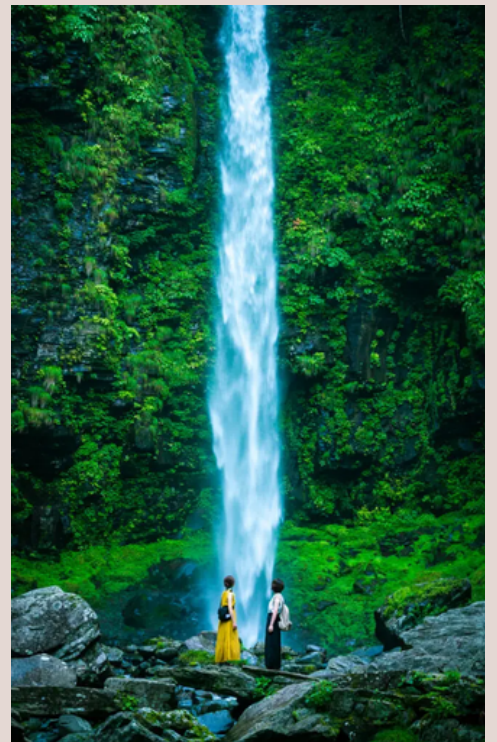


TABI TABI GUJO

# 令和8年7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6月9日

郡上大和

「にわか屋」



効果凄いです😊今日は10時からずっと待ってる人が居ました。そして開店から13時半までお茶も飲めんぐらいノンストップでした。さらに、平日来れない人がドカンと来る週末で。反響がありました！

## 令和8年度郡上市観光連盟 通常社員総会 が開催されました。

令和8年6月24日（水）一般社団法人郡上市観光連盟の令和8年度通常社員総会が開催されました。

総会では、令和7年度の事業報告・決算報告、令和8年度の事業計画・収支予算などについて審議・承認されるとともに、観光地域づくり法人（DMO）としての今後の取り組みや観光施策の方向性についての報告・共有が行われました。

また、本年度は代議員の改選も実施され、池田喜八郎代表理事が再任となり、新たな体制のもと、地域の事業者や関係団体と連携しながら、郡上市の観光振興と地域活性化に向けた取り組みを進めてまいります。



※当日の様子

# **「TABITABI郡上ファンクラブ」が「郡上ファン倶楽部」に生まれ変わりました！**

このたび、TABITABI郡上の会員サービス「郡上ファン倶楽部」の会員ページをリニューアルしました。

これまでTABITABI郡上では、約3万5千人の会員と2万人のInstagramフォロワーとのつながりを築き、観光情報の発信を行ってきました。今回のリニューアルでは、観光情報だけでなく、地域イベントや交流企画、地域活動なども含めた情報を届けることで、「訪れる郡上」から「関わり続ける郡上」へとつながる地域メディアを目指します。

今後は、行政や地域団体、事業者の皆さまとも連携しながら、会員の興味・関心に合わせた情報発信やコンテンツ造成・イベント開催などを進め、郡上と顧客の継続的な関係づくりに取り組んでいきます。



[詳細を見る\(ハイパーリンク\)](#)

## **令和7年「郡上市観光レポート」をアップしました！**

「郡上市観光レポート（令和7年次版）」を作成しました。

本レポートでは、市内宿泊客数や外国人宿泊客数、主要観光施設の入込状況に加え、TABITABI郡上WebサイトやSNSの運用成果など、1年間の観光動向を取りまとめています。

令和7年は、スキーや教育旅行が宿泊需要を支え、外国人宿泊客数はコロナ禍前を上回るなど明るい動きが見られた一方、物価高や天候、宿泊施設の閉業などの影響もあり、一般観光客の宿泊需要は伸び悩みがみられました。

また、デジタルマーケティングでは、SNSを活用した情報発信や自然検索を軸としたWeb集客が着実に成果を上げています。



[詳細を見る\(ハイパーリンク\)](#)

## **令和8年度DMO総合支援事業(DMO体制整備・機能強化事業)に採択されました！**

このたび、一般社団法人郡上市観光連盟は、観光庁の「令和8年度DMO総合支援事業（DMO体制整備・機能強化事業）」に採択されました。

本事業は、DMOが観光地域づくりの司令塔としての機能を強化し、地域と連携しながら地方誘客や地域内周遊、長期滞在の促進に取り組むための支援事業です。

郡上市観光連盟では、本事業を活用し、豊富な知見を有する外部専門人材の登用や安定的な財源の確保、人材育成などに取り組み、持続可能な観光地域づくりを一層推進してまいります。

