

令和 7 年度
糸魚川ジオパーク 観光動態調査
報告書

令和 7 年 12 月

目 次

I. 実施概要	1
1. 目的	2
2. 実施主体	2
3. 調査概要	2
① 調査実施日・場所	2
② 調査対象	2
③ 調査数	2
④ 調査実施者	2
4. 調査の様子	2
5. 調査票	3
6. 結果の概要	4
II. 調査結果	7
1. 居住地	8
① 全体	8
② 新潟県内 内訳	8
③ 県外からの来訪	9
④ 長野県からの来訪（市町村別）	10
⑤ 富山県からの来訪（市町村別）	10
2. 性別	11
3. 年代	11
4. 交通手段	12
① 全体	12
② 年代別	12
③ 調査ポイント別	12
5. 同行者	13
① 全体	13
② 年代別	13
6. 来訪目的	14
① 全体	14
② 年代別	14
③ 調査ポイント別	14
④ 来訪目的の内容	15
7. これまでの来訪回数	16
① 全体	16
② 年代別	16
③ 調査ポイント別	16
8. 情報入手手段	17
① 全体	17
② 年代別	17
③ 調査ポイント別	17

9. 宿泊・宿泊施設	18
① 全体.....	18
② 年代別.....	18
10. 一人あたりの予算	19
① 宿泊費.....	19
② 飲食費.....	20
③ お土産代.....	20
11. 来訪した場所	21
① 全体集計.....	21
② フォッサマグナミュージアムでの調査結果.....	22
③ ジオパルでの調査結果.....	23
④ マリンドリーム能生での調査結果.....	24
⑤ 親不知ピアパークでの調査結果.....	25
12. 糸魚川市内で知っている場所	26
① 全体集計.....	26
② フォッサマグナミュージアムでの調査結果.....	27
③ ジオパルでの調査結果.....	28
④ マリンドリーム能生での調査結果.....	29
⑤ 親不知ピアパークでの調査結果.....	30
⑥ カテゴリー別集計.....	31
13. 糸魚川ジオパークの認知度	32
① 全体.....	32
② 年代別.....	32
③ 調査ポイント別.....	32
14. 印象・満足度	33
① 景観・施設.....	33
② お店の対応.....	34
③ お土産.....	35
④ 自由意見<満足点>.....	36
⑤ 自由意見<不満点>.....	36
15. 再来訪の意向	37
① 全体.....	37
② 年代別.....	37
③ 調査ポイント別.....	37
16. 世帯収入	38
① 全体.....	38
② 年代別.....	38
③ 調査ポイント別.....	38
17. 大阪・関西万博での糸魚川産ヒスイの展示	39

III. 経年変化・平均	41
1. 居住地	42
① 全体.....	42
② 新潟県内 内訳.....	42
③ 県外 地域別	43
2. 性別	43
3. 年代	44
4. 交通手段	44
5. 同行者	45
① 全体.....	45
② 友人・グループの同行者数	46
③ 家族の同行者数.....	46
6. 来訪目的	47
① 目的.....	47
② 来訪目的の内容.....	47
7. これまでの来訪回数	48
8. 情報入手手段	48
9. 宿泊	49
① 市内での宿泊の有無.....	49
② 市内での宿泊先.....	49
10. 一人あたりの予算	50
① 宿泊費.....	50
② 飲食費.....	50
③ お土産代.....	51
11. 訪問した場所	52
① 場所別（調査ポイント以外）	52
② カテゴリー別	52
12. 糸魚川市内で知っている場所	53
13. 糸魚川ジオパークの認知度	53
14. 印象・満足度	54
① 景観・施設.....	54
② お店の対応.....	54
③ お土産.....	55
15. 再来訪の意向	55

IV. 調査結果の整理とまとめ.....57

1. 調査結果の整理.....	58
① 遠方からの来訪が目立つ.....	58
② 40歳代から60歳代の割合が高い.....	58
③ 北陸新幹線の利用が増加.....	58
④ グループの増加.....	58
⑤ 「ヒスイ探し」が増加.....	58
⑥ 「4回以上」の来訪が増加.....	58
⑦ 情報入手手段の多様さ.....	58
⑧ 糸魚川に宿泊する方が増加.....	58
⑨ 飲食費がやや増加.....	58
⑩ ジオパークの認知度が高い.....	58
⑪ 満足度・再来訪の意向は高い.....	58
⑫ 大阪・関西万博のヒスイの展示.....	58
2. 調査実施者からの提案～糸魚川駅から公共交通を利用した市内観光について..	59
① 公共交通を利用した市内の移動.....	59
② 糸魚川駅から糸魚川海岸への行き方.....	60
③ フォッサマグナミュージアムに来館したバス利用者の声.....	60
④ 観光客も利用しやすいバス・タクシーとするために.....	60
3. 近年の傾向の変化について.....	61
① 居住地（出発地）の変化.....	61
② 交通手段の変化.....	61
③ 日帰り・宿泊の変化.....	61
4. 居住地（出発地別）の傾向.....	62
① 訪問先（調査した場所）.....	62
② 交通手段.....	62
③ 来訪目的.....	63
④ 来訪回数.....	63
⑤ 情報入手手段.....	64
⑥ 宿泊.....	64
⑦ 再来訪の意向.....	65
⑧ 各地域の傾向.....	65
5. まとめ.....	66
① 居住地（出発地）の変化.....	66
② 来訪目的の明確化.....	66
③ 情報発信のオモテ・ウラ.....	66
④ インバウンド対応.....	66
⑤ 今後の課題.....	66

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 担当：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7年11月8日(土)	親不知ピアパーク	／晴・強風
11月9日(日)	マリンドリーム能生	／雨
11月15日(土)	糸魚川ジオステーション ジオパル	／晴
11月16日(日)	フォッサマグナミュージアム	／晴

② 調査対象

市外より糸魚川市に来訪した方

③ 調査数

320件	
・親不知ピアパーク	63件
・マリンドリーム能生	111件
・ジオパル	76件
・フォッサマグナミュージアム	70件

④ 調査実施者

株式会社エム・コミュニケーション

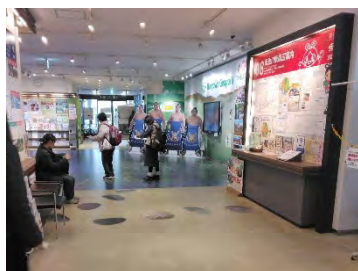
4. 調査の様子



親不知ピアパーク



マリンドリーム能生



ジオパル



フォッサマグナミュージアム

5. 調査票

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ちらですか？
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？(主なものをつ)
①観光
②スポーツ・レジャー
③ビジネス
④帰省(知人の訪問など)
⑤通過点(休憩・食事など)
⑥ヒスイ探し
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重てみ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今初めて
②2回目
③3回目
④4回目以上

問8. 糸魚川市の情報をどのような手段で知りまりましたか？(いくつでも)
①大阪・関西万博
②新聞
③ラジオ
④テレビ
⑤雑誌
⑥公式ホームページ
⑦公式SNS
⑧その他のSNS
⑨その他のホームページ
⑩旅行業者
⑪市役所や観光協会などに問い合わせ
⑫家族・友人などからの口コミ
⑬その他 ()

問9. 今回は、糸魚川市内に宿泊されましたか？(されましたか？)
①日帰り
②1泊
③2泊
④それ以上 () 泊
⑤糸魚川には宿泊しない

問9-2<②・③・④とお答えの方に> 宿泊施設はどちらですか？
①温泉旅館・ホテル
②ビジネスホテル
③民宿
④民宿・知人の家
⑤キャンプ・車内泊
⑥その他 ()

問10. 糸魚川市内で使う、お二人あたりの旅行の予算は？(交通費はのぞく)
①宿泊 () 円
②飲食 () 円
何を食べましたか？ ()
③お土産 () 円
何を買いましたか？ ()
④その他 () 円

問11. 糸魚川市内のどちらを訪問しましたか？(訪問する予定ですか？)
A 温泉 ①笹倉 ②糸魚川 ③高の道 ④短川 ⑤船口
B 自然景観 ⑥小滝川ヒスイ集 ⑦高の池 ⑧不動滝 ⑨海谷梁谷 ⑩親不知 ⑪弁天岩
C 名所旧跡 ⑫白山神社 ⑬史跡 相馬御殿宅 ⑭フォッサマグナパーク
D 博物館等 ⑮フォッサマグナミュージアム ⑯長者ケ原考古館 ⑰谷村美術館
E 道の駅等 ⑱ヒスイ王国館 ⑲越後市振の関 ⑳親不知ジオパーク ㉑マリンドリーム能生
⑳ジオハル

F レジャー ㉒登山 () ㉓釣り ()
G その他 ()

問12. 上記の場所を知っている場所がありますか？(番号でお答えください。いくつでも)

問13. 糸魚川ジオパークをご存知ですか？
①知っている
②聞いたことはある
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度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. 糸魚川にまた来たいと思いますか？
ぜひ どちらかという
来てみたい 来てみたい どちらともいえない 来たくない
① ② ③ ④ ⑤
(5) お答え方、その理由は何ですか？

問16. <任意回答> 満足なければ、世帯年収(概込み)をお答えください。
①300万円未満
②300万円以上500万円以下
③500万円以上

問17. 今年開催された「大阪・関西万博」で糸魚川産のヒスイが展示されていたことをご存じですか？(いくつでも)
①実際に万博会場を見た
②テレビ・新聞などのメディアで知った
③インターネットのニュースで知った
④SNSで知った
⑤家族・友人などから聞いた
⑥知らなかった

【ご協力ありがとうございました】

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ちらですか？
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？(主なものをつ)
①観光
②スポーツ・レジャー
③ビジネス
④帰省(知人の訪問など)
⑤通過点(休憩・食事など)
⑥ヒスイ探し
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重てみ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今初めて
②2回目
③3回目
④4回目以上

問8. 糸魚川市の情報をどのような手段で知りまりましたか？(いくつでも)
①大阪・関西万博
②新聞
③ラジオ
④テレビ
⑤雑誌
⑥公式ホームページ
⑦公式SNS
⑧その他のSNS
⑨その他のホームページ
⑩旅行業者
⑪市役所や観光協会などに問い合わせ
⑫家族・友人などからの口コミ
⑬その他 ()

問9. 今回は、糸魚川市内に宿泊されましたか？(されましたか？)
①日帰り
②1泊
③2泊
④それ以上 () 泊
⑤糸魚川には宿泊しない

問9-2<②・③・④とお答えの方に> 宿泊施設はどちらですか？
①温泉旅館・ホテル
②ビジネスホテル
③民宿
④民宿・知人の家
⑤キャンプ・車内泊
⑥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 23.4%、「県外」から 75.6%の割合であった。

県外の地方別では「関東・山梨」36.9%、「長野県」17.6%であった。県内の内訳は「上越市」28.0%、「新潟市」26.7%、「長岡市」「妙高市」が 8.0%であった。

- **「40 歳代」から「60 歳代」の来訪**

年代別では、「50 歳代」が 21.9%で最も多かった。「40 歳代」「50 歳代」「60 歳代」で合わせて 63.1%と中年年齢層が多く来訪している。男女比では「男性」57.5%、「女性」40.9%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 64.4%と最も多かった。また、「北陸新幹線」15.0%「在来線」8.7%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 54.2%と最も多かった。また、同行人数は「2人」が 48.0%であった。

- **来訪目的は「観光」**

「観光」目的の来訪が 52.7%だった。また、「通過点」が 15.0%であった。

- **来訪回数は「4回以上」**

「4回以上」の来訪が 50.8%だった。また、「初めて」の割合が 28.8%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 22.5%、インターネット（ホームページ・SNSの合計）の利用は 40.3%だった。また、「口コミ」は 25.6%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 48.0%、「市内に宿泊」の合計は 29.5%であった。

- **消費金額**

市内での平均消費金額は

宿泊費…15,747 円 (16,939 円)

飲食費…3,912 円 (3,622 円)

お土産代…6,156 円 (8,792 円)

であった。

() 内は、昨年度調査の平均額

- **訪問先は「糸魚川温泉」**

調査ポイント以外の訪問先は、「糸魚川温泉」が13.4%、「親不知」が12.8%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」8.2%、「フォッサマグナパーク」が7.1%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48.6%、「聞いたことはある」は28.2%で合わせて76.8% (73.2%) 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」…75.5% (78.3%)

お店の対応の「とてもよい」「よい」…66.2% (64.8%)

お土産の「とてもよい」「よい」…57.4% (53.1%)

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85.3% (86.1%) であった。

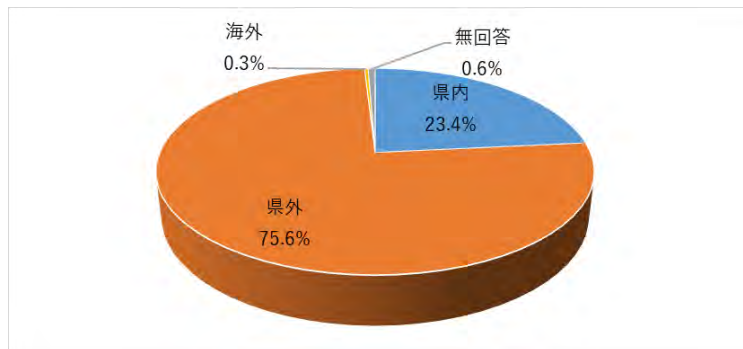
()内は、昨年度調査の結果

II. 調査結果

- ・ グラフの数値は小数点第二位で四捨五入しているため、合計が 100%にならない場合がある。
- ・ 本文中やグラフの調査場所の表記を、フォッサマグナミュージアムをFMM、マリンドリーム能生をマリン、親不知ピアパークをピアパークとしている場合がある。

1. 居住地

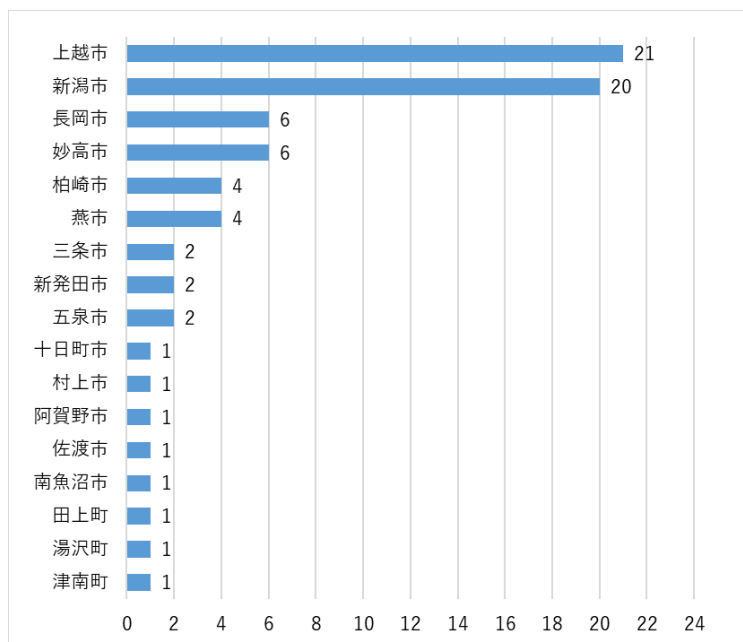
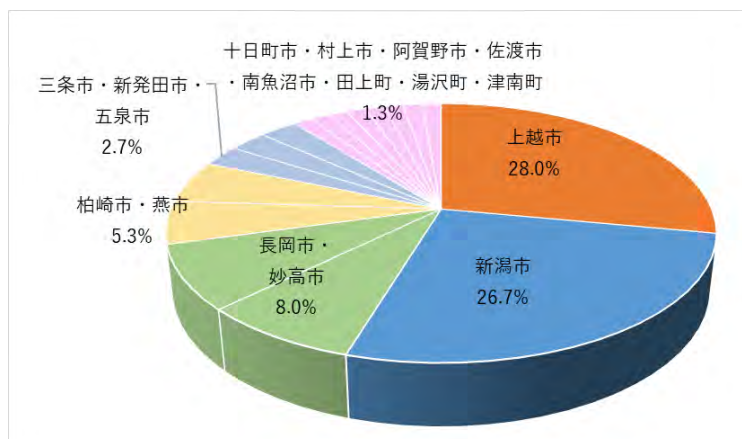
① 全体



県内から 23.4%、県外から 75.6%の割合であった。

※海外在住（台湾）の方が 1 人の回答があった。

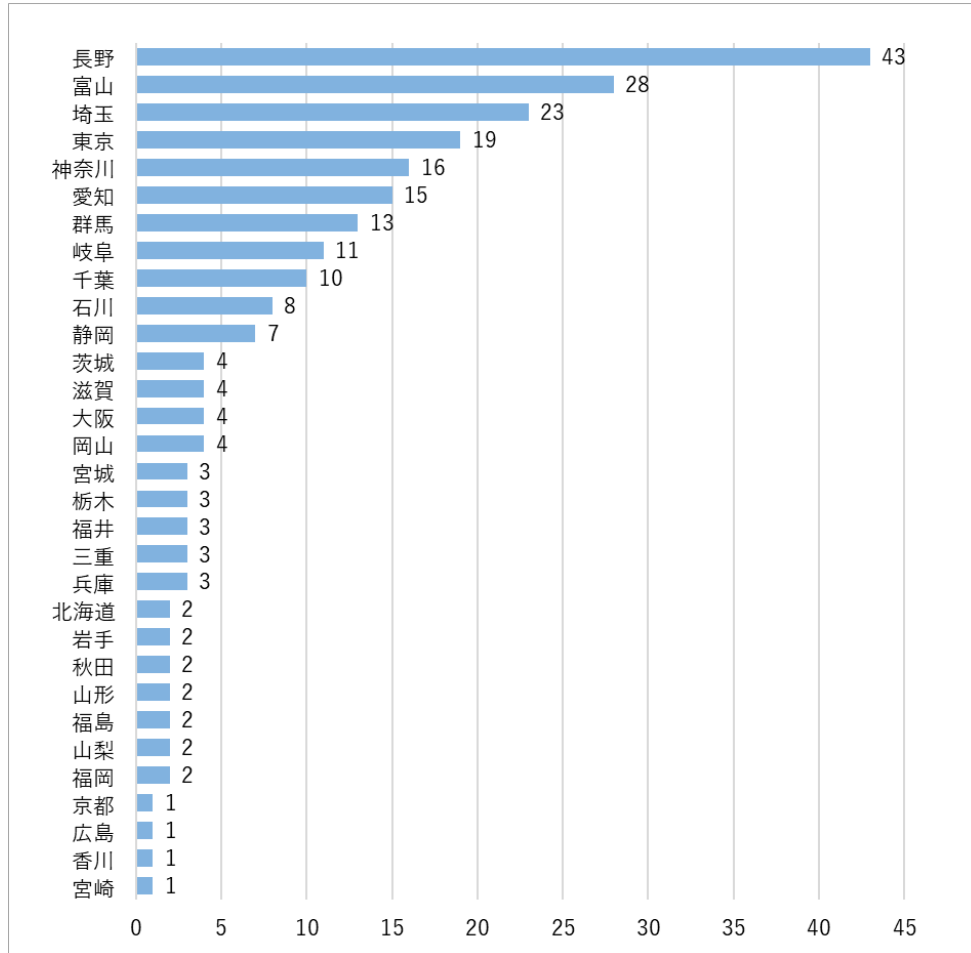
② 新潟県内 内訳



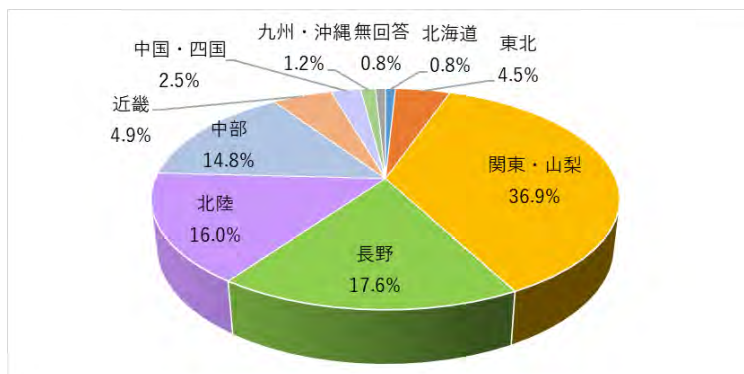
上越市から 28.0%、新潟市から 26.7%、長岡市・妙高市から 8.0%の来訪があった。
そのほか、県内各地からの来訪があり、佐渡市からの来訪者もいた。

③ 県外からの来訪

● 都道府県別



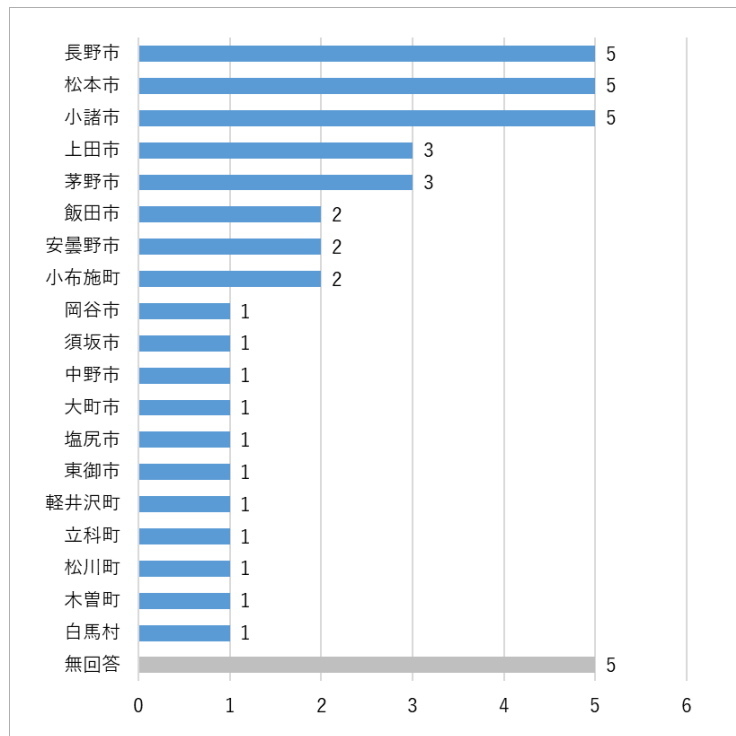
● 地方別



都道府県別では「長野県」からが最も多かった。

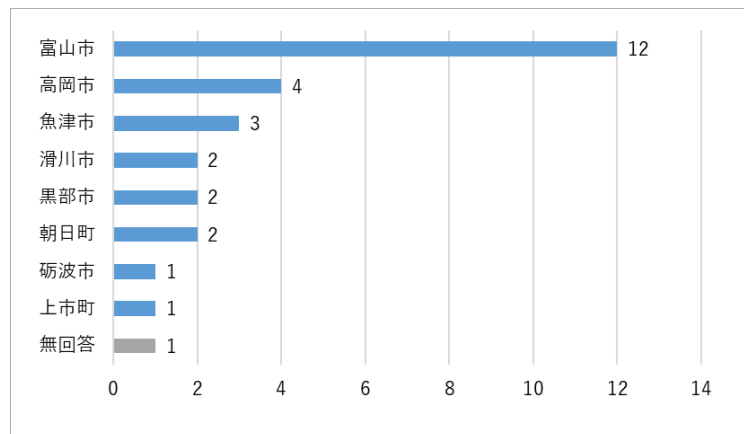
地方別で見ると「関東・山梨」36.9%、「北陸」16.0%の来訪があった。そのほか「岡山県」「広島県」「香川県」の中国・四国地方、「福岡県」「宮崎県」の九州地方からの来訪がある等、全国各地からの来訪があった。

