

佐渡市観光デジタルアンケート 結果報告書

Mar 17, 2025
Rakuten Insight, Inc.

I. 調査概要

調査概要

調査目的	- 佐渡市の観光の現状を把握し、有効な観光施策を検討するため、島外旅行者を対象とした来訪目的や年代、性別等の属性、滞在日数等の基礎的な内容のアンケートを実施し、データ分析を行う。 - また、来訪者のニーズを把握することで、効率的かつ効果的な誘客、満足度の向上等につなげるため、即時性の高いWebでのアンケート調査を実施するものである。
調査地域	全国
調査手法	Webアンケート* *佐渡市にわたるフェリーの乗客に対してWebアンケートを案内、承諾を得た上でご回答いただいた
調査対象者	期間内に、佐渡市に来訪された方 ※ただし、佐渡市来訪の目的が「合宿」「帰省」「ビジネス」の方については対象外とする
サンプルサイズ	分析対象:4,804ss (回答者総数:5,474ss 分析対象外:合宿…17ss、帰省…380ss、ビジネス…273ss)
調査期間	2024年5月29日(水)～2025年2月28日(金)
実施機関	楽天インサイト株式会社

※以降のスライドにおける「佐渡市来訪者全体」は、以下の条件を満たす人のことを指す。

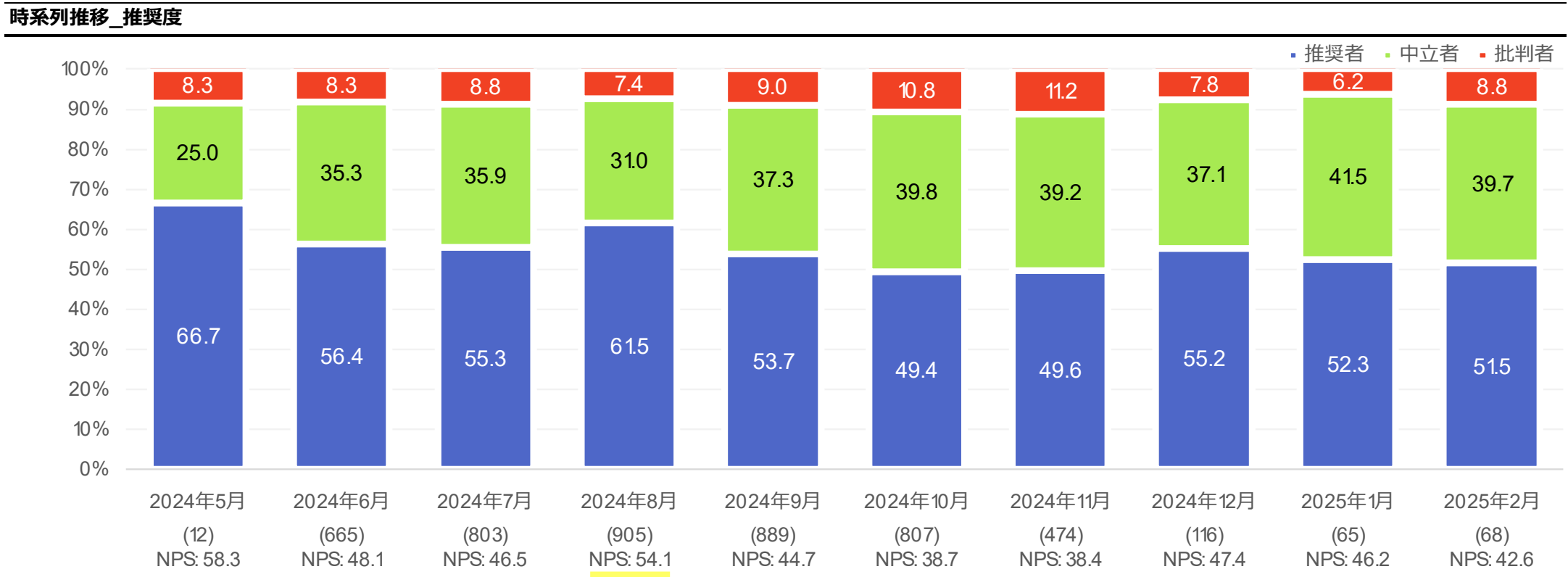
- ① (佐渡市来訪者のうち)アンケートにご回答くださった方
- ② なおかつ旅行の目的が「合宿 / 帰省 / ビジネス*」以外の方
*旅行の目的が「合宿/帰省/ビジネス」の人は、ターゲットと考える”旅行者”の結果を正しく確認するのにノイズとなるため。

II. 時系列推移

1. 推奨度
2. 消費額
3. 来訪回数

時系列推移_推奨度

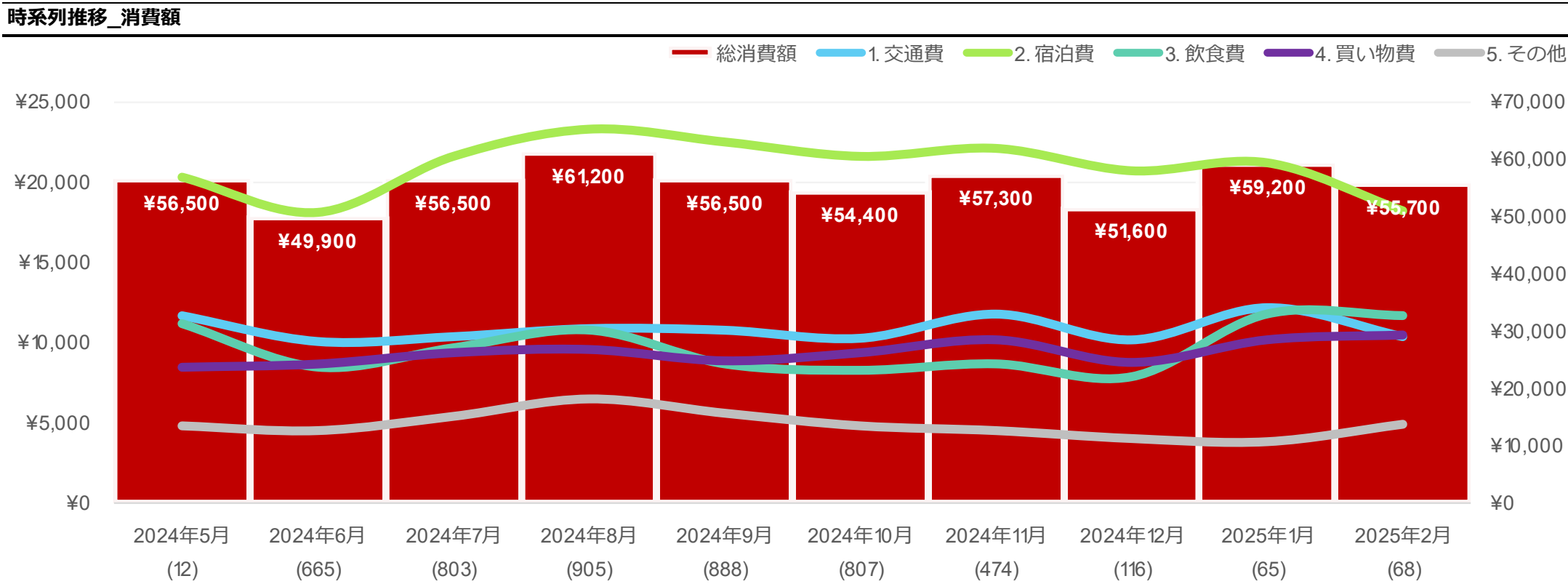
- 対象期間内で最もNPSが高いのは「2024年8月」で54.1。(※2024年5月は小サンプルのため対象外)
加えて、来訪者数も最も多く、評価傾向としては良い。
- 8月以降＝夏季休暇が終了し、秋・冬と季節が進むに従い、来訪者(アンケート回答者)数およびNPSの低下がみられる。



※ () は回答者数

時系列推移_消費額

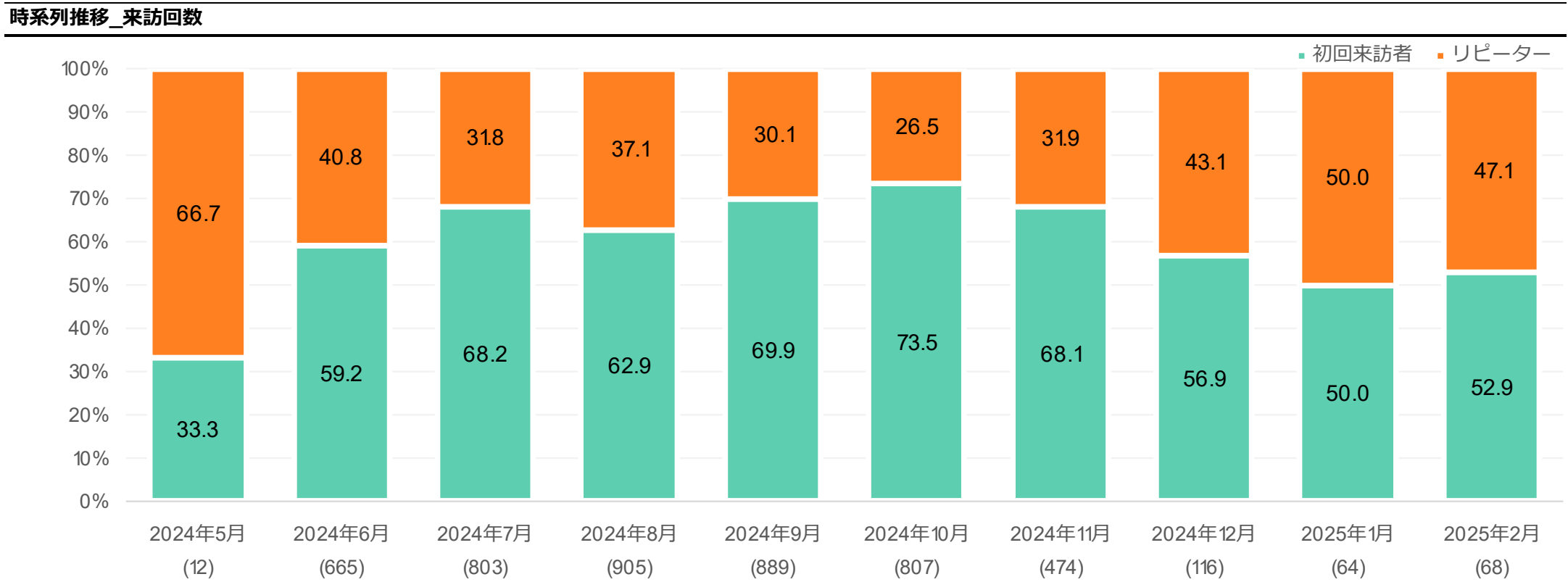
- 夏季休暇があり、子連れ家族＝多人数での来訪が多い「2024年8月」の総消費額が最も高い。項目別では「宿泊費」も最も高い。
- 「2025年1月」は来訪者数こそ少ないが、総消費額は「2024年8月」に迫るほど高い。中でも「飲食費」が高くなっており、旬の食材・食事(寒ブリやズワイガニなどの高級食材を使った料理)による影響が考えられる。



