

I. アンケートの概要

1. 目的

来訪者の実態と観光関連事業者の意識を把握し、南魚沼市観光戦略を検討する基礎資料とするために実施しました。

2. アンケートの概要

(1) 来訪者に対するアンケート

調査対象者	南魚沼市内の観光地を訪れた方
調査方法	観光地等において、来訪者にアンケートへの協力依頼チラシを配布。WEB回答画面へ誘導し、回答してもらいました。
チラシ配布地点	道の駅 南魚沼、市内宿泊施設 など
調査期間	令和5年8月15日～令和6年2月28日
回答件数数	1,185件
有効回収数	1,155件（南魚沼市民の回答（30件）を除いて集計）
シーズン区分	グリーンシーズン：8月15日～11月30日（796件） ウィンターシーズン：12月1日～2月28日（359件）

以下、グリーンシーズンをGS、ウィンターシーズンをWSと表記したところがあります。

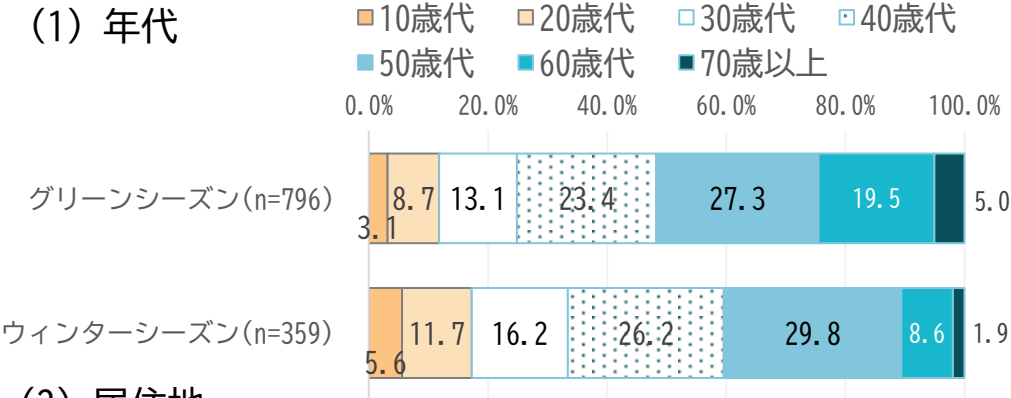
(2) 観光関連事業者に対するアンケート

調査対象者	南魚沼市内の観光関連事業者
調査方法	登録されている事業者に対して、調査票を送付しました。回答は調査票またはWEBによって行いました。
調査期間	令和6年3月
回答件数数	89件
有効回収数	89件（一部の質問は事業者の従業員（49件）の回答も加えて集計）

