

食/祭/海/道/若狭路

平成21年度電源地域産業育成支援事業  
**若狭路情報発信事業**  
実施報告書(分析編)

平成22年3月

(社)若狭湾観光連盟

## 目次

I. 調査の概要	1
II. 調査結果の要旨	2
III. 調査結果	3
1. 回答者の属性	3
2. 国内観光旅行の同行者	6
3. 国内観光旅行に行くときに期待すること	9
4. 若狭路の訪問経験	14
5. 若狭路を訪問したときに満足したこと	18
6. 国内観光旅行に対する期待と 若狭路満足度のギャップ	23
考察	26
7. 若狭路の観光資源の認知状況	27
8. 今後体験してみたい若狭路の観光資源	32
9. 若狭路の観光資源に対する 認知度と関心度のギャップ	37
考察	41
参考資料: アンケート調査票	42

# I. 調査の概要

## 1. 調査の目的

本調査は、一般生活者の国内観光旅行の実態、若狭路観光についての経験・評価、期待内容などを聴取り、今後の若狭路観光施策の立案や商品開発に役立つ基礎資料を得ることを目的として実施した。

## 2. 調査の方法

①新聞・雑誌に掲載したアンケート票による郵送法(回答者がハガキで返送)

【新聞・雑誌への掲載時期】

- ①読売新聞 平成21年7月17日
- ②読売新聞 平成21年11月3日
- ③関西じゃらん 平成21年10月号

②ホームページ上からのインターネットアンケート(新聞・雑誌でも告知)

## 3. 調査期間

平成21年6月23日～平成22年1月20日

## 4. 回答者数

	全体		ハガキ郵送調査		インターネット調査			全体		ハガキ郵送調査		インターネット調査	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合		人数	割合	人数	割合	人数	割合
総数	11,696人	100.0%	8,326人	100.0%	3,370人	100.0%	三重県	271人	2.3%	207人	2.5%	64人	1.9%
北海道	108人	0.9%	31人	0.4%	77人	2.3%	滋賀県	684人	5.8%	573人	6.9%	111人	3.3%
青森県	25人	0.2%	10人	0.1%	15人	0.4%	京都府	967人	8.3%	764人	9.2%	203人	6.0%
岩手県	25人	0.2%	7人	0.1%	18人	0.5%	大阪府	2,893人	24.7%	2,303人	27.7%	590人	17.5%
宮城県	37人	0.3%	9人	0.1%	28人	0.8%	兵庫県	1,965人	16.8%	1,614人	19.4%	351人	10.4%
秋田県	13人	0.1%	3人	0.0%	10人	0.3%	奈良県	473人	4.0%	393人	4.7%	80人	2.4%
山形県	28人	0.2%	10人	0.1%	18人	0.5%	和歌山県	267人	2.3%	232人	2.8%	35人	1.0%
福島県	23人	0.2%	12人	0.1%	11人	0.3%	鳥取県	30人	0.3%	27人	0.3%	3人	0.1%
茨城県	98人	0.8%	50人	0.6%	48人	1.4%	島根県	72人	0.6%	57人	0.7%	15人	0.4%
栃木県	68人	0.6%	42人	0.5%	26人	0.8%	岡山県	246人	2.1%	203人	2.4%	43人	1.3%
群馬県	101人	0.9%	50人	0.6%	51人	1.5%	広島県	287人	2.5%	222人	2.7%	65人	1.9%
埼玉県	247人	2.1%	148人	1.8%	99人	2.9%	山口県	24人	0.2%	11人	0.1%	13人	0.4%
千葉県	215人	1.8%	114人	1.4%	101人	3.0%	徳島県	63人	0.5%	42人	0.5%	21人	0.6%
東京都	421人	3.6%	164人	2.0%	257人	7.6%	香川県	151人	1.3%	111人	1.3%	40人	1.2%
神奈川県	330人	2.8%	151人	1.8%	179人	5.3%	愛媛県	139人	1.2%	110人	1.3%	29人	0.9%
新潟県	40人	0.3%	9人	0.1%	31人	0.9%	高知県	37人	0.3%	20人	0.2%	17人	0.5%
富山県	37人	0.3%	15人	0.2%	22人	0.7%	福岡県	145人	1.2%	38人	0.5%	107人	3.2%
石川県	62人	0.5%	18人	0.2%	44人	1.3%	佐賀県	14人	0.1%	2人	0.0%	12人	0.4%
福井県	155人	1.3%	56人	0.7%	99人	2.9%	長崎県	14人	0.1%	2人	0.0%	12人	0.4%
山梨県	20人	0.2%	4人	0.0%	16人	0.5%	熊本県	18人	0.2%	5人	0.1%	13人	0.4%
長野県	51人	0.4%	22人	0.3%	29人	0.9%	大分県	16人	0.1%	5人	0.1%	11人	0.3%
岐阜県	214人	1.8%	147人	1.8%	67人	2.0%	宮崎県	11人	0.1%	2人	0.0%	9人	0.3%
静岡県	62人	0.5%	15人	0.2%	47人	1.4%	鹿児島県	11人	0.1%	1人	0.0%	10人	0.3%
愛知県	512人	4.4%	295人	3.5%	217人	6.4%	沖縄県	6人	0.1%	0人	0.0%	6人	0.2%

## 5. 調査項目

- ・国内観光旅行の同行者
- ・国内観光旅行に行くときに期待すること
- ・「若狭路」訪問経験
- ・「若狭路」を訪問したときに満足したこと
- ・「若狭路」観光資源の認知状況
- ・今後体験してみたい「若狭路」観光資源
- ・回答者属性(性別、年齢、居住地)

## Ⅱ. 調査結果の要旨

### 回答者の属性

- 回答者全体の6割弱が女性。6割弱が50歳代以上。居住地は「大阪府」が約1/4を占め、「近畿」が6割

### 国内観光旅行の同行者

- 国内観光旅行の同行者は、全体では「夫婦で」が最多。次いで「家族と」が続き、両方で7割を占める
- 女性20歳代以下と60歳代以上は、「友人・知人と」国内観光旅行に行く人が約2割

### 国内観光旅行に行くときに期待すること

- 国内観光旅行で期待することは「産地で食べる特産・名産品」がトップ
- 若年層ほど「産地で食べる特産・名産品」と「その土地独自の料理」に、年配層ほど「居心地のよい宿・ホテル」に期待する傾向がみられる

### 若狭路の訪問経験

- 若狭路の訪問経験がある人は全体の7割。「3回以上」が全体の4割。特に50歳代以上は訪問回数が多い
- 近畿居住者の8割が若狭路の訪問経験あり

### 若狭路を訪問したときに満足したこと

- 若狭路訪問者の満足度が高いコンテンツは、「産地で食べる特産・名産品」と「美しい景色」
- 若年層は若狭路について、年配層ほど満足していないコンテンツが多い

### 国内観光旅行に対する期待と「若狭路」満足度のギャップ

- 「特産・名産品」と「美しい景色」は、来訪者の潜在的な期待と満足度とのギャップが少ない
- 「居心地のよい宿・ホテル」「史跡や歴史遺産の見物」「町並み観察、散歩」「その土地独自の料理」はギャップが大きく、期待に応える対策が必要と言える

### 若狭路の観光資源の認知状況

- 若狭路の観光資源・知名度No.1は「越前がに」。次いで「若狭ふぐ」「若狭かれい」「鯖のへしこ」と、地元の特産・名産品が続く。若狭路を訪問したことがない人でも、「越前がに」の認知率は7割弱と高い
- 「若狭ふぐ」以外の特産・名産品は、年配層ほど認知率が高い
- 体験メニューでは「海釣り・いかだ釣り」「定置網・地引網体験」の認知率が高い

### 今後体験してみたい若狭路の観光資源

- 今後体験してみたい若狭路の観光資源は「若狭ふぐ」がトップ、僅差で「越前がに」が2位
- 観光体験メニューへの参加意向は、若年層ほど高い
- 若狭路を3回以上訪問した経験のある人は、訪問回数1～2回の人に比べて「定置網・地引網体験」「海釣り・いかだ釣り」「若狭ぐじ」の関心度が特に高くなっている

### 若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップ

- 「越前がに」「若狭かれい」「鯖のへしこ」は認知度に対して関心度が低い。特に50歳代以上で低い
- 観光体験メニューは、若年層ほど認知度を関心度が大きく上回っている

### 考 察

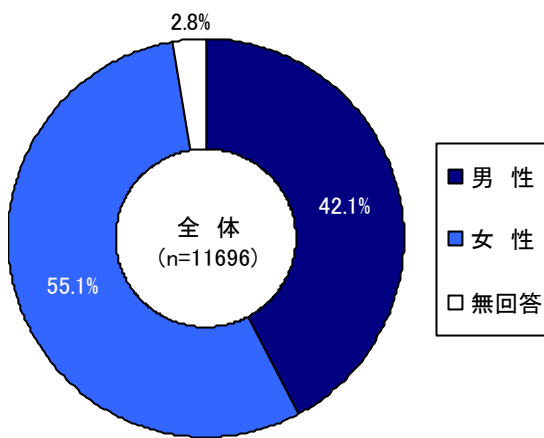
- 若狭路の特産・名産品や景色に対する来訪者の満足度は高いが、潜在的な期待感を上回るような“オドロキ”や“発見”には至っていない。よって、集客力向上のためには、特産・名産品に依存しすぎず、新たな魅力を付加することが必要である。例えば、若狭路のきれいな海をアピールする際に、海に沈む夕日がきれいなポイントを紹介したり、「へしこ」が持つ血圧の上昇を抑える働きなど、特産品が持っている驚きの効果を紹介するなどにより、満足感のアップを図ることが可能である。
- 認知度と関心度のギャップからみると、観光体験メニューは若年層での関心度が高く、将来の観光需要拡大に寄与する可能性が見込める。体長25cmものマダイを釣ることができるブルーパーク阿納の釣り体験など、他にはない若狭路ならではの観光・体験メニューを強化し、若狭路全体の魅力をパワーアップすることが望まれる。
- 若年層は食文化も含めて“現地の食”に対する期待値（ニーズ）が高いため、若狭路の特産・名産品も、若年層に強くアピールできるような商品・メニュー開発などが望まれる。
- 特産・名産品の中でも、「越前がに」は定番化により関心度がやや薄れてきている。一方、「若狭ふぐ」は、かんに比べてふぐは家庭ではあまり食べない、ごちそう感の強い食材でもあり、食べてみたいという今後の体験意向も高いことから、PRを強化し認知度を上げるにより、さらなる誘客が望める。
- 若狭路に対する期待と満足のギャップで目立つのは、「居心地のよい宿・ホテル」と「史跡や町並み」。宿泊施設のホスピタリティ向上と、滞在する目的となり、滞在中も楽しく過ごせるような観光名所の整備など、観光コンテンツを充実することが望まれる。「語り部」ボランティアによる史跡や街並みの説明や地元の専門家が同行して解説する史跡めぐりツアーの開催など、「来た人だけが知ることができる」しなげも効果的である。

### Ⅲ－１．回答者の属性

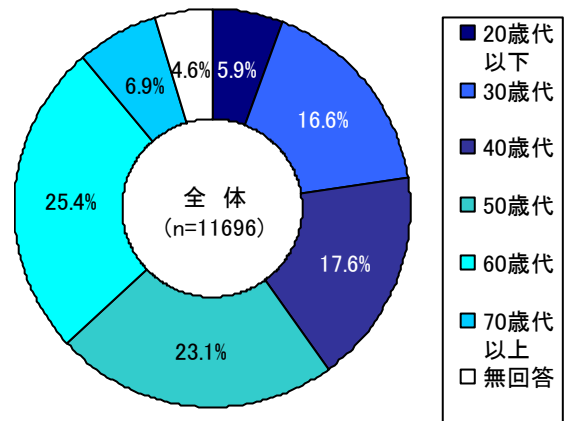
#### 回答者全体の6割弱が女性。また、6割弱が50歳代以上

- 回答者の性別は、全体の6割弱が女性。
- 回答者の年齢は、全体の6割弱(55.4%)が50歳代以上。
- 年齢別に性別をみると、30歳代以下は女性が7割を占める。40～50歳代では女性が5～6割だが、60歳以上では男性の割合が5割以上となっている。

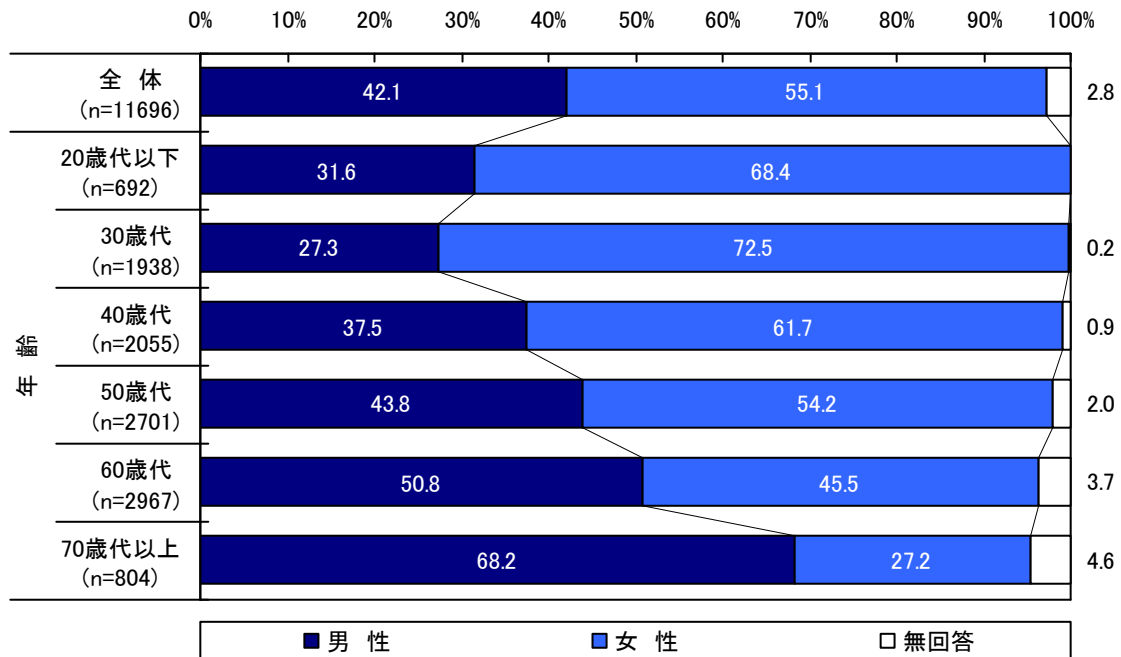
■性別



■年齢



■年齢別にみた性別

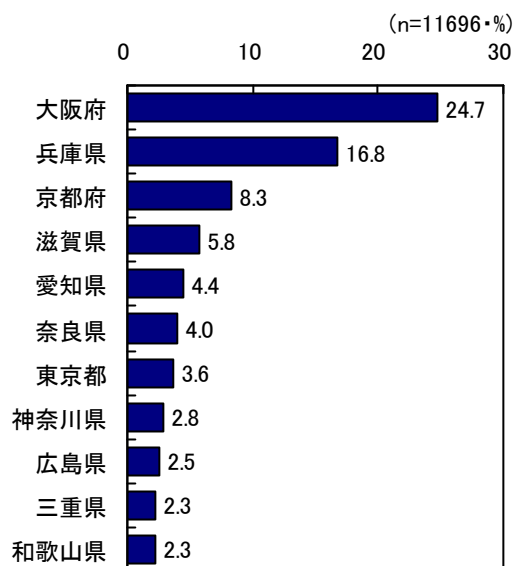


### Ⅲ－１．回答者の属性

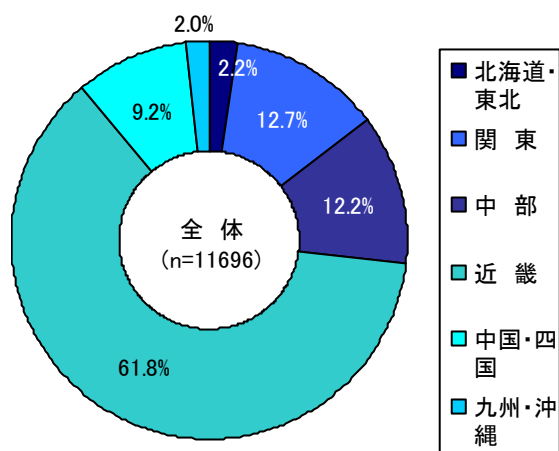
#### 回答者の居住地は「大阪府」が約1/4を占め、「近畿」が6割

- 回答者の居住地は、「大阪府」が24.7%と突出しており、次いで「兵庫県」「京都府」が続く。地域ブロックで見ると、「近畿」が6割を占めている。
- 地域ブロックでは「近畿」に次いで、「関東」「中部」がそれぞれ1割強を占めている。

■居住地(都道府県別上位10位)



■居住地(地域ブロック)



■地域ブロック・都道府県別にみた回答者数

地域ブロック	都道府県	回答者数
北海道・東北	北海道	108
	青森県	25
	岩手県	25
	宮城県	37
	秋田県	13
	山形県	28
	福島県	23
	合計	259
関東	茨城県	98
	栃木県	68
	群馬県	101
	埼玉県	247
	千葉県	215
	東京都	421
	神奈川県	330
	合計	1,480

地域ブロック	都道府県	回答者数
中部	新潟県	40
	富山県	37
	石川県	62
	福井県	155
	山梨県	20
	長野県	51
	岐阜県	214
	静岡県	62
	愛知県	512
	三重県	271
	合計	1,424
近畿	滋賀県	684
	京都府	967
	大阪府	2,893
	兵庫県	1,965
	奈良県	473
	和歌山県	267
	合計	7,249

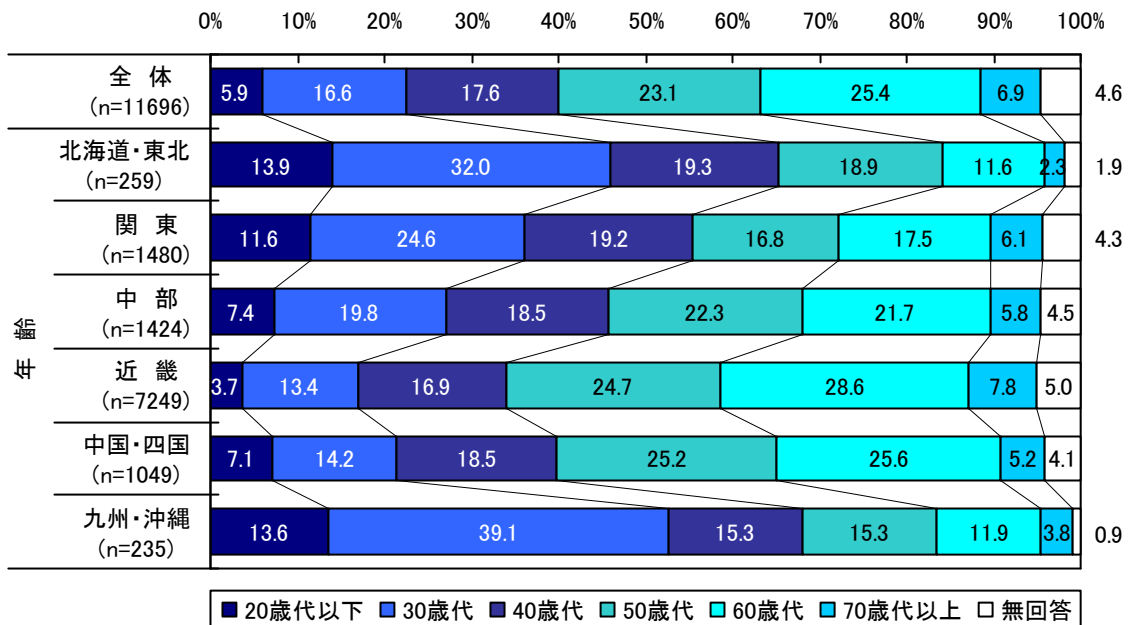
地域ブロック	都道府県	回答者数
中国・四国	鳥取県	30
	島根県	72
	岡山県	246
	広島県	287
	山口県	24
	徳島県	63
	香川県	151
	愛媛県	139
	高知県	37
	合計	1,049
九州・沖縄	福岡県	145
	佐賀県	14
	長崎県	14
	熊本県	18
	大分県	16
	宮崎県	11
	鹿児島県	11
	沖縄県	6
合計	235	
総数		11,696

### Ⅲ-1. 回答者の属性

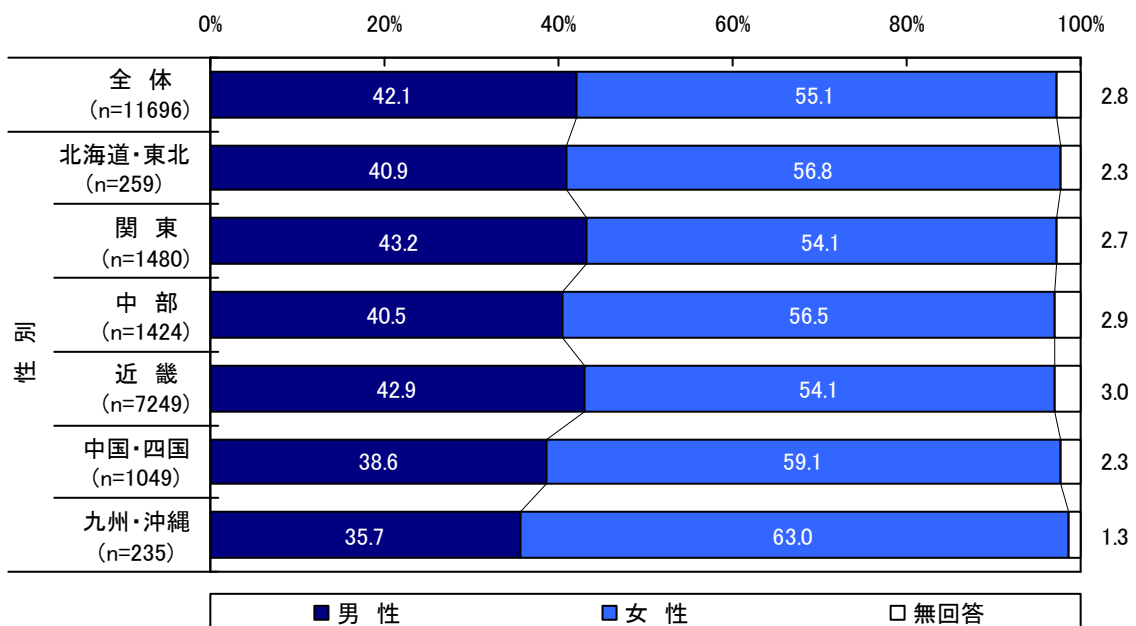
#### 回答者の年齢は、遠隔地ほど若い

- 回答者の年齢が全体では50歳代以上が55.4%を占める中、地域ブロック別で見ると、「近畿」は50歳代以上が61.1%、「中国・四国」は同56.0%となっており、若狭路に近い地域は50歳以上が過半数を占める。
- 一方、若狭路に遠い「北海道・東北」「関東」「九州・沖縄」は、40歳代以下が過半数を占める。  
(40歳代以下の割合:北海道・東北65.2%、関東55.4%、九州・沖縄68.0%)
- 地域ブロック別にみた回答者の性別分布では、「九州・沖縄」は女性の割合が他の地域よりやや高い。

