

白山麓地域の周遊に関するアンケート調査結果

白山商工会

2025年1月15日

I. 概要

a. 目的

当地には、観光客にお薦めしたい飲食店、映えスポット、体験施設等がある一方で、各々の情報発信力の弱さや連携不足から域外に知られず、「周遊型消費（飲食や観光、買い物などを組み合わせた消費行動。ついで買い。）」を捉えられていない状況となっている。

そこで、アンケート調査を実施し、観光客がイメージする周遊パターンや消費に関する認識やニーズ等を調査する。

b. 調査対象

石川県白山麓地域への来訪者

c. 調査方法

飲食店等に紙のアンケート用紙（3,000枚）を設置し回答を得た

d. 調査期間

2025年12月1日～2026年1月10日

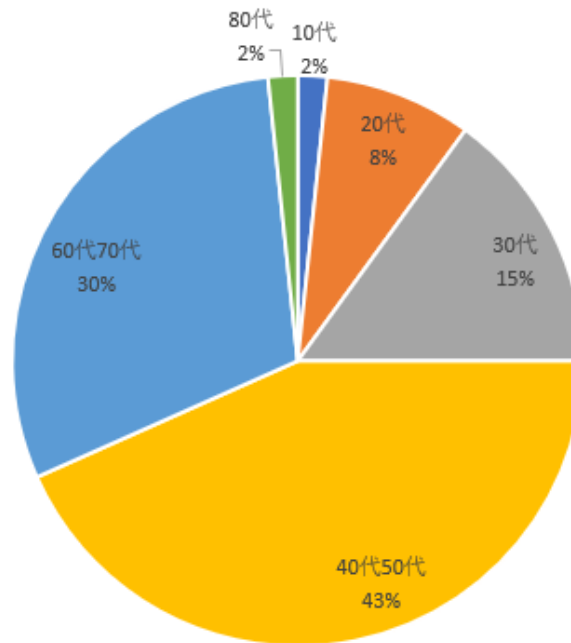
e. 回収数

60名

Ⅱ. 回答者の属性

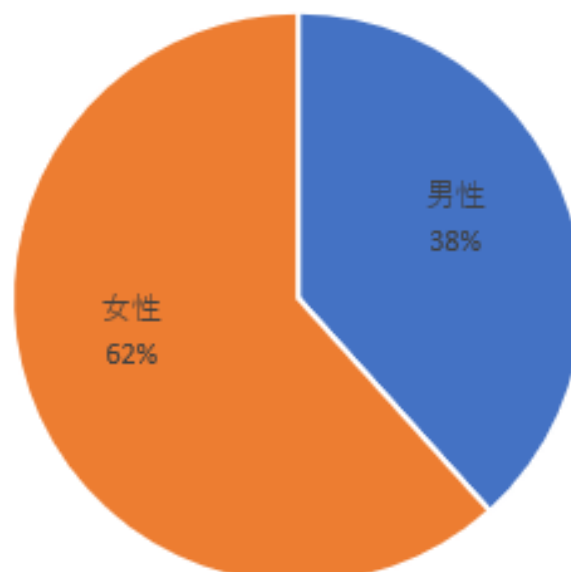
