



令和6年度仙台市観光実態調査業務 結果報告書



目次

◆ 調査背景・目的/調査課題	P3
◆ 調査設計	P5
◆ 調査フロー・割付条件	P6
◆ ウェイトバック集計	P7
◆ 回答者プロフィール	P8
◆ エグゼクティブサマリー	P9～
◆ 調査結果サマリー	P18～
1. 国内旅行に関する市場動向・トピック	P19～
2. 観光指標の結果	P25～
3. 仙台観光経験別の実態	P47～
4. 参考データ集	P69～
5. APPENDIX	P92～

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（仙台観光者の観光消費額等）のデータを定点的に収集し、目標達成に向けた進捗を把握。
- ✓ 同時に、2024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。

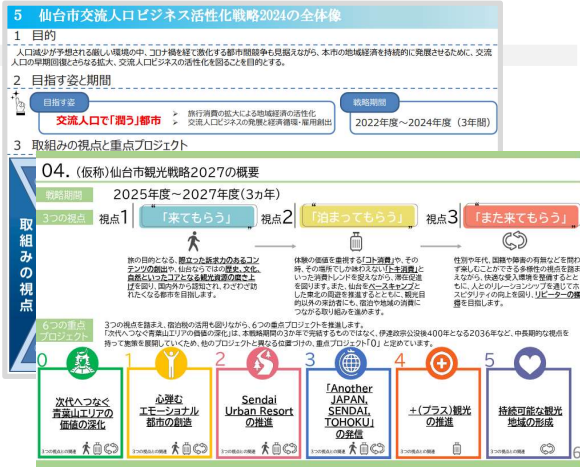
調査課題

観光指標の結果

1.
- ✓ 仙台／東北の観光実績、2024年観光者の評価・・・観光レポート経験、総合満足度、再訪意向、観光消費額など
 - ✓ 仙台市観光戦略と実態の方向性の確認・・・観光回数別の消費額、訪問者・未訪問者の市場ボリュームなど

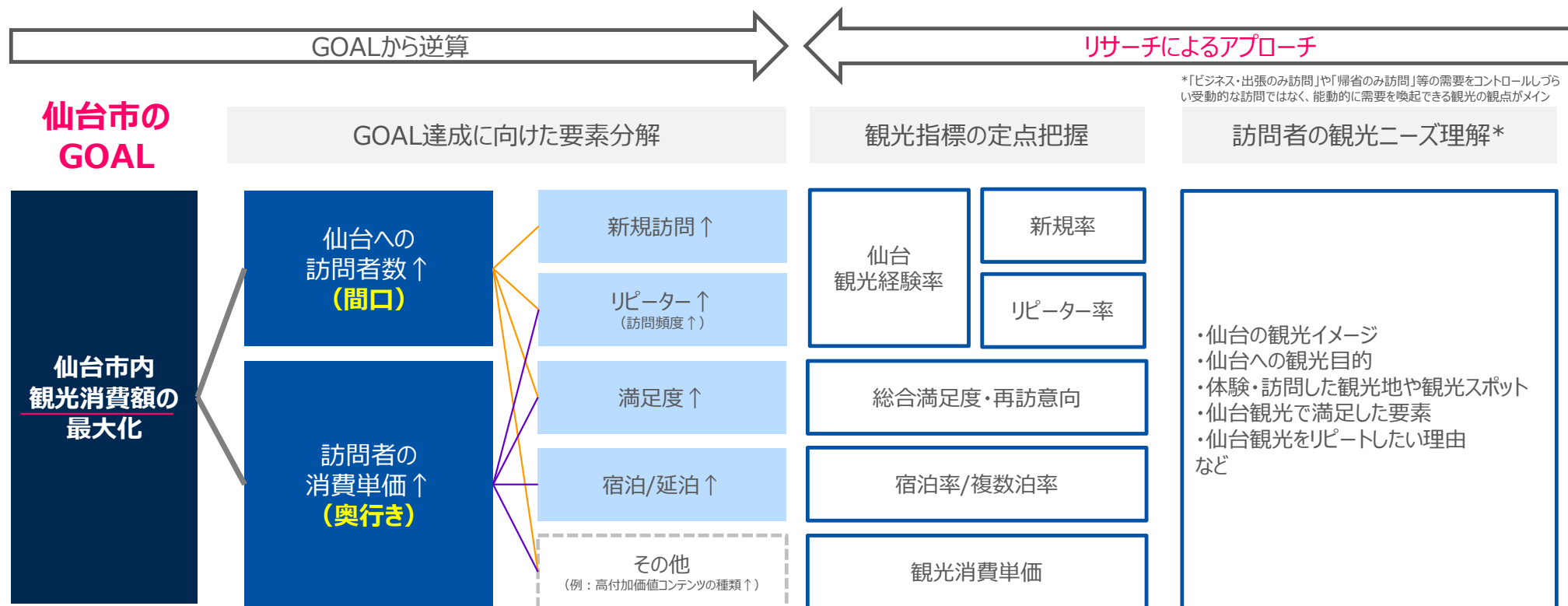
仙台観光経験別の実態

2.
- ✓ 属性情報や観光実態・・・性・年代、未婚、仙台観光時の目的、仙台観光時の宿泊した場所など
 - ✓ 観光実態の詳細・・・訪れた観光スポット、体験した観光資源（グルメ・イベント）、仙台以外で訪問した地域など
 - ✓ 再訪理由／目的・・・また仙台へ観光したい理由、次に仙台に観光するときの目的



【参考】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。



過去調査からの学び (抜粋)

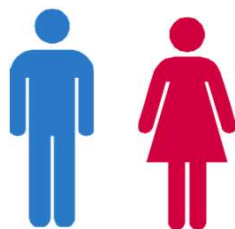
効率的なGOAL達成には、「Who×What」の整理が必要

- ✓ 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うべき人は「誰か」
 - …リピーターは消費単価が高いため、リピーター育成は重要
- ✓ 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・温泉の体験や東北周遊旅行に価値を感じる

整理に向けて考慮すべきセグメントは「エリア（居住地）」

- ✓ エリアによって観光指標の傾向や仙台観光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

調査設計



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

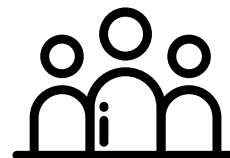
調査会社 : 株式会社マクロミル

調査時期 : 2025年1月15日～1月20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「SCRJ」）

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）

2024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2,102ssで分析

調査票URL （パスワード : bjL!u+;p)

<SCR>

<https://www.macromill.com/airs/exec/smartPvRLAction.do?rid=1259898&k=96d82995cd>

<本調査>

<https://www.macromill.com/airs/exec/smartPvRLAction.do?rid=1259983&k=e55ca90bdb>

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（2024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：2,102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	23	19	15	22	42	18	18	16	13	24	210
宮城県	14	17	20	20	36	13	15	19	16	42	212
東北+新潟	24	32	40	36	66	36	36	36	39	72	417
北関東	20	17	18	24	37	18	13	16	16	32	211
一都三県	48	46	47	41	57	40	27	31	25	54	416
中部	22	23	22	20	39	20	12	12	10	30	210
関西	32	20	19	16	40	13	13	11	13	33	210
中国	11	19	9	8	22	7	5	7	8	13	109
九州	8	15	8	11	20	8	8	4	6	19	107
計	202	208	198	198	359	173	147	152	146	319	2,102

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、「2024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

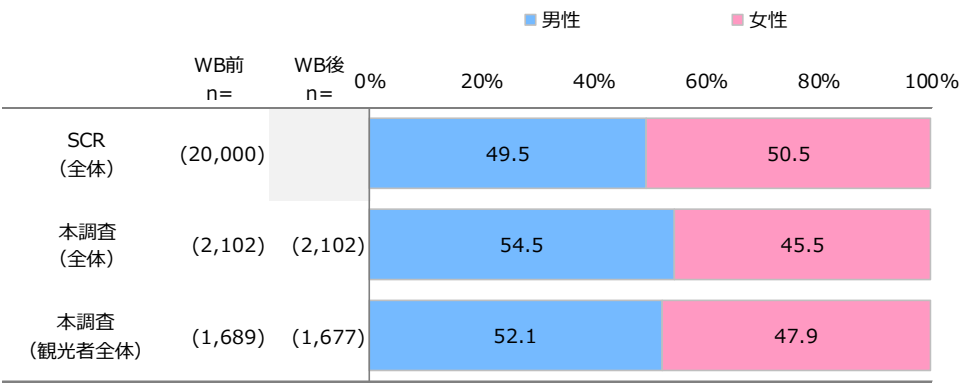
	男性20-29歳	男性30-39歳	男性40-49歳	男性50-59歳	男性60-79歳	女性20-29歳	女性30-39歳	女性40-49歳	女性50-59歳	女性60-79歳	計
北海道	23	19	15	22	42	18	18	16	13	24	210
宮城県	14	17	20	20	36	13	15	19	16	42	212
東北+新潟	24	32	40	36	66	36	36	36	39	72	417
北関東	20	17	18	24	37	18	13	16	16	32	211
一都三県	48	46	47	41	57	40	27	31	25	54	416
中部	22	23	22	20	39	20	12	12	10	30	210
関西	32	20	19	16	40	13	13	11	13	33	210
中国	11	19	9	8	22	7	5	7	8	13	109
九州	8	15	8	11	20	8	8	4	6	19	107
計	202	208	198	198	359	173	147	152	146	319	2,102

■ WB後n数

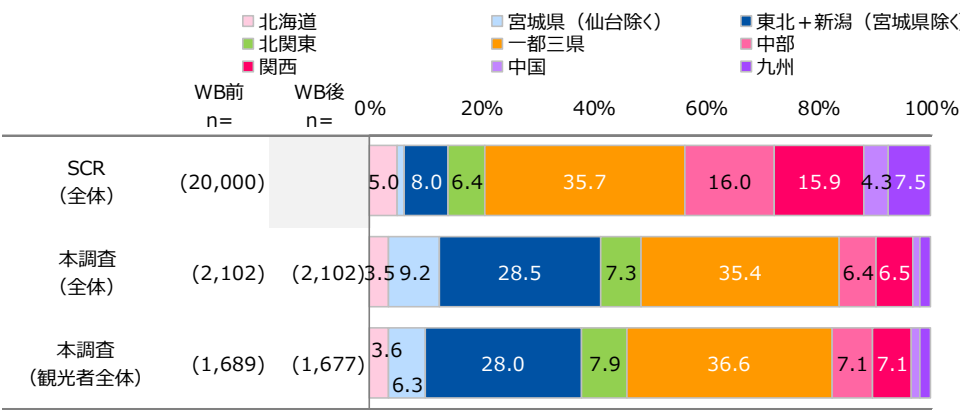
	男性20-29歳	男性30-39歳	男性40-49歳	男性50-59歳	男性60-79歳	女性20-29歳	女性30-39歳	女性40-49歳	女性50-59歳	女性60-79歳	計
北海道	8	6	5	8	15	6	6	5	4	9	73
宮城県	13	15	18	18	33	11	13	18	15	38	193
東北+新潟	35	46	56	51	96	50	52	53	56	103	598
北関東	14	13	13	18	27	13	9	12	11	24	153
一都三県	86	85	84	72	102	71	48	55	45	98	744
中部	15	15	14	13	25	12	7	8	6	19	134
関西	22	13	12	11	27	8	8	7	8	22	137
中国	5	3	2	2	6	2	1	2	2	4	28
九州	5	4	3	4	8	3	3	2	2	8	41
計	203	199	208	196	338	177	147	161	149	323	2,102

回答者プロフィール

性別

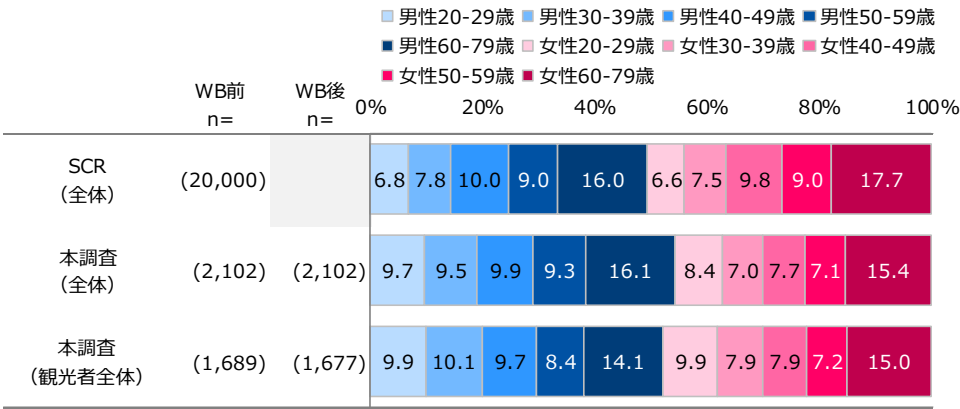


居住地

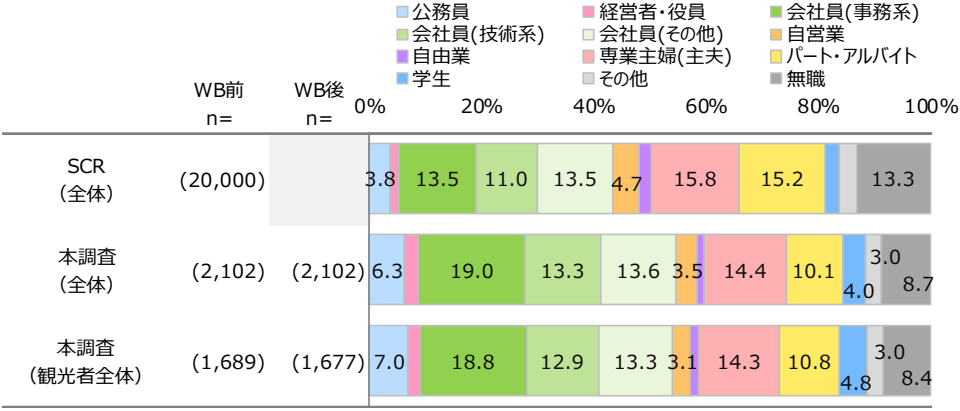


※3%未満のスコア非表示

性年代別



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

1.

「日帰り旅行」の市場は好調、「宿泊旅行」の市場は停滞 ※仙台以外も含む市場動向

各種統計データより「日帰り旅行」は前年から需要を維持したが、「宿泊旅行」の成長・回復は鈍化傾向で、「日帰り旅行」という点から近場観光地への旅行ニーズが強かった可能性。物価高・インバウンド増（≒宿泊費高騰）等が影響した可能性があり、今後も「日帰り旅行」のトレンドが続くか注視が必要か。

2.

仙台観光の「リピーター率・総合満足度」は上昇、「観光経験・再訪意向」にやや課題

「リピーター率」「総合満足度」は前回調査から上昇。リピーター率は上記「日帰り旅行」のニーズが反映されたためか、「東北+新潟」からの訪問者の増加が比較的目立つ。リピーターへのコンバージョンが改善した一方で、ファネルの上流である「訪問・観光経験」や「再訪意向」は前回調査から上昇していない。

3.

消費額最大化の観点では、「リピーター育成」「新規獲得」が鍵に

仙台市内の消費額最大化の観点で整理すると、「リピーター育成（リピーターは消費額が高い）」と「新規獲得（仙台未訪問者はボリュームが大きくポテンシャルあり）」がポイント。リピーター育成では「宮城・東北」「一都三県」が、「新規獲得」では「一都三県」「中部関西」が重点エリアと推察。

国内旅行市場の動向（2023年～）

各外部データを含めて整理しているが、データごとの仕様（データ取得方法等）によって傾向は異なるため、“各データごとに時系列で推移を把握”し、複数の外部データを踏まえて総合的なトレンドを解釈

各種統計より、国内旅行者数は一定のボリュームを維持しているが「宿泊旅行市場」の成長・回復は鈍化傾向。
宿泊旅行の鈍化は消費者物価指数から読み取れる“物価高”などが一因と思われ、2024年の観光は「近場の観光地（日帰り・支出を抑制できる場所）への旅行」のニーズが相対的に強かった可能性があると推察。

各調査結果より

※()内は前年比
※2024年は速報値

2024年トピックおよび仮説

2024年

旅行・観光消費動向調査より

- ✓ 旅行消費額：46,579円（106%）
- ✓ 延べ旅行者数：53,925万人（108%）
 - ↳ うち、宿泊旅行（104%） ↓
 - ↳ うち、日帰り旅行（114%） →
- ✓ 実旅行者数：33,782万人（106%）

宿泊旅行統計調査より ※日本人で集計

- ✓ 延べ宿泊数：48,668万人泊（97%） ↓
 - ✓ 実宿泊者数：36,456万人（97%） ↓
- ### 仙台市観光実態調査より
- ✓ 2-3か月に1回以上観光者ボリューム：16.8%
 - ✓ 年に1回以上観光者ボリューム：56.7% ↓

2023年

旅行・観光消費動向調査より

- ✓ 旅行消費額：44,304円（107%）
- ✓ 延べ旅行者数：49,758万人（119%）
 - ↳ うち、宿泊旅行（121%）
 - ↳ うち、日帰り旅行（116%）
- ✓ 実旅行者数：31,762万人（117%）

宿泊旅行統計調査より ※日本人で集計

- ✓ 延べ宿泊数：49,972万人泊（115%）
 - ✓ 実宿泊者数：37,406万人（115%）
- ### 仙台市観光実態調査より
- ✓ 2-3か月に1回以上観光者ボリューム：16.4%
 - ✓ 年に1回以上観光者ボリューム：58.3%

- ✓ 2023年で全国旅行支援が終了（一部都道府県は独自継続）
- ✓ 2024年の物価指数は2020年比で109%
- ✓ 日帰り旅行は前年比114%と高いが、宿泊旅行は前年比104%で2023年のときに比べて回復が鈍化。（宿泊旅行調査では前年割れ）
- ✓ 観光実態調査から、2-3か月に1回以上観光者のボリュームは前年維持、年に1回以上観光者のボリュームは微減。

【旅行実態の仮説】

- ✓ インバウンド観光客の増加（ホテル需要増）による宿泊費の高騰で、宿泊旅行控えが発生
- ✓ 旅行CPの終了や物価高により、支出を抑えられる（日帰りできる）近場の観光地への訪問が増加

2025年も物価高やインバウンド観光客の増加が続く場合は、上記の観光トレンドも継続する可能性があるとの仮説

観光指標の振り返り

※分析者の主観を交えた解釈・考察を含む

「リピーター率」「総合満足度」「観光消費額」の上昇などポジティブに振り返れる点が多い。「リピーター率」は東北地方からの観光需要増、「総合満足度」は要素別満足度の上昇（温泉・グルメ・観光スポット・体験プログラム等）が結果にあらわれたと仮説。一方で観光消費額の単価上昇は、物価高の影響があった可能性には留意すべきか。

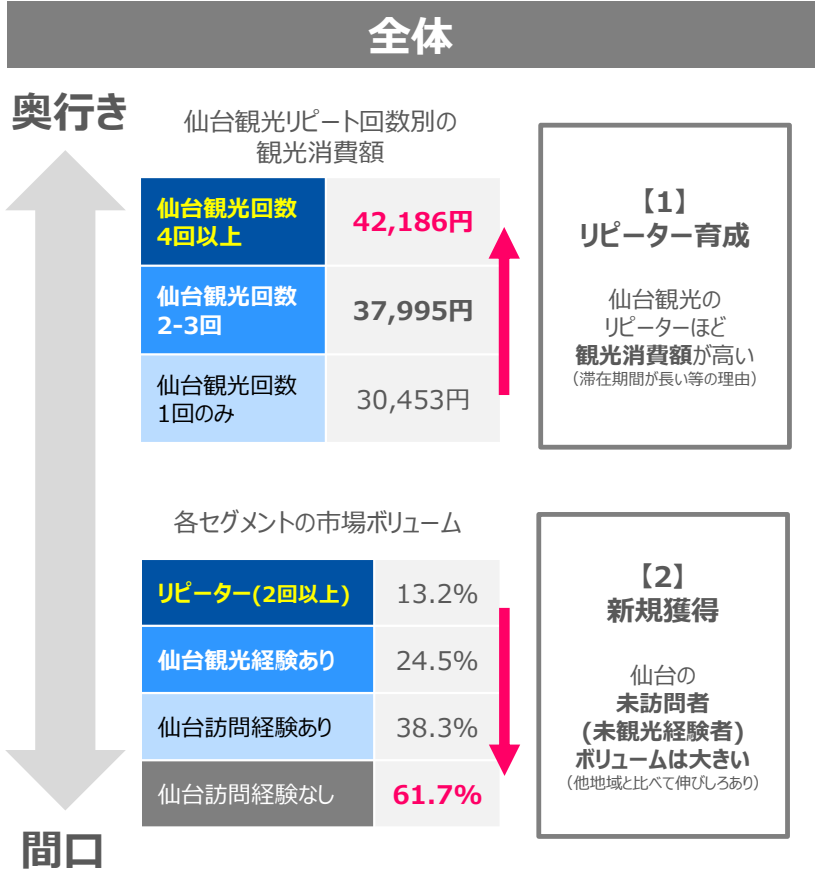
		直近1年に限定しない、過去経験も含む実態		直近1年間の実態				
		市場全体における 観光経験がある人の比率	観光経験がある人に 占める複数回観光者の比率	市場全体における 年間の訪問率	仙台/仙台+東北周遊観光の 総合満足度	仙台/仙台+東北周遊観光の 再訪意向	仙台観光時の、 1人あたり消費単価	仙台/仙台+東北周遊観光の 宿泊率・2泊以上宿泊率
		観光経験率	リピーター率 (コンバージョン率)	年間訪問率	総合満足度 (Top2)	再訪意向 (Top2)	観光消費額	宿泊率/複数泊率
仙台	2024年	24.5%	54.0% ↑	6.0% ↑	77.4% ↑	62.8%	36,771円 ↑	73.3% / 24.1%
	2023年	25.3%	52.9%	5.9%	76.0%	63.0%	34,889円	76.1% / 23.5%
	2022年	26.1%	54.7%	5.3%	72.2%	63.0%	31,690円	71.0% / 26.4%
東北	2024年	34.0%	73.9%	11.1%	75.5%	69.9% ↑	-	93.5% / 61.5%
	2023年	35.0%	72.0%	10.7%	74.1%	66.7%	-	94.3% / 58.9%
2024年トピック および仮説		✓ 観光経験率の低下は仙台・東北だけではなく他地域にも見られる (物価高による旅行控えの傾向が現れた可能性) ✓ 一方リピーター率は回復しており、近隣の東北からの観光需要は増加傾向		✓ 2024年訪問者に占める「4回以上の観光経験があるリピーター」の比率が増加(49.7%→51.5%)		✓ 仙台の要素別満足度は全体的にスコアが上昇 ✓ 満足度は上昇したが、仙台の再訪意向は変わらず。一方、東北周遊の再訪意向は上昇 ⇒物価高で旅行価値があがって旅行に気軽にいけなくなったため、行ったことのない場所を訪れたいニーズが顕在化した可能性（仮説）		✓ 前章の通り、消費額上昇は物価高騰による影響もあったと仮説 ✓ 消費単価上昇に影響するのは「宿泊費」だが、宿泊率は上がっていない(宿泊旅行は市場全体として停滞傾向)

リピーター率は微増（回復）した一方、観光経験率は2022年から低下傾向・再訪意向は現状維持のため、仙台未訪問者の顧客化や、既存顧客のリピーター育成に向けた動きは引き続き重要。

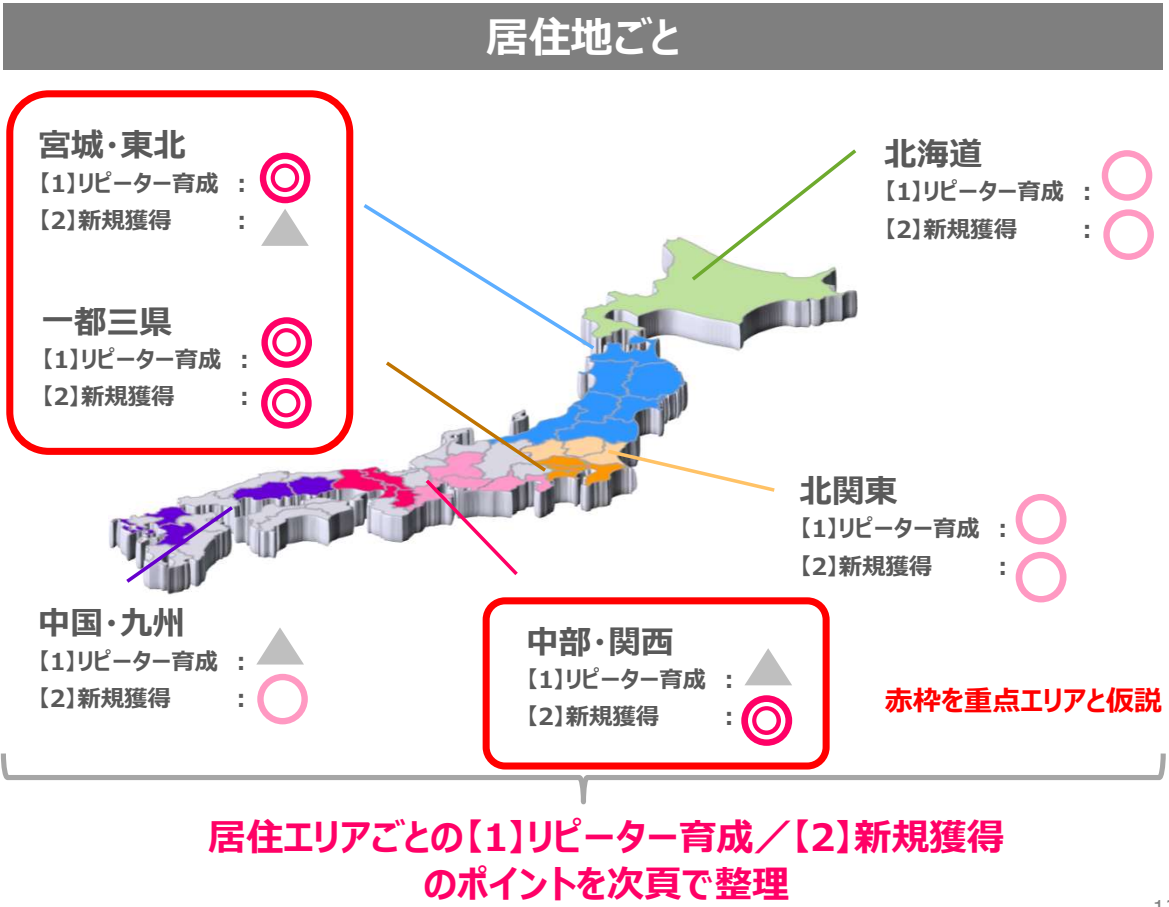
全体／各居住地ごとの戦略におけるポイント

※分析者の主観を交えた解釈・考察を含む

仙台観光のリピーターは、“仙台市内の観光消費額の単価”が高いことから、消費額最大化の観点でリピーター育成は鍵に。
また、他都市と比較すると仙台観光未顧客のボリュームは大きく今後の伸びしろがあり、未訪問者の顧客化も重要なポイント。
⇒これらの全体方針について、居住地ごとにも方針を整理。（詳細は次頁）



居住地ごとの方針



各居住地ごとの戦略におけるポイント（詳細）

※分析者の主観を交えた解釈・考察を含む

・*市場：前頁で色付けした地域居住者の男女20-79歳を母数と定義
・各指標ごとに、6エリアで比較して上位3位に入る場合は**赤字**
・中部・関西は「長野県・岐阜県・静岡県・愛知県・三重県・京都府・大阪府・兵庫県」／中国・九州は「岡山県・広島県・福岡県・長崎・熊本」に絞った人口ボリュームで算出

赤字を重点エリアと仮説
→これらのエリアの深掘りを次章で実施

	宮城・東北	一都三県	中部・関西
各指標の結果抜粋	✓ 市場*に占める人口ボリューム：9.1% ✓ 市場*に占める仙台未顧客ボリューム：2.2% ✓ 2024年仙台訪問者数のシェア：56.2% ✓ 観光消費額（単価）：31,042円 ✓ 2024年仙台観光消費額のシェア：47.1% ✓ リピーター率／再訪意向：86.4%／72.0%	✓ 市場*に占める人口ボリューム：35.7% ✓ 市場*に占める仙台未顧客ボリューム：19.4% ✓ 2024年仙台訪問者数のシェア：25.4% ✓ 観光消費額（単価）：38,888円 ✓ 2024年仙台観光消費額のシェア：30.1% ✓ リピーター率／再訪意向：50.0%／59.7%	✓ 市場*に占める人口ボリューム：31.9% ✓ 市場*に占める仙台未顧客ボリューム：24.0% ✓ 2024年仙台訪問者数のシェア：9.3% ✓ 観光消費額（単価）：41,595円 ✓ 2024年仙台観光消費額のシェア：11.8% ✓ リピーター率／再訪意向：37.4%／51.7%
方向性仮説	【1】リピーター育成：○ 【2】新規獲得：▲ ⇒年間訪問者・消費額のシェアが大きく、現時点で仙台的観光収入を支える重点エリア。リピーター率・再訪意向共に高く、既存顧客との関係維持が必要	【1】リピーター育成：○ 【2】新規獲得：○ ⇒人口ボリュームが特に大きく未顧客・既存顧客共に同程度存在し、両面から狙うポテンシャルがある。単価も比較的高く観光収入を支えるエリアであり、新規獲得後のリピーター育成も狙いやすい	【1】リピーター育成：▲ 【2】新規獲得：○ ⇒未顧客の比率が高く、新規獲得の優先度が高い。人口ボリュームも大きく、消費額の高さも踏まえるとポテンシャルが大きい重点エリアだが、リピーター率や再訪意向からリピーター育成のハードルは高い

	北関東	北海道	中国・九州
各指標の結果抜粋	✓ 市場*に占める人口ボリューム：6.4% ✓ 市場*に占める仙台未顧客ボリューム：3.2% ✓ 2024年仙台訪問者数のシェア：4.7% ✓ 観光消費額（単価）：34,335円 ✓ 2024年仙台観光消費額のシェア：4.9% ✓ リピーター率／再訪意向：59.2%／64.8%	✓ 市場*に占める人口ボリューム：5.0% ✓ 市場*に占める仙台未顧客ボリューム：3.3% ✓ 2024年仙台訪問者数のシェア：2.1% ✓ 観光消費額（単価）：48,868円 ✓ 2024年仙台観光消費額のシェア：2.9% ✓ リピーター率／再訪意向：50.5%／56.5%	✓ 市場*に占める人口ボリューム：11.9% ✓ 市場*に占める仙台未顧客ボリューム：9.7% ✓ 2024年仙台訪問者数のシェア：2.4% ✓ 観光消費額（単価）：44,589円 ✓ 2024年仙台観光消費額のシェア：3.2% ✓ リピーター率／再訪意向：35.4%／51.1%
方向性仮説	【1】リピーター育成：○ 【2】新規獲得：○ ⇒未顧客と既存顧客は同程度の比率で、両面から狙う必要がある。リピーター育成も狙いやすいが、人口ボリュームや観光消費額は相対的に低く、優先度はやや下がる	【1】リピーター育成：○ 【2】新規獲得：○ ⇒未顧客の比率が高く新規獲得の優先度が高いが、リピーター率や再訪意向は比較的高く、顧客育成も狙いやすいエリア。ただし、観光消費額や宿泊率は高いが、人口ボリュームの観点では優先度はやや下がる	【1】リピーター育成：▲ 【2】新規獲得：○ ⇒未顧客の比率が高いため、新規獲得の優先度が高い。観光消費額・宿泊率は高いが、人口ボリュームを加味したシェアは相対的に低く、優先度はやや下がる

【宮城・東北＋新潟】からの顧客獲得～育成にむけて

※分析者の主観を交えた解釈・考察を含む

タイミング別の主な観光パターン

顧客獲得・育成のヒント

新規訪問
(トライアル)

仙台未訪問者／1回のみ訪問者のボリュームは少ない為割愛

リピーター
(2-3回目)

「ショッピング」「街歩き」を中心とした小旅行

- ✓ 属性特徴は、女性／20-30代
- ✓ 仙台の主な観光目的は「ショッピング」であり、そのほかに「街歩き」「カフェ巡り」「写真撮影・映えスポット」が高く、仙台都心での体験が多いと想定（宿泊場所も仙台駅周辺のビジネスホテルが多い）
- ✓ 「牛たん」「ずんだ」「笹かまぼこ」などの王道のグルメは体験するが、「仙台城跡」「瑞鳳電」といった王道の観光スポットは訪れない。お祭り・イベントでは「SENDAI光のページェント」のスコアが高い

・「ショッピング」とセットで楽しめる観光体験の訴求

- ↳ ショッピングが主な観光の目的であり、訪問時は仙台都心の滞在が多いため、ショッピング施設・仙台都心でのショッピングとあわせて楽しめる体験を訴求
- ↳ 女性や20-30代が多い特徴があり、この層と親和性のある体験（カフェ巡り・写真撮影が楽しめる映えスポットなど）を発信して来訪確度を高める

※トライアル層をリピーター化する観点ではないため注意

リピーター
(4回目以降)

“仙台ならではの”に親しむ旅行

- ✓ 属性特徴は、女性／40-50代・60-70代／既婚
- ✓ 仙台の主な観光目的が「ショッピング」であるのは上記と変わらないが、「温泉」「レジャー施設」「お祭り・イベント」「夜景観賞」も比較的高い
- ✓ 「三井アウトレットパーク仙台港」のほかに「秋保温泉」「SENDAI光のページェント」、また「仙台うみの杜水族館」のスコアも上位に入る

バリアー（仮説）

・アクセスがよく気軽にいける点
(ショッピングがてらに“いつでも小旅行でいける街”と認識され、観光が後回しにされる／日帰り観光がメインとなる)

・ショッピング以外の(宿泊)観光する理由づけ・きっかけ作り

- ↳ ショッピング以外の観光のモチベーションを生むために、東北の中でも仙台でしかできない観光体験・コンテンツ（仙台のお祭り・イベントなど）できっかけを作ることや、宿泊自体を目的化させる（温泉地への誘客など）
- ↳ ライフスタイルの変化を踏まえて、子連れで楽しめる施設（うみの杜水族館など）を訴求し、「子どもと楽しめる街に行くなら仙台がいい」と想起される状態にする

※ショッピング等の小旅行での定期的な訪問はあると想定されるため、さらに追加で来てもらう／宿泊してもらって単価を上げるという観点

【一都三県】からの顧客獲得～育成に向けて

※分析者の主観を交えた解釈・考察を含む

タイミング別の主な観光パターン

顧客獲得・育成のヒント

新規訪問 (トライアル)

仙台の王道旅行

- ✓ 属性特徴は、20-30代／未婚の比率の高さ
- ✓ “初”の仙台観光の目的は「本格グルメ」「歴史」「自然」であり、「仙台城跡」「瑞鳳殿」「大崎八幡宮」「牛たん」など仙台の王道ともいえる観光を体験
- ✓ 仙台市以外の県内（松島）にも観光するが、他県までは訪問せず仙台駅周辺のビジネスホテルに宿泊

・仙台観光の王道パターンを伝達

- ↳ どのような観光が王道で、どの程度の滞在時間で楽しめるのかなど理解促進（具体的にプランまでイメージしてもらい、初回の訪問が）
- ↳ 20-30代&ライフステージが進んでいない層が多いことを踏まえて訴求し、意思決定を後押し（王道パターンに付随できる近場の若者向け観光スポット、友人と楽しめる体験の紹介など）

リピーター (2-3回目)

東北周遊旅行

- ✓ 2-3回目の仙台観光目的では「本格グルメ」は変わらず高いが、「歴史」「自然」「街歩き」のスコアは下がり、他県への訪問が増加（特に「青森・岩手・山形」）
- ✓ 他県への訪問増加に伴いトライアル層よりも仙台の宿泊率は下がっているが、一方で「温泉」を目的とした訪問者や、秋保・作並の宿泊率も高め

バリアー（仮説）

・東京からのアクセス観点で競合観光地が多い
→同じ観光地に繰り返し行くよりも、行ったことのない場所へ観光したいという価値観の影響を受けやすい

・仙台を拠点とした東北周遊観光を認知

- ↳ 上記バリアーを踏まえて、仙台以外の東北（特に県外）の観光地の特徴・魅力を知ってもらうことで、離脱を抑制
- ↳ 仙台に滞在してもらうために、温泉地などの宿泊施設自体の魅力付けや仙台→各地へのアクセスのよさ（拠点としての利便性）の伝達も重要

リピーター (4回目以降)

“仙台ならではの”に親しむ旅行

- ✓ 属性特徴は、40-50代／既婚の比率の高さ
- ✓ 観光目的は「本格グルメ」「温泉」のほか、「歴史・文化」「街歩き」「地域文化」「お祭り・イベント」など、仙台の文化体験へのニーズが顕在化しつつある
- ✓ 秋保温泉や県外（主に南東北）にも訪問するが、市内の「国分町」「定禅寺通り」「仙台朝市」への訪問や「仙台・青葉まつり」「仙台七夕まつり」の体験も増加し、また、王道グルメとは異なる「仙台牛」「牡蠣」なども体験

・仙台独自の体験まで理解・浸透を図る

- ↳ 顕在化してくる「仙台の地域体験／文化など独自の体験」に注目させる（仙台でしか食べられないグルメ、温泉地、お祭りやイベント、など）
- ↳ 観光スポットやお祭り等の体験を伝えて来訪きっかけを作る以外にも、仙台ならではの体験を通じてどのような状態になれるか*を伝えていく→それにより情緒的な結びつきを形成し、他観光地に負けないファン育成につなげる

*例：忙しい日常から解放される、日常の退屈を忘れる刺激を得られる、などのイメージ
リピーターにとって仙台がどのような場所であるか、ポジションを確立する

【中部・関西】からの顧客獲得～育成に向けて

※分析者の主観を交えた解釈・考察を含む

タイミング別の主な観光パターン

顧客獲得・育成のヒント

新規訪問 (トライアル)

