
令和5年度 美浜町観光アンケート調査結果

2024年3月

美浜町観光誘客課

アンケート調査概要

◆調査の考え方・調査方法

対 象 : 美浜町に来訪する観光客

調 査 主 体 : 美浜町

期 間 : 2024年2月1日～2024年3月31日

方 法 :

- ・美浜町内の観光関連施設に二次元バーコードを掲載したポスター及びチラシを配架
- ・関心ある観光客が任意でWeb回答
- ・アンケート参加にあたり特定の条件無し
- ・回答協力を促進するため、美浜町特産品を抽選で提供
- ・ポスター及びチラシ、WEBの表示言語は日本語のみ（主に日本人を対象）

集 計 :

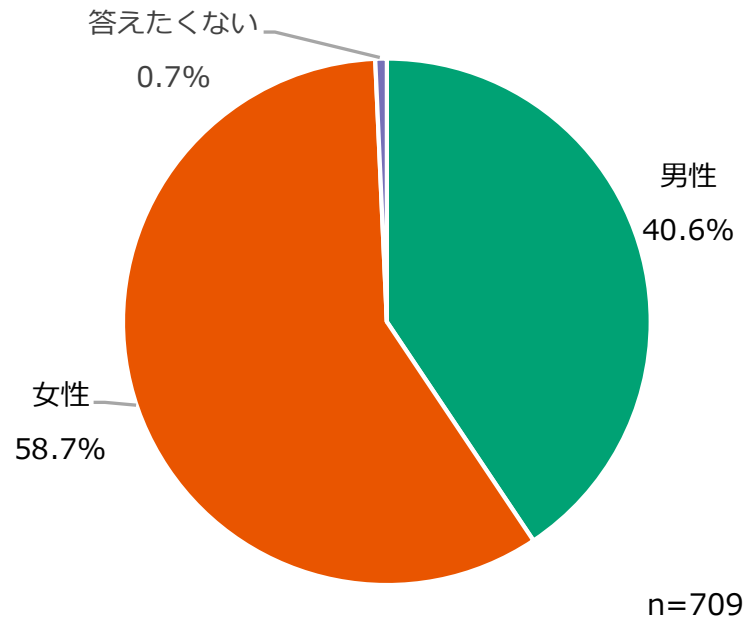
- ・回答ルールから逸脱、矛盾したものや極端な値等をクリーニング
- ・地域的な回答の偏りの補正なし、期間中の当条件下での自然回答として集計

有効回答数 : 709人

観光アンケート 回答結果（単純集計）

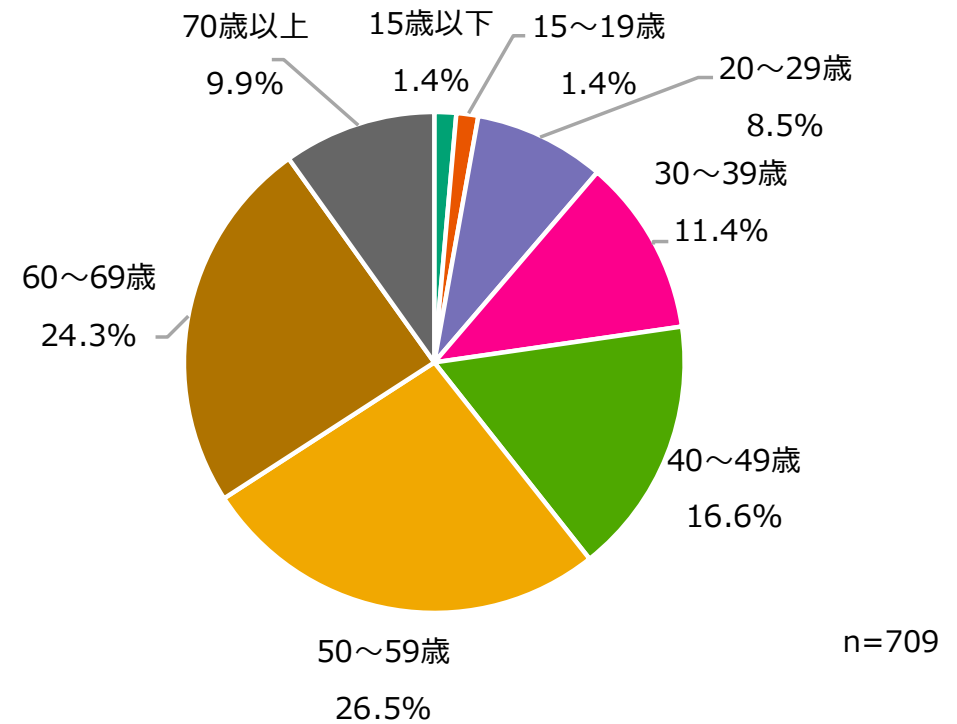
性別

- 女性が多く、58.7%を占めた。



年齢

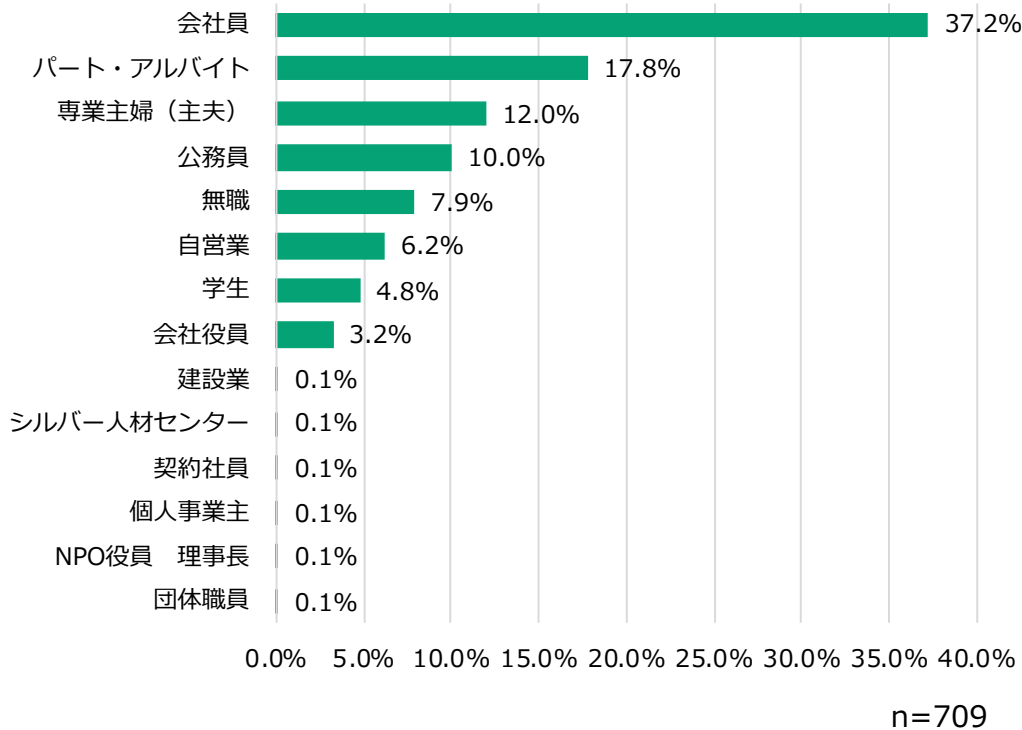
- 50代が最も多く、26.5%を占めた。
- 次いで60代が24.3%、40代が16.6%となっている。



観光アンケート 回答結果（単純集計）

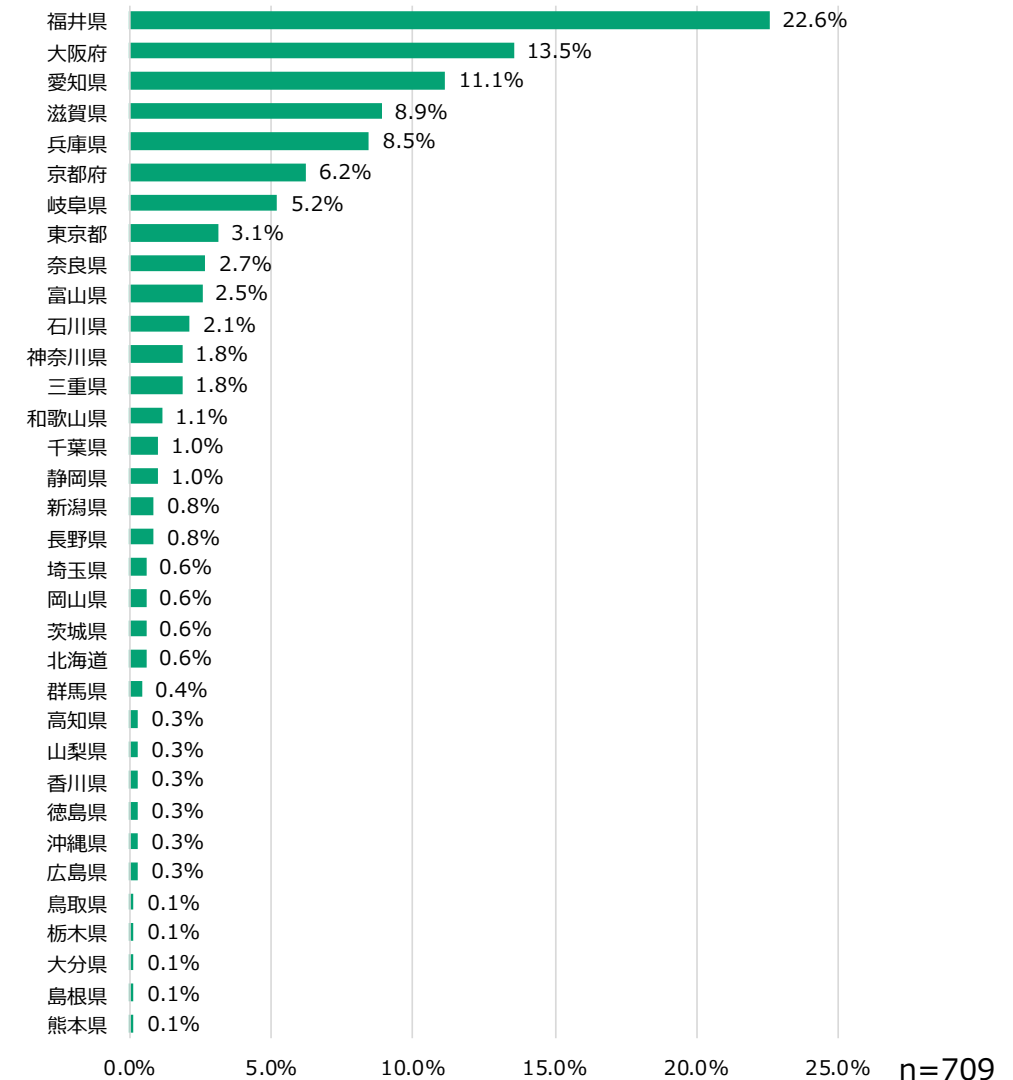
職業

- ・ 会社員が最も多く、37.2%を占めた。
- ・ 次いでパート・アルバイト、専業主婦（主夫）の順となっている。



居住地（都道府県名）

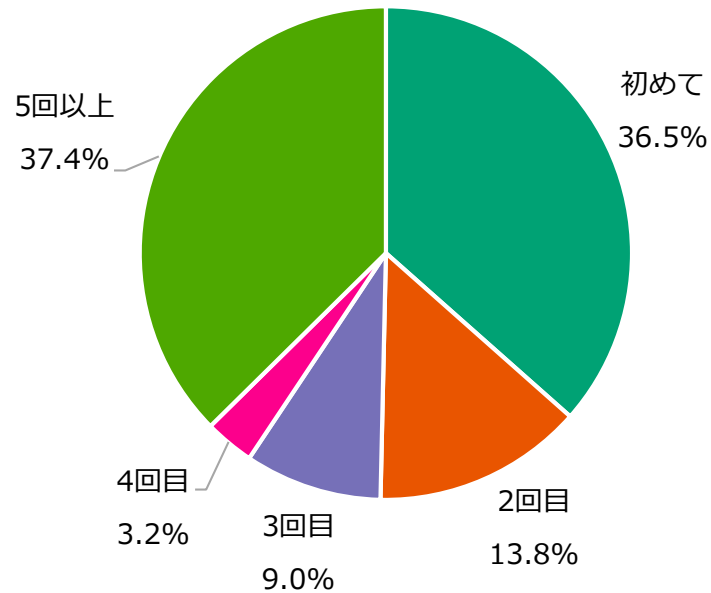
- ・ 福井県22.6%、大阪府13.5%、愛知県11.1%と上位を構成する。



観光アンケート 回答結果（単純集計）

1-①. 今回、美浜町に訪れたのは何回目ですか。

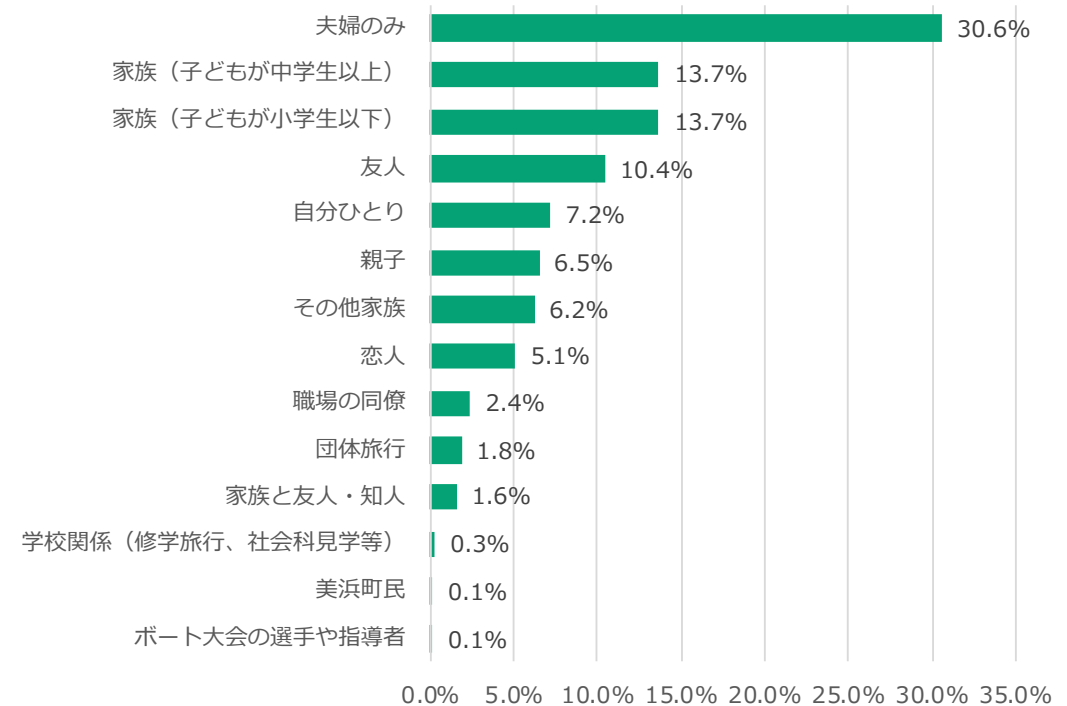
- 5回以上が最も多く、37.4%を占めた。
- 次いで初めてが36.5%、2回目が13.8%となっている。