a. 年齢

回答者の年代は40代・50代が最も多く、次いで60代・70代、30代の順となった。これらの年代層が、当地を訪れる主要なボリュームゾーンであることがうかがえる。



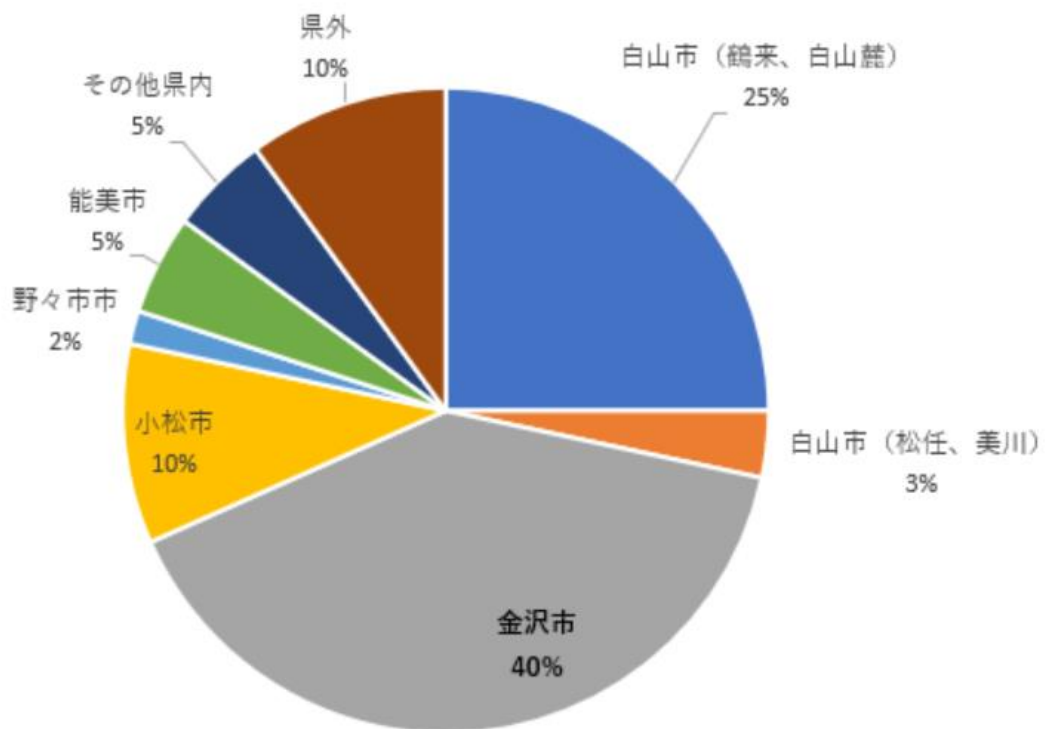
b. 性別

回答者の性別は、女性の回答割合が高い。当地に関心を持つ層や情報発信への反応は女性が中心となっている可能性がうかがえる。



c. 居住地

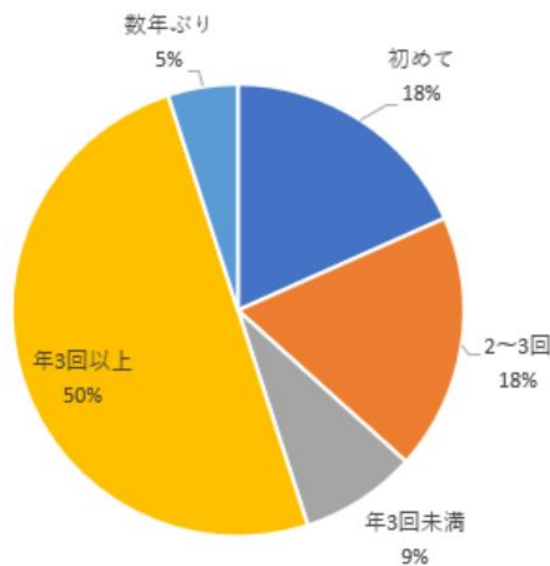
来訪者の居住地を見ると、金沢市が全体の約4割を占めており、近隣都市からの観光客が全体の約6割を占める結果となった。地元客（白山市鶴来・白山麓）は25%で一定数が地域内で買い回りを行っていることが確認された。当地は近隣都市からの来訪と地元需要の双方に支えられた観光・消費構造を有していると考えられる。