東北周遊旅行（仙台近隣）

- ✓ 仙台観光の目的は「本格グルメ」「歴史」「自然」「街歩き」。「仙台城跡」には訪れるが、それ以外（「瑞鳳殿」「大崎八幡宮」等の王道なスポット）やお祭り・イベントの経験率は全体より低い
- ✓ 仙台市内の体験は全体より低い、代わりに宮城県以外の他県にも訪問する層が多い（比較的近場の「平泉」「会津若松」「天童」の訪問率が高い）
- ✓ 「仙台朝市」といったグルメスポットへの訪問や「牛たん」「ずんだ」「笹かまぼこ」などの仙台の主要なグルメは体験している

リピーター (2-3回目)

東北周遊旅行（東北全体）

- ✓ 2-3回目以降の仙台観光目的では「本格グルメ」は変わらず高いが、「歴史」「自然」「街歩き」のスコアは相対的に低い
「仙台城跡」の訪問率は新規層同様に高く、それ以外に「仙台七夕まつり」「仙台・青葉まつり」といったイベント系のスコアも高い
- ✓ 宿泊率は1回目よりも顕著に高く、他県への訪問が増加。特に「青森・岩手」の北東北エリアの訪問が目立ち、代わりに「平泉」「会津若松」「天童」等のスコアは減少

リピーター (4回目以降)

仙台4回以降観光者のボリュームは少ない為割愛

バリアー（仮説）

・アクセス観点で再訪にハードルあり
(リピーターであっても、「アクセスがよい」「気軽に訪問できる」のイメージは低い)
※そのため、リピーター育成よりも新規の訪問タイミングで滞在を長期化させるコミュニケーションがより有効な可能性もある

・より広範囲な東北周遊旅行を認知

↳ 仙台近隣ではない「青森」「秋田」など、より遠方の東北を紹介して、行ったことのない東北地方を訪れたいというニーズに応える

※2-3回目以降の観光者の北東北へのニーズが強いことを鑑みると、「仙台に訪問しない東北周遊」を行っている可能性もある。→他の東北の都市を主目的に来た人に、仙台にも来てもらうコミュニケーションも観点として必要か。（今回調査は仙台に訪問した人を対象にしているため仮説）

↳ リピーターになりづらいセグメントだが、仙台七夕まつりや仙台・青葉まつりの体験者が多いことも踏まえると、祭事はリピートのきっかけになる可能性もあり

調査結果サマリー

国内旅行に関する市場動向・トピック

※外部データ含む

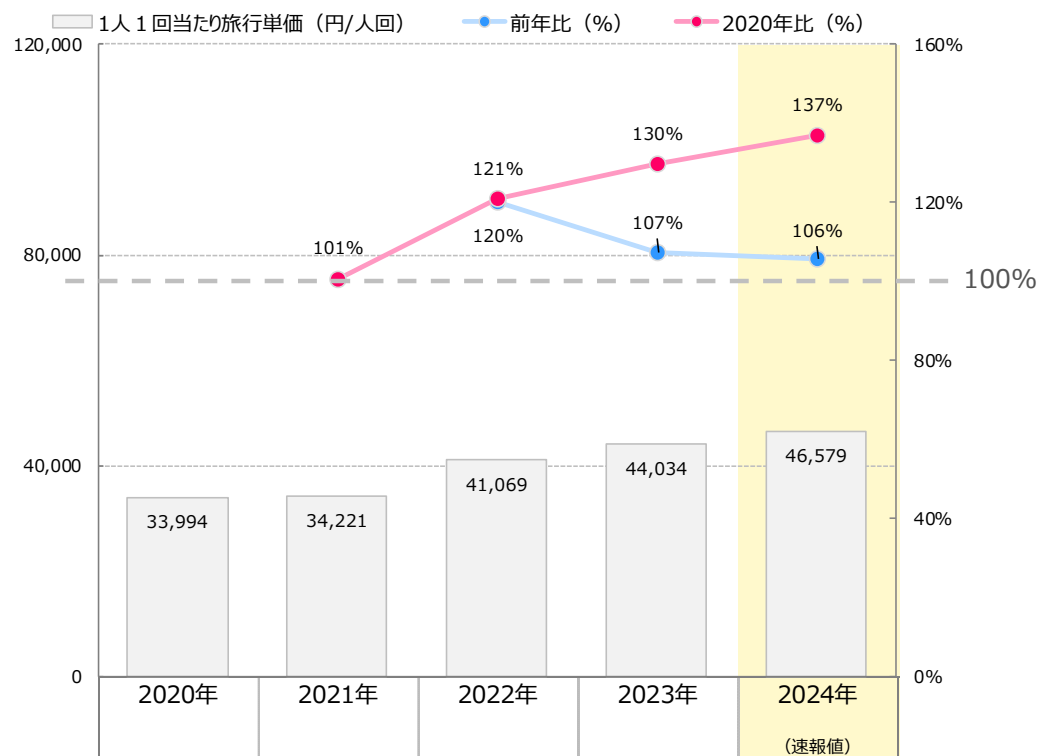
各外部データを含めて整理しているが、調査仕様・データの取得方法によって傾向は異なるため、“各データごとに時系列で推移を把握”し、**複数の外部データを踏まえて総合的なトレンドを解釈**・仕様の違いの例）調査地域、調査対象者属性（性年代など）

旅行消費単価と消費者物価指数

観光庁：旅行・観光消費動向調査より
総務省：2020年基準消費者物価指数より

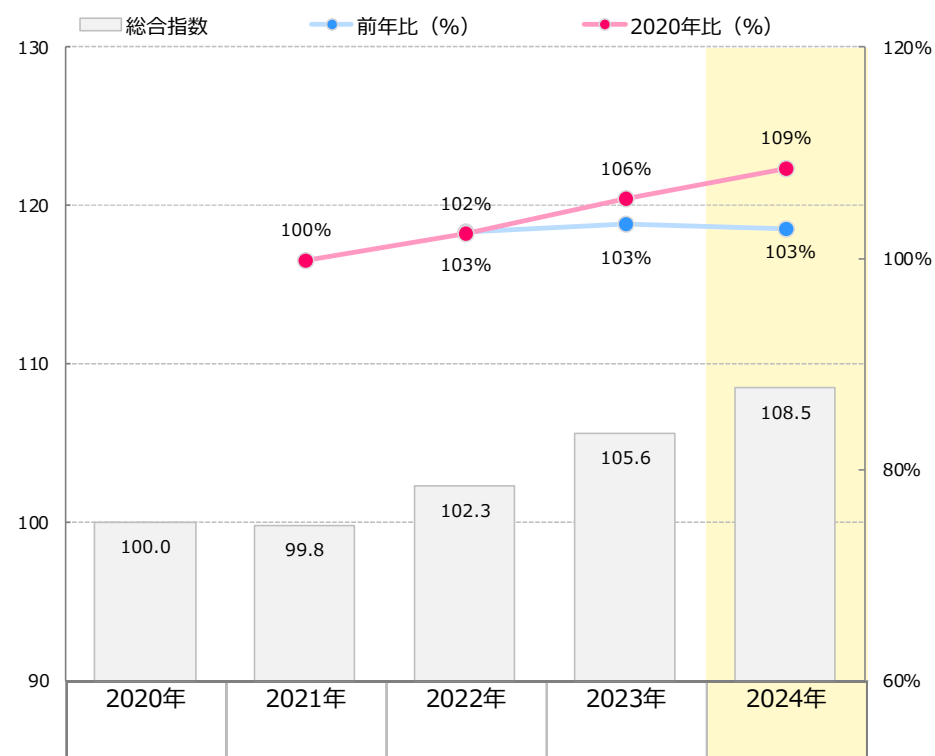
2024年の「旅行消費単価」は2020年以降では最高額。なお「消費者物価指数」も近い波形で推移しているため、単価上昇は旅行中の消費が積極的だったのではなく、物価上昇が影響した（受動的な）可能性も。

旅行消費単価（円/人回）の推移



消費者物価指数（総合指数・年平均）の推移

※2020年を基準（100）としての数値

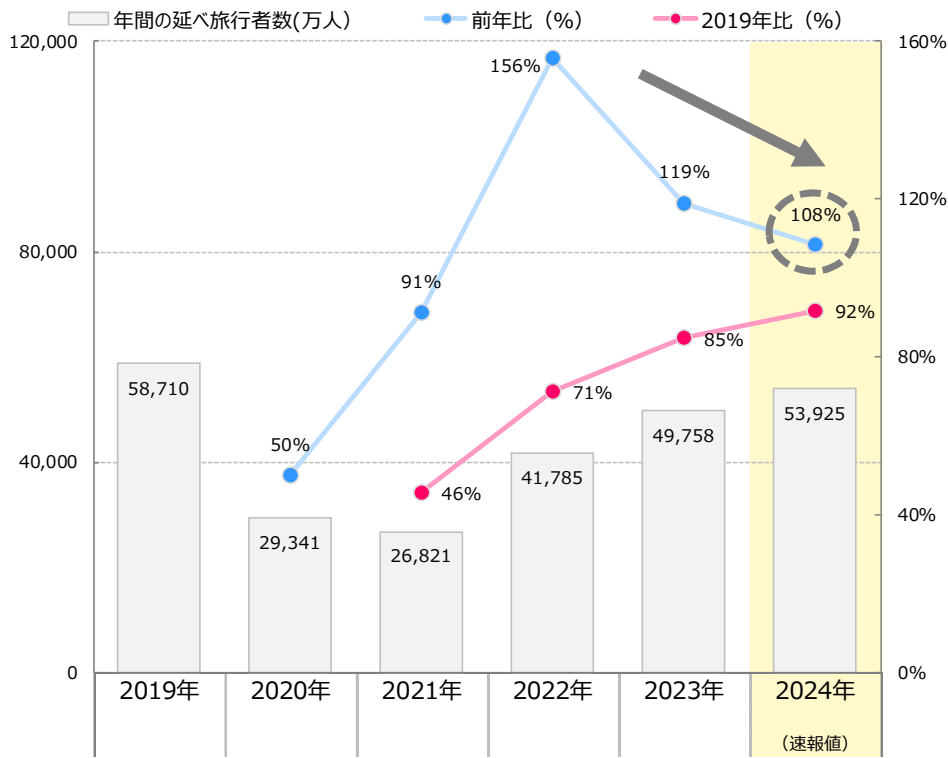


日本居住者の国内旅行者数

観光庁：旅行・観光消費動向調査より

「延べ旅行者数」は前年を上回るが、前年比は108%で昨年の119%より低い。延べ旅行者を宿泊有無で細分化すると「宿泊旅行」は前年比104%／「日帰り旅行」は前年比114%で、日帰り旅行のほうが活発。

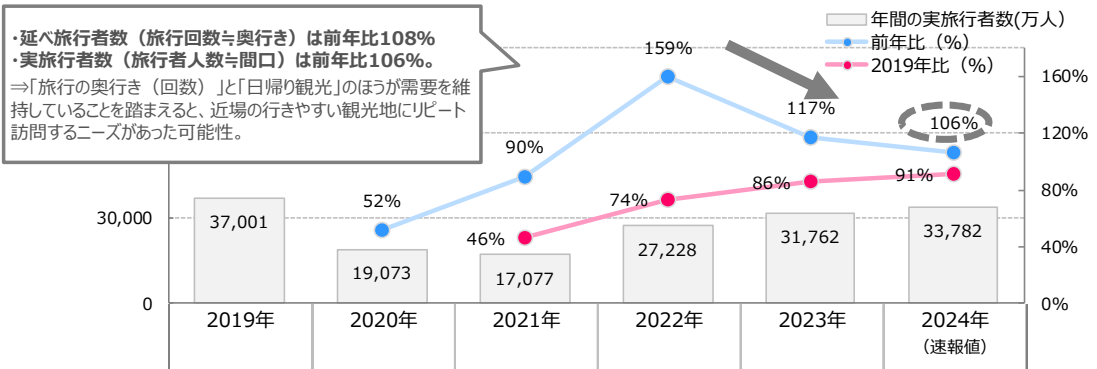
国内延べ旅行者数の推移



延べ旅行者数の推移（2019年～）

		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年 (速報値)
延べ 旅行者数 (単位：万人)	延べ旅行者数全体	58,710	29,341	26,821	41,785	49,758	53,925
	うち、宿泊旅行	31,162	16,070	14,177	23,247	28,135	29,305
	うち、観光・レクリエーション	17,173	9,183	7,961	14,483	16,936	17,542
	うち、日帰り旅行	27,548	13,271	12,644	18,539	21,623	24,619
	うち、観光・レクリエーション	19,635	8,937	8,388	13,948	15,900	17,814
前年比 (単位：%)	延べ旅行者数全体	-	50.0%	91.4%	155.8%	119.1%	108.4%
	うち、宿泊旅行	-	51.6%	88.2%	164.0%	121.0%	104.2%
	うち、観光・レクリエーション	-	53.5%	86.7%	181.9%	116.9%	103.6%
	うち、日帰り旅行	-	48.2%	95.3%	146.6%	116.6%	113.9%
	うち、観光・レクリエーション	-	45.5%	93.9%	166.3%	114.0%	112.0%

【参考】“実”旅行者数の推移



※実旅行者数：複数回旅行しても同じ人であれば「1人」として計算される。
※2024年の年間数値の公表前のため、1～12月の月毎の実旅行者数を合算した数字を掲載

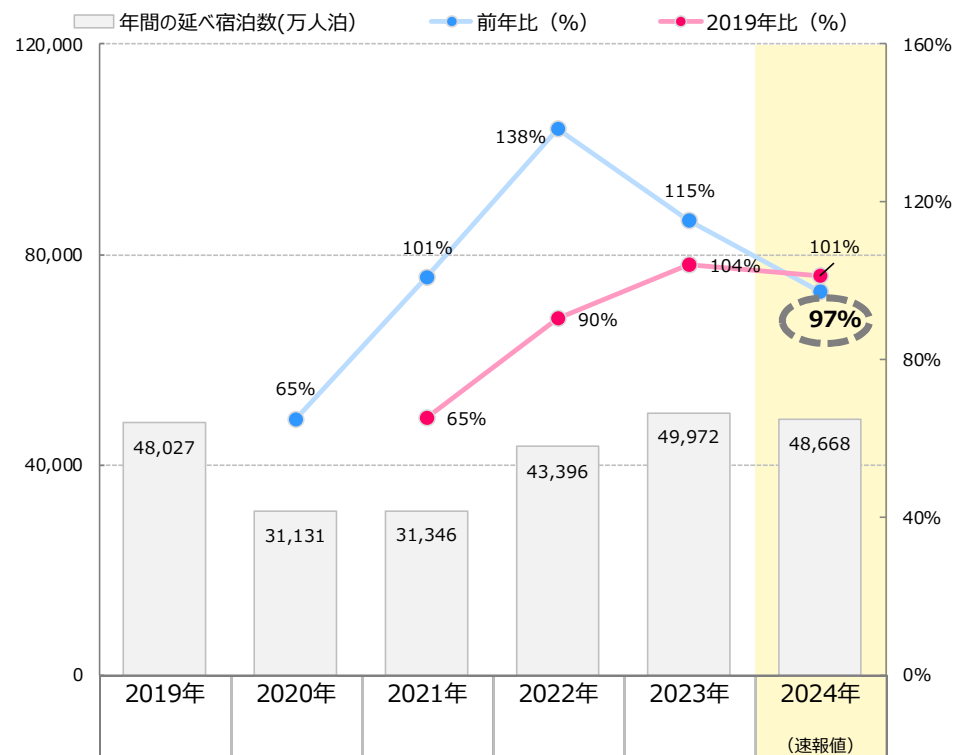
日本人宿泊数

・宿泊旅行統計調査は「事業者(宿泊所)」を対象／旅行・観光動向消費調査は「消費者」を対象にした調査
調査対象が異なるため、前年越え／前年割れの傾向が前頁と異なっていると思われる。
(結果の違いが生じた要因ではなく、両統計で同じように宿泊旅行が不調な点を捉えることを推奨)

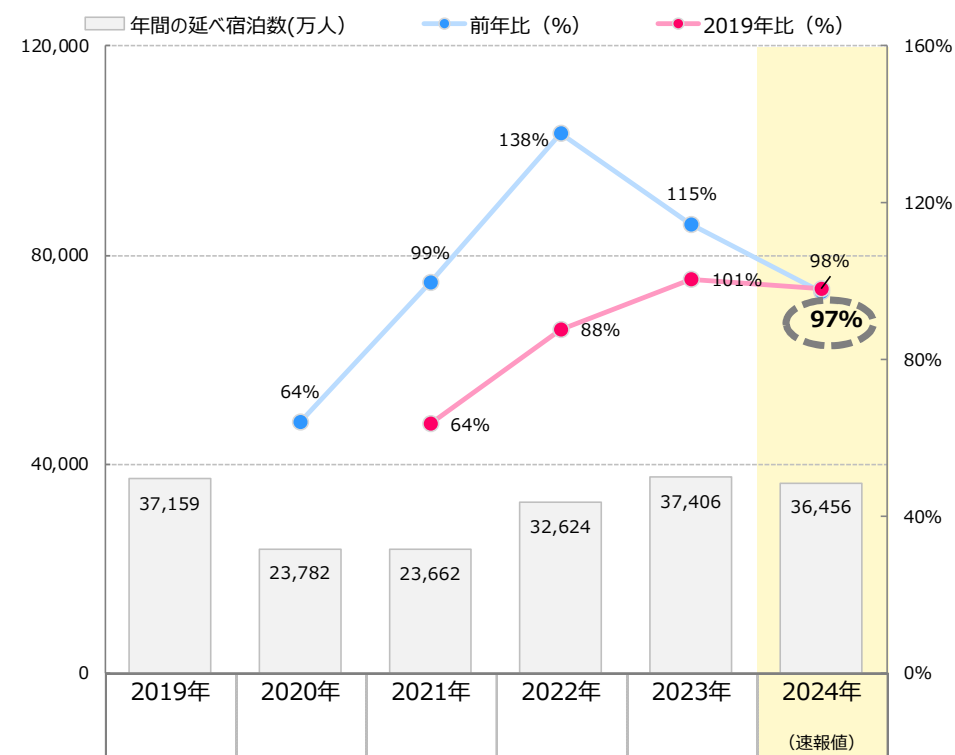
観光庁：宿泊旅行統計調査より

一方で宿泊旅行統計調査では、日本人の「延べ泊数」は前年を下回り前年比97%で、「実宿泊者数」も同様に前年を下回る。前頁の傾向も踏まえると、日本人の「宿泊旅行市場」の成長・回復は停滞傾向にある様子。

延べ宿泊数の推移 ※外国人を除いて集計



実宿泊者数の推移 ※外国人を除いて集計



観光頻度

時系列あり

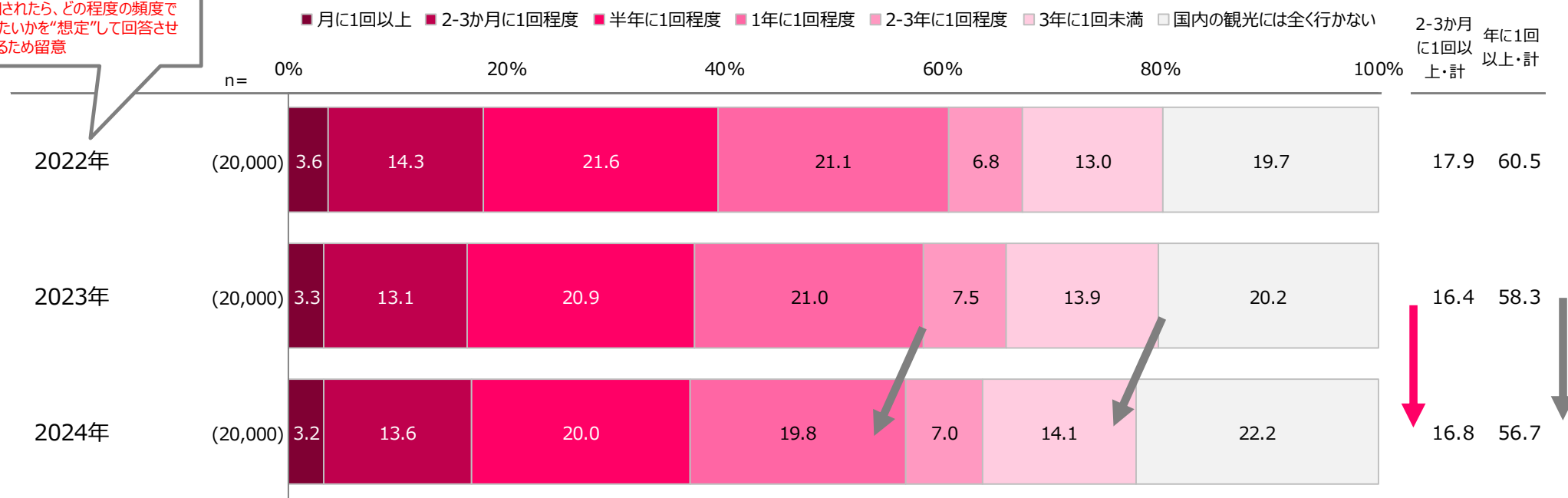
SCR調査

仙台市観光実態調査をみると、「年に1回以上の観光者」のボリュームは56.7%で昨年より微減。
一方で「2-3か月に1回以上」の観光頻度の高い層についてはボリュームを維持。

国内観光の頻度

※ベース：全体

※2022年調査は、コロナが規制緩和されたら、どの程度の頻度で行きたいかを“想定”して回答させているため留意



※2-3か月に1回以上・計：「月に1回以上」+「2-3か月に1回程度」
※年に1回以上・計：「月に1回以上」～「1年に1回程度」

SQ1. あなたは普段、どの程度の頻度で国内の観光に行きますか。最もあてはまるものを選択してください。（SA）

国内旅行市場の動向（2023年～）

各外部データを含めて整理しているが、データごとの仕様（データ取得方法等）によって傾向は異なるため、“各データごとに時系列で推移を把握”し、複数の外部データを踏まえて総合的なトレンドを解釈

各種統計より、国内旅行者数は一定のボリュームを維持しているが「宿泊旅行市場」の成長・回復は鈍化傾向。
宿泊旅行の鈍化は消費者物価指数から読み取れる“物価高”などが一因と思われ、2024年の観光は「近場の観光地（日帰り・支出を抑制できる場所）への旅行」のニーズが相対的に強かった可能性があると推察。

各調査結果より

※()内は前年比
※2024年は速報値

2024年トピックおよび仮説

2024年

旅行・観光消費動向調査より

- ✓ 旅行消費額：46,579円（106%）
- ✓ 延べ旅行者数：53,925万人（108%）
 - ↳ うち、宿泊旅行（104%） ↓
 - ↳ うち、日帰り旅行（114%） →
- ✓ 実旅行者数：33,782万人（106%）

宿泊旅行統計調査より ※日本人で集計

- ✓ 延べ宿泊数：48,668万人泊（97%） ↓
 - ✓ 実宿泊者数：36,456万人（97%） ↓
- ### 仙台市観光実態調査より
- ✓ 2-3か月に1回以上観光者ボリューム：16.8%
 - ✓ 年に1回以上観光者ボリューム：56.7% ↓

2023年

旅行・観光消費動向調査より

- ✓ 旅行消費額：44,304円（107%）
- ✓ 延べ旅行者数：49,758万人（119%）
 - ↳ うち、宿泊旅行（119%）
 - ↳ うち、日帰り旅行（116%）
- ✓ 実旅行者数：31,762万人（117%）

宿泊旅行統計調査より ※日本人で集計

- ✓ 延べ宿泊数：49,972万人泊（115%）
 - ✓ 実宿泊者数：37,406万人（115%）
- ### 仙台市観光実態調査より
- ✓ 2-3か月に1回以上観光者ボリューム：16.4%
 - ✓ 年に1回以上観光者ボリューム：58.3%

- ✓ 2023年で全国旅行支援が終了（一部都道府県は独自継続）
- ✓ 2024年の物価指数は2020年比で109%
- ✓ 日帰り旅行は前年比114%、宿泊旅行は前年比104%
2023年のときに比べて回復が鈍化。（宿泊旅行調査では前年割れ）
- ✓ 観光実態調査から、2-3か月に1回以上観光者のボリュームは前年維持、年に1回以上観光者のボリュームは微減。

【旅行実態の仮説】

- ✓ インバウンド観光客の増加（ホテル需要増）による宿泊費の高騰で、宿泊旅行控えが発生
- ✓ 旅行CPの終了や物価高により、支出を抑えられる（日帰りできる）近場の観光地への訪問が増加

2025年も物価高やインバウンド観光客の増加が続く場合は、上記の観光トレンドも継続する可能性があるとの仮説

1.観光指標の結果

1-1.仙台への訪問・観光状況（時系列比較あり）

観光ファネル

時系列あり

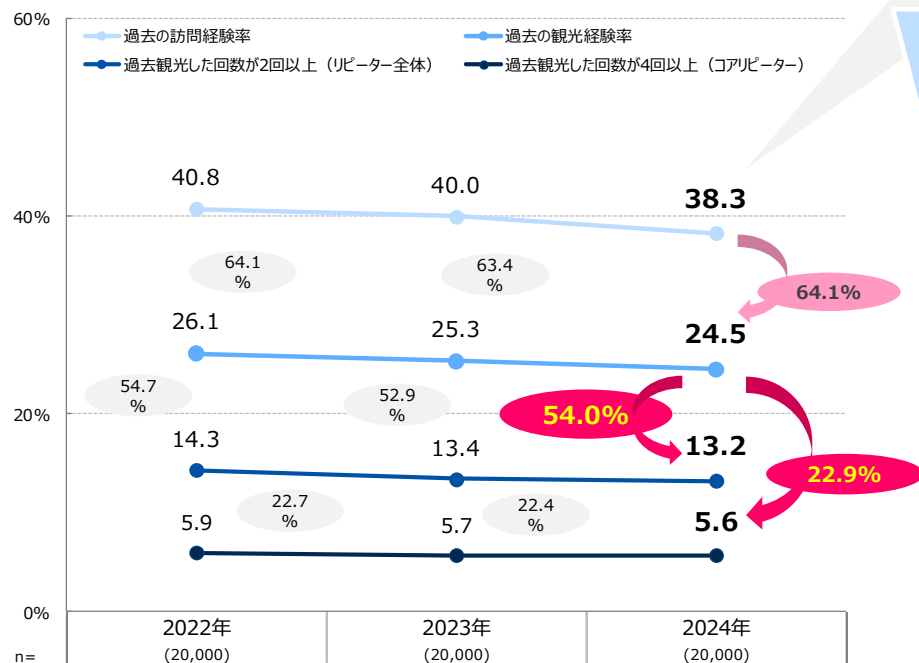
SCR調査

仙台観光のリピーターへのコンバージョン率は54.0%で昨年から回復。また、コアなリピーター（観光回数4回以上）へのコンバージョン率はこれまでの調査で最も高いが、間口の訪問経験率は低下が続き38.3%。

観光ファネル

※ベース：全体

仙台



次頁にも掲載しているが、訪問率の低下は仙台に限らない傾向

訪問経験

コンバージョン

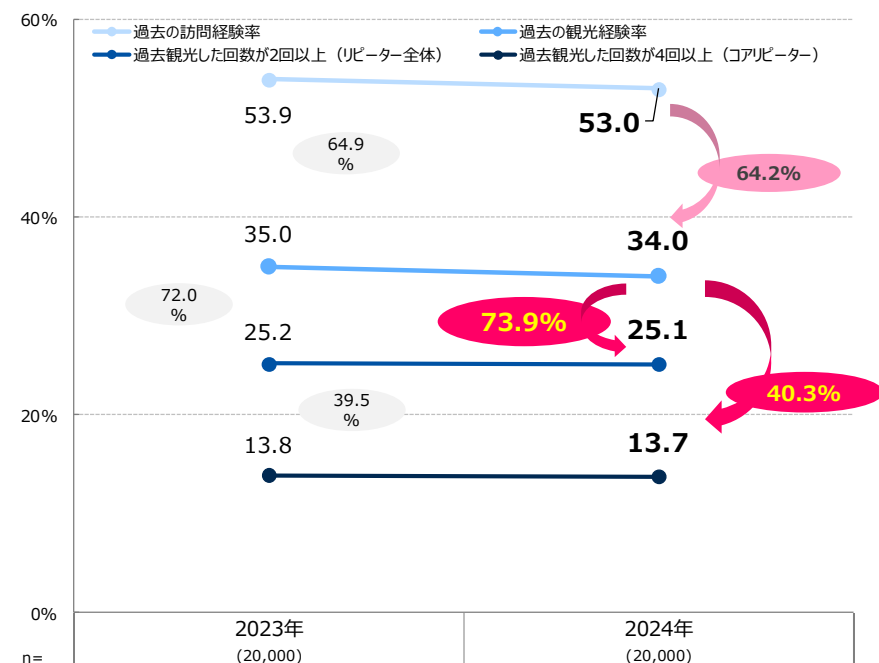
観光経験

コンバージョン

観光リピーター

東北

※仙台に訪問していない人も含まれる



東北も仙台と同様の傾向

SQ2. 以下の地域へ訪問経験について、あなたに当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）
 SQ3. 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）
 SQ4. 以下のエリアへ訪問経験について、あなたに当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）
 SQ5. 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）

© Macromill, Inc.

訪問経験率の競合比較

時系列あり

SCR調査

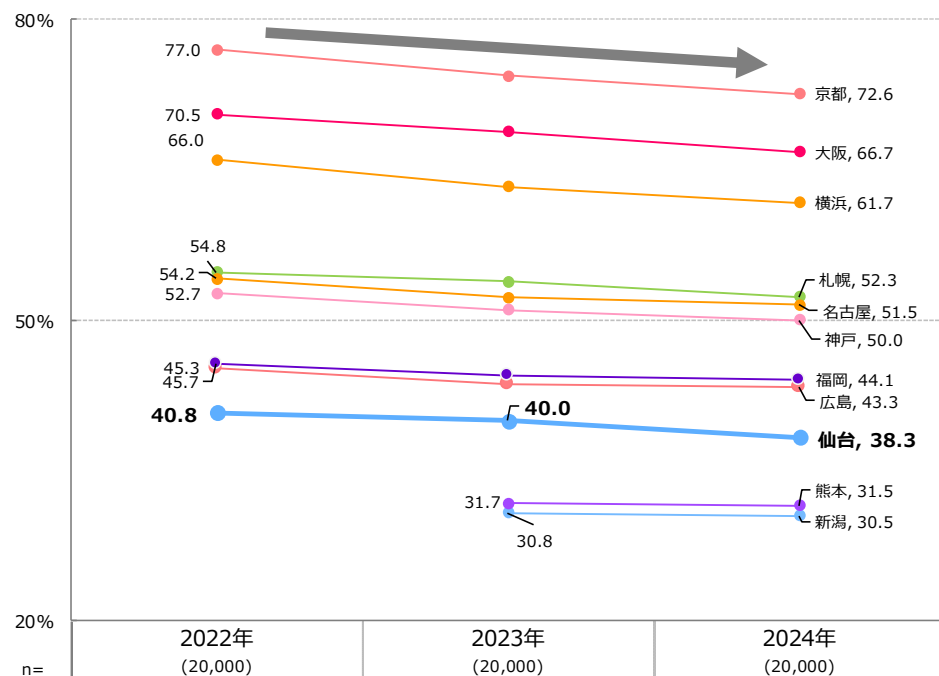
仙台／東北地方以外も訪問経験率は低下傾向。特に京都・大阪・横浜等の上位地域の減少が目立つ。

⇒前章に記載した物価高や宿泊費の高騰等で、全体として宿泊旅行控え（消費額の高い宿泊旅行者の間口減少）が起きていると仮定すると、リピーターを獲得して(リピーターとの関係を強化して)、需要を維持していく動きが求められるか。（仮説）

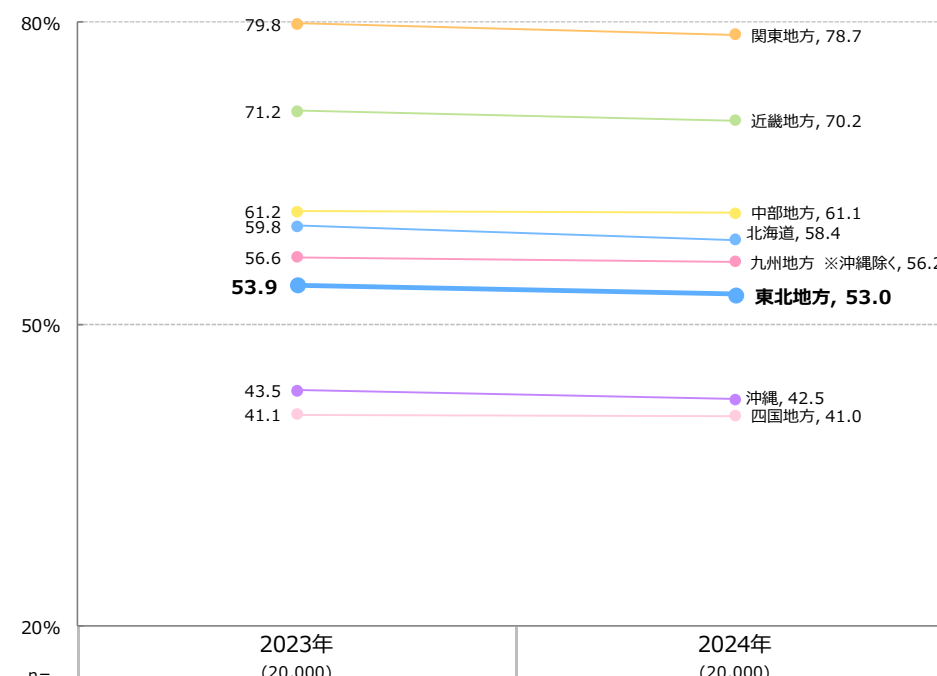
訪問経験率

※ベース：全体

仙台vs他地域



東北vs他エリア



SQ2. 以下の地域へ訪問経験について、あなたに当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）

SQ4. 以下のエリアへ訪問経験について、あなたに当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）

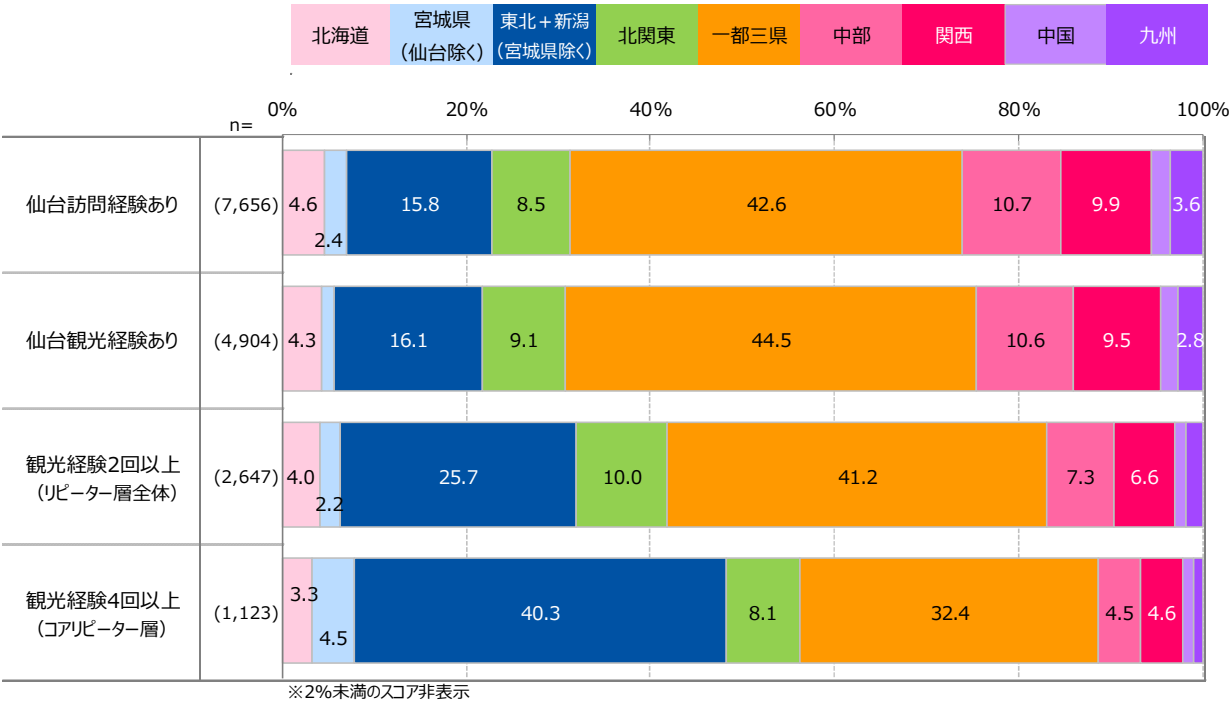
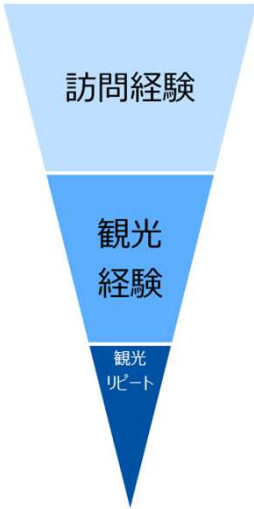
© Macromill, Inc.

