

郡上八幡散策クーポンプレゼントキャンペーン応募結果及び分析

令和4年5月17日
一般社団法人郡上市観光連盟

郡上八幡散策クーポンプレゼントキャンペーン応募結果及び分析

概要

- ◎ 郡上八幡散策で使えるクーポンを抽選で50組100名にプレゼント。
(郡上八幡城等の入場券・旧庁舎記念館のけいちゃん定食サービス券 含む¥2,500相当)
- 応募期間：22年4月15日～22年4月26日

周知方法

- ◎ 既存ファンクラブ会員(約16,000人)にメールマガジンを配信
- ◎ Web広告からのランディングページにキャンペーン内容を表示し応募を促進
- ◎ SNSにて発信

応募者数

◎ 1,062件

応募時に実施したアンケート

- 【Q1】過去の郡上八幡への訪問実績
- 【Q2】同伴者
- 【Q3】郡上八幡で気になるグルメ
- 【Q4】郡上八幡に関連する必要な情報

散策クーポンイメージ

～郡上八幡を満喫！～

郡上八幡散策クーポン

チケットはそれぞれ切り取ってご提示ください。

必ず右注意事項をお読みいただきご利用下さい。

1 天守閣からの眺望、町が魚の形に見える！

2 郡上八幡をわかりやすく紹介する博覧館では、郡上おどりの実演も楽しめます！

3 新橋 子供達の川遊び

チケット交換場所

郡上八幡天然水サイダー 330ml

- A 郡上八幡行会記念館売店 定休日:年末年始
- B 博覧館(売店) 定休日:年末年始
- C 城下町プラザ 定休日:年末年始

注意事項

※引換券は16時までにお渡しします。
(営業日、閉館時間は異なります。)

※先入れ・後入れは予めご了承ください。

コロナウイルス感染対策について

※記載の通り一部店舗で時間を変更しての営業となります。

※土曜日、観光施設などの入場の際は必ずマスク着用をお願いします。着用が難しい方は入館をご遠慮いただきます。

※入場の際は必ず手洗いの消毒をお願いします。

見本

天守閣からの眺望は最高！
木造で再建された城として日本最古！
9:00～17:00(最終受付16:45迄)

郡上八幡城 入館券

見本

水・歴史・工芸・飾りを紹介
9:00～16:00(日・祭日休館)

郡上八幡の魅力を満喫！
水・歴史・工芸・飾りを紹介
9:00～16:00(日・祭日休館)

