

平成 28 年度
糸魚川ジオパーク 観光動態調査
報告書

2016 年 12 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	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
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

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	24
9. 宿泊・宿泊施設	25
① 全体	25
② 年代別.....	25
10. 一人あたりの予算	26
① 宿泊費.....	26
② 飲食費.....	27
③ お土産代.....	27
11. 来訪した場所	28
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
12. 糸魚川市内で知っている場所	33
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
13. 糸魚川ジオパークの認知度	39
① 全体	39
② 年代別.....	39
③ 調査ポイント別	39
14. 印象・満足度	40
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
15. 再来訪の意向	45
① 全体	45
② 年代別.....	45
③ 調査ポイント別	45

III. 経年変化・平均	47
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）	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

IV. 調査結果の整理と今後の提案	59
1. 調査結果の整理	60
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 「今日は糸魚川に行ってみよう」	60
⑥ 「糸魚川での宿泊」は前年並み	60
⑦ 消費額はやや減少	60
⑧ 訪問先と知っている場所の平準化	60
⑨ 高い満足度と再来訪の意向の好循環は続いている	60
2. 課題と提案	61
① 好循環が続いている	61
② 「よい」評価の内容に変化が見られる	61
③ 糸魚川の魅力が発信し切れていない？	61
④ 品揃えや接客などお店にも変化が求められている	61
⑤ 鉄道利用の来訪	61
⑥ 宿泊形態の多様化	61
3. まとめ	62

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 28 年 11 月 3 日（木・祝）フォッサマグナミュージアム・マリンドリーム能生
11 月 6 日（日） マリンドリーム能生・高浪の池・ジオパル
11 月 13 日（日） マリンドリーム能生・高浪の池

② 調査対象

市外より来系した方

③ 調査数

665 件	11月3日 曇り	11月6日 雨	11月13日 晴れ	計
マリンドリーム能生	181	176	145	502
フォッサマグナミュージアム	66			66
高浪の池		3	36	39
ジオパル		58		58
	247	237	181	665

3. 調査の様子



ジオパル



高浪の池



フォッサマグナミュージアム



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 () 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？(主なものをお選び)
 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回目以上
- 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
 ②飲食 () 円
 何を食われましたか？ ()
 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 県 ①芽 倉 ②燕 山 ③糸魚川 ④塩の道 ⑤埴 川 ⑥棚 口
 B 自然景観 ⑦小滝川ヒスイ峡 ⑧高浪の池 ⑨不動滝 ⑩海谷深谷 ⑪親不知 ⑫弁天岩
 C 名所旧跡 ⑬フオッサマグナパーク ⑭白山神社 ⑮戎躰 相馬陣風宅
 D 博物館等 ⑯フオ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越後市道の関 ㉑親不知ピアパーク 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ゴルフ ()
 G その他 ㉗ ()
- 問12. 上記の場所で知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聞いたことはある
 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聞いたことはある
 ③聞いたことがない(初めて聞いた)
- 問14. 糸魚川の影響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. 糸魚川また来たいと思いますか？
 ① ぜ ひ どちらかというと どちらかというと
 来てみたい 来てみたい 来たくない 来たくない
 ② ③ ④ ⑤
 【ご協力ありがとうございました】

5. 結果の概要

- **県外約4分の3・県内約4分の1**

今回の調査では、県内から 25.9%、県外から 74.1%の割合で来訪いただいた。
県内では、上越市 37.1%・新潟市 16.4%・長岡市 11.3%の割合だった。
県外からは、関東・山梨県が 34.2%、長野県が 34.0%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 21.5%、50歳代 16.9%・60歳代 25.3%と、この年代で全体の6割以上を占めた。特に 60代は全体の4分の1だった
性別では、男性 49.7%・女性 50.3%だった。

- **全体では「自家用車での来訪」**

交通手段は、全体で 85.2%が「自家用車」での来訪であり特にフォッサマグナミュージアム 88.2%、高浪の池では 96.9%の方が自家用車利用だった。マリンドリーム能生では、観光バス利用の方が 14.0%と目立った。
一方でジオパルでは 24.5%の方が北陸新幹線を利用していた。

- **家族または友達と少人数で**

全体の 66.3%が「家族」で来訪していた。また、「友人・グループ」は 22.4%だった。
同行人数は、「家族」では 44.0%が『2人』での来訪だった。「友人・グループ」では 38.7%が『2人』での来訪だった。

- **来訪目的は観光**

全体では、72.1%の方が「観光」目的での来訪だった。「通過点」の割合はマリンドリーム能生で 17.4%だった。
観光目的で来訪した方の内容としては、全体では 58.3%の方が「訪問してみたい場所があるから」だったが、マリンドリーム能生では 58.2%の方が「食べたいものがあるから」という結果だった。

- **来訪歴は4回以上が6割弱。**

全体では、58.6%の方が「4回以上」糸魚川に来訪している。一方、「初めて」という方は 21.2%だった。マリンドリーム能生では 62.7%、高浪の池では 62.5%の方が「4回以上」という回答だった。

- **情報入手手段は「インターネット」と「口コミ」**

情報入手手段は、「インターネット」が 25.7%だった。身近な方からの「口コミ」は 19.0%だった。また、その他の回答の中で『以前から知っている』という方が 38.6%いた。

- **6割強が日帰り**

全体の 62.5%が「日帰り」と回答し、糸魚川での宿泊は 19.1%（1泊以上の方）だった。宿泊する方のうち、55.6%は「温泉旅館・ホテル」だった。
宿泊費用は平均で 10,911円（昨年調査：15,236円）だった。

- **消費金額**

飲食費の平均金額は 1,086 円（昨年調査：1,197 円）、お土産代の平均金額は 6,271 円（同：5,038 円）だった。

- **訪問先は「小滝川ヒスイ峡」・「親不知」・「フォッサマグナミュージアム」**

調査を行ったポイント以外の市内での訪問先は、「フォッサマグナミュージアム」が 9.2%・「小滝川ヒスイ峡」と「糸魚川温泉」が 9.0%・と割合が高かった。

調査ポイント別では、

マリンドリーム能生は「糸魚川温泉」（10.5%）

フォッサマグナミュージアムは「フォッサマグナパーク」（14.0%）

高浪の池は「小滝川ヒスイ峡」（15.4%）

ジオパルは「ヒスイ王国館」（18.2%）

という結果だった。

- **知っている場所は「親不知」**

糸魚川市内の知っている場所として、全体では「親不知」・「親不知ピアパーク」が合わせて 19.5%という結果だった。

- **「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」39.3%（昨年：41.3%）・「聞いたことはある」33.6%（昨年：31.4%）合わせて 72.9%（昨年：72.7%）の方は、なんらかの形で「糸魚川ジオパーク」という言葉を聞いている。一方、「知らない」という回答は 27.0%（昨年：27.3%）あった。

- **印象や満足度は高い**

「施設・景観」「お店の対応」「お土産」の印象や満足度をお聞きした。

施設・景観では「とてもよい」28.2%・「よい」49.5% 計 77.7%（昨年：81.8%）だった。

お店の対応では「とてもよい」21.2%・「よい」52.3% 計 73.5%（昨年：67.8%）だった。

お土産では「とてもよい」19.7%・「よい」46.9% 計 66.6%（昨年：60.3%）だった。

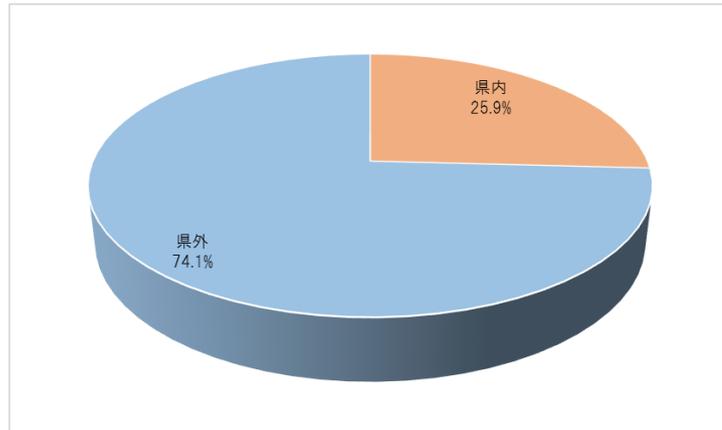
- **再来訪の意向も高い割合**

再来訪の意向は、「ぜひ来たい」と考えている方が 58.0%（昨年：60.7%）、「どちらかというと来てみたい」が 34.0%（昨年：24.3%）で、合せて 89.0%（昨年：89.9%）で、再来訪の意向が高い。一方で「どちらとも言えない」の割合は 7.7%（昨年：10.1%）だった。

II. 調查結果

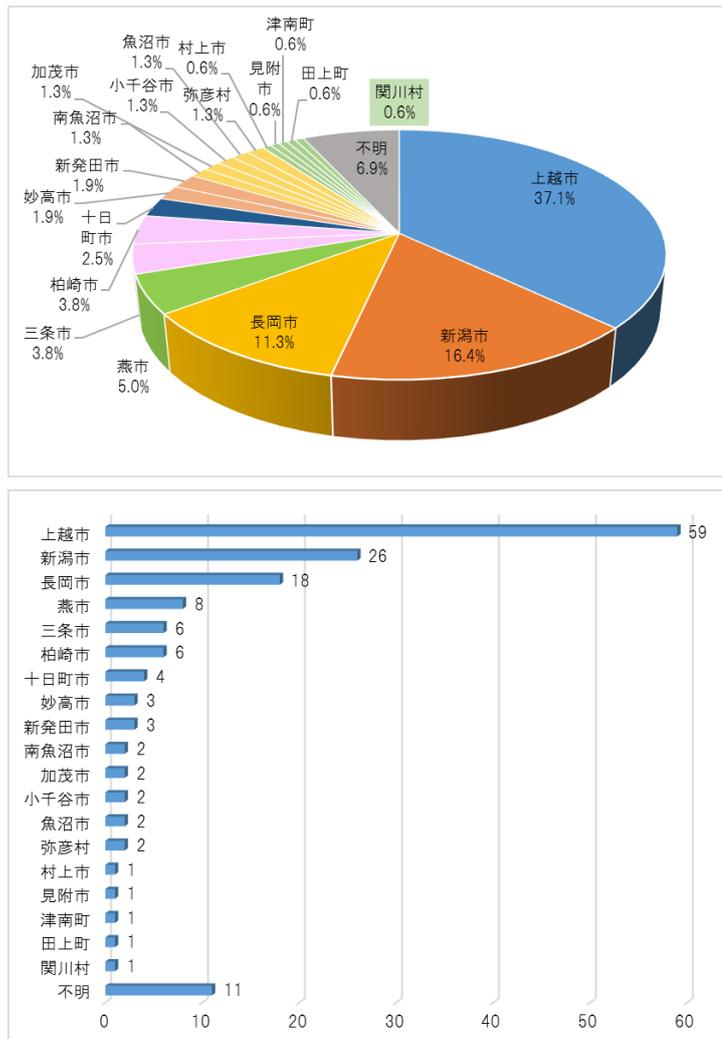
1. 居住地

① 全体



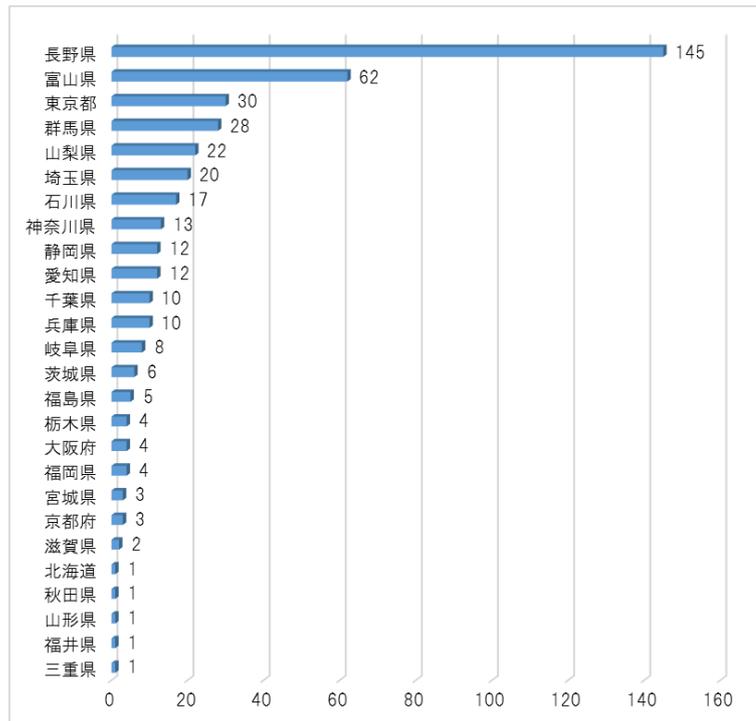
県内から約 26%、県外から約 74%の割合だった。

② 新潟県内 内訳

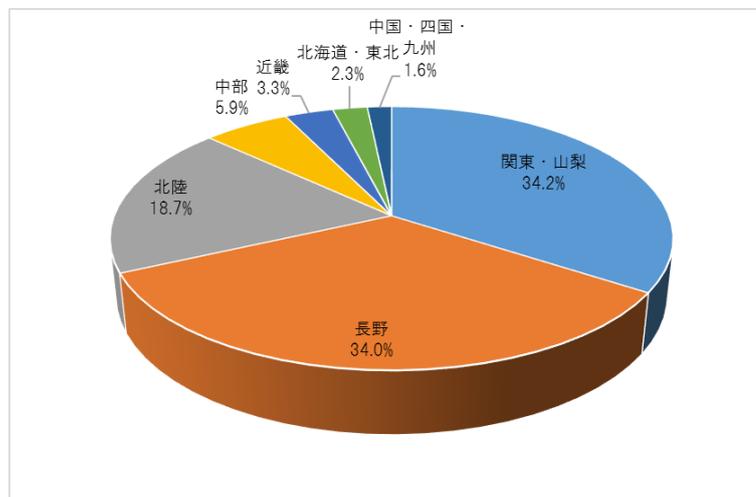


上越市からの来訪が 37.1%、新潟市が 16.4%、長岡市 11.3%で、この 3 市から 64.8% の来訪があった。広範囲の市町村からの来訪があった。

③ 県外からの来訪（都道府県別）

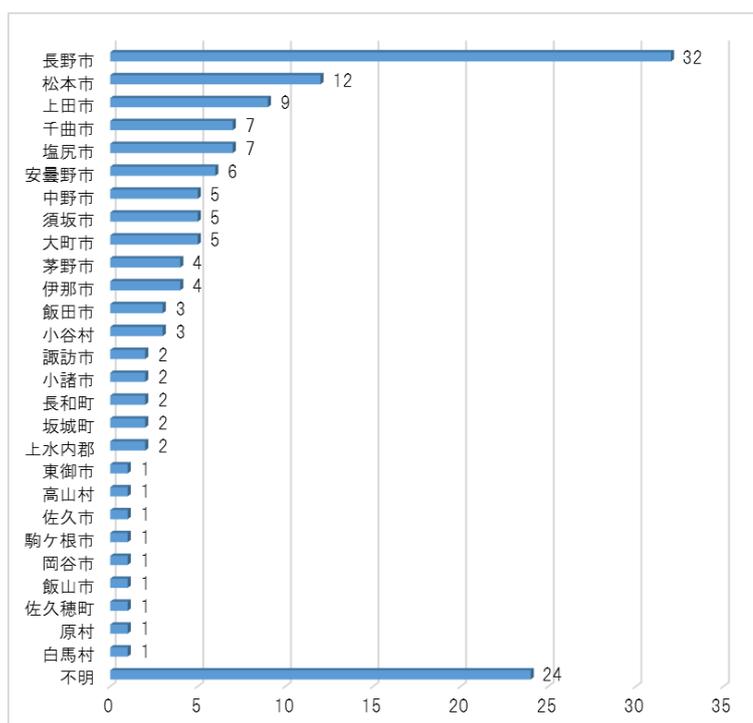


● 地方別



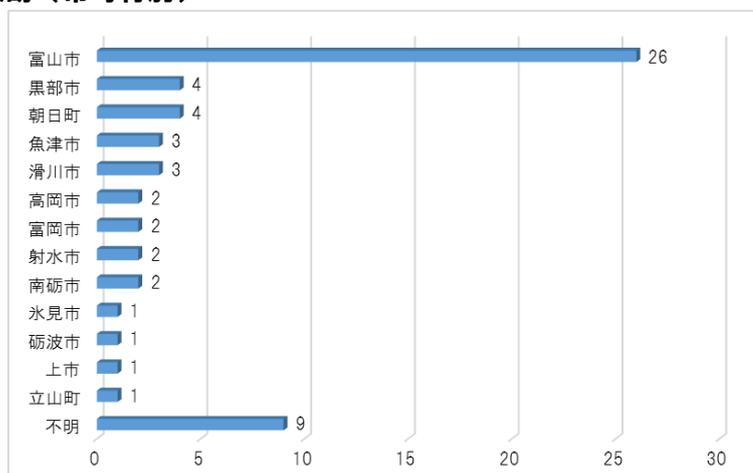
地方別で見ると、「関東・山梨」と「長野」からの来訪がほぼ同一だった。

④ 長野県からの来訪（市町村別）



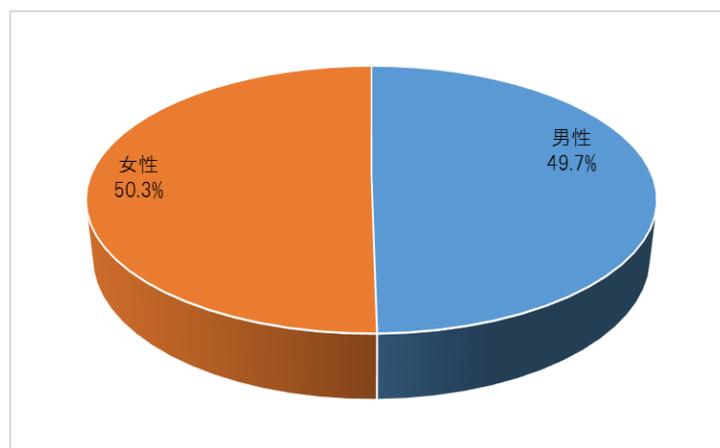
長野県内からの来訪は、「長野市」が最も多く、ついで「松本市」「上田市」の順だった。

