

SenTIAマーケティングレポート Vol.13
「令和6年度仙台市観光実態調査」編【速報版】

2025年3月31日

(公財)仙台観光国際協会(登録DMO)

目次

◆ 調査概要

- ・調査設計 _____ P3
- ・回答者プロフィール _____ P4

◆ サマリー

- ・総括 _____ P6
- ・【参考】国内旅行市場の動向（2023年～） _____ P7
- ・観光指標の振り返り _____ P8
- ・各居住地ごとの戦略におけるポイント _____ P9

◆ 調査結果

- ・主要観光指標 _____ P12
- ・総合満足度の振り返り _____ P13
- ・再訪意向の深掘り _____ P14
- ・観光消費額の深掘り／宿泊率 _____ P15
- ・仙台観光回数別の観光消費額 _____ P16
- ・年間訪問者数／年間消費額のシェア _____ P17
- ・観光時の周遊範囲 _____ P18
- ・東北周遊観光の要素別満足度 _____ P19
- ・東北周遊の動線 _____ P20
- ・仙台への観光目的・テーマ _____ P21

- ◆ 統計データに関する補足 _____ P22

- ◆ SenTIAのデジタルマーケティングと賛助会員制度のご案内 _____ P23

「令和6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に委託し調査したもので、リサーチ会社のモニタを対象にアンケート調査*を行い分析し、83ページの報告書としてまとめています。

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。調査を行ったマーケティングリサーチ会社の分析、見解とは異なる場合もあります。