居住地構成比

仙台観光リピーター層の居住地は「東北・関東圏」比率が高く、コアなリピーターは東北＋一都三県で7割超。
昨年と比率を比較すると、大きな変化ではないが東北のリピーターは微増／一都三県のリピーターは微減。

仙台観光ファネルの階層別の居住地構成比

※ベース：仙台訪問経験者



↓ 2024年-2023年のスコア差分(pt)

	北海道	宮城*	東北+新潟*	北関東	一都三県	中部	関西	中国	九州
訪問経験	-0.32	-0.04	0.45	-0.08	-0.15	0.25	-0.22	-0.04	0.16
観光経験	0.65	-0.47	0.41	-0.66	0.53	0.32	-0.61	0.02	-0.19
観光経験2回以上	0.68	-0.61	0.95	-0.21	-1.28	0.39	0.12	0.13	-0.16
観光経験4回以上	0.13	-0.74	1.25	-0.79	-0.86	-0.30	0.49	0.81	0.01

*仙台除く *宮城除く

SQ2. 以下の地域へ訪問経験について、あなたに当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)
SQ3. 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)

年間の訪問実態

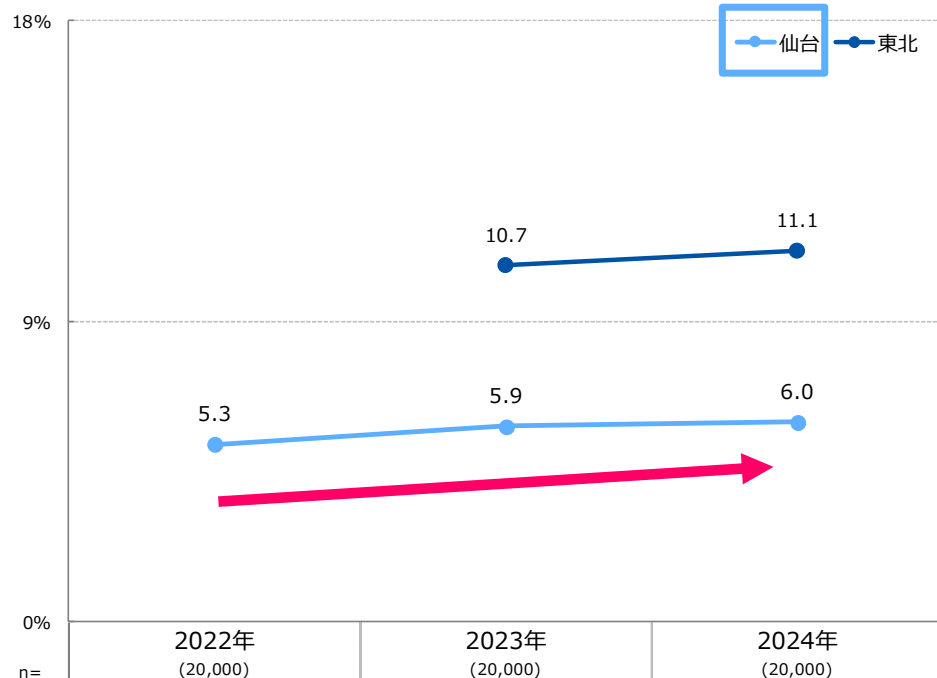
時系列あり

SCR調査

2024年の年間の仙台訪問率は6%で2022年からわずかながら上昇。訪問者の構成比をみると、仙台観光の回数はコアなりピーター（4回以上）、居住地では「東北」の比率が増加しており訪問率の上昇を牽引。

年間訪問率（仙台・東北）

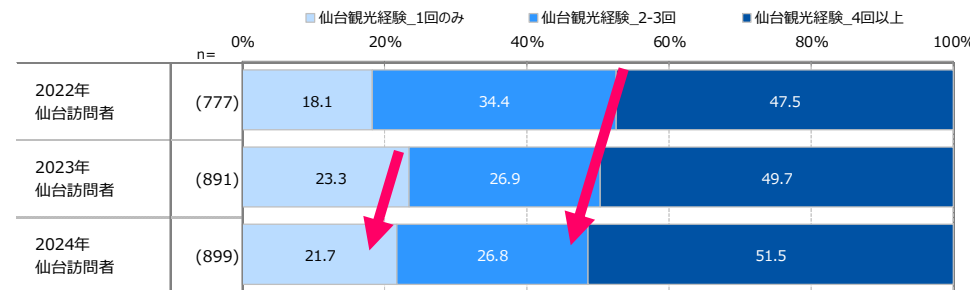
※ベース：全体



仙台訪問者の構成比

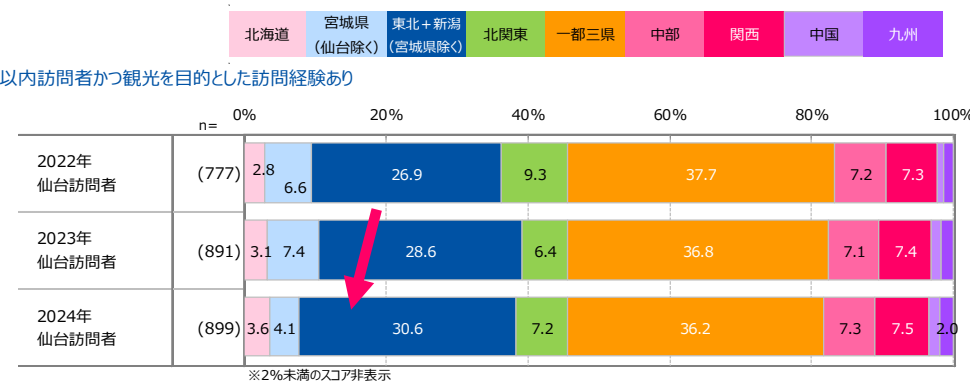
※ベース：直近1年以内訪問者かつ観光を目的とした訪問経験あり

仙台過去
観光回数
の構成比



※ベース：直近1年以内訪問者かつ観光を目的とした訪問経験あり

居住地
構成比



SQ2. 以下の地域へ訪問経験について、あなたに当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)
SQ3. 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)

指標一覧（居住地別）

各指標を居住地別にみると、「一都三県」居住者のスコアは全体的に前年よりもやや低め。
反対に、「東北＋新潟居住者」は各指標のスコアが前年よりも高く相対的に好調である。

観光経験率・リピーター率・年間訪問率・年間訪問者に占めるリピーター比率

※ベース：全体

		全体	北海道	宮城県 (仙台除く)	東北+新潟 (宮城県除く)	北関東	居住地別 一都三県	中部	関西	中国	九州	
2024年n=		(20,000)	(1,005)	(227)	(1,601)	(1,285)	(7,138)	(3,192)	(3,176)	(867)	(1,509)	
観光経験率	2024年スコア	24.5%	21.1%	27.3%	49.4%	34.7%	30.6%	16.2%	14.6%	10.5%	8.9%	
	2023年との差分	-0.8pt	2.6pt	-11.5pt	-0.3pt	-3.7pt	-0.6pt	0.0pt	-1.4pt	-0.2pt	-0.9pt	
リピーター ボリューム	2024年スコア	13.2%	10.6%	25.6%	42.4%	20.5%	15.3%	6.0%	5.5%	3.8%	3.1%	
	2023年との差分	-0.2pt	1.7pt	-7.5pt	1.1pt	-0.7pt	-0.7pt	0.3pt	0.0pt	0.3pt	-0.3pt	
リピーター率*	2024年スコア	54.0%	50.5%	93.5%	85.8%	59.2%	50.0%	37.3%	37.6%	36.3%	34.8%	
	2023年との差分	1.1pt	2.1pt	8.3pt	2.7pt	3.9pt	-1.1pt	1.6pt	3.6pt	4.0pt	-0.1pt	
*観光経験→観光リピーター（2回以上）へのコンバージョン												
年間訪問率	2024年スコア	6.0%	3.5%	44.1%	22.8%	6.7%	5.8%	2.4%	2.5%	1.8%	1.6%	
	2023年との差分	0.1pt	-0.4pt	-7.0pt	2.2pt	1.2pt	0.0pt	-0.2pt	-0.1pt	0.1pt	0.3pt	
※ベース：2024年訪問者ベース		2024年n=	(899)	(32)	(37)	(275)	(65)	(325)	(66)	(67)	(14)	(18)
年間訪問者に 占めるリピーター率	2024年スコア	78.3%	71.9%	97.3%	93.8%	78.5%	70.8%	63.6%	62.7%	71.4%	66.7%	
	2023年との差分	1.7pt	11.2pt	9.4pt	2.1pt	4.8pt	-2.4pt	4.9pt	2.1pt	25.3pt	6.7pt	

※2024年調査、もしくは2023年調査でn=30未満はグレーアウト

SQ2. 以下の地域へ訪問経験について、あなたに当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）
SQ3. 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）

1.観光指標の結果

1-2.仙台の観光評価（時系列比較あり）

主要トラッキング指標

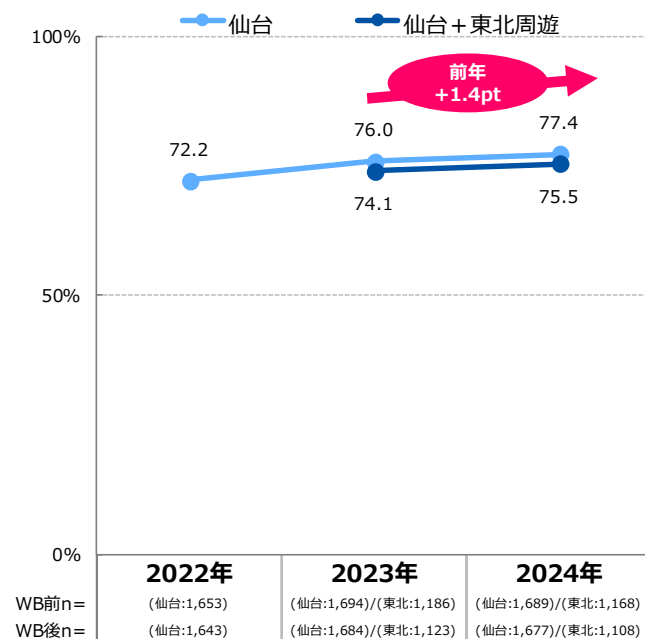
時系列あり

本調査

仙台の「総合満足度」「観光消費額」は2022年から上昇が続くが、「再訪意向」は現状維持。
仙台として聴取した再訪意向ではなく、仙台＋東北周遊の「再訪意向」は前年から+3pt増加。

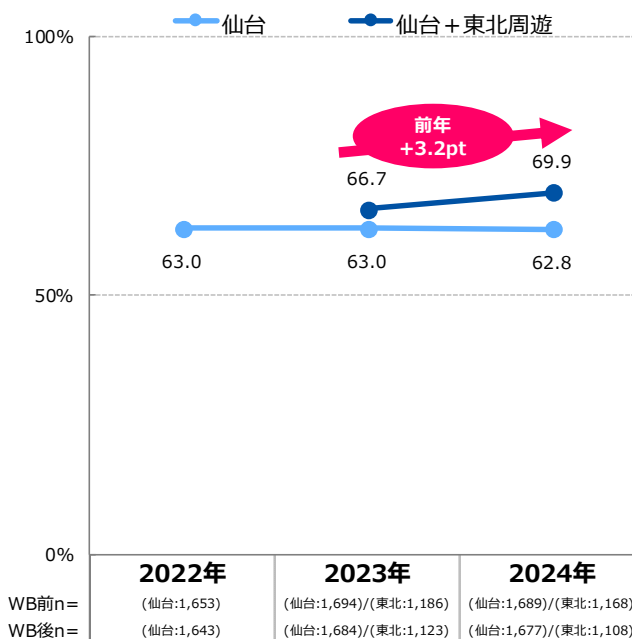
総合満足度 (Top2)

※ベース：仙台_仙台観光者
：東北_仙台＋仙台以外の地域へ観光者



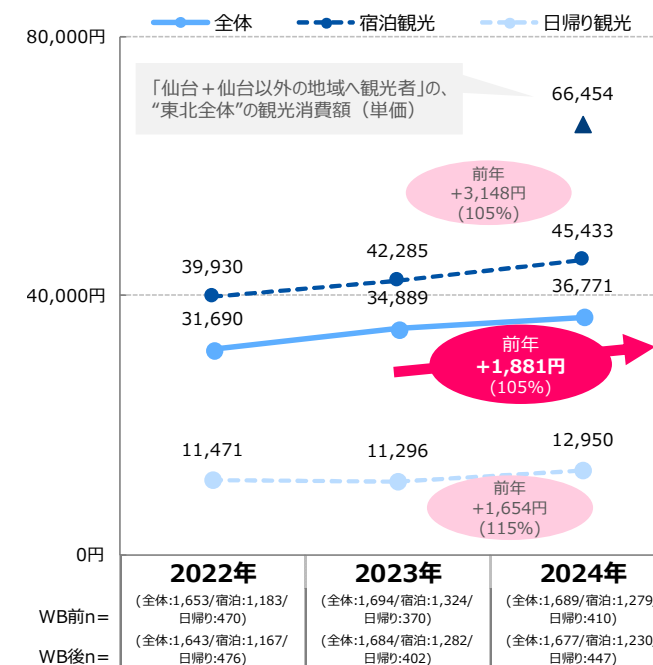
再訪意向 (Top2)

※ベース：仙台_仙台観光者
：東北_仙台＋仙台以外の地域へ観光者



仙台市内の観光消費額 (単位：円/人回)

※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)

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)

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)

Q25. あなたは今後、「仙台と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)

Q16. 今回〔Q6の選択内容〕の仙台（東北地方）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)

© Macromill, Inc.

総合満足度の深掘り

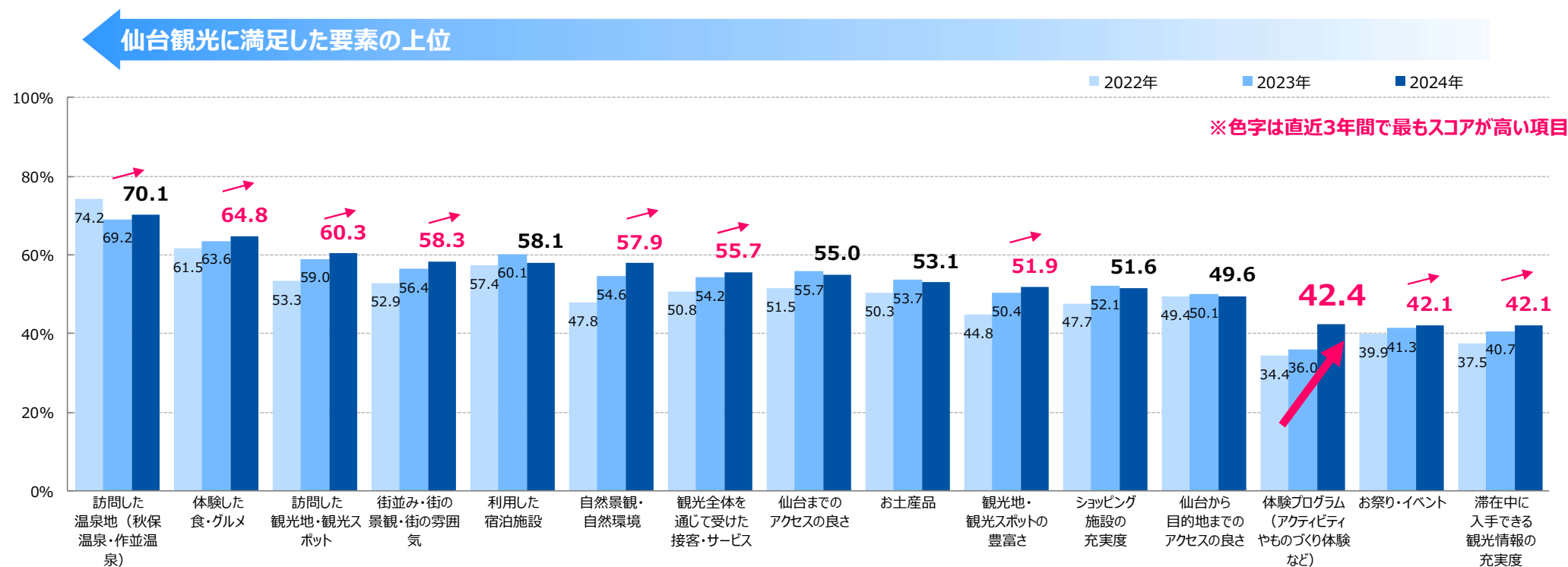
時系列あり

本調査

2022年→2023年で高めた各満足要素のスコアは2024年調査でさらに上昇している項目が多く、前頁の総合満足度の上昇につながったと推察。なかでも、「体験プログラム」が前年+6ptとスコアの上昇が目立つ。

仙台観光の要素別満足度

※ベース：仙台観光者（わからない選択者除く）



Q18. 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）

© Macromill, Inc.

再訪意向の深掘り

時系列あり

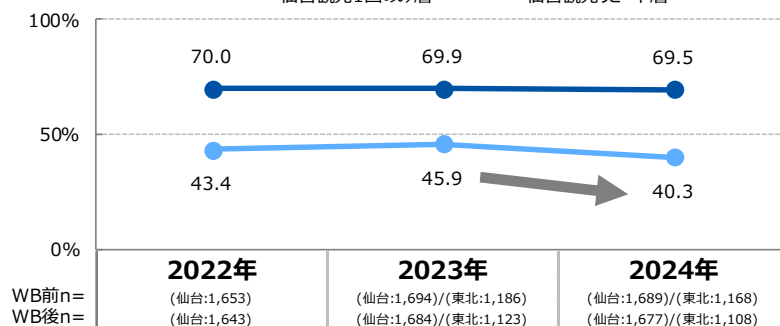
本調査

リピーター層の再訪意向は維持できているため、スコアが下がっている“1回のみ層”の再訪意向獲得が必要。1回のみ層は仙台＋東北周遊の再訪意向が高く、「行っていない地域を訪れたい」というニーズを強く持つことから、東北まで広げた広域観光が1回のみ層のリピーター獲得に向けて重要。

再訪意向の詳細

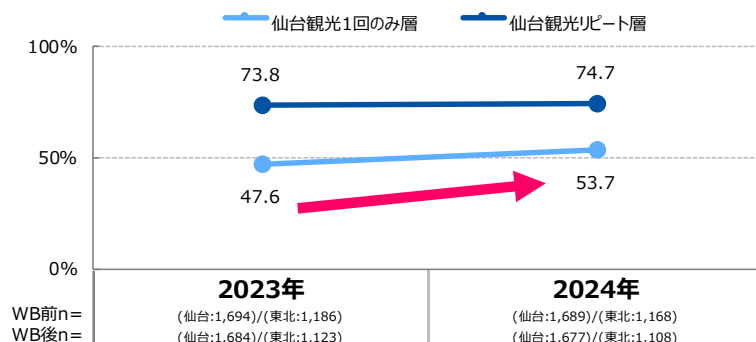
※ベース：仙台_仙台観光者／東北_仙台＋仙台以外の地域へ観光者

— 仙台観光1回のみ層 — 仙台観光リピーター層



仙台
の再訪

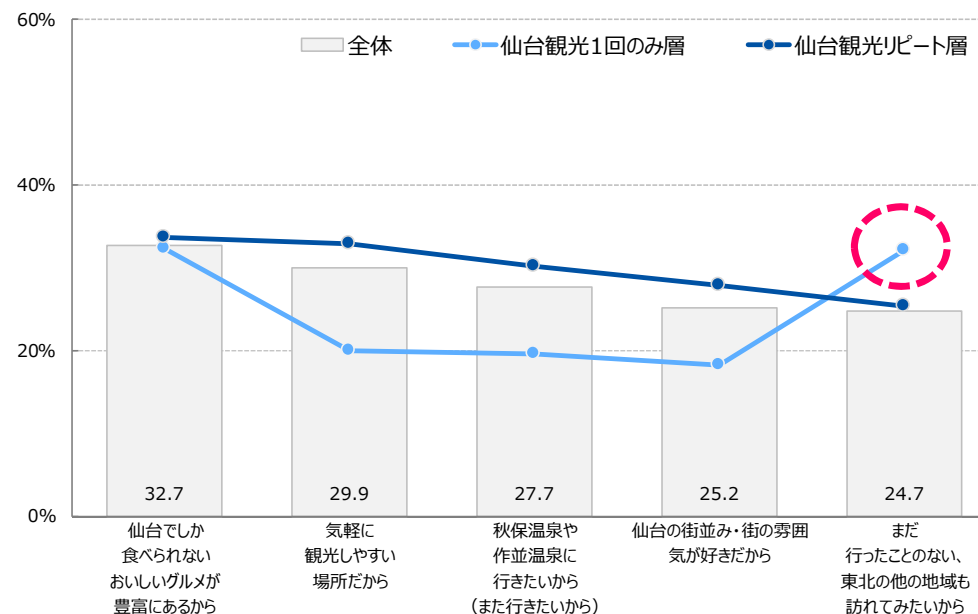
仙台と
東北周遊
の再訪



仙台への再訪意向理由（2024年）

※ベース：仙台への再訪意向Top3選択者

← 仙台に再訪したい理由（全体の上位5位まで抜粋）



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）

Q25. あなたは今後、「仙台と東北地方を周遊する観光」を目的として、東北地方へ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）

Q21. 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）

観光消費額の深掘り／宿泊率

時系列あり

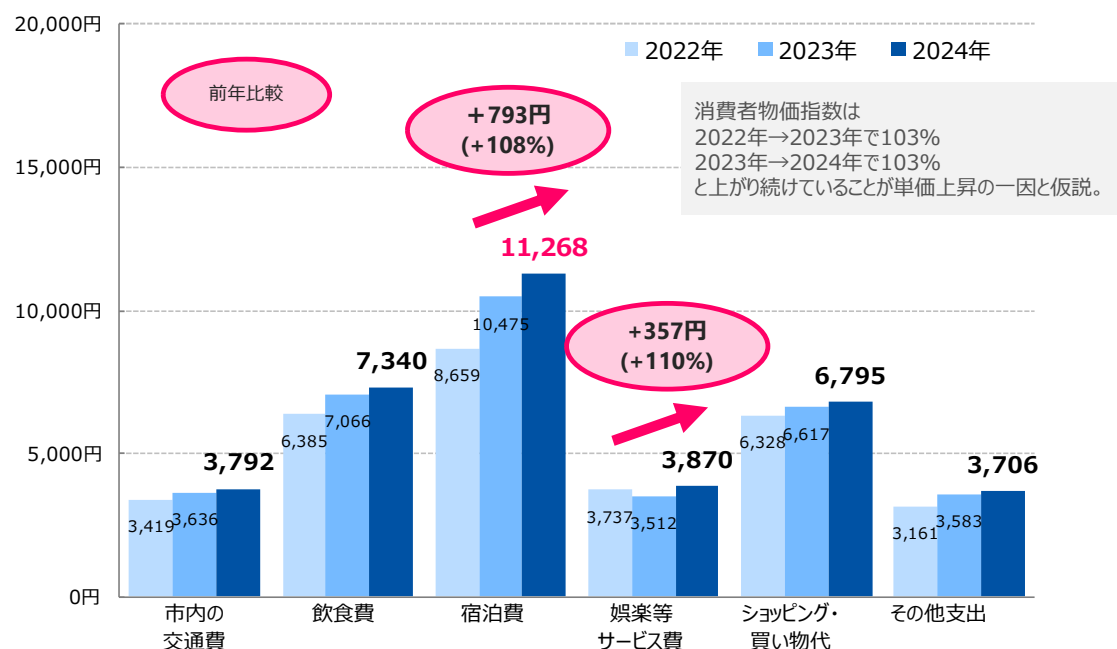
本調査

宿泊費は唯一1万超えで、前年との差額も+793円で相対的に大きい。単価向上への影響も大きく、効率的に消費額を高めるには宿泊させることは重要だが、2024年の宿泊率は前年からやや低下。（複数泊率は微増）

仙台市内の“費目別”観光消費額（単位：円/人回）

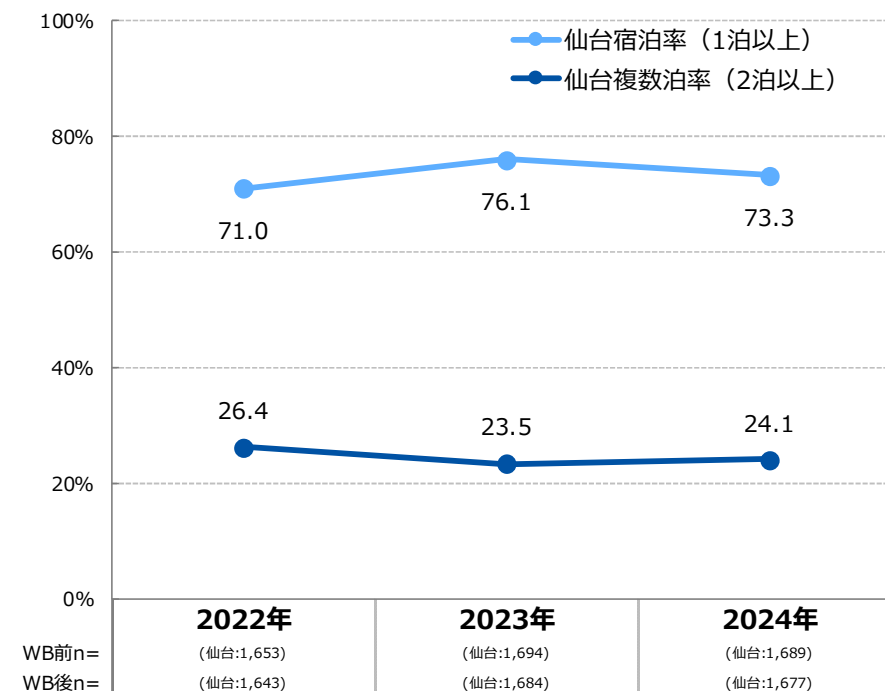
※ベース：仙台観光者

2024年全体の観光消費単価：36,771円 前年34,889円（+1,881円 +105%）



仙台市内の宿泊率

※ベース：仙台観光者



Q16. 今回（【Q6の選択内容】）の仙台（東北地方）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）
Q9. 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）

指標一覧（居住地別）

各指標を居住地別にみると、仙台近隣の「宮城」「東北＋新潟」「北関東」は各指標のスコアが前年よりも高く相対的に好調。「一都三県」は、スコアの絶対値は他地域より高いが前年比較するとスコアは全体的に低下。

総合満足度・再訪意向・宿泊率（仙台／仙台＋東北）

※ベース：仙台観光者

		全体	北海道	宮城県 (仙台除く)	東北+新潟 (宮城県除く)	北関東	居住地別 一都三県	中部	関西	中国	九州	
2024年WB前n= 2024年WB後n=		(1,689) (1,677)	(172) (60)	(117) (106)	(328) (470)	(182) (132)	(343) (614)	(187) (120)	(182) (118)	(89) (23)	(89) (34)	
仙台総合満足度 (Top2)	2024年スコア	77.4%	75.9%	73.4%	75.3%	78.6%	79.6%	75.9%	79.2%	79.5%	73.9%	
	2023年との差分	1.4pt	-0.4pt	10.1pt	2.0pt	1.7pt	-0.6pt	0.8pt	2.1pt	8.7pt	11.5pt	
仙台再訪意向 (Top2)	2024年スコア	62.8%	56.5%	68.1%	72.9%	64.8%	59.7%	49.1%	54.3%	52.8%	49.9%	
	2023年との差分	-0.2pt	1.0pt	8.2pt	2.0pt	7.8pt	-5.0pt	-3.7pt	1.8pt	7.3pt	6.2pt	
宿泊率	2024年スコア	73.3%	91.3%	42.9%	65.8%	78.6%	77.6%	79.5%	82.7%	83.9%	81.7%	
	2023年との差分	-2.8pt	-0.6pt	-2.2pt	-4.5pt	6.4pt	-3.8pt	-8.1pt	-2.5pt	-4.1pt	1.1pt	
※ベース：仙台+仙台以外の地域へ観光者		2024年WB前n= 2024年WB後n=	(1,168) (1,108)	(120) (42)	(74) (67)	(184) (264)	(121) (88)	(230) (412)	(145) (93)	(145) (95)	(73) (19)	(76) (29)
仙台+東北周遊 総合満足度 (Top2)	2024年スコア	75.5%	74.2%	64.8%	74.0%	76.2%	79.1%	72.4%	73.7%	77.3%	77.1%	
	2023年との差分	1.4pt	6.7pt	2.2pt	4.1pt	2.5pt	-1.5pt	-1.3pt	2.1pt	12.5pt	3.9pt	
仙台+東北周遊 再訪意向 (Top2)	2024年スコア	69.9%	66.6%	65.0%	75.0%	72.0%	72.1%	60.0%	64.7%	52.4%	64.7%	
	2023年との差分	3.3pt	3.4pt	6.2pt	1.3pt	10.4pt	0.8pt	4.7pt	10.2pt	-7.2pt	10.9pt	
仙台もしくは他東北地域 への宿泊率	2024年スコア	93.5%	98.3%	77.2%	88.0%	93.5%	96.5%	97.2%	99.3%	97.3%	97.9%	
	2023年との差分	-0.7pt	-0.9pt	4.7pt	-2.1pt	-3.3pt	-1.4pt	-0.8pt	2.3pt	0.1pt	-2.1pt	

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）
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）
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）
Q25. あなたは今後、「仙台と東北地方を周遊する観光」を目的として、東北地方への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）
Q9. 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）

【参考分析】「一都三県」の深掘り

時系列あり

SCR調査

本調査

- ✓ 一都三県居住者の仙台観光1回のみ層・リピーター層ともに再訪意向は低下しているが、昨年調査と比較して仙台観光へのネガティブな印象は顕在化していない。（「ネガティブは特にない」と回答した人は昨年よりも多い）
- ✓ 仙台以外の観光都市にも目を向けると、横浜・名古屋・大阪といった大都市以外は一都三県からのリピーターは増加しておらず、スコアの低下は仙台だけにみられる課題ではない様子。（新潟や神戸については昨年のスコアを維持）

再訪意向Top2・仙台観光でネガティブに感じる点・観光経験率・リピーター率

※ベース：一都三県居住者かつ仙台観光実施者

再訪意向 Top2		仙台観光でネガティブに感じる点																			
		どのような観光地や観光スポットがあるかわからない	魅力的な地域名産の食材や料理がない	温泉地や温泉旅館に魅力を感じない	宿泊施設の数が少ない	魅力的な宿泊施設がない	街が汚れている	魅力的な観光地や観光スポットがない	観光地や観光スポットへの行き方がよくわからない	魅力的なレジャー施設がない	ショッピングが出来る施設が少ない	仙台までのアクセスが悪い	仙台から目的地までの移動が不便	駐車場が少ない	混雑していてゆっくりできない・利用できないお店があった	観光中に手できる観光の情報が少ない	現地の人が不親切	ナイトコンテンツが少ない	その他	特にない	
(WB前n=80/WB後n=143)																					
仙台観光 1回のみ層	2024年スコア	43.8%	6.3%	1.2%	0.0%	3.8%	2.5%	0.0%	3.8%	2.5%	1.2%	3.8%	2.5%	11.3%	2.5%	8.8%	0.0%	1.3%	3.7%	1.2%	62.5%
	2023年との差分	-6.9pt	-4.6pt	-1.2pt	-2.4pt	-4.7pt	-2.3pt	-3.6pt	2.6pt	0.1pt	-2.4pt	0.1pt	-3.5pt	2.8pt	-4.7pt	1.6pt	-12.1pt	0.1pt	-	0.0pt	8.2pt
(WB前n=221/WB後n=396)																					
仙台観光 リピーター層	2024年スコア	67.8%	6.8%	2.7%	5.9%	6.3%	5.0%	4.5%	7.7%	5.0%	8.2%	4.1%	6.8%	13.2%	10.4%	12.2%	4.5%	4.5%	7.7%	1.8%	52.1%
	2023年との差分	-2.5pt	-2.6pt	-1.8pt	2.3pt	-0.8pt	0.5pt	-0.8pt	-0.3pt	-1.3pt	0.1pt	-1.7pt	-1.3pt	1.5pt	-1.7pt	-3.5pt	-2.7pt	-1.3pt	-	-1.3pt	1.9pt

※「-」は2023年非聴取

※ベース：全体

(n=7,138)		札幌	仙台	新潟	横浜	名古屋	金沢	京都	大阪	神戸	広島	福岡	長崎	熊本
観光経験率	2024年スコア	43.9%	30.6%	22.7%	47.9%	30.6%	31.6%	56.3%	44.3%	30.1%	27.8%	27.9%	27.7%	20.5%
	2023年との差分	-0.5pt	-0.6pt	-0.6pt	-0.6pt	-0.9pt	-	-1.0pt	-2.1pt	-1.2pt	-0.9pt	-0.5pt	-	-0.6pt
リピーター率*	2024年スコア	62.4%	50.0%	56.1%	88.2%	58.8%	40.8%	75.3%	69.0%	50.3%	39.0%	48.6%	34.1%	35.3%
	2023年との差分	0.0pt	-1.1pt	0.1pt	1.8pt	2.4pt	-	-1.5pt	0.9pt	0.1pt	-1.1pt	-1.6pt	-	-2.9pt

*観光経験→観光レポートへのコンバージョン

※「-」は2023年調査で非聴取

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。（SA）※宿泊や日帰りは問いません。（SA）

Q19. あなたは今回の「仙台」の観光を通じて、以下のことを感じたり、体験することはありましたか。あてはまるものをすべて選択してください。（MA）

SQ2. 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みます。（MA）

SQ3. 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）

観光指標の振り返り

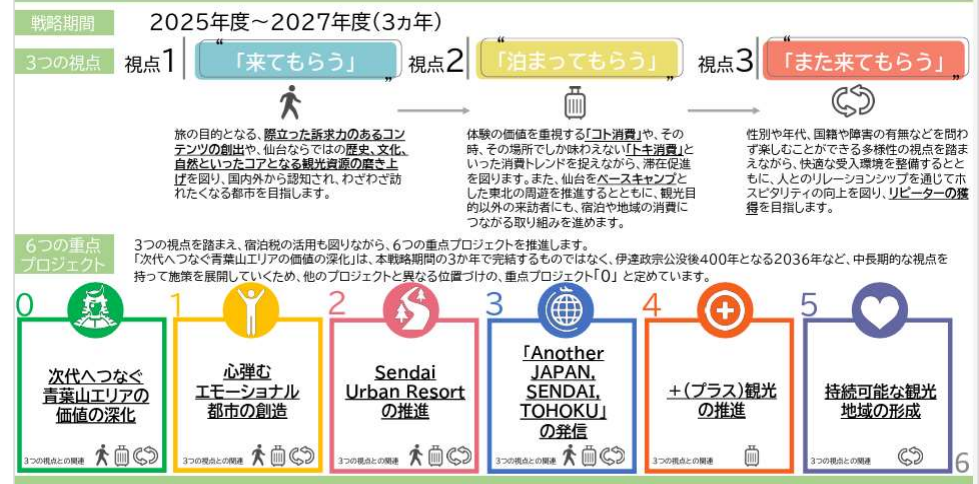
※分析者の主観を交えた解釈・考察を含む

「リピーター率」「総合満足度」「観光消費額」の上昇などポジティブに振り返れる点が多い。「リピーター率」は東北地方からの観光需要増、「総合満足度」は要素別満足度の上昇（温泉・グルメ・観光スポット・体験プログラム等）が結果にあらわれたと仮説。一方で観光消費額の単価上昇は、物価高の影響があった可能性には留意すべきか。

		直近1年に限定しない、過去経験も含む実態		直近1年間の実態				
		市場全体における 観光経験がある人の比率	観光経験がある人に 占める複数回観光者の比率	市場全体における 年間の訪問率	仙台/仙台+東北周遊観光の 総合満足度	仙台/仙台+東北周遊観光の 再訪意向	仙台観光時の、 1人あたり消費単価	仙台/仙台+東北周遊観光の 宿泊率・2泊以上宿泊率
		観光経験率	リピーター率 (コンバージョン率)	年間訪問率	総合満足度 (Top2)	再訪意向 (Top2)	観光消費額	宿泊率/複数泊率
仙台	2024年	24.5%	54.0% ↑	6.0% ↑	77.4% ↑	62.8%	36,771円 ↑	73.3% / 24.1%
	2023年	25.3%	52.9%	5.9%	76.0%	63.0%	34,889円	76.1% / 23.5%
	2022年	26.1%	54.7%	5.3%	72.2%	63.0%	31,690円	71.0% / 26.4%
東北	2024年	34.0%	73.9%	11.1%	75.5%	69.9% ↑	-	93.5% / 61.5%
	2023年	35.0%	72.0%	10.7%	74.1%	66.7%	-	94.3% / 58.9%
2024年トピック および仮説		✓ 観光経験率の低下は仙台・東北だけではなく他地域にも見られる (物価高による旅行控えの傾向が現れた可能性) ✓ 一方リピーター率は回復しており、近隣の東北からの観光需要は増加傾向		✓ 2024年訪問者に占める「4回以上の観光経験があるリピーター」の比率が増加(49.7%→51.5%)		✓ 仙台の要素別満足度は全体的にスコアが上昇 ✓ 満足度は上昇したが、仙台の再訪意向は変わらず。一方、東北周遊の再訪意向は上昇 ⇒物価高で旅行価値があがって旅行に気軽にいけなくなったため、行ったことのない場所を訪れたいニーズが顕在化した可能性（仮説）		✓ 前章の通り、消費額上昇は物価高騰による影響もあったと仮説 ✓ 消費単価上昇に影響するのは「宿泊費」だが、宿泊率は上がっていない(宿泊旅行は市場全体として停滞傾向)

リピーター率は微増（回復）した一方、観光経験率は2022年から低下傾向・再訪意向は現状維持のため、仙台未訪問者の顧客化や、既存顧客のリピーター育成に向けた動きは引き続き重要。

