

気仙沼観光マーケティングレポート(令和6年3月)

※令和5年度よりマーケティングレポートは月刊での発行を行っております。

◆トピックス

- ・宿泊者数「合計」は前年同月比 90.4%と減少した。「観光・ビジネス」も、前年同月比 90.7%と減少した。居住地では、「宮城県内(35.0%)」の割合が最も高かったが、前月から減少した。「関東地方(25.8%)」の割合は前月から増加した。予約経路では、「OTA」が大きく増加し、「RAGT」が大きく減少した。
- ・主要物販施設のレジ通過者数は、前年同月比で100.5%と微増であった。観光施設の利用人数は前年同月比 92.7%と減少した。観光施設の内訳ではシャークミュージアム(R6.1.9～3.15 休業)および伝承館の利用人数が減少した。
- ・体験商品は、人数が前年同月比で大きく減少し、金額もそれに伴って減少した。

※OTA: 店舗を構えず、インターネット上だけで取引を行う旅行会社のこと。Online Travel Agent の略。

※RAGT: 実際に店舗を構えて取引を行う旅行会社のこと。Real Agent の略。

1. 宿泊

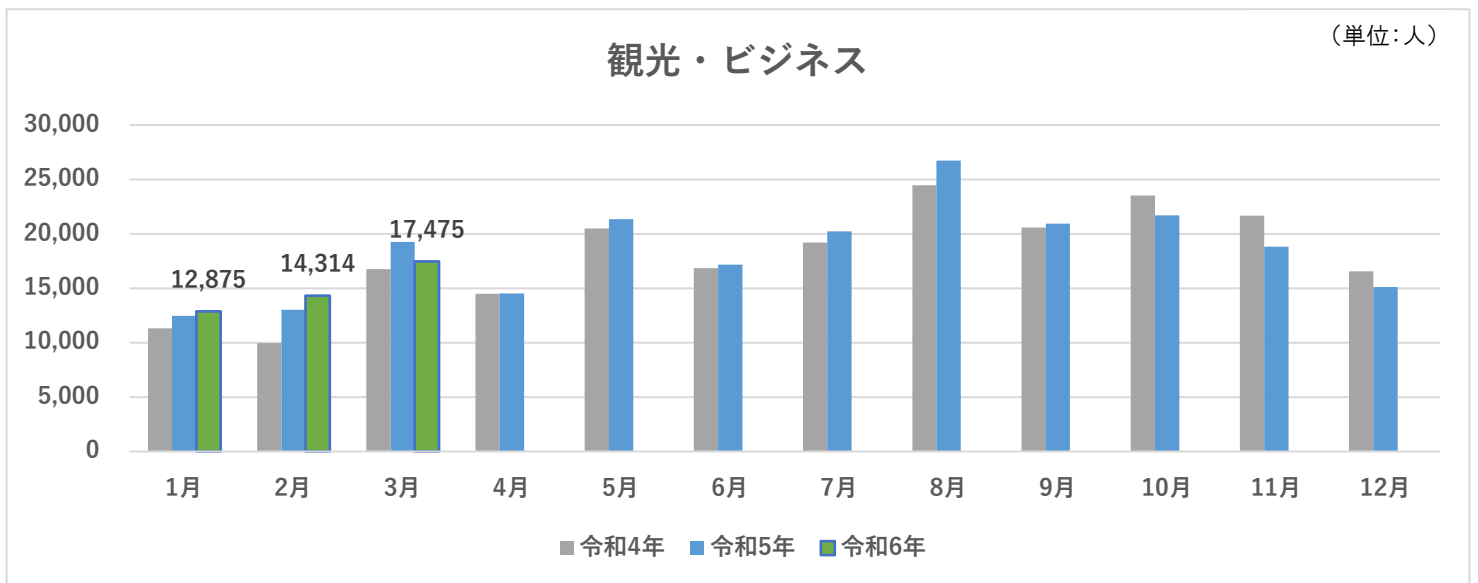
(1) 宿泊者数

① 同月前年比

(単位:人)

