

目次

・調査概要 / 観光動向	1P
・分析	2P
・全域の状況	3P
・ウェブサイトアクセス分析	6P

調査概要

宿泊客数調査

調査施設： 市内宿泊施設154カ所

(76施設が回答/残り施設を推計にて算出) *全体の受入キャパの72.6%

調査期間： 令和3年4月1日～4月30日

調査内容： 期間内の市内宿泊者数

観光施設入込客数調査

調査施設： 市内観光施設78カ所

調査期間： 令和3年4月1日～4月30日

調査内容： 期間内の施設立ち寄り人数

ウェブサイトアクセス分析

分析サイト： TabiTabi郡上

調査期間： 令和3年4月1日～4月30日

調査内容： セッション数

セッション方法

ユーザー属性

ページビューランキング

観光動向

✓令和3年4月度の宿泊客数は、11,879人

→対前年同月比で、8,608人(263.2%)の増加

→令和1年比で、19,312人(61.9%)の減少

✓令和3年4月度の施設入込客数は、201,898人

→対前年同月比で、121,901人(152.4%)の増加

→令和1年比で、126,542人(38.5%)の減少

✓令和3年4月度のウェブサイトのセッション数は、34,482回

→対前年同月比で、14,885回(76%)の増加

宿泊客数 / 施設入込客数 3P～

【R2年からは回復傾向となったが、新型コロナウイルスの影響が出る前のR1年の水準には戻らず】

●市内宿泊客数・施設入込客数は、共にR2年と比較して大幅な増加となりました。これはR2年4月は初めての緊急事態宣言発出により、市内施設が休業となった事や外出自粛が影響し、極めて低い数値となったことに起因しています。R1年4月と比較すると、宿泊客数は61.9%減少、施設入込客数は38.5%減少となっており、新型コロナウイルス感染症が蔓延する以前の水準までの回復には、ほど遠い状況となっています。

(R1年との比較は別紙資料参照)

●R1年と同じ水準まで回復が出来ない理由には、3月末から再び新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が増加傾向となっていることが影響しています。4/5に「まん延防止等重点措置」が大阪を含む3つの地域に適用され、その後7都府県が追加となるなど、全国的に不要不急の外出自粛が求められています。V-resas(出典1)で岐阜県への「人流」を見ると、4月1週目の「県外」からの流入者数は▲15.0%と、R1年の水準を下回った他、4月2週目にはそこからさらに7.0%減の▲22.0%となったことにも裏付けられています。

【団体旅行のキャンセル、延期が発生】

●「ホテル」の宿泊者数がR1年と比較して5,695人(65.4%)減少となりました。減少した要因として、聞き取り調査から学校の教育旅行を含む団体旅行がキャンセルや延期となっていることが分かりました。

【屋内観光を敬遠している傾向】

●施設入込客数では、R1年と比較すると「文化・歴史」が61.4%減少、「産業観光」が64.9%減少となりました。上記の「ホテル」の宿泊客減の事由と同様に団体旅行での訪問がなかったことや、密のイメージがある屋内観光を避ける傾向にあることが推測されます。それを裏付けるものとして、リクルートの「じゃらんリサーチセンター」が行った「新型コロナウイルス感染症による旅行市場への影響調査」(出典2)において、旅行者が国内旅行を検討するにあたり、求めることとして「人の多いところは避けたい(59.7%)」となった他、旅行意向者が宿泊先やスポットに求めることとして、「従業員がマスク・消毒を徹底して行っている」との回答が60.4%と最も多い結果となっています。

【立ち寄りを目的とした観光客が一定数みられる】

●R1年と比較すると「買物」が25.7%減少となり、その他の分類と比較して減少率が低い結果となりました。新型コロナウイルスを意識して、他者との接触を避けるためいつも以上に、自家用車を使った訪問形態が増加したことにより、立ち寄りの観光客の獲得ができていないのではないかと推察できます。

観光客の動向

【観光客の動向について】

●4月に入っても新規感染者数は増加しつづけ、観光客の外出意欲は全国的に低下傾向となっていることが読み取れます。JTBが4月に行った調査(出典3)によると、ゴールデンウィークに旅行に「行きたい」と考えている人は、例年の半分以下の回答率となっている他、旅行に「行かない」とした回答で最も多い理由が、「新型コロナウイルス感染症がまだ収束していないから / 拡大の懸念があるから(63.9%)」となっており、新型コロナウイルスに対する警戒心の高さが読み取れます。また、「どのような状況・条件の場合に旅行を中止するか」との問いには、「旅行先に緊急事態宣言が出されたら中止する(60.2%)」「自分の居住地に自粛要請が出たら中止する(40.2%)」「旅行先がまん延防止等重点措置の対象地域になったら中止する(38.4%)」となり、政府や自治体からの外出自粛等の要請が、旅行実施の大きな判断材料となっていると推察します。今後も、緊急事態宣言や、まん延防止等重点措置が発出している状況下では、観光客の外出意欲が増える見込みは薄く、観光関連産業への経済的な影響が続くものと予想されます。

【外出意欲の低下は見られる一方、警戒しつつも旅行をしたい層が存在する】

●出典2の調査によると、旅行の実施について「予定をしておき気にせず行く」「予定をしておき、気をつけながら行く」「旅行に行きたいが様子を見ている」との回答の合計が、R2年3月からR3年3月の期間において40%～60%の範囲で推移しており、旅行に対する意欲は新型コロナウイルスの影響が広がり始めた時期から現在に至るまで減少していないことが分かりました。

●R1年3月からR2年3月の調査期間中、どの時期も「旅行に行きたいが様子を見ている」との回答が最も多く、旅行意欲はあるがタイミングを見計らっていると考えられます。今後ワクチンの接種が進み感染の収束傾向がみられるようになると、この回答者層が旅行を徐々に再開していくことが予想されます。その時期を見越して、今は認知度向上に向けた情報発信、コンテンツ造成・内容の磨き上げに傾注することが必要ではないかと考えます。

【観光客のニーズには郡上への誘客にプラスとなる要素がある】

●出典2の調査において、旅行の目的や動機について最も多い回答が「リラックスする(40.6%)」となり、次いで「家族と楽しく過ごす(38.8%)」「自然や風景を楽しむ(34.5%)」「食事・地域の味覚を味わう(30.8%)」「温泉(27.9%)」となりました。これらの回答は全て郡上が提供できる要素であり、これらの要素を複合的に紹介し、具体的な郡上での滞在方法を提案することで、より需要を喚起できるのではないかと推察します。また、各施設の紹介の際には、「〇〇がある」「〇〇ができる」という説明だけでなく、「〇〇で〇〇をするとあなたは〇〇のような気持ちを味わえます」といったような、より個人の感情に訴えかけられるような書き方をすることで、興味関心が高まり、訪問へつなげることができると考えます。

