



# 令和5年度仙台市観光実態調査業務 結果報告書

2024年3月11日



## 目次

◆ 調査背景・目的/調査課題	P3
◆ 調査設計	P4
◆ 調査フロー・割付条件	P5
◆ ウェイトバック集計	P6
◆ 回答者プロフィール	P7
◆ エグゼクティブサマリー	P8～
◆ 調査結果サマリー	P16～
1. 観光指標（KPI）の結果	P22～
2. 仙台観光のニーズの理解	P39～
3. 消費額最大化の方向性の整理	P59～

### 報告書内の記述について

※n=30未満は参考値として記載

※「\*」は非聴取項目

# 調査背景・目的/調査課題

## 調査背景・目的

- ✓ 仙台市の目的である「市内の経済活性化」=「仙台を訪れる観光客の消費額の最大化」に向けて、観光指標（2023年仙台観光者の観光消費額等）のデータを収集し、目標達成に向けた進捗を把握。
- ✓ 同時に、2023年の仙台観光の観光実態等からニーズを理解し、効率的な目標達成に向けた戦略立案（ターゲット選定や提供価値等）→施策実行のためのヒントを得る。

## 調査課題

### 観光指標（KPI）の結果

# 1.

- ✓ 市場の仙台観光実績、2023年観光者の評価・・・仙台への観光リピート経験、総合満足度、再訪意向、観光消費単価など
- ✓ 市場の東北観光実績、2023年観光者の評価・・・東北への観光経験、総合満足度、再訪意向など

# 2.

### 仙台観光のニーズの確認

- ✓ 仙台観光の実態・・・仙台観光の目的、仙台観光時に訪れた観光地・観光スポット、仙台観光のイメージなど
- ✓ 東北周遊観光の実態・・・仙台市外で訪れた観光地など

# 3.

### 消費額最大化の方向性の整理

- ✓ 消費額が高いセグメントの整理・・・セグメント別の消費額など（どのような層の消費額が高いか？）
- ✓ リピーター獲得につながる要素の整理・・・再訪意向が高い人の次回観光動機、仙台観光のイメージなど

5 仙台市交流人口ビジネス活性化戦略2024の全体像

1 目的  
人口減少が予想される厳しい環境の中、コロナ禍を経て激化する都市間競争も見据えながら、本市の地域経済を持続的に発展させるために、交流人口の早期回復とさらなる拡大、交流人口ビジネスの活性化を図ることを目的とする。

2 目指す姿と期間  
目指す姿：観光消費の拡大による地域経済の活性化  
戦略期間：2024年～2026年（3年）

3 取組みの視点  
① コロナ禍前の観光水準  
② 魅力  
③ 観光消費  
④ 観光客  
⑤ 地域一体観光まちづくり

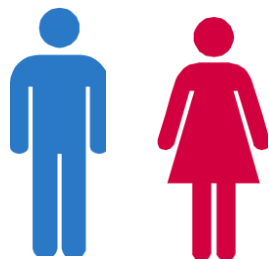
6 成果指標

1 達成目標  
2024年までに観光客数を過去最高の650万人泊

項目	2019年	2020年	2021年	目標値(2024年)
延べ宿泊者数(本市)	約824万人泊	約357万人泊	※	650万人泊

2 モニタリング指標  
本市を取り巻く状況の変化を把握するため、新たにモニタリング指標を設定

項目	2019年	2020年	2021年
外国人延べ宿泊者数(本市)	約33万人泊	約77万人泊	※
客室稼働率(本市)	約74%	約45%	約47%
コペンハーゲン帰国件数(本市)	671件	152件	※
日本国内の旅行消費額	約27.9兆円	約10.7兆円	※
仙台市内の旅行消費額(1人1泊あたり)	—	—	—
旅行の満足度(本市)	—	—	—
リピート観光実績(本市)	—	—	—



**調査手法** : オンライン定量調査

**調査対象** : マクロミルモニタ 男女20-79歳

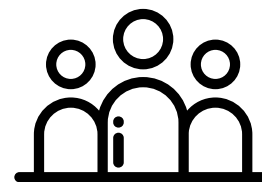
**調査会社** : 株式会社マクロミル

**調査時期** : 2024年1月19日～1月30日

**調査地域** : 北海道 / 東北 + 新潟※仙台市除く /  
北関東 / 一都三県 / 中部 / 関西 /  
中国 / 九州

※ 2019年の仙台流入宿泊者数の情報を参考に、  
一部地域は対象地域を流入数の多い県に限定。

- ・中部 : 長野県・岐阜県・静岡県・愛知県・三重県
- ・関西 : 京都府・大阪府・兵庫県
- ・中国 : 岡山県・広島県
- ・九州 : 福岡県・長崎・熊本



**対象者条件/サンプルサイズ (スクリーニング調査 ※以下「SCR」)**

人口を調査地域×性年代構成比にあわせて  
20,000ssで分析

**対象者条件/サンプルサイズ (本調査)**

**2023年1月-12月に仙台に訪問した人**を  
調査地域×性年代構成比率にあわせて2,108ssで分析

**調査票URL** (Pass : 8CQIvsuY)

<SCR>

<https://www.macromill.com/airs/exec/smartPvRLAction.do?rid=1213137&k=4d6dbb8d4c>

<本調査>

<https://www.macromill.com/airs/exec/smartPvRLAction.do?rid=1214424&k=cce08c3d9e>

# 調査フロー・割付条件

## SCR

調査対象：対象エリア\*の男女20-79歳  
 サンプルサイズ：20,000サンプル

- 割付設定：居住地×性別×年代で区分し、各セル「令和2年度の国勢調査の人口構成比」に基づいて回収

	男性20-29歳	男性30-39歳	男性40-49歳	男性50-59歳	男性60-79歳	女性20-29歳	女性30-39歳	女性40-49歳	女性50-59歳	女性60-79歳	計
北海道	59	70	93	86	174	57	70	96	93	207	1,005
宮城県	13	17	22	19	43	12	16	21	19	45	227
東北+新潟	88	112	148	142	305	80	107	142	143	334	1,601
北関東	83	98	130	114	228	72	89	120	110	241	1,285
一都三県	534	596	751	673	1,025	520	570	720	637	1,112	7,138
中部	216	249	325	291	522	198	231	309	283	568	3,192
関西	215	230	308	281	496	220	237	321	296	572	3,176
中国	57	65	85	72	147	55	63	84	75	164	867
九州	95	113	139	122	254	97	117	145	134	293	1,509
計	1,360	1,550	2,001	1,800	3,194	1,311	1,500	1,958	1,790	3,536	20,000

SCR調査の回答結果から、指定条件に合致した人（2023年の仙台訪問者）を抽出

## 本調査

調査対象：条件に合致する対象エリア\*の男女20-79歳  
 サンプルサイズ：2,108サンプル

- 割付設定：居住地×性別×年代で区分し、各セルはエリアごとに「令和2年度の国勢調査の人口構成比×指定条件の出現率」に基づいて回収

	男性20-29歳	男性30-39歳	男性40-49歳	男性50-59歳	男性60-79歳	女性20-29歳	女性30-39歳	女性40-49歳	女性50-59歳	女性60-79歳	計
北海道	18	17	27	16	37	24	14	10	11	38	212
宮城県	12	16	23	17	39	14	15	23	16	37	212
東北+新潟	30	28	42	39	59	37	33	43	39	67	417
北関東	24	17	20	20	33	18	16	12	17	33	210
一都三県	53	45	45	40	56	45	28	32	27	46	417
中部	23	17	24	14	42	17	11	14	15	34	211
関西	23	17	19	15	46	13	14	9	12	44	212
中国	8	14	14	10	19	8	4	7	10	15	109
九州	14	7	13	11	20	7	7	4	9	16	108
計	205	178	227	182	351	183	142	154	156	330	2,108

# ウェイトバック集計

- ✓ 本調査の各セルの回収数の合計値は、「2023年の仙台訪問経験者全体」の母集団構成比を表現していないため、SCRの回答結果から目標構成比(=母集団構成比)を算出し、ウェイトバック集計(WB集計)を実施。  
※WB集計は、回収されたサンプル(標本)を母集団の市場構成比に合わせて補正する方法を指す。

## ■ WB前n数

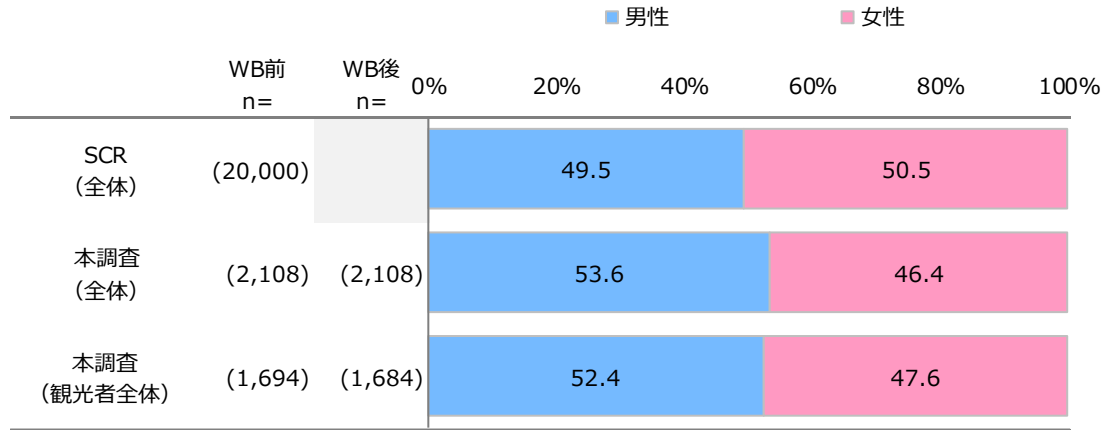
	男性20-29歳	男性30-39歳	男性40-49歳	男性50-59歳	男性60-79歳	女性20-29歳	女性30-39歳	女性40-49歳	女性50-59歳	女性60-79歳	計
北海道	18	17	27	16	37	24	14	10	11	38	212
宮城県	12	16	23	17	39	14	15	23	16	37	212
東北+新潟	30	28	42	39	59	37	33	43	39	67	417
北関東	24	17	20	20	33	18	16	12	17	33	210
一都三県	53	45	45	40	56	45	28	32	27	46	417
中部	23	17	24	14	42	17	11	14	15	34	211
関西	23	17	19	15	46	13	14	9	12	44	212
中国	8	14	14	10	19	8	4	7	10	15	109
九州	14	7	13	11	20	7	7	4	9	16	108
計	205	178	227	182	351	183	142	154	156	330	<b>2,108</b>

## ■ WB後n数

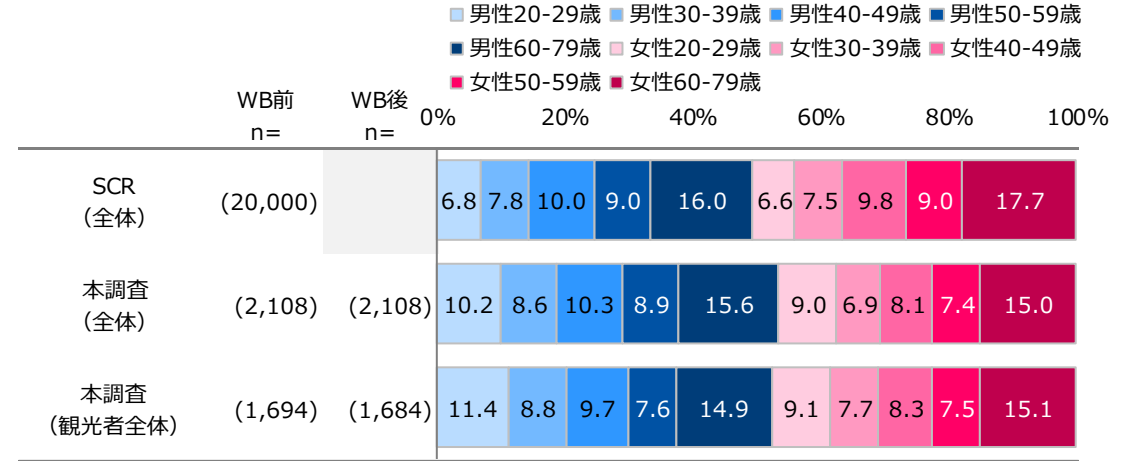
	男性20-29歳	男性30-39歳	男性40-49歳	男性50-59歳	男性60-79歳	女性20-29歳	女性30-39歳	女性40-49歳	女性50-59歳	女性60-79歳	計
北海道	8	5	7	5	11	7	4	3	3	12	65
宮城県	11	15	23	16	38	13	14	22	15	37	202
東北+新潟	44	42	60	57	87	53	49	63	57	100	612
北関東	17	12	14	14	24	12	11	8	12	23	148
一都三県	94	80	79	71	101	81	48	57	48	82	741
中部	16	12	17	9	28	12	7	9	10	23	142
関西	15	11	12	9	30	8	9	6	7	28	135
中国	3	3	3	2	5	2	1	1	2	5	27
九州	6	2	3	4	6	2	2	1	3	6	35
計	214	181	217	187	329	190	146	171	156	316	<b>2,108</b>

# 回答者プロフィール

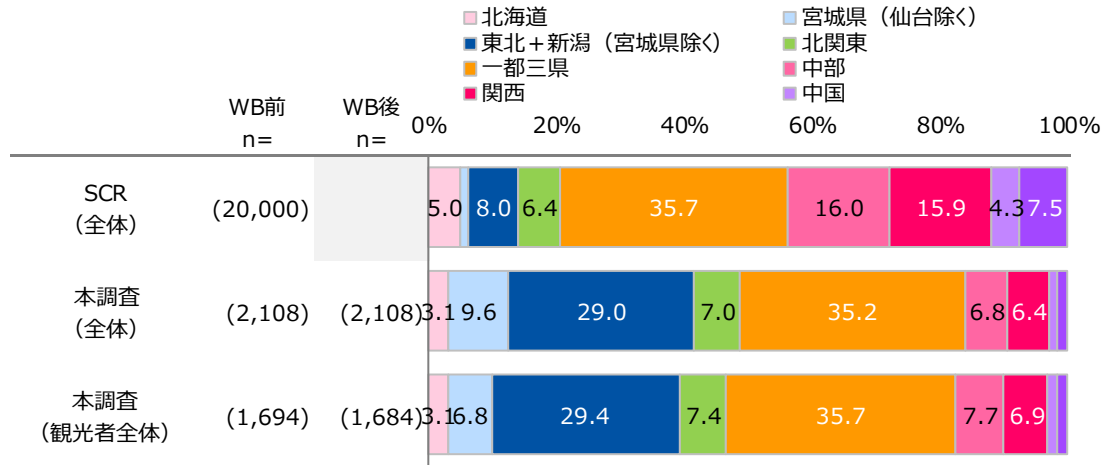
## 性別



## 性年代別

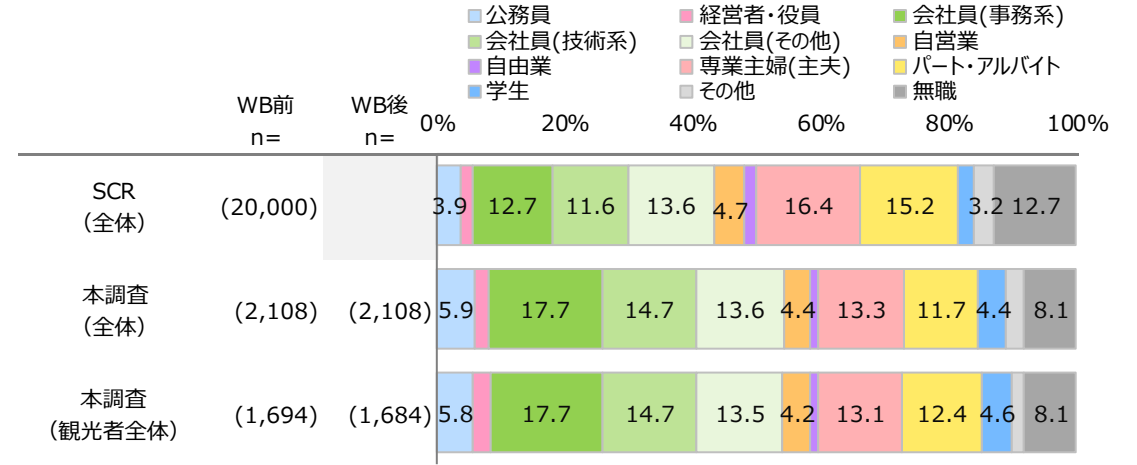


## 居住地



※3%未満のスコア非表示

## 職業



※3%未満のスコア非表示

# エグゼクティブサマリー



# 総括と考察

# 総括と考察 - 仙台の観光指標の結果

- ✓ 2023年の仙台訪問者は増加。新規層比率が高い北海道・中部以西からの訪問者が増え、結果としてリピーター比率は若干低下。
- ✓ 総合満足度は上昇したが、再訪意向は変化なし。旅行需要の落ち着きや、旅行価値観が影響した可能性も。
- ✓ 観光消費額は前年比110%。物価高騰の影響を受けたと思われるが、宿泊率向上も影響したか。

観光指標	2023年 結果	2022年 との差分	サマリー	市場や外部データ等を 踏まえて
<b>2023年訪問率</b> …市場全体における、仙台へ 2023年に訪問した人の比率	<b>5.9%</b>	<b>+0.6pt</b> (前年比110%)	●居住地では、“北海道や中部以西”と仙台から距離のあるエリアの訪問率が、 全体的に若干上昇 (2023年仙台訪問者に占める宮城/東北+新潟/関東のシェアは3.2pt低下)	●国内延べ旅行者数は、前年比119%/東北は前年比127%。 (※「マクロミル調査」は複数回訪問しても1回のカウント、「旅行・観光消費動向調査」 は複数回訪問したら複数カウントのため、比率は横並びに比較できない点は注意)
<b>市場全体</b> <b>観光経験率</b> …市場全体における、過去に仙 台観光の経験がある人の比率	<b>25.3%</b>	-0.8pt	●観光経験率は-0.8ptとわずかに低下しているが、前回と比較して統計的な有意 差なし(有意水準5%検定) ●低下傾向が相対的に強いのは、居住地では“宮城/東北+新潟/北関東/一都三 県”といった仙台近隣のエリア	●旅行価値観*1では、“なじみのある地域よりも、“行ったことのない地域へ旅行し たい”が強く、近隣エリア(リピーターが多い)からの流入<遠方エリアからの流入 がより増えた可能性(結果として、新規観光者の比率が高まったか)
<b>リピーター比率</b> …上記観光経験者に占める、リ ピーターの比率	<b>52.9%</b>	-1.8pt	●-1.8ptとわずかに低下(⇔新規観光者比率は1.8pt上昇) ●“宮城/東北+新潟/北関東/一都三県”といった仙台近隣のエリア(リピーターが多 いエリア)の観光経験率が若干低下したことが背景にあるか	
<b>2023年</b> <b>仙台</b> <b>観光者</b> <b>総合満足度</b> …2023年に仙台訪問時に観光 した人の、総合満足度(Top2)	<b>76.0%</b>	<b>+3.8pt</b>	●Top1スコアに差はないがTop2スコアが上昇し、前回と比較して統計的な有意差 あり(有意水準5%検定) ●要素別満足度では昨年より全体的に評価が上がっており、特に「自然景観」「観光 スポット」に関する要素のスコアがアップ	●コロナ禍中の旅行検討時の価値観として、「都市部よりも人の少ない自然の多 い場所を選ぶ」意識が比較的高いという調査結果*2も。 その意識の延長で「自然景観」へのニーズが高まり、仙台の環境が受容され、結果 的に満足につながった可能性
<b>再訪意向</b> …2023年に仙台訪問時に観光 した人の、再訪意向(Top2)	<b>63.0%</b>	0.0pt (差分なし)	●満足度は向上したが、再訪意向のTop2スコアは変化なし	●延べ旅行者数の前年比は、2021年→2022年のほうが高い(156%) また、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後の、旅行需要のピークが過ぎ て旅行需要が一定落ち着いた可能性 ●上記の旅行価値観*1と連動し、再訪意向が向上しなかった可能性も
<b>観光消費額</b> …2023年に仙台訪問時に観光 した人の、1人あたり消費単価	<b>34,889円</b>	<b>+3,119円</b> (前年比110%)	●外部要因(物価高)の可能性はあるが、2022年に比べて宿泊率が5pt以上高 まっており、単価向上に寄与した可能性も	●日本人の国内旅行消費単価は、前年比110%。仙台に限らず、他観光地で も同様に上昇した可能性

\*1\_じゃらんリサーチセンター：『国内宿泊旅行ニーズ調査 2023～2024冬報告書』P30より  
https://jrc.jalan.net/wp-content/uploads/2023/12/8910f0e61aec37470b33fdab906c2cb0.pdf

\*2\_JTB総合研究所：『「新型コロナウイルス感染症拡大による、暮らしや心の変化と旅行に関する意識調査(2022年4月)」』P8より  
https://www.tourism.jp/wp/wp-content/uploads/2022/04/covid19-tourism-202204-report.pdf

# 総括と考察 - 東北の観光指標の結果

- ✓ 東北観光の実態からみると、仙台は“東北観光における最初の接点”になっていると推察。
- ✓ 遠方エリア（中部以西）からの来訪者ほど周遊観光ニーズが高く、コンセプト評価でも“東北満喫旅”が受容されること（後述）を鑑みると、東北連携で仙台以外の地域も周遊させる観光は、仙台への誘客において重要なポイントのひとつと考察。

観光指標	2023年 結果	サマリー	解釈・方向性の仮説	
市場全体	<b>観光経験率</b> …市場全体における、過去に東北観光の経験がある人の比率	<b>35.0%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●居住地でみると、域内（宮城・東北+新潟）や、相対的に近隣の北関東・一都三県に観光経験者が多い。</li> <li>※仙台市居住者は調査対象に含まれない点は注意</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●東北の観光経験率は35.0%/仙台の観光経験率は25.3%⇒東北観光経験者に占める仙台観光経験者の比率は72.3%と高いことから、仙台は“東北観光における最初の接点”になっていると思われる（東北の交流人口を活性化するための鍵）</li> </ul>
	<b>リピーター比率</b> …上記観光経験者に占める、リピーターの比率	<b>72.0%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●上記と同様、宮城・東北・北関東・一都三県のリピーター比率が高い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●上記もあって「東北に観光に来る人」と「仙台に観光に来る人」の特性は近い（居住地の構成は近い）ことから、ターゲティング等の戦略検討をする際に東北観光・仙台観光で連動するほうが効率的か</li> </ul>
2023年 東北 観光者	<b>市外観光率</b> …2023年に仙台市外の地域にも観光をした人の比率	<b>66.7%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●中部以西のエリアからの来訪者は特に市外観光率が高い</li> <li>●具体的には、「仙台以外の宮城県（松島）」「岩手県（「平泉」「盛岡・雫石）」「山形（「タウンエリア」「山寺）」への訪問率が高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●遠方エリアからの来訪者は、仙台市外も含めた周遊観光のニーズが強いこと、また市外を周遊する観光の再訪意向は仙台単体の再訪以降よりもやや高く、リピーター育成の方向性のひとつとして、東北連携は有効と思われる（コンセプト評価でも、「仙台を拠点に東北満喫旅」は上位）</li> </ul>
	<b>総合満足度</b> …2023年に市外の地域にも観光した人の、市外も含めた観光の総合満足度（Top2）	<b>74.1%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●域内（宮城・東北+新潟）からの満足度は相対的に低く、7割を下回る。相対的に満足度が高いエリアは「一都三県」で、満足度は8割越え</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●仙台を主目的として観光した人のほうが、主目的としなかった人よりも東北観光の満足度・再訪意向が高いため、仙台を介在させたほうが提供価値が高まる可能性（コンセプトのように、東北観光の便利な拠点としての役割を担うなど）</li> <li>※青森や秋田といった遠方よりも、近場の宮城・山形と連携したほうが、仙台は主目的になりやすい</li> </ul>
	<b>再訪意向</b> …2023年に市外の地域にも観光した人の、仙台を含めた東北観光の再訪意向（Top2）	<b>66.7%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●中部以西の再訪意向は特に低く、6割を下回る。</li> <li>●ただし、仙台市単体での再訪意向を聴取した場合に比べると全体的にスコアは高い</li> </ul>	
	<b>宿泊率/複数泊率</b> …2023年に市外の地域にも観光した人の、宿泊率全体/2泊以上宿泊率	<b>94.3%/ 58.9%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ほぼ全員が宿泊しており、域内（宮城・東北+新潟）以外の全エリアで95%を超える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●仙台以外の地域も周遊させることも踏まえてコミュニケーションを行えば、結果として宿泊や延泊につながりやすい可能性</li> <li>●宿泊は仙台市内で行う人も多いため、仙台市内の消費額にもメリットあり</li> </ul>

# 総括と考察 - 仙台観光実態を踏まえた方向性仮説

- ✓ 観光実態は、「宮城・東北＋新潟」「関東」「北海道＋中部以西」と仙台との距離に応じて傾向が変わるため、以下セグメントに分けて実態を整理。（関東は、“市場人口ボリューム”や“移動手段が車⇔新幹線”で、北関東・一都三県で実態が異なることから分けて記載）
- ✓ トрендとしては、「街歩き」「ショッピング」といった仙台都心での体験が減り、仙台西部・東部・市外への訪問ニーズが増している状況。

## サマリー

		仙台への観光目的	観光体験（市内）	観光体験（市外）	解釈・方向性の仮説
2023年観光全体		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 仙台への観光目的・テーマは「本格グルメ」がトップ。</li> <li>● 昨年に比べて、「自然・景観」「温泉」「歴史・文化」のスコアが上昇、「ショッピング」「街歩き」のスコアは低下。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 認知率は「仙台城跡」「秋保温泉」「国分町」、訪問先は「仙台城跡」「秋保温泉」「三井アウトレットパーク仙台港」「国分町」「定禅寺通」が上位。</li> <li>● 時系列では、「秋保温泉」「作並温泉」の認知率が上昇。訪問先はトータルで見るとあまり変化はないが、中心部への訪問が若干低下。（※エリア差はあり）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 仙台市外への訪問では、他宮城県内への訪問率が高く、半数近くが訪問。（※エリア差はあり）</li> <li>● 隣県の「岩手」「山形」への訪問者が相対的に多く、具体的な場所は「松島」「平泉」「山形市タウンエリア」「山寺」が上位。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光目的や観光体験を踏まえると、「都市観光系の体験（ショッピングや街歩き等）」→「郊外・市外での歴史や自然等の体験」へとニーズ/行動範囲が変化している可能性。</li> <li>● 観光目的によって“市内・市外の観光スポットの訪問率”の高い・低いが変わるため、市外への周遊促進（広域連携）も体験価値を高めるために検討すべきか。</li> </ul>
※市場占有率×顧客成長率のマップも分類的に参考	宮城（仙台除く） 東北＋新潟	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「ショッピング」がトップ。</li> <li>● ただし「ショッピング」は昨年よりスコアは低下、代わりに「温泉」「自然・景観」のスコアが上昇傾向。（特に県内）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「定禅寺通り」「三井アウトレットパーク仙台港」「うみの杜水族館」への訪問率が高い。</li> <li>● 昨年に比べ市内中心部の訪問率は低下、一方仙台西部・東部の各スポットの訪問率が上昇。（特に県内）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 他エリアに比べて、仙台市外への訪問者は少ない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自然・温泉目的や、仙台市西部・東部への訪問が増えていることを踏まえて、体験価値を検討する必要があるか。あくまでショッピングが主目的のため、そこを踏まえるべき。（提供価値の方針や観光の動線など）</li> </ul>
	一都三県	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「本格グルメ」がトップ。他の観光目的に対して突出してスコアが高く、半数以上が選択。</li> <li>● 昨年と比較して、「自然・景観」「歴史・文化」のスコアが上昇しており、加えて「温泉」のスコアも上昇。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「仙台城跡」「秋保温泉」「国分町」の訪問率が高い。</li> <li>● 時系列で比べても、訪問先に目立った変化はない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 仙台市外への訪問では、他宮城県内への訪問がメイン。</li> <li>● 県外へ周遊する層も少なからずいるが、「北海道＋中部以西」ほどボリュームはなく、行動範囲はそこまで広くない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自然・温泉目的のニーズが増えているが、遠方までは訪問せずあくまで主目的は「本格グルメ」のため、仙台周辺・グルメを中心とした体験価値が受容される可能性が高い。</li> <li>※一都三県は日本各所へのアクセスがよいため、差別化観点は重要に（仙台のコンパクトさ、都心と自然が近いことなど）</li> </ul>
	北関東	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「本格グルメ」「自然・景観」のスコアが高く4割前後。</li> <li>● 一都三県と同様、昨年より「自然・景観」「歴史・文化」「温泉」のスコアが上昇。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「仙台城跡」「瑞鳳殿」「秋保温泉」への訪問率が高い。</li> <li>● 昨年に比べ市内中心部の訪問率は低下傾向、一方仙台西部への訪問率が上昇。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 仙台市外への訪問では、他宮城県内への訪問がメイン。</li> <li>特徴的なのは「福島」のスコアが高い点。（車で移動する場合に通過する地点のためか）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 一都三県と傾向は似ているため、方針は近いと思われるが、移動手段は「自家用車」が多数派（6割以上）であることを踏まえた動線の検討が必要に。（一都三県は新幹線の訪問が多い）</li> </ul>
	北海道＋中部以西	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「自然・景観」「歴史・文化」に集中。</li> <li>※北海道は傾向が異なり、「本格グルメ」「街歩き」が高い。</li> <li>● 昨年と比較して、全体的に「自然・景観」「歴史・文化」のスコアの上昇が目立つ。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「仙台城跡」「瑞鳳殿」のスコアが高く、市内では歴史・文化系の観光体験がメイン。</li> <li>● 他エリアに比べて、昨年よりも市内の各観光スポットの訪問率が若干低下。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 仙台市外への訪問者が多く、他宮城県内にとどまらず、北東北も含めた県外にも訪問・周遊観光する層が多い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光目的が「自然・景観」「歴史・文化」に集中していることや、市外への訪問ニーズが高いことを踏まえると、優先的に広域連携・東北連携して体験価値を高めるのが望まれると推察。</li> <li>※北海道のみ仙台に留まる傾向も見られたため、方針が異なる可能性も</li> </ul>

# 総括と考察 – “消費額最大化”観点でのセグメント整理

今回調査では遠方エリアからの訪問者増加傾向がみられたため完全にフォーカス外となるのではなく、あくまで優先度をつけた場合として記載

- ✓ 今回調査した内容のうち、観光消費額へ影響があると考えられる指標を抜粋してエリア別に整理。
- ✓ “短期的”な目標達成目線では、『リピーター獲得』が優先と考えると、ターゲットは「宮城・東北＋新潟」「一都三県」と考察。  
(リピーターは消費額(単価)が高い結果がみられること、新規観光客は獲得コスト(費用・時間)がかかりやすい点を踏まえて)

## 観光消費額と関連する指標 (仮説)

	市場占有率 (相対マーケットシェア)	市内観光消費額の 金額シェア率	観光消費額 (単価)	再訪意向、 およびリピーター比率	宿泊率/延泊率	総合満足度	仙台観光未経験者に 占めるボリューム
	施策でリーチする ボリュームが大きい	消費額の源泉であり、 関係性維持が重要	単価の高さは 消費額に直接影響	リピーター育成の ハードル	消費額が高い宿泊費は、 単価向上へ影響	仙台的提供価値との 親和性の高さ	新規観光客の開拓
<b>宮城 (仙台除く) 東北＋新潟</b>	・ボリュームは約半数で最も高い。	・3割弱の金額シェアを占める。	・宮城県の単価は約19,000円、東北＋新潟の単価は約30,000円。	・宮城/東北＋新潟共に再訪意向は相対的に高い。 ・リピーター比率も、各エリア8割以上で高い。	・宮城は半数は非宿泊。 ・一方東北＋新潟は7割が宿泊している。延泊率は15%。	・宮城の総合満足度は63%で低いが、東北は7割を超える。	・ボリュームは約5-6%
<b>一都三県</b>	・ボリュームは3割弱。	・金額シェア率は最も高く4割越え。	・約39,000円。	・再訪意向は65%で相対的に高い。 ・リピーター比率も、5割以上で高い。	・宿泊率は約8割、延泊率も3割弱と高い部類に入る。	・総合満足度は8割越え。	・ボリュームは約33%
<b>北関東</b>	・ボリュームは約4%。	・シェア率は最も低く7%。	・約34,000円。	・再訪意向は57%でやや低め。 ・一方リピーター比率は5割以上で相対的に高い位置にある。	・宿泊率は約7割、延泊率は2割弱。	・総合満足度は77%。	・ボリュームは約5%
<b>北海道 ＋ 中部以西</b>	・ボリュームは約13%。	・宮城・東北＋新潟に次いで3番手で、24%。	・中部が約37,000円と相対的に低いが、それ以外は38,000円以上。	・再訪意向は相対的に低い。 ・北海道を除き、リピーター比率は4割を下回る。	・宿泊率はいずれも8割越え、延泊率は北海道・中北では4割を超える。	・中国を除いた、各エリアで総合満足度は75%を超える。	・エリアを総括すると、6割近いシェア



# 総括と考察 - エリアごとの提供価値方針

- ✓ 再訪意向が高い人のニーズと、提示したコンセプト評価の特徴を以下に記載。

## 宮城・東北＋新潟

### 優先度仮説 (前頁踏まえ)

- ✓ 仙台訪問者の相対マーケットシェア率の半数以上を占め、市内消費額を支える源泉でもあることから、優先的に関係性を築きたいターゲット

### 再訪動機/ コンセプト評価

- ✓ 再訪意向Top1層は、「気軽に観光できる」「ショッピングが充実している」「ふらっと訪れてもいい時間が過ごせる」が高い特徴がある。
- ✓ コンセプト評価は、エリア全体ではスコアが突出して高いものはないが、性年代別では
  - ・男性20-30代：「防災環境都市仙台」 ※レジャー・アクティビティ系に反応したと仮説
  - ・女性20-30代：「気軽に仙台おでかけ旅」
  - ・女性60-70代：「クラフト旅」「リトリート旅」が高い。

## 一都三県

- ✓ 仙台訪問者の相対マーケットシェア率が高く、市内消費額を支える主要なエリアであることから、優先的に関係性を築きたいターゲット  
(リピーター育成に成功すれば、KGIへのインパクトが特に大きい)

- ✓ 再訪意向Top1層は「仙台の街並みが好き」「お気に入りの、魅力的な料理店やレストランがある」「魅力的な宿泊施設がある」が高い特徴がみられる。
- ✓ コンセプト評価は全体的に「仙台旬なグルメ」「東北満喫旅」が高い。それ以外では、
  - ・男性20-30代：「気軽に仙台おでかけ旅」「リトリート旅」
  - ・女性20-30代：「気軽に仙台おでかけ旅」
  - ・女性60-70代：「リトリート旅」が高い。

## 北関東

### 優先度仮説 (前頁踏まえ)

- ✓ 相対マーケットシェア率が宮城・東北＋新潟、一都三県に比べて劣り、投資対効果が低いということを踏まえると、優先順位は次点  
※リピーター育成のしやすさはあるため、関係性の現状維持は必要

### 再訪動機/ コンセプト評価

- ✓ 再訪意向Top1層は、「自然と都会の距離が近い」「リフレッシュ・休養に向いている」「見どころが多い、何度でも楽しめる」のイメージが高い。
- ✓ 提示したコンセプトでは「旬な仙台グルメ」よりも「リトリート旅（作並温泉）」のTop2スコアが高く、リトリート旅のコンセプト受容度が高いのは男性よりも女性。

## 北海道・中部以西

- ✓ 観光消費額は高いが、再訪意向の相対的低さ（リピーター育成の難易度の高さ）から優先順位は次点。ただし、今回このエリアの訪問率は上昇したため無視できない  
(全国旅行支援等の外部要因も影響したか)

- ✓ 再訪意向Top1層は「歴史や伝統」「近隣エリアも含めて楽しめる」「ここでしか楽しめない自然景観や絶景がある」が高い特徴がみられる。
- ✓ コンセプト評価は全体的に「仙台旬なグルメ」「東北満喫旅」が高い。それ以外では、
  - ・男性20-30代：「気軽に仙台おでかけ旅」「クラフト旅」「リトリート旅」
  - ・女性20-30代：「気軽に仙台おでかけ旅」が高い。

# 総括と考察 - エリアごとの提供価値方針

- ✓ ここまでの全体の結果を踏まえ、エリアごとの提供価値の仮説を記載。

## 提供価値 (コンセプト) 仮説

### 宮城・東北＋新潟

- ✓ コンセプトで目立ってスコアが高いものはないが、比較的スコアが高いのは「リトリート旅」で、2023年の仙台観光でも「温泉」「自然景観」のスコアが昨年より上昇していたことも踏まえると、「リトリート旅」がマッチしやすいと考えられる。  
(「リトリート旅」の評価が相対的に高いのは女性60-70代)
- ✓ ただし、このエリアは「気軽に訪問」「ショッピング」等が評価ポイントであり、ショッピングの消費額が高いため、別の方向性の検討も必要か。  
(若年に受容された「気軽に仙台旅」「防災環境都市」は、ショッピング施設が近くにあるため、消費額最大化に向けてより効率的な可能性も)

### 北関東

- ✓ コンセプトの「リトリート旅」の評価が高く、また仙台までの移動手段が「車」であり、作並温泉まで移動手段がスムーズなこと/作並内での移動手段がストレスフリーなことを踏まえると、「リトリート旅」がよりマッチすると考えられる。  
(「リトリート旅」の評価が相対的に高いのは女性)
- ✓ 再訪意向で「絶対に訪問したい」と回答した層からは、「見どころが多い」「何度でも楽しめる」のイメージがついていることから、仙台のメジャーな観光スポットだけではなく「コアな魅力」も優先的に伝え/体験させて、リピーター育成につなげることが消費額伸長の鍵となるか。

## 提供価値 (コンセプト) 仮説

### 一都三県

- ✓ コンセプトの「旬な仙台グルメ」への反応が特に高く、またグルメ体験が特に欠かさないベネフィットのため、「旬な仙台グルメ」がよりマッチすると考えられる。
- ✓ リピーターが獲得できれば効率的に消費額最大化につながるが、このエリアはアクセス観点から競合が多く、エリア内でのターゲット選定→ターゲットへ差別化された価値提供の重要度はより高い。(他の付加価値をつける必要があると考察。)

仮説：若年は「気軽におでかけ旅」の評価も高いが、高齢層に比べて可処分時間が限られる若年にとっては、仙台の温泉や自然がコンパクトにまとまっている環境がベネフィットの可能性があり、若年層を狙う際にはこの部分の訴求も強める、など。(再訪意向Top1層は「アクセスのよいところで自然や温泉を楽しめる」「仙台の街並みが好き」が再訪動機にもなっている)

### 北海道・中部以西

- ✓ コンセプトの「東北満喫旅」の評価が高く、かつ仙台・東北観光の宿泊日数が多い(滞在期間が長い)ことから、東北各地を周遊する時間が確保できる層であることを踏まえると、「東北満喫旅」がよりマッチすると考えられる。
- ✓ 再訪意向が低く、何度も仙台・東北に訪問しないエリアであるため、仙台を拠点に1回の滞在期間をどのくらい伸ばせるか？が消費額伸長の鍵と考察。  
(ニーズがある自然景観/歴史・文化の観光スポットの魅力を、仙台以外も含めて優先的に伝えていく、など)

# 調査結果サマリー



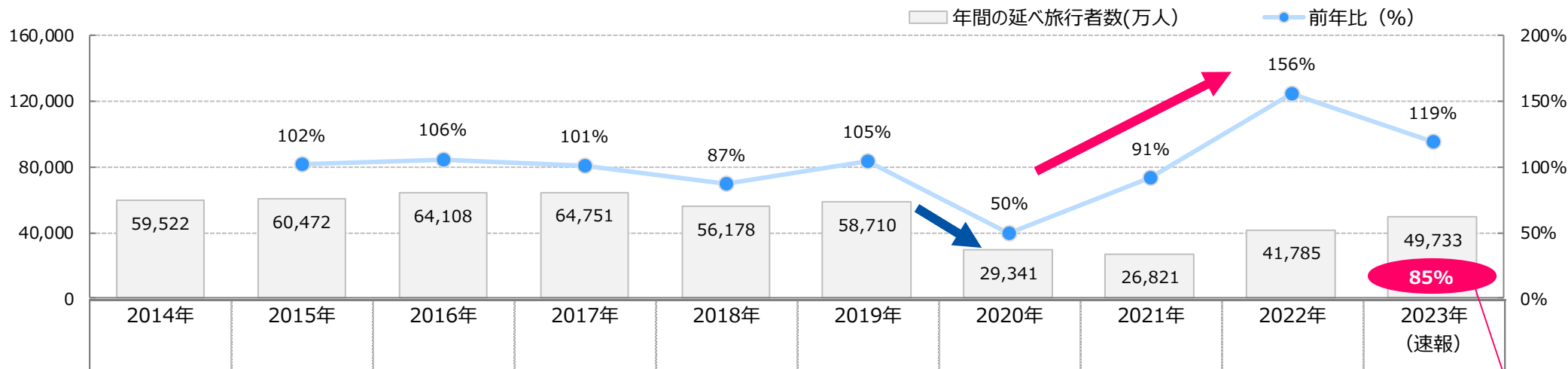
# 0.市場の旅行・観光実態 (外部データより)

# 延べ旅行者数・旅行消費単価

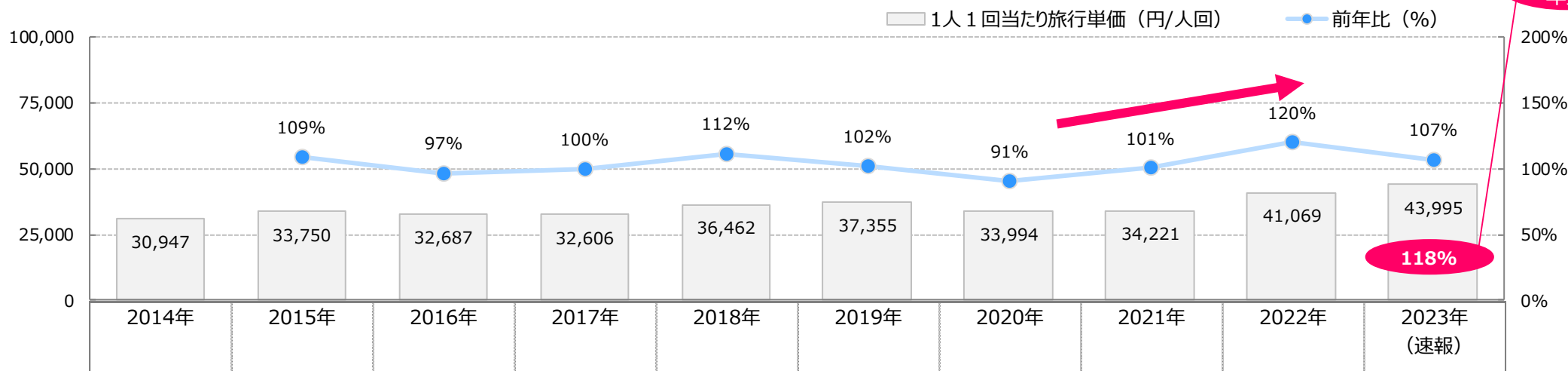
観光庁：旅行・観光消費動向調査より

- ✓ 延べ旅行者数/旅行消費単価共に、2022年に続き上昇傾向。ただし、2021年→2022年ほどの変化はない。
- ✓ 旅行消費単価は2019年の数字に対して118%と高く、2023年は物価高の影響を受けた可能性。