■地域ブロック別にみた年齢



■地域ブロック別にみた性別

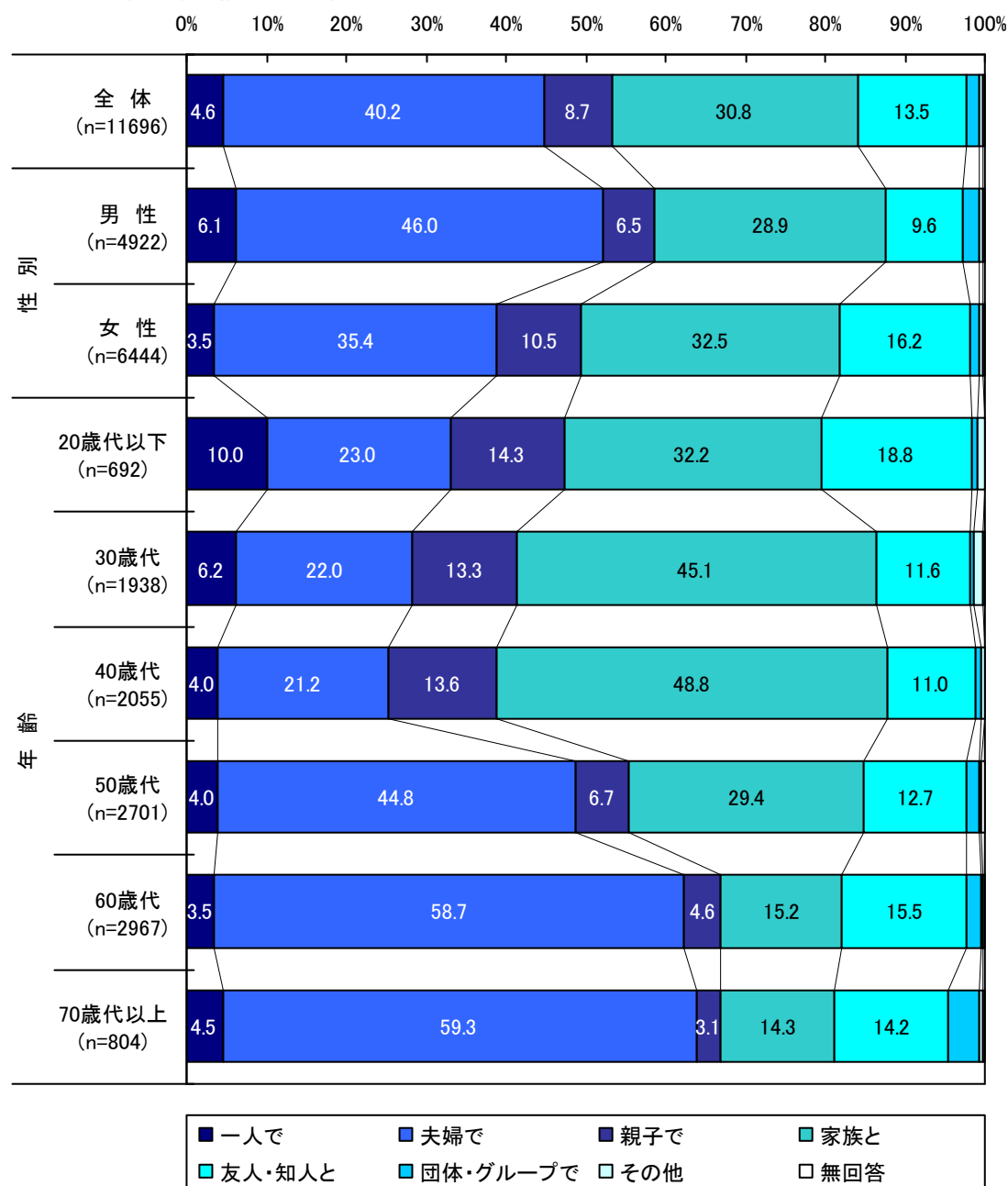


## Ⅲ－２．国内観光旅行の同行者

### 国内観光旅行は「夫婦で」、または「家族と」行く人が中心

- 国内観光旅行の同行者は、全体では「夫婦で」が最多。次いで「家族と」が続き、両者で7割を占める。
- 性別では、男性は「夫婦と」が5割弱を占める。女性は「夫婦で」「家族と」がそれぞれ3割程度を占めるほか、男性に比べて「友人・知人と」の割合が高い。
- 年齢別では、40歳代以下は「家族と」が最多。50歳代以上は「夫婦で」が最多。

■性別・年齢にみた国内観光旅行の同行者



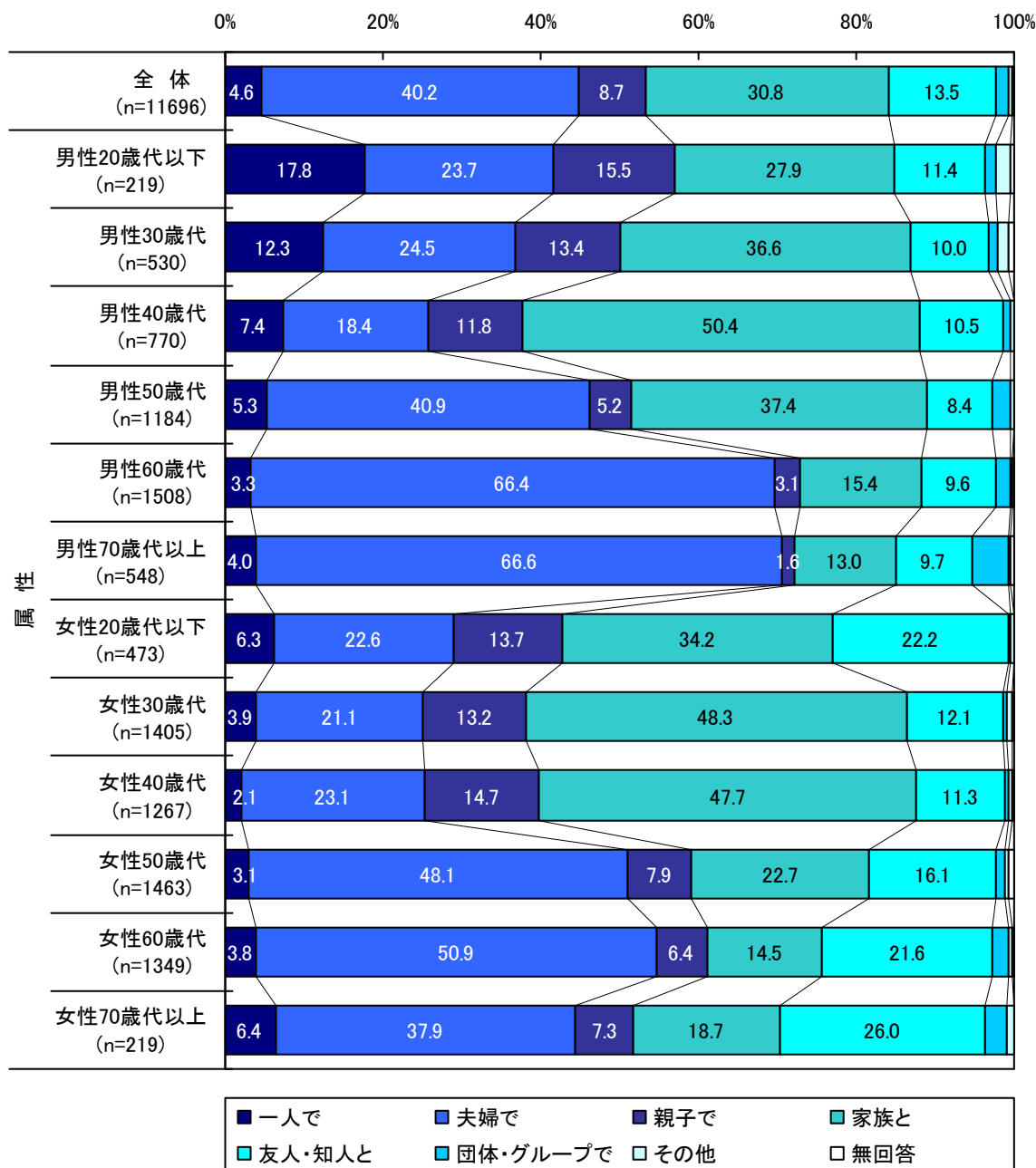


## Ⅲ－２．国内観光旅行の同行者

### 女性20歳代以下と60歳代以上は、「友人・知人と」国内観光旅行に行く人が約2割

- 属性別にみた国内観光旅行の同行者では、男性30歳代以下は「一人で」が1～2割弱、女性20歳代以下と60歳代以上は「友人・知人と」が約2割となっており、それぞれ他の層より目立つ。
- 男性40歳代と女性30～40歳代は「家族と」が最多で、それぞれ5割程度を占める。
- 男女とも50歳代以上になると「夫婦で」が最多だが、特に男性60歳代以上では7割弱を占め、夫婦旅行に偏りがちな傾向がみられる。

■属性にみた国内観光旅行の同行者

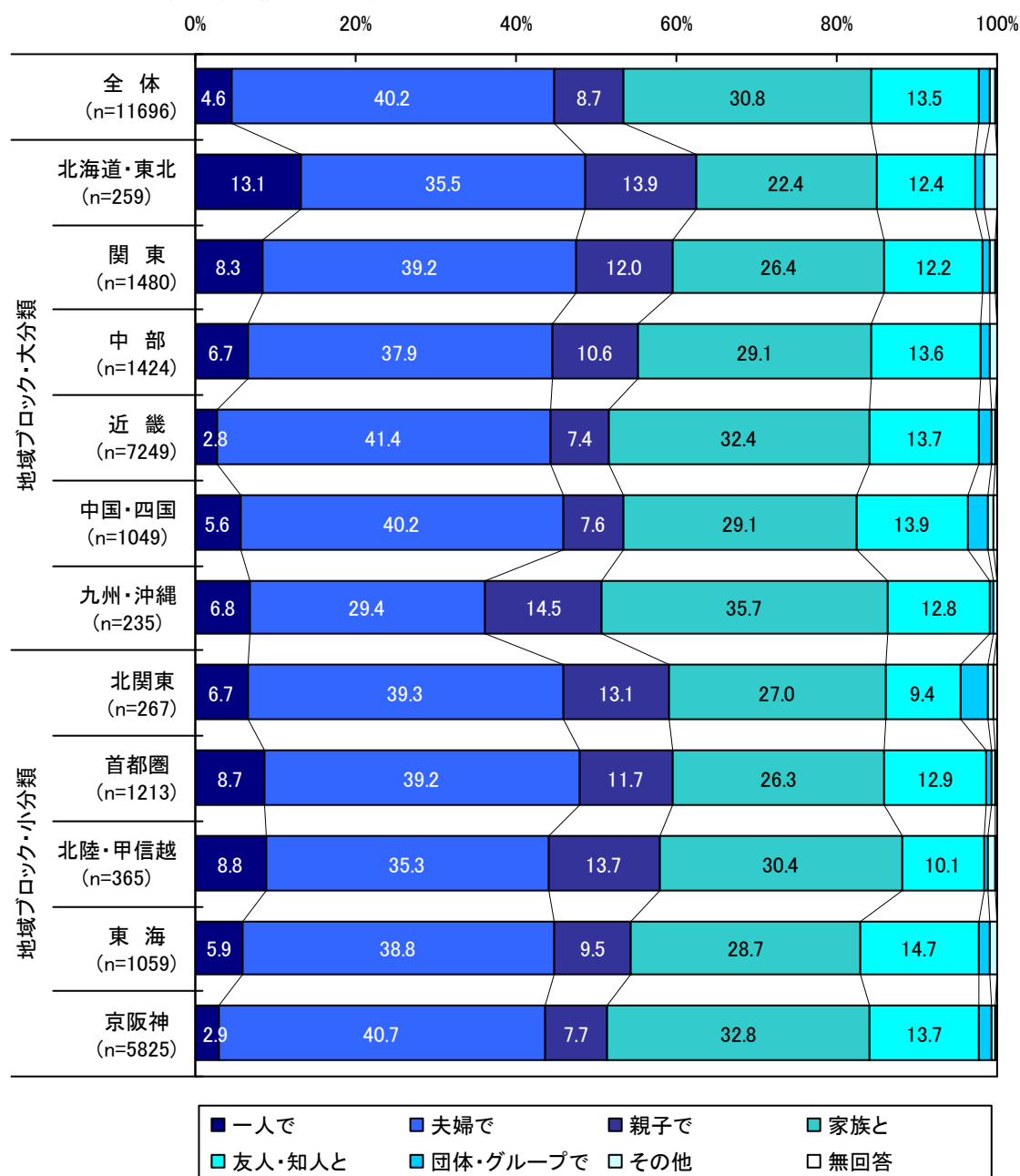


## Ⅲ－２. 国内観光旅行の同行者

### 北海道・東北、九州・沖縄居住者は、「親子で」国内観光旅行に行く人が全体よりやや多い

- 地域ブロック別にみた国内観光旅行の同行者は、全体平均に比べて北海道・東北は「一人で」「親子で」の割合がやや高い。また、九州・沖縄も「親子で」の割合がやや高い。

■地域ブロック別にみた国内観光旅行の同行者

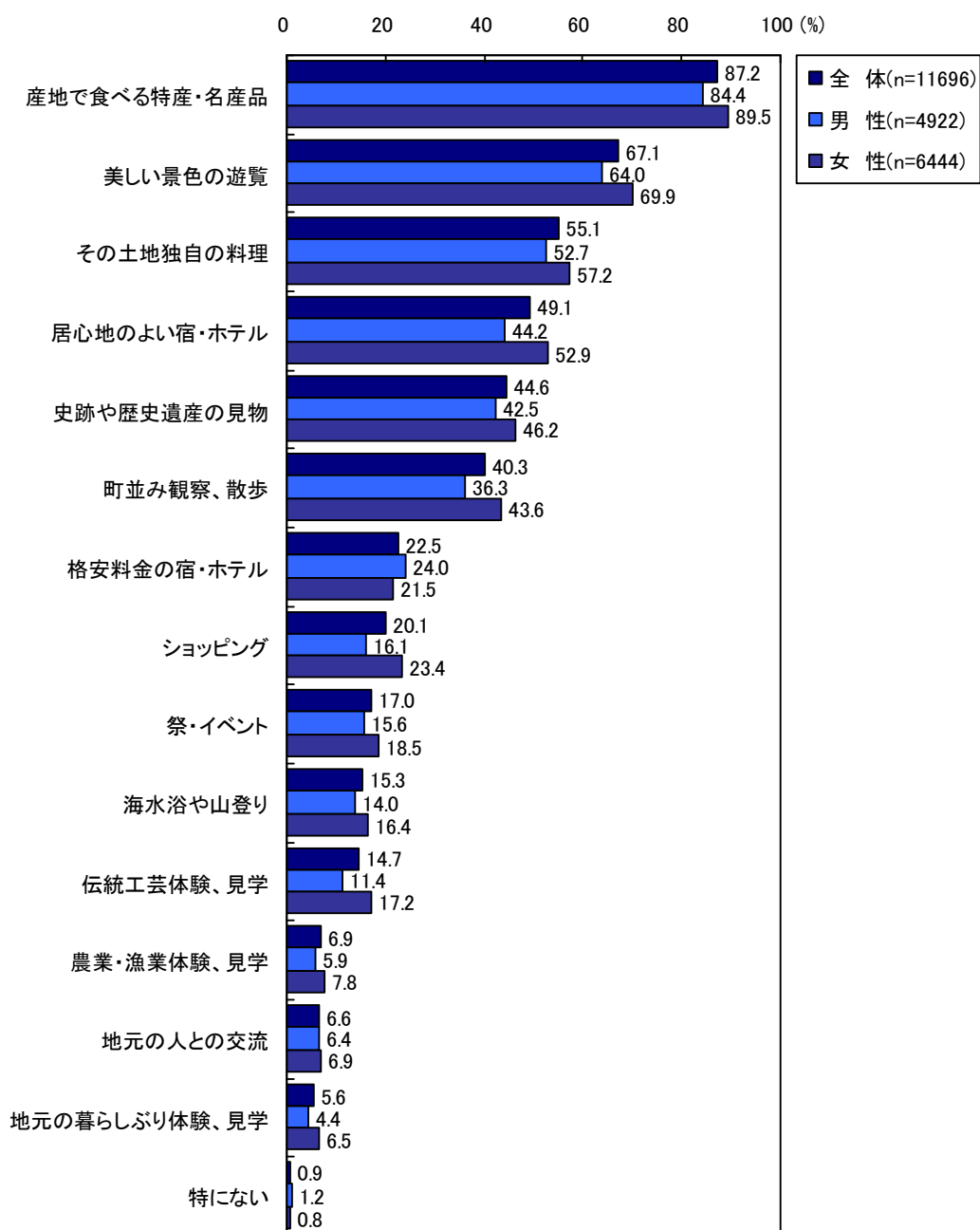


### Ⅲ－３．国内観光旅行に行くときに期待すること

#### 国内観光旅行で期待することは「産地で食べる特産・名産品」がトップ

- 国内観光旅行に行くときに期待することは、全体では「産地で食べる特産・名産品」が87.2%でトップ。次いで「美しい景色の遊覧」67.1%、「その土地独自の料理」55.1%が続く。一方、「地元暮らしぶり体験、見学」「地元の人との交流」「農業・漁業体験、見学」は、期待率が低い。
- 性別では、期待率が高い順にほとんど違いはないが、「産地で食べる特産・名産品」「美しい景色の遊覧」「居心地のよいホテル」「町並み観察、散歩」「ショッピング」「伝統工芸体験、見学」は、女性の期待率が男性より5ポイント以上上回っている。

■性別にみた国内観光旅行に行くときに期待すること

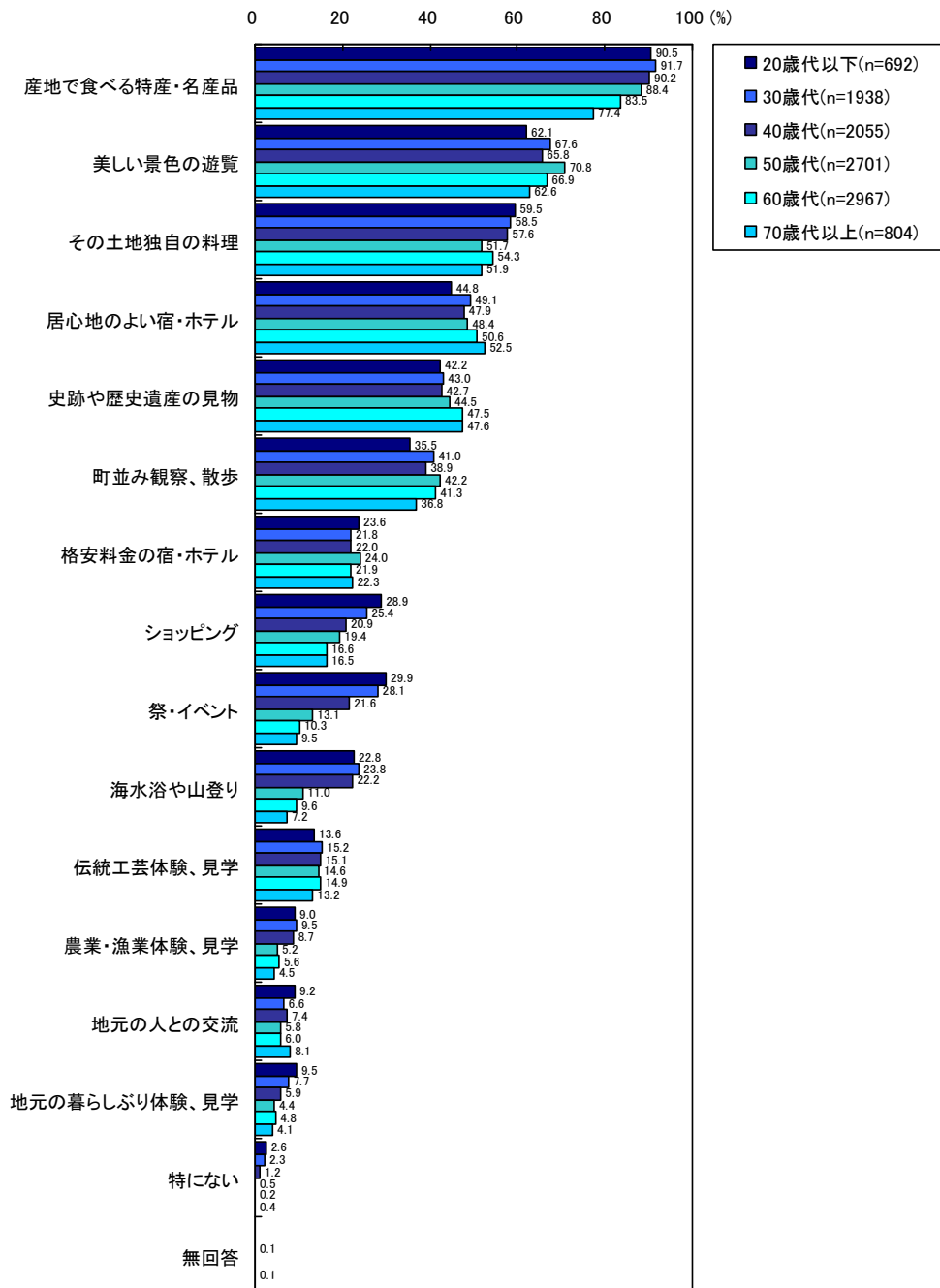


### Ⅲ－3. 国内観光旅行に行くときに期待すること

#### 若年層ほど「現地の食」に、年配層ほど「居心地のよい宿・ホテル」に期待する傾向あり

- 年齢別に国内観光旅行に行くときに期待することをみると、「産地で食べる特産・名産品」と「その土地独自の料理」に対する期待率は、年齢が若いほど高い。全体的な期待率は低いが、「ショッピング」「祭・イベント」「海水浴や山登り」も同様の傾向がみられる。
- 一方、「居心地のよい宿・ホテル」に対する期待率は、年齢が高いほど高い。「史跡や歴史遺産の見物」も同様の傾向がみられる。

