

平成 30 年度  
糸魚川ジオパーク 観光動態調査  
報告書

2019 年 3 月

# 目次

<b>I. 実施概要</b>	<b>7</b>
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
<b>II. 調査結果&lt;秋季&gt;</b>	<b>13</b>
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 来訪目的の内容	20
7. これまでの来訪回数	21
① 全体	21
② 年代別	21
8. 情報入手手段	22
① 全体	22
② 年代別	22
③ その他の内容について	22
9. 宿泊・宿泊施設	23
① 全体	23
② 年代別	23

<b>10. 一人あたりの予算</b>	<b>24</b>
① 宿泊費	24
② 飲食費	25
③ お土産代	25
<b>11. 来訪した場所</b>	<b>26</b>
① 全体集計	26
<b>12. 糸魚川市内で知っている場所</b>	<b>27</b>
① 全体集計	27
<b>13. 糸魚川ジオパークの認知度</b>	<b>28</b>
① 全体	28
② 年代別	28
<b>14. 印象・満足度</b>	<b>29</b>
① 景観・施設	29
② お店の対応	30
③ お土産	31
④ 自由意見<満足点>	32
⑤ 自由意見<不満点>	32
<b>15. 再来訪の意向</b>	<b>33</b>
① 全体	33
② 年代別	33
<b>III. 調査結果&lt;冬季&gt;</b>	<b>35</b>
<b>1. 居住地</b>	<b>36</b>
① 全体	36
② 新潟県内 内訳	36
③ 県外からの来訪（都道府県別）	37
④ 長野県からの来訪（市町村別）	38
⑤ 富山県からの来訪（市町村別）	38
<b>2. 性別</b>	<b>39</b>
<b>3. 年代</b>	<b>39</b>
<b>4. 交通手段</b>	<b>40</b>
① 全体	40
② 年代別	40
③ 調査ポイント別	40
<b>5. 同行者</b>	<b>41</b>
① 全体	41
② 年代別	41
<b>6. 来訪目的</b>	<b>42</b>
① 全体	42
② 年代別	42
③ 調査ポイント別	42
④ 来訪目的の内容	43
⑤ より具体的な訪問目的	43

<b>7. これまでの来訪回数</b> .....	<b>44</b>
① 全体 .....	44
② 年代別.....	44
③ 調査ポイント別.....	44
<b>8. 情報入手手段</b> .....	<b>45</b>
① 全体 .....	45
② 年代別.....	45
③ その他の内容について.....	45
④ 調査ポイント別.....	46
<b>9. 宿泊・宿泊施設</b> .....	<b>47</b>
① 全体 .....	47
② 年代別.....	47
<b>10. 一人あたりの予算</b> .....	<b>48</b>
① 宿泊費.....	48
② 飲食費.....	49
③ お土産代.....	49
<b>11. 来訪した場所</b> .....	<b>50</b>
① 全体集計.....	50
② フォッサマグナミュージアムでの調査結果.....	51
③ ジオパルでの調査結果.....	52
④ マリンドリーム能生での調査結果.....	53
⑤ 親不知ピアパークでの調査結果.....	54
<b>12. 糸魚川市内で知っている場所</b> .....	<b>55</b>
① 全体集計.....	55
② フォッサマグナミュージアムでの調査結果.....	56
③ ジオパルでの調査結果.....	57
④ マリンドリーム能生での調査結果.....	58
⑤ 親不知ピアパークでの調査結果.....	59
⑥ カテゴリー別集計.....	60
<b>13. 糸魚川ジオパークの認知度</b> .....	<b>61</b>
① 全体 .....	61
② 年代別.....	61
③ 調査ポイント別.....	61
<b>14. 印象・満足度</b> .....	<b>62</b>
① 景観・施設.....	62
② お店の対応.....	63
③ お土産.....	64
④ 自由意見<満足点>.....	65
⑤ 自由意見<不満点>.....	65
<b>15. 再来訪の意向</b> .....	<b>66</b>
① 全体 .....	66
② 年代別.....	66
③ 調査ポイント別.....	66

<b>IV. 経年変化・平均</b>	<b>67</b>
<b>1. 居住地</b>	<b>68</b>
① 全体	68
② 新潟県内 内訳	68
③ 県外 地域別	68
<b>2. 性別</b>	<b>69</b>
<b>3. 年代</b>	<b>69</b>
<b>4. 交通手段</b>	<b>69</b>
<b>5. 同行者</b>	<b>70</b>
① 全体	70
② 友人・グループの同行者数	70
③ 家族の同行者数	70
<b>6. 来訪目的</b>	<b>71</b>
① 目的	71
② 来訪目的の内容	71
<b>7. これまでの来訪回数</b>	<b>71</b>
<b>8. 情報入手手段</b>	<b>72</b>
① 全体	72
② その他の内容	72
<b>9. 宿泊</b>	<b>73</b>
① 市内での宿泊の有無	73
② 市内での宿泊先	73
<b>10. 一人あたりの予算</b>	<b>74</b>
① 宿泊費	74
② 飲食費	74
③ お土産代	74
<b>11. 訪問した場所</b>	<b>75</b>
① 場所別（調査ポイント以外）	75
② カテゴリー別	75
<b>12. 糸魚川市内で知っている場所</b>	<b>76</b>
<b>13. 糸魚川ジオパークの認知度</b>	<b>76</b>
<b>14. 印象・満足度</b>	<b>77</b>
① 景観・施設	77
② お店の対応	77
③ お土産	77
<b>15. 再来訪の意向</b>	<b>78</b>

<b>V. 調査結果の整理と今後の提案</b> .....	<b>79</b>
1. 道の駅 親不知ピアパークの様子.....	80
2. 調査結果の整理.....	80
① 来訪客の割合.....	80
② 冬の交通機関.....	80
③ 来訪目的の明確化.....	80
④ 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.....	80
⑤ ネットでの情報入手傾向.....	80
⑥ 情報収集の分散化.....	81
⑦ 満足度と再来訪の意向は高い状態.....	81
3. 課題と提案.....	81
① 冬の糸魚川の楽しみ方.....	81
② 糸魚川の入口.....	81
③ お土産のあり方.....	81
4. まとめ.....	81

**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

平成30年11月23日(祝・金)	フォッサマグナミュージアム
平成31年1月27日(日)	ジオパル
2月2日(土)	マリンドリーム能生・親不知ピアパーク
2月10日(日)	マリンドリーム能生
2月17日(日)	フォッサマグナミュージアム・ジオパル

### ② 調査対象

市外より来系した方

### ③ 調査数

396件

	11/23	1/27	2/2	2/10	2/17	合計
FMM	51				35	86
ジオパル		41			46	87
マリンドリーム			52	136		188
ピアパーク			35			35
	51	41	87	136	81	396

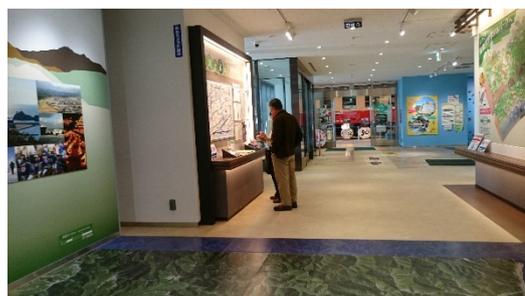
## 3. 調査の様子



フォッサマグナミュージアム



親不知ピアパーク



ジオパル



マリンドリーム能生

## 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？(主なものをもとつ)  
 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 ⑨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実家・知人の家  
 ⑤その他 ( )
- 問10. 糸魚川市内で使う、お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？)  
 A 温泉 ①笹倉 ②焼山 ③糸魚川 ④崖の道 ⑤短川 ⑥棚口  
 B 自然景観 ⑦小滝川ヒスイ峡 ⑧高湯の池 ⑨不動滝 ⑩海谷渓谷 ⑪親不知 ⑫弁天岩  
 C 名所旧跡 ⑬白山神社 ⑭史跡 相馬御風宅 ⑮フォッサマグナパーク  
 D 博物館等 ⑯フォッサマグナミュージアム ⑰長者ヶ原考古館 ⑱谷村美術館  
 E 道の駅等 ⑲ヒスイ王国館 ⑳越後市産の園 ㉑親不知ビアパーク ㉒マリンドリーム能生  
 ㉓ジオパル
- F レジャー ㉔登山 ( ) ㉕釣り ( ) ㉖スキーなど ( )  
 G その他 ㉗ ( )
- 問12. 上記の場所で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)  
 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. 糸魚川は来てみたいと思いますか？  
 ぜひ どちらかというど どちらかというど 来たくない  
 来てみたい 来てみたい 来てみたい 来てたくない  
 ① ② ③ ④ ⑤  
 (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**

今年度は、平成 30 年 11 月アンケート実施分を「秋季調査」、平成 31 年 1 月・2 月実施分を「冬季調査」としてまとめた。

- **県外からの来訪が多い**

秋季の調査では 82%の方が県外からの来訪だった。長野県が 29.3%、関東・山梨から 34.1%だった。県内からは 18%で、新潟市・燕市 22.2%という結果だった。

冬季の調査では県外が 66.4%、県内が 33.6%と県内の割合が高まった。県外からは北陸 32.2%、関東・山梨 26.2%、長野 24.7%だった。県内からは上越市が 43%、新潟市・長岡市から 13.2%だった

- **「40 歳代～60 歳代」がボリュームゾーン**

秋季の調査では 40 歳代が 30%、50 歳代が 34%だった。冬季の調査では 40 歳代・50 歳代が各 24.6%、60 歳代が 18.5%だった。

男女比では、秋季は男性 68%・女性 32%、冬季は男性 59.1%・女性 40.9%だった。

- **交通手段は「自家用車」**

秋季も冬季も 80%以上が自家用車の利用だった。冬季の調査では、北陸新幹線の利用が 10.4%あった。

- **「家族」での来訪**

家族での来訪が最も多く、秋季は 58%、冬季は 66.5%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、秋季は 70.6%、冬季は 50.6%が観光だった。冬季は通過点の割合が 18.2%だった。

- **来訪回数は「4 回以上」**

秋季の調査では 38%、冬季の調査では 58.9%が 4 回以上の来訪だった。秋季の調査では初めての方が 24%だった。

- **情報入手手段は「口コミ」**

従来型メディア（新聞・ラジオ・テレビ・雑誌）の利用は秋季 26.5%・冬季 33.7%、インターネット（ホームページ・SNS）の利用は秋季 39.7%、冬季 24%だった。

口コミは秋季 19.1%・冬季 22.2%と、単独では最も多くの割合だった

- **日帰りと秋季の 1 泊旅行**

日帰りの割合が秋季 40%・冬季 58.4%となったが、秋季の調査では糸魚川で 1 泊する方が 26%あった。

---

- **消費金額**

飲食費の平均金額は秋季 1,598 円・冬季 1,312 円（昨年度：1,111 円）、お土産代の平均金額は秋季 4,472 円・冬季 4,810 円（昨年度：6,611 円）だった。

- **訪問先は「親不知」**

調査ポイント以外の訪問先は、秋季はフォッサマグナパーク（15.6%）、親不知ピアパーク（14.7%）だった。冬季は親不知（15.6%）、糸魚川温泉（11.4%）だった。

- **知っている場所は「親不知」**

全体では親不知（秋季 9.9%・冬季 11.3%）が最も多かった。秋季の調査では小滝川ヒスイ峡（8.6%）、冬季の調査ではフォッサマグナミュージアム（8%）だった。

- **糸魚川ジオパークを知っているのは7割以上**

秋季の調査では「知っている」「聞いたことがある」で 80%、冬季では同 73.9% だった（昨年度 71.2%）。

「初めて聞いた」は秋季 16%、冬季 21.7% だった（昨年度 28.7%）

- **印象・満足度は高い**

景観・施設の「とてもよい」「よい」の計／秋季 78%・冬季 69%（昨年度 79.2%）

お店の対応の「とてもよい」「よい」の計／秋季 66%・冬季 63.9%（昨年度 71.2%）

お土産の「とてもよい」「よい」の計／秋季 40%・冬季 54.8%（昨年度 67.6%）

だった。

お土産では「わるい」の回答もあり、自由記入でも不満の意見があった。

- **再来方の意向も高い**

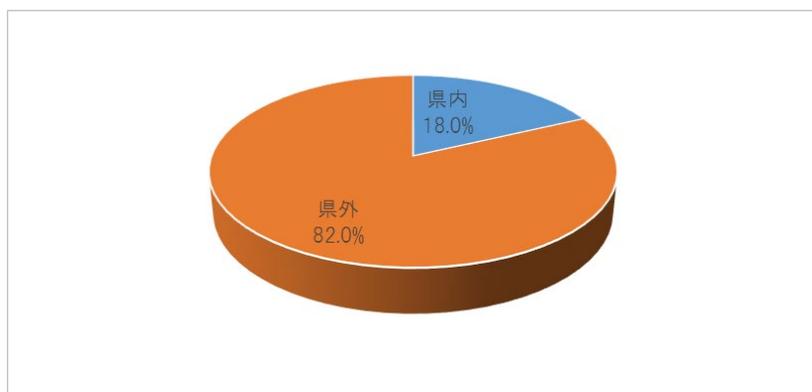
再来方の意向は、「ぜひ来てみたい」「どちらかというとも来てみたい」の計で秋季 94%・冬季 86.8%（昨年度 95.3%）だった。



## II. 調査結果<秋季>

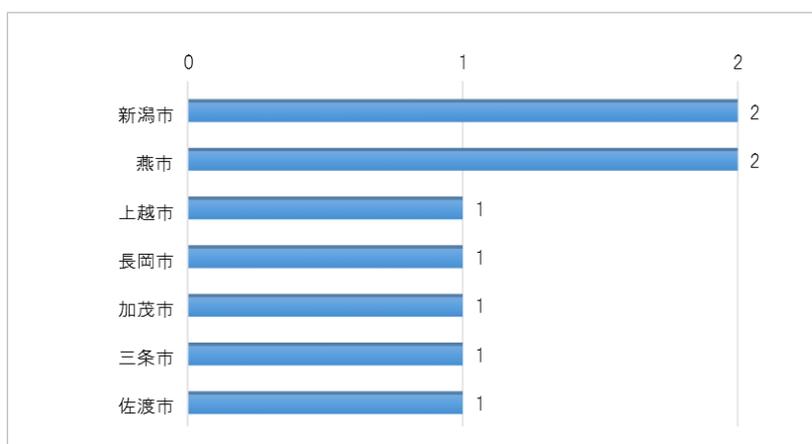
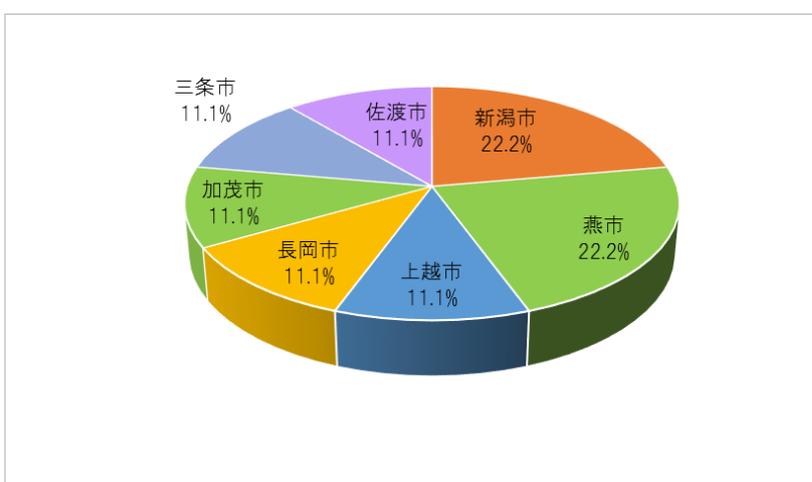
## 1. 居住地

### ① 全体



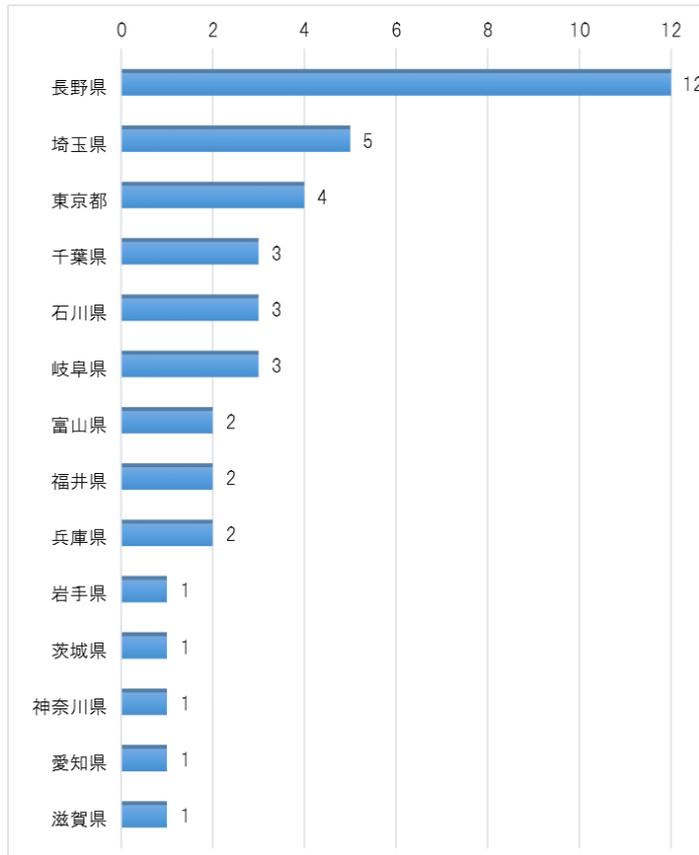
県内から 18%、県外から 82%の割合だった。

### ② 新潟県内 内訳

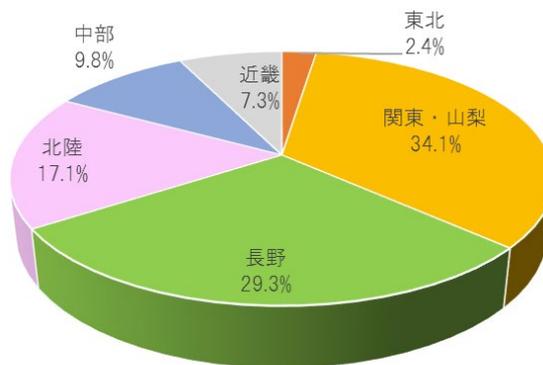


新潟市・燕市からの来訪が 22.2%、その他の市から 11.1%の割合だった。

### ③ 県外からの来訪（都道府県別）



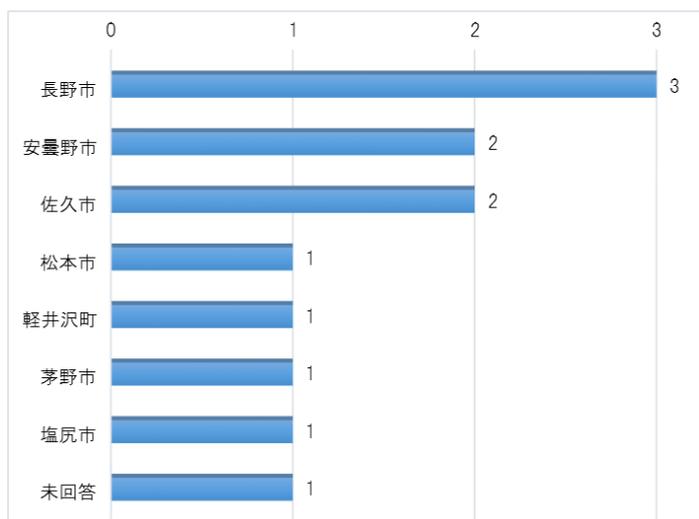
#### ● 地方別



地方別で見ると、「関東・山梨」から 34.1%、「長野」から 29.3%の来訪があった。

---

#### ④ 長野県からの来訪（市町村別）



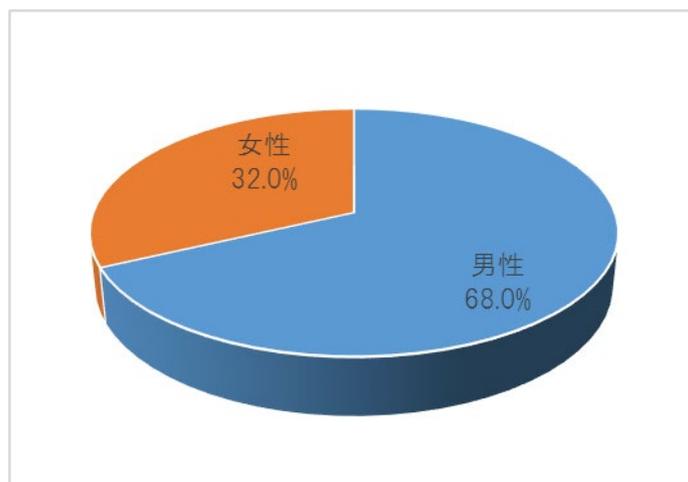
長野県内からの来訪は、「長野市」が最も多く、ついで「安曇野市」「佐久市」の順だった。

#### ⑤ 富山県からの来訪（市町村別）

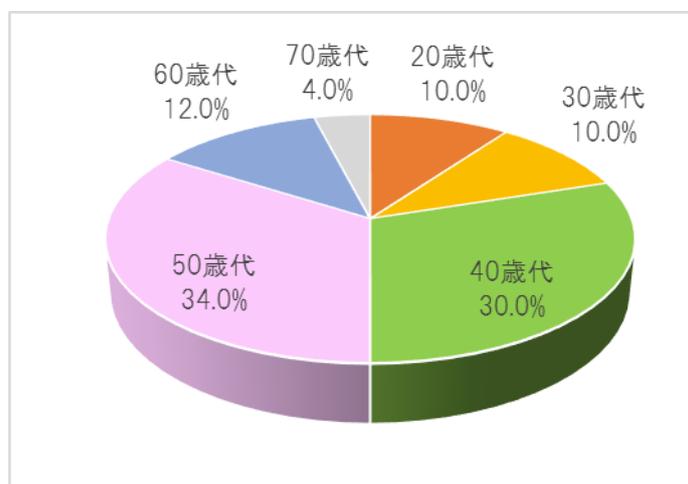
富山県内からの来訪は、高岡市と砺波市から各1件だった。

---

## 2. 性別

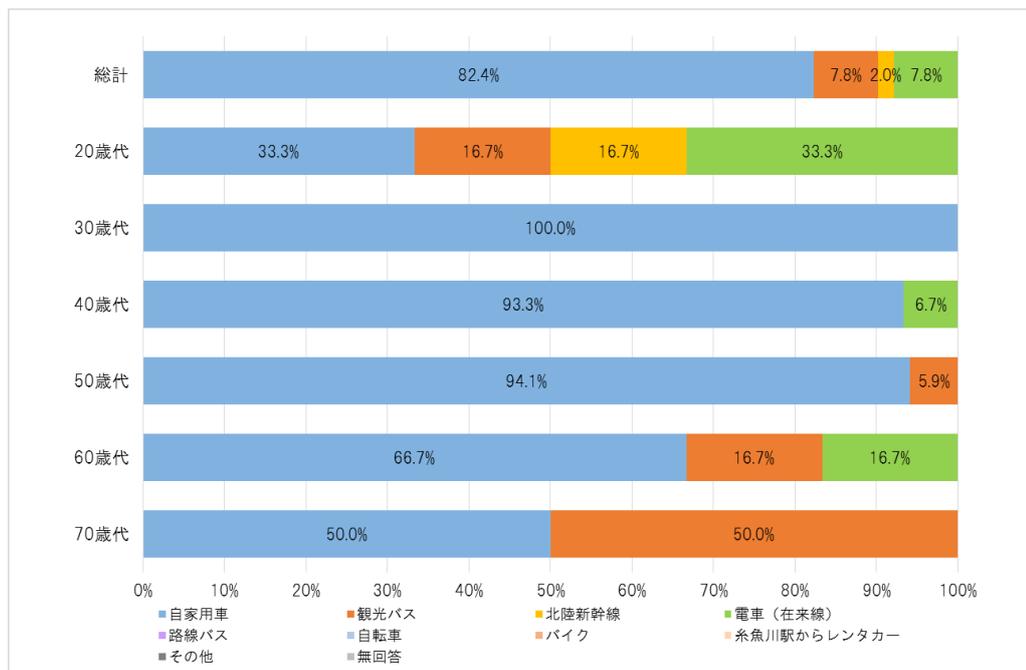


## 3. 年代



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64%とおよそ3分の2を占めた。

## 4. 交通手段



### ① 全体

全体では、82.4%が「自家用車」を利用している。ついで「観光バス」「在来線」と続く。

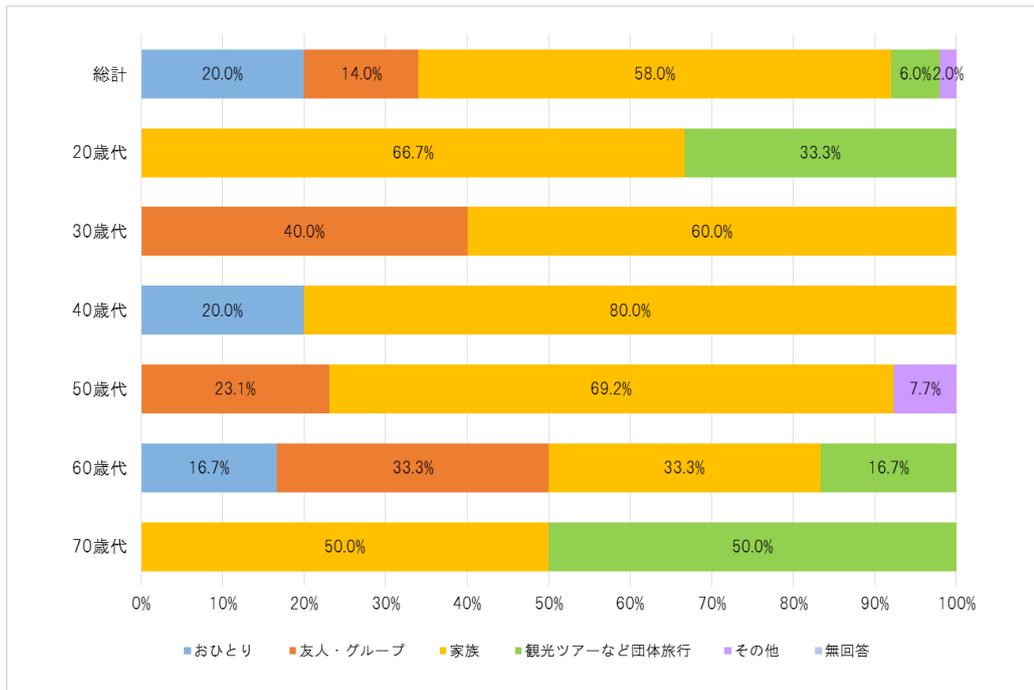
### ② 年代別

どの年代も「自家用車」の割合が高いが、「在来線」の利用があることがわかる。

### ③ 調査ポイント別

※秋季調査はフォッサマグナミュージアムのみの実施のため、全体と同じ（以下同様）

## 5. 同行者



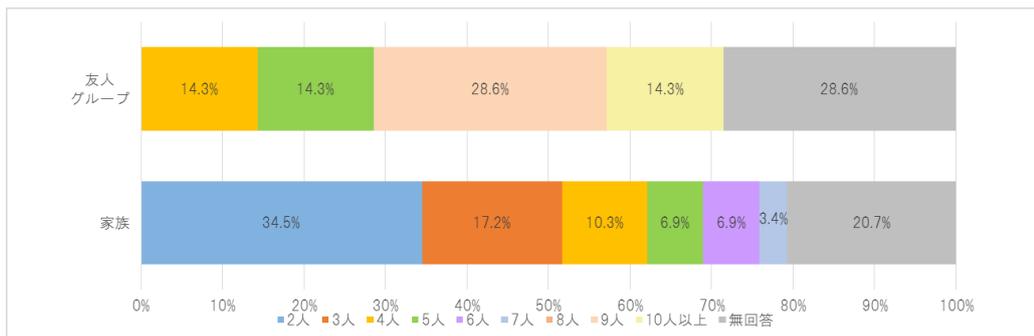
### ① 全体

全体では、58%の方が「家族」で来訪されていた。ついで、20%の方が「ひとり」だった。

### ② 年代別

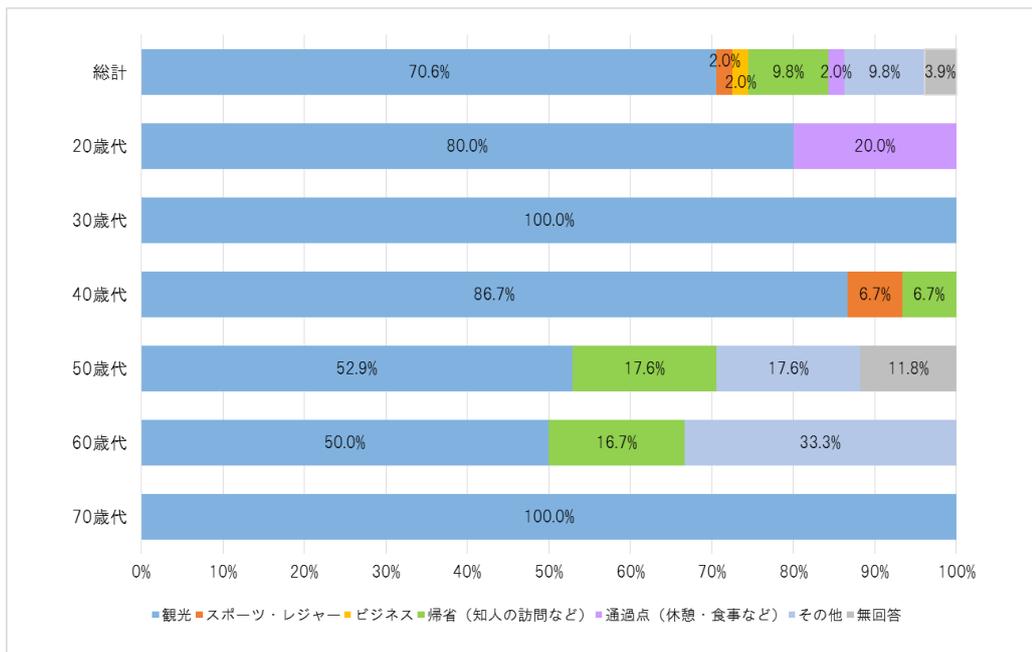
30歳代と50歳代・60歳代で「友人・グループ」と一緒という方が目立つが、60歳代以外のどの年代も「家族」と一緒という方が多い。

