

実施効果検証

環水花火 シンフォニー in クリスマスナイト

2025年12月20日（土）

会場：富岩運河環水公園

作成：公益社団法人とやま観光推進機構



結果：来訪者数※は平常比3.02倍（約8,600人）

出典：国内版おでかけウォッチャー

イベント当日来訪者数※

約 **8,600** 人

平常比 **3.02** 倍

※イベント開催場所である富岩運河環水公園に
12月20日に訪問した方の人数を集計した人数であり、
イベントへの来場者数とは異なる。
(10代以下及び70歳以上、インバウンドのデータは含まない)

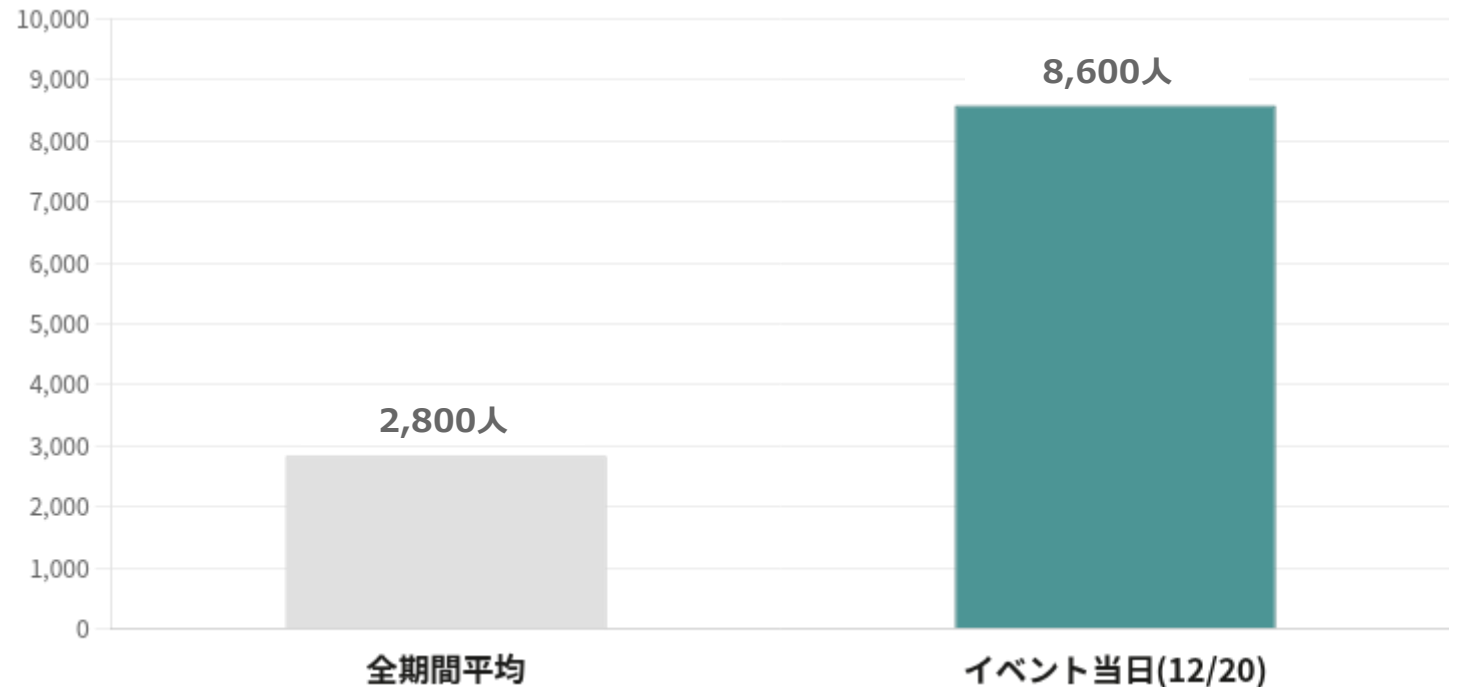
全期間平均（1日あたり）

