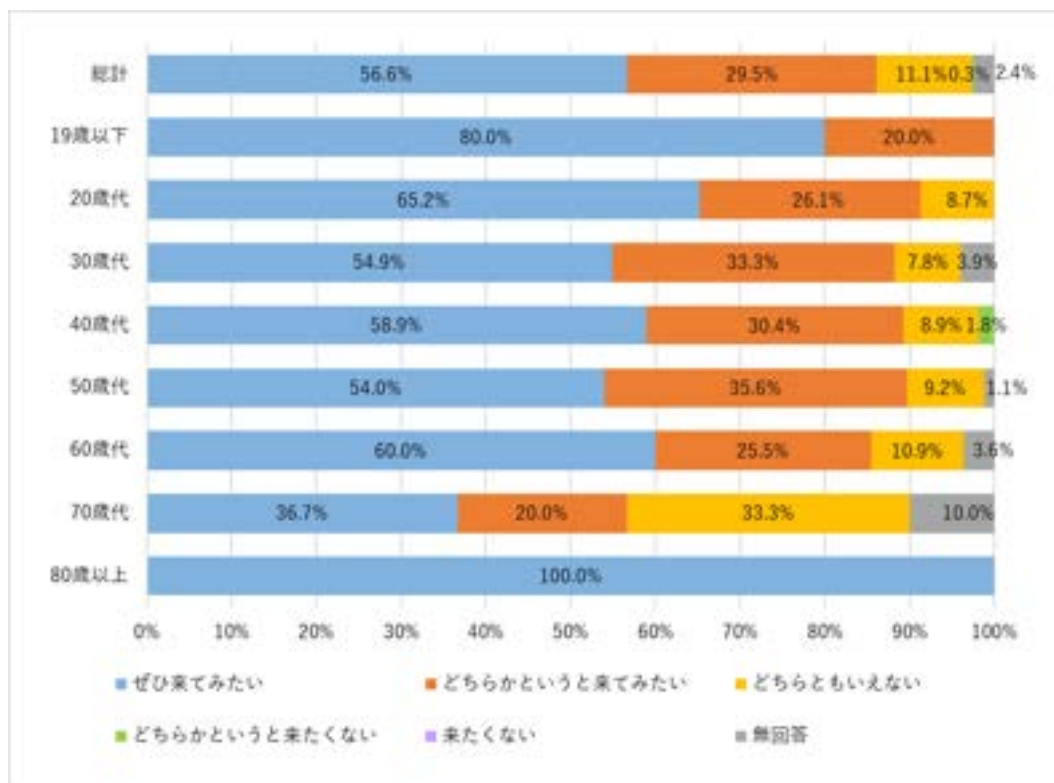
- ・ 宿泊先や道の駅での食事が良かった (県内 女性 40 代 FMM)
- ・ カニがおいしい (居住地・性別不明 19 歳以下 マリン)
- ・ カニのおまけがすごかった (岐阜 女性 50 代 マリン)
- ・ ヒスイいっぱい (静岡 男性 60 代 FMM)

⑤ 自由意見＜不満点＞

- ・ お土産が長野・富山の物が多い (県内 女性 40 代 FMM)
- ・ お土産が昭和感ある。ばら売りのお菓子が少ない (埼玉 女性 30 代 ジオパル)
- ・ お土産の選択肢を増やしてほしい (東京 男性 40 代 マリン)
- ・ 駐車場が満車でかなり待つ (埼玉 女性 40 代 ジオパル)
- ・ 駐車場が少ない (長野 男性 60 代 マリン)
- ・ トイレが少ない (群馬 男性 50 代 マリン)
- ・ ホテルがない (大分 男性 40 代 FMM)
- ・ 宿が少ない。ヒスイ探しに通いたいのにおさえるのが難しい (神奈川 女性 30 代 ピアパーク)
- ・ 飲食店が少ない (東京 女性 40 代 ジオパル)

※ 調査場所の略称 FMM...フォッサマグナミュージアム マリン...マリンドリーム能生
ピアパーク...親不知ピアパーク

15. 再来訪の意向



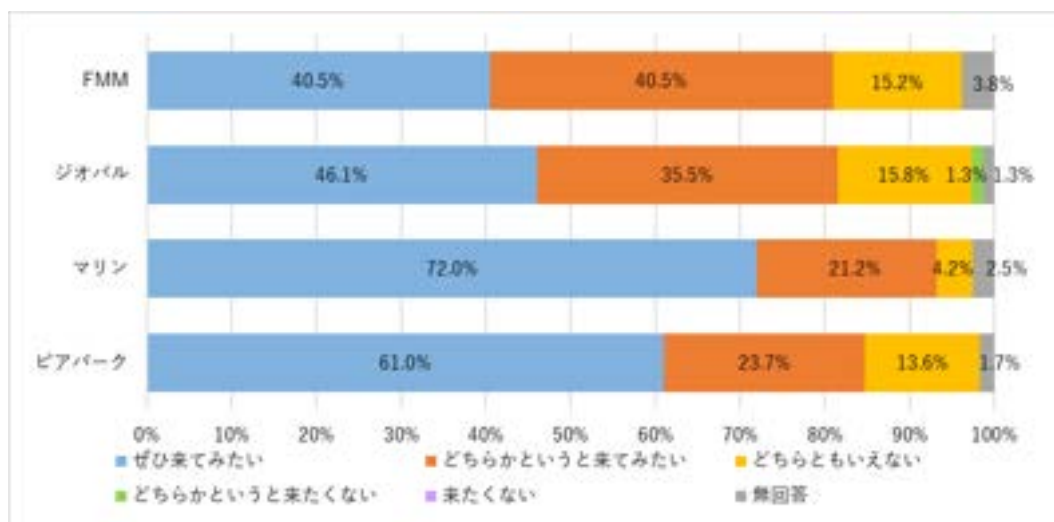
① 全体

全体では、「ぜひ来てみたい」「どちらかというと来てみたい」をあわせ 86.1%の方が再来訪の意向を示している。

② 年代別

20歳代～60歳代ではどの年代別でも「ぜひ来てみたい」が50%を超えていた。

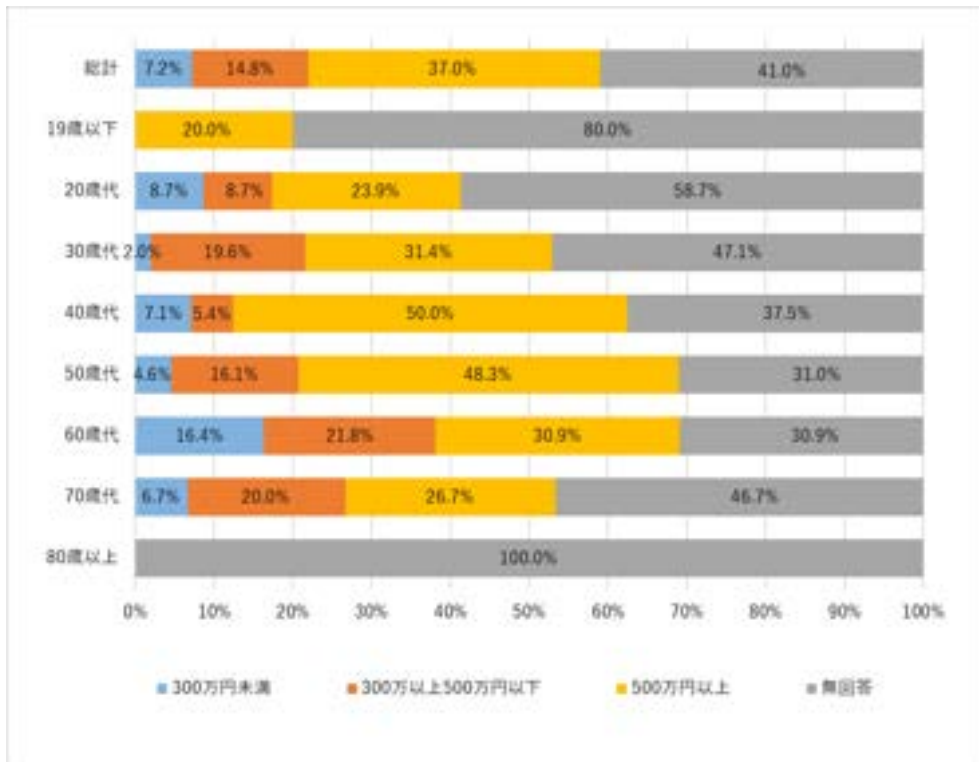
③ 調査ポイント別



どの調査ポイントでも「ぜひ来てみたい」「どちらかというと来てみたい」があわせて80%以上であった。

16. 世帯収入

2022（令和4）年9月に実施されたユネスコ世界ジオパーク再認定審査での現地調査員の意見を踏まえ、来訪者の経済状況を把握した上で情報発信や受け入れ対応を行うため、任意解答で世帯収入の設問を2022（令和4）年度調査より追加した。