●出典2の調査において、旅行を検討している観光客が行き先を選ぶ理由として最も多かった回答が「行きたい場所がある(36.2%)」となり、次いで「自家用車やレンタカーでいける場所(24.1%)」「自然が多いなど、3密を回避しやすい地域(22.9%)」ということが分かりました。これを踏まえて郡上市観光連盟では、「自家用車でいける場所」というニーズを持つユーザーの獲得や市内周遊促進を目的に、市内を広域に巡る「初夏のドライブ旅行モデルコース」をTABITABI郡上内に作成し、6/1からプロモーションを予定しています。

①-1 宿泊客数(154施設)

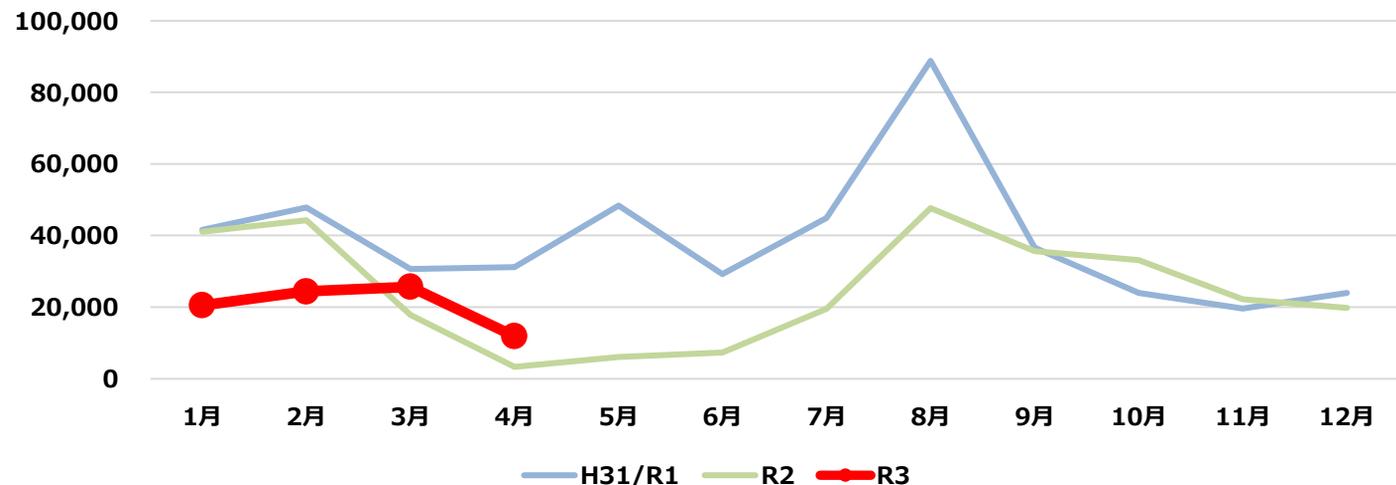
	1月	2月	3月	4月	期間計
R2年	41,066	44,261	17,834	3,271	106,432
R3年	20,502	24,362	25,685	11,879	82,428
対前年比(人)	▲ 20,564	▲ 19,899	7,851	8,608	▲ 24,004
対前年比(%)	49.9%	55.0%	144.0%	363.2%	77.4%

* 未回答施設の推計値含む

【地域別宿泊客数】

	八幡	大和	白鳥	高鷺	美並	明宝	和良	合計
R2年4月	319	2	340	2,133	8	136	6	2,944
R3年4月	2,041	573	679	4,385	136	162	650	8,626
対前年比(人)	1,722	571	339	2,252	128	26	644	5,682
対前年比(%)	639.8%	28650.0%	199.7%	205.6%	1700.0%	119.1%	10833.3%	293.0%

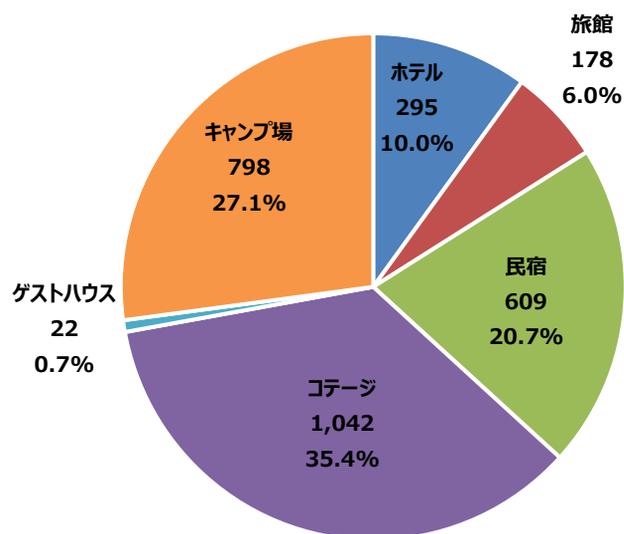
* 回答があった施設の数字のみ表示



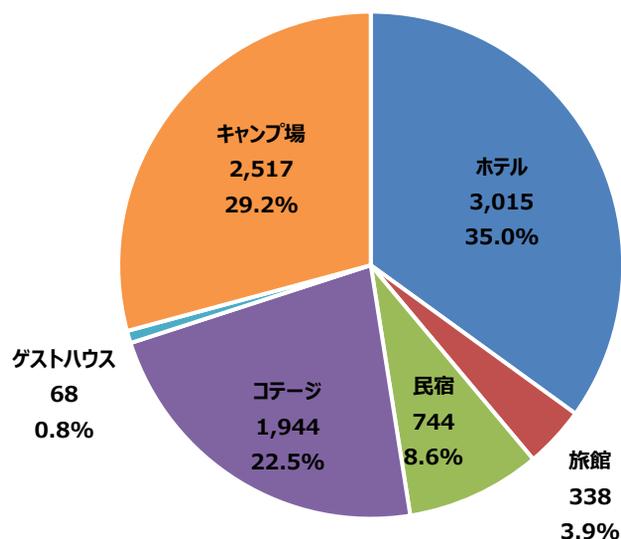
①-2 分類別宿泊客数

	ホテル	旅館	民宿	コテージ	ゲストハウス	キャンプ場	合計
R2年4月	295	178	609	1,042	22	798	2,944
R3年4月	3,015	338	744	1,944	68	2,517	8,626
対前年比(人)	2,720	160	135	902	46	1,719	5,682
対前年比(%)	1022.0%	189.9%	122.2%	186.6%	309.1%	315.4%	293.0%