博覧館 入館券

見本

● 藤原美術館 10:00～17:00
● 心の森ミュージアム 10:00～16:00

2 館のうちどれか1館券

見本

けいちゃん定食引換券
本券1枚につき1品まで交換できます。

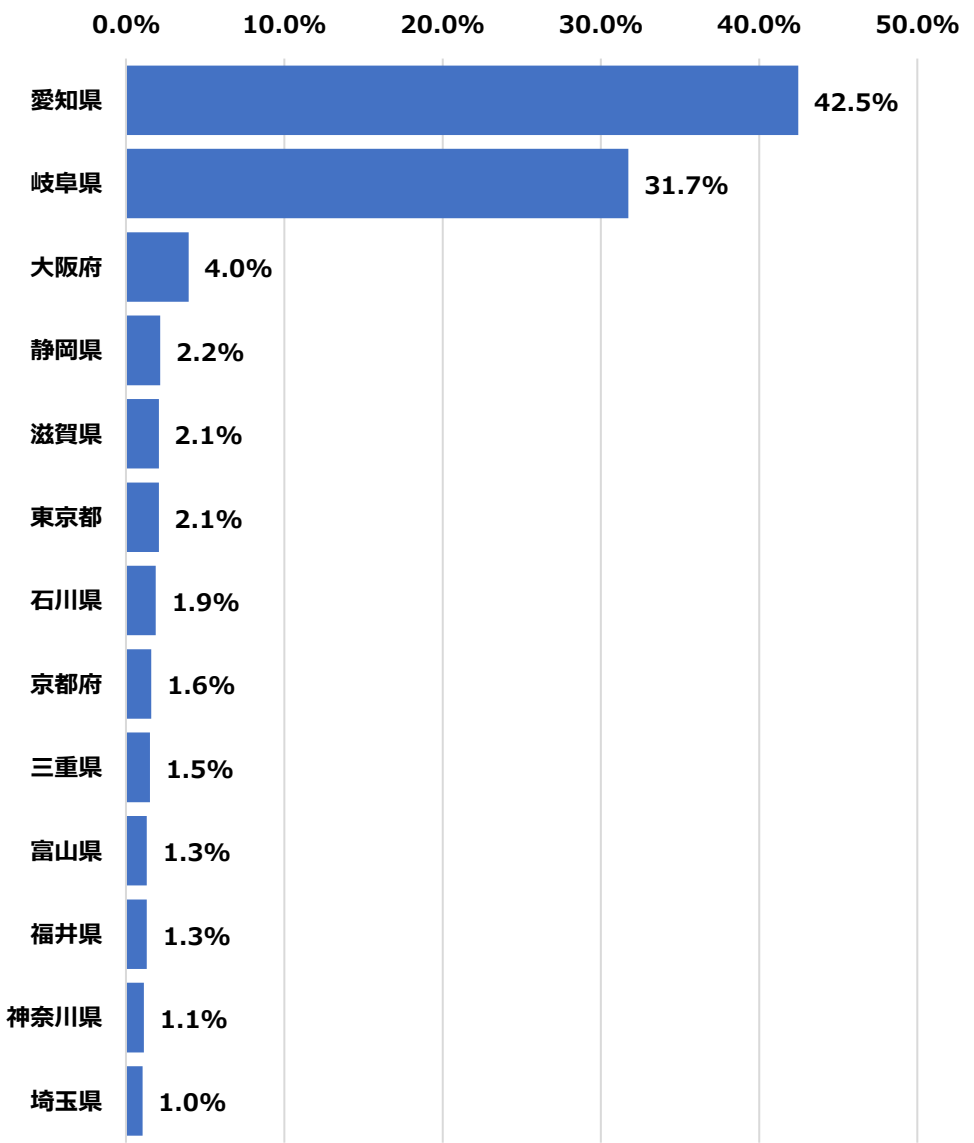
旧庁舎記念館食堂

見本

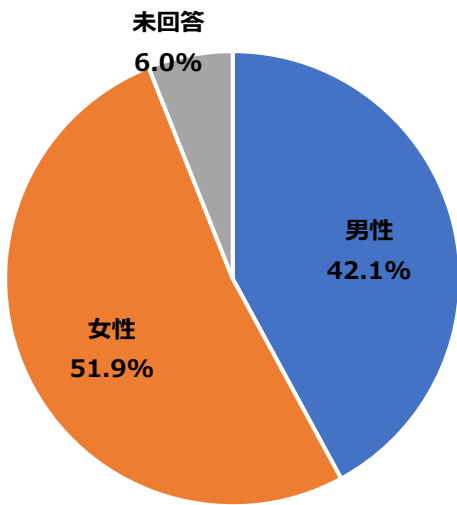
郡上八幡天然水サイダー
上記、交換券を参照下さい。
1枚につき1品交換できます。

郡上八幡散策クーポンプレゼントキャンペーン応募結果及び分析

居住地		
地域	回答数	割合
愛知県	451	42.5%
岐阜県	337	31.7%
大阪府	42	4.0%
静岡県	23	2.2%
滋賀県	22	2.1%
東京都	22	2.1%
石川県	20	1.9%
京都府	17	1.6%
三重県	16	1.5%
富山県	14	1.3%
福井県	14	1.3%
神奈川県	12	1.1%
埼玉県	11	1.0%
兵庫県	9	0.8%
長野県	8	0.8%
奈良県	7	0.7%
千葉県	5	0.5%
福岡県	3	0.3%
茨城県	2	0.2%
岡山県	2	0.2%
栃木県	2	0.2%
北海道	2	0.2%
岩手県	1	0.1%
群馬県	1	0.1%
広島県	1	0.1%
山口県	1	0.1%
山梨県	1	0.1%
福島県	1	0.1%
未回答	15	1.4%
合計	1062	100.0%