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「SCR」）

人口を調査地域×性年代構成比にあわせて
20,000ssで分析



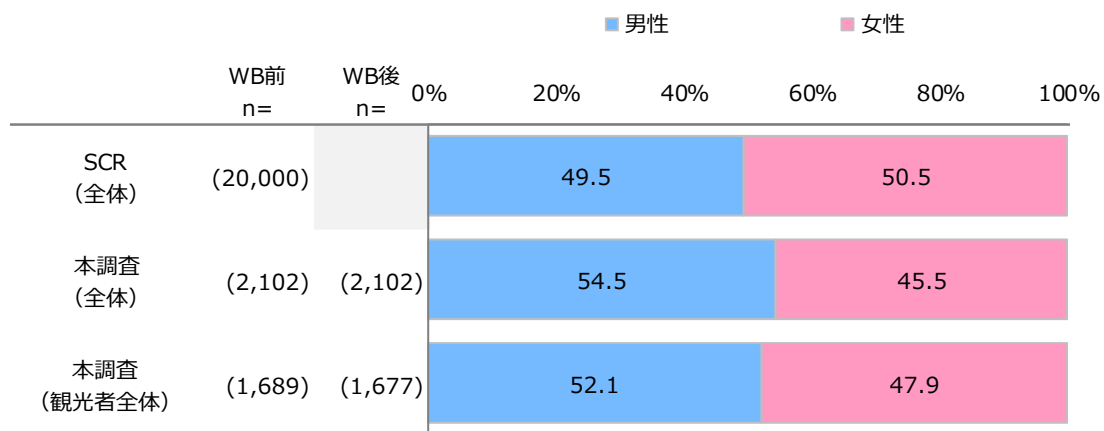
対象者条件/サンプルサイズ（本調査）

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

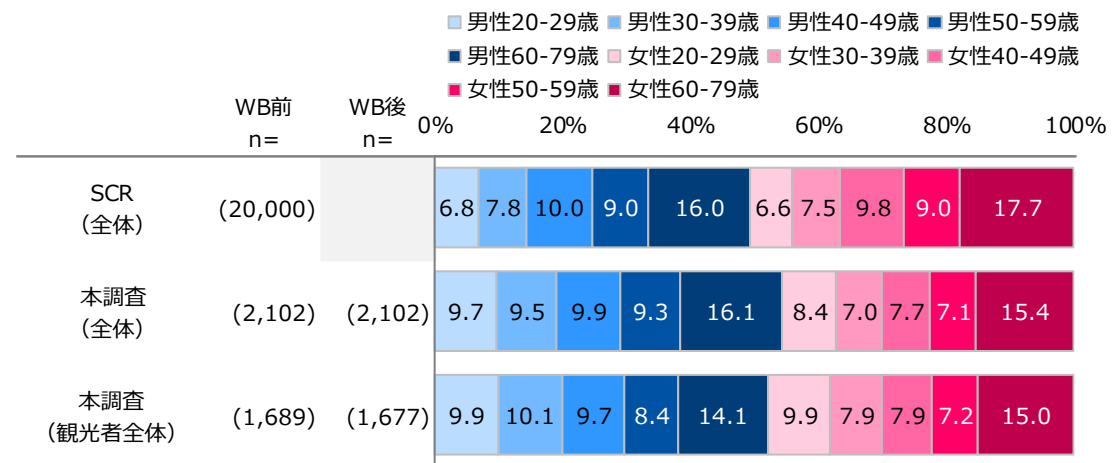


回答者プロフィール

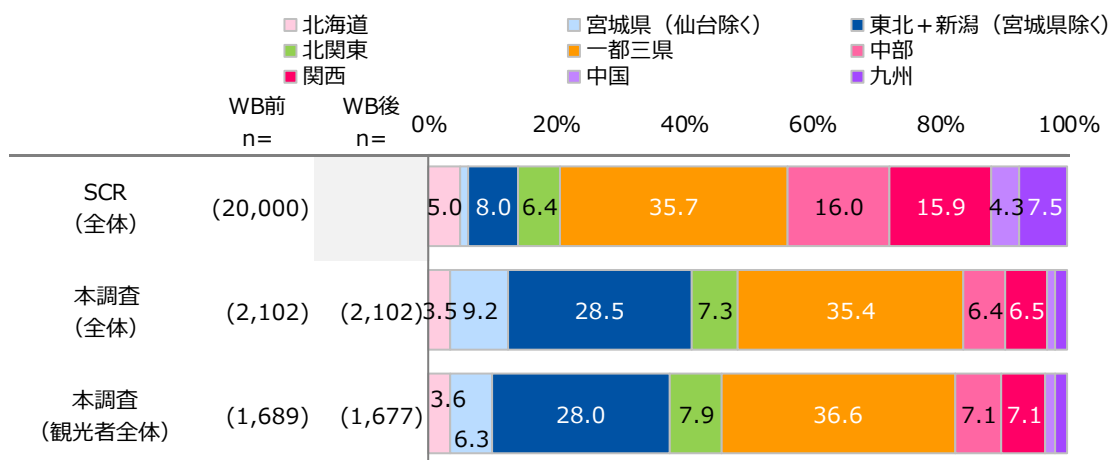
性別



性年代別

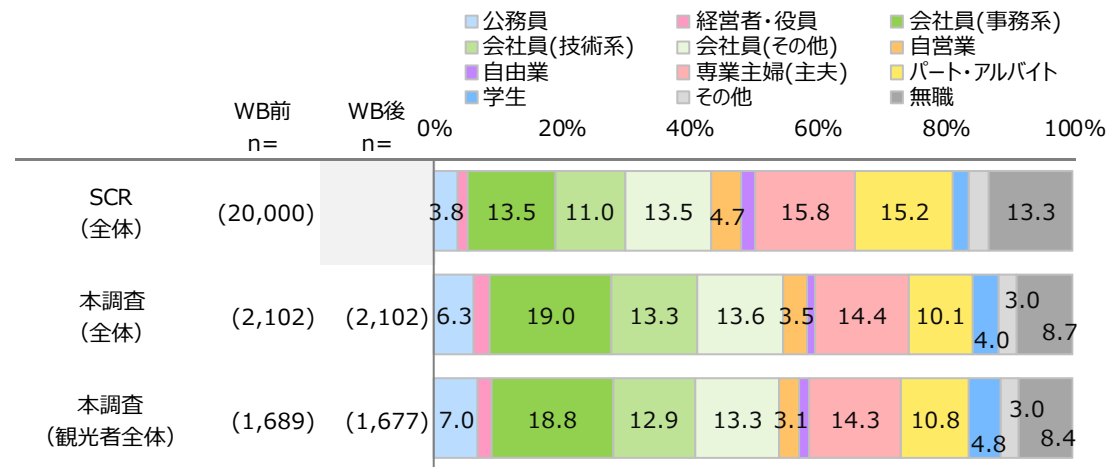


居住地



※3%未満のスコア非表示

職業



※3%未満のスコア非表示

サマリー

1.

仙台観光の「リピーター率・総合満足度」は上昇、「再訪意向・観光経験」は現状維持

「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「東北+新潟」が高く、他地域と比較すると目立っていた。また、「再訪意向」は横ばい、「訪問・観光経験」は前回調査よりやや減少していた。

2.

仙台の「観光消費額」も上昇、北海道・中部以西は40,000円を超える

「観光消費額」は前々回調査から右肩上がり。消費者物価指数が上がり続けていることが一因であることも否めないが、消費者物価指数の上昇率以上に増加幅が伸びている項目もある。また、北海道や中部以西などの遠方エリアからの訪問者は40,000円を超えておりポテンシャルが高い。

3.

消費額最大化の観点では、「リピーター育成」は宮城・東北・一都三県、「新規訪問者獲得」は一都三県・中部・関西が重要エリアに

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「新規訪問者獲得（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、「新規訪問者獲得」では「一都三県」「中部・関西」が重点エリアと推察。

【参考】国内旅行市場の動向（2023年～）

各種統計より、国内旅行者数は一定層いるが「**宿泊旅行市場**」の成長・回復は鈍化傾向。

宿泊旅行の鈍化の要因は、消費者物価指数(P15参照)から読み取れる“物価高”などがあげられ、2024年の観光はより支出を抑制できる「**近場の観光地への旅行**」や「**日帰り旅行**」のニーズが高まったと考えられる。

各調査結果より								
	旅行消費額	延べ旅行者数		実旅行者数	延べ宿泊数	実宿泊者数	2-3か月に1回以上観光者ボリューム	年に1回以上観光者ボリューム
		宿泊旅行	日帰り旅行					
		旅行・観光消費動向調査より		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)	宿泊旅行統計調査より ※日本人で集計		仙台市観光実態調査より	
2024年	46,579円 (106%)	53,925万人(108%)		33,782万人 (106%)	48,668万人泊 (97%)	36,456万人 (97%)	16.8%	56.7%
		うち、宿泊旅行 (104%)	うち、日帰り旅行 (114%)				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。	
2023年	44,304円 (107%)	49,758万人(119%)		31,762万人 (117%)	49,972万人泊 (115%)	37,406万人 (115%)	16.4%	58.3%
		うち、宿泊旅行 (121%)	うち、日帰り旅行 (116%)					

2024年トピックおよび仮説

- ・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%

【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」と仮説

※()内は前年比
※2024年は速報値

観光指標の振り返り

「リピーター率」「総合満足度」「観光消費額」は上昇している。「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	-	-	11.1%	75.5%	69.9% ↑	-	93.5% / 61.5%	
	2023年	-	-	10.7%	74.1%	66.7%	-	94.3% / 58.9%	
2024年トピックおよび仮説		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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%) 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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。ただし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） 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 前頁の通り、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、新規訪問者の増加とリピーター育成の取り組みは引き続き重要。

全体／各居住地ごとの戦略におけるポイント

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、仙台観光未経験者は約75%とボリュームは大きく今後の伸びしろがあり、新規訪問者の獲得も重要なポイント。
 ⇒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）

全体

仙台観光リピート回数別の
観光消費額

仙台観光回数 4回以上	42,186円
仙台観光回数 2-3回	37,995円
仙台観光回数 1回のみ	30,453円

【1】
リピーター育成

仙台観光の
リピーターほど
観光消費額が高い
(滞在期間が長い等の理由)

