

# せんだい MINING REPORT

今回の分析テーマ

## 東北5県からの来訪者の意識等 からみた本市の魅力

### 分析の目的と内容

第4号では、宮城県以外の東北5県からビジネス以外の目的で本市に来訪した方を対象に、市内の行先や訪問目的、訪問しての意識などを尋ねたアンケート調査(巻末参照)の結果を報告する。

東北地方の中での交流人口という側面からみて、本市がどのような特徴を有しているのかを知ることは、本市がこれまでの機能の集積を生かしながら東北の中核都市としての役割を果たしていくための課題を明らか

かにすることにつながるものと考えている。

本レポートでは、まず来訪の目的や頻度、訪問場所から本市への来訪行動の特徴を整理する。次に、来訪者の意識から市内各地の魅力や特徴を整理する。最後に、本市中心市街地の活性化に関する研究実績を多数お持ちの東北大学大学院准教授青木俊明氏から頂いた調査結果に関するコメントを掲載する。

## 仙台市への来訪目的(ビジネス以外の目的について調査)

- 買い物と観光・レジャーが4割から5割となっている
- 20代では中心部での買い物が、30代・40代では郊外での買い物が、それぞれ多くなっている

はじめに、来訪目的を見てみると、買い物が最も多く、次いで観光、レジャーとなっている【図1】。いずれも4割から5割となっている。買い物の内訳を見ると、郊外大型店舗・アウトレットが仙台駅周辺・中心部アーケード街をやや上回っている。郊外の大型店舗・アウトレットが東北全体から来訪者をひきつけている。

