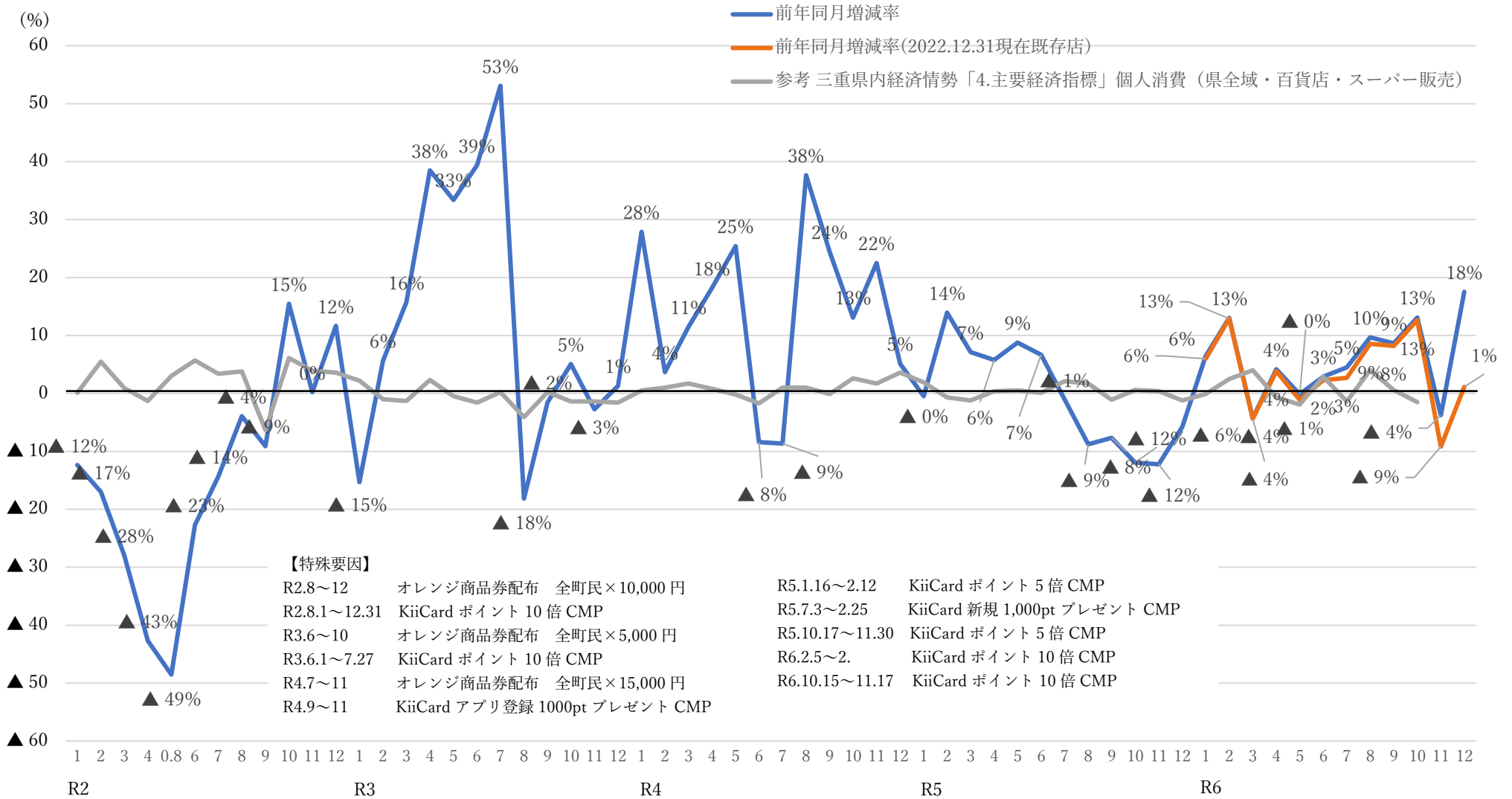


御浜町エリア マーケティングレポート

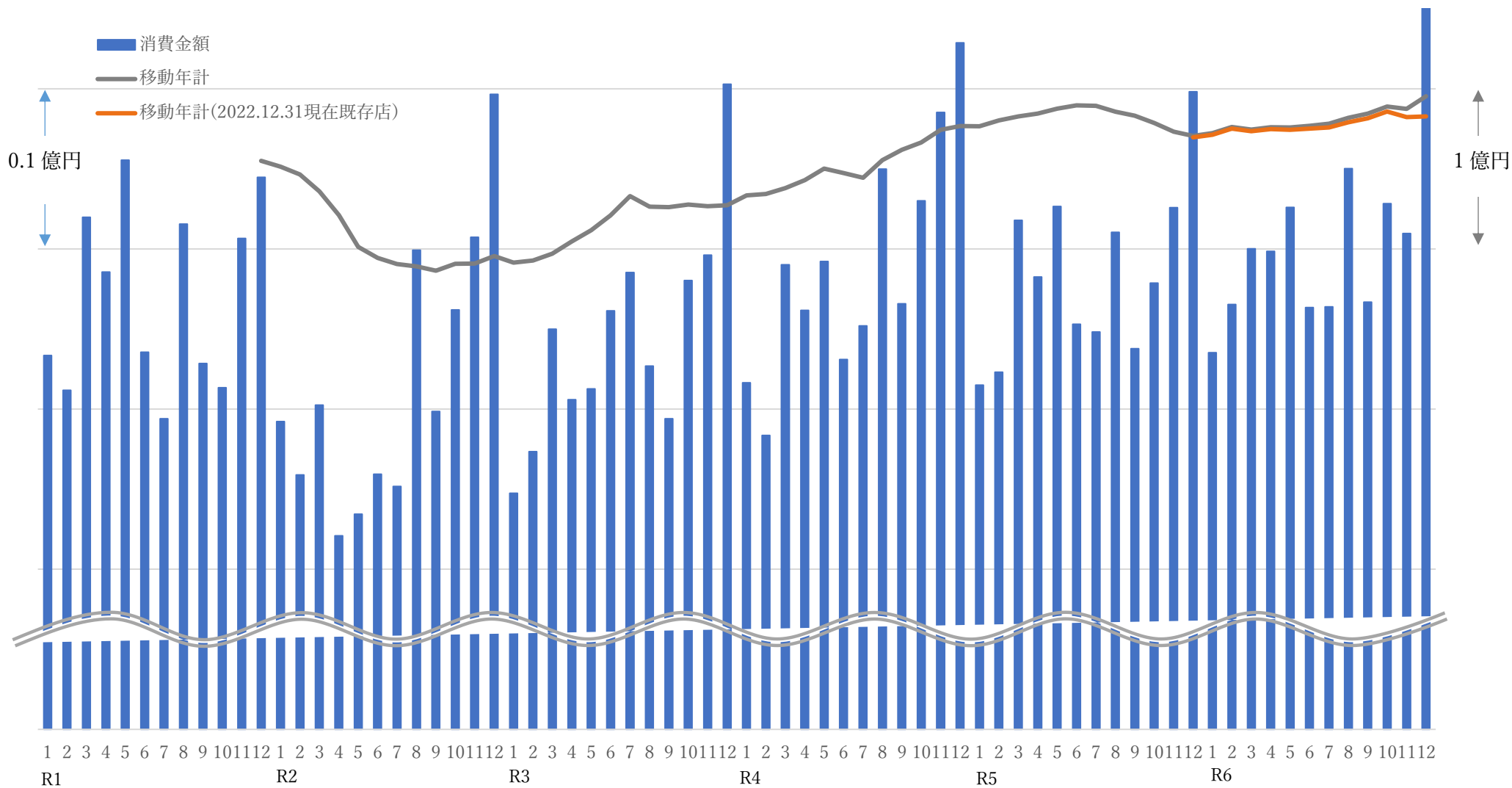
令和6(2024)年1月~12月版

1. 地域消費の動向（抽出調査による実績値の推移）・・・(1)
 - ①前年同月増減率
 - ②消費額月別推移
 - ③消費額同月対比
2. K i i C a r dの動向 ・・・(4)
 - ①購買金額
 - ②会員数
3. 宿泊の動向 ・・・(6)
 - ①月別推移
 - ②同月対比
4. 入込客の動向 ・・・(8)
 - ①入込客数（推計）
 - ②団体集客数（推計）
 - ③七里御浜T I C（観光案内）来館者数
5. 外国人旅行者の動向 ・・・(11)

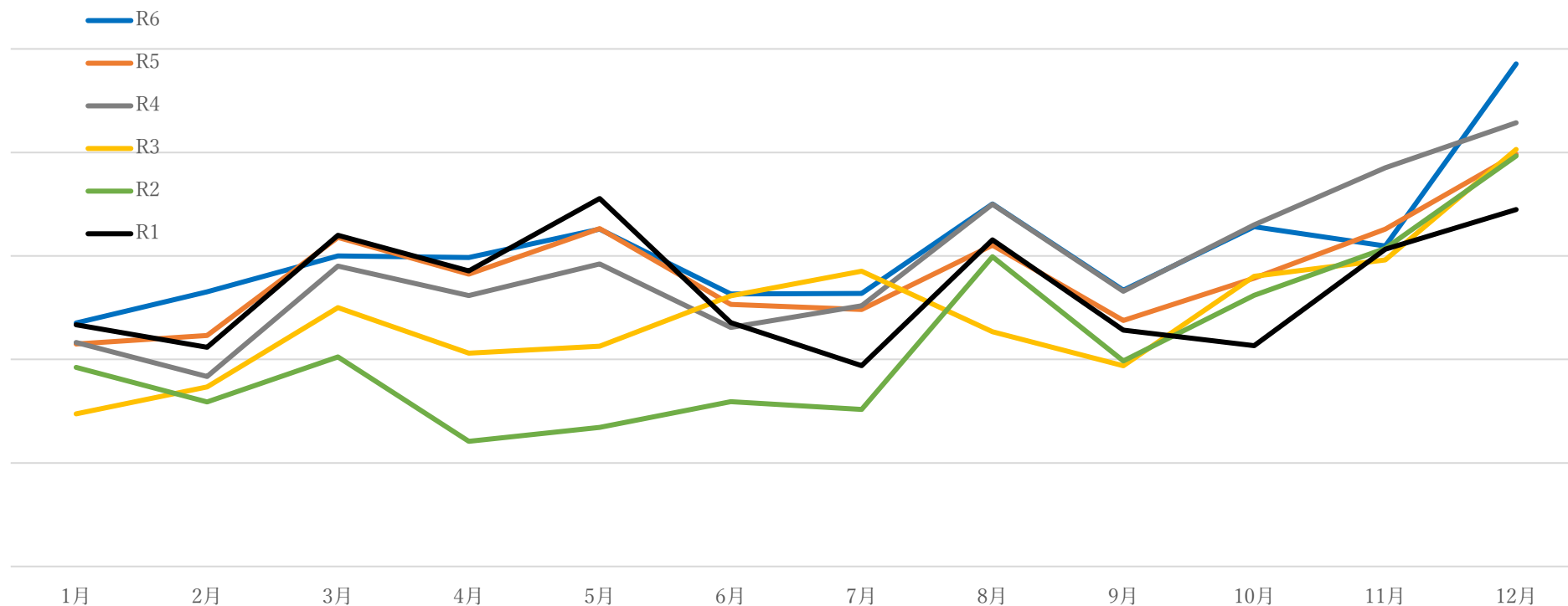
1. 地域消費の動向（抽出調査による消費額の推移 ①前年同月増減率）



1. 地域消費の動向（抽出調査による消費額の推移 ②月別推移）



1. 地域消費の動向（抽出調査による消費額の推移 ③同月対比）



※上記のグラフは、地域消費の動向を把握する参考情報として、町内の一部店舗等における消費額を基に作成しています。
地域内の消費総額の推移ではありませんので、ご注意ください。

対R1増減率（全体）

	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月	年間
R6	+ 3%	+ 1%	+14%	+22%	+10%
R5	▲ 1%	▲ 1%	+ 6%	+12%	+ 4%
R4	▲ 7%	▲ 8%	+12%	+24%	+ 5%
R3	▲18%	▲17%	▲ 3%	+10%	▲ 7%
R2	▲20%	▲39%	▲ 9%	+9%	▲15%

