

令和3年6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7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(98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77.2%

調査期間： 令和3年6月1日～6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6月1日～6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6月1日～6月30日

観光動向

✓令和3年6月度の宿泊客数は、11,711人

→対前年同月比で、4,175人(55.4%)の増加 / R1年比で、17,492人(59.8%)の減少

✓令和3年6月度の施設入込客数は、181,243人

→対前年同月比で、5,175人(2.8%)の減少 / R1年比で、84,740人(31.8%)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、45,960回

→対前年同月比で、9,485回(26.0%)の増加

R3年の目標と達成状況

市内消費額【年間目標：¥18,431,600,000】

(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	1,960	1,492	1,155	1,522	1,038	1,504	3,365	1,374	1,117	993	1,061	9,018
R3年実績	1,620	1,947	1,600	805	1,192	764							7,929
達成率	87.5%	99.3%	107.3%	69.7%	78.3%	73.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	87.9%

*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：346,500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	30,900	35,500	22,700	23,200	35,900	21,700	33,300	65,900	27,200	17,800	14,600	17,800	169,900
R3年実績	20,502	24,468	25,669	10,892	20,975	11,711							114,217
達成率	66.3%	68.9%	113.1%	46.9%	58.4%	54.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	67.2%

施設入込客数【年間目標：3,893,000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	420,000	424,000	355,000	233,000	267,000	203,000	280,000	691,000	280,000	260,000	240,000	240,000	1,902,000
R3年実績	416,599	501,862	370,989	201,898	262,501	181,243							1,935,092
達成率	99.2%	118.4%	104.5%	86.7%	98.3%	89.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	101.7%

*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：10,000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	49人							2,816人
累計達成率	7.0%	7.1%	10.8%	27.6%	27.7%	28.1%							28.1%

宿泊客数 / 施設入込客数 3P～

【市内宿泊客数は前年同月対比55.4%増加 / R1年比では59.8%減少】

●6月単月の市内宿泊客数は11,711人となり、対前年同月比で55.4%の増加となりました。しかし、R1年と比較すると59.8%減少となっており、新型コロナウイルス感染症が流行する前の水準までの回復には至っていない結果となっています。

●R2年の6月と比較して増加に転じた要因としては、R2年は、4月16日以降発出されていた緊急事態宣言が解除されてはいたが、一部の宿泊施設が休業をしていたのに対し、R3年6月は営業を行っていたことが考えられます。また、R3年は、学生のスポーツ合宿による利用があったことが聴き取り調査で分かっています。

●R1年の6月と比較して減少に転じた要因としては、6月は修学旅行等のシーズンとなりますが、その時期に緊急事態宣言や、まん延等防止重点措置が行われたことによる旅行中止等の影響があったと聞き取り調査で分かっています。日本旅行業協会によれば今年5～6月に計画された全国の中学校の修学旅行は約3,500校がキャンセルになったとのことで、市内でもそのあおりを受けるかたちとなりました。

●V-RESAS(出典1)で6月の岐阜県への人流を見ると、愛知県からの流入が全体の60%以上となっていることがわかります。また、Google Destination Insights(出典2)によれば、岐阜県の観光地を調べているユーザーで最も割合が高いのが、愛知県、次いで岐阜県となっており、それを裏付けられものとして、6月の宿泊者の居住地をみると「東海」からの宿泊客数が対前年同月比24.6%の増加となっており、「マイクロツーリズム」の傾向が継続していることが分ります。

【施設入込客数は対前年比同月比2.8%減少 / R1年比で31.8%減少】

●施設入込客数は対前年比2.8%の減少となりました。R3年は5月28日に岐阜県へのまん延防止等重点措置の期間延長が発表され、6月20日までが対象期間とされたことに加え、まん延防止等重点措置が解除された後も、7月4日まで岐阜県独自の対策が行われたため、旅行需要の喚起ができなかったことも影響していると考えます。また、R2年6月は第1回目の緊急事態宣言の解除後、政府が県をまたぐ移動自粛制限を解除したこともあり、反動で多くの人々が動いていたことも対前年同月比を下回る要因となったと推測されます。

●「歴史・文化」の施設入込客数がR1年比52.3%減少となりました。これまで、多く団体客を受け入れていた施設が、新型コロナウイルスによって団体客が大幅に減少したことが聞き取り調査で分かっている他、観光客が密になりやすい室内観光施設を、敬遠しているとも推測されます。JTBが実施した「2021年 夏休みの旅行動向調査」(出典3)において、「夏休みにいきたい旅行先で「美術館や博物館」と回答したのは10%となり「自然が楽しめる場所(30.1%)」と比較しても少ない回答率となっていることからこの傾向が裏付けられます。

観光客の動向

【継続して新型コロナウイルスに対する警戒は高い】

●緊急事態宣言の延長や、まん延防止等重点措置区域の指定などの影響を受けて、観光客の新型コロナウイルスに対する警戒心は引き続き高いことが伺えます。それを裏付けるデータとして、JTBが実施した「2021年 夏休みの旅行動向調査」(出典3)において、「夏休みに旅行に行くか」との問いに対して「行かない」と回答したのが全体の80.2%となっており、行かない理由として「まだコロナの影響で、旅行することに不安があるから(45.1%)」「新型コロナウイルス新規感染者が減っているとは言えない状況だから(37.1%)」との結果となっています。

●出典3の調査において、夏休みに旅行に行くかと答えた人が検討している旅行先について、中部地方在住の観光客が「東海(愛知・岐阜・三重)」と回答した割合は全体の34.5%、関東地方在住者が関東地域内を訪問する予定は30.3%、近畿地方在住者が近畿地域内を訪問する予定は36.0%となった他、利用交通機関については「乗用車・レンタカー」が全体の70.0%となり、この夏も近隣地域を車で周る、マイクロツーリズムの継続がみられます。また、同行者については「家族づれ」が全体の61.7%を占め、行きたい訪問先には「国立公園や花畑、景色を楽しむ場所」が30.1%、「登山や海水浴など、野外体験を楽しむ場所」が28.0%となり、密になりにくい、野外スポットが高い人気となっています。このことから、夏の旅行については、ターゲットを近隣地域のファミリー層と設定し、野外で体験・散策が出来るスポットを車で巡るモデルコース形式などにて紹介することで、訴求力の高いプロモーションが出来るのではないかと考えられます。

【ワクチン接種後における「国内旅行」の意欲が高い】

●BIGLOBEが実施した「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」(出典4)において、ワクチン接種後にしたいことで最も多い回答が「国内旅行」となり、旅行を希望する時期については10月が最も高い結果となりました。今後、ワクチン接種が広がることで秋以降には、観光客の活動意欲が増加増加するものと伺えます。

●同じく出典4の調査において「ワクチン接種後にGoToキャンペーンが再開したら利用するか」との質問に対して「利用したい(30.3%)」と「やや利用したい(36.6%)」の回答が合わせて66.6%となっており、秋以降にGoToキャンペーンが再開された場合は、キャンペーンの積極的な利用からの、観光消費額の増加が見込まれます。このことから、高価格商品の造成や、「食」「体験」「宿泊」全てに郡上要素を取り入れた高付加価値の滞在型プラン販売に向けた検討、準備を行うことが急務と考えます。

