

令和3年5月度 郡上市観光レポート



・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	7P

2021年6月30日
一般社団法人 郡上市観光連盟

調査概要

宿泊客数調査

調査施設： 市内宿泊施設154カ所(81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69.5%

調査期間： 令和3年5月1日～5月31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5月1日～5月31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5月1日～5月31日

観光動向

✓令和3年5月度の宿泊客数は、23,216人

→対前年同月比で、17,009人(274.0%)の増加 / R1年比で25,135人(52.0%)の減少

✓令和3年5月度の施設入込客数は、262,501人

→対前年同月比で、121,901人(152.4%)の増加 / R1年比で213,178(44.8%)の減少

✓令和3年5月度のウェブサイトのセッション数は、43,412回

→対前年同月比で、14,825回(51.9%)の増加

R3年の目標と達成状況

市内消費額【年間目標：¥18,428,590,614】

(百万円)

消費額	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	期間計
目標値	1,851	1,961	1,492	1,155	1,524	1,037	1,504	3,365	1,373	1,116	991	1,060	7,983
R3年実績	1,620	1,947	1,600	823	1,240								7,230
達成率	87.5%	99.3%	107.3%	71.2%	81.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	90.6%

*旅行消費額の算出は、(宿泊客単価：¥21,252)(日帰り客単価：¥2,843)にて算出

*消費単価はH30年の中濃圏域の平均消費額を参照

宿泊客数【年間目標：345,977人】

宿泊	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	期間計
目標値	30,868	35,453	22,689	23,133	35,861	21,659	33,300	65,869	27,130	17,739	14,513	17,764	148,003
R3年実績	20,502	24,468	25,669	11,713	23,216								105,568
達成率	66.4%	69.0%	113.1%	50.6%	64.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	71.3%

施設入込客数【年間目標：3,895,842人】

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	期間計
目標値	420,212	424,918	355,116	233,381	267,987	203,000	280,000	691,227	280,000	260,000	240,000	240,000	1,701,615
R3年実績	416,599	501,862	370,989	201,898	262,501								1,753,849
達成率	99.1%	118.1%	104.5%	86.5%	98.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	103.1%

*これまでの実績値を参照に目標値を設定

*月次の目標値はH31年の比率を参照

ファンクラブ会員者数【年間目標：7,500人】

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	期間計
実績	703人	12人	368人	1,679人	5人								2,767人
累計達成率	9.4%	9.5%	14.4%	36.8%	36.9%								36.9%

宿泊客数 / 施設入込客数 3P～

【R2年からは回復傾向となっているがR1年の水準には遠い】

●5月の宿泊客数、施設入込客数共に前年と比較すると大幅な増加となりました。4月同様に去年の5月は1回目の緊急事態宣言の発出期間とだったことによる外出自粛要請や、市内施設の多くが休業となっていた事が影響し、極めて低い数値となりました。コロナの影響がなかったR1年と比較すると宿泊客数は52.0%の減少、施設入込客数は44.8%の減少となっています。

【GWには近隣地域からの訪問があった】

●GW(4/29～5/5)の期間にはコロナ禍でありながらも市内観光施設には一定数の観光客の訪問がありました。施設を訪問する車のナンバーの多くが「愛知」「岐阜」ナンバーとなっており、近隣地域からの訪問が多かったことが聞き取り調査から分かっているほか、郡上市観光連盟WebサイトTABITABI郡上においても、「愛知」「岐阜」のユーザーがYahoo, Googleなどを使った自然検索によって、TABITABI郡上を多く訪問していました。また聞き取り調査からは居住地の他に、子ども連れファミリーの訪問が多かったことも分かっています。

【新型コロナウイルスの影響により遠方からの訪問が減少】

●宿泊客数を居住地別でR1年と比較すると「東海」が46.3%減少に対して「関東」は69.3%減少、「関西」が81.6%減少となり、遠方からの訪問客の減少が顕著となっています。JTBAが実施したGWの旅行に関する調査(出典1)においても、関東在住の観光客が「居住地域内で観光を行う」との回答が37.1%、関西の回答が42.0%となっている他、訪問先を選ぶ理由については、「行きたい場所がある(36.2%)」が最も多く、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%)」となっています。このことから観光客は、旅行先を自家用車などを使用して他者との接触を避けて訪問ができる近隣の観光地を旅行先に選んでいることが推測されます。この結果は、マイクロツーリズムが加速していることを裏付けており、当市は愛知県を中心に回復期に向けて主ターゲットとした認定の決め手にもなります。

【GW以降は岐阜県がまん延防止等重点措置区域となり観光客の活動意欲に影響】

●GW以降は新型コロナウイルスの新規感染者が増加傾向となったや、5/9に岐阜県がまん延防止等重点措置区域に指定されたことで観光客の活動意欲にも少なからず影響があったことがV-Resas(出典2)から推測されます。5月2週目以降の岐阜県における県外から流入を見ると、R1年との比較で30%のマイナスとなっており、4月の同年比較よりも5月減少幅は大きい結果となっています。

観光客の動向

【新型コロナウイルスを意識しながらも引き続き観光客の活動意欲は衰えていない】

●GWには近隣地域からの来訪がありながらも、5月は全体を見ると新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言の発出やまん延防止等重点措置区域の指定によって観光客の外出意欲は低下となってしまいました。出典1の調査によると、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%)」となっており引き続き観光客が新型コロナウイルスを警戒して観光を控えている傾向にあることが伺えます。

●しかし、出典3の調査において「ワクチン接種後に行きたい場所」については「観光地」との回答が41.9%となっており「温泉」や「カフェ・レストラン」を上回って最も多い回答数となっています。このことからワクチン接種が広がるにつれて、観光客の訪問が徐々に回復傾向となることが予想されます。

【夏の旅行意欲は増加傾向に / 秋(9～11月)の旅行意欲が最も高い】

●じゃらんリサーチセンターが実施した調査(出典4)によると、R3年に旅行を希望する時期については、GWが8.9%だったのに対して、6～8月(お盆時期を除く)は21.6%となり、夏の旅行に対する意欲の高まりが伺えます。しかし、お盆時期の回答は7.4%と低い数値となっており、多く人が動く繁忙期の移動や観光は敬遠している可能性が高いことが考えられます。