04. (仮称)仙台市観光戦略2027の概要



※ (仮称) 仙台市観光戦略2027 (中間案) より抜粋

1.観光指標の結果

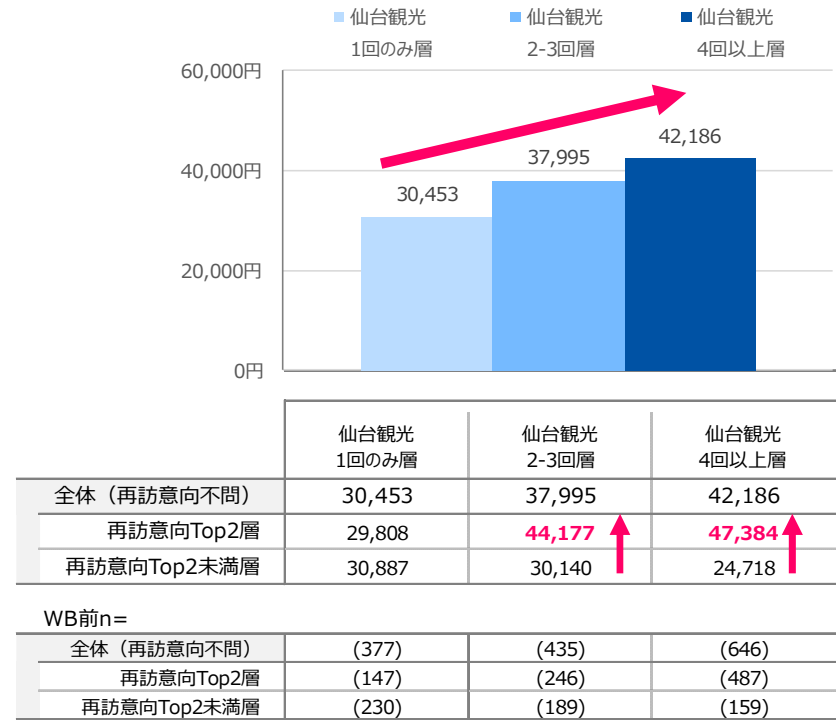
1-3.方向性の確認

仙台観光回数別の観光消費額

仙台観光のリピーターほど観光消費額は高く、4回以上訪問している層は4万円を超える。
リピーターの観光消費額が高いのは、宿泊率／複数泊率が高い（＝滞在時間が長い）ことが理由のひとつ。

仙台市内の観光消費額（単位：円/人回）

※ベース：仙台観光者



		WB前 n=	WB後 n=	(円/人回) 観光消費額	(%) 仙台宿泊率	(%) 仙台複数泊率
宮城・東北+新潟	仙台観光_1回のみ層	(27)	(36)	21,326	53.2	14.6
	仙台観光_2-3回層	(53)	(71)	33,282	71.0	20.2
	仙台観光_4回以上層	(273)	(363)	33,743	63.8	16.7
北関東	仙台観光_1回のみ層	(31)	(22)	23,590	77.7	6.7
	仙台観光_2-3回層	(60)	(43)	35,958	83.4	18.4
	仙台観光_4回以上層	(74)	(54)	40,744	79.7	27.1
一都三県	仙台観光_1回のみ層	(80)	(143)	32,713	78.8	22.6
	仙台観光_2-3回層	(99)	(177)	35,069	69.7	25.4
	仙台観光_4回以上層	(122)	(218)	49,661	82.8	34.5
北海道・中部以西	仙台観光_1回のみ層	(239)	(120)	31,743	79.4	26.3
	仙台観光_2-3回層	(223)	(112)	46,426	85.0	32.3
	仙台観光_4回以上層	(177)	(87)	59,528	84.0	35.8

Q16. 今回（【Q6の選択内容】）の仙台（東北地方）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の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）
Q9. 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）

年間訪問者数／年間消費額のシェア ※訪問目的は不問

本調査

“年間訪問者数”のシェアは「宮城」「東北＋新潟」「一都三県」が高く、これら3エリアを合算すると8割超え。
“年間観光消費額”の居住地シェアも連動しており、「東北＋関東エリア」でみると8割超。

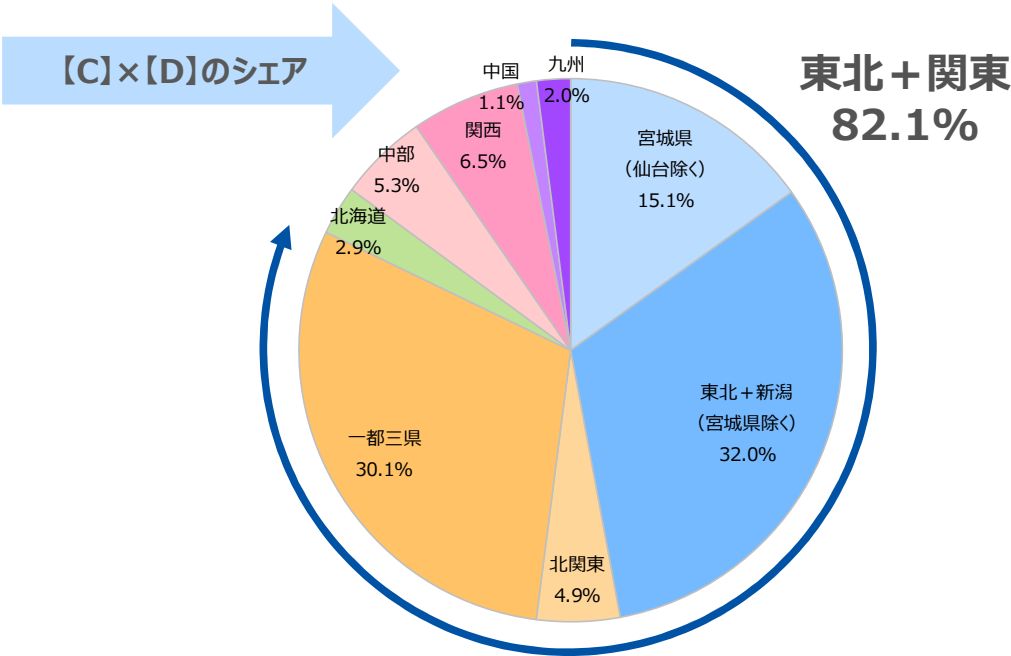
訪問回数を加味した年間訪問者数の居住地シェア

※ベース：全体

	【A】	【B】	【C】 ※【A】×【B】のシェア	【D】	
	2024年の訪問者のシェア (1人1回カウント)	2024年の1人あたり 平均訪問回数	2024年の訪問者のシェア (1人複数回カウント)	2024年の消費単価（円/人回） ※観光者以外も含む	
居住地別	宮城県（仙台除く）	9.2%	7.1回	24.5%	18,740円
	東北＋新潟（宮城県除く）	28.5%	2.9回	31.7%	30,671円
	北関東	7.3%	1.7回	4.7%	31,952円
	一都三県	35.4%	1.9回	25.4%	36,046円
	北海道	3.5%	1.6回	2.1%	42,725円
	中部	6.4%	1.8回	4.4%	36,572円
	関西	6.5%	2.0回	4.9%	40,363円
	中国	1.3%	1.8回	0.9%	37,875円
	九州	2.0%	2.0回	1.5%	41,220円
	合算	100.0%	-	100.0	-

訪問者数を元にした年間観光消費額*の居住地シェア

※ベース：全体



*年間観光消費額のシェアは、2024年の1年間において、仙台市内の観光消費額の総額がどのエリアからの訪問者によって支払われているかをシェアを示したもの
(同じ人が仙台に複数回訪問した場合には、毎回同じ金額が支払われると仮定した数値である)

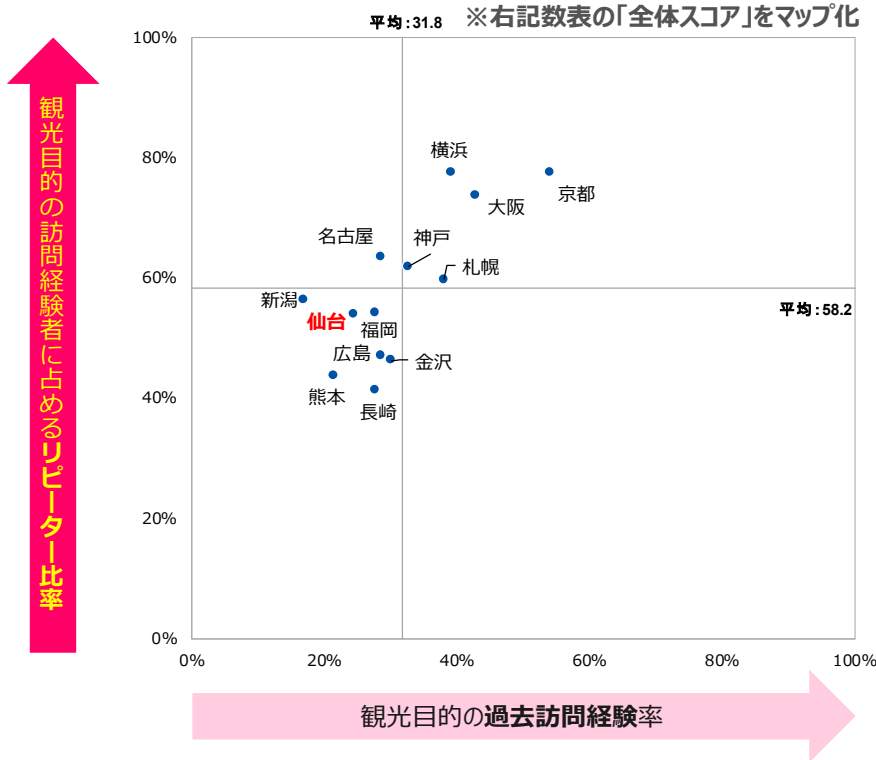
Q3. あなたは2024年1月～12月の1年間に、「仙台」に何回訪問しましたか。最もあてはまるものを選択してください。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含みます。(SA)
Q16. 今回〔Q6の選択内容〕の仙台（東北地方）への訪問に関して、以下の項目ごとにあなた1人分の支出金額をそれぞれ選択してください。※あなたが支払いをしていない場合は、ご自身はどのくらい費用負担が必要だったかを回答してください。※グループの場合は1人あたりに換算してお答えください。(SA)
© Macromill, Inc.

観光経験／リピーター率の競合比較

ポジショニングマップをみると、仙台は全体で観光経験率（横軸／間口）・リピーター率（縦軸／奥行き）の両方で競合優位ではなく伸びしろがある。居住地別では北海道・宮城・東北・北関東からは上位に入る。

ポジショニングマップ（観光経験×リピーター率）

※ベース：全体



	観光目的の過去訪問経験率 (%)													観光目的の訪問経験者に占めるリピーター比率 (%)												
	札幌	仙台	新潟	横浜	名古屋	金沢	京都	大阪	神戸	広島	福岡	長崎	熊本	札幌	仙台	新潟	横浜	名古屋	金沢	京都	大阪	神戸	広島	福岡	長崎	熊本
全体	38	25	17	39	29	30	54	43	33	29	28	28	22	60	54	56	77	63	46	77	74	62	47	54	41	44
北海道	39	21	8	30	18	14	41	35	20	15	18	15	10	91	50	38	68	50	28	61	64	39	27	40	20	22
宮城県 (仙台除く)	35	27	19	31	15	18	41	32	17	15	12	10	7	49	94	55	73	53	35	49	46	28	29	19	18	13
東北+新潟 (宮城県除く)	36	49	28	39	18	23	43	31	18	15	13	14	10	59	86	73	73	50	49	61	55	41	23	33	22	21
北関東	36	35	26	44	21	27	50	34	21	21	19	21	16	54	59	64	82	48	38	68	58	45	33	35	24	26
一都三県	44	31	23	48	31	32	56	44	30	28	28	28	21	62	50	56	88	59	41	75	69	50	39	49	34	35
中部	35	16	14	42	37	40	61	51	39	28	27	26	18	54	37	51	72	86	55	84	79	60	38	44	31	31
関西	37	15	10	30	35	37	58	41	47	39	34	32	24	56	38	43	59	64	55	91	91	89	58	58	41	40
中国	33	10	6	27	24	21	54	53	51	47	40	35	29	51	36	39	63	52	36	80	84	76	87	71	50	44
九州	28	9	5	23	17	17	46	44	28	35	41	52	52	48	35	39	65	48	35	70	75	56	62	91	85	85

※小数点以下非表示

SQ2. 以下の地域へ訪問経験について、あなたに当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）
SQ3. 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）

【参考】各都市の観光イメージ（上位7つまで）

本調査

前頁で観光経験・リピーター率が優位なポジションにいた「横浜・京都・大阪」は、各イメージのスコア絶対値が高くより明確にパーセプションが形成されている。（都市に対する印象・理解がより浸透し定まっていると解釈）

観光イメージ（情緒・機能）

※ベース：各都市の直近1年以内訪問者かつ、仙台観光者

補足：他の観光地は情緒イメージのスコアは高くても4割未満、機能イメージは高くても4割超えなのに対し、「横浜・京都・大阪」は情緒・機能イメージで4-5割以上のスコアを獲得しており、スコアの絶対値が高い（札幌も近い傾向）

		(WB前n=452)		(WB前n=1689)		(WB前n=343)		(WB前n=528)		(WB前n=447)		(WB前n=256)			
		札幌		仙台		新潟		横浜		名古屋		金沢			
順位	項目	スコア	スコア	順位	項目	スコア	スコア	順位	項目	スコア	スコア	順位	項目	スコア	(%)
情緒イメージ	1 観光地としての知名度が高い	44.9	38.5	1 観光地としての知名度が高い	38.5	29.8	29.8	1 観光地としての知名度が高い	44.2	27.1	27.1	1 観光地としての知名度が高い	42.2	27.1	42.2
	2 何度か行ってみたい	34.5	32.4	2 何度か行ってみたい	32.4	25.8	25.8	2 何度か行ってみたい	42.9	26.7	26.7	2 何度か行ってみたい	36.3	26.7	36.3
	3 見どころが多い、何でも楽しめる	30.6	32.0	3 見どころが多い、何でも楽しめる	32.0	25.4	25.4	3 見どころが多い、何でも楽しめる	35.0	22.9	22.9	3 見どころが多い、何でも楽しめる	35.1	22.9	35.1
	4 にぎやかで活気がある	29.4	31.4	4 にぎやかで活気がある	31.4	23.9	23.9	4 にぎやかで活気がある	34.4	21.7	21.7	4 にぎやかで活気がある	30.3	21.7	30.3
	5 自然と都会の距離が近い	28.3	29.5	5 自然と都会の距離が近い	29.5	20.9	20.9	5 自然と都会の距離が近い	31.5	21.6	21.6	5 自然と都会の距離が近い	29.2	21.6	29.2
	6 独自の観光ブランドが確立している	24.3	28.4	6 独自の観光ブランドが確立している	28.4	19.8	19.8	6 独自の観光ブランドが確立している	30.5	21.1	21.1	6 独自の観光ブランドが確立している	25.3	21.1	25.3
	7 親しみやすい・身近な	23.6	27.8	7 親しみやすい・身近な	27.8	18.4	18.4	7 親しみやすい・身近な	29.3	20.2	20.2	7 親しみやすい・身近な	24.4	20.2	24.4
機能イメージ	1 グルメ観光が楽しめる	51.1	45.8	1 グルメ観光が楽しめる	45.8	42.5	42.5	1 グルメ観光が楽しめる	50.8	43.0	43.0	1 グルメ観光が楽しめる	43.6	43.0	43.6
	2 有名なお土産や特産品がある	45.4	43.4	2 有名なお土産や特産品がある	43.4	38.8	38.8	2 有名なお土産や特産品がある	49.3	36.8	36.8	2 有名なお土産や特産品がある	43.2	36.8	43.2
	3 観光スポットが豊富	38.5	36.6	3 観光スポットが豊富	36.6	38.1	38.1	3 観光スポットが豊富	48.9	27.6	27.6	3 観光スポットが豊富	41.2	27.6	41.2
	4 街並みが美しい	37.7	35.6	4 街並みが美しい	35.6	32.6	32.6	4 街並みが美しい	45.4	27.3	27.3	4 街並みが美しい	38.4	27.3	38.4
	5 夜の観光が楽しめる	37.1	33.8	5 夜の観光が楽しめる	33.8	30.3	30.3	5 夜の観光が楽しめる	41.0	27.0	27.0	5 夜の観光が楽しめる	35.9	27.0	35.9
	6 魅力的な地域名産の食材がある	35.7	33.4	6 魅力的な地域名産の食材がある	33.4	29.4	29.4	6 魅力的な地域名産の食材がある	38.2	26.7	26.7	6 魅力的な地域名産の食材がある	34.2	26.7	34.2
	7 季節の観光・四季を楽しめる	34.3	31.6	7 季節の観光・四季を楽しめる	31.6	27.0	27.0	7 季節の観光・四季を楽しめる	38.3	26.4	26.4	7 季節の観光・四季を楽しめる	33.5	26.4	33.5
		(WB前n=420)		(WB前n=528)		(WB前n=335)		(WB前n=259)		(WB前n=348)		(WB前n=206)		(WB前n=196)	
		京都		大阪		神戸		広島		福岡		長崎		熊本	
順位	項目	スコア	スコア	順位	項目	スコア	スコア	順位	項目	スコア	スコア	順位	項目	スコア	スコア
情緒イメージ	1 歴史や伝統を感じられる	52.6	51.9	1 歴史や伝統を感じられる	51.9	37.3	37.3	1 歴史や伝統を感じられる	35.8	38.3	38.3	1 歴史や伝統を感じられる	38.6	38.6	26.1
	2 観光地としての知名度が高い	48.9	34.0	2 観光地としての知名度が高い	34.0	29.4	29.4	2 観光地としての知名度が高い	33.0	34.1	34.1	2 観光地としての知名度が高い	35.5	35.5	23.5
	3 文化的な街である	38.3	30.4	3 文化的な街である	30.4	28.8	28.8	3 文化的な街である	24.1	24.4	24.4	3 文化的な街である	30.5	30.5	23.5
	4 見どころが多い、何でも楽しめる	36.0	26.4	4 見どころが多い、何でも楽しめる	26.4	25.2	25.2	4 見どころが多い、何でも楽しめる	23.8	22.4	22.4	4 見どころが多い、何でも楽しめる	22.7	22.7	22.7
	5 何度か行ってみたい	35.5	25.9	5 何度か行ってみたい	25.9	27.2	27.2	5 何度か行ってみたい	22.4	22.2	22.2	5 何度か行ってみたい	24.6	24.6	22.6
	6 独自の観光ブランドが確立している	35.5	23.7	6 独自の観光ブランドが確立している	23.7	26.6	26.6	6 独自の観光ブランドが確立している	21.4	21.0	21.0	6 独自の観光ブランドが確立している	24.5	24.5	21.4
	7 近隣エリアも含めて観光を楽しめる	30.6	23.4	7 近隣エリアも含めて観光を楽しめる	23.4	25.2	25.2	7 近隣エリアも含めて観光を楽しめる	20.8	19.9	19.9	7 近隣エリアも含めて観光を楽しめる	24.3	24.3	19.1
機能イメージ	1 魅力的な歴史名所や史跡がある	56.7	52.1	1 魅力的な歴史名所や史跡がある	52.1	45.0	45.0	1 魅力的な歴史名所や史跡がある	43.2	58.0	58.0	1 魅力的な歴史名所や史跡がある	36.7	36.7	32.8
	2 観光スポットが豊富	53.1	39.1	2 観光スポットが豊富	39.1	42.4	42.4	2 観光スポットが豊富	43.2	41.3	41.3	2 観光スポットが豊富	36.7	36.7	30.7
	3 街並みが美しい	47.4	33.9	3 街並みが美しい	33.9	41.0	41.0	3 街並みが美しい	31.5	33.9	33.9	3 街並みが美しい	35.5	35.5	30.0
	4 街歩き・街並み散策が楽しめる	46.0	39.0	4 街歩き・街並み散策が楽しめる	39.0	35.3	35.3	4 街歩き・街並み散策が楽しめる	31.5	32.8	32.8	4 街歩き・街並み散策が楽しめる	35.3	35.3	29.7
	5 季節の観光・四季を楽しめる	45.0	33.0	5 季節の観光・四季を楽しめる	33.0	35.3	35.3	5 季節の観光・四季を楽しめる	30.3	28.5	28.5	5 季節の観光・四季を楽しめる	35.2	35.2	29.4
	6 有名なお土産や特産品がある	38.6	31.5	6 有名なお土産や特産品がある	31.5	34.6	34.6	6 有名なお土産や特産品がある	30.3	28.0	28.0	6 有名なお土産や特産品がある	34.3	34.3	29.0
	7 有名なお祭り・イベントが開催される	38.3	31.0	7 有名なお祭り・イベントが開催される	31.0	31.2	31.2	7 有名なお祭り・イベントが開催される	27.6	26.0	26.0	7 有名なお祭り・イベントが開催される	29.8	29.8	28.9

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)

Q2. 引き続きお聞きします。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)

観光ファネル別の人口ボリューム

ファネル別の市場ボリュームから、各エリアごとの方針を整理

-宮城／東北＋新潟

: 多くが訪問経験者であり、既に観光リピーターも多い。シェア率が高いことも踏まえると、現状は既存リピーターとの関係維持が必要と思われる。

-北関東／一都三県

: 未訪問者と観光経験者のボリュームは同程度で、観光経験者のうちリピーターは半数程度の獲得。

新規獲得・リピーター育成ともに伸びしろがあり両面から狙う必要があると思われる。（特に一都三県は人口数も多いため重要）

-北海道／中部以西

: 未訪問者と観光経験者で比べると、訪問経験がない層の比率が顕著に高く、新規開拓が必要か。

居住地×観光ファネル別でみた人口ボリューム

※ベース：全体

	20-79歳 男女人口 (人口数)	20-79歳 男女人口	▼市場全体を母数としたときの比率▼			
			仙台 訪問経験なし	仙台 訪問経験あり	仙台 観光経験あり	仙台 観光リピーター経験あり
全体	76,572,253	-	61.7%	38.3%	24.5%	13.2%
北海道	3,847,756	5.0%	3.3%	1.8%	1.1%	0.5%
宮城県（仙台市除く） ＋東北＋新潟	6,998,704	9.1%	2.2%	7.0%	4.3%	3.7%
北関東	4,919,767	6.4%	3.2%	3.2%	2.2%	1.3%
一都三県	27,328,637	35.7%	19.4%	16.3%	10.9%	5.5%
中部 ※愛知・三重・岐阜・静岡・長野	12,220,932	16.0%	11.9%	4.1%	2.6%	1.0%
関西 ※大阪・京都・奈良・兵庫	12,159,674	15.9%	12.1%	3.8%	2.3%	0.9%
中国＋九州 ※広島・岡山・福岡・熊本・長崎	9,096,784	11.9%	9.7%	2.1%	1.1%	0.4%

SQ2. 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）

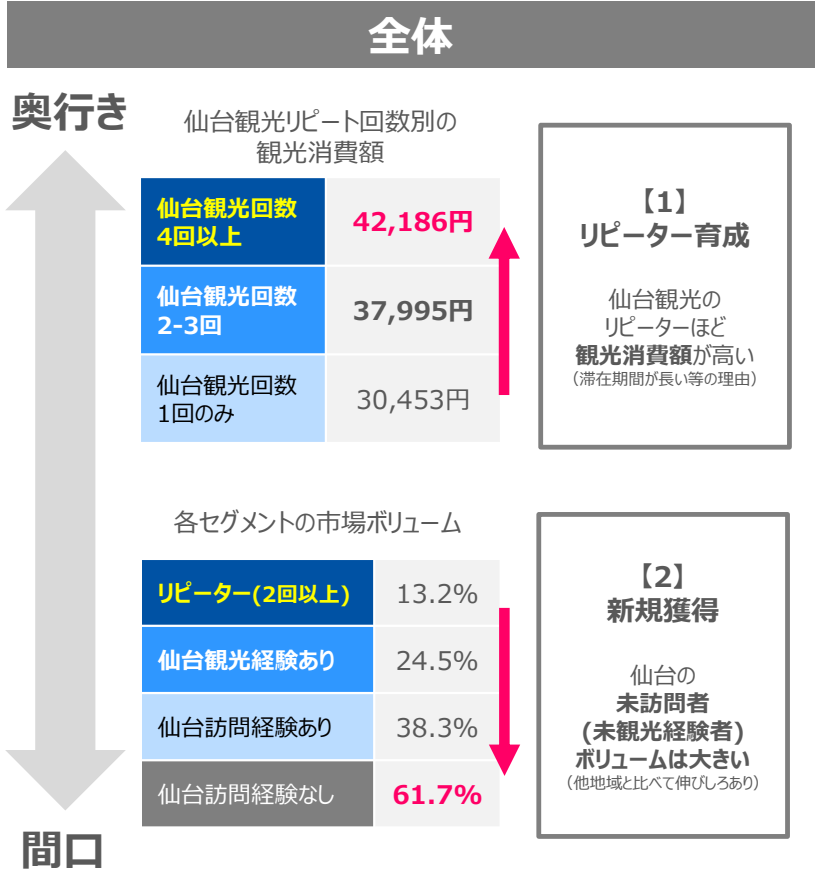
SQ3. 以下の地域へ観光を目的とした訪問経験がある方にお聞きます。あなたがこれまでに、それぞれの地域に観光を目的として訪問した回数を選択してください。【仙台】（SA）

© Macromill, Inc.

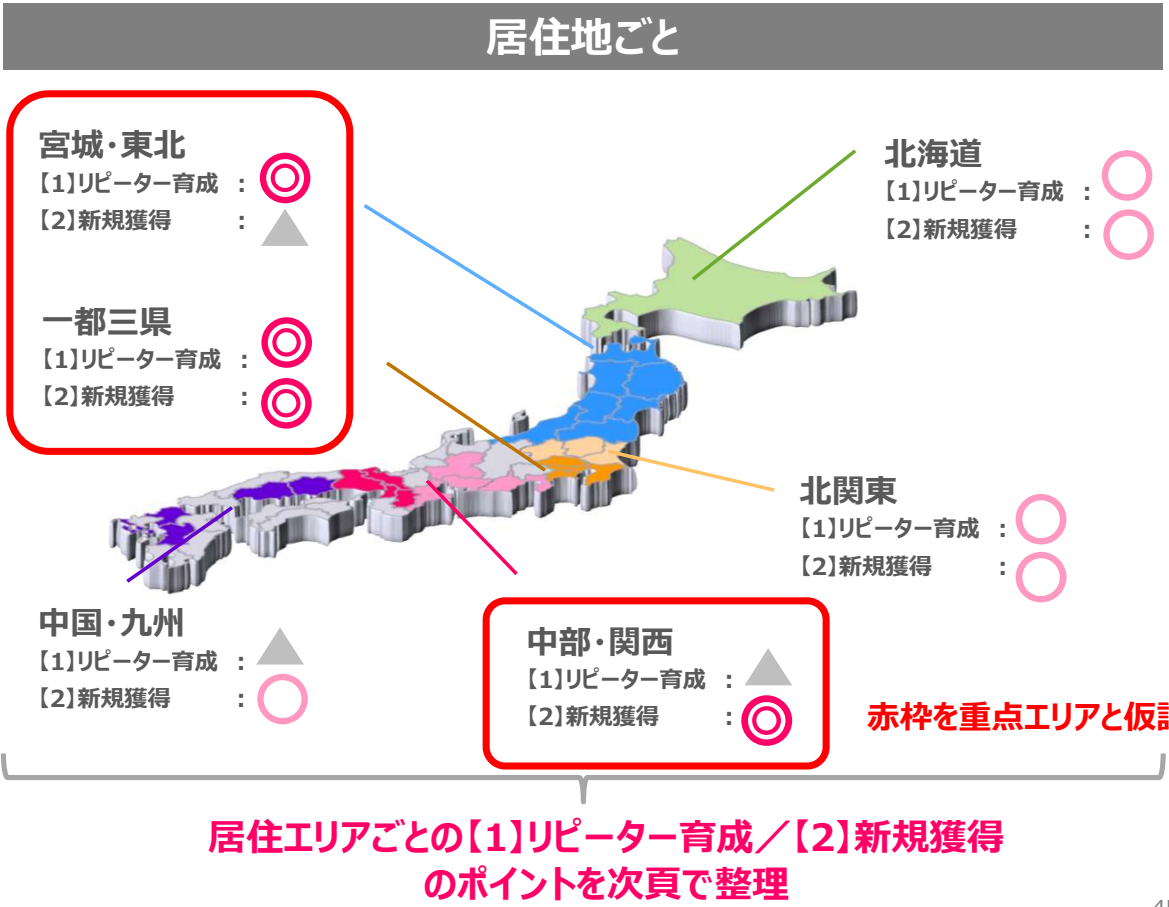
全体／各居住地ごとの戦略におけるポイント

※分析者の主観を交えた解釈・考察を含む

仙台観光のリピーターは、“仙台市内の観光消費額の単価”が高いことから、消費額最大化の観点でリピーター育成は鍵に。
また、他都市と比較すると仙台観光未顧客のボリュームは大きく今後の伸びしろがあり、未訪問者の顧客化も重要なポイント。
⇒これらの全体方針について、居住地ごとにも方針を整理。（詳細は次頁）



居住地ごとの方針



各居住地ごとの戦略におけるポイント（詳細）

※分析者の主観を交えた解釈・考察を含む

・*市場：前頁で色付けした地域居住者の男女20-79歳を母数と定義
・各指標ごとに、6エリアで比較して上位3位に入る場合は**赤字**
・中部・関西は「長野県・岐阜県・静岡県・愛知県・三重県・京都府・大阪府・兵庫県」／中国・九州は「岡山県・広島県・福岡県・長崎・熊本」に絞った人口ボリュームで算出

赤字を重点エリアと仮説
→これらのエリアの深掘りを次章で実施

	宮城・東北	一都三県	中部・関西
各指標の結果抜粋	✓ 市場*に占める人口ボリューム：9.1% ✓ 市場*に占める仙台未顧客ボリューム：2.2% ✓ 2024年仙台訪問者数のシェア：56.2% ✓ 観光消費額（単価）：31,042円 ✓ 2024年仙台観光消費額のシェア：47.1% ✓ リピーター率／再訪意向：86.4%／72.0%	✓ 市場*に占める人口ボリューム：35.7% ✓ 市場*に占める仙台未顧客ボリューム：19.4% ✓ 2024年仙台訪問者数のシェア：25.4% ✓ 観光消費額（単価）：38,888円 ✓ 2024年仙台観光消費額のシェア：30.1% ✓ リピーター率／再訪意向：50.0%／59.7%	✓ 市場*に占める人口ボリューム：31.9% ✓ 市場*に占める仙台未顧客ボリューム：24.0% ✓ 2024年仙台訪問者数のシェア：9.3% ✓ 観光消費額（単価）：41,595円 ✓ 2024年仙台観光消費額のシェア：11.8% ✓ リピーター率／再訪意向：37.4%／51.7%
方向性仮説	【1】リピーター育成：○ 【2】新規獲得：▲ ⇒年間訪問者・消費額のシェアが大きく、現時点で仙台的観光収入を支える重点エリア。リピーター率・再訪意向共に高く、既存顧客との関係維持が必要	【1】リピーター育成：○ 【2】新規獲得：○ ⇒人口ボリュームが特に大きく未顧客・既存顧客共に同程度存在し、両面から狙うポテンシャルがある。単価も比較的高く観光収入を支えるエリアであり、新規獲得後のリピーター育成も狙いやすい	【1】リピーター育成：▲ 【2】新規獲得：○ ⇒未顧客の比率が高く、新規獲得の優先度が高い。人口ボリュームも大きく、消費額の高さも踏まえるとポテンシャルが大きい重点エリアだが、リピーター率や再訪意向からリピーター育成のハードルは高い

	北関東	北海道	中国・九州
各指標の結果抜粋	✓ 市場*に占める人口ボリューム：6.4% ✓ 市場*に占める仙台未顧客ボリューム：3.2% ✓ 2024年仙台訪問者数のシェア：4.7% ✓ 観光消費額（単価）：34,335円 ✓ 2024年仙台観光消費額のシェア：4.9% ✓ リピーター率／再訪意向：59.2%／64.8%	✓ 市場*に占める人口ボリューム：5.0% ✓ 市場*に占める仙台未顧客ボリューム：3.3% ✓ 2024年仙台訪問者数のシェア：2.1% ✓ 観光消費額（単価）：48,868円 ✓ 2024年仙台観光消費額のシェア：2.9% ✓ リピーター率／再訪意向：50.5%／56.5%	✓ 市場*に占める人口ボリューム：11.9% ✓ 市場*に占める仙台未顧客ボリューム：9.7% ✓ 2024年仙台訪問者数のシェア：2.4% ✓ 観光消費額（単価）：44,589円 ✓ 2024年仙台観光消費額のシェア：3.2% ✓ リピーター率／再訪意向：35.4%／51.1%
方向性仮説	【1】リピーター育成：○ 【2】新規獲得：○ ⇒未顧客と既存顧客は同程度の比率で、両面から狙う必要がある。リピーター育成も狙いやすいが、人口ボリュームや観光消費額は相対的に低く、優先度はやや下がる	【1】リピーター育成：○ 【2】新規獲得：○ ⇒未顧客の比率が高く新規獲得の優先度が高いが、リピーター率や再訪意向は比較的高く、顧客育成も狙いやすいエリア。ただし、観光消費額や宿泊率は高いが、人口ボリュームの観点では優先度はやや下がる	【1】リピーター育成：▲ 【2】新規獲得：○ ⇒未顧客の比率が高いため、新規獲得の優先度が高い。観光消費額・宿泊率は高いが、人口ボリュームを加味したシェアは相対的に低く、優先度はやや下がる

2. 仙台観光経験別の実態

2-1. 宮城・東北＋新潟

【全体（全エリア合算）vs宮城・東北＋新潟居住者】仙台観光実態の特徴

本調査

観光回数の構成比 ※SCR調査より

	n=	1回	2-3回	4回以上
全体	(4,904)	46%	31%	23%
宮城・東北＋新潟	(312)	14%	27%	59%

→1回のみ層はほぼおらず、4回以上のコアなリピーターが半数越え

属性

性別構成比

	WB前n=	男性	女性
全体	(1,689)	52%	48%
1回	(27)	57%	43%
2-3回	(53)	48%	52%
4回以上	(273)	45%	55%

未婚・子ども有無

	WB前n=	未婚	既婚子なし	既婚子あり
全体	(1,689)	39%	11%	49%
1回	(27)	51%	13%	36%
2-3回	(53)	37%	14%	49%
4回以上	(273)	31%	10%	59%

年代構成比

	WB前n=	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-79歳
全体	(1,689)	20%	18%	18%	16%	29%
1回	(27)	29%	31%	7%	12%	21%
2-3回	(53)	20%	26%	19%	11%	24%
4回以上	(273)	13%	15%	19%	19%	34%

→リピーターほど「女性」比率が高い。既婚子ありが増え、年代では40代以上の比率が増加する。

宿泊・周遊実態

宿泊数

	WB前n=	宿泊なし	宿泊あり	複数泊
全体	(1,689)	26.7	73.3	24.1
1回	(27)	46.8	53.2	14.6
2-3回	(53)	29.0	71.0	20.2
4回以上	(273)	36.2	63.8	16.7

→宿泊率は2-3回目の訪問のほうがやや高い。宿泊場所は、4回目以降の訪問者は秋保・作並など、仙台中心部以外へ宿泊する人がやや多い。

宿泊した場所

	WB前n=	仙台駅周辺			仙台駅周辺以外			
		ビジネスホテル	シティホテル	その他 仙台駅周辺	秋保温泉	作並温泉	その他仙台	仙台駅周辺以外・計
全体	(1,488)	46.4	23.7	0.7	15.7	4.6	1.8	20.6
1回	(19)	50.2	21.2	0.0	5.8	3.5	5.7	14.9
2-3回	(41)	60.7	20.3	0.0	17.6	2.6	2.6	22.8
4回以上	(201)	45.5	14.7	1.6	20.0	3.8	3.0	25.2

観光目的

	WB前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	地域文化	お祭り・イベント	夜景観賞	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	(1,689)	38.6	22.1	25.9	15.8	28.4	31.5	34.3	12.4	27.7	5.5	6.9	10.2	8.4	14.6	9.1	10.2	5.9
1回	(27)	20.1	10.7	14.5	14.7	10.6	18.7	23.9	12.1	28.0	8.1	6.5	8.1	13.4	10.8	13.3	13.2	6.7
2-3回	(53)	27.5	18.6	23.3	19.5	18.1	16.2	41.3	10.1	49.4	2.0	2.0	10.6	3.3	16.4	14.0	12.2	4.1
4回以上	(273)	28.9	18.2	26.5	12.4	19.1	23.1	27.7	14.1	45.3	4.0	5.2	13.3	9.4	10.5	8.8	7.1	3.1

→2-3回目の観光でも、4回目以降の観光でも、「ショッピング」が主である点は変わらない。

2-3回目の観光者は「街歩き」「カフェ巡り」「写真撮影・映えスポットめぐり」「宿泊施設」、4回目以降は「温泉」「レジャー施設」「お祭り・イベント」「夜景観賞」などのスコアが高い。

【全体（全エリア合算）vs宮城・東北＋新潟居住者】仙台内の観光体験

本調査

訪れた観光スポット

	WB前n=	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
全体	(1,689)	仙台城跡/青葉城址	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	瑞鳳殿	仙台うみの杜水族館
	スコア(%)	24.3	16.9	14.4	13.9	12.9	12.7	10.0
1回	(27)	三井アウトレットパーク 仙台港	仙台朝市	泉パークタウン タビオ/ 仙台泉プレミアム・アウトレット	秋保大滝	八木山動物公園	せんだいメディアテーク	定禅寺通
	スコア(%)	26.5	14.6	8.2	8.2	8.1	6.7	6.5
2-3回	(53)	三井アウトレットパーク 仙台港	定禅寺通	秋保温泉	国分町	泉パークタウン タビオ/ 仙台泉プレミアム・アウトレット	仙台城跡/青葉城址	仙台うみの杜水族館
	スコア(%)	26.6	16.7	16.1	15.4	10.1	9.8	8.1
4回以上	(273)	三井アウトレットパーク 仙台港	秋保温泉	国分町	仙台うみの杜水族館	定禅寺通	仙台城跡/青葉城址	泉パークタウン タビオ/ 仙台泉プレミアム・アウトレット
	スコア(%)	24.1	18.8	14.8	14.2	14.0	13.5	12.3

観光回数に関係なく「三井アウトレットパーク仙台港」がトップ。4回以上層は、「秋保温泉」のスコアが高い

体験したグルメ

	WB前n=	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
全体	(1,689)	牛たん	ずんだ（餅・シェイク・大福など）	笹かまぼこ	仙台牛	寿司	牡蠣	はらこ飯
	スコア(%)	57.0	36.8	30.4	18.3	13.7	13.2	7.9
1回	(27)	牛たん	笹かまぼこ	ずんだ（餅・シェイク・大福など）	仙台マーボー焼きそば	仙台せり鍋	牡蠣	仙台牛
	スコア(%)	34.8	12.0	8.0	6.7	6.6	4.1	4.1
2-3回	(53)	牛たん	ずんだ（餅・シェイク・大福など）	笹かまぼこ	仙台牛	仙台マーボー焼きそば	ひょうたん揚げ	三角定義あぶらあげ
	スコア(%)	49.7	32.2	30.0	12.2	8.1	7.3	7.3
4回以上	(273)	牛たん	ずんだ（餅・シェイク・大福など）	笹かまぼこ	仙台牛	寿司	牡蠣	三角定義あぶらあげ
	スコア(%)	46.3	27.9	24.2	12.3	11.9	9.5	9.1

観光回数に関係なく「牛たん」がトップだが、全体に比べるとスコアは低く5割を下回る。

リピーターは女性が多い傾向がみられたが、「ずんだ」のスコアが高く2番手に上がる

体験したイベント

	WB前n=	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
全体	(1,689)	仙台七夕まつり	仙台・青葉まつり	SENDAI光のページェント	定禅寺ストリートジャズフェスティバル	Pokémon GO Fest	東北絆まつり2024仙台	みちのくYOSAKOIまつり （デイズニールード）
	スコア(%)	7.2	5.8	4.9	3.1	3.0	2.4	2.3
1回	(27)	仙台・青葉まつり	仙台七夕まつり	SENDAI光のページェント	-	-	-	-
	スコア(%)	4.1	4.0	2.5	-	-	-	-
2-3回	(53)	SENDAI光のページェント	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	仙台・青葉まつり	Pokémon GO Fest	-	-
	スコア(%)	6.1	5.3	3.3	2.0	2.0	-	-
4回以上	(273)	SENDAI光のページェント	仙台七夕まつり	仙台・青葉まつり	定禅寺ストリートジャズフェスティバル	Pokémon GO Fest	東北絆まつり2024仙台	みちのくYOSAKOIまつり （デイズニールード）
	スコア(%)	6.6	6.4	3.4	2.1	1.7	1.7	1.3

リピーターは「SENDAI光のページェント」のスコアが最も高い。
4回目以降のリピーターは、「Pokemon Go Fest」「東北絆まつり」も体験

【全体（全エリア合算）vs宮城・東北＋新潟居住者】再訪動機・目的

本調査

再訪したい理由
(3つまで回答)

そのうち...