n=709

1-②. 今回の旅行はどなたと一緒に来られましたか。

- 夫婦のみが最も多く、30.6%を占めた。
- 次いで子連れ、友人、自分ひとり、親子の順となっている。

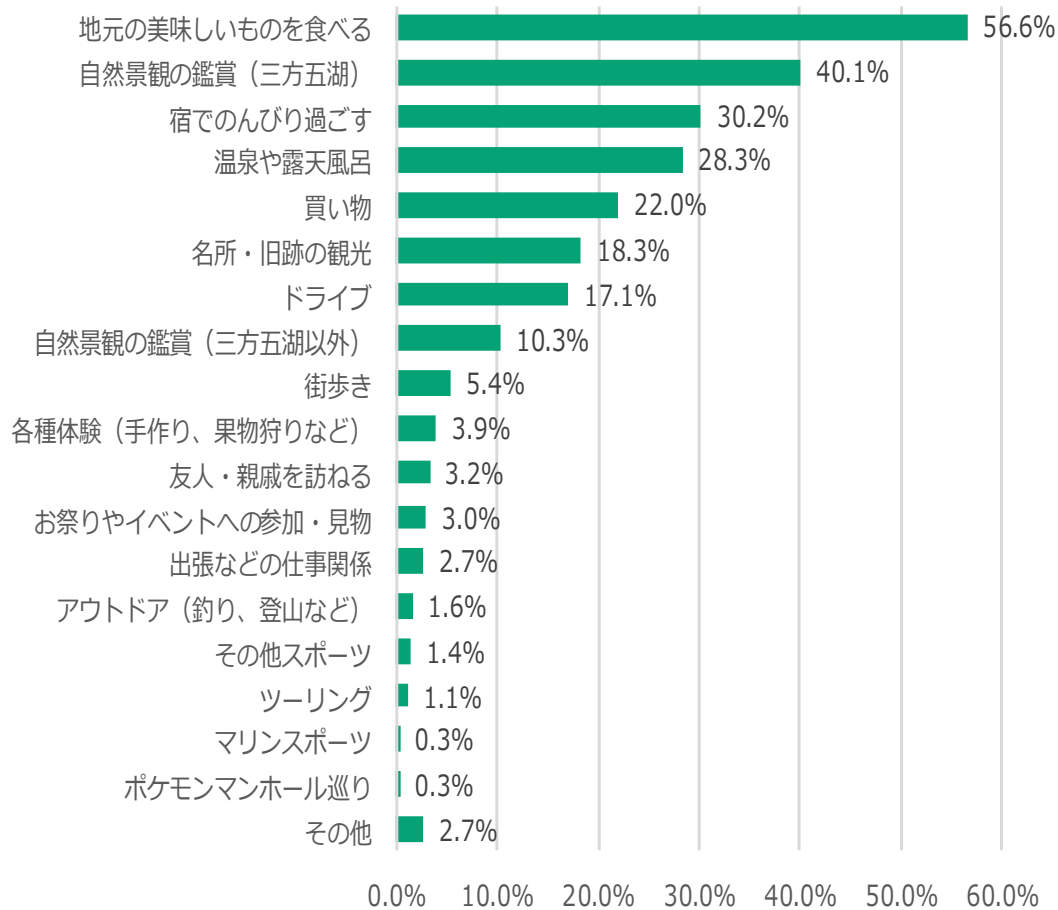


n=709

観光アンケート 回答結果（単純集計）

1-③. 今回の旅行の目的は何ですか。

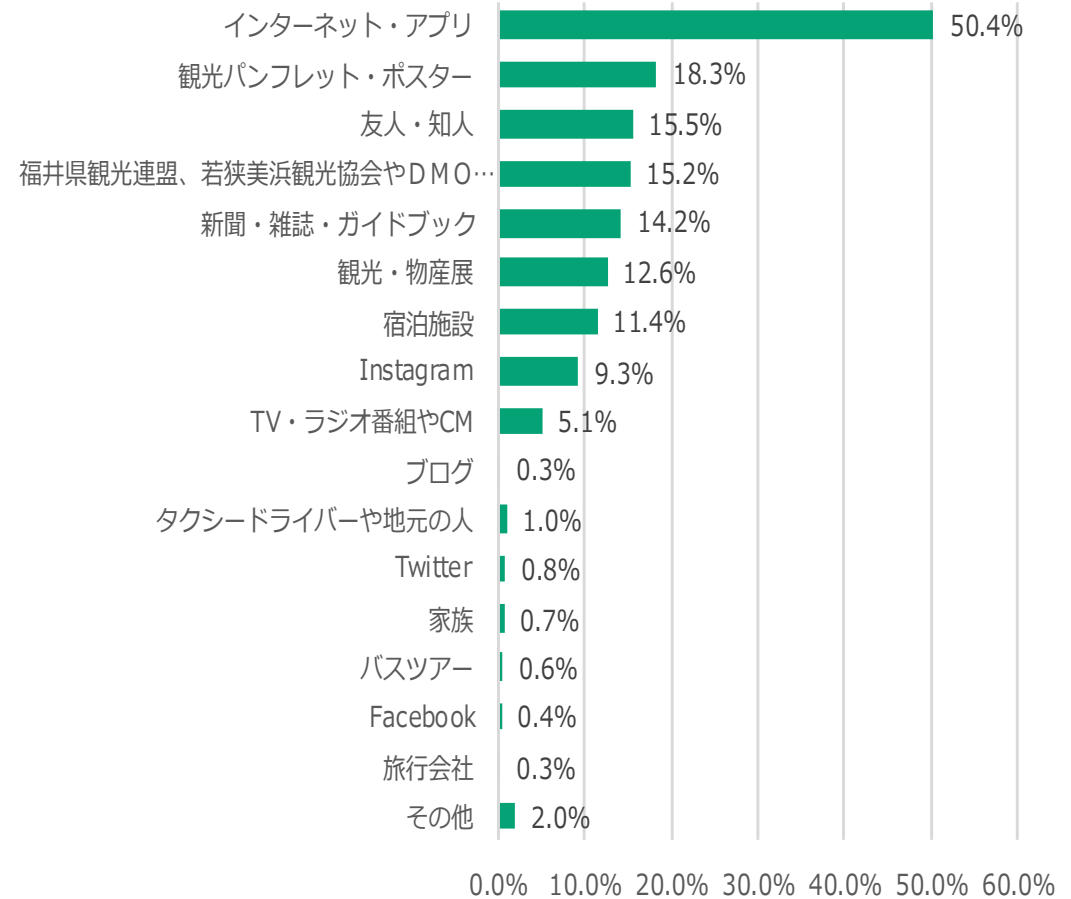
- 「地元の美味しいものを食べる」が最も多く、56.6%を占めた。
- 次いで「自然景観の鑑賞」が40.1%、「宿でのんびり過ごす」が30.2%となっている。



n=709

1-④. 今回、美浜町を観光するにあたり、どこから情報収集されましたか。

- インターネット・アプリが最も多く、50.4%を占めた。
- 次いで観光パンフレット・ポスター、友人・知人の順となっている。

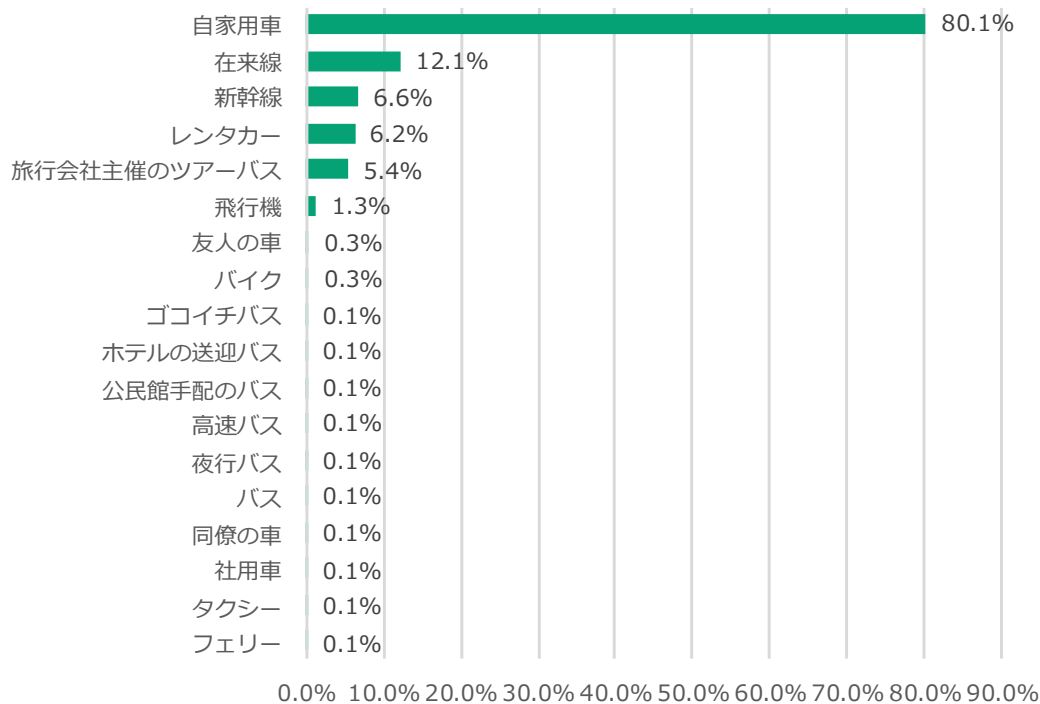


n=709

観光アンケート 回答結果（単純集計）

2-①. 自宅から美浜町へ到着するまでに利用した交通手段をお答えください。

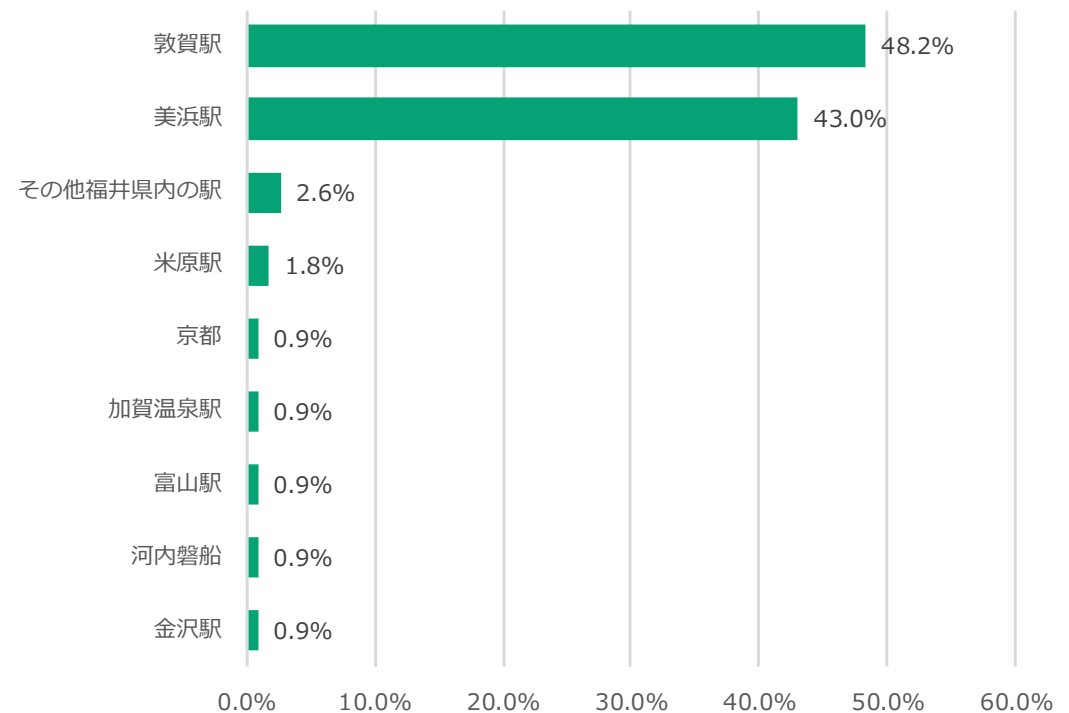
- 自家用車が圧倒的に多く、80.1%を占めた。
- 次いで在来線、新幹線、レンタカー、旅行会社主催のツアーバスとなっている。