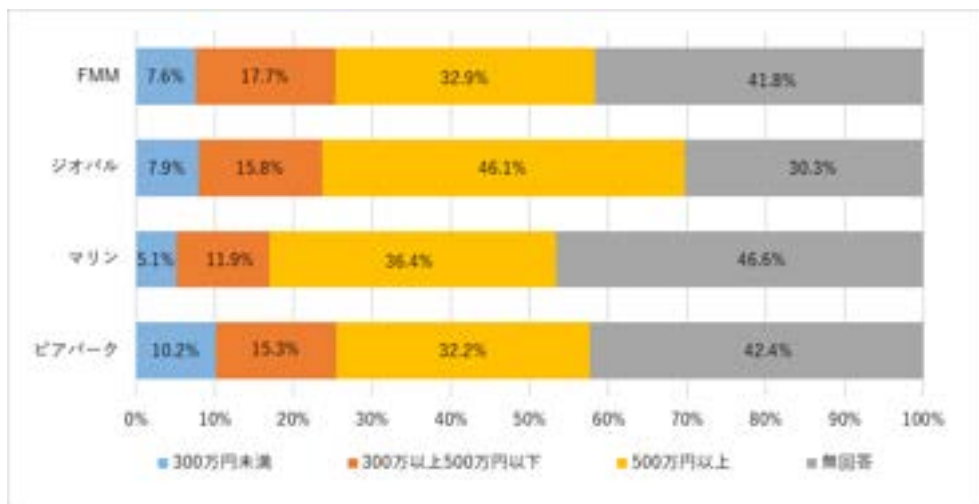
① 全体

全体では、「500 万円以上」の世帯が 37.0%であった。

② 年代別

30 歳代～60 歳代では 30%以上の世帯が「500 万円以上」であった。

③ 調査ポイント別



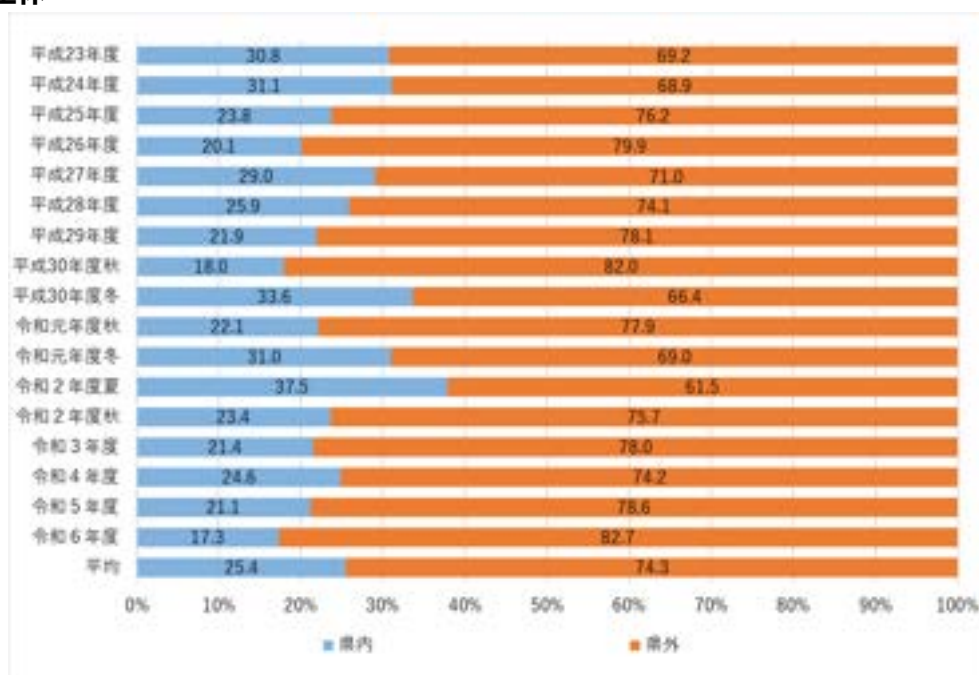
どの調査ポイントでも「500 万円以上」の世帯の割合が最も多かった。特にジオパルでは 46.1%の世帯が「500 万円以上」であった。

