

SenTIAマーケティングレポート
「令和5年度仙台市観光実態調査」編
【速報版】

2024年3月27日
(公財) 仙台観光国際協会

「令和5年度仙台市観光実態調査」とは

仙台観光の実態やニーズについて、マーケティングリサーチ会社の株式会社マクロミルに委託し調査したもので、マクロミルモニタを対象にアンケート調査*を行い分析し、100ページの報告書としてまとめています。

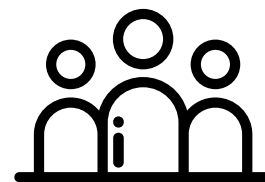
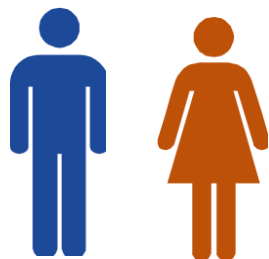
*P4に調査概要を掲載

本レポートは、この報告書から特筆すべき内容を抜粋し、SenTIA独自の視点を加えて再構成したものです。調査を行った株式会社マクロミルの分析、見解とは異なる場合もあります。

目次

◆ 調査概要	P4
・回答者プロフィール	P5
◆ 調査結果概要	P6
・仙台の観光指標結果一覧	P7
・東北の観光指標結果一覧	P8
◆ 観光指標の結果	P9
・仙台観光	P9
・東北観光	P15
◆ 仙台および東北の観光実態	P19
◆ 消費額最大化の方向性確認 — セグメント整理	P23
◆ 総括と考察	P27

調査概要



調査手法 : オンライン定量調査

調査対象 : マクロミルモニタ 男女20-79歳

調査会社 : 株式会社マクロミル

調査時期 : 2024年1月19日～1月30日

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

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

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

対象者条件/サンプルサイズ（スクリーニング調査 ※以下「SCR」）

人口を調査地域×性年代構成比にあわせて
20,000ssで分析

対象者条件/サンプルサイズ（本調査）

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

調査票URL (Pass : 8CQIvsuY)

<SCR>

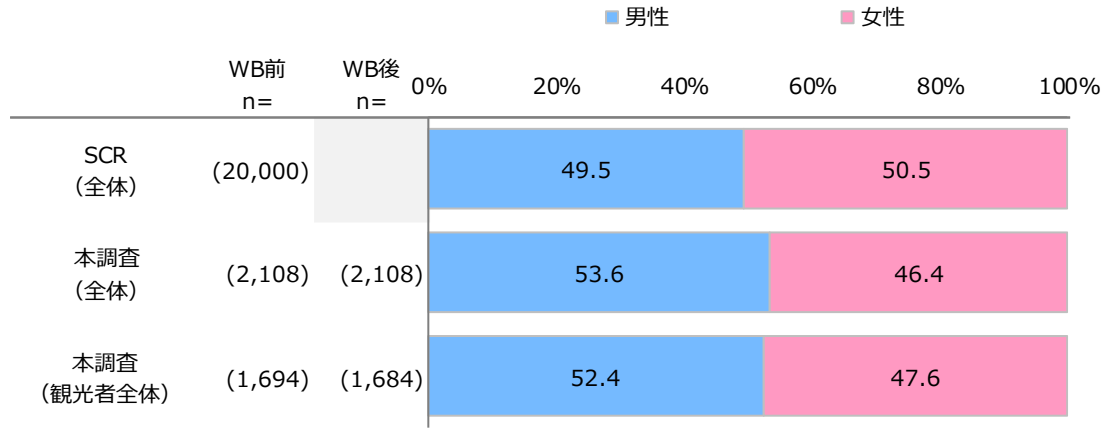
<https://www.macromill.com/airs/exec/smartPvRLAction.do?rid=1213137&k=4d6dbb8d4c>

<本調査>

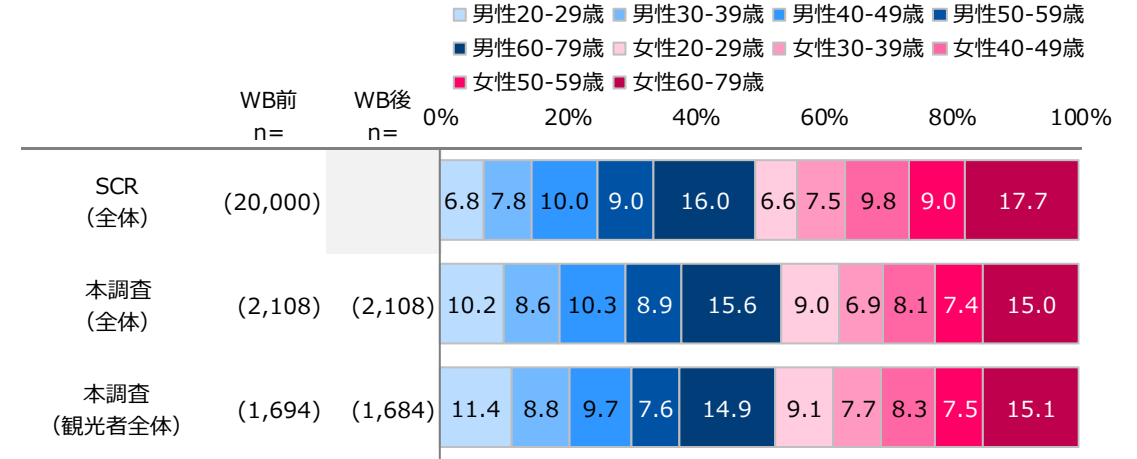
<https://www.macromill.com/airs/exec/smartPvRLAction.do?rid=1214424&k=cce08c3d9e>