⑤ 富山県からの来訪（市町村別）



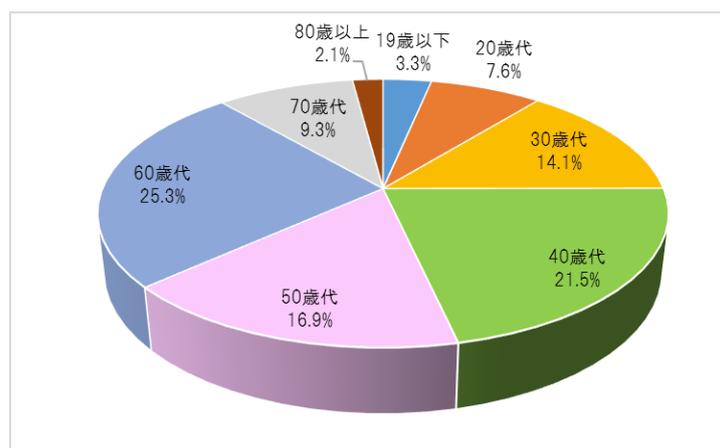
富山県内からの来訪は、富山市が最も多かった。

2. 性別

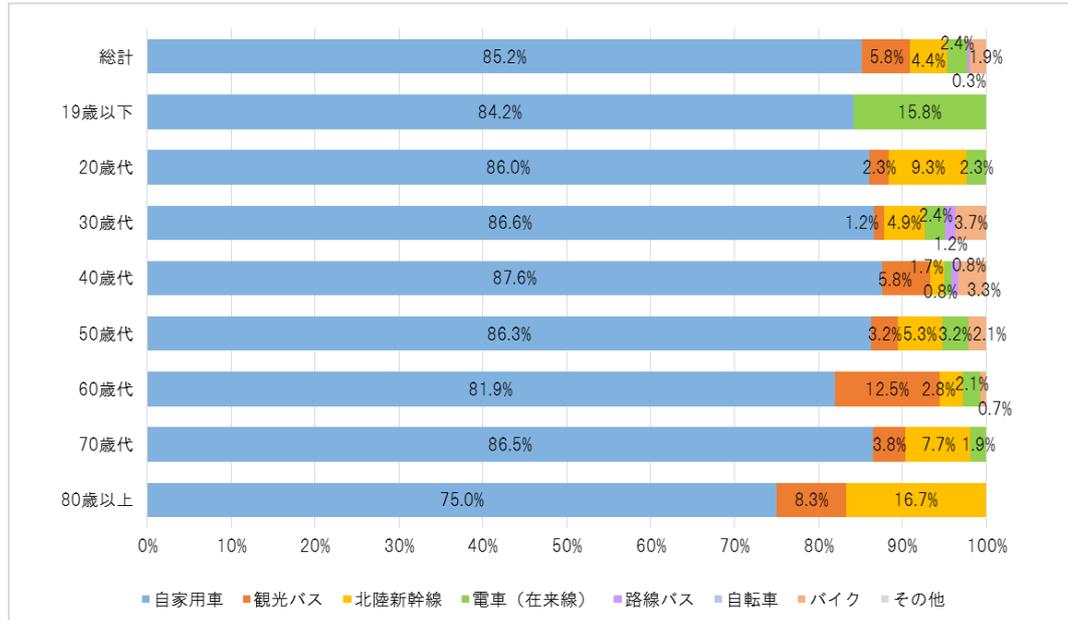


3. 年代

年代別では 40 歳代～60 歳代の割合が多かった。この 3 つの年代で 63.7%と 3 分の 2 強を占めた。



4. 交通手段



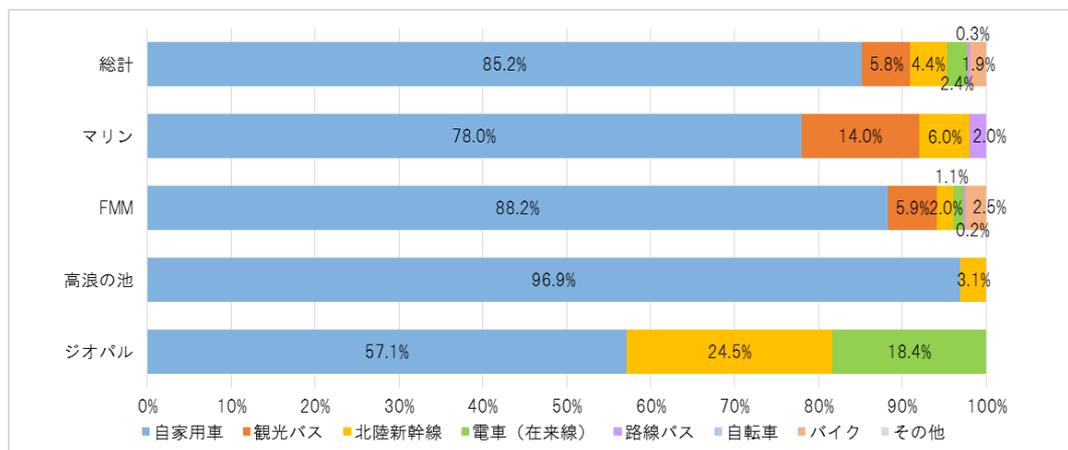
① 全体

全体では、85.2%が「自家用車」を利用している。ついで「観光バス」「北陸新幹線」と続く。

② 年代別

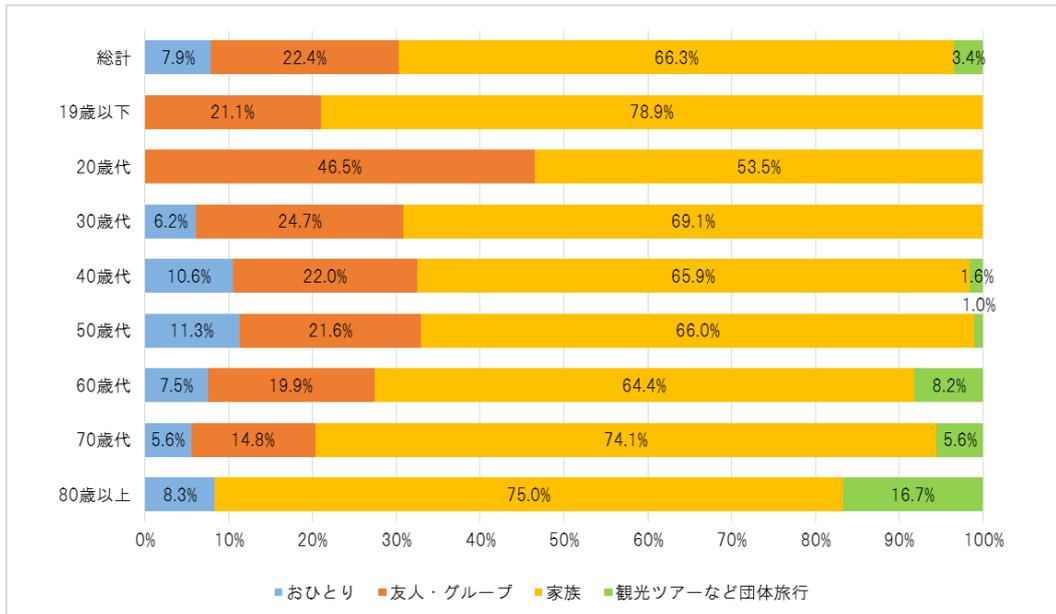
どの年代も「自家用車」の割合が高いが、60歳代の「観光バス」利用の方も目立つ。また、どの年代も「北陸新幹線」「在来線」の利用があることがわかる

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、マリンドリーム能生の「観光バス」が14.0%と目立った。ジオパルでは「北陸新幹線」が24.5%、「在来線」が18.4%だった。

5. 同行者



① 全体

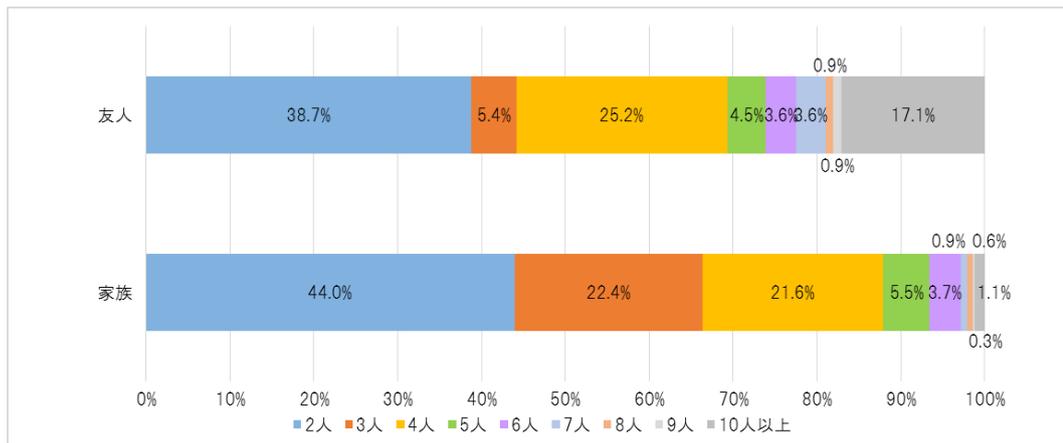
全体では、66.3%の方が「家族」で来訪されていた。ついで、22.4%の方が「友人・グループ」と一緒に、身近な方と来訪されている様子が伺える。

② 年代別

20歳代で「友人・グループ」と一緒にという方が46.5%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。

③ 同行人数

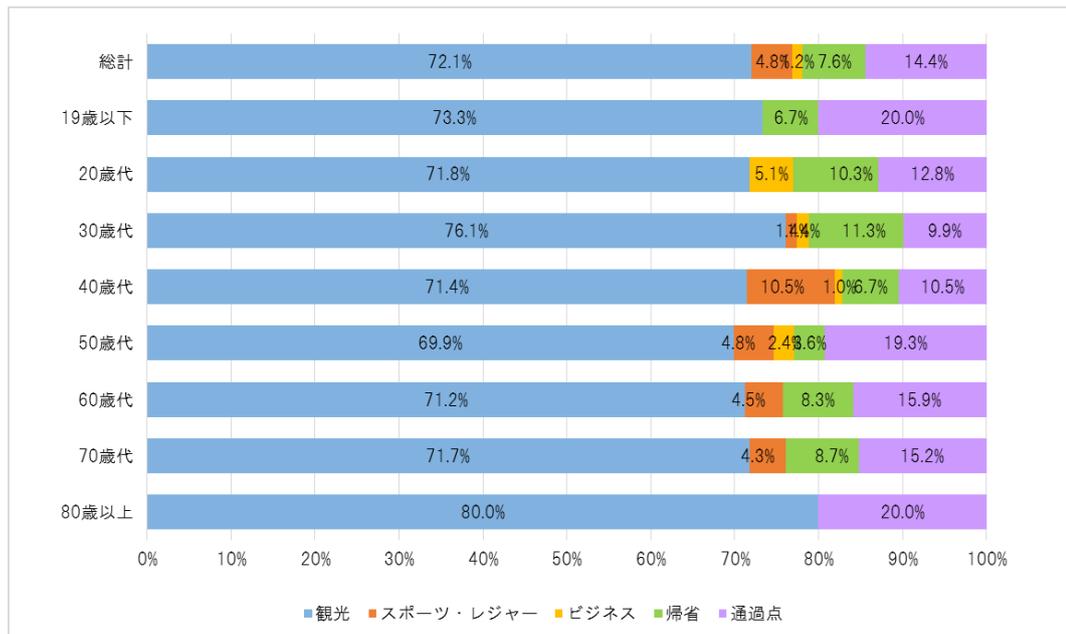
- 「友人・グループ」または「家族」と回答の方に、同行人数をお聞きした。



5人までの割合が、「友人・グループ」の方は73.8%、「家族と一緒に」の方は93.5%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



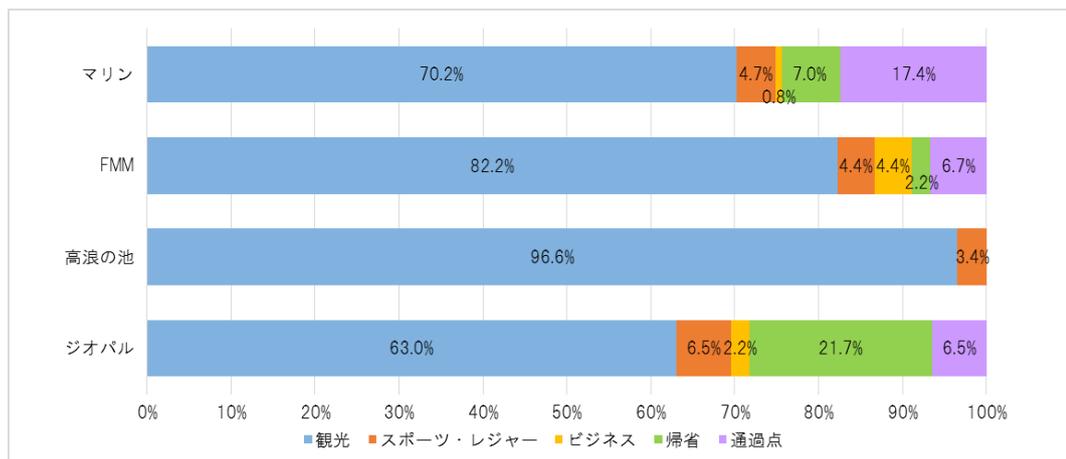
① 全体

全体では、72.1%の方が「観光目的」で来訪されている。一方、14.4%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。

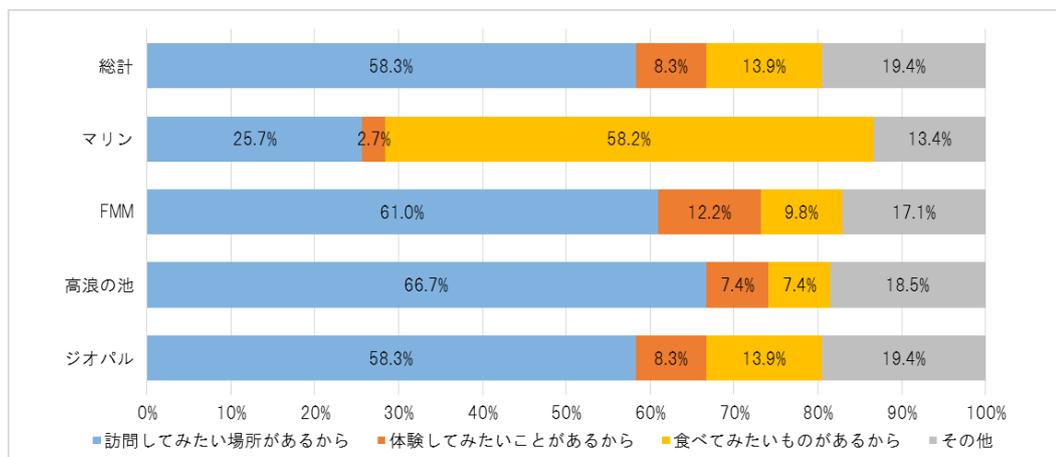
③ 調査ポイント別



調査ポイント別では、フォッサマグナミュージアム・高浪の池では「観光」目的の方が多。マリンドリーム能生では17.4%が「通過点」、ジオバルでは21.7%が「帰省」と回答している。

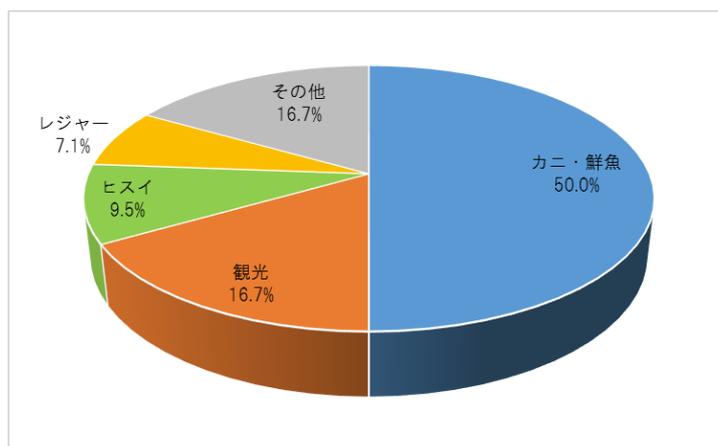
④ 来訪目的の内容

- 「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。



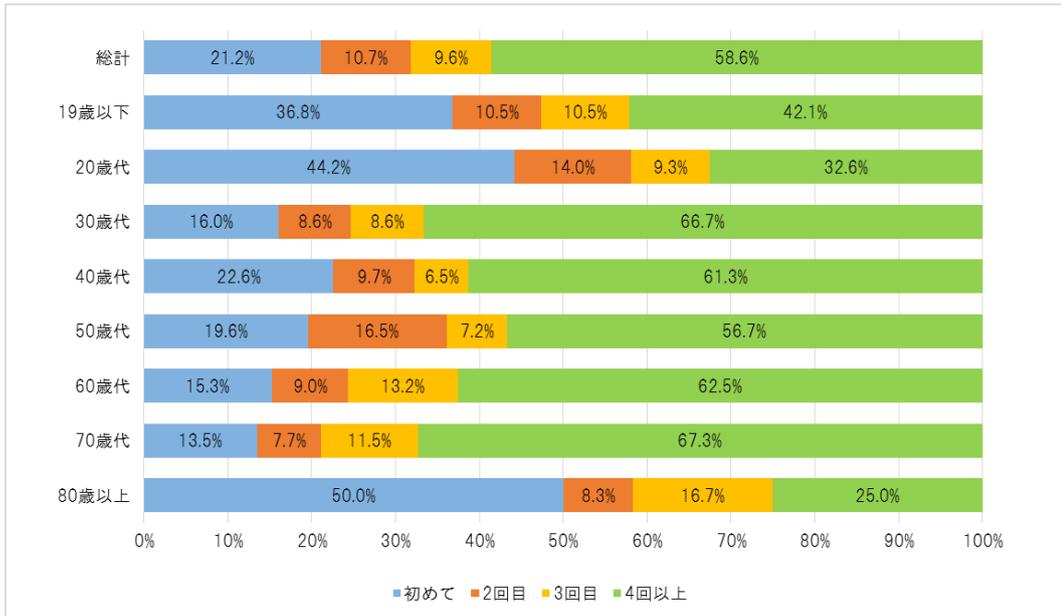
高浪の池では「訪問してみたい場所」が66.7%であり、高浪の池や小滝川ヒスイ峡が目的地であることがうかがえる。マリンドリーム能生では、カニを目的や食事を目的にした方が多かった。

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



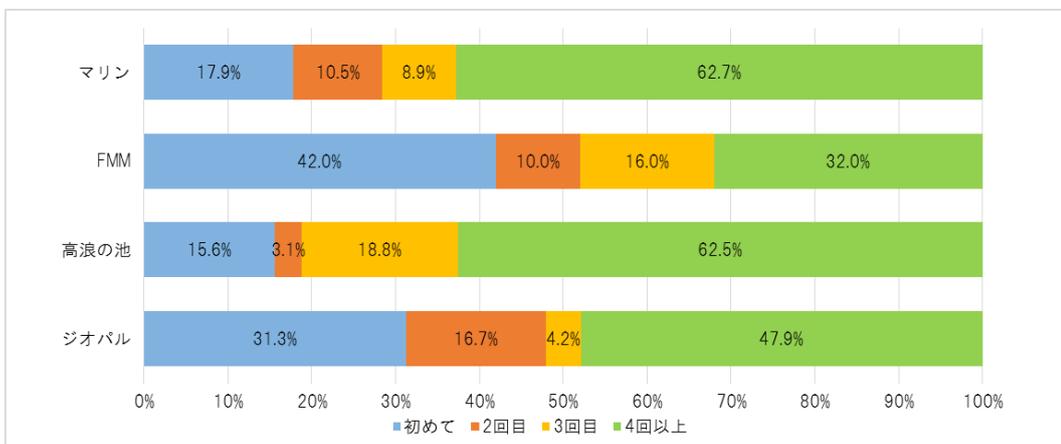
① 全体

全体では58.6%の方が、「4回以上」来訪いただいている。「初めて」という方は21.2%だった。

② 年代別

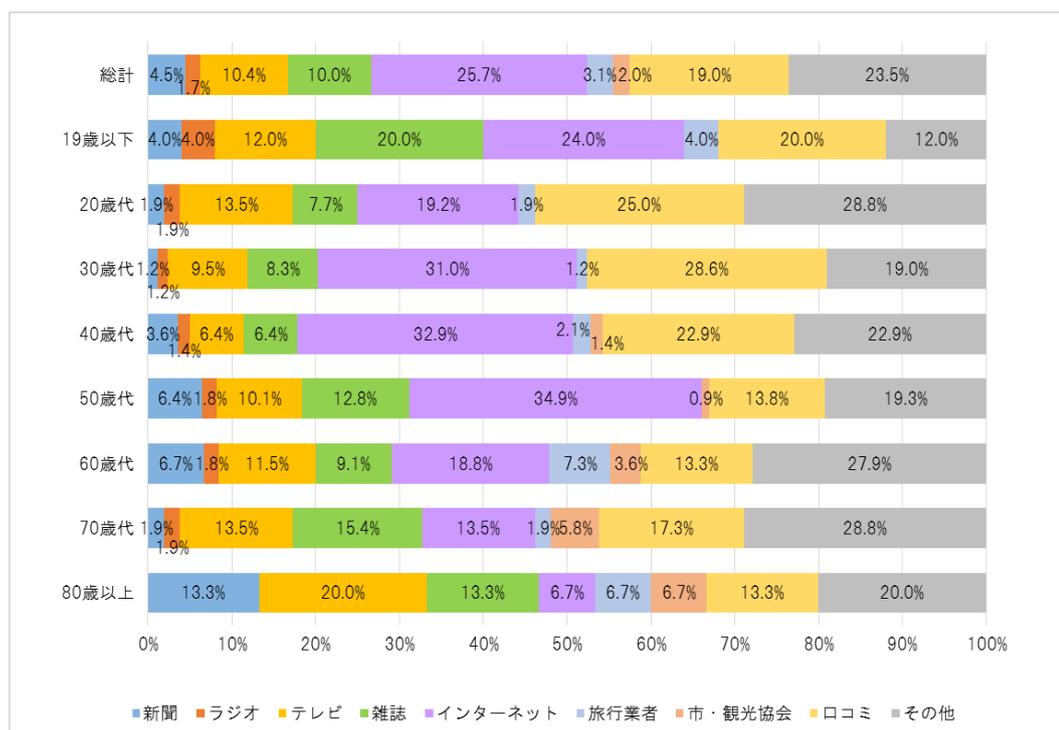
30歳～50歳代では、どの年代も半数以上が「4回以上」来訪されている。一方、20歳代以下では、4割が「初めて」の来訪だった。

