

南砺市観光動向月次レポート

2026年5月の南砺市内の観光動向について、Web上の「関心」と現場の「実態」のデータから見えてきた前年からの変化と、事業者の皆様が今後取り組むべき具体的なアクションをご報告いたします。

1. Web動態分析：前年比でユーザー数が約16%増加、春の祭りが関心を強力に牽引

2026年5月の「旅々なんと（日本語）」のWebサイト利用ユーザー数は約2.9万人、ページビュー（PV）は約6.6万PVとなりました。前年同月（2025年5月）と比較すると、ユーザー数で約16%の増加となっており、Web上の関心が前年よりもさらに大きく高まっていることがわかります。

【今の旬（注目コンテンツ）】

5月上旬のゴールデンウィーク期間に開催された「城端曳山祭」「福野夜高祭」が、アクセスの大部分を牽引しました。検索キーワードのデータを見ると、「曳山祭」や「福野夜高祭 2026」といったキーワードでの検索流入が圧倒的な上位を占めています。前年を大きく上回る数の方が、事前にお祭りの情報を調べて南砺市に関心を寄せたことがデータから明確に読み取れます。

2. 現場実態の照合：Webの関心増が「来訪者6.7%増」として現場に直結

Webで高まった事前の関心は、実際の訪問行動（現場の実態）にもしっかりと反映されています。5月の南砺市への来訪者数は約9.4万人となり、前年同月比で6.7%の増加を達成しました。Webユーザー数の前年比増（約16%増）が、「実際の来訪増」という形で力強く現場の集客に直結したと言えます。

さらに注目すべきは、市内の宿泊者数が約8,600人の規模に達し、前年同月比でも10.7%の増加となった点です。前月（4月：約4,400人で前年比減少）から一転してほぼ倍増しており、今年の5月は「GWの大型連休」という要因が強力に働いたことがわかります。日帰りでのお祭り見学に留まらず、連休を利用して市内にゆっくりと滞在し、観光を楽しむ層が大きく増加しました。

3. データから読み解く「次の一手」

提案① 夏休みに向けた「宿泊×体験」のWeb・SNSでの早期発信

お祭りのピークが過ぎ、ターゲットは次のハイシーズンである「夏休み（7～8月）」に移ります。検索データを見ると「利賀村」というキーワードが約1,200回表示されており、夏の避暑やアウトドアへの関心が既に芽生え始めています。

検索需要が高まる前に、自社のSNS（InstagramやFacebookなど）で「#夏休み」「#利賀村」「#五箇山」といったハッシュタグをつけ、夏の体験プランや早期予約特典の発信を開始しましょう。家族旅行の計画を立てている層へいち早くアピールできます。

提案② 約8,600人の「宿泊客」の消費を促す、LINEやSNSを通じた限定オファー

5月は約8,600人の方が市内に宿泊滞在しました。この滞在客に対して、日中以外の消費を促すことが地域全体の収益アップに直結します。

宿泊施設と近隣の飲食店が連携し、自店の公式LINEアカウントやSNSの画面提示を条件とした「宿泊者限定：夕食後のちょい飲みクーポン」や「翌朝のコーヒー割引券」を企画してみましょう。紙を刷るコストをかけず、スマホ一つで手軽に地域内の回遊と消費を促すことができます。

提案③ 梅雨時期に向けたGoogleビジネスプロフィールでの「室内・癒やし」アピール

検索データでは「ぬく森の郷」（約1,100回）や「福光温泉」（約480回）といった温泉関連のキーワードが引き続き多く検索されています。6～7月の梅雨時期に向けて、Googleマップ上に表示される「Googleビジネスプロフィール」の最新情報欄や、自店SNSで「雨の日でも楽しめる〇〇」「雨の日限定サービス」といった発信を強化しましょう。検索意欲の高いキーワードと掛け合わせることで、天候に左右されない集客の柱を作ることができます。

私たちは、データに基づき皆様のビジネスをサポートし続けます。次月もともに南砺市を盛り上げていきましょう！