## 延べ旅行者数



## 旅行消費単価



2019年比

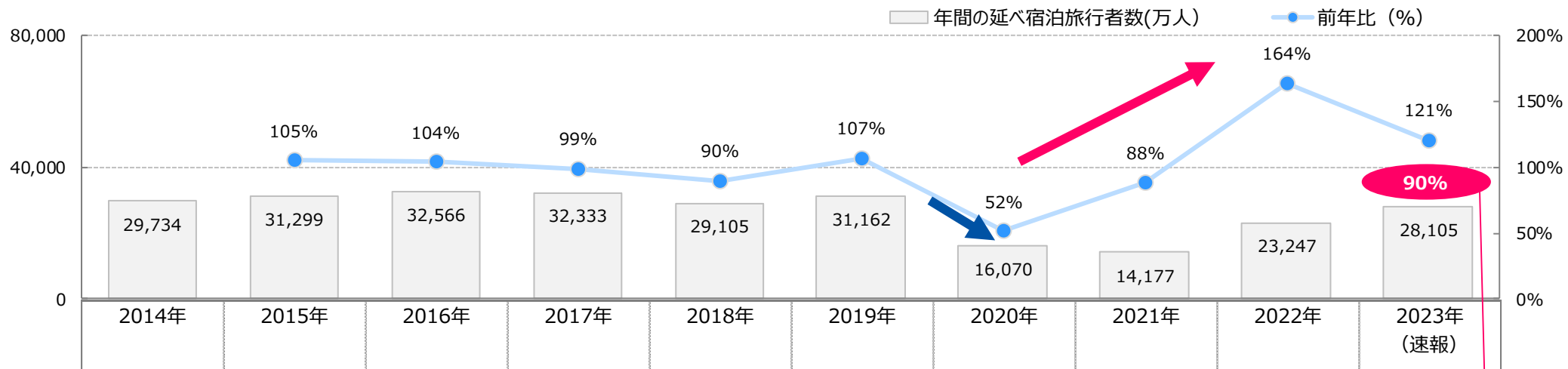
85%

118%

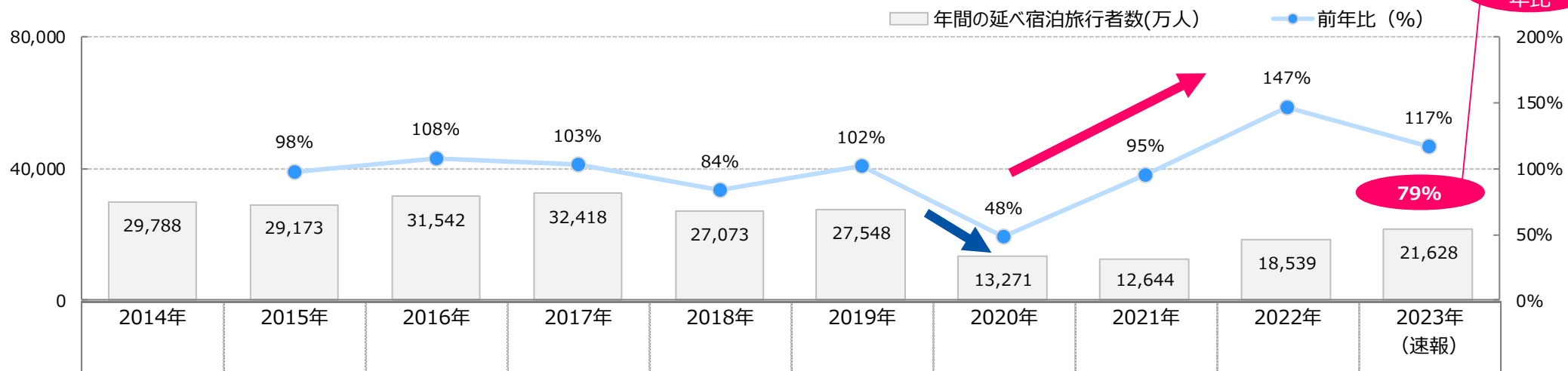
# 延べ旅行者数（宿泊/日帰り）

- ✓ 宿泊と日帰りを比較すると、「宿泊旅行」のほうが前年比および、2019年比が高く回復傾向。
- ✓ 全国旅行支援の影響も考えられ、遠方エリア（日帰りではいけないエリア）への旅行ニーズが増している可能性があるか。

## 延べ宿泊旅行者数



## 延べ日帰り旅行者数

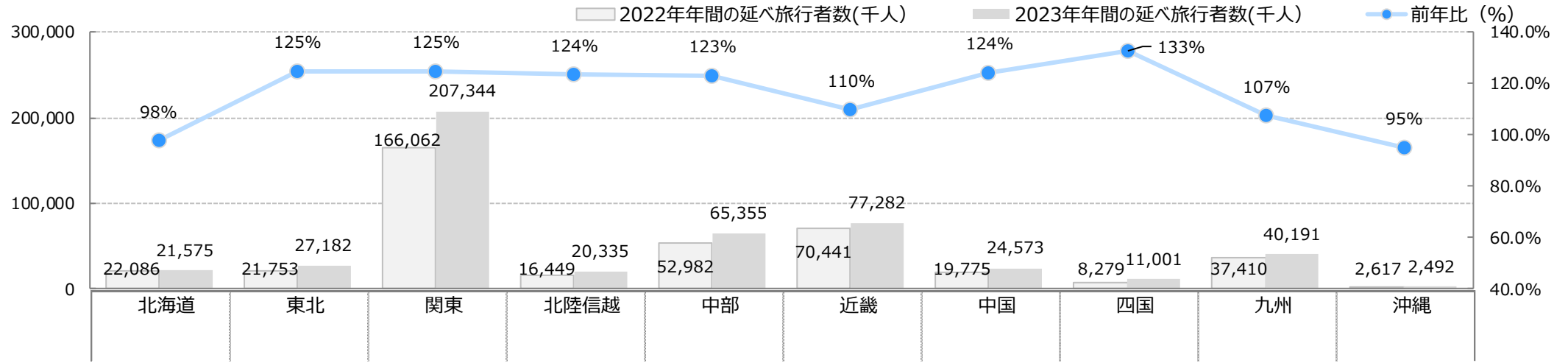


# 延べ旅行者数（居住地/主目的地域）

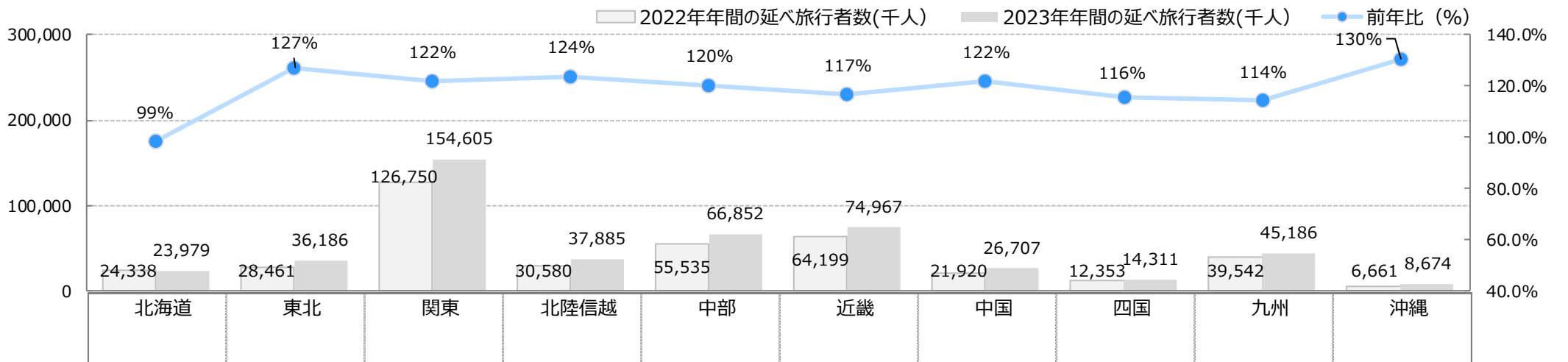
- ✓ 各居住地の延べ旅行者数は、北海道・沖縄を除き増加。ターゲットと考えられる東北・関東エリアも125%と前年比が高い。
- ✓ 主目的地域の延べ旅行者数は、北海道を除き増加。東北は127%と前年比が高い。

※2023年の結果は速報値含む

**延べ旅行者数**  
※居住地別



**延べ旅行者数**  
※主目的地域別



# 旅行に関する生活者心理

※調査対象：全国3,231人（スクリーニング調査にて11月以降の旅行について、いずれかの時期に「旅行に行く予定である」または「まだ予定はないが、旅行に行きたい」と回答した人

## 旅行に関する生活者心理

いずれかの時期に旅行意向のある人の生活者心理について、「旅行に行くことは気軽にできる」の合計割合は55.1%だった。

「旅程には余裕を持たせたい」の合計割合は84.0%、「リラックスできる旅行をしたい」の合計割合は75.7%、「旅程は自分で全て決めたい」の合計割合は75.3%だった。

旅行の価値観として、「行ったことのない地域へ旅行したい」>「なじみのある地域へ旅行したい」の関係性となり、同じ地域に（短期では）リピートしづらい可能性がある。（≒再訪意向が生まれにくい環境の可能性）

[B] 旅行先の情報は旅行先に着いてから得ようとする	35.8	50.6	11.9	2.9
[A] 事前に旅程を詳細に決めておきたい	24.0	46.6	24.7	4.7
[B] 臨機応変に旅程を変更したい	28.0	56.0	13.7	3.1
[A] 旅程には余裕を持たせたい	11.4	40.0	41.8	6.9
[B] 旅程には予定をたくさん詰め込みたい	18.0	43.4	29.7	8.9
[A] たくさんの観光スポットを訪れたい	5.2	19.0	54.5	21.2
[B] 限られた観光スポットをじっくり訪れたい	23.6	50.1	22.0	4.3
[A] 旅行先を先に決めてから何をしたいかを決める	16.6	43.7	32.2	7.6
[B] 何をしたいかを先に決めてから旅行先を決める	17.9	43.4	31.2	7.6
[A] 刺激の多い旅行をしたい	4.0	20.7	48.7	26.6
[B] リラックスできる旅行をしたい	25.8	46.5	23.7	3.9
[A] 刺激の多い旅行をしたい	25.8	46.5	23.7	3.9
[B] リラックスできる旅行をしたい	25.8	46.5	23.7	3.9

[A] 行ったことのない地域へ旅行したい	23.6	50.1	22.0	4.3	2.9
[B] なじみのある地域へ旅行したい					

[B] 特定の宿泊地を拠点に観光したい	25.8	46.5	23.7	3.9	2.9
[A] 旅行に行くか行かないかは自分の判断で決める					
[B] 旅行に行くか行かないかは周囲の人の意見を参考に決める					

※単一回答項目の平均値については、【A】に近い=4、どちらかといえば【A】に近い=3、どちらかといえば【B】に近い=2、【B】に近い=1とした時の加重平均により算出。

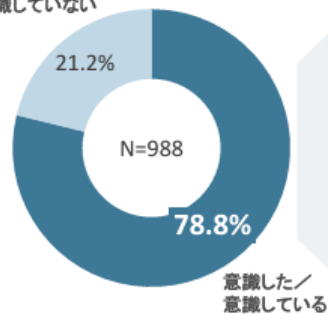
※調査対象：988人（22年4月～23年3月に国内旅行を予定・検討している人）

コロナ禍中の旅行に関するデータではあるが、旅行の検討タイミングでは、新型コロナウイルスによる感染対策の一環として、「自然が多い場所」を選ぶ意識が生まれたという結果も。

## 旅行の予約・検討時に新型コロナの感染対策を意識するか

JTB総合研究所

特に意識しなかった／意識していない



\* 回答者は2023年3月までに国内旅行を予定・検討している人

### 具体的に意識したこと

少人数や身近な人だけの旅行にする	40.7%
短期間の旅行にする	32.0%
宿泊施設のタイプや設備を配慮する	31.3%
土日祝日など、混みあう時間帯や日には避ける	31.1%
都市部よりも人の少ない自然が多い場所を選ぶ	30.3%
不特定多数の人が集まる団体ツアーは避ける	29.7%
公共交通ではなく自家用車を使える場所にする	29.5%
感染者数が少ない場所・地域を選ぶ	29.5%
出発の直前まで予約を控えた／控える	20.7%
実家や友人宅には宿泊しない／宿泊するのを避ける	14.4%

N=779

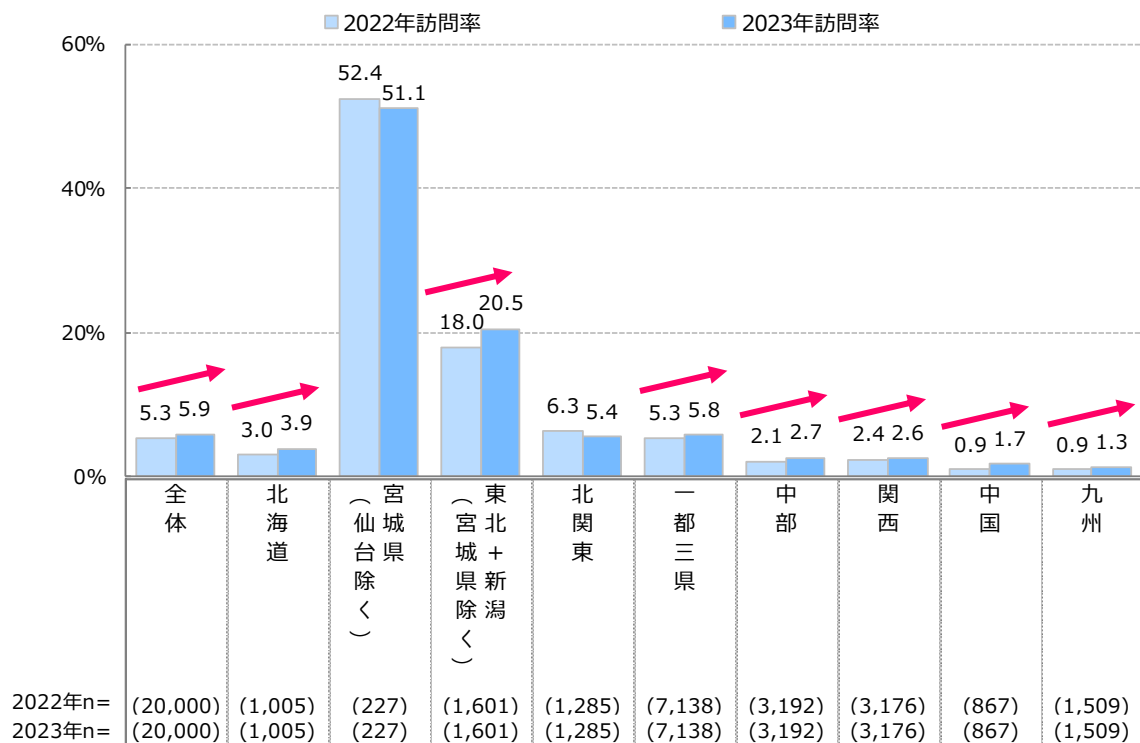
# 1.観光指標の結果

## 1-1.仙台観光（時系列比較あり）

- ✓ 2022年の仙台訪問率は全体で5.3%、2023年の仙台訪問率は全体で5.9%で0.6pt上昇。（前年比にすると110%）
- ✓ 北海道・中部以西の遠方エリアでは全体的に訪問率が上昇傾向。結果として、宮城/東北+新潟/関東（相対的近隣エリア）からの訪問者のシェア率は79.4%と、昨年より3.2pt低下。

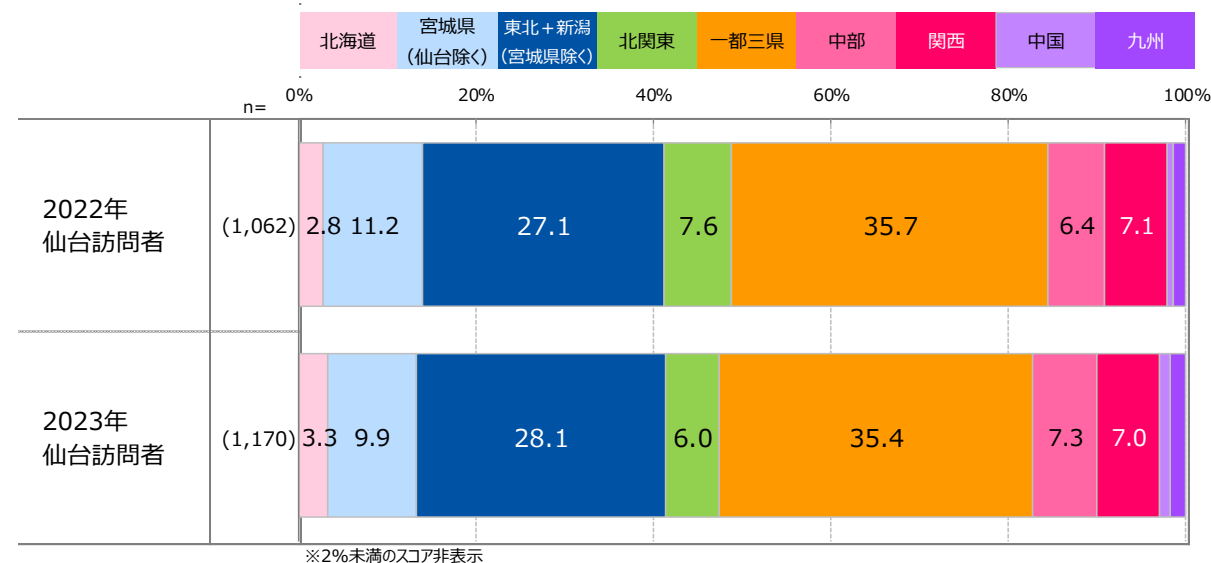
## 仙台への直近1年間の訪問率（居住地別）

※ベース：全体



## 仙台訪問者の居住地シェア率

※ベース：全体

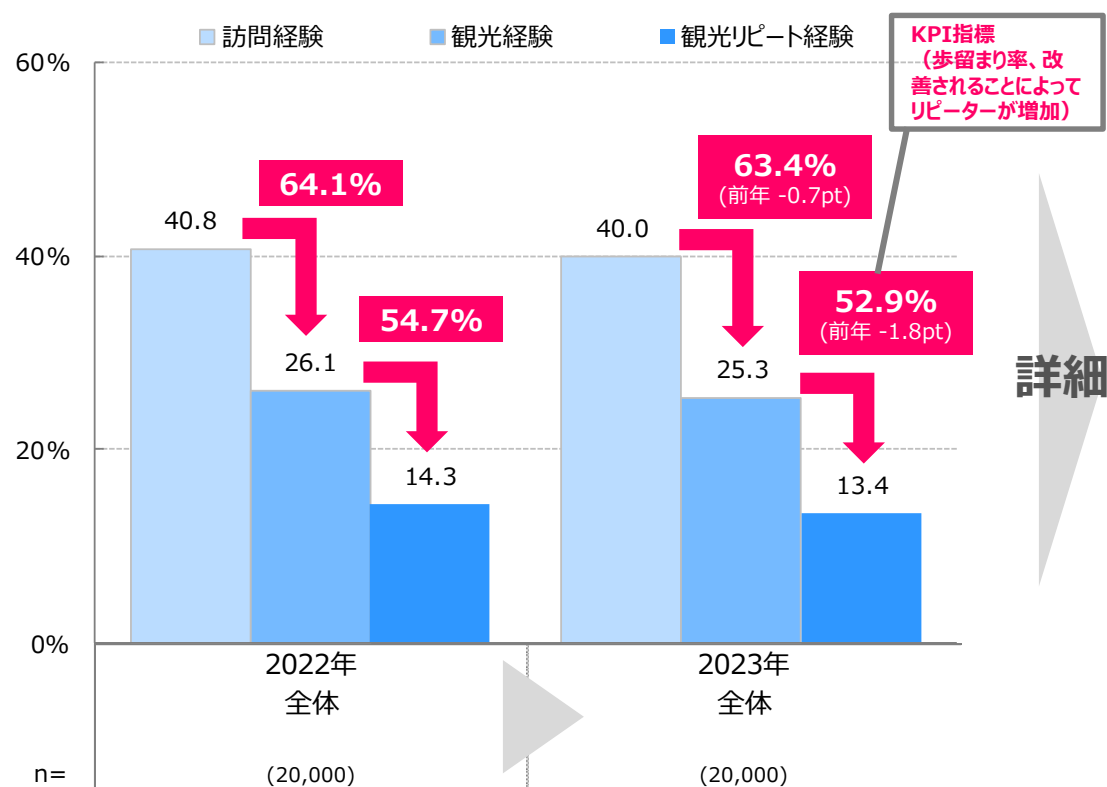


「宮城県(仙台除く)」+「東北+新潟」+「関東」  
 ⇒ **79.4%** (2022年のスコア -3.2pt)

- ✓ 全体の仙台訪問経験率/観光経験率は、2022年時点:40.8%/26.1%、2023年時点:40.0%/25.3%と横ばい。
- ✓ 観光経験や観光リピート経験が豊富なのは、仙台に相対的に近い宮城～一都三県のエリア居住者。  
ただし、これらのエリア居住者は昨年に比べてややスコアが低下傾向。

## 仙台への訪問率, 観光経験率, 観光リピート経験率

※ベース：全体



詳細

n=	訪問経験 (2023年)	⇒ 観光経験/ 訪問経験	観光経験 (2023年)	⇒ 観光経験/ 観光リピート経験	観光リピート経験 (2023年)	2022年調査との 差分 (2023年-2022年)		
						訪問経験	観光経験	観光リピート経験
全体 (20,000)	40.0	63.4%	25.3	52.9%	13.4	-0.8	-0.8	-0.9
北海道 (1,005)	39.0	47.4%	18.5	48.4%	9.0	1.7	-0.3	0.3
宮城県 (仙台除く) (227)	84.6	45.8%	38.8	85.2%	33.0	-4.4	0.4	-1.8
東北+新潟 (宮城県除く) (1,601)	76.8	64.7%	49.7	83.2%	41.3	-1.7	-3.1	-2.2
北関東 (1,285)	53.2	72.2%	38.4	55.3%	21.2	-0.6	-1.1	-2.4
一都三県 (7,138)	47.8	65.3%	31.2	51.1%	16.0	-1.4	-1.1	-1.0
中部 (3,192)	26.1	62.2%	16.3	35.6%	5.8	-0.3	-0.6	-0.6
関西 (3,176)	25.5	63.1%	16.1	34.1%	5.5	-1.0	0.0	-0.6
中国 (867)	18.6	57.8%	10.7	32.3%	3.5	1.2	1.3	0.2
九州 (1,509)	18.2	54.2%	9.9	34.9%	3.4	-0.1	-0.3	-0.2

SQ2S1/S3. 以下の地域へ訪問経験について、あなたにあてはまるものをそれぞれすべて選択してください。\*観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含まれます。(MA)  
SQ3S2. 以下の地域へ観光を目的とした訪問経験がある方にお聞きします。あなたがこれまでに、それぞれの地域に観光を目的として訪問した回数を選択してください。【仙台】(SA)



# 観光ファンネル（他都市比較）

- ✓ 観光経験率やリピート率が相対的に高いのは「札幌/横浜/京都/大阪/神戸」。仙台と構造が近いのは、「名古屋/広島/福岡」。
- ✓ 他都市に比較すると、仙台はリピーター層の比率が低く、観光未経験者の比率が高い。リピーター育成、ならびに仙台観光をしたことがない人の誘客、これら両面で伸びしろがある状況。

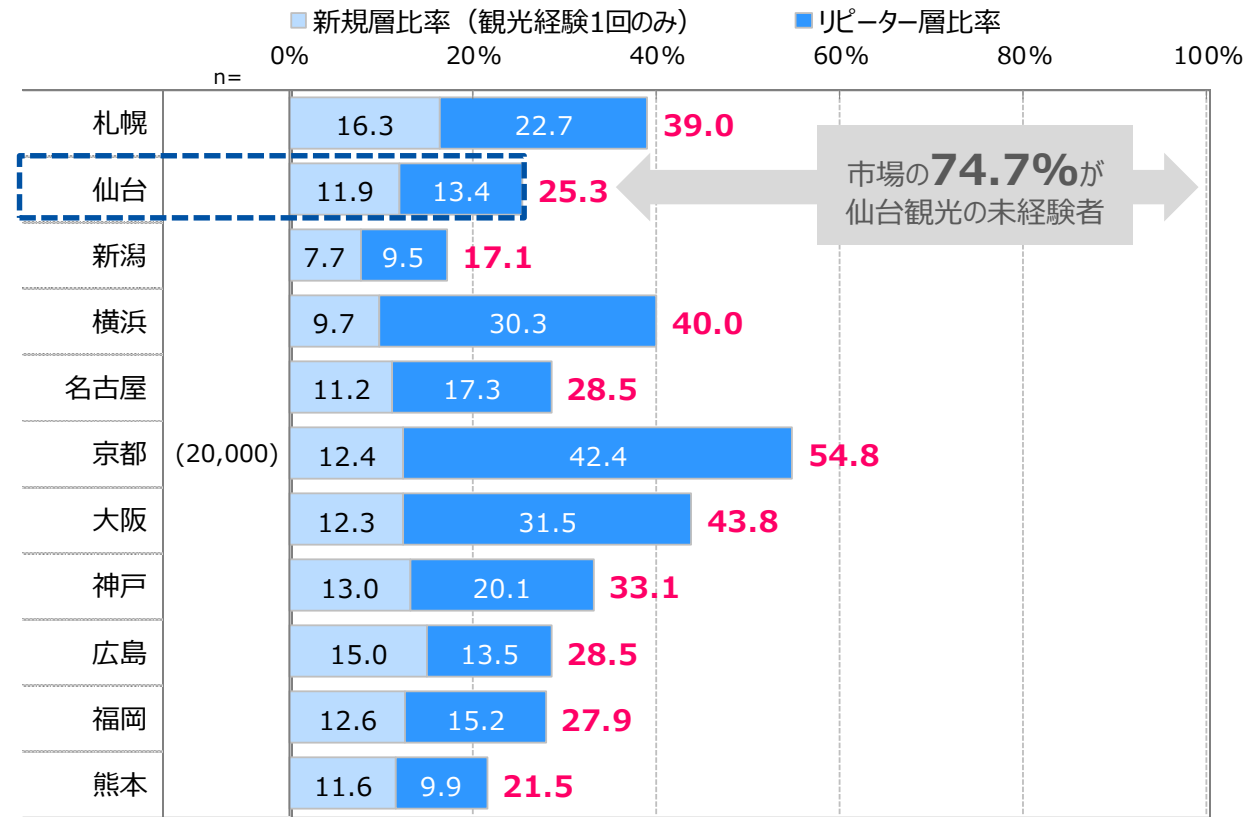
## 訪問率,観光経験率,観光リピート経験率

※ベース：全体

n=	訪問経験 (2023年)	⇒ 観光経験/ 訪問経験	観光経験 (2023年)	⇒ 観光経験/ 観光リピート 経験	観光リピート 経験 (2023年)
札幌	53.8	72.4%	39.0	58.2%	22.7
仙台	40.0	63.4%	25.3	52.9%	13.4
新潟	30.8	55.6%	17.1	55.3%	9.5
横浜	63.3	63.2%	40.0	75.8%	30.3
名古屋	52.2	54.5%	28.5	60.7%	17.3
京都 (20,000)	74.4	73.7%	54.8	77.4%	42.4
大阪	68.8	63.7%	43.8	72.0%	31.5
神戸	51.0	64.9%	33.1	60.6%	20.1
広島	43.5	65.4%	28.5	47.4%	13.5
福岡	44.4	62.7%	27.9	54.7%	15.2
熊本	31.7	67.7%	21.5	46.2%	9.9

## 新規層,リピーター層比率

※ベース：全体



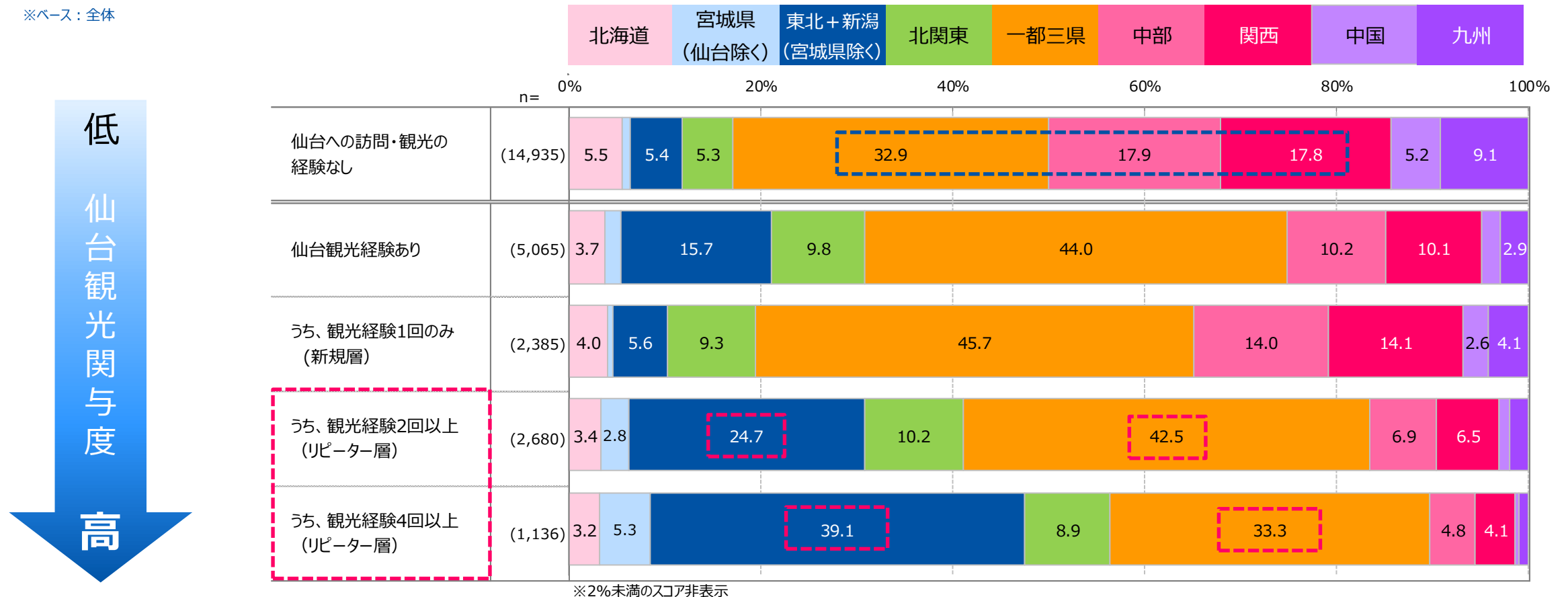
SQ2S1/S3. 以下の地域へ訪問経験について、あなたにあてはまるものをそれぞれすべて選択してください。\*観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含まれます。(MA)  
 SQ3S1-S11. 以下の地域へ観光を目的とした訪問経験がある方にお聞きします。あなたがこれまでに、それぞれの地域に観光を目的として訪問した回数を選択してください。(SA)

# 関与度別の居住地シェア率

- ✓ 仙台への観光経験がない層でシェアが高いのは、「一都三県」「中部」「関西」で、“観光未経験者の誘客”を狙う際に優先的に意識すべきエリア。一方、仙台観光の経験がある層やリピーター層でシェア率が高いのは、「東北+新潟」「一都三県」。“リピーター育成”を狙う際のターゲットと思われる。

## 仙台観光経験別の居住地シェア率

※ベース：全体

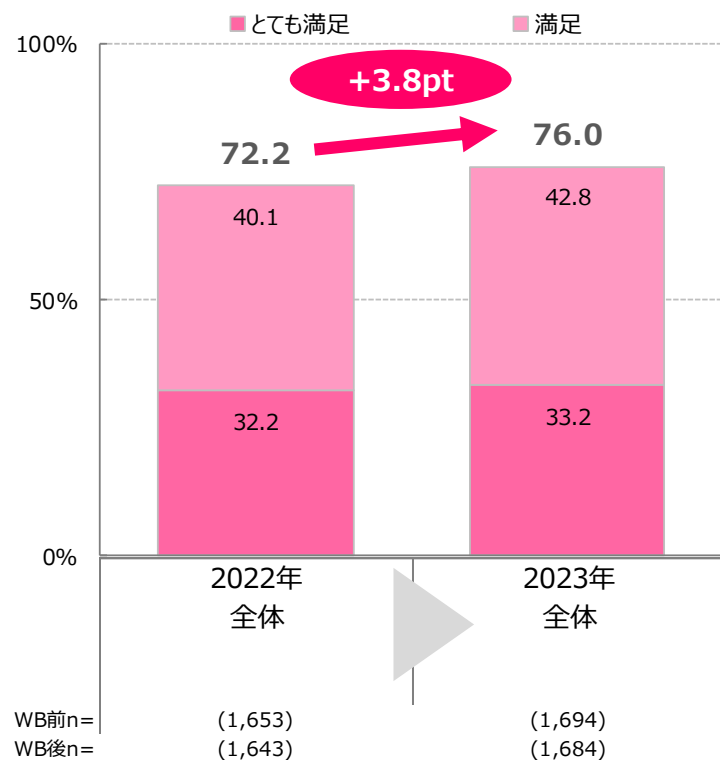


SQ2S1/S3. 以下の地域へ訪問経験について、あなたにあてはまるものをそれぞれすべて選択してください。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含まれます。(MA)  
 SQ3S2. 以下の地域へ観光を目的とした訪問経験がある方にお聞きます。あなたがこれまでに、それぞれの地域に観光を目的として訪問した回数を選択してください。【仙台】(SA)

- ✓ 総合満足度（Top2）は、2022年の調査から3.8ptアップし76%。再訪意向については、特にスコアに変化なし。
- ✓ 観光消費額は、前年比110%の34,889円。

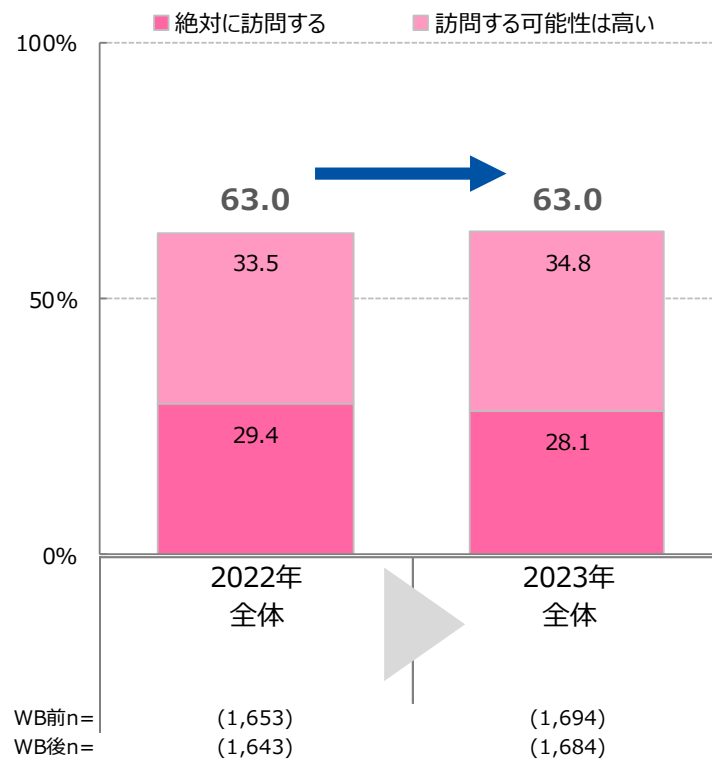
## 総合満足度

※ベース：仙台観光者



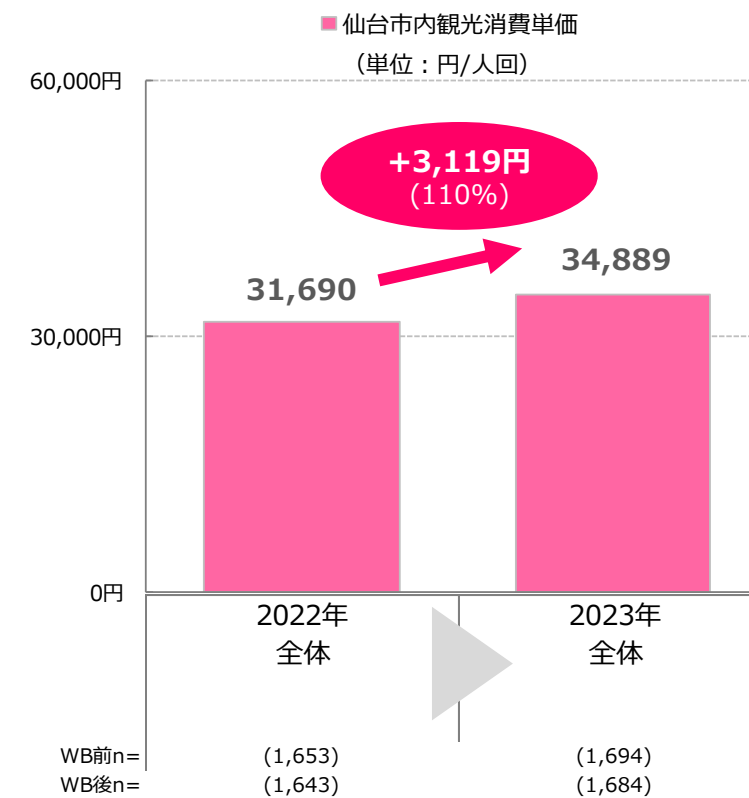
## 再訪意向

※ベース：仙台観光者



## 観光消費額（単価）

※ベース：仙台観光者



Q17. あなたは今回「仙台」に訪問して、総合的にどの程度満足しましたか。最もお気持ちに近いものを選択してください。(SA)

Q20. あなたは今後観光を目的として、「仙台」にどの程度訪問したいと思いますか。最もお気持ちに近いものを選択してください。※宿泊や日帰りは問いません。(SA)

Q16. 今回（[Q6の選択内容]）の仙台（宮城県）への訪問に関して、以下の項目ごとにあなた1人分の支出金額をそれぞれ選択してください。※あなたが支払いをしていない場合は、ご自身はどのくらい費用負担が必要だったかを回答してください。

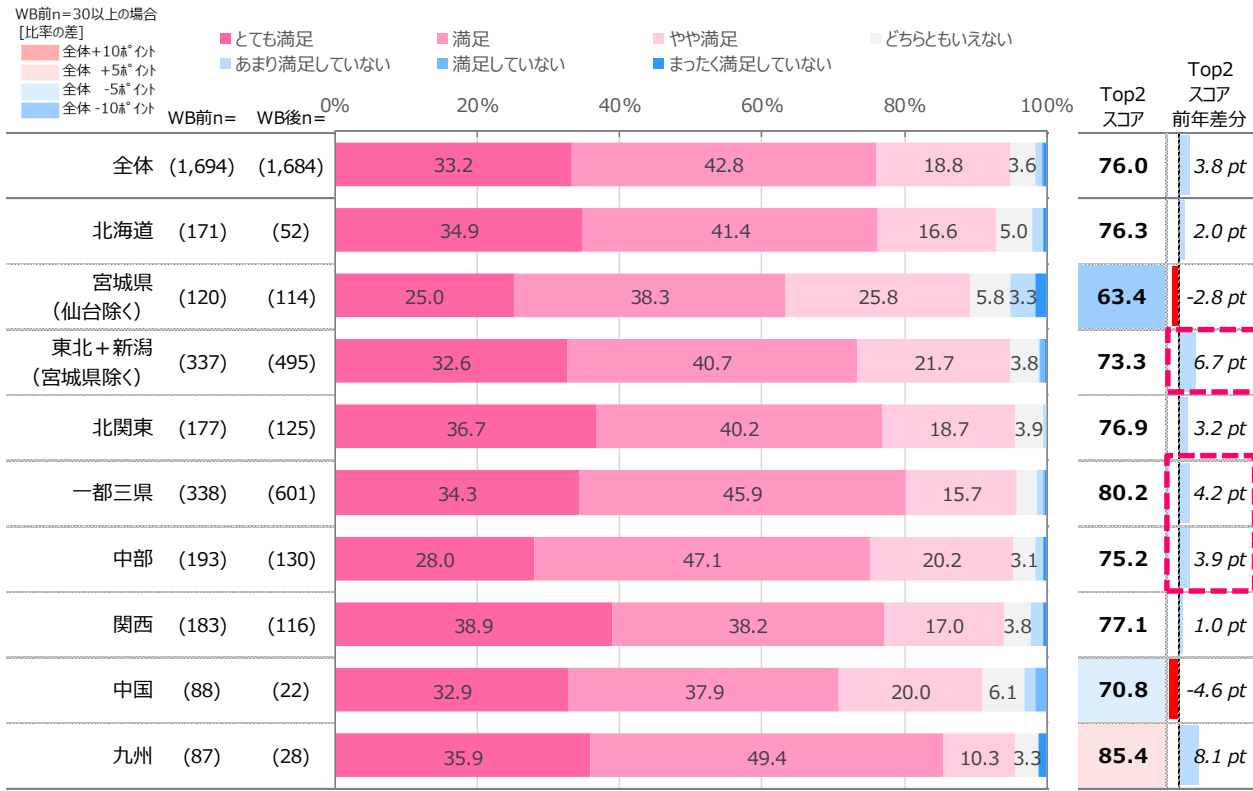
※グループの場合は1人あたりに換算してお答えください。(SA)

# 総合満足度・再訪意向

- ✓ 総合満足度(Top2)は、宮城/中国を除きいずれのエリアでも2022年に比べてスコアがアップ。
- ✓ 再訪意向(Top2)でわずかに上昇がみられるのは、東北+新潟/一都三県/中部のエリア。(相対的に満足度が上昇したエリア)一方で、他エリア(特に遠方の中国/九州)の再訪意向は低下しており、トータルで見ると再訪意向は2022年との差はない。