③ 調査ポイント別



マリンドリーム能生では62.7%の方が、高浪の池では62.5%の方が、ジオパルでは47.9%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42.0%の方が、ジオパルでは31.3%の方が「初めて」だった。

8. 情報入手手段



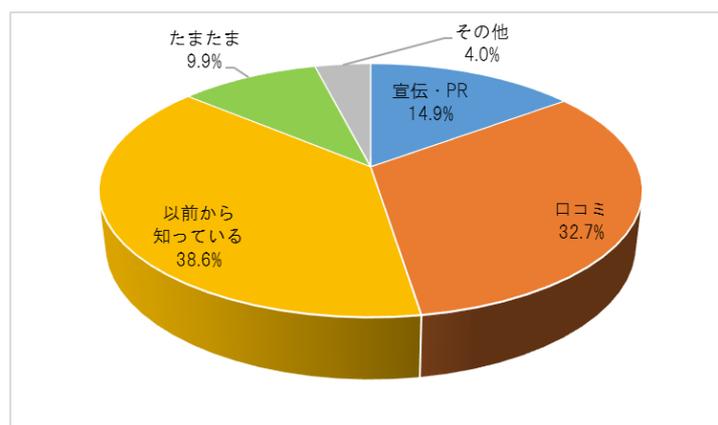
① 全体

全体では「インターネット」が25.7%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26.6%を占めている。

② 年代別

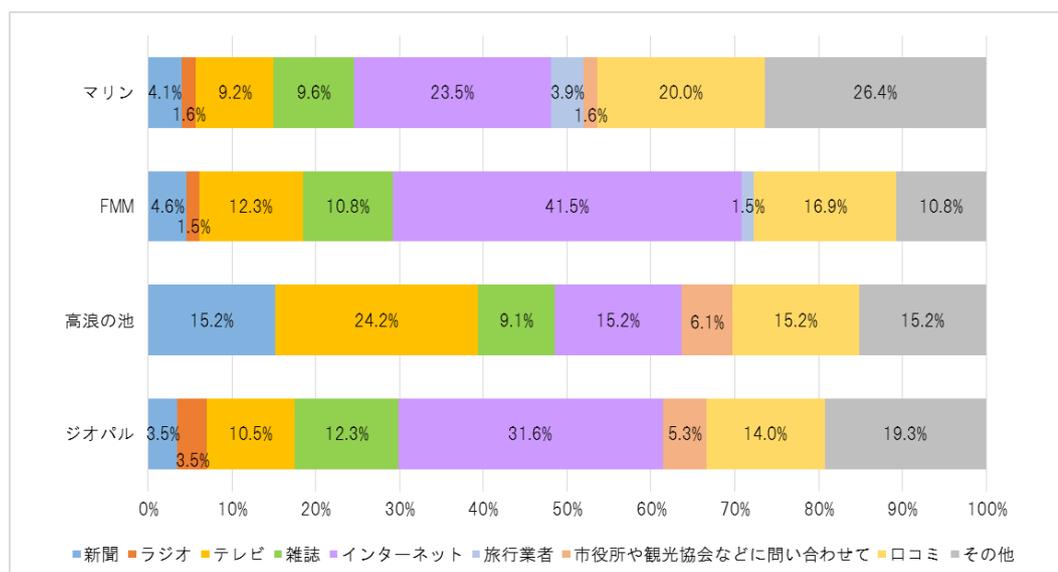
どの年代でも「インターネット」の割合が高いが特に30歳代～50歳代では3割以上と高い割合となっている。また、20歳代～40歳代の「口コミ」が多いが、これは、LINEなどのSNSでの情報交換も含まれていると思われる。

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」では、『家族』・『職場の人』などから聞いた、という方が多く身近な方からの情報伝達がきっかけとなっている。「以前から知っている」「たまたま」という方があわせて半数近くあり、特別に情報を入手せずに来訪している傾向もある。

④ 調査ポイント別



調査場所別で、すこ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「ロコミ」。

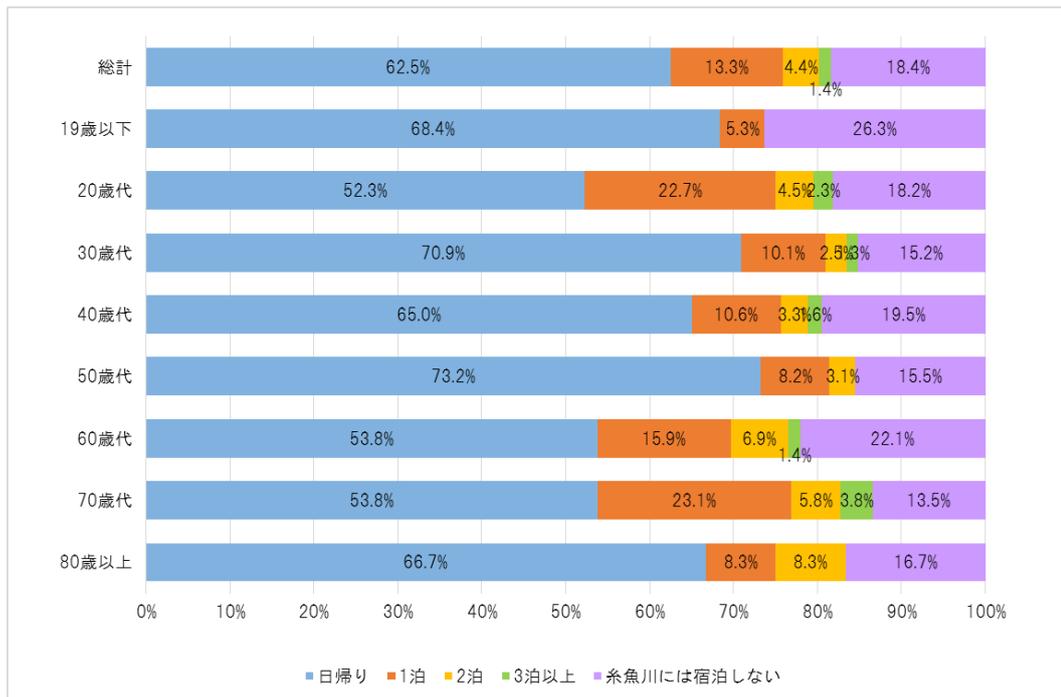
フォッサマグナミュージアムでは「インターネット」と「テレビ」・「雑誌」。

高浪の池では「新聞」「テレビ」（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



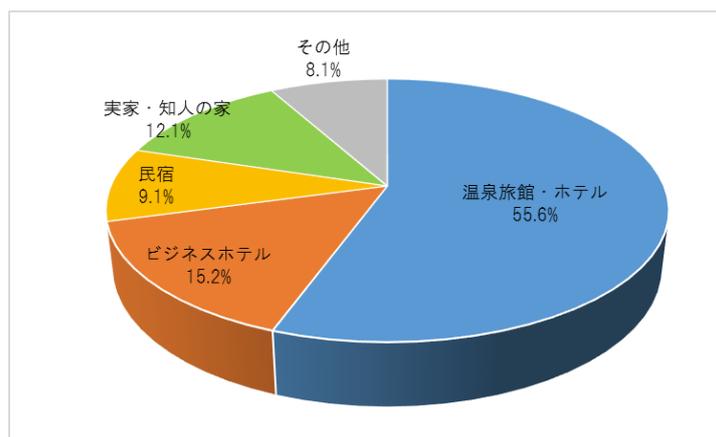
① 全体

「日帰り」の方が62.5%あり、宿泊数にかかわらず「糸魚川に宿泊」の方は19.1%だった。一方で、「糸魚川以外に宿泊」の方が18.4%いた。

② 年代別

どの年代も「日帰り」の割合が多いが、20歳代・70歳代では「糸魚川で1泊」の割合が2割を超えている。

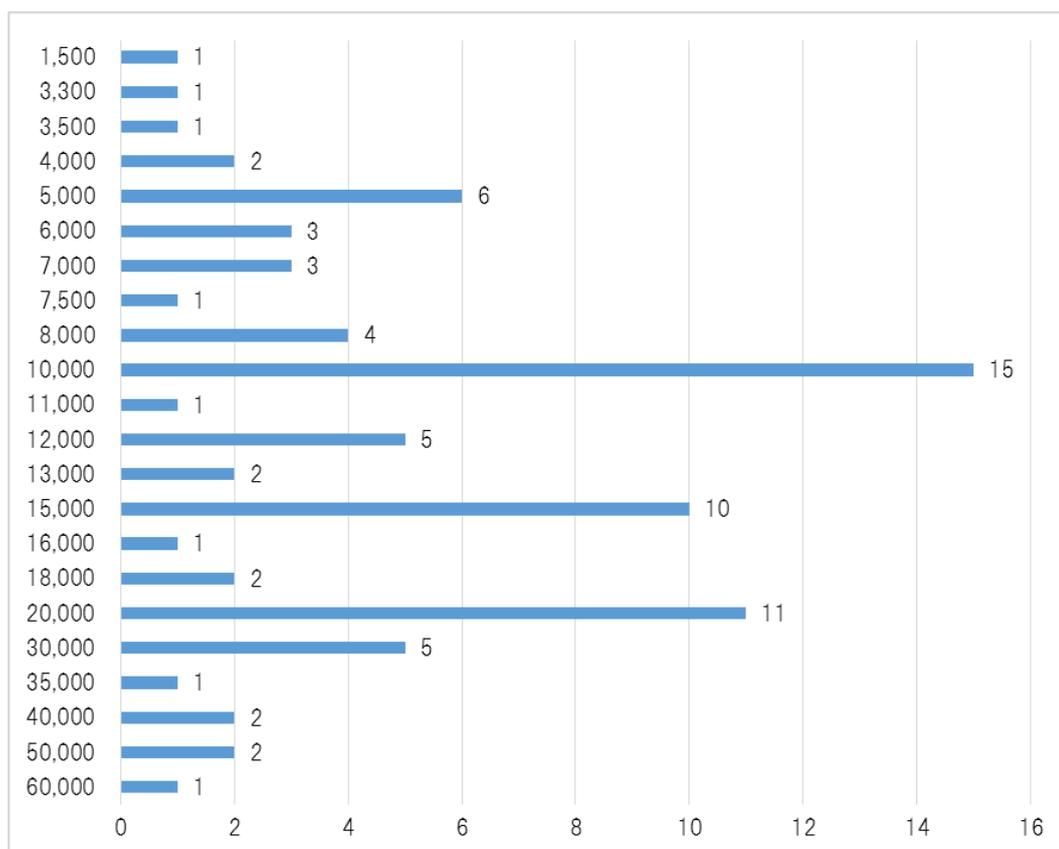
● 市内に宿泊される方に宿泊先をお聞きした



「温泉旅館・ホテル」が55.6%だった。

10. 一人あたりの予算

① 宿泊費

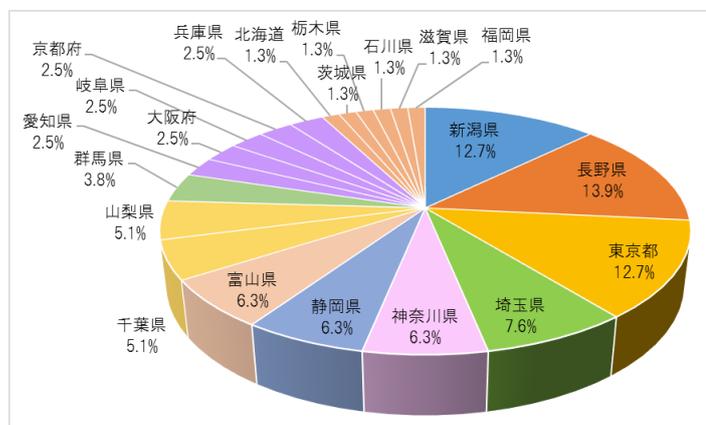


ホテル・旅館・民宿など、宿泊費用が発生する施設での宿泊者データ（回答のあった80サンプル）

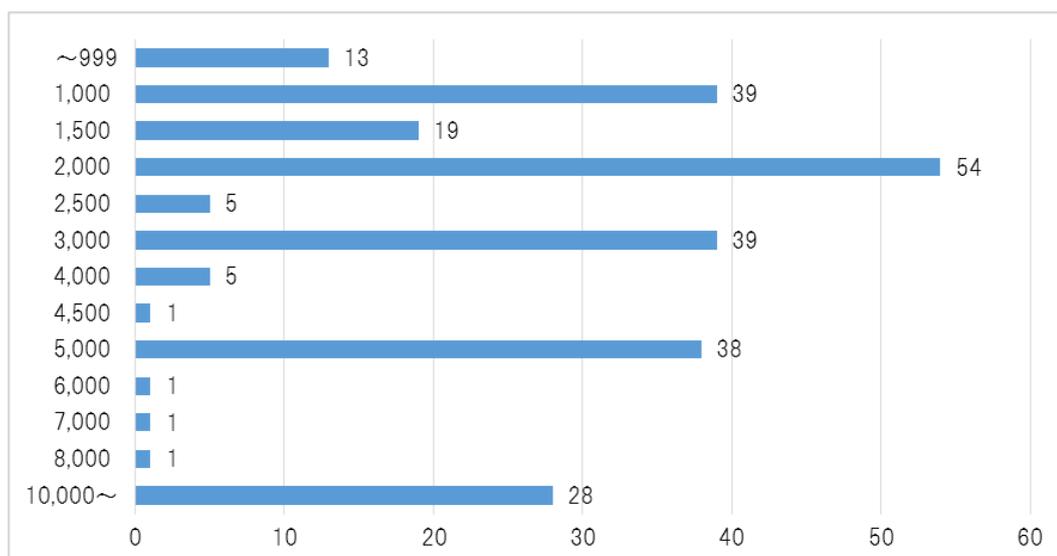
- **平均金額 10,911 円**
- **宿泊費の合計 2,520,443 円（一人あたり宿泊平均金額×宿泊人数 231 名）**

宿泊費は、「10,000 円」という方が最も多く、「15,000 円」と「20,000 円」にもピークがある。

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。

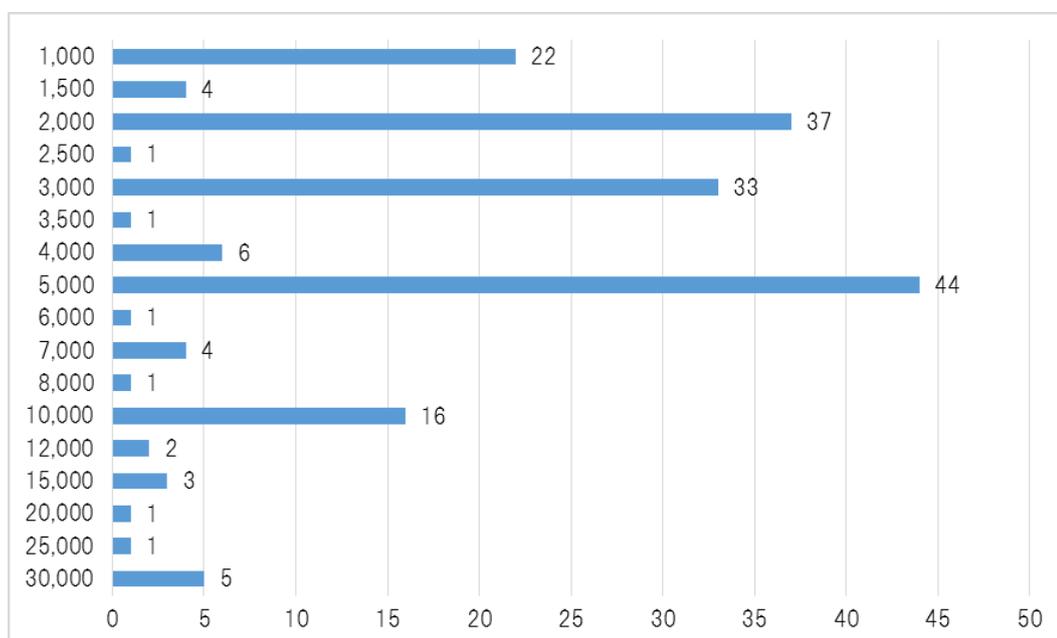


② 飲食費



- **平均金額 1,086 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」「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 6,271 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、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。

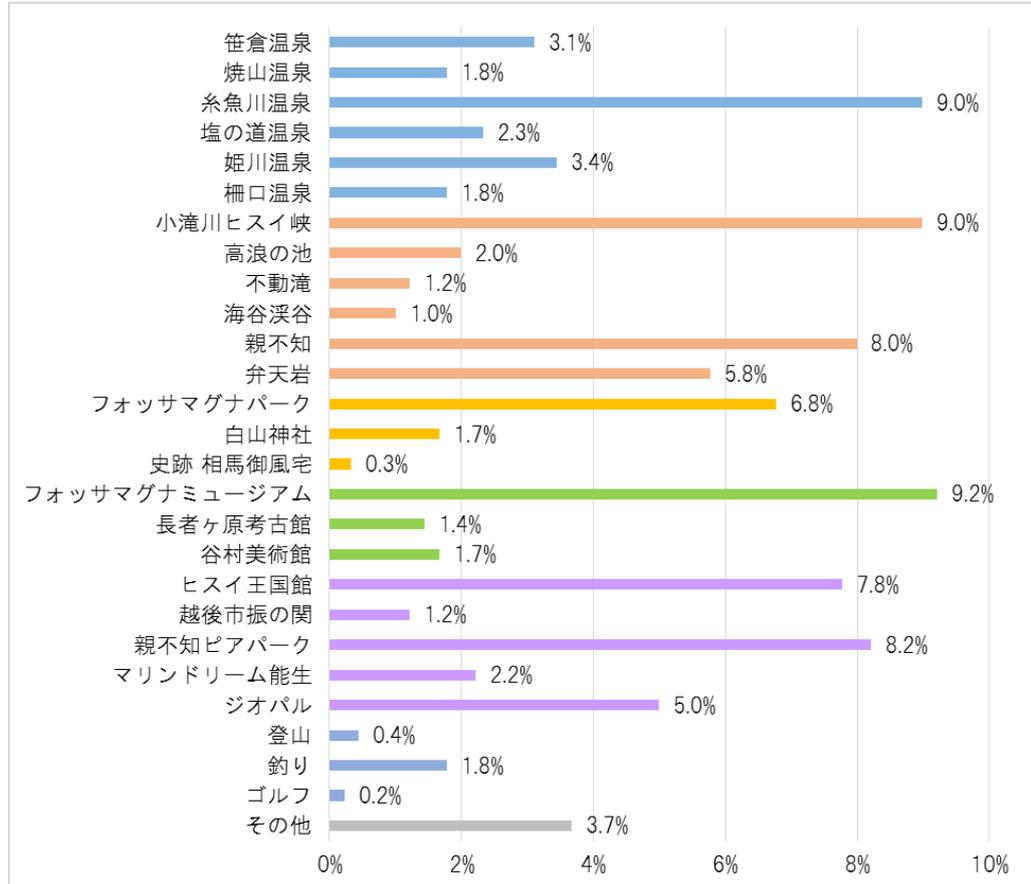
① 全体集計

● 平均訪問先数（回答場所を含む）

全体／1.8箇所

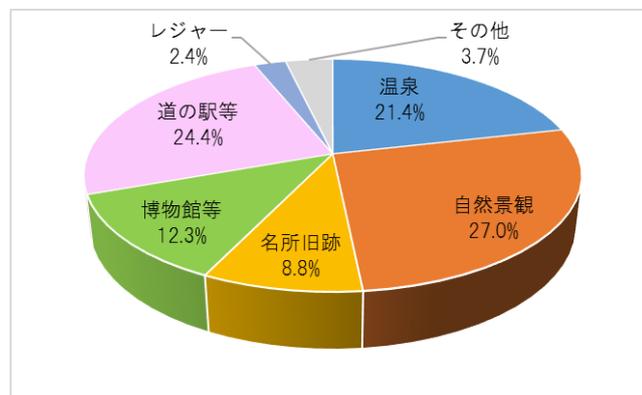
マリン／1.6箇所 FMM／2.2箇所 高浪の池／3.0箇所 ジオパル／2.7箇所