■年齢別にみた国内観光旅行に行くときに期待すること



### Ⅲ－3. 国内観光旅行に行くときに期待すること

#### 景色や史跡、町並みなどの観光コンテンツへの期待が大きいのは、女性50歳代

- 属性別に国内観光旅行に行くときに期待することをみると、「その土地独自の料理」への期待率が最も高いのは女性20歳以下。「ショッピング」は女性30歳代以下、「居心地のよい宿・ホテル」は女性50歳代以上の期待率が高い。
- 女性50歳代は「美しい景色の遊覧」「史跡や歴史遺産の見物」「町並み観察、散歩」への期待率が高い。
- 「祭・イベント」「海水浴や山登り」は、男女とも40歳代以下の層で期待率が高い。

#### ■属性別にみた国内観光旅行に行くときに期待すること

	全 体	男 性 2 0 歳 代 以 下	男 性 3 0 歳 代	男 性 4 0 歳 代	男 性 5 0 歳 代	男 性 6 0 歳 代	男 性 7 0 歳 代 以 上	女 性 2 0 歳 代 以 下	女 性 3 0 歳 代	女 性 4 0 歳 代	女 性 5 0 歳 代	女 性 6 0 歳 代	女 性 7 0 歳 代 以 上
調査数	11,696	219	530	770	1,184	1,508	548	473	1,405	1,267	1,463	1,349	219
産地で食べる特産・名産品	87.2	87.2	91.1	88.2	87.2	81.2	75.2	92.0	92.0	91.3	89.4	86.1	83.1
美しい景色の遊覧	67.1	56.2	59.2	60.6	67.5	66.1	63.9	64.9	70.8	69.3	<b>73.5</b>	68.5	61.2
その土地独自の料理	55.1	53.9	56.6	59.4	46.9	52.5	51.8	<b>62.2</b>	59.3	56.4	55.3	56.9	56.2
居心地のよい宿・ホテル	49.1	36.1	41.5	41.6	39.6	48.1	51.6	48.8	51.9	51.8	<b>55.6</b>	53.6	<b>55.3</b>
史跡や歴史遺産の見物	44.6	43.4	43.0	39.7	37.6	46.1	47.1	41.6	43.1	44.7	<b>49.8</b>	48.9	<b>50.2</b>
町並み観察、散歩	40.3	25.1	32.3	36.2	36.1	39.9	35.2	40.4	44.3	40.5	<b>47.4</b>	43.1	41.6
格安料金の宿・ホテル	22.5	25.6	24.0	23.6	<b>27.6</b>	22.5	20.8	22.6	20.9	21.3	21.3	21.3	26.0
ショッピング	20.1	21.5	21.7	17.4	15.0	14.7	15.0	<b>32.3</b>	<b>26.9</b>	23.2	23.0	19.0	20.1
祭・イベント	17.0	<b>30.6</b>	<b>30.2</b>	21.6	12.0	11.7	8.8	<b>29.6</b>	<b>27.2</b>	21.9	14.1	9.2	12.3
海水浴や山登り	15.3	<b>29.7</b>	<b>23.8</b>	<b>23.9</b>	10.3	8.6	6.6	19.7	<b>23.8</b>	<b>21.3</b>	10.9	10.8	9.6
伝統工芸体験、見学	14.7	8.2	9.4	10.9	10.9	12.8	12.6	16.1	17.4	17.6	17.4	16.8	16.0
農業・漁業体験、見学	6.9	10.5	8.1	8.1	4.5	4.9	4.2	8.2	10.1	9.2	5.6	6.5	5.9
地元の人との交流	6.6	8.7	5.1	7.3	5.7	6.4	7.3	9.5	7.2	7.6	5.9	5.6	10.0
地元の暮らしぶり体験、見学	5.6	7.3	6.8	4.3	3.9	4.1	3.3	<b>10.6</b>	8.1	6.8	4.7	5.5	5.5
特にない	0.9	3.7	4.9	1.9	0.4	0.3	0.4	2.1	1.3	0.7	0.5	0.2	0.5
無回答	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.1	0.0

※太字斜体は全体より5ポイント以上、  
太字斜体＋網掛けは全体より10ポイント以上上回る項目

### Ⅲ－3. 国内観光旅行に行くときに期待すること

#### 「北海道・東北」「関東」「九州・沖縄」居住者は、「史跡や歴史遺産」に期待する傾向あり

- 地域ブロック別に国内観光旅行に行くときに期待することをみると、「北海道・東北」「関東」「九州・沖縄」居住者は40歳代以下が過半数を占めているため、若年層の期待率が高い「産地で食べる特産・名産品」「その土地独自の料理」「ショッピング」「祭・イベント」の割合が高い。
- そうした中、全体的には若年層より年配層の期待率が高い「史跡や歴史遺産の見物」について、「北海道・東北」「関東」「九州・沖縄」居住者の期待率が高くなっている。

#### ■地域ブロック別にみた国内観光旅行に行くときに期待すること

	全 体	地域ブロック・大分類						地域ブロック・小分類				
		北 海 道 ・ 東 北	関 東	中 部	近 畿	中 国 ・ 四 国	九 州 ・ 沖 縄	北 関 東	首 都 圏	北 陸 ・ 甲 信 越	東 海	京 阪 神
調査数	11,696	259	1,480	1,424	7,249	1,049	235	267	1,213	365	1,059	5,825
産地で食べる特産・名産品	87.2	89.6	88.5	86.7	86.7	86.9	<b>94.0</b>	89.5	88.3	83.3	87.8	86.7
美しい景色の遊覧	67.1	63.3	68.6	65.5	66.7	68.9	<b>73.2</b>	63.7	69.7	62.7	66.5	66.5
その土地独自の料理	55.1	<b>61.8</b>	59.1	54.2	53.8	56.8	56.6	53.6	<b>60.3</b>	52.9	54.7	53.6
居心地のよい宿・ホテル	49.1	42.1	47.2	47.5	50.5	45.0	49.8	41.6	48.5	43.8	48.7	49.6
史跡や歴史遺産の見物	44.6	<b>54.4</b>	<b>53.6</b>	46.3	41.6	46.3	<b>51.5</b>	<b>56.6</b>	<b>53.0</b>	<b>51.8</b>	44.5	41.9
町並み観察、散歩	40.3	37.1	43.0	38.2	39.9	41.4	<b>47.2</b>	40.1	43.7	40.5	37.4	40.1
格安料金の宿・ホテル	22.5	23.6	22.2	24.5	22.3	20.4	26.8	20.6	22.5	27.1	23.6	22.7
ショッピング	20.1	<b>25.9</b>	22.6	22.5	18.4	21.4	<b>28.9</b>	20.2	23.2	23.8	22.1	17.9
祭・イベント	17.0	<b>32.4</b>	<b>27.1</b>	16.8	13.8	17.0	<b>34.0</b>	<b>25.8</b>	<b>27.4</b>	<b>25.2</b>	13.9	13.3
海水浴や山登り	15.3	17.8	17.8	16.0	15.5	9.0	14.0	10.9	19.4	15.3	16.2	16.1
伝統工芸体験、見学	14.7	12.7	17.3	12.9	14.7	15.0	11.5	18.7	17.0	16.4	11.6	15.0
農業・漁業体験、見学	6.9	7.7	9.3	5.6	6.8	5.3	7.2	5.6	10.1	6.0	5.5	7.1
地元の人との交流	6.6	6.2	9.2	6.6	6.3	5.9	6.4	5.2	10.1	5.5	7.0	6.2
地元の暮らしぶり体験、見学	5.6	8.5	9.3	5.0	4.9	4.9	8.5	<b>11.2</b>	8.8	6.8	4.3	5.1
特にない	0.9	1.9	2.0	1.7	0.5	0.7	4.3	1.9	2.1	3.3	1.1	0.5
無回答	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1

※太字斜体は全体より5ポイント以上、  
太字斜体＋網掛けは全体より10ポイント以上上回る項目

### Ⅲ－3. 国内観光旅行に行くときに期待すること

#### 夫婦旅行では、「居心地のよい宿・ホテル」に期待が大きい

- 国内観光旅行の同行者別に国内観光旅行に行くときに期待することをみると、「夫婦で」行く人は、他の層（その他を除く）に比べて「居心地のよい宿・ホテル」への期待率が高い。
- 「親子で」または「家族と」行く人は、「海水浴や山登り」への期待率が高い。

■国内観光旅行の同行者別にみた、国内観光旅行に行くときに期待すること

	全 体	一 人 で	夫 婦 で	親 子 で	家 族 と	友 人 ・ 知 人 と	団 体 ・ グ ル ー プ で	そ の 他
調査数	11,696	533	4,701	1,017	3,604	1,577	174	58
産地で食べる特産・名産品	87.2	85.2	85.9	90.7	89.7	84.5	81.0	79.3
美しい景色の遊覧	67.1	52.3	68.0	65.8	68.5	67.7	62.1	69.0
その土地独自の料理	55.1	<b>61.7</b>	56.7	58.7	51.9	53.1	53.4	51.7
居心地のよい宿・ホテル	49.1	31.5	51.8	45.9	49.9	47.5	40.8	<b>62.1</b>
史跡や歴史遺産の見物	44.6	<b>54.0</b>	49.0	44.1	38.1	43.9	44.3	39.7
町並み観察、散歩	40.3	32.1	43.9	31.9	37.7	44.3	34.5	39.7
格安料金の宿・ホテル	22.5	<b>30.0</b>	21.4	24.7	24.3	18.0	15.5	25.9
ショッピング	20.1	19.5	19.1	<b>25.2</b>	20.0	20.2	20.7	<b>27.6</b>
祭・イベント	17.0	<b>25.9</b>	13.3	<b>24.3</b>	20.0	13.6	11.5	<b>22.4</b>
海水浴や山登り	15.3	<b>24.4</b>	10.4	<b>21.3</b>	<b>21.3</b>	10.0	7.5	10.3
伝統工芸体験、見学	14.7	11.6	14.3	13.4	15.7	15.1	<b>20.7</b>	15.5
農業・漁業体験、見学	6.9	9.9	5.7	10.6	7.7	5.0	4.6	<b>13.8</b>
地元の人との交流	6.6	10.7	6.1	8.1	6.1	7.1	5.7	<b>12.1</b>
地元の暮らしぶり体験、見学	5.6	<b>12.6</b>	5.1	7.8	5.0	4.9	4.6	6.9
特にない	0.9	<b>6.0</b>	0.8	3.3	0.1	0.0	0.6	3.4
無回答	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0

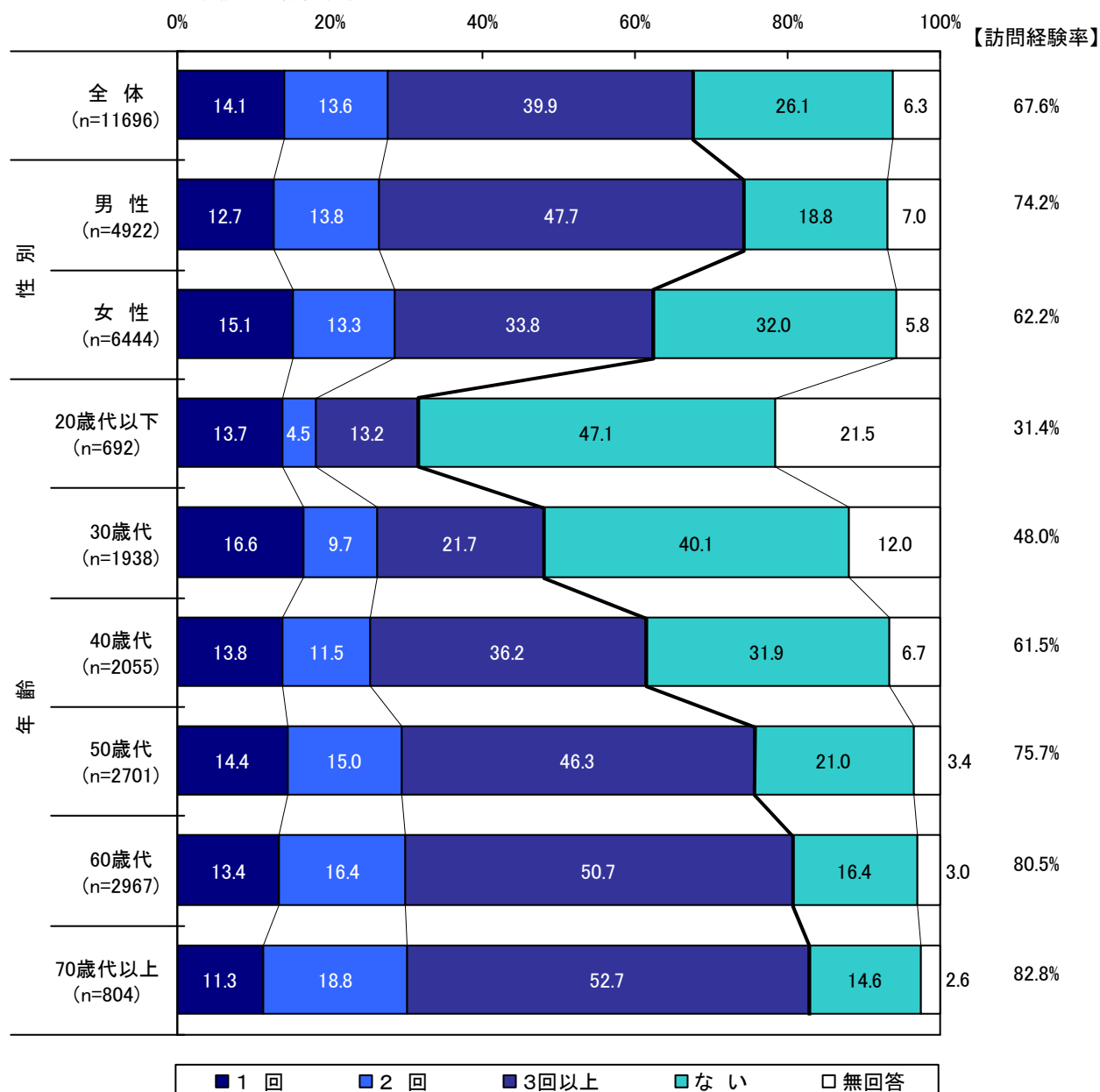
※太字斜体は全体より5ポイント以上、  
太字斜体＋網掛けは全体より10ポイント以上上回る項目

### Ⅲ－４．若狭路の訪問経験

#### 若狭路の訪問経験がある人は全体の7割で、特に50歳代以上は訪問回数が多い

- 若狭路の訪問経験がある人は、全体では67.6%。そのうち「3回以上」が39.9%と、全体の4割を占める。
- 性別では、女性より男性の方が訪問経験率・訪問回数ともに高い。
- 年齢別では、年齢が高くなるほど訪問経験率・訪問回数ともに高くなり、20歳代以下の訪問経験率は31.4%だが、50歳代では約2倍の61.5%となっている。
- しかし、50歳代以上では「3回以上」の割合が増えていかないため、年配層のリピーター率向上が望まれる。

■性別・年齢別にみた若狭路の訪問経験



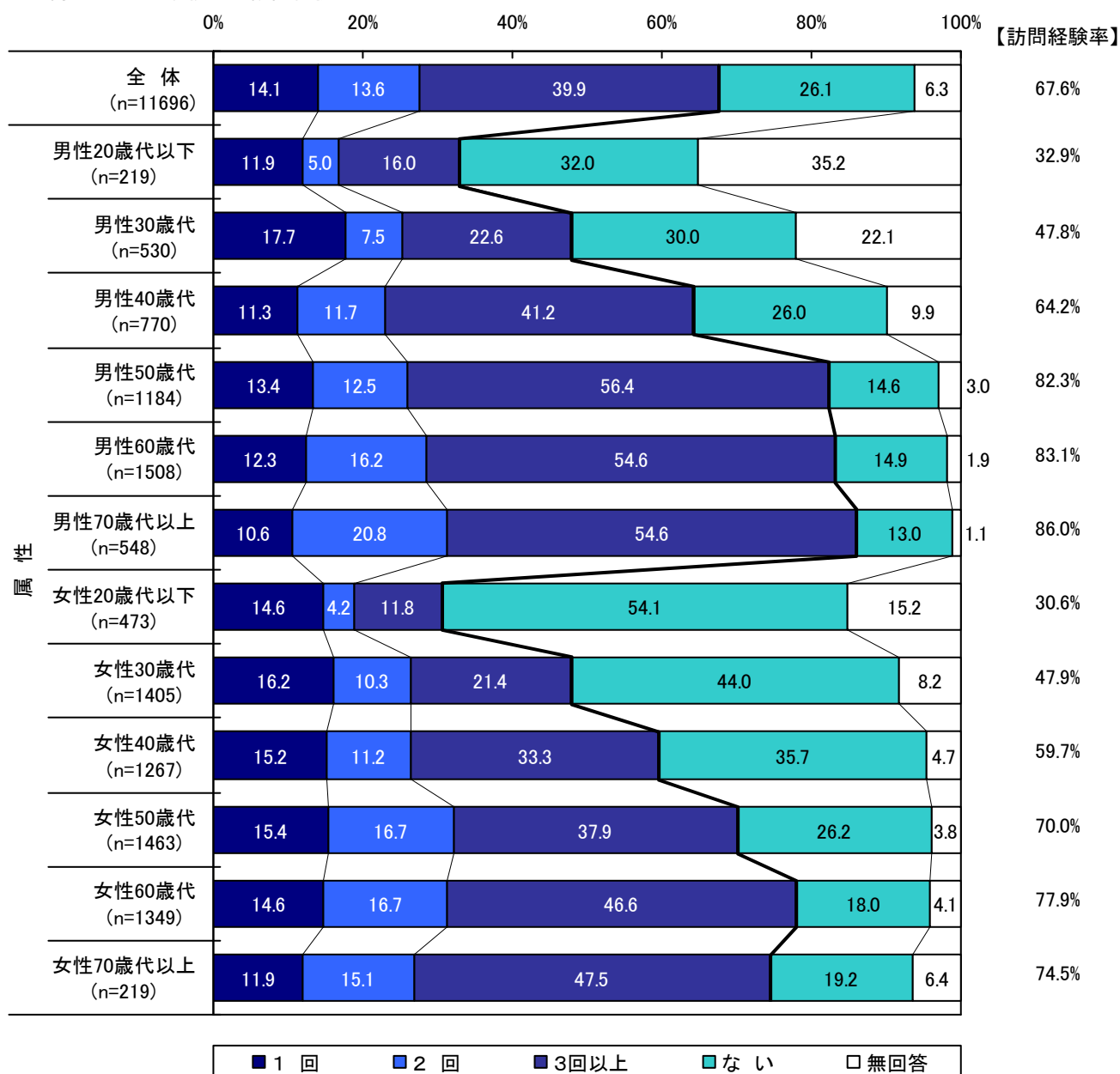


### Ⅲ-4. 若狭路の訪問経験

#### 若狭路の訪問経験が特に多いのは、男性50歳代以上

- 属性別にみた若狭路の訪問経験では、訪問経験率が高最も高い層は男性50歳代以上で、8割を超えている。次いで女性50歳代以上が7割を超えている。

■属性別にみた若狭路の訪問経験

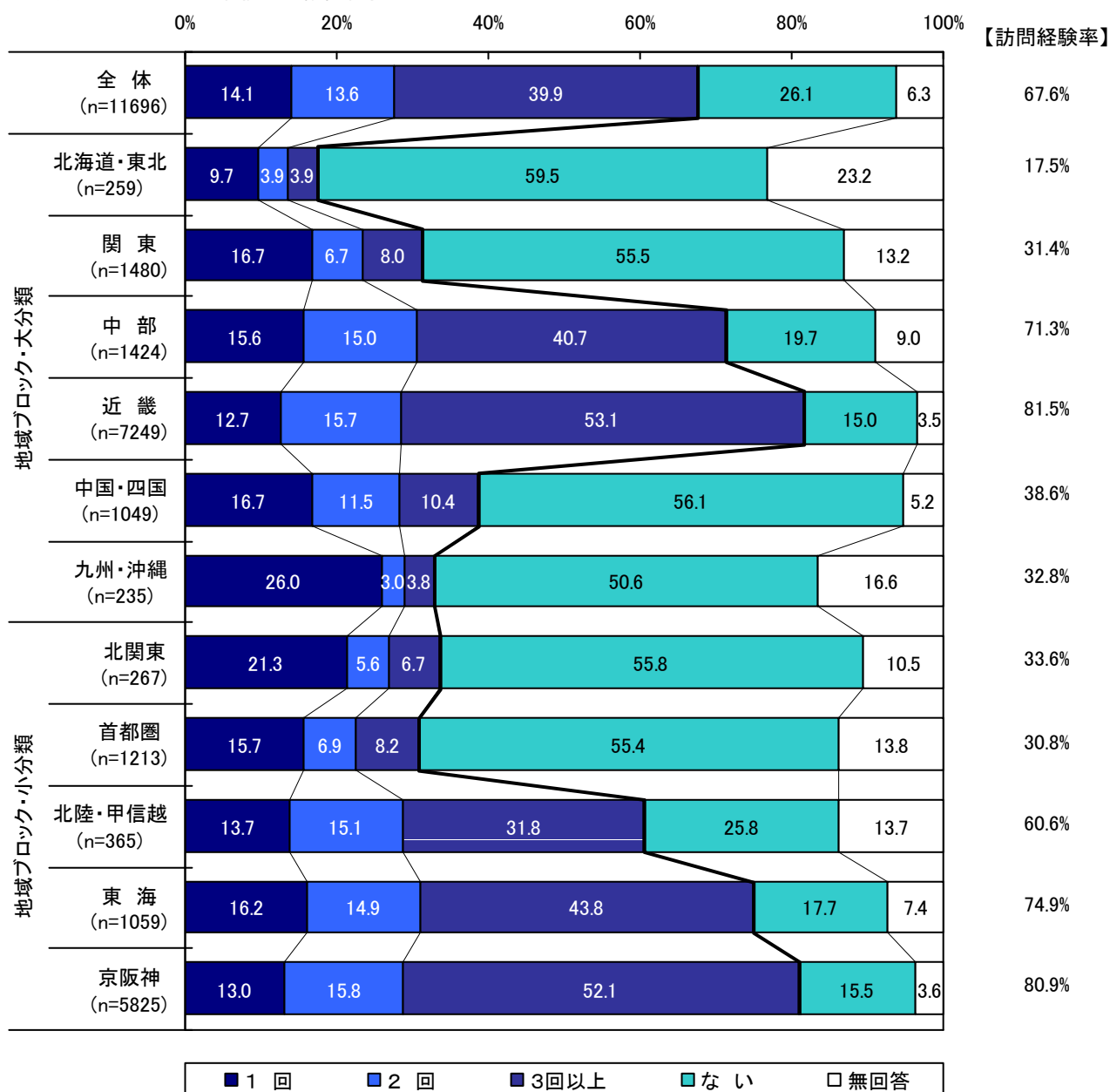


### Ⅲ-4. 若狭路の訪問経験

#### 「近畿」居住者の8割が、若狭路の訪問経験あり

- 地域ブロック別にみた若狭路の訪問経験率は、「近畿」が81.5%で最多。次いで「中部」71.3%が続き、「中国・四国」「九州・沖縄」「関東」が30%台で続く。「北海道・東北」は17.5%に留まっている。
- 「近畿」「中部」は訪問回数も多く、「3回以上」が4～5割を占めている。一方、「中国・四国」「九州・沖縄」「関東」は、「1回」の割合が「2回」「3回以上」より高い。

