

**平成 2 7 年度仙台市観光客動態調査
報告書**

仙台市

目 次

1. 調査目的	1
2. 主要調査実施概要	1
3. WEB アンケート調査結果	2
4. 交流地点におけるアンケート調査	11
5. 経済波及効果の推計	23
6. 分析結果の概要	25
7. 観光施策の方向性に関する提言	27

1. 調査目的

仙台市域外から仙台市を訪れる観光客をはじめビジネス客、イベントでの来訪客及びショッピング客、外国人観光客などの旅行者の旅客流動や消費性向などの実態の把握を行い、その結果を分析するほか、仙台市の観光業界をとりまく環境等の実態を把握し、交流人口拡大に資する戦略、市が実施する観光施策の方向性の構築の基礎とすることを目的とした。

2. 主要調査実施概要

2 - (1) WEB アンケート調査

ターゲット市場居住者の市内の観光資源の認知、来訪経験・来訪意向、イメージ等、各種観光資源の受容性等を詳細に把握することにより、仙台市観光のターゲット層の確認、ターゲットニーズから見た観光資源の再検証、ターゲット層に有効なコミュニケーション手法等、仙台市における今後の施策展開の戦略的資料とすることを目的に実施した。

調査対象	対象都道府県に居住している 20～69 歳までの男女個人で直近 1 年間で宿泊を伴う国内旅行の経験がある方 <調査圏域> ①首都圏(東京・埼玉・千葉・神奈川) ②東北(青森・秋田・仙台市以外の宮城県・岩手・山形・福島) ③北海道 ④北関東(茨城・群馬・栃木) ⑤中部(愛知・三重・岐阜・静岡) ⑥関西(大阪・京都・奈良・兵庫)
調査手法	インターネット調査
有効回答数	4,000 件
調査期間	平成 27 年 9 月 11 日(金)～平成 27 年 9 月 17 日(木)

2 - (2) 交流地点におけるアンケート調査

仙台市来訪者を対象に、市内での流動や旅行行動、消費性向、仙台市観光の満足度等について詳細に把握し、仙台市の現状の観光施策の課題を抽出するとともに、リピーター獲得に向けた施策展開の方向性を導出するための戦略的資料とすることを目的とした。

調査対象	調査地点を訪れた観光客(ビジネス客も含む)で、仙台市およびその周辺に立ち寄った方(仙台市内居住者は除く) <調査地点> ①仙台駅(西口ペDESTリアンデッキ周辺) ②高速バス乗り場(宮城交通仙台高速バスセンター) ③仙台空港(出発ロビー) ④東北自動車道・菅生パーキングエリア(上り) ⑤仙台城跡 ⑥松島(県立自然公園松島) ※仙台駅、仙台空港では訪日外国人調査も実施
調査手法	調査員による対面聞き取り調査
有効回答数	1,602 件

調査期間	夏期：平日：平成 27 年 9 月 28 日（月）、30 日（水）、 休日：平成 27 年 9 月 23 日（水祝）、26 日（土）、27 日（日） 秋期：平日：平成 27 年 11 月 18 日（水）、20 日（金）、25 日（水）、 休日：平成 27 年 11 月 22 日（日）、29 日（日）
------	---

【回収数】

	有効回収数	夏期		秋期		(件)	
		平日	休日	平日	休日		
全体	1,602	774	383	391	828	341	487
仙台駅（国内票）	251	111	58	53	140	67	73
高速バス乗り場	261	117	56	61	144	76	68
仙台空港（国内票）	229	106	41	65	123	44	79
菅生 P A	222	115	72	43	107	48	59
仙台城跡	256	126	59	67	130	54	76
松島	219	114	63	51	105	26	79
仙台駅（国外票）	56	30	13	17	26	7	19
仙台空港（国外票）	108	55	21	34	53	19	34

3. WEB アンケート調査結果

3 - (1) WEB アンケート調査結果概要

ターゲット市場居住者の旅行ニーズ

- 「直近一年間での国内旅行の主な目的」は、「温泉」48%、「自然・景観観光」44%、「リラックス・休養」40.5%、「歴史・文化観光」29.8%となっている。
- 年代別の特徴では「温泉」、「自然・景観観光」と答えている割合が 60 代で全体より高く、「リラックス・休養」と答えている割合が 20～40 代女性で全体より高くなっている。地域別の特徴では、首都圏において、「リラックス・休養」と答えている割合が全体より高い。

仙台市のイメージ

- 仙台市の情緒イメージ調査によると、「歴史がある」52.6%、「伝統がある」38.0%、「文化的な」25.6%、「落ち着いた」20.8%、と歴史ある古都という情緒的なイメージが全体より高くなっている。一方で割合が低いものとしては「刺激的」1.4%、「変化のある」2.1%、「団体・グループでの旅行向き」2.3%など、若いグループ層やファミリーが好むような刺激的な観光地というイメージではない。
- 仙台市の観光資源のイメージ調査によると、「美味しい食べ物・飲み物がある」53.8%、「美しい自然や景勝地に恵まれている」43.0%、「伝統的文化がある」28.5%、と美味しい食べ物と自然、そして伝統的な文化を楽しめる場所というイメージが全体より高くなっている。一方で割合が低いものとしては「魅力的なアトラクションがある」1.2%、「魅力的なパッケージ旅行が多い」1.3%、「アクティビティが豊富」1.4%など、体験ものなどのアトラクションについては全くと言ってよいほどイメージが無い。

来訪経験者の満足度並びに来訪未経験者の意向

- 来訪経験者全体の 78.4%が満足したと評価しており、「とても満足した」は 25.5%となっている。
- 来訪未経験者全体の 77.1%が来訪意向を示しており、20.3%が「ぜひ訪問してみたいと思う」との意向を示している。男女とも年代が低い層ほど積極的意向者が多い。

3 - (2) WEB アンケート調査結果詳細

対象者プロフィール

【性・年代別内訳】

	合計	男性	女性
合計	4,000	2,000	2,000
20代	800	400	400
30代	800	400	400
40代	800	400	400
50代	800	400	400
60代以上	800	400	400

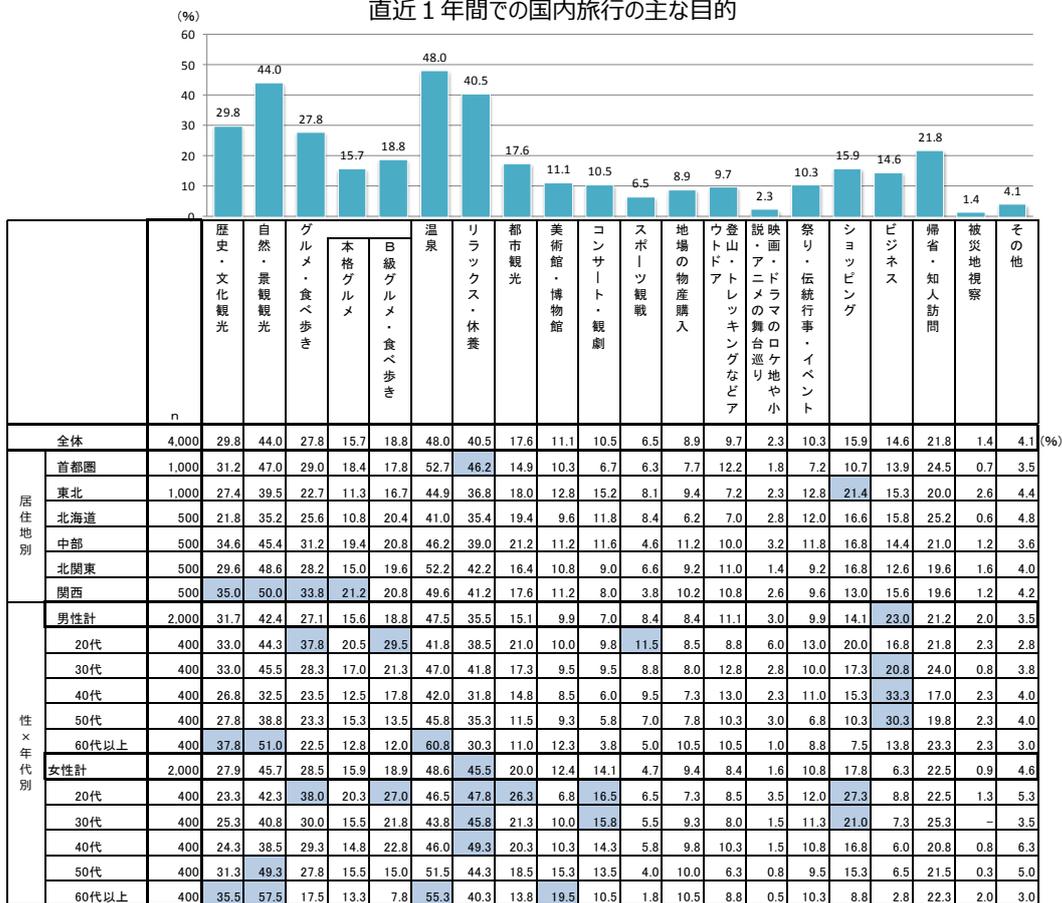
【居住地別内訳】

	首都圏	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県		
合計	n 1,000	17.1	12.1	42.8	28.0		(%)
東北		青森県	秋田県	岩手県	宮城県 仙台市以外	山形県	福島県
北海道	n 1000	17.6	13.7	15.6	13.8	15.3	24.0
北海道	n 500	100.0					
北関東		茨城県	栃木県	群馬県			
北関東	n 500	45.4	26.4	28.2			
中部		愛知県	三重県	岐阜県	静岡県		
中部	n 500	57.2	11.2	11.6	20.0		
関西		大阪府	京都府	奈良県	兵庫県		
関西	n 500	45.0	13.6	8.2	33.2		

直近 1 年間で国内旅行の主な目的

- ▶ 全体では、「温泉」48.0%が最も多く、以下「自然・景観観光」44.0%、「リラックス・休養」40.5%、「歴史・文化観光」29.8%、「帰省・知人訪問」21.8%の順となっている。
- ▶ 居住地別の傾向を見ると、首都圏では「リラックス・休養」46.2%、東北では「ショッピング」21.4%、関西では「自然・景観観光」50.0%、「歴史・文化観光」35.0%、「本格グルメ」21.2%等が全体の結果を大きく上回っている。
- ▶ 性年代別の傾向を見ると、60代以上の男女で「温泉」、「自然・景観観光」、「歴史・文化観光」が多く見られる他、20～40代女性では「リラックス・休養」がトップとなっている。
- ▶ 20代女性では、「B級グルメ」、「都市観光」、「ショッピング」等も全体を大きく上回っている。

直近 1 年間で国内旅行の主な目的



※ 全体を5ポイント以上上回る値

仙台市のイメージ

- 情緒イメージとしては、「歴史がある」52.6%が最も多く、「伝統がある」38.0%、「文化的な」25.6%、「落ち着いた」20.8%、「親しみのある」16.9%と続く。
- 観光資源イメージとしては、「美味しい食べ物・飲み物がある」53.8%が最も多く、「美しい自然や景勝地に恵まれている」43.0%、「伝統的文化がある」28.5%、「観光スポットが豊富」20.6%と続く。

仙台市の情緒イメージ（全体）

歴史のある	52.6	楽しい	7.3	彼氏・彼女との旅行向き	3.2 (%)
伝統がある	38.0	おしゃれな	6.8	開放的な	3.1
文化的な	25.6	友人と2～3人での旅行向き	6.6	男性向き	3.1
落ち着いた	20.8	心が豊かになる	6.3	広告をよく見る	2.8
親しみのある	16.9	洗練されている	5.8	国際的な	2.4
あたたかみのある	12.9	清潔な	5.7	団体・グループでの旅行向き	2.3
心地よい・くつろげる	12.7	話題性がある	5.6	変化のある	2.1
大人向き	10.9	個性がある	5.4	刺激的な	1.4
シニア向き	9.8	若者向き	4.9	その他	1.9
夫婦旅行向き	9.8	明るい	4.5	特になし	15.3
活気がある	8.3	女性向き	4.2		
気軽な	7.9	一人旅向き	4.1		

仙台市の観光資源イメージ（全体）

美味しい食べ物・飲み物がある	53.8	楽しいイベント・行事・祭り等が開かれる	12.3	趣味や工芸などの体験が楽しめる	1.9 (%)
美しい自然や景勝地に恵まれている	43.0	首都圏からのアクセスが良い	9.1	アウトドアスポーツが楽しめる	1.5
伝統的文化がある	28.5	魅力的な料理店やレストランがある	9.0	アクティビティが豊富	1.4
観光スポットが豊富	20.6	観光地の人達が親切	6.7	魅力的なパッケージ旅行が多い	1.3
史跡が豊富	17.0	世界遺産がある	5.1	魅力的なアトラクションがある	1.2
町並みが美しい	15.6	魅力的な宿泊施設がある	4.5	その他	0.6
魅力的な・買いたい商品(お土産など)がある	14.5	美術館・博物館など文化施設が豊富	4.4	特になし	16.7

仙台市の観光資源の認知状況

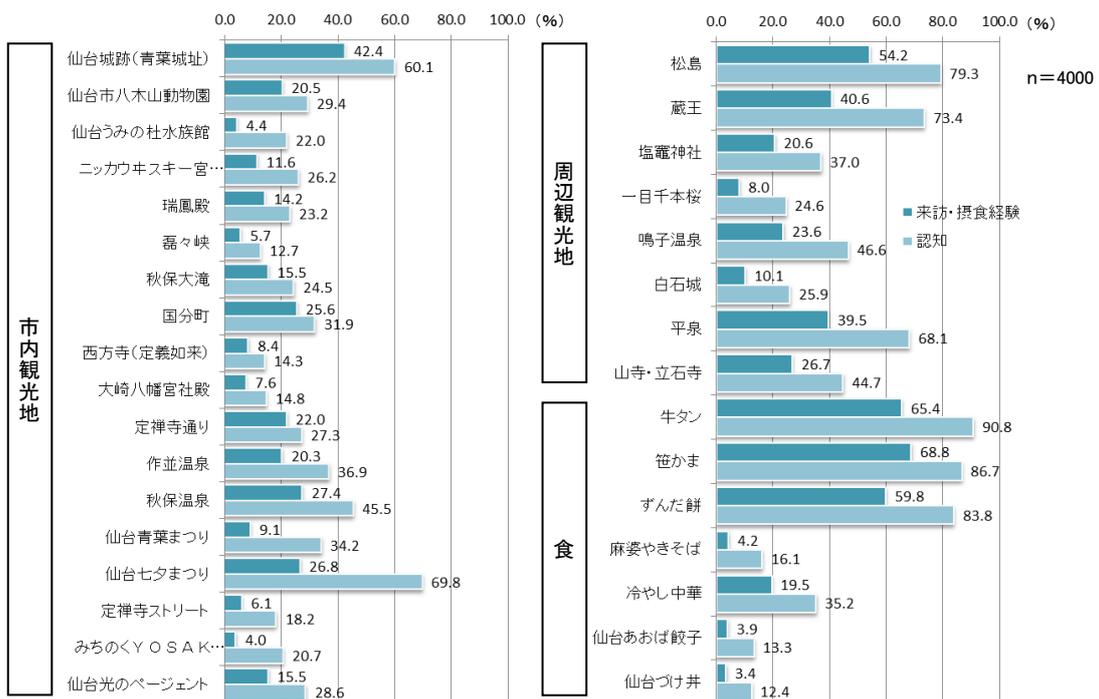
- ▶ 仙台市と聞いて思い浮かぶ場所・モノ・コトは「牛タン」が 1,834 件と突出している。
- ▶ 「伊達政宗」、「仙台城跡（青葉城址）」、「七夕」、「笹かまぼこ」、「松島」、「ずんだ」等が挙げられているものの、2 位の「伊達政宗」でも 23.8%と、全体的に仙台市と観光資源のイメージが結びついていないことが窺える。