※ () は回答者数

時系列推移_来訪回数

- 各月「初回来訪者」の構成比が半数以上を占める。(※2024年5月は小サンプルのため対象外)
- 特に夏・秋のタイミングにおいて「初回来訪者」の構成比が高い。



※ () は回答者数

III. アンケート回答結果

1. Q1. 性別
2. Q2. 年代
3. Q3. 居住地
4. Q4. 佐渡市来訪回数
5. Q5. 旅行の同行者
6. Q6. 佐渡市への旅行の決め手となった情報源
7. Q7. 佐渡市への旅行を決めた後に、実施に佐渡市に旅行をするまでに見た情報源
8. Q8. 旅行の目的
9. Q9. 佐渡市内で訪れた観光スポット・体験したアクティビティ
10. Q10. 自宅から佐渡市までの移動に利用した交通機関
11. Q11. 佐渡市内で移動に利用した交通機関
12. Q12. 佐渡市での滞在期間
13. Q13. 総合満足度 / Q14. 項目別満足度
14. Q13. 総合満足度
15. Q14-1. ~ Q14-5. 宿泊施設 / 食事・飲食店 / お土産 / 交通機関 / 体験プログラム_満足度
16. Q15. 消費額一覧
17. Q15-1. ~ Q15-5. 交通費 / 宿泊費 / 飲食費 / 買い物費 / その他(入場料・体験料金など)
18. Q16. 推奨度

[数表内の網掛け]

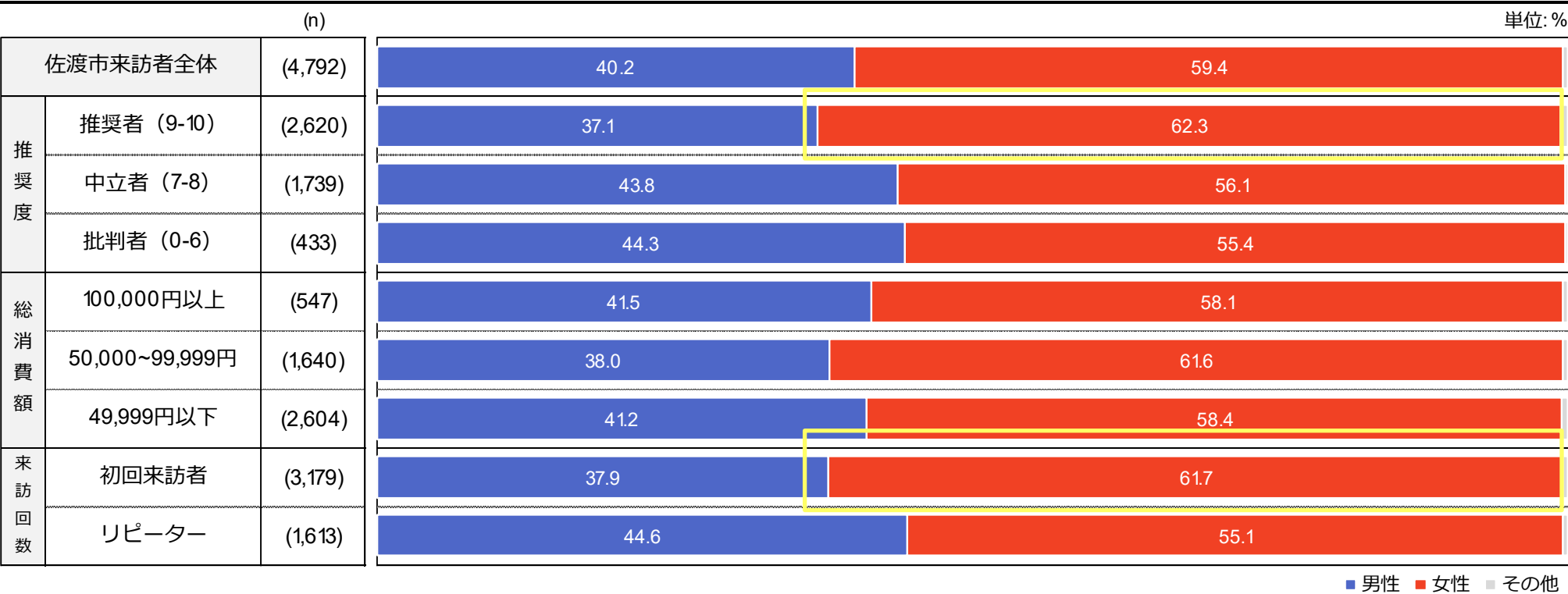
	全体値より 10pt以上高いもの
	全体値より 5pt以上高いもの
	全体値より 5pt以上低いもの
	全体値より 10pt以上低いもの

※ 数表内、2%未満のスコアについては非表示としています

Q1. 性別

- 期間内の佐渡市来訪者全体4,792ssの4割が男性、6割が女性。
- 推奨度が高くなるに従い、女性比率が高くなる傾向がみられる。

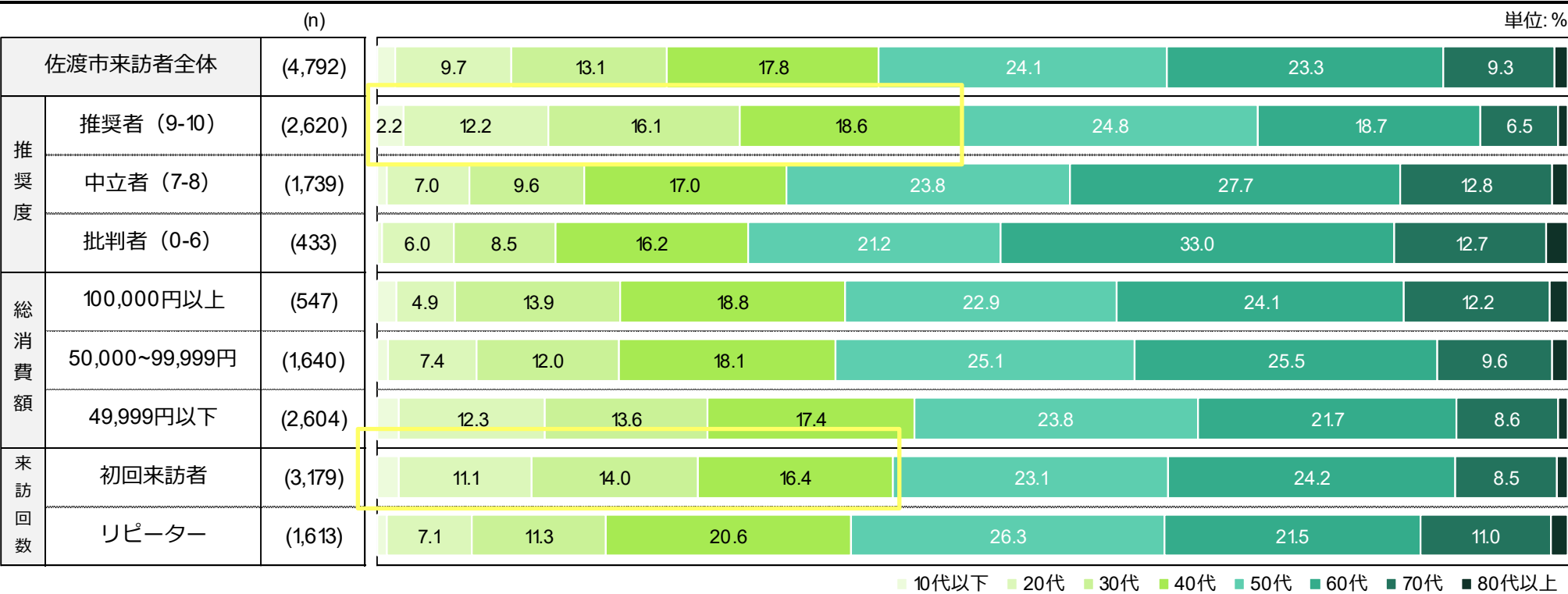
Q1. 性別



Q2. 年代

- 来訪者(アンケート回答者)の中心年齢層は「50代」「60代」。この2セグメントで半数近くを占める。
- 推奨度が高くなるに従い、若年層(~30代)比率が高くなる傾向がみられる。
- 来訪回数に注目すると、「リピーター」に比べて「初回来訪者」の若年層(~30代)比率が高い。

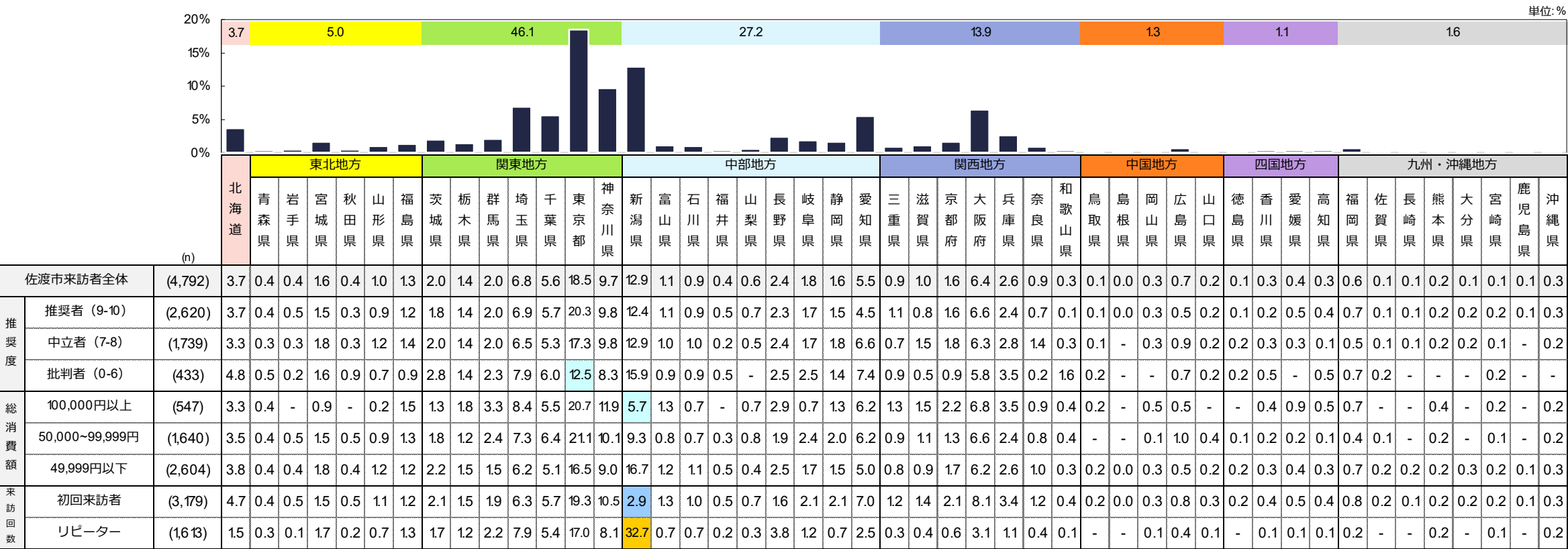
Q2. 年代



Q3. 居住地

- 基本的には人口分布に従う形であるが、佐渡市のある「新潟県」居住者の比率が「東京都」に次いで高い。特に来訪回数で差異が大きく、「リピーター」の約3割が「新潟県」居住者となっている。

