

---

# 福井県観光客傾向調査 令和4年度 年間レポート



■集計対象期間  
令和4年4月28日(月)～令和5年2月28日(火)

■集計対象サンプル数  
18750

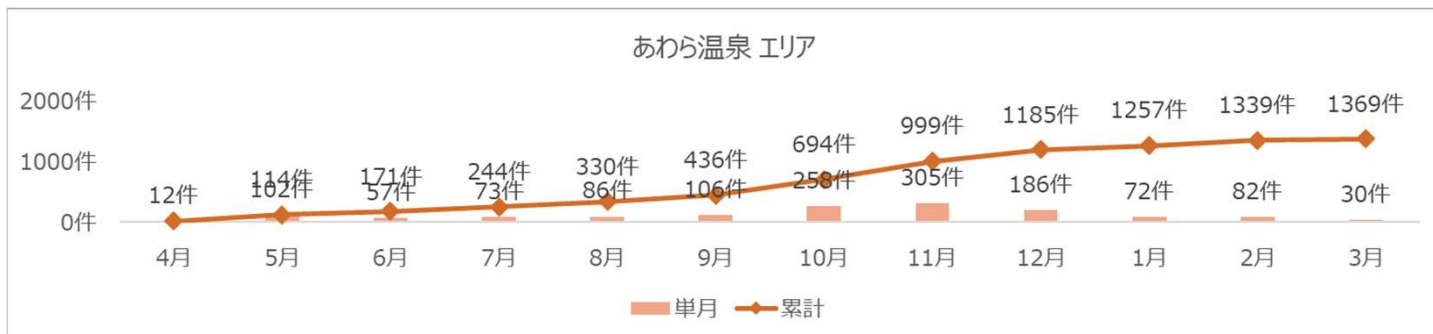
- 1. 福井県 アンケート結果**
  - 1-1. 回答数**
  - 1-2. NPS**
  - 1-3. 回答者属性**
  - 1-4. 満足度・訪問回数**
  - 1-5. 消費額**
  
- 2. DMO アンケート結果**
  - 2-1. 回答数**
  - 2-2. NPS**
  - 2-3. 回答者属性**
  - 2-4. 満足度・訪問回数**
  - 2-5. 消費額**
  
- 3. サマリ・補足**

【回答数】福井県全体でのアンケート回答数は合計18,750件  
 【回答数上位3エリア】①あわら温泉 エリア（1,369件）、②福井駅前 エリア（893件）、③道の駅「越前」エリア（823件）

### ■ アンケート回答数



### ■ アンケート回答数上位3エリア



【県全体のNPS】通期NPSはプラススコアの2.2  
 【NPSが高かったエリア】通期TOPは「平泉寺白山神社 エリア」で28.6

### ■ NPS推移



### ■ 通期NPS

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	総計
70	101	390	530	554	2375	1500	2850	4443	1778	4159	18750

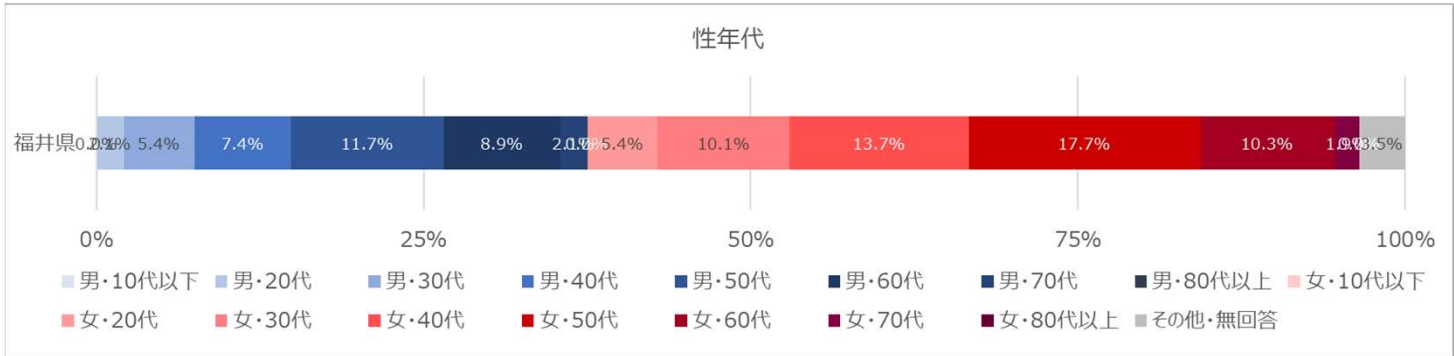
0~6	7~8	9~10	NPS
29.4%	38.9%	31.7%	2.2

### ■ NPS上位20エリア（回答数100件以上）

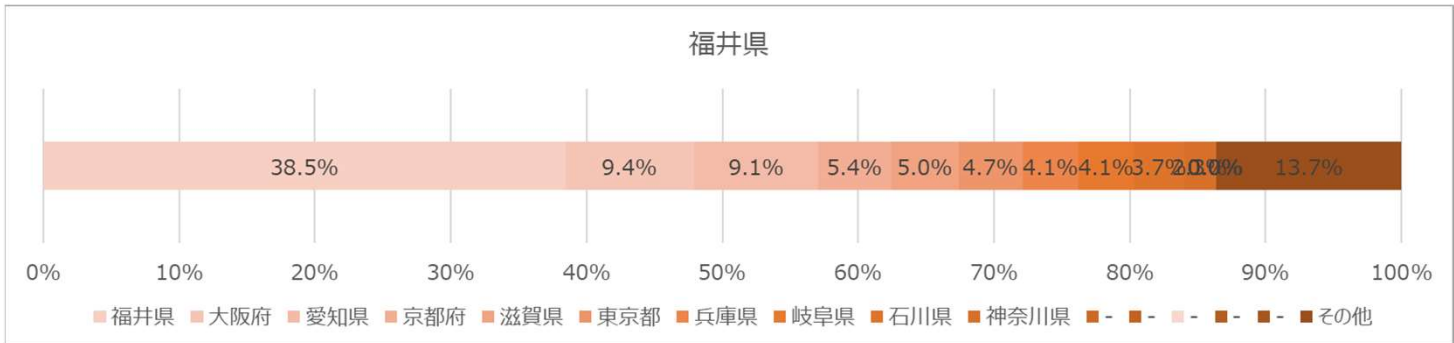
エリア名	NPS	回答数
平泉寺白山神社 エリア	28.6	154件
レインボーライン エリア	26.9	502件
永平寺町 エリア	20.4	285件
道の駅「南えちぜん山海里」エリア	18.4	484件
越前海岸 エリア	16.8	137件
永平寺門前 エリア	14.4	333件
三方五湖 エリア	14.3	350件
うみんぴあ大飯 エリア	13.4	419件
越前そばの里 エリア	13.0	663件
スキージャム勝山 エリア	12.9	202件
芝政ワールド エリア	11.8	170件
あわら温泉 エリア	11.0	1369件
道の駅「越前おおの荒島の郷」エリア	10.1	750件
越前岬 エリア	10.1	228件
東尋坊 エリア	7.7	704件
スーベニアショップ ラプトル エリア	7.5	495件
越前陶芸村 エリア	6.8	265件
JA福井県ファーマーズマーケットきららの丘 エリア	5.4	296件
かずら橋 エリア	5.0	220件
一乗谷朝倉氏遺跡 エリア	3.7	793件

【性年代】男女比は女性59.0%、男性37.5%。  
 【居住地】県内居住者の割合が38.5%。  
 【同行者】最多は夫婦2人で37.7%。 【宿泊数】宿泊率55.1%。

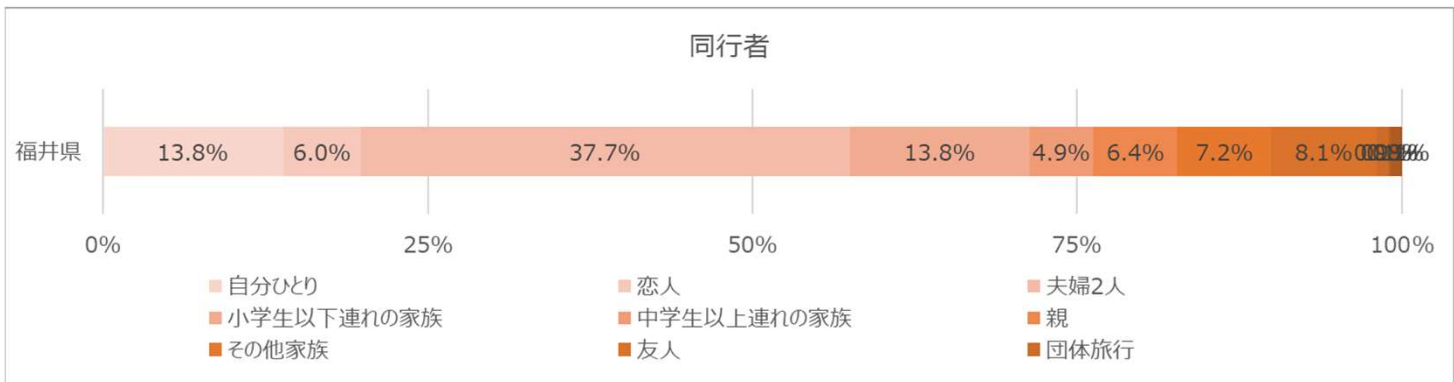
### ■ 性年代



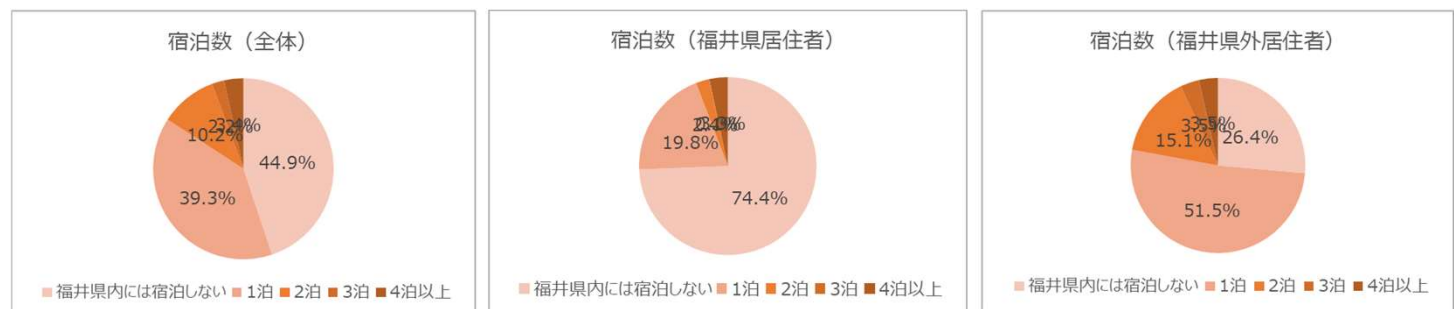
### ■ 居住地



### ■ 同行者

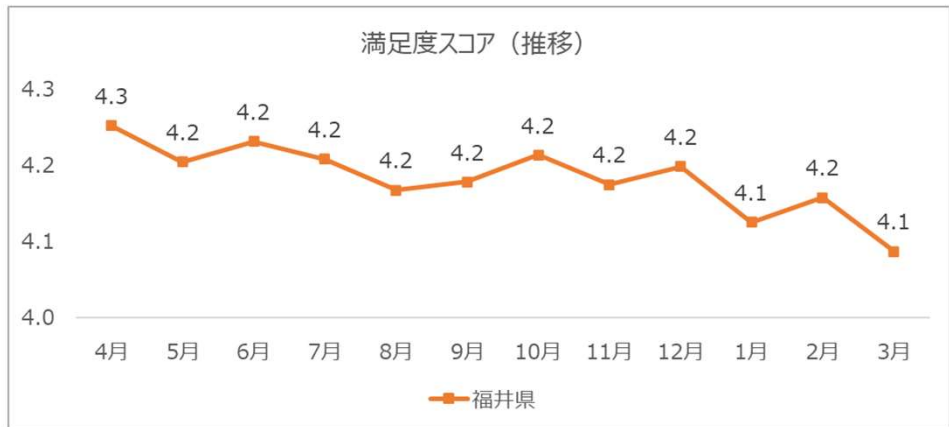
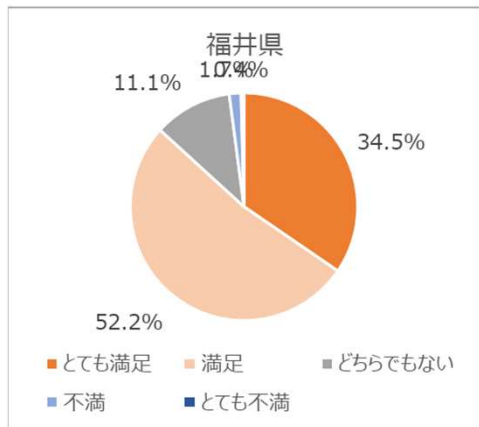


### ■ 宿泊数



【満足度】「とても満足」+「満足」が86.8%。満足度は高いがやや下落傾向。  
 【訪問回数】新規来訪者が43.0%。県内居住者の方がリピート率高い。

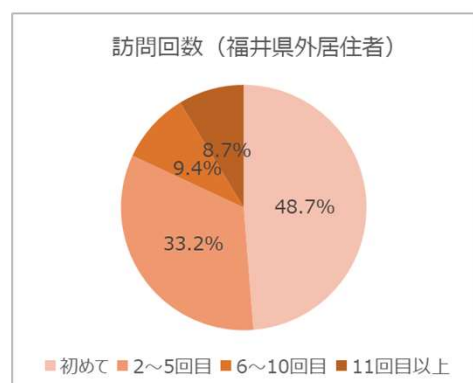
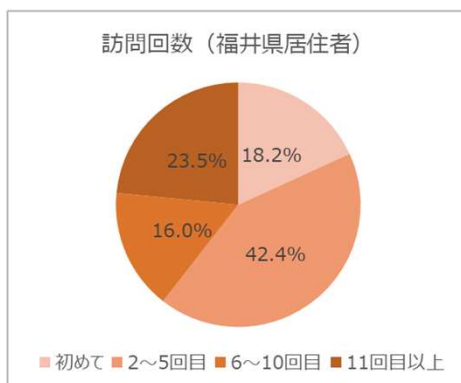
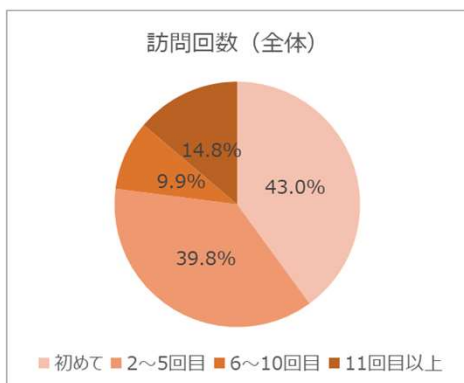
### ■ 満足度



### ※満足度スコアとは

とても満足を5点～とても不満を1点とし、満足度の平均を数値化したもの。

### ■ 訪問回数

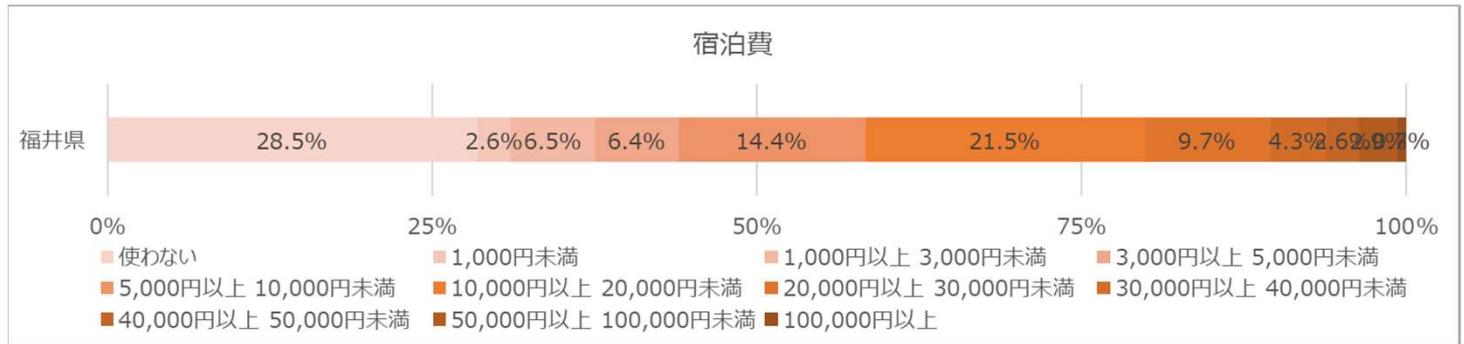


### ■ 平均訪問回数

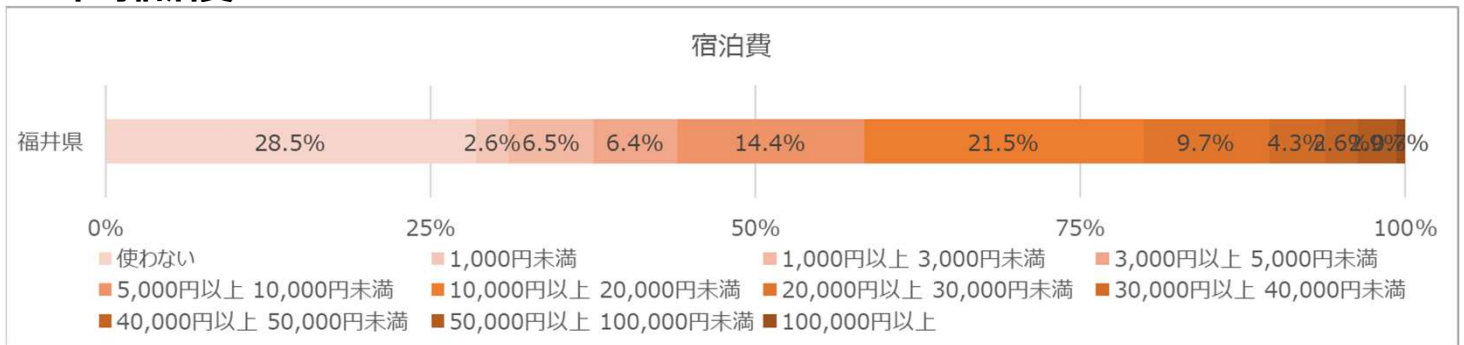


【通期平均宿泊費】：17,403円。下半期以降（10月～）単価向上のトレンド。  
 【通期平均県内消費額】：11,702円。ゆるやかに右肩上がりの増加傾向。  
 ※「じゃら宿調査2022」による全国平均 宿泊費：19,000円、現地消費：22,200円 ※情報更新

