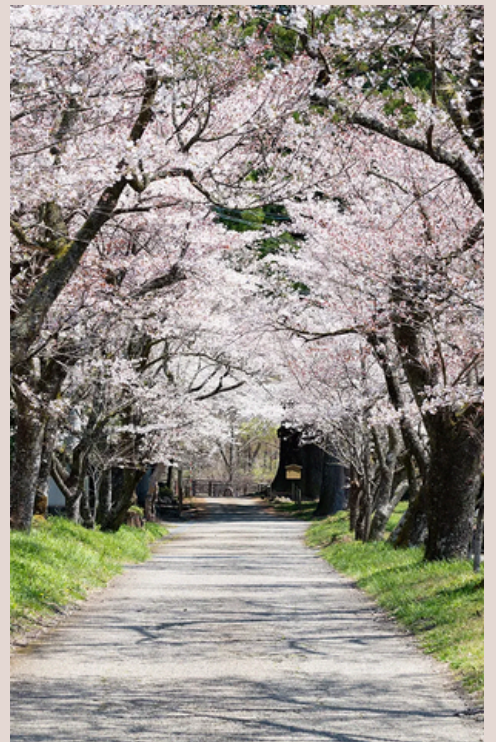


TABI TABI GUJO

# 令和8年4月 TABITABI郡上通信

郡上市観光連盟からのお知らせ



## TABITABI郡上通信とは？

TABITABI郡上通信は、毎月発行の情報誌。郡上市観光レポートの考察に加えモニターツアーや商談会報告などの郡上市観光連盟の活動に加え、新規補助金や勉強会・講習会の案内、新たに造成したツアー商品、観光データなど、市内事業者が参考になるような最新情報をお届けしていきます。

## SNS紹介後の反響をお届けします!!

TABITABI郡上のSNS（InstagramやTikTokなど）での紹介をきっかけに、投稿後に「フォロワー数が増えた」「実際に来店があった」といった反響が寄せられています。一部の事業者様からのお声をご紹介します。

今後もTABITABI郡上では、SNSを活用した魅力発信を続けてまいります。  
※紹介を希望される事業者の方は郡上市観光連盟までご連絡ください。



2026年3月17日  
白鳥町  
「ピグマリオン商會」



2026年3月16日  
大和町  
「母袋工房 料理屋「奥の奥」」



いつか、取り上げていただきたいと思っていたので嬉しかったです。とても反響ありました！あの日から明らかに地元の方のお問い合わせもご来店も増えましたし、投稿以降の営業は先週の土日でしたが、どちらの日もフードがsoldとなり、席が空くのをお待ちいただいたりという状況でした。フォロワーは200以上増えましたし、インスタをみて来たと言ってくれました。tabi tabiさんの素敵なラインナップに入れていただいたおかげで地域の方に認めてもらえたような気持ちになり、ありがたいです。

フォロワー60人くらいまでは数えましたが、それ以降は数えておらず...今は70人以上の増加になっていると思います。

うちとしましても前代未聞の出来事です。HPのアクセスも増えています。4月の料理屋のご予約、お問い合わせは多くいただきました。ただ『TABITABI郡上を見た』という言葉は何ってはいませんが、たぶんあの動画を見てのお客さまかと。ありがたや、ありがたやでございます。

## 郡上アドベンチャーツーリズム実践講座が開催されました！

3月9日に「郡上アドベンチャーツーリズム実践講座」が行われました。本講座は国土交通省中部運輸局が実施するアドベンチャーツーリズムのインバウンド対応実証事業の一環として開催され、観光事業者等約30名が参加されました。

講師であるマイク氏による実践的な講義では、実際のガイド経験に基づいた具体的な事例が紹介され、参加者は強い関心を持って聴講されていました。

内容は、インバウンド受入やガイドの基礎から、トラブル発生時の対応、リスク管理の重要性まで幅広く、現場で即活用できる知識を学ぶ機会となりました。

特にリスク管理については、事前の想定と対策の重要性を再認識したとの声が多く聞かれた他、研修後のアンケートにおいても満足度は高く、実務に直結する有意義な講座となりました。



※当日の様子

# 大雪郡上 2026 が開催されました！

3月20日から22日にかけて、高鷲町の「鷲ヶ岳スキー場」「ダイナランド」「高鷲スノーパーク」にて、GUJO Outdoor Experiences主催の「大雪郡上2026」が開催されました。