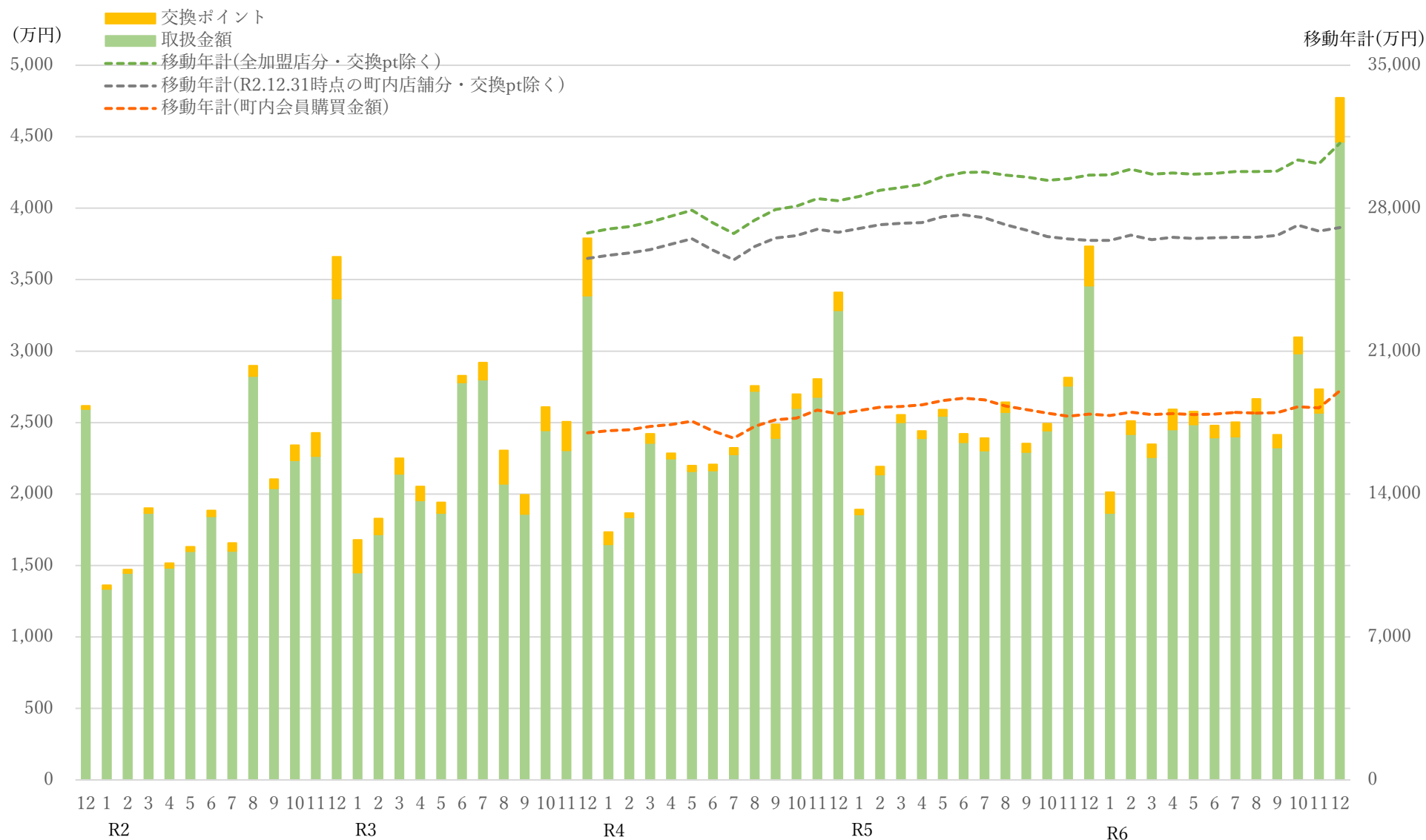
対前年増減率（全体）

	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月	年間
R6	+ 4%	+ 2%	+8%	+9%	+6%

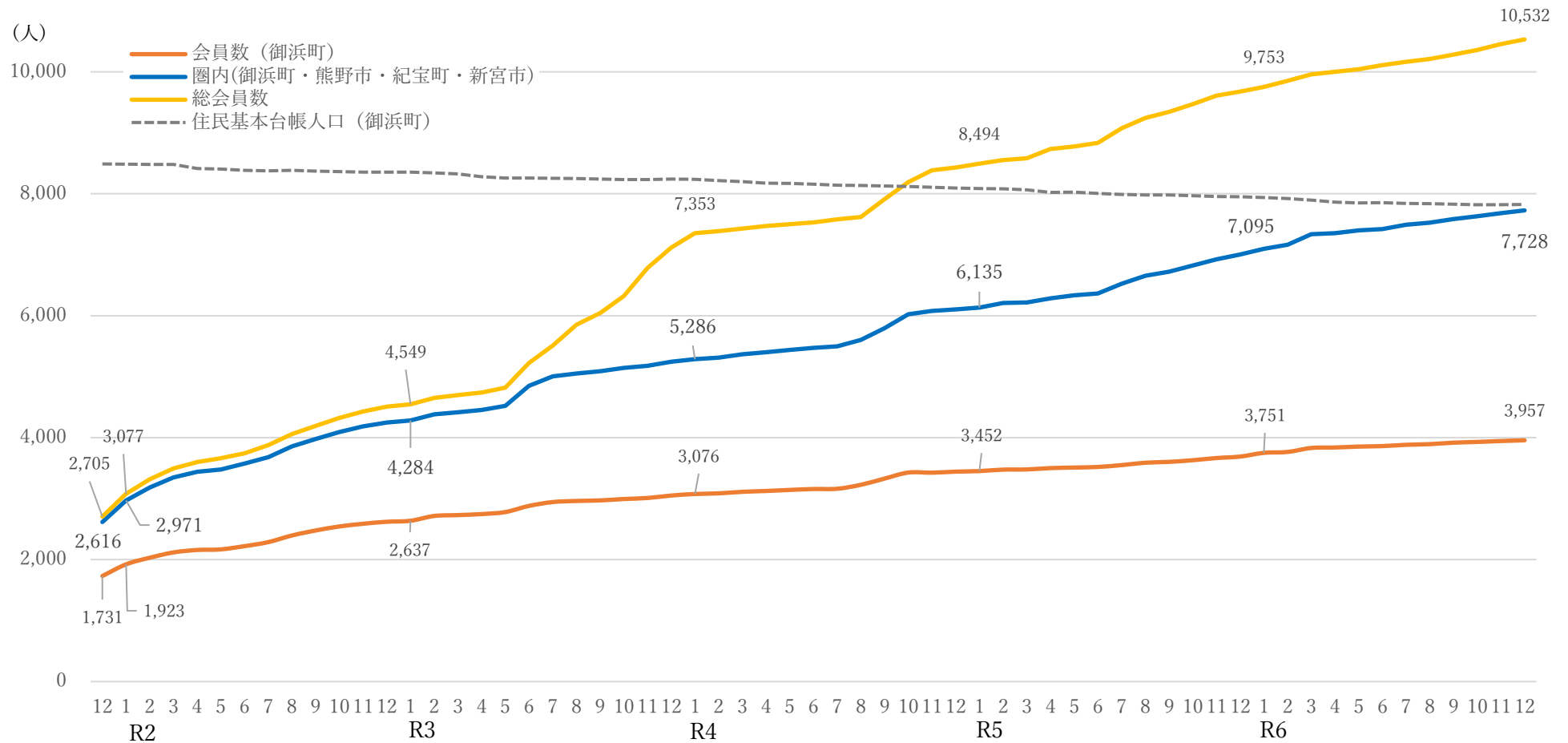
対前年増減率（2022.12.31 現在既存店）

	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月	年間
R6	+ 4%	+ 2%	+7%	+1%	+3%

