

南砺市観光動向月次レポート

2026年7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：夏の「伝統行事」が関心を強力に牽引、秋に向けた「先手の動き」も！

2026年7月の「旅々なんと（日本語）」のWebサイト利用ユーザー数は約**2.6万人**、ページビュー（PV）は約**4.9万PV**となりました。前月（6月：約3.3万人）と比較すると一時的に落ち着きを見せたものの、夏祭りなどのイベント当日のピンポイントな情報収集が活発に行われました。

【今の旬（注目コンテンツ）】 Web上で最も見られていたのは以下のコンテンツです。

- **夏祭りへの圧倒的な注目**：「福光ねつおくり七夕祭り」の特設ページが約**5,600PV**を獲得してトップに立ちました。さらに、井波の伝統行事である「いなみ太子伝観光祭（瑞泉寺太子伝会）」も約**2,200PV**と、3位にランクインしています。
- **検索キーワード**：Google検索では「福光ねつおくり 2026」（約1,900回表示）や「太子伝 井波」（約190回表示）といったイベント関連ワードでの流入が上位を占め、高いイベント参加意欲が浮き彫りとなっています。
- **秋の気配も急浮上**：9月に開催予定の「城端むぎや祭」のページが約**930PV**と、すでに4位に急浮上しています。夏のイベントを楽しみつつも、関心は早くも秋の行事へと向かい始めていることがわかります。

2. 現場実態の照合：来訪者は前年比15%増の「約6.7万人」！エリアをまたぐ周遊が劇的に急増

実際の訪問行動（現場の実態）においては、素晴らしい結果となって表れています。7月の南砺市への来訪者数は約6.7万人となり、前年同月（2025年7月）と比較して14.8%の大幅な増加を記録しまし

た。主要観光スポット別に見ても、すべて前年を上回る非常に好調な推移を見せています。

- 「道の駅福光」：約3.2万人（前年比7.3%増）
- 「井波別院瑞泉寺・八日町通り」：約1.3万人（前年比35.4%増）
- 「相倉合掌造り集落」：約1.2万人（前年比5.3%増）
- 「菅沼合掌造り集落」：約9,000人（前年比17.9%増）
- 「城端別院善徳寺」：約4,000人（前年比48.9%増）

■エリアをまたぐ「広域周遊」が爆発的に急増

前月（6月）のレポート時点では、「道の駅福光」は単体で約3万人を集めて非常に好調だったものの、そこからの周遊が大きな課題となっていました。しかし、7月に入ると状況は一変し、道の駅福光を起点に井波へ流れる周遊客が約5倍、菅沼（世界遺産エリア）へ流れる周遊客が約3倍と、劇的な増加を記録しました。これは、「城端別院虫干法会」や「福光ねつおくり七夕祭り」、「いなみ太子伝観光祭」といった夏のイベントが起爆剤となったと考えられます。

- 「井波 ⇄ 道の駅福光」：約450人（前年比約5倍・497.4%増）
- 「菅沼 ⇄ 道の駅福光」：約320人（前年比約3倍・208.7%増）
- 「井波 ⇄ 城端」：約300人（前年比約3.8倍・282.1%増）
- 「相倉 ⇄ 城端」：約220人（前年比約2.8倍・186.8%増）

なお、宿泊者数は約4,500人にとどまり、日帰り層の活発な移動が地域全体を牽引しています。

3. データから読み解く「次の一手」

提案① 既に動き出している「城端むぎや祭」に向けた、Web・SNSでの「先手」アピール

Webデータでは、9月開催の「城端むぎや祭」への関心（約930PV）が7月時点で早くも高まり始めています。お祭り情報を調べている段階から自店舗をアピールすることが集客の鍵です。8月中から自店のSNS（Instagramなど）で「#城端むぎや祭」や「#城端観光」のハッシュタグを使い、「むぎや祭りの合間に立ち寄りたい休憩スポット」や「お祭り当日の特別テイクアウトメニュー」などの発信を開始しましょう。他店より一歩早く「お祭り客のタイムライン」に自店情報を届けることができます。9月の本番が始まってから発信するのでは遅すぎます。お祭り客がまさに今、Webで計画を立てている「この瞬間」から、ぜひ先手のアクションを開始していきましょう！

提案②急増する「福光・井波・城端」の周遊客を取り込む、エリア横断のデジタル相互送客

7月は「井波 ⇄ 道の駅福光」が約5倍、「井波 ⇄ 城端」が約3.8倍など、異なるエリアをハシゴするお客様が爆発的に増えました。この広域周遊の流れを、事業者同士でさらに太くしていきましょう。福光や城端の事業者様は「井波の木彫り体験を堪能した後は、福光でのお買い物や城端の歴史散策へ！」、逆に井波の事業者様は「帰りに福光で夕食はいかが？」といったエリア間を繋ぐ提案を、自店のSNSやGoogleビジネスプロフィールで発信してみましょう。スマホでの簡単な「他エリアのおすすめ（相互レコメンド）」が、市内の周遊客を自店へ引き寄せるフックになります。

提案③旅行者がネットで密かに調べている「お宝キーワード（素朴な疑問）」をフックにしたSNS発信

7月のWeb検索データ（Googleサーチコンソール）を分析すると、旅行者が南砺市に来る前（あるいは道中）に、**地域の文化や言葉に関する「素朴な疑問」**をネットで熱心に検索している事実が浮かび上がってきました。

- 「富山弁」：検索結果に647回表示
- 「富山 方言 かわいい」：365回表示
- 「合掌造りとは」：568回表示
- 「五箇山読み方」：329回表示

これらのキーワードは、検索上位（4～5位台）に表示されているにもかかわらず、ユーザーが求める「分かりやすく面白いコンテンツ」が不足しているため、クリックされずに取りこぼされている「非常にもったいない、伸びしろのあるお宝キーワード」です。

高額な広告費を払わなくても、事業者様ご自身のSNS（Instagram、Facebook等）やホームページで、これらの素朴な疑問に答える「旅行者の知りたいこと」に先回りして答えてあげる発信は、熱量の高い未来のお客さまの心を掴むことができます。

例）SNSで「#富山弁」のタグをつけて、『当店スタッフがよく使う、あったかい富山弁3選！』といった投稿を作ってみましょう。「いらっしゃいませ」の代わりに「まいどはや〜」、「新鮮」を意味する「きときと」など、お店の人の顔が見える発信をすることで、「この人に会いに行きたい」という来店動機を生み出します。

例)『意外と読めない?「五箇山」の正しい読み方と、合掌造りの屋根が急な理由』といった、思わず「へえ!」となる簡単な解説を写真と一緒に投稿してみましょう。

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!