## 仙台観光の総合満足度

※ベース：仙台観光者

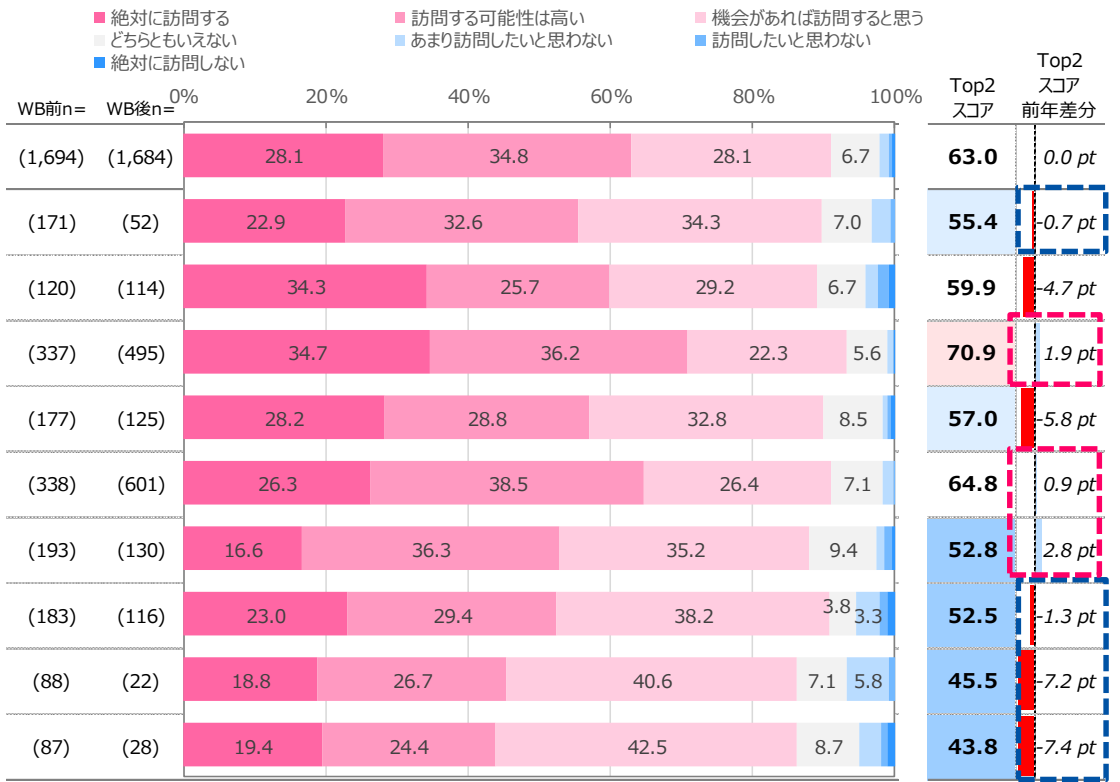


n数は2023年のみ掲載

※3%未満のスコア非表示

## 仙台観光の再訪意向

※ベース：仙台観光者



n数は2023年のみ掲載

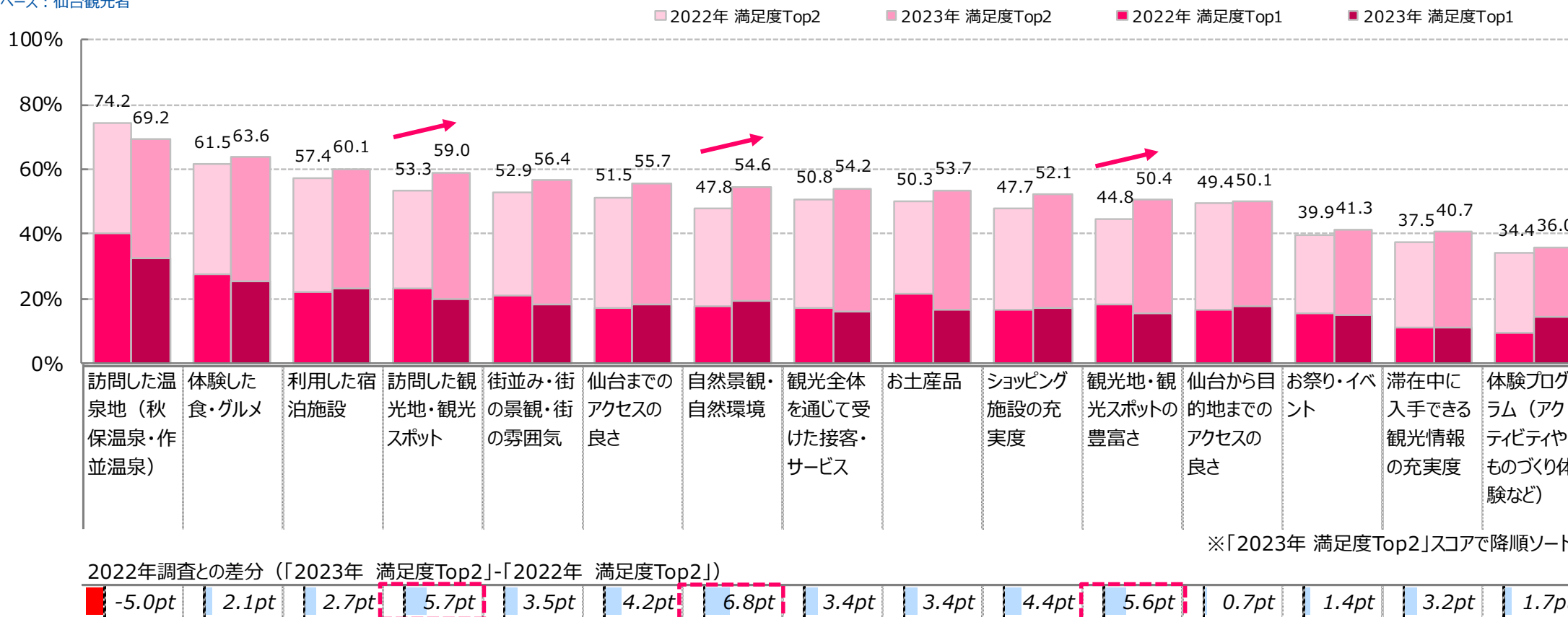
Q17. 引き続き、あなたが【Q4の選択内容】を目的として、【Q6の選択内容】に「仙台」に訪問した時のことをお願いします。あなたは今回「仙台」に訪問して、総合的にどの程度満足しましたか。最もお気持ちに近いものを選択してください。(SA)

Q20. あなたは今後観光を目的として、「仙台」にどの程度訪問したいと思いますか。最もお気持ちに近いものを選択してください。※宿泊や日帰りは問いません。(SA)

- ✓ 「訪問した温泉地」を除き、全体的に各要素の満足度は向上。  
 その中でも、満足度が相対的に上がっているのは「自然景観・自然環境」「訪問した観光地・観光スポット」「観光地・観光スポットの豊富さ」といった、自然や観光スポットに関する要素。

## 仙台観光の要素別満足度

※ベース：仙台観光者



Q16S1-S15. それでは、あなたは「仙台」を観光して、以下の項目ごとにどの程度満足しましたか。それぞれお気持ちに近いものを選択してください。(SA)

- ✓ 「自然景観・自然環境」「訪問した観光地・観光スポット」「観光地・観光スポットの豊富さ」について、満足度が相対的に上がっているのは、居住地では東北+新潟/北関東/一都三県/中部以西（中国除く）。
- ✓ 前頁で、総合満足度の低下がみられた宮城と中国は、他エリアに比べて昨年よりスコアが下がっている要素が多い。

## 仙台観光の要素別満足度（Top2）

※ベース：仙台観光者

	訪問した温泉地（秋保温泉・作並温泉）	体験した食・グルメ	利用した宿泊施設	訪問した観光地・観光スポット	街並み・街の景観	仙台までのアクセスの良さ	自然景観・自然環境	観光全体を通じて受けた接客・サービス	お土産品	ショッピング施設の充実度	観光地・観光スポットの豊富さ	仙台から目的地までのアクセスの良さ	お祭り・イベント	滞在中に入手できる観光情報の充実度	体験プログラム（アクティビティやものづくり体験など）
北海道	69.5	<b>68.2</b>	57.5	60.6	57.8	53.7	55.7	51.7	<b>62.3</b>	42.7	47.4	49.2	33.4	43.8	35.9
宮城県（仙台除く）	69.3	50.8	53.4	50.1	50.0	53.5	48.6	40.1	33.4	46.1	35.9	46.7	42.0	34.4	29.4
東北+新潟（宮城県除く）	67.3	60.5	58.2	57.8	56.4	53.7	50.1	<b>56.1</b>	52.2	<b>58.6</b>	52.6	47.2	43.0	40.6	32.4
北関東	66.5	66.1	59.2	62.1	57.6	53.8	53.7	51.4	55.3	47.4	49.2	45.2	33.2	37.8	37.1
一都三県	69.2	<b>68.0</b>	62.6	60.3	<b>58.6</b>	<b>61.8</b>	58.0	<b>56.8</b>	<b>58.2</b>	<b>54.6</b>	<b>53.2</b>	<b>55.3</b>	<b>44.2</b>	41.1	<b>39.9</b>
中部	77.1	62.6	58.0	58.9	52.8	49.2	52.8	55.5	52.8	44.5	51.4	45.2	34.7	43.0	<b>40.5</b>
関西	67.5	64.6	<b>63.4</b>	<b>62.3</b>	55.4	48.7	<b>62.5</b>	51.4	54.1	41.1	44.8	<b>50.3</b>	40.1	43.2	36.8
中国	<b>80.6</b>	55.9	<b>64.5</b>	58.7	55.9	48.8	<b>59.8</b>	51.5	40.2	30.0	42.8	47.4	42.1	36.6	32.4
九州	<b>81.0</b>	63.4	50.9	60.2	51.7	47.9	57.8	49.2	53.0	42.0	46.7	49.2	34.8	<b>46.1</b>	37.1

	訪問した温泉地	体験した食・グルメ	利用した宿泊施設	訪問した観光地・観光スポット	街並み・街の景観	仙台までのアクセスの良さ	自然景観・自然環境	観光全体を通じて受けた接客・サービス	お土産品	ショッピング施設の充実度	観光地・観光スポットの豊富さ	仙台から目的地までのアクセスの良さ	お祭り・イベント	滞在中に入手できる観光情報の充実度	体験プログラム
北海道	-14.1	5.7	1.8	4.2	2.4	-3.3	1.5	-6.5	8.2	-2.7	0.7	0.7	-2.0	-0.0	3.6
宮城県（仙台除く）	-0.3	0.5	-11.3	3.8	-4.7	-0.4	-0.9	-6.6	-13.3	-5.5	-5.5	0.0	-1.9	2.7	0.2
東北+新潟（宮城県除く）	-3.2	5.3	-0.3	7.4	8.9	5.9	<b>10.3</b>	10.7	6.0	7.9	12.4	0.3	5.1	4.2	3.4
北関東	-2.1	4.4	-0.6	8.2	3.2	3.1	1.4	0.7	1.2	2.7	5.7	-1.8	-8.1	2.4	-2.6
一都三県	-6.7	1.9	6.2	5.0	3.4	7.2	<b>8.1</b>	3.7	5.2	7.3	6.0	2.7	0.9	3.1	2.4
中部	0.3	-3.6	3.3	4.2	-1.1	0.4	2.8	1.7	2.3	0.6	6.4	0.7	1.3	6.1	3.5
関西	-9.6	-2.2	2.7	6.7	-0.3	1.2	6.1	-4.9	4.9	-2.8	-7.9	-2.4	4.7	0.4	1.5
中国	6.0	-6.3	0.2	-2.9	6.0	-3.7	4.9	1.5	-7.5	-18.9	-3.3	1.0	5.6	-3.9	-10.1
九州	20.1	2.4	3.6	5.5	-2.7	-1.3	18.6	-3.2	3.7	2.9	4.1	1.1	7.4	5.4	-2.2

Q16S1-S15. それでは、あなたは「仙台」を観光して、以下の項目ごとにどの程度満足しましたか。それぞれお気持ちに近いものを選択してください。（SA）

- ✓ 観光消費額を項目別にみると、「宿泊費」「飲食費」の前年比が特に高く、物価高の影響を受けた模様。
- ✓ 居住地別にみると、特に前年比が高いのは北関東と中国で、これらのエリアは宿泊・飲食の項目に限らず全体的に前年比が高い。

## 仙台市内の観光消費額（単価）

※ベース：仙台観光者

### 1人当たりの平均金額

※単位：円/人回	WB前n=		WB後n=	仙台市内 全体 (右記の合計)	市内の 交通費	飲食費	宿泊費	娯楽等 サービス費	ショッピング・ 買い物代	その他支出
	WB前n=	WB後n=								
全体	(1,694)	(1,684)		<b>34,889</b>	3,636	7,066	10,475	3,512	6,617	3,583
北海道	(171)	(52)		<b>38,324</b>	4,874	9,064	10,375	3,482	6,946	3,583
宮城県 (仙台除く)	(120)	(114)		<b>19,107</b>	1,329	3,609	4,734	1,949	5,326	2,159
東北+新潟 (宮城県除く)	(337)	(495)		<b>29,630</b>	2,441	5,795	8,763	3,086	6,734	2,812
北関東	(177)	(125)		<b>34,135</b>	3,306	6,898	10,288	2,603	6,939	4,100
一都三県	(338)	(601)		<b>38,983</b>	4,495	8,133	11,732	4,075	6,439	4,109
中部	(193)	(130)		<b>37,281</b>	3,972	7,945	12,102	3,605	6,110	3,547
関西	(183)	(116)		<b>43,635</b>	4,852	7,977	14,820	4,371	7,866	3,748
中国	(88)	(22)		<b>41,731</b>	5,675	8,290	12,567	3,174	6,653	5,373
九州	(87)	(28)		<b>48,214</b>	6,620	8,859	10,894	5,711	8,735	7,395

\*n数は2023年のみ掲載

### 前年比（2023年/2022年）

仙台市内 全体 (右記の合計)	市内の 交通費	飲食費	宿泊費	娯楽等 サービス費	ショッピング・ 買い物代	その他支出
<b>110%</b>	106%	111%	121%	94%	105%	113%
<b>96%</b>	105%	111%	100%	83%	83%	84%
<b>95%</b>	91%	109%	243%	49%	75%	92%
<b>113%</b>	86%	116%	133%	127%	95%	118%
<b>135%</b>	129%	138%	140%	101%	145%	132%
<b>111%</b>	118%	111%	114%	89%	112%	121%
<b>103%</b>	95%	106%	122%	88%	92%	93%
<b>111%</b>	110%	95%	120%	97%	131%	99%
<b>124%</b>	143%	124%	119%	68%	130%	209%
<b>108%</b>	128%	96%	92%	144%	114%	108%

※100%以上/110%以上/120%以上のそれぞれの段階に応じて色付け

Q16. 今回（【Q6の選択内容】）の仙台（宮城県）への訪問に関して、以下の項目ごとにあなた1人分の支出金額をそれぞれ選択してください。※あなたが支払いをしていない場合は、ご自身はどのくらい費用負担が必要だったかを回答してください。  
※グループの場合は1人あたりに換算してお答えください。（SA）



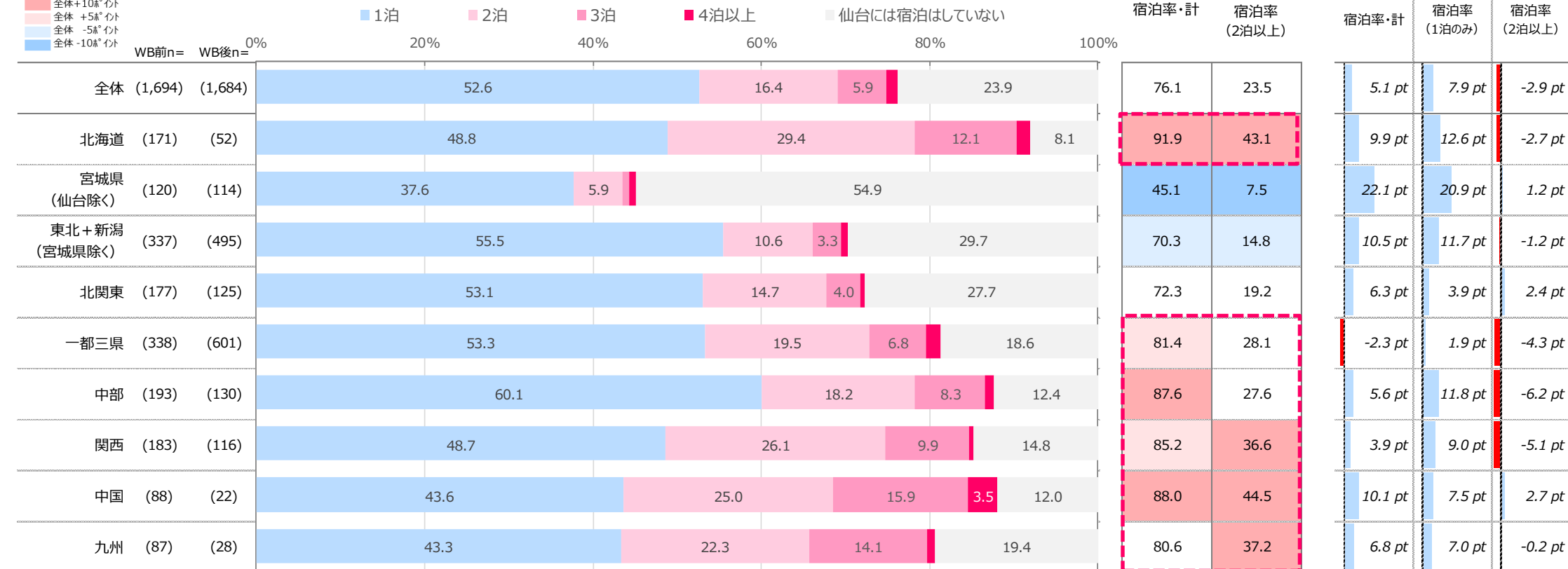
- ✓ 全体でみた宿泊率は76.1%。(昨年と聴取方法は異なるが)スコアは5.1pt上昇し、前頁の消費額向上に影響を与えたか。
- ✓ 居住地別にみると、仙台への宿泊率や2泊以上の宿泊率が高いのは、北海道・一都三県以西のエリア。宿泊や延泊を狙った単価の向上が狙いやすい可能性。

## 仙台市内の宿泊率

※ベース：仙台観光者

n=30以上の場合  
[比率の差]

全体+10%ポイント  
全体+5%ポイント  
全体-5%ポイント  
全体-10%ポイント



\*n数は2023年のみ掲載

Q9S1. あなたはこの訪問のときに宿泊をしましたか。宿泊を行った方は、以下の項目ごとに宿泊日数もあわせて教えてください。(SA)



# 総括と考察 - 仙台の観光指標の結果

- ✓ 2023年の仙台訪問者は増加。新規層比率が高い北海道・中部以西からの訪問者が増え、結果としてリピーター比率は若干低下。
- ✓ 総合満足度は上昇したが、再訪意向は変化なし。旅行需要の落ち着きや、旅行価値観が影響した可能性も。
- ✓ 観光消費額は前年比110%。物価高騰の影響を受けたと思われるが、宿泊率向上も影響したか。

観光指標	2023年 結果	2022年 との差分	サマリー	市場や外部データ等を 踏まえて
<b>2023年訪問率</b> …市場全体における、仙台へ 2023年に訪問した人の比率	<b>5.9%</b>	<b>+0.6pt</b> (前年比110%)	●居住地では、“北海道や中部以西”と仙台から距離のあるエリアの訪問率が、 全体的に若干上昇 (2023年仙台訪問者に占める宮城/東北+新潟/関東のシェアは3.2pt低下)	●国内延べ旅行者数は、前年比119%/東北は前年比127%。 (※「マクロミル調査」は複数回訪問しても1回のカウント、「旅行・観光消費動向調査」 は複数回訪問したら複数カウントのため、比率は横並びに比較できない点は注意)
<b>市場全体</b> <b>観光経験率</b> …市場全体における、過去に仙 台観光の経験がある人の比率	<b>25.3%</b>	-0.8pt	●観光経験率は-0.8ptとわずかに低下しているが、前回と比較して統計的な有意 差なし(有意水準5%検定) ●低下傾向が相対的に強いのは、居住地では“宮城/東北+新潟/北関東/一都三 県”といった仙台近隣のエリア	●旅行価値観*1では、“なじみのある地域よりも、“行ったことのない地域へ旅行し たい”が強く、近隣エリア(リピーターが多い)からの流入<遠方エリアからの流入 がより増えた可能性(結果として、新規観光者の比率が高まったか)
<b>リピーター比率</b> …上記観光経験者に占める、リ ピーターの比率	<b>52.9%</b>	-1.8pt	●-1.8ptとわずかに低下(⇔新規観光者比率は1.8pt上昇) ●“宮城/東北+新潟/北関東/一都三県”といった仙台近隣のエリア(リピーターが多 いエリア)の観光経験率が若干低下したことが背景にあるか	
<b>2023年</b> <b>仙台</b> <b>観光者</b> <b>総合満足度</b> …2023年に仙台訪問時に観光 した人の、総合満足度(Top2)	<b>76.0%</b>	<b>+3.8pt</b>	●Top1スコアに差はないがTop2スコアが上昇し、前回と比較して統計的な有意差 あり(有意水準5%検定) ●要素別満足度では昨年より全体的に評価が上がっており、特に「自然景観」「観光 スポット」に関する要素のスコアがアップ	●コロナ禍中の旅行検討時の価値観として、「都市部よりも人の少ない自然の多 い場所を選ぶ」意識が比較的高いという調査結果*2も。 その意識の延長で「自然景観」へのニーズが高まり、仙台の環境が受容され、結果 的に満足につながった可能性
<b>再訪意向</b> …2023年に仙台訪問時に観光 した人の、再訪意向(Top2)	<b>63.0%</b>	0.0pt (差分なし)	●満足度は向上したが、再訪意向のTop2スコアは変化なし	●延べ旅行者数の前年比は、2021年→2022年のほうが高い(156%) また、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後の、旅行需要のピークが過ぎ て旅行需要が一定落ち着いた可能性 ●上記の旅行価値観*1と連動し、再訪意向が向上しなかった可能性も
<b>観光消費額</b> …2023年に仙台訪問時に観光 した人の、1人あたり消費単価	<b>34,889円</b>	<b>+3,119円</b> (前年比110%)	●外部要因(物価高)の可能性はあるが、2022年に比べて宿泊率が5pt以上高 まっており、単価向上に寄与した可能性も	●日本人の国内旅行消費単価は、前年比110%。仙台に限らず、他観光地で も同様に上昇した可能性

\*1\_じゃらんリサーチセンター：『国内宿泊旅行ニーズ調査 2023～2024冬報告書』P30より  
https://jrc.jalan.net/wp-content/uploads/2023/12/8910f0e61aec37470b33fdab906c2cb0.pdf

\*2\_JTB総合研究所：『「新型コロナウイルス感染症拡大による、暮らしや心の変化と旅行に関する意識調査(2022年4月)」』P8より  
https://www.tourism.jp/wp/wp-content/uploads/2022/04/covid19-tourism-202204-report.pdf

# 1.観光指標の結果

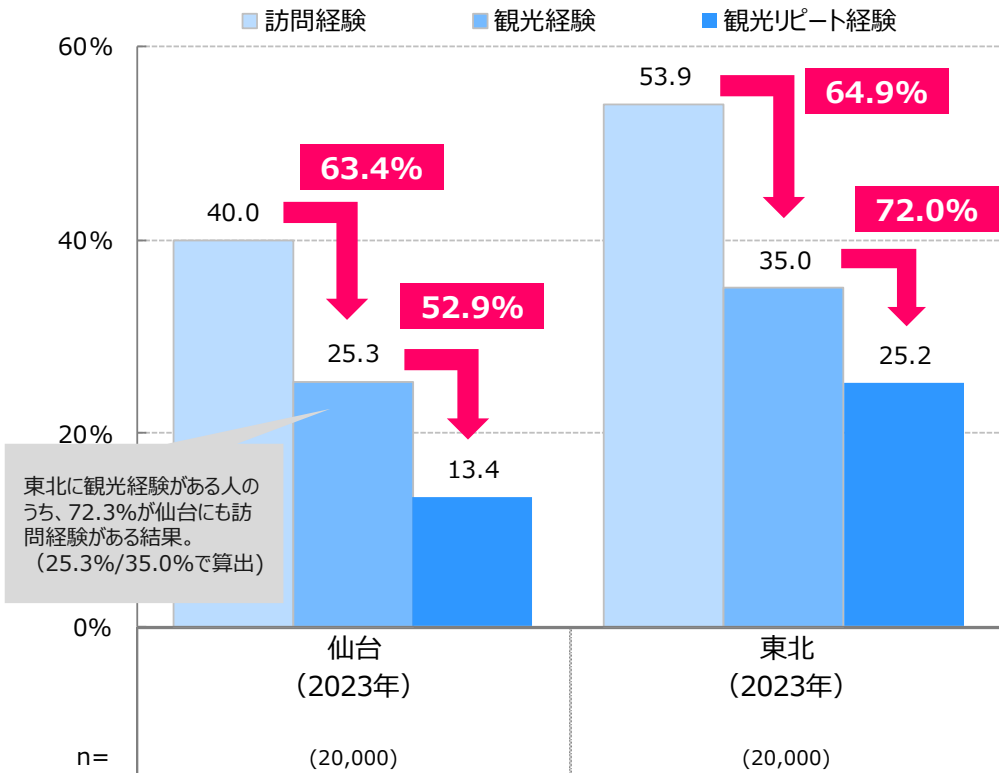
## 1-2.東北観光

# 観光ファンネル（東北）

- ✓ 全体の東北訪問経験率は53.9%、観光経験率は35.0%。  
 仙台よりスコアは高いが突出した差ではないため、東北訪問者のうち多くは仙台にも訪問しており、仙台が入り口となる可能性。
- ✓ 観光経験や観光レポート経験が豊富なのは、東北エリア内、もしくは近い場所に位置する北関東・一都三県のエリア居住者。

## 東北への訪問率,観光経験率,観光レポート経験率

※ベース：全体



n=	訪問経験 (2023年)	⇒ 観光経験/ 訪問経験	観光経験 (2023年)	⇒ 観光経験/ 観光レポート経験	観光レポート経験 (2023年)
全体 (20,000)	53.9	64.9%	35.0	72.0%	25.2
北海道 (1,005)	51.3	51.6%	26.5	63.9%	16.9
宮城県 (仙台除く) (227)	91.2	73.9%	67.4	90.8%	61.2
東北+新潟 (宮城県除く) (1,601)	85.5	71.2%	60.9	89.2%	54.3
北関東 (1,285)	70.7	70.3%	49.7	80.8%	40.2
一都三県 (7,138)	66.8	65.9%	44.0	75.9%	33.4
中部 (3,192)	39.3	61.9%	24.4	57.6%	14.0
関西 (3,176)	36.1	60.2%	21.8	50.8%	11.1
中国 (867)	26.9	56.7%	15.2	43.2%	6.6
九州 (1,509)	25.2	59.5%	15.0	48.2%	7.2

SQ4S1/S3. 以下のエリアへ訪問経験について、あなたにあてはまるものをそれぞれすべて選択してください。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含まれます。(MA)

SQ5S2. 以下のエリアへ観光を目的とした訪問経験がある方にお聞きします。あなたがこれまでに、それぞれのエリアに観光を目的として訪問した回数を選択してください。【東北地方】(SA)

# 観光ファンネル（他エリア比較）

- ✓ 観光経験率やリピート率が相対的に高いのは「関東/関西」で、東北と構造に近いのは「九州」。
- ✓ 他都市に比較すると、東北のリピーター層の比率は25.2%で中間程度に位置する。

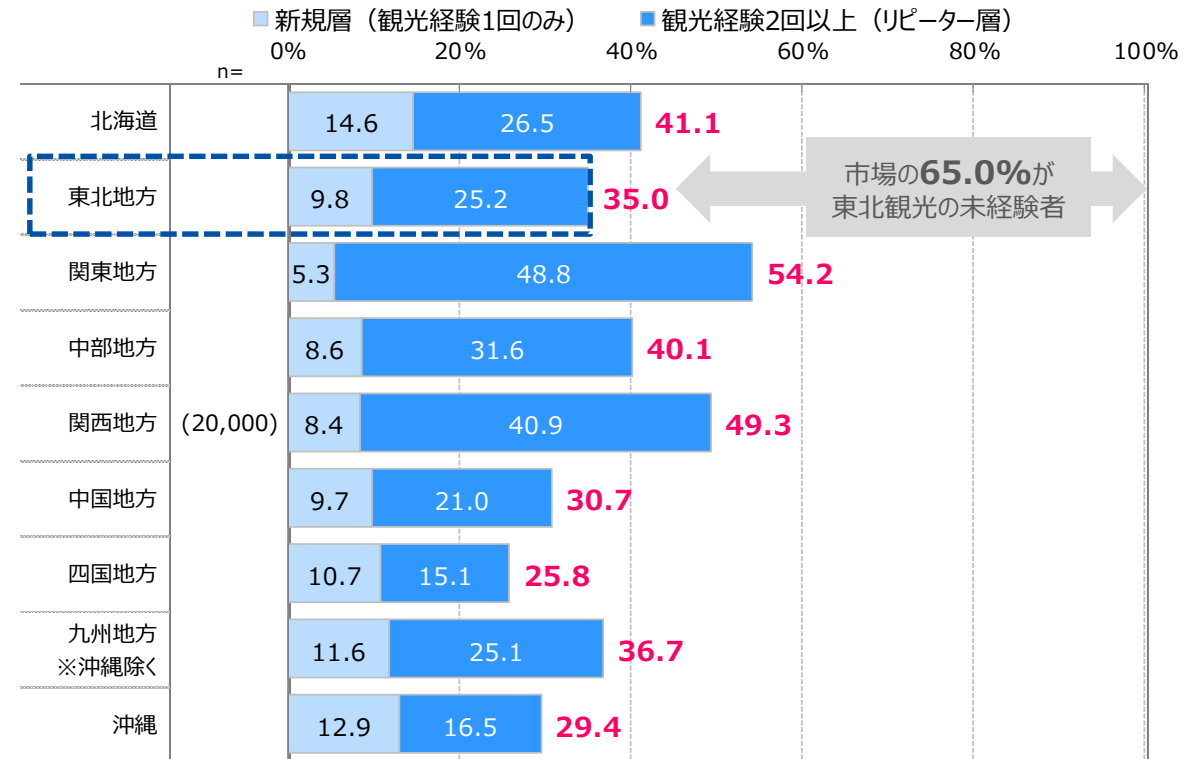
## 訪問率,観光経験率,観光リピート経験率（他エリア比較）

※ベース：全体

n=	訪問経験 (2023年)	⇒ 観光経験/ 訪問経験	観光経験 (2023年)	⇒ 観光経験/ 観光リピート 経験	観光リピート 経験 (2023年)
北海道	59.8	68.7%	41.1	64.6%	26.5
東北地方	53.9	64.9%	35.0	72.0%	25.2
関東地方	79.8	67.8%	54.2	90.1%	48.8
中部地方	61.2	65.5%	40.1	78.7%	31.6
関西地方 (20,000)	71.2	69.3%	49.3	83.0%	40.9
中国地方	48.4	63.5%	30.7	68.4%	21.0
四国地方	41.1	62.8%	25.8	58.5%	15.1
九州地方 ※沖縄除く	56.6	64.9%	36.7	68.3%	25.1
沖縄	43.5	67.7%	29.4	56.2%	16.5

## 新規層,リピーター層比率（他エリア比較）

※ベース：全体

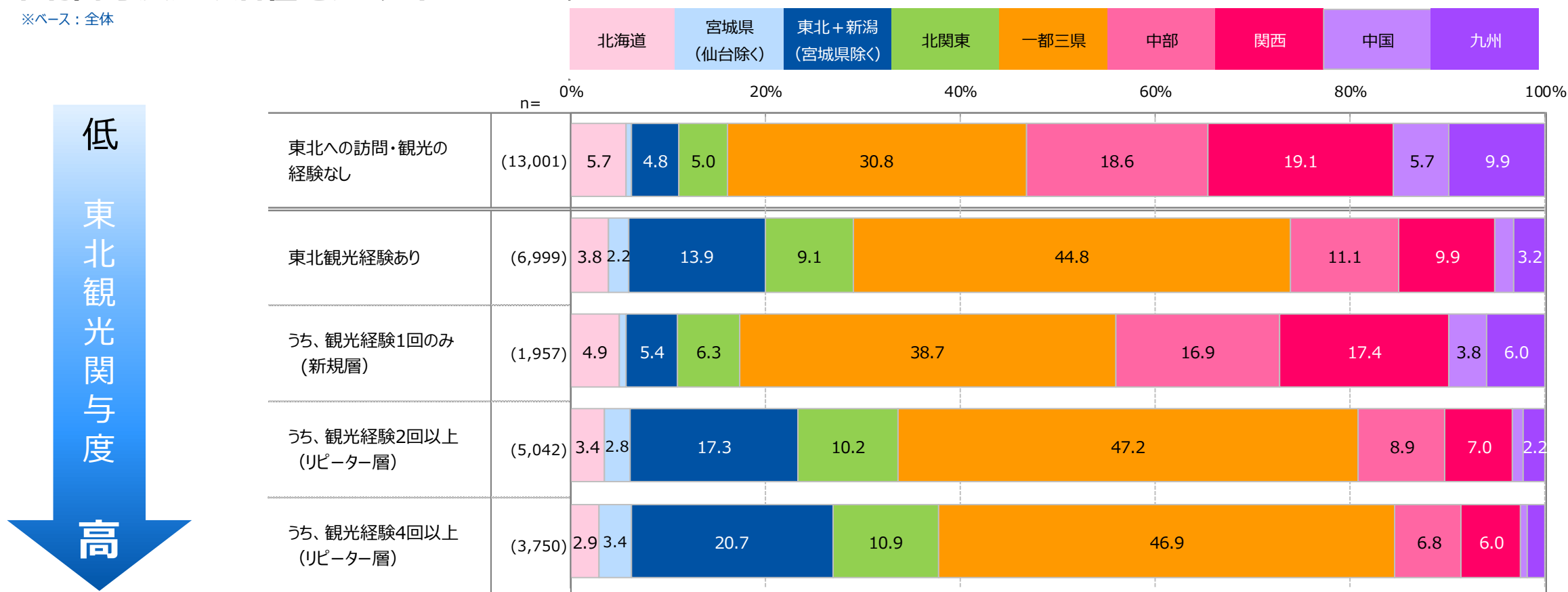


SQ4S1/S3. 以下のエリアへ訪問経験について、あなたにあてはまるものをそれぞれすべて選択してください。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含まれます。(MA)  
 SQ5S1-9. 以下のエリアへ観光を目的とした訪問経験がある方にお聞きします。あなたがこれまでに、それぞれのエリアに観光を目的として訪問した回数を選択してください。(SA)

- ✓ 東北観光の経験がない層でシェア率が高いのは「一都三県」「中部」「関西」、一方東北観光の経験がある層・リピーター層でシェアが高いのは「東北+新潟」「一都三県」。仙台と傾向は近く、ターゲットの方針・優先順の考え方は仙台観光と同様と思われる。

## 東北関与度別の居住地シェア率

※ベース：全体



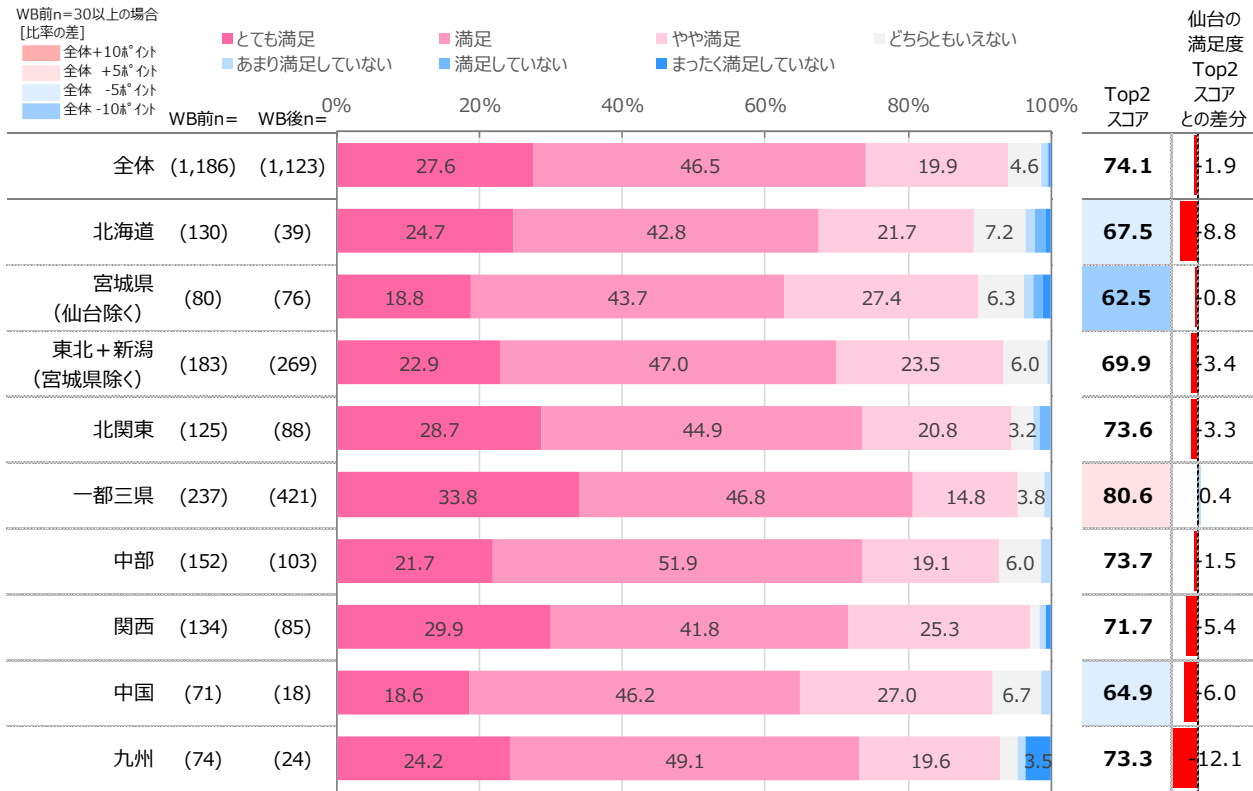
SQ4S1/S3. 以下のエリアへ訪問経験について、あなたにあてはまるものをそれぞれすべて選択してください。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含まれます。(MA)  
 SQ5S2. 以下のエリアへ観光を目的とした訪問経験がある方にお聞きします。あなたがこれまでに、それぞれのエリアに観光を目的として訪問した回数を選択してください。【東北地方】(SA)

# 総合満足度・再訪意向

- ✓ 今回の東北観光者（仙台以外の地域にも訪問した人）全体の、総合満足度Top2は74.1%/再訪意向Top2は66.7%。
- ✓ 再訪意向については仙台単体の再訪意向よりもスコアが高いことから、仙台以外の地域も周遊させることを踏まえたコミュニケーションが、リピーター獲得に有効な可能性も。

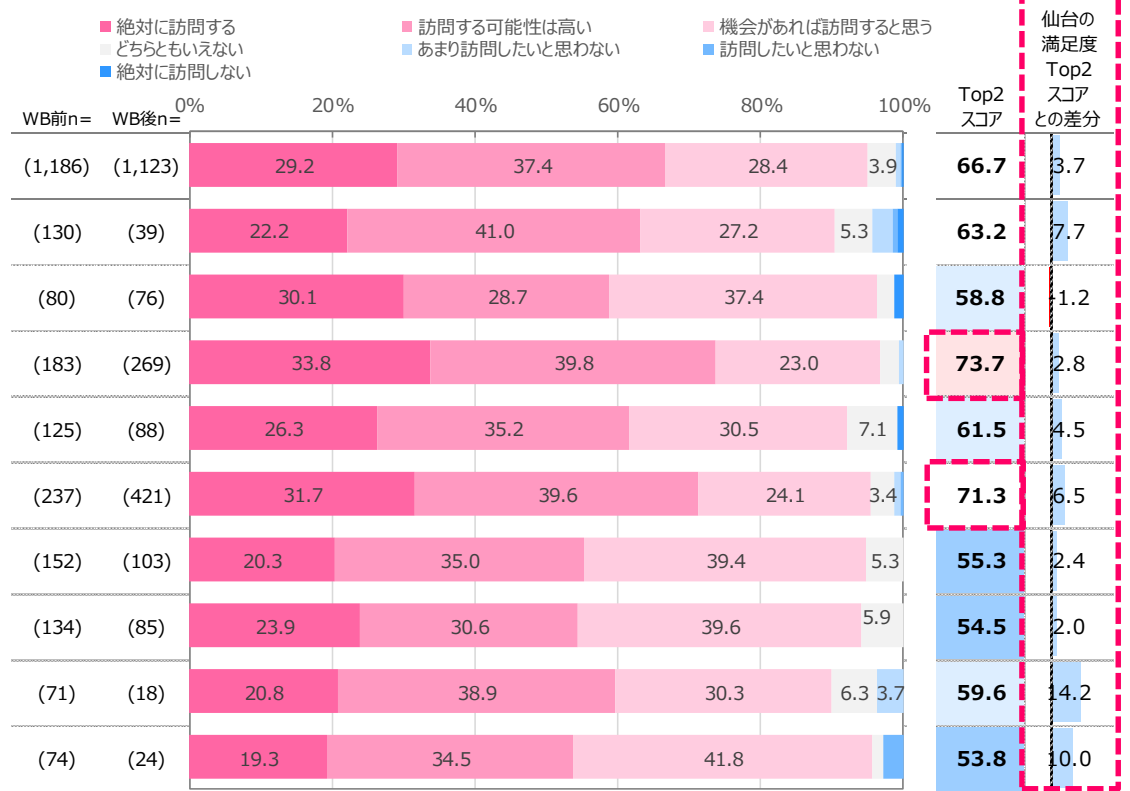
## 総合満足度

※ベース：東北観光者（仙台以外の地域に訪問者）



## 再訪意向

※ベース：東北観光者（仙台以外の地域に訪問者）



Q23. あなたは今回の「東北地方を周遊した観光」について、総合的にどの程度満足しましたか。最もお気持ちに近いものを選択してください。（SA）

Q24. あなたは今後、「仙台も含めた東北地方を周遊する観光」を目的として、東北地方への程度訪問したいと思いますか。最もお気持ちに近いものを選択してください。※宿泊や日帰りは問いません。（SA）

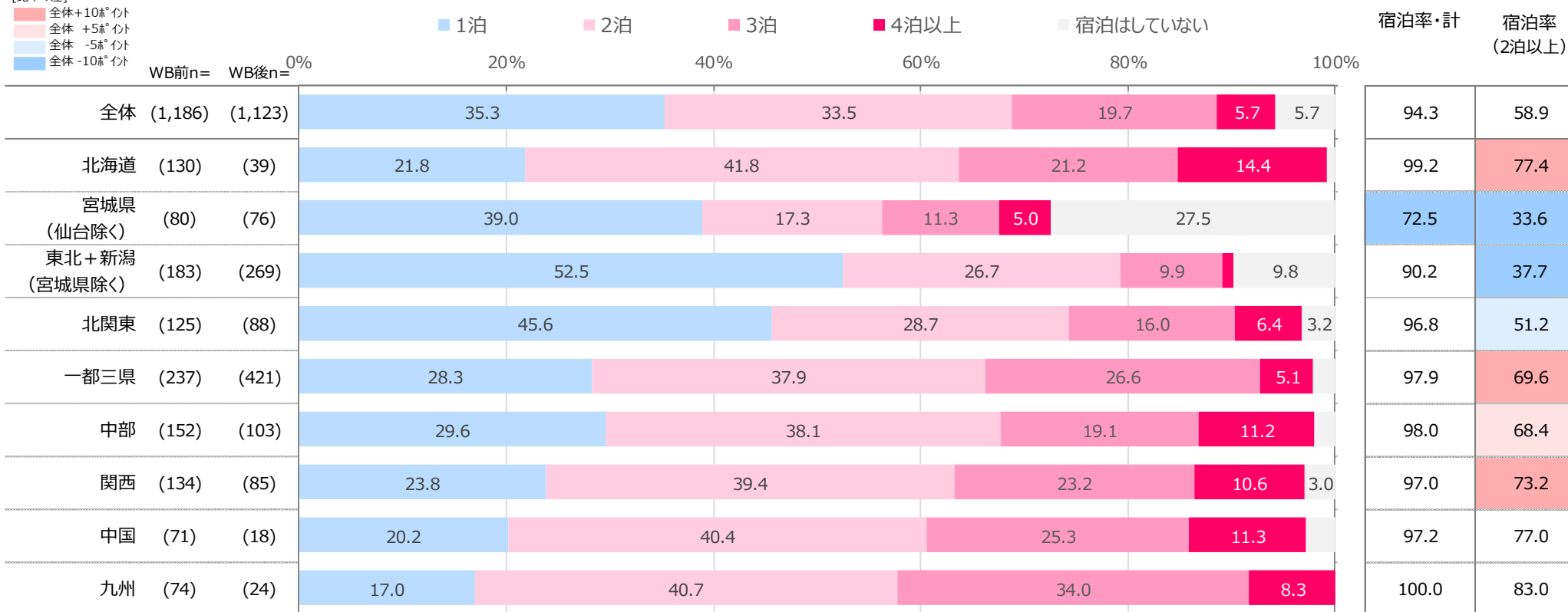
- ✓ 東北観光者の全体でみた宿泊率は94.3%。ほぼ全員が宿泊していること、また2泊以上の宿泊者も58.9%と多く、仙台以外の地域も周遊させることも踏まえたコミュニケーションは、リピーター獲得以外にも宿泊や延泊を狙いやすいと推察。

