

TABI TABI GUJO

令和8年9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8月4日

高鷲町

「ひるがのピクニックガーデン」



今季営業内容が変わり全体来場自体は昨対を下回りましたが、バギーの8月実績は昨年を大きく上回る結果となりました。投稿にいい感じで反応があり、取材いただき助かりました。伸びなやんでたのでありがたかったです！

観光庁「国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業」 郡上地域のキックオフミーティングと視察が行われました！

8月27日（木）観光庁 観光地域振興課の担当専門官らが郡上市を訪れ、「国際競争力の高いスノーリゾート形成促進事業」のキックオフミーティングとして、郡上地域での視察と意見交換を行いました。

当日はあいにくの雨模様となりましたが、まず八幡町の城下町を歩き、郡上ならではのまちの魅力を体感していただいた後、市内スキー場関係者と、今年度の事業の進め方やこれまでの事業の振り返り等について、意見交換を行いました。

翌28日（金）には市内スキー場の中からウイングヒルズ白鳥リゾート、ダイナランド、高鷲スノーパーク、鷲ヶ岳スキー場を訪問。これまでの補助事業によって改善された施設や、グリーンシーズンの取組もご覧いただきました。

短い滞在ではありましたが、城下町の風情から高原でのアクティビティまで、郡上の多彩な魅力を感じていただいた視察となりました。まさに、スノーリゾート形成計画で当地域が掲げるコンセプト「Snow & Castle Town」を体感いただけた二日間となりました。



郡上おどり 徹夜おどりオーバーツーリズム対策に取り組みました

今年度、郡上市観光連盟では、郡上おどり運営委員会と連携しながら、観光庁の「オーバーツーリズムの未然防止・抑制をはじめとする観光地の面的受入環境整備促進事業」を活用し、来訪者が郡上おどりをより快適に楽しめる環境づくりに取り組んでいます。

【主な取組】

■ 駐車場情報の充実

駐車場情報を整理し、WebページやGoogleマップ等を活用して、来訪者に分かりやすく案内。加えて、Web広告を配信し、駐車場情報を広く周知。

■ 外国人来訪者への対応

徹夜おどり期間中には、外国人来訪者への案内やアンケート調査を実施。

■ 縁日ページの作成

各縁日の踊りやその由来、踊り会場周辺のおすすめ飲食店などを紹介するページを10月以降に制作予定。徹夜おどりだけでなく、各縁日への来訪を促し、来訪時期の分散につなげていく。

駐車場については、混雑回避を目的に**おすすめ駐車場**として紹介した八幡中学校で、8月13日の利用台数が前年の383台から620台へ増加するなど、情報発信による一定の効果も見られました。

あわせて、Webアンケート等を通じて来訪者の声を継続的に収集していきます。アンケートから見えてきた来訪者の動向やニーズについても、TABITABI郡上通信で随時紹介していきます。



※詳細を見る([ハイパーリンク](#))



※詳細を見る([ハイパーリンク](#))

【郡上市ふるさとワーキングホリデーが開催されました】

地域外の若者等が一定期間市内に滞在し、地域の事業所で働きながら、地域の暮らしや人との交流を体験する「ふるさとワーキングホリデー」の第1回が、8月25日～9月8日（14泊15日）の日程で実施されました。

本事業は、地域での仕事や暮らしを実際に体験してもらうことで、郡上市との継続的な関わりや、将来的な移住・定住などにつなげていくことを目的とした取り組みです。

募集には全体で23件の申し込みがあり、その中から6名が参加。和良と明宝を拠点に、地域の事業所で働きながら、郡上八幡や白山中居神社の散策、ラフティングなども体験し、楽しみながら郡上の暮らしや地域の魅力に触れる期間となりました。

また、8月29日には和良おこし協議会で交流会も開催され、参加者からは「自然が豊かで、人が温かく、とても良い場所」「移住についてもいろいろ聞いてみたい」といった声も聞かれました。

冬季にも同様の企画が予定されています。冬のふるさとワーキングホリデーの事業所登録についても、詳細が決まり次第、TABITABI郡上通信でお知らせしていきます。



ワーキングホリデーの様子

観光事業者向け「デジタルマーケティングセミナー」が開催されます

観光事業者向け「デジタルマーケティングセミナー」を開催します。

郡上市商工会主催で、観光事業者を対象とした「デジタルマーケティングセミナー」が開催されます。

今回は、郡上市観光連盟が講師を担当し、これまでTABITABI郡上の運営や情報発信で培ってきた経験をもとに、観光客に選ばれるためのデジタル活用についてお話しします。