III. 経年変化・平均

- ・ 各設問項目の結果の経年変化と、過去の調査の平均をグラフ化した。
- ・ 平均値は各年度の単純平均のため合計が 100%とはならない。

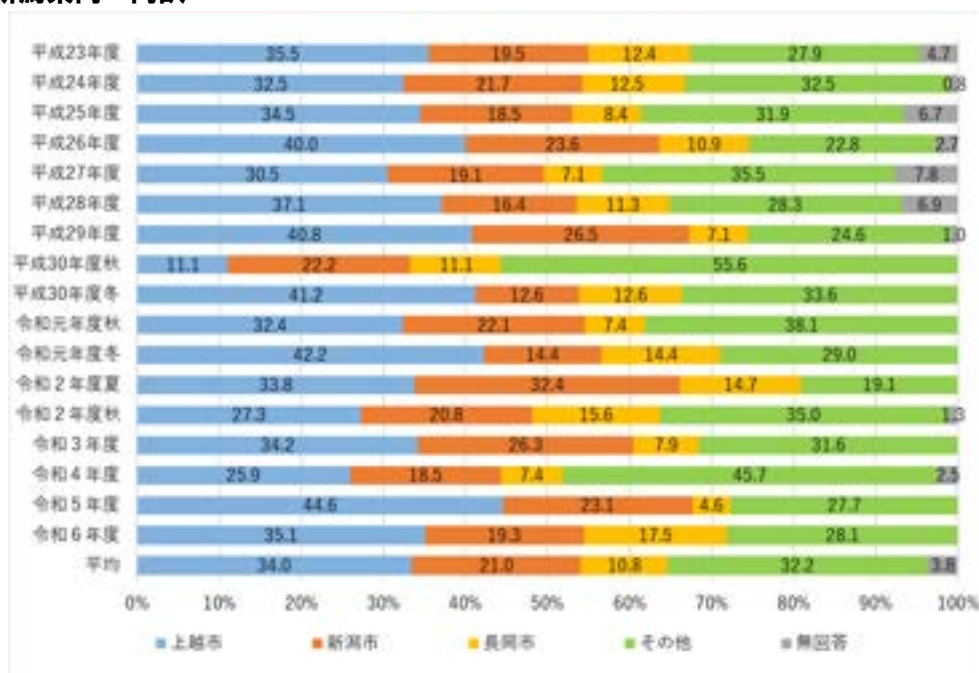
1. 居住地

① 全体



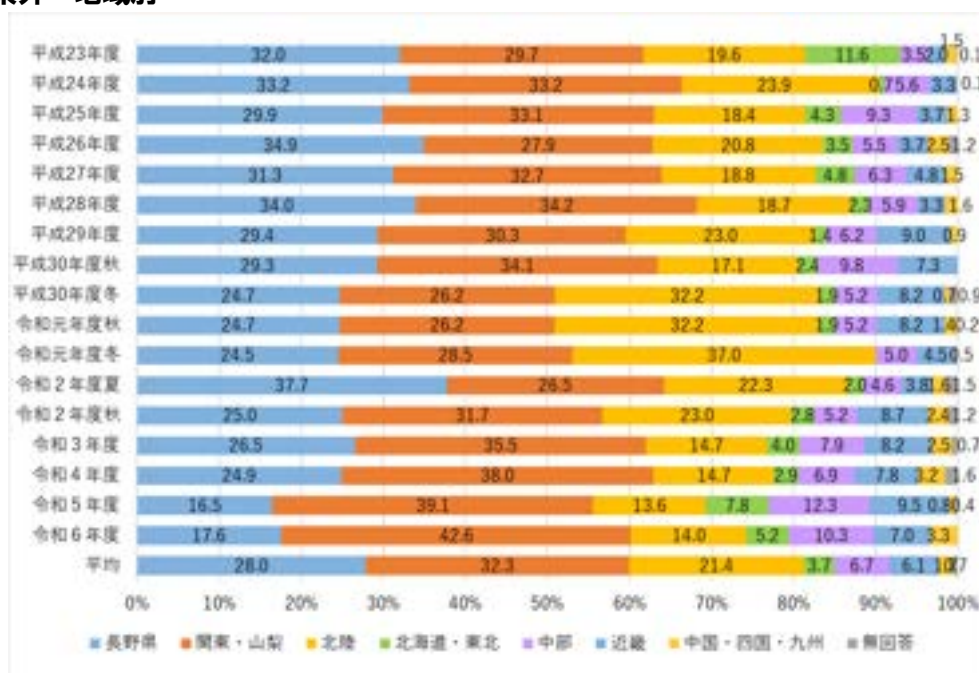
令和6年度は、県外から来訪した方の割合がこれまでで最も多かった。

② 新潟県内 内訳



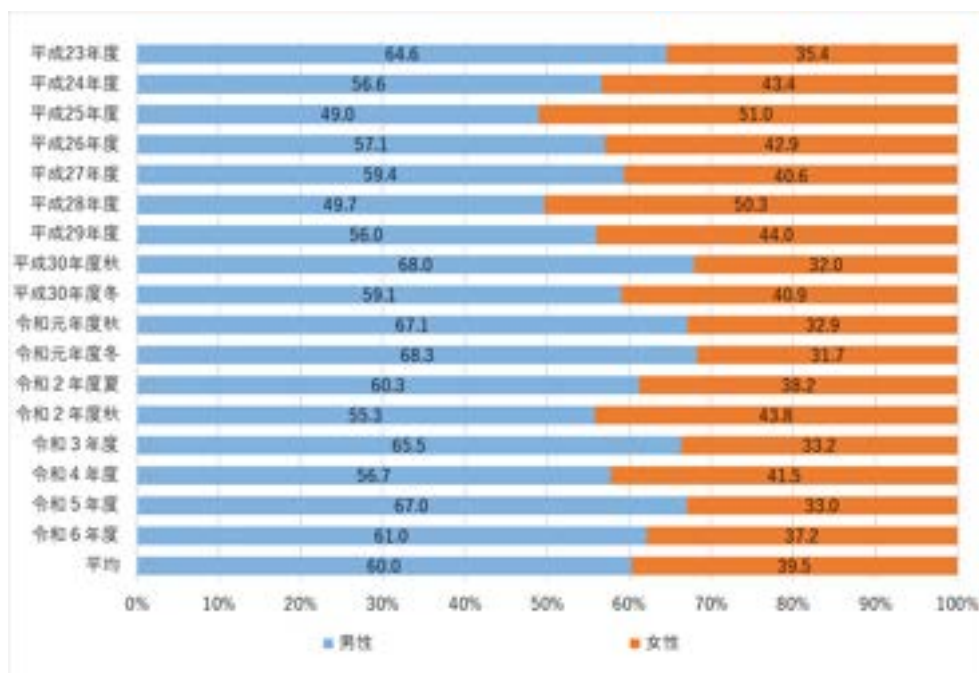
令和6年度は「長岡市」からの割合が平均よりも多かった。「上越市」は平均よりやや多く、「新潟市」はやや少なかった。

