

令和元年度
糸魚川ジオパーク 観光動態調査
報告書

2020年3月

目次

I. 実施概要	7
1. 目的	8
2. 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
3. 調査の様子	8
4. 調査票	9
5. 結果の概要	10
II. 調査結果<秋期>	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（都道府県別）	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 その他の内容について	23
④ 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

III. 調査結果<冬期>	45
1. 居住地	46
① 全体	46
② 新潟県内 内訳	46
③ 県外からの来訪（都道府県別）	47
④ 長野県からの来訪（市町村別）	48
⑤ 富山県からの来訪（市町村別）	48
2. 性別	49
3. 年代	49
4. 交通手段	50
① 全体	50
② 年代別	50
③ 調査ポイント別	50
5. 同行者	51
① 全体	51
② 年代別	51
6. 来訪目的	52
① 全体	52
② 年代別	52
③ 調査ポイント別	52
④ 来訪目的の内容	53
⑤ より具体的な訪問目的	53
7. これまでの来訪回数	54
① 全体	54
② 年代別	54
③ 調査ポイント別	54
8. 情報入手手段	55
① 全体	55
② 年代別	55
③ その他の内容について	55
④ 調査ポイント別	56
9. 宿泊・宿泊施設	57
① 全体	57
② 年代別	57
10. 一人あたりの予算	58
① 宿泊費	58
② 飲食費	59
③ お土産代	59
11. 来訪した場所	60
① 全体集計	60
② フォッサマグナミュージアムでの調査結果	61
③ ジオパルでの調査結果	62
④ マリンドリーム能生での調査結果	63
⑤ 親不知ピアパークでの調査結果	64

12. 糸魚川市内で知っている場所	65
① 全体集計	65
② フォッサマグナミュージアムでの調査結果	66
③ ジオパルでの調査結果	67
④ マリンドリーム能生での調査結果	68
⑤ 親不知ピアパークでの調査結果	69
⑥ カテゴリー別集計	70
13. 糸魚川ジオパークの認知度	71
① 全体	71
② 年代別	71
③ 調査ポイント別	71
14. 印象・満足度	72
① 景観・施設	72
② お店の対応	73
③ お土産	74
④ 自由意見〈満足点〉	75
⑤ 自由意見〈不満点〉	75
15. 再来訪の意向	76
① 全体	76
② 年代別	76
③ 調査ポイント別	76
IV. 経年変化・平均	77
1. 居住地	78
① 全体	78
② 新潟県内 内訳	78
③ 県外 地域別	78
2. 性別	79
3. 年代	79
4. 交通手段	79
5. 同行者	80
① 全体	80
② 友人・グループの同行者数	80
③ 家族の同行者数	80
6. 来訪目的	81
① 目的	81
② 来訪目的の内容	81
7. これまでの来訪回数	81
8. 情報入手手段	82
① 全体	82
9. 宿泊	83
① 市内での宿泊の有無	83
② 市内での宿泊先	83

10. 一人あたりの予算	84
① 宿泊費.....	84
② 飲食費.....	84
③ お土産代.....	84
11. 訪問した場所	85
① 場所別（調査ポイント以外）	85
② カテゴリー別.....	85
12. 糸魚川市内で知っている場所	86
13. 糸魚川ジオパークの認知度	86
14. 印象・満足度	87
① 景観・施設.....	87
② お店の対応.....	87
③ お土産.....	87
15. 再来訪の意向	88
V. 調査結果の整理と今後の提案	89
1. 調査結果の整理	90
① 来訪客の割合	90
② 施設の特徴をとらえた来訪目的.....	90
③ 糸魚川初心者はフォッサマグナミュージアム・ジオパルに.....	90
④ ネットでの情報入手傾向.....	90
⑤ 日帰りの割合が高い	90
⑥ 若い世代ほどジオパークを知らない.....	91
⑦ 満足度・再来訪の意向は高い.....	91
2. 課題と提案	91
① 若い世代へのアプローチ.....	91
② 糸魚川の楽しみ方の提案.....	91
3. まとめ	91

調査実施 株式会社エム・コミュニケーション

I. 实施概要

1. 目的

糸魚川ジオパークの推進にあたり、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. 調査概要

① 調査実施日・場所

● 秋期調査

令和元年	11月2日(土)	親不知ピアパーク
	11月3日(日・祝)	リンドリーム能生
	11月4日(月・振休)	フォッサマグナミュージアム
	11月30日(土)	ジオパル

● 冬期調査

令和2年	2月1日(土)	マリンドリーム能生
	2月2日(日)	フォッサマグナミュージアム／ジオパル
	2月11日(日)	マリンドリーム能生／親不知ピアパーク

② 調査対象

市外より来糸した方

③ 調査数

600件

実施場所	秋期		冬期		計
マリンドリーム能生	123	11/3	49	2/1	277
			105	2/11	
親不知ピアパーク	75	11/2	32	2/11	107
フォッサマグナミュージアム	61	11/4	45	2/2	106
ジオパル	50	11/30	60	2/2	110
	309		291		600

3. 調査の様子



フォッサマグナミュージアム



ジオパル



マリンドリーム能生



親不知ピアパーク

4. 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？(主なものひとつ)
 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食べてみたいものがあるから ④その他 ()
- 問7. 今まで糸魚川市に来たことはありますか？
 ①今が初めて ②2回目 ③3回目 ④4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 ()

- 問9. 今回は、糸魚川市内に宿泊をされましたか？(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旅館・知人の家
 ⑤その他 ()
- 問10. 糸魚川市内で使う、旅一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？)
 糸魚川 ①芦川 ②陸山 ③糸魚川 ④道の道 ⑤陸川 ⑥柳川
 ⑦自然景観 ⑧小滝川ヒスイ峡 ⑨高涼の池 ⑩不動滝 ⑪海谷風谷 ⑫櫻木川 ⑬松本川
 ⑭谷新田跡 ⑮白山神社 ⑯史跡 相馬御風宅 ⑰フォッサマグナパーク
 ⑱博物館等 ⑲フォッサマグナミュージアム ⑳長者ヶ原考古館 ㉑谷村美術館
 ㉒道の駅等 ㉓ヒスイ王国館 ㉔越後市並の間 ㉕観音堂 ㉖ピアパーク ㉗マリンドリーム館等
 ㉘ジオパル
 ㉙ () ㉚ () ㉛ () ㉜ () ㉝ () ㉞ () ㉟ ()
 ㊱その他 ()
- 問12. 上記の場所で行っている場所はありますか？(番号でお答えください。いくつでも)
 ①知っている ②聞いたことのある ③聞いたことがない(初めて聞いた)
- 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. 糸魚川の印象や滞在意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. 糸魚川に来たみたいと思いませんか？
 ぜいぜい どちらかというど どちらかというど
 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 ()
 (※とお答え方、その理由は何か？)

【ご協力ありがとうございました】

5. 結果の概要

- **結果のまとめ方**

令和元年11月アンケート実施分を「秋期調査」、令和2年2月実施分を「冬期調査」としてまとめた。

- **県外からの来訪が多い**

秋期の調査では77.9%の方が県外からの来訪だった。北陸32.2%、関東・山梨26.2%、長野24.7%だった。県内からは22.1%で、上越市32.4%、新潟市22.1%という結果だった。

冬期の調査では県外が69.0%、県内が31.0%と県内の割合が高まった。県外からは北陸37.0%、関東・山梨28.5%、長野24.5%だった。県内からは上越市が42.2%、新潟市・長岡市から14.4%だった

- **「40歳代～60歳代」がボリュームゾーン**

男女比では、秋期は男性67.1%・女性32.9%、冬期は男性68.3%・女性31.7%だった。

秋期の調査では40歳代が23.4%、50歳代が24.7%だった。冬期の調査では40歳代が24.3%、50歳代が各20.1%、60歳代が18.4%だった。

- **交通手段は「自家用車」**

自家用車の利用が多い傾向は変わらないが、秋期68.8%／冬期83.0%と差があった。

自家用車以外では、秋期は、北陸新幹線6.0%、在来線7.6%、バイク7.9%の利用があり、冬期は北陸新幹線6.9%、在来線5.2%の利用があった。

- **「家族」での来訪**

家族での来訪が最も多く、秋期は56.8%、冬期は65.1%だった。同行人数は2人が多かった。

- **来訪目的は「観光」**

来訪目的は、秋期は52.7%、冬期は46.9%が観光だった。通過点の割合は、秋期19.4%／冬期19.2%だった。

- **来訪回数は「4回以上」**

秋期の調査では54.9%、冬期の調査では67.3%が4回以上の来訪だった。秋期の調査では初めての方が22.1%だった。

- **情報入手手段は「多様性」**

従来型メディア（新聞・ラジオ・テレビ・雑誌）の利用は秋期31.7%／冬期38.2%、インターネット（ホームページ・SNS）の利用は秋期27.8%／冬期23.3%だった。

口コミは秋期23.5%／冬期12.4%だった。

- **日帰りの割合が高い**

日帰りの割合が秋期56.5%／冬期68.8%、糸魚川に宿泊する方は秋期16.9%／冬期13.2%だった。

- **消費金額**

糸魚川での平均消費額は

宿泊費…秋期 12,793 円 (10,750 円) / 冬期 15,202 円 (11,933 円)

飲食費…秋期 3,291 円 (1,598 円) / 冬期 2,810 円 (1,312 円)

お土産代…秋期 5,476 円 (4,472 円) ・ 冬期 4,427 円 (4,810 円)

だった。() 内は昨年度の平均額

- **訪問先は「親不知」**

調査ポイント以外の訪問先は、秋期は親不知 14.7%、フォッサマグナミュージアム 9.4%だった。冬期は親不知 15.1%、親不知ピアパーク 14.6%だった。

- **知っている場所は「親不知」**

全体では親不知 (秋期 9.7%/冬期 13.0%) が最も多かった。次いでマリンドリーム能生 (秋期 8.4%/冬期 9.0%)、フォッサマグナミュージアム (秋期 8.2%/冬期 8.9%) だった。

- **糸魚川ジオパークを知っているのは7割以上**

「知っている」・「聞いたことはある」方は、秋期 76.0% (80.0%) / 冬期では同 77.8% (73.9%) だった。

「初めて聞いた」は秋期 20.1% (16.0%)、冬期 19.8% (21.7%) だった。

() 内は昨年度の結果

- **印象・満足度は高い**

景観・施設の「とてもよい」・「よい」…秋期 81.5% (78.0%) / 冬期 51.7% (69.0%)

お店の対応の「とてもよい」・「よい」…秋期 60.7% (66.0%) / 冬期 59.7% (63.9%)

お土産の「とてもよい」・「よい」…秋期 53.3% (40.0%) / 冬期 53.5 (54.8%)

だった。

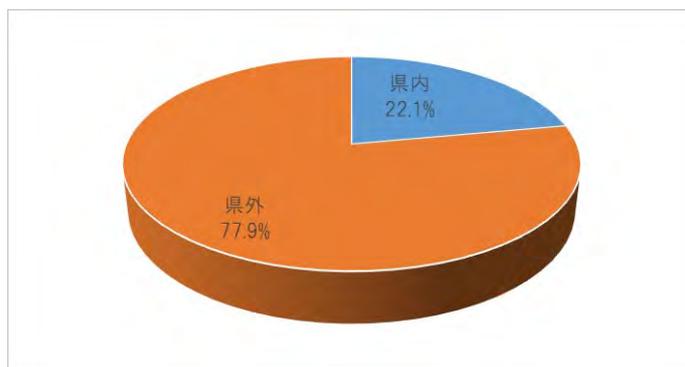
- **再来方の意向も高い**

「ぜひ来てみたい」「どちらかというと来てみたい」は秋期 88.6% (94.0%) / 冬期 87.2% (86.8%) だった。

II. 調査結果<秋期>

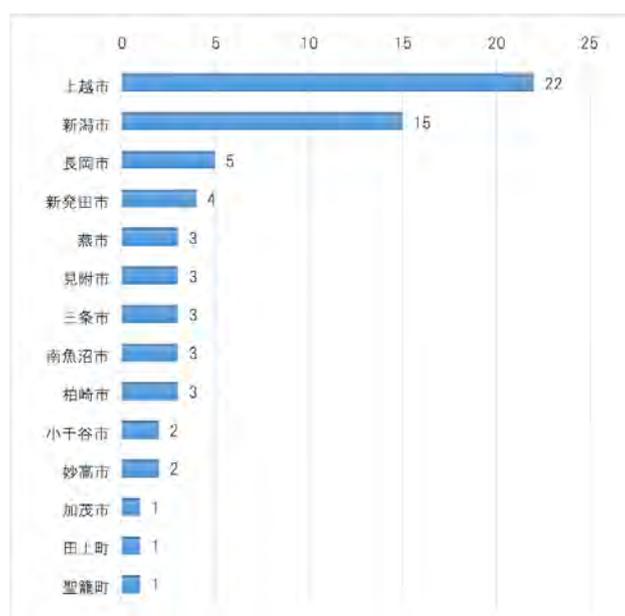
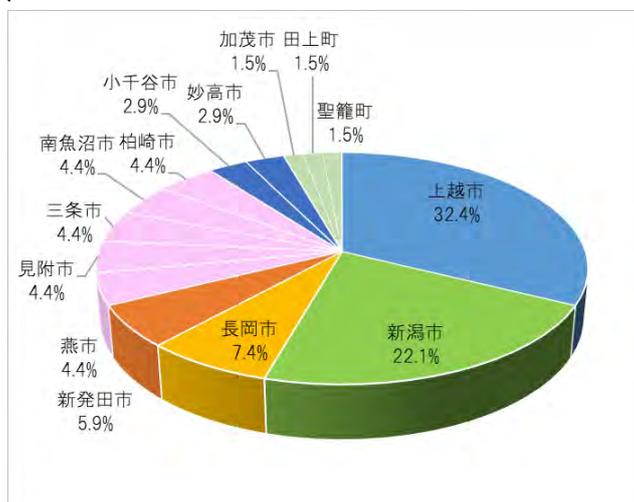
1. 居住地

① 全体



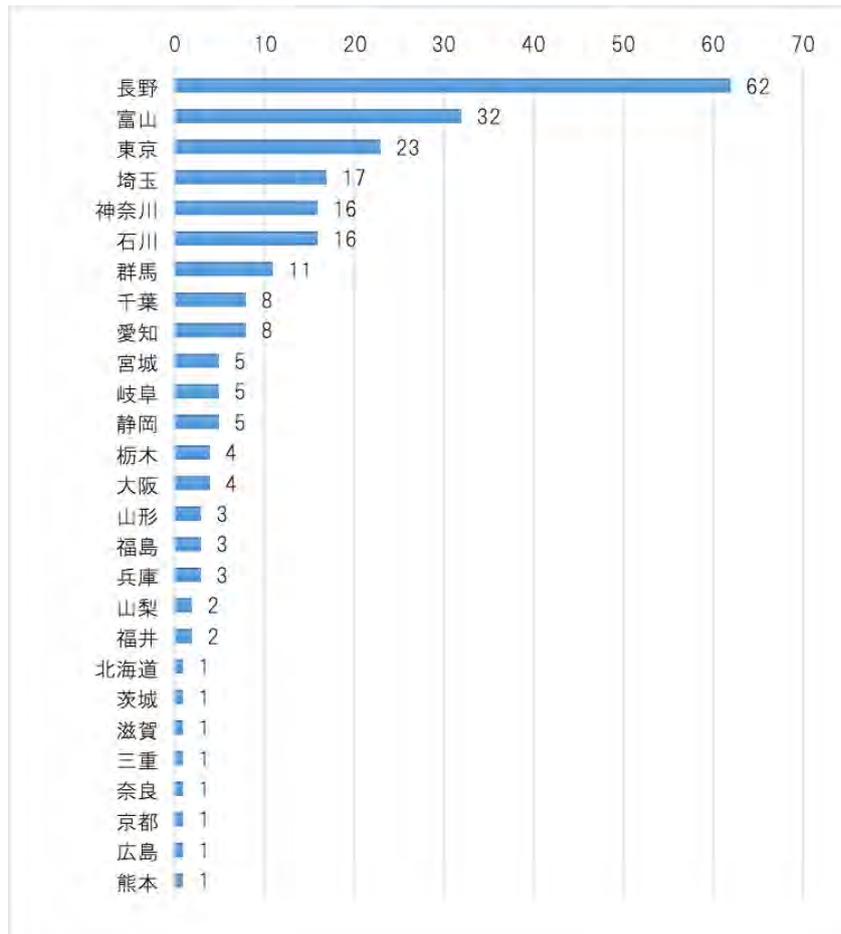
県内から 22.1%、県外から 77.9%の割合だった。

② 新潟県内 内訳

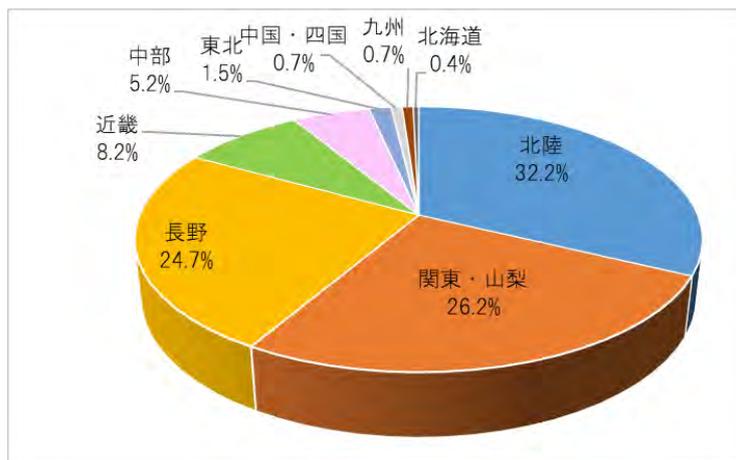


上越市から 32.4%、新潟市から 22.1%の来訪があった。そのほか、県内各地からの来訪があった。

③ 県外からの来訪（都道府県別）

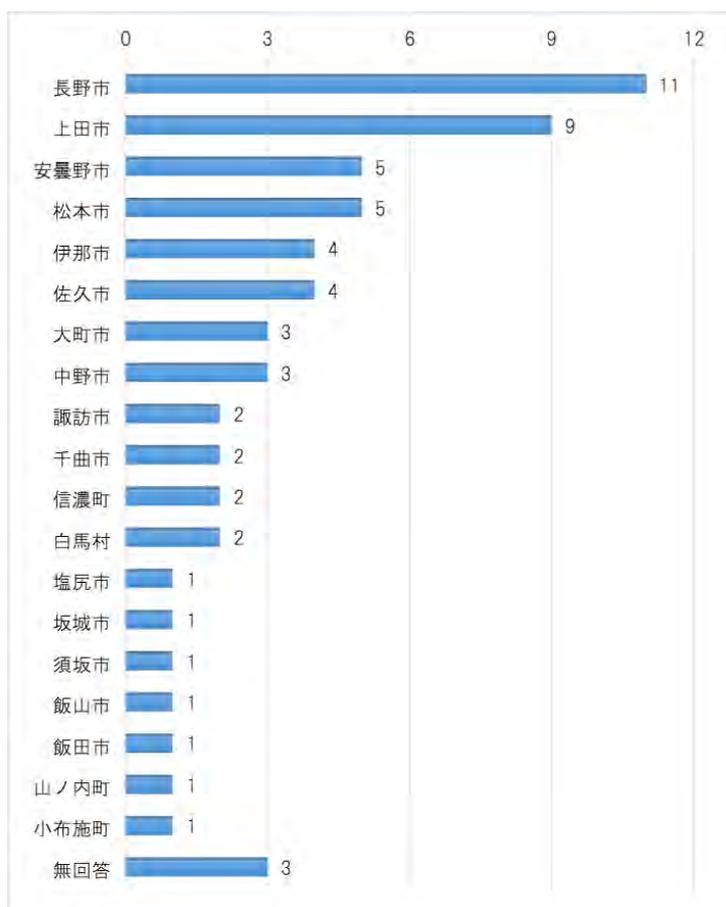


● 地方別



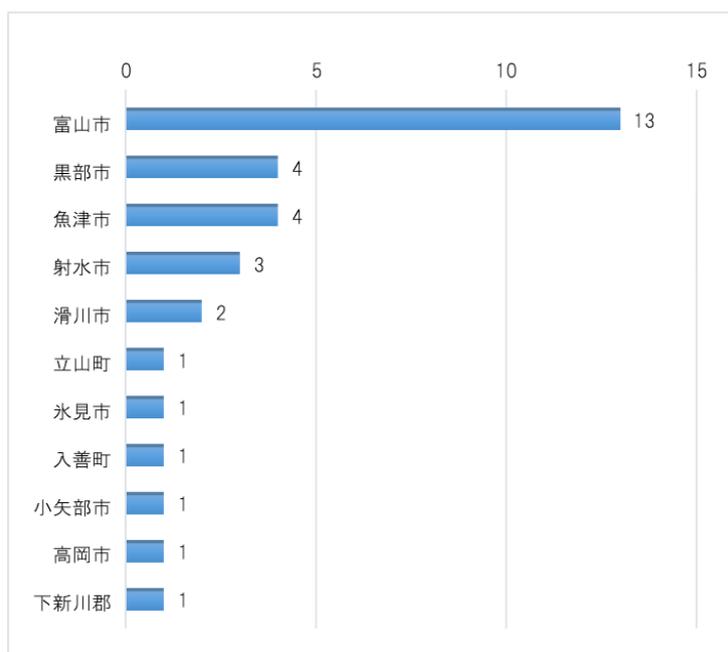
都道府県別では「長野」からが最も多く、地方別で見ると、「北陸」32.2%、「関東・山梨」26.2%、「長野」24.7%の来訪があった。また、北海道から熊本まで、全国各地から来訪者がある。

④ 長野県からの来訪（市町村別）



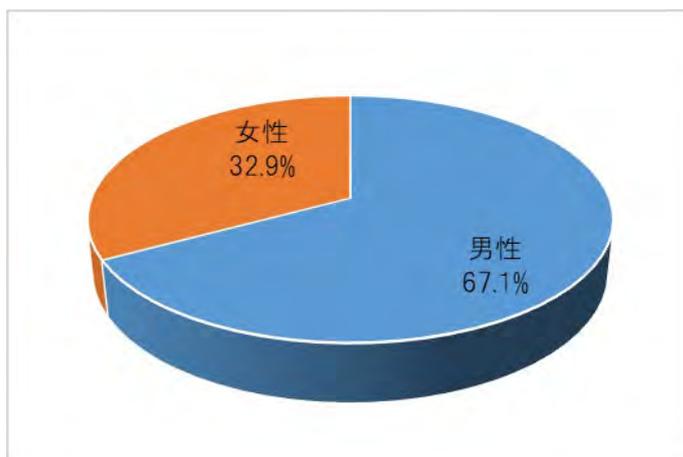
長野県内からの来訪は、「長野市」が最も多く、次いで「上田市」の順だった。

⑤ 富山県からの来訪（市町村別）

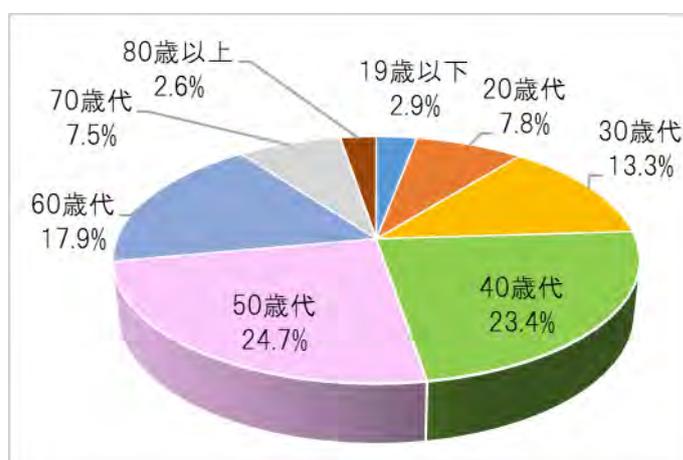


富山県内からの来訪は、「富山市」が最も多かった。

2. 性別

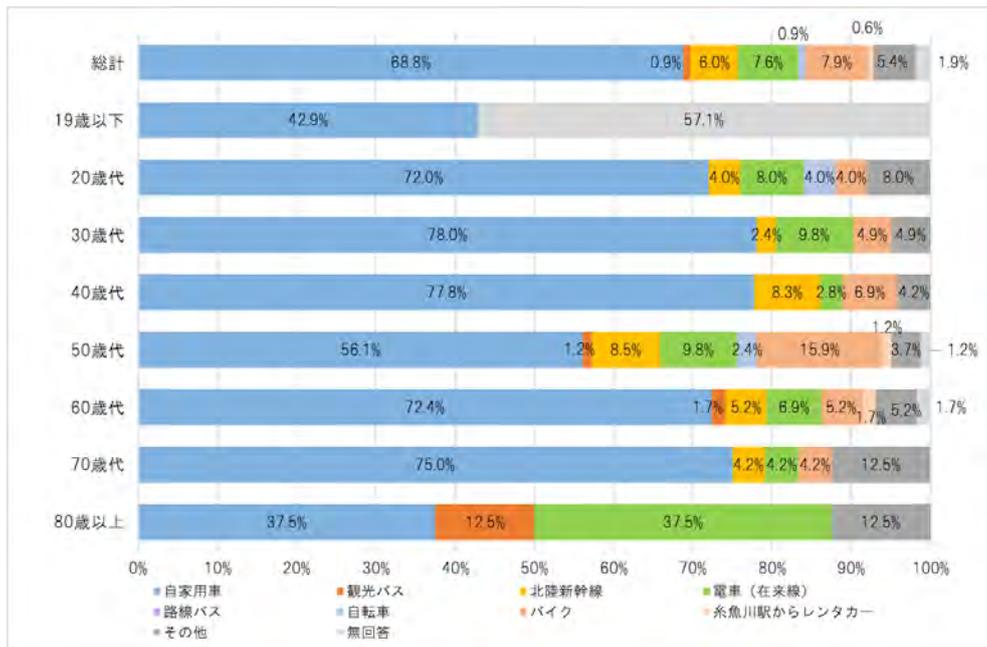


3. 年代



年代別では40歳代・50歳代の割合が多かった。この2つの年代で48.1%とおよそ半数を占めた。

4. 交通手段



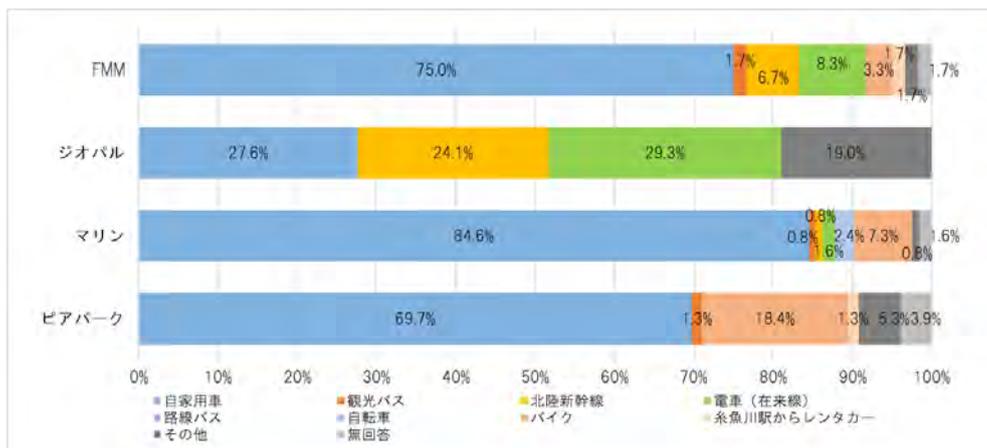
① 全体

全体では、68.8%が「自家用車」を利用している。次いで「在来線」「北陸新幹線」と続く。「バイク」の利用が多いことが目立つ。

② 年代別

どの年代も「自家用車」の割合が高いが、「在来線」「北陸新幹線」の利用があることがわかる。また、50歳代は「バイク」の利用者が15.9%あった。

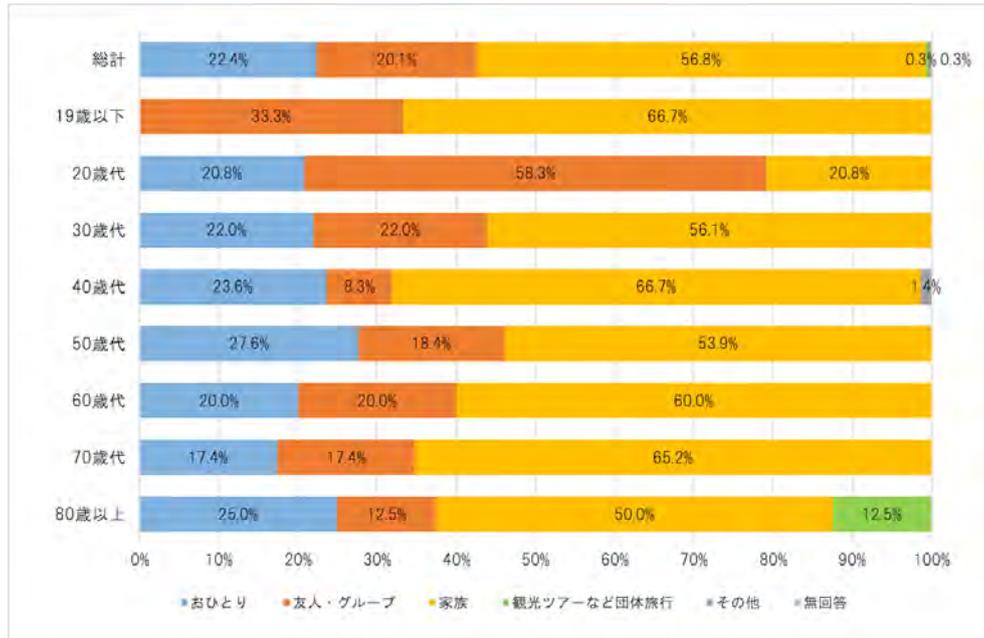
③ 調査ポイント別



ジオパル以外は、自家用車の利用が最も多い。ジオパルは、「在来線」での来訪が最も多く、「北陸新幹線」とあわせると53.4%の方が鉄道を利用している。

ピアパークは「バイク」の利用が目立った。

5. 同行者



① 全体

全体では、56.8%の方が「家族」で来訪されていた。次いで、22.4%の方が「ひとり」だった。

② 年代別

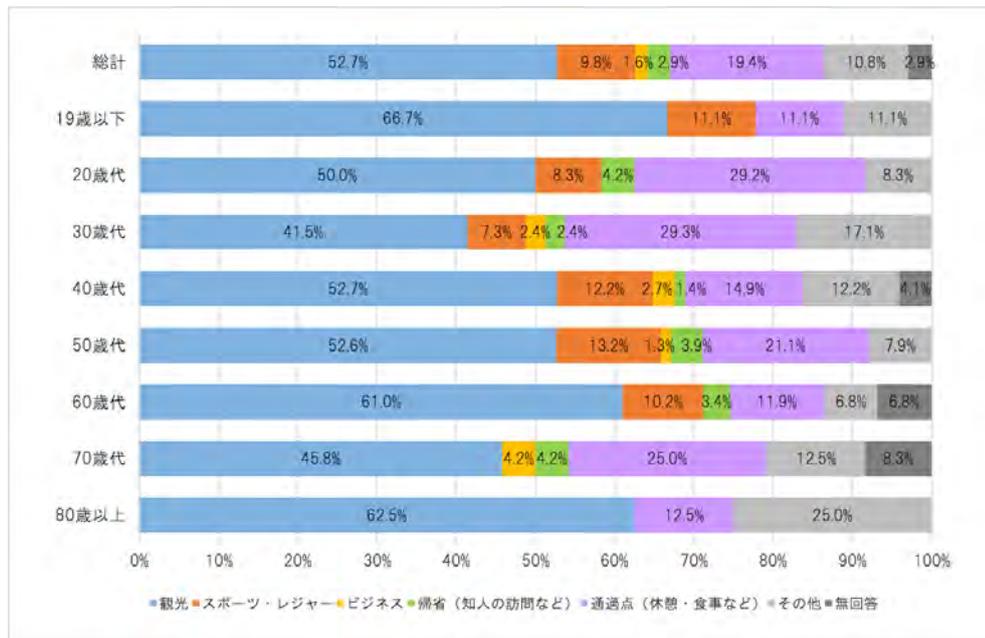
20歳代は「友人・グループ」58.3%と、ほかの年代とは違う傾向があった。また、50歳代のひとりが27.6%とやや多かった。

