

佐渡島を起点とした県内周遊人流調査【報告書】

2026年3月



1. 調査目的

■ 本調査における調査概要

No	項目	概要
1	調査目的	県が実施するプロモーションやキャンペーンが、佐渡へ来訪する県外観光客の県内周遊に繋がっているか幅広く効果検証を行い、今後の施策のターゲット層や取組内容の検討に活用できるものとする。
2	内容	<p>下記の両方の視点から、効果検証を実施する。</p> <ul style="list-style-type: none">・ 佐渡へ来訪した県外客へのアンケート・ 人流データを活用した周遊状況の調査(佐渡訪問者の県内周遊状況の可視化) <p><対象> 調査期間中に佐渡汽船に乗船し佐渡に来島した県外からの観光客</p> <p><調査大枠項目></p> <p>■アンケート</p> <ul style="list-style-type: none">・ 属性・ 本件観光地に対する認知度等・ 今回の旅行に関すること <p>※詳細は3章に示す</p> <p>■人流</p> <ul style="list-style-type: none">・ 属性・ 周遊動向 <p>※人流に係る2章は、日本政策投資銀行 新潟支店より提供されたデータを基に分析・作成 ※詳細は2章に示す</p> <p><期間></p> <p>■キャンペーン期間</p> <p>2025年6月1日 ~ 2025年8月31日 【夏期間】 2025年9月1日 ~ 2025年12月31日 【秋冬期間】</p> <p>※6~8月：夏期間、9~12月：秋冬期間と命名 ※人流計測では誘客プロモーション施策の比較として、対前年同期比も入れる</p>

2. 佐渡来訪者の人流分析

■ 本分析におけるKLAの分析条件など

No	項目	仕様
1	GPSデータのユーザー	国内居住者の数百万人のau携帯所有者（20代以上）から個別同意を得たもの。
2	分析対象のデータ期間	<p>< 県外観光客の佐渡来訪者における30観光スポットの人流分析、併用分析 ></p> <p>2024年6月1日 ~ 2024年8月31日 （誘客プロモーション施策の比較用） 2024年9月1日 ~ 2024年12月31日 （誘客プロモーション施策の比較用） 2025年6月1日 ~ 2025年8月31日 【夏期間】 2025年9月1日 ~ 2025年12月31日 【秋冬期間】</p> <p>< 佐渡来訪者の人流の月次推移比較 ></p> <p>2024年6月1日 ~ 2024年12月31日 2025年6月1日 ~ 2025年12月31日 ※月次推移のみを調査するため、各属性値は取得しない。</p> <p>< 県外観光客の佐渡島来訪者における11観光スポットの周遊順 ></p> <p>2025年6月1日 ~ 2025年8月31日 2025年9月1日 ~ 2025年12月31日 ※集計結果から佐渡島内スポットを除いた併用率の高い上位10位スポットを選定</p>
3	滞在時間	15分 ユーザー（携帯所有者）が当該スポットに留まったとする最低の時間。滞在時間以上で、当該スポットの来訪者として計上される。
4	1日の時間帯	KLAデフォルトの5:00 から29:00を採用
5	当該スポットの居住者を除くための条件	当該スポットに月当たり4日以上来訪するユーザーは、当該スポットの居住者か勤務者である可能性が高いため、集計対象から除外。 ※併用率を出ず分析ケースでは、新潟県居住者を除く ※併用率を出さない単独の来訪者の分析では、全居住者を対象
6	集計エリアの面積上限	2つの観光スポットを集計エリアとして設定し、同時来訪の集計などを実施する。KLAでは、この同時来訪の機能を使用する場合、2つの観光スポットの面積合計が3km ² 以下（各スポットで1.5km ² 以下）となるように定義しなければならない。
7	期間内の来訪者数の集計方法	本分析では、月ユニークによる集計を基本とした。 月ユニークでは、歴月の中で、 <u>同一ユーザー</u> が何回も同一エリアを訪れてもその月において、1回の来訪となる。 ※ただし、来訪者推移（月次推移）に関しては、「日ユニーク」による集計とする（KLA仕様）。 > 日ユニーク：1日の中で、同一ユーザーが何回も同一エリアを訪れてもその日において、1回の来訪 > よって、月次推移では、歴月に3日来訪した場合、来訪者数3と計上される。