③ 県外 地域別

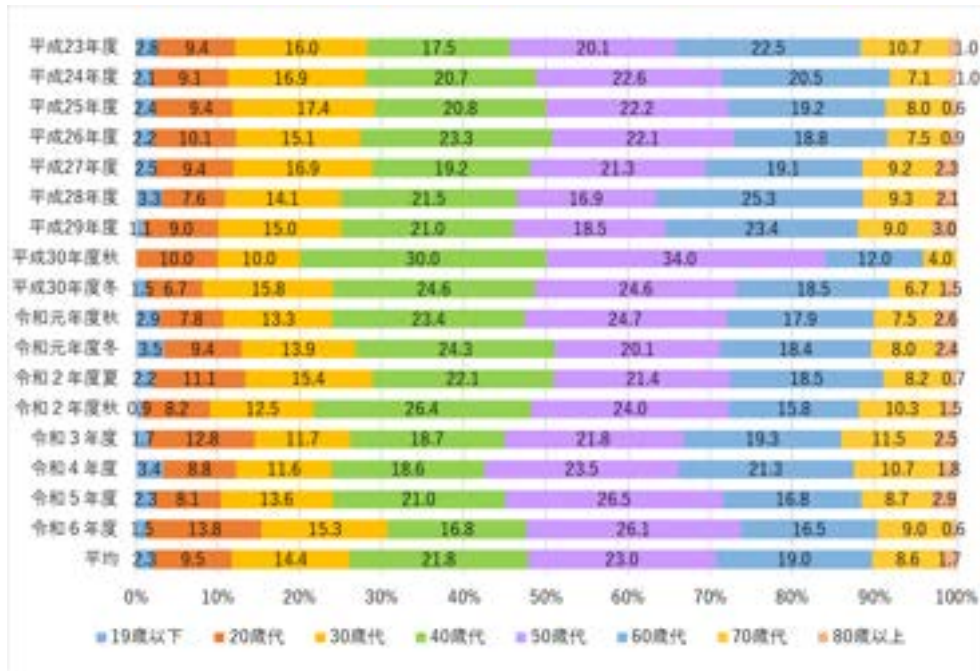


県外からの割合は、「関東・山梨」からの来訪割合がこれまでで最も多かった一方、「長野県」からの割合が平均と比べ低かった。

2. 性別

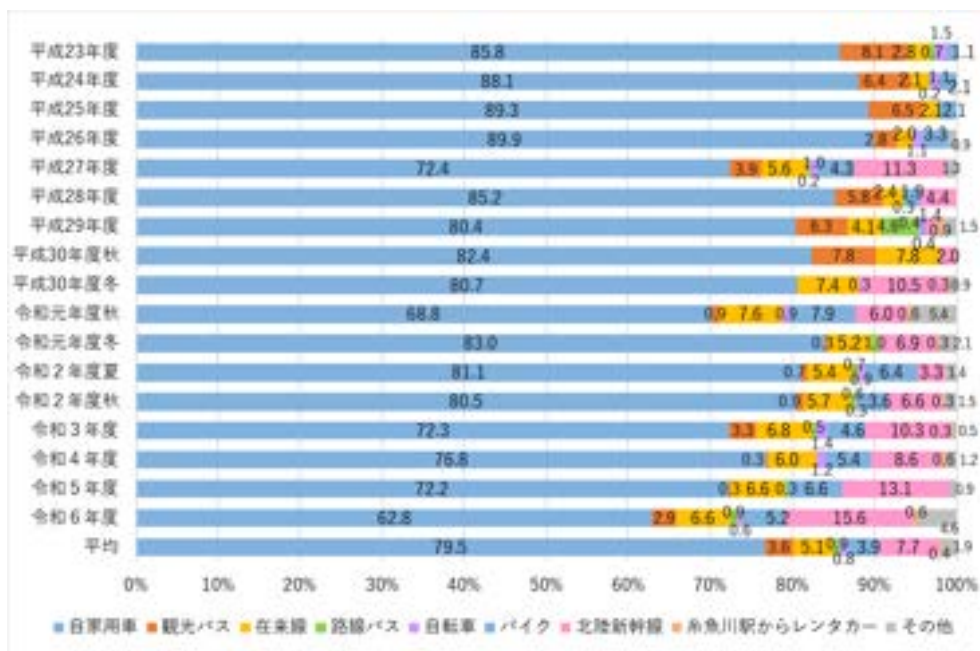


3. 年代



「50 歳代」の割合が多かった。他の年代も幅広く来訪いただいた。

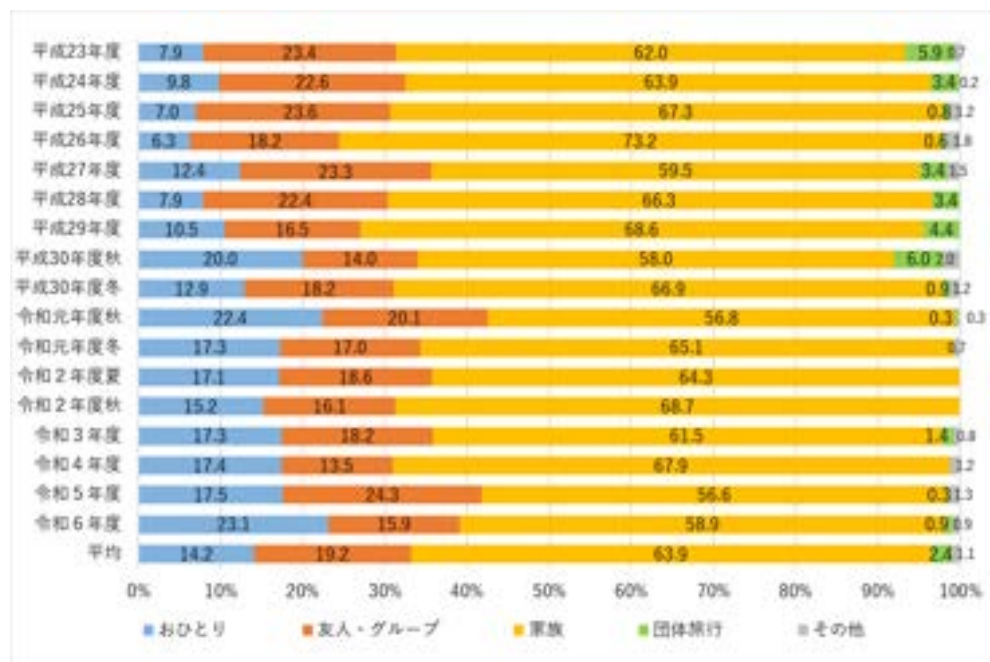
4. 交通手段



「自家用車」の利用が多いことに変わりないが、割合は減っている。「北陸新幹線」の利用がこれまでで最も多かった。

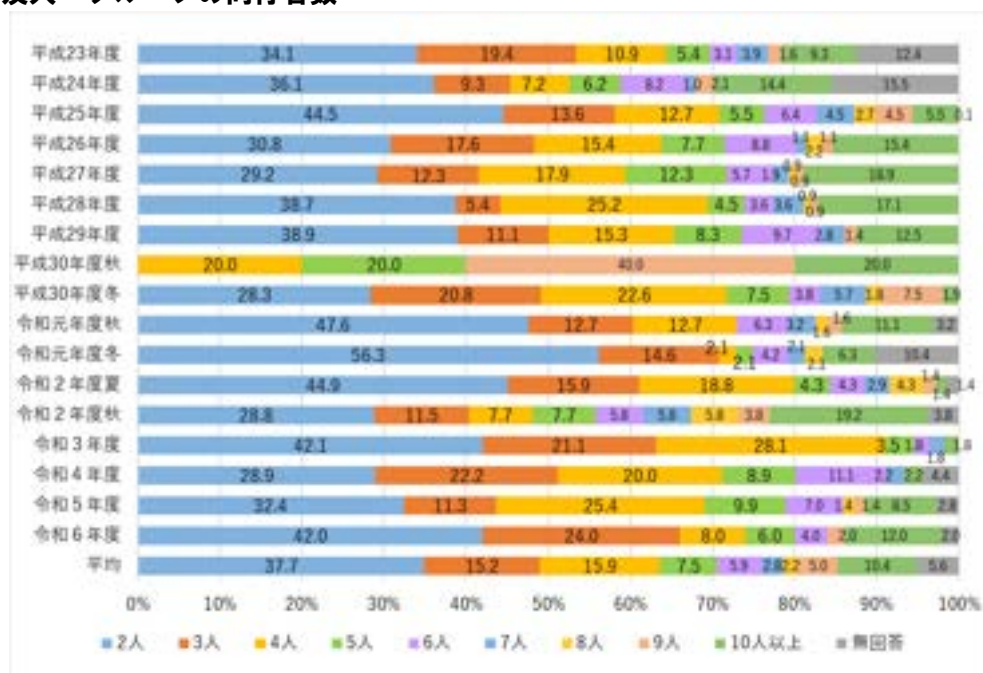
5. 同行者

① 全体



「家族」の割合が多い傾向は変わらないが、「友人・グループ」の割合が減り、「おひとり」の割合がこれまでで最も多かった。

② 友人・グループの同行者数



「2人」「3人」の割合が増え、「4人」以上の割合が減った。

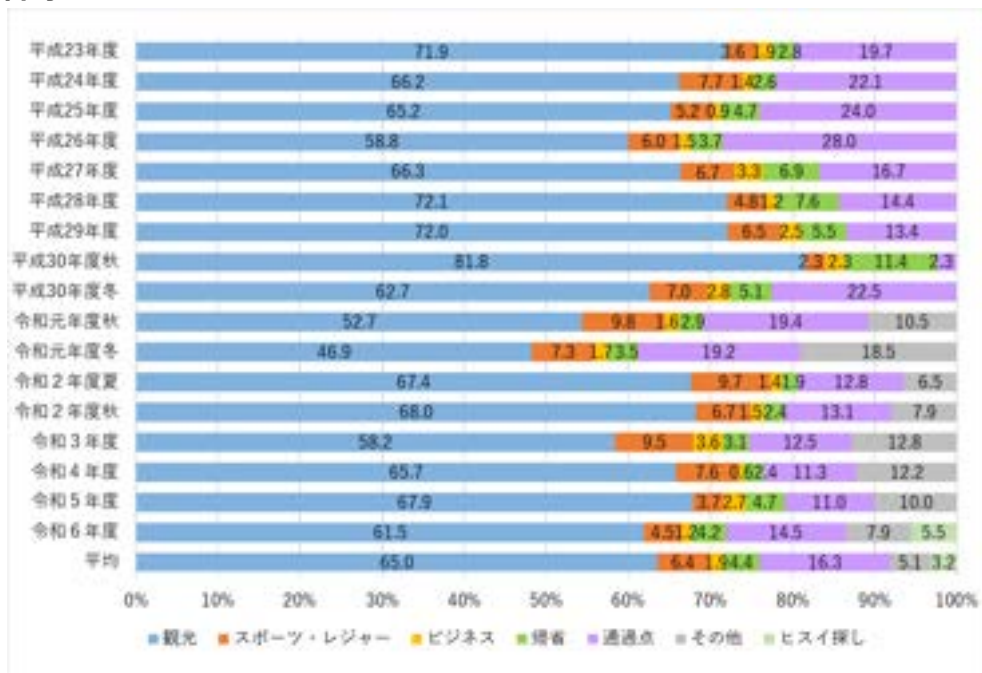
③ 家族の同行者数



「2人」の割合が増え、「3人」「4人」の割合が減った。