- 「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かった。また、5人程度までの車1台で移動できる人数での来訪が多かった。

6. 来訪目的



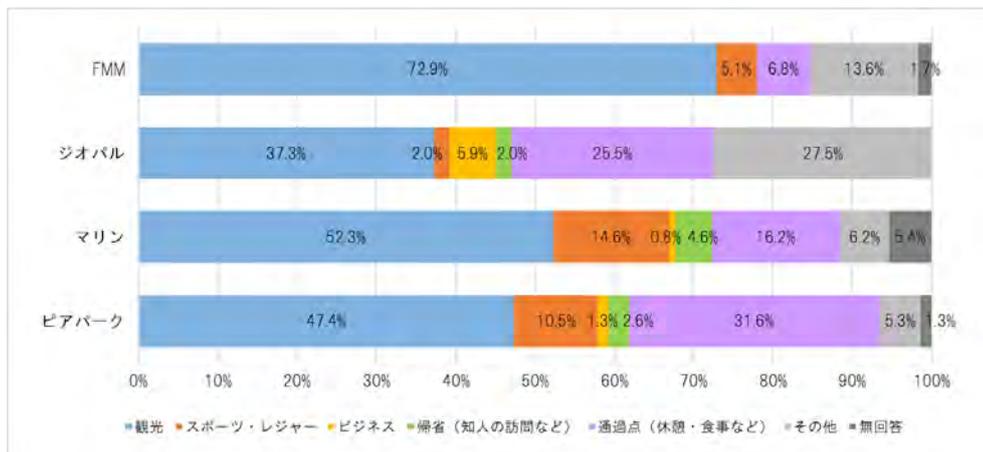
① 全体

全体では、52.7%の方が「観光」目的で来訪されている。一方、19.4%の方は「通過点」としての来訪だった。

② 年代別

どの年代も「観光」の割合が最も多いが、20歳代・30歳代の方でそれぞれ約30%の方が「通過点」と回答している。

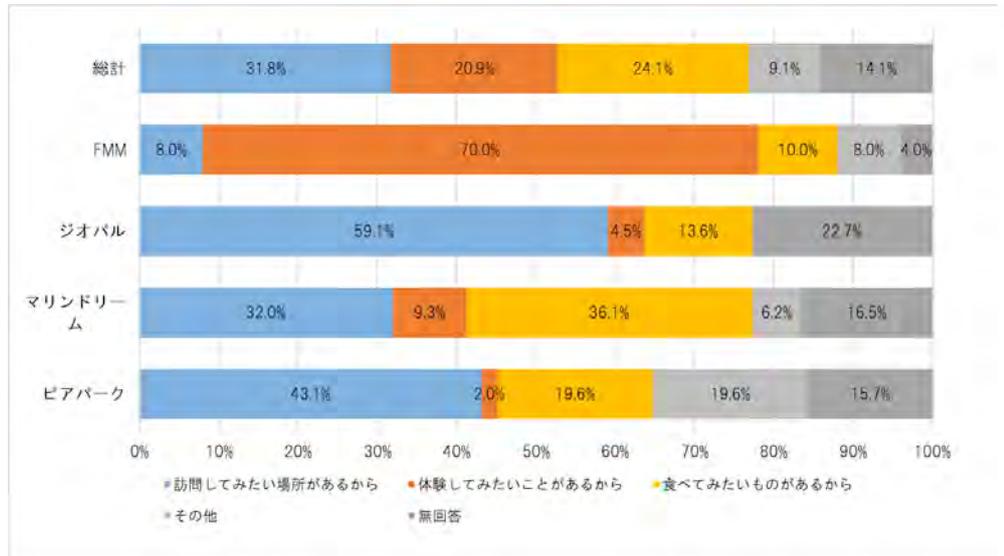
③ 調査ポイント別



フォッサマグナミュージアムは、「観光」が72.9%とミュージアム目的の来訪が最も多い。ジオバルは「観光目的」の方が37.3%いるものの、25.5%の方が「通過点」だった。マリンドリーム能生と親不知ピアパークは、50%前後の方が「観光目的」で訪れているが、ピアパークでは31.6%の方が「通過点」と回答している。

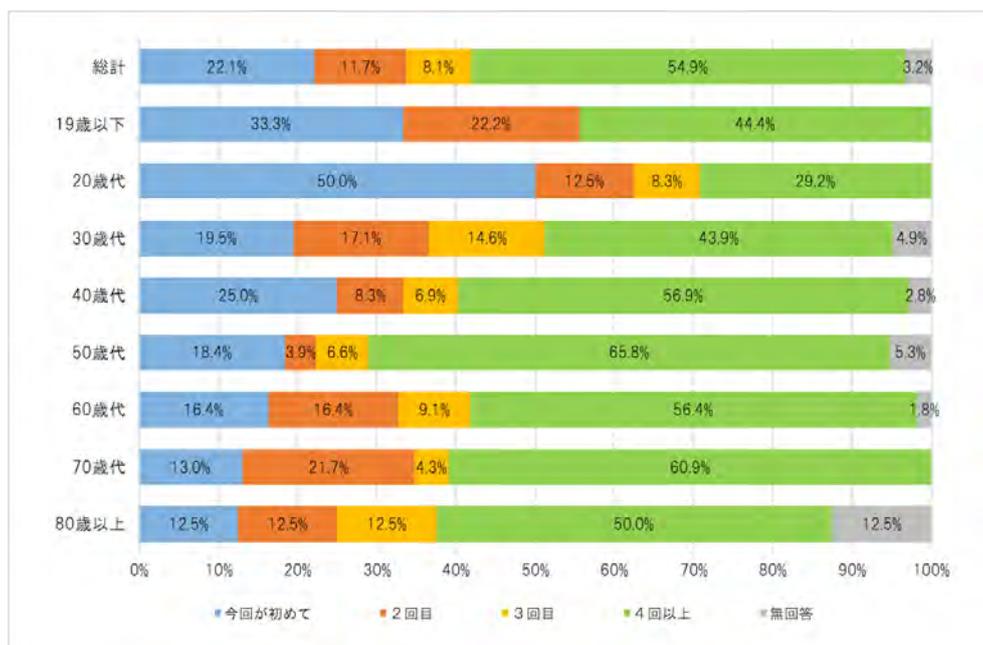
④ 来訪目的の内容

- 「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。



フォッサマグナミュージアムは「体験してみたいこと」、ジオパルと親不知ピアパークは「訪問してみたい場所」、マリンドリーム能生は「食べてみたいもの」と、施設の特徴によって、詳細の来訪目的が分かれている結果となった。

7. これまでの来訪回数



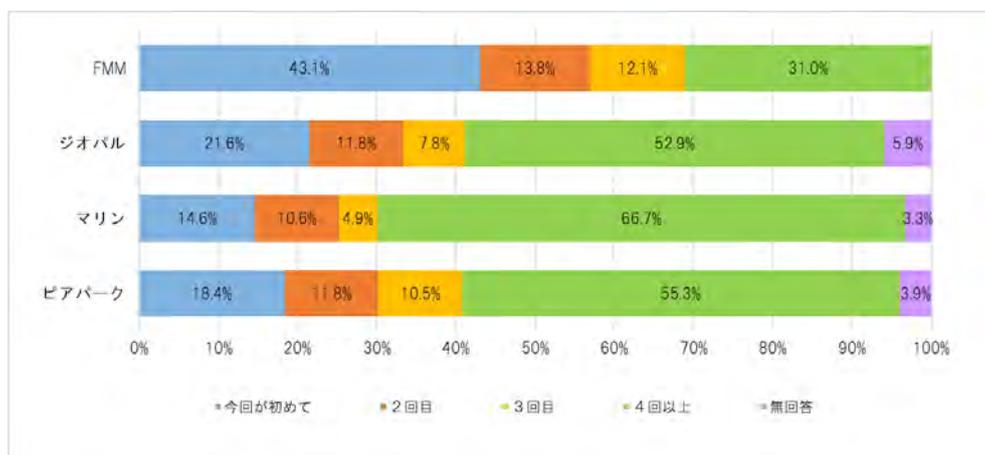
① 全体

全体では54.9%の方が、「4回以上」来訪いただいている。「初めて」という方は22.1%だった。

② 年代別

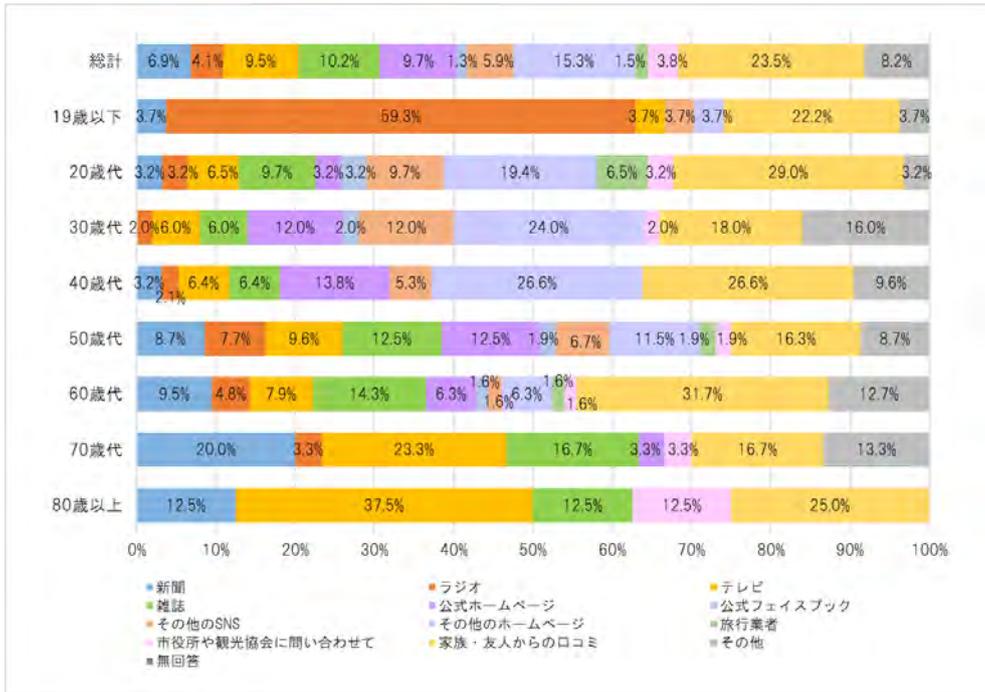
20歳代の半数が「初めて」の来訪だった。40歳代以上では、どの年代も半数以上の方が「4回以上」の来訪だった。

③ 調査ポイント別



フォッサマグナミュージアムでは43.1%の方が「初めて」の来訪だったが、他の調査ポイントでは半数以上が「4回以上」の来訪だった。

8. 情報入手手段



① 全体

従来型のメディア（新聞・テレビ・雑誌）は合わせて21.7%、「公式ホームページ」「公式フェイスブック」などインターネットを通じた情報入手は27.8%だった。一方、「口コミ」は23.5%だった

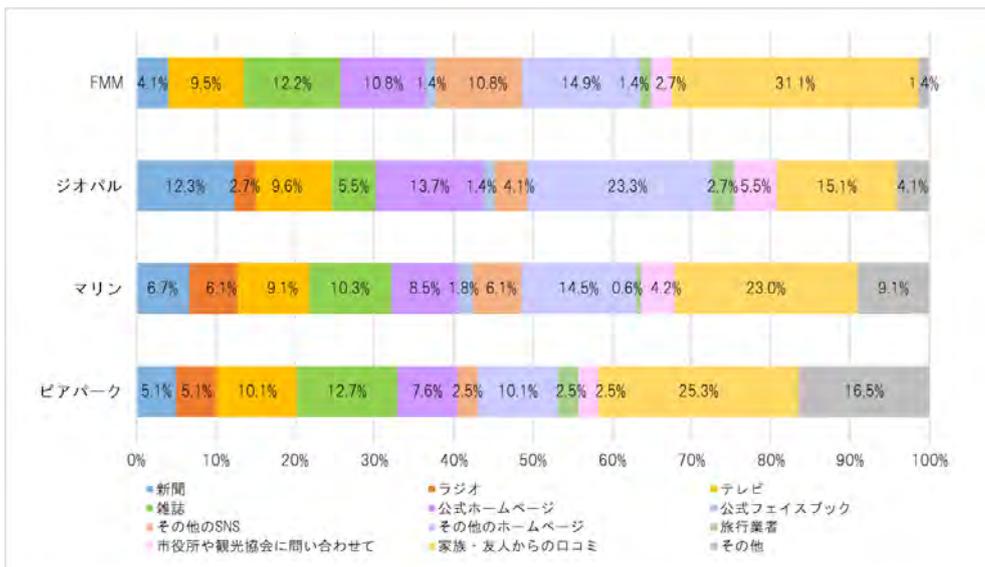
② 年代別

どの年代も従来型メディア・インターネットと様々な形で情報を入手している。メディア・Web系での情報収集の一方、「口コミ」の割合も年代を問わず一定数ある。

③ その他の内容について

「その他」では、「以前から知っている」という回答があった。

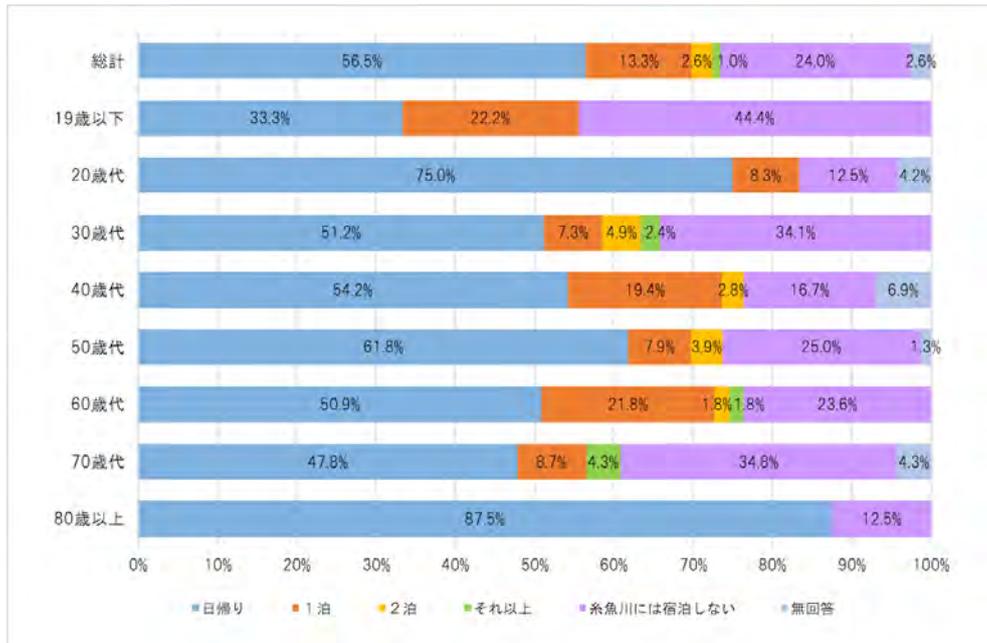
④ 調査ポイント別



どの調査ポイントも「口コミ」の割合が目立つ。また、「公式ホームページ」をはじめとしたWeb系の割合が多い。

ジオパルで割合の多い「その他のホームページ」は鉄道系のサイトの可能性がある。

9. 宿泊・宿泊施設



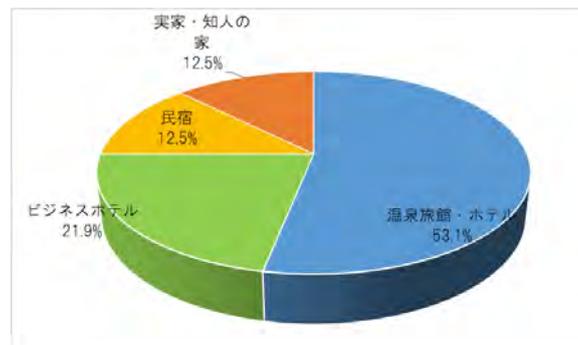
① 全体

「日帰り」の方が56.5%あり、宿泊数にかかわらず「糸魚川に宿泊」の方は13.3%だった。「糸魚川以外に宿泊」の方は24.0%だった。

② 年代別

どの年代も「日帰り」の割合が多いが、40歳代・60歳代では2割強の方が「糸魚川に宿泊」されている。

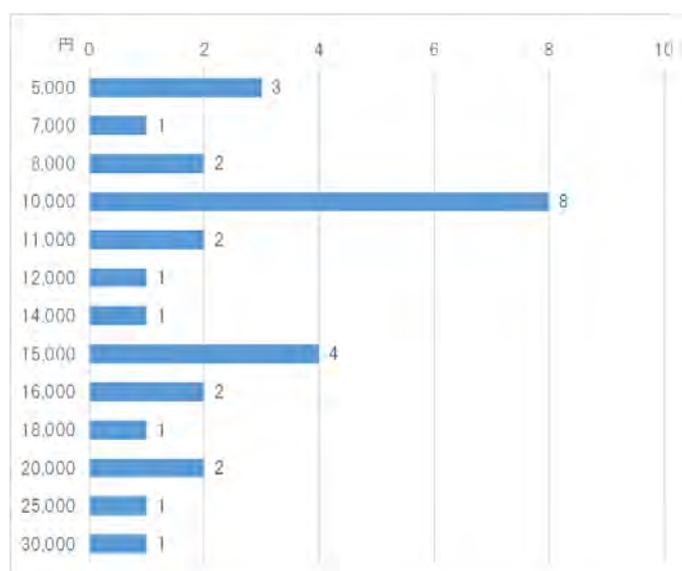
● 市内に宿泊される方に宿泊先をお聞きした



「温泉旅館・ホテル」が53.1%、「ビジネスホテル」が21.9%だった。

10. 一人あたりの予算

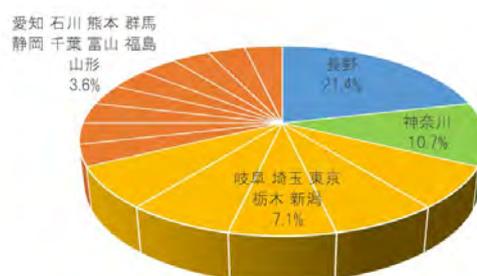
① 宿泊費



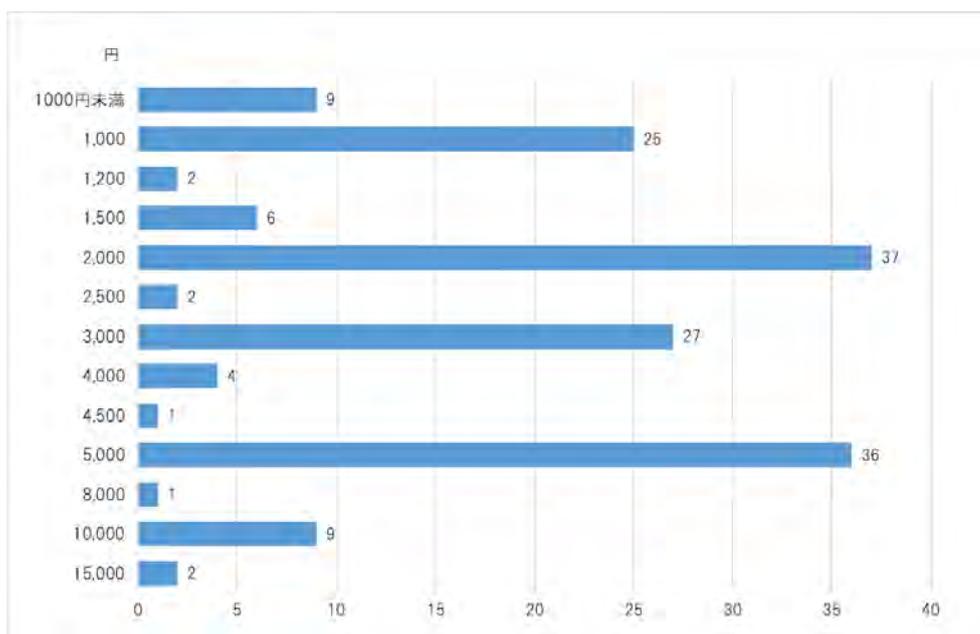
ホテル・旅館・民宿など、宿泊費用が発生する施設での宿泊者データ（回答があった52サンプル。うち、宿泊費を回答いただいたのは29サンプル）

- **平均金額 12,793 円**
- **宿泊費の合計 1,731,000 円（一人あたり宿泊平均金額×宿泊人数 131 名）**
宿泊費は、「10,000 円」という方が最も多かった。

宿泊者の出発地は長野、関東からの方が多かった。

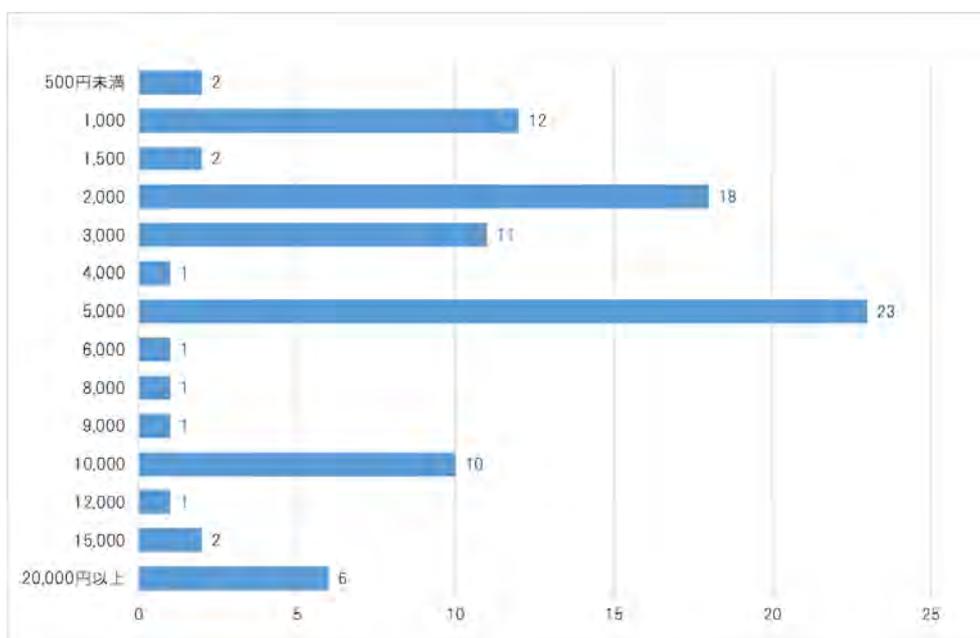


② 飲食費



- **平均金額 3,291 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、「2,000 円」が最も多く、「5,000 円」にもピークがあった。
具体的なメニューとしては、海鮮丼、寿司などがあがっていた。

③ お土産代



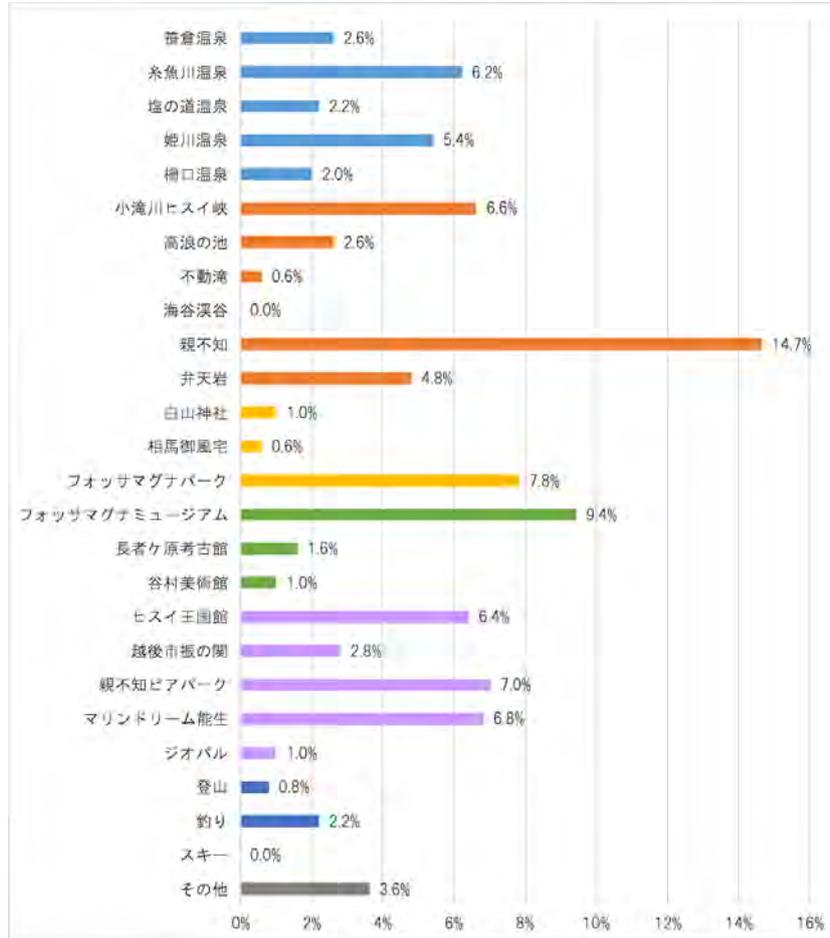
- **平均金額 5,476 円**
金額的には、「5,000 円」「20,000 円」にピークがあった。
具体的な商品としては、ヒスイ加工品、カニや海産物、酒があがっていた。

11. 来訪した場所

注) FMMで調査した際の「FMM」の回答、ジオパルでの「ジオパル」の回答、マリンでの「マリン」の回答、ピアパークでの「ピアパーク」の回答は除外した。

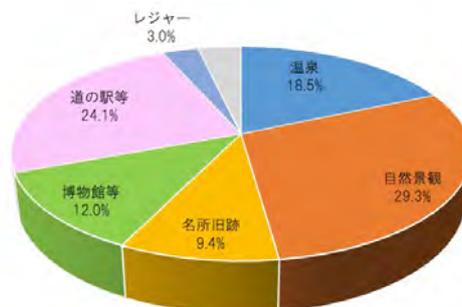
① 全体集計

● 場所別



全体で最も多かった回答は、「親不知」で14.7%。次いで「フォッサマグナミュージアム」9.4%、だった。

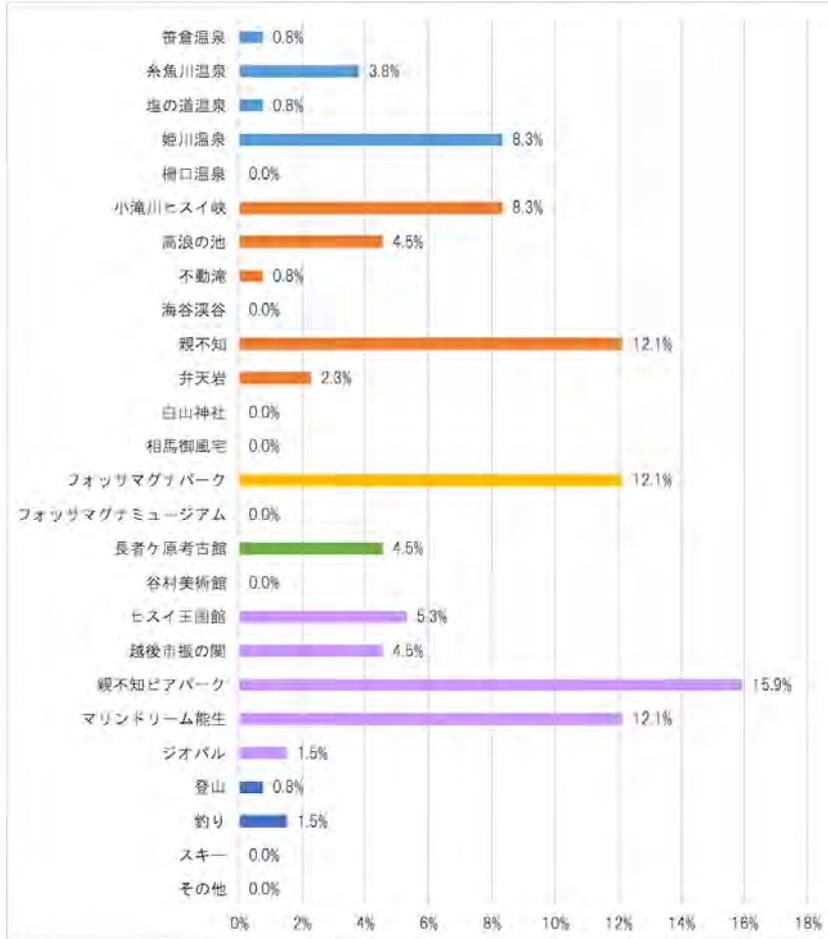
● カテゴリー別



カテゴリー別では「自然景観」が29.3%、「道の駅」が24.1%だった。

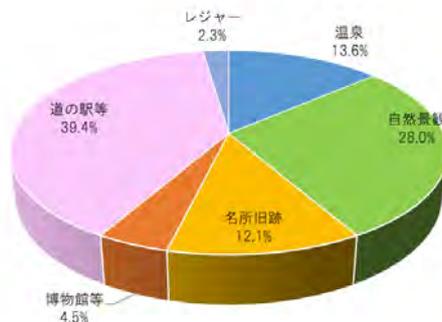
② フォッサマグナミュージアムでの調査結果

● 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、「親不知ピアパーク」で15.9%。次いで「親不知」「フォッサマグナパーク」「マリンドリーム能生」が同数で12.1%だった。