Ⅲ. 調査結果

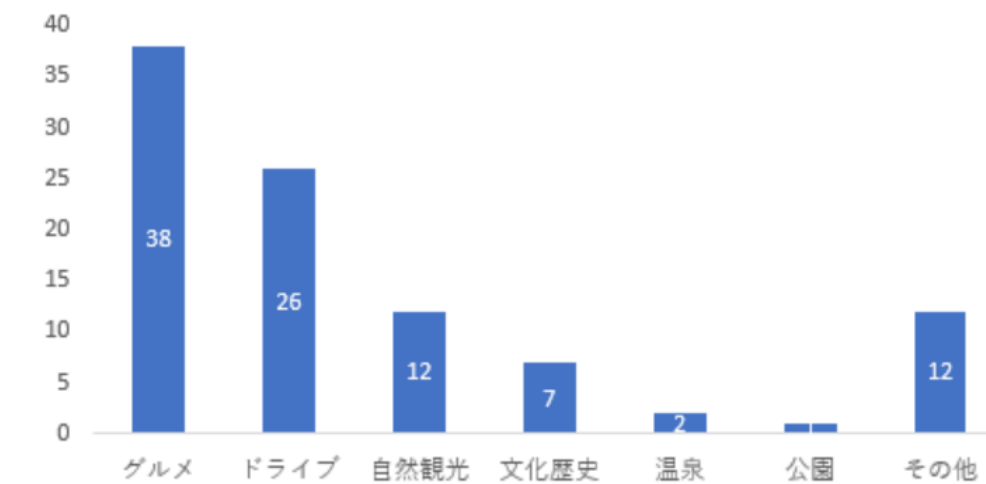
1) 当地への訪問回数

白山麓地域への訪問回数は、年3回以上が50%と継続的に訪れるリピーター層が中心となっている。一方、「初めて」及び「2~3回目」の回答者はいずれも18%（合計で36%）で、新規来訪者も一定数存在する。ちなみに新規層の半数は20代30代である（リピーター層は40代から80代で8割を占める）。当地はリピーター需要に支えられつつ、20代30代の新規層の獲得余地も併せ持つ地域であると考えられる。



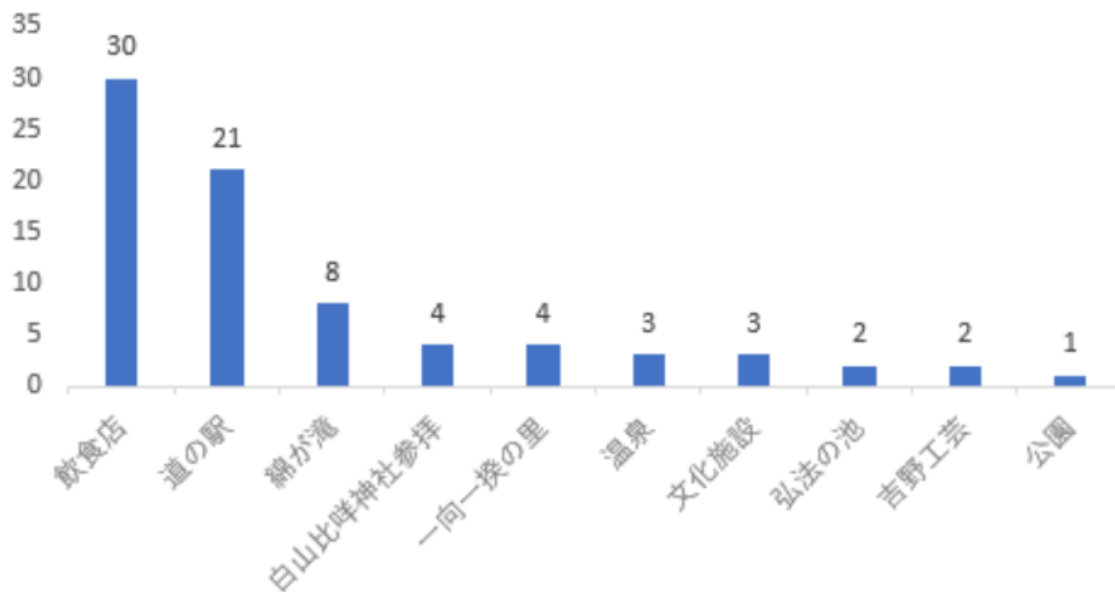
2) 本日の訪問（周遊）の主な目的（複数回答）

「グルメ」が60人中38人最も多く、次いで「ドライブ」26人、「自然観光」12人と続く。「その他」12人のうち半数が買物となった。白山麓地域への訪問は、飲食を中心に、ドライブや自然景観を楽しむ行動が主となっており、買物は付随的な要素となっている。文化・歴史分野は比較的少数であることから、物語性を持たせた情報発信で認知向上されることを課題と考えられる。