④ 長野県からの来訪（市町村別）



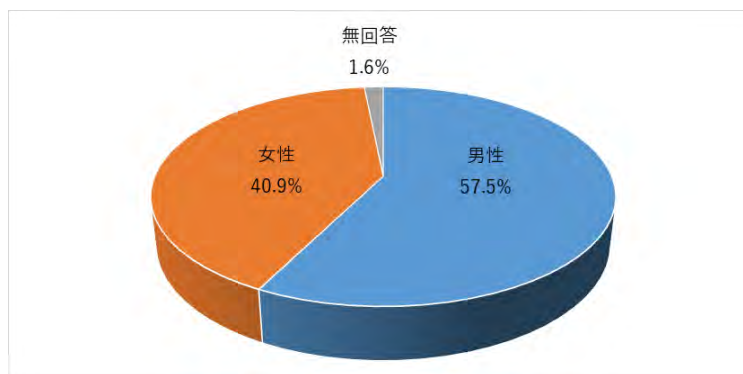
長野県内からの来訪は、「長野市」「松本市」「小諸市」が最も多かった。

⑤ 富山県からの来訪（市町村別）

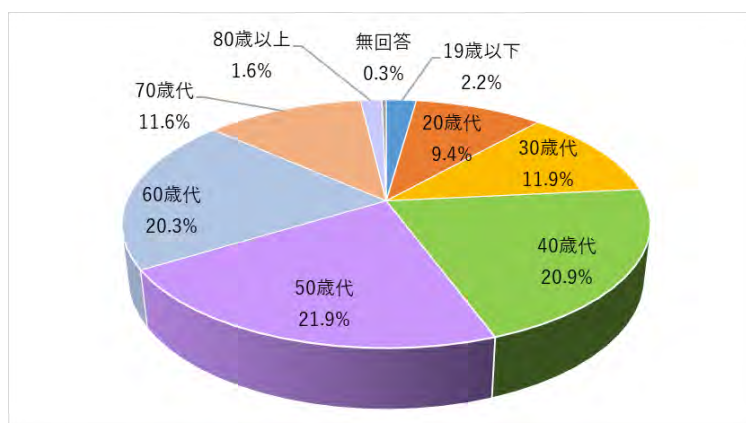


富山県内からの来訪は、「富山市」が最も多かった。

2. 性別

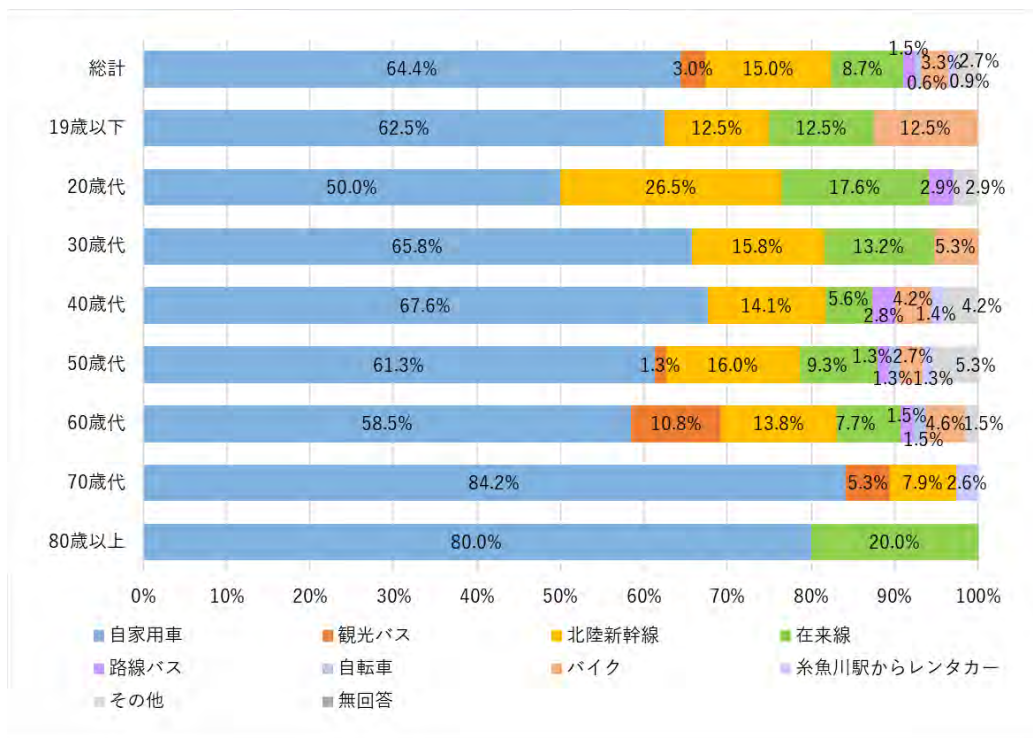


3. 年代



年代別では「50歳代」が21.9%と割合が多かった。「40歳代」「50歳代」「60歳代」で合わせて63.1%であった。

4. 交通手段



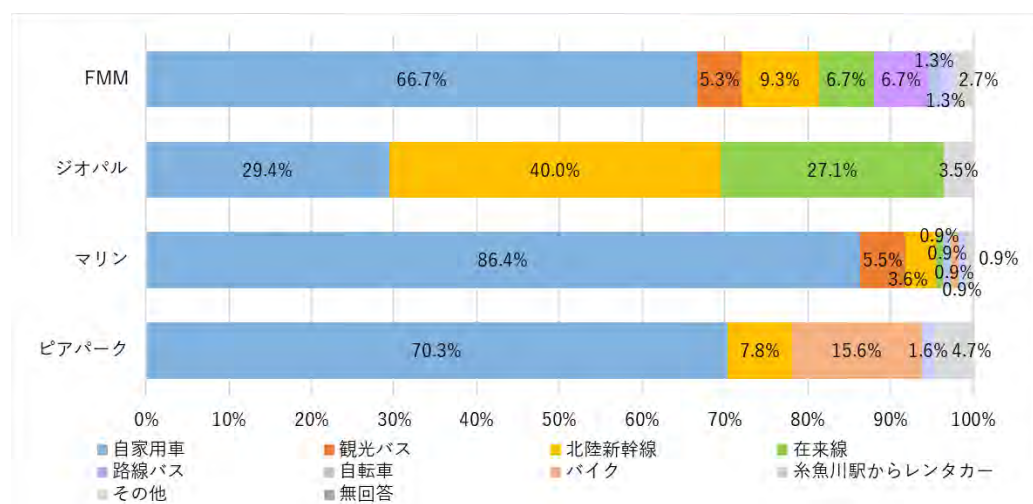
① 全体

全体では、64.4%が「自家用車」を利用している。次いで「北陸新幹線」15.0%、「在来線」8.7%であった。

② 年代別

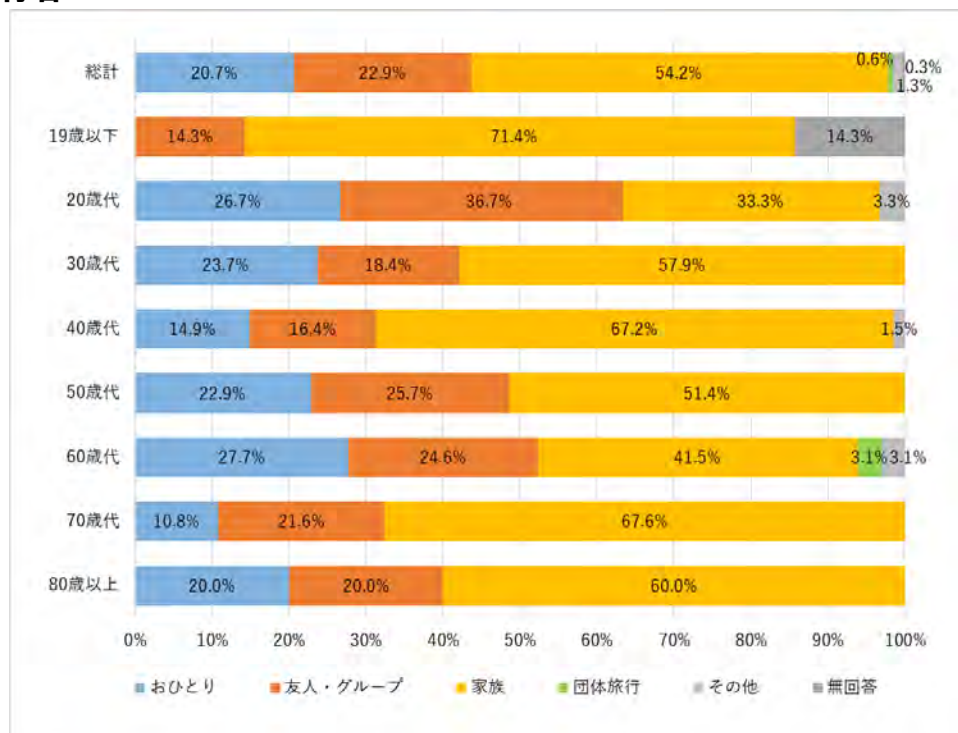
どの年代も「自家用車」の割合が多いが、20歳代で「北陸新幹線」が26.5%、60歳代で「観光バス」が10.8%とほかの年代と比べ、別の交通手段の利用が目立った。

③ 調査ポイント別



FMM、マリン、ピアパークでは「自家用車」の利用が最も多かった。特にマリンでは「自家用車」の利用者が86.4%と全体で最も多かった。ジオパルでは「北陸新幹線」が40.0%と最も多かった。

5. 同行者



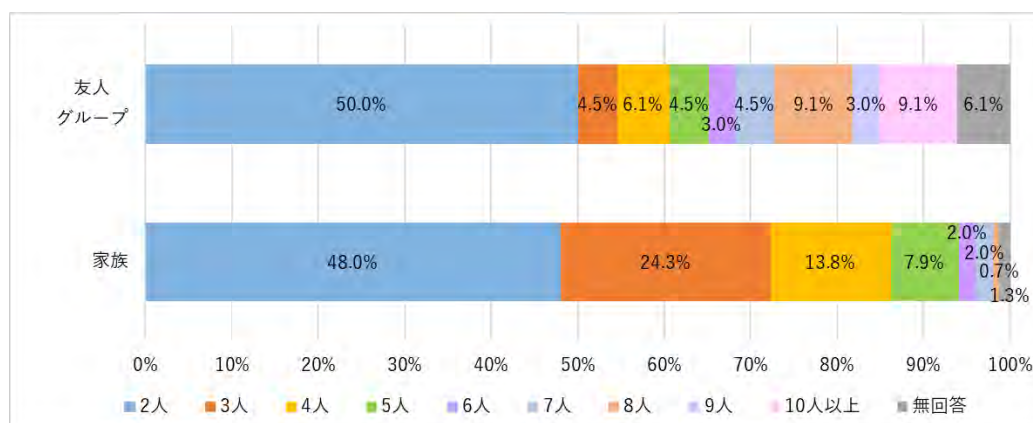
① 全体

全体では、54.2%の方が「家族」で来訪されていた。次いで「友人・グループ」が22.9%、「おひとり」が20.7%だった。

② 年代別

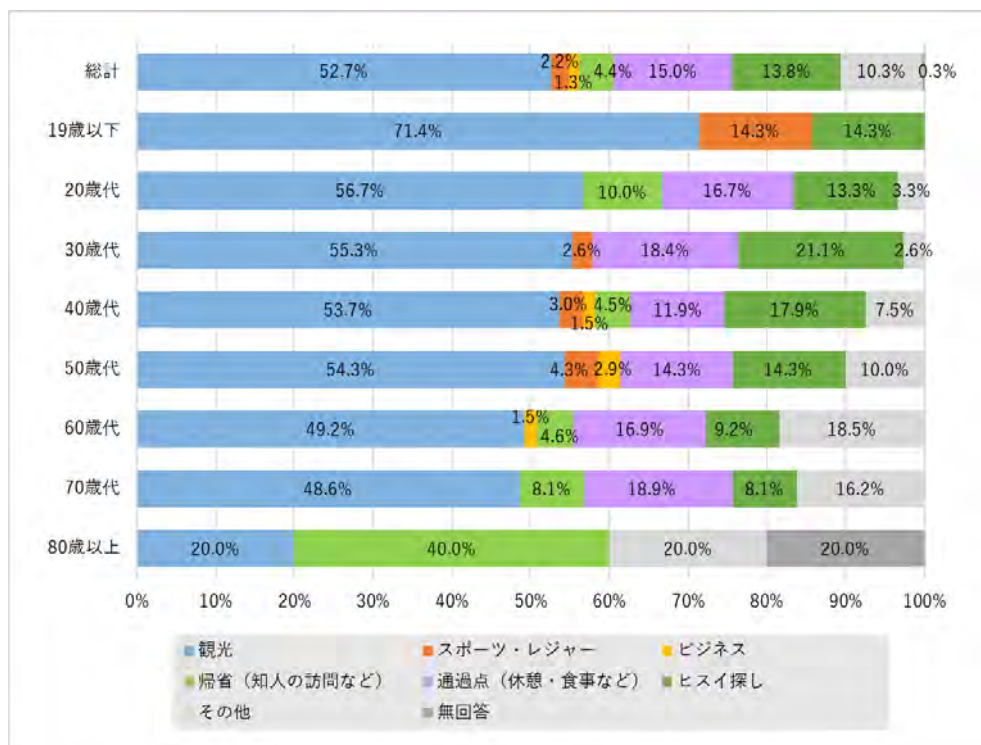
どの年代も「家族」の割合が最も多かった。20歳代は「友人・グループ」の割合が36.7%だった。20歳代・30歳代・50歳代・60歳代では「おひとり」の割合が目立った。

● 「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「家族」では「3人」の割合が多かった。「友人・グループ」では、6人以上での来訪も合わせて28.7%あった。

6. 来訪目的



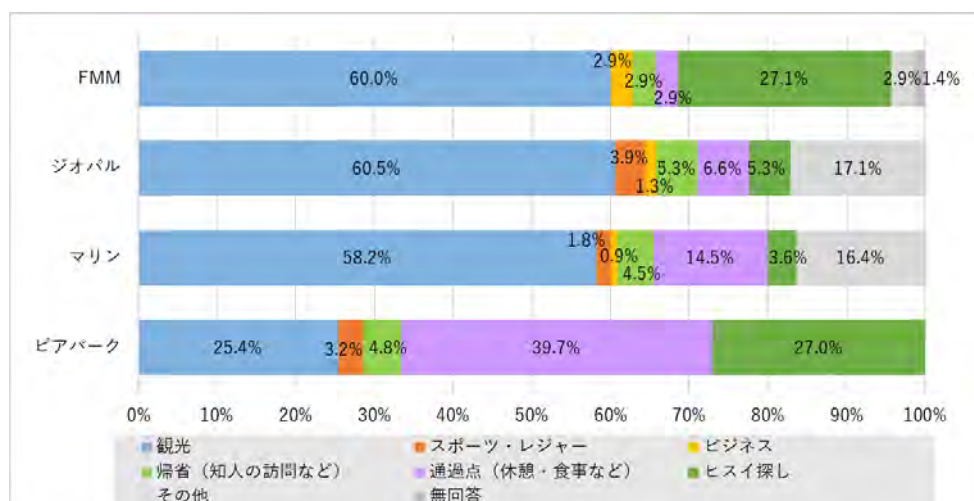
① 全体

全体では、52.7%の方が「観光」目的で来訪されている。一方 15.0%の方は「通過点」であった。「ヒスイ探し」は13.8%であった。

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・40歳代では「ヒスイ探し」を目的とした方がやや多かった。

③ 調査ポイント別

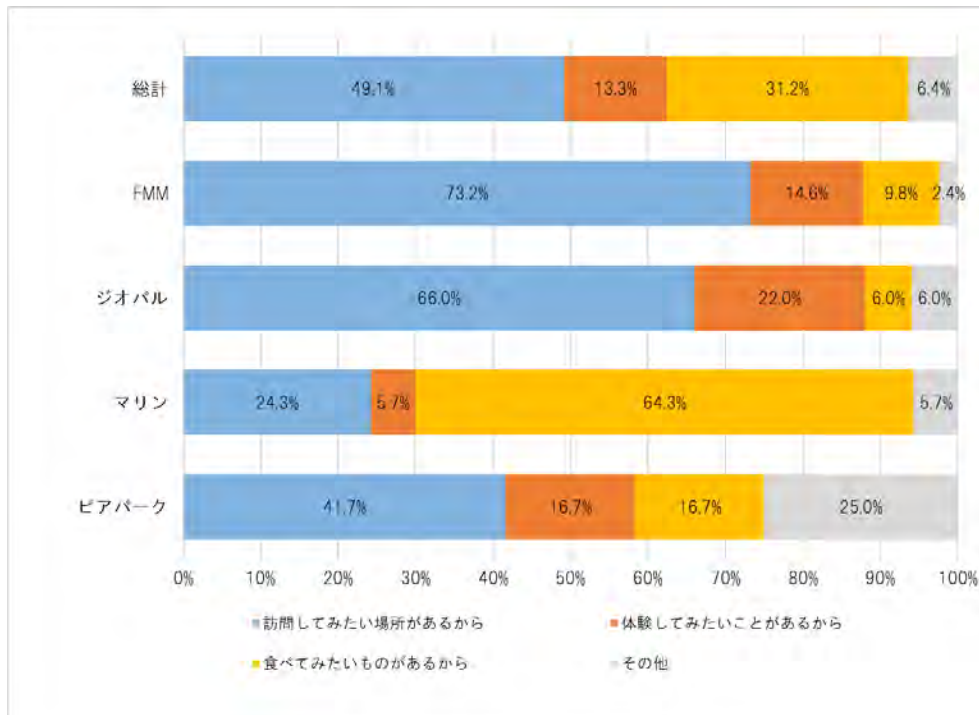


「観光」目的は、FMM では60.0%、ジオバルでは60.5%、マリンでは58.2%と高い割合だった。一方、「通過点」がピアパークでは39.7%だった。「ヒスイ探し」はFMMで27.1%、ピアパークで27.0%だった。

「その他」の内容は、マリンでの「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。

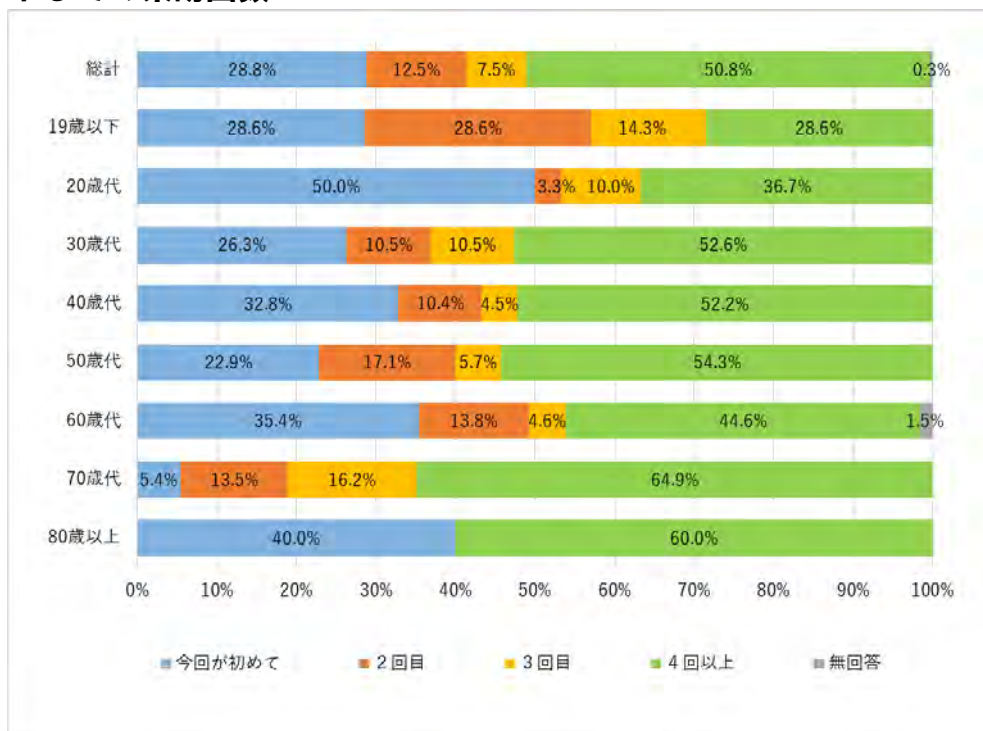
④ 来訪目的の内容

- 「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FMMでは73.2%、ジオパルでは66.0%、ピアパークでは41.7%と最も多く、「食べてみたいものがあるから」がマリンでは64.3%で最も多かった。「体験してみたいことがあるから」の項目でジオパルでの回答が22.0%と目立った。

7. これまでの来訪回数



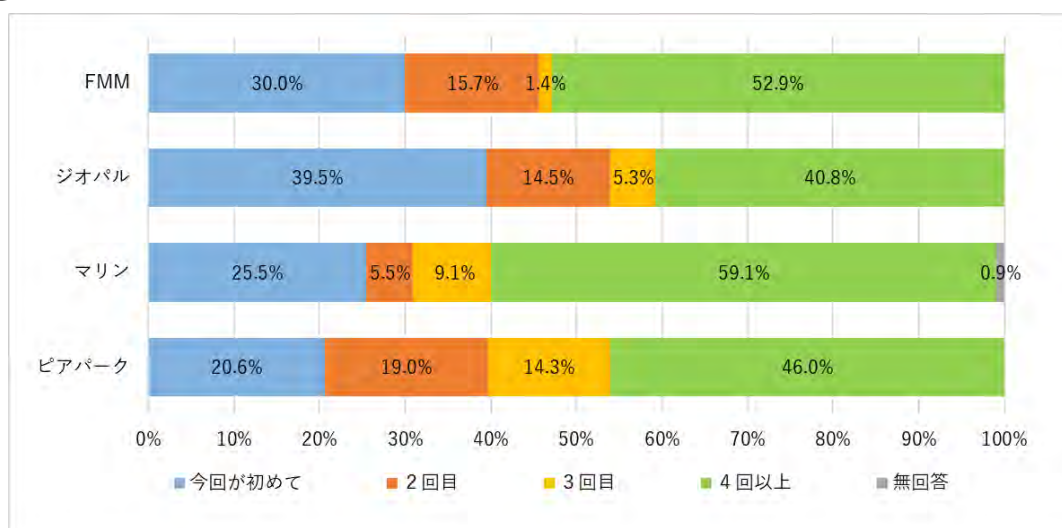
① 全体

全体では 50.8%の方が、「4回以上」来訪している。「初めて」という方は 28.8%であった。

② 年代別

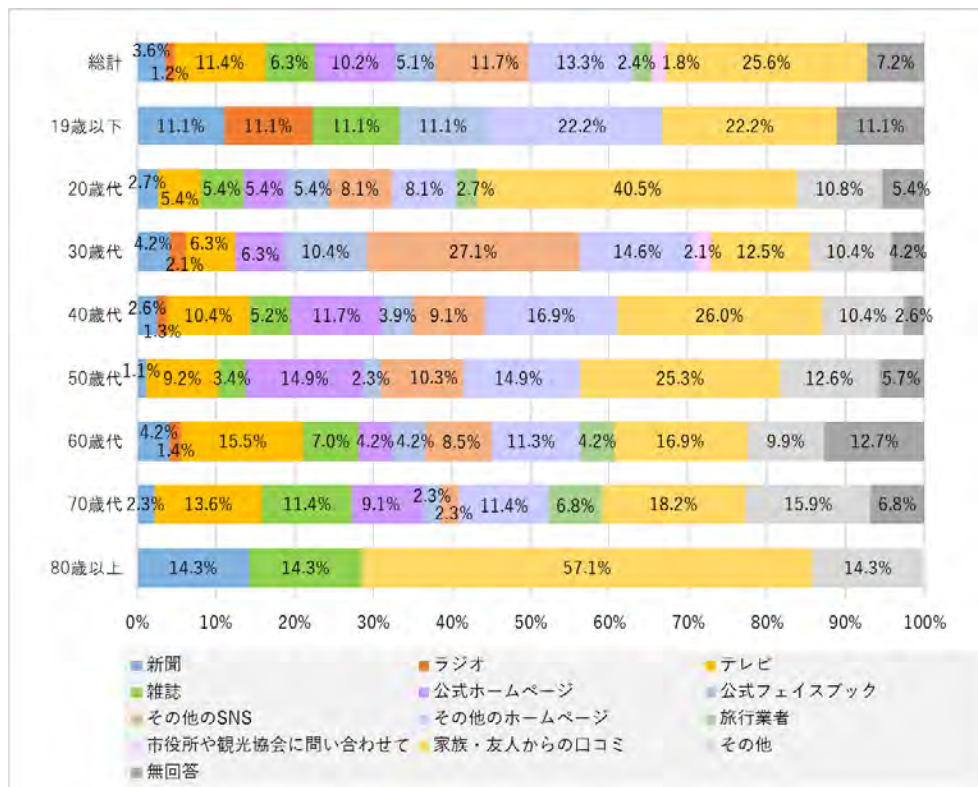
20歳代以外の年代で「4回以上」割合が最も多かった。「初めて」という方は 20歳代で 50.0%、40歳代で 32.8%、60歳代で 35.4%であった。

③ 調査ポイント別



FMM では「4回以上」の方は 52.9%と最も多かった。ジオパルでは「初めて」と「4回以上」の方の割合が同程度だった。マリンでは 59.1%、ピアパークでは 46.0%の方が「4回以上」であった。

8. 情報入手手段



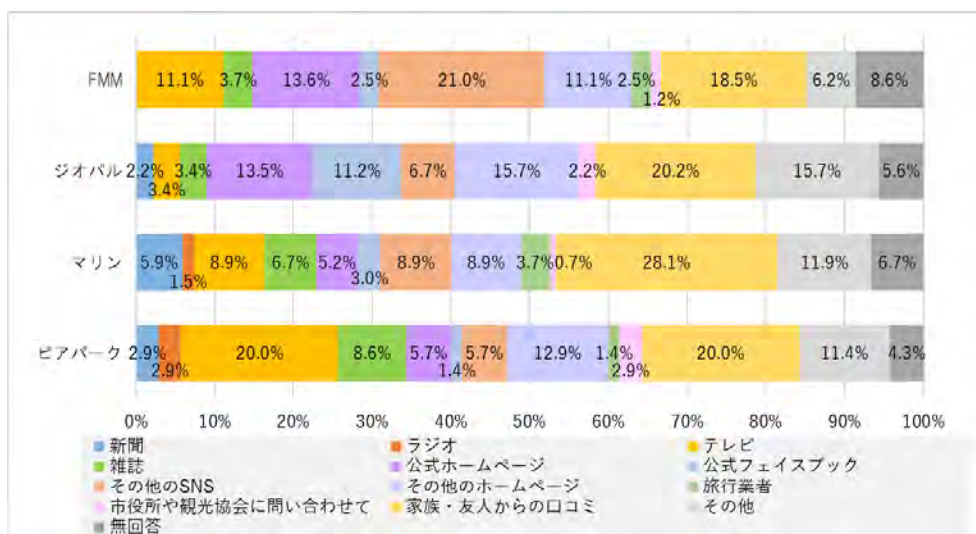
① 全体

従来型のメディア（新聞・ラジオ・テレビ・雑誌）は合わせて22.5%、「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40.3%だった。また、「家族・友人からの口コミ」は25.6%であった。

② 年代別

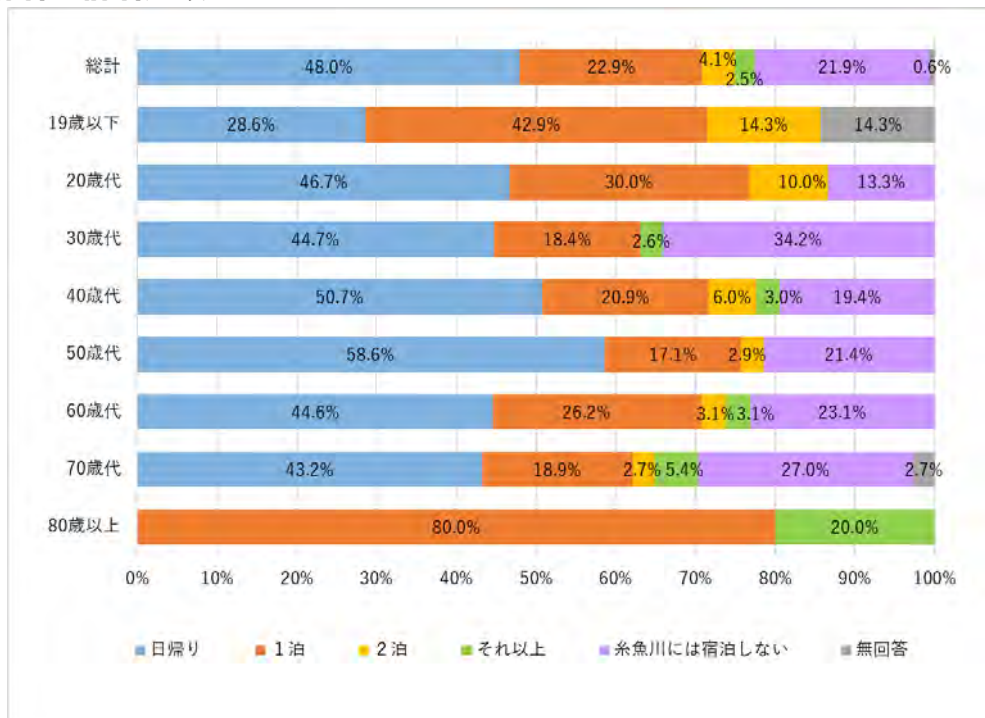
20歳代では「家族・友人からの口コミ」が40.5%と割合が多い。30歳代では「その他のSNS」が27.1%と他の年代と比べて多かった。

③ 調査ポイント別



FMMでは「その他のSNS」が21.0%と多かった。ジオパル、マリンでは「口コミ」の割合が最も多かった。またピアパークでは「口コミ」「テレビ」が20.0%であった。