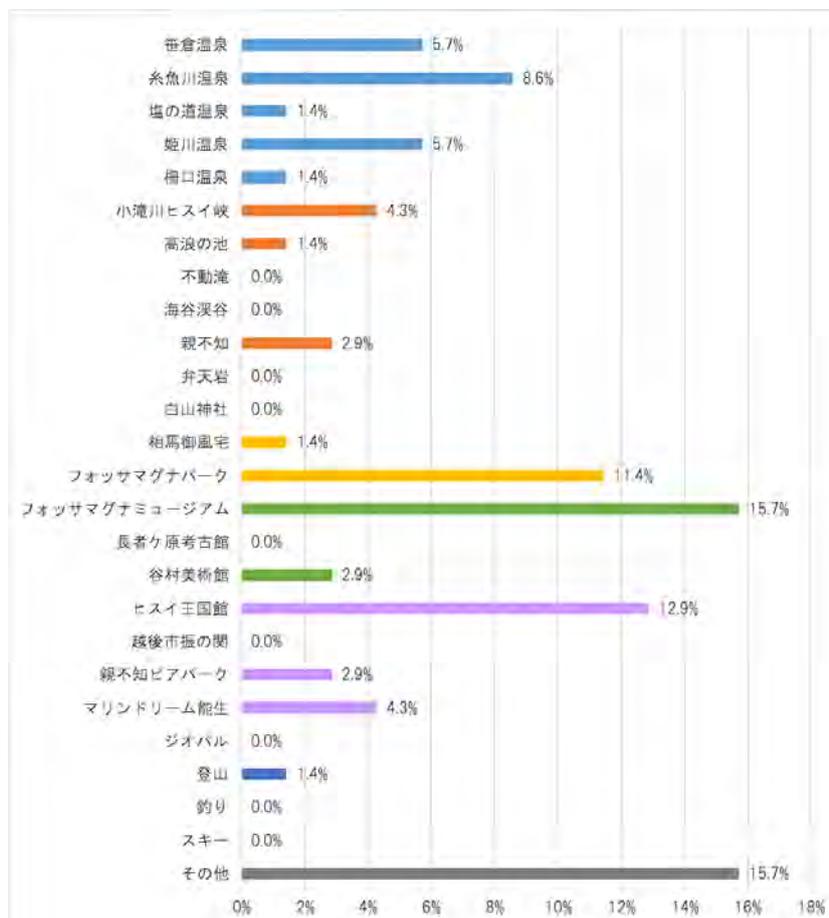
● カテゴリー別



カテゴリー別では「道の駅」が39.4%、「自然景観」が28.0%だった。

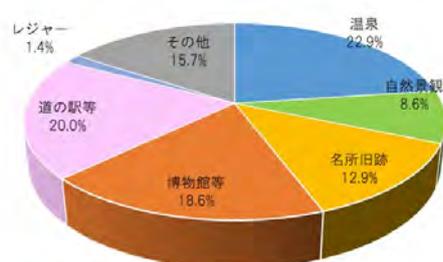
③ ジオバルでの調査結果

● 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」12.9%、「フォッサマグナパーク」で12.9%だった。

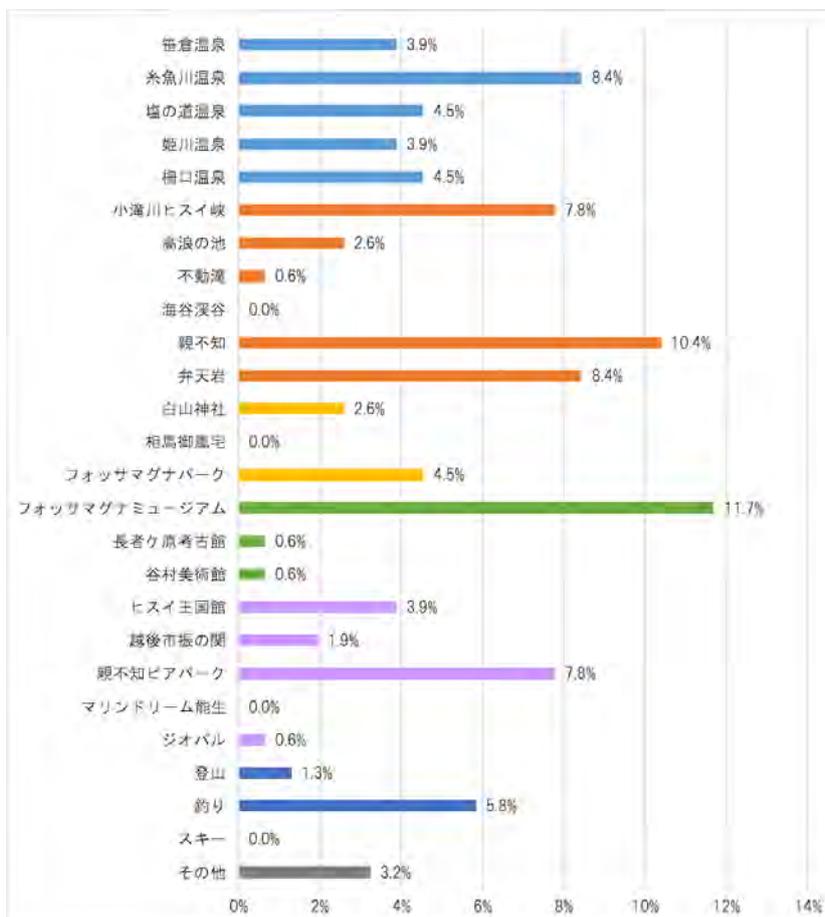
● カテゴリー別



カテゴリー別では「温泉」が22.9%と最も多く。次いで「道の駅」20.0%だった。

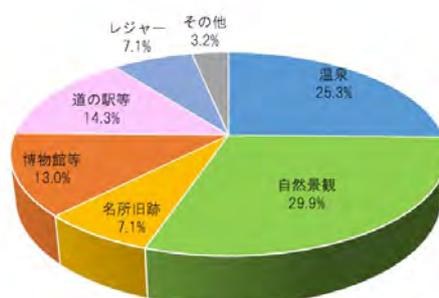
④ マリンドリーム能生での調査結果

● 場所別



マリンドリーム能生で最も多かったのは「フォッサマグナミュージアム」で11.7%、次いで「親不知」10.4%だった。

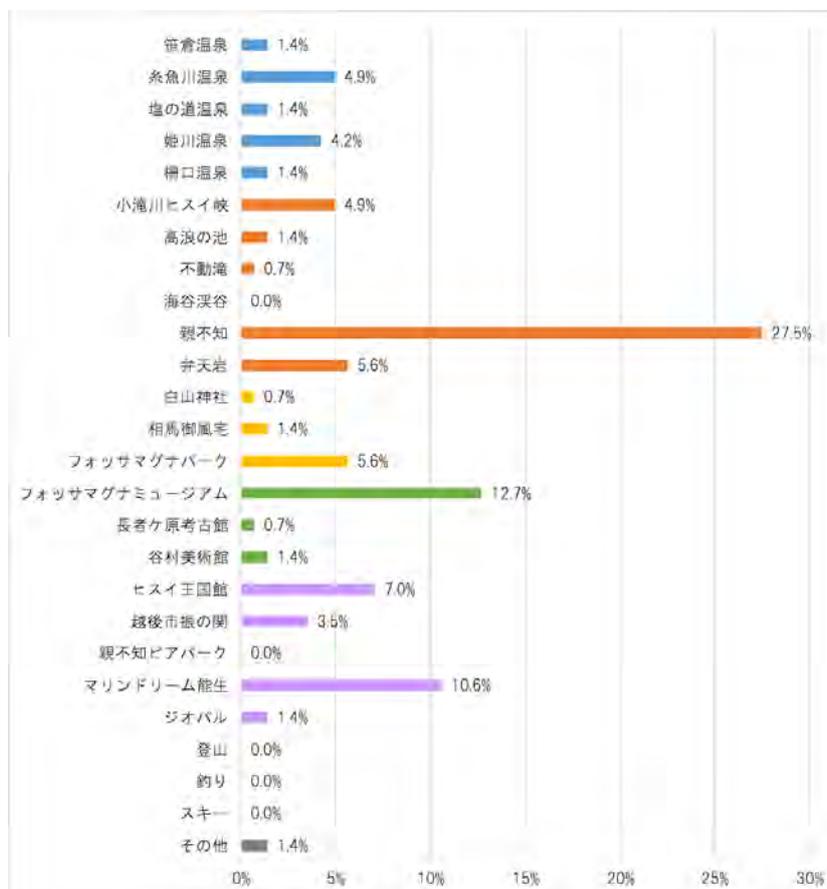
● カテゴリー別



カテゴリー別では「自然景観」が29.9%と最も多く、次いで温泉25.3%だった。

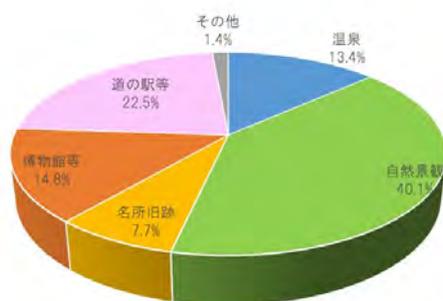
⑤ 親不知ピアパークでの調査結果

● 場所別



親不知ピアパークで最も多かったのは「親不知」で27.5%、次いで「フォッサマグナミュージアム」10.6%だった。

● カテゴリー別



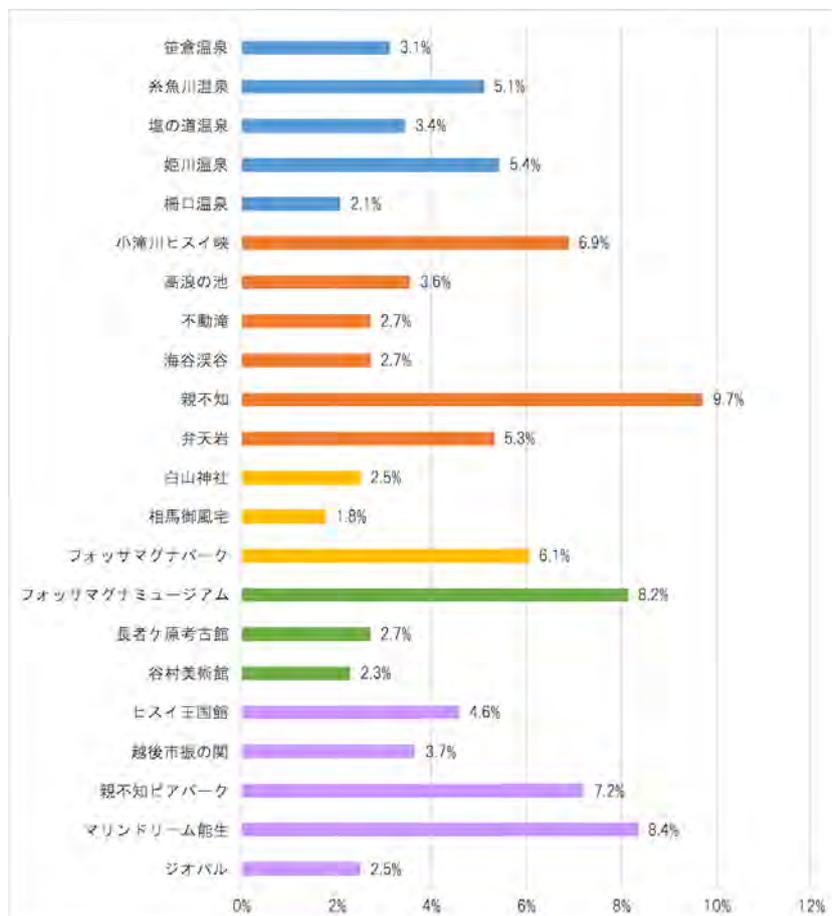
カテゴリー別では「自然景観」が40.1%と最も多く、次いで「博物館」14.8%だった。

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。

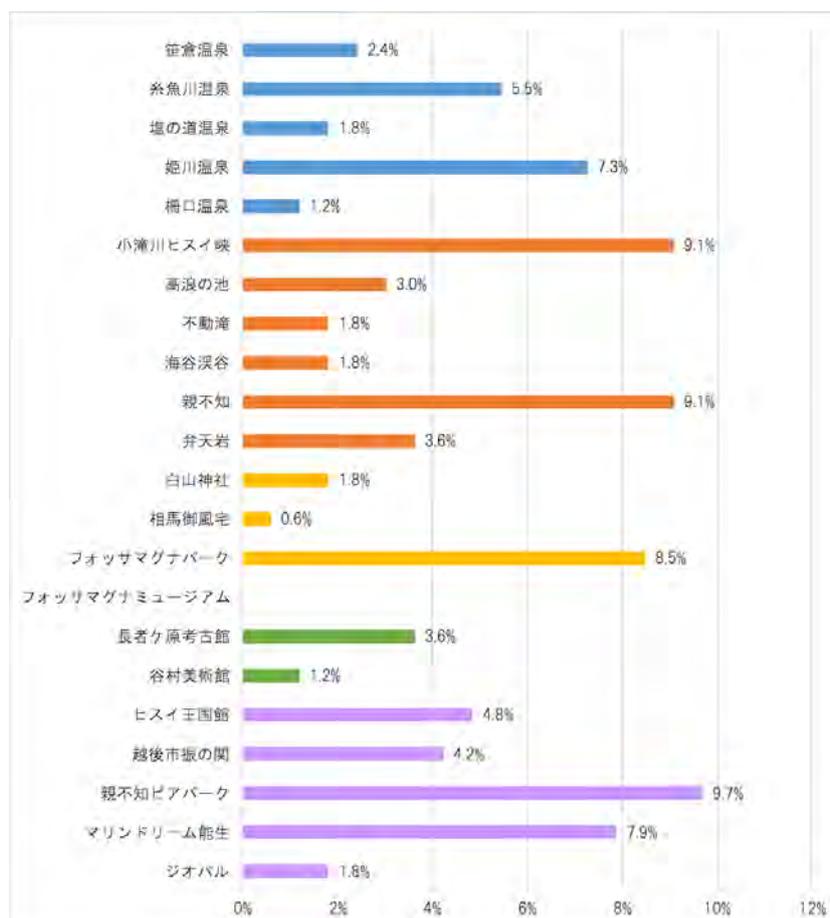
FMMで調査した際の「FMM」の回答、ジオバルでの「ジオバル」の回答、マリンでの「マリン」の回答、ピアパークでの「ピアパーク」の回答は除外した。

① 全体集計



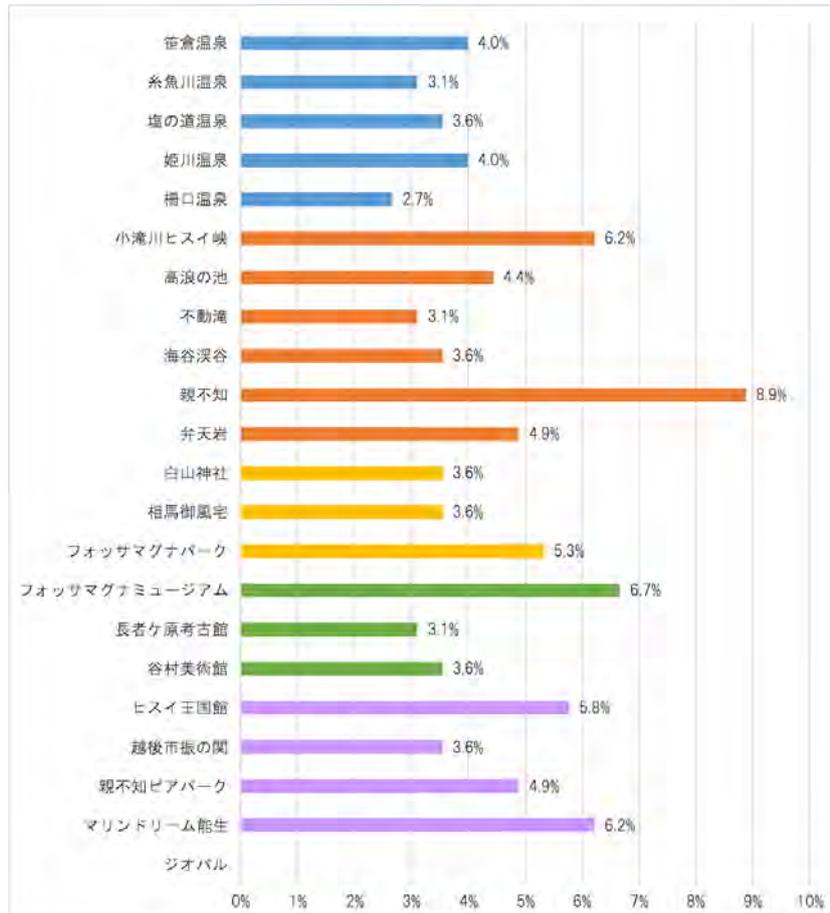
全体では、「親不知」の認知度が高く、次いで「マリンドリーム能生」「フォッサマグナミュージアム」の順となった。

② フォッサマグナミュージアムでの調査結果



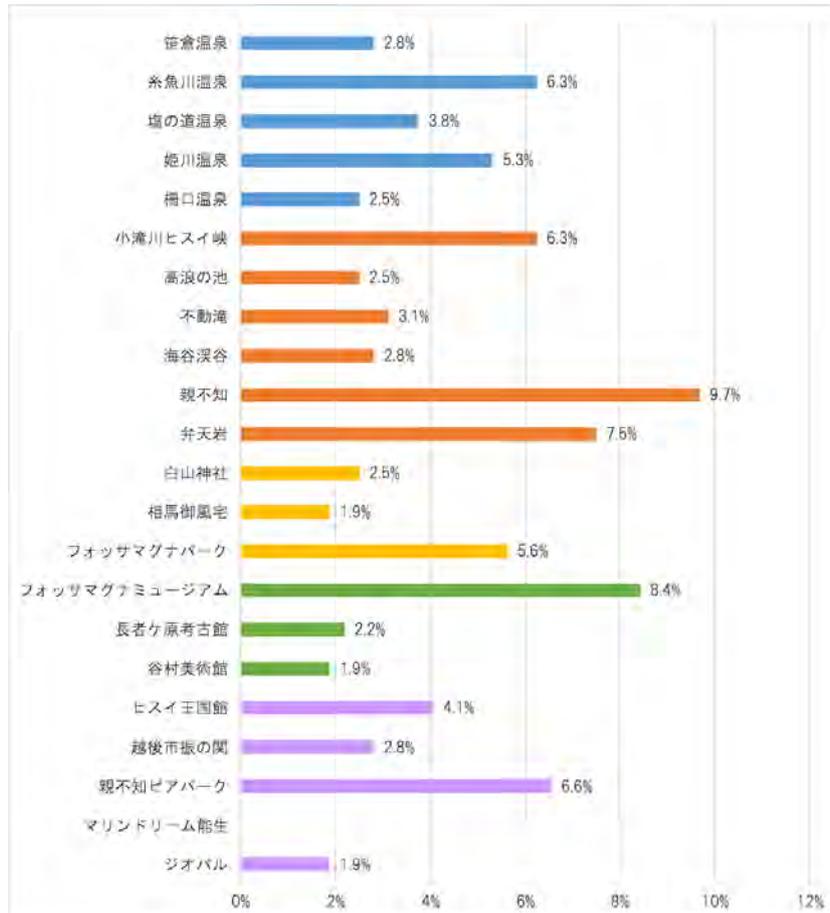
フォッサマグナミュージアムでは、「親不知ピアパーク」「小滝川ヒスイ峡」「親不知」の認知度が高かった。

③ ジオバルでの調査結果



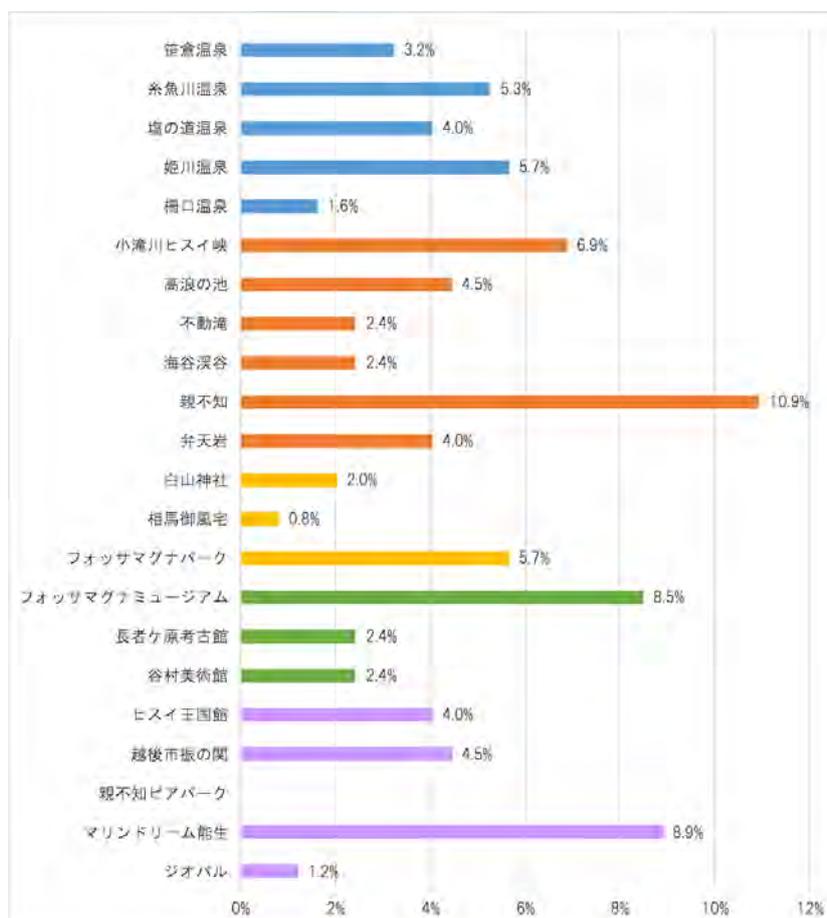
ジオバルでは、「親不知」の認知度が最も高く、次いで「フォッサマグナミュージアム」「小滝川ヒスイ峡」「マリンドリーム能生」の順だった。

④ マリンドリーム能生での調査結果



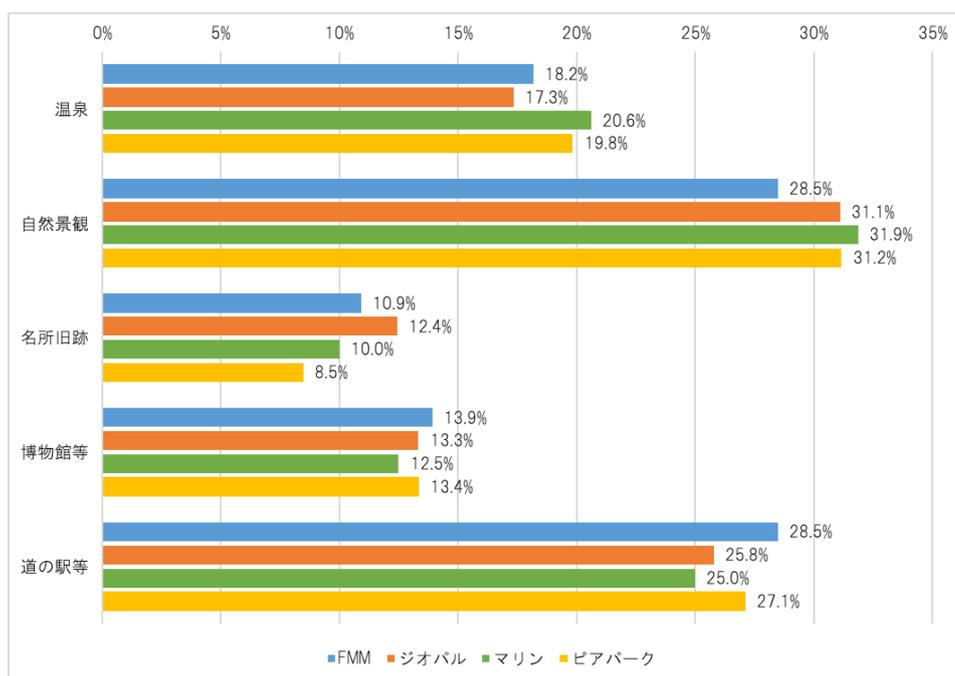
マリンドリーム能生では、「親不知」の認知度が最も高く、次いで「フォッサマグナミュージアム」の順だった。

⑤ 親不知ピアパークでの調査結果



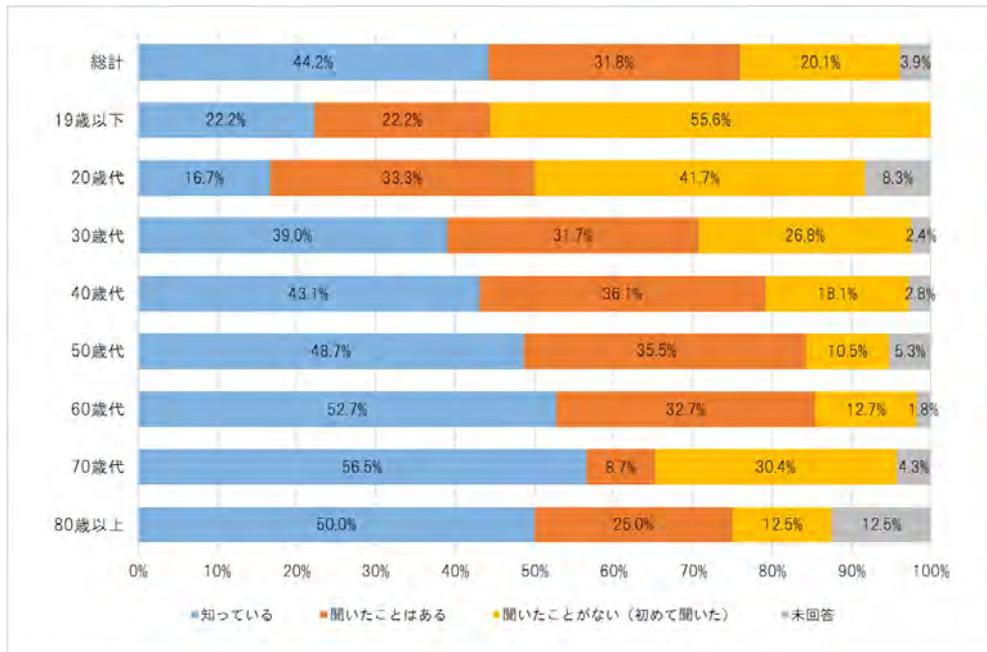
親不知ピアパークでは、「親不知」の認知度が最も高く、次いで「マリンドリーム能生」「フォッサマグナミュージアム」の順だった。