## 宿泊率

※ベース：東北観光者（仙台以外の地域に訪問者）

n=30以上の場合  
[比率の差]

全体+10%以内  
全体+5%以内  
全体-5%以内  
全体-10%以内



※3%未満のスコア非表示

Q9S1-2. あなたはこの訪問のときに宿泊をしましたか。宿泊を行った方は、以下の項目ごとに宿泊日数もあわせて教えてください。(SA)



# 総括と考察 - 東北の観光指標の結果

- ✓ 東北観光の実態からみると、仙台は“東北観光における最初の接点”になっていると推察。
- ✓ 遠方エリア（中部以西）からの来訪者ほど周遊観光ニーズが高く、コンセプト評価でも“東北満喫旅”が受容されること（後述）を鑑みると、東北連携で仙台以外の地域も周遊させる観光は、仙台への誘客において重要なポイントのひとつと考察。

観光指標	2023年 結果	サマリー	解釈・方向性の仮説	
市場全体	<b>観光経験率</b> …市場全体における、過去に東北観光の経験がある人の比率	<b>35.0%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●居住地でみると、域内（宮城・東北+新潟）や、相対的に近隣の北関東・一都三県に観光経験者が多い。</li> <li>※仙台市居住者は調査対象に含まれない点は注意</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●東北の観光経験率は35.0%/仙台の観光経験率は25.3%⇒東北観光経験者に占める仙台観光経験者の比率は72.3%と高いことから、仙台は“東北観光における最初の接点”になっていると思われる （東北の交流人口を活性化するための鍵）</li> </ul>
	<b>リピーター比率</b> …上記観光経験者に占める、リピーターの比率	<b>72.0%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●上記と同様、宮城・東北・北関東・一都三県のリピーター比率が高い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●上記もあって「東北に観光に来る人」と「仙台に観光に来る人」の特性は近い（居住地の構成は近い）ことから、ターゲティング等の戦略検討をする際に東北観光・仙台観光で連動するほうが効率的か</li> </ul>
2023年 東北 観光者	<b>市外観光率</b> …2023年に仙台市外の地域にも観光をした人の比率	<b>66.7%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●中部以西のエリアからの来訪者は特に市外観光率が高い</li> <li>●具体的には、「仙台以外の宮城県（松島）」「岩手県（「平泉」「盛岡・雫石）」「山形（「タウンエリア」「山寺）」への訪問率が高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●遠方エリアからの来訪者は、仙台市外も含めた周遊観光のニーズが強いこと、また市外を周遊する観光の再訪意向は仙台単体の再訪以降よりもやや高く、リピーター育成の方向性のひとつとして、東北連携は有効と思われる （コンセプト評価でも、「仙台を拠点に東北満喫旅」は上位）</li> </ul>
	<b>総合満足度</b> …2023年に市外の地域にも観光した人の、市外も含めた観光の総合満足度（Top2）	<b>74.1%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●域内（宮城・東北+新潟）からの満足度は相対的に低く、7割を下回る。相対的に満足度が高いエリアは「一都三県」で、満足度は8割越え</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●仙台を主目的として観光した人のほうが、主目的としなかった人よりも東北観光の満足度・再訪意向が高いため、仙台を介在させたほうが提供価値が高まる可能性（コンセプトのように、東北観光の便利な拠点としての役割を担うなど） ※青森や秋田といった遠方よりも、近場の宮城・山形と連携したほうが、仙台は主目的になりやすい</li> </ul>
	<b>再訪意向</b> …2023年に市外の地域にも観光した人の、仙台を含めた東北観光の再訪意向（Top2）	<b>66.7%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●中部以西の再訪意向は特に低く、6割を下回る。</li> <li>●ただし、仙台市単体での再訪意向を聴取した場合に比べると全体的にスコアは高い</li> </ul>	
	<b>宿泊率/複数泊率</b> …2023年に市外の地域にも観光した人の、宿泊率全体/2泊以上宿泊率	<b>94.3%/ 58.9%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ほぼ全員が宿泊しており、域内（宮城・東北+新潟）以外の全エリアで95%を超える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●仙台以外の地域も周遊させることも踏まえてコミュニケーションを行えば、結果として宿泊や延泊につながりやすい可能性</li> <li>●宿泊は仙台市内で行う人も多いため、仙台市内の消費額にもメリットあり</li> </ul>



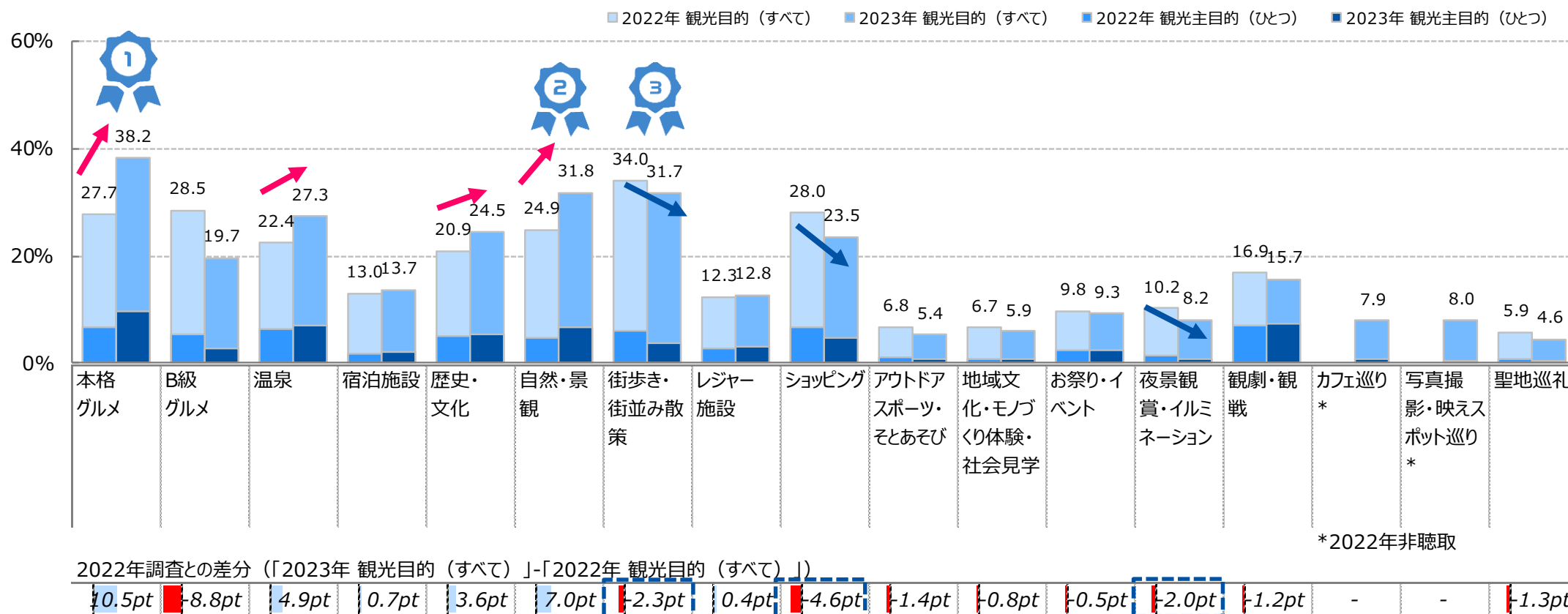
## 2. 仙台観光のニーズの理解

### 2-1. 仙台および東北の観光実態

- ✓ 全体で最もスコアが高いのは、「本格グルメ」で38.2%。（昨年+10pt以上スコアが高いが、昨年と聴取方法を変更したため参考）
- ✓ 続くのは「自然・景観」「街歩き・街並み散策」でそれぞれ3割以上。「自然・景観」については昨年より7ptスコアが高く、自然を体験できる場所へのニーズが向上している可能性。（ショッピング・街歩き・夜景観賞といった都心で体験できることのスコアはやや低下）

## 仙台への観光目的・観光のテーマ

※ベース：仙台観光者



\*2022年非聴取

Q11S1-S2. 【Q6の選択内容】の「仙台」への訪問で、観光を行った方にお聞きします。このときの、あなたの「仙台」への観光の目的・テーマとして、あてはまるものを選択してください。※ビジネス・出張や帰省、友人・知人訪問は除いてお答えください。（MASA）

# 観光目的・テーマ -2

- ✓ 居住地別にみると、近隣の宮城県・東北+新潟とそれ以外で大きく傾向が分かれ、近隣は「ショッピング」へのニーズが強い。北関東/一都三県は「本格グルメ」「自然景観」、中部以西のエリアでは「自然景観」「歴史・文化」のスコアが高い。
- ✓ 「自然景観」以外では、「温泉」「歴史・文化」についても昨年よりスコアが高いエリアが多い。

## 仙台への観光目的・観光のテーマ

※ベース：仙台観光者

	WB前 n=	WB後 n=	本格	B級	温泉	宿泊施設	歴史・文	自然・景	街歩き・	レジャー施	ショッピング	アウトドア	地域文	お祭り・イ	夜景観	観劇・観	カフェ巡り	写真撮	聖地巡礼
			グルメ	グルメ		化	観	街並み散	設	スポーツ・	ア	化・モノブ	イベント	賞・イルミ	戦	*	影・	ト巡り*	
北海道	(171)	(52)	39.6	25.4	22.2	9.9	23.9	25.4	32.5	11.2	19.4	5.7	8.1	10.5	6.8	16.1	6.3	5.9	5.0
宮城県（仙台除く）	(120)	(114)	19.2	17.3	29.3	12.7	10.1	20.8	25.7	19.2	41.4	5.8	5.0	14.1	11.5	6.7	10.0	6.5	2.5
東北+新潟（宮城県除く）	(337)	(495)	25.5	14.3	22.6	12.5	11.3	18.1	23.5	16.4	36.5	3.6	2.7	6.5	7.7	14.5	7.7	4.2	2.1
北関東	(177)	(125)	40.2	16.8	26.6	12.9	28.2	38.4	31.5	13.6	15.8	5.6	4.5	5.1	8.4	14.1	5.6	7.2	2.2
一都三県	(338)	(601)	50.2	22.5	30.2	14.2	29.3	38.8	37.6	10.6	15.4	6.8	7.7	11.5	8.6	20.4	8.6	10.3	6.8
中部	(193)	(130)	38.9	23.5	29.0	16.1	39.5	39.4	31.1	8.8	17.1	4.7	7.9	11.0	5.8	11.4	6.2	12.0	3.7
関西	(183)	(116)	47.0	24.5	32.9	16.4	42.6	46.1	39.6	7.1	14.7	5.5	7.7	6.5	8.7	13.1	7.2	9.3	7.6
中国	(88)	(22)	36.8	22.5	28.1	18.4	39.5	38.4	37.8	12.4	12.2	6.4	11.2	12.9	4.6	11.5	9.5	9.1	8.2
九州	(87)	(28)	31.1	27.3	20.4	12.7	38.6	53.5	37.0	10.5	11.0	3.9	10.0	8.0	8.0	14.4	12.4	12.1	7.1

\*2022年非聴取

2022年調査との差分（2023年-2022年）

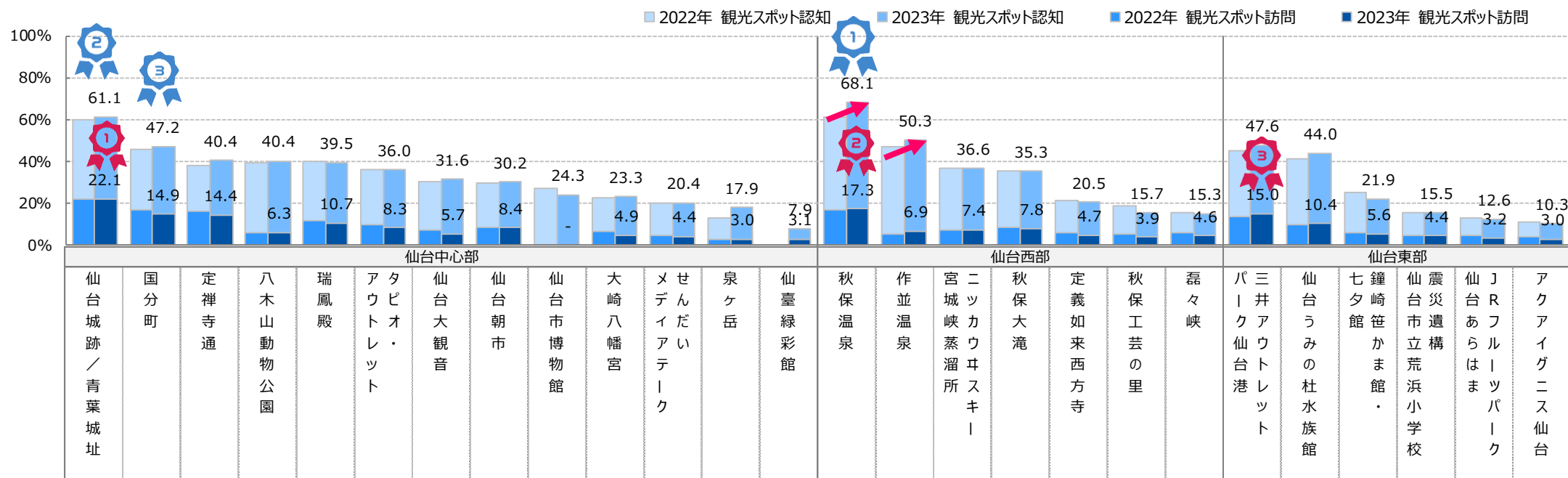
北海道	-	-	4.8pt	2.4pt	2.6pt	-4.4pt	1.4pt	-6.8pt	-8.8pt	0.3pt	-2.0pt	0.5pt	1.7pt	-1.0pt	-0.6pt	-2.4pt	-	-	-2.5pt
宮城県（仙台除く）	-	-	1.5pt	-5.7pt	5.2pt	8.3pt	-0.6pt	0.3pt	-7.9pt	4.3pt	-2.5pt	4.9pt	1.4pt	-0.9pt	0.0pt	-8.3pt	-	-	-2.8pt
東北+新潟（宮城県除く）	-	-	8.3pt	-7.2pt	5.8pt	1.7pt	1.4pt	1.8pt	-3.5pt	2.9pt	-9.9pt	0.8pt	-1.6pt	0.1pt	-0.3pt	-2.0pt	-	-	0.3pt
北関東	-	-	8.3pt	-0.6pt	7.5pt	1.9pt	5.7pt	2.6pt	-4.0pt	-4.9pt	-0.0pt	0.2pt	-0.4pt	-2.6pt	-0.3pt	0.4pt	-	-	-2.2pt
一都三県	-	-	7.6pt	-9.9pt	4.7pt	-0.1pt	7.4pt	2.4pt	1.1pt	0.2pt	-0.1pt	-2.2pt	-0.4pt	0.8pt	-2.5pt	2.0pt	-	-	-0.4pt
中部	-	-	5.2pt	-6.2pt	4.9pt	7.0pt	5.7pt	1.3pt	-0.8pt	-0.8pt	-1.4pt	-3.8pt	-0.6pt	3.7pt	-3.2pt	-4.4pt	-	-	-2.0pt
関西	-	-	6.4pt	-0.8pt	-4.0pt	-0.7pt	-1.0pt	2.5pt	-4.0pt	-4.3pt	-5.4pt	-7.6pt	-3.7pt	-9.5pt	-9.1pt	-2.4pt	-	-	-5.0pt
中国	-	-	1.3pt	-5.1pt	-2.6pt	3.4pt	6.2pt	5.1pt	2.1pt	-6.7pt	-5.8pt	-5.2pt	2.2pt	-3.1pt	-6.9pt	-8.8pt	-	-	-2.9pt
九州	-	-	2.0pt	-3.8pt	-1.8pt	-3.2pt	4.3pt	2.4pt	3.2pt	0.1pt	-3.4pt	-3.0pt	4.4pt	0.8pt	2.3pt	0.3pt	-	-	-7.2pt

Q11S1. 【Q6の選択内容】の「仙台」への訪問で、観光を行った方にお聞きします。このときの、あなたの「仙台」への観光の目的・テーマとして、あてはまるものを選択してください。※ビジネス・出張や帰省、友人・知人訪問は除いてお答えください。（MA）

- ✓ 全体で最も認知率が高いのは「秋保温泉」で68.1%。昨年よりスコアが6.5pt上昇。（作並温泉も3.4ptスコアがあがっている）「秋保温泉」に続くのは「仙台城跡/青葉城址」「国分町」。
- ✓ 訪問率が最も高いのは「仙台城跡/青葉城址」で22.1%、「秋保温泉」が17.3%で続く。

## 仙台の観光スポット認知、観光時に訪問したもの

※ベース：仙台観光者



\*2022年非聴取

※2023年 観光スポット認知のスコアで降順ソート

認知：2022年調査との差分（「2023年 観光スポット認知」-「2022年 観光スポット認知」）

1.2pt	1.2pt	2.2pt	1.0pt	-0.6pt	0.0pt	1.1pt	0.4pt	-2.8pt	0.6pt	0.2pt	4.8pt	-	6.5pt	3.4pt	0.4pt	0.1pt	-1.3pt	-3.0pt	-0.6pt	2.5pt	2.6pt	-3.3pt	-0.5pt	-0.3pt	-0.9pt
-------	-------	-------	-------	--------	-------	-------	-------	--------	-------	-------	-------	---	-------	-------	-------	-------	--------	--------	--------	-------	-------	--------	--------	--------	--------

訪問：2022年調査との差分（「2023年 観光スポット訪問」-「2022年 観光スポット訪問」）

0.0pt	-2.3pt	-1.7pt	0.0pt	-1.3pt	-1.8pt	-1.9pt	-0.3pt	0.0pt	-2.1pt	-0.3pt	0.3pt	-	0.3pt	1.3pt	0.3pt	-0.7pt	-1.4pt	-1.5pt	-1.3pt	1.6pt	0.5pt	-0.5pt	-0.4pt	-1.5pt	-1.3pt
-------	--------	--------	-------	--------	--------	--------	--------	-------	--------	--------	-------	---	-------	-------	-------	--------	--------	--------	--------	-------	-------	--------	--------	--------	--------

Q14S1. 「仙台市内の観光地・観光スポット」に関して、以下の項目であなたにあてはまるものをそれぞれ選択してください。※このアンケートに回答する前のご回答ください。【知っているもの（すべて）】(MA)

Q14S2. 「仙台市内の観光地・観光スポット」に関して、以下の項目であなたにあてはまるものをそれぞれ選択してください。※このアンケートに回答する前のご回答ください。【【Q6の選択内容】に仙台を訪れた際に、観光目的で訪問した場所（すべて）】(MA)

# 市内の観光スポットの認知・体験 -2

- ✓ 全体での訪問率がトップだった「仙台城跡/青葉城址」への訪問率が高いのは、北海道・中部以西のエリア。
- ✓ 中部以西については、「瑞鳳殿」の訪問率も高く、歴史・文化系の観光スポットへ訪問している傾向がみられる一方、昨年よりも全体的にスコアは低下傾向であり、仙台以外の地域へも足を延ばしている可能性も。

## 仙台観光時に訪問したもの

※ベース：仙台観光者

WB前n=30以上の場合  
[比率の差]  
全体+10%以上  
全体+5%以上  
全体-5%以下  
全体-10%以下

	WB前 n=	WB後 n=	仙台中心部											仙台西部						仙台東部							
			仙台城跡/青葉城址	国分町	定禅寺通	瑞鳳殿	仙台朝市	タピオアウトレット	八木山動物園	仙台大観音	大崎八幡宮	せんだいメディアテーク	泉ヶ岳	仙臺緑彩館	秋保温泉	秋保大滝	ニッカウモスキー宮城峡蒸溜所	作並温泉	定義如来西方寺	轟々峡	秋保工芸の里	三井アウトレック仙台港	仙台商水の水族館	鐘崎笹七夕館	震災遺構仙台市立荒浜小学校	JRフールーツパーク仙台あらはま	アクアイグニス仙台
北海道	(171)	(52)	30.2	17.2	11.0	13.0	11.0	4.1	6.2	5.5	7.7	5.0	3.5	2.6	17.6	9.0	7.1	5.6	4.9	4.5	3.7	12.1	9.8	5.4	3.2	2.6	2.9
宮城県(仙台除く)	(120)	(114)	9.2	11.7	20.0	6.8	2.5	9.0	5.8	1.7	1.7	-	1.6	-	16.9	13.4	6.7	4.2	9.9	5.8	3.4	12.4	16.7	2.5	4.1	2.5	4.2
東北+新潟(宮城県除く)	(337)	(495)	10.4	13.9	13.9	3.3	3.3	11.9	7.4	2.1	2.1	1.5	0.6	-	13.1	3.6	3.3	4.2	2.7	0.9	0.6	26.4	12.8	2.7	1.8	0.6	0.6
北関東	(177)	(125)	24.9	10.1	12.5	17.0	8.4	6.2	6.2	4.5	3.9	5.0	2.2	3.9	22.6	7.3	8.5	5.6	2.2	5.6	3.3	7.9	12.3	10.6	5.1	1.7	2.2
一都三県	(338)	(601)	25.8	18.0	15.7	11.8	11.5	7.1	6.5	8.6	5.9	6.5	4.7	5.3	18.9	9.5	10.3	9.8	5.6	6.2	5.6	11.2	8.3	7.4	6.2	4.7	4.1
中部	(193)	(130)	38.9	12.4	12.9	20.2	14.6	5.2	3.6	8.4	7.8	6.7	3.7	5.2	14.0	8.8	6.8	5.7	5.2	6.8	4.2	7.8	7.8	5.2	4.2	5.7	3.1
関西	(183)	(116)	33.8	13.2	10.9	17.5	11.4	7.7	4.3	7.6	8.2	7.1	3.8	4.3	25.2	9.3	10.4	10.4	4.4	7.1	7.1	9.8	7.1	6.6	6.6	5.5	5.0
中国	(88)	(22)	31.7	12.8	11.5	24.3	8.4	4.7	9.1	9.8	10.2	4.6	5.7	2.9	23.6	14.8	7.1	5.3	6.3	6.8	10.6	8.9	8.3	5.7	6.7	7.4	4.7
九州	(87)	(28)	41.2	14.6	11.1	18.1	9.8	4.9	3.3	4.6	12.6	3.9	6.8	2.5	12.0	8.5	8.4	4.9	7.9	5.9	8.4	5.3	6.5	7.6	5.3	5.8	7.9

\*2022年非聴取

### 2022年調査との差分(2023年-2022年)

北海道	-	-	8.6pt	1.1pt	1.1pt	4.7pt	1.7pt	1.0pt	0.6pt	0.8pt	2.0pt	1.3pt	0.2pt	-	3.3pt	0.3pt	0.2pt	-0.6pt	-1.3pt	-1.3pt	-2.0pt	-0.7pt	-1.2pt	-4.9pt	-4.1pt	-3.1pt	-0.5pt
宮城県(仙台除く)	-	-	2.9pt	0.1pt	3.2pt	1.5pt	-0.2pt	6.0pt	3.0pt	-1.0pt	6.3pt	3.5pt	1.6pt	-	3.6pt	3.8pt	4.9pt	0.6pt	2.0pt	1.4pt	1.7pt	3.5pt	8.0pt	0.7pt	3.2pt	2.5pt	2.0pt
東北+新潟(宮城県除く)	-	-	1.3pt	6.7pt	3.6pt	0.4pt	0.7pt	2.5pt	1.3pt	-1.0pt	-0.1pt	0.2pt	-0.3pt	-	0.8pt	0.2pt	-1.3pt	2.9pt	-1.3pt	-0.3pt	-0.9pt	6.2pt	2.4pt	0.2pt	0.2pt	0.0pt	0.9pt
北関東	-	-	0.3pt	9.0pt	2.1pt	7.7pt	0.9pt	4.7pt	0.7pt	2.1pt	1.5pt	0.2pt	0.1pt	-	9.0pt	3.0pt	4.6pt	1.3pt	-1.1pt	2.9pt	-0.5pt	6.8pt	0.5pt	0.8pt	-1.4pt	-1.1pt	0.5pt
一都三県	-	-	0.3pt	1.7pt	1.6pt	4.2pt	1.1pt	0.7pt	0.5pt	1.5pt	3.9pt	0.3pt	1.2pt	-	-0.3pt	-0.9pt	1.4pt	2.0pt	-0.9pt	1.4pt	1.8pt	2.5pt	-0.4pt	0.2pt	1.2pt	1.7pt	1.2pt
中部	-	-	4.7pt	3.3pt	1.7pt	0.5pt	1.9pt	2.1pt	3.8pt	3.5pt	-0.1pt	1.1pt	0.3pt	-	0.5pt	-0.7pt	-1.1pt	-1.6pt	-3.2pt	0.1pt	-0.8pt	4.0pt	0.4pt	-1.0pt	4.2pt	-1.6pt	2.5pt
関西	-	-	6.9pt	1.2pt	0.7pt	1.8pt	4.2pt	0.9pt	1.9pt	5.1pt	0.2pt	2.1pt	0.7pt	-	0.4pt	9.4pt	2.4pt	0.1pt	4.8pt	2.4pt	2.4pt	1.7pt	2.2pt	4.9pt	5.6pt	3.6pt	1.9pt
中国	-	-	0.8pt	1.5pt	3.1pt	2.3pt	0.4pt	0.7pt	3.0pt	1.6pt	2.4pt	1.7pt	2.9pt	-	7.2pt	-1.0pt	3.8pt	2.4pt	-0.9pt	2.2pt	3.3pt	1.6pt	5.3pt	3.3pt	-1.6pt	1.2pt	1.0pt
九州	-	-	11.7pt	0.6pt	2.0pt	6.1pt	4.9pt	3.8pt	2.8pt	5.4pt	5.8pt	1.3pt	1.0pt	-	1.8pt	0.2pt	-0.4pt	2.6pt	1.9pt	1.5pt	3.1pt	7.1pt	1.2pt	0.6pt	-1.7pt	-1.8pt	0.2pt

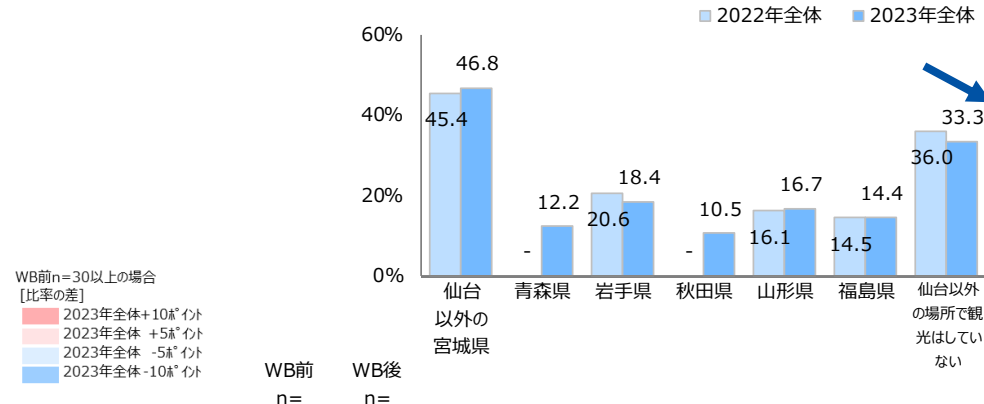
Q14S2. 「仙台市内の観光地・観光スポット」に関して、以下の項目であなたにあてはまるものをそれぞれ選択してください。※このアンケートに回答する前のごことをお答えください。【【Q6の選択内容】に仙台を訪れた際に、観光目的で訪問した場所(すべて)】(MA)

- ✓ 全体では半数近くが「仙台以外の宮城県」へ訪問。「岩手県」が18.4%、「山形県」が16.7%で続く。なお、詳細地域については、宮城は「松島」、岩手は「平泉」「盛岡・雫石」、山形は「山形市タウンエリア」「山寺」のスコアが高い。
- ✓ 中部以西のエリアは全体的にスコアが高く、仙台以外も含めて観光を実施する層が多い模様。

## 仙台市外で訪問した県

※ベース：仙台観光者

「仙台以外で観光をしていない」の33.3%を除いた66.7%が仙台市外も訪問



WB前n=30以上の場合  
[比率の差]

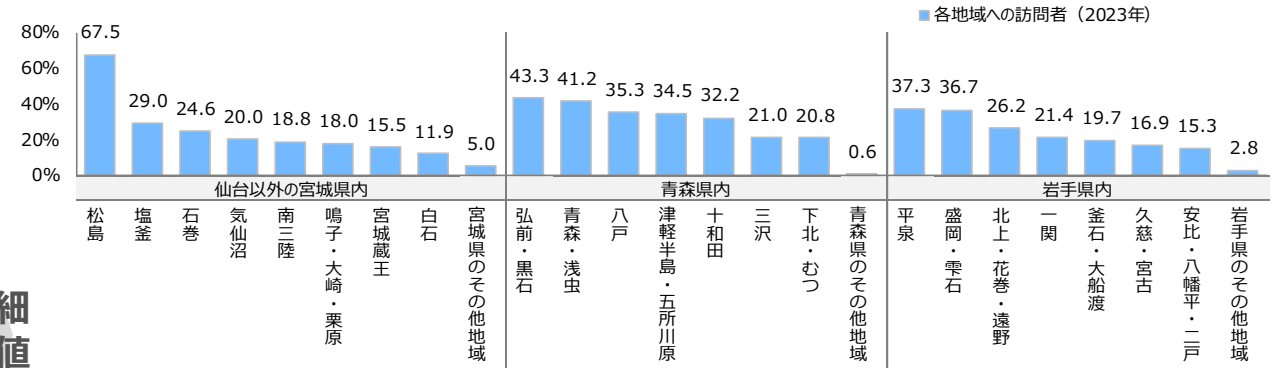
- 2023年全体+10%以内
- 2023年全体+5%以内
- 2023年全体-5%以内
- 2023年全体-10%以内

	WB前 n=	WB後 n=	2022年全体	2023年全体	2022年全体	2023年全体	2022年全体	2023年全体
2022年全体 (1,653)	(1,643)		45.4	46.8	*	20.6	10.5	16.1
2023年全体 (1,694)	(1,684)		46.8	12.2	18.4	10.5	16.7	14.4
北海道 (171)	(52)		56.3	14.7	22.0	11.9	18.5	14.7
宮城県 (仙台除く) (120)	(114)		52.4	5.0	15.7	4.2	19.1	12.5
東北+新潟 (宮城県除く) (337)	(495)		35.9	5.9	9.2	4.7	12.5	8.0
北関東 (177)	(125)		47.4	10.8	15.8	9.6	17.5	21.4
一都三県 (338)	(601)		48.8	15.1	22.5	13.3	16.6	16.6
中部 (193)	(130)		60.1	19.2	24.3	14.5	21.3	19.2
関西 (183)	(116)		53.5	19.2	26.8	18.0	20.8	14.8
中国 (88)	(22)		56.7	24.3	27.5	22.2	29.6	22.4
九州 (87)	(28)		55.1	20.4	39.4	21.4	26.1	25.8

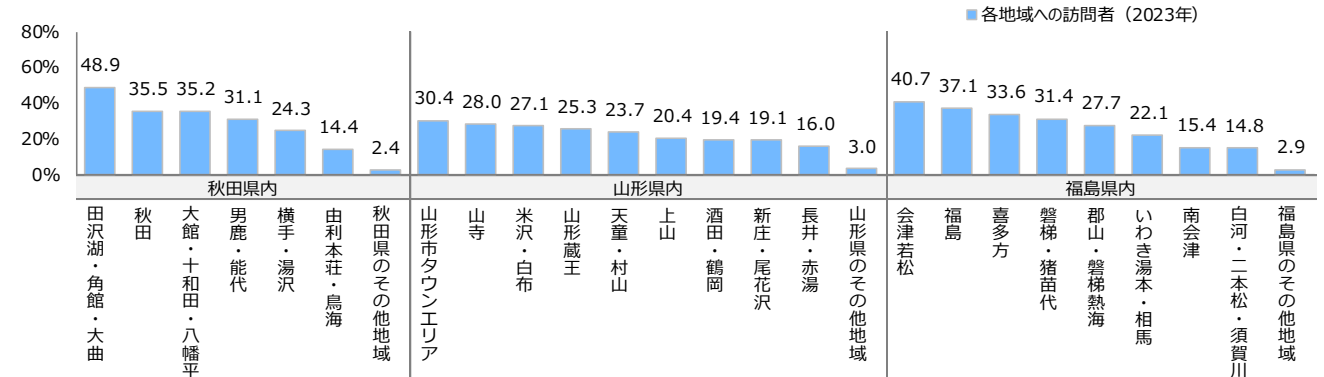
\* 昨年非聴取

## 仙台市外で訪問した地域 (詳細)

※ベース：仙台以外の県に訪問者 (県ごとの訪問者ベース)



※各カテゴリ毎に「各地域への訪問者 (2023年)」スコアで降順ソート



※各カテゴリ毎に「各地域への訪問者 (2023年)」スコアで降順ソート

詳細  
数値

Q7S1. 以降このアンケートでは、あなたが【Q4の選択内容】を目的として、【Q6の選択内容】に「仙台」に訪問した時のこととお聞きします。あなたが【Q6の選択内容】に「仙台」に訪問した時に、仙台以外の場所に観光や宿泊を目的に訪問しましたか。あてはまるものを選択してください。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含まれます。(MA)

Q8. あなたが【Q6の選択内容】に「仙台」を訪れた際に、仙台以外で観光した地域を選択してください。(MA)



# 市内・市外の観光スポット比較（観光主目的別）

- ✓ 温泉主目者の訪問率のトップは「秋保温泉」で、スコアは46.7%と突出。「松島」が続くが、仙台市内の温泉地のほうが優位な状況。
- ✓ 歴史・文化主目的者では、「仙台城跡」のスコアが最も高いものの、市外の観光スポットも比較的上位にあがっている。
- ✓ 自然・景観主目的者でみると、「松島」の訪問率が57.3%でトップ。仙台市内の観光スポットよりも訪問されている。

## 仙台市内・市外の訪問した観光スポット

※ベース：仙台観光者

※水色が市内のスポット、緑色が市外のスポット

↓回答した観光の主目的・テーマ	WB前 n=	WB後 n=	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	(%)
本格グルメ	(278)	(273)	松島 25.6	仙台城跡 25.3	国分町 18.7	秋保温泉 15.2	定禅寺通 14.8	三井アウトレットパーク 瑞鳳殿 14.6	仙台朝市 12.0	タビオ/アウトレット 10.7	気仙沼・南三陸 9.3	松島 8.3	
B級グルメ	(84)	(82)	国分町 21.7	三井アウトレットパーク 17.4	ニッカウヰスキー宮城 17.3	定禅寺通 17.2	仙台朝市 13.3	仙台城跡 12.8	仙台うみの杜水族館 10.3	秋保温泉 9.6	瑞鳳殿 9.4	松島 9.3	
温泉	(182)	(194)	秋保温泉 46.7	松島 23.5	仙台城跡 18.7	秋保大滝 16.3	国分町 15.6	作並温泉 15.2	三井アウトレットパーク 13.4	塩釜 12.8	平泉 11.3	気仙沼・南三陸 10.6	
宿泊施設	(51)	(56)	松島 31.6	三井アウトレットパーク 27.0	秋保温泉 26.5	仙台城跡 24.1	仙台うみの杜水族館 23.6	タビオ/アウトレット 22.3	作並温泉 17.7	震災遺構荒浜小学校 11.5	平泉 11.0	定禅寺通 10.9	
歴史・文化	(176)	(149)	仙台城跡 57.0	松島 42.9	瑞鳳殿 36.2	平泉 30.3	定禅寺通 23.3	気仙沼・南三陸 19.0	秋保温泉 18.4	塩釜 17.2	山寺 15.4	大崎八幡宮 13.9	
自然・景観	(204)	(186)	松島 57.3	仙台城跡 27.7	秋保温泉 15.9	仙台うみの杜水族館 13.4	塩釜 13.2	瑞鳳殿 11.7	蔵王 11.5	気仙沼・南三陸 10.0	国分町 9.7	三井アウトレットパーク 9.2	
街歩き・街並み散策	(119)	(108)	仙台城跡 30.9	松島 25.4	定禅寺通 21.0	秋保温泉 20.8	国分町 20.7	三井アウトレットパーク 18.8	塩釜 16.7	仙台朝市 14.7	仙台うみの杜水族館 13.1	平泉 12.1	
レジャー施設	(77)	(86)	仙台うみの杜水族館 37.2	八木山動物公園 26.0	三井アウトレットパーク 19.3	松島 16.9	秋保温泉 15.6	タビオ/アウトレット 11.6	鐘崎笹かま館・七夕館 10.3	仙台朝市 9.6	秋保大滝 8.8	石巻 8.6	
ショッピング	(110)	(129)	三井アウトレットパーク 32.4	タビオ/アウトレット 20.4	定禅寺通 17.4	国分町 12.7	松島 6.6	秋保温泉 6.1	ニッカウヰスキー宮城 5.9	定義如来西方寺 5.6	仙台うみの杜水族館 5.6	秋保大滝 5.4	
アクティビティ・体験	(42)	(41)	ニッカウヰスキー宮城 23.8	塩釜 23.1	国分町 21.4	三井アウトレットパーク 19.8	泉ヶ岳（登山・スプリング） 19.0	秋保工芸の里 17.7	秋保温泉 16.8	仙台うみの杜水族館 16.4	仙台城跡 15.4	山寺 14.5	
お祭り・イベント	(65)	(64)	定禅寺通 24.4	松島 20.9	仙台城跡 20.5	国分町 15.2	塩釜 14.3	三井アウトレットパーク 12.5	震災遺構荒浜小学校 10.0	秋保温泉 9.4	仙台朝市 7.6	平泉 7.3	
カフェ巡り・映えスポット巡り	(37)	(37)	秋保温泉 18.3	仙台うみの杜水族館 14.1	松島 14.0	仙台城跡 12.6	三井アウトレットパーク 11.6	国分町 11.1	秋保大滝 9.4	石巻 9.3	名取 9.2	轟々峡 9.2	
観劇・観戦	(186)	(203)	国分町 14.3	仙台城跡 11.8	定禅寺通 10.6	三井アウトレットパーク 9.5	松島 7.5	タビオ/アウトレット 5.7	秋保温泉 4.9	仙台朝市 3.4	大崎八幡宮 3.2	塩釜 2.7	

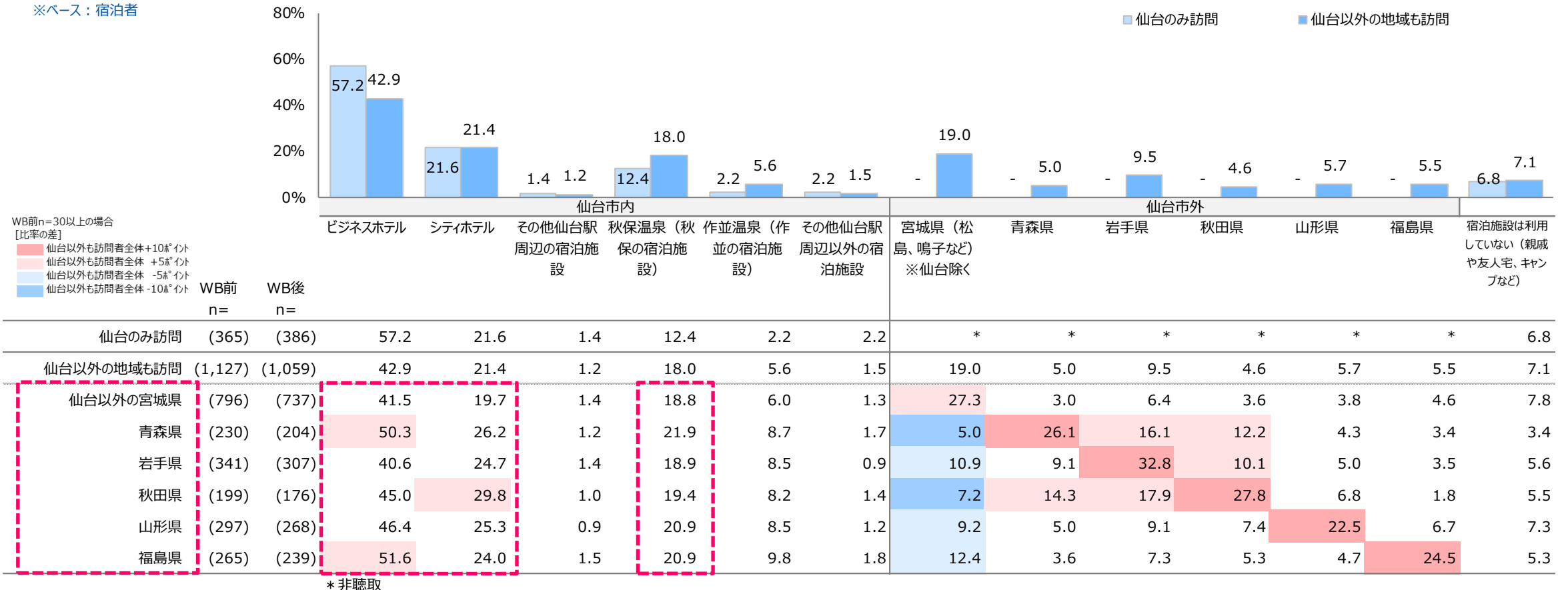
Q14S2. 「仙台市内の観光地・観光スポット」に関して、以下の項目であなたにあてはまるものをそれぞれ選択してください。※このアンケートに回答する前のご回答をお答えください。【Q6の選択内容】に仙台を訪れた際に、観光目的で訪問した場所（すべて）（MA）  
 Q15S2. 「仙台」に関する「食・グルメ」「お祭り・イベント」や「市外の観光地・観光スポット」に関して、以下の項目であなたにあてはまるものをそれぞれ選択してください。※このアンケートに回答する前のご回答をお答えください。（MA）