2. KiiCardの動向 (①購買金額)



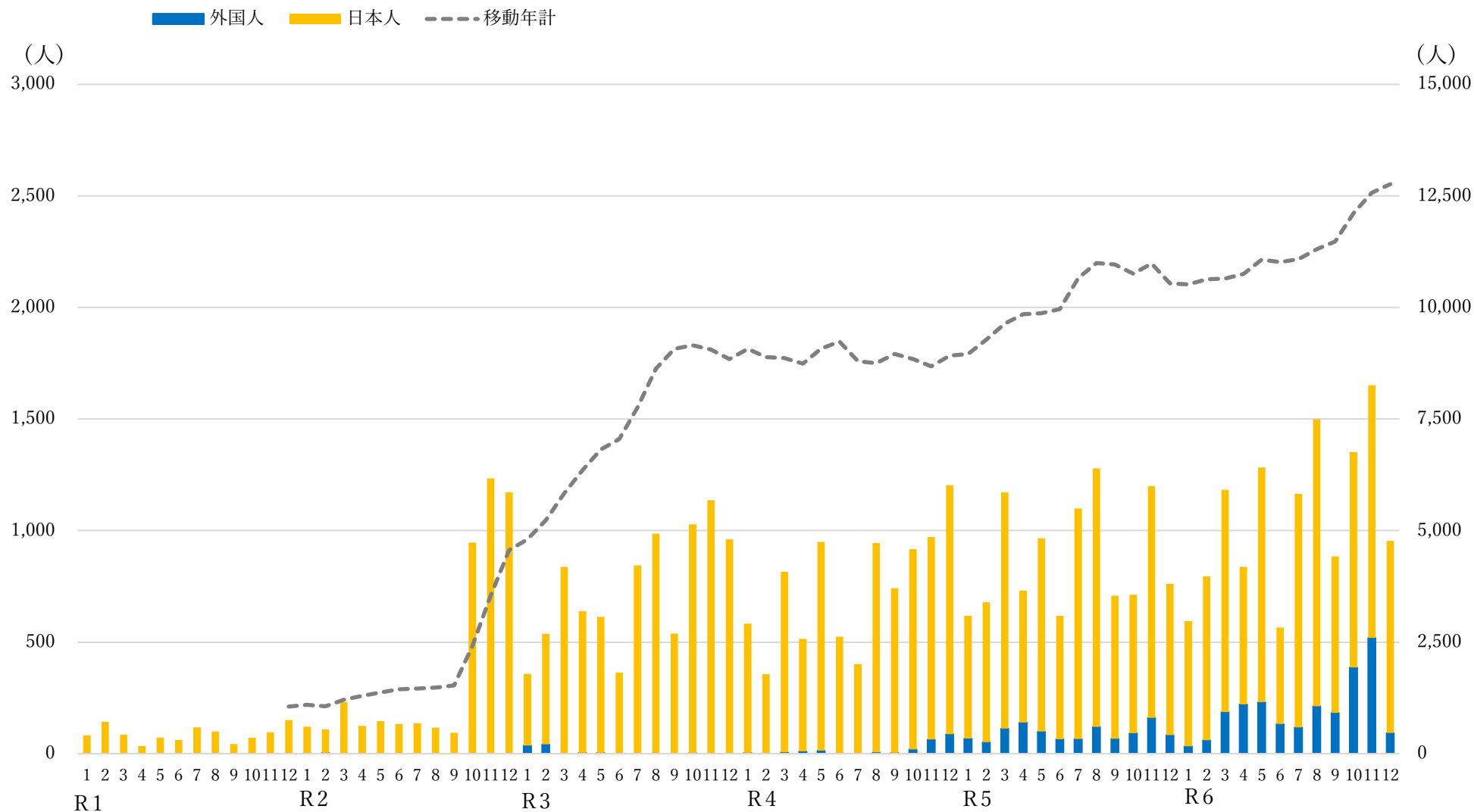
2. KiiCardの動向 (②会員数)



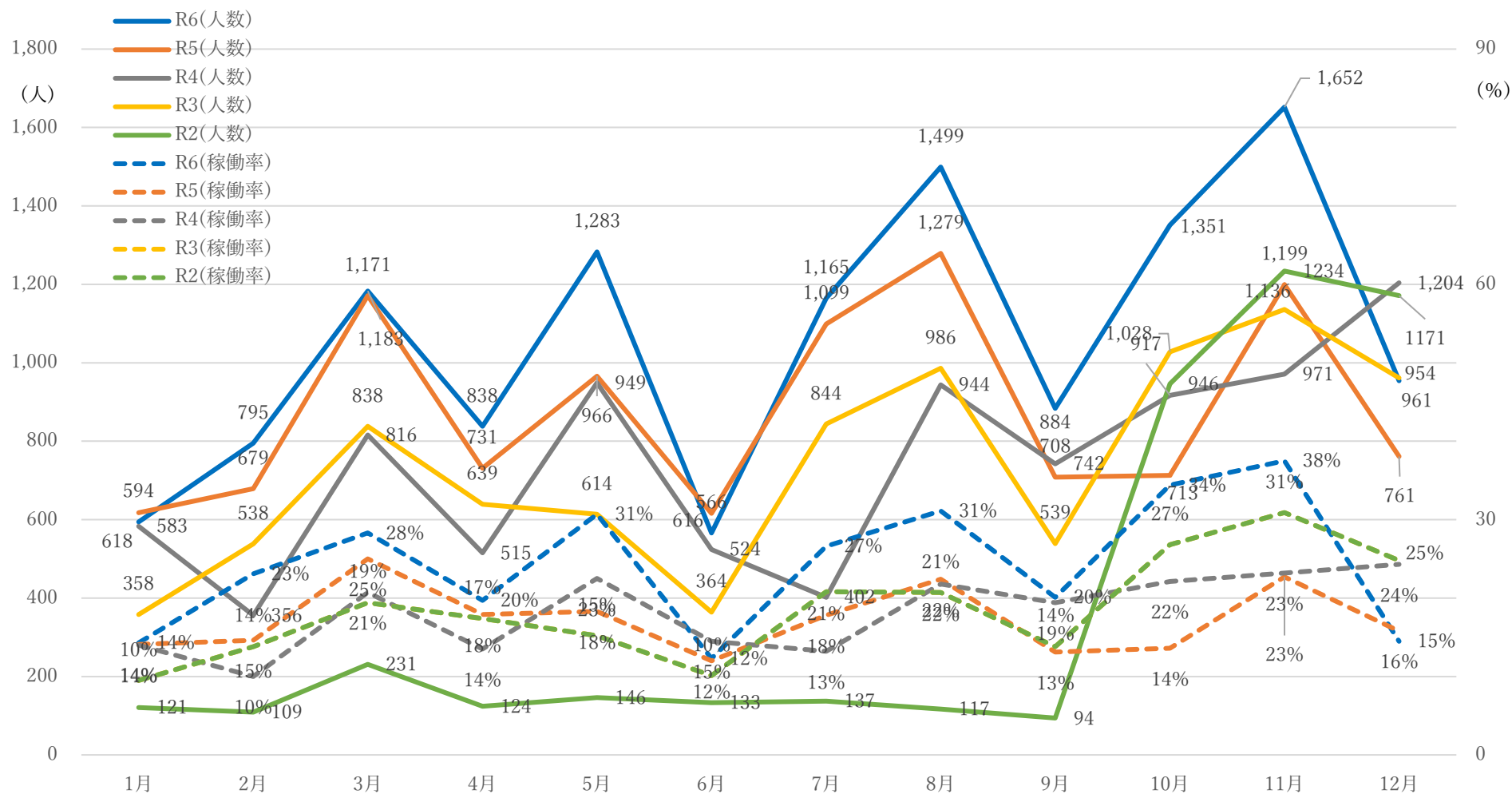
	開始時	2019 (R1). 12 末	2020 (R2). 12 末	2021 (R3). 12 末	2022 (R4). 12 末	2023 (R5). 12 末	2024 (R6). 12 末
加盟店舗数	29 (29)	52 (43)	60 (51)	60 (53)	64 (57)	80 (62)	95 (70)
御浜町内加入率 2024. 12 末 : 50. 7% = 町内会員数 3, 957 / 人口 7, 809							町内世帯加入率 2024. 12 末 : 71% = 町内会員世帯数 2, 884 / 世帯数 4, 048