9. 宿泊・宿泊施設



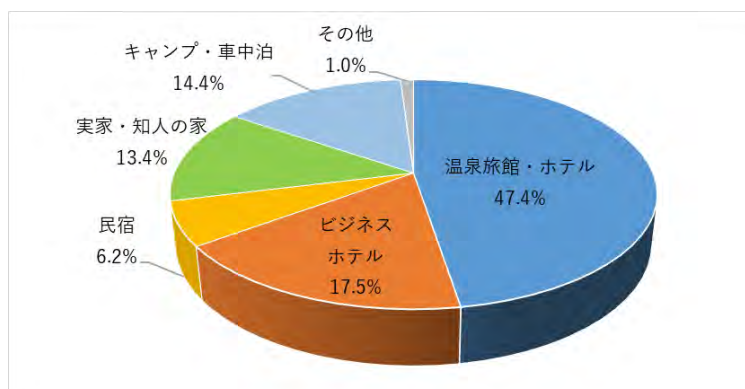
① 全体

「日帰り」が48.0%あり、宿泊数にかかわらず「糸魚川に宿泊」の方は29.5%だった。「糸魚川以外に宿泊」の方は21.9%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、30歳代は「糸魚川には宿泊しない」の割合が34.2%と最も多かった。20歳代は宿泊数にかかわらず40.0%の方が「糸魚川に宿泊」していた。

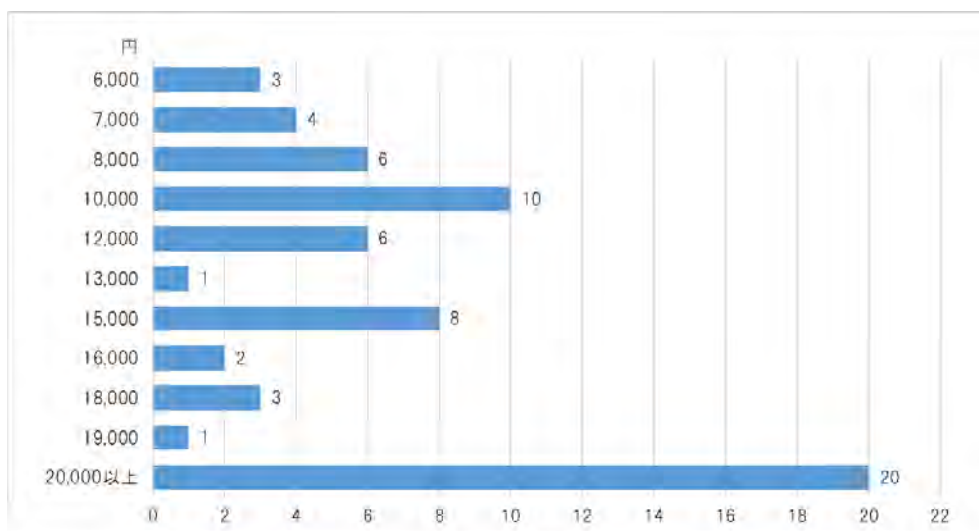
● 市内に宿泊される方に宿泊先をお聞きした



「温泉旅館・ホテル」が47.4%、「ビジネスホテル」が17.5%であった。

10. 一人あたりの予算

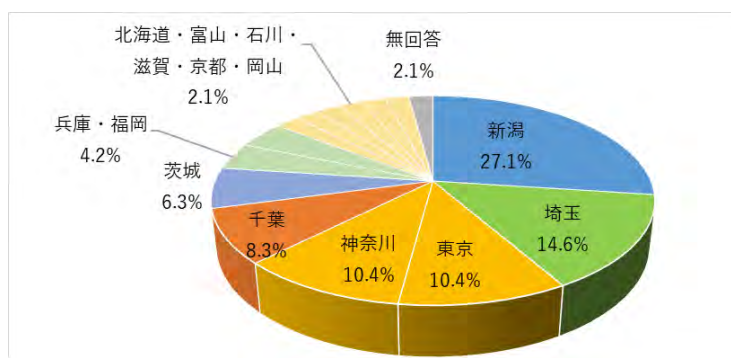
① 宿泊費



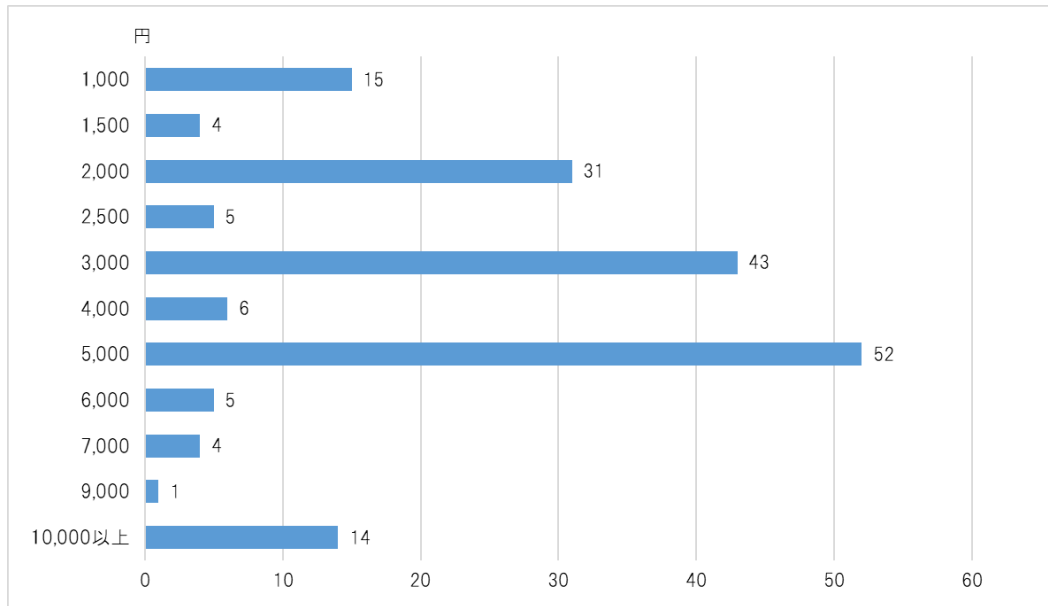
ホテル・旅館・民宿等、宿泊費用が発生する施設での宿泊者データ（回答のあった94サンプル。うち、宿泊費を回答いただいたのは64サンプル）

- **平均金額 15,747 円**
- **宿泊費の合計 3,700,516 円（一人あたり宿泊平均金額×宿泊人数 235 人）**
宿泊費は、「20,000 円以上」の方が最も多かった。

宿泊者の出発地は県内を除くと埼玉県が 14.6%で最も多かった。次いで東京都・神奈川県・千葉県・茨城県の順で、関東地方5都県で 50.0%であった。また県内を出発地にしている方が 27.1%と全体での割合が一番高かった。

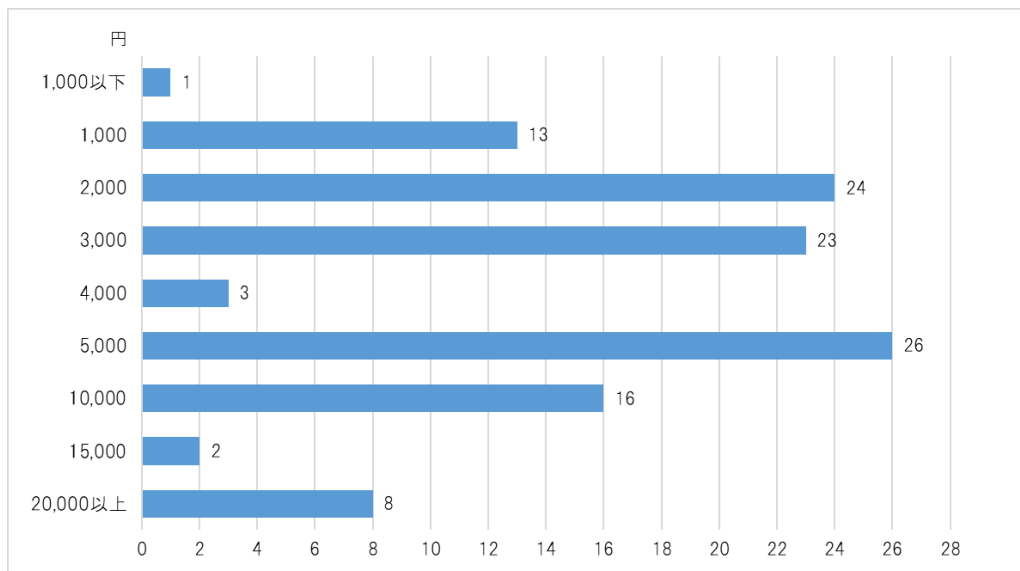


② 飲食費



- **平均金額 3,912 円** (回答のあった金額を、一緒に来た人数で割った金額)
「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、ラーメン等があがっていた。

③ お土産代



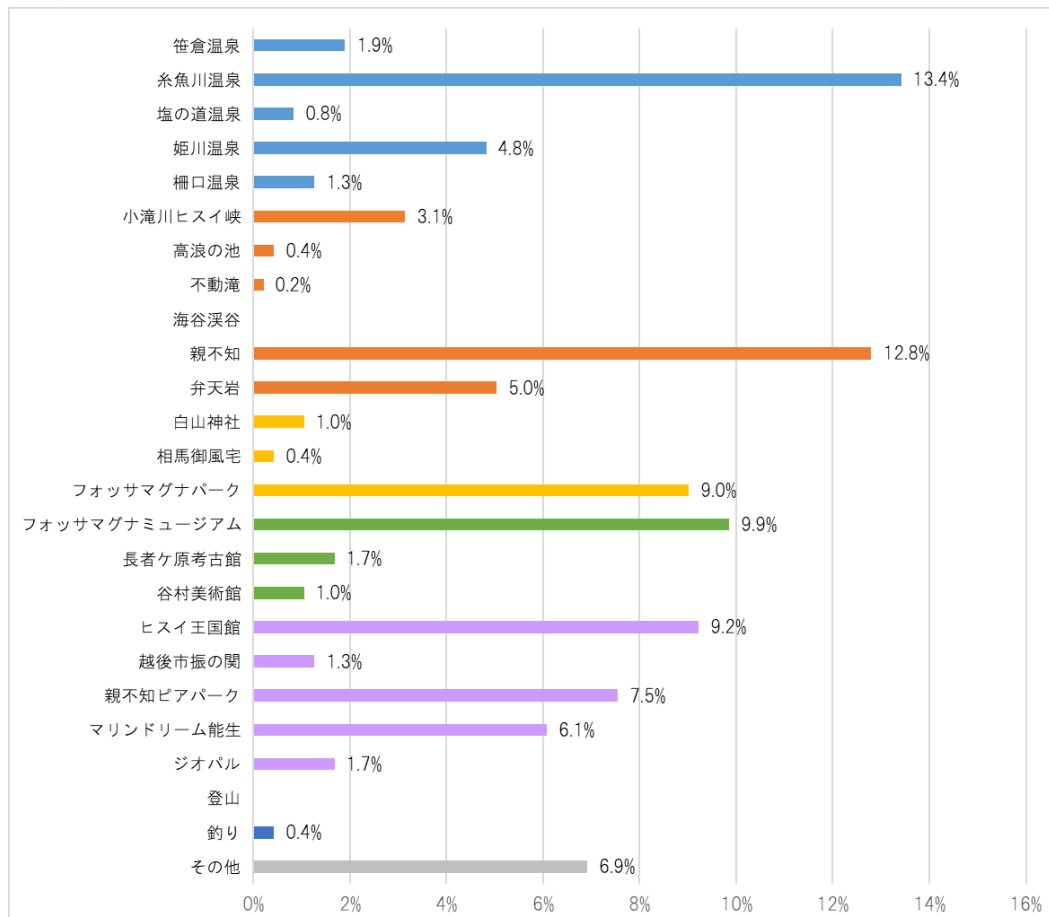
- **平均金額 6,156 円**
「5,000 円」が最も多く、次いで「2,000 円」「3,000 円」の回答が多かった。また、「10,000 円」以上の回答も合わせて 26 件あった。
具体的な商品としては、ヒスイ加工品、カニや海産物、お菓子があがっていた。

11. 来訪した場所

注) FMM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、マリンでの「マリンドリーム能生」の回答、ピアパークでの「親不知ピアパーク」の回答は除外した。

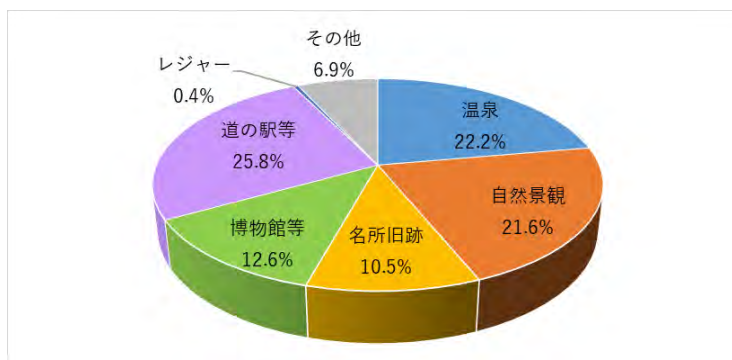
① 全体集計

● 場所別



全体で最も多かった回答は、「糸魚川温泉」で13.4%。次いで「親不知」12.8%、「フォッサマグナミュージアム」9.9%であった。

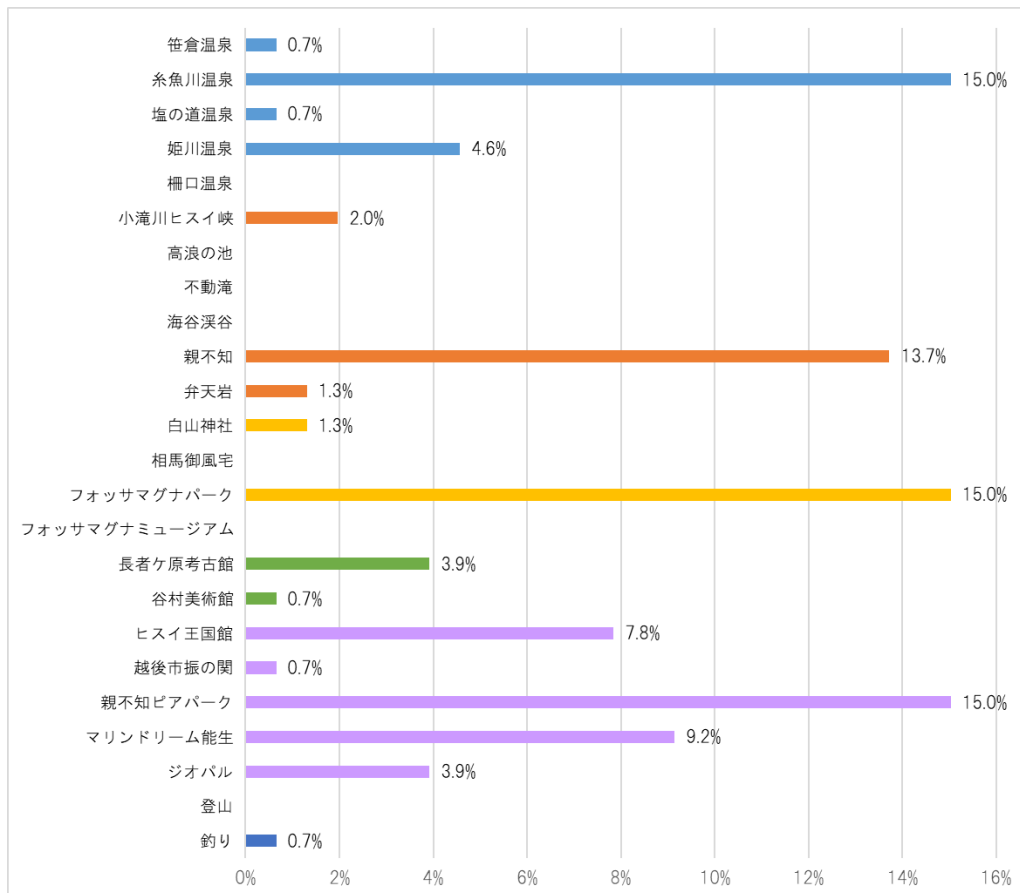
● カテゴリー別



カテゴリー別では「道の駅等」が25.8%、「温泉」が22.2%、「自然景観」が21.6%であった。

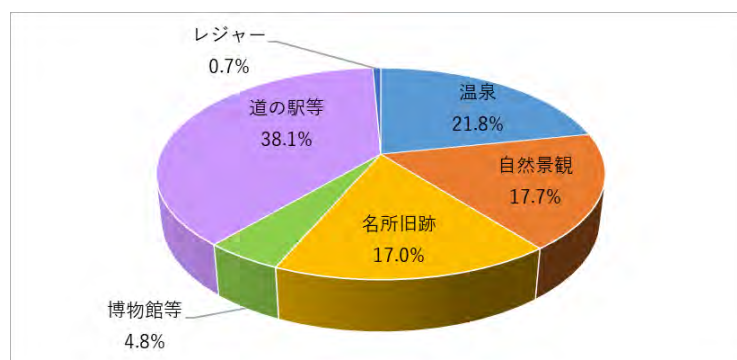
② フォッサマグナミュージアムでの調査結果

● 場所別



FMM で最も多かった回答は、「糸魚川温泉」「フォッサマグナパーク」「親不知ピアパーク」で 15.0%。次いで「親不知」13.7%であった。

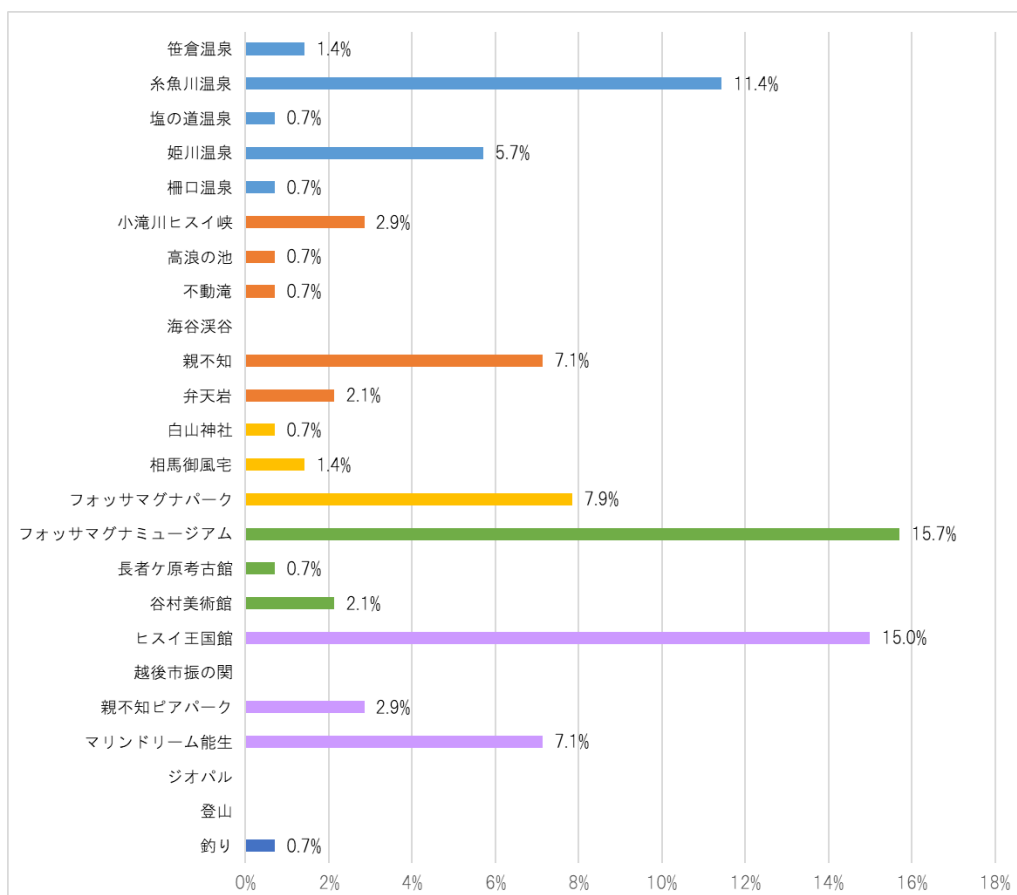
● カテゴリー別



カテゴリー別では「道の駅等」が 38.1%と最も多く、次いで「温泉」21.8%であった。

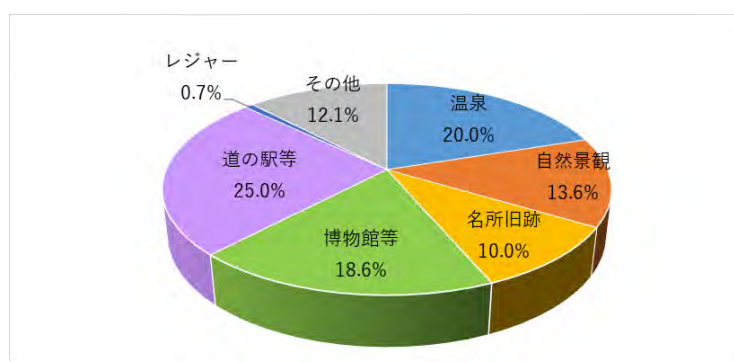
③ ジオバルでの調査結果

● 場所別



ジオバルで最も多かった回答は「フォッサマグナミュージアム」で 15.7%、次いで「ヒスイ王国館」15.0%、「糸魚川温泉」11.4%であった。

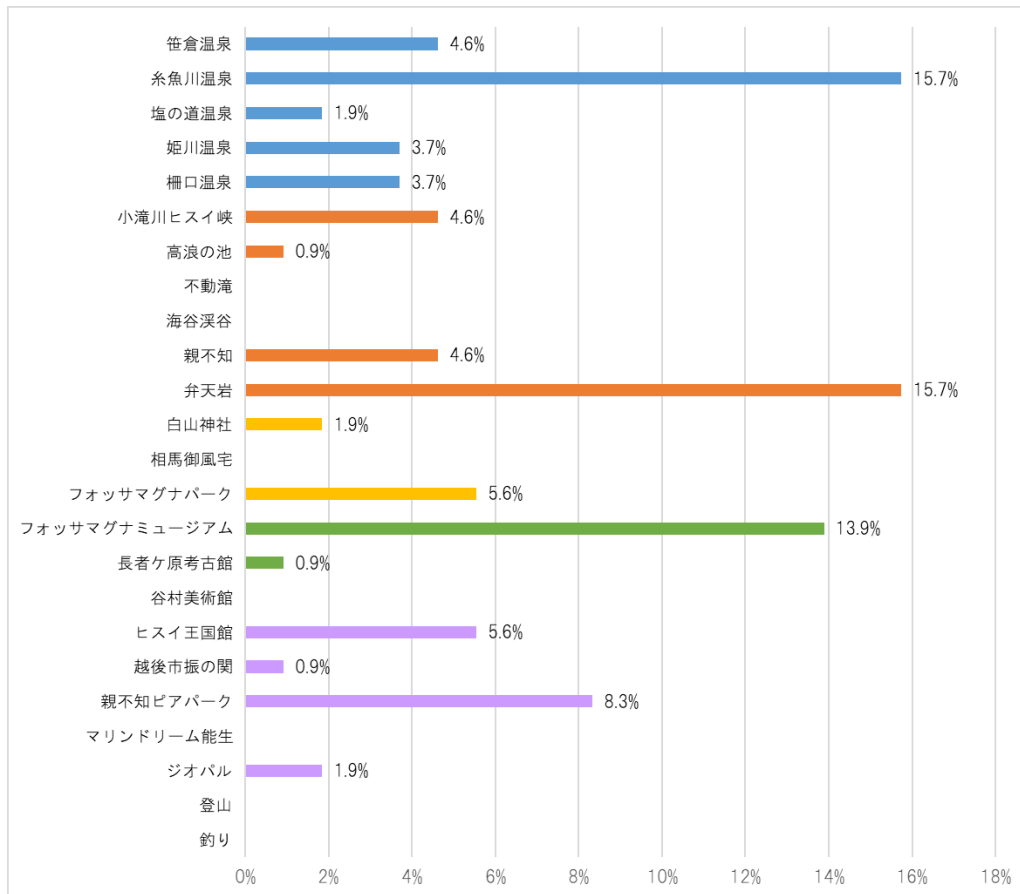
● カテゴリー別



カテゴリー別では「道の駅等」で 25.0%と最も多く、次いで「温泉」20.0%、「博物館等」18.6%であった。また、「その他」の回答の中で「雪月花」という回答が目立った。