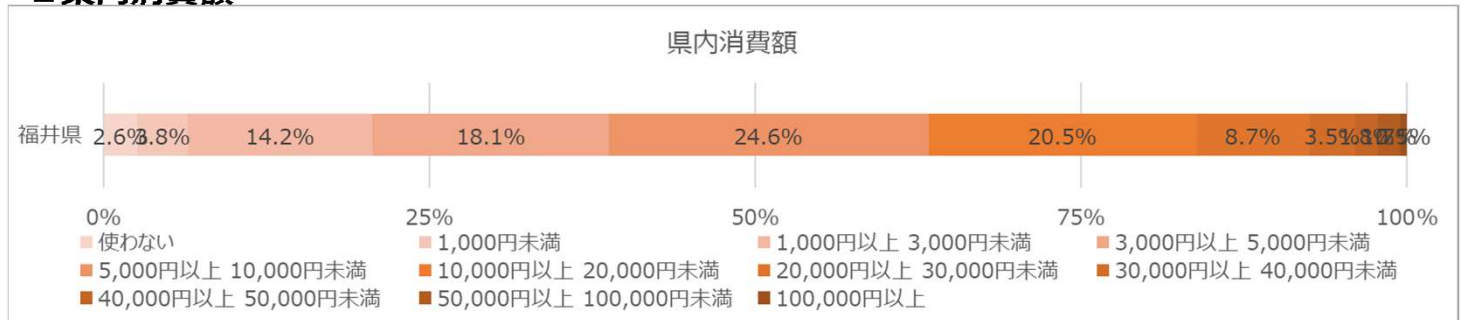
### ■ 宿泊費



### ■ 平均宿泊費



### ■ 県内消費額



### ■ 平均県内消費額



## 通期トータル回答数

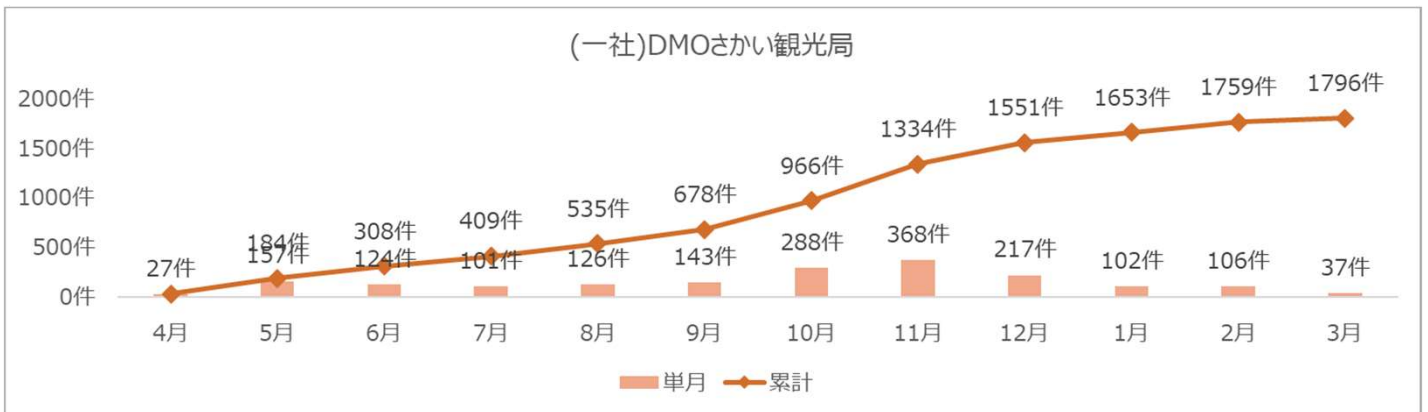
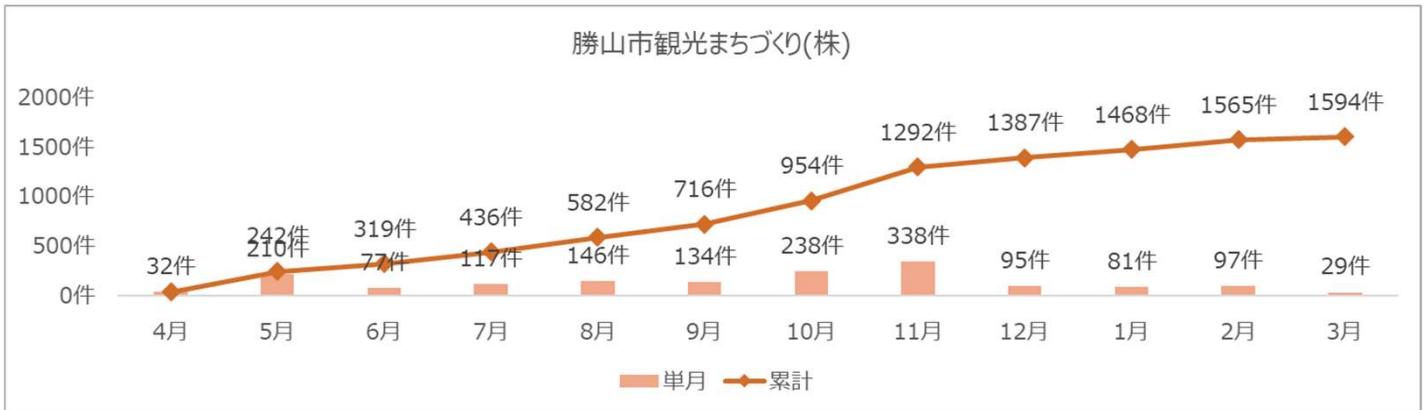
【まちづくり小浜】：1,124件

【勝山市観光まちづくり】：1,594件

【DMOさかい観光局】：1,796件

【三方五湖DMO】：1,071件

### ■アンケート回答数



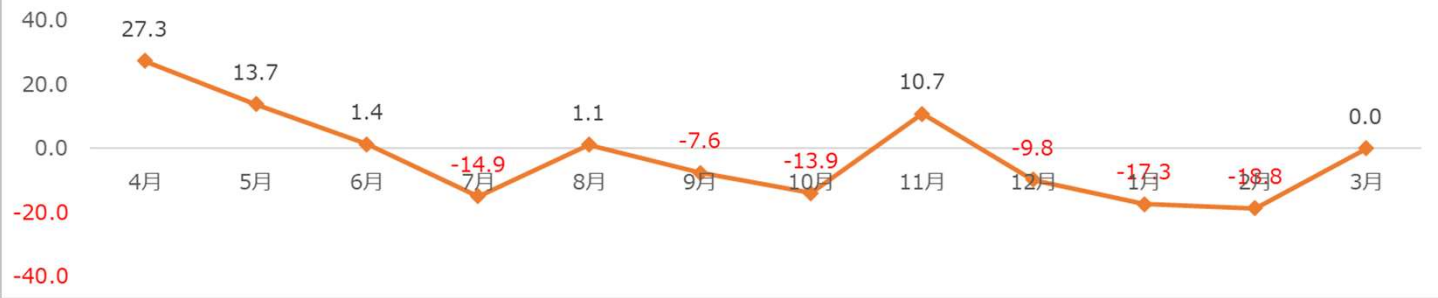


通期NPS 下半期にスコアを下げている「まちづくり小浜」のみ通期マイナススコアとなった  
 【まちづくり小浜】： -2.5                      【勝山市観光まちづくり】： 4.0  
 【DMOさかい観光局】： 3.4                      【三方五湖DMO】： 12.1

※NPSの性質上、マイナスに転じることめずらしいことではないため一喜一憂することなく、スコアを回答者属性などで分解し、課題の特定にお役立ていただきたい。

## ■ NPS

(株)まちづくり小浜



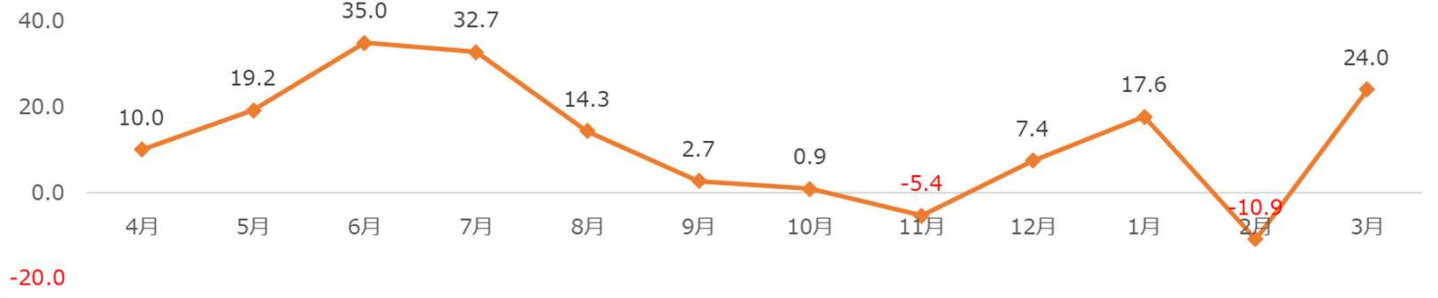
勝山市観光まちづくり(株)



(一社)DMOさかい観光局

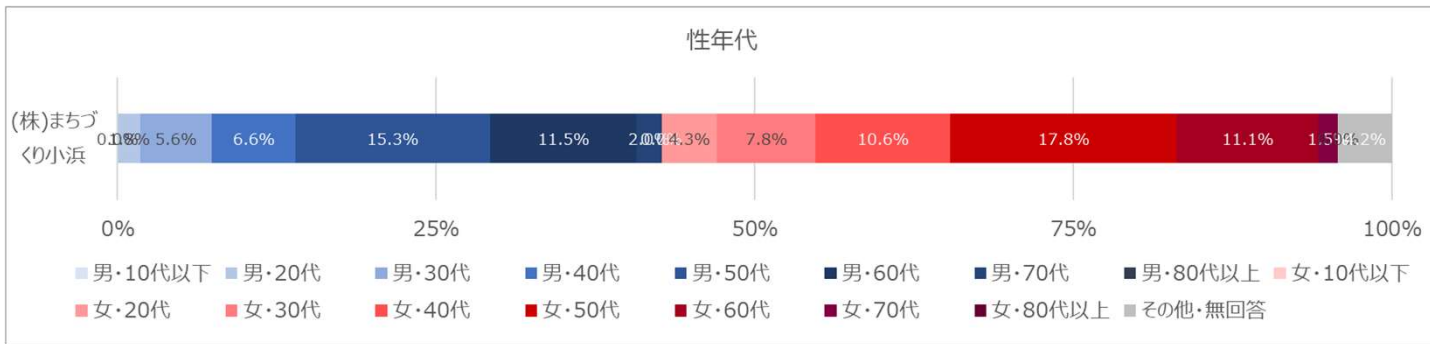


三方五湖DMO(株)

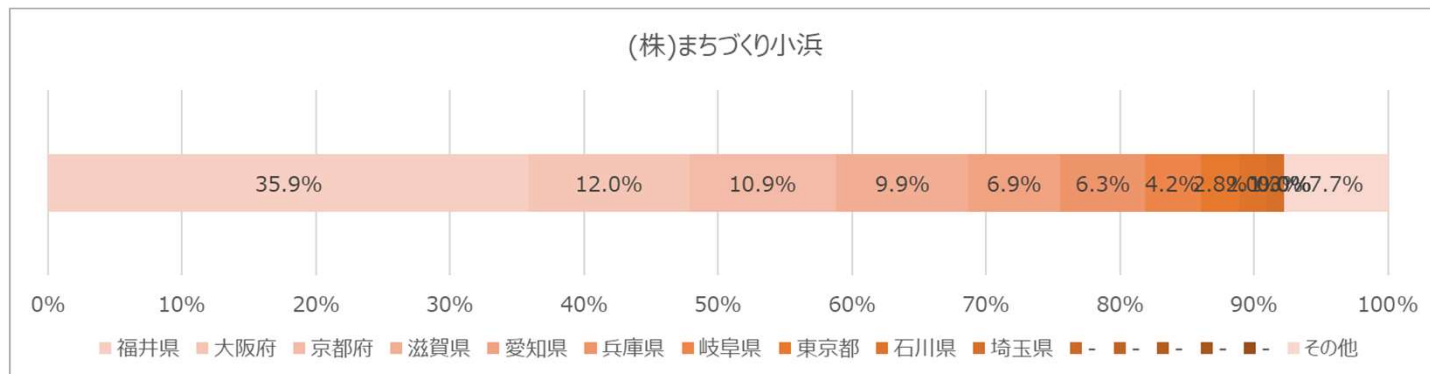


【性年代】男女比は女性53.1%、男性42.7%。  
 【居住地】県内居住者の割合が35.9%。  
 【同行者】最多は夫婦2人で41.8% 【宿泊数】宿泊率53.7%

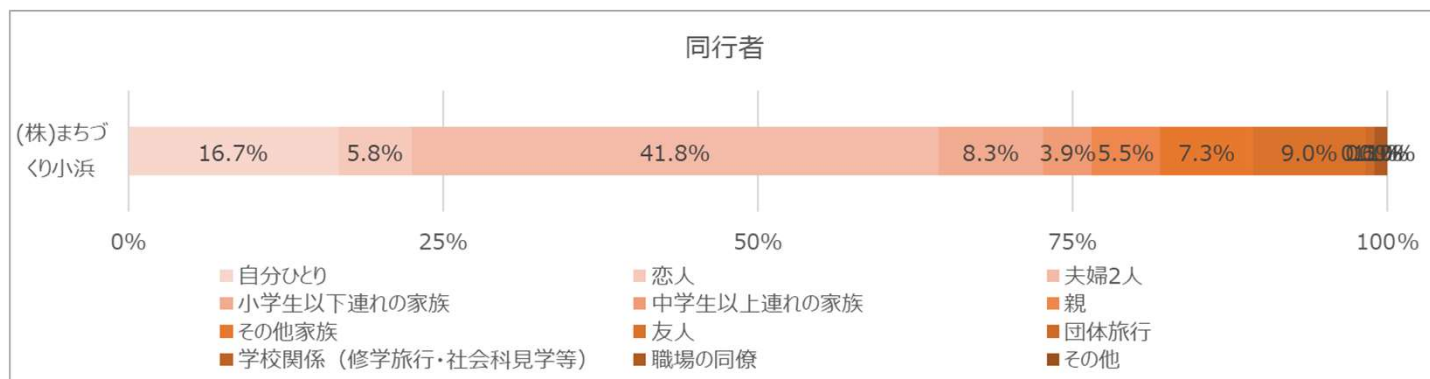
## ■ 性年代



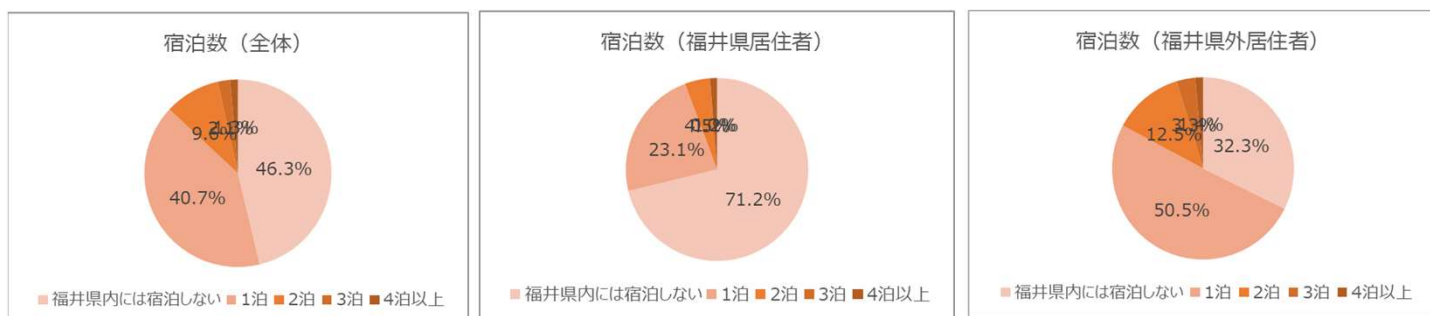
## ■ 居住地



## ■ 同行者

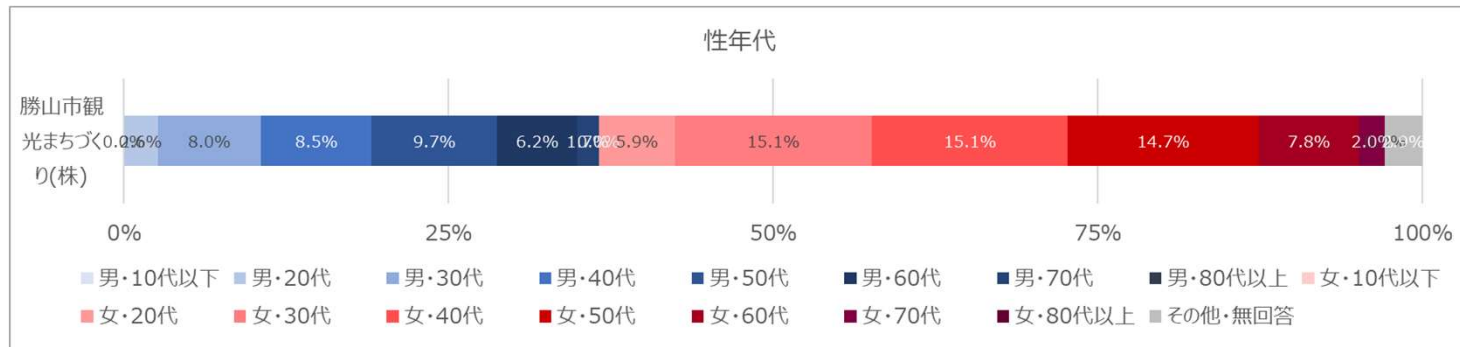


## ■ 宿泊数

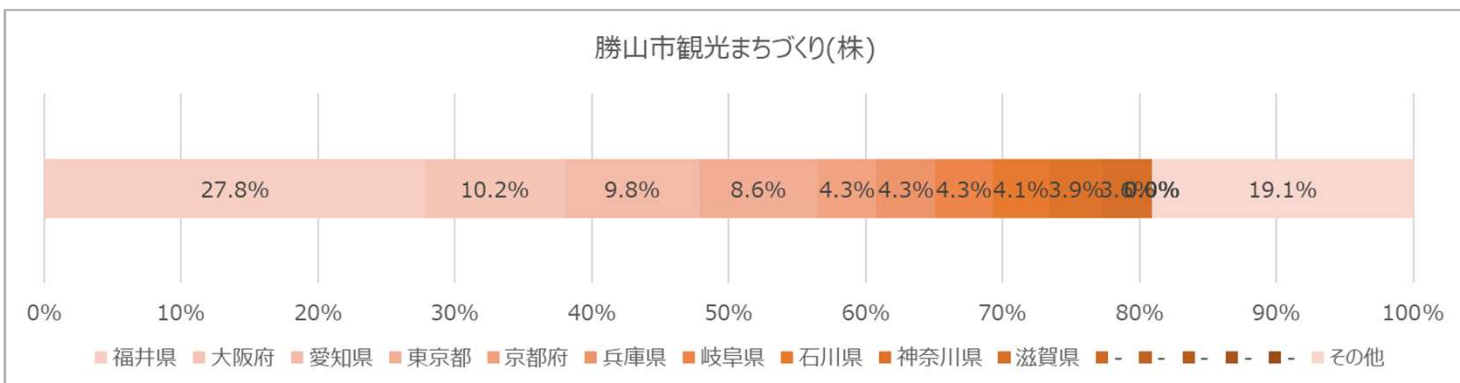


【性年代】男女比は女性60.6%、男性36.6%。  
 【居住地】県内居住者の割合が27.8%。  
 【同行者】最多は夫婦2人で28.5% 【宿泊数】宿泊率61.9%