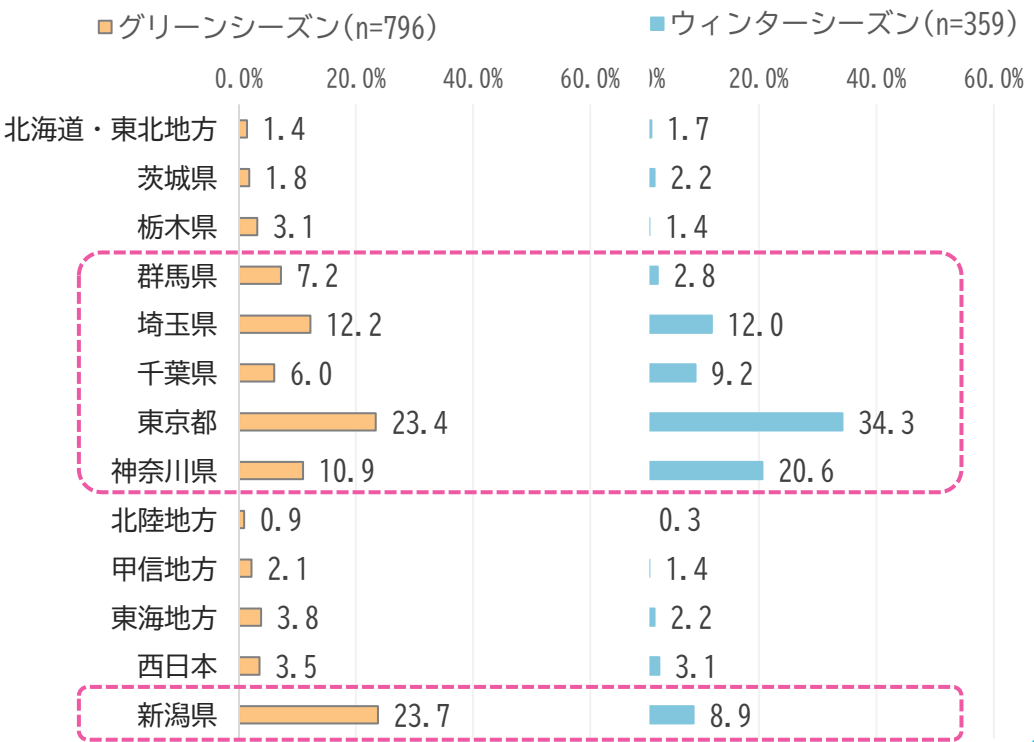
II. 来訪者に対するアンケートの結果

1. 属性

(1) 年代

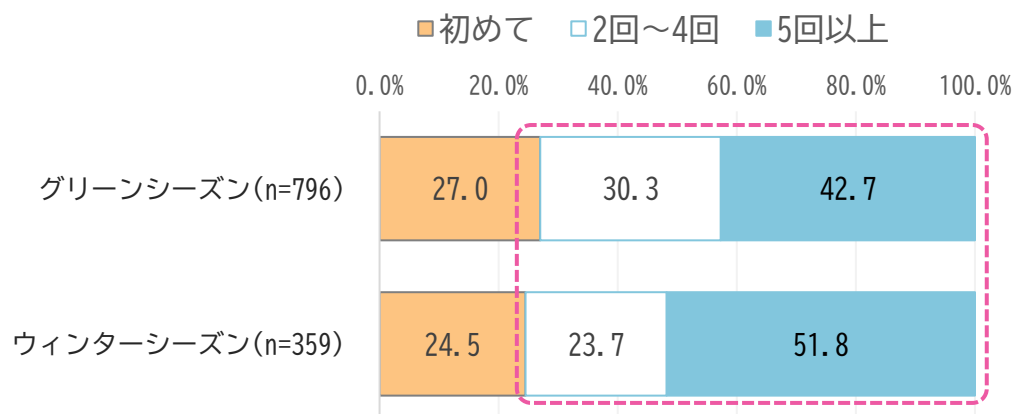


(2) 居住地



(2) 観光目的での来訪経験

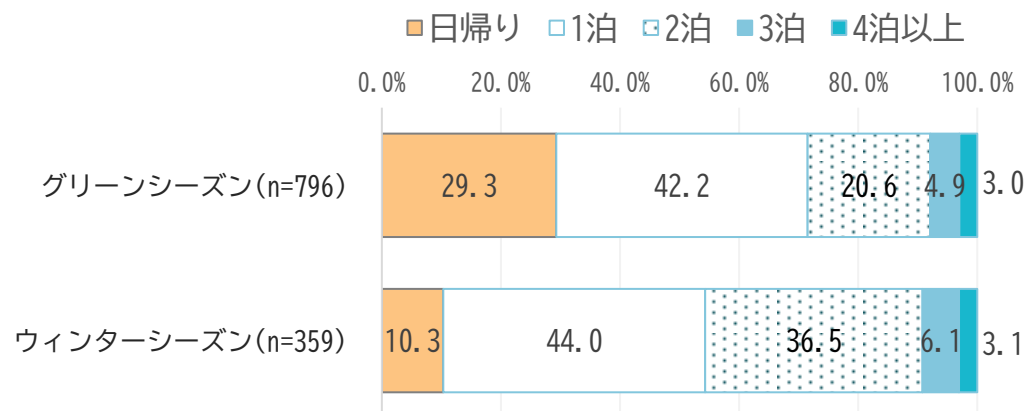
- GS、WSともに、7割以上が2回以上来訪しています。
- WSは半数超が5回以上来訪しています。



2. 今回の観光行動

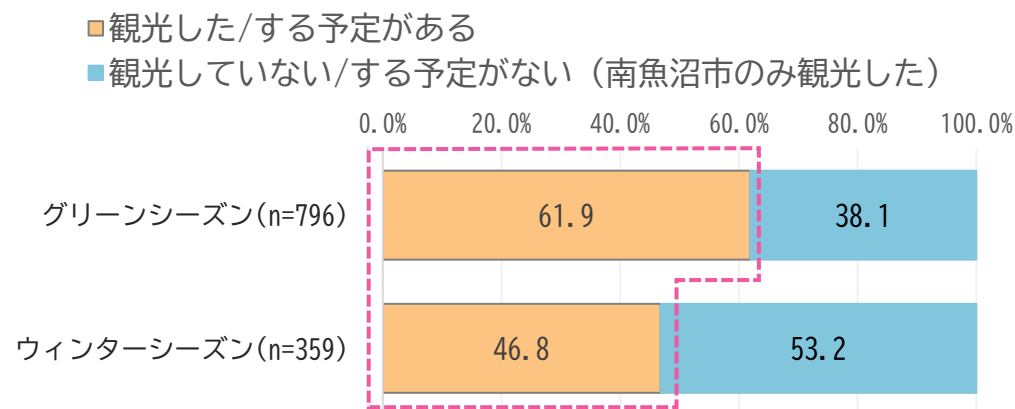
(1) 宿泊日数

- GSは3割程度が日帰り、7割以上が宿泊しています。
- WSは9割程度が宿泊しています。半数程度が2泊以上しています。



(2) 今回の旅行で、南魚沼市以外を観光した/する予定

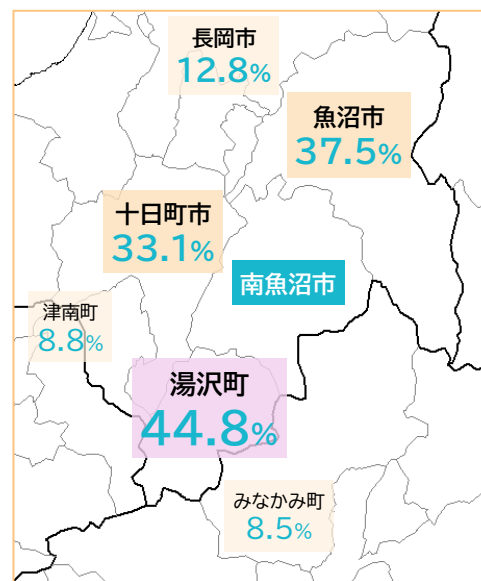
- GSは6割以上、WSは半数近くが周辺自治体もあわせて観光しています。
- WSは、GSに比べて南魚沼市のみ観光する方が多くなっています。



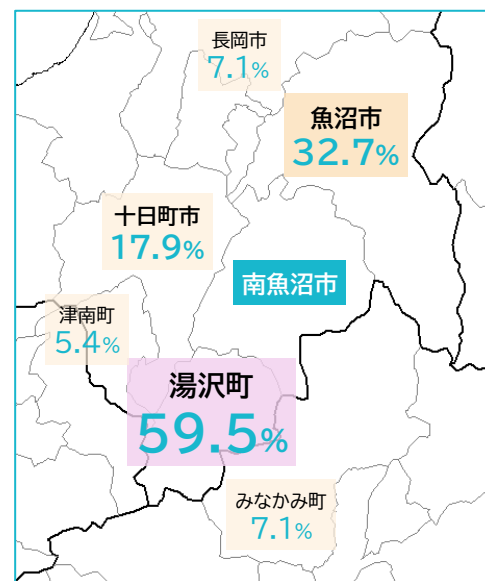
観光した/する予定の自治体（複数回答。上位を抜粋）

- GSは上越新幹線、関越自動車沿線に加えて、十日町市方面への観光が見られます。
- WSは、GSよりも十日町市方面へ観光が少なく、湯沢町への観光多くなっています。