R2年4月



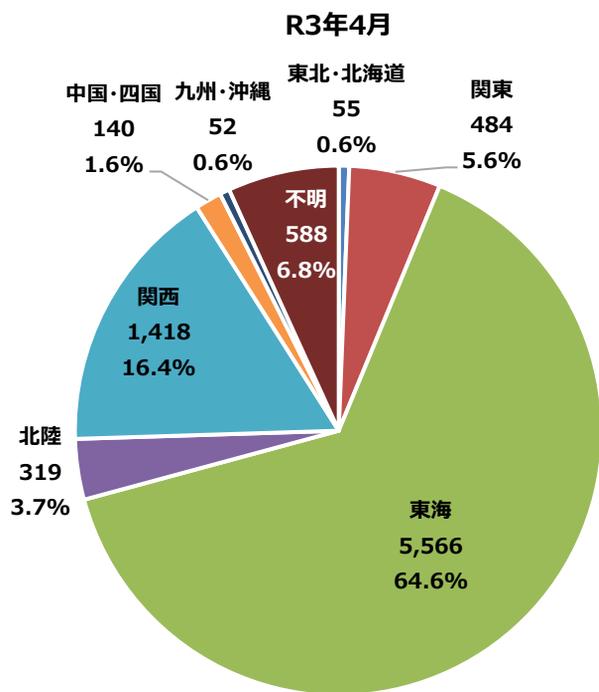
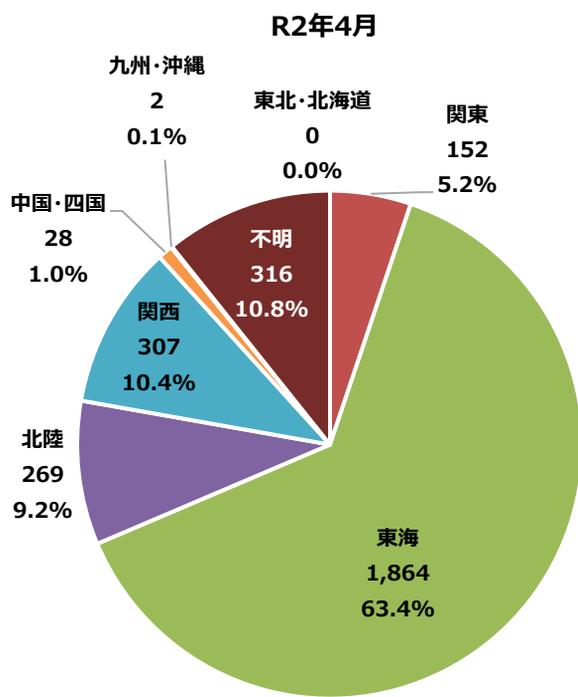
R3年4月



①-3 居住地別宿泊客数

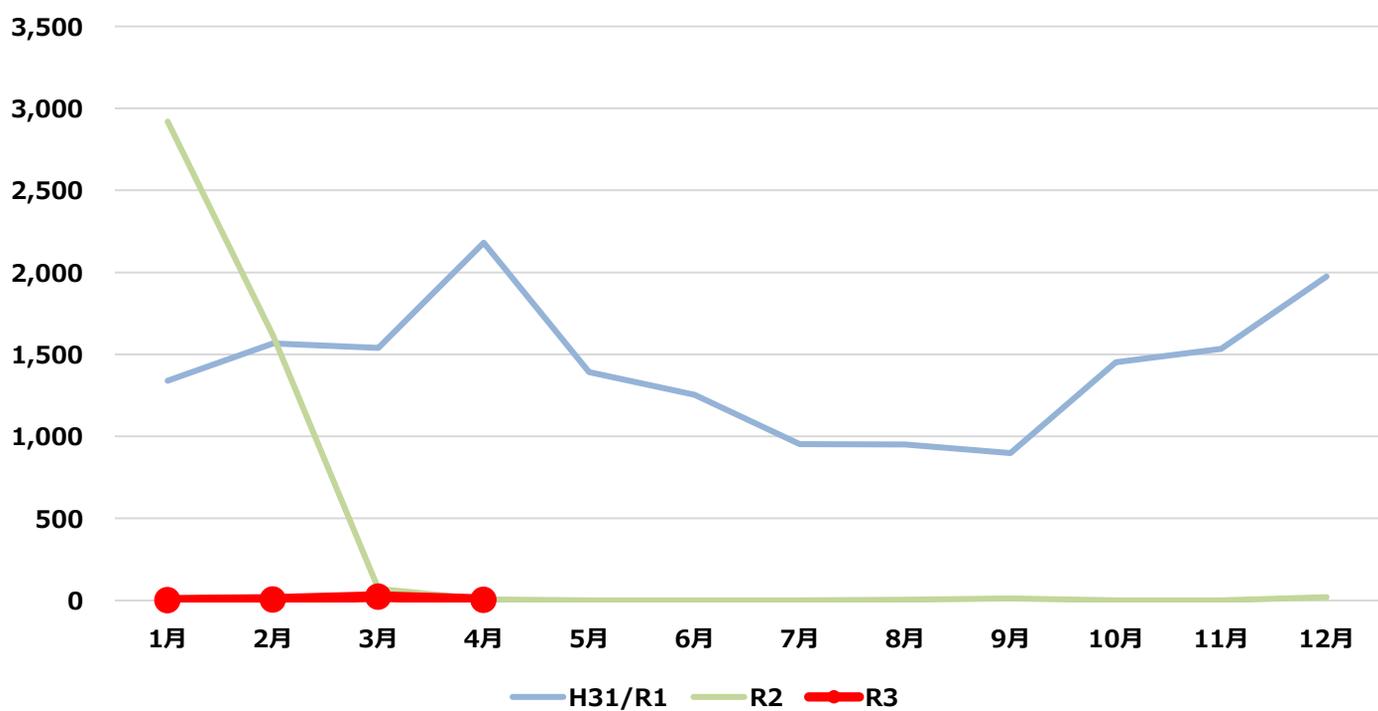
	東北・北海道	関東	東海	北陸	関西	中国・四国	九州・沖縄	不明	合計
R2年4月	0	152	1,864	269	307	28	2	316	2,938
R3年4月	55	484	5,566	319	1,418	140	52	588	8,622
対前年比(人)	55	332	3,702	50	1,111	112	50	272	5,684
対前年比(%)	0.0%	318.4%	298.6%	118.6%	461.9%	500.0%	2600.0%	186.1%	293.5%