### ● 「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4人・5人と9人以上の割合が高かった。「家族と一緒に」の方は2～4人の方の割合があわせて6割強だった。

## 6. 来訪目的



### ① 全体

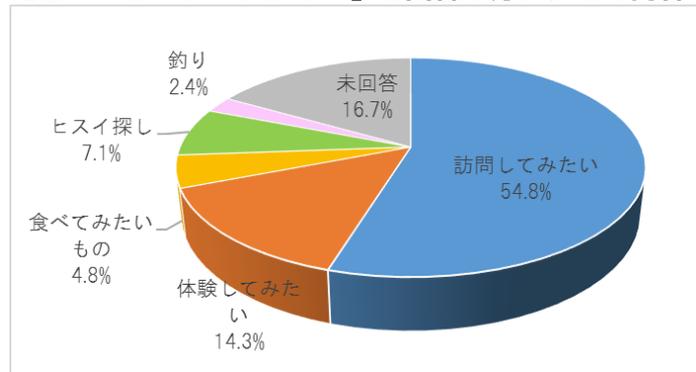
全体では、70.6%の方が「観光」目的で来訪されている。

### ② 年代別

年代別では、30歳代の方はすべて観光目的で、20歳代・40歳代の方も8割以上が観光目的だった。

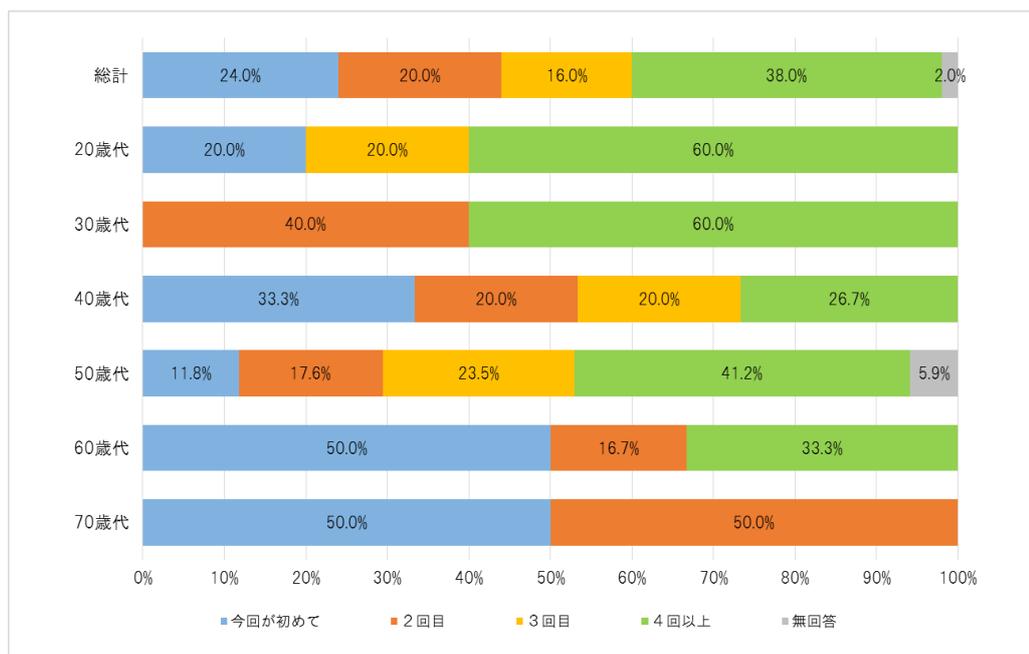
### ③ 来訪目的の内容

- 「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54.8%であり、フォッサマグナミュージアムが目的地であることがうかがえる。その他の内容として、フォッサマグナミュージアムでの鑑定を目的とした「ヒスイ探し」が多かった

## 7. これまでの来訪回数



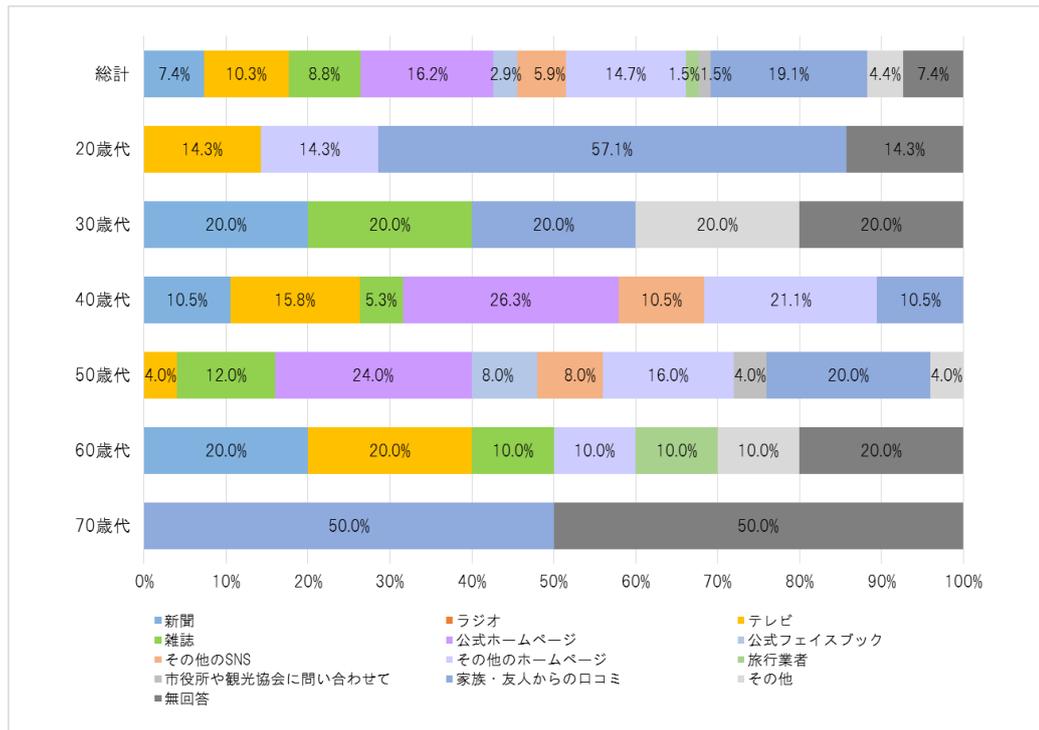
### ① 全体

全体では38%の方が、「4回以上」来訪いただいている。「初めて」という方は24%だった。

### ② 年代別

どの年代も半数以上が「2回以上」来訪されている。

## 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26.5%、「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39.7%だった。一方、「口コミ」は19.1%だった

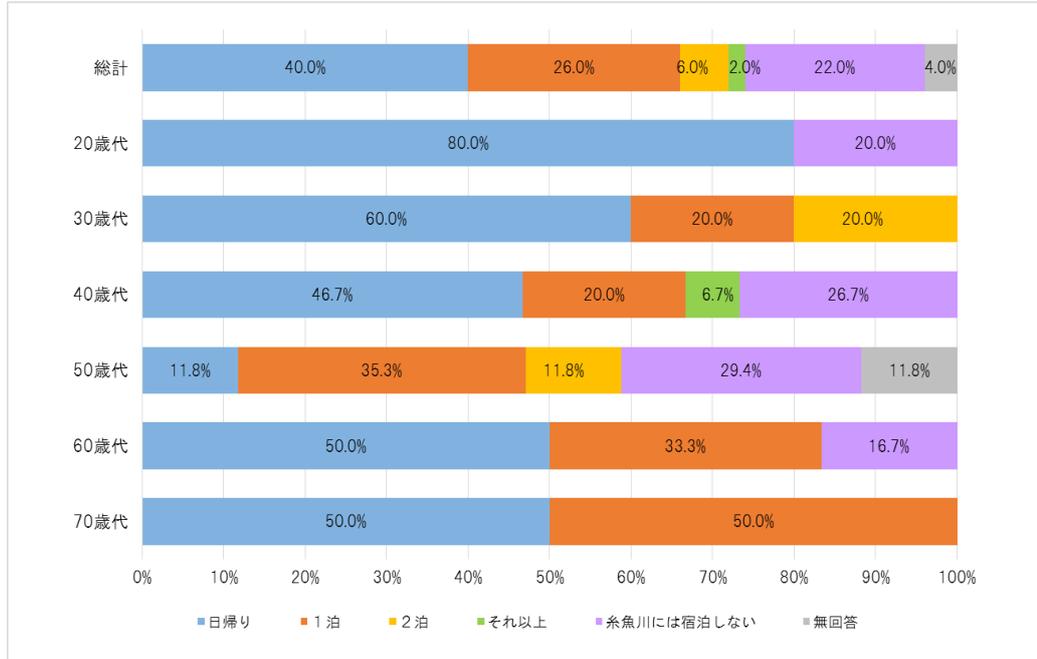
### ② 年代別

どの年代も従来型メディア・インターネット関わらず様々な形で情報を入手している。40歳代・50歳代が「公式ホームページ」を利用している方が目立つ。

### ③ その他の内容について

「その他」では、「口コミ」「たまたま」「以前から知っている」という回答があった。

## 9. 宿泊・宿泊施設



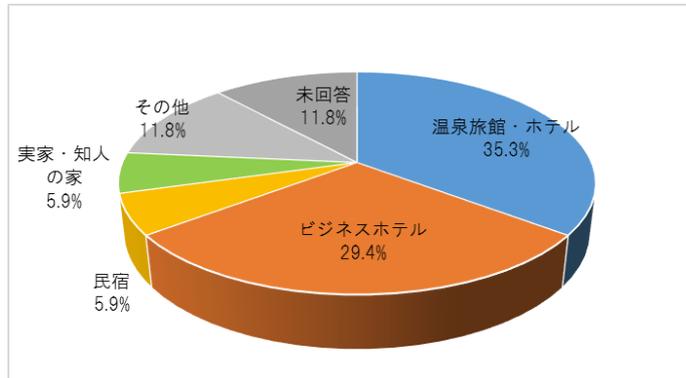
### ① 全体

「日帰り」の方が40%あり、宿泊数にかかわらず「糸魚川に宿泊」の方は34%だった。「糸魚川以外に宿泊」の方は22%だった。

### ② 年代別

50歳代は「日帰り」の割合が小さく、市内への宿泊が47.1%だった。

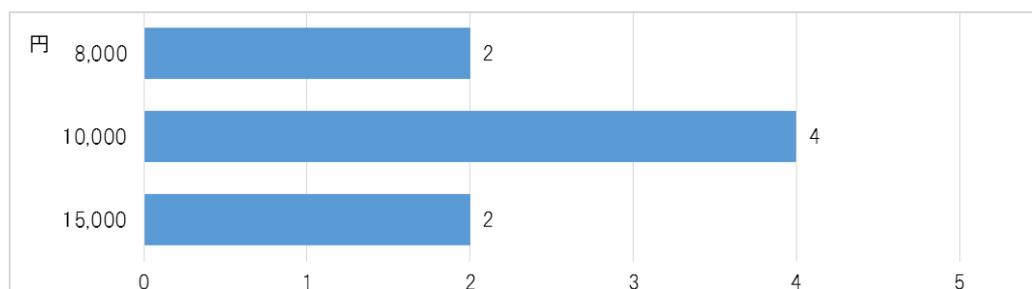
### ● 市内に宿泊される方に宿泊先をお聞きした



「温泉旅館・ホテル」が35.3%、「ビジネスホテル」が29.4%だった。

## 10. 一人あたりの予算

### ① 宿泊費

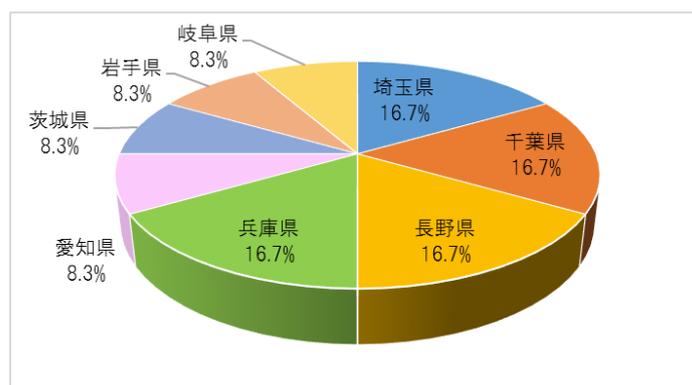


ホテル・旅館・民宿など、宿泊費用が発生する施設での宿泊者データ（回答があった12サンプル。うち、宿泊費を回答いただいたのは8サンプル）

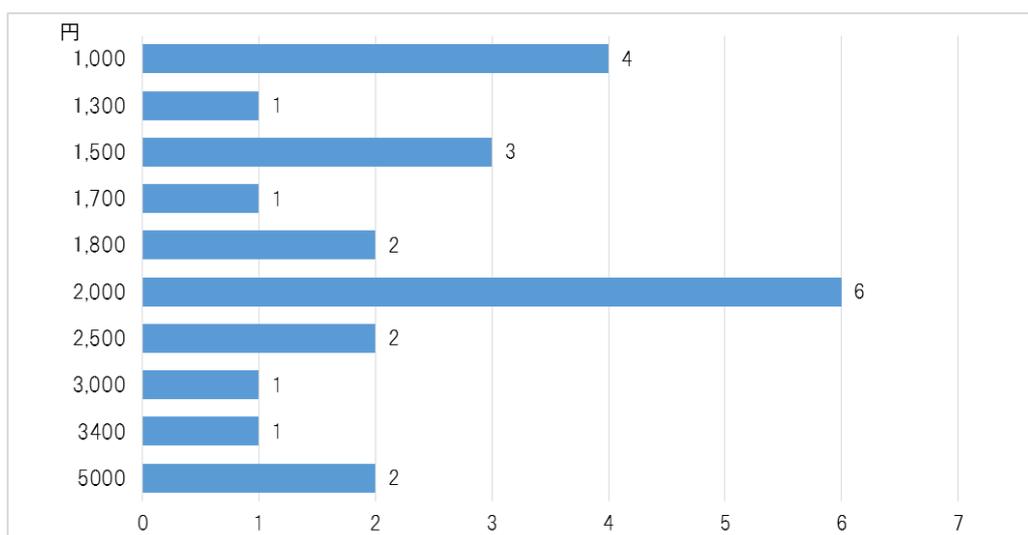
- **平均金額 10,750 円**
- **宿泊費の合計 204,250 円（一人あたり宿泊平均金額×宿泊人数 19 名）**

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、関東・中部地域が目立った。

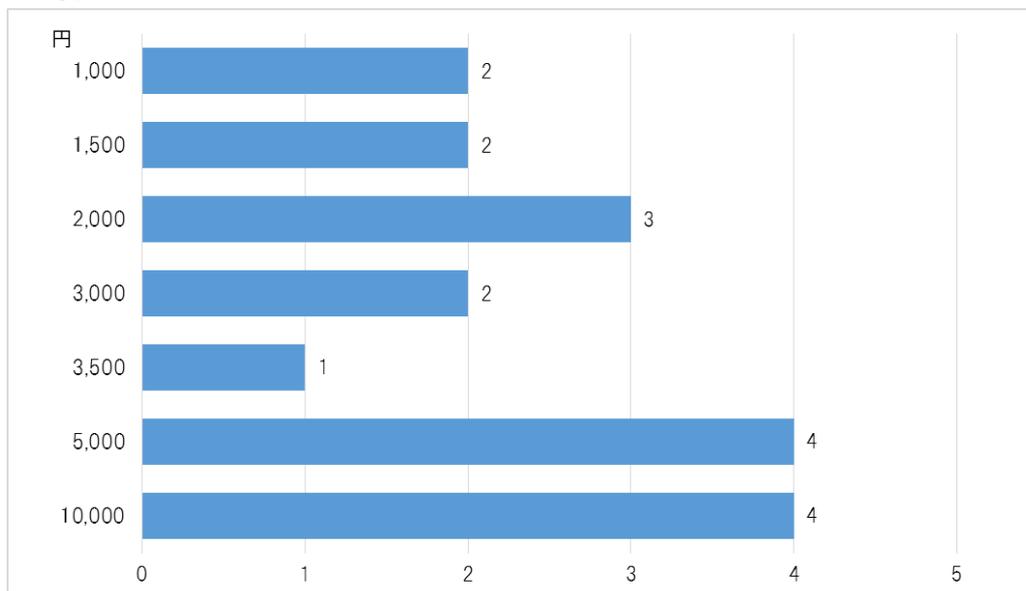


## ② 飲食費



- **平均金額 1,598 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、「1,000 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



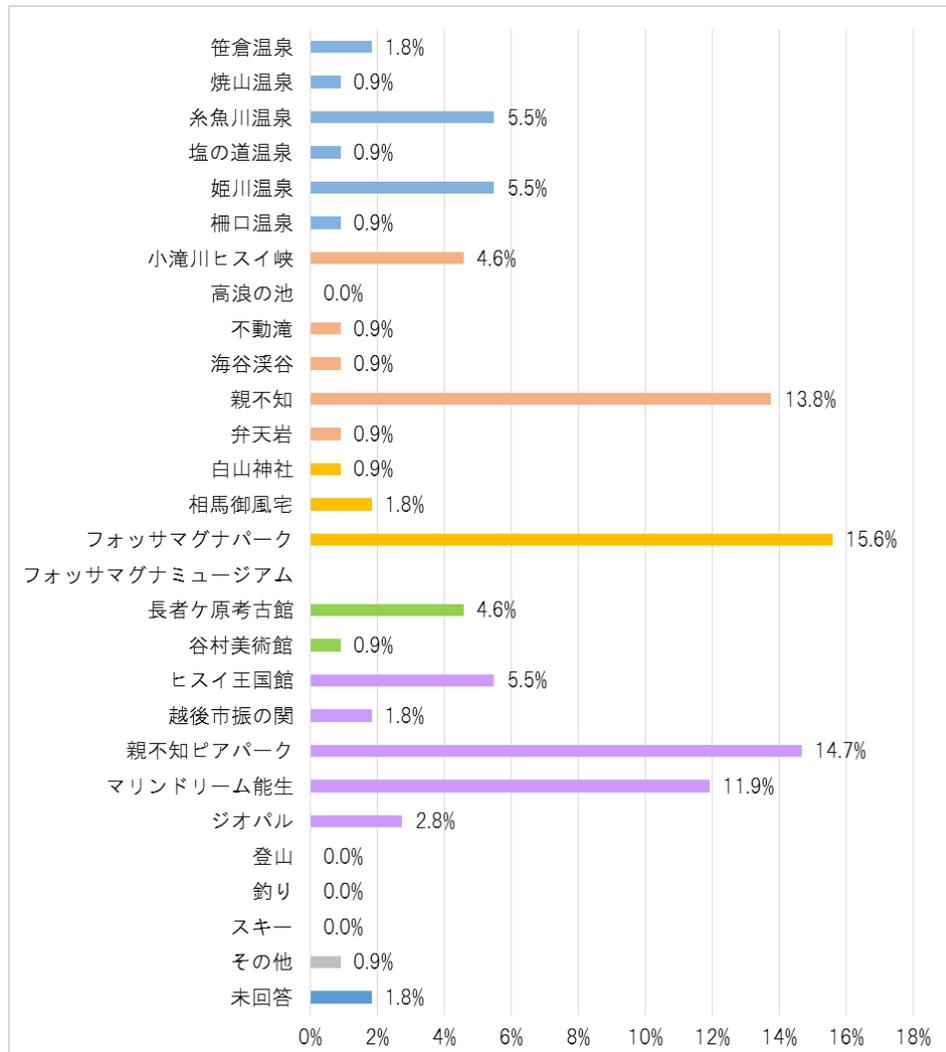
- **平均金額 4,472 円**  
金額的には、「5,000 円」「10,000 円」にピークがあった。  
具体的な商品としては、ヒスイ加工品、カニや海産物、酒があがっていた。

## 11. 来訪した場所

注) 「FMM」の回答は除外した。

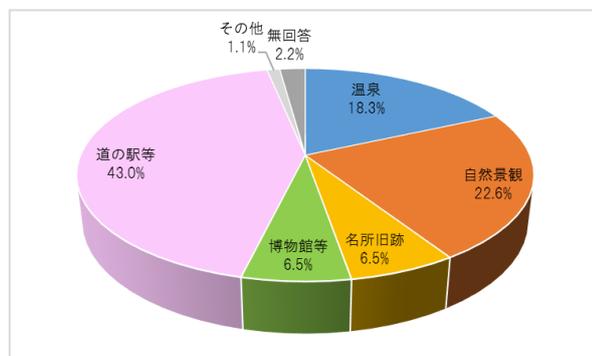
### ① 全体集計

#### ● 場所別



全体でもっとも多かった回答は、「フォッサマグナミュージアム」15.6%、「親不知ピアパーク」で14.7%。ついで「親不知」13.8%、だった。「親不知」のエリアで合計28.5%と人気の高さがうかがえる。

#### ● カテゴリー別

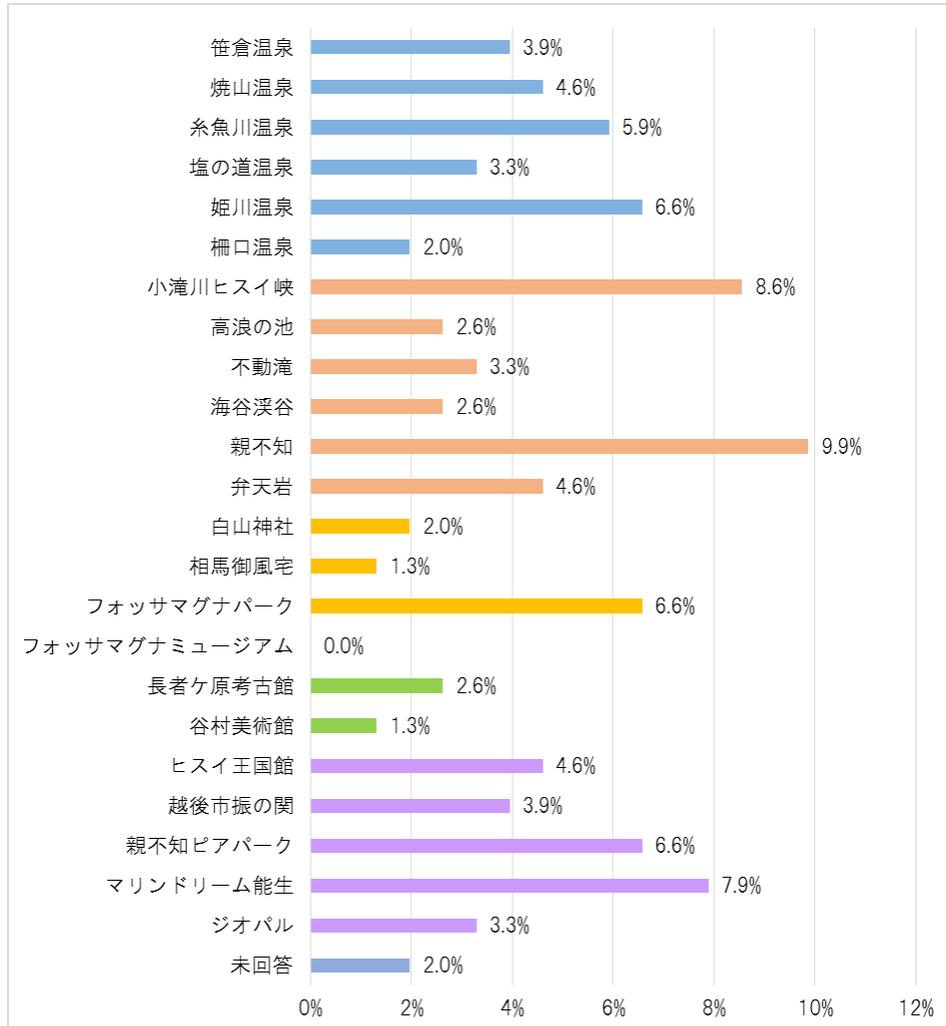


カテゴリー別では「道の駅」が43%、「自然景観」が22.6%だった。

## 12. 糸魚川市内で知っている場所

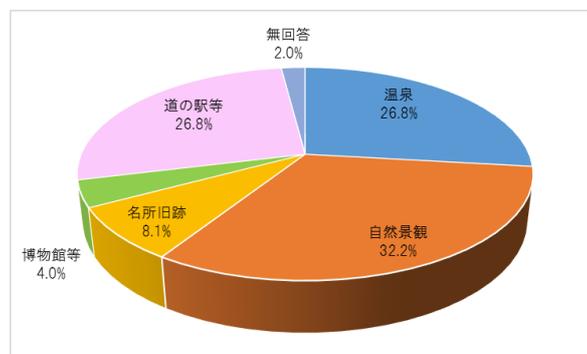
注) 前問の選択肢の中から、知っている場所をお答えいただいた。「FMM」の回答は除外した。

### ① 全体集計



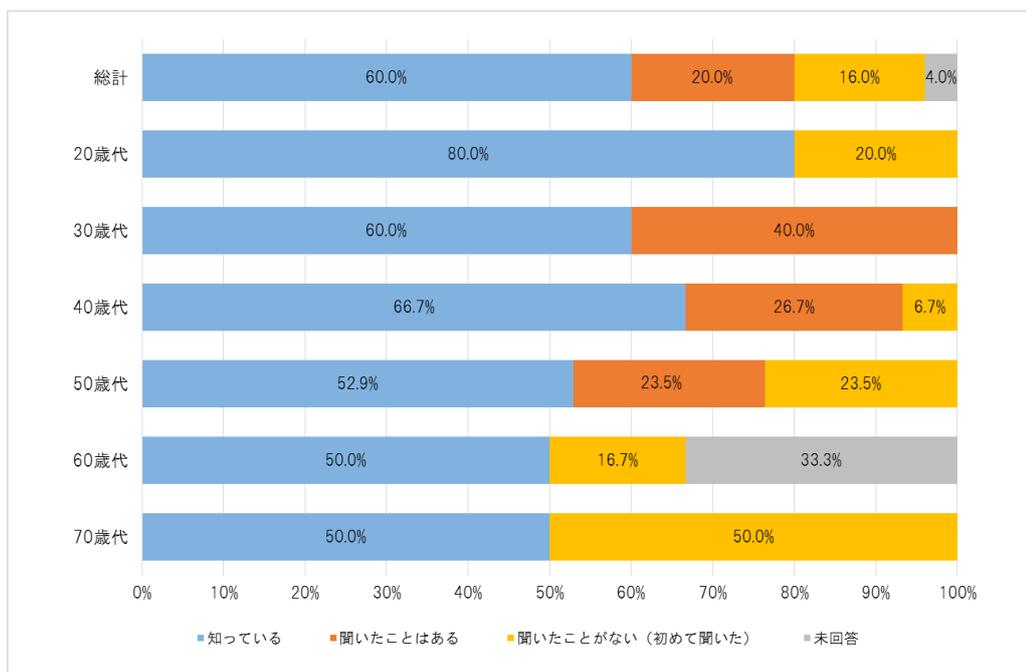
全体では、「親不知」の認知度が高く、ついで「小滝川ヒスイ峡」「マリンドリーム能生」の順となった。