約 **2,800** 人

上振れ人数（集客効果）

+ **5,800** 人

来訪者数比較：イベント当日 と 平均



示唆：明確な需要喚起を確認。平均の3倍を超える集客を実現し、
次回も同等規模の動員が期待できる。（天候に左右される部分は課題）

2025年における位置づけ：第3位の繁忙日

出典：国内版おでかけウォッチャー

2025年 年間累計来訪者数

約 **970,000** 人

※1月1日～12月20日集計

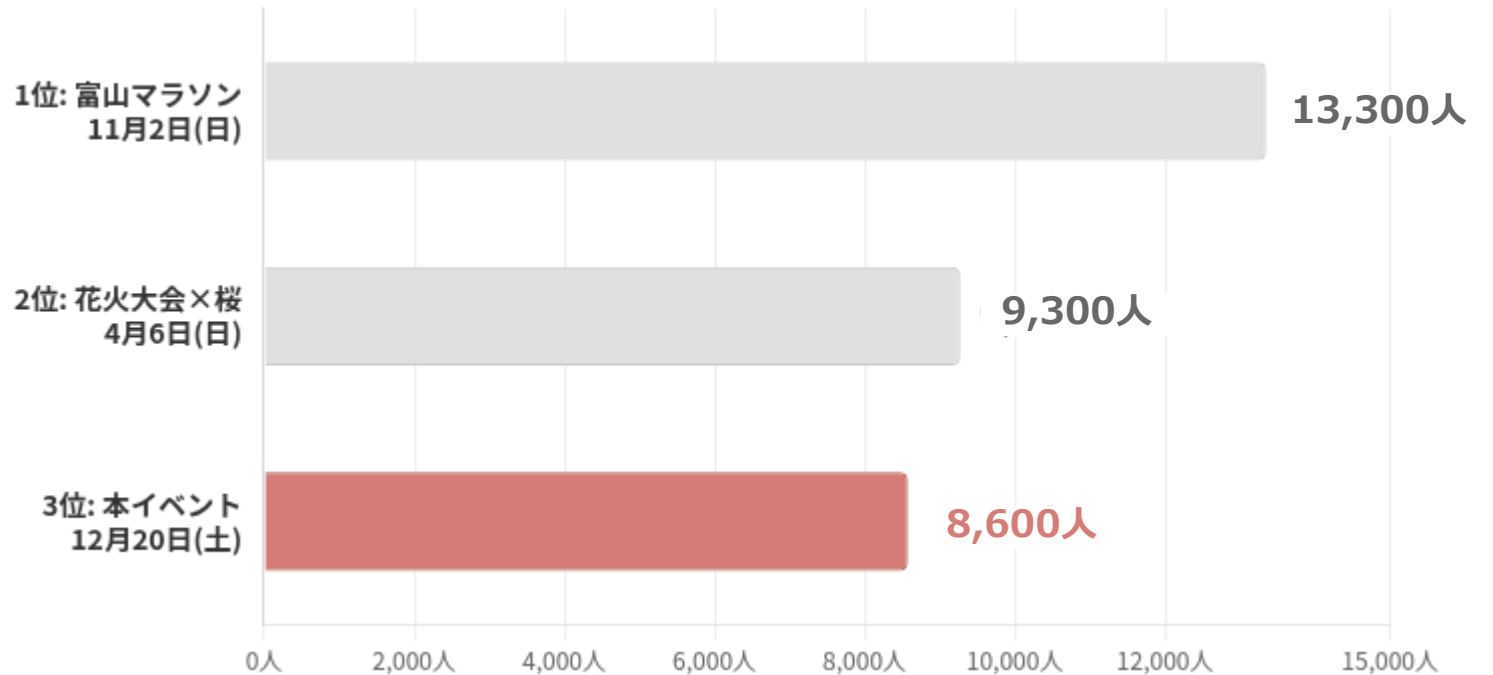
本イベントの集客順位

年間

3位

マラソン、春の花火に次ぐ規模