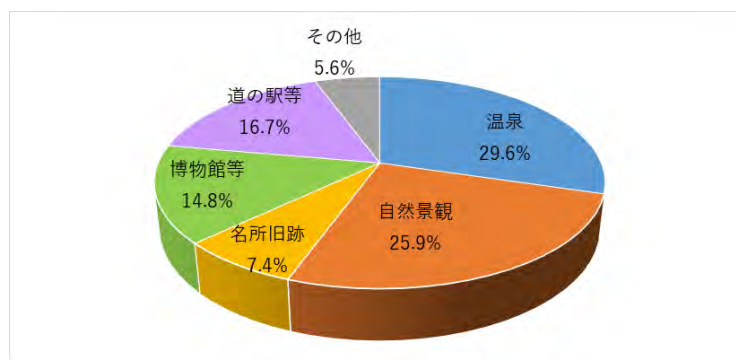
④ マリンドリーム能生での調査結果

● 場所別



マリンドリーム能生で最も多かったのは「糸魚川温泉」「弁天岩」で15.7%、次いで「フォッサマグナミュージアム」13.9%であった。

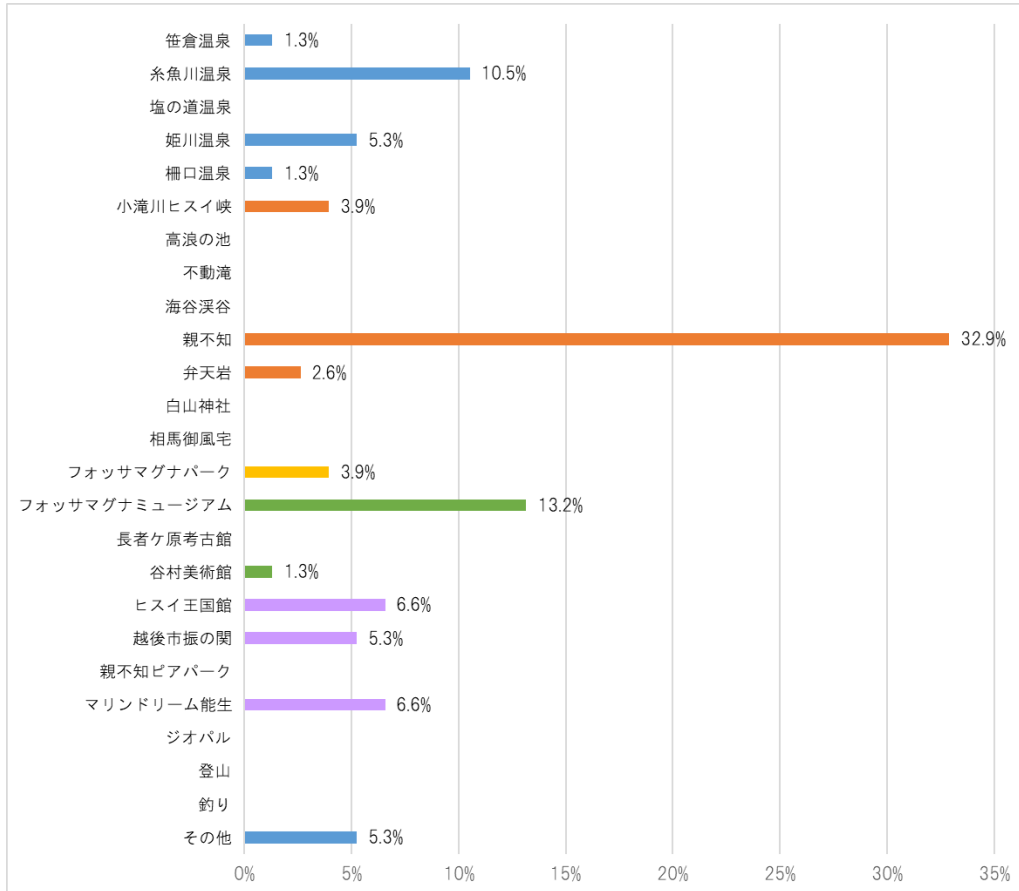
● カテゴリー別



カテゴリー別では「温泉」が29.6%と最も多く、次いで「自然景観」25.9%であった。

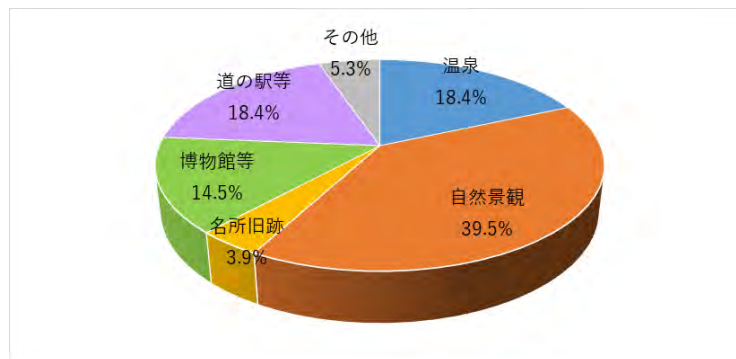
⑤ 親不知ピアパークでの調査結果

● 場所別



ピアパークで最も多かったのは「親不知」で32.9%、次いで「フォッサマグナミュージアム」の13.2%であった。

● カテゴリー別

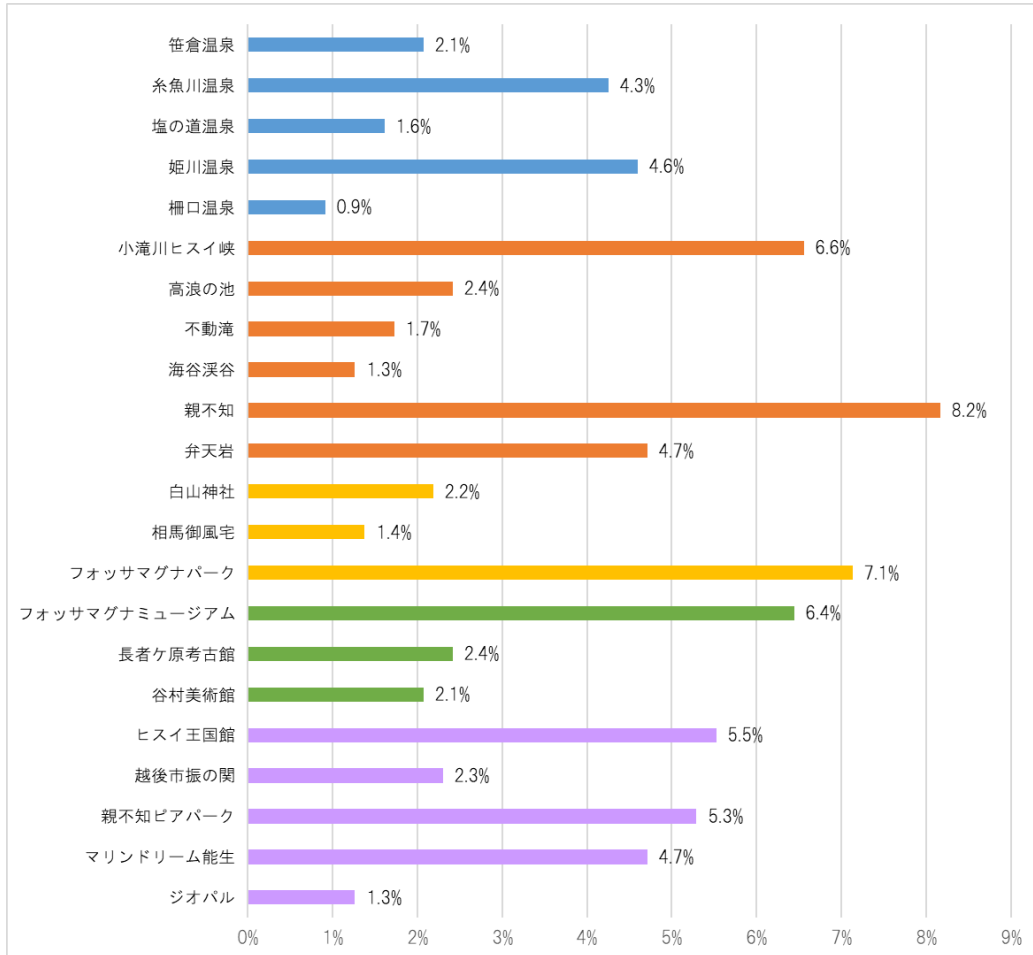


カテゴリー別では「自然景観」で39.5%と最も多く、次いで「温泉」が18.4%であった。

12. 糸魚川市内で知っている場所

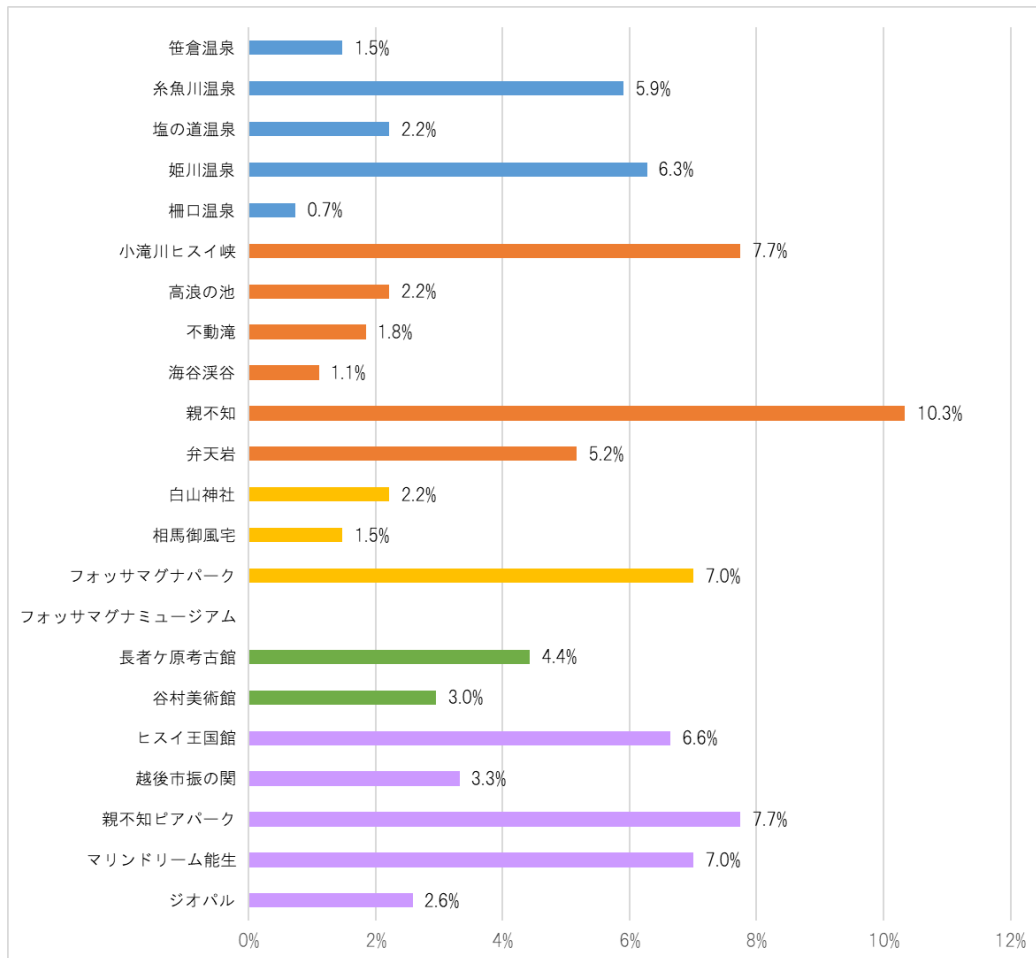
注) 前問の選択肢の中から、知っている場所をお答えいただいた。
FMMで調査した際の「フォッサマグナミュージアム」の回答、ジオパルでの「ジオパル」の回答、マリンでの「マリンドリーム能生」の回答、ピアパークでの「親不知ピアパーク」の回答は除外した。

① 全体集計



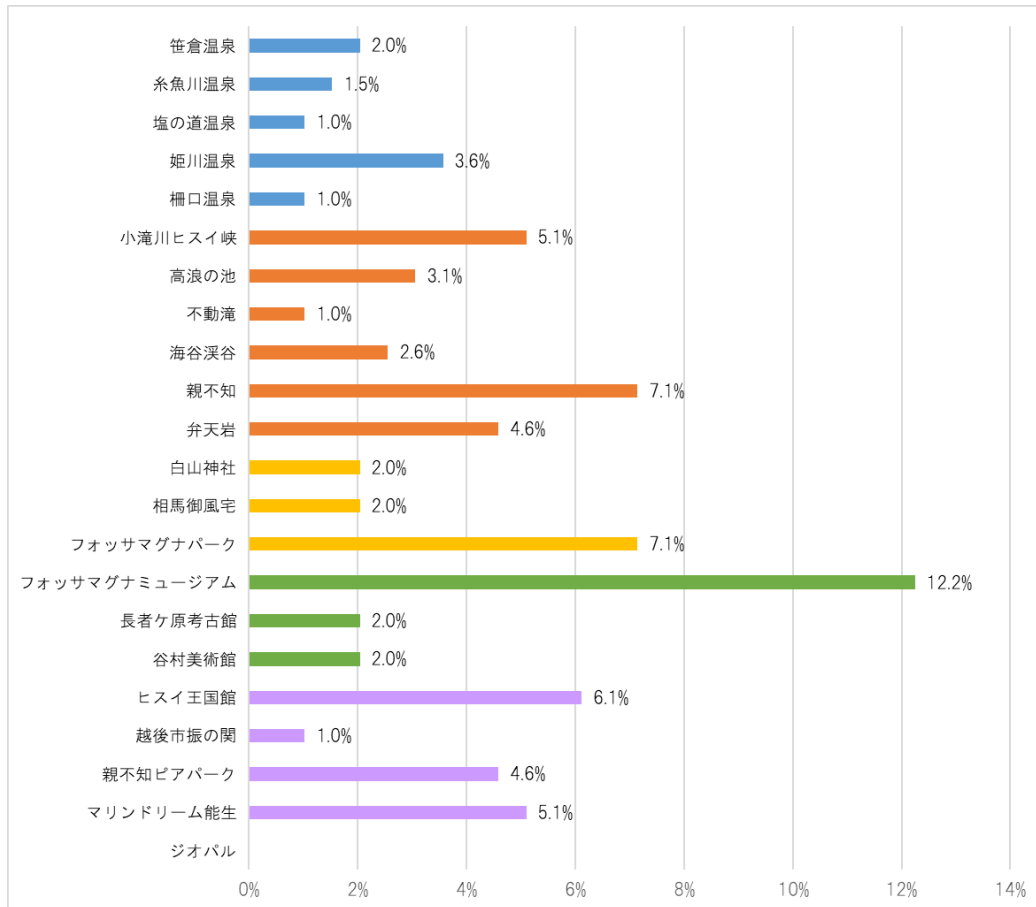
全体では、「親不知」が8.2%と最も認知度が高く、次いで「フォッサマグナパーク」7.1%、「小滝川ヒスイ峡」が6.6%、「フォッサマグナミュージアム」6.4%の順であった。

② フォッサマグナミュージアムでの調査結果



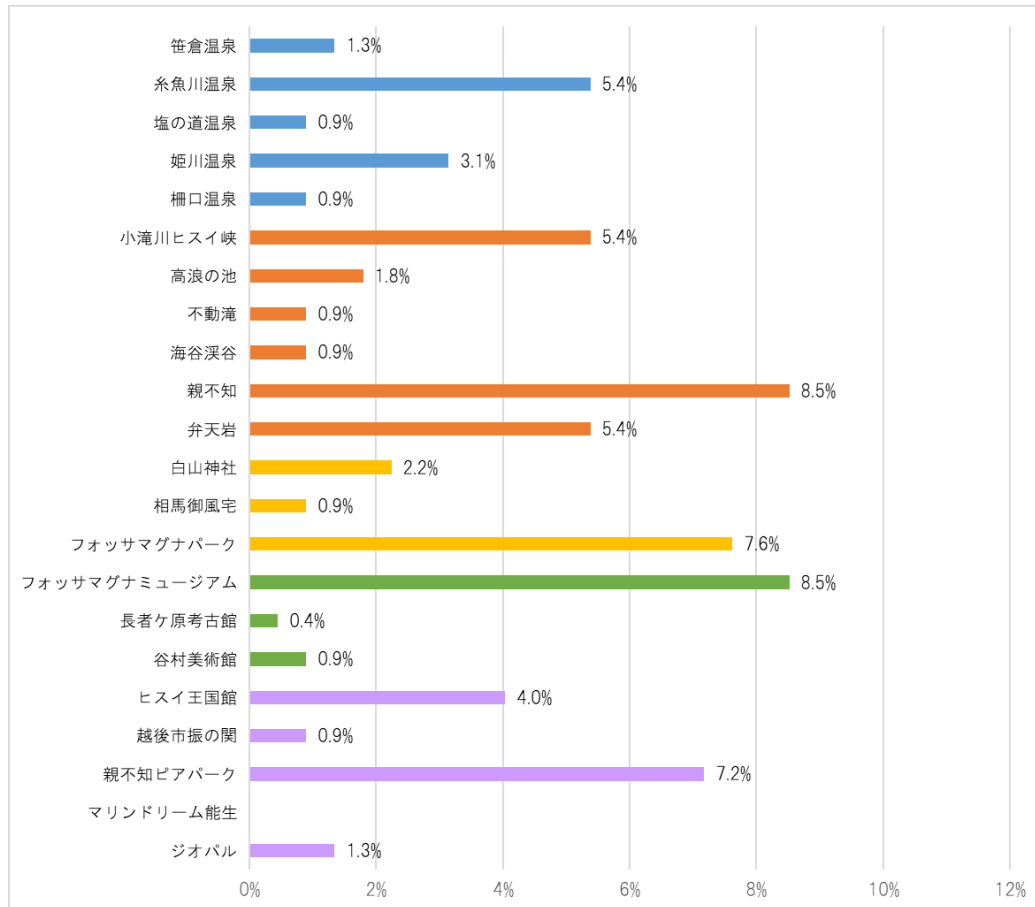
FMM では、「親不知」が 10.3% で最も認知度が高く、次いで「小滝川ヒスイ峡」「親不知ピアパーク」7.7%、順であった。

③ ジオバルでの調査結果



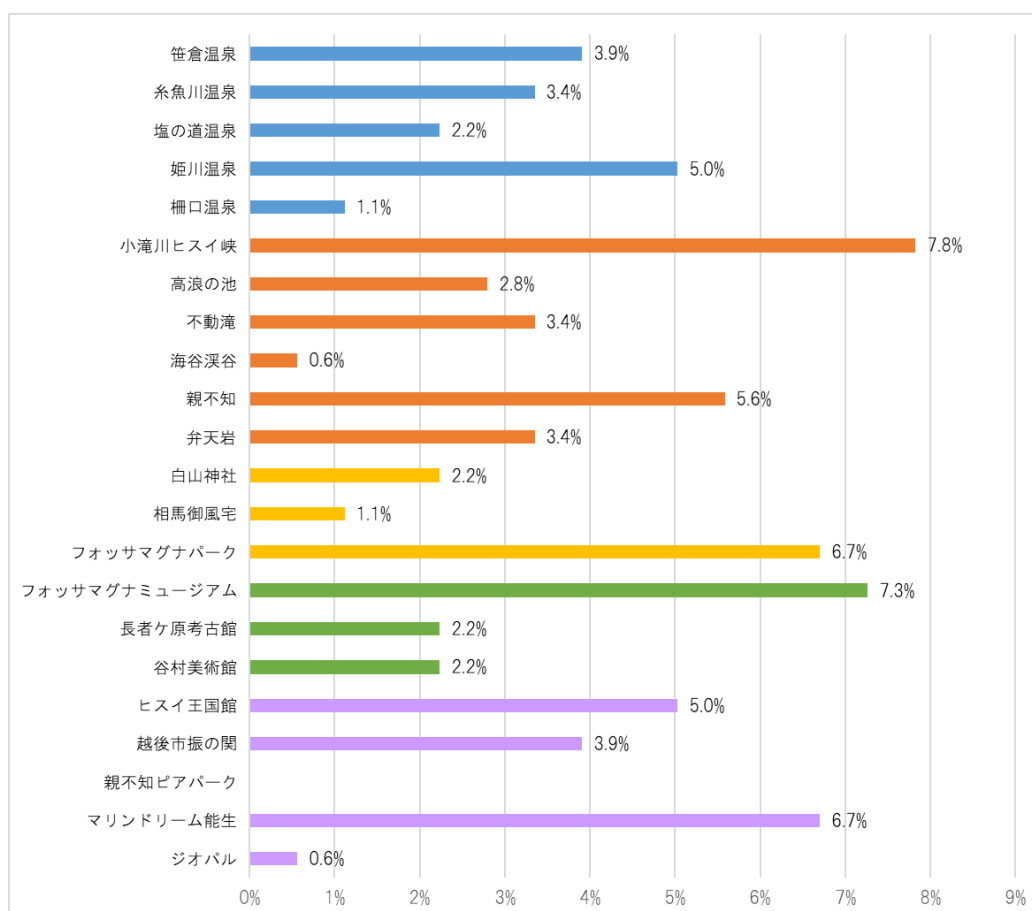
ジオバルでは、「フォッサマグナミュージアム」が12.2%と認知度が最も高く、次いで「親不知」「フォッサマグナパーク」が7.1%の順であった。

④ マリンドリーム能生での調査結果



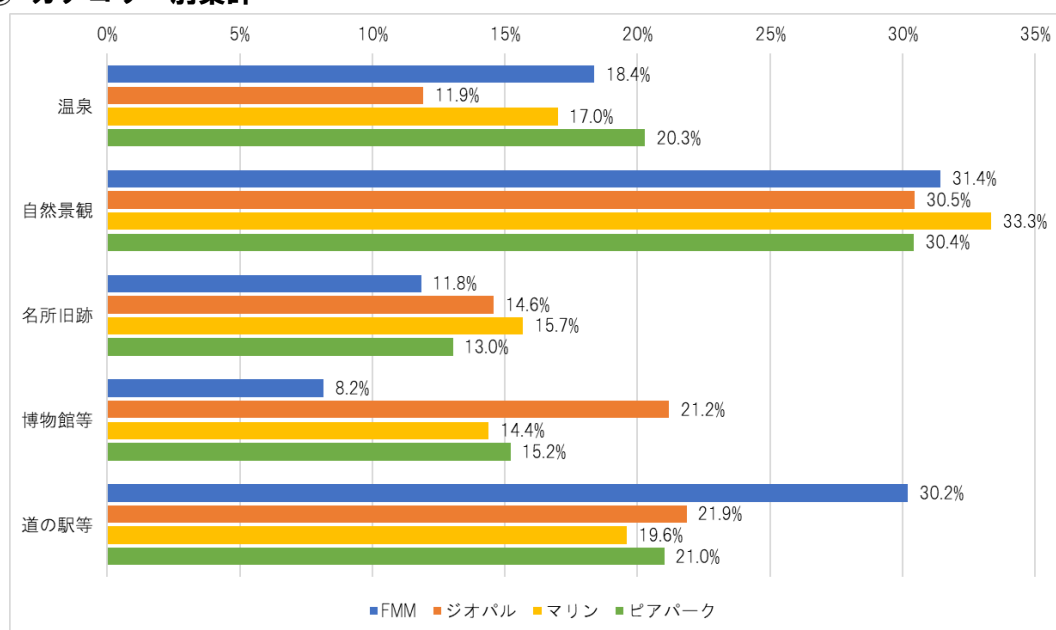
マリンでは、「親不知」「フォッサマグナミュージアム」が8.5%と認知度が最も高く、次いで「フォッサマグナパーク」7.6%の順であった。また「親不知ピアパーク」が7.2%だった。

⑤ 親不知ピアパークでの調査結果



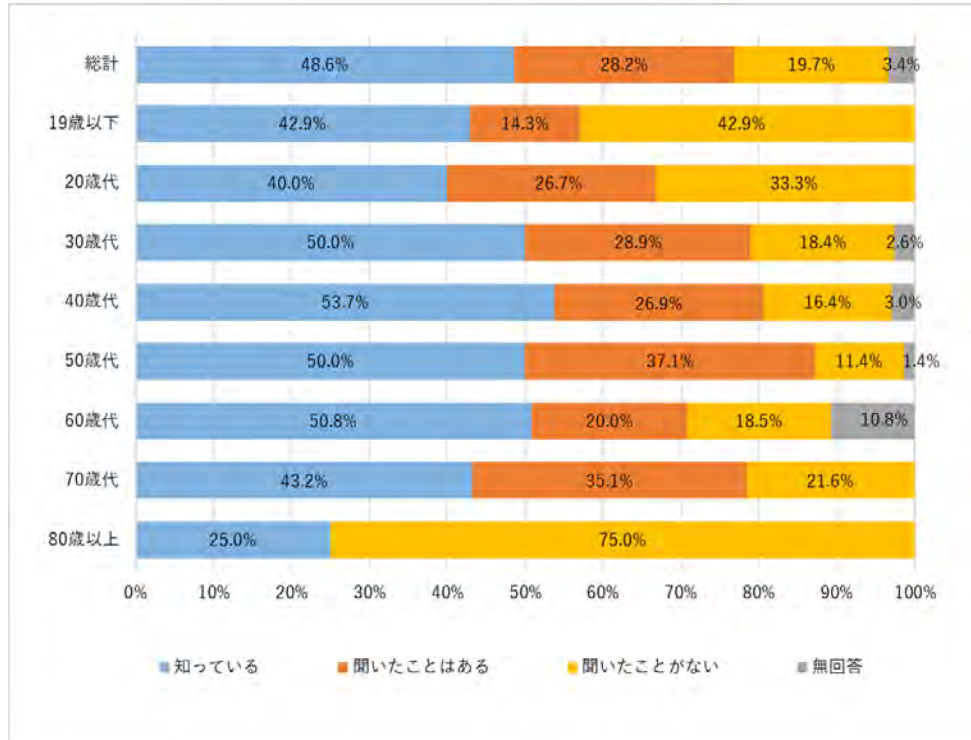
ピアパークでは、「小滝川ヒスイ峡」が7.8%で認知度が最も高く、次いで「フォッサマグナミュージアム」が7.3%、「フォッサマグナパーク」「マリンドリーム能生」が6.7%であった。

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」の認知度が高く、次いで「道の駅」「温泉」の順であった。また、「博物館等」はジオパルで21.2%と割合が多く、「道の駅等」はFMMで30.2%と割合が多かった。

13. 糸魚川ジオパークの認知度



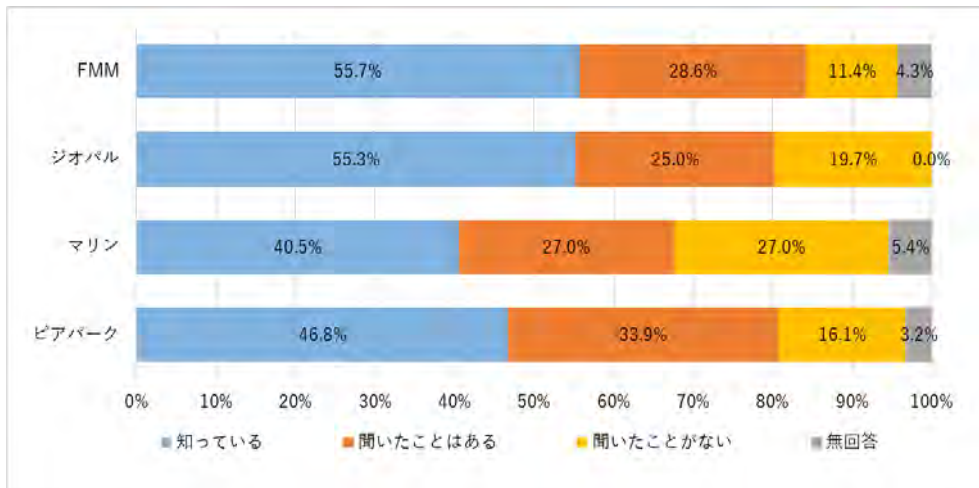
① 全体

全体では、「知っている」48.6%、「聞いたことはある」28.2%の回答であった。

② 年代別

30歳代から60歳代は「知っている」との回答が50%以上であった。「聞いたことがない」は20歳代で33.3%、70歳代21.6%であった。

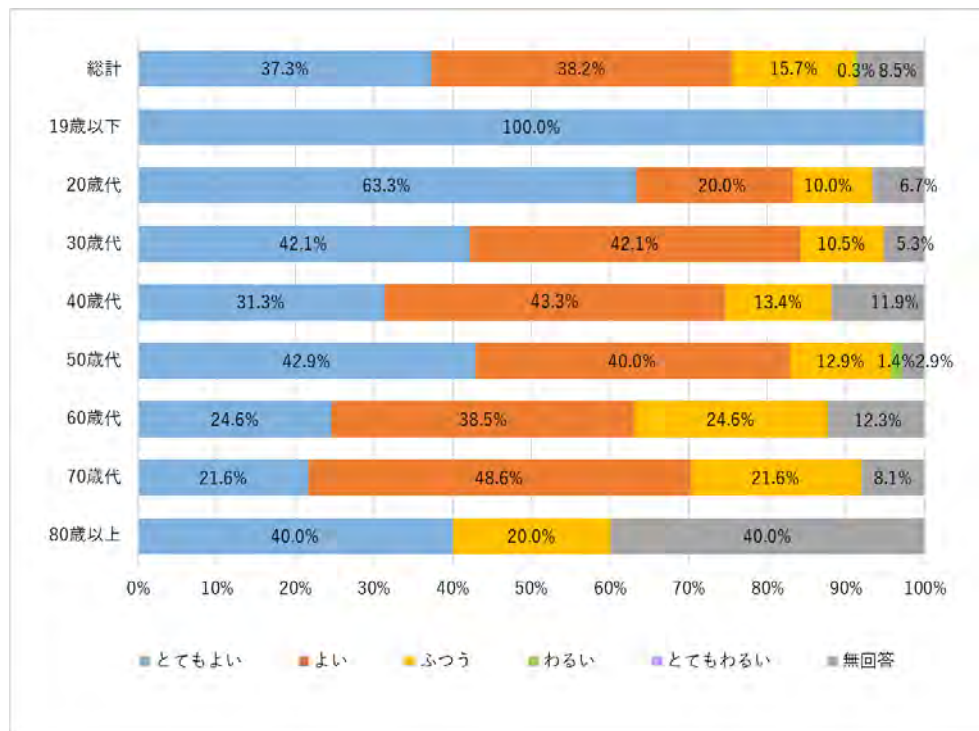
③ 調査ポイント別



「知っている」と「聞いたことがある」を合わせた割合が、FMMでは84.3%、ジオパルでは80.3%、ピアパークでは80.7%であった。一方、マリンでは「聞いたことがない」が27.0%であった。

