
令和6年度 美浜町観光アンケート調査結果

2025年4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 : 福井県美浜町

期 間 : 2024年4月1日～2025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 :

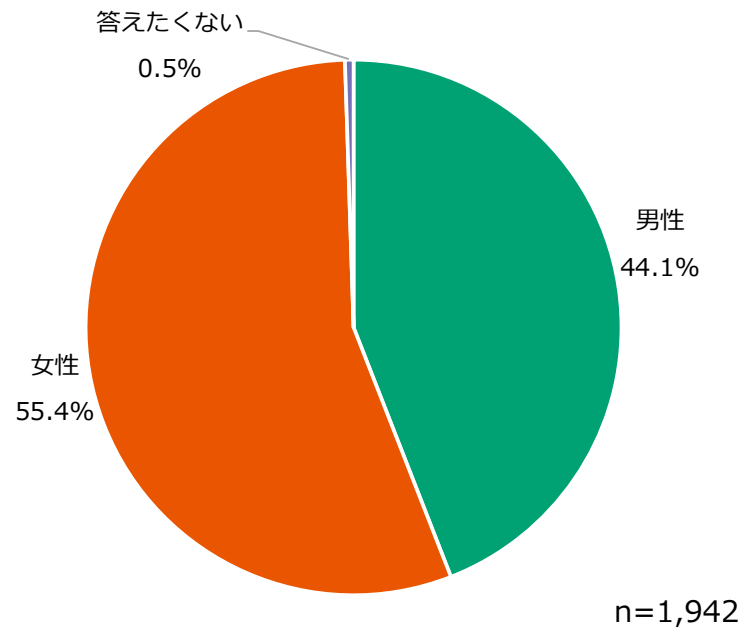
- ・回答ルールから逸脱、矛盾したものや極端な値等をクリーニング
- ・地域的な回答の偏りの補正なし、期間中の当条件下での自然回答として集計

有効回答数 : 1,942人

観光アンケート 回答結果（単純集計）

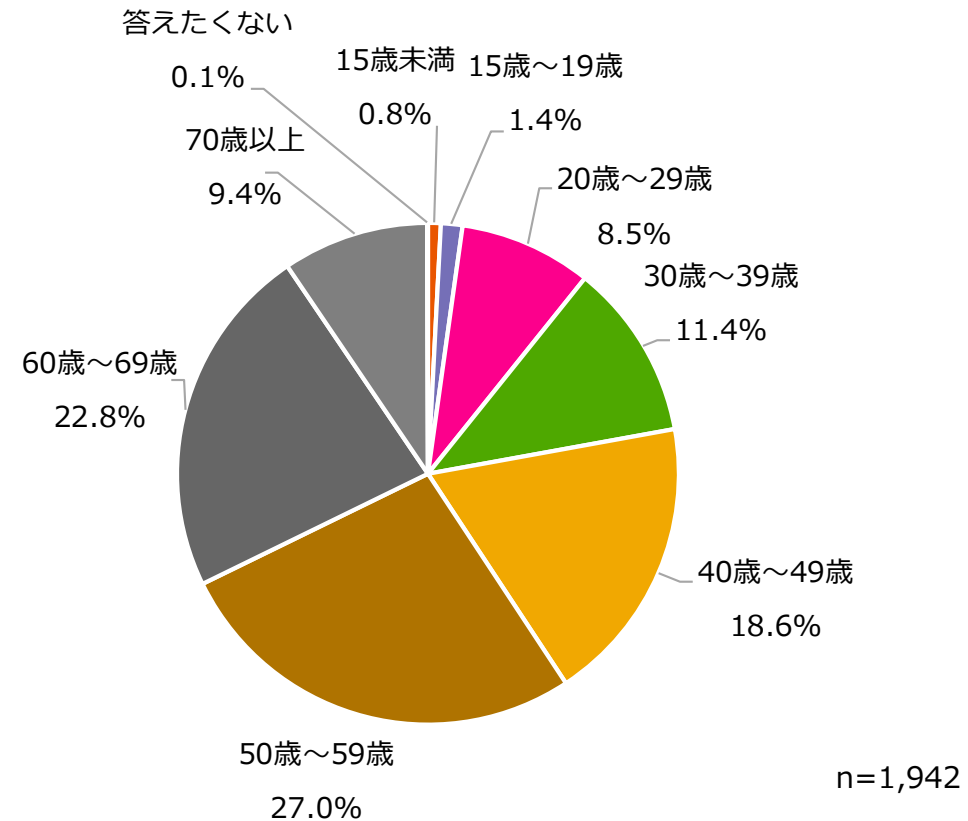
性別

- 女性が多く、55.4%を占めた。



年齢

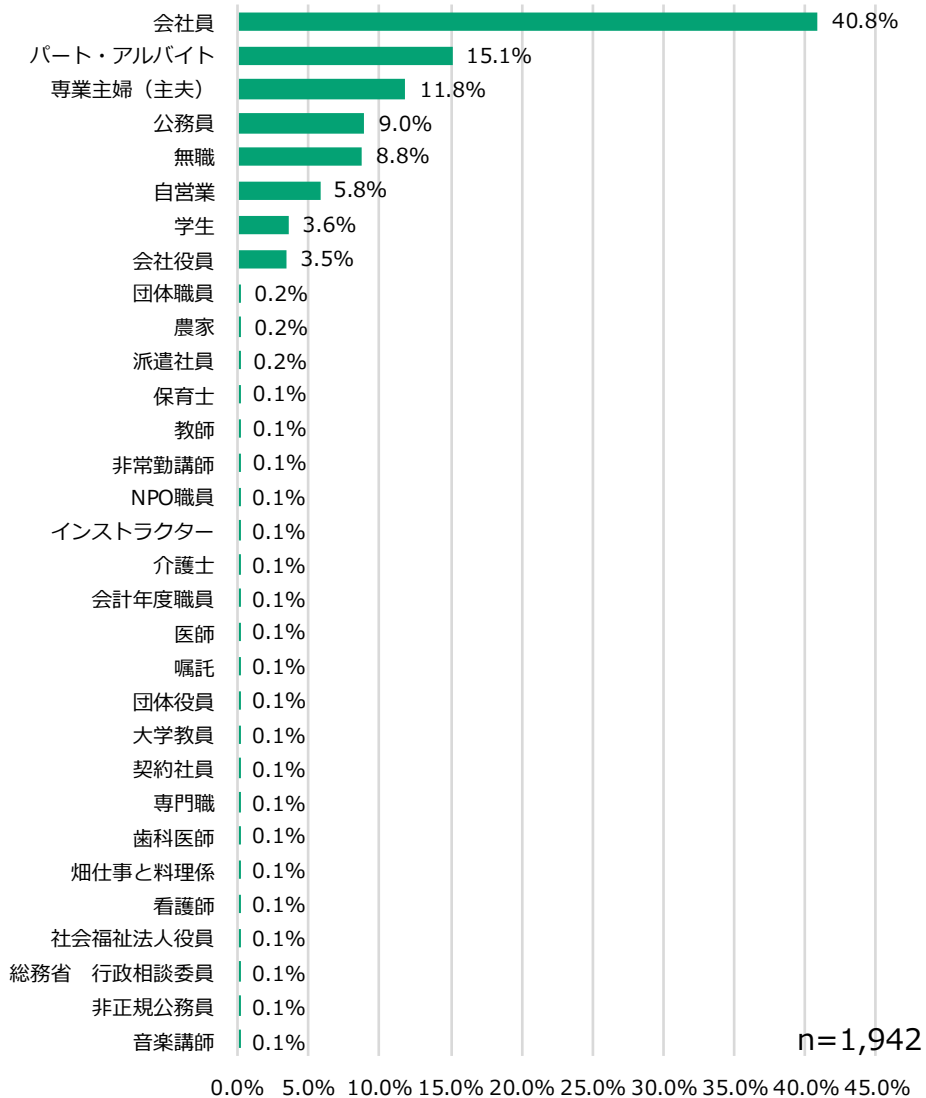
- 50代が最も多く、27.0%を占めた。
- 次いで60代が22.8%、40代が18.6%となっている。