各階層の市場ボリューム

リピーター(2回以上)	13.2%
仙台観光経験あり	24.5%
仙台訪問経験あり	38.3%
仙台訪問経験なし	61.7%

【2】
新規訪問者獲得

仙台
未訪問者
(観光未経験者)
ボリュームは大きい

居住地
ごとの
方針

居住地ごと

宮城・東北

【1】リピーター育成：◎
【2】新規獲得：▲

一都三県

【1】リピーター育成：◎
【2】新規獲得：◎

中国・九州

【1】リピーター育成：▲
【2】新規獲得：○

北海道

【1】リピーター育成：○
【2】新規獲得：○

北関東

【1】リピーター育成：○
【2】新規獲得：○

中部・関西

【1】リピーター育成：▲
【2】新規獲得：◎

ピンク枠を重点エリアと仮説

居住エリアごとの【1】リピーター育成／【2】新規訪問者獲得
のポイントを次頁で整理

各居住地ごとの戦略におけるポイント（詳細）

*市場：前頁で色付け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**ピンク太字**

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

ピンク枠を重点エリアと仮説

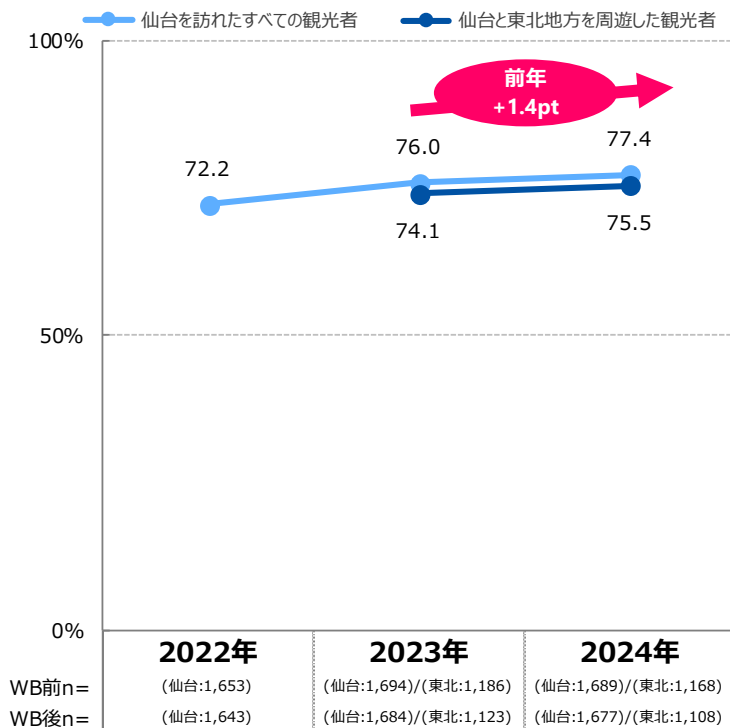
	市場*に占める人口ボリューム	市場*に占める仙台未訪問者ボリューム	2024年仙台訪問者数のシェア	観光消費額（単価）	2024年仙台観光消費額のシェア	リピーター率／再訪意向	方向性の整理
北海道 【1】リピーター育成：○ 【2】新規訪問者獲得：○	5.0%	3.3%	2.1%	48,868円	2.9%	50.5%／56.5%	未訪問者の比率が高く新規訪問者獲得の優先度が高いが、リピーター率や再訪意向は比較的高く、訪問者育成も狙いやすいエリア。ただし、観光消費額や宿泊率は高いが、人口ボリュームの観点では優先度はやや下がる
宮城・東北 【1】リピーター育成：◎ 【2】新規訪問者獲得：▲	9.1%	2.2%	56.2%	31,042円	47.1%	86.4%／72.0%	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、訪問経験者との関係維持が必要
北関東 【1】リピーター育成：○ 【2】新規訪問者獲得：○	6.4%	3.2%	4.7%	34,335円	4.9%	59.2%／64.8%	未訪問者と訪問経験者は同程度の比率で、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
一都三県 【1】リピーター育成：◎ 【2】新規訪問者獲得：◎	35.7%	19.4%	25.4%	38,888円	30.1%	50.0%／59.7%	人口ボリュームが特に大きく未訪問者・訪問経験者共に同程度存在し、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、新規訪問者獲得後のリピーター育成も狙いやすい
中部・関西 【1】リピーター育成：▲ 【2】新規訪問者獲得：◎	31.9%	24.0%	9.3%	41,595円	11.8%	37.4%／51.7%	未訪問者の比率が高く、新規訪問者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
中国・九州 【1】リピーター育成：▲ 【2】新規訪問者獲得：○	11.9%	9.7%	2.4%	44,589円	3.2%	35.4%／51.1%	未訪問者の比率が高いため、新規訪問者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

調查結果

仙台観光者の「総合満足度」「観光消費額」は2022年から上昇が続く。「再訪意向」は現状維持。
 そのうち、**仙台と東北地方を周遊した観光者の「再訪意向」は前年から+3pt増加。**

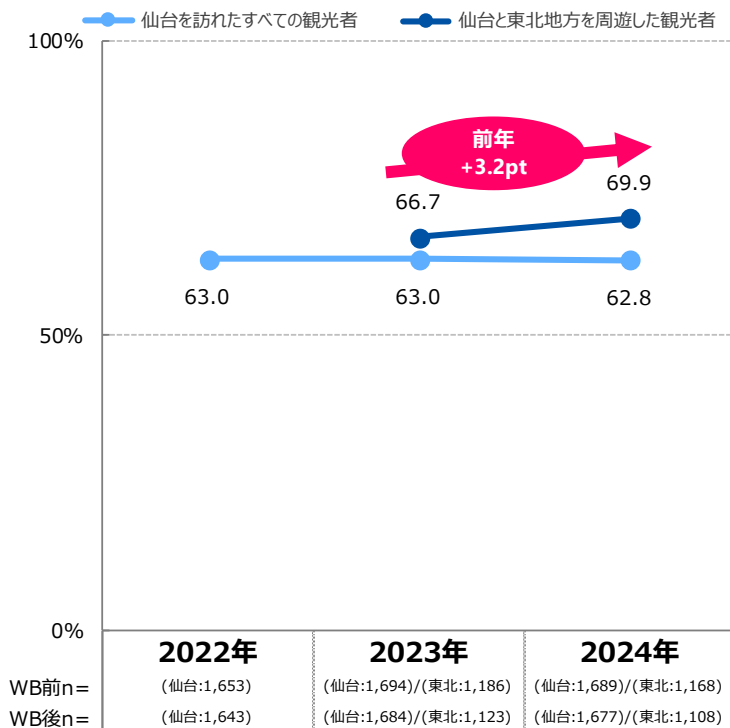
総合満足度 (Top2)