本イベントは今年で2年目を迎え、「スキー場と滑り手で雪の未来を考える3日間」をコンセプトに開催。期間中は、3つのスキー場の3日間のエネルギーを再生可能エネルギーで賄う取り組みや、リフト券の預り金（デポジット500円）を寄付に充てる取り組みなど、環境に配慮した企画が行われました。

また、同期間にはアウトドアブランド「パタゴニア」が主催する「Patagonia Worn Wear Snow Repair Tour」も開催。衣服のリペアや中古ウェアの販売を通して、「着回し・修理・再利用」の文化を体験できる機会となり、多くの来場者の関心を集めました。

さらに、最終日の高鷲スノーパークでは、POW（Protect Our Winters Japan）との共同企画として、特設ブースの出店やライディングセッション、トークセッションなども行われました。老若男女が楽しみながら、気候変動について考える時間となりました。

参加者からは、「楽しみにしていました」「改めて地球環境について考える良い機会になりました」「ぜひ今後も継続して開催してほしいです」といった声も聞かれ、冬の郡上の魅力と環境への意識をあわせて発信する有意義なイベントとなりました。



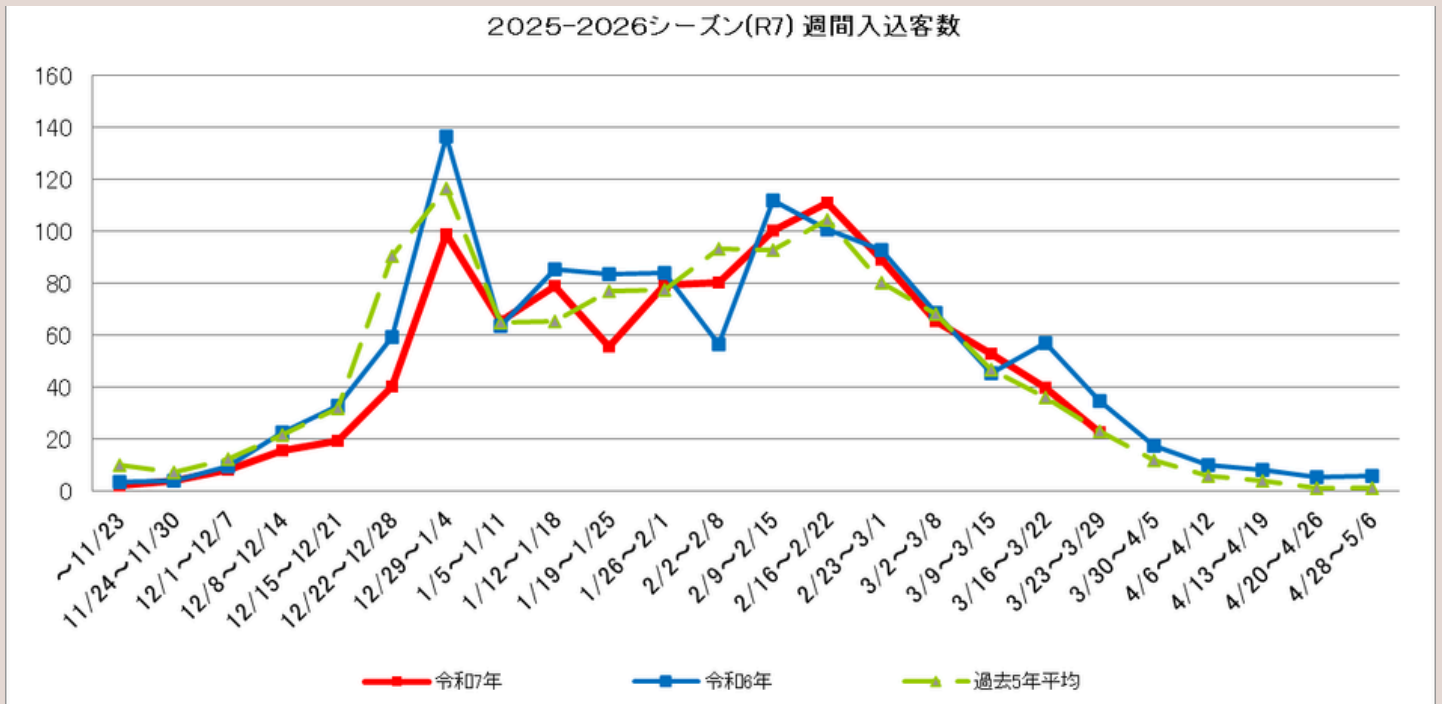
## 【25-26シーズン スノーリゾート郡上 入込客数速報】 ※3/30時点

25-26シーズンの市内スキー場9施設における、2月1日までの延べ入込客数は1,025,590人となり、**前年対89.1%、過去5年平均比91.9%**と、いずれも下回る数字となっています。