*外国人は含まない



①-4 外国人宿泊客数

	1月	2月	3月	4月	期間計
R2年	2,919	1,616	71	6	4,612
R3年	1	6	23	4	34
対前年比(人)	▲ 2,918	▲ 1,610	▲ 48	▲ 2	▲ 4,578
対前年比(%)	0.0%	0.4%	32.4%	66.7%	0.7%

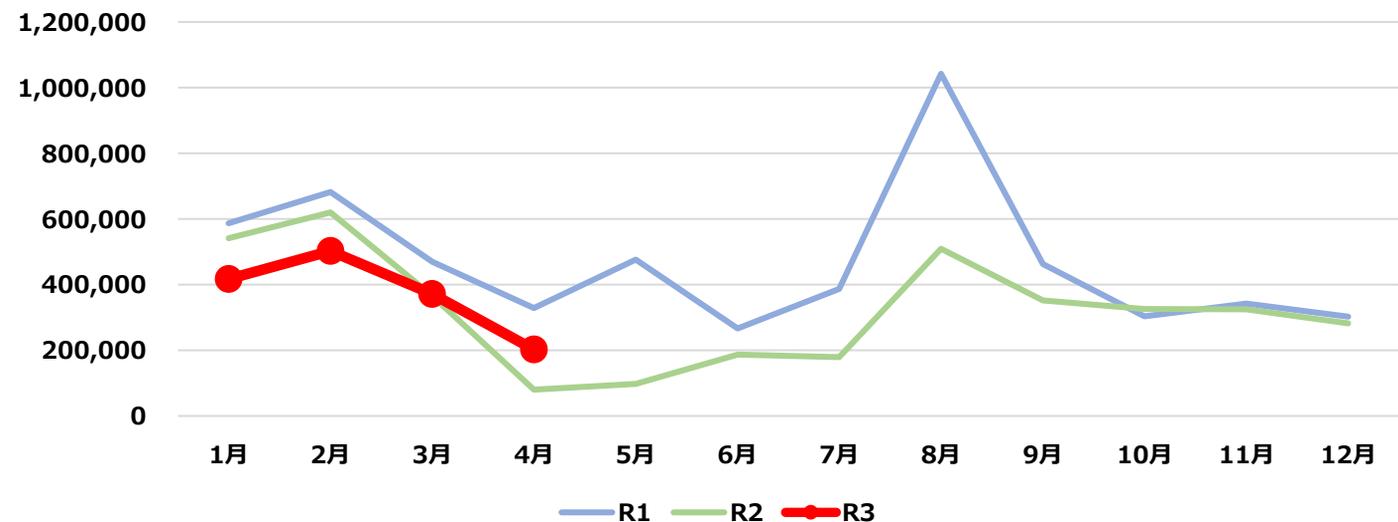


②-1 施設入込客数(79ヶ所)

	1月	2月	3月	4月	期間計
R2年	541,147	619,401	365,222	79,997	1,605,767
R3年	416,599	501,862	370,989	201,898	1,491,348
対前年(人)	▲ 124,548	▲ 117,539	5,767	121,901	▲ 114,419
対前年(%)	77.0%	81.0%	101.6%	252.4%	92.9%

【地域別施設入込客数】

	八幡	大和	白鳥	高鷲	美並	明宝	和良	合計
R2年	4,950	13,004	16,138	14,668	16,008	13,855	1,374	79,997
R3年	16,533	38,657	38,665	43,860	30,021	24,237	9,925	201,898
対前年比(人)	11,583	25,653	22,527	29,192	14,013	10,382	8,551	121,901
対前年比(%)	334.0%	297.3%	239.6%	299.0%	187.5%	174.9%	722.3%	252.4%

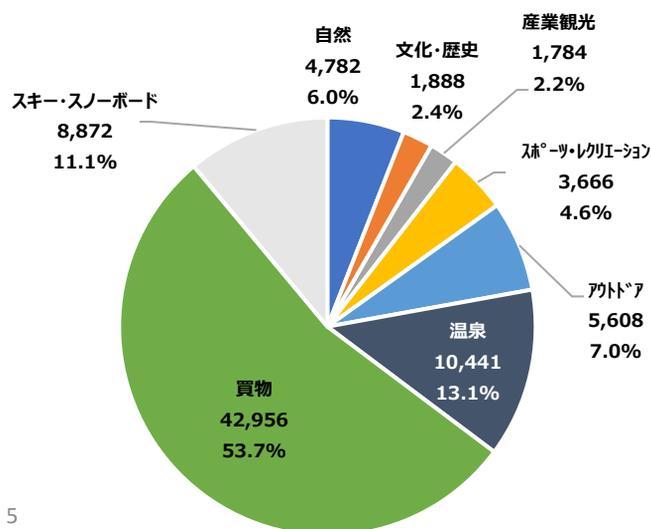


②-2 分類別施設入込客数

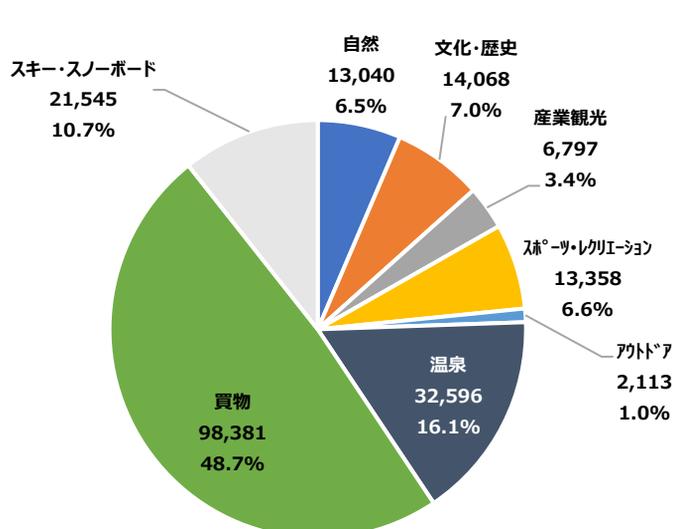
	自然	文化・歴史	産業観光	スポーツ・レクリエーション	アウトドア	温泉	買物	スキー・スノーボード	合計
R2年 4月	4,782	1,888	1,784	3,666	5,608	10,441	42,956	8,872	79,997
R3年 4月	13,040	14,068	6,797	13,358	2,113	32,596	98,381	21,545	201,898
対前年比(人)	8,258	12,180	5,013	9,692	▲ 3,495	22,155	55,425	12,673	121,901
対前年比(%)	272.7%	745.1%	381.0%	364.4%	37.7%	312.2%	229.0%	242.8%	252.4%