### ● カテゴリー別



カテゴリー別では「自然景観」が32.2%、「温泉」「道の駅」が26.8%だった。

### 13. 糸魚川ジオパークの認知度



① 全体

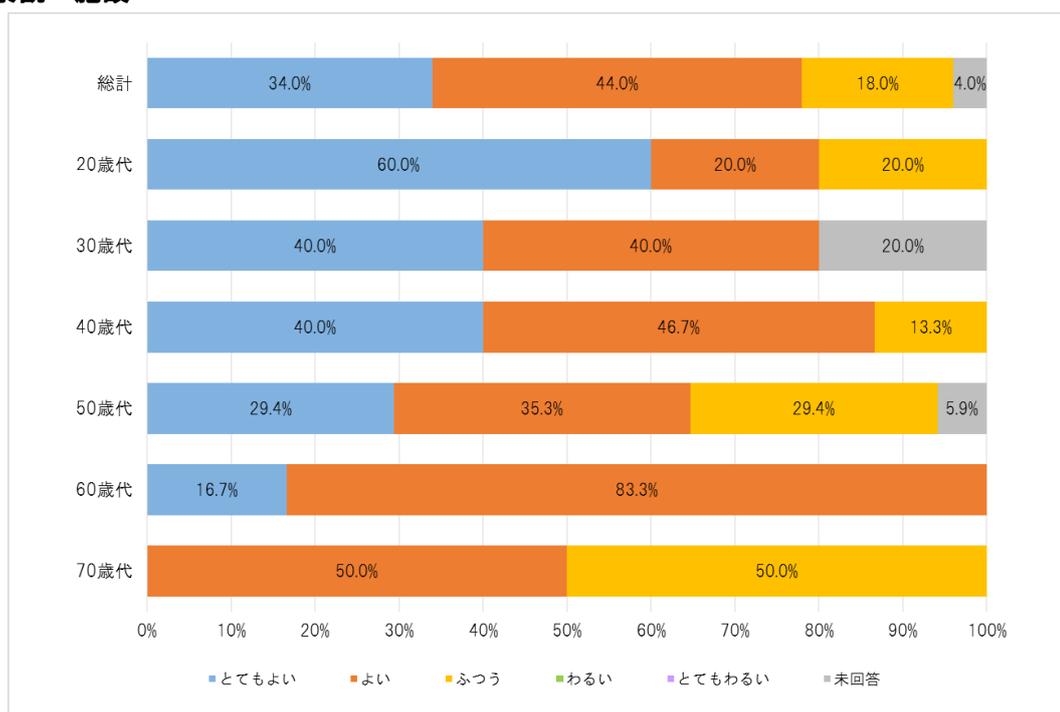
全体では、「知っている」「聞いたことはある」をあわせ、80%の回答があった。

② 年代別

「初めて聞いた」方が20歳代で20%、50歳代で23.5%だったが、どの年代も半数以上のかたが「知っている」と回答した。

## 14. 印象・満足度

### ① 景観・施設



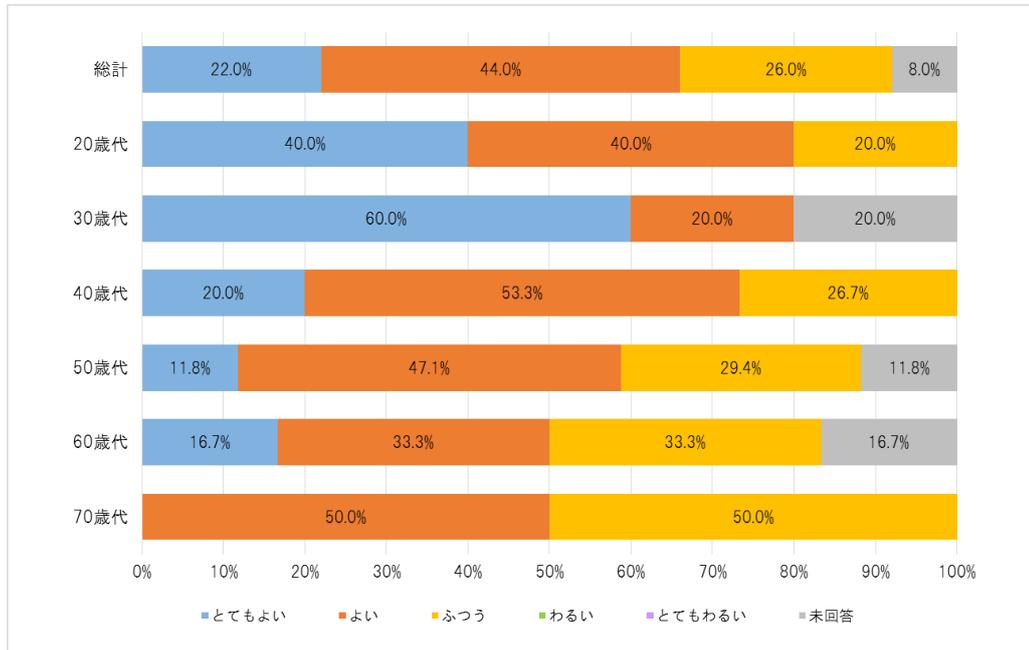
#### (1) 全体

全体では「とてもよい」「よい」を合わせて 78%の方が満足を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。

## ② お店の対応



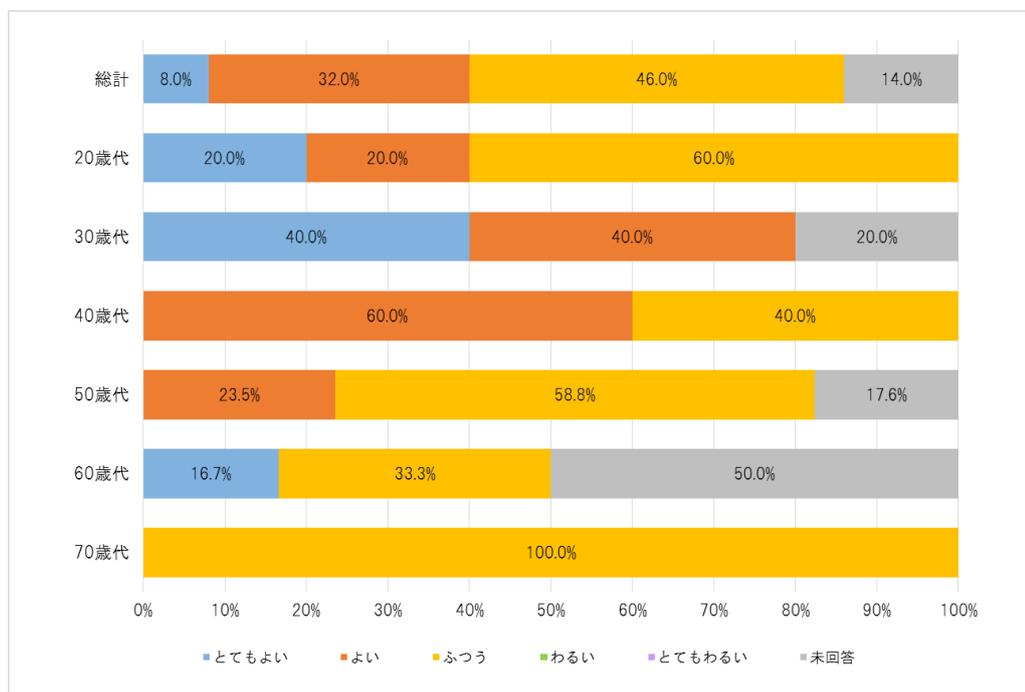
### (1) 全体

「とてもよい」「よい」で66%となった。

### (2) 年代別

年代が若いほど満足度が高い結果となった。

### ③ お土産



#### (1) 全体

「よい」「とてもよい」の回答が40%、「ふつう」が46%

#### (2) 年代別

30歳代以外では、「ふつう」の割合が目立った。

---

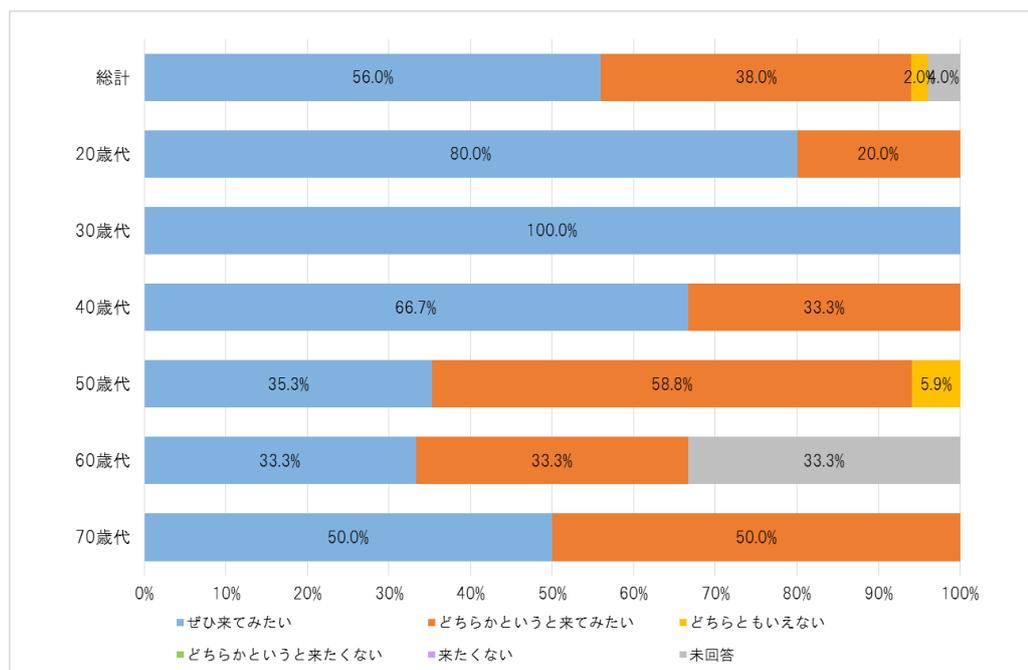
#### ④ 自由意見<満足点>

- **自然・景観に関すること**
  - ・ 海
  - ・ 天候良い
  - ・ 地形で見られないものを多くみられた
- **施設に関すること**
  - ・ フォッサマグナミュージアム
  - ・ 原石が見られた
- **お店の対応など**
  - ・ フォッサマグナミュージアムでの対応が親切でした
  - ・ 人が良い
  - ・ 親切な人が多い
- **食べ物・お土産に関する内容**
  - ・ ヒスイのお土産があって良い
  - ・ カニの試食
  - ・ 試食いっぱい
  - ・ 新鮮なお魚が買える
  - ・ カニが美味しい
  - ・ 安い

#### ⑤ 自由意見<不満点>

- **道路案内・交通など**
  - ・ 看板が分かりづらい
  - ・ 市内で観光できる所を知りたい
- **お店の対応・サービス**
  - ・ お店の対応とお土産の質はあまり良くない
  - ・ 市内のどこになにがあるかがわからない
- **施設に関すること**
  - ・ 休める場所が少ない
  - ・ 食事をする場所がない（糸魚川駅前）
- **全般的なこと**
  - ・ 特色のある場所がない
  - ・ 糸魚川という特色がない
  - ・ とても良い所がたくさんあるのに発信力が足りない
  - ・ もっと市内の良い所をアピールして活性化してほしい

## 15. 再来訪の意向



### ① 全体

全体では、「ぜひ来てみたい」「どちらかというに来てみたい」をあわせ 94%の方が再来訪の意向を示している。

### ② 年代別

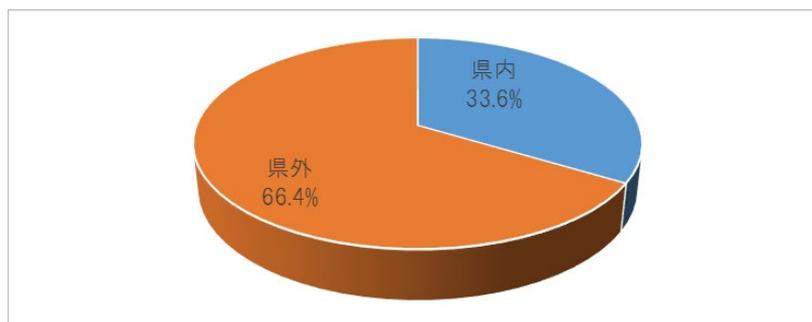
どの年代別でも、概ね「ぜひ来てみたい」「どちらかというに来てみたい」の割合が高い。



### III. 調査結果<冬季>

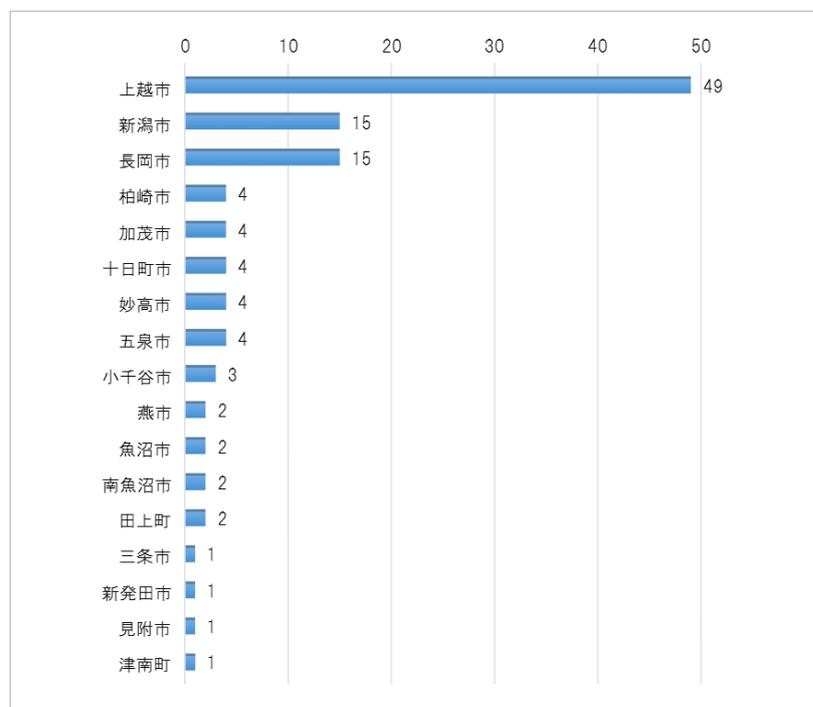
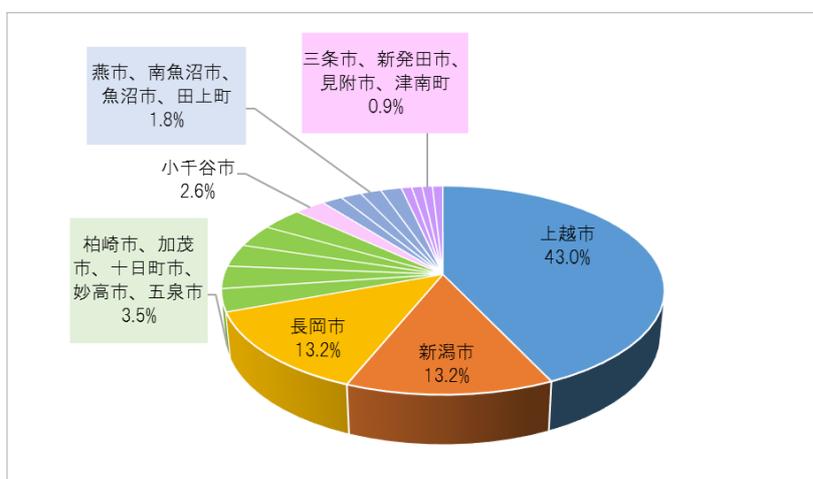
## 1. 居住地

### ① 全体



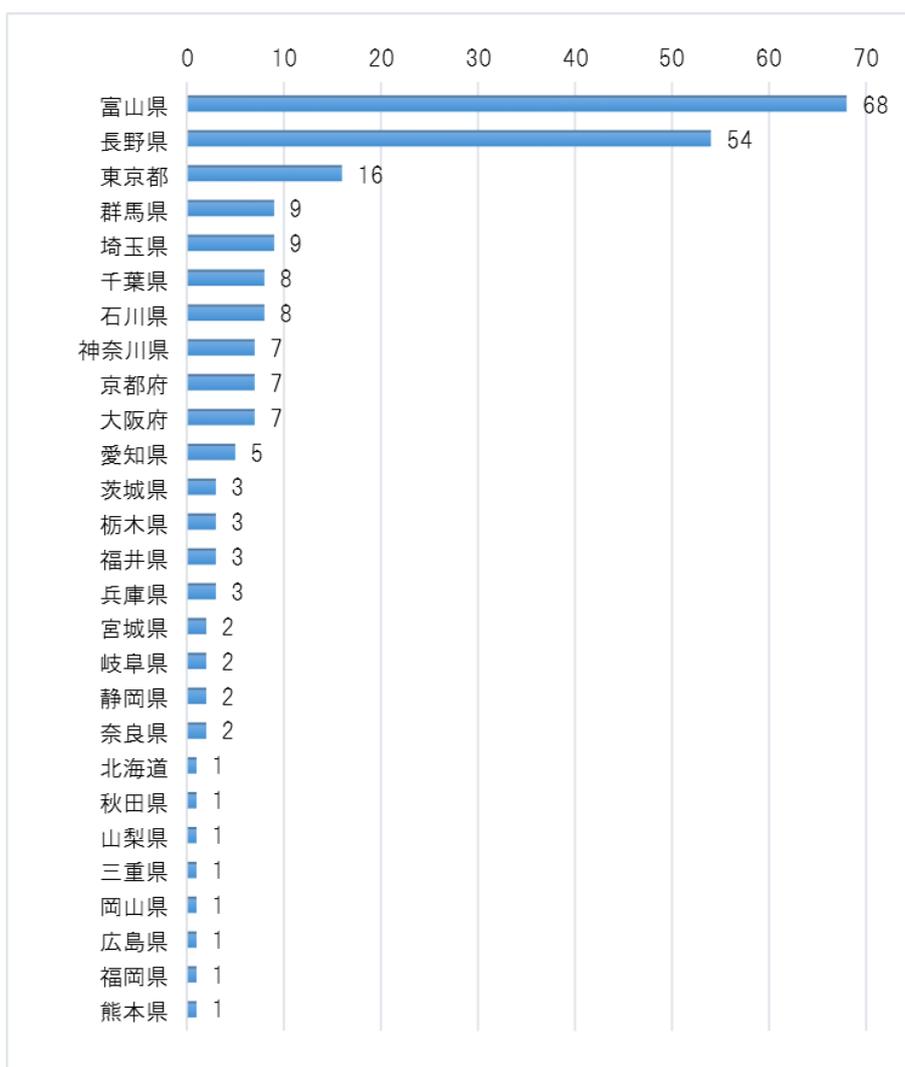
県内から 33.6%、県外から 66.4%の割合だった。

### ② 新潟県内 内訳



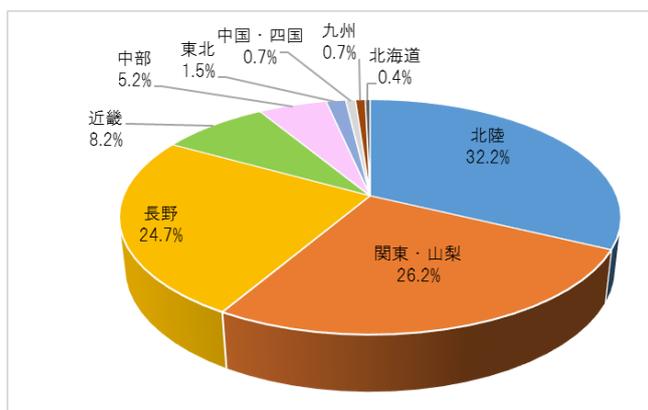
上越市からの来訪が 43%、新潟市・長岡市からの来訪が 13.2%だった。

### ③ 県外からの来訪（都道府県別）



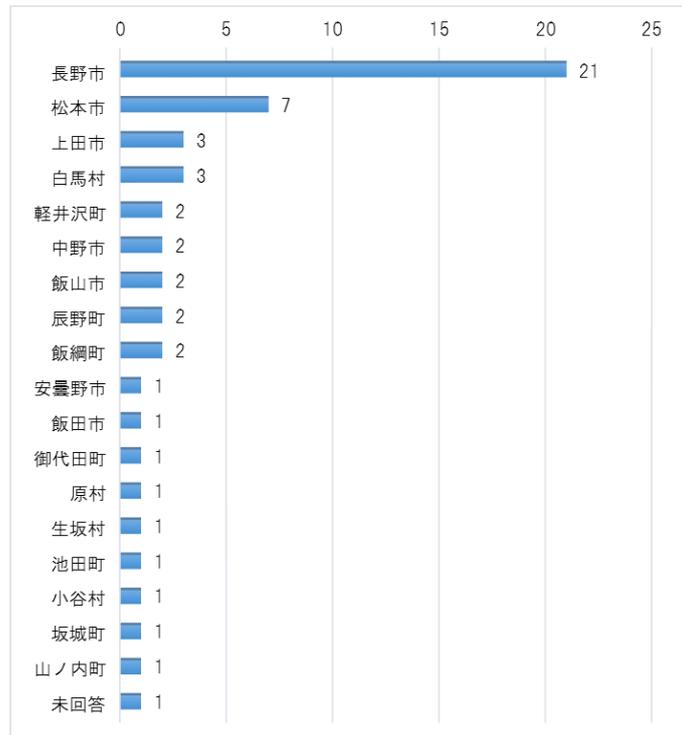
富山県からの来訪が最も多い結果となった。

#### ● 地方別



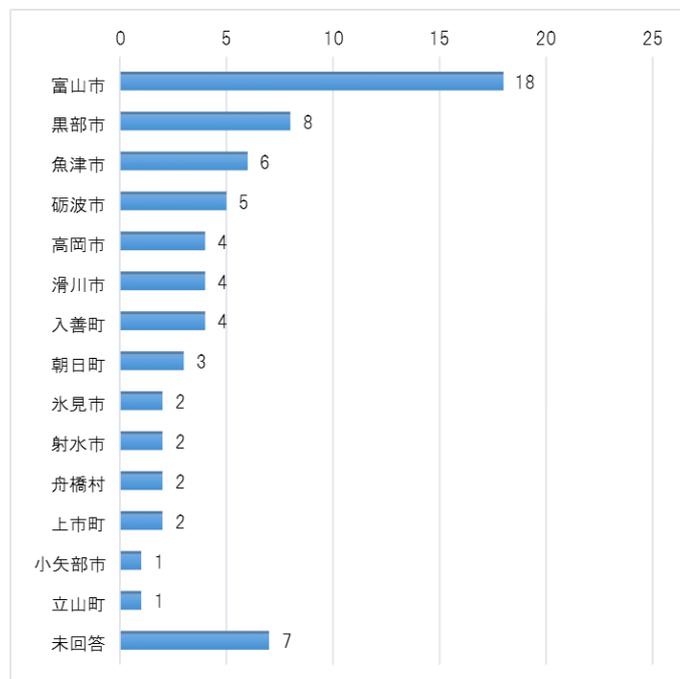
地方別で見ると、「北陸」から 32.2%、「関東・山梨」から 26.2%、「長野」から 24.7% の来訪があった。