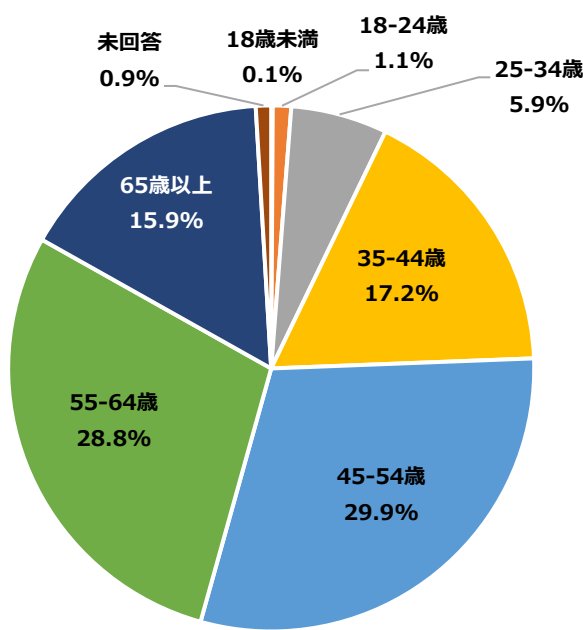
居住地		
性別	回答数	割合
男性	447	42.1%
女性	551	51.9%
未回答	64	6.0%
合計	1062	100.0%



郡上八幡散策クーポンプレゼントキャンペーン応募結果及び分析

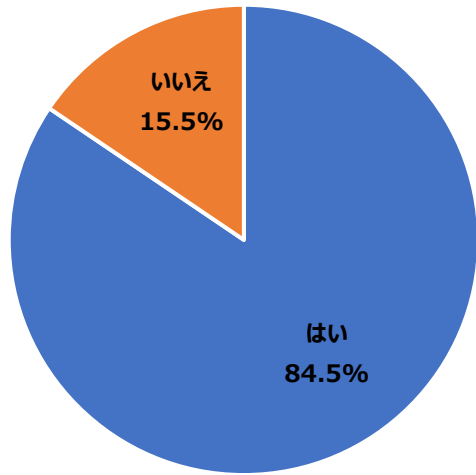
年齢

年齢	回答数	割合
18歳未満	1	0.1%
18-24歳	12	1.1%
25-34歳	63	5.9%
35-44歳	183	17.2%
45-54歳	318	29.9%
55-64歳	306	28.8%
65歳以上	169	15.9%
未回答	10	0.9%
合計	1062	100.0%