2月以降は、まとまった降雪や滑走エリアの拡大、オリンピックの影響を受けて入込客数は回復傾向となり、25-26シーズンも市内スキー場の延べ入込客数は**今期も100万人を突破**しました。

3月に入ると気温の上昇に伴って来場者数は落ち着きを見せ始めましたが、過去5年平均並みの水準で推移しています。なお、3月30日時点で営業を継続しているのは、高鷲スノーパーク（4月26日まで営業予定）と、めいほうスキー場（4月12日まで営業予定）の2施設となっています。

2025-2026シーズン(R7) 週間入込客数



# R8年2月度観光レポート考察

## 宿泊客数

# 43,084人

前年同月比 99.7%

R1年比 90.1%

(観光レポート2P～)

2月の宿泊客数は43,084人で、前年同月比99.7%と前年並みで推移。

宿泊客の多くがスキー目的で、施設分類ではホテルが半数を占めた。2月に入って積雪状況が回復し、全面滑走になるなど環境が整ったことで来訪意欲が向上。月末の3連休には、スキー場周辺のホテルに多くの宿泊が見られ、高鷲の宿泊客数は前年を上回った。

また、前年は大雪により、2月上旬に高速道路の通行止めが発生するといった来訪環境にも大きな影響があったが、今年はそのような災害級の降雪がなく、来訪しやすい状況であったこともプラスに働いた。

一方で、関西圏からの来訪は前年を下回る結果となった。施設からの聞き取りで、他地域のスキー場への来訪分散が聞かれた他、国内旅行全体としても物価高の影響により伸び悩みが続いていることが分かった。こうした中、外国人宿泊客数の増加が減少分を補い、全体としては前年並みの水準を維持する結果となった。

## 外国人宿泊客数

# 3,650人

前年同月比 150.4%

R1年比 233.1%

(観光レポート3P～)

外国人宿泊客数は3,650人で、前年同月比150.4%と大幅に増加。

全体の宿泊客数に占める外国人の比率も前年の6.5%から9.8%に上昇しており、冬季におけるインバウンドニーズの高まりが読み取れる。

国・地域別では「台湾」の増加が顕著で、1月に続いて高鷲のスキー場周辺のホテルに多く宿泊し、団体利用や連泊が多く見られ、夏季に行った台湾向けセールスの効果が継続していることが聞き取りで分かった。

また、大和のホテルも前年から増加。スキー目的で「アメリカ」の会員利用も増えていることに加え、「ベトナム」の宿泊も増加。白川郷を目的地とした団体の立ち寄りがあったことも聞き取りから分かった。一方で、「中国」は国際情勢の影響により前月に続いて減少した。

## 施設入込客数

# 646,475人

前年同月比 108.4%

R1年比 94.7%

(観光レポート5P～)

施設入込客数は646,475人で、前年同月比108.4%と増加。

全体の約6割を占める「スキー・スノーボード」は、積雪状況の回復に加え、オリンピックの影響によってスキーに対する機運が高まって入込客数は回復。また、雪があることで「産業観光」でも「牧歌の里」の一般の雪遊びやインバウンドのバスツアー利用が増加して前年を上回った。

さらに、スキー需要の持ち直しに伴い、アフタースキーの立ち寄り先である「買物」や「温泉」も増加。「買物」については、天候が良く路面状況も前年より良好であったことから、スキー以外の立ち寄りも多く見られたことが聞き取りから分かった他、「文化・歴史」においても、前年は雪の影響により一時休城していた「郡上八幡城」の入込が天候に恵まれたことで増加となった。

## Webサイトアクセス数

# 72,576

## セッション

前年同月比 94.9%

(観光レポート6P～)

R8年2月のWebサイト流入数は72,576セッションで、前年同月比94.9%と微減。

主要要因として、自然検索(Organic Search)におけるスキー関連キーワードの伸び悩みが全体の流入数に影響。前年と比べると、週末の流入が弱いことに加え、「スキー 服装」などの服装関連キーワードや、「ひるがの高原スキー場」や「郡上ヴァカンス村スキー場」といった個別スキー場の検索流入が減少した。

地域別では、「大阪」や「東京」で減少が見られ、特に東京では、「スキー 服装」関連のページ閲覧数の減少が顕著となった。その理由として、GUJO Outdoor Experiencesの「スキー 服装」ページには、もともと「郡上に行きたい人」だけでなく、「スキーの服装を知りたい人」が幅広く訪れていた。しかし今年は、似た内容のページが増えたことで検索結果で上のほうに出にくくなり、その結果、ページに来る人が減ったとみられる。