観光アンケート 回答結果（単純集計）

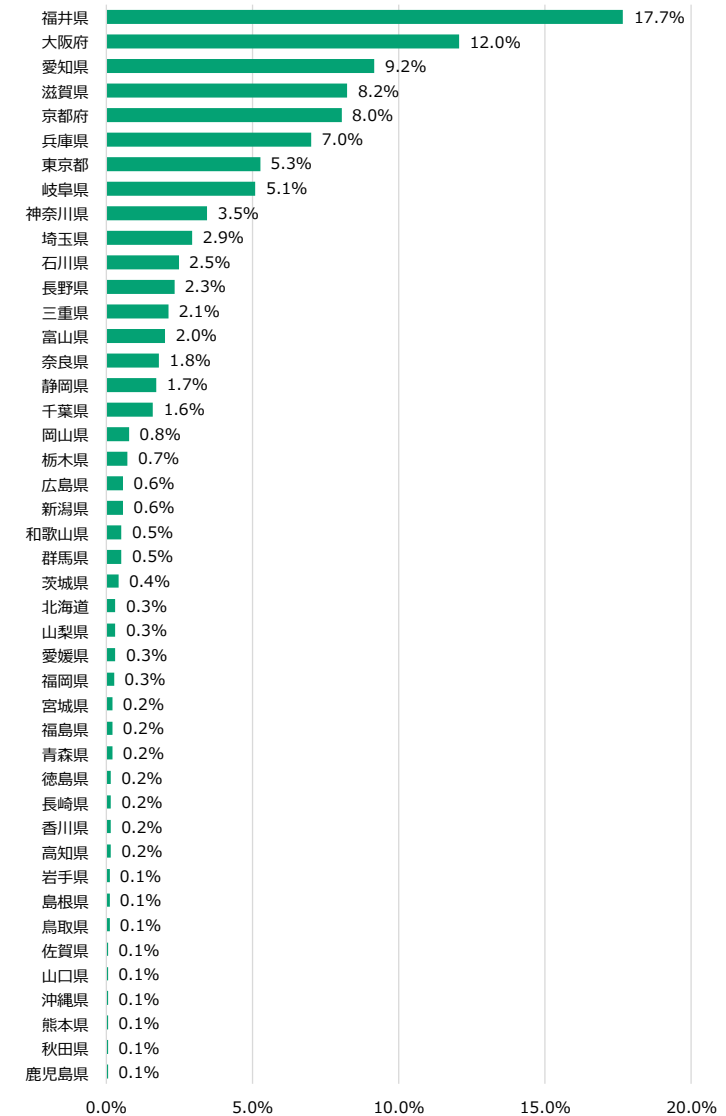
職業

- ・ 会社員が最も多く、40.8%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）

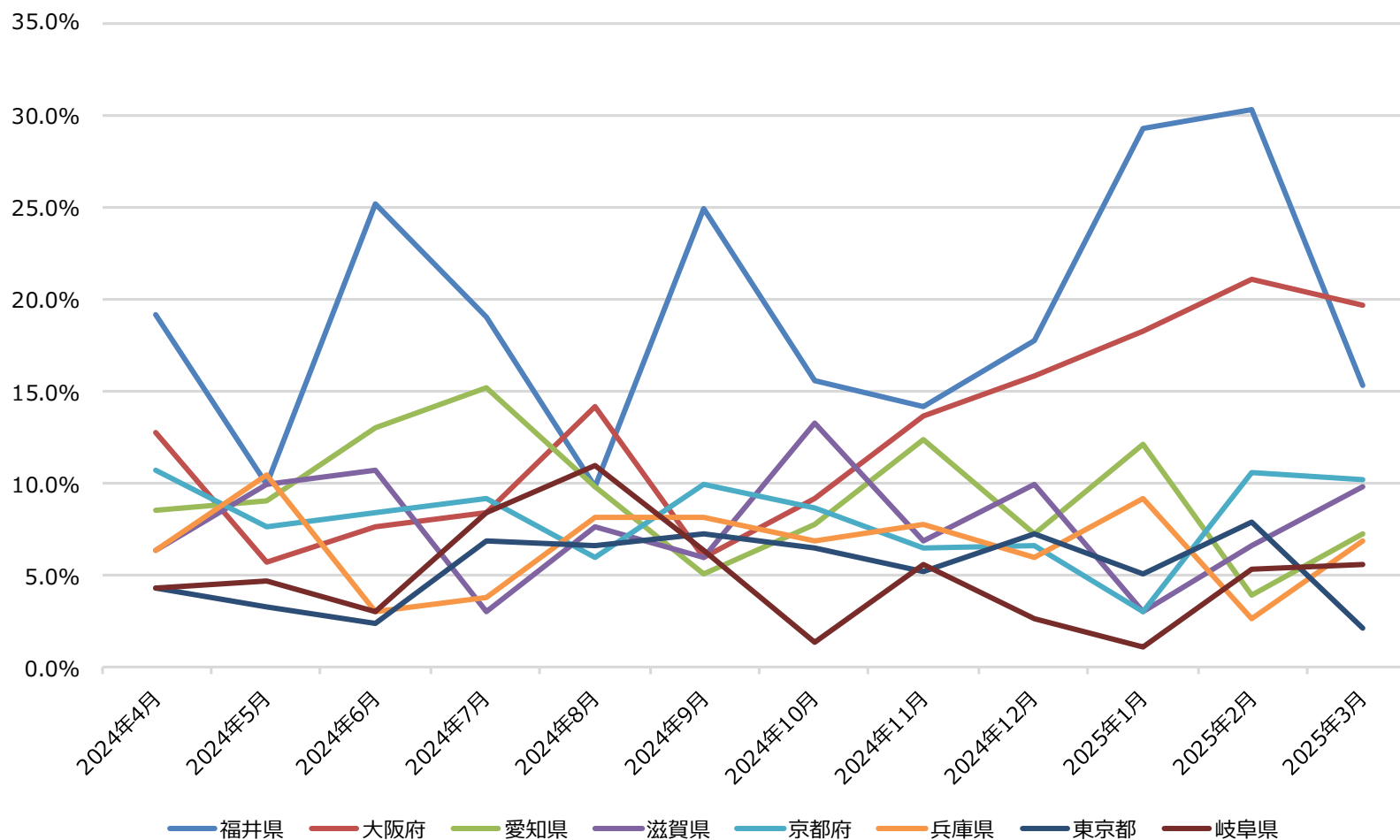
- ・ 福井県17.7%、大阪府12.0%、愛知県9.2%と上位を構成する。



観光アンケート 回答結果（単純集計）

月別・居住地（都道府県名）

- 多くの月で福井県が最多となった。
- 2024年5月は兵庫県、2024年8月および2025年3月は大阪府が最多となっている。

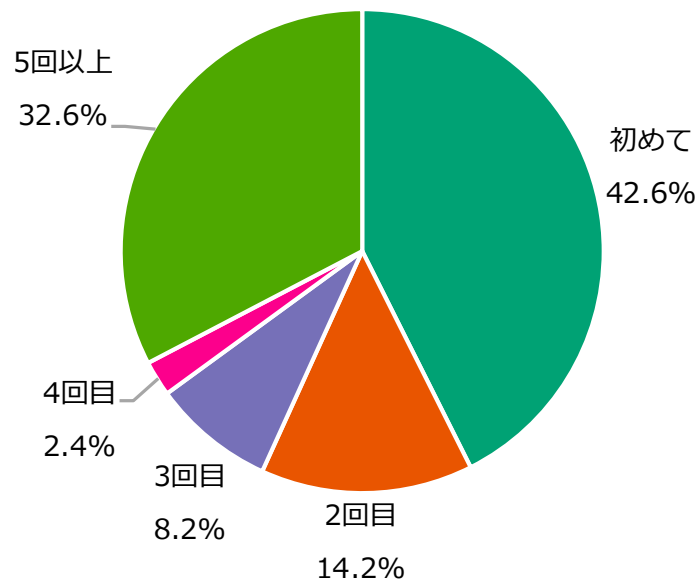


n=1,942

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。

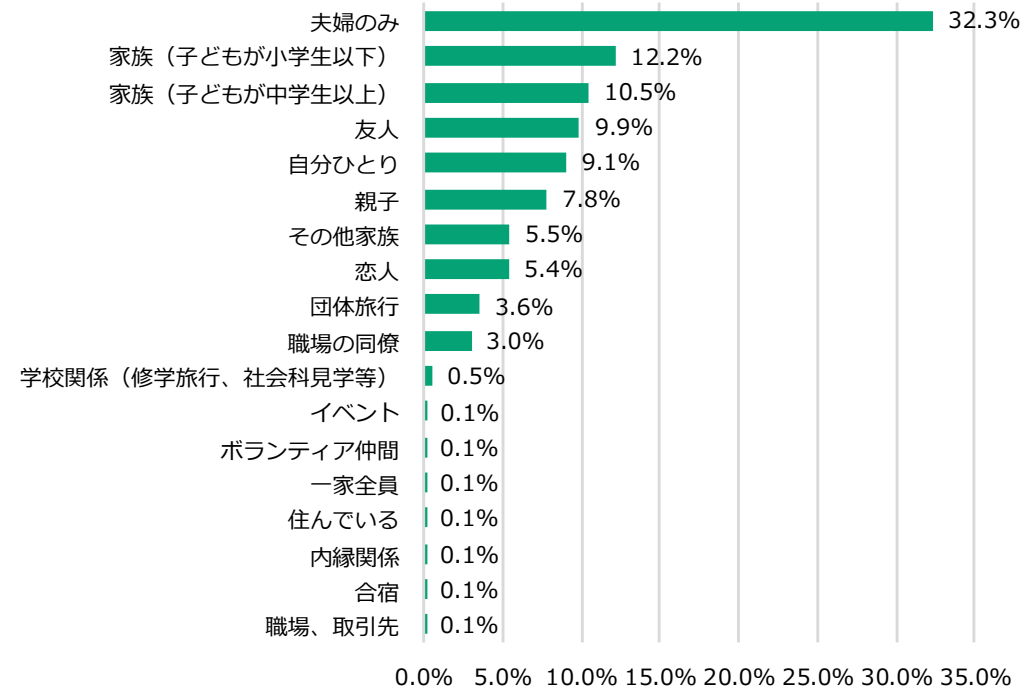
- 初めてが最も多く、42.6%を占めた。
- 次いで5回以上が32.6%、2回目が14.2%となっている。



n=1,942

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、32.3%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。

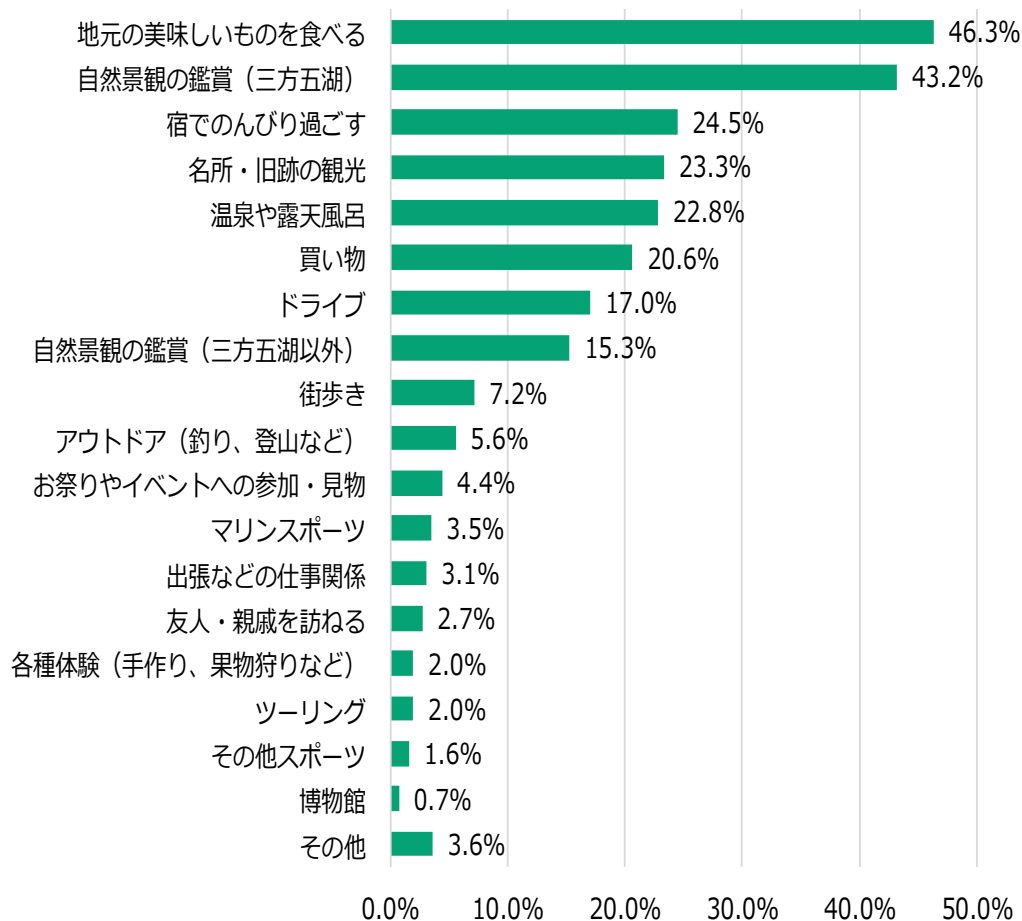


n=1,942

観光アンケート 回答結果（単純集計）

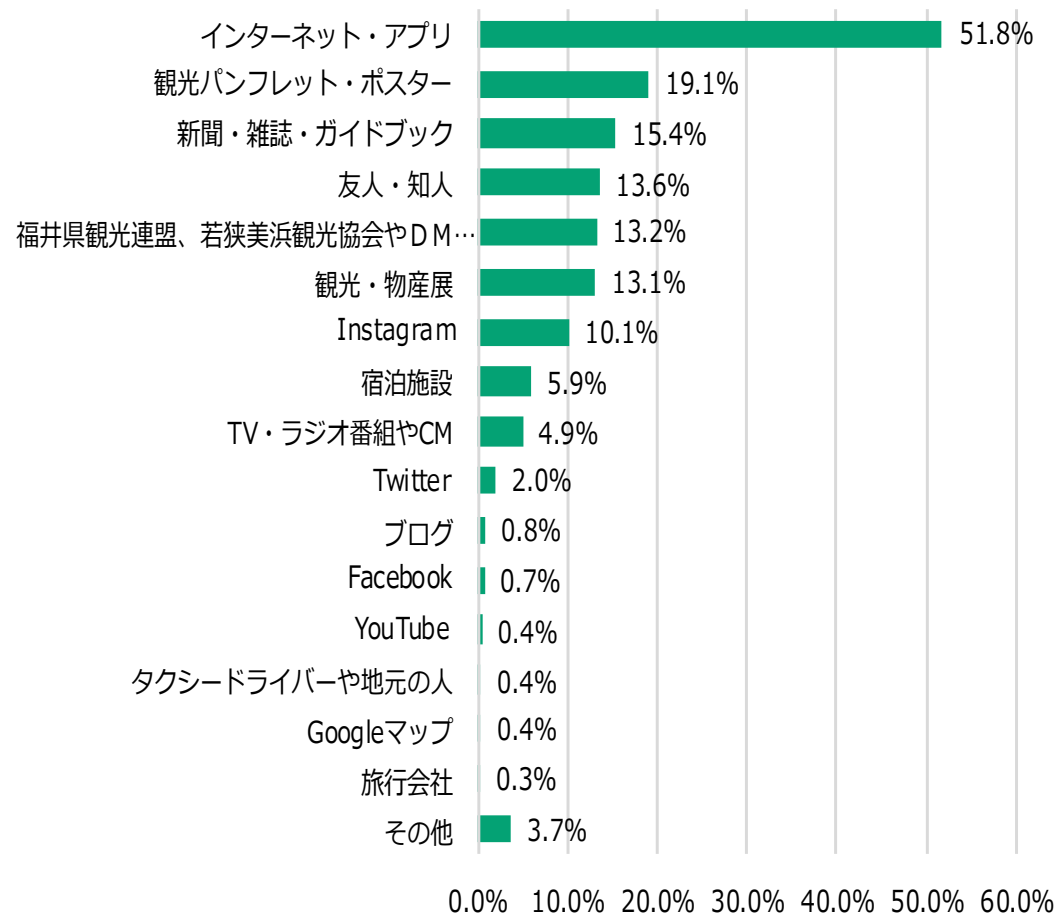
1-③. 今回の旅行の目的は何ですか。

- ・「地元の美味しいものを食べる」が最も多く、46.3%を占めた。
- ・次いで「自然景観の鑑賞」が43.2%、「宿でのんびり過ごす」が24.5%となっている。



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。

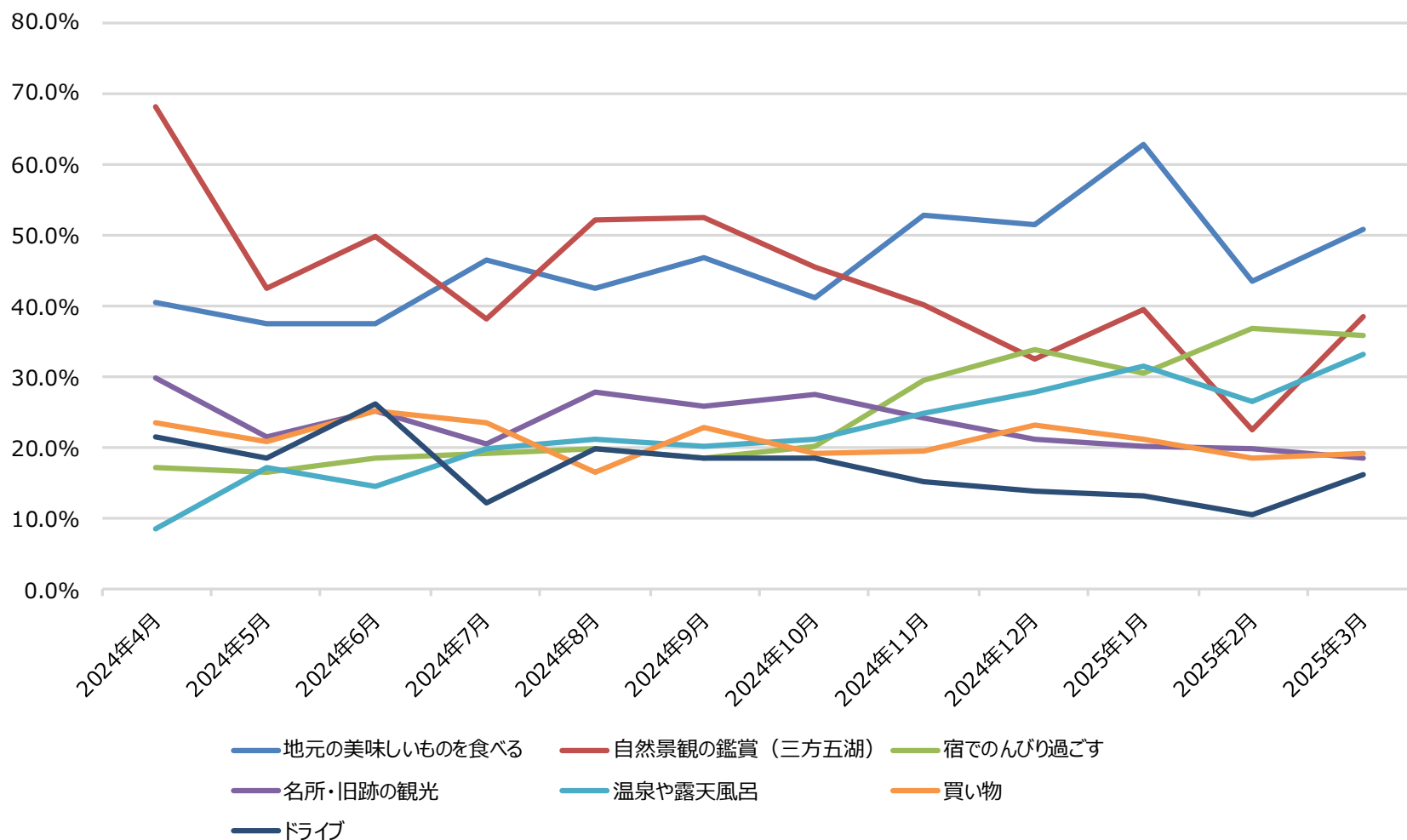
- ・インターネット・アプリが最も多く、51.8%を占めた。
- ・次いで観光パンフレット・ポスター、新聞・雑誌・ガイドブックの順となっている。



観光アンケート 回答結果（単純集計）

月別・今回の旅行の目的

- 2024年7月および2024年11月～2025年3月は「地元の美味しいものを食べる」が最も多い。
- 2024年4～6月、8～9月は「自然景観の鑑賞」が最多となった。