# 宿泊した場所

- ✓ 仙台のみ訪問者でみると、「ビジネスホテル」のスコアが57.2%で最も高い。「シティホテル」が21.6%で続く。
- ✓ 仙台以外の地域に訪問した人みても、市外の宿泊率 < 仙台市内の宿泊率のほうが高く、東北観光の拠点として仙台に宿泊する層も一定いると思われる。

## 仙台観光時に宿泊した場所

※ベース：宿泊者



Q10. 「仙台」に訪問した時に、宿泊をした方にお聞きます。このときにあなたが宿泊をした場所を、以下から選択してください。 ※4泊以上の方は、4泊目までのことを回答してください。(SA)

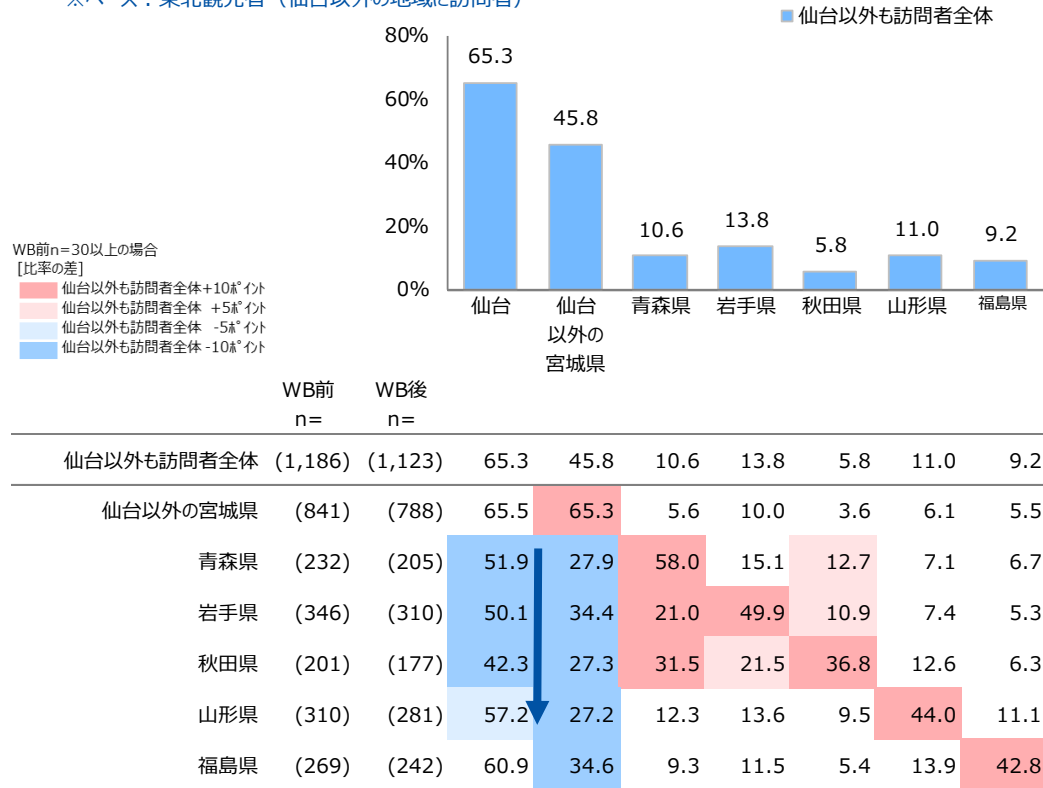


# 観光における仙台の主目的度

- ✓ 仙台以外の地域に訪問した人のうち、仙台を観光の主目的地域とした人は65.3%。
- ✓ 県をまたいだ観光（特に北東北への訪問）になると仙台の主目的率は下がるが、仙台を主目的とした観光をしている人のほうが、東北観光の総合満足度・再訪意向が高く、仙台を介在させることが東北観光においては重要か。

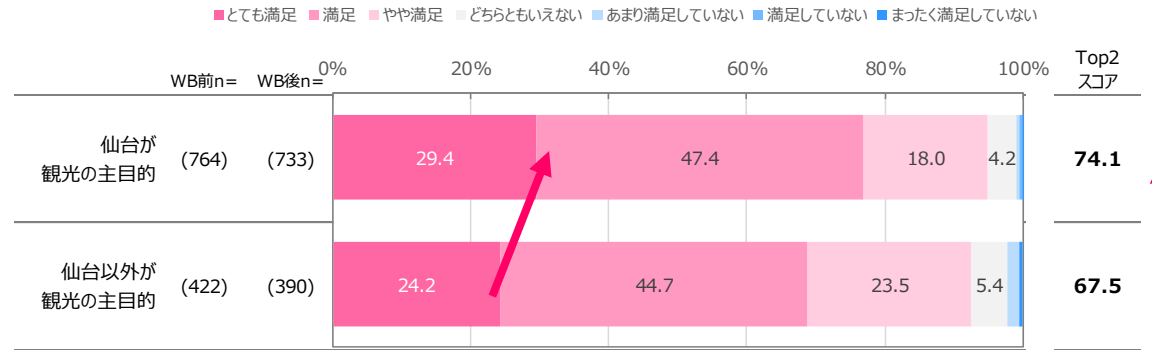
## 観光における仙台の主目的率（2つまで選択）

※ベース：東北観光者（仙台以外の地域に訪問者）

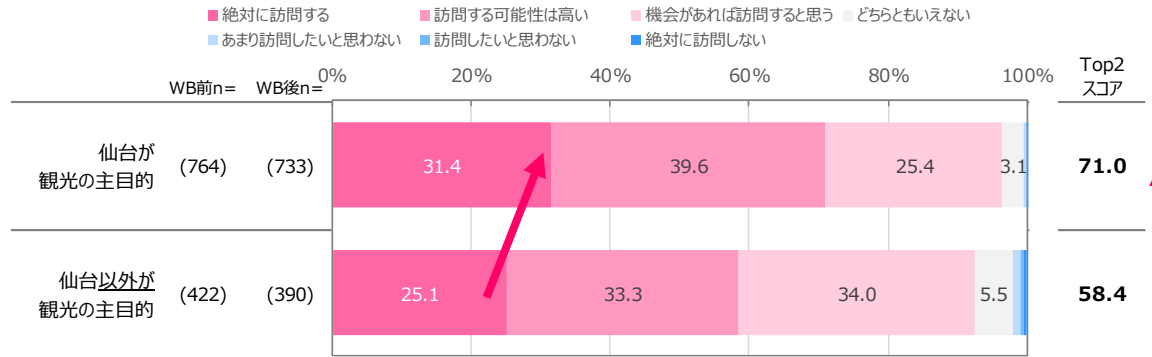


## 東北観光の総合満足度・再訪意向

※ベース：東北観光者（仙台以外の地域に訪問者）



※3%未満のスコア非表示



※3%未満のスコア非表示

Q7S3. 以降このアンケートでは、あなたが【Q4の選択内容】を目的として、【Q6の選択内容】に「仙台」に訪問した時のこととお聞きします。あなたが【Q6の選択内容】に「仙台」に訪問した時に、仙台以外の場所に観光や宿泊を目的に訪問しましたか。あてはまるものを選択してください。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含まれます。（LA）

Q23. あなたは今回の「東北地方を周遊した観光」について、総合的にどの程度満足しましたか。最もお気持ちに近いものを選択してください。（SA）

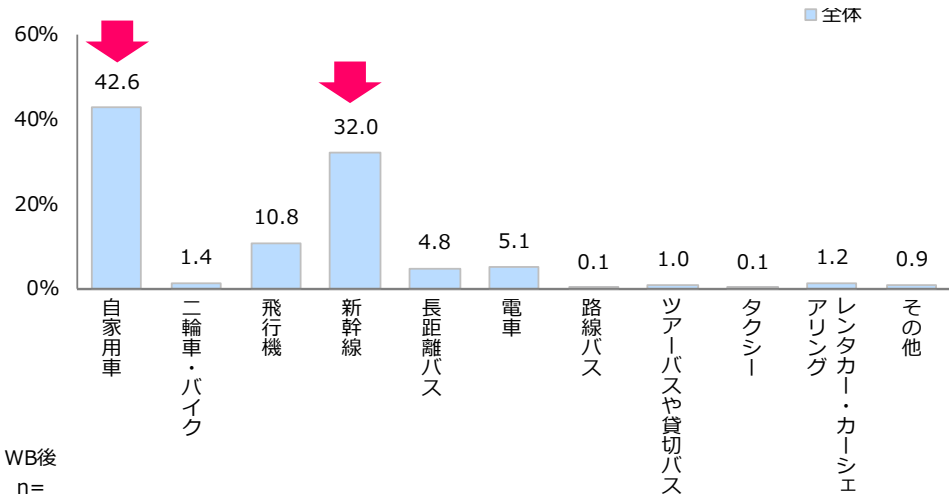
Q24. あなたは今後、「仙台も含めた東北地方を周遊する観光」を目的として、東北地方への訪問したいと思いませんか。最もお気持ちに近いものを選択してください。※宿泊や日帰りは問いません。（SA）

# 交通手段・移動手段

- ✓ 「仙台」への交通手段をみると、全体では「自家用車」「新幹線」が約3-4割と高い。  
宮城・東北・北関東は「自家用車」、一都三県では「新幹線」がメイン。北海道・中部以西では「飛行機」利用者が相対的に多い。
- ✓ 移動のために利用した交通手段では、自家用車以外には「電車」「レンタカー・カーシェア」が活用されている模様。

## 「仙台」への交通手段

※ベース：仙台観光者



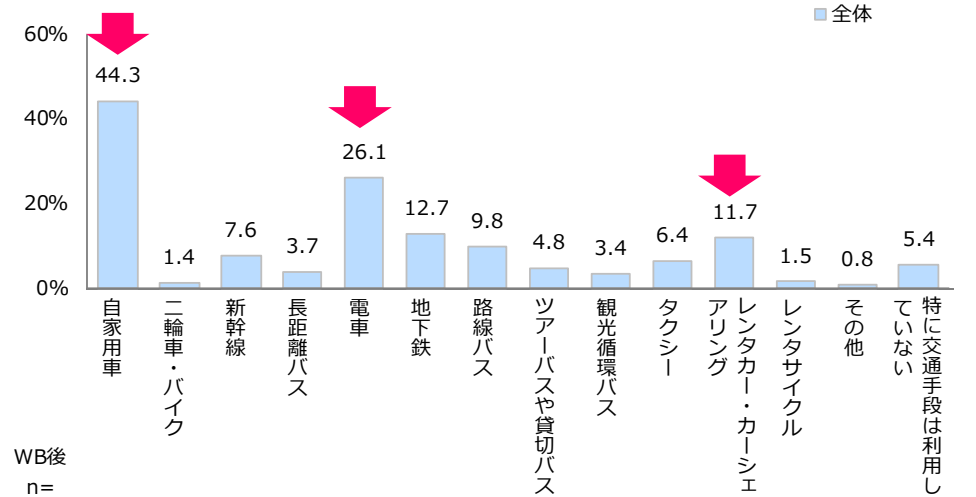
n=30以上の場合  
【比率の差】

- 全体+10%以上
- 全体+5%以上
- 全体-5%以下
- 全体-10%以下

	WB前 n=	WB後 n=	自家用車	二輪車・バイク	飛行機	新幹線	長距離バス	電車	路線バス	ツアーバスや貸切バス	タクシー	レンタカー・カーシェア	その他
全体	(1,694)	(1,684)	42.6	1.4	10.8	32.0	4.8	5.1	0.1	1.0	0.1	1.2	0.9
北海道	(171)	(52)	8.3	3.0	62.0	13.5	1.1	7.7	-	-	-	1.0	3.4
宮城県(仙台除く)	(120)	(114)	70.2	2.5	0.8	4.9	4.1	16.6	-	-	-	0.8	-
東北+新潟(宮城県除く)	(337)	(495)	71.2	-	-	14.6	8.0	3.3	-	0.9	-	1.8	0.3
北関東	(177)	(125)	63.3	0.6	1.7	25.9	1.1	5.6	-	0.6	-	1.1	-
一都三県	(338)	(601)	25.7	2.1	2.1	57.4	4.4	5.0	0.3	0.9	0.3	0.6	1.2
中部	(193)	(130)	23.3	1.5	28.5	35.3	2.6	1.6	-	2.6	-	1.5	3.1
関西	(183)	(116)	9.4	2.2	61.1	16.4	2.7	4.4	-	1.1	-	2.2	0.5
中国	(88)	(22)	16.9	1.9	43.3	28.8	1.5	3.8	-	1.2	-	1.1	1.5
九州	(87)	(28)	9.6	2.5	55.0	17.1	1.5	5.8	1.5	3.6	-	3.4	-

## 移動に利用した交通手段 (観光スポットへの訪問等)

※ベース：仙台観光者



	WB前 n=	WB後 n=	自家用車	二輪車・バイク	新幹線	長距離バス	電車	地下鉄	路線バス	ツアーバスや貸切バス	観光循環バス	タクシー	レンタカー・カーシェア	レンタサイクル	その他	特に交通手段は利用しない
全体	(1,694)	(1,684)	44.3	1.4	7.6	3.7	26.1	12.7	9.8	4.8	3.4	6.4	11.7	1.5	0.8	5.4
北海道	(171)	(52)	14.9	2.0	8.6	6.7	43.5	19.8	14.5	8.9	5.1	9.5	19.2	2.5	0.6	3.6
宮城県(仙台除く)	(120)	(114)	71.9	0.8	2.5	0.8	17.3	11.5	1.6	0.8	0.8	-	1.7	-	0.9	5.8
東北+新潟(宮城県除く)	(337)	(495)	69.7	0.3	2.1	2.1	10.7	9.8	4.2	1.8	0.6	3.6	2.4	-	0.9	6.2
北関東	(177)	(125)	63.3	1.1	4.5	1.7	22.0	7.9	6.7	2.3	3.4	5.1	3.9	1.1	-	3.4
一都三県	(338)	(601)	28.4	1.8	13.6	5.0	34.9	16.3	14.8	4.4	5.0	9.2	15.1	2.4	0.9	6.5
中部	(193)	(130)	25.4	2.1	9.4	5.2	32.1	9.9	9.9	12.0	3.7	5.2	27.5	2.1	1.1	3.1
関西	(183)	(116)	15.4	1.1	3.3	5.5	42.0	12.5	14.8	12.1	6.5	10.5	26.2	3.3	1.1	2.7
中国	(88)	(22)	24.5	4.0	11.1	6.6	36.7	12.5	16.9	9.0	7.1	10.1	22.5	2.9	1.5	0.8
九州	(87)	(28)	17.2	8.5	16.6	4.9	27.2	15.2	14.3	16.2	6.1	6.6	26.9	2.5	0.8	2.2

Q13S1. 以下のうち、あなたが利用した交通手段をそれぞれの項目ごとに選択してください。【「仙台まで」訪れるのに利用した主な交通手段(ひとつ)】(SA)

Q13S2. 以下のうち、あなたが利用した交通手段をそれぞれの項目ごとに選択してください。【「仙台から観光スポットへの訪問など、移動のために利用した交通手段(すべて)】(MA)

# 総括と考察 - 仙台観光実態を踏まえた方向性仮説

- ✓ 観光実態は、「宮城・東北＋新潟」「関東」「北海道＋中部以西」と仙台との距離に応じて傾向が変わるため、以下セグメントに分けて実態を整理。（関東は、「市場人口ボリューム」や「移動手段が車⇔新幹線」で、北関東・一都三県で実態が異なることから分けて記載）
- ✓ トрендとしては、「街歩き」「ショッピング」といった仙台都心での体験が減り、仙台西部・東部・市外への訪問ニーズが増している状況。

## サマリー

		仙台への観光目的	観光体験（市内）	観光体験（市外）	解釈・方向性の仮説
2023年観光全体		<ul style="list-style-type: none"> <li>●仙台への観光目的・テーマは「本格グルメ」がトップ。</li> <li>●昨年に比べて、「自然景観」「温泉」「歴史・文化」のスコアが上昇、「ショッピング」「街歩き」のスコアは低下。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●認知率は「仙台城跡」「秋保温泉」「国分町」、訪問先は「仙台城跡」「秋保温泉」「三井アウトレットパーク仙台港」「国分町」「定禅寺通」が上位。</li> <li>●時系列では、「秋保温泉」「作並温泉」の認知率が上昇。訪問先はトータルで見るとあまり変化はないが、中心部への訪問が若干低下。（※エリア差はあり）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●仙台市外への訪問では、他宮城県内への訪問率が高く、半数近くが訪問。（※エリア差はあり）</li> <li>●隣県の「岩手」「山形」への訪問者が相対的に多く、具体的な場所は「松島」「平泉」「山形市タウンエリア」「山寺」が上位。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●観光目的や観光体験を踏まえると、「都市観光系の体験（ショッピングや街歩き等）」→「郊外・市外での歴史や自然等の体験」へとニーズ/行動範囲が変化している可能性。</li> <li>●観光目的によって「市内・市外の観光スポットの訪問率」の高い・低いが変わるため、市外への周遊促進（広域連携）も体験価値を高めるために検討すべきか。</li> </ul>
※市場占有率×顧客成長率のマップも分類的に参考	宮城（仙台除く） 東北＋新潟	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「ショッピング」がトップ。</li> <li>●ただし「ショッピング」は昨年よりスコアは低下、代わりに「温泉」「自然・景観」のスコアが上昇傾向。（特に県内）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「定禅寺通り」「三井アウトレットパーク仙台港」「うみの杜水族館」への訪問率が高い。</li> <li>●昨年に比べ市内中心部の訪問率は低下、一方仙台西部・東部の各スポットの訪問率が上昇。（特に県内）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●他エリアに比べて、仙台市外への訪問者は少ない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●自然・温泉目的や、仙台市西部・東部への訪問が増えていることを踏まえて、体験価値を検討する必要があるか。あくまでショッピングが主目的のため、そこを踏まえるべき。（提供価値の方針や観光の動線など）</li> </ul>
	一都三県	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「本格グルメ」がトップ。他の観光目的に対して突出してスコアが高く、半数以上が選択。</li> <li>●昨年と比較して、「自然・景観」「歴史・文化」のスコアが上昇しており、加えて「温泉」のスコアも上昇。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「仙台城跡」「秋保温泉」「国分町」の訪問率が高い。</li> <li>●時系列で比べても、訪問先に目立った変化はない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●仙台市外への訪問では、他宮城県内への訪問がメイン。</li> <li>●県外へ周遊する層も少なからずいるが、「北海道＋中部以西」ほどボリュームはなく、行動範囲はそこまで広くない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●自然・温泉目的のニーズが増えているが、遠方までは訪問せずあくまで主目的は「本格グルメ」のため、仙台周辺・グルメを中心とした体験価値が受容される可能性が高い。</li> <li>※一都三県は日本各所へのアクセスがよいため、差別化観点は重要に（仙台のコンパクトさ、都心と自然が近いことなど）</li> </ul>
	北関東	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「本格グルメ」「自然景観」のスコアが高く4割前後。</li> <li>●一都三県と同様、昨年より「自然・景観」「歴史・文化」「温泉」のスコアが上昇。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「仙台城跡」「瑞鳳殿」「秋保温泉」への訪問率が高い。</li> <li>●昨年に比べ市内中心部の訪問率は低下傾向、一方仙台西部への訪問率が上昇。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●仙台市外への訪問では、他宮城県内への訪問がメイン。特徴的なのは「福島」のスコアが高い点。（車で移動する場合に通過する地点のためか）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●一都三県と傾向は似ているため、方針は近いと思われるが、移動手段は「自家用車」が多数派（6割以上）であることを踏まえた動線の検討が必要に。（一都三県は新幹線の訪問が多い）</li> </ul>
	北海道＋中部以西	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「自然・景観」「歴史・文化」に集中。</li> <li>※北海道は傾向が異なり、「本格グルメ」「街歩き」が高い。</li> <li>●昨年と比較して、全体的に「自然・景観」「歴史・文化」のスコアの上昇が目立つ。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「仙台城跡」「瑞鳳殿」のスコアが高く、市内では歴史・文化系の観光体験がメイン。</li> <li>●他エリアに比べて、昨年よりも市内の各観光スポットの訪問率が若干低下。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●仙台市外への訪問者が多く、他宮城県内にとどまらず、北東北も含めた県外にも訪問・周遊観光する層が多い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●観光目的が「自然・景観」「歴史・文化」に集中していることや、市外への訪問ニーズが高いことを踏まえると、優先的に広域連携・東北連携して体験価値を高めるのが望まれると推察。</li> <li>※北海道のみ仙台に留まる傾向も見られたため、方針が異なる可能性も</li> </ul>

## 2. 仙台観光のニーズの理解

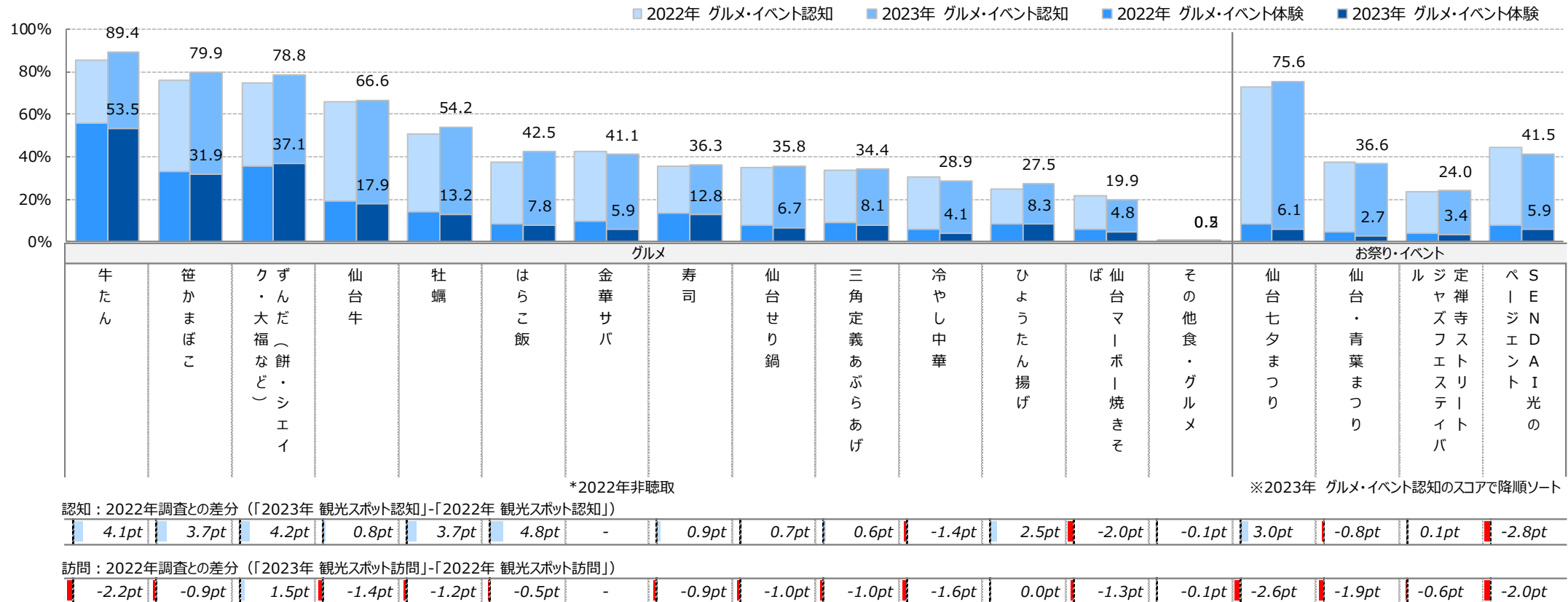
### 2-2. 参考データ

# 【参考】市内のグルメ・イベントの認知・体験 -1

- ✓ 全体では、「牛たん」の認知率が89.4%と高く、ほとんどの人が認知。「牛たん」の体験率は53.5%で半数以上。「笹かまぼこ」「ずんだ」が続き、これらの上位3項目は昨年からスコアが4pt前後上昇している。
- ✓ イベントでは、「仙台七夕まつり」の認知率が75.6%で他に比べて突出して高い。

## 仙台のグルメ・イベント認知、観光時に体験したもの

※ベース：仙台観光者



Q15S1. 「仙台」に関する「食・グルメ」「お祭り・イベント」や「市外の観光地・観光スポット」に関して、以下の項目であなたにあてはまるものをそれぞれ選択してください。※このアンケートに回答する前のことをお答えください。(MA)  
 Q15S2. 「仙台」に関する「食・グルメ」「お祭り・イベント」や「市外の観光地・観光スポット」に関して、以下の項目であなたにあてはまるものをそれぞれ選択してください。※このアンケートに回答する前のことをお答えください。(MA)

# 【参考】市内のグルメ・イベントの認知・体験 -2

- ✓ 「牛たん」「ずんだ」の体験率が突出して高いのは中部以西のエリアで、「仙台牛」のスコアも比較的高い。
- ✓ 宮城県/東北+新潟のエリアでは、今回の訪問で仙台のグルメを体験している人は相対的に少ない。

## 仙台のグルメ・イベントで、観光時に体験したもの

※ベース：仙台観光者

WB前n=30以上の場合  
[比率の差]  
■ 全体+10%以上  
■ 全体+5%以上  
■ 全体-5%以上  
■ 全体-10%以上

	WB前 n=	WB後 n=	グルメ														お祭り・イベント			
			牛たん	ずんだ (餅・シエイク・大福 など)	笹かまぼこ	仙台マー ポー焼きそ ば	ひょうたん 揚げ	三角定義 あぶらあげ	冷やし中 華	仙台せり 鍋	はらこ飯	仙台牛	寿司	牡蠣	金華サバ	その他食・ グルメ	仙台・青 葉まつり	仙台七夕 まつり	定禅寺ス トリート ジャズフェ スティバル	SENDAI 光のペー ジェント
北海道	(171)	(52)	62.1	49.8	41.7	3.2	9.6	9.6	4.3	9.5	14.7	19.9	9.7	14.6	10.0	0.6	3.1	5.6	3.2	2.8
宮城県(仙台除く)	(120)	(114)	27.5	19.2	12.4	4.1	10.0	13.2	5.8	5.8	9.1	11.7	13.3	5.1	3.3	-	5.1	6.7	3.3	12.3
東北+新潟(宮城県除く)	(337)	(495)	42.2	24.6	27.6	2.1	6.8	6.2	1.8	2.7	3.8	10.4	7.4	8.1	1.2	0.3	0.6	4.4	1.8	6.8
北関東	(177)	(125)	54.2	42.3	37.2	3.4	5.0	6.2	0.6	5.0	8.4	18.5	13.0	14.7	2.8	-	2.3	4.0	2.8	7.9
一都三県	(338)	(601)	60.9	43.2	33.7	6.8	9.7	9.1	5.6	9.2	8.3	21.6	16.6	17.4	9.7	0.3	3.5	6.8	4.4	4.2
中部	(193)	(130)	66.8	47.2	38.4	6.3	9.3	7.3	7.8	10.4	10.4	25.0	15.0	16.6	7.8	-	2.6	7.3	4.7	4.2
関西	(183)	(116)	65.6	48.3	40.4	7.0	8.2	8.2	2.7	8.1	12.4	24.5	12.5	14.8	7.1	-	3.8	8.3	3.8	4.9
中国	(88)	(22)	66.7	50.2	37.8	6.5	6.5	6.5	7.6	8.0	7.6	23.6	20.5	13.3	5.6	-	6.3	7.5	5.4	3.7
九州	(87)	(28)	58.4	48.3	37.5	4.6	8.6	9.4	7.2	6.5	13.3	22.2	11.3	13.0	8.4	0.8	5.9	10.2	5.4	9.9

\*2022年非聴取

2022年調査との差分 (2023年-2022年)																											
	北海道	宮城県(仙台除く)	東北+新潟(宮城県除く)	北関東	一都三県	中部	関西	中国	九州	牛たん	ずんだ	笹かまぼこ	仙台マー	ひょうたん	三角定義	冷やし中	仙台せり	はらこ飯	仙台牛	寿司	牡蠣	金華サバ	その他食・ グルメ	仙台・青 葉まつり	仙台七夕 まつり	定禅寺ス トリート ジャズフェ スティバル	SENDAI 光のペー ジェント
北海道	-	-	-5.6pt	-1.8pt	-4.5pt	-5.3pt	-2.5pt	-0.6pt	-2.6pt	1.4pt	6.8pt	-4.2pt	-6.0pt	-3.1pt	0.8pt	0.6pt	-1.5pt	-5.3pt	-0.8pt	-2.4pt							
宮城県(仙台除く)	-	-	2.8pt	3.4pt	0.9pt	-2.1pt	0.1pt	0.7pt	0.5pt	2.4pt	1.2pt	0.2pt	2.7pt	2.4pt	0.7pt	0.0pt	1.6pt	-0.3pt	-0.1pt	0.0pt							
東北+新潟(宮城県除く)	-	-	-3.3pt	0.4pt	1.8pt	-0.1pt	-0.5pt	-0.9pt	0.6pt	-2.8pt	-0.2pt	-3.4pt	0.4pt	0.1pt	-3.1pt	0.0pt	-3.6pt	-1.1pt	0.3pt	-2.1pt							
北関東	-	-	-2.6pt	3.9pt	-3.7pt	-0.5pt	-1.0pt	0.2pt	-2.7pt	-1.0pt	0.7pt	-0.7pt	0.4pt	-1.3pt	-6.5pt	0.0pt	0.6pt	0.2pt	0.1pt	3.6pt							
一都三県	-	-	-1.0pt	2.3pt	-3.3pt	-0.6pt	2.0pt	-0.3pt	-2.7pt	0.5pt	-1.5pt	0.2pt	-0.9pt	-2.1pt	-3.6pt	-0.3pt	-1.1pt	-4.5pt	0.0pt	-3.9pt							
中部	-	-	1.8pt	1.9pt	3.2pt	-1.7pt	0.3pt	-4.5pt	1.0pt	0.9pt	-1.4pt	2.1pt	-0.2pt	-0.8pt	-5.7pt	0.0pt	-1.5pt	-1.2pt	-0.9pt	-0.9pt							
関西	-	-	0.4pt	1.6pt	-0.3pt	-4.5pt	-5.0pt	-3.3pt	-5.9pt	-4.6pt	1.0pt	-5.1pt	-4.3pt	-3.2pt	-6.7pt	0.0pt	-2.0pt	-1.4pt	-6.9pt	-1.8pt							
中国	-	-	7.4pt	-4.9pt	7.5pt	-1.7pt	-1.4pt	-4.9pt	1.6pt	-1.7pt	-4.2pt	0.6pt	-1.1pt	0.7pt	-8.3pt	0.0pt	-0.9pt	-2.4pt	-3.6pt	-2.6pt							
九州	-	-	4.8pt	10.3pt	3.0pt	-4.6pt	-3.2pt	1.7pt	-3.2pt	-6.9pt	0.3pt	1.4pt	-7.5pt	1.5pt	-2.3pt	0.8pt	-2.3pt	-4.0pt	0.6pt	4.0pt							

Q15S2. 「仙台」に関する「食・グルメ」「お祭り・イベント」や「市外の観光地・観光スポット」に関して、以下の項目であなたにあてはまるものをそれぞれ選択してください。※このアンケートに回答する前のことをお答えください。(MA)

# 【参考】観光イメージ（情緒）

- ✓ 仙台は「気軽」「小旅行」のスコアが高い。この点でスコアの傾向が近いのは、新潟・横浜の2エリアだが、仙台は「自然と都会の距離が近い」のイメージが高い点で違いがある。
- ✓ 差別化を連想させる「独自の観光ブランド」のイメージは、京都・神戸・広島でスコアが高い。

## 他都市と比較した観光イメージ（情緒）

※ベース：各都市2023年訪問者

	WB前 n=	WB後 n=	独自の観光ブランドが確立している	観光地としての知名度が高い	何度も行ってみたいくなる	その地域でしかできない体験がある	見どころが多い、何度も楽しめる	ふらっと訪れてもいい時間が過ごせる	歴史や伝統を感じられる	文化的な街である	にぎやかで活気がある	静かで落ち着いた雰囲気	リフレッシュ・休養に向いている	親しみやすい・身近な	地域の人が親切・人柄がよい	気軽に訪問できる	小旅行に向いている	学びを得たり、好奇心を満たすことができる	自然と都会の距離が近い（調和している）	近隣エリア（県内の他地域や隣県）も含めて観光を楽しむことができる	あてはまるものはない	(%)
札幌	(443)	(375)	25	45	41	19	28	19	19	20	21	11	23	23	16	19	17	12	27	27	3	
仙台	(1,694)	(1,684)	14	32	28	11	19	23	28	20	21	18	18	28	14	31	36	10	32	26	4	
新潟	(346)	(352)	13	17	21	12	16	17	15	12	9	24	18	29	16	26	31	10	25	22	6	
横浜	(534)	(559)	25	42	30	13	35	35	20	23	45	10	12	28	12	37	30	13	15	33	3	
名古屋	(441)	(393)	17	25	17	14	21	19	24	14	30	8	13	22	11	23	18	10	15	27	7	
京都	(470)	(408)	35	51	43	29	41	28	54	42	18	23	18	23	13	24	28	26	23	27	1	
大阪	(547)	(470)	25	35	28	18	28	21	17	15	50	9	10	28	20	26	19	13	12	34	2	
神戸	(342)	(285)	30	33	28	13	25	26	25	33	22	24	19	29	14	24	26	18	22	31	3	
広島	(271)	(219)	26	32	21	27	23	18	34	22	13	16	18	19	17	19	23	23	26	22	4	
福岡	(358)	(299)	24	34	30	17	28	22	17	16	34	11	17	27	19	22	17	13	20	28	4	
熊本	(210)	(170)	21	22	23	17	20	17	31	21	11	24	25	26	27	17	21	23	30	28	4	

WB前n=30以上の場合  
 ■ 1位  
 ■ 2位  
 ■ 3位  
 ※縦方向に色付け

※小数点以下非表示

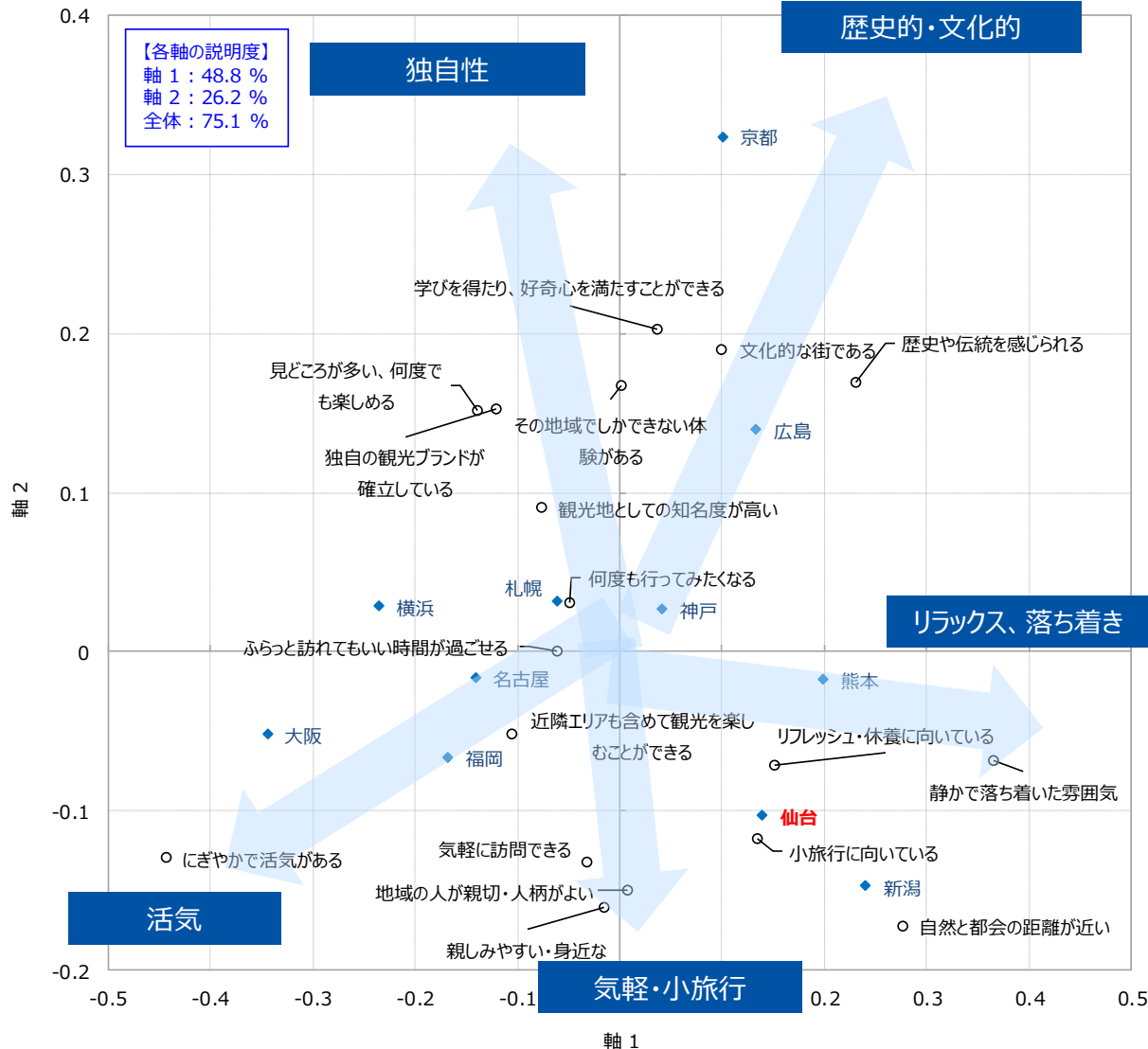
Q2. 以下の地域に対して、あなたが持っている観光のイメージをそれぞれすべて選択してください。(MA)



# 【参考】観光イメージ（情緒）【コレスポネンス分析】

## 他都市と比較した観光イメージ（情緒）

※ベース：各都市2023年訪問者



- ✓ 観光都市の情緒イメージをポジショニングマップで示すと、「仙台」は「気軽」「落ちついた、リフレッシュ」がプロットされる方向に位置する。ポジショニングが近いのは、「熊本」と「新潟」。

### 手法解説

**コレスポネンス分析**とは、質的変数を数量化する手法の1つで、**クロス集計表をビジュアル的に要約**する事ができる。似た反応を示すものを探す際に有効なアプローチと言える。

#### 捕捉：指標の説明

- ✓ **【各軸の説明度】**  
データ全体のどれだけの情報量を表現できるか(%)を示す。本マップでは、2軸のアウトプットで仙台の観光イメージの情報量のうち75%を説明できている

#### 捕捉：マップの見方

- ✓ 近くに配置されているイメージは似たものになっていると解釈できる。
- ✓ **イメージと観光都市の近さは原点からの方向で**考える必要がある。逆に原点から見て同じ方向にあれば一見距離が遠く見えても関連が強い場合がある。

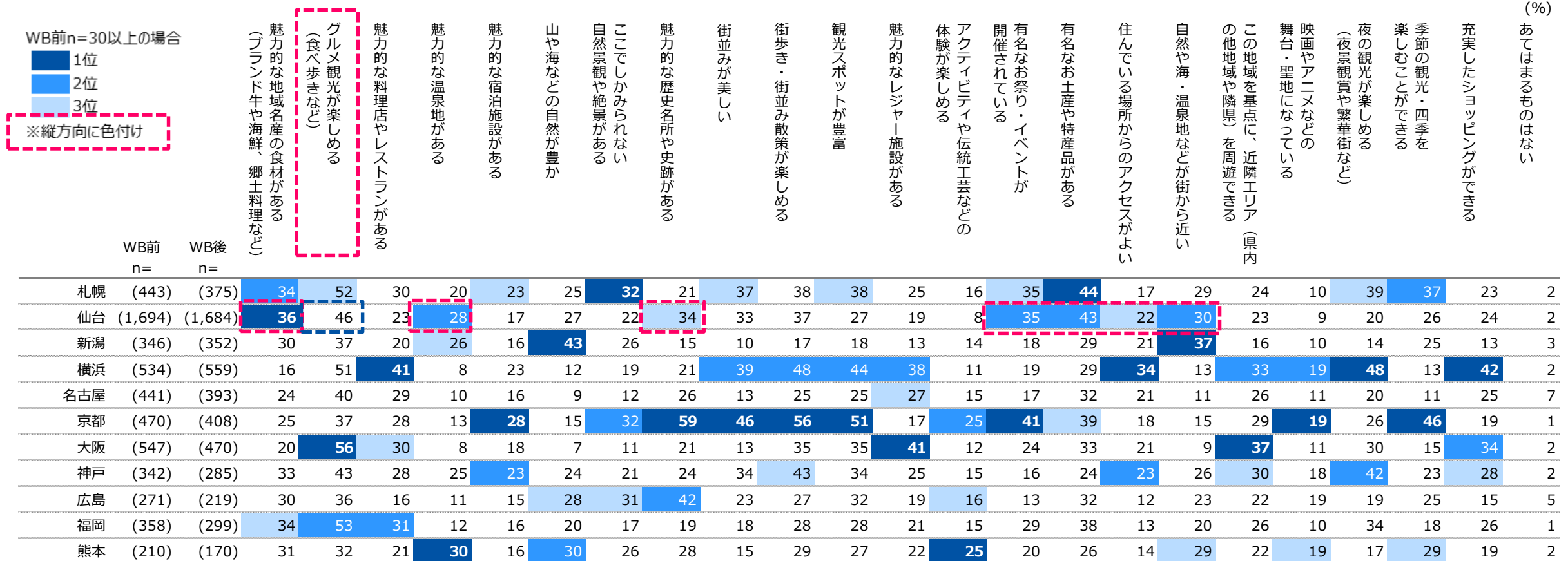


# 【参考】観光イメージ（機能）

- ✓ 仙台は「グルメ観光が楽しめる」のスコアが最も高いが、札幌、名古屋、大阪、福岡など「グルメ」のイメージが高いエリアは多い。ただし、仙台は「魅力的な地域名産の食材」が他エリアに比べて最も高く、地域独自の食材を持っているというイメージを持たれている点が強みとなるか。