<自然>	8施設	鍾乳洞、滝、観光農園 等	<温泉>	10施設	入浴施設 等
<文化・歴史>	5施設	城、資料館 等	<買物>	10施設	道の駅 等
<産業観光>	10施設	サンプル体験、ヤナ、テーマパーク 等	<スキー・スノーボード>	10施設	スキー場
<スポーツ・レクリエーション>	8施設	アスレチック、野外体験 等	<行・祭事>	2施設	郡上おどり、白鳥おどり
<アウトドア>	13施設	ラフティング、釣り 等	<イベント>	3施設	食の祭典、たかす雪まつり 等

R2年 4月

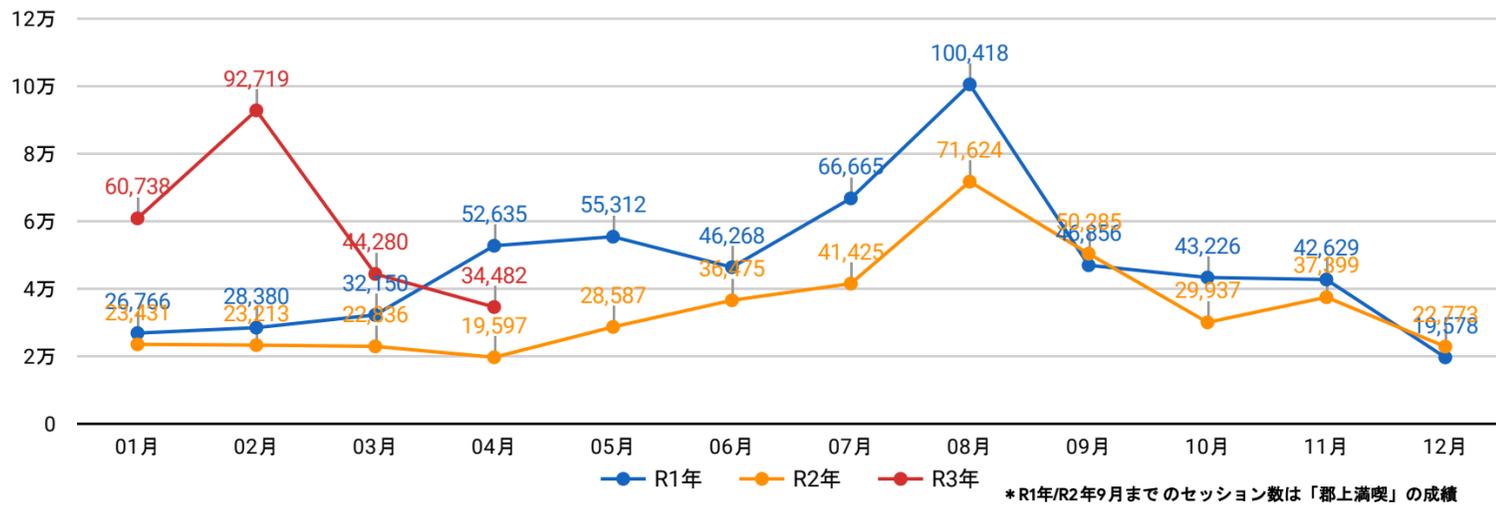


R3年 4月



セッション数(ユーザーがサイトを訪問した回数)

セッション数	R2年	R3年	%Δ
1月	23,431	60,738	259.2%
2月	23,213	92,719	399.4%
3月	22,836	44,280	193.9%
4月	19,597	34,482	176%
合計	69,480	197,737	284.6%



【4月のセッション数推移】

【前月からの増減】



【増減の主な要因】

- 4/10: スпам目的(迷惑行為目的)によるセッション増加。セキュリティによるブロックでサイトへの影響はなし
- 4/17: 体験施設キャンペーン広告の配信開始による増加。
- 4/20: 4/1から開始された「サイクリングキャンペーン広告」の配信最終日となり、クリック残となった予算を使用して広告配信対象を拡大したことによる増加

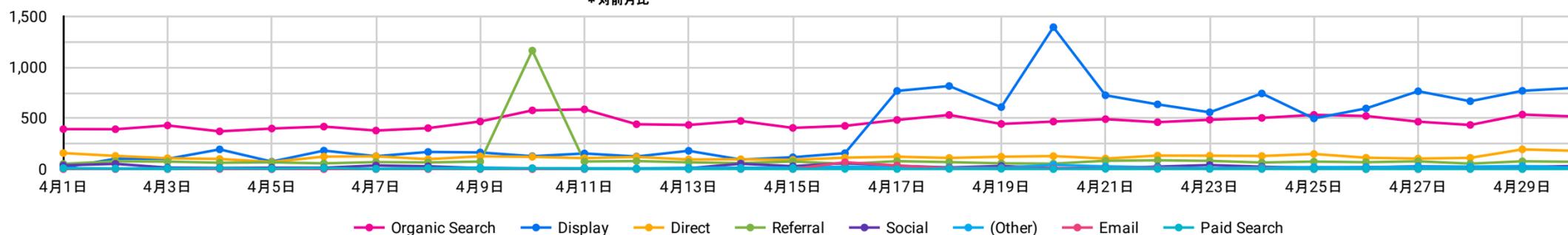
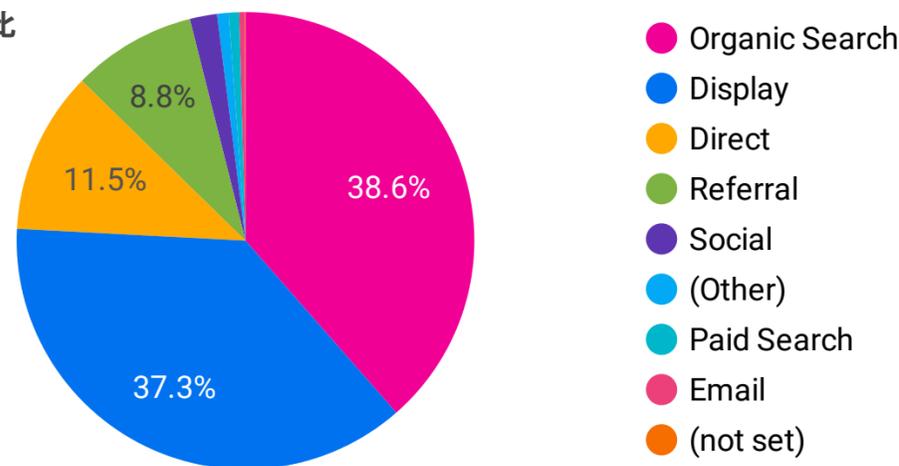
セッション方法