14. 印象・満足度

① 景観・施設



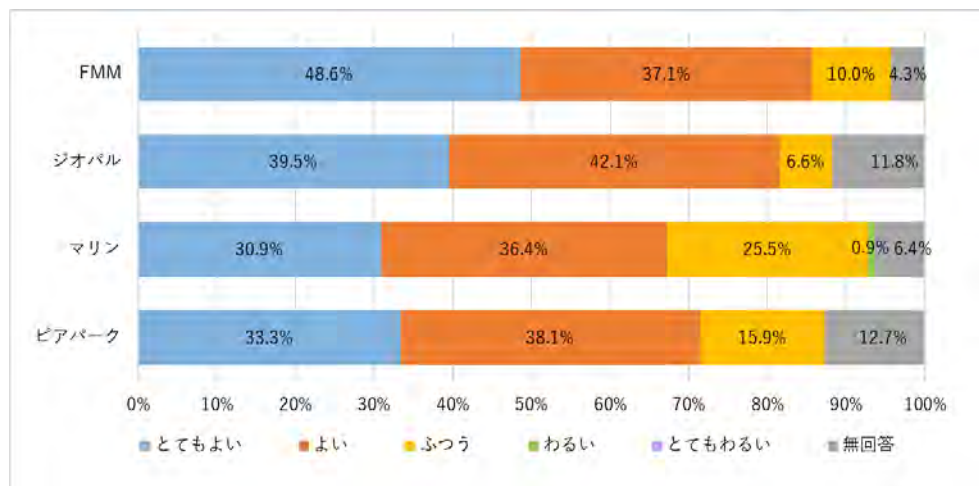
(1) 全体

全体では「とてもよい」「よい」を合わせて75.5%であった。

(2) 年代別

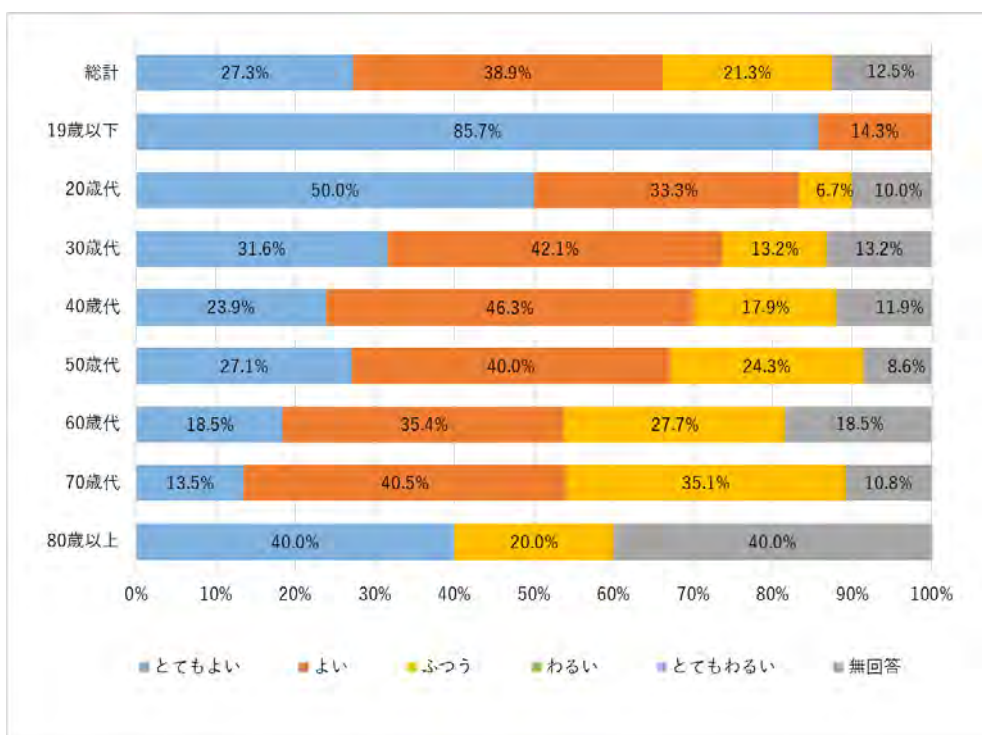
どの年代でも「とてもよい」「よい」の割合が高かった。特に30歳代では「とてもよい」「よい」を合わせて84.2%であった。

(3) 調査ポイント別



「とてもよい」「よい」を合わせた割合が、FMMで85.7%、ジオパルで81.6%、マリンで67.3%、ピアパークで71.4%であった。一方、マリンで「ふつう」と答えた方が25.5%であった。

② お店の対応



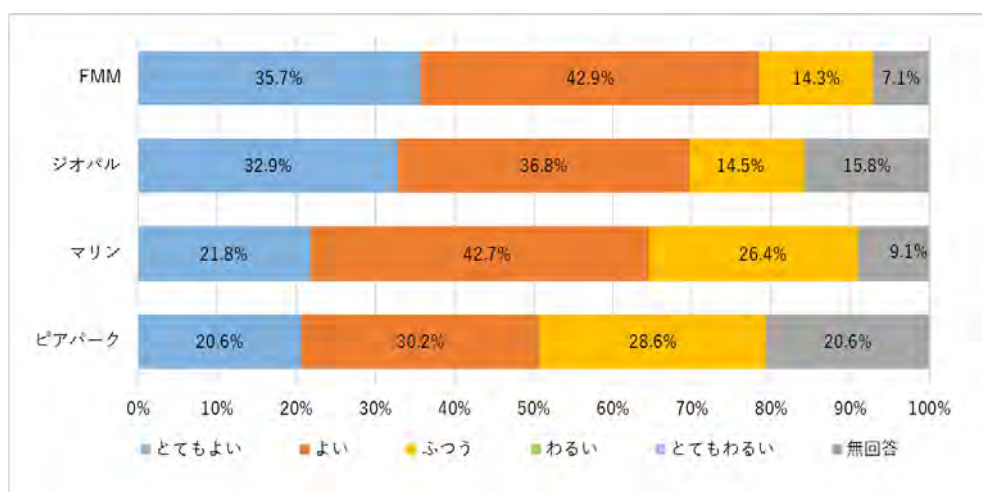
(1) 全体

「とてもよい」「よい」を合わせて66.2%であった。

(2) 年代別

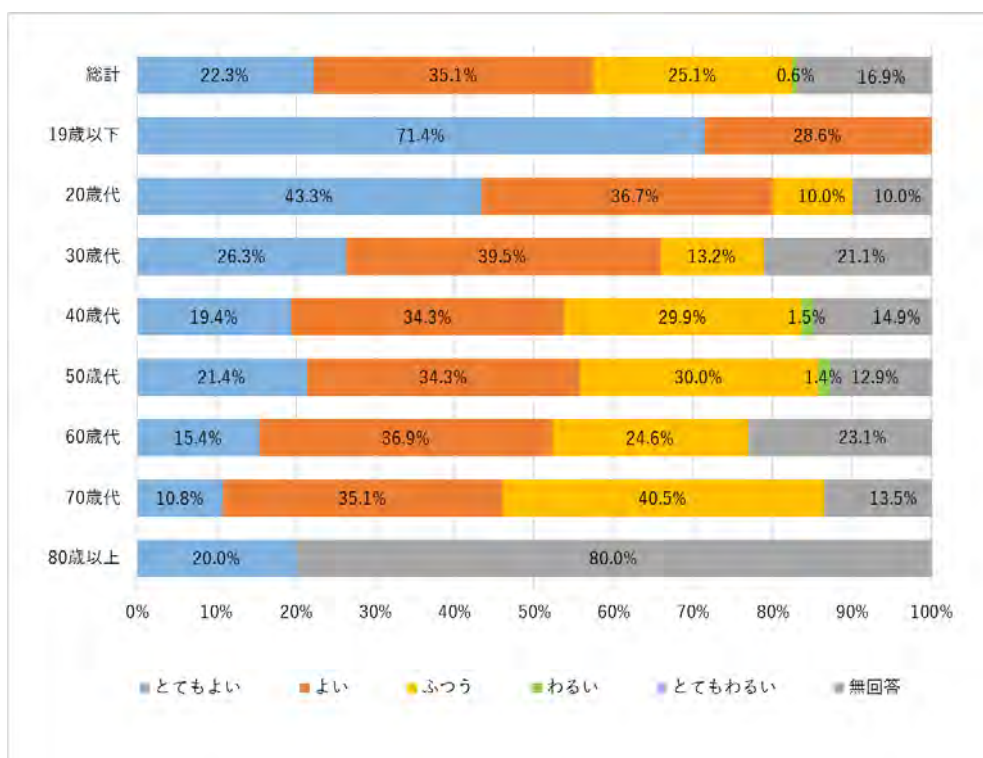
どの年代でも「とてもよい」「よい」の割合が高いが、「ふつう」の割合が50歳代で24.3%、60歳代で27.7%、70歳代で35.1%であった。

(3) 調査ポイント別



「とてもよい」「よい」を合わせると、FMMで78.6%、ジオパルで69.7%、マリンでは64.5%、ピアパークでは50.8%であった。「ふつう」がマリンでは26.4%、ピアパークでは28.6%であった。

③ お土産



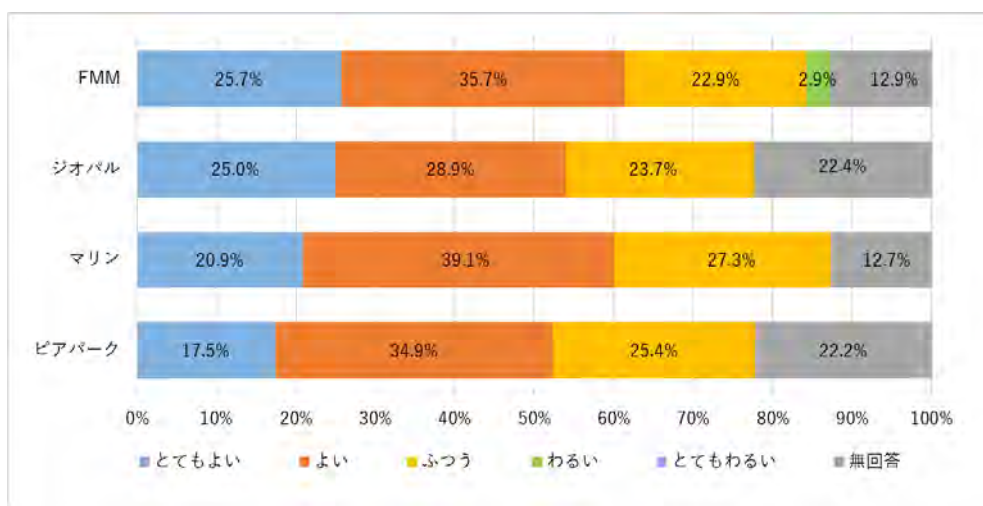
(1) 全体

「とてもよい」「よい」を合わせて57.4%だった。「ふつう」が25.1%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。70歳代では「ふつう」が40.5%と割合が多くなった。

(3) 調査ポイント別



「とてもよい」「よい」を合わせた割合がFMMでは61.4%、ジオパルでは53.9%、マリンでは60.0%、ピアパークでは52.4%であった。

「ふつう」の割合はFMMでは22.9%、ジオパルでは23.7%、マリンでは27.3%、ピアパークでは25.4%であった。

④ 自由意見<満足点>

● 自然・景観

- ・ 地域全体でジオの良さをPRしている (県内 女性 30代 FMM)
- ・ 海や山がきれい (県内 男性 20代 FMM)
- ・ 海の色 (千葉 男性 30代 ピアパーク)
- ・ 自然豊か (東京 女性 20代 ジオパル)
- ・ 海岸線(晴れだったのもよかった) (神奈川 女性 30代 ジオパル)
- ・ 景観がよい (岐阜 女性 20代 マリン)
- ・ ヒスイが探せる。他の石も (岡山 女性 40代 FMM)
- ・ ヒスイ海岸 (群馬 女性 40代 マリン)
- ・ 親不知バックの夕日 (兵庫 男性 60代 FMM)

● 施設

- ・ どの施設もきれいで使いやすく、親切で丁寧 (長野 男性 40代 FMM)
- ・ 静かで看板もとても見やすく迷わず到着できました (富山 女性 50代 ジオパル)
- ・ フォッサマグナミュージアムの規模がすごかった (富山 女性 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)

● お店の対応等

- ・ 対応してくれる方がやさしい (石川 女性 30代 ジオパル)
- ・ お店の人が親切 (神奈川 女性 50代 ジオパル)
- ・ 活気がある (県内 女性 60代 ジオパル)
- ・ おすすめを紹介してくれる (富山 女性 70代 マリン)
- ・ 地元の方がよく声をかけてくれる (埼玉 女性 50代 ピアパーク)

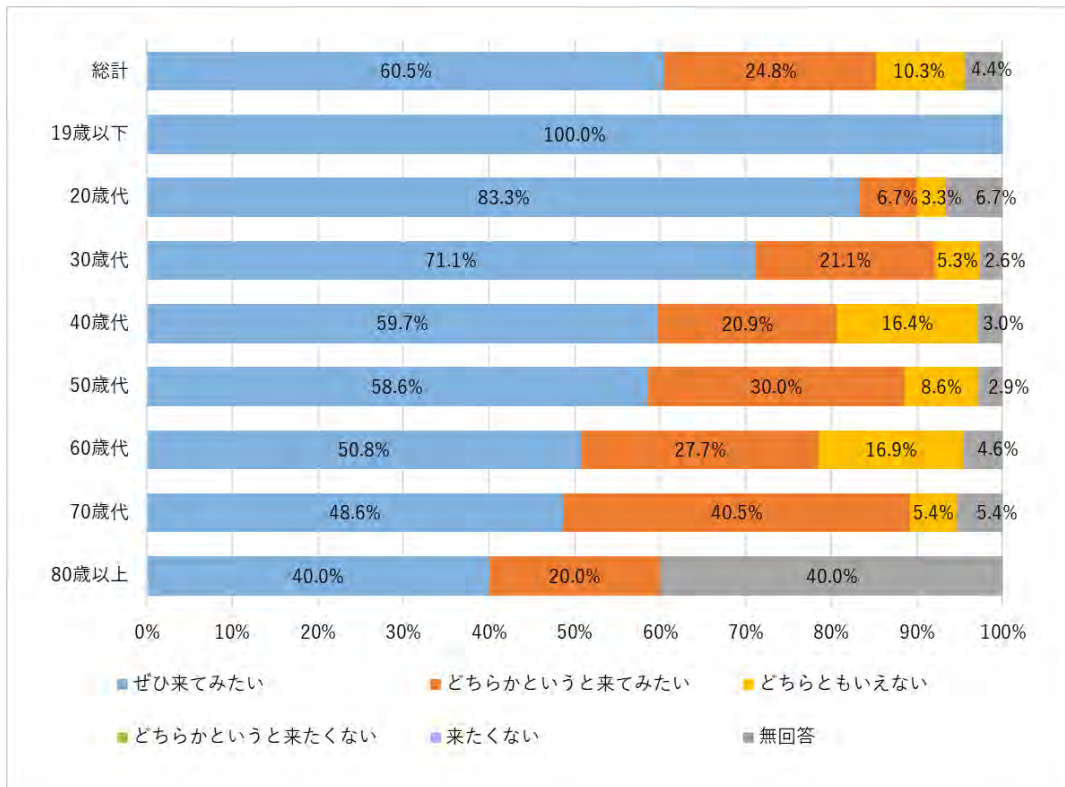
● 食べ物・お土産

- ・ 魚が美味しい (東京 男性 50代 FMM)
- ・ 海がきれいで観光客のお土産が豊富 (茨城 女性 10代 ジオパル)
- ・ 安価でカニが食べられる (千葉 男性 40代 マリン)
- ・ 食べ歩き (富山 男性 60代 マリン)

⑤ 自由意見<不満点>

- ・ 土産店の品数が少なすぎる (千葉 男性 50代 FMM)
- ・ 駅前が少しさみしい感じがします (埼玉 男性 30代 FMM)
- ・ マリンドリームへの最寄り駅からのアクセスが不便 (石川 女性 30代 ジオパル)
- ・ 大糸線のアクセスが悪い。フォッサマグナミュージアムなどアクセスが悪い (愛知 男性 30代 ジオパル)
- ・ 海岸まで行き方がよくわからず手間取った (神奈川 女性 30代 ジオパル)
- ・ 「1度行ったらいいかな」になってしまうので毎回少し困る (富山 女性 40代 ジオパル)

15. 再来訪の意向



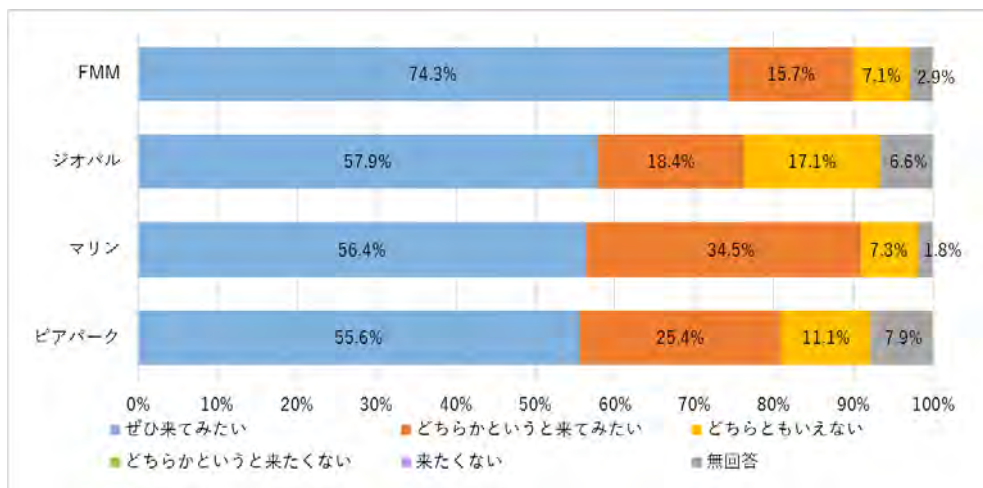
① 全体

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 85.3%の方が再来訪の意向を示している。

② 年代別

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

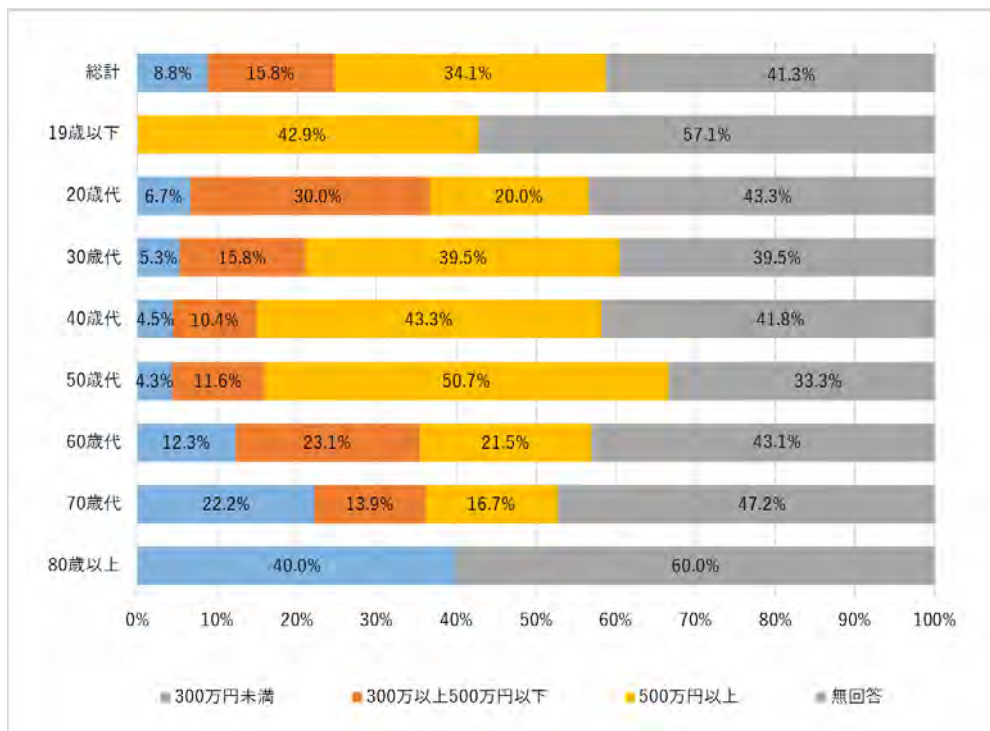
③ 調査ポイント別



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75.0%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。



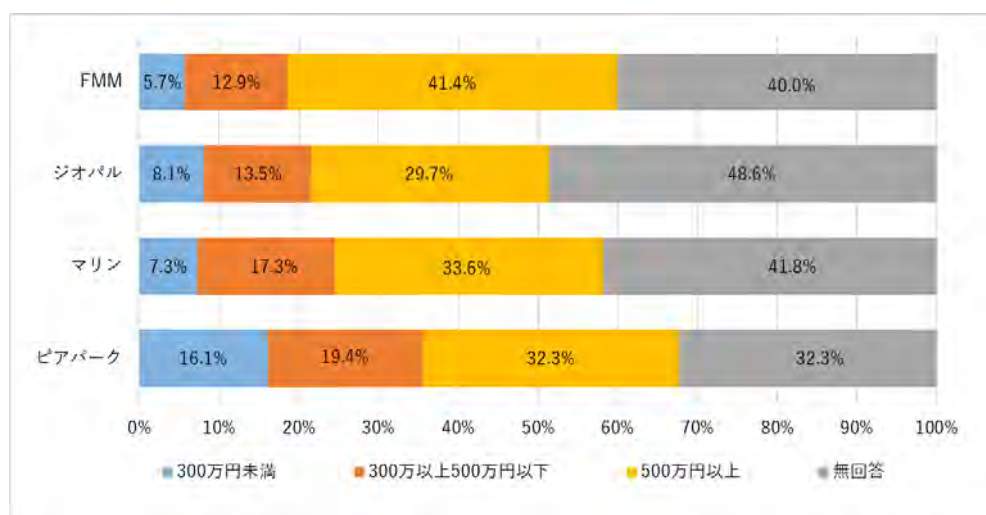
① 全体

全体では、「500万円以上」の世帯が34.1%であった。

② 年代別

「500万円以上」で50歳代が50.7%と一番割合が高く、次点に40歳代で43.3%だった。

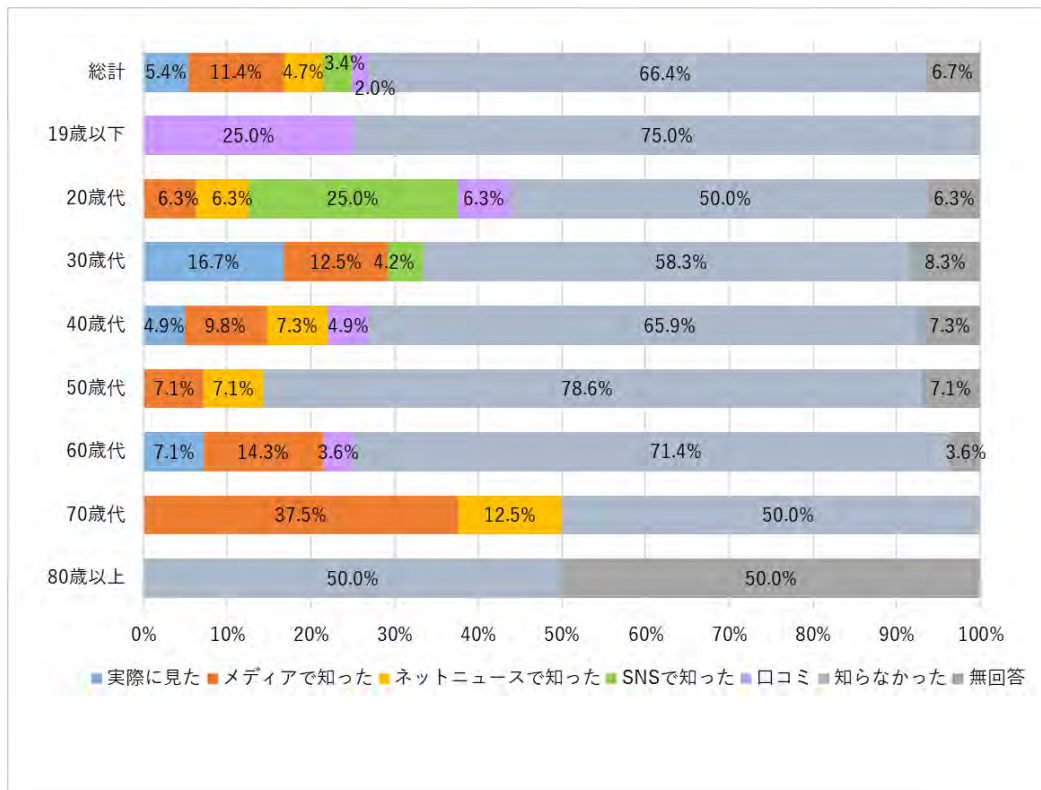
③ 調査ポイント別



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FMMでは41.4%の世帯が「500万円以上」であった。

17. 大阪・関西万博での糸魚川産ヒスイの展示

ジオパルおよびFMMでは、2025（令和7）年4月から10月まで開催された大阪・関西万博に展示されていた糸魚川産ヒスイの認知についてうかがった。



全体で、「実際に会場を見た」が5.4%、「何らかの方法で知った」の合計が21.5%と、全体の4分の1ほどの割合で認知されている結果となった。

居住地別の回答数は

「実際に会場を見た」が

福井県（2）、茨城県・神奈川県・富山県・静岡県・愛知県・大阪府（各1）

「新聞・テレビなどのメディアで知った」が

県内（8）、長野県（4）、神奈川・兵庫県（各2）、東京都・愛知県（各1）

「ネットニュースで知った」が

神奈川県・長野県（各2）、県内・埼玉県・千葉県（各1）

「SNSで知った」が

県内・茨城県・埼玉県・富山県・福岡県（各1）

「家族・友人などから聞いた」が

県内・埼玉県（各1）・居住地無回答（1）

だった。

全体の回答数は多くないものの、全国各地の方が認知していた傾向がうかがえる。特に「新聞・テレビなどのメディア」の報道は県内、大阪・関西地方以外でも各地で行われていたと思われる。