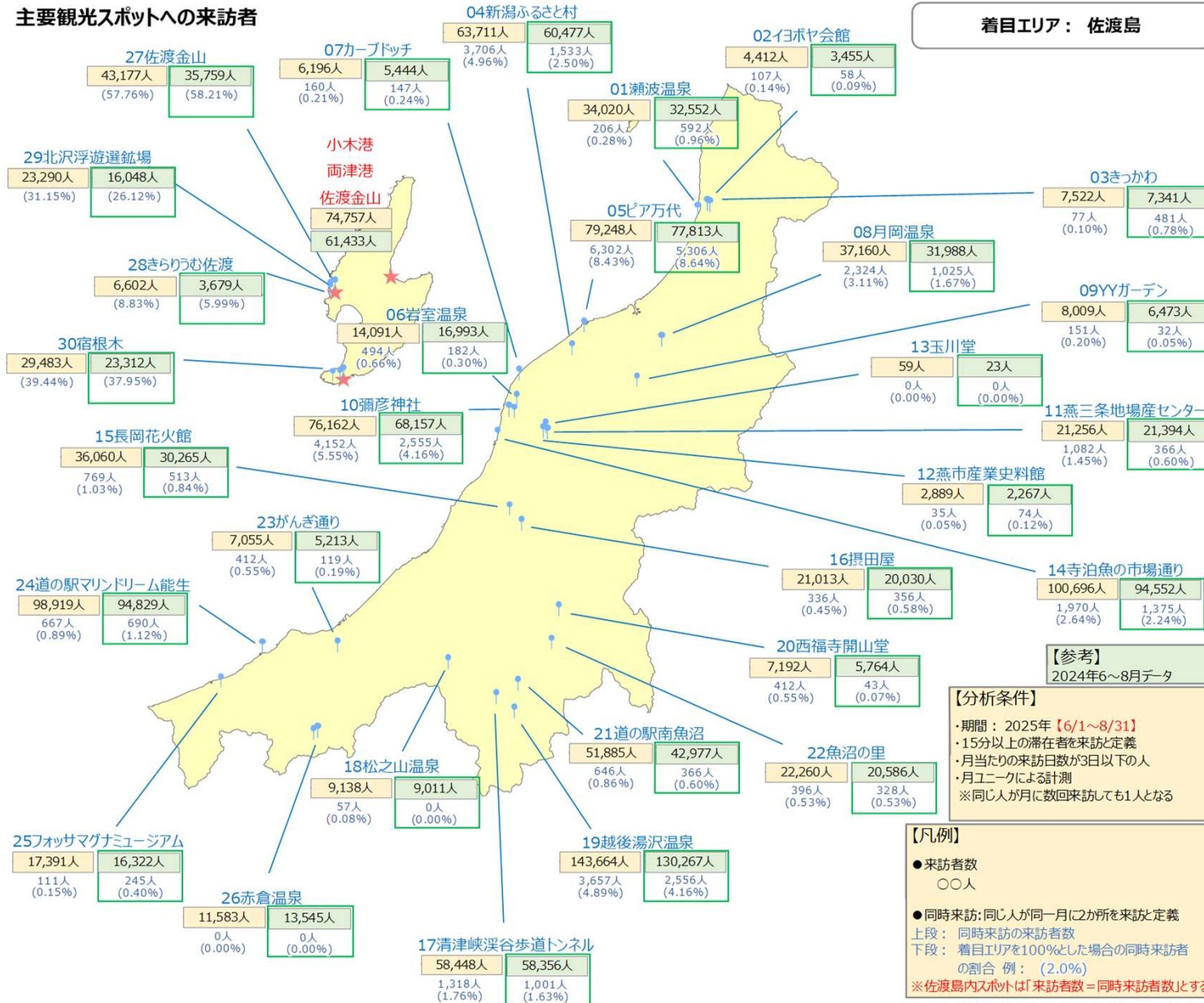
「KDDI Location Analyzer（日本人版）」

本分析では、GPS位置情報ビッグデータ分析ツールとして、技研商事インターナショナル株式会社の「KDDI Location Analyzer」（以下、KLA）を使用している。

KLAでは、KDDIがauスマートフォンユーザー同意のもとで取得し、誰の情報であるかわからない形式に加工した位置情報データおよび属性情報（性別・年齢層等）を活用している。属性情報は国勢調査等を基に拡大推計処理を実施している。