グリーンシーズン

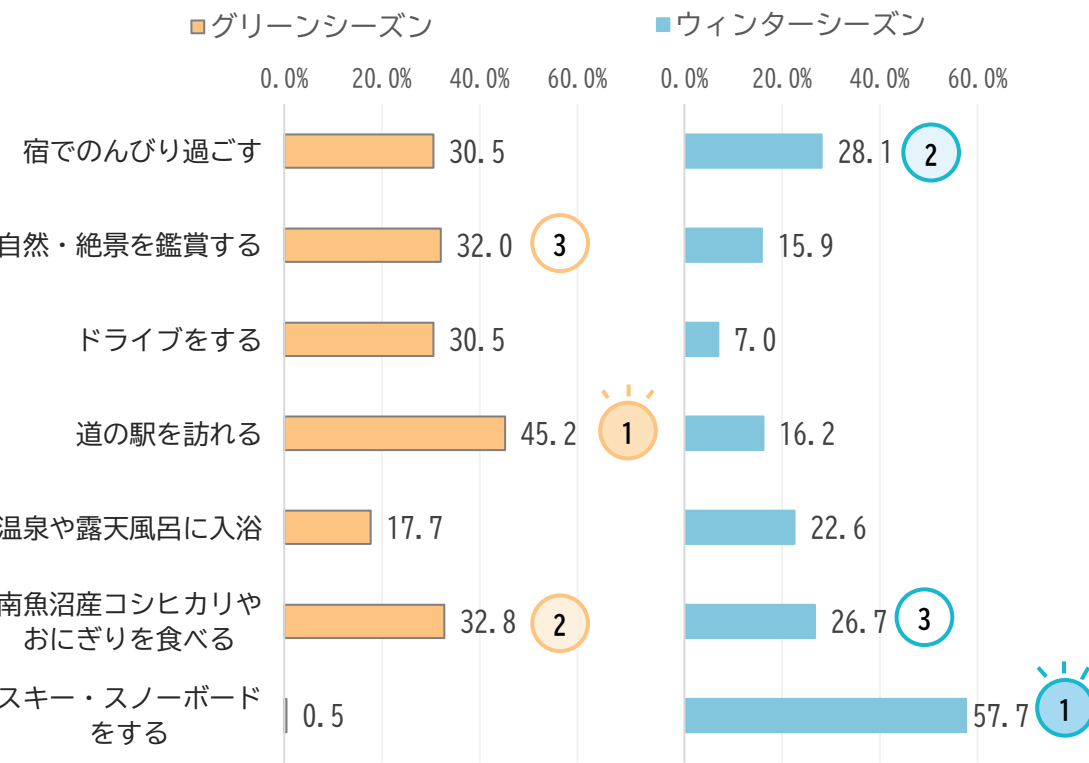


ウィンターシーズン



(3) 来訪目的 (3つまで回答。上位を抜粋)

- GSは「道の駅を訪れる」が最も多く、次いで「南魚沼産コシヒカリやおにぎりを食べる」、「自然・絶景を鑑賞する」となっています。
- WSは「スキー・スノーボードをする」が最も多く、次いで「宿でのんびり過ごす」、「南魚沼産コシヒカリやおにぎりを食べる」となっています。



- 具体的な目的地を下表にまとめます。

自然・絶景を鑑賞する	件数	スキー・スノーボードをする	件数
清津峡	19	石打丸山スキー場	45
八海山ロープウェイ	8	舞子スノーリゾート	31
八海山	6	八海山スキー場	30
八海醸造 魚沼の里	6	上越国際スキー場	15
巻機山	6	ムイカスノーリゾート	6
奥只見湖	6		
魚沼スカイライン	4		
坂戸山	4		

温泉や露天風呂に入浴	件数
石打ユングパルナス	19
ryugon	17
さくり温泉	5
五十沢温泉	5
龍氣	4

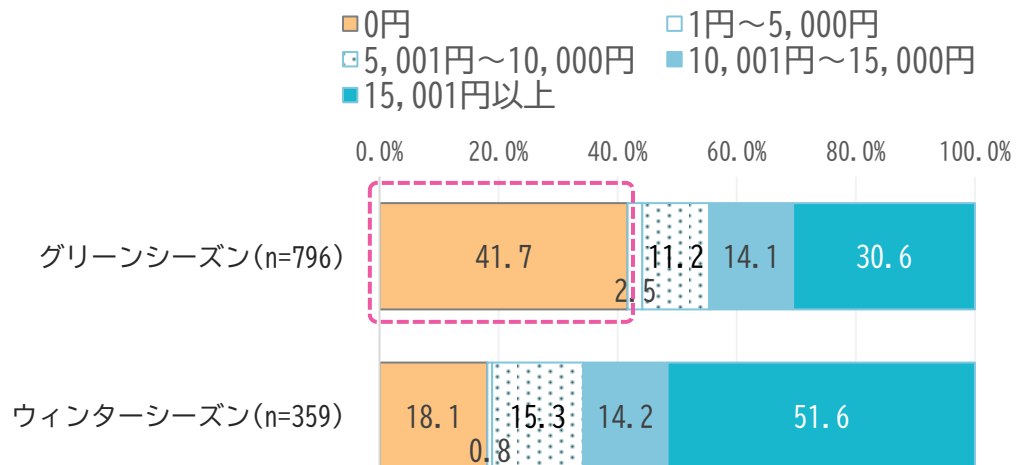
※「道の駅を訪れる」が多いのは、回答協力依頼チラシを配布したことも影響していると考えられます。
※具体的な目的地にあるように、近隣自治体の観光地を含めて回答されている点に留意が必要です。

4. 消費行動

(1) 市内での1人あたり消費額

1) 宿泊費

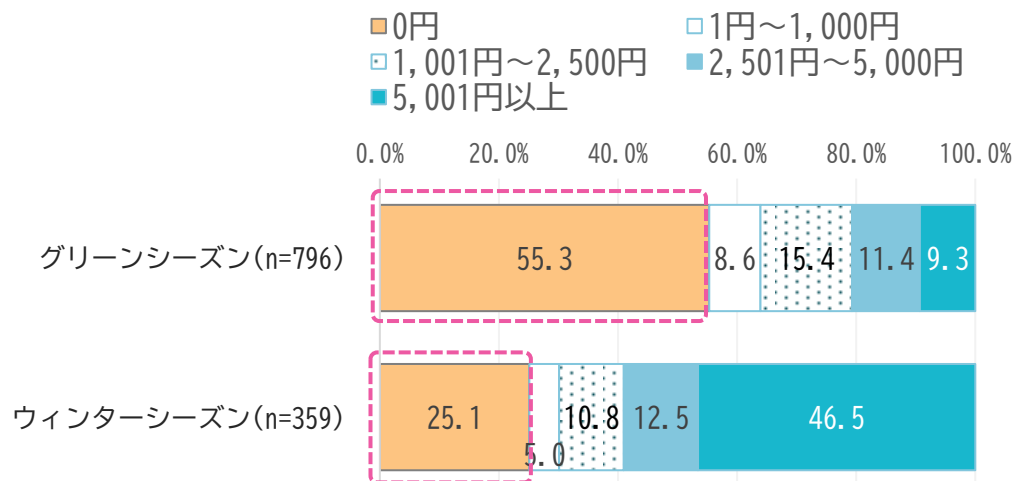
- 「0円」は、日帰りや市外での宿泊と考えられます。
- WSはGSより、市内での宿泊が多くなることがうかがえます。