※加盟店舗数の()書きは町内の加盟店舗数、町内世帯加入率は推計値

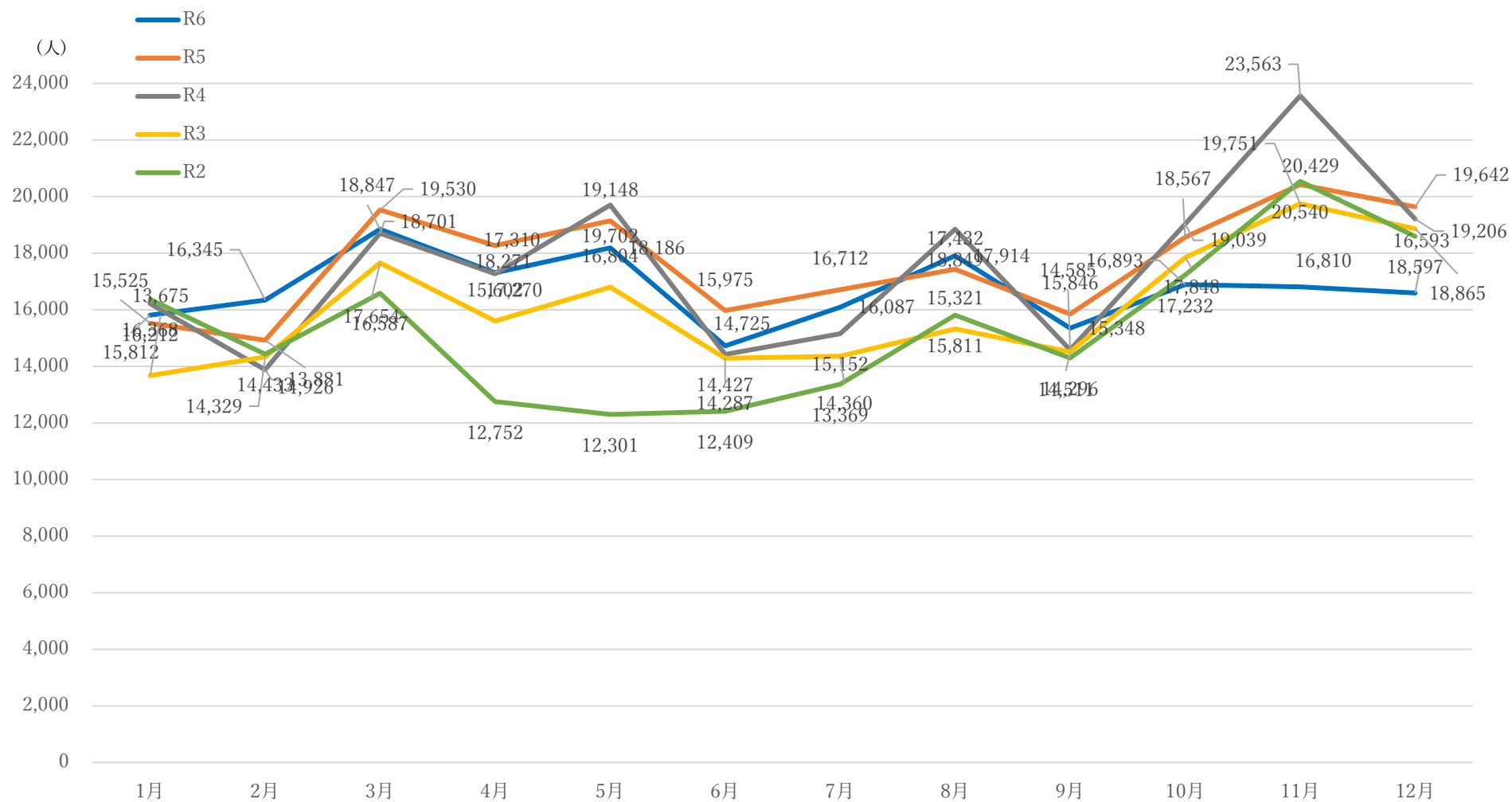
3. 宿泊の動向（①月別推移）