2.3 県外観光客の佐渡来訪者における観光スポットの併用率

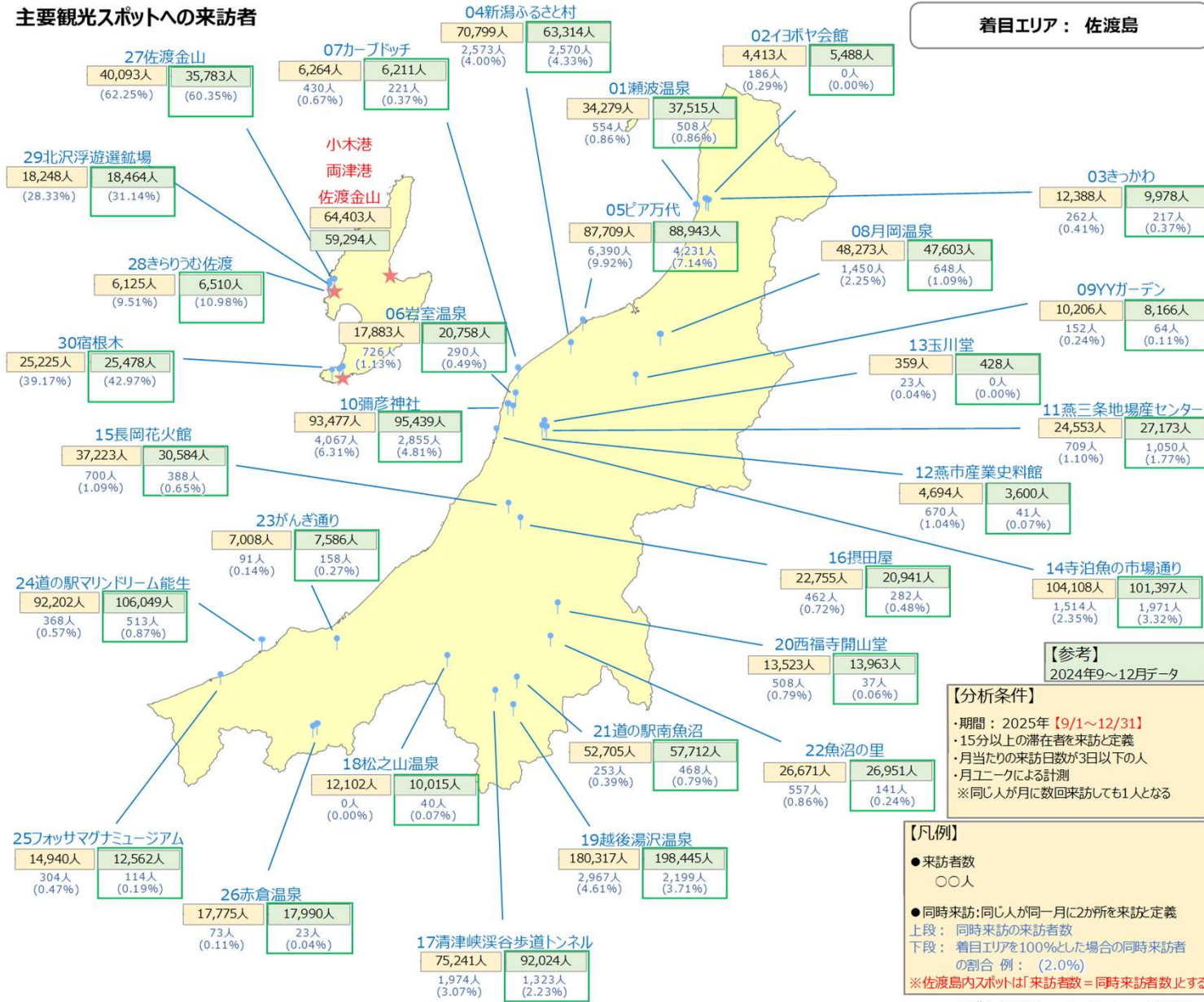
主要観光スポットへの来訪者



- 「小木港」「両津港」「佐渡金山」のどこかのエリアに足を運んだ来訪者の同時来訪結果を表示しており、2025年夏期間来訪者併用分析結果を示している。
- 誘客プロモーション施策期間（夏・秋冬）における佐渡島来訪者を対象に、前後に周遊した主要観光スポットの同時来訪の傾向を調べた。
- 佐渡市外のスポットでは、前年同期間に比べ、新潟ふるさと村 (+2.46%)、月岡温泉 (+1.44%)、彌彦神社 (+1.39%)のスポットが佐渡との同時来訪率が1%以上増加している。

2.3 県外観光客の佐渡来訪者における観光スポットの併用率

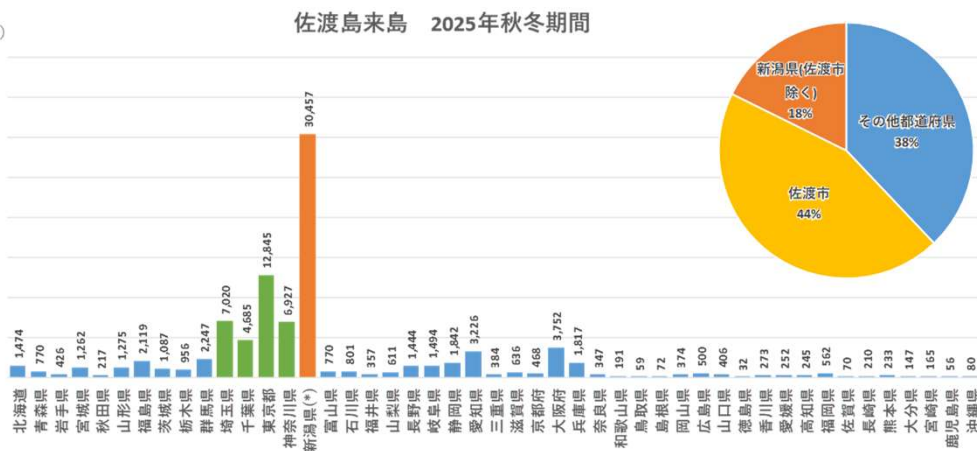
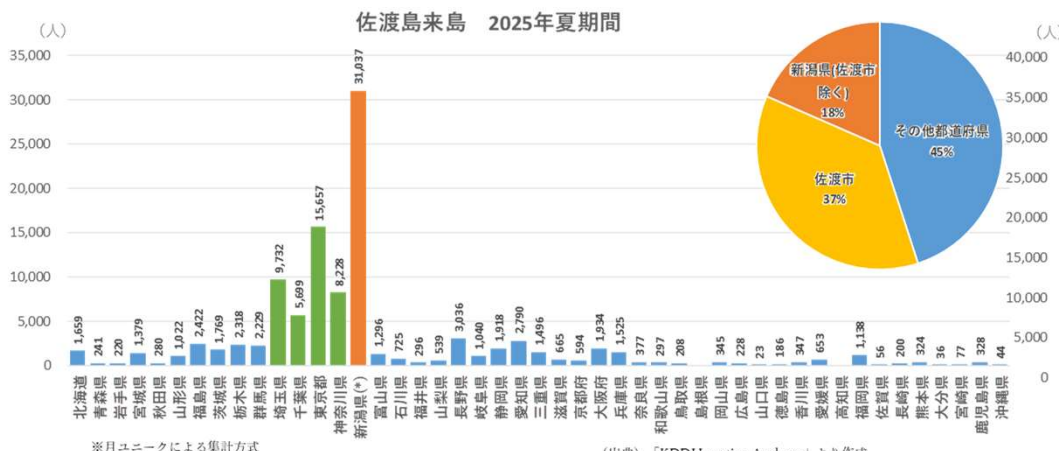
主要観光スポットへの来訪者



- 「小木港」「両津港」「佐渡金山」のどこかのエリアに足を運んだ来訪者の同時来訪結果を表示しており、2025年秋冬期間来訪者併用分析結果を示している。
- 佐渡金山以外の佐渡市内スポットは、前年同時期より減っている傾向があるが、ピア万代(+2.79%)、彌彦神社(+1.50%)、月岡温泉(+1.16%)が増加しており、[前頁](#)の夏期間比較を見ると、年間を通して越後湯沢温泉は4%超えの高い同時来訪率を保っていることがわかる。