①-1 宿泊客数(154施設)

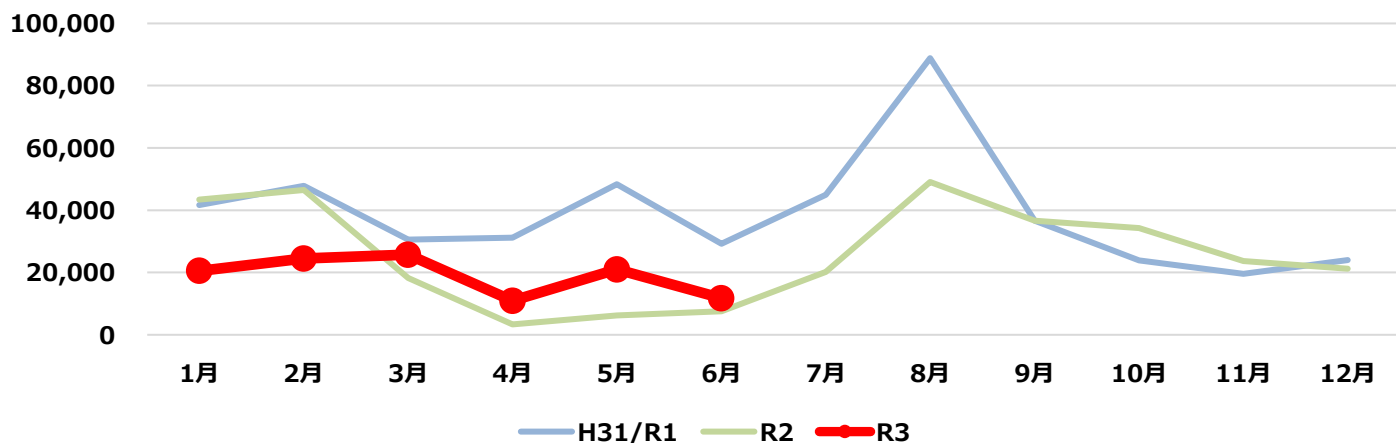
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	期間計
R2年	43,408	46,433	18,240	3,333	6,207	7,536	125,157
R3年	20,502	24,468	25,669	10,892	20,975	11,711	114,217
対前年比(人)	▲ 22,906	▲ 21,965	7,429	7,559	14,768	4,175	▲ 10,940
対前年比(%)	47.2%	52.7%	140.7%	326.8%	337.9%	155.4%	91.3%

*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6月	1,423	35	790	3,268	58	818	59	6,451
R3年6月	1,871	301	1,044	5,190	70	162	400	9,038
対前年比(人)	448	266	254	1,922	12	▲ 656	341	2,587
対前年比(%)	131.5%	860.0%	132.2%	158.8%	120.7%	19.8%	678.0%	140.1%

*回答があった施設の数字のみ表示

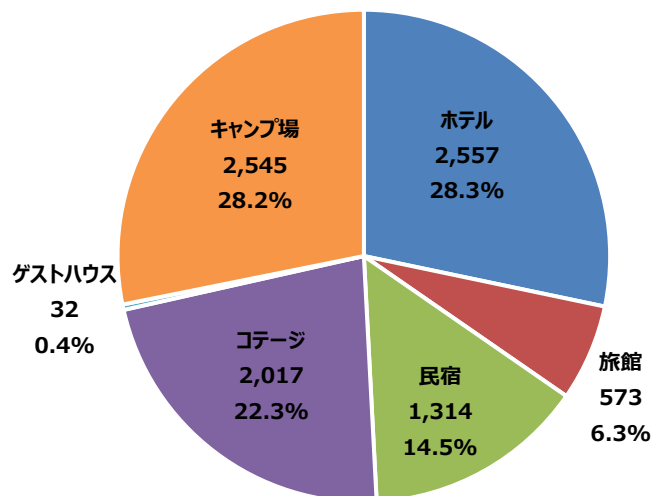
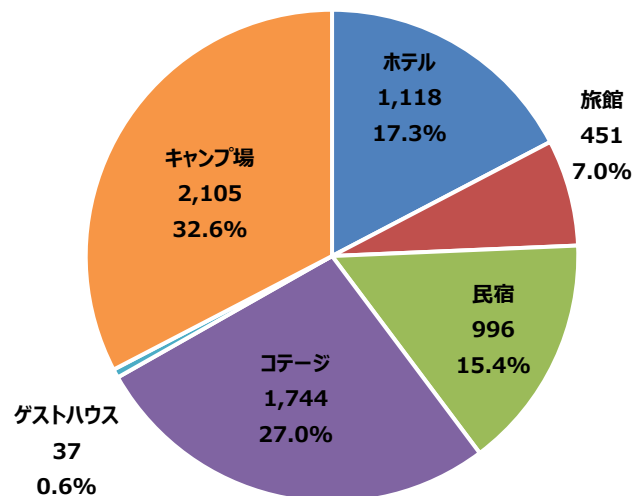


①-2 分類別宿泊客数

	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6月	1,118	451	996	1,744	37	2,105	6,451
R3年6月	2,557	573	1,314	2,017	32	2,545	9,038
対前年比(人)	1,439	122	318	273	▲ 5	440	2,587
対前年比(%)	228.7%	127.1%	131.9%	115.7%	86.5%	120.9%	140.1%