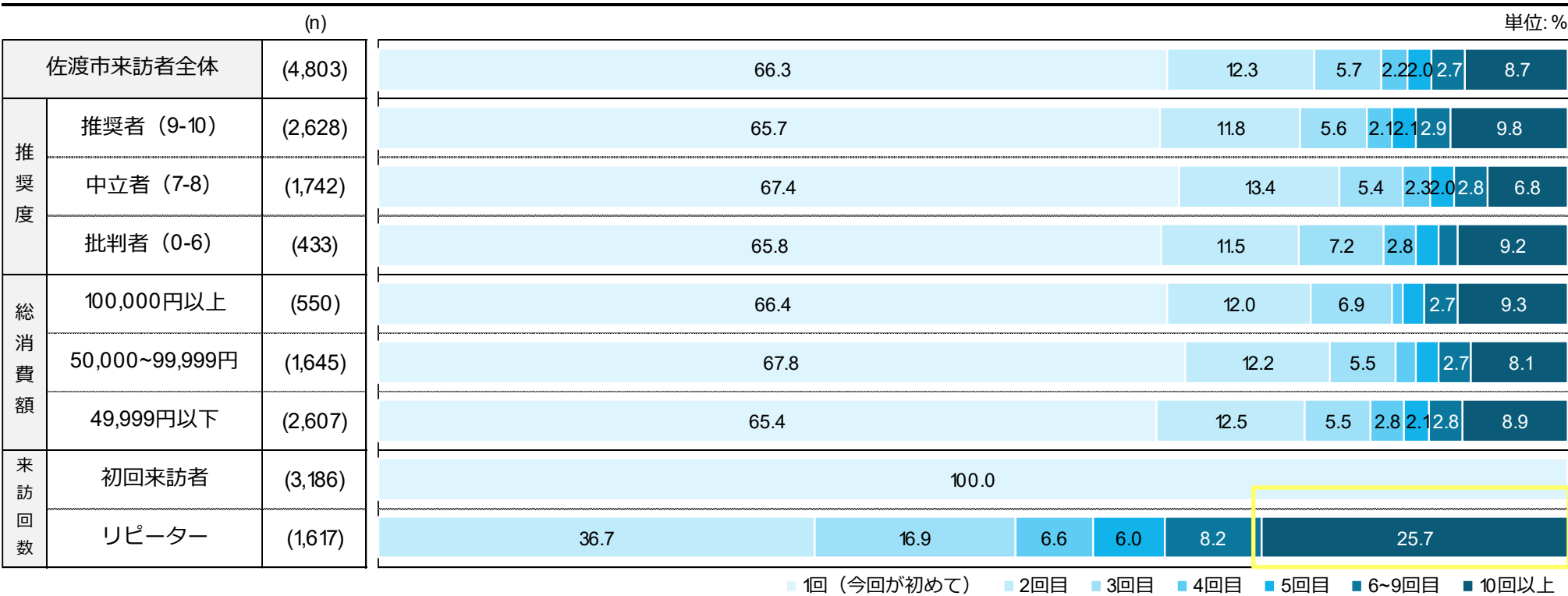
Q3. 居住地



Q4. 佐渡市来訪回数

- 全体の約7割が「初回来訪者」。
- 推奨度、総消費額によって、来訪回数が大きく異なるということはない。
- 複数回(2回以上)来訪している「リピーター」の4分の1は、「10回以上」と多くの回数訪れている。

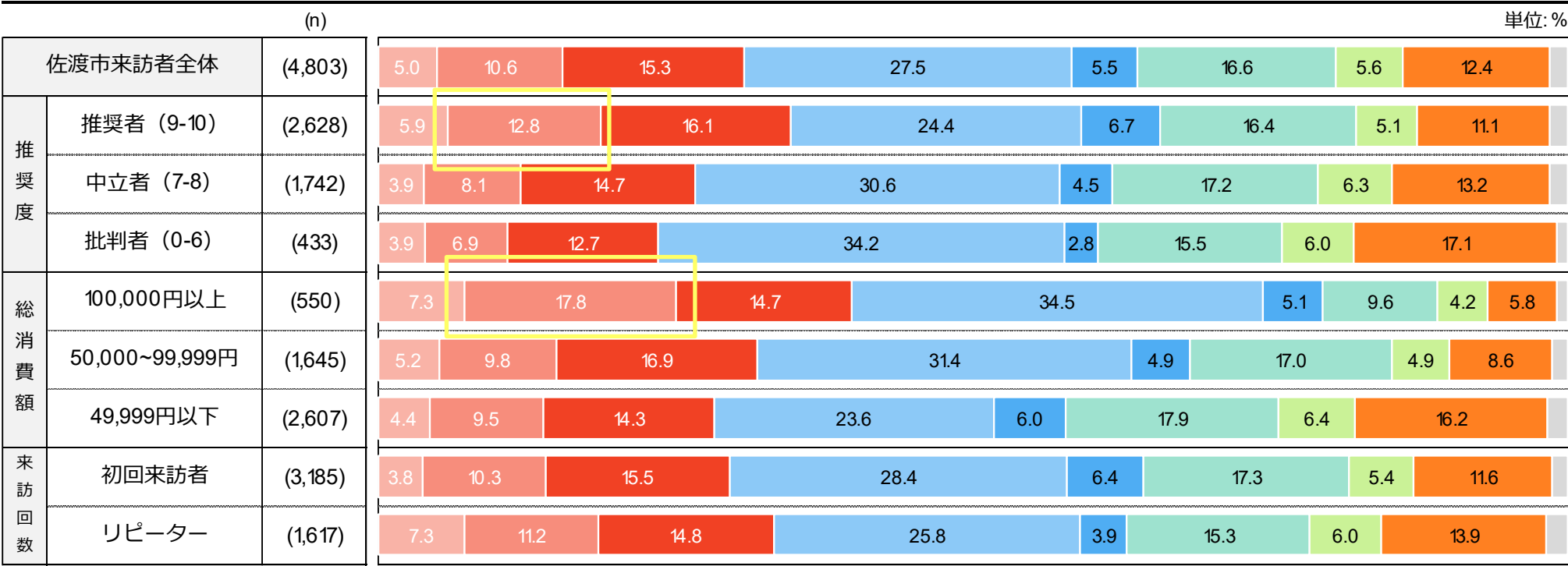
Q4. 佐渡市来訪回数



Q5. 旅行の同行者

- 来訪者のボリュームゾーン(50代、60代)を反映してか、同行者のTOPは「夫婦」。
- 推奨度が高いほど、「子連れ家族」で来ている傾向がみられる。
反対に推奨度が低いほど、「夫婦」「ひとり」と少人数での来訪者の割合が高い傾向にある。
- 総消費額が高くなるに従い、同行者数が多いという傾向もみて取れる。

Q5. 旅行の同行者

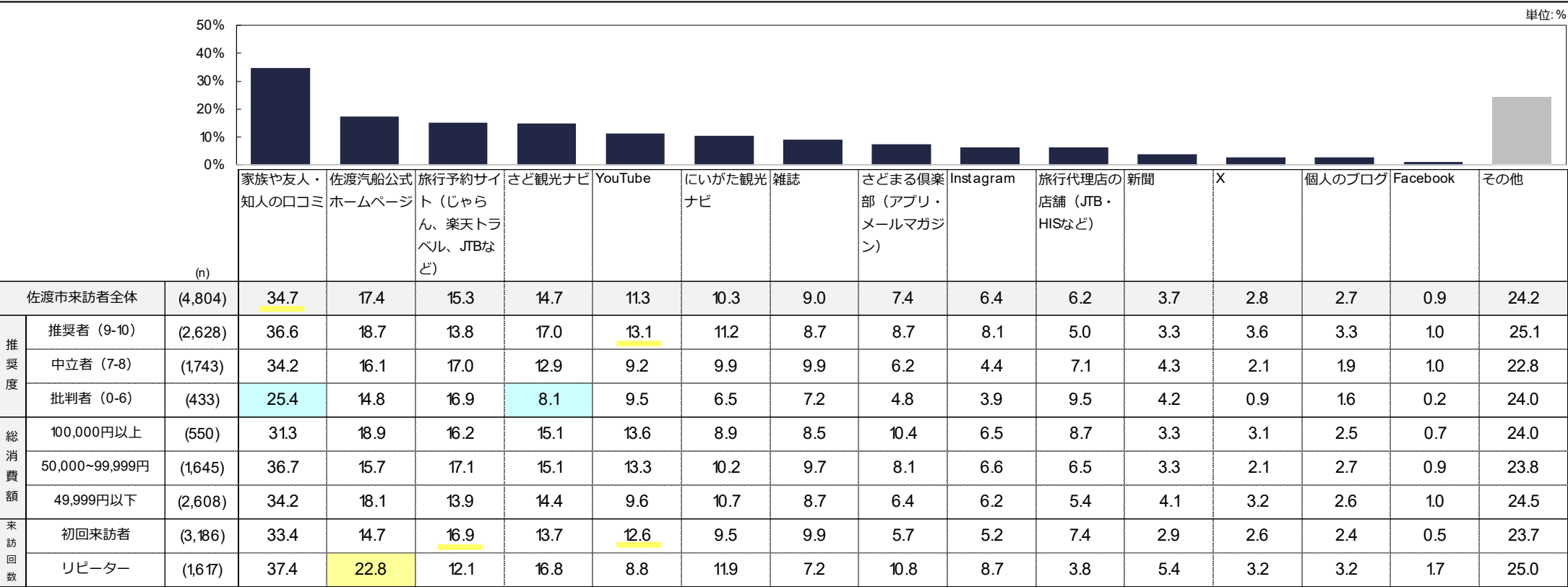


■ 子連れ家族（一番下が未就学児） ■ 子連れ家族（一番下が小学生~高校生） ■ 大人のみの家族 ■ 夫婦 ■ カップル ■ 友人 ■ 職場や団体（ツアー旅行を含む） ■ ひひとり ■ その他

Q6. 佐渡市への旅行の決め手となった情報源

- 情報源のTOPは「家族や友人・知人の口コミ」。2位の「佐渡汽船公式ホームページ」の2倍の接触率。
- 3位は「旅行予約サイト」。「初回来訪者」の接触率が比較的高いので、新規層に向けた訴求がカギになりそう。
- 来訪者の年代構成の影響も手伝ってか「Instagram」や「X」などのSNSの接触率は相対的に低い。(この点からもWebサイトが重要に)

Q6. 佐渡市への旅行の決め手となった情報源

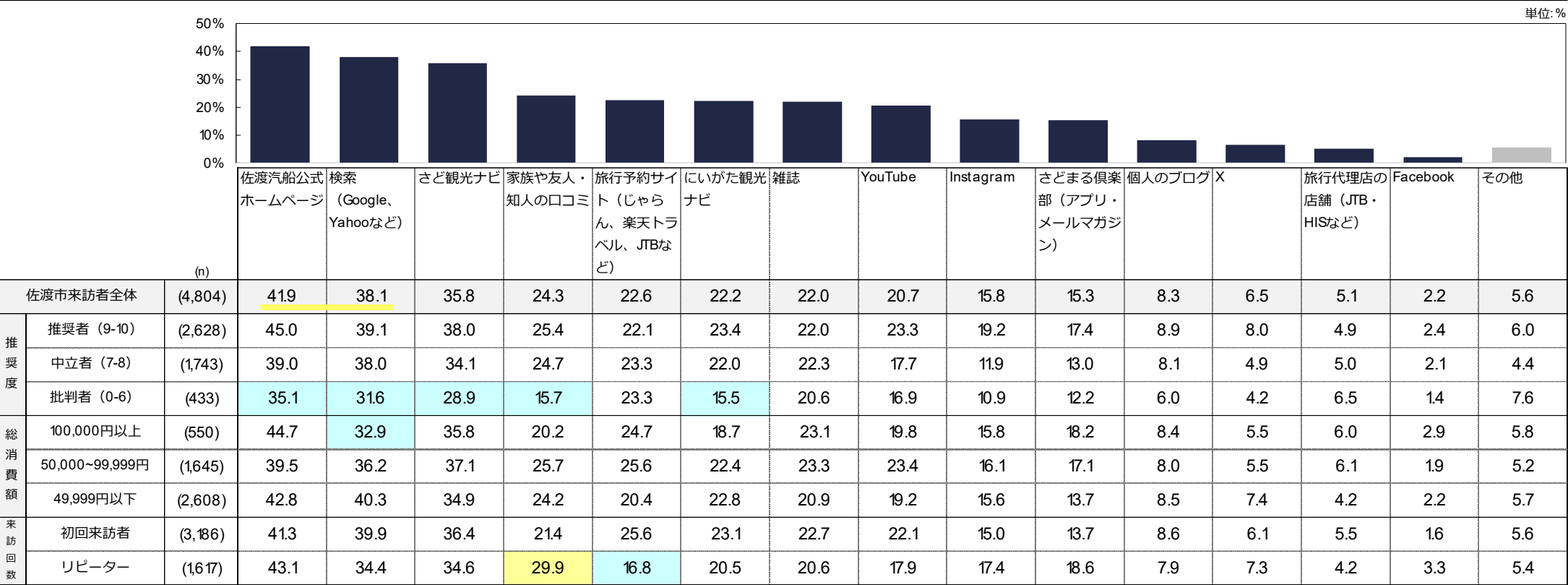


※「佐渡市来訪者全体」のスコアで降順ソート

Q7. 佐渡市への旅行を決めた後に、実施に佐渡市に旅行をするまでに見た情報源

- 旅行決定後に接触した媒体になると「家族や友人・知人の口コミ」は4位に順位を落とし、「佐渡汽船公式ホームページ」がTOPとなる。
- 「検索」「さど観光ナビ」など能動的な情報接触が上位に入っていることも、このフェイズの特徴と考えられる。
- 「Instagram」や「X」はこのフェイズになると、(相対的に接触率は下位であるものの)前頁の『決め手』接触率から倍増する。SNSは“行先決定後~来訪前段階の期待感を高めるような内容・訴求メッセージ”であることが、効果的なものかもしれない。