2025年 日別来訪者数ランキング TOP3 対象期間：2025/1/1～12/20



示唆：本イベントにより、集客が落ち込みがちな冬期に大きな“山”をつくることに成功。年間を通じた需要の平準化と、冬の観光資源としての価値を実証したといえる。

発地分析：県内近距離が中心（富山市53%）

出典：国内版おでかけウォッチャー

上位6市町村 合計シェア

72 %

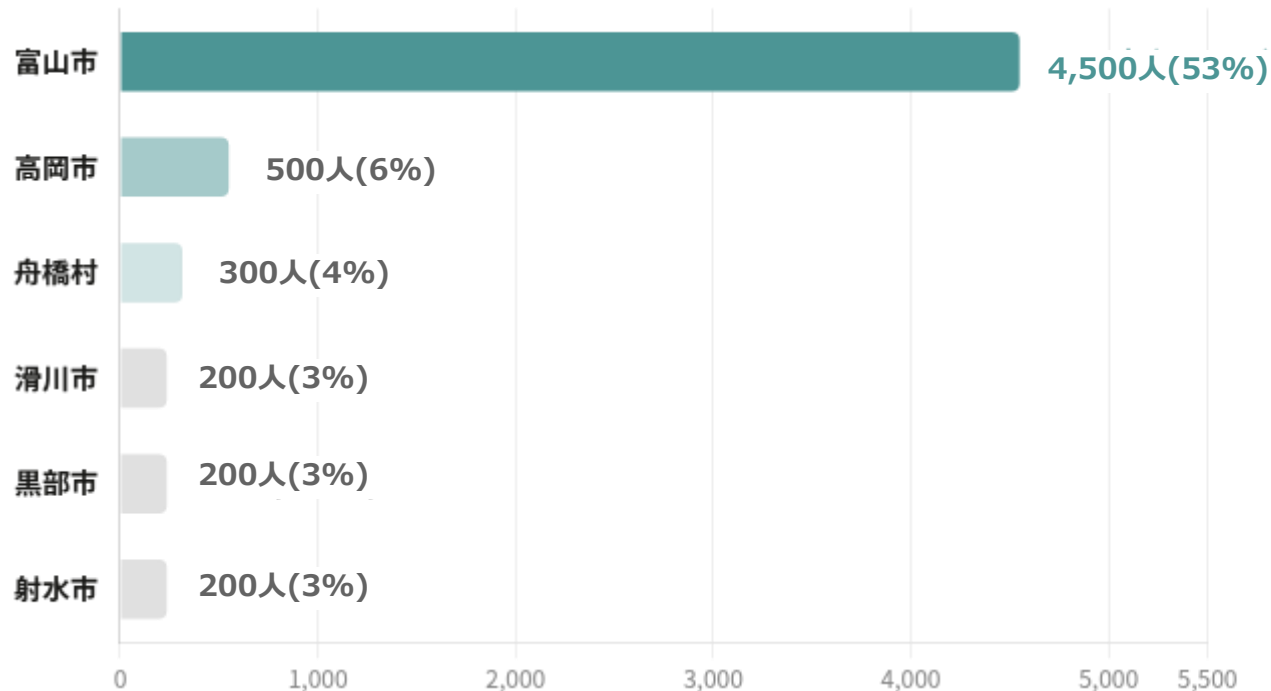
近隣エリアからの
集客が圧倒的多数

● 最多来訪エリア

富山県 富山市

約 4,500 人 （構成比 53.06%）

来訪者居住地トップ6（人数・構成比）