最もあてはまる理由
(単一回答)

→ショッピング施設の充実度やアクセスのしやすさ・気軽に訪問できることが再訪意向理由。1回のみ層はn=30未満ではあるが、「まだ行ったことのない地域を訪れたい」のスコアが高い

	WB前n=	1位	2位	3位
全体	(1,552)	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから	気軽に観光しやすい場所だから	秋保温泉や作並温泉に行きたいから（また行きたいから）
	スコア(%)	32.7	29.9	27.7
1回	(23)	仙台だけで、何でもできるから（グルメや温泉、歴史・自然など）	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから	見どころが豊富で飽きないから
	スコア(%)	23.6	22.0	21.8
2-3回	(49)	気軽に観光しやすい場所だから	まだ行ったことのない、東北の他の地域も訪れてみたいから	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから
	スコア(%)	41.5	36.2	32.7
4回以上	(262)	身近な場所だから・仙台までアクセスしやすいから	ショッピング施設が充実しているから	気軽に観光しやすい場所だから
	スコア(%)	41.8	38.2	36.6

	WB前n=	1位	2位	3位
全体	(1,552)	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから	秋保温泉や作並温泉に行きたいから（また行きたいから）	まだ行ったことのない、東北の他の地域も訪れてみたいから
	スコア(%)	9.2	8.0	7.5
1回	(23)	まだ行ったことのない、東北の他の地域も訪れてみたいから	見どころが豊富で飽きないから	現地の人が親切・ホスピタリティが高かったから
	スコア(%)	12.7	12.3	9.5
2-3回	(49)	ショッピング施設が充実しているから	仙台の街並み・街の雰囲気が好きだから	気軽に観光しやすい場所だから
	スコア(%)	12.3	10.2	10.1
4回以上	(262)	身近な場所だから・仙台までアクセスしやすいから	ショッピング施設が充実しているから	気軽に観光しやすい場所だから
	スコア(%)	15.8	13.6	8.2

次回の観光目的
(複数回答)

そのうち...

1番の目的
(単一回答)

→2-3回目の観光者は、次回の観光目的では「温泉」のスコアが1番にあがる

	WB前n=	1位	2位	3位
全体	(1,552)	本格グルメ	温泉	B級グルメ
	スコア(%)	41.5	35.5	22.4
1回	(23)	街歩き・街並み散策	本格グルメ	歴史・文化
	スコア(%)	31.1	29.7	17.2
2-3回	(49)	温泉	本格グルメ	ショッピング
	スコア(%)	36.2	28.4	26.9
4回以上	(262)	ショッピング	本格グルメ	温泉
	スコア(%)	40.1	33.9	33.7

	WB前n=	1位	2位	3位
全体	(1,552)	本格グルメ	温泉	歴史・文化
	スコア(%)	18.1	15.5	8.6
1回	(23)	ショッピング	お祭り・イベント	観劇・観戦
	スコア(%)	14.1	10.8	9.4
2-3回	(49)	温泉	本格グルメ	ショッピング
	スコア(%)	18.0	14.7	10.2
4回以上	(262)	ショッピング	本格グルメ	温泉
	スコア(%)	20.6	14.0	11.3

【宮城・東北＋新潟】からの顧客獲得～育成にむけて

※分析者の主観を交えた解釈・考察を含む

タイミング別の主な観光パターン

顧客獲得・育成のヒント

新規訪問
(トライアル)

仙台未訪問者／1回のみ訪問者のボリュームは少ない為割愛

リピーター
(2-3回目)

「ショッピング」「街歩き」を中心とした小旅行

- ✓ 属性特徴は、女性／20-30代
- ✓ 仙台の主な観光目的は「ショッピング」であり、そのほかに「街歩き」「カフェ巡り」「写真撮影・映えスポット」が高く、仙台都心での体験が多いと想定（宿泊場所も仙台駅周辺のビジネスホテルが多い）
- ✓ 「牛たん」「ずんだ」「笹かまぼこ」などの王道のグルメは体験するが、「仙台城跡」「瑞鳳電」といった王道の観光スポットは訪れない。お祭り・イベントでは「SENDAI光のページェント」のスコアが高い

・「ショッピング」とセットで楽しめる観光体験の訴求

- ↳ ショッピングが主な観光の目的であり、訪問時は仙台都心の滞在が多いため、ショッピング施設・仙台都心でのショッピングとあわせて楽しめる体験を訴求
- ↳ 女性や20-30代が多い特徴があり、この層と親和性のある体験（カフェ巡り・写真撮影が楽しめる映えスポットなど）を発信して来訪確度を高める

※トライアル層をリピーター化する観点ではないため注意

リピーター
(4回目以降)

“仙台ならではの”に親しむ旅行

- ✓ 属性特徴は、女性／40-50代・60-70代／既婚
- ✓ 仙台の主な観光目的が「ショッピング」であるのは上記と変わらないが、「温泉」「レジャー施設」「お祭り・イベント」「夜景観賞」も比較的高い
- ✓ 「三井アウトレットパーク仙台港」のほかに「秋保温泉」「SENDAI光のページェント」、また「仙台うみの杜水族館」のスコアも上位に入る

バリアー（仮説）

・アクセスがよく気軽にいける点
(ショッピングがてらに“いつでも小旅行でいける街”と認識され、観光が後回しにされる／日帰り観光がメインとなる)

・ショッピング以外の(宿泊)観光する理由づけ・きっかけ作り

- ↳ ショッピング以外の観光のモチベーションを生むために、東北の中でも仙台でしかできない観光体験・コンテンツ（仙台のお祭り・イベントなど）できっかけを作ることや、宿泊自体を目的化させる（温泉地への誘客など）
- ↳ ライフスタイルの変化を踏まえて、子連れで楽しめる施設（うみの杜水族館など）を訴求し、「子どもと楽しめる街に行くなら仙台がいい」と想起される状態にする

※ショッピング等の小旅行での定期的な訪問はあると想定されるため、さらに追加で来てもらう／宿泊してもらって単価を上げるという観点

2. 仙台観光経験別の実態

2-2. 一都三県

【全体（全エリア合算）vs一都三県居住者】仙台観光実態の特徴

本調査

観光回数の構成比 ※SCR調査より

	n=	1回	2-3回	4回以上
全体	(4,904)	46%	31%	23%
一都三県	(2,184)	50%	33%	17%

→1回のみ層とリピーター層の比率は半々

属性

性別構成比

WB前n=	男性	女性
全体 (1,689)	52%	48%
1回 (80)	50%	50%
2-3回 (99)	59%	41%
4回以上 (122)	55%	45%

未婚・子ども有無

WB前n=	未婚	既婚子なし	既婚子あり
全体 (1,689)	39%	11%	49%
1回 (80)	49%	11%	40%
2-3回 (99)	45%	14%	40%
4回以上 (122)	38%	11%	51%

年代構成比

WB前n=	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-79歳
全体 (1,689)	20%	18%	18%	16%	29%
1回 (80)	27%	21%	16%	16%	19%
2-3回 (99)	25%	21%	20%	13%	21%
4回以上 (122)	13%	17%	20%	18%	32%

→リピーターほど「男性」比率が高い。4回目以降のリピーターから既婚子あり、40代以上の比率が増加

宿泊・周遊実態

宿泊数

WB前n=	宿泊なし	宿泊あり	複数泊
全体 (1,689)	26.7	73.3	24.1
1回 (80)	21.2	78.8	22.6
2-3回 (99)	30.3	69.7	25.4
4回以上 (122)	17.2	82.8	34.5

→宿泊率は1回目と4回目以降が高いが、1回目の宿泊場所は仙台駅周辺のビジネスホテル、4回目以降は秋保や作並への宿泊傾向

2-3回目の層は、「青森」「岩手」「山形」の訪問率が高い

宿泊した場所

WB前n=	仙台駅周辺			仙台駅周辺以外			
	ビジネスホテル	シティホテル	その他仙台駅周辺	秋保温泉	作並温泉	その他仙台	仙台駅周辺以外・計
全体 (1,488)	46.4	23.7	0.7	15.7	4.6	1.8	20.6
1回 (73)	54.9	23.3	0.0	9.6	0.0	0.0	9.6
2-3回 (88)	30.7	29.6	0.0	13.7	11.3	2.3	25.0
4回以上 (116)	43.8	31.9	0.8	19.0	6.0	1.7	24.2

仙台以外で観光した場所

WB前n=	宮城※仙台除く	青森	岩手	秋田	山形	福島
全体 (1,689)	48.8	11.4	17.7	9.3	16.4	15.7
1回 (80)	51.2	3.8	12.5	3.7	7.5	12.5
2-3回 (99)	54.5	18.2	21.2	11.1	21.2	18.2
4回以上 (122)	61.5	15.5	18.9	11.5	20.4	24.6

観光目的

WB前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	地域文化	お祭り・イベント	夜景観賞	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 (1,689)	38.6	22.1	25.9	15.8	28.4	31.5	34.3	12.4	27.7	5.5	6.9	10.2	8.4	14.6	9.1	10.2	5.9
1回 (80)	48.9	27.5	16.2	12.4	43.7	44.9	37.4	11.2	13.8	2.5	5.0	2.5	8.7	17.5	5.0	11.3	5.0
2-3回 (99)	48.4	19.3	28.2	27.4	27.3	38.3	31.3	11.2	15.1	7.1	6.1	7.1	6.1	12.2	9.2	10.1	4.1
4回以上 (122)	49.9	33.6	35.4	22.1	39.3	42.7	46.7	13.9	22.2	9.0	10.7	12.3	8.2	16.4	13.9	13.1	9.9

→いずれの訪問タイミングでも「本格グルメ」が主である点は変わらない。1回目の訪問者は「歴史・文化」「自然景観」、リピーターは「温泉」「宿泊施設」のスコアが高い。
なお、4回目以降のリピーターは「温泉」「宿泊施設」以外に、「街歩き」「ショッピング」などの仙台中心部での体験や、「地域文化」「お祭り・イベント」といった仙台的文化に親しむことが目的にもなっている。

【全体（全エリア合算）vs一都三県居住者】仙台内の観光体験

訪れた観光スポット

	WB前n=	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
全体	(1,689)	仙台北城跡/青葉城址	秋保温泉	三井アウトレットパーク 仙台北港	国分町	定禅寺通	瑞鳳殿	仙台北うみの杜水族館
	スコア(%)	24.3	16.9	14.4	13.9	12.9	12.7	10.0
1回	(80)	仙台北城跡/青葉城址	瑞鳳殿	大崎八幡宮	秋保温泉	青葉山公園 仙台北緑彩館	仙台北朝市	定禅寺通
	スコア(%)	36.2	28.8	12.5	8.7	7.5	7.5	6.3
2-3回	(99)	仙台北城跡/青葉城址	秋保温泉	瑞鳳殿	秋保大滝	青葉山公園 仙台北緑彩館	国分町	作並温泉
	スコア(%)	26.2	17.1	14.1	13.2	10.1	9.1	9.1
4回以上	(122)	仙台北城跡/青葉城址	国分町	定禅寺通	秋保温泉	仙台北朝市	瑞鳳殿	青葉山公園 仙台北緑彩館
	スコア(%)	36.0	27.8	25.3	24.6	23.0	20.4	19.6

観光回数に関係なく「仙台北城跡/青葉城址」がトップ。4回以上層は、「国分町」「定禅寺通り」のスコアが高い

体験したグルメ

	WB前n=	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
全体	(1,689)	牛たん	ずんだ（餅・シェイク・大福など）	笹かまぼこ	仙台北牛	寿司	牡蠣	はらご飯
	スコア(%)	57.0	36.8	30.4	18.3	13.7	13.2	7.9
1回	(80)	牛たん	ずんだ（餅・シェイク・大福など）	笹かまぼこ	仙台北牛	牡蠣	寿司	ひょうたん揚げ
	スコア(%)	69.9	53.8	25.0	19.9	17.5	12.5	7.5
2-3回	(99)	牛たん	笹かまぼこ	ずんだ（餅・シェイク・大福など）	寿司	仙台北牛	はらご飯	牡蠣
	スコア(%)	62.6	40.2	36.3	18.2	18.2	10.1	9.1
4回以上	(122)	牛たん	ずんだ（餅・シェイク・大福など）	仙台北牛	笹かまぼこ	牡蠣	寿司	はらご飯
	スコア(%)	65.6	37.6	34.5	33.6	27.1	22.9	12.3

観光回数に関係なく「牛たん」がトップで、いずれの観光タイミングでもスコアは一定の水準。

4回目以上のリピーターは「仙台北牛」のスコアも高くグルメのランクがあがる

体験したイベント

	WB前n=	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
全体	(1,689)	仙台北七夕まつり	仙台北・青葉まつり	SENDAI光のページェント	定禅寺ストリートジャズフェスティバル	Pokémon GO Fest	東北絆まつり2024仙台北	みちのくYOSAKOIまつり（ディズニーパレード）
	スコア(%)	7.2	5.8	4.9	3.1	3.0	2.4	2.3
1回	(80)	仙台北・青葉まつり	仙台北七夕まつり	-	-	-	-	-
	スコア(%)	2.5	1.3	-	-	-	-	-
2-3回	(99)	仙台北七夕まつり	仙台北・青葉まつり	Pokémon GO Fest	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	東北絆まつり2024仙台北	みちのくYOSAKOIまつり（ディズニーパレード）
	スコア(%)	9.1	7.1	5.1	5.1	4.1	4.0	2.0
4回以上	(122)	仙台北・青葉まつり	仙台北七夕まつり	みちのくYOSAKOIまつり（ディズニーパレード）	SENDAI光のページェント	定禅寺ストリートジャズフェスティバル	Pokémon GO Fest	東北絆まつり2024仙台北
	スコア(%)	12.3	11.4	8.2	8.2	6.5	5.7	4.9

1回目の訪問者はあまりスコアがつかず、イベントは目的とならない様子。
2-3回目のリピーターは七夕まつり、青葉まつりに加えて「Pokemon Go Fest」のスコアが高い

【全体（全エリア合算）vs一都三県居住者】仙台以外の観光体験

		青森への観光率					
WB前n=		青森・津軽・五所川原	弘前・黒石・深浦	八戸・十和田・田	下北・むつ		
全体	(1,689)	11.4	6.2	5.5	5.9	2.8	
1回	(80)	3.8	2.5	2.5	2.5	0.0	
2-3回	(99)	18.2	10.1	9.1	8.1	4.0	
4回以上	(122)	15.5	12.3	9.9	9.8	4.9	

		秋田への観光率			
WB前n=		秋田・男鹿・由利本荘	角館・横手・湯沢	能代・大館・十和田	
全体	(1,689)	9.3	4.2	4.7	3.5
1回	(80)	3.7	0.0	2.5	1.2
2-3回	(99)	11.1	7.0	3.0	3.0
4回以上	(122)	11.5	9.0	7.4	7.4

		山形への観光率					
WB前n=		山形	山形蔵王・上山	天童・新庄・尾花沢	米沢・長井・南陽	酒田・鶴岡	
全体	(1,689)	16.4	6.9	6.0	6.4	4.2	4.3
1回	(80)	7.5	5.0	0.0	1.2	0.0	0.0
2-3回	(99)	21.2	8.1	8.1	8.1	7.1	8.1
4回以上	(122)	20.4	12.2	9.0	11.5	6.5	8.2

南東北への観光 ※()内は山形・福島に限定したスコア

全体(WB前n=1,689) : 60.5% (26.1%)
 1回目(WB前n=80) : 61.2% (17.5%)
 2-3回目(WB前n=99) : 61.6% (30.3%)
 4回目以上(WB前n=122) : 70.5% (32.8%)

		福島への観光率				
WB前n=		福島	会津若松・喜多方・猪苗代	郡山・白河	南会津・下郷・只見	南相馬・いわき
全体	(1,689)	15.7	6.0	7.4	5.1	3.9
1回	(80)	12.5	3.8	7.5	1.2	2.5
2-3回	(99)	18.2	7.1	7.1	10.1	6.1
4回以上	(122)	24.6	13.1	16.4	11.5	8.2

→1回目の観光者は「松島」「塩釜」など宮城県内が多い。(県外は全体よりスコアが低い)
 2-3回目のリピーターは全体よりも東北各地への訪問が増え、特に青森・岩手・山形への観光者の増加が目立つ。
 4回目以降のリピーターは北東北への観光ではなく、南東北への観光者が多い。

		岩手への観光率					
WB前n=		盛岡・八幡平・雫石	北上・花巻・遠野	奥州・平泉・一関	久慈・二戸	宮古・釜石・大船渡	
全体	(1,689)	17.7	9.0	5.5	7.6	2.5	4.0
1回	(80)	12.5	5.0	1.2	8.7	1.2	0.0
2-3回	(99)	21.2	14.1	5.1	8.1	2.0	4.1
4回以上	(122)	18.9	13.1	9.0	9.8	7.4	11.4

北東北への観光

全体(WB前n=1,689) : 24.2%
 1回目(WB前n=80) : 15.0%
 2-3回目(WB前n=99) : 30.3%
 4回目以上(WB前n=122) : 26.2%

		宮城への観光率						
WB前n=		松島	塩釜	石巻	南三陸・気仙沼	鳴子・大崎・栗原	白石・宮城蔵王	
全体	(1,689)	48.8	33.7	14.7	11.9	10.6	11.0	8.6
1回	(80)	51.2	46.2	11.3	10.0	1.2	3.8	2.5
2-3回	(99)	54.5	43.4	17.2	11.2	15.2	12.1	11.1
4回以上	(122)	61.5	41.0	21.4	18.0	16.4	20.6	16.5

＜補足＞
 観光回数別の「〇〇への観光率」と「各詳細地域の観光率」のスコアが逆転しているように見える部分は、2-3回目のリピーターはまだ東北地域の地名の理解が浅く（正しく地名まで把握していない）、正しく選択肢を選べなかった可能性がある
 例）2-3回の青森への観光率は18.2%/4回以上の青森への観光率は15.5%だが、詳細地域をみると4回以上のスコアが全体的にスコアが高い等

【全体（全エリア合算）VS一都三県居住者】再訪動機・目的

本調査

再訪したい理由
(3つまで回答)

そのうち...

最もあてはまる理由
(単一回答)

→1回目の観光者は「行ったことのない地域に行きたい」、2-3回目の観光者は「温泉に行きたい」、4回目以上の観光者は「仙台でしか食べられないグルメ」のスコアが高い

	WB前n=	1位	2位	3位
全体	(1,552)	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから	気軽に観光しやすい場所だから	秋保温泉や作並温泉に行きたいから（また行きたいから）
	スコア(%)	32.7	29.9	27.7
1回	(71)	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから	まだ行ったことのない、東北の他の地域も訪れてみたいから	秋保温泉や作並温泉に行きたいから（また行きたいから）
	スコア(%)	33.9	31.0	25.4
2-3回	(92)	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから	秋保温泉や作並温泉に行きたいから（また行きたいから）	仙台の街並み・街の雰囲気が好きだから
	スコア(%)	37.0	37.0	30.6
4回以上	(114)	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから	気軽に観光しやすい場所だから	秋保温泉や作並温泉に行きたいから（また行きたいから）
	スコア(%)	42.9	40.4	35.9

	WB前n=	1位	2位	3位
全体	(1,552)	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから	秋保温泉や作並温泉に行きたいから（また行きたいから）	まだ行ったことのない、東北の他の地域も訪れてみたいから
	スコア(%)	9.2	8.0	7.5
1回	(71)	まだ行ったことのない、東北の他の地域も訪れてみたいから	秋保温泉や作並温泉に行きたいから（また行きたいから）	スポーツ観戦やコンサートなどで訪問するから（予定があるから）
	スコア(%)	14.0	12.7	12.6
2-3回	(92)	秋保温泉や作並温泉に行きたいから（また行きたいから）	まだ行ったことのない、東北の他の地域も訪れてみたいから	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから
	スコア(%)	14.1	10.9	8.8
4回以上	(114)	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから	秋保温泉や作並温泉に行きたいから（また行きたいから）	お気に入りの観光地・観光スポットがあるから
	スコア(%)	11.4	8.7	7.9

次回の観光目的
(複数回答)

そのうち...

1番の目的
(単一回答)

→2-3回目の訪問者までは「温泉」が首位だが、4回目以上のリピーターは「本格グルメ」がトップ

	WB前n=	1位	2位	3位
全体	(1,552)	本格グルメ	温泉	B級グルメ
	スコア(%)	41.5	35.5	22.4
1回	(71)	本格グルメ	温泉	自然・景観
	スコア(%)	46.5	30.9	29.6
2-3回	(92)	温泉	本格グルメ	歴史・文化
	スコア(%)	48.9	46.7	23.9
4回以上	(114)	本格グルメ	温泉	自然・景観
	スコア(%)	48.2	38.7	28.1

	WB前n=	1位	2位	3位
全体	(1,552)	本格グルメ	温泉	歴史・文化
	スコア(%)	18.1	15.5	8.6
1回	(71)	温泉	歴史・文化	本格グルメ
	スコア(%)	16.8	12.6	12.6
2-3回	(92)	温泉	本格グルメ	歴史・文化
	スコア(%)	25.0	20.6	8.7
4回以上	(114)	本格グルメ	温泉	歴史・文化
	スコア(%)	23.7	18.5	10.5

【一都三県】からの顧客獲得～育成に向けて

※分析者の主観を交えた解釈・考察を含む

タイミング別の主な観光パターン

顧客獲得・育成のヒント

新規訪問 (トライアル)

仙台の王道旅行

- ✓ 属性特徴は、20-30代／未婚の比率の高さ
- ✓ “初”の仙台観光の目的は「本格グルメ」「歴史」「自然」であり、「仙台城跡」「瑞鳳殿」「大崎八幡宮」「牛たん」など仙台の王道ともいえる観光を体験
- ✓ 仙台市以外の県内（松島）にも観光するが、他県までは訪問せず仙台駅周辺のビジネスホテルに宿泊

・仙台観光の王道パターンを伝達

- ↳ どのような観光が王道で、どの程度の滞在時間で楽しめるのかなど理解促進（具体的にプランまでイメージしてもらい、初回の訪問が）
- ↳ 20-30代&ライフステージが進んでいない層が多いことを踏まえて訴求し、意思決定を後押し（王道パターンに付随できる近場の若者向け観光スポット、友人と楽しめる体験の紹介など）

リピーター (2-3回目)

東北周遊旅行

- ✓ 2-3回目の仙台観光目的では「本格グルメ」は変わらず高いが、「歴史」「自然」「街歩き」のスコアは下がり、他県への訪問が増加（特に「青森・岩手・山形」）
- ✓ 他県への訪問増加に伴いトライアル層よりも仙台の宿泊率は下がっているが、一方で「温泉」を目的とした訪問者や、秋保・作並の宿泊率も高め

バリアー（仮説）

・東京からのアクセス観点で競合観光地が多い
→同じ観光地に繰り返し行くよりも、行ったことのない場所へ観光したいという価値観の影響を受けやすい

・仙台を拠点とした東北周遊観光を認知

- ↳ 上記バリアーを踏まえて、仙台以外の東北（特に県外）の観光地の特徴・魅力を知ってもらうことで、離脱を抑制
- ↳ 仙台に滞在してもらうために、温泉地などの宿泊施設自体の魅力付けや仙台→各地へのアクセスのよさ（拠点としての利便性）の伝達も重要

リピーター (4回目以降)

“仙台ならではの”に親しむ旅行

- ✓ 属性特徴は、40-50代／既婚の比率の高さ
- ✓ 観光目的は「本格グルメ」「温泉」のほか、「歴史・文化」「街歩き」「地域文化」「お祭り・イベント」など、仙台の文化体験へのニーズが顕在化しつつある
- ✓ 秋保温泉や県外（主に南東北）にも訪問するが、市内の「国分町」「定禅寺通り」「仙台朝市」への訪問や「仙台・青葉まつり」「仙台七夕まつり」の体験も増加し、また、王道グルメとは異なる「仙台牛」「牡蠣」なども体験

・仙台独自の体験まで理解・浸透を図る

- ↳ 顕在化してくる「仙台の地域体験／文化など独自の体験」に注目させる（仙台でしか食べられないグルメ、温泉地、お祭りやイベント、など）
- ↳ 観光スポットやお祭り等の体験を伝えて来訪きっかけを作る以外にも、仙台ならではの体験を通じてどのような状態になれるか*を伝えていく→それにより情緒的な結びつきを形成し、他観光地に負けないファン育成につなげる

*例：忙しい日常から解放される、日常の退屈を忘れる刺激を得られる、などのイメージ
リピーターにとって仙台がどのような場所であるか、ポジションを確立する

2. 仙台観光経験別の実態

2-3. 中部・関西

【全体（全エリア合算）vs中部・関西居住者】仙台観光実態の特徴

観光回数の構成比 ※SCR調査より

n=		1回	2-3回	4回以上
全体	(4,904)	46%	31%	23%
中部・関西	(983)	63%	27%	10%

→1回のみ層が6割と多い

属性

性別構成比

WB前n=		男性	女性
全体	(1,689)	52%	48%
1回	(129)	53%	47%
2-3回	(118)	59%	41%
4回以上	(90)	71%	29%

未婚・子ども有無

WB前n=		未婚	既婚子なし	既婚子あり
全体	(1,689)	39%	11%	49%
1回	(129)	39%	16%	45%
2-3回	(118)	48%	9%	43%
4回以上	(90)	39%	12%	49%

年代構成比

WB前n=		20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-79歳
全体	(1,689)	20%	18%	18%	16%	29%
1回	(129)	23%	14%	12%	14%	36%
2-3回	(118)	25%	15%	11%	12%	38%
4回以上	(90)	15%	19%	16%	19%	31%

→リピーターほど「男性」比率が高い。「宮城・東北」「一都三県」にみられる既婚子ありや中高年齢層の増加はみられない

宿泊・周遊実態

宿泊数

WB前n=		宿泊なし	宿泊あり	複数泊
全体	(1,689)	26.7	73.3	24.1
1回	(129)	24.3	75.7	23.3
2-3回	(118)	16.3	83.7	27.3
4回以上	(90)	16.8	83.2	33.1

→宿泊率は2-3回目以降の訪問が高い。宿泊場所はビジネスホテル→シティホテルへランクがあがったり、中心部以外への宿泊者も増加する。

観光場所は、1回目の訪問者でも県外へ周遊するが、2回目以降のほうがさらに周遊している。

宿泊した場所

WB前n=		仙台駅周辺			仙台駅周辺以外			
		ビジネスホテル	シティホテル	その他 仙台駅周辺	秋保温泉	作並温泉	その他仙台	仙台駅周辺以外・計
全体	(1,488)	46.4	23.7	0.7	15.7	4.6	1.8	20.6
1回	(121)	45.5	24.7	0.8	11.4	1.7	1.7	13.2
2-3回	(113)	41.3	33.6	0.9	12.5	2.7	0.9	15.2
4回以上	(88)	43.5	30.7	1.2	19.1	6.7	1.1	23.5

仙台以外で観光した場所

WB前n=		宮城 ※仙台除く	青森	岩手	秋田	山形	福島
全体	(1,689)	48.8	11.4	17.7	9.3	16.4	15.7
1回	(129)	60.0	16.4	28.1	14.1	17.2	18.1
2-3回	(118)	58.7	24.9	33.9	19.6	23.9	10.4
4回以上	(90)	61.3	20.1	30.3	22.4	26.9	33.7

観光目的

WB前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	地域文化	お祭り・イベント	夜景観賞	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	(1,689)	38.6	22.1	25.9	15.8	28.4	31.5	34.3	12.4	27.7	5.5	6.9	10.2	8.4	14.6	9.1	10.2	5.9
1回	(129)	49.2	19.4	20.1	13.9	40.2	39.6	41.8	5.4	14.1	1.5	6.9	4.7	5.3	7.6	5.6	11.7	3.9
2-3回	(118)	35.7	24.6	27.8	11.9	33.9	37.6	34.1	6.8	13.6	4.3	6.8	8.3	12.7	14.2	8.5	10.2	6.6
4回以上	(90)	45.2	32.0	38.7	20.6	39.0	42.5	39.8	16.4	28.3	16.7	17.7	12.1	13.1	14.1	13.1	17.8	14.3

→いずれの訪問タイミングでも「歴史文化」や「自然景観」が高い。仙台への観光回数が増加するにつれて、「温泉」「レジャー施設」「ショッピング」「アウトドアスポーツ」「地域文化」「お祭り・イベント」など、多くの観光目的をもって仙台観光を行っている。

【全体（全エリア合算）vs中部・関西居住者】仙台内の観光体験

本調査

訪れた観光スポット

	WB前n=	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
全体	(1,689)	仙台北城跡/青葉城址	秋保温泉	三井アウトレットパーク 仙台北港	国分町	定禅寺通	瑞鳳殿	仙台北うみの杜水族館
	スコア(%)	24.3	16.9	14.4	13.9	12.9	12.7	10.0
1回	(129)	仙台北城跡/青葉城址	秋保温泉	仙台北朝市	瑞鳳殿	定禅寺通	青葉山公園 仙台北緑彩館	国分町
	スコア(%)	38.7	13.8	13.0	12.2	7.7	7.0	6.9
2-3回	(112)	仙台北城跡/青葉城址	青葉山公園 仙台北緑彩館	秋保温泉	秋保大滝	瑞鳳殿	仙台北朝市	定禅寺通
	スコア(%)	34.8	17.8	15.3	11.0	10.3	10.3	10.2
4回以上	(90)	仙台北城跡/青葉城址	秋保温泉	瑞鳳殿	秋保大滝	国分町	ニッカウヰスキー宮城峡蒸溜所 青葉山公園 仙台北緑彩館	
	スコア(%)	34.7	24.4	19.5	18.8	18.8	17.8	17.8

観光回数に関係なく「仙台北城跡/青葉城址」がトップ
4回目以降の観光でも、王道よりの「瑞鳳殿」は高め

体験したグルメ

	WB前n=	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
全体	(1,689)	牛たん	ずんだ（餅・シェイク・大福など）	笹かまぼこ	仙台北牛	寿司	牡蠣	はらご飯
	スコア(%)	57.0	36.8	30.4	18.3	13.7	13.2	7.9
1回	(129)	牛たん	ずんだ（餅・シェイク・大福など）	笹かまぼこ	仙台北牛	牡蠣	寿司	はらご飯
	スコア(%)	72.4	57.0	41.5	20.7	11.5	8.4	7.7
2-3回	(112)	牛たん	ずんだ（餅・シェイク・大福など）	笹かまぼこ	仙台北牛	寿司	牡蠣	ひょうたん揚げ
	スコア(%)	58.4	37.8	27.9	17.8	15.2	13.7	8.5
4回以上	(90)	牛たん	笹かまぼこ	ずんだ（餅・シェイク・大福など）	仙台北牛	寿司	牡蠣	仙台北せり鍋
	スコア(%)	64.2	45.4	41.9	35.3	25.4	19.7	19.5

観光回数に関係なく「牛たん」がトップだが、1回目→2-3回目以降でスコアは低下、「仙台北牛」「寿司」「牡蠣」などのスコアが上がる

体験したイベント

	WB前n=	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
全体	(1,689)	仙台北七夕まつり	仙台北・青葉まつり	SENDAI光のページェント	定禅寺ストリートジャズフェスティバル	Pokémon GO Fest	東北絆まつり2024仙台北	みちのくYOSAKOIまつり（デイズニーバレード）
	スコア(%)	7.2	5.8	4.9	3.1	3.0	2.4	2.3
1回	(129)	仙台北・青葉まつり	仙台北七夕まつり	Pokémon GO Fest	東北絆まつり2024仙台北	定禅寺ストリートジャズフェスティバル		-
	スコア(%)	4.8	2.3	1.6	1.5	0.7		-
2-3回	(112)	仙台北七夕まつり	仙台北・青葉まつり	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	Pokémon GO Fest	東北絆まつり2024仙台北	みちのくYOSAKOIまつり（デイズニーバレード）
	スコア(%)	12.6	11.1	4.9	4.2	4.1	2.4	1.7
4回以上	(90)	仙台北七夕まつり	仙台北・青葉まつり	東北絆まつり2024仙台北	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	Pokémon GO Fest	みちのくYOSAKOIまつり（デイズニーバレード）
	スコア(%)	13.2	10.9	10.2	10.1	10.1	9.0	8.9

2-3回目のリピーターから全体的にイベントのスコアが上昇。特に4回目以降は様々なイベントへの訪問者も多い

【全体（全エリア合算）vs中部・関西居住者】仙台以外の観光体験

本調査

		青森への観光率				
WB前n=		青森・津軽・五所川原	弘前・黒石・深浦	八戸・十和田・	下北・むつ	
全体	(1,689)	11.4	6.2	5.5	5.9	2.8
1回	(80)	16.4	9.2	9.3	10.4	2.1
2-3回	(99)	24.9	13.3	13.4	14.6	3.1
4回以上	(122)	20.1	16.8	13.8	12.6	11.0

→1回目の観光者は「松島」「奥州・平泉・一関」「会津若松・喜多方・猪苗代」「天童・新庄・尾花沢」など比較的仙台から近い地域への観光者が多い。
2-3回目のリピーターは北東北への訪問が増え、特に青森県への観光者の増加が目立つ。
4回目以降のリピーターは全体的にスコアが高く分散しており、様々な地域へ観光。

		秋田への観光率			
WB前n=		秋田・男鹿・由利本荘	角館・横手・湯沢	能代・大館・十和田	
全体	(1,689)	9.3	4.2	4.7	3.5
1回	(80)	14.1	4.1	11.4	11.4
2-3回	(99)	19.6	8.2	8.1	8.2
4回以上	(122)	22.4	18.1	13.8	11.1

		岩手への観光率					
WB前n=		盛岡・八幡平・雫石	北上・花巻・遠野	奥州・平泉・一関	久慈・二戸	宮古・釜石・大船渡	
全体	(1,689)	17.7	9.0	5.5	7.6	2.5	4.0
1回	(80)	28.1	14.4	9.3	24.9	3.0	4.1
2-3回	(99)	33.9	16.3	11.1	16.3	4.1	5.1
4回以上	(122)	30.3	16.5	15.3	16.8	8.4	11.3

		山形への観光率					
WB前n=		山形	山形蔵王・上山	天童・新庄・尾花沢	米沢・長井・南陽	酒田・鶴岡	
全体	(1,689)	16.4	6.9	6.0	6.4	4.2	4.3
1回	(80)	17.2	8.3	7.3	12.4	4.1	1.0
2-3回	(99)	23.9	9.2	12.0	5.1	3.0	5.2
4回以上	(122)	26.9	16.7	18.0	13.9	12.5	12.3

北東北への観光

全体(WB前n=1,689) : 24.2%

1回目(WB前n=129) : 34.3%

2-3回目(WB前n=118) : 46.2%

4回目以上(WB前n=90) : 41.3%

南東北への観光

※()内は山形・福島に限定したスコア

全体(WB前n=1,689) : 60.5% (26.1%)

1回目(WB前n=80) : 61.2% (27.5%)

2-3回目(WB前n=99) : 61.6% (29.1%)

4回目以上(WB前n=122) : 70.5% (43.6%)

		福島への観光率					
WB前n=		福島	会津若松・喜多方・猪苗代	郡山・白河	南会津・下郷・只見	南相馬・いわき	
全体	(1,689)	15.7	6.0	7.4	5.1	2.8	3.9
1回	(80)	18.1	5.2	13.6	4.2	6.3	2.1
2-3回	(99)	10.4	5.1	5.2	1.0	2.1	1.1
4回以上	(122)	33.7	16.7	23.7	19.7	8.1	11.1

		宮城への観光率						
WB前n=		松島	塩釜	石巻	南三陸・気仙沼	鳴子・大崎・栗原	白石・宮城蔵王	
全体	(1,689)	48.8	33.7	14.7	11.9	10.6	8.6	
1回	(80)	60.0	64.8	7.2	10.3	13.4	6.2	
2-3回	(99)	58.7	60.1	17.2	22.4	20.4	8.2	
4回以上	(122)	61.3	54.1	34.8	23.4	28.1	22.3	

<補足>

観光回数別の「〇〇への観光率」と「各詳細地域の観光率」のスコアが逆転しているように見える部分は、2-3回目のリピーターはまだ東北地域の地名の理解が浅く（正しく地名まで把握していない）、正しく選択肢を選べなかった可能性がある
例）2-3回の青森への観光率は24.9%/4回以上の青森への観光率は20.1%だが、詳細地域をみると4回以上のスコアが全体的にスコアが高い等

【全体（全エリア合算）vs中部・関西居住者】再訪動機・目的

本調査

再訪したい理由
(3つまで回答)

そのうち...