仙台市と聞いて思い浮かぶ場所・モノ・コト 回答項目内容（上位 15）

全体				来訪意向あり			
順位	項目	件数	割合 (%)	順位	項目	件数	割合 (%)
1	牛タン(店舗名含む)	1,834	45.9	1	牛タン(店舗名含む)	1,224	46.1
2	伊達政宗/伊達	951	23.8	2	伊達政宗/伊達	732	27.6
3	青葉城(跡・址・公園)/仙台城/護国神社	884	22.1	3	青葉城(跡・址・公園)/仙台城/護国神社	727	27.4
4	七夕	654	16.4	4	七夕	520	19.6
5	笹かまぼこ	351	8.8	5	笹かまぼこ	281	10.6
6	松島/瑞巖寺	242	6.1	6	松島/瑞巖寺	211	7.9
7	ずんだ(餅/シェイク/ソフト 他)	219	5.5	7	ずんだ(餅/シェイク/ソフト 他)	175	6.6
8	震災/被災/3.11/復興/地震/津波/災害 等	189	4.7	8	萩の月	155	5.8
9	東北楽天ゴールデンイーグルス/コボスタ	183	4.6	9	東北楽天ゴールデンイーグルス/コボスタ	140	5.3
10	萩の月	176	4.4	10	杜の都/青葉/社 等のキーワード	128	4.8
11	杜の都/青葉/社 等のキーワード	162	4.1	11	広瀬川	118	4.4
12	広瀬川	142	3.6	12	震災/被災/3.11/復興/地震/津波/災害 等	100	3.8
13	買い物/ショッピング/アウトレット(特定の商業施設名を含む)	84	2.1	13	買い物/ショッピング/アウトレット(特定の商業施設名を含む)	83	3.1
14	定禅寺通り/ケヤキ並木/青葉通り 等	80	2.0	14	定禅寺通り/ケヤキ並木/青葉通り 等	70	2.6
15	東北大学等大学/学園都市	70	1.8	15	東北大学等大学/学園都市	60	2.3

- ▶ 購入・摂食経験は、「笹かま」68.8%、「牛タン」65.4%、「ずんだ餅」は 59.8%が購入・摂食の経験があり、認知率も高い。「冷やし中華」は東北居住者の 34.4%、首都圏は 18.4%が購入・摂食の経験がある。
- ▶ 観光地への来訪経験は、「仙台城跡（青葉城址）」42.4%、「秋保温泉」27.4%、「仙台七夕まつり」26.8%、「国分町」25.6%の順となっており、「仙台城跡（青葉城址）」、「仙台七夕まつり」以外の認知率は全体的に低い。

仙台市やその周辺の観光資源認知/来訪状況

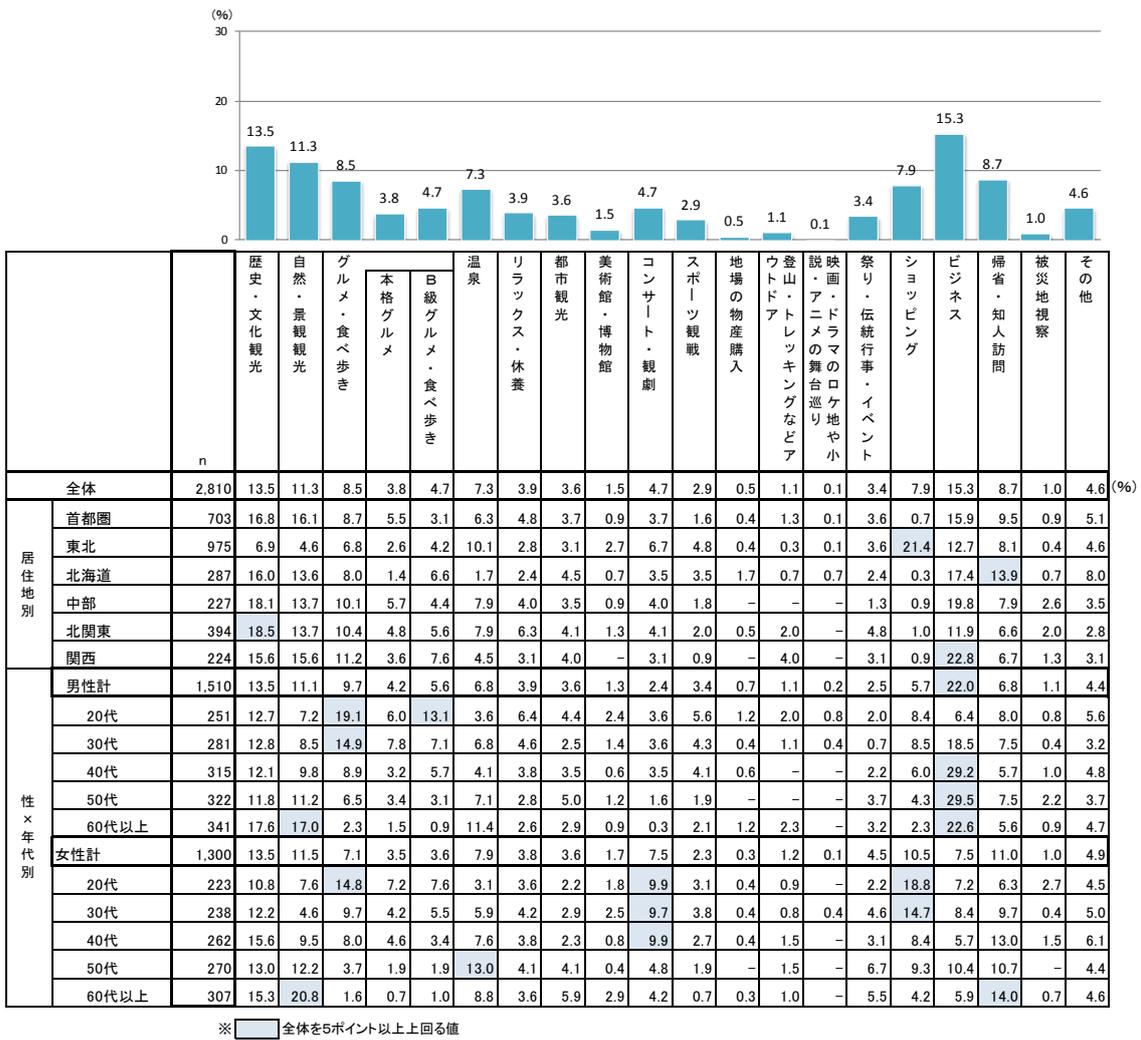


来訪経験者の意向

来訪経験者の主目的

- 「ビジネス」15.3%が最も多く、「歴史・文化観光」13.5%、「自然・景観観光」11.3%、「帰省・知人訪問」8.7%、「ショッピング」7.9%、「温泉」7.3%と続く。
- 性年代別では、男性 30 代以上では「ビジネス」、男性 20 代では「B 級グルメ・食べ歩き」、女性 20～30 代では「ショッピング」、女性 20～40 代では「コンサート・観劇」が多い。男女共に 60 代以上では「自然・景観観光」が多い。

来訪経験者の主目的



仙台市への来訪回数

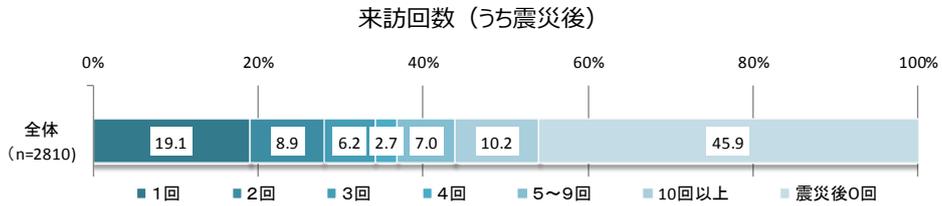
- 「10 回以上」27.3%、「1 回」24.7%、「2 回」17.9%、「5～9 回」12.8%となっている。

仙台市への来訪回数



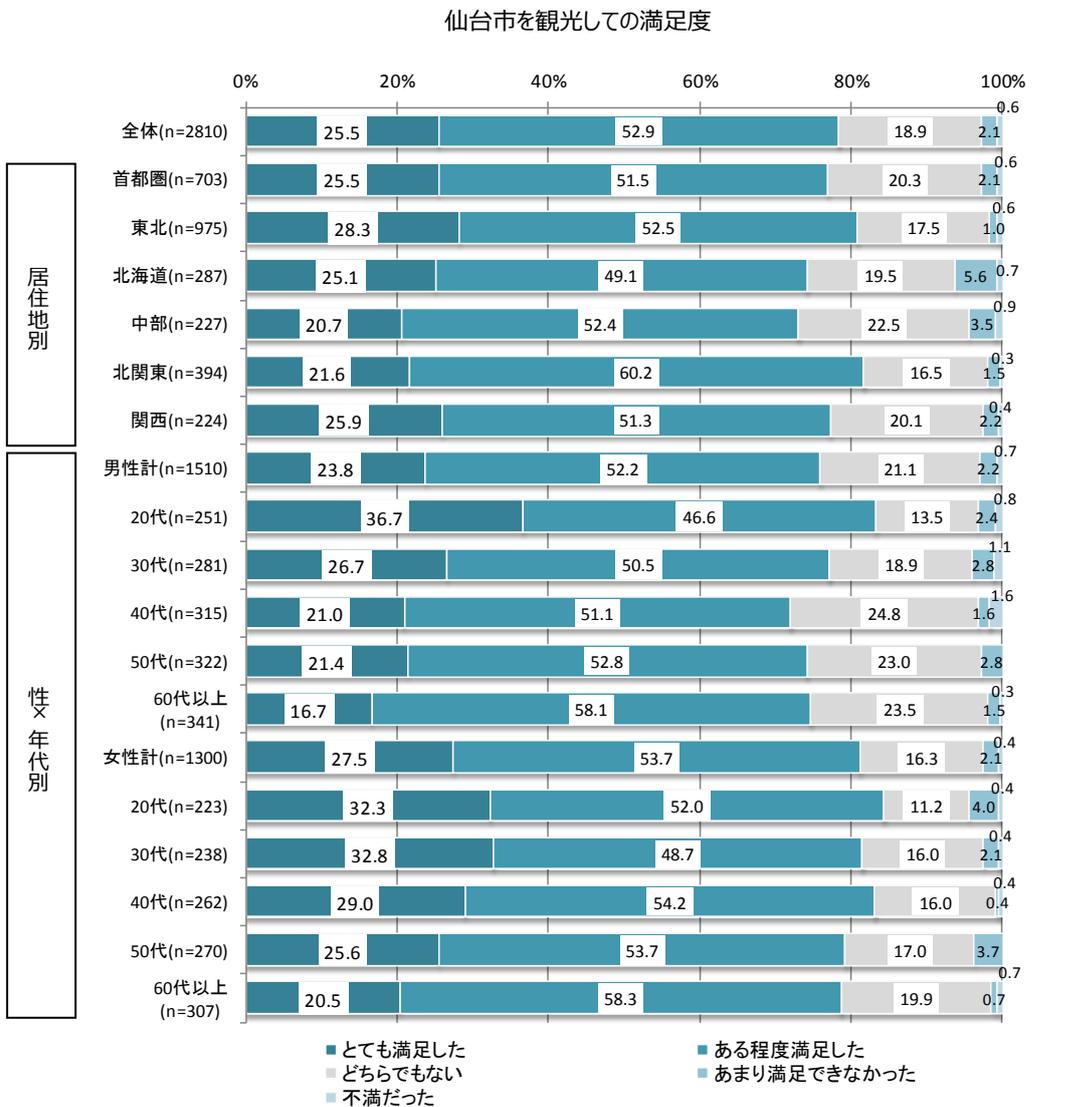
【うち震災後】

- 「1回」19.1%、「2～4回」17.8%、「5～9回」7.0%、「10回以上」10.2%となっている。
- 震災後の訪問0回は5割弱。



仙台市を観光しての満足度

- 居住地別の評価に大きな差は見られず、来訪経験者全体の78.4%が満足と評価している。そのうち「とても満足した」は25.5%となっている。
- 男性20代、女性20～30代での積極的評価が3割台と比較的多い。



仙台市の来訪未経験者 回答ベース

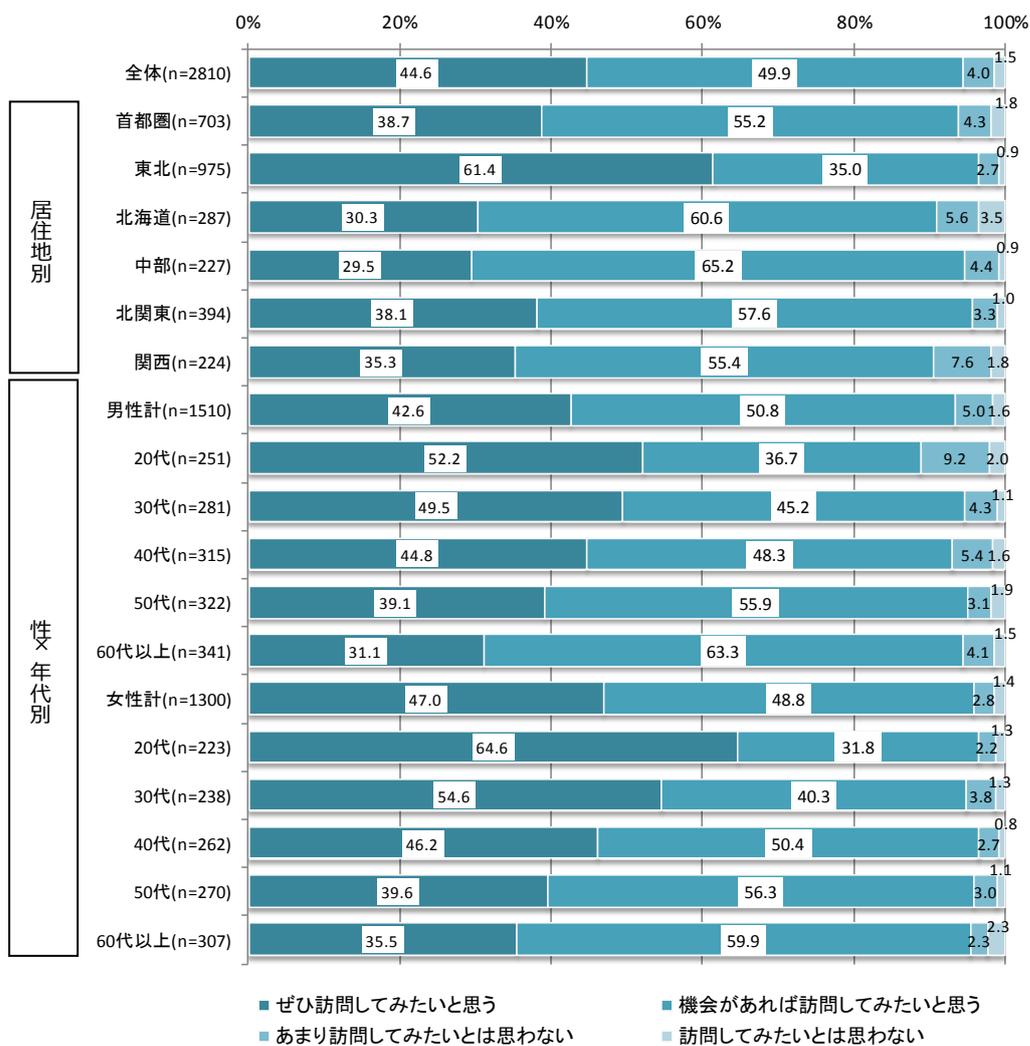
仙台市や近郊で訪れて良かったところ・食べてよかったもの

- 観光資源・スポットでは、「仙台城跡（青葉城址）」が 36.4%と最多。「秋保温泉」25.2%、「仙台七夕まつり」20.0%が続く。
- 仙台市以外では「松島」48.4%、「平泉」28.3%、「蔵王」25.6%。
- 仙台の食では、「牛タン」が 63.7%、「笹かま」41.9%、「ずんだ餅」30.7%となっている。