2.6 佐渡島来島者の県内外の来訪者比率とペルソナ分析

- 25年夏期間の来島者数は約16.8万人であり、新潟県で55%(約9.2万人)を占めており、25年秋冬期間の来訪者数は約17.2万人であり、新潟県で62%(約10.7万人)という結果となった。
- どちらの期間も一都三県は全国の中で上位を占め、佐渡島来島者の主要な顧客層となっている。
- CREA Web読者層である一都三県に加え、北海道や愛知県からの来島者もよく見られる。



来訪者数 (人)

其他都道府県	75,576
佐渡市	61,408
新潟県(佐渡市除く)	31,037

来訪者数 (人)

其他都道府県	65,186
佐渡市	76,310
新潟県(佐渡市除く)	30,457

新潟県居住者を除いた全国の居住地に対する下記エリアの占める割合

エリア	来訪者数 (人)	割合
新潟県	92,445	—
一都三県 (東京・埼玉・千葉・神奈川)	39,316	52%
新潟除いた全国	75,576	100%

新潟県居住者を除いた全国の居住地に対する下記エリアの占める割合

エリア	来訪者数 (人)	割合
新潟県	106,767	—
一都三県 (東京・埼玉・千葉・神奈川)	31,477	48%
新潟除いた全国	65,186	100%

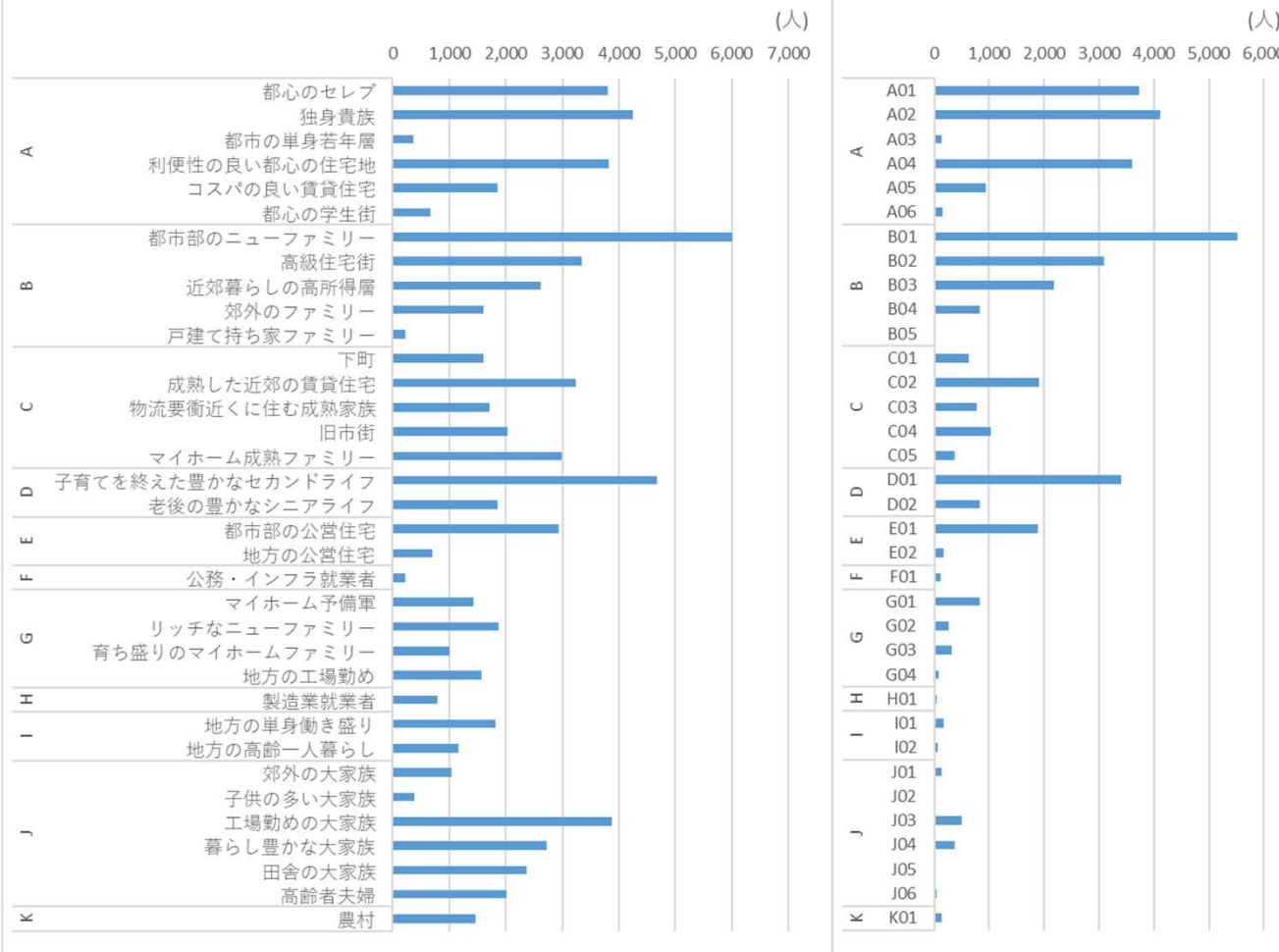
2.6 佐渡島来島者の県内外の来訪者比率とペルソナ分析

- 25年夏期間の新潟県除く「全国」と「一都三県」居住者におけるペルソナ分析結果を示す。
- 一都三県で見ると、A:都市部の単身層、B:都市部のファミリーが多く、裕福層が中心である。居住形態は交通利便性の良いエリアのマンションや戸建て、賃貸や持ち家を問わず多様であり、地方枠が少ない都市圏特有の居住構成が顕著に反映されている。