R2年6月

R3年6月

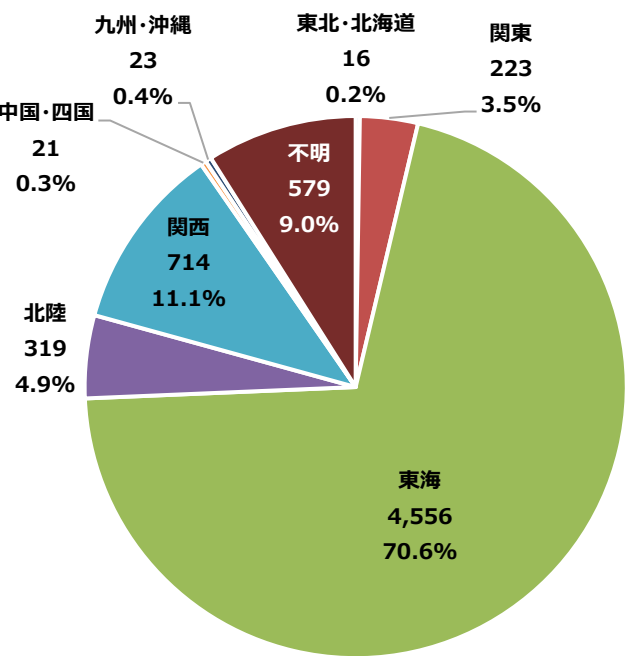


①-3 居住地別宿泊客数

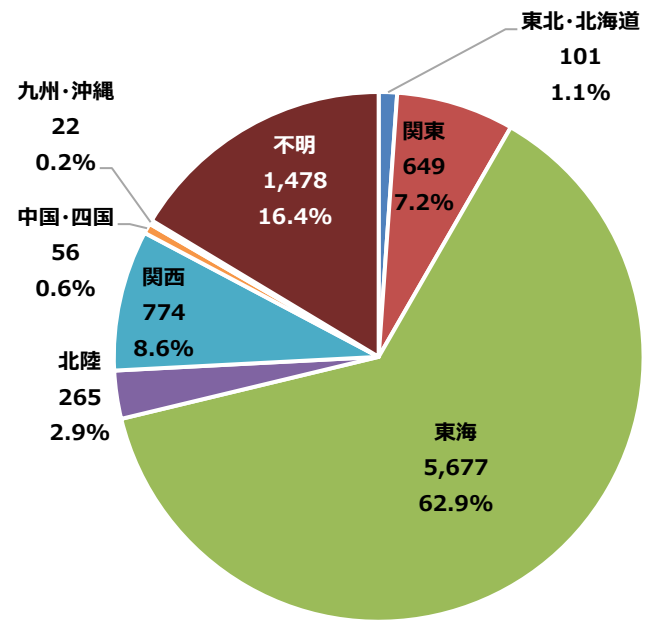
	東北・北海道	関東	東海	北陸	関西	中国・四国	九州・沖縄	不明	合計
R2年6月	16	223	4,556	319	714	21	23	579	6,451
R3年6月	101	649	5,677	265	774	56	22	1,478	9,022
対前年比(人)	85	426	1,121	▲ 54	60	35	▲ 1	899	2,571
対前年比(%)	631.3%	291.0%	124.6%	83.1%	108.4%	266.7%	95.7%	255.3%	139.9%

*外国人は含まない

R2年6月

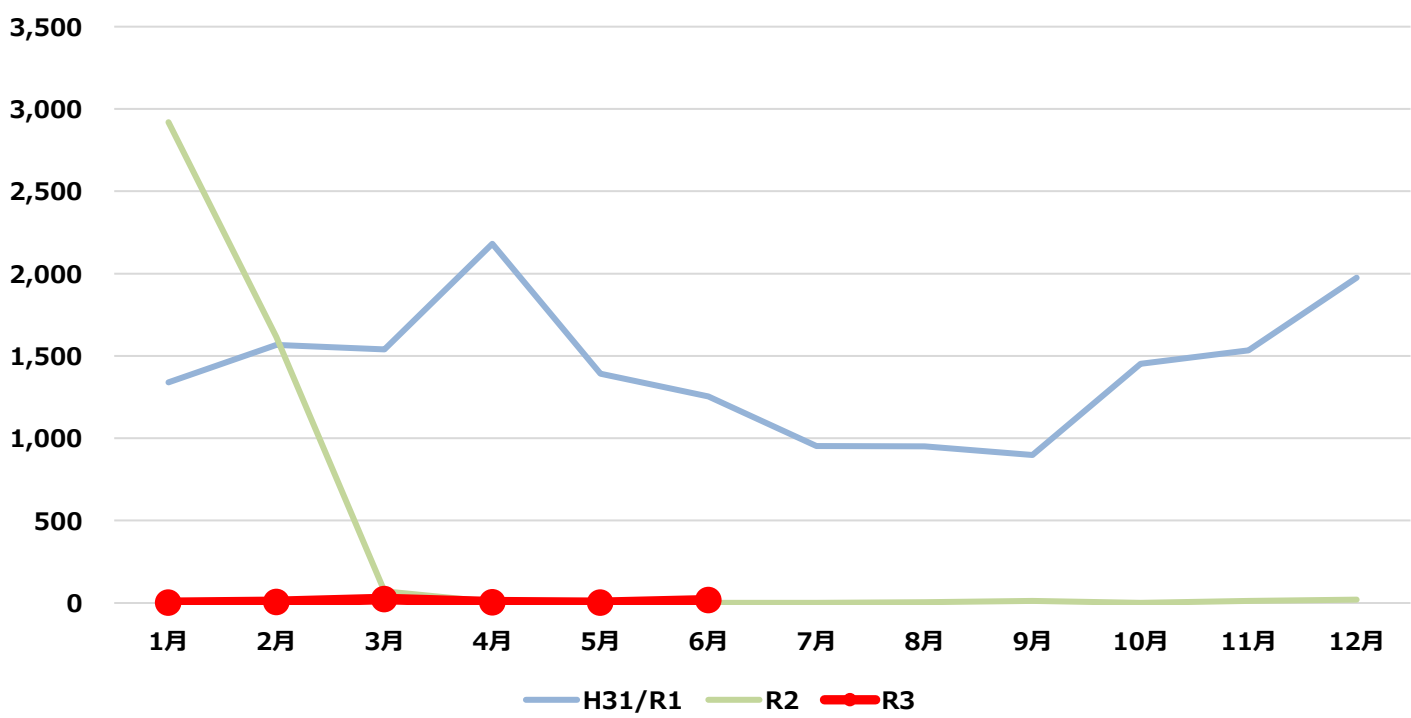


R3年6月



①-4 外国人宿泊客数

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間計
R2年	2,919	1,616	71	6	0	0	4,612
R3年	1	6	23	4	1	16	51
対前年比(人)	▲ 2,918	▲ 1,610	▲ 48	▲ 2	1	16	▲ 4,561
対前年比(%)	0.0%	0.4%	32.4%	66.7%	0.0%	0.0%	1.1%

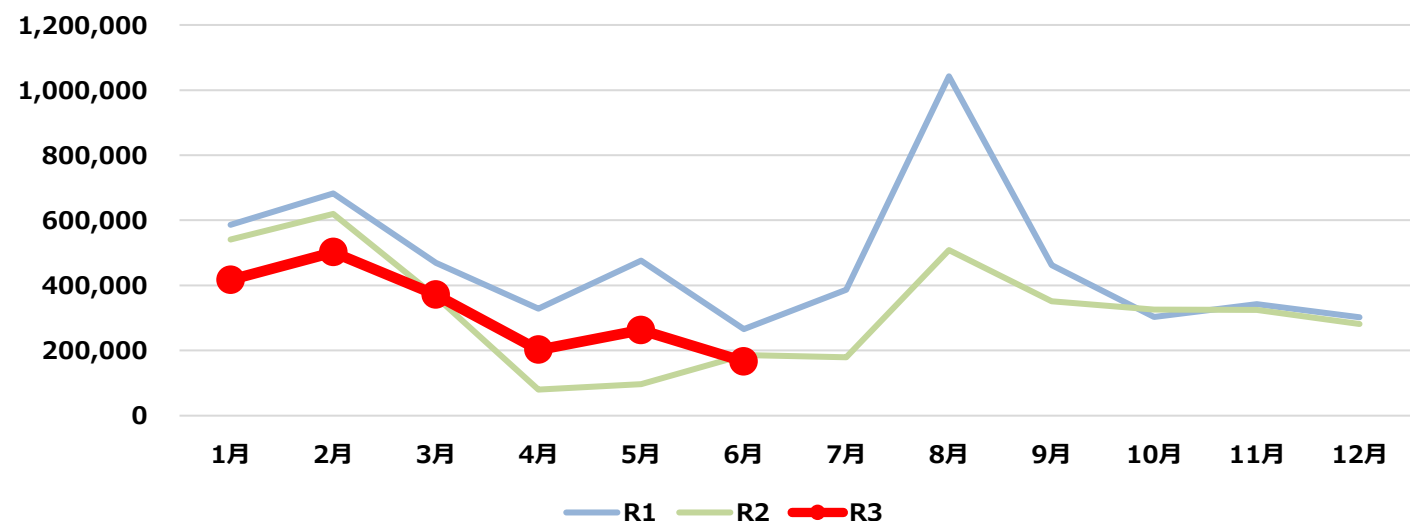


②-1 施設入込客数(79ヶ所)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	年間計
R2年	541,147	619,401	365,222	79,997	96,778	186,418	1,888,963
R3年	416,599	501,862	370,989	201,898	262,501	181,243	1,935,092
対前年(人)	▲ 124,548	▲ 117,539	5,767	121,901	165,723	▲ 5,175	46,129
対前年(%)	77.0%	81.0%	101.6%	252.4%	271.2%	97.2%	102.4%