来訪経験者の再訪意向

- 来訪経験者全体の 94.5%に再来訪意向がある。そのうち 44.6%が「ぜひ訪問してみたい」と積極的に評価している。
- 男女とも年代が低い層ほど積極的意向者が多い。女性 20 代では 64.6%、男性 20 代と女性 30 代で 5 割強が積極的な意向を示している。

来訪経験者の再訪意向



仙台市の来訪未経験者 回答ベース

再訪時に行って（買って）みたいもの

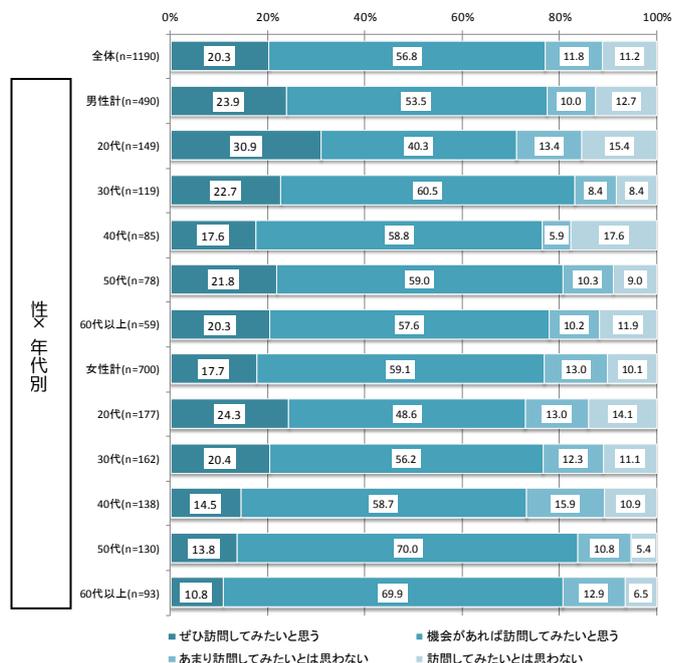
- 観光スポットとしては、「秋保温泉」が 31.8%と最多。「仙台七夕まつり」25.8%、「作並温泉」23.8%、「ニッカウヰスキー宮城峡蒸留所」20.4%、「仙台城跡（青葉城址）」20.3%、「仙台うみの杜水族館」20.0%が続く。食では「牛タン」45.4%、「笹かま」、「ずんだ餅」が 2 割強。
- “特に”としてあげられるものは、「牛タン」が最多となっている。

来訪経験がない方の意向

仙台市への来訪意向

- 仙台市を訪問したことがない人の 77.1% が来訪意向があり、そのうち 20.3%が「ぜひ訪問してみたいと思う」との意向を示している。
- 性年代別に見ると、男性 30 代、男性 50 代、女性 50～60 代以上で 8 割以上が来訪意向を示している。男女 20 代では積極的意向者が比較的多い。

仙台市への来訪意向（来訪未経験の方）



仙台市の来訪未経験者 回答ベース

訪問したくない理由

- 「あまり魅力を感じないから」52.7%、「訪問するには遠すぎるから」34.0%が主な理由。
- 中部と関西では「訪問するには遠すぎるから」が比較的多い。

訪問のために必要な魅力

- 「仙台市までの交通アクセスの良さ」26.0%が最も多く、「おいしい食事」25.3%、「温泉」19.2%等が続く。

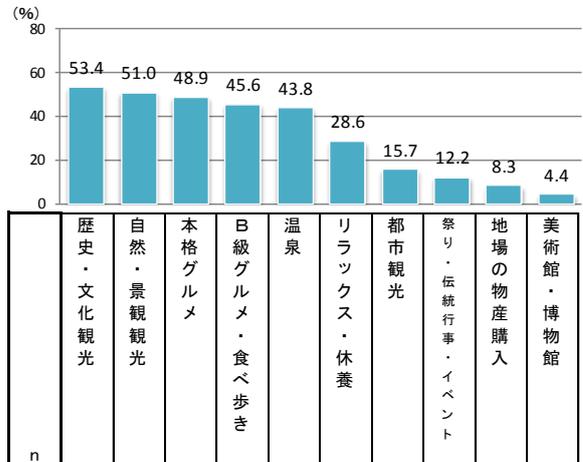
訪問時の想定同行者

- 「夫婦旅行・カップル旅行」35.4%が最も多い。「子供連れの家族旅行」20.3%、「友人との旅行」15.4%、「ひとり」13.8%が続く。

来訪意向者が想定する来訪目的

- どのような目的で訪問してみたいかについては、「歴史・文化観光」が 53.4%と最も多い。「自然・景観観光」51.0%、「本格グルメ」48.9%、「B 級グルメ・食べ歩き」45.6%、「温泉」43.8%等が上位となっている。
- 性年代別に見ると、男性・女性 20～30 代では「本格グルメ」「B 級グルメ・食べ歩き」や、女性 40～50 代の「リラックス・休養」が多い。

想定する来訪目的（来訪未経験の方）
（上位 10 項目）



		n	歴史・文化観光	自然・景観観光	本格グルメ	B 級グルメ・食べ歩き	温泉	リラックス・休養	都市観光	祭り・伝統行事・イベント	地場の物産購入	美術館・博物館
全体		917	53.4	51.0	48.9	45.6	43.8	28.6	15.7	12.2	8.3	4.4
性×年代別	男性計	379	57.3	49.9	49.6	46.7	40.4	23.0	17.9	9.5	6.9	3.2
	20代	106	50.9	42.5	51.9	52.8	37.7	31.1	22.6	13.2	7.5	2.8
	30代	99	55.6	43.4	65.7	49.5	38.4	25.3	17.2	11.1	10.1	3.0
	40代	65	50.8	46.2	40.0	44.6	36.9	23.1	20.0	4.6	6.2	4.6
	50代	63	65.1	58.7	47.6	39.7	47.6	17.5	6.3	4.8	1.6	-
	60代以上	46	73.9	73.9	26.1	39.1	45.7	6.5	21.7	10.9	6.5	6.5
	女性計	538	50.7	51.9	48.3	44.8	46.3	32.5	14.1	14.1	9.3	5.2
	20代	129	42.6	45.0	61.2	58.1	42.6	33.3	11.6	10.9	6.2	5.4
	30代	124	41.1	44.4	47.6	64.5	45.2	32.3	13.7	16.1	10.5	4.0
	40代	101	55.4	55.4	51.5	37.6	47.5	35.6	18.8	13.9	9.9	4.0
50代	109	57.8	55.0	44.0	33.9	53.2	35.8	12.8	11.0	10.1	4.6	
60代以上	75	64.0	66.7	29.3	14.7	42.7	22.7	14.7	21.3	10.7	9.3	

※ 全体を5ポイント以上上回る値

訪問時の想定交通手段

【仙台市までの交通手段（一次交通）】

- 「鉄道」52.3%が最多。「マイカー」38.7%、「飛行機」27.1%が続く。
- 首都圏・中部では「鉄道」、東北「マイカー」「バス」、北関東「マイカー」想定が比較的多い。

【市内／近郊での交通手段（二次交通）】

- 「鉄道」39.9%が最多。「マイカー」34.6%、「地下鉄」29.7%、「路線バス」25.4%、「レンタカー」24.3%。
- 首都圏では「鉄道」「路線バス」、東北・北関東「マイカー」、北海道「レンタカー」、中部・関西では「鉄道」「レンタカー」が比較的多い。

訪問時の想定消費額

- 一人あたりの予算は、平均 43,015 円で、「1～3万円」が 37.4%が最多。以下「3～5万円」が 34.4%でボリュームゾーンとなっている。

4. 交流地点におけるアンケート調査

4-（1）交流地点におけるアンケート調査結果概要

来訪者属性

- 性年代別で見ると、男性では 60 代以上が 23.6%、女性では 20 代が 26.7%と最も多い。
- 居住地別では、東北が 28.2%と最も多く、次いで首都圏が 22.4%となっている。

滞在日数

- 来訪者の 7 割が宿泊を伴う旅行であり、平均宿泊数は 2.0 日となっている。

旅行形態・手配方法

- 「旅行会社を通さず、宿泊先・移動手段をご自身で手配した」が全体の 77.9%と最も多い。

同行者

- 全体では、「自分ひとり」が 33.0%で最多。「夫婦・パートナー」19.9%、「家族・親族」17.9%、「友人」16.4%、「職場の同僚」12.2%が続く。
- 北海道、東北、宮城県、中国・四国地方では「自分ひとり」、北関東・首都圏・中部地方では「夫婦・パートナー」、九州・沖縄地方・海外では「職場の同僚」が比較的多い。

来訪のきっかけ・目的

- 全体では、「歴史・文化観光」が 26.5%と最多。自然・景観観光」23.5%、「ビジネス」19.1%、「帰省・知人訪問」18.4%、「温泉」14.5%。
- 北海道、中国・四国、九州・沖縄は「ビジネス」、東北（宮城県以外）、宮城県では「ショッピング」、首都圏では「帰省・知人訪問」が比較的多い。

利用交通機関

- 「鉄道」52.3%が最多。「マイカー」38.7%、「飛行機」27.1%が続く。
- 首都圏・中部では「鉄道」、東北「マイカー」「バス」、北関東「マイカー」想定が比較的多い。

旅行消費額

- 総額の平均額は 43,296 円で、「1～3 万円以内」29.6%、「3～5 万円以内」20.7%がボリュームゾーンとなっている。
- 宮城県からの距離に比例して平均消費額は高くなっており、近畿、中国・四国、九州・沖縄では 5 万円台となっている。また、外国人旅行者の平均消費額は 111,535 円となっている。

来訪者の満足度並びに再訪意向

- 全体の 80.0%が満足と評価しており、40.5%が「非常に満足」と積極的に評価している。
- 全体の 95.2%と大半が再来訪意向を示しており、56.2%が「ぜひ来たい」と積極的な意向を示している。

4- (2) 交流地点におけるアンケート調査結果詳細

対象者プロフィール

【対象者プロフィール】

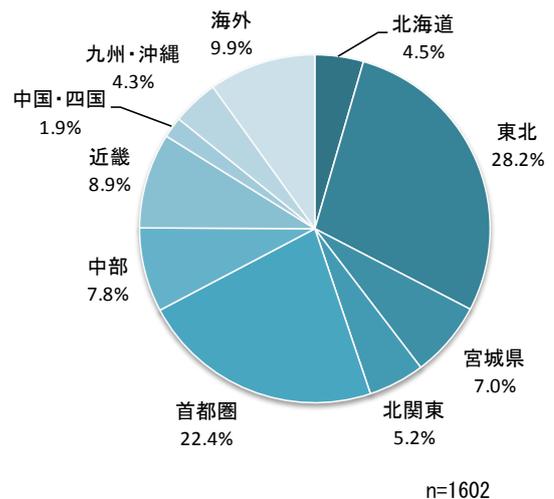
	全体	北海道	東北	宮城県	北関東	首都圏	中部	近畿	中国・四国	九州・沖縄	海外
n	1,602	71	444	111	82	353	123	140	31	67	156
男性計	57.1	66.2	53.2	55.9	69.5	51.0	60.2	60.7	58.1	70.1	62.8
10代	2.3	4.2	4.3	1.8	-	1.7	0.8	0.7	-	3.0	1.3
20代	10.4	12.7	9.2	9.0	12.2	11.0	8.1	3.6	3.2	6.0	21.8
30代	10.7	5.6	9.0	9.0	17.1	8.8	11.4	13.6	3.2	16.4	16.0
40代	9.6	11.3	8.3	8.1	13.4	7.6	12.2	9.3	29.0	9.0	12.2
50代	10.5	16.9	8.3	11.7	8.5	10.5	15.4	13.6	9.7	16.4	6.4
60代以上	13.5	15.5	14.0	16.2	18.3	11.3	12.2	20.0	12.9	19.4	5.1
女性計	42.9	33.8	46.8	44.1	30.5	49.0	39.8	39.3	41.9	29.9	37.2
10代	1.8	1.4	3.4	3.6	1.2	0.8	0.8	0.7	-	-	1.9
20代	11.5	2.8	13.3	11.7	7.3	13.3	8.1	8.6	9.7	6.0	12.8
30代	6.4	8.5	5.4	7.2	7.3	8.2	4.9	5.0	3.2	1.5	9.0
40代	6.3	4.2	4.1	6.3	3.7	8.2	10.6	7.9	12.9	10.4	3.2
50代	7.4	8.5	7.7	4.5	2.4	10.2	5.7	6.4	9.7	4.5	7.1
60代以上	9.6	8.5	13.1	10.8	8.5	8.2	9.8	10.7	6.5	7.5	3.2
調査地点											
仙台駅(国内票)	15.7	19.7	16.0	29.7	14.6	20.4	15.4	10.0	16.1	10.4	0.6
高速バス乗り場	16.3	5.6	41.2	20.7	3.7	4.8	4.9	6.4	3.2	3.0	-
仙台空港(国内票)	14.3	54.9	5.4	3.6	-	2.3	13.8	52.1	45.2	67.2	1.9
菅生PA	13.9	2.8	20.5	24.3	29.3	13.9	21.1	0.7	-	-	-
仙台城跡	16.0	12.7	7.7	9.9	23.2	32.3	22.0	17.9	22.6	9.0	0.6
松島	13.7	4.2	8.1	7.2	28.0	25.5	22.0	12.1	12.9	9.0	3.2
仙台駅(国外票)	3.5	-	0.5	-	1.2	0.8	-	0.7	-	-	31.4
仙台空港(国外票)	6.7	-	0.7	4.5	-	-	0.8	-	-	1.5	62.2

- 性年代別で見ると、男性では60代以上が23.6%と最も多く、30代18.8%、50代18.5%、20代18.2%となっている。
- 女性では20代が26.7%と最も多く、60代以上22.2%、50代17.2%と続いている。
- 居住地別では、東北が28.2%と最も多く、首都圏22.4%、近畿8.9%、中部7.8%と続く。