回答者プロフィール

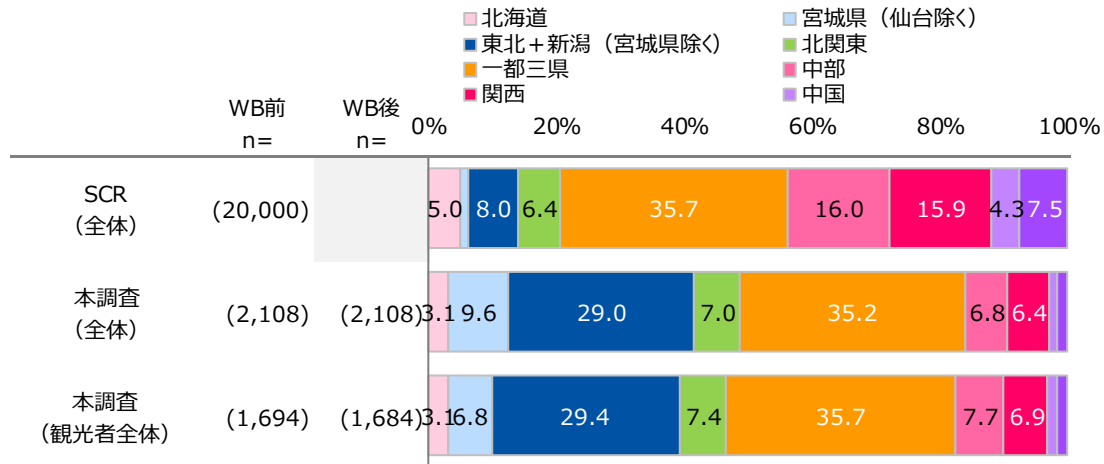
性別



性年代別

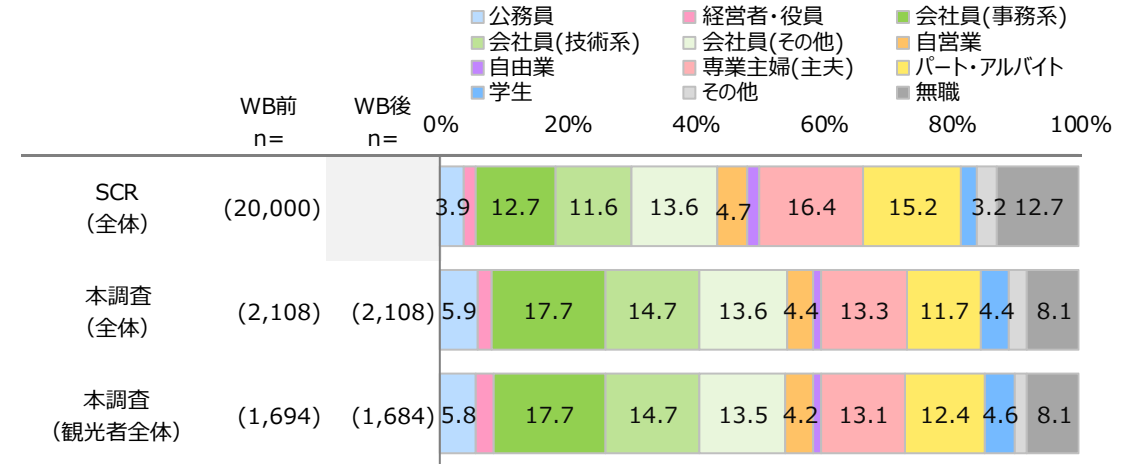


居住地



※3%未満のスコア非表示

職業



※3%未満のスコア非表示

調查結果概要

仙台の観光指標の結果一覧（2022年結果との比較）

- 2023年の仙台訪問者は増加。新規層比率が高い北海道・中部以西からの訪問者が増えており、令和5年度に仙台市が実施した宿泊促進キャンペーン「仙台トク旅」等の影響もあったものと考えられる。結果としてリピーター比率は若干低下したものの、新たな層の取り込みができた。
- 総合満足度は3.8pt上昇。特に「自然景観」に対する評価が上がっている。再訪意向は変化なし。
- 観光消費額は前年比110%。物価高騰の影響は少なからずあると思われるが、新規層の獲得により宿泊率が増加した可能性も。

		2023年結果		2022年結果
市場全体	2023年訪問率 …市場全体における、仙台へ2023年に訪問した人の割合	5.9%	+0.6pt	5.3%
	観光経験率 …市場全体における、過去に仙台観光の経験がある人の比率	25.3%	-0.8pt	26.1%
	リピーター比率 …上記観光経験者に占める、リピーターの比率	52.9%	-1.8pt	54.7%
仙台観光者	総合満足度 …2023年に仙台訪問時に観光した人の、総合満足度（Top2）※	76.0%	+3.8pt	72.2%
	再訪意向 …2023年に仙台訪問時に観光した人の、再訪意向（Top2）※	63.0%	差分なし	63.0%
	観光消費額 …2023年に仙台訪問時に観光した人の、1人あたり消費単価	34,889円	+3,199円 (前年比110%)	31,690円

※Top2とは、「とても満足」「満足」のことを指します。

東北の観光指標の結果一覧

- ▶ 東北観光経験者に占める仙台観光経験者の比率は72.3%（P16参照）、また仙台観光経験者の市外観光率は66.7%といずれも高いことから、**仙台は東北に訪れる際に重要なスポット**だと考えられる。
- ▶ 仙台を含めた東北観光の再訪意向は、仙台単体のスコアより3.7pt高いことから、**東北広域観光は仙台への誘客において重要なポイントのひとつ**だと推察できる。

市場全体	観光経験率 …市場全体における、過去に東北観光の経験がある人の比率	35.0%
	リピーター比率 …上記観光経験者に占める、リピーターの比率	72.0%
東北観光者	市外観光率 …2023年に仙台市外の地域にも観光をした人の比率	66.7%
	総合満足度 …2023年に市外の地域にも観光した人の、市外も含めた観光の総合満足度（Top2）	74.1%
	再訪意向 …2023年に市外の地域にも観光した人の、仙台を含めた東北観光の再訪意向（Top2）	66.7%
	宿泊率/複数泊率 …2023年に市外の地域にも観光した人の、宿泊率全体/2泊以上宿泊率	94.3%/58.9%

仙台単体のスコアより
3.7pt高い

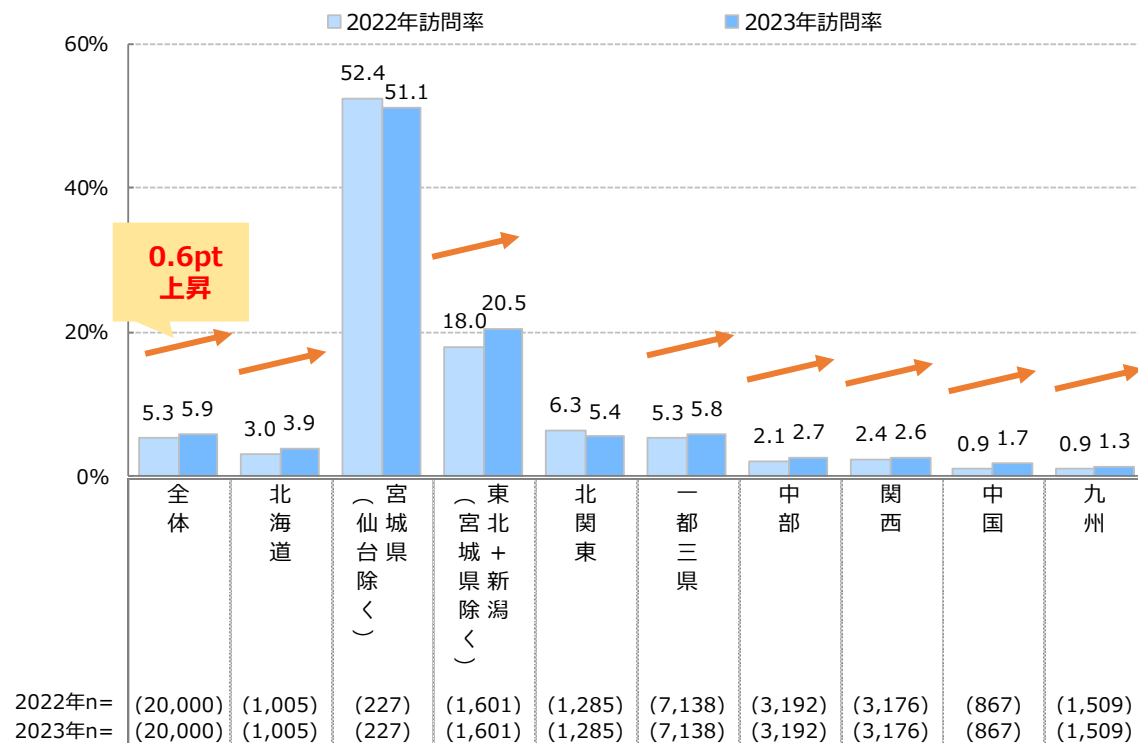
観光指標の結果 — 仙台観光

直近1年間の仙台訪問実態

- ▶ 2022年の仙台訪問率は全体で5.3%、2023年の仙台訪問率は全体で5.9%で**0.6pt上昇**。（前年比にすると**110%**）
- ▶ 北海道・中部以西の遠方エリアでは全体的に訪問率が上昇傾向だったが、宮城/東北+新潟/関東（相対的近隣エリア）からの訪問者のシェア率は79.4%と、昨年より2.2pt低下。