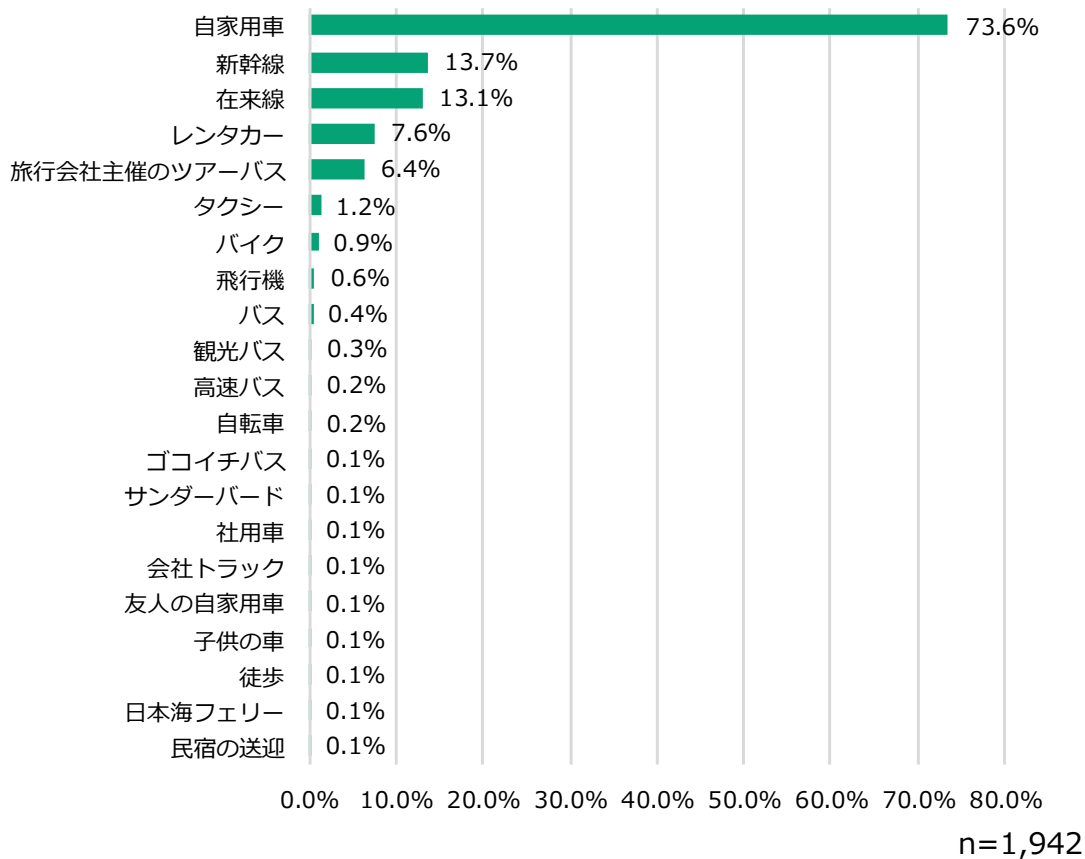


n=1,942

観光アンケート 回答結果（単純集計）

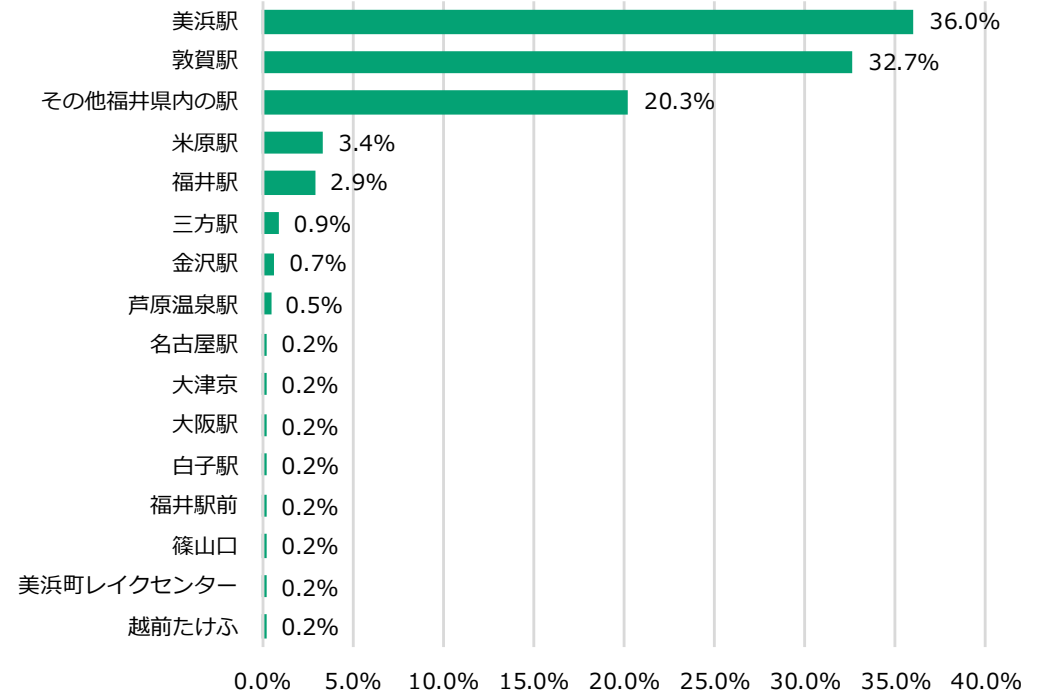
2-①. 自宅から美浜町へ到着するまでに利用した交通手段をお答えください。

- 自家用車が圧倒的に多く、73.6%を占めた。
- 次いで新幹線、在来線、レンタカー、旅行会社主催のツアーバスとなっている。



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。

- 美浜駅が最も多く、36.0%を占めた。
- 次いで敦賀駅が多く、32.7%となっている。

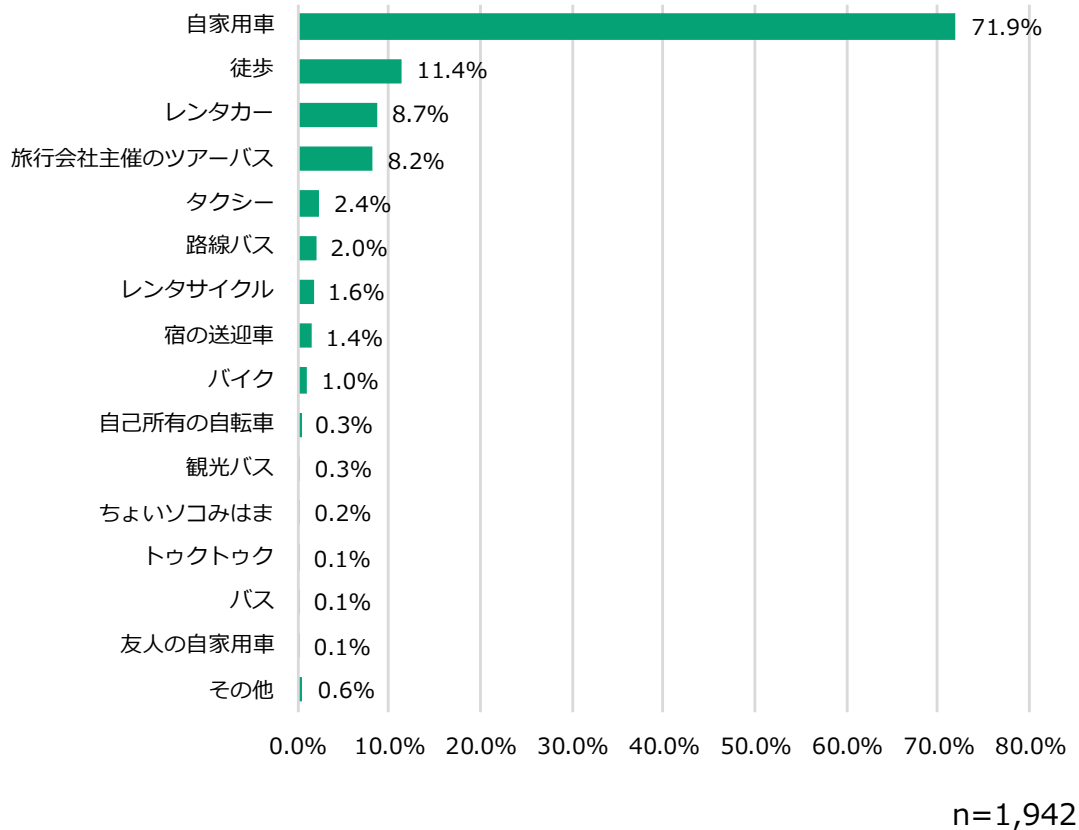


n=444

観光アンケート 回答結果（単純集計）

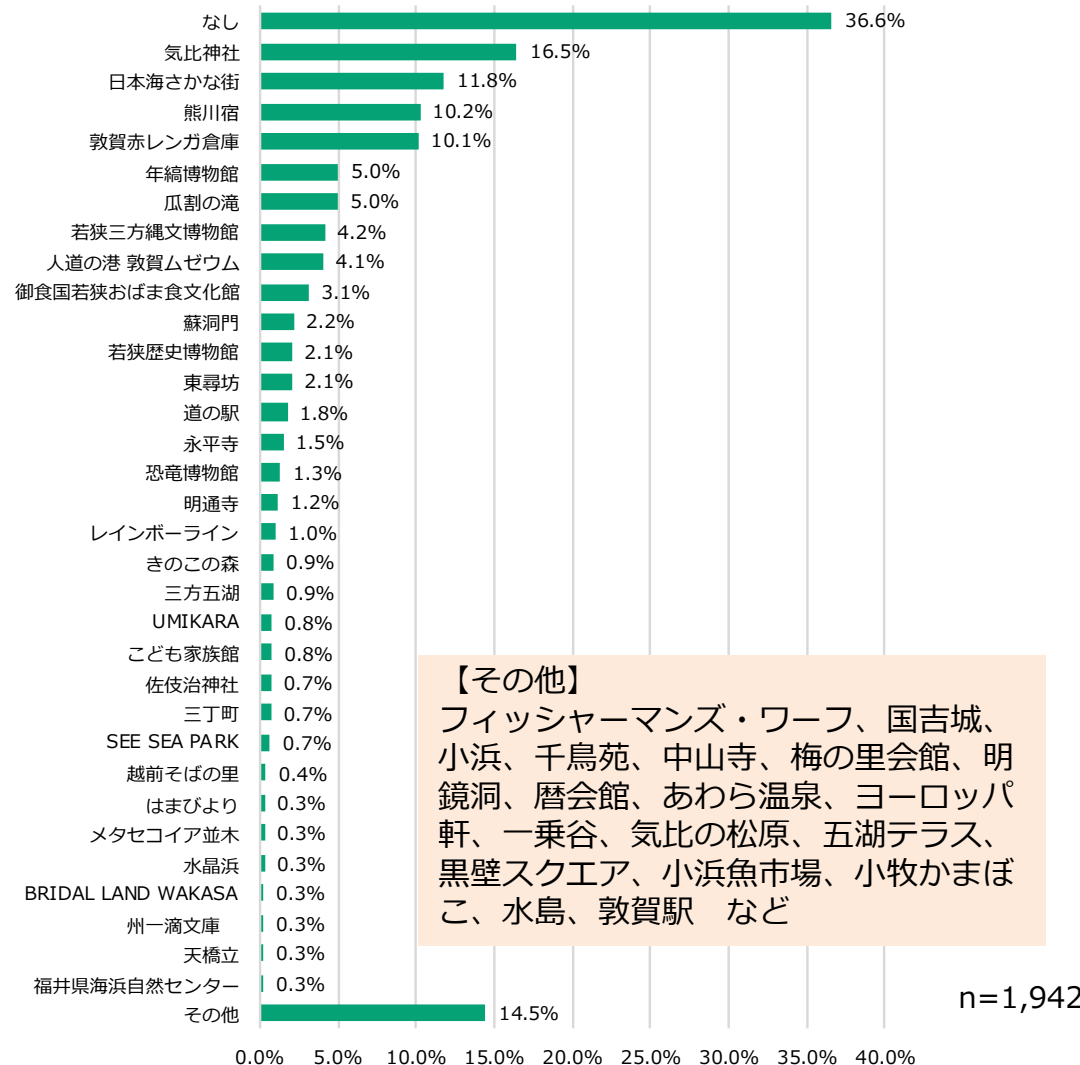
2-③. 美浜町内で利用した（する）交通手段をすべてお答えください。

- 自家用車が最も多く、71.9%を占めた。
- 次に徒歩、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168名のうち、敦賀駅で降車したのは74名（44.0%）。
その他は美浜駅7名、米原駅6名、金沢駅3名などとなっている。



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、16.5%を占めた。
- 次に日本海さかな街、熊川宿、敦賀赤レンガ倉庫となっている。



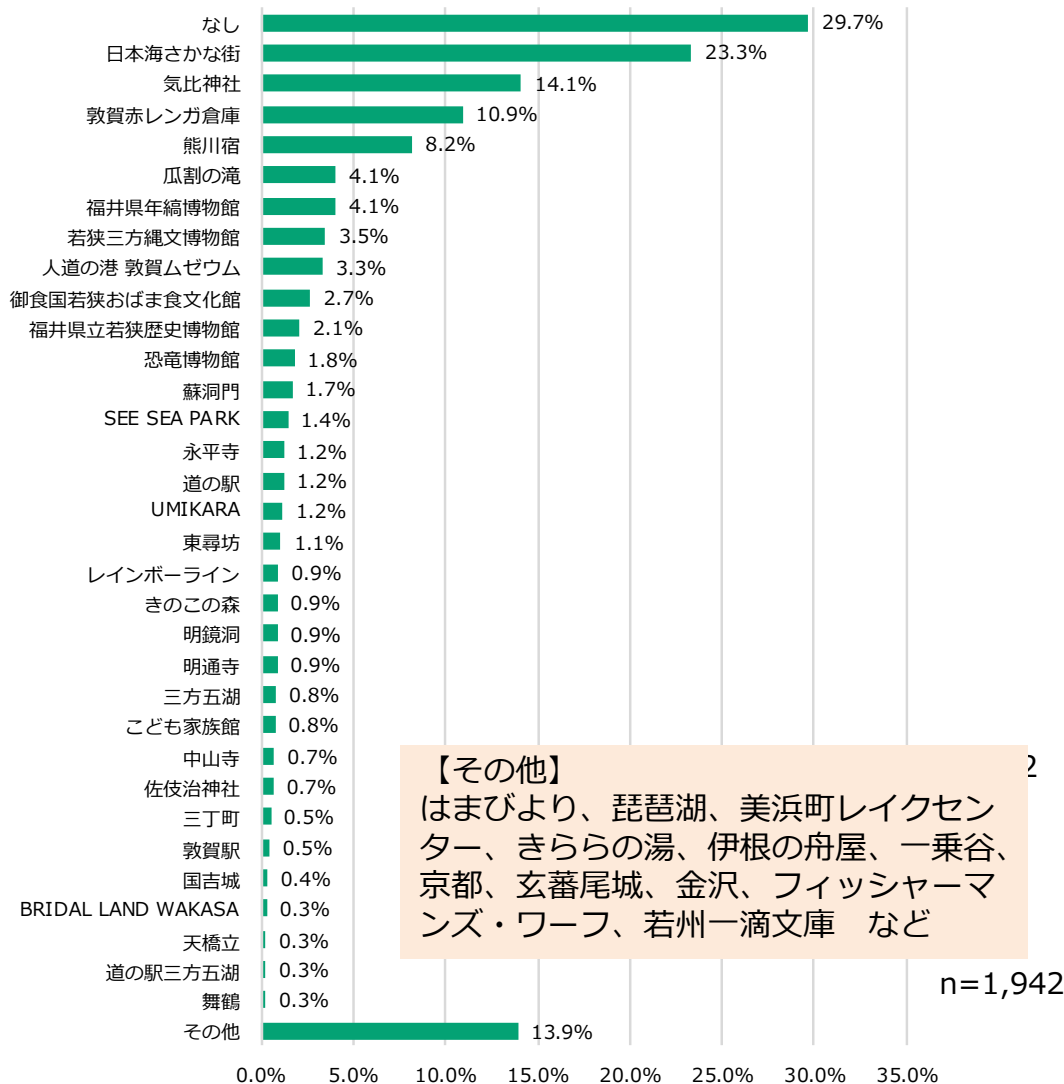
【その他】

フィッシャーマンズ・ワーフ、国吉城、小浜、千鳥苑、中山寺、梅の里会館、明鏡洞、暦会館、あわら温泉、ヨーロッパ軒、一乗谷、気比の松原、五湖テラス、黒壁スクエア、小浜魚市場、小牧かまぼこ、水島、敦賀駅 など