● 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」で9.2%。次いで「糸魚川温泉」「小滝川ヒスイ峡」が9.0%だった。また「親不知」と「親不知ピアパーク」を合わせると、16.2%となり「親不知」の人気の高い。

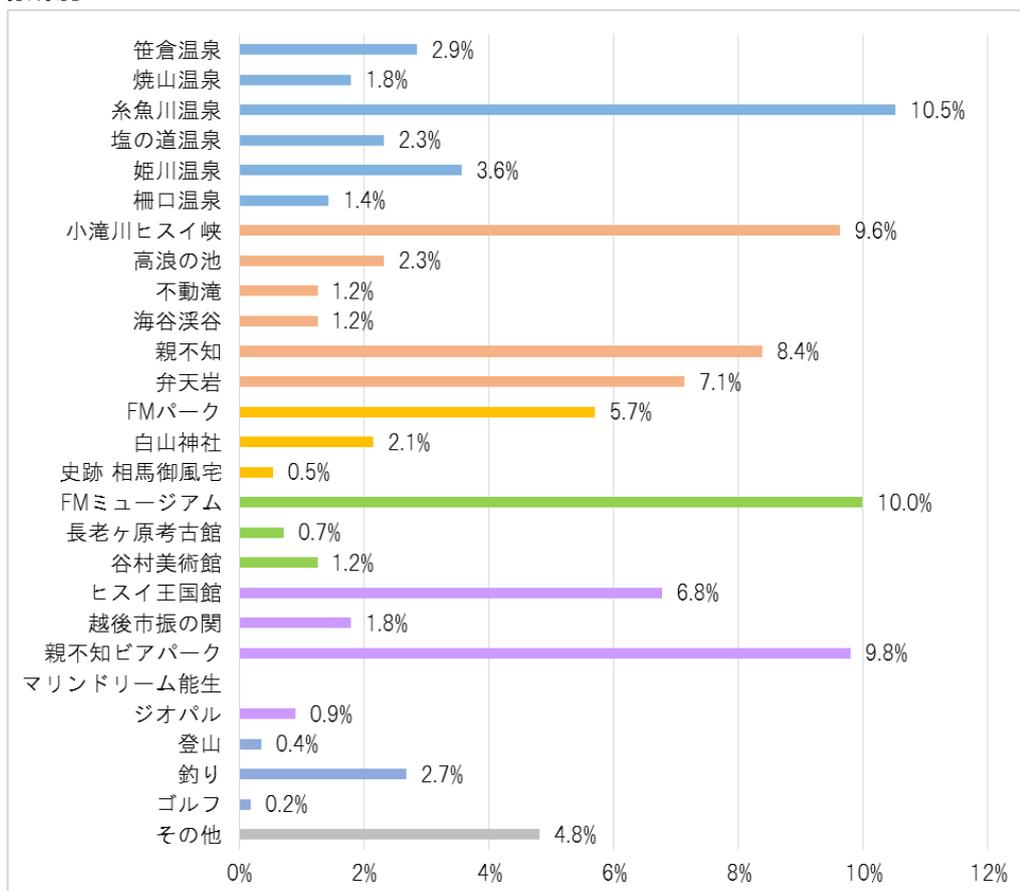
● カテゴリー別



カテゴリー別では、「温泉」と「自然景観」で48.4%となった。

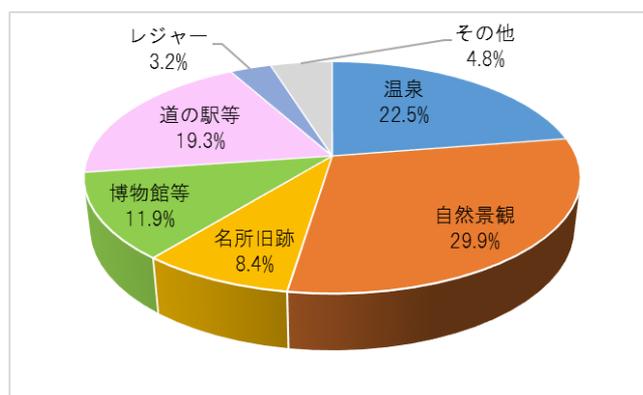
② マリンドリームでの調査結果

● 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、「糸魚川温泉」で10.5%、次いで「フォッサマグナミュージアム」「親不知ピアパーク」「小滝川ヒスイ峡」と続く。

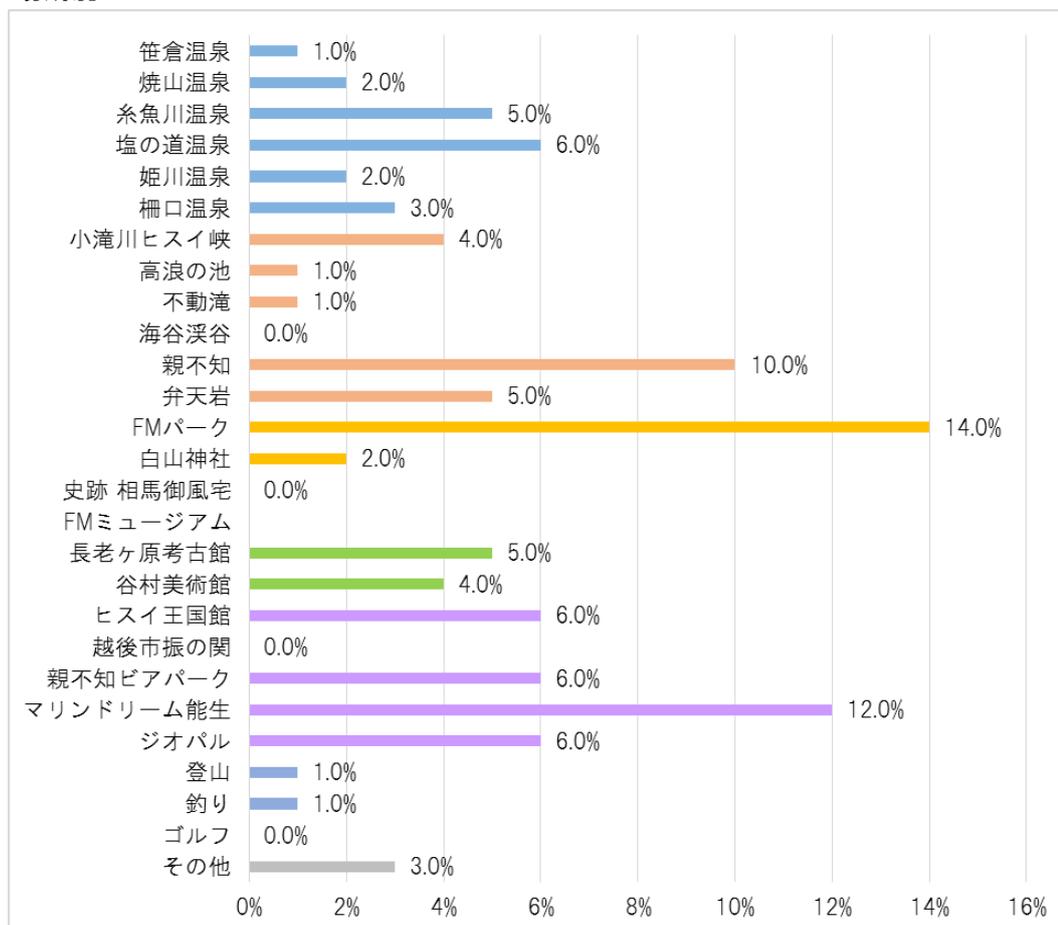
● カテゴリー別



カテゴリー別では、「自然景観」が29.9%、「温泉」が22.5%だった。

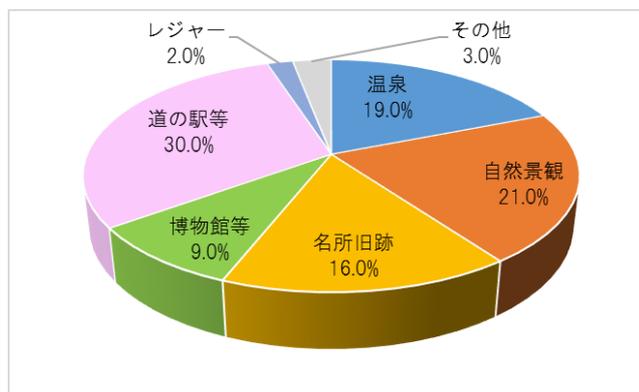
③ フォッサマグナミュージアムでの調査結果

● 場所別



フォッサマグナミュージアムでは、「フォッサマグナパーク」が14.0%の回答があった。次いで「マリンドリーム能生」「親不知」が続いた。

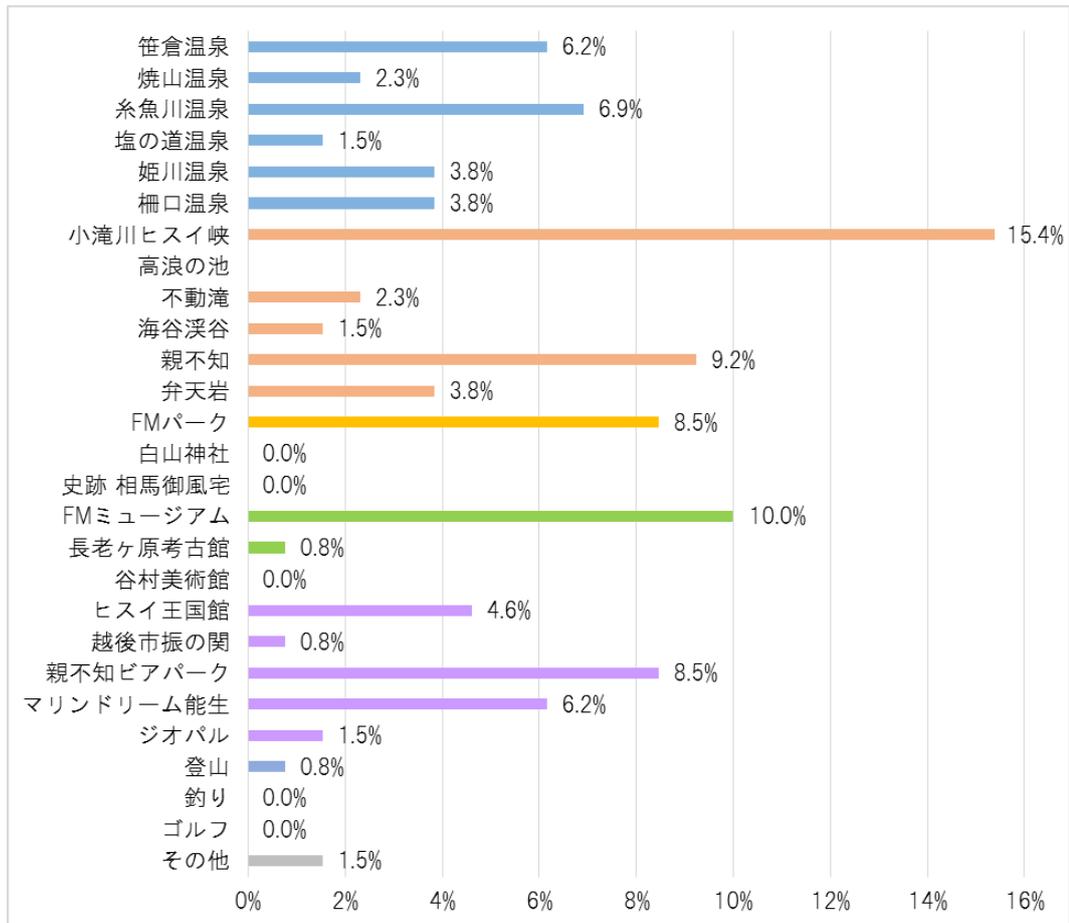
● カテゴリー別



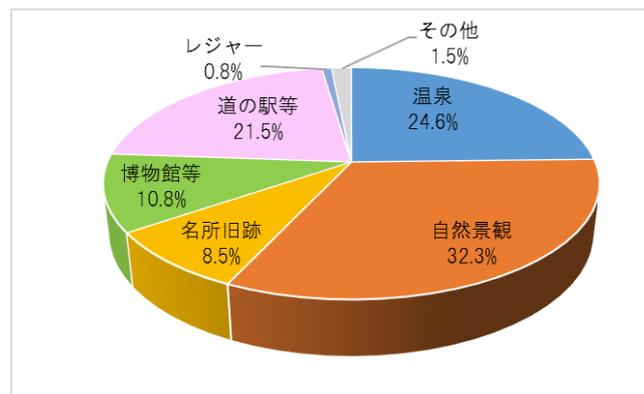
カテゴリー別では、「道の駅等」が約3割を占めた。

④ 高浪の池での調査結果

● 場所別



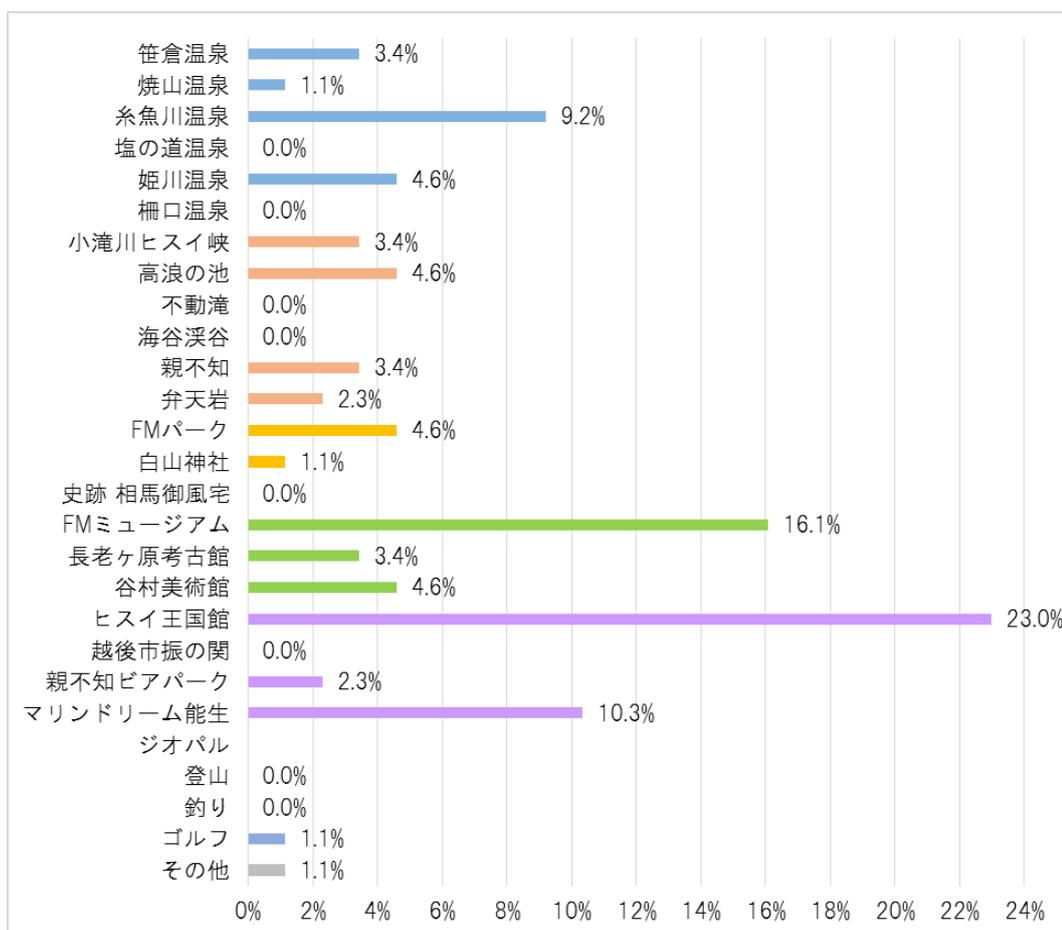
● カテゴリー別



高浪の池では、「小滝川ヒスイ峡」が15.4%の回答があった。

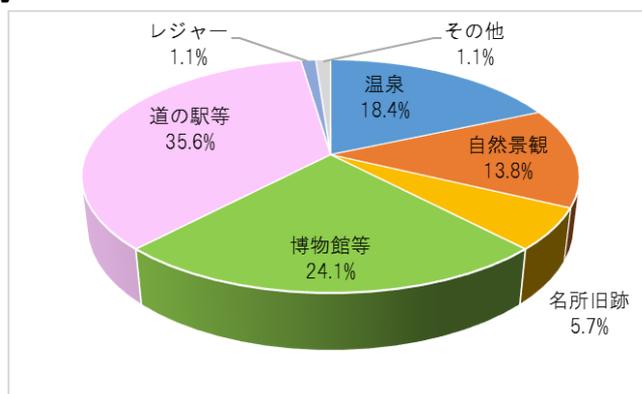
⑤ ジオバルでの調査結果

● 場所別



ジオバルでは、隣接する「ヒスイ王国館」が23.0%、「フォッサマグナミュージアム」が16.1%だった。

● カテゴリー別

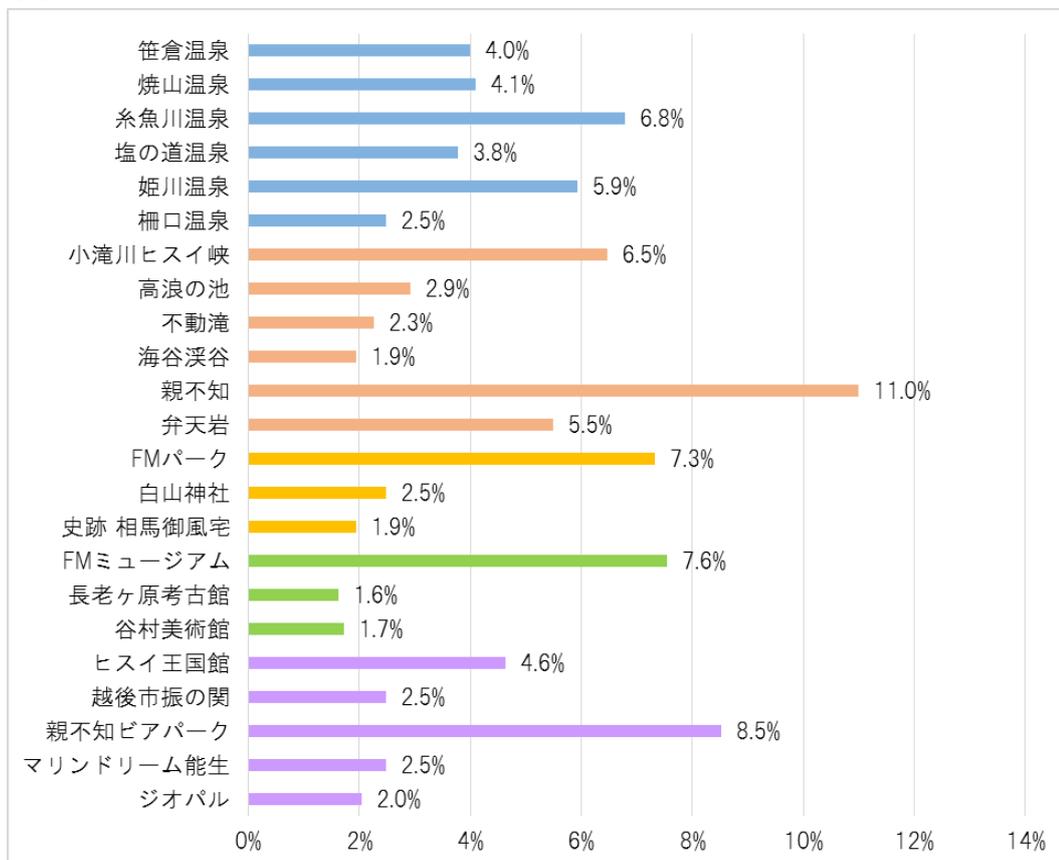


「道の駅等」「博物館等」の割合が高い。

12. 糸魚川市内で知っている場所

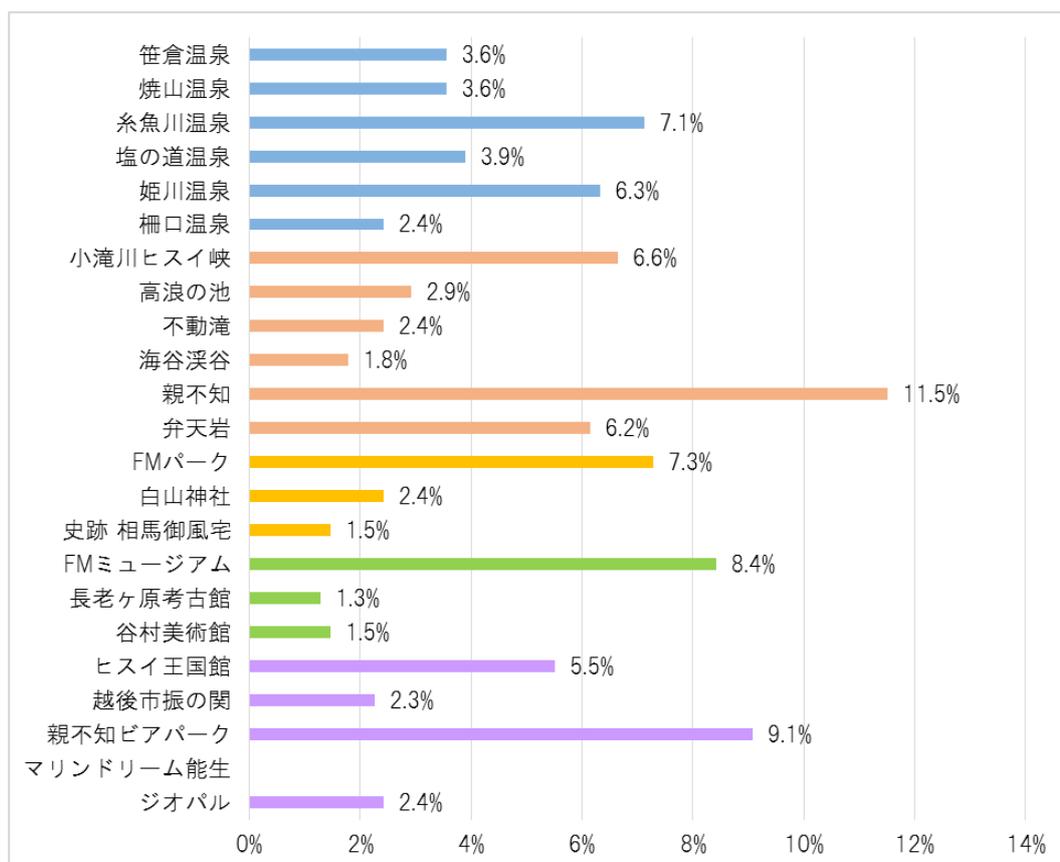
注) 前問の選択肢の中から、知っている場所をお答えいただいた。
マリンでの「マリン」の回答、FMMで調査した際の「FMM」の回答、高浪の池での「高浪の池」、ジオパルで調査した際の「ジオパル」の回答は除外した。

