

平成 29 年度  
糸魚川ジオパーク 観光動態調査  
報告書

2017 年 12 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</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
③ 同行人数	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
⑤ より具体的な来訪目的	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

<b>8. 情報入手手段</b> .....	<b>23</b>
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.....	24
<b>9. 宿泊・宿泊施設</b> .....	<b>25</b>
① 全体 .....	25
② 年代別.....	25
<b>10. 一人あたりの予算</b> .....	<b>26</b>
① 宿泊費.....	26
② 飲食費.....	27
③ お土産代.....	27
<b>11. 来訪した場所</b> .....	<b>28</b>
① 全体集計.....	28
② マリンドリームでの調査結果.....	29
③ フォッサマグナミュージアムでの調査結果.....	30
④ 高浪の池での調査結果.....	31
⑤ ジオパルでの調査結果.....	32
<b>12. 糸魚川市内で知っている場所</b> .....	<b>33</b>
① 全体集計.....	33
② マリンドリーム能生での調査結果.....	34
③ フォッサマグナミュージアムでの調査結果.....	35
④ 高浪の池での調査結果.....	36
⑤ ジオパルでの調査結果.....	37
⑥ カテゴリー別集計 .....	38
<b>13. 糸魚川ジオパークの認知度</b> .....	<b>39</b>
① 全体 .....	39
② 年代別.....	39
③ 調査ポイント別 .....	39
<b>14. 印象・満足度</b> .....	<b>40</b>
① 景観・施設.....	40
② お店の対応.....	41
③ お土産.....	42
④ 自由意見<満足点> .....	43
⑤ 自由意見<不満点> .....	44
<b>15. 再来訪の意向</b> .....	<b>45</b>
① 全体 .....	45
② 年代別.....	45
③ 調査ポイント別 .....	45

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

<b>IV. 調査結果の整理と今後の提案</b>	<b>59</b>
<b>1. 調査結果の整理</b>	<b>60</b>
① 県外からの来訪割合が増加	60
② 来訪手段は例年並みに戻る	60
③ 小グループでの来訪が多い	60
④ 目的地の割合が増加	60
⑤ 「初めて」の方が約 25%	60
⑥ 情報入手手段はインターネット	60
⑦ 「糸魚川での宿泊」は平年並み	60
⑧ 消費額は横ばい	60
⑨ 訪問先と知っている場所の平準化	60
⑩ 高い満足度と再来訪の意向の好循環は続いている	60
<b>2. 課題と提案</b>	<b>61</b>
① 好循環が続いている	61
② 近畿からの来訪が増加	61
③ 品揃えや接客などお店にも変化が求められている	61
④ 公共交通での来訪	61
⑤ アンケート内容の見直しの必要性	61
<b>3. まとめ</b>	<b>61</b>

## 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 29 年 10 月 28 日 (土)	フォッサマグナミュージアム
11 月 3 日 (祝・金)	高浪の池
11 月 4 日 (土)	マリンドリーム能生
11 月 5 日 (日)	ジオパル
11 月 11 日 (土)	マリンドリーム能生
11 月 12 日 (日)	マリンドリーム能生

### ② 調査対象

市外より来糸した方

### ③ 調査数

626 件

	10/28 くもり	11/3 快晴	11/4 雨	11/5 晴れ	11/11 荒天	11/12 雨	計
マリン			136		105	151	392
FMM	97						97
高浪の池		42					42
ジオパル				95			95
	97	42	136	95	105	151	626

## 3. 調査の様子



フォッサマグナミュージアム



高浪の池



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？  
 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
- 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？（主なものをもっと）  
 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今回が初めて  
 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インターネット  
 ⑥旅行者  
 ⑦市役所や観光協会などに問い合わせ  
 ⑧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  
 何を食べましたか？ ( )  
 ②飲食 ( ) 円  
 何を買いましたか？ ( )  
 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 聖 島 ①壺 倉 ②燕 山 ③糸魚川 ④塩の道 ⑤坂 川 ⑥掛 口  
 B 自然景観 ⑦小滝川にスイスイ ⑧高湯の池 ⑨不動滝 ⑩海谷渓谷 ⑪観不知 ⑫弁天岩  
 C 名所旧跡 ⑬白山神社 ⑭史跡 相馬柳屋宅  
 D 博物館等 ⑮フォッサマグナミュージアム ⑯長者ノ原考古館 ⑰谷村美術館  
 E 道の駅等 ⑱ヒスイ王国館 ⑲越後線沿線の関 ⑳観不知ビアパーク ㉑マリンドリーム能生  
 ㉒ジオパル  
 F レジャー ㉓登山 ( ) ㉔釣り ( ) ㉕ゴルフ ( )  
 G その他 ㉖ ( )
- 問12. 上記の場所を知っている場所がありますか？（番号でお答えください。いくつでも）  
 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 ( )  
 特にならなかった点 ( )
- 問15. 糸魚川また来てみたいと思えますか？  
 ① ② ③ ④ ⑤  
 ① 来てみたい  
 ② 来てみたい  
 ③ どちらともいえない  
 ④ どちらかという  
 ⑤ 来てみたい  
 ⑥ 来てみたい  
 ⑦ どちらともいえない  
 ⑧ 来てみたい  
 ⑨ 来てみたい  
 ⑩ 来てみたい  
 ⑪ 来てみたい  
 ⑫ 来てみたい  
 ⑬ 来てみたい  
 ⑭ 来てみたい  
 ⑮ 来てみたい  
 【ご協力ありがとうございました】

---

## 5. 結果の概要

- **県内約2割・県外約8割**

今回の調査では、県内から 21.9%、県外から 78.1%の割合で来訪いただいていた。県内では、上越市 40.8%、新潟市 26.5%、長岡市・妙高市が各 7.1%の割合だった。県外からは、関東・山梨県が 30.3%、長野県が 29.4%だった。

- **40歳代～60歳代がボリュームゾーン**

年代別では 40歳代 21.0%、50歳代 18.5%、60歳代 23.4%と、この年代で全体の6割以上を占めた。性別では、男性 56.0%、女性 44.0%だった。

- **全体では「自家用車での来訪」**

交通手段は全体で 80.4%が「自家用車」での来訪であった。特にマリンドリーム能生は 86.2%、フォッサマグナミュージアムは 81.4%だった。一方でジオパルでは、「北陸新幹線」が 17.4%、「在来線」が 23.4%と鉄道利用の割合が高い。

- **家族または友達と少人数で**

全体の 68.6%の方が「家族」で来訪していた。「友人・グループ」は 16.5%だった。同行人数は、「家族」では 48.9%が、「友人・グループ」では 38.9%が『2人』での来訪だった。

- **来訪目的は観光**

全体では 72.0%の方が「観光」目的で来訪されている。「通過点」は、マリンドリーム能生で 17.3%だった。

- **来訪歴は4回以上が半数以上**

全体の 53.9%の方が「4回以上」来訪いただいている。一方、24.3%の方が「初めて」だった。フォッサマグナミュージアムでは、40.0%が「4回以上」である一方、38.6%の方が「初めて」だった。

- **情報入手手段は「インターネット」**

主な情報入手手段は「インターネット」で 27.8%だった。従来型のメディア（新聞・ラジオ・テレビ・雑誌）は合わせて 21.6%だった。

- **6割強が日帰り**

全体で 61.7%の方が「日帰り」で、糸魚川で宿泊する方は 18.2%で、宿泊先は 60.3%が「温泉旅館・ホテル」だった。宿泊費の平均は 11,072 円（昨年：10,911 円）だった。

- **消費金額**

飲食費の平均金額は 1,111 円（昨年：1,086 円）、お土産代の平均金額は 6,611 円（昨年：6,271 円）だった。

---

- **訪問先は「親不知」・「フォッサマグナミュージアム」**

調査を行った場所以外の市内の訪問先は「親不知ピアパーク」が11.1%、「親不知」9.4%で、親不知エリアで20.5%だった。また、フォッサマグナミュージアムが9.1%だった。

調査ポイント別では

マリンドリーム能生…「親不知ピアパーク」12.9%

フォッサマグナミュージアム…「マリンドリーム能生」12.5%

高浪の池…「小滝川ヒスイ峡」30.8%

ジオパル…「ヒスイ王国館」32.4%

だった。

- **知っている場所は「親不知」**

全体では、「親不知」の認知度が高く（「親不知ピアパーク」とあわせれば23.1%）、ついで、「フォッサマグナミュージアム」「姫川温泉」「小滝川ヒスイ峡」の順となった。

- **「糸魚川ジオパーク」を知っている人は7割以上**

糸魚川ジオパークの認知度は「知っている」39.6%（昨年39.3%）、「聞いたことはある」31.6%（昨年：33.6%）と合わせて71.2%（昨年：72.9%）だった。一方「初めて聞いた」は28.7%（昨年：27.0%）だった。

- **印象や満足度は高い**

各項目の満足度をお聞きした。

景観・施設では、「とてもよい」34.0%、「よい」45.2% 計79.2%（昨年：77.7%）

お店の対応では、「とてもよい」28.1%、「よい」43.1% 計71.2%（昨年：73.5%）

お土産では、「とてもよい」22.2%、「よい」45.4% 計67.6%（昨年：66.6%）

だった。

一方、お店の対応で「わるい」が、お土産で「わるい」「とてもわるい」の回答があった。

- **再来訪の意向も高い割合**

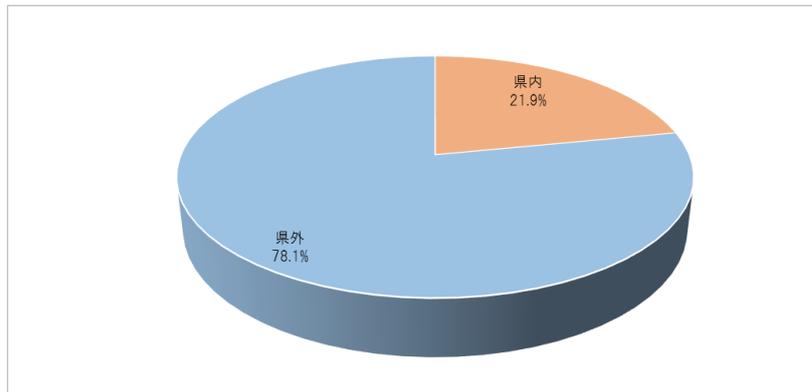
再来訪の意向は、「ぜひ来たい」が74.4%（昨年：58.0%）、「どちらかというと来てみたい」が20.9%（昨年：34.0%）で、合わせて95.3%だった。



## II. 調查結果

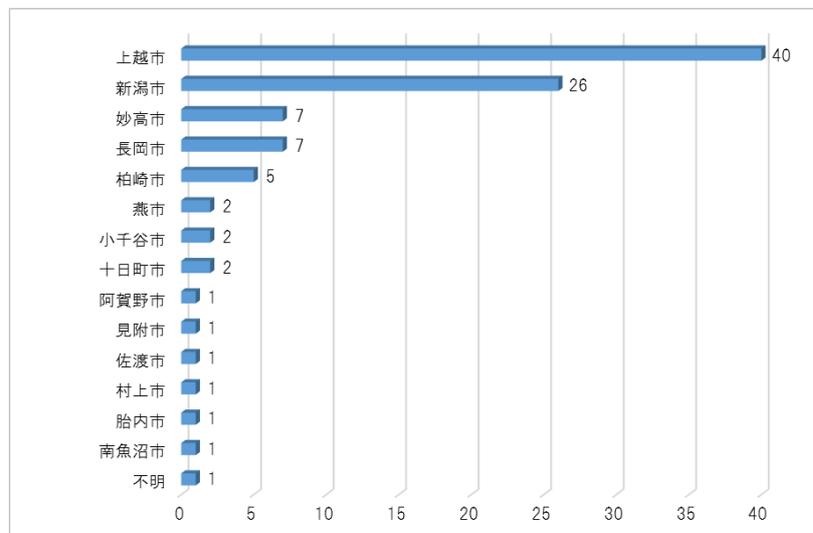
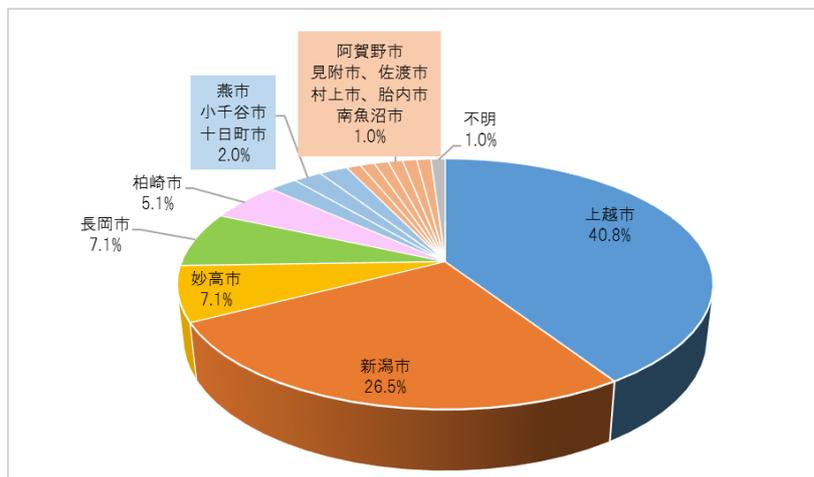
## 1. 居住地