## 他都市と比較した観光イメージ（機能）

※ベース：各都市2023年訪問者



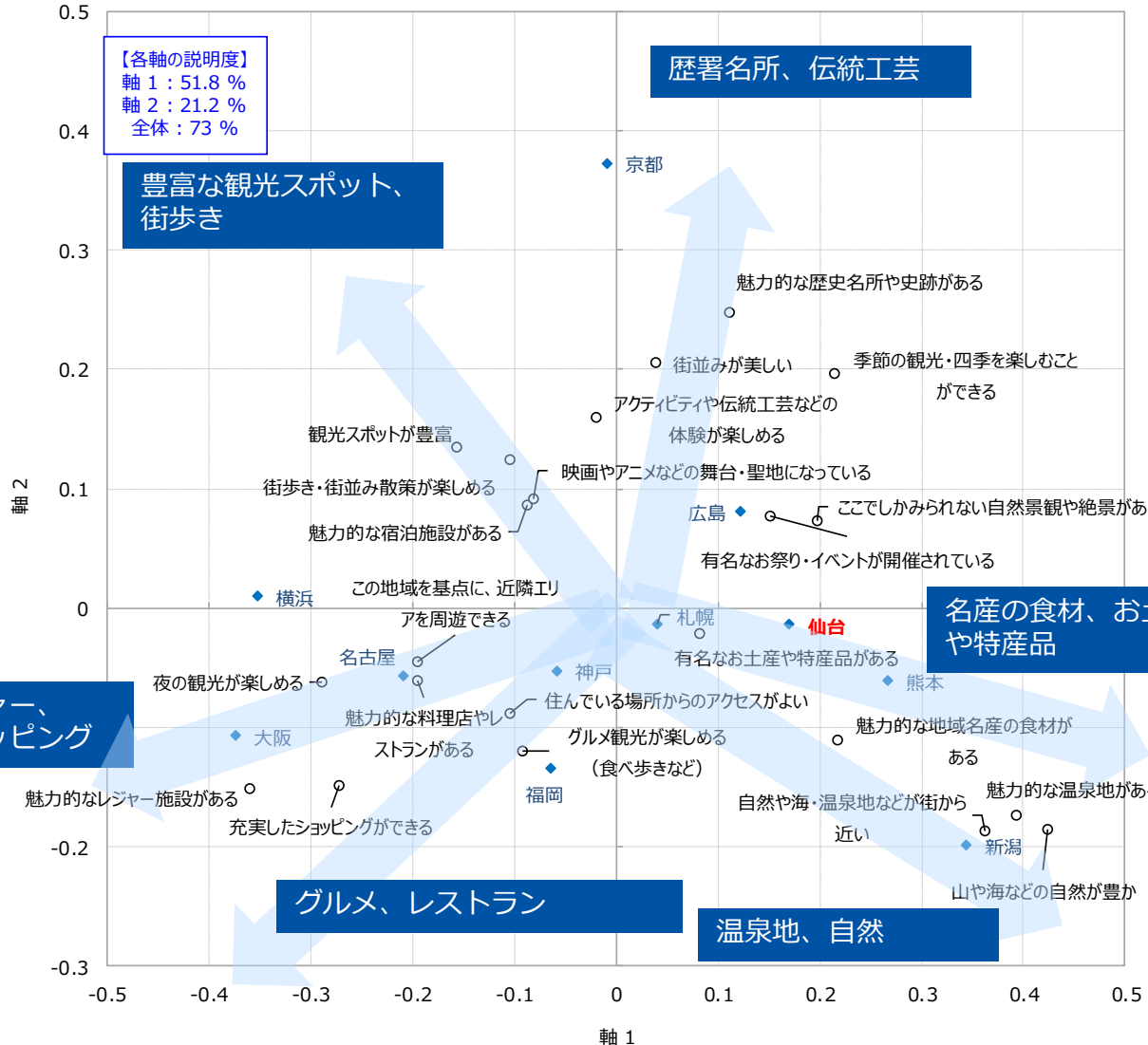
※小数点以下非表示

Q1. 以下の地域に対して、あなたが持っている観光のイメージをそれぞれすべて選択してください。(MA)

# 【参考】観光イメージ（機能）【コレスポネンス分析】

## 他都市と比較した観光イメージ（機能）

※ベース：各都市2023年訪問者



✓ 観光都市の機能イメージをポジショニングマップで示すと、「仙台」は「名産の食材」「お土産や特産品」がプロットされる方向に位置。他にも「温泉」「自然」系のイメージがプロットされており、ポジショニングが近いのは「札幌」「熊本」「新潟」。

### 手法解説

**コレスポネンス分析**とは、質的変数を数量化する手法の1つで、**クロス集計表をビジュアル的に要約**する事ができる。似た反応を示すものを探す際に有効なアプローチと言える。

### 捕捉：指標の説明

✓ 【各軸の説明度】  
データ全体のどれだけの情報量を表現できるか(%)を示す。本マップでは、2軸のアウトプットで仙台の観光イメージの情報量のうち73%を説明できている

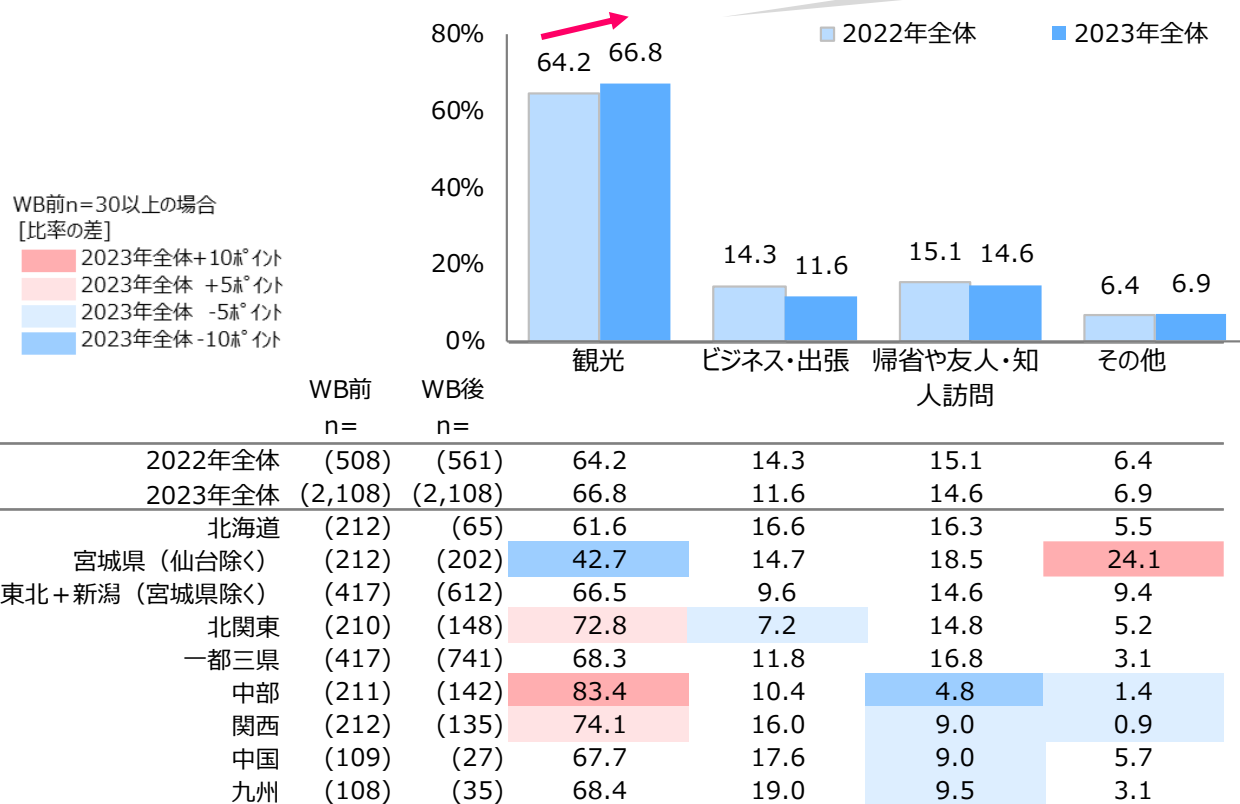
### 捕捉：マップの見方

✓ 近くに配置されているイメージは似たものになっていると解釈できる。  
✓ **イメージと観光都市の近さは原点からの方向で**考える必要がある。逆に原点から見て同じ方向にあれば一見距離が遠く見えても関連が強い場合がある。

- ✓ 仙台への訪問目的をみると「観光」が2.6ptとわずかに増加。  
観光以外を主目的として訪問した人でも観光を行った人は4割弱おり、計8割が仙台で観光を実施。

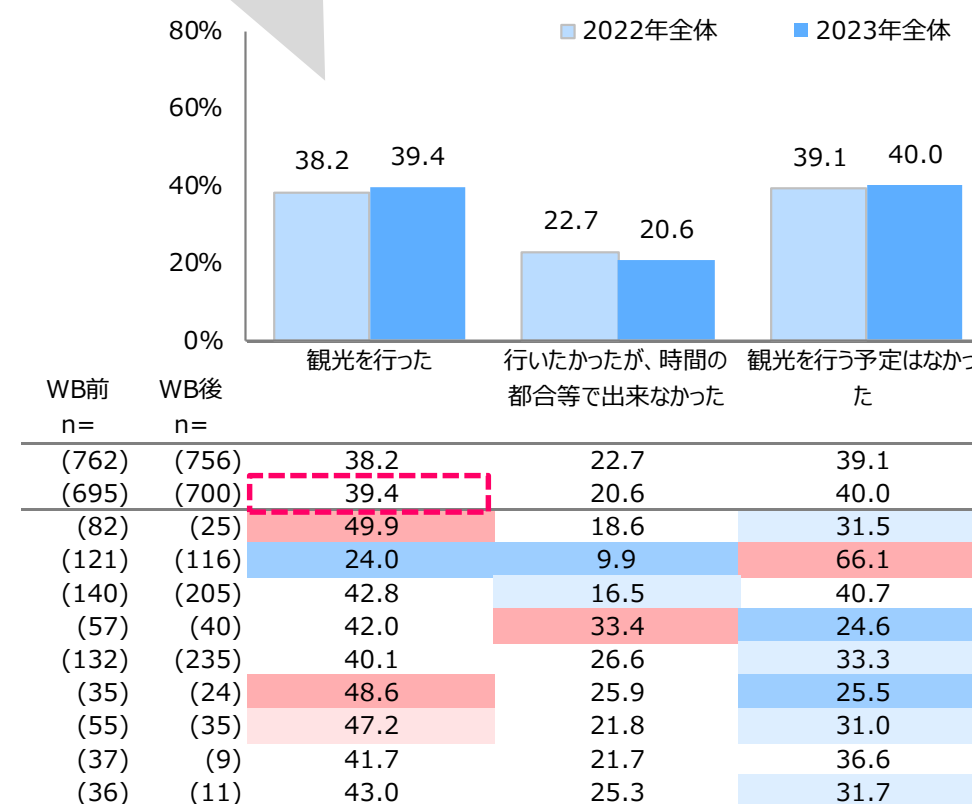
## 仙台への訪問目的

※ベース：全体



2023年全体では、いずれか選択者で8割が仙台で観光を実施。

※ベース：観光主目的以外で仙台訪問者



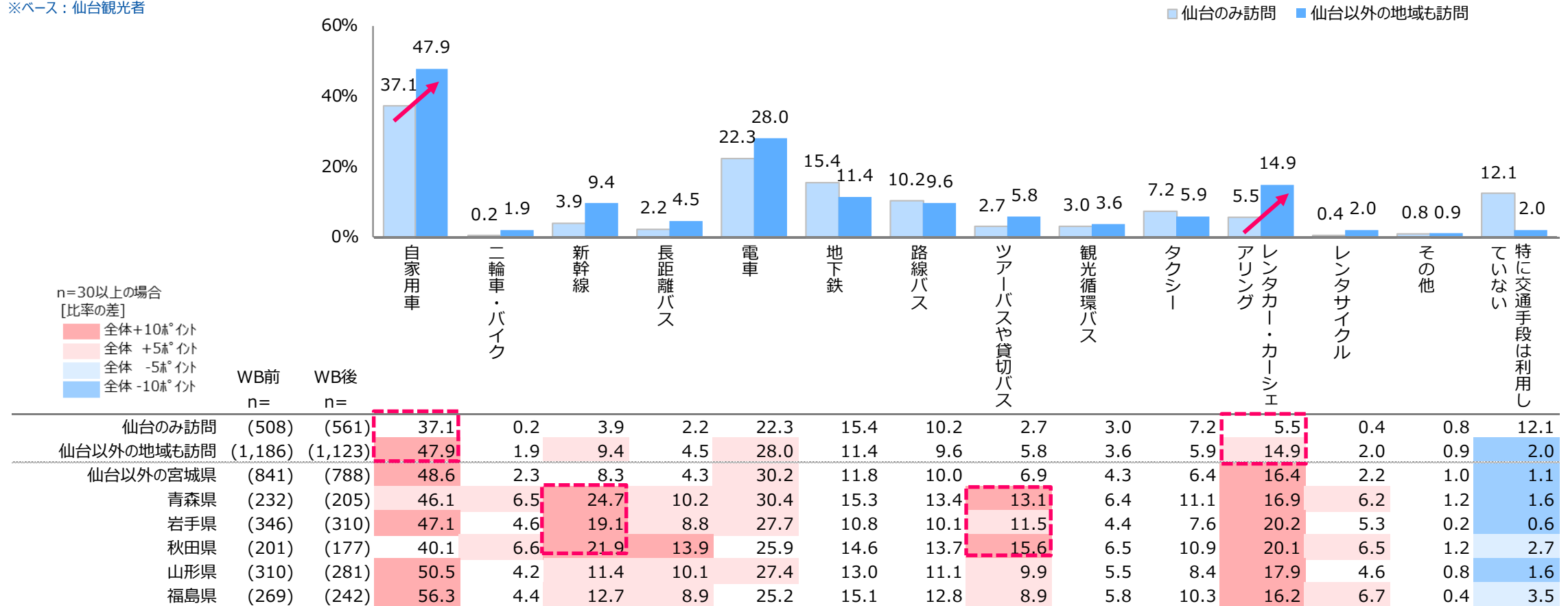
Q4. あなたが2023年に「仙台」に訪問した目的として、最もあてはまるものをひとつだけ選択してください。※複数回訪問した方は、その中で主な1回の訪問のことを回答してください。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含まれます。(SA)  
Q5. 前問で、仙台への主な訪問は【Q4の選択内容】が目的と回答した方にお聞きます。あなたはこの目的で「仙台」に訪問したときに、観光を行いましたか。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含まれます。(SA)

# 【参考】交通手段・移動手段

- ✓ 仙台以外の地域も訪問した人は、「自家用車」「レンタカー・カーシェアリング」と車を活用する人が多い。
- ✓ 青森県・岩手県・秋田県と北東北に訪問した人は、「新幹線」「ツアーバスや貸し切りバス」の利用率が高い。

## 移動に利用した交通手段（観光スポットへの訪問等）

※ベース：仙台観光者



Q13S2. 以下のうち、あなたが利用した交通手段をそれぞれの項目ごとに選択してください。【仙台から観光スポットへの訪問など、移動のために利用した交通手段（すべて）】(MA)

# 【参考】2023年仙台訪問者の属性情報

時系列あり

本調査

- ✓ 性年代では男性の30-40代の比率が低下、女性40代以上の比率がやや上昇している。
- ✓ 同行者は、「自分1人」「夫婦/恋人の2人」「小学生化の子どもと家族」が減少、親きょうだいや少人数のグループがわずかに増加。
- ✓ 仙台への訪問時期は、「5-7月」が特に高く、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行をきっかけに増加したか。

## 性年代

※ベース：仙台観光者

	2022年 仙台観光者	2023年 仙台観光者	2023年 -2022年差分
WB前n=	(1,653)	(1,694)	-
WB後n=	(1,643)	(1,684)	-
男性20-29歳	11.7	11.4	-0.3pt
男性30-39歳	11.0	8.8	-2.2pt
男性40-49歳	11.3	9.7	-1.7pt
男性50-59歳	8.1	7.6	-0.6pt
男性60-79歳	14.6	14.9	0.3pt
女性20-29歳	9.8	9.1	-0.6pt
女性30-39歳	8.1	7.7	-0.5pt
女性40-49歳	6.7	8.3	1.6pt
女性50-59歳	5.9	7.5	1.6pt
女性60-79歳	12.8	15.1	2.3pt

## 同行者

※ベース：仙台観光者

	2022年 仙台観光者	2023年 仙台観光者	2023年 -2022年差分
WB前n=	(1,653)	(1,694)	-
WB後n=	(1,643)	(1,684)	-
自分1人だけ	23.7	21.9	-1.8pt
夫婦/恋人の2人で	34.8	33.4	-1.4pt
子どもとの家族で (小学生以下)	12.5	10.1	-2.4pt
子どもとの家族で (中学生以上)	9.7	10.9	1.2pt
親やきょうだい と家族で	5.2	6.6	1.4pt
友人等とのグループ (4人以下)	11.4	13.0	1.6pt
友人等とのグループ (5人以上)	1.4	2.1	0.7pt
その他	1.2	2.0	0.8pt

## 訪問時期

※ベース：仙台観光者

	2022年 仙台観光者	2023年 仙台観光者	2023年 -2022年差分
WB前n=	(1,653)	(1,694)	-
WB後n=	(1,643)	(1,684)	-
2023年1月	5.6	5.2	-0.4pt
2023年2月	4.2	3.2	-1.0pt
2023年3月	6.1	7.2	1.0pt
2023年4月	4.9	5.6	0.7pt
2023年5月	7.8	10.1	2.3pt
2023年6月	6.0	6.6	0.6pt
2023年7月	6.4	8.7	2.3pt
2023年8月	9.6	10.3	0.7pt
2023年9月	9.2	10.1	0.9pt
2023年10月	14.6	12.8	-1.8pt
2023年11月	10.1	8.7	-1.4pt
2023年12月	15.4	11.5	-4.0pt
春季 (3-5月)	18.9	22.9	4.0pt
夏季 (6-8月)	22.0	25.6	3.6pt
秋季 (9-11月)	33.9	31.6	-2.3pt
冬季 (12-2月)	25.2	19.9	-5.3pt

Q12. あなたが「仙台」に訪問して観光した時の、同行者の形態としてあてはまるものを選択してください。(ひとつだけ) (SA)

Q6. あなたが【Q4の選択内容】の目的で「仙台」に訪問したときの、訪問時期を選択してください。※複数の月にまたがる訪問の場合は、主に仙台に滞在した月を選択してください。(SA)

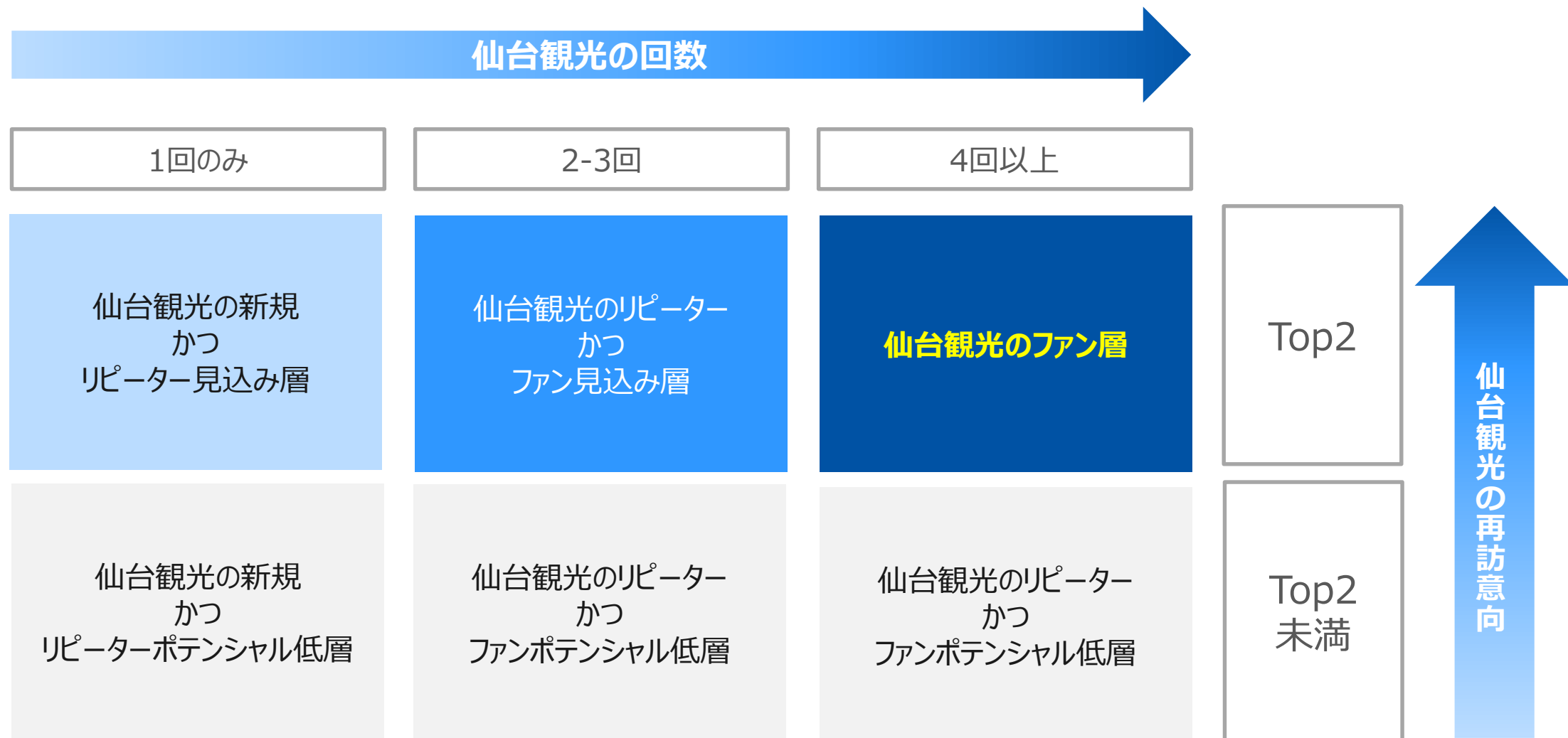
# 3.消費額最大化の方向性確認

## 3-1. セグメント整理

# 【補足】観光客セグメンテーション

以降の2ページは、2023年の仙台観光客を以下6つにセグメンテーションして、満足度や消費額を確認

(各セグメントに記載している「○○層」はイメージ像となるため、実際のセグメントと記載した像が一致しない可能性がある点は注意)



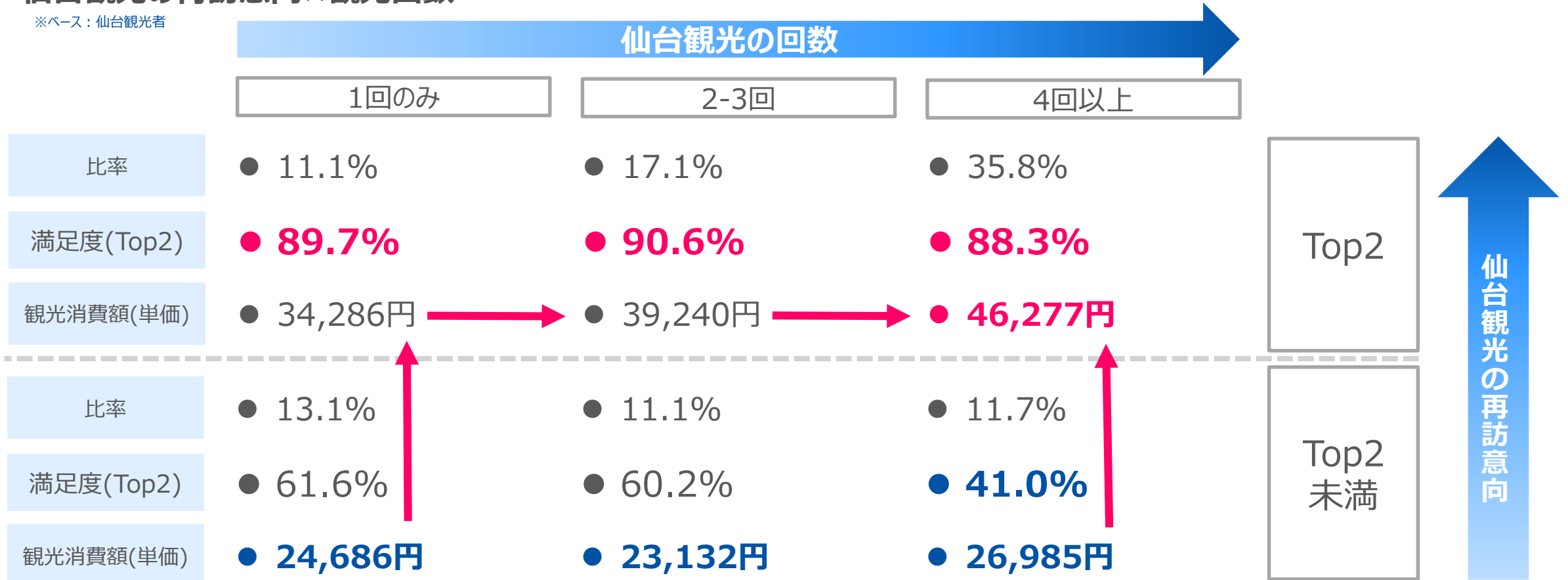
# 観光客セグメンテーション -1

- ✓ 右上のセグメント（仙台への関与度が最も高い層）へ向かうにつれて、観光消費額は向上。（左下と比較すると2万円以上の差）
- ✓ 再訪意向が高い層は満足度Top2も9割前後と高いことから、満足度を高めることが再訪意向獲得に向けて肝要。

## 仙台観光の再訪意向×観光回数

※ベース：仙台観光者

### 仙台観光の回数



SQ3S2. 以下の地域へ観光を目的とした訪問経験がある方にお聞きします。あなたがこれまでに、それぞれの地域に観光を目的として訪問した回数を選択してください。(SA)  
 Q20. あなたは今後観光を目的として、「仙台」にどの程度訪問したいと思いますか。最もお気持ちに近いものを選択してください。※宿泊や日帰りは問いません。(SA)



# 観光客セグメンテーション -2

- ✓ 「宮城、東北+新潟」以外のエリアでは、右上のセグメントであるほど観光消費額が高い。特に、「一都三県」「北海道+中部以西」の単価は約6~7万円と突出して高く、顧客育成による消費単価向上への効果が高いと思われる。

※前章や次頁の結果をみると、「北海道+中部以西」は再訪意向が低い・リピーターが少ないことを踏まえると、ファン育成の難易度は高いと仮説。

## 再訪意向×観光回数

※ベース：仙台観光者

※文字色を薄くしているのは、n=30未満（参考値）のセグメント

		仙台観光の回数			
		1回のみ	2-3回	4回以上	
宮城 (仙台除く) +東北 +新潟	比率	6.4%	11.5%	53.4%	Top2
	満足度 (Top2)	81.2%	93.0%	85.0%	
	観光消費額(単価)	33,505円	41,148円	32,702円	
	比率	4.1%	6.9%	17.7%	Top2 未満
	満足度 (Top2)	58.6%	43.5%	37.0%	
	観光消費額(単価)	20,250円	20,414円	21,822円	

仙台観光の再訪意向

		仙台観光の回数			
		1回のみ	2-3回	4回以上	
一都三県	比率	13.7%	21.2%	30.0%	Top2
	満足度 (Top2)	90.5%	92.3%	93.5%	
	観光消費額(単価)	34,280円	32,608円	60,916円	
	比率	13.4%	12.1%	9.5%	Top2 未満
	満足度 (Top2)	63.6%	59.5%	41.3%	
	観光消費額(単価)	26,544円	21,380円	29,048円	

仙台観光の再訪意向

		仙台観光の回数			
		1回のみ	2-3回	4回以上	
北関東	比率	8.5%	20.2%	34.0%	Top2
	満足度 (Top2)	69.3%	87.1%	92.2%	
	観光消費額(単価)	30,026円	22,270円	51,497円	
	比率	16.4%	13.1%	7.8%	Top2 未満
	満足度 (Top2)	76.1%	74.8%	33.5%	
	観光消費額(単価)	24,873円	34,651円	22,970円	

仙台観光の再訪意向

		仙台観光の回数			
		1回のみ	2-3回	4回以上	
北海道 + 中部以西	比率	14.9%	17.5%	19.1%	Top2
	満足度 (Top2)	98.3%	86.1%	86.4%	
	観光消費額(単価)	35,661円	46,446円	72,543円	
	比率	25.7%	15.2%	7.5%	Top2 未満
	満足度 (Top2)	57.2%	68.9%	57.9%	
	観光消費額(単価)	24,621円	26,998円	42,923円	

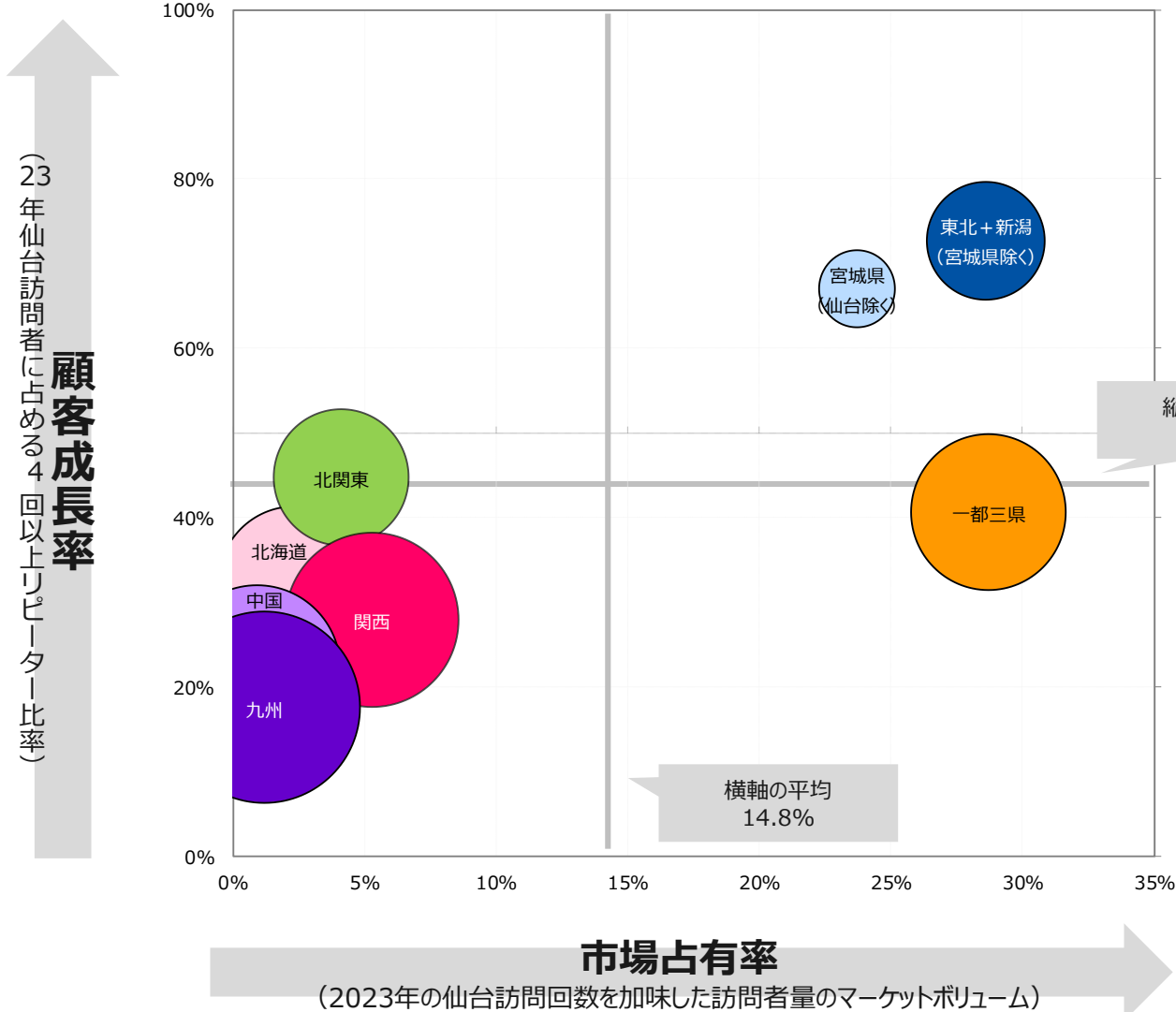
仙台観光の再訪意向

SQ3S2. 以下の地域へ観光を目的とした訪問経験がある方にお聞きます。あなたがこれまでに、それぞれの地域に観光を目的として訪問した回数を選択してください。(SA)  
 Q20. あなたは今後観光を目的として、「仙台」にどの程度訪問したいと思いますか。最もお気持ちに近いものを選択してください。※宿泊や日帰りは問いません。(SA)

# 市場占有率×顧客成長率のマッピング

## 市場占有率×顧客成長率

※バブルの大きさは、仙台市内の観光消費額（単価）の大きさを相対で表現



- ✓ 市場占有率（ボリューム）と顧客成長率（リピーター比率）をマップで整理すると、前頁のエリア分類のように
  - ・宮城/東北+新潟
  - ・一都三県
  - ・北関東
  - ・北海道+中部以西
 に大まかに分けられる。
- ✓ 有望セグメントは、占有率が高くリピーター育成が狙いやすい「宮城/東北+新潟」と、占有率と消費額が高い（かつ、育成も狙いやすい位置にある）「一都三県」と仮説。

詳細  
数値

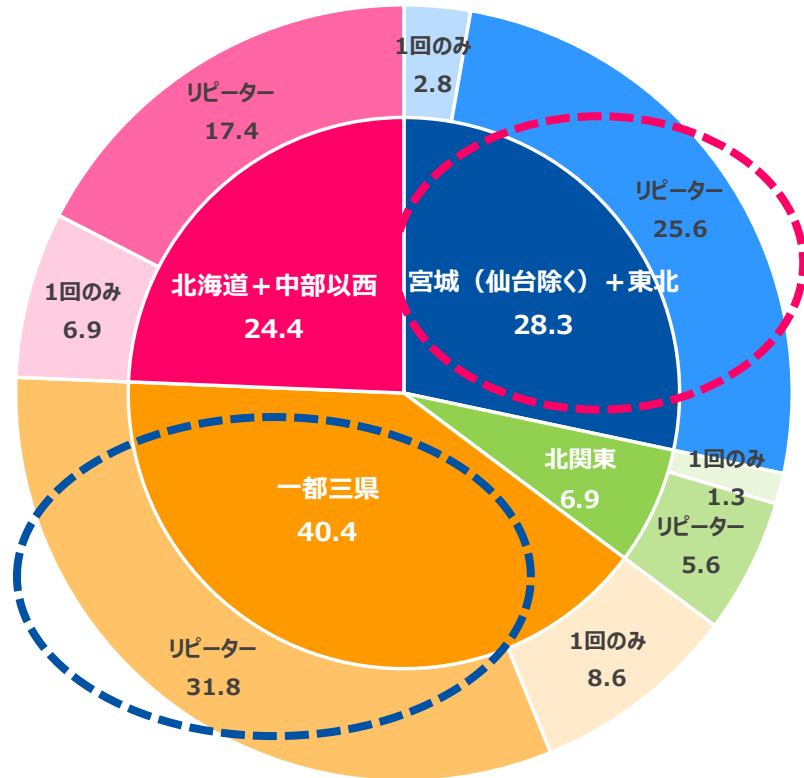
	訪問者量のシェア率	訪問者に占める4回以上リピーター比率	市内の観光消費額
北海道	2.3	32.2	38,324
宮城県（仙台除く）	23.7	67.0	19,107
東北+新潟（宮城県除く）	28.6	72.7	29,630
北関東	4.1	44.7	34,135
一都三県	28.7	40.6	38,983
中部	5.2	28.6	37,281
関西	5.3	27.8	43,635
中国	0.9	22.1	41,731
九州	1.2	17.5	48,214

# リピーターの観光消費額

- ✓ 観光消費額の支払額を居住地×観光回数で分類すると、「一都三県」のシェアが4割と突出。「宮城/東北+新潟」が3割弱で続く。
- ✓ 各居住地のリピーターの観光消費額をみると、「宮城/東北+新潟」「北関東」では「飲食費」「宿泊費」「ショッピング代」が、「一都三県」「北海道・中部以西」では「娯楽等サービス費」も含めて全体的に金額が高い。

## 仙台市内の観光消費額の居住地シェア率

※ベース：仙台観光者



(WB前n=1,456/WB後n=1,448)

## 仙台市内の観光消費額 (単価)

※ベース：仙台観光者

※単位：円/人回	WB前 n=	WB後 n=	仙台市内 全体 (右記の合計)	市内の 交通費	飲食費	宿泊費	娯楽等 サービス費	ショッピ ング・ 買い物代	その他支 出
宮城・東北+新潟×1回のみ	(38)	(51)	28,362	3,827	4,585	9,562	3,579	4,209	2,601
宮城・東北+新潟×リピーター	(321)	(435)	30,687	2,371	6,141	8,975	3,130	7,172	2,898
「リピーター」-「1回のみ」：差分	-	-	2,325	-1,455	1,556	-587	-449	2,964	297
北関東×1回のみ	(38)	(27)	24,907	2,251	5,207	7,872	2,242	4,203	3,132
北関東×リピーター	(115)	(81)	36,259	3,846	6,935	11,391	2,911	7,222	3,954
「リピーター」-「1回のみ」：差分	-	-	11,352	1,595	1,728	3,519	669	3,019	822
一都三県×1回のみ	(83)	(148)	30,461	3,691	6,994	9,267	2,399	5,720	2,389
一都三県×リピーター	(223)	(396)	41,944	4,600	8,254	13,018	4,759	6,529	4,784
「リピーター」-「1回のみ」：差分	-	-	11,483	909	1,260	3,750	2,360	808	2,395
北海道・中部以西×1回のみ	(260)	(126)	28,675	3,463	5,994	10,609	1,574	5,038	1,997
北海道・中部以西×リピーター	(378)	(184)	49,424	5,923	9,716	14,670	5,352	8,355	5,410
「リピーター」-「1回のみ」：差分	-	-	20,750	2,459	3,721	4,061	3,778	3,317	3,413

Q16. 今回（【Q6の選択内容】）の仙台（宮城県）への訪問に関して、以下の項目ごとにあなた1人分の支出金額をそれぞれ選択してください。※あなたが支払いをしていない場合は、ご自身はどのくらい費用負担が必要だったかを回答してください。  
※グループの場合は1人あたりに換算してお答えください。（SA）

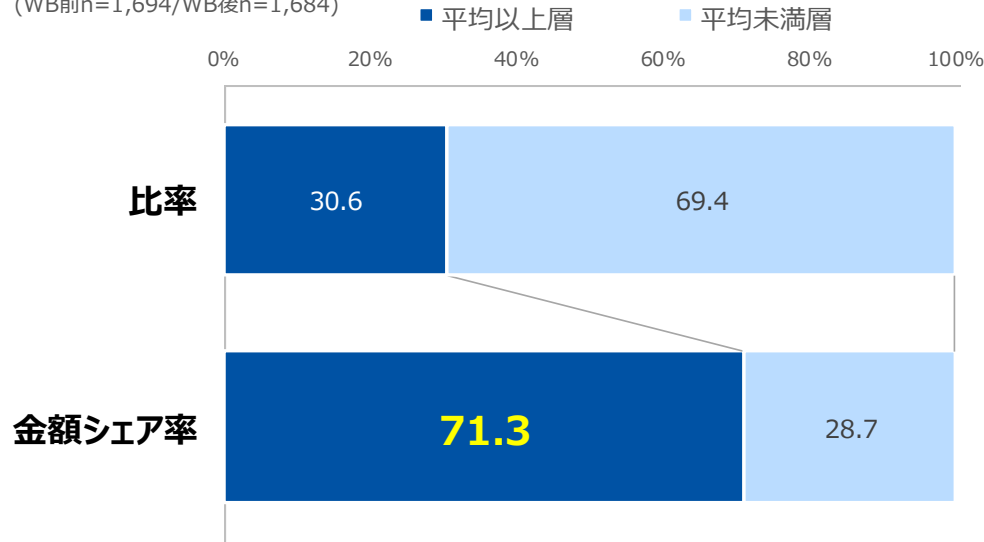
# 市内観光消費額の構造

- ✓ 市内の観光消費額で、「平均より高い支出をした層」は3割、「平均未満の支出をした層」は7割。平均以上層の比率は少ないが、一方金額シェア率は7割以上を占める。⇒3割の平均以上層によって、仙台市内の観光消費額の7割が支えられる構造。
- ✓ 平均以上支出層は、「飲食費」「宿泊費」「ショッピング代」への消費が高く、お金を使ってもらいやすい（単価向上が狙える）領域か。

## 仙台市内の観光消費額の支払い者の分類

※ベース：仙台観光者

(WB前n=1,694/WB後n=1,684)



### 平均以上層/平均未満層について

・平均以上層：各居住地ごとに、仙台市内の観光消費額の平均値以上の支出をした層の合算  
 ・平均未満層：各居住地ごとに、仙台市内の観光消費額の平均値よりも低い支出をした層の合算  
 ⇒また、各層の消費額の合計値を算出し、全体に占める金額シェア率も確認

※単位：円/人回	WB前 n=	WB後 n=	仙台市内 全体 (右記の合計)	消費項目					
				市内の 交通費	飲食費	宿泊費	娯楽等 サービス費	ショッピン グ・ 買い物代	その他支 出
平均以上支出層	(520)	(515)	81,346	8,864	15,329	23,885	8,638	15,145	9,486
全体(81,346円)に占める、 各項目の消費額比率⇒	-	-	-	11%	19%	29%	11%	19%	12%
平均未満支出層	(1,174)	(1,169)	14,429	1,334	3,426	4,569	1,255	2,862	983
全体(14,429円)に占める、 各項目の消費額比率⇒	-	-	-	9%	24%	32%	9%	20%	7%
「平均以上支出層」 -「平均未満支出層」の差分	-	-	66,917	7,530	11,903	19,315	7,383	12,283	8,503

Q16. 今回（【Q6の選択内容】）の仙台（宮城県）への訪問に関して、以下の項目ごとにあなた1人分の支出金額をそれぞれ選択してください。※あなたが支払いをしていない場合は、ご自身はどのくらい費用負担が必要だったかを回答してください。  
 ※グループの場合は1人あたりに換算してお答えください。（SA）

# 総括と考察 – “消費額最大化”観点でのセグメント整理

今回調査では遠方エリアからの訪問者増加傾向がみられたため完全にフォーカス外となるのではなく、あくまで優先度をつけた場合として記載

- ✓ 今回調査した内容のうち、観光消費額へ影響があると考えられる指標を抜粋してエリア別に整理。
- ✓ “短期的”な目標達成目線では、『リピーター獲得』が優先と考えると、ターゲットは「宮城・東北＋新潟」「一都三県」と考察。  
(リピーターは消費額(単価)が高い結果がみられること、新規観光客は獲得コスト(費用・時間)がかかりやすい点を踏まえて)

## 観光消費額と関連する指標 (仮説)

	市場占有率 (相対マーケットシェア)	市内観光消費額の 金額シェア率	観光消費額 (単価)	再訪意向、 およびリピーター比率	宿泊率/延泊率	総合満足度	仙台観光未経験者に 占めるボリューム
	施策でリーチする ボリュームが大きい	消費額の源泉であり、 関係性維持が重要	単価の高さは 消費額に直接影響	リピーター育成の ハードル	消費額が高い宿泊費は、 単価向上へ影響	仙台的提供価値との 親和性の高さ	新規観光客の開拓
<b>宮城 (仙台除く) 東北＋新潟</b>	・ボリュームは約半数で最も高い。	・3割弱の金額シェアを占める。	・宮城県の単価は約19,000円、東北＋新潟の単価は約30,000円。	・宮城/東北＋新潟共に再訪意向は相対的に高い。 ・リピーター比率も、各エリア8割以上で高い。	・宮城は半数は非宿泊。 ・一方東北＋新潟は7割が宿泊している。延泊率は15%。	・宮城の総合満足度は63%で低いが、東北は7割を超える。	・ボリュームは約5-6%
<b>一都三県</b>	・ボリュームは3割弱。	・金額シェア率は最も高く4割越え。	・約39,000円。	・再訪意向は65%で相対的に高い。 ・リピーター比率も、5割以上で高い。	・宿泊率は約8割、延泊率も3割弱と高い部類に入る。	・総合満足度は8割越え。	・ボリュームは約33%
<b>北関東</b>	・ボリュームは約4%。	・シェア率は最も低く7%。	・約34,000円。	・再訪意向は57%でやや低め。 ・一方リピーター比率は5割以上で相対的に高い位置にある。	・宿泊率は約7割、延泊率は2割弱。	・総合満足度は77%。	・ボリュームは約5%
<b>北海道 ＋ 中部以西</b>	・ボリュームは約13%。	・宮城・東北＋新潟に次いで3番手で、24%。	・中部が約37,000円と相対的に低いが、それ以外は38,000円以上。	・再訪意向は相対的に低い。 ・北海道を除き、リピーター比率は4割を下回る。	・宿泊率はいずれも8割越え、延泊率は北海道・中北では4割を超える。	・中国を除いた、各エリアで総合満足度は75%を超える。	・エリアを総括すると、6割近いシェア