■地域ブロック別にみた若狭路の訪問経験

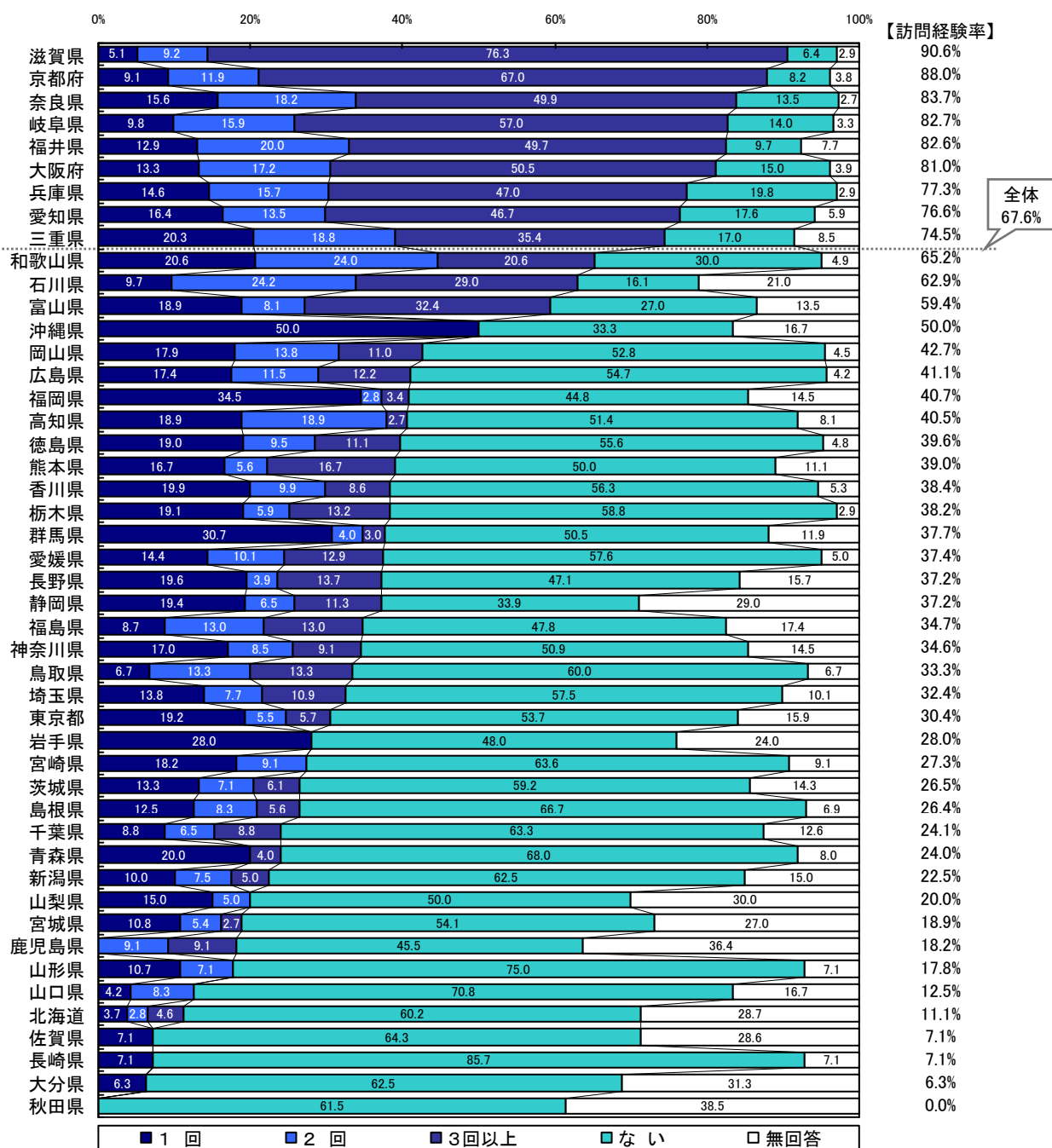


### Ⅲ-4. 若狭路の訪問経験

#### 若狭路の訪問経験率・訪問回数ともに高いのは、隣接する「滋賀県」「京都府」

- 属性別にみた若狭路の訪問経験では、「滋賀県」は訪問経験率・訪問回数3回以上の割合ともにトップ。次いで「京都府」が訪問経験率・訪問回数3回以上の割合ともに第2位となっている。
- 福井県に隣接する他の県では、「岐阜県」の訪問経験率・訪問回数は高いが、「石川県」はさほど高くない。
- 隣接していないが、「奈良県」「大阪府」「兵庫県」「愛知県」「三重県」の訪問経験率は高い。

■ 都道府県別にみた若狭路の訪問経験



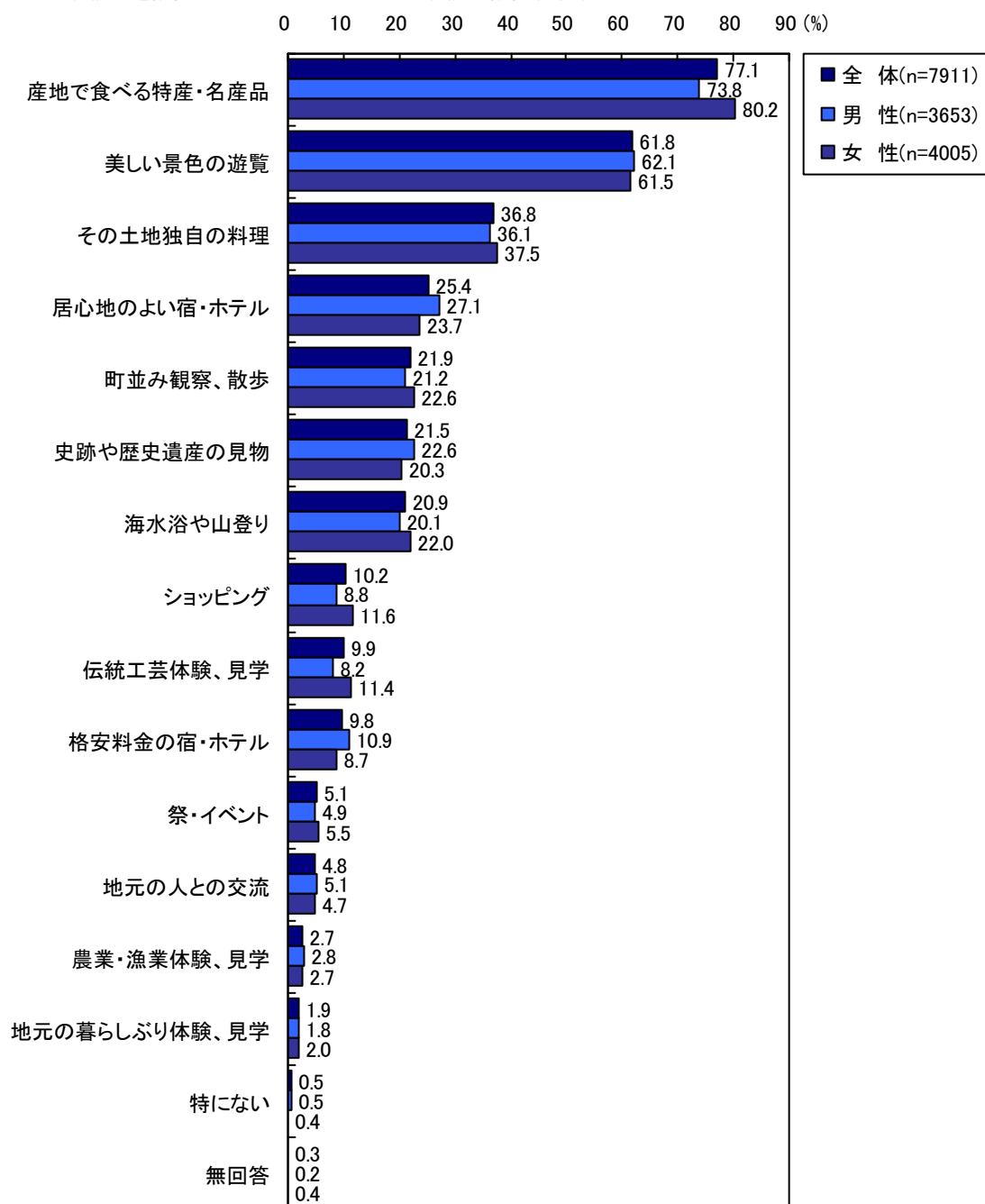
全体 67.6%

### Ⅲ－５．若狭路を訪問したときに満足したこと

#### 若狭路訪問者の満足度が高いコンテンツは、「産地で食べる特産・名産品」と「美しい景色」

- 若狭路を訪問したときに満足したことは、全体では「産地で食べる特産・名産品」が8割でトップ。次いで「美しい景色の遊覧」が6割で続く。3位の「その土地独自の料理」は4割弱となっている。
- 性別では、満足度の高い順は変わらないが、「産地で食べる特産・名産品」は男性より女性の方がやや満足率が高い。

■性別にみた若狭路を訪問したときに満足したこと（若狭路訪問経験者ベース）

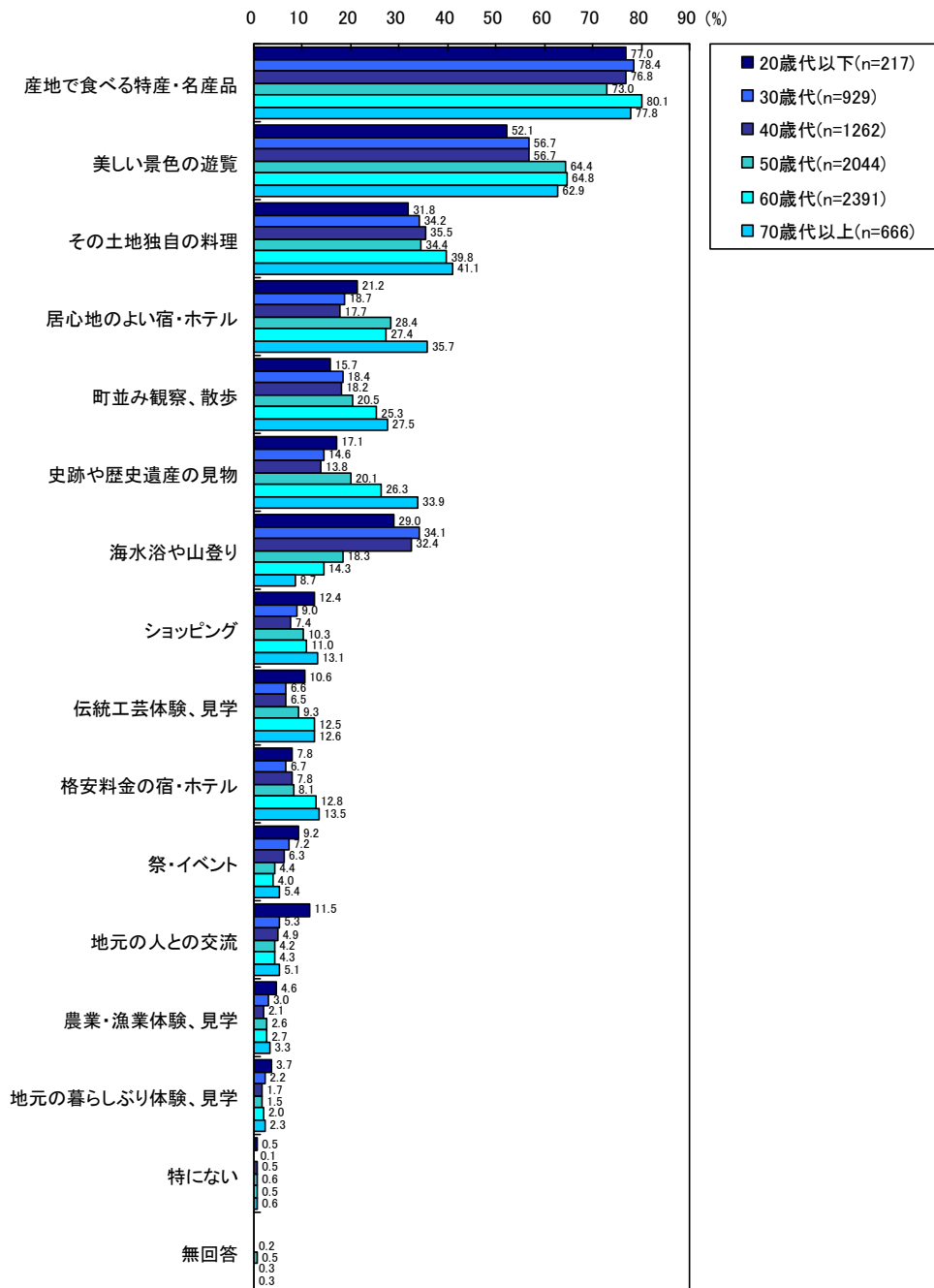


### Ⅲ－５．若狭路を訪問したときに満足したこと

#### 若年層は年配層に比べ、満足していないコンテンツが多い

- 年齢別に若狭路を訪問したときに満足したことをみると、「産地で食べる特産・名産品」に対する満足度は年齢による違いが少ない。
- 「美しい景色の遊覧」「その土地独自の料理」「居心地のよい宿・ホテル」「町並み観察、散歩」「史跡や歴史遺産の見物」については、年齢が高くなるほど満足度が高くなり、特に50歳代以上で高い傾向がみられる。
- 一方、若年層の満足度が年配層より高い項目は「海水浴や山登り」のみという傾向がみられる。

■年齢別にみた若狭路を訪問したときに満足したこと（若狭路若狭路訪問経験者ベース）



### Ⅲ－５．若狭路を訪問したときに満足したこと

#### “若狭路で食べる特産・名産品”の満足度は、女性50歳代以上で特に高い

- 年齢別に若狭路を訪問したときに満足したことをみると、「産地で食べる特産・名産品」に対する満足度は女性50歳代以上で他の層よりやや高い。
- 「史跡や歴史遺産の見物」は男性60歳以上、「伝統工芸体験、見学」は女性60歳代以上で、それぞれ他の層よりやや高い。
- 「海水浴や山登り」については、男女とも40歳代以下の満足度が高い。

■属性別にみた若狭路を訪問したときに満足したこと（若狭路訪問経験者ベース）

	全 体	男 性 2 0 歳 代 以 下	男 性 3 0 歳 代	男 性 4 0 歳 代	男 性 5 0 歳 代	男 性 6 0 歳 代	男 性 7 0 歳 代 以 上	女 性 2 0 歳 代 以 下	女 性 3 0 歳 代	女 性 4 0 歳 代	女 性 5 0 歳 代	女 性 6 0 歳 代	女 性 7 0 歳 代 以 上
調査数	7,911	72	254	494	975	1,254	471	145	672	756	1,024	1,051	163
産地で食べる特産・名産品	77.1	70.8	76.8	77.9	62.9	79.3	75.4	80.0	79.0	75.9	<b>82.4</b>	81.4	<b>82.8</b>
美しい景色の遊覧	61.8	56.9	51.2	56.9	65.2	64.8	62.4	49.7	58.9	56.9	64.1	64.8	62.6
その土地独自の料理	36.8	29.2	31.9	32.4	30.3	40.6	<b>42.0</b>	33.1	35.3	37.8	37.7	38.5	<b>42.3</b>
居心地のよい宿・ホテル	25.4	12.5	14.6	17.8	<b>34.1</b>	26.2	<b>34.4</b>	25.5	20.2	17.7	23.3	28.5	<b>39.3</b>
町並み観察、散歩	21.9	13.9	18.1	16.6	17.7	24.6	26.1	16.6	18.6	19.0	23.4	26.4	<b>30.1</b>
史跡や歴史遺産の見物	21.5	20.8	15.4	12.1	18.2	<b>26.5</b>	<b>36.9</b>	15.2	14.4	15.1	21.7	26.0	<b>28.2</b>
海水浴や山登り	20.9	<b>29.2</b>	<b>35.8</b>	<b>32.4</b>	19.1	15.5	8.9	<b>29.0</b>	<b>33.3</b>	<b>32.7</b>	17.5	12.7	9.2
ショッピング	10.2	6.9	5.1	7.3	7.5	9.3	13.0	<b>15.2</b>	10.6	7.5	13.1	13.3	14.1
伝統工芸体験、見学	9.9	11.1	4.7	4.9	5.9	10.2	11.7	10.3	7.3	7.4	12.9	<b>15.0</b>	<b>16.6</b>
格安料金の宿・ホテル	9.8	9.7	5.9	7.5	7.4	<b>14.9</b>	13.6	6.9	7.0	8.1	8.4	10.4	12.9
祭・イベント	5.1	5.6	8.7	5.5	4.0	4.3	5.9	<b>11.0</b>	6.7	6.9	4.9	3.7	4.9
地元の人との交流	4.8	<b>13.9</b>	5.1	5.5	4.0	5.0	4.9	<b>10.3</b>	5.4	4.6	4.5	3.6	6.1
農業・漁業体験、見学	2.7	6.9	3.1	1.2	2.4	3.0	3.8	3.4	3.0	2.6	2.7	2.7	2.5
地元の暮らしぶり体験、見学	1.9	2.8	2.4	1.0	1.5	2.1	2.1	4.1	2.1	2.1	1.6	1.9	3.1
特にない	0.5	1.4	0.4	0.2	0.7	0.5	0.8	0.0	0.0	0.7	0.5	0.4	0.0
無回答	0.3	0.0	0.0	0.0	0.3	0.1	0.2	0.0	0.0	0.4	0.7	0.6	0.6

※太字斜体は全体より5ポイント以上、  
太字斜体＋網掛けは全体より10ポイント以上上回る項目

### Ⅲ－５．若狭路を訪問したときに満足したこと

#### 北海道・東北・関東居住者は“町並みや史跡”、九州・沖縄居住者は“食と景色”に満足

- 地域ブロック別に若狭路を訪問したときに満足したことをみると、「北海道・東北」と「関東」居住者は、他の層に比べて「町並み観察、散歩」「史跡や歴史遺産の見物」に対する満足度が高い。
- 「九州・沖縄」居住者は、他の層に比べて「産地で食べる特産・名産品」「美しい景色の遊覧」「その土地独自の料理」に対する満足度が高い。
- よって、この“町並みや史跡”と“食と景色”の2要素は、遠隔地からの集客コンテンツとして有望といえる。

■地域ブロック別にみた若狭路を訪問したときに満足したこと（若狭路訪問経験者ベース）

	全 体	地域ブロック・大分類						地域ブロック・小分類				
		北 海 道 ・ 東 北	関 東	中 部	近 畿	中 国 ・ 四 国	九 州 ・ 沖 縄	北 関 東	首 都 圏	北 陸 ・ 甲 信 越	東 海	京 阪 神
調査数	7,911	45	464	1,015	5,905	405	77	90	374	221	794	4,715
産地で食べる特産・名産品	77.1	66.7	73.5	73.8	78.4	70.9	<b>83.1</b>	78.9	72.2	59.3	77.8	77.2
美しい景色の遊覧	61.8	62.2	61.2	60.6	62.3	54.8	<b>72.7</b>	52.2	63.4	64.7	59.4	62.0
その土地独自の料理	36.8	28.9	36.9	32.5	37.1	39.0	<b>64.9</b>	31.1	38.2	30.8	33.0	36.9
居心地のよい宿・ホテル	25.4	20.0	24.4	24.0	26.1	21.7	22.1	24.4	24.3	19.5	25.3	25.8
町並み観察、散歩	21.9	<b>33.3</b>	25.2	22.1	21.4	23.0	24.7	13.3	<b>28.1</b>	<b>32.1</b>	19.3	21.9
史跡や歴史遺産の見物	21.5	<b>46.7</b>	<b>32.5</b>	23.4	20.0	23.7	22.1	<b>36.7</b>	<b>31.6</b>	<b>33.9</b>	20.5	19.9
海水浴や山登り	20.9	6.7	11.0	21.2	22.8	8.4	6.5	5.6	12.3	18.1	22.0	23.4
ショッピング	10.2	6.7	7.5	11.4	10.3	8.9	11.7	5.6	8.0	8.1	12.3	9.9
伝統工芸体験、見学	9.9	11.1	11.2	8.9	9.9	9.9	10.4	6.7	12.3	12.7	7.8	9.8
格安料金の宿・ホテル	9.8	0.0	6.0	10.9	10.2	6.7	7.8	4.4	6.4	8.1	11.7	10.3
祭・イベント	5.1	2.2	5.0	5.9	5.1	3.2	6.5	5.6	4.8	<b>13.1</b>	3.9	4.8
地元の人との交流	4.8	4.4	6.9	5.3	4.6	5.4	2.6	6.7	7.0	6.3	5.0	4.5
農業・漁業体験、見学	2.7	2.2	2.2	2.6	2.8	2.0	5.2	1.1	2.4	3.6	2.3	2.8
地元の暮らしぶり体験、見学	1.9	2.2	2.2	2.1	1.8	1.5	6.5	1.1	2.4	4.1	1.5	1.8
特にない	0.5	2.2	0.2	0.9	0.4	0.5	0.0	0.0	0.3	0.9	0.9	0.5
無回答	0.3	0.0	0.0	0.6	0.3	0.5	0.0	0.0	0.0	0.5	0.6	0.3