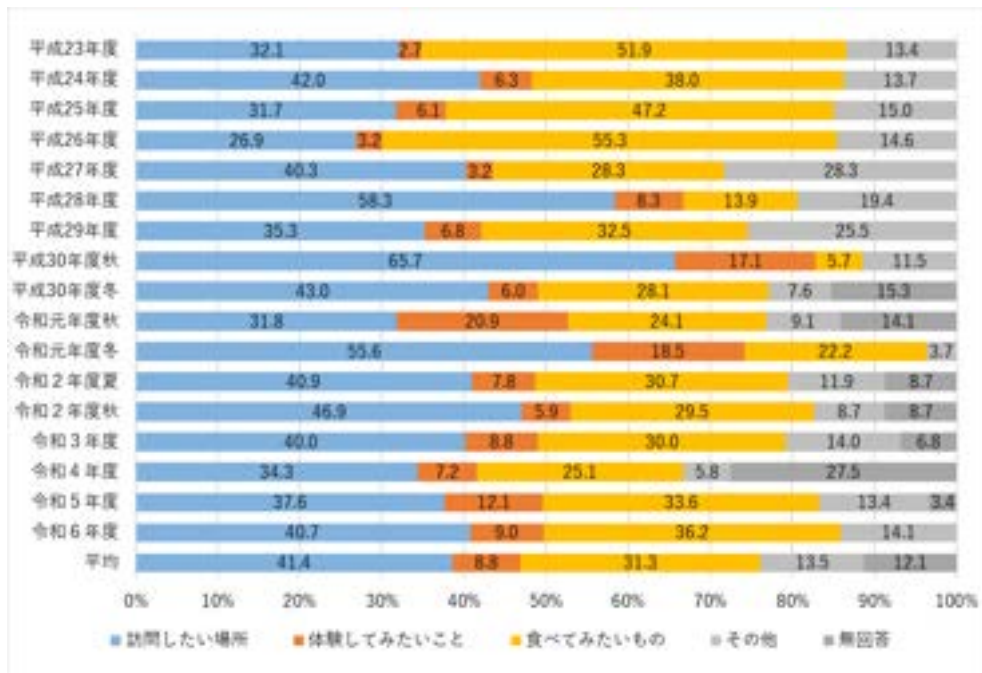
6. 来訪目的

① 目的



「観光」目的の来訪の割合が減り、「通過点」の割合が増えた。

② 来訪目的の内容



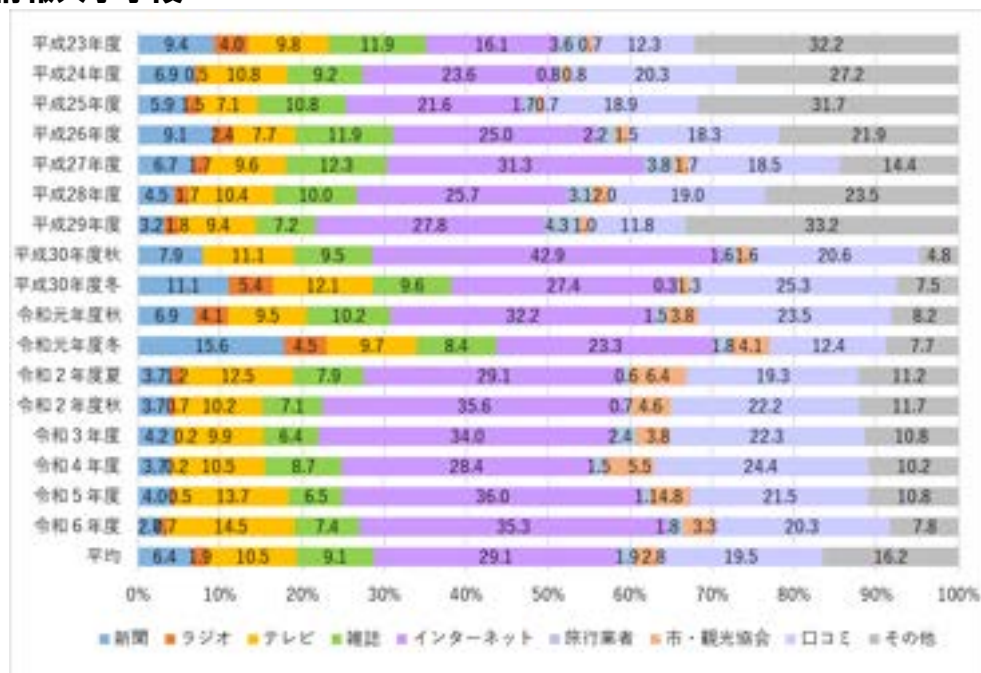
「食べてみたいもの」の割合が平均よりも高かった。

7. これまでの来訪回数



「4回以上」の割合が多い傾向は変わらないが、「初めて」の割合がこれまでで最も高かった。

8. 情報入手手段

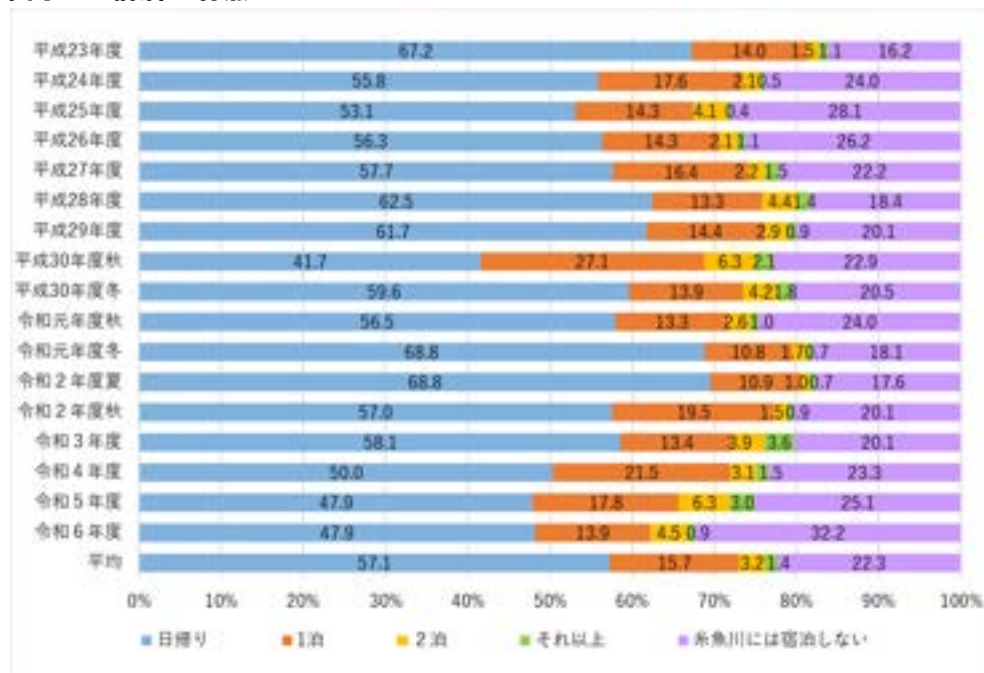


「インターネット」の割合が高かった。一方で「テレビ」の割合も平均よりも高かった。

※ 過去のデータとの比較のため、「公式ホームページ」「公式フェイスブック」「その他のSNS」「その他のホームページ」を合算して「インターネット」とした。

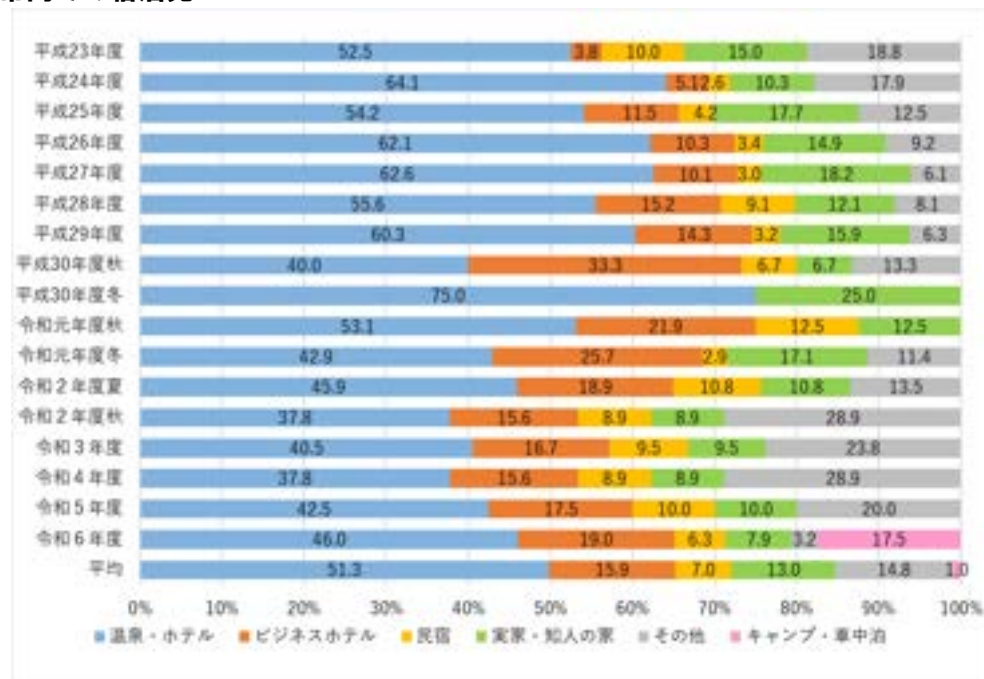
9. 宿泊

① 市内での宿泊の有無



「日帰り」の割合が平均よりも低かった。一方で「糸魚川には宿泊しない」の割合がこれまでで最も高かった。

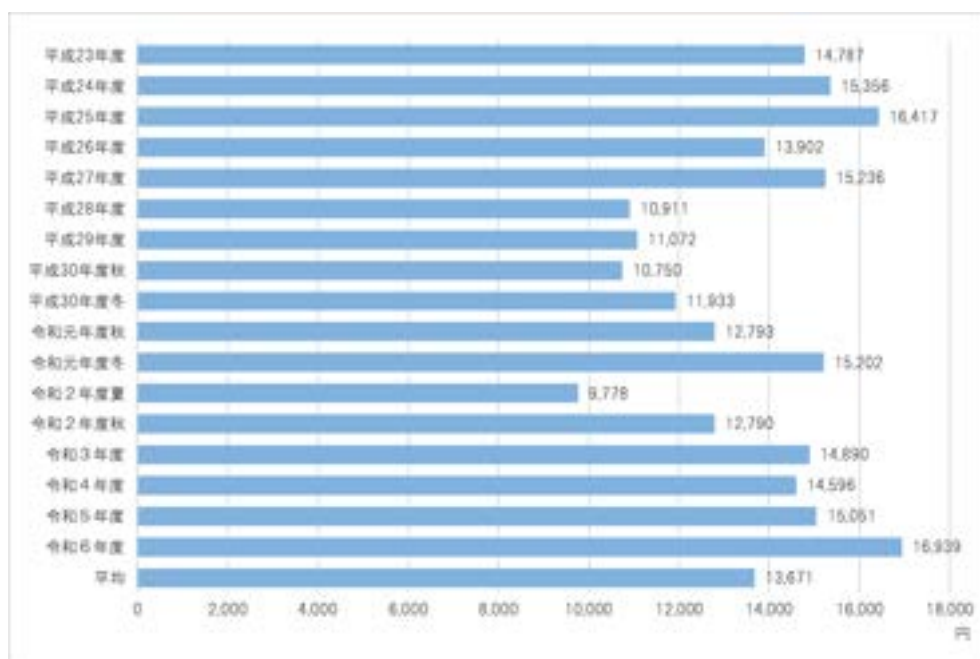