内容は、Googleビジネスプロフィール、SNS、口コミ・レビュー、ホームページなど、日々の情報発信や集客に活かせるものです。

開催日は10月27日（火）13:30～15:00、会場は郡上市産業プラザ4階 交流ホール。

参加無料、定員30名程度、申込締切は10月16日（金）です。

たくさんの方のご参加をお待ちしております。

デジタルの力で、もっと選ばれる地域・お店へ

デジタルマーケティングセミナー

観光客に選ばれる店・地域づくりへ

観光客の行動がデジタルで大きく変わる今、SNS・Google・口コミ・ホームページなどを活用した情報発信は、集客やファンづくりに欠かせません。本セミナーでは、観光事業者の皆さまがすぐに実践できるデジタルマーケティングの基礎と活用方法を、わかりやすくお伝えします。

セミナーで学べること(予定)

- 観光客の行動とデジタル時代の集客
- Googleビジネスプロフィールの活用
- SNSの活用
- 口コミ・レビュー
- ホームページ
- 地域全体の魅力発信と集客

開催日時 令和8年10月27日(火) 午後1時30分～午後3時(受付 午後1時～)

会場 郡上市産業プラザ4階 交流ホール (岐阜県郡上市八幡町島谷130番地1)

定員 30名程度(先着順)

申込締切 令和8年10月16日(金)

持ち物 筆記用具

主催 郡上市商工会 後援・協賛 観光事業部

協賛 (一社) 郡上市観光連盟

お問い合わせ 0575-66-2311

参加無料

※プロフィールの提供は実業上必要となる場合があります。

講師 (一社) 郡上市観光連盟 宇佐見 立樹 氏

観光地づくりや情報発信、プロモーションに効果的な集客や、地域の魅力を効果的に伝えるための実践的なアドバイスを行います。

このセミナーで得られること

- 集客につながるデジタル施策の基礎がわかる！
- 自身の魅力も効果的に発信できる！
- 口コミ・レビュー・ファンを増やせる！
- 地域全体で選ばれる仕組みづくりにつながる！

二次元コードからお申込みください

申込フォームに必要事項をご入力ください

申込締切：令和8年10月16日(金)



※詳細を見る(ハイパーリンク)

郡上市観光塾のお知らせ

令和8年10月7日（水）に観光立市郡上未来プロデューサーの山田桂一郎氏を講師に迎え、郡上市観光塾を開催します。

テーマは“今後「AI」が観光に何をもたらすのか”です。昨今マーケティング、生産性向上など「AI」が果たす役割の重要度が増しています。今回の観光塾では、観光における最新の「AI」活用について学びを深めます。

申し込みを開始しましたらTABITABI郡上内等でお知らせいたします。

【令和8年度 郡上市観光塾】

日時：令和8年10月7日（水）13時30分～15時30分

会場：郡上市産業プラザ4階 交流ホール（岐阜県郡上市八幡町島谷130-1）

講師：観光立市郡上未来プロデューサー 山田桂一郎氏

テーマ：“今後「AI」が観光に何をもたらすのか”

※内容等は令和8年9月4日時点のものです。内容は変更となる場合がございます。



7月の郡上市 観光動向の考察まとめ



① 宿泊客数

7月の宿泊客数は38,995人、前年同月比98.2%と微減。

特徴・考察



東海は前年を下回る

近距離の宿泊旅行や教育旅行の減少により、「東海」からの利用は前年を下回った。



コテージ・キャンプ場が減少

物価高に加えて猛暑が影響し、利用が伸び悩み。



関東が前年から微増

大和のホテル利用が増加したほか、白鳥では民宿・旅館利用も増加。「白鳥おどりin池袋」をきっかけとした現地訪問・宿泊があったことが、一部事業者からの聞き取りから分かった。



旅館・民宿は減少

高鷲でのサッカー交流大会の開催に伴い、複数回に分けてスポーツ団体の宿泊が一定数見られた。一方、一部施設では高齢化や人手不足による受入規模の縮小に加え、仕事目的での宿泊が減少。