Q7. 佐渡市への旅行を決めた後に、実際に佐渡市に旅行をするまでに見た情報源



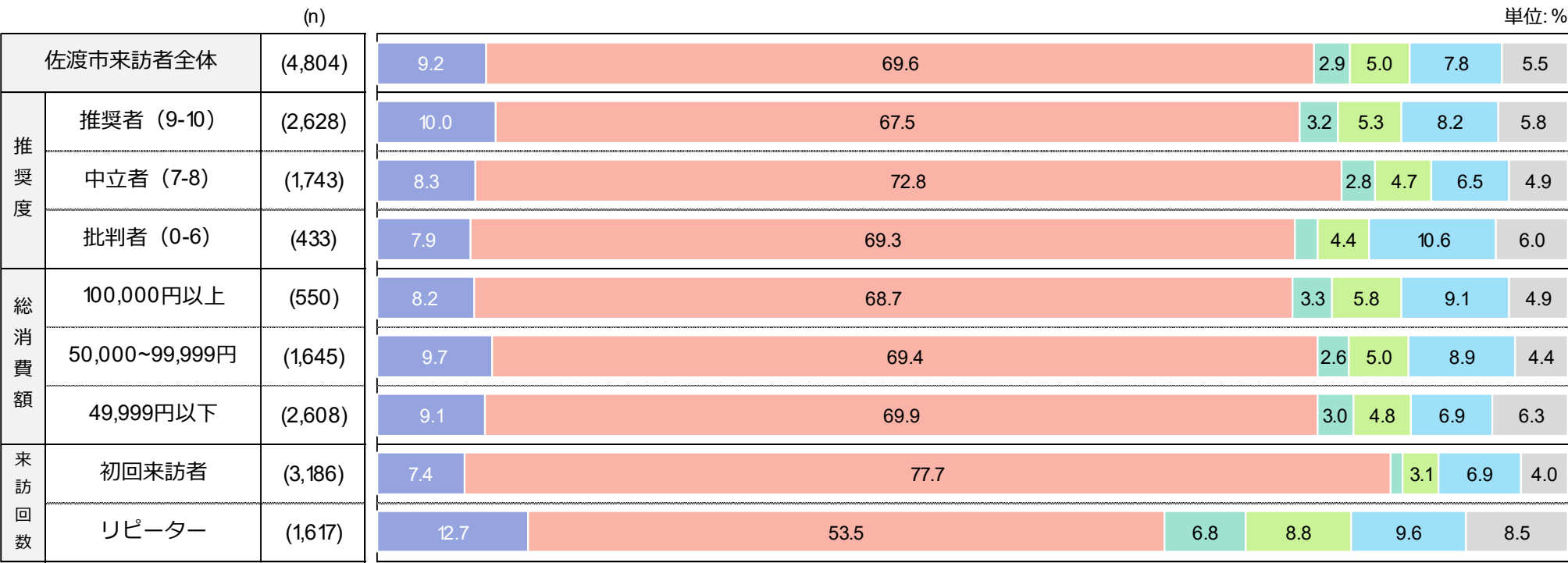
※「佐渡市来訪者全体」のスコアで降順ソート

Q8. 旅行の目的

- 旅行の目的の大半は「観光」。24年7月に『佐渡金山』が世界遺産になったことによる影響もありそうである。
(25年8月~11月の『佐渡金山』来訪率は8割を超える。首位であることはかわらないものの、8月までは8割未満であった。)
- 「初回来訪者」の「観光」比率の高さ、「リピーター」の「観光」以外の比率の高さ(リピーターはいろいろな楽しみ方をしている)
以外は、各セグメント同じような傾向である。

Q8. 旅行の目的

※旅行の目的が「合宿/帰省/ビジネス」の人は、ターゲットと考える”旅行者”の結果を正しく確認するのにノイズとなるため、分析対象外としています。

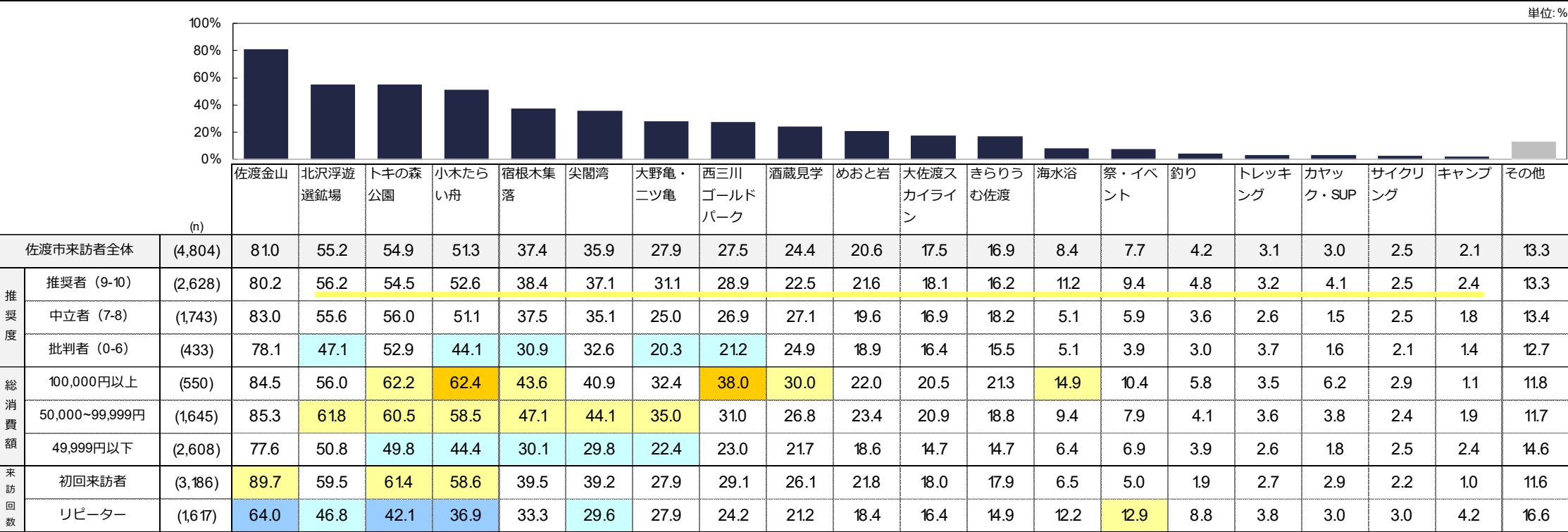


■ リフレッシュ・ストレス解消 ■ 観光 ■ イベントや祭りへの参加 ■ アウトドア・アクティビティ体験 ■ グルメ旅行 ■ その他

Q9. 佐渡市内で訪れた観光スポット・体験したアクティビティ

- 訪れた場所のTOPは「佐渡金山」で、2位以下を大きく引き離す来訪率。
- 推奨度が高いほど、総消費額が高いほど、「初回来訪者」であるほど、より様々な場所に来訪している。
- 「リピーター」は“王道”と言える場所の来訪率が他セグメントと比較して低く、「祭・イベント」が高いなどの特徴がみられる。

Q9. 佐渡市内で訪れた観光スポット・体験したアクティビティ

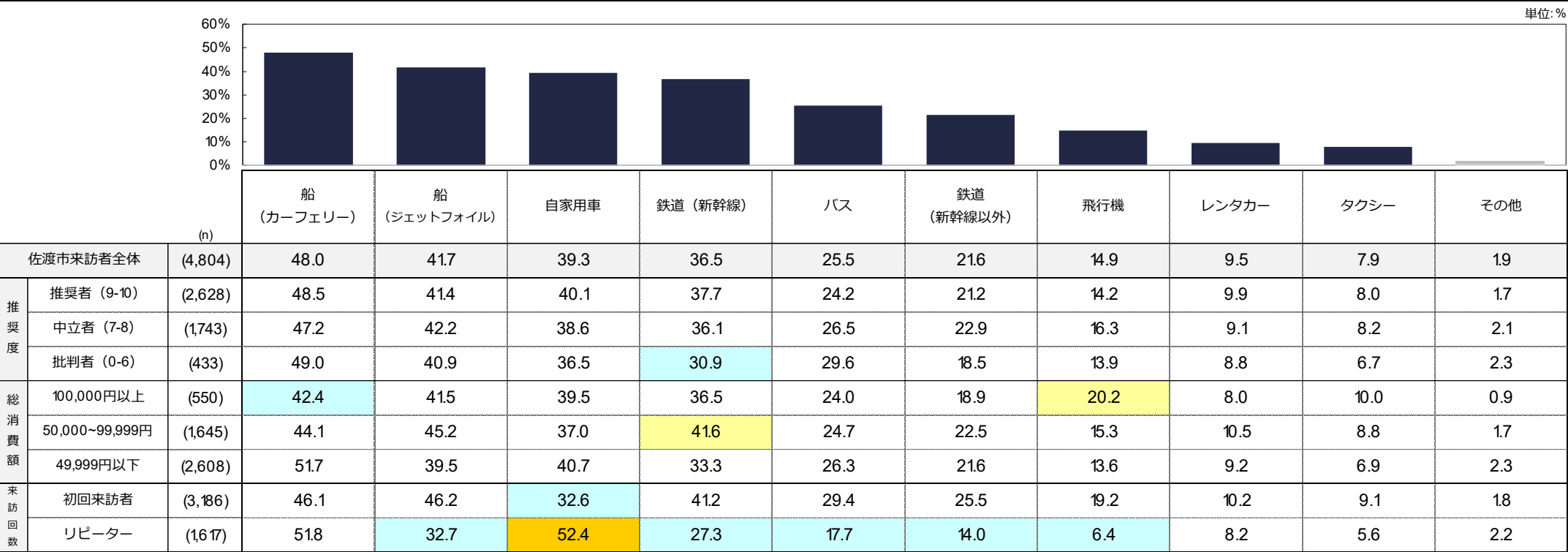


※「佐渡市来訪者全体」のスコアで降順ソート

Q10. 自宅から佐渡市までの移動に利用した交通機関

- 全体では「船(カーフェリー/ジェットfoil)」の利用率が高いが、セグメントによって傾向が異なる。
- 総消費額が高い層ほど「飛行機」利用率が高い。
- 「リピーター」は新潟県居住者が多いこともあり「自家用車」利用率が50%以上と高い。