n=709

2-②. 前問で「新幹線」「在来線」を選択された方に伺います。最後に降車された駅をお答えください。

- 敦賀駅が最も多く、48.2%を占めた。
- 次いで美浜駅が多く、43.0%となっている。

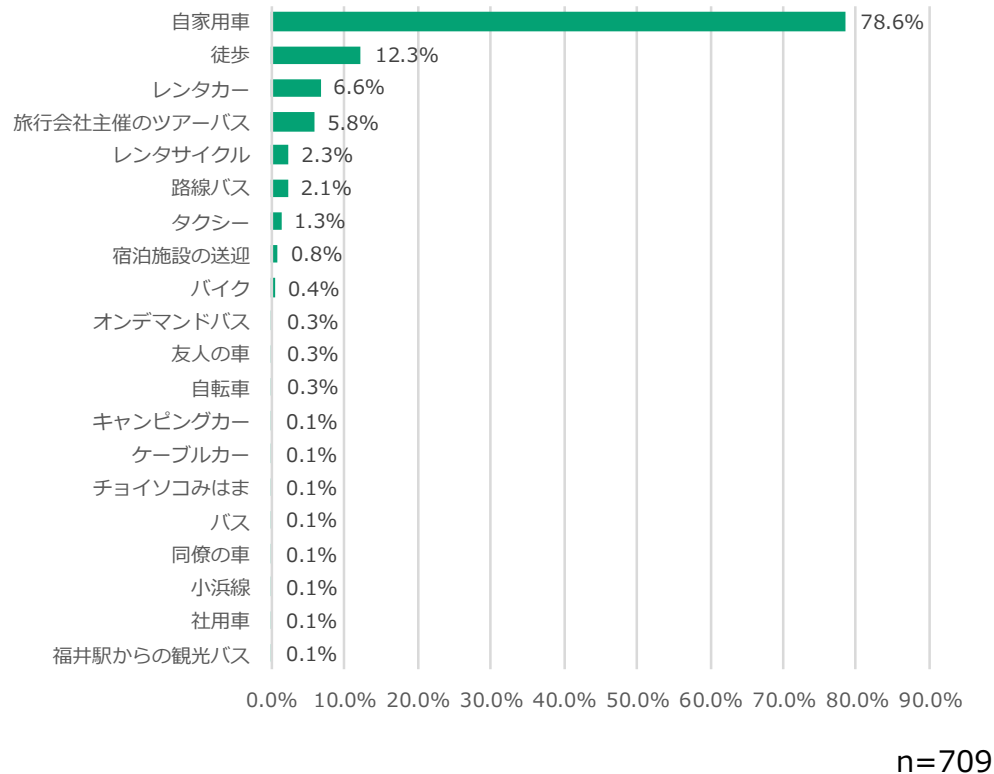


n=114

観光アンケート 回答結果（単純集計）

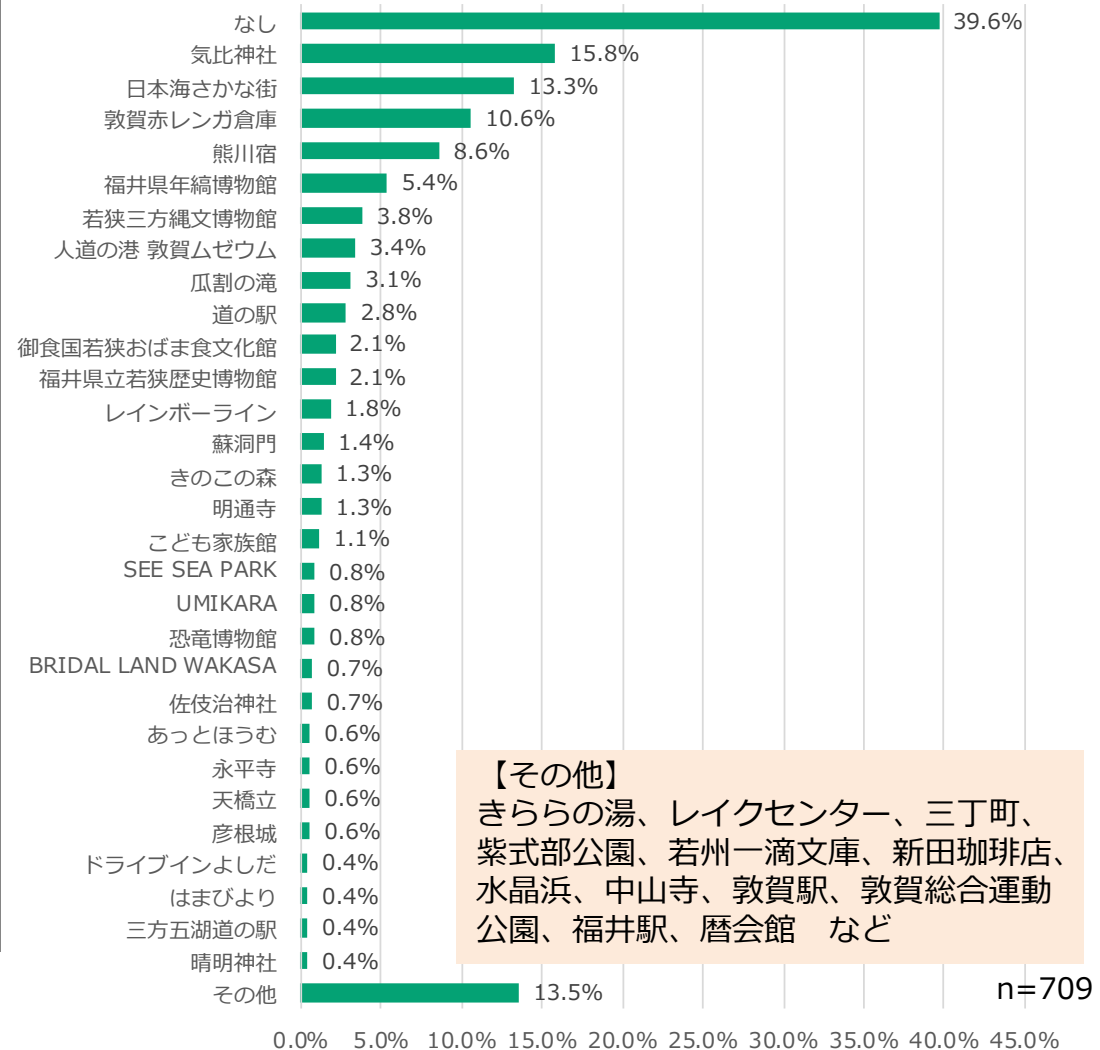
2-③. 美浜町内で利用した（する）交通手段をすべてお答えください。

- ・ 自家用車が最も多く、78.6%を占めた。
- ・ 次いで徒歩、レンタカー、旅行会社主催のツアーバスとなっている。
- ・ レンタカー利用者44名のうち、敦賀駅で降車したのは23名（52.3%）。その他では美浜駅、米原駅、富山駅、金沢駅が各1名（2.3%）となっている。



2-④. 自宅から美浜町へ来る前に立ち寄った場所があれば、お答えください。

- ・ 「なし」を除くと気比神社が最も多く、15.8%を占めた。
- ・ 次いで日本海さかな街、敦賀赤レンガ倉庫、熊川宿となっている。

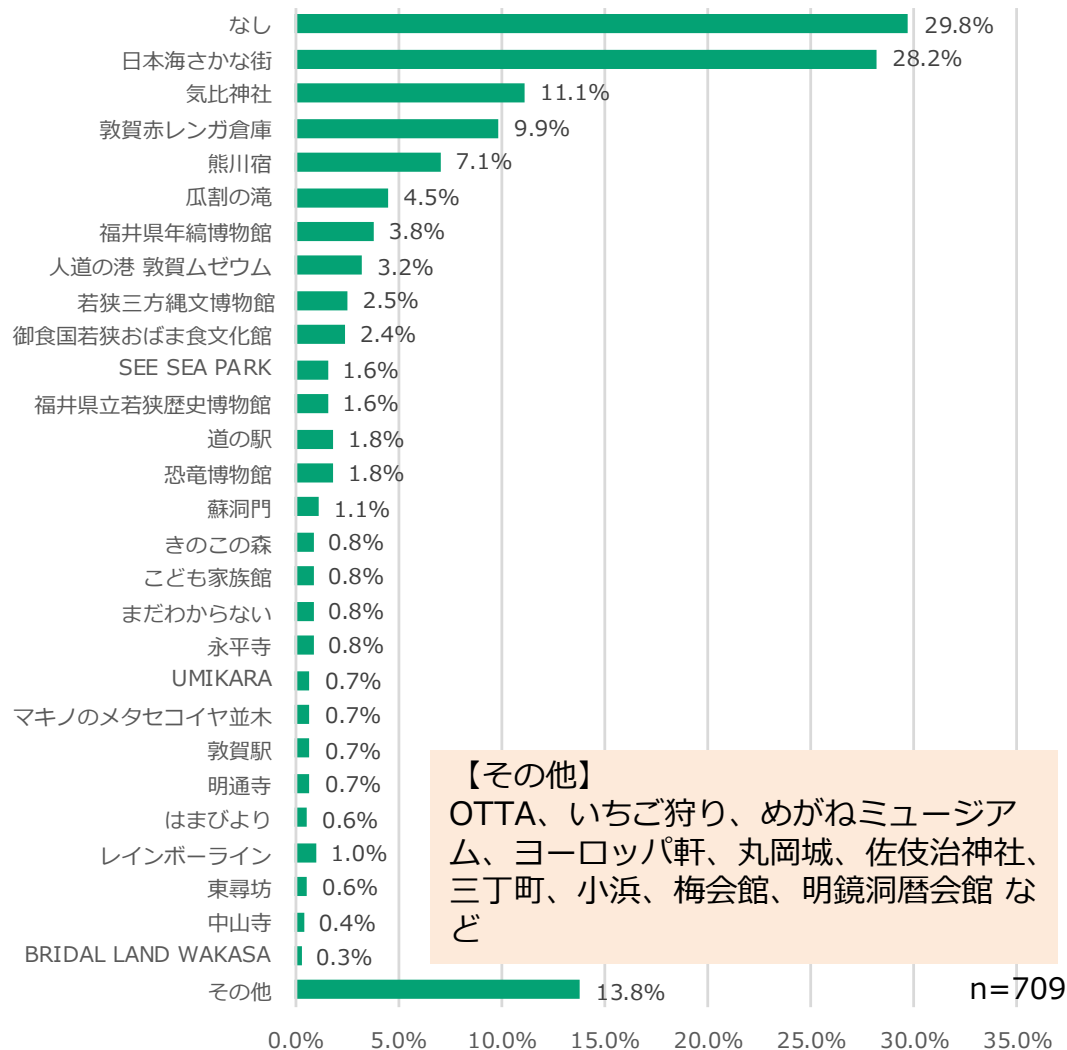


【その他】
 きららの湯、レイクセンター、三丁町、
 紫式部公園、若州一滴文庫、新田珈琲店、
 水晶浜、中山寺、敦賀駅、敦賀総合運動
 公園、福井駅、暦会館 など

観光アンケート 回答結果（単純集計）

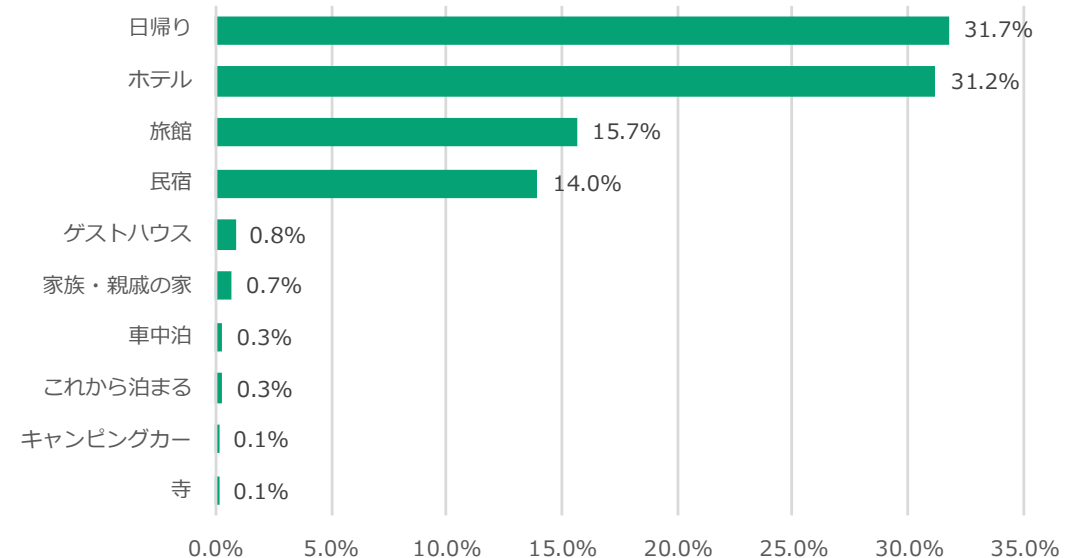
2-⑤. 美浜町から自宅へ帰る前に立ち寄る場所があれば、お答えください。

- 「なし」を除くと日本海さかな街が最も多く、28.2%を占めた。
- 次いで気比神社、敦賀赤レンガ倉庫、熊川宿となっている。



3-①. 美浜町内で宿泊されたお宿のタイプは何ですか。

- 日帰りを除くとホテルが最も多く、31.2%を占めた。
- 次いで旅館が15.7%、民宿が14.0%となっている。

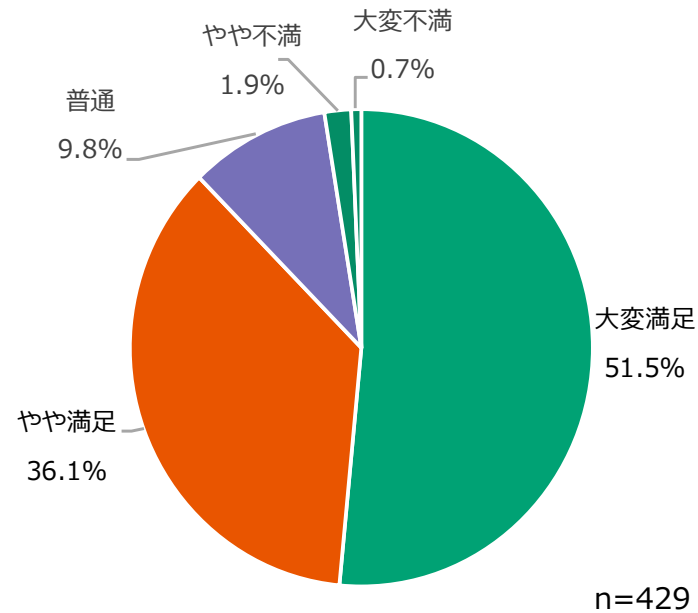


n=709

観光アンケート 回答結果（単純集計）

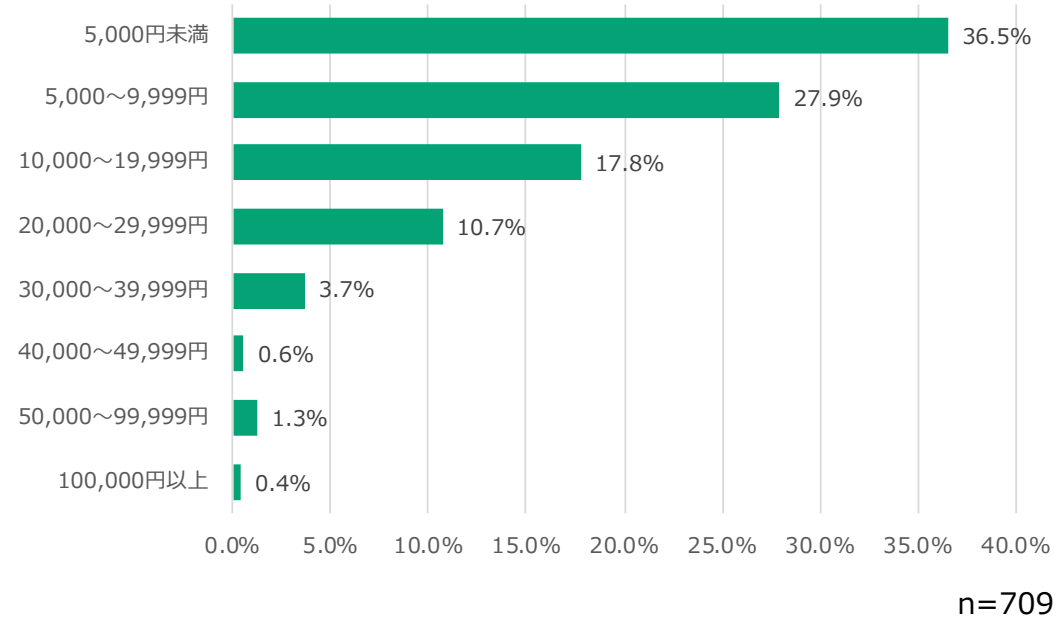
3-②. 前問で「民宿」「ホテル」「旅館」「ゲストハウス」とお答えした方に伺います。宿泊されたお宿の満足度を教えてください。