【地域別施設入込客数】

	八幡	大和	白鳥	高鷺	美並	明宝	和良	合計
R2年 6月	27,920	28,430	33,856	34,374	28,587	22,074	11,177	186,418
R3年 6月	30,044	25,953	37,170	29,751	27,843	18,428	12,054	181,243
対前年比(人)	2,124	▲ 2,477	3,314	▲ 4,623	▲ 744	▲ 3,646	877	▲ 5,175
対前年比(%)	107.6%	91.3%	109.8%	86.6%	97.4%	83.5%	107.8%	97.2%



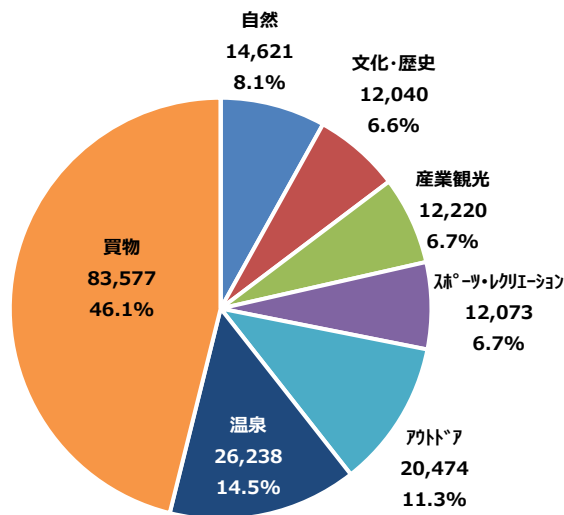
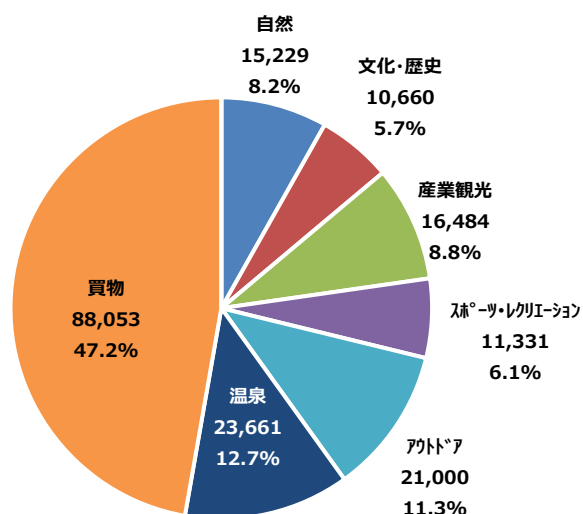
②-2 分類別施設入込客数

	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 6月	15,229	10,660	16,484	11,331	21,000	23,661	88,053	186,418
R3年 6月	14,621	12,040	12,220	12,073	20,474	26,238	83,577	181,243
対前年比(人)	▲ 608	1,380	▲ 4,264	742	▲ 526	2,577	▲ 4,476	▲ 5,175
対前年比(%)	96.0%	112.9%	74.1%	106.5%	97.5%	110.9%	94.9%	97.2%

<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 6月

R3年 6月



R1年からR3年までの比較(6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	29,203	21,040	1,254
R2年	7,536	6,451	0
R3年	11,711	9,038	16
R1年とR2年	25.8%	30.7%	0.0%
R1年とR3年	40.2%	43.0%	1.3%
R2年とR3年	155.4%	140.1%	0.0%

地域別

	八幡	大和	白鳥	高鷺	美並	明宝	和良	合計
R1年	9,351	82	1,148	9,095	316	860	188	21,040
R2年	1,423	35	790	3,268	58	818	59	6,451
R3年	1,871	301	1,044	5,190	70	162	400	9,038
R1年とR2年	15.2%	42.7%	68.8%	35.9%	18.4%	95.1%	31.4%	30.7%
R1年とR3年	20.0%	367.1%	90.9%	57.1%	22.2%	18.8%	212.8%	43.0%
R2年とR3年	131.5%	860.0%	132.2%	158.8%	120.7%	19.8%	678.0%	140.1%

宿泊施設の分類別

	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	70	1,743	11,476	431	3,906	80	73	2,007	19,786
R2年	16	223	4,556	319	714	21	23	579	6,451
R3年	101	649	5,677	265	774	56	22	1,478	9,022
R1年とR2年	22.9%	12.8%	39.7%	74.0%	18.3%	26.3%	31.5%	28.8%	32.6%
R1年とR3年	144.3%	37.2%	49.5%	61.5%	19.8%	70.0%	30.1%	73.6%	45.6%
R2年とR3年	631.3%	291.0%	124.6%	83.1%	108.4%	266.7%	95.7%	255.3%	139.9%

宿泊者の居住地別

	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	8,290	821	1,288	2,177	158	8,306	21,040
R2年	1,118	451	996	1,744	37	2,105	6,451
R3年	2,557	573	1,314	2,017	32	2,545	9,038
R1年とR2年	13.5%	54.9%	77.3%	80.1%	23.4%	25.3%	30.7%
R1年とR3年	30.8%	69.8%	102.0%	92.7%	20.3%	30.6%	43.0%
R2年とR3年	228.7%	127.1%	131.9%	115.7%	86.5%	120.9%	140.1%

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	68,548	40,760	48,553	32,846	35,150	23,194	16,932	265,983
R2年	27,920	28,430	33,856	34,374	28,587	22,074	11,177	186,418
R3年	30,044	25,953	37,170	29,751	27,843	18,428	12,054	181,243
R1年とR2年	40.7%	69.7%	69.7%	104.7%	81.3%	95.2%	66.0%	70.1%
R1年とR3年	43.8%	63.7%	76.6%	90.6%	79.2%	79.5%	71.2%	68.2%
R2年とR3年	107.6%	91.3%	109.8%	86.6%	97.4%	83.5%	107.8%	97.2%