●また出典4の調査において、夏に観光を希望する割合が21.6%となりましたが、秋(9～11月)に希望する割合は29.1%となり、21年ではもっとも回答率が高い結果となりました。また、JTBAが公開している「観光予報プラットフォーム」(出典5)においても、郡上市は、7～8月よりも9月以降の方が宿泊客が増加する予測となっています。夏の集客に向けてプロモーションを行いながらも、秋の集客増加を狙って、コンテンツ造成、プロモーションの準備を行う必要があると考えます。

【夏のアウトドアアクティビティに対する需要が高い】

●出典4の調査において、希望する国内旅行の目的について、アウトドアアクティビティに対する意欲は夏の方が高く、秋については「まちあるき、都市散策」や、「ドライブ・ツーリング」が高い傾向となっていることが分かりました。郡上市観光連盟では、夏に郡上で体験できるリバーアクティビティを特集するページをGUJO Outdoor Experiences内に作成し、7/1からWeb広告を使ったプロモーションを実施する予定をしています。

【参考資料・レポート】

出典1:「2021年ゴールデンウィークの旅行を取り巻く環境と意識調査」: JTBA広報室(2021年4月22日発表)

出典2:「V-resas」: 新型コロナウイルス感染症【COVID-19】が、地域経済に与える影響の見える化を目的としたサイト(内閣府地方創生推進室 提供)

出典3:「新型コロナウイルスワクチン接種後の生活に関する調査」: BIGLOBE(6月7日発表)

出典4:「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」: じゃらんリサーチセンター(2021年5月24日)

出典5:「観光予報プラットフォーム」: 日本全体の宿泊実績データのうち、宿泊実績・予約データ約1.3億泊のサンプリングデータ(店頭、国内ネット販売、海外向けサイトの販売)を抽出し、宿泊者数の実績、

予測データを算出するサイト(株式会社JTBA 露が関事業部運営)

①-1 宿泊客数(154施設)

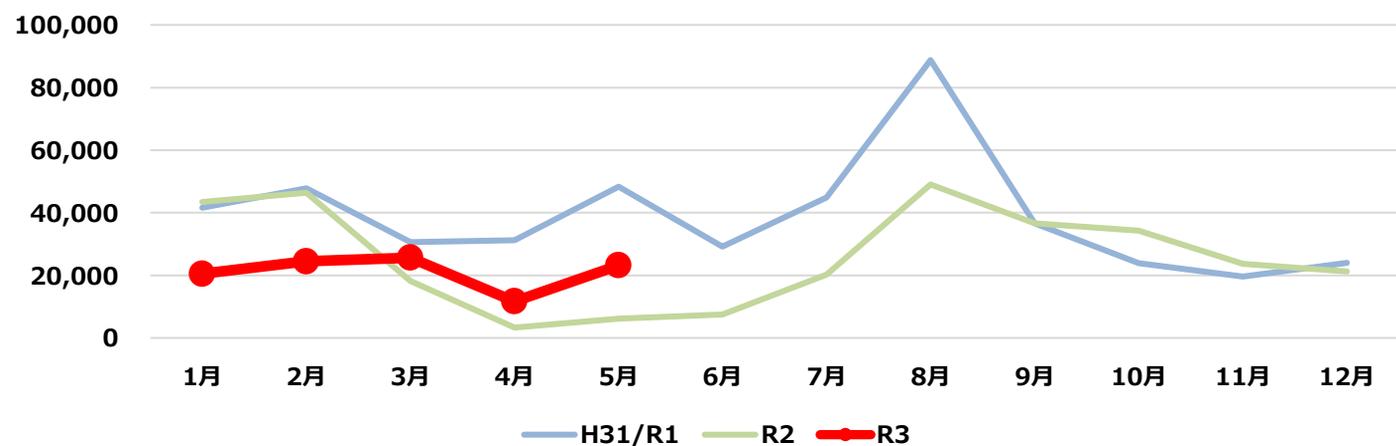
	1月	2月	3月	4月	5月	期間計
R2年	43,408	46,433	18,240	3,333	6,207	117,621
R3年	20,502	24,468	25,669	11,713	23,216	105,568
対前年比(人)	▲ 22,906	▲ 21,965	7,429	8,380	17,009	▲ 12,053
対前年比(%)	47.2%	52.7%	140.7%	351.4%	374.0%	89.8%

*未回答施設の推計値含む

【地域別宿泊客数】

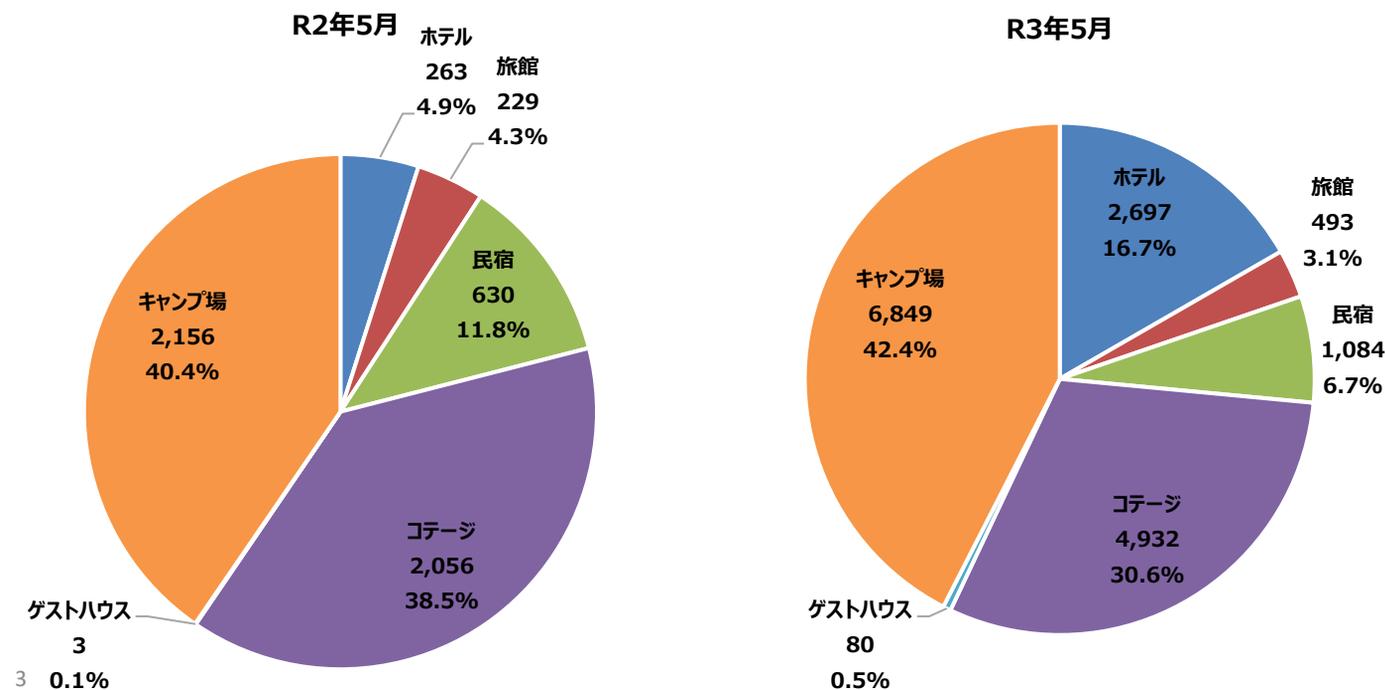
	八幡	大和	白鳥	高鷺	美並	明宝	和良	合計
R2年5月	552	14	540	3,945	0	286	0	5,337
R3年5月	2,416	512	1,100	9,660	373	1,058	1,016	16,135
対前年比(人)	1,864	498	560	5,715	373	772	1,016	10,798
対前年比(%)	437.7%	3657.1%	203.7%	244.9%	0.0%	369.9%	0.0%	302.3%