- ・「大変満足」「やや満足」を合計すると87.6%となった。
- ・「やや不満」「不満」は合計2.6%に留まっている。



3-③. 今回の旅行で、予定では美浜町内で一人あたり、お金をいくら使うつもりでしたか。（宿泊費を除く）

- ・ 5,000円未満が最も多く、36.5%を占めた。
- ・ 基本的に、金額が大きくなるほど割合が減少傾向となっている。

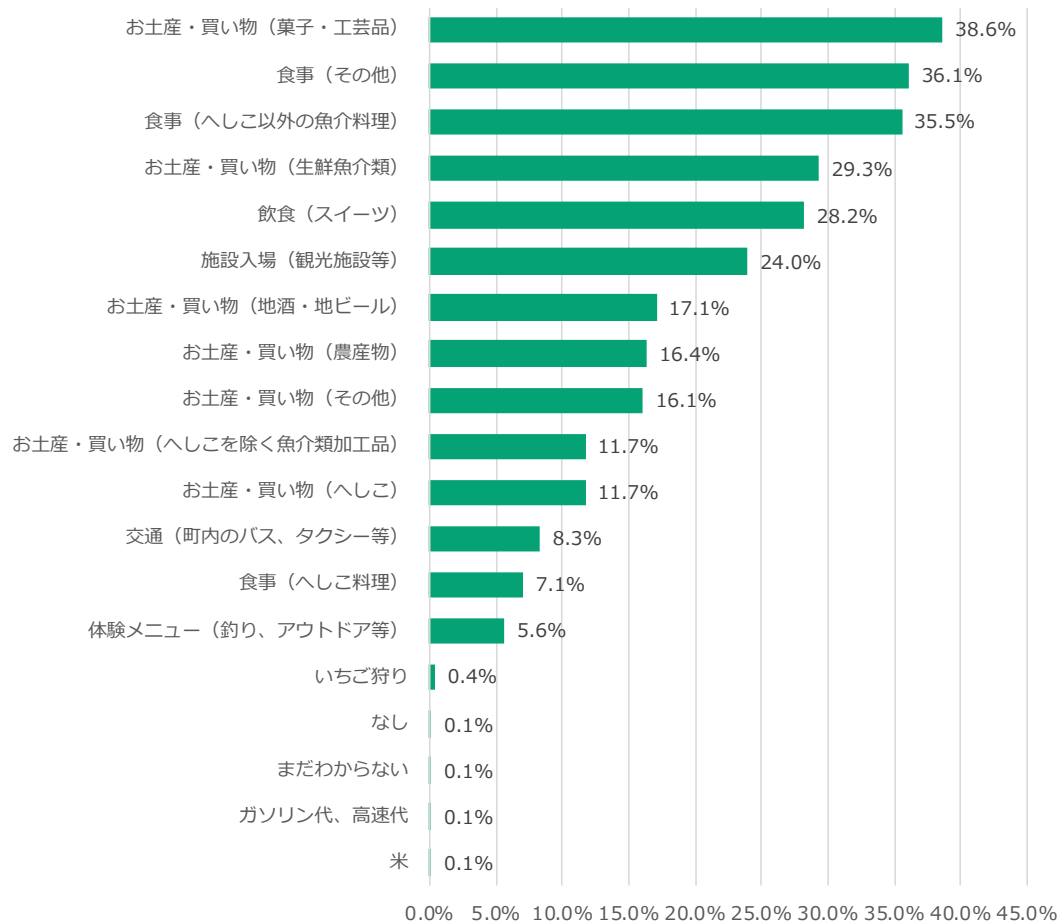


平均値:9,079円
中央値:5,000円
最頻値:5,000円

観光アンケート 回答結果（単純集計）

3-④．前問でお聞きした使う予定の金額に含まれているものを教えてください。

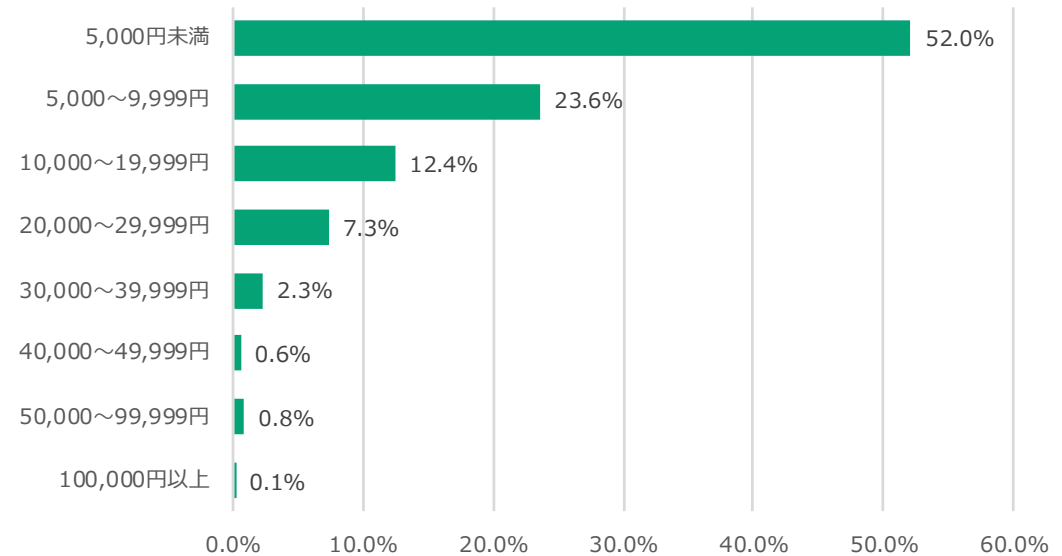
- お土産・買い物（菓子・工芸品）が最も多く、38.6%を占めた。
- 次に食事（その他）、食事（へしこ以外の魚介料理）となっている。



n=709

3-⑤．今回の旅行中、美浜町内で実際に使った一人あたりの金額を教えてください。（宿泊費を除く）

- 5,000円未満が最も多く、52.0%を占めた。
- 予算と同じく、金額が大きくなるほど割合が減少傾向となっている。



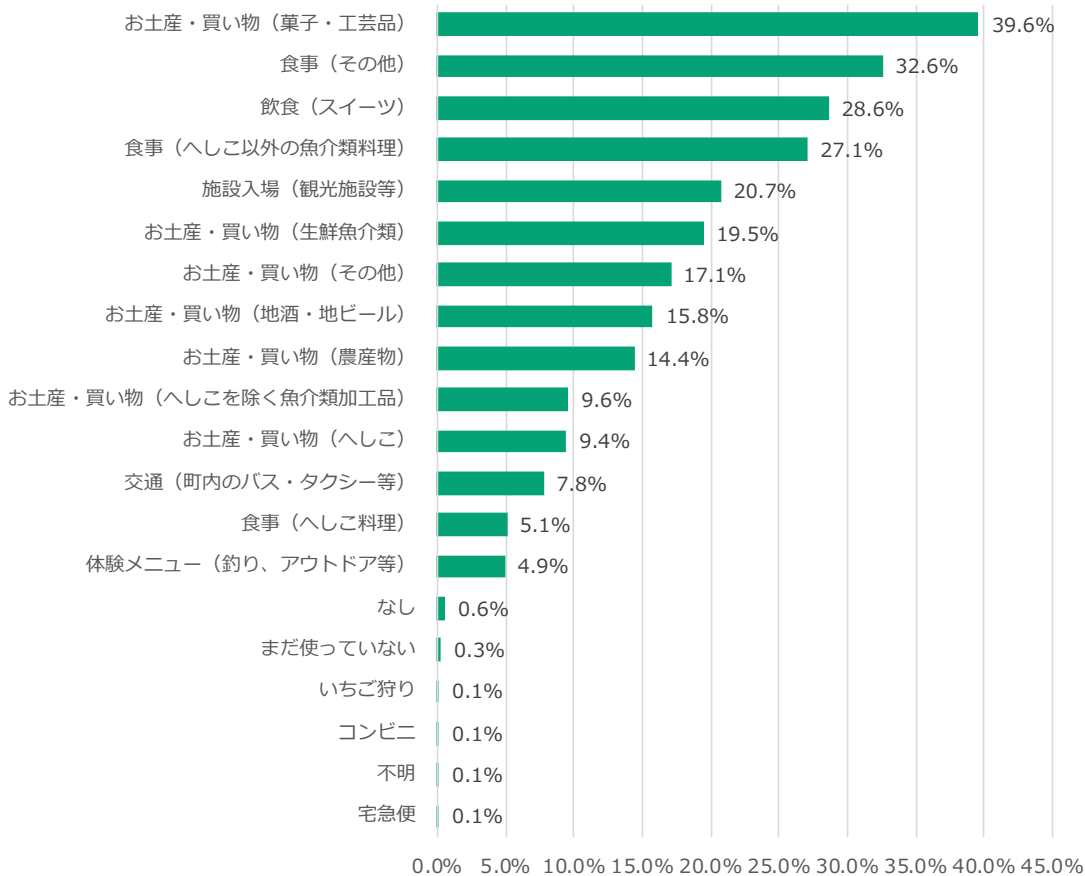
n=709

平均値:7,405円
中央値:4,000円
最頻値:3,000円

観光アンケート 回答結果（単純集計）

3-⑥．前問でお聞きしたお金を何に使われたか教えてください。

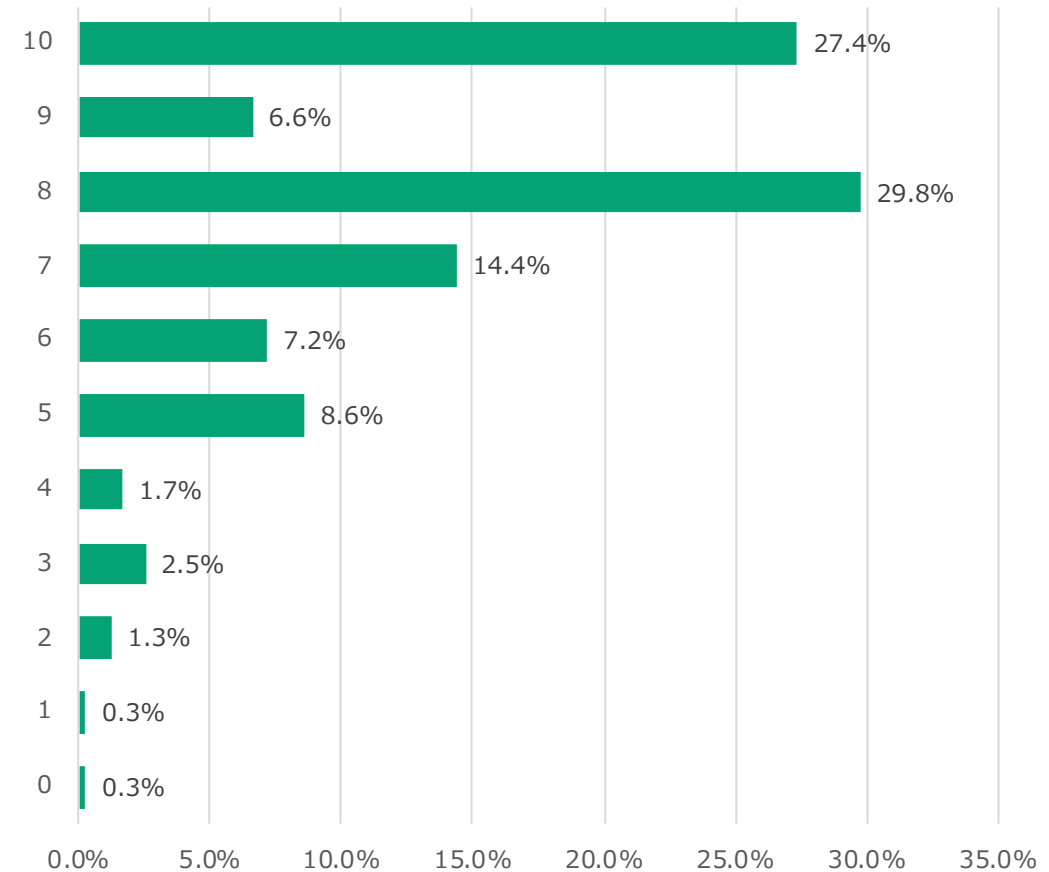
- お土産・買い物（菓子・工芸品）が最も多く、39.6%を占めた。
- 次いで食事（その他）、飲食（スイーツ）となっている。