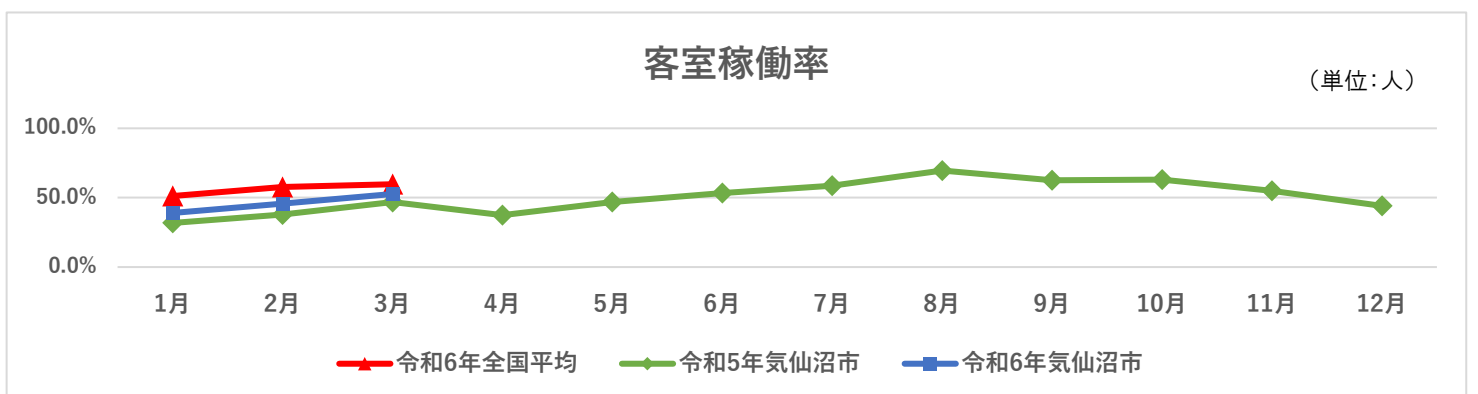
宿泊者数	令和4年	令和5年	令和6年	令和6年度割合	前年対比
	3月	3月	3月		
観光・ビジネス	16,759	19,264	17,475	99.0%	90.7%
復興関連	332	239	164	0.9%	68.6%
合計	17,091	19,503	17,639	100.0%	90.4%

② 年間推移(観光・ビジネス)



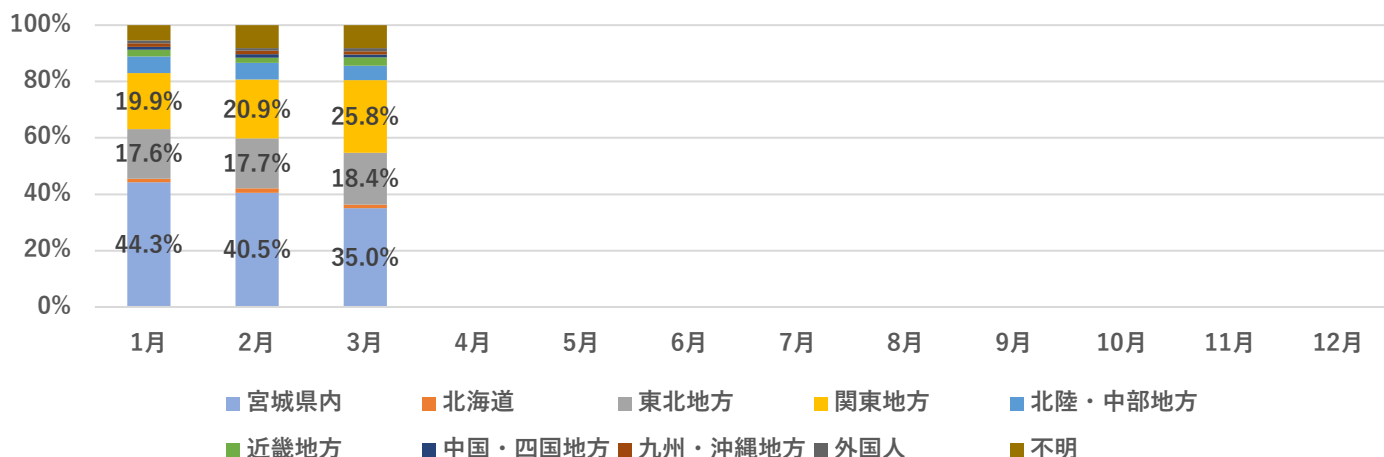
(2) 客室稼働率

※令和6年度全国平均は、観光庁宿泊旅行統計調査(令和6年・年間値(速報版))より《参考データ》



(3)宿泊者居住地

地域別来訪者



(4)予約経路

予約方法割合



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
■ RAGT	4.3%	17.0%	7.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
■ 直接予約	34.8%	33.6%	36.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
■ OTA	60.8%	49.4%	55.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