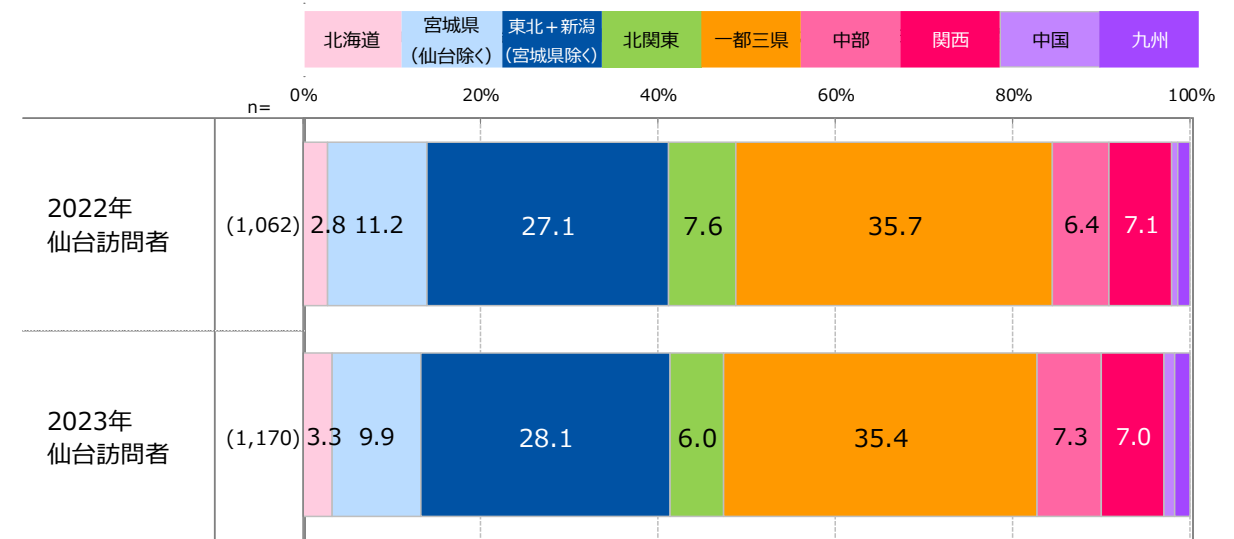
仙台への直近1年間の訪問率（居住地別）

※ベース：全体



仙台訪問者の居住地シェア率

※ベース：全体



※2%未満のスコア非表示

「宮城県(仙台除く)」+「東北+新潟」+「関東」

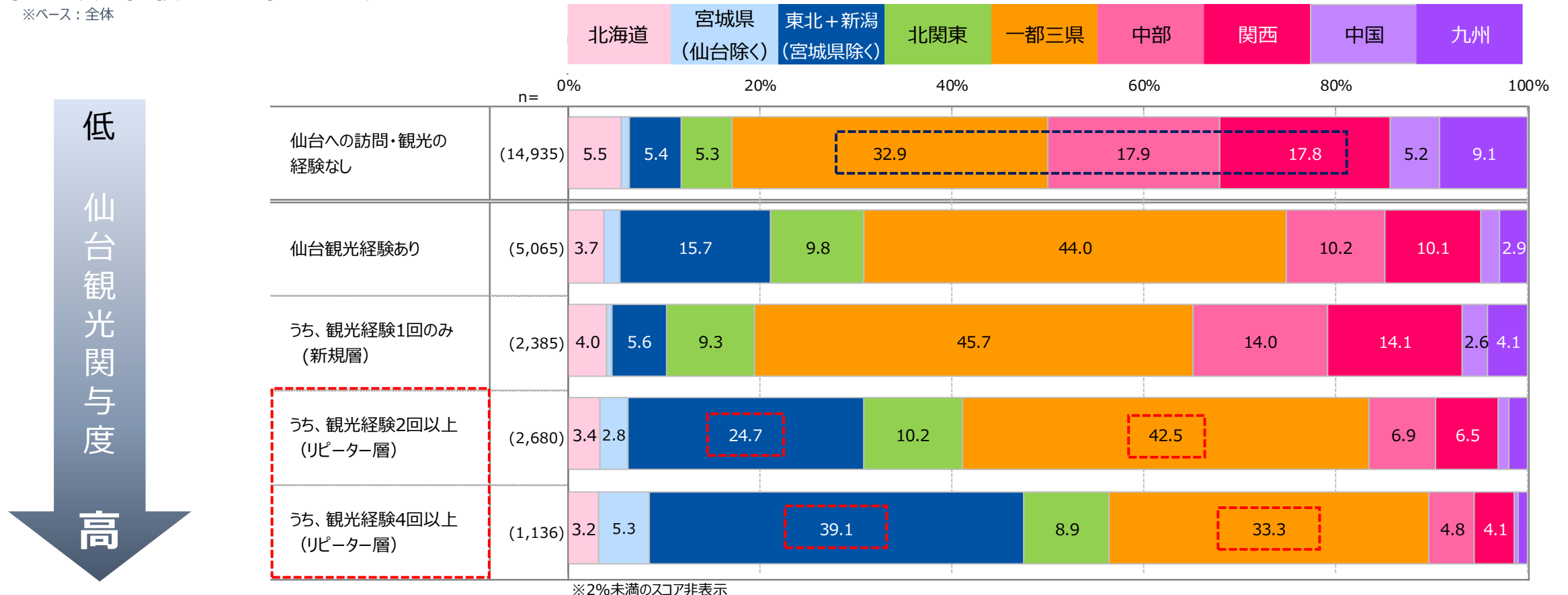
⇒ **79.4%** (2022年のスコア -2.2pt)

関与度別の居住地シェア率

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

仙台観光経験別の居住地シェア率

※ベース：全体



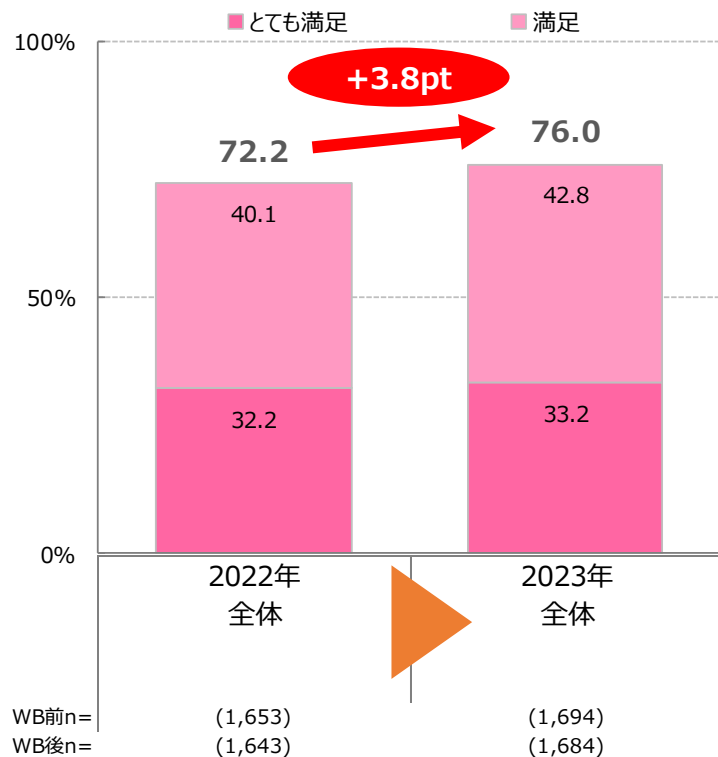
SQ2S1/S3. 以下の地域へ訪問経験について、あなたにあてはまるものをそれぞれすべて選択してください。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含まれます。(MA)
SQ3S2. 以下の地域へ観光を目的とした訪問経験がある方にお聞きます。あなたがこれまでに、それぞれの地域に観光を目的として訪問した回数を選択してください。【仙台】(SA)

総合満足度・再訪意向・観光消費額

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

総合満足度

※ベース：仙台観光者



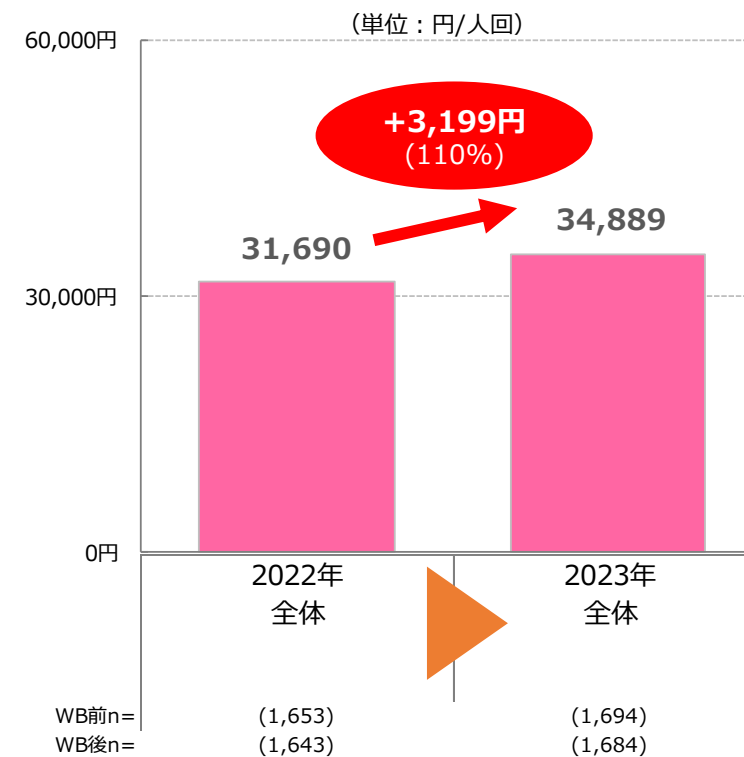
再訪意向

※ベース：仙台観光者



観光消費額（単価）

※ベース：仙台観光者



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

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

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

※グループの場合は1人あたりに換算してお答えください。（SA）

観光消費額（単価）

- ▶ 観光消費額を項目別にみると、「宿泊費」「飲食費」の前年比が特に高い。物価高の影響だけではなく、後述する宿泊率の上昇も寄与したと考えられる。
- ▶ 居住地別にみると、特に前年比が高いのは北関東と中国で、これらのエリアは宿泊・飲食の項目に限らず全体的に前年比が高い。