② 市内での宿泊先



「温泉・ホテル」の割合がやや増えた。「キャンプ・車中泊」の項目を追加した。

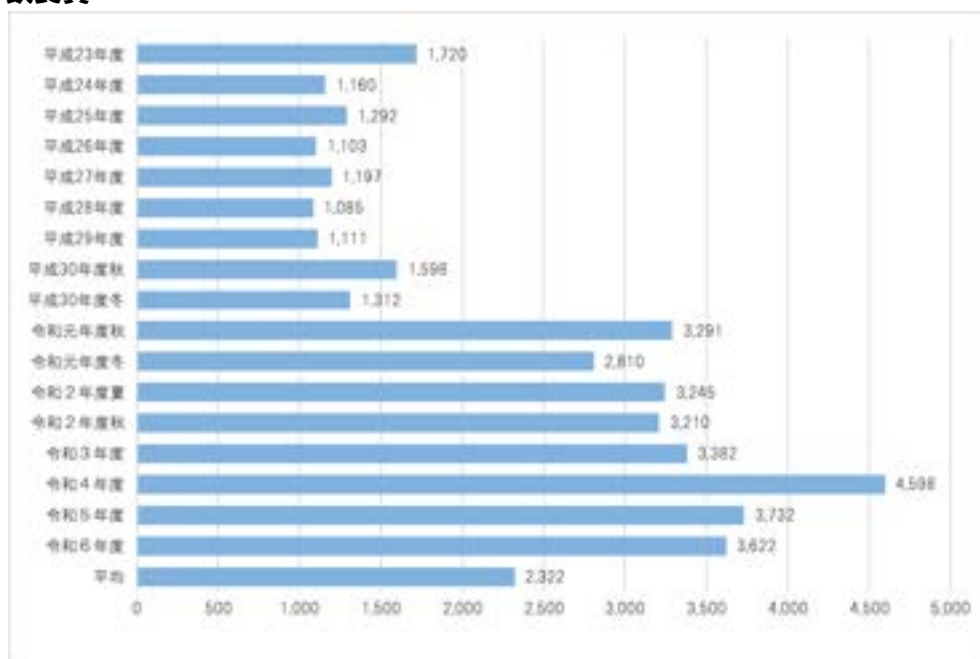
10. 一人あたりの予算

① 宿泊費



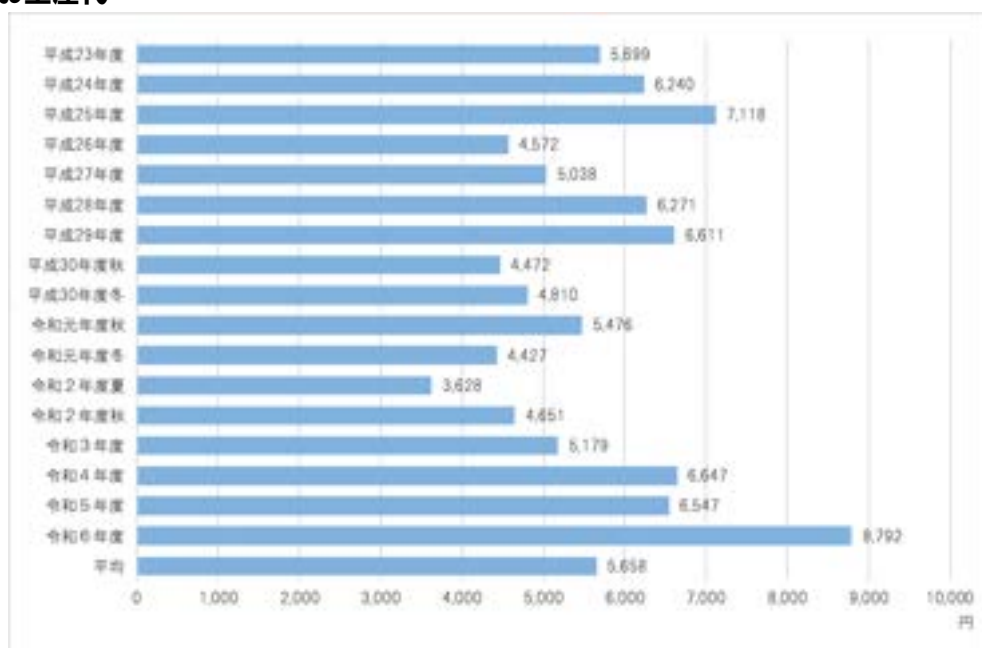
「宿泊費」が増加し、これまでで最も高い金額となった。

② 飲食費



「飲食費」は、昨年よりもやや減った。

③ お土産代

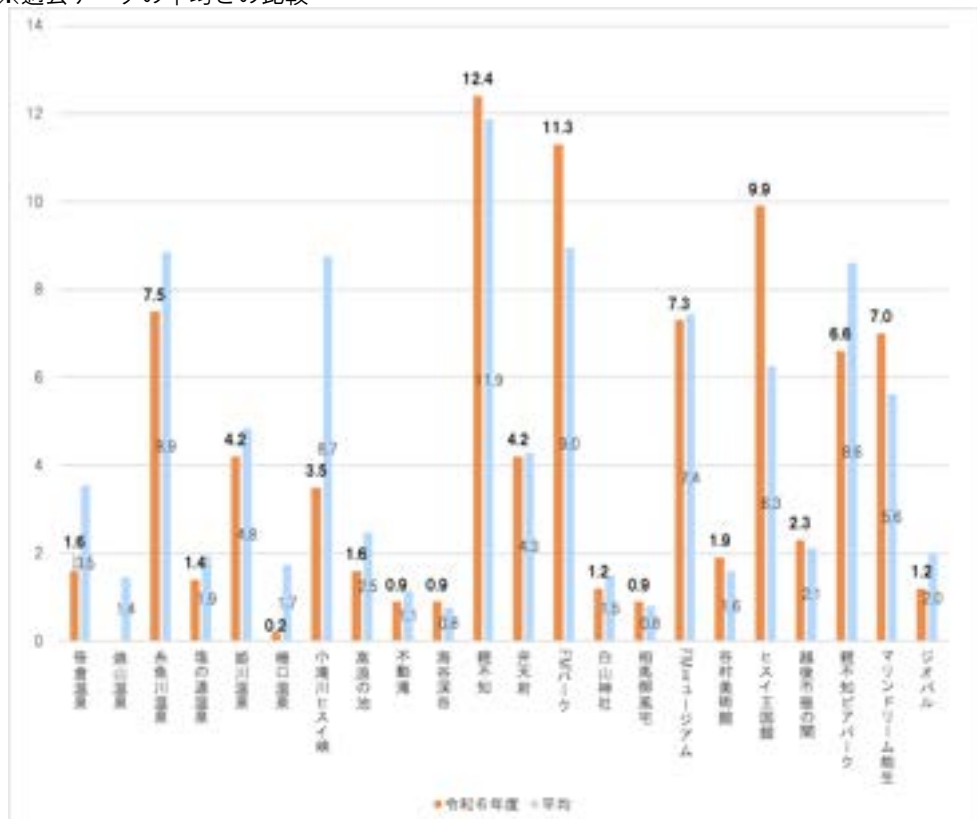


「お土産代」が増加し、これまでで最も高い金額となった。

11. 訪問した場所

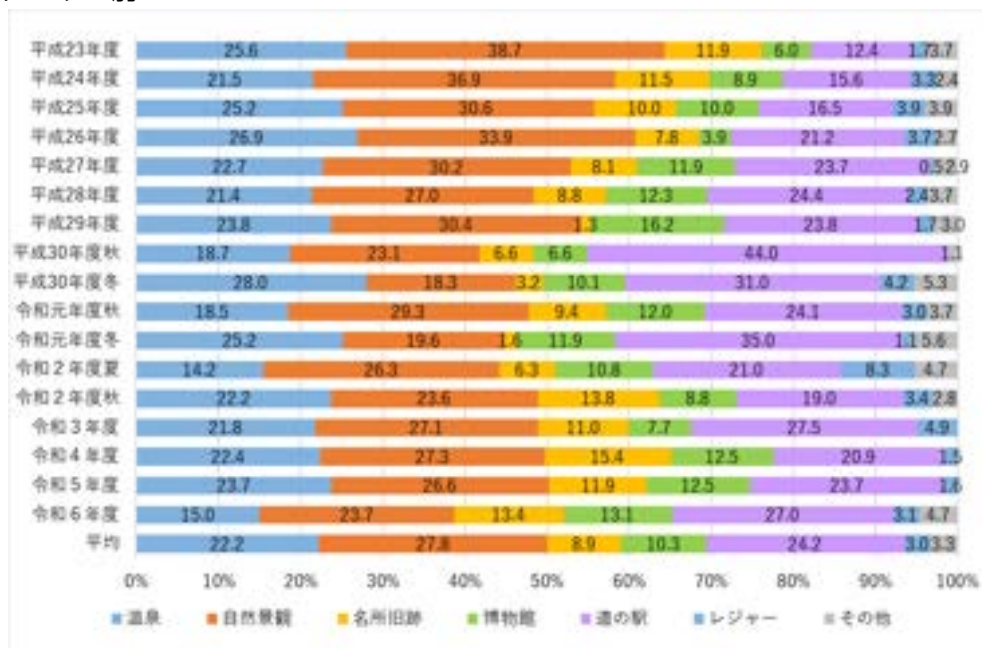
① 場所別（調査ポイント以外）

※過去データの平均との比較



調査ポイント以外に訪問した場所では、「親不知」「フォッサマグナパーク」「ヒスイ王国館」「マリンドリーム能生」の割合が平均よりも多かった。

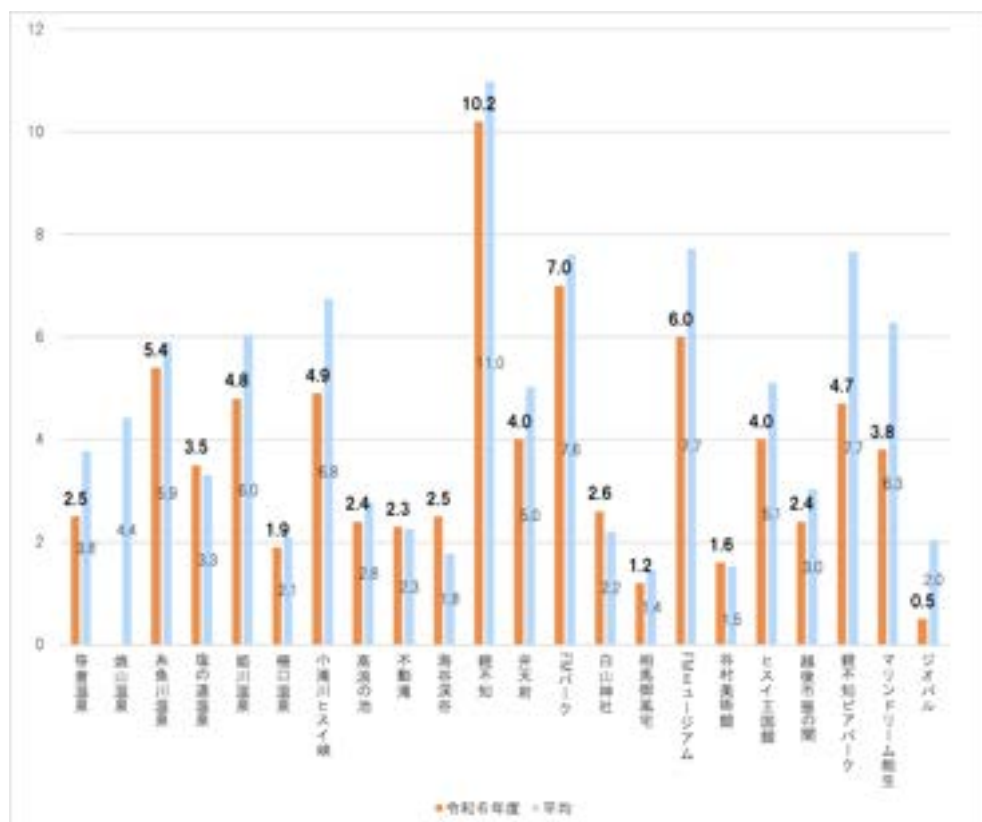
② カテゴリー別



カテゴリー別では、「道の駅等」の割合が増加した。

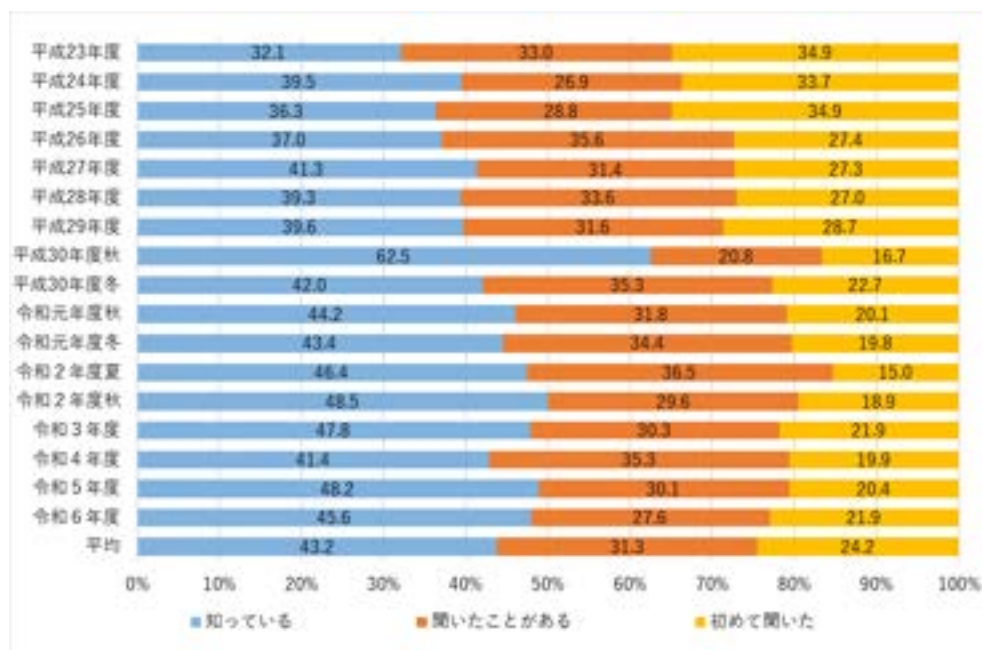