### ① 全体



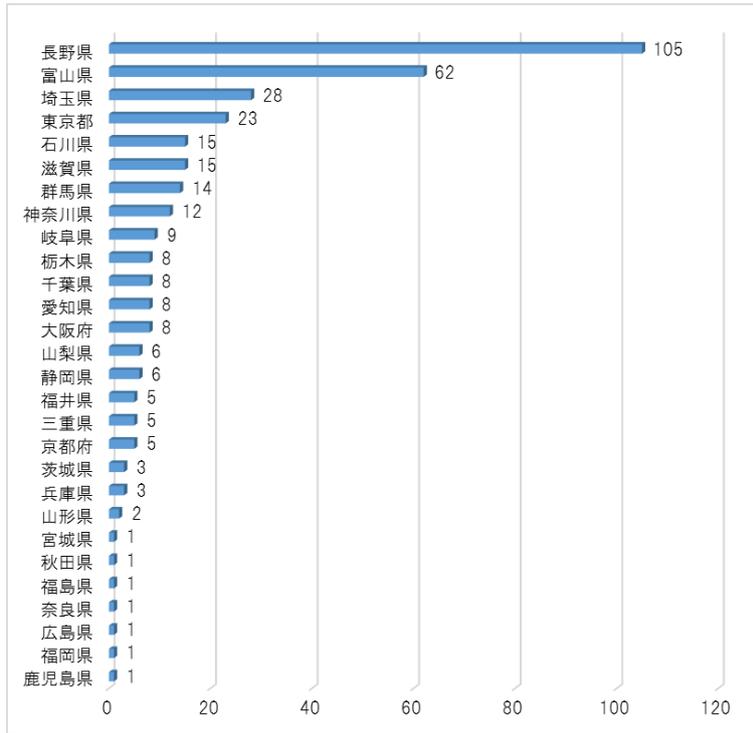
県内から 21.9%、県外から 78.1%の割合だった。

### ② 新潟県内 内訳

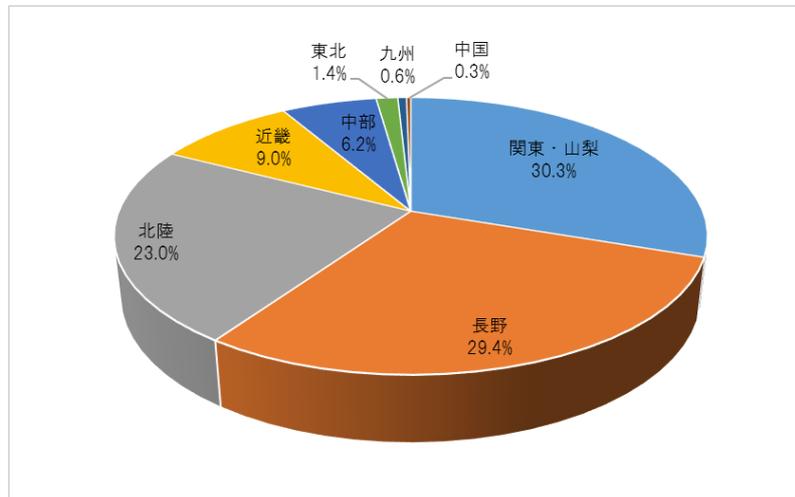


上越市からの来訪が 40.8%、新潟市が 26.5%で、この 2 市から 67.3%の来訪があった。県内の広範囲の市町村から来訪があった。

### ③ 県外からの来訪（都道府県別）

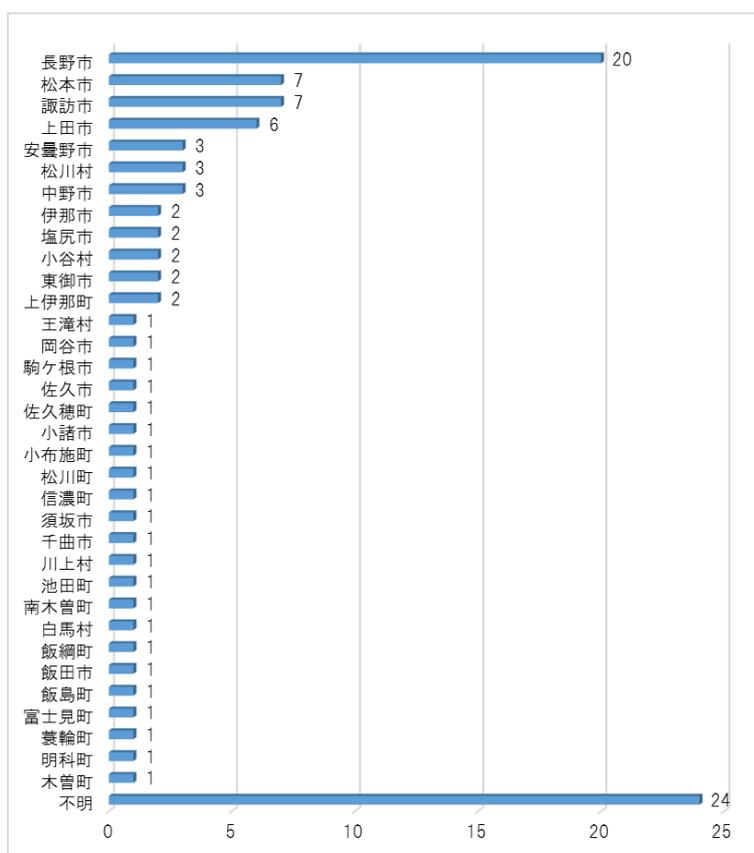


### ● 地方別



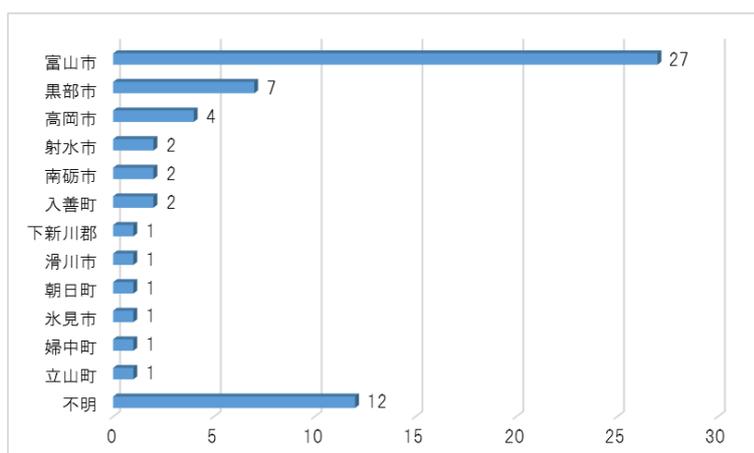
地方別で見ると、「関東・山梨」と「長野」からの来訪がほぼ同一だった。

#### 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」「諏訪市」の順だった。長野県内全域からの来訪があった。

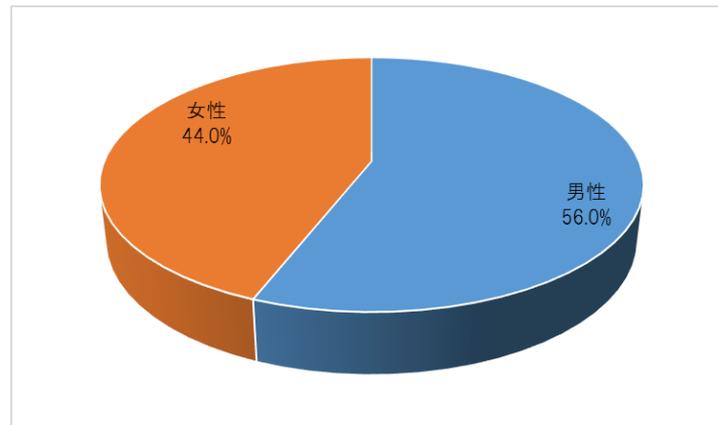
#### ⑤ 富山県からの来訪（市町村別）



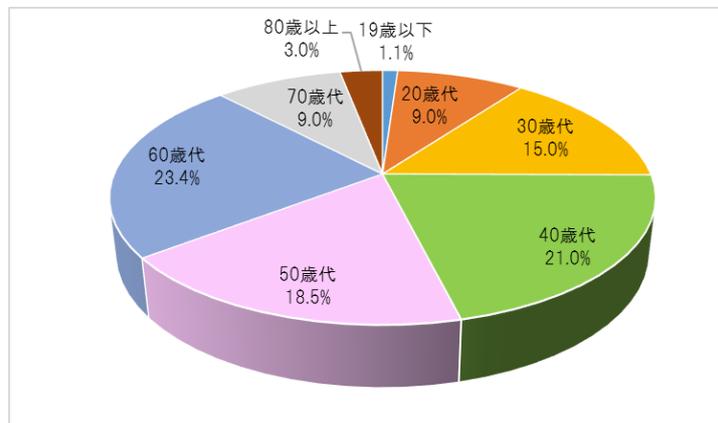
富山県内からの来訪は、富山市が最も多かった。

---

## 2. 性別

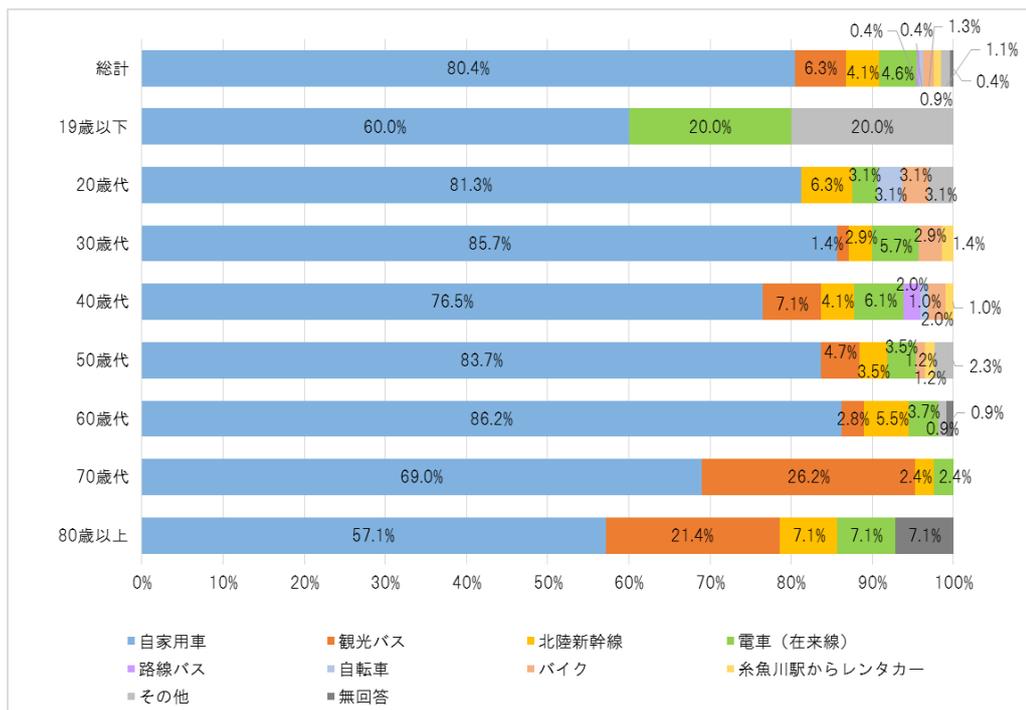


## 3. 年代



年代別では40歳代～60歳代の割合が多かった。この3つの年代で62.9%とおおよそ3分の2を占めた。

## 4. 交通手段



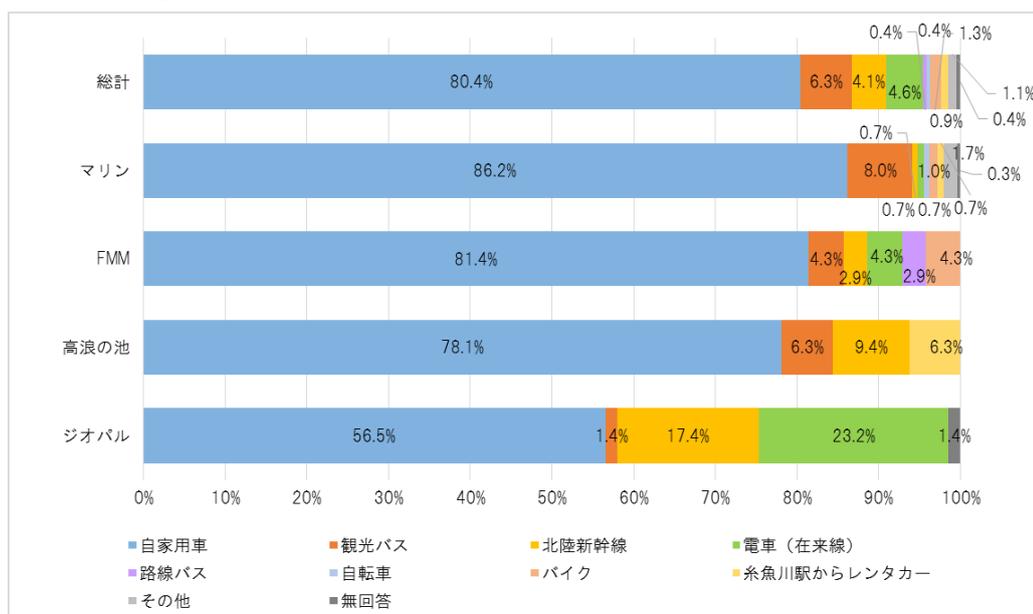
### ① 全体

全体では、80.4%が「自家用車」を利用している。次いで「観光バス」「在来線」と続く。

### ② 年代別

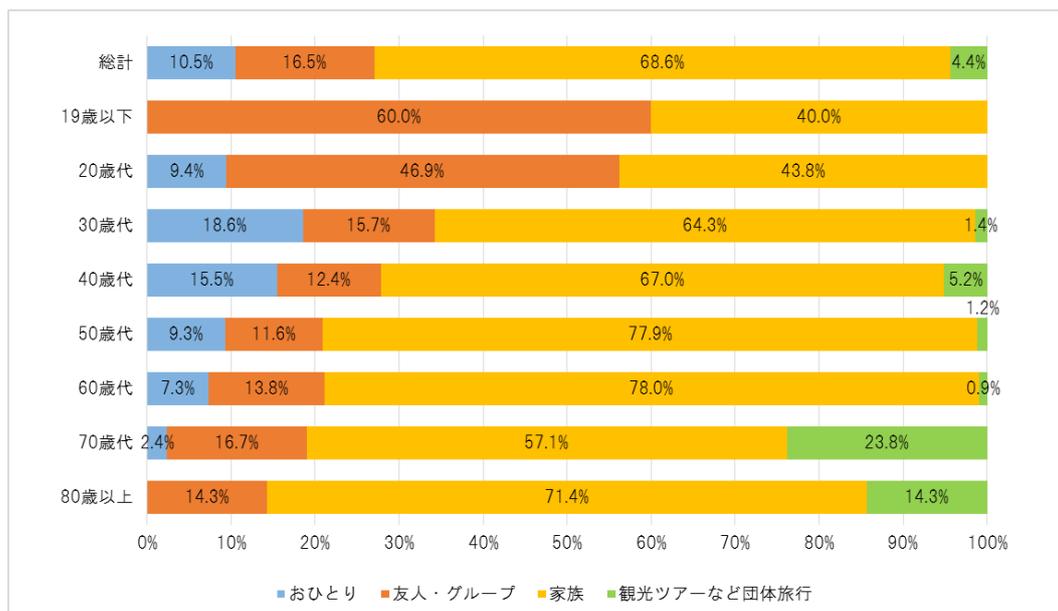
どの年代も「自家用車」の割合が高いが、70歳代の「観光バス」利用の方も目立つ。また、どの年代も「北陸新幹線」「在来線」の利用があることがわかる。

### ③ 調査ポイント別



調査ポイント別では、全体に「自家用車」の割合が高かったが、ジオパルでは「北陸新幹線」が17.4%、「在来線」が23.2%だった。

## 5. 同行者



### ① 全体

全体では、68.6%の方が「家族」で来訪されていた。ついで、16.5%の方が「友人・グループ」と一緒に、身近な方と来訪されている様子が見える。

### ② 年代別

20歳代で「友人・グループ」と一緒にという方が46.9%と、他の年代より割合が多い。来訪者のボリュームゾーンの年代である30～60歳代以上では「家族」と一緒にという方が60%以上となっている。70歳代の「団体旅行」(23.8%)が目立っている。

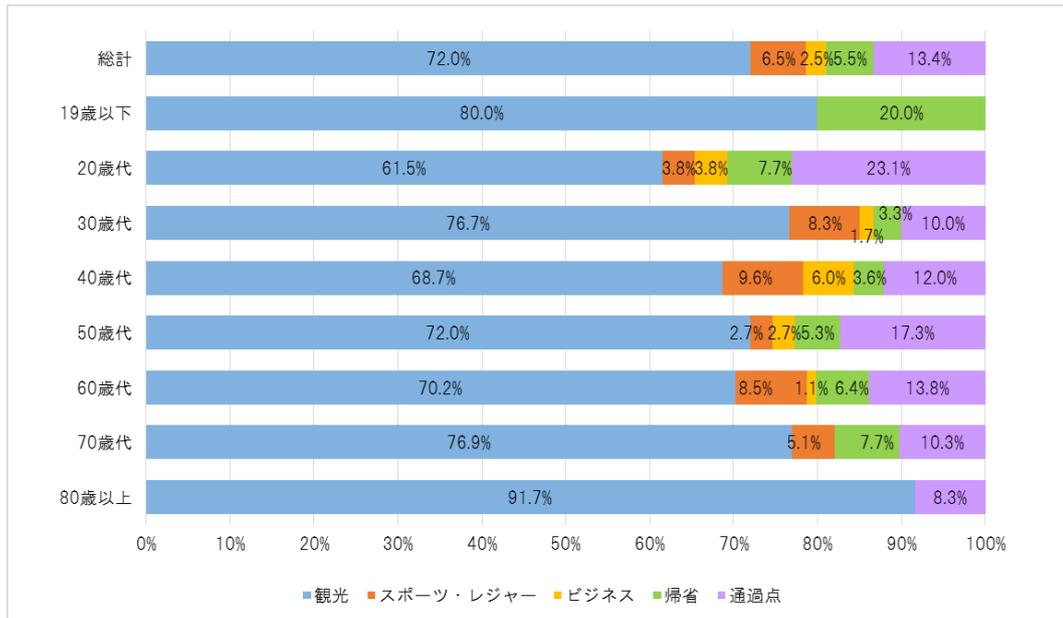
### ③ 同行人数

- 「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。



4人までの割合が、「友人・グループ」の方は65.3%、「家族と一緒に」の方は83.2%となっており、車1台で移動できる人数での来訪だと考えられる。また、「友人・グループ」、「家族」とともに『2人』の割合が多い。

## 6. 来訪目的



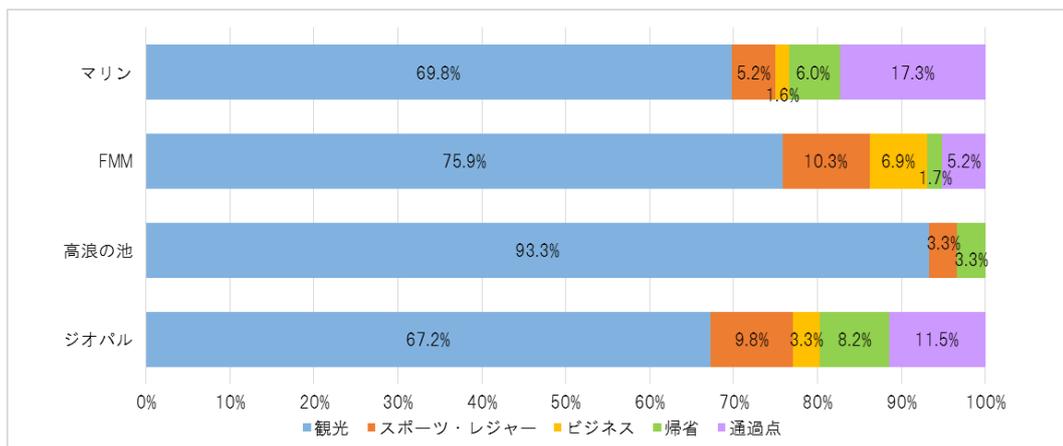
### ① 全体

全体では、72.0%の方が「観光」目的で来訪されている。一方、13.4%の方は「通過点」と回答している。

### ② 年代別

年代別では、大きな傾向は変わらないが、20歳代と50歳代で「通過点」という回答の割合が高い。

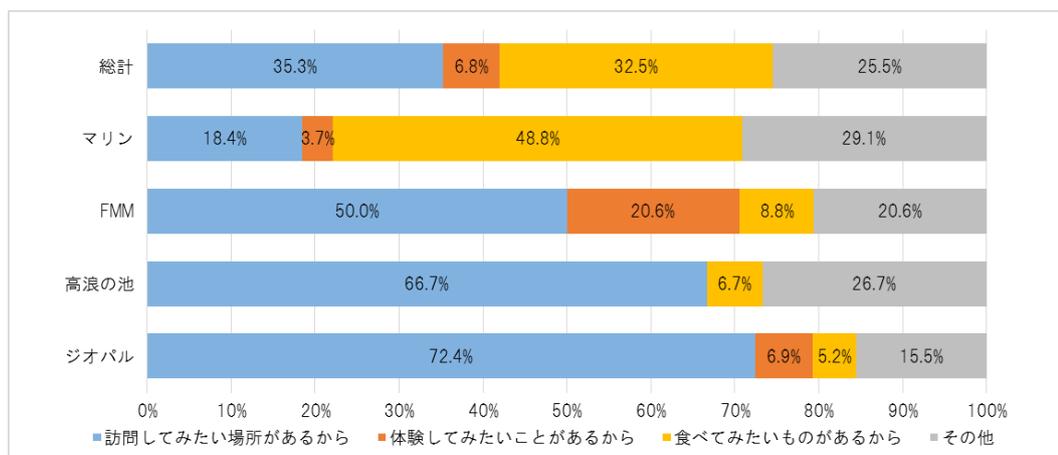
### ③ 調査ポイント別



調査ポイント別では、高浪の池での「観光」目的が93.3%と飛びぬけている。マリンドリーム能生では17.3%が、ジオパルでは11.5%が「通過点」と回答している。

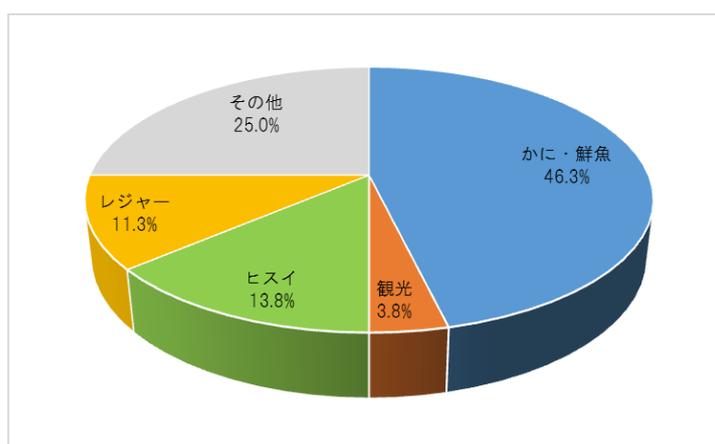
#### ④ 来訪目的の内容

- 「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。



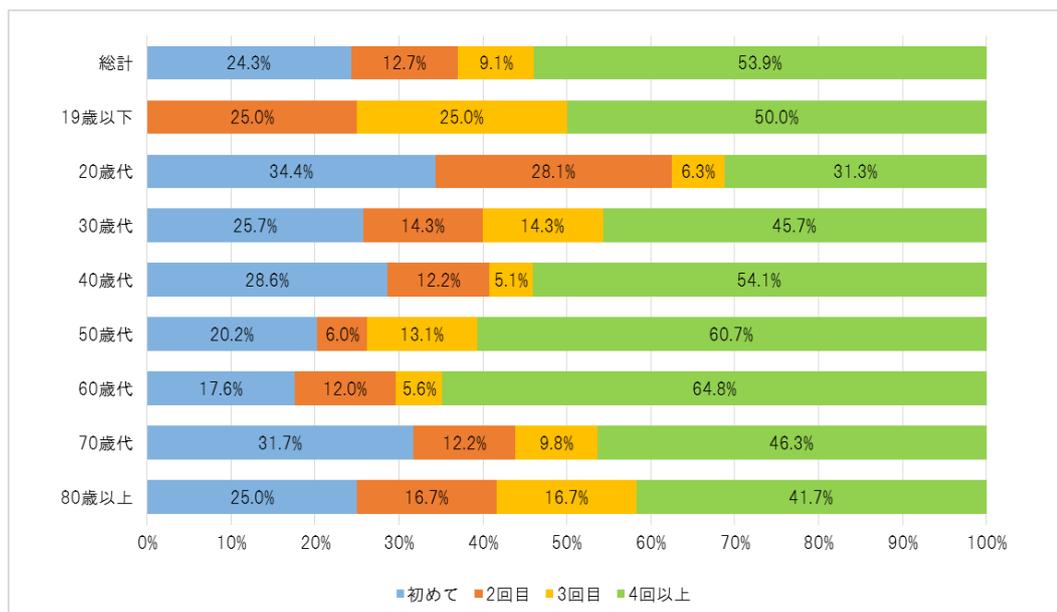
ジオパルでは「訪問してみたい場所」が72.4%であり、ジオパルが目的地であることがうかがえる。マリンドリーム能生では、カニや食事を目的にした方が多かった。

#### ⑤ より具体的な来訪目的



具体的な内容では、「カニ・鮮魚」と「ヒスイ」という回答が目立った。

## 7. これまでの来訪回数



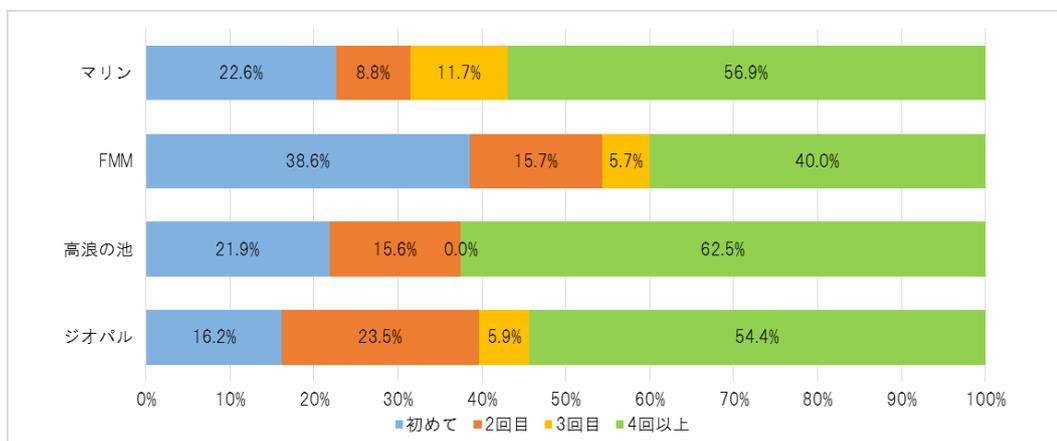
### ① 全体

全体では53.9%の方が、「4回以上」来訪いただいている。「初めて」という方は24.3%だった。

### ② 年代別

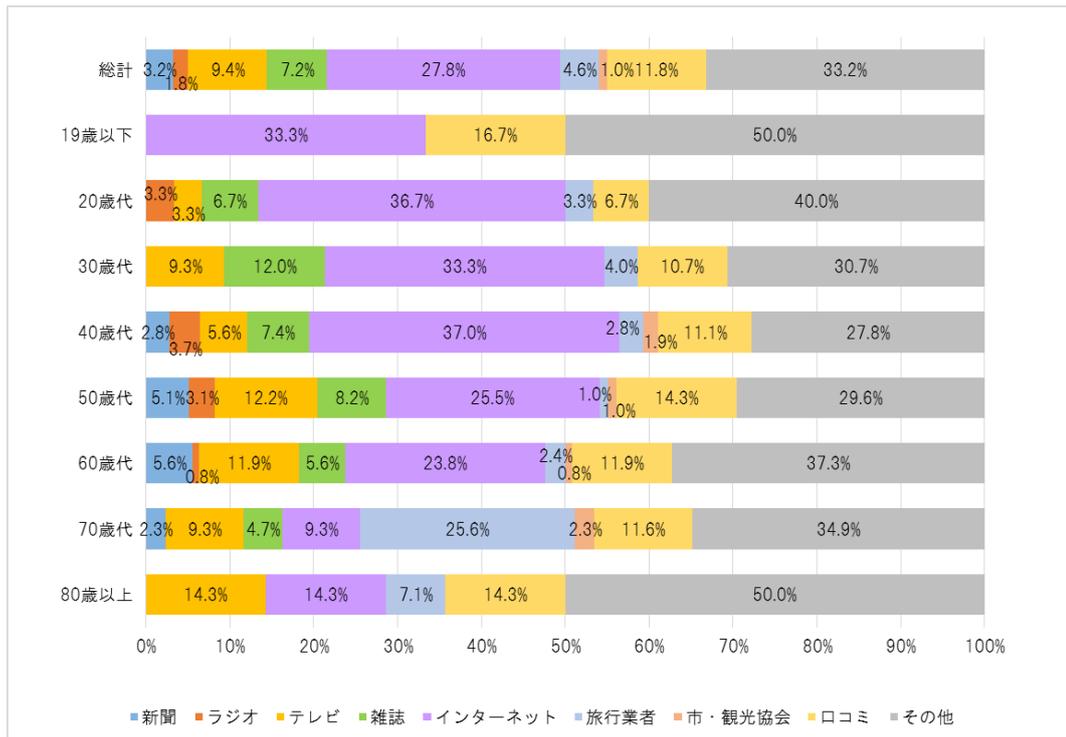
40歳～60歳代では、どの年代も半数以上が「4回以上」来訪されている。一方、20歳代・70歳代では3割強の方が「初めて」の来訪だった。