⑥ カテゴリー別集計



カテゴリー別では、どの調査ポイントでも「自然景観」の割合が高く、次いで「道の駅等」の順だった。

13. 糸魚川ジオパークの認知度



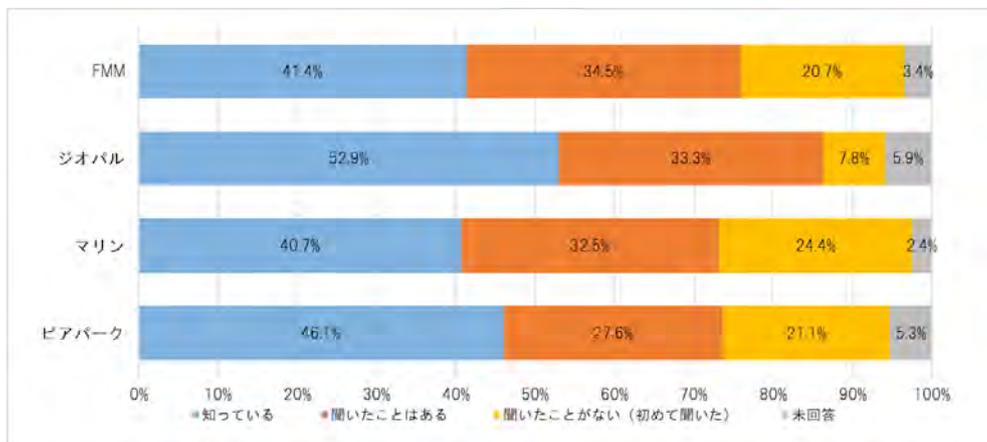
① 全体

全体では、「知っている」「聞いたことはある」をあわせ、76.0%の回答があった。

② 年代別

「初めて聞いた」方が20歳代で41.7%、70歳代で30.4%だった。年代が上がるにつれ「知っている」の割合が増えている。

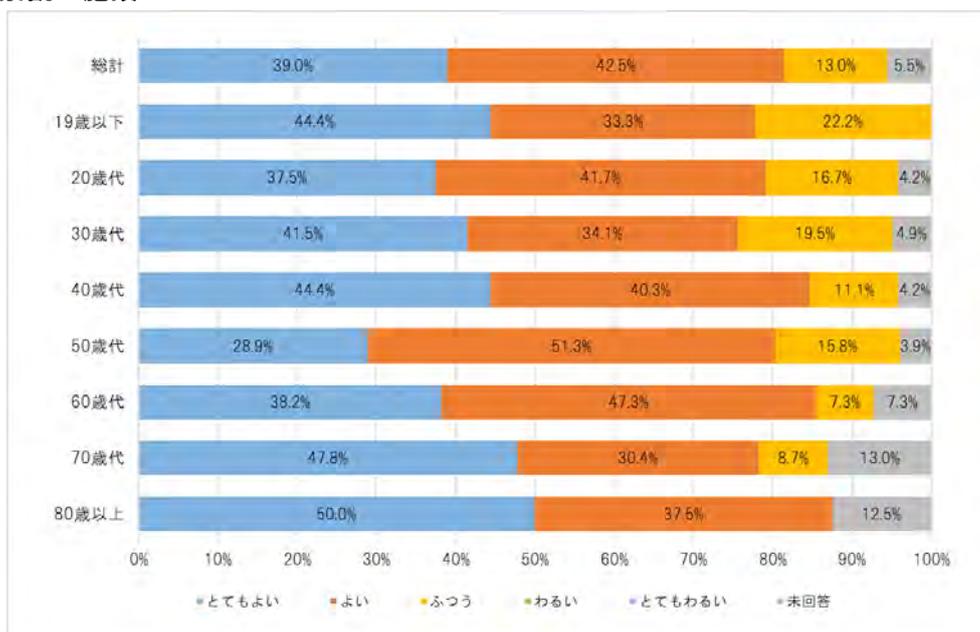
③ 調査ポイント別



ジオパルでは52.9%の方が「知っている」と回答している。また、「初めて聞いた」の割合も最も少ない。

14. 印象・満足度

① 景観・施設



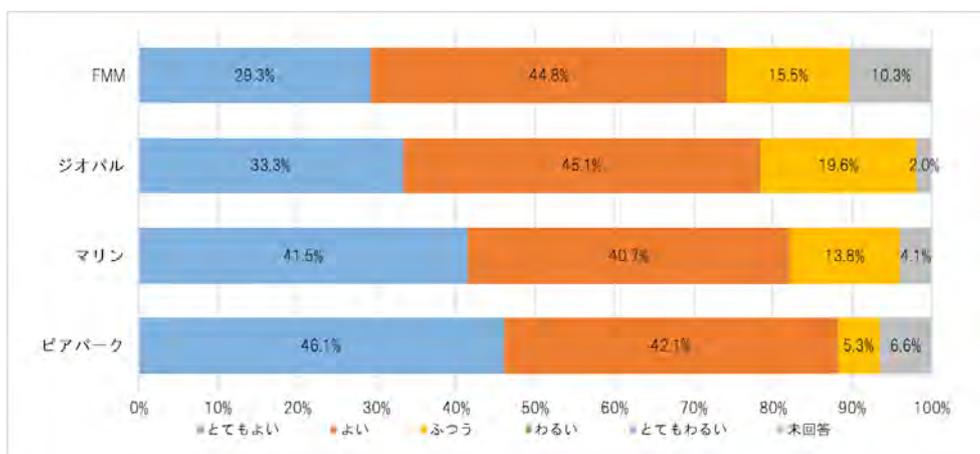
(1) 全体

全体では「とてもよい」「よい」を合わせて 81.5%の方が満足している回答となった。

(2) 年代別

どの年代でも概ね7～8割の方が「とてもよい」「よい」と回答している。

(3) 調査ポイント別



② お店の対応



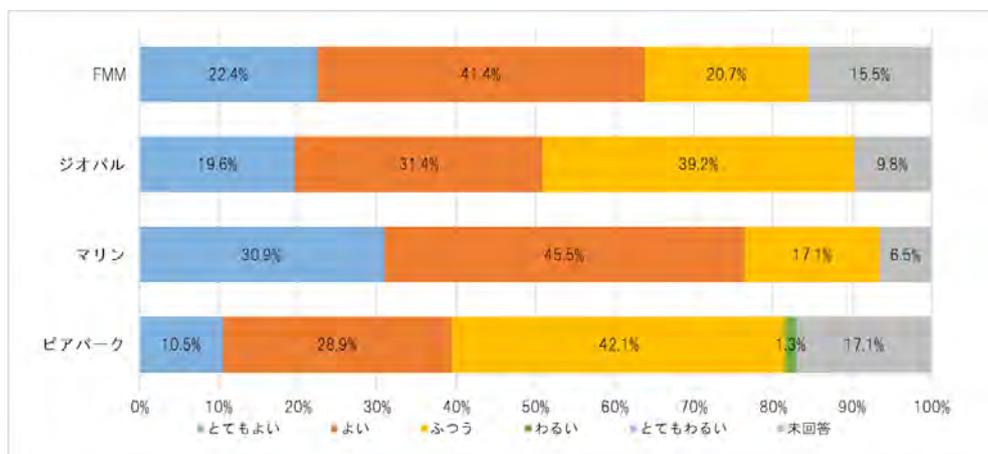
(1) 全体

「とてもよい」「よい」で60.7%となった。

(2) 年代別

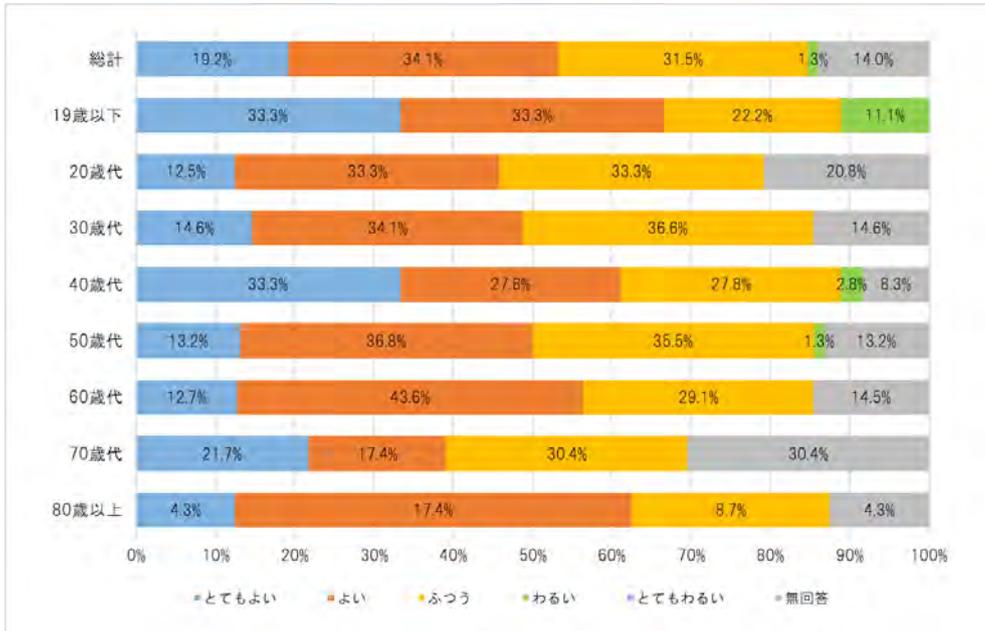
40歳代で「とてもよい」が38.9%と高い割合となった。

(3) 調査ポイント別



マリンドリーム能生は「とてもよい」「よい」で76.4%と満足度が高かった。

③ お土産



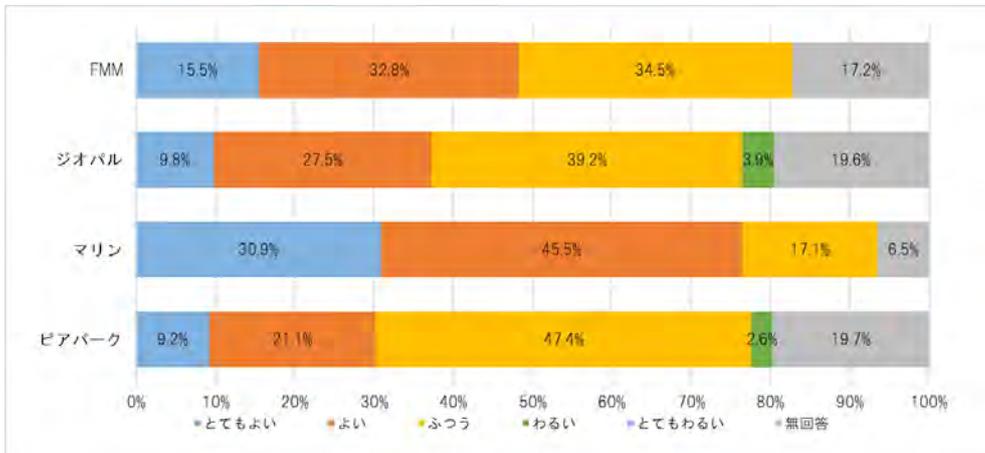
(1) 全体

「よい」「とてもよい」の回答が53.3%と半数以上だった。

(2) 年代別

40歳代では「とてもよい」の割合が33.3%と高かった。

(3) 調査ポイント別



マリンドリーム能生の満足度が高い結果となった。

④ 自由意見<満足点>

- **自然・景観に関すること**

- ・ 海がとてもきれい
- ・ 景観がいい
- ・ 姫川温泉が気持ちよかった
- ・ ヒスイ探しができる

- **施設**

- ・ 公衆トイレがきれい
- ・ 町なみ、道路（歩道）が広い
- ・ ジオパル目的できました。子供も大人も楽しめるよいところですね。
- ・ 海沿いの道路がキレイに整備されていて車が走りやすい
- ・ 駅で遊べる

- **お店の対応など**

- ・ みんな明るく、やさしい。
- ・ 店員さんがとても親切だった
- ・ 笑顔が素敵。

- **食べ物・お土産**

- ・ 新鮮な海の幸
- ・ カニがうまい
- ・ カニに特化したスタイルが楽しい
- ・ ごはんがおいしい

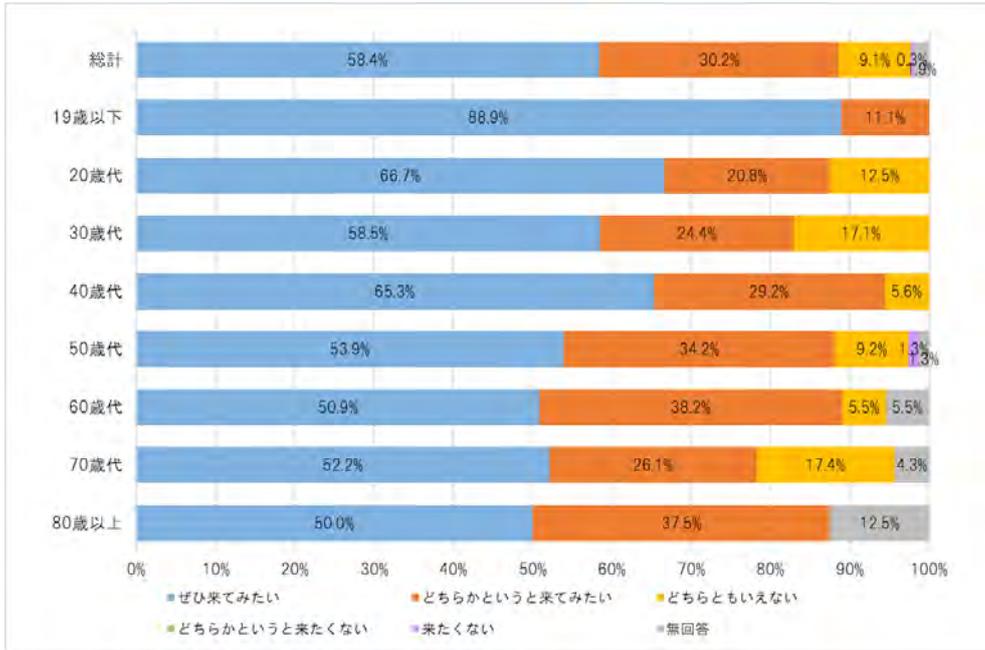
- **その他**

- ・ ジオパークとして積極的にアピールしている

⑤ 自由意見<不満点>

- ・ 市振の道の駅をもう少し充実させてほしい。
- ・ 海岸に降りやすいと良いと思う
- ・ アルプス口に飲食店が少ない
- ・ 駅前に子供連れで気軽に入れるお店があると嬉しい。
- ・ 土産売り場が少ない。
- ・ ミュージアム・駅からの二次交通
- ・ 日帰りの温泉がない
- ・ お土産アピールをもっとうまくやって欲しい
- ・ 高速バスなど直接来れる手段がない。関西からは新幹線しかない。
- ・ フォッサマグナ とても良いのでもっと宣伝した方がよい

15. 再来訪の意向



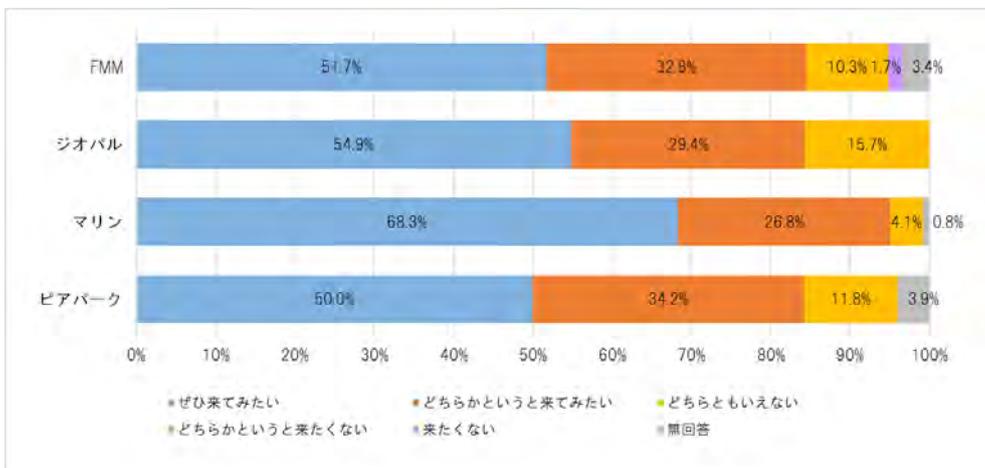
① 全体

全体では、「ぜひ来てみたい」「どちらかという来てみたい」をあわせ 88.6%の方が再来訪の意向を示している。

② 年代別

どの年代別でも、概ね「ぜひ来てみたい」「どちらかという来てみたい」の割合が高い。

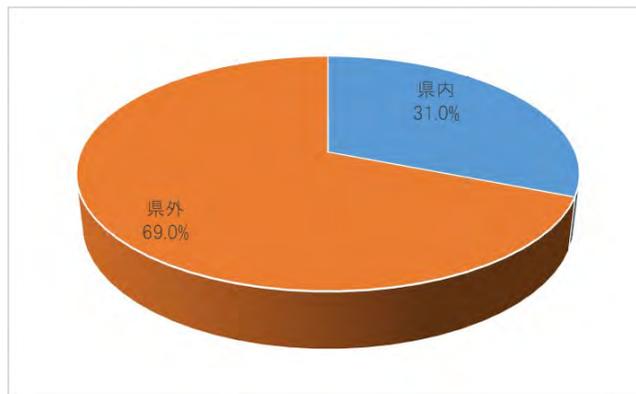
③ 調査ポイント別



どの調査ポイントでも「ぜひ来てみたい」の割合が50%を超えているが、マリンドリーム能生では68.3%と高い割合となっている。

III. 調査結果<冬期>

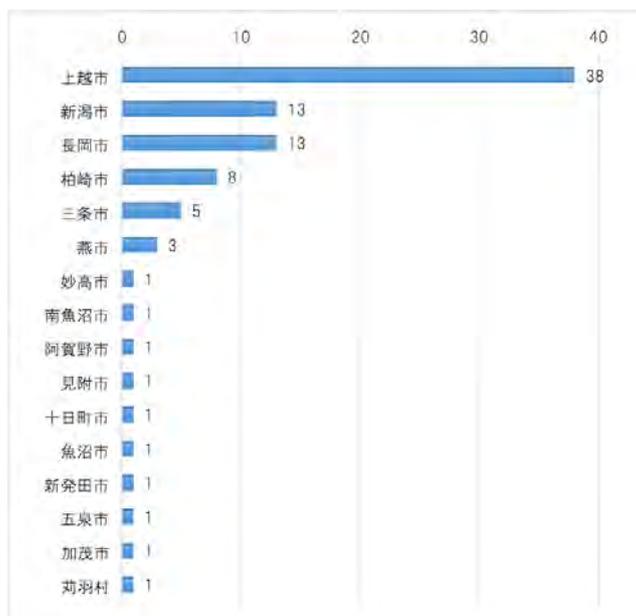
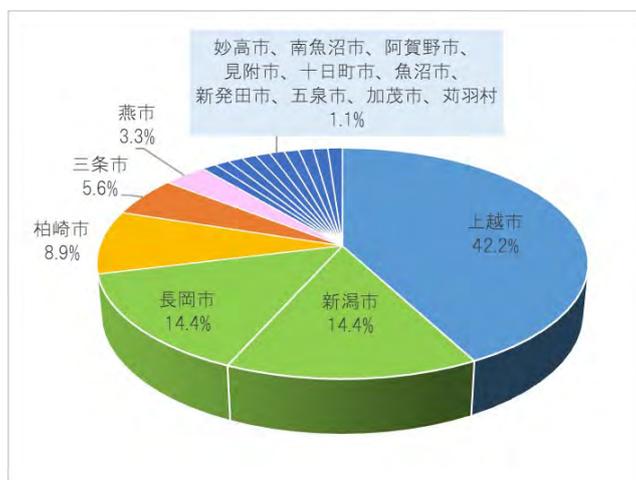
1. 居住地



① 全体

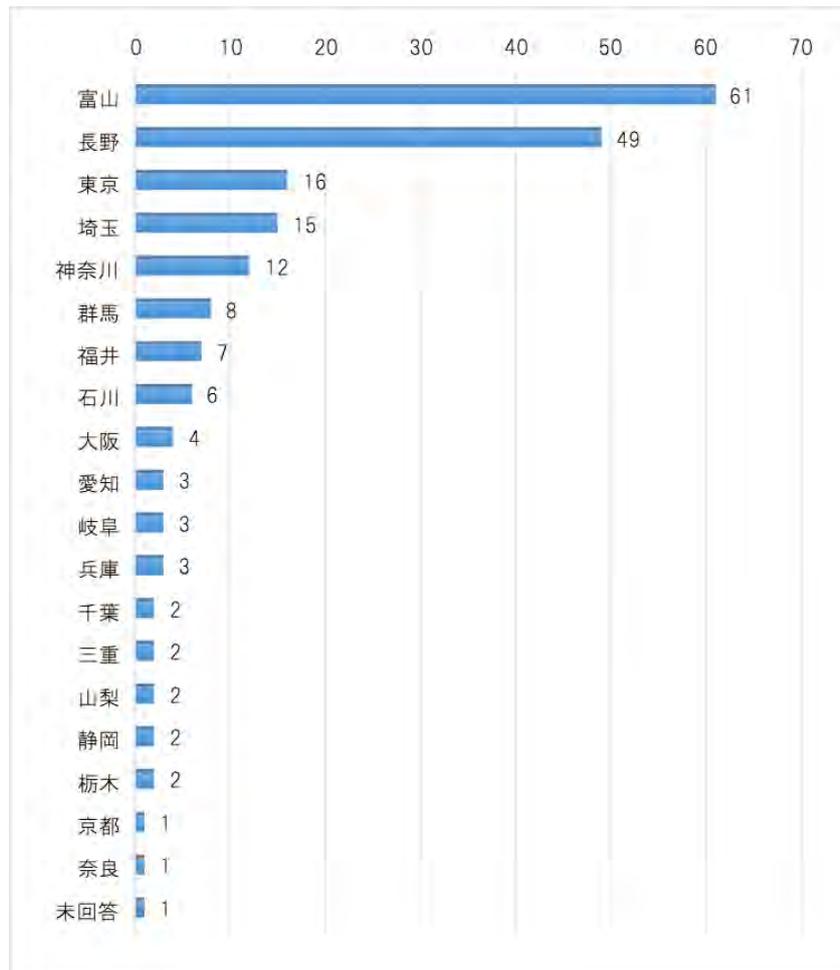
県内から 31.0%、県外から 69.0%の割合だった。

② 新潟県内 内訳

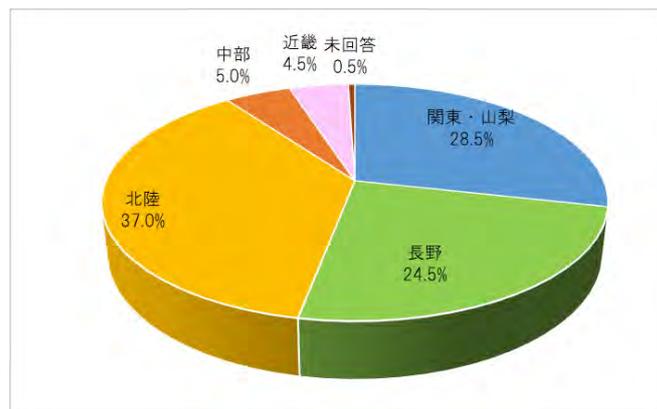


上越市からの来訪が 42.2%、新潟市・長岡市からの来訪が 14.4%だった。

③ 県外からの来訪（都道府県別）

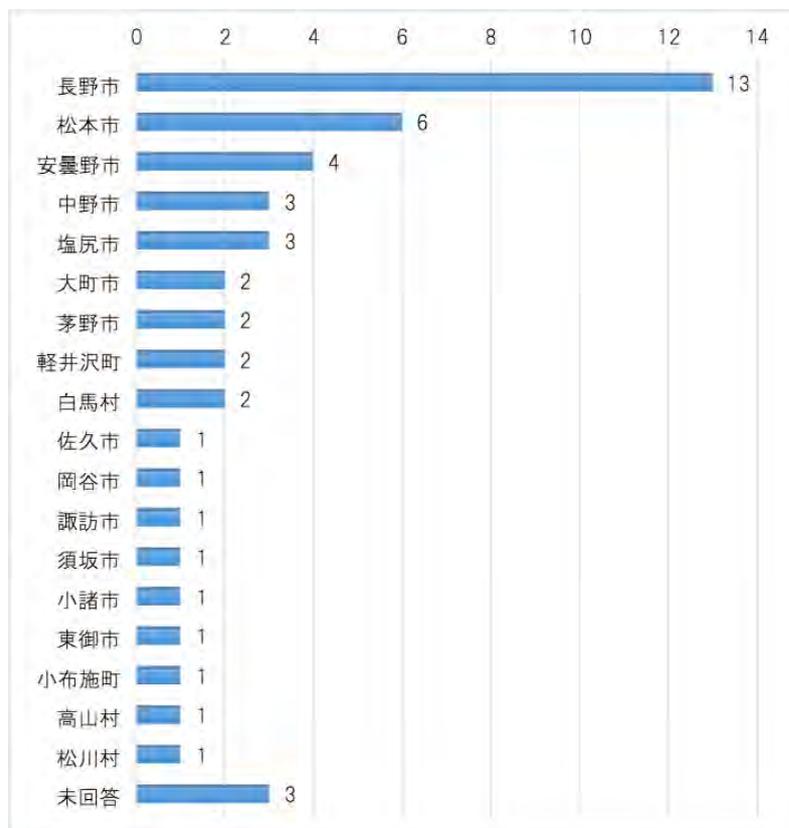


● 地方別



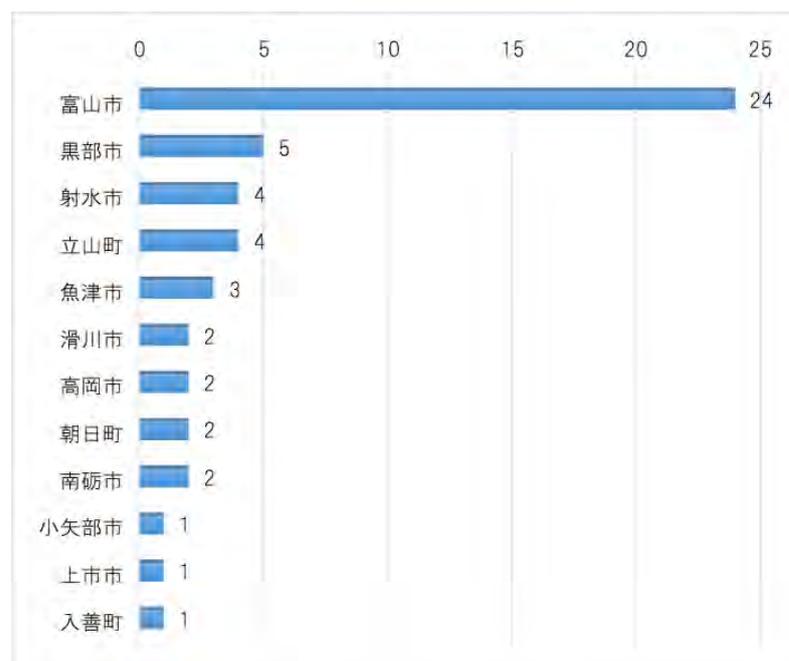
都道府県別では「富山」が最も多く、次いで「長野」だった。地方別では「北陸」37.0%、「関東・山梨」28.5%、「長野」24.5%の来訪があった。

④ 長野県からの来訪（市町村別）



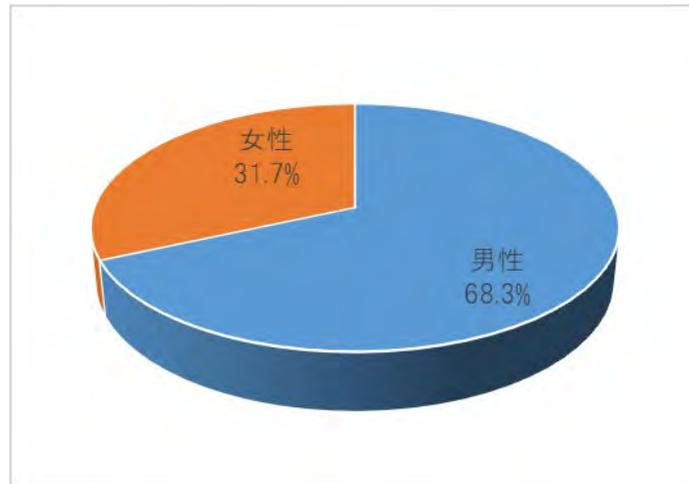
長野県内からの来訪は、「長野市」が最も多く、次いで「松本市」の順だった。

⑤ 富山県からの来訪（市町村別）

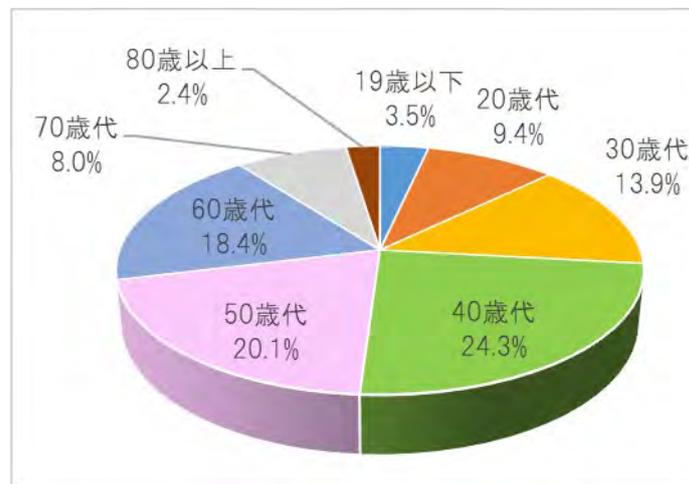


富山県内からの来訪は、「富山市」が最も多く、次いで「黒部市」の順だった。

2. 性別

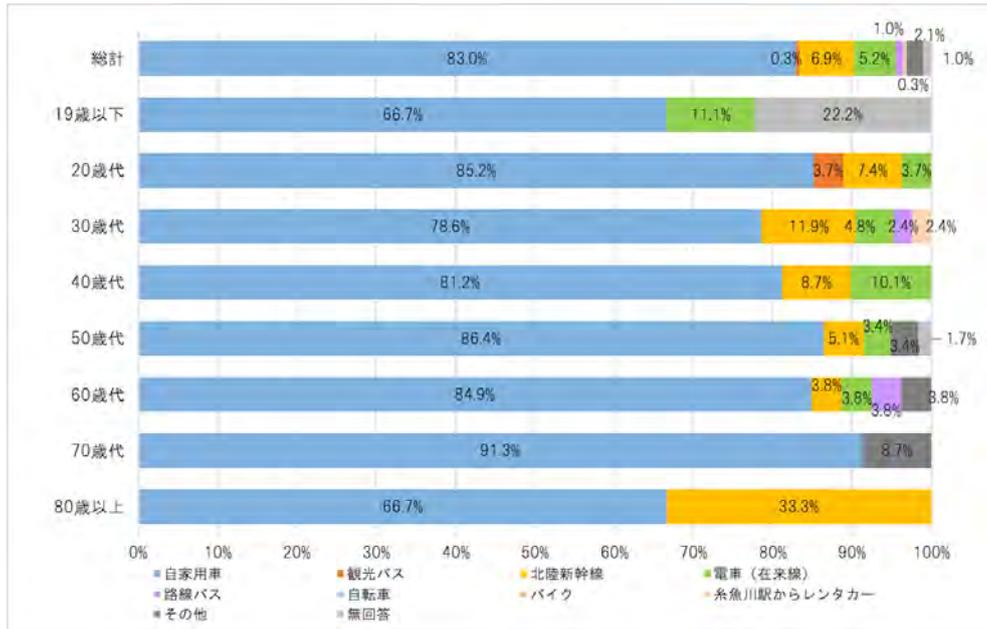


3. 年代



年代別では40歳代・50歳代・60歳代の割合が多かった。この3つの年代で62.8%とおよそ3分の2を占めた。

4. 交通手段



① 全体

全体では、83.0%が「自家用車」を利用している。次いで「北陸新幹線」「在来線」と続く。

② 年代別

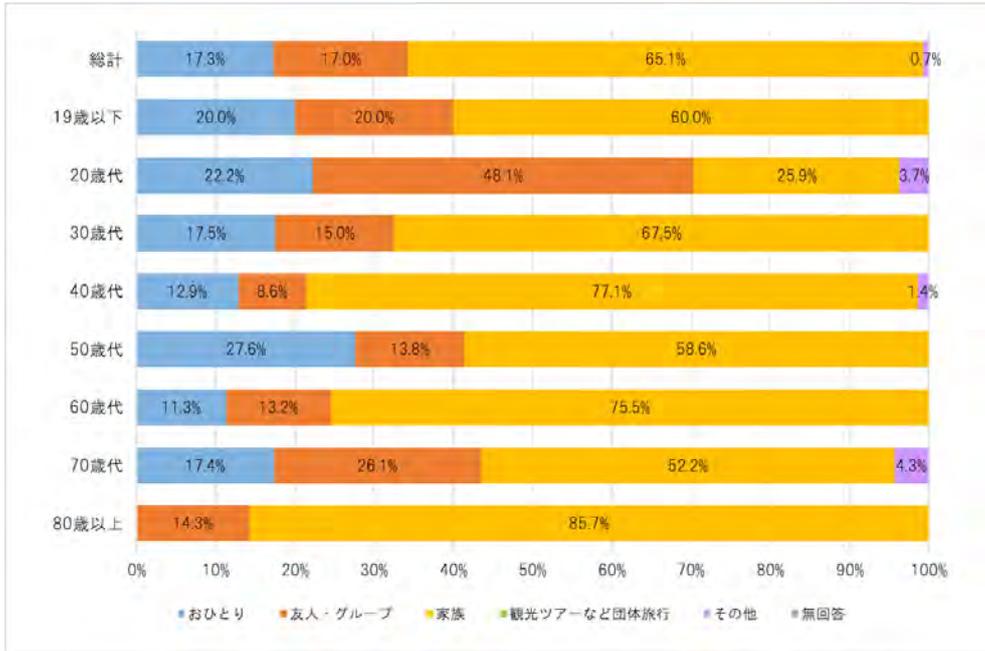
どの年代も「自家用車」の割合が高いが、「北陸新幹線」「在来線」の利用があることがわかる。