また、コンサートやスポーツ観戦など、イベント系への参加も見られる。本市以外では開催されにくいイベント等の開催が交流人口拡大に寄与していることがうかがえる。

以降は、各目的の割合を折れ線で結び、年齢や県別の違いを見ることとする。

まず、年齢階層別に見ると【図2】、20代以下

図1: 仙台市を来訪する主な目的の割合

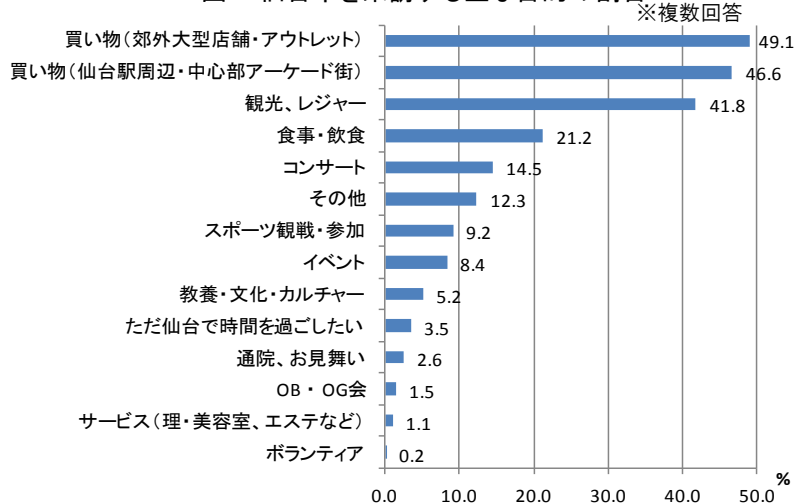


図2: 年齢階層別・買い物と観光レジャー目的の割合

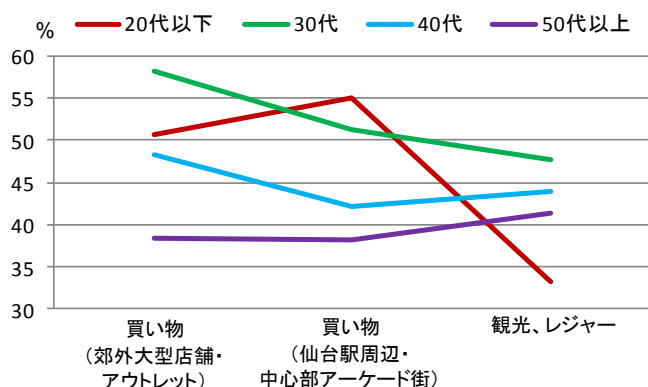
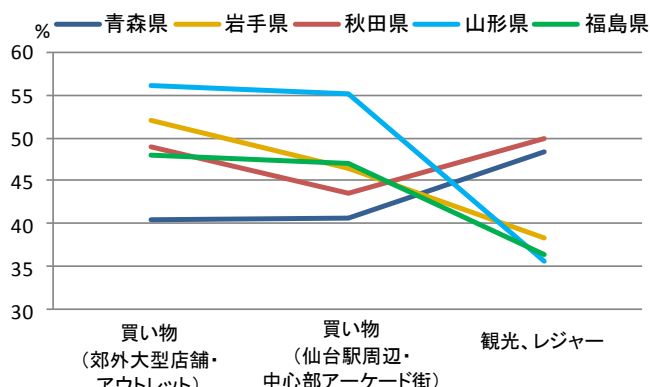


図3: 県別・買い物と観光レジャー目的の割合



では中心部での買い物が、30代と40代では郊外での買い物が、そして50代以上では観光・レジャーが、それぞれ最も多くなっている。

次に、県別では【図3】、隣接する3県では郊外での

買い物が最も多くなっている一方で、比較的距離のある青森県と秋田県では観光・レジャーが最も多い。近い県ほど、本市の商業集積の影響を受けやすくなっていることがうかがえる。

## 仙台市への来訪頻度

- 1年に1回が最も多く、4割を占める
- 20代以下や、山形県は、来訪頻度が比較的高い

次に、来訪頻度を見ると、全体的な傾向としては、1年に1回が最も多く4割を占め、次いで半年に1回が3割、2～3か月に1回が2割と、これらで9割を占める。

年齢階層別に見ると【図4】、20代以下は他の年代と比べて来訪頻度がやや高くなっている。本市が若年層をひきつけていることがうかがえる。

県別に見ると【図5】、山形県からの来訪者の頻度が最も高く、青森県が最も低くなっている。山形県は、月に1回以上の頻度で来訪する方が2割を占めており、交流・結びつきの度合いが大きくなっている。本市へのアクセスのしやすさが影響していると考えられる。

図4：年齢階層別・仙台市への来訪頻度

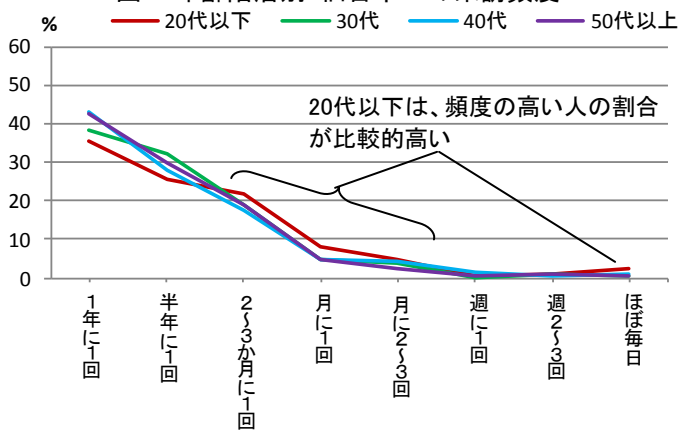
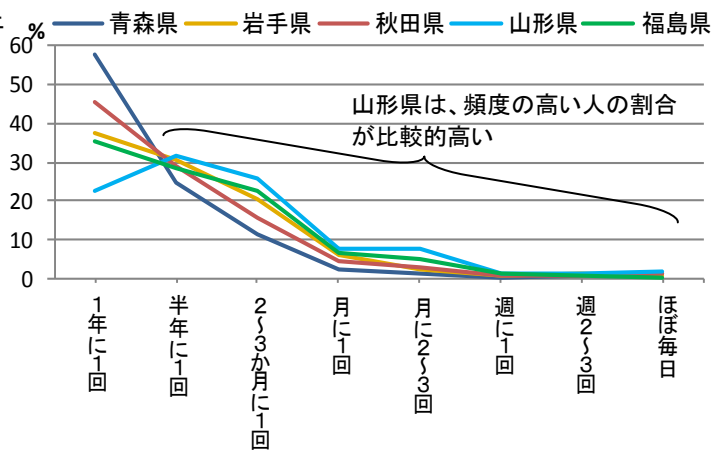