### ③ 調査ポイント別



マリンドリーム能生では56.9%の方が、高浪の池では62.5%の方が、ジオパルでは54.4%の方が「4回以上」の来訪経験がある。一方、フォッサマグナミュージアムでは38.6%の方が「初めて」だった。

## 8. 情報入手手段



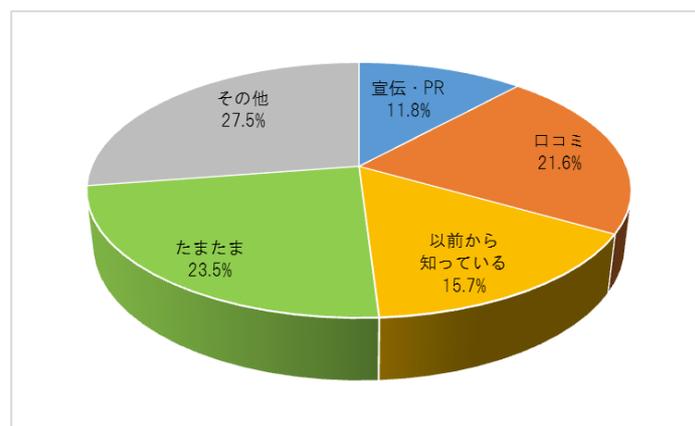
### ① 全体

全体では「インターネット」が27.8%を占めている。従来型のメディア（新聞・ラジオ・テレビ・雑誌）は合わせて21.6%だった。

### ② 年代別

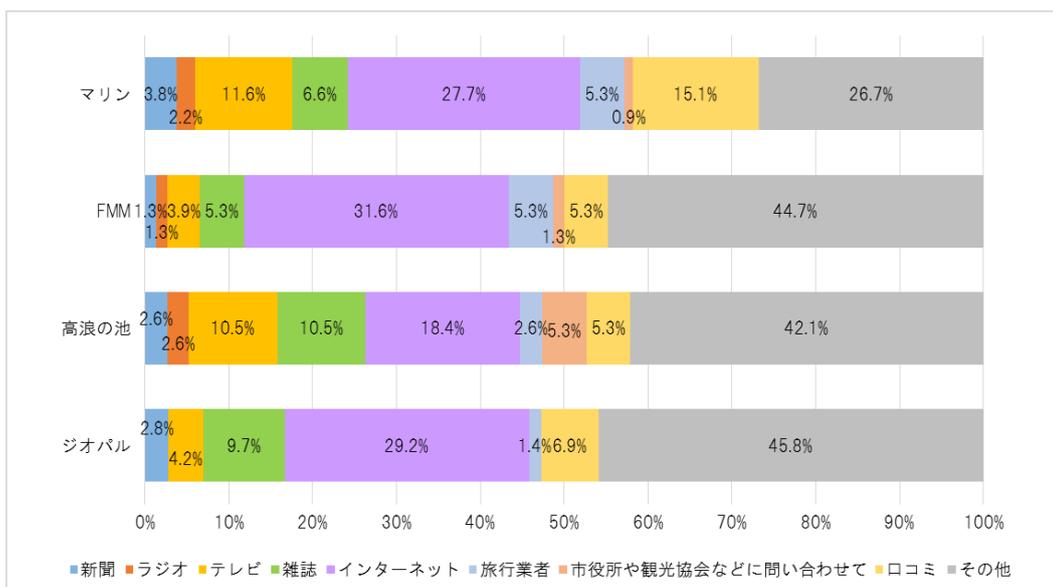
どの年代でも「インターネット」の割合が高いが特に19歳以下～40歳代では3割以上と高い割合となっている。また、「口コミ」の中にはSNSでの情報交換も含まれていると思われる。

### ③ その他の内容について



「その他」の回答を整理すると、「口コミ」の21.6%、「たまたま」の23.5%が目立つ。

#### ④ 調査ポイント別



調査ポイント別で、少しずつ傾向が異なる結果となった。

マリンドリーム能生では、「インターネット」がもっとも多く、次いで「口コミ」「テレビ」。

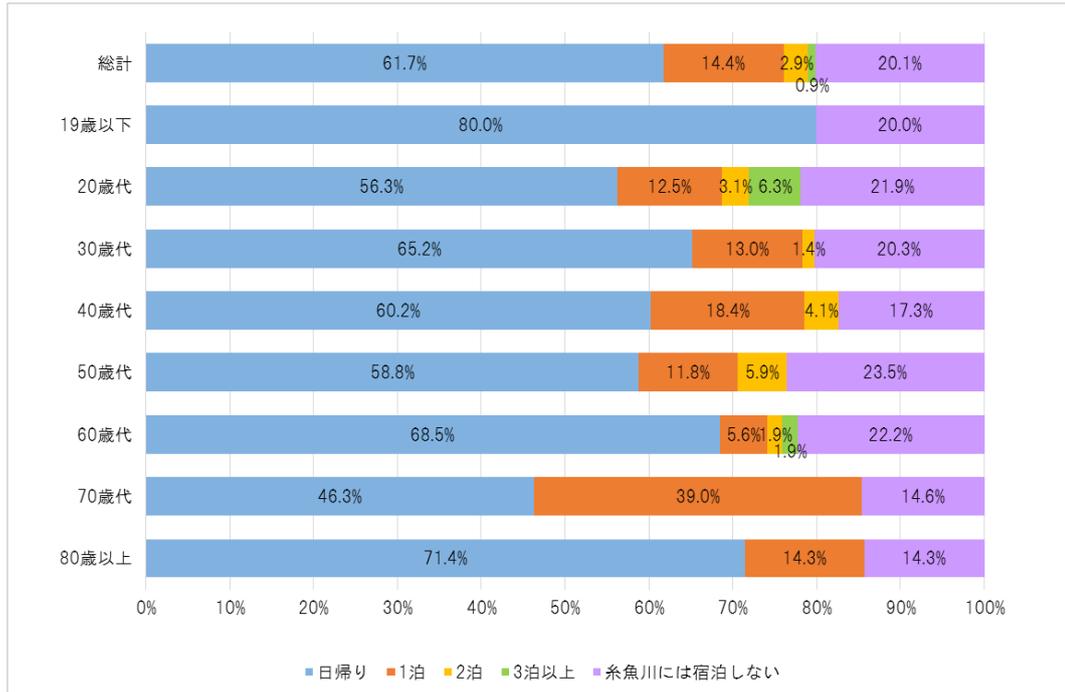
フォッサマグナミュージアムでは「インターネット」。

高浪の池では「テレビ」「雑誌」（主に富山県の方）。

ジオパルでは「インターネット」。

がそれぞれ割合の高い情報入手手段だった。

## 9. 宿泊・宿泊施設



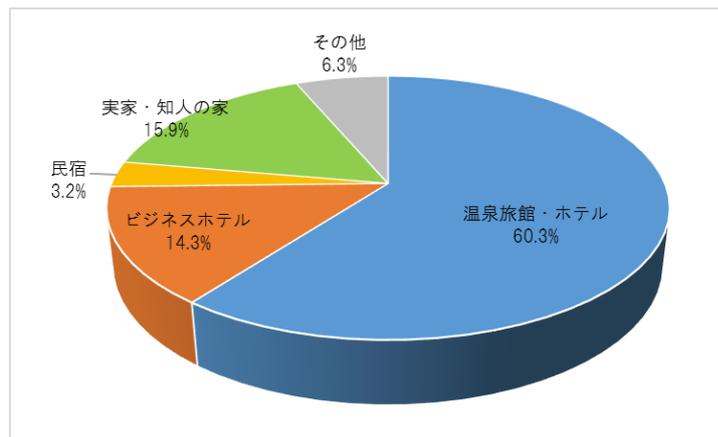
### ① 全体

「日帰り」の方が61.7%あり、宿泊数にかかわらず「糸魚川に宿泊」の方は18.2%だった。一方で、「糸魚川以外に宿泊」の方が20.1%いた。

### ② 年代別

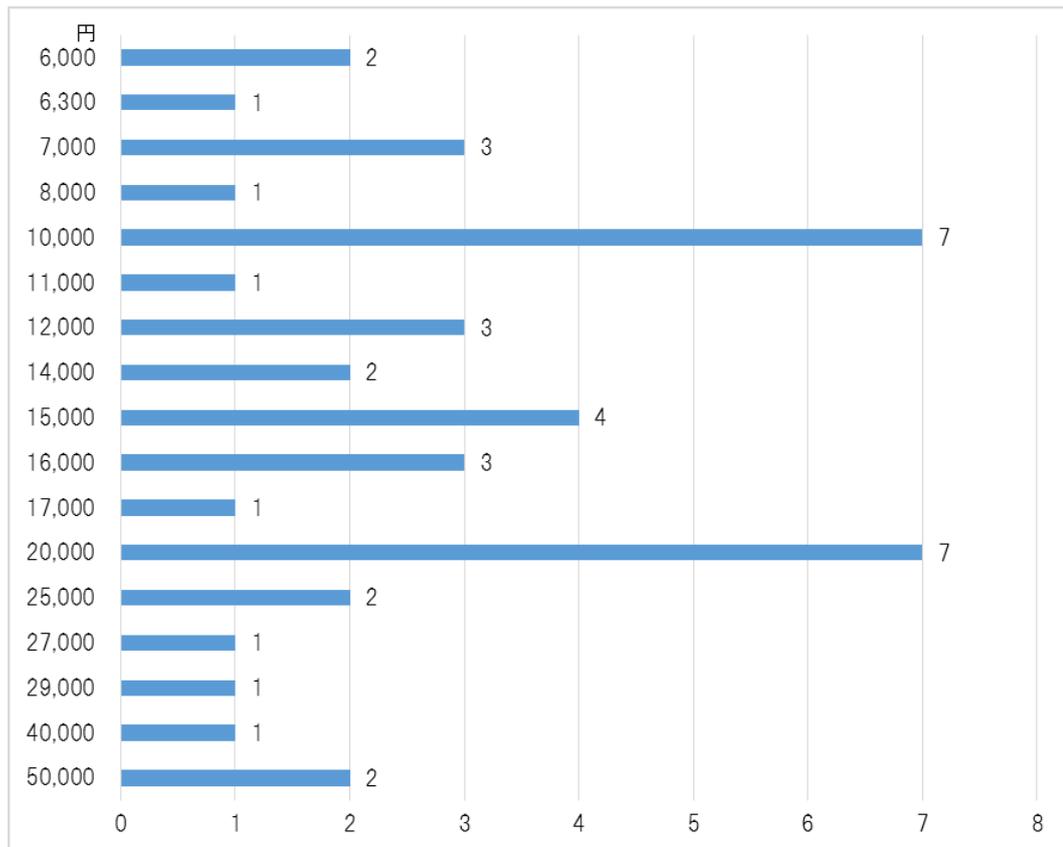
どの年代も「日帰り」の割合が多いが、どの年代でも「糸魚川で宿泊」が1～2割ある。特に70歳代の「糸魚川で1泊」が39.0%が目立つ。

### ● 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60.3%だった。

## 10. 一人あたりの予算



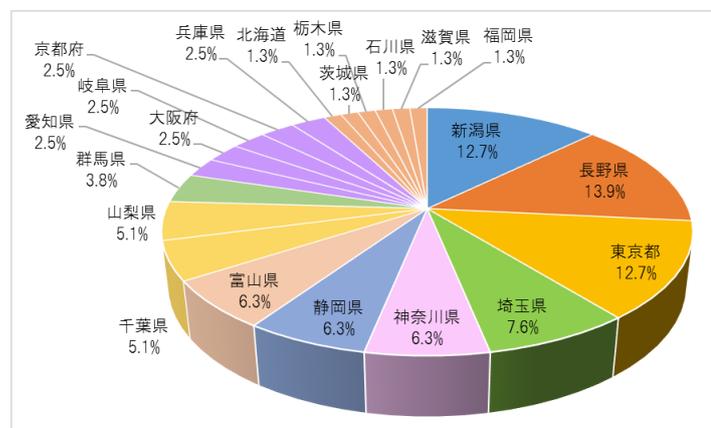
### ① 宿泊費

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75サンプル。うち、宿泊費を回答いただいたのは42サンプル）

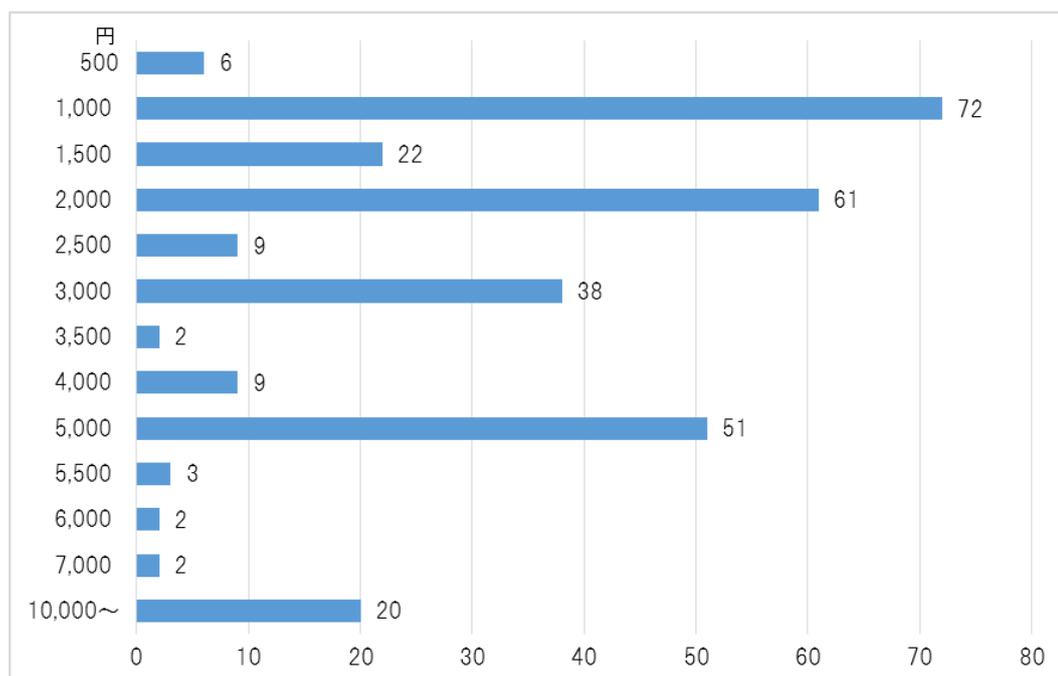
- 平均金額 11,072 円
- 宿泊費の合計 2,159,100 円（一人あたり宿泊平均金額×宿泊人数 195 名）

宿泊費は、「10,000 円」「20,000 円」という方が最も多かった。

宿泊者の出発地は、県内のほか、富山・長野、関東地方からの割合が多かった。

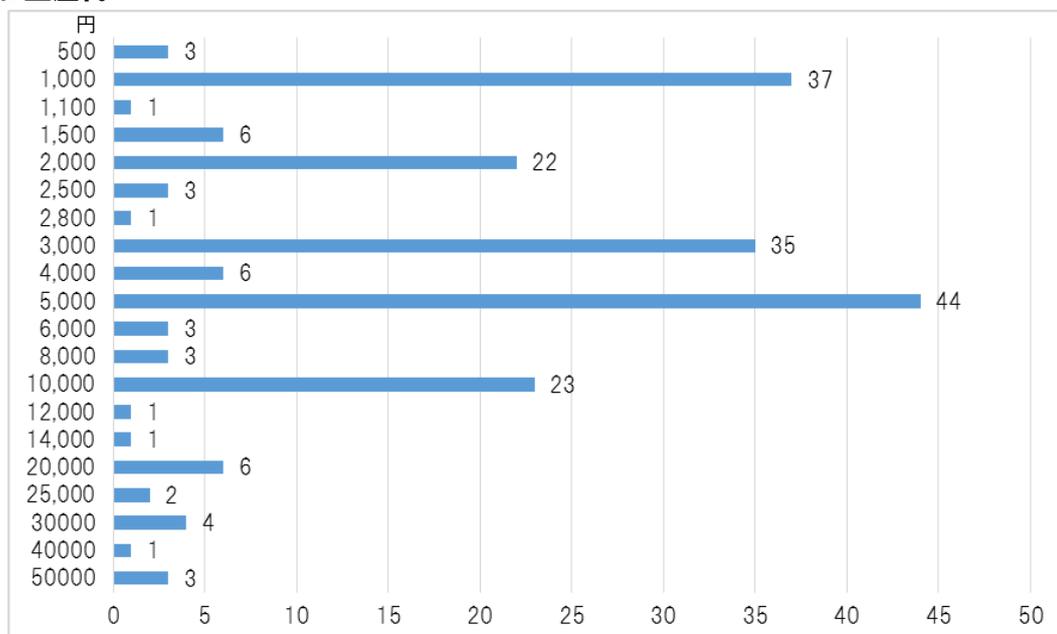


## ② 飲食費



- **平均金額 1,111 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」が最も多く、「2,000 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



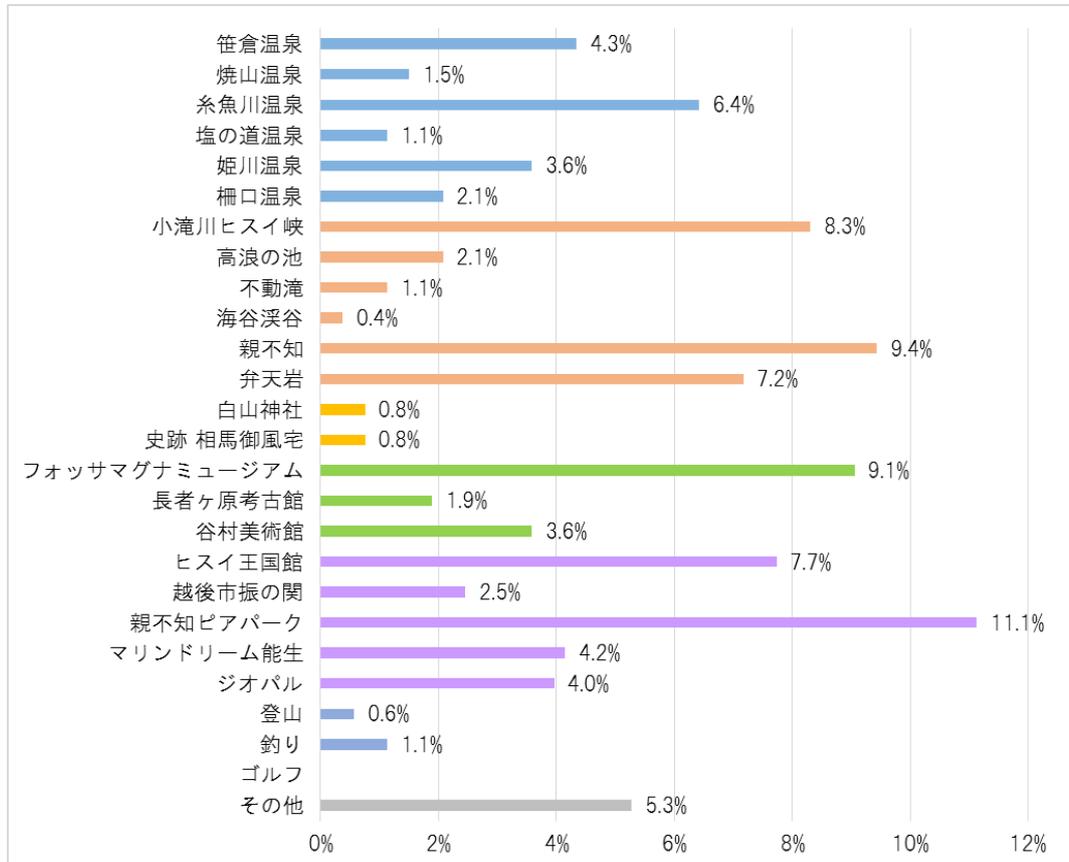
- **平均金額 6,611 円**  
金額的には、「1,000 円」「2,000 円」「3,000 円」「5,000 円」「10,000 円」にピークがあった。  
具体的な商品としては、カニや海産物をあげる方が多かったが、酒や米・農産物、お菓子を上げている方もいた。