仙台市内の観光消費額（単価）

※ベース：仙台観光者

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

*n数は2023年のみ掲載

前年比（2023年/2022年）

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

※100%以上/110%以上/120%以上のそれぞれの段階に応じて色付け

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

宿泊率

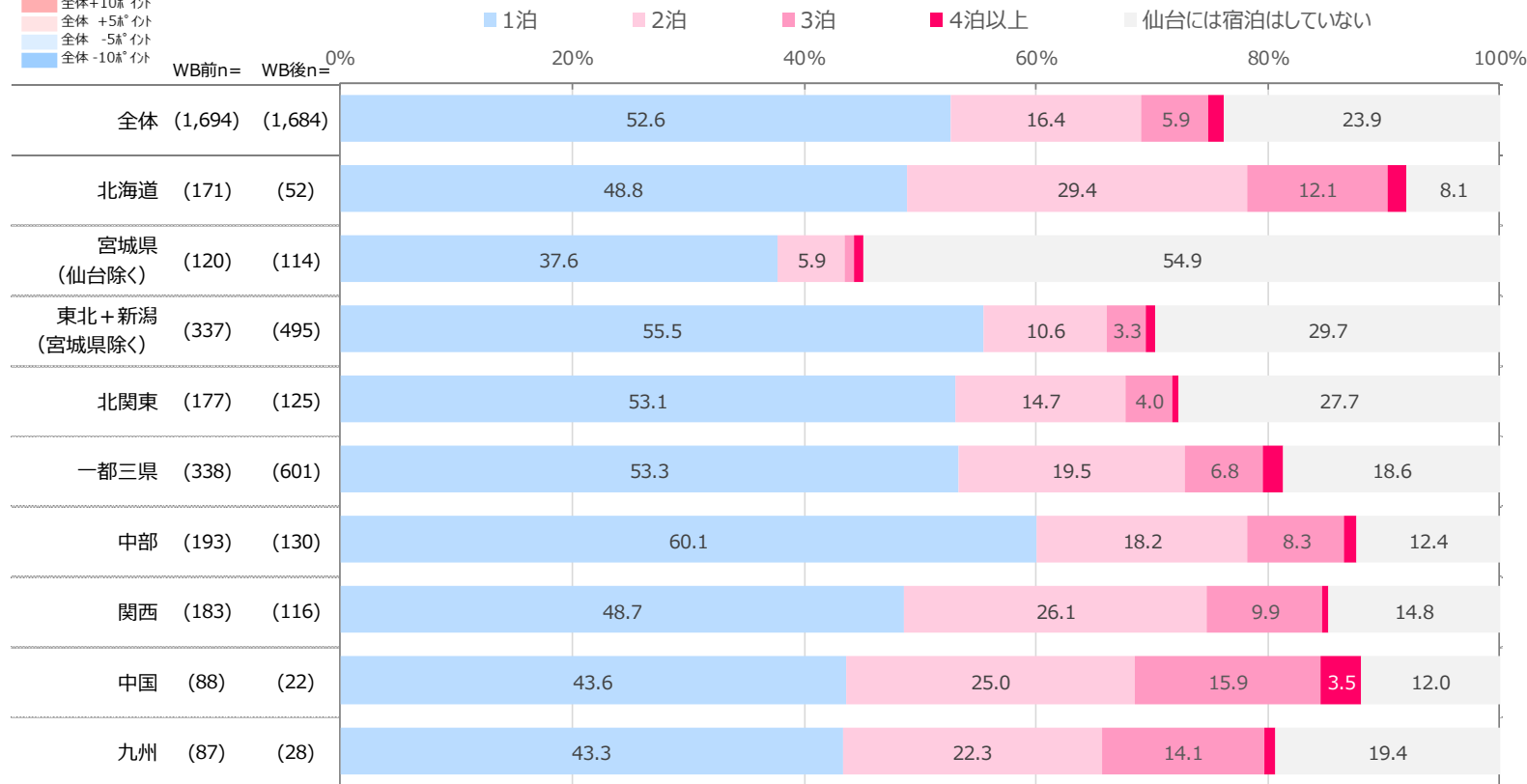
- ▶ 全体でみた宿泊率は76.1%。(昨年と聴取方法は異なるが)スコアは5.1pt上昇し、前頁の消費額向上に影響を与えたか。
- ▶ 居住地別にみると、仙台への宿泊率や2泊以上の宿泊率が高いのは、**北海道・一都三県以西**のエリア。宿泊や延泊による単価の向上が狙いやすい可能性がある。

仙台市内の宿泊率

※ベース：仙台観光者

n=30以上の場合
[比率の差]

全体+10%↑
全体+5%↑
全体-5%↓
全体-10%↓



宿泊率・計	宿泊率 (2泊以上)
76.1	23.5
91.9	43.1
45.1	7.5
70.3	14.8
72.3	19.2
81.4	28.1
87.6	27.6
85.2	36.6
88.0	44.5
80.6	37.2

※2023年と2022年では聴取方法が異なるため、参考として掲載

2023年-2022年 差分		
宿泊率・計	宿泊率 (1泊のみ)	宿泊率 (2泊以上)
5.1 pt	7.9 pt	-2.9 pt
9.9 pt	12.6 pt	-2.7 pt
22.1 pt	20.9 pt	1.2 pt
10.5 pt	11.7 pt	-1.2 pt
6.3 pt	3.9 pt	2.4 pt
-2.3 pt	1.9 pt	-4.3 pt
5.6 pt	11.8 pt	-6.2 pt
3.9 pt	9.0 pt	-5.1 pt
10.1 pt	7.5 pt	2.7 pt
6.8 pt	7.0 pt	-0.2 pt

*n数は2023年のみ掲載

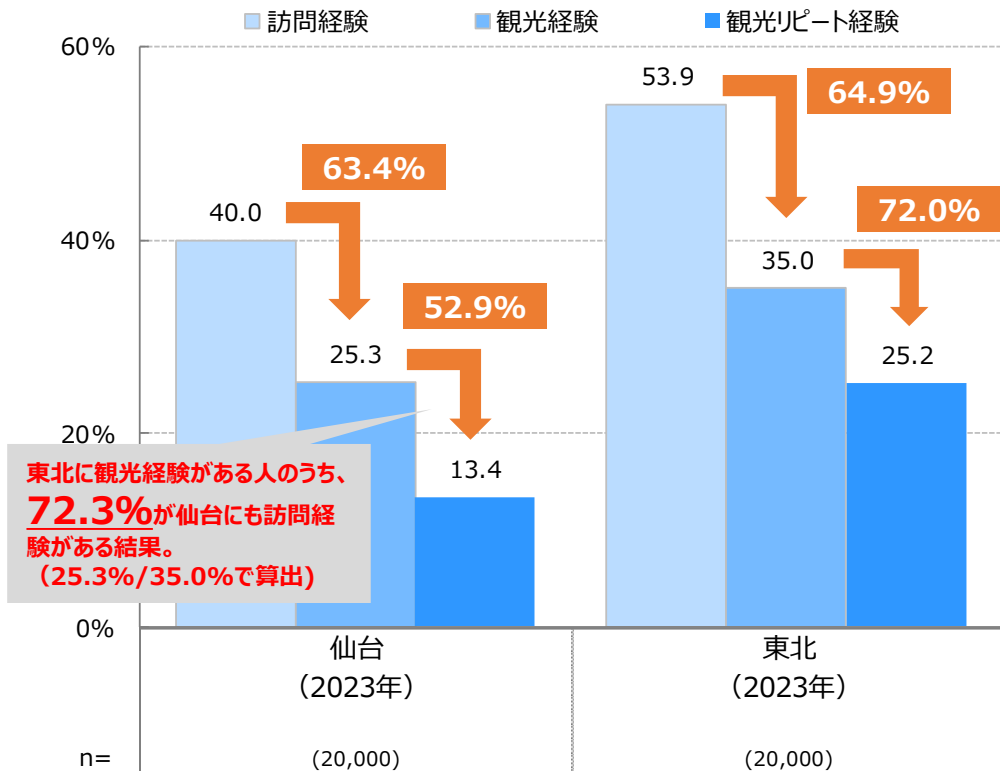
観光指標の結果 — 東北観光

観光ファネル（東北）

- 全体の東北訪問経験率は53.9%、観光経験率は35.0%。
東北訪問者のうち72.3%は仙台にも訪問しており、**仙台を入りに東北観光する可能性が高い。**
- 観光経験や観光レポート経験が豊富なのは、東北エリア内、もしくは近い場所に位置する北関東・一都三県のエリア居住者。