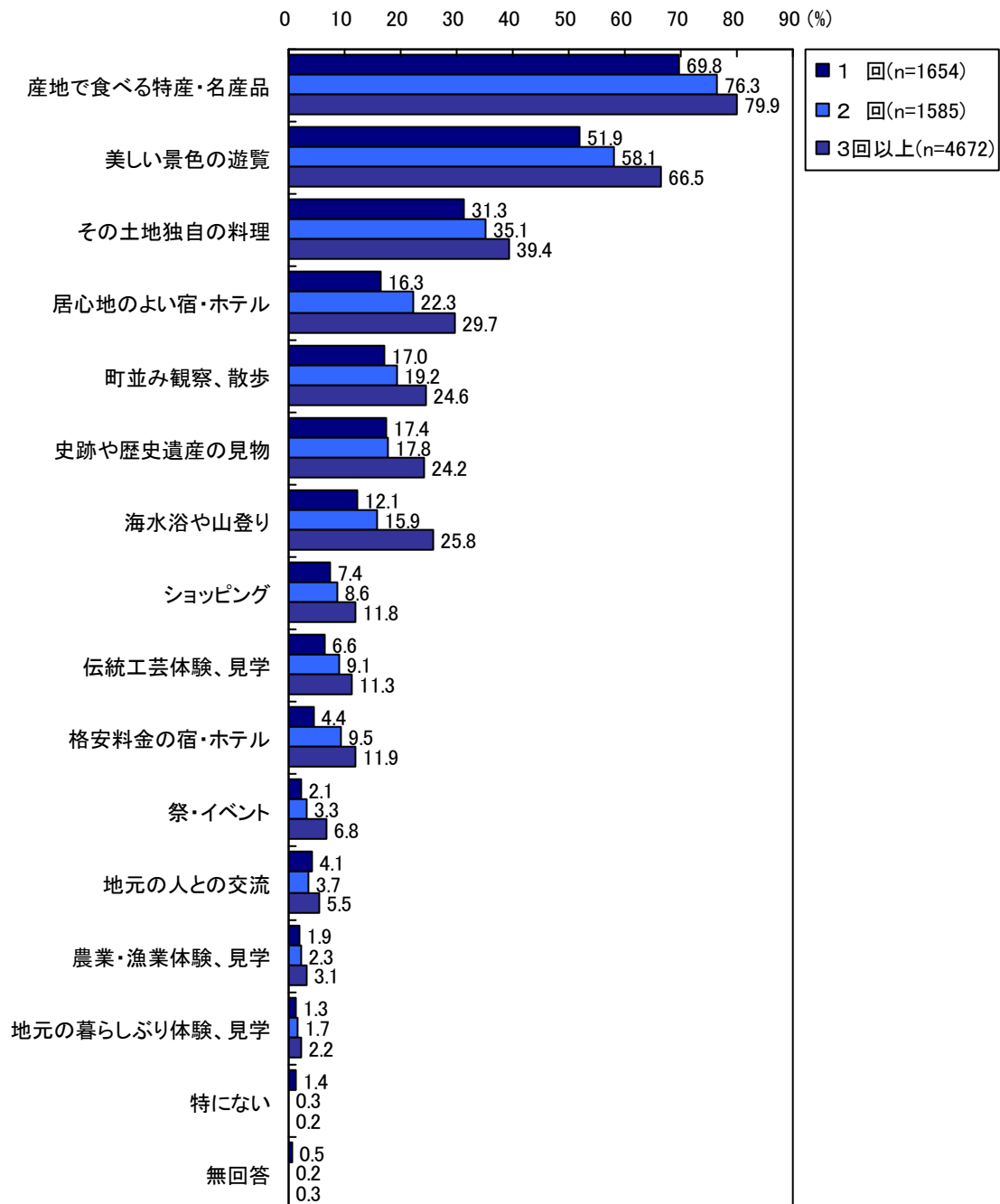
※太字斜体は全体より5ポイント以上、  
太字斜体＋網掛けは全体より10ポイント以上上回る項目

### Ⅲ－５．若狭路を訪問したときに満足したこと

#### 若狭路リピーターほど満足度が高いのは、“景色”“海水浴や山登り”“宿・ホテル”

- 若狭路の訪問回数別に若狭路で満足したことをみると、ほぼすべての項目で、訪問回数が増えるほど満足度が高くなっている。
- その中で、訪問回数1回の満足度に比べて、同3回以上の方が10ポイント以上高い項目を挙げると、「美しい景色の遊覧(14.6ポイント差)」「海水浴や山登り(13.7ポイント差)」「居心地のよい宿・ホテル(13.4ポイント差)」「産地で食べる特産・名産品(10.1ポイント差)」の4点。これらはリピーターの評価が高いと言える。

■若狭路の訪問回数別にみた若狭路を訪問したときに満足したこと（若狭路訪問経験者ベース）



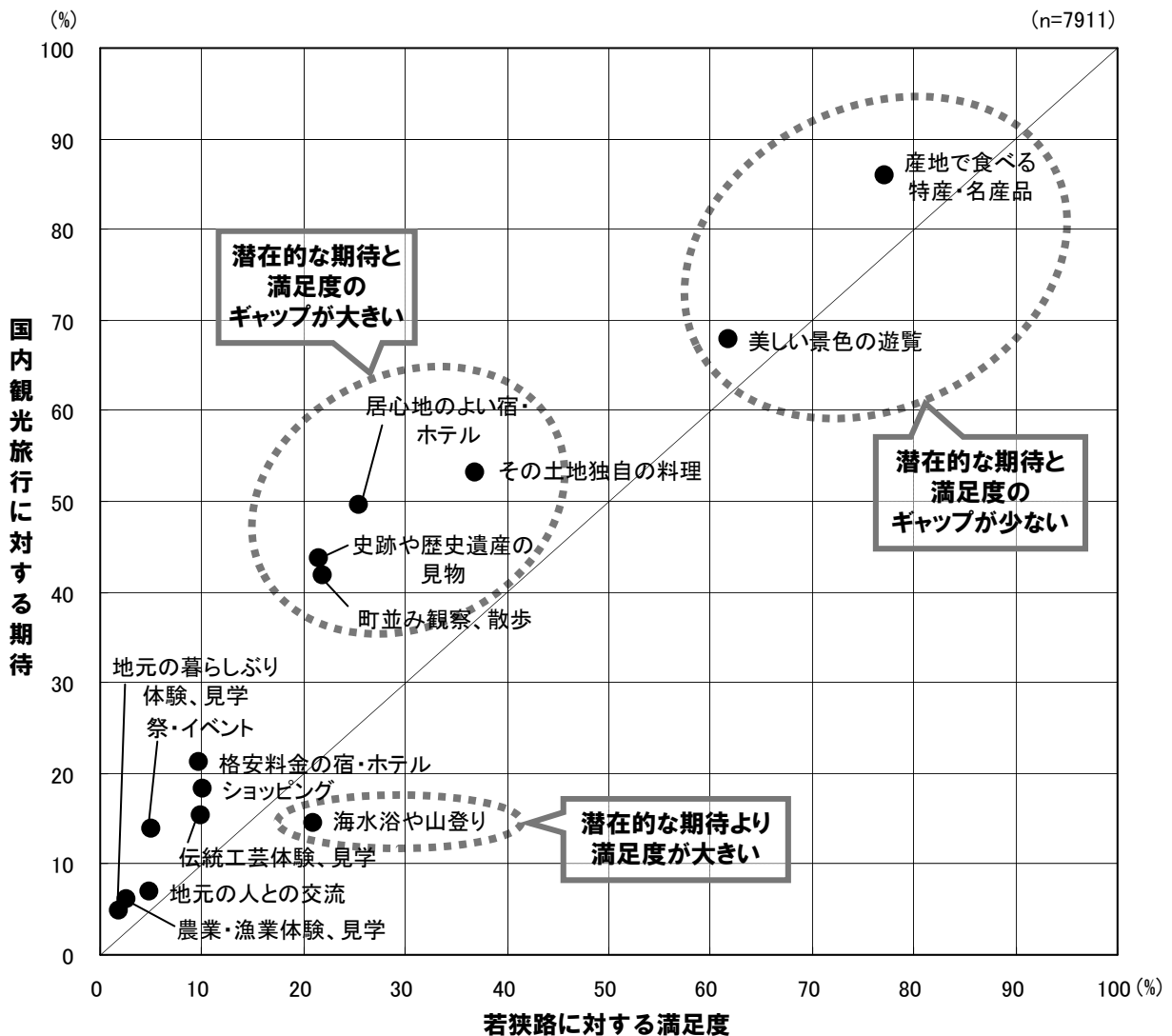


### Ⅲ－6. 国内観光旅行に対する期待と「若狭路」満足度のギャップ

#### 潜在的な期待に応えたいコンテンツは、“宿・ホテル”“史跡や町並み”“郷土料理”

- 生活者が国内観光旅行に期待すること(潜在的な期待)と、若狭路訪問時の満足度とのギャップをみると、「産地で食べる特産・名産品」と「美しい景色の遊覧」はそのギャップが少なく、来訪者の潜在的な期待に応えられていると言える。また、「海水浴や山登り」は来訪者の潜在的な期待を満足度が上回っており、観光コンテンツとしてより充実していくことが効果的と言える。
- 一方、「居心地のよい宿・ホテル」「史跡や歴史遺産の見物」「町並み観察、散歩」「その土地独自の料理」は、来訪者の潜在的な期待と満足度とのギャップが大きく、期待に応える対策が必要と言える。

■「国内観光旅行に対する期待」と「若狭路に対する満足」のギャップ（若狭路訪問経験者ベース）

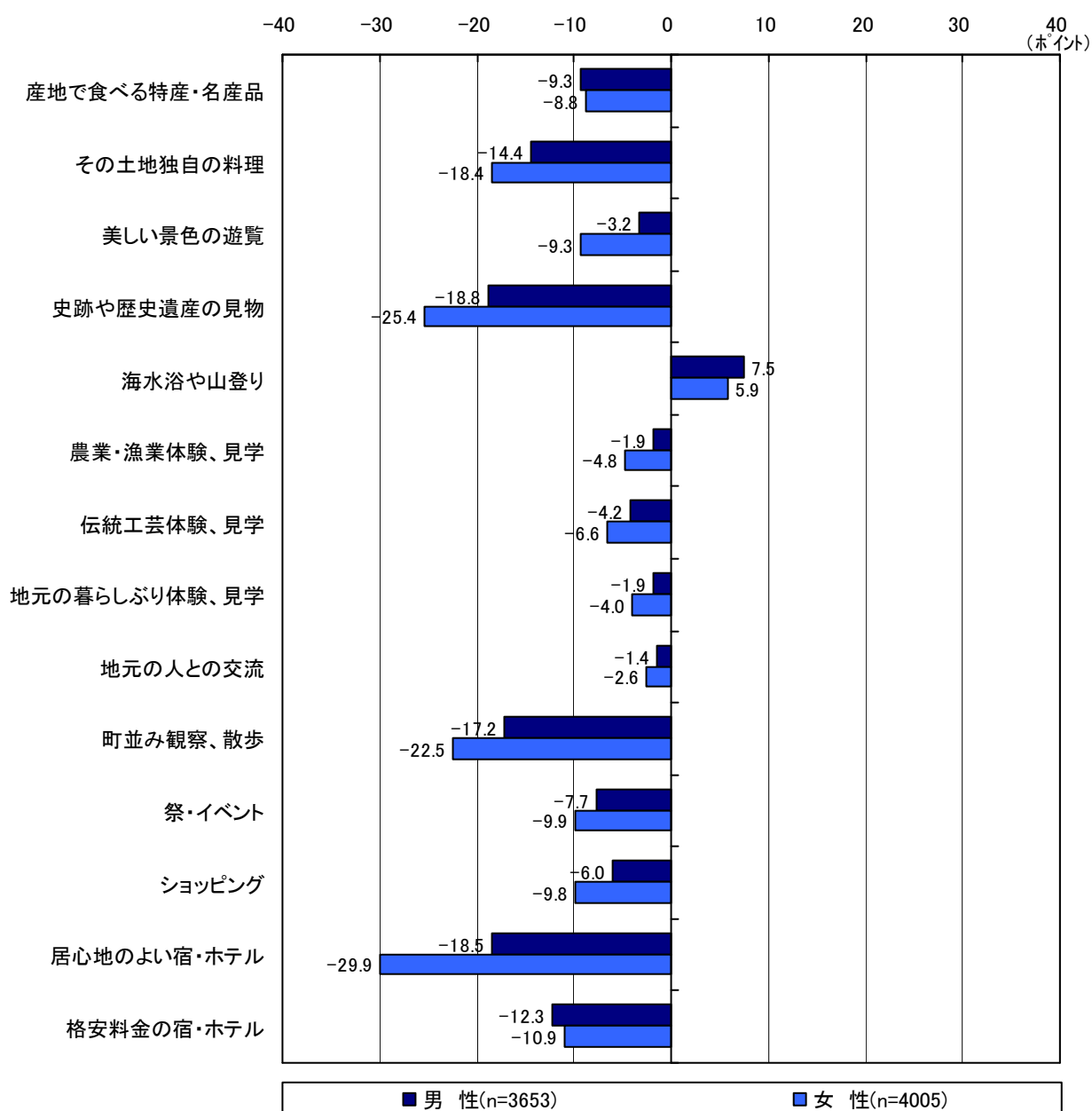


### Ⅲ－6. 国内観光旅行に対する期待と「若狭路」満足度のギャップ

#### 女性客の潜在的な期待に応える必要が高いコンテンツは、“宿・ホテル”“史跡や町並み”

- 生活者が国内観光旅行に期待すること(潜在的な期待)と、若狭路訪問時の満足度とのギャップを性別で見ると、ほとんどの項目で、男性より女性の方が潜在的な期待に対する満足度のギャップが大きくなっている。
- なかでも「居心地のよい宿・ホテル」は、女性の潜在的な期待に応えられていない度合いがもっとも高い。次いで「史跡や歴史遺産の見物」「町並み観察、散歩」も、女性の潜在的な期待に応えられていない度合いが高い。

■性別にみた「国内観光旅行に対する期待」と「若狭路に対する満足」のギャップ（若狭路訪問経験者ベース）  
 ※「満足」の割合から「期待」の割合を引いた差の値・・・値が小さいほど潜在的な期待に対する満足度が低い

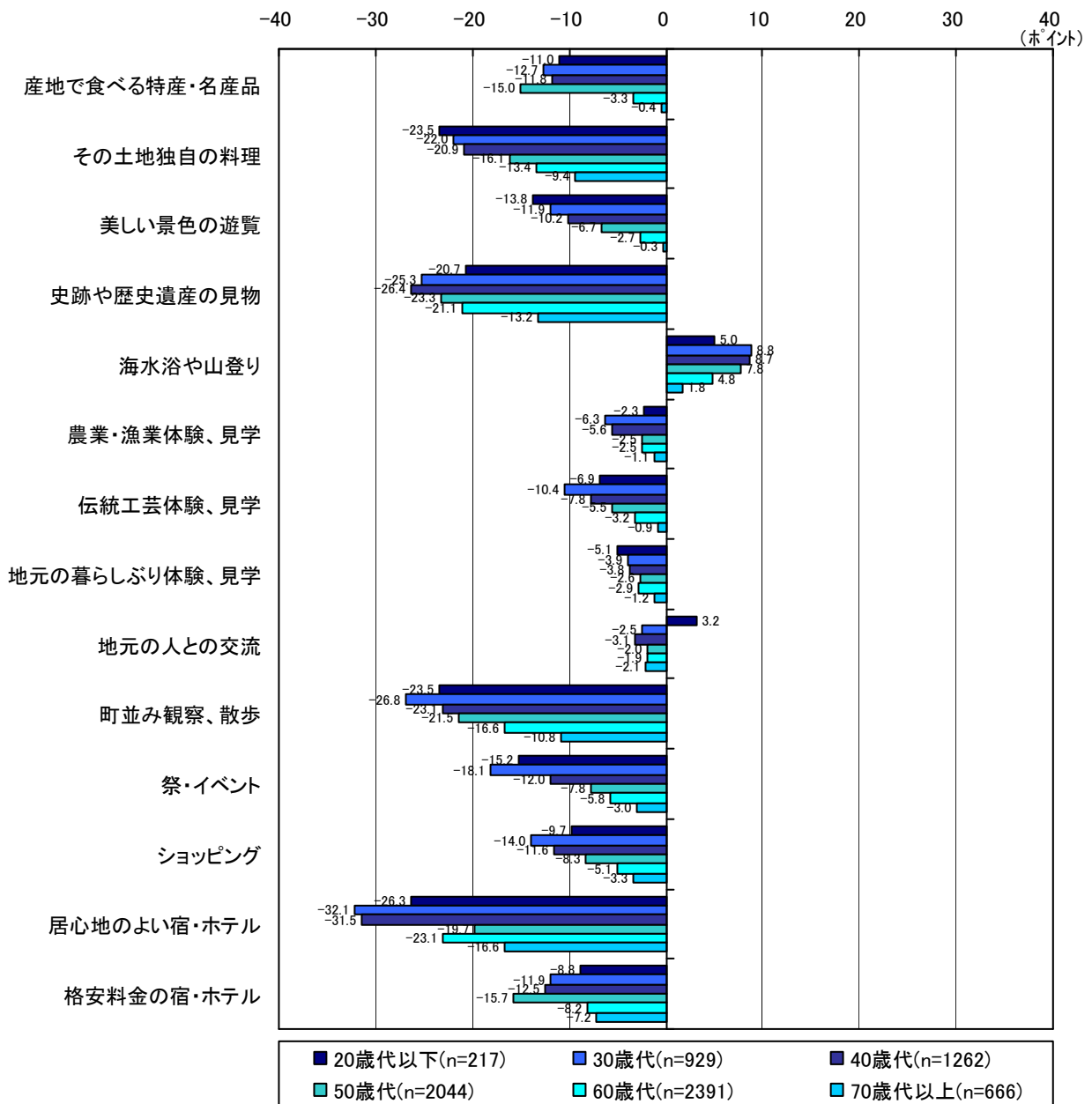


### Ⅲ－6. 国内観光旅行に対する期待と「若狭路」満足度のギャップ

#### 若年層の潜在的な期待に応えるためには、宿泊・観光ポイント・料理の充実が望まれる

- 生活者が国内観光旅行に期待すること(潜在的な期待)と、若狭路訪問時の満足度とのギャップを年齢別で見ると、ほとんどの項目で、年配層より若年層の方が潜在的な期待に対する満足度のギャップが大きい。
- なかでも「その土地独自の料理」と「美しい景色の遊覧」はその傾向が顕著。また「居心地のよい宿・ホテル」と「史跡や歴史遺産の見物」は30～40歳代、「町並み観察、散歩」「祭・イベント」「ショッピング」は30歳代でギャップが大きい。

■年齢別にみた「国内観光旅行に対する期待」と「若狭路に対する満足」のギャップ（若狭路訪問経験者ベース）  
 ※「満足」の割合から「期待」の割合を引いた差の値・・・値が小さいほど潜在的な期待に対する満足度が低い



### Ⅲ－6. 国内観光旅行に対する期待と「若狭路」満足度のギャップ-考察

国内観光旅行に対する潜在的な期待(=ニーズ)に応えることは、新規来訪者の獲得につなげていくために重要なポイントとなる。

<p>国内観光旅行に対する潜在的な期待(=ニーズ)</p>	<p><b>旅行者の潜在的期待のトップは「産地で食べる特産・名産品」</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 「その土地独自の料理」も含め、“現地の食”に対する潜在的な期待は若年層ほど高い</li> </ul> <p><b>年配層ほど「居心地のよい宿・ホテル」に期待する傾向あり</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 特に女性50歳代以上、または夫婦で旅行することが多い人は、「居心地のよい宿・ホテル」に対するニーズが強い</li> </ul> <p><b>景色や史跡、町並みなどの観光コンテンツへの期待が大きいのは、女性50歳代</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 「祭・イベント」「海水浴・山登り」は40歳代以下の期待率が高い</li> </ul>
-------------------------------	--

<p>潜在的な期待に対する「若狭路」満足とのギャップ</p>	<p><b>若狭路訪問者の満足度が高いコンテンツは「産地で食べる特産・名産品」と「美しい景色」で、潜在的な期待とのギャップも少ない</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ “若狭路で食べる特産・名産品”の満足度は、どの年齢でも高い</li> <li>➢ “若狭路の美しい景色”は、年齢が高くなるほど満足度も高くなり、特に50歳代以上で高い</li> <li>➢ しかし若年層は、年配層ほど満足していないコンテンツが多い</li> </ul> <p><b>潜在的な期待に対する若狭路の満足ギャップが大きい要素は、「宿・ホテル」「史跡や町並み」「郷土料理」</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 「その土地独自の料理」「美しい景色」は若年層のギャップが特に顕著</li> <li>➢ 「居心地のよい宿・ホテル」「史跡や歴史遺産」は30～40歳代、「町並み観察、散歩」「祭・イベント」「ショッピング」は30歳代のギャップが大きい</li> </ul> <p><b>若狭路リピーターほど満足度が高いのは、「美しい景色」「海水浴や山登り」「居心地のよい宿・ホテル」</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 特産・名産品の満足度も高いが、リピーターだからという特徴は少ない</li> </ul>
--------------------------------	---