# 3.消費額最大化の方向性確認

## 3-2.再訪意向の目的・動機

# 再訪動機（宮城・東北＋新潟）

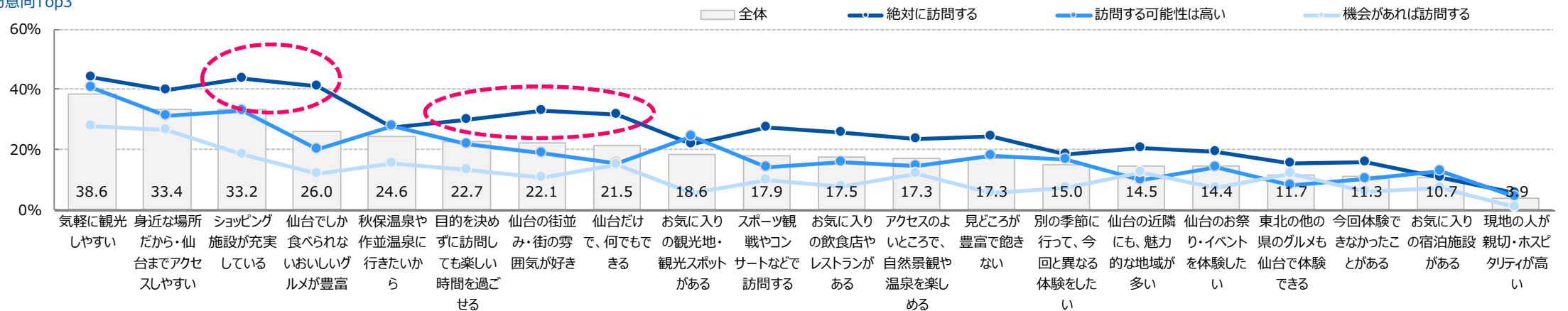
- ✓ 再訪したい理由のトップは「気軽に訪問できる」こと。「ショッピング施設が充実」「仙台でしか食べられないグルメ」も高い。ほかに、「目的を決めずに訪問しても楽しい時間を過ごせる」「街並みが好き」「仙台だけで何でもできる」では、Top1層のスコアが突出。
- ✓ 再訪時の観光目的では、「本格グルメ」「ショッピング」でTop1層のスコアが高い。

## 仙台観光を再訪したい理由・再訪時の観光目的

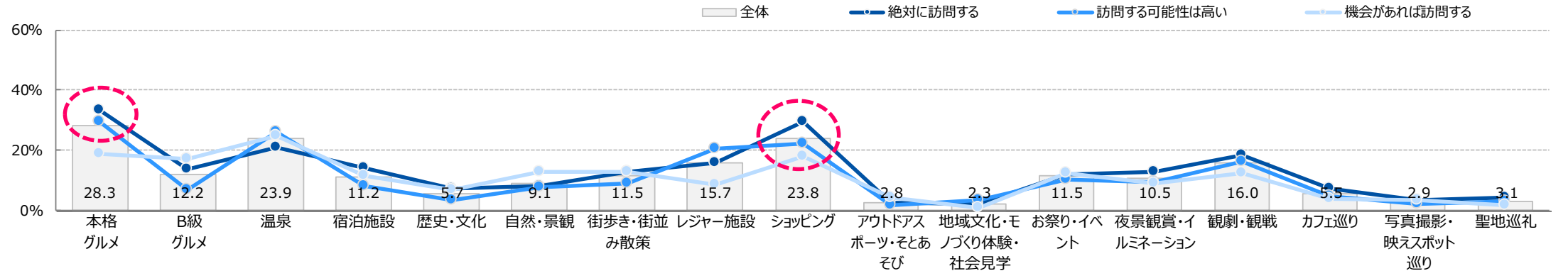
※ベース：再訪意向Top3

全体(WB前n=457/WB後n=609)  
 絶対に訪問する(WB前n=158/WB後n=211)  
 訪問する可能性は高い(WB前n=153/WB後n=208)  
 機会があれば訪問する(WB前n=110/WB後n=144)

再訪  
したい理由



再訪時の  
観光目的



Q21S1. 引き続き、「仙台」に【Q20の選択内容】と回答した方にお聞きます。そのようにお答えになった理由について、以下の中からあてはまるものを選択してください。(MA)  
 Q22. あなたが次に観光目的で「仙台」に訪問する際は、どのような観光目的・テーマにしたいと思いますか。あてはまるものを3つまで選択し、その目的・テーマを選んだ理由や具体的に体験したいことを記入してください。(LA)



# 観光イメージ（宮城・東北+新潟）

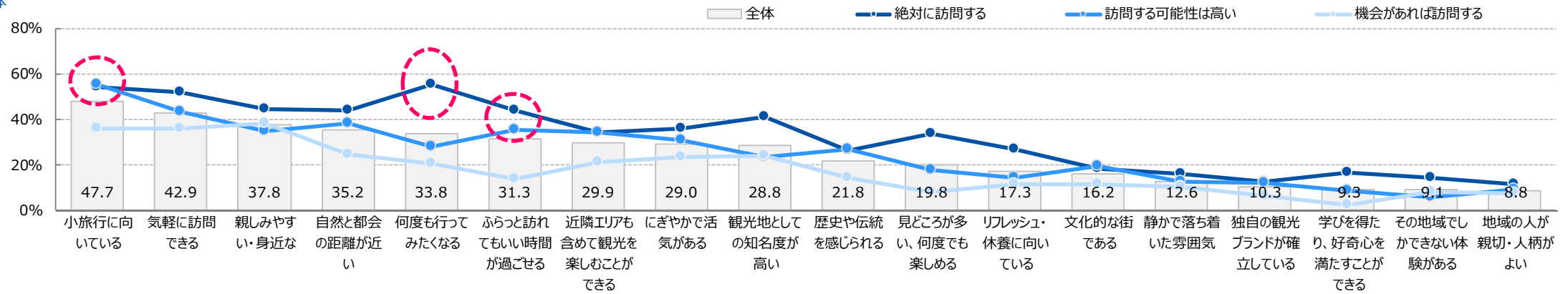
- ✓ 情緒イメージをみると、再訪意向Top1層は「小旅行」「何度も行ってみたい」「ふらっと訪れてもいい時間を過ごせる」が高く、気軽に訪れやすい街と認識している様子。
- ✓ 機能イメージでは、「グルメ観光が楽しめる」「充実したショッピング」のスコアが、再訪意向の度合いによって差が出ている。

## 仙台の観光イメージ（情緒・機能）

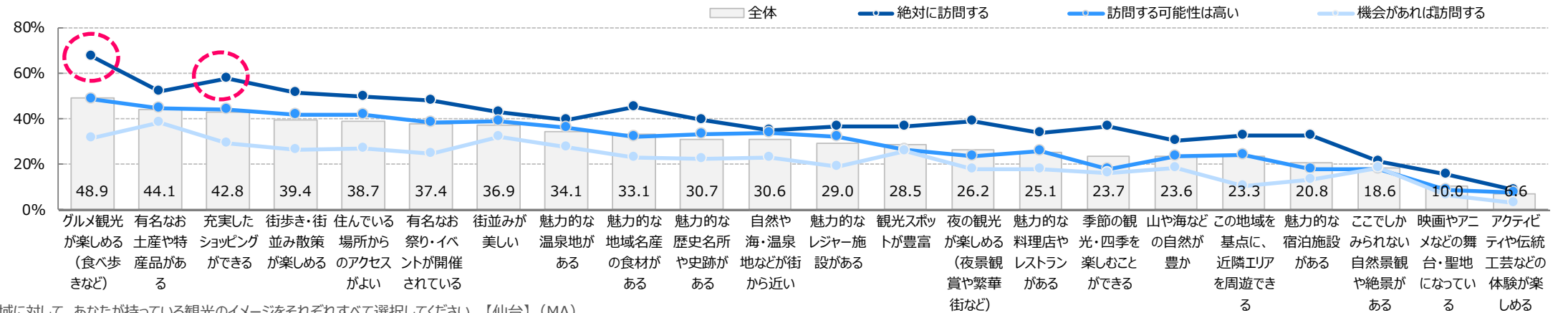
※ベース：全体

全体(WB前n=457/WB後n=609)  
 絶対に訪問する(WB前n=158/WB後n=211)  
 訪問する可能性は高い(WB前n=153/WB後n=208)  
 機会があれば訪問する(WB前n=110/WB後n=144)

### 情緒イメージ



### 機能イメージ



Q1S2. 以下の地域に対して、あなたが持っている観光のイメージをそれぞれすべて選択してください。【仙台】(MA)  
 Q2S2. 以下の地域に対して、あなたが持っている観光のイメージをそれぞれすべて選択してください。【仙台】(MA)



# 再訪動機（一都三県）

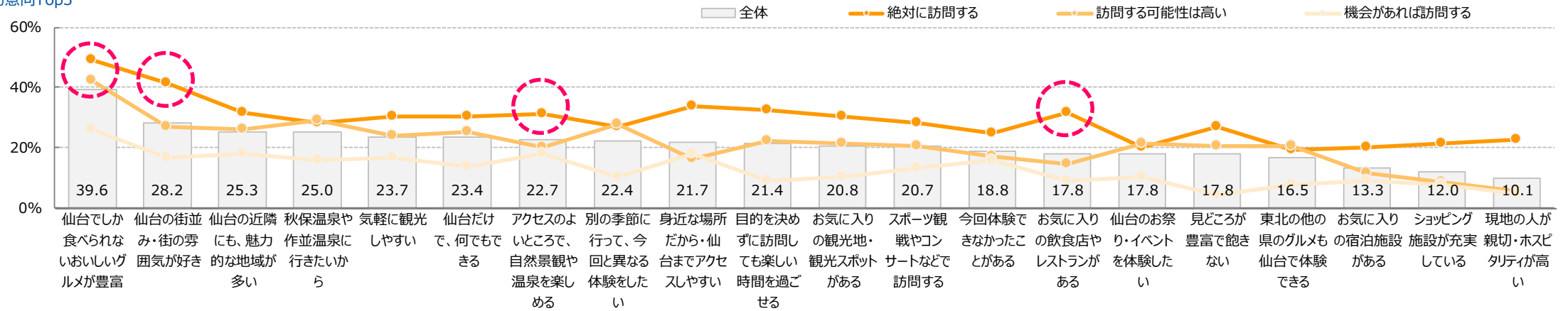
- ✓ 再訪したい理由のトップは「仙台でしか食べられないグルメ」で、再訪意向の度合いが強いほどスコアは高い。ほかに、「街並み・雰囲気が好き」「アクセスのよいところで自然や温泉を楽しめる」「お気に入りの飲食店やレストランがある」では、Top1層のスコアが突出。
- ✓ 再訪時の観光目的では、意向の強弱を問わず「本格グルメ」が突出して高く、「温泉」が続く。

## 仙台観光を再訪したい理由・再訪時の観光目的

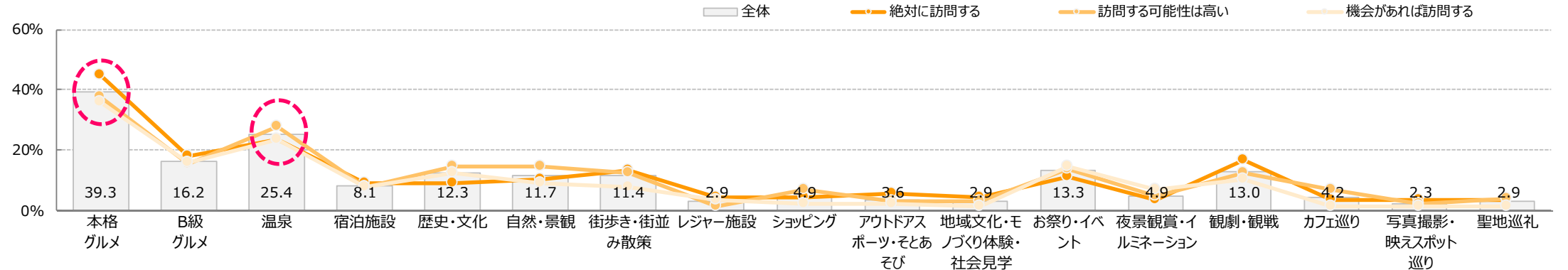
※ベース：再訪意向Top3

全体(WB前n=338/WB後n=601)  
 絶対に訪問する(WB前n=89/WB後n=158)  
 訪問する可能性は高い(WB前n=130/WB後n=231)  
 機会があれば訪問する(WB前n=89/WB後n=158)

再訪  
したい理由



再訪時の  
観光目的



Q21S1. 引き続き、「仙台」に【Q20の選択内容】と回答した方にお聞きます。そのようにお答えになった理由について、以下の中からあてはまるものを選択してください。(MA)  
 Q22. あなたが次に観光目的で「仙台」に訪問する際は、どのような観光目的・テーマにしたいと思いますか。あてはまるものを3つまで選択し、その目的・テーマを選んだ理由や具体的に体験したいことを記入してください。(LA)

# 観光イメージ（一都三県）

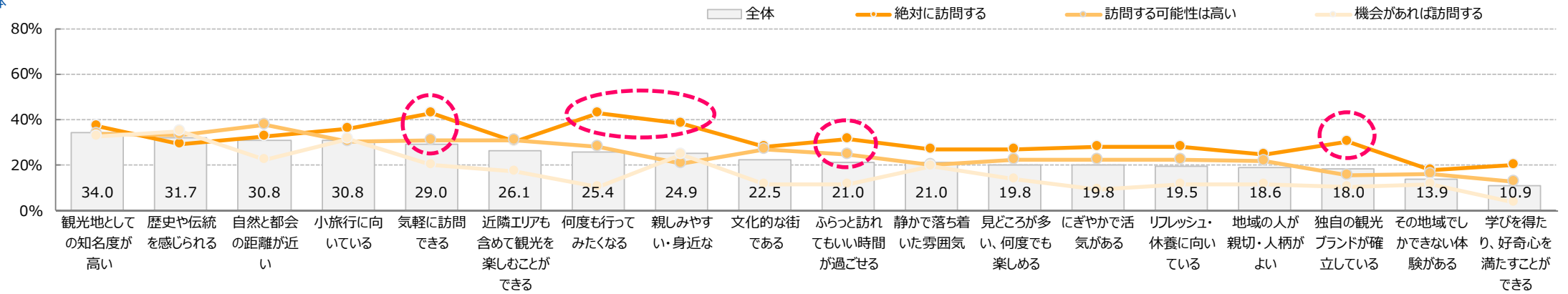
- ✓ 情緒イメージをみると、再訪意向Top1層は「気軽」「何度も行ってみたいくなる」「親しみやすい」「ふらっと訪れてもいい時間を過ごせる」が高く、仙台をなじみやすく居心地のよい場所として受け入れている様子。「独自の観光ブランドが確立」も高い。
- ✓ 機能イメージでは、「街歩き」「魅力的な料理店やレストラン」「魅力的な宿泊施設」が再訪意向の度合いによって差が出ている。

## 仙台の観光イメージ（情緒・機能）

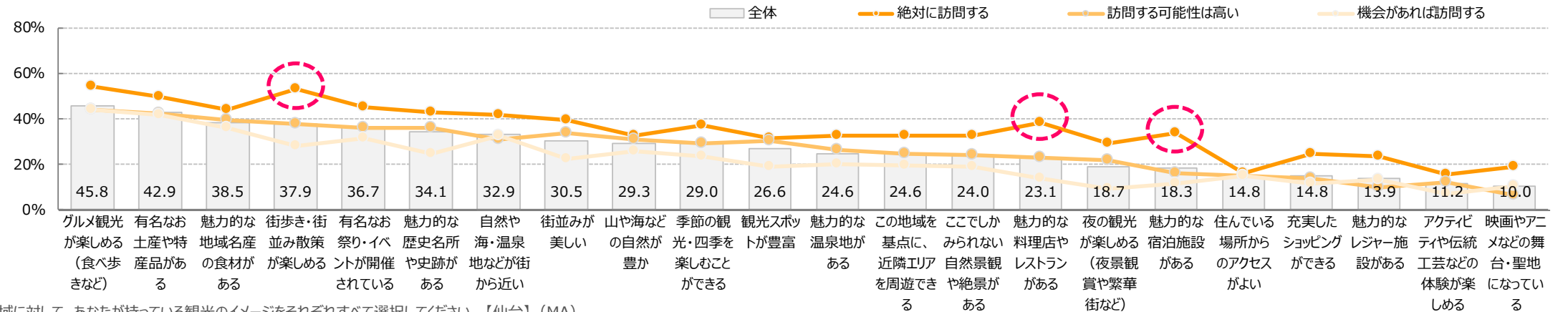
※ベース：全体

全体(WB前n=338/WB後n=601)  
 絶対に訪問する(WB前n=89/WB後n=158)  
 訪問する可能性は高い(WB前n=130/WB後n=231)  
 機会があれば訪問する(WB前n=89/WB後n=158)

### 情緒イメージ



### 機能イメージ



Q1S2. 以下の地域に対して、あなたが持っている観光のイメージをそれぞれすべて選択してください。【仙台】(MA)  
 Q2S2. 以下の地域に対して、あなたが持っている観光のイメージをそれぞれすべて選択してください。【仙台】(MA)

# 再訪動機（北関東）

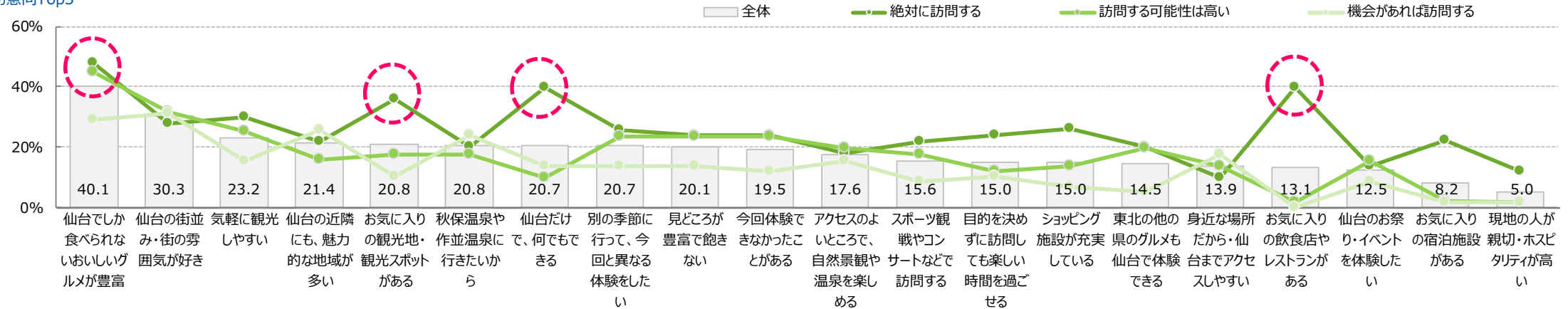
- ✓ 再訪したい理由のトップは「仙台でしか食べられないグルメ」で、再訪意向の度合いが強いほどスコアは高い。そのほか、「お気に入りの観光地・観光スポット/飲食店やレストランがある」「仙台だけでなんでもできる」が、Top1層で突出して高い。
- ✓ 再訪時の観光目的では、意向の強弱を問わず「本格グルメ」が突出して高く、「温泉」が続く。

## 仙台観光を再訪したい理由・再訪時の観光目的

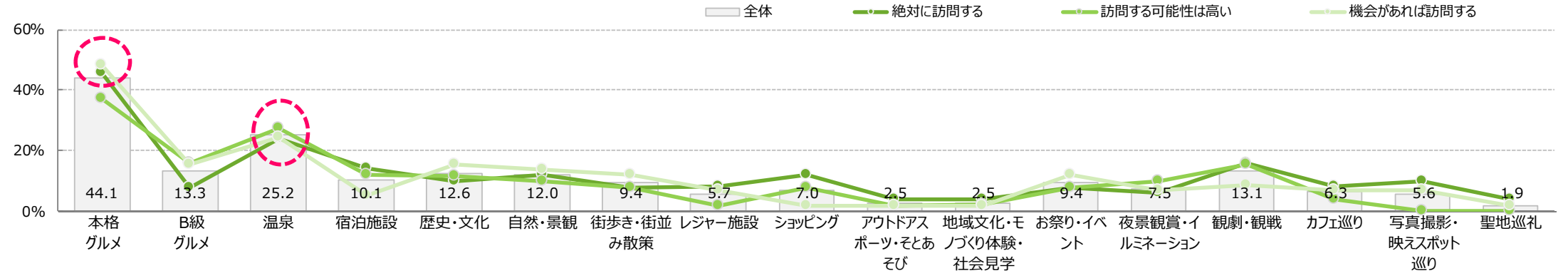
※ベース：再訪意向Top3

全体(WB前n=177/WB後n=125)  
絶対に訪問する(WB前n=50/WB後n=35)  
訪問する可能性は高い(WB前n=51/WB後n=36)  
機会があれば訪問する(WB前n=58/WB後n=41)

再訪  
したい理由



再訪時の  
観光目的



Q21S1. 引き続き、「仙台」に【Q20の選択内容】と回答した方にお聞きます。そのようにお答えになった理由について、以下の中からあてはまるものを選択してください。(MA)  
Q22. あなたが次に観光目的で「仙台」に訪問する際は、どのような観光目的・テーマにしたいと思いますか。あてはまるものを3つまで選択し、その目的・テーマを選んだ理由や具体的に体験したいことを記入してください。(LA)

# 観光イメージ（北関東）

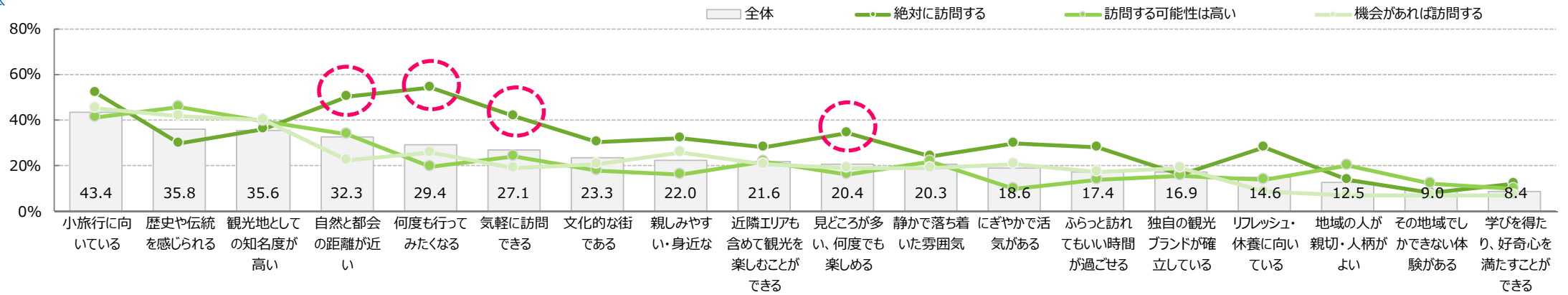
- ✓ 情緒イメージをみると、再訪意向Top1層は「気軽」「何度も行ってみたい」自然と都会の距離が近い」が高い。また、「見どころが多い、何度でも楽しめる」のスコアも比較的高い。
- ✓ 機能イメージでは、「地域名産の食材」「料理店やレストラン」「ショッピング」のスコアが、再訪意向の度合いによって差がある。

## 仙台の観光イメージ（情緒・機能）

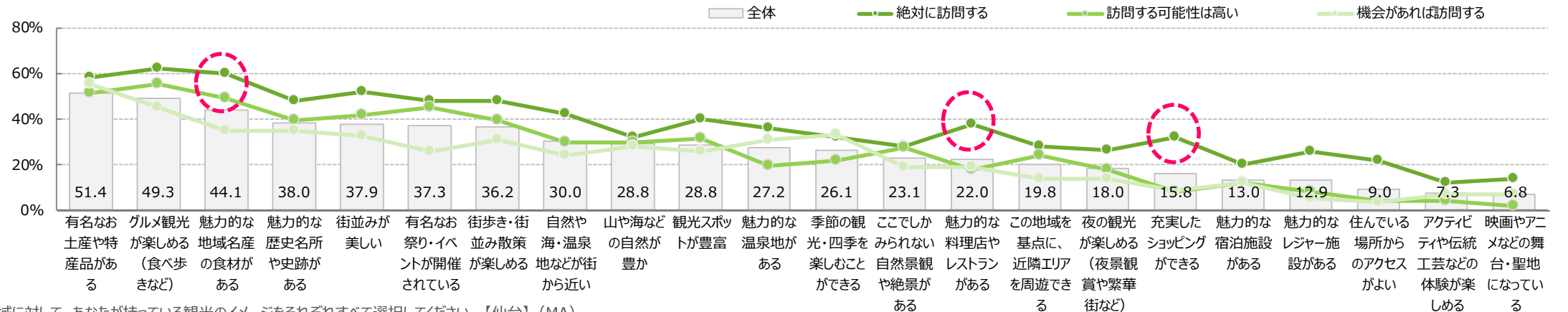
※ベース：全体

全体(WB前n=177/WB後n=125)  
 絶対に訪問する(WB前n=50/WB後n=35)  
 訪問する可能性は高い(WB前n=51/WB後n=36)  
 機会があれば訪問する(WB前n=58/WB後n=41)

### 情緒イメージ



### 機能イメージ



Q1S2. 以下の地域に対して、あなたが持っている観光のイメージをそれぞれすべて選択してください。【仙台】(MA)  
 Q2S2. 以下の地域に対して、あなたが持っている観光のイメージをそれぞれすべて選択してください。【仙台】(MA)

# 再訪動機（北海道＋中部以西）

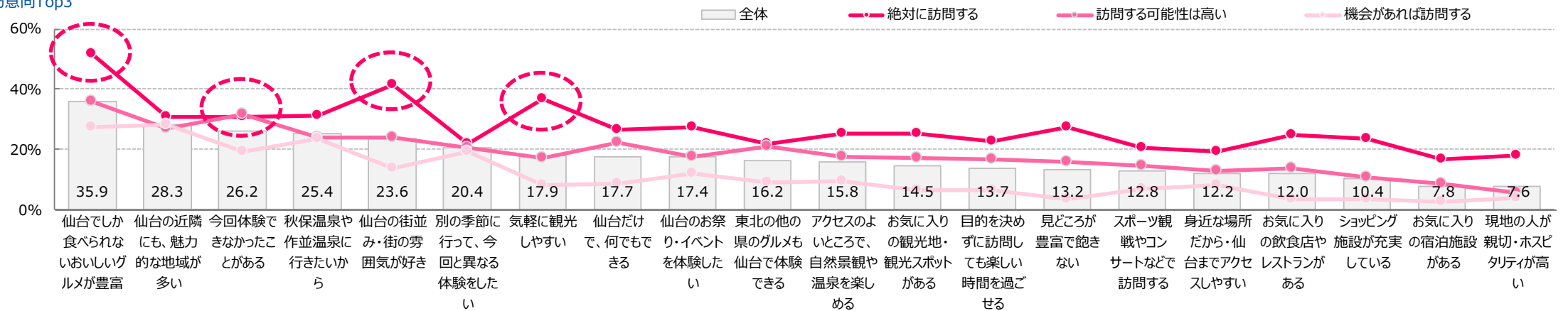
- ✓ 再訪したい理由のトップは「仙台でしか食べられないグルメ」で、再訪意向の度合いが強いほどスコアは高い。また、「仙台の街並み・雰囲気が好き」「気軽に観光しやすい」でも差がみられる。
- ✓ 再訪時の観光目的では、意向の強弱を問わず「本格グルメ」が突出して高く、「温泉」が続く。

## 仙台観光を再訪したい理由・再訪時の観光目的

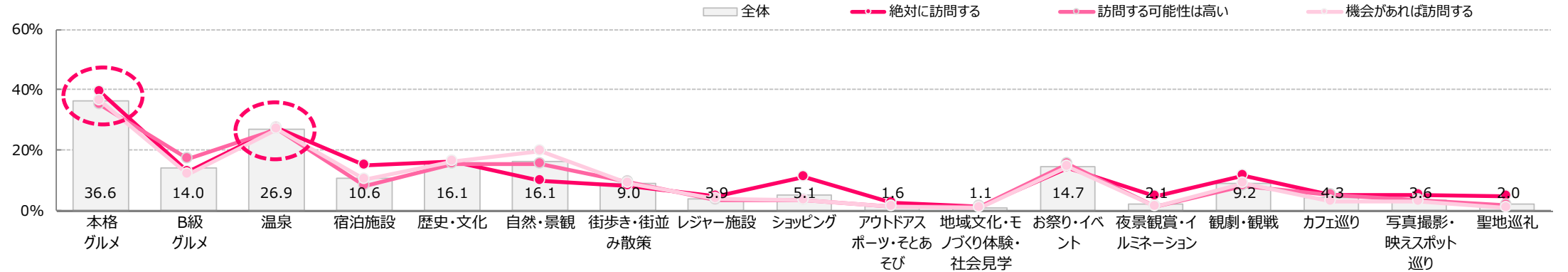
※ベース：再訪意向Top3

全体(WB前n=722/WB後n=350)  
 絶対に訪問する(WB前n=149/WB後n=70)  
 訪問する可能性は高い(WB前n=226/WB後n=111)  
 機会があれば訪問する(WB前n=265/WB後n=129)

再訪  
したい理由



再訪時の  
観光目的



Q21S1. 引き続き、「仙台」に【Q20の選択内容】と回答した方にお聞きします。そのようにお答えになった理由について、以下の中からあてはまるものを選択してください。(MA)  
 Q22. あなたが次に観光目的で「仙台」に訪問する際は、どのような観光目的・テーマにしたいと思いますか。あてはまるものを3つまで選択し、その目的・テーマを選んだ理由や具体的に体験したいことを記入してください。(LA)



# 観光イメージ（北海道・中部以西）

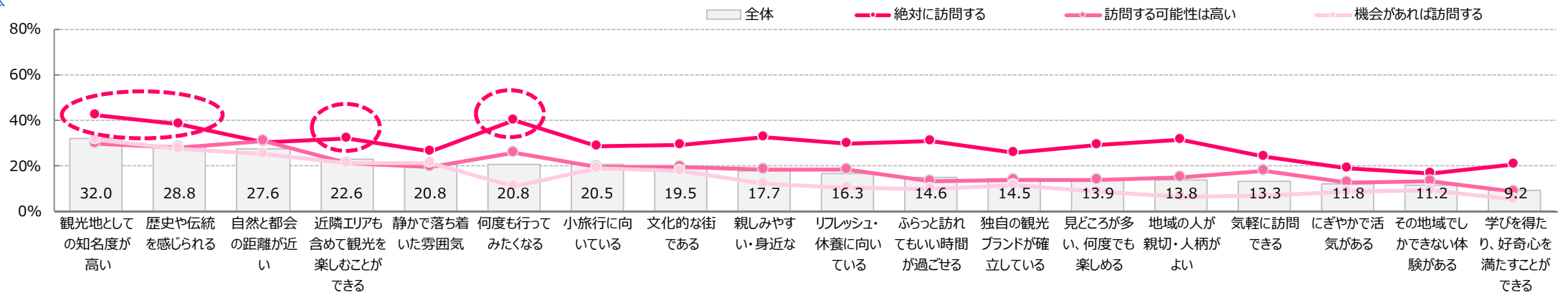
- ✓ 情緒イメージをみると、再訪意向Top1層は「観光地としての知名度」「歴史や伝統」「近隣エリアも含めて楽しめる」のスコアが高い。また、「何度も行ってみたいくなる」のスコアも高い。
- ✓ 機能イメージでは、「地域名産の食材」「有名なお祭り・イベント」「ショッピング」のスコアが、再訪意向の度合いによって差がある。

## 仙台の観光イメージ（情緒・機能）

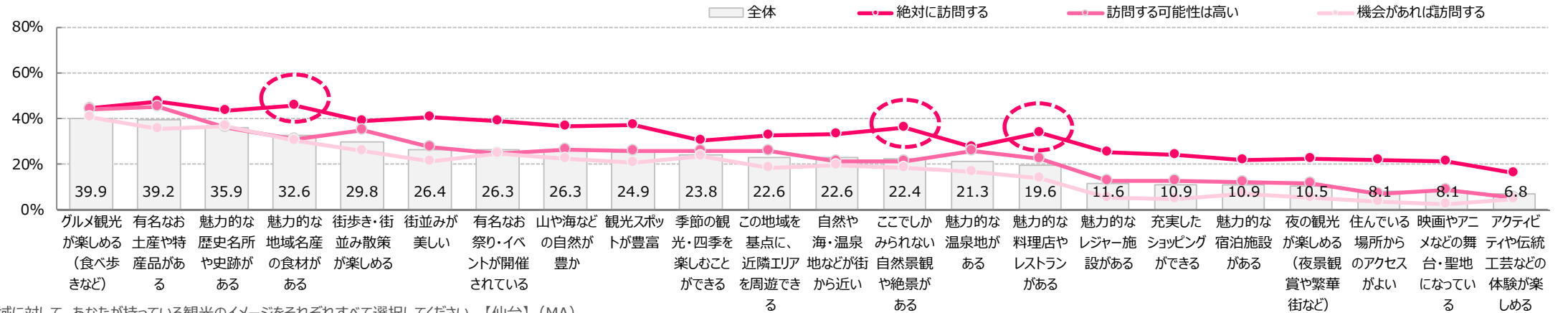
※ベース：全体

全体(WB前n=722/WB後n=350)  
 絶対に訪問する(WB前n=149/WB後n=70)  
 訪問する可能性は高い(WB前n=226/WB後n=111)  
 機会があれば訪問する(WB前n=265/WB後n=129)

### 情緒イメージ



### 機能イメージ



Q1S2. 以下の地域に対して、あなたが持っている観光のイメージをそれぞれすべて選択してください。【仙台】(MA)  
 Q2S2. 以下の地域に対して、あなたが持っている観光のイメージをそれぞれすべて選択してください。【仙台】(MA)

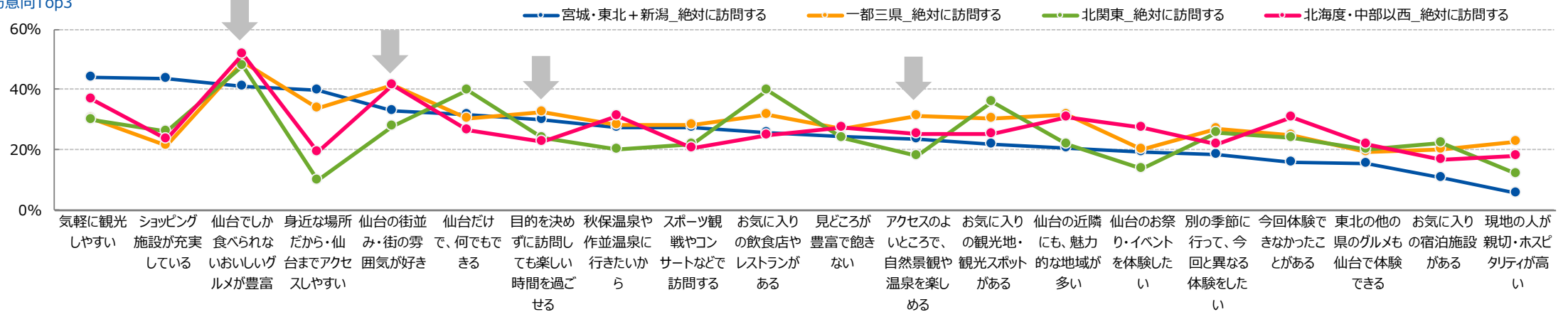
# 再訪動機（「絶対に訪問する」で全エリア比較）

- ✓ 再訪理由は宮城・東北＋新潟が他と傾向は異なり、「気軽に観光」「ショッピング施設が充実」が突出。一都三県は、「仙台にしかないグルメ」「街並みが好き」「目的を決めずに訪問しても楽しめる」「アクセスのよい所で自然・温泉を楽しめる」が他エリアよりもやや高め。
- ✓ 再訪時の観光目的は、宮城・東北＋新潟では「ショッピング」が高いが、それ以外については各居住地で傾向が近い。

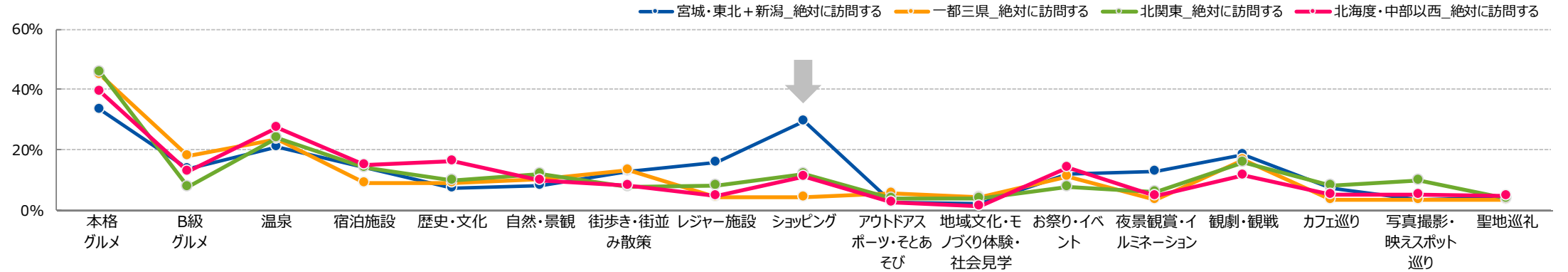
## 仙台観光を再訪したい理由・再訪時の観光目的

※ベース：再訪意向Top3

再訪  
したい理由



再訪時の  
観光目的



Q21S1. 引き続き、「仙台」に【Q20の選択内容】と回答した方にお聞きます。そのようにお答えになった理由について、以下の中からあてはまるものを選択してください。（MA）

Q22. あなたが次に観光目的で「仙台」に訪問する際は、どのような観光目的・テーマにしたいと思いますか。あてはまるものを3つまで選択し、その目的・テーマを選んだ理由や具体的に体験したいことを記入してください。（LA）



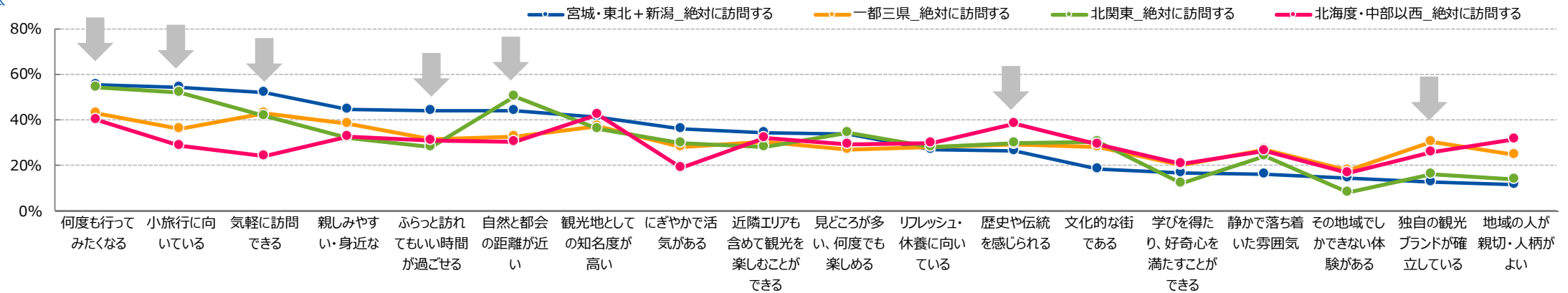
# 観光イメージ（「絶対に訪問する」で全エリア比較）

- ✓ 情緒イメージについて、一都三県/北海道・中部以西は「独自の観光ブランドが確立」のスコアが他居住地より高い。一方宮城・東北+新潟/北関東では、「何度も行きたい」「小旅行に向いている」が高い。
- ✓ 機能イメージでは、各エリアに共通して高いのは「有名なお土産や特産品がある」のイメージ。

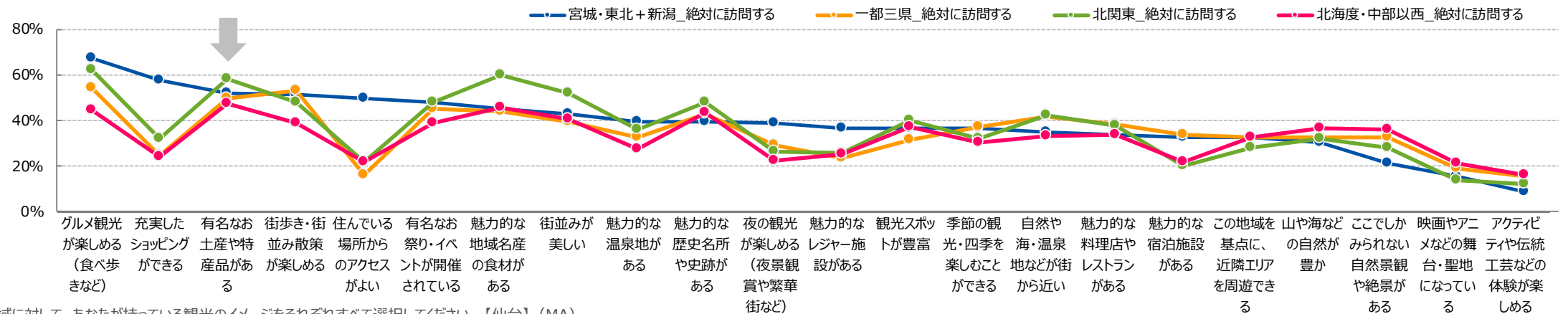
## 仙台の観光イメージ（情緒・機能）

※ベース：全体

### 情緒イメージ



### 機能イメージ



Q1S2. 以下の地域に対して、あなたが持っている観光のイメージをそれぞれすべて選択してください。【仙台】(MA)

Q2S2. 以下の地域に対して、あなたが持っている観光のイメージをそれぞれすべて選択してください。【仙台】(MA)

# 3.消費額最大化の方向性確認

## 3-3.仙台観光の施策案評価

# 【補足】コンセプト評価について

Webアンケート上で仙台の観光コンセプト案を合計6つ提示し、それぞれについて魅力度を7段階で聴取

**Q25**  
 以下のそれぞれの紹介文について、どの程度魅力に感じますか。あなたのお気持ちに近いものを選択してください。  
 ※項目の画像をクリックして画像を拡大し、ページ全体を確認してから回答するようにしてください。

☐ 単一回答    ★ 必須回答    ▲ とじる

0/6

1. **平たん文化の新しい魅力発信アプリ**

2. **観光の楽しみ方！ 旅先は気軽に旅の目ざし方へ**

3. **仙台を観光に集まる旅先**

4. **仙台観光を盛り上げる観光アプリ**

5. **仙台の観光地も楽しめるアプリ**

6. **仙台の観光地を盛り上げる観光アプリ**

- ① とても魅力を感じる
- ② 魅力を感じる
- ③ やや魅力を感じる
- ④ どちらともいえない
- ⑤ あまり魅力に感じない
- ⑥ 魅力に感じない
- ⑦ まったく魅力に感じない