Q10. 自宅から佐渡市までの移動に利用した交通機関

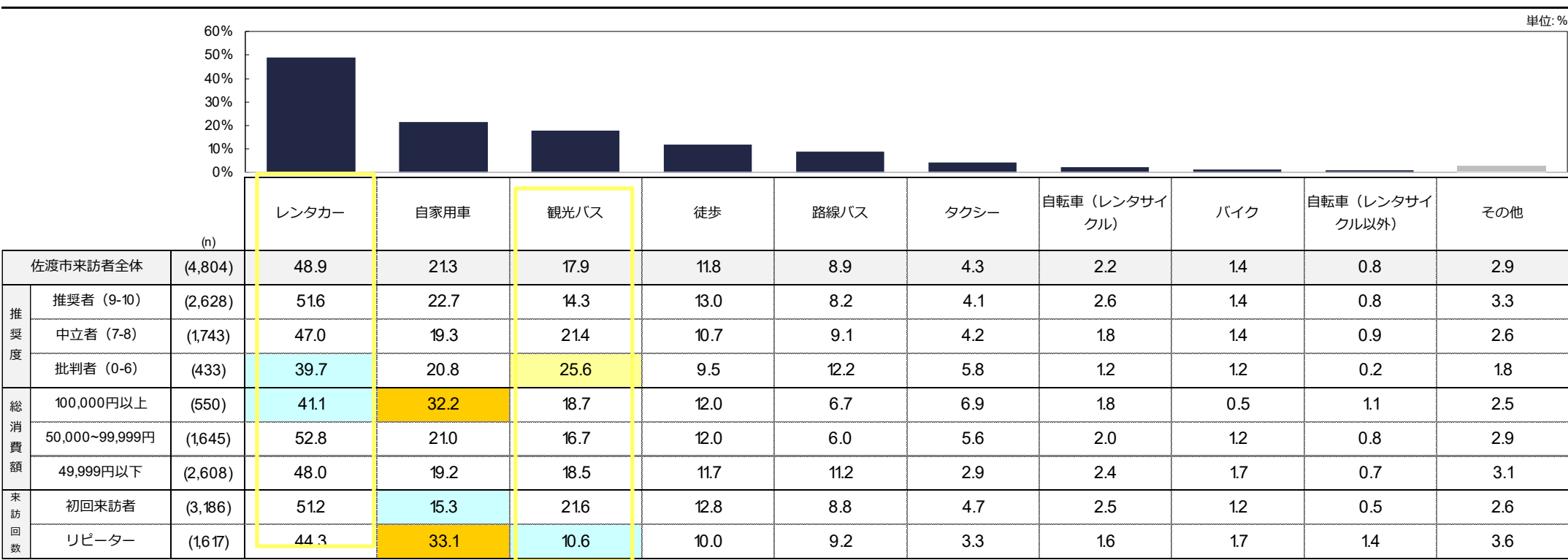


※「佐渡市来訪者全体」のスコアで降順ソート

Q11. 佐渡市内で移動に利用した交通機関

- 佐渡市内での移動手段のTOPは「レンタカー」で2位の「自家用車」の2倍以上の利用率となっている。
- 「批判者」は「レンタカー」利用率が低く、「観光バス」利用率が高い。
“好きなタイミングで自由に移動できるか否か”が、推奨度に影響していることも考えられる。

Q11. 佐渡市内で移動に利用した交通機関

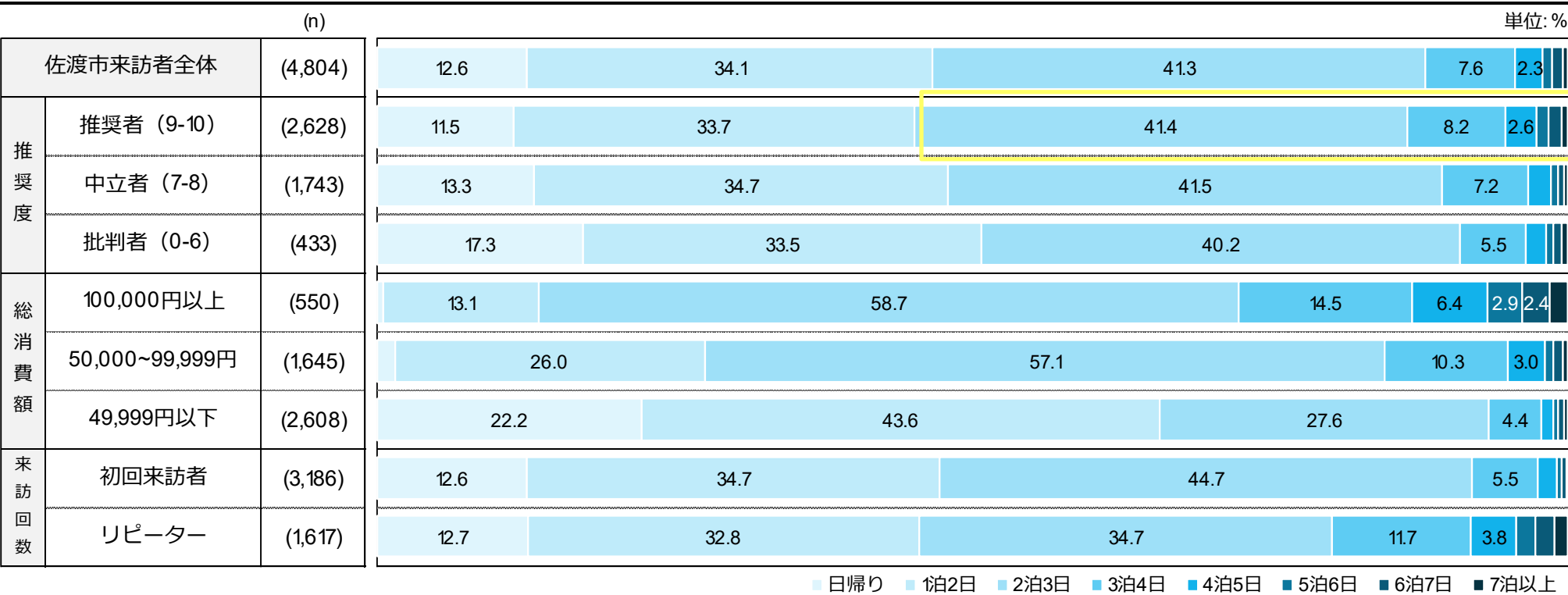


※「佐渡市来訪者全体」のスコアで降順ソート

Q12. 佐渡市での滞在期間

- 滞在期間で最も多いのは「2泊3日」で全体の4割。「1泊2日」が34%でそれに続く。
- 推奨度が高くなるに従い、滞在期間が長くなる傾向がみられる。
- 宿泊日数＝宿泊費用となるため、総消費額が高い層ほど、長期滞在の傾向がみられる。

Q12. 佐渡市での滞在期間



Q13. 総合満足度 / Q14. 項目別満足度

- 佐渡市を旅行しての総合満足度はTOP3で96.3%と、ほぼ全員が満足している。
- 細分化した項目別では、「食事・飲食店」のTOP3が85.4%で最も高い。僅差で「お土産」が続く。

満足度評価

対象: 佐渡市来訪者全体

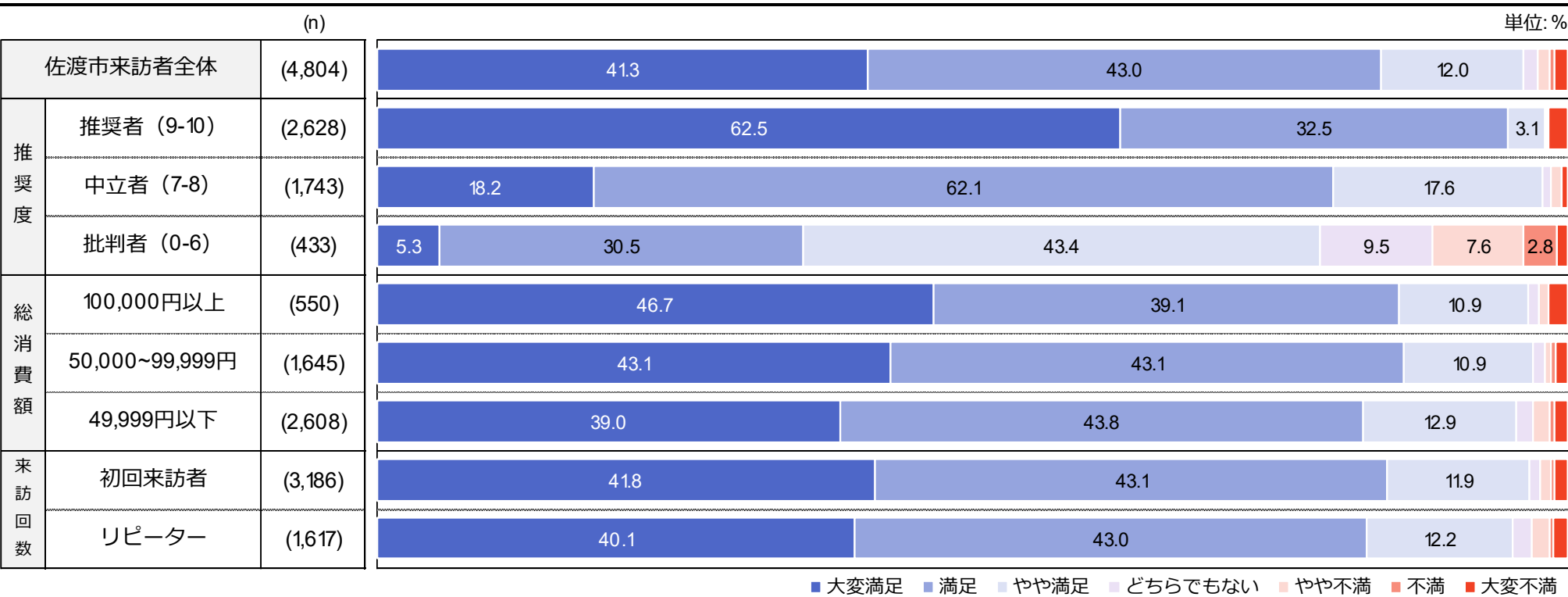
	(n)		満足度			単位: %
			TOP1	TOP2	TOP3	
総合満足度	(4,804)		41.3	84.3	96.3	-
1.宿泊施設	※ 右記 回数 回答者 人数は 以外選 択肢 8つ 「未 経 験者」	(4,158)	28.9	63.9	78.5	3rd
2.食事・飲食店		(4,668)	32.0	66.7	85.4	1st
3.お土産		(4,707)	22.2	58.4	82.1	2nd
4.交通機関		(4,290)	16.6	45.3	62.2	4th
5.体験プログラム		(3,175)	19.3	40.9	52.1	5th

※TOP1: 大変満足、TOP2: 大変満足+満足、TOP3: 大変満足+満足+やや満足

Q13. 総合満足度

- 満足度と推奨度は相関関係にあるため、推奨度が高くなるに従い「総合満足度」も高くなる傾向がみられる。
- 総消費額が高くなるに従い、「総合満足度」が高くなる傾向にあり、“楽しむためには一定以上の消費が必要”ということを示唆している。
- 来訪回数による総合満足度の違いは、ほとんどみられない。