性別年代比率



居住地別



仙台旅行の内容

仙台市への来訪回数

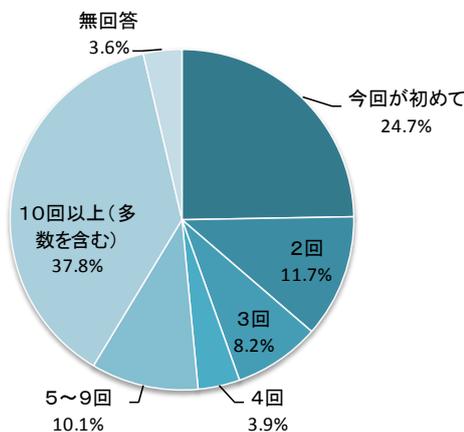
- 「今回が初めて」の人は 24.7%であり、全体の 7 割程度がリピーター。
- 中国・四国は「今回が初めて」が 54.8%、九州・沖縄が 46.3%を占める。
- 外国人旅行者でも 4 割がリピーターであり、来訪経験者の平均来訪回数は 4.5 回となっている。
- 震災以降の来訪状況を見ると、「今回が初めて」が 38.4%、リピーターは 49.5%。

仙台市への来訪回数

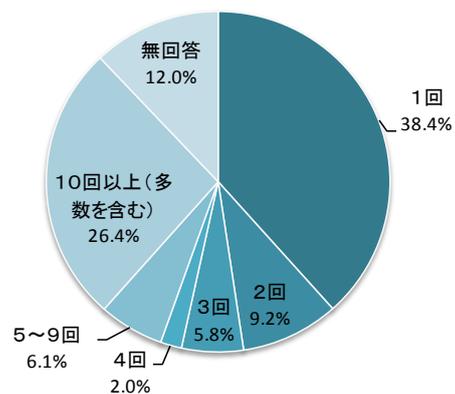
	n	1 回	2 回	3 回	4 回	5 ～ 9 回	10 回以上 (多数を含む)	無回答	平均来訪回数 (回)	
		(今回が初めて)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
全体	1,602	24.7	11.7	8.2	3.9	10.1	37.8	3.6	22.16	
居住地別	北海道	71	19.7	12.7	12.7	5.6	12.7	35.2	1.4	8.68
	東北(宮城県以外)	444	4.3	3.4	7.0	5.2	11.5	62.8	5.9	27.75
	宮城県	111	4.5	4.5	2.7	0.9	3.6	73.0	10.8	166.80
	北関東	82	26.8	8.5	17.1	4.9	18.3	20.7	3.7	6.22
	首都圏	353	29.7	15.0	9.9	3.4	13.3	27.5	1.1	10.26
	中部	123	32.5	23.6	8.1	4.1	8.1	23.6	0.0	6.13
	近畿	140	35.0	20.0	10.0	2.9	8.6	22.9	0.7	7.01
	中国・四国	31	54.8	9.7	3.2	3.2	9.7	16.1	3.2	4.67
	九州・沖縄	67	46.3	17.9	6.0	3.0	4.5	19.4	3.0	5.50
	海外	156	56.4	16.0	6.4	3.2	4.5	10.9	2.6	4.52
性×年代別	男性計	914	22.4	11.3	8.6	3.7	11.1	39.9	3.0	28.89
	10代	37	35.1	8.1	10.8	2.7	18.9	24.3	0.0	5.63
	20代	166	32.5	14.5	4.2	5.4	7.8	30.1	5.4	8.92
	30代	172	26.7	14.0	5.8	2.9	13.4	34.9	2.3	11.68
	40代	154	19.5	10.4	7.1	3.2	13.6	43.5	2.6	40.49
	50代	169	17.2	10.1	12.4	1.2	10.7	45.0	3.6	45.02
	60代以上	216	15.3	8.8	12.0	5.6	8.8	47.7	1.9	34.45
	女性計	688	27.8	12.2	7.6	4.2	8.9	34.9	4.5	11.69
	10代	29	20.7	3.4	13.8	10.3	3.4	44.8	3.4	6.73
	20代	184	34.8	12.0	4.9	4.3	8.7	29.9	5.4	8.22
	30代	103	32.0	15.5	5.8	3.9	7.8	32.0	2.9	14.02
	40代	101	33.7	14.9	4.0	3.0	7.9	31.7	5.0	7.37
	50代	118	26.3	11.0	8.5	3.4	9.3	39.0	2.5	20.02
	60代以上	153	15.0	11.1	12.4	4.6	11.1	39.9	5.9	9.85

※ 全体を5ポイント以上上回る値

仙台市への来訪回数



うち震災後



滞在日数

- 全体では来訪者の 7 割が宿泊を伴う旅行であり、平均宿泊数は 2.0 泊。
- 中国・四国は平均宿泊数が 2.43 泊、九州・沖縄は 2.37 泊、北海道が 2.21 泊となっている。
- 日帰りは宮城県が 73.9%と最も多く、次いで東北が 44.1%となっている。
- 外国人旅行者は 4 泊以上が 39.1%を占め、平均宿泊数は 3.75 泊。

宿泊の有無・宿泊場所

- 東北、宮城県を除き、九州・沖縄居住者は全員、その他エリアの居住者も 9 割が宿泊している。
- 宿泊場所は、「仙台市内（市内中心部）」が 68.1%を占め、「仙台市外」が 20.5%、「仙台市内（温泉地）」が 13.6%となっており、「仙台市内（温泉地）」は宮城県、北関東、「仙台市外」は中国・四国、九州・沖縄居住者で比較的多く見られる。
- 宿泊施設のタイプは「ホテル（洋室中心）」が 63.9%で最も多く、以下、「旅館（和室中心）」20.3%、「親戚・知人宅」13.3%となっている。
- 女性の 10~20 代では「親戚・知人宅」が比較的多く見られる他、同行者別の夫婦・パートナー、家族・親族、友人では「旅館（和室中心）」が比較的多く見られる。

宿泊率及び宿泊地

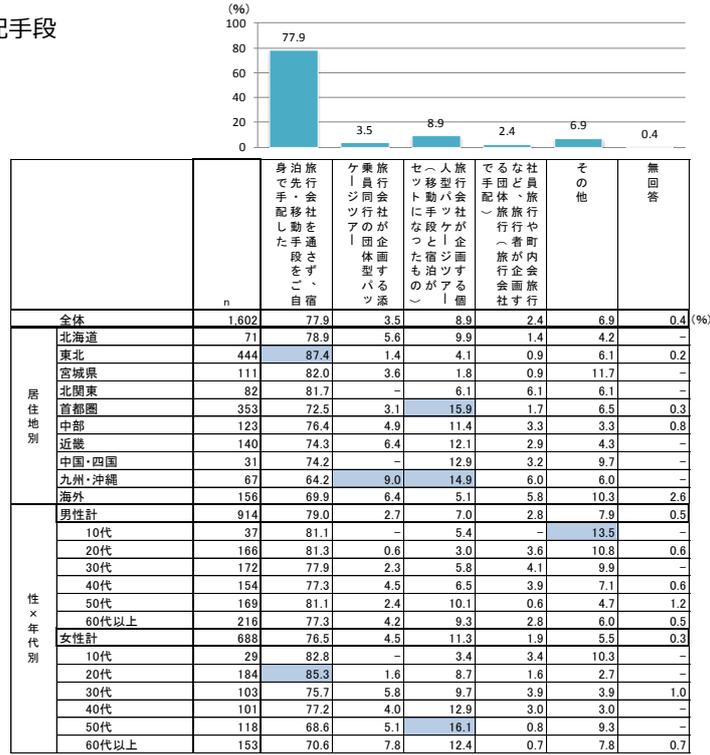
	n	宿泊率 (%)	宿泊地				
			n	仙台市内 市内中心部	仙台市内 (温泉地)	仙台市外	無回答
全体	1,602	76.4	1,224	68.1	13.6	20.5	1.6
居住地別	北海道	71	63	84.1	6.3	14.3	-
	東北	444	262	65.6	14.1	19.8	1.9
	宮城県	111	35	42.9	25.7	22.9	8.6
	北関東	82	72	50.0	27.8	23.6	-
	首都圏	353	309	66.3	15.9	21.0	1.0
	中部	123	111	72.1	7.2	18.9	3.6
	近畿	140	126	70.6	11.1	20.6	1.6
	中国・四国	31	28	64.3	14.3	28.6	3.6
	九州・沖縄	67	67	70.1	11.9	29.9	-
	海外	156	130	78.5	10.0	13.8	0.8
性×年代別	男性計	914	701	68.9	12.0	20.7	1.9
	10代	37	30	70.0	3.3	20.0	6.7
	20代	166	128	81.3	9.4	10.2	1.6
	30代	172	136	66.2	14.0	19.9	1.5
	40代	154	119	73.1	4.2	25.2	-
	50代	169	131	69.5	12.2	19.8	3.8
	60代以上	216	157	57.3	19.7	27.4	1.3
	女性計	688	523	66.9	15.7	20.3	1.1
	10代	29	21	76.2	4.8	14.3	4.8
	20代	184	138	76.1	10.9	14.5	1.4
	30代	103	76	63.2	11.8	22.4	2.6
	40代	101	81	76.5	11.1	18.5	-
	50代	118	88	58.0	28.4	21.6	-
60代以上	153	119	57.1	19.3	26.9	0.8	

※ 全体を5ポイント以上上回る値

旅行形態・手配方法

- 「旅行会社を通さず、宿泊先・移動手段をご自身で手配した」が全体の 77.9%を占め、「旅行会社が企画する個人型パッケージツアー（移動手段と宿泊がセットになったもの）」8.9%が続く。
- 首都圏と九州・沖縄居住者では「旅行会社が企画する個人型パッケージツアー」の利用者が比較的多く見られる。
- 20 代女性では「旅行会社を通さず、宿泊先・移動手段をご自身で手配した」が 85.3%となっている。

旅行形態及び手配手段



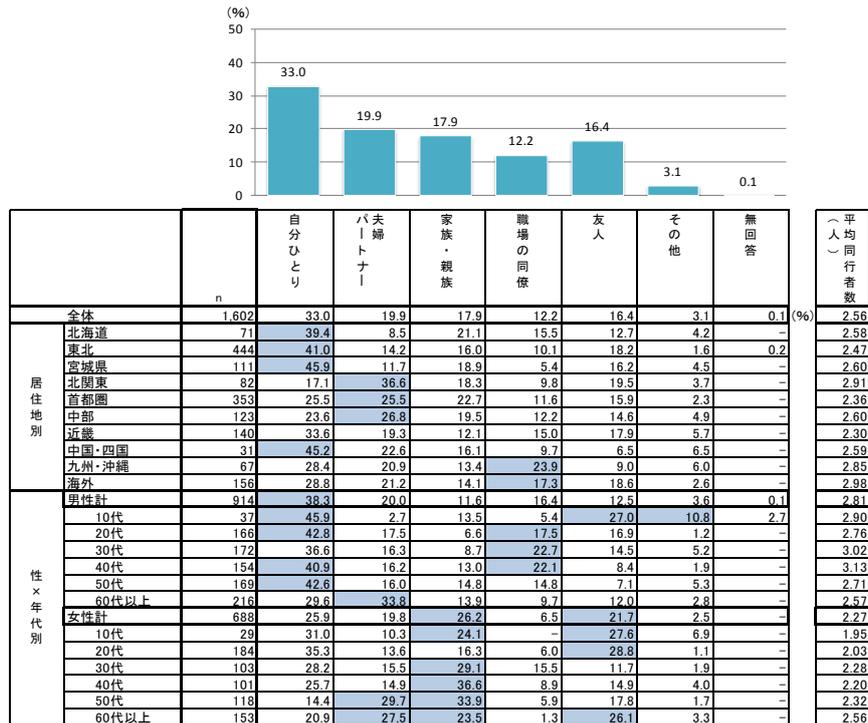
属性	n	身泊先・移動先・手配した手段を各自 (%)	旅行会社が企画する添乗員同行の団体型パッケージツアー (%)	旅行会社が企画する個人型パッケージツアー（移動手段と宿泊がセットになったもの） (%)	旅行会社が企画する個人型パッケージツアー (%)	社員旅行や町内会旅行など、旅行（旅行会社）で手配 (%)	その他 (%)	無回答 (%)
全体	1,602	77.9	3.5	8.9	2.4	6.9	0.4	
居住地別								
北海道	71	78.9	5.6	9.9	1.4	4.2	-	
東北	444	87.4	1.4	4.1	0.9	6.1	0.2	
宮城県	111	82.0	3.6	1.8	0.9	11.7	-	
北関東	82	81.7	-	6.1	6.1	6.1	-	
首都圏	353	72.5	3.1	15.9	1.7	6.5	0.3	
中部	123	76.4	4.9	11.4	3.3	3.3	0.8	
近畿	140	74.3	6.4	12.1	2.9	4.3	-	
中国・四国	31	74.2	-	12.9	3.2	9.7	-	
九州・沖縄	67	64.2	9.0	14.9	6.0	6.0	-	
海外	156	69.9	6.4	5.1	5.8	10.3	2.6	
性×年代別								
男性計	914	79.0	2.7	7.0	2.8	7.9	0.5	
10代	37	81.1	-	5.4	-	13.5	-	
20代	166	81.3	0.6	3.0	3.6	10.8	0.6	
30代	172	77.9	2.3	5.8	4.1	9.9	-	
40代	154	77.3	4.5	6.5	3.9	7.1	0.6	
50代	169	81.1	2.4	10.1	0.6	4.7	1.2	
60代以上	216	77.3	4.2	9.3	2.8	6.0	0.5	
女性計	688	76.5	4.5	11.3	1.9	5.5	0.3	
10代	29	82.8	-	3.4	3.4	10.3	-	
20代	184	85.3	1.6	8.7	1.6	2.7	-	
30代	103	75.7	5.8	9.7	3.9	3.9	1.0	
40代	101	77.2	4.0	12.9	3.0	3.0	-	
50代	118	68.6	5.1	16.1	0.8	9.3	-	
60代以上	153	70.6	7.8	12.4	0.7	7.8	0.7	

※ 全体を5ポイント以上上回る値

同行者

- 全体では、「自分ひとり」が 33.0%で最多。「夫婦・パートナー」19.9%、「家族・親族」17.9%、「友人」16.4%、「職場の同僚」12.2%が続く。
- 北海道、東北、宮城県、中国・四国地方では「自分ひとり」、北関東・首都圏・中部地方では「夫婦・パートナー」、九州・沖縄地方・海外では「職場の同僚」が比較的多い。
- ビジネス目的が多い男性は「自分ひとり」、「職場の同僚」、女性は「家族・親族」、「友人」、男性 60 代以上及び女性 50 代以上では「夫婦・パートナー」が比較的多い。
- 同行者数の平均は 2.56 人。