③ 調査ポイント別



全般的に「自家用車」の利用が多いが、フォッサマグナミュージアム、ジオパルでは「北陸新幹線」の利用者もあった。また、ジオパルでは「在来線」の利用が23.7%あった。

5. 同行者



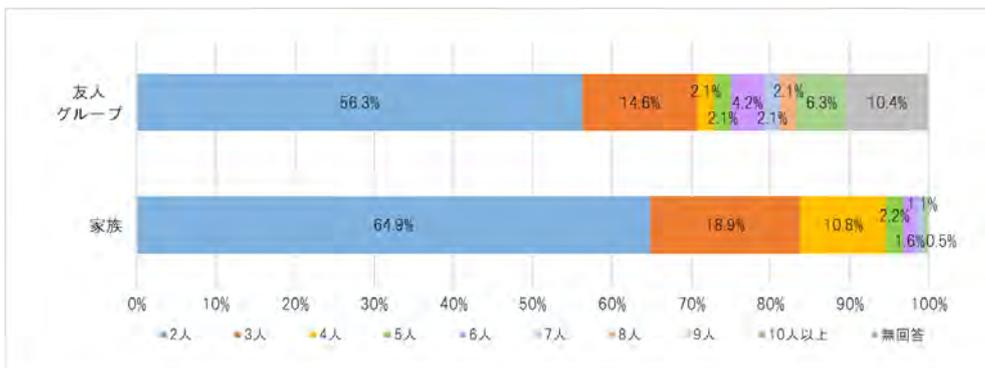
① 全体

全体では、65.1%の方が「家族」で来訪されていた。次いで、「友人・グループ」・「おひとり」がほぼ同じ割合だった。

② 年代別

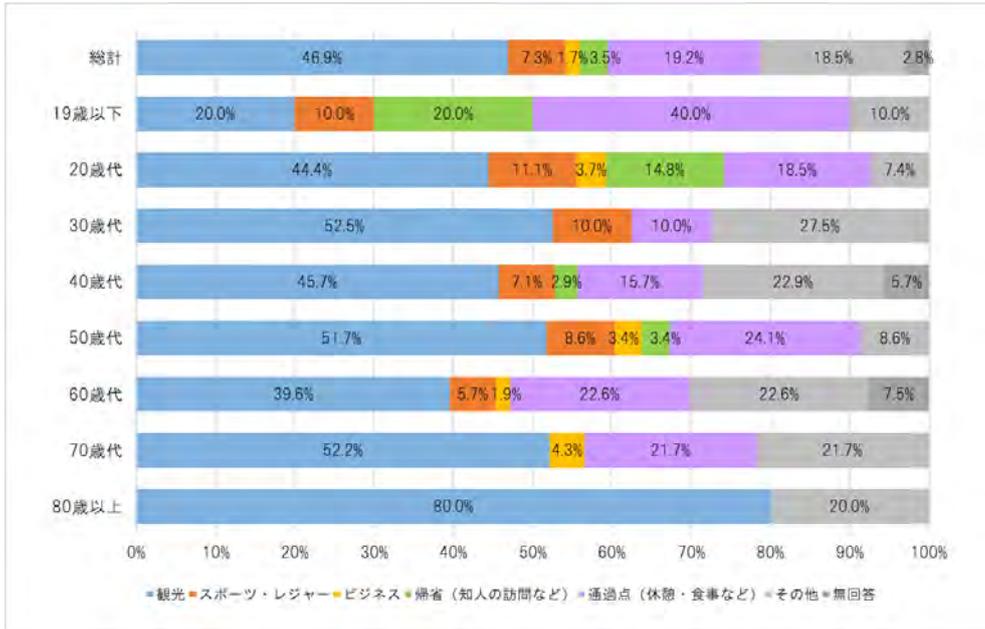
20歳代は「友人・グループ」が48.1%と約半数だった。30歳代以上では「家族」と一緒という方が多い。

● 「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」の方は2人の割合が56.3%だった。「家族と一緒に」の方も2人が64.9%と割合が高かった。

6. 来訪目的



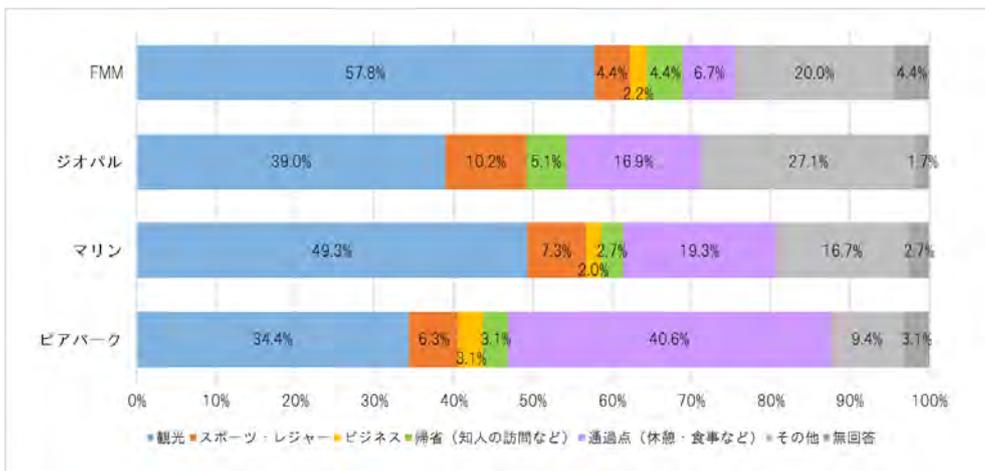
① 全体

全体では、46.9%の方が「観光」目的で来訪されている。一方で「通過点」と回答した方が19.2%あった。

② 年代別

年代別では、どの年代も「観光」目的が多いが、20歳代では21.4%が「通過点」だった。

③ 調査ポイント別

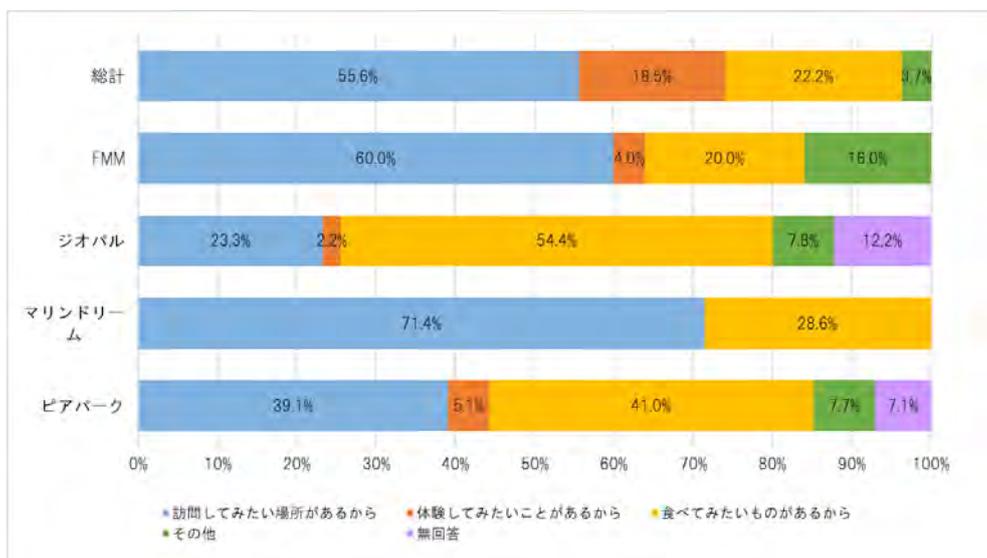


ピアパーク以外の調査ポイントでは「観光」目的が最も多かった。ピアパークでは「通過点」が40.6%だった。

その他の内容は「カニを食べに」「ヒスイ探し」など、より具体的な目的があった。

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。

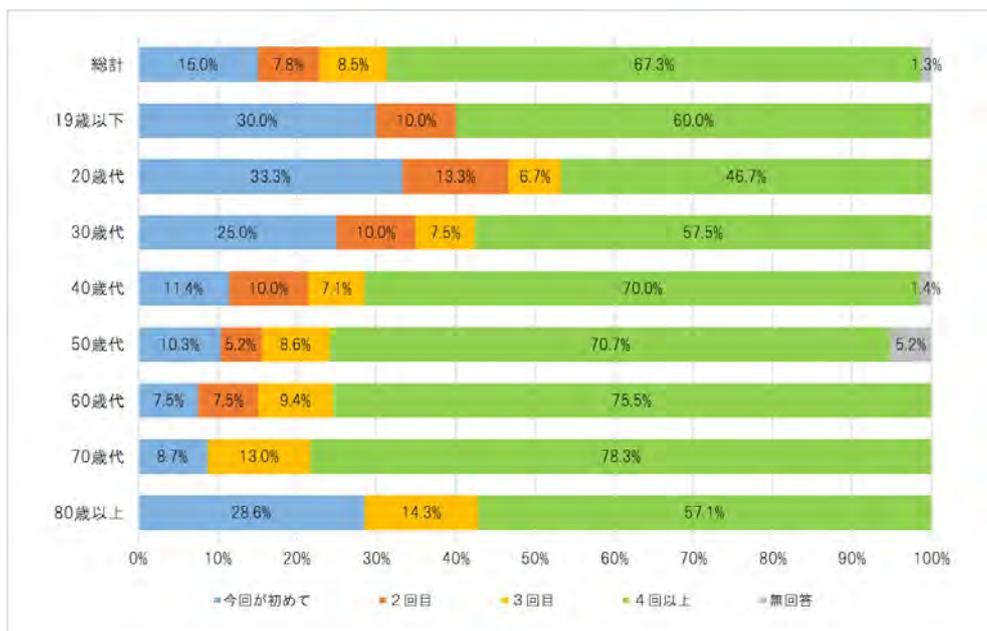


フォッサマグナミュージアムでは「訪問してみたい場所」の割合が高かった。一方、マリンドリームでは「食べてみたいもの」が半数以上を占めていた。

⑤ より具体的な訪問目的

具体的な内容では、「カニを食べに」「ヒスイ探し」が多かった。

7. これまでの来訪回数



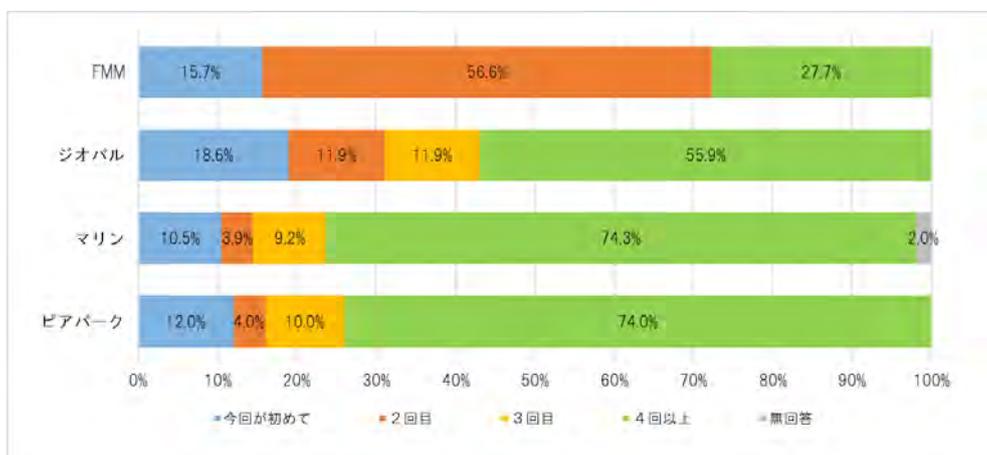
① 全体

全体では67.3%の方が、「4回以上」来訪いただいている。「初めて」という方は15.0%だった。

② 年代別

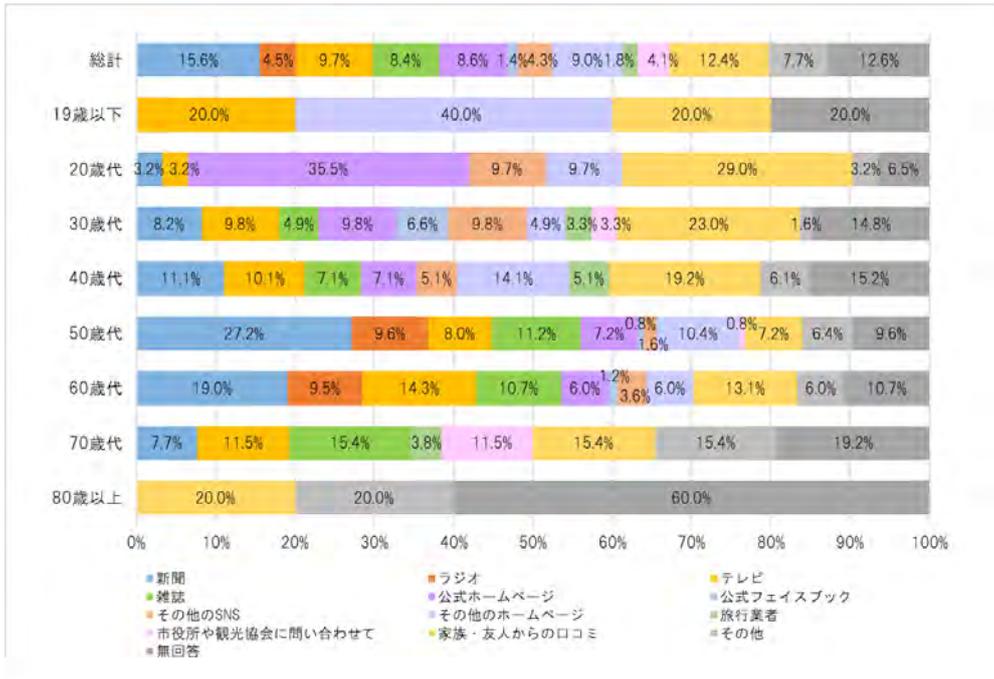
「初めて」の方が20歳代では33.3%、30歳代で25.0%だった。40歳代以上では、「4回以上」が7割を超えていた。

③ 調査ポイント別



フォッサマグナミュージアムでは「2回目」という方が56.6%だった。ジオバルでは、55.9%の方が「4回以上」、マリンドリーム能生・親不知ピアパークではほぼ3分の2の方が「4回以上」の来訪だった。

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38.2%、「公式ホームページ」「公式フェイスブック」などインターネットを通じた情報入手は合わせて23.3%だった。「口コミ」は12.4%だった。

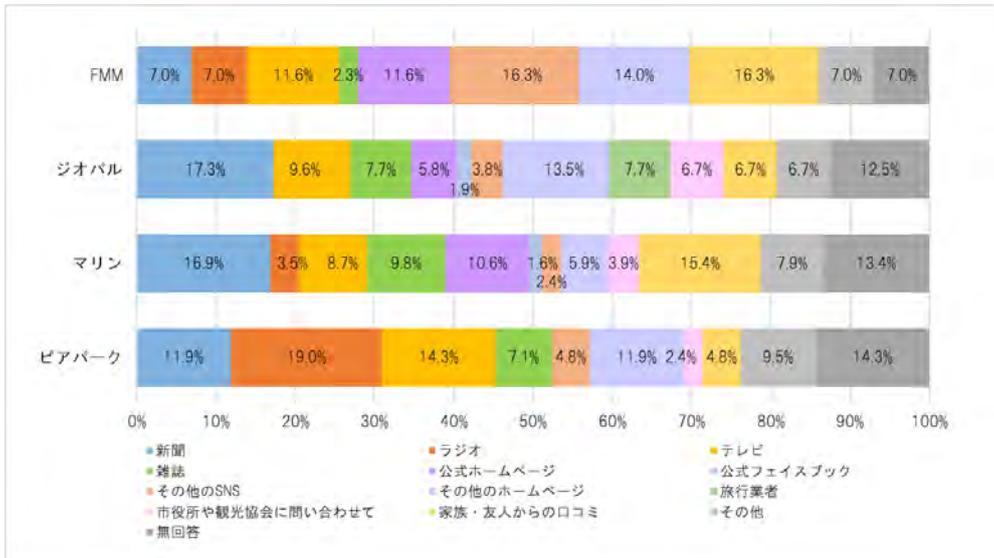
② 年代別

20歳代～40歳代では「口コミ」の割合が目立つ。50歳代では「テレビ」が27.2%とほかの年代よりも多い。

③ その他の内容について

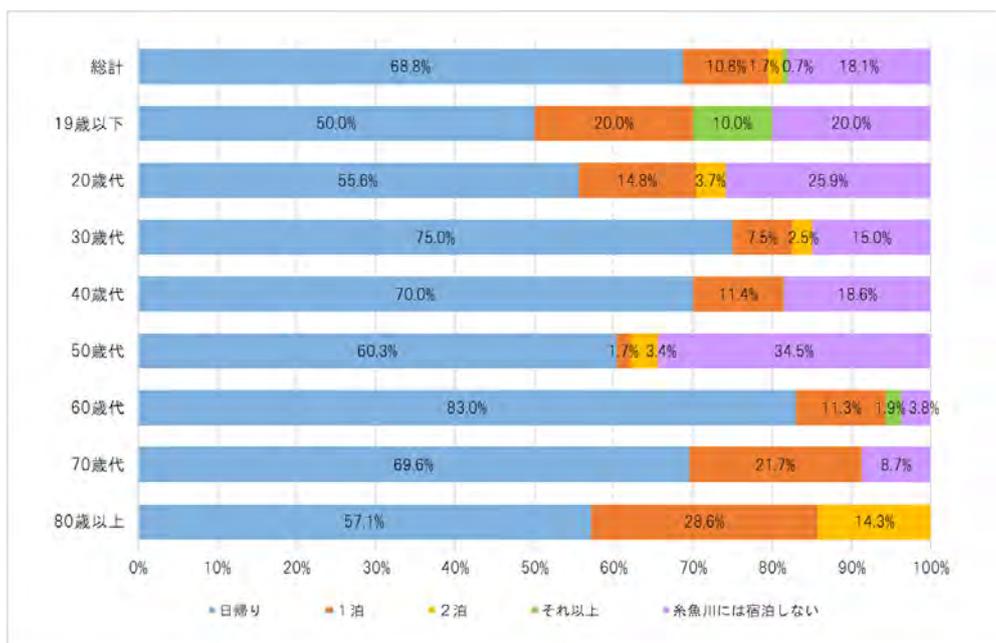
「その他」では、「以前から知っている」が多かった。

④ 調査ポイント別



フォッサマグナミュージアムでは「その他の SNS」と「口コミ」、「その他のホームページ」の順、ジオパルでは「新聞」、「その他の SNS」が13.5%、マリンドリーム能生では「新聞」と「口コミ」、親不知ピアパークでは「ラジオ」「新聞」「その他の SNS」の割合が多く、調査ポイントによって情報入手の手段が少しずつ異なる結果となった。

9. 宿泊・宿泊施設



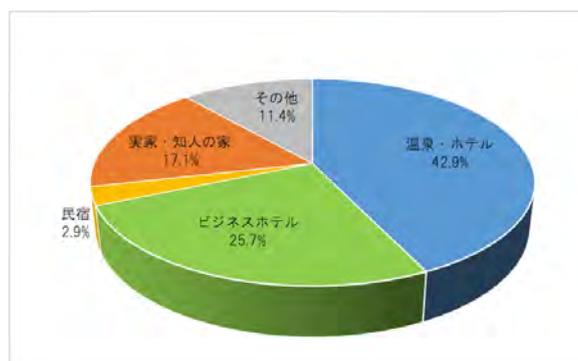
① 全体

「日帰り」の方が68.8%あり、宿泊数にかかわらず「糸魚川に宿泊」の方は10.8%だった。「糸魚川以外に宿泊」の方は18.1%だった。

② 年代別

20歳代～50歳代までは「糸魚川に宿泊」よりも「糸魚川以外で宿泊」の割合が高かった。60歳代以上では、「糸魚川に宿泊」の割合が多くなった。

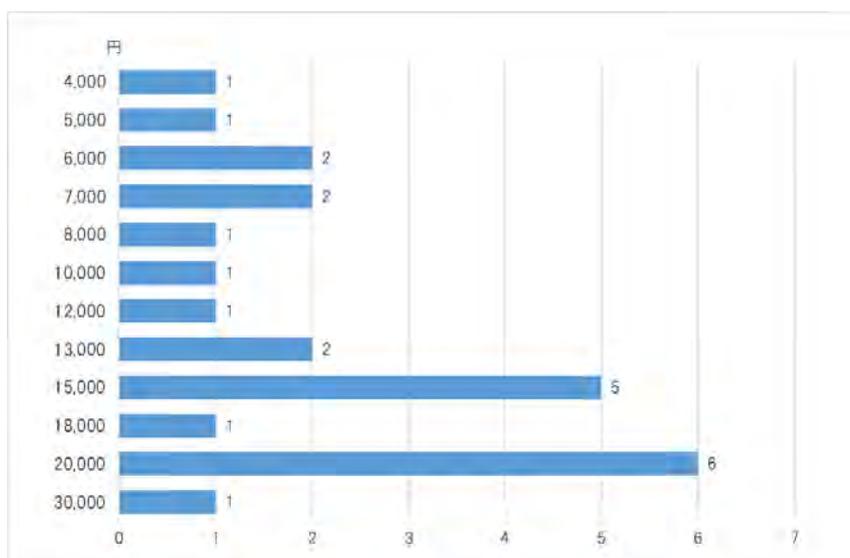
● 市内に宿泊される方に宿泊先をお聞きした



「温泉旅館・ホテル」が42.9%、「ビジネスホテル」が25.7%だった。その他は「車中泊」が多かった。

10. 一人あたりの予算

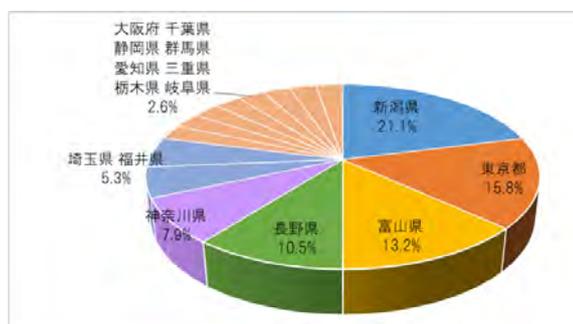
① 宿泊費



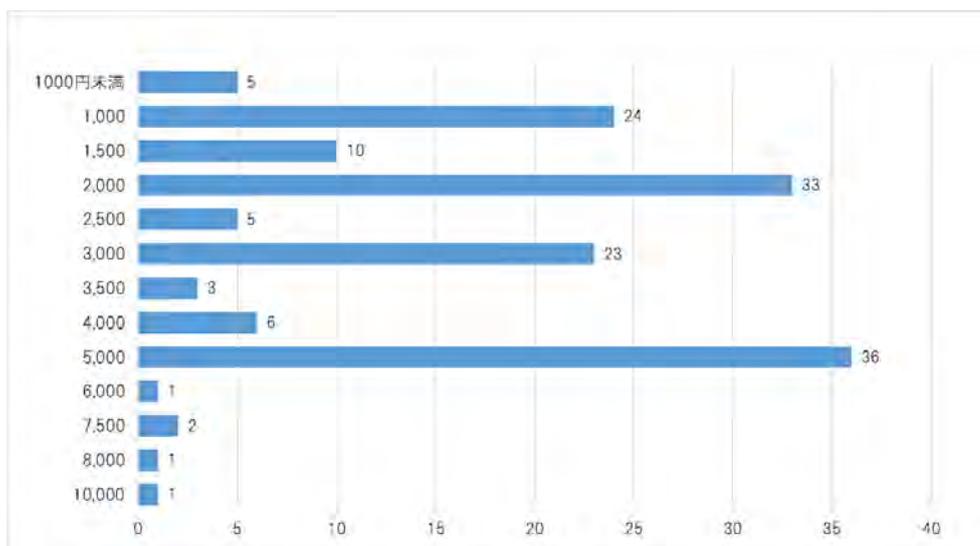
ホテル・旅館・民宿など、宿泊費用が発生する施設での宿泊者データ（回答のあった38サンプル。うち、宿泊費を回答いただいたのは24サンプル）

- **平均金額 15,202 円**
- **宿泊費の合計 1,505,000 円（一人あたり宿泊平均金額×宿泊人数 99 名）**
宿泊費は、「15,000 円」「20,000 円」という方が多かった。

宿泊者の出発地は、県内のほか、富山県、大阪府からの割合が多かった。



② 飲食費

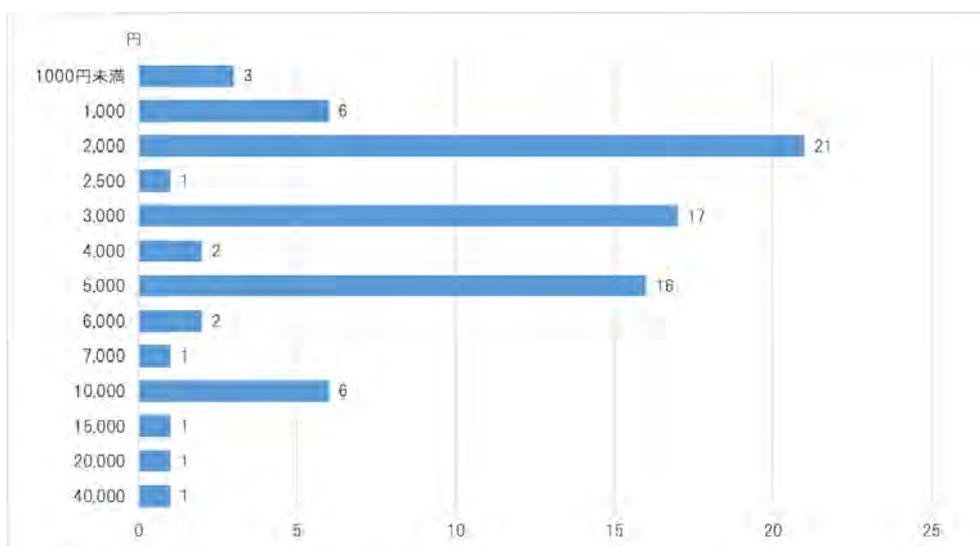


- **平均金額 2,810 円** (回答のあった金額を、一緒に来た人数で割った金額)

金額的には、「5,000 円」「2,000 円」が多く、「1,000 円」「3,000 円」にピークがあった。

具体的なメニューとしては、カニやあんこう、寿司、海鮮丼、刺し身定食などがあがっていた。

③ お土産代



- **平均金額 4,427 円**

金額的には、「2,000 円」「3,000 円」「5,000 円」にピークがあった。

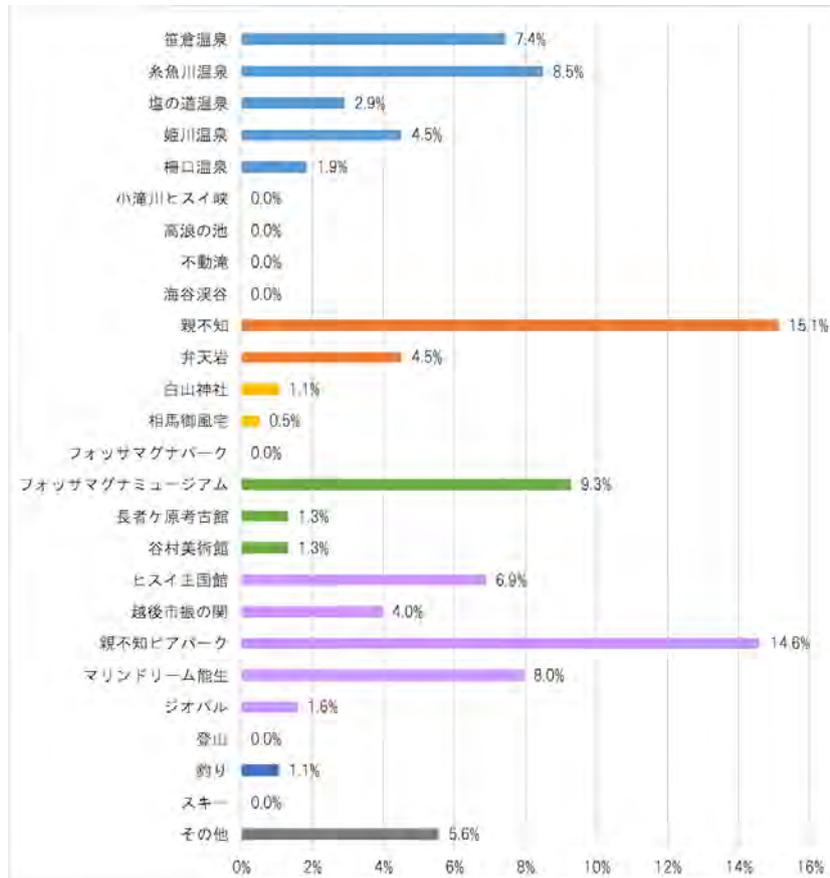
具体的な商品としては、カニや海産物をあげる方が多かったが、酒や米・農産物、お菓子を上げている方もいた。

11. 来訪した場所

注) FMMで調査した際の「FMM」の回答、ジオパルでの「ジオパル」の回答、マリンの「マリン」の回答、ピアパークでの「ピアパーク」の回答は除外した。
また、冬期閉鎖などでアクセスできない場所も除外した