① 全体集計



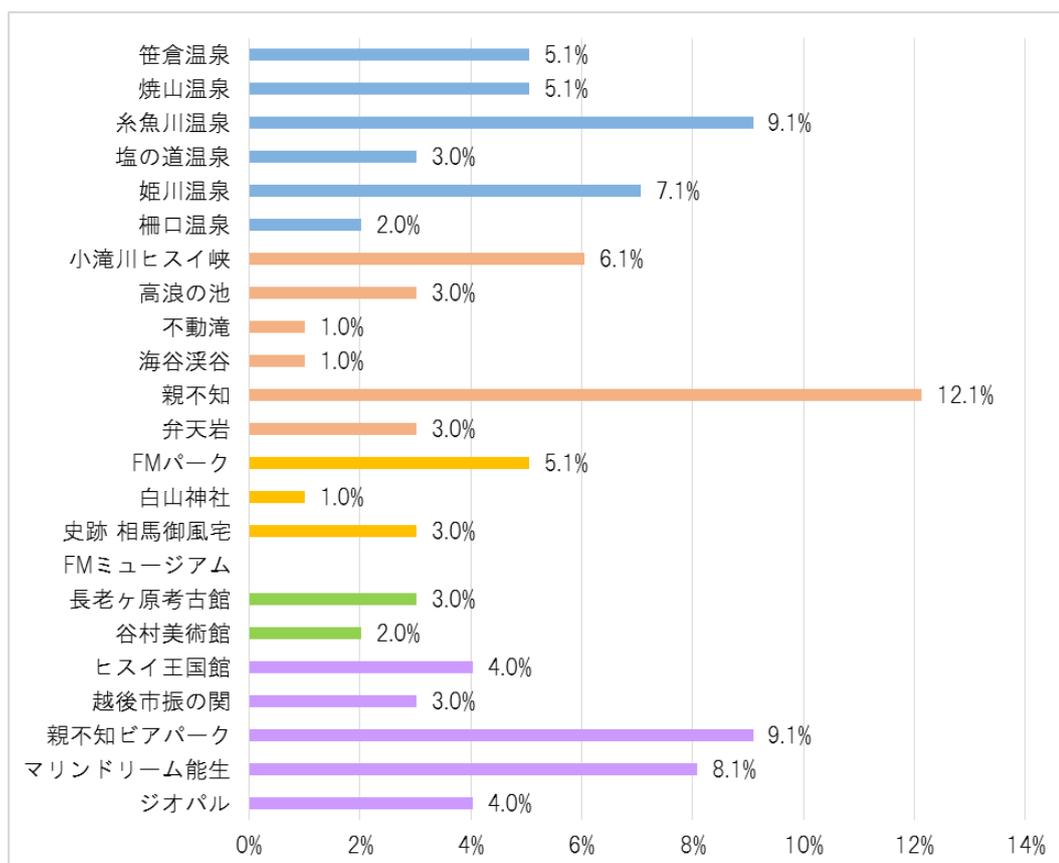
全体では、「親不知」の認知度が高く（「親不知ピアパーク」とあわせれば19.5%）、
ついで、「フォッサマグナミュージアム」「フォッサマグナパーク」の順となった。

② マリンドリーム能生での調査結果



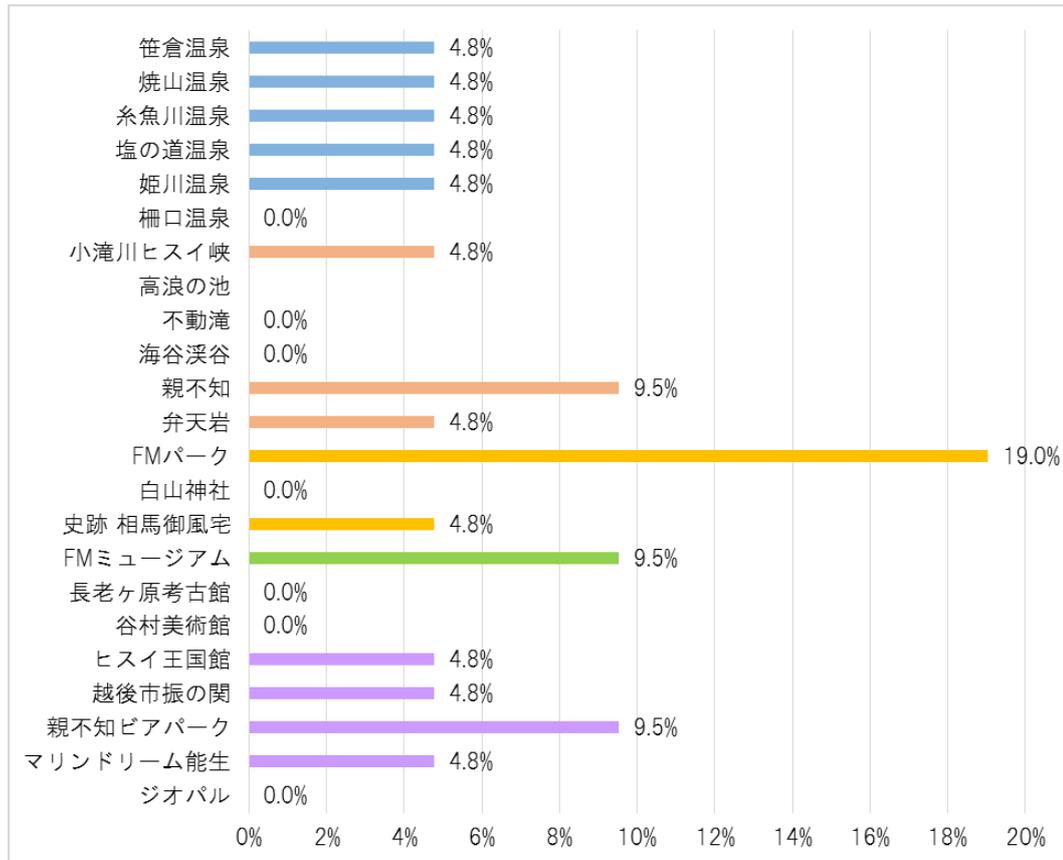
マリンドリーム能生では、「親不知」の認知度が高く（「親不知ピアパーク」とあわせれば 20.6%）、ついで、「フォッサマグナミュージアム」・「フォッサマグナパーク」の順となった。

③ フォッサマグナミュージアムでの調査結果



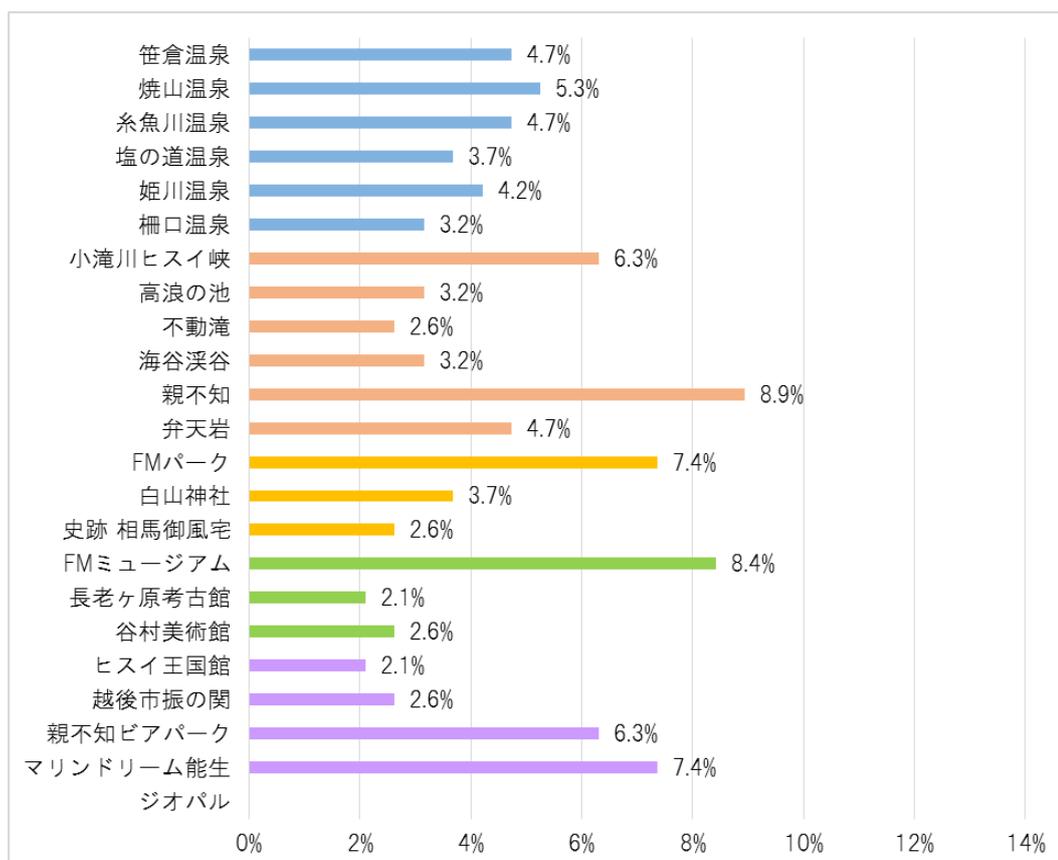
フォッサマグナパークでは、「親不知」の認知度が高く（「親不知ピアパーク」とあわせれば21.2%）、次いで、「糸魚川温泉」の順だった。

④ 高浪の池での調査結果



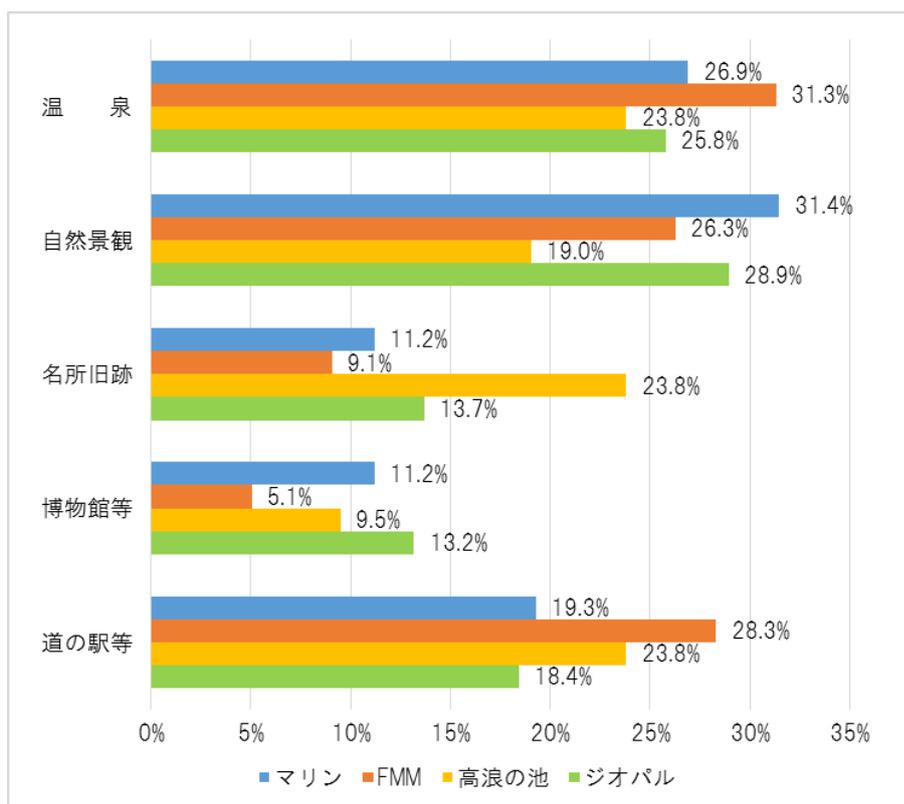
高浪の池では、「フォッサマグナパーク」の認知度が高かった。

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 15.2%）、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。

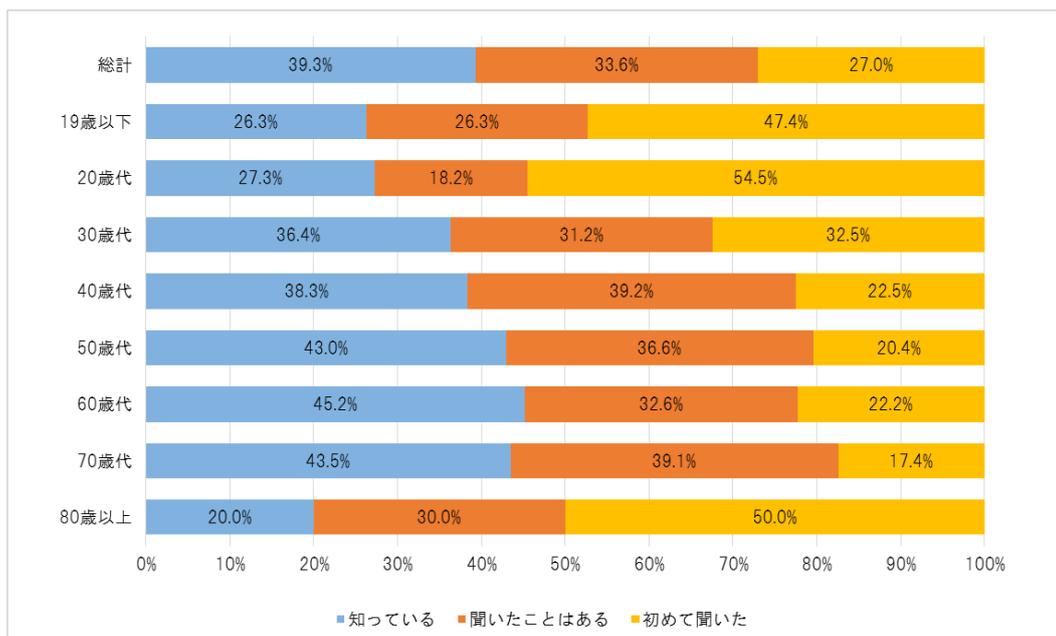
⑥ カテゴリー別集計



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。特にフォッサマグナミュージアムでの「道の駅」の割合と、高浪の池での「名所旧跡」の割合が目立った。

13. 糸魚川ジオパークの認知度



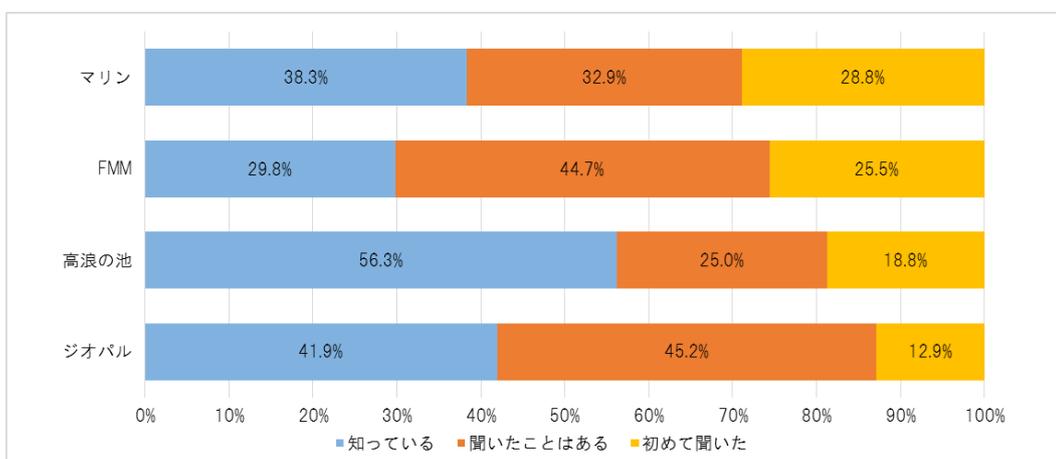
① 全体

全体では、「知っている」「聞いたことはある」をあわせ、72.9%の回答があった。

② 年代別

20歳代で「初めて聞いた」方が50%強だった。30歳代以上では「知っている」方が年代を追って多くなった。

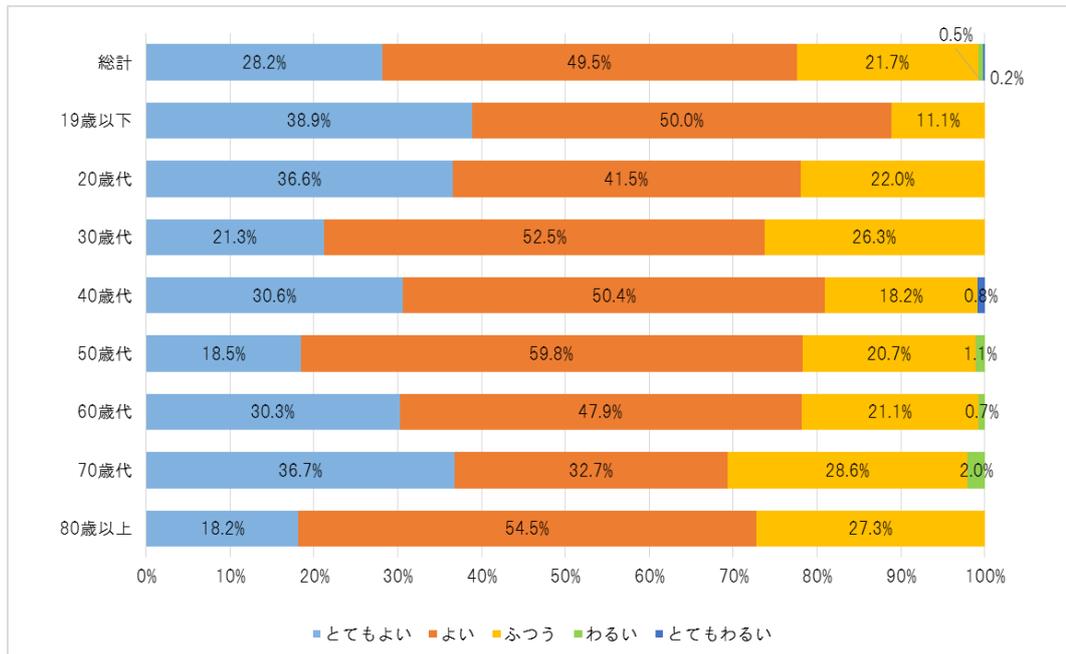
③ 調査ポイント別



「知っている」方が高浪の池では56.3%、ジオパルでは41.9%「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