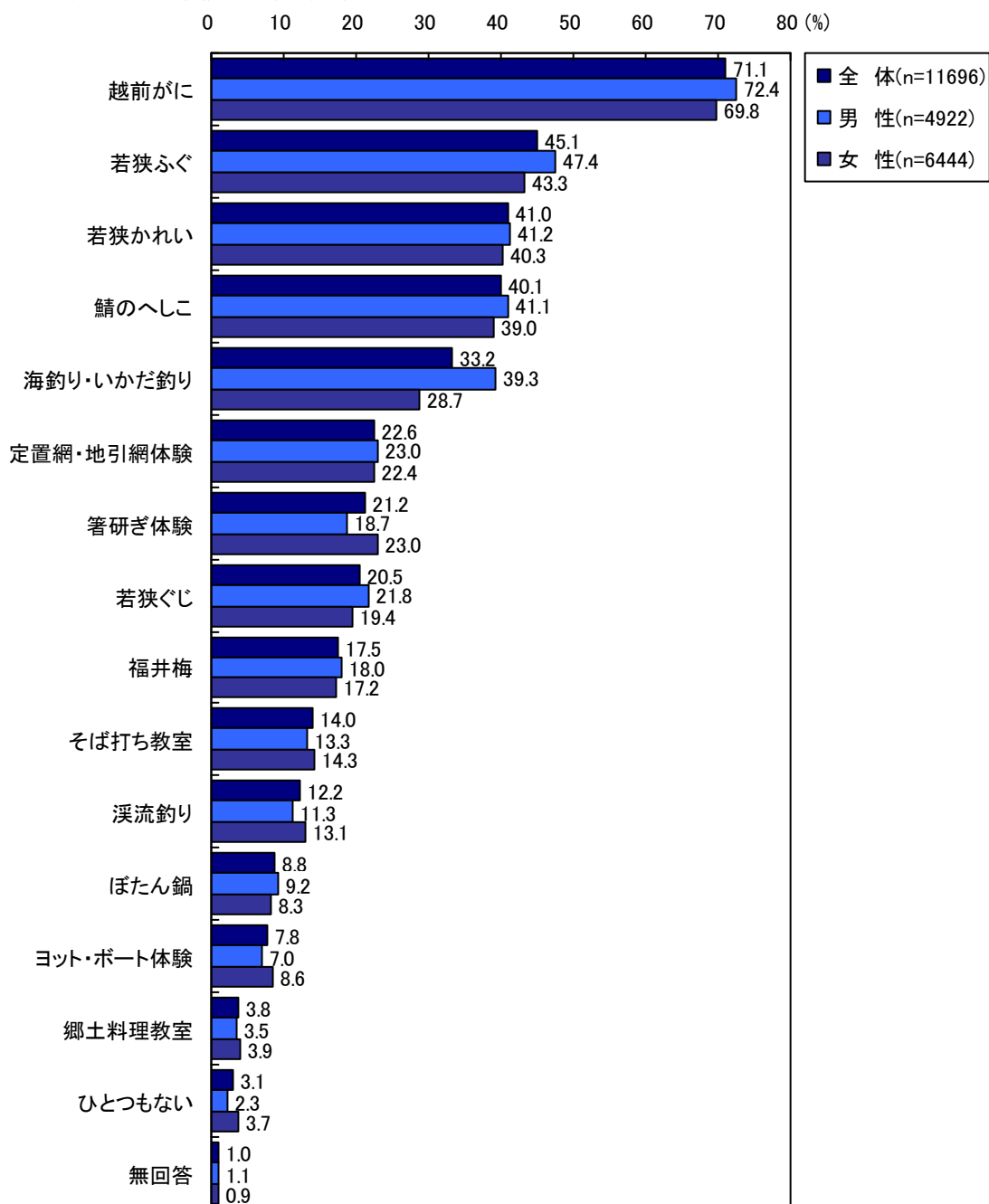
- 若狭路の特産・名産品や景色に対する来訪者の満足度は高いが、潜在的な期待感を上回るような“オドロキ”や“発見”には至っていない。よって、集客力向上のためには、特産・名産品に依存しすぎず、新たな魅力付けを付加することが肝要である。
- 若年層は食文化も含めて“現地の食”に対する期待値(ニーズ)が高いため、若狭路の特産・名産品も、若年層に強くアピールできるような商品・メニュー開発などが望まれる。
- 若狭路に対する期待と満足のギャップが目立つのは、「居心地のよい宿・ホテル」と「史跡や町並み」。宿泊施設のホスピタリティ向上と、滞在する目的となり、滞在中も楽しく過ごせるような観光名所の整備など、観光コンテンツを充実することが望まれる。

### Ⅲ－７．若狭路の観光資源の認知状況

#### 若狭路の観光資源・知名度No.1は「越前がに」

- 若狭路の観光資源の認知率は、全体では「越前がに」がトップで、他を圧倒している。次いで「若狭ふぐ」「若狭かれい」「鯖のへしこ」と、地元の特産・名産品が続く。
- 観光体験メニューでは、「海釣り・いかだ釣り」「定置網・地引網体験」の認知率が高い。
- 性別では、ほとんどの項目で男女差は少ないが、「海釣り・いかだ釣り」の認知率は男性の方が高くなっている。

■性別にみた、知っている若狭路の観光資源

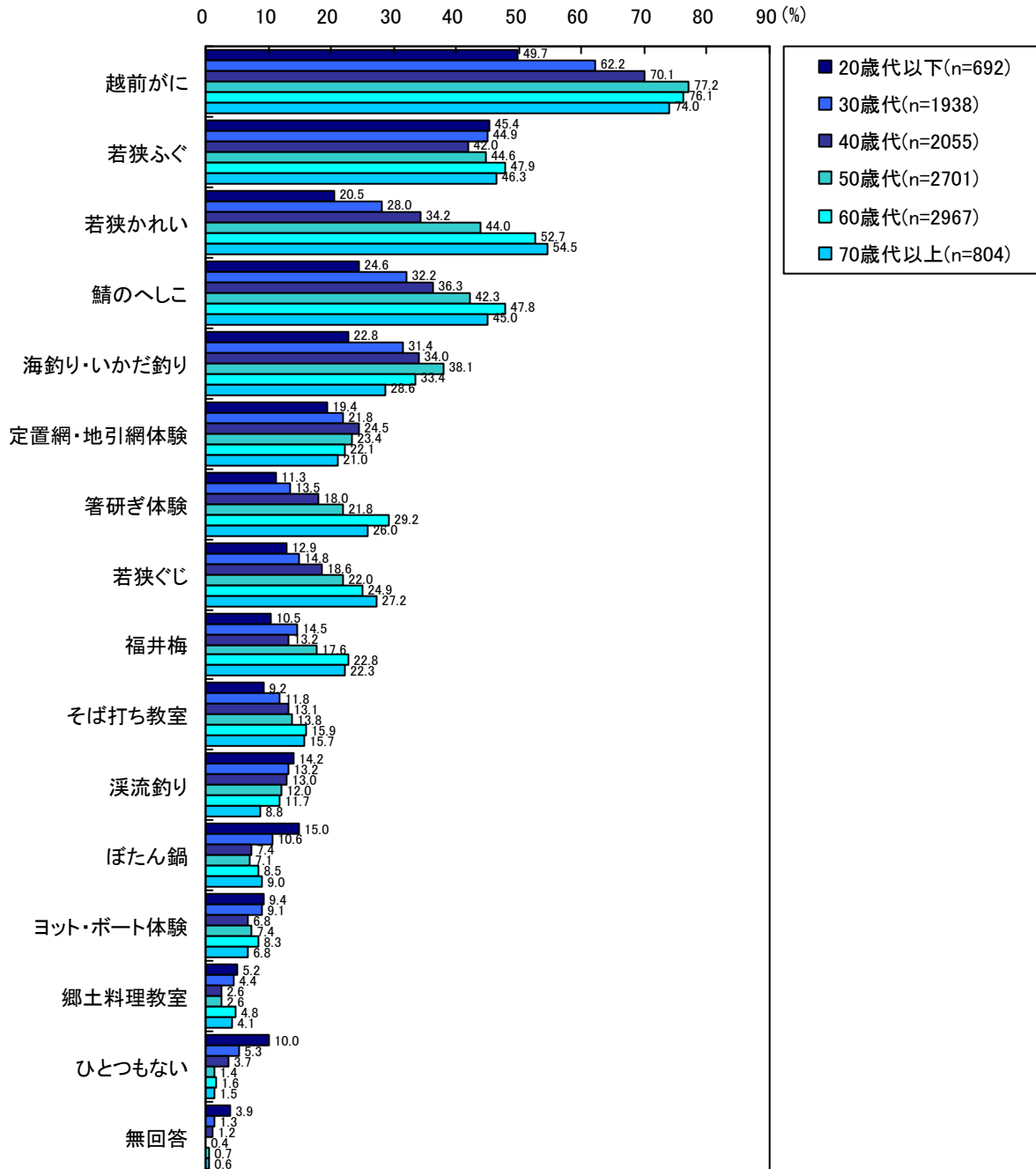


### Ⅲ－７．若狭路の観光資源の認知状況

#### 「若狭ふぐ」以外の特産・名産品は、年配層ほど認知率が高い

- 年齢別に若狭路の観光資源の認知率をみると、「若狭ふぐ」は違いがほとんどないが、「越前がに」「若狭かれい」「鯖のへしこ」「若狭ぐじ」「福井梅」は年齢が高くなるほど認知率が高い。
- 観光体験メニューでは、「箸研ぎ体験」も年配層ほど認知率が高いが、「海釣り・いかだ釣り」「定置網・地引網体験」は30～40歳代の認知率が他の層より高い。
- 20歳代以下では、「ひとつもない」が1割を占める。

■年齢別にみた、知っている若狭路の観光資源



### Ⅲ－7. 若狭路の観光資源の認知状況

#### 体験メニューのうち、釣りは中高年男性、箸研ぎは年配女性の認知率が高い

- 属性別に若狭路の観光資源の認知率をみると、「海釣り・いかだ釣り」は男性40～60歳代で認知率が高い。
- 「箸研ぎ体験」は女性50歳代以上、「福井梅」は女性60歳代以上で認知率が高い。

#### ■属性別にみた、知っている若狭路の観光資源

	全 体	男 性 2 0 歳 代 以 下	男 性 3 0 歳 代	男 性 4 0 歳 代	男 性 5 0 歳 代	男 性 6 0 歳 代	男 性 7 0 歳 代 以 上	女 性 2 0 歳 代 以 下	女 性 3 0 歳 代	女 性 4 0 歳 代	女 性 5 0 歳 代	女 性 6 0 歳 代	女 性 7 0 歳 代 以 上
調査数	11,696	219	530	770	1,184	1,508	548	473	1,405	1,267	1,463	1,349	219
越前がに	71.1	43.8	56.0	70.0	<b>79.8</b>	<b>77.7</b>	72.6	52.4	64.5	70.3	75.3	73.8	75.3
若狭ふぐ	45.1	41.1	45.8	48.2	45.1	<b>50.8</b>	47.3	47.4	44.4	38.6	43.9	44.6	44.7
若狭かれい	41.0	24.7	30.2	34.4	37.2	<b>51.1</b>	<b>49.5</b>	18.6	27.2	34.0	<b>49.1</b>	<b>54.5</b>	<b>64.8</b>
鯖のへしこ	40.1	23.7	28.7	39.2	40.5	<b>48.8</b>	43.8	24.9	33.7	34.5	43.6	<b>47.1</b>	<b>47.9</b>
海釣り・いかだ釣り	33.2	21.5	30.4	<b>39.4</b>	<b>49.5</b>	<b>39.7</b>	31.9	23.5	31.9	31.0	28.8	26.3	21.5
定置網・地引網体験	22.6	20.1	23.8	24.8	22.5	22.6	21.9	19.0	21.1	24.6	23.9	21.5	18.7
箸研ぎ体験	21.2	8.7	11.1	14.9	16.1	24.6	25.0	12.5	14.4	19.7	<b>26.6</b>	<b>34.1</b>	<b>29.7</b>
若狭ぐじ	20.5	15.1	15.7	20.9	21.8	25.0	24.1	11.8	14.4	17.1	21.9	24.9	<b>34.7</b>
福井梅	17.5	11.4	14.3	14.9	15.6	22.3	20.8	10.1	14.5	12.2	18.9	<b>23.7</b>	<b>26.5</b>
そば打ち教室	14.0	9.6	10.0	13.5	11.7	14.9	14.2	9.1	12.5	13.1	15.2	16.5	<b>20.5</b>
溪流釣り	12.2	16.0	13.2	12.3	10.1	10.7	9.3	13.3	13.2	13.6	13.5	12.9	8.7
ぼたん鍋	8.8	12.8	12.1	9.6	6.7	9.8	8.0	<b>16.1</b>	10.0	6.2	7.5	6.9	11.0
ヨット・ボート体験	7.8	<b>12.8</b>	9.1	6.5	5.4	7.3	6.8	7.8	9.1	7.1	8.8	9.6	7.8
郷土料理教室	3.8	5.9	5.8	2.7	2.4	3.6	3.1	4.9	3.8	2.5	2.7	5.9	6.8
ひとつもない	3.1	<b>10.0</b>	4.7	3.1	1.0	1.5	1.3	<b>9.9</b>	5.6	4.2	1.8	1.7	1.8
無回答	1.0	<b>8.7</b>	2.3	0.9	0.3	0.5	0.9	1.7	1.0	1.3	0.5	0.8	0.0

※太字斜体は全体より5ポイント以上、  
太字斜体＋網掛けは全体より10ポイント以上上回る項目

### Ⅲ－7. 若狭路の観光資源の認知状況

#### 「越前がに」の知名度も、北海道・東北、関東、九州・沖縄居住者ではやや低くなる

- 地域ブロック別に若狭路の観光資源の認知率をみると、「越前がに」は近畿、中部、中国・四国では認知率が高いが、北海道・東北、九州・沖縄、関東では全体平均より低い。
- 「若狭かれい」「鯖のへしこ」「海釣り・いかだ釣り」「箸研ぎ体験」も、近畿、中部では認知率が高いが、他の地域では低い。また「若狭ふぐ」は中国・四国での認知率が特に低い。
- 「定置網・地引網体験」は、地域による認知率の差が少ない。

■地域ブロック別にみた、知っている若狭路の観光資源

	全 体	地域ブロック・大分類						地域ブロック・小分類				
		北 海 道 ・ 東 北	関 東	中 部	近 畿	中 国 ・ 四 国	九 州 ・ 沖 縄	北 関 東	首 都 圏	北 陸 ・ 甲 信 越	東 海	京 阪 神
調査数	11,696	259	1,480	1,424	7,249	1,049	235	267	1,213	365	1,059	5,825
越前がに	71.1	49.4	59.7	68.0	76.0	67.2	53.2	59.9	59.6	54.8	72.6	75.2
若狭ふぐ	45.1	44.4	41.1	47.7	47.5	31.3	45.1	41.2	41.1	<b>60.0</b>	43.4	47.3
若狭かれい	41.0	28.2	32.6	40.0	45.6	28.4	31.1	27.0	33.9	<b>52.1</b>	35.9	45.4
鯖のへしこ	40.1	21.2	28.3	38.6	<b>45.4</b>	30.3	23.0	24.3	29.2	<b>49.3</b>	34.9	44.7
海釣り・いかだ釣り	33.2	12.4	21.1	34.0	38.0	22.6	26.4	22.5	20.8	30.4	35.2	37.7
定置網・地引網体験	22.6	20.5	18.9	22.6	24.2	18.3	18.7	21.3	18.3	26.8	21.2	23.7
箸研ぎ体験	21.2	9.3	11.4	20.6	25.3	13.4	7.7	9.0	11.9	<b>31.2</b>	17.0	25.0
若狭ぐじ	20.5	17.4	15.7	18.7	23.3	13.1	12.8	14.2	16.0	<b>31.0</b>	14.4	23.1
福井梅	17.5	17.0	9.8	<b>26.9</b>	19.0	7.3	11.9	9.7	9.8	<b>45.2</b>	20.6	17.8
そば打ち教室	14.0	6.6	9.1	15.9	16.1	7.5	4.7	5.2	9.9	16.7	15.6	14.9
溪流釣り	12.2	8.9	11.2	13.5	12.5	9.7	<b>18.3</b>	12.0	11.0	<b>20.5</b>	11.0	12.0
ぼたん鍋	8.8	<b>15.4</b>	13.6	10.2	7.1	8.7	<b>14.0</b>	<b>16.9</b>	12.9	<b>19.7</b>	6.9	7.1
ヨット・ボート体験	7.8	10.8	6.2	7.9	8.2	4.7	<b>16.6</b>	6.4	6.2	10.7	7.0	8.2
郷土料理教室	3.8	6.2	5.7	4.3	3.4	2.1	3.0	<b>9.4</b>	4.9	<b>9.0</b>	2.6	3.4
ひとつもない	3.1	<b>9.7</b>	7.6	4.1	1.3	4.4	<b>8.9</b>	4.5	<b>8.3</b>	6.6	3.3	1.4
無回答	1.0	2.7	2.6	1.0	0.5	2.2	1.3	1.1	2.9	1.4	0.8	0.5

※太字斜体は全体より5ポイント以上、  
太字斜体＋網掛けは全体より10ポイント以上上回る項目

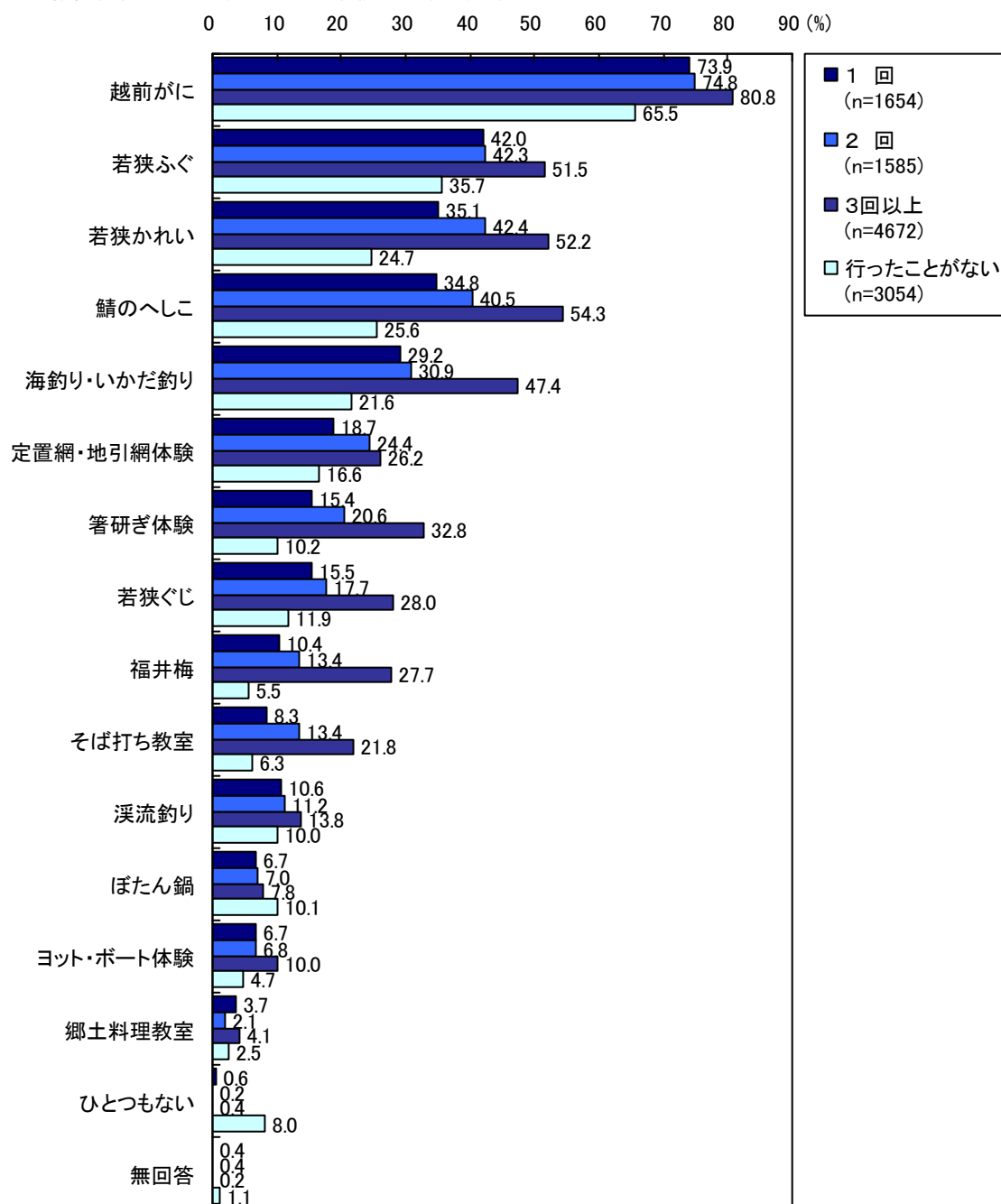


### Ⅲ－7. 若狭路の観光資源の認知状況

#### 若狭路を訪問したことがない人でも、「越前がに」の認知率は7割弱と高い

- 若狭路の訪問経験別に若狭路の観光資源の認知率をみると、若狭路に行ったことがない人の「越前がに」認知率は65.5%。「若狭ふぐ」35.7%、「鯖のへしこ」25.6%、「若狭かれい」24.7%と比較しても突出している。
- 若狭路訪問経験者の中では、ほとんどの項目で訪問回数が多いほど認知率も高いが、特に「若狭ふぐ」「若狭かれい」「鯖のへしこ」「海釣り・いかだ釣り」「箸研ぎ体験」「若狭ぐじ」「福井梅」「そば打ち教室」は、訪問回数3回以上の人の認知率が突出している。