同行者

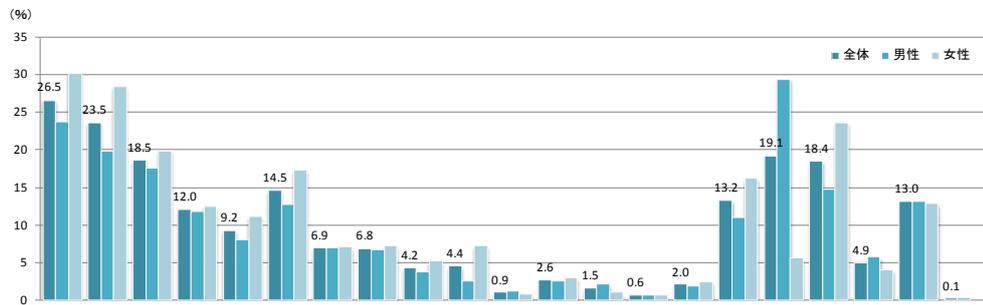


※ 全体を5ポイント以上上回る値

仙台市への来訪目的

- 全体では、「歴史・文化観光」が 26.5%と最多。「自然・景観観光」23.5%、「ビジネス」19.1%、「帰省・知人訪問」18.4%、「温泉」14.5%。
- 性別で見ると、男性は「ビジネス」が 29.3%と最も多く、以下「歴史・文化観光」23.7%、「自然・景観観光」19.8%となっている。
- 女性は「歴史・文化観光」が 30.1%と最も多く、以下「自然・景観観光」28.3%、「帰省・知人訪問」23.5%となっている。男性よりも目的が広く散らばっているのが特徴である。
- 北海道、中国・四国、九州・沖縄は「ビジネス」、東北（宮城県以外）、宮城県では「ショッピング」、首都圏では「帰省・知人訪問」が比較的多い。

仙台市への来訪目的



居住地別	n	歴史・文化観光	自然・景観観光	グルメ・食べ歩き	本格グルメ	日級グルメ・食べ歩き	温泉	リゾート・休養	都市観光	美術館・博物館	コンサート・観劇	スポーツ観戦	地場の物産購入	登山・トレッキングなどアウトド	映画・ドラマのロケ地や小説・ア	祭り・伝統行事・イベント	ショッピング	ビジネス	帰省・知人訪問	被災地視察	その他	無回答	
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体	1,602	26.5	23.5	18.5	12.0	9.2	14.5	6.9	6.8	4.2	4.4	0.9	2.6	1.5	0.6	2.0	13.2	19.1	18.4	4.9	13.0	0.1	
居住地別	北海道	71	23.9	14.1	8.5	5.6	2.8	8.5	1.4	7.0	2.8	2.8	1.4	-	-	-	1.4	2.8	31.0	22.5	2.8	18.3	-
	東北	444	13.5	12.2	9.7	3.2	7.7	8.6	5.4	4.5	5.6	5.4	1.1	0.9	0.5	0.7	4.1	21.6	16.9	19.8	1.4	15.8	-
	宮城県	111	13.5	13.5	13.5	5.4	9.0	4.5	2.7	7.2	1.8	0.9	0.9	-	-	-	0.9	23.4	19.8	10.8	-	23.4	-
	北関東	82	26.8	25.6	26.8	17.1	12.2	24.4	6.1	6.1	-	3.7	2.4	2.4	1.2	2.4	-	11.0	4.9	8.5	3.7	14.6	-
	首都圏	353	36.8	34.3	24.1	16.1	13.9	17.6	9.9	6.5	2.0	5.7	0.6	1.1	0.8	0.3	0.6	4.8	17.0	25.2	5.7	8.2	0.3
	中部地方	123	40.7	29.3	31.7	22.0	11.4	14.6	4.9	8.1	3.3	4.9	0.8	1.6	0.8	-	0.8	6.5	17.1	13.0	7.3	6.5	-
	近畿地方	140	28.6	23.6	19.3	14.3	8.6	14.3	5.0	5.7	2.1	6.4	0.7	1.4	1.4	-	1.4	2.1	23.6	15.0	7.9	12.9	-
	中国・四国地方	31	25.8	22.6	6.5	6.5	-	22.6	-	16.1	-	3.2	3.2	-	-	-	-	3.2	29.0	22.6	6.5	12.9	-
	九州・沖縄地方	67	20.9	26.9	16.4	14.9	4.5	14.9	1.5	7.5	1.5	1.5	-	3.0	4.5	3.0	-	3.0	29.9	17.9	17.8	11.9	-
海外	156	41.7	37.2	26.9	23.1	7.1	24.4	17.3	15.4	10.9	1.3	0.6	15.4	6.4	0.6	3.8	28.2	23.7	11.5	7.1	9.6	-	
性年代別	男性計	914	23.7	19.8	17.5	11.7	7.9	12.6	6.9	6.6	3.6	2.4	1.1	2.4	2.0	0.5	1.8	10.9	29.3	14.6	5.6	13.1	0.1
	10代	37	10.8	13.5	8.1	5.4	5.4	5.4	2.7	2.7	2.7	-	-	-	-	-	-	8.1	8.1	18.9	8.1	51.4	-
	20代	166	21.1	22.9	25.3	16.9	12.0	12.7	12.0	13.3	5.4	5.4	-	3.6	1.8	1.2	1.8	15.7	26.5	22.9	4.2	9.6	-
	30代	172	24.4	14.0	19.8	10.5	12.2	15.7	4.7	9.9	4.1	1.7	2.3	2.3	2.3	0.6	2.9	18.0	32.0	10.5	5.8	9.3	-
	40代	154	22.1	15.6	16.2	11.0	5.8	11.0	6.5	6.5	3.2	1.9	1.3	2.6	0.6	0.6	3.2	9.7	40.9	9.1	4.5	9.1	-
	50代	169	23.1	23.7	16.6	10.1	6.5	10.7	5.3	3.0	1.2	1.2	-	1.8	0.6	-	0.6	6.5	39.1	14.2	6.5	13.0	-
	60代以上	216	29.2	23.1	13.0	11.6	4.2	13.9	6.5	2.3	4.2	1.9	1.9	2.3	4.2	0.5	0.9	6.5	17.1	14.8	6.0	15.3	0.5
	女性計	688	30.1	28.3	19.8	12.4	11.0	17.2	7.0	7.1	5.1	7.1	0.7	2.9	0.9	0.6	2.3	16.1	5.5	23.5	3.9	12.8	-
	10代	29	6.9	13.8	13.8	-	13.8	3.4	6.9	13.8	-	3.4	-	3.4	3.4	-	13.8	27.6	-	17.2	3.4	37.9	-
	20代	184	33.2	26.1	19.0	13.0	11.4	15.2	10.3	9.8	2.2	11.4	0.5	3.3	1.1	0.5	3.3	25.5	4.3	26.6	2.2	11.4	-
	30代	103	35.0	36.9	24.3	14.6	15.5	13.6	5.8	4.9	11.7	4.9	1.0	2.9	-	1.0	1.0	7.8	10.7	13.6	1.0	9.7	-
	40代	101	19.8	28.7	23.8	17.8	8.9	13.9	5.0	5.9	5.0	9.9	1.0	1.0	1.0	2.0	-	10.9	7.9	19.8	4.0	18.8	-
50代	118	33.9	31.4	23.7	14.4	13.6	21.2	9.3	5.9	7.6	8.5	0.8	5.1	1.7	-	0.8	11.9	6.8	22.0	6.8	10.2	-	
60代以上	153	31.4	25.5	13.1	7.2	6.5	23.5	3.3	5.9	3.3	1.3	0.7	2.0	-	-	2.6	15.0	2.0	31.4	5.9	9.8	-	

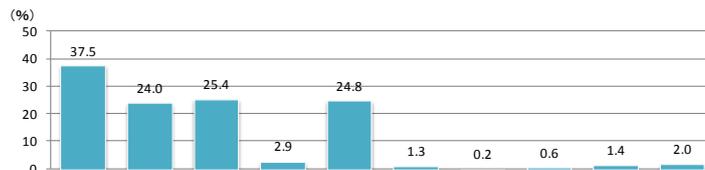
※ 全体を5ポイント以上上回る値

移動手段

【仙台市までの移動手段（一次交通）】

- 「鉄道」が 37.5%で最多。「マイカー」25.4%、「バス」24.8%、「飛行機」24.0%。
- 首都圏は「鉄道」の利用が 64.0%で圧倒的に多い。北海道、近畿、中国・四国、九州・沖縄、海外は「飛行機」、東北（宮城県以外）は「バス」、宮城県、北関東、中部地方では「マイカー」が比較的多い。
- 自分ひとり、友人では「鉄道」、「バス」、夫婦・パートナー、家族・親族では「マイカー」、職場の同僚では「飛行機」、「レンタカー」が比較的多い。

移動手段（一次交通）



		鉄道	飛行機	マイカー	レンタカー	バス	タクシー	自転車	バイク	徒歩	その他	
		n									(%)	
全体		1,602	37.5	24.0	25.4	2.9	24.8	1.3	0.2	0.6	1.4	2.0
居住地別	北海道	71	36.6	85.9	9.9	1.4	12.7	1.4	-	-	1.4	2.8
	東北	444	20.5	0.9	30.6	1.4	50.2	0.5	0.2	0.7	0.5	2.3
	宮城県	111	38.7	1.8	37.8	-	23.4	-	0.9	1.8	-	1.8
	北関東	82	18.3	-	62.2	2.4	15.9	1.2	-	2.4	-	2.4
	首都圏	353	64.0	1.4	26.3	1.4	10.8	1.1	-	0.8	2.8	1.1
	中部	123	35.0	17.9	36.6	4.9	17.9	-	-	-	-	2.4
	近畿	140	36.4	75.0	6.4	6.4	15.0	0.7	-	-	0.7	0.7
	中国・四国	31	41.9	77.4	12.9	3.2	12.9	-	-	-	3.2	3.2
	九州・沖縄	67	28.4	88.1	7.5	10.4	6.0	3.0	-	-	-	1.5
海外	156	41.0	62.8	7.1	5.8	17.3	6.4	0.6	-	5.1	3.8	
性×年代別	男性計	914	34.9	25.9	29.6	3.5	21.8	1.4	-	0.9	1.8	2.6
	10代	37	54.1	13.5	13.5	2.7	40.5	-	-	2.7	5.4	-
	20代	166	42.2	23.5	21.1	1.8	28.9	2.4	-	0.6	1.8	-
	30代	172	32.6	26.2	34.3	4.7	18.6	2.3	-	-	1.7	2.3
	40代	154	31.8	31.8	27.9	5.2	16.2	0.6	-	3.2	1.9	4.5
	50代	169	35.5	27.8	30.2	3.0	18.9	1.2	-	0.6	1.2	5.3
	60代以上	216	29.6	24.1	36.1	3.2	21.8	0.9	-	-	1.4	1.9
	女性計	688	41.0	21.4	19.8	2.0	28.8	1.2	0.4	0.3	1.0	1.2
	10代	29	44.8	10.3	17.2	-	41.4	-	-	-	-	3.4
	20代	184	47.3	16.3	14.7	1.1	34.2	0.5	0.5	-	1.1	0.5
	30代	103	33.0	19.4	25.2	2.9	27.2	1.0	1.0	-	2.9	2.9
	40代	101	47.5	28.7	13.9	2.0	29.7	-	-	2.0	1.0	1.0
	50代	118	36.4	28.8	26.3	5.1	20.3	2.5	0.8	-	-	0.8
	60代以上	153	37.3	20.3	21.6	0.7	26.8	2.0	-	-	0.7	0.7

※ 全体を5ポイント以上上回る値

【市内／近郊交通での移動手段（二次交通）】

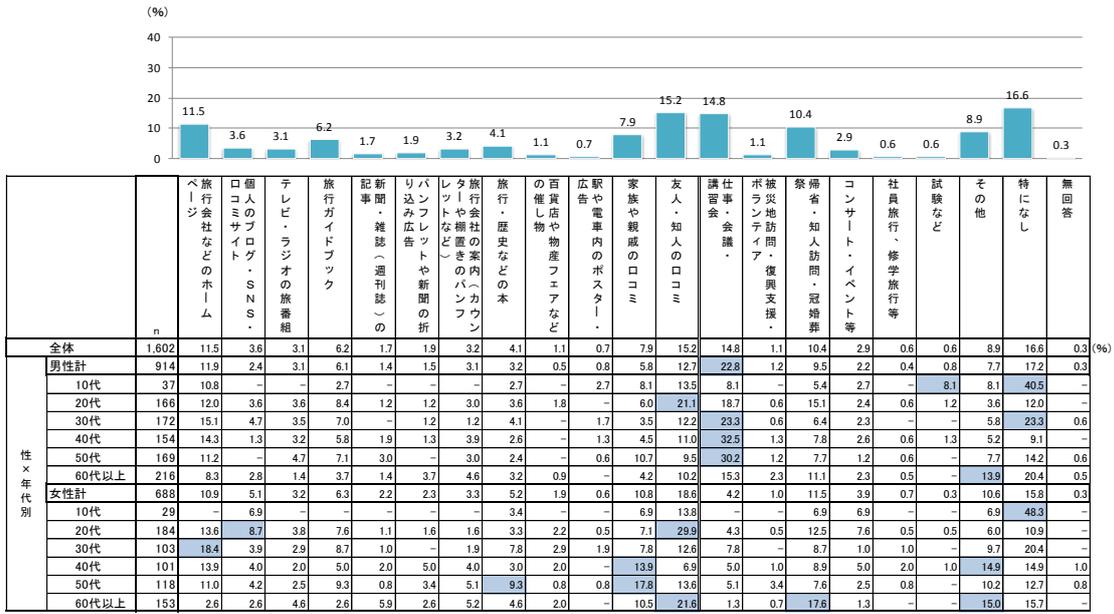
- 「徒歩」が 33.8%で最も多く、以下「マイカー」25.2%、「鉄道」20.8%、「路線バス」14.0%の順となっている。

旅行情報

仙到来訪のきっかけ

- 特に集中して挙げられている媒体は見られないが、「友人・知人の口コミ」15.2%や「旅行会社などのホームページ」11.5%、「家族や親戚の口コミ」7.9%、「旅行ガイドブック」6.2%等で比較的多い。
- 媒体以外のきっかけとしては、「仕事・会議・講習会」が 14.8%、「帰省・知人訪問・冠婚葬祭」10.4%が比較的多い。

仙台来訪のきっかけ



※ 全体を5ポイント以上上回る値

市内で活用した媒体

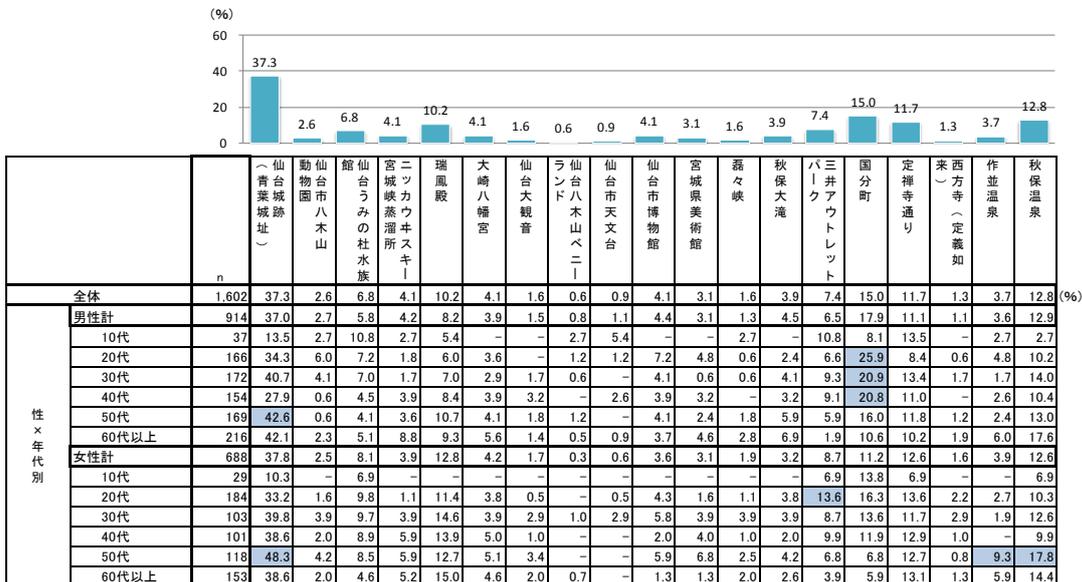
- 「Google Maps」等の地図検索サービスが22.2%で最多。「仙台市内で配付している観光マップ・パンフレット」16.3%、「公共施設・駅構内の案内図・看板など」12.8%、「観光案内所の案内」11.1%となる。