#### 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、ついで「松本市」の順だった。

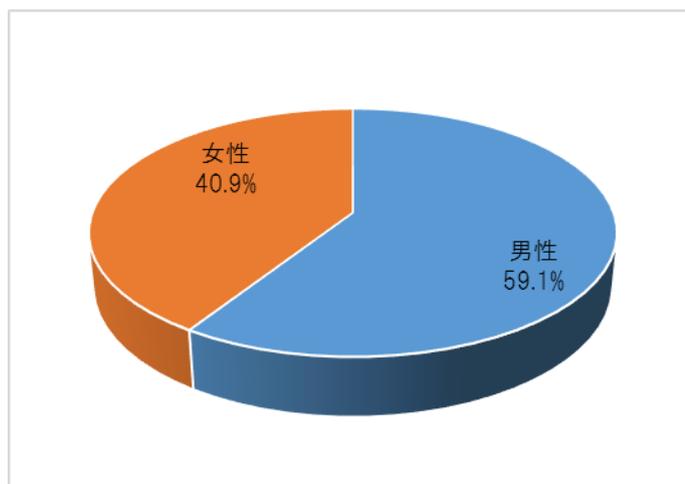
#### ⑤ 富山県からの来訪（市町村別）



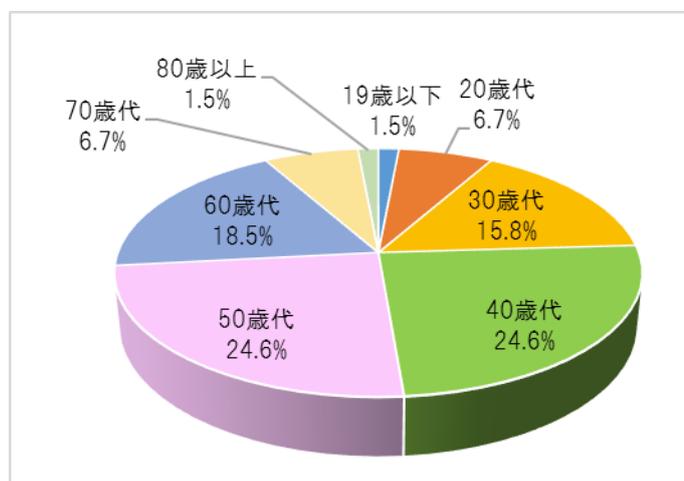
富山県内からの来訪は、「富山市」が最も多く、ついで「黒部市」の順だった。

---

## 2. 性別

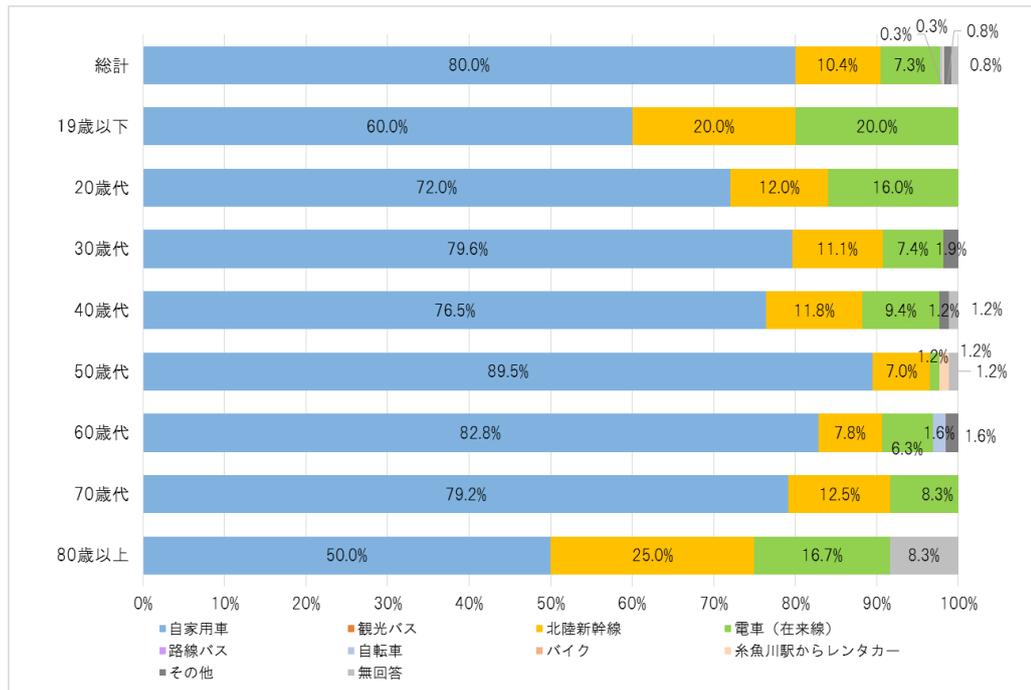


## 3. 年代



年代別では40歳代・50歳代の割合が多かった。この2つの年代で49.2%とおよそ半数を占めた。

## 4. 交通手段



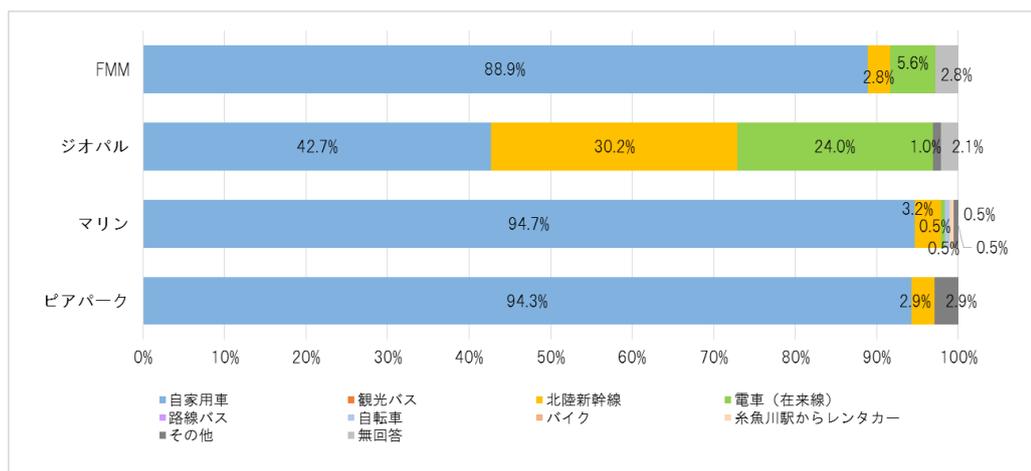
### ① 全体

全体では、80%が「自家用車」を利用している。ついで「北陸新幹線」「在来線」と続く。雪道を避け鉄道を利用した県外からの来訪者があったためと考えられる。

### ② 年代別

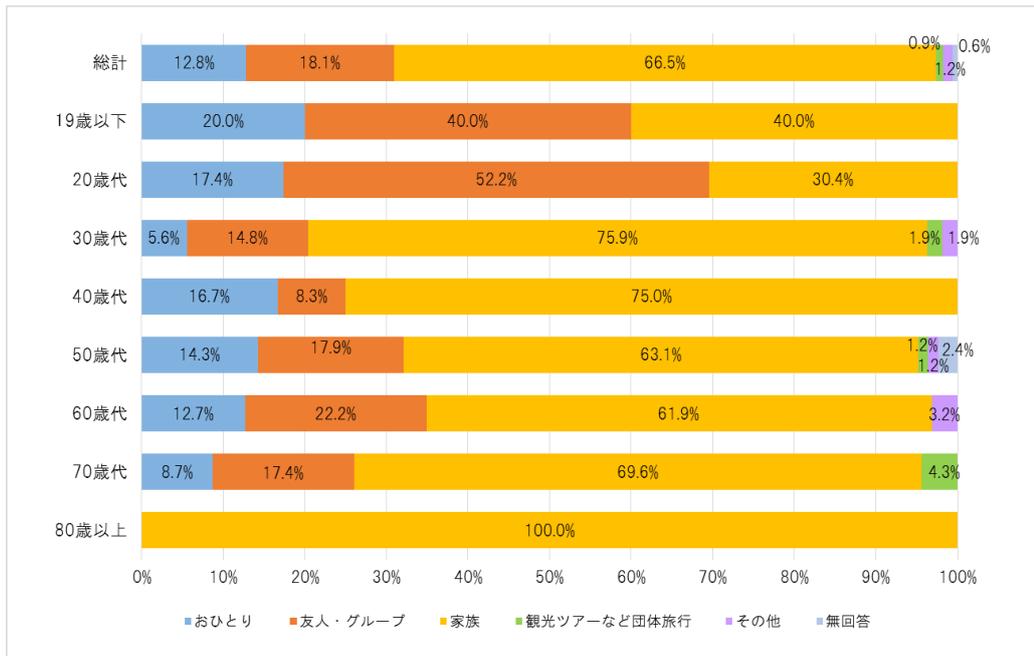
どの年代も「自家用車」の割合が高いが、「北陸新幹線」「在来線」の利用があることがわかる。

### ③ 調査ポイント別



調査ポイント別では、ジオパル以外は「自家用車」の利用9割程度あるが、ジオパルでは、「北陸新幹線」「在来線」の割合が高い。

## 5. 同行者



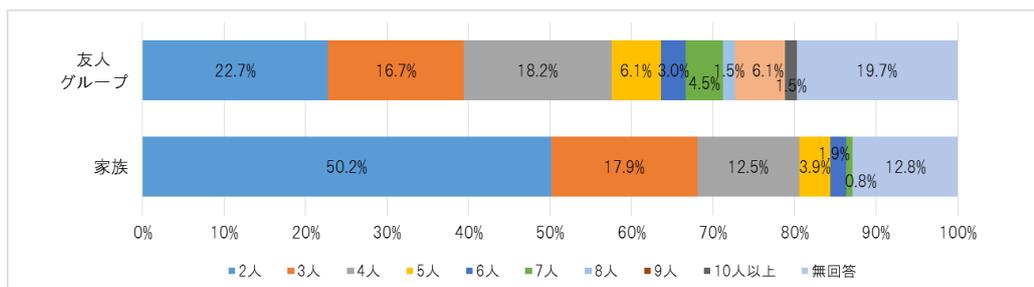
### ① 全体

全体では、66.5%の方が「家族」で来訪されていた。ついで、18.5%の方が「友人・グループ」だった。

### ② 年代別

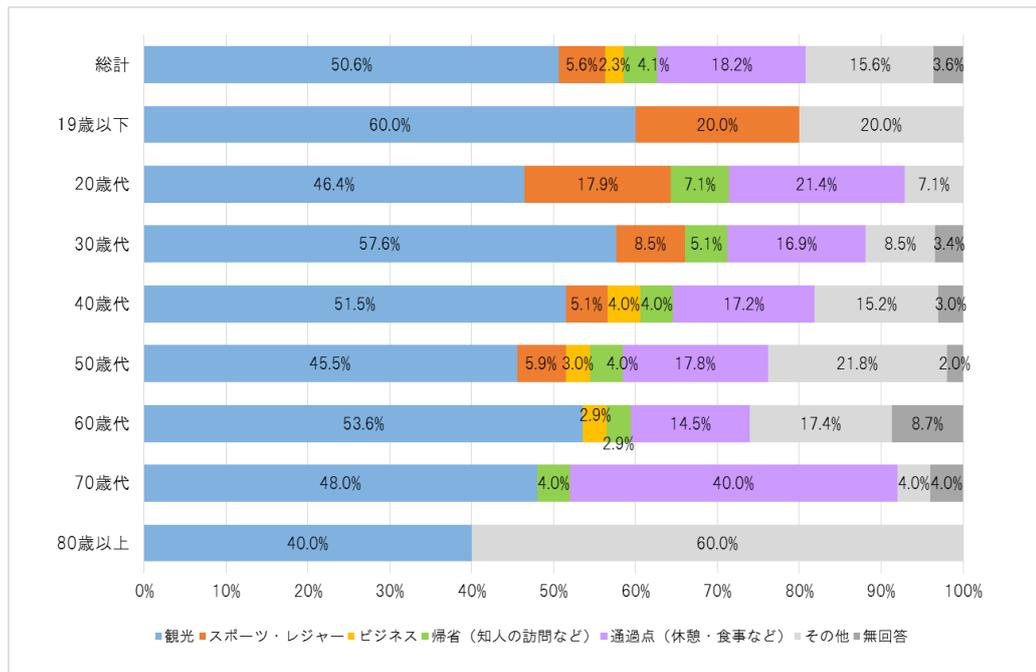
19歳以下・20歳代は、「ひとり」「友人・グループ」の割合が多いが、30歳代以上では「家族」と一緒という方が多い。

### ● 「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2～4人の割合が高かった。「家族と一緒に」の方は2人が半数を占めていた。

## 6. 来訪目的



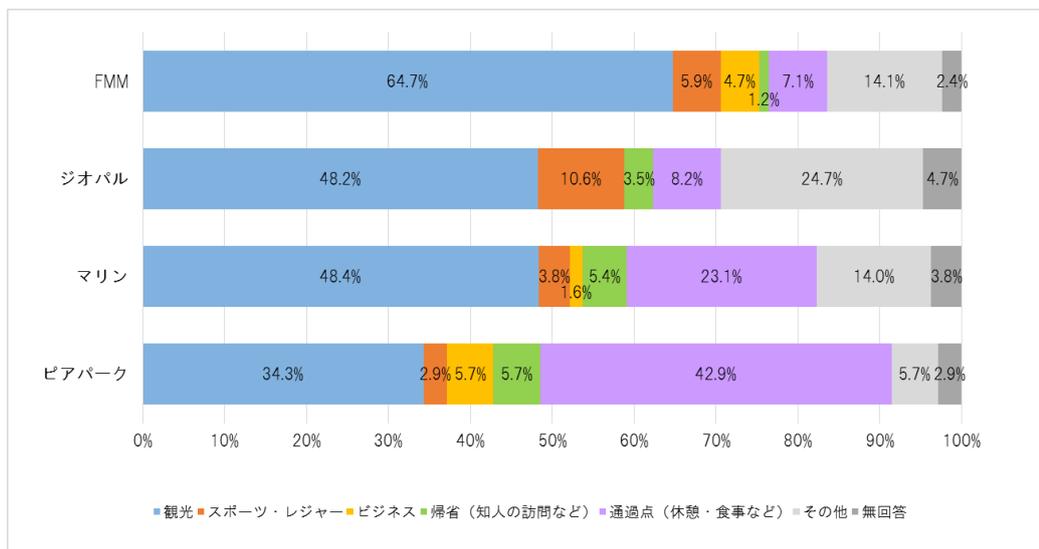
### ① 全体

全体では、50.6%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18.2%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

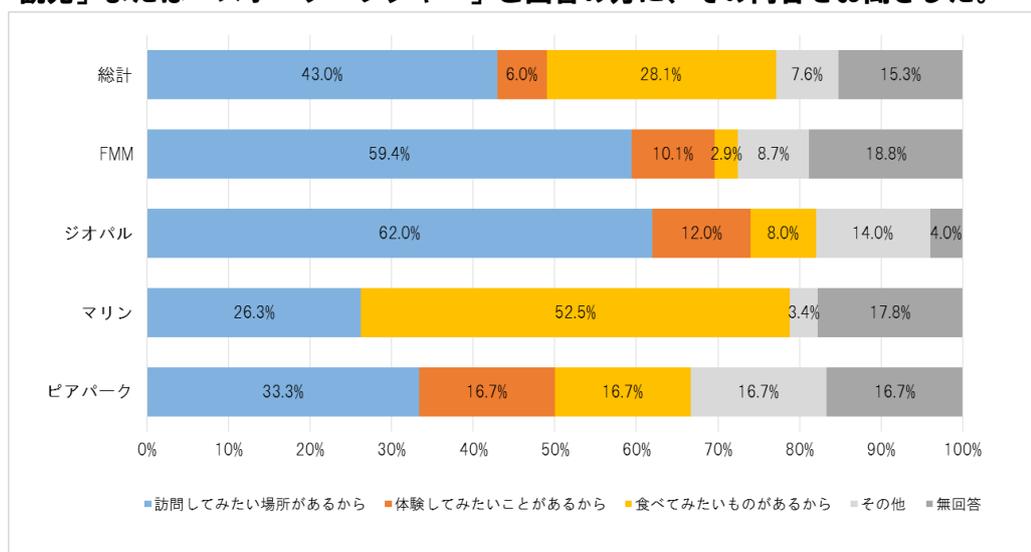


ピアパーク以外の調査ポイントでは、「観光」目的が最も多かった。ピアパークでは「通過点」が42.9%だった。

フォッサマグナミュージアム・ジオパルでの「その他」は、調査日に総合体育館で行われていた女子バスケットボールリーグの試合観戦で訪れていた方だった。

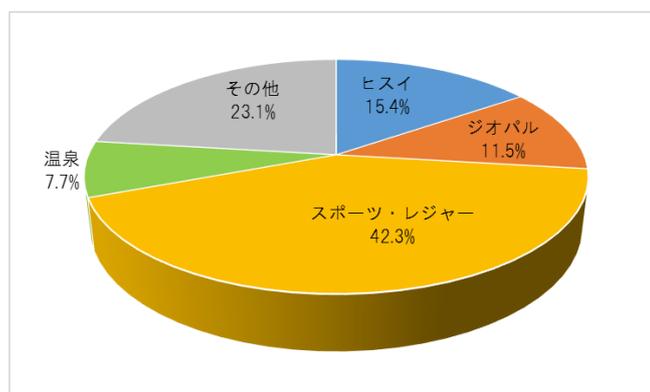
#### ④ 来訪目的の内容

- 「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。



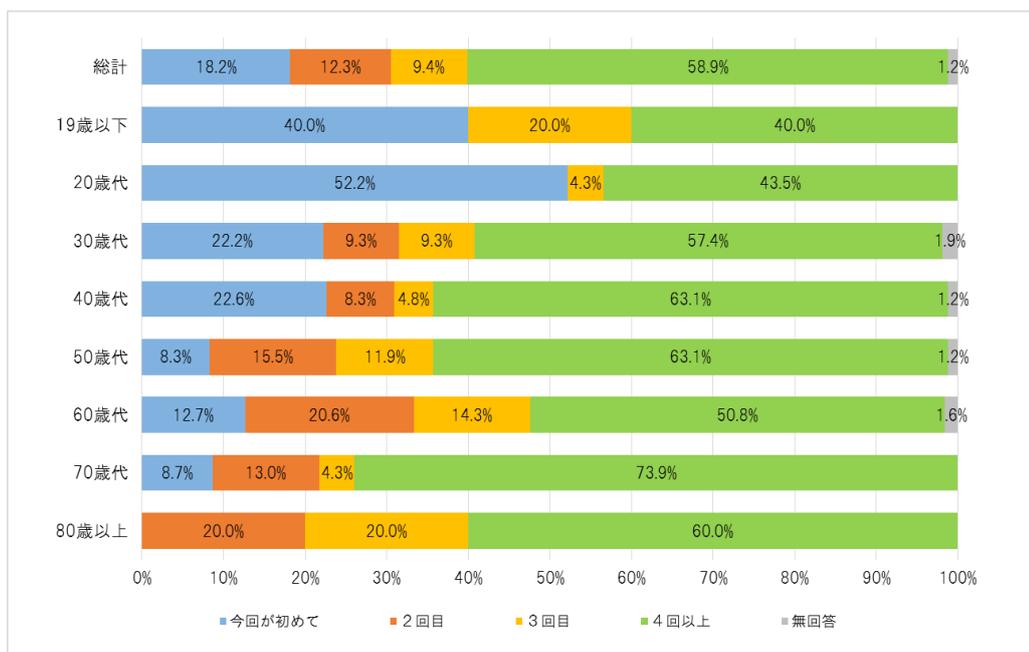
フォッサマグナミュージアム、ジオパルでは「訪問してみたい場所」の割合が高く、それぞれが目的地であることがうかがえる。一方、マリンドリームでは「食べてみたいもの」が半数以上を占めていた。

#### ⑤ より具体的な訪問目的



具体的な内容では、「ヒスイ探し」「ジオパルへの訪問」があった。「スポーツ・レジャー」にはスキー・スノーボードの他、バスケットボールの観戦が多かった。

## 7. これまでの来訪回数



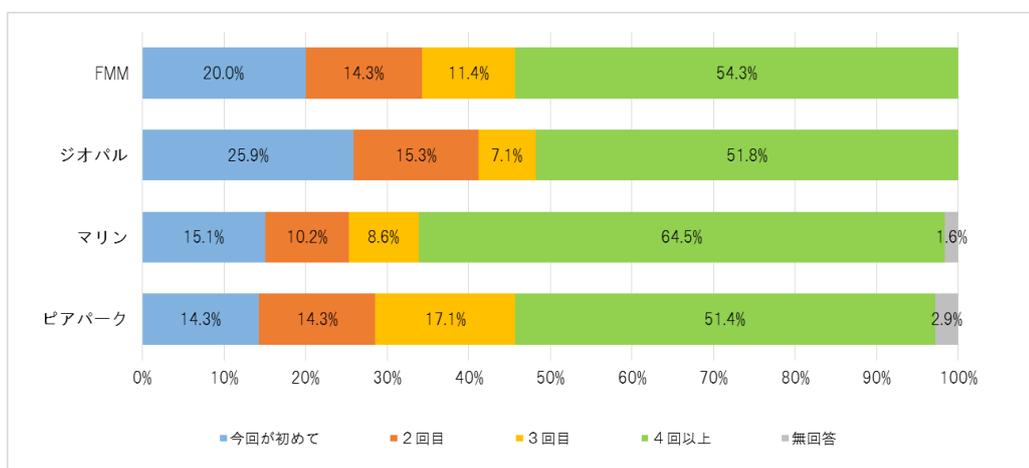
### ① 全体

全体では58.9%の方が、「4回以上」来訪いただいている。「初めて」という方は18.2%だった。

### ② 年代別

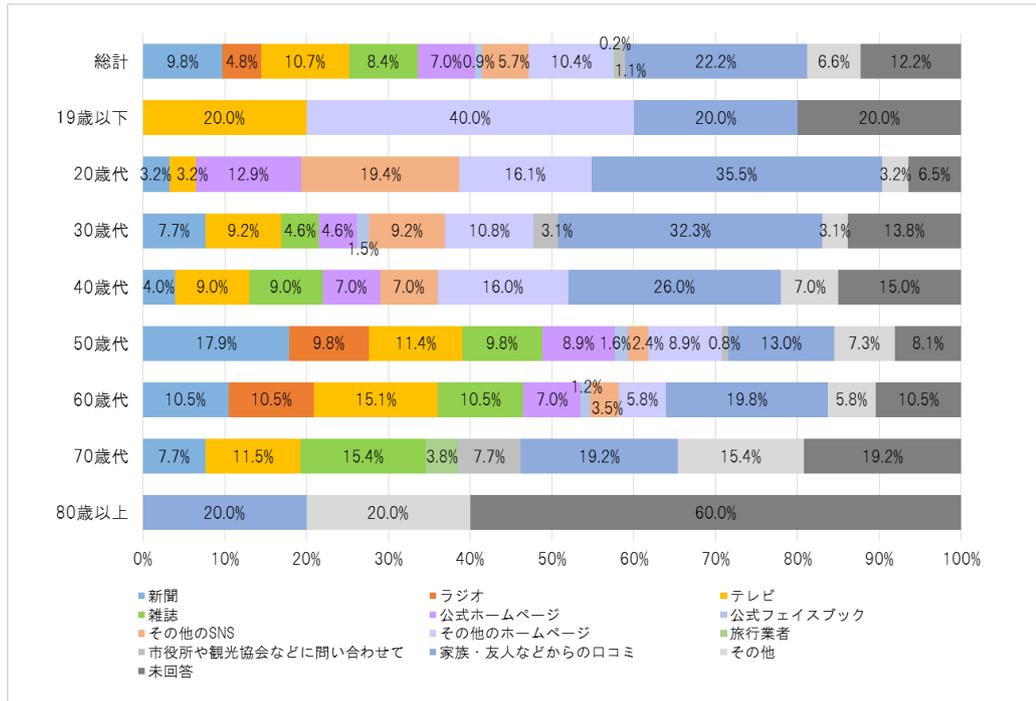
19歳以下・20歳代では「初めて」の方が多かった。それ以上の年代では半数以上が「4回以上」来訪されている。

### ③ 調査ポイント別



どの調査ポイントでも半数以上が「4回以上」の来訪だった。フォッサマグナミュージアムで20%、ジオバルで25.9%の方が「初めて」の来訪だった。

## 8. 情報入手手段



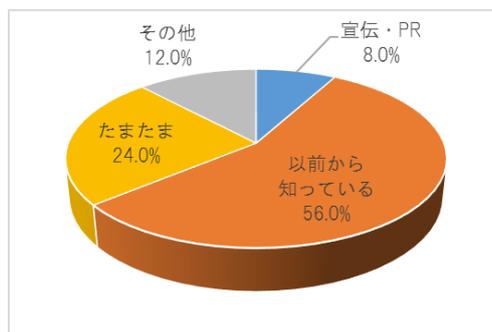
### ① 全体

従来型のメディア（新聞・ラジオ・テレビ・雑誌）は合わせて33.7%、「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24%だった。「口コミ」は22.2%だった。

### ② 年代別

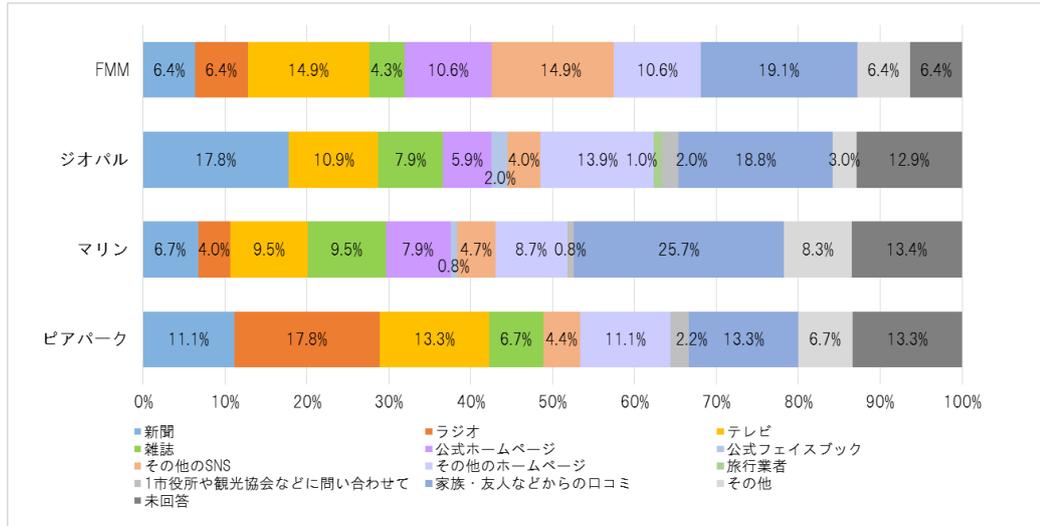
どの年代も従来型メディア・インターネット関わらず様々な形で情報を入手している。一方で、どの年代も「口コミ」が一番の情報源だった。

### ③ その他の内容について



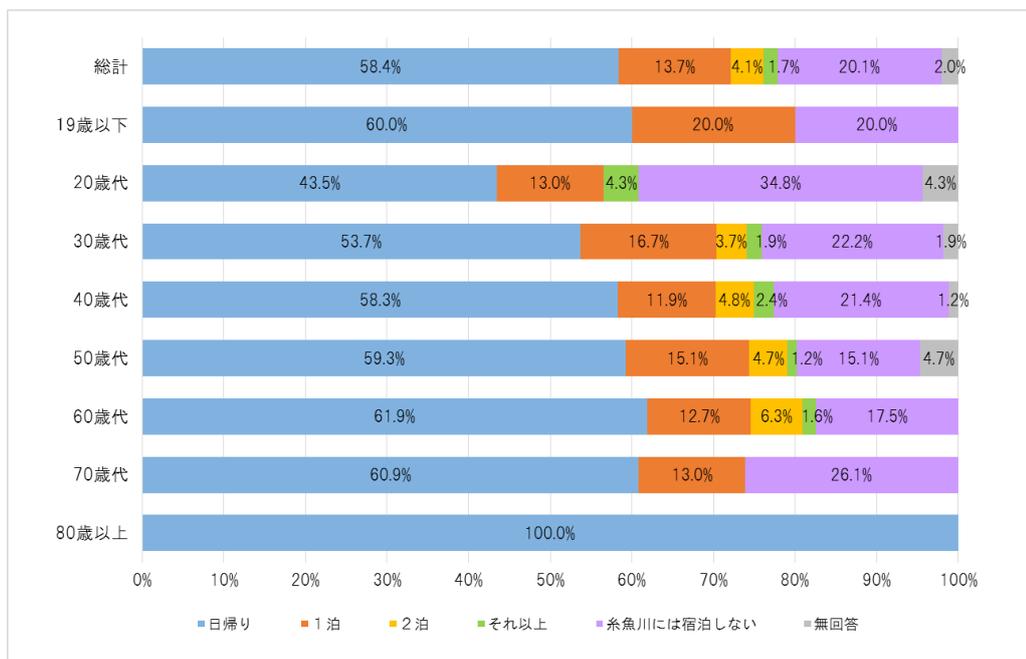
「その他」では、「以前から知っている」が56%、「たまたま」が24%だった。

#### ④ 調査ポイント別



調査ポイント別で見ると、フォッサマグナミュージアムでは「テレビ」「その他の SNS」「口コミ」を利用した情報入手が目立つ。  
 ジオパルでは「新聞」と「口コミ」、マリンドリーム能生では「口コミ」、親不知ピアパークでは「ラジオ」「テレビ」の割合が多かった。

## 9. 宿泊・宿泊施設



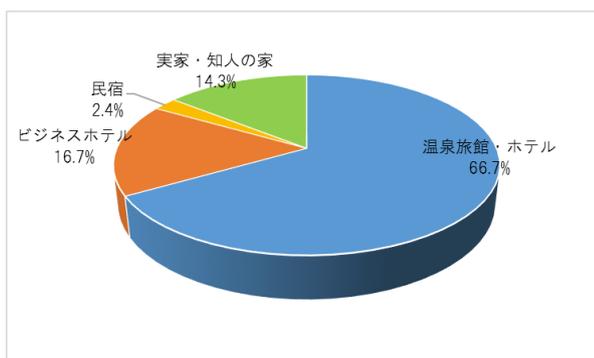
### ① 全体

「日帰り」の方が58.4%あり、宿泊数にかかわらず「糸魚川に宿泊」の方は19.5%だった。「糸魚川以外に宿泊」の方は20.1%だった。

### ② 年代別

どの年代も「糸魚川で1泊」という方が13~16%程度いる。一方で「糸魚川以外の宿泊」もそれ以上の割合である。

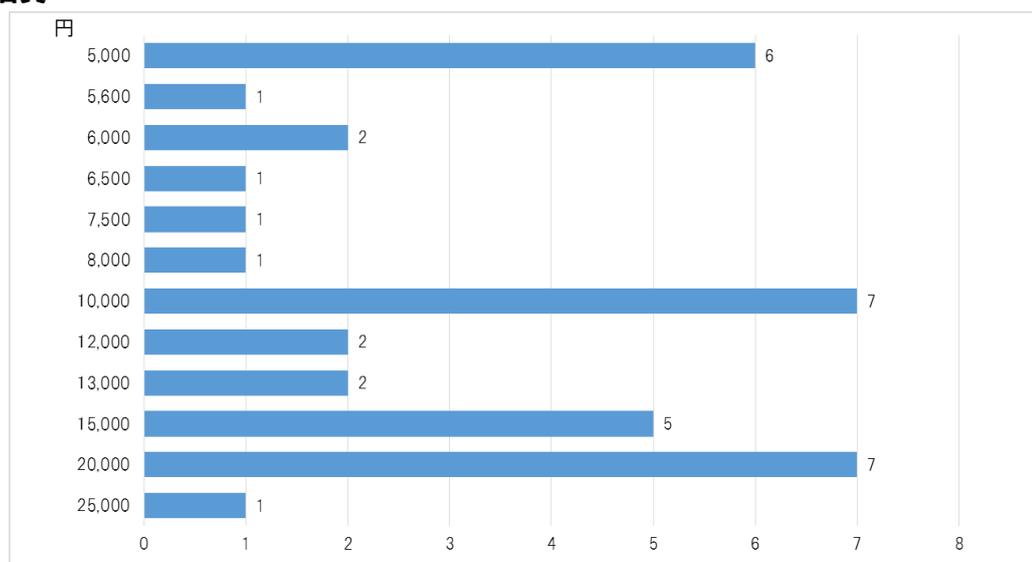
### ● 市内に宿泊される方に宿泊先をお聞きした



「温泉旅館・ホテル」が66.7%、「ビジネスホテル」が16.7%だった。

## 10. 一人あたりの予算

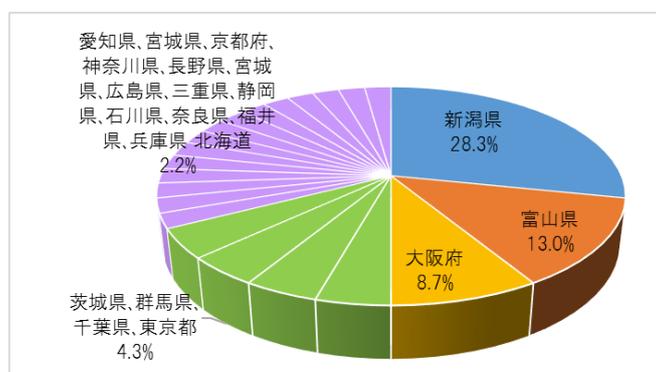
### ① 宿泊費



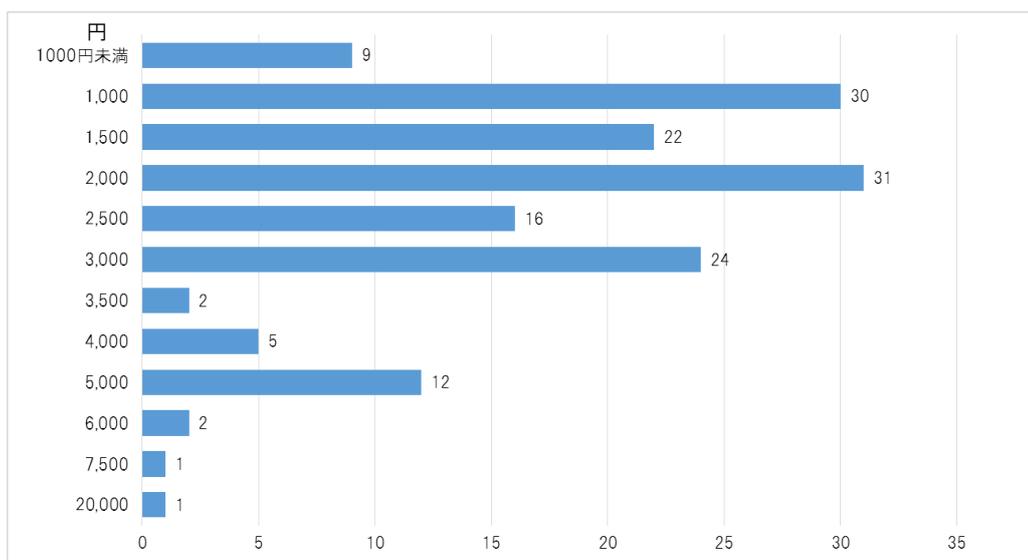
ホテル・旅館・民宿など、宿泊費用が発生する施設での宿泊者データ（回答のあった37サンプル。うち、宿泊費を回答いただいたのは36サンプル）