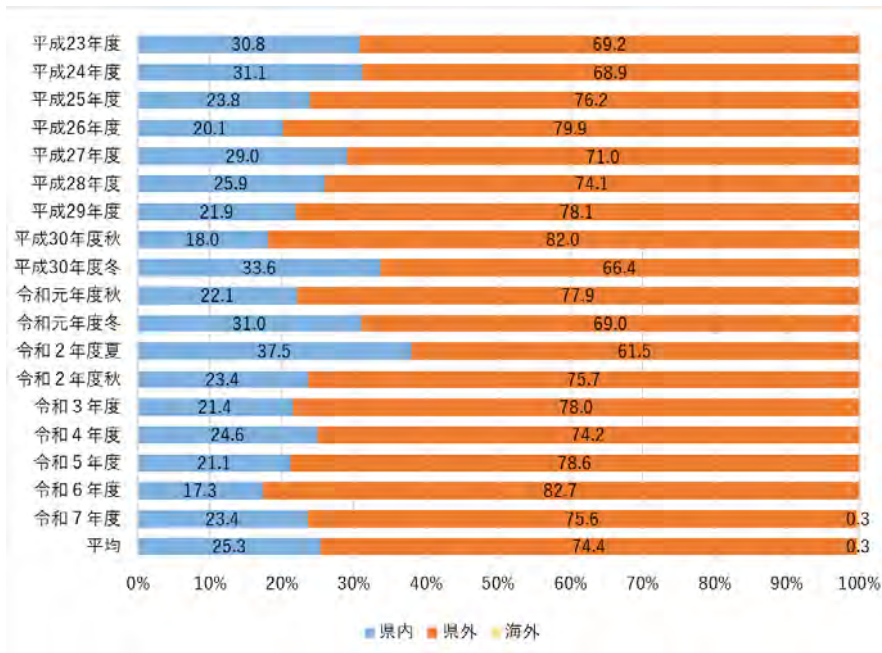
※（ ）内の数字は回答数

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%とはならない場合がある。

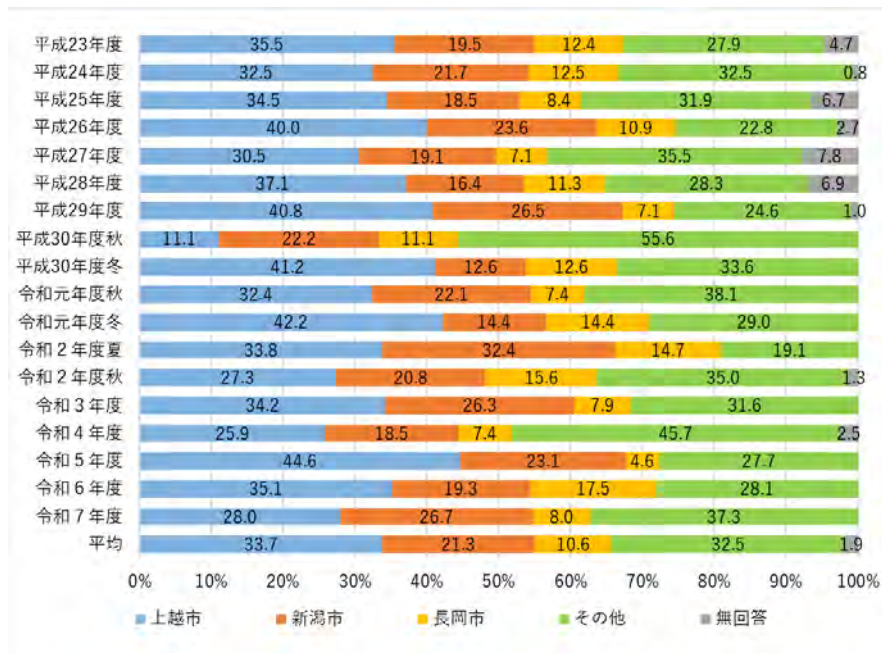
1. 居住地

① 全体



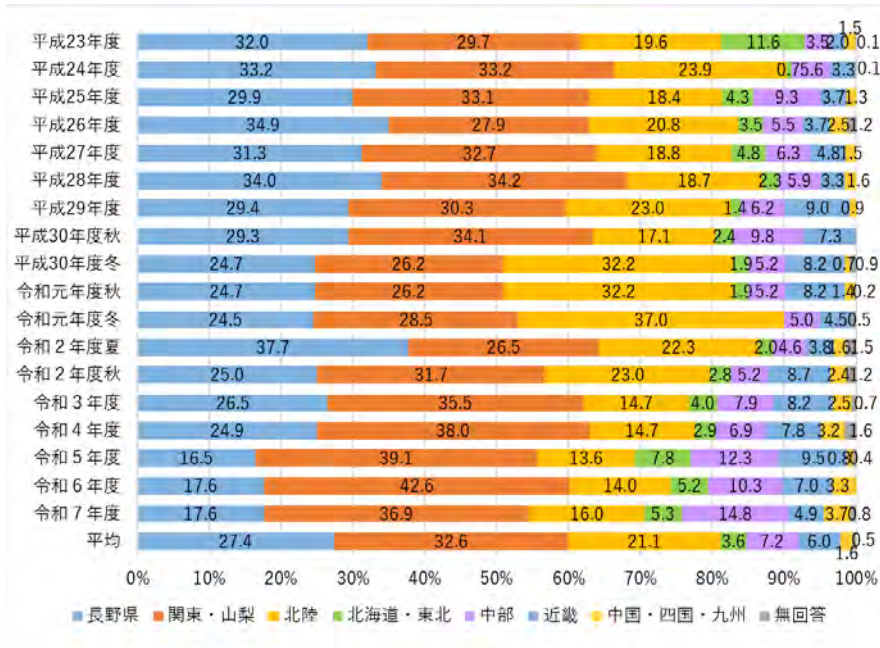
昨年度と比較して県内からの来訪者が増加した。

② 新潟県内 内訳



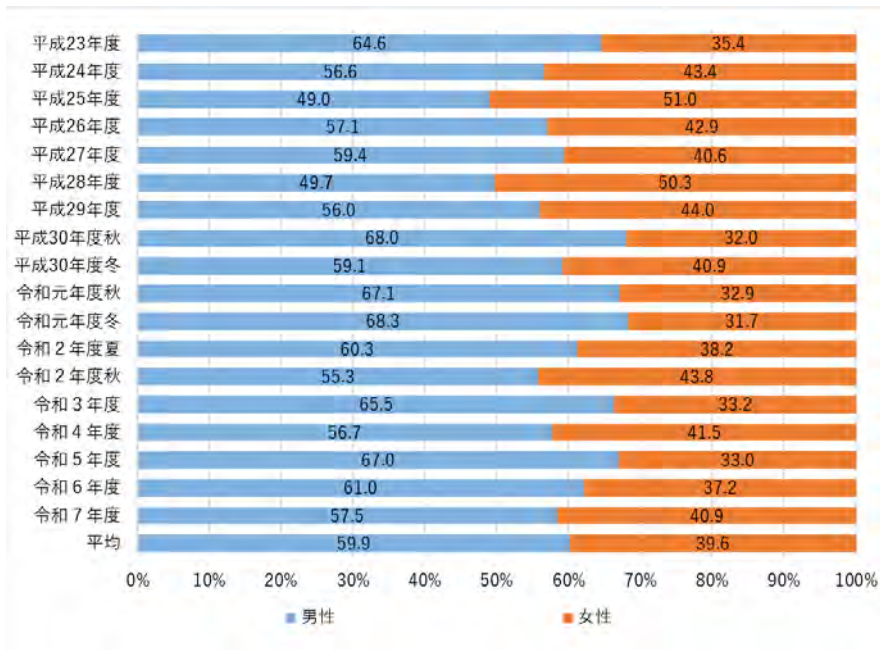
「新潟市」からの来訪者の割合が平均よりも高かった。「上越市」「長岡市」からの来訪者の割合は平均よりも低かった。

③ 県外 地域別

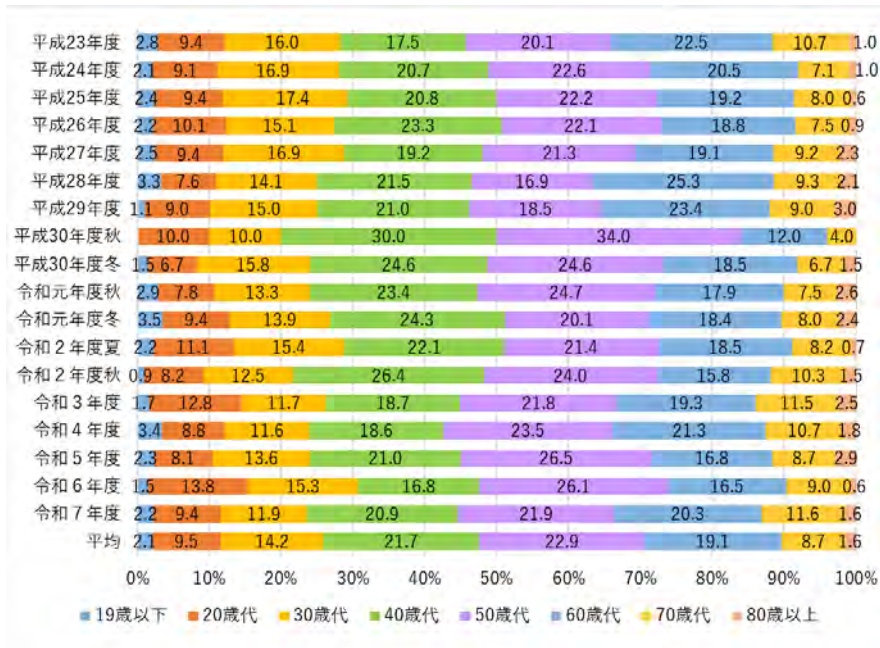


県外からは、「関東・山梨」「中部」からの来訪割合が平均と比べて多かった一方、「長野県」からの割合が平均と比較して低かった。

2. 性別

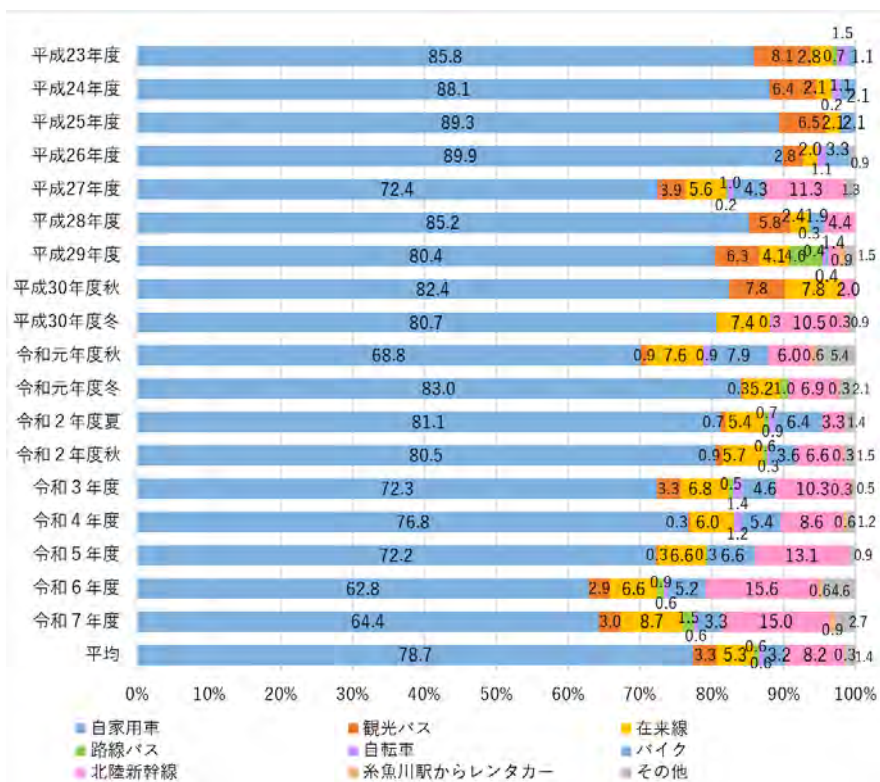


3. 年代



昨年度と比較して40歳代・60歳代の割合が多かった。

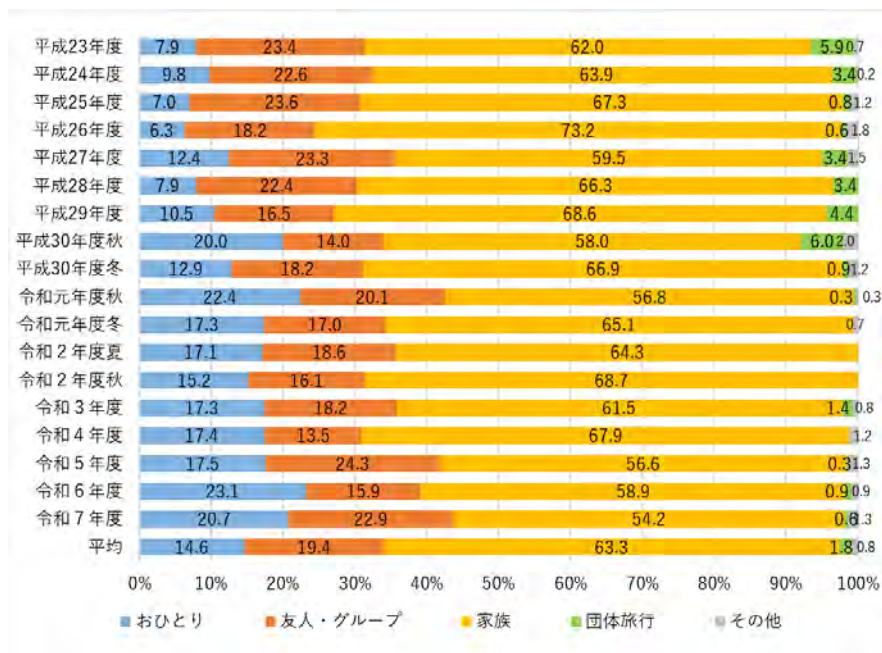
4. 交通手段



「自家用車」の利用が多いことに変わりはないが、昨年同様減少傾向である。昨年度と比較すると「在来線」の利用が増加した。平均と比較すると「新幹線」の利用の割合も高い。

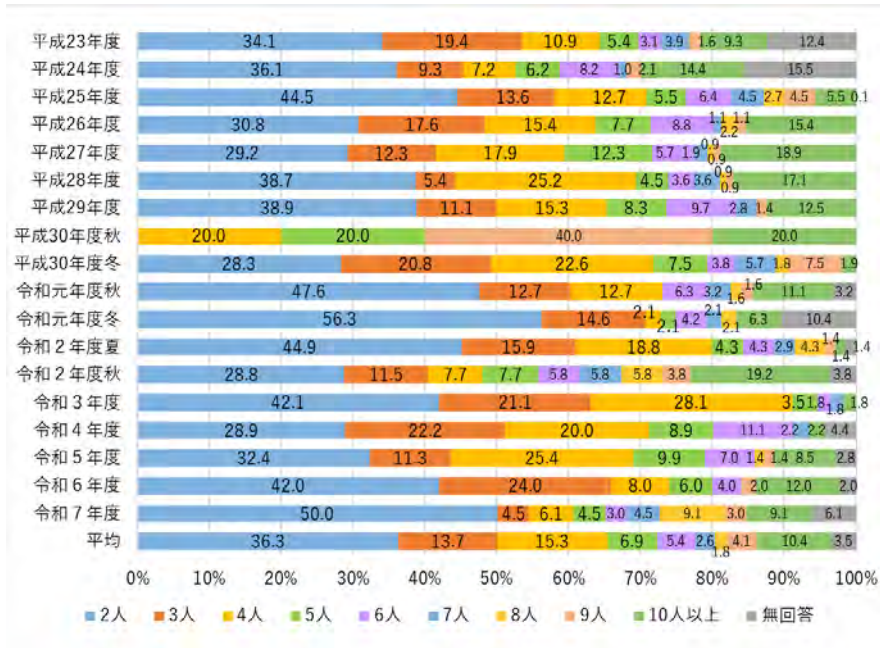
5. 同行者

① 全体



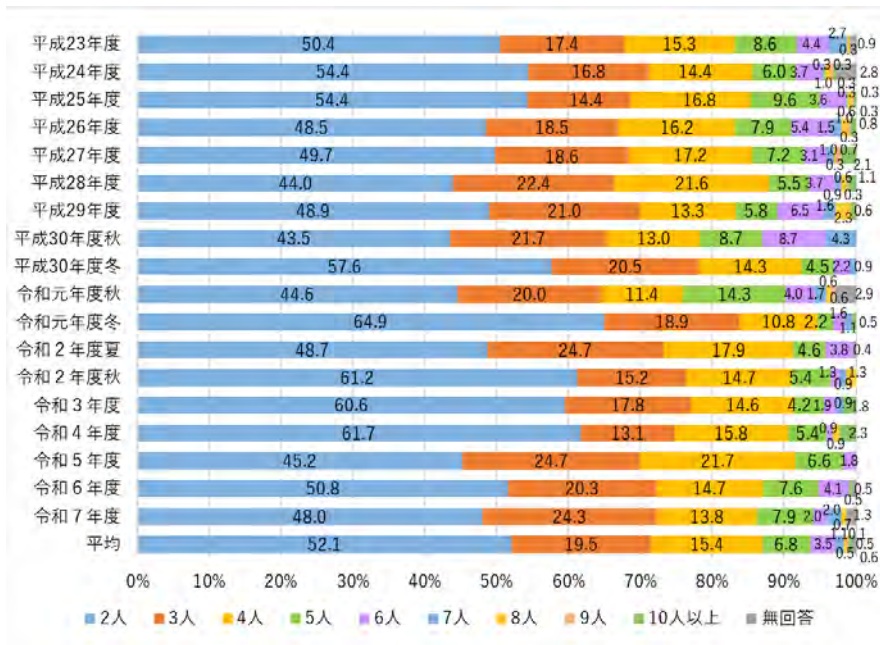
「家族」の割合が多い傾向は変わらないが、「友人・グループ」の割合が増加している。
平均と比較すると「おひとり」「友人・グループ」の割合が高くなっている。

② 友人・グループの同行者数



「2人」の来訪者の割合が50%を占めた。「3人」での来訪がこれまでで一番少なかった。

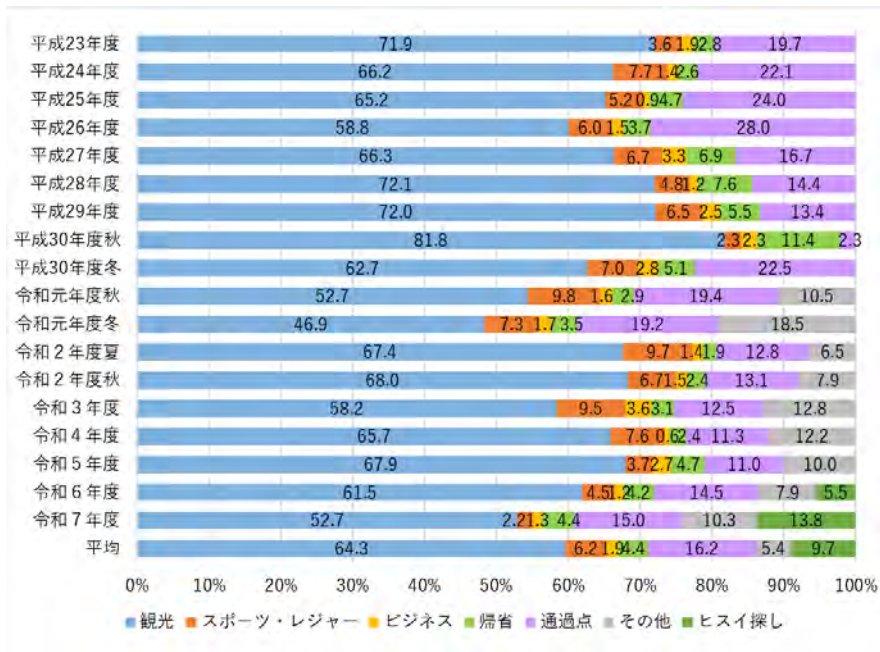
③ 家族の同行者数



昨年度と比較すると「3人」の割合が増加し、「2人」「4人」の割合が減少した。

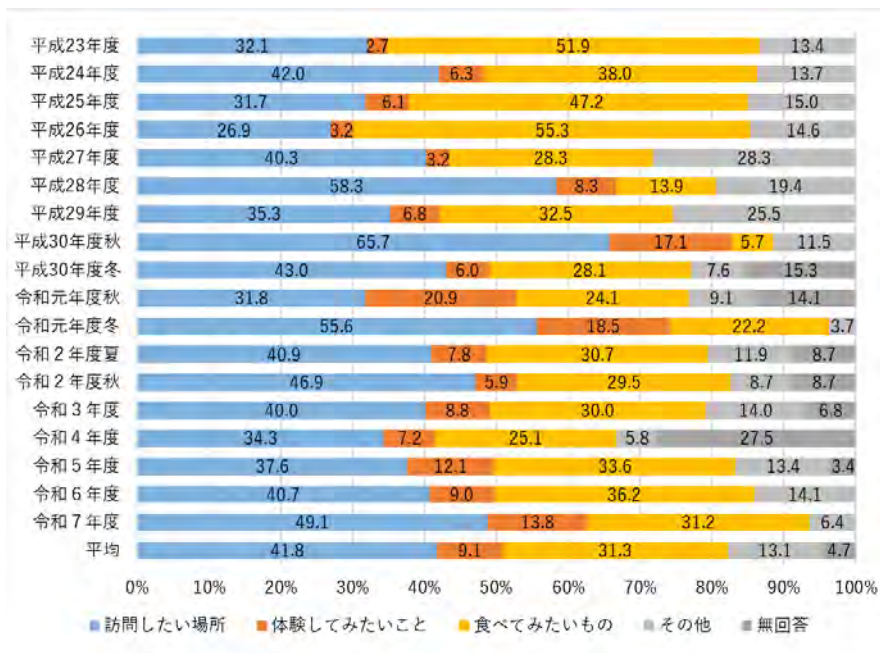
6. 来訪目的

① 目的



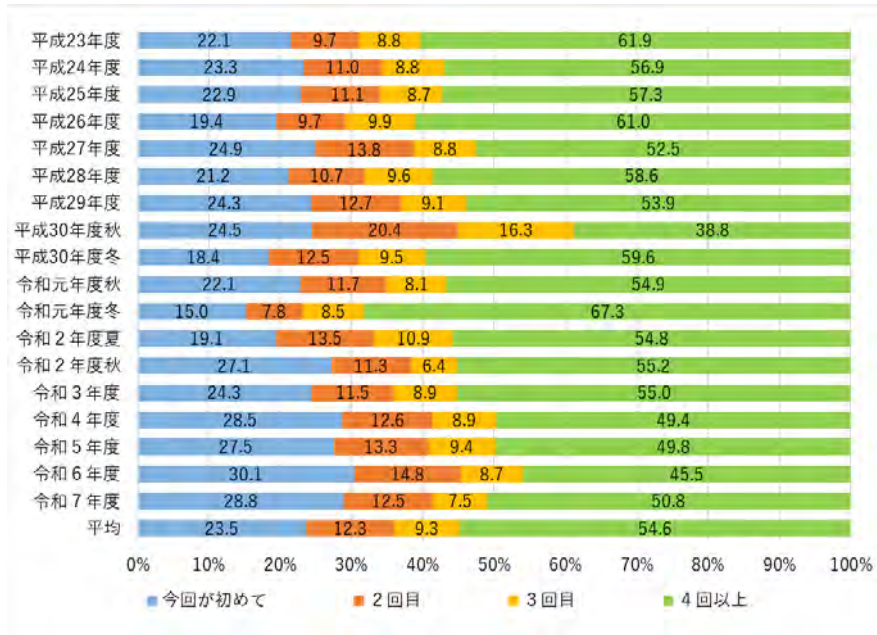
昨年度と比較すると「観光」目的の来訪の割合が減少したが、「ヒスイ探し」の割合が増加した。一方で「通過点」も割合がやや増加した。