【2025年夏期間】全国（新潟県除く）

【2025夏期間】一都三県

※来訪者の居住地属性を基に簡易ペルソナ分析を実施した。

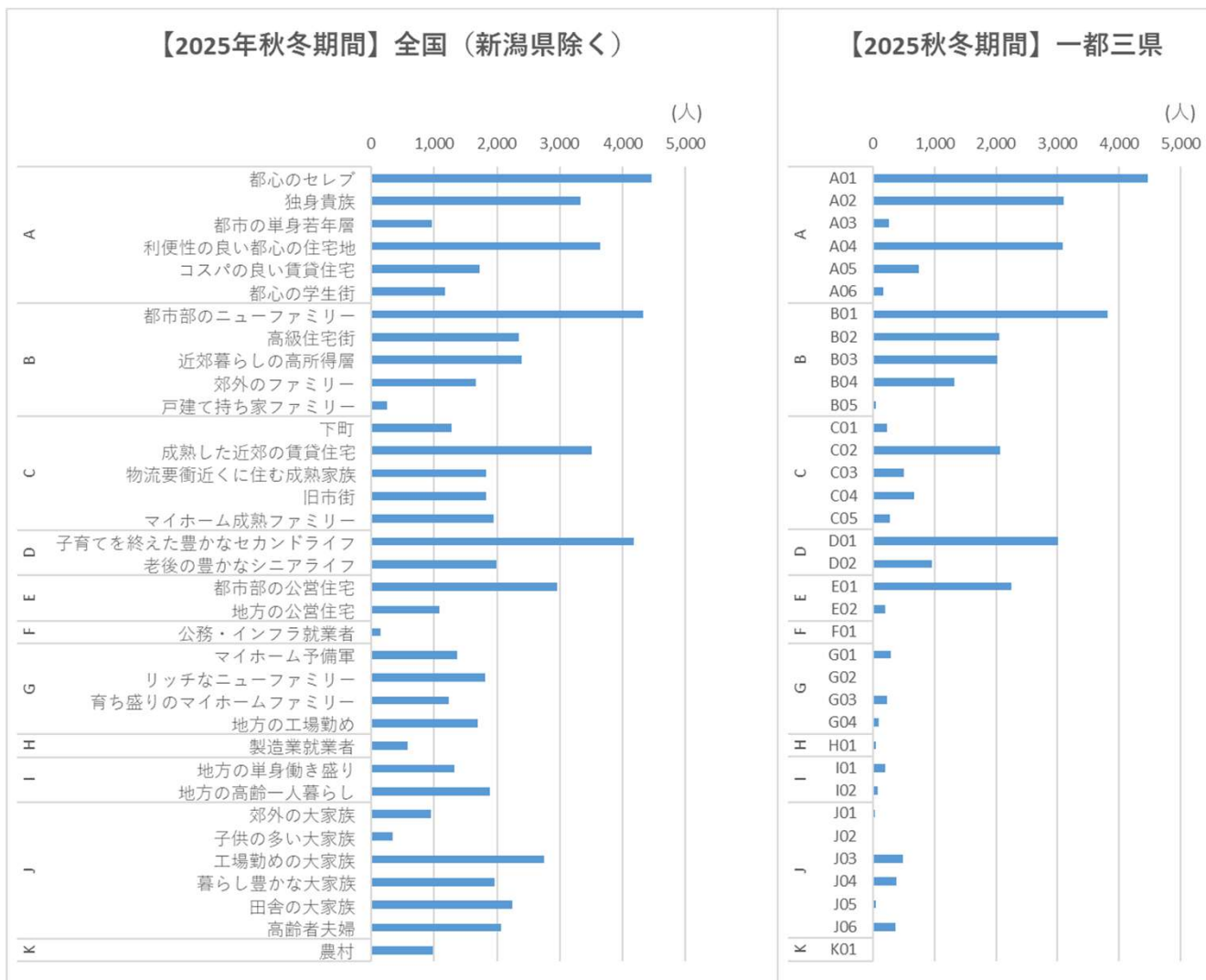


ペルソナセグメント	11分類
A	都市部の単身層
B	都市部のファミリー
C	近郊の成熟した住宅街
D	豊かなセカンドライフ
E	公団住まい
F	公務・インフラ
G	ニューファミリー
H	製造業就業者
I	地方の単身層
J	地方の大家族・シニア
K	農村

(出典) 居住地分析は「KDDI LocationAnalyzer」より作成
これに、c-japan@ (技研商事インターナショナル(株))よりペルソナ分析を実施

2.6 佐渡島来島者の県内外の来訪者比率とペルソナ分析

- 25年秋冬期間の新潟県除く「全国」と「一都三県」居住者におけるペルソナ分析結果を示す。
- 秋冬期間は夏期間に比べて、裕福層とシニアライフの高齢層が増加し、大家族層は減少する傾向がある。



※来訪者の居住地属性を基に簡易ペルソナ分析を実施した。

ペルソナセグメント 11分類	
A	都市部の単身層
B	都市部のファミリー
C	近郊の成熟した住宅街
D	豊かなセカンドライフ
E	公団住まい
F	公務・インフラ
G	ニューファミリー
H	製造業就業者
I	地方の単身層
J	地方の大家族・シニア
K	農村