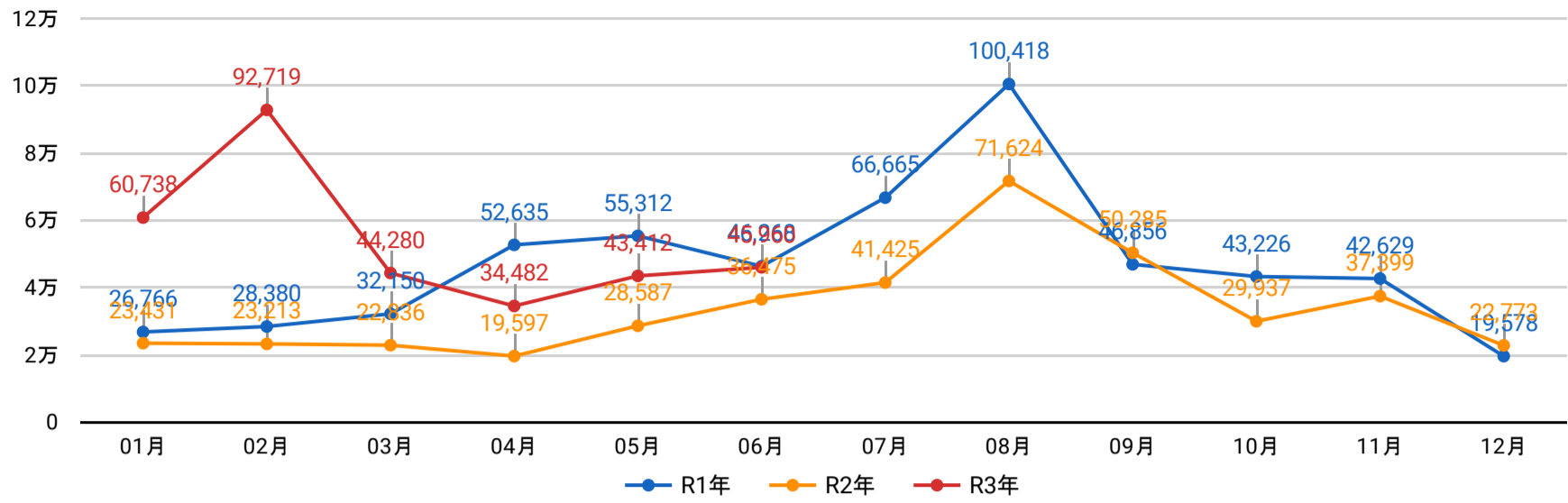
施設の分類別

	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	イベント	スキー・スノーボード	合計
R1年	19,069	25,252	17,899	27,910	26,411	34,571	114,871	0	0	265,983
R2年	15,229	10,660	16,484	11,331	21,000	23,661	88,053	0	0	186,418
R3年	14,621	12,040	12,220	12,073	20,474	26,238	83,577	0	0	181,243
R1年とR2年	79.9%	42.2%	92.1%	40.6%	79.5%	68.4%	76.7%	0.0%	0.0%	70.1%
R1年とR3年	76.7%	47.7%	68.3%	43.3%	77.5%	75.9%	72.8%	0.0%	0.0%	68.1%
R2年とR3年	96.0%	112.9%	74.1%	106.5%	97.5%	110.9%	94.9%	0.0%	0.0%	97.2%



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%
6月	36,475	45,960	126%
合計	154,139	321,591	208.6%

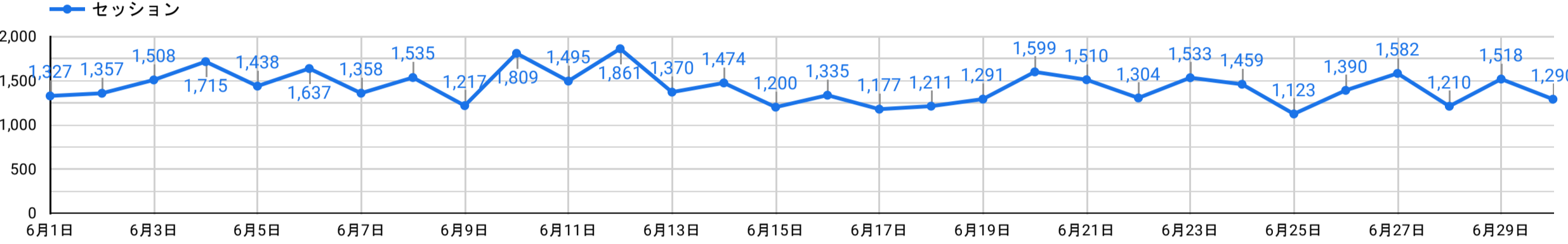


*R1年/R2年9月までのセッション数は「郡上満喫」の成績

【6月のセッション数推移】

【前月からの増減】

ユーザー 38,150 ↓-0.8%	新規ユーザー 36,703 ↓-0.1%	ユーザーあたりのセッション数 1.2 ±6.8%	セッション 45,960 ±5.9%	ページビュー数 99,635 ±9.8%	ページ/セッション 2.17 ±3.7%	平均セッション時間 00:01:30 ±27.0%	直帰率 65.92% ↓-0.5%
---------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	--	--------------------------------



【増減の主な要因】

- 6/10: AIによる広告配信設定の自動調整による増加
- 6/11: 東海テレビ「ぐっさん家」にて郡上八幡の特集を放送
- 6/20: モニターツアー参加者募集の記事記載のフリーペーパーが愛知県尾張地域へ配布
- 6/29: 東海テレビ「スイッチ」にてひるがの高原の特集を放送

会員登録とメールマガジン登録

期間	6月	累計
会員登録	49	2,816
メルマガ登録	0	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

セッション方法

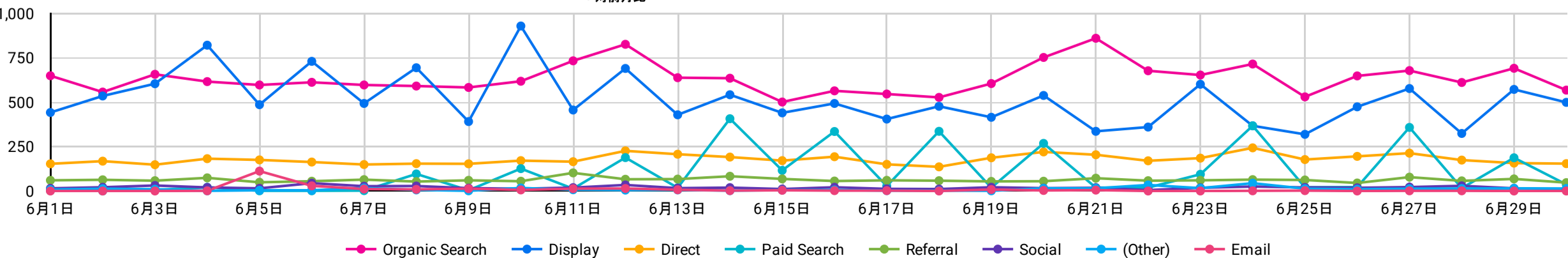
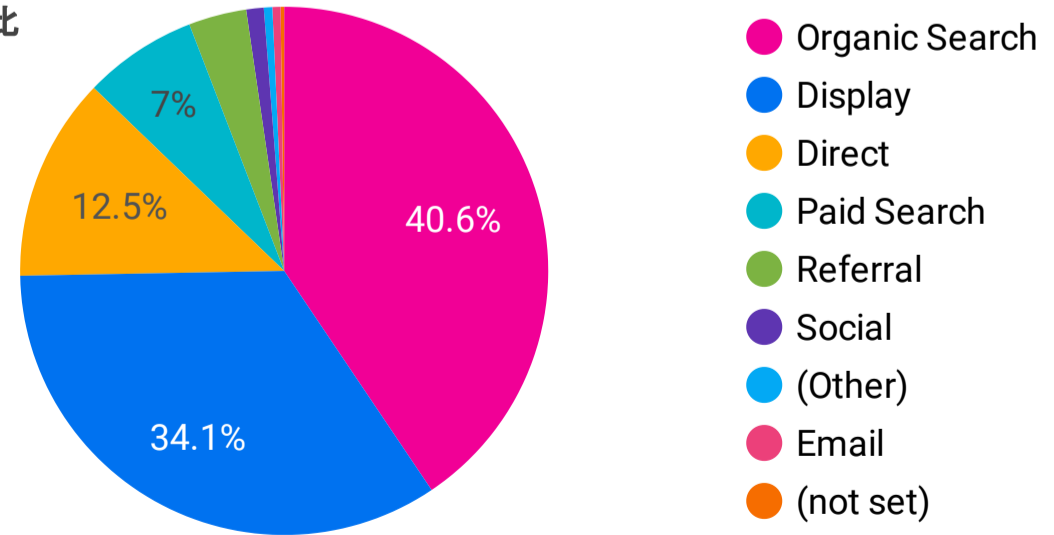
セッション方法とは? : ユーザーがどのような方法でウェブサイトへアクセスしたのかを確認する方法です。方法を確認することでサイトへのアクセスを増やす為の施策の検討や、行った施策が効果的だったのかなどの検証に利用することができます

