



# 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～

### 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.

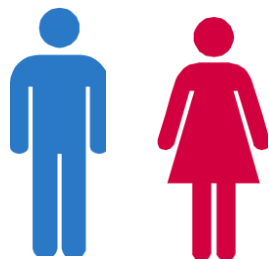
### 消費額最大化の方向性の整理

- ✓ 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

項目	2019年	2020年	2021年	目標値 (2024年)
延べ観光客数(本市)	約824万人泊	約357万人泊	※	650万人泊

項目	2019年	2020年	2021年
外国人延べ観光客数(本市)	約33万人泊	約77万人泊	※
客単価(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

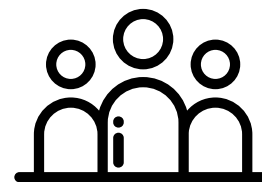
**調査会社** : 株式会社マクロミル

**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

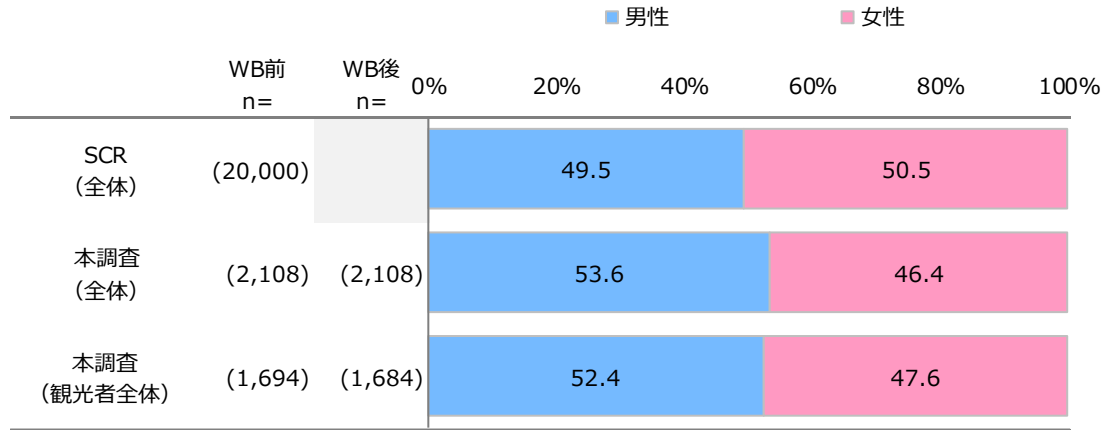
	男性20-29歳	男性30-39歳	男性40-49歳	男性50-59歳	男性60-79歳	女性20-29歳	女性30-39歳	女性40-49歳	女性50-59歳	女性60-79歳	計
北海道	18	17	27	16	37	24	14	10	11	38	212
宮城県	12	16	23	17	39	14	15	23	16	37	212
東北+新潟	30	28	42	39	59	37	33	43	39	67	417
北関東	24	17	20	20	33	18	16	12	17	33	210
一都三県	53	45	45	40	56	45	28	32	27	46	417
中部	23	17	24	14	42	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