(出典) 居住地分析は「KDDI LocationAnalyzer」より作成
これに、c-japan@ (技研商事インターナショナル(株))よりペルソナ分析を実施

3. 佐渡来訪者へのアンケート調査結果

3.1 アンケート調査概要

調査目的	新潟県外観光客の具体的な周遊ルート等を把握することで、新潟県が実施する「佐渡島の金山」を核とした誘客プロモーション施策の効果を検証・分析する
調査方法	有人ブースにて配布する紙媒体でのアンケート調査（無人アンケート回収ボックス投函）
調査場所	佐渡汽船乗り場（朱鷺メッセ）
調査日時	2025年6月27日～2月28日の平日（6か月間） （7～8月の繁忙期は月4回程度） ※分析は1月30日受領分の2025年12月31日分まで
調査対象	新潟港ターミナル・両津港ターミナルを利用する佐渡島来島客
回答者数	2285人
協力会社	（株）新宣（新潟市中央区） ……実査 DBJデジタルソリューションズ（株） ……集計・分析

3.2 単純集計表による全体概要

- アンケートの認知度・来訪意向結果より、ともに温泉地が全体的に上位を占めている。認知度が高いスポットは来訪意向も高い傾向にあるが、必ずしも比例しているわけではない。
- 佐渡島来島者に対するアンケートであるため、佐渡島内の観光スポット比率が高くなる傾向にあるが、佐渡島以外の観光スポットのさらなる認知度・来訪意向の向上が課題である。

認知度ランキング

スポット	%
史跡佐渡金山	82.2%
越後湯沢温泉	61.1%
北沢浮遊選鉱場	55.4%
宿根木	54.0%
月岡温泉	51.4%
彌彦神社	51.2%
ピア万代	44.6%
きらりうむ佐渡	44.5%
寺泊魚の市場通り	41.2%
道の駅「新潟ふるさと村」	37.7%
赤倉温泉	37.3%
清津峡渓谷歩道トンネル	34.7%
岩室温泉	31.0%
道の駅「燕三条地場産センター」	30.8%
道の駅「ながおか花火館」	30.7%
瀬波温泉	30.1%
フォッサマグナミュージアム	26.5%
松之山温泉	21.5%
燕市産業史料館	21.4%
魚沼の里	19.7%
カーブドッチ	19.3%
道の駅「マリンドリーム能生」	18.0%
雁木通り	16.6%
イヨボヤ会館	15.8%
道の駅南魚沼「雪あかり」	15.4%
摂田屋	12.0%
きっかわ	10.0%
西福寺開山堂	10.0%
Y&Yガーデン	9.1%
玉川堂	9.1%

来訪意向ランキング

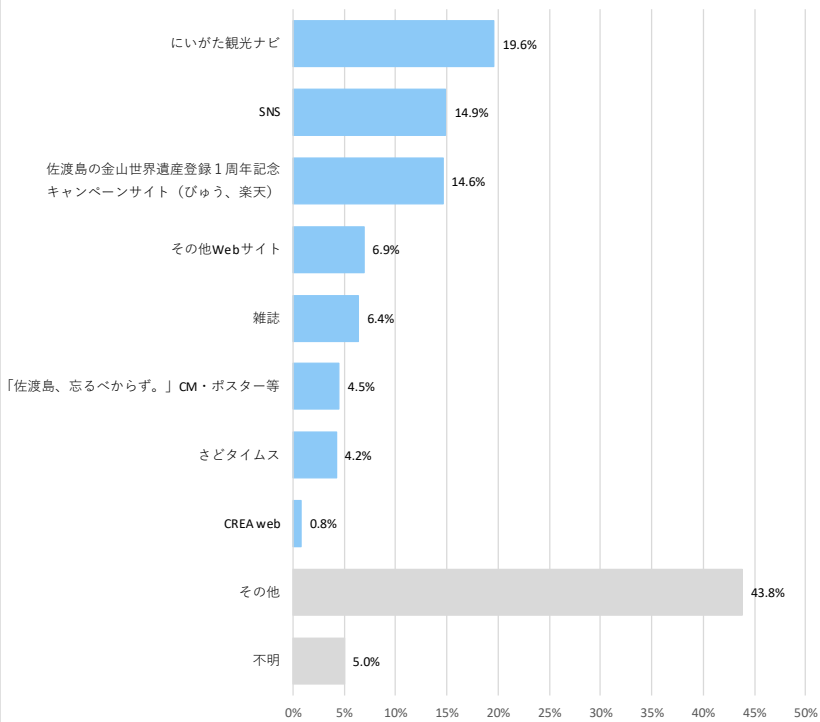
スポット	%
史跡佐渡金山	44.8%
月岡温泉	41.4%
越後湯沢温泉	40.2%
きらりうむ佐渡	38.9%
北沢浮遊選鉱場	38.4%
道の駅「ながおか花火館」	37.9%
赤倉温泉	37.2%
宿根木	36.8%
フォッサマグナミュージアム	35.2%
岩室温泉	35.1%
道の駅「燕三条地場産センター」	34.7%
松之山温泉	34.7%
瀬波温泉	34.1%
道の駅南魚沼「雪あかり」	33.1%
清津峡渓谷歩道トンネル	32.8%
彌彦神社	32.0%
寺泊魚の市場通り	31.9%
道の駅「新潟ふるさと村」	31.4%
魚沼の里	28.1%
燕市産業史料館	27.7%
道の駅「マリンドリーム能生」	26.5%
西福寺開山堂	23.8%
ピア万代	22.8%
雁木通り	21.3%
玉川堂	20.2%
摂田屋	18.1%
Y&Yガーデン	17.5%
カーブドッチ	17.2%
きっかわ	16.6%
イヨボヤ会館	16.1%