## 牛ただけじゃない旬な仙台グルメ

- ✓ 仙台は牛たん焼きや笹かまぼこが有名ですが、ほかにも三陸の海の幸「牡蠣」などの海鮮グルメ、豊かな自然に育まれたせりをまるごと食す「せり鍋」といった旬の野菜を使った郷土料理など、1年を通じて季節の味を楽しめるご当地グルメがあります。
- ✓ グルメカレンダーで、仙台で堪能できる伊達なグルメを紹介します。



## 東京から90分！週末は気軽に仙台おでかけ旅へ

- ✓ 仙台は、東京駅から東北新幹線で90分。仙台駅前、公共交通を中心とした交通網が発達している他、観光スポットを1周70分で回す循環バスもあり市内の移動もスムーズなので、土・日に訪れにゆとりが思いのひとときを過ごすことができます。
- ✓ 自然と都会どちらも楽しめる街「仙台」は、伊達文化が息づく歴史ある建造物や緑輝える美しい街並み、市街地から車で30分の仙台秋保温泉と仙台作並温泉、個性豊かなカフェ、心躍る推し活スポットなどがありますが、その中から、週末にカフェ巡りと温泉を楽しみながらゆっくり過ごすことができるモデルコースを紹介します。



## 仙台を拠点に東北満喫旅

- ✓ 仙台は、東北の観光地を訪問するにも便利です。仙台を拠点に、
  - ・日本三景の「松島」(車で約40分)
  - ・世界遺産の「中尊寺」がある平泉(車で約40分)
  - ・NYタイムズ紙で2023年に行け!世界の旅行先2位の「盛岡」(車で約40分)
  - ・国指定名勝の「山寺」(車で約60分)
  - ・外国人観光客に人気の「蔵子の樹氷」「宮城蔵王キツネ村」(車で約60分)
- など、仙台を拠点に東北の魅力あふれるスポットも日帰りでも観光できます。



## 仙台秋保温泉で楽しむクラフト旅

- ✓ 仙台の奥座敷・仙台秋保温泉は、仙台中心部から車で30分、じゃらんユーザーが選ぶ人気温泉地ランキング東北エリア\*で3位に選ばれるほど多くの方に愛される温泉地で、公共交通(バス)も整備され気軽に訪問できます。
- ✓ 秋保は温泉だけではなく、流れ落ちる大迫力の滝を間近に体感できる「秋保大滝」、全国的に有名な「さいちのおぼろぎ」、全米ナンパーン醸造家が創業した海外1号店のクラフトビール醸造所とレストラン「グレートデーンブリュワリー」、繊細で美しいガラス工房、手しごとの温もりが伝わるこけしなど多彩なコンテンツが楽しめる魅力的なスポットです。



## 仙台作並温泉 & 定義でリトリート旅

- ✓ 「リトリートとは日常を忘れて心や体をリフレッシュする過ごし方です。
- ✓ 美女づくりの湯として知られる仙台作並温泉は、仙台中心部から車で40分。市街地の喧騒を離れ静寂に包まれる温泉地です。緑の山々と川のせせらぎが心地良く心身とも癒される森林浴が楽しみ、「ニッカウイスキー」宮城蔵王蒸溜所では、日本のウイスキーの父「竹鶴政孝」がこだわった酒流から生み出される極上の味わいを体験することができます。
- ✓ 仙台作並温泉から車で40分ほど移動すると、三角あぶらあげが有名な定義があります。定義如来西方寺の境内には緑結びの「パウス」スポットもあり、一生に一度の大願も叶えていただける如来様として多くの参拝者が訪れます。



## 震災から学び復興を体感する防災環境都市仙台

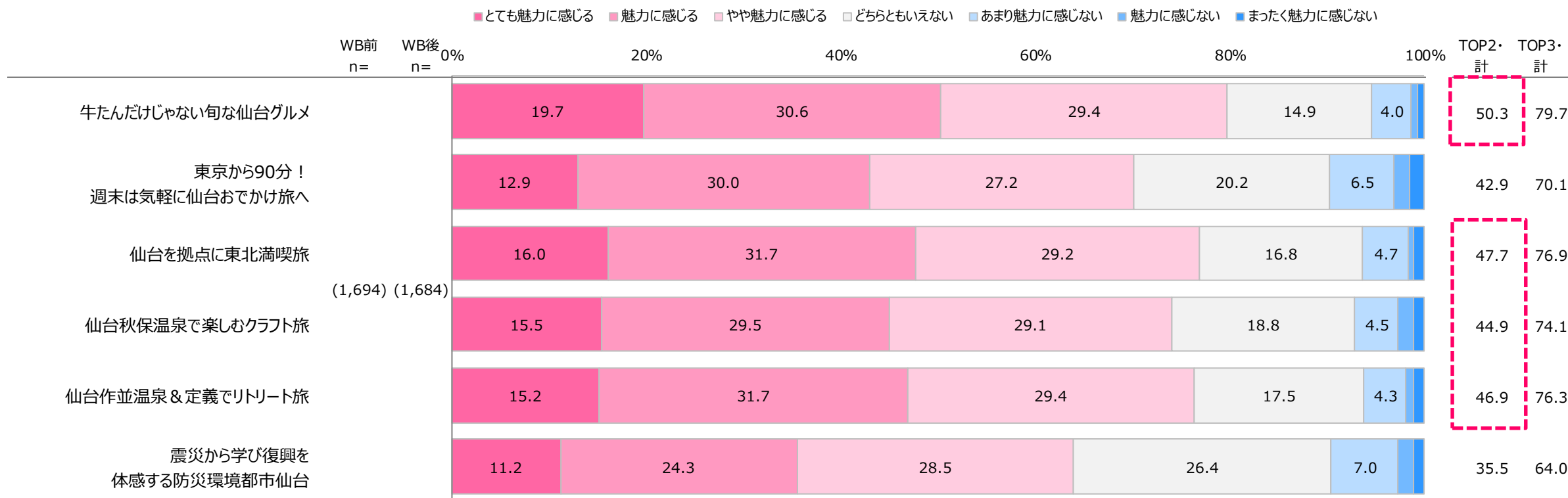
- ✓ 市内中心部から車で30分の場所には、震災遺構仙台市立荒浜小学校や仙台市荒浜地区住宅基礎があり、被災した校舎のありのままの姿等により津波の脅威を実感できる防災について学ぶことができます。
- ✓ 沿岸部には四季折々の果物狩りができる観光果樹園や水族館、温浴施設など新たな魅力の創出による復興の現状を体感することができます。
- ✓ 防災環境都市仙台は、2015年に開催した「国連防災世界会議」において2030年までの国際的な防災の指針として策定された「仙台防災枠組」に基づいた取り組みを進めています。



- ✓ 「旬な仙台グルメ」の魅力度が最も高く魅力度Top2は約半数、Top1では3割。前章で傾向がみられた仙台グルメへのニーズが結果に反映されていると思われる。
- ✓ 続くのは「東北満喫旅」「リゾート旅」で、魅力度Top2は半数近い。

## 仙台の観光コンセプト魅力度

※ベース：仙台観光者



※3%未満のスコア非表示

※TOP2・計：「とても魅力を感じる」+「魅力を感じる」  
 ※TOP3・計：「とても魅力を感じる」～「やや魅力を感じる」

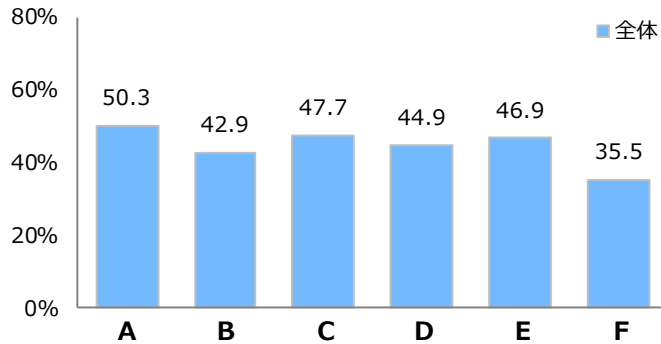
Q25. 以下のそれぞれの紹介文について、どの程度魅力に感じますか。あなたのお気持ちに近いものを選択してください。※項目の画像をクリックして画像を拡大し、ページ全体を確認してから回答するようにしてください。(SA)



- ✓ 近隣の宮城・東北+新潟を除いた各居住地に共通してスコアが高いのは、「旬な仙台グルメ」「東北満喫旅」のコンセプト。
- ✓ 性年代別にみると、宮城・東北+新潟/一都三県の20-30代の若年層は、「気軽に仙台お出かけ旅」のスコアが高い。北海道+中部以西に関しては、「東北満喫旅」が性年代問わず評価が高い。

## 仙台の観光コンセプト魅力度 (Top2スコア)

※ベース：仙台観光者



n=30以上の場合  
 ■ 55%以上  
 ■ 50%以上  
 ■ 45%以上

	WB前 n=	WB後 n=	A	B	C	D	E	F
全体	(1,694)	(1,684)	50.3	42.9	47.7	44.9	46.9	35.5
北海道	(171)	(52)	50.7	44.3	48.6	45.7	47.9	37.6
宮城県 (仙台除く)	(120)	(114)	38.3	38.3	39.2	38.5	45.0	31.7
東北+新潟 (宮城県除く)	(337)	(495)	47.1	42.4	41.5	43.9	45.7	34.7
北関東	(177)	(125)	48.0	38.3	49.1	44.6	49.7	35.0
一都三県	(338)	(601)	55.3	46.4	52.3	47.3	48.8	37.2
中部	(193)	(130)	50.3	39.0	52.3	48.8	44.1	32.2
関西	(183)	(116)	52.1	42.8	51.5	42.7	47.6	37.9
中国	(88)	(22)	46.0	34.7	37.7	34.9	38.1	30.8
九州	(87)	(28)	55.1	41.3	55.3	39.7	38.3	34.3

**A** 旬な仙台グルメ  
**B** 牛たんだけじゃない、気軽に仙台お出かけ旅へ  
**C** 東京から10分！週末は東北満喫旅  
**D** 仙台を拠点に楽しむクラフト旅  
**E** 仙台秋保温泉でリゾート旅  
**F** 仙台作並温泉&定義で楽しむ環境都市仙台  
**F** 震災から学び復興を体感する防災環境都市仙台

		宮城・東北+新潟						
		A	B	C	D	E	F	
	WB前 n=	WB後 n=						
全体	(457)	(609)	45.5	41.6	41.1	42.9	45.6	34.1
男性20-39歳	(71)	(95)	44.1	44.5	45.5	46.6	48.6	51.3
男性40-59歳	(80)	(105)	48.4	37.4	38.7	42.8	34.1	34.2
男性60-79歳	(66)	(88)	41.5	29.9	34.8	26.6	36.0	17.1
女性20-39歳	(81)	(106)	53.5	57.3	44.1	49.2	48.9	38.1
女性40-59歳	(91)	(122)	45.5	35.8	39.0	38.3	49.8	28.8
女性60-79歳	(68)	(93)	38.0	44.4	44.4	53.5	55.1	35.3

		北関東						
		A	B	C	D	E	F	
	WB前 n=	WB後 n=						
全体	(177)	(125)	48.0	38.3	49.1	44.6	49.7	35.0
男性20-39歳	(33)	(23)	45.5	33.3	42.4	39.4	48.5	30.3
男性40-59歳	(31)	(22)	32.3	29.0	48.4	38.7	41.9	29.0
男性60-79歳	(24)	(17)	54.2	33.3	45.8	33.3	45.8	20.8
女性20-39歳	(33)	(23)	39.6	39.4	45.3	45.5	51.6	42.5
女性40-59歳	(27)	(19)	59.0	62.8	48.0	55.6	59.3	44.4
女性60-79歳	(29)	(21)	62.1	34.5	65.5	55.2	51.7	41.4

		一都三県						
		A	B	C	D	E	F	
	WB前 n=	WB後 n=						
全体	(338)	(601)	55.3	46.4	52.3	47.3	48.8	37.2
男性20-39歳	(86)	(153)	57.0	58.1	55.8	52.3	55.8	52.3
男性40-59歳	(63)	(111)	63.5	46.0	61.9	47.6	55.5	44.4
男性60-79歳	(44)	(79)	54.5	40.9	56.8	38.6	43.2	31.8
女性20-39歳	(58)	(102)	55.1	53.3	49.9	51.4	44.7	32.6
女性40-59歳	(47)	(84)	40.4	29.8	36.1	42.5	36.1	21.3
女性60-79歳	(40)	(72)	57.5	37.5	47.5	45.0	50.0	25.0

		北海道・中部以西						
		A	B	C	D	E	F	
	WB前 n=	WB後 n=						
全体	(722)	(350)	51.0	40.9	50.8	44.7	45.0	35.0
男性20-39歳	(136)	(69)	56.7	60.7	52.0	60.1	59.2	51.5
男性40-59歳	(121)	(52)	56.6	40.2	55.8	38.2	48.5	36.4
男性60-79歳	(130)	(66)	42.2	24.4	48.2	33.7	32.6	22.4
女性20-39歳	(112)	(51)	54.1	50.2	45.6	48.3	45.3	37.0
女性40-59歳	(90)	(42)	49.6	37.4	49.4	48.1	40.2	35.3
女性60-79歳	(133)	(69)	48.2	33.0	53.1	39.9	42.7	27.7

Q25. 以下のそれぞれの紹介文について、どの程度魅力に感じますか。あなたのお気持ちに近いものを選択してください。※項目の画像をクリックして画像を拡大し、ページ全体を確認してから回答するようにしてください。(SA)

# コンセプト評価 -3

- ✓ 居住地×観光頻度で見ると、北関東・一都三県のリピーターは「旬な仙台グルメ」のTop2が高く6割弱。「旬な仙台グルメ」以外に、宮城・東北+新潟を除いた各エリアのリピーターでスコアが高いのは、「リゾート旅」「東北満喫旅」のコンセプト。
- ✓ 仙台観光の同行者形態別にみると、小学生以下の子どもと来仙した人は「防災環境都市」のコンセプトにも高い反応を示している。

## 仙台の観光コンセプト魅力度 (Top2スコア)

※ベース：仙台観光者

	WB前		WB後						
	n=	n=	50.8	44.8	41.0	42.7	42.0	41.9	
宮城・東北+新潟×1回のみ	(38)	(51)	50.8	44.8	41.0	42.7	42.0	41.9	
宮城・東北+新潟×リピーター	(321)	(435)	46.2	42.5	43.1	42.0	46.7	34.5	
北関東×1回のみ	(38)	(27)	31.7	31.6	39.4	52.7	47.6	26.5	
北関東×リピーター	(115)	(81)	56.5	42.4	53.9	45.1	54.7	38.1	
一都三県×1回のみ	(83)	(148)	48.2	42.1	44.5	39.7	45.7	28.9	
一都三県×リピーター	(223)	(396)	58.7	47.5	53.3	49.2	50.2	39.4	
北海道・中部以西×1回のみ	(260)	(126)	46.6	36.9	46.5	39.5	38.4	25.1	
北海道・中部以西×リピーター	(378)	(184)	53.7	43.3	54.3	49.3	51.4	41.3	

	WB前		WB後						
	n=	n=	47.2	39.4	45.9	35.8	37.0	34.2	
自分1人だけ	(387)	(368)	47.2	39.4	45.9	35.8	37.0	34.2	
夫婦2人/恋人の2人で	(572)	(562)	51.7	41.3	49.7	43.6	47.5	36.8	
小学生以下の子どもと	(160)	(170)	53.7	50.3	55.6	58.7	51.8	47.7	
中学生以上の子どもと	(168)	(184)	46.2	44.3	43.8	50.8	52.6	30.6	
親やきょうだいと一緒に家族で	(118)	(111)	52.6	39.3	37.3	35.9	48.1	31.4	
友人等少人数(4人以下)で	(212)	(219)	52.8	49.7	48.3	49.7	53.1	32.5	
友人等とグループ(5人以上)で	(39)	(35)	41.5	35.1	37.2	53.8	42.8	28.3	
その他	(38)	(34)	52.9	41.0	56.2	55.2	48.5	33.1	

Q25. 以下のそれぞれの紹介文について、どの程度魅力に感じますか。あなたのお気持ちに近いものを選択してください。※項目の画像をクリックして画像を拡大し、ページ全体を確認してから回答するようにしてください。(SA)



# 観光目的・テーマ (性年代)

- ✓ 性年代別にみると、男女の60-70代は、「温泉」「歴史・文化」のスコアが相対的に高くスコアは3割以上。
- ✓ 宮城・東北+新潟以外の20-30代は、共通して「本格グルメ」がトップ。特に一都三県ではスコアが突出して高く、スコアは6割近い。

## 仙台への観光目的・観光のテーマ

※ベース：仙台観光者

n=30以上の場合  
【比率の差】

- 全体+10%以上
- 全体+5%以上
- 全体-5%以上
- 全体-10%以上

	WB前 n=	WB後 n=	本格 グルメ	B級 グルメ	温泉	宿泊施設	歴史・文 化	自然・景 観	街歩き・ 街並み散 策	レジャー施 設	ショッピング	アウトドア スポーツ・ そとあそび	地域文 化・モノブ くり体験・ 社会見学	お祭り・イ ベント	夜景観 賞・イルミ ネーション	観劇・観 戦	カフェ巡り *	写真撮 影・ 映えスポッ ト巡り*	聖地巡礼
全体	(1,694)	(1,684)	38.2	19.7	27.3	13.7	24.5	31.8	31.7	12.8	23.5	5.4	5.9	9.3	8.2	15.7	7.9	8.0	4.6
男性20-29歳	(181)	(191)	49.5	26.5	28.3	16.3	26.1	36.4	37.9	16.9	27.7	18.2	13.6	20.3	18.7	22.2	16.4	19.4	13.7
男性30-39歳	(145)	(149)	38.3	27.2	29.1	22.9	25.1	27.4	30.7	19.6	26.8	7.3	11.0	14.5	13.9	15.2	7.9	13.5	6.6
男性40-49歳	(170)	(163)	39.1	28.2	31.6	14.1	29.7	36.7	35.7	9.9	25.8	7.7	9.7	10.2	8.8	12.3	6.8	9.3	6.3
男性50-59歳	(125)	(127)	45.6	17.9	21.4	10.7	24.1	34.9	27.2	8.2	18.6	4.8	1.8	7.0	6.3	7.7	1.1	5.2	3.8
男性60-79歳	(264)	(251)	37.6	15.4	33.7	11.2	33.5	32.7	32.2	6.6	19.0	3.5	4.2	8.0	6.5	5.8	2.2	3.4	1.1
女性20-29歳	(155)	(153)	37.5	21.1	16.5	17.3	12.4	23.9	24.7	13.8	21.9	2.6	4.8	5.4	7.5	27.4	16.0	8.3	4.8
女性30-39歳	(129)	(129)	40.3	17.7	24.6	15.1	10.7	25.2	31.1	24.1	28.8	4.8	3.9	8.3	5.2	21.9	12.5	10.6	2.8
女性40-49歳	(129)	(140)	32.6	18.4	17.6	11.4	17.3	25.4	33.5	15.0	30.1	1.7	2.3	7.6	5.8	25.4	8.1	5.4	2.6
女性50-59歳	(126)	(126)	37.4	15.2	20.9	5.6	21.5	25.5	27.3	8.9	25.2	0.2	2.2	6.6	4.1	22.1	5.4	2.2	-
女性60-79歳	(270)	(254)	28.6	13.0	35.7	12.4	30.5	40.4	32.2	10.2	17.5	1.6	4.0	4.9	4.4	8.5	5.3	3.8	3.4

エリアで  
細分化



### 宮城・東北+新潟

男性20-39歳	順位 1位	項目 自然・景観	スコア 33.0	順位 2位	項目 ショッピング	スコア 31.7	順位 3位	項目 温泉	スコア 25.9
男性40-59歳	順位 1位	項目 ショッピング	スコア 38.7	順位 2位	項目 本格グルメ	スコア 33.0	順位 3位	項目 街歩き	スコア 21.8
男性60-79歳	順位 1位	項目 温泉	スコア 35.4	順位 2位	項目 ショッピング	スコア 34.3	順位 3位	項目 本格グルメ	スコア 30.4
女性20-39歳	順位 1位	項目 ショッピング	スコア 36.1	順位 2位	項目 レジャー施設	スコア 26.5	順位 3位	項目 街歩き	スコア 19.6
女性40-59歳	順位 1位	項目 ショッピング	スコア 47.1	順位 2位	項目 街歩き	スコア 26.6	順位 3位	項目 本格グルメ	スコア 22.3
女性60-79歳	順位 1位	項目 温泉	スコア 38.5	順位 2位	項目 ショッピング	スコア 33.7	順位 3位	項目 街歩き	スコア 24.6

### 一都三県

男性20-39歳	順位 1位	項目 本格グルメ	スコア 57.0	順位 2位	項目 街歩き	スコア 40.7	順位 3位	項目 温泉	スコア 32.6
男性40-59歳	順位 1位	項目 本格グルメ	スコア 54.0	順位 2位	項目 自然・景観	スコア 47.6	順位 3位	項目 温泉	スコア 36.5
男性60-79歳	順位 1位	項目 歴史・文化	スコア 45.5	順位 2位	項目 本格グルメ	スコア 38.6	順位 3位	項目 自然・景観	スコア 36.4
女性20-39歳	順位 1位	項目 本格グルメ	スコア 58.6	順位 2位	項目 街歩き	スコア 36.2	順位 3位	項目 自然・景観	スコア 36.2
女性40-59歳	順位 1位	項目 本格グルメ	スコア 46.7	順位 2位	項目 自然・景観	スコア 34.1	順位 3位	項目 街歩き	スコア 29.8
女性60-79歳	順位 1位	項目 自然・景観	スコア 50.0	順位 2位	項目 街歩き	スコア 50.0	順位 3位	項目 本格グルメ	スコア 35.0

### 北関東

男性20-39歳	順位 1位	項目 本格グルメ	スコア 39.4	順位 2位	項目 レジャー施設	スコア 30.3	順位 3位	項目 自然・景観	スコア 27.3
男性40-59歳	順位 1位	項目 自然・景観	スコア 54.8	順位 2位	項目 街歩き	スコア 41.9	順位 3位	項目 本格グルメ	スコア 38.7
男性60-79歳	順位 1位	項目 本格グルメ	スコア 62.5	順位 2位	項目 温泉	スコア 37.5	順位 3位	項目 歴史・文化	スコア 29.2
女性20-39歳	順位 1位	項目 本格グルメ	スコア 30.3	順位 2位	項目 自然・景観	スコア 27.2	順位 3位	項目 街歩き	スコア 24.3
女性40-59歳	順位 1位	項目 街歩き	スコア 55.4	順位 2位	項目 本格グルメ	スコア 44.4	順位 3位	項目 自然・景観	スコア 41.0
女性60-79歳	順位 1位	項目 自然・景観	スコア 51.7	順位 2位	項目 歴史・文化	スコア 37.9	順位 3位	項目 本格グルメ	スコア 31.0

### 北海道・中部以西

男性20-39歳	順位 1位	項目 本格グルメ	スコア 47.3	順位 2位	項目 街歩き	スコア 42.2	順位 3位	項目 B級グルメ	スコア 37.2
男性40-59歳	順位 1位	項目 街歩き	スコア 42.3	順位 2位	項目 自然・景観	スコア 40.5	順位 3位	項目 歴史・文化	スコア 39.4
男性60-79歳	順位 1位	項目 自然・景観	スコア 50.8	順位 2位	項目 歴史・文化	スコア 45.8	順位 3位	項目 本格グルメ	スコア 39.7
女性20-39歳	順位 1位	項目 本格グルメ	スコア 49.5	順位 2位	項目 自然・景観	スコア 32.0	順位 3位	項目 B級グルメ	スコア 30.2
女性40-59歳	順位 1位	項目 本格グルメ	スコア 43.5	順位 2位	項目 街歩き	スコア 32.6	順位 3位	項目 歴史・文化	スコア 31.1
女性60-79歳	順位 1位	項目 自然・景観	スコア 51.1	順位 2位	項目 歴史・文化	スコア 49.0	順位 3位	項目 温泉	スコア 36.1

Q11S1. 【Q6の選択内容】の「仙台」への訪問で、観光を行った方にお聞きします。このときの、あなたの「仙台」への観光の目的・テーマとして、あてはまるものを選択してください。※ビジネス・出張や帰省、友人・知人訪問は除いてお答えください。(MA)

# 総括と考察 - エリアごとの提供価値方針

- ✓ 再訪意向が高い人のニーズと、提示したコンセプト評価の特徴を以下に記載。

## 宮城・東北＋新潟

優先度仮説  
(前頁踏まえ)

- ✓ 仙台訪問者の相対マーケットシェア率の半数以上を占め、市内消費額を支える源泉でもあることから、優先的に関係性を築きたいターゲット

再訪動機/  
コンセプト評価

- ✓ 再訪意向Top1層は、「気軽に観光できる」「ショッピングが充実している」「ふらっと訪れてもいい時間が過ごせる」が高い特徴がある。
- ✓ コンセプト評価は、エリア全体ではスコアが突出して高いものはないが、性年代別では
  - ・男性20-30代：「防災環境都市仙台」 ※レジャー・アクティビティ系に反応したと仮説
  - ・女性20-30代：「気軽に仙台おでかけ旅」
  - ・女性60-70代：「クラフト旅」「リトリート旅」が高い。

## 一都三県

- ✓ 仙台訪問者の相対マーケットシェア率が高く、市内消費額を支える主要なエリアであることから、優先的に関係性を築きたいターゲット  
(リピーター育成に成功すれば、KGIへのインパクトが特に大きい)

- ✓ 再訪意向Top1層は「仙台の街並みが好き」「お気に入りの、魅力的な料理店やレストランがある」「魅力的な宿泊施設がある」が高い特徴がみられる。
- ✓ コンセプト評価は全体的に「仙台旬なグルメ」「東北満喫旅」が高い。それ以外では、
  - ・男性20-30代：「気軽に仙台おでかけ旅」「リトリート旅」
  - ・女性20-30代：「気軽に仙台おでかけ旅」
  - ・女性60-70代：「リトリート旅」が高い。

## 北関東

優先度仮説  
(前頁踏まえ)

- ✓ 相対マーケットシェア率が宮城・東北＋新潟、一都三県に比べて劣り、投資対効果が低いということを踏まえると、優先順位は次点  
※リピーター育成のしやすさはあるため、関係性の現状維持は必要

再訪動機/  
コンセプト評価

- ✓ 再訪意向Top1層は、「自然と都会の距離が近い」「リフレッシュ・休養に向いている」「見どころが多い、何度でも楽しめる」のイメージが高い。
- ✓ 提示したコンセプトでは「旬な仙台グルメ」よりも「リトリート旅（作並温泉）」のTop2スコアが高く、リトリート旅のコンセプト受容度が高いのは男性よりも女性。

## 北海道・中部以西

- ✓ 観光消費額は高いが、再訪意向の相対的低さ（リピーター育成の難易度の高さ）から優先順位は次点。ただし、今回このエリアの訪問率は上昇したため無視できない  
(全国旅行支援等の外部要因も影響したか)

- ✓ 再訪意向Top1層は「歴史や伝統」「近隣エリアも含めて楽しめる」「ここでしか楽しめない自然景観や絶景がある」が高い特徴がみられる。
- ✓ コンセプト評価は全体的に「仙台旬なグルメ」「東北満喫旅」が高い。それ以外では、
  - ・男性20-30代：「気軽に仙台おでかけ旅」「クラフト旅」「リトリート旅」
  - ・女性20-30代：「気軽に仙台おでかけ旅」が高い。

# 総括と考察 - エリアごとの提供価値方針

- ✓ ここまでの全体の結果を踏まえ、エリアごとの提供価値の仮説を記載。

## 提供価値 (コンセプト) 仮説

### 宮城・東北＋新潟

- ✓ コンセプトで目立ってスコアが高いものはないが、比較的スコアが高いのは「リトリート旅」で、2023年の仙台観光でも「温泉」「自然景観」のスコアが昨年より上昇していたことも踏まえると、「リトリート旅」がマッチしやすいと考えられる。  
(「リトリート旅」の評価が相対的に高いのは女性60-70代)
- ✓ ただし、このエリアは「気軽に訪問」「ショッピング」等が評価ポイントであり、ショッピングの消費額が高いため、別の方向性の検討も必要か。  
(若年に受容された「気軽に仙台旅」「防災環境都市」は、ショッピング施設が近くにあるため、消費額最大化に向けてより効率的な可能性も)

### 北関東

- ✓ コンセプトの「リトリート旅」の評価が高く、また仙台までの移動手段が「車」であり、作並温泉まで移動手段がスムーズなこと/作並内での移動手段がストレスフリーなことを踏まえると、「リトリート旅」がよりマッチすると考えられる。  
(「リトリート旅」の評価が相対的に高いのは女性)
- ✓ 再訪意向で「絶対に訪問したい」と回答した層からは、「見どころが多い」「何度でも楽しめる」のイメージがついていることから、仙台のメジャーな観光スポットだけではなく「コアな魅力」も優先的に伝え/体験させて、リピーター育成につなげることが消費額伸長の鍵となるか。

## 提供価値 (コンセプト) 仮説

### 一都三県

- ✓ コンセプトの「旬な仙台グルメ」への反応が特に高く、またグルメ体験が特に欠かさないベネフィットのため、「旬な仙台グルメ」がよりマッチすると考えられる。
- ✓ リピーターが獲得できれば効率的に消費額最大化につながるが、このエリアはアクセス観点から競合が多く、エリア内でのターゲット選定→ターゲットへ差別化された価値提供の重要度はより高い。(他の付加価値をつける必要があると考察。)

仮説：若年は「気軽におでかけ旅」の評価も高いが、高齢層に比べて可処分時間が限られる若年にとっては、仙台の温泉や自然がコンパクトにまとまっている環境がベネフィットの可能性があり、若年層を狙う際にはこの部分の訴求も強める、など。(再訪意向Top1層は「アクセスのよいところで自然や温泉を楽しめる」「仙台の街並みが好き」が再訪動機にもなっている)

### 北海道・中部以西

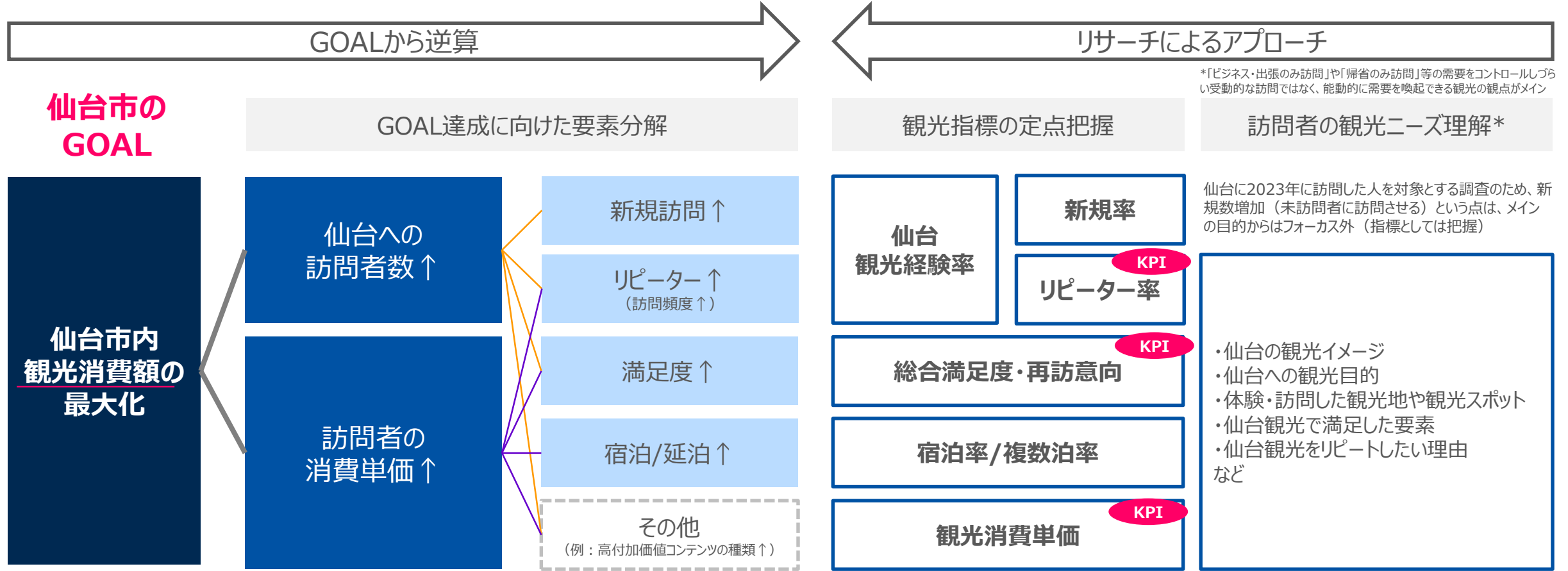
- ✓ コンセプトの「東北満喫旅」の評価が高く、かつ仙台・東北観光の宿泊日数が多い(滞在期間が長い)ことから、東北各地を周遊する時間が確保できる層であることを踏まえると、「東北満喫旅」がよりマッチすると考えられる。
- ✓ 再訪意向が低く、何度も仙台・東北に訪問しないエリアであるため、仙台を拠点に1回の滞在期間をどのくらい伸ばせるか？が消費額伸長の鍵と考察。  
(ニーズがある自然景観/歴史・文化の観光スポットの魅力を、仙台以外も含めて優先的に伝えていく、など)

# APPENDIX

## 1. 仙台市観光実態調査の立て付けイメージ

# 仙台市観光実態調査の立て付けイメージ

✓ 「観光消費額の最大化」に影響する要素(≒観光指標)をデータで可視化すると同時に、訪問者の観光ニーズから戦略立案・施策実行のヒントを得る。



昨年調査からの学び (抜粋)

効率的なGOAL達成には、「Who×What」の整理が必要

- ✓ **Who** : 消費額の最大化に向けて、仙台に優先的に訪問してもらべき人は「誰か」
  - ・・・リピーターは消費単価が高いため、リピーター育成が優先？
- ✓ **What** : 優先的に訪問してもらいたい人に提供する仙台観光の価値は「何か」
  - ・・・リピーターはグルメ・温泉の体験に価値を感じている？

戦略整理に向けて考慮すべき重要セグメントは「エリア（居住地）」

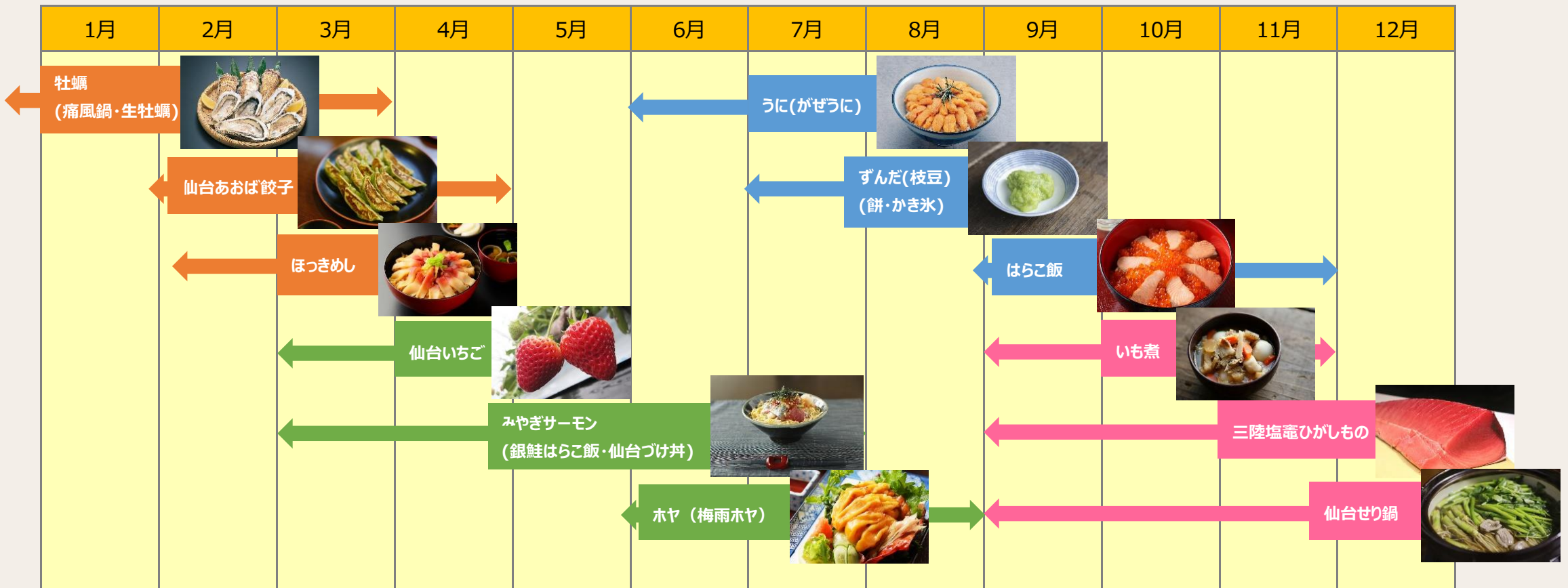
- ✓ エリアによって、指標の傾向や仙台観光のニーズが大きく異なる
  - ・・・消費単価は相対的に低い、再訪意向が高い近隣（東北・関東）
  - ⇔消費単価は相対的に高い、再訪意向が低い遠方（北海道・中部以西）
  - ・・・観光客のマーケットシェアと観光消費額の高さから、東北・一都三県がターゲットエリア？

# APPENDIX

## 2.提示したコンセプト（拡大版）

# 牛たんだけじゃない旬な仙台グルメ

- ✓ 仙台は牛たん焼きや笹かまぼこが有名ですが、ほかにも三陸の海の幸“牡蠣”などの海鮮グルメ、豊かな自然に育まれたせりをまるごと食す“せり鍋”といった旬の野菜を使った郷土料理など、1年を通じて季節の味を楽しめるご当地グルメがあります。
- ✓ グルメカレンダーで、仙台で堪能できる伊達なグルメを紹介します。





## 東京から90分！週末は気軽に仙台おでかけ旅へ

- ✓ 仙台は、東京駅から東北新幹線で90分。仙台駅前には、公共交通を中心とした交通網が発達している他、観光スポットを1周70分でむすぶ循環バスもあり市内の移動もスムーズなので、土・日に訪れてもゆったりと思いついたのひとときを過ごすことができます。
- ✓ 自然と都会どちらも楽しめる街「仙台」は、伊達文化が息づく歴史ある建造物や緑萌える美しい街並み、市街地から車で30分の仙台秋保温泉と仙台北作並温泉、個性的なカフェ、心躍る推し活スポットなどがありますが、その中から、週末にカフェ巡りと温泉を楽しみながらゆっくり過ごすことができるモデルコースを紹介します。

# Day1

10:30

仙台駅到着



10:45

仙台駅西口の  
「SENDAI」前で撮影



11:30

「HEY」でランチ

動物の顔に仕立てられた愛らしいドーナツが特徴



13:00

「野中神社」を参拝&  
「いろは横丁」を散策

縁結びの神様



14:30

「Northfields」で  
ブレイク

イギリス人と日本人のご夫婦が  
営む小さなカフェ



16:00

丁寧な手仕事光る逸品  
「仙台光原社」で  
ショッピング

丁寧な手仕事



17:00

東北の豊かな恵みを堪能  
ディナー

東北の豊かな恵みを堪能



19:00

仙台の奥座敷  
仙台秋保温泉へ  
宿泊

仙台の奥座敷



# Day2

10:00

旅館を出発

豊かな自然に溶け込む開放的な軒家カフェ  
「MIDI」へ



10:15

11:30

「PIZZA & CAFE 森のオープン  
DOTTORE」でランチ

森の中に佇む診療所を改装した  
可愛いらしいピッツアの店



13:30

恋人の聖地に選ばれたハート岩  
磊々峡を散策しながら  
「AN CAFE TAIKICHI」

恋人の聖地に選ばれたハート岩

「うつわCafe  
GURUGURU」へ



15:35

仙台駅へ移動



16:05

仙台駅到着・お土産購入



17:00

ディナー（牛たん焼き）

19:00

帰途へ



# 仙台を拠点に東北満喫旅

✓ 仙台は、東北の観光地を訪問するのにも便利です。仙台を拠点に、

- ~~~~~
- 日本三景の「松島」  
(電車で約40分)
  - 世界遺産の「中尊寺」がある平泉  
(新幹線と電車で約40分)
  - NYタイムズ紙で2023年に行くべき世界の旅行先2位の「盛岡」  
(新幹線で約40分)
  - 国指定名勝の「山寺」  
(電車で約60分)
  - 外国人観光客に人気の「蔵王の樹氷」「宮城蔵王キツネ村」  
(車で約60分) (車で約50分)

~~~~~  
など、仙台を拠点に東北の魅力的なスポットも日帰りで 観光できます。





あきう

# 仙台秋保温泉で楽しむクラフト旅

- ✓ 仙台の奥座敷・仙台秋保温泉は、仙台中心部から車で30分、じゃらんユーザーが選ぶ人気温泉地ランキング東北エリア\*で3位に選ばれるほど多くの方に愛される温泉地で、公共交通(バス)も整備され気軽に訪問できます。  
\*じゃらんユーザーが選ぶ人気温泉地ランキング2019と2020の順位
- ✓ 秋保は温泉だけではなく、流れ落ちる大迫力の滝を間近に体感できる「秋保大滝」、全国的に有名な「さいちのおはぎ」、全米ナンバーワン醸造家が開業した海外1号店のクラフトビール醸造所とレストラン「グレートデーンブリューイング」、繊細で優美なガラス工房、手しごとの温もりが伝わるこけしなど多彩なコンテンツが楽しめる魅力的なスポットです。





# 仙台作並温泉&定義でリトリート旅

- ✓ 「リトリート」とは日常を忘れて心や体をリフレッシュする過ごし方です。
- ✓ 美女づくりの湯として知られる仙台作並温泉は、仙台中心部から車で40分。市街地の喧騒を離れ静寂に包まれる温泉地です。緑の山々と川のせせらぎが心地良く心身とも癒される森林浴が楽しめ、「ニッカウヰスキー」宮城峡蒸溜所では、日本のウイスキーの父 竹鶴政孝がこだわった清流から生み出される極上の味わいを体験することができます。
- ✓ 仙台作並温泉から車で40分ほど移動すると、三角あぶらあげが有名な定義があります。定義如来西方寺の境内には縁結びのパワースポットもあり、一生に一度の大願も叶えていただける如来様として多くの参拝者が訪れます。



# 震災から学び復興を体感する防災環境都市仙台

- ✓ 市内中心部から車で30分の場所には、震災遺構仙台市立荒浜小学校や仙台市荒浜地区住宅基礎があり、被災した校舎のありのままの姿等により津波の脅威を実感でき防災について学ぶことができます。
- ✓ 沿岸部には四季折々の果物狩りができる観光果樹園や水族館、温浴施設など新たな魅力の創出による復興の現状を体感することができます。
- ✓ 防災環境都市仙台は、2015年に開催した国連防災世界会議において2030年までの国際的な防災の指針として策定された「仙台防災枠組」に基づいた取り組みを進めています。





**Build your Data Culture**