n=709

3-⑦．美浜町観光を親しい友人に勧めたいと思いますか。（10点満点で評価）

- 「8」が29.8%と最も多くを占めた。
- 次いで「10」が27.4%、「7」が14.4%となっている。

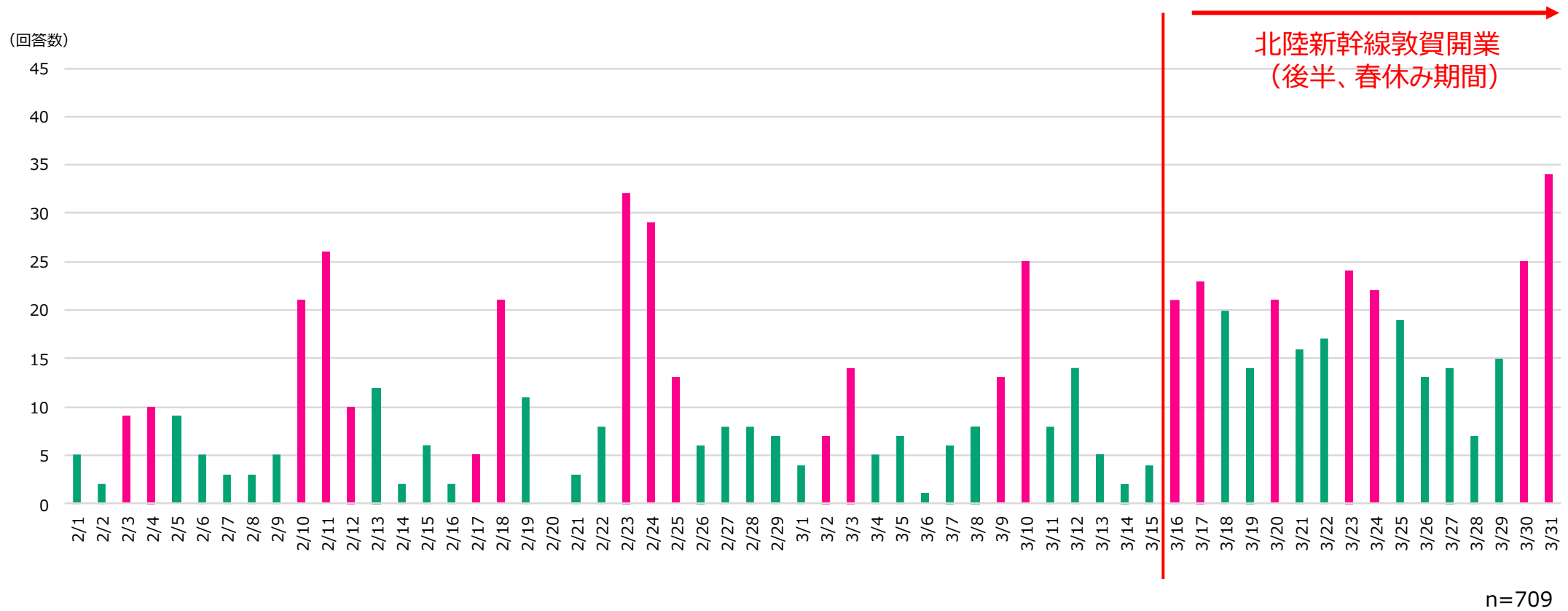


n=709

観光アンケート 回答結果（単純集計）

回答日

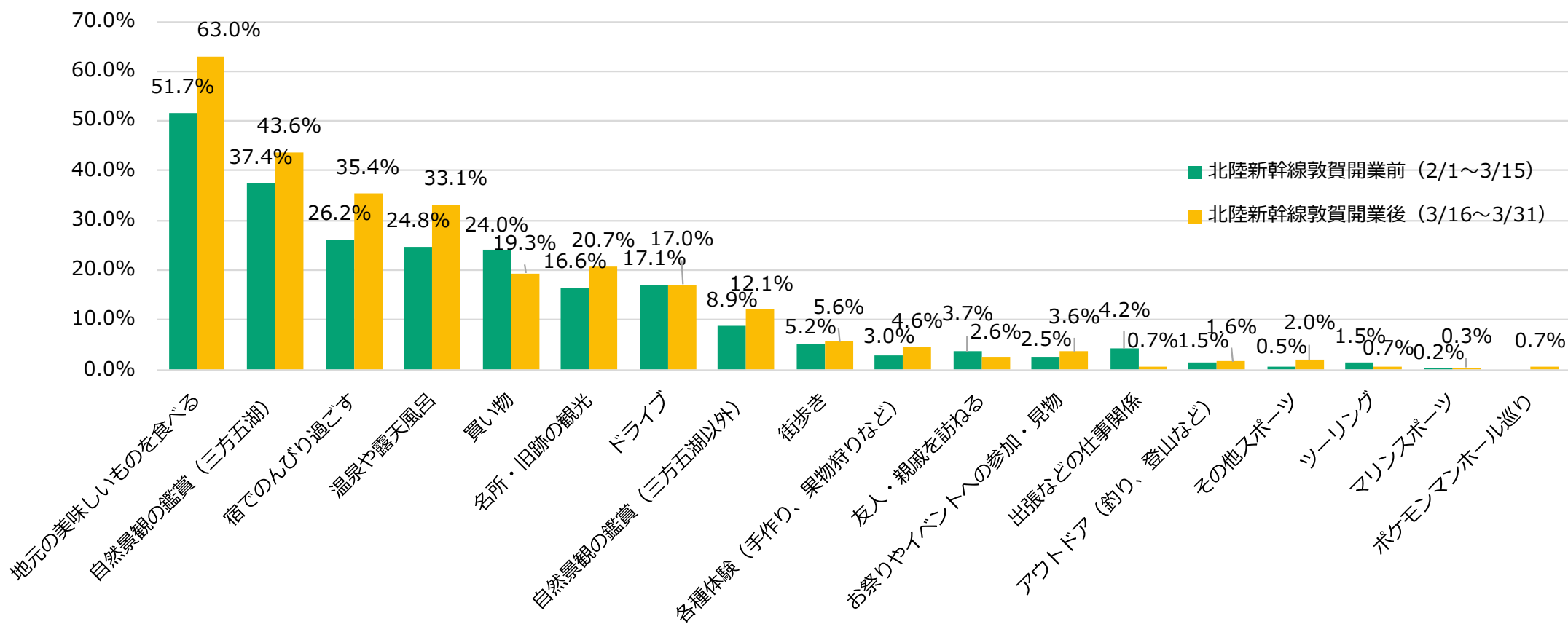
- ・平日の回答数は304で、全体の42.9%を占めた。
- ・土日および祝日の回答数は405で、全体の57.1%を占めた。
- ・北陸新幹線敦賀開業以後（3/16～）は、回答数が増加傾向となっている。3/31は期間中の回答数が最高となった。



観光アンケート 回答結果（クロス分析）

北陸新幹線敦賀開業前後での目的比較

- 北陸新幹線敦賀開業前と比較して、開業後は「地元の美味しいものを食べる」、「自然景観の鑑賞（三方五湖）」、「宿でのんびり過ごす」、「温泉や露天風呂」といった回答の割合が増加した。
- 「買い物」、「友人・親戚を訪ねる」、「出張などの仕事関係」、「ツーリング」といった回答の割合は減少している。

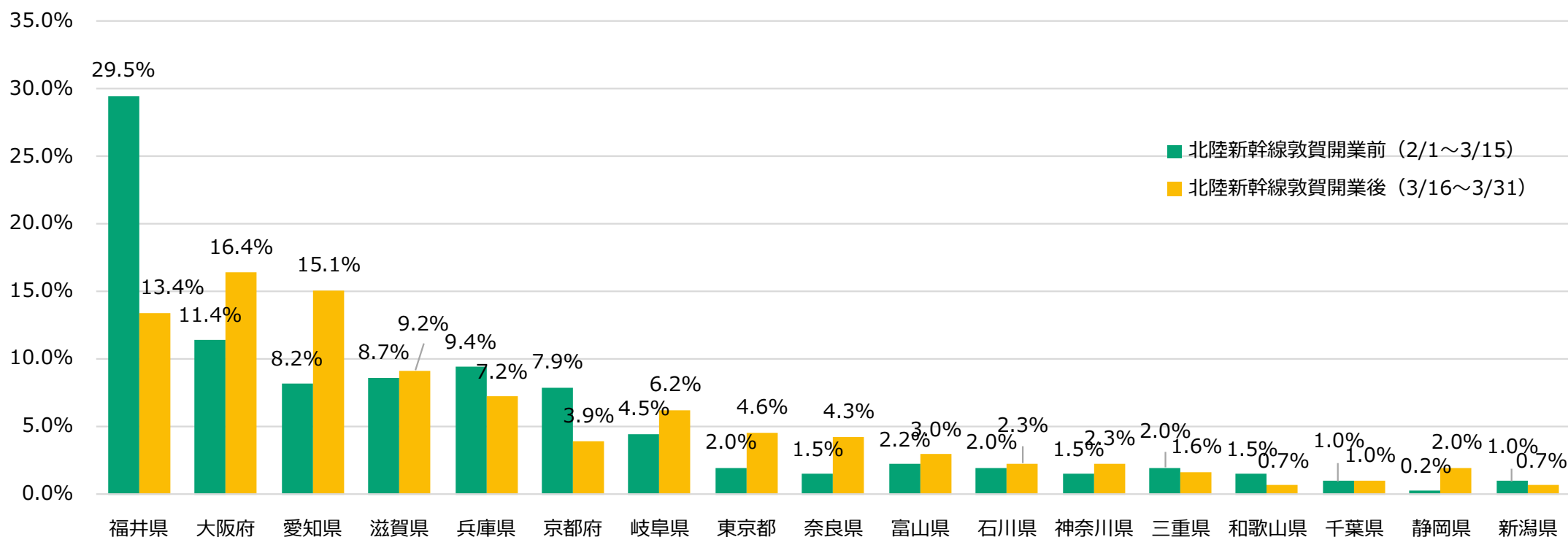


開業前 n=404
開業後 n=305

観光アンケート 回答結果（クロス分析）

北陸新幹線敦賀開業前後での居住地比較

- 北陸新幹線敦賀開業前は福井県からの来訪者割合が大きかったのに対し、開業後では大阪府が最大となった（開業前から5.0ポイント増）。
- 開業後は大阪府に次いで愛知県の割合が大きく（6.9ポイント増）、福井県は3番目（16.1ポイント減）となっている。
- その他では、滋賀県や岐阜県、東京都、奈良県、富山県、石川県、神奈川県、静岡県の割合が増加した。



開業前 n=404
開業後 n=305

観光アンケート 回答結果（クロス分析）

最後に降車した駅 × 美浜町で利用した（する）交通手段

- 最後に降車した駅で最多となった敦賀駅からの訪問者は、全体に対してレンタカーの利用率が非常に大きい。
- また、バス（旅行会社主催のツアーバスや路線バスも含む）や徒歩、レンタサイクル、タクシーの利用率も大きくなっている。
- 美浜駅で降車した訪問者は、レンタカーの利用率は少ない。徒歩、バスやタクシーの利用が目立っている。

	n	レンタカー	自家用車	バス	徒歩	旅行会社主催	路線バス	レンタサイクル	タクシー	バスオンデマンド
全体	709	6.6%	78.6%	8.9%	12.3%	5.8%	2.1%	2.3%	1.3%	0.3%
敦賀駅	55	45.5%	25.5%	20.0%	14.5%	12.7%	7.3%	5.5%	3.6%	0.0%
美浜駅	49	2.0%	20.4%	28.6%	44.9%	2.0%	16.3%	16.3%	10.2%	4.1%
その他福井県	3	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
米原駅	2	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
京都	1	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
加賀温泉駅	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
富山駅	1	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
河内磐船	1	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
金沢駅	1	100.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

	n	友人の車	ホテルの送迎	チャイソコみ	ホテルの送迎	宿のバス	宿泊施設の送	宿泊施設の送	旅館の送迎
全体	709	0.3%	0.3%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
敦賀駅	55	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
美浜駅	49	0.0%	4.1%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%
その他福井県	3	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
米原駅	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
京都	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
加賀温泉駅	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
富山駅	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
河内磐船	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
金沢駅	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

※交通手段は複数回答のため、横列の合計が100.0%を超える箇所がある

観光アンケート 回答結果（クロス分析）

宿泊した宿のタイプ × 旅行目的

- ホテル宿泊者は、全体と比較して「温泉や露天風呂」を目的としている割合が大きい。
- 旅館宿泊者は、全体と比較して「宿でのんびり過ごす」を目的としている割合が大きい。
- 民宿宿泊者は、全体と比較して「地元の美味しいものを食べる」を目的としている割合が大きい。一方で、「宿でのんびり過ごす」「温泉や露天風呂」は少なかった。

	n	も地 の元 をの 食美 べる しい	（三 自然 方景 五観 湖の 鑑賞	ご宿 すで のん びり 過	温 泉 や 露 天 風 呂	買 い 物	光名 所・ 旧跡 の観	ド ラ イ ブ	外（三 自然 方景 五観 湖の 鑑賞
全体	429	67.8%	37.8%	47.3%	41.5%	19.8%	17.7%	11.4%	10.3%
ホテル	215	66.0%	43.3%	51.2%	55.3%	20.9%	21.9%	14.0%	11.6%
旅館	109	60.6%	33.0%	51.4%	36.7%	17.4%	16.5%	10.1%	9.2%
民宿	95	79.8%	31.3%	36.4%	17.2%	21.2%	10.1%	8.1%	8.1%
ゲストハウス	6	66.7%	33.3%	16.7%	33.3%	0.0%	16.7%	0.0%	16.7%

	街 歩 き	どり 、種 果体 物験 狩（ り手 な作	ね友 る人 ・親 戚を 訪	物ト お祭 への 参 加 ・ベ ン	関出 係張 など の仕 事	りア 、ウ 登ト 山ド なア （釣	そ の他 スポ ーツ	ツ ー リ ン グ	マ リ ン ス ポ ー ツ
全体	5.6%	1.9%	2.8%	1.9%	2.6%	1.6%	1.6%	1.2%	0.5%
ホテル	7.0%	2.8%	2.8%	0.9%	2.3%	0.9%	1.4%	1.4%	0.0%
旅館	3.7%	0.9%	1.8%	2.8%	2.8%	1.8%	1.8%	0.0%	0.0%
民宿	4.0%	1.0%	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%	2.0%	2.0%	2.0%
ゲストハウス	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