示唆：商圈は富山市を中心とした県内近距離がメイン。次回以降も県内向けのSNS拡散・広告配信および会場内での回遊導線の最適化が最も費用対効果が高い。

属性分析：男性30-40代が厚く、女性20-30代も一定規模

出典：国内版おでかけウォッチャー

分析の要点

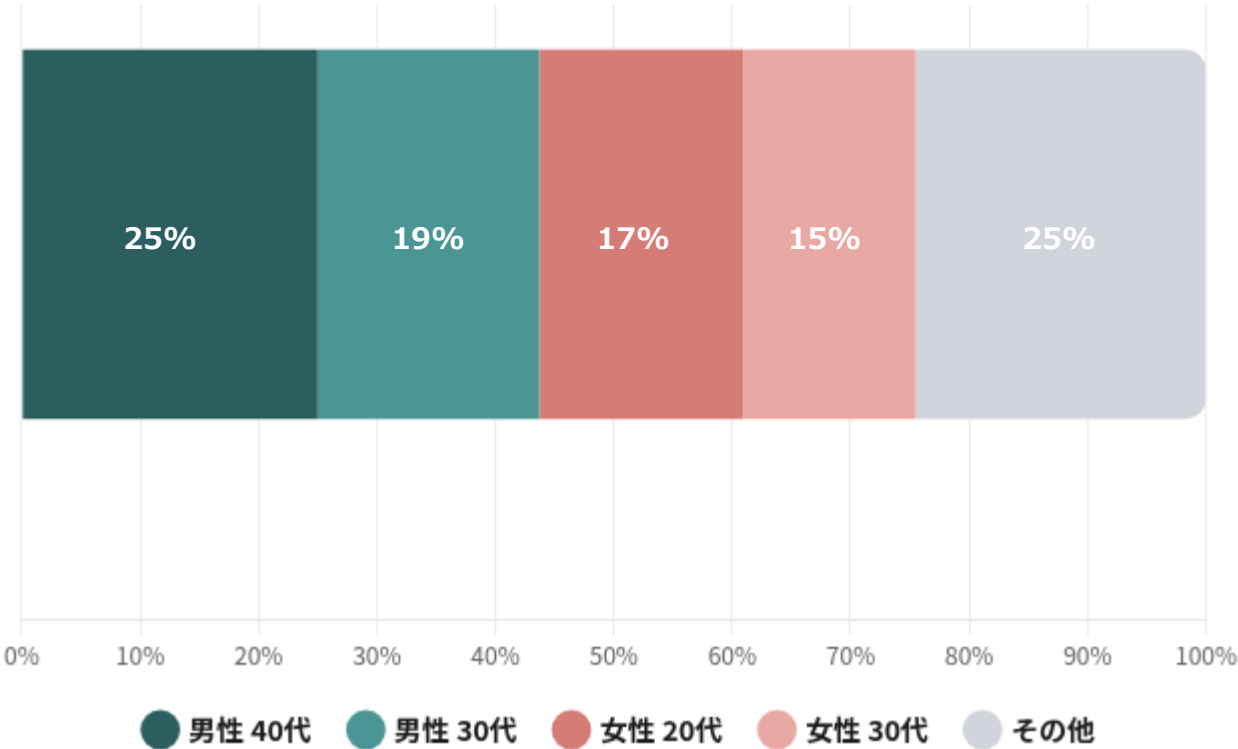
男性40代・30代が全体の約44%を占める主要層。
一方で女性20代・30代も合計30%超と、カップルや
若年ファミリー層の来訪が推測される。

セグメント別来訪者数（概算）

● 男性 40代	2,100	人 (25%)
● 男性 30代	1,600	人 (19%)
● 女性 20代	1,500	人 (17%)
● 女性 30代	1,300	人 (15%)