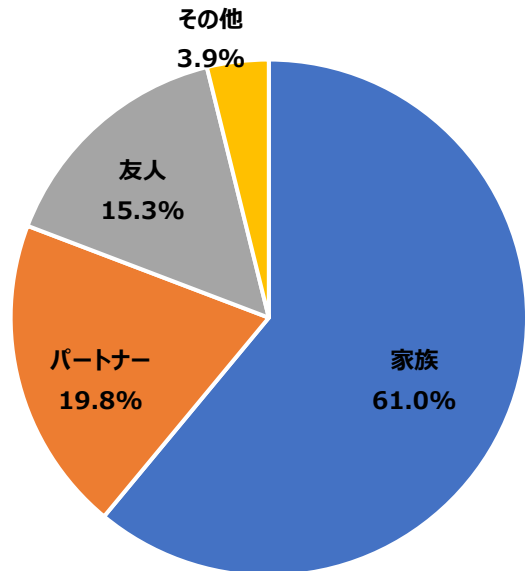
【Q1】過去の郡上八幡への訪問有無

回答	回答数	回答率
はい	897	84.5%
いいえ	165	15.5%
合計	1062	100.0%



【Q2】同伴者

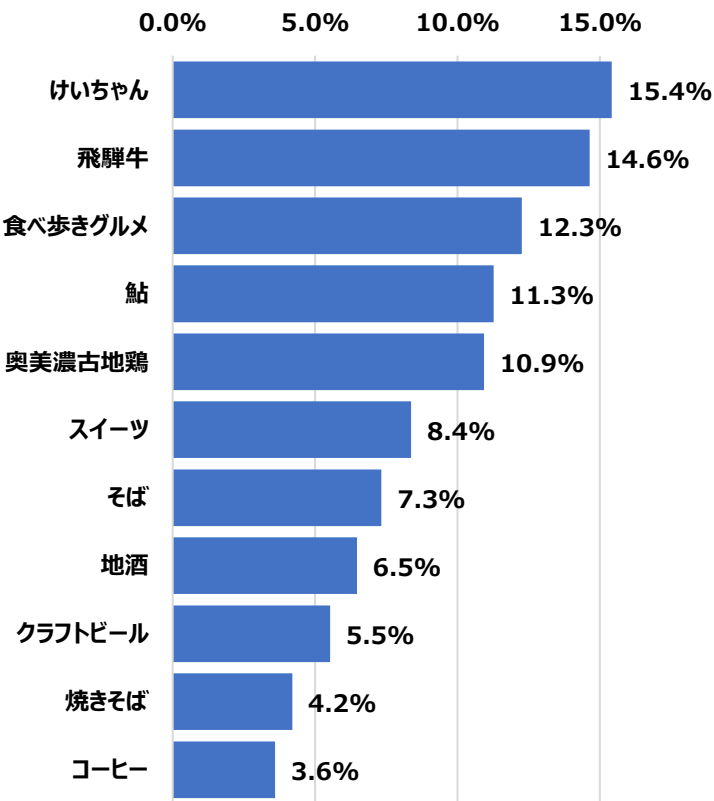
回答	回答数	割合
家族	648	61.0%
パートナー	210	19.8%
友人	163	15.3%
その他	41	3.9%
合計	1062	100.0%



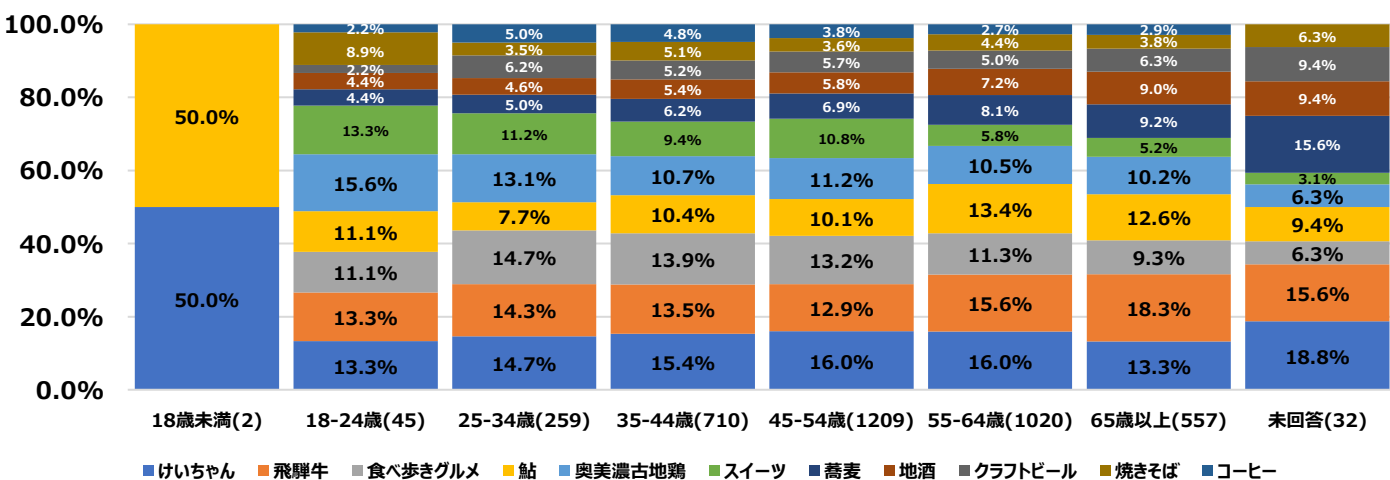
郡上八幡散策クーポンプレゼントキャンペーン応募結果及び分析

【Q3】郡上で気になるグルメ(複数回答あり)