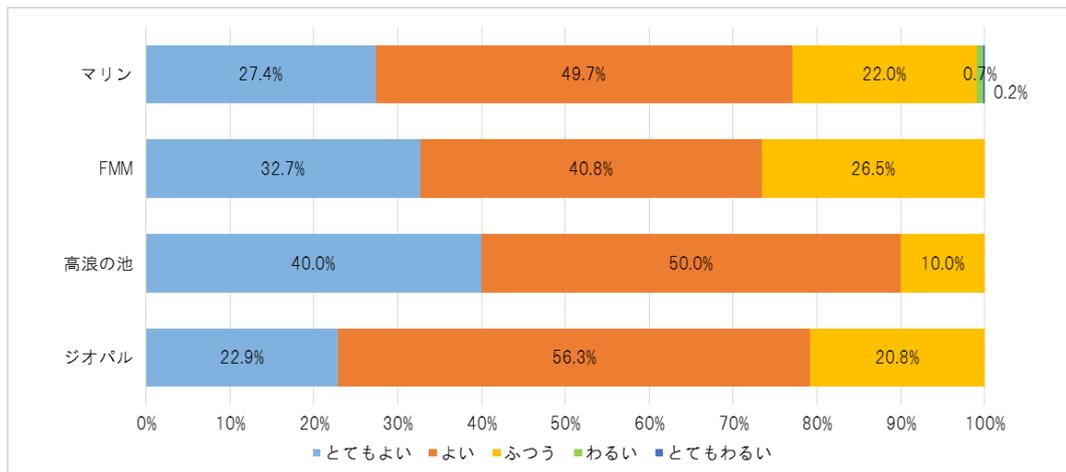
(1) 全体

全体では「とてもよい」「よい」を合わせて77.7%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。

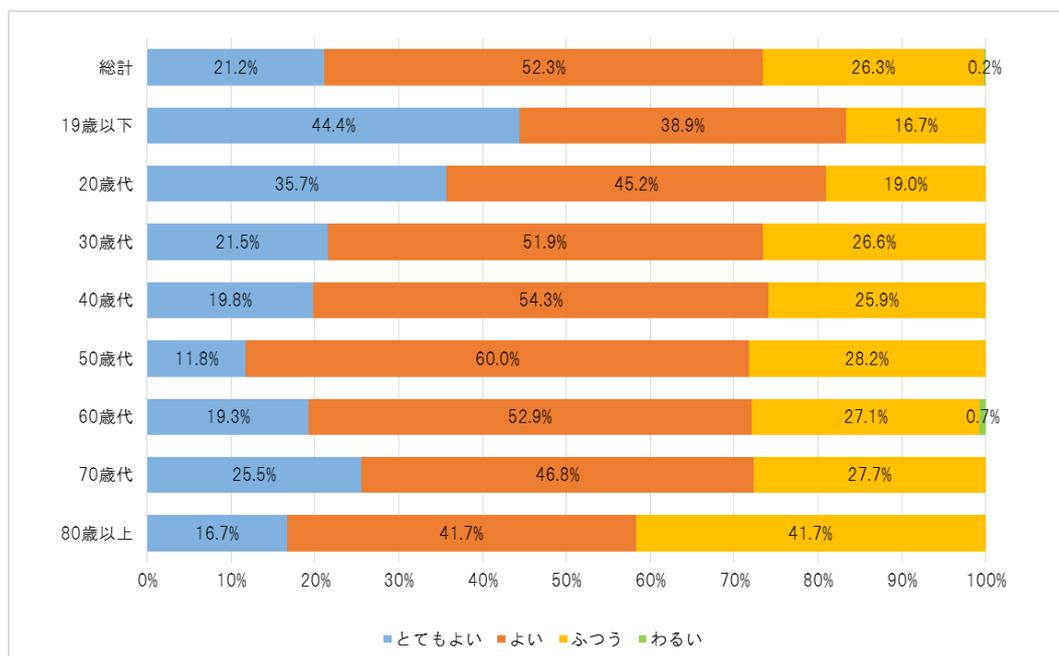
(3) 調査ポイント別



高浪の池では40%が「とてもよい」と回答している。マリンドリーム能生では49.7%、ジオパルでは56.3%が「よい」の回答と回答している。

一方で、マリンドリーム能生では「悪い」「とても悪い」の回答があった。

② お店の対応



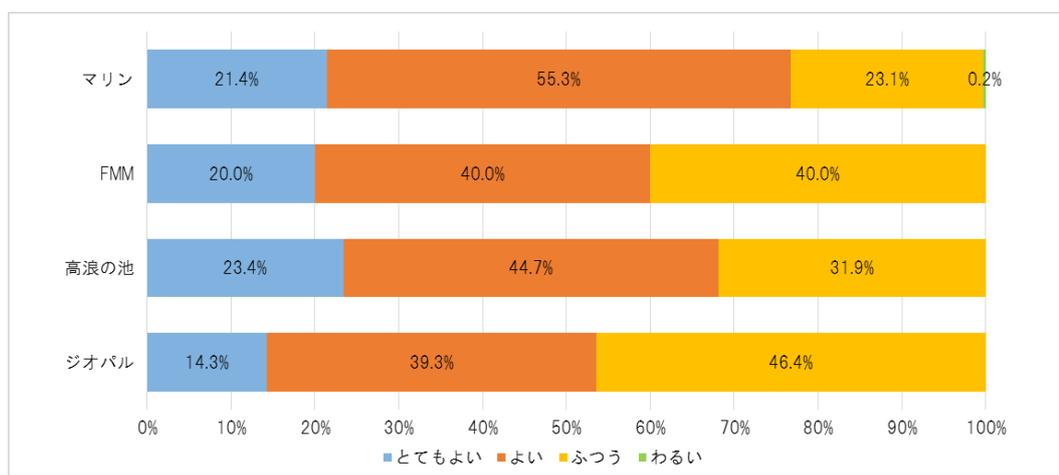
(1) 全体

「とてもよい」「よい」で73.5%となり、全体的な満足度は高い。

(2) 年代別

30歳代～70歳代では「ふつう」がそれぞれ4分の1以上の回答があった。

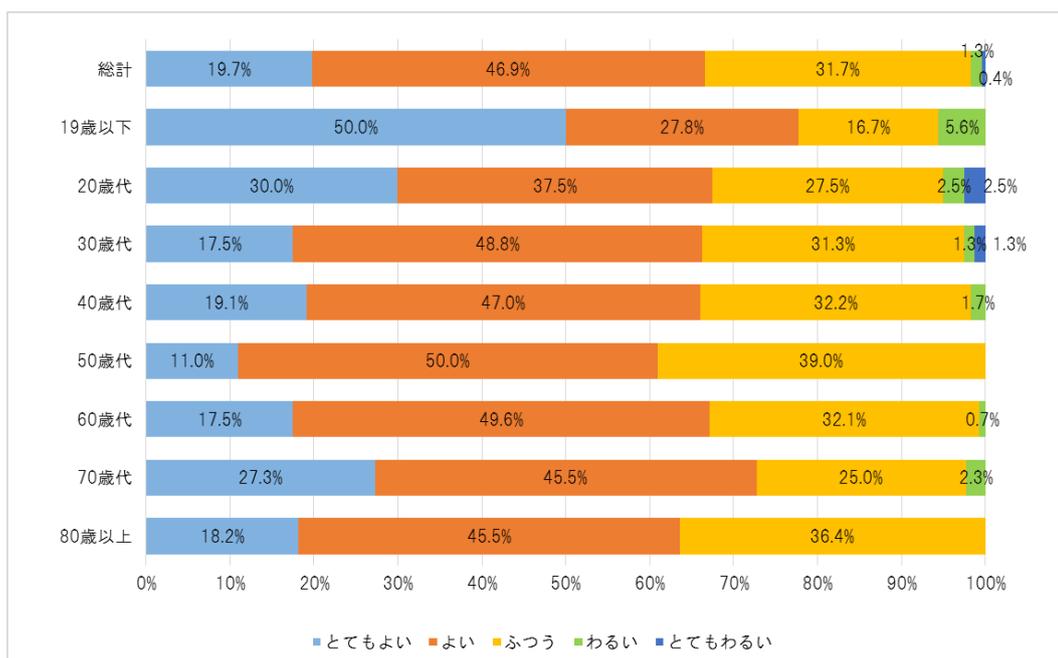
(3) 調査ポイント別



マリンドリーム能生では、「とてもよい」「よい」をあわせ76.7%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60.0%、高浪の池では68.1%の方に満足していただいている。

ジオパルでは46.4%方が「ふつう」と回答している。

③ お土産



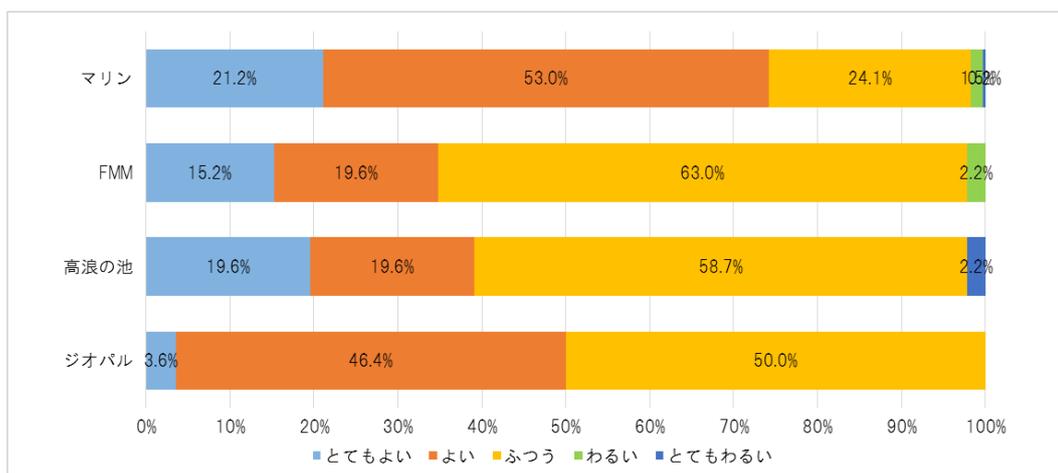
(1) 全体

「よい」「とてもよい」の回答が66.6%を占めた。

(2) 年代別

30～60歳代では、「よい」の割合が50%前後だった。

(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74.2%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・ジオパルでは、「ふつう」の割合が多かった。

④ 自由意見<満足点>

- 自然・景観に関すること

- ・ 日本海がキレイ
- ・ 自然が残っている
- ・ ヒスイが見つけた
- ・ どこも景色がすばらしい
- ・ 小滝、親不知の景観

- 施設に関すること

- ・ 全体的に施設がきれいになっていた
- ・ フォッサマグナパークがすばらしかった
- ・ ジオパルの鉄道も家計
- ・ 新幹線と在来線の駅で乗り換えがしやすい

- お店の対応など

- ・ 店員さんが丁寧で親切
- ・ 押し売りがなくて良い
- ・ マリンドリームのインフォメーション案内が素晴らしい
- ・ フォッサマグナミュージアムで館長さんに説明してもらって良かった
- ・ 押し売りがなくて良い

- 食べ物・お土産に関する内容

- ・ 食べ物がおいしい
- ・ 食事が大変おいしい
- ・ カニが美味しかった
- ・ カニがその場で食べられること
- ・ つみれ汁が美味しかった
- ・ ホテルで地元の高校生のうどんが美味しかった
- ・ 品数、種類が多く、値段も安い

- その他

- ・ 電車に乗ってよく来ます。駅からバスに乗って楽しんでいます。大人¥100 小人¥50 はうれしいです。

⑤ 自由意見<不満点>

● 道路案内・交通など

- ・ 看板、案内板がふさがれていて見えない。目的地を通過してしまう。
- ・ バス、電車、交通機関が不便。

● お店の対応・サービス

- ・ あまり接客してくれない
- ・ おいしいのに、セルフ（食券）式はもったいない
- ・ カニ屋さんに差がある
- ・ カニが凍っていた
- ・ カニ屋さんが少し強引でビックリしました。
- ・ パツとしたお菓子が欲しい。色がカラフルな。
- ・ 糸魚川というより新潟と北陸という印象の土産ばかりだった
- ・ 土産がちょっと少ない
- ・ 売店の試食がなかった

● 施設に関すること

- ・ ホテルがいまいち
- ・ 駅のパーキングの駐車代
- ・ 国道に飲食店が少ない
- ・ 座る場所が少ないので椅子を増やしてほしい（マリン）
- ・ 外のトイレが汚い。お土産の数が少ない（マリン）

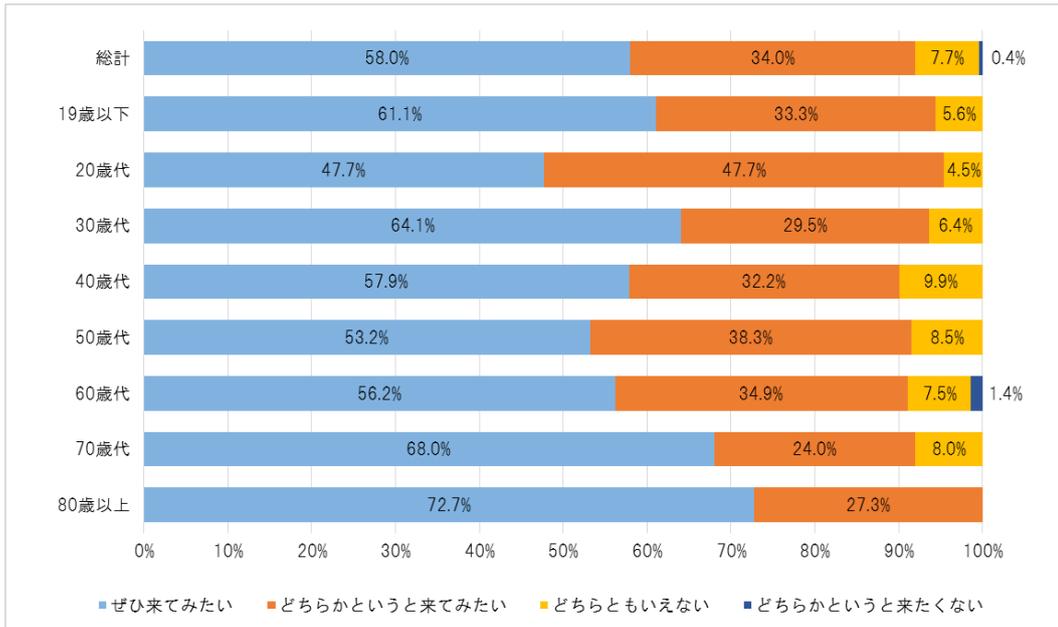
● 全般的なこと

- ・ いまいち活気がない。
- ・ もう少し糸魚川の特徴があった方がいい
- ・ もっと元気があったほうがよい街がさみしそう

● その他

- ・ 長野、飯山に折り込みチラシ入れてほしい
- ・ 天候が悪いと行くところが見つからない

15. 再来訪の意向



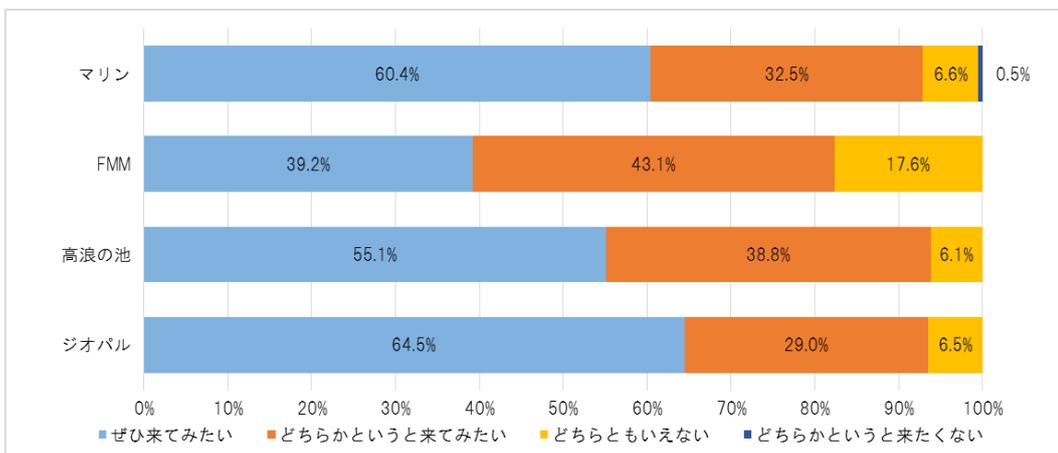
① 全体

全体では、「ぜひ来てみたい」「どちらかというと来てみたい」をあわせ 92.0%の方が再来訪の意向を示している。

② 年代別

年代別では、30歳代以上の方で「ぜひ来てみたい」の回答が50%を超えている。

③ 調査ポイント別



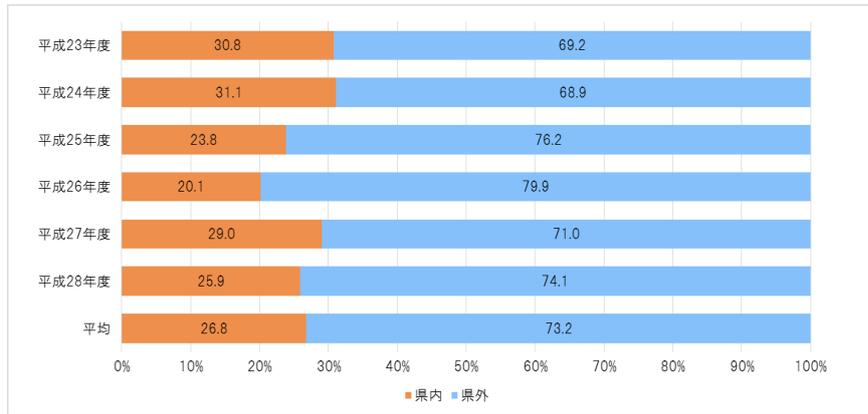
フォッサマグナミュージアムでは「ぜひ」と「どちらかという」とをあわせた回答が82.3%あり、その他の調査ポイントでは、9割以上の回答があり、再来訪の以降が強いことがうかがえる。

III. 経年変化・平均

各設問項目の結果の経年変化と、
6年間の平均をグラフ化した。

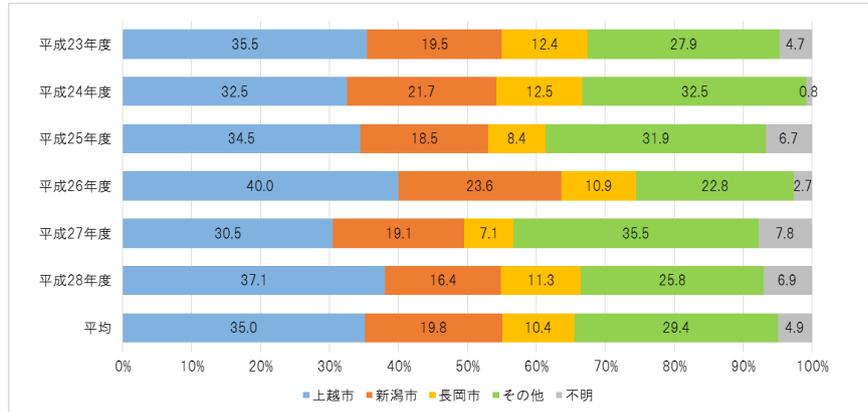
1. 居住地

① 全体



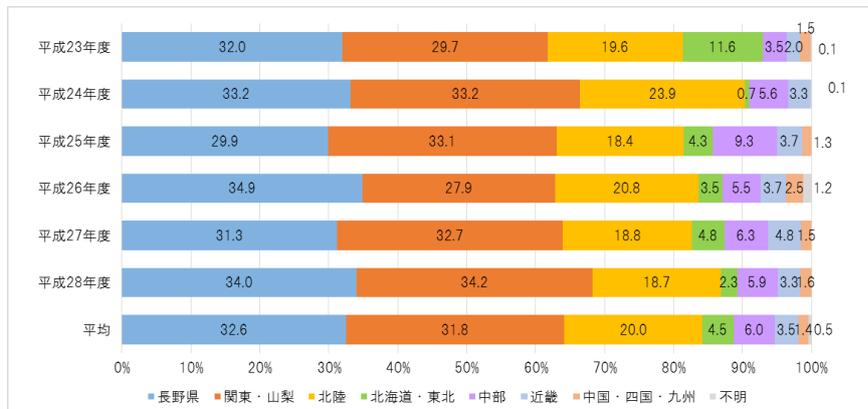
県外からの来訪が多いことは変化がないが、平成 28 年度は約 4 分の 1 が県外の方だった。