※ベース：仙台を訪れたすべての観光者
 ：仙台と東北地方を周遊した観光者



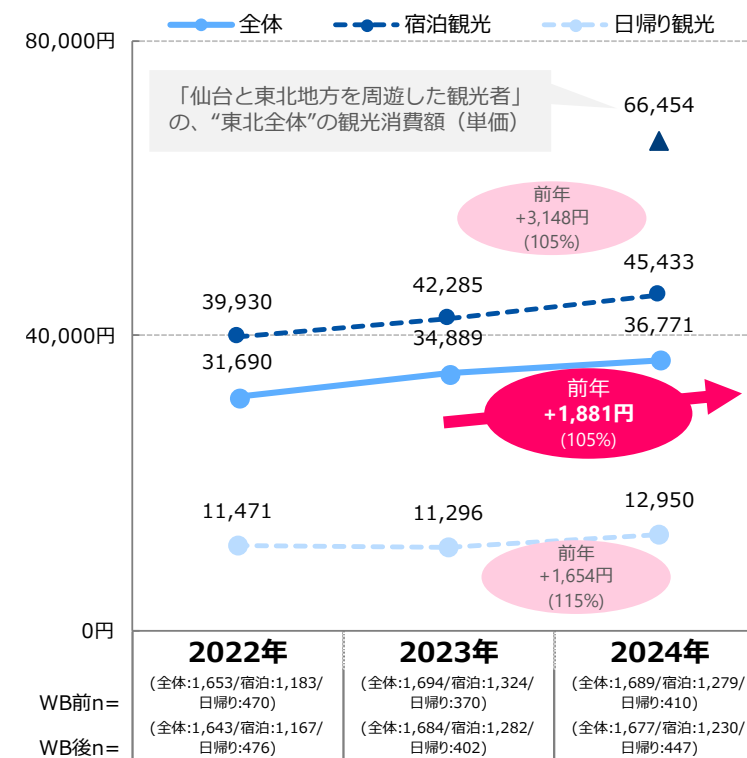
再訪意向 (Top2)

※ベース：仙台を訪れたすべての観光者
 ：仙台と東北地方を周遊した観光者



仙台市内の観光消費額 (単位：円/人回)

※ベース：仙台を訪れたすべての観光者



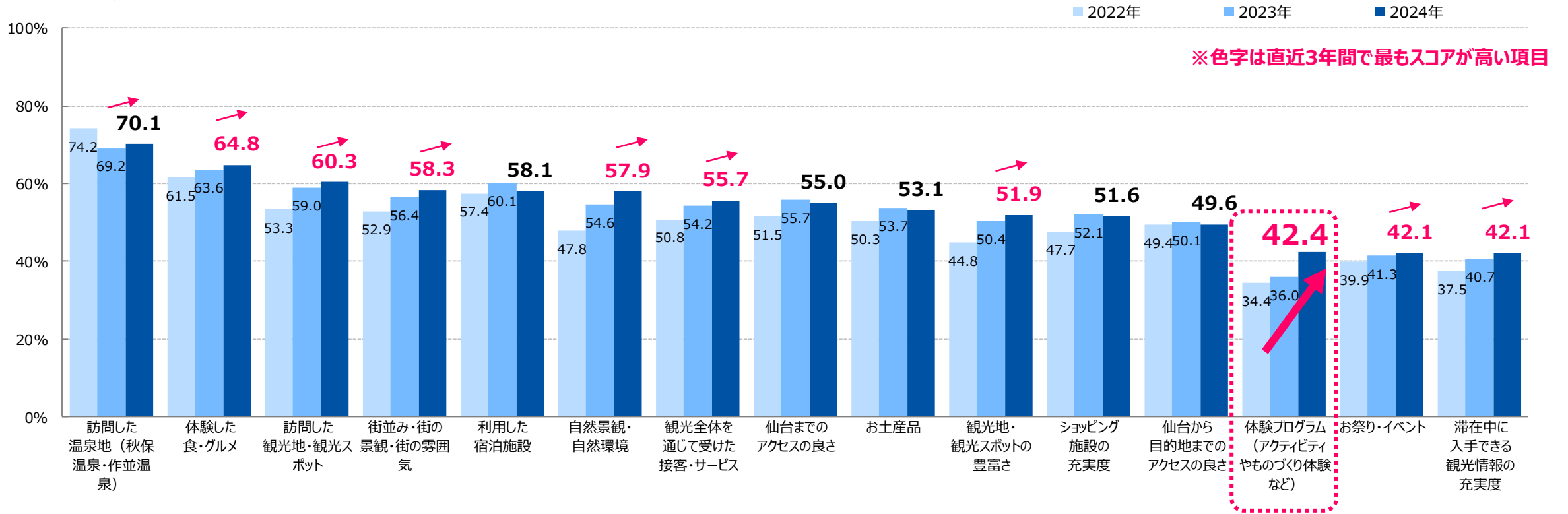
Q17. あなたは今回「仙台」に訪問して、総合的にどの程度満足しましたか。最もお気持ちに近いものを選択してください。(SA)
 Q23. あなたは今回の「東北地方を周遊した観光」について、総合的にどの程度満足しましたか。最もお気持ちに近いものを選択してください。(SA)
 Q20. あなたは今後観光を目的として、「仙台」にどの程度訪問したいと思いますか。最もお気持ちに近いものを選択してください。※宿泊や日帰りは問いません。(SA)
 Q25. あなたは今後、「仙台と東北地方を周遊する観光」を目的として、東北地方へのどの程度訪問したいと思いますか。最もお気持ちに近いものを選択してください。※宿泊や日帰りは問いません。(SA)
 Q16. 今回〔Q6の選択内容〕の仙台（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)