- **平均金額 11,933 円**
- **宿泊費の合計 1,646,754 円（一人あたり宿泊平均金額×宿泊人数 138 名）**  
宿泊費は、「5,000 円」「10,000 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。

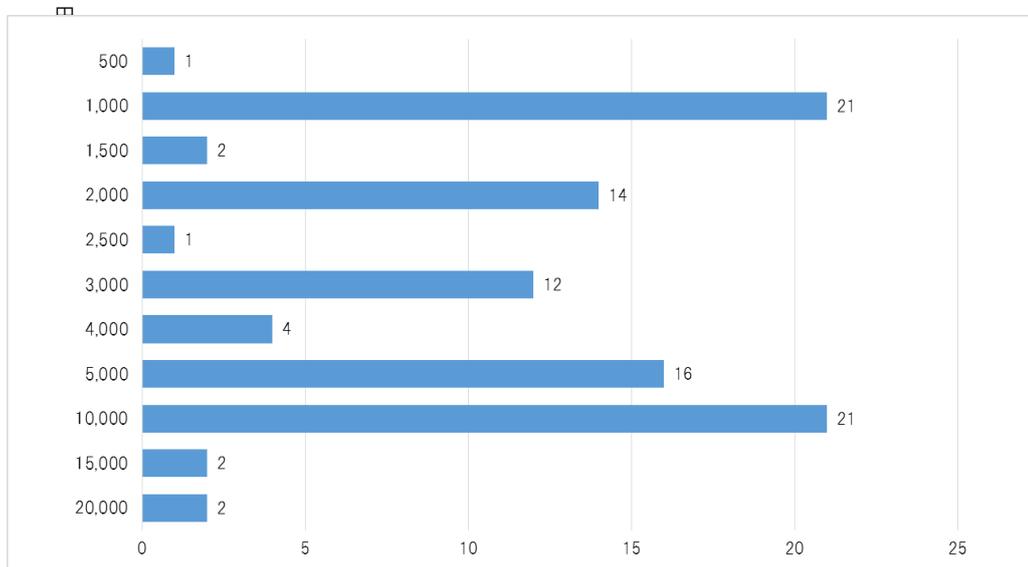


## ② 飲食費



- **平均金額 1,312 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、「1,000 円」「2,000 円」が多く、「1,500 円」「3,000 円」「5,000 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っていた。20,000 円の回答は「雪月花」の利用者だった。

## ③ お土産代



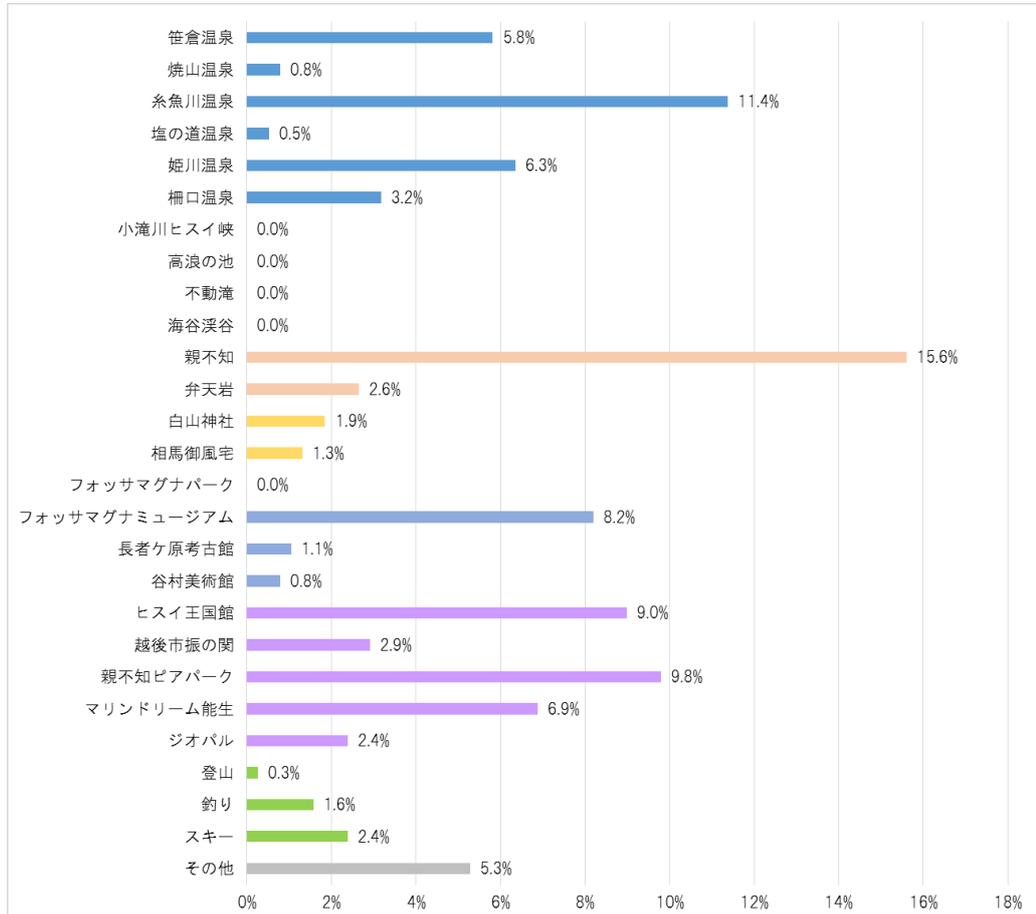
- **平均金額 4,810 円**  
金額的には、「1,000 円」「2,000 円」「3,000 円」「5,000 円」「10,000 円」にピークがあった。  
具体的な商品としては、カニや海産物をあげる方が多かったが、酒や米・農産物、お菓子を上げている方もいた。

## 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。また、冬季閉鎖などでアクセスできない場所も除外した

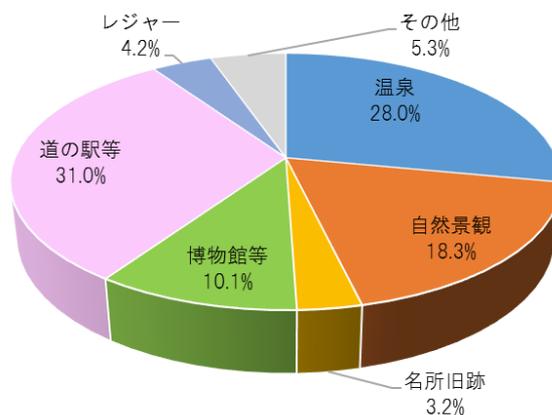
### ① 全体集計

#### ● 場所別



全体でもっとも多かった回答は、「親不知」で15.6%。ついで「糸魚川温泉」で11.4%、「親不知ピアパーク」9.8%だった。

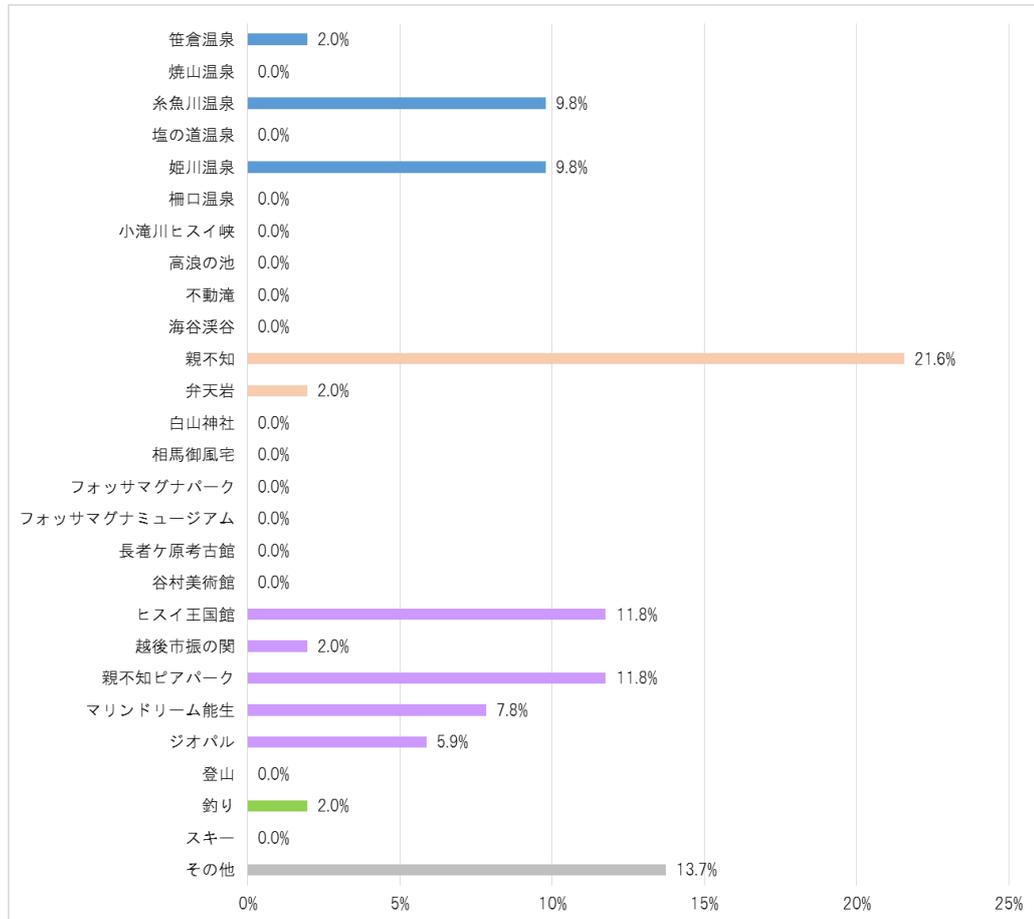
#### ● カテゴリー別



カテゴリー別では「道の駅」が31%、「温泉」が28%だった。

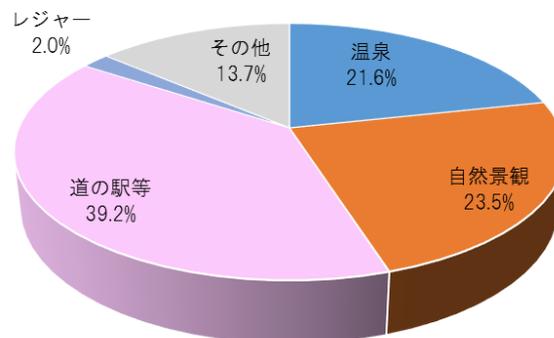
## ② フォッサマグナミュージアムでの調査結果

### ● 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」で21.6%。ついで「ヒスイ王国館」「親不知ピアパーク」の11.8%だった。

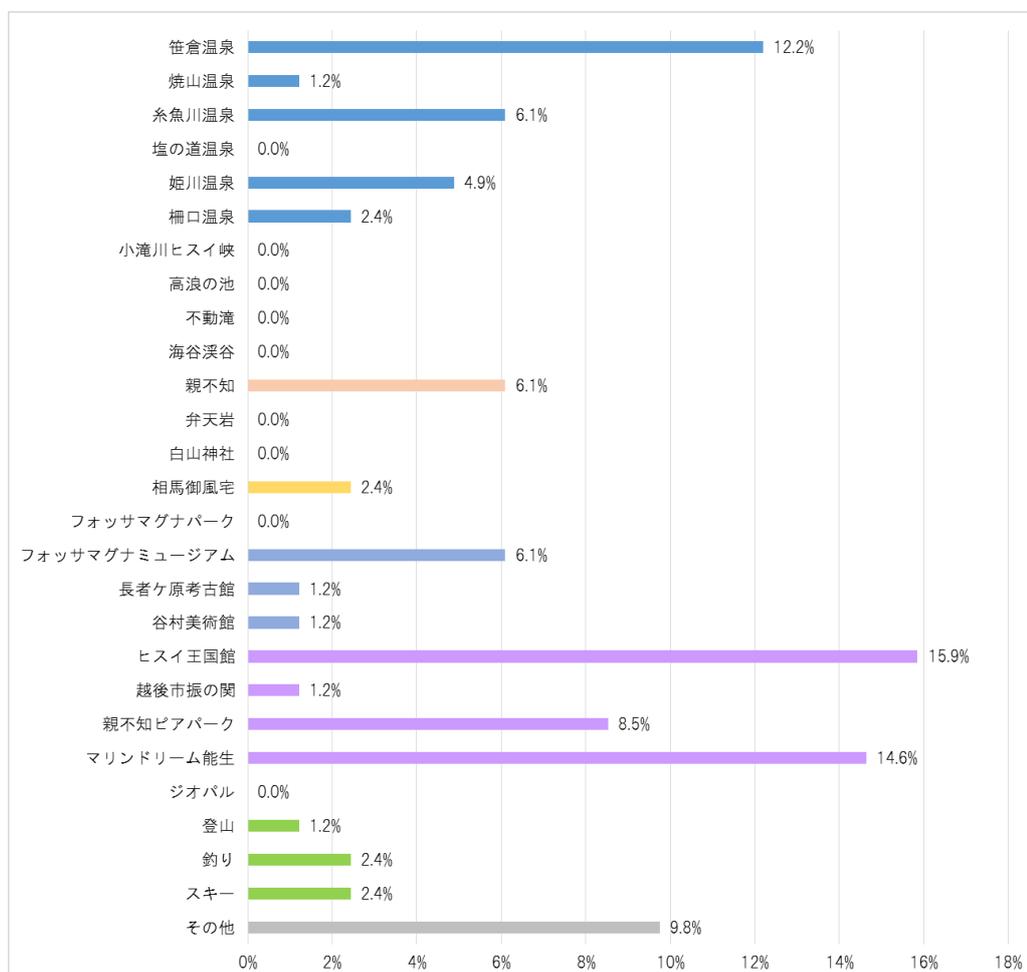
### ● カテゴリー別



カテゴリー別では、「道の駅等」が39.2%、「自然景観」が23.5%だった。

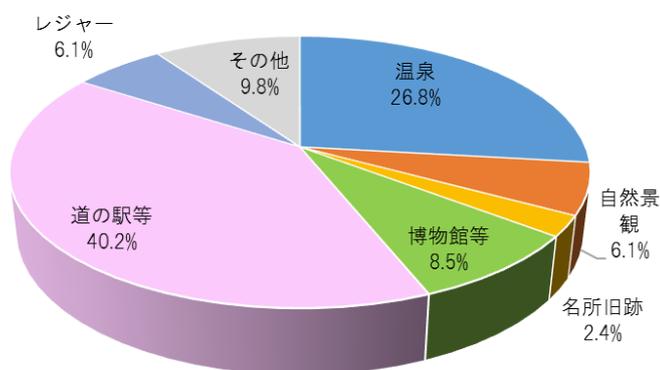
### ③ ジオバルでの調査結果

#### ● 場所別



ジオバルでは、「ヒスイ王国館」が15.9%と最も多く、ついで「マリンドリーム能生」が14.6%、「笹倉温泉」が12.2%だった。

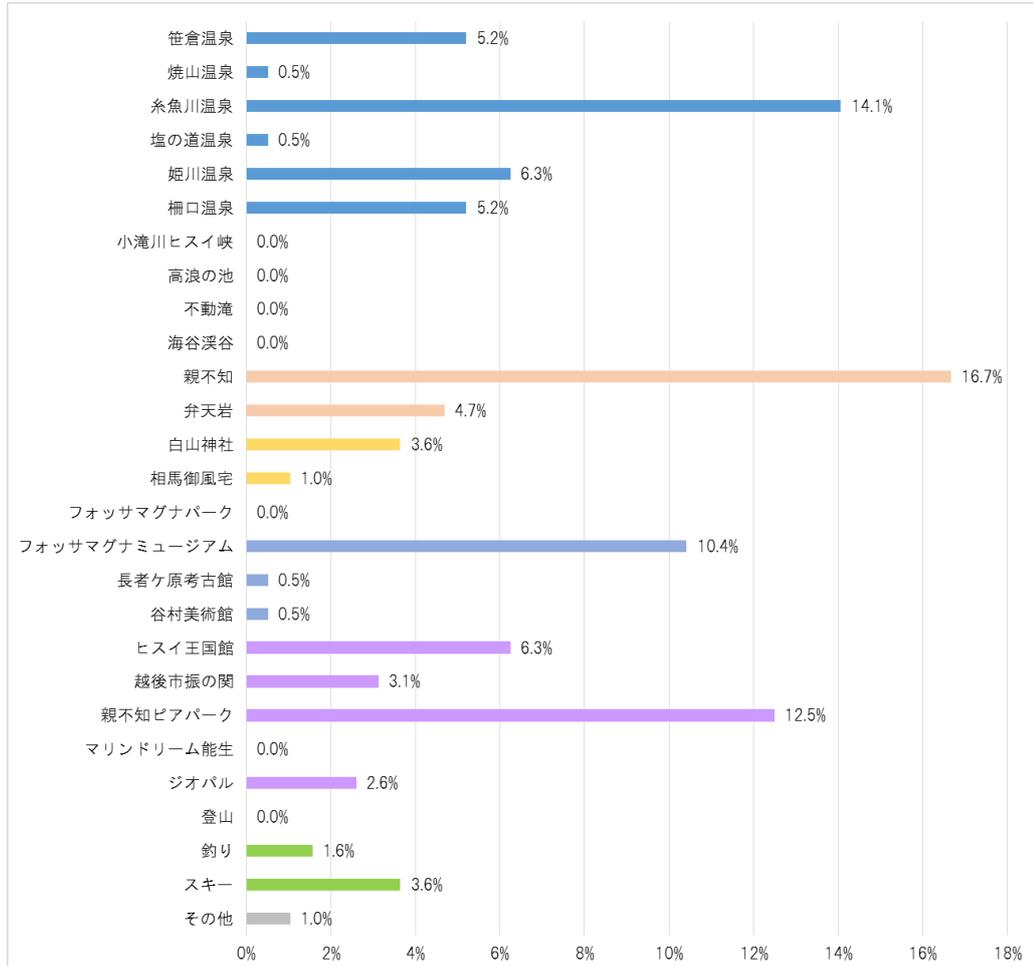
#### ● カテゴリー別



カテゴリー別では、「道の駅等」が40.2%を占め、「温泉」が26.8%だった。

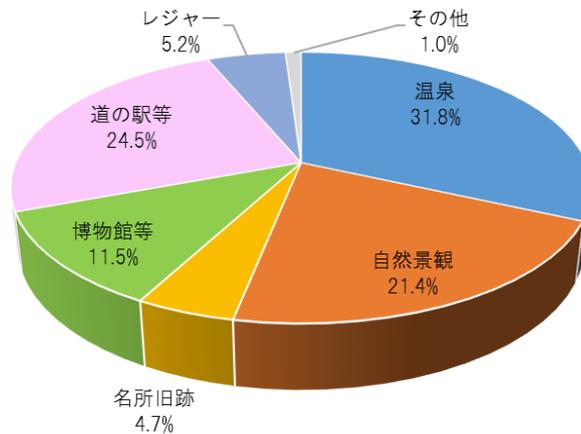
#### ④ マリンドリーム能生での調査結果

##### ● 場所別



マリンドリーム能生では、「親不知」がもっとも多く16.7%、ついで「糸魚川温泉」14.1%、「親不知ピアパーク」12.5%、「フォッサマグナミュージアム」10.4%だった。

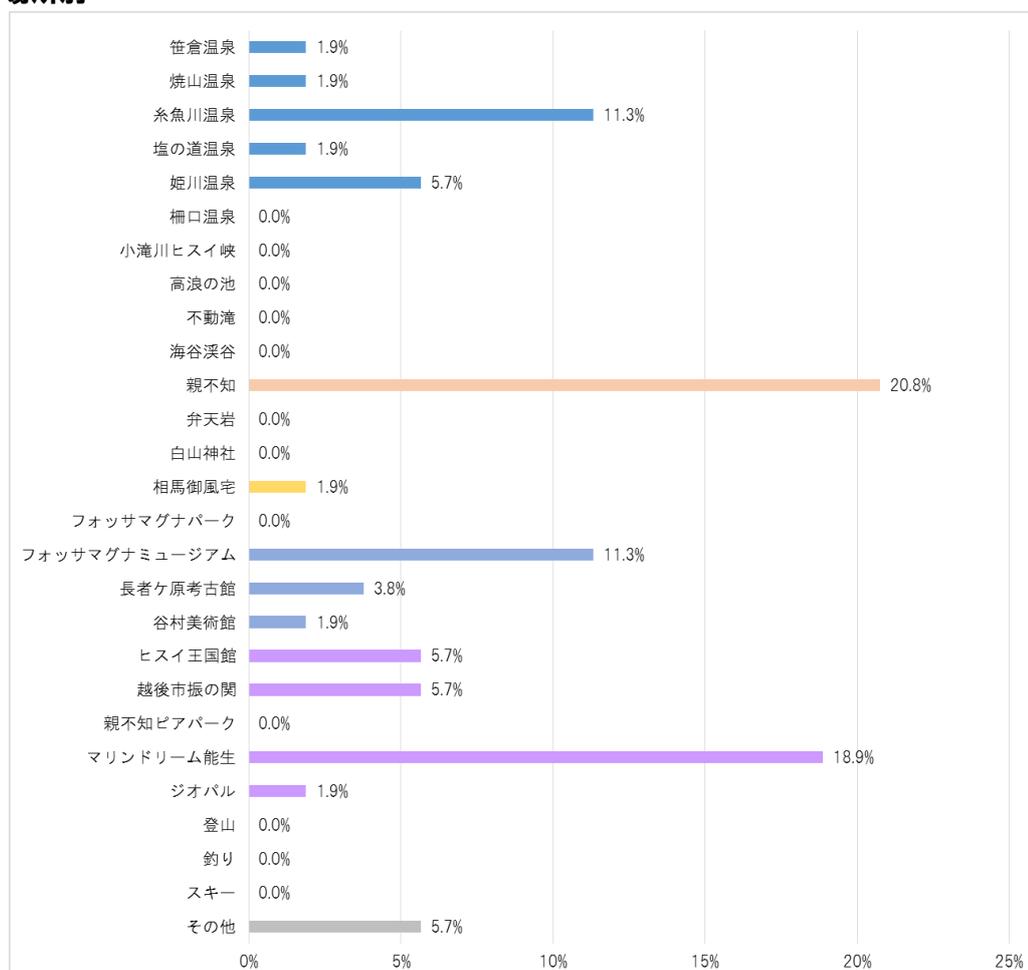
##### ● カテゴリー別



カテゴリー別では、「温泉」が31.8%を占め、「道の駅等」が24.5%、「自然景観」が21.4%だった。

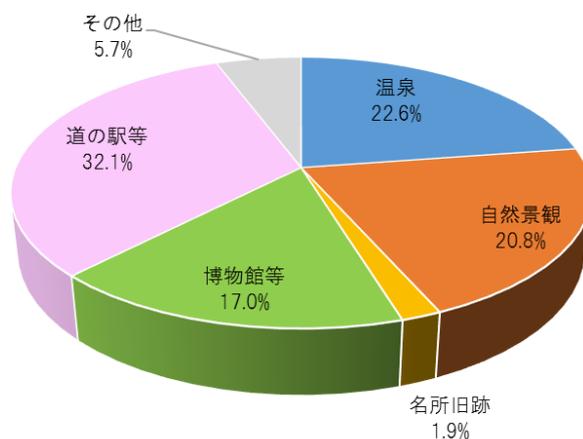
## ⑤ 親不知ピアパークでの調査結果

### ● 場所別



親不知ピアパークでは、隣接する「親不知」が 20.8%、「マリンドリーム能生」が 18.9%だった。

### ● カテゴリー別



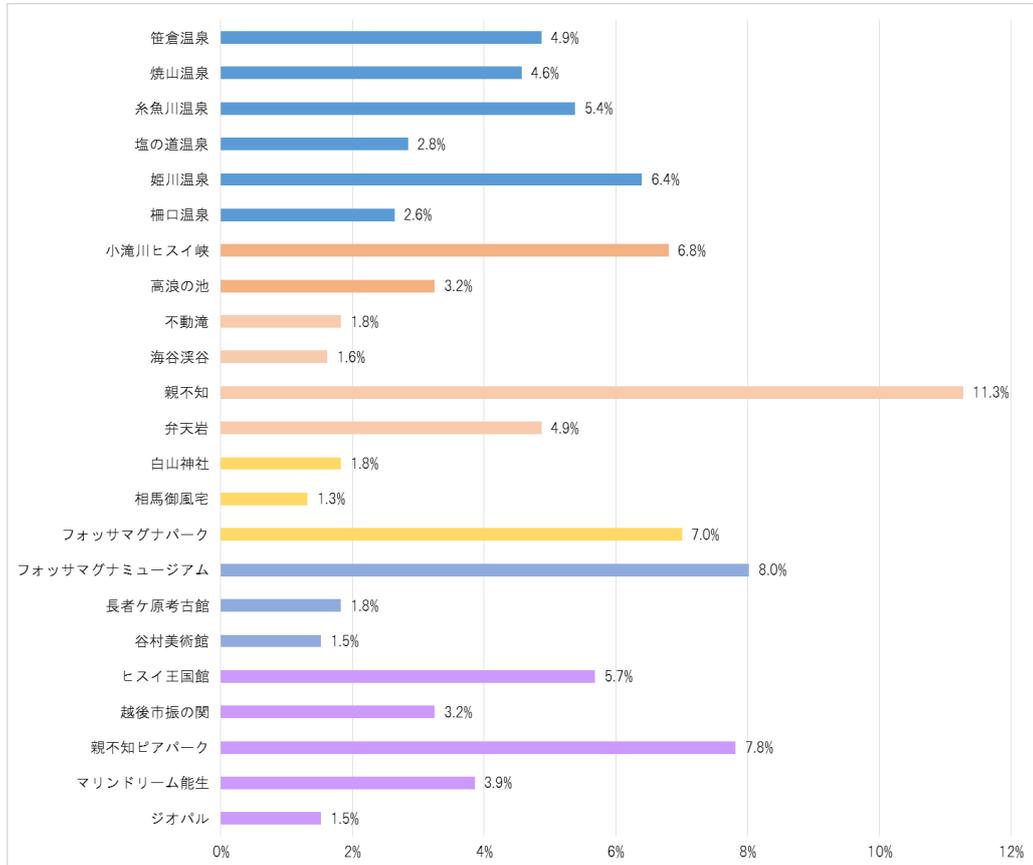
「道の駅等」が 32.1%と高い割合となった。

## 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。

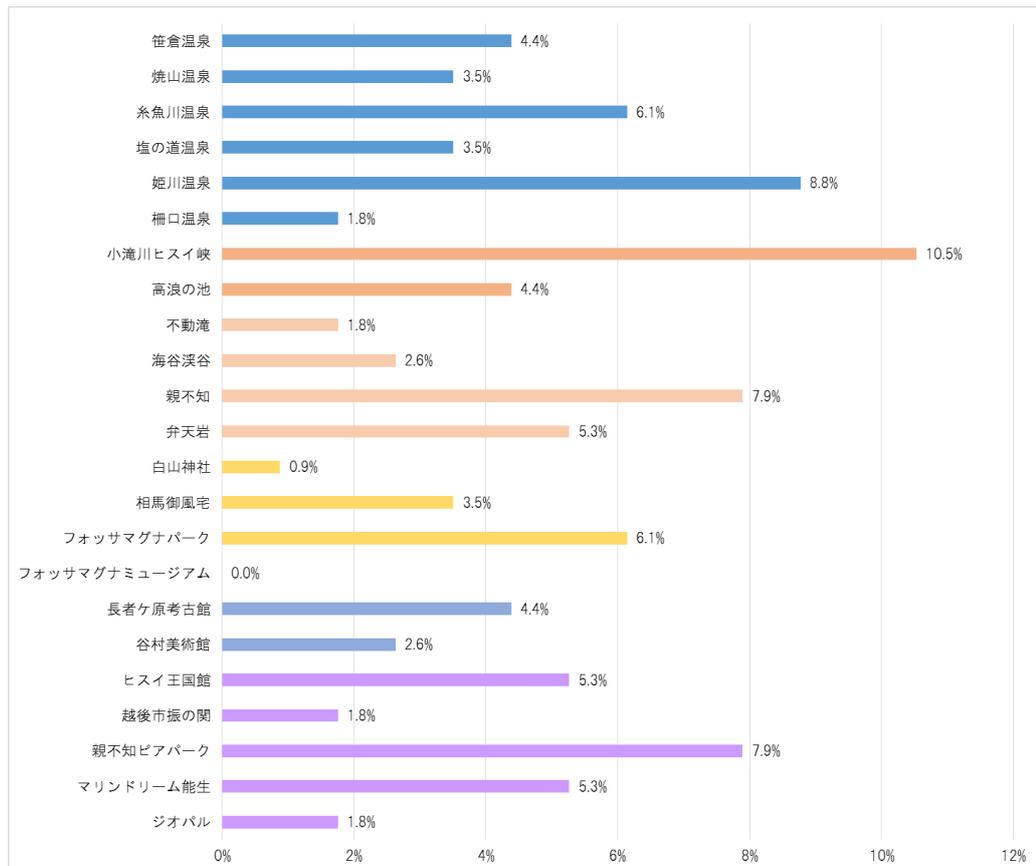
FMMで調査した際の「FMM」の回答、ジオバルでの「ジオバル」の回答、マリンドームでの「マリンドーム」の回答、ピアパークでの「ピアパーク」の回答は除外した。