観光アンケート 回答結果（単純集計）

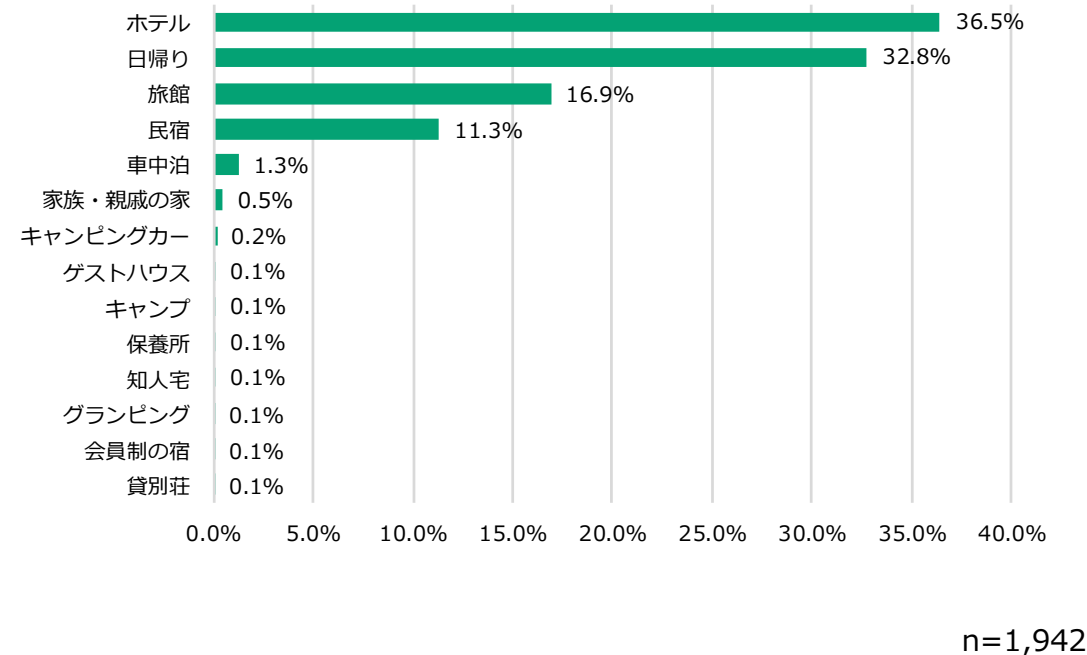
2-⑤. 美浜町から自宅へ帰る前に立ち寄る場所があれば、お答えください。

- 「なし」を除くと日本海さかな街が最も多く、23.3%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。

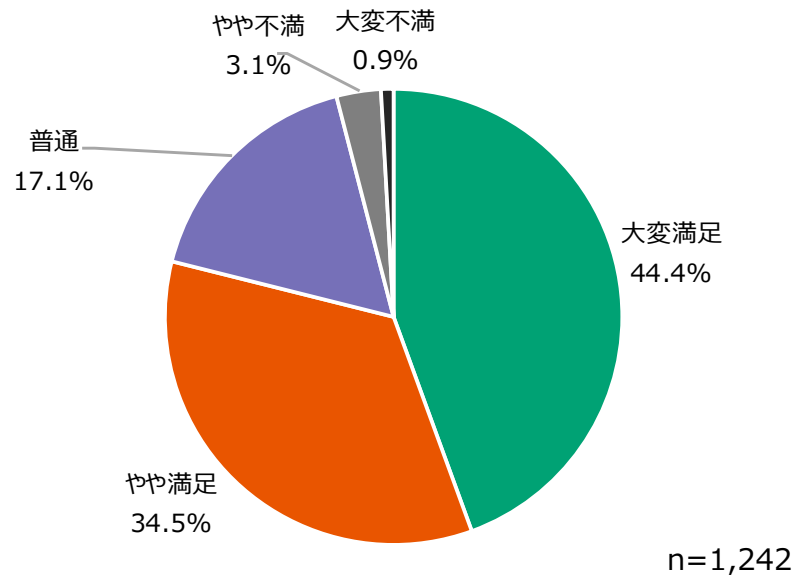
- ホテルが最も多く、36.5%を占めた。
- 次いで日帰りを除くと旅館が16.9%、民宿が11.3%となっている。



観光アンケート 回答結果（単純集計）

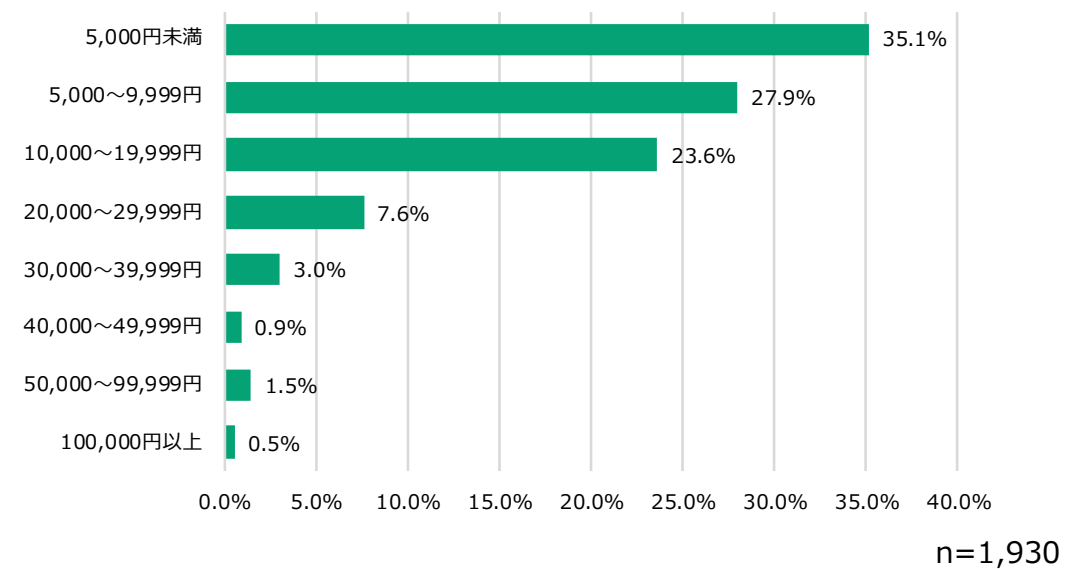
3-②. 前問で「民宿」「ホテル」「旅館」「ゲストハウス」とお答えした方に伺います。宿泊されたお宿の満足度を教えてください。

- 「大変満足」「やや満足」を合計すると78.9%となった。
- 「やや不満」「大変不満」は合計4.0%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、35.1%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。

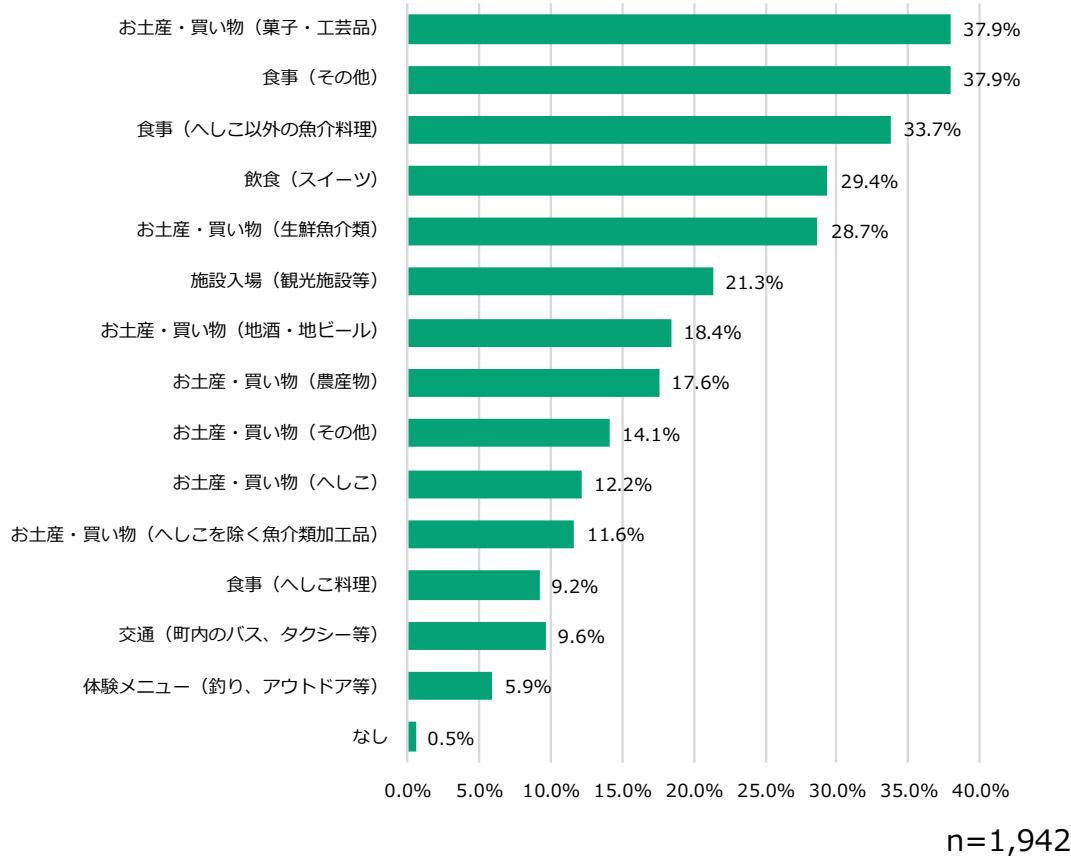


平均値:9,165円
中央値:5,000円
最頻値:5,000円

観光アンケート 回答結果（単純集計）

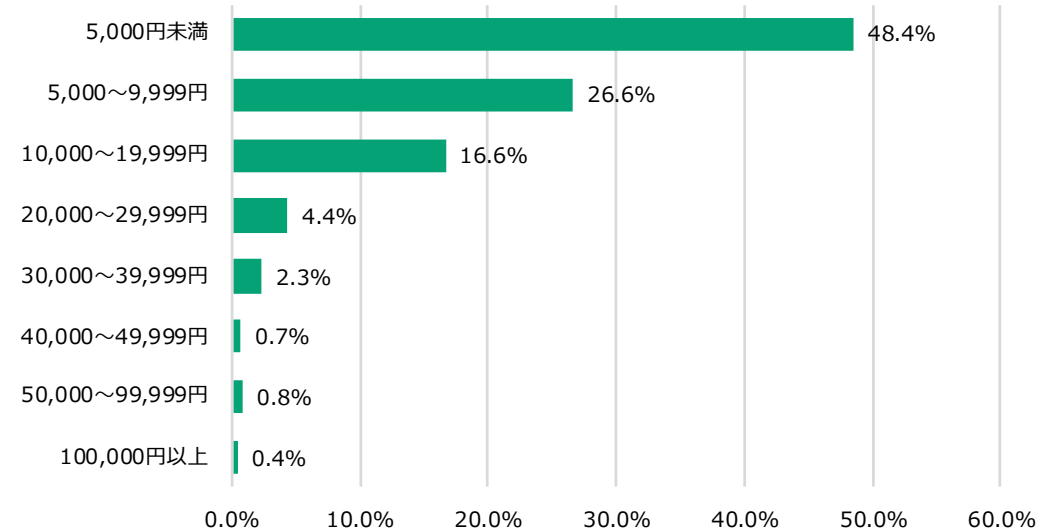
3-④．前問でお聞きした使う予定の金額に含まれているものを教えてください。

- お土産・買い物（菓子・工芸品）および食事（その他）が最も多く、ともに37.9%を占めた。
- 次に食事（へしこ以外の魚介料理）、飲食（スイーツ）となっている。



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、48.4%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。



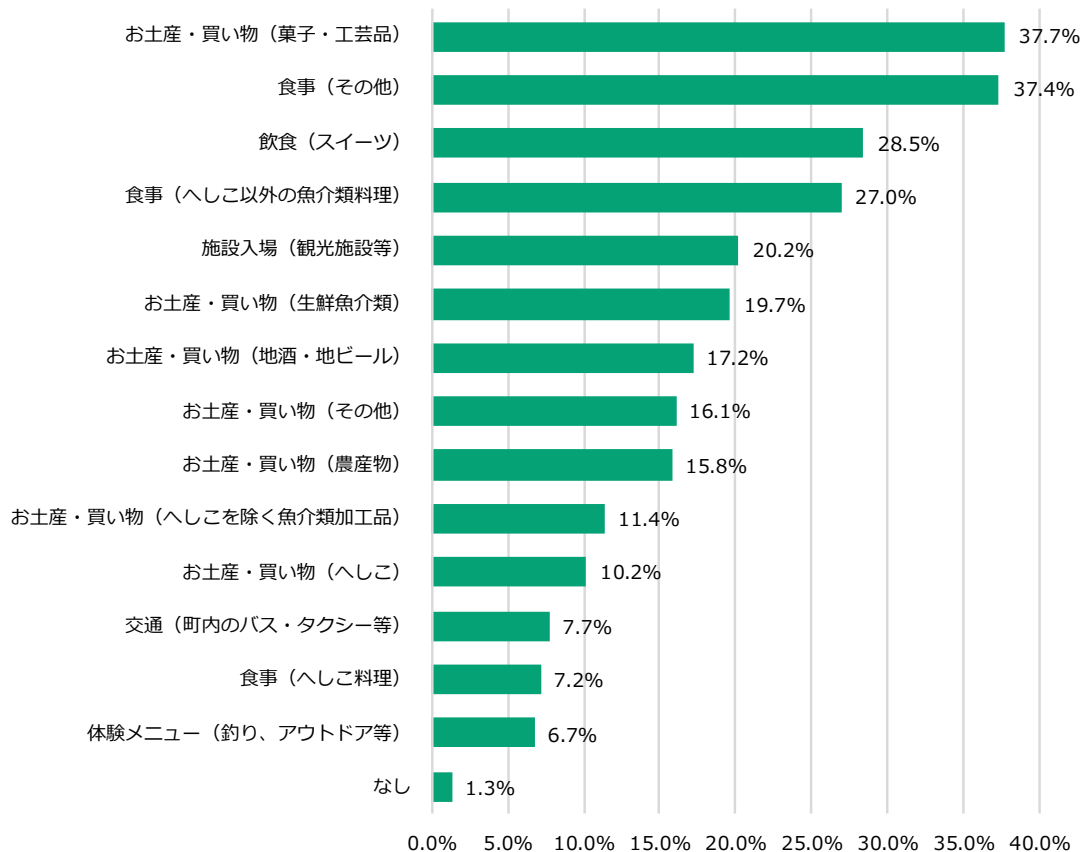
n=1,935

平均値: 7,864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）

3-⑥. 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、37.7%を占めた。
- 次いで食事（その他）、飲食（スイーツ）となっている。