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：仙台を訪れたすべての観光者（わからない選択者除く）

← 仙台観光に満足した要素の上位



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）

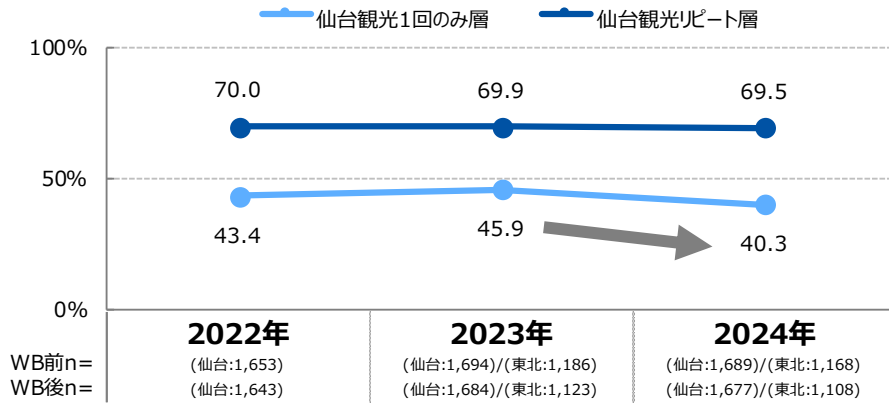
再訪意向の深掘り

リピーター層の再訪意向は維持できているが、スコアが下がっている“仙台訪問が1回のみ層”に再訪意向を高める必要がある。訪問が1回のみ層は仙台と東北地方を周遊する観光への再訪意向が高く、「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の促進が重要。**

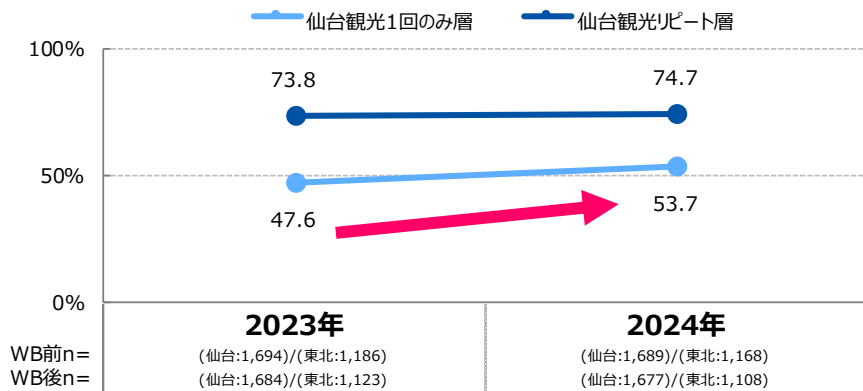
再訪意向の詳細

※ベース：仙台を訪れたすべての観光者／仙台と東北地方を周遊した観光者

仙台
の再訪



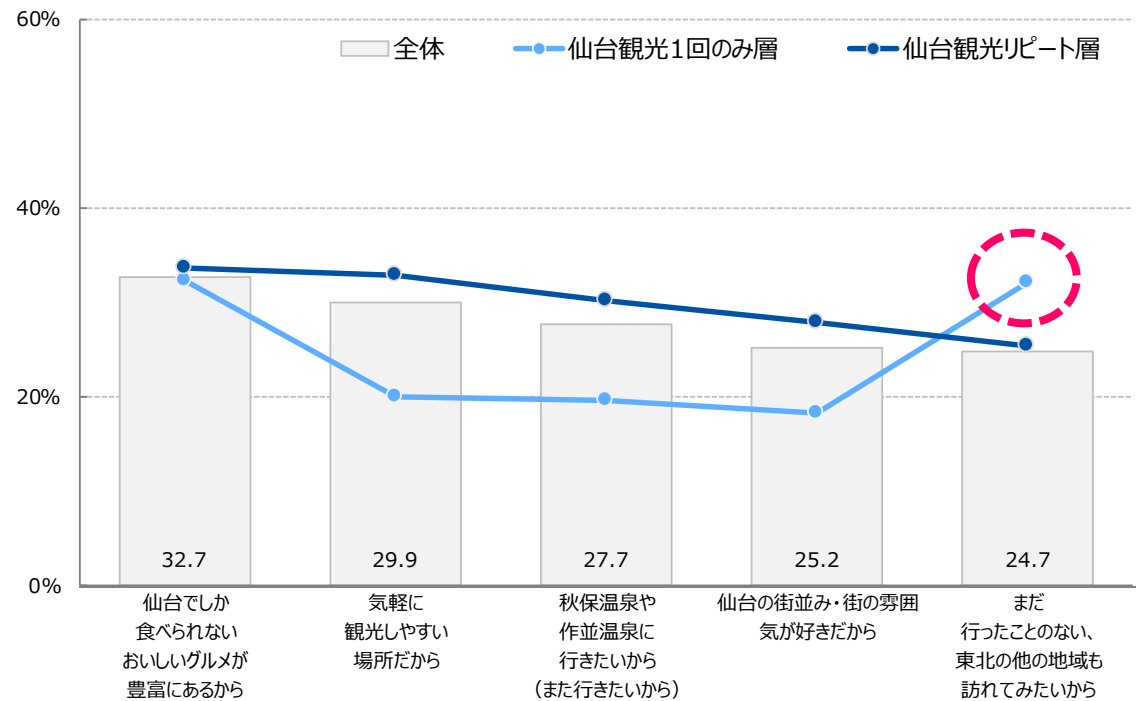
仙台と
東北周遊
の再訪



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)