*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5月	263	229	630	2,056	3	2,156	5,337
R3年5月	2,697	493	1,084	4,932	80	6,849	16,135
対前年比(人)	2,434	264	454	2,876	77	4,693	10,798
対前年比(%)	1025.5%	215.3%	172.1%	239.9%	2666.7%	317.7%	302.3%

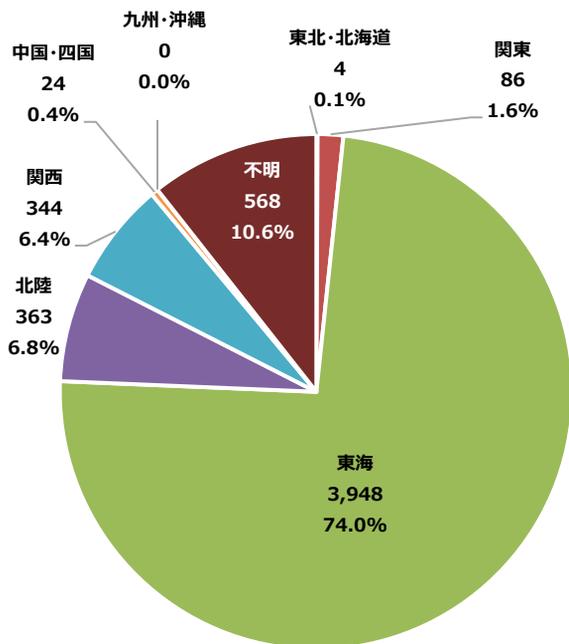


①-3 居住地別宿泊客数

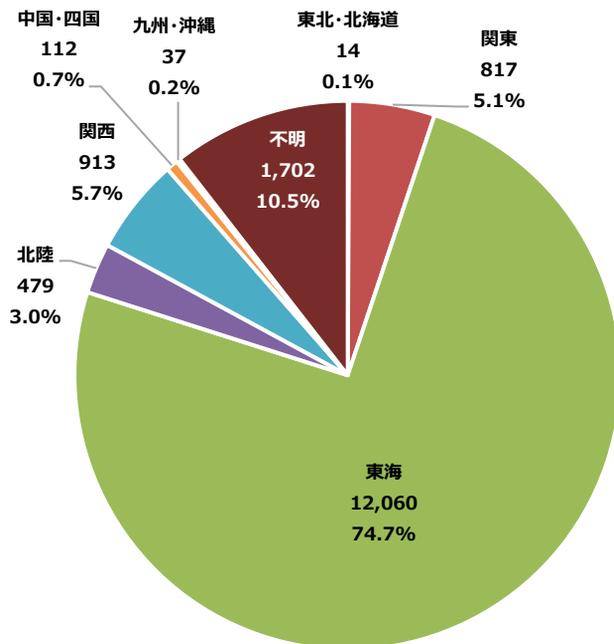
	東北・北海道	関東	東海	北陸	関西	中国・四国	九州・沖縄	不明	合計
R2年5月	4	86	3,948	363	344	24	0	568	5,337
R3年5月	14	817	12,060	479	913	112	37	1,702	16,134
対前年比(人)	10	731	8,112	116	569	88	37	1,134	10,797
対前年比(%)	350.0%	950.0%	305.5%	132.0%	265.4%	466.7%	0.0%	299.6%	302.3%