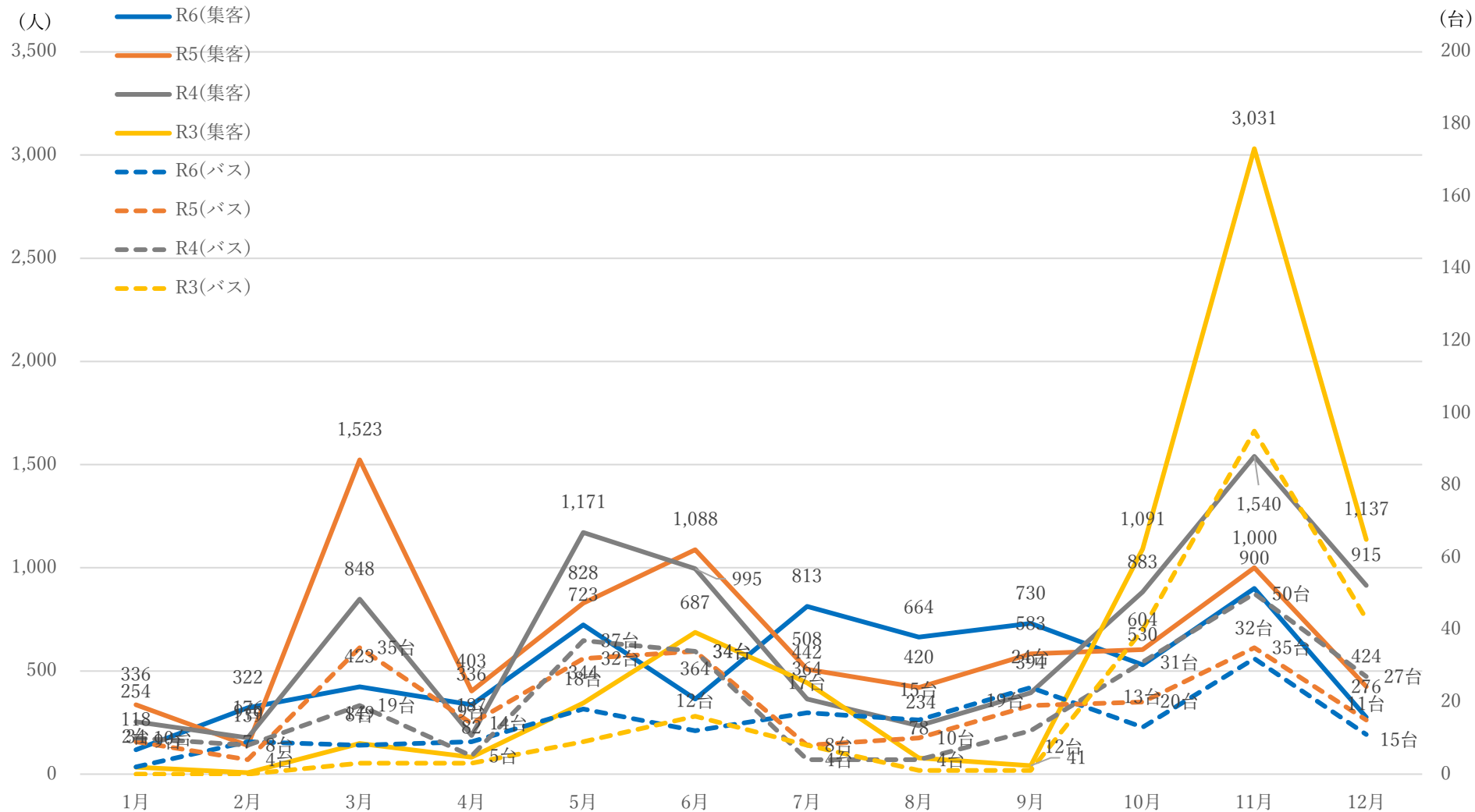
3. 宿泊の動向 (②同月対比)



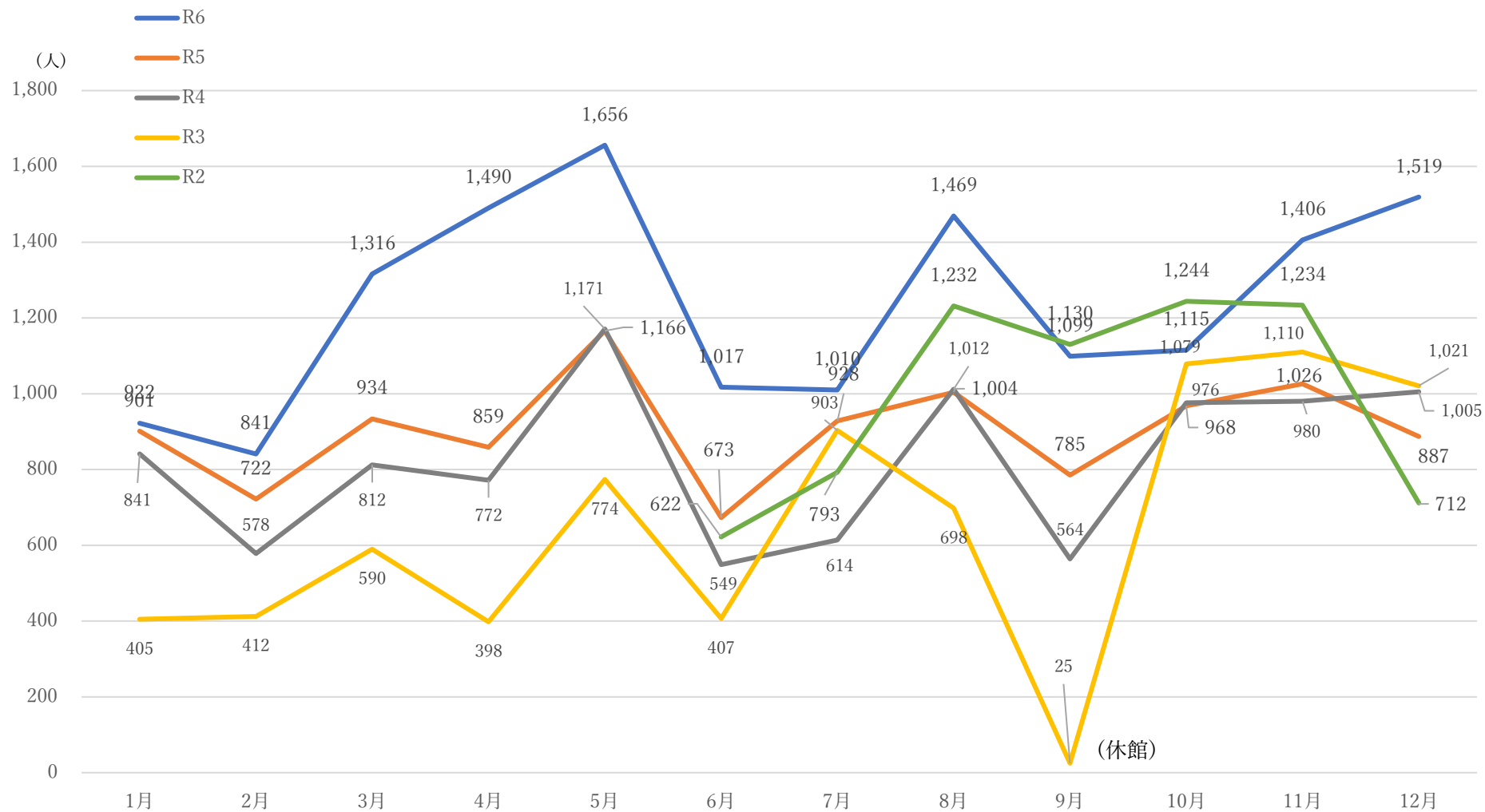
4. 入込客の動向 (①入込客数 (推計))