12. 糸魚川市内で知っている場所

※過去データの平均との比較



全体的に平均よりも低い回答が多かった。

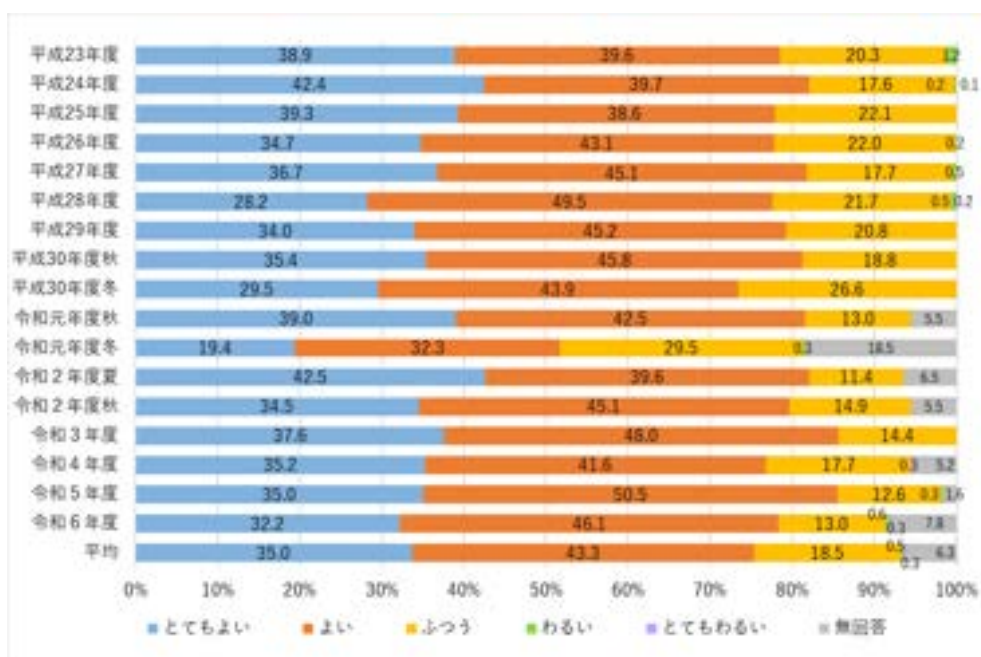
13. 糸魚川ジオパークの認知度



「知っている」の割合が平均よりやや高く、「初めて聞いた」の割合がやや低かった。

14. 印象・満足度

① 景観・施設



「よい」の割合が平均より高かった。

② お店の対応



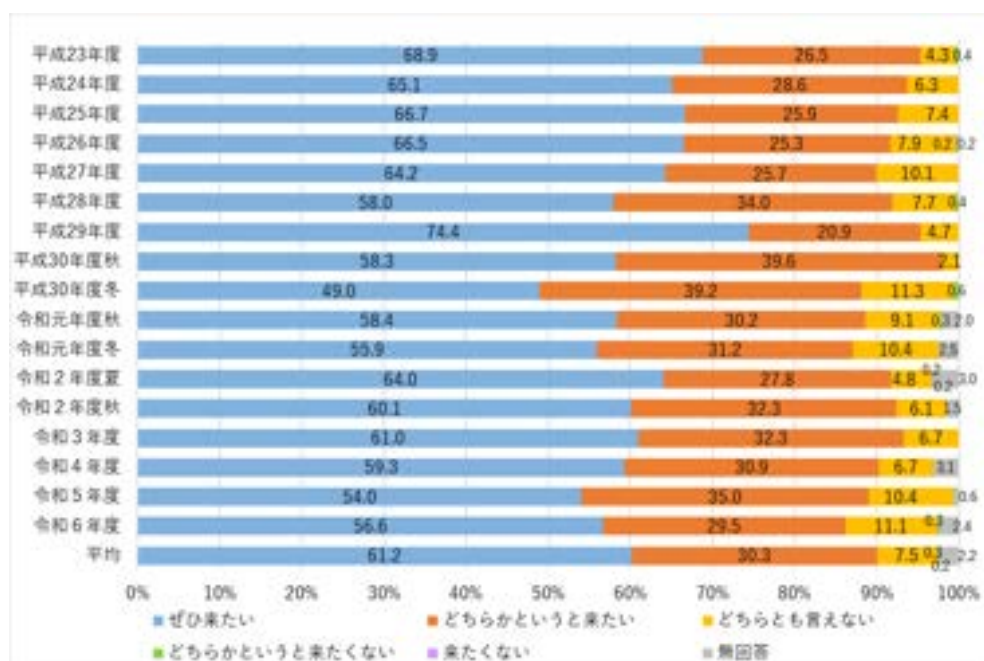
全体的に平均より割合が低かった。

③ お土産



全体的に平均より割合が低かった。

15. 再来訪の意向



「ぜひ来たい」の割合が平均よりも低く、「どちらともいえない」の割合が平均よりも高かった。

IV. 調査結果の整理とまとめ

1. 調査結果の整理

① 県外からの来訪が過去最高

ここ数年の新型コロナウイルス感染症に関わる行動制限がなくなり、コロナ禍前の状況に戻った中での調査だった。

県外客の割合は 82.7%とこれまでで最も高くなった。特徴として関東・山梨からの来訪の割合がこれまでで最も多かったほか、四国地方や九州地方等遠方からの来訪も目立った。