訪問場所

訪問場所（仙台市内）

- 「仙台城跡（青葉城址）」37.3%が最多。「国分町」15.0%、「秋保温泉」12.8%、「定禅寺通り」11.7%、「瑞鳳殿」10.2%、「三井アウトレットパーク」7.4%、「仙台うみの杜水族館」6.8%が続く。
- 男性 20～40 代では「国分町」、女性 20 代では「三井アウトレットパーク」が比較的多い。

訪問場所（仙台市内）

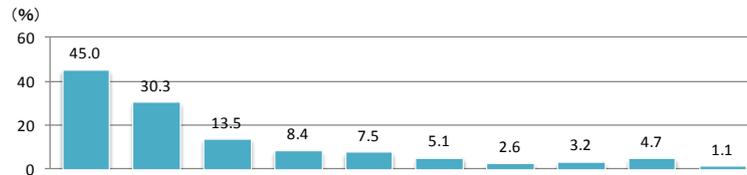


※ 全体を5ポイント以上上回る値

訪問場所（仙台市周辺）

- 半数以上が仙台市以外の周辺地域を訪れた（訪れる）としている。「宮城県松島町」が 30.3%で最も多く、以下「仙台以外の宮城県内」13.5%、「岩手県」8.4%、「山形県」7.5%となっている。
- 性年代別の傾向を見ると、男性 10～20 代と女性 10 代は「どこにも立ち寄らない」が 6 割台と多くっており、女性 30～50 代は「松島町」の来訪者が多く見られる。

訪問場所（仙台市周辺）



	n	などこ いちこ 寄ら にも	島宮 町城 県松	城 所 他 宮	岩 手 県	山 形 県	福 島 県	秋 田 県	青 森 県	そ の 他	無 回 答
全体	1,602	45.0	30.3	13.5	8.4	7.5	5.1	2.6	3.2	4.7	1.1
男性計	914	47.5	26.7	14.9	8.3	7.3	5.6	2.0	2.6	5.4	1.1
10代	37	67.6	24.3	8.1	8.1	2.7	2.7	-	-	-	-
20代	166	60.2	21.1	7.8	5.4	7.2	3.0	1.2	-	3.0	0.6
30代	172	46.5	23.8	13.4	5.2	5.2	8.7	1.2	2.9	4.7	1.2
40代	154	44.8	24.0	14.9	8.4	6.5	5.2	3.2	3.2	9.1	1.9
50代	169	43.8	32.0	17.8	11.2	7.7	6.5	3.0	4.1	4.1	1.2
60代以上	216	39.8	31.5	20.4	10.6	10.2	5.1	1.9	3.2	6.9	0.9
女性計	688	41.7	35.2	11.6	8.4	7.7	4.4	3.3	4.1	3.9	1.0
10代	29	62.1	6.9	3.4	3.4	3.4	3.4	-	3.4	3.4	10.3
20代	184	47.8	29.3	6.0	8.2	6.5	4.3	4.3	3.3	5.4	0.5
30代	103	35.9	48.5	8.7	9.7	8.7	2.9	4.9	3.9	3.9	1.0
40代	101	43.6	35.6	15.8	6.9	5.9	5.0	1.0	4.0	-	1.0
50代	118	33.1	40.7	13.6	11.0	13.6	5.9	4.2	4.2	5.1	0.8
60代以上	153	39.9	34.0	17.6	7.8	5.9	3.9	2.6	5.2	3.9	-

※ 全体を5ポイント以上上回る値

訪れて良かったところ

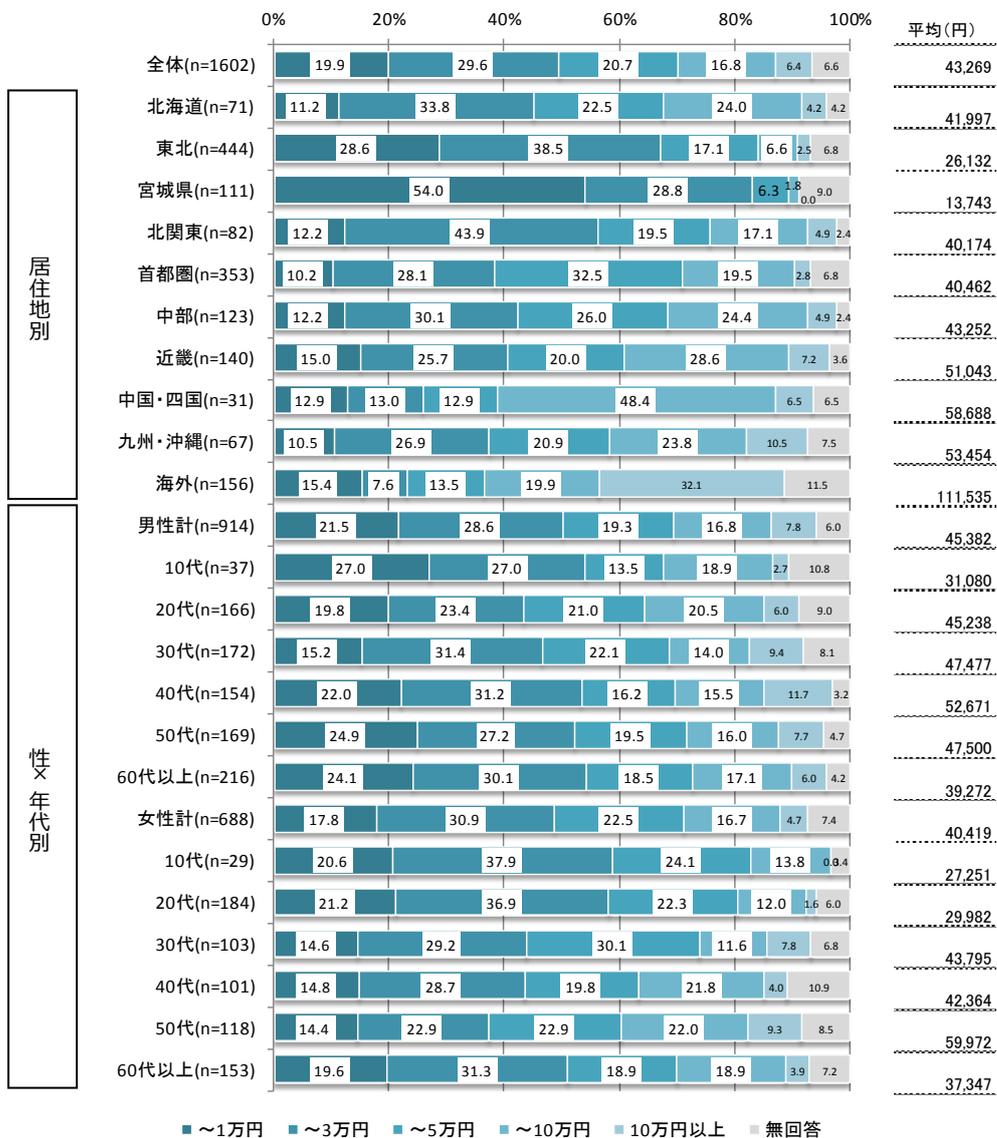
- 訪れて良かった場所としては、「仙台城跡（青葉城址）」18.5%が最多。以下、「秋保温泉」7.4%、「国分町」6.4%、「定禅寺通り」5.4%の順となる。
- 最も良かった場所（良かった場所回答者ベース）では、「仙台城跡（青葉城址）」19.3%、「国分町」6.2%、「秋保温泉」6.1%、「仙台うみの杜水族館」3.5%となっている。

旅行消費額

市内での旅行消費額

- 総額の平均額は 43,296 円であり、「1～3万円以内」29.6%、「3～5万円以内」20.7%がボリュームゾーンとなっている。
- 平均額を性年代別で見ると、男性では 40 代が 52,671 円、女性では 50 代が 59,972 円と最も高くなっている。
- 宮城県からの距離に比例して平均消費額は高くなっており、近畿、中国・四国、九州・沖縄では 5 万円台となっている。また、外国人旅行者の平均消費額は 111,535 円となっている。

市内での旅行消費額

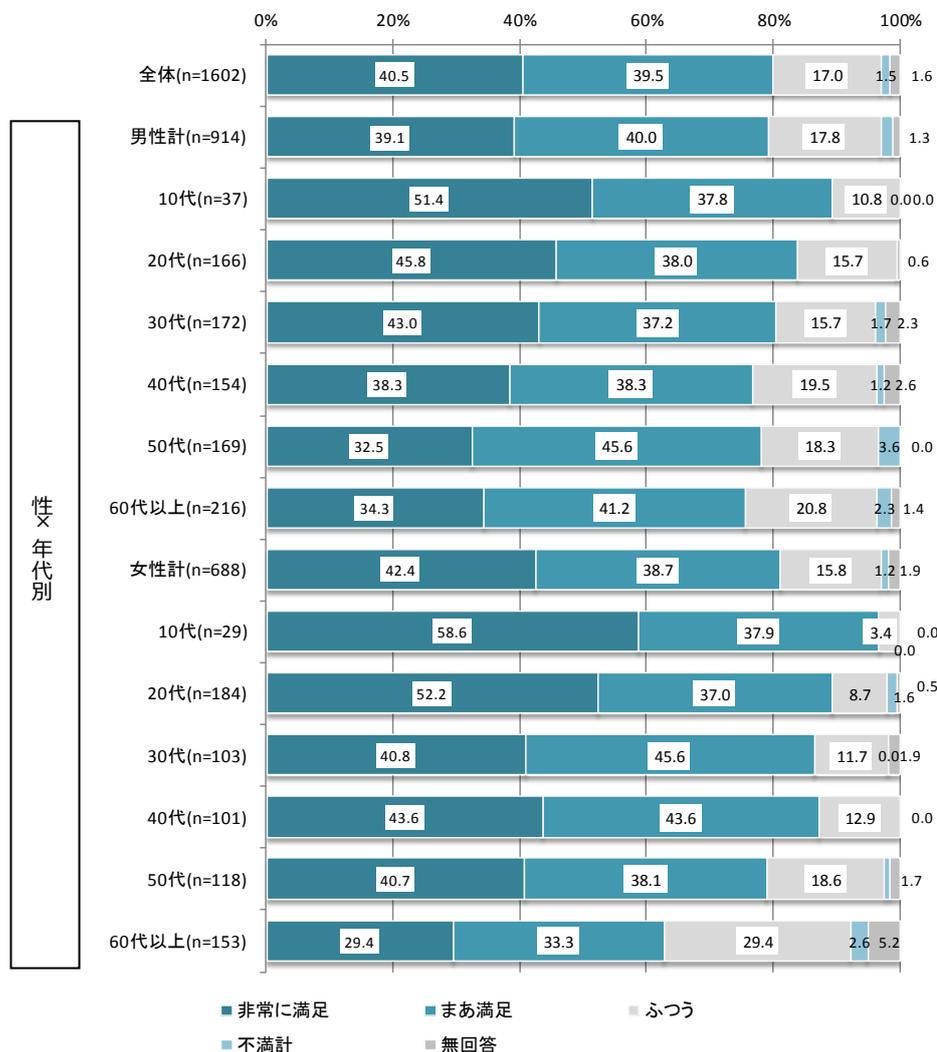


満足度

仙台市を観光しての満足度

- 全体の 80.0%が満足と評価しており、40.5%が「非常に満足」と積極的に評価。
- 評価項目別の満足度はやや厳しい評価となっており、「食事・飲食店」が 72.4%、「交通機関」、「観光施設」、「土産品」が 5 割台、「宿泊施設」は 48.6%、「観光情報・観光案内」は 42.1%程度 の評価となっている。

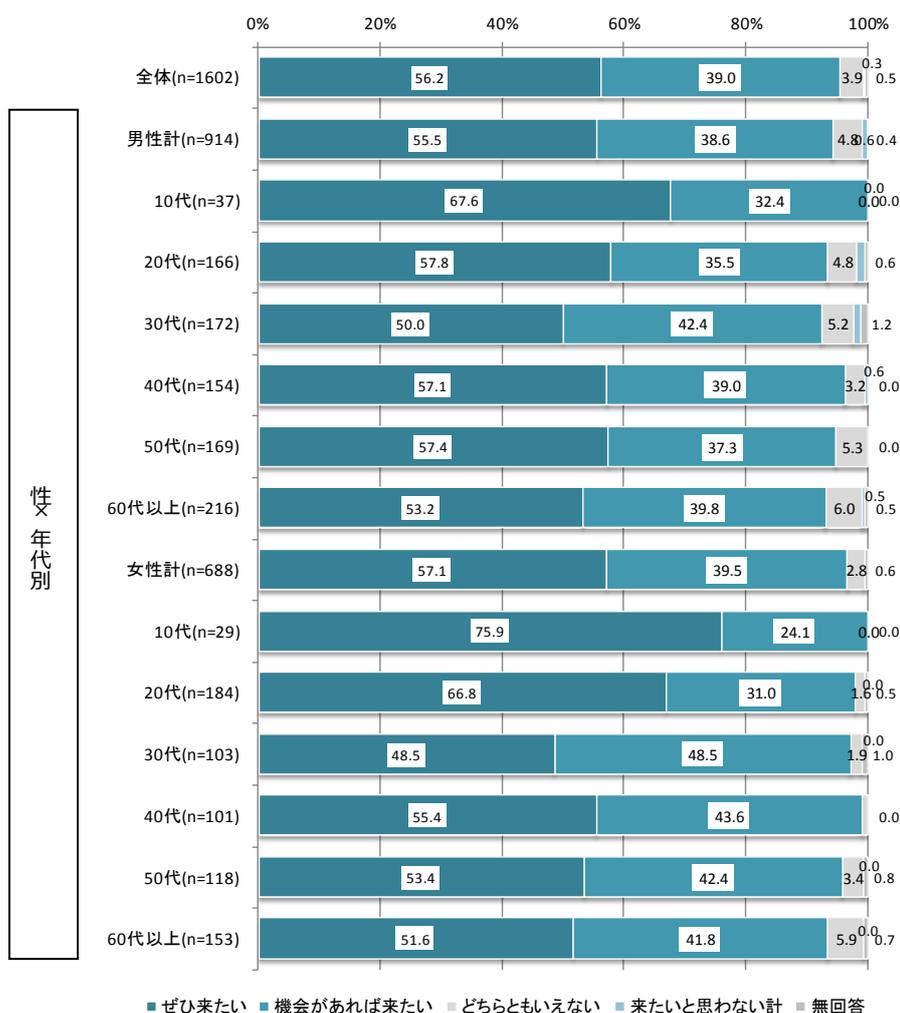
仙台市を観光しての満足度



仙台市への再訪意向／印象・感想

- 全体の 95.2%と大半が再来訪意向を示す。56.2%が「ぜひ来たい」と積極的に評価。
- 積極的意向者は、女性 10 代で 75.9%と多く見られる他、男性 10 代、女性 20 代でも 7 割弱。
- 再訪意向の理由としては、「ゆっくりきたい・いけなかったところにいきたい」が最も多く、「食べ物おいしい」、「知人・友人・帰省」、「ショッピング」のコメントが続いている。また、「賑やか・楽しい」、「まちがすき」、「都会的」といった街並みに関するコメントも多く見られる。
- 仙台市の観光や印象として、概ね《好評》なコメントが多い。その中でも「きれい」、「都会的」といった、街並みに関する意見が特に多く見られた。