最もあてはまる理由
(単一回答)

→2-3回目の観光までは、「行ったことのない地域に行きたい」が強い動機となるが、4回目以降は「仙台の街並みが好き」のスコアが首位に

	WB前n=	1位	2位	3位
全体	(1,552)	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから	気軽に観光しやすい場所だから	秋保温泉や作並温泉に行きたいから（また行きたいから）
	スコア(%)	32.7	29.9	27.7
1回	(109)	まだ行ったことのない、東北の他の地域も訪れてみたいから	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから	今回体験できなかったことがあるから（グルメや観光スポットなど）
	スコア(%)	38.7	35.5	24.7
2-3回	(110)	まだ行ったことのない、東北の他の地域も訪れてみたいから	秋保温泉や作並温泉に行きたいから（また行きたいから）	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから
	スコア(%)	31.3	28.2	27.1
4回以上	(88)	仙台の街並み・街の雰囲気が好きだから	秋保温泉や作並温泉に行きたいから（また行きたいから）	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから
	スコア(%)	42.8	40.7	35.0

	WB前n=	1位	2位	3位
全体	(1,552)	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから	秋保温泉や作並温泉に行きたいから（また行きたいから）	まだ行ったことのない、東北の他の地域も訪れてみたいから
	スコア(%)	9.2	8.0	7.5
1回	(109)	まだ行ったことのない、東北の他の地域も訪れてみたいから	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから	今回体験できなかったことがあるから（グルメや観光スポットなど）
	スコア(%)	23.0	18.9	7.4
2-3回	(110)	まだ行ったことのない、東北の他の地域も訪れてみたいから	仙台でしか食べられないおいしいグルメが豊富にあるから	異なる季節に行って、今回とは違う体験をしたいから
	スコア(%)	14.7	11.6	11.1
4回以上	(88)	仙台の街並み・街の雰囲気が好きだから	仙台の近隣にも、魅力的な地域が多いから	まだ行ったことのない、東北の他の地域も訪れてみたいから
	スコア(%)	13.6	10.5	10.4

次回の観光目的
(複数回答)

そのうち...

1番の目的
(単一回答)

→観光の回数に関わらず「本格グルメ」が首位だが、2-3回目の観光者は「お祭り・イベント」を選択する人が多い点の特徴

	WB前n=	1位	2位	3位
全体	(1,552)	本格グルメ	温泉	B級グルメ
	スコア(%)	41.5	35.5	22.4
1回	(109)	本格グルメ	温泉	自然・景観
	スコア(%)	60.2	40.1	32.2
2-3回	(110)	本格グルメ	温泉	B級グルメ
	スコア(%)	38.8	29.2	27.7
4回以上	(88)	温泉	自然・景観	本格グルメ
	スコア(%)	38.6	37.8	33.8

	WB前n=	1位	2位	3位
全体	(1,552)	本格グルメ	温泉	歴史・文化
	スコア(%)	18.1	15.5	8.6
1回	(109)	本格グルメ	温泉	歴史・文化
	スコア(%)	31.7	16.5	12.9
2-3回	(110)	本格グルメ	お祭り・イベント	温泉
	スコア(%)	17.2	13.0	12.7
4回以上	(88)	本格グルメ	温泉	歴史・文化
	スコア(%)	19.2	14.7	13.8

【中部・関西】からの顧客獲得～育成に向けて

※分析者の主観を交えた解釈・考察を含む

タイミング別の主な観光パターン

顧客獲得・育成のヒント

新規訪問
(トライアル)

東北周遊旅行（仙台近隣）

- ✓ 仙台観光の目的は「本格グルメ」「歴史」「自然」「街歩き」。「仙台城跡」には訪れるが、それ以外（「瑞鳳殿」「大崎八幡宮」等の王道なスポット）やお祭り・イベントの経験率は全体より低い
- ✓ 仙台市内の体験は全体より低い、代わりに宮城県以外の他県にも訪問する層が多い（比較的近場の「平泉」「会津若松」「天童」の訪問率が高い）
- ✓ 「仙台朝市」といったグルメスポットへの訪問や「牛たん」「ずんだ」「笹かまぼこ」などの仙台の主要なグルメは体験している

リピーター
(2-3回目)

東北周遊旅行（東北全体）

- ✓ 2-3回目以降の仙台観光目的では「本格グルメ」は変わらず高いが、「歴史」「自然」「街歩き」のスコアは相対的に低い
「仙台城跡」の訪問率は新規層同様に高く、それ以外に「仙台七夕まつり」「仙台・青葉まつり」といったイベント系のスコアも高い
- ✓ 宿泊率は1回目よりも顕著に高く、他県への訪問が増加。特に「青森・岩手」の北東北エリアの訪問が目立ち、代わりに「平泉」「会津若松」「天童」等のスコアは減少

リピーター
(4回目以降)

仙台4回以降観光者のボリュームは少ない為割愛

・仙台近隣を訪問する東北周遊旅行を認知

- ↳ 王道の仙台市内の観光（仙台城～瑞鳳殿～大崎八幡宮など）ではなく、東北全体の魅力訴求で来訪確度を高める
（「訪問づらい仙台にせっかく行くなら、他の東北も周りたい」という期待にダイレクトに応える）
- ↳ 受容されている「奥州・平泉・一関」「会津若松・喜多方・猪苗代」などの歴史・文化系を中心とした旅行テーマの理解を優先的に深めさせる

バリアー（仮説）

・アクセス観点で再訪にハードルあり
（リピーターであっても、「アクセスがよい」「気軽に訪問できる」のイメージは低い）
※そのため、リピーター育成よりも新規の訪問タイミングで滞在を長期化させるコミュニケーションがより有効な可能性もある

・より広範囲な東北周遊旅行を認知

- ↳ 仙台近隣ではない「青森」「秋田」など、より遠方の東北を紹介して、行ったことのない東北地方を訪れたいというニーズに応える
※2-3回目以降の観光者の北東北へのニーズが強いことを鑑みると、「仙台に訪問しない東北周遊」を行っている可能性もある。→他の東北の都市を主目的に来た人に、仙台にも来てもらうコミュニケーションも観点として必要か。（今回調査は仙台に訪問した人を対象にしているため仮説）
- ↳ リピーターになりづらいセグメントだが、仙台七夕まつりや仙台・青葉まつりの体験者が多いことも踏まえると、祭事はリピートのきっかけになる可能性もあり

2. 仙台観光経験別の実態

2-4.【参考】居住地ごとの全体傾向の比較

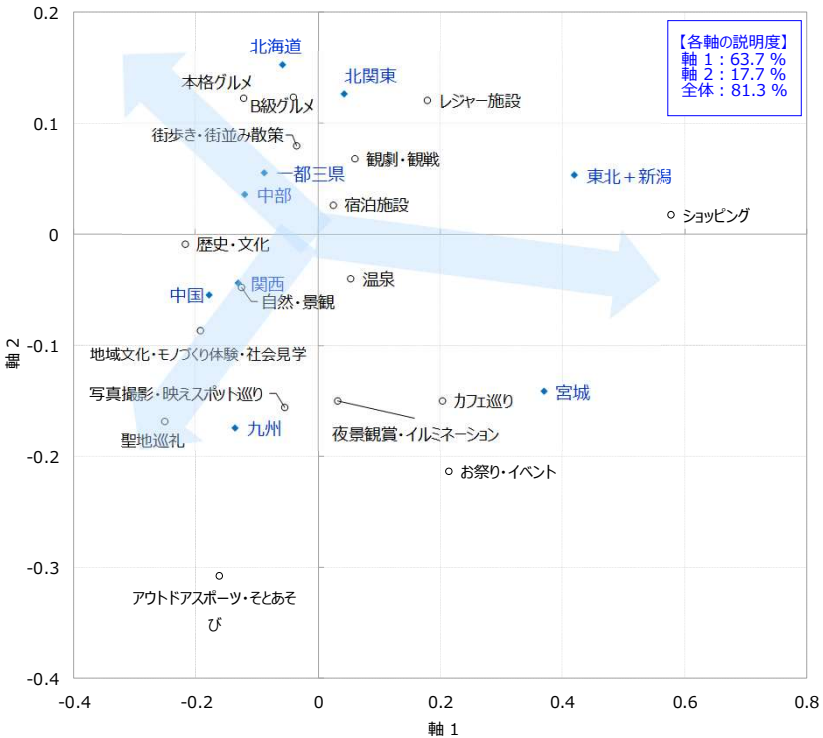
仙台の観光目的【コレスポネンス分析】

本調査

コレスポネンス分析で仙台への観光目的を居住地別にマッピングすると、大きく「宮城・東北＋新潟」「北海道・北関東・一都三県・中部」「関西・中国・九州」に分類。

コレスポネンスマップ（居住地×観光目的）

※ベース：仙台観光者



＜結果解釈＞
✓宮城・東北＋新潟：ショッピング・カフェ巡りなどの小旅行スタイル（観光スポットは主目的とならない）
✓北海道～中部：グルメを楽しむ旅行（街歩きも高く、都市部での観光体験も意識）
↳スコアをみると、街歩き以外に「歴史・文化」「自然・景観」も高く観光スポットの訪問も行っている
✓関西～九州：歴史文化・自然経験などを主として観光スポットを巡る旅行

居住地別	WB前 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	街並み 散策・ 策	レジャー 施設	シヨッ ピング	アウト ドア スポーツ *	モ 地 域 文化 体験 *	お祭 り・イ ベン ト	イル ミネ ーシ ョン	観劇・ 観戦	カフェ 巡り	写真 撮影・ スポ ット 巡り	聖地 巡礼
		1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位
北海道 (172)		50	26	21	13	37	25	45	16	19	4	8	11	7	15	8	10	6
宮城 (117)		20	17	29	12	17	23	27	14	40	6	5	18	10	14	15	12	4
東北＋新潟 (328)		28	16	24	13	16	20	30	13	47	3	5	11	8	12	9	7	3
北関東 (182)		44	25	28	15	28	31	34	15	26	4	5	10	7	16	4	8	7
一都三県 (343)		46	25	26	20	35	39	37	12	17	7	7	8	8	17	10	11	6
中部 (187)		43	24	25	12	33	38	37	7	17	4	11	7	8	13	9	12	7
関西 (182)		43	27	32	16	40	40	38	11	16	9	10	9	12	11	10	14	10
中国 (89)		37	20	30	11	40	30	32	12	11	9	10	9	10	11	6	10	10
九州 (89)		42	17	25	16	41	42	36	8	17	12	11	18	11	14	9	16	13

手法解説 - コレスポネンス分析

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できる。似た反応を示すものを探る際に有効なアプローチと言える。

補足：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。本マップは2軸で仙台観光目的の情報量のうち81%を説明

補足：マップの見方

- ✓ 近くに配置されている目的は似たものになっていると解釈できる。
- ✓ 目的と居住地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。

Q11. 【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）

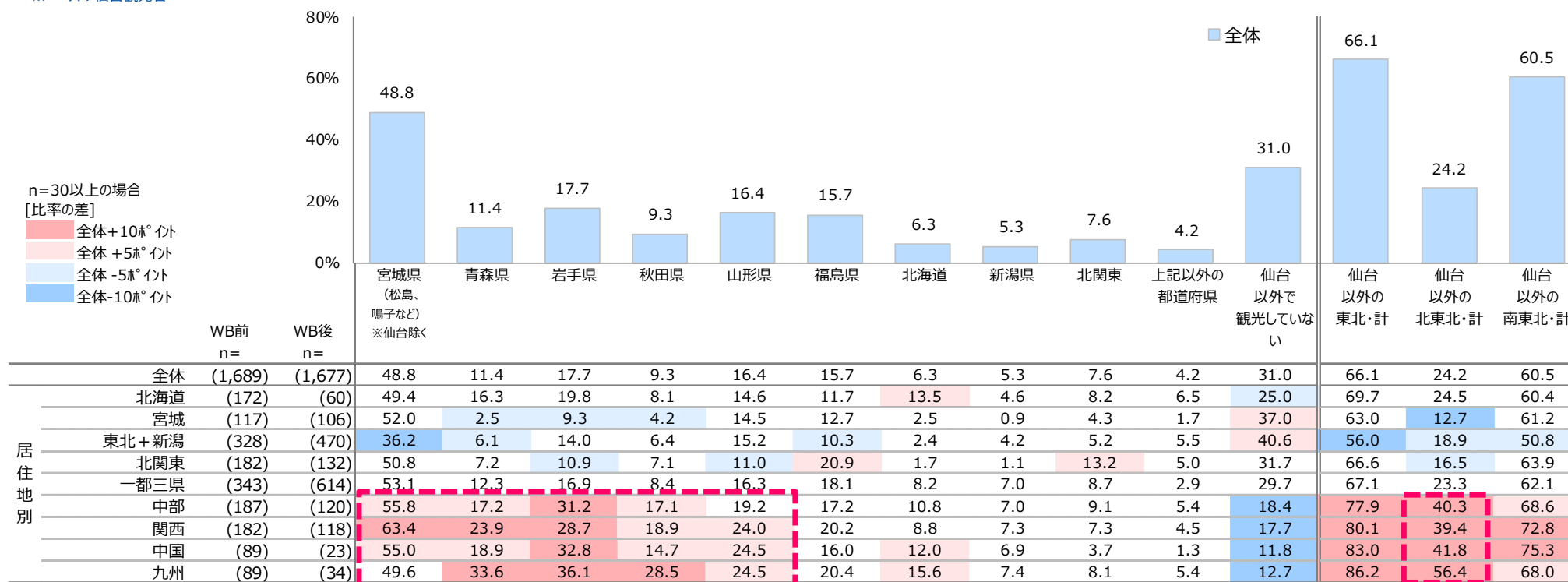
観光時の周遊範囲

本調査

観光時の行動範囲は仙台遠方エリアの居住者ほどスコアが高く、「中部以西」が顕著に高い。
特徴的であるのは、特に北東北（青森・岩手・秋田）への観光率が高い点。

仙台観光時に他に観光した地域

※ベース：仙台観光者

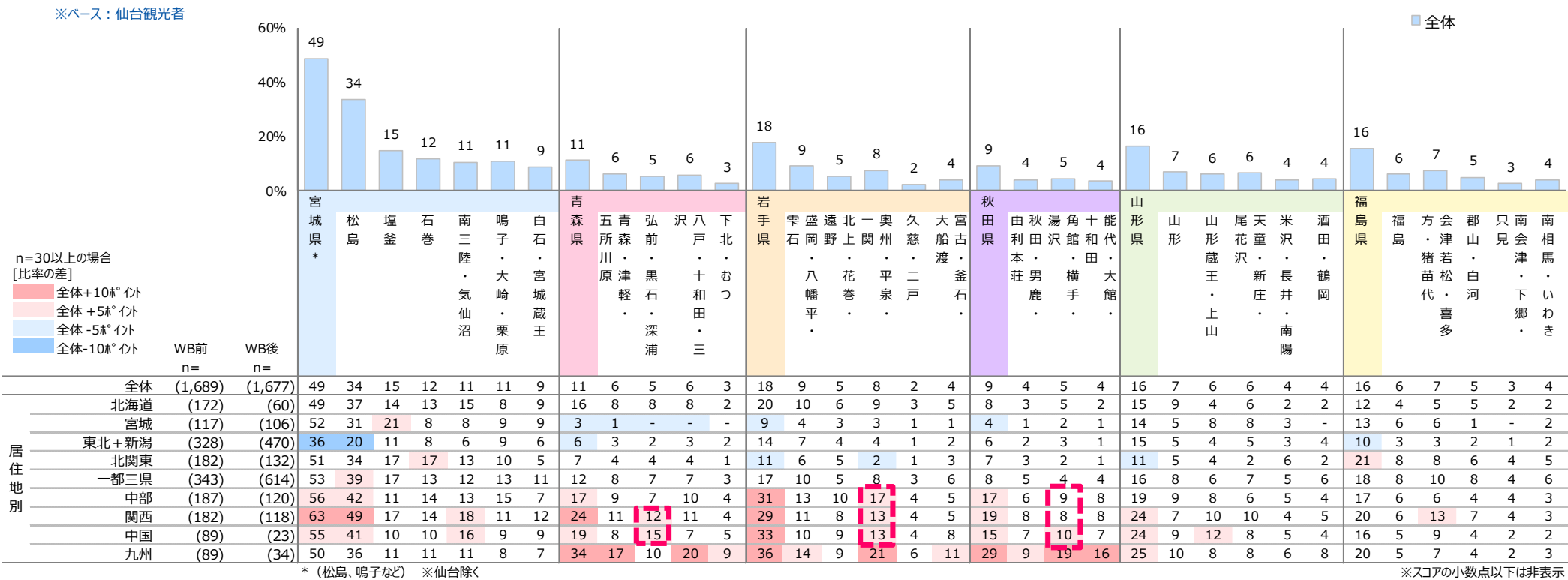


Q7. 以降このアンケートでは、あなたが【Q4の選択内容】を目的として、【Q6の選択内容】に「仙台」に訪問した時のことをお聞きます。あなたが【Q6の選択内容】に「仙台」に訪問した時に、仙台以外の場所に観光や宿泊を目的に訪問しましたか。あてはまるものを選択してください。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含まれます。(MA)

観光時の周遊範囲（詳細）

中部以西居住者の北東北の観光した地域をみると、青森では「弘前・黒石・深浦」、岩手では「奥州・平泉・一関」、秋田では「角館・横手・湯沢」のスコアが相対的に高い。

仙台観光時に他に観光した地域



Q7. 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をお聞きします。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みます。(MA)

Q8. あなたが【Q6の選択内容】に「仙台」に訪れた際に、仙台以外で観光した東北の地域、宿泊した地域を選択してください。また、一番最初に観光した地域/一番最後に観光した地域（仙台も含む）も選択してください。(SA)

3.参考データ集

3-1.2024年調査トピック項目

宿泊観光経験へのコンバージョン率の競合比較

全体で宿泊観光へのコンバージョン率が仙台より高いのは、「札幌」「金沢」「福岡」「長崎」「熊本」。
居住地別にみると、中部・関西・中国の遠方エリアの居住者は「仙台」の宿泊観光のコンバージョン率が高い。

観光経験・宿泊観光の経験

※ベース：全体

(n=20,000)		札幌	仙台	新潟	横浜	名古屋	金沢	京都	大阪	神戸	広島	福岡	長崎	熊本
観光経験率	2024年スコア	38.1%	24.5%	17.0%	39.2%	28.6%	30.2%	54.1%	42.9%	32.8%	28.5%	27.7%	27.9%	21.5%
	2023年との差分	-0.9pt	-0.8pt	-0.1pt	-0.8pt	0.1pt	*	-0.7pt	-1.0pt	-0.3pt	0.1pt	-0.1pt	*	0.0pt
宿泊観光経験率	2024年スコア	36.3%	20.6%	14.0%	21.9%	20.3%	26.8%	43.3%	33.1%	22.0%	23.9%	24.2%	25.1%	18.6%
	2023年との差分	-0.9pt	-0.9pt	-0.1pt	-0.5pt	0.0pt	*	-0.5pt	-1.1pt	-0.7pt	-0.2pt	-0.2pt	*	-0.1pt
コンバージョン率*	2024年スコア	95.2%	83.8%	82.4%	56.0%	71.1%	88.9%	80.0%	77.3%	67.2%	83.8%	87.4%	90.1%	86.2%
	2023年との差分	-0.3pt	-0.9pt	-0.1pt	-0.2pt	-0.2pt	*	0.3pt	-0.9pt	-1.4pt	-0.8pt	-0.2pt	*	-0.6pt

*観光経験→宿泊観光経験率へのコンバージョン

*2023年非聴取

コンバージョン率の居住地別

n=30以上の場合
1位
2位
3位
4位
5位
※横方向に色付け

		札幌	仙台	新潟	横浜	名古屋	金沢	京都	大阪	神戸	広島	福岡	長崎	熊本
居住地別	北海道	73.4	82.5	85.5	75.0	89.9	93.5	90.6	90.7	79.6	89.1	92.2	89.7	82.5
	宮城県（仙台除く）	98.7	58.1	76.2	76.1	91.2	80.0	93.5	95.8	84.6	94.3	96.3	90.9	93.7
	東北+新潟（宮城県除く）	95.8	76.9	67.4	77.0	88.4	87.2	92.9	89.2	84.3	89.6	88.3	90.9	89.0
	北関東	95.7	80.5	79.4	53.7	77.3	89.2	91.1	84.5	78.5	88.3	91.8	89.6	88.1
	一都三県	96.1	85.3	86.4	33.4	81.3	92.0	92.1	89.2	80.5	89.4	91.6	92.1	88.7
	中部	96.8	88.6	80.2	72.5	38.2	83.8	77.4	75.7	76.4	87.2	89.3	91.9	89.3
	関西	96.7	89.2	86.4	79.5	72.2	88.6	42.0	32.9	30.7	82.0	90.2	92.8	89.4
	中国	97.6	92.3	98.0	81.7	79.1	89.7	79.3	78.0	63.1	52.3	86.3	90.7	86.7
	九州	96.2	83.7	84.1	78.8	82.8	88.0	87.6	89.8	79.0	78.7	63.1	79.3	75.4

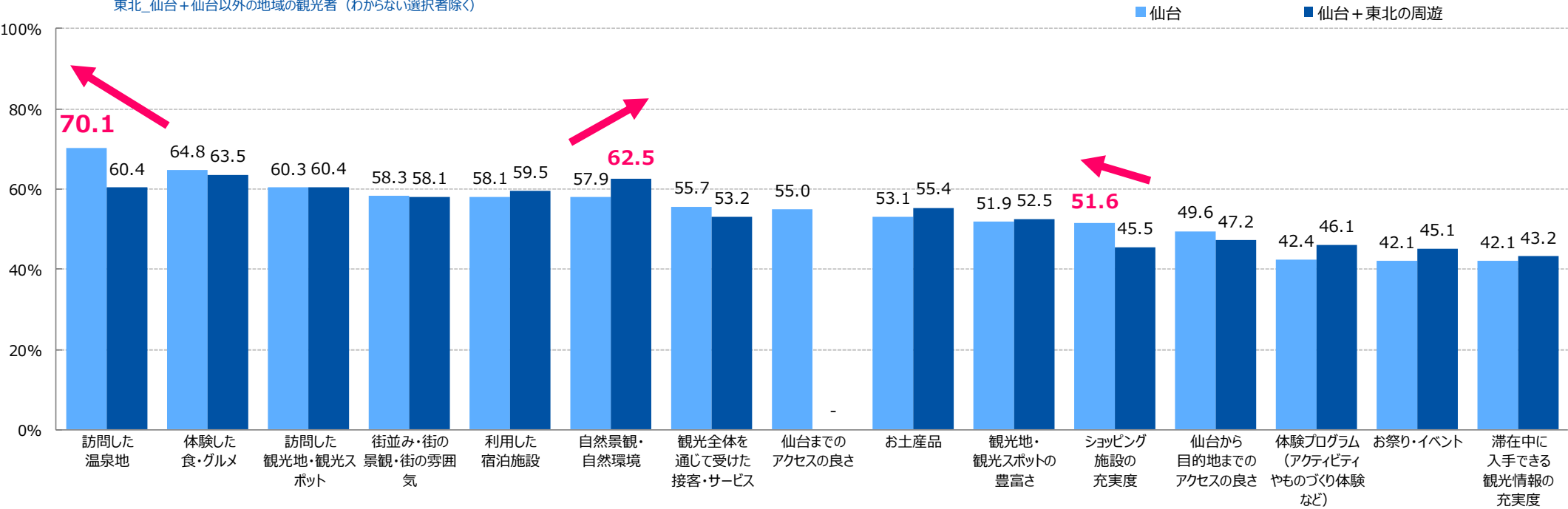
SQ2. 以下の地域へ訪問経験について、あなたに当てはまるものをそれぞれすべて選択してください。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含みます。（MA）

東北周遊観光の要素別満足度

仙台と東北周遊観光で満足した要素の評価スコアを比べても総じて大きな傾向の違いはないが、スコア差分が5pt前後あるのは「訪問した温泉地」「自然景観・自然環境」「ショッピング施設の充実度」の3項目。

要素別満足度

※ベース：仙台_仙台観光者（わからない選択者除く）
 東北_仙台+仙台以外の地域の観光者（わからない選択者除く）



*仙台+東北の周遊では非聴取

※「仙台」のスコアで降順ソート

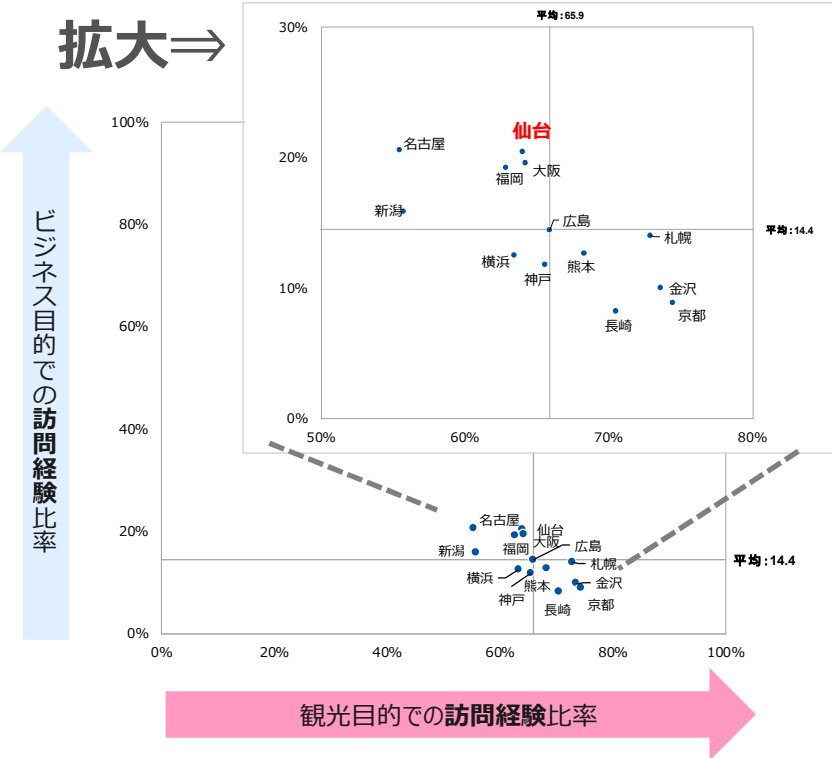
Q18. それでは、あなたは「仙台」を観光して、以下の項目ごとにどの程度満足しましたか。それぞれお気持ちに近いものを選択してください。（SA）
 Q24. あなたは「東北地方を周遊する観光」をして、以下の項目ごとにどの程度満足しましたか。それぞれお気持ちに近いものを選択してください。（SA）

観光・ビジネス訪問比率

観光目的での訪問率が高いのは「京都・金沢・札幌」で、ビジネス目的での訪問経験率が高いのは「名古屋・仙台・大阪・福岡」。仙台のビジネス目的での訪問率は、いずれの居住地でみても高い。

過去の「観光経験：ビジネス経験」の比率

※ベース：訪問経験者



(%)

n=30以上の場合
1位
2位
3位
4位
5位
※横方向に色付け

	訪問経験者に占める 観光目的での訪問経験比率												
	札幌	仙台	新潟	横濱	名古屋	金沢	京都	大阪	神戸	広島	福岡	長崎	熊本
全体	73	64	56	63	55	74	74	64	66	66	63	71	68
北海道	49	60	48	65	56	73	70	65	68	66	59	71	64
宮城県 (仙台除く)	74	34	61	65	56	75	76	67	68	78	61	71	76
東北+新潟 (宮城県除く)	73	65	53	64	58	69	72	61	61	63	59	72	69
北関東	77	69	59	66	55	75	74	65	65	67	62	71	71
一都三県	77	67	58	64	60	76	77	69	69	69	65	73	70
中部	74	63	55	66	48	75	77	69	70	66	67	71	68
関西	71	61	53	60	58	71	71	51	59	64	64	68	65
中国	76	60	54	61	56	70	75	68	71	63	64	69	69
九州	69	49	45	56	45	71	71	65	60	62	52	66	68

※小数点以下非表示

(%)

n=30以上の場合
1位
2位
3位
4位
5位
※横方向に色付け

	訪問経験者に占める ビジネス目的での訪問経験比率												
	札幌	仙台	新潟	横濱	名古屋	金沢	京都	大阪	神戸	広島	福岡	長崎	熊本
全体	14	20	16	12	21	10	9	20	12	14	19	8	13
北海道	21	22	20	14	23	9	6	16	14	15	24	9	14
宮城県 (仙台除く)	12	14	13	12	28	6	6	19	11	7	18	3	5
東北+新潟 (宮城県除く)	13	21	14	12	21	8	8	16	14	16	20	8	17
北関東	12	16	13	13	23	11	8	19	13	13	19	7	14
一都三県	16	20	15	10	23	11	10	24	14	17	23	9	13
中部	10	20	16	13	16	9	6	17	8	11	15	5	10
関西	10	21	21	16	19	10	10	15	11	13	17	8	11
中国	12	24	19	15	21	8	9	22	11	16	14	5	8
九州	14	32	30	19	24	12	8	21	13	14	17	12	16

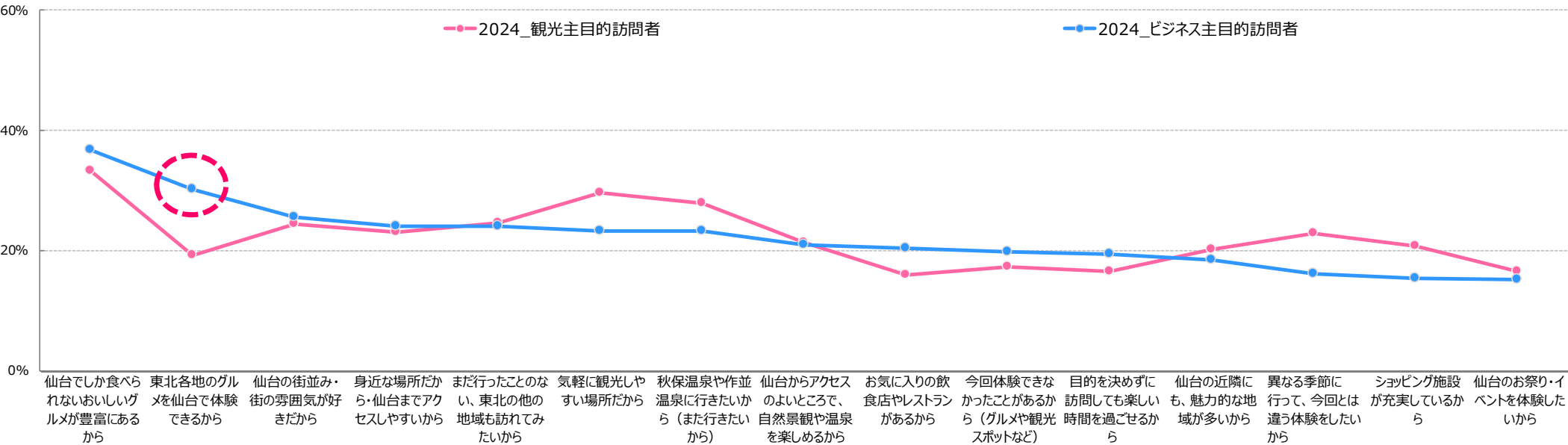
SQ2. 以下の地域へ訪問経験について、あなたにあてはまるものをそれぞれすべて選択してください。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含みます。(MA)

ビジネス訪問者の仙台再訪意向理由

ビジネス主目的者は、「東北各地のグルメが仙台で体験できる」が上位にあがる点が特徴的。
出張で行動範囲が制限されるなか、仙台だけの滞在でも様々なグルメを楽しめることが魅力に映った可能性。
（言い換えると、ビジネス出張者は東北のグルメが仙台で食べられることが滞在延長（宿泊）の理由になる可能性も）

仙台への再訪意向理由

※ベース：仙台観光の再訪意向Top3かつ観光主目的訪問者／ビジネス主目的の訪問者



※「2024_ビジネス主目的訪問者」のスコアで降順ソート

Q21. 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）

東北の各県別の宿泊実態

本調査

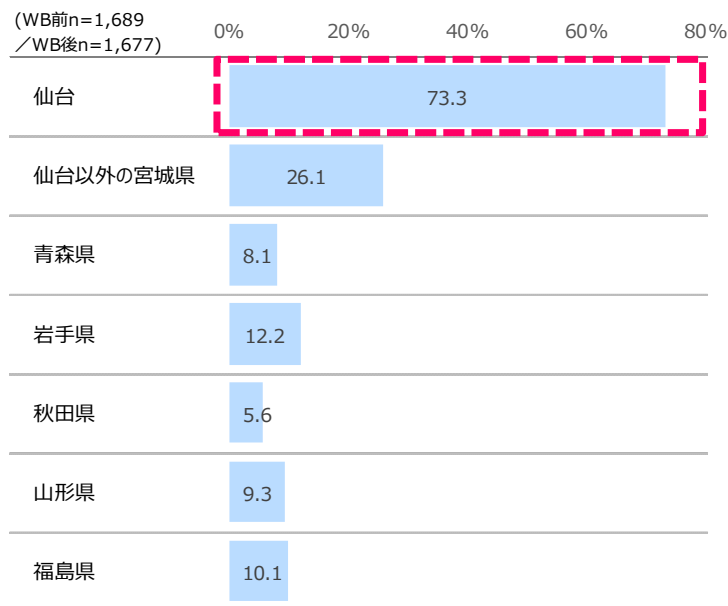
宿泊率が最も高いのは「仙台」で、「仙台以外の宮城県」が続く。
県別の宿泊日数をみると、「青森」「秋田」への宿泊者は2泊以上の比率が高い点が特徴的。

東北の県別宿泊実態

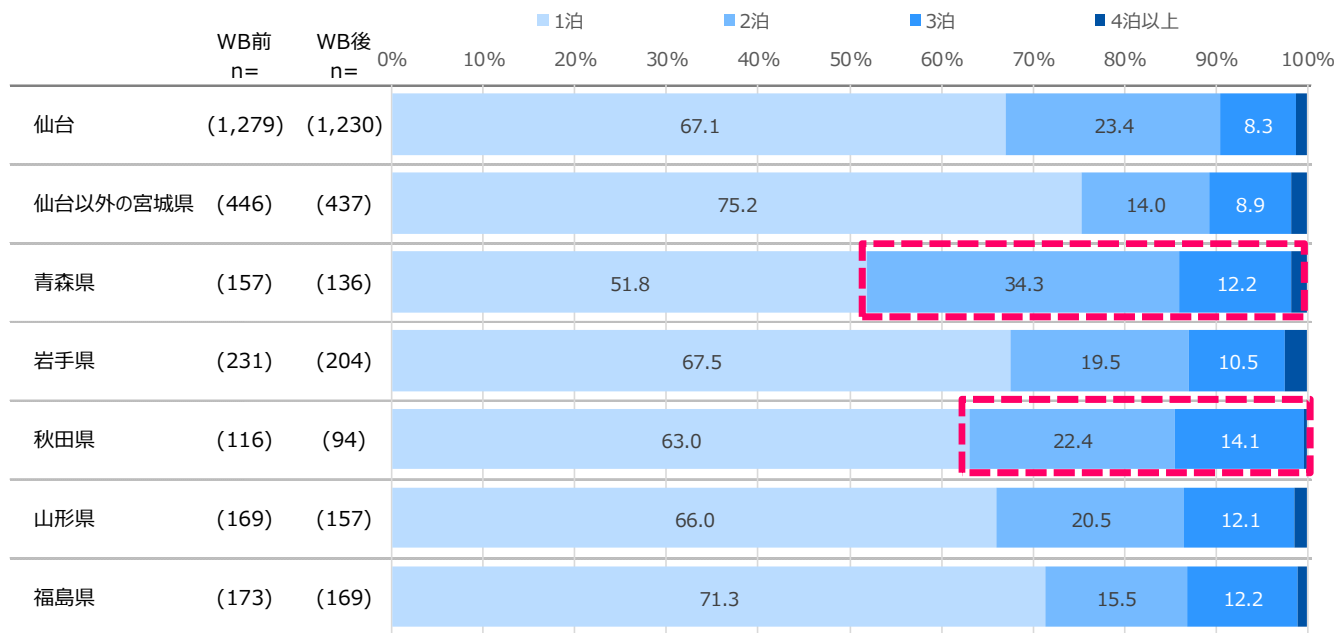
※ベース：仙台観光者

※ベース：各県ごとの宿泊者

各県別宿泊率



各県別宿泊日数



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東北の地域、宿泊した地域を選択してください。また、一番最初に観光した地域/一番最後に観光した地域（仙台も含む）も選択してください。（SA）

Q9. 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）

東北周遊の動線 -1

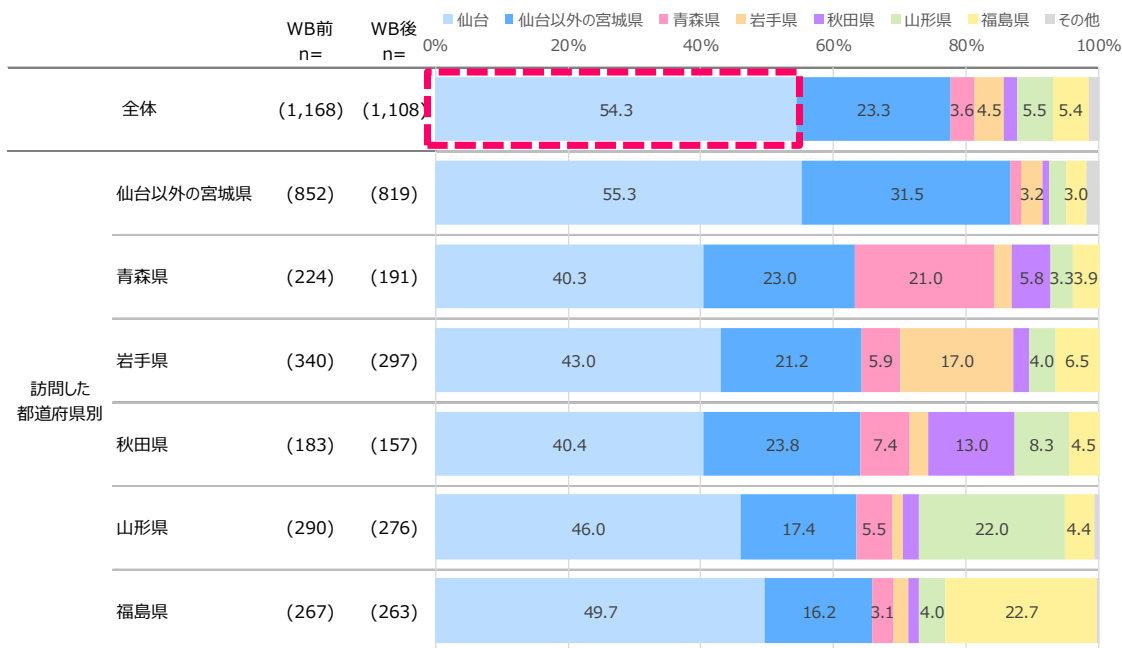
本調査

全体をみると最初に観光した地域は「仙台」のスコアが高く半数超えで、仙台は東北観光の入り口である模様。一方、最後に観光した地域は、最初に観光した地域に比べてスコアは分散している。

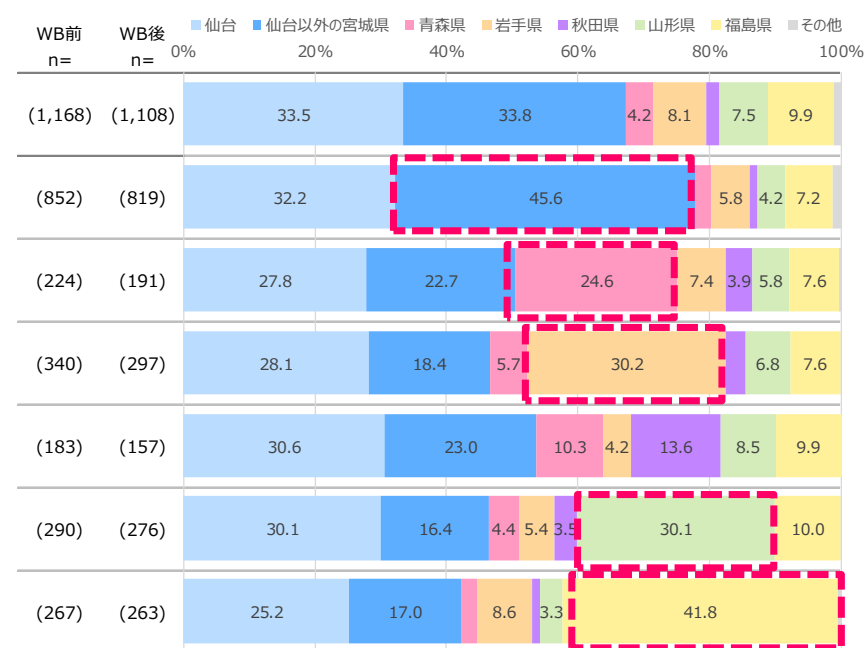
一番最初に観光した地域／一番最後に観光した地域

※ベース：仙台＋仙台以外の地域の観光者

一番最初に観光した地域



一番最後に観光した地域



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東北の地域、宿泊した地域を選択してください。また、一番最初に観光した地域／一番最後に観光した地域（仙台も含む）も選択してください。（SA）

© Macromill, Inc.