OTA：店舗を構えず、インターネット上で取引を行う旅行会社のこと。Online Travel Agent の略。

RAGT：実際に店舗を構えて取引を行う旅行会社のこと。Real Agent の略。

<3月中の宿泊施設からのコメント>

- ・「徐々に部活動やスポーツ関連の予約が増えております。」
- ・「2月に引き続き、集客はコロナ以前よりも良い状況でした。」
- ・「来年のインバウンドツアーの問い合わせも入ってきている。イギリス、アメリカ、オーストラリア、カナダ等の英語圏からの募集型ツアーとのこと。」
- ・「3月11日の東日本大震災での関係者(TV関係)が多いようでした。週末は高校のバスケ大会あつての宿泊ありました。」
- ・「3月は地元宴会予約の問い合わせが多いため、宿泊の集客は制限付き(夕食お断り)のお客様を呼び込むことに苦戦しました。」
- ・「お盆のファミリープランや市内の海水浴場の情報等もSNSで少しずつ訴求しても良いと思います。」

2. 物販施設(レジ通過者数)

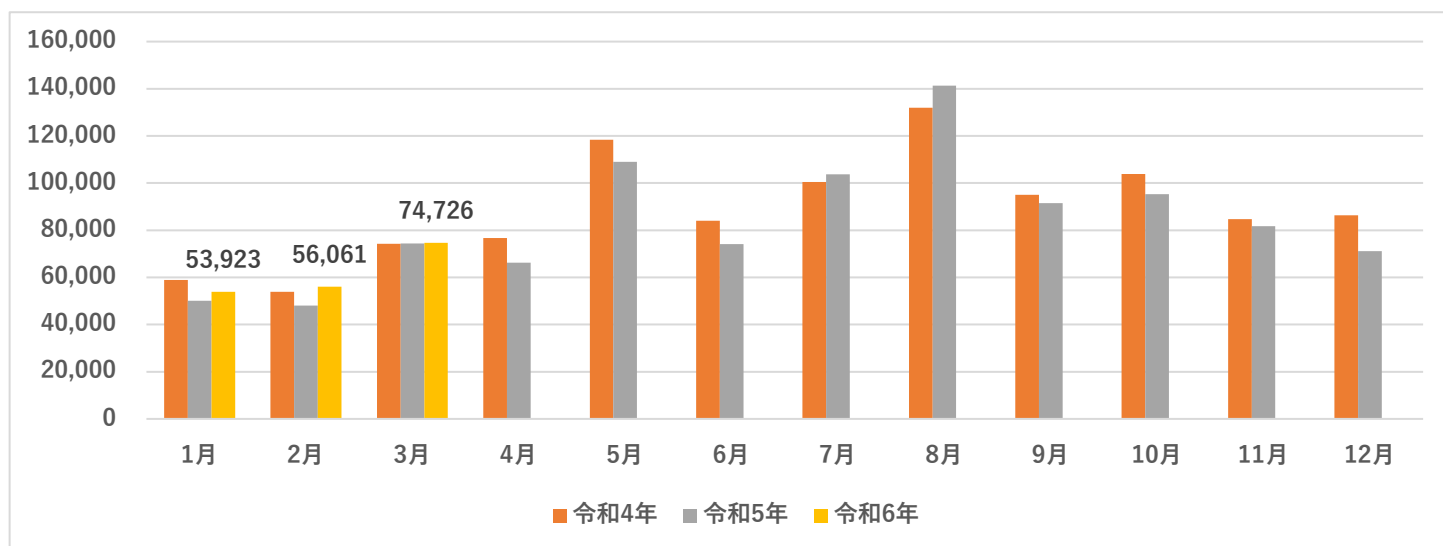
(1) 同月前年比

(単位:人)

レジ通過者数	令和4年	令和5年	令和6年	前年対比
	3月	3月	3月	
施設 A	26,072	32,085	32,322	100.7%
施設 B	14,040	17,426	18,599	106.7%
施設 C	20,512	24,810	23,805	95.9%
合計	60,624	74,321	74,726	100.5%

(2) 年間推移

(単位:人)



3. 観光施設(利用人数)