② 50 代の割合が高い

30 歳代から 60 歳代の割合が高い傾向はこれまでと変わらなかったが、20 歳代の割合が経年の平均よりも高かったことと、50 歳代の割合が他の年代よりも高かったことが特徴的だった。

③ 北陸新幹線の利用が増加

交通手段は、自家用車の利用が中心となっているが、その割合はこれまでで最も低い割合だった。一方で北陸新幹線が 15.6%とこれまでで最も高い割合となった。

④ おひとり様の増加

“身近な人と少人数で”という傾向は変わらない。おひとりが 23.1%とこれまでで最も高い割合となった。

⑤ 「通過点」がやや増加

来訪目的は、観光が最も多かったが、平均より低かった。また、通過点がこの 4～5 年で最も高かった。今年度から選択肢に追加した「ヒスイ探し」は 5.5%だった。

⑥ 「初めて来た」が過去最高

「4 回以上」足を運んでいただいた方が半数近く（45.5%）と最も多い傾向は変わらないが、「初めて来た」の割合が 30.1%とこれまでで最も多い割合だった。

⑦ テレビの根強さとネットメディアの多様さ

従来型のメディア（新聞・ラジオ・テレビ・雑誌）の計は 25.2%と昨年より増えた。中でも「テレビ」の回答は 14.5%とこれまでで最も高かった。

「インターネット」（ホームページ・SNS 計 35.3%）での情報入手が高い傾向は変わらない。どの年代でも「口コミ」が最も多く、情報入手手段の多様化がうかがえる。

⑧ 糸魚川には宿泊しない方が過去最高

日帰りの方は 47.9%、糸魚川に宿泊する方は 19.3%と、平年よりも低い割合だった。一方で糸魚川には宿泊しない方が 32.2%とこれまでで最も多かった。

宿泊先は、「温泉・ホテル」「ビジネスホテル」の割合が増えた。今年度から選択肢に追加した「キャンプ・車内泊」は 17.5%だった

⑨ 消費額は増加傾向

「宿泊費」・「お土産代」ともにこれまでで最も高い額となった。「飲食費は」昨年度と同程度だった。昨年同様、物価上昇の影響も考えられる。

⑩ ジオパークの認知度が高い

ジオパークの認知度は、「知っている」が45.6%と高い割合だった。調査ポイント別でみると「知っている」がジオパルで56.6%と高い割合だった。

一方で、「聞いたことがない」がマリンドリーム能生で31.1%と3割以上の割合だった。

⑪ 満足度・再来訪の意向は高い

来訪した際の満足度（とても良い・良い）は、「景観・施設」「お店」ともに高い割合だった。「お土産」はどの選択肢の割合が低く、無回答の割合が高かった。

再来訪意向は「ぜひ来たい」が56.6%と例年よりやや低い割合だった。

2. まとめ

① 情報入手に応じた取組が必要

今年度は、県外からの来訪者が過去最高となり、また、愛媛県・徳島県、熊本県・大分県・北海道等全国各地から来訪が見られる結果となった。アンケートは取っていないが、新型コロナウイルス感染症収束を受け、外国人観光客も確実に増えてきている。

また、糸魚川を「初めて」訪れた方の割合が30.1%とこれまでで最も高かった。

その理由のひとつとして、NHK等のテレビ番組の影響が考えられる。ここ数年の「ブラタモリ」「72 時間」に加え、今年は「鶴瓶の家族に乾杯」が放送され反響を呼んでいる。アンケート結果でも情報入手手段として「テレビ」の回答が14.5%あった。これは「口コミ」に次いで2番目に多かった。「ブラタモリ」が放送された令和3年以降は情報入手手段として「テレビ」の回答が多くなる傾向（令和3年から順に9.9%→10.5%→13.7%→14.5%）がある。NHKの番組を見て「初めて来訪した方」が一定数あったと考えられる。

近年はインターネットからの情報入手が主流であるが、今後はテレビ番組で取り上げられた地域資源を意識して活用する取組が求められる。

② 調査ポイントごとの経年データ

本調査の初回（2011・平成23年）からの調査ポイントであり、市内の代表的な観光スポットである「フォッサマグナミュージアム」と「マリンドリーム能生」での調査結果の一部を経年で整理した。両施設の来訪者の傾向を整理する。

(1) ジオパークの認知度

●フォッサマグナミュージアム



●マリンドリーム能生



「ジオパークを知っている」という方は、調査年による変動はあるものの、両ポイントとも増加傾向だった。また、「聞いたことがない」という方は共に減少傾向だった。ジオパーク活動の取組のひとつの成果だと考えられる。

(2) 来訪回数

●糸魚川をはじめて訪れた方



●4回以上糸魚川を訪れている方



「糸魚川をはじめて訪れた方」は、FMMの方が多く傾向にあり、平均では35.8%だった。マリンでの平均は17.4%だった。「4回以上糸魚川を訪れている方」は、マリンの方が多く、平均では63.4%だった。FMMの平均は37.1%だった。「リピーター」がより多く訪れているのはマリンであり、FMMは「初めての方」と「リピーター」の差があまりない。

(3) 来訪目的

●訪れたい場所がある

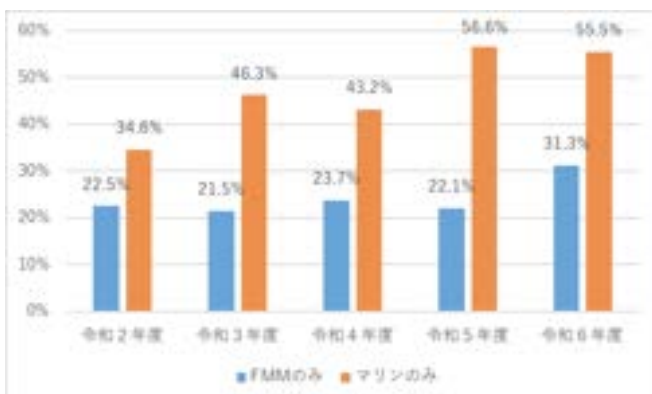


●食べてみたいものがある



FMMでは「訪れたい場所がある」の割合が高く（平均54.3%）、マリンでは「食べてみたいものがある」の割合が高い（56.1%）という結果となった。

(4) 市内を周遊しない方



「市内を周遊しない方（調査ポイントのみを訪れている）」は、平均でマリンでは47.2%、FMMでは24.2%だった。

(5) 経年データの分析

● フォッサマグナミュージアム

糸魚川を訪れるのは「初めて」または「リピーター」の方が多い。ジオパークやヒスイ等の岩石、地形・地質等に興味が有り（ヒスイ探しの方も含めて）、糸魚川ジオパークの拠点施設であるフォッサマグナミュージアムを訪れてから興味のあるジオエリアを巡る、という傾向が読み取れる。

● マリンドリーム能生

糸魚川には何度も訪れている「リピーター」の方が多い。ジオパークはあまり知らなく、カニを食べて市内は周遊せずに移動している。

● 目的の多様化と固定化

ヒスイやカニ、ジオパーク等、糸魚川を訪れる目的は多様である。

その一方でフォッサマグナミュージアム見学やカニ等海鮮を味わう等「固定化された目的を達成すれば満足」との傾向も見られる。

③ マリンドリーム能生での情報発信

(1) 情報発信の拡充

マリンドリーム能生への来訪者はジオパークに関心が薄い「ライト層」が多い傾向にあるため、ジオパークを前面に出した案内では興味を持たれない可能性が高い。マイカーで来訪している観光客には市内の主な施設の案内、また、レンタサイクルを使った近辺観光スポットを紹介する等、マリンドリーム能生から市内を巡回してもらえるような情報発信が有効である。

(2) 周遊コース（案）

● 海沿いの「国道8号 道の駅」ドライブ

マリンドリーム能生～親不知ピアパーク～越後 市振の関

● 癒しのスポット巡り

高浪の池～不動滝～玉翠園・谷村美術館

● 夕陽スポットの紹介

弁天岩や親不知～日本海展望台など

● ジオパークの息吹巡り

フォッサマグナミュージアム～フォッサマグナパーク～小滝川ヒスイ峡

ジオパークを前面に出すのではなく、コースの中の観光スポットの魅力や景観のすばらしさをアピールしつつ、そのバックグラウンドには糸魚川の大地の成り立ちやそこに暮らす人々の歴史や文化が関わっていることを理解していただく。

④ 宿泊施設

今年度の調査では、「糸魚川に宿泊しない」が過去最高の 32.2%であった。来訪者はコロナ禍前の水準に戻りつつあるものの、宿泊施設の対応が追い付いていない。イベントや市内工場の定期修繕等が集中する時期は、市外も含めて宿泊施設の確保をイメージした誘客対応が必要である。

⑤ 北陸新幹線の活用

令和 6 年 3 月に北陸新幹線が敦賀駅まで延伸した。関西方面からの来訪者が大幅に増えているわけではないが、令和 7 年の大阪・関西万博への出展や観光 P R を予定していることから、将来的に関西方面からの誘客を促進する必要がある。