② 新潟県内 内訳



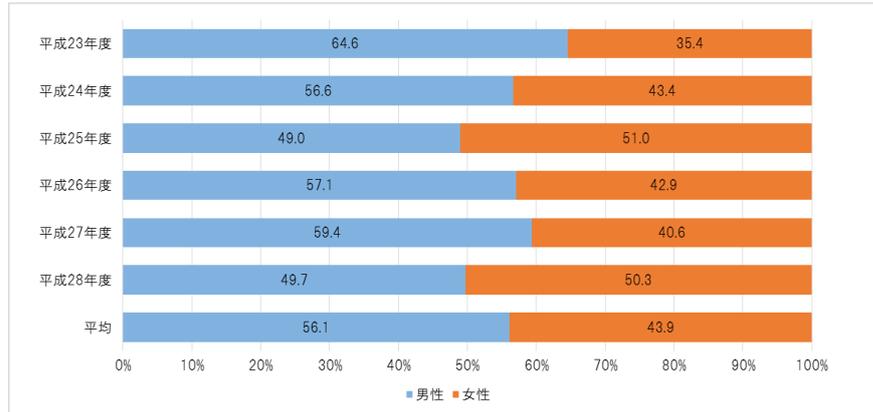
「上越市」「新潟市」「長岡市」の割合が多い。

③ 県外 地域別

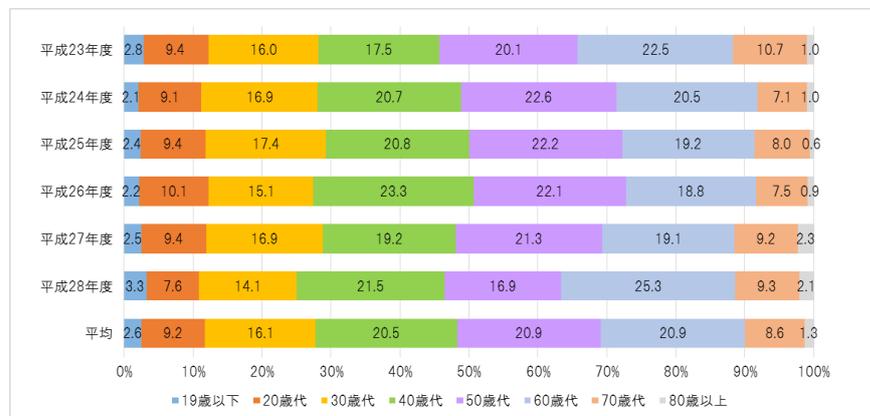


平成 28 年度は「長野」「関東・山梨」からの来訪が増加した。

2. 性別

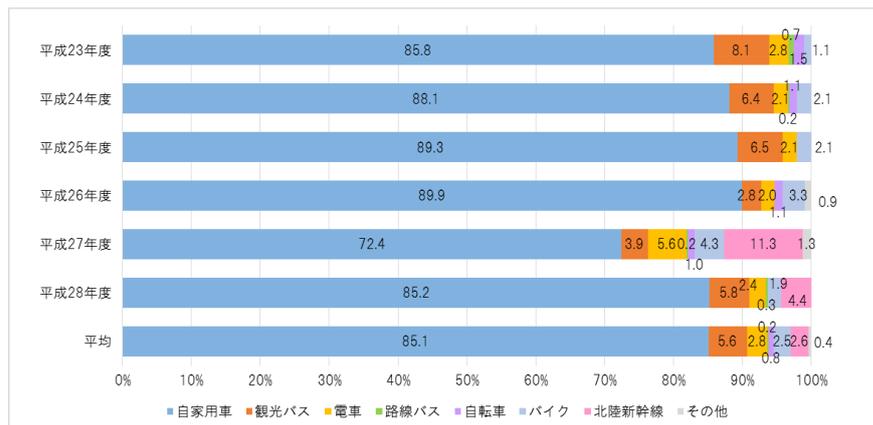


3. 年代



「60 歳代」が増加し、「50 歳代」が減少したが、全体の割合に大きな変化はない。

4. 交通手段

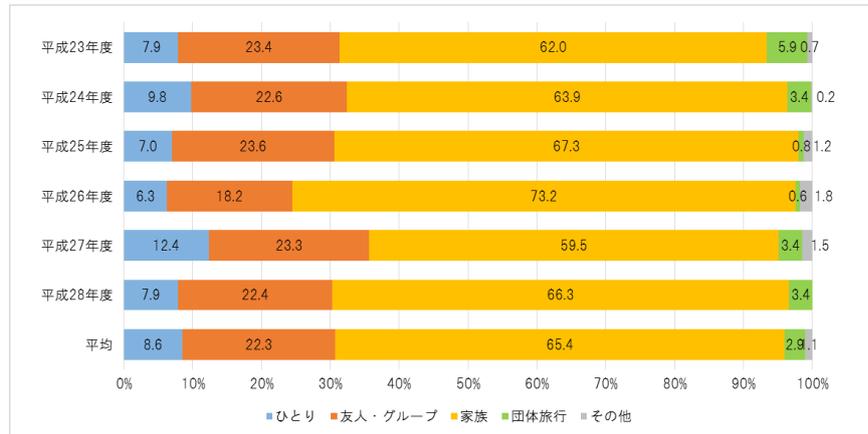


昨年度割合が減った「自家用車」が例年並みになった。一方、昨年1割強あった「北陸新幹線」は4.4%、5.6%だった「在来線」は2.4%となった。

※平均での「北陸新幹線」の割合は昨年・今年の合計を6で割った数値。

5. 同行者

① 全体



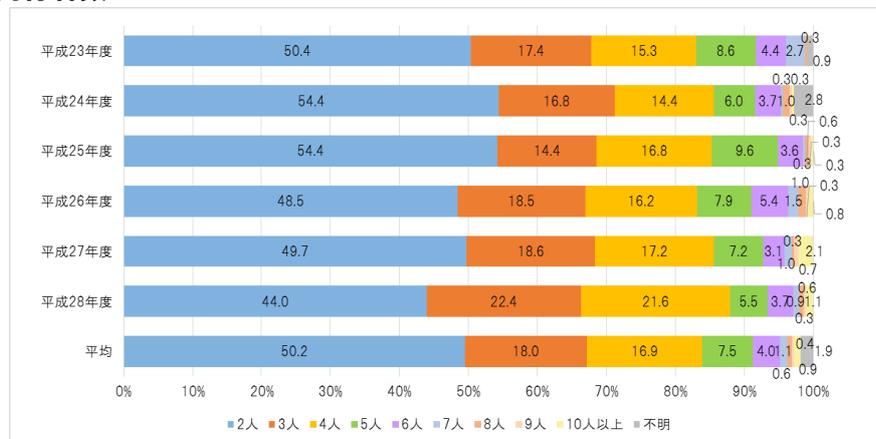
平成28年度の割合は、平均的な数値となった。

② 友人・グループの同行者数



平成28年度は、「2人」での来訪がやや多く、「4人」での来訪が目立った。

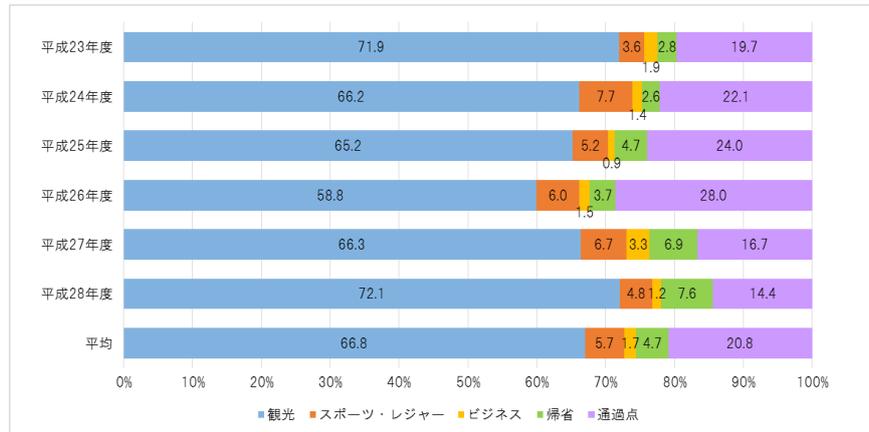
③ 家族の同行者数



家族の同行者数の割合は、「2人」が減少し、「3人」「4人」の割合が増えた。

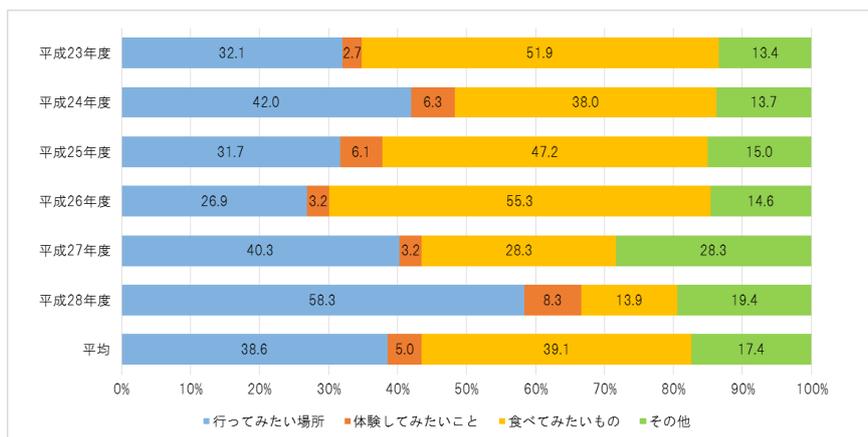
6. 来訪目的

① 目的



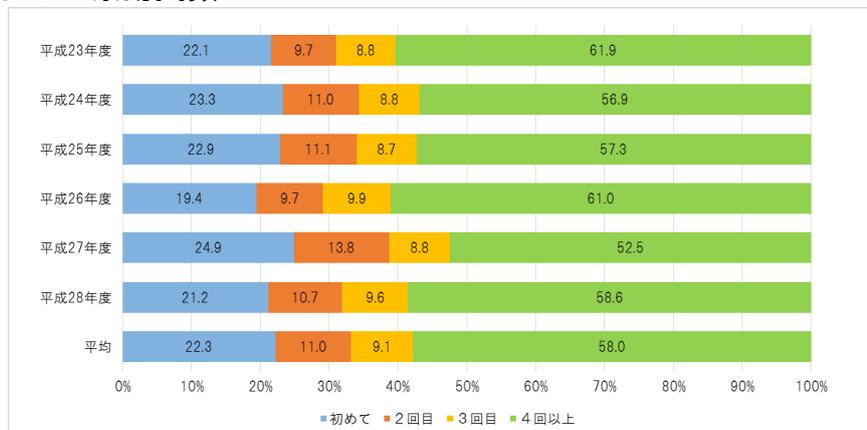
来訪の目的は「観光」が72.1%と増加した。比例する形で「通過点」という回答が減少している。