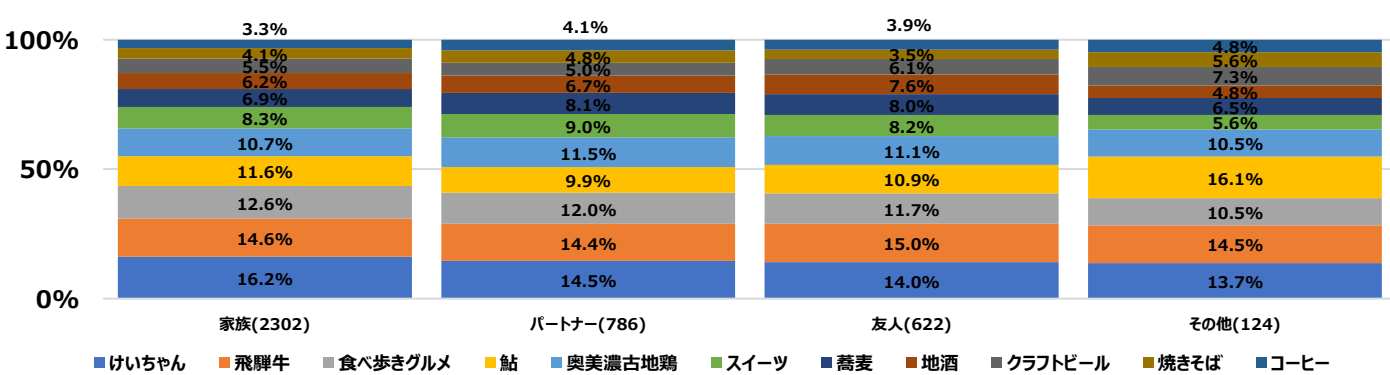
回答	回答数	割合
けいちゃん	591	15.4%
飛騨牛	561	14.6%
食べ歩きグルメ	470	12.3%
鮎	432	11.3%
奥美濃古地鶏	419	10.9%
スイーツ	321	8.4%
そば	281	7.3%
地酒	248	6.5%
クラフトビール	212	5.5%
焼きそば	161	4.2%
コーヒー	138	3.6%
合計	3834	100.0%