セッション方法とは? : ユーザーがどのような方法でウェブサイトへアクセスしたのかを確認する方法です。方法を確認することでサイトへのアクセスを増やす為の施策の検討や、行った施策が効果的だったのかなどの検証に利用することができます

- Organic Search = YahooやGoogleなどの自然検索からのセッション
- Referral = 個人ブログ、他サイトからのセッション
- Paid Search = リスティング広告(検索広告)からのセッション
- Email = Emailリンクからのセッション
- Direct = ブックマーク、メールソフトのリンクからのセッション
- Display = ディスプレイ(バナー)広告からのセッション
- Social = Facebook, Instagramからのセッション
- Other = その他の方法からのセッション

集客チャネル	セッション	% Δ
1. Organic Search	12,948	52.8% ↑
2. Display	12,520	14.6% ↑
3. Direct	3,861	-2.2% ↓
4. Referral	2,943	11.7% ↑
5. Social	646	63.5% ↑
6. (Other)	274	50.5% ↑
7. Paid Search	244	-98.5% ↓
8. Email	133	-16.4% ↓

構成比

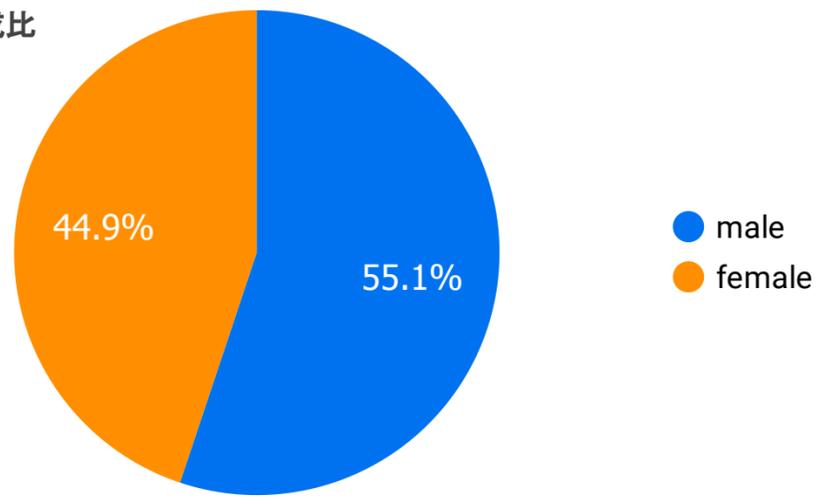


ユーザー属性

性別	セッション	% Δ
male	5,384	-37.5% ↓
female	4,605	-20.5% ↓

*対前月比

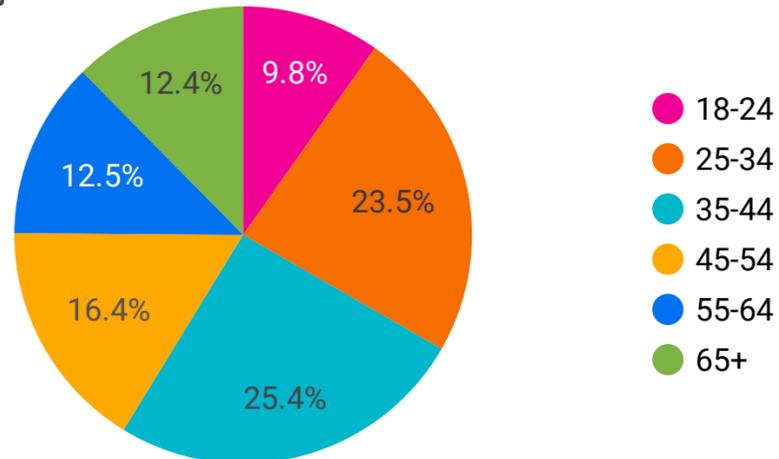
構成比



年齢	セッション	% Δ
18-24	947	-33.6% ↓
25-34	2,285	-21.3% ↓
35-44	2,468	-36.5% ↓
45-54	1,590	-40.0% ↓
55-64	1,212	-33.9% ↓
65+	1,202	-5.3% ↓