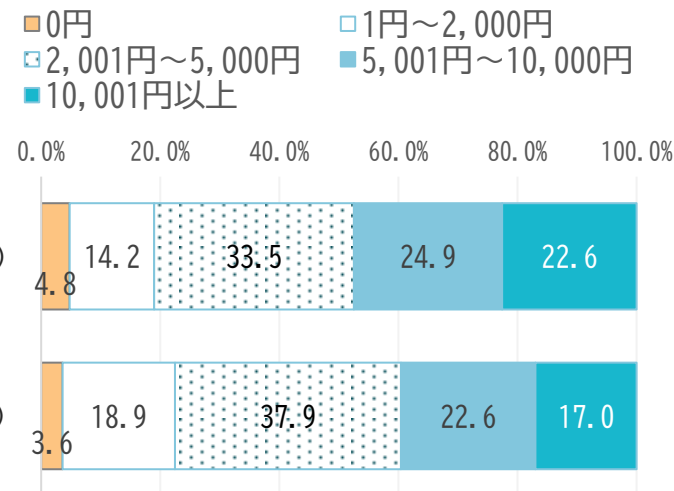
※宿泊費には高額な回答が含まれていることから、同行者全員分の宿泊費を回答している場合もあると考えられます。

2) 体験等参加費（施設入場、アクティビティ参加費など）

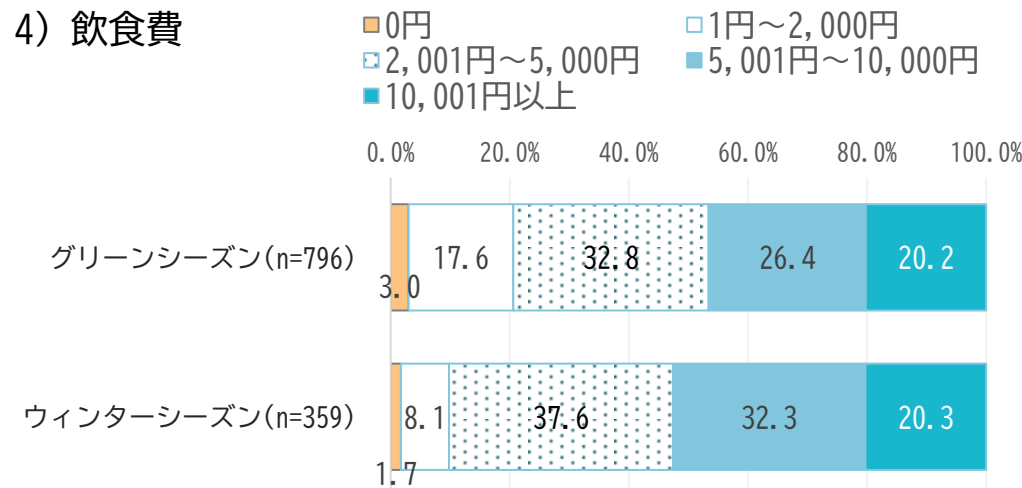
- GSは半数超が「0円」です。
- WSでも「0円」が、1/4程度おり、スキー等以外を目的に来訪した方がいることがうかがえます。