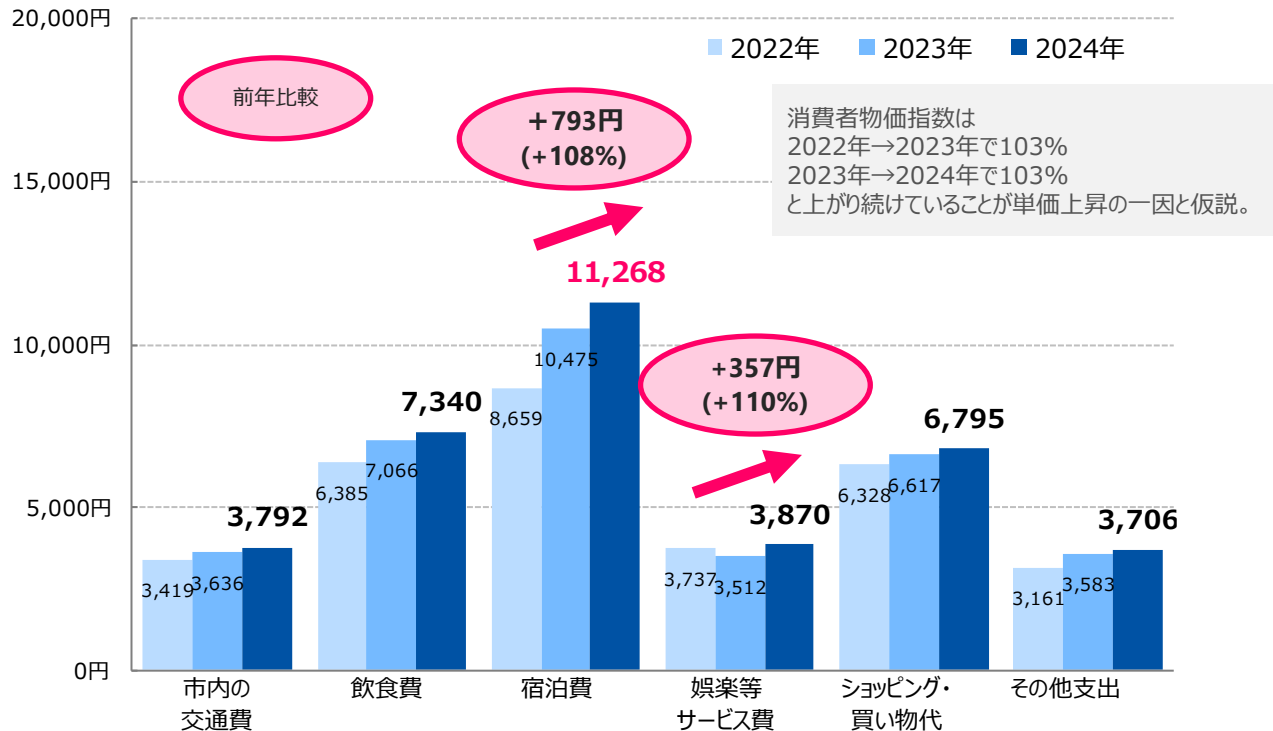
観光消費額の深掘り／宿泊率

宿泊費は、前年との差額が+793円だが、増加幅として最も伸びていたのは娯楽等サービス費だった。単価向上には宿泊も重要となるが、市場全体が鈍化傾向のため、満足度要素が上昇していた「**体験プログラム**」などの**娯楽等サービス費の増加を促す取り組みが重要**。（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）

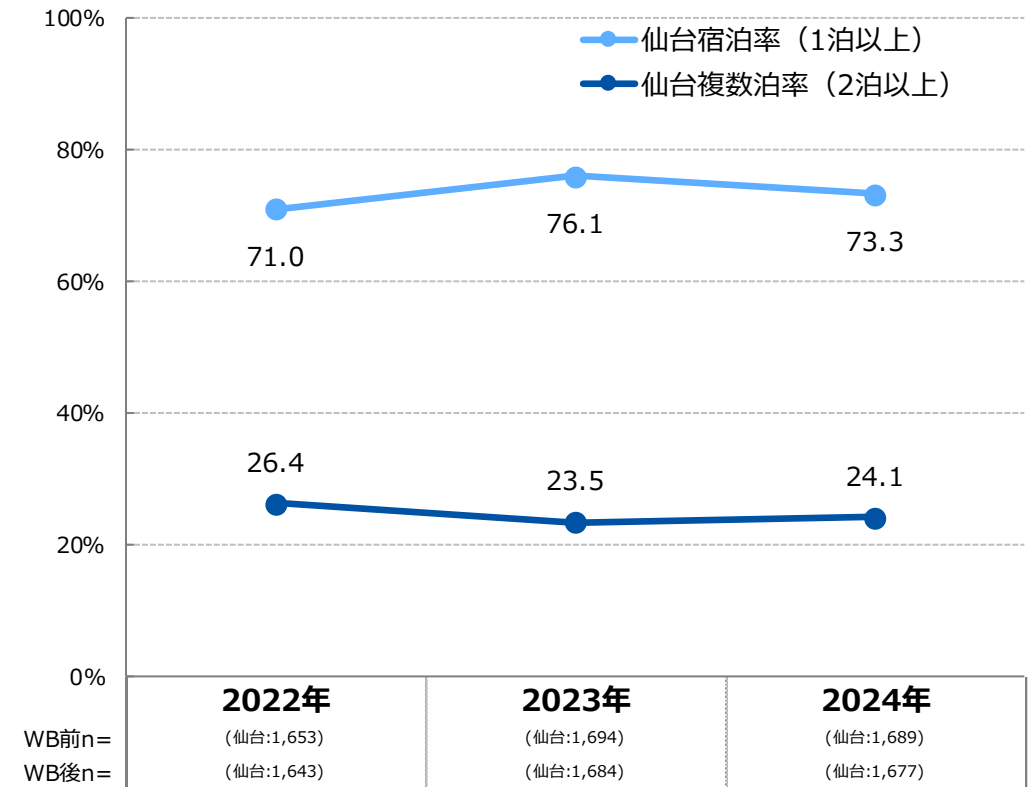
※ベース：仙台を訪れたすべての観光者

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：仙台を訪れたすべての観光者



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）

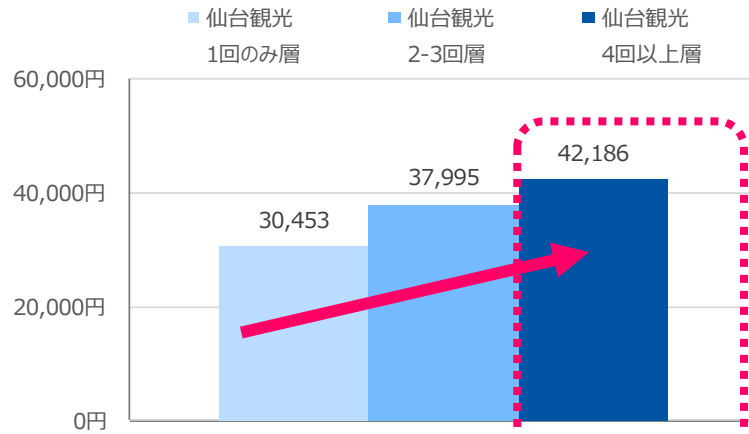
仙台観光回数別の観光消費額

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4万円を超えるため、リピーター育成が重要。**

また、一都三県と中部以西は1回のみ層の消費額も高いため、新規訪問者の獲得を狙うべきエリアといえる。

仙台市内の観光消費額 (単位：円/人回)