## 11. 来訪した場所

注) FMMで調査した際の「FMM」の回答、マリンでの「マリン」の回答、高浪の池での「高浪の池」の回答は除外した。

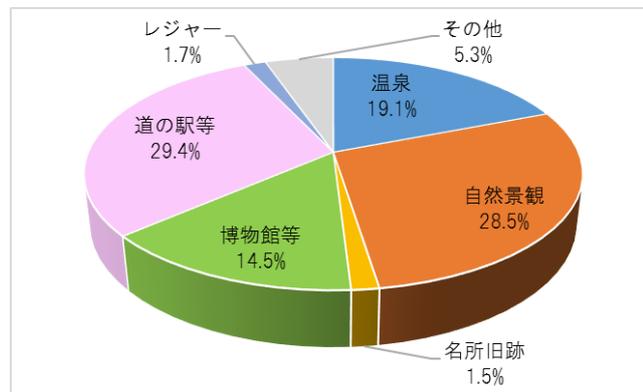
### ① 全体集計

#### ● 場所別



全体でもっとも多かった回答は、「親不知ピアパーク」で11.1%。次いで「親不知」9.4%、「フォッサマグナミュージアム」9.1%だった。「親不知」のエリアで合計20.5%と人気の高さがうかがえる。

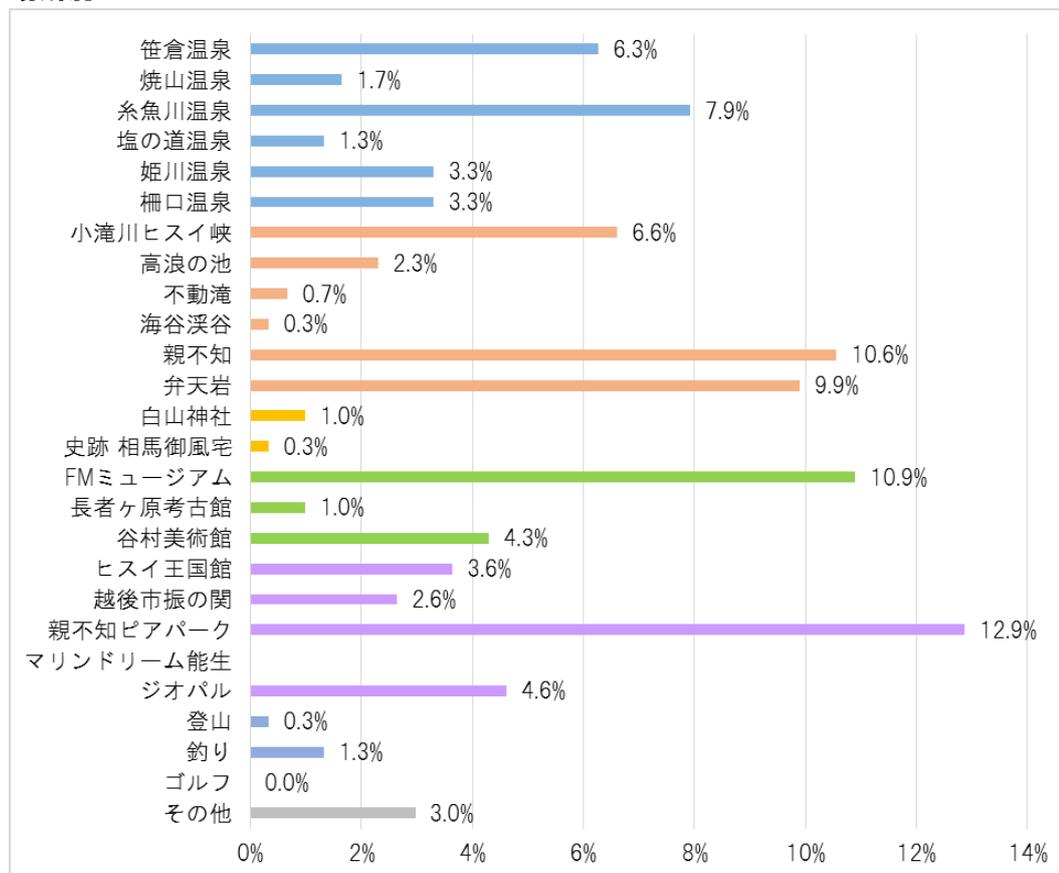
#### ● カテゴリー別



カテゴリー別では「道の駅」が29.4%、「自然景観」が28.5%だった。

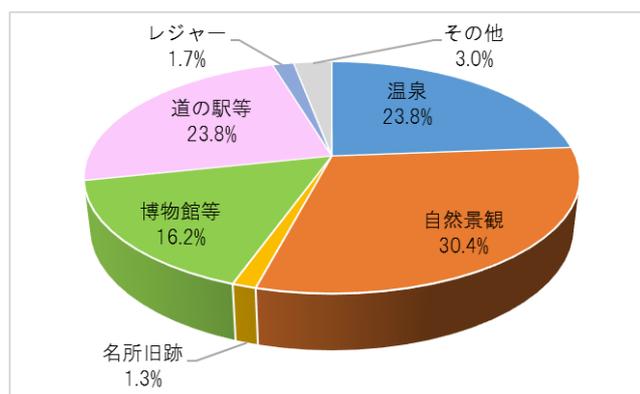
## ② マリンドリーム能生での調査結果

### ● 場所別



マリンドリーム能生での回答で最も多かったのは、「親不知ピアパーク」が12.9%。次いで「FMミュージアム」「親不知」「弁天岩」と続く。

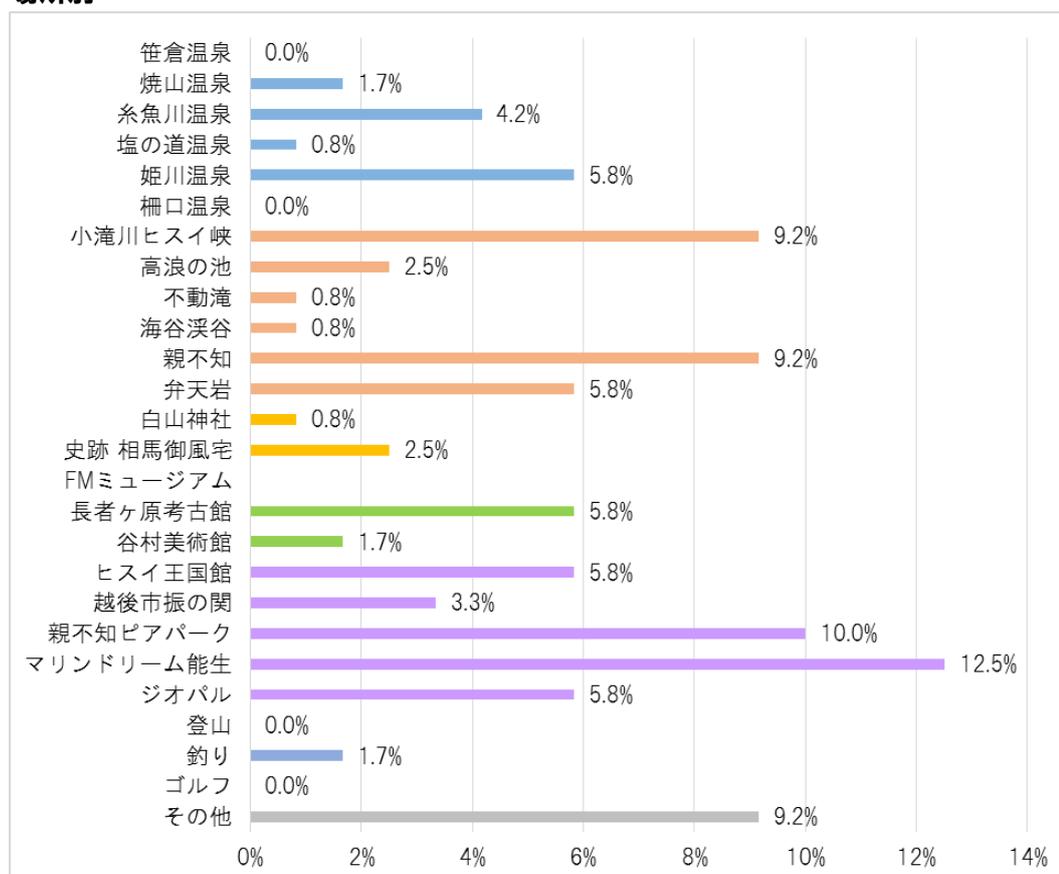
### ● カテゴリー別



カテゴリー別では、「自然景観」が30.4%、「温泉」「道の駅等」が23.8%だった。

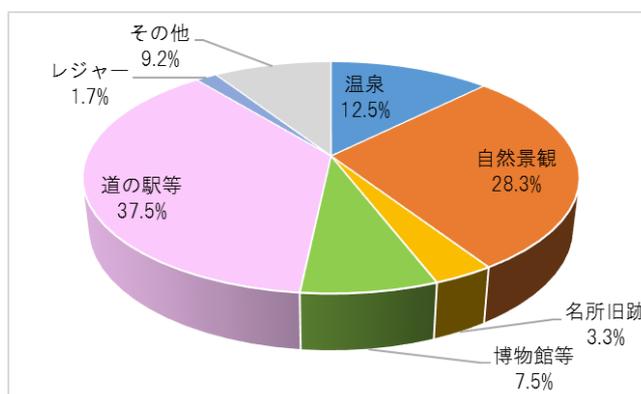
### ③ フォッサマグナミュージアムでの調査結果

#### ● 場所別



フォッサマグナミュージアムでは、「マリンドリーム能生」が 12.5%の回答があった。次いで「親不知ピアパーク」が 10.0%、「小滝川ヒスイ峡」「親不知」が 9.2%となった。

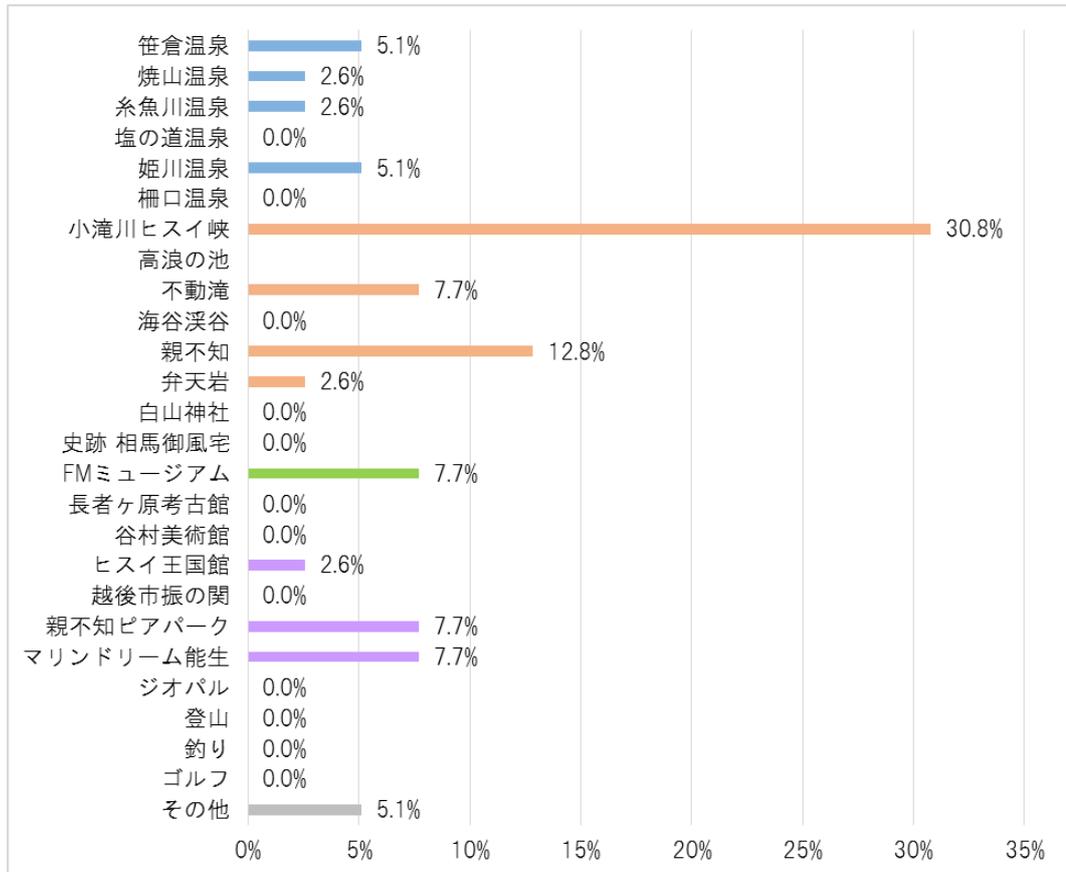
#### ● カテゴリー別



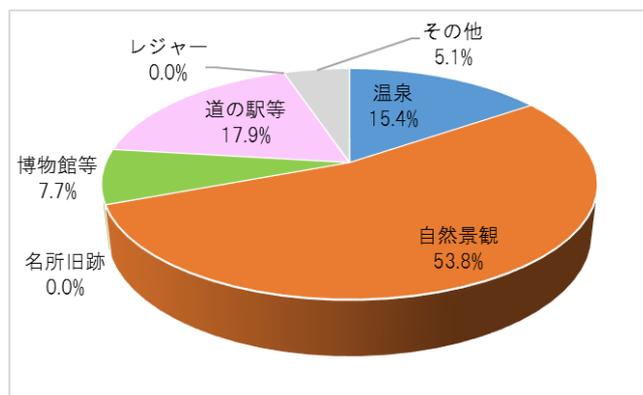
カテゴリー別では、「道の駅等」が 37.5%を占め、「自然景観」が 28.3%だった。