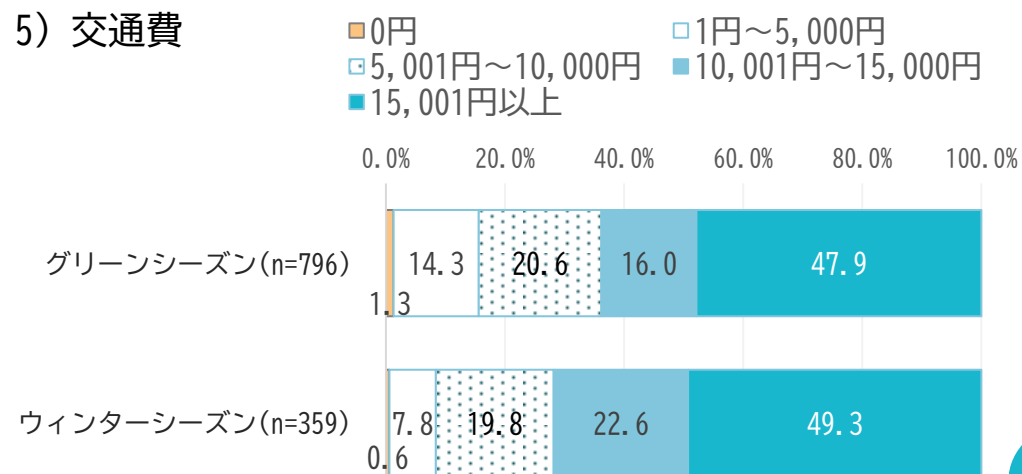
3) 物品購入費（お土産など）



4) 飲食費

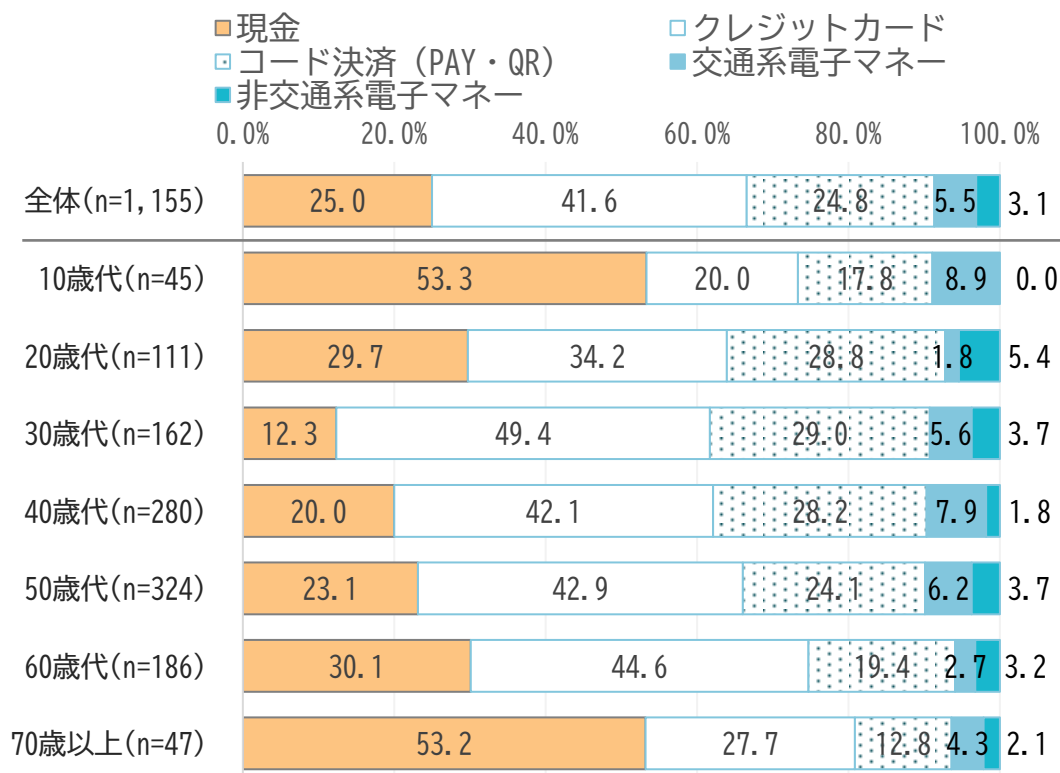


5) 交通費



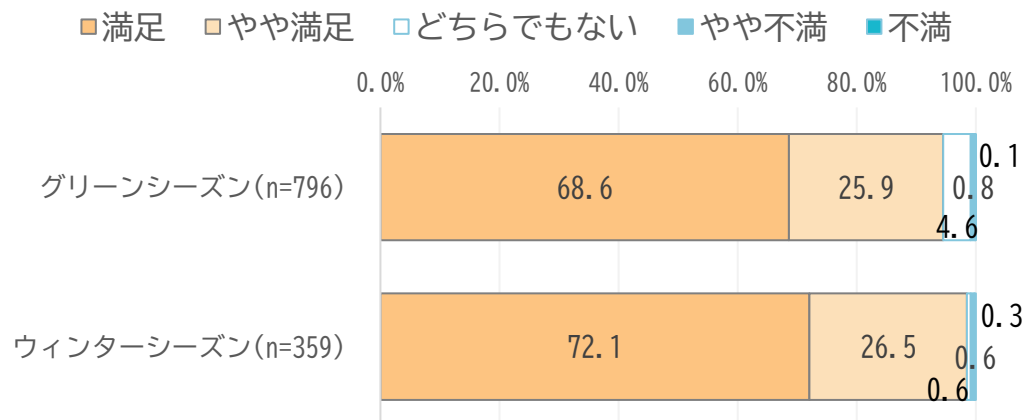
(2) 普段の支払い方法

- 全体では、「現金」が25.0%、「クレジットカード」が41.6%、「コード決済（PAY・QR）」が24.8%、「交通系電子マネー」が5.5%、「非交通系電子マネー」が3.1%となっています。
- 年代別にみると、「10歳代」から「30歳代」までは年代が上がるにつれて「現金」以外の支払い方法の割合が高くなっています。逆に「30歳代」以降は年代が上がるにつれて「現金」の割合が高くなっています。



5. 満足度

- 「満足」「やや満足」を合わせた割合は、GS、WSともに9割を超えています。



6. まとめ

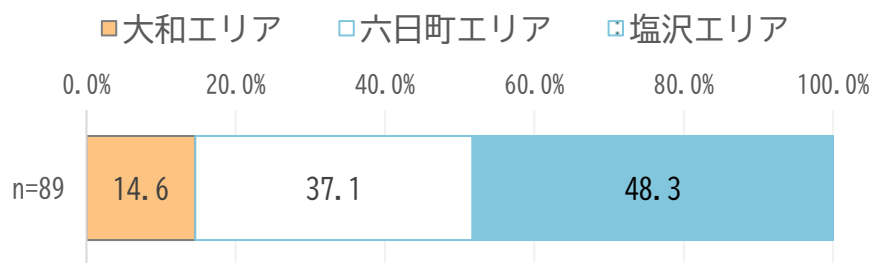
- 新幹線、高速道路が整備されている首都圏、群馬県、県内からの来訪者が多くなっています。
- GS、WSともに、2回以上来訪している方が7割以上となっています。南魚沼市及び周辺自治体の魅力が伝われば、再度訪れてもらえることが期待できます。
- 周辺自治体もあわせて訪れている方が見られます。雪国観光圏の方向性と合致しています。
- 来訪目的は「スキー・スノーボード等」「自然・景観」「のんびり過ごす」「食（コシヒカリ）」が多くなっています。
- 観光消費額は、WSが高くなっており、降雪が少ないシーズンには影響を受けやすいことが予想されます。

Ⅲ. 事業者に対するアンケートの結果

1. 属性

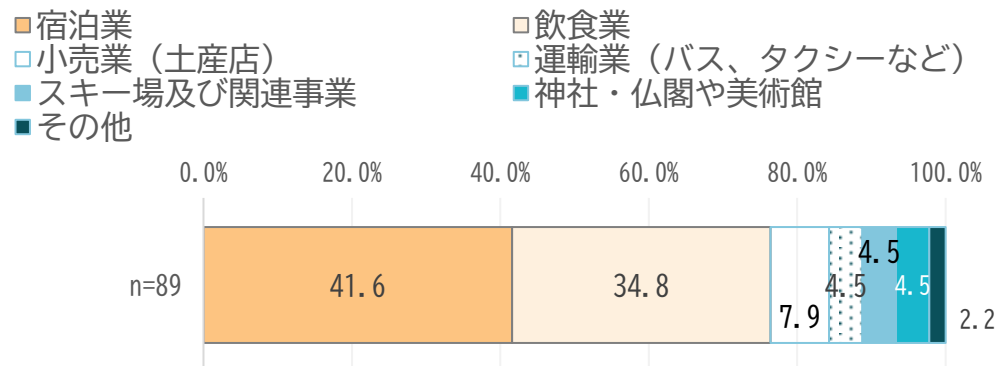
(1) 所在エリア

- 「大和エリア」が14.6%、「六日町エリア」が37.1%、「塩沢エリア」が48.3%となっています



(2) 主な業種

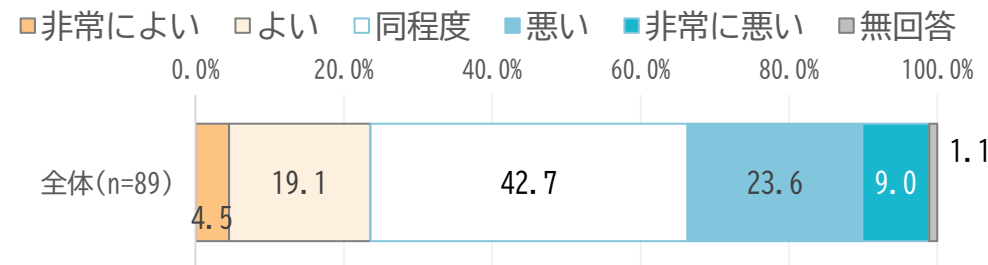
- 「宿泊業」が41.6%、「飲食業」が34.8%、「小売業（土産店）」が7.9%、「運輸業（バス、タクシーなど）」と「スキー場及び関連事業」が4.5%となっています。