3) 本日訪れたスポット

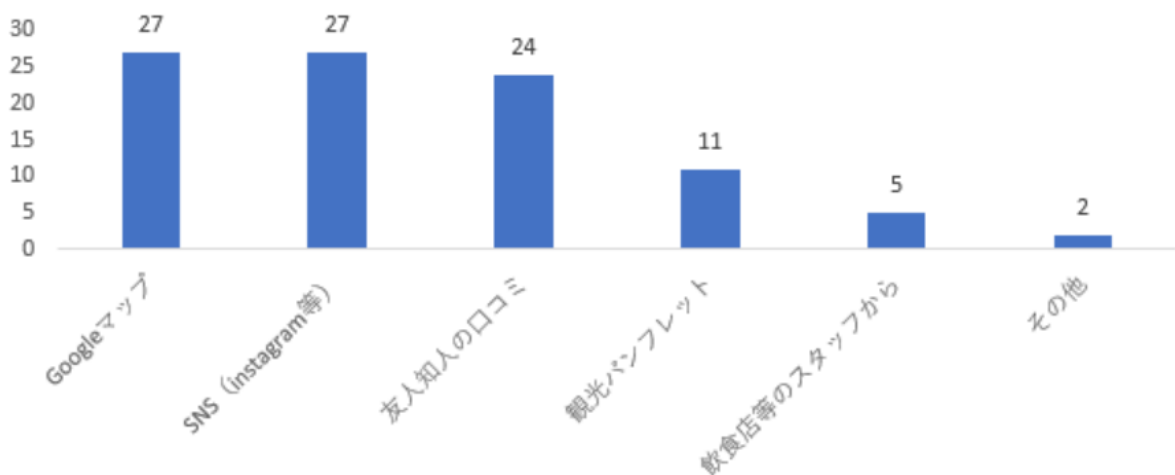
来訪先は「飲食店（50%）」と「道の駅（41%）」に集中し、休憩・食事を目的とした立ち寄り型利用が中心である。一方、綿が滝や白山比咩神社、温泉・文化施設は訪問者が限定的と言える。食を起点に自然・文化資源へ誘導する動線設計や情報発信の強化が、回遊性向上に向けた課題と考えられる。



4) 白山麓を周遊する（複数スポットで楽しむ）ときの情報源

情報源は、「Google マップ」が60人中27人、「SNS」も27人と最も多く、次いで「友人・知人の口コミ」24人、「観光パンフレット」11人が続いている。

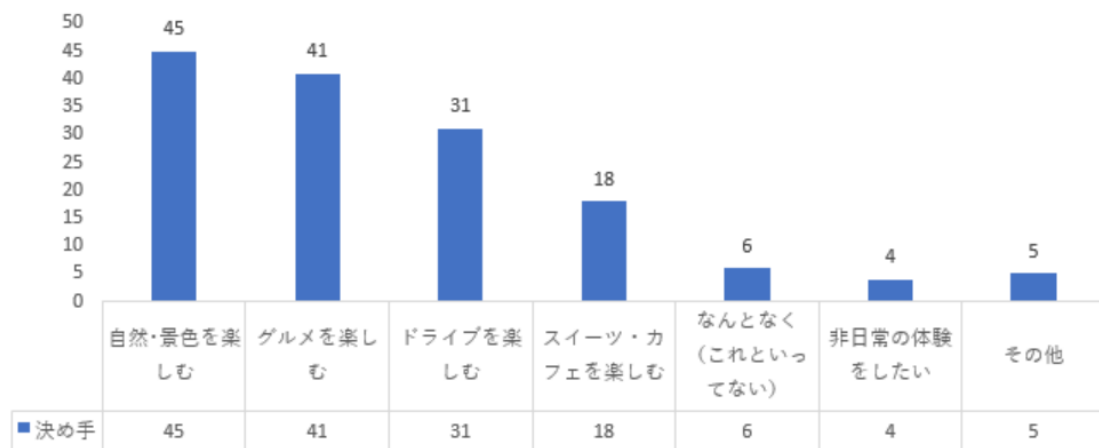
デジタル媒体と対面での口コミがいずれも高い割合を占めており、来訪者は複数の情報源を併用しながら周遊していることがうかがえる。一方、利用は限定的であるが、紙媒体の観光パンフレットも一定の役割を果たしている様子がうかがえる。