■若狭路の訪問経験別にみた、知っている若狭路の観光資源

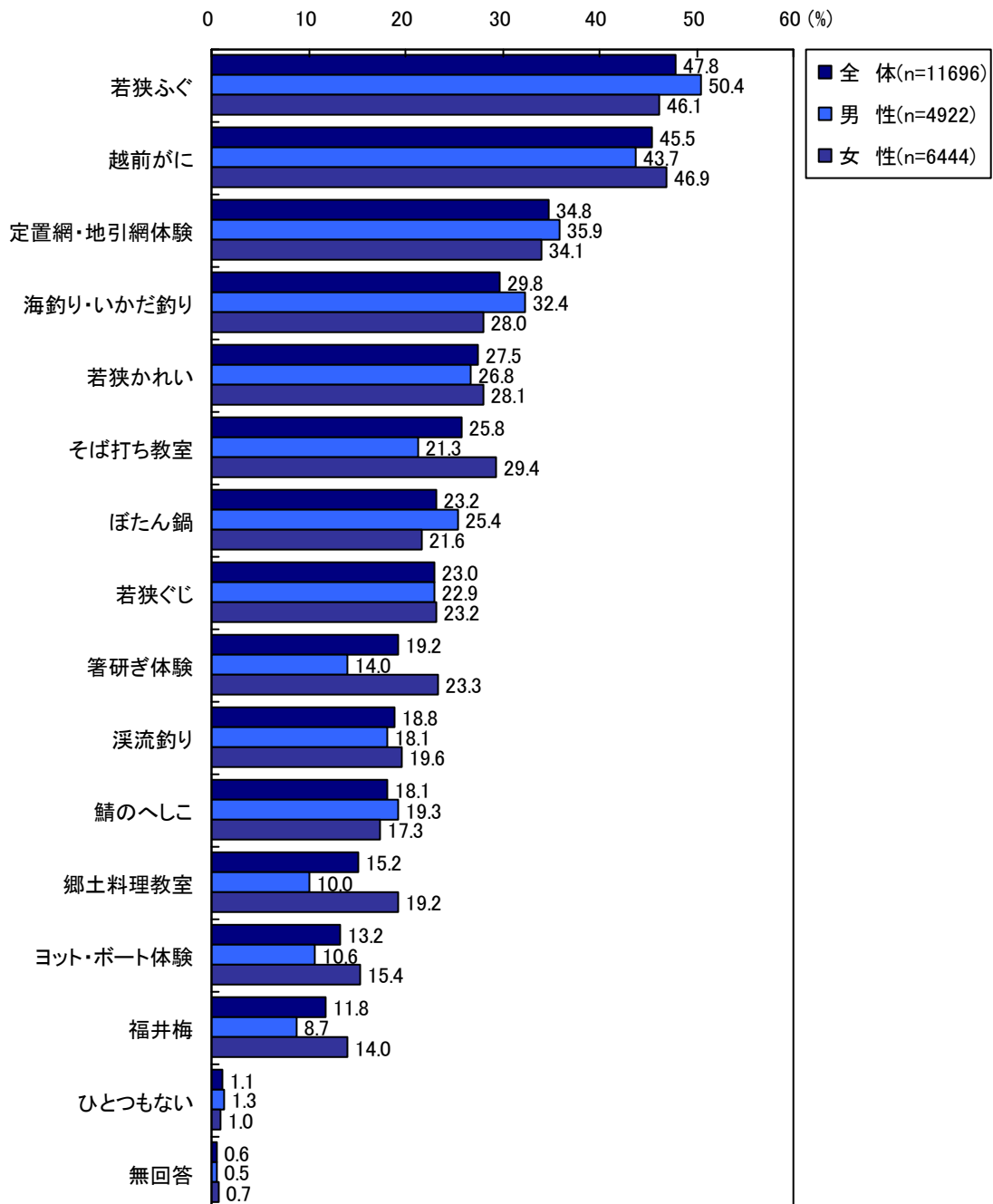


### Ⅲ－８．今後経験してみたい若狭路の観光資源

#### 今後体験してみたい若狭路の観光資源は、「若狭ふぐ」と、やはり「越前がに」

- 今後体験してみたい若狭路の観光資源は、全体では「若狭ふぐ」がトップだが、僅差で「越前がに」が2位。上位2位と3位の間には10ポイント程度の差があるが、「定置網・地引網体験」「海釣り・いかだ釣り」が続いている。
- 性別では、女性は男性に比べて「そば打ち体験」「箸研ぎ体験」「郷土料理教室」といった観光体験メニューへの関心が高くなっている。

■性別にみた、今後体験してみたい若狭路の観光資源

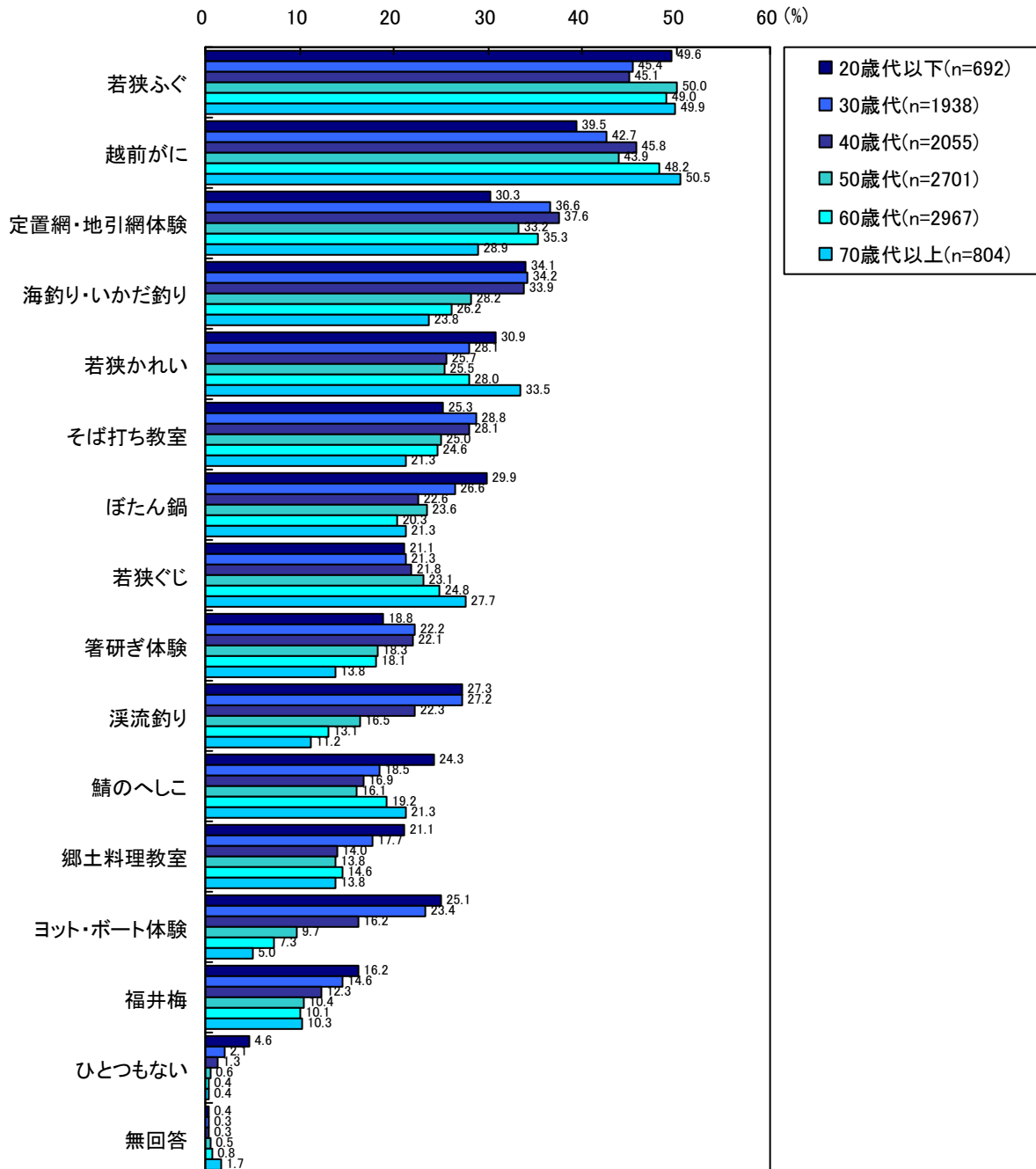


### Ⅲ－８．今後経験してみたい若狭路の観光資源

#### 観光体験メニューへの参加意向は、若年層ほど高い

- 今後体験してみたい若狭路の観光資源を年齢別にみると、「若狭ふぐ」は年齢による関心度の違いが少ない。一方、「越前がに」は、年配層ほど関心度が高い傾向がみられる。
- 「海釣り・いかだ釣り」「溪流釣り」「ヨット・ボート体験」「郷土料理教室」は、若年層ほど関心度が高い。「定置網・地引網体験」「そば打ち教室」「箸研ぎ体験」も30～40歳代の関心度がもっとも高くなっており、観光体験メニューへの関心は若年層で高いと言える。
- 特産・名産品では、「ぼたん鍋」は若年層ほど関心度が高くなっている。

■ 年齢別にみた、今後体験してみたい若狭路の観光資源



### Ⅲ－8. 今後経験してみたい若狭路の観光資源

#### そば打ち・箸研ぎは、アラサー・アラフォー世代の関心が高い

- 今後体験してみたい若狭路の観光資源を属性別にみると、「海釣り・いかだ釣り」は男性40歳代以下の関心度が高い。
- 「溪流釣り」「ヨット・ボート体験」は、男女とも30歳代以下の関心度が高い。
- 「そば打ち教室」「箸研ぎ体験」は、女性30～40歳代の関心度が高い。

■属性別にみた、今後体験してみたい若狭路の観光資源

	全 体	男 性 2 0 歳 代 以 下	男 性 3 0 歳 代	男 性 4 0 歳 代	男 性 5 0 歳 代	男 性 6 0 歳 代	男 性 7 0 歳 代 以 上	女 性 2 0 歳 代 以 下	女 性 3 0 歳 代	女 性 4 0 歳 代	女 性 5 0 歳 代	女 性 6 0 歳 代	女 性 7 0 歳 代 以 上
調査数	11,696	219	530	770	1,184	1,508	548	473	1,405	1,267	1,463	1,349	219
若狭ふぐ	47.8	46.1	45.5	48.3	<b>54.6</b>	51.2	49.5	51.2	45.3	43.2	46.7	46.7	52.5
越前がに	45.5	31.5	40.8	43.1	39.8	47.1	48.9	43.1	43.3	47.4	47.2	50.0	<b>53.0</b>
定置網・地引網体験	34.8	35.2	36.6	39.5	31.9	38.4	30.7	28.1	36.7	36.5	33.9	31.9	25.1
海釣り・いかだ釣り	29.8	<b>37.0</b>	<b>35.7</b>	<b>35.3</b>	31.7	31.6	26.5	32.8	33.5	33.0	25.2	20.5	17.4
若狭かれい	27.5	<b>33.8</b>	30.6	25.7	21.7	27.7	29.7	29.6	27.2	25.8	28.5	29.1	<b>41.1</b>
そば打ち教室	25.8	19.2	21.1	22.6	20.9	21.3	20.6	28.1	<b>31.7</b>	<b>31.6</b>	28.0	27.9	24.7
ぼたん鍋	23.2	24.2	27.0	24.9	<b>31.0</b>	22.5	21.0	<b>32.6</b>	26.4	21.0	17.8	17.9	21.9
若狭ぐじ	23.0	23.7	22.3	23.8	20.2	23.8	26.1	19.9	20.9	20.8	25.9	25.9	<b>33.3</b>
箸研ぎ体験	19.2	15.5	14.7	15.8	12.2	14.5	12.6	20.3	<b>25.1</b>	<b>26.1</b>	23.2	22.0	17.8
溪流釣り	18.8	<b>29.7</b>	<b>30.8</b>	21.8	16.7	13.1	12.0	<b>26.2</b>	<b>25.9</b>	22.7	16.3	13.1	7.8
鯖のへしこ	18.1	<b>27.9</b>	<b>23.4</b>	20.0	14.0	20.2	20.8	22.6	16.7	15.3	18.0	17.9	22.4
郷土料理教室	15.2	15.1	13.8	9.1	7.8	9.9	9.7	<b>23.9</b>	19.1	16.8	18.8	19.7	<b>25.1</b>
ヨット・ボート体験	13.2	<b>28.3</b>	<b>21.1</b>	14.2	7.6	7.0	4.9	<b>23.7</b>	<b>24.3</b>	17.7	11.3	7.5	5.0
福井梅	11.8	16.0	13.6	10.5	6.3	7.3	8.2	16.3	15.0	13.4	13.7	13.1	16.0
ひとつもない	1.1	<b>8.7</b>	3.2	1.4	0.7	0.3	0.4	2.7	1.6	1.3	0.5	0.5	0.5
無回答	0.6	0.5	0.0	0.0	0.3	0.8	1.3	0.4	0.4	0.5	0.7	0.9	2.3

※太字斜体は全体より5ポイント以上、  
太字斜体＋網掛けは全体より10ポイント以上上回る項目

### Ⅲ－8. 今後経験してみたい若狭路の観光資源

#### 北海道・東北は「若狭ふぐ」「若狭かれい」、九州・沖縄は「越前がに」の関心度が高い

- 今後体験してみたい若狭路の観光資源を地域ブロック別にみると、北海道・東北居住者は「若狭ふぐ」「若狭かれい」、九州・沖縄居住者は「越前がに」の関心度がそれぞれ他の地域より高い。また「ぼたん鍋」はどちらの地域も関心度が高い。
- 「鯖のへしこ」の関心度は、北海道・東北、関東居住者で高い。
- 地元を含む北陸・甲信越では、「ヨット・ボート体験」への関心度がやや高い。

■ 地域ブロック別にみた、今後体験してみたい若狭路の観光資源

	全 体	地域ブロック・大分類						地域ブロック・小分類				
		北 海 道 ・ 東 北	関 東	中 部	近 畿	中 国 ・ 四 国	九 州 ・ 沖 縄	北 関 東	首 都 圏	北 陸 ・ 甲 信 越	東 海	京 阪 神
調査数	11,696	259	1,480	1,424	7,249	1,049	235	267	1,213	365	1,059	5,825
若狭ふぐ	47.8	<b>52.9</b>	47.2	44.2	49.2	41.8	47.7	41.2	48.6	40.5	45.4	49.3
越前がに	45.5	45.2	49.0	40.7	45.4	47.2	<b>51.5</b>	<b>52.8</b>	48.1	32.9	43.3	44.9
定置網・地引網体験	34.8	35.1	34.7	34.7	35.9	30.1	24.7	31.5	35.4	31.2	35.9	35.6
海釣り・いかだ釣り	29.8	24.3	28.0	31.2	30.5	28.5	23.0	26.2	28.4	28.8	32.0	30.1
若狭かれい	27.5	<b>35.5</b>	31.4	29.4	26.1	26.1	28.9	23.6	<b>33.1</b>	29.0	29.5	26.0
そば打ち教室	25.8	16.6	23.2	24.8	27.1	24.2	26.8	18.4	24.3	23.8	25.1	26.6
ぼたん鍋	23.2	<b>29.3</b>	26.4	23.4	22.4	20.1	<b>33.6</b>	24.3	26.9	26.3	22.4	22.7
若狭ぐじ	23.0	25.5	21.8	21.6	24.5	17.7	15.3	18.0	22.6	26.6	19.8	23.9
箸研ぎ体験	19.2	17.8	19.9	16.4	19.1	22.7	20.4	17.6	20.4	19.5	15.4	19.0
溪流釣り	18.8	19.3	22.2	16.6	18.4	19.9	19.6	17.2	23.3	18.9	15.9	18.5
鯖のへしこ	18.1	<b>26.3</b>	<b>23.6</b>	18.5	16.1	21.2	23.0	22.5	<b>23.8</b>	22.5	17.2	16.1
郷土料理教室	15.2	13.9	<b>20.4</b>	15.1	14.2	14.6	18.7	15.4	<b>21.5</b>	17.3	14.4	14.2
ヨット・ボート体験	13.2	12.4	14.7	14.0	12.4	12.9	<b>25.5</b>	13.5	14.9	<b>18.6</b>	12.4	12.5
福井梅	11.8	<b>17.4</b>	15.1	12.2	11.0	10.3	11.9	11.6	15.8	14.8	11.3	11.3
ひとつもない	1.1	3.5	3.4	1.8	0.4	0.9	3.8	2.2	3.6	3.3	1.3	0.4
無回答	0.6	0.8	0.5	0.8	0.6	1.0	0.9	0.4	0.6	0.5	0.8	0.5

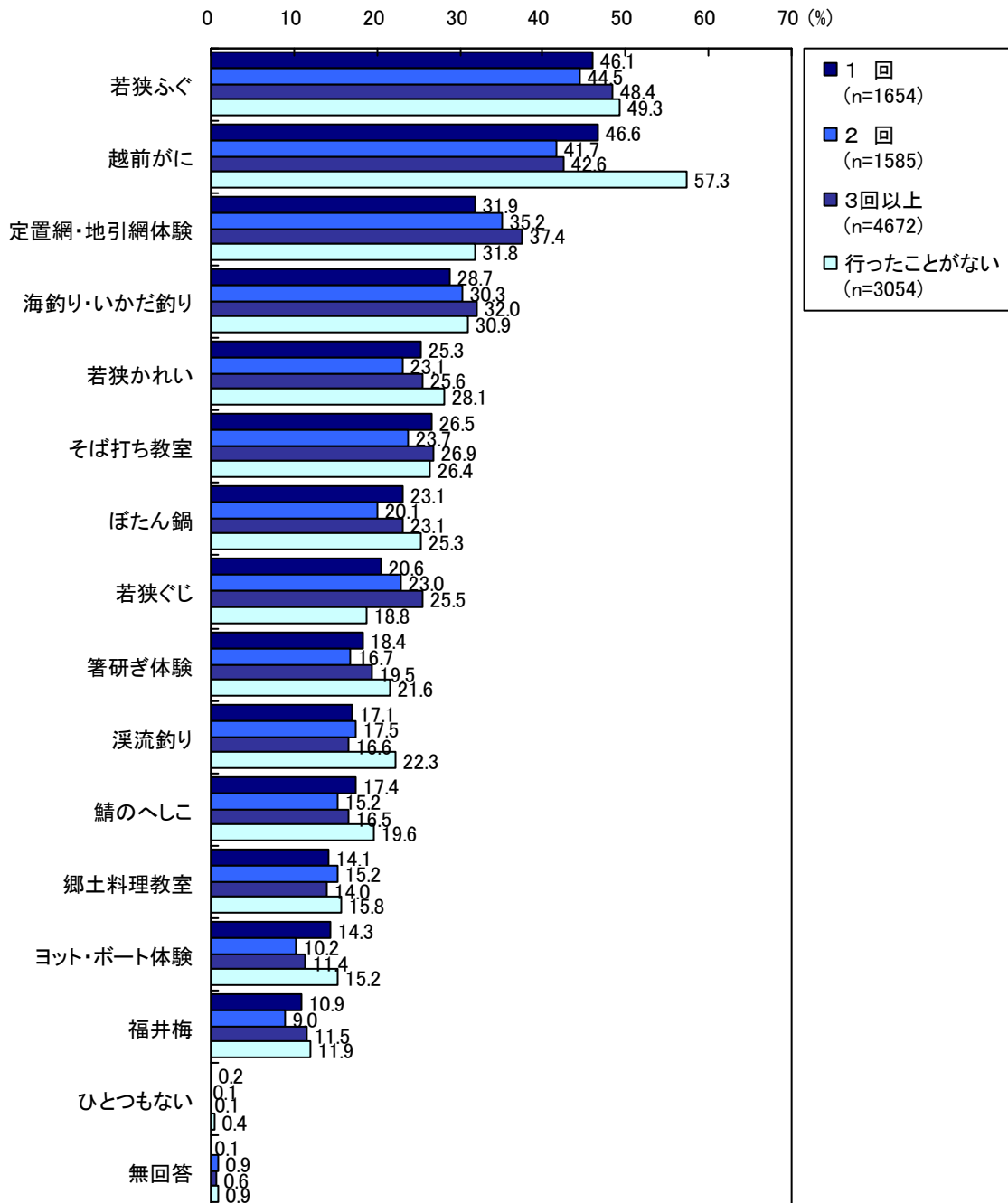
※太字斜体は全体より5ポイント以上、  
太字斜体＋網掛けは全体より10ポイント以上上回る項目

### Ⅲ－8. 今後体験してみたい若狭路の観光資源

#### 若狭路リピーターの関心が高いのは「定置網・地引網体験」「海釣り・いかだ釣り」「若狭ぐじ」

- 今後体験してみたい若狭路の観光資源を若狭路の訪問経験別にみると、訪問経験のない人は「越前がに」への関心をもっとも高く、突出している。
- 若狭路を3回以上訪問した経験のある人は、訪問回数1～2回の人に比べて「定置網・地引網体験」「海釣り・いかだ釣り」「若狭ぐじ」の関心度が特に高くなっている。

■ 若狭路の訪問経験別にみた、今後体験してみたい若狭路の観光資源

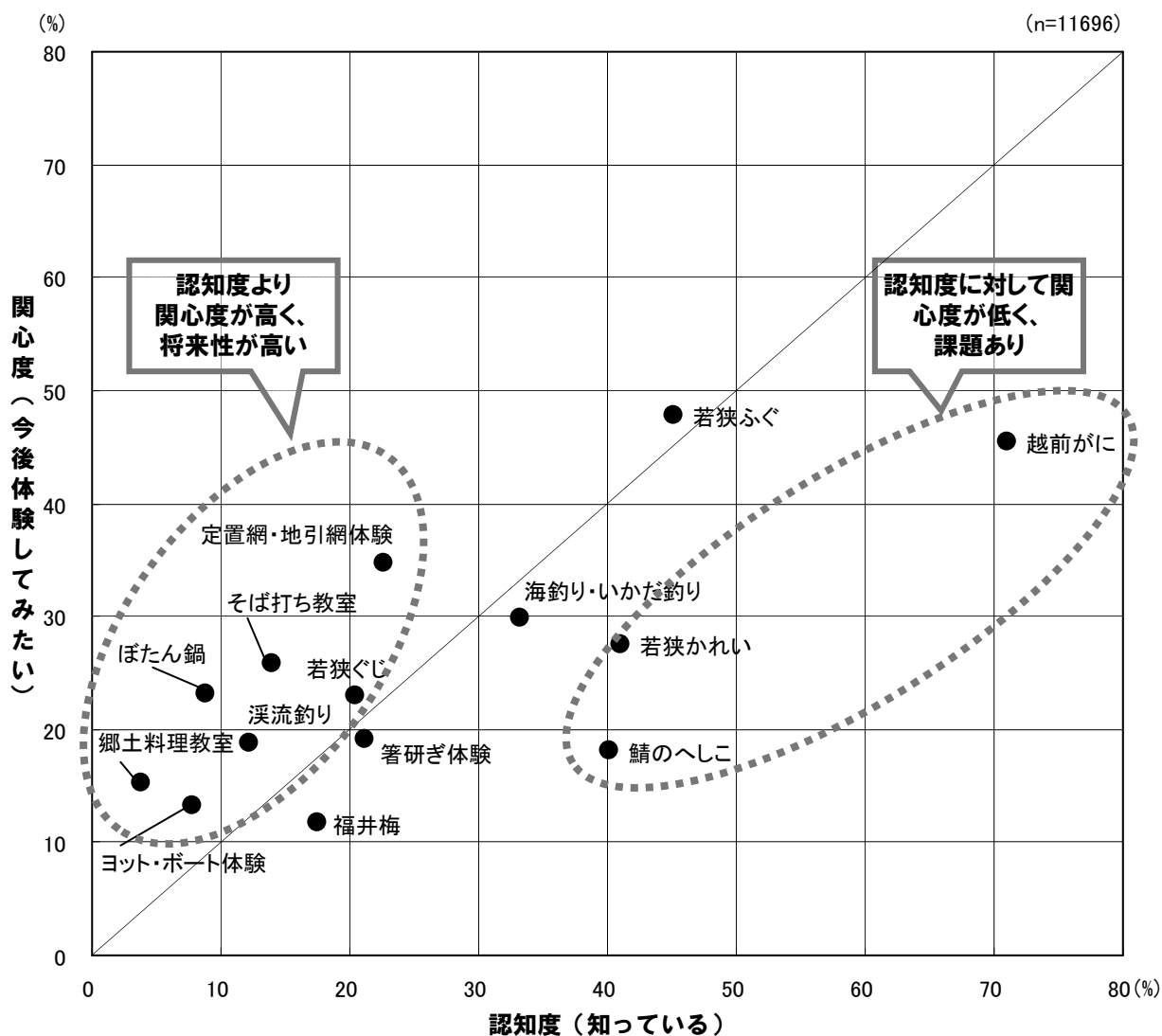


### Ⅲ－９．若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップ

#### 知名度の高い特産・名産品より、観光体験メニューの方が将来性が見込めそう

- 若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップをみると、知名度No1の「越前がに」や「若狭かれい」「鯖のへしこ」は、認知度に対して関心度が低く、魅力度を上げるなどの課題があると言える。
- 一方、「定置網・地引網体験」「そば打ち教室」「ぼたん鍋」「若狭ぐじ」「溪流釣り」「郷土料理教室」「ヨット・ボート体験」は、認知度はさほど高くないが、関心度が高くなっており、観光コンテンツとしての将来性が高いと言える。