2. 事業所・施設の景況

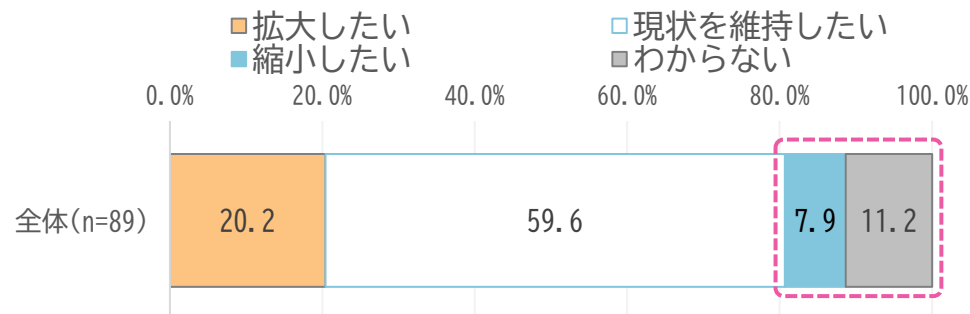
(1) 経営状況（2019年以前との比較）

- 「非常によい」が4.5%、「よい」が19.1%、「同程度」が42.7%、「悪い」が23.6%、「非常に悪い」が9.0%となっています



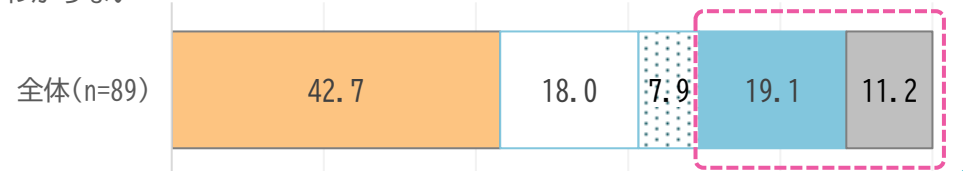
(2) 今後5年間の展望

- 「拡大したい」が20.2%、「現状を維持したい」が59.6%、「縮小したい」が7.9%となっています。



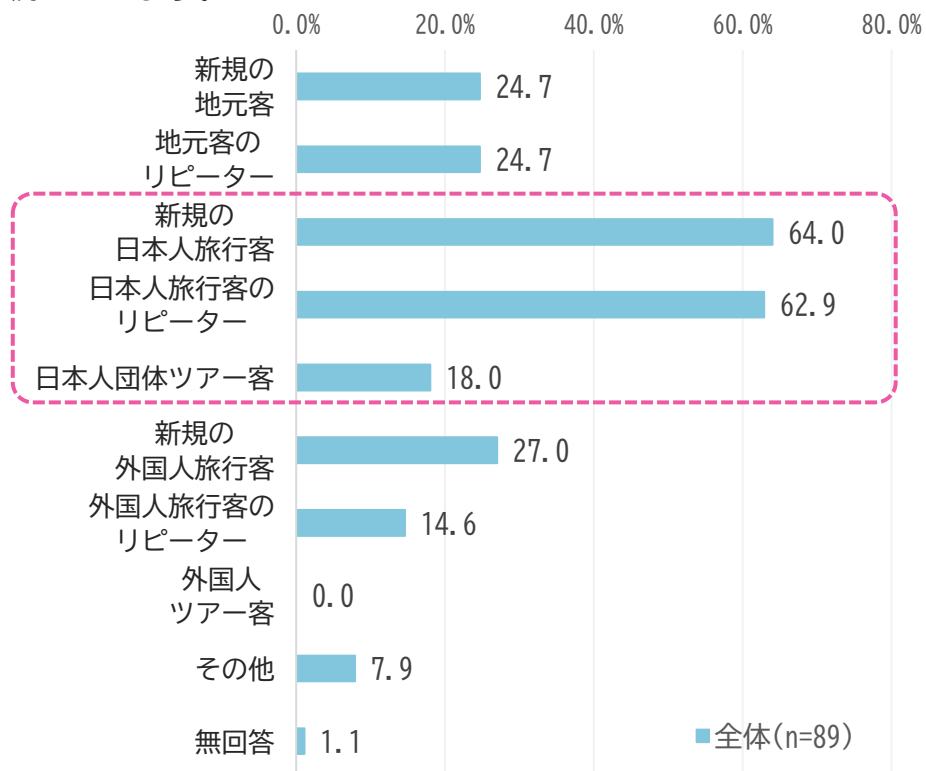
(3) 今後10年間の経営体制

- 現状の体制のまま経営したい
- 後任者、後継者が経営していると思う
- 自分自身が続けていくことは難しいため、後継者を探して事業の継続を目指したい
- 自分自身が経営を続けていくことは難しく、後継者もないため廃業になると思う
- わからない