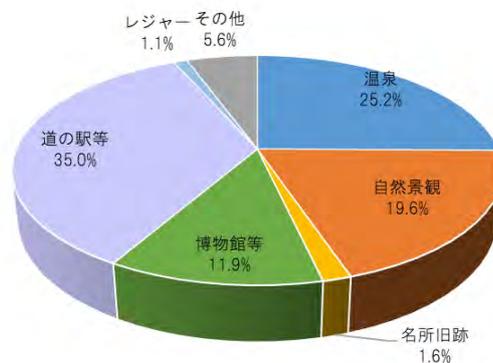
① 全体集計

● 場所別



全体で最も多かった回答は、「親不知」で 15.1%。次いで「親不知ピアパーク」が 14.6%だった。

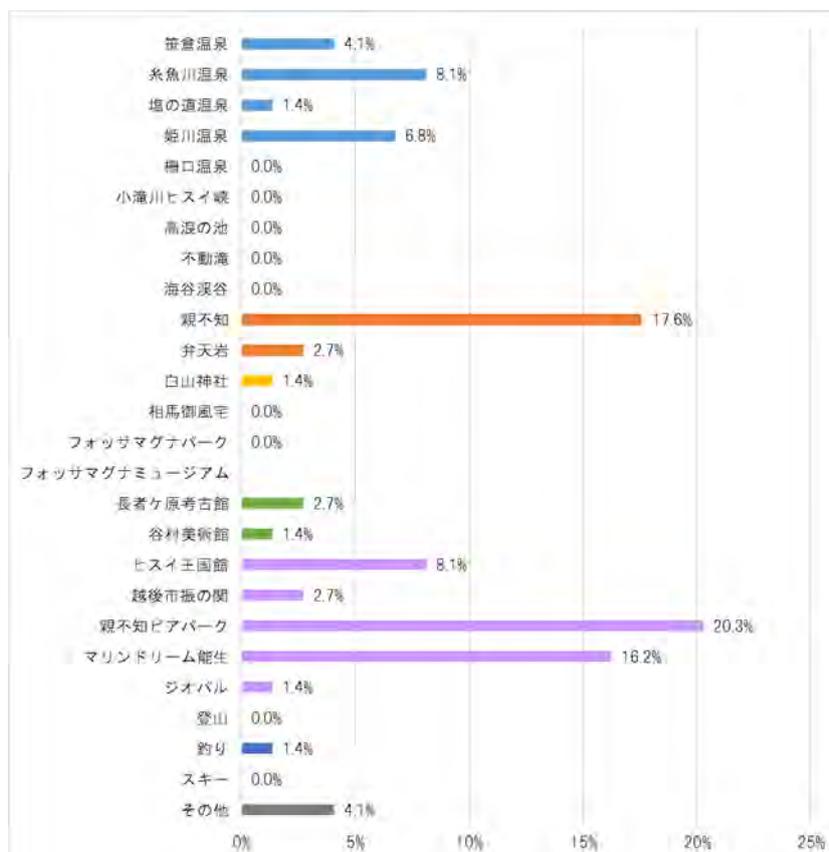
● カテゴリー別



カテゴリー別では「道の駅」が 35.0%、「温泉」が 25.2%だった。

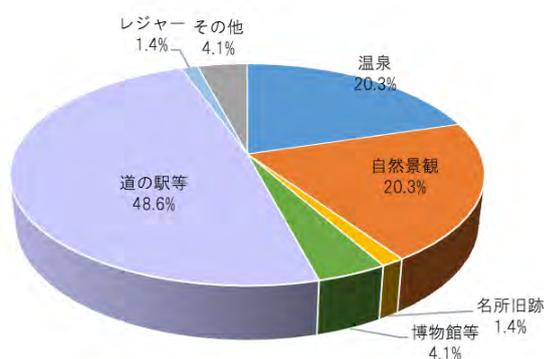
② フォッサマグナミュージアムでの調査結果

● 場所別



フォッサマグナミュージアムの回答で最も多かったのは、「親不知ピアパーク」で20.3%。次いで「親不知」の17.6%、「マリンドリーム能生」の16.2%だった。

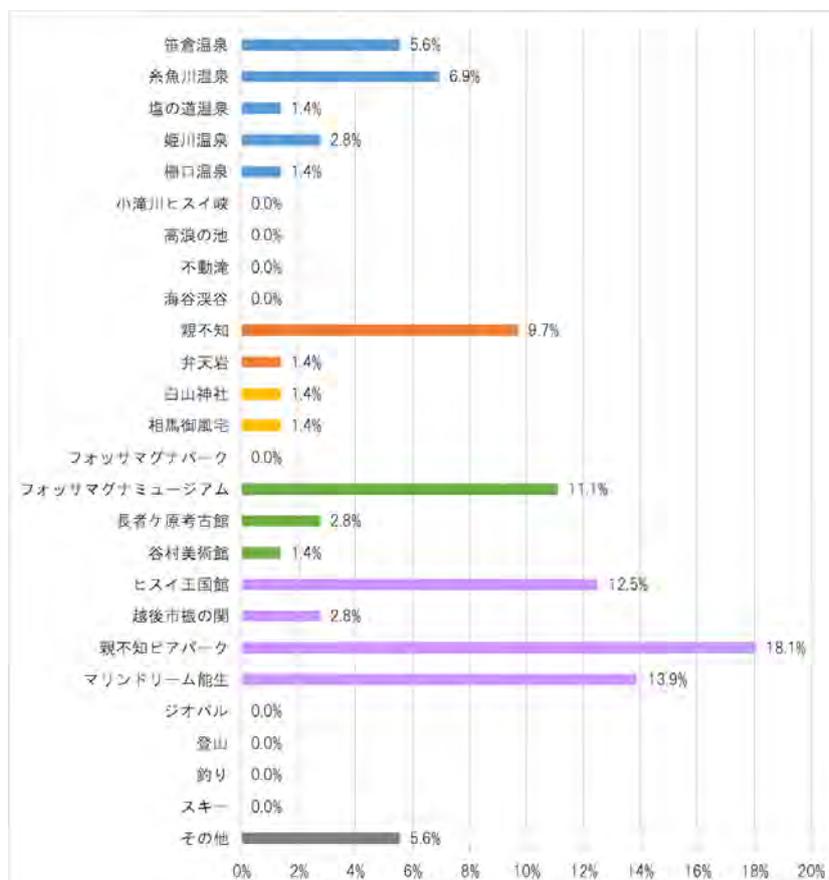
● カテゴリー別



カテゴリー別では、「道の駅」が48.6%、「温泉」「自然景観」が20.3%だった。

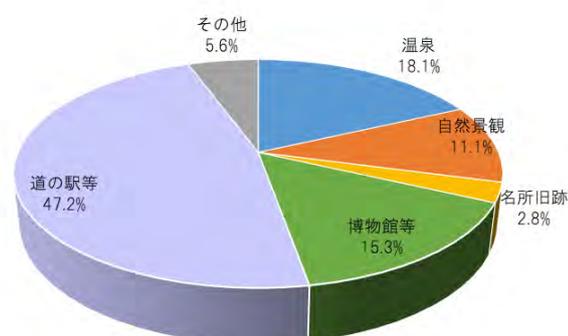
③ ジオバルでの調査結果

● 場所別



ジオバルでは、「親不知ピアパーク」が18.1%と最も多く、次いで「マリンドリーム能生」が13.9%、「ヒスイ王国館」が12.5%だった。

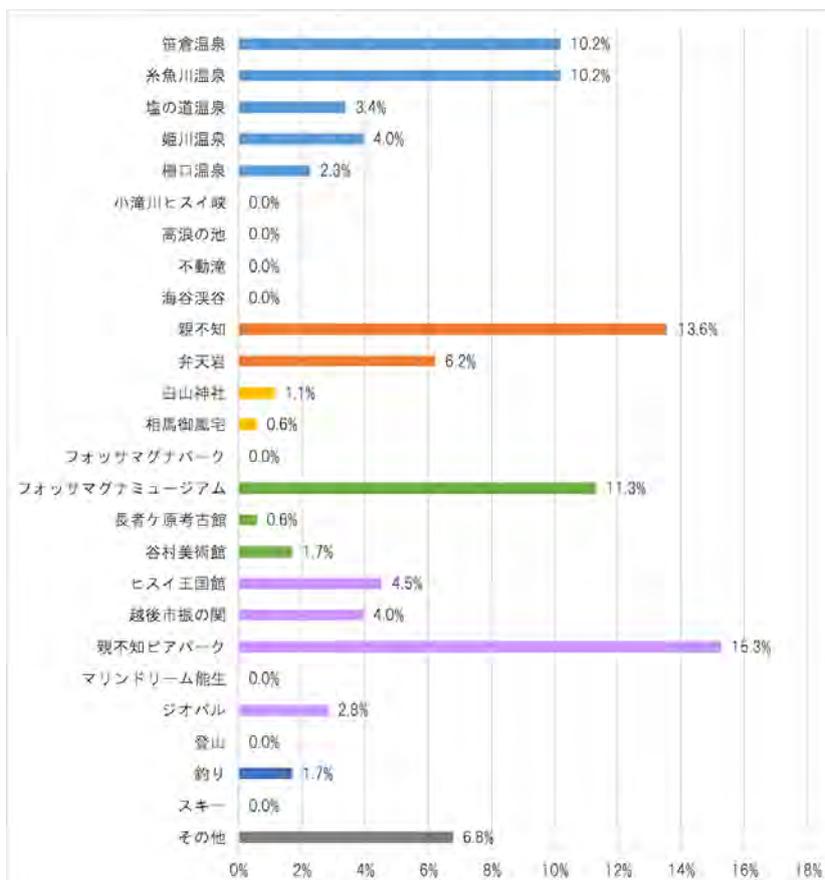
● カテゴリー別



カテゴリー別では、「道の駅」が47.2%を占め、「温泉」が18.1%だった。

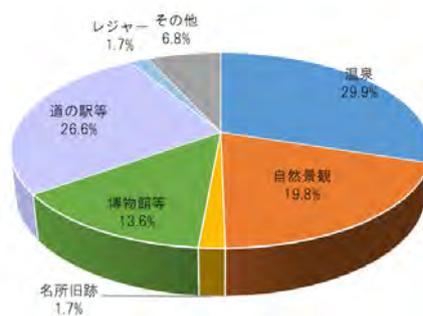
④ マリンドリーム能生での調査結果

● 場所別



マリンドリーム能生では、「親不知ピアパーク」が最も多く 15.3%、次いで「親不知」13.6%、「フォッサマグナミュージアム」11.3%だった。

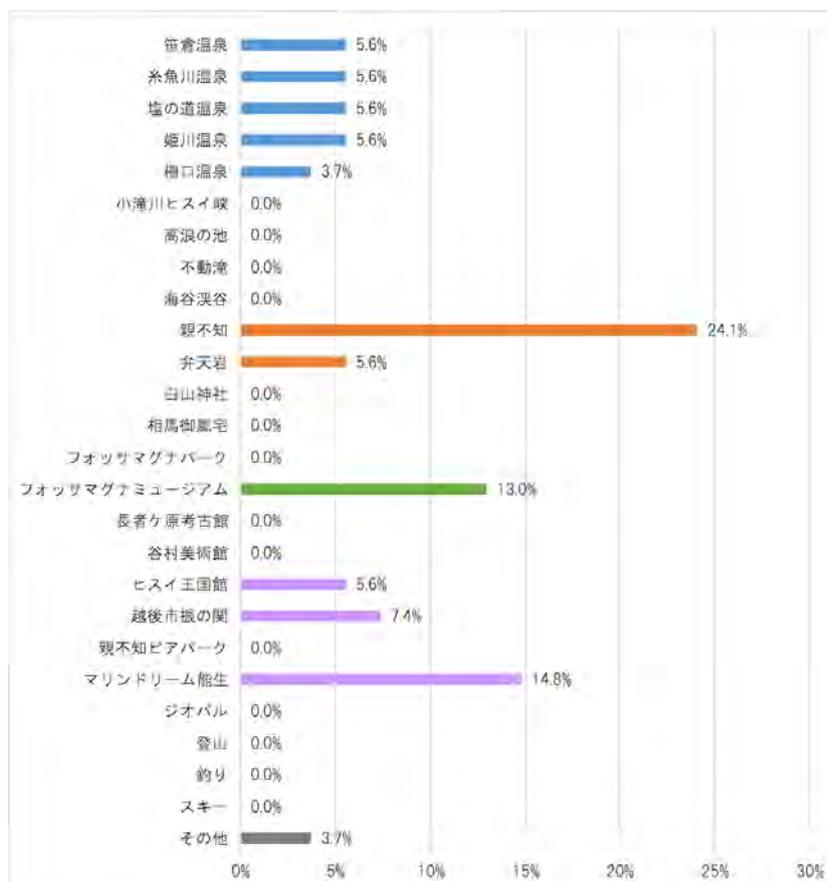
● カテゴリー別



カテゴリー別では、「温泉」が 29.9% を占め、「道の駅等」が 26.6% だった。

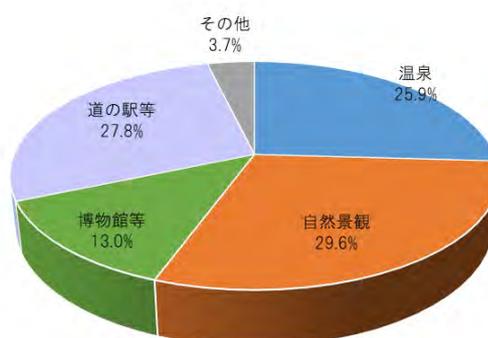
⑤ 親不知ピアパークでの調査結果

● 場所別



親不知ピアパークでは、隣接する「親不知」が 24.1%、「マリンドリーム能生」が 14.8%、「フォッサマグナミュージアム」が 13.0%だった。

● カテゴリー別



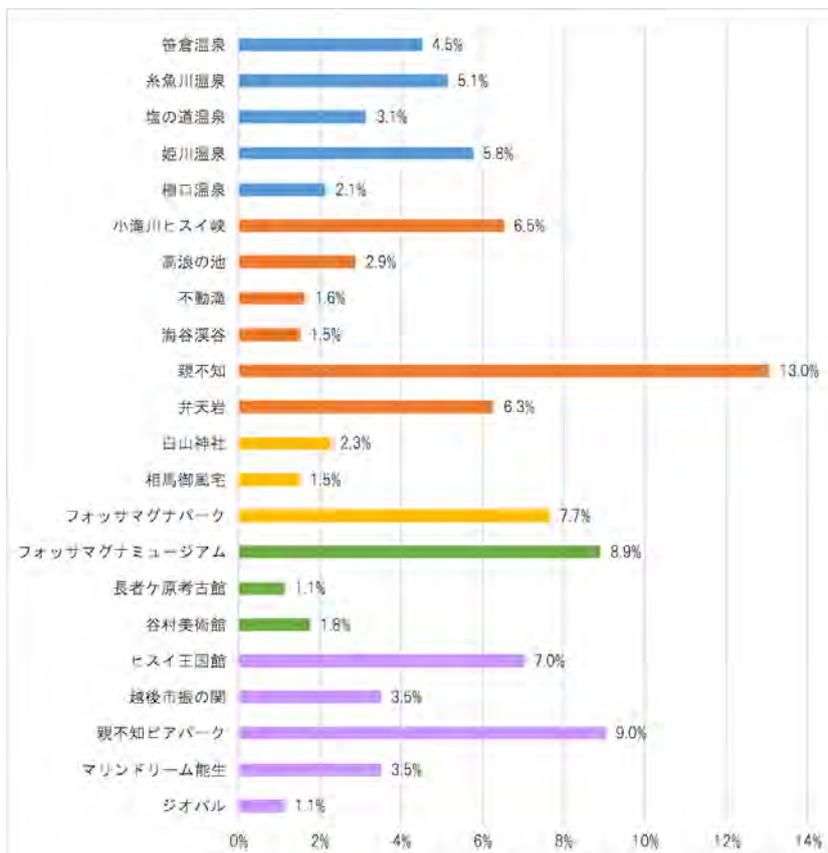
「自然景観」が 29.6%、「道の駅」が 27.8%だった。

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。

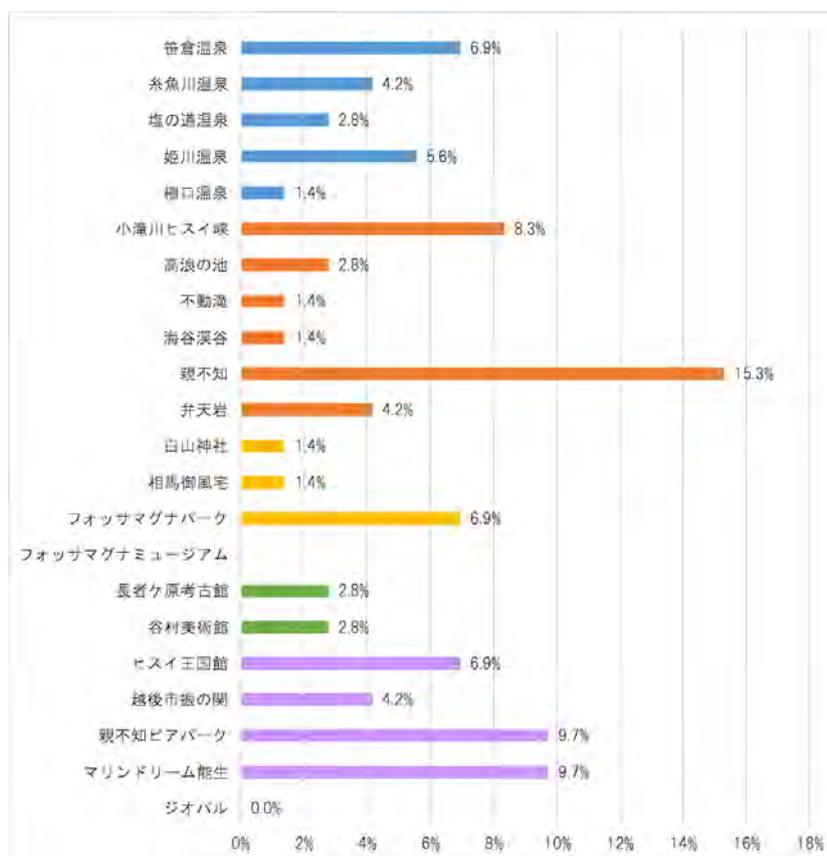
FMMで調査した際の「FMM」の回答、ジオバルでの「ジオバル」の回答、マリンドームでの「マリンドーム」の回答、ピアパークでの「ピアパーク」の回答は除外した。

① 全体集計



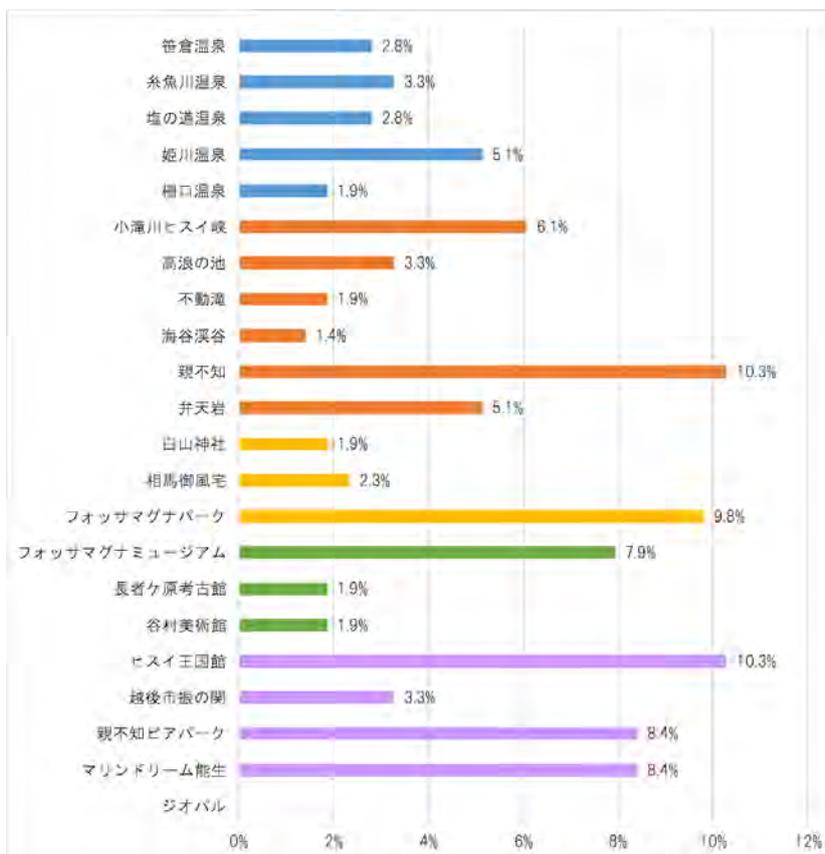
全体では、「親不知」の認知度が高く次いで、「親不知ピアパーク」「フオッサマグナミュージアム」の順となった。

② フォッサマグナミュージアムでの調査結果



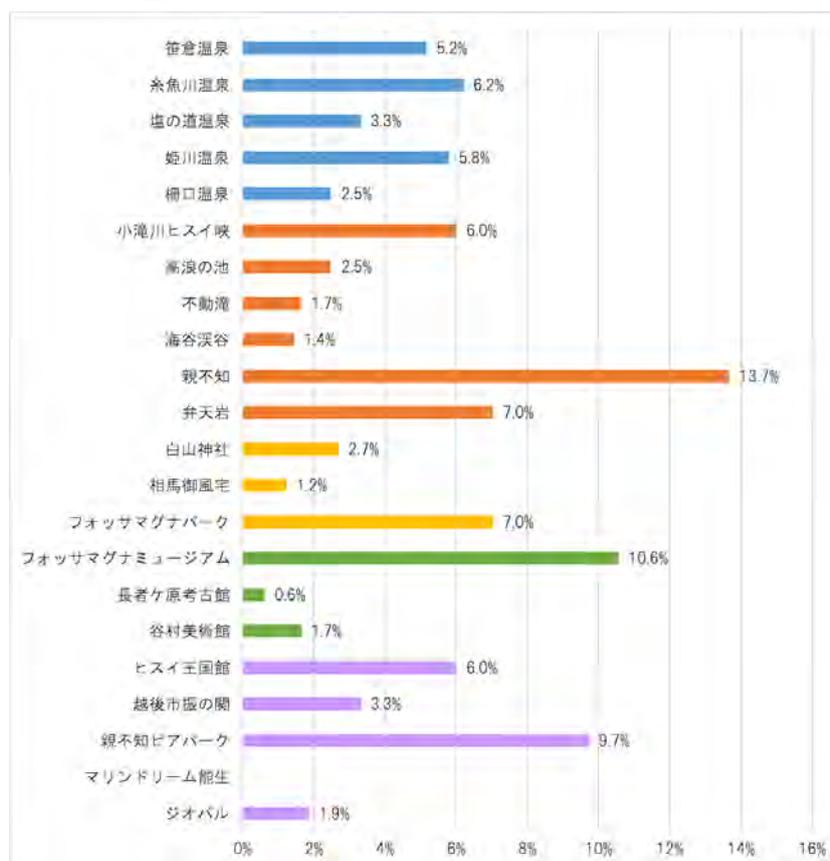
フォッサマグナミュージアムでは、「親不知」の認知度が高く、次いで、「親不知ピアパーク」「マリンドリーム能生」の順となった。

③ ジオバルでの調査結果



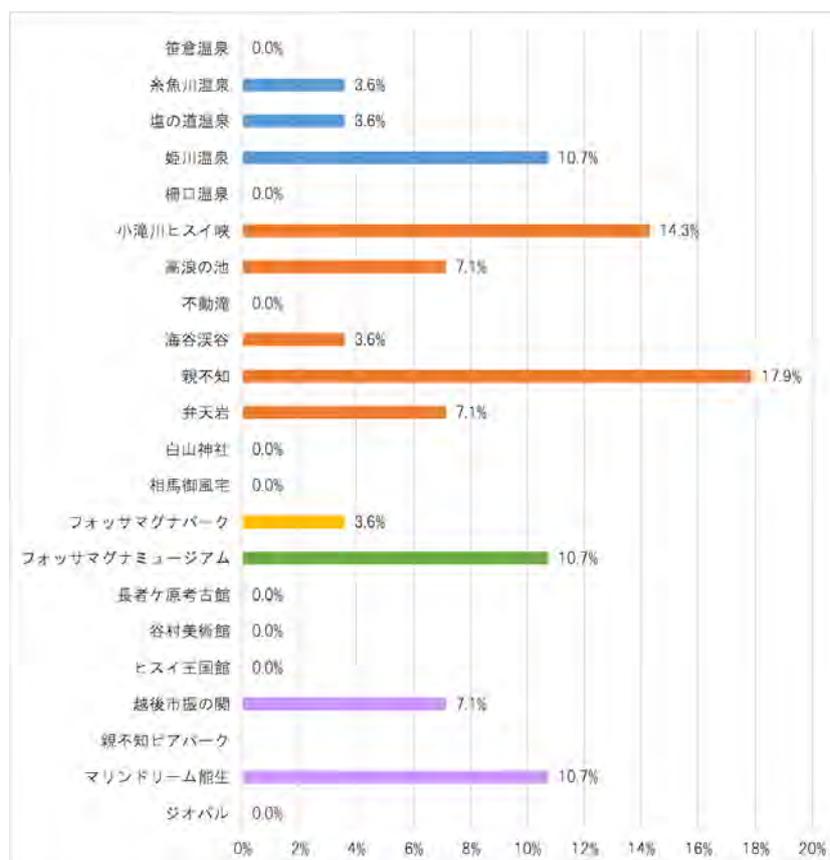
ジオバルでは、「親不知」「ヒスイ王国館」「フォッサマグナパーク」の認知度が高かった。

④ マリンドリーム能生での調査結果



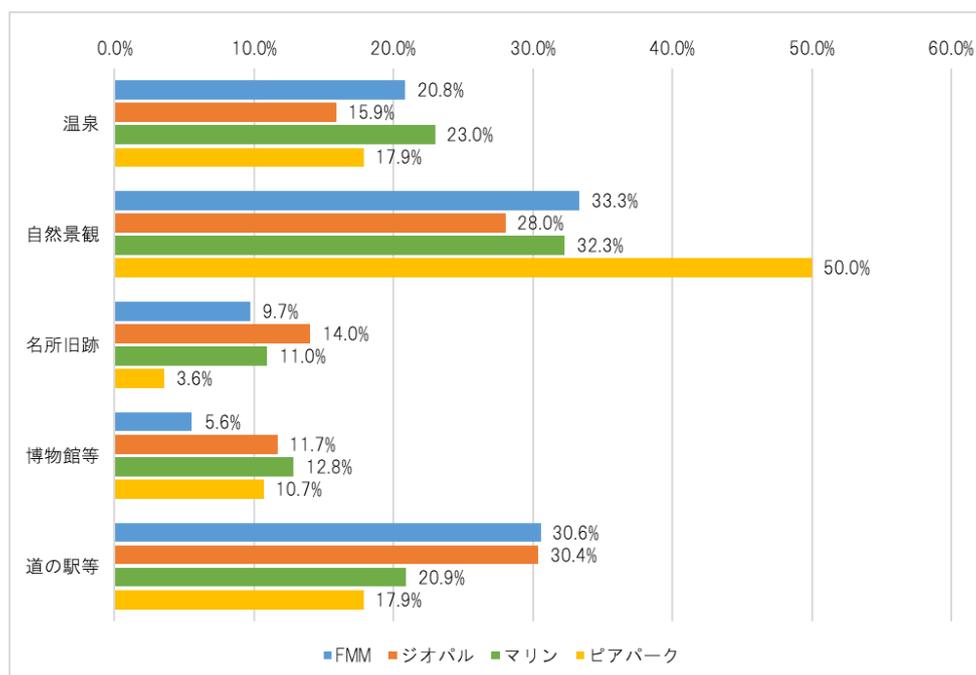
マリンドリーム能生では、「親不知」の認知度が最も高く、次いで「フォッサマグナミュージアム」・「親不知ピアパーク」の順だった。

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」の認知度が高く、次いで「小滝川ヒスイ峡」の順だった。

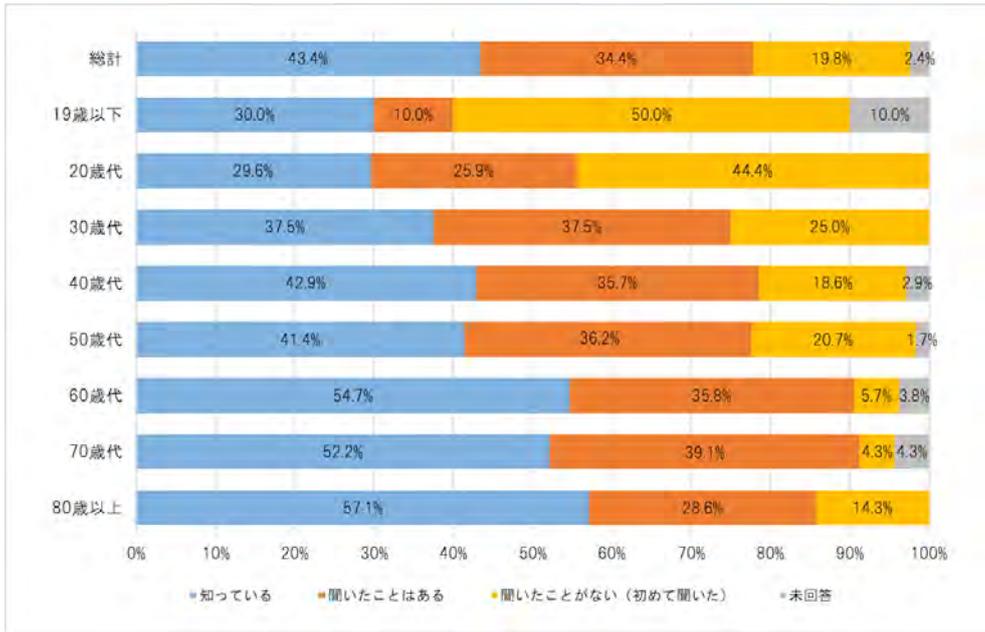
⑥ カテゴリー別集計



調査結果をカテゴリーごとに集計し、調査ポイント別に比較した。

どの調査ポイントでも割合が高いのは「温泉」「自然景観」「道の駅」であった。特にフォッサマグナミュージアムでの「自然景観」の割合と、ジオバルでの「道の駅等」の割合が目立った。