ホテルは好調

大和のホテルで外国人を含む利用が好調に推移したほか、白鳥・高鷲でもゴルフ目的の外国人利用が全体を押し上げた。



外国人宿泊客が大幅に増加

外国人宿泊客数は前年同月比150.2%と大幅に増加。国内の近距離旅行がやや伸び悩む中、インバウンド需要が宿泊客数を下支えた。

② 外国人宿泊客数

外国人宿泊客数は1,310人、前年同月比150.2%で大幅に増加。

特徴・考察



韓国からのゴルフ目的が引き続き好調

高鷲では「韓国」からゴルフを目的とした宿泊が引き続き増加。団体の連泊に加えて個人利用も多く見られた。「避暑」という点も来訪動機に挙げられていることが聞き取りから分かった。



大和のホテルで多様な国・地域からの利用が増加

大和のホテルでは、「アメリカ」の会員利用が引き続き増加傾向にあるほか、「台湾」の個人利用が大幅に増加。さらに「香港」「中国」「シンガポール」「ドイツ」「フランス」など幅広い国・地域からの利用も見られ、前年を大きく上回った。来訪目的には飛騨高山・白川郷などを目的とした周遊型観光に加え、郡上おどりを目的とした来訪も増加傾向にあることが施設への聞き取りから確認された。



郡上八幡ではオランダからの宿泊や送客も

郡上八幡の旅館では、数は少ないものの「オランダ」からの宿泊が一定数見られ、夏季から旅行会社と連携した個人旅行者の送客が行われていることが分かっている。

③ 施設入込客数

7月の施設入込客数は477,138人、前年同月比107.0%で増加。



天候に恵まれ、三連休や週末に来訪が増加

1ヶ月を通して天候に恵まれたことで日帰り客の来訪は堅調。7月18日～20日の三連休や週末中心に来訪が見られた。



郡上おどり・白鳥おどりの入込が好調

天候がよかったことも追い風となり、郡上おどり・白鳥おどりとともに入込は前年から増加。夏の来訪動機として大きく影響。



歴史・文化の来訪が増加

郡上八幡のまちあるきや、古今伝授の里フィールドミュージアムの利用が引き続き増加。中高年グループによる歴史散策や写真撮影目的の来訪も増加傾向。



立ち寄りも好調

「買物」「温泉」とともに増加。道の駅の多くが前年を上回り、特に「道の駅 古今伝授の里やまと」が大きく増加。テレビで鮎の塩焼きが紹介された影響も考えられる。「温泉」については「子宝温泉 円空の湯」の営業が増加の要因。



自然は前年を下回る

流しそうめんを含む釜ヶ滝などでは、前年のSNS拡散による集中の反動や、混雑回避のための受け入れ制限も影響し、前年ほどの伸びは見られなかった。



鮎釣りは引き続き好調

「アウトドア」では鮎釣りが前年同様に好調。前年7月は鮎の生育不良で釣り客が伸び悩んでいたが今年は釣果が回復し増加となった。

令和8年7月 TABITABI郡上 Webサイトレポート（考察）

TABITABI郡上
郡上市総合観光サイト

広告・メディア・季節需要で認知拡大！

Webサイト流入数
(セッション)

 **247,848**
セッション

前年同月比

116.3%

自然検索 (Organic Search)
(合計数)

 **187,648**
セッション

前年同月比

102.2%

ページビュー数

 **489,996**
PV

前年同月比

113.7%



郡上ファン倶楽部
会員登録数

増加！

プレゼントキャンペーンで
登録を促進条件とし、
会員獲得につながった！

1 流入を伸ばした主な要因



① キャンペーンに合わせた META広告を配信

・7月から「避暑地ひるがの高原キャンペーン」
「郡上八幡浴衣キャンペーン」を開始し、Web広
告を配信。これに伴って流入が増加した他、該当
ページの閲覧も上昇。



② プレゼントキャンペーン実施

・ページ公開・広告配信と連動して実施
・応募条件を「郡上ファン倶楽部登録」に設定
→会員獲得に貢献！



③ メディア露出・季節需要の高まりで 自然検索からの流入が増加

・7/5 鮎の塩焼きや鮎料理が紹介され話題に
(テレビ東京「YOUは何しに日本へ？」)
・7/21 郡上八幡が 国内初の「酷暑日」を記
録。各メディアで報道



その他“郡上おどり発祥祭”や3連休などの
季節やイベントの影響も流入を後押し

2 検索流入から見た「郡上」への関心(流入ワード)