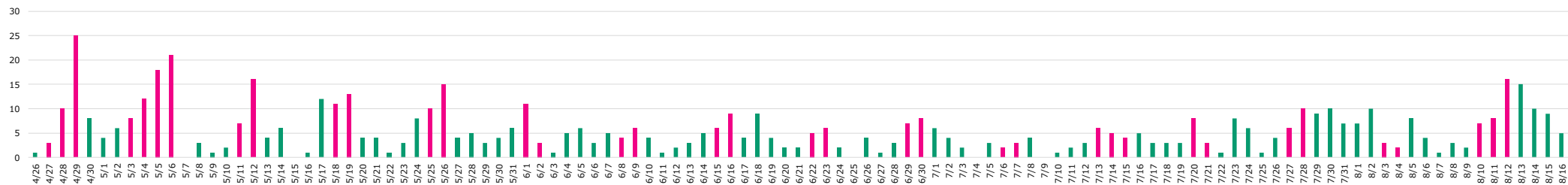
n=1,942

観光アンケート 回答結果（単純集計）

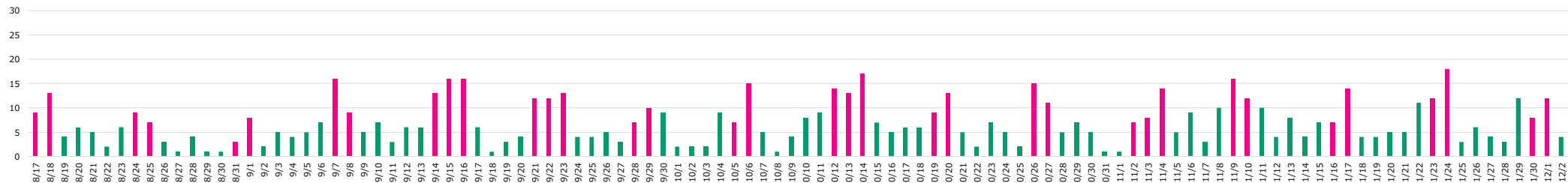
回答日

- 平日の回答数は922で、全体の47.5%を占めた。
- 土日および祝日の回答数は1,020で、全体の52.5%を占めている。

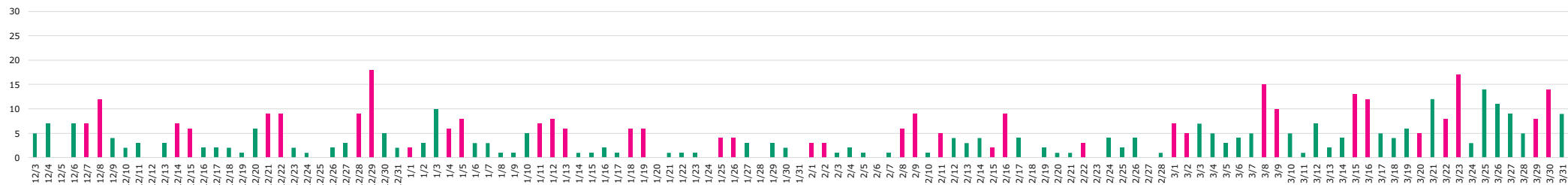
(回答数)



(回答数)



(回答数)



n=1,942

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美浜駅からの訪問者は、レンタカーの利用率は少なく、徒歩やタクシー、バス、レンタサイクルの利用が目立つ。
- 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51.7%となっている。

	n	自家用車	徒歩	レンタカー	旅行会社 バス主催	タクシー	路線バス	レンタサイクル	宿の送迎車	バイク
全体	1942	71.9%	11.4%	8.7%	8.2%	2.4%	2.0%	1.6%	1.4%	1.0%
美浜駅	160	5.6%	50.6%	5.0%	2.5%	21.3%	11.9%	9.4%	0.6%	0.0%
敦賀駅	145	20.0%	10.3%	51.7%	10.3%	4.8%	6.9%	2.1%	1.4%	0.7%
その他福井県内の駅	90	5.6%	4.4%	16.7%	76.7%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
米原駅	15	26.7%	0.0%	40.0%	26.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
福井駅	9	0.0%	11.1%	22.2%	77.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
三方駅	2	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
金沢駅	3	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
芦原温泉駅	2	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

	n	転自 車己 所有 の自	観光 バス	はち ま い ソ コ み	ト ウ ク ト ウ ク	バス	車友 人の 自 家 用
全体	1942	0.3%	0.3%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%
美浜駅	160	0.0%	0.0%	1.3%	0.0%	18.8%	0.0%
敦賀駅	145	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	17.9%	0.7%
その他福井県内の駅	90	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	77.8%	0.0%
米原駅	15	0.0%	6.7%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%
福井駅	9	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	77.8%	0.0%
三方駅	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
金沢駅	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
芦原温泉駅	2	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

- 旅館および民宿宿泊者は、「宿でのんびり過ごす」を目的としている割合がホテル宿泊者と比べて大きい。
- ホテル宿泊者は、旅館や民宿宿泊者と比べて「温泉や露天風呂」を目的としている割合が大きかった。
- 民宿宿泊者は、ホテルや旅館宿泊者と比べて特に「アウトドア」の割合が大きかった。「温泉や露天風呂」「ドライブ」は少ない。

	n	も地 の元 をの 食美 べ味 るし い	（自 然景 観の 鑑賞 （三 方五 湖）	ご宿 すで のん びり 過	光名 所・ 旧跡 の観	温泉 や露 天風 呂	買 い 物	ド ラ イ ブ	外（自 然景 観の 鑑賞 （三 方五 湖）
合計	1216	51.3%	44.0%	37.6%	24.3%	32.6%	13.8%	10.9%	16.3%
ホテル	685	52.3%	50.1%	34.9%	27.9%	40.4%	15.5%	11.7%	17.5%
旅館	318	51.3%	34.6%	40.3%	21.7%	30.2%	11.0%	11.6%	15.4%
民宿	213	48.4%	38.5%	42.3%	16.9%	11.3%	12.7%	7.0%	13.6%

	n	街 歩 き	りア ウト ド ア（ 釣	物ト お祭 への 参 加・ 見	マリ ン ス ポ ー ツ	関出 係張 な ど の 仕 事	ね友 人・ 親 戚 を 訪	どり （各 種 果 物 狩 り 手 な 作	ツ ー リ ン グ
合計	1216	6.1%	5.3%	2.5%	4.8%	3.9%	1.8%	1.5%	2.1%
ホテル	685	5.7%	2.8%	2.8%	4.1%	4.4%	1.3%	1.5%	1.5%
旅館	318	7.5%	6.9%	1.6%	4.4%	3.1%	1.9%	1.3%	2.5%
民宿	213	5.2%	10.8%	2.8%	7.5%	3.8%	3.3%	1.9%	3.3%

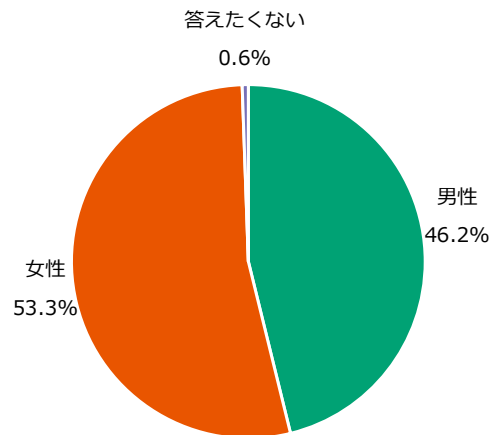
観光アンケート 回答結果（クロス分析）

宿泊者の状況－基本属性

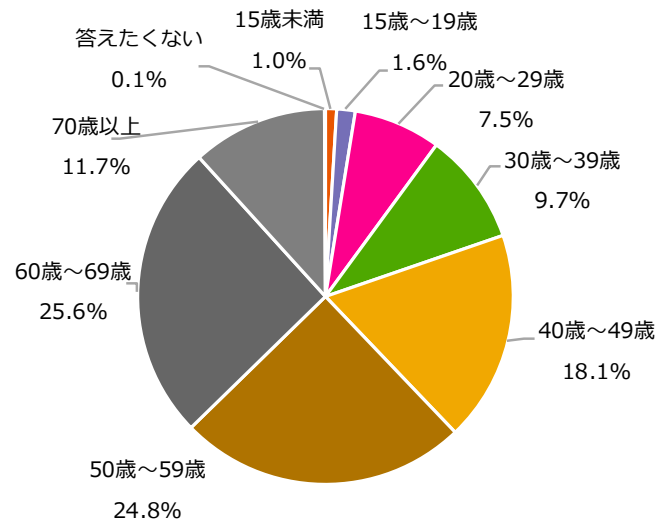
- ・年齢では60代が最も多く（25.6%）、次いで50代（24.8%）が多い。50代以上が全体の6割以上を占める。
- ・来訪回数は初めてが最も多く（52.2%）、次いで5回以上（23.3%）が多い。
- ・居住地では大阪府（15.3%）が最も多く、愛知県（10.5%）、兵庫県（8.7%）・・・と続く。上位6府県で56.0%を占める。

宿泊者

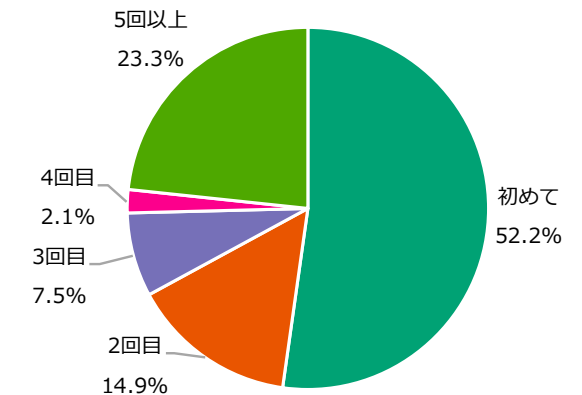
■ 性別（n=1,252）



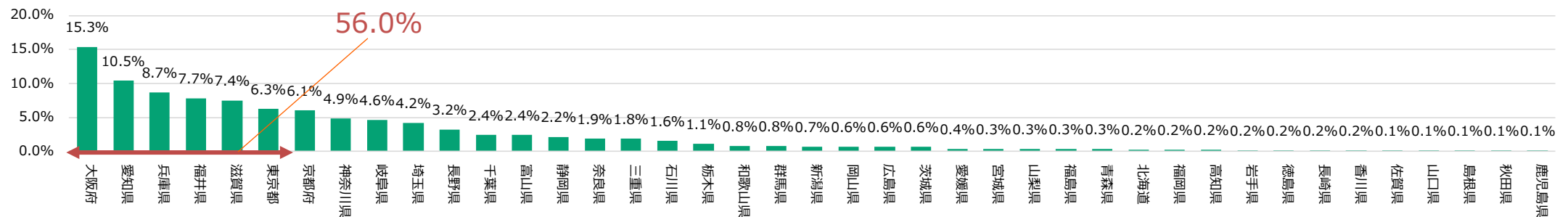
■ 年齢（n=1,252）



■ 来訪回数（n=1,252）



■ 居住地（n=1,252）



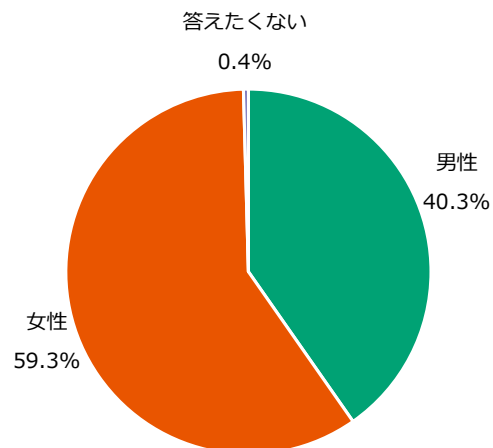
観光アンケート 回答結果（クロス分析）

日帰りの状況－基本属性 ※別の市町での宿泊者を含む

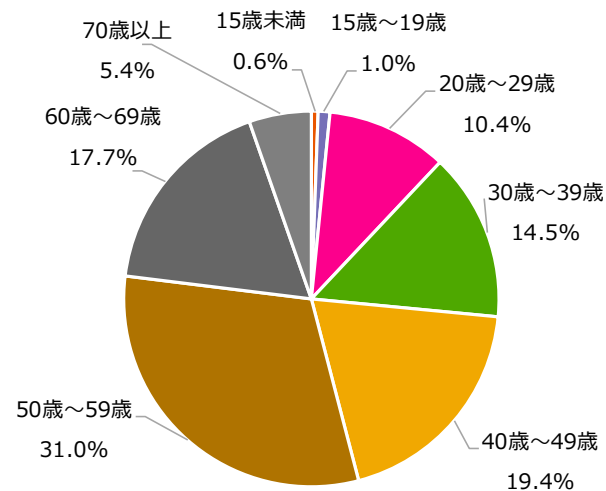
- ・年齢では50代が最も多く（31.0%）、次いで40代（19.4%）が多い。50代以上が全体の5割以上を占める。
- ・来訪回数は5回以上が最も多く（49.6%）、次いで初めて（25.1%）が多い。
- ・居住地では福井県（35.7%）が圧倒的に多く、京都府（11.6%）、滋賀県（9.7%）・・・と続く。上位6府県で75.8%を占める。