仙台市への再訪意向



外国人旅行者

今後の参考として、仙台駅及び仙台空港で、少数ではあるが外国人旅行者からも回答を得た。

仙台市を観光しての満足度

- 外国人旅行者の受入環境に関する評価は概観すると、「無料公衆無線 LAN」の満足度が低く、観光施設、飲食店・土産物店、宿泊施設ともに 1 割強が不満と回答している。
- 飲食店では、「メニューの表示言語の種類」の満足度が他の評価項目と比べ相対的に低い他、「店員とのコミュニケーション」について不満を感じている人がやや多く見られる。

観光案内所にほしい情報・サービス

- 「無料公衆無線 LAN 環境情報」56.1%が最多。
- 「目的地までの公共交通の経路・情報」「観光情報（見所・文化体験等）」「飲食店情報」がそれぞれ 32.9%、「宿泊施設情報」28.7%となっている。

物品購入の際の免税手続き店

- 「百貨店・デパート」29.9%が最多。以下「ドラッグストア」22.6%、「ショッピングセンター（スーパー）」17.7%、「家電量販店」16.5%となっている。

5. 経済波及効果の推計

調査全体の結果により算出される旅行者の平均消費額及び仙台市観光交流課が毎年実施している観光統計調査の市内への入込数推計の結果をもとに、旅行者がもたらす経済波及効果と市場規模を算出する。産業連関分析による経済波及効果の推計を実施した。

5 - (1) 経済波及効果推計の流れ

経済波及効果計算の方法

①宿泊・日帰り別の観光入込客数の設定

平成 26 年仙台市観光統計基礎データ（仙台市観光交流課）を活用した。

②消費単価の設定（宿泊・日帰り別の費目別消費額の設定）

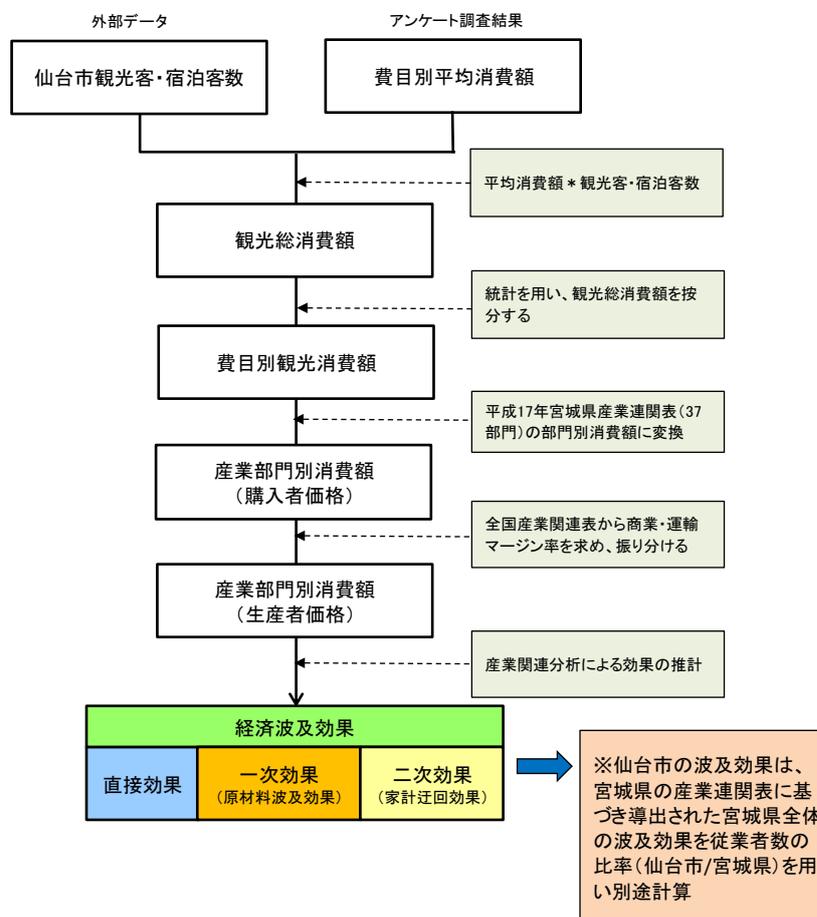
本事業の「交流地点におけるアンケート調査」の費目別の旅行消費額の合計を有効回答数で除して算出した。訪日外国人旅行者の単価も同調査結果を用いて同様に行った。

③直接効果、第一次効果、第二次効果、総合効果の推計

費目別消費額を平成 17 年宮城県産業連関表（37 部門）の部門別消費額に変換した。

経済波及効果は、生産誘発効果 = 直接効果 + 一次効果（原材料波及効果）および二次効果（家計迂回効果）の総計となる。推計の流れは以下の通り。

経済波及効果推計までの大まかな流れ



5 - (2) 経済波及効果推計結果

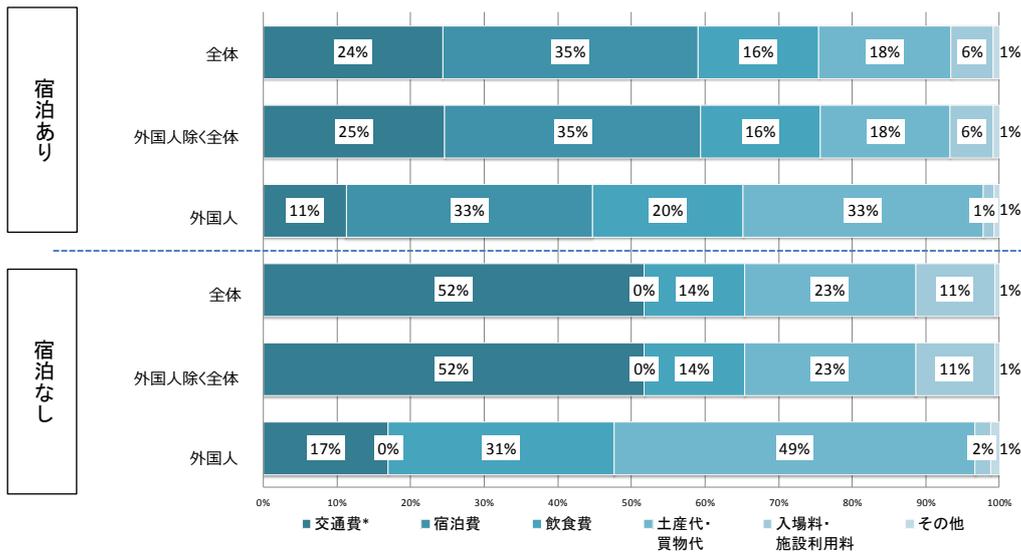
旅行者別平均観光消費額並びに経済波及効果

市内宿泊の有無	区分	平均観光消費額／ 一人当たり	経済波及効果
宿泊あり	全体	53,442 円	約 1,544 億円
	外国人除く全体	44,543 円	約 1,512 億円
	外国人	123,962 円	約 32 億円
宿泊なし	全体	17,633 円	約 1,591 億円
	外国人除く全体	17,144 円	約 1,588 億円
	外国人	28,689 円	約 3 億円

※平成 26 年の観光客数（実人数）を基に算出。

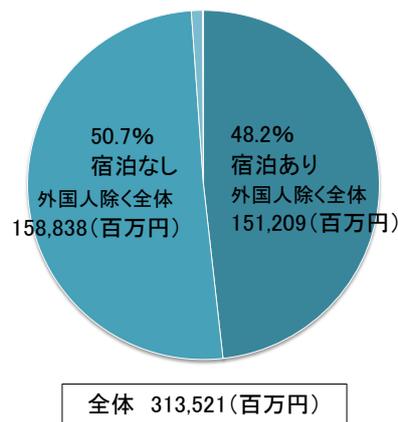
推計結果によると、日本人旅行者は、交通と宿泊で主に消費を行い、施設を利用するのに比較的多く消費する。一方、仙台市を訪れる外国人旅行者は、土産等の買い物をするのに最も多くの金額を使っている。仙台市の経済波及効果において、外国人観光客による寄与は小さく、大半が日本人旅行者による寄与である。

旅行者別観光消費費目の割合



旅行者別仙台市経済波及効果の寄与率

外国人・宿泊あり 3,198(百万円)1.0%
外国人・宿泊なし 276(百万円)0.1%



6. 分析結果の概要

6 - (1) インターネット調査による仙台市のイメージ

インターネット調査による「直近一年間での国内旅行の主な目的」をみると、「温泉」48.0%、「自然・景観観光」44.0%、「リラックス・休養」40.5%、「歴史・文化観光」29.8%となっている。

年代別の特徴では「温泉」、「自然・景観観光」と答えている割合が 60 代で全体より高く、「リラックス・休養」と答えている割合が 20-40 代女性で全体より高くなっている。また、地域別の特徴を見ると、首都圏で「リラックス・休養」と答えている割合が全体より高くなっている。

仙台市の情緒イメージについての確認では、「歴史がある」52.6%、「伝統がある」38.0%、「文化的な」25.6%、「落ち着いた」20.8%、と歴史ある古都という情緒的なイメージが全体より高くなっている。一方で割合が低いものとしては「刺激的」1.4%、「変化のある」2.1%、「団体・グループでの旅行向き」2.3%など、若いグループ層やファミリーが好むような刺激的な観光地というイメージではないということがわかる。

同じく観光資源のイメージ調査によると、「美味しい食べ物・飲み物がある」53.8%、「美しい自然や景勝地に恵まれている」43.0%、「伝統的文化がある」28.5%、と美味しい食べ物と自然、そして伝統的な文化を楽しめる場所というイメージが定着している。一方で割合が低いものでは「魅力的なアトラクションがある」1.2%、「魅力的なパッケージ旅行が多い」1.3%、「アクティビティが豊富」1.4%など、体験ものなどのアトラクションについては全くと言ってよいほどイメージが無いことがわかる。

6 - (2) 交流地点調査による現在の仙台市来訪者のグルーピング

交流地点調査結果から、年代や目的別にグルーピング可能な層を割り出し、4 グループに分けた。

ここから見てくる傾向としては、仙台市はショッピングやビジネスの場所であり、他県から観光目的で訪れている人がそれほど多くないこと、観光に訪れている人については、癒しやくつろぎを求める大人の観光や都会での仕事の疲れを癒したい働く女性の癒しの地であることが見えてくる。

① 60 歳以上夫婦

仙台市への来訪者のうち 23.1%が 60 歳以上であり、そのうち約 5 割以上が夫婦または家族と訪れている。全国各地から訪れているこの層は、4 割以上が 10 回以上仙台市に訪れたことがあるというリピーター層である。震災後に初めて訪問した人が 4 割弱に達しており、4 年を経過してやや気持ちに安心感が生まれ、震災前のリピーター層が戻ってきていることが伺える結果となった。

移動はマイカーや鉄道が多く、宿泊は他の年代と比較して市内温泉地（秋保、作並）の割合が高い。訪問のきっかけは「口コミ」によるものが多く、旅行の手配は他の年代と比較すると旅行会社による個人型パッケージの割合がやや高めとなっている。

再訪意向については 9 割以上の人々が「ぜひ来たい/機会があれば来たい」と答えているが、満足度では他の年代と比較してやや低い数値となっている。

それ以外の特徴として、仙台市訪問前後の周辺地域への訪問割合が高く、仙台市を含む東北観光に訪れている層であることが読み取れる。

② 20-30 代女性（ショッピング以外）

仙台市への来訪者のうち全体の 17.9%が 20-30 代女性であり、そのうち約 6 割強が東北外からの来訪者である。この層は、初めて仙台市に訪れたという人の率が 33.8%と他の年代と比較しても高めであり、友人知人の口コミまたは旅行会社のホームページをみて来訪している。

旅行の手配は旅行会社を介さず個人で手配し、鉄道を利用して移動、1 人または同伴者をあわせて 2 名で訪れている。仙台市内の訪問先は国分町、仙台城跡、定禅寺通りがあげられている。

仙台市外の訪問先で松島と答える方が他と比較して多くなっており、仙台に宿泊して松島を観光するという姿が見てとれる。

満足度調査では約 9 割の人が満足していると答えており、同様に 9 割以上の人が「ぜひ来たい/機会があれば来たい」と答えている。

③ ビジネス

仙台市への来訪者のうち全体の 19.1%がビジネス層である。またそのうち約 9 割弱が男性であり、8 割以上の方が市内のホテルに宿泊している。この層は、仕事という明確な目的があって来訪しているため、観光の意識がほとんどなく、同伴者も仕事の関係となっている。

満足度調査では約 9 割の人が満足していると答え、同様に 9 割以上の人が「ぜひ来たい/機会があれば来たい」と答えており、フリーアンサーでも「ゆっくり来たい、行けなかったところに行きたい」と答えている人が多いため、観光目的の来訪を促すターゲットとして期待できる層である。

④ ショッピング

仙台市への来訪者のうち全体の 13.2%がショッピングを目的に訪れている層であり、そのうち約 9 割強が日帰り来訪である。ほとんどの人が県内または近隣県からの来訪であり、観光の意識はほとんどない。

7. 観光施策の方向性に関する提言

7- (1) ターゲットの設定

インターネット調査による結果と交流地点調査による来訪者像を検討データとし、より高い効果を見込める仙台市における観光プロモーションのターゲット像を割り出した。

来訪者のデータと国内旅行のニーズ、仙台市のイメージを掛け合わせた表は以下となる。

仙台市のイメージ	・歴史がある ・伝統がある ・文化的 ・落ち着いた ・美味しい食べ物 ・美しい自然や景勝地 ・伝統的文化			
↓上記のイメージと合致する国内旅行の目的で、全体より割合の高い年代及び地域↓ ※ 5ポイント以上は太文字下線				
温泉	自然・景勝地観光	リラックス・休養	歴史・文化	グルメ・食べ歩き
60代男性 60代女性	30代男性 50代女性 60代男性 60代女性	20代女性 30代男性 30代女性 40代女性 50代女性 60代女性	20代男性 30代男性 50代女性 60代男性 60代女性	20代男性 30代男性 20代女性 30代女性 40代女性
首都圏 北関東 関西	首都圏 中部 北関東 関西	首都圏 北関東 関西	首都圏 中部 関西	北海道 中部 北関東 関西
↓来訪者グループとの合致点↓				
60代夫婦	60代夫婦	20-30代女性	60代夫婦	20-30代女性 ビジネス