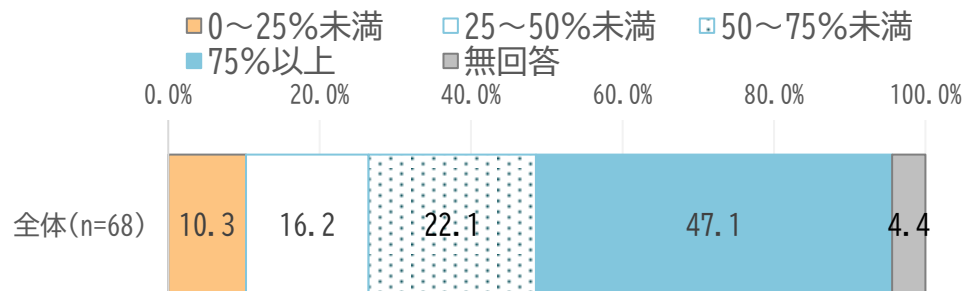
3. 今後誘客したい客層

- 「新規の日本人旅行者」が64.0%で最も多く、「日本人旅行者のリピーター」が62.9%、「新規の外国人旅行者」が27.0%と続いています。



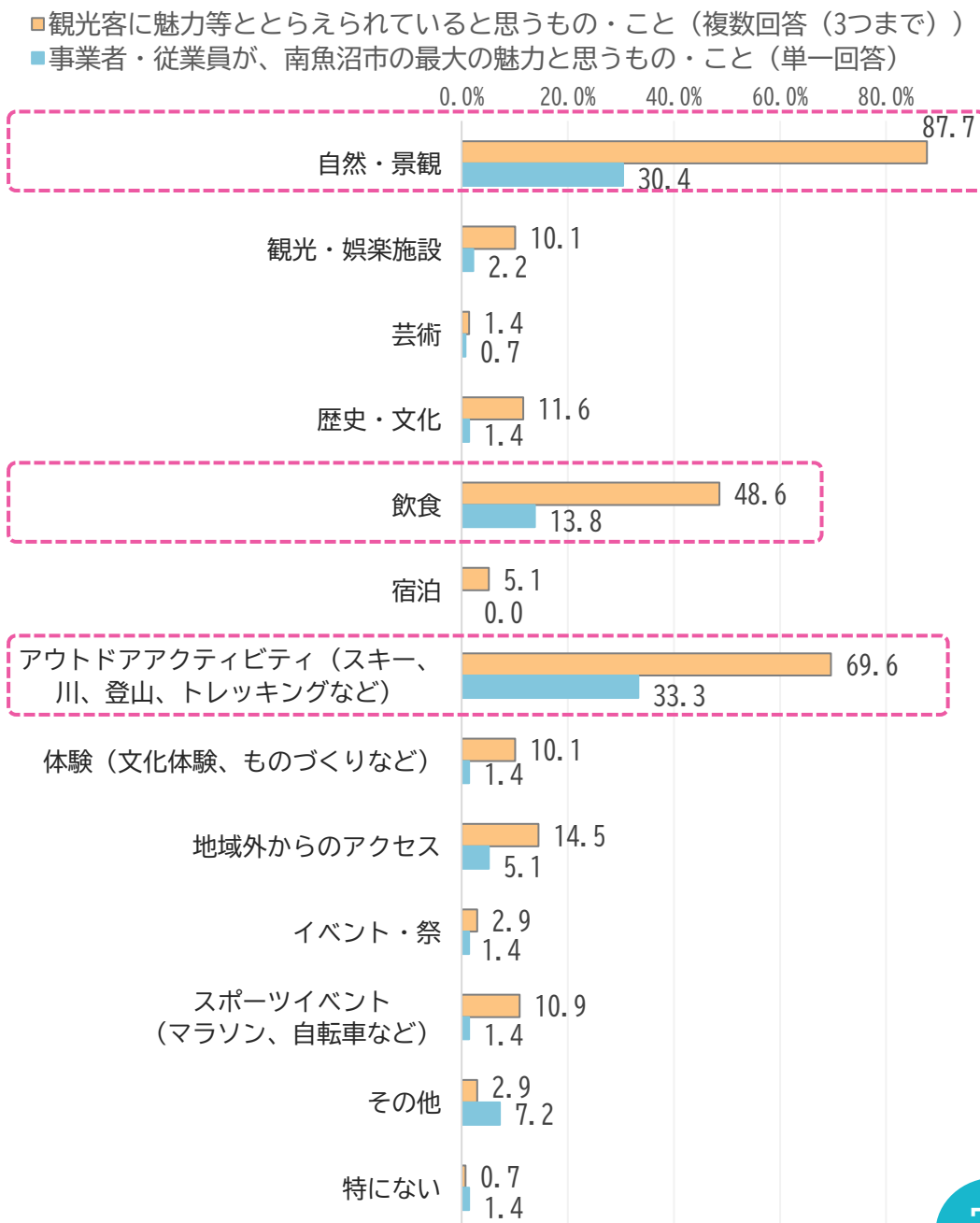
4. 市内での仕入れ（飲食物を提供されている事業所等のみ）

- 「75%以上」が47.1%、「50～75%未満」が22.1%となっています。



5. 南魚沼市の魅力

- 観光客に魅力ととらえられていると思うもの・こと、事業者・従業員が魅力だと思うもの・ことどちらも「自然・景観」「アウトドアアクティビティ」「飲食」が多くなっています。



IV. 来訪者と事業者の回答比較

来訪者の実態と観光関連事業者の認識を比較します。

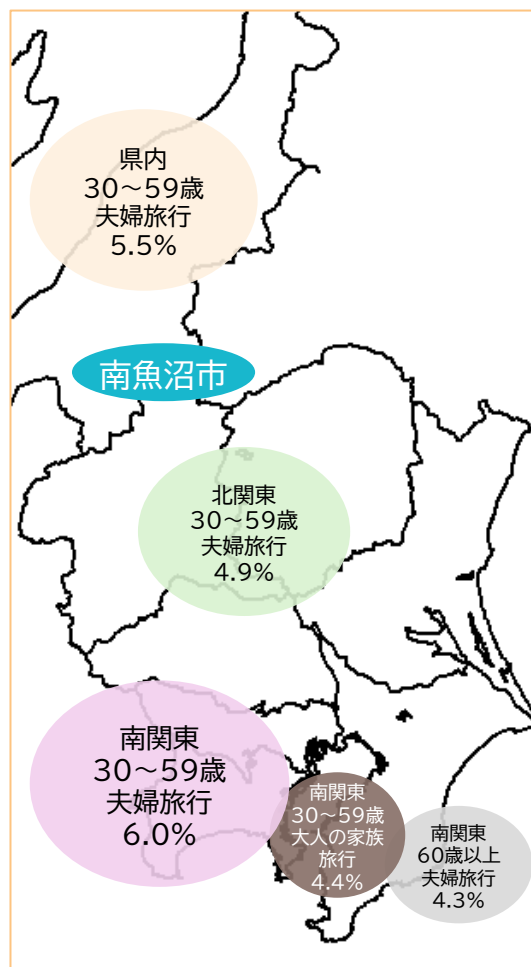
1. 来訪者の属性

(1) グリーンシーズン

- 実態、想定ともほぼ同様の傾向となっていますが、観光関連事業者が想定するよりも、30～59歳の来訪者が多いことがうかがえます。

来訪者の実態

事業者の想定



※来訪者と事業者への問い方が異なるため、参考となります。

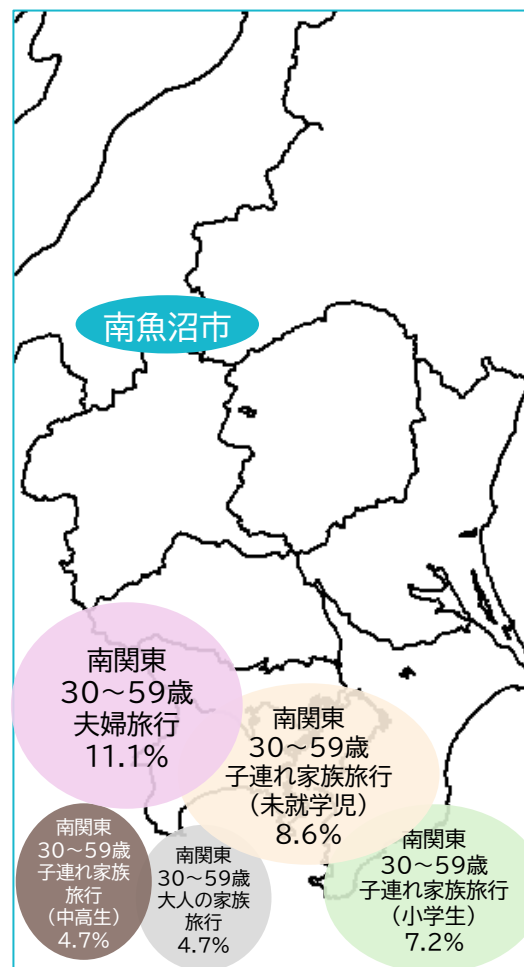
※便宜的に、北関東（栃木県、茨城県、群馬県、埼玉県）、南関東（千葉県、東京都、神奈川県）と区分しています。