- 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(パナー)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	18,212	23.7% ±
2. Display	15,322	-27.4% ↓
3. Direct	5,601	27.2% ±
4. Paid Search	3,127	2,027.2% ±
5. Referral	1,591	2.8% ±
6. Social	480	20.9% ±
7. (Other)	233	24.6% ±
8. Email	224	1,078.9% ±

*対前月比

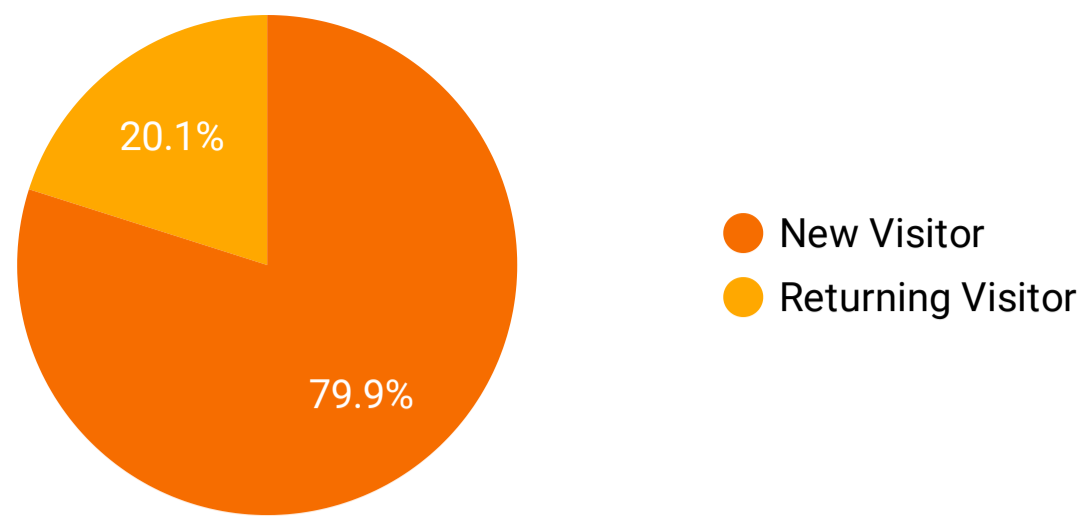
構成比



新規ユーザーとリピーター比率

ユーザータイプ	セッション	% Δ
Returning Visitor	9,238	38.7% ↑
New Visitor	36,722	-0.1% ↓

*対前月比

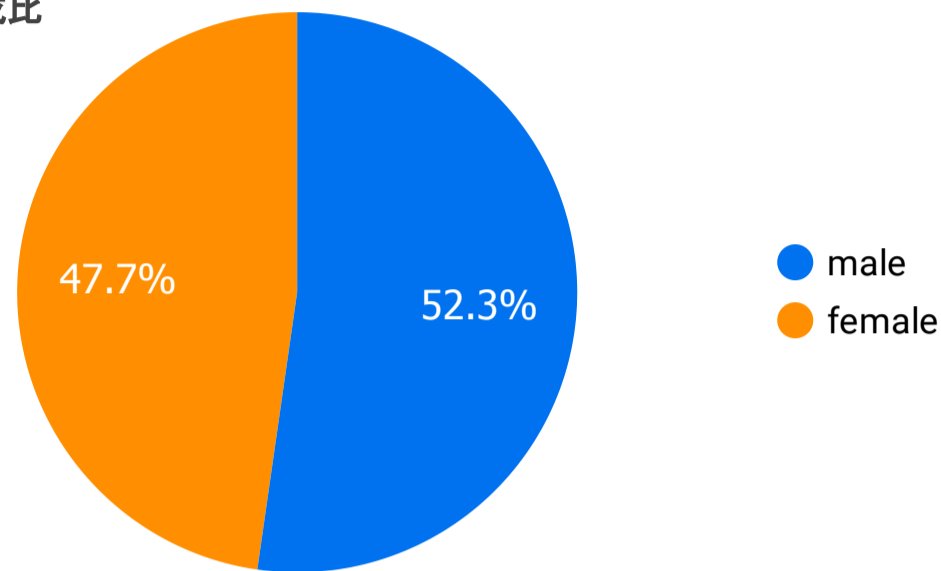


ユーザー属性

性別	セッション	% Δ
male	6,856	11.8% ↑
female	6,260	17.3% ↑

*対前月比

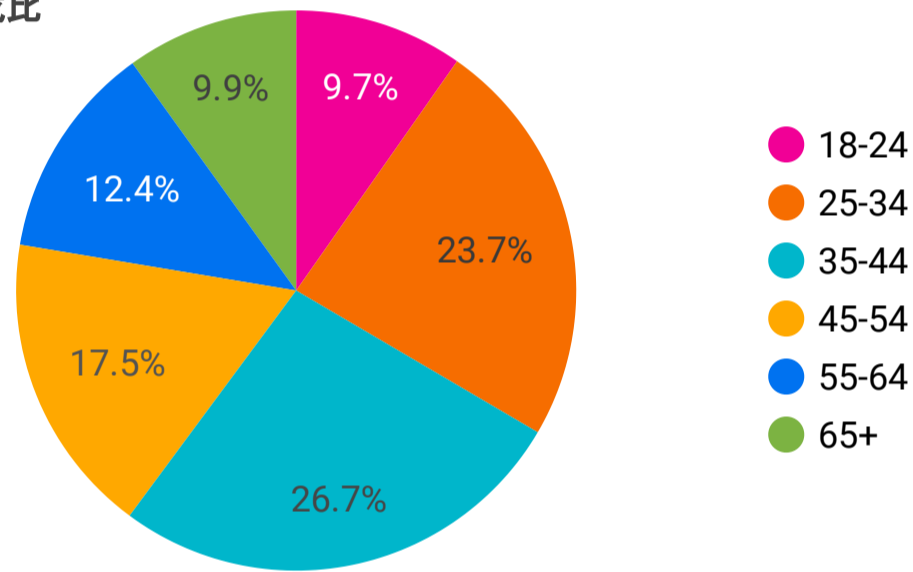
構成比



年齢	セッション	% Δ
18-24	1,230	10.0% ↑
25-34	2,993	13.5% ↑
35-44	3,371	18.0% ↑
45-54	2,207	19.5% ↑
55-64	1,571	15.1% ↑
65+	1,255	-5.1% ↓