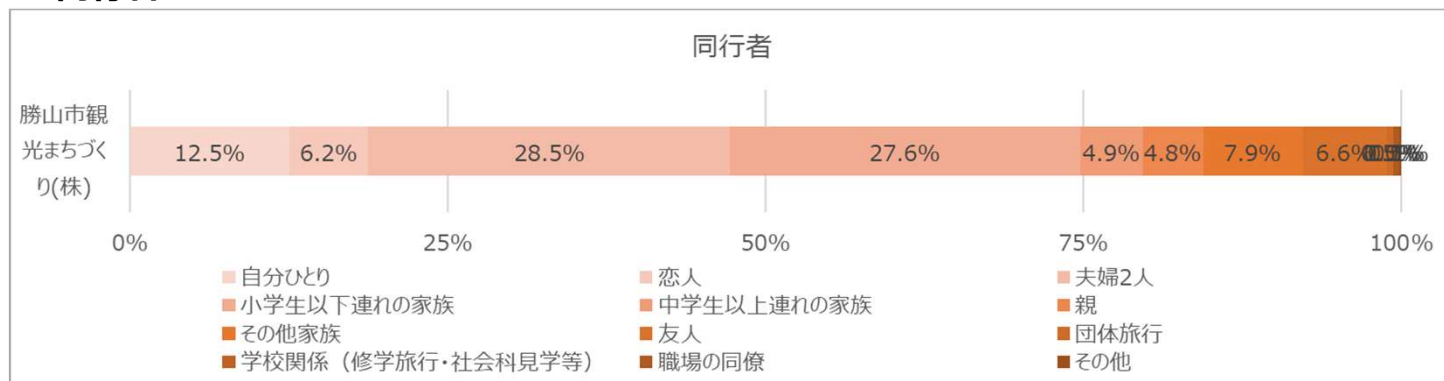
## ■ 性年代



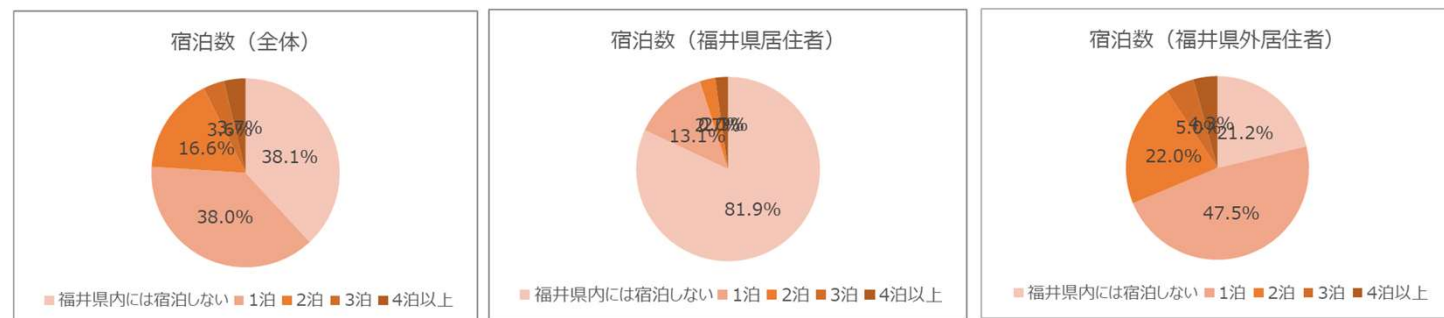
## ■ 居住地



## ■ 同行者

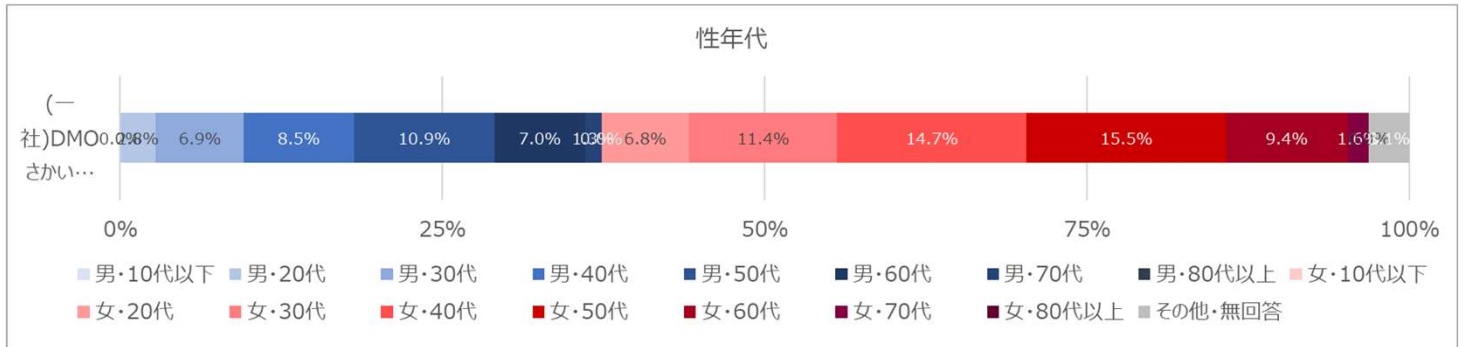


## ■ 宿泊数

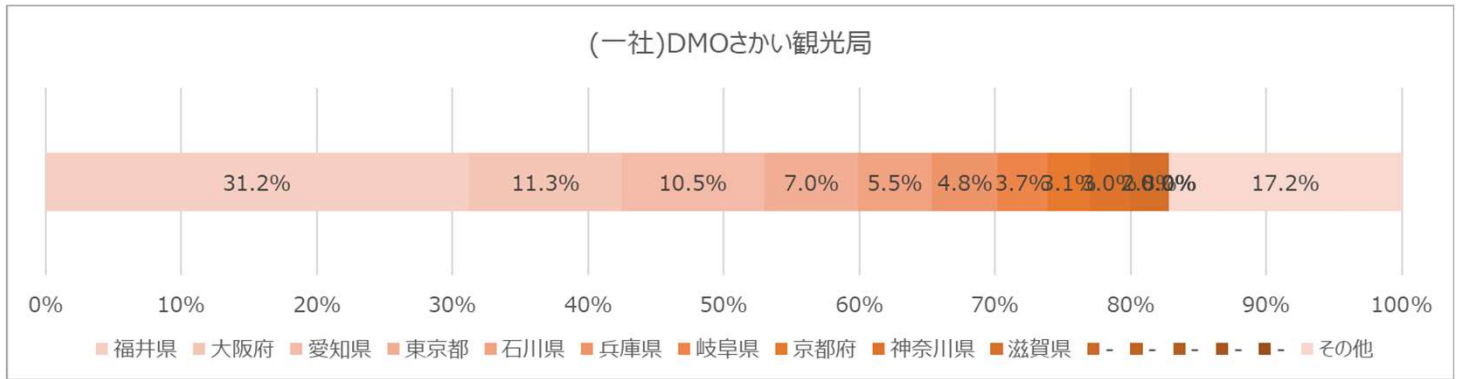


【性年代】男女比は女性59.5%、男性37.3%。  
 【居住地】県内居住者の割合が31.2%。  
 【同行者】最多は夫婦2人で32.6% 【宿泊数】宿泊率50.1%

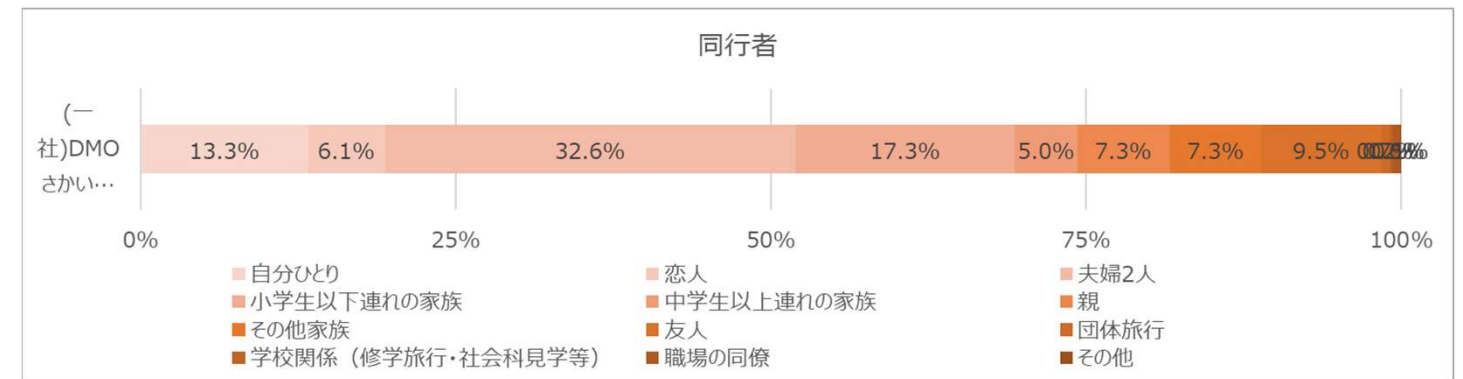
## ■ 性年代



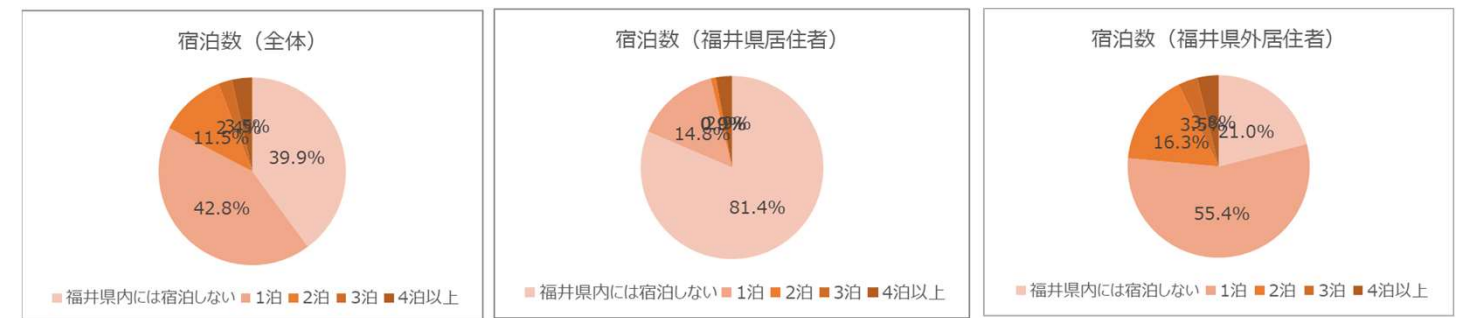
## ■ 居住地



## ■ 同行者

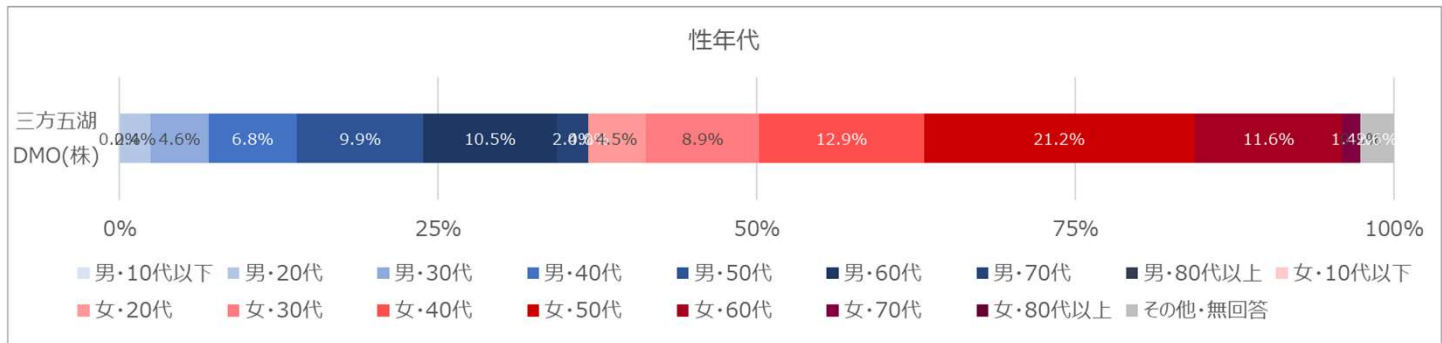


## ■ 宿泊数

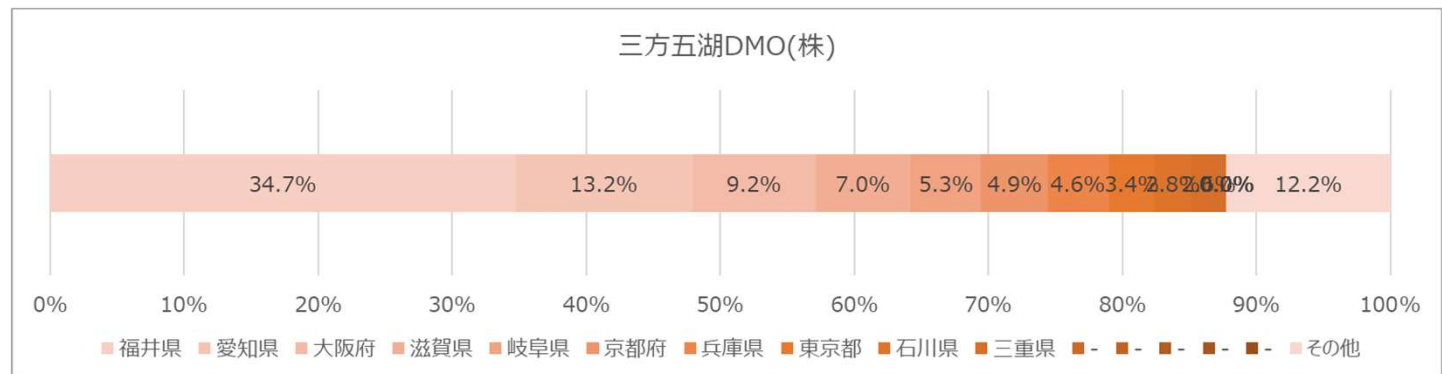


【性年代】男女比は女性60.6%、男性36.8%。  
 【居住地】県内居住者の割合が34.7%。  
 【同行者】最多は夫婦2人で43.9% 【宿泊数】宿泊率56.2%

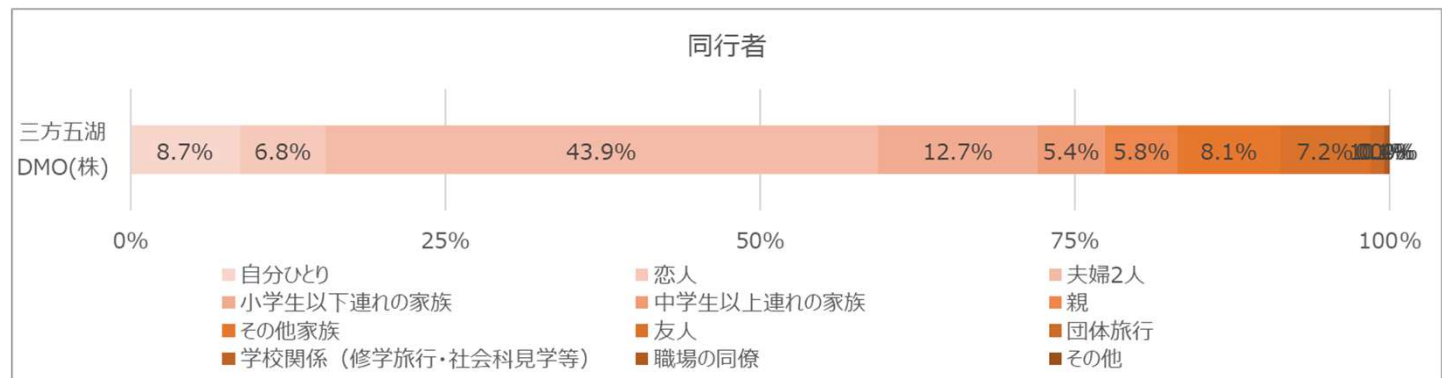
## ■ 性年代



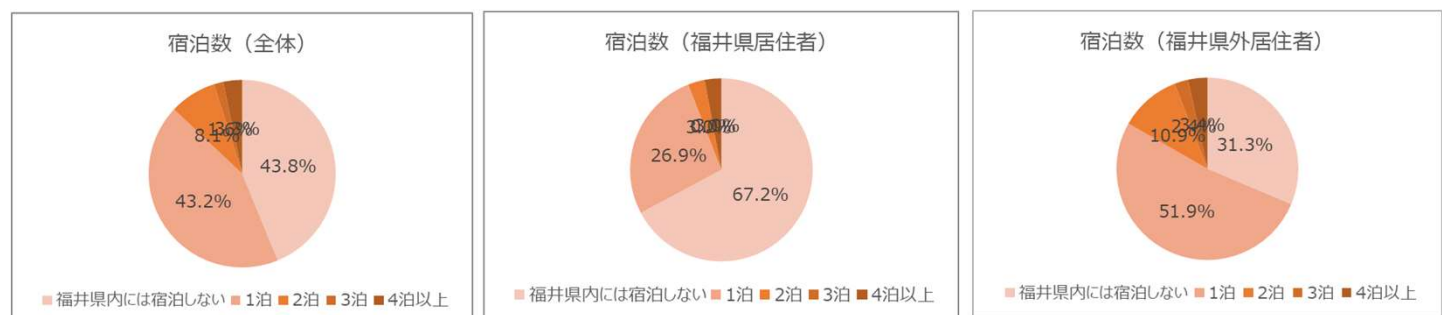
## ■ 居住地



## ■ 同行者

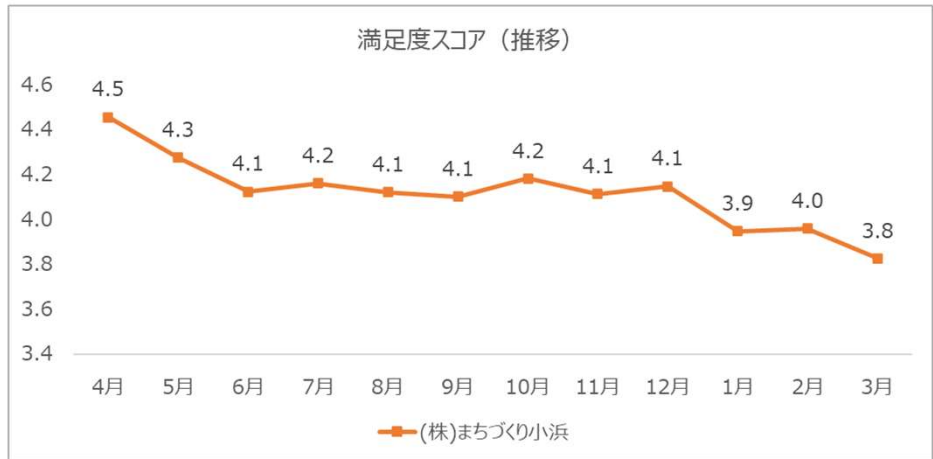
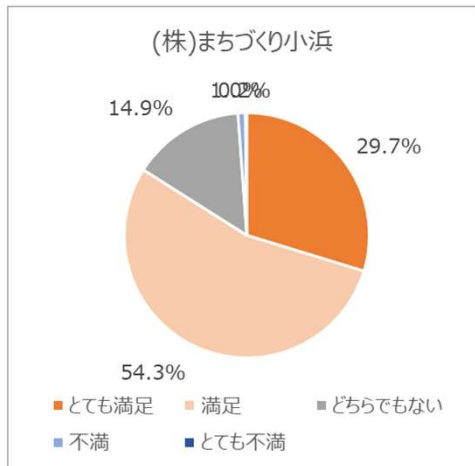