### ① 全体集計



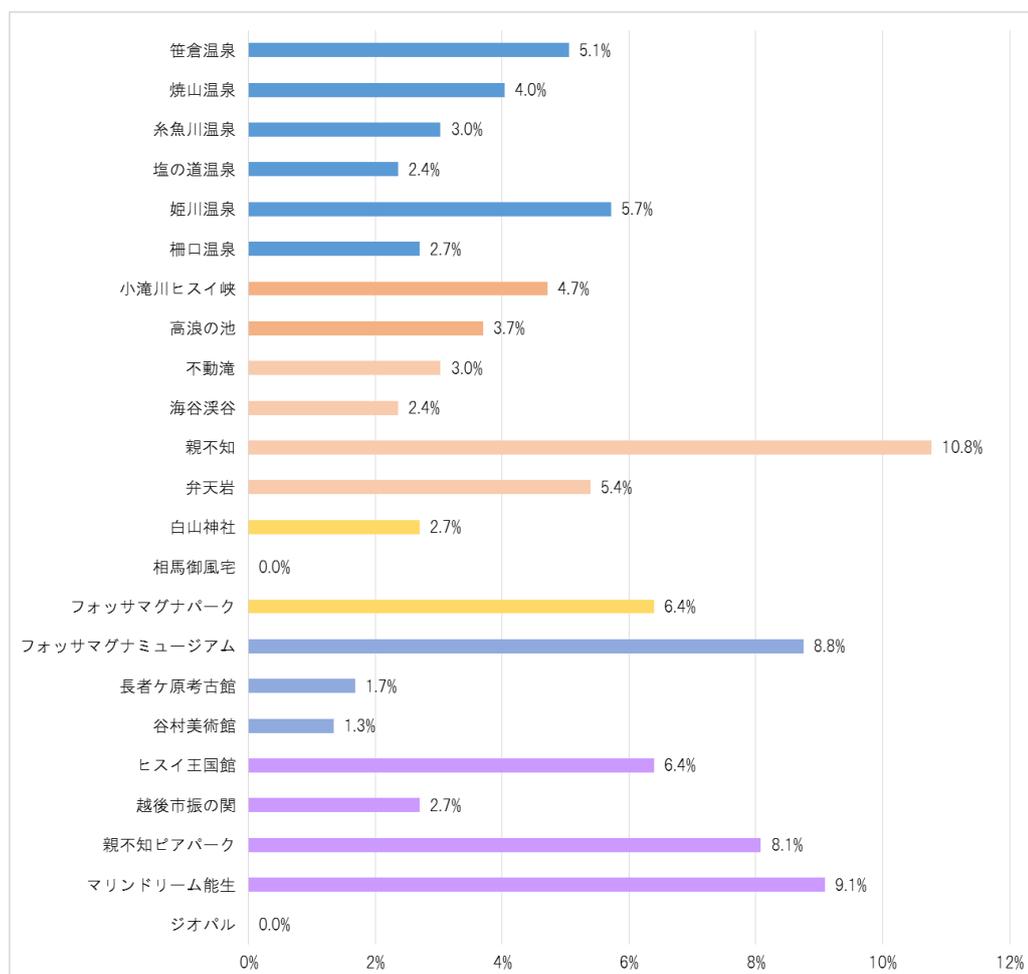
全体では、「親不知」の認知度が高くついで、「フォッサマグナミュージアム」「親不知ピアパーク」「フォッサマグナパーク」の順となった。

## ② フォッサマグナミュージアムでの調査結果



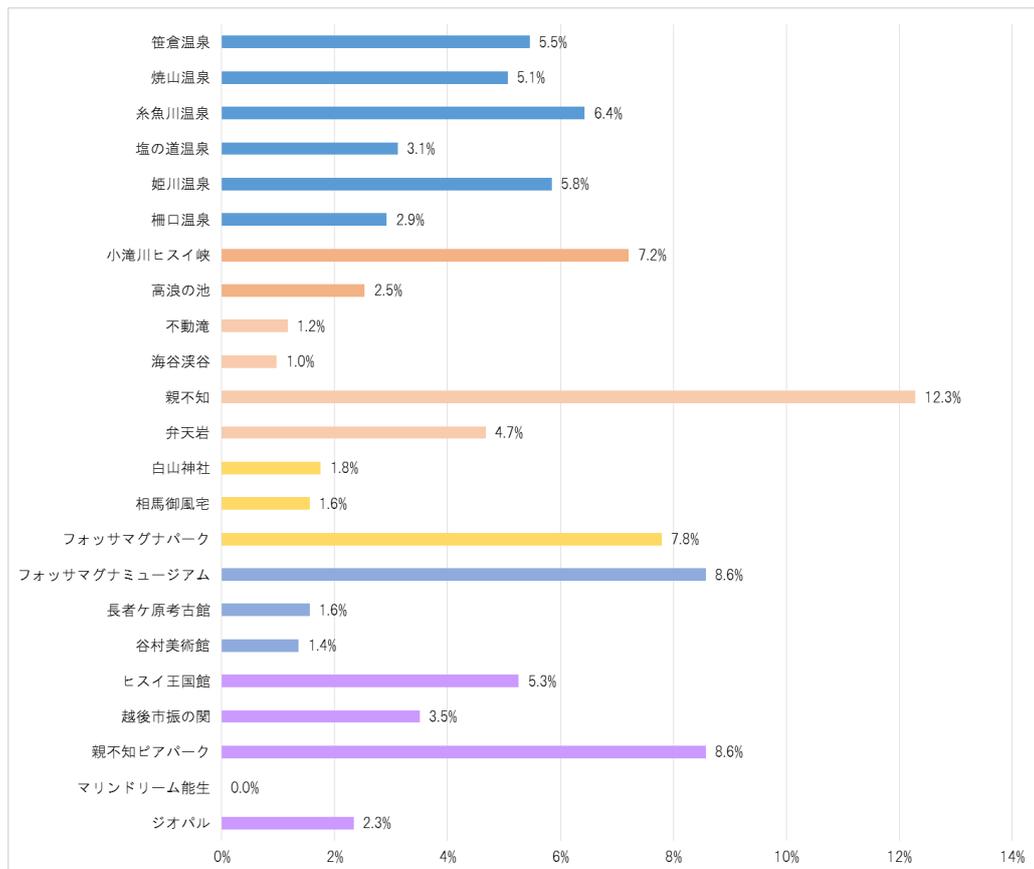
フォッサマグナミュージアムでは、「小滝川ヒスイ峡」の認知度が高く、ついで、「姫川温泉」、「親不知」・「親不知ピアパーク」の順となった。

### ③ ジオバルでの調査結果



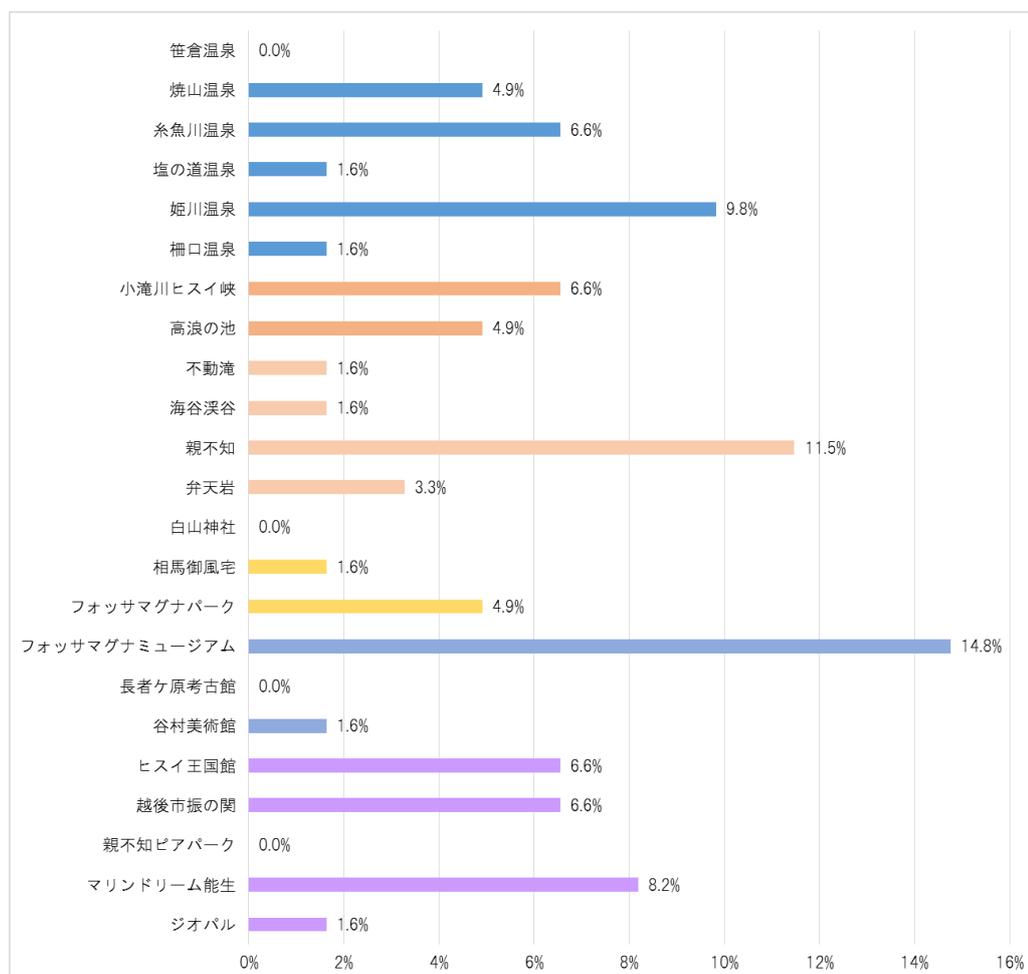
ジオバルでは、「親不知」の認知度が高く、ついで「マリンドリーム能生」、「フォッサマグナミュージアム」、「親不知ピアパーク」の順となった。

#### ④ マリンドリーム能生での調査結果



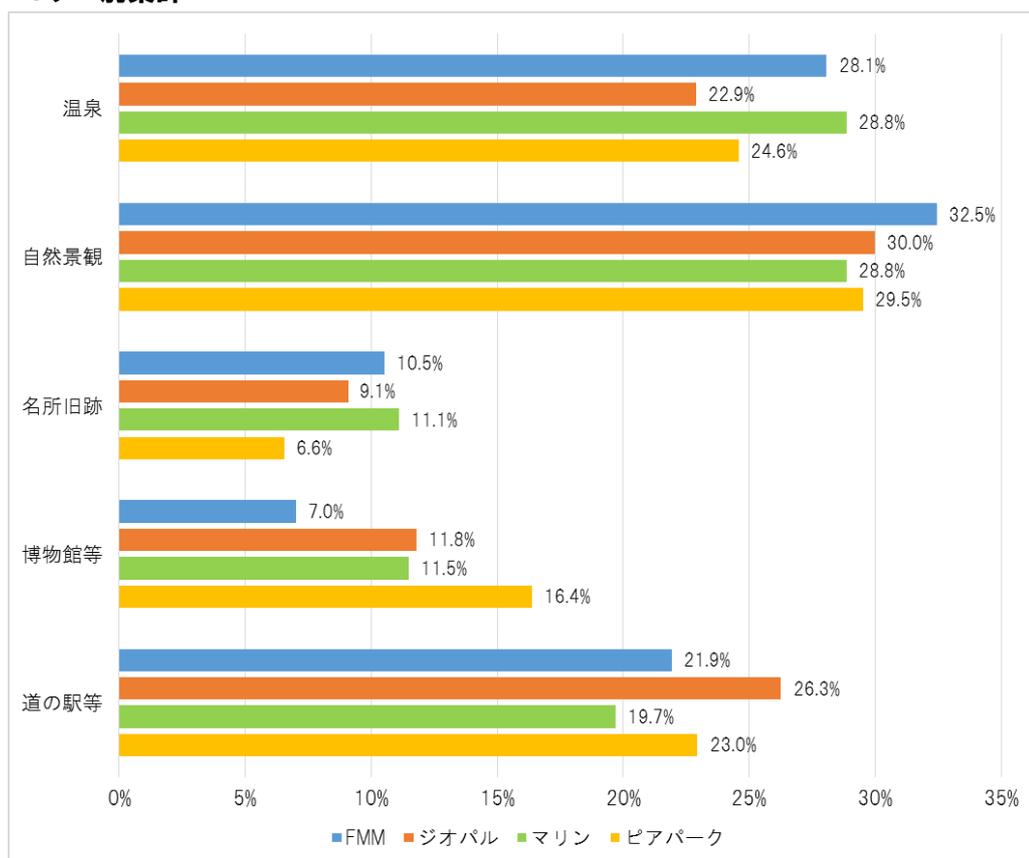
マリンドリーム能生では、「親不知」の認知度がもっとも高く、ついで「フォッサマグナミュージアム」・「親不知ピアパーク」の順だった。

## 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、「フォッサマグナミュージアム」の認知度が高く、ついで「親不知」「姫川温泉」の順だった。

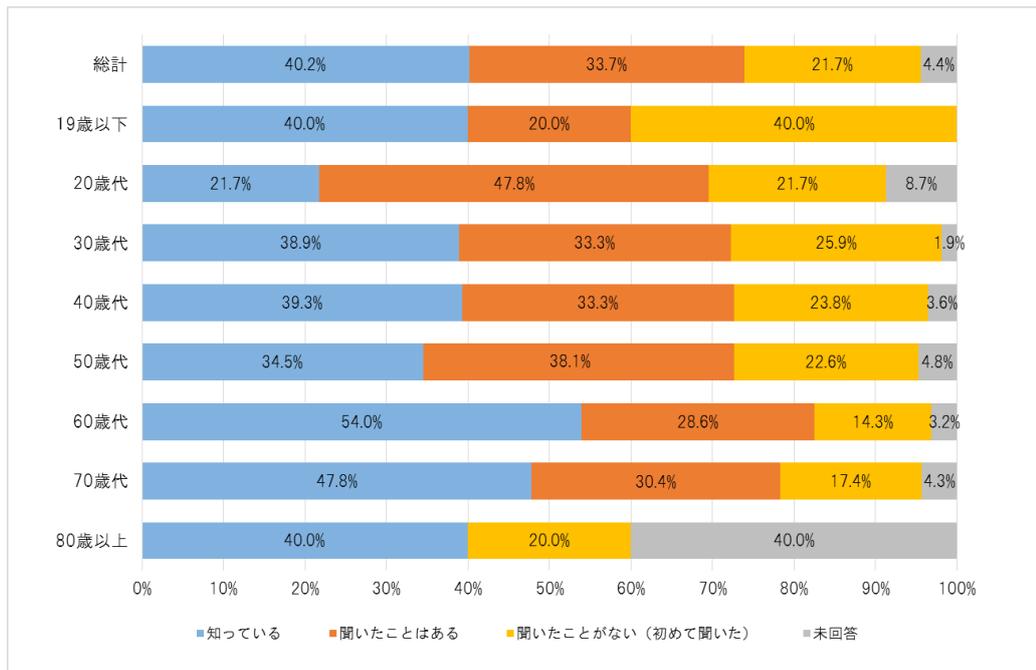
## ⑥ カテゴリー別集計



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、ジオパルでの「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



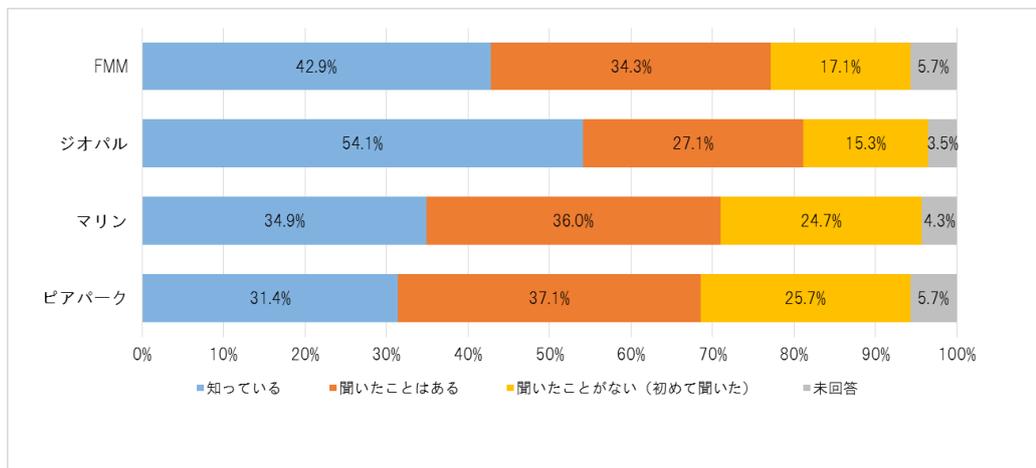
#### ① 全体

全体では、「知っている」「聞いたことはある」をあわせ、73.9%の回答があった。

#### ② 年代別

「初めて聞いた」方が19歳以下で40%だった。30～50歳代は「知っている」方が30%～40%程度だった。

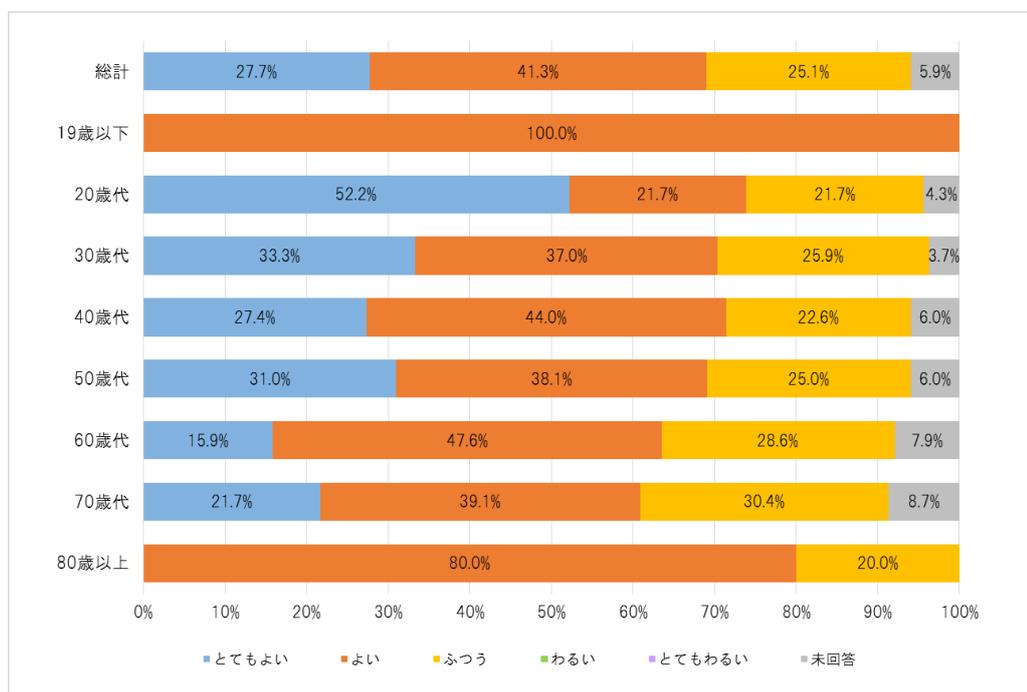
#### ③ 調査ポイント別



「知っている」方がジオパルでは54.1%、フォッサマグナミュージアムでは42.9%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



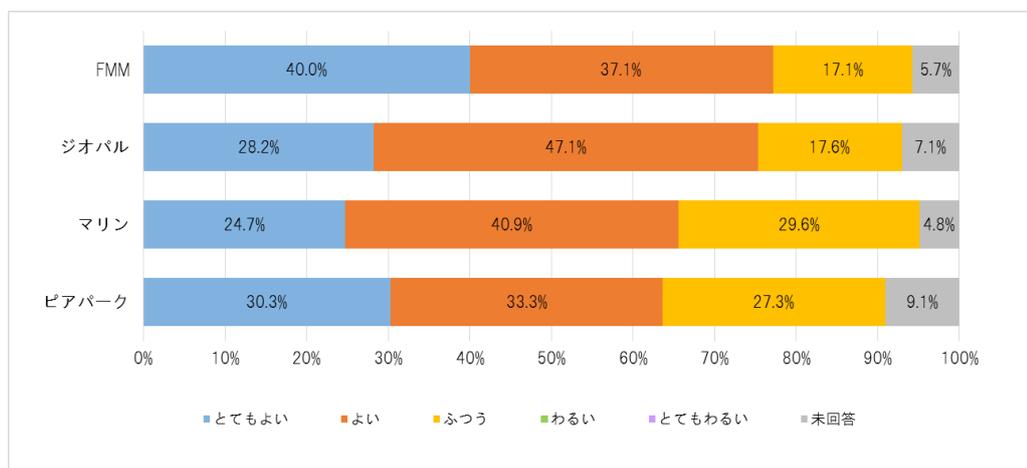
#### (1) 全体

全体では「とてもよい」「よい」を合わせて69%の方が満足している回答となった。

#### (2) 年代別

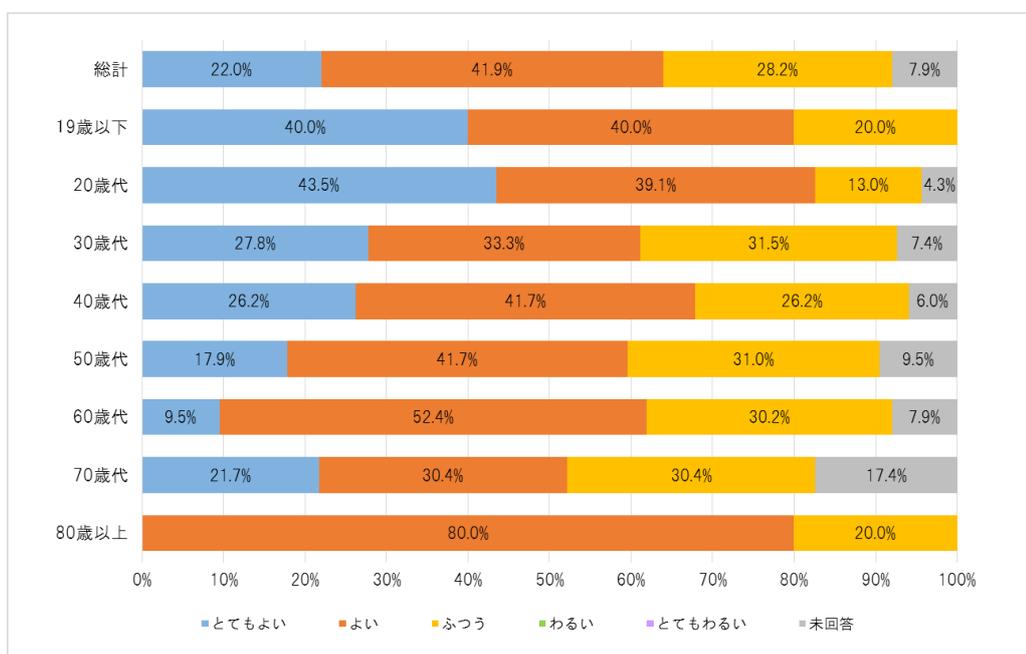
年代が上がるにつれ、「ふつう」の回答が増える傾向にある。

#### (3) 調査ポイント別



どの調査ポイントでも「とてもよい」「よい」を合わせて60%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、親不知ピアパークでは「ふつう」の割合が3割弱あった。