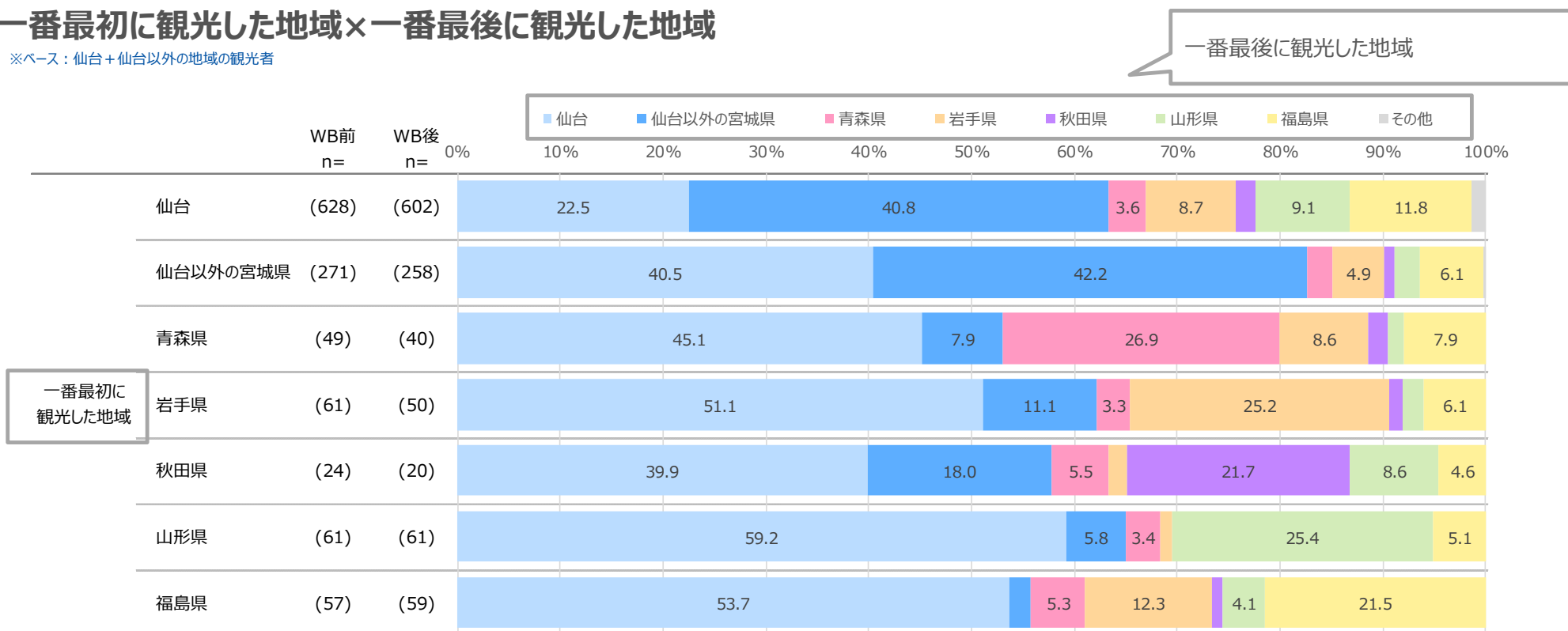
東北周遊の動線 -2

本調査

最初に観光した地域と最後に観光した地域を組み合わせると、仙台が入り口になった場合は「仙台以外の宮城県」、仙台以外の県・地域が入り口になった場合は、「仙台」を観光の最後とする人が多い。

一番最初に観光した地域×一番最後に観光した地域

※ベース：仙台＋仙台以外の地域の観光者



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東北の地域、宿泊した地域を選択してください。また、一番最初に観光した地域/一番最後に観光した地域（仙台も含む）も選択してください。（SA）

© Macromill, Inc.

東北周遊の動線 -3

本調査

基本的には入り口になった県を中心に観光で訪問する傾向がみられるが、秋田は自県以外で「青森」「山形」にも足を延ばして観光する人が多い。（秋田はn=30未満のため参考値）

一番最初に観光した地域×観光した全地域

※ベース：仙台＋仙台以外の地域の観光者

		WB前 n=	WB後 n=	青森	青森・津軽・ 五所川原	弘前・黒石・ 深浦	八戸・十和田 ・三沢	下北・むつ	岩手	盛岡・八幡 平・雫石	北上・花巻・ 遠野	奥州・平泉・ 一関	久慈・二戸	宮古・釜石・ 大船渡	仙台以外の 宮城	松島	塩釜	石巻	南三陸・気仙 沼	鳴子・大崎・ 栗原	白石・宮城蔵 王
一番最初に 観光した地域	仙台	(628)	(602)	11.2	7.7	6.4	8.2	4.0	19.5	12.1	8.1	8.7	3.4	6.5	70.9	56.7	22.8	17.5	13.0	16.8	12.5
	仙台以外の宮城県	(271)	(258)	12.1	8.6	6.8	7.8	4.7	17.8	10.8	6.1	11.0	5.4	5.3	100.0	66.5	35.8	29.7	30.6	27.1	22.8
	青森県	(49)	(40)	100.0	62.2	51.7	38.9	18.5	31.7	13.2	15.2	16.8	1.6	7.0	30.5	19.6	1.7	6.9	7.0	8.8	3.2
	岩手県	(61)	(50)	10.0	2.7	1.9	5.3	0.0	100.0	52.2	28.3	49.9	7.6	13.8	42.2	34.6	5.4	3.5	8.1	4.1	3.5
	秋田県	(24)	(20)	47.6	35.2	26.6	14.2	15.9	31.7	15.7	5.2	15.9	0.0	2.0	29.9	19.7	5.4	3.3	12.1	3.4	6.7
	山形県	(61)	(61)	10.4	4.0	5.1	6.4	0.0	19.8	10.1	2.5	9.2	1.5	1.2	30.5	16.9	4.9	2.9	5.2	8.4	4.8
	福島県	(57)	(59)	12.6	0.6	8.9	6.7	0.0	29.0	15.0	7.3	10.6	2.4	6.0	32.1	17.6	13.2	15.6	14.2	3.4	4.5

				秋田	秋田・男鹿・ 由利本荘	角館・横手・ 湯沢	能代・大館・ 十和田	山形	山形	山形蔵王・上 山	天童・新庄・ 尾花沢	米沢・長井・ 南陽	酒田・鶴岡	福島	福島	会津若松・喜 多方・猪苗代	郡山・白河	南会津・下 郷・只見	南相馬・ いわき
一番最初に 観光した地域	仙台	(628)	(602)	9.1	5.3	6.5	4.7	19.3	9.4	8.8	8.4	6.2	6.0	19.7	9.3	9.2	8.4	4.3	6.3
	仙台以外の宮城県	(271)	(258)	9.8	5.0	7.4	5.7	15.9	9.2	6.3	8.9	5.4	5.2	13.7	5.8	10.0	3.4	4.1	4.5
	青森県	(49)	(40)	23.8	9.0	13.3	11.9	28.4	7.7	11.6	13.9	2.7	7.1	15.7	6.1	11.2	0.0	6.1	1.6
	岩手県	(61)	(50)	7.8	1.5	3.8	5.9	7.0	2.5	2.5	4.4	0.0	0.0	10.6	1.3	10.6	1.3	0.0	0.0
	秋田県	(24)	(20)	100.0	68.0	39.4	17.9	33.6	15.3	7.6	10.5	12.6	0.0	13.2	9.7	4.6	1.3	0.0	3.5
	山形県	(61)	(61)	18.8	8.0	5.6	6.4	100.0	38.8	37.1	33.9	21.5	30.6	12.5	6.7	8.5	0.0	1.1	1.1
	福島県	(57)	(59)	5.9	4.1	1.8	1.1	16.3	7.1	3.4	5.2	4.7	1.2	100.0	36.2	45.0	42.0	12.9	24.1

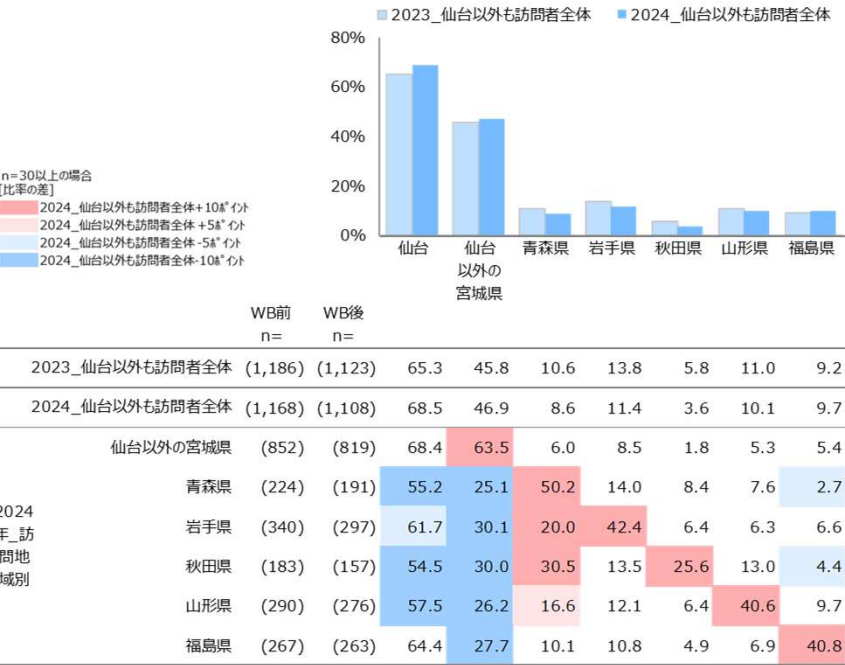
Q8. あなたが【Q6の選択内容】に「仙台」を訪れた際に、仙台以外で観光した東北の地域、宿泊した地域を選択してください。また、一番最初に観光した地域/一番最後に観光した地域（仙台も含む）も選択してください。（SA）

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68.5%で昨年より微増。
仙台が主目的／仙台以外が主目的の人で、東北周遊観光の満足度・再訪意向を比べると、2024年調査では「仙台以外が主目的」の人の評価が高まっている。

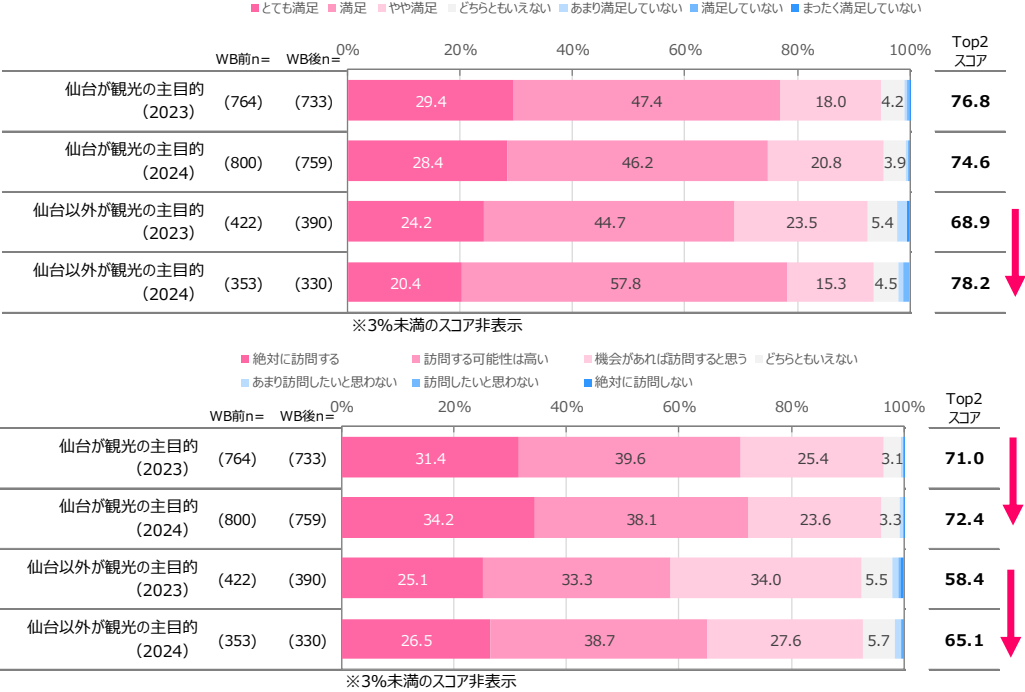
観光における主目的地域（2つまで選択）

※ベース：仙台＋仙台以外の地域の観光者



東北観光の総合満足度・再訪意向

※ベース：仙台＋仙台以外の地域の観光者



Q7.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をお聞きします。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みます。(MA)
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)
Q25.あなたは今後、「仙台と東北地方を周遊する観光」を目的として、東北地方へ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)

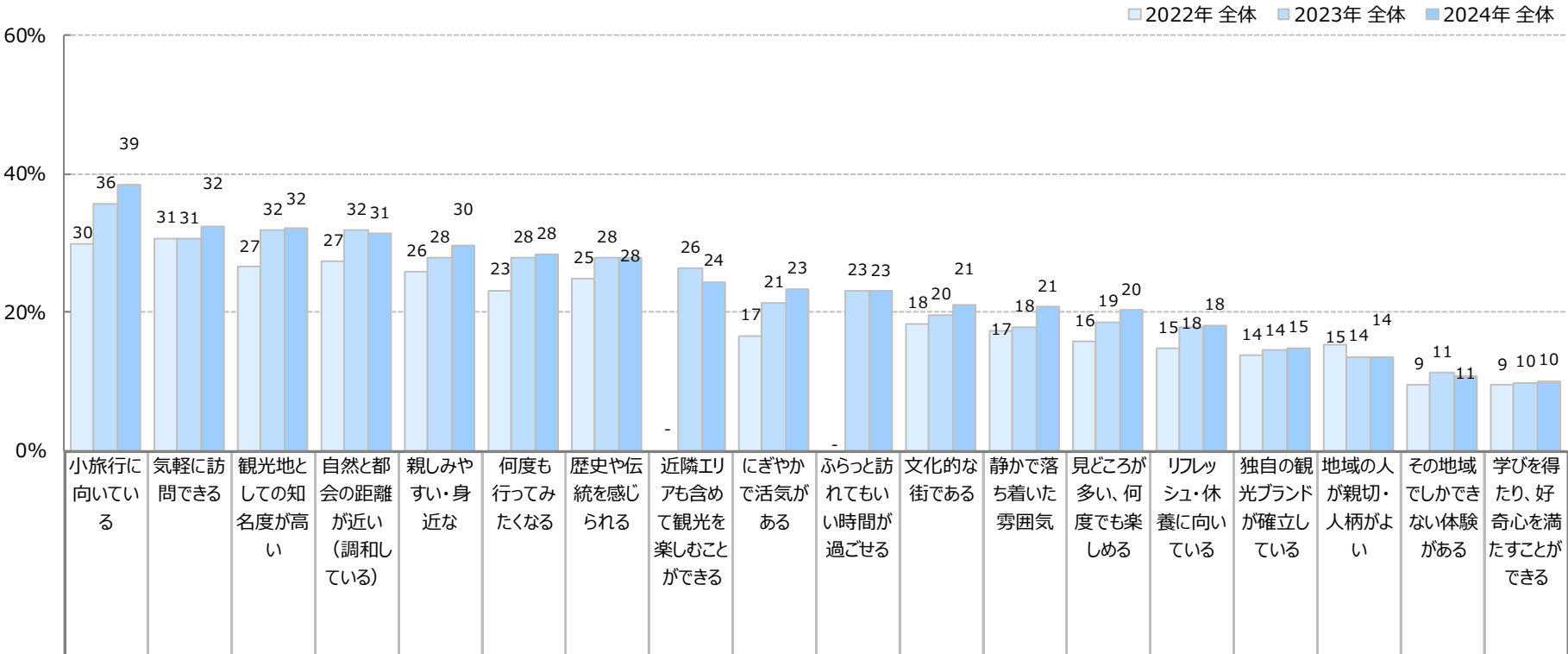
3.参考データ集

3-2.その他時系列グラフ

仙台の観光イメージ（情緒）

※ベース：仙台観光者

2022年：（WB前n=1,653／ WB後n= 1,643）
2023年：（WB前n=1,694／ WB後n=1,684）
2024年：（WB前n=1,689／ WB後n= 1,677）



※小数点以下非表示

※2024年全体スコアで降順ソート

差分

24年-23年	2.8pt	1.7pt	0.2pt	-0.4pt	1.7pt	0.6pt	0.0pt	-2.0pt	2.0pt	-0.1pt	1.3pt	2.9pt	1.6pt	0.4pt	0.5pt	0.0pt	-0.4pt	0.3pt
24年-22年	8.7pt	1.7pt	5.5pt	4.1pt	3.7pt	5.2pt	3.0pt	*	6.8pt	*	2.6pt	3.6pt	4.5pt	3.3pt	1.1pt	-1.6pt	1.4pt	0.7pt

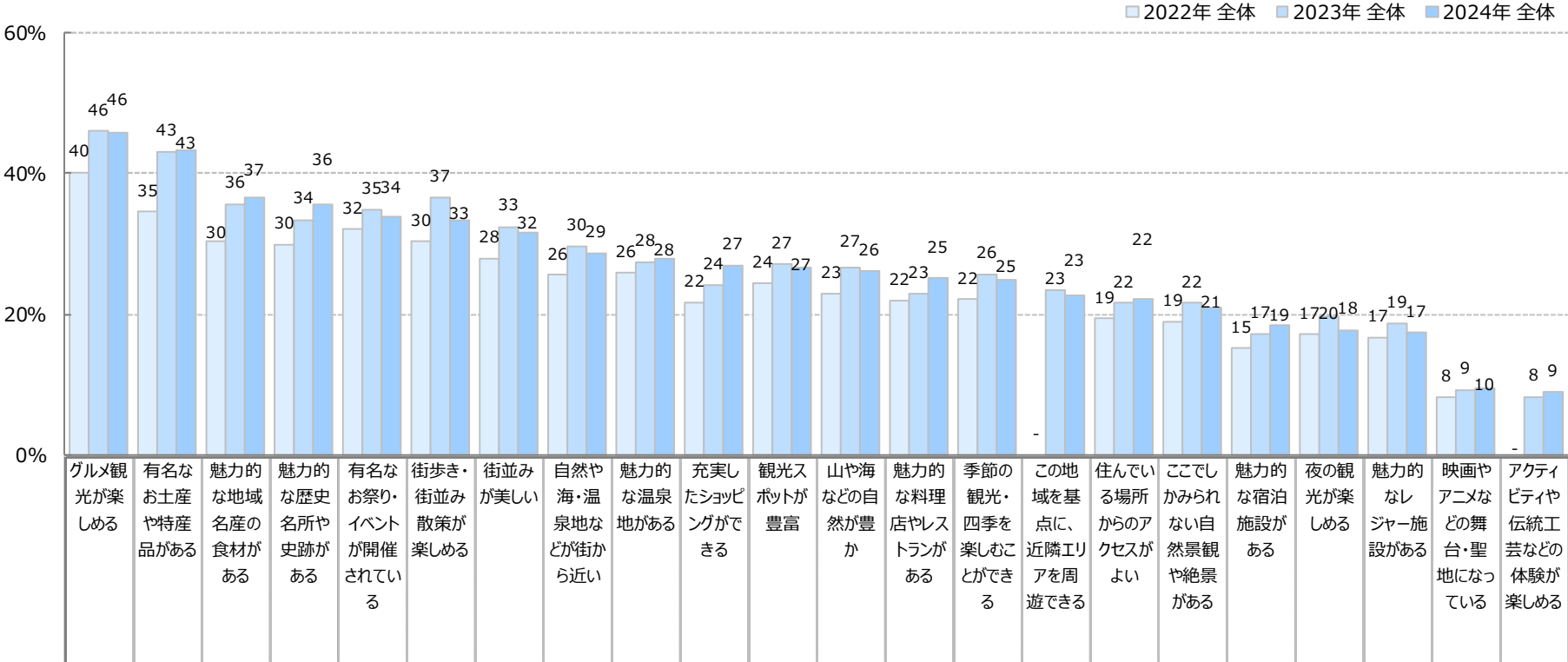
*過去調査非聴取

Q2S2. 引き続きお聞きします。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）

仙台の観光イメージ（機能）

※ベース：仙台観光者

2022年：（WB前n=1,653／WB後n= 1,643）
2023年：（WB前n=1,694／WB後n=1,684）
2024年：（WB前n=1,689／WB後n= 1,677）



※小数点以下非表示

※2024年全体スコアで降順ソート

差分

24年-23年	-0.2pt	0.3pt	0.9pt	2.1pt	-1.0pt	-3.3pt	-0.9pt	-1.0pt	0.3pt	2.8pt	-0.5pt	-0.4pt	2.2pt	-0.8pt	-0.7pt	0.5pt	-0.8pt	1.3pt	-1.8pt	-1.3pt	0.1pt	0.7pt
24年-22年	5.6pt	8.9pt	6.3pt	5.7pt	1.8pt	3.0pt	3.7pt	3.2pt	2.0pt	5.3pt	2.2pt	3.2pt	3.3pt	2.9pt	*	2.8pt	1.9pt	3.3pt	0.7pt	0.7pt	1.3pt	*

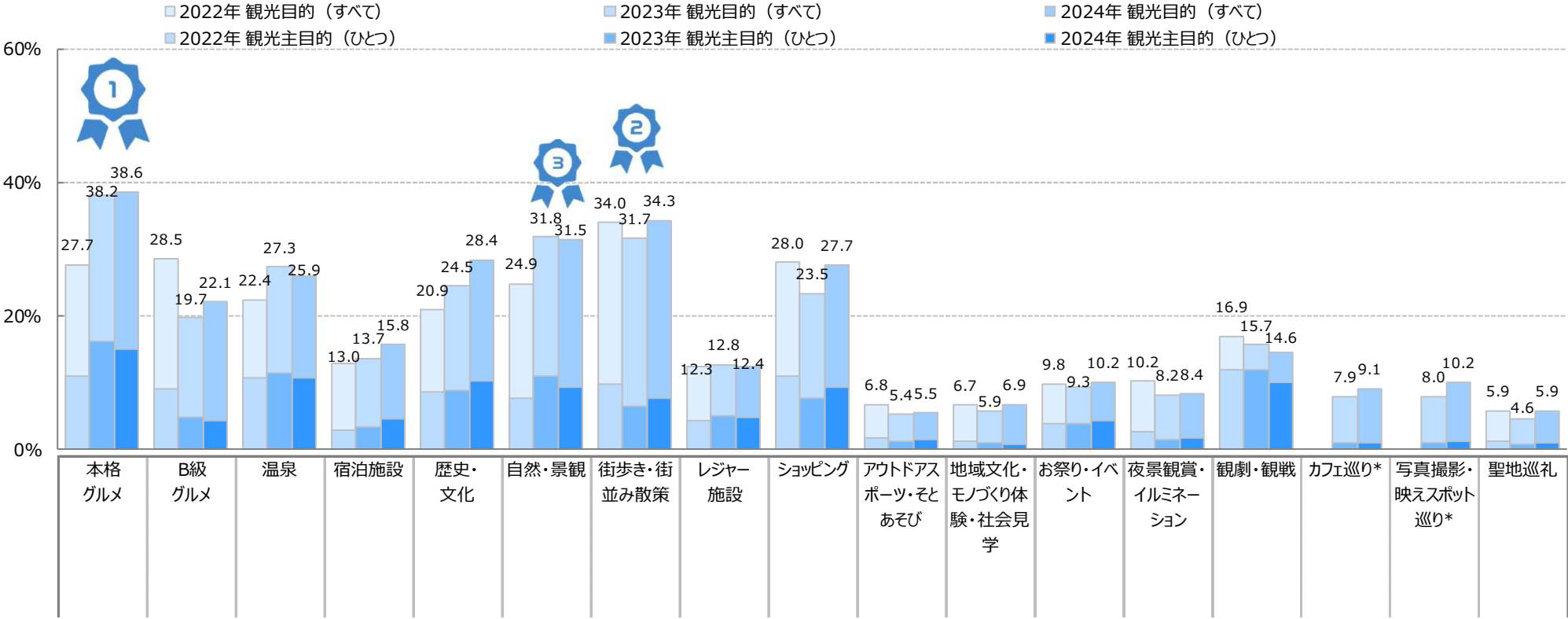
*過去調査非聴取

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。（MA）

仙台への観光目的・テーマ -1

※ベース：仙台観光者

2022年：(WB前n=1,653/ WB後n= 1,643)
2023年：(WB前n=1,694/ WB後n=1,684)
2024年：(WB前n=1,689/ WB後n= 1,677)



差分 それぞれ「観光目的 (すべて)」のスコアを使用

24年-23年	0.4pt	2.4pt	-1.4pt	2.1pt	4.0pt	-0.3pt	2.7pt	-0.4pt	4.2pt	0.2pt	0.9pt	0.9pt	0.2pt	-1.1pt	1.2pt	2.2pt	1.3pt
24年-22年	10.8pt	-6.5pt	3.5pt	2.7pt	7.5pt	6.6pt	0.4pt	0.0pt	-0.4pt	-1.2pt	0.2pt	0.3pt	-1.9pt	-2.3pt	*	*	0.0pt

*過去調査非聴取

Q11. 【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)

仙台への観光目的・テーマ -2

時系列あり

本調査

※ベース：仙台観光者

		WB前n=30以上の場合 1位 2位 3位 ※横方向に色付け			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 あそび	地域文化・ モノづくり体 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
北海道	2024年 全体 (172) (60)				49.6%		26.5%	21.4%	12.8%	37.2%	25.5%	44.7%	16.3%	18.6%	4.0%	8.2%	10.9%	6.8%	15.1%	8.1%	9.8%	5.7%	
	【差分】24年-23年				10.0pt		1.1pt	-0.7pt	2.9pt	13.3pt	0.1pt	12.2pt	5.1pt	-0.8pt	-1.7pt	0.1pt	0.5pt	0.0pt	-1.0pt	1.8pt	3.9pt	0.7pt	
	【差分】24年-22年				24.8pt		11.3pt	1.9pt	-1.5pt	1.9pt	-6.7pt	3.4pt	5.5pt	-2.7pt	-1.2pt	1.8pt	-0.6pt	-0.6pt	-3.4pt	*	*	-1.7pt	
宮城県 (仙台除く)	2024年 全体 (117) (106)				20.4%		17.4%	29.2%	12.0%	17.1%	23.1%	26.6%	14.5%	40.0%	5.9%	5.0%	18.0%	10.4%	13.7%	14.5%	11.8%	4.3%	
	【差分】24年-23年				1.2pt		0.0pt	-0.1pt	-0.7pt	7.0pt	2.2pt	0.8pt	-4.7pt	-1.4pt	0.1pt	0.0pt	3.9pt	-1.2pt	6.9pt	4.5pt	5.3pt	1.8pt	
	【差分】24年-22年				2.7pt		-5.6pt	15.1pt	7.6pt	6.4pt	12.5pt	-7.1pt	-0.5pt	-13.9pt	5.0pt	1.4pt	3.0pt	-1.2pt	-1.3pt	*	*	-1.0pt	
東北+新潟 (宮城県除く)	2024年 全体 (328) (470)				28.0%		16.4%	23.8%	13.4%	16.5%	20.1%	29.5%	13.4%	47.3%	3.3%	4.9%	11.3%	7.9%	12.1%	8.5%	7.0%	3.0%	
	【差分】24年-23年				2.5pt		2.1pt	1.2pt	0.9pt	5.2pt	2.0pt	6.1pt	-3.0pt	10.8pt	-0.2pt	2.2pt	4.8pt	0.2pt	-2.4pt	0.8pt	2.9pt	1.0pt	
	【差分】24年-22年				10.8pt		-5.1pt	6.9pt	2.7pt	6.6pt	3.8pt	2.5pt	-0.1pt	0.9pt	0.6pt	0.6pt	4.8pt	-0.1pt	-4.4pt	*	*	1.2pt	
北関東	2024年 全体 (182) (132)				43.8%		24.7%	28.3%	14.9%	27.6%	31.1%	34.3%	14.7%	26.4%	4.4%	4.9%	9.9%	7.1%	15.7%	3.8%	7.7%	7.1%	
	【差分】24年-23年				3.6pt		7.9pt	1.7pt	2.0pt	-0.6pt	-7.3pt	2.8pt	1.1pt	10.6pt	-1.3pt	0.5pt	4.8pt	-1.3pt	1.6pt	-1.8pt	0.4pt	4.8pt	
	【差分】24年-22年				12.0pt		-2.7pt	9.3pt	4.0pt	5.1pt	-1.2pt	-3.8pt	0.6pt	-1.1pt	0.0pt	2.2pt	2.2pt	-1.6pt	2.0pt	*	*	2.7pt	
一都三県	2024年 全体 (343) (614)				45.8%		25.4%	25.9%	19.5%	34.7%	39.0%	37.0%	11.7%	17.2%	6.7%	7.3%	8.5%	7.9%	17.5%	9.9%	11.4%	6.4%	
	【差分】24年-23年				-4.5pt		2.9pt	-4.2pt	5.4pt	5.3pt	0.3pt	-0.6pt	1.0pt	1.9pt	-0.1pt	-0.4pt	-3.1pt	-0.7pt	-2.9pt	1.4pt	1.0pt	-0.4pt	
	【差分】24年-22年				13.1pt		-7.0pt	0.5pt	5.3pt	12.7pt	12.7pt	0.5pt	1.2pt	1.8pt	-2.2pt	-0.8pt	-2.3pt	-3.2pt	-0.9pt	*	*	-0.7pt	
中部	2024年 全体 (187) (120)				42.7%		23.6%	24.6%	11.9%	33.2%	37.6%	37.0%	7.5%	17.0%	3.8%	10.8%	7.0%	8.5%	13.3%	8.6%	12.4%	7.5%	
	【差分】24年-23年				3.8pt		0.1pt	-4.4pt	-4.2pt	-6.3pt	-1.9pt	5.8pt	-1.4pt	0.0pt	-0.9pt	2.9pt	-4.0pt	2.7pt	1.9pt	2.4pt	0.4pt	3.8pt	
	【差分】24年-22年				9.0pt		-6.1pt	0.5pt	2.8pt	-0.5pt	-0.6pt	5.1pt	-2.2pt	-1.4pt	-4.7pt	2.3pt	-0.3pt	-0.5pt	-2.5pt	*	*	1.8pt	
関西	2024年 全体 (182) (118)				43.1%		26.8%	31.6%	16.1%	39.5%	40.3%	38.4%	11.4%	16.4%	9.4%	9.8%	8.6%	12.0%	11.1%	10.4%	13.8%	9.8%	
	【差分】24年-23年				-3.9pt		2.3pt	-1.3pt	-0.3pt	-3.1pt	-5.8pt	-1.1pt	4.3pt	1.6pt	3.9pt	2.1pt	2.0pt	3.3pt	-1.9pt	3.2pt	4.4pt	2.1pt	
	【差分】24年-22年				2.6pt		-8.5pt	-5.4pt	-11.0pt	-4.1pt	-3.3pt	-5.1pt	0.0pt	-3.8pt	-3.7pt	-1.6pt	-7.5pt	-5.9pt	-4.3pt	*	*	-2.9pt	
中国	2024年 全体 (89) (23)				36.7%		19.9%	30.2%	11.2%	40.2%	29.8%	32.4%	12.4%	10.9%	8.9%	9.6%	9.0%	10.1%	10.6%	5.6%	9.8%	10.0%	
	【差分】24年-23年				-0.1pt		-2.6pt	2.1pt	-7.2pt	0.7pt	-8.6pt	-5.4pt	0.0pt	-1.2pt	2.5pt	-1.5pt	-3.9pt	5.4pt	-0.9pt	-4.0pt	0.7pt	1.9pt	
	【差分】24年-22年				1.2pt		-7.7pt	-0.5pt	-3.8pt	6.9pt	-3.5pt	-3.3pt	-6.7pt	-7.1pt	-2.7pt	0.7pt	-7.0pt	-1.4pt	-9.7pt	*	*	-1.0pt	
九州	2024年 全体 (89) (34)				42.2%		17.2%	25.1%	15.6%	41.0%	41.8%	36.0%	7.8%	16.8%	11.8%	11.1%	18.2%	10.8%	14.4%	8.5%	16.0%	12.5%	
	【差分】24年-23年				11.1pt		10.1pt	4.6pt	2.9pt	2.4pt	11.8pt	-1.0pt	-2.7pt	5.8pt	7.8pt	1.1pt	10.2pt	2.9pt	0.0pt	-3.9pt	4.0pt	5.4pt	
	【差分】24年-22年				13.2pt		14.0pt	2.8pt	-0.3pt	16.7pt	9.7pt	2.2pt	-2.6pt	2.4pt	-5.2pt	5.5pt	11.1pt	5.1pt	0.4pt	*	*	-1.8pt	

*過去調査非聴取

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。
[観光の目的・テーマ (すべて)] (MA)

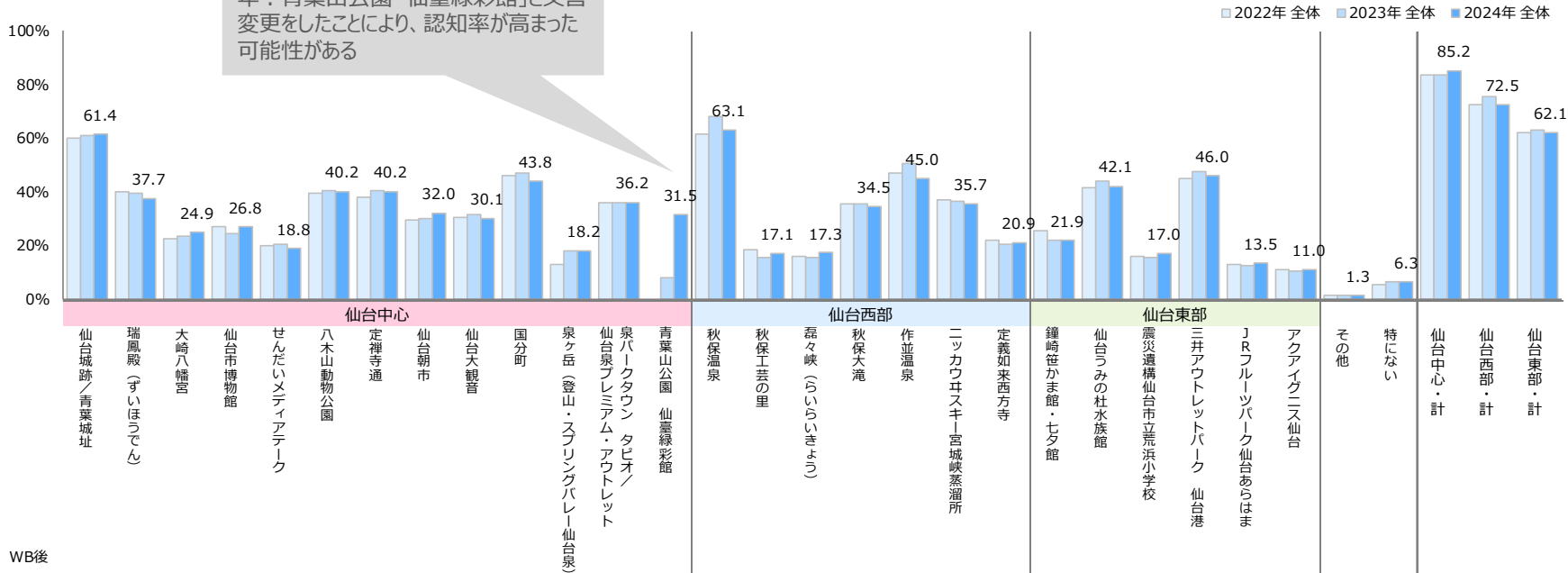
© Macromill, Inc.