流入上位キーワード



郡上八幡

郡上おどり

郡上踊り

郡上おどり日程

郡上踊り駐車場

おどり関連・
郡上八幡関連の
流入割合が
大幅に増加！



夏の体験に関する検索も増加



流しそうめん



釣り堀

(釜ヶ滝マス園・あくだ溪流苑など)



川遊び



「ひるがの高原」が
上位30位にランクイン！

- ・初めて流入ワード上位30位にランクイン
- ・流入数は少ないが、前年から増加
- ・CTR：1.26% / 平均掲載順位：6位台



「岐阜 避暑地」の
表示回数も増加！

「避暑」を目的に旅行先を探
す層との接点が拡大



3 検索結果に表示される＝まだ流入していない“潜在需要”（表示ワード）



大滝鍾乳洞

(表示回数多)

検索で多く表示されており、
引き続き人気の高さが
裏付けられる



ジビエ

(表示回数多)

競合が少ないことで
表示順位が高いワード。
コンテンツ強化を行うことで
「ジビエの町＝郡上」の
認知拡大も可能

さくらももこ 郡上八幡



検索数も一定数あり、
施設認知が広がっている



岐阜 避暑地

(45位)

避暑地ひるがのページ
整備により表示される
ように！引き続き
ページ改善で認知拡大へ



流しそうめん・
川遊び など

季節ワードが散見。
夏の体験への関心が高い

4 ユーザー属性の動向（前年同月比）



25-34歳

+12.8%



広告配信を起因に増加。
避暑地・アクティビティ要素が
流入増に寄与したか



65歳以上

+23.8%



「郡上八幡」「郡上おどり」
「鮎料理」関連の閲覧が多く見られた。



45-54歳

-15.4%



「流しそうめん」「温泉」などのページ
閲覧が減少、来訪意欲の伸び悩みが
見られた。

5 地域別セッション数の動向（前年同月比）

流入が増加した地域（一部）

- 北海道 +45.6%
- 静岡県 +57.6%
- 京都府 +48.2%
- 千葉県 +31.3%
- 三重県 +21.9%



北海道・静岡
京都・千葉・三重など
幅広い地域からの
流入が増加！
広告配信の影響もあり
認知が広がって
検索増加につながっている
可能性がある



6 その他のポイント



メール・SNSからの流入は減少

前年同月比で減少しており、
リピーターへのアプローチ強化と
再訪につなげる施策が必要。



AIからの流入は増加

AI Assistant経由の流入が引き続き増
加。今後も継続して動向を観測。



閲覧ページは従来と同様の傾向

郡上八幡・郡上おどり関連ページの
閲覧が多く、安定して関心を集めている。



Webサイトを通じて郡上の認知を広げ、検索・サイト閲覧から実際の来訪・消費
へ。郡上の魅力を全国へ届け、地域の経済効果につなげていきます！



検索・閲覧

来訪

消費

経済効果

※数値はGoogle Analyticsによる集計値です。

※前年同月比は令和7年7月との比較です。

データ期間：令和8年7月1日～7月31日

7月メールマガジン レポート考察

集計期間
2026年7月1日
～ 7月31日



1. 7月のポイント

 おどり関連を中心に、プレゼント・体験・夏のおすすめなど計 **12** トピックスを配信。

 開封率・リンククリック率は前月から上昇。
季節に合わせたタイムリーな情報や、
詳細を知りたくなるコンテンツが多く、
反応向上につながった。

 同じコンテンツでも配信対象によって反応に差。
特に興味関心や過去の行動履歴に合わせた
配信で高い反応が見られた一方、地域セグメント
配信では地域によって差が生じた。

2. 今後の運用

 今後も「興味関心」に応じたセグメント配信を
基本としながら、必要に応じて地域を対象とした
配信も組み合わせ、広域での認知獲得にも
つなげていく。

3. 個別メールマガジンの成績 (主な成果)

プレゼントキャンペーン



避暑地ひるがのinたかす キャンペーン 乳製品プレゼント

- 岐阜・愛知以外のユーザーで
リンククリック率 **21.4%** と高反応。
- 食品プレゼントが幅広い関心を獲得。



郡上八幡浴衣キャンペーン たにざわ 浴衣仕立て券

- おどりに関心のあるユーザーで
リンククリック率 **7.5%** と高反応。
- 現地での利用が前提のため、
配信対象により反応に差。

古民家ティースタンド「Tsuyu」



- ✓ 浴衣レンタルができる店舗として
郡上おどりと合わせて紹介
- ✓ おどりに関心のあるユーザーで
リンククリック率 **3.6%** を記録
- ✓ 配信後に郡上eぐーぼんの利用を確認
- ✓ 今年度の浴衣予約も満員となり、
店舗の認知拡大や利用促進に寄与