今後の取組内容につきましては、「TABITABI郡上通信」を通じて随時お知らせしてまいります。



[詳細を見る\(ハイパーリンク\)](#)

# R8年5月度観光レポート考察

## 宿泊客数

# 43,599人

前年同月比 118.2%  
R1年比 90.2%  
(観光レポート2P～)

5月の宿泊客数は43,599人で、前年同月比118.2%と増加。

ゴールデンウィークを中心に宿泊需要が好調に推移し、連休後半に多くの利用が見られたほか、学校団体の利用も全体を下支えしたことで、前年を上回る結果となった。

背景には、ラグビー大会の開催に伴って、関西圏の学校団体の利用が「高鷲」のホテルで多くあったことで、施設分類別の「ホテル」や宿泊者居住地別の「関西」が前年を上回った他、個人のリピーター利用を中心にキャンプ場も堅調に推移し、宿泊者居住地別の「東海」も増加となった。

一方「八幡」は前年を下回り、郡上八幡自然園における教育旅行利用の減少が影響。受入日程の重複や1団体当たりの学生数の減少が要因となっていると聞き取りから分かった。

また、ゴールデンウィーク以降に予約が伸び悩む施設も見られ、連休など旅行需要が高まる時期は堅調に推移する一方、それ以外の期間では宿泊需要に弱さが見られることから、今後もその動向を注視する必要がある。

## 外国人宿泊客数

# 1,582人

前年同月比 104.6%  
R1年比 84.3%  
(観光レポート3P～)

外国人宿泊客数は1,582人で、前年同月比104.6%と増加。

大和のホテルにおいて周遊観光による「アメリカ」の会員利用と欧州からの個人利用が増加。全体を押し上げたほか、一方、高鷲では「韓国」からゴルフ目的の宿泊が見られた。一方で前年は高山市内のホテルの価格高騰や宿泊先の確保が困難となったことによる郡上市のホテルへの流入が「タイ」や「台湾」で見られたが、今年はそのような動きがなかったことが聞き取りから分かり減少となっている。

全体として、団体利用は周遊ルートや宿泊先の確保など外的要因の影響を受けやすく、前年を下回る動きが見られたが、個人利用は比較的堅調に推移しており、外国人宿泊客数が増加する要因となっている。

## 施設入込客数

# 416,960人

前年同月比 120.0%  
R1年比 87.7%  
(観光レポート5P～)

施設入込客数は416,960人で、前年同月比120.0%と増加。

ゴールデンウィークは天候にも恵まれ、前年より旅行意欲が高まったことから、日帰りを中心に来訪が増加。

牧歌の里のチューリップが見頃を迎えたことに加え、マスコミ報道等による紹介も追い風となって一般客の来訪が伸長し、「産業観光」が前年から増加。また、立ち寄りによって「温泉」「買物」も前年を上回り、近距離圏からのファミリー層や若年層の日帰り利用が多く見られたことが施設からの聞き取りで分かっている。

このほか、前年と比べて渓流釣りの釣果が好調で、SNSでも多く情報が発信されたことから「アウトドア」も前年を上回った。

物価高騰の影響により宿泊を伴う旅行には慎重な傾向が続く一方、近場で短時間楽しめる日帰り観光への需要は引き続き堅調に推移していることがうかがえる。

## Webサイトアクセス数

# 131,364

セッション  
前年同月比 120.1%  
(観光レポート6P～)

R8年5月のWebサイト流入数は131,364セッションで、前年同月比120.1%と増加。

ゴールデンウィークの観光需要の高まりに加え、前年より気温が高く推移したことで日帰りを中心とした外出・来訪意欲が向上。自然検索（Organic Search）は前年同月比116.4%となり、全体増加の主な要因となった。

検索ワードでは、「郡上八幡」「郡上八幡 観光」「郡上八幡 食べ歩き」が引き続き好調に推移。「郡上八幡観光モデルコース 日帰り」などの検索も増加しており、来訪意欲の高いユーザーの流入が見られた他、5月に入って「郡上おどり」関連の検索も伸長。特に5月31日に久屋大通パークで開催された「GUJO ODORI」の詳細を求めた流入が25～44歳を中心に多く見られ検索数も前年から増加。要因としてイベント自体の認知拡大に加え、情報の適時更新で検索ニーズを取り込み、効果的にサイトへの誘導に繋がれたと考える。