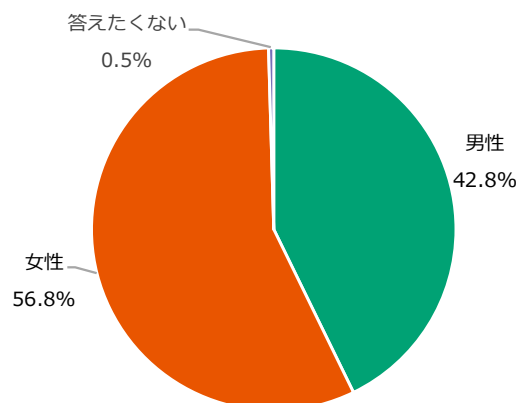
観光アンケート 回答結果（クロス分析）

宿泊者の状況－基本属性

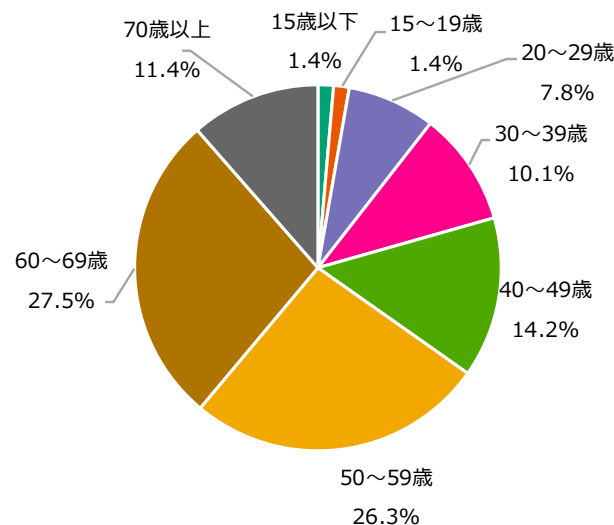
- ・年齢では60代が最も多く（27.5%）、次いで50代（26.3%）が多い。50代以上が全体の6割以上を占める。
- ・来訪回数は初めてが最も多く（41.4%）、次いで5回以上（32.3%）が多い。
- ・居住地では大阪府（17.8%）が最も多く、愛知県（14.2%）、福井県（10.5%）・・・と続く。上位6府県で68.2%を占める。

宿泊者

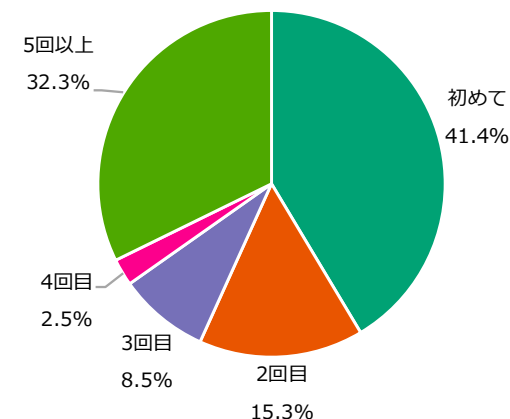
■ 性別（n=437）



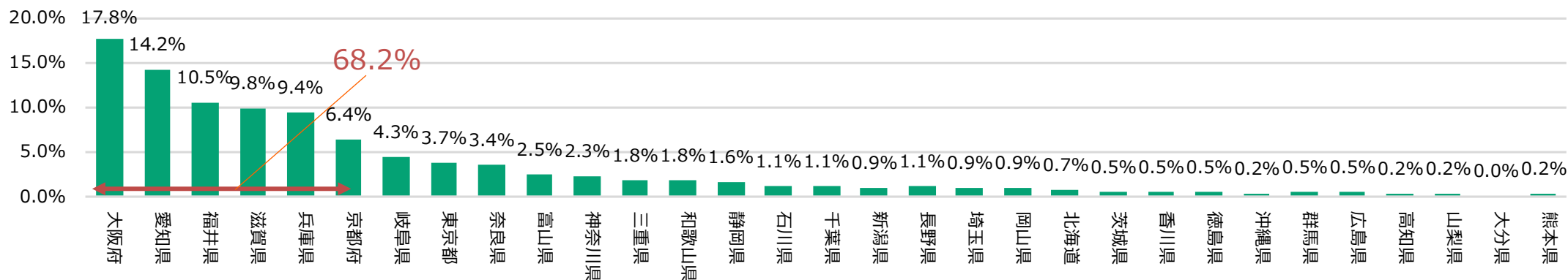
■ 年齢（n=437）



■ 来訪回数（n=437）



■ 居住地（n=437）



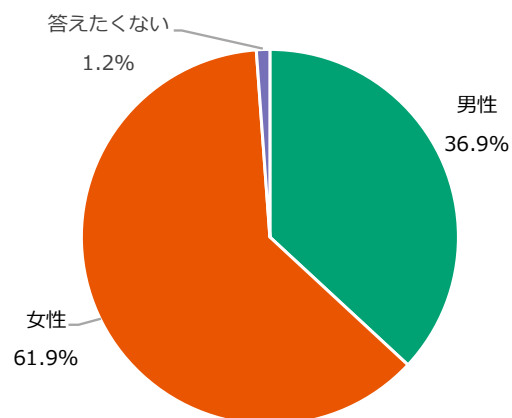
観光アンケート 回答結果（クロス分析）

日帰りの状況－基本属性 ※別の市町での宿泊者を含む

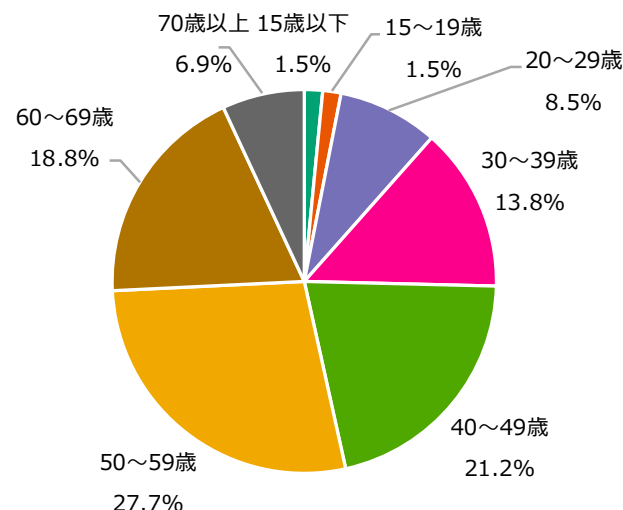
- ・年齢では50代が最も多く（27.7%）、次いで40代（21.2%）が多い。50代以上が全体の5割以上を占める。
- ・来訪回数は5回以上が最も多く（45.4%）、次いで初めて（28.1%）が多い。
- ・居住地では福井県（43.1%）が圧倒的に多く、兵庫県および滋賀県（ともに7.3%）、岐阜県（6.9%）・・・と続く。上位6府県で77.3%を占める。

日帰り

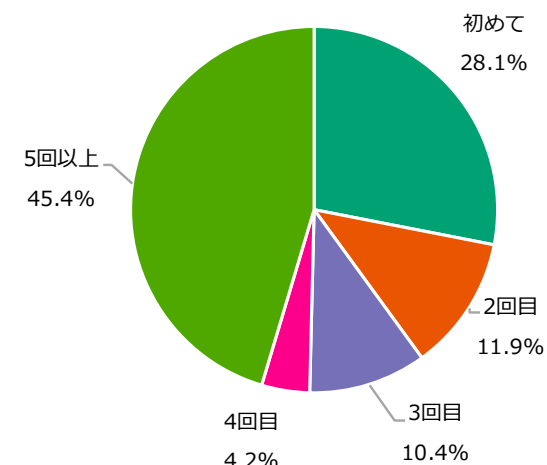
■性別（n=260）



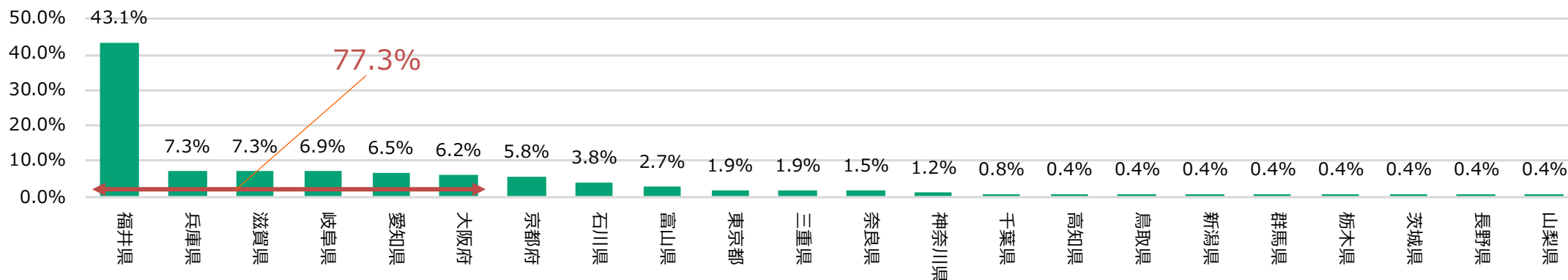
■年齢（n=260）



■来訪回数（n=260）



■居住地（n=260）

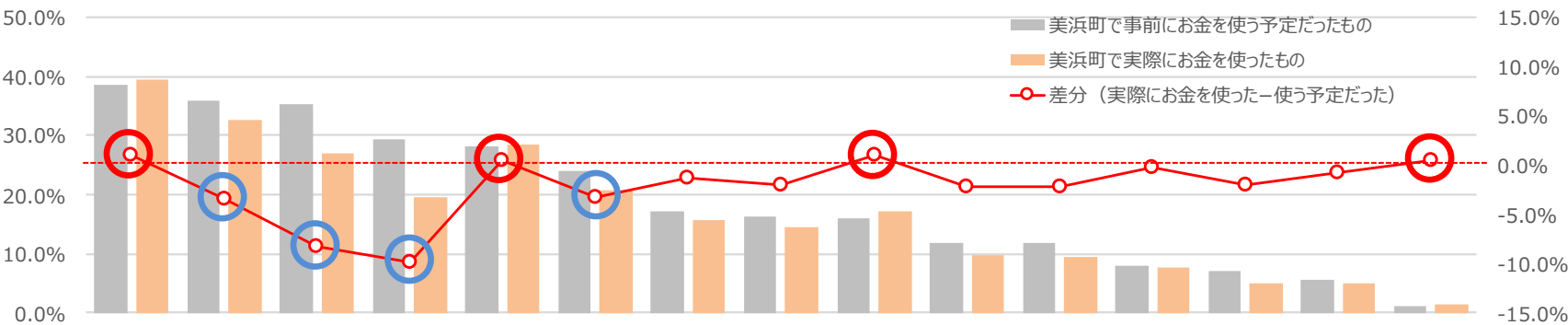


観光アンケート 回答結果（クロス分析）

事前の消費意向と実際の使途の分析（アイテム・消費項目）

- 差分マイナス＝予定よりもそのカテゴリについてのお金を使っていない（機会ロス）は、食事（その他）、食事（へしこ以外の魚介料理）、お土産・買い物（生鮮魚介類）、施設入場（観光施設等）の4カテゴリが目立つ結果となった。
- お土産・買い物（菓子・工芸品）、飲食（スイーツ）、お土産・買い物（その他）、その他の差分は若干プラスとなっている。

全体



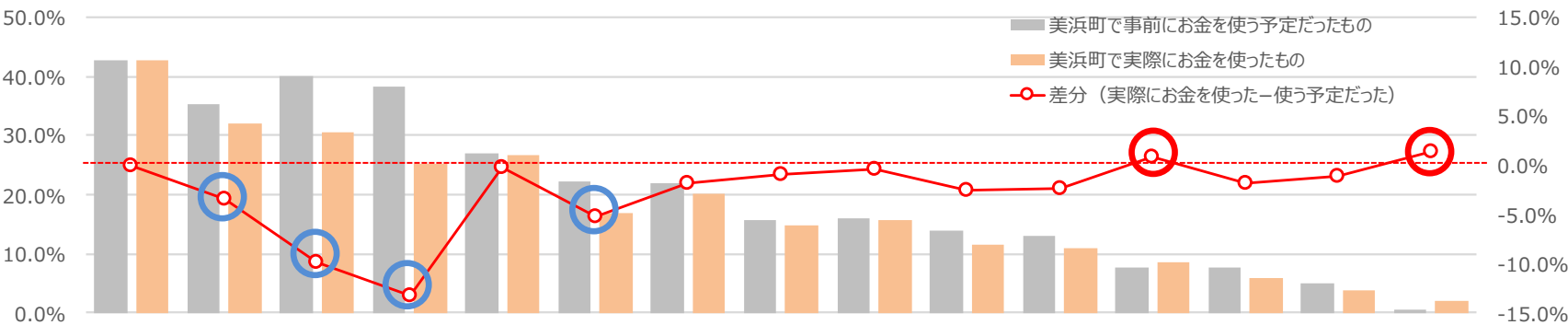
	n	お土産・買い物（菓子・工芸品）	食事（その他）	食事（へしこ以外の魚介料理）	お土産・買い物（生鮮魚介類）	飲食（スイーツ）	施設入場（観光施設等）	お土産・買い物（地酒・地ビール）	お土産・買い物（農産物）	お土産・買い物（その他）	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）	お土産・買い物（へしこ）	交通（町内のバス、タクシー等）	食事（へしこ料理）	体験メニュー（釣り、アウトドア等）	その他
美浜町で事前にお金を使う予定だったもの	709	38.6%	36.0%	35.4%	29.3%	28.2%	24.0%	17.1%	16.4%	16.1%	11.7%	11.7%	7.9%	7.1%	5.6%	1.0%
美浜町で実際にお金を使ったもの	709	39.6%	32.6%	27.1%	19.5%	28.6%	20.7%	15.8%	14.4%	17.1%	9.6%	9.4%	7.8%	5.1%	4.9%	1.4%
差分（実際にお金を使ったー使う予定だった）	709	1.0%	-3.4%	-8.3%	-9.9%	0.4%	-3.2%	-1.3%	-2.0%	1.0%	-2.1%	-2.3%	-0.1%	-2.0%	-0.7%	0.4%

観光アンケート 回答結果（クロス分析）

事前の消費意向と実際の使途の分析（アイテム・消費項目）

- 宿泊者の差分マイナス＝予定よりもそのカテゴリについてのお金を使っていない（機会ロス）は、全体と同じく食事（その他）、食事（へしこ以外の魚介料理）、お土産・買い物（生鮮魚介類）、施設入場（観光施設等）の4カテゴリが目立つ結果となった。
- 交通（町内のバス、タクシー等）、その他の差分は若干プラスとなっている。