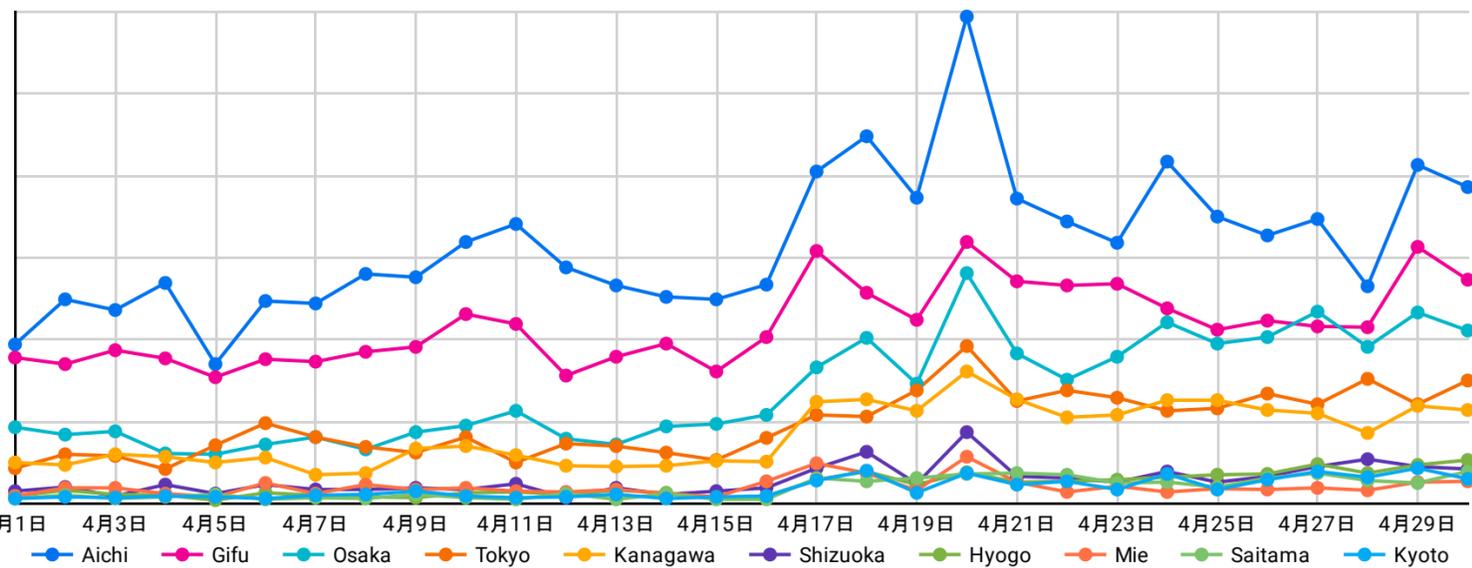
*対前月比

構成比



地域	セッション	% Δ
1. Aichi	9,506	-15.5% ↓
2. Gifu	6,538	2.8% ↑
3. Osaka	4,146	-46.7% ↓
4. Tokyo	2,896	-25.5% ↓
5. Kanagawa	2,488	-27.9% ↓
6. Shizuoka	858	-0.7% ↓
7. Hyogo	669	-50.3% ↓
8. Mie	613	-24.8% ↓
9. Saitama	549	32.6% ↑
10. Kyoto	549	-43.8% ↓

*対前月比



ページビューランキング

順位	ページタイトル	PV数	% Δ	前月の順位
1	家族・友人で楽しめる、春の野外体験施設特集【TABITABI郡上】	11,333	-	New
2	郡上市の公式観光サイト【TABITABI郡上】	6,418	103.20%	2位
3	【GUJO Outdoor Experiences】新しと懐かしさの融合！初夏の里山を感じる「e-bikeサイクリング&溪流釣りツアー」	3,428	12142.86%	New
4	スポット情報：國田家の芝桜	2,180	1297.44%	New
5	郡上の旬なアウトドア体験サイト「郡上ノアソブ」-公式Web-	1,629	-	New
6	アウトドア専門の観光WEBサイト-GUJO Outdoor Experiences-	1,616	151.31%	10位
7	郡上観光おすすめモデルコース【TABITABI郡上】	1,556	-52.35%	4位
8	カテゴリー「見る」～家族・友人で楽しめる、春の野外体験施設特集～【TABITABI郡上】	1,507	-	New
9	カテゴリー「乗る」～家族・友人で楽しめる、春の野外体験施設特集～【TABITABI郡上】	994	-	New
10	カテゴリー「アスレチック」～家族・友人で楽しめる、春の野外体験施設特集～【TABITABI郡上】	810	-	New

*対前月比

会員登録とメルマガジン登録

区分	4月	累計
会員登録	1,679	2,762
メルマガ登録	4	120

*【会員登録】住所、氏名等の個人情報が登録されているユーザー

*【メルマガ登録】ニックネーム、エリア等の情報が登録されているユーザー

*今回20年7月~9月の期間に前サイト「郡上満喫」にて体験クーポンを取得したユーザー(1,676人)を今回追加したことで大幅な増加となった

Google検索からサイトへの流入ワード（上位30ワード）

	流入ワード	クリック数
1.	郡上 観光	136
2.	アルケミエ	119
3.	郡上踊り 2021	116
4.	郡上八幡 観光 モデルコース	98
5.	國田家の芝桜	76
6.	郡上市観光連盟	72
7.	母袋キャンプ場	61
8.	郡上 芝桜	57
9.	たびたび郡上	55
10.	大日ヶ岳	53
11.	郡上市 観光	52
12.	くにたけの芝桜 見頃	51
13.	國田家の芝桜 開花状況	51
14.	郡上市	50
15.	國田家の芝桜 駐車場	38
16.	めいほう高原キャンプフィールド	37
17.	郡上観光	35
18.	くにたけの芝桜	33
19.	郡上芝桜	32
20.	郡上 アウトドア	31
21.	和良大月の森公園	30
22.	郡上 芝桜 見頃	29
23.	ひるがの高原サービスエリア お土産	29
24.	ひるがの高原sa お土産	26
25.	郡上八幡レインボーオートキャンプ場	25
26.	国田家の芝桜	25
27.	郡上八幡 食べ歩き	24
28.	郡上八幡 お土産	24
29.	大日ヶ岳 登山	24
30.	和良大月の森公園キャンプ場	24

分析

【セッション数が前月から22.1%減少 / Organic Searchが52.8%増加】

●セッション数は3月から22.1%減少となりました。4月から新たに「GUJO Outdoor Experiences」の「サイクリングキャンペーン広告」と市内の野外体験施設を紹介する、「春の野外施設キャンペーン広告」を開始しましたが、前月の広告予算と比較して設定金額が低いことで、広告からの流入をきっかけとしたユーザーが少なくなり、前月を下回る結果となったと推察します。

●Yahoo,Googleからの流入となる「Organic Search」が前月から52.8%増加となりました。グリーンシーズンが始まり郡上の観光情報を検索しているユーザーが増加傾向となっていることが伺えます。愛知が50.9%増、岐阜が73.8%増となっており、近隣ユーザーの増加が顕著となっています。

【芝桜関連のワードでの流入が多い】

●サイトへの流入ワードでは5位にランクインしている「國田家の芝桜」を筆頭に、芝桜に関連するワードでのサイト流入が多かった事が分かりました。このことから、この時期の芝桜に対するユーザーの関心は高く、集客を狙えるコンテンツであると推測できます。来年以降、SNSなどで積極的に紹介して訪問を促す他、芝桜スポットを含めたモデルコースにて市内での滞在方法を紹介し、消費を高めていくことが必要だと推察します。

【Socialからの流入が63.5%増加】

●FacebookやInstagramなど「Social」からの流入が前月から63.5%増加となりました。日々の投稿でアカウントの信頼が高まってきた他、SNS広告をきっかけにアカウントの存在を知り、サイトへの流入が増加した可能性も考えられます。