## ■ 宿泊数



【満足度】「とても満足」+「満足」：84.0%  
 【訪問回数】新規来訪者率：41.3%  
 【通期平均訪問回数】：4.0回

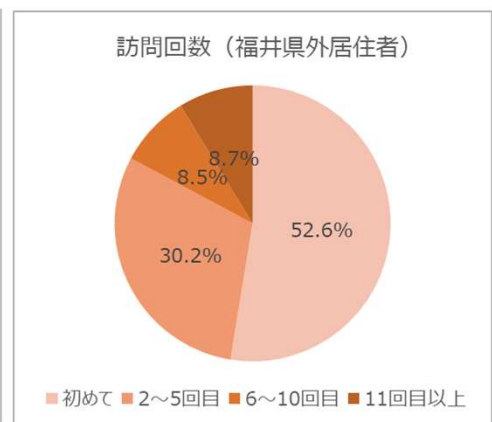
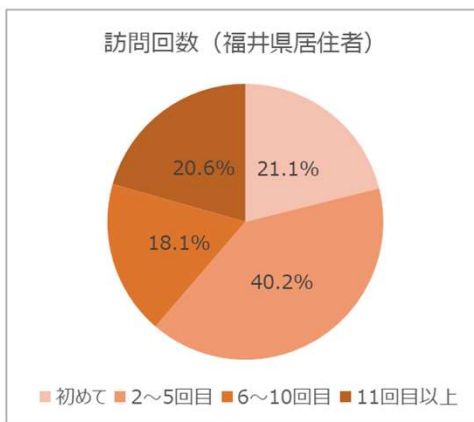
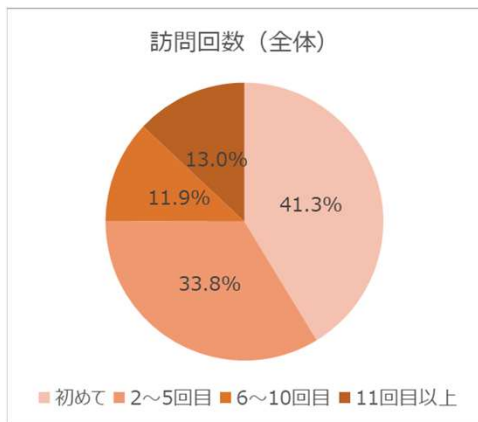
## ■ 満足度



### ※満足度スコアとは

とても満足を5点～とても不満を1点とし、満足度の平均を数値化したもの。

## ■ 訪問回数

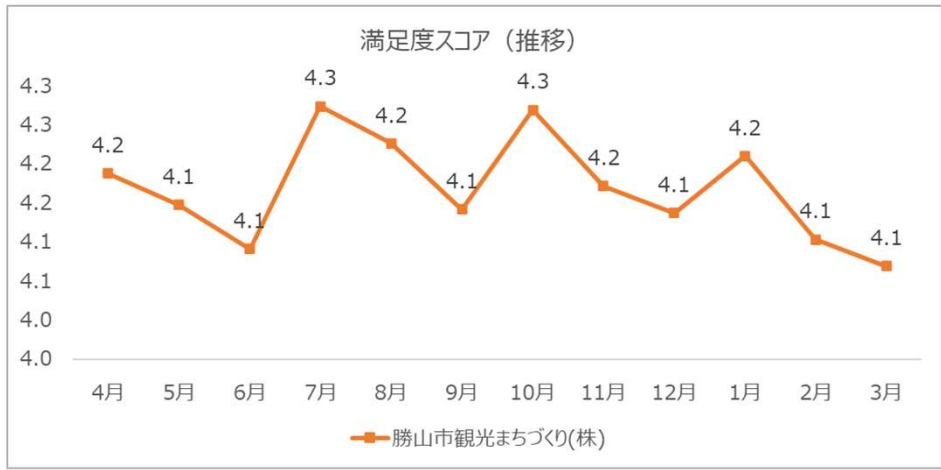
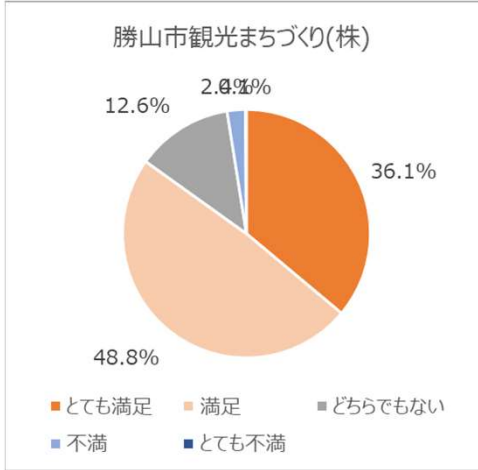


## ■ 平均訪問回数



【満足度】「とても満足」+「満足」：84.9%  
 【訪問回数】新規来訪者率：60.5%  
 【通期平均訪問回数】：2.7回

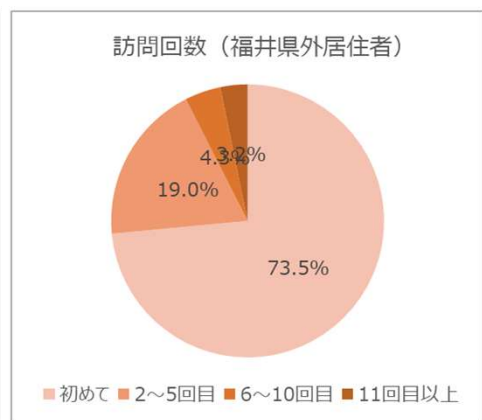
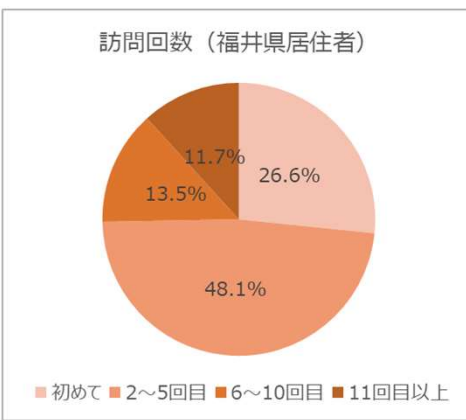
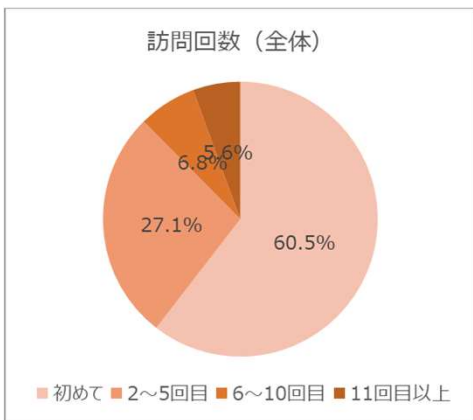
## ■ 満足度



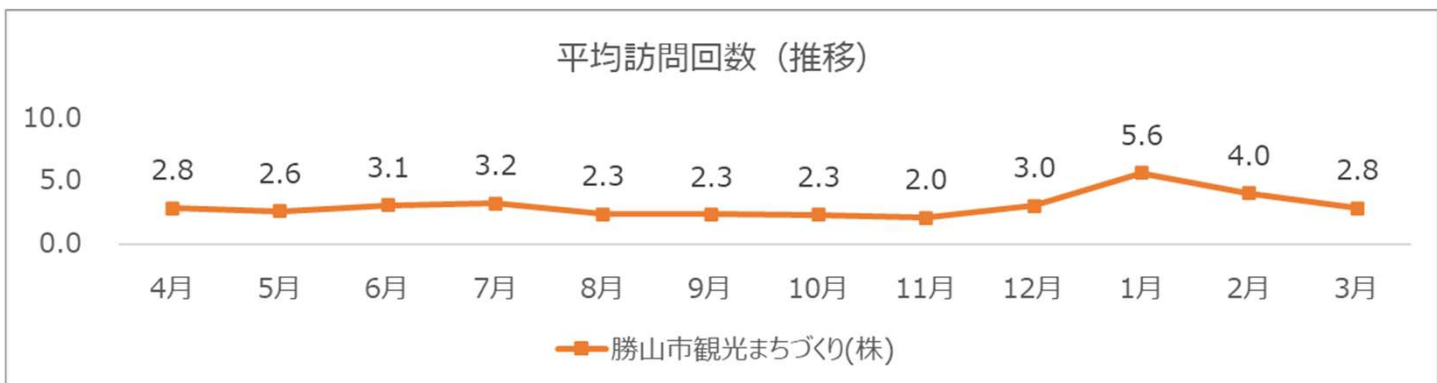
### ※満足度スコアとは

とても満足を5点～とても不満を1点とし、満足度の平均を数値化したもの。

## ■ 訪問回数

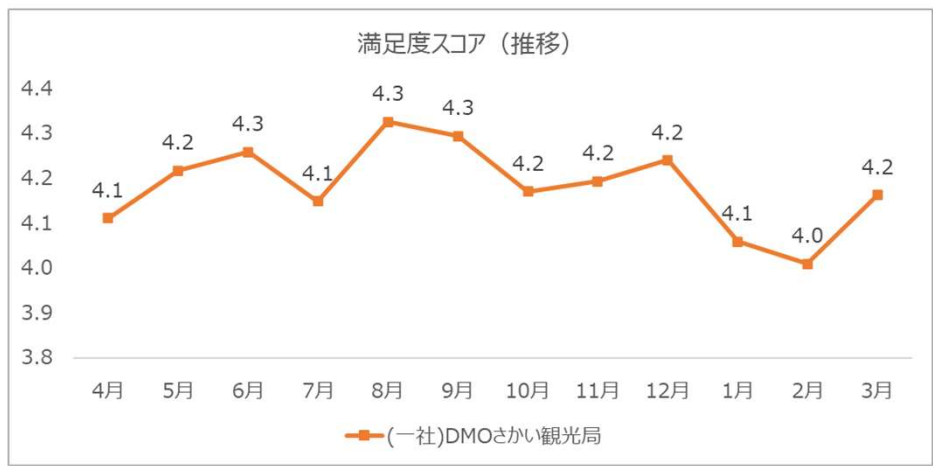
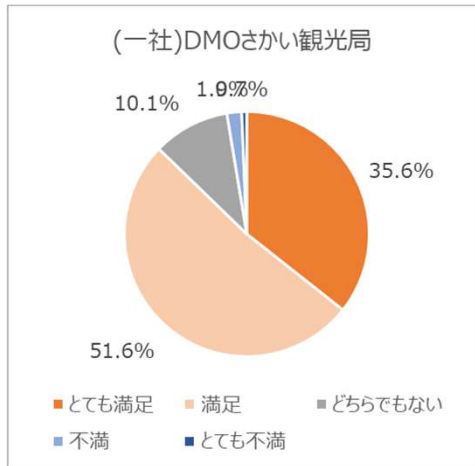


## ■ 平均訪問回数



【満足度】「とても満足」+「満足」：87.2%  
 【訪問回数】新規来訪者率：42.9%  
 【通期平均訪問回数】：3.5回

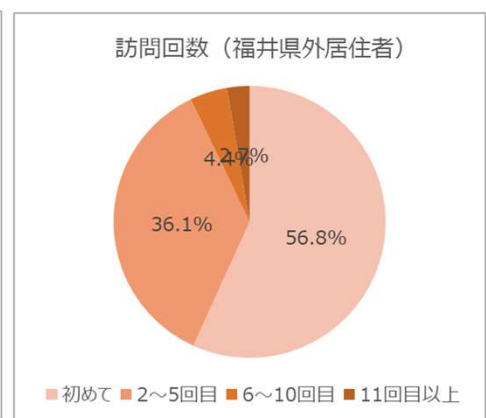
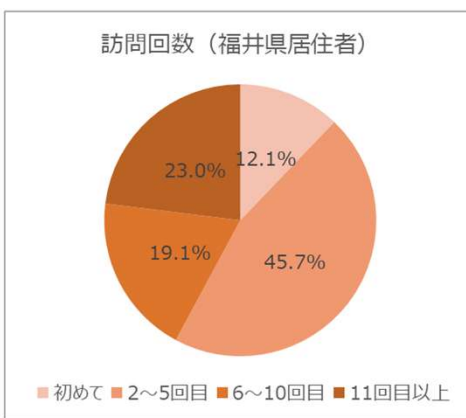
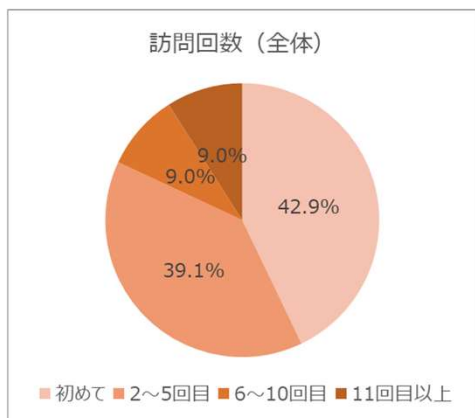
## ■ 満足度



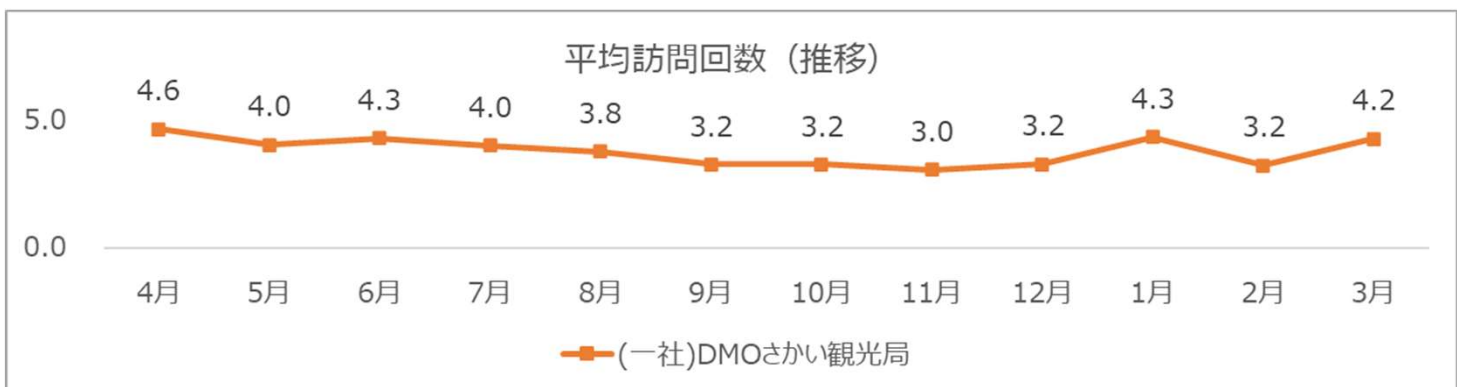
### ※満足度スコアとは

とても満足を5点～とても不満を1点とし、満足度の平均を数値化したもの。

## ■ 訪問回数



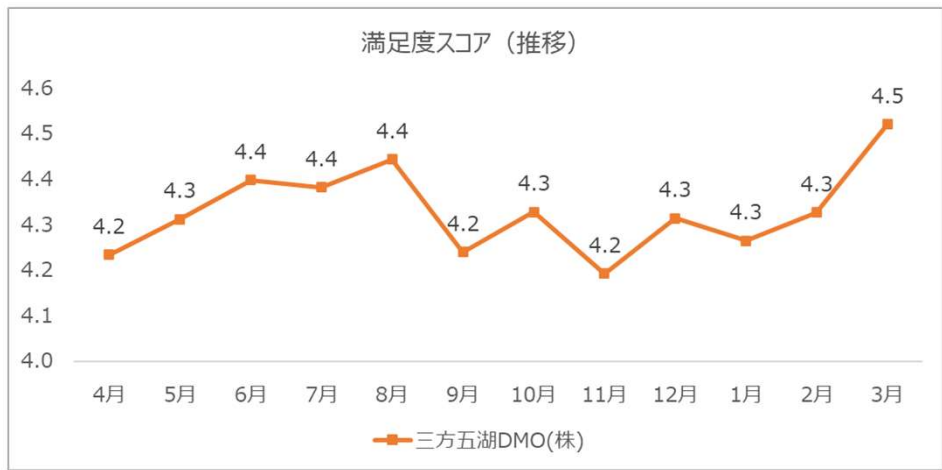
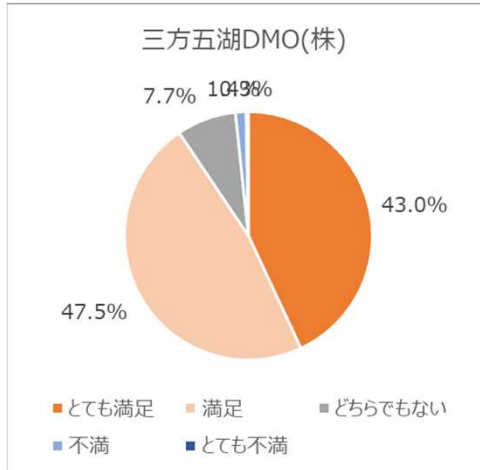
## ■ 平均訪問回数