年齢別



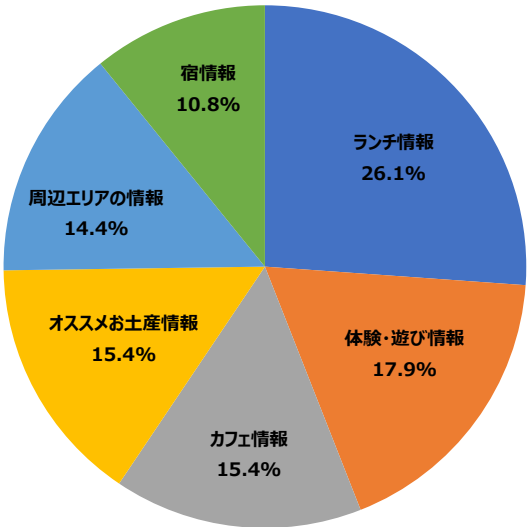
同伴者別



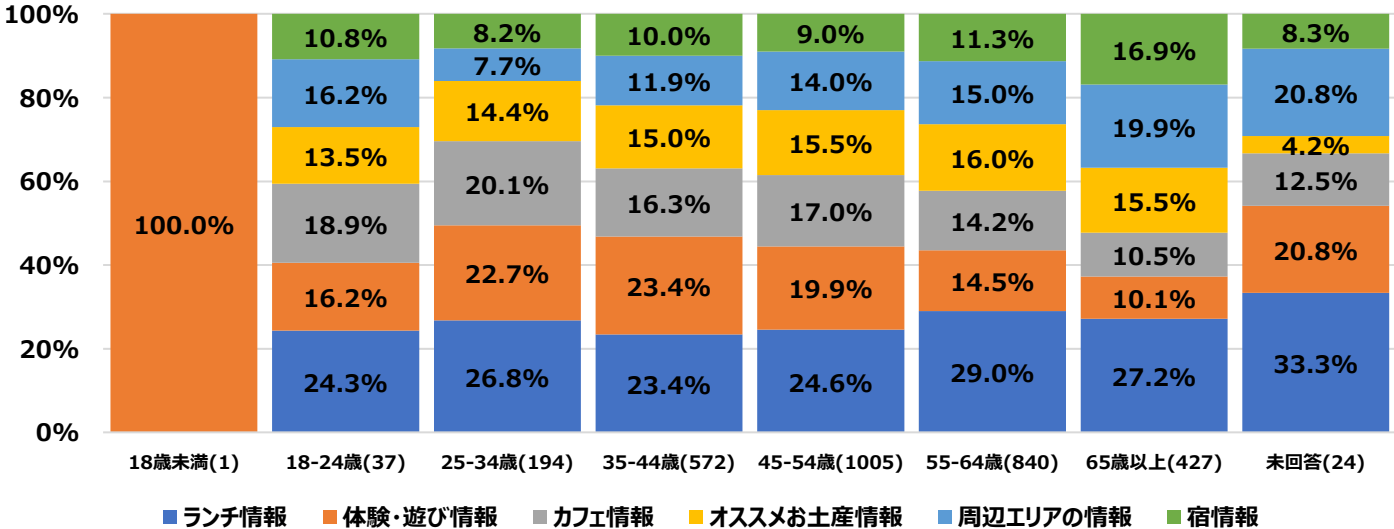
郡上八幡散策クーポンプレゼントキャンペーン応募結果及び分析

【Q4】郡上八幡に関連する必要な情報(複数回答あり)

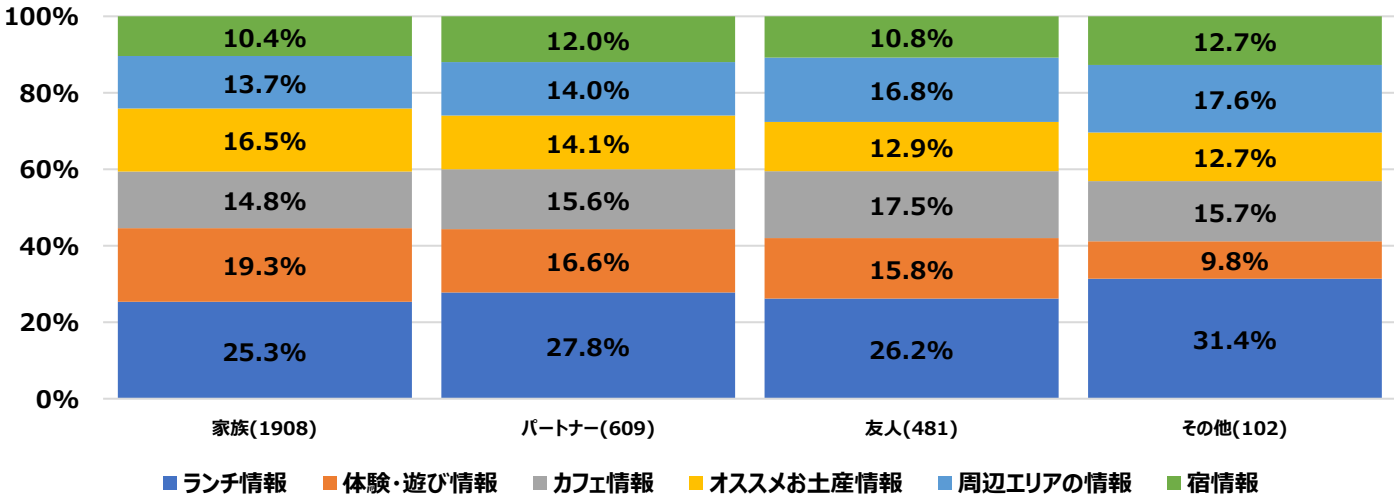
回答	回答数	割合
ランチ情報	810	26.1%
体験・遊び情報	555	17.9%
カフェ情報	477	15.4%
オススメお土産情報	476	15.4%
周辺エリアの情報	446	14.4%
宿情報	336	10.8%
合計	3100	100.0%



年齢別



同伴者別



郡上八幡散策クーポンプレゼントキャンペーン応募結果及び分析

【考察】

（ユーザー属性）

◎居住地については、「愛知」「岐阜」が全体の74.2%を占め、既存の会員属性に沿った傾向となりました。まずは、実訪問の増加を狙って近隣地域ユーザーへのプロモーションを積極的に行っていくことが必要だと考える他、遠方地域ユーザーに向けては、キャンペーンのを通じて認知度を高めていくことが必要だと考えます。また、遠方地域に向けたアンケートを実施し、郡上のコンテンツに対する関心度を測っていくことも必要だと考えます。

◎性別は「女性」の割合が多く、年齢では「45-54歳」が29.9%、「55-64歳」が28.8%と、中高年層が多い結果となりました。性別については、プレゼントキャンペーンと同時期に、郡上八幡に関するWeb広告を配信しており、「女子旅」とうたった広告に多く女性が反応したことで増加に繋がったと推測します。年齢については、前回R3年11月に実施した同様のキャンペーンと同じ傾向となっており、年齢が高いユーザーの関心が高いことが伺えます。