その他「和良川漁協」「和良川鮎解禁日」等の鮎釣り関連の検索が増加したほか、「郡上 流しそうめん」「大滝鍾乳洞 流しそうめん」など初夏のレジャー関連検索も伸長し、夏季の観光ニーズの高まりも読み取れる。

ユーザー属性では25～44歳が全体の約53%を占め、ファミリー層の観光需要の高さが裏付けられる他、65歳以上は前年同月比129.6%と大幅に増加。「郡上八幡」や「郡上おどり」コンテンツの閲覧が多く見られた。

今後は郡上おどりの情報拡充に加え、「ひるがの高原」の避暑地ブランディングや「郡上八幡浴衣企画」などを展開し、新規ユーザーの流入拡大と来訪・消費の促進を目指す。

# R8年5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～)

5月は11トピックスのメールマガジンを配信。「ふるさと納税返礼品の特別割引紹介」「ふるさと納税の郡上おどり・白鳥おどりの使い道追加」「鮎友釣り最新情報」「田植え・木こり体験ワークショップ」などを紹介した。

平均開封率は21.9%、リンククリック率は2.8%となり、4月(開封率24.2%、リンククリック率3.4%)を下回る結果に。これは、平均配信件数が3,787件から6,445件へ増加し、幅広いユーザーへの情報提供型配信が増えたことに加え、ふるさと納税関連メールのクリック率が低調であったことが要因に挙げられる。

一方で、過去のノアソブ関連メール反応者向けに配信した「田植え・木こり体験ワークショップ紹介メルマガ」で開封率34.6%、リンククリック率10.2%を記録。

また、「新緑の水スポット紹介」などの観光関連メールもリンククリック率4.0%と高い反応を獲得しており、季節性の高い情報や体験型コンテンツが効果的に訴求できていることが裏付けられる。

ユーザー行動では、「田植え・木こり体験ワークショップ」で2件の参加申込みが確認されたほか、「ふるさと納税返礼品の特別割引メルマガ」で1件(180,000円)の寄附申込を誘発。また、「ふるさと納税の郡上おどり・白鳥おどりの使い道追加」の配信後、おどりを使い道として選択した寄附は、4月の31件(670,000円)から5月は49件(1,181,000円)へ増加しており、認知向上と行動喚起に貢献していることが読み取れる。

一方で、「ふるさと納税返礼品の特別割引」や返礼品紹介メールは、開封に対してクリック率が低く、制度や申込方法への理解不足が課題として考えられる。

今後は、ふるさと納税の仕組みや魅力を分かりやすく伝えるコンテンツを充実させるとともに、郡上おどりやアクティビティなど関心の高いテーマの配信を積極的に行い、来訪や予約など具体的な行動につながるような取組を進めていく。

## SNS成績 (観光レポート9P～)

5月はグルメを軸に、「磨墨太鼓」や「かすがい郡上踊り」などのイベント情報、「郡上八幡城」「分水嶺公園」などの新緑スポット、鮎の放流・遡上といった初夏ならではの自然コンテンツなど計27件を投稿。

閲覧数は965,917回(前月比130.3%)、インタラクション数は20,408件(同126.9%)、フォロワー増加数は416人となり、いずれも前月を上回る結果に。投稿数は前月より3件減少したものの、ユーザーの関心が高いグルメや季節性のある自然コンテンツが良い成績を獲得し、再生数・エンゲージメントともに大きく伸長。新規ユーザーへの露出拡大やフォロワー増加につながった。

個別投稿では、鮎の放流や遡上を紹介した投稿が良い反応を獲得。これまで発信機会の少なかった鮎関連コンテンツへの関心の高さが確認できた。

また、「かすがい郡上おどり」の投稿も好評で、郡上おどり関連コンテンツの安定した人気を再確認する結果となった。

グルメ投稿では、過去にも好成績を収めた「そば八」が今回も高い反応を記録。「道の駅和良の定食」や「はざこの五平餅」では、「投稿を見て来店した」という声も聞かれ、SNSを起点とした来訪・消費行動につながっていることが読み取れる。

その他、今年度力を入れて取り組んでいる一次産業の紹介として、「ひるがの高原アスパラ」紹介。好成績を獲得し、動画のフックや構成を工夫したことが視聴維持率の向上につながり、投稿の拡散を後押すことができた。

7月以降も、グルメ投稿を軸に、季節の風景を適時発信し、ユーザーを飽きさせないコンテンツ構成で運用を進める。

また、郡上おどりやイベントなど「人」の熱量が伝わるコンテンツも強化し、さらなる閲覧数・エンゲージメントの向上を目指していく。