辰巳蒸留所のジン紹介 & ふるさと納税へ誘導



- ✓ 関東在住者で
開封率 **25.6%**、
リンククリック率 **4.4%** と
非常に高い反応！
- ✓ 配信後に2件・44,000円の
寄附申込を確認！

その他 ふるさと納税関連返礼品

メールマガジン起因にて
14件 (7/1～8/16 時点) の
申込を確認！
寄附総額: **329,000円**

徹夜おどり駐車券の 返礼品情報



- ✓ おどりに関心のあるユーザーへ配信
リンククリック率 **5.6%** と高反応を記録！
- ✓ 8月にもリマインド配信を実施
- ✓ TABITABI郡上による申込が
22件 (7/1～8/16 時点) 確認！
- ✓ 申込総額: **550,000円**



季節に合わせた情報を興味関心に合わせて配信し、コンテンツ認知から
体験予約・クーポン利用・返礼品申込など実際の消費や行動の誘発を目指していきます！

SNS 7月運用レポート



アカウント：TABITABI郡上 (@tabitabi.gujo)

集計期間：2026年7月1日～7月31日

夏の観光シーズン×おどりで大きく成長！

投稿数

38件

前月28件から

+10件

閲覧数（リーチ数）

1,781,265回

前月比

159.9% ↑

インタラクション数（いいね等）

37,597回

前月比

153.9% ↑

フォロワー増加数

+906人

定期的に情報を届けられる
ユーザーが大幅に増加！

※インタラクション数：いいね、コメント、保存、シェアなどの合計

1 7月の3つのポイント

1 おどり関連投稿が好調

発祥祭やスナップ動画など、
シーズン中のリアルタイム投稿が
高反応！



おどり関連投稿が高評価！
多くのいいね・コメントを獲得

2 高頻度＋ライブ配信で 接点を拡大

投稿数を28件→38件へ増加！
おどり会場からのライブ配信も
継続し、リアルタイムで
情報を発信。



3 キャンペーン広告との 相乗効果

Webページ制作に伴って、
「避暑地ひるがの高原キャンペーン」
「郡上八幡浴衣キャンペーン」に
合わせてMeta広告を配信。
オーガニック投稿と合わせて
新規ユーザーへのリーチが拡大！



2 「見る」から「行く・買う」へ 実来訪・消費につながる事例も！

エスキューブオリジン

野菜・直売所を紹介



投稿翌日に紹介商品を
求めて来店する方が増加！

SNS上の閲覧・いいねだけでなく、
実際の来店・購買につながる
成果が生まれています。



過去投稿の継続再生

6月末に紹介した
「そば茶寮 文福 笠井」が
7月も継続的に再生され、
新規リーチを獲得し続けた。



新規施設・コラボ企画も
高い反応を獲得

7月オープン「ODORIGI本店」や
「越前屋 さくらももこと郡上八幡」
など、新たな観光情報の認知拡大に
貢献。
いずれもいいね数が1,000件を越え、
多くのユーザーに支持された。

3 7月のデータから見た「反応されやすい運用」～より成果を出すためのヒント～



旬・イベント×商品

おどり、夏、避暑など
「今行く理由」がある
情報への反応が高い！



NEW・限定

新店舗、新商品、
期間限定など、
ニュース性のある
情報はSNSと相性◎



具体的な来店理由

「何が食べられる」
「何が買える」
「今しかない」を
伝えると来店につながる！



閲覧はその日だけではない

過去投稿が翌月も再生される事例があり、
フィード投稿に掲載することで
恒久的な情報として蓄積される。
投稿が比較的発見しやすいInstagramの
ストーリーズなど24時間で消えるので、
情報がたまらない。



事業者のみなさまへ

新店舗・新商品・季節限定メニュー・イベント連動企画など、
「今だから伝えたい情報」があれば、ぜひお寄せください！

TABITABI郡上の発信と事業者のみなさんのSNSを組み合わせ、地域全体で情報を広げていきます。

※数値はInstagramインサイトによる集計値です。