#### ④ 高浪の池での調査結果

##### ● 場所別



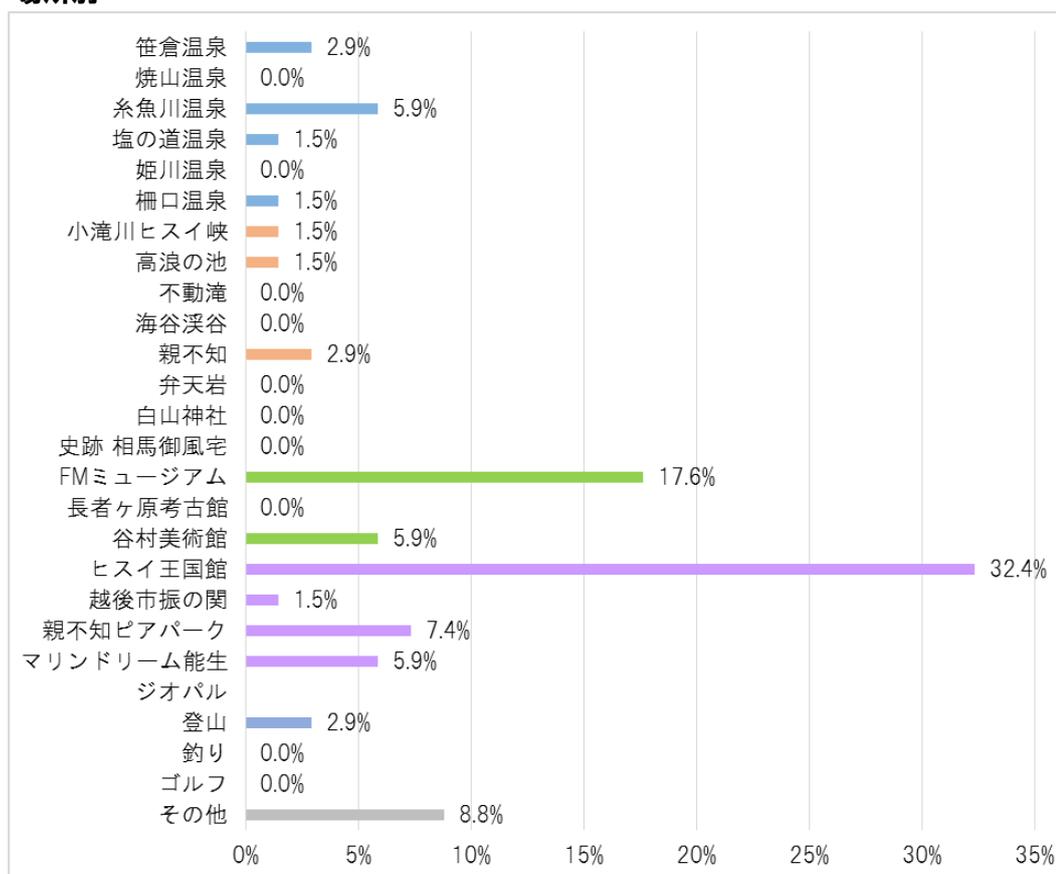
##### ● カテゴリー別



高浪の池では、「小滝川ヒスイ峡」が30.8%の回答があった。

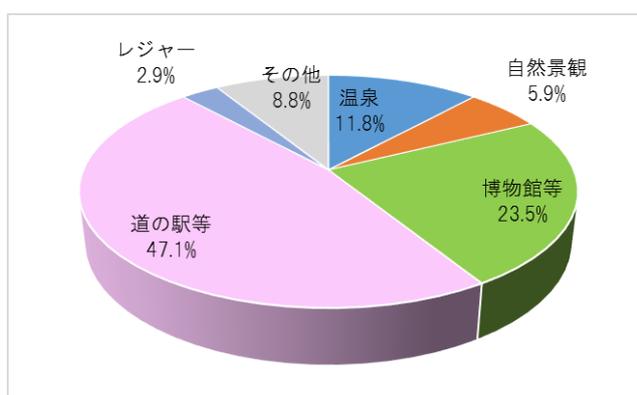
## ⑤ ジオバルでの調査結果

### ● 場所別



ジオバルでは、隣接する「ヒスイ王国館」が 32.4%、「フォッサマグナミュージアム」が 17.6%だった。

### ● カテゴリー別

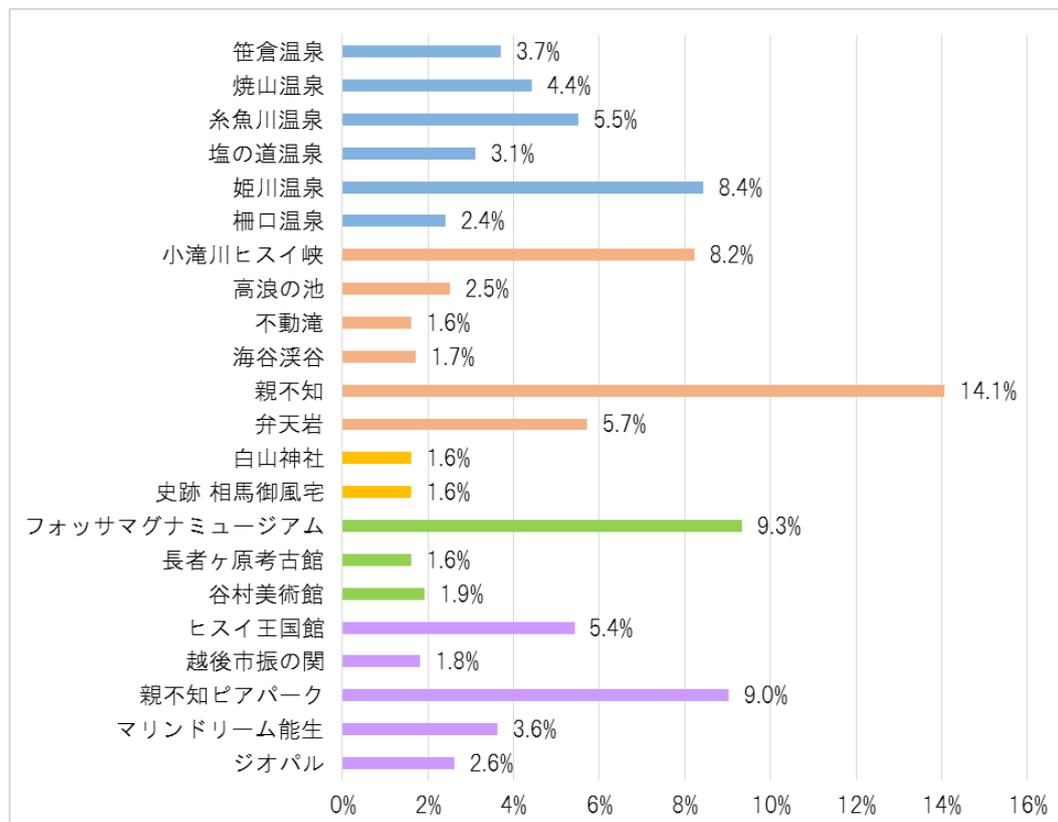


「道の駅等」「博物館等」の割合が高い。

## 12. 糸魚川市内で知っている場所

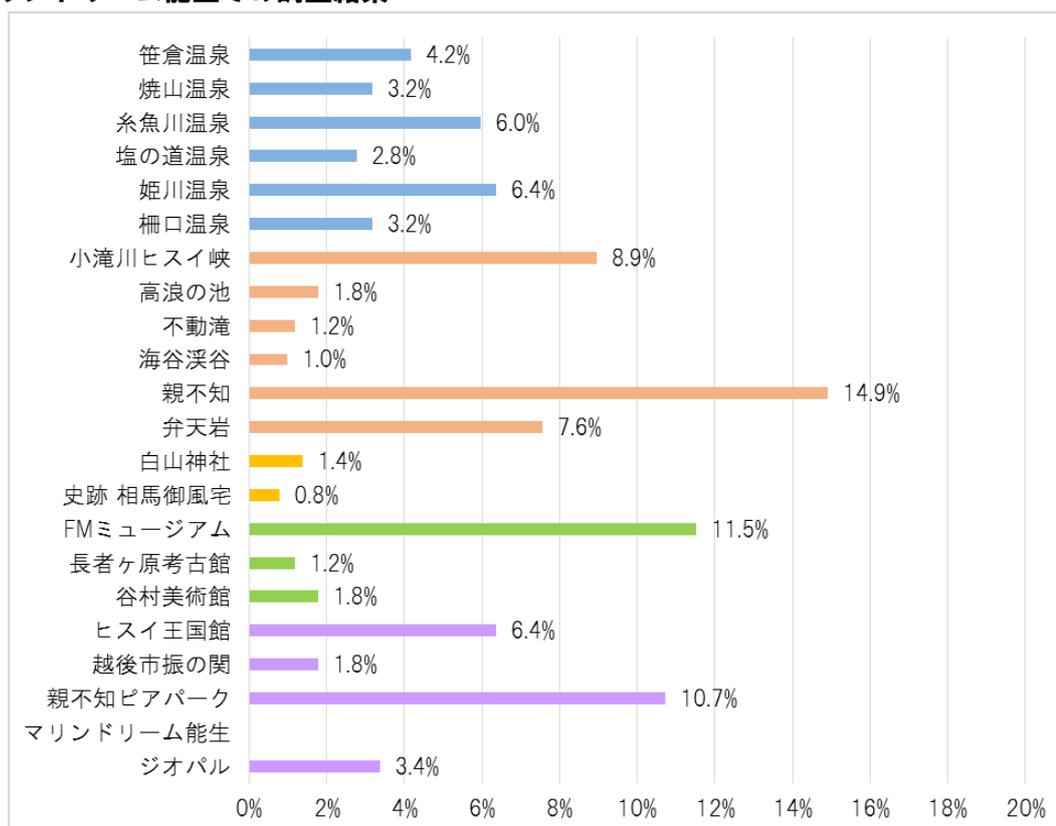
注) 前問の選択肢の中から、知っている場所をお答えいただいた。  
マリンでの「マリン」の回答、FMMで調査した際の「FMM」の回答、高浪の池での「高浪の池」、ジオパルで調査した際の「ジオパル」の回答は除外した。

### ① 全体集計



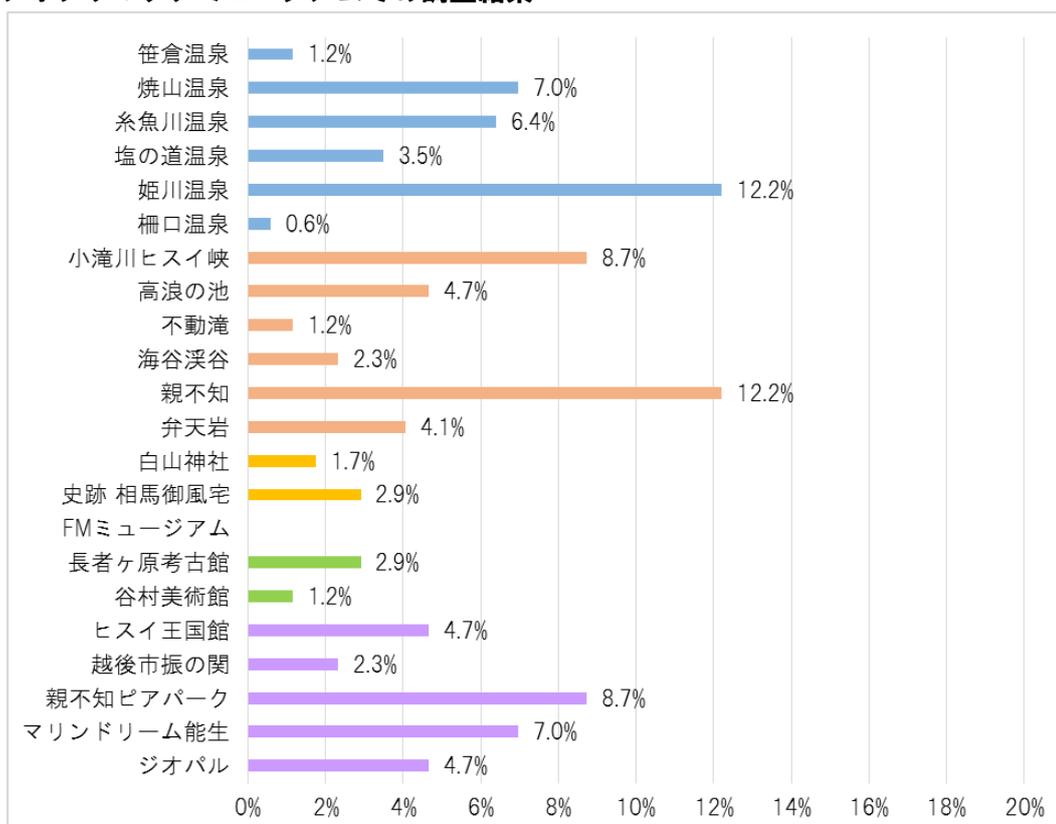
全体では、「親不知」の認知度が高く（「親不知ピアパーク」とあわせれば23.1%）、  
ついで、「フォッサマグナミュージアム」「姫川温泉」「小滝川ヒスイ峡」の順となった。

## ② マリンドリーム能生での調査結果



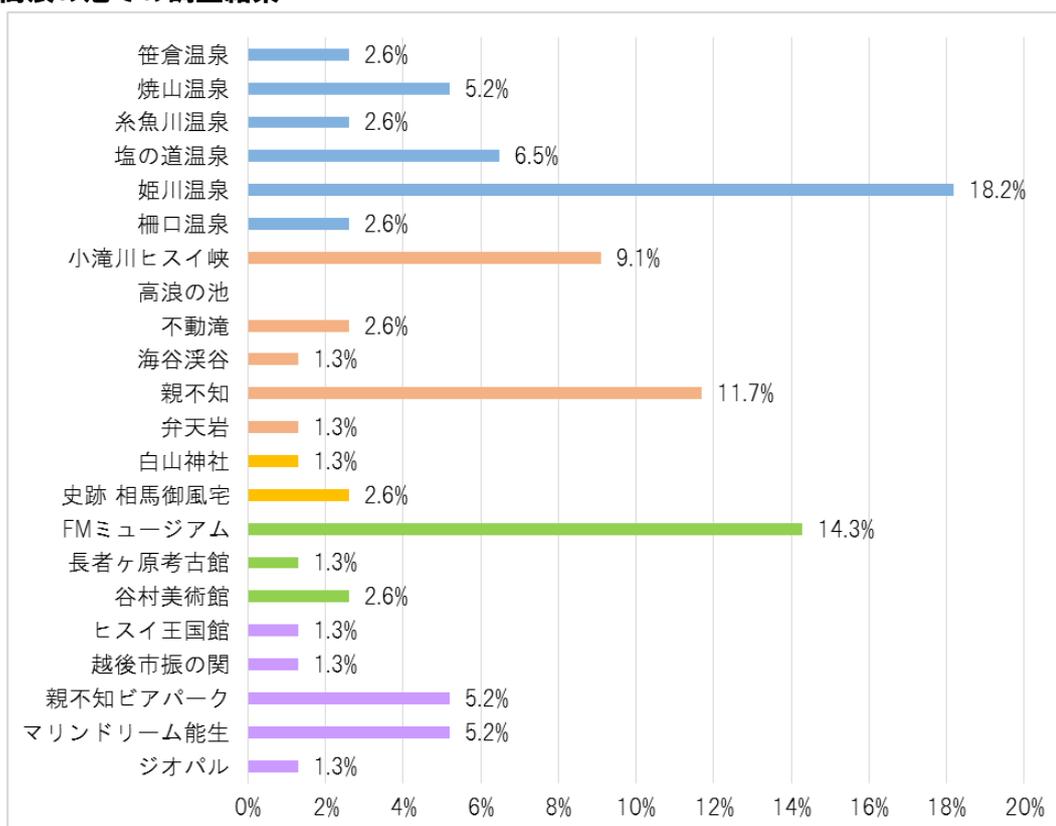
マリンドリーム能生では、「親不知」の認知度が高く（「親不知ピアパーク」とあわせれば 25.6%）、ついで、「フォッサマグナミュージアム」、「小滝川ヒスイ峡」の順となった。

### ③ フォッサマグナミュージアムでの調査結果



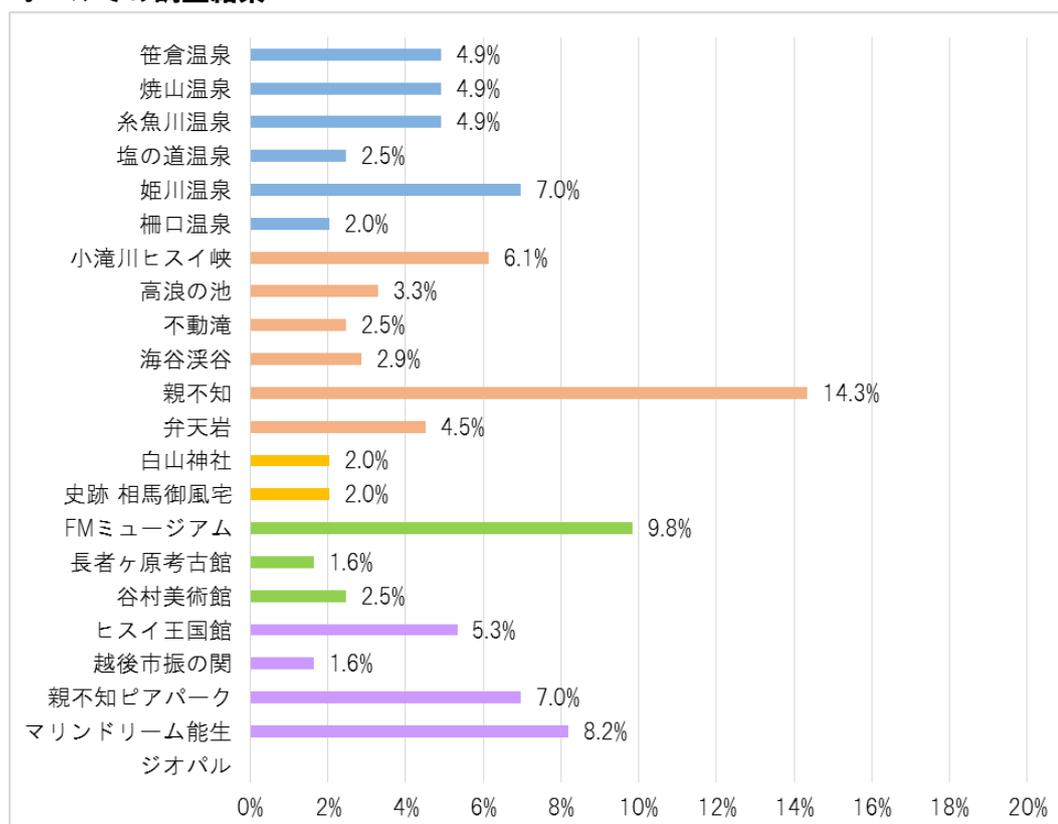
フォッサマグナパークでは、「姫川温泉」、「親不知」の認知度が高い。(ともに 12.2%。  
「親不知」は「親不知ピアパーク」とあわせれば 20.9%)

#### ④ 高浪の池での調査結果



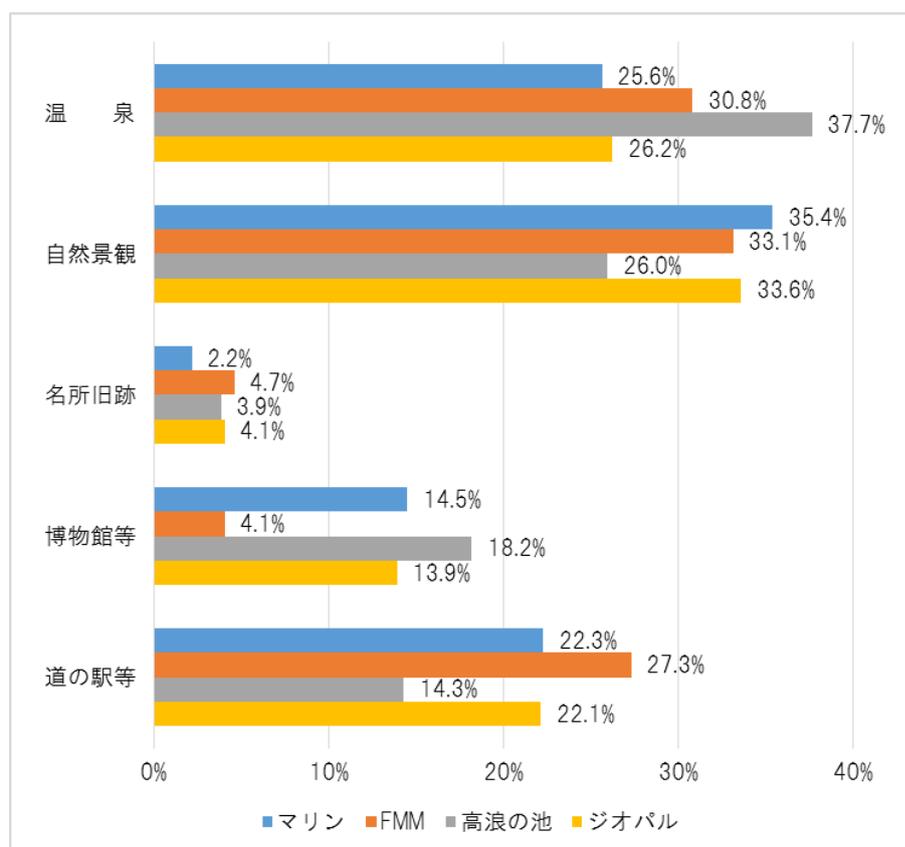
高浪の池では、「姫川温泉」が 18.2%、次いで「フォッサマグナミュージアム」が 14.3%だった。

## ⑤ 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（「親不知ピアパーク」とあわせて 21.3%）、次いで「フォッサマグナミュージアム」「マリンドリーム能生」の順だった。

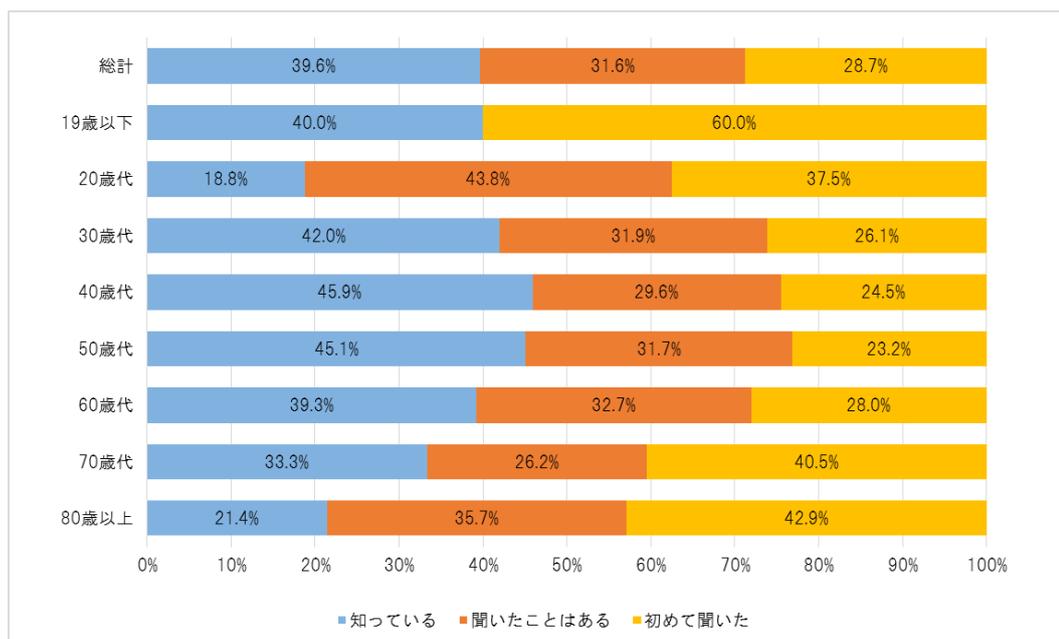
## ⑥ カテゴリー別集計



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。特に高浪の池での「温泉」の割合と、フォッサマグナミュージアム・ジオパルでの「自然景観」、フォッサマグナミュージアムでの「温泉」割合が目立った。