※人数は構成比からの概算（四捨五入）

来訪者属性構成比



示唆：家族・カップル層への訴求に加え、ボリュームゾーンである
40代男性（地元層）向けのメディア最適化が有効である。

時間帯：プログラムとピークの整合がとれている

出典：国内版おでかけウォッチャー

🕒 当日のタイムライン

🕒 17:00～
来訪者流入開始
夕暮れと共に人流が増加傾向（イベント開始1時間前）

🕒 18:00～18:40
しゃぼん玉パフォーマンス

🔴 18:40～18:50
音楽花火（メイン）

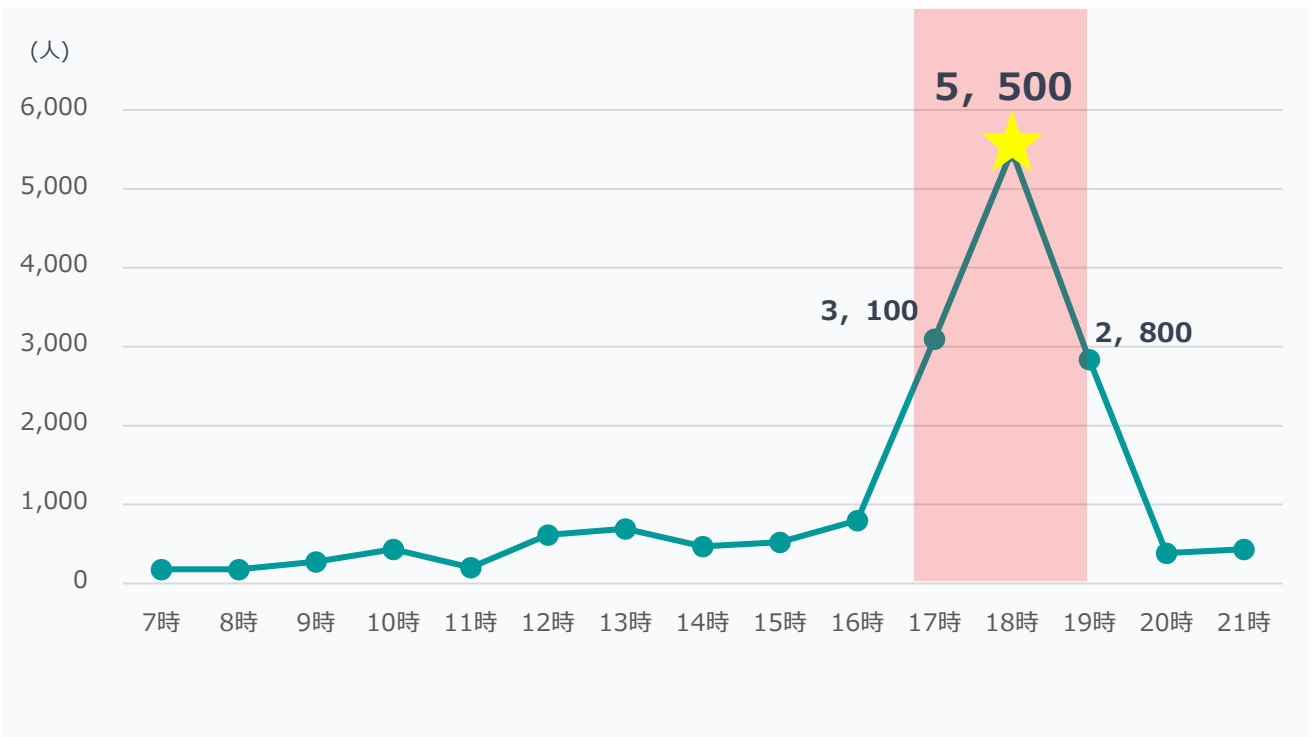
↑ 来訪者ピーク到達