【満足度】「とても満足」+「満足」：90.6%  
 【訪問回数】新規来訪者率：45.8%  
 【通期平均訪問回数】：3.3回

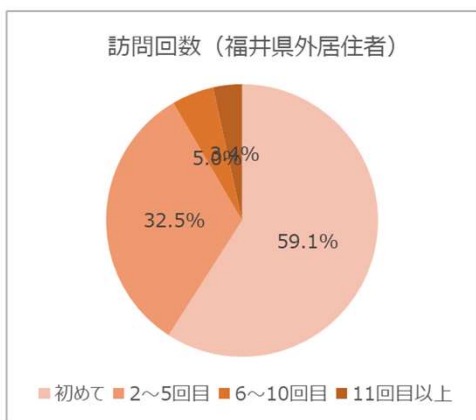
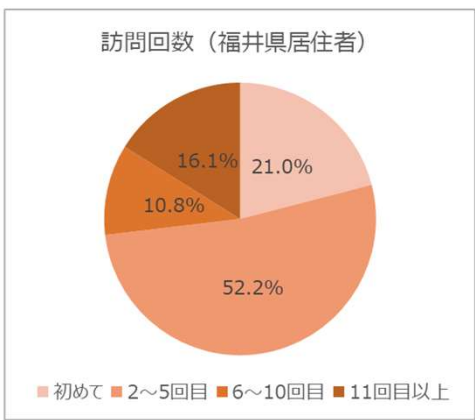
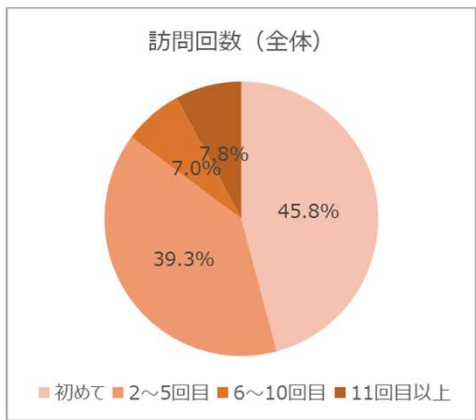
## ■ 満足度



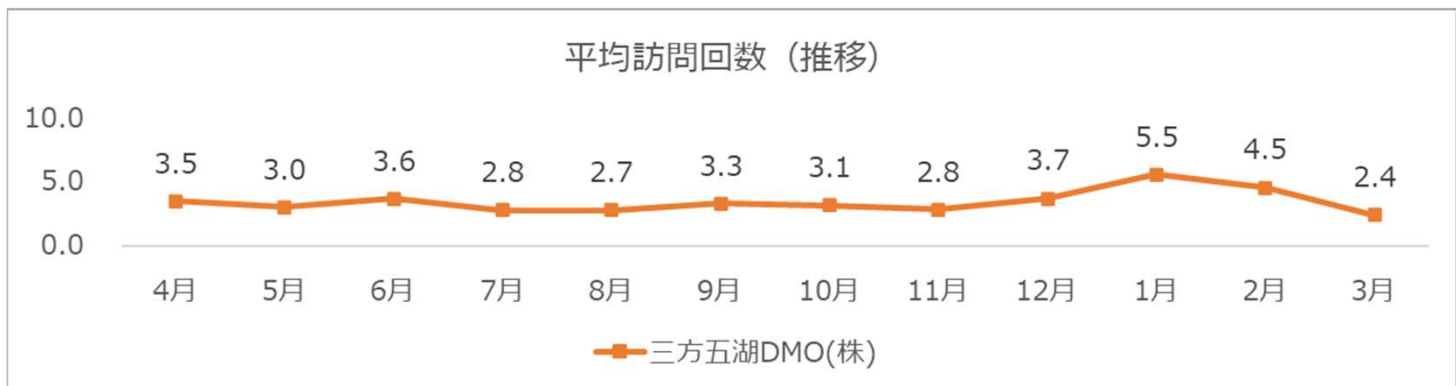
### ※満足度スコアとは

とても満足を5点～とても不満を1点とし、満足度の平均を数値化したもの。

## ■ 訪問回数

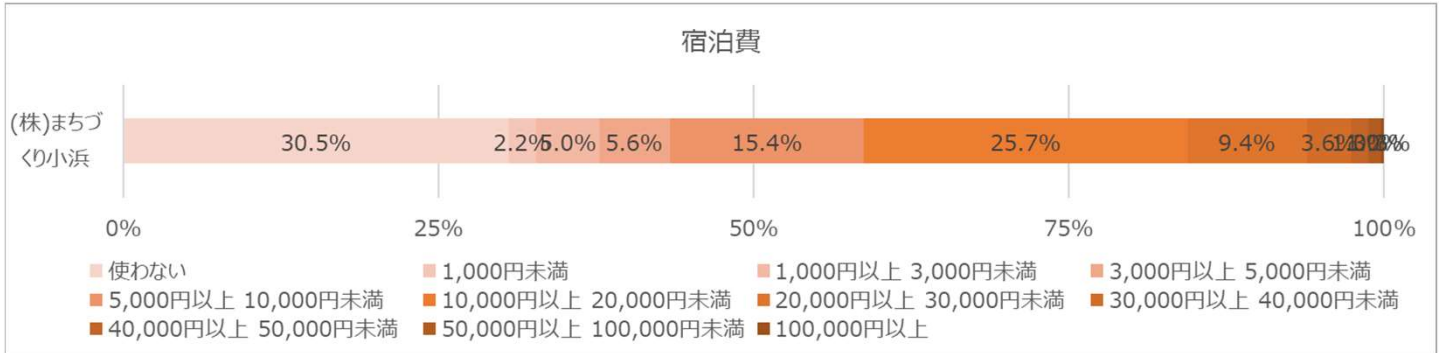


## ■ 平均訪問回数



【通期平均宿泊費】：15,003円。  
 【通期平均エリア消費額】：4,281円。

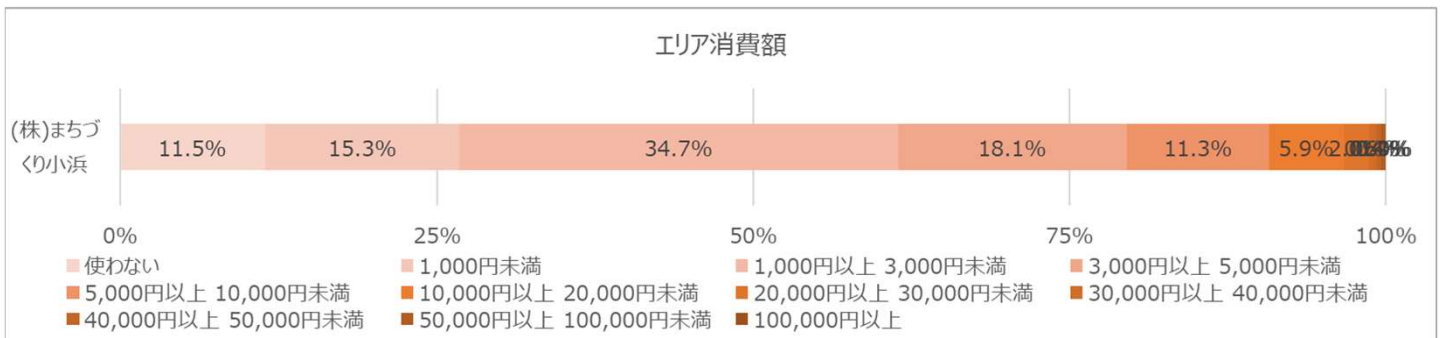
## ■ 宿泊費



## ■ 平均宿泊費



## ■ エリア消費額

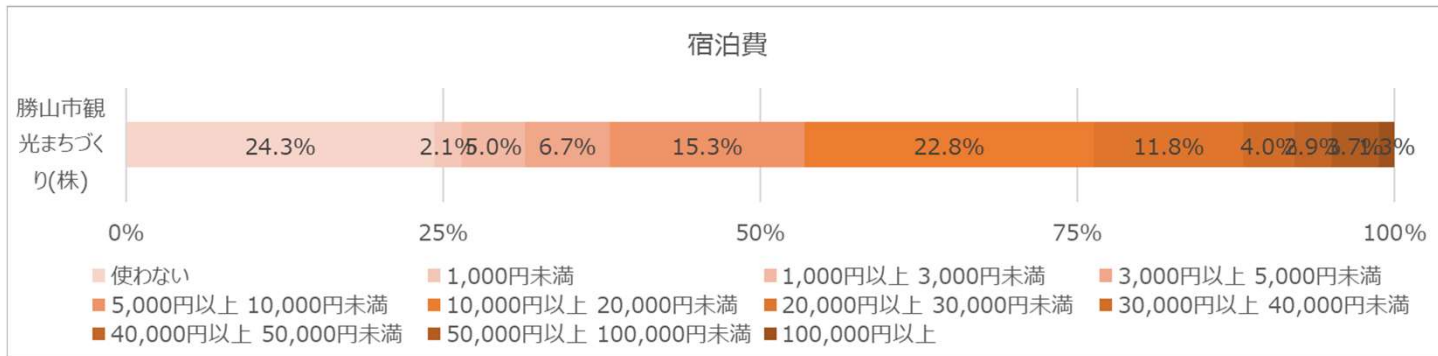


## ■ 平均エリア消費額



【通期平均宿泊費】：19,021円。  
 【通期平均エリア消費額】：4,849円。

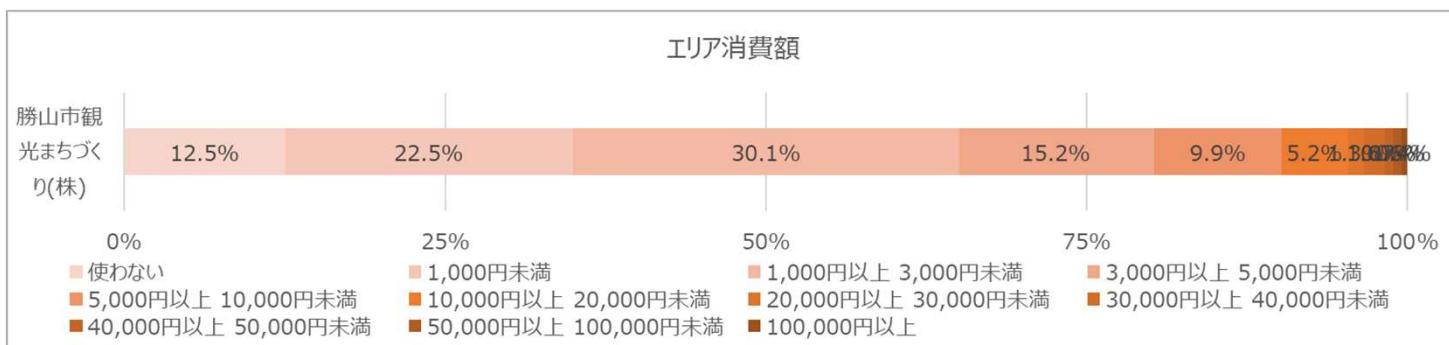
## ■ 宿泊費



## ■ 平均宿泊費



## ■ エリア消費額

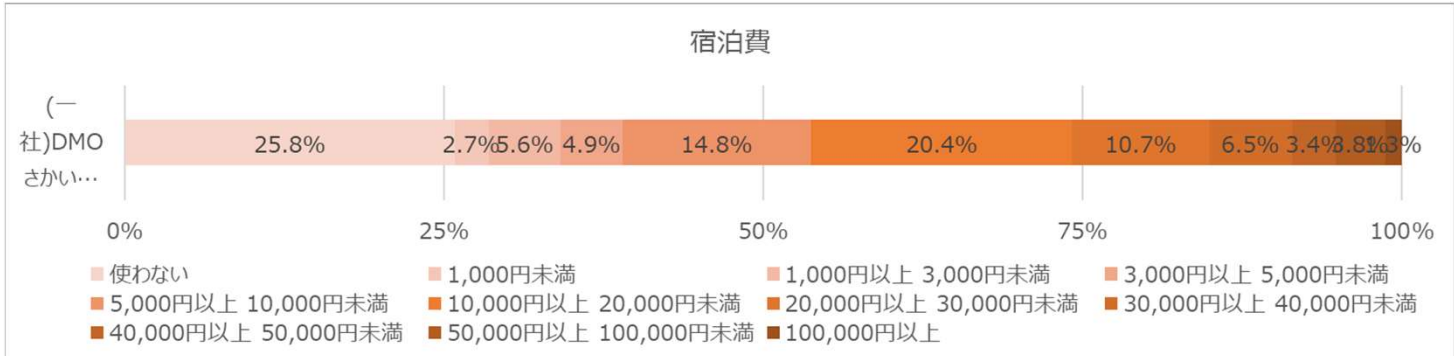


## ■ 平均エリア消費額



【通期平均宿泊費】：20,130円。  
 【通期平均エリア消費額】：3,849円。

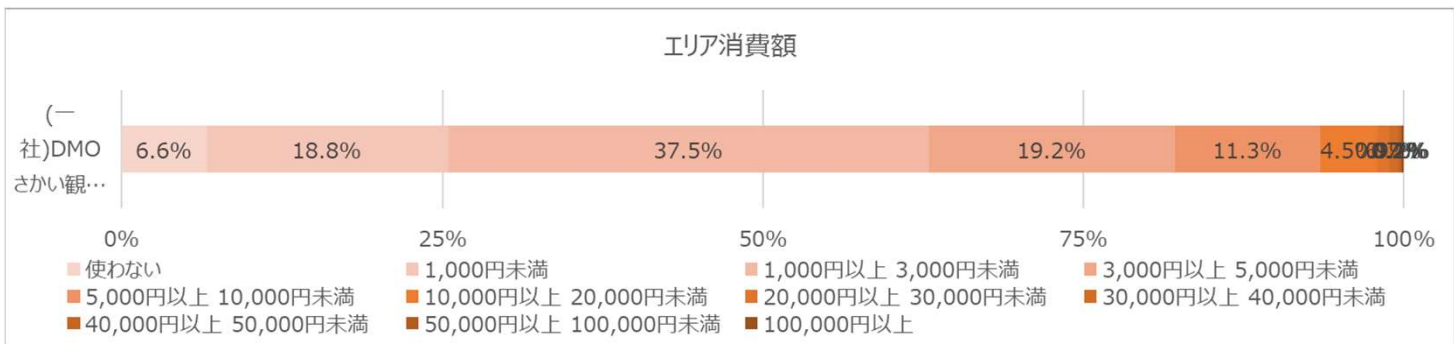
## ■ 宿泊費



## ■ 平均宿泊費



## ■ エリア消費額

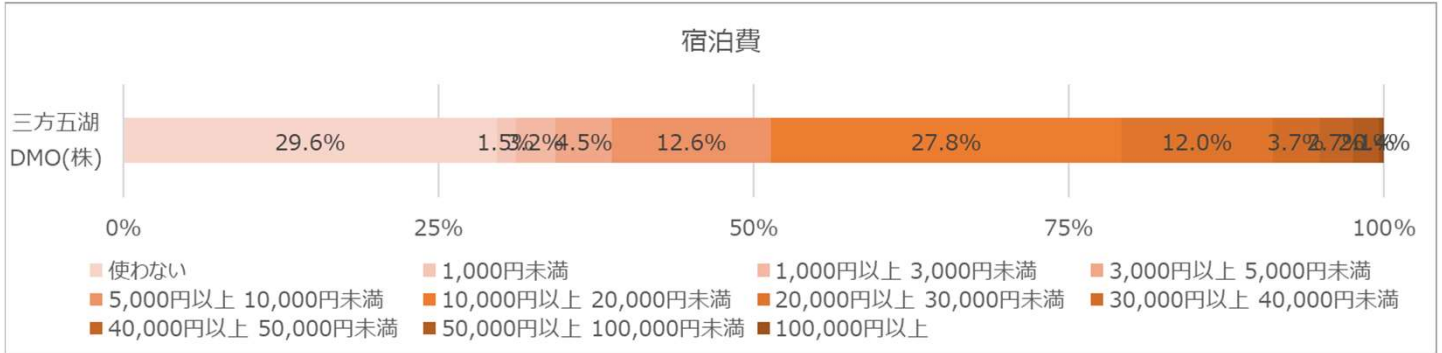


## ■ 平均エリア消費額



【通期平均宿泊費】：17,942円。  
 【通期平均エリア消費額】：5,544円。

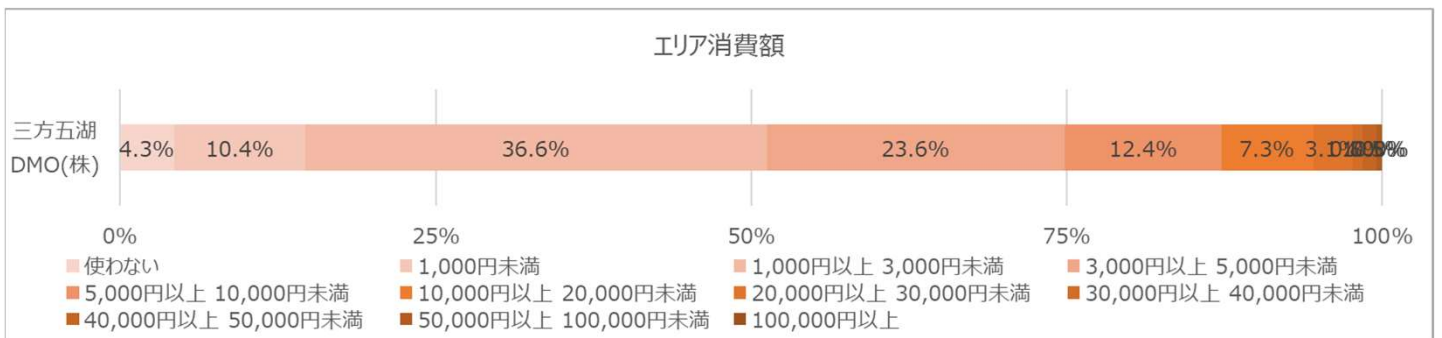
## ■ 宿泊費



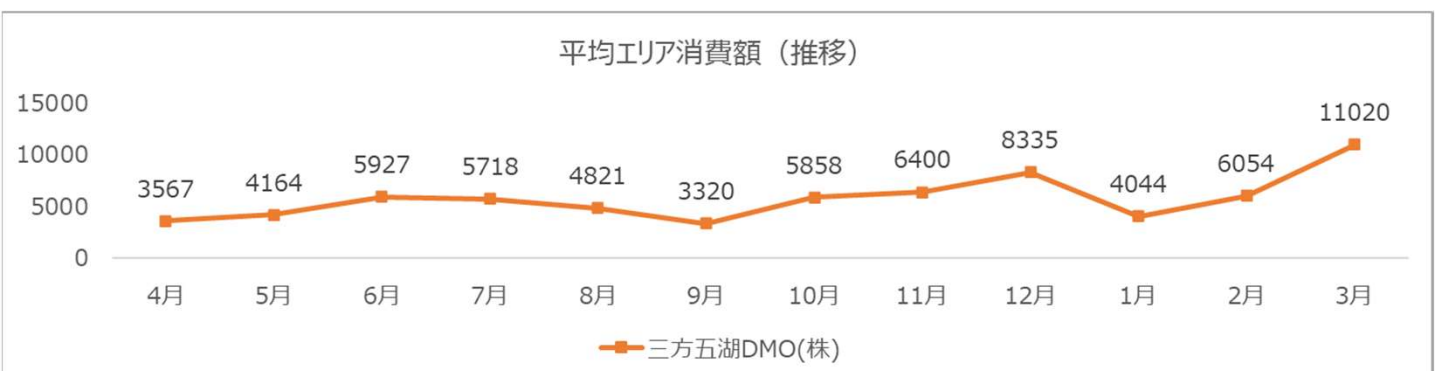
## ■ 平均宿泊費



## ■ エリア消費額



## ■ 平均エリア消費額



### 3. サマリ・補足

【調査対象期間】

令和4年4月28日(月)～令和5年2月28日(火)