* 外国人は含まない

R2年5月

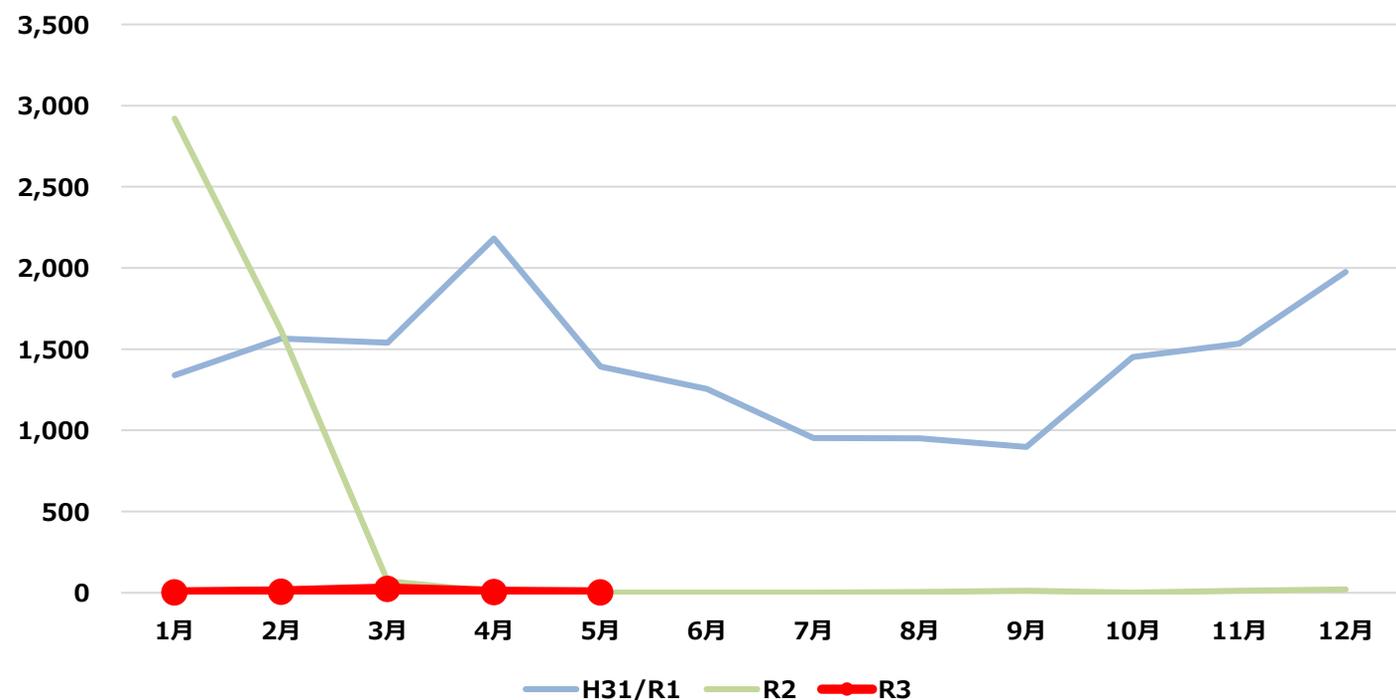


R3年5月



①-4 外国人宿泊客数

	1月	2月	3月	4月	5月	期間計
R2年	2,919	1,616	71	6	0	4,612
R3年	1	6	23	4	1	35
対前年比(人)	▲ 2,918	▲ 1,610	▲ 48	▲ 2	1	▲ 4,577
対前年比(%)	0.0%	0.4%	32.4%	66.7%	0.0%	0.8%

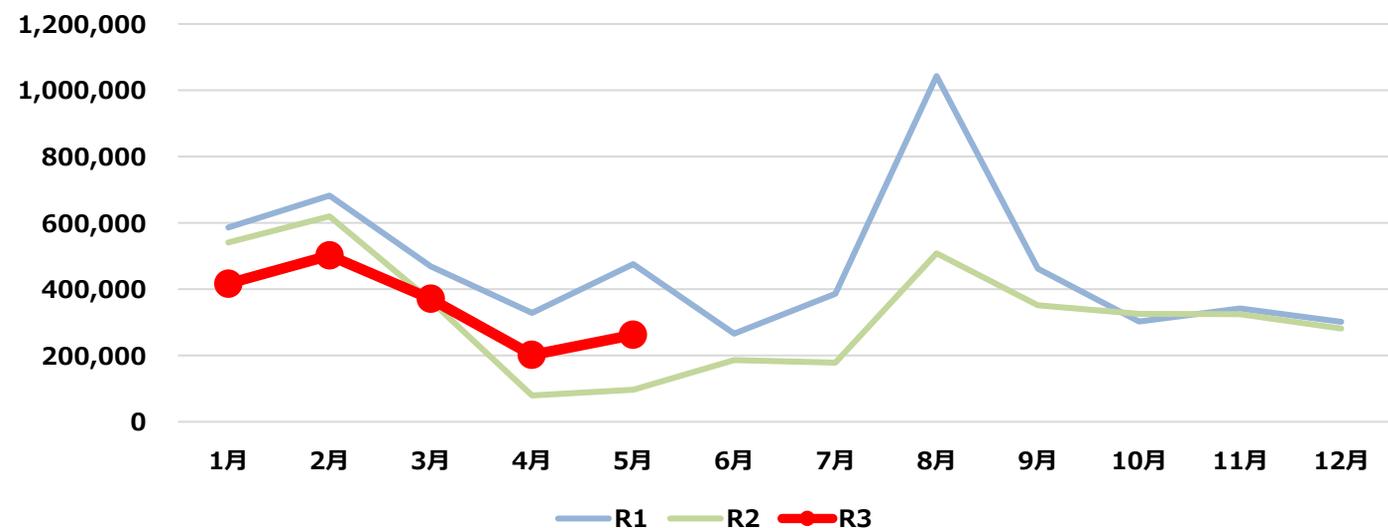


②-1 施設入込客数(79ヶ所)

	1月	2月	3月	4月	5月	年間計
R2年	541,147	619,401	365,222	79,997	96,778	1,702,545
R3年	416,599	501,862	370,989	201,898	262,501	1,753,849
対前年(人)	▲ 124,548	▲ 117,539	5,767	121,901	165,723	51,304
対前年(%)	77.0%	81.0%	101.6%	252.4%	271.2%	103.0%

【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	5,509	8,819	25,698	20,424	19,665	11,245	5,418	96,778
R3年	21,725	39,022	54,869	67,467	33,189	30,544	15,685	262,501
対前年比(人)	16,216	30,203	29,171	47,043	13,524	19,299	10,267	165,723
対前年比(%)	394.4%	442.5%	213.5%	330.3%	168.8%	271.6%	289.5%	271.2%