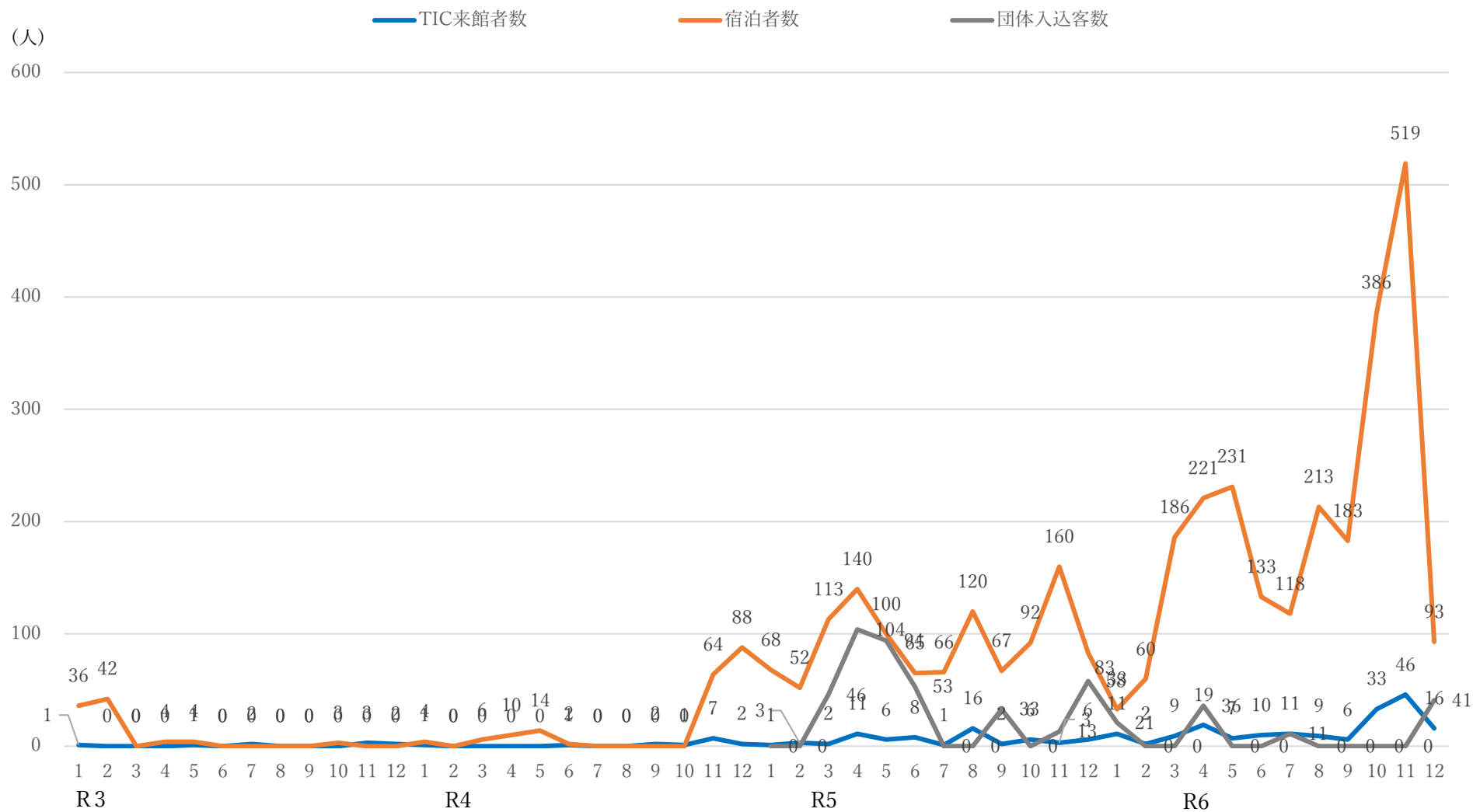
4. 入込客の動向 (②団体集客数 (推計))



4. 入込客の動向 (③七里御浜TIC(観光案内所) 来館者数)