13. 糸魚川ジオパークの認知度



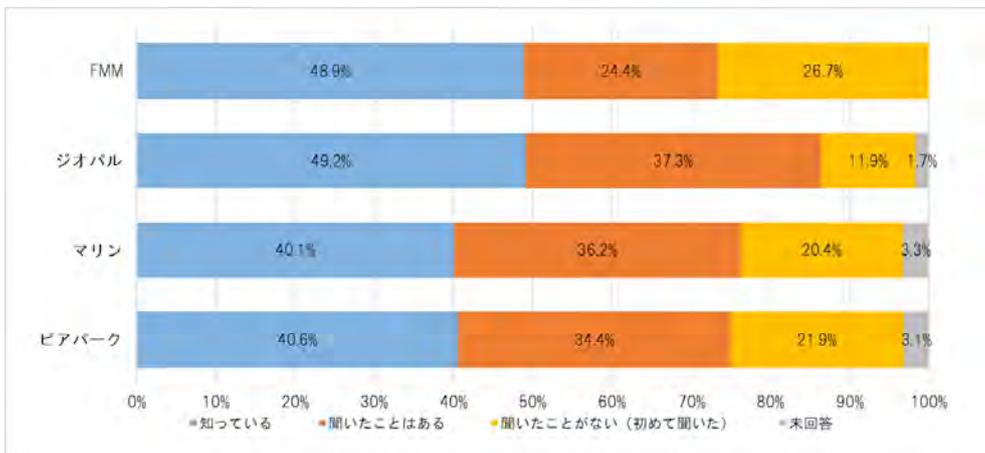
① 全体

全体では、「知っている」「聞いたことはある」をあわせ 77.8%の回答があった。

② 年代別

「初めて聞いた」方が 19 歳以下・20 歳代で割合が高かった。30～50 歳代は「知っている」方が 30%～40%程度だった。

③ 調査ポイント別

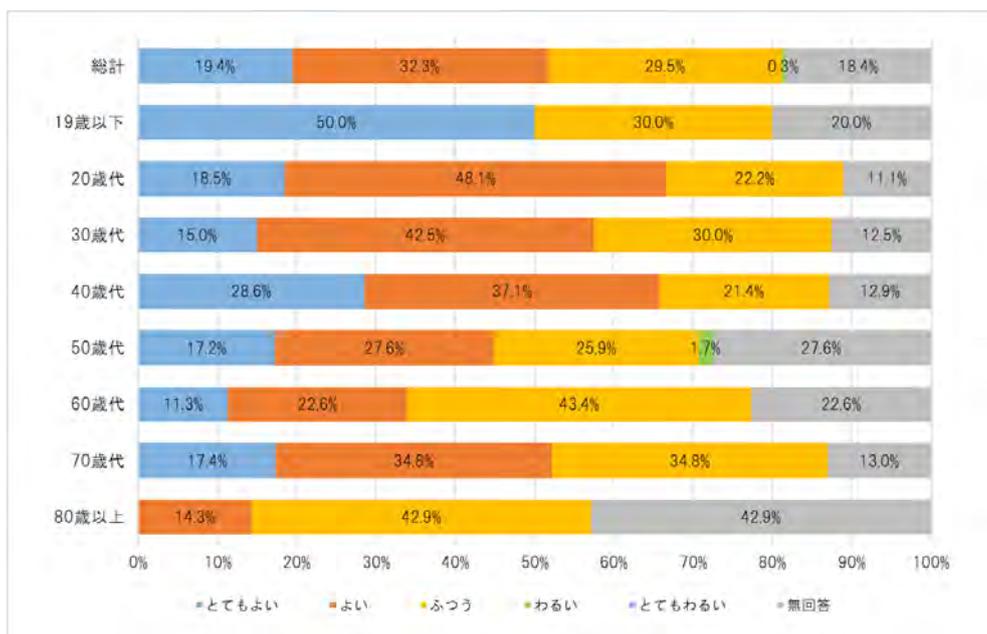


「知っている」方がジオパルでは 49.2%、フォッサマグナミュージアムでは 48.9% だった。

マリンドリーム能生、親不知ピアパークでは同じような割合の傾向となった。

14. 印象・満足度

① 景観・施設



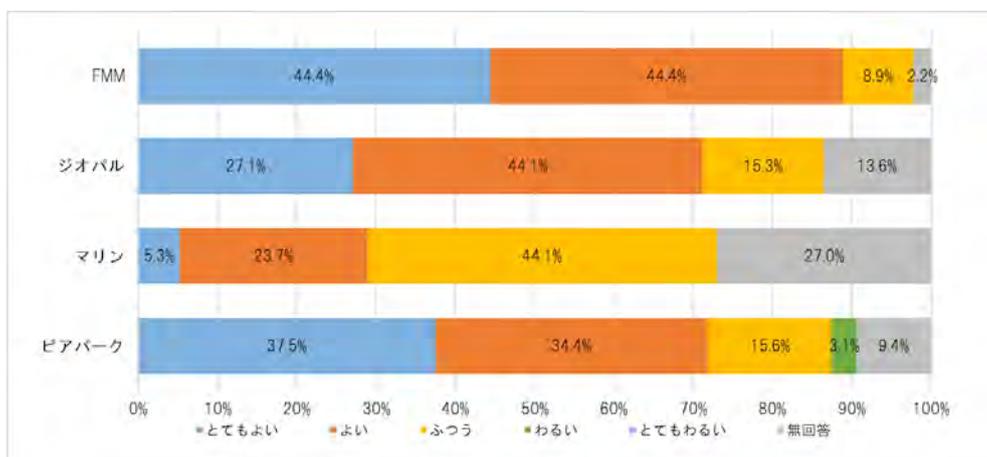
(1) 全体

全体では「とてもよい」「よい」を合わせて 51.7%の方が満足している回答となった。

(2) 年代別

年代により回答割合が違う傾向が見られた。

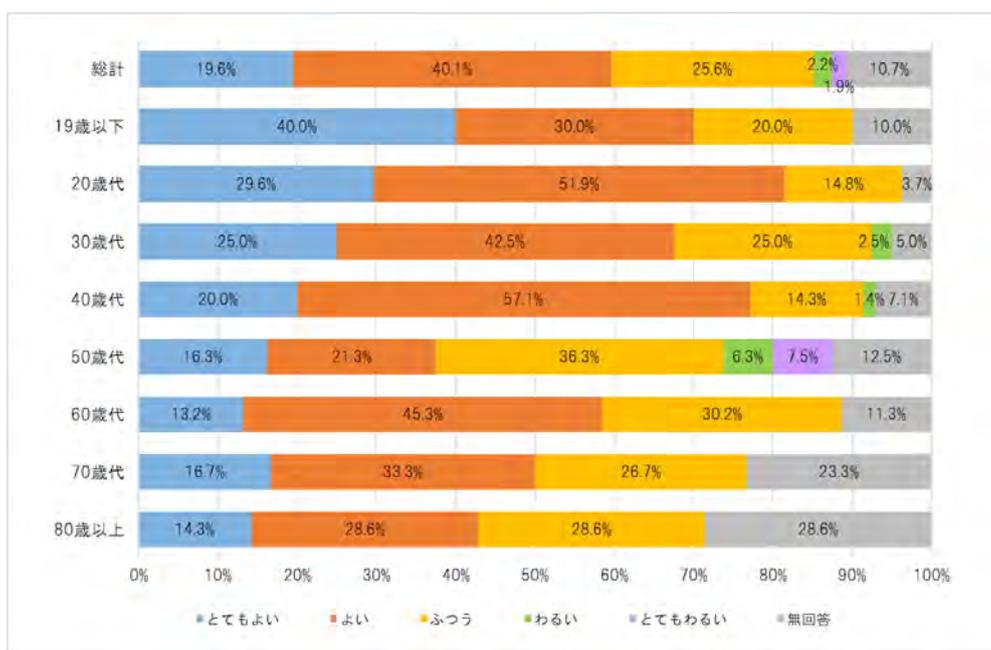
(3) 調査ポイント別



マリンドリーム能生以外の調査ポイントでは、「とてもよい」「よい」を合わせて 70%以上となっており全体的な満足感が高い。

一方で、集客の多いマリンドリーム能生は「とてもよい」「よい」を合わせて 29.0%「ふつう」の割合が 44.1%となり、違い傾向の結果となった。

② お店の対応



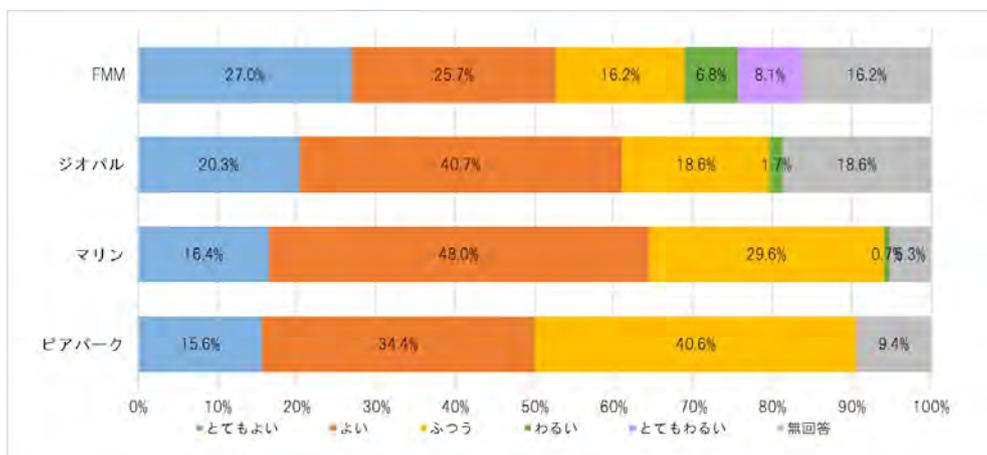
(1) 全体

「とてもよい」「よい」を合わせて59.7%と全体的な満足度は高い。

(2) 年代別

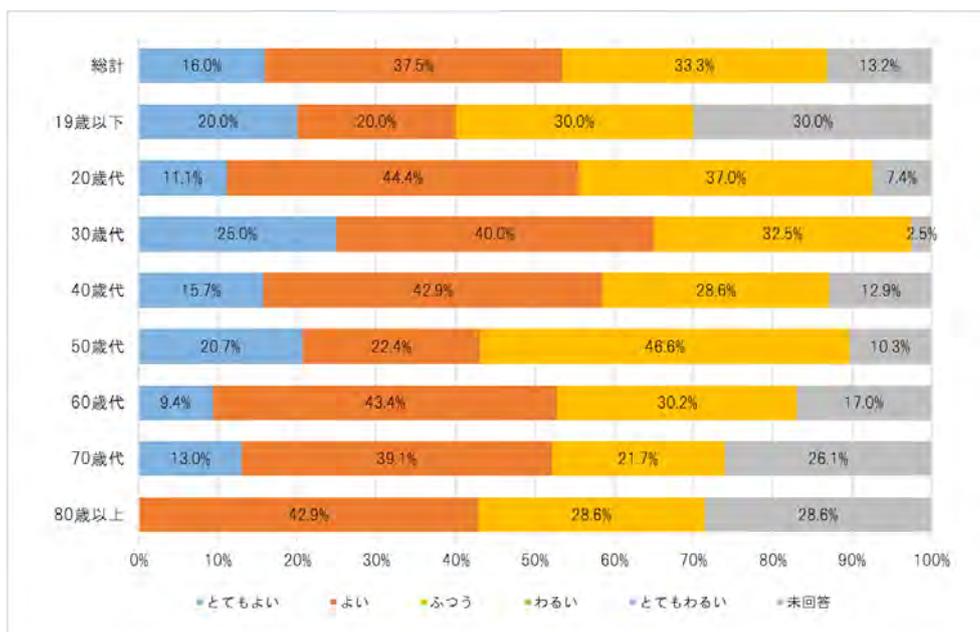
どの年代でも概ね満足度の高い傾向があるが、50歳代以上では「ふつう」の割合が増えていた。

(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」が27.0%、ジオパル・マリン・ドリーム能生では「とてもよい」「よい」が6割以上だった。親不知ピアパークでは「ふつう」の割合が40.6%だった。

③ お土産



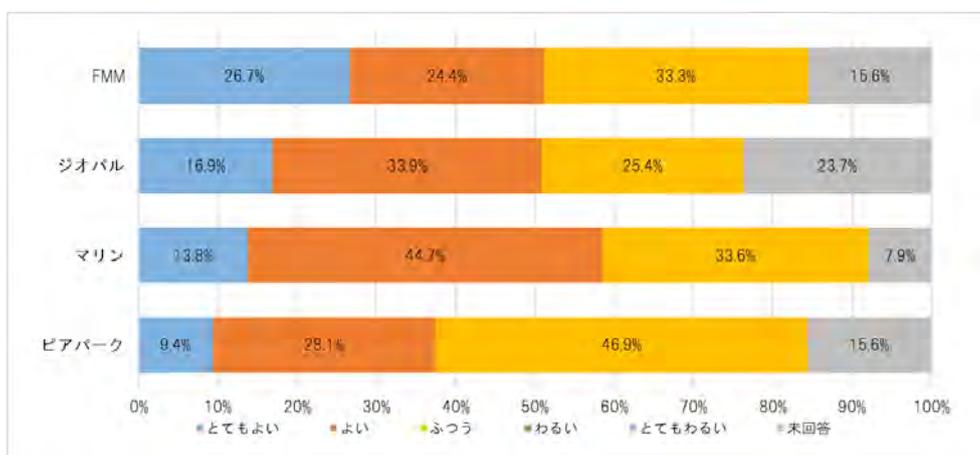
(1) 全体

「よい」「とてもよい」の回答が53.5%を占めた。

(2) 年代別

どの年代でも概ね満足度の高い傾向があるが、50歳代では「ふつう」の割合が多かった。

(3) 調査ポイント別



フォッサマグナミュージアム、ジオパル、マリンドリーム能生では「とてもよい」「よい」が半数以上だった。親不知ピアパークは「ふつう」が46.9%だった。

④ 自由意見<満足点>

- 自然・景観に関すること

- ・ ヒスイが見つけた
- ・ ヒスイがとれる
- ・ ヒスイをさわられたこと
- ・ 温泉がよかった
- ・ 風景がよい
- ・ 海がきれい
- ・ 四季折々の美しさがある

- 施設

- ・ フォッサマグナミュージアムは見ごたえがあった
- ・ 駅のジオパルは思いかけず充実していました
- ・ ジオパルは電車好きの子供を遊ばせられるので
- ・ ジオパルは電車好きの子供が無料で遊べる

- お店の対応など

- ・ みなさんやさしい。話しかけて下さる。
- ・ フォッサマグナミュージアムの小野さんの案内
- ・ 人が良い
- ・ お店の人が親切、接客のよさ

- 食べ物・お土産

- ・ 魚・カニ・アンコウがおいしい

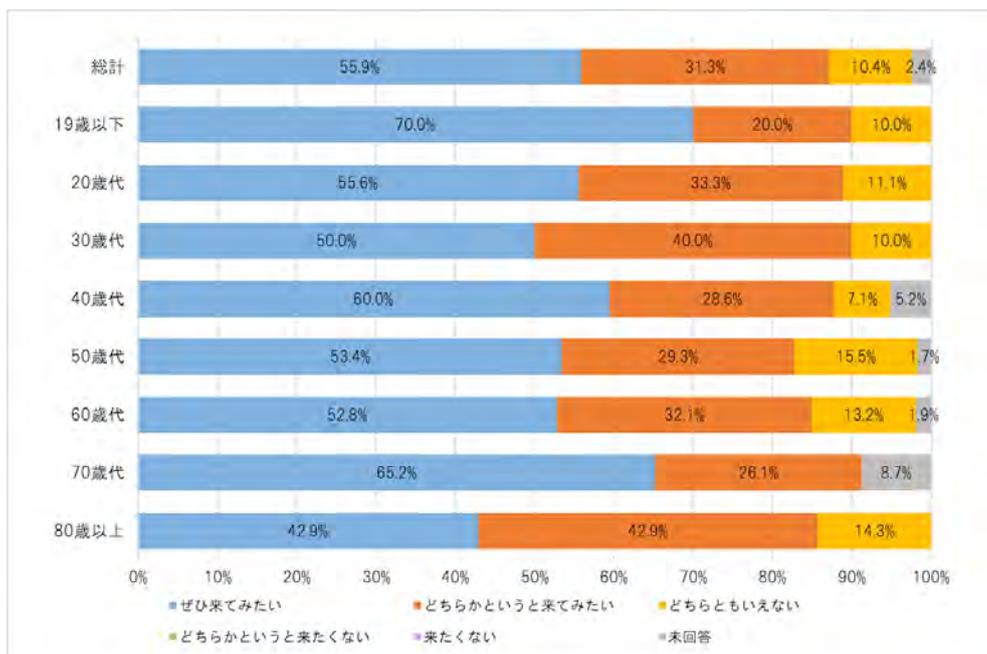
- その他

- ・ 新幹線で早くなった
- ・ ゆっくりしたい時に訪問させていただいています。景観が特に気に入っています。
- ・

⑤ 自由意見<不満点>

- ・ 飲食店が少ない
- ・ 活気がない
- ・ PR 不足

15. 再来訪の意向



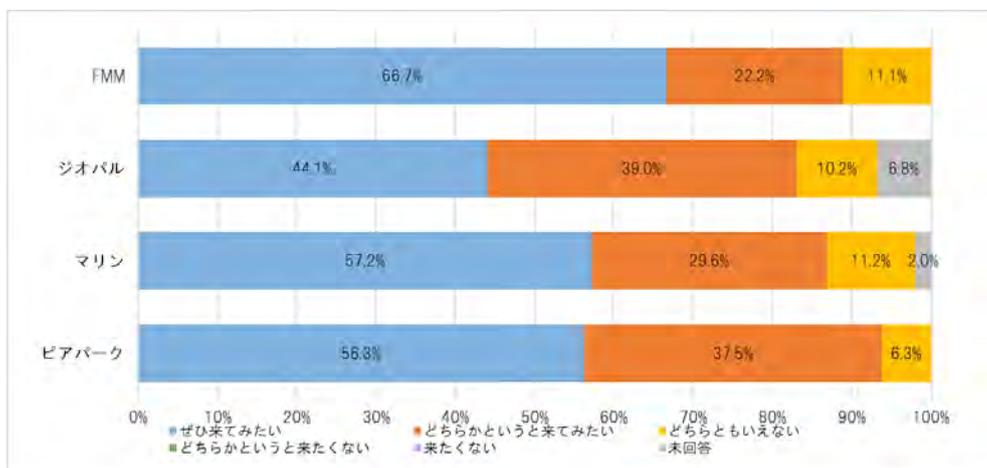
① 全体

全体では、「ぜひ来たい」が55.9%あり、「どちらかというに来てみたい」をあわせ87.2%の方が再来訪の意向を示している。

② 年代別

年代別では、ほとどの年代で「ぜひ来たい」の割合が半数以上だった。

③ 調査ポイント別



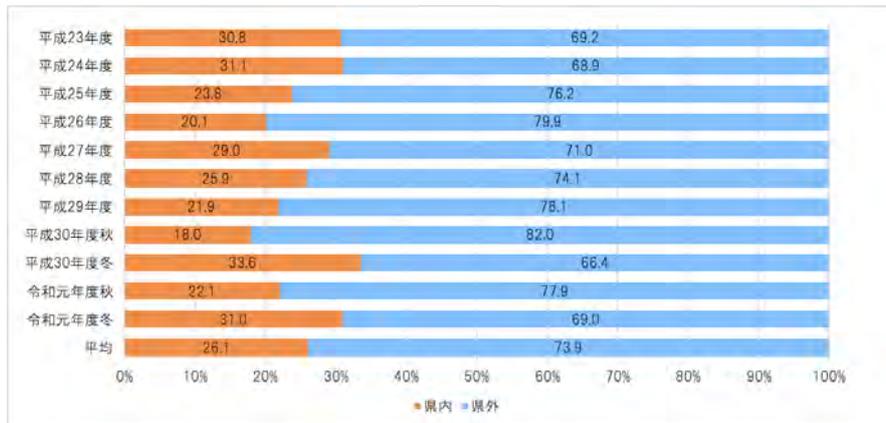
どの調査ポイントでも、「ぜひ来たい」「どちらかというに来てみたい」をあわせた回答が8割以上あり、再来訪の意向が強いことがうかがえる。

IV.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。

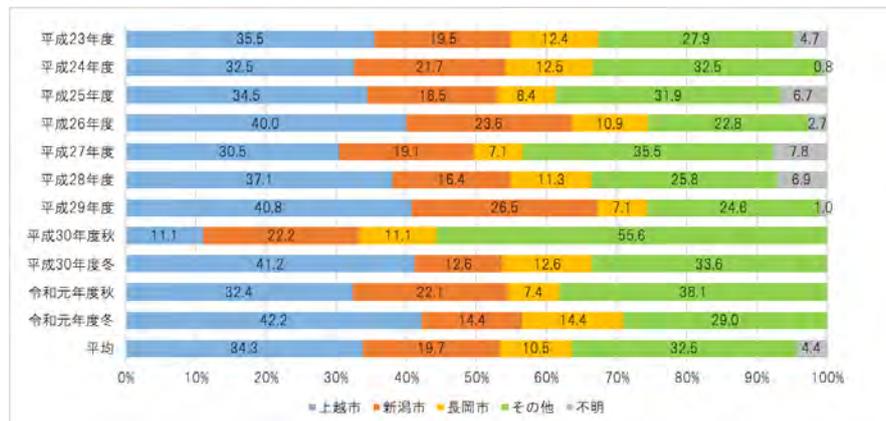
1. 居住地

① 全体



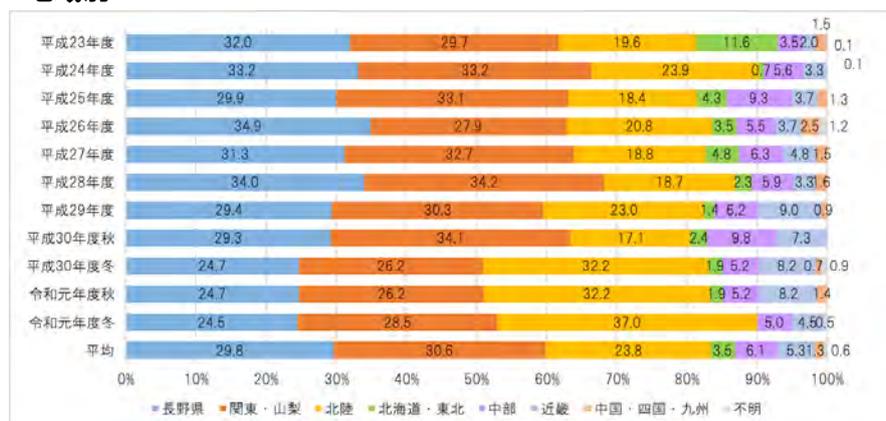
県外からの来訪が多いことは変化がないが、令和元年度冬期は県内の方の割合が多かった。

② 新潟県内 内訳



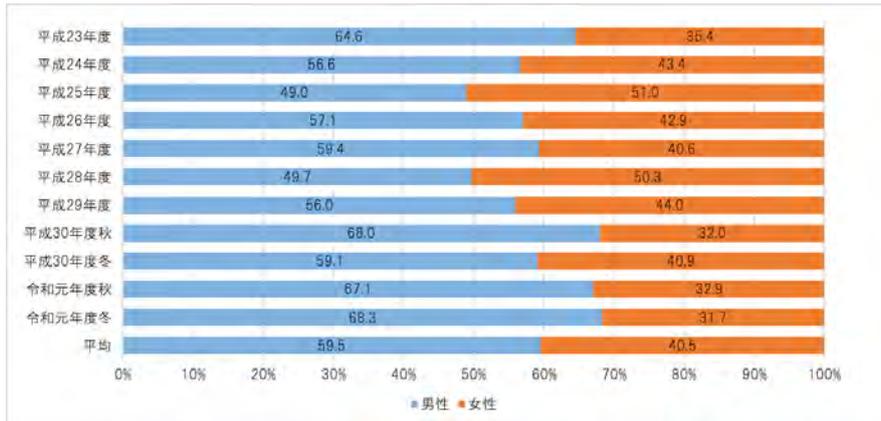
令和元年度冬期は「上越市」の割合が多かった。

③ 県外 地域別

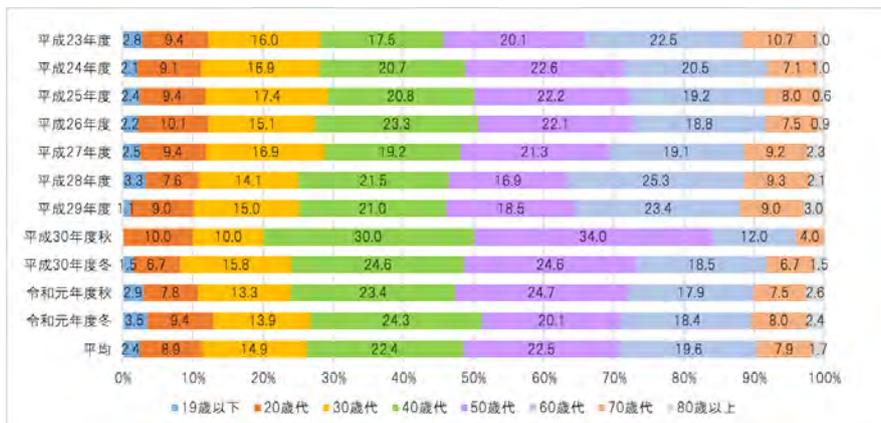


令和元年度は秋期・冬期とも「北陸」の割合が多かった。

2. 性別

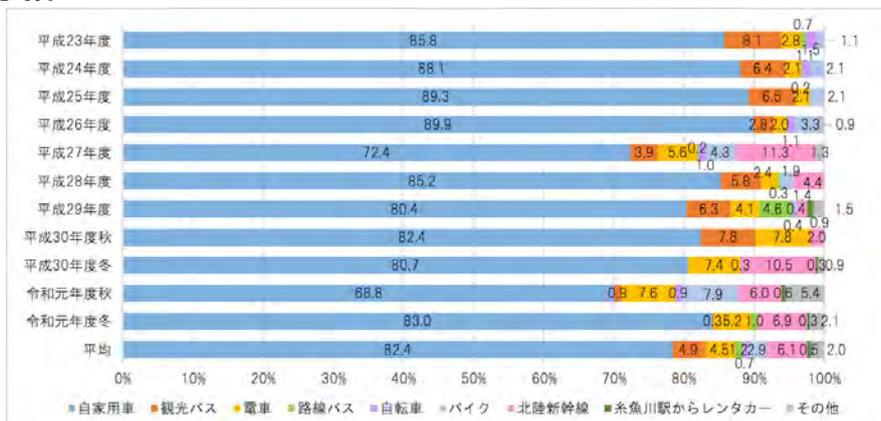


3. 年代



令和元年度は、40歳代・50歳代の割合がやや多かった。

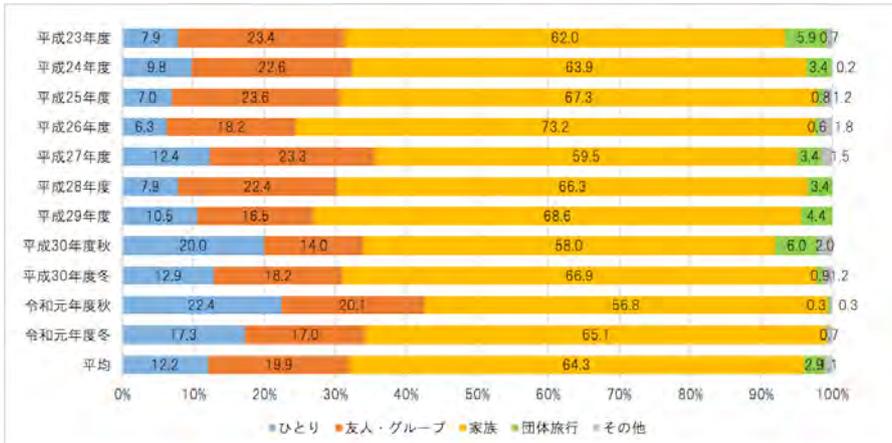
4. 交通手段



「自家用車」の利用が多いことは変わらないが、令和元年度秋期は「バイク」の利用が目立った。

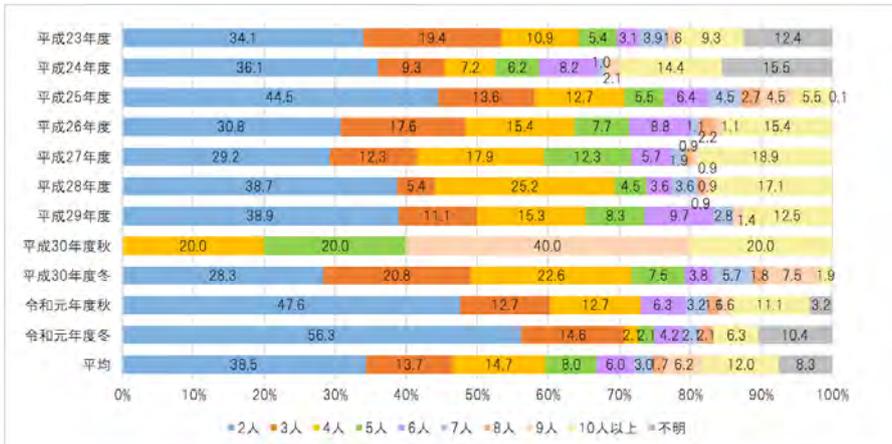
5. 同行者

① 全体



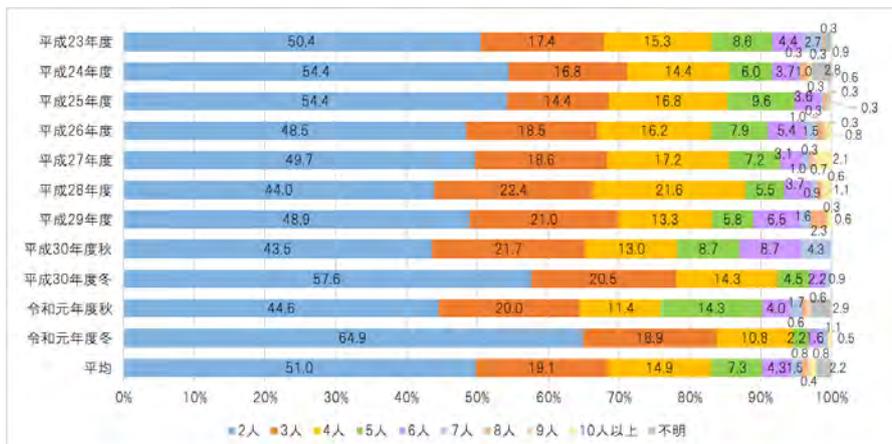
令和元年度秋期は、「ひとり」の割合が多かった。

② 友人・グループの同行者数



令和元年度は、「2人」での来訪が多かった。

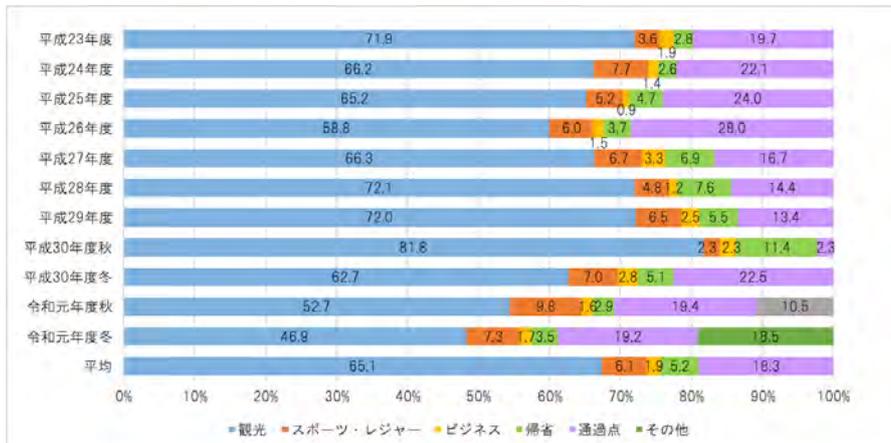
③ 家族の同行者数



令和元年度冬期は「2人」の割合が多かった。

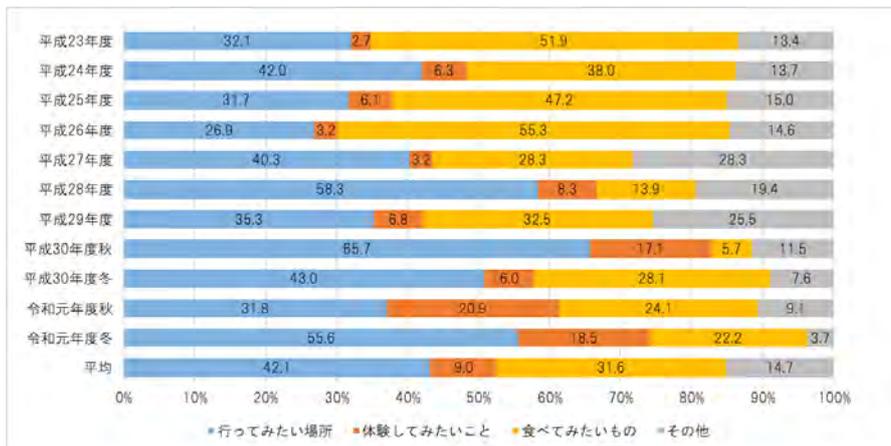
6. 来訪目的

① 目的



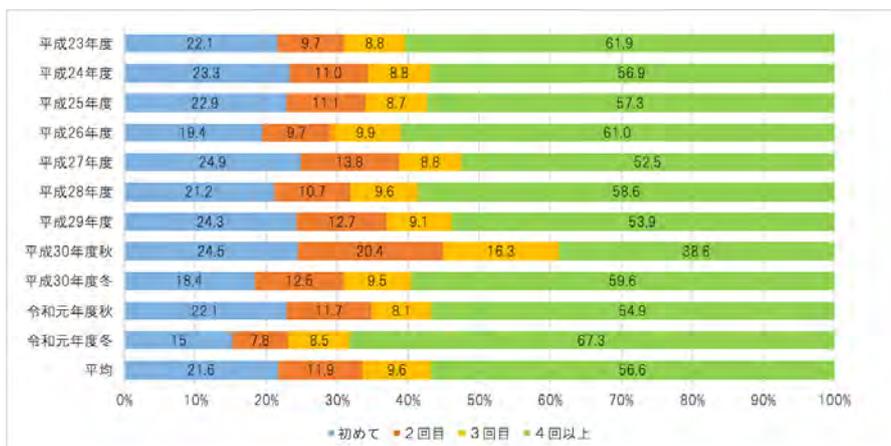
「観光」目的の来訪が引き続き多いが、割合が減少した。「通過点」の割合が20%弱あった。