5) 白山麓を周遊する理由や決め手

白山麓を周遊する理由や決め手としては、「自然景色を楽しむ」が60人中45人と最も多く、「グルメを楽しむ」41人、「ドライブを楽しむ」31人が続く。

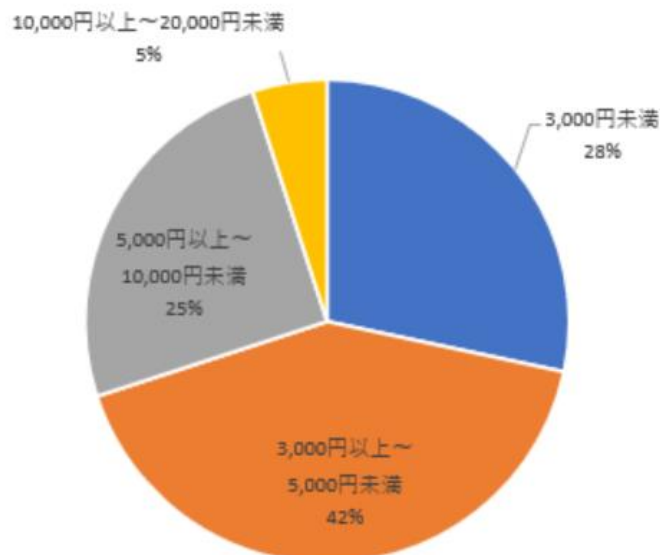
いずれも回答者の5割から7割超を占める高い数値を示し、白山麓地域が自然景観、食、移動体験といった複合的な魅力によって選ばれていることがうかがえる。この結果から、特定の単一要素ではなく、複数の体験価値が周遊行動を後押ししていると考えられる。



6) 当地での総消費総額(1日の予算)について

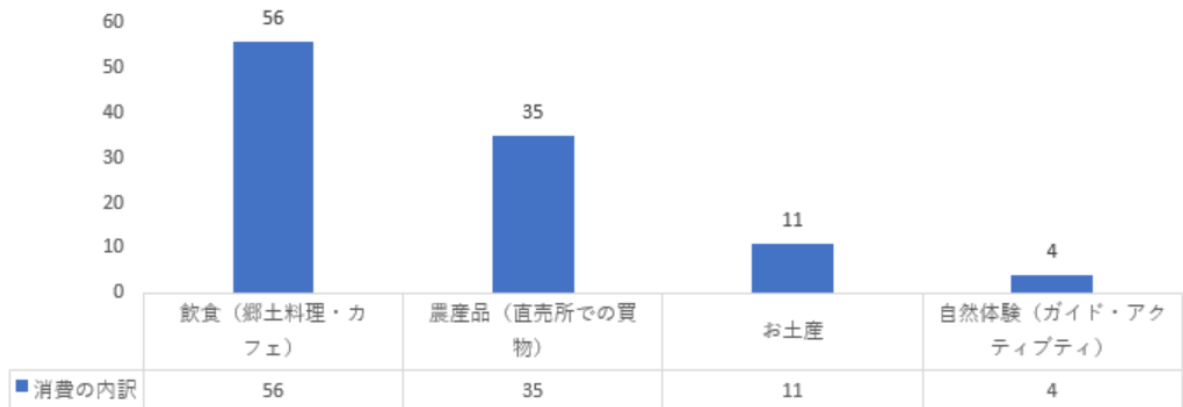
総消費額は、「3,000円以上5,000円未満」が全体の42%と最も多く、次いで「3,000円未満」28%、「5,000円以上10,000円未満」25%と続く。

消費額が3,000~5,000円帯に集中していることから、飲食や土産等の単発的な消費が中心と考えられる。一方で、5,000円以上の層も一定数存在しており、体験型コンテンツや複数スポットを組み合わせた周遊提案により、客単価向上の余地があると考えられる。



7) 消費の内訳について

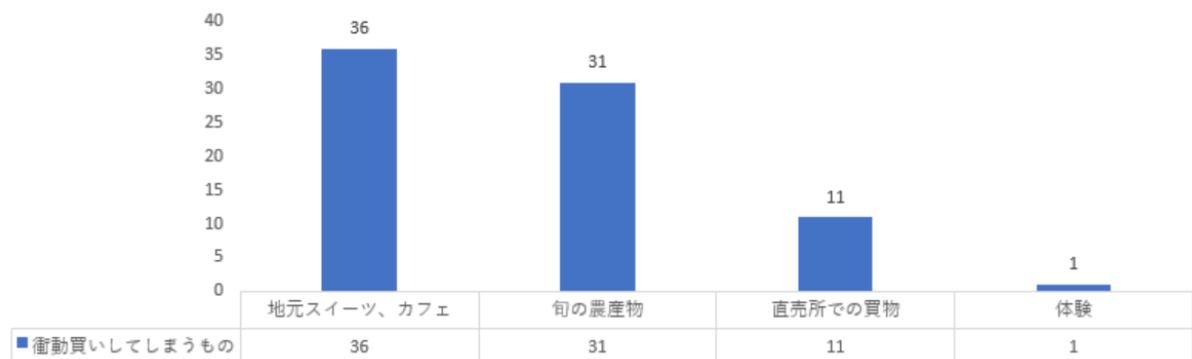
当地での消費内容は「飲食」が60人中56人と圧倒的に多く、次いで「農産品購入」が35人、「土産品購入」11人が続いた。アンケート実施時期が冬季で自然体験に限られる事情はあるものの、体験型コンテンツへの支出は限定的であることがうかがえる。