観光資源（観光スポット）の認知

※ベース：仙台観光者

「2023年：仙臺緑彩館」→「2024年：青葉山公園 仙臺緑彩館」と文言変更をしたことにより、認知率が高まった可能性がある

WB前n=30以上の場合
[比率の差]
2024年 全体+10% イント
2024年 全体 +5% イント
2024年 全体 -5% イント
2024年 全体-10% イント



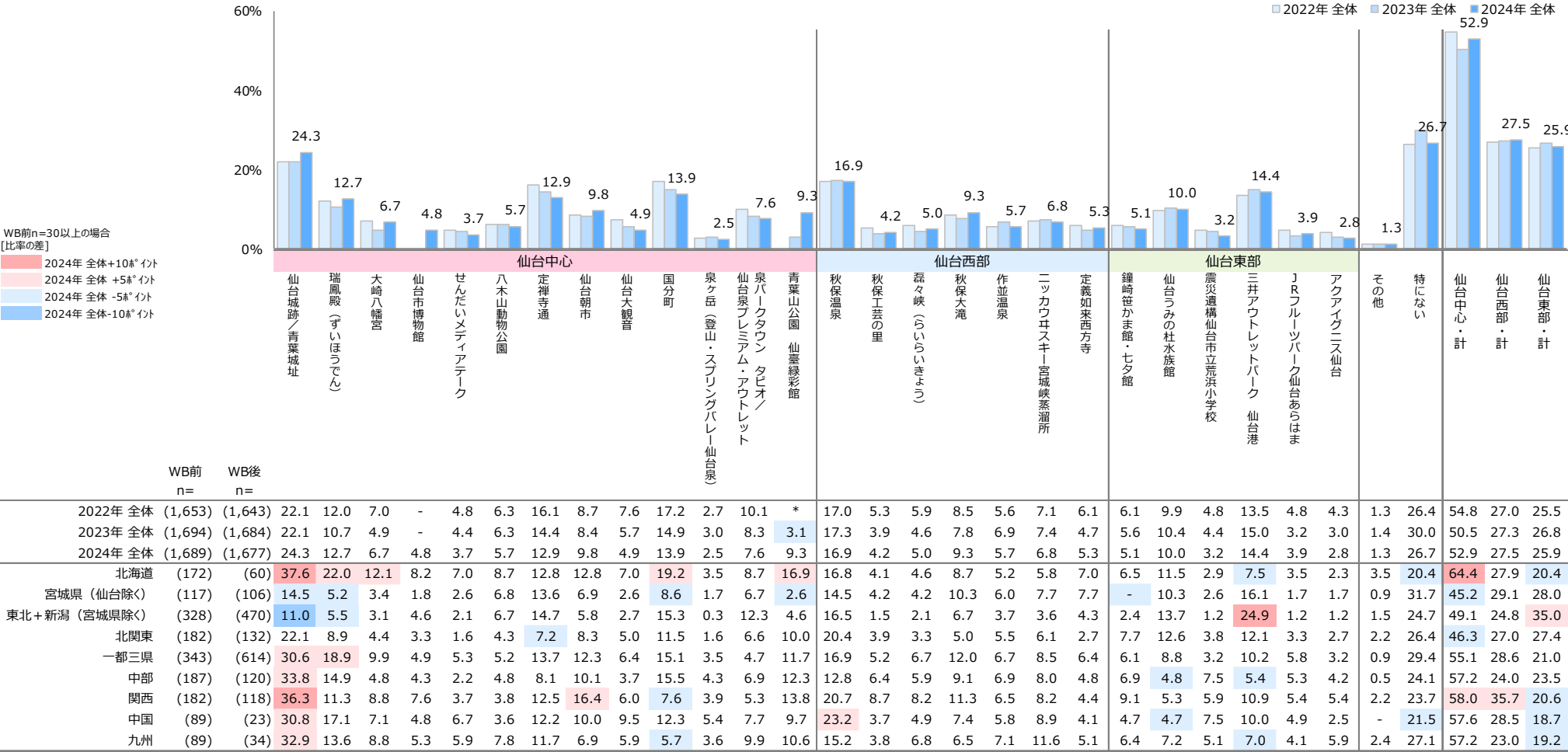
	WB前 n=	WB後 n=	2022年 全体	2023年 全体	2024年 全体	2022年 全体	2023年 全体	2024年 全体	2022年 全体	2023年 全体	2024年 全体	2022年 全体	2023年 全体	2024年 全体	2022年 全体	2023年 全体	2024年 全体	2022年 全体	2023年 全体	2024年 全体	2022年 全体	2023年 全体	2024年 全体	2022年 全体	2023年 全体	2024年 全体	2022年 全体	2023年 全体	2024年 全体				
2022年 全体	(1,653)	(1,643)	59.9	40.1	22.7	27.0	20.2	39.3	38.2	29.7	30.4	46.0	13.1	35.9	*	61.6	18.6	15.9	35.4	46.9	36.9	21.8	25.3	41.5	16.0	45.1	12.8	11.2	1.6	5.6	83.3	72.6	61.9
2023年 全体	(1,694)	(1,684)	61.1	39.5	23.3	24.3	20.4	40.4	40.4	30.2	31.6	47.2	17.9	36.0	7.9	68.1	15.7	15.3	35.3	50.3	36.6	20.5	21.9	44.0	15.5	47.6	12.6	10.3	1.5	6.3	83.6	75.7	63.1
2024年 全体	(1,689)	(1,677)	61.4	37.7	24.9	26.8	18.8	40.2	40.2	32.0	30.1	43.8	18.2	36.2	31.5	63.1	17.1	17.3	34.5	45.0	35.7	20.9	21.9	42.1	17.0	46.0	13.5	11.0	1.3	6.3	85.2	72.5	62.1
北海道	(172)	(60)	62.5	38.8	21.5	19.8	18.5	22.1	26.1	29.0	24.4	37.3	9.3	19.1	33.1	48.8	13.4	14.0	22.1	27.3	25.5	16.3	18.0	32.0	13.3	25.4	10.9	6.9	3.5	7.5	81.2	62.9	50.0
宮城県（仙台除く）	(117)	(106)	77.7	64.2	60.8	58.3	50.5	78.6	71.9	59.1	67.6	76.1	60.8	66.8	48.8	80.3	47.1	42.8	71.8	76.0	64.2	60.7	39.4	82.0	45.5	82.0	49.6	35.0	0.9	0.9	96.5	85.3	88.0
東北+新潟（宮城県除く）	(328)	(470)	63.1	36.9	23.5	32.6	17.1	68.4	58.6	33.5	39.0	62.8	16.7	60.1	30.5	72.9	14.9	14.1	39.1	59.2	42.7	25.6	26.2	65.8	11.9	74.7	8.8	8.2	1.5	1.8	92.4	81.8	86.6
北関東	(182)	(132)	54.1	27.0	14.9	21.6	10.6	20.3	24.7	29.3	18.8	32.4	10.0	26.9	32.2	62.1	11.1	12.2	26.6	39.2	29.2	13.2	20.5	34.3	14.3	35.7	7.7	7.2	2.2	7.1	78.3	72.0	59.8
一都三県	(343)	(614)	59.4	36.7	25.4	22.4	17.8	28.5	32.6	28.0	24.2	35.5	17.2	25.3	28.9	59.7	16.1	17.8	30.9	40.2	32.6	16.3	18.6	29.4	17.2	32.3	12.5	9.3	0.9	9.6	81.3	69.1	49.5
中部	(187)	(120)	61.1	34.6	17.0	16.0	17.0	19.7	24.0	25.5	17.0	32.1	12.2	17.5	32.1	53.3	13.9	10.1	26.3	26.8	24.5	12.8	14.5	22.3	18.2	26.1	9.6	12.2	0.5	8.0	81.2	63.5	47.5
関西	(182)	(118)	61.6	38.7	22.4	21.8	16.2	16.3	26.8	36.5	23.5	20.7	14.0	16.2	33.4	52.6	18.3	20.6	31.0	29.1	26.7	14.0	20.0	22.6	16.3	24.8	18.3	15.1	2.2	7.6	82.4	64.2	40.3
中国	(89)	(23)	54.5	37.7	15.3	15.2	11.0	14.3	20.6	28.8	22.7	19.7	13.0	13.0	29.8	46.7	11.9	12.9	25.5	24.4	24.1	12.8	11.6	19.7	16.9	19.2	10.0	8.6	-	7.6	79.6	61.1	42.5
九州	(89)	(34)	56.1	28.3	13.5	23.1	14.7	23.8	23.6	26.7	23.6	24.4	12.5	22.5	27.5	47.0	10.5	13.8	18.6	28.0	28.9	12.1	17.0	20.4	12.7	20.5	11.3	11.0	2.4	9.6	80.1	54.4	39.3

*過去調査非聴取

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ことをお答えください。[知っているもの（すべて）]（MA）

観光資源（観光スポット）の体験

※ベース：仙台観光者

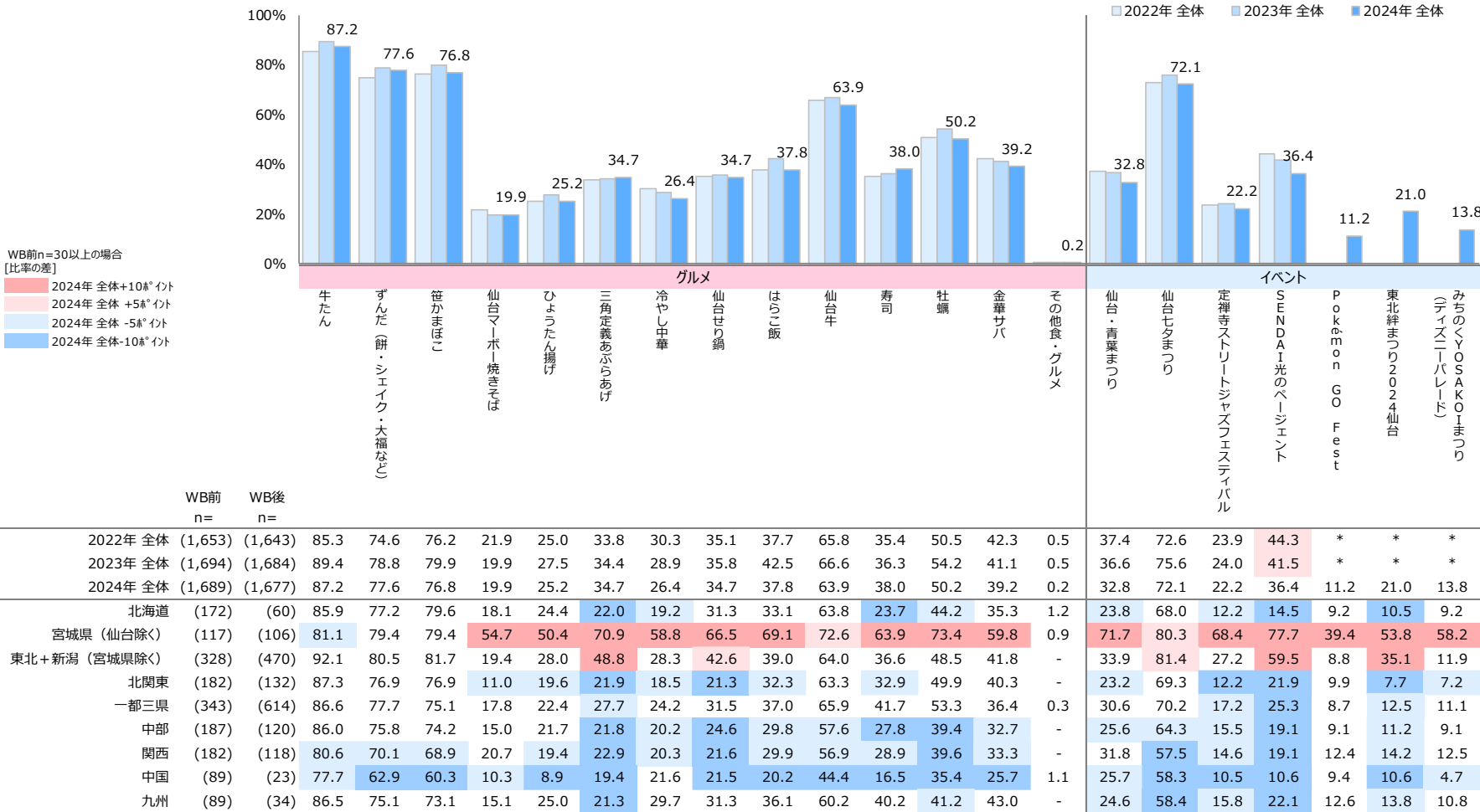


*過去調査非聴取

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】に仙台に訪れた際に体験・訪問したもの（すべて）（MA）

観光資源（グルメ・イベント）の認知

※ベース：仙台観光者



*過去調査非聴取

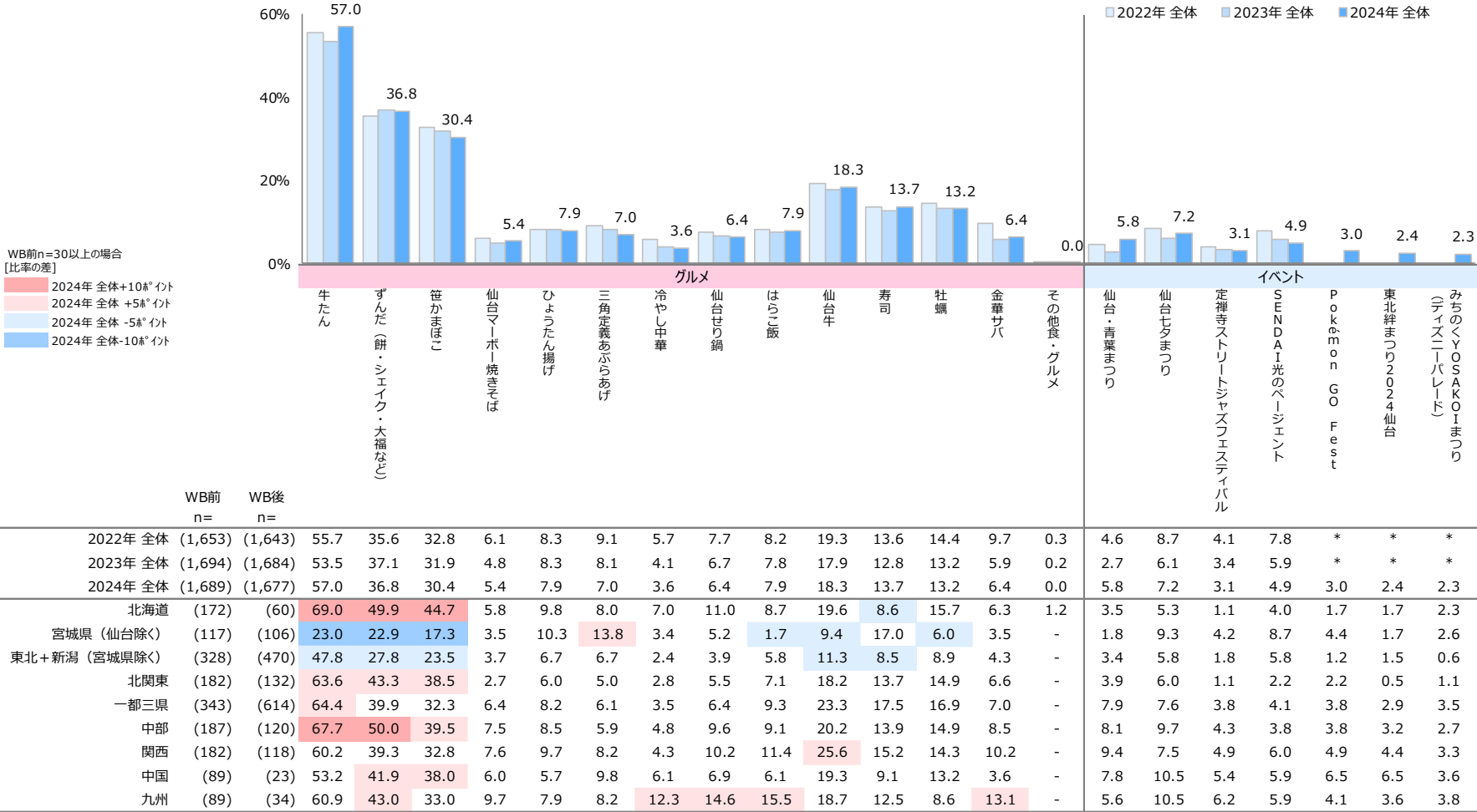
Q15S1. 「仙台」に関する「食・グルメ」「お祭り・イベント」や「市外の観光地・観光スポット」に関して、以下の項目であなたに当てはまるものをそれぞれ選択してください。※このアンケートに回答する前のことをお答えください。
[知っているもの（すべて）] (MA)

観光資源（グルメ・イベント）の体験

時系列あり

本調査

※ベース：仙台観光者

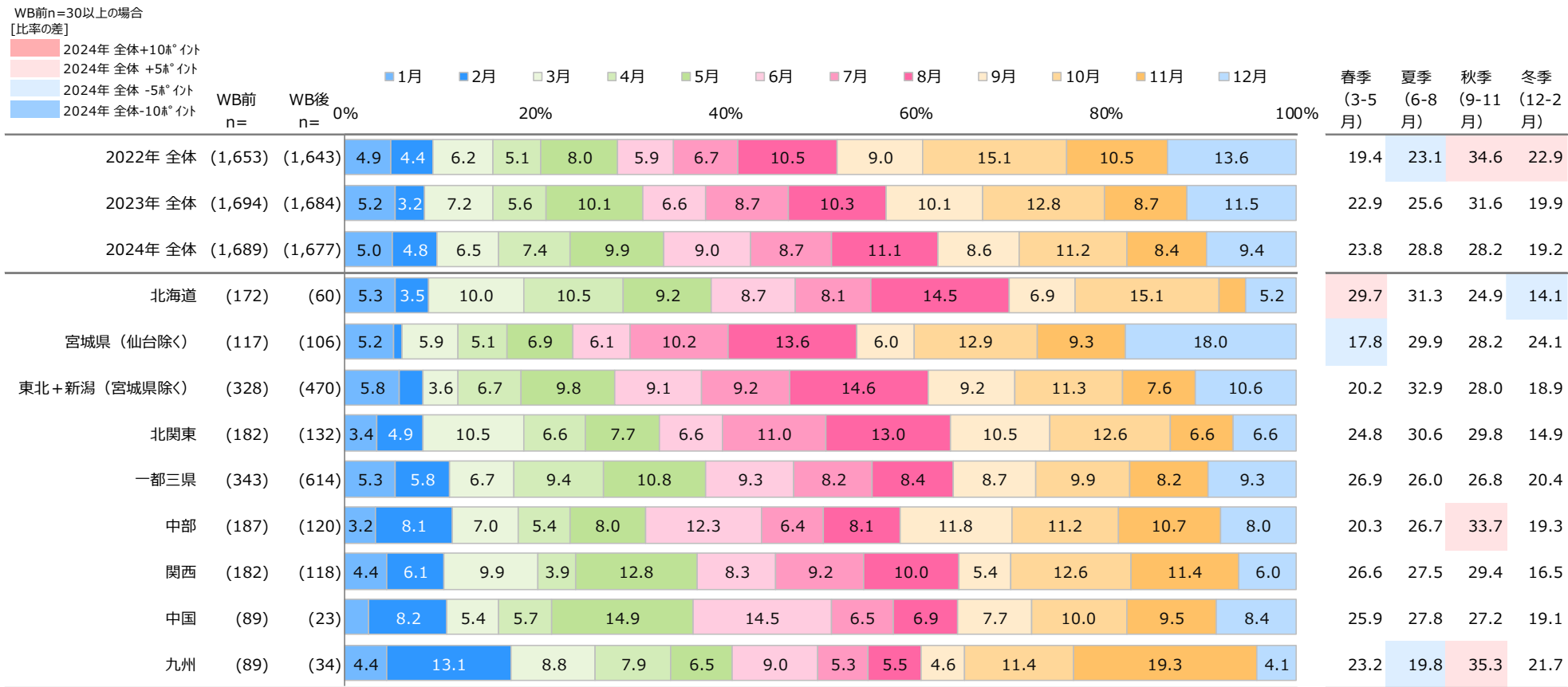


*過去調査非聴取

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当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。
[[Q6の選択内容]に仙台に訪れた際に体験・訪問したもの（すべて）]（MA）

仙台への観光時期

※ベース：仙台観光者

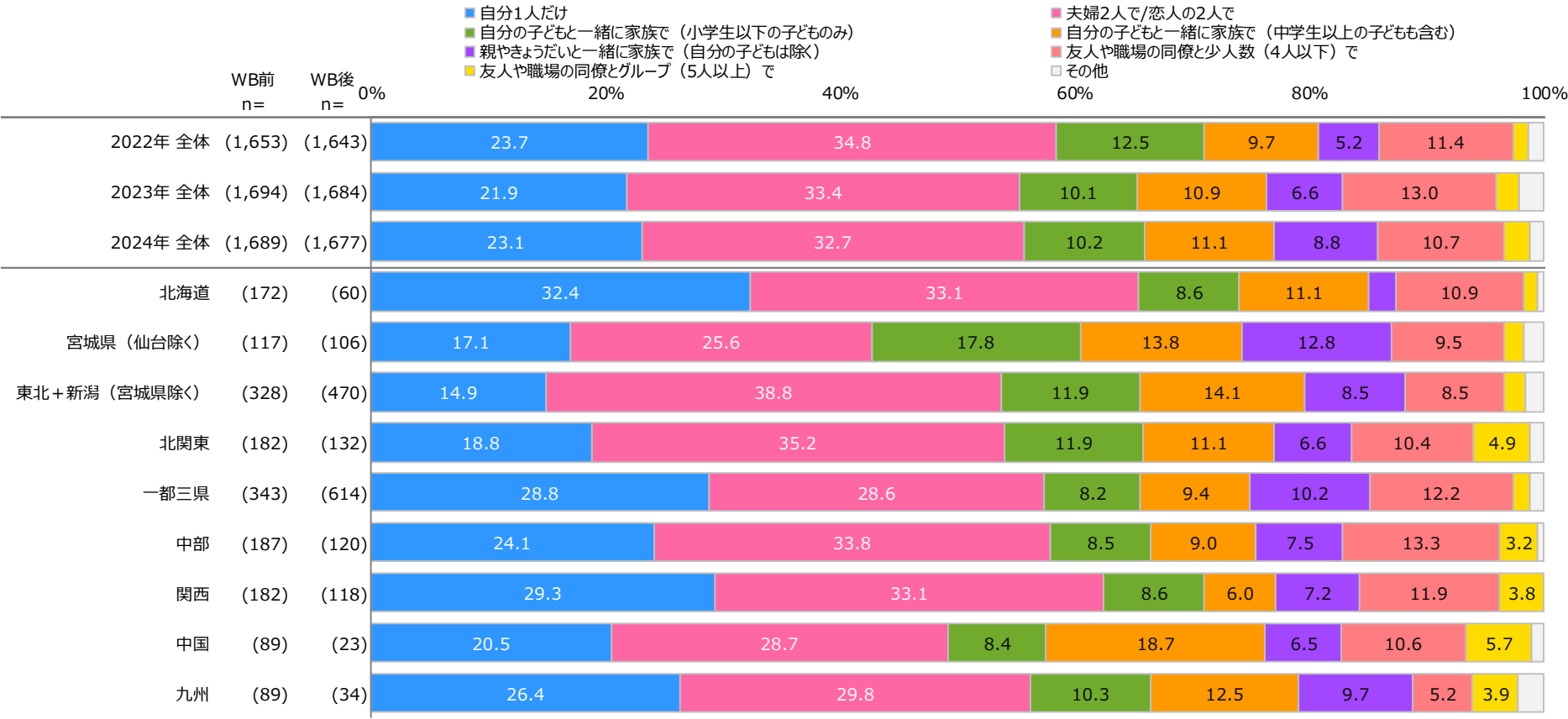


※3%未満のスコア非表示

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）

仙台観光時の同行者形態

※ベース：仙台観光者



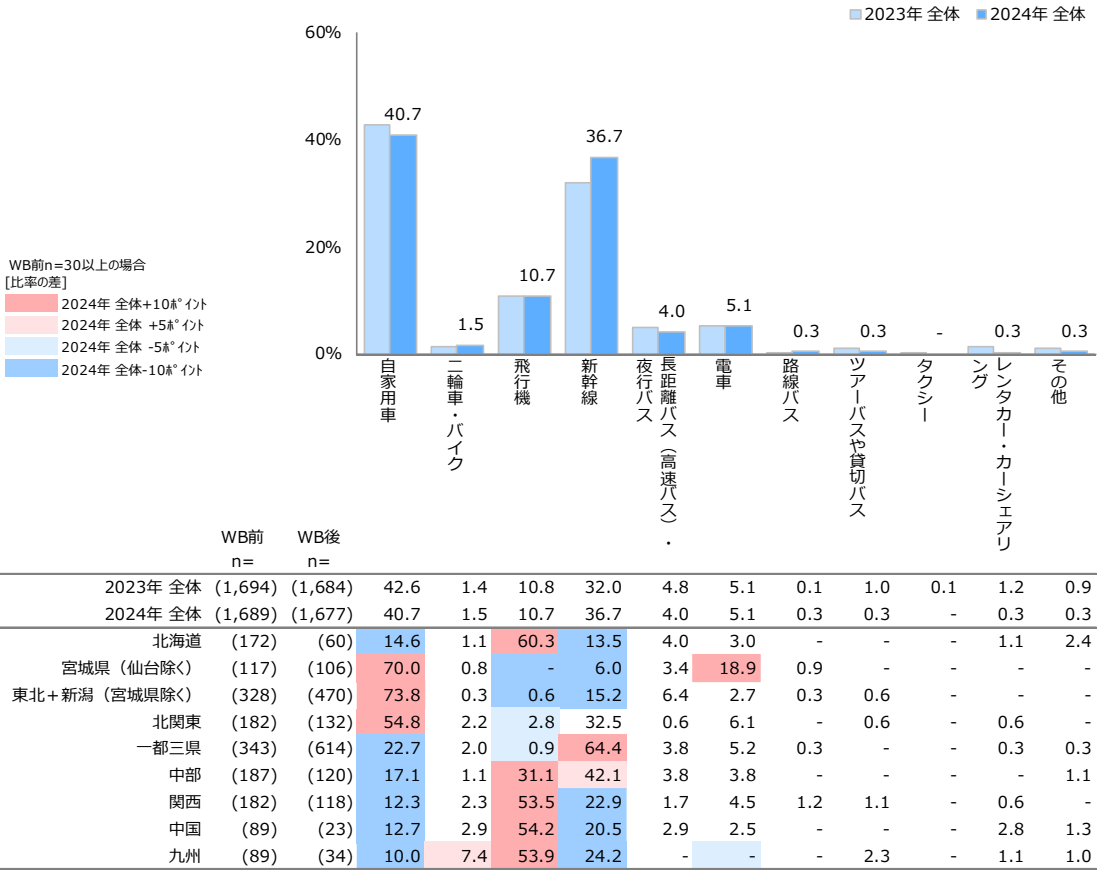
※3%未満のスコア非表示

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）

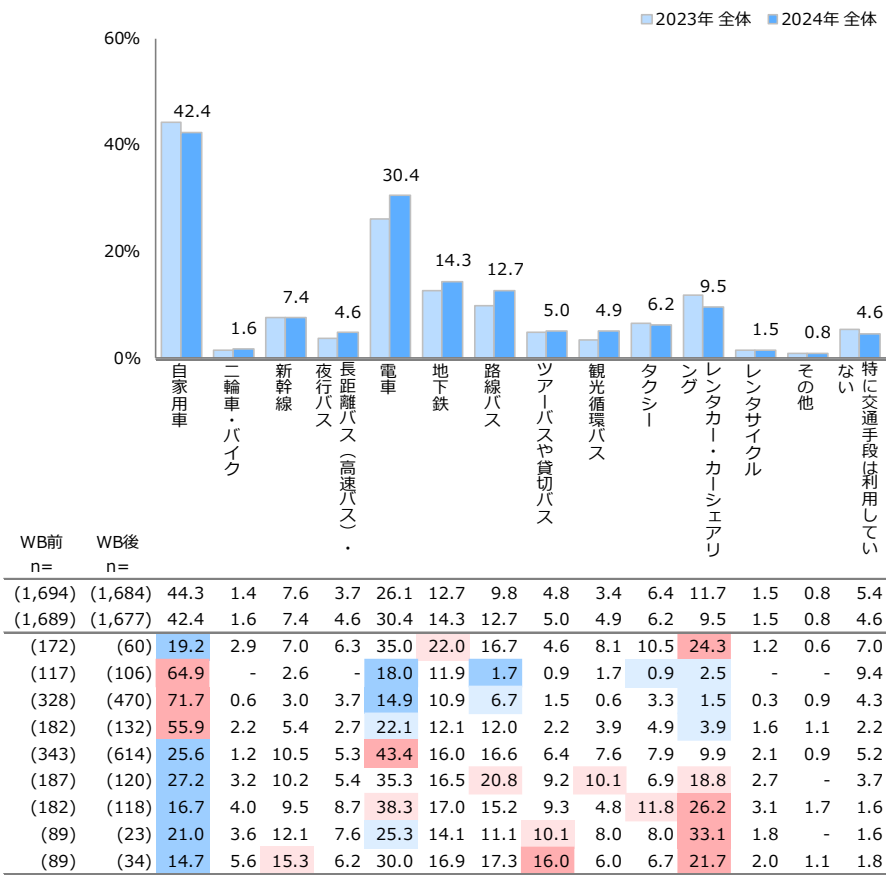
交通手段・移動手段

※ベース：仙台観光者

「仙台」への交通手段



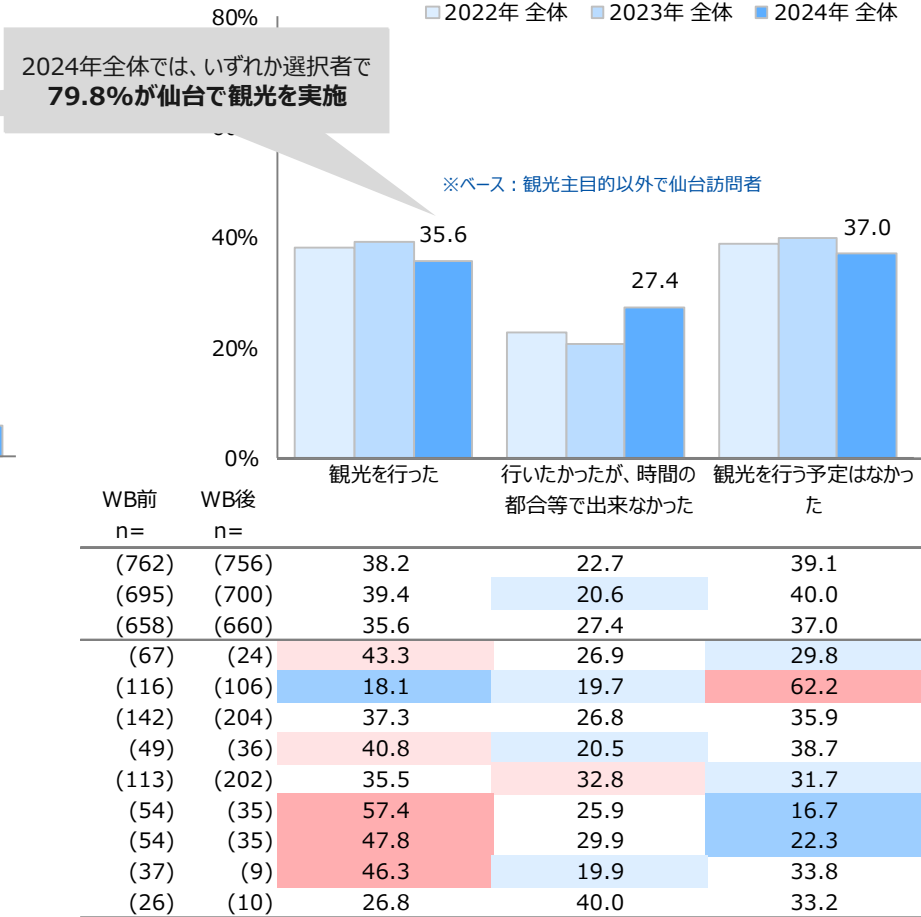
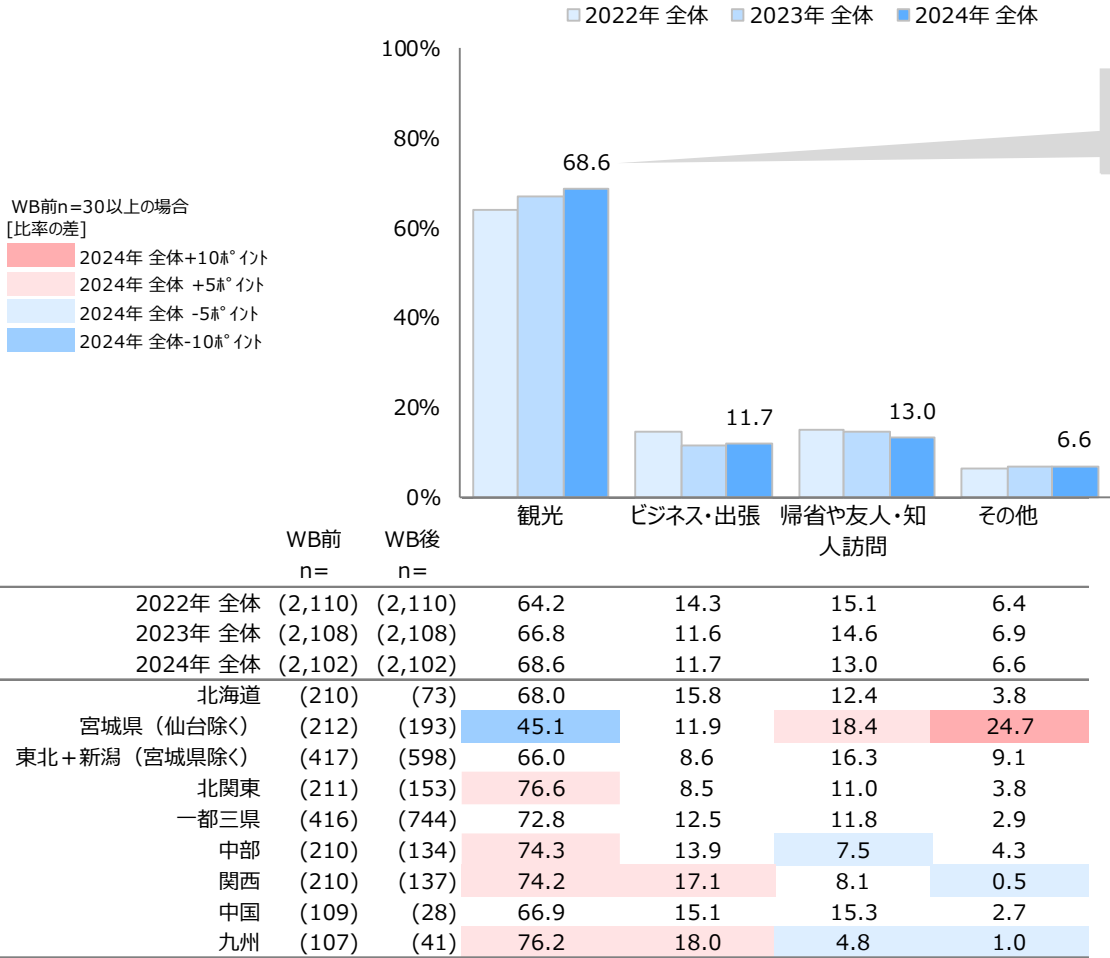
移動に利用した交通手段（観光スポットへの訪問等）



Q13. 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。（MA）

仙台訪問の主目的

※ベース：全体



Q4. あなたが2024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）

APPENDIX

統計データに関する補足

✓ **旅行・観光消費動向調査（観光庁）** https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shohidoko.html

調査対象：日本国内居住者であり、住民基本台帳をもとに無作為に抽出した約2万6000人を対象とした調査

調査時期：4月、7月、10月、1月

調査方法：報告者に郵送で調査票を送付し、報告者が自計記入し、郵送で回収

✓ **宿泊旅行統計調査（観光庁）** https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shukuhakutokei.html

調査対象：統計法第27条に規定する事業所母集団データベース（総務省）を基に、国土交通省観光庁で補正を加えた名簿から、標本理論に基づき抽出されたホテル、旅館、簡易宿所、会社・団体の宿泊所など。

調査時期：毎月の報告を翌月の中旬まで

調査方法：郵送（又はオンライン）



Build your Data Culture