② 来訪目的の内容



来訪目的の内容では、平成28年度は「行ってみたい場所」が58.3%だった。

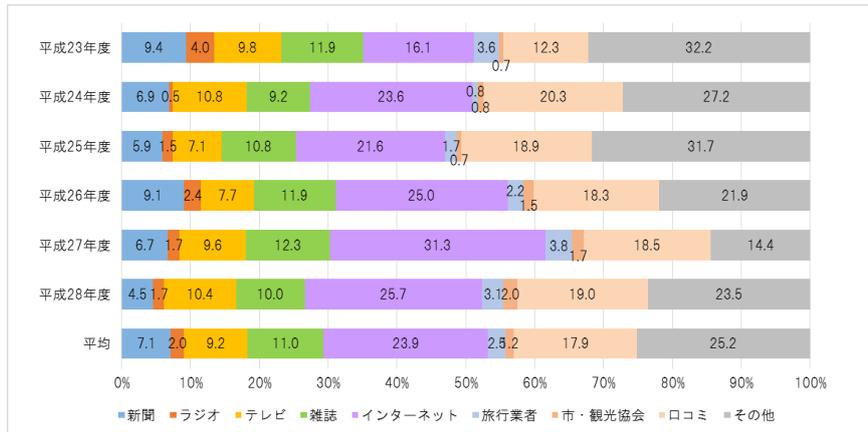
7. これまでの来訪回数



来訪回数は、「4回以上」・「初めて」ともに平均的な回答数となった。

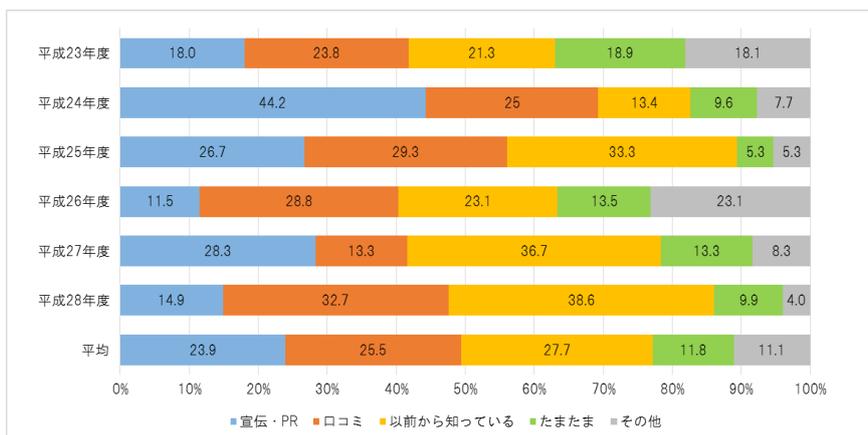
8. 情報入手手段

① 全体



平成 28 年度は、平均的な回答数となった。

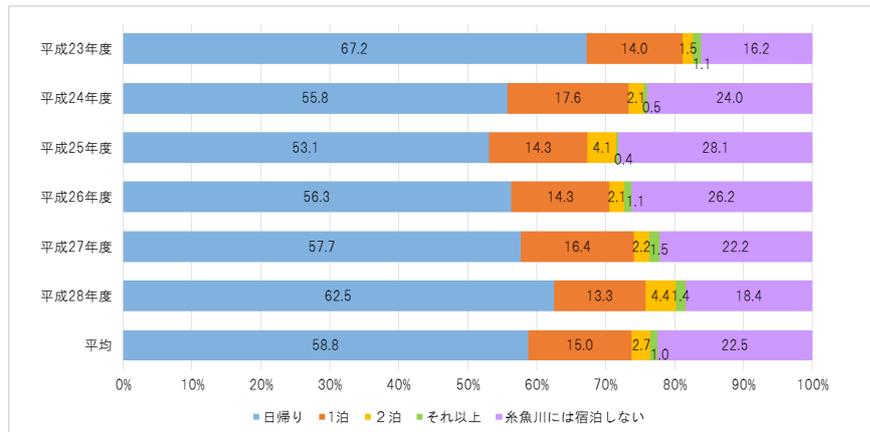
② その他の内容



その他の内容では、「ロコミ」・「以前から知っている」の割合が増えた。

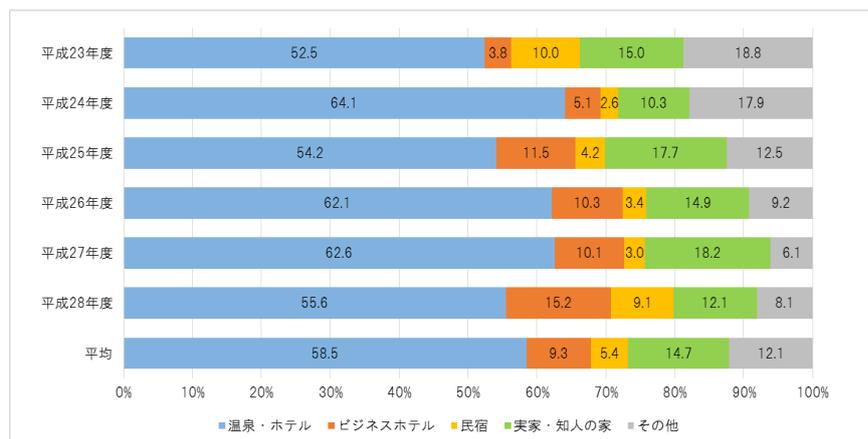
9. 宿泊

① 市内での宿泊の有無



平成28年度は「日帰り」の回答の割合が増え、一方で「糸魚川には宿泊しない」という回答がやや減った。糸魚川市内での宿泊の割合は伸びていない傾向がある。

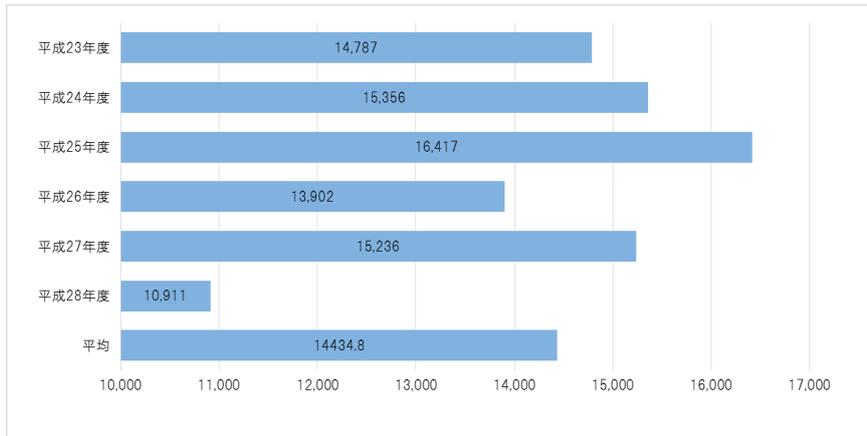
② 市内での宿泊先



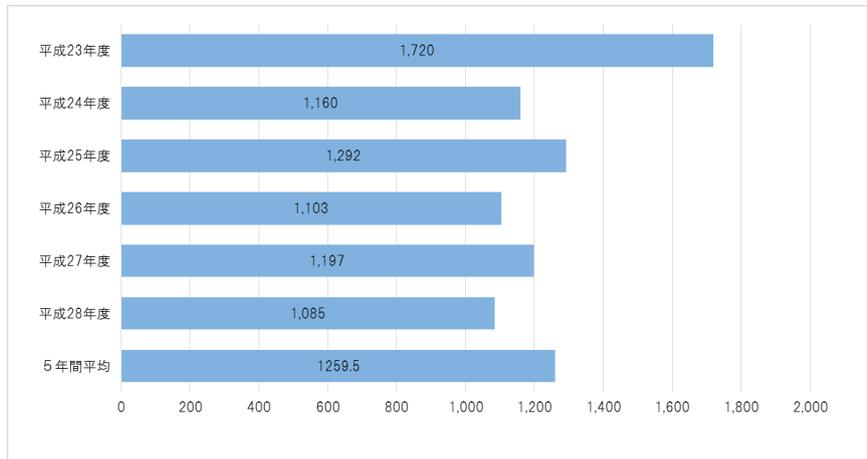
平成28年度は「ビジネスホテル」の割合が増えた。

10. 一人あたりの予算

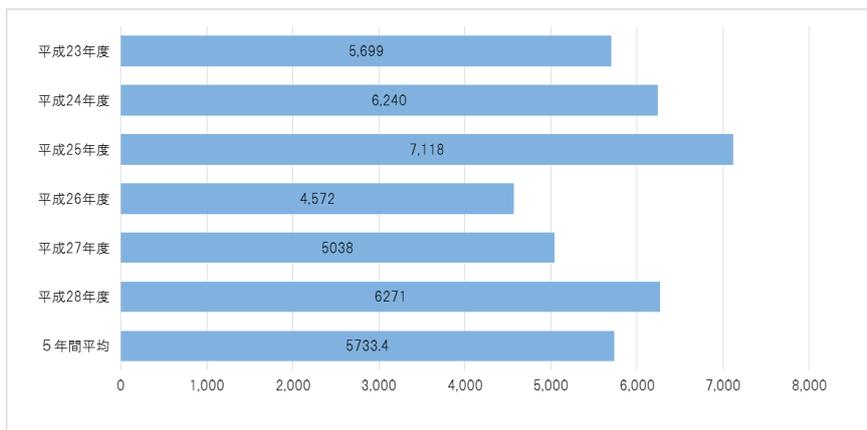
① 宿泊費



② 飲食費



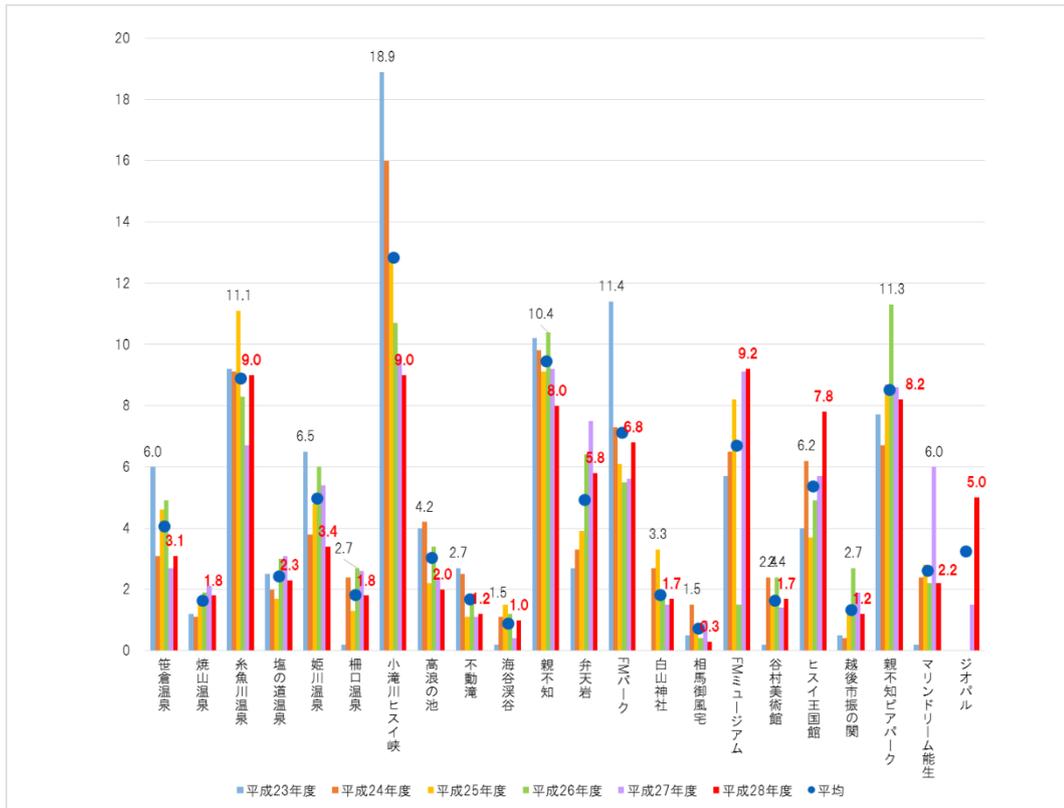
③ お土産代



「宿泊代」はビジネスホテルでの宿泊が増えた影響で減少したと思われる。お土産代が平均より多い結果となった。

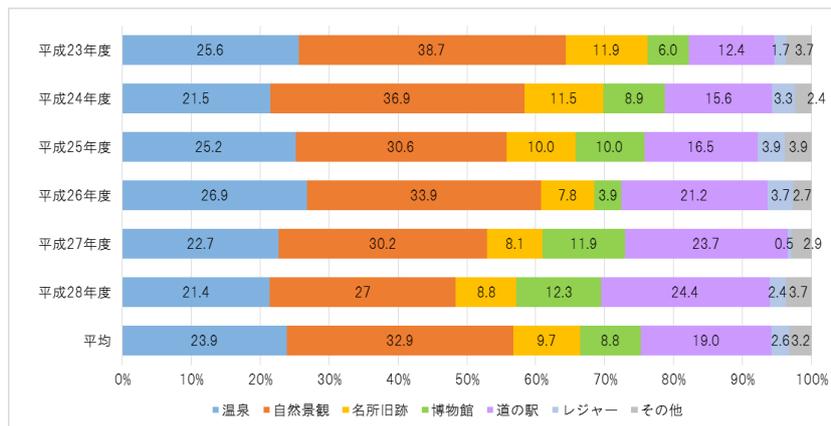
11. 訪問した場所

① 場所別（調査ポイント以外）



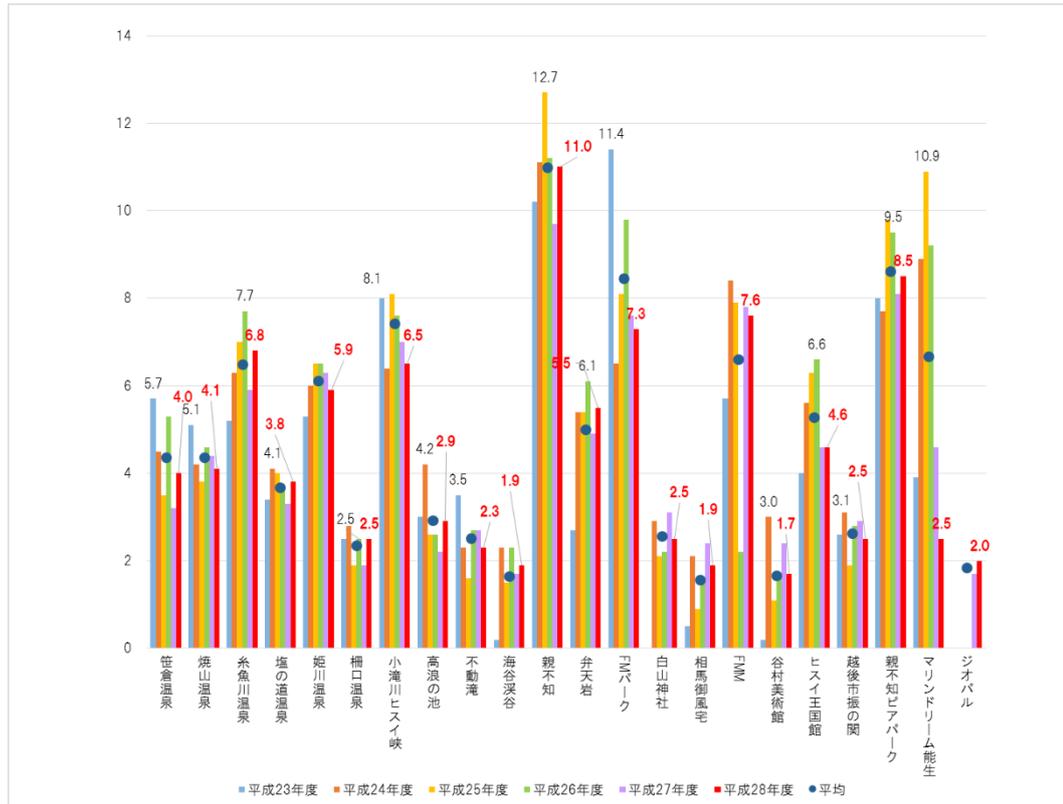
調査ポイント以外に訪問した場所では「親不知（ピアパーク含む）」「フォッサマグナパーク」の割合が多い。

② カテゴリー別



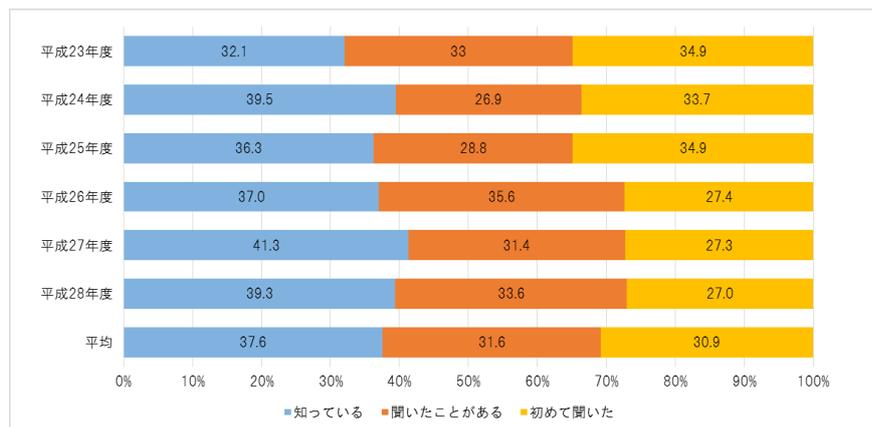
カテゴリー別では、「自然景観」「道の駅等」「温泉」の割合が多い。

12. 糸魚川市内で知っている場所



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」「フォッサマグナパーク」などの回答が多かった。

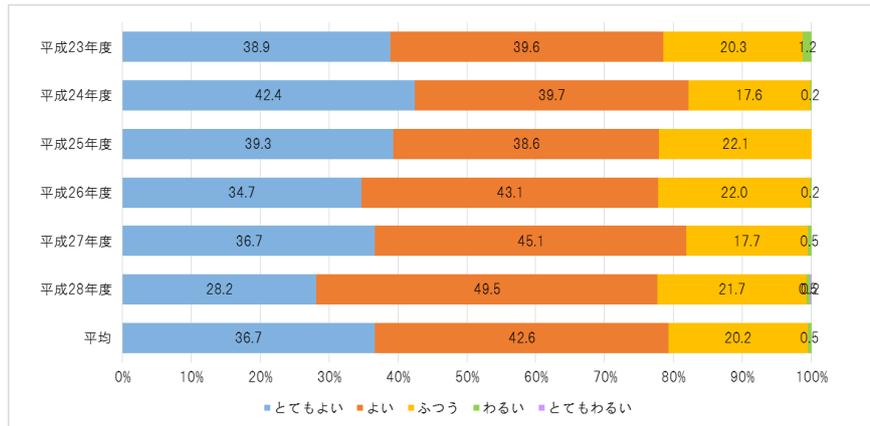
13. 糸魚川ジオパークの認知度



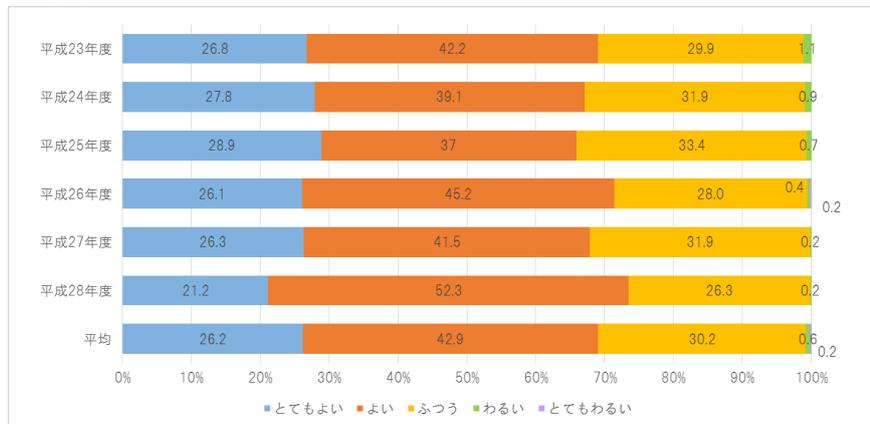
平成28年度は「知っている」という方がやや減り、「聞いたことがある」という方がやや増加した。

14. 印象・満足度

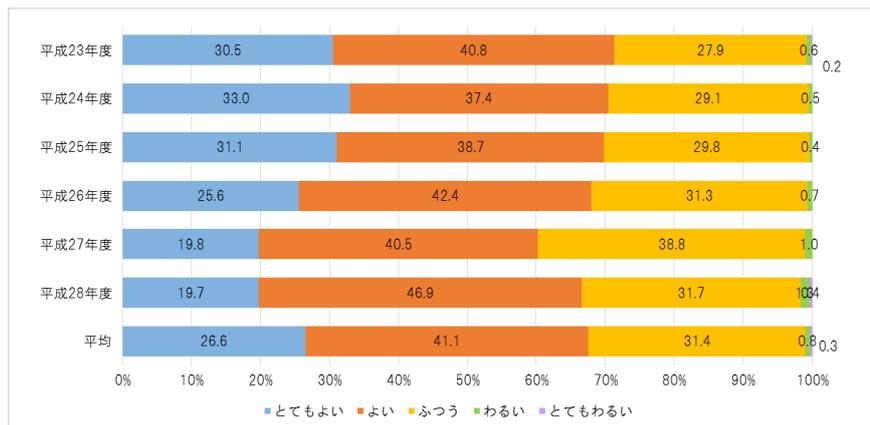
① 景観・施設



② お店の対応

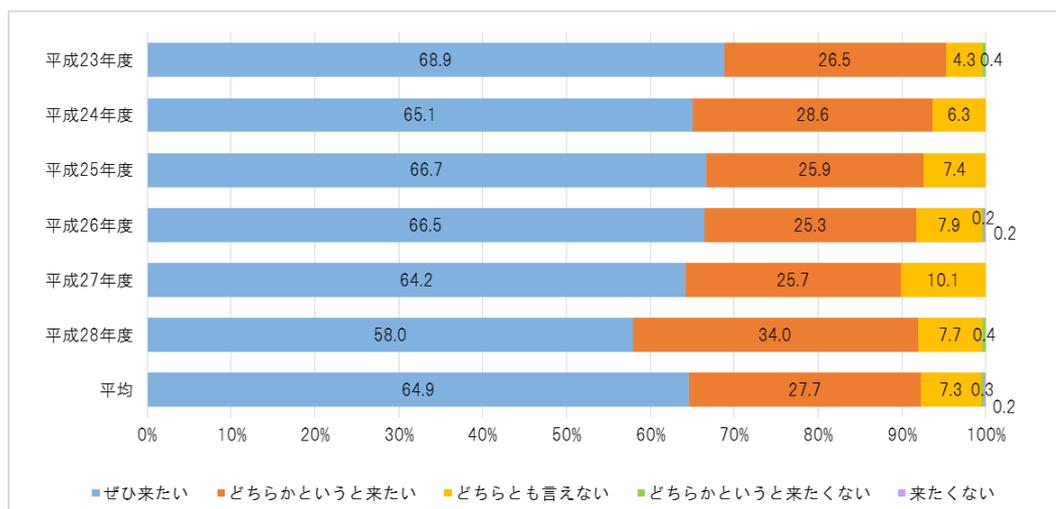


③ お土産



景観・施設とお店の対応の「とてもよい」の評価が減少し、「よい」が増えた。

15. 再来訪の意向



平成28年度は「ぜひ来たい」の割合が初めて60%を切った。一方で「どちらかという来たい」の割合が増えた。

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 75：25 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」からの来訪が多いが、「北海道・東北」「中部」「近畿」からの来訪は減少した。

② 来訪手段は例年並みに戻る

昨年度は、「自家用車」での来訪割合が減り、「北陸新幹線」での来訪が1割強となり開業効果が見られたが、今年度は「自家用車」での来訪が85.2%と例年並に戻った。（北陸新幹線は4.4%）。また、「在来線」の利用者も例年並みであり、鉄道利用の来訪が根付いたとは言いにくい状況である。

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」の回答が初めて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7割が「観光目的」であり、また、来訪目的の内容でも「食べてみたいものがある」が58.2%となっており『カニを食べにマリンドリーム能生に行く』という方が多いことがうかがえる。

⑤ 「今日は糸魚川に行ってみよう」

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。「口コミ」には、LINEなどのSNSも含まれていることが考えられる。また、その他の回答では「以前から知っている」という割合も多く、どこかに遊びに行こうと思いついた時に『糸魚川』を思い浮かべる方が一定数いると思われる。

⑥ 「糸魚川での宿泊」は前年並み

今年度は「日帰り」の割合が62.5%と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」の割合が減った。また、宿泊先では「ビジネスホテル」と「民宿」が増え、「温泉・ホテル」「実家・知人の家」が減った。

⑦ 消費額はやや減少

「宿泊費」は前年と比べ4,300円ほど減少している。これは上記の「ビジネスホテル」と「民宿」の割合が増えたことが要因と思われる。「飲食費」はやや減り、「お土産代」は増加した。

⑧ 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」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「ヒスイ王国館」のポイントが増加しており、「ジオパル」とともに駅周辺の主要施設として新幹線の待ち時間などに利用されていると思われる。

⑨ 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。一方でお土産の「ふつう」の割合の増加と、再来訪意向に「どちらかというのと来たくない」の数字の増加が懸念される。

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6割近くおり、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、例年通りの傾向に加え、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となった。さらに、フォッサマグナミュージアムをはじめ施設のリニューアルや、ジオパルなどの新設施設もあり、その評価もいただいている。

② 「よい」評価の内容に変化が見られる

一方で、今年度は満足度では「とてもよい」の割合が減り、「よい」の割合が増えている。また、再来訪でも「ぜひ来たい」の割合が減り、「どちらかという来たい」の割合が増え、評価が少し落ちて来ている傾向が見受けられる。何度も糸魚川に来ていいる方が飽き始めている傾向、と捉えることができるのではないかな。

③ 糸魚川の魅力が発信し切れていない？

その要因としては、糸魚川の“ヘビーユーザー”が訪れる場所がパターン化しており、その他の糸魚川の魅力に触れていないということが考えられる。“ヘビーユーザー”向けに「もう一足伸ばしてみよう」「次回はここに行ってみよう」と思わせるような中身の濃い着地型の情報発信を行い、飽きさせない仕組み作りを行っていく必要があるのではないかな。

④ 品揃えや接客などお店にも変化が求められている

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、最初は珍しいと思っていても、来訪する回数が増えれば「いつも同じものしかない」と感じたり、他の観光地との比較をされるようになる。それが「とてもよい」が「よい」という評価の変化に繋がっていると思われる。

定番商品の品揃えも必要だが、新しい商品の提案や店頭ディスプレイに工夫をするなど、買っていただきやすい環境作りも必要になってきているのではないだろうか。

⑤ 鉄道利用の来訪

今年度は、「北陸新幹線」の利用者が4.4%、「在来線」の利用者が2.4%だった（昨年11.3%と5.6%。「在来線」については、平均的な割合）。

その目的としては「帰省」が多く、次いでジオパル目的の鉄道ファンであった。帰省客からは新しくなった糸魚川駅やジオパルに感激している声をいただいたが、昨年同様、出発までの時間を過ごせる場所（お店）を望む声があった。

また、観光目的での利用者は少なく、北陸新幹線を利用した糸魚川への観光旅行を根付かせるには至っていない。

⑥ 宿泊形態の多様化

今年度の調査では、市内での宿泊にビジネスホテルや民宿を利用する方の割合が高く、宿泊費の平均額がこれまでで一番低くなった。また、キャンピングカーを利用する方もあり、宿泊形態の多様化がうかがえる。

糸魚川で気軽に宿泊できる環境が整いつつある一方、市内での消費金額の減少にもつながるので、市内の飲食店で食事をしていただけるような情報提供や仕掛けも必要となる。

3. まとめ

今年度の調査結果の大きな特徴として、観光目的での来訪が7割を超えたことがあげられる。特にマリンドリーム能生では「通過点」という方が大きく減った。

その一方で評価の内容にも変化が見られ、「観光地・糸魚川」として来訪者から厳しい目で見られはじめている可能性が感じられる。

また、リピーターの割合が多いということは、裏を返せば、新規の来訪者を取り込み切れていないということでもあり、リピーターの満足度を維持しつつ、新たな魅力を発信し、観光入込を増やしていくという、2正面の取り組みを考える時期に来ているのかも知れない。

「北陸新幹線」というツールと「ユネスコ世界ジオパーク」「ベニズワイガニ」といった素材を活かしつつ、より魅力ある観光地となるための施策が求められているのではないだろうか。