【回答数】

福井県全体でのアンケート回答数：通期合計18,750件

-----  
■福井県ALL 主要指標サマリ (通期)

【回答数】 上位3エリア

①あわら温泉 エリア (1,369件) ②福井駅前 エリア (893件)

③道の駅「越前」エリア (823件)

【NPS】 2.2

【満足度】 「とても満足」+「満足」：86.8%

【訪問回数】 新規来訪者率：43.0%

【総評】

回答数はキャンペーン開始直後の5月と、全国旅行支援で来訪者が増えた10～12月に大きく増加したが、1月以降は回答数が減少。リピーターの回答率が低下している可能性があるため、繰り返し回答を促進する施策も必要か。

NPSは2-3月にマイナスとなったが通期ではプラス。満足度も高い水準で推移した。

-----  
■DMO 主要指標サマリ (通期)

【回答数】

まちづくり小浜：1,124件

勝山市観光まちづくり：1,594件

DMOさかい観光局：1,796件

三方五湖DMO：1,071件

【NPS】

まちづくり小浜：-2.5

勝山市観光まちづくり：4.0

DMOさかい観光局：3.4

三方五湖DMO：12.1

【満足度】 「とても満足」+「満足」

まちづくり小浜：84.0

勝山市観光まちづくり：84.9

DMOさかい観光局：87.2

三方五湖DMO：90.5

【訪問回数】 新規来訪者率

まちづくり小浜：41.3%

勝山市観光まちづくり：60.5%

DMOさかい観光局：42.9%

三方五湖DMO：45.8%

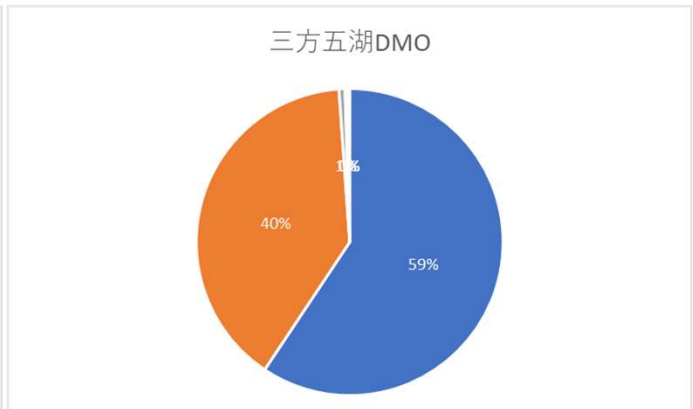
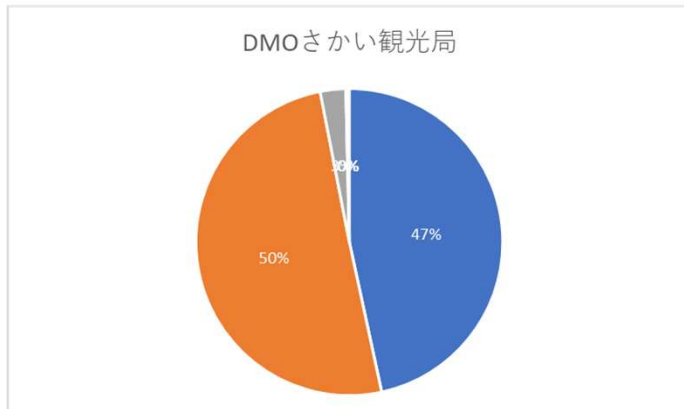
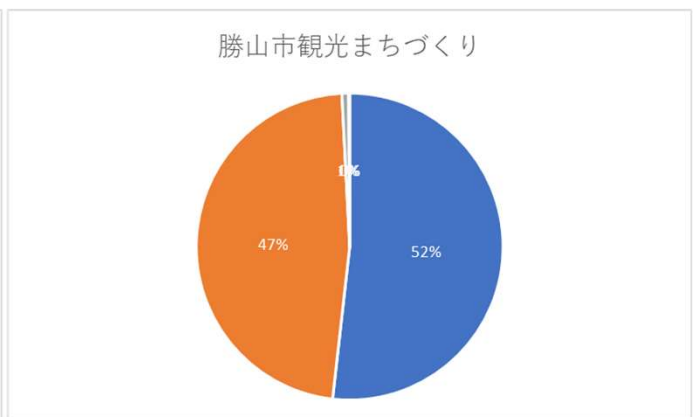
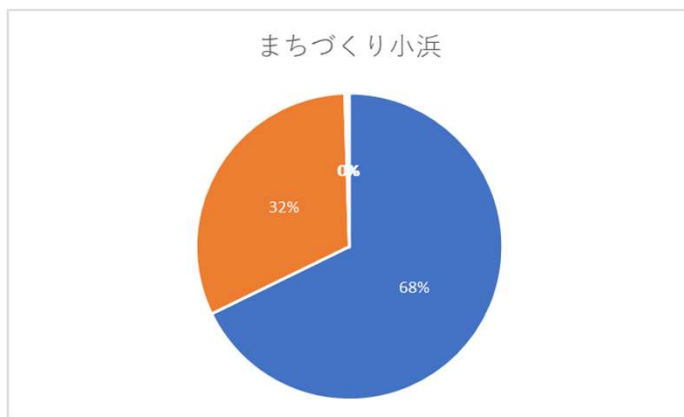
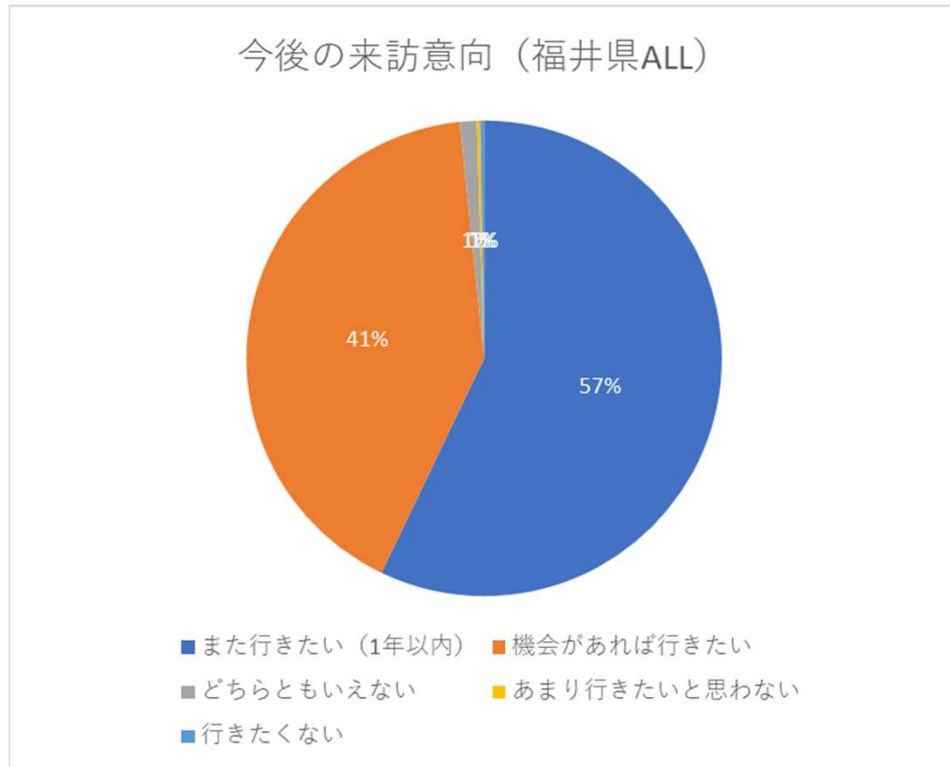
【総評】

回答数はどのDMOも県全体と同様のトレンドで推移し、通期で1000件以上の回答を得られた。満足度は全体的に高い水準で推移していたが、NPSは「まちづくり小浜」のみ通期マイナスでの着地となった。

### 3. サマリ・補足

#### ■ 今後の来訪意向（県外居住者）

- ・「また行きたい」+「機会があれば行きたい」= 98.3%でほとんどが再来訪の意向あり
- ・各DMOも「再来訪意向あり」がほとんど。特に小浜、三方五湖は再来訪意向が強い。

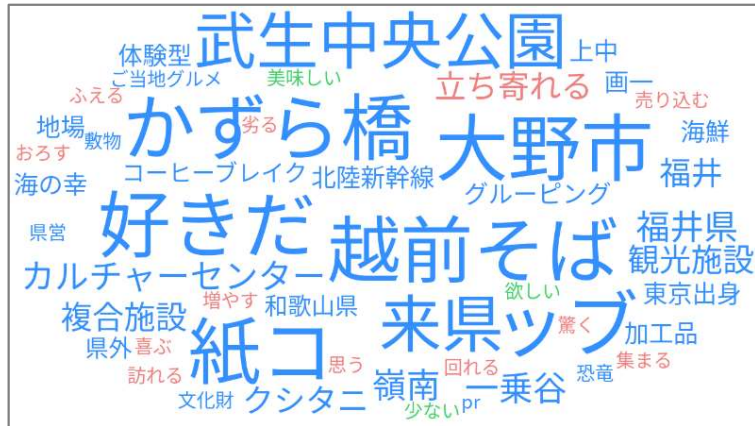


# 3. サマリ・補足

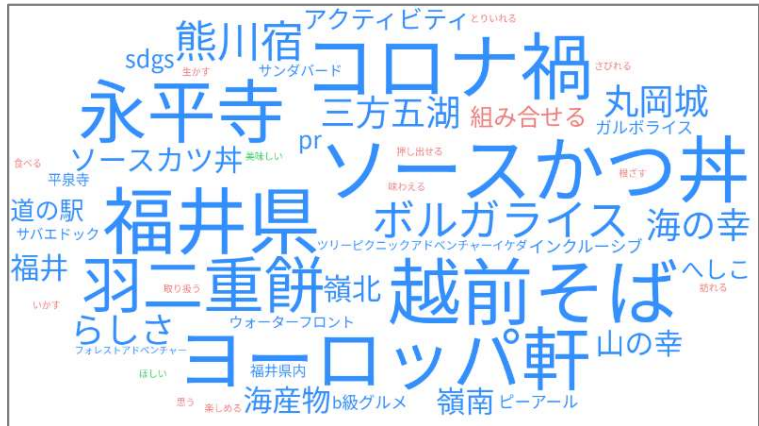
## ■福井県に求めるもの（FAの月別テキストマイニング） ①

- ・グルメ系のワードが圧倒的に多く、グルメが旅の大きな目的になっていることが分かる。概ね好評なコメントが多い。羽二重餅が人気。秋以降は「越前蟹」が増える。
- ・地名ワードもポジティブコメントが多いが、交通の便が悪いというコメントも散見される。
- ・食や景色について「いい資源があるのでもっとPRした方がいい」という声も。

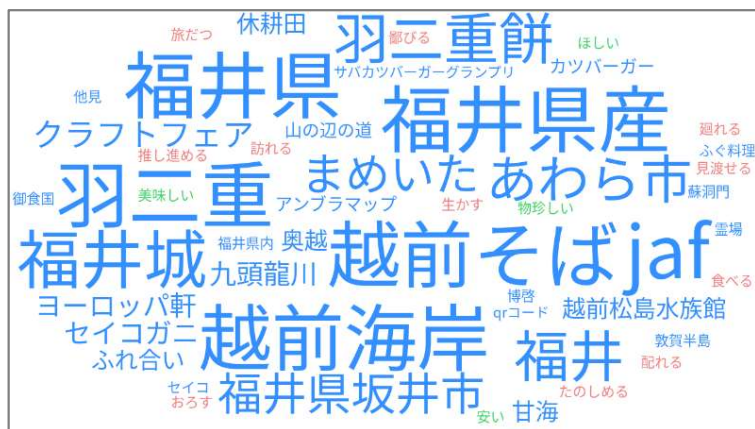
2022年4月



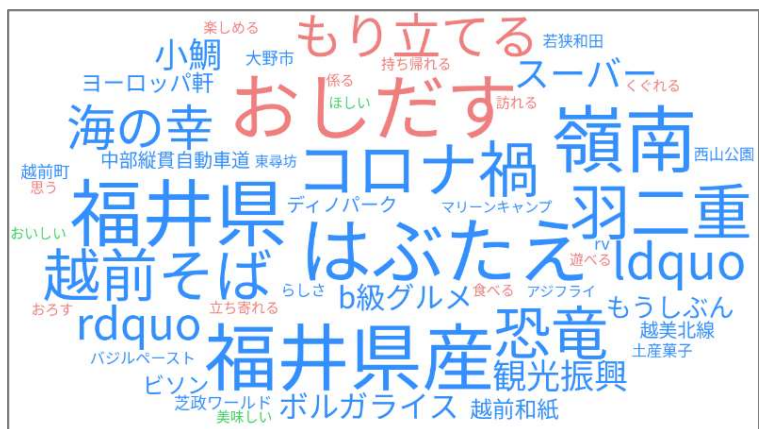
2022年5月



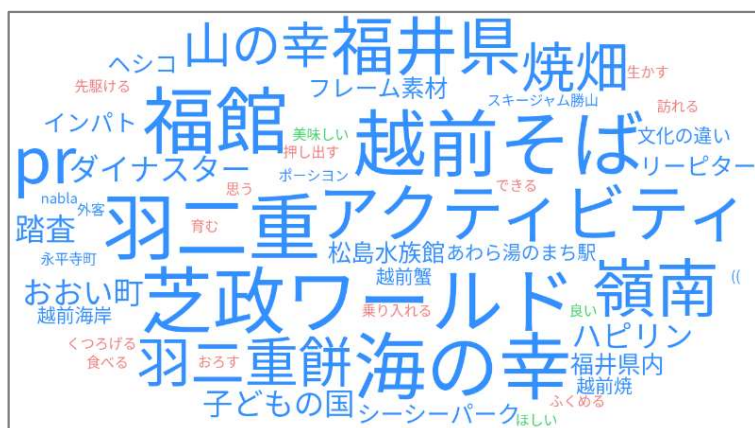
2022年6月



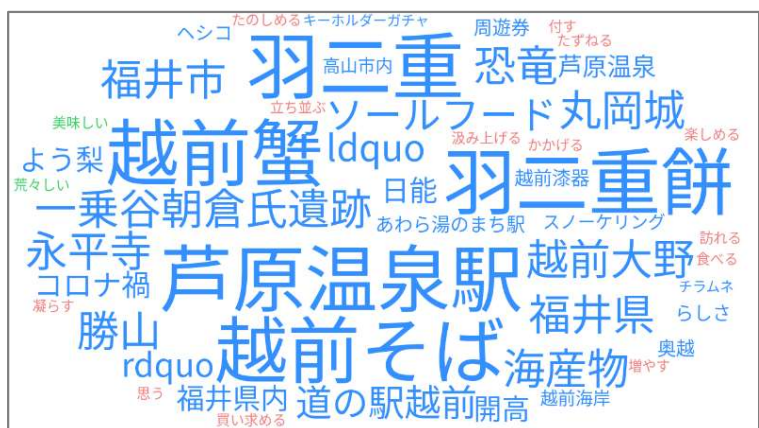
2022年7月



2022年8月



2022年9月



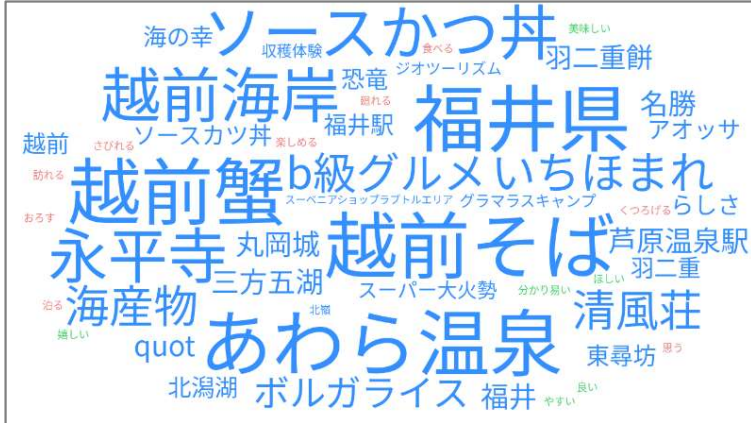
※ldquo、middot、といった文字列は記号が変換された文字化けですので無視してください