■若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップ



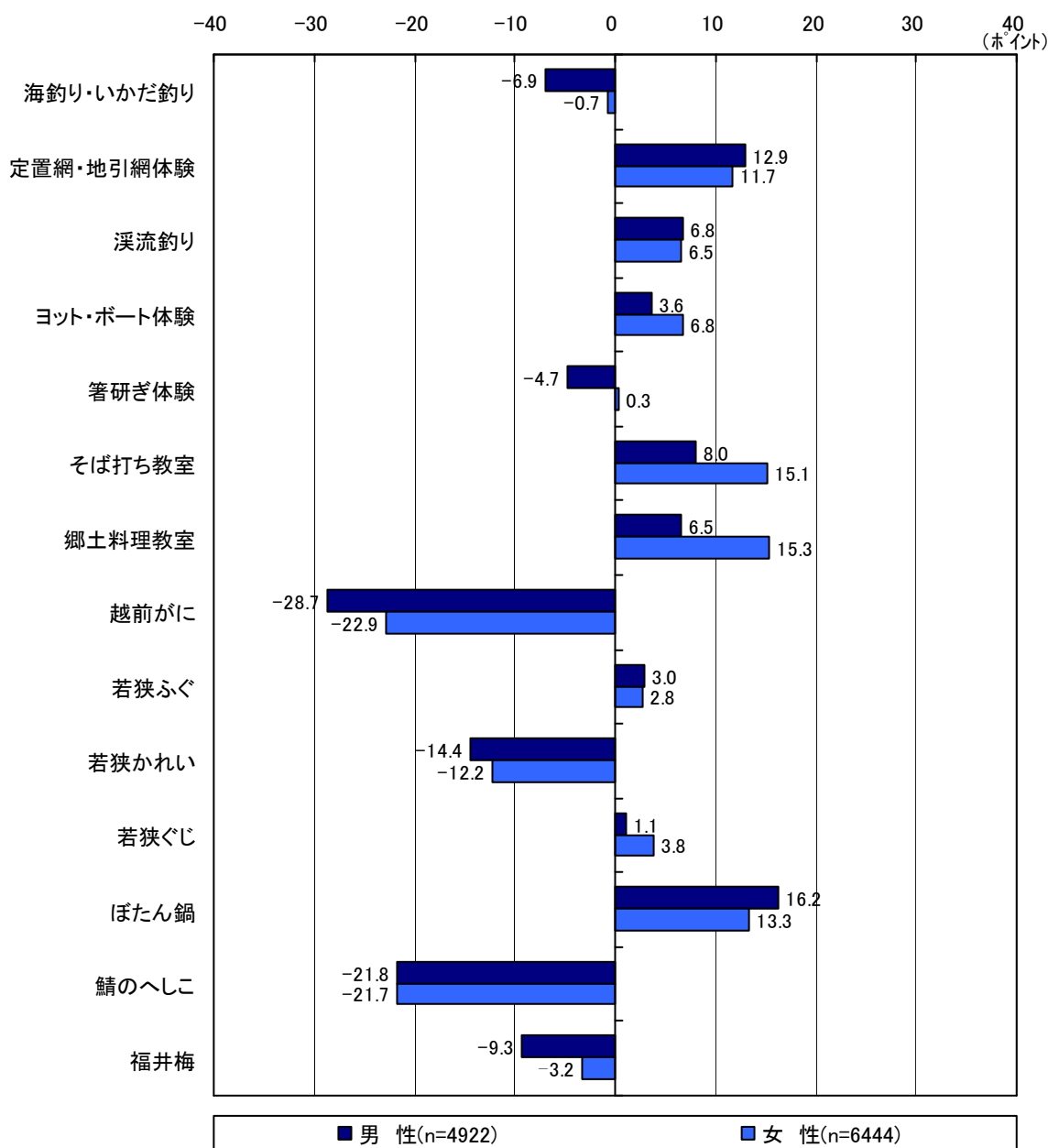
### Ⅲ－９．若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップ

#### 「郷土料理教室」「そば打ち教室」には、女性の関心度が高い

- 若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップを性別で見ると、「郷土料理教室」「そば打ち教室」は特に女性の関心度が高い。また「ヨット・ボート体験」も、女性の方がやや関心度が高い。
- 「ぼたん鍋」「定置網・地引網体験」「溪流釣り」は、男性の方がやや関心度が高い。

#### ■性別にみた若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップ

※「関心度」から「認知度」を引いた差の値・・・値が大きいほど関心度が高い



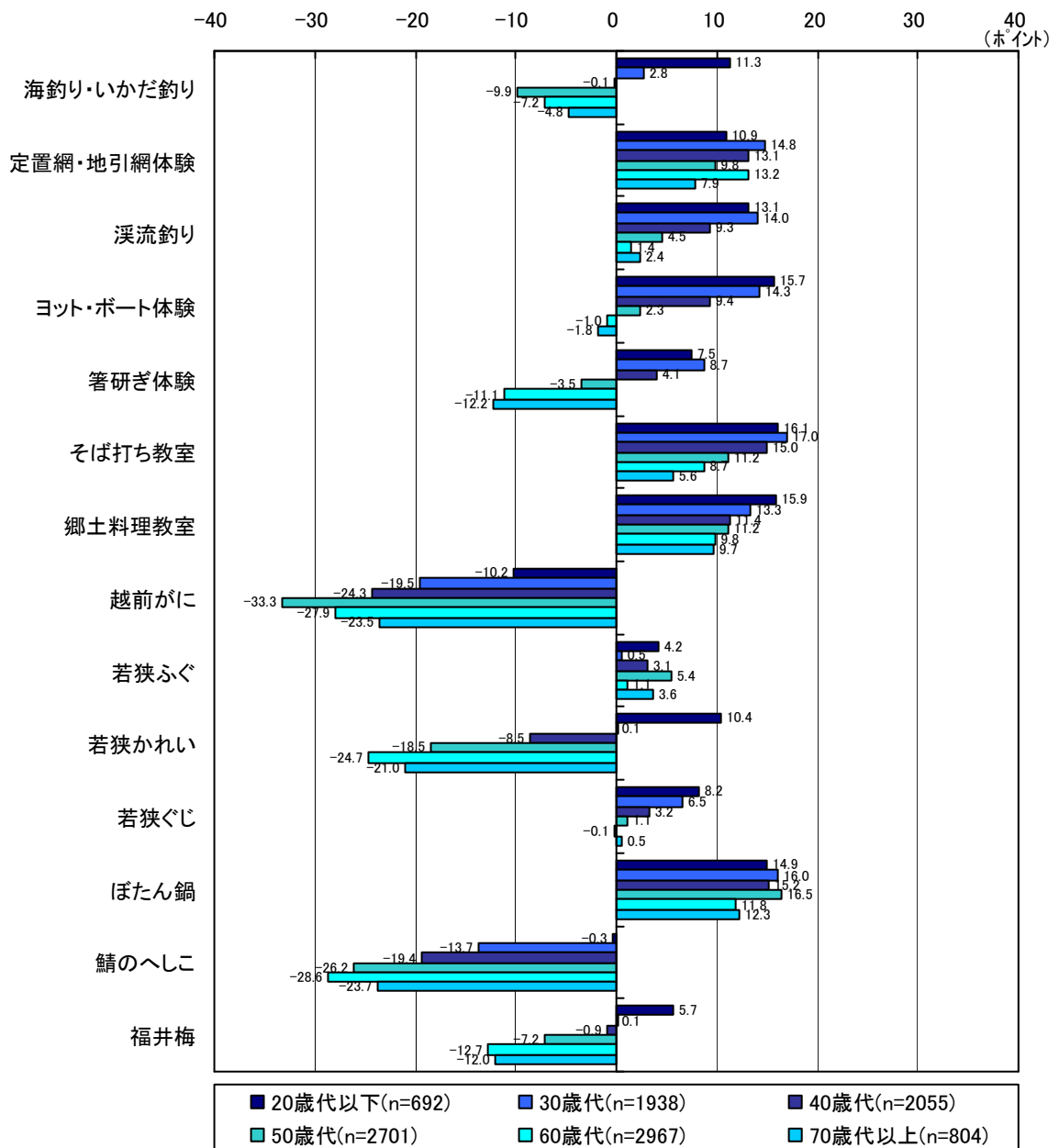


### Ⅲ－９．若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップ

#### 知名度の高い特産・名産品への関心が低いのは、年配層

- 若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップを年齢別で見ると、「海釣り・いかだ釣り」から「郷土料理教室」までの観光体験メニューは、若年層ほど関心度が高い傾向がみられる。
- なかでも「海釣り・いかだ釣り」は30歳代以下と40歳代以上、「箸研ぎ体験」は40歳代以下と50歳代以上とで関心度の有無が分かれている。
- 「越前がに」「鯖のへしこ」「若狭かれい」は、50歳代以上の関心度が特に低い。

■年齢別にみた若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップ  
※「関心度」から「認知度」を引いた差の値…値が大きいほど関心度が高い

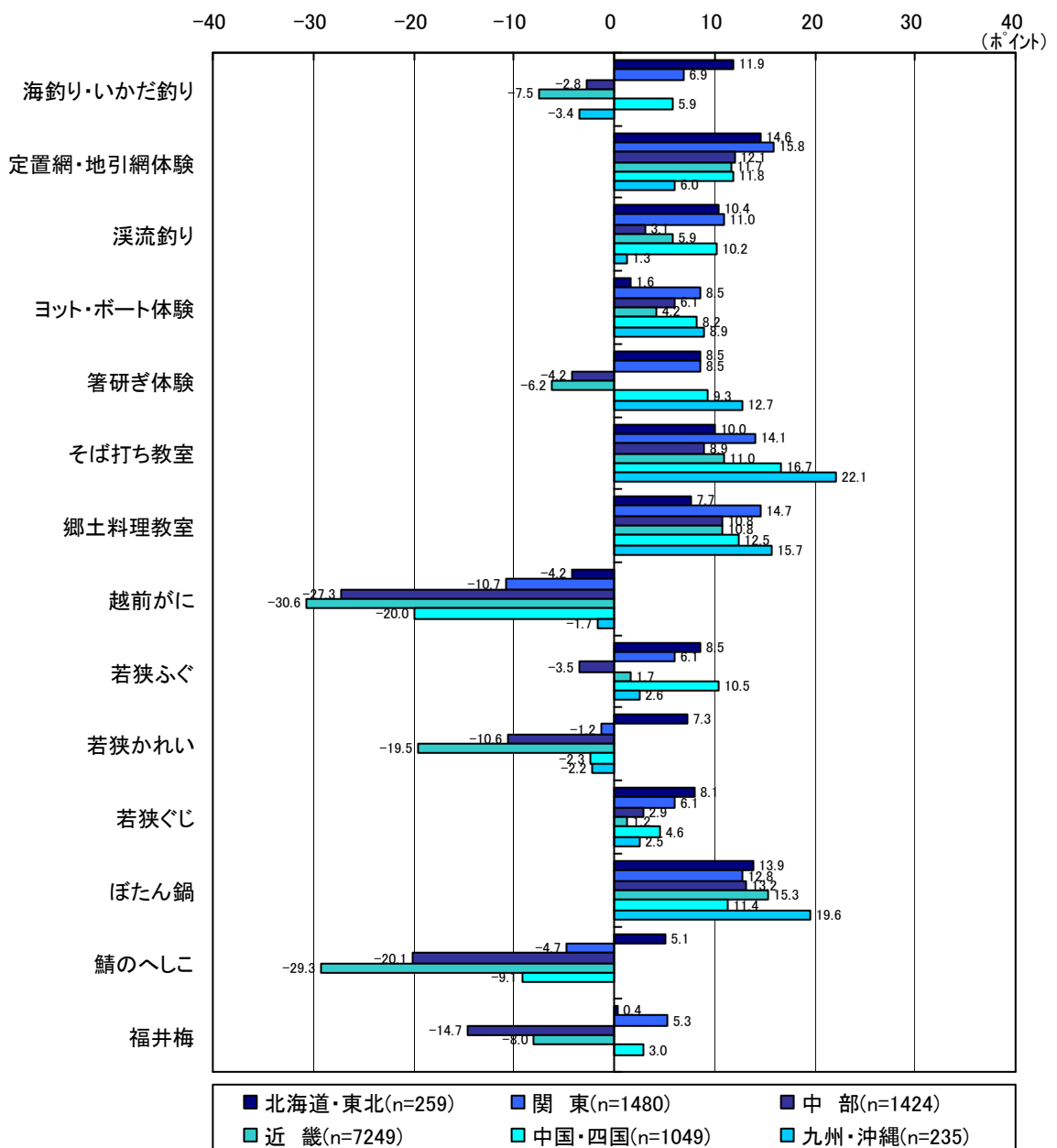


### Ⅲ－9. 若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップ

#### 近畿居住者の関心が比較的高いのは、「ぼたん鍋」「定置網・地引網体験」「郷土料理教室」

- 若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップを地域ブロック別で見ると、「定置網・地引網体験」は北海道・東北や関東、「そば打ち教室」は中国・四国や九州・沖縄居住者の関心度が他の地域よりやや高い。
- 近畿居住者は、「ぼたん鍋」「定置網・地引網体験」「郷土料理教室」で関心度が+10ポイントを超えており、比較的高い関心度と言える。一方、「越前がに」「鯖のへしこ」「若狭かれい」に対する関心度は、近畿居住者がもっとも低い。

■地域ブロック別にみた若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップ  
※「関心度」から「認知度」を引いた差の値…値が大きいほど関心度が高い



### Ⅲ－9. 若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップ-考察

認知度の高い観光資源は集客の鍵だが、関心度が低下していると将来性や牽引力に不安が生じるため、テコ入れが必要となる。一方、認知度より関心度が高い観光資源は、今後の成長要素として注力するポイントとなる。

<p>認知度の高い 若狭路の観光資源</p>	<p><b>若狭路の観光資源・知名度No.1は「越前がに」</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 若狭路を訪問したことがない人でも、「越前がに」の認知率は7割弱と高い</li> <li>➤ 「越前がに」「若狭かれい」「鯖のへしこ」「若狭ぐじ」「福井梅」は年齢が高くなるほど認知率が高い</li> <li>➤ 「越前がに」の知名度も、北海道・東北、関東、九州・沖縄居住者ではやや低くなる</li> </ul> <p><b>体験メニューでは「海釣り・いかだ釣り」「定置網・地引網体験」の認知率が高い</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 「海釣り・いかだ釣り」「定置網・地引網体験」は30～40歳代の認知率が高い</li> <li>➤ 「箸研ぎ体験」は年配層ほど認知率が高く、特に女性50歳代以上で高い</li> </ul>
----------------------------	--

<p>若狭路の観光資源に対する認知度と関心度のギャップ</p>	<p><b>今後体験してみたい若狭路の観光資源は、「若狭ふぐ」と、やはり「越前がに」</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 「若狭ふぐ」は年齢による関心度の違いが少ないが、「越前がに」は年配層ほど関心が高い</li> <li>➤ 「海釣り・いかだ釣り」は男性40歳代以下、「溪流釣り」「ヨット・ボート体験」は男女とも30歳代以下、「そば打ち教室」「箸研ぎ体験」は女性30～40歳代の関心度が高いというように、観光体験メニューは若年層ほど関心が高い</li> <li>➤ 地元を含む北陸・甲信越では、「ヨット・ボート体験」への関心度がやや高い</li> <li>➤ 若狭路リピーターの関心が高いのは「定置網・地引網体験」「海釣り・いかだ釣り」「若狭ぐじ」</li> </ul> <p><b>知名度の高い特産・名産品より、観光体験メニューの方が将来性が見込めそう</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 知名度No1の「越前がに」や「若狭かれい」「鯖のへしこ」は、認知度に対して関心度が低い。特に50歳代以上の関心度が低い</li> <li>➤ 観光体験メニューは、若年層ほど関心度が認知度を大きく上回っている</li> <li>➤ 近畿居住者の関心が比較的高いのは、「ぼたん鍋」「定置網・地引網体験」「郷土料理教室」</li> </ul>
---------------------------------	---



<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「越前がに」をはじめとする若狭路の特産・名産品は認知度の高いものが多く、今後の体験意向も低くはないが、認知度と関心度のギャップからみると、観光体験メニューは若年層での関心度が高く、将来の観光需要拡大に寄与する可能性が見込める。</li> <li>○ 従来の特産・名産品に頼る観光宣伝・提案だけでなく、関心度が高い若狭路ならではの観光・体験メニューを強化し、若狭路全体の魅力をパワーアップすることが望まれる。</li> <li>○ 特産・名産品の中でも、「越前がに」は定番化により特色が薄れていると思われる。一方、「若狭ふぐ」は、かんに比べてふぐは家庭ではあまり食べない、ごちそう感の強い食材でもあり、今後の体験意向も高いことから、その魅力をさらにアピールしていく必要があると思われる。</li> </ul>
--

アンケート	
<b>希望賞品:</b> <b>A賞:越前がに(2人)</b> <b>B賞:若狭ふぐ鍋セット(4人)</b> <b>C賞:うなぎ蒲焼(4人)</b> <small>(抽選に外れた方の中から、さらに抽選で180人に若狭産特産品をプレゼントします)</small>	
<b>Q1. 国内観光旅行には、誰と一緒に行くことが多いですか?</b> 1.一人で 2.夫婦で 3.親子で 4.家族と 5.友人・知人と 6.団体・グループで 7.その他	
<b>Q2. 国内観光旅行に行く時、期待することは何ですか? (複数回答可)</b> 1.産地で食べる特産・名産品 2.その土地独自の料理 3.美しい景色の遊覧 4.史跡・歴史遺産の見物 5.海水浴や山登り 6.農業・漁業体験、見学 7.伝統工芸体験、見学 8.地元の暮らしぶり体験、見学 9.地元の人との交流 10.町並み観察、散歩 11.祭・イベント 12.ショッピング 13.居心地のよい宿・ホテル 14.格安料金の宿・ホテル 15.特にない	
<b>Q3. これまでに「若狭路」を訪れたことがありますか?</b> 1. 1回 2. 2回 3. 3回以上 4. ない	
<b>Q4. これまでに「若狭路」を訪れた方におたずねします。            「若狭路」を訪れた時に満足した点はどれですか? (複数回答可)</b> 1.産地で食べる特産・名産品 2.その土地独自の料理 3.美しい景色の遊覧 4.史跡・歴史遺産の見物 5.海水浴や山登り 6.農業・漁業体験、見学 7.伝統工芸体験、見学 8.地元の暮らしぶり体験、見学 9.地元の人との交流 10.町並み観察、散歩 11.祭・イベント 12.ショッピング 13.居心地のよい宿・ホテル 14.格安料金の宿・ホテル 15.特にない	
<b>Q5. 「若狭路」ではさまざまな観光体験や特産品、名物料理があります。            あなたがご存じのものを選んでください。 (複数回答可)</b> 1.海釣り・いかだ釣り 2.定置網・地引網体験 3.溪流釣り 4.ヨット・ボート体験 5.箸(はし)研ぎ体験 6.そば打ち教室 7.郷土料理教室 8.越前がに 9.若狭ふぐ 10.若狭かれい 11.若狭くじ 12.ぼたん鍋 13.鯖のへしこ 14.福井梅 15.ひとつもない	
<b>Q6. 「若狭路」で行われている観光体験のうち、あなたが今後、体験してみたいもの、            また、食べてみたいと思う特産品・名物料理を選んでください。 (複数回答可)</b> 1.海釣り・いかだ釣り 2.定置網・地引網体験 3.溪流釣り 4.ヨット・ボート体験 5.箸研ぎ体験 6.そば打ち教室 7.郷土料理教室 8.越前がに 9.若狭ふぐ 10.若狭かれい 11.若狭くじ 12.ぼたん鍋 13.鯖のへしこ 14.福井梅 15.ひとつもない	
<b>■性別</b> 1.男性 2.女性 <b>■居住地</b> [ ] 都道府県 <b>■年齢</b> 1.20歳代以下 2.30歳代 3.40歳代 4.50歳代 5.60歳代 6.70歳代以上	
お名前	TEL
ご住所 〒	
<small>このアンケート用紙を切り取り線に沿って切り取り、ハガキに張ってご応募ください。            切り取り線</small>	

【読売新聞掲載版】

平成21年度電源地域産業育成支援事業 報告書  
(若狭路情報発信事業)

---

禁無断転載

平成22年3月  
**社団法人 若狭湾観光連盟**  
〒917-0069  
福井県小浜市小浜白鬚112番地 白鬚業務棟2階  
TEL : 0770-52-7701  
FAX : 0770-52-7702  
URL : <http://www.wakasaji.org/>

委託先:株式会社 福井テレビ開発  
〒918-8231  
福井市問屋町3丁目903番地  
TEL : 0776-26-2275  
FAX : 0776-26-2299