一方で、「郡上八幡」関連の検索は堅調に推移。検索ボリュームの大きい「郡上八幡」で表示順位1位を獲得していることが、「食べ歩き」や「郡上おどり」など関連ワードからの流入にもつながっており、シニア層のほか「北海道」や「静岡」からの流入も多く見られた。

また、2月上旬に実施した「リフト券プレゼントキャンペーン」によるメールマガジン (Email)、LINE(Organic Social)経由の流入に加え、3月20日から22日に開催予定のGUJO Outdoor Experiences主催「大雪郡上2026」を告知するWeb広告の配信により、愛知・岐阜の流入が増加となった。

総じて2月は、スキー関連の検索の伸び悩みが全体の流入数に影響した一方で、「郡上八幡」関連の検索流入や、プレゼントキャンペーン、大雪郡上2026の告知広告が減少分を一定程度補い、全体では微減にとどまった。

# R8年2月度観光レポート考察

## メールマガジン成績 (観光レポート9P～)

2月は計8本のメールマガジンを配信。

「リフト券プレゼントキャンペーン」に加え、「アフタースキーのグルメ情報」「スキー場の企画紹介」「patagoniaイベント」といったスキー情報を軸として、「溪流釣り解禁」「アトリエキクのスキんケア」といったコンテンツも合わせて紹介。

平均開封率は25.8%で、前月の26.9%をやや下回った。愛知県・岐阜県以外のユーザーに配信したリフト券プレゼントキャンペーンの開封率が伸び悩み、全体数値に影響。リフト券は利用者が限定されるため、対象外ユーザーには訴求力が弱く、開封につながりなかったことが要因に挙げられる。

一方、クリック率は11.8%で、前月の5.2%から上昇。リマインドを含む2回目のリフト券プレゼントキャンペーン紹介メルマガの反応が良く、「スキー・スノーボードに興味があるユーザー」や「過去のプレゼントキャンペーン応募者」といった層で高い成果が得られ、関心の高いユーザーに対するセグメント配信が効果的な情報提供につながったといえる。

また、「スキー・スノーボードに興味があるユーザー」に向けて配信した「スキー場の企画紹介」「アフタースキーのグルメ情報」のメールマガジンも、開封率25%前後、クリック率5%超を獲得しており、興味関心に応じた情報発信がユーザー行動の喚起につながっている。

来季もスキー好きユーザーへ向けて同様の情報発信を行いつつ、「食」を切り口として他のセグメントへ冬コンテンツの訴求を行い、行動喚起を図る。

また、春以降は、GW情報やグリーンシーズンのおすすめなど季節のネタを積極的に紹介するとともに、ふるさと納税関連団体と連携し、返礼品を軸とした観光情報の発信など、「観光」と「ふるさと納税」を連動させたメールマガジンの展開を進めていく。

## SNS成績 (観光レポート9P～)

2月はスキー関連を軸に計25件を投稿。

「鷲ヶ岳スキー場のオールナイト営業」や「白鳥高原のそりコース」といったスキー情報に加え、「寒ざらし・笑福餅」などのイベント、グルメ情報も織り交ぜ、冬の魅力を幅広く発信。

閲覧数は887,620回、エンゲージメントは13,887件、フォロワー増加数は212人となり、投稿数が前月より5件減少した中でも、前月並みの成果を維持。通常は投稿数の減少に伴って閲覧数も低下するが、「白鳥高原のそりコース」が10万回再生、「鷲ヶ岳スキー場のオールナイト営業」が7万回再生を記録するなど、個別投稿が好調で全体数値を下支え。加えて、スキー場アカウントとの共同投稿も閲覧数の増加に寄与した。

インタラクション(いいね等)は前月を上回り、「白鳥高原のそりコース」は1,000件を超えるいいねを獲得。「行ってみたい」といった反応も多く、来季も同様のコンテンツを発信することで、さらなる来訪促進に期待できる。

また、「鷲ヶ岳スキー場のオールナイト営業」では現地でのTikTokライブ配信を実施し、1時間で2.1万人が視聴。「知らなかった」といったコメントが多く聞かれ、さらに認知度をあげることで集客増加やエリアブランディングにつながる可能性が高い。

今後も高頻度の発信と質の高いコンテンツを提供し続ける他、「春の風景」や「桜」など季節性の高い内容に加え、未紹介店舗のグルメ情報も投稿し、郡上観光への関心をさらに高めていく。