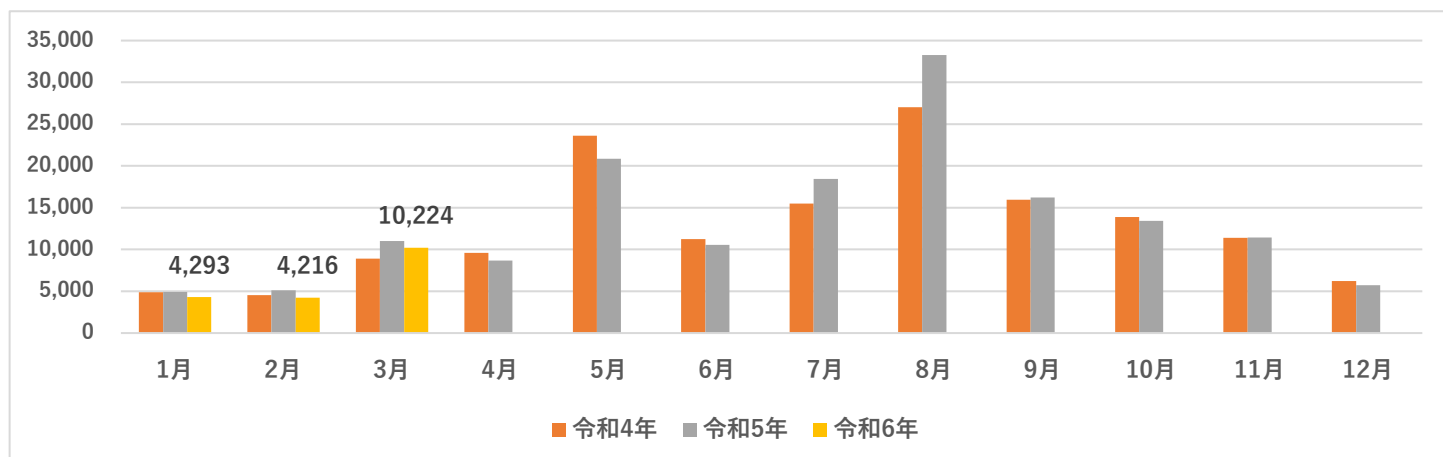
(1) 同月前年比

(単位:人)

利用人数	令和4年	令和5年	令和6年	前年対比
	3月	3月	3月	
リアスアーク	306	424	553	130.4%
シャークミュージアム	2,361	3,053	2,980	97.6%
唐桑半島ビジターセンター・津波体験館	581	休業	休業	-
氷の水族館	2,209	2,574	2,650	103.0%
東日本大震災遺構・伝承館	3,449	4,979	4,041	81.2%
合計	8,906	11,030	10,224	92.7%

(2) 年間推移

(単位:人)



4. 体験・ガイドプログラム

(1) 体験人数

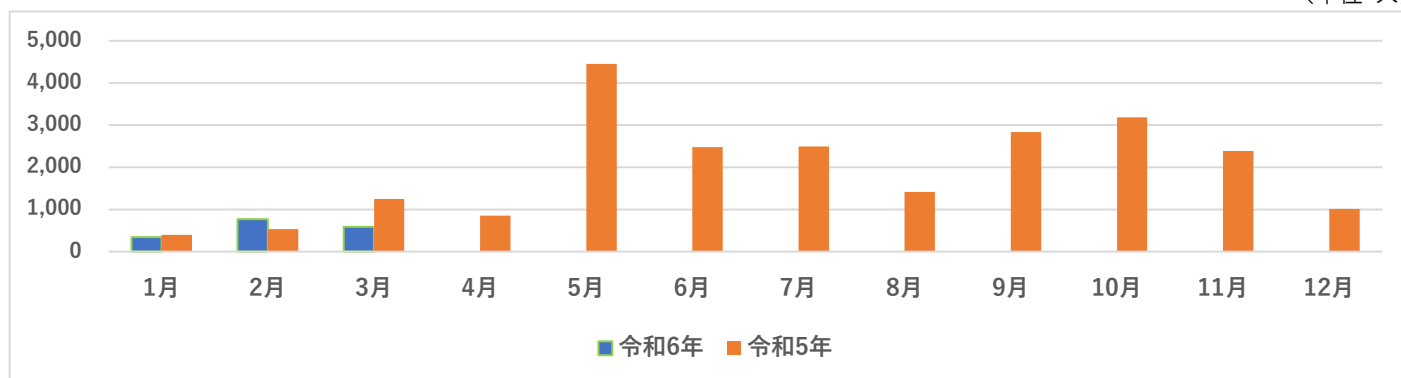
(単位:人)

① 同月前年比

体験商品人数 (単位:人)	令和5年	令和6年	前年対比
	3月	3月	
自然を味わう	35	15	42.9%
食を楽しむ	137	92	67.2%
震災・歴史・文化を学ぶ	1,065	409	38.4%
港町を感じる	9	50	555.6%
その他	0	23	#DIV/0!
合計	1,246	589	47.3%