(2) ウィンターシーズン

- 南関東の中年層が多い点は、ほぼ同様です。
- 県内、南関東の若年層の来訪者については異なっています。

来訪者の実態

事業者の想定



円の色は、回答の多さを表しています

1番目

2番目

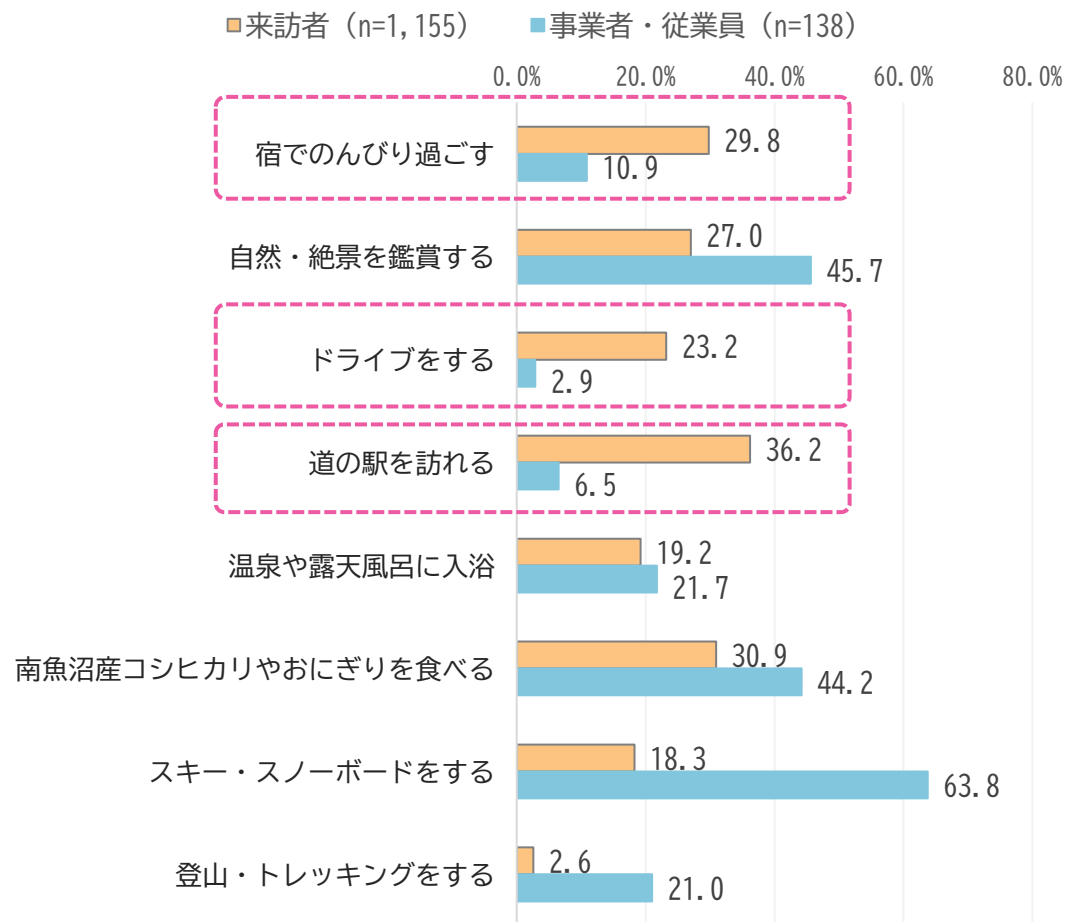
3番目

4番目

5番目

2. 観光目的（3つまで回答。上位のみ抜粋）

- 観光関連事業者の想定よりも特になくなってきているのは、「宿でのんびり過ごす」「ドライブをする」「道の駅を訪れる」です。
- 観光関連事業者の想定よりも特になくなってきているのは、「自然・絶景を鑑賞する」「南魚沼産コシヒカリやおにぎりを食べる」「スキー・スノーボードをする」「登山・トレッキングをする」です。



※来訪者に対するアンケートでは、近隣自治体の観光地を含めて回答されている点に留意が必要です。

※来訪者に対するアンケート調査への協力依頼チラシを「道の駅」で配布したことも影響していると考えられます。

※「スキー・スノーボードをする」の割合が低くなっているのは、来訪者に対するアンケート調査において、ウィンターシーズンの回答件数が少ないことが影響していると考えられます。

V. 資料

来訪者の満足度評価理由、事業者の市の観光に対する意見・キャッチコピー案で使われた単語を示します。

1. 来訪者の満足度評価理由

	件数		件数
美味しい	250	親切	21
米	93	観光	20
雪	77	南魚沼	19
食べる	74	買う	19
満足	70	買える	19
ご飯	66	訪れる	19
スキー	66	優しい	19
自然	62	楽しむ	18
景色	61	購入	18
新米	59	料理	18
温泉	57	きれい	16
宿	57	雨	16
食事	50	魚沼	15
道の駅	46	今回	15
来る	46	子供	15
人	36	時間	15
綺麗	35	初めて	15
楽しい	34	素晴らしい	15
紅葉	33	コシヒカリ	14
見る	27	感じる	14
天気	25	混む	14
最高	24	場所	14
店	24	素敵	14
食べ物	23	目的	14
豊か	23	街	13
楽しめる	22	感動	13
期待	22	空気	13
行く	21	出来る	13
施設	21	野菜	13
酒	21	癒す	13
宿泊	21	旅行	13

2. 事業者の南魚沼市の観光に対する意見

	件数		件数
観光	29	アピール	5
人	14	バス	5
地域	14	外国人	5
体験	10	雪	5
南魚沼市	10	他	5
観光客	9	町	5
地元	9	必要	5
お客様	8	牧之通り	5
イベント	8	欲しい	5
マップ	8	街	4
市	7	活かす	4
整備	7	活動	4
PR	6	観光協会	4
インバウンド	6	期待	4
企画	6	交通	4
見る	6	車	4
行く	6	集客	4
使う	6	宿	4
宿泊	6	知る	4
場所	6	登山	4
魅力	6	南魚沼	4
誘致	6	聞く	4
来る	6	名所	4
旅行	6		

3. キャッチコピー案

南魚沼	フェス
自然	夏
食	街
南魚沼市	魚沼
コシヒカリ	山
町	酒
美味しい	場所
米	心
スキー	水
体験	雪国
東京	川
遊ぶ	地
感じる	田舎
観光	冬
行く	特に
思う	風景
食べる	文化
人	豊か
雪	里
日常	良い
来る	歴史
スる	