図5：県別・仙台市への来訪頻度



## 1年間で訪問した場所(訪問地)

- 仙台駅周辺が8割、中心部アーケード街が5割、2つのアウトレットが3割となっている
- 東北唯一の施設の訪問者が多くなる傾向がある

次に、2015年1年間で訪問した場所を見ると、全体的な傾向としては、仙台駅周辺が8割と最も多く、次いで中心部アーケード街が5割、2つのアウトレットが3割となっている。東北一の歓楽街である国分町や、大規模商業施設の集積が進む長町周辺も比較的多くなっている。平成28年春に仙台駅周辺の大規模商業施設が開業する前に実施したアンケート調査の結果にもかかわらず、仙台駅周辺が圧倒的な集客力を発揮した結

果となっている。また、東北では仙台のみに存在する施設が集積する所で訪問者が多いことも特徴となっている。

年齢階層別には【図6】、20代以下は仙台駅周辺が、30代はアウトレットや水族館など家族連れで行く所が、50代以上では温泉が、それぞれ他の年齢層と比較して多くなっている。

県別には【図7】、青森県は仙台駅周辺や中心部

図6：年齢階層別・仙台市内の訪問地 ※複数回答

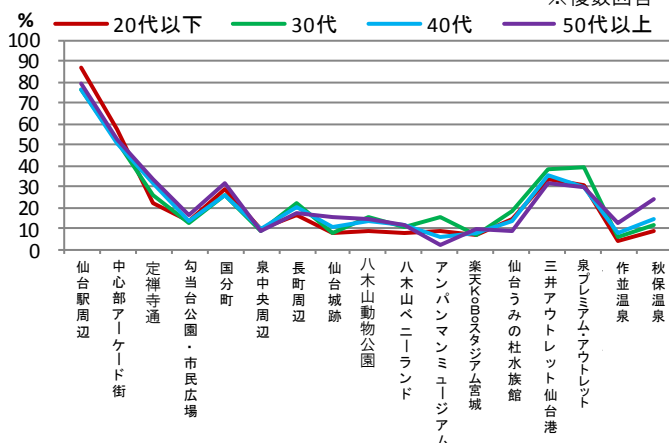
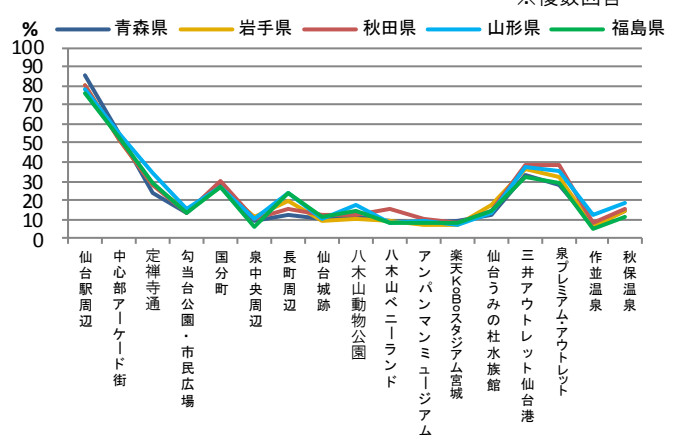


図7：県別・仙台市内の訪問地 ※複数回答



アーケード街が、岩手県は水族館が、秋田県はアウトレットやベニーランドが、山形県は定禅寺通や長町周辺、動

物公園が、福島県は長町周辺が、それぞれ他の県と比較して多くなっている。

## 来訪者の意識からみた市内各地の魅力

- 中心市街地と郊外商業施設は、大まかに言って同じような魅力を持ち、競合する関係が見られる
- 定禅寺通は街路空間を活用する文化・観光イベントが魅力となっている
- 本市全体では、国分町やレジャー施設、温泉なども含め、異なる魅力を持った多様な地区や施設がある