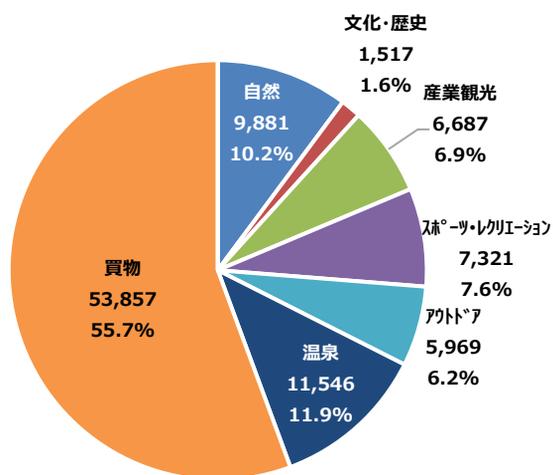


②-2 分類別施設入込客数

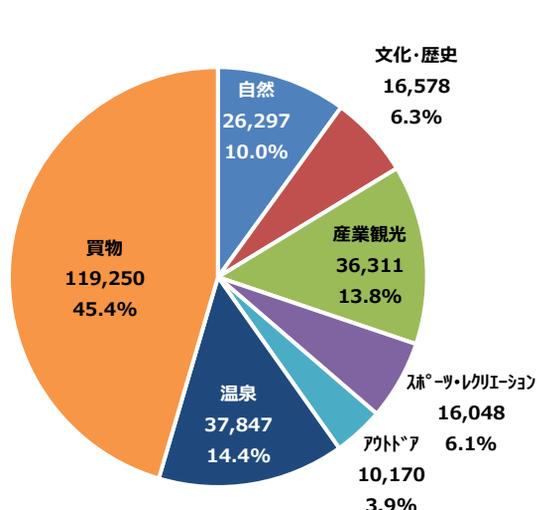
	自然	文化・歴史	産業観光	スポーツレクリエーション	アウトドア	温泉	買物	合計
R2年 5月	9,881	1,517	6,687	7,321	5,969	11,546	53,857	96,778
R3年 5月	26,297	16,578	36,311	16,048	10,170	37,847	119,250	262,501
対前年比(人)	16,416	15,061	29,624	8,727	4,201	26,301	65,393	165,723
対前年比(%)	266.1%	1092.8%	543.0%	219.2%	170.4%	327.8%	221.4%	271.2%

<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 5月



R3年 5月



R1年からR3年までの比較(5月)

市内宿泊客数

市内全域

	市全体 (推計値含む)	市全体 (推計値除く)	外国人 (推計値除く)
R1年	48,351	35,884	1,393
R2年	6,207	5,337	0
R3年	23,216	16,135	1
R1年とR2年	12.8%	14.9%	0.0%
R1年とR3年	48.0%	45.0%	0.1%
R2年とR3年	374.0%	302.3%	0.0%

地域別

	八幡	大和	白鳥	高鷺	美並	明宝	和良	合計
R1年	11,573	906	2,039	17,405	449	2,379	1,133	35,884
R2年	552	14	540	3,945	0	286	0	5,337
R3年	2,416	512	1,100	9,660	373	1,058	1,016	16,135
R1年とR2年	4.8%	1.5%	26.5%	22.7%	0.0%	12.0%	0.0%	14.9%
R1年とR3年	20.9%	56.5%	53.9%	55.5%	83.1%	44.5%	89.7%	45.0%
R2年とR3年	437.7%	3657.1%	203.7%	244.9%	0.0%	369.9%	0.0%	302.3%

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
R1年	12,345	1,219	2,239	4,043	175	15,863	35,884
R2年	263	229	630	2,056	3	2,156	5,337
R3年	2,697	493	1,084	4,932	80	6,849	16,135
R1年とR2年	2.1%	18.8%	28.1%	50.9%	1.7%	13.6%	14.9%
R1年とR3年	21.8%	40.4%	48.4%	122.0%	45.7%	43.2%	45.0%
R2年とR3年	1025.5%	215.3%	172.1%	239.9%	2666.7%	317.7%	302.3%

宿泊者の居住地別

	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
R1年	121	2,661	22,444	962	4,961	170	97	3,075	34,491
R2年	4	86	3,948	363	344	24	0	568	5,337
R3年	14	817	12,060	479	913	112	37	1,702	16,134
R1年とR2年	3.3%	3.2%	17.6%	37.7%	6.9%	14.1%	0.0%	18.5%	15.5%
R1年とR3年	11.6%	30.7%	53.7%	49.8%	18.4%	65.9%	38.1%	55.3%	46.8%
R2年とR3年	350.0%	950.0%	305.5%	132.0%	265.4%	466.7%	0.0%	299.6%	302.3%

市内施設入込者数

地域別

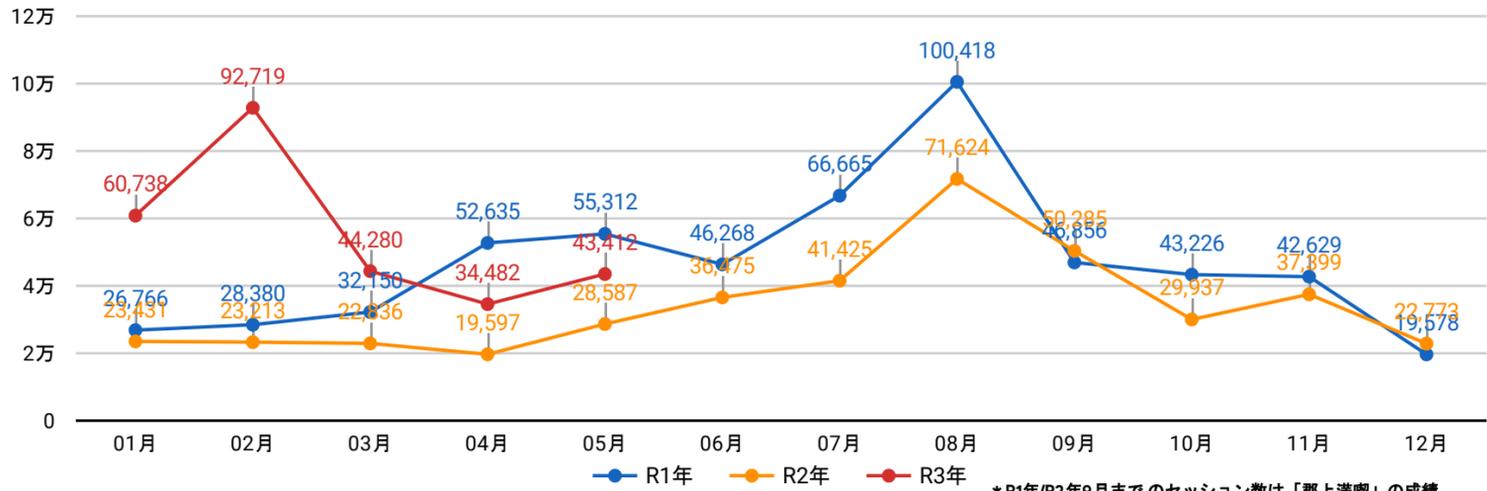
	八幡	大和	白鳥	高鷺	美並	明宝	和良	合計
R1年	84,852	63,945	84,393	103,201	53,445	64,958	20,885	475,679
R2年	5,509	8,819	25,698	20,424	19,665	11,245	5,418	96,778
R3年	21,725	39,022	54,869	67,467	33,189	30,544	15,685	262,501
R1年とR2年	6.5%	13.8%	30.5%	19.8%	36.8%	17.3%	25.9%	20.3%
R1年とR3年	25.6%	61.0%	65.0%	65.4%	62.1%	47.0%	75.1%	55.2%
R2年とR3年	394.4%	442.5%	213.5%	330.3%	168.8%	271.6%	289.5%	271.2%