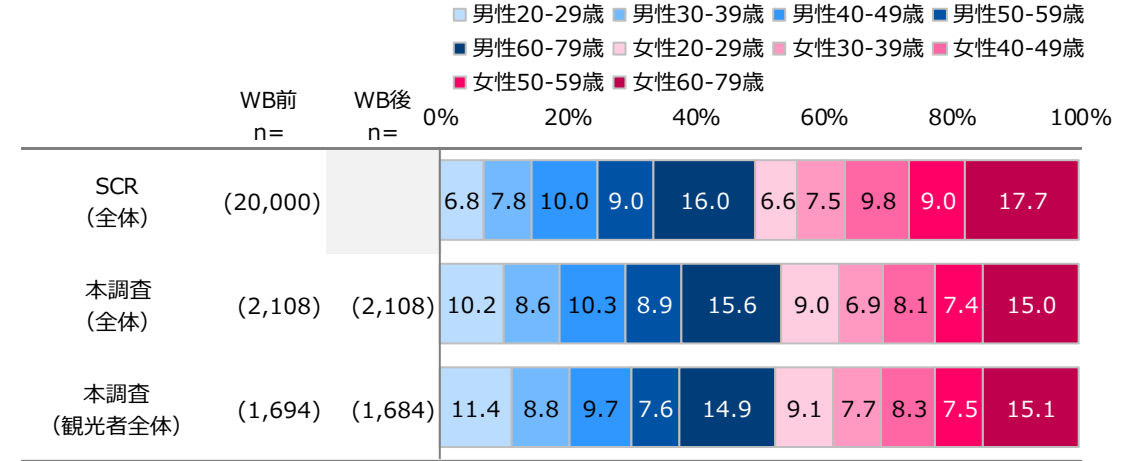
	男性20-29歳	男性30-39歳	男性40-49歳	男性50-59歳	男性60-79歳	女性20-29歳	女性30-39歳	女性40-49歳	女性50-59歳	女性60-79歳	計
北海道	8	5	7	5	11	7	4	3	3	12	65
宮城県	11	15	23	16	38	13	14	22	15	37	202
東北+新潟	44	42	60	57	87	53	49	63	57	100	612
北関東	17	12	14	14	24	12	11	8	12	23	148
一都三県	94	80	79	71	101	81	48	57	48	82	741
中部	16	12	17	9	28	12	7	9	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