東北への訪問率,観光経験率,観光レポート経験率

※ベース：全体



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

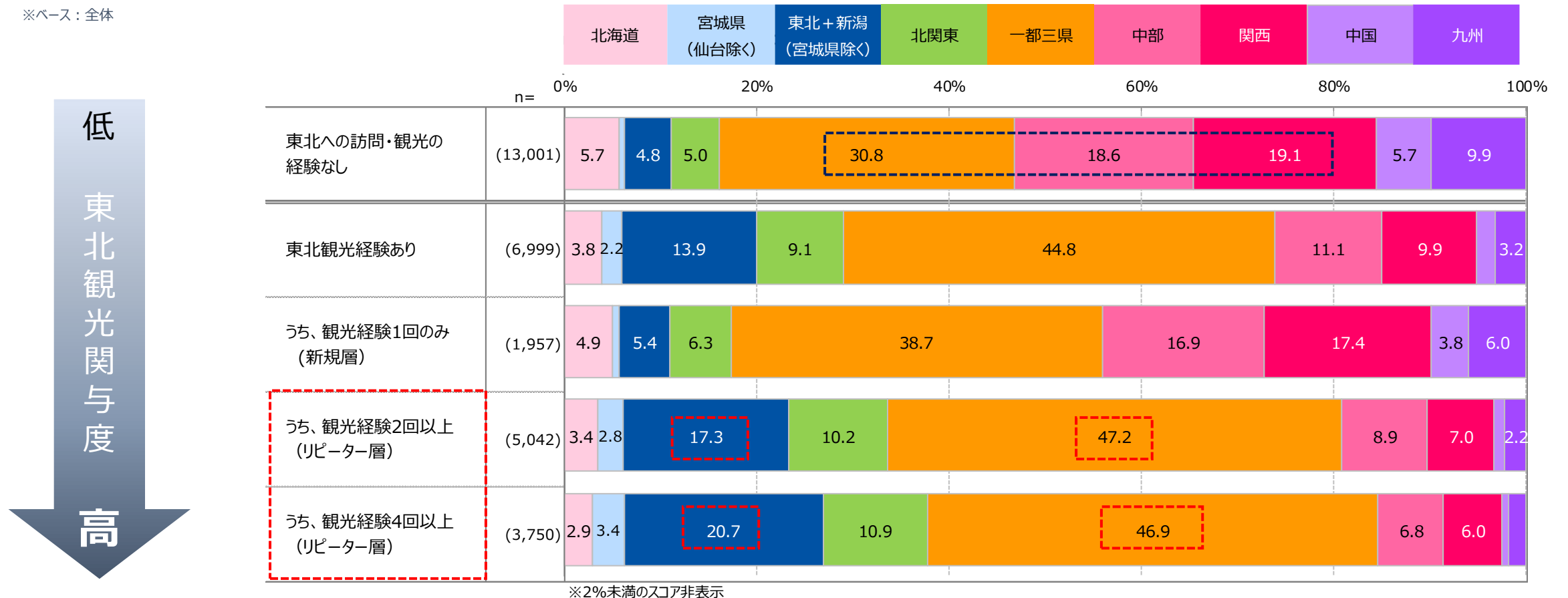
SQ4S1/S3. 以下のエリアへ訪問経験について、あなたにあてはまるものをそれぞれすべて選択してください。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含まれます。(MA) SQ5S2. 以下のエリアへ観光を目的とした訪問経験がある方にお聞きします。あなたがこれまでに、それぞれのエリアに観光を目的として訪問した回数を選択してください。【東北地方】(SA)

関与度別の居住地シェア率

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

東北関与度別の居住地シェア率

※ベース：全体



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

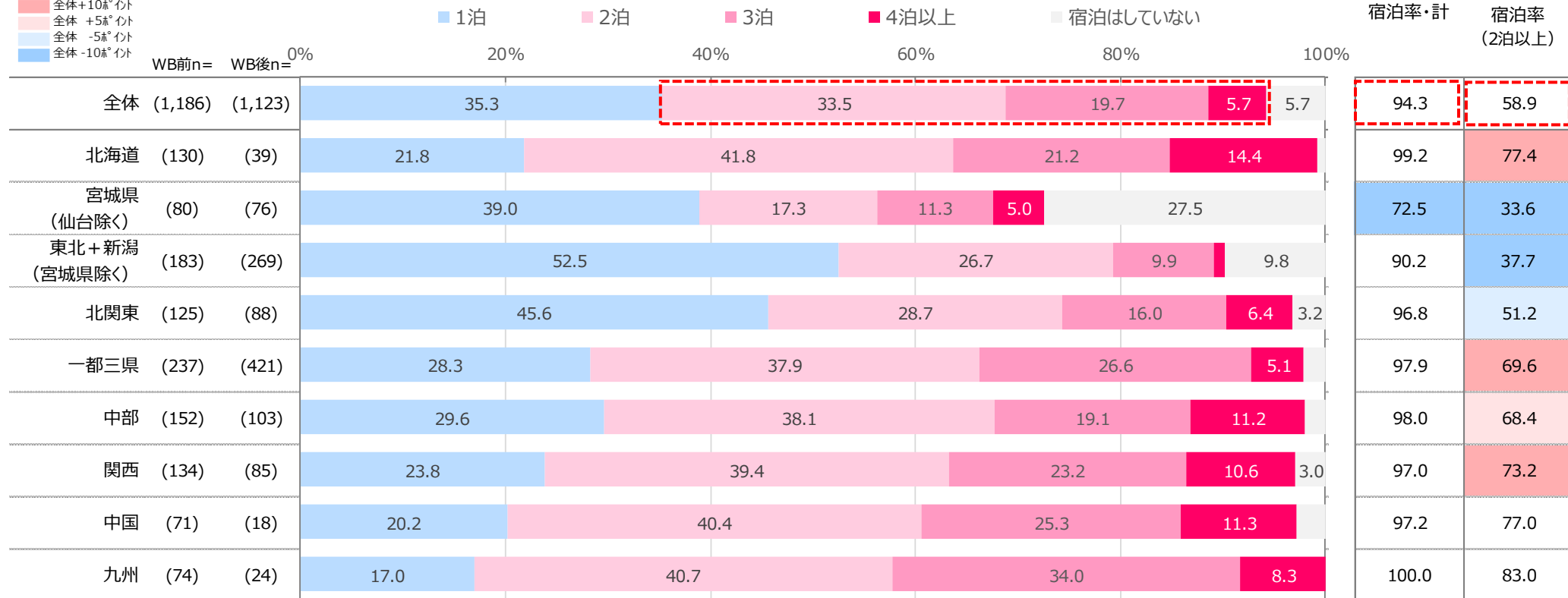
宿泊率

- ▶ 東北観光者全体の宿泊率は94.3%。ほぼ全員が宿泊しており、また2泊以上の宿泊者も58.9%と多い。仙台を起点とした広域観光を促進することで、宿泊率向上や延泊につながれると推察。