② 来訪目的の内容



令和元年度は「体験してみたいことがある」の割合が増えた。

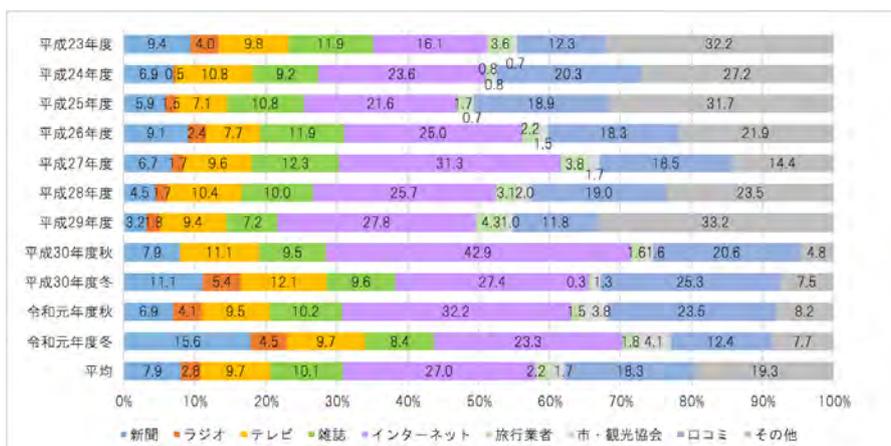
7. これまでの来訪回数



令和元年度秋は「初めて」の割合が目立った。冬期は「4回以上」の方が7割近くを占めた。

8. 情報入手手段

① 全体

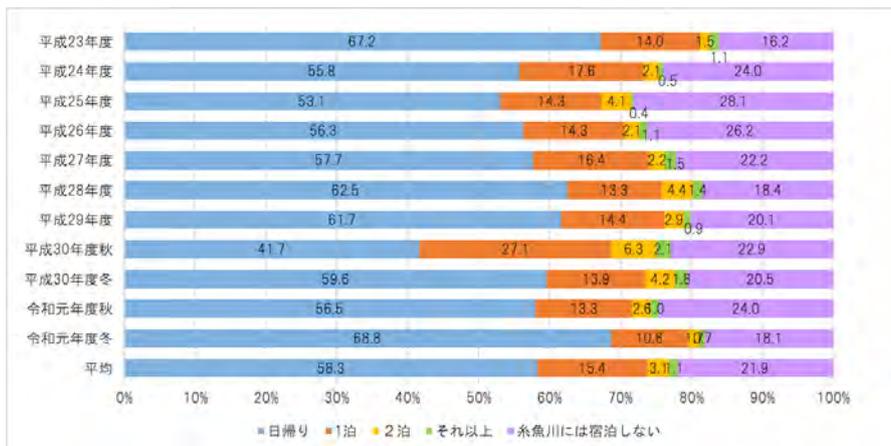


令和元年度秋期は、「インターネット」の割合が増加した。冬期は、「テレビ」と「インターネット」の割合が目立った。

※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。

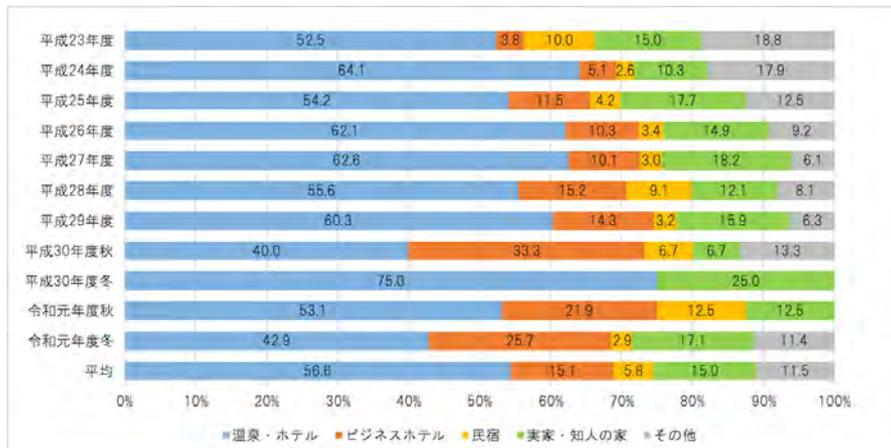
9. 宿泊

① 市内での宿泊の有無



令和元年度は「日帰り」が約7割だった。

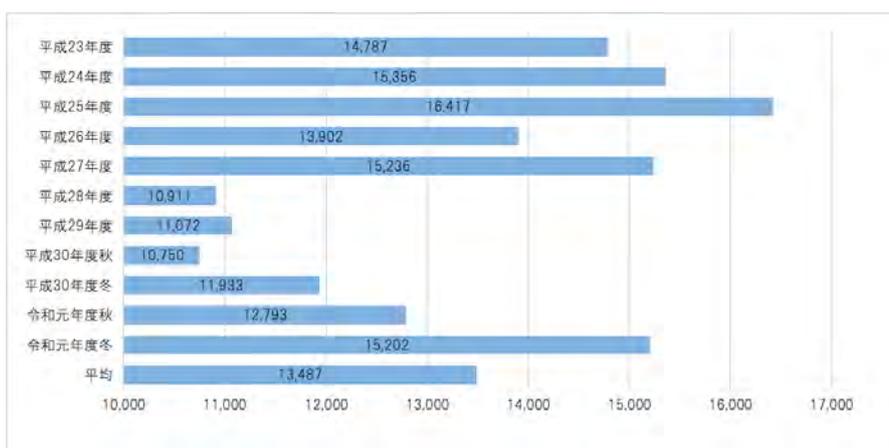
② 市内での宿泊先



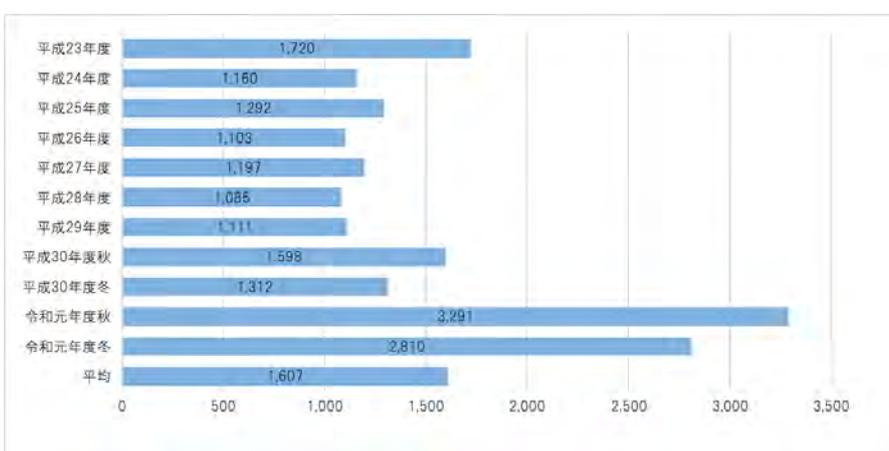
令和元年度は、「ビジネスホテル」の割合が高かった。

10. 一人あたりの予算

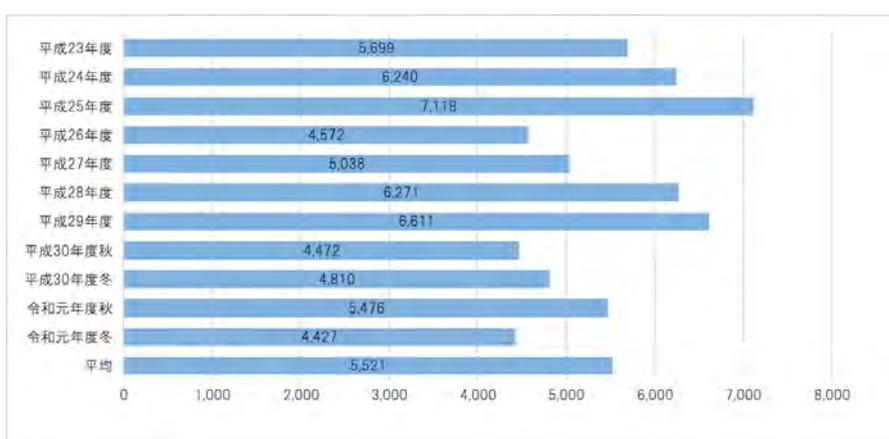
① 宿泊費



② 飲食費



③ お土産代

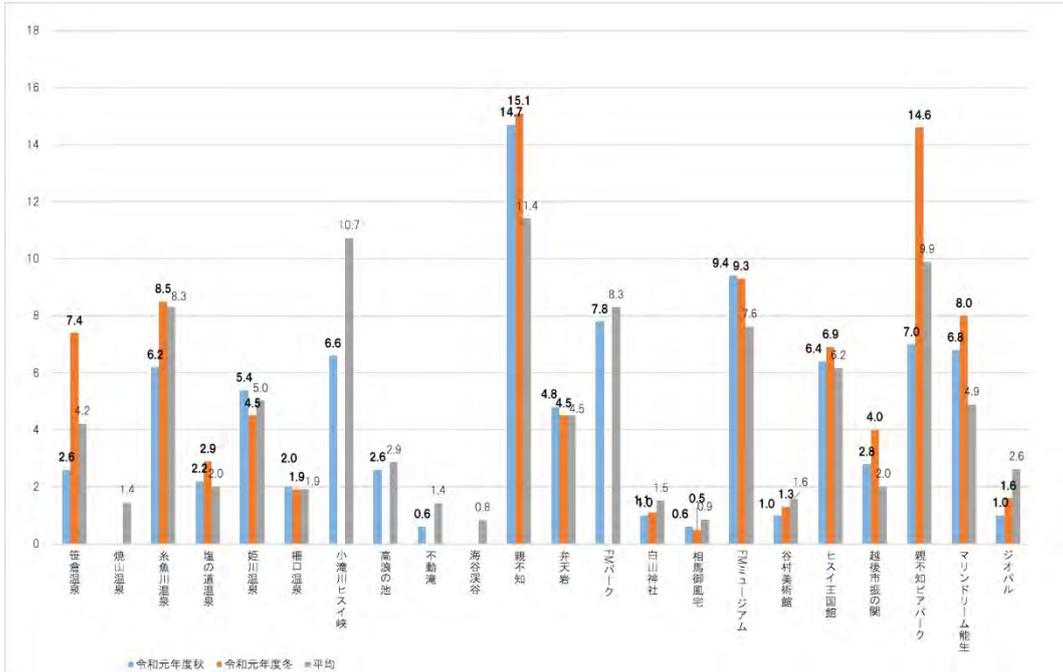


令和元年は「飲食費」が平均の2倍程度の額だった。また、冬期の「宿泊費」の額が例年より多かった。

11. 訪問した場所

① 場所別（調査ポイント以外）

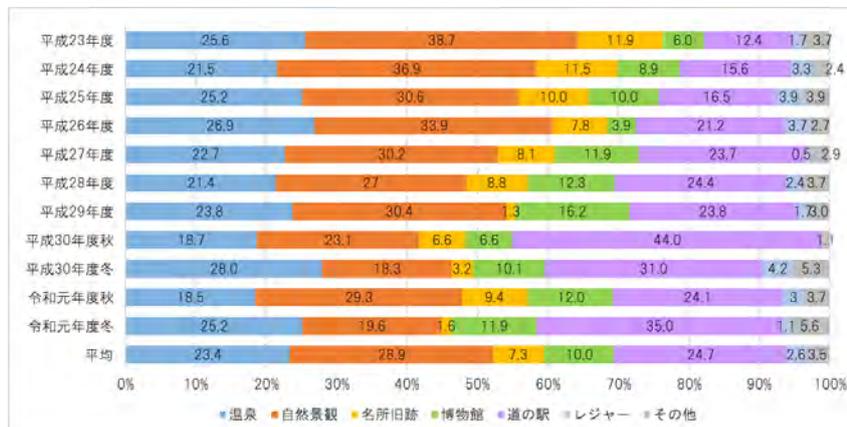
※過去データの平均との比較



調査ポイント以外に訪問した場所では「親不知（ピアパーク含む）」の割合が多い。

※「フォッサマグナパーク」「小滝川ヒスイ峡」「高浪の池」「海谷渓谷」は冬期閉鎖中のため調査対象外

② カテゴリー別

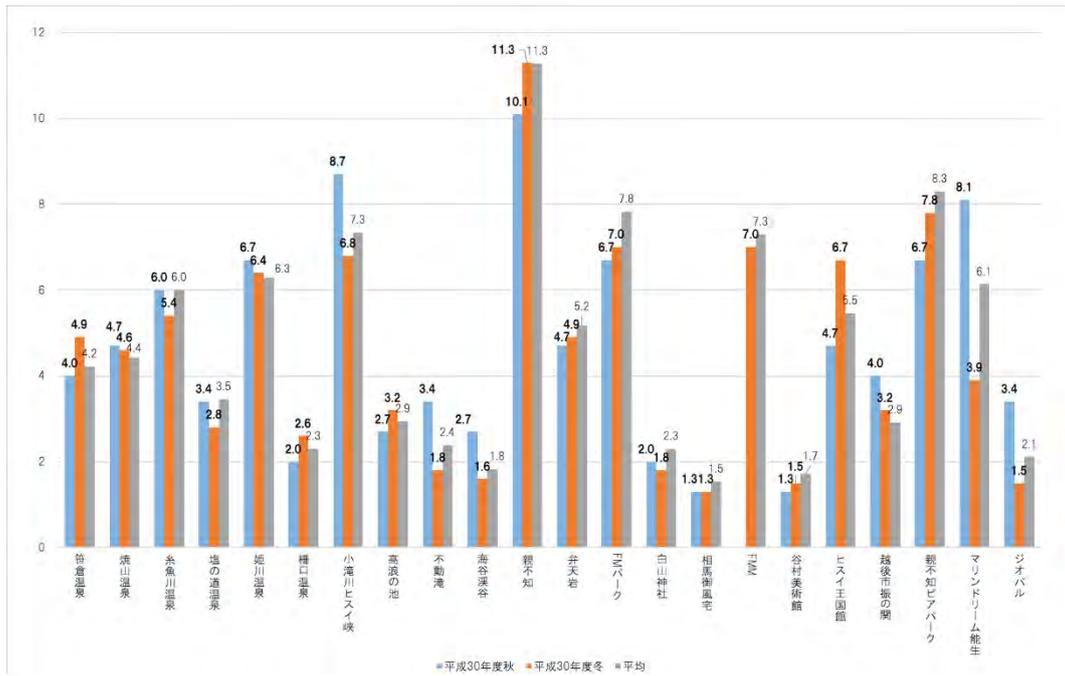


カテゴリー別では、令和元年度秋期は「道の駅等」「自然景観」の割合が多かった。

冬期は、「道の駅等」「温泉」の割合が多かった。

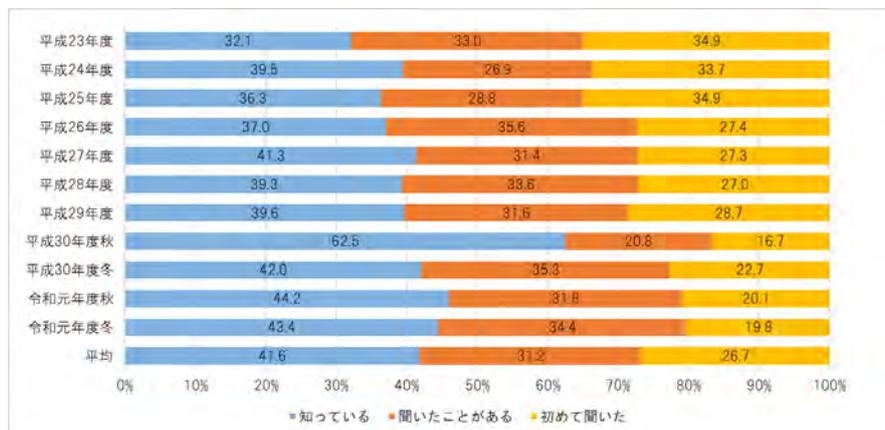
12. 糸魚川市内で知っている場所

※過去データの平均との比較



糸魚川市内で知っている場所は、「親不知」「マリンドリーム能生」「小滝川ヒスイ峡」などの回答が多かった。

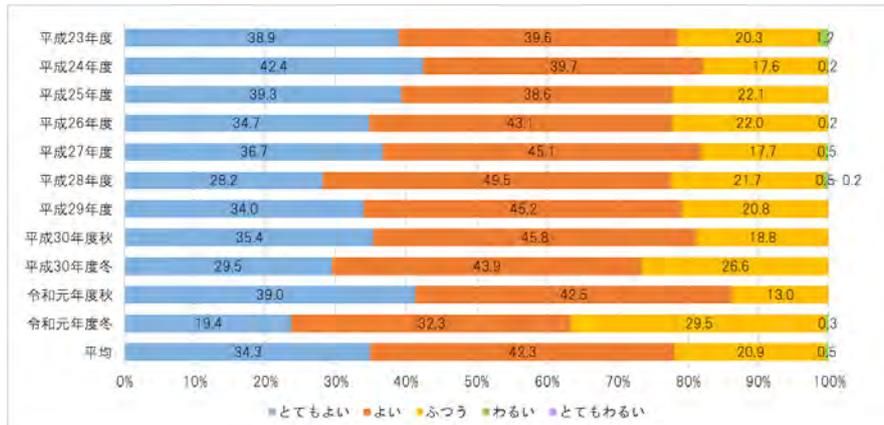
13. 糸魚川ジオパークの認知度



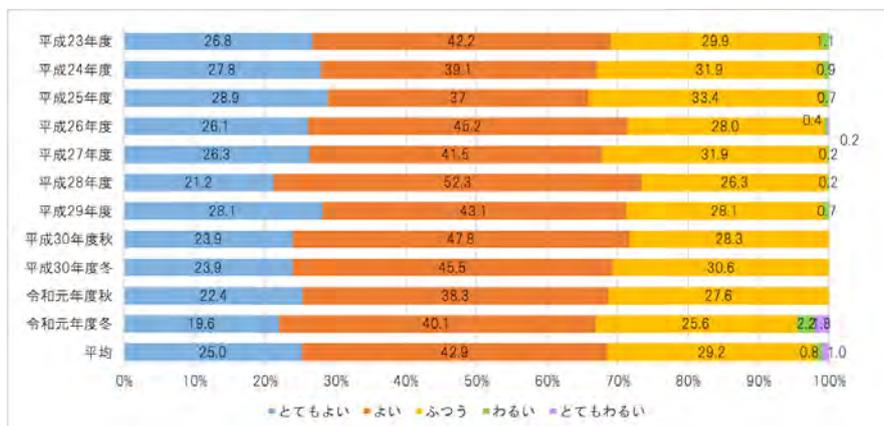
令和元年度は、平均的な数値となった。

14. 印象・満足度

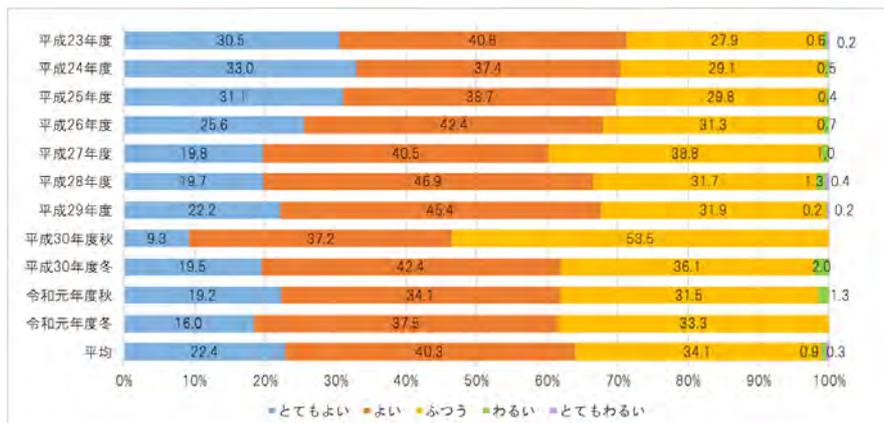
① 景観・施設



② お店の対応

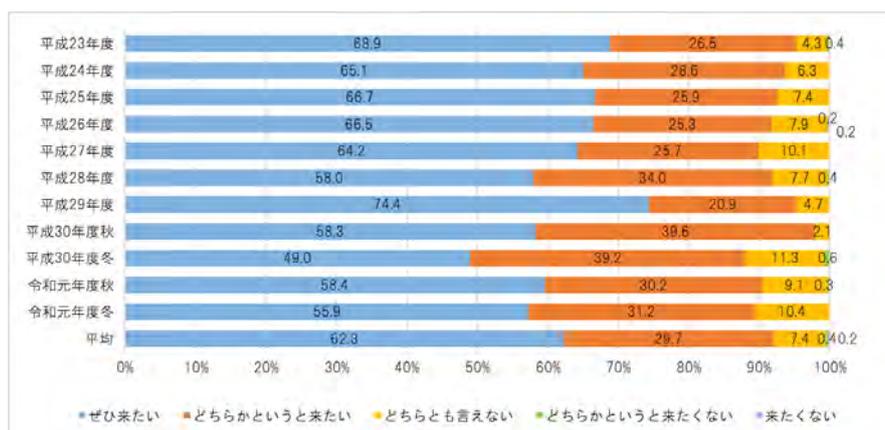


③ お土産



どの項目も「とてもよい」・「よい」が多い傾向にあった。

15. 再来訪の意向



「ぜひ来たい」「どちらかという来たい」の割合が平均よりやや低かった。

V. 調査結果の整理と今後の提案

1. 調査結果の整理

① 来訪客の割合

秋期は県外客と県内客の割合はおおよそ8：2と例年の比率と大きく変わらなかった。一方冬期は昨年度同様、県内客が31.0%とその比率が高かった。

記録的な少雪ではあったが、天候の悪い冬期の日本海側から足が遠のくことが考えられる。一方、県内以外にも富山県からの来訪割合が多いことから、冬期でも近距離からの来訪があることがわかった。自家用車での来訪割合が高いことからそのことが裏付けられる。

地域別では、冬期は中部・近畿からの来訪割合が減少していた。また、秋期・冬期とも長野県からの割合が減少した。これは、昨年10月の台風による水害の影響があったと推測される。

② 施設の特徴をとらえた来訪目的

観光目的の来訪が、秋期・冬期とも半数前後、通過点が2割弱と同じ傾向だった。フォッサマグナミュージアム、マリンドリーム能生は目的地の割合が多い。ピアパークは、秋期は観光目的5：通過点3の割合だったが、冬期は観光目的3.5：通過点4と割合の変化があった。

また、秋期に観光目的で来訪した方の具体的な内容を見ると、フォッサマグナミュージアムでは「体験してみたいことがある」、ジオパルとピアパーク親不知では「訪問してみたい場所がある」、マリンドリーム能生では「食べてみたいものがある」がそれぞれ最も多く、各施設の特徴をとらえた結果となった。

③ 糸魚川初心者にはフォッサマグナミュージアム・ジオパルに

糸魚川に初めて来訪した方は、秋期の調査では22.1%、冬期調査では15.0%だった。調査ポイント別では、フォッサマグナミュージアムの秋期で初めてのものが43.1%、冬期は2回目という方が56.6%だった。

糸魚川に来る理由となる施設として認知されていることがうかがえる。

④ ネットでの情報入手傾向

秋期の調査では、従来のメディア（新聞・ラジオ・テレビ・雑誌）の計30.7%よりもインターネット（ホームページ・SNS）の計32.2%がやや多かった。冬期は、従来のメディア38.2%、インターネット23.3%だった。また、口コミは秋期23.5%・冬期12.4%とだった。

全体的に情報入手手段が分散している傾向がうかがえた。

⑤ 日帰りの割合が高い

日帰りの方は秋期56.5%・冬期68.8%、糸魚川に宿泊する方は秋期13.3%・冬期10.8%だった。

消費額は、飲食費の平均が秋期3,291円・冬期2,810円と平均（1,607円）の2倍程度だった。

⑥ 若い世代ほどジオパークを知らない

ジオパークの認知度は、全体では例年同様の傾向だったが、年代別でみると19歳以下は秋期・冬期とも半数以上、20歳代は秋期・冬期とも4割強の方が聞いたことがない、という回答だった。両年代ともサンプル数は少ないが、若い年代ほどジオパークを知らない、という傾向となった。

⑦ 満足度・再来訪の意向は高い

来訪した際の満足度と再来訪の意向は、概ね例年通りの傾向でいい印象を持っていただき、再来訪の意向も高かった。

2. 課題と提案

① 若い世代へのアプローチ

今回の調査で10歳代・20歳代の若い世代のジオパークの認知度が低かった。糸魚川がジオパークの世界認定を受けて10年経つが、そうした世代は当時小・中学生だった。市外の方、ということ考えると、当時から報道などに触れていない可能性も高く、糸魚川ジオパークを知らないまま現在、糸魚川に来訪していることが考えられる。

今後の来訪者やジオパーク認知の”間口”を広げる、という観点からも子どもや若い世代へ向けたアプローチをあらためて行う必要があるのではないか。

② 糸魚川の楽しみ方の提案

毎年、4回以上糸魚川に来訪いただいているヘビーユーザーが多い。一方で訪れる場所も毎回同じ場所という結果となっている。すなわち「何度来ても立ち寄りところが同じ」という傾向があると推測される。

訪れる場所が目的地となっていることも考えられるが、市内での滞在時間や宿泊を増やすための方策が必要だと思われる。

そこで、賞品プレゼントなどを伴うスタンプラリー企画など、いつもとは違う場所を訪れるきっかけとなる仕組みをつくり、今までとは違う糸魚川を楽しんでいただく提案も必要ではないか。

3. まとめ

新型コロナウイルスの影響で、糸魚川に限らず観光を楽しむ状況ではなくなっている。宿泊施設をはじめとする観光関連事業者へのダメージも懸念される。

いつ状況が好転するかが見通せない中ではあるが、好転した際にはその反動を見込み各地で観光誘致活動が活発になると思われる。

そうなった際に、出遅れないよう、また、今まで以上に再び糸魚川に来て楽しんでいただくための準備をしておく必要があるのではないか。