宿泊者



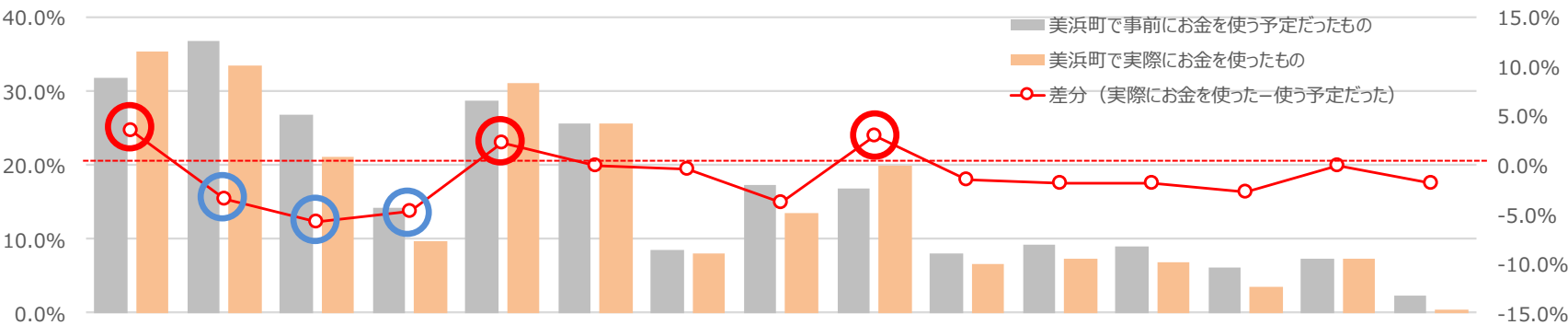
	n	品	お土産・買い物 (菓子・工芸)	食事 (その他)	食事 (へしこ以外の魚介料理)	お土産・買い物 (生鮮魚介類)	飲食 (スイーツ)	施設入場 (観光施設等)	お土産・買い物 (地酒・地ビール)	お土産・買い物 (農産物)	お土産・買い物 (その他)	お土産・買い物 (加工品)	お土産・買い物 (へしこを除く)	お土産・買い物 (へしこ)	交通 (町内のバス、タクシー等)	食事 (へしこ料理)	体験メニュー (釣り、アウトドア等)	その他
美浜町で事前にお金を使う予定だったもの	437	42.8%	35.5%	40.3%	38.4%	27.0%	22.2%	22.0%	15.8%	16.0%	14.0%	13.0%	7.6%	7.6%	4.8%	0.5%		
美浜町で実際にお金を使ったもの	437	42.8%	32.0%	30.4%	25.2%	26.8%	16.9%	20.1%	14.9%	15.6%	11.4%	10.8%	8.5%	5.7%	3.7%	1.8%		
差分 (実際に使ったー使う予定だった)	437	0.0%	-3.4%	-9.8%	-13.3%	-0.2%	-5.3%	-1.8%	-0.9%	-0.5%	-2.5%	-2.3%	0.9%	-1.8%	-1.1%	1.4%		

観光アンケート 回答結果（クロス分析）

事前の消費意向と実際の使途の分析（アイテム・消費項目）

- 日帰りの差分マイナス＝予定よりもそのカテゴリについてのお金を使っていない（機会ロス）は、全体と同じ食事（その他）、食事（へしこ以外の魚介料理）、お土産・買い物（生鮮魚介類）の3カテゴリが目立つ結果となった。一方で、全体や宿泊者で差分ロスが見られた施設入場（観光施設等）は、差分なしとなっている。
- お土産・買い物（菓子・工芸品）、飲食（スイーツ）、お土産・買い物（その他）の差分はプラスとなっている。

日帰り



	n	お土産・買い物（菓子・工芸品）	食事（その他）	食事（へしこ以外の魚介料理）	お土産・買い物（生鮮魚介類）	飲食（スイーツ）	施設入場（観光施設等）	お土産・買い物（地酒・地ビール）	お土産・買い物（農産物）	お土産・買い物（その他）	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）	お土産・買い物（へしこ）	交通（町内のバス、タクシー等）	食事（へしこ料理）	体験メニュー（釣り、アウトドア等）	その他
美浜町で事前にお金を使う予定だったもの	260	31.9%	36.9%	26.9%	14.2%	28.8%	25.8%	8.5%	17.3%	16.9%	8.1%	9.2%	8.8%	6.2%	7.3%	2.3%
美浜町で実際にお金を使ったもの	260	35.4%	33.5%	21.2%	9.6%	31.2%	25.8%	8.1%	13.5%	20.0%	6.5%	7.3%	6.9%	3.5%	7.3%	0.4%
差分（実際にお金を使ったー使う予定だった）	260	3.5%	-3.5%	-5.8%	-4.6%	2.3%	0.0%	-0.4%	-3.8%	3.1%	-1.5%	-1.9%	-1.9%	-2.7%	0.0%	-1.9%

観光アンケート 回答結果（クロス分析）

事前の消費意向と実際の使途の分析（属性別）

- 50歳以上では、全体と比較してお土産・買い物（生鮮魚介類）での機会ロスが大きくなっている。
- 食事（へしこ以外の魚介料理）は、20～50代での機会ロスが比較的大きい。
- 20歳未満では、食事（その他）での機会ロスが発生していない。
- 来訪回数3回目までの層は、お土産・買い物（生鮮魚介類）や食事（その他）の機会ロスが比較的大きい。

		事前にお金を使う予定だったもの				実際にお金を使ったもの				機会ロス = 差分(実際－予定)			
		n	魚介類・お土産・買い物（生鮮）	食事（へしこ以外の魚介料理）	食事（その他）	魚介類・お土産・買い物（生鮮）	食事（へしこ以外の魚介料理）	食事（その他）		魚介類・お土産・買い物（生鮮）	食事（へしこ以外の魚介料理）	食事（その他）	
全体	全体	709	29.3%	35.4%	36.0%	19.5%	27.1%	32.6%		-9.9%	-8.3%	-3.4%	
性別	男性	288	31.9%	37.5%	37.5%	20.1%	31.3%	35.4%		-11.8%	-6.3%	-2.1%	
	女性	416	27.9%	33.7%	35.3%	19.2%	23.8%	31.0%		-8.7%	-9.9%	-4.3%	
	答えたくない	5	0.0%	60.0%	0.0%	0.0%	60.0%	0.0%		0.0%	0.0%	0.0%	
年齢別	15歳以下	10	10.0%	30.0%	20.0%	0.0%	20.0%	50.0%		-10.0%	-10.0%	30.0%	
	15～19歳	10	20.0%	30.0%	20.0%	20.0%	30.0%	30.0%		0.0%	0.0%	10.0%	
	20～29歳	60	20.0%	45.0%	33.3%	13.3%	30.0%	23.3%		-6.7%	-15.0%	-10.0%	
	30～39歳	81	18.5%	42.0%	32.1%	11.1%	33.3%	32.1%		-7.4%	-8.6%	0.0%	
	40～49歳	118	28.8%	42.4%	35.6%	21.2%	31.4%	32.2%		-7.6%	-11.0%	-3.4%	
	50～59歳	188	33.0%	30.9%	38.8%	20.7%	21.3%	35.6%		-12.2%	-9.6%	-3.2%	
	60～69歳	172	33.7%	33.7%	36.6%	23.8%	30.2%	30.2%		-9.9%	-3.5%	-6.4%	
	70歳以上	70	34.3%	25.7%	38.6%	20.0%	18.6%	37.1%		-14.3%	-7.1%	-1.4%	
居住地別	福井県	160	16.9%	26.3%	36.3%	9.4%	20.0%	33.8%		-7.5%	-6.3%	-2.5%	
	大阪府	96	35.4%	43.8%	38.5%	26.0%	31.3%	31.3%		-9.4%	-12.5%	-7.3%	
	愛知県	79	36.7%	36.7%	38.0%	27.8%	29.1%	31.6%		-8.9%	-7.6%	-6.3%	
	その他	374	31.6%	36.9%	34.8%	20.3%	28.6%	32.6%		-11.2%	-8.3%	-2.1%	
来訪回数	初めて	259	28.2%	37.8%	35.5%	17.4%	25.5%	32.0%		-10.8%	-12.4%	-3.5%	
	2回目	98	32.7%	31.6%	35.7%	21.4%	28.6%	30.6%		-11.2%	-3.1%	-5.1%	
	3回目	64	34.4%	40.6%	37.5%	23.4%	37.5%	28.1%		-10.9%	-3.1%	-9.4%	
	4回目	23	13.0%	21.7%	39.1%	30.4%	26.1%	34.8%		17.4%	4.3%	-4.3%	
	5回以上	265	29.4%	34.3%	35.8%	18.9%	25.7%	34.7%		-10.6%	-8.7%	-1.1%	

観光アンケート 回答結果（クロス分析）

旅行目的の分析（属性別）

- 「宿でのんびり過ごす」を目的としている割合は、20代が大きかった。60代以上も、全体と比較して割合が大きくなっている。
- 最も来訪者が多かった福井県からの訪問者は、全体で割合が大きかった「地元の美味しいものを食べる」「自然景観の鑑賞（三方五湖）」「宿でのんびり過ごす」「温泉や露天風呂」がいずれも全体より少ない結果となった。「買い物」や「ドライブ」は全体より割合が大きい。
- 大阪府からの訪問者は「宿でのんびり過ごす」が、愛知県は「温泉や露天風呂」が全体と比較して大きな割合となっている。

		n	地元の美味しいものを食べる	自然景観の鑑賞（三方五湖）	宿でのんびり過ごす	温泉や露天風呂	買い物	名所・旧跡の観光	ドライブ	自然景観の鑑賞（三方五湖以外）
全体	全体	709	56.6%	40.1%	30.2%	28.3%	22.0%	18.3%	17.1%	10.3%
性別	男性	288	53.5%	38.2%	29.9%	30.6%	19.4%	20.8%	17.0%	11.8%
	女性	416	58.9%	41.1%	30.3%	26.9%	23.3%	16.3%	17.3%	9.1%
	答えたくない	5	40.0%	60.0%	40.0%	20.0%	60.0%	40.0%	0.0%	20.0%
年齢別	15歳以下	10	40.0%	20.0%	20.0%	30.0%	40.0%	20.0%	20.0%	10.0%
	15～19歳	10	70.0%	40.0%	30.0%	10.0%	20.0%	0.0%	10.0%	0.0%
	20～29歳	60	60.0%	35.0%	43.3%	30.0%	16.7%	21.7%	16.7%	13.3%
	30～39歳	81	51.9%	40.7%	30.9%	22.2%	27.2%	19.8%	22.2%	8.6%
	40～49歳	118	47.5%	46.6%	23.7%	24.6%	18.6%	18.6%	17.8%	11.0%
	50～59歳	188	56.9%	35.6%	27.1%	23.4%	17.6%	16.5%	13.3%	9.0%
	60～69歳	172	63.4%	40.7%	32.6%	36.0%	24.4%	22.7%	20.3%	12.8%
	70歳以上	70	57.1%	45.7%	32.9%	37.1%	30.0%	10.0%	12.9%	7.1%
居住地別	福井県	160	43.8%	35.0%	19.4%	10.6%	26.3%	11.3%	21.3%	9.4%
	大阪府	96	60.4%	31.3%	42.7%	30.2%	17.7%	19.8%	8.3%	8.3%
	愛知県	79	63.3%	35.4%	34.2%	41.8%	22.8%	19.0%	12.7%	12.7%
	その他	374	59.6%	45.5%	30.7%	32.6%	21.1%	20.9%	18.4%	10.7%
来訪回数	初めて	259	57.5%	49.0%	34.7%	33.2%	17.4%	25.5%	14.3%	10.8%
	2回目	98	54.1%	42.9%	32.7%	28.6%	19.4%	15.3%	18.4%	10.2%
	3回目	64	57.8%	46.9%	34.4%	20.3%	15.6%	15.6%	18.8%	9.4%
	4回目	23	60.9%	43.5%	26.1%	21.7%	17.4%	17.4%	17.4%	8.7%
	5回以上	265	55.8%	28.3%	24.2%	26.0%	29.4%	13.2%	18.9%	10.2%

観光アンケート 回答結果（クロス分析）

宿泊施設の分析（属性別）

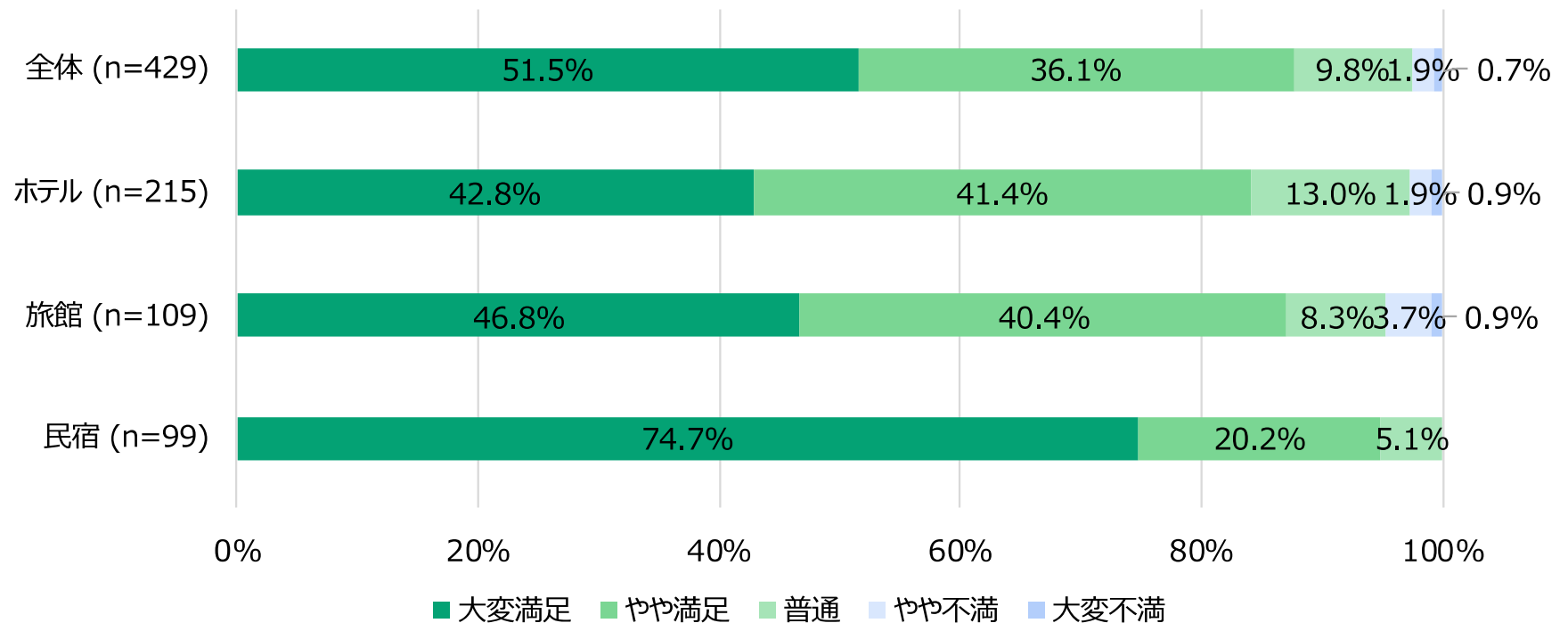
- 15歳以上では、年齢層が上がるにつれてホテルの利用率が高くなる傾向がみられる。
- 反対に、年齢層が下がるにつれて旅館の利用率が上昇傾向となっている。
- 福井県や大阪府からの訪問者は、全体と比較してホテルの利用率が低く、旅館や民宿の利用率が高くなっている。
- 愛知県からの訪問者は、反対にホテルの利用率が高く、旅館や民宿の利用率が低い。
- 来訪回数が3回までの層は、ホテルの利用率が高い。4回目を超えると、民宿の利用率が高くなっている。