8) 衝動買い（つい買ってしまふもの）について

白山麓で衝動買いしたくなるものは、「地元スイーツカフェ」が60人中36人と最も多く、次いで「旬の農産品」31人、「直売所での買物」11人と続く。

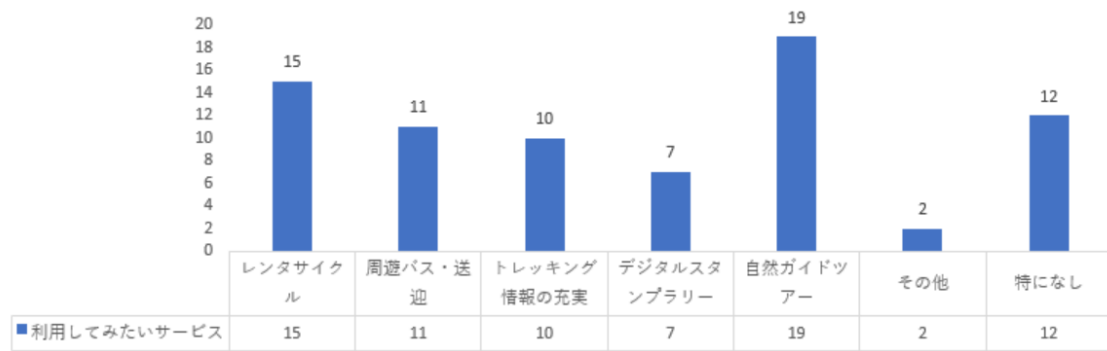
スイーツや旬の農産品への関心が高いことから、見た目や季節感を意識した商品開発や情報発信が、追加消費の促進につながると考えられる。また、スイーツと農産品を組み合わせた提案や、立ち寄りやすい導線づくりにより、直売所の利用拡大も期待される。



9) 当地でつかってみたいサービスについて

白山麓で使ってみたい・利用してみたいものとしては、「自然ガイドツアー」が60人中19人と最も多く、次いで「レンタサイクル」15人、「周遊バス・送迎」11人、「トレッキング情報の充実」10人、「デジタルスタンプラリー」7人が続く。

自然ガイドツアーへの関心が最も高いことから、白山麓の自然や文化を深く理解できる体験型サービスには潜在的需要があると考えられる。また、レンタサイクルや周遊バスといった移動支援へのニーズも一定数あり、移動と体験を組み合わせた仕組みづくりにより、回遊性や滞在時間の向上が期待される。一方、デジタルスタンプラリーは比較的少数であり、導入にあたっては対象層や実施方法の検討が必要と考えられる。



10) 当地に来たくなる理由やご意見について（フリー記載）

（当地に来たくなる理由）

- ・ずっと変わらない自然。いにしへの空気感を満喫したい。
- ・こちらへうかがうようになって1年余りになる。道中の四季折々の山や花の景色に牧歌的な風景にいやされながら楽しませてもらってます
- ・店員の接客が良かった
- ・温泉施設（日帰り）
- ・広い駐車場がある。おそばが美味しい。
- ・自然が豊かなので疲れたときに来たくなる。
- ・そばが食べたくなったときにドライブを兼ねて来たくなる。
- ・綿が滝駐車場のトイレがとてもキレイで良かったです。
- ・風景がきれい
- ・街からほどよい時間で自然を楽しめる。
- ・自然で心が癒される。カフェや食事処が多いとうれしい。
- ・春や秋の天気の良い日のドライブが最高。
- ・自然豊かなところと親切で親しみやすい接客サービス。
- ・春や秋の山の景色の移り変わりが楽しみ。

(ご意見)