（Q1.過去の訪問実績について）

◎過去に郡上八幡を訪問したという「リピーター」の割合は、前回キャンペーンの77.4%を上回って84.5%となりました。また、「愛知」「岐阜」を除いた地域での回答においても「訪問実績あり」が68.6%あり、ユーザーは郡上八幡に対してある程度の認知をしたうえでキャンペーンへ応募していると推測します。このことから、初めての人より、リピーターの方が再訪したいという意向の強さを読み取ることができ、一度でも訪れたことがある人が、好印象を持っている裏付けと推測できます。

今後の誘客施策について、認知度向上・初来訪を促す一般的な観光情報と、再来訪を狙ったコアな情報など、提供する情報の強度を変えながら発信を行うことで効果的に実訪問に繋がれると考えます。

（Q2.同伴者について）

◎「家族」が全体の61.0%を占め、前回実施のキャンペーンと同じ傾向になりました。回答者の年齢では55-64歳が全体の28.8%を占めており、「家族」の内訳に「夫婦」が含まれていることが推測されます。次回以降、より細かな内容でアンケートを実施し、今後の対応策を検討していきます。

（Q3.気になるグルメについて）

◎最も回答が多かったグルメが「けいちゃん(15.4%)」となりました。けいちゃんは郡上ならではの地元グルメで、観光客への訴求力が高いほか、域内経済循環にも繋げやすいと考えます。今後、食事がとれる店舗をまとめて紹介したり、各店舗のこだわりを紹介することで更なる消費拡大に繋げることができると考えます。

◎「食べ歩きグルメ(12.3%)」が3番目に多い回答となり、若い世代の回答が高い傾向となっています。消費を起こしにくい「町あるき」にとって、気軽に購入ができる「食べ歩き」は効果的な消費誘発施策だと考えます。今後、店舗情報の発信強化や、スタンプラリーといったような企画を展開し、食べ歩きの促進を図ることが必要だと考えます。

◎「飛騨牛(14.6%)」や「奥美濃古地鶏(10.9%)」など、地名が入った商品に回答が集まりました。地名が入った食材はご当地グルメとして連想しやすいことで回答が増えたと推測します。ブランド牛やブランド鶏はその土地ならではの商品であり、高価格であっても需要が高いと推測します。今後市内取り扱い店舗を増やしたり、週末限定の食べ歩きグルメとして販売することで、消費拡大に繋がれると考えます。

◎55-64歳、65歳以上における「鮎」と「蕎麦」の回答率が、他の世代と比べて高い結果となりました。R3年9月に行った「鮎料理キャンペーン」でも上記世代の反応は良いことから、これらのコンテンツはシニア層のプロモーションに効果的だと考えます。

（Q4.郡上八幡に関する必要な情報について）

◎「ランチ情報(26.1%)」が最も多い回答となりました。ユーザーニーズに答えるにもランチ情報の強化は重要であると考えます。紹介方法について、店舗を一覧で紹介するのではなく、ターゲットを想定し、店舗を抜粋した形での紹介をすれば、ユーザーにとっても分かりやすく、消費に繋げやすいと考えます。

◎年齢別での回答では、20～40代の「体験・遊び情報」の割合がシニア層と比べて高い傾向となりました。若い世代に向けた、郡上八幡での過ごし方提案は今後強化していく必要があると共に、旅を郡上八幡市街地で完結させるのではなく、市内のアクティビティスポットやアウトドアコンテンツへ誘導することで市内全体を使った滞在型観光の実現に繋がってくると推測します。

◎「周辺エリアの情報」や「宿情報」を回答したシニア層の割合が若い世代と比べて高い結果となりました。これらの層は既に1度郡上八幡へ来たことがあり、今後は郡上八幡を含んだ広域での旅行を検討していることが伺えます。高山・下呂への流失を減らし、郡上の宿泊旅行の増加を図っていく為にも、これらの層へ郡上全体を使った1泊2日の内容での過ごし方提案を行っていくことが必要だと考えます。

また、シニア層は情報収集の際に、雑誌やテレビ・ラジオを若い世代と比べて多用する傾向にあることから、引き続きマスメディアを使ったプロモーションも効果的であると考えます。