宿泊率

※ベース：東北観光者（仙台以外の地域に訪問者）

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



※3%未満のスコア非表示

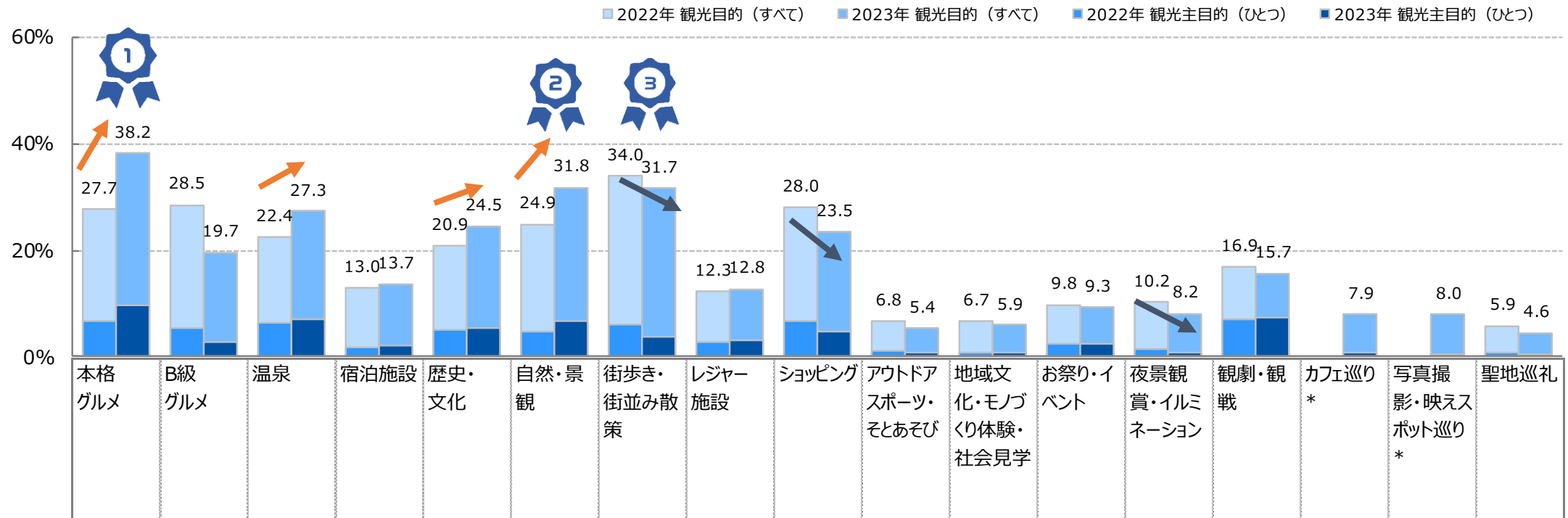
仙台および東北の観光実態

観光目的・テーマ -1

- 全体で最もスコアが高いのは、「**本格グルメ**」で38.2%。（昨年の聴取では明記していなかったが、今年度は牛たんを「本格グルメ」と分類した結果）
- 続くのは「**自然・景観**」「**街歩き・街並み散策**」でそれぞれ3割以上。「**自然・景観**」については昨年より7ptスコアが高く、**自然を体験できる場所へのニーズが向上している可能性がある**。（ショッピング・街歩き・夜景観賞といった都心で体験できることスコアはやや低下）

仙台への観光目的・観光のテーマ

※ベース：仙台観光者



*2022年非聴取

2022年調査との差分（「2023年 観光目的 (すべて)」-「2022年 観光目的 (すべて)」）

+0.5pt	+8.8pt	+4.9pt	+0.7pt	+3.6pt	+7.0pt	-2.3pt	+0.4pt	-4.6pt	-1.4pt	-0.8pt	-0.5pt	-2.0pt	-1.2pt	-	-	-1.3pt
--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	---	---	--------

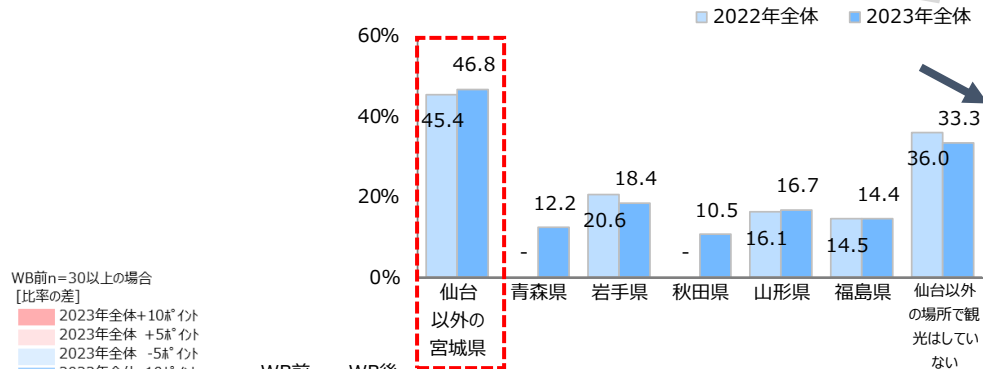
市外訪問場所

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

仙台市外で訪問した県

※ベース：仙台観光者

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



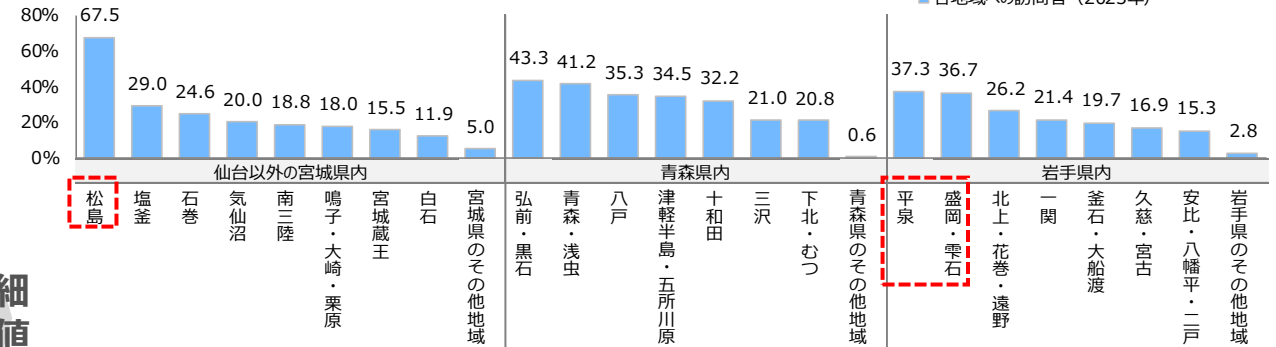
WB前n=30以上の場合
 【比率の差】
 2023年全体+10%以内
 2023年全体+5%以内
 2023年全体-5%以内
 2023年全体-10%以内

	WB前 n=	WB後 n=	2022年全体 (%)	2023年全体 (%)	2022年全体+10%以内	2023年全体+5%以内	2023年全体-5%以内	2023年全体-10%以内
2022年全体	(1,653)	(1,643)	45.4	46.8	*			
2023年全体	(1,694)	(1,684)	46.8	46.8				
北海道	(171)	(52)	56.3	14.7	22.0	11.9	18.5	14.7
宮城県(仙台除く)	(120)	(114)	52.4	5.0	15.7	4.2	19.1	12.5
東北+新潟(宮城県除く)	(337)	(495)	35.9	5.9	9.2	4.7	12.5	8.0
北関東	(177)	(125)	47.4	10.8	15.8	9.6	17.5	21.4
一都三県	(338)	(601)	48.8	15.1	22.5	13.3	16.6	16.6
中部	(193)	(130)	60.1	19.2	24.3	14.5	19.2	21.2
関西	(183)	(116)	53.5	19.2	26.8	18.0	20.8	14.8
中国	(88)	(22)	56.7	24.3	27.5	22.2	29.6	22.4
九州	(87)	(28)	55.1	20.4	39.4	21.4	26.1	25.8

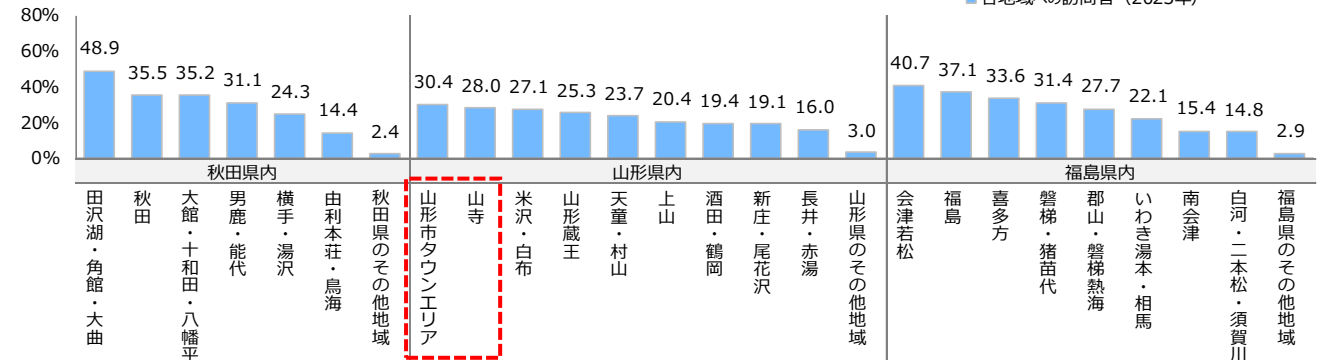
* 昨年非聴取

仙台市外で訪問した地域(詳細)