- ・車がないと移動ができないので、周遊バス送迎、半日くらいのツアーがあると良い。クーポン券購入しているいろんなお店で使える。善光寺表参道チケット、良かったです。
- ・素敵なエリアですがわかりやすい観光地はない。旅行前の情報がなくアクセスも厳しいので選択肢になりづらい。
- ・日帰りで楽しめる温泉・グルメ・お土産購入
- ・道の駅などで降りるのが面倒くさくなってしまうので、ドライブスルー式のコーヒー屋があると嬉しい。
- ・夏山、紅葉、熊情報
- ・由緒ある神社、酒蔵、まちなみ、自然を感じる木材を使った建造物、そば処（蕎麦畑の地）以上をアピールされた催しや案内紹介
- ・サイクリングルートマップ
- ・キッチンカーが集まっていると行きたくなる
- ・自然のアスレチックアトラクション施設
- ・農産物や体験などのできる施設
- ・おいしい飲食のお店
- ・子供連れが行きやすい公園、屋内施設をもっと充実させてほしい。
- ・タイムサービスがあるとうれしい。でも品数がたくさんあることが一番うれしい。じばさんは私の憩いの場です。
- ・おいしいものを食べたいので情報発信をお願いします。どれか一つみたらわかるような。
- ・キャンプ場等昔は流行っていた。再度手を入れて欲しい。バードハミング鳥越キャンプ場等。
- ・郷土料理、農産物を使ったおまつり。自然景観を活かしたサイクリングイベント。
- ・地元の野菜ほか物品が買える店、いろいろあったらもっと良い。
- ・食べることが好きなのでおいしいものがあれば来たくなる。
- ・温泉と食事の魅力的なパッケージ（お得、ストーリー）。
- ・短時間で地域の暮らしに触れられる体験（手仕事、畑など）。対価も現金ではなく地元の野菜や加工品、温泉券等の物々交換も面白い。
- ・普段食べることのない山菜やジビエを使った料理に魅力を感じる。一度経験すると居心地の良さにとりこになり何度でも来たくなる。ファーストタッチに親しみを感じるアプローチがあると良い
- ・ぐるり白山マップをみたら知らないスポットが沢山あって、これからいろいろ行きたいと思いました。マップの配布やSNS等でお店を知るきっかけがあれば良い。

- ・割引券があったり、季節の特別メニューがあると何度も行きたくなる。
- ・星空がきれいなのでグランピング施設があると良い。山麓の人は人当たりが良い。お店の方もニコニコしてるので食事や買物も楽しい。
- ・体験、食事、観光。遠方なので朝出発し夕方帰宅まで満喫したい。雪の時期しか訪問しないので他の時期どんな楽しみ方があるか知りたい。
- ・日頃乗れない乗り物（トウクトウク等）で自然観光や体験をしてみたい。
- ・地域ならではの食べ物を味わってみたい。お店巡りのイベントがあれば足を運びたくなる。

IV. まとめ

本調査結果から、白山麓地域の来訪者像および周遊・消費行動の特徴が明らかとなった。

回答者（来訪者）は40代・50代を中心に、60代・70代が続く構成で、女性の割合が高い。居住地は金沢市をはじめとする近隣都市が約6割を占める一方、地元（白山市鶴来・白山麓）からの来訪も25%あり、近距離観光と地域内需要の双方に支えられた構造がうかがえる。

訪問回数では、年3回以上訪れるリピーターが半数を占め、特に40代以上の中高年層が安定的な来訪を支えている。一方で、新規来訪者の一定割合を20代・30代が占め、若年層の関心喚起と再訪促進に向けた取組には成長余地がある。

訪問目的はグルメを中心に、ドライブや自然観光が続いており、白山麓は「食」と「景観」「移動体験」を組み合わせる楽しむ周遊地として認識されている。一方、文化・歴史資源は主目的としては選ばれにくく、物語性を持たせた情報発信が今後の課題である。

実際に訪れたスポットも飲食店や道の駅に集中し、立ち寄り型・短時間滞在が主流となっている。周遊時の情報源はGoogleマップやSNS、口コミが中心であり、デジタルと実体験に基づく情報の重要性が確認された。消費額は3,000～5,000円帯が中心で、消費内容も飲食と農産品購入が大半を占めていることから、体験型消費や高付加価値消費の拡大には工夫が求められる。

一方、衝動買いの対象として地元スイーツや旬の農産品への関心は高く、商品開発や見せ方次第で追加消費の可能性がある。また、自然ガイドツアーや移動支援サービスへのニーズも一定数確認され、体験と移動を組み合わせる周遊提案により、滞在時間や満足度向上が期待される。

自由記載からは、自然環境や癒し、接客への高い評価に加え、分かりやすい情報提供や交通手段、体験機会の充実を求める要望も多く、今後の観光施策における重要なヒントとして活かしていく。