② 来訪目的の内容



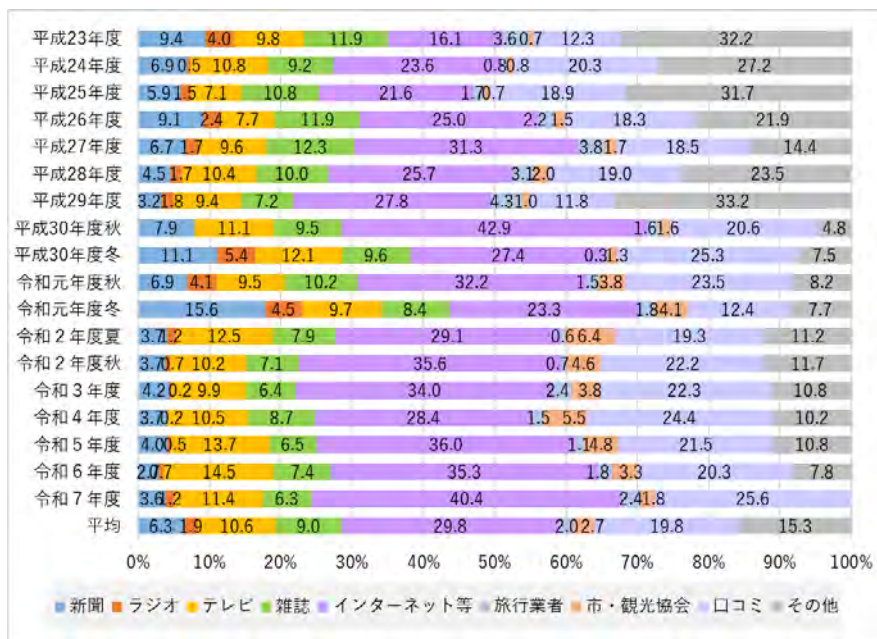
「訪問したい場所」「体験してみたいこと」の割合が昨年度よりも増加した。

7. これまでの来訪回数



「4回以上」の割合が多いことに変わりないが、ここ数年の傾向で「初めて」の割合が多い。

8. 情報入手手段

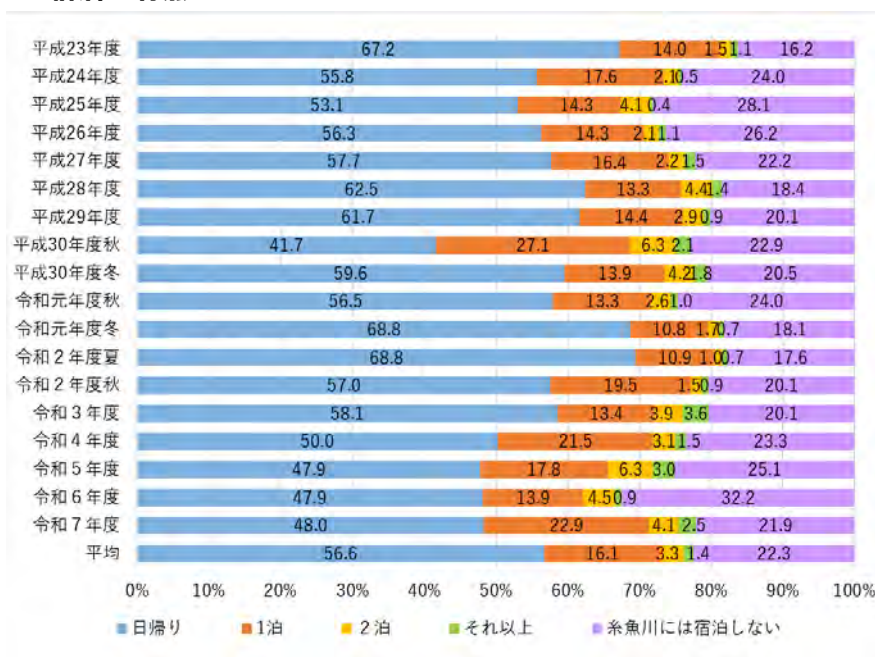


昨年度と比較すると「インターネット等」の割合が増加し、「口コミ」の割合も増加している。

※ 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「インターネット等」とした。

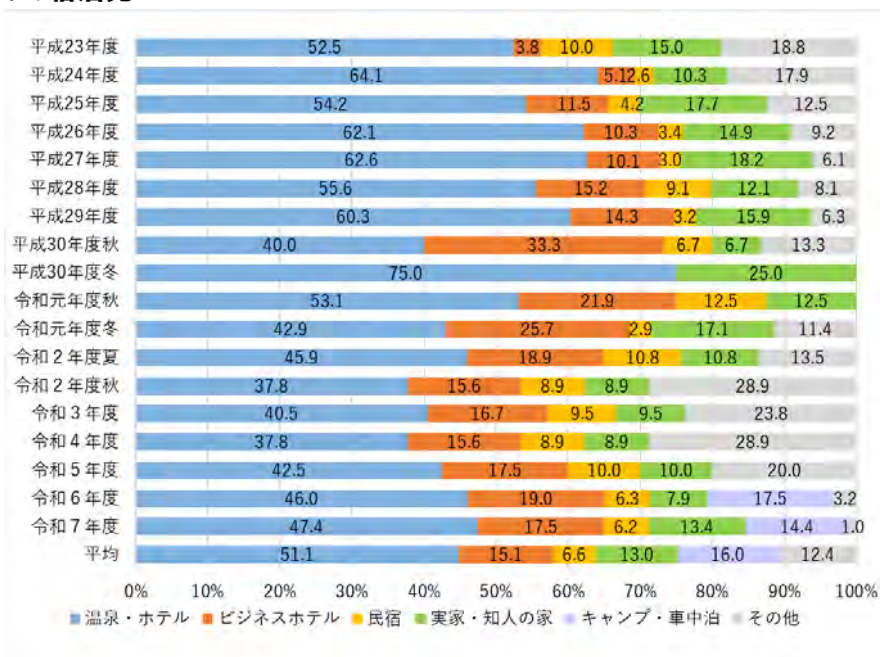
9. 宿泊

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「1泊」の割合が昨年度と比較して増加した。

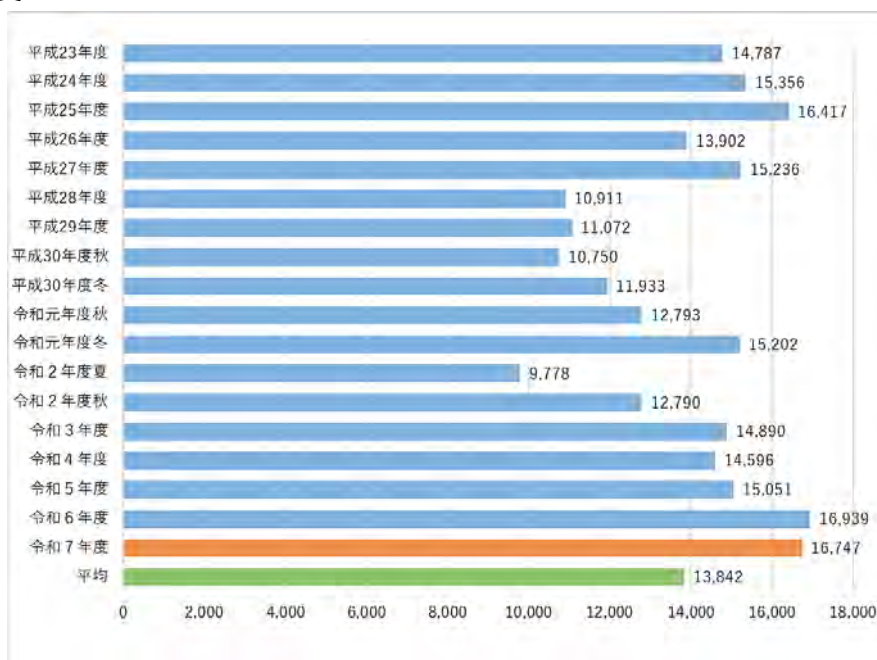
② 市内での宿泊先



昨年度と比較して「温泉・ホテル」「実家・知人の家」の割合が増加した。

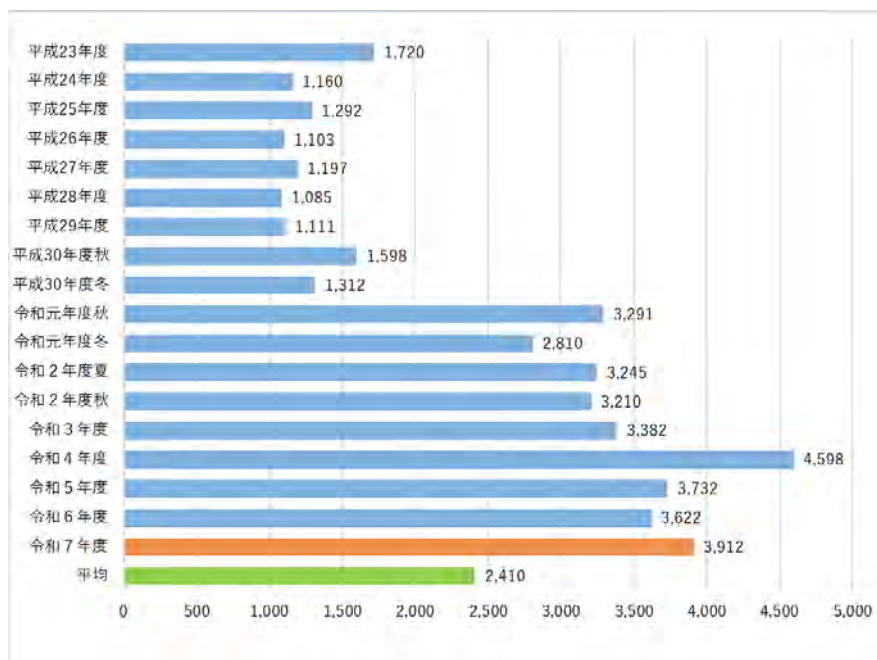
10. 一人あたりの予算

① 宿泊費



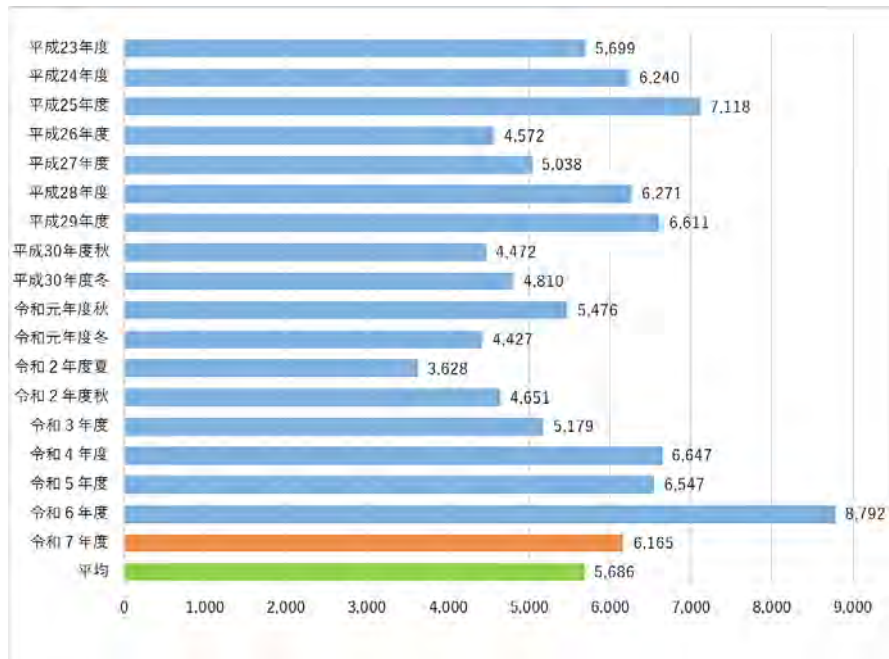
「宿泊費」は、昨年度と比較しやや減少したが、平均よりも高い金額となった。

② 飲食費



「飲食費」は、昨年度と比較し増加した。

③ お土産代

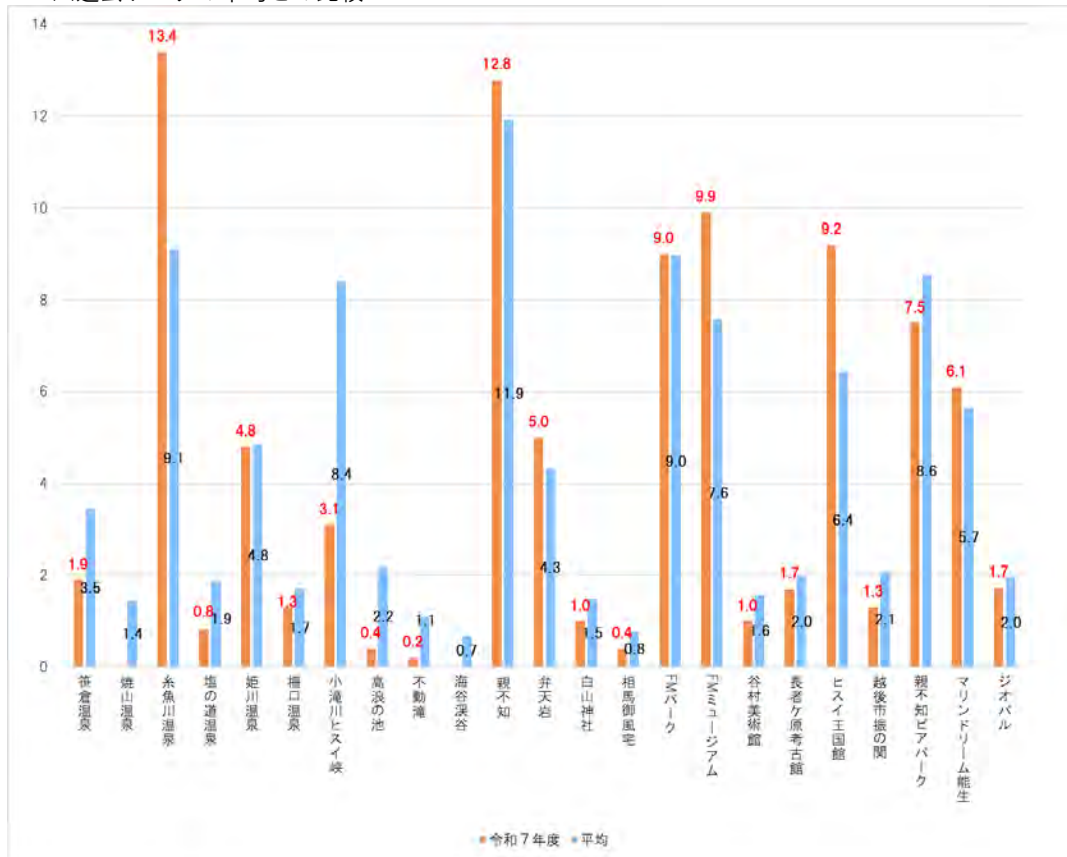


「お土産代」は、昨年度と比較し減少したが、平均より高い金額となった。

11. 訪問した場所

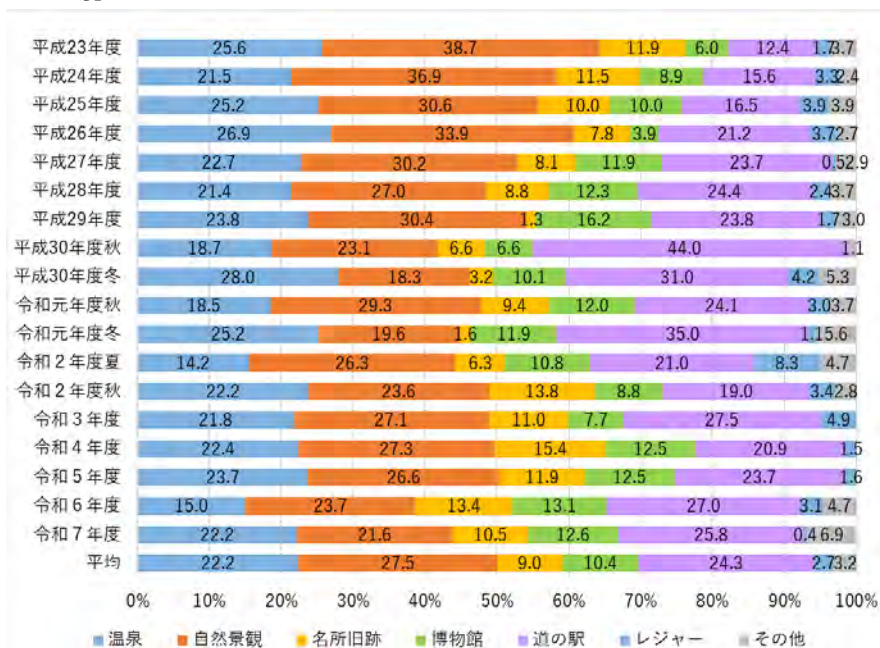
① 場所別（調査ポイント以外）

※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、「糸魚川温泉」「親不知」「フォッサマグナミュージアム」「ヒスイ王国館」の割合が平均よりも高かった。

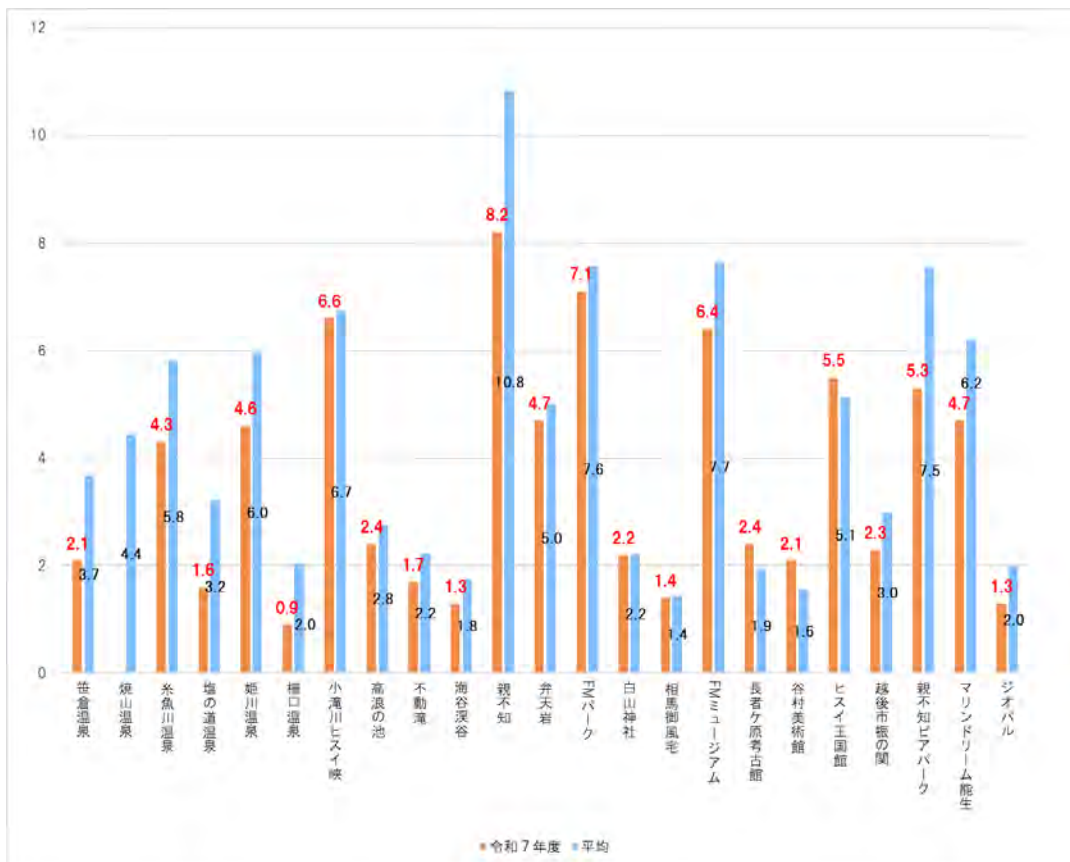
② カテゴリー別



カテゴリー別では、「温泉」の割合が昨年度と比較し増加した。

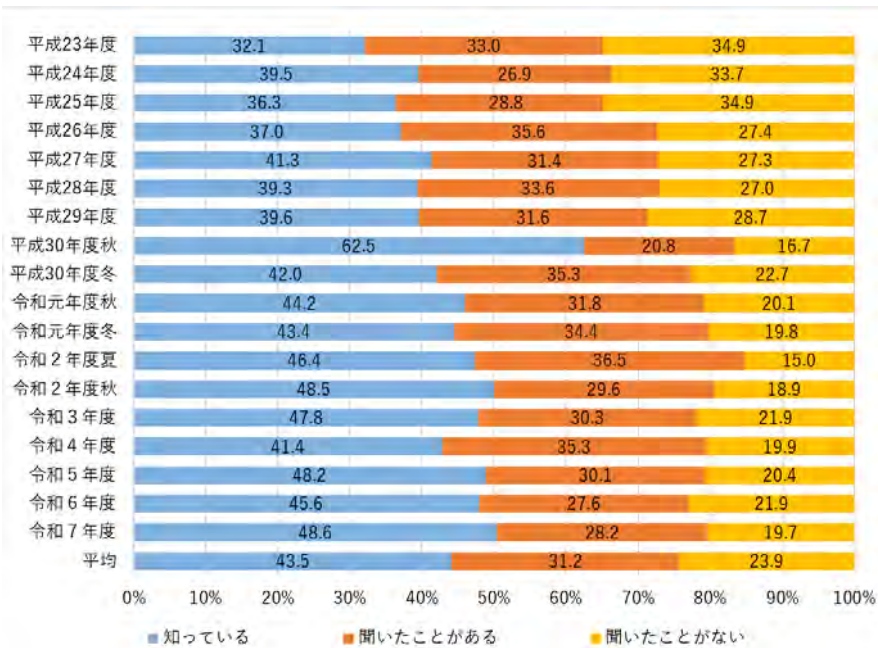
12. 糸魚川市内で知っている場所

※過去データの平均との比較



全体的に平均よりも低い結果となった。

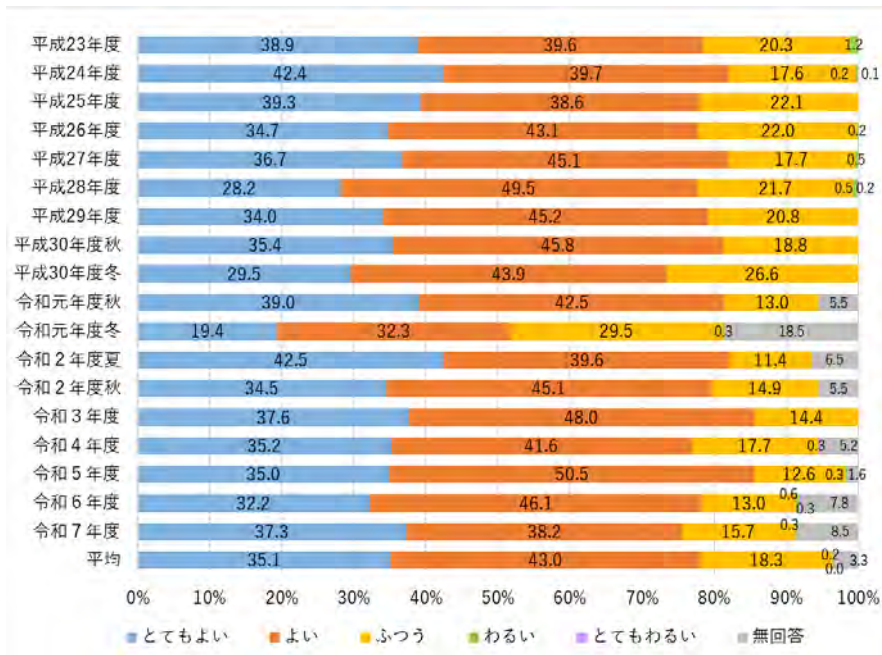
13. 糸魚川ジオパークの認知度



昨年度と比較して「知っている」の割合が増加した。

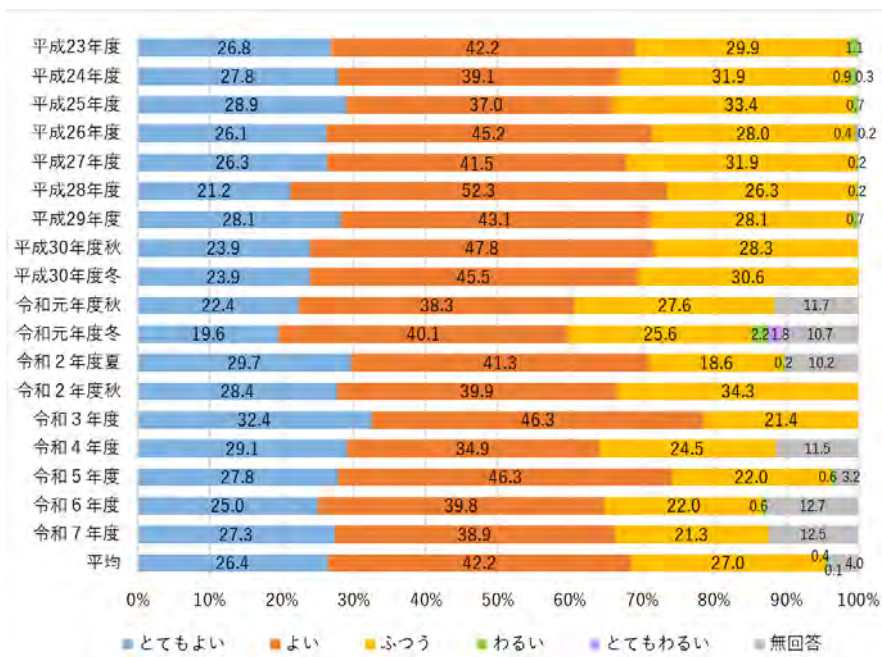
14. 印象・満足度

① 景観・施設



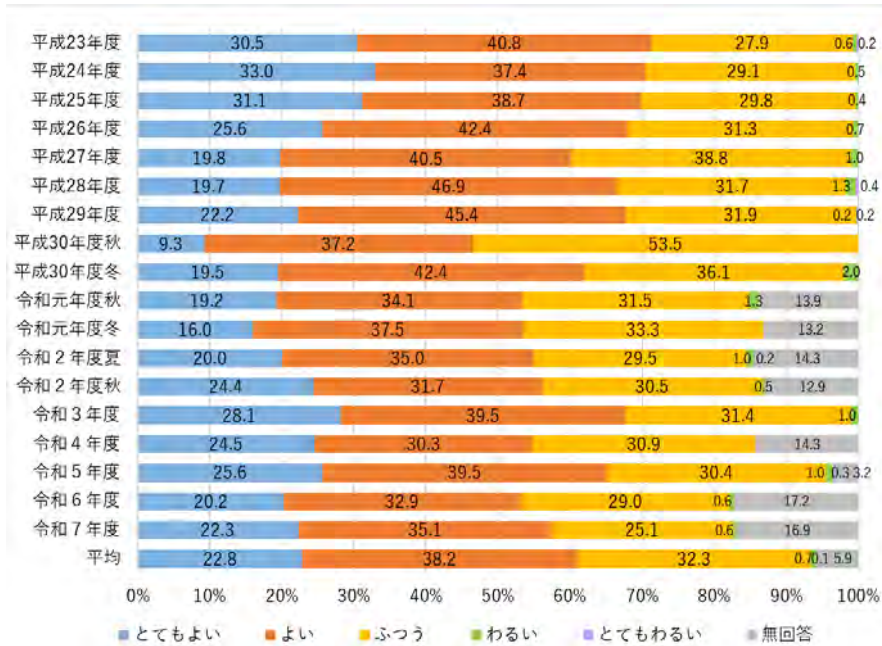
「とてもよい」の割合が、昨年度と比較して増加している。

② お店の対応



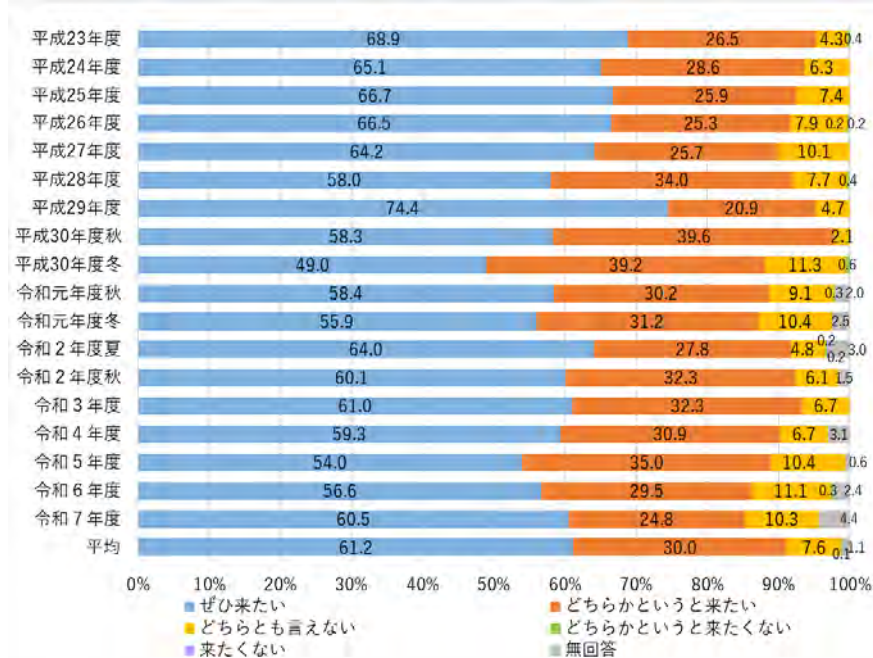
「とてもよい」割合が、昨年度と比較して増加した。「ふつう」の割合が、平均より低い傾向が数年続いている。