日帰り

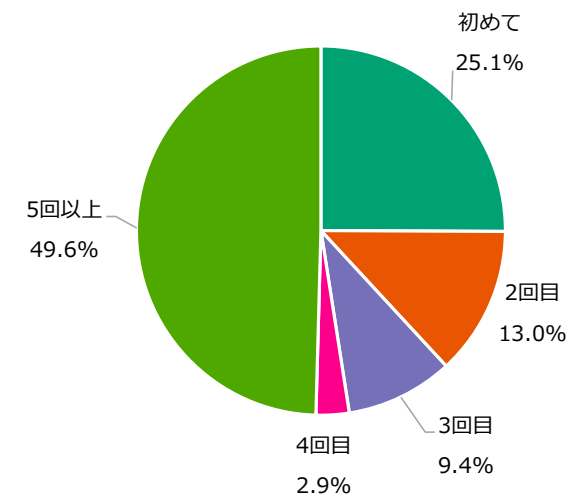
■性別（n=690）



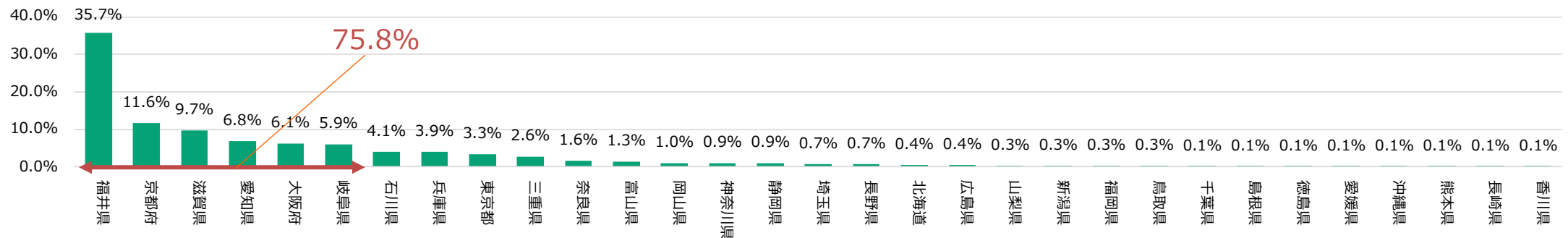
■年齢（n=690）



■来訪回数（n=690）



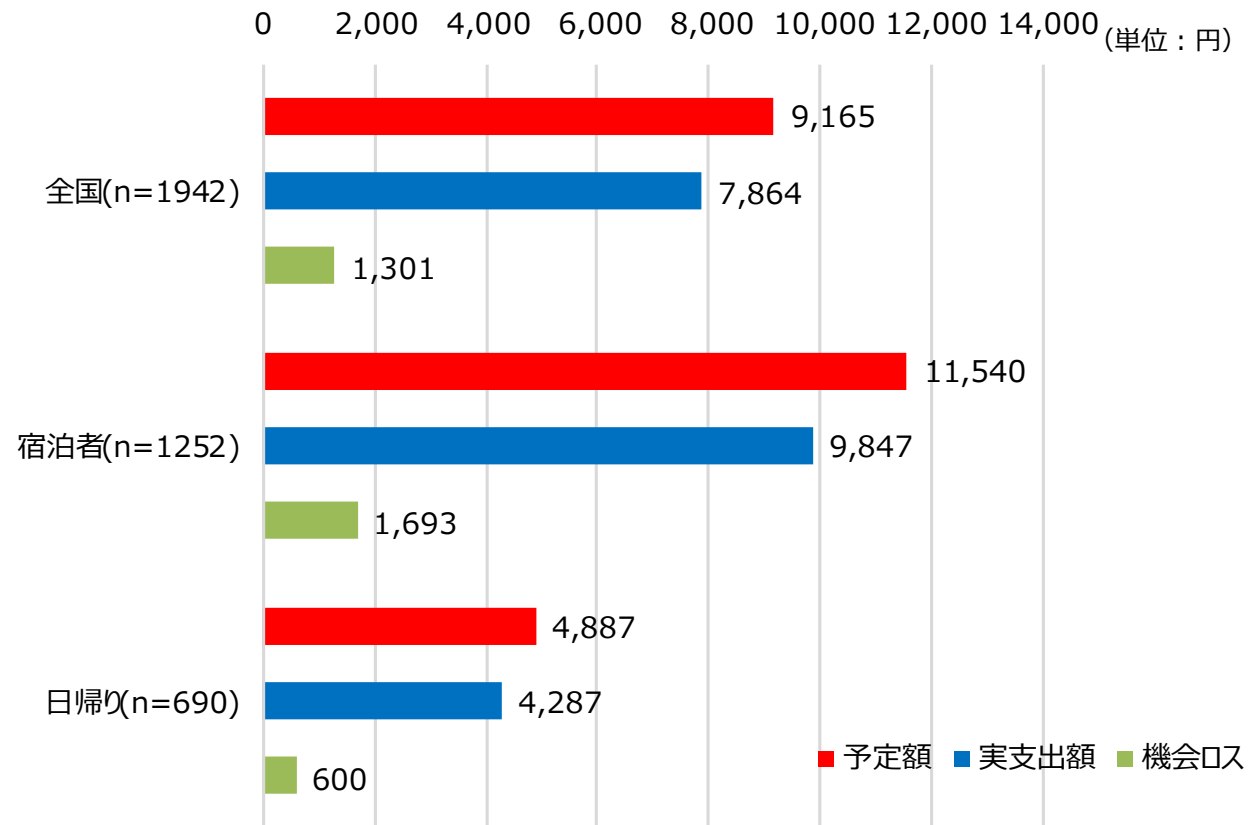
■居住地（n=690）



観光アンケート 回答結果（クロス分析）

平均予算・支出・機会ロス比較（宿泊者、日帰り）

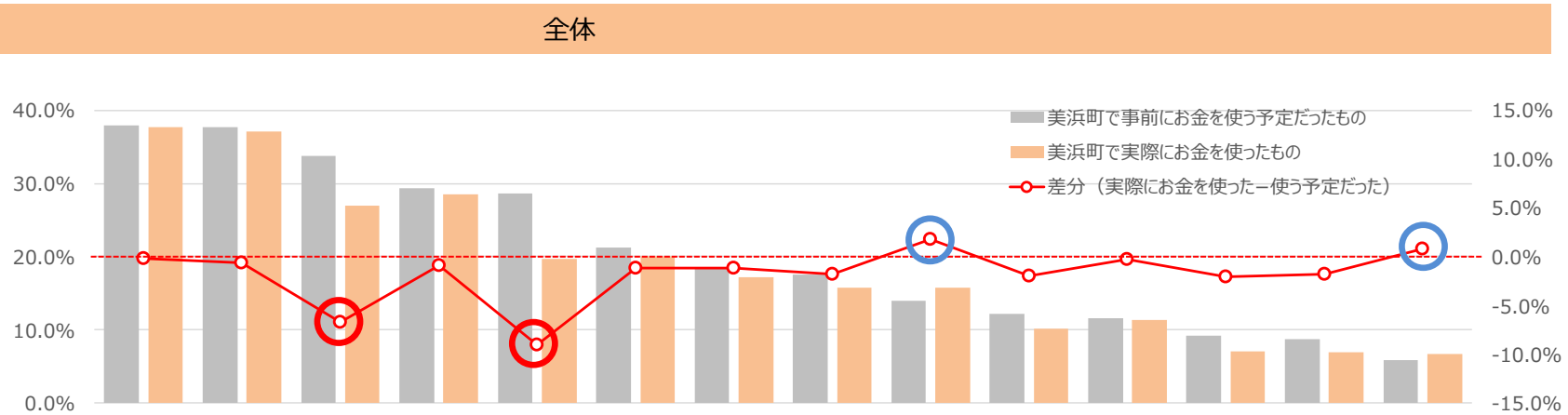
- 実支出額は宿泊者が9,847円、日帰りが4,287円で、宿泊者が約2.3倍の規模となっている。
- 予定額も同様に宿泊者が約2.4倍となった。



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） 全体

- 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（へしこ以外の魚介料理）、お土産・買い物（生鮮魚介類）の2カテゴリが目立つ結果となった。
- お土産・買い物（その他）、体験メニュー（釣り、アウトドア等）の差分は若干プラスとなっている。



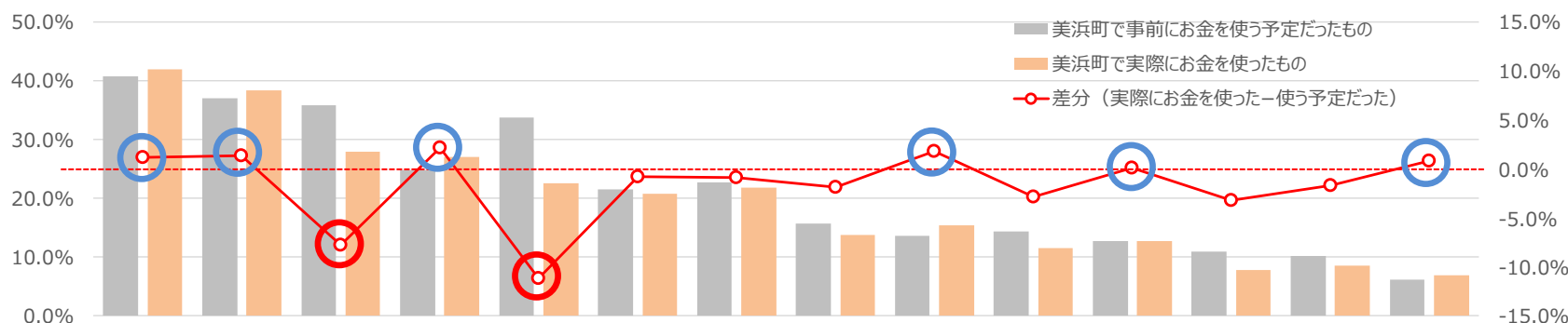
	n	お土産・買い物 (菓子・工芸品)	食事 (その他)	食事 (へしこ以外の魚介料理)	飲食 (スイーツ)	お土産・買い物 (生鮮魚介類)	施設入場 (観光施設等)	お土産・買い物 (地酒・地ビール)	お土産・買い物 (農産物)	お土産・買い物 (その他)	お土産・買い物 (へしこ)	お土産・買い物 (加工品)	食事 (へしこ料理)	交通 (町内のバス、タクシー等)	体験メニュー (釣り、アウトドア等)
美浜町で事前にお金を使う予定だったもの	1942	37.9%	37.7%	33.7%	29.4%	28.7%	21.2%	18.4%	17.5%	14.0%	12.2%	11.6%	9.2%	8.8%	5.9%
美浜町で実際にお金を使ったもの	1942	37.7%	37.1%	27.0%	28.5%	19.7%	20.1%	17.2%	15.8%	15.8%	10.2%	11.4%	7.1%	7.0%	6.6%
差分 (実際にお金を使ったー使う予定だった)	1942	-0.2%	-0.6%	-6.7%	-0.9%	-9.0%	-1.1%	-1.2%	-1.8%	1.8%	-2.0%	-0.3%	-2.1%	-1.8%	0.8%

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

- 宿泊者における機会ロスは、全体と同じく食事（へしこ以外の魚介料理）、お土産・買い物（生鮮魚介類）の2カテゴリが目立つ結果となった。
- 差分プラスとなった項目は6項目となっており、全体と比べて多い。

宿泊者



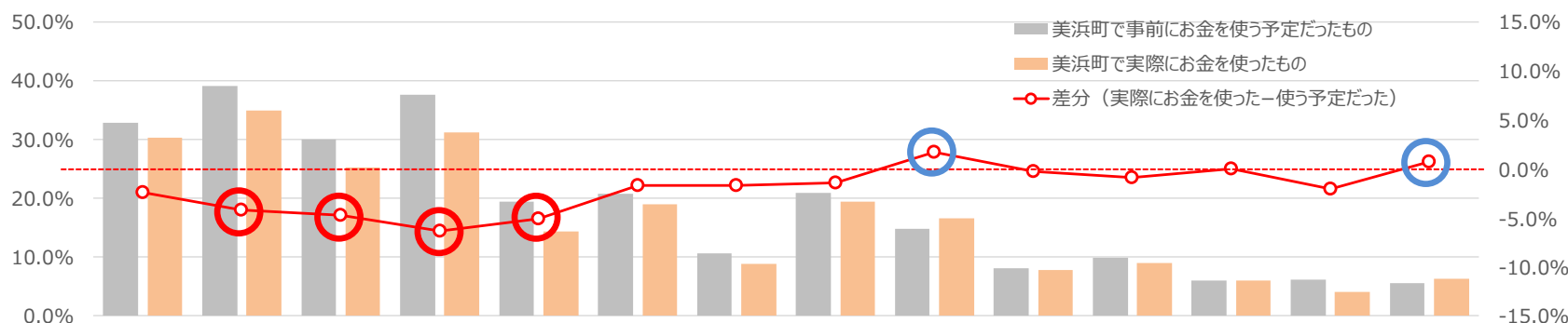
	n	お土産・買い物（菓子・工芸品）	食事（その他）	食事（へしこ以外の魚介料理）	飲食（スイーツ）	お土産・買い物（生鮮魚介類）	施設入場（観光施設等）	お土産・買い物（地酒・地ビール）	お土産・買い物（農産物）	お土産・買い物（その他）	お土産・買い物（へしこ）	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）	食事（へしこ料理）	交通（町内のバス、タクシー等）	体験メニュー（釣り、アウトドア等）
美浜町で事前にお金を使う予定だったもの	1252	40.7%	37.0%	35.8%	24.8%	33.8%	21.5%	22.7%	15.7%	13.6%	14.4%	12.6%	10.9%	10.2%	6.1%
美浜町で実際にお金を使ったもの	1252	41.9%	38.3%	28.0%	27.0%	22.6%	20.7%	21.8%	13.7%	15.3%	11.5%	12.7%	7.7%	8.5%	6.9%
差分（実際にお金を使ったー使う予定だった）	1252	1.1%	1.4%	-7.8%	2.2%	-11.2%	-0.8%	-0.9%	-1.9%	1.8%	-2.9%	0.1%	-3.2%	-1.7%	0.8%

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

- ・ 宿泊者と比べると、日帰りでは機会ロスが生じている項目が多い。特に飲食（スイーツ）、お土産・買い物（生鮮魚介類）、食事（へしこ以外の魚介料理）、食事（その他）の4カテゴリが目立つ結果となった。
- ・ お土産・買い物（その他）、体験メニュー（釣り、アウトドア等）の差分は、全体と同じく若干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）	飲食（スイーツ）	お土産・買い物（生鮮魚介類）	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）	お土産・買い物（加工品）	食事（へしこ料理）	交通（町内のバス、タクシー等）	体験メニュー（釣り、アウトドア等）
美浜町で事前にお金を使う予定だったもの	690	32.8%	39.1%	30.0%	37.5%	19.4%	20.7%	10.6%	20.9%	14.8%	8.1%	9.9%	5.9%	6.1%	5.5%
美浜町で実際にお金を使ったもの	690	30.3%	34.9%	25.2%	31.2%	14.3%	19.0%	8.8%	19.4%	16.5%	7.8%	9.0%	5.9%	4.1%	6.2%
差分（実際にお金を使ったー使う予定だった）	690	-2.5%	-4.2%	-4.8%	-6.4%	-5.1%	-1.7%	-1.7%	-1.4%	1.7%	-0.3%	-0.9%	0.0%	-2.0%	0.7%

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）

- 20代、30代および60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、15～39歳での機会ロスが比較的大きい。
- 全体的に、来訪回数が少ないほど機会ロスが増加する傾向がみられる。

事前にお金を使う予定だったもの

		n	魚お土産・買い物（生鮮魚介類）	食事（へしこ以外の魚介料理）	食事（へしこ料理）
全体	全体	1942	28.7%	33.7%	9.2%
性別	男性	856	26.4%	34.3%	11.3%
	女性	1076	30.6%	33.3%	7.4%
	答えたくない	10	20.0%	30.0%	10.0%
年齢別	15歳以下	16	25.0%	31.3%	12.5%
	15～19歳	27	14.8%	44.4%	25.9%
	20～29歳	166	25.3%	44.0%	19.3%
	30～39歳	221	24.9%	38.5%	13.6%
	40～49歳	361	25.5%	34.6%	8.3%
	50～59歳	525	27.0%	34.9%	7.4%
	60～69歳	442	32.1%	26.7%	7.0%
	70歳以上	183	41.5%	29.0%	3.8%
居住地別	福井県	343	18.4%	22.7%	7.3%
	大阪府	234	32.9%	41.5%	10.7%
	愛知県	178	31.5%	39.3%	10.1%
	その他	1187	30.4%	34.5%	9.3%
来訪回数	初めて	827	29.1%	35.8%	11.4%
	2回目	276	31.5%	37.7%	10.1%
	3回目	159	23.9%	31.4%	8.8%
	4回目	46	34.8%	37.0%	15.2%
	5回以上	634	27.6%	29.7%	5.5%

実際にお金を使ったもの

魚お土産・買い物（生鮮魚介類）	食事（へしこ以外の魚介料理）	食事（へしこ料理）
19.7%	27.0%	7.1%
19.6%	27.9%	8.4%
19.7%	26.3%	6.1%
20.0%	20.0%	0.0%
25.0%	25.0%	6.3%
14.8%	37.0%	25.9%
14.5%	32.5%	13.3%
14.9%	31.7%	11.3%
20.5%	29.4%	6.6%
19.2%	26.7%	6.5%
22.9%	21.5%	4.3%
22.4%	24.0%	3.3%
14.6%	18.7%	4.4%
22.6%	36.3%	9.0%
24.2%	36.0%	6.7%
19.9%	26.2%	7.6%
18.7%	27.4%	8.6%
21.7%	27.9%	8.0%
22.0%	23.9%	6.3%
26.1%	34.8%	8.7%
18.9%	26.2%	4.9%