### 13. 糸魚川ジオパークの認知度



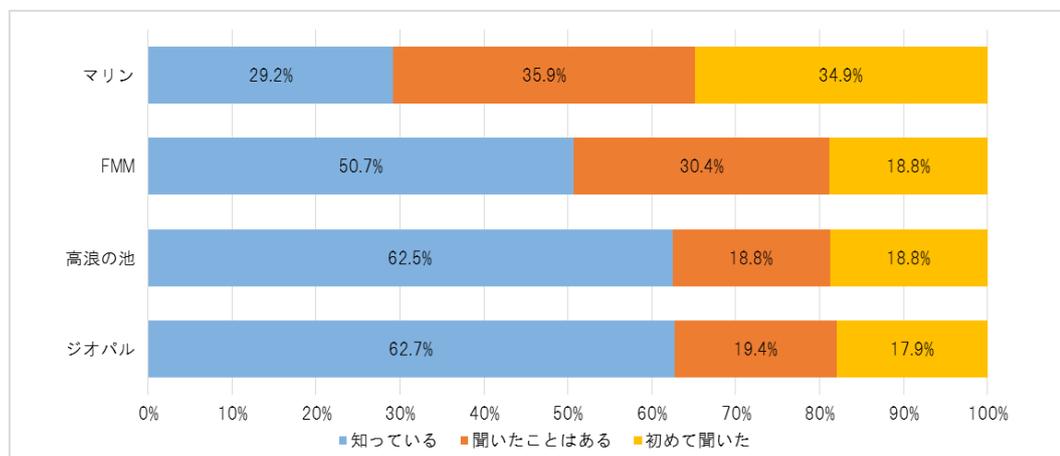
① 全体

全体では、「知っている」「聞いたことはある」をあわせ、71.2%の回答があった。

② 年代別

「初めて聞いた」方が20歳代で37.5%、70歳代で40.5%だった。30～60歳代は「知っている」方が4割程度だった。

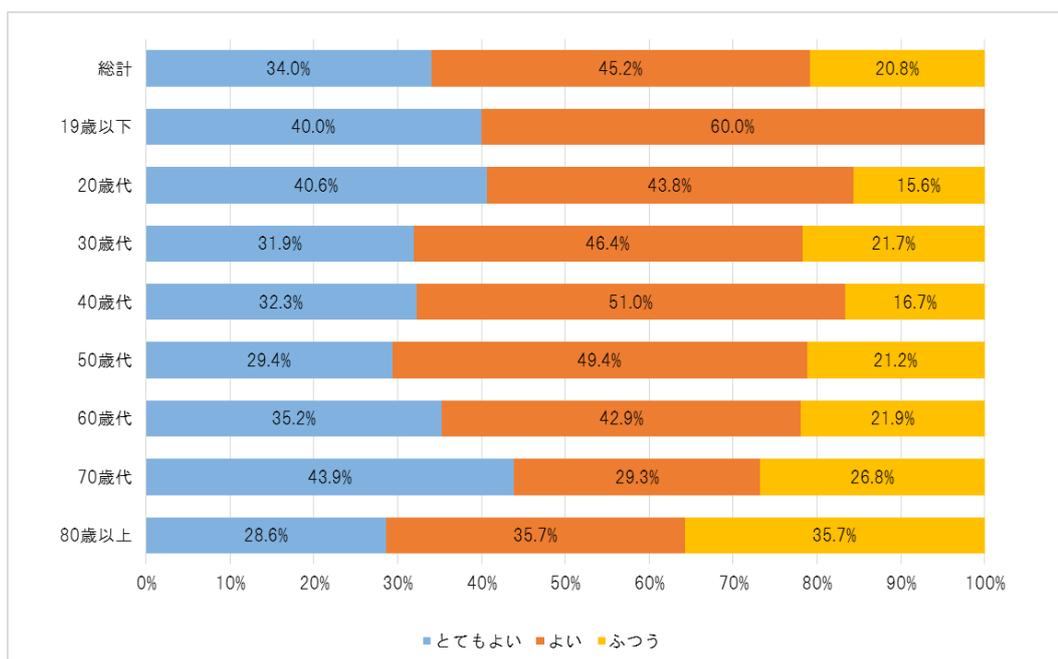
③ 調査ポイント別



「知っている」方が高浪の池では62.5%、ジオパルでは62.7%、フォッサマグナミュージアムでは50.7%だった。マリンドリーム能生では、回答が割れた。

## 14. 印象・満足度

### ① 景観・施設



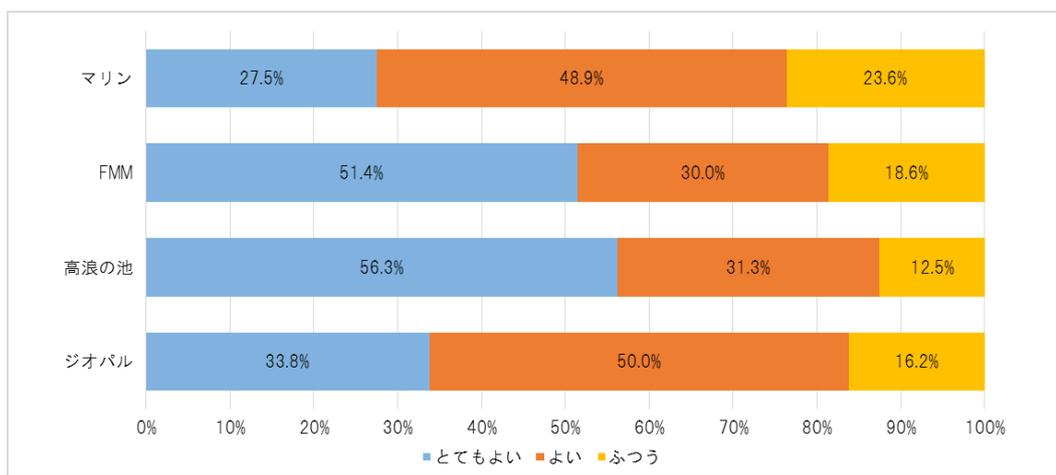
#### (1) 全体

全体では「とてもよい」「よい」を合わせて79.2%の方が満足をしている回答となった。

#### (2) 年代別

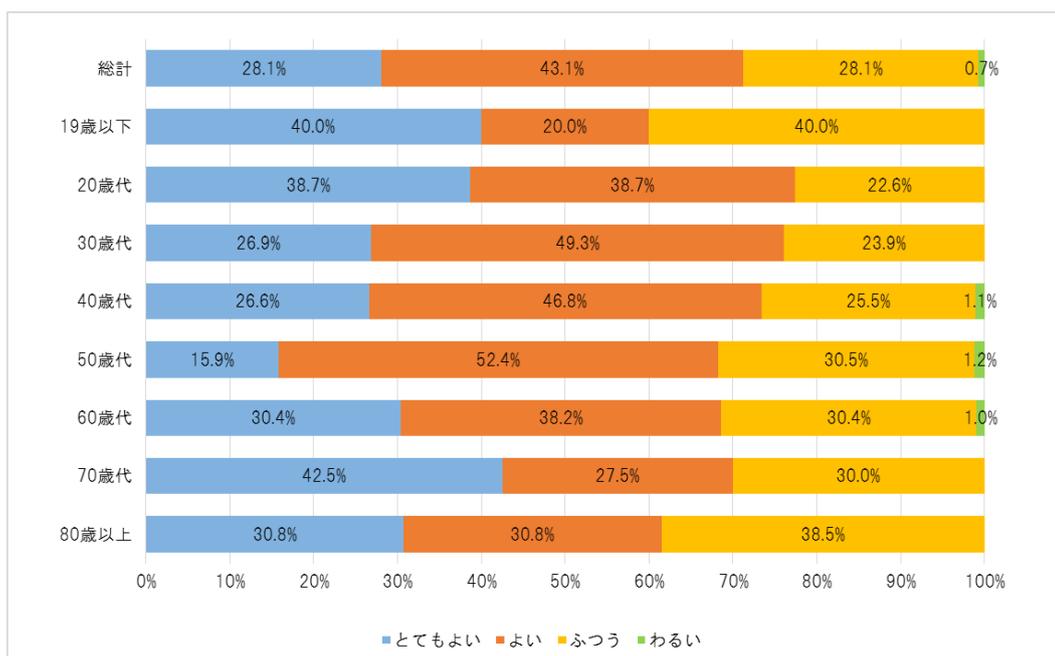
どの年代でも概ね7～8割の方が「とてもよい」「よい」と回答している。

#### (3) 調査ポイント別



高浪の池では56.3%がフォッサマグナミュージアムでは51.4%と半数以上の方が「とてもよい」と回答している。マリンドリーム能生では48.9%、ジオパルでは50%が「よい」と回答している。

## ② お店の対応



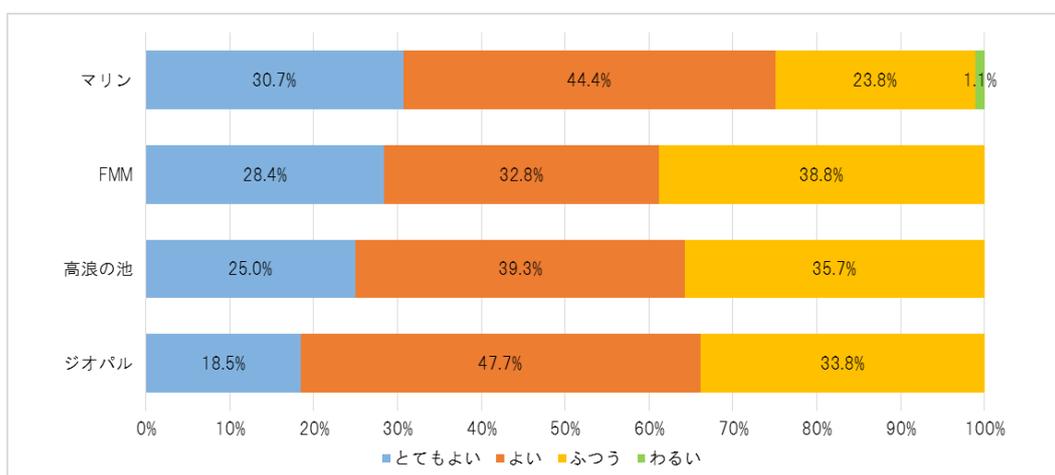
### (1) 全体

「とてもよい」「よい」で71.2%となり、全体的な満足度は高い。

### (2) 年代別

30歳代～60歳代では「よい」がそれぞれ最も多く、50歳代以上では「ふつう」が30%前後あった。40歳代～60歳代では「わるい」の回答があった。

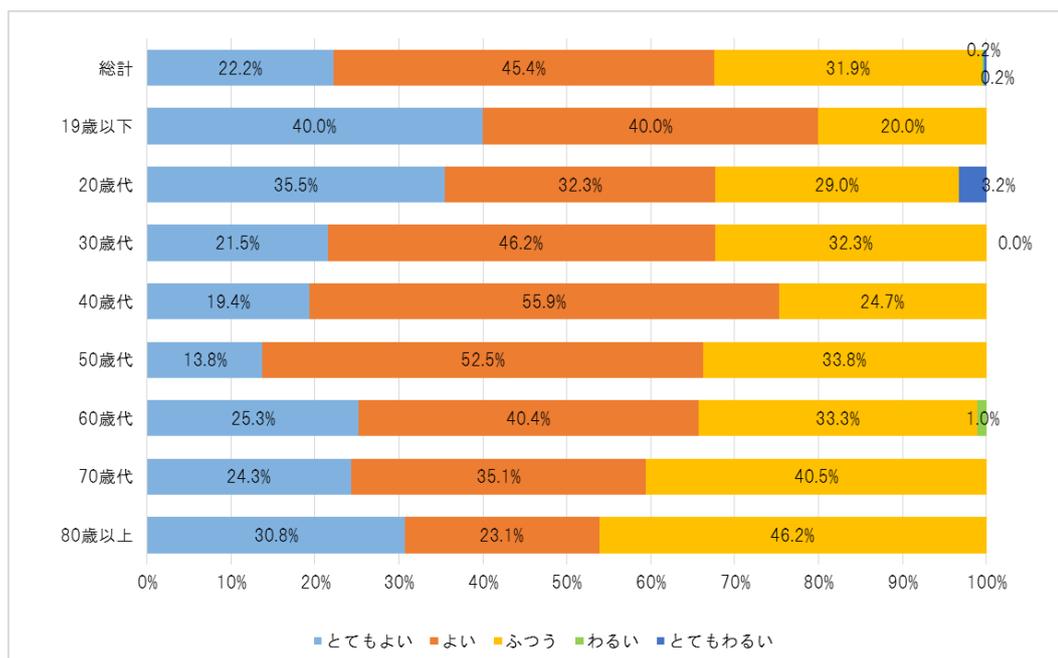
### (3) 調査ポイント別



マリンドリーム能生では、「とてもよい」「よい」をあわせ75.1%の方に満足をいただいている。フォッサマグナミュージアムでは「とてもよい」「よい」をあわせ61.2%、高浪の池では同64.3%、ジオバルでは同66.2%と回答している。

一方、マリンドリーム能生では「わるい」の回答もあった。

### ③ お土産



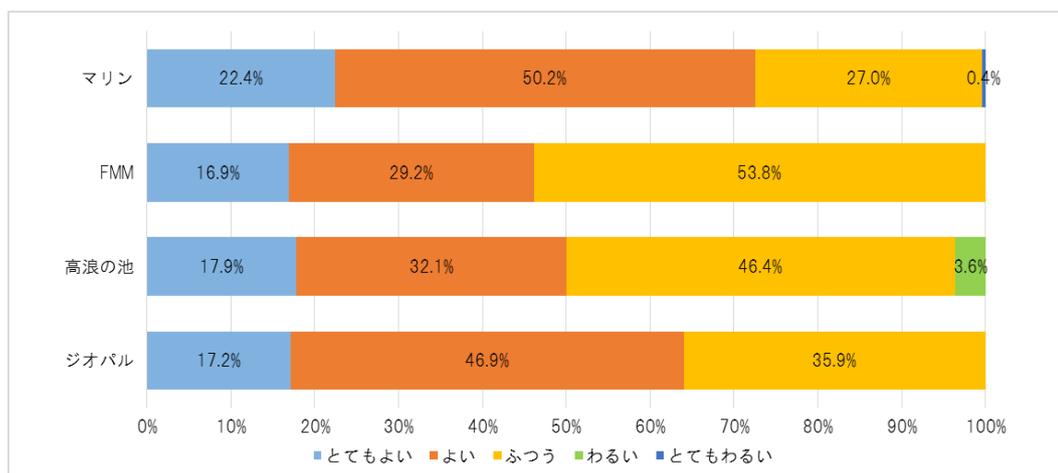
#### (1) 全体

「よい」「とてもよい」の回答が67.6%を占めた。

#### (2) 年代別

30～50歳代では、「よい」の割合が50%前後だった。20歳代で「とてもわるい」、60歳代で「わるい」の回答があった。

#### (3) 調査ポイント別



マリンドリーム能生では、「とてもよい」「よい」をあわせ72.6%の方に満足をいただいている。フォッサマグナミュージアム・高浪の池では「ふつう」の割合が多く、ジオパルでは「よい」の割合が多かった。

一方、マリンドリーム能生で「とてもわるい」、高浪の池で「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

- ・ 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
- ・ 笹倉温泉また来たい
- ・ 谷村美術館が素晴らしかった
- ・ 24時間トイレが使えて、きれい
- ・ 道の駅

- お店の対応など

- ・ 店内が清潔で、店員さんも丁寧に説明してくれた
- ・ 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
- ・ 人の情
- ・ 店員対応
- ・ 親切で海の物が手に入る

- 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
- ・ お土産のパッケージが良い
- ・ カニの試食
- ・ 海の物が豊富
- ・ 試食いっぱい
- ・ 新鮮なお魚が買える
- ・ 地魚が新鮮でおいしい
- ・ お魚やカニが美味しい
- ・ 農産物の品質がいい。
- ・ カニが美味しい
- ・ 安い
- ・ イナダ、アオリイカが釣れる
- ・ 地元で売ってないものが買えた

---

## ⑤ 自由意見<不満点>

### ● 道路案内・交通など

- ・ 看板がない
- ・ 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

- ・ カニ屋さんがうるさく、しつこい
- ・ レジ対応が悪い
- ・ お店が閉まるのが早い
- ・ お店の対応とお土産の質は、まだ×
- ・ 市内のどこになにがあるかがわからない

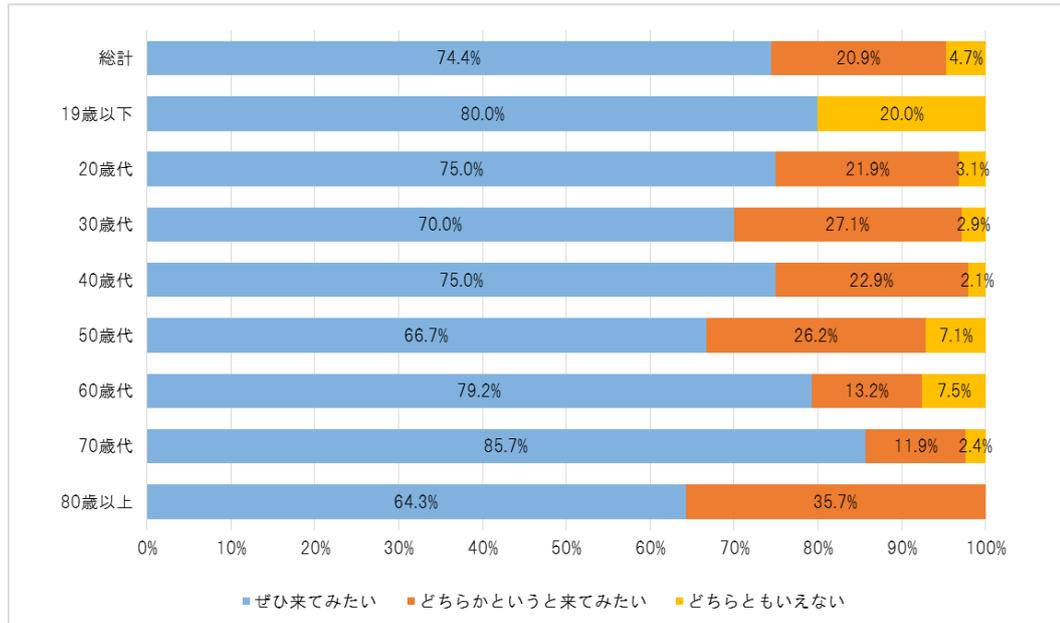
### ● 施設に関すること

- ・ トイレ（外の施設）が小さい（マリンドリーム能生）
- ・ 休める場所が少ない
- ・ 大きいホテルがあると・・・
- ・ 景観・施設、お店の対応は昔の方が良かった（マリンドリーム能生）
- ・ 温泉が狭かった
- ・ 食事をする場所がない（糸魚川駅前）
- ・ お土産買ったことがない。車がとめられてない。糸魚川駅前に。
- ・ 糸魚川駅アルプス口の駐車場がすぐに満車になる
- ・ また来てみたいが遊歩道が通れないのが残念。もったいない。（高浪の池）

### ● 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



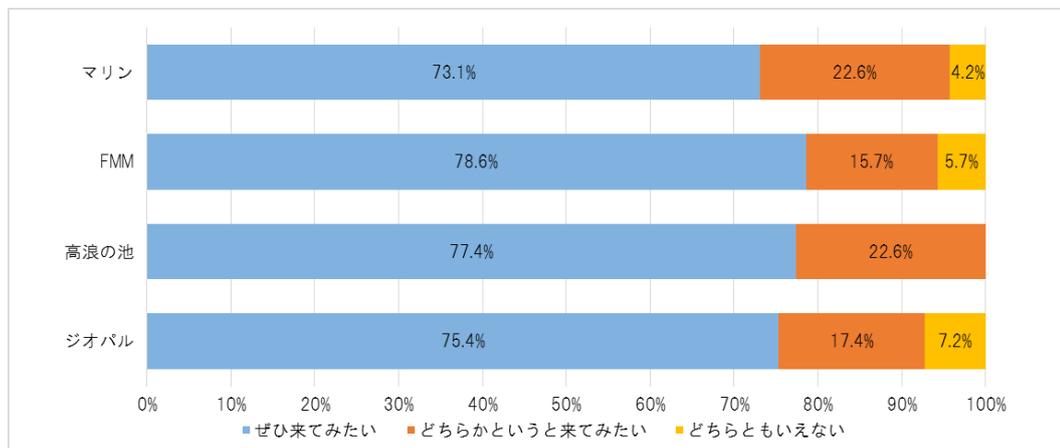
### ① 全体

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 95.3%の方が再来訪の意向を示している。

### ② 年代別

年代別では、50歳代以外の年代で70%以上の方が「ぜひ来てみたい」と回答している。

### ③ 調査ポイント別



どの調査ポイントでも、7割以上が「ぜひ来てみたい」の回答があり、再来訪の意向が強いことがうかがえる。

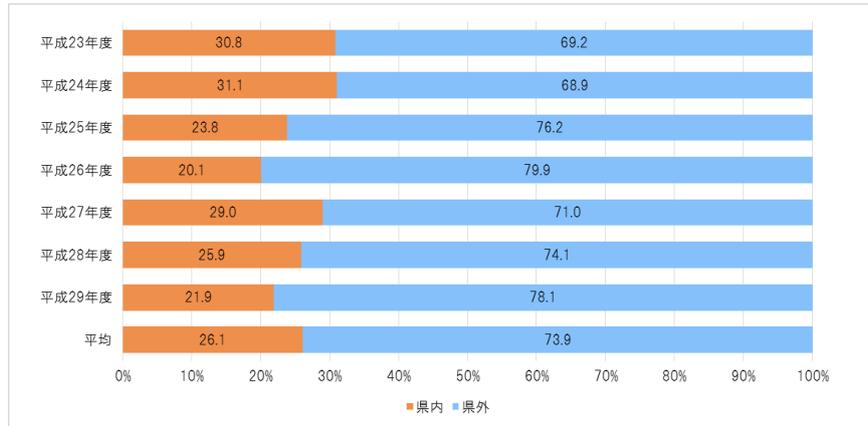


### III. 経年変化・平均

各設問項目の結果の経年変化と、  
7年間の平均をグラフ化した。

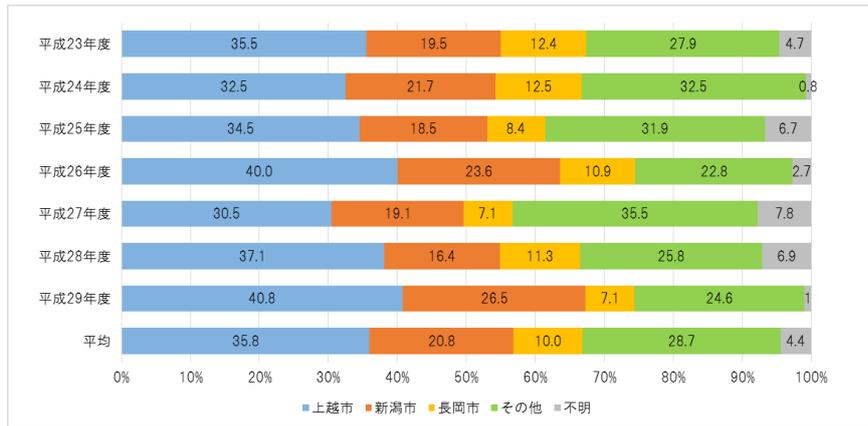
# 1. 居住地

## ① 全体



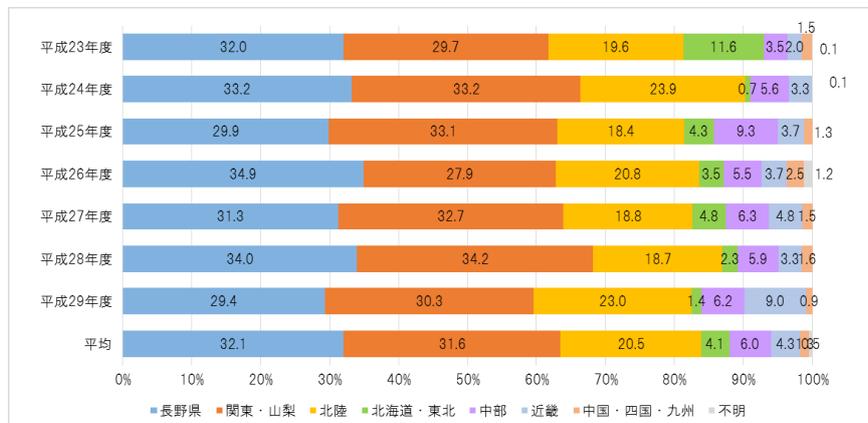
県外からの来訪が多いことは変化がないが、平成 29 年度は県外の方の割合が多かった。