施設の分類別

	自然	文化・歴史	産業観光	ｽｰﾂ・レクリｰｼﾞｮﾝ	ｱﾄﾞﾌﾞ	温泉	買物	ｽｷｰ・ｽﾉｰﾊﾞｰﾄﾞ	合計
R1年	60,309	48,166	62,330	39,782	19,723	54,331	189,316	1,722	475,679
R2年	9,881	1,517	6,687	7,321	5,969	11,546	53,857	0	96,778
R3年	26,297	16,578	36,311	16,048	10,170	37,847	119,250	0	262,501
R1年とR2年	16.4%	3.1%	10.7%	18.4%	30.3%	21.3%	28.4%	0.0%	20.3%
R1年とR3年	43.6%	34.4%	58.3%	40.3%	51.6%	69.7%	63.0%	0.0%	55.2%
R2年とR3年	266.1%	1092.8%	543.0%	219.2%	170.4%	327.8%	221.4%	0.0%	271.2%

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...	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%
5月	28,587	43,412	151.9%
合計	117,664	275,631	234.3%



【5月のセッション数推移】

【前月からの増減】



【増減の主な要因】

- 5/1~5/3 : GWによるユーザーの外出意欲の増加
- 5/7 : 東海テレビの情報番組「スイッチ」にてひるがの高原の特集を放送
- 5/11 : AIによる広告配信設定の自動調整

セッション方法

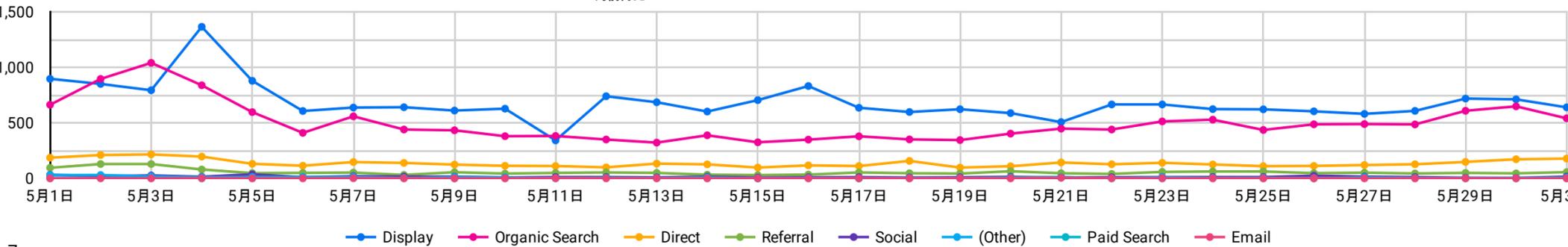
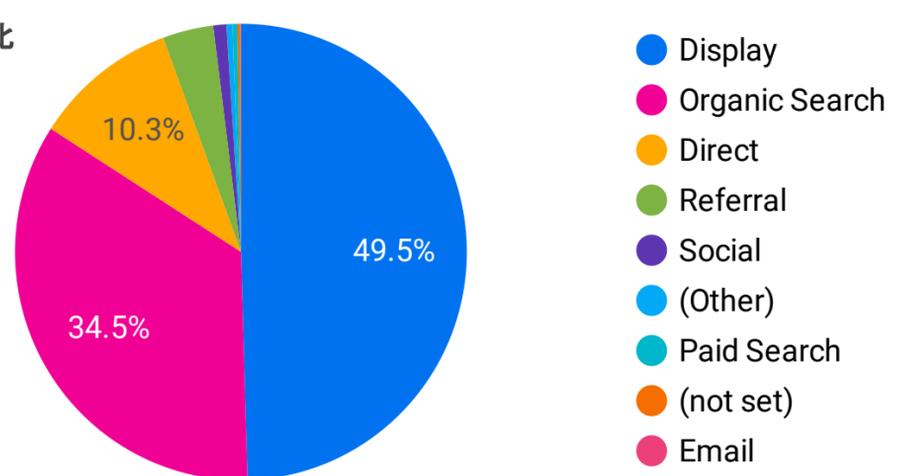
セッション方法とは? : ユーザーがどのような方法でウェブサイトへアクセスしたのかを確認する方法です。方法を確認することでサイトへのアクセスを増やす為の施策の検討や、行った施策が効果的だったのかなどの検証に利用することができます

- 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. Display	21,119	68.7% ↑
2. Organic Search	14,720	13.7% ↑
3. Direct	4,405	14.1% ↑
4. Referral	1,547	-47.4% ↓
5. Social	397	-38.5% ↓
6. (Other)	187	-31.8% ↓
7. Paid Search	147	-39.8% ↓
8. (not set)	89	394.4% ↑