最後に、主な訪問地について、来訪者がどのような理由で訪問し(訪問先の機能や性能で得られる便利さや価値を尋ねる設問としている。以下「機能面」という)、どのような気分になれたか(以下「情緒面」という)、そして、その場所に行くことによってどのような自分を表現したいか・どのような自分になりたいか(以下「自己表現」という)、の3つの来訪者の意識を尋ねた結果を見てみる。

これらの3つに着目することにより、東北5県からの訪問者にとって、市内各地がどのような魅力や価値を有しているのかを多面的に見ることができる。

### ● 中心市街地と郊外商業施設

はじめに、アンケート調査の結果、最も楽しかった場所としての回答が比較的多い中心市街地と郊外商業施設に着目する【図8、9、10】。

機能面では、商業施設の集積が比較的少ない定禅寺通周辺を除き、大まかに言って折れ線グラフの形状が似通っており、各地ともに同様の魅力を有していることがわかる。範囲が重複する仙台駅周辺と中心部アーケード街は、各図において折れ線グラフが重なる項目が多くなっており、魅力の差別化ができておらず、競合関係にあると言える。

次に各地について、他の場所と比較して相対的にどのような特徴があるかを見ることにする。

仙台駅周辺と中心部アーケード街は、機能面では「いろいろなことを体験できる」と「知り合い、仲間に会える」が、情緒面では、「都会的な気分になれた」が、自己表現では、「新しい刺激が欲しい」がそれぞれ高くなっている。多くの来訪者で賑わっていることが影響しているものと考えられる。

アウトレットは、機能面で「いろいろなものを購入できる」が、情緒面で「気分転換になった」と「おしゃれな気分になれた」が、自己表現で「家族との時間を大切にしたい」と「流行に敏感でセンスがいい」、「おしゃれをしたい」が高くなっている。アウトレット特有の統一感のとれた街の雰囲気やクルマを気にせず家族で快適に1日過ごせることなどが影響していると考えられる。

長町周辺は、機能面で「地元の県では購入できない」と「みんなが楽しめる」が、情緒面で「都会的な気分になれた」と「ワクワクした」が、自己表現で「家族との時間を大切にしたい」が高くなっている。東北地方では他に存在しない店舗があることや1つのコンパクトな大規模商業施設の中で多様

な商品やサービスを購入・利用でき、家族と一緒に、あるいはそれぞれの好みで別行動して楽しめることが影響していると考えられる。

これらの中では集積する機能の構成が異なる定禅寺通周辺は、機能面で「地元の県では体験できない」と「話題になっている」、「興味がわいた」が、情緒面で「元気になった」や「リラックスした」、「非日常的な気分になれた」、「豊かな気分になった」、「文化的な気分になった」が、自己表現で「盛り上がりたいたい」が高くなっている。

図8: 中心市街地と郊外商業施設の訪問理由(機能面)

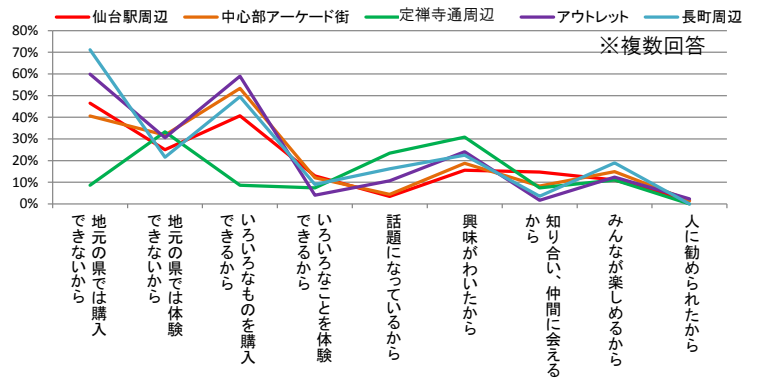


図9: 中心市街地と郊外商業施設の訪問で得られる気分(情緒面)