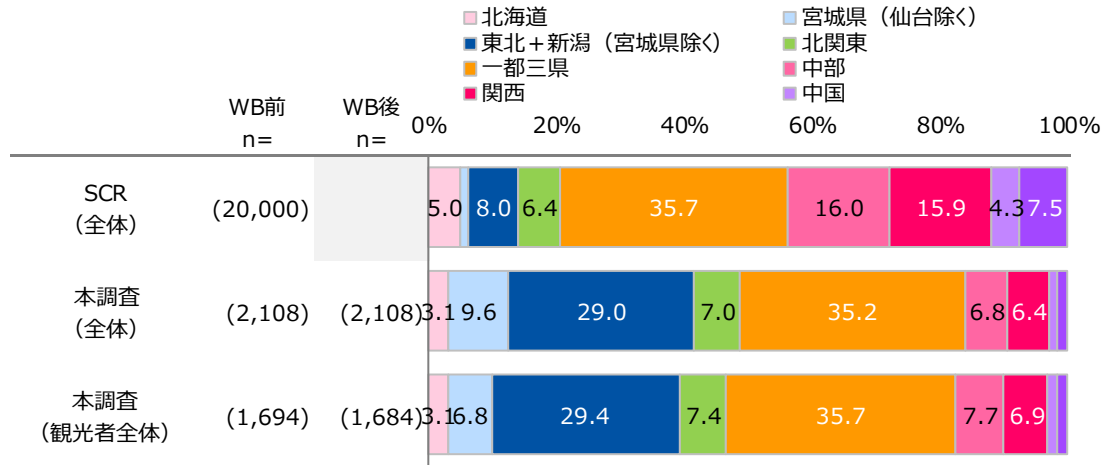
## 性別



## 性年代別

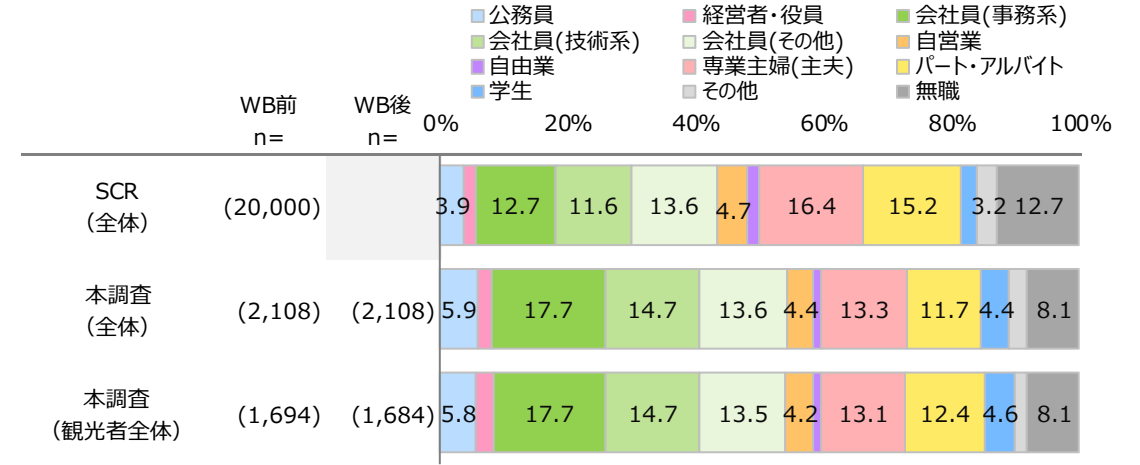


## 居住地



※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	
市場全体	2023年訪問率 …市場全体における、仙台へ 2023年に訪問した人の比率	5.9%	+0.6pt (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)
	観光経験率 …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	25.3%	-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)
	KPI リピーター比率 …上記観光経験者に占める、リ ピーターの比率	52.9%	-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	
2023年 仙台 観光者	KPI 総合満足度 …2023年に仙台訪問時に観光 した人の、総合満足度(Top2)	76.0%	+3.8pt	●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
	KPI 再訪意向 …2023年に仙台訪問時に観光 した人の、再訪意向(Top2)	63.0%	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
	KPI 観光消費額 …2023年に仙台訪問時に観光 した人の、1人あたり消費単価	34,889円	+3,119円 (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） ※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。

## 宮城・東北＋新潟

### 提供価値 (コンセプト) 仮説

- ✓ 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)