* 対前月比

構成比

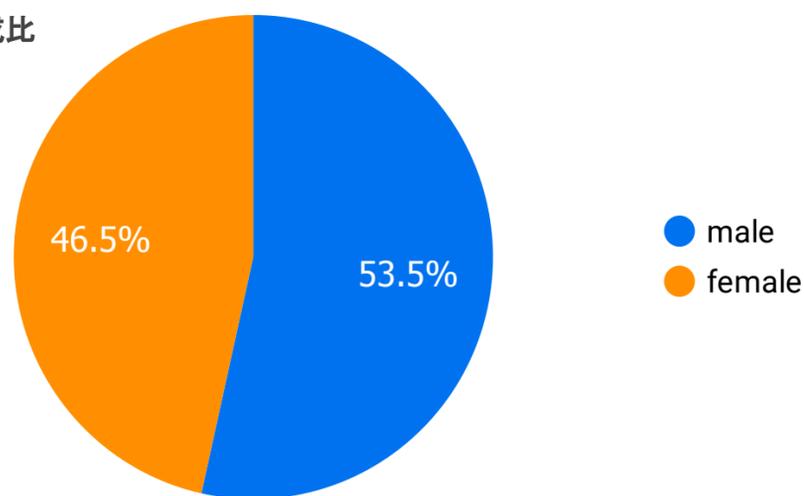


ユーザー属性

性別	セッション	% Δ
male	6,135	12.9% ↑
female	5,338	20.7% ↑

* 対前月比

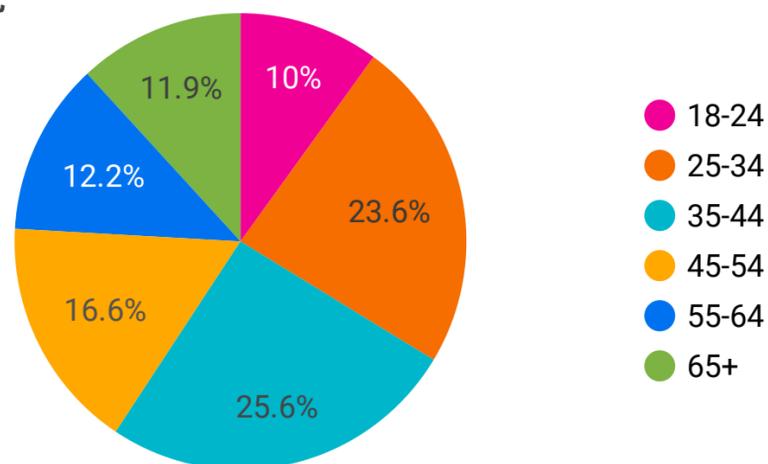
構成比



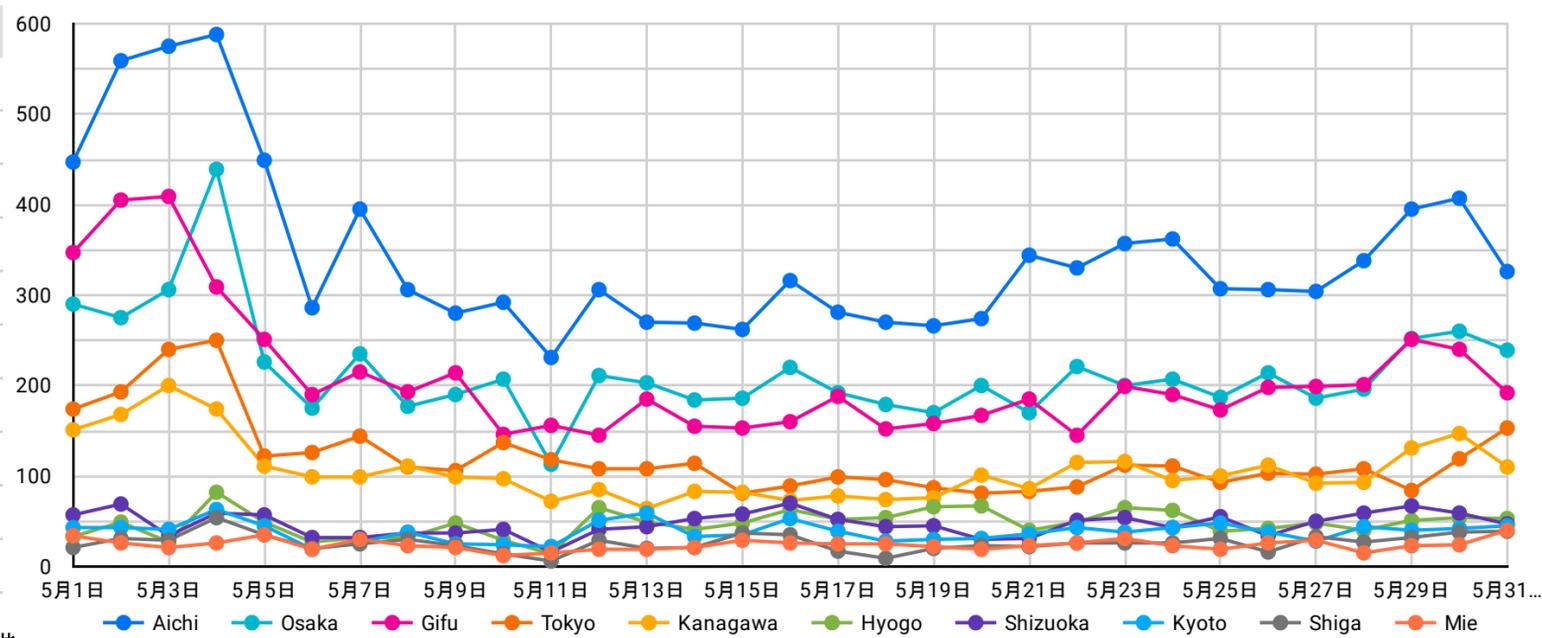
年齢	セッション	% Δ
18-24	1,118	12.5% ↑
25-34	2,636	16.2% ↑
35-44	2,857	16.4% ↑
45-54	1,847	17.8% ↑
55-64	1,365	30.9% ↑
65+	1,323	10.8% ↑

* 対前月比

構成比



地域	セッション	% Δ
1. Aichi	10,698	12.5% ↑
2. Osaka	6,710	61.8% ↑
3. Gifu	6,471	-1.0% ↓
4. Tokyo	3,739	29.1% ↑
5. Kanagawa	3,294	32.4% ↑
6. Hyogo	1,470	119.7% ↑
7. Shizuoka	1,458	69.9% ↑
8. Kyoto	1,194	117.5% ↑
9. Shiga	815	110.6% ↑
10. Mie	746	21.7% ↑