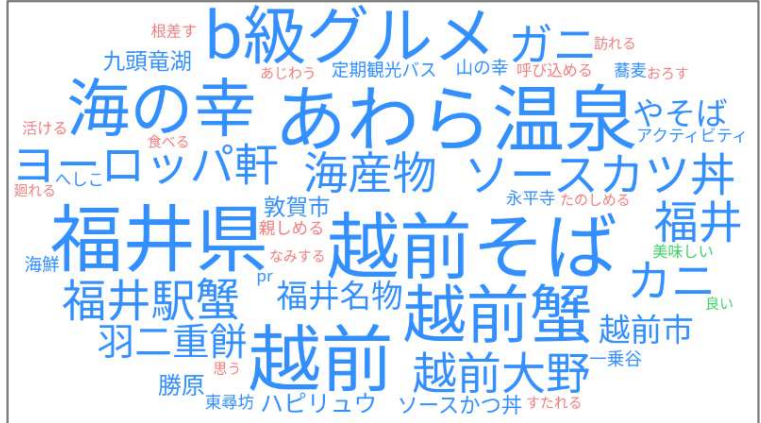
# 3. サマリ・補足

## ■ 福井県に求めるもの（FAの月別テキストマイニング） ②

2022年10月



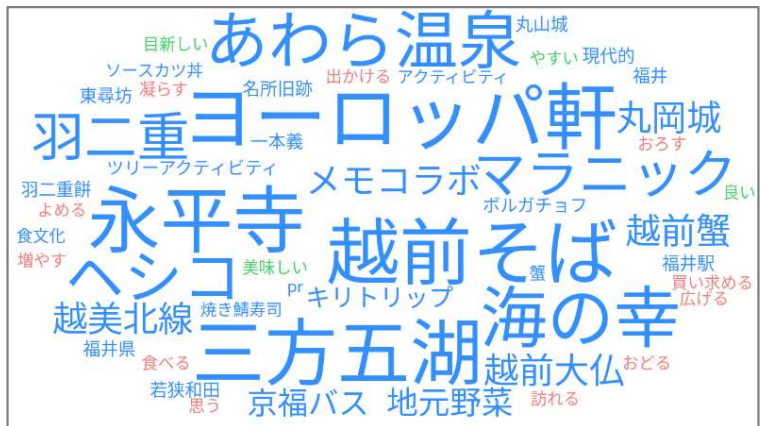
2022年11月



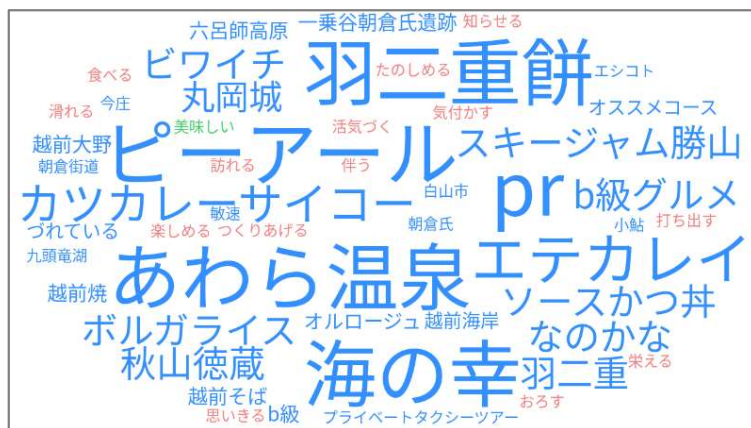
2022年12月



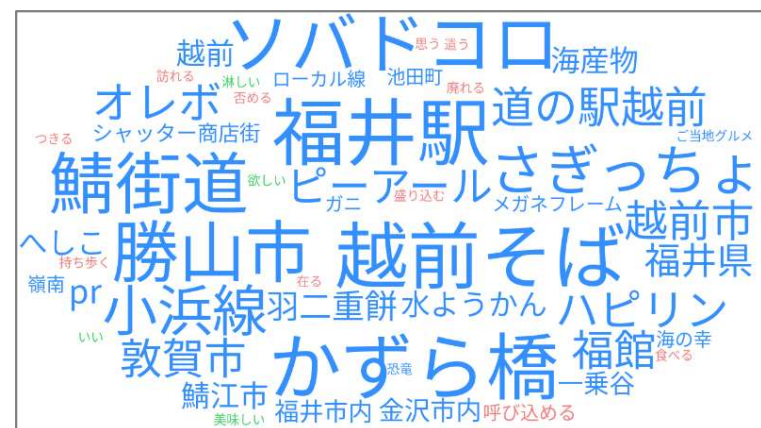
2023年1月



2023年2月



2023年3月



※", middot, といった文字列は記号が変換された文字化けですので無視してください

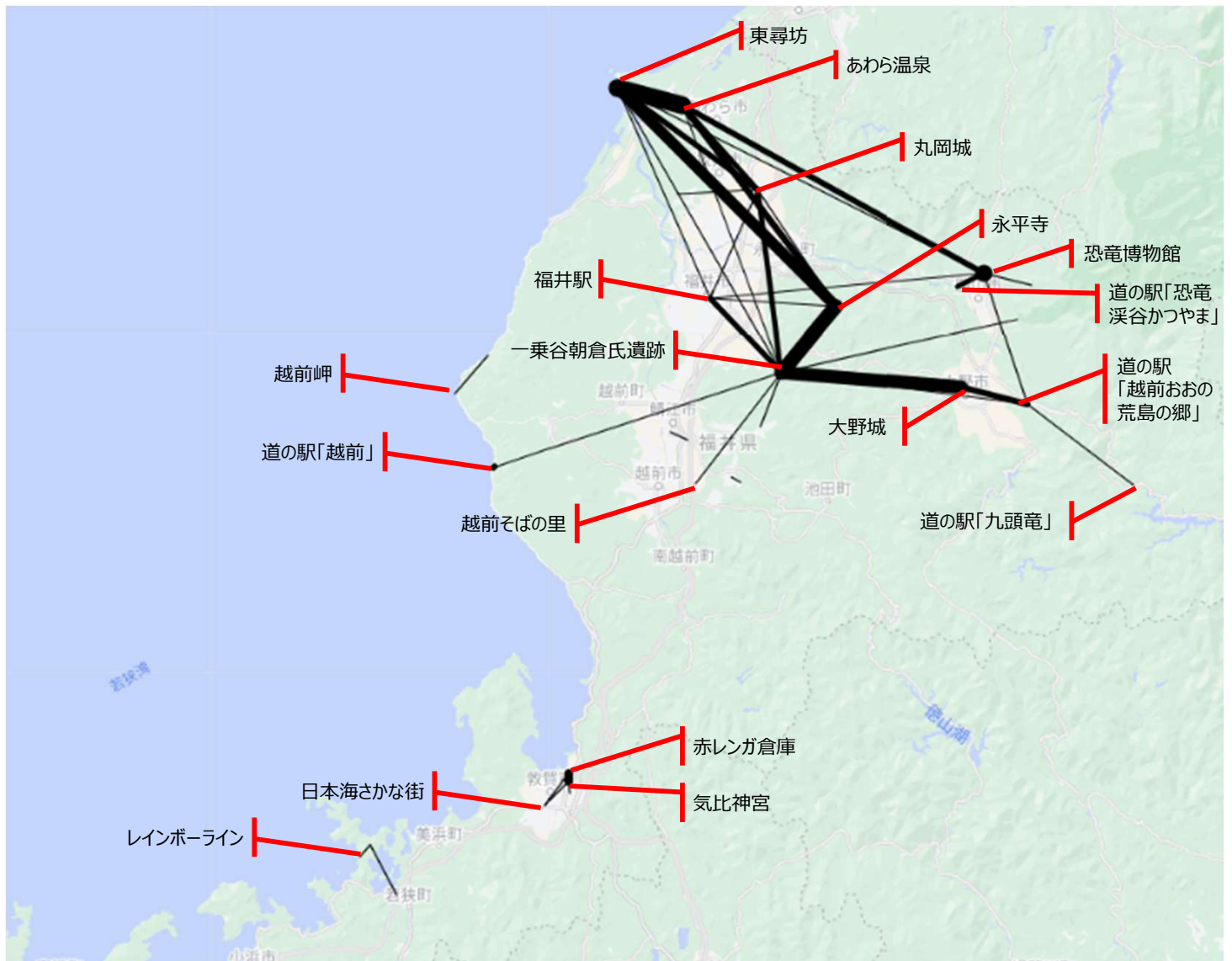
### 3. サマリ・補足

#### ■ アンケート回答エリア⇔回答前に訪問した場所 導線MAP

※20以上の回答があった2点間導線をマッピング。特に多い導線を数に応じて太くしている

MAPより読み解ける傾向は以下の通り

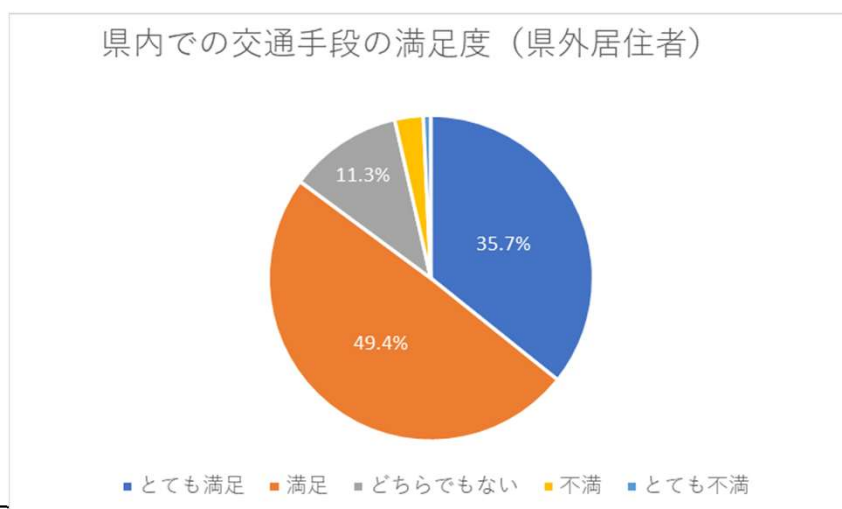
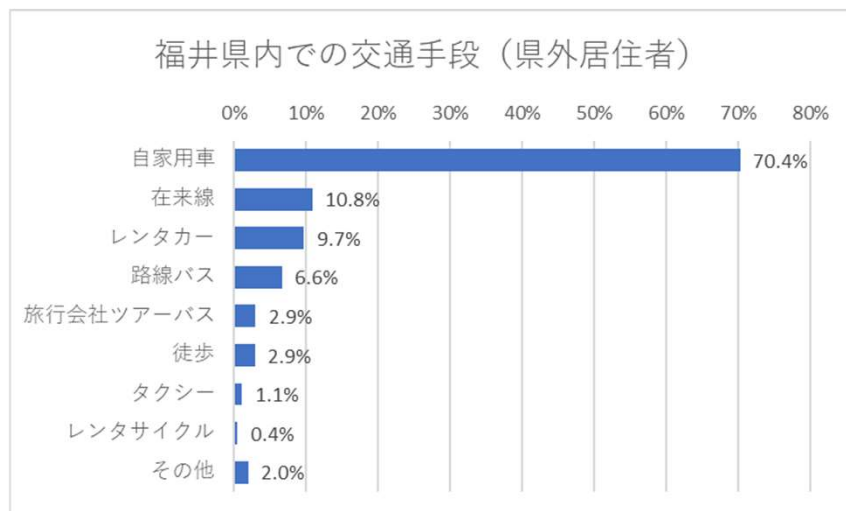
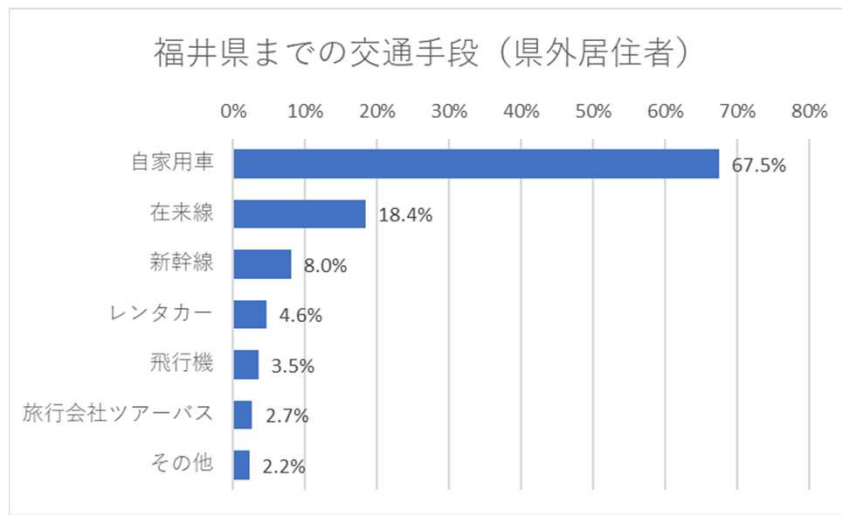
- ・スポット間周遊の動きは、嶺南エリアより嶺北エリアの方が強い
- ・「あわら温泉」⇔「東尋坊」間の移動が最も多い。最も定番といえるコース
- ・一大宿泊地である「あわら温泉」が各スポットとのハブとなっている
- ・「越前大野城」～「一乗谷朝倉氏遺跡」～「永平寺」～「丸岡城」という歴史的観光地間の関連性が強い。歴史的観光スポットを巡る王道コースとなっていると考えられる
- ・「恐竜博物館」に行く人は歴史系スポットには行かない（逆も同様）
- ・目的地の近くにある「道の駅」には、多少回り道になっても立ち寄る



### 3. サマリ・補足

#### ■ 県外居住者の交通手段 ①

- ・県外からの来訪者のうち約7割が自家用車で移動している
- ・県内での交通（二次交通）に公共交通機関を使用している割合も低い  
⇒新幹線で来訪した人の31.0%は県内移動にレンタカーを使用
- ・県内での交通手段への満足度は「とても満足」+「満足」= 85.1%と低くない  
⇒そもそもの期待値が高くない可能性





### 3. サマリ・補足

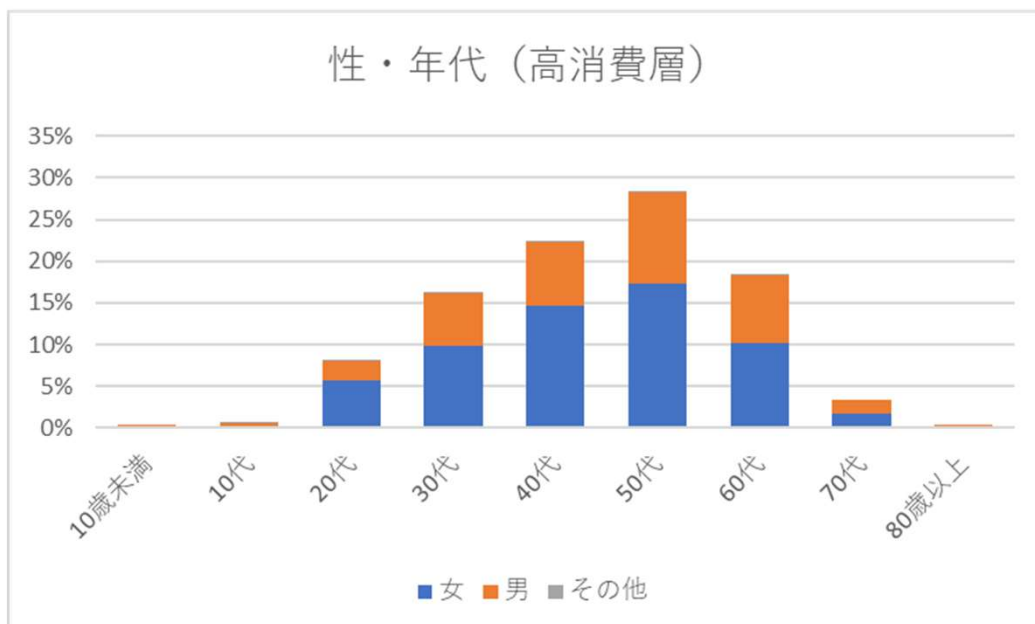
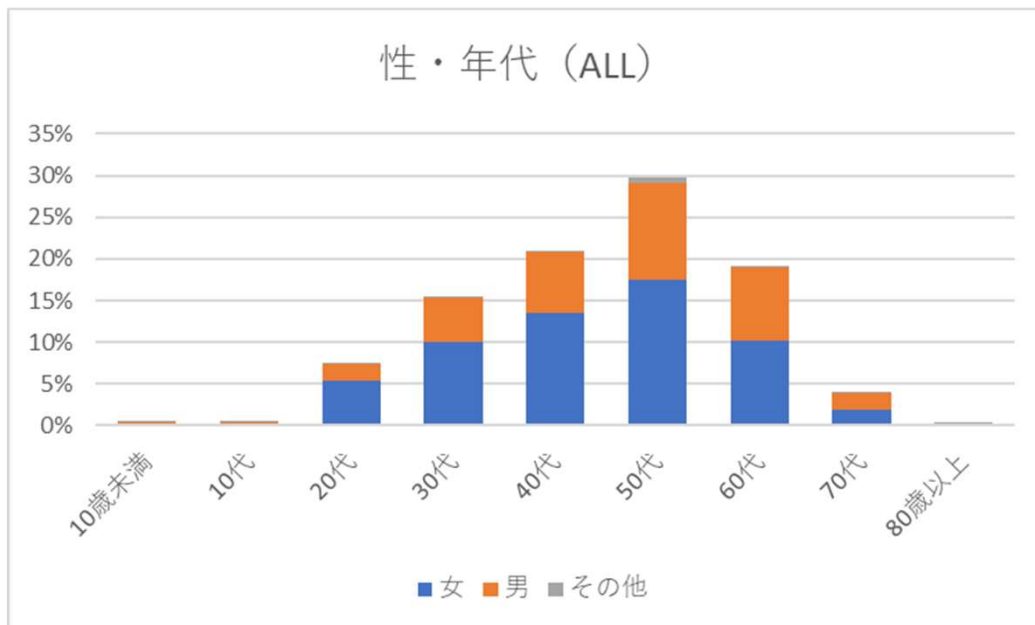
#### ■消費額が多い層の特性分析 ①