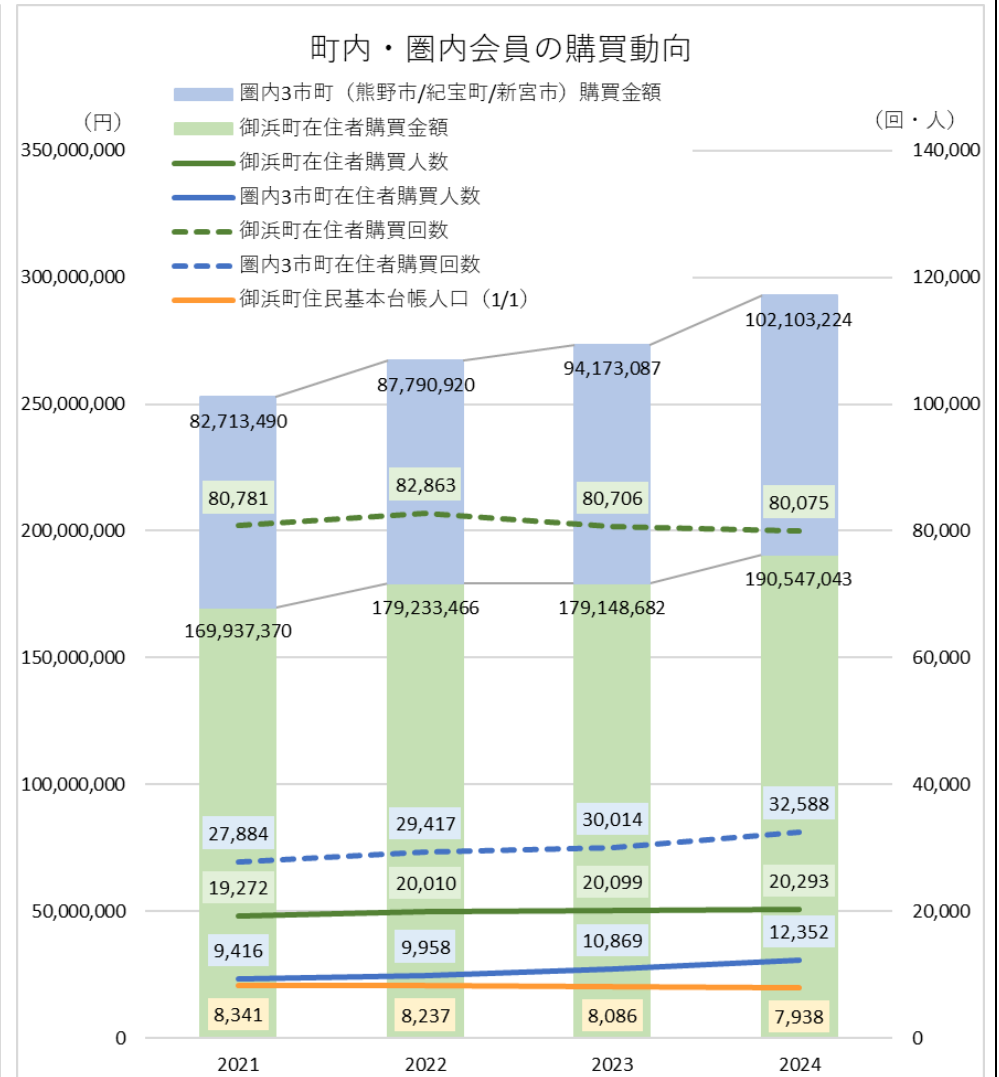
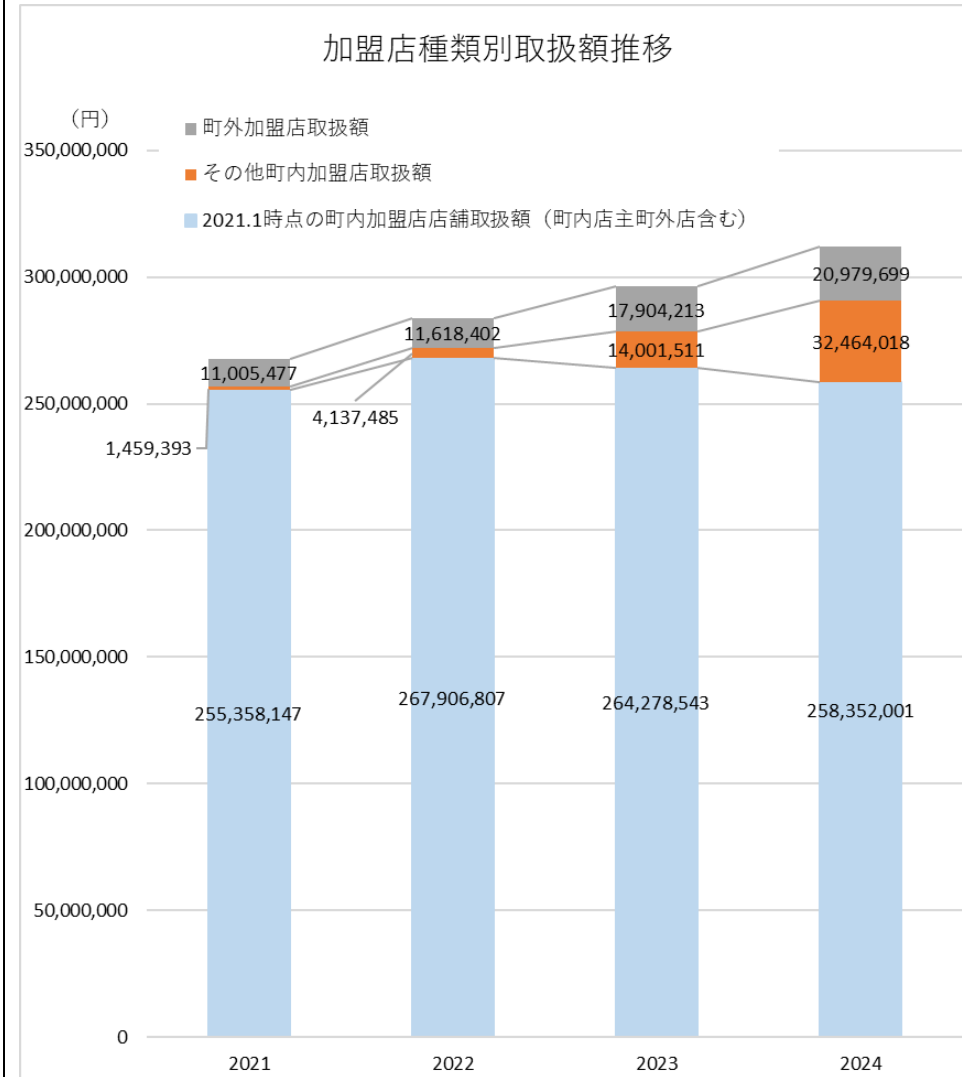


5. 外国人旅行者の動向



トピックス

(参考) KiiCard の御浜町内店舗及び町内会員の動向



トピックス

(参考) マネジメントデータ と マーケティングデータ

マネジメントデータ：地域（行政）の目標達成に向けた活動の効率化とリソース（資源）配分の最適化などに活用

町（地域）の商業の実態を憶測でなく、事実データで見えていないと、何が起きていて、どの施策をどのように行うかの判断ができません。また、その施策の結果を把握し、その成果や失敗を、次に繋げていくこともできません。

このため、御浜町エリアマネジメント調整会議の下、町の費用負担により、地域マーケティングセンターにマネジメントデータの集約機能を持たせて、町（地域）の実データの動向を把握できるようにしています。

なお、「御浜町総合計画」においては、町の行政運営の目標を次のように設定しています。さらに「商工観光分野の地域ビジョン」においても、同様の成果指標を採用し、行政と地域の目標の整合性を保っています。

【地域内経済循環の促進における成果指標】

成果指標	現状（令和元年度）	目標（令和7年度）	備考
地域消費額	4億4千4百万円/年	4億円/年	地域ポイントカードなどにより把握可能な地域消費額（推計）

※地域消費額の実額を把握する手段が他にないため、実数を把握可能な地域消費額（地域ポイントカードの取扱額及び一部の協力事業者から提供される実データ）を指標にしています。

マーケティングデータ：地域の事業者のマーケティング（売れる仕組みを作る）活動に活用

マーケティングデータは、地域の事業者のマーケティング（売れる仕組みを作る）活動を支援するためのデータです。これには、顧客の購買履歴、ウェブサイトの訪問履歴、ソーシャルメディアの活動データなどが含まれます。

主な活用目的は、顧客のニーズや行動を理解し、ターゲティングの精度を高め、売り上げを向上させることです。

このマーケティングレポートは、地域の事業者の皆さま、商工観光関連団体の皆さま、更にはこの地域にお住いの皆さまに、御浜町の商業及び観光面の現状をより正確に把握していただくことを目的として、**マネジメントデータ**を中心に整理し、作成・公表しています。

御浜町エリアマネジメント調整会議事務局

地域マーケティングセンター（(一社)ツーリズムみはま）