ピーク時（18時台）は、約**5,500人**※の来訪を計測
※ 10代以下及び70歳以上、インバウンドのデータは含まない

分析：プログラム開始前から徐々に滞留が始まり、
18時台～19時台に明確なピークを形成した。

時間帯別来訪者数データ

対象日：2025/12/20



・・・イベント開催時間（18:00～18:50）

次回の改善点：花火終了直後（19:00頃）の退場混雑緩和と、周辺店舗への誘導（アフターディナー訴求）の強化が求められる。

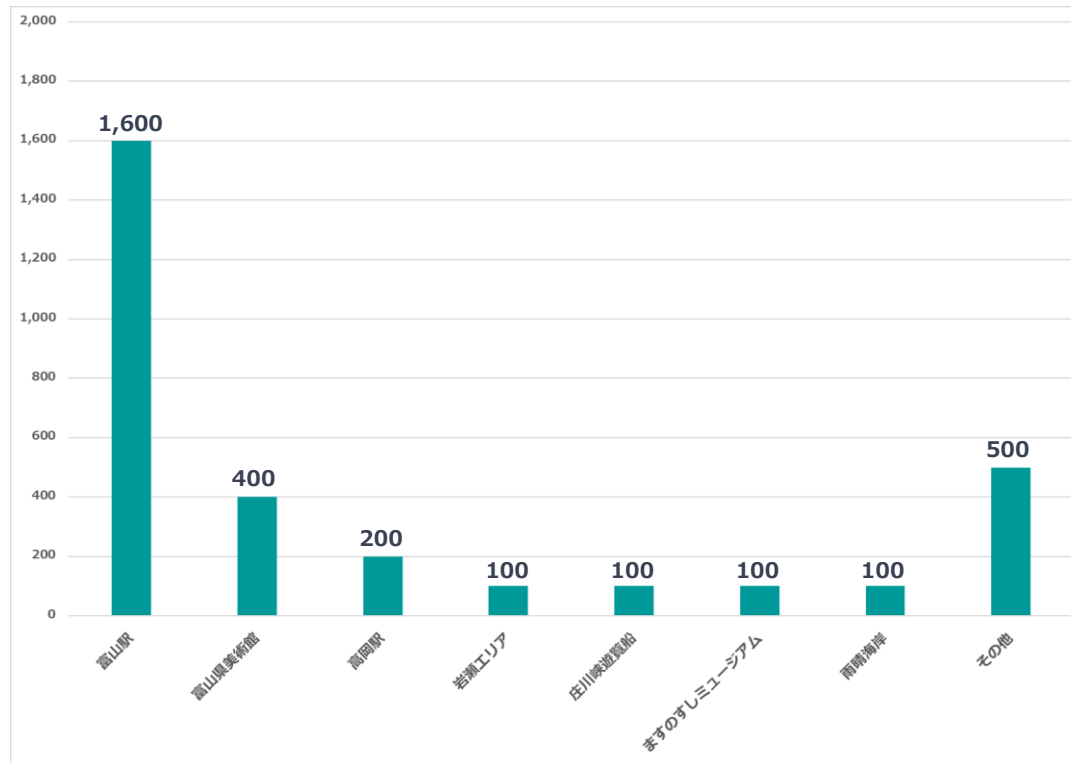
前後周遊：周辺資源とのセット行動の可能性有