※ベース：仙台以外の県に訪問者(県ごとの訪問者ベース)



※各カテゴリ毎に「各地域への訪問者(2023年)」スコアで降順ソート



※各カテゴリ毎に「各地域への訪問者(2023年)」スコアで降順ソート

Q7S1. 以降このアンケートでは、あなたが【Q4の選択内容】を目的として、【Q6の選択内容】に「仙台」に訪問した時のことをお聞きます。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)

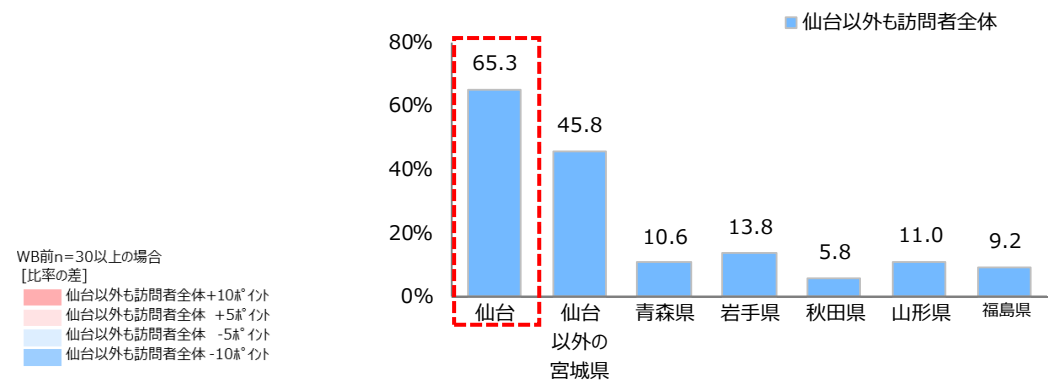
Q8. あなたが【Q6の選択内容】に「仙台」を訪れた際に、仙台以外で観光した地域を選択してください。(MA)

観光における仙台の主目的度

- ▶ 仙台以外の地域に訪問した人のうち、**仙台を観光の主目的地域とした人は65.3%**。
- ▶ 県をまたいだ観光（特に北東北への訪問）になると仙台の主目的率は下がるが、仙台を主目的とした観光をしている人のほうが、東北観光の総合満足度・再訪意向が高く、**仙台を介在させることで東北観光の促進につながる可能性がある。**

観光における仙台の主目的率（2つまで選択）

※ベース：東北観光者（仙台以外の地域に訪問者）



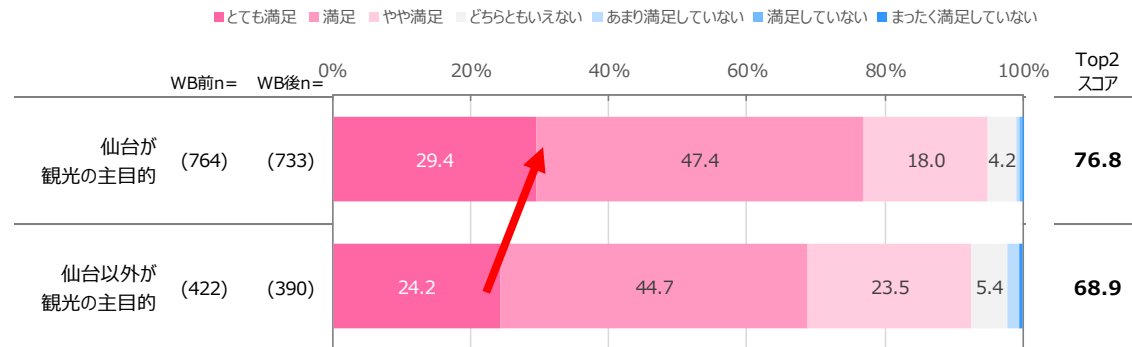
WB前n=30以上の場合
【比率の差】

- 仙台以外も訪問者全体 +10% 以内
- 仙台以外も訪問者全体 +5% 以内
- 仙台以外も訪問者全体 -5% 以内
- 仙台以外も訪問者全体 -10% 以内

	WB前 n=	WB後 n=	仙台	仙台以外の宮城県	青森県	岩手県	秋田県	山形県	福島県
仙台以外も訪問者全体	(1,186)	(1,123)	65.3	45.8	10.6	13.8	5.8	11.0	9.2
仙台以外の宮城県	(841)	(788)	65.5	65.3	5.6	10.0	3.6	6.1	5.5
青森県	(232)	(205)	51.9	27.9	58.0	15.1	12.7	7.1	6.7
岩手県	(346)	(310)	50.1	34.4	21.0	49.9	10.9	7.4	5.3
秋田県	(201)	(177)	42.3	27.3	31.5	21.5	36.8	12.6	6.3
山形県	(310)	(281)	57.2	27.2	12.3	13.6	9.5	44.0	11.1
福島県	(269)	(242)	60.9	34.6	9.3	11.5	5.4	13.9	42.8