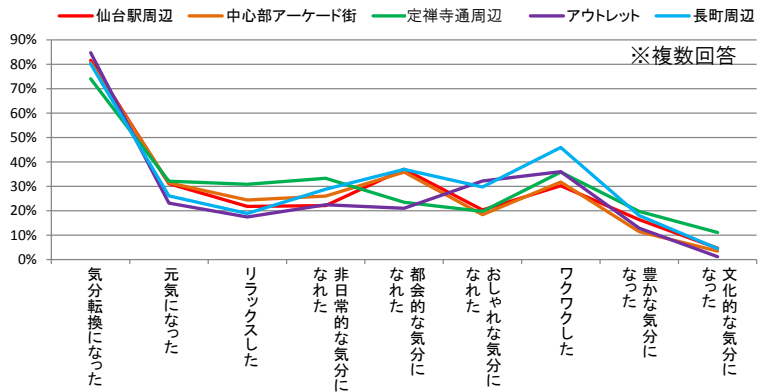
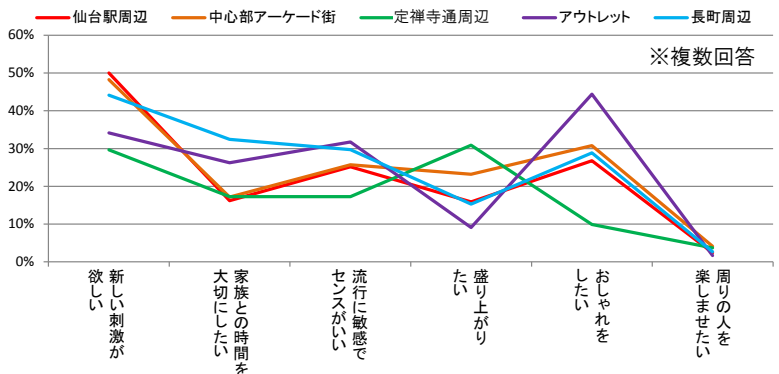


図10: 中心市街地と郊外商業施設の訪問でどんな自分になりたいか(自己表現)





定禅寺ストリートジャズフェスティバルやSENDAI光のペー  
ジェントなど街路空間を活用した文化・観光イベントの会  
場となっていることが影響していると考えられる。

● 他訪問地の特徴

以上グラフをお示した訪問地のほかに、特徴が見られ  
たところは次の通りである。

国分町は、機能面で「いろいろなことを体験できる」や  
「知り合い、仲間に出会える」、「いろいろな人に出会える」  
が、自己表現で「新しい刺激が欲しい」や「盛り上がりた  
い」、「友人との交際を大切にしたい」が高くなっており、  
歓楽街としての特徴を見ることができる。

仙台うみの杜水族館や仙台アンパンマンこどもミュージ  
アム&モール、八木山動物公園、八木山ベニーランド、  
楽天Koboスタジアム宮城などは、機能面で「地元の方で  
は体験できない」や「いろいろなことを体験できる」、「みん  
なが楽しめる」が、情緒面で「元気になった」や「ワクワクし  
た」が、自己表現では「家族との時間を大切にしたい」が  
高くなっている。楽天Koboスタジアム宮城は情緒面で「本

格感が味わえた」と、自己表現で「新しい刺激が欲しい」  
や「盛り上がりたい」も高くなっている。東北では唯一ある  
いは数少ない施設や、ファミリー層に人気の高い施設の  
特徴を見ることができる。

秋保温泉と作並温泉は、機能面で「みんなが楽しめる」  
が、情緒面で「リラックスした」や「贅沢感が味わえた」、  
「落ち着いた」、「豊かな気分になった」が、自己表現で  
「家族との時間を大切にしたい」や「自由でのびのびした  
い」が高くなっている。

以上見てきたとおり、本市全体で見れば、異なる魅力や  
立地条件を持って東北各県の方々をひきつける多様な  
地区や施設から構成されていることがわかる。機能や魅  
力が重複する地区や施設もあるが、様々な年齢層や地  
域に対して選択肢を提供できていると言うこともできる。  
この調査結果から、市内各地の個性を生かし、魅力を高  
めていくための多くの示唆が得られるものと考えている。