## ② お店の対応



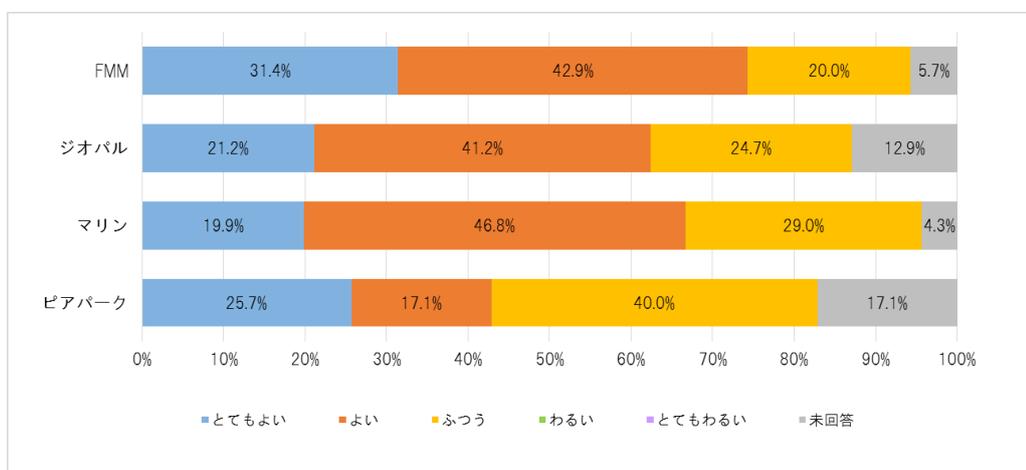
### (1) 全体

「とてもよい」「よい」を合わせて63.9%と全体的な満足度は高い。

### (2) 年代別

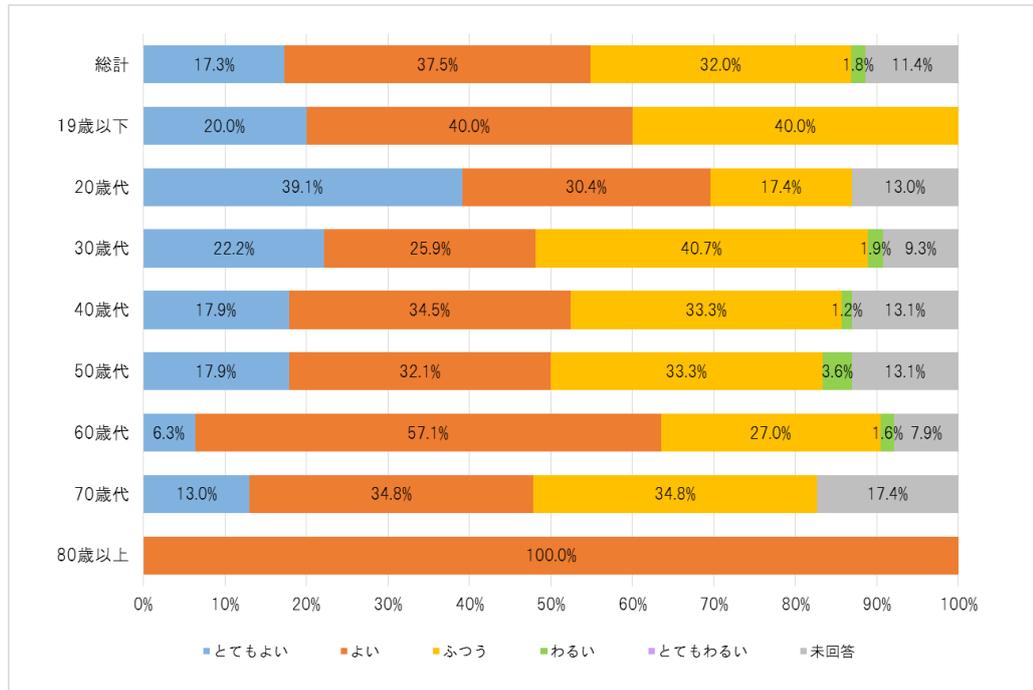
30歳代では「とてもよい」「よい」「ふつう」の割合が分かれた。それ以上の年代では「よい」の割合が最も多い結果となった。

### (3) 調査ポイント別



親不知ピアパーク以外では「よい」の割合が40%以上あった。親不知ピアパークは「ふつう」の割合が40%だった。

### ③ お土産



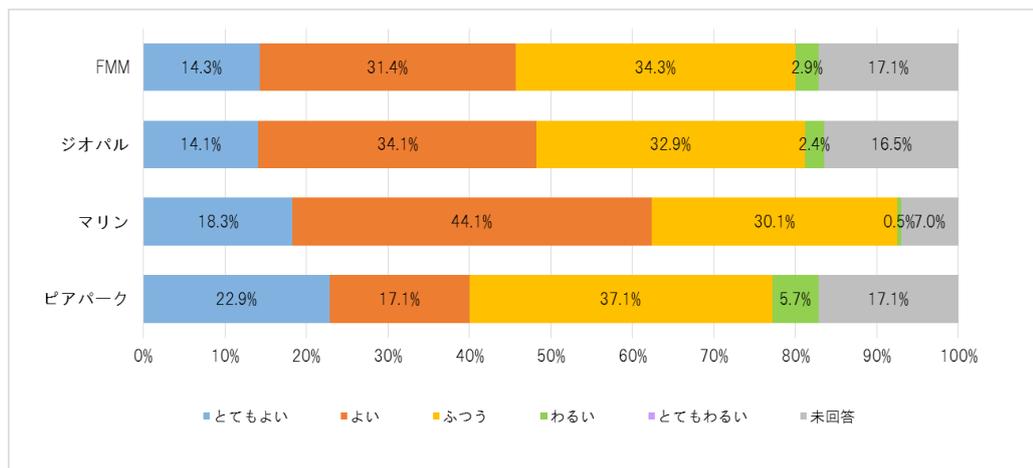
#### (1) 全体

「よい」「とてもよい」の回答が 67.6%を占めた。「わるい」の割合も少数あった。

#### (2) 年代別

20歳代は「とてもよい」の割合が 39.1%だった。30歳代以上では「ふつう」の割合が増える。30歳代～60歳代の各年代で「わるい」という回答があった。

#### (3) 調査ポイント別



どの調査ポイントでも、「とてもよい」「よい」をあわせた割合が多く、一定の満足を得ている。「ふつう」割合も 30%ある。

一方で、どの調査ポイントでも少数ではあるが「わるい」の回答があった。

---

#### ④ 自由意見<満足点>

- 自然・景観に関すること

- ・ 日本海がきれい
- ・ 海の景色がすばらしい
- ・ ひすい拾いができる。
- ・ 昔ながらの空間を（間尺）を大切にしてほしい

- 施設に関すること

- ・ ジオパルは子どもが安心して遊べる
- ・ ジオパルは鉄道模型とジオラマがいい
- ・ フォッサマグナミュージアムの展示が良かった

- お店の対応など

- ・ 人の心があたたかいです
- ・ ジオパルの係員の対応がとても良い
- ・ マリンドリームの接客が良い

- 食べ物・お土産に関する内容

- ・ 魚がおいしい
- ・ ヒスイが安く買えてよかった
- ・ 海鮮類が良い
- ・ あんこうのつるし切りが見られた
- ・ 魚が安く買えた

#### ⑤ 自由意見<不満点>

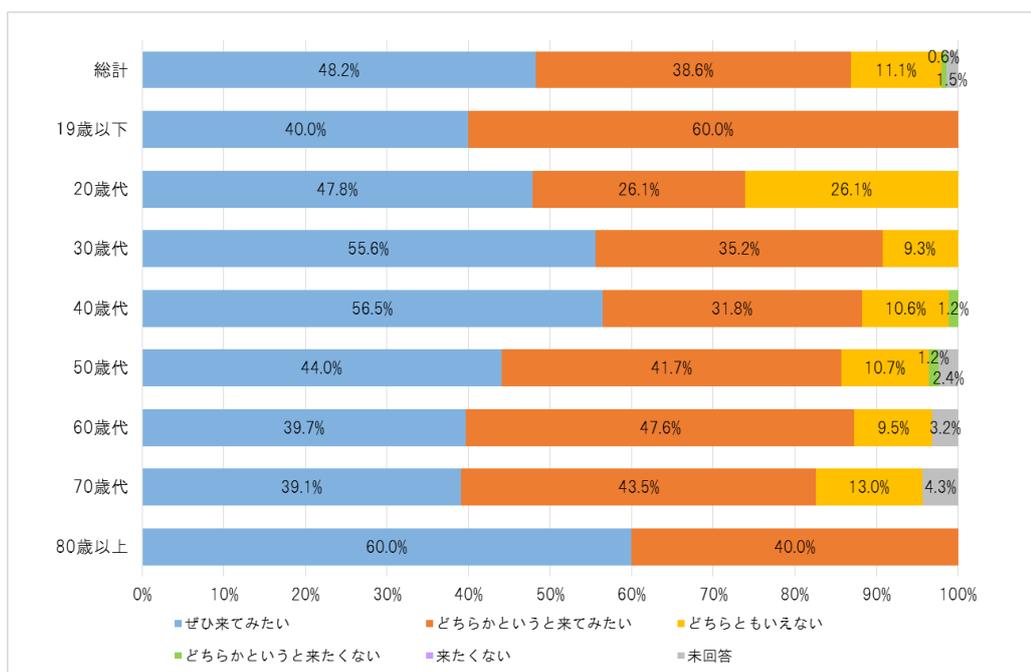
- 道路案内・交通など

- ・ 道案内が少ない

- お土産

- ・ お土産の目玉が欲しい
- ・ 土産物の個性が富山、金沢より乏しい
- ・ 土産が少ないよ

## 15. 再来訪の意向



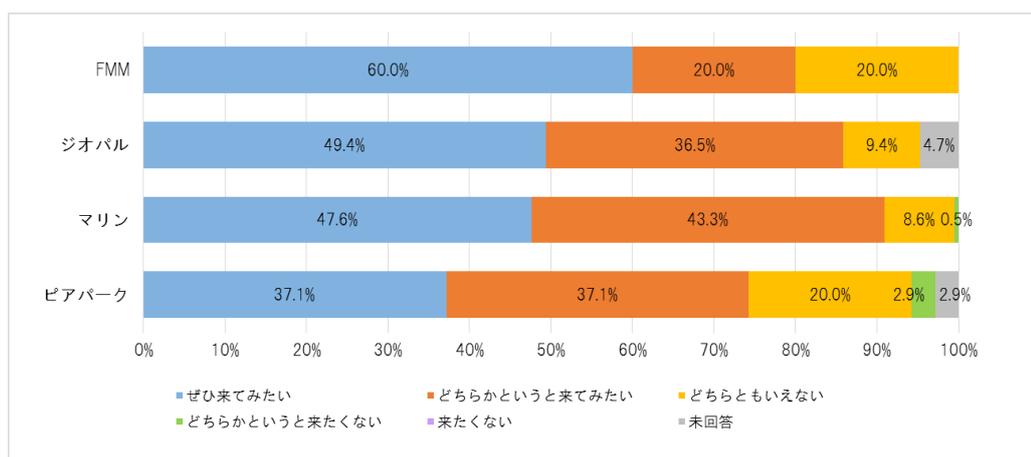
### ① 全体

全体では、「ぜひ来てみたい」「どちらかというと来てみたい」をあわせ 86.8%の方が再来訪の意向を示している。

### ② 年代別

年代別では、20歳代以外の年代で「ぜひ来てみたい」「どちらかというと来てみたい」をあわせて 80%以上となっている。40歳代・50歳代では

### 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」をあわせた回答が7割以上あり、再来訪の意向が強いことがうかがえる。

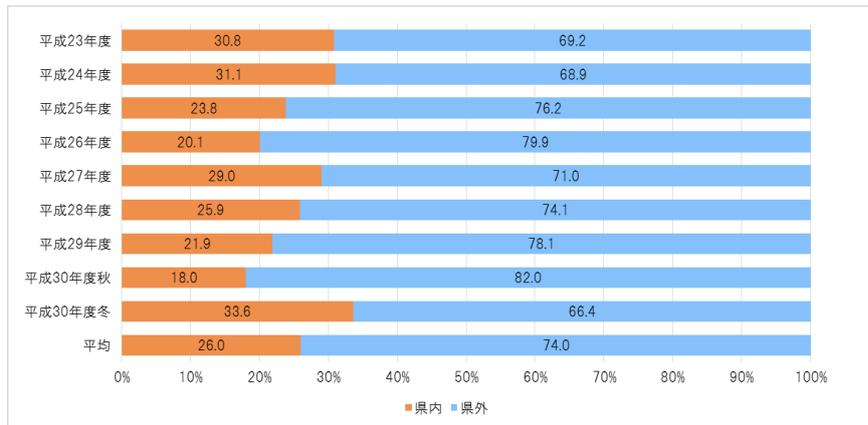
一方でマリンドリーム能生と親不知ピアパークでは「どちらかというと来たくない」の回答もあった。

#### **IV. 経年変化・平均**

各設問項目の結果の経年変化と、  
8年間の平均をグラフ化した。

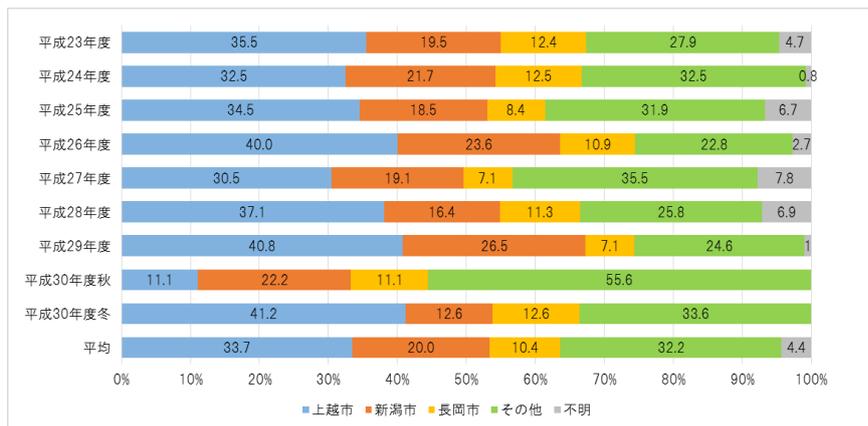
# 1. 居住地

## ① 全体



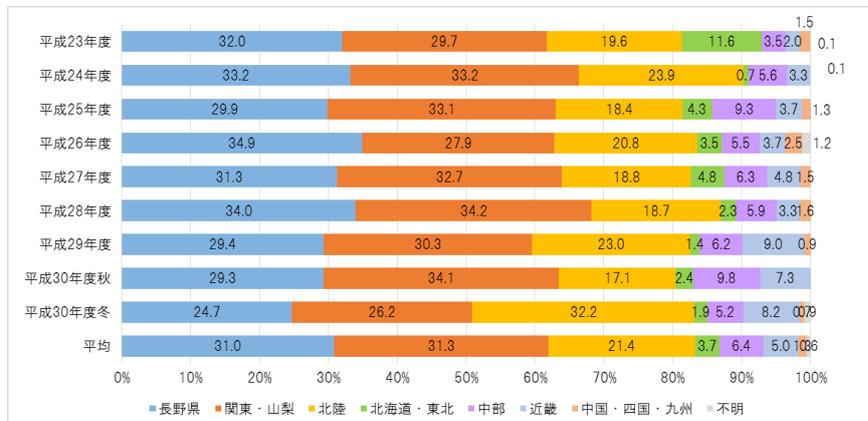
県外からの来訪が多いことは変化がないが、平成30年度冬季は県内の方の割合が多かった。

## ② 新潟県内 内訳



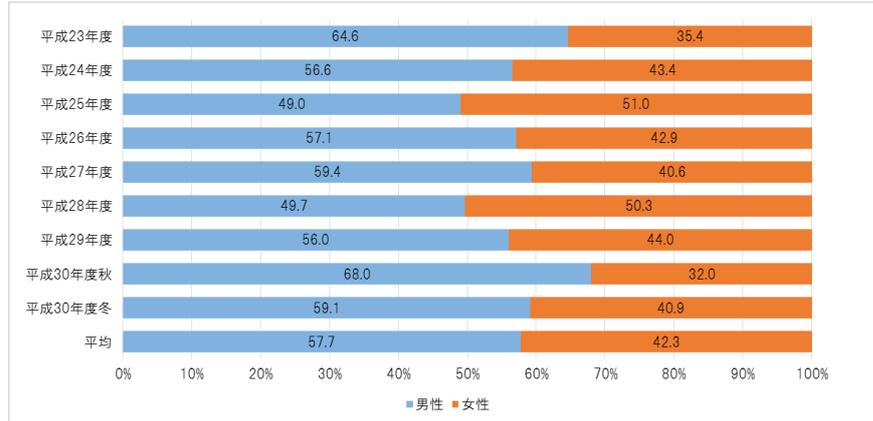
平成30年度秋季は「その他」の割合が多く、県内の多方面から来訪していた。

## ③ 県外 地域別

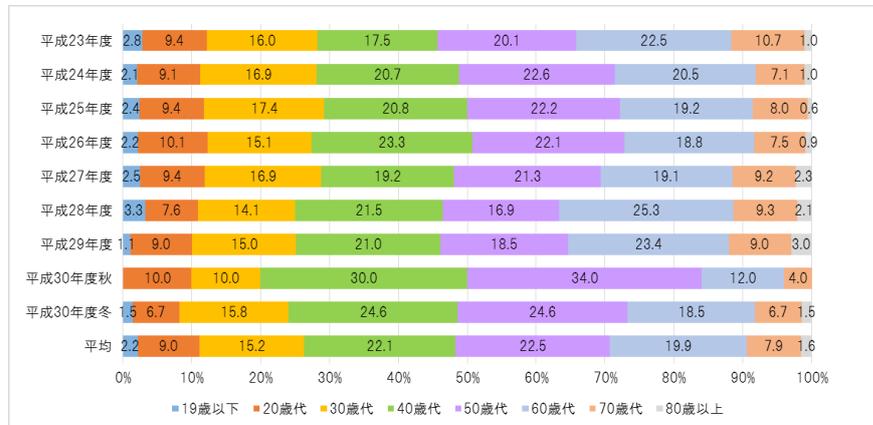


平成30年度は秋季・冬季とも「長野」「関東・山梨」「北陸」が多かった。

## 2. 性別

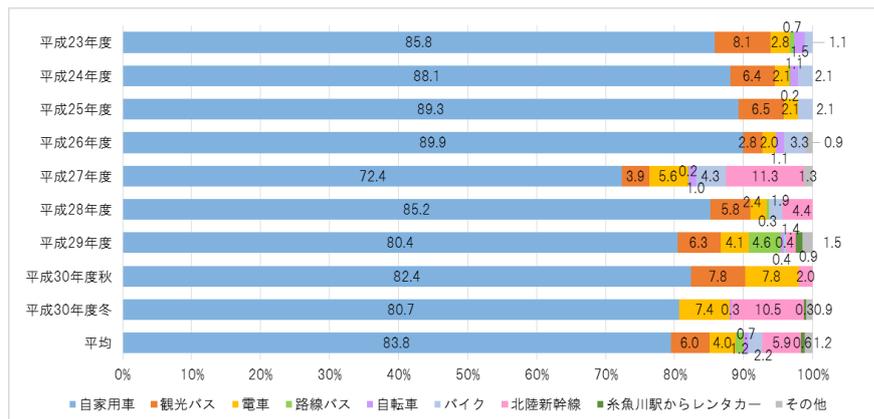


## 3. 年代



平成30年度秋季は、50歳代が多く、60歳代以上が少なかった。

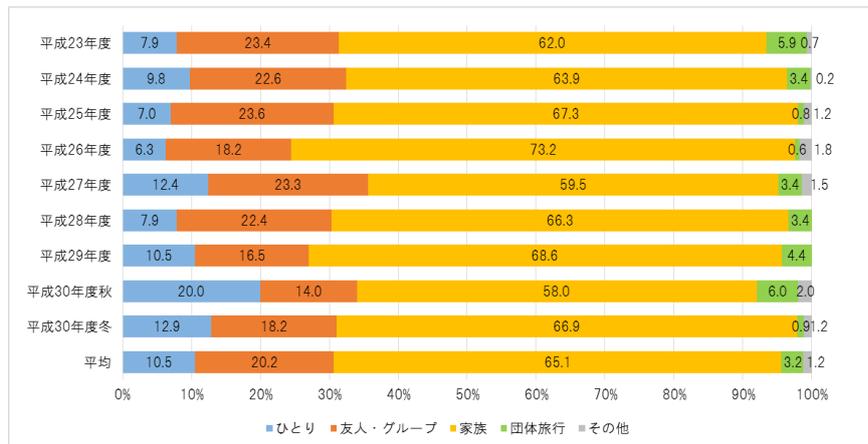
## 4. 交通手段



「自家用車」の利用が多いことは変わらないが、平成30年冬季は「北陸新幹線」の利用が目立った。

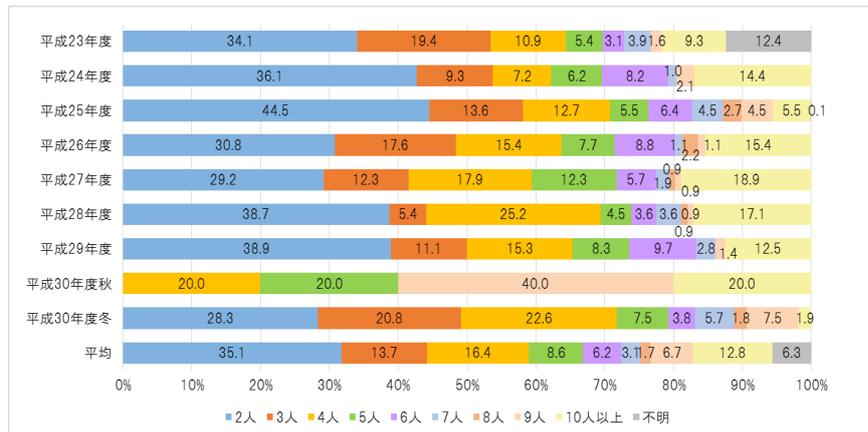
## 5. 同行者

### ① 全体



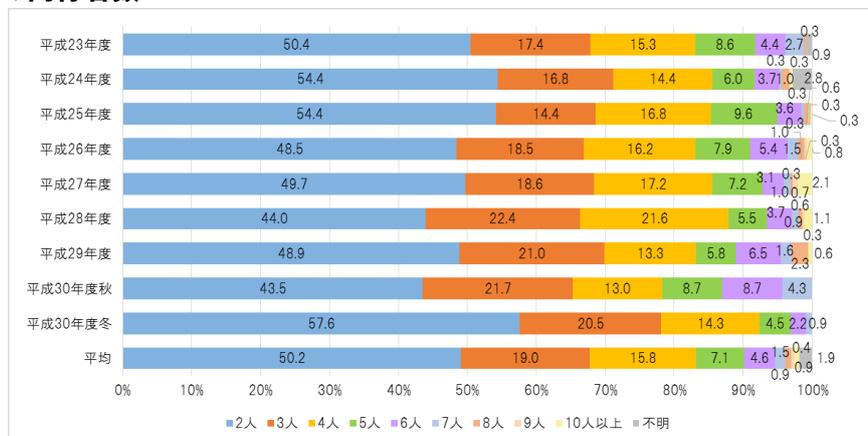
平成30年度秋季は、「ひとり」の割合が多かった。

### ② 友人・グループの同行者数



平成30年度秋季は、「4人」以上での来訪が多く、冬季は「2人」「3人」「4人」での来訪が多かった。

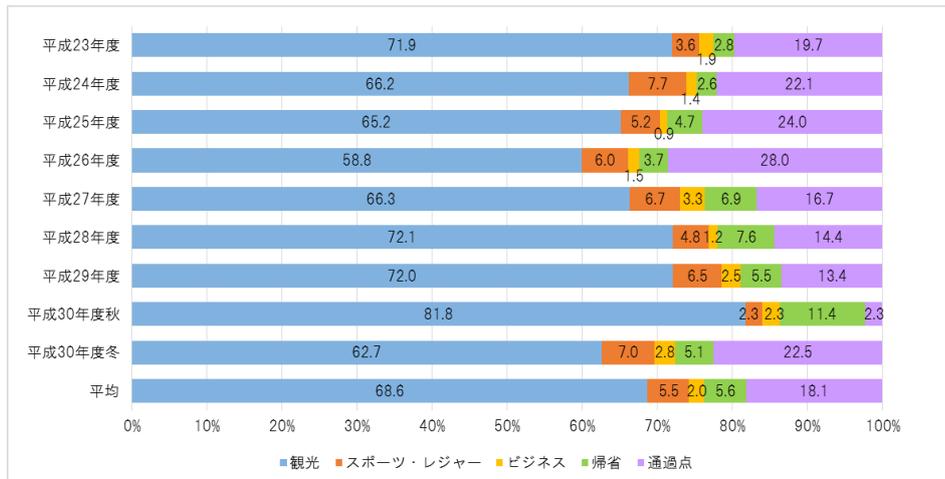
### ③ 家族の同行者数



平成30年度冬季は「2人」の割合が多かった。

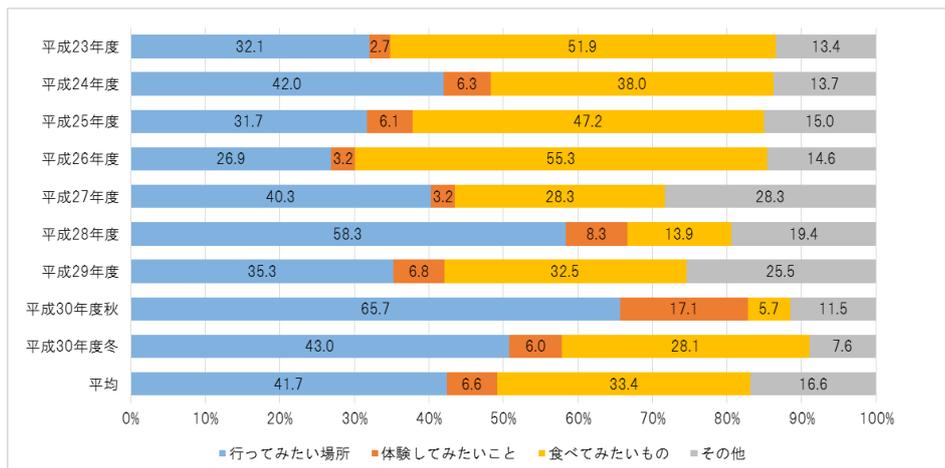
## 6. 来訪目的

### ① 目的



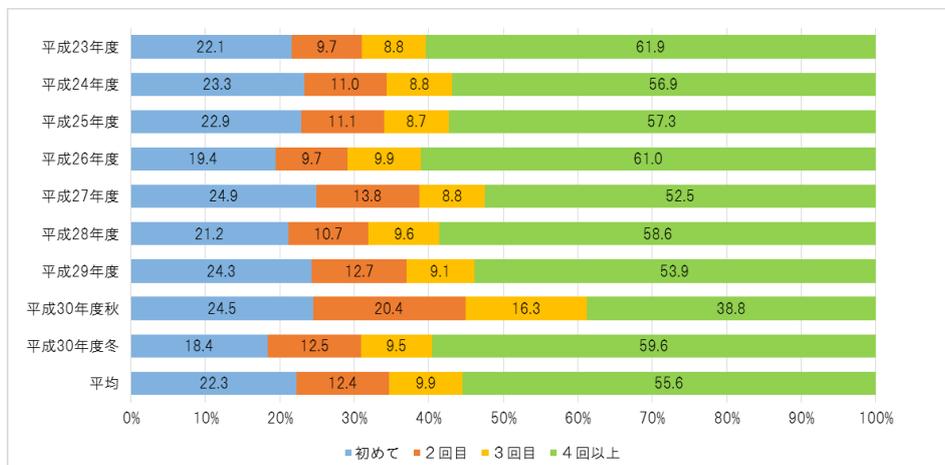
「観光」目的の来訪が引き続き多いが、冬季の調査では「通過点」の割合が多かった。

### ② 来訪目的の内容



平成30年度は「行ってみたい場所」の割合が増えた。

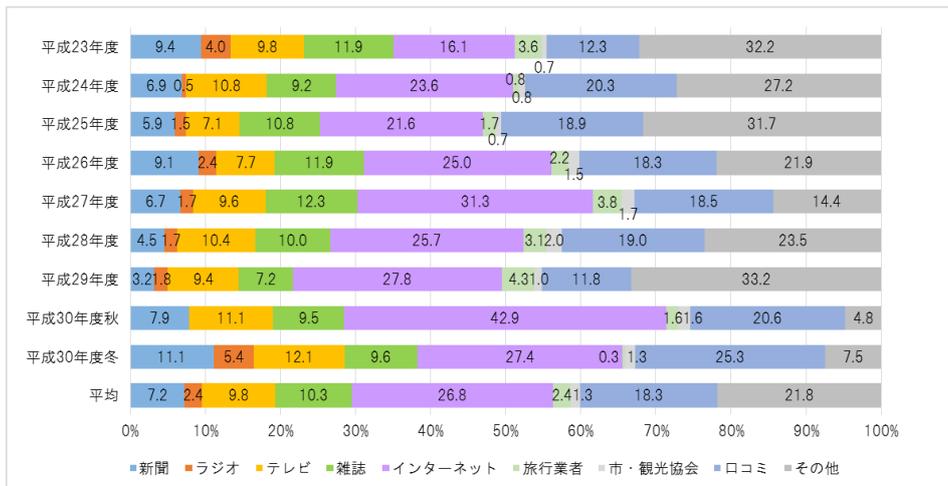
## 7. これまでの来訪回数



平成30年度秋季は「初めて」「2回目」の方の割合が目立った。冬季は「4回以上」の方が6割近くを占めた。

## 8. 情報入手手段

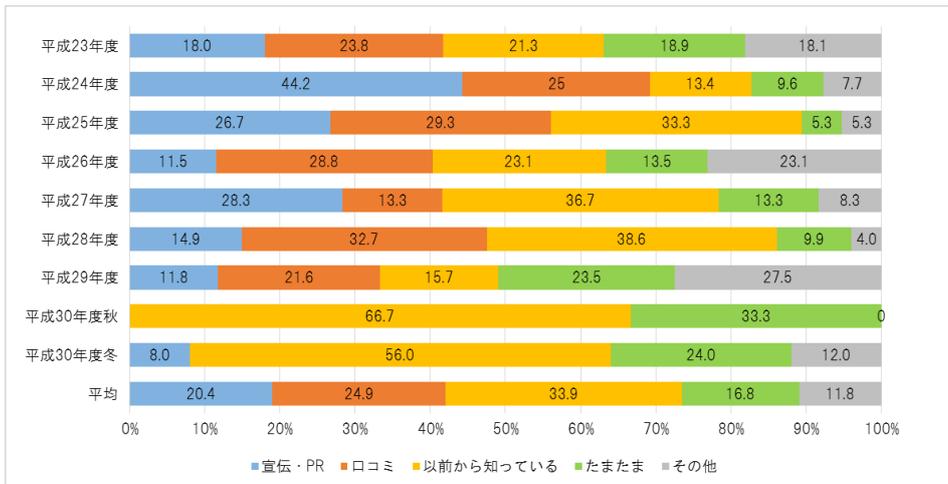
### ① 全体



平成30年度秋季は、「インターネット」の割合が増加した。冬季は、「インターネット」と「ロコミ」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。