## ② 新潟県内 内訳



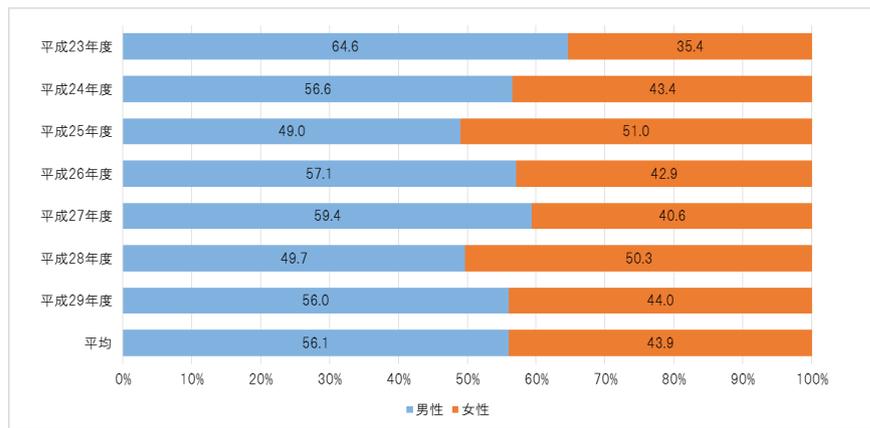
平成 29 年度は「上越市」と「新潟市」の割合が多い。

## ③ 県外 地域別

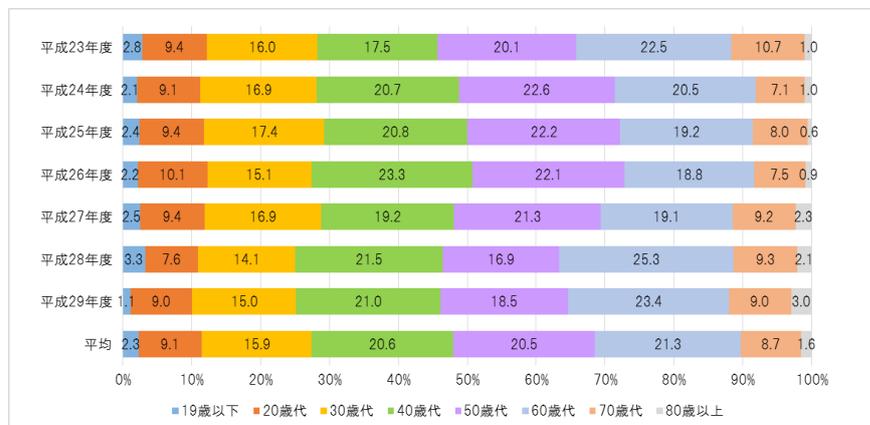


平成 29 年度は「長野」「関東・山梨」が多かったが、「近畿」の割合が増えた。

## 2. 性別

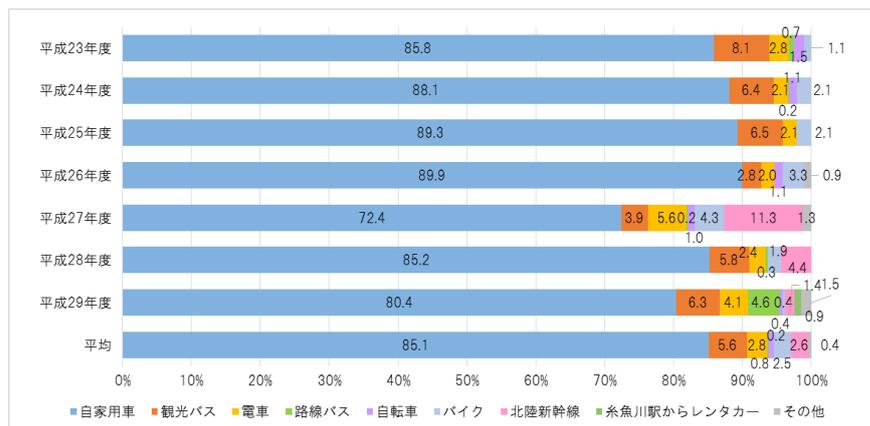


## 3. 年代



平成 29 年度の割合は、平均的な数値となった。

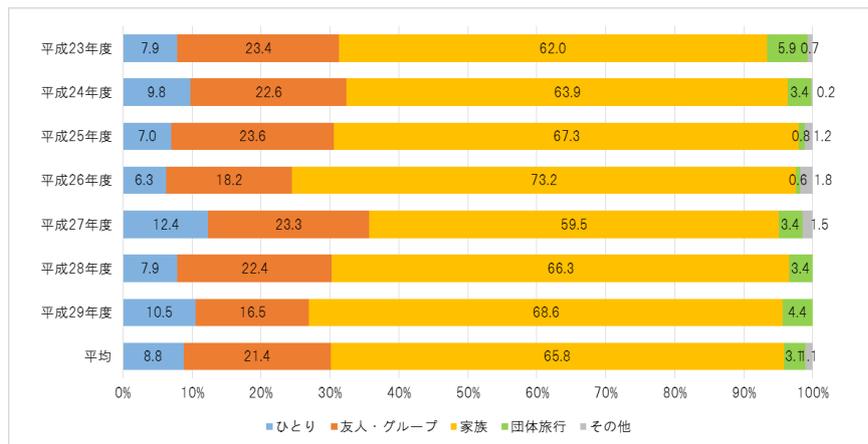
## 4. 交通手段



「自家用車」の割合が減り、「路線バス」の割合が増えた。「糸魚川駅からのレンタカー」の利用も 0.9%あった。

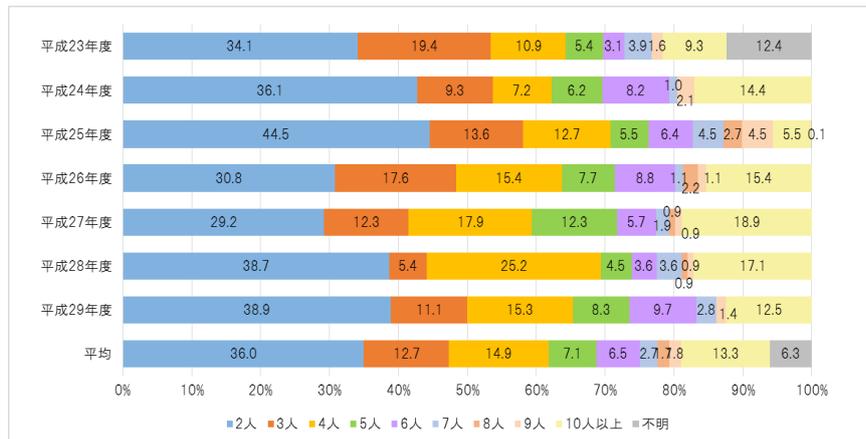
## 5. 同行者

### ① 全体



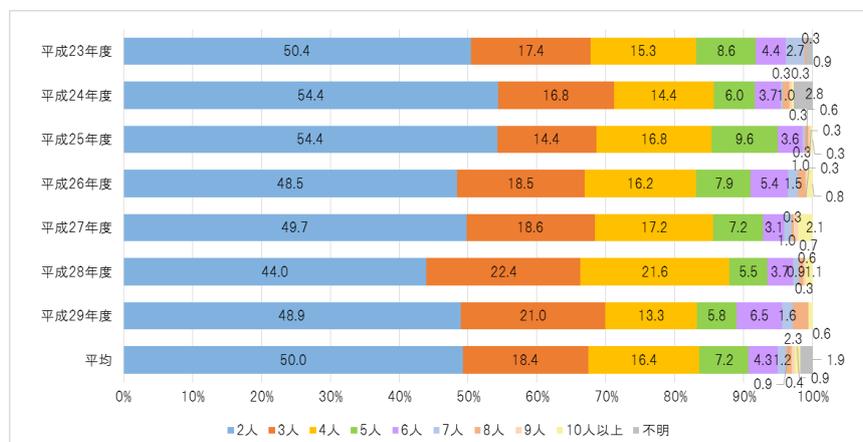
平成29年度は、「ひとり」がやや増加し、「友人・グループ」が減少した。

### ② 友人・グループの同行者数



平成29年度は、「2人」での来訪がやや多かった。

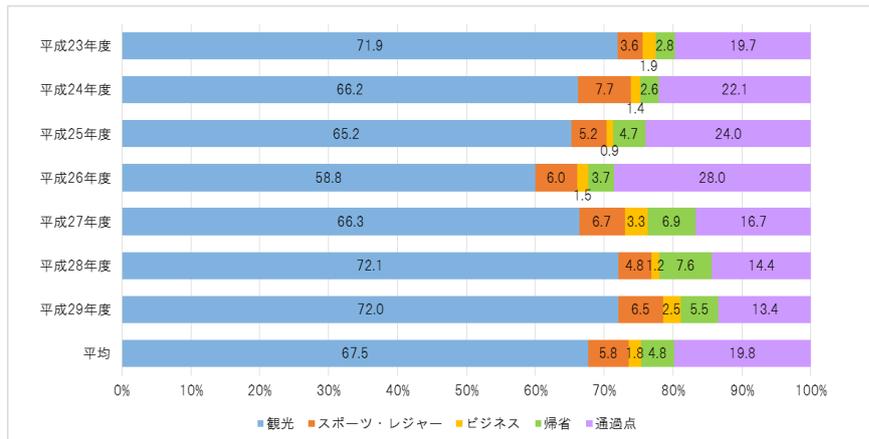
### ③ 家族の同行者数



家族の同行者数の割合は、「2人」が増加し、「4人」が減少した。

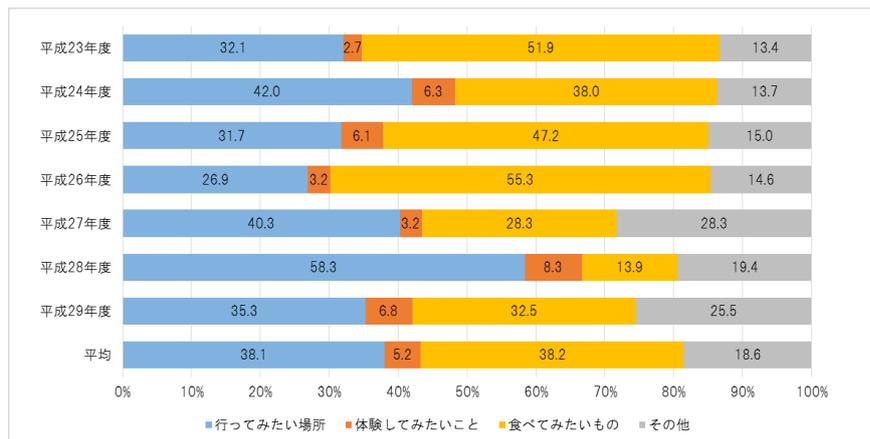
## 6. 来訪目的

### ① 目的



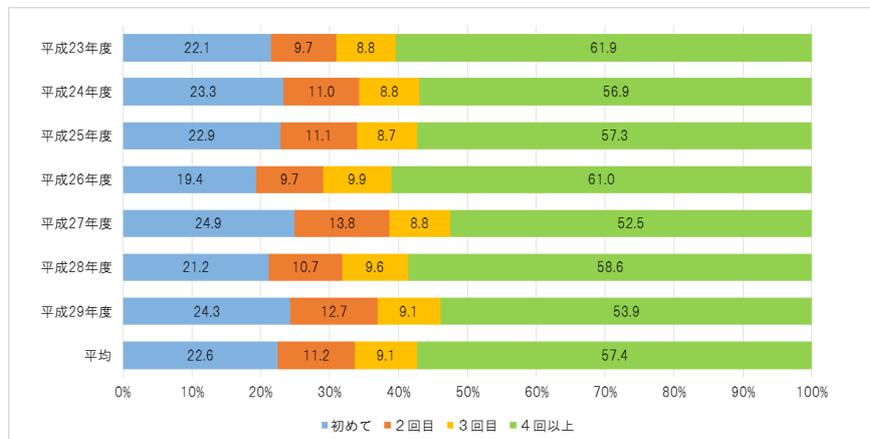
「観光」目的の来訪が72.0%と昨年度に引き続き7割以上あった。

### ② 来訪目的の内容



平成29年度は「行ってみたい場所」が35.3%と大幅に減少した。

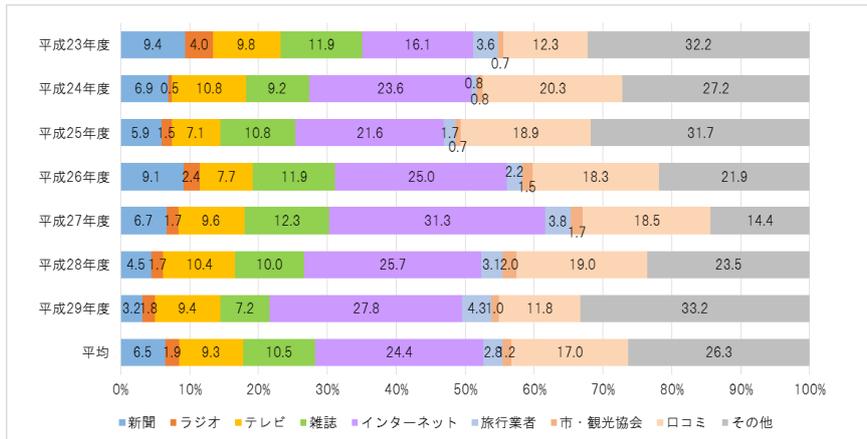
## 7. これまでの来訪回数



来訪回数は、「初めて」の方がやや増加した。

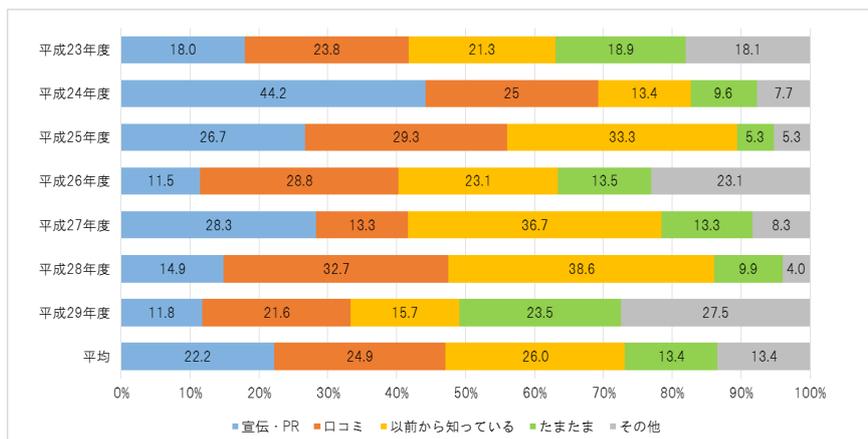
## 8. 情報入手手段

### ① 全体



平成 29 年度は、「ロコミ」の割合が減少した。

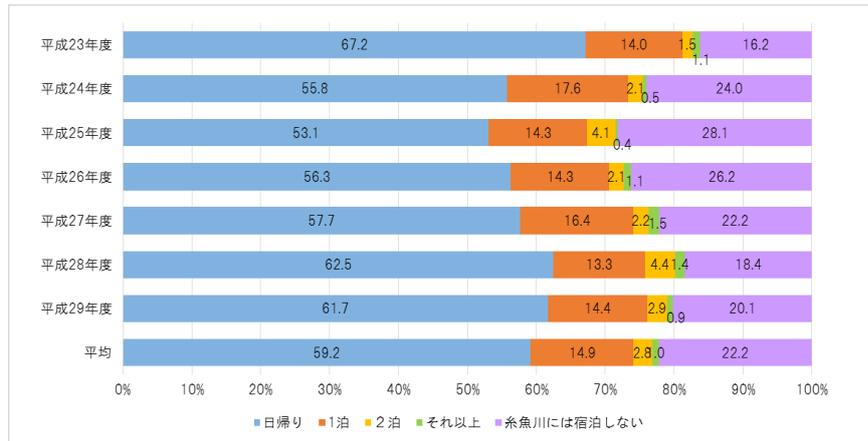
### ② その他の内容



その他の内容では、「たまたま」の割合が増加した。

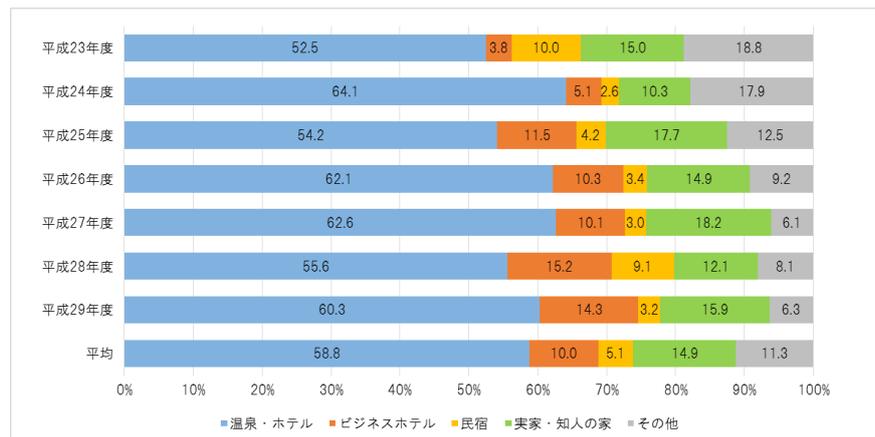
## 9. 宿泊

### ① 市内での宿泊の有無



昨年に引き続き「日帰り」の割合が6割を超えた。また「糸魚川には宿泊しない」がやや増加。糸魚川市内での宿泊の割合は伸びていない傾向がある。

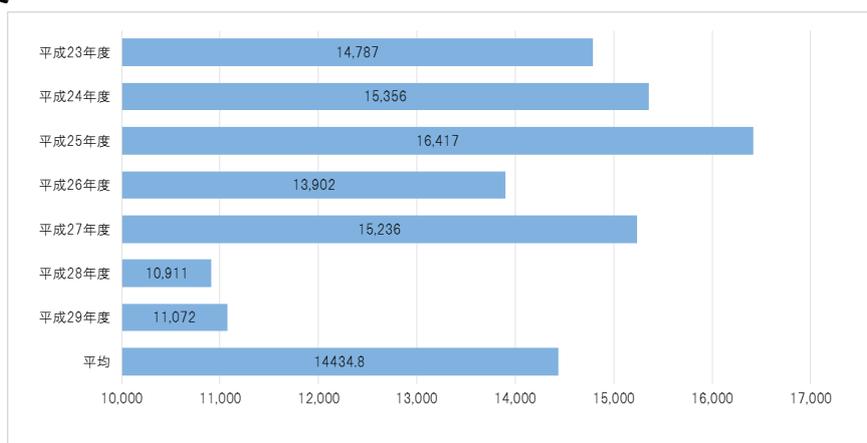
### ② 市内での宿泊先



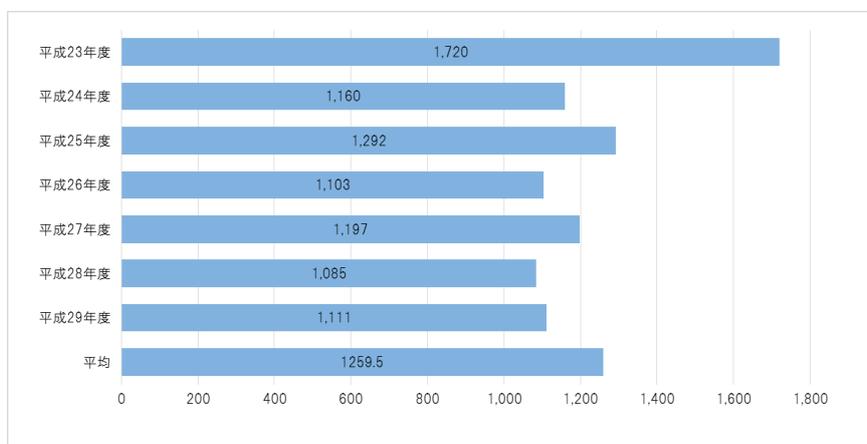
平成29年度は「温泉・ホテル」の割合が増えた。

## 10. 一人あたりの予算

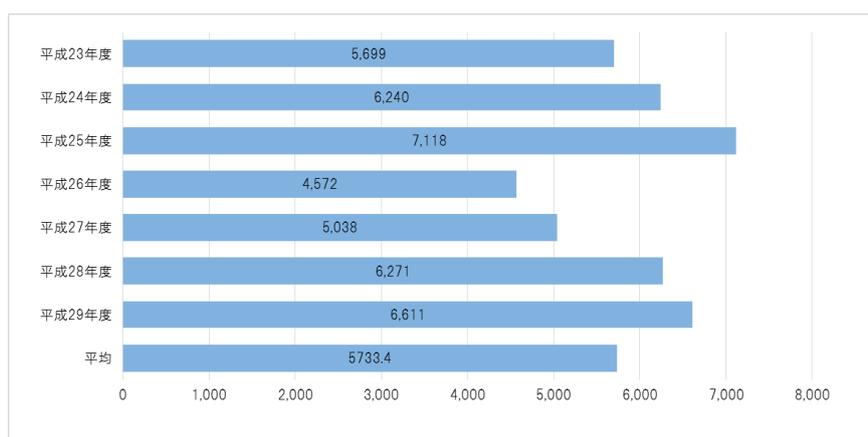
### ① 宿泊費



### ② 飲食費



### ③ お土産代

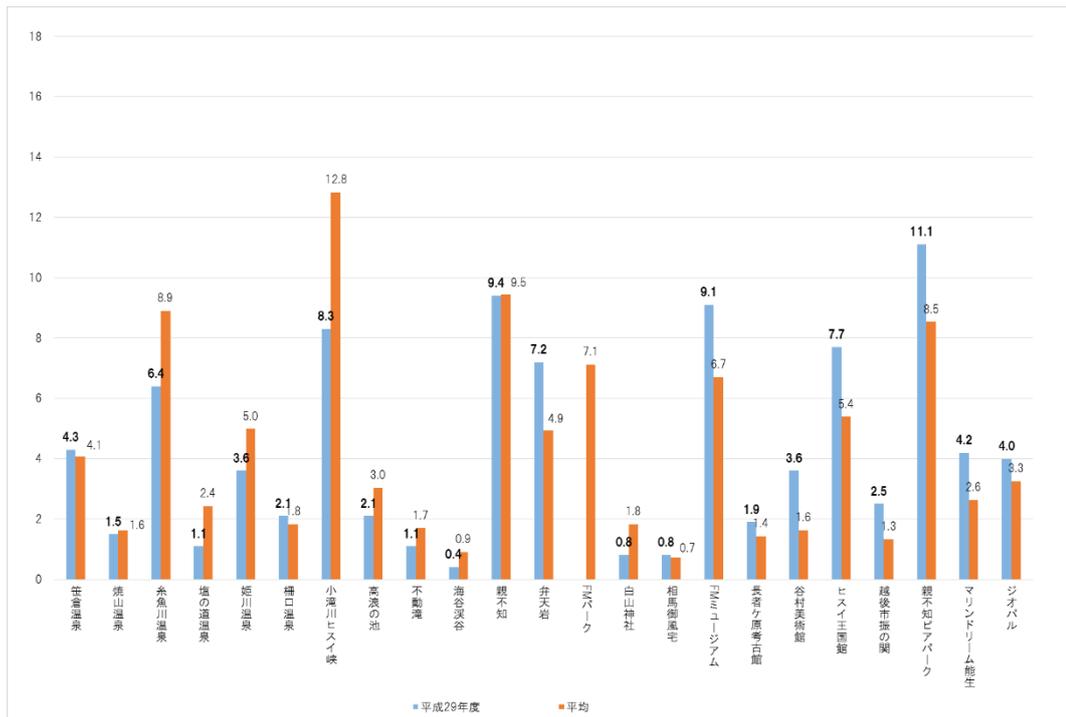


「宿泊代」と「飲食費」は昨年度と同額程度。お土産代が増加した。

## 11. 訪問した場所

### ① 場所別（調査ポイント以外）

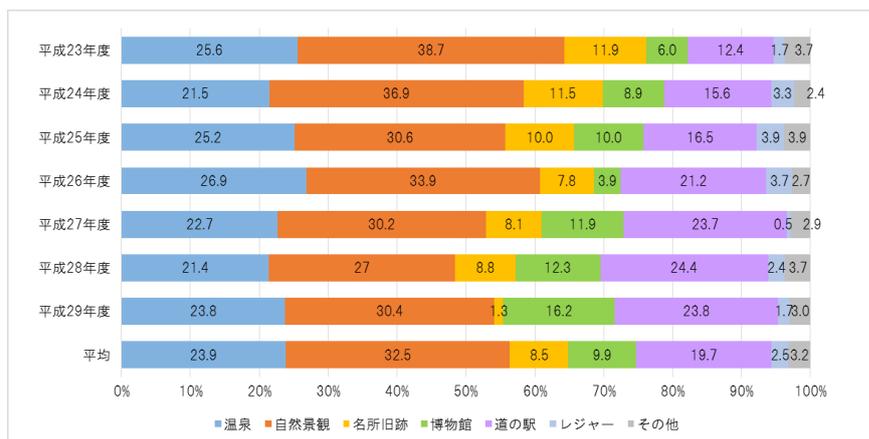
※過去6年間の平均との比較



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は工事のため調査対象外

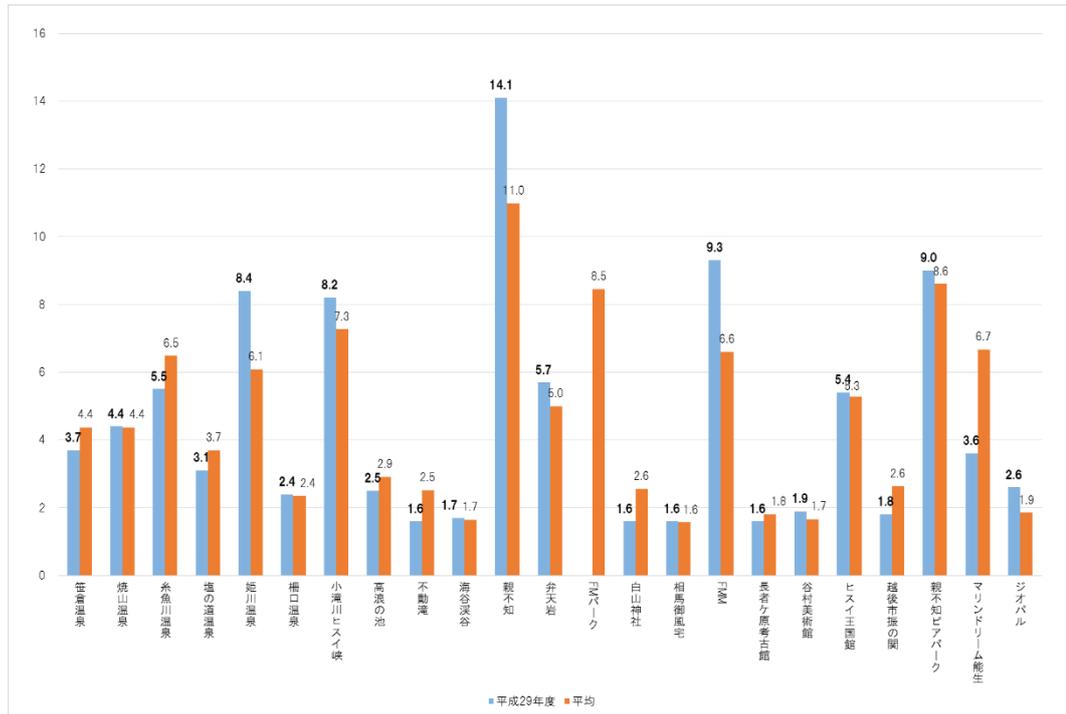
### ② カテゴリー別



カテゴリー別では、「自然景観」「道の駅等」「温泉」の割合が多い。

## 12. 糸魚川市内で知っている場所

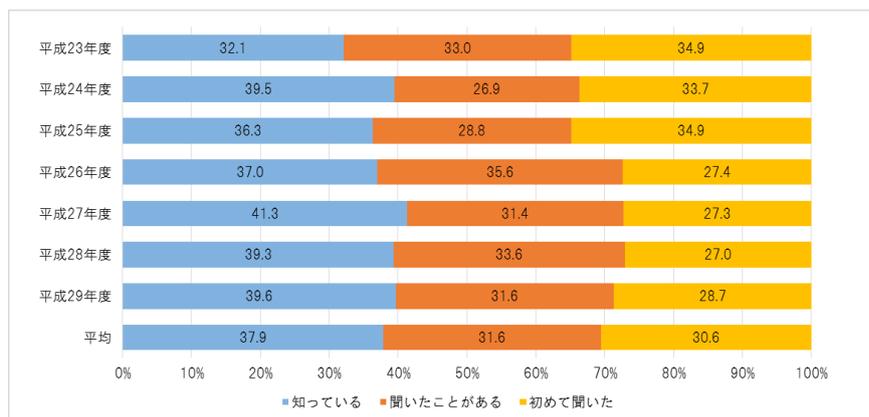
※過去6年間の平均との比較



糸魚川市内で知っている場所は、「親不知」「フォッサマグナミュージアム」「姫川温泉」「小滝川ヒスイ峡」などの回答が多かった。

※フォッサマグナパークは工事のため調査対象外

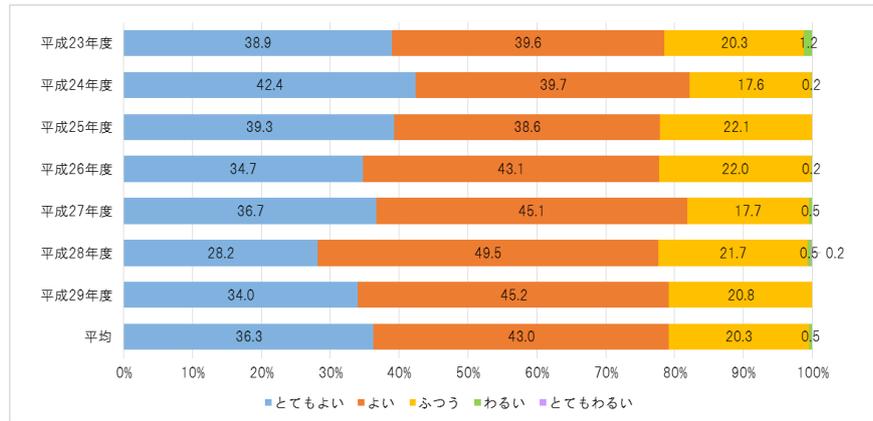
## 13. 糸魚川ジオパークの認知度



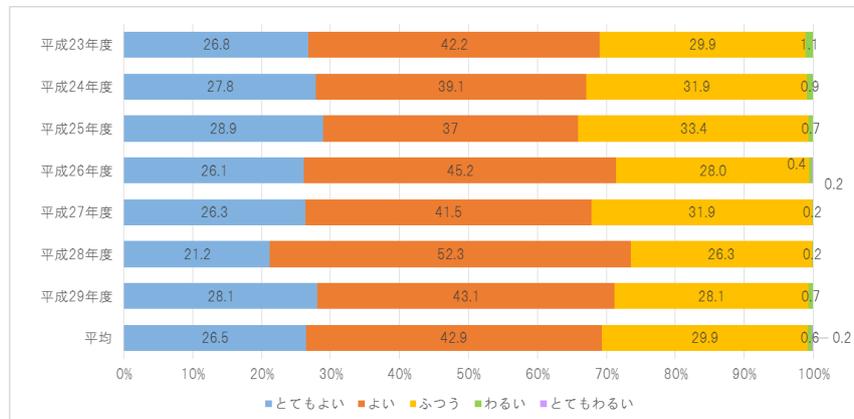
平成29年度の割合は、平均的な数値となった。

## 14. 印象・満足度

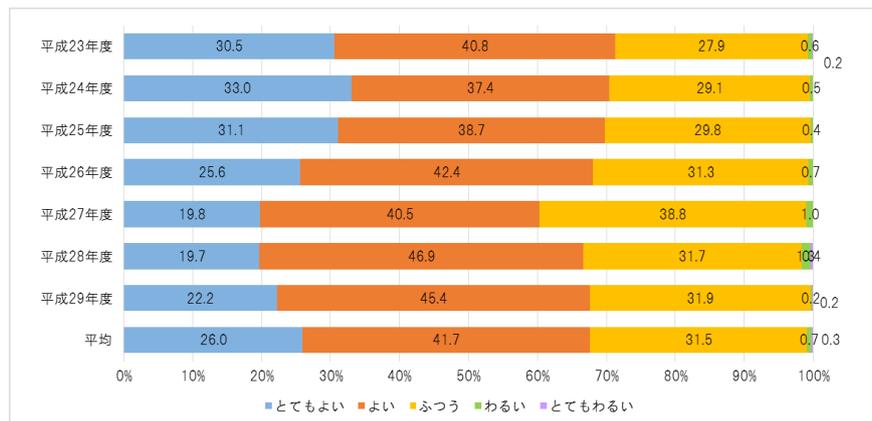
### ① 景観・施設



### ② お店の対応

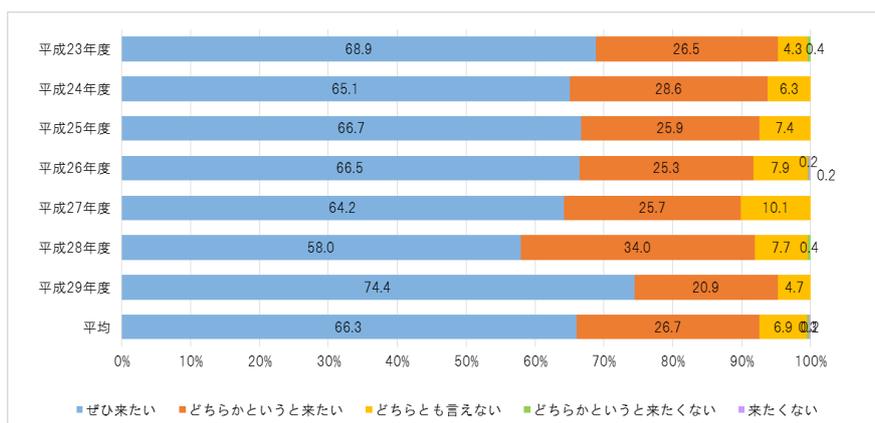


### ③ お土産



昨年度に比べどの項目も「とてもよい」の評価が増加した。