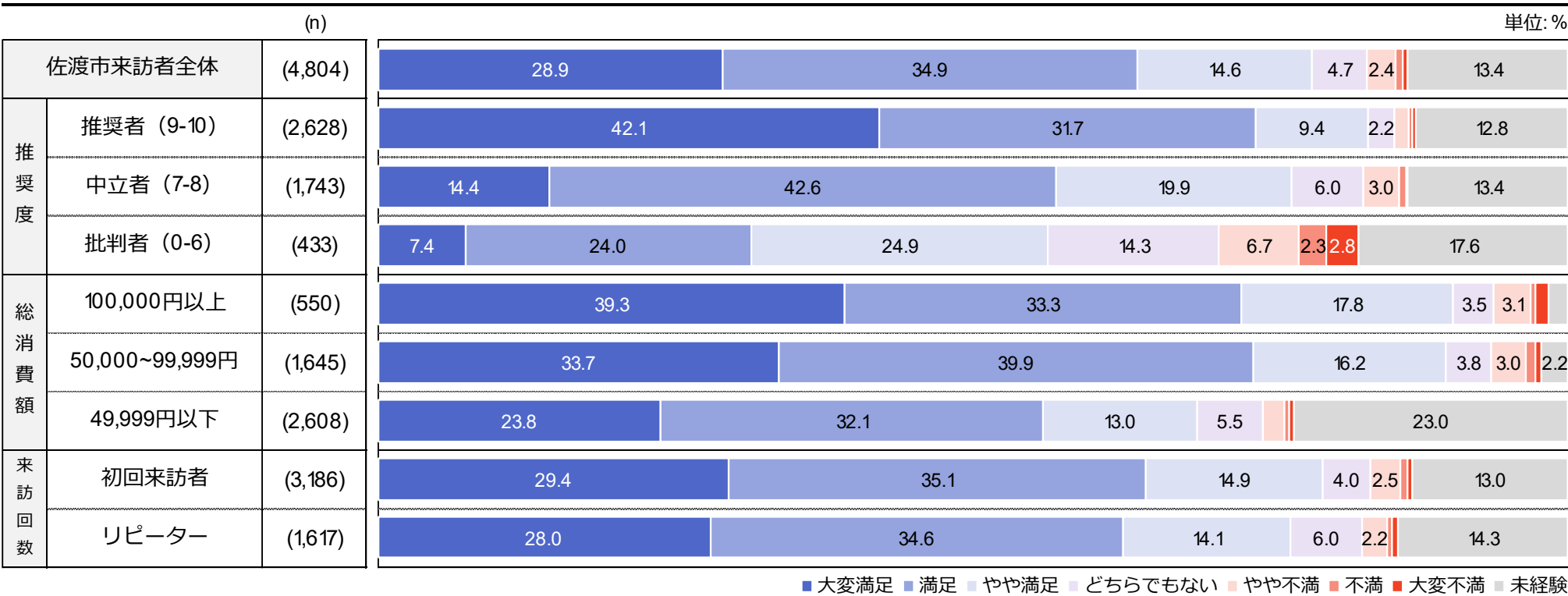
Q13. 総合満足度



Q14-1. 宿泊施設_満足度

■ 「総合満足度」と同様の傾向。

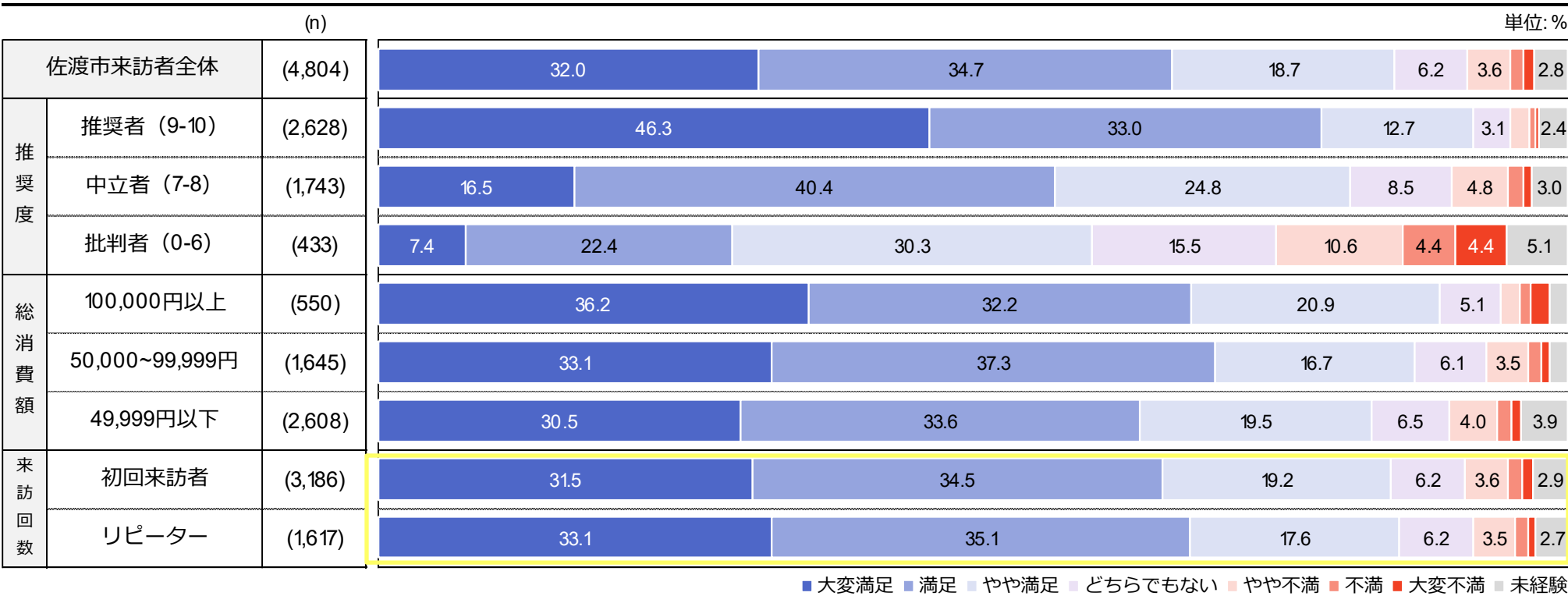
Q14-1. 宿泊施設_満足度



Q14-2. 食事・飲食店_満足度

- 「総合満足度」と同様の傾向だが、「総消費額」「来訪回数」による満足度の差異は小さい。
佐渡市内での「食事・飲食店」は、このあたりに左右されずに堪能できるということが言えそうである。