		n	ホテル	旅館	民宿	ゲストハウス
全体	全体	437	50.6%	25.4%	22.7%	1.4%
性別	男性	187	56.7%	21.4%	20.9%	1.1%
	女性	248	46.0%	28.6%	23.8%	1.6%
	答えたくない	2	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%
年齢別	15歳以下	6	50.0%	16.7%	33.3%	0.0%
	15～19歳	6	33.3%	66.7%	0.0%	0.0%
	20～29歳	34	26.5%	47.1%	26.5%	0.0%
	30～39歳	44	29.5%	47.7%	22.7%	0.0%
	40～49歳	62	48.4%	32.3%	19.4%	0.0%
	50～59歳	115	48.7%	19.1%	31.3%	0.9%
	60～69歳	120	60.0%	18.3%	19.2%	2.5%
	70歳以上	50	72.0%	10.0%	14.0%	4.0%
居住地別	福井県	46	34.8%	28.3%	37.0%	0.0%
	大阪府	78	38.5%	32.1%	28.2%	1.3%
	愛知県	62	56.5%	24.2%	19.4%	0.0%
	その他	251	55.8%	23.1%	19.1%	2.0%
来訪回数	初めて	181	51.4%	31.5%	16.0%	1.1%
	2回目	67	52.2%	26.9%	19.4%	1.5%
	3回目	37	59.5%	18.9%	21.6%	0.0%
	4回目	11	36.4%	0.0%	63.6%	0.0%
	5回以上	141	47.5%	20.6%	29.8%	2.1%

観光アンケート 回答結果（クロス分析）

宿泊施設の満足度分析

- ホテルは、全体と比較して「大変満足」+「やや満足」の割合が少なくなっている。
- 旅館は、全体と比較して「大変満足」の割合が若干少ない一方で、「やや満足」の割合が大きく、合計では全体と同程度の割合となった。
- 民宿は、「大変満足」の割合が4分の3弱と大きい。「やや満足」と合計すると、約95%に達している。ゲストハウスは「大変満足」+「やや満足」で100%となった。



観光アンケート 回答結果（クロス分析）

- ・ 順位が下がった品目は、食事（へしこ以外の魚介料理）、お土産・買い物（生鮮魚介類）、お土産・買い物（地酒・地ビール）、お土産・買い物（農産物）である。
- ・ 順位が上がった品目は、飲食（スイーツ）、施設入場（観光施設等）、お土産・買い物（その他）である。

予定品目ランキング

順位	品目
1.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
2.	食事（その他）
3.	食事（へしこ以外の魚介料理）
4.	お土産・買い物（生鮮魚介類）
5.	飲食（スイーツ）
6.	施設入場（観光施設等）
7.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
8.	お土産・買い物（農産物）
9.	お土産・買い物（その他）
10.	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）

(n=709)

実際の支出品目ランキング

順位	品目
1.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
2.	食事（その他）
3.	飲食（スイーツ）
4.	食事（へしこ以外の魚介料理）
5.	施設入場（観光施設等）
6.	お土産・買い物（生鮮魚介類）
7.	お土産・買い物（その他）
8.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
9.	お土産・買い物（農産物）
10.	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）

(n=709)

観光アンケート 回答結果（クロス分析）

全体のランキング（予定）

順位	品目
1.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
2.	食事（その他）
3.	食事（へしこ以外の魚介料理）
4.	お土産・買い物（生鮮魚介類）
5.	飲食（スイーツ）
6.	施設入場（観光施設等）
7.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
8.	お土産・買い物（農産物）
9.	お土産・買い物（その他）
10.	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）

(n=709)

旅行形態ランキング（予定）

夫婦・旅行

順位	品目
1.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
2.	食事（その他）
3.	食事（へしこ以外の魚介料理）
4.	お土産・買い物（生鮮魚介類）
5.	飲食（スイーツ）
6.	施設入場（観光施設等）
7.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
8.	お土産・買い物（農産物）
9.	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）
10.	お土産・買い物（その他）

(n=253)

子ども連れ家族旅行

順位	品目
1.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
2.	食事（へしこ以外の魚介料理）
3.	食事（その他）
4.	飲食（スイーツ）
5.	お土産・買い物（生鮮魚介類）
6.	施設入場（観光施設等）
7.	お土産・買い物（その他）↑
8.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
9.	お土産・買い物（農産物）
10.	お土産・買い物（へしこ）

(n=194)

男性・女性ランキング（予定）

男性

順位	品目
1.	食事（その他）
2.	食事（へしこ以外の魚介料理）
3.	お土産・買い物（生鮮魚介類）
4.	お土産・買い物（菓子・工芸品）↓
5.	施設入場（観光施設等）
6.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
7.	飲食（スイーツ）↓
8.	お土産・買い物（その他）
9.	お土産・買い物（農産物）
10.	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）

(n=288)

女性

順位	品目
1.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
2.	食事（その他）
3.	飲食（スイーツ）↑
4.	食事（へしこ以外の魚介料理）
5.	お土産・買い物（生鮮魚介類）
6.	施設入場（観光施設等）
7.	お土産・買い物（農産物）
8.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
9.	お土産・買い物（その他）
10.	お土産・買い物（へしこ）

(n=416)

居住地ランキング（予定）

福井県

順位	品目
1.	食事（その他）
2.	食事（へしこ以外の魚介料理）
3.	飲食（スイーツ）↑
4.	お土産・買い物（菓子・工芸品）↓
5.	お土産・買い物（農産物）↑
6.	お土産・買い物（その他）↑
7.	お土産・買い物（生鮮魚介類）↓
8.	施設入場（観光施設等）↓
9.	お土産・買い物（へしこ）↑
10.	お土産・買い物（地酒・地ビール）↓

(n=160)

愛知県

順位	品目
1.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
2.	食事（その他）
3.	食事（へしこ以外の魚介料理）
4.	お土産・買い物（生鮮魚介類）
5.	お土産・買い物（その他）↑
6.	飲食（スイーツ）
7.	施設入場（観光施設等）
8.	お土産・買い物（へしこ）↑
9.	お土産・買い物（地酒・地ビール）↓
10.	お土産・買い物（農産物）↓

(n=79)

それ以外

順位	品目
1.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
2.	食事（へしこ以外の魚介料理）
3.	食事（その他）
4.	お土産・買い物（生鮮魚介類）
5.	飲食（スイーツ）
6.	施設入場（観光施設等）
7.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
8.	お土産・買い物（農産物）
9.	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）
10.	お土産・買い物（その他）

(n=470)

観光アンケート 回答結果（クロス分析）

全体のランキング（実際）

順位	品目
1.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
2.	食事（その他）
3.	飲食（スイーツ）↑
4.	食事（へしこ以外の魚介料理）
5.	施設入場（観光施設等）
6.	お土産・買い物（生鮮魚介類）↓
7.	お土産・買い物（その他）↑
8.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
9.	お土産・買い物（農産物）
10.	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）

(n=709)

旅行形態ランキング（実際）

夫婦・カップル旅行

順位	品目
1.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
2.	食事（その他）
3.	食事（へしこ以外の魚介料理）
4.	飲食（スイーツ）
5.	お土産・買い物（地酒・地ビール）↑
6.	施設入場（観光施設等）
7.	お土産・買い物（生鮮魚介類）↓
8.	お土産・買い物（農産物）
9.	お土産・買い物（その他）
10.	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）

(n=253)

子ども連れ家族旅行

順位	品目
1.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
2.	飲食（スイーツ）↑
3.	食事（その他）
4.	食事（へしこ以外の魚介料理）
5.	施設入場（観光施設等）
6.	お土産・買い物（生鮮魚介類）↓
7.	お土産・買い物（その他）↑
8.	お土産・買い物（農産物）
9.	お土産・買い物（地酒・地ビール）↓
10.	お土産・買い物（へしこ）

(n=194)

男性・女性ランキング（実際）

男性

順位	品目
1.	食事（その他）
2.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
3.	食事（へしこ以外の魚介料理）
4.	お土産・買い物（生鮮魚介類）
5.	お土産・買い物（その他）↑
6.	施設入場（観光施設等）
7.	飲食（スイーツ）↓
8.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
9.	お土産・買い物（農産物）
10.	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）

(n=288)

女性

順位	品目
1.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
2.	飲食（スイーツ）↑
3.	食事（その他）
4.	食事（へしこ以外の魚介料理）
5.	施設入場（観光施設等）
6.	お土産・買い物（生鮮魚介類）↓
7.	お土産・買い物（その他）↑
8.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
9.	お土産・買い物（農産物）
10.	お土産・買い物（へしこ）

(n=416)

居住地ランキング（実際）

福井県

順位	品目
1.	食事（その他）
2.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
3.	飲食（スイーツ）↑
4.	食事（へしこ以外の魚介料理）
5.	お土産・買い物（農産物）↑
6.	お土産・買い物（その他）↑
7.	施設入場（観光施設等）
8.	お土産・買い物（へしこ）↑
9.	お土産・買い物（生鮮魚介類）↓
10.	お土産・買い物（地酒・地ビール）↓

(n=160)

愛知県

順位	品目
1.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
2.	食事（その他）
3.	食事（へしこ以外の魚介料理）
4.	お土産・買い物（生鮮魚介類）
5.	飲食（スイーツ）
6.	施設入場（観光施設等）
7.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
8.	お土産・買い物（その他）
9.	お土産・買い物（農産物）
10.	お土産・買い物（へしこ）

(n=79)

それ以外

順位	品目
1.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
2.	食事（その他）
3.	飲食（スイーツ）↑
4.	食事（へしこ以外の魚介料理）
5.	施設入場（観光施設等）
6.	お土産・買い物（生鮮魚介類）↓
7.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
8.	お土産・買い物（その他）
9.	お土産・買い物（農産物）
10.	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）

(n=470)

青：予定と比較して順位が2段階以上上がったもの

赤：予定と比較して順位が2段階以上下がったもの

観光アンケート 回答結果（まとめ）

【年齢別】

・50代が最も多く、26.5%を占めた。次いで60代が24.3%、40代が16.6%となっている。

【職業別】

・会社員が最も多く37.2%を占めた。次いでパート・アルバイト、専業主婦（主夫）の順となっている。

【居住地別】

・居住地は、福井県22.6%、大阪府13.5%、愛知県11.1%が上位を構成している。
・宿泊者の居住地は大阪府が最も多く、次いで愛知県。TOP6で全体の68.2%を占める。日帰りでは福井県が43.1%を占めた。

【来訪回数】

・5回以上が最も多く、37.4%を占めた。次いで初めてが36.5%、2回目が13.8%となっている。
・宿泊者は初めてが41.4%と最も多く、日帰りは5回以上が45.4%と最も多い。

【旅行形態別】

・夫婦のみが最も多く、30.6%を占めた。次いで子連れ、友人、自分ひとり、親子の順となっている。

【旅行目的】

・「地元の美味しいものを食べる」が最も多く、56.6%を占めた。次いで「自然景観の鑑賞」が40.1%、「宿でのんびり過ごす」が30.2%となっている。

【情報収集方法】

・インターネット・アプリが最も多く、50.4%を占めた。次いで観光パンフレット・ポスター、友人・知人の順となっている。

【交通手段】

・自家用車が圧倒的に多く、80.1%を占めた。次いで在来線、新幹線、レンタカー、旅行会社主催のツアーバスとなっている。

【宿泊施設】

・15歳以上では、年齢層が上がるにつれてホテルの利用率が高くなる傾向がみられる。反対に、年齢層が下がるにつれて旅館の利用率が上昇傾向となっている。

観光アンケート 回答結果（まとめ）

【北陸新幹線敦賀開業前後での目的比較】

・北陸新幹線敦賀開業後は「地元の美味しいものを食べる」、「自然景観の鑑賞（三方五湖）」、「宿でのんびり過ごす」、「温泉や露天風呂」といった回答の割合が増加した。「買い物」、「友人・親戚を訪ねる」、「出張などの仕事関係」、「ツーリング」といった回答の割合は減少している。

【事前の消費意向と消費実態】

◆全体：機会ロスは、食事（その他）、食事（へしこ以外の魚介料理）、お土産・買い物（生鮮魚介類）、施設入場（観光施設等）の4カテゴリで多く発生している。

◆宿泊者：機会ロスは、全体と同じく食事（その他）、食事（へしこ以外の魚介料理）、お土産・買い物（生鮮魚介類）、施設入場（観光施設等）の4カテゴリが目立つ結果となった。

◆日帰り：機会ロスは、食事（その他）、食事（へしこ以外の魚介料理）、お土産・買い物（生鮮魚介類）の3カテゴリが目立つ結果となった。一方で、お土産・買い物（菓子・工芸品）、飲食（スイーツ）、お土産・買い物（その他）の差分はプラスとなっている。

◆属性別：ボリュームゾーンである50歳以上では、全体と比較してお土産・買い物（生鮮魚介類）での機会ロスが大きくなっている。また、来訪回数3回目までの層は、お土産・買い物（生鮮魚介類）や食事（その他）の機会ロスが比較的大きい。20歳未満では、食事（その他）での機会ロスが発生していない。

◆北陸新幹線敦賀開業前後での消費項目比較：北陸新幹線敦賀開業前と比較して、開業後ではお土産・買い物（生鮮魚介類）、食事（その他）の機会ロスが減少している。特に、50代以上の食事（その他）の機会ロスが減少傾向となった。