3.2 単純集計表による全体概要

- 情報収集媒体においては、「にいがた観光ナビ」(19.6%)に続き、OTAによるキャンペーンサイトやSNSなど、デジタルメディアの影響力が大きいことがわかる。佐渡汽船による発信も多く、ほかには「CREA web」で情報収集をする方も見られた。
- 各項目の詳細も参照していただきたい。※1

新潟県への旅行を決めるきっかけとなった媒体や、情報収集に使用した媒体を教えてください。【複数回答可】

N=2285



雑誌	その他Webサイト	その他
るるぶ	佐渡汽船(公式サイト含む)	友人・知人からの誘い 紹介
まっぷる	さど観光ナビ	特になし
ごとりっぷ	じゃらん	けえ【島育ち】
ココミ	YouTube(けえチャンネル、その他佐渡関連チャンネル等)	帰省
佐渡さんぼ	サドベンチャー	旅行会社・ツアー・パンフレット・チラシ
地球の歩き方	楽天トラベル	テレビ番組
さどボン	Googleツールを利用(Google chrome/Google Maps等)	インターネット・ネット検索
JR東日本 佐渡びより	Yahooトラベル	佐渡汽船HP(佐渡時間等)
KOMACHI	さどまるクラブ	まっぷる
クラブツーリズムのパンフレット	個人ブログ(佐渡観光関連)	るるぶ
バーダー	新潟交通	家族・親戚
トラピックス	阪急交通	YouTube(けえチャンネル、その他佐渡関連チャンネル等)
ガイドブック	HIS	佐渡さんぼ
JRの駅にあったパンフレット	びゅうトラベル	さどまるクラブ
	JAL(日本航空)	ごとりっぷ
SNS	ごとりっぷ	クラブツーリズム
インスタグラム	JR(鉄道)	フェイスブック・SNS
けえ【島育ち】	佐渡市公式HP	佐渡観光ナビ
YouTube	観光協会(佐渡観光協会等)	佐渡トリアスロン
TikTok	たびもんのみちしるべ	オープンウォータースイミング(OWS)
佐渡汽船	佐渡金山(観光スポット)	サドベンチャー
フェイスブック	釣りサイト(佐渡釣果情報)	新潟市観光案内
たらい船ガールズ	オープンウォータースイミング(OWS)	佐渡市公式HP
さどまるクラブ	インスタグラム(佐渡観光関連投稿)	佐渡観光案内所
佐渡公式	フェイスブック(佐渡観光関連ページ)	阪急交通社
さどがしまチャンネル	ガジェット通信(getnews.jp)	道の駅スタンプラリー
友人のSNS	マンホールカードWeb(佐渡関連)	マンホールカード
X(旧Twitter)	食ベログ	世界遺産
JR東日本びゅうのアカウント		
地球の歩き方		
スポーツエントリー		
新潟ふしぎ		
さどの個人商店のアカウント(ニカラ等)		
佐渡さんぼ		
とったび		
はらわた ちゅん子		
つりよが		
sado-island		
まいぼる		

※1 作成にあたり、アンケートテキスト回答欄の名寄せ・抽出において生成AI(2026年3月時点copilot gpt-5.2)を補助的に使用した。AIによって生成された結果は、DBJデジタルが確認・修正した。
2025年7~12月のアンケート集計結果より作成

3.3 クロス集計分析と特徴的な傾向

- 新潟県旅行の情報集媒体について、男女ともに70代以上の層(サンプル数全体の4%)についてはOTAの利用が平均よりも10ポイント以上高く、世界遺産などのテーマ訴求が意思決定に効いている可能性がある。
- 複数回答のため閲読があっても他媒体に回答が流れる点は留意が必要ではあるが、「CREA Web」は10代男性(2.8%)、10代女性(2.7%)、70代以上女性(2.2%)、30代男性(2.0%)の順で読まれている。居住地別では埼玉県が新潟県と同率(1.3%)と相対的に高い。
- 「CM・ポスター等」については埼玉県(7.0%)と千葉県(6.8%)は新潟県(5.9%)よりも高く出ており、交通広告・屋外広告・TV露出の接触が起きやすい首都圏近郊の生活圏で反応が出ている可能性が考えられる。