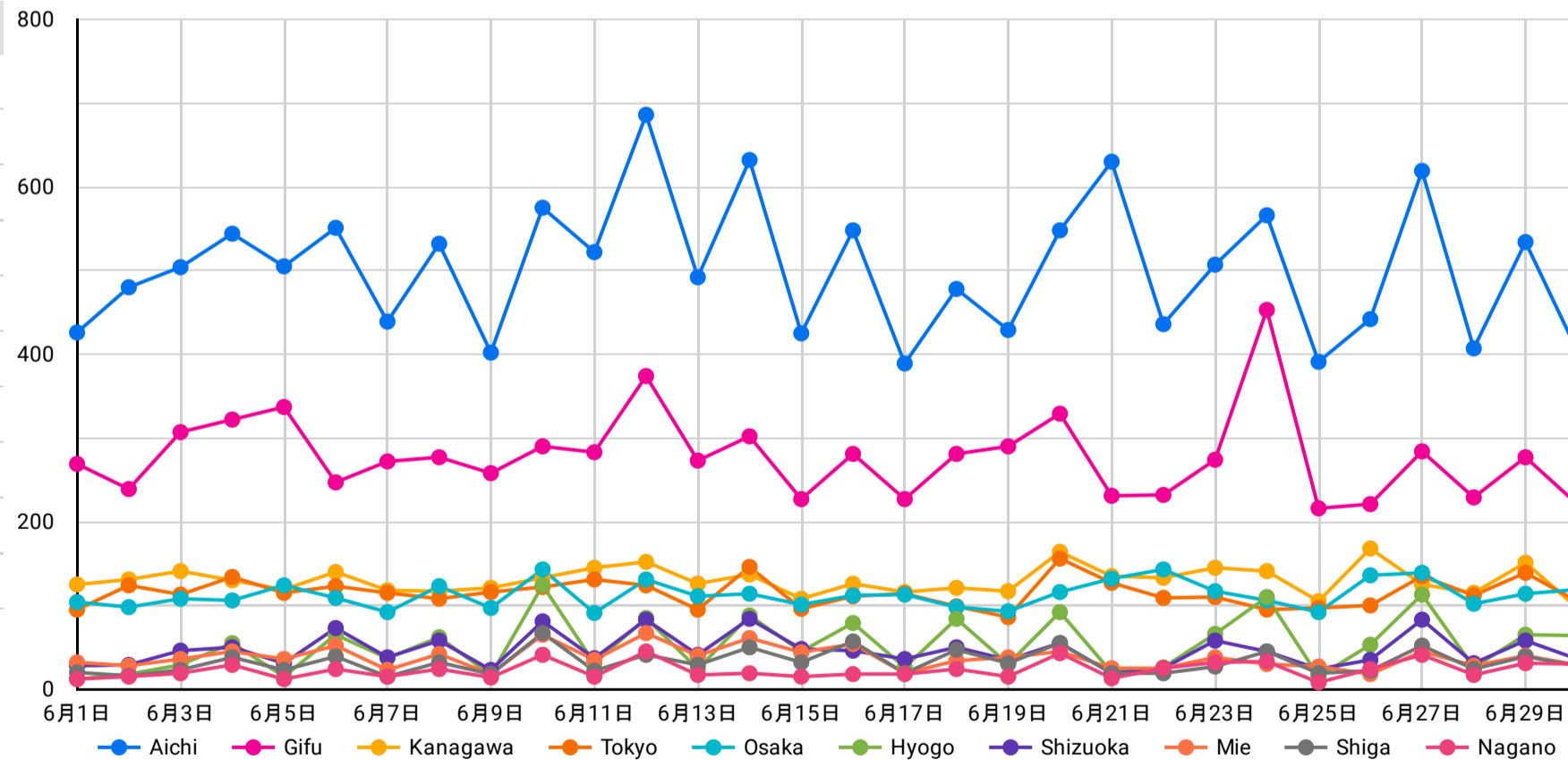
*対前月比

構成比



地域	セッション	% Δ
1. Aichi	15,043	58.2% ↑
2. Gifu	8,323	27.3% ↑
3. Kanagawa	3,902	56.8% ↑
4. Tokyo	3,452	19.2% ↑
5. Osaka	3,384	-18.4% ↓
6. Hyogo	1,576	135.6% ↑
7. Shizuoka	1,386	61.5% ↑
8. Mie	1,119	82.5% ↑
9. Shiga	968	150.1% ↑
10. Nagano	688	96.0% ↑

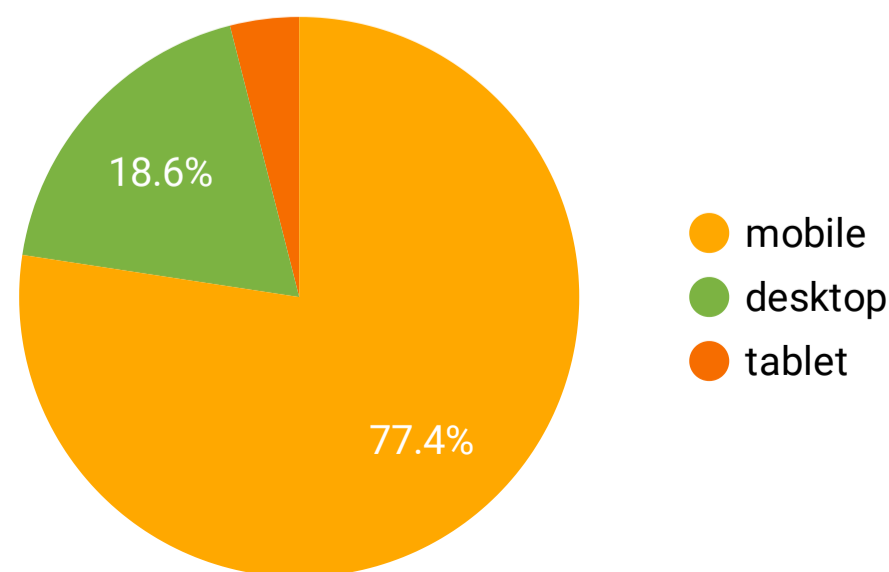
*対前月比



デバイス

デバイスカテゴリ	セッション	% Δ
mobile	35,575	6.2% ↑
desktop	8,555	2.2% ↑
tablet	1,830	19.2% ↑