東北観光の総合満足度

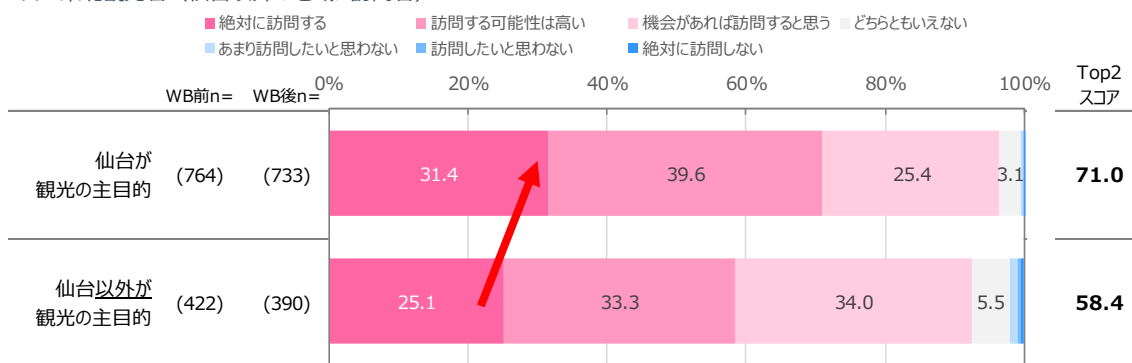
※ベース：東北観光者（仙台以外の地域に訪問者）



※3%未満のスコア非表示

東北観光の再訪意向

※ベース：東北観光者（仙台以外の地域に訪問者）



※3%未満のスコア非表示

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

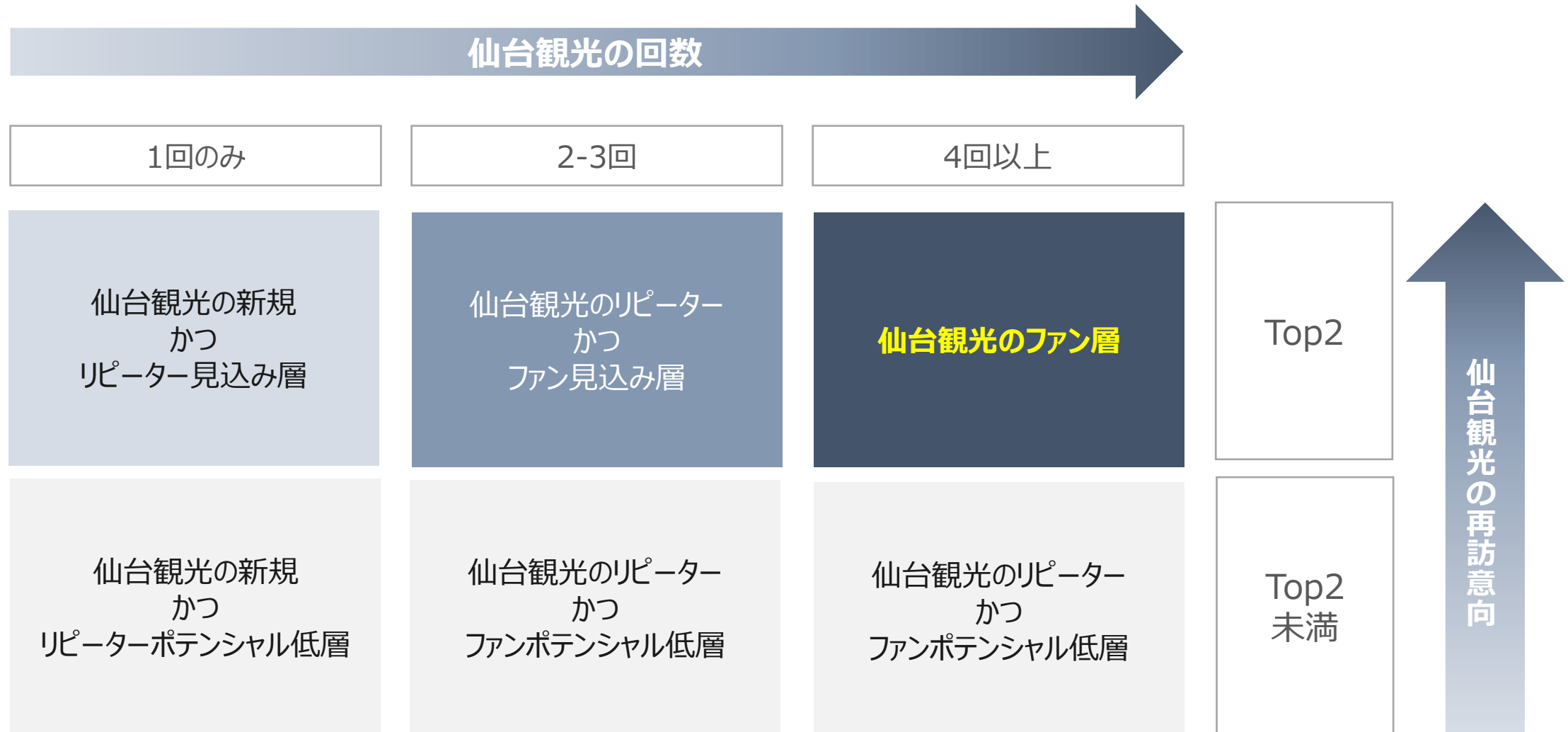
Q23. あなたは今回の「東北地方を周遊した観光」について、総合的にどの程度満足しましたか。最もお気持ちに近いものを選択してください。（SA）

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

消費額最大化の方向性確認 — セグメント整理

【補足】観光客セグメンテーション

以降の2ページは、2023年の仙台観光客を以下6つにセグメンテーションして、満足度や消費額を確認
(各セグメントに記載している「○○層」はイメージ像となるため、実際のセグメントと記載した像が一致しない可能性がある点は注意)



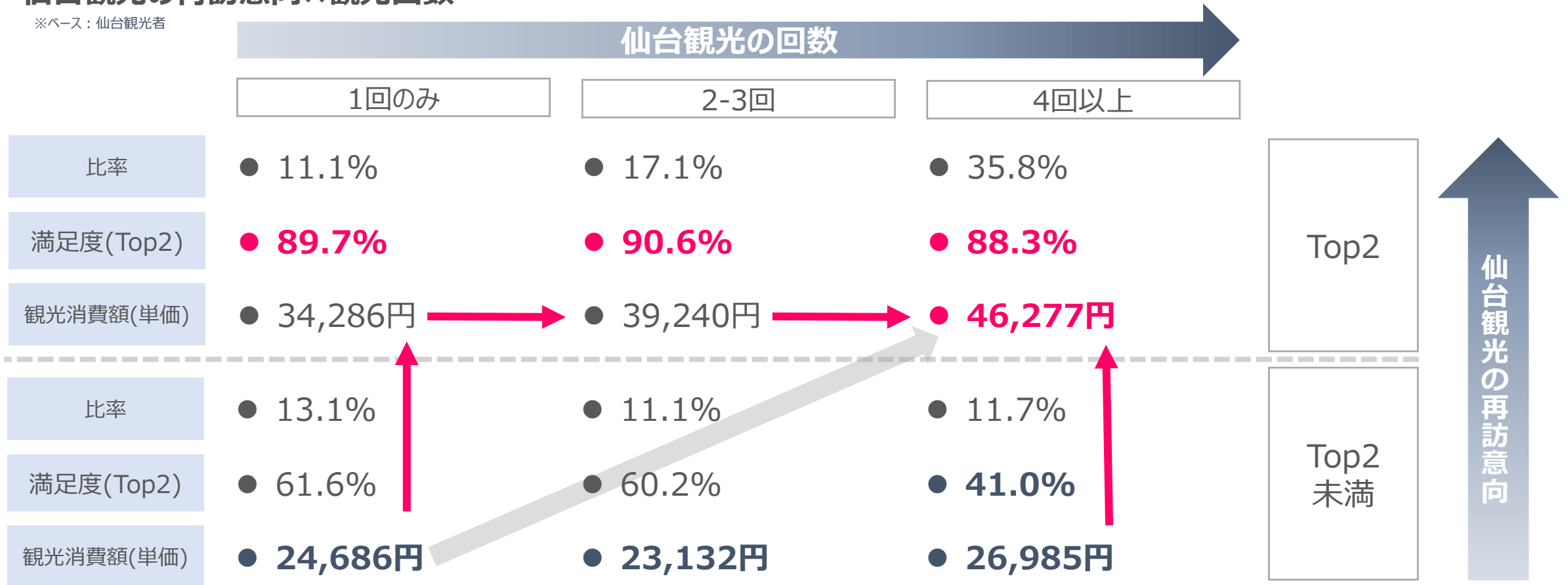
観光客セグメンテーション

- 右上のセグメント（仙台への関与度が最も高い層）へ向かうにつれて、**観光消費額は向上**。（左下と比較すると2万円以上の差）
- 再訪意向が高い層は満足度Top2も9割前後と高いことから、満足度向上に向けた対策の検討が再訪意向上昇に向けて肝要。

仙台観光の再訪意向×観光回数

※ベース：仙台観光者

仙台観光の回数



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

観光客セグメンテーション -2

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

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

再訪意向×観光回数

※ベース：仙台観光者

※文字色を薄くしているのは、n=30未満（参考値）のセグメント

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

仙台観光の
再訪意向

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

仙台観光の
再訪意向

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

仙台観光の
再訪意向

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

仙台観光の
再訪意向

総括と考察

総括と考察 - 仙台観光実態を踏まえた方向性仮説

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

サマリー

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

総括と考察 – “消費額最大化”観点でのセグメント整理

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

- 目下の課題として『リピーター獲得』が優先と考えると、ターゲットは「宮城、東北+新潟」「一都三県」と考察。
(リピーターは消費額(単価)が高い結果がみられること、新規観光客は獲得コスト(費用・時間)がかかりやすい点を踏まえて)

観光消費額と関連する指標 (仮説)

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

SenTIAのデジタルマーケティングと賛助会員制度のご案内

SenTIAでは、仙台市と共同で観光動向を把握しながら、データに基づいた観光施策を展開すべく、デジタルマーケティングに取り組んでいます。

その一環で、

- **仙台観光動向レポート（年2回）**：仙台市観光DMPをはじめ、複数のサービスなどを活用し、仙台の観光動向を分析
- **SenTIAマーケティングレポート**：テーマやトレンドに合わせて各種データを分析
などを発行しています。

レポートへのご感想・ご意見、気になるデータや調査希望のテーマがございましたらぜひお寄せください。

賛助会員の皆様には、詳細な分析を行った会員限定版のレポートや各種レポートを閲覧いただけるほか、コンベンションカレンダーや観光パンフレット提供などの特典がございます。

賛助会員は随時募集しています。

詳しくは、当協会ホームページ(<https://www.sentia-sendai.jp/>)か、下記お問合せ先までご連絡ください。

【お問合せ先】（公財）仙台観光国際協会 総務企画課企画広報係（022-268-6263 / info@sentia-sendai.jp）