ページビューランキング

ページタイトル	ページビュー数	% Δ	前月の順位
1. 家族・友人で楽しめる、春の野外体験特集 【TABITABI郡上】	25,856	234.0% ↑	1位
2. 郡上市の公式観光情報サイト【TABITABI郡上】 (たびたび郡上)	8,884	37.2% ↑	2位
3. 春の野外体験特集 アスレチックで冒険気分 【TABITABI郡上】	2,505	339.5% ↑	10位
4. 春の野外体験特集 フラワーパークと鍾乳洞 【TABITABI郡上】	2,219	142.8% ↑	8位
5. 春の野外体験特集「乗り物」で季節を体感 【TABITABI郡上】	2,175	210.3% ↑	9位
6. 郡上市までのアクセス【TABITABI郡上】	1,712	165.4% ↑	New
7. 郡上観光おすすめモデルコース【TABITABI郡上】	1,443	-7.2% ↓	7位
8. 【岐阜県郡上市】アウトドア専門の観光WEBサイト - GUJO Outdoor Experiences	1,097	-32.1% ↓	3位
9. 郡上おどり 【TABITABI郡上】	1,066	207.2% ↑	New
10. 春の野外体験特集「釣り・収穫」で楽しく学べる 【TABITABI郡上】	953	218.7% ↑	New

* 対前月比

会員登録とメルマガジン登録

区分	5月	累計
会員登録	5	2,767
メルマガ登録	10	130

*【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

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	検索結果の表示件数
1.	郡上踊り 2021	319	1,093
2.	郡上市	154	9,241
3.	郡上 観光	146	2,822
4.	大日ヶ岳	138	1,566
5.	アルケミエ	102	448
6.	ひるがの高原キャンプ場	84	9,927
7.	郡上八幡 観光 モデルコース	71	185
8.	郡上市 観光	69	581
9.	たびたび郡上	67	84
10.	郡上八幡 お土産	55	176
11.	郡上観光	54	766
12.	大日ヶ岳 登山	51	201
13.	ひるがの高原サービスエリア お土産	50	71
14.	郡上市観光連盟	49	85
15.	郡上八幡	40	5,052
16.	ひるがの高原 アクティビティ	40	142
17.	ひるがの高原sa お土産	37	57
18.	和良川 特別解禁	36	152
19.	郡上	34	10,764
20.	郡上 お土産	34	90
21.	郡上八幡 食べ歩き	34	1,917
22.	郡上八幡 観光	34	2,167
23.	郡上おどり 2021	33	153
24.	せせらぎ街道 ドライブ	33	161
25.	郡上踊り 2021 コロナ	27	276
26.	こもれびロード	26	84
27.	ひるがの高原 お土産	25	55
28.	大日岳 登山	25	294
29.	郡上踊り2021	24	82
30.	阿弥陀が滝	24	940

分析

【セッション数が前月から25.9%増加 / 「Organic Search」が13.7%増加】

●セッション数は前月から25.9%増加となりました。全体のセッションのうち、49.5%が広告からの流入となる「Display」となり、4/16から開始している「春の野外体験施設特集キャンペーン広告」にて安定的にユーザーの獲得が出来ていることが推測できます。

●GoogleやYahooからの流入となる「Organic Search」が前月から13.7%増加となりました。GWとなる5/1～5/3に「愛知」「岐阜」のユーザーによるアクセスが多くあり、近隣地域での旅行を検討していたことが伺えます。

●5/7にサイトへのアクセス数が一時的に増加しました。特に「愛知」「岐阜」のユーザーの自然検索での流入が多く、ひるがの高原関連のページを閲覧していることが分かりました。これは5/7に東海テレビの情報番組「スイッチ」で、ひるが高原を特集したことによる一時的な増加とみられます。情報収集の媒体がWebに移行し始めているなか、引き続きマスメディアの拡散能力の高さが再確認できる結果となりました。今後は、マスメディアの紹介によって関心が高まるコンテンツを、放送後にSNSにて紹介する他、流入が予想されるページに関連リンクを貼り付け、よりユーザーの関心を高めることが必要だと考えます。

【広告によってこれまで流入が少なかった地域へのアプローチが出来ている】

●「春の野外体験施設特集キャンペーン広告」は郡上市から200km圏内の地域を対象として広告を配信しました。配信対象となる地域のセッション数を前月と比較すると「大阪」が61.8%増、「兵庫」が119.7%増、「静岡」が69.9%増、「京都」が117.5%増、「滋賀」が110.6%増となりました。各地域とも、全体の流入のうち70%が広告からの流入となっており、これまでグリーンシーズンの郡上に対する認知が弱かったユーザーにも広告を使って情報を提供し、認知度の向上につながれていると推察します。

【「郡上へのアクセス」ページがページビューランキングで6位にランクイン】

●ページビューランキングで6位に「郡上へのアクセス」ページがランクインしました。これは郡上の所在地の認知向上を目的として、広告からの流入先のページに「アクセスページ」のリンクを貼り誘導を図ったことが増加の要因です。「アクセス」ページからの遷移では、大阪からのアクセスを確認ページへの遷移が22.2%、名古屋からのアクセスを確認するページへの遷移が12.6%となっており、特に関西圏のユーザーの郡上の所在地に対する認知が低いことが伺えます。今後も広告の流入先のページに「アクセス」ページへのリンクを貼り付け、地名だけでなく所在地に対する認知も同時に高めていく予定です。

【「女性」のセッション増加率が「男性」を上回る】

●前月と比較して「女性」のセッション数が20.7%増加となり、「男性」の増加率を上回る結果となりました。サイトへ流入した「男性」のうち34.2%が広告からの流入となっているのに対して「女性」は46.7%と高く、野外体験施設コンテンツについては女性の関心が高いことが推測できます。

●広告からの流入で最も多い「女性」の年齢は、35-44歳(26.4%)で、次いで25-34歳(25.3%)となっています。広告には親子でジップラインをやっている画像や、小さい子があゆパークで遊んでいる画像を使用しており、ファミリーでの旅行を検討している女性ユーザーの反応が良かったことが推測できます。来年以降に、野外体験施設を紹介する際にはよりファミリー向けの内容にすることで、ユーザーへの訴求力が高まることが期待できます。