*対前月比



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.	郡上観光おすすめモデルコース【TABITABI郡上】	25,338	1,529.5% ▲	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）	11,199	73.0% ▲	2位
3.	郡上おどり 【TABITABI郡上】	2,256	550.1% ▲	10位
4.	ワンランク上の贅沢。リッチな郡上の歴史散策ドライブコース 【TABITABI郡上】	2,024	-	8位
5.	新緑の森を満喫ドライブコース 【TABITABI郡上】	1,594	-	9位
6.	和良蛭マップと蛭を守るための観賞マナー【TABITABI郡上】	1,508	8,770.6% ▲	New
7.	「登ってみよう、大日ヶ岳！」3つのコース（登山道）をご紹介【TABITABI郡上】	1,359	2,513.5% ▲	7位
8.	大自然で心を体を解放！初夏のファミリードライブコース 【TABITABI郡上】	1,327	-	3位
9.	カップルで行きたい初夏の郡上ドライブデートコース 【TABITABI郡上】	1,208	-	New
10.	【岐阜県郡上市】アウトドア専門の観光WEBサイト - GUJO Outdoor Experiences	986	-39.0% ▲	New

*対前月比

Google検索からサイトへの流入ワード（上位20ワード）

	検索ワード	サイト流入数 ▾	% Δ	検索結果での表示回数	% Δ
1.	郡上踊り 2021	730	128.8% ▲	2,244	105.3% ▲
2.	郡上市	209	35.7% ▲	7,759	-16.0% ▲
3.	大日ヶ岳	176	27.5% ▲	1,396	-10.9% ▲
4.	郡上八幡 観光 モデルコース	154	116.9% ▲	296	60.0% ▲
5.	郡上 観光	148	1.4% ▲	2,620	-7.2% ▲
6.	たびたび郡上	119	77.6% ▲	141	67.9% ▲
7.	和良 ホテル	92	1,214.3% ▲	298	1,092.0% ▲
8.	tabitabi郡上	88	266.7% ▲	111	258.1% ▲
9.	大日ヶ岳 登山	80	56.9% ▲	200	-0.5% ▲
10.	郡上八幡	79	97.5% ▲	15,055	198.0% ▲
11.	ひるがの高原キャンプ場	77	-8.3% ▲	11,679	17.6% ▲
12.	郡上市観光連盟	76	55.1% ▲	139	63.5% ▲
13.	郡上おどり 2021	71	115.2% ▲	206	34.6% ▲
14.	和良蛭	69	-	186	-
15.	アルケミエ	67	-34.3% ▲	415	-7.4% ▲
16.	郡上	61	79.4% ▲	12,478	15.9% ▲
17.	郡上市 観光	56	-18.8% ▲	519	-10.7% ▲
18.	郡上八幡 観光	55	61.8% ▲	2,998	38.3% ▲
19.	郡上 ホテル	45	-	157	-
20.	ひるがの高原 アクティビティ	45	12.5% ▲	166	16.9% ▲
21.	郡上踊り	44	238.5% ▲	2,828	583.1% ▲
22.	郡上 お土産	42	23.5% ▲	103	14.4% ▲
23.	郡上踊り2021	41	70.8% ▲	136	65.9% ▲
24.	郡上八幡 お土産	41	-25.5% ▲	164	-6.8% ▲
25.	郡上 観光	38	-29.6% ▲	622	-18.8% ▲
26.	母袋キャンプ場	35	84.2% ▲	282	70.9% ▲
27.	郡上徹夜踊り 2021	35	-	75	-
28.	大日岳 登山	33	32.0% ▲	312	6.1% ▲
29.	和良大月の森公園	31	181.8% ▲	88	137.8% ▲
30.	2021 郡上踊り	31	-	68	-

【セッション数が前年と比較して26.0%増加。R1年に近い水準に】

●6月のセッション数は45,960回となり、前年の郡上満喫と比較すると26.0%増加、新型コロナウイルスの影響が出る前のR1年に近い水準のセッション数を獲得する結果となりました。Google,Yahooなどでの検索によって流入する「Organic Search」が23.7%増加となり、これまで最も流入が多かった広告からの「Display」を抜いて流入数が最も多い結果となりました。この結果から、夏の郡上に対するユーザーの認知が高くより郡上の詳細な情報を求めて検索していることが伺えます。
●Google検索からの最も多い流入ワードは「郡上踊り2021」となっており、サイトへの流入数は前月と比較して128.8%増加となっています。その他にも、郡上おどりの関連ワードでの流入が多く、6月は郡上おどりの開催に対する関心が高かったことが読みとれます。

【和良蛭への関心が高い】

●ページビューランキングで6位に「和良蛭マップと蛭を守るための鑑賞マナー」ページがランクインしました。ページ流入のうち81.3%が自然検索からとなっており、Google検索からの流入ワードランキングを見ても、和良蛭関連のワードが3件ランクインする結果となりました。今年は新型コロナウイルスの影響で積極的なプロモーションを行っていないにもかかわらずこれだけの流入があることは、ユーザーの和良蛭に対する関心の高さが読みとれます。この現象は4~5月の國田家の芝桜と同じ傾向であり、来年以降この時期にプロモーションを行うことで集客拡大が見込める他、蛭を目的としたユーザーへ郡上の関連情報を届け興味を持たせることで、域内周遊に繋がり消費拡大が図れるコンテンツであると推察します。

【「女性」のアクセスが前月と比較して17.3%増加】

●「女性」のセッション数が前月と比較して17.3%増加となり、5月に続いて「男性」の増加率を上回る結果となりました。6/1からは市内のオススメスポットをモデルコース形式にて紹介し、ドライブでの市内訪問を促す「初夏のドライブキャンペーン」を実施しWeb広告にてプロモーションを行いました。Web広告からのサイト流入数を性別で見ると女性が62%、男性が38%となり、初夏のドライブというテーマでは女性の需要が高いことが伺えます。4~5月に実施した「春の野外体験施設特集キャンペーン」と比較して、45-55歳や54-64歳の反応が高くこの時期のドライブ旅行については比較的年齢が高い世代の関心があることも合わせて推測できます。

【モニターツアー参加募集によるアクセスの増加 / 新規会員を獲得】

●観光連盟主催のモニターツアーの参加を促す記事を愛知県尾張地域のフリーペーパーに掲載し、6/20頃から配布しました。セッション方法において「Other」の流入が前月から24.6%増加となっており、その多くがフリーペーパー記載のQRコードからの流入となっています。また、6/20~6/24に自然検索にて「TABITABI郡上」や「たびたび郡上」のワードでの多く流入があり、モニターツアーの詳細を求めるユーザーの流入が考えられます。また、モニターツアーの参加の為にはTABITABI郡上のファンクラブ会員の加入が条件となっており、今月の新規会員獲得の多くがモニターツアー参加を目的とした登録となっています。モニターツアーの応募は、定員7組14名に対して41組81名の応募者数となっています。

【マスメディアによるアクセス増あり】

●6/12と6/29に「Organic Search」による流入が一時的に増加となりました。6/12については郡上八幡関連ページの閲覧が増加している他、6/29はひるがの関連のページの閲覧が増加傾向となっています。こちらの増加は、6/12は東海テレビ「ぐっさん家」で郡上八幡の特集が放送されたことや、6/29は同じく東海テレビ「スイッチ」にてひるがの高原の特集が放送されたことによる増加と推測します。情報の収集媒体がWebに移行しながらも、引き続きマスメディアにおける拡散能力の高さを裏付ける結果となっており、今後はテレビを観て、詳細情報をWebで検索するユーザーを獲得する為に、放送後に観光ニュースページで番組で取り上げられたスポット等を改めて紹介し、サイト流入及びサイト内周遊を促す施策を実施して行く予定です。