## 15. 再来訪の意向



平成 29 年度は「ぜひ来たい」の割合が初めて 70%を超えた。

#### **IV.調査結果の整理と今後の提案**

---

## 1. 調査結果の整理

### ① 県外からの来訪割合が増加

今年度は「県外 80：20 県内」となり、県外からの来訪者がやや増えた。県外からでは、「長野県」「関東・山梨」「北陸」からの来訪が多く、今年度は「近畿」が9.0%と例年に比べ多かった。

### ② 来訪手段は例年並みに戻る

今年度は「自家用車」での来訪が80.4%と、北陸新幹線が開業した27年度を除くと、もっとも低い割合となった。今年度は「観光バス」「路線バス」「在来線」の割合が例年と比べ多い傾向となった。

### ③ 小グループでの来訪が多い

「友人・グループ」「家族」が、乗用車1台で移動できる「2～4人」で来訪する方がこれまで同様多い。

### ④ 目的地の割合が増加

今年度は「観光目的」の回答が昨年度に続き7割を超え、「通過点」の割合が減少した。例年、「通過点」の割合が多いマリンドリーム能生でも約7割が「観光目的」だった。

### ⑤ 「初めて」の方が約25%

来訪回数は、5割以上の方が「4回以上」だった。一方で「初めて」の方が24.3%と約4分の1の割合だった。特にフォッサマグナミュージアムでは約4割の方が「初めて」糸魚川に来たと回答されていた。

### ⑥ 情報入手手段はインターネット

情報入手手段は年代にかかわらず「インターネット」と「口コミ」の割合が高い。この中には、フェイスブックなどのSNSも含まれていることが考えられる。一方で、その他の内容として「たまたま立ち寄った」という回答も多かったことも今年度の傾向だった。

### ⑦ 「糸魚川での宿泊」は平年並み

今年度は「日帰り」の割合が61.7%と昨年に続き6割を超えた。「糸魚川での宿泊」は約2割と昨年同様であり、「糸魚川以外での宿泊」の割合がやや増えた。また、宿泊先では「温泉・ホテル」が増え、「民宿」が減った。

### ⑧ 消費額は横ばい

「宿泊費」と「飲食費」は昨年度とほぼ同じ額だった。「お土産代」はやや増加した。

### ⑨ 訪問先と知っている場所の平準化

訪問先と知っている場所では、「親不知」「小滝川ヒスイ峡」「フォッサマグナミュージアム」が上位だが、全体的に平準化傾向にある。訪問した場所では調査場所に近い場所への訪問が目立っている。

### ⑩ 高い満足度と再来訪の意向の好循環は続いている

施設・景観、お店の対応、お土産の3項目の満足度と、再来訪の意向の好循環の傾向は続いている。しかし、「わるい」「とてもわるい」の回答がある項目もあり、再来訪の意向に「どちらかというと来たくない」「来たくない」の回答があった。

---

## 2. 課題と提案

### ① 好循環が続いている

糸魚川に4回以上来訪したことがある“ヘビーユーザー”が5割以上おり、8割近くの方が印象や満足度も高く、9割以上の方が再来訪の意向を示している。また、来訪目的の「通過点」の割合が減り、糸魚川が目的地化している傾向が続いている。また、「初めて糸魚川に来た」方も約4分の1いた。

### ② 近畿からの来訪が増加

そうした中、今回居住地で目立ったのが「近畿」からの来訪者だった。関西方面へのキャンペーン活動などが功を奏していると思われる。

### ③ 品揃えや接客などお店にも変化が求められている

昨年度同様、全体としては少数ではあるが、接客や商品に不満を持つ方も見受けられた。不満を持たないまでも、他の観光地との比較をされるようになる。

他地域と比較されても「糸魚川に行ってみよう」と思っていただけの仕掛けも必要になっているのではないか。

### ④ 公共交通での来訪

今年度は、「在来線」の利用者が4.6%だった。特にジオパルの来訪手段としては23.2%だった。また、フォッサマグナミュージアムへの来訪手段として「路線バス」が2.9%あった。全体としては少数ではあるが、公共交通機関の利用者があった。

今後、在来線と路線バスの乗り継ぎ改善や、公共交通利用者への入館料割引特典やセットチケットの販売などで公共交通の利用を促す方策を考えても良いのではないか。

### ⑤ アンケート内容の見直しの必要性

本アンケートの実施は7年目となった。毎年同じ内容を聞き、その年の傾向と経年での変化を比較している。

しかし、「情報入手手段」の項目については調査開始当時とはその形態が大きく変わっていることもあり、現状に即さない面も出てきている。調査結果をより有効なものとするため、項目の見直しを行う必要があるのではないか。

## 3. まとめ

例年の調査結果と同様、ヘビーユーザーの存在と高い満足度の割合が多かった。また、「通過点」の割合が減少しつつあり「目的地化」している傾向がうかがわれる。

北陸新幹線の開業、ジオパルの開設、フォッサマグナミュージアムのリニューアルさらにフォッサマグナパークのリニューアル、駅北大火の復興など糸魚川に目を向けていただける機会はまだまだ多い。

総体的に大きな不満がなく、『観光地』として見られはじめているこの時期に現状をもう一度見直し、さらに磨きをかける時期に来ているのではないだろうか。