## 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)

## 北関東

### 提供価値 (コンセプト) 仮説

- ✓ 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。

## 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)

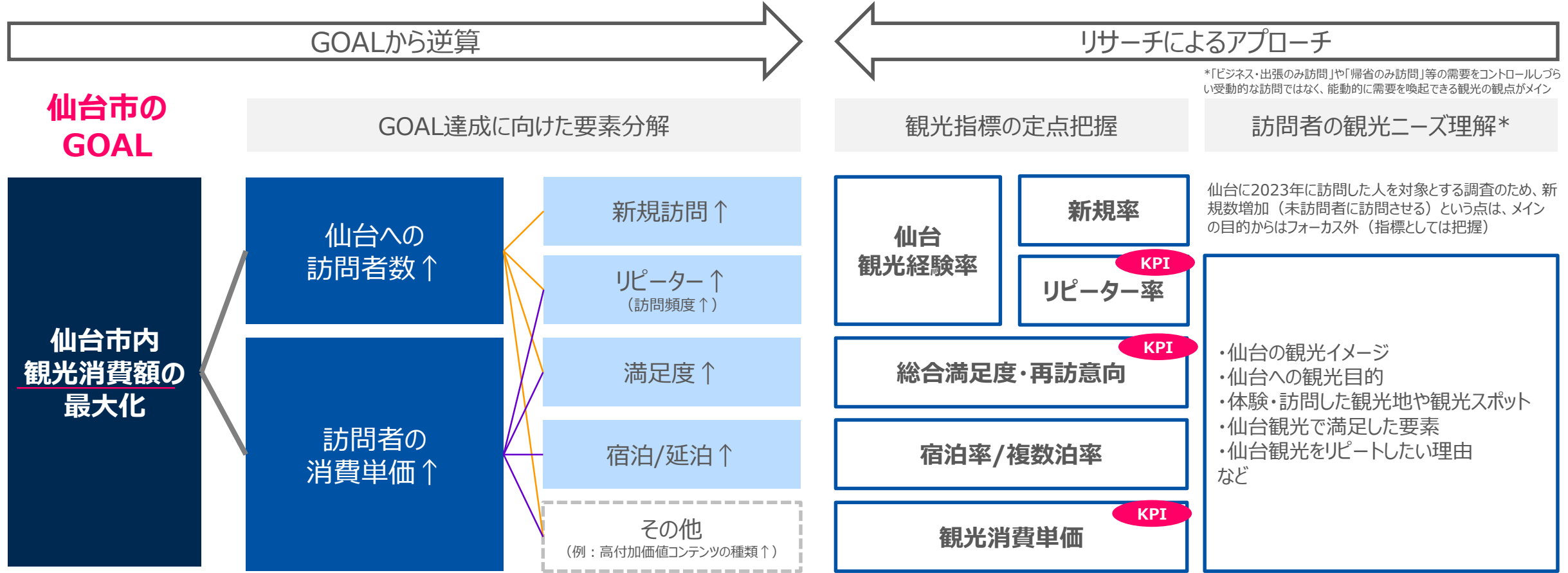
# APPENDIX

## 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）」

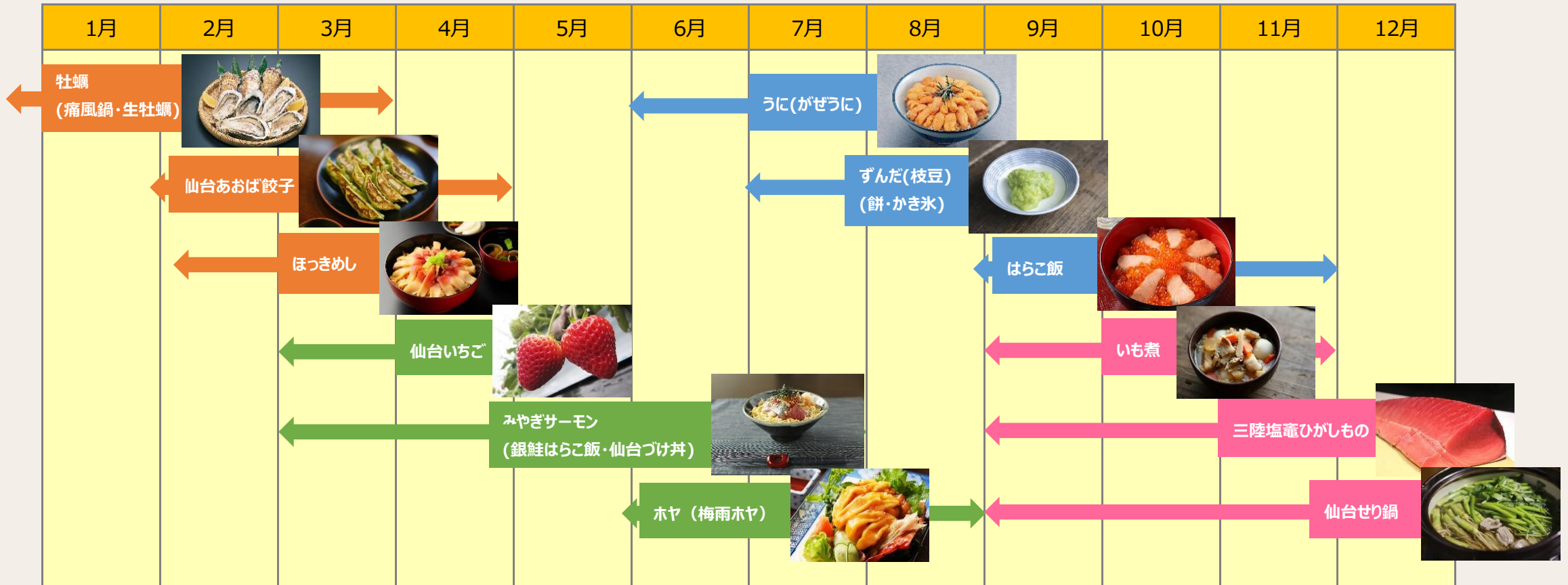
- ✓ エリアによって、指標の傾向や仙台観光のニーズが大きく異なる  
・・・消費単価は相対的に低い、再訪意向が高い近隣（東北・関東）  
⇔消費単価は相対的に高い、再訪意向が低い遠方（北海道・中部以西）  
・・・観光客のマーケットシェアと観光消費額の高さから、東北・一都三県がターゲットエリア？

# 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

丁重な手仕事



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**