表頭：【Q9】新潟県への旅行を決めるきっかけとなった媒体や、情報収集に使用した媒体を教えてください。【必須・複数回答可】

%	合計	各軸内での割合構成	佐渡島の金山世界遺産登録1周年記念キャンペーンサイト(びゅう、楽天)	CREA web	にいがた観光ナビ	「佐渡島、忘るべからず。」CM・ポスター等	さだタイムス	その他Webサイト	SNS	雑誌	その他	不明
			100%	14.6	0.8	19.6	4.5	4.2	6.9	14.9	6.4	43.8
全体	2285	100%	14.6	0.8	19.6	4.5	4.2	6.9	14.9	6.4	43.8	5.0
北海道・東北・北関東	326	14%	12.9	0.3	20.2	4.3	2.8	7.4	22.4	9.5	38.0	4.3
埼玉県	228	10%	14.0	1.3	16.2	7.0	4.8	10.1	10.5	4.8	46.5	4.4
千葉県	133	6%	17.3	0.8	13.5	6.8	5.3	4.5	12.8	3.8	50.4	2.3
東京都	459	20%	13.7	0.9	17.9	3.5	4.4	6.3	13.5	5.2	47.7	5.0
神奈川県	248	11%	11.7	0.4	15.3	3.2	5.2	7.7	14.5	6.0	45.2	4.0
新潟県	388	17%	16.8	1.3	27.8	5.9	4.6	5.2	13.1	4.1	38.4	7.0
北陸・中部・西日本	443	19%	15.3	0.7	19.2	2.9	4.1	7.4	16.3	9.5	45.1	3.2
その他	60	3%	20.0	-	21.7	6.7	-	5.0	8.3	3.3	38.3	21.7
全体	2285	100%	14.6	0.8	19.6	4.5	4.2	6.9	14.9	6.4	43.8	5.0
男性:10代	109	5%	18.3	2.8	20.2	4.6	3.7	3.7	15.6	8.3	38.5	6.4
男性:20代	165	7%	14.5	-	18.8	4.2	5.5	6.1	23.0	3.0	40.0	4.2
男性:30代	150	7%	15.3	2.0	24.7	4.0	4.7	6.0	14.0	5.3	38.7	6.7
男性:40代	138	6%	11.6	-	24.6	2.9	2.9	5.1	7.2	2.2	48.6	5.1
男性:50代	179	8%	15.6	0.6	16.8	4.5	5.0	14.0	7.8	6.7	43.0	2.8
男性:60代	143	6%	21.7	0.7	24.5	6.3	5.6	7.7	4.9	7.0	42.7	2.8
男性:70代以上	53	2%	30.2	-	20.8	9.4	-	7.5	3.8	13.2	37.7	3.8
女性:10代	74	3%	10.8	2.7	18.9	8.1	4.1	9.5	14.9	6.8	43.2	4.1
女性:20代	238	10%	10.9	0.4	19.7	3.8	5.5	3.8	27.7	6.3	42.0	3.4
女性:30代	213	9%	8.0	1.4	20.2	4.2	5.2	5.2	27.2	6.6	40.8	3.3
女性:40代	259	11%	8.5	0.8	17.8	3.1	3.5	9.7	20.5	3.5	49.0	4.6
女性:50代	261	11%	17.6	0.4	18.0	6.5	4.2	7.3	9.6	8.8	44.8	7.3
女性:60代	189	8%	19.0	-	18.0	3.2	2.1	6.3	5.8	9.0	49.7	4.8
女性:70代以上	45	2%	28.9	2.2	15.6	6.7	2.2	-	2.2	13.3	44.4	6.7
未回答	69	3%	11.6	-	13.0	1.4	4.3	5.8	8.7	4.3	46.4	15.9

凡例：全体行と各行を比較した場合のポイント差
+10ポイント以上 -10ポイント以下

%	合計	各軸内での割合構成	佐渡島の金山世界遺産登録1周年記念キャンペーンサイト(びゅう、楽天)	CREA web	にいがた観光ナビ	「佐渡島、忘るべからず。」CM・ポスター等	さだタイムス	その他Webサイト	SNS	雑誌	その他	不明	
			100%	14.6	0.8	19.6	4.5	4.2	6.9	14.9	6.4	43.8	5.0
Q7：過去5年間の新潟県への観光目的での来訪回数は何回ですか。	全体	2285	100%	14.6	0.8	19.6	4.5	4.2	6.9	14.9	6.4	43.8	5.0
初めて	847	37%	14.3	0.7	17.9	3.0	5.3	14.3	16.6	8.9	43.0	4.0	
2回目	412	18%	15.5	0.7	17.2	3.6	4.1	15.5	14.1	6.3	44.4	4.4	
3回目	262	11%	13.7	0.8	21.8	6.1	2.3	13.7	14.1	6.1	43.5	3.4	
4回目	87	4%	16.1	-	18.4	6.9	1.1	16.1	14.9	4.6	57.5	1.1	
5回目	108	5%	15.7	-	11.1	5.6	2.8	15.7	13.0	1.9	50.9	5.6	
6回目以上	476	21%	14.9	1.5	26.7	7.1	4.8	14.9	13.2	4.6	43.7	3.6	
未回答	93	4%	11.8	-	12.9	1.1	1.1	11.8	15.1	1.1	28.0	31.2	
Q10：今回の旅行における新潟県での滞在期間をお選びください。	全体	2285	100%	14.6	0.8	19.6	4.5	4.2	6.9	14.9	6.4	43.8	5.0
日帰り(1日)	135	6%	16.3	1.5	28.9	3.7	0.7	2.2	12.6	1.5	39.3	5.9	
2泊2日	583	26%	17.2	1.0	22.1	4.1	3.3	6.2	18.4	4.6	38.3	4.5	
3泊3日	925	40%	15.8	0.4	17.6	4.5	4.9	8.3	14.9	6.5	46.9	2.5	
3泊4日	336	15%	10.4	0.9	18.8	4.5	3.6	7.7	14.0	9.2	45.8	4.2	
それ以上	250	11%	10.0	1.2	18.8	6.4	7.6	6.0	11.6	9.2	50.4	4.4	
未回答	56	2%	10.7	-	10.7	1.8	-	-	3.6	5.4	17.9	57.1	
回収期間	全体	2285	100%	14.6	0.8	19.6	4.5	4.2	6.9	14.9	6.4	43.8	5.0
夏期間	1507	66%	14.2	0.8	19.5	4.4	4.2	7.0	14.9	6.5	43.9	5.6	
秋冬期間	778	34%	15.4	0.8	19.7	4.8	4.2	6.6	14.9	6.2	43.4	3.9	

※合計列：各属性の構成比(縦%)
 各選択枝列：設問内の選択率(横%、複数回答のため合計は100%にならない)