機会ロス = 差分(実際 - 予定)

魚お土産・買い物（生鮮魚介類）	食事（へしこ以外の魚介料理）	食事（へしこ料理）
-9.0%	-6.7%	-2.1%
-6.8%	-6.4%	-2.9%
-10.9%	-7.0%	-1.3%
0.0%	-10.0%	-10.0%
0.0%	-6.3%	-6.3%
0.0%	-7.4%	0.0%
-10.8%	-11.4%	-6.0%
-10.0%	-6.8%	-2.3%
-5.0%	-5.3%	-1.7%
-7.8%	-8.2%	-1.0%
-9.3%	-5.2%	-2.7%
-19.1%	-4.9%	-0.5%
-3.8%	-4.1%	-2.9%
-10.3%	-5.1%	-1.7%
-7.3%	-3.4%	-3.4%
-10.5%	-8.3%	-1.7%
-10.4%	-8.3%	-2.8%
-9.8%	-9.8%	-2.2%
-1.9%	-7.5%	-2.5%
-8.7%	-2.2%	-6.5%
-8.7%	-3.5%	-0.6%

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）

- 60歳以上は、「温泉や露天風呂」の割合が全体と比較して大きい。特に70歳以上で大きかった。
- 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」「名所・旧跡の観光」「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、「地元の美味しいものを食べる」「宿でのんびり過ごす」が全体と比較して大きな割合となっている。
- 初来訪者は、特に「自然景観の鑑賞（三方五湖）」の割合が全体と比較して大きい。

		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	名所・旧跡の観光	温泉や露天風呂	買い物	ドライブ	自然景観の鑑賞（三方五湖以外）
全体	全体	1942	46.0%	43.1%	24.5%	23.3%	22.8%	20.6%	17.0%	15.3%
性別	男性	856	42.4%	42.4%	21.6%	22.8%	21.7%	19.3%	17.2%	15.3%
	女性	1076	48.9%	43.6%	26.6%	23.5%	23.3%	21.7%	16.5%	15.1%
	答えたくない	10	50.0%	50.0%	40.0%	50.0%	60.0%	20.0%	60.0%	30.0%
年齢別	15歳未満	16	43.8%	25.0%	56.3%	18.8%	18.8%	25.0%	18.8%	18.8%
	15～19歳	27	40.7%	48.1%	37.0%	29.6%	22.2%	25.9%	7.4%	22.2%
	20～29歳	166	45.8%	39.2%	30.7%	20.5%	20.5%	23.5%	16.9%	14.5%
	30～39歳	221	41.2%	38.9%	23.1%	20.8%	20.4%	18.1%	10.9%	17.6%
	40～49歳	361	42.7%	41.8%	27.4%	19.7%	19.4%	20.5%	18.8%	13.6%
	50～59歳	525	46.3%	43.8%	19.2%	24.6%	20.4%	21.0%	20.2%	14.5%
	60～69歳	442	49.5%	43.9%	24.7%	25.3%	26.0%	19.5%	15.4%	15.4%
	70歳以上	183	50.8%	51.4%	24.6%	27.3%	34.4%	22.4%	16.9%	17.5%
居住地別	福井県	343	32.1%	28.0%	13.1%	12.2%	7.9%	30.6%	19.5%	9.6%
	大阪府	234	58.5%	41.5%	36.8%	24.4%	32.1%	16.2%	15.8%	14.1%
	愛知県	178	40.4%	43.3%	31.5%	21.3%	21.3%	19.1%	10.7%	9.6%
	その他	1187	48.4%	47.8%	24.3%	26.6%	25.5%	18.9%	17.5%	18.0%
来訪回数	初めて	827	51.3%	53.6%	27.6%	31.1%	28.8%	17.2%	13.5%	17.7%
	2回目	276	43.8%	47.1%	23.6%	23.6%	22.8%	13.4%	15.2%	15.6%
	3回目	159	43.4%	37.7%	26.4%	20.8%	25.8%	17.6%	22.6%	14.5%
	4回目	46	41.3%	37.0%	26.1%	21.7%	19.6%	17.4%	15.2%	19.6%
	5回以上	634	41.2%	29.5%	20.2%	13.9%	14.5%	29.3%	21.1%	12.0%

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）

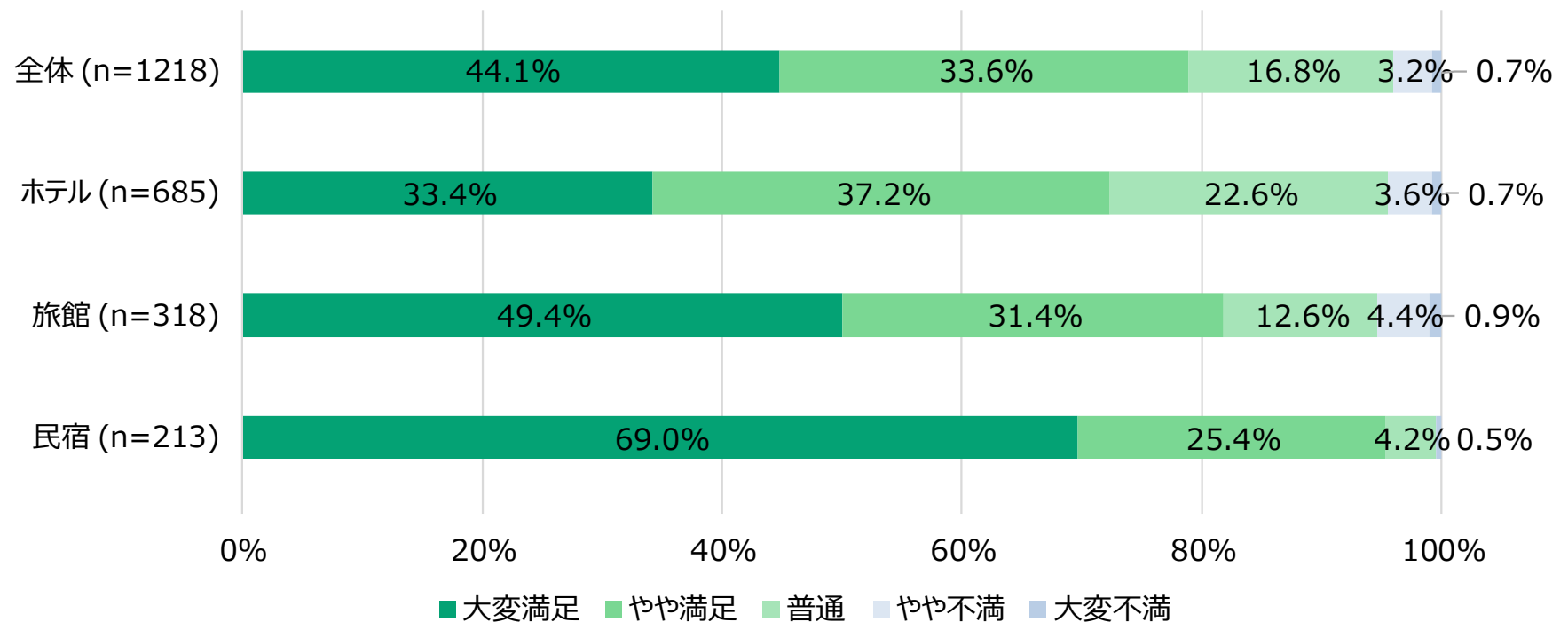
- 年齢層が上がるにつれてホテルの利用率が高くなる傾向がみられ、年齢層が下がるにつれて旅館や民宿の利用率が上昇傾向となった。
- 福井県からの訪問者は、全体と比較してホテルや旅館の利用率が低く、民宿の利用率が高い。
- 大阪府からの訪問者は、反対にホテルや旅館の利用率が高く、民宿の利用率が低い。
- 比較的来訪回数が少ない層でホテルの利用率が高く、来訪回数が多い層で民宿の利用率が高い傾向となっている。

		n	ホテル	旅館	民宿	ゲストハウス
全体	全体	1252	54.7%	25.4%	17.0%	0.2%
性別	男性	578	58.8%	22.3%	16.4%	0.2%
	女性	667	51.1%	28.2%	17.5%	0.1%
	答えたくない	7	57.1%	14.3%	14.3%	0.0%
年齢別	15歳未満	0	-	-	-	-
	15～19歳	20	50.0%	15.0%	35.0%	0.0%
	20～29歳	94	36.2%	35.1%	27.7%	0.0%
	30～39歳	121	39.7%	30.6%	23.1%	0.8%
	40～49歳	227	49.8%	30.0%	15.9%	0.4%
	50～59歳	311	51.8%	24.1%	20.9%	0.0%
	60～69歳	320	65.9%	22.2%	9.7%	0.0%
	70歳以上	146	69.9%	18.5%	11.6%	0.0%
居住地別	福井県	97	45.4%	24.7%	28.9%	1.0%
	大阪府	192	56.3%	27.6%	14.1%	0.5%
	愛知県	131	45.0%	30.5%	21.4%	0.0%
	その他	832	57.0%	24.2%	15.6%	0.0%
来訪回数	初めて	654	56.4%	27.2%	13.3%	0.2%
	2回目	186	55.9%	23.7%	18.8%	0.0%
	3回目	94	50.0%	26.6%	19.1%	0.0%
	4回目	26	50.0%	11.5%	38.5%	0.0%
	5回以上	292	52.1%	23.3%	21.6%	0.3%

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」+「やや満足」の割合が若干大きい。
- 民宿は、「大変満足」の割合が69.0%と大きい。「やや満足」と合計すると94.4%に達している。



観光アンケート 回答結果（クロス分析）

月別目的比率（2024年4月～2025年3月）

- 11～1月は、「地元の美味しいものを食べる」が全体と比較して多い。
- 4月は、「自然景観の鑑賞（三方五湖）」の割合が特に多かった。
- 「宿でのんびり過ごす」は、2～3月の割合が高くなっている。

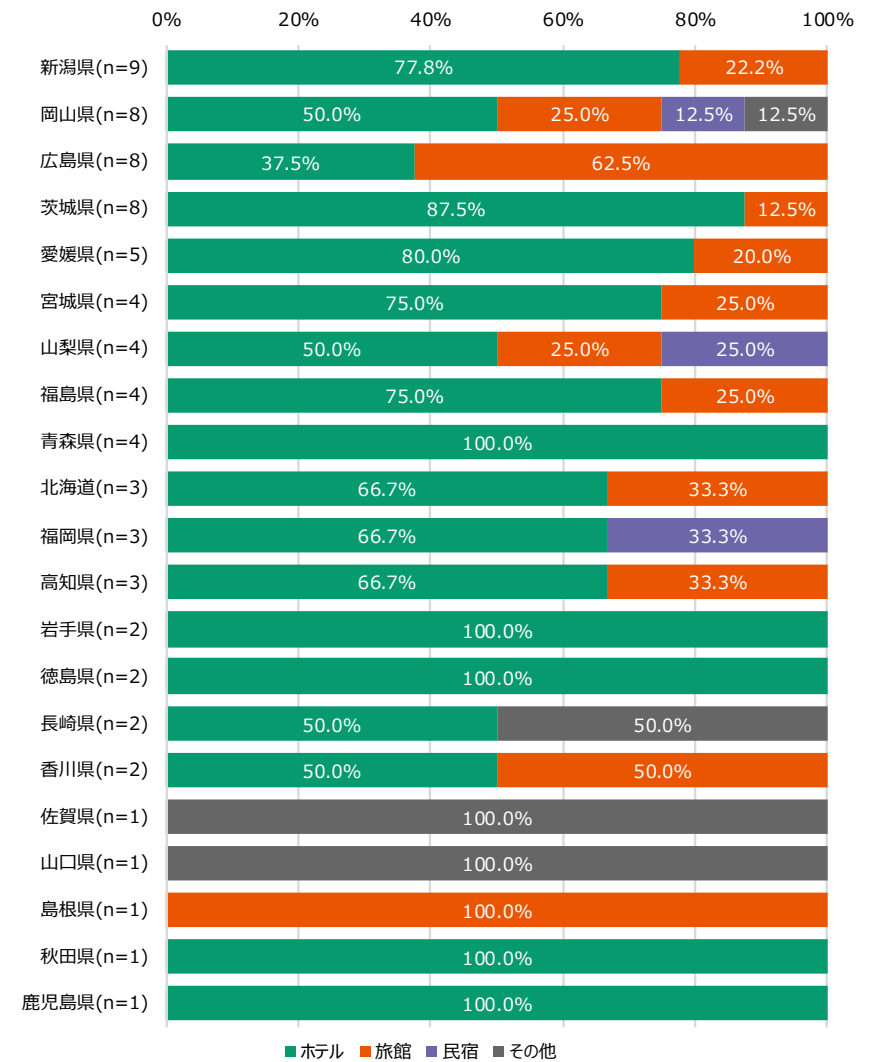
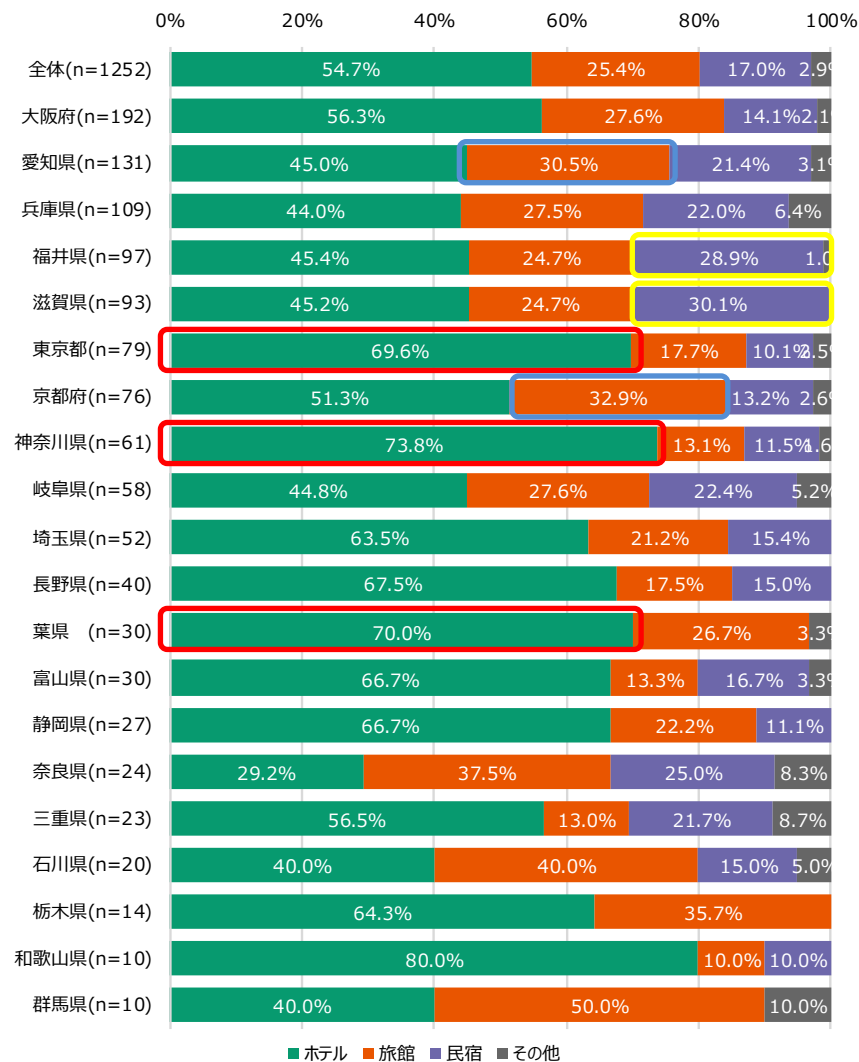
月	地元の美味しいものを食べる	自然景観の鑑賞（三方五湖）	宿でのんびり過ごす	名所・旧跡の観光	温泉や露天風呂	買い物	ドライブ	自然景観の鑑賞（以外）	街歩き
2024年度 (n=1942)	46.0%	43.1%	24.5%	23.3%	22.8%	20.6%	17.0%	15.3%	7.2%
2024年4月 (n=47)	40.4%	68.1%	17.0%	29.8%	8.5%	23.4%	21.3%	17.0%	10.6%
2024年5月 (n=212)	37.3%	42.5%	16.5%	21.2%	17.0%	20.8%	18.4%	14.6%	6.6%
2024年6月 (n=131)	37.4%	49.6%	18.3%	25.2%	14.5%	25.2%	26.0%	18.3%	6.1%
2024年7月 (n=132)	46.2%	37.9%	18.9%	20.5%	19.7%	23.5%	12.1%	16.7%	6.8%
2024年8月 (n=184)	42.4%	52.2%	19.6%	27.7%	21.2%	16.3%	19.6%	19.0%	4.9%
2024年9月 (n=221)	46.6%	52.5%	18.6%	25.8%	19.9%	22.6%	18.6%	21.7%	8.1%
2024年10月 (n=219)	41.1%	45.2%	20.1%	27.4%	21.0%	19.2%	18.3%	11.9%	6.8%
2024年11月 (n=234)	52.6%	40.2%	29.5%	23.9%	24.8%	19.2%	15.0%	13.7%	8.5%
2024年12月 (n=152)	51.3%	32.2%	33.6%	21.1%	27.6%	23.0%	13.8%	11.8%	6.6%
2025年1月 (n=99)	62.6%	39.4%	30.3%	20.2%	31.3%	21.2%	13.1%	10.1%	4.0%
2025年2月 (n=76)	43.4%	22.4%	36.8%	19.7%	26.3%	18.4%	10.5%	9.2%	13.2%
2025年3月 (n=235)	50.6%	38.3%	35.7%	18.3%	33.2%	19.1%	16.2%	15.3%	7.2%