③ お土産



「とてもよい」の回答が、昨年度と比較して割合が増加している。

15. 再来訪の意向



「ぜひ来たい」の割合が、昨年度と比較して割合が増加している。

IV. 調査結果の整理とまとめ

1. 調査結果の整理

① 遠方からの来訪が目立つ

来訪者の居住地は、「県内」23.4%、「県外」75.6%と平均的な割合であった。

特徴として関東・山梨や中部地方の来訪の割合が多かった他、中国地方や九州地方等、遠方からの来訪が目立った。

② 40歳代から60歳の割合が高い

40歳代から60歳の割合が高い傾向はこれまでと変わらなかった。

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昨年度同様、減少傾向であった。一方、「北陸新幹線」が15.0%と昨年度同様、高い割合であった。

④ グループの増加

“身近な人と少人数で”という傾向は変わらないが、「友人・グループ」で6人以上のグループで訪れる割合が高くなった。

⑤ 「ヒスイ探し」が増加

来訪目的は、「観光」が最も多かった(52.7%)が、平均(64.3%)より10%以上低かった。また、通過点が昨年度同様、多かった。「ヒスイ探し」は13.5%であった。

⑥ 「4回以上」の来訪が増加

「4回以上」足を運んでいただいた方が約半数(50.8%)と最も多い傾向は変わらないが、「初めて来た」の割合が28.8%とここ数年同様、多かった。

⑦ 情報入手手段の多様さ

「従来型のメディア」(新聞・ラジオ・テレビ・雑誌 計22.5%)は昨年度より減少した。「インターネット」(ホームページ・SNS計40.4%)での情報入手が高い傾向は変わらない。また、どの年代でも「口コミ」が多く、情報入手手段の多様さがうかがえる。

⑧ 糸魚川に宿泊する方が増加

「日帰り」の方は48.0%と平均よりも低かった。「糸魚川に宿泊する方」は29.5%と高い割合だった。宿泊先は「実家・知人の家」が13.4%であった。

⑨ 飲食費がやや増加

「宿泊費」(平均16,747円)は昨年度とほぼ同額だった。「飲食費」(平均3,912円)は昨年度よりもやや増加した。「お土産代」(平均6,165円・昨年度8,792円)は昨年度に比べ大幅に減少したが、平均(5,686円)よりも高かった。

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48.6%と高い割合であった。年代別では、30歳代~60歳代で半数以上が「知っている」と回答した。

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・良いの合計)は、「景観・施設」(計75.5%)、「お店の対応」(66.2%)ともに高い割合であった。「お土産」は満足度の高い傾向ではあるものの、ほかの項目よりも低い割合であった。

⑫ 大阪・関西万博のヒスイの展示

「実際に見た」を含め、知っている割合が26.8%であった。県内、関西地方以外の回答も多く、テレビやインターネットのニュースなどで全国に広くPRされたものと思われる。

2. 調査実施者からの提案～糸魚川駅から公共交通を利用した市内観光について

調査中に問い合わせを受けたり、気づいたりしたことから課題の整理や提案をした。

① 公共交通を利用した市内の移動

ジオパルで調査中に県外からお越しの親子（お母さんと娘さん。娘さんは大学生と思われる）に質問を受けた。

(1) 質問の内容

- 県外から新幹線を使って来訪し、1泊した。
- 15時台の新幹線で帰りたいが、それまでフォッサマグナミュージアム（以下、FMM）と長者ヶ原考古館（以下、考古館）、糸魚川温泉（以下、温泉）に行ってみたい。バスを使っていくことができるか。タクシーは費用がかかるので使いたくない。

(2) こちらからの回答

その質問に対しジオパルにある時刻表やスマホで調べ、以下の回答をした。

- 駅からFMM・考古館へは路線バスがあり、10分ほどで着く。
- FMM・考古館から温泉へ直接行けるバスはないので、一度、糸魚川駅に戻って来て、大糸線か大糸線の増便バスを使って行くことができる。と説明した。
- その上で、ジオパルにある時刻表とスマホで確認してスケジュールを組んだ。
- 帰りのバスの時間を考えると、FMM・考古館での滞在時間は1時間ほど。
- FMM・考古館から駅に戻り、大糸線の発車まで約1時間待ち。
- 温泉から駅に戻る際は、増便バスを利用して15時台の新幹線に間に合う。
- 帰りのバスの時間を考えると、温泉での滞在時間は1時間強。
- ただし、それぞれの滞在時間が延びてしまえば、間に合わないかもしれない。
- 時間を気にせず動くのであれば、費用はかかるがタクシーがおすすめ。
- 結果的には、温泉はあきらめ、娘さんが興味あるFMM・考古館へ向かわれた。

(3) 接続時間の調整

観光客が時間の少ない中で、どこかを巡りたい、ということは良くある。車利用でなければ公共交通を利用することとなる。

糸魚川の場合、今回のように希望の場所へ行く手段（バス）はあるが、駅とその場所の往復だけで、違う路線のバスを組み合わせるとより広範囲の移動を促すことができていないのではないかと。

各路線の糸魚川駅での接続時間を調整することで、よりスムーズで便利なバス利用を促すことが可能ではないかと。

(4) ジオパルでの公共交通の情報提供

質問に答えるため、施設内でバスの時刻表を探した。路線バスの時刻表はカタログスタンドに設置してあったが、大糸線の増便バスのパンフレットは別の場所に置いてあり、スムーズに探すことができなかった。可能であれば、同じ場所に置く方が利用者に親切ではないかと。

また、バス以外でも、電車（北陸新幹線・えちごトキめき鉄道）は駅の放送が流れているが時刻表の掲示や、タクシー会社の連絡先などは目につかなかった。

ポスターやパンフレットなど、目に見える形でなくとも、情報提供先のQRコードなどがあるだけでも来訪者は利用しやすいのではないかと。

② 糸魚川駅から糸魚川海岸への行き方

ジオパルで調査中に県外からお越しの観光客（女性・30代）に質問を受けた。

(1) 質問の内容

- テレビで見た石の海岸へ行ってみたいが、行き方が良くわからない

(2) こちらからの回答

その質問に対し、以下の回答をした。

- 糸魚川駅からひと駅の「えちご押上ひすい海岸駅」で下車し、国道方向に歩いて徒歩10分ほど、とスマホの地図を使って説明。
- 「電車で行けるのなら行ってみます」とのことだった。
- 調査のためスタッフが声をかけるまで自分で調べていたようだったが、うまく見つけられなかったようだった。

(3) ジオパルでの情報提供

前記①と共通だが、バス路線や時刻表の案内はあるが、土地に不案内な観光客には「目的地にバスで行けるのか」「どのバスに乗れば目的地に行けるのか」など、“使える情報”としては伝わりにくい。

情報提供の方法として、目的地を示し(FMM・考古館、糸魚川海岸、谷村美術館など)、“ここへ行くならこのバス・電車”のように、具体的に所要時間などや滞在時間なども含めて公共交通機関の紹介をすると利便性が上がるのではないかと。

③ フォッサマグナミュージアムに来館したバス利用者の声

FMMでの調査では、石の鑑定券の配布が9時からのため、糸魚川駅などから路線バス「美山公園・博物館線」を利用する人は時間に間に合わない（1便目のFMM到着は9時39分）という声があった。（香川県からお越しの観光客）

バス利用者を考慮して鑑定券の配布時間を調整する必要があるのではないかと。

④ 観光客も利用しやすいバス・タクシーとすために

路線バスには、市民の足としての役割とターミナル駅からの二次交通という2つの側面がある。今回は、観光客からの声を紹介したが、時間調整などは市民の足としての利便性とは相反することもあると考えられる。

「美山公園・博物館線」には休日の増便があるので、例えば、休日は北陸新幹線の発車時刻にあわせ、市街地の施設などが巡りやすいダイヤを組むなどの対応をしても良いのではないかと。

目的地の施設側でもバスの運行を考慮した運営を行うことで、大きな意味で利便性が高められるのではないかと。



タクシーは土地勘のない観光客にとっては利用しやすいと思われる。利用のためにはタクシーを呼ぶ必要があることを、タクシー会社の連絡先とともに提供することによって、利用を促すことにつながるのではないかと。

3. 近年の傾向の変化について

北陸新幹線の開業やコロナ禍、糸魚川を紹介するテレビ番組の放送などを経て、本調査結果の傾向に変化が出てきている。

● 世の中の動向・テレビ番組の放送時期と変化のある主な調査項目

年	世の中	月	テレビ放送	調査時期	居住地 長野県	居住地 中部地方	交通手段 自家用車	交通手段 北陸新幹線	日帰り	糸魚川に 宿泊
2020	R2	コロナ禍	2月	10月下旬	25.0%	5.2%	80.5%	6.6%	57.0%	21.9%
2021	R3		11月	プラタモリ	26.5%	7.9%	72.3%	10.3%	58.1%	20.9%
2022	R4		6月	72時間	24.9%	6.9%	76.8%	8.6%	50.0%	26.1%
2023	R5		5月		16.5%	12.3%	72.2%	13.1%	47.9%	27.1%
2024	R6		9・10月	家族に乾杯	17.6%	10.3%	62.8%	15.6%	47.9%	19.3%
2025	R7	万博	4～10月		17.6%	14.8%	64.4%	15.0%	48.0%	29.5%

① 居住地（出発地）の変化

令和5（2023）年度以降、「長野県」からの来訪者の割合が減少傾向となり、「中部地方（静岡県・愛知県・岐阜県・三重県）」からの来訪が増加傾向にある。

② 交通手段の変化

令和5（2023）年度以降、「自家用車」の利用が減少傾向にあり、「北陸新幹線」の利用が増加傾向にある。

③ 日帰り・宿泊の変化

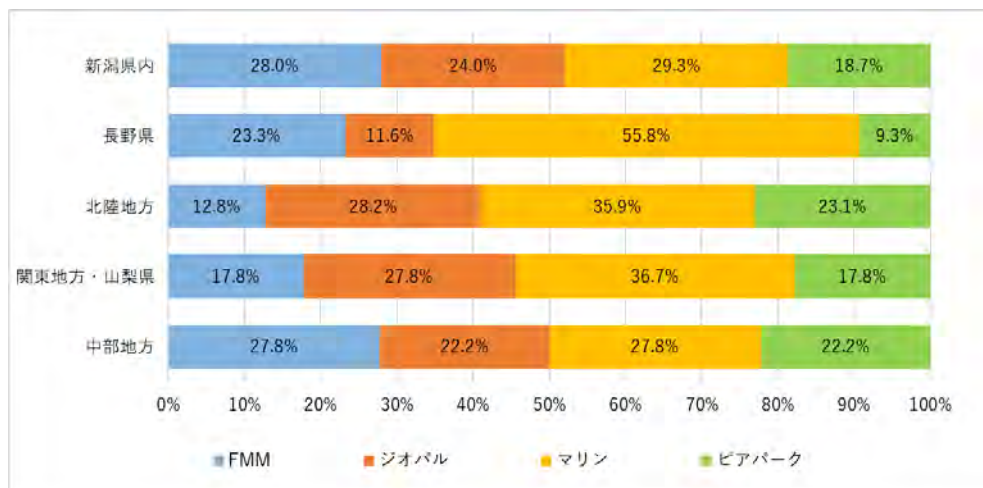
令和4（2022）年度以降、「日帰り」が全体の半数以下となり、「糸魚川に1泊以上宿泊」が増加傾向にある。

4. 居住地（出発地別）の傾向

回答者の居住地（出発地）別の傾向についてまとめる。

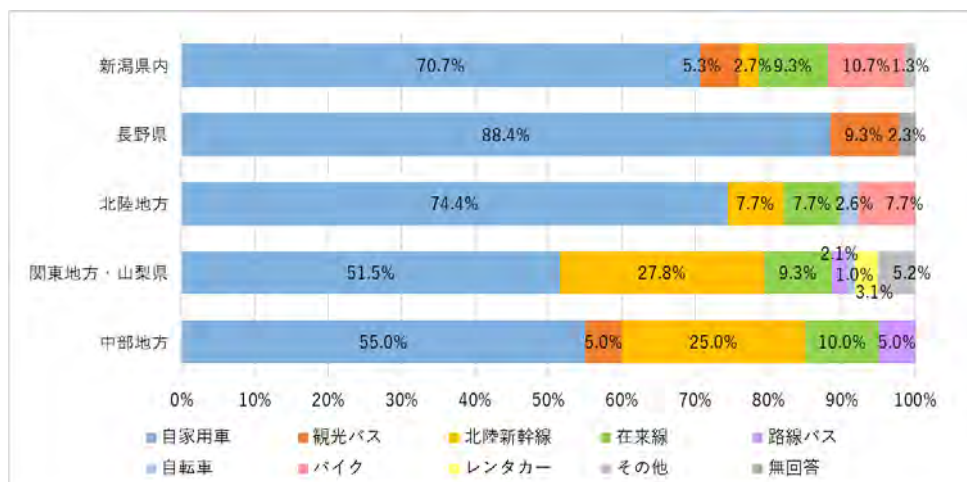
具体的には、**新潟県内**、**長野県**、**北陸地方**（富山県・石川県・福井県）、**関東地方**（茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県。山梨県を含む）、**中部地方**（静岡県、愛知県、岐阜県、三重県）についてデータを整理した。

① 訪問先（調査した場所）



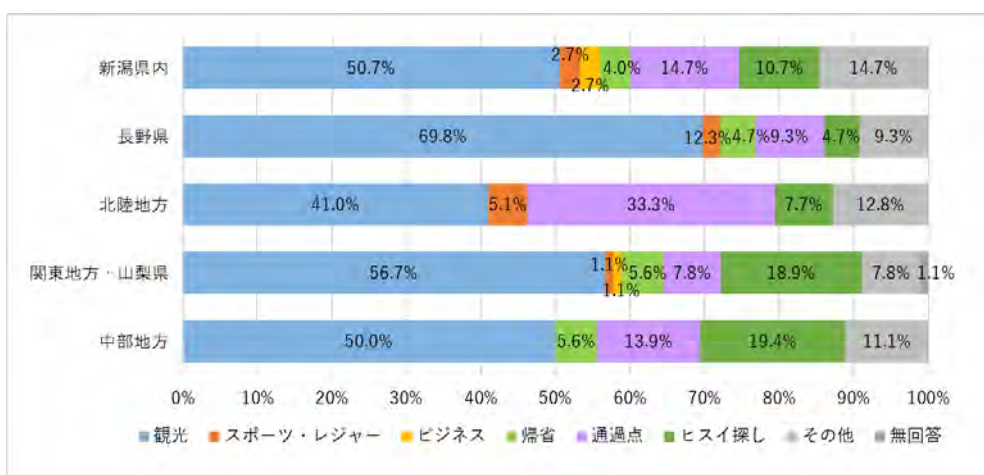
- どの出発地からも「マリンドリーム能生」への来訪が最も多い。
- 特に長野県からは、55.8%の方が「マリンドリーム能生」を訪れている。
- 中部地方は、訪問先の割合に大きな差が見られない。

② 交通手段



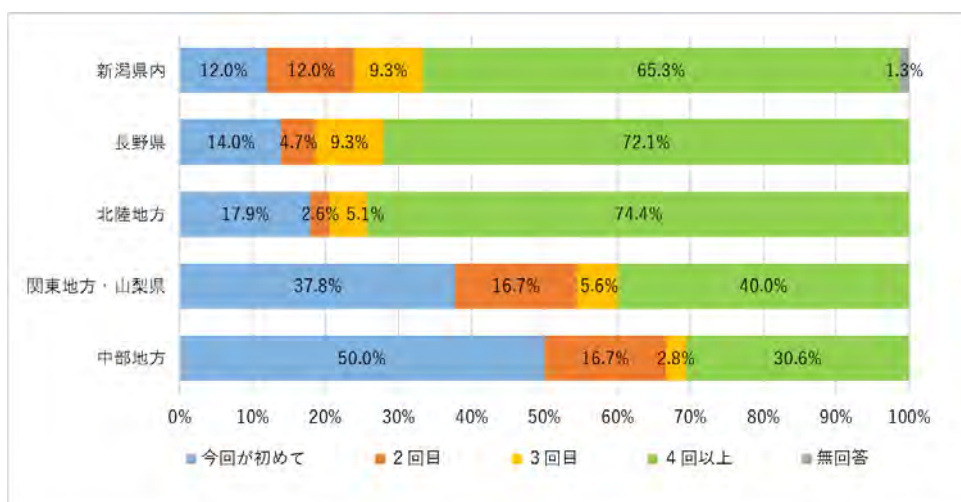
- どの出発地からも「自家用車」の利用が最も多い。
- 特に長野県は、88.4%の方が「自家用車」の利用している。
- 「北陸新幹線」の利用が関東地方・山梨県では27.8%、中部地方は25.0%だった。
- また、長野県以外は「在来線」の利用も1割程度ある。

③ 来訪目的



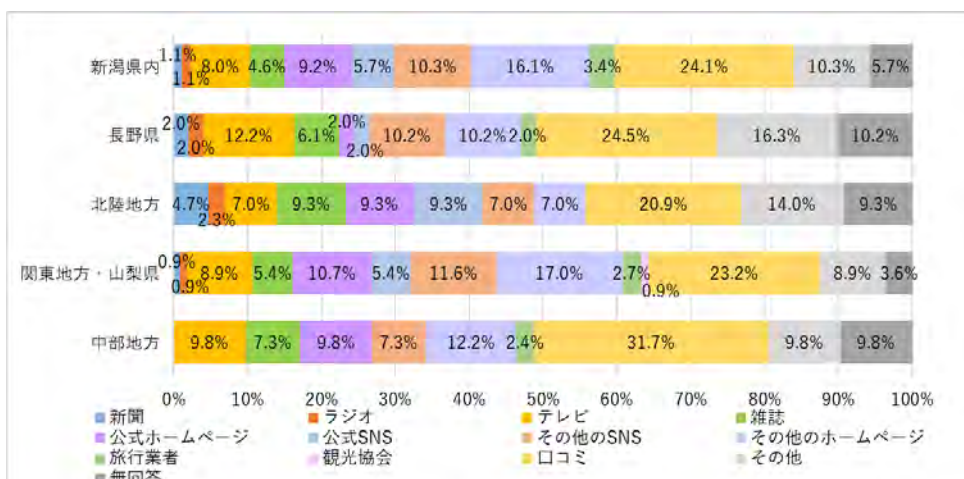
- どの出発地からも「観光」目的の来訪が最も多い。
- 特に長野県は、69.8%が「観光」目的である。
- 北陸地方は「通過点」が33.3%と他と比べ突出している。
- 関東地方・山梨県、中部地方は「ヒスイ探し」も割合が他よりも高い。

④ 来訪回数



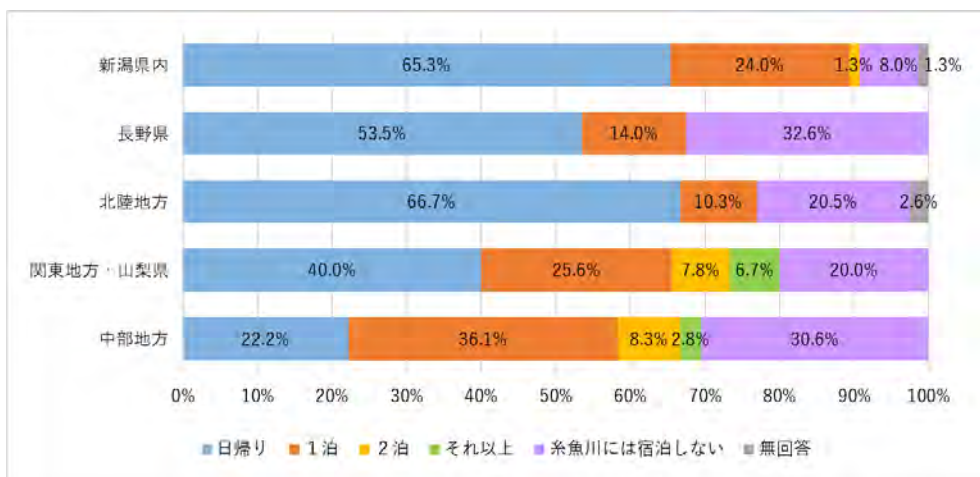
- 新潟県内、長野県、北陸地方は「4回以上」の割合が最も高い。
- 関東地方・山梨県は、「初めて」が37.8%、「4回以上」が40.0%と大きな差がない。
- 中部地方は、「初めて」の方が50.0%、「4回以上」の方が30.6%だった。

⑤ 情報入手手段



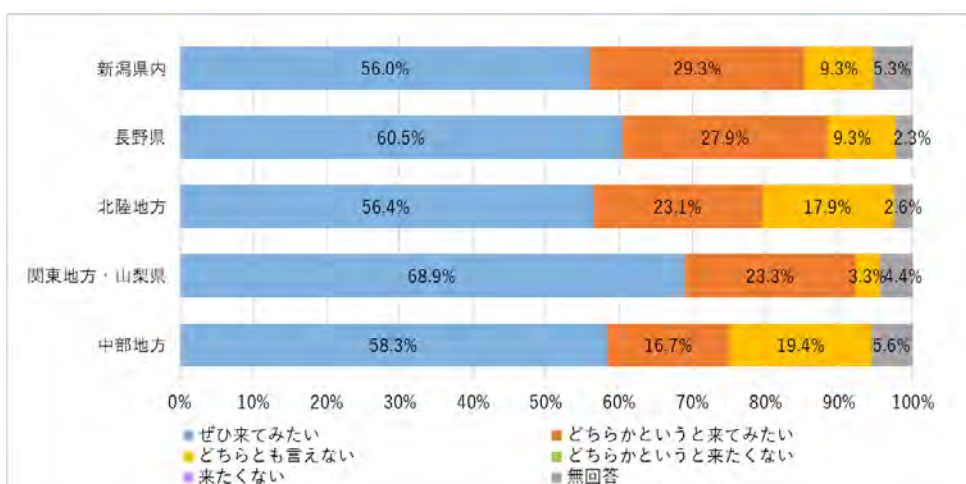
- いずれも「口コミ」の割合が最も多かった。特に中部地方では31.7%と他よりも高い割合となっている。
- 新潟県内、長野県、関東地方・山梨県では「その他のSNS」「その他のホームページ」の割合が目立った。
- 長野県では「テレビ」が12.2%と他の地域に比べて割合が高かった。
- 北陸地方では「雑誌」「公式ホームページ」「公式SNS」がそれぞれ9.3%で、「口コミ」以外は、情報入手手段にそれほど片寄りがなかった。

⑥ 宿泊



- 新潟県内、長野県、北陸地方、関東地方・山梨県では「日帰り」の割合が最も多かった。
- 「糸魚川で1泊」は中部地方で36.1%と最も多かった。新潟県内では24.0%、関東地方・山梨県では25.4%だった。
- 「糸魚川には宿泊しない」の割合が、長野県、北陸地方、関東地方・山梨県、中部地方では目立った。

⑦ 再来訪の意向



- いずれも「ぜひ来てみたい」の割合が最も多かった。特に関東地方・山梨県では68.9%だった。
- 「どちらとも言えない」の割合が、北陸地方では17.9%、中部地方では「19.4%」と他の地域より割合が高かった。

⑧ 各地域の傾向

● 新潟県内

新潟県内からの来訪者は、県内ということもあり、糸魚川やジオパークについて伝わる情報量も多いと考えられる。訪問先のバランスを見ても、ジオパーク・海の幸・鉄道という糸魚川の強みを体験する目的で来訪していると思われる。

● 長野県

長野県からは、マリンへの来訪が最も多い。長野県の方にはジオパークの取組以前から糸魚川が訪問先(旅行先)としてポピュラーであり、ジオパークのまちというよりも、海や海の幸を楽しむイメージが強いのではないかと考えられ、他地域とは傾向がやや異なっている。

● 北陸地方

北陸地方からの来訪者にも、長野県同様、ジオパークの取組以前からの訪問先として認知されていたと考えられる。目的地としても、他の場所へ行く途中や帰る途中でも気軽に立ち寄れる場所としても認識されているのではないかと考えられる。

● 関東地方・山梨県

関東地方・山梨県からは、上信越自動車道・長野自動車道など自家用車でのアクセスが良かったが、北陸新幹線の開業後はアクセスの選択肢が増えた。そこに「ヒスイ探し」という他の場所では体験できない情報が伝わり、多くの方が訪れるようになったと思われる。

● 中部地方

中部地方からは、東海北陸自動車道によって自家用車でのアクセスが良くなった。また、北陸新幹線の開業もアクセスに好影響があったと思われる。関東地方同様に「ヒスイ探し」の情報が伝わり、来訪者が増えているのではないかと考えられる。しかし、はっきりとした理由は不明である。

5. まとめ

① 居住地（出発地）の変化

来訪者の県内／県外の割合に大きな変化はないが、県外からの来訪では、長野県が減少傾向で、中部地方が増加傾向となり、四国地方や九州地方からの来訪があるなど、より広い地域から糸魚川を訪れる方がいる。

その背景として、2023（令和5）年5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行したが、外出の禁止・自粛などがあった時期にテレビ番組の放送を見て「コロナ禍が明けたら行ってみたい」という方が昨年に引き続き、実際に来訪されていると思われる。

遠方からの来訪が増加している傾向は、交通手段で「北陸新幹線」の利用割合が増える傾向にあり、2024（令和6）年の北陸新幹線敦賀延伸によるアクセス向上も影響していると考えられる。また、「糸魚川での宿泊」が増加傾向にあることから裏付けられている。

長野県からの来訪が減少傾向である要因は、長野県民も旅行先に遠方を選ぶ傾向があり、近隣の糸魚川を訪れる機会が減っているのではないかとと思われる。

② 来訪目的の明確化

県外からの来訪者は「ヒスイ探し」を目的とする方が増えている。大きくは観光目的ではあるが、糸魚川の特徴であるヒスイやジオパークを切り口に来訪する傾向がみられる。

特に関東地方・山梨県、中部地方からの来訪者は「ヒスイ探し」を目的にする割合が2割程度あった。大都市圏へのPRポイントとしてヒスイをはじめとする多種多様な岩石を活かした取組が有効だと思われる。

③ 情報発信のオモテ・ウラ

来訪する際の情報源として「口コミ」「その他のSNS」の割合が高く、糸魚川を訪れた印象やネットを含めたメディアからの「いい情報」が広がっている様子がかがえ、新たな来訪者の獲得やリピート訪問に結びついていると考えられる。

一方でひとたび「悪い情報」が発信された場合、「いい情報」以上に早く、そして広範囲に広がってしまい、コントロールができない危険性もある。

④ インバウンド対応

2025（令和7）年は、大阪・関西万博開催の影響もあり当市を訪れる外国人観光客が確実に増えてきている。本調査では主に日本人を対象にデータを収集しているが、今後はインバウンドを意識した観光動態を把握する必要がある。

冬季は白馬バレーに向かうスキー客が増えるが、糸魚川駅での乗り換えの待ち時間の観光案内または、短時間で楽しめるモデルコースを作り、糸魚川の観光をPRすることによって、口コミ等での情報発信が期待される。

⑤ 今後の課題

課題として、宿泊施設の確保があげられる。現状でも部屋数が足りない時期があるので「泊まりたくても泊まれない」という状況を少しでも解消する必要がある。

また、北陸新幹線を利用した来訪者が増えた場合の「足」の確保も課題となる。日本海ひすいラインや路線バス、タクシーといった公共交通、レンタカーなど各事業者との調整による利便性の向上が望まれる。