出典：国内版おでかけウォッチャー

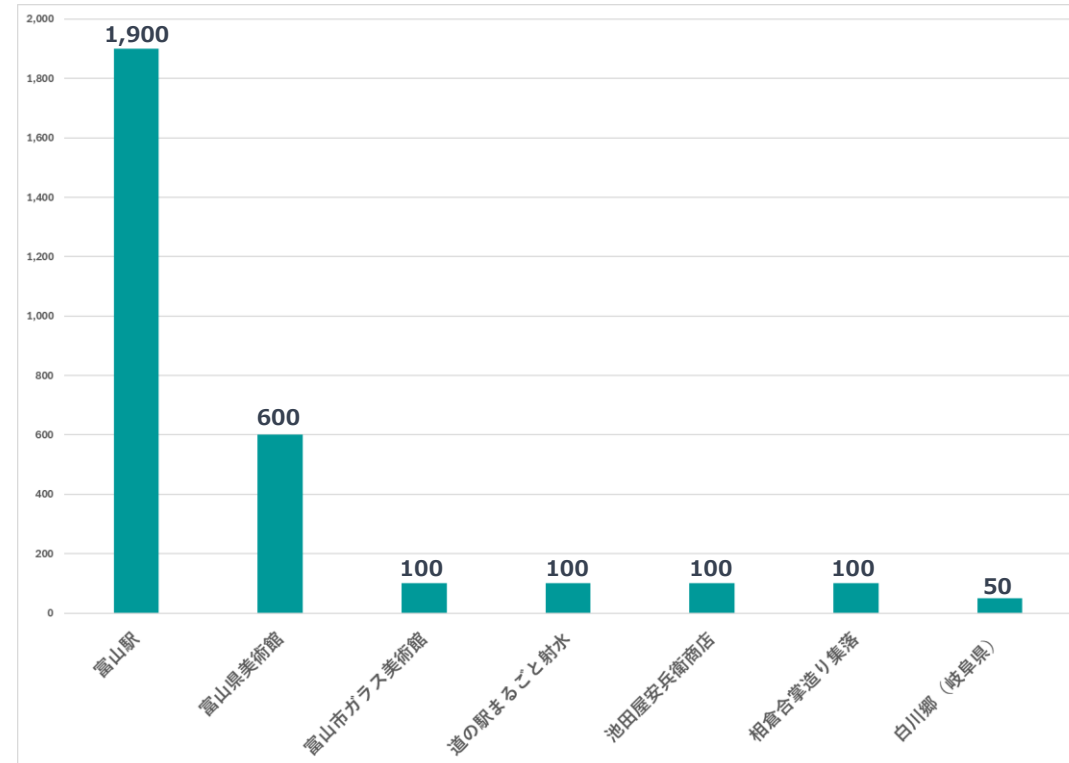
📍 前後來訪地データ

分析対象：富岩運河環水公園来訪者の前後立ち寄り先

環水公園来訪「前」訪問地



環水公園来訪「後」訪問地



示唆：JR富山駅や美術館エリアとの強い回遊性が確認された。（仮説：公共交通利用者や駐車場利用者の影響）
単独のイベントで終わらせず、駅周辺施設やミュージアム、物販店舗と連携した「セット周遊プラン」や
「相互送客キャンペーン」を展開することで、エリア全体の滞在価値と経済効果をさらに拡張できる可能性が高い。