●SNSを媒体ごとに分析すると、Instagramについては「#ハッシュタグ」を使って効果的な投稿を行っていることで、1回の投稿で7,000人以上のユーザーリーチを獲得することが出来るなど、認知度の向上につながっていると推測します。Facebookについては、サイトへ直接遷移するURLリンクを随時貼り付けて投稿するなど、サイトへの誘導を積極的に行っていることで、TABITABI郡上へのサイト流入が最も多い媒体となっており、Socialの流入の8割を占めています。今後も継続して投稿を行い、さらなるユーザー獲得を狙っていく予定です。

【女性のアクセスの構成が前月から4.7%増加】

●サイトへアクセスしたユーザーを性別でみたとき、女性の減少率が男性と比較して低く、ユーザーの構成比は女性が前月から4.7%増加となりました。4/1から開始した「サイクリングキャンペーン広告」の配信対象が女性であったことや、4/17から開始した「体験施設キャンペーン広告」では女性の反応が良かった事が要因であると考えられます。広告のイメージ画像に、牧歌の里のチューリップや子供が体験している画像を使用したことで、女性のセッションが増加したのではないかと推測します。

市内宿泊客数(R1年からR3年までの比較)

市内全域

市全体(推計値含む)	4月
H31/R1	31,191
R2	3,271
R3	11,879
R1年とR2年	10.5%
R1年とR3年	38.1%
R2年とR3年	363.2%

市全体(推計値除く)	4月
H31/R1	22,472
R2	2,944
R3	8,626
R1年とR2年	13.1%
R1年とR3年	38.4%
R2年とR3年	293.0%

外国人(推計値除く)	4月
H31/R1	2,181
R2	6
R3	4
R1年とR2年	0.3%
R1年とR3年	0.2%
R2年とR3年	66.7%

地域別

八幡	4月
H31/R1	6,322
R2	319
R3	2,041
R1年とR2年	5.0%
R1年とR3年	32.3%
R2年とR3年	639.8%

大和	4月
H31/R1	141
R2	2
R3	573
R1年とR2年	1.4%
R1年とR3年	406.4%
R2年とR3年	28650.0%

白鳥	4月
H31/R1	1,522
R2	340
R3	679
R1年とR2年	22.3%
R1年とR3年	44.6%
R2年とR3年	199.7%

高鷲	4月
H31/R1	11,616
R2	2,133
R3	4,385
R1年とR2年	18.4%
R1年とR3年	37.7%
R2年とR3年	205.6%

美並	4月
H31/R1	299
R2	8
R3	136
R1年とR2年	2.7%
R1年とR3年	45.5%
R2年とR3年	1700.0%

明宝	4月
H31/R1	1,926
R2	136
R3	162
R1年とR2年	7.1%
R1年とR3年	8.4%
R2年とR3年	119.1%

和良	4月
H31/R1	646
R2	6
R3	650
R1年とR2年	0.9%
R1年とR3年	100.6%
R2年とR3年	10833.3%

宿泊者の居住地別

東北・北海道	4月
H30	380
H31/R1	220
R2	0
R3	55
R1年とR2年	0.0%
R1年とR3年	25.0%
R2年とR3年	#DIV/0!

関東	4月
H30	1,208
H31/R1	2,067
R2	131
R3	484
R1年とR2年	6.3%
R1年とR3年	23.4%
R2年とR3年	369.5%

東海	4月
H30	10,105
H31/R1	13,125
R2	1,626
R3	5,566
R1年とR2年	12.4%
R1年とR3年	42.4%
R2年とR3年	342.3%

北陸	4月
H30	406
H31/R1	683
R2	267
R3	319
R1年とR2年	39.1%
R1年とR3年	46.7%
R2年とR3年	119.5%

関西	4月
H30	2,337
H31/R1	2,918
R2	273
R3	1,418
R1年とR2年	9.4%
R1年とR3年	48.6%
R2年とR3年	519.4%

中国・四国	4月
H30	189
H31/R1	222
R2	18
R3	140
R1年とR2年	8.1%
R1年とR3年	63.1%
R2年とR3年	777.8%

九州・沖縄	4月
H30	49
H31/R1	67
R2	0
R3	52
R1年とR2年	0.0%
R1年とR3年	77.6%
R2年とR3年	#DIV/0!

宿泊施設の分類別

	ホテル	旅館	民宿	コテージ	ゲストハウス	キャンプ場	合計
H31/R1	8,710	1,078	2,097	3,155	258	7,174	22,472
R2	295	178	609	1,042	22	798	2,944
R3	3,015	338	744	1,944	68	2,517	8,626
R1年とR2年	3.4%	16.5%	29.0%	33.0%	8.5%	11.1%	13.1%
R1年とR3年	34.6%	31.4%	35.5%	61.6%	26.4%	35.1%	38.4%
R2年とR3年	1022.0%	189.9%	122.2%	186.6%	309.1%	315.4%	293.0%

市内施設入込客数(R1年からR3年までの比較)

地域別

	八幡	大和	白鳥	高鷲	美並	明宝	和良	合計
R1年	71,017	47,092	51,987	60,984	36,794	51,253	9,313	328,440
R2年	4,950	13,004	16,138	14,668	16,008	13,855	1,374	79,997
R3年	16,533	38,657	38,665	43,860	30,021	24,237	9,925	201,898
R1年とR2年	7.0%	27.6%	31.0%	24.1%	43.5%	27.0%	14.8%	24.4%
R1年とR3年	23.3%	82.1%	74.4%	71.9%	81.6%	47.3%	106.6%	61.5%
R2年とR3年	334.0%	297.3%	239.6%	299.0%	187.5%	174.9%	722.3%	252.4%

施設の分類別

	自然	文化・歴史	産業観光	ｽｽﾞｰﾌﾟﾘﾝｼｰﾌﾟ	ﾌｻﾄﾞﾌ	温泉	買物	イベント	ｽｰｽﾞｰﾌﾞｰﾄ	合計
R1年	26,802	36,412	19,365	18,331	12,363	41,754	132,388	15,000	26,025	328,440
R2年	4,782	1,888	1,784	3,666	5,608	10,441	42,956	0	8,872	79,997
R3年	13,040	14,068	6,797	13,358	2,113	32,596	98,381	0	21,545	201,898
R1年とR2年	17.8%	5.2%	9.2%	20.0%	45.4%	25.0%	32.4%	0.0%	34.1%	24.4%
R1年とR3年	48.7%	38.6%	35.1%	72.9%	17.1%	78.1%	74.3%	0.0%	82.8%	61.5%
R2年とR3年	272.7%	745.1%	381.0%	364.4%	37.7%	312.2%	229.0%	#DIV/0!	242.8%	252.4%