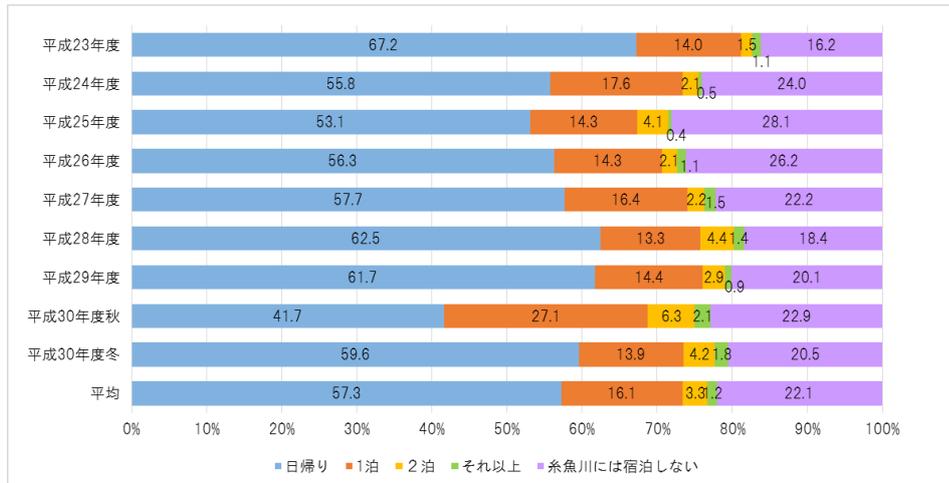
### ② その他の内容



その他の内容では、「以前から知っている」の割合が増加した。

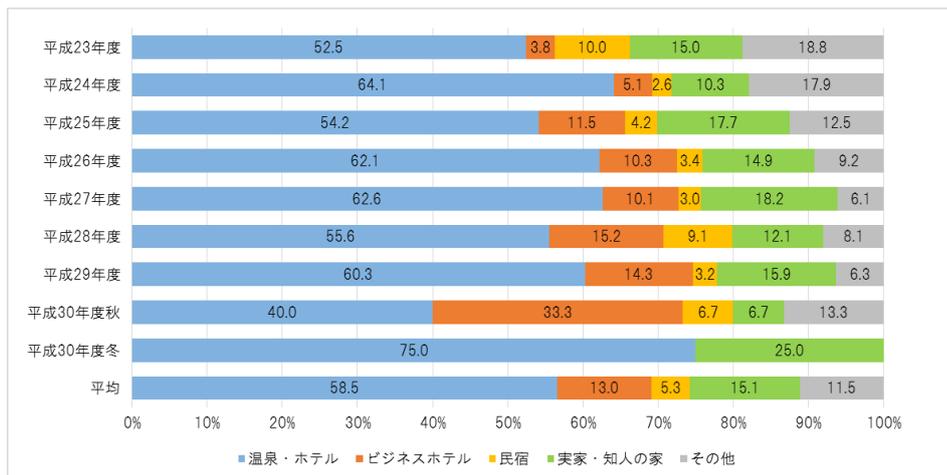
## 9. 宿泊

### ① 市内での宿泊の有無



平成30年度秋季は、「1泊」の割合が高かった。冬季は「日帰り」が約6割だった。

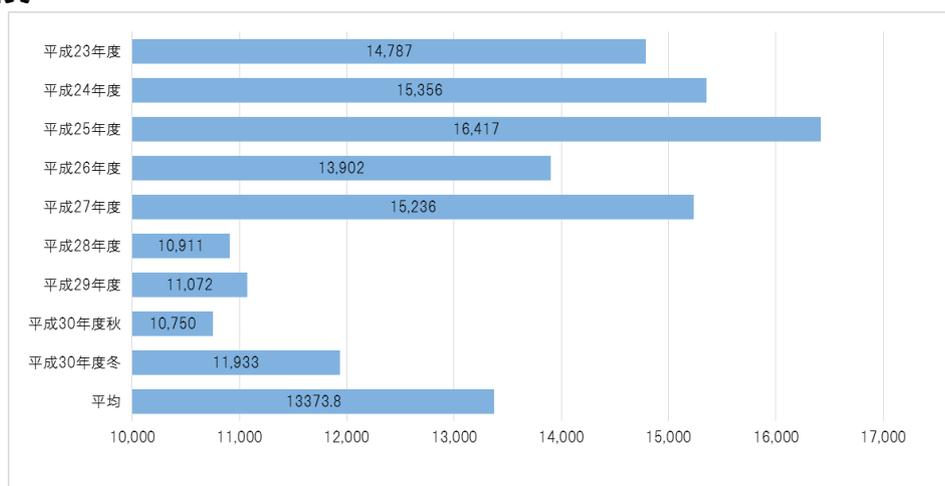
### ② 市内での宿泊先



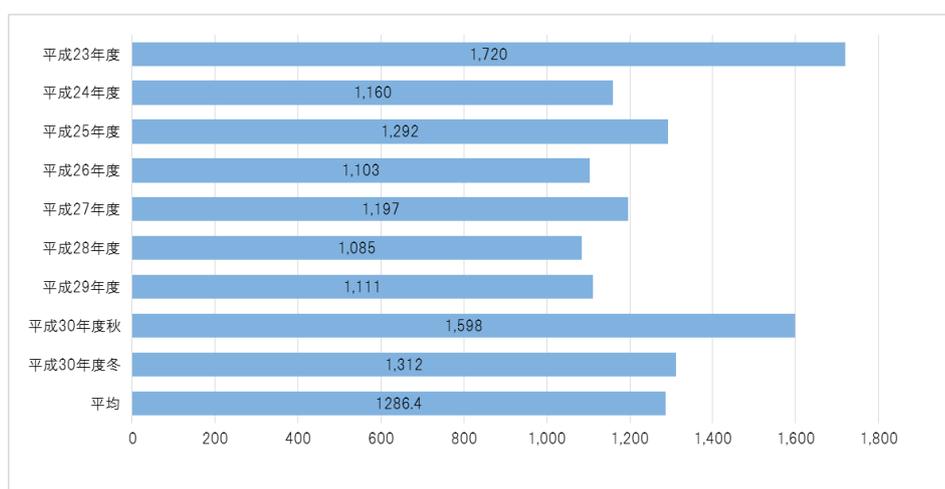
平成30年度秋季は、「ビジネスホテル」の割合が多かった。冬季は「温泉・ホテル」が75%だった。

## 10. 一人あたりの予算

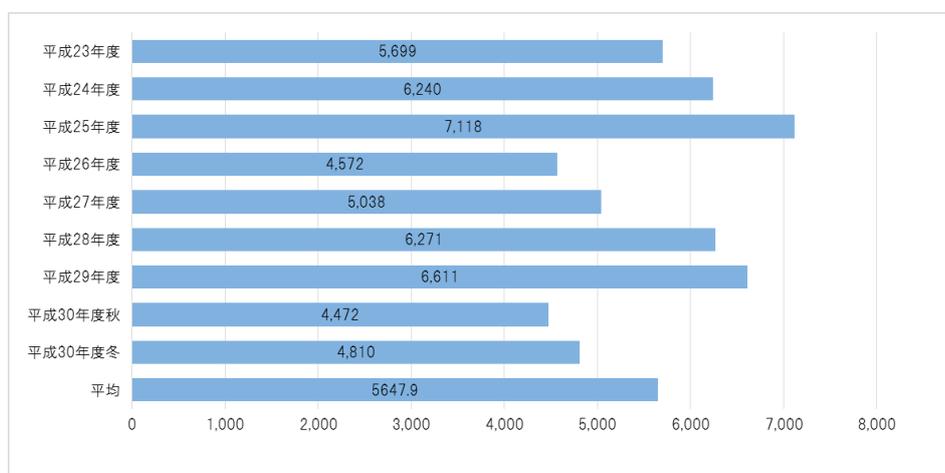
### ① 宿泊費



### ② 飲食費



### ③ お土産代



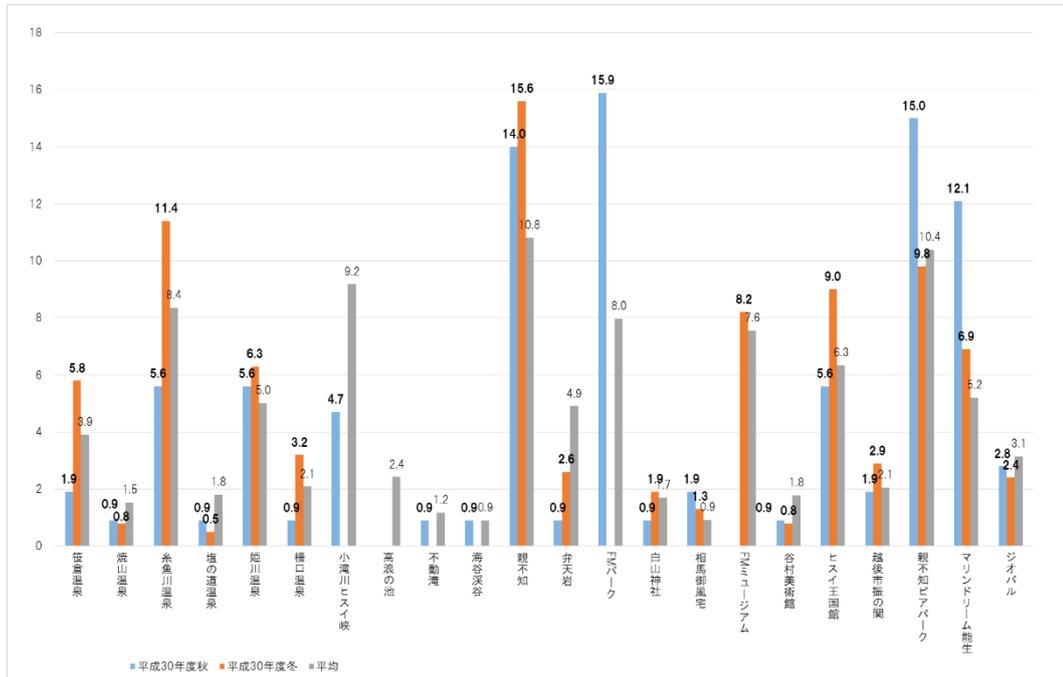
平成30年度秋季は「宿泊費」と「お土産代」はやや低かったが「飲食費」は多かった。

冬季も同様の傾向だった。

## 11. 訪問した場所

### ① 場所別（調査ポイント以外）

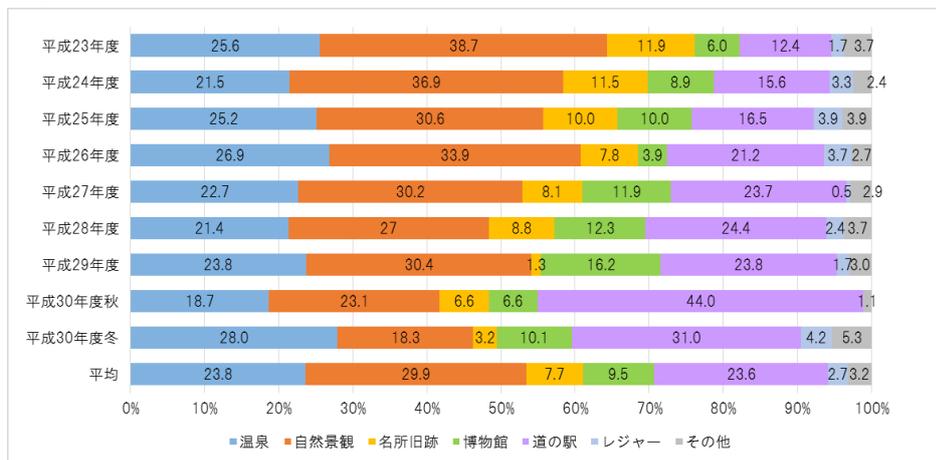
※過去7年間の平均との比較



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）」、「フォッサマグナミュージアム」、「小滝川ヒスイ峡」、「ヒスイ王国館」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」は冬季閉鎖中のため調査対象外

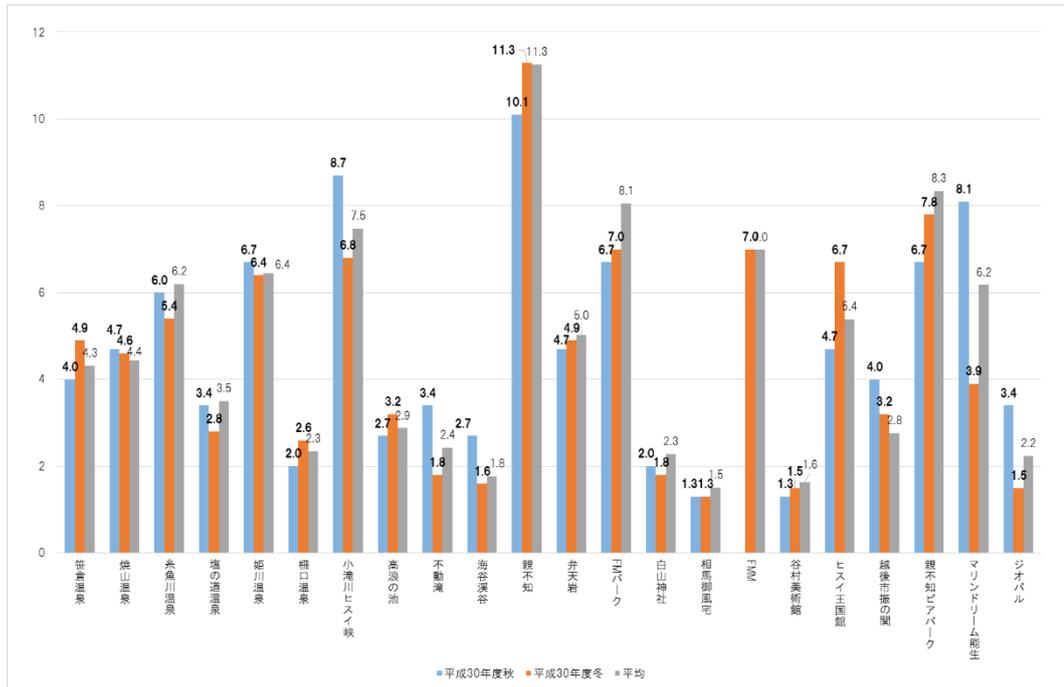
### ② カテゴリー別



カテゴリー別では、平成30年度秋季は「道の駅等」「自然景観」の割合が多かった。冬季は、「道の駅等」「温泉」の割合が多かった。

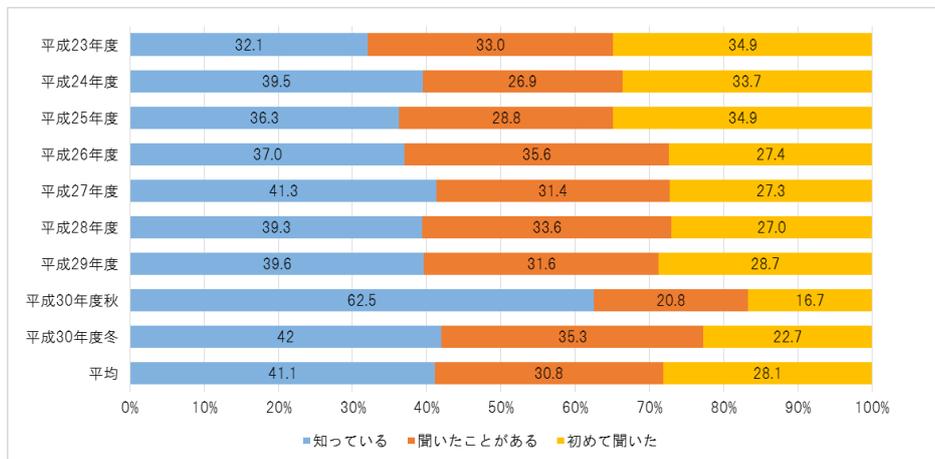
## 12. 糸魚川市内で知っている場所

※過去7年間の平均との比較



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。

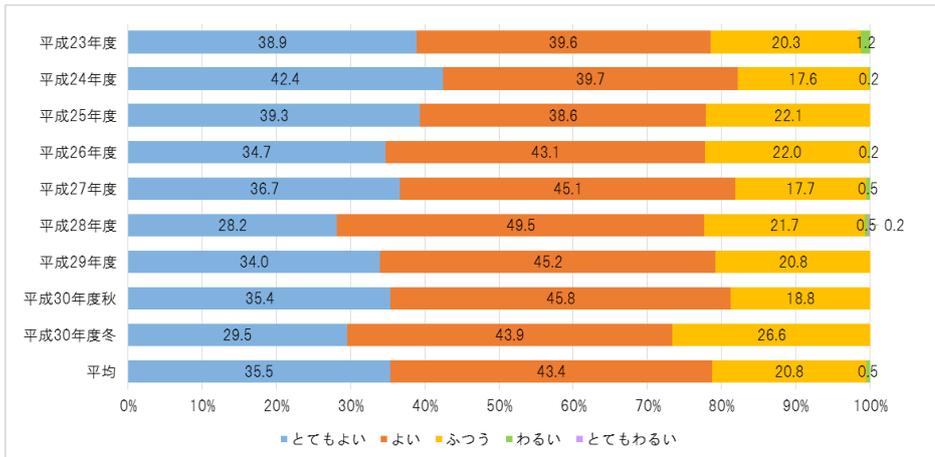
## 13. 糸魚川ジオパークの認知度



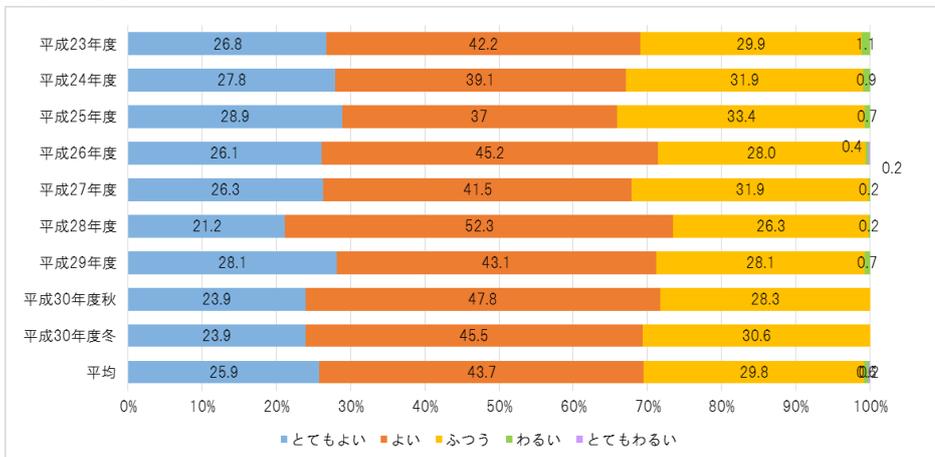
平成30年度秋季は「知っている」の割合が高かった。冬季は、平均的な数値となった。

## 14. 印象・満足度

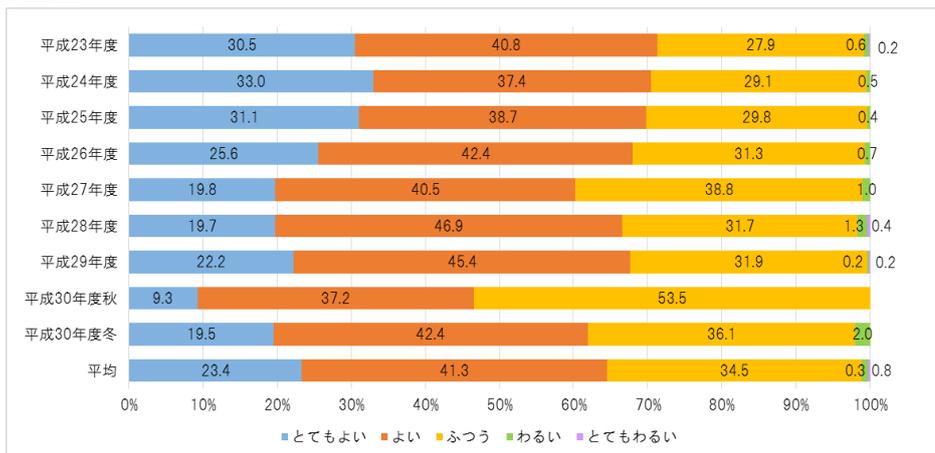
### ① 景観・施設



### ② お店の対応

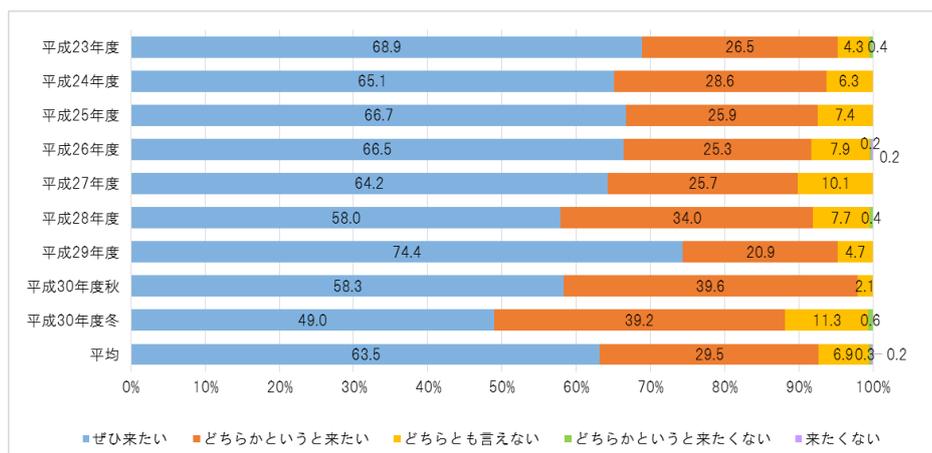


### ③ お土産



昨年度に比べどの項目も「よい」が多い傾向にあった。平成30年度秋季のお土産は、「普通」が半数以上だった

## 15. 再来訪の意向



平成30年度は、「ぜひ来たい」の割合が減った。

## **V. 調査結果の整理と今後の提案**

---

今年度は従来の秋季の調査のほか、1月～2月にかけて冬季の調査を行った。まとめについては冬季の内容を中心に行う。

## 1. 道の駅 親不知ピアパークの様子

今回はじめて道の駅 親不知ピアパークで調査を行った。当日は、荒天で来訪者も多くはなく、アンケートにお答えいただくのも大変な状況だった。そうした中、来訪いただく方もあり、調査を実施することができた。

おおよその傾向として、富山県から通過点としての来訪が多く、その情報源はラジオとテレビだった。調査日があんこう祭の前日であり、メディアを通じた告知を見聞きした方が訪れていたことが推測される。

しかし、調査日は天候もありトイレなどの短時間の滞在の方が目立った。また、車で乗り入れるだけで様子を見て、出て行ってしまいう方も見受けられた。

お土産に対する調査結果も「とてもよい」が22.3%と他と比べ多い一方、「ふつう」も37.1%と多く、魚介類の購入など目的を持って訪れている方には満足度が高い一方、「道の駅だから立ち寄る」という意識で漠然と立ち寄る方にはアピールが足りない面があることが考えられる。

## 2. 調査結果の整理

### ① 来訪客の割合

秋季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。一方冬季は県内客が33.6%とその比率が高かった。

その理由として、雪のない地域からの来訪は、天候の悪い冬季の日本海側から足が遠のくことが考えられる。一方、県内以外にも長野県、富山県からの来訪割合が多いことから、冬季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。

### ② 冬の交通機関

交通手段の特徴として、冬季は北陸新幹線の利用が10.4%あった。関東方面からの来訪者が不慣れな雪道を避け、新幹線を利用していることがうかがえる。

### ③ 来訪目的の明確化

観光を目的に訪れた方は、フォッサマグナミュージアムでは64.7%、ジオパル・マリンドリーム能生でも半数近くが観光目的だった。調査ポイントが目的地となることが考えられ、糸魚川を訪れる理由が明確になっていると推測される。

### ④ 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

糸魚川にはじめて来訪した方は、フォッサマグナミュージアムの秋季の調査では24%、冬季調査では20%、ジオパルの冬季調査では25.9%と高い比率だった。糸魚川に来る理由になる魅力的な施設として認知されていることがうかがえる。

### ⑤ ネットでの情報入手傾向

今回の調査では、これまで「インターネット」だけだったネットでの情報源をホームページ・SNSと細分化した。結果としては、公式ページ・フェイスブック以外のSNS・ホームページも利用していることがわかった。

---

## ⑥ 情報収集の分散化

今回の調査では、新聞・テレビといった従来型メディアとネットからの情報収集割合は大きく変わらなかった。また、従来の口コミが単独では最も多く、糸魚川の情報を得る手段が分散化している傾向がうかがえた。

## ⑦ 満足度と再来訪の意向は高い状態

調査日の天候が悪い日もあったが、満足度や再来訪の意向は高かった。来訪される方は、冬季ならではの海の幸を楽しんだり、屋内施設を利用するなど冬の糸魚川の楽しみ方をご存じのようだった。

一方で、お土産については「ふつう」の割合が高く、厳しい意見もあった。

## 3. 課題と提案

### ① 冬の糸魚川の楽しみ方

今回の調査で冬季の来訪は県内や富山県・長野県など来訪が多いことがわかった。冬の糸魚川の楽しみとして、スキーなどと合わせ冬の味覚を中心に県内・近県にPRすることが誘客の手段として効果があると思われる。

イベント単体のPRとともに公共交通機関とタイアップした1泊2日のツアーを企画することで、移動の足を気にすることなく来訪いただくことが可能ではないか。

### ② 糸魚川の入口

調査場所は、どのポイントも初めて糸魚川を訪れる方の割合も高く、そうした方には「糸魚川の入口」として位置づけられる。特にフォッサマグナミュージアムとジオパルは、はっきりした目的を持って来訪されているので、施設の満足度が高ければいい印象を持っていただけることが多く、実際そうした声をいただいている。

しかし、フォッサマグナミュージアム周辺には飲食店がないなど、立地の課題がある。ジオパルも駅構内という立地ではあるが、買い物や飲食といった施設は充実していない。

関係機関と連携しながら飲食店の案内や誘客をする仕組みが必要だと思われる。

### ③ お土産のあり方

毎年一定の数のお土産に対する不満の意見がある。お土産の品ぞろえや、商品そのものの魅力、店頭でのディスプレイなど多岐にわたるが、総体的に見て糸魚川のお土産に満足できない方がいるのは事実である。

ほかの観光地と比較されることは現実にあるので、商品開発から店頭での売り方、接客などを研究する必要がある。

## 4. まとめ

今年度は冬季の調査を行った。また、親不知ピアパークで初めて調査を行った。冬季ならではの傾向もうかがえた。

休日に出かける先のひとつとして認知が高まっている様子もうかがえるが、冬季の誘客を増やすための仕掛けをしていく必要があるのではないだろうか。