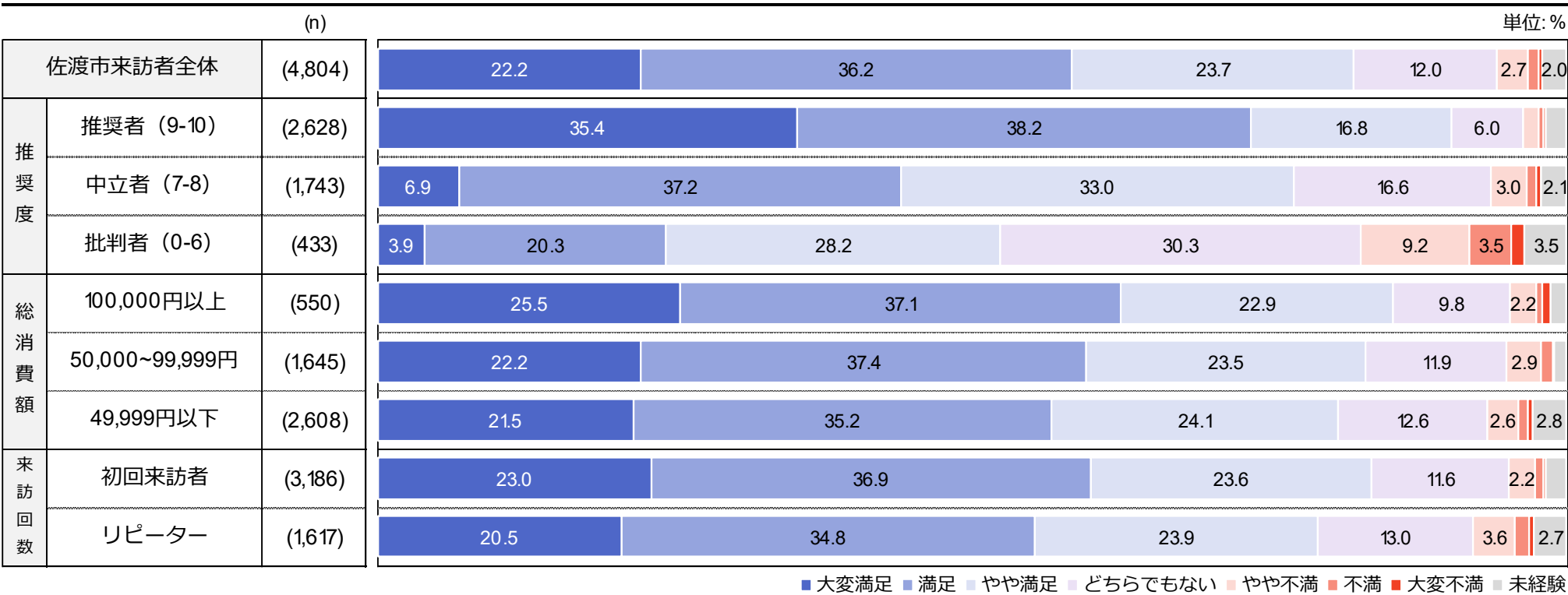
Q14-2. 食事・飲食店_満足度



Q14-3. お土産_満足度

- 「推奨度」による満足度の差異ほどの違いはないが、「総消費額」が高いほど、「初回来訪者」ほど、満足度が高くなる傾向がみられる。

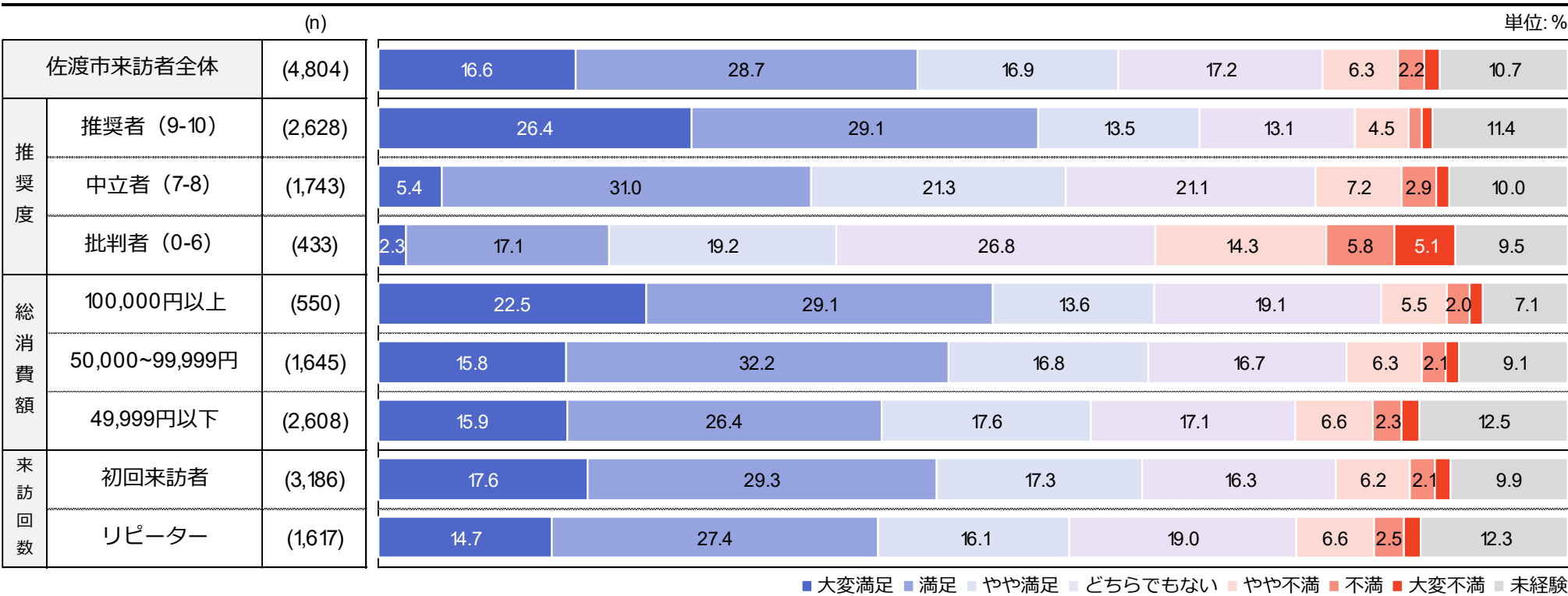
Q14-3. お土産_満足度



Q14-4. 交通機関_満足度

■ 「お土産」と同様の傾向。

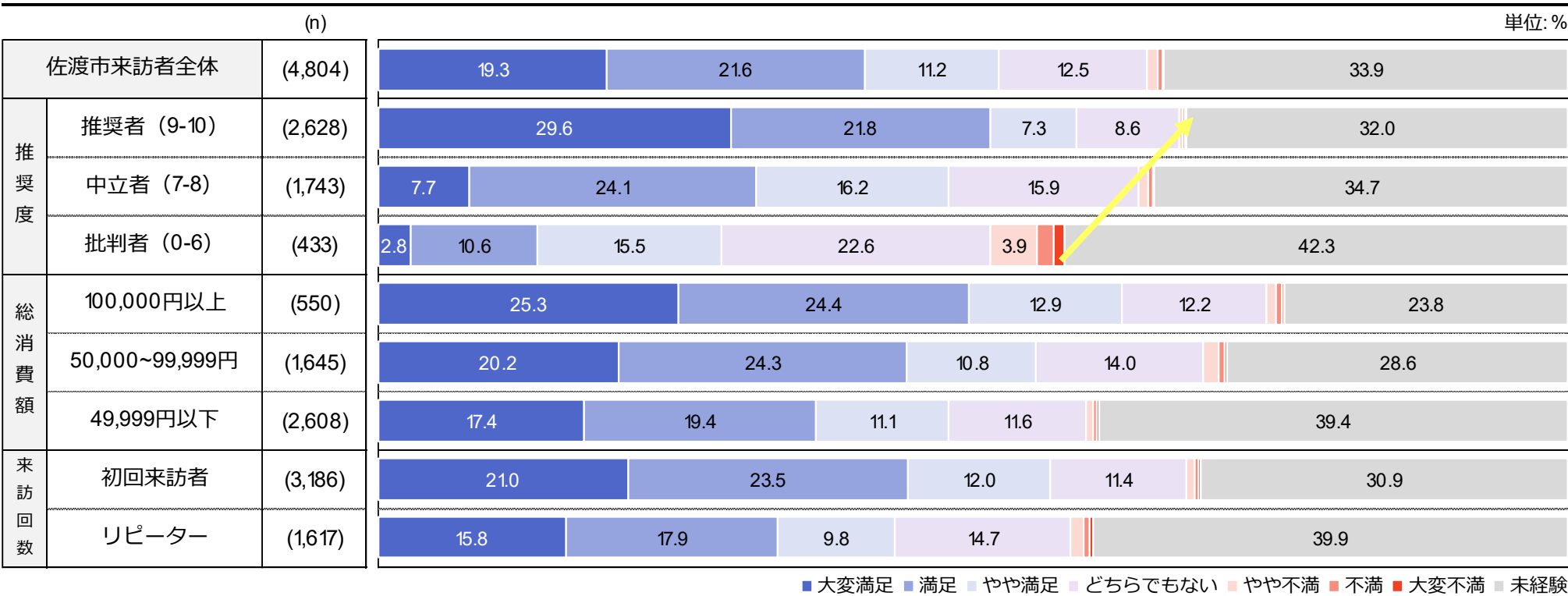
Q14-4. 交通機関_満足度



Q14-5. 体験プログラム_満足度

- 他と大きく違うのは「未経験」率の高さ。
「推奨度」「総消費額」が高いほど、「体験プログラム」を経験している傾向がみられる。

Q14-5. 体験プログラム_満足度



Q15. 消費額一覧

- 「交通費」「その他(入場料・体験料など)」の総消費額は、佐渡市来訪者全体で約56,100円。
- 「推奨度」が高くなるに従い総消費額も高くなる傾向にあり、「推奨者」と「批判者」とで約8,400円の差がある。
- 細分化した項目別では、単価が最も高い「宿泊費」が2万円台で最も高い。
「100,000円以上」使用している層の「宿泊費」は約58,600円と他セグメントと比較して倍以上高い。

消費額一覧

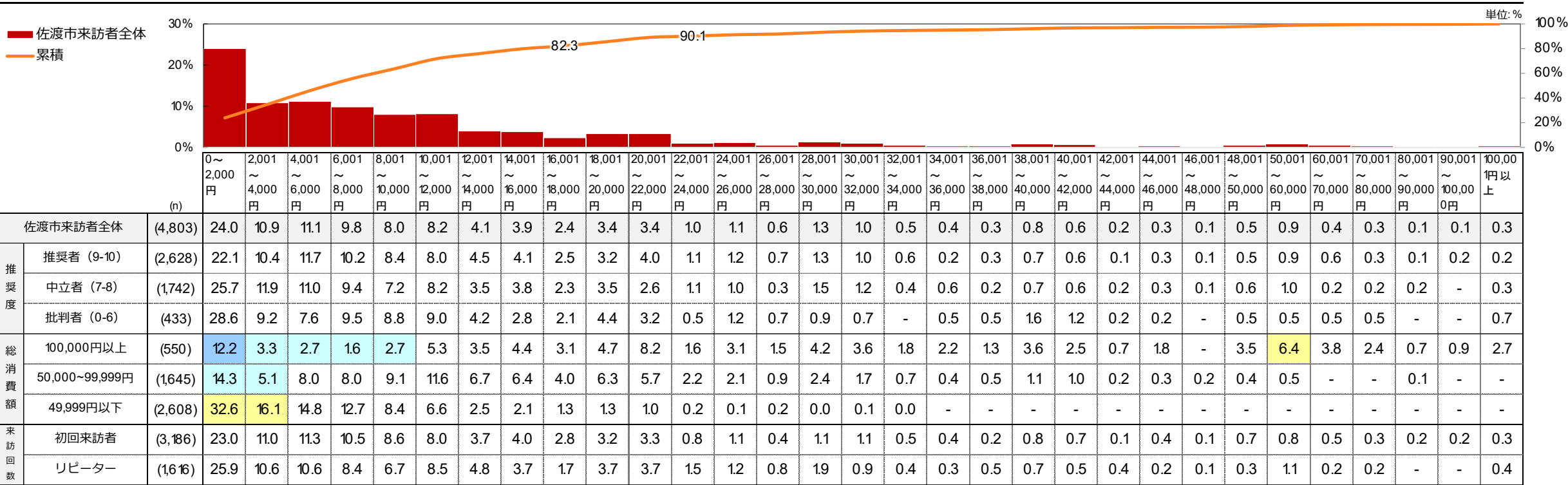
	佐渡市 来訪者全体	推奨度			総消費額			来訪回数	
		推奨者	中立者	批判者	100,000円 以上	50,000~ 99,999円	49,999円 以下	初回訪問者	リピーター
		(2,628)	(1,742)	(433)	(550)	(1,645)	(2,608)	(3,186)	(1,616)
総消費額	¥56,100	¥58,700	¥53,600	¥50,300	¥140,500	¥69,200	¥30,000	¥56,200	¥55,900
1. 交通費	¥10,700	¥10,900	¥10,300	¥10,700	¥28,500	¥13,000	¥5,400	¥10,700	¥10,600
2. 宿泊費	¥21,600	¥22,100	¥21,400	¥19,100	¥58,600	¥27,300	¥10,100	¥22,300	¥20,000
3. 飲食費	¥9,200	¥10,000	¥8,300	¥8,300	¥20,500	¥11,400	¥5,500	¥8,700	¥10,400
4. 買い物費	¥9,300	¥10,000	¥8,700	¥7,900	¥21,300	¥11,200	¥5,700	¥9,100	¥9,800
5. その他（入場料・体験料など）	¥5,300	¥5,700	¥4,800	¥4,200	¥11,700	¥6,300	¥3,300	¥5,400	¥5,000

※上記金額は中央値*から算出、十の位で四捨五入しています。*選択肢「100,001円以上」は中央値がないため「100,001円」として扱っています

Q15-1. 交通費

- 「0~2,000円」で全体の約4分の1を占める。
- 18,000円までで全体の8割、24,000円までで9割を占める。

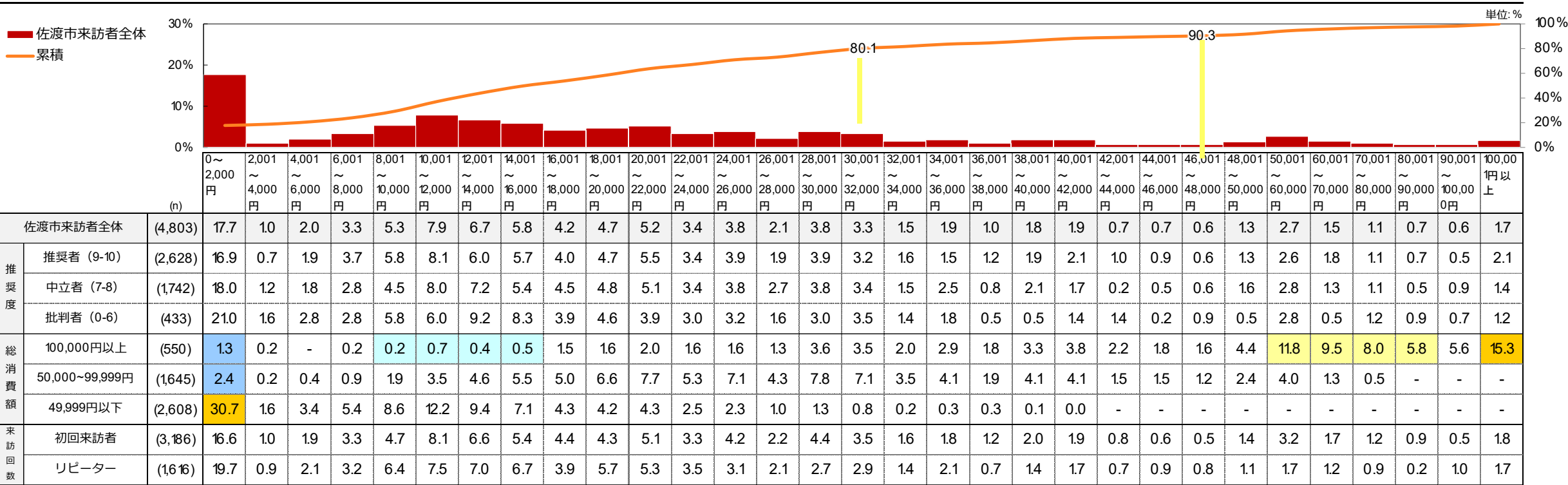
Q15-1. 交通費



Q15-2. 宿泊費

- 他項目と異なり山が2つある分布。全体の17.7%の「0円~2,000円」と、全体の7.9%の「10,001~12,000円」の比率が高い。幅広い分布になっていることも含め、極端に安く済ませたい層/宿泊費のかからない楽しみ方をする層と、宿泊にもそれなりのお金を使い充実させたい層（安価×宿泊数が多いユーザーも含む）が存在する模様。（※他項目と比較して単価が高いこと、価格の幅もあることも影響）