以上の分析から、戦略的なターゲットを以下の通り定義する。

- ① **関東及び関西に在住のシニア層夫婦・小規模グループ等**
 ▶温泉、自然・景勝地観光、歴史文化
- ② **関東に在住の 20-40 代女性**
 ▶リラックス・休養、グルメ・食べ歩き
- ③ **関東に在住の 20 代男性・女性**
 ▶グルメ・食べ歩き

7 - (2) ターゲットの特徴

ターゲット別に来仙目的を見ると、「シニア層」は「歴史・文化観光」「自然・景観観光」「温泉」の項目が全体より高く、「20-40代女性」でも同様の傾向がみられる。「20代男性・女性」では、「リラックス・休養」で高い数値が見られ、「本格グルメ」でも全体より9ポイント程度高い数値が見られる。

来訪者調査／交流地点調査「仙台市への訪問目的（ターゲット別）」

	全体	関東・関西在住のシニア層夫婦・小規模グループ等	関東在住の20-40代女性	関東在住の20代男性・女性
n	1,602	81	50	102
歴史・文化観光	26.5	44.4	46.0	40.2
自然・景観観光	23.5	44.4	44.0	34.3
グルメ・食べ歩き	18.5	22.2	32.0	30.4
本格グルメ	12.0	18.5	18.0	20.6
日級グルメ・食べ歩き	9.2	7.4	22.0	16.7
温泉	14.5	23.5	22.0	22.5
リラックス・休養	6.9	6.2	10.0	13.7
都市観光	6.8	3.7	2.0	10.8
美術館・博物館	4.2	2.5	4.0	1.0
コンサート・観劇	4.4	1.2	20.0	10.8
スポーツ観戦	0.9	1.2	-	-
地場の物産購入	2.6	-	4.0	3.9
登山・トレッキングなどアウトドア	1.5	1.2	4.0	2.0
映画・ドラマのロケ地や小説・アニメの舞台巡り	0.6	-	-	1.0
祭り・伝統行事・イベント	2.0	1.2	-	-
ショッピング	13.2	1.2	6.0	9.8
ビジネス	19.1	7.4	8.0	12.7
帰省・知人訪問	18.4	14.8	32.0	22.5
被災地視察	4.9	4.9	-	2.9
その他	13.0	6.2	12.0	5.9
無回答	0.1	-	-	-

※ 全体を5ポイント以上上回る値

各ターゲット共に、宿泊率は全体よりも高く、仙台市には宿泊を伴う観光で訪れていることがわかる。

来訪者調査／交流地点調査「宿泊の有無（ターゲット別）」

		n	有	無	無回答
全体		1,602	76.4	23.5	0.1
ターゲット別	関東・関西在住のシニア層夫婦・小規模グループ等	81	88.9	11.1	-
	関東在住の20-40代女性	50	88.0	12.0	-
	関東在住の20代男性・女性	102	89.2	10.8	-

宿泊地の比較を見ると、「シニア層」は仙台市内温泉地の人が26.4%、仙台市外の人が31.9%と仙台市内中心部以外での宿泊を選択している割合が全体に比べて高い。一方で「20-40代女性」「20代男性・女性」は仙台市内中心部の宿泊施設を利用している。この数値はリラックス・休養を求める「20-40代女性」の旅行志向からみるとやや乖離があるため、仙台市＝温泉、というイメージ形成が弱いと考えることが出来る。

来訪者調査／交流地点調査「宿泊場所（ターゲット別）」

		n	(仙台市内中心部)	(仙台市内温泉地)	仙台市外	無回答
全体		1,224	68.1	13.6	20.5	1.6
ターゲット別	関東・関西在住のシニア層夫婦・小規模グループ等	72	48.6	26.4	31.9	-
	関東在住の20-40代女性	44	79.5	18.2	2.3	2.3
	関東在住の20代男性・女性	91	74.7	22.0	5.5	1.1

旅行中の仙台市内での消費額を見ると、「シニア層」では全体を3千円程度上回る消費をしている。一方で「20-40代女性」「20代男性・女性」は全体を下回る金額となっている。

来訪者調査／交流地点調査「仙台市での旅行消費額（ターゲット別）」

		n	平均消費金額
全体		1,496	43,269 (円)
ターゲット別	関東・関西在住のシニア層夫婦・小規模グループ等	76	46,451
	関東在住の20-40代女性	45	37,582
	関東在住の20代男性・女性	95	40,543

満足度では、「20-40代女性」の「非常に満足」の割合が約5割に達するなど高い数値が見られる。「20代男性・女性」においても、「非常に満足・まあ満足」を足すと9割弱の人が満足していると答えており、概ね満足度は高い。一方で「シニア層」においては、「非常に満足」と答えた人が全体より8.4ポイントも下回っており、シニア層をいかに満足させるかについて対策が必要な状況である。

来訪者調査／交流地点調査「仙台市観光満足度（総合評価）（ターゲット別）」

		n	非常に満足	まあ満足	ふつう	やや不満	非常に不満	無回答
全体		1,602	40.5	39.5	17.0	1.1	0.4	1.6 (%)
ターゲット別	関東・関西在住のシニア層夫婦・小規模グループ等	81	28.4	43.2	23.5	1.2	2.5	1.2
	関東在住の20-40代女性	50	48.0	46.0	6.0	-	-	-
	関東在住の20代男性・女性	102	42.2	45.1	11.8	1.0	-	-

再訪意向では、「20代男性・女性」が最も高く6割弱の人が「ぜひ来たい」と回答。「シニア層」「20代男性・女性」も全体的に低いわけではないが、全体から見ると「ぜひ来たい」と答えている人の割合がやや低めとなっている。

来訪者調査／交流地点調査「仙台市への再訪意向（ターゲット別）」

		n	ぜひ来たい	来た機会があれば	いどえちないとも	来たあたまくない	来たたくない	無回答
全体		1,602	56.2	39.0	3.9	0.1	0.2	0.5 (%)
ターゲット別	関東・関西在住のシニア層夫婦・小規模グループ等	81	45.7	49.4	3.7	-	1.2	-
	関東在住の20-40代女性	50	50.0	48.0	2.0	-	-	-
	関東在住の20代男性・女性	102	57.8	37.3	4.9	-	-	-

以上の状況を踏まえて各ターゲットに対する攻略ポイントを下記の通りまとめる。

A 関東及び関西に在住のシニア層夫婦・小規模グループ等

全体より旅行消費額の高いシニア層の来仙を増加させることで観光収入の向上が見込めるため、全体より低めの再訪意欲、満足度を向上させることが最優先事項。

➡満足度の向上

B 関東に在住の 20-40 代女性

旅行消費額は全体よりやや低めだが、満足度が全体よりかなり高いため、ターゲットにマッチした観光資源が揃っていると考えられる。そのため、この層へのアプローチを高めることで来訪者数を伸ばせる可能性が高い。

➡PR による誘客

C 関東に在住の 20 代男性・女性

旅行消費額が一番低いものの、「食」への興味比率と再訪意欲が全体より高い。興味がある「食」に絡んだ PR によって、誘客とともに、ビジネス客の周遊促進も期待できる。経済的余裕が生まれるにつれリピーター化する可能性もあり、リピーター層への育成としても若年層は重要なターゲットである。

➡PR による誘客・周遊促進

➡リピーター育成

7 - (3) 仙台観光の現状分析

① 他都市との比較

仙台市に対しては、歴史ある古都というイメージに加え、牛タンを代表としたその土地ならではの食を楽しめる場所であるというイメージが定着している。

しかしながら一方で、同じように古都としてイメージが定着している「金沢」や、食のイメージが強い「札幌」などと比べると、仙台市は飛び抜けて特徴的なイメージがないことが分かる。

インターネット調査「仙台市の情緒イメージ」(N=4,000)

	仙台	札幌	金沢	名古屋	福岡	(%)
歴史のある	52.6	20.0	69.8	25.8	21.3	
伝統がある	38.0	15.6	64.8	19.1	18.0	
文化的な	25.6	17.6	45.6	13.2	13.4	
落ち着いた	20.8	13.2	29.8	3.0	4.1	
親しみのある	16.9	18.8	6.1	11.8	16.1	
あたたかみのある	12.9	11.9	8.6	5.6	16.4	
心地よい・くつろげる	12.7	20.1	11.5	3.9	7.7	
大人向き	10.9	10.2	18.9	4.7	8.4	
シニア向き	9.8	5.7	18.6	2.5	2.8	

※ 仙台の結果を10ポイント以上上回る値

インターネット調査「仙台市の観光資源イメージ」(N=4,000)

	仙台	札幌	金沢	名古屋	福岡	(%)
美味しい食べ物・飲み物がある	53.8	71.0	47.6	47.8	61.5	
美しい自然や景勝地に恵まれている	43.0	46.8	49.2	7.8	12.4	
伝統的文化がある	28.5	11.1	55.3	19.1	13.6	
観光スポットが豊富	20.6	35.7	31.0	16.9	17.0	
史跡が豊富	17.0	5.1	23.2	10.5	5.4	
町並みが美しい	15.6	22.0	34.2	3.6	3.9	
魅力的な・買いたい商品(お土産など)がある	14.5	26.6	13.8	12.3	17.2	
楽しいイベント・行事・祭り等が開かれる	12.3	21.1	3.8	7.3	13.8	

※ 仙台の結果を10ポイント以上上回る値

5都市の観光入込客数を比較すると、仙台市の観光入込客数は名古屋市に次いで2番目に多くなっている。宿泊及び日帰りの別で見ると、日帰り客数は名古屋市に次いで2番目に多いが、宿泊者数では名古屋市、札幌市、福岡市に次ぐ4番目となっている。

居住人口に対する割合をみると、観光入込客数と日帰り客数は仙台市が最も多く、宿泊者数は金沢市が最も多くなっている。

このことから、仙台市の人口規模に対する観光入込客数は多いものの、その多くは日帰り客であることがわかる。

※観光入込客数比較

	人口	観光入込客数			日帰り客数			基準時点	出典		
		居住人口比	宿泊者数	観光入込客数比	居住人口比	観光入込客数比					
仙台	106万人	19,746,251人	1874.3%	5,205,772人	494.1%	26.4%	14,540,479人	1380.2%	73.6%	H26年	仙台市経済局国際経済・観光部観光交流課 「平成26年 仙台市観光統計基礎データ」
札幌	194万人	13,416,000人	693.5%	5,982,000人	309.2%	44.6%	7,434,000人	384.3%	55.4%	H26年度	札幌市観光文化局観光コンベンション部観光企画課 「平成27年度版札幌の観光-平成26年度観光の概要」
福岡	148万人	17,820,000人	1208.7%	5,390,000人	365.6%	30.2%	12,430,000人	843.1%	69.8%	H25年	福岡市経済観光文化局観光戦略課 「平成25年福岡市観光統計」
金沢	46万人	入込客数統計無し	-	2,749,577人	606.9%	-	-	-	-	H26年	金沢市経済局営業戦略部観光交流課 「金沢市観光調査結果報告書 平成26年(2014)」
名古屋	226万人	35,800,000人	1590.7%	6,040,000人	268.4%	16.9%	29,760,000人	1322.4%	83.1%	H25年度	名古屋市市民経済局 「名古屋市観光客・宿泊客動向調査(平成25年度)」

② **ビジネス拠点としての強みと弱み**

仙台市は東北のビジネス拠点であり、交流地点調査でも明らかになっているとおり、観光地における来訪者の来訪目的でも約 2 割がビジネス目的である。このことは、前述の日帰り客数が多いことにも表れているといえる。ビジネス目的での来訪者が多いことは仙台市にとって大きな強みでもあり、一方では弱みにもなっている。以下に一般的に考えられる、観光的側面からの地方ビジネス拠点と非ビジネス拠点の強みと弱みを整理した。

観光的側面から地方ビジネス拠点と非ビジネス拠点の強みと弱みの比較

	強み	弱み
地方都市ビジネス拠点	アクセスが良く、宿泊施設も充実している。買い物や食事に困らない。	リラックスを求めるような観光には不向き。観光地としての目玉が少ない。
地方非ビジネス拠点	旅行ならではの情緒が味わえ非日常の世界に浸れる。わかりやすい観光の目玉がある。	アクセスが不便で宿泊施設が限られる。行動に制限がある。

③ **仙台観光の課題**

これらの状況から読み取れることとして、仙台市の観光における最大の課題は「観光都市」としてどこにポイントを置くかということである。現状においては、他の地域から「観光都市」としては見られておらず、宮城県及び近隣県からのショッピングの場所、あるいは東北におけるビジネスの拠点というイメージが強すぎるため、仙台市と観光の結びつきが非常に弱い状況である。

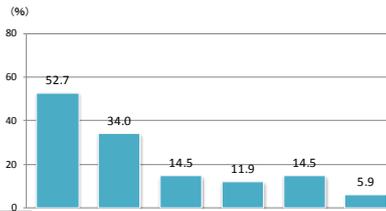
他の都市との比較でもわかる通り、仙台市は全てにおいて平均的であり、そのことがイメージの打ち出しとしてマイナスに働いているものとする。例えば仙台市の観光地で最も認知度が高く訪問意向も高い「仙台城跡」でさえも Web 調査による認知率が 60.1%と決して高い数値とは言えず、その他の観光資源に至っては観光を誘致できるほどの認知率に至っていない。

下の図はインターネット調査における「仙台を訪問したいと思わない理由」のグラフである。

「あまり魅力を感じないから」という理由が全体では 52.7%となっているが、首都圏居住者だけに絞ると 66.1%にのぼる。「あまり魅力を感じない」というのは、漠然とした理由の様に捉えがちだが、「はっきりとした魅力が無い」「分かり易い観光地が無い」といったように、観光地としての「ウリ」に乏しいことの表れであると捉えることが出来る。

インターネット調査

「訪問してみたいと思わない理由」（3つまで）



	n	理由 (%)						
		あまり魅力を感じないから	観光の機会情報が少なすぎる	観光地から遠い	地震・余震が心配	観光地から遠い	その他	
全体	427	52.7	34.0	14.5	11.9	14.5	5.9	
居住地別	首都圏	109	66.1	27.5	17.4	12.8	14.7	6.4
	東北	44	45.5	13.6	25.0	9.1	4.5	9.1
	北海道	89	62.9	25.8	9.0	11.2	21.3	2.2
	中部	72	43.1	52.8	9.7	9.7	12.5	4.2
	北関東	36	52.8	36.1	16.7	11.1	11.1	2.8
関西	77	35.1	45.5	14.3	15.6	15.6	10.4	
性年代別	男性計	211	55.0	35.1	16.6	7.6	12.3	3.8
	20代	71	49.3	39.4	16.9	9.9	9.9	4.2
	30代	35	54.3	28.6	14.3	8.6	17.1	2.9
	40代	42	57.1	42.9	16.7	-	11.9	9.5
	50代	31	58.1	12.9	19.4	9.7	12.9	-
	60代以上	32	62.5	43.8	15.6	9.4	12.5	-
	女性計	216	50.5	32.9	12.5	16.2	16.7	7.9
	20代	56	48.2	26.8	16.1	23.2	21.4	7.1
	30代	50	52.0	30.0	12.0	20.0	26.0	4.0
	40代	46	54.3	39.1	8.7	17.4	10.9	6.5
50代	32	56.3	31.3	15.6	9.4	9.4	3.1	
60代以上	32	40.6	40.6	9.4	3.1	9.4	21.9	

※ 全体を5ポイント以上上回る値