月	アウトレット、登山など	お祭り、見物	マリンスポーツ	出張関係などの仕事	友人・親戚を訪ねる	各種体験（狩りなど）	ツーリング	その他のスポーツ	博物館
2024年度 (n=1942)	4.9%	4.3%	3.5%	3.1%	2.7%	1.8%	1.9%	1.4%	0.7%
2024年4月 (n=47)	8.5%	4.3%	0.0%	0.0%	6.4%	2.1%	2.1%	0.0%	0.0%
2024年5月 (n=212)	7.5%	8.0%	0.5%	1.4%	2.4%	2.4%	2.4%	4.7%	0.9%
2024年6月 (n=131)	8.4%	5.3%	3.1%	3.8%	3.1%	3.1%	3.8%	0.8%	0.0%
2024年7月 (n=132)	10.6%	1.5%	17.4%	2.3%	2.3%	2.3%	0.8%	1.5%	0.0%
2024年8月 (n=184)	3.8%	3.3%	15.8%	0.0%	2.7%	1.6%	1.1%	0.0%	2.2%
2024年9月 (n=221)	3.6%	5.0%	2.7%	3.2%	2.3%	1.8%	3.2%	2.3%	0.0%
2024年10月 (n=219)	9.1%	8.2%	0.5%	4.6%	1.4%	1.8%	4.1%	1.8%	0.0%
2024年11月 (n=234)	4.3%	2.1%	0.0%	5.6%	1.3%	0.4%	2.6%	1.3%	0.9%
2024年12月 (n=152)	2.6%	2.6%	2.0%	4.6%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2025年1月 (n=99)	1.0%	2.0%	1.0%	3.0%	2.0%	0.0%	0.0%	1.0%	2.0%
2025年2月 (n=76)	0.0%	3.9%	0.0%	3.9%	6.6%	6.6%	0.0%	2.6%	0.0%
2025年3月 (n=235)	0.4%	2.6%	0.0%	2.6%	5.1%	1.7%	0.4%	0.0%	1.7%

観光アンケート 回答結果（クロス分析）

居住地×宿泊施設

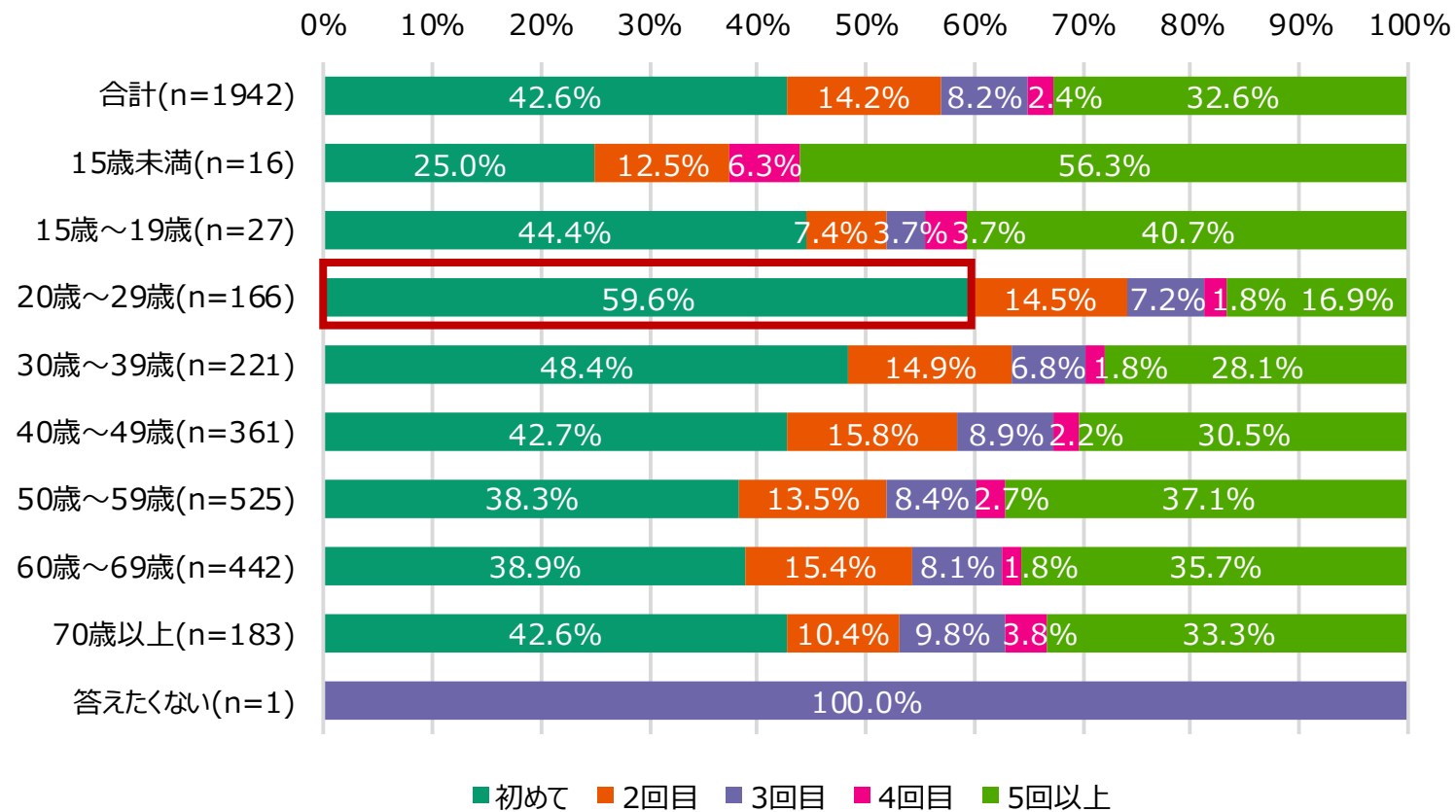
- 全体と比較して、特に東京都や神奈川県、千葉県といった関東からの宿泊者はホテルの利用率が高い。
- 愛知県や京都府は、旅館の利用率が高くなっている。
- 滋賀県や県内は、民宿の利用率が高い。北陸新幹線沿線では、民宿の割合が低い。



観光アンケート 回答結果（クロス分析）

年齢×来訪回数

- 50代は来訪回数5回以上が37.1%を占める。60代でも5回以上が35.7%を占めた。
- 20代は初訪が59.6%を占めた。5回以上は16.9%と少ない。



観光アンケート 回答結果（クロス分析）

年齢×主要到着手段

- 40代、50代で特に自家用車の割合が多く、それぞれ80%弱を占めた。
- 15～39歳では、在来線の割合が比較的大きい。20代、30代ではレンタカーの割合も大きかった。

	自家用車	新幹線	在来線	レンタカー	旅行会社主催 のツアーバス	タクシー	バイク	飛行機
合計(n=1942)	73.6%	13.7%	13.1%	7.6%	6.4%	1.2%	0.9%	0.6%
15歳未満(n=16)	93.8%	0.0%	12.5%	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
15歳～19歳(n=27)	59.3%	18.5%	29.6%	3.7%	0.0%	3.7%	0.0%	0.0%
20歳～29歳(n=166)	71.7%	7.2%	18.1%	9.0%	1.8%	0.0%	0.6%	0.0%
30歳～39歳(n=221)	74.7%	10.4%	14.9%	10.0%	4.1%	1.4%	0.0%	0.5%
40歳～49歳(n=361)	78.9%	9.7%	12.7%	8.0%	1.9%	1.1%	2.2%	1.1%
50歳～59歳(n=525)	77.9%	12.6%	9.9%	7.2%	4.2%	0.4%	0.8%	0.6%
60歳～69歳(n=442)	71.5%	18.1%	12.4%	5.9%	11.3%	1.6%	0.7%	0.5%
70歳以上(n=183)	56.8%	24.6%	15.8%	8.2%	18.6%	3.8%	0.5%	1.1%
答えたくない(n=1)	100.0%	0.0%	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）

- 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（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.	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（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）

(n=1,942)

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（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=1,942)

観光アンケート 回答結果（クロス分析）

青：全体と比較して順位が2段階以上上がったもの
赤：全体と比較して順位が2段階以上下がったもの

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.	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（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）

(n=1,942)

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（菓子・工芸品）
4.	お土産・買い物（生鮮魚介類）
5.	飲食（スイーツ）
6.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
7.	施設入場（観光施設等）
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）

(n=856)

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=1,076)

旅行形態ランキング（予定）

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.	お土産・買い物（生鮮魚介類）
5.	飲食（スイーツ）
6.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
7.	お土産・買い物（農産物）
8.	施設入場（観光施設等）
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=729)

子ども連れ家族旅行

順位	品目
1.	食事（へしこ以外の魚介料理）
2.	食事（その他）
3.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
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（農産物）
8.	お土産・買い物（へしこ）
9.	体験メニュー（釣り、アウトドア等）
10.	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）

(n=439)

居住地ランキング（予定）

福井県

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

(n=343)

愛知県

順位	品目
1.	食事（その他）
2.	食事（へしこ以外の魚介料理）
3.	お土産・買い物（菓子・工芸品）
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（農産物）
8.	お土産・買い物（地酒・地ビール）
9.	お土産・買い物（へしこ）
10.	お土産・買い物（へしこを除く魚介類加工品）

(n=178)

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.	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（生鮮魚介類）
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=1,421)

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（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=1,942)

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

(n=729)

子ども連れ家族旅行

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（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.	体験メニュー（釣り、アウトドア等）

(n=439)

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.	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（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=856)

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.	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（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（へしこを除く魚介類加工品）

(n=1,076)

居住地ランキング（実際）

福井県

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

(n=343)

愛知県

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.	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（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=178)

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.	食事（へしこ以外の魚介料理）
4.	飲食（スイーツ）
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=1,421)

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、27.0%を占めた。次いで60代が22.8%、40代が18.6%となっている。

【職業別】

・会社員が最も多く、40.8%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17.7%、大阪府12.0%、愛知県9.2%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56.0%を占める。日帰りでは福井県が35.7%を占めた。

・県内客は6月、9月、1月、2月に多い。県外客で来訪割合の多い大阪府は11月以降冬のシーズンに増加、愛知県は6月、7月、11月、1月に増加する。東京都はまだベースとなる母数がそこまで多くないこともあるが、月別の波動がそこまで大きくない。

【来訪回数】

・初めてが最も多く、42.6%を占めた。次いで5回以上が32.6%、2回目が14.2%となっている。

・宿泊者は初めてが52.2%、日帰りは5回以上が49.6%でそれぞれ最も多い。

【旅行形態別】

・夫婦のみが最も多く、32.3%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、46.3%を占めた。次いで「自然景観の鑑賞」が43.2%、「宿でのんびり過ごす」が24.5%となっている。

・2024年4～6月、8～9月は「自然景観の鑑賞」が最多となった。

【情報収集方法】

・インターネット・アプリが最も多く、51.8%を占めた。次いで観光パンフレット・ポスター、新聞・雑誌・ガイドブックの順となっている。

【交通手段】

・自宅から美浜町へ到着するまでに利用した交通手段では、自家用車が圧倒的に多く73.6%を占めた。次いで新幹線、在来線、レンタカー、旅行会社主催のツアーバスとなっている。

・美浜町内で利用した（する）交通手段でも自家用車が71.9%で最多。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。

観光アンケート 回答結果（まとめ）

【立ち寄り場所】

- ・自宅から美浜町へ来る前に立ち寄った場所では気比神社が最も多く、16.5%を占めた。次いで日本海さかな街、熊川宿、敦賀赤レンガ倉庫となっている。
- ・美浜町から自宅へ帰る前に立ち寄る場所では日本海さかな街が最も多く、23.3%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。

【宿泊施設】

- ・ホテルが最も多く、36.5%を占めた。次いで日帰りを除くと旅館が16.9%、民宿が11.3%となっている。
- ・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・民宿の利用率が上昇傾向となった。

【事前の消費意向と消費実態】

◆全体：機会ロスは、食事（へしこ以外の魚介料理）、お土産・買い物（生鮮魚介類）の2カテゴリで多く発生している。さらに、2024年4～6月ではお土産・買い物（地酒・地ビール）、2025年1～3月ではお土産・買い物（農産物）での機会ロスも大きかった。

◆宿泊者：機会ロスは、全体と同じく食事（へしこ以外の魚介料理）、お土産・買い物（生鮮魚介類）の2カテゴリが目立つ結果となった。

◆日帰り：宿泊者と比べると、機会ロスが生じている項目が多い。特に飲食（スイーツ）、お土産・買い物（生鮮魚介類）、食事（へしこ以外の魚介料理）、食事（その他）の4カテゴリが目立つ結果となった。

◆属性別：20代、30代および60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、食事（へしこ以外の魚介料理）は、15～39歳での機会ロスが比較的大きい。全体的に、来訪回数が少ないほど機会ロスが増加する傾向がみられる。