※ベース：仙台を訪れたすべての観光者



	仙台観光 1回のみ層	仙台観光 2-3回層	仙台観光 4回以上層
全体 (再訪意向不問)	30,453	37,995	42,186
再訪意向Top2層	29,808	44,177	47,384
再訪意向Top2未満層	30,887	30,140	24,718
WB前n=			
全体 (再訪意向不問)	(377)	(435)	(646)
再訪意向Top2層	(147)	(246)	(487)
再訪意向Top2未満層	(230)	(189)	(159)

居住地別	観光回数	WB前	WB後	観光消費額 (円/人回)
		n=	n=	
宮城・東北+新潟	仙台観光_1回のみ層	(27)	(36)	21,326
	仙台観光_2-3回層	(53)	(71)	33,282
	仙台観光_4回以上層	(273)	(363)	33,743
北関東	仙台観光_1回のみ層	(31)	(22)	23,590
	仙台観光_2-3回層	(60)	(43)	35,958
	仙台観光_4回以上層	(74)	(54)	40,744
一都三県	仙台観光_1回のみ層	(80)	(143)	32,713
	仙台観光_2-3回層	(99)	(177)	35,069
	仙台観光_4回以上層	(122)	(218)	49,661
北海道・中部以西	仙台観光_1回のみ層	(239)	(120)	31,743
	仙台観光_2-3回層	(223)	(112)	46,426
	仙台観光_4回以上層	(177)	(87)	59,528

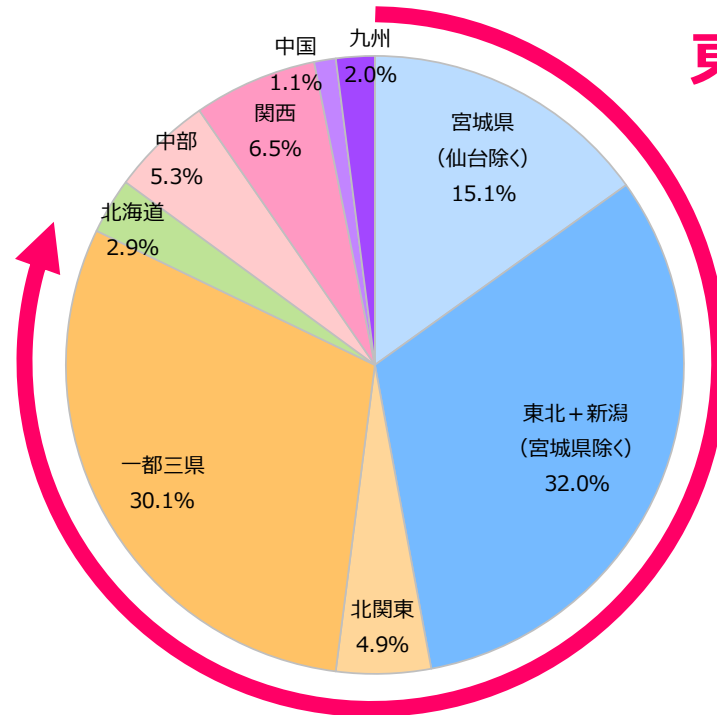
Q16. 今回 (【Q6の選択内容】) の仙台 (東北地方) への訪問に関して、以下の項目ごとにあなた1人分の支出金額をそれぞれ選択してください。※あなたが支払いをしていない場合は、ご自身はどのくらい費用負担が必要だったかを回答してください。※グループの場合は1人あたりに換算してお答えください。(SA)
 Q9. あなたはこの訪問のときに宿泊をしましたか。宿泊を行った方は、以下の項目ごとに宿泊日数もあわせて教えてください。(SA)

年間訪問者数／年間消費額のシェア ※訪問目的は不問

訪問者数をベースにした年間観光消費額*の居住地シェアは「東北＋関東エリア」で8割を超える。

訪問者数をベースにした年間観光消費額*の居住地シェア

※ベース：全体



**東北＋関東
82.1%**

*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まれます。(SA)