県内消費額が10,000円以上を「高消費層」と定義し、県ALLと比較する

※高消費層 = 全体の36.7%

#### ◎性・年代

・全体の割合と高消費層の割合にほとんど差異なし

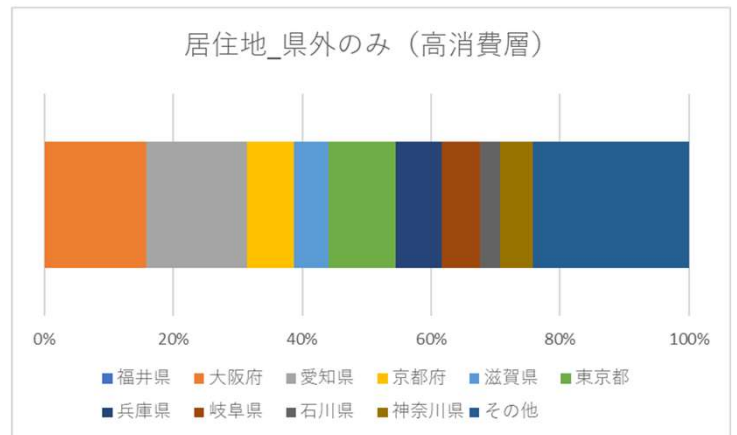
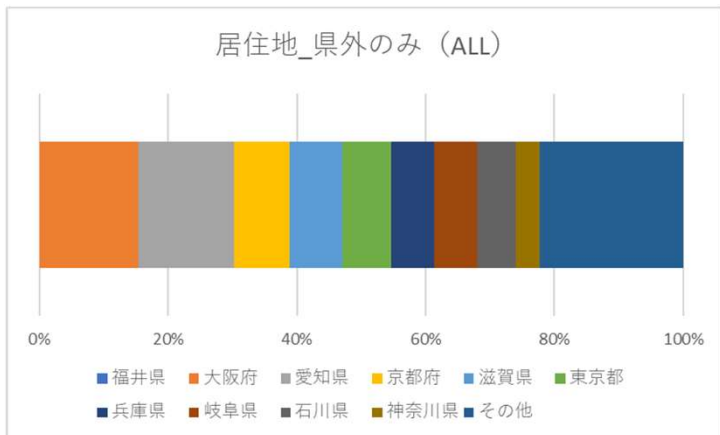
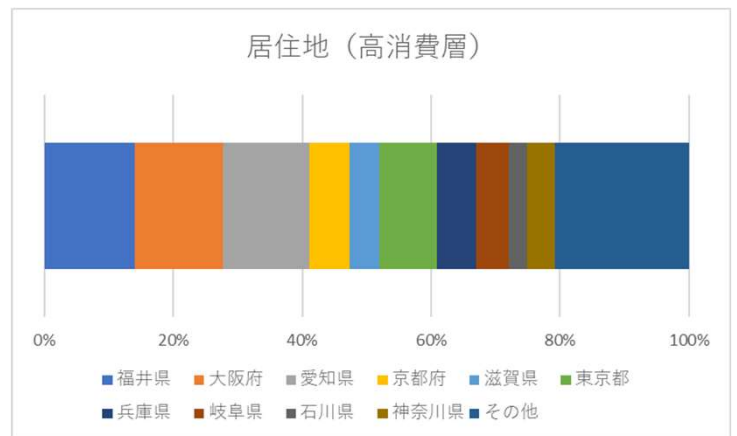
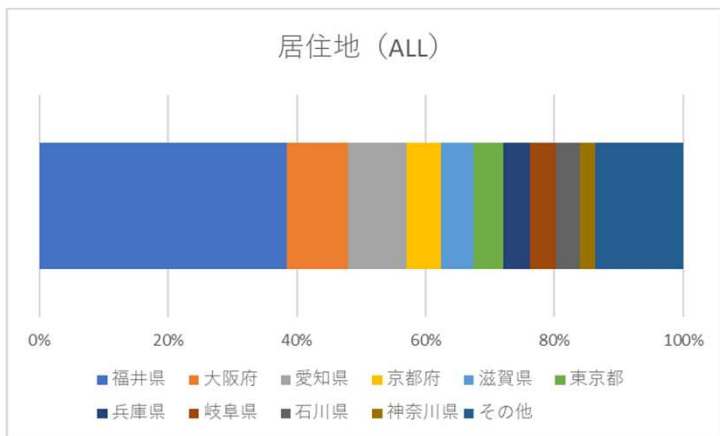


# 3. サマリ・補足

## ■消費額が多い層の特性分析 ②

### ◎居住地

- ・県外居住者の方が県内居住者より消費額が多い傾向にある（グラフ上）
- ・県外だけで比較すると大きな差異はないが、東京都・神奈川県は消費額が多い比率がやや高く、近隣府県は若干低くなる傾向。  
⇒遠方から来た方ほど消費意欲が高い傾向が見られる



大阪府	15.3%
愛知県	14.9%
京都府	8.7%
滋賀県	8.1%
東京都	7.7%
兵庫県	6.6%
岐阜県	6.6%
石川県	6.1%
神奈川県	3.8%
その他	22.2%

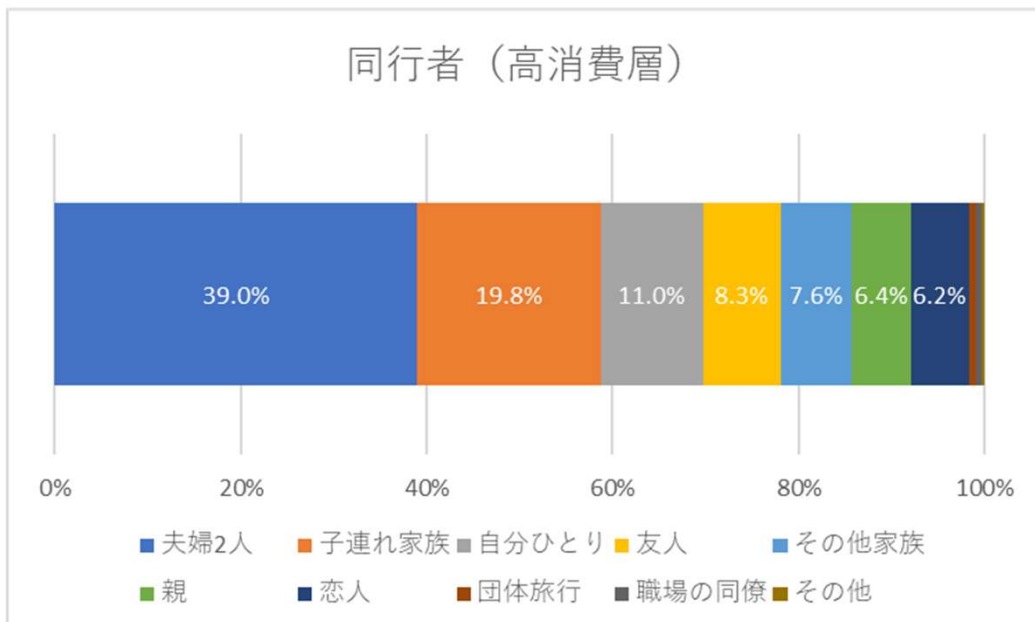
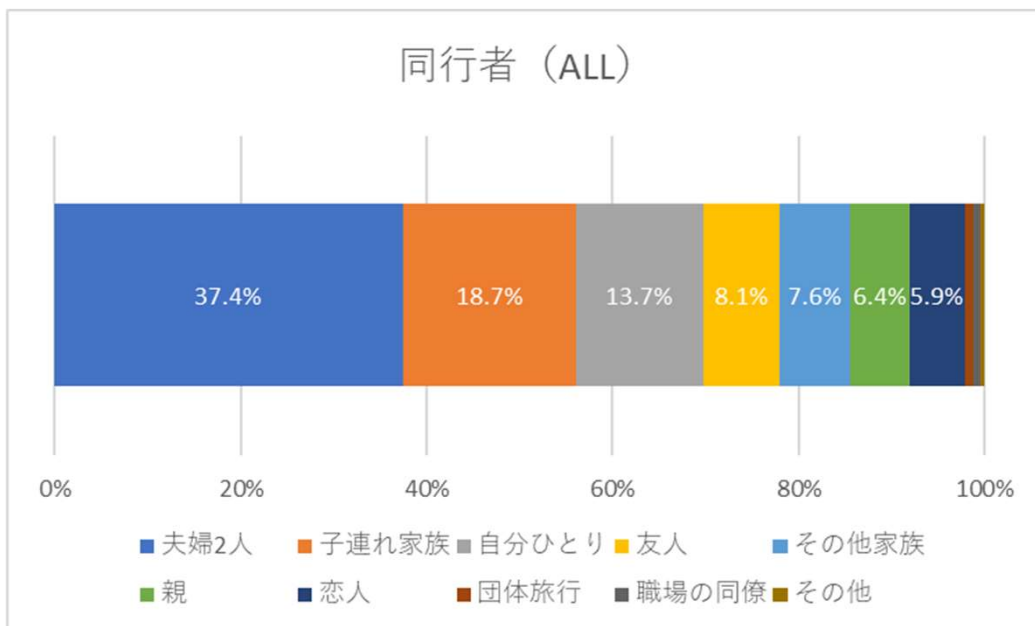
大阪府	15.9%
愛知県	15.6%
京都府	7.3%
滋賀県	5.4%
東京都	10.4%
兵庫県	7.0%
岐阜県	6.0%
石川県	3.1%
神奈川県	5.1%
その他	24.2%

### 3. サマリ・補足

#### ■消費額が多い層の特性分析 ③

##### ◎同行者

- ・「夫婦2人」「子連れ家族」は消費額が高い傾向にある
- ・「自分ひとり」は消費額が低い傾向
- ・その他の属性には大きな差異は見られない

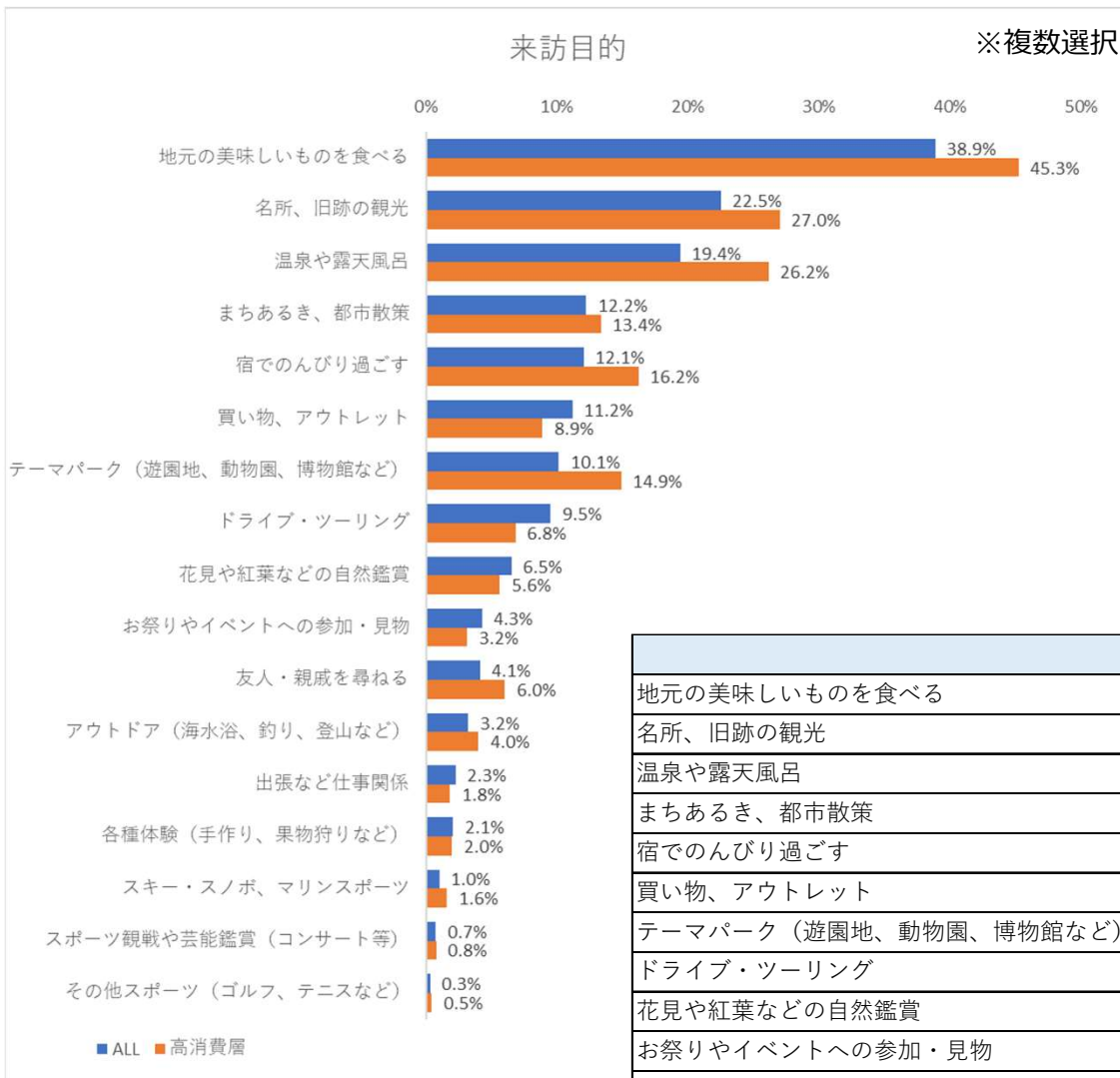


# 3. サマリ・補足

## ■消費額が多い層の特性分析 ④

### ◎来訪目的

- ・高消費層が大きく上回っている項目が多い=全体的に消費意欲が強い
- ・特に温泉、グルメ、テーマパーク、名所旧跡、宿あたりはALLとの差分が大きいので、これらのカテゴリで、この層に合った付加価値のあるコンテンツの提案ができれば、消費増加に繋がる可能性が高いと考えられる



	ALL	高消費層	差分
地元の美味しいものを食べる	38.9%	45.3%	6.4
名所、旧跡の観光	22.5%	27.0%	4.5
温泉や露天風呂	19.4%	26.2%	6.8
まちあるき、都市散策	12.2%	13.4%	1.1
宿でのんびり過ごす	12.1%	16.2%	4.2
買い物、アウトレット	11.2%	8.9%	-2.3
テーマパーク（遊園地、動物園、博物館など）	10.1%	14.9%	4.8
ドライブ・ツーリング	9.5%	6.8%	-2.7
花見や紅葉などの自然鑑賞	6.5%	5.6%	-0.9
お祭りやイベントへの参加・見物	4.3%	3.2%	-1.1
友人・親戚を尋ねる	4.1%	6.0%	1.9
アウトドア（海水浴、釣り、登山など）	3.2%	4.0%	0.8
出張など仕事関係	2.3%	1.8%	-0.4
各種体験（手作り、果物狩りなど）	2.1%	2.0%	-0.1
スキー・スノボ、マリンスポーツ	1.0%	1.6%	0.6
スポーツ観戦や芸能鑑賞（コンサート等）	0.7%	0.8%	0.1
その他スポーツ（ゴルフ、テニスなど）	0.3%	0.5%	0.1

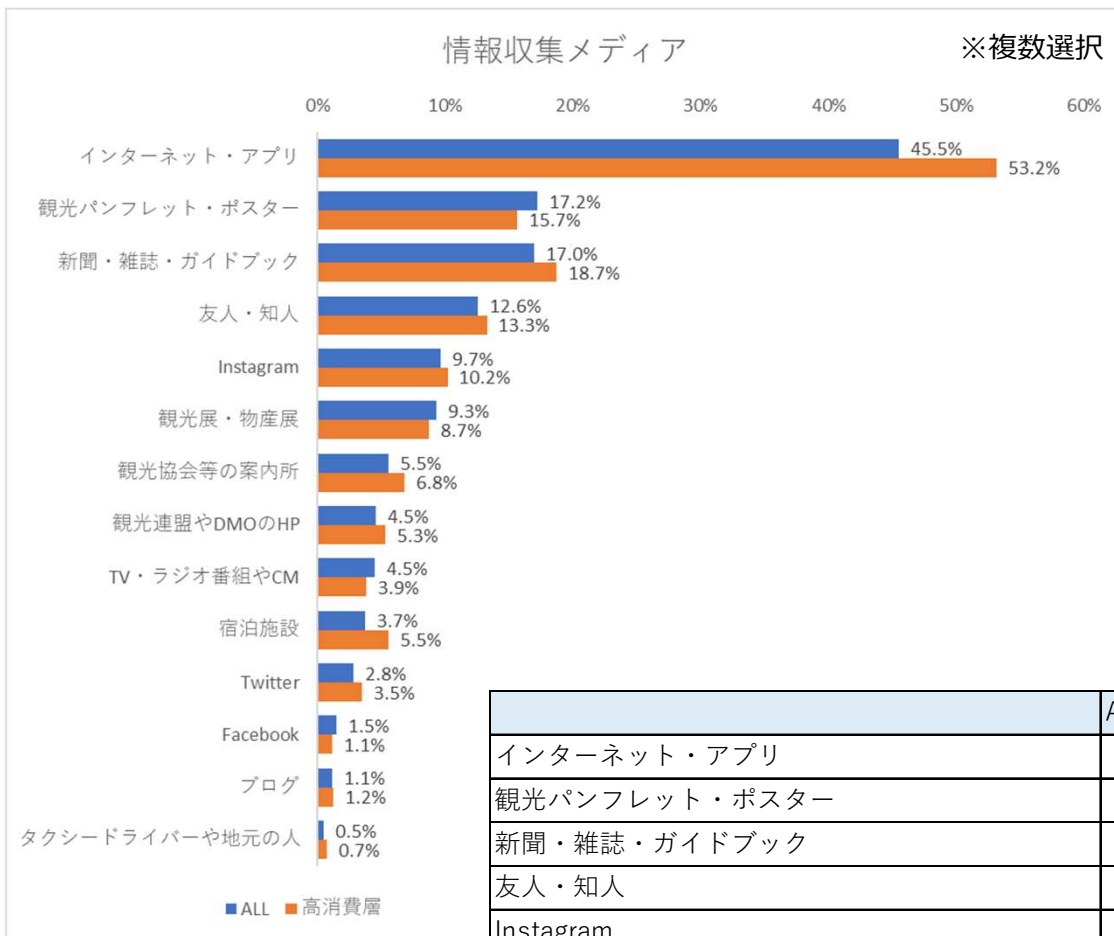


# 3. サマリ・補足

## ■消費額が多い層の特性分析 ⑤

### ◎情報収集メディア

- ・高消費層が大きく上回っている項目が多い＝様々なメディアを活用して情報を収集
- ・特にWEBメディアの活用度合いが高いので、WEBでの情報発信はマスト
- ・観光案内所や宿泊施設といった着地（現地）での情報源も活用しているため、シーンに合わせた情報提供が効果的だと考えられる



	ALL	高消費層	差分
インターネット・アプリ	45.5%	53.2%	7.7
観光パンフレット・ポスター	17.2%	15.7%	-1.5
新聞・雑誌・ガイドブック	17.0%	18.7%	1.7
友人・知人	12.6%	13.3%	0.7
Instagram	9.7%	10.2%	0.5
観光展・物産展	9.3%	8.7%	-0.6
観光協会等の案内所	5.5%	6.8%	1.3
観光連盟やDMOのHP	4.5%	5.3%	0.8
TV・ラジオ番組やCM	4.5%	3.9%	-0.6
宿泊施設	3.7%	5.5%	1.8
Twitter	2.8%	3.5%	0.6
Facebook	1.5%	1.1%	-0.3
ブログ	1.1%	1.2%	0.1
タクシードライバーや地元の人	0.5%	0.7%	0.2