青木俊明氏(東北大学大学院准教授、専門分野:都市環境政策、中心市街地活性化)のコメント

● 中心市街地の仙台らしさを高めることの大切さ

調査結果では、東北地方の方が仙台のどこに、どんな  
魅力を感じて訪れているのかがよく分かります。全体的に  
は、もっとも多い訪問目的は郊外大型店での買い物であり、  
次いで中心市街地での買い物になっています(図  
1)。また、買い物の主たる目的地には、どの県からの訪  
問者も概ね郊外の大型店を挙げています(図3)。しか  
し、訪問地をみても、仙台駅周辺がもっとも多く、次  
いで中心部アーケード街になっています(図7)。このこ  
とは、他県からの訪問者は、主目的が郊外の大型店であ  
ったとしても、大部分が中心市街地にも訪れることを意味  
しています。つまり、他県からの訪問者を惹きつけるため  
には、中心市街地が非常に重要であることがわかります。

一般に、中心市街地の商圈の範囲は、その都市の地  
域内での中心性の高さや密接な関係があります。東北5  
県から多くの方が仙台の街なかを訪れているとすれば、  
仙台は東北の中心として認知されていると考えられます。  
このとき、中心性の高い都市であるためには、海外旅行  
で訪れるような“滅多に訪問できない街”ではなく、“少  
し特別な体験をしたいときにさほど気張らずに行ける街”  
として考えられていることが重要になります。

このような視点で仙台の中心市街地をみると、やや  
厳しい現実が見えてきます。旅客地域流動調査による  
と、平成26年までの10年間で、宮城を除く東北5県から宮  
城県への旅客数は2%増加し、東京都への旅客数は1%増  
えています。宮城県から東京都への旅客数にいたっては

約26%も増加しています。つまり、東北5県から宮城を訪  
れる旅行者の増加以上に、宮城から東京に流出する旅  
行客数が増えています。一方、仙台中心部の休日歩行  
者数は、この期間に仙台市の住民基本台帳人口が約5%  
増加しているにもかかわらず、上下動を繰り返しており、  
なんとか減少が抑えられている状況です(仙台市内中心  
部商店街の通行量調査)。さらに、本来、中心市街地でも  
もっとも高くなるべき高揚感が中心市街地で低いことも気  
になります(図9)。そのため、放置しておけば、仙台とい  
えども、中心市街地が衰退する可能性は否定できません。  
仮に衰退が実感された場合には、東北は広い意味で  
の東京圏になり、仙台がその中心として地位を取り戻すこ  
とは難しいでしょう。

本調査では、仙台と東京の魅力の相違や差の大きさは  
わかりません。しかし、訪問者が感じている魅力要因を高  
めることや、低評価の部分の改善することはできます。前  
者の例としては、中心市街地の空間整備が挙げられま  
す。“杜の都”の代表格である定禅寺通りを文化的空間と  
して整備することや、街なかにおける自動車が主役の空  
間を減らすこと、全国チェーンではない“地元仙台の店”  
を増やすことなどは、街なかの魅力を高めるため、訪問  
者の増加が期待できます。一方、後者の例としては、文  
化的イベントを増やすことなどが考えられます。そして、い  
ま以上に歩いて楽しい街なかになったとき、“東京の代わ  
り”ではなく、“仙台でなければダメ”という人が増え、仙台  
は名実ともに“東北の都”になるのではないのでしょうか。

【アンケート調査の概要】 調査時期：平成28年2月、調査方法：ウェブ調査、調査内容：本市来訪目的や訪問地、楽しかった場所と理由  
など、調査対象者：東北5県在住で、2015年にビジネス以外の目的で仙台市に来訪実績のあるウェブ調査登録  
モニター2,917人(12歳～20代、30代、40代、50代以上の各年齢階層×性別×5県の40グループ毎に約70人)

【編集・発行】 仙台市まちづくり政策局政策企画部政策企画課  
〒980-8671 仙台市青葉区国分町3-7-1 電話 022-214-1268 FAX 022-214-8037  
ホームページ: <http://www.city.sendai.jp/machizukuri-kakuka/shise/koho/koho/dai2go.html>