Web行動：検索流入が約9割 当日検索が主

出典：Google Analytics4

合計ページビュー数※

5,847

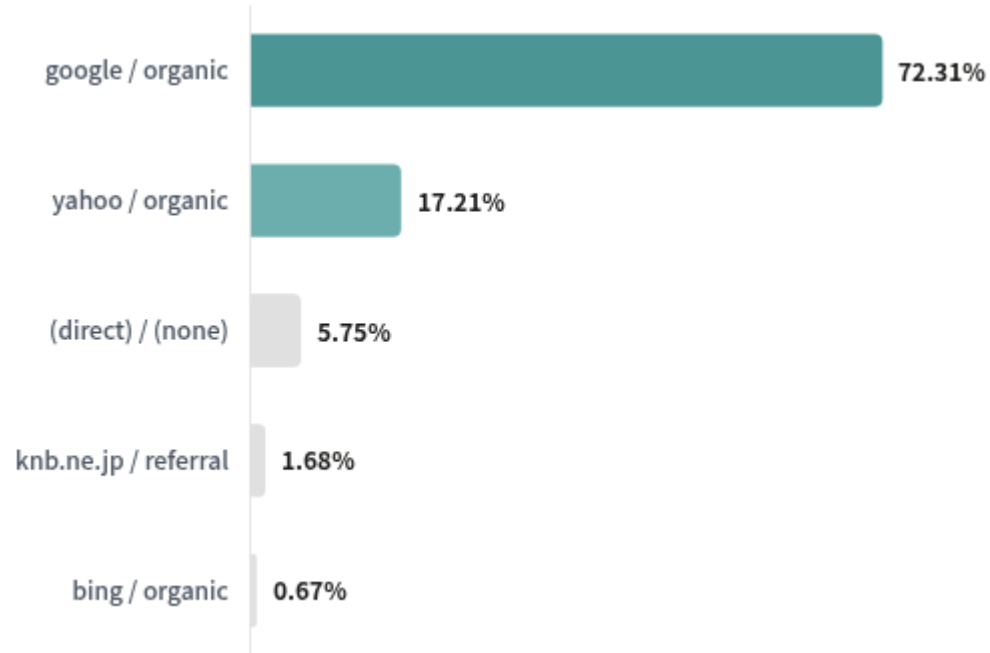
エンゲージメント率※※

74.98%

平均滞在時間

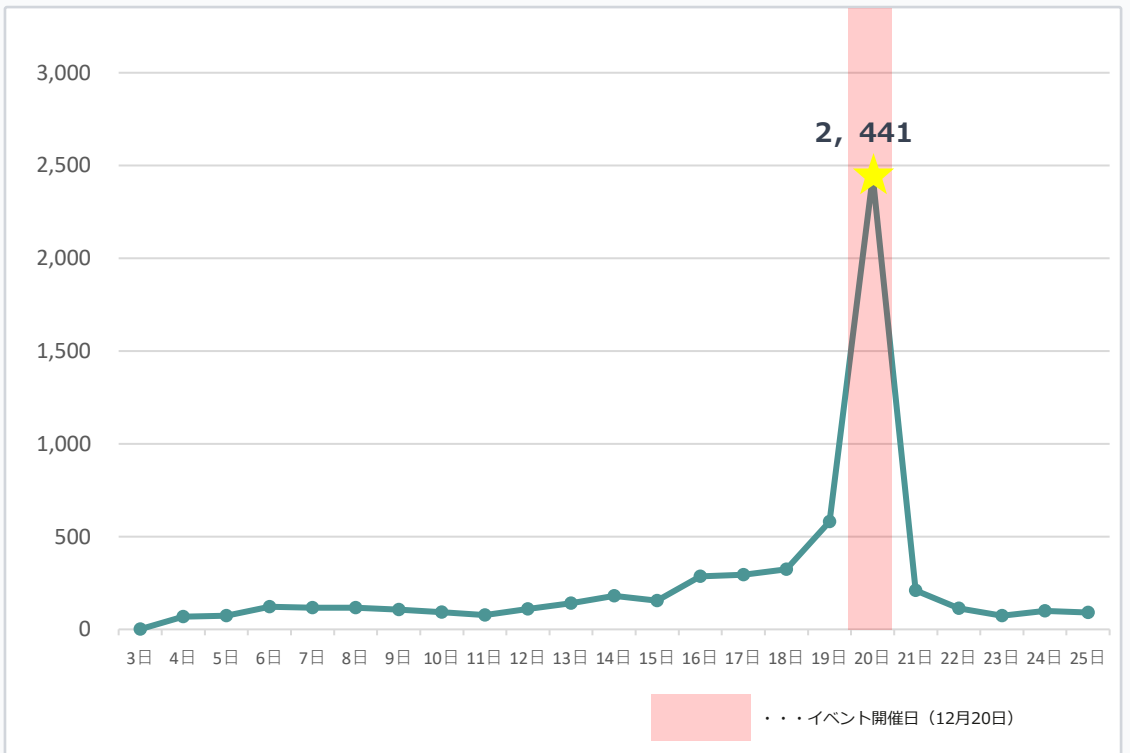
25秒

参照元/メディア別セッション数



ページビュー数推移

期間：12/3(公開)～12/24



示唆：検索流入（Google+Yahoo）が全体の約9割を占め、イベント当日にアクセスが急増。当日に開始時間や開催可否などを調べるケースが多い。

※ ページビュー数・・・ ページが表示された回数

※※ エンゲージメント率・・・ 「該当ページに10秒以上滞在」「2ページ以上閲覧」のいずれかを満たした割合

総括：成功要因と次回改善

出典：国内版おでかけウォッチャー／Google Analytics4

本施策は冬季の大型集客（平常比3.02倍）を実現。
年間3位の繁忙日を創出し、シーズンを通じた観光需要の平準化に寄与した。

成功要因

圧倒的な集客力： 平常比3.02倍、年間3位の規模を達成。

好条件の相乗効果： 「好天 × 花火プログラム」が近距離層（富山市等）の来訪意欲を強く刺激。

検索流入の優位性： Google/Yahoo検索からの流入が9割を占め、確実な情報到達を実現。

次回への改善点

混雑・導線の検証： 花火前後のピーク時における回遊導線の再設計と、周辺施設への誘導強化。

効果検証の精度向上： 明確な対照日（ベースライン）の設定による、より厳密なインパクト測定。