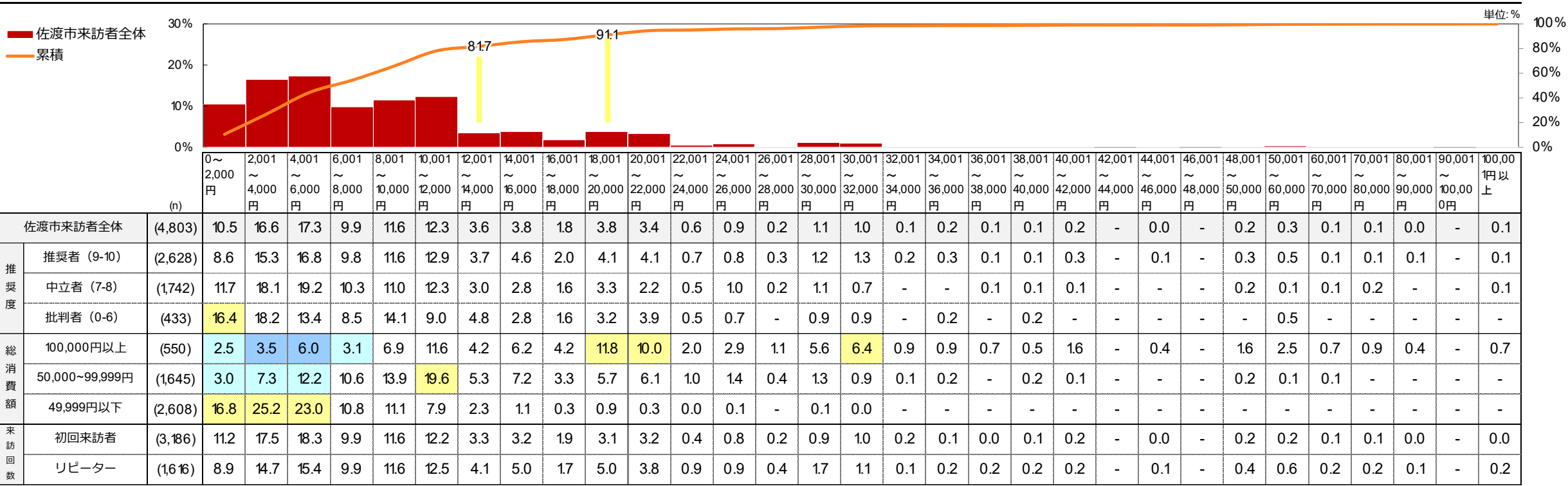
Q15-2. 宿泊費



Q15-3. 飲食費

- ボリュームゾーンは「2,001~4,000円」「4,001~6,000円」。この2つで全体の3分の1を占める。
- 2万円以上使用した人は、全体の1割未満。

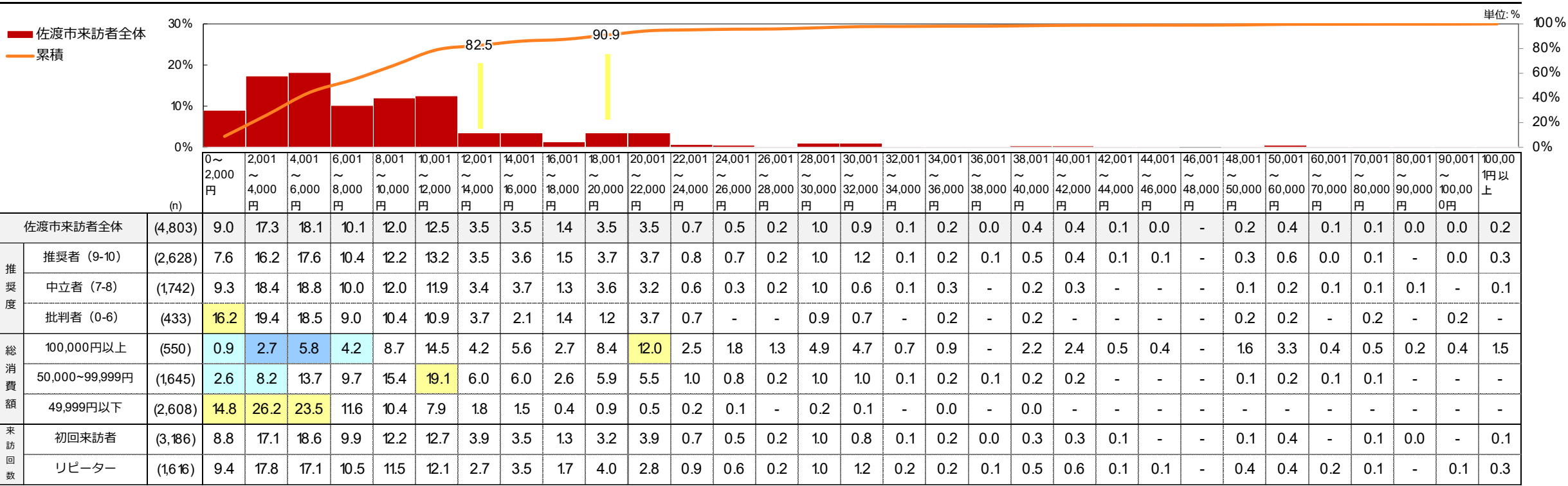
Q15-3. 飲食費



Q15-4.買い物費

- 飲食費と同様の傾向。
- 総消費額が「49,999円以下」の層は、前頁の飲食費、買い物費のいずれも6,000円程度までの人で65%を占める。

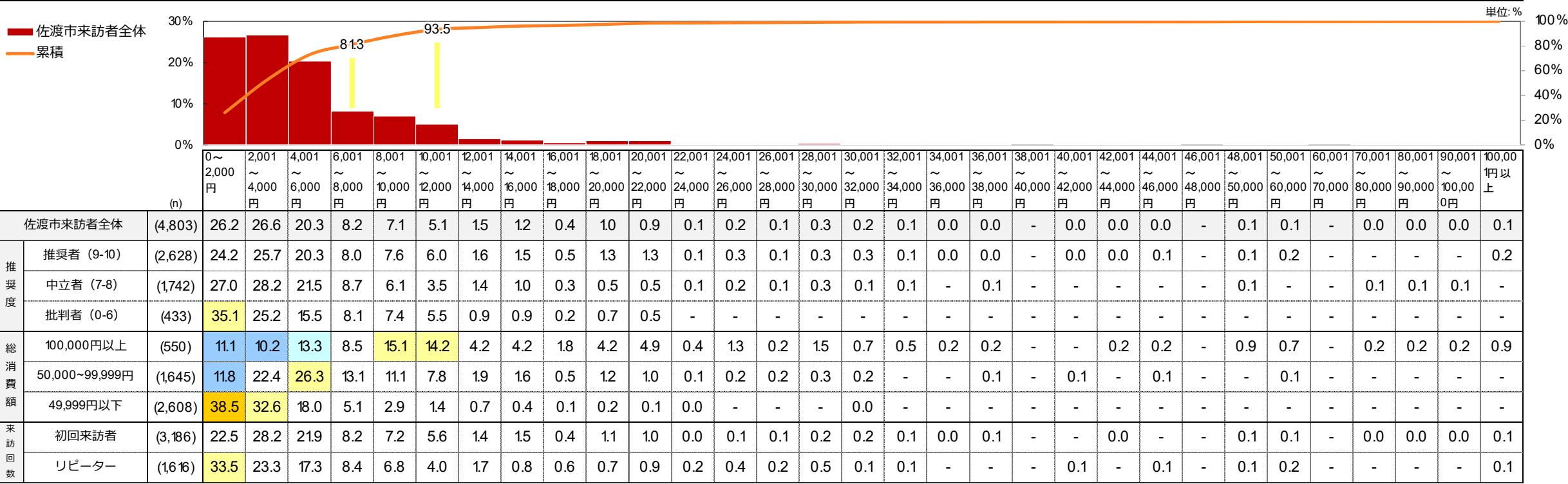
Q15-4. 買い物費



Q15-5.その他(入場料・体験料など)

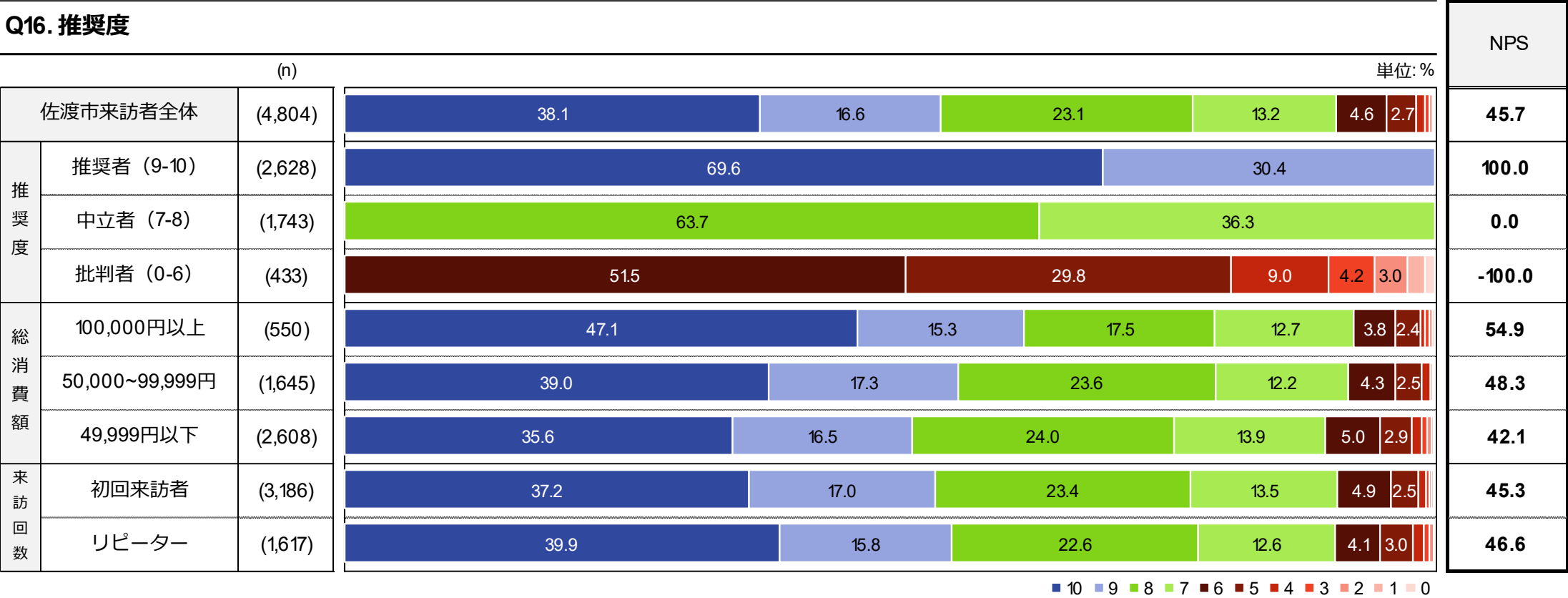
- 4,000円までで全体の約半数を占める。
12,000円までで全体の9割以上を占めており、他の項目と比較すると消費額が低い。
- 「批判者」はこれまでみてきた飲食費、買い物費と、その他(入場料・体験料など)のいずれも、「0~2,000円」の比率が「推奨者」「中立者」と比較して高い。

Q15-5. その他（入場料・体験料など）



Q16.推奨度

- 佐渡市来訪者全体のNPSは45.7。(※比較対象がないため、このスコア自体の評価は難しい。)
- 「総消費額」が高くなるに従い、NPSも高くなる傾向がみられる。
- 「来訪回数」によるNPSの違いはほとんどない。



Rakuten Insight