② 年間推移

(単位:人)



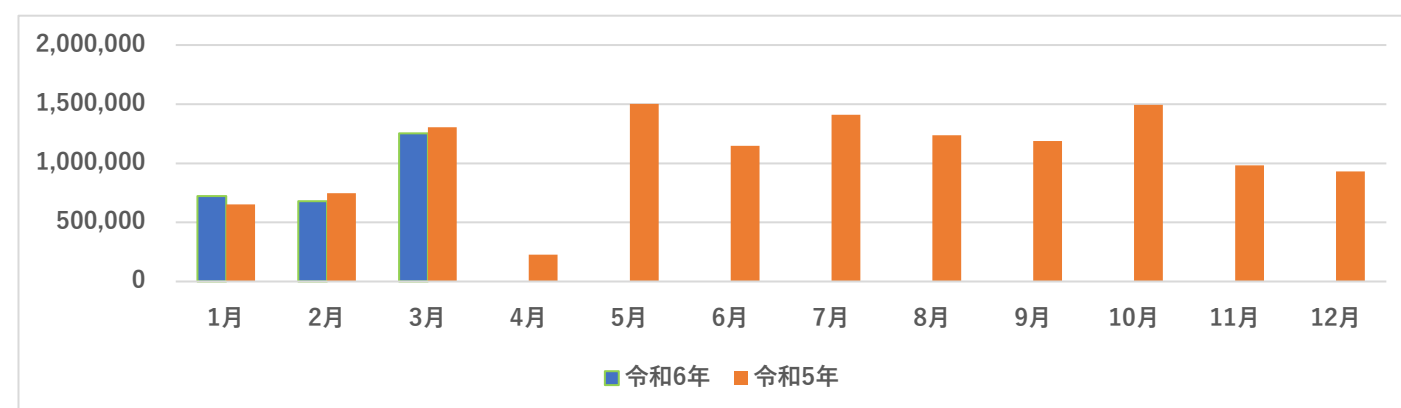
(2) 体験金額

① 同月前年比

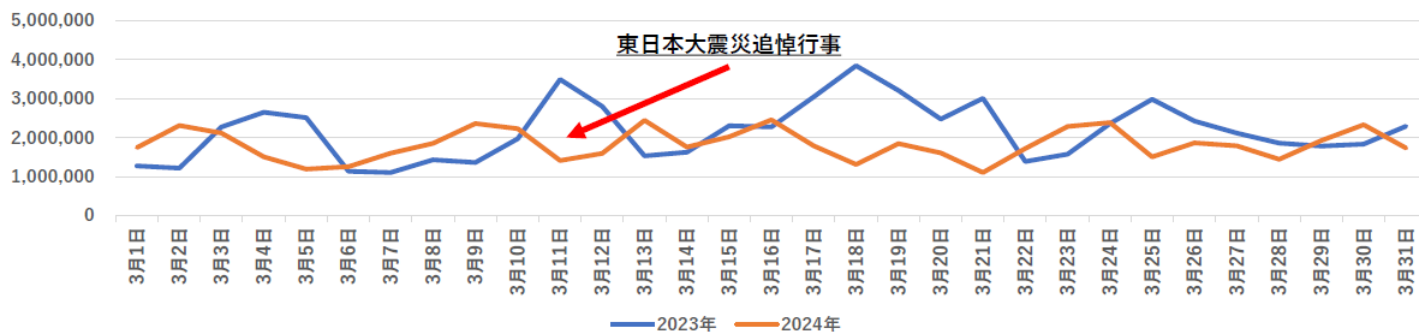
体験商品金額 (単位:円)	令和5年	令和6年	前年対比
	3月	3月	
自然を味わう	39,000	28,000	71.8%
食を楽しむ	399,500	112,600	28.2%
震災・歴史・文化を学ぶ	849,000	984,000	115.9%
港町を感じる	16,500	70,000	424.2%
その他	0	57,500	#DIV/0!
合計	1,304,000	1,252,100	96.0%

② 年間推移

(単位:円)



全体



	2023年		2024年		前年対比
	店舗数	売上	店舗数	売上	
飲食	59	27,098,756	56	19,380,870	71.5%
物販	35	22,984,620	34	21,472,695	93.4%
宿泊	9	2,351,301	10	2,078,008	88.4%
ネット通販	3	129,788	3	107,405	82.8%
その他	29	14,634,243	27	13,528,587	92.4%
合計	135	67,198,708	130	56,567,565	84.2%