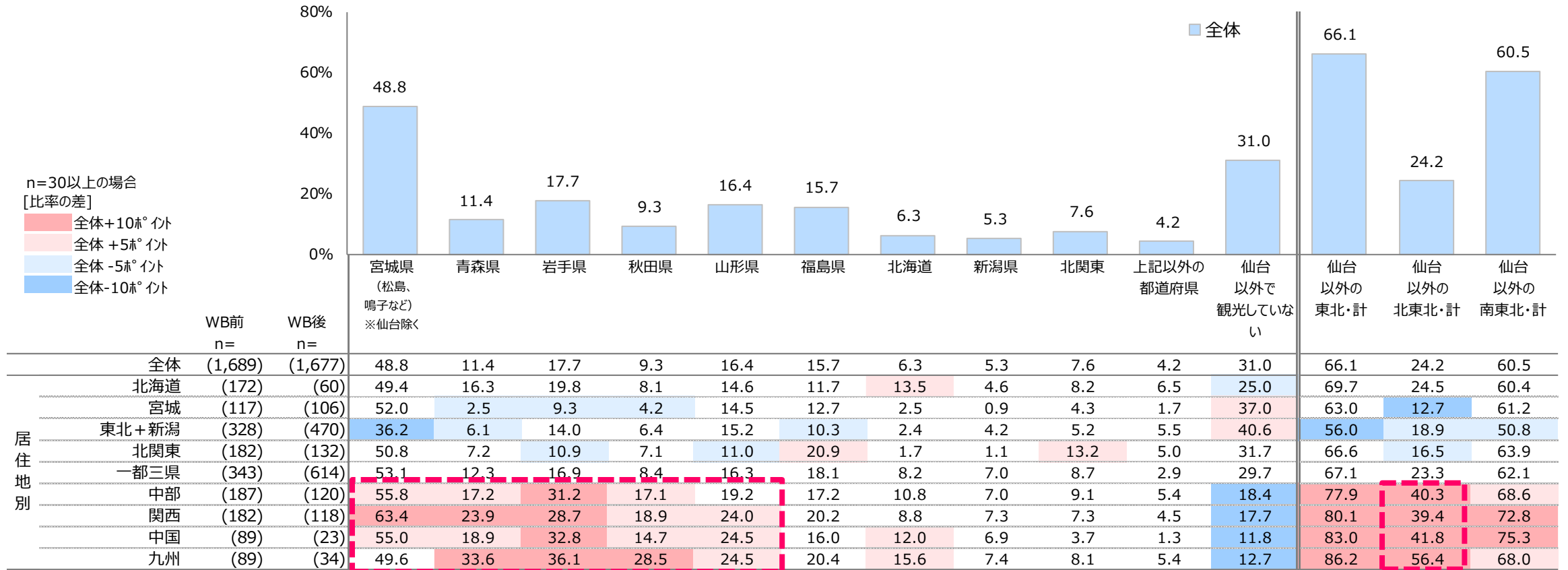
Q16. 今回 (【Q6の選択内容】) の仙台 (東北地方) への訪問に関して、以下の項目ごとにあなた1人分の支出金額をそれぞれ選択してください。※あなたが支払いをしていない場合は、ご自身はどのくらい費用負担が必要だったかを回答してください。※グループの場合は1人あたりに換算してお答えください。(SA)

観光時の周遊範囲

観光時の行動範囲は中部以西の居住者ほど遠方へ足を運ぶ傾向があった。特に、北海道・東日本居住者に比べ北東北（青森・岩手・秋田）への観光率が高い。中部以西の居住者に向けて、**仙台を拠点に連泊して北東北まで周遊する観光プランのPRが有効と考えられる。**

仙台観光時に他に観光した地域

※ベース：仙台を訪れたすべての観光者



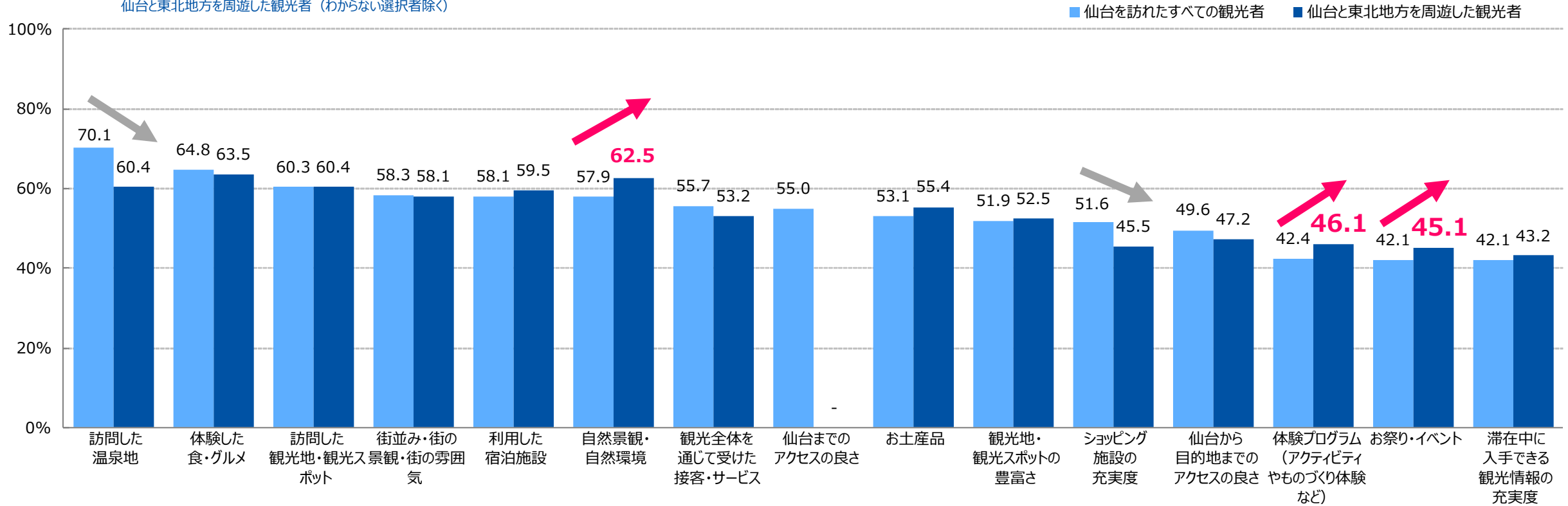
Q7. 以降このアンケートでは、あなたが【Q4の選択内容】を目的として、【Q6の選択内容】に「仙台」に訪問した時のこととお聞きします。あなたが【Q6の選択内容】に「仙台」に訪問した時に、仙台以外の場所に観光や宿泊を目的に訪問しましたか。あてはまるものを選択してください。※観光には、スポーツ、コンサート、ショッピングを主目的とした訪問も含まれます。(MA)

東北周遊観光の要素別満足度

仙台と東北地方を周遊した観光者は、「自然景観・自然環境」「体験プログラム」「お祭り・イベント」のスコアが仙台観光者全体と比べて3pt以上高かった。また、「訪問した温泉地」「ショッピング施設の充実度」のスコアは6pt以上下がった。

要素別満足度

※ベース：仙台を訪れたすべての観光者（わからない選択者除く）
 仙台と東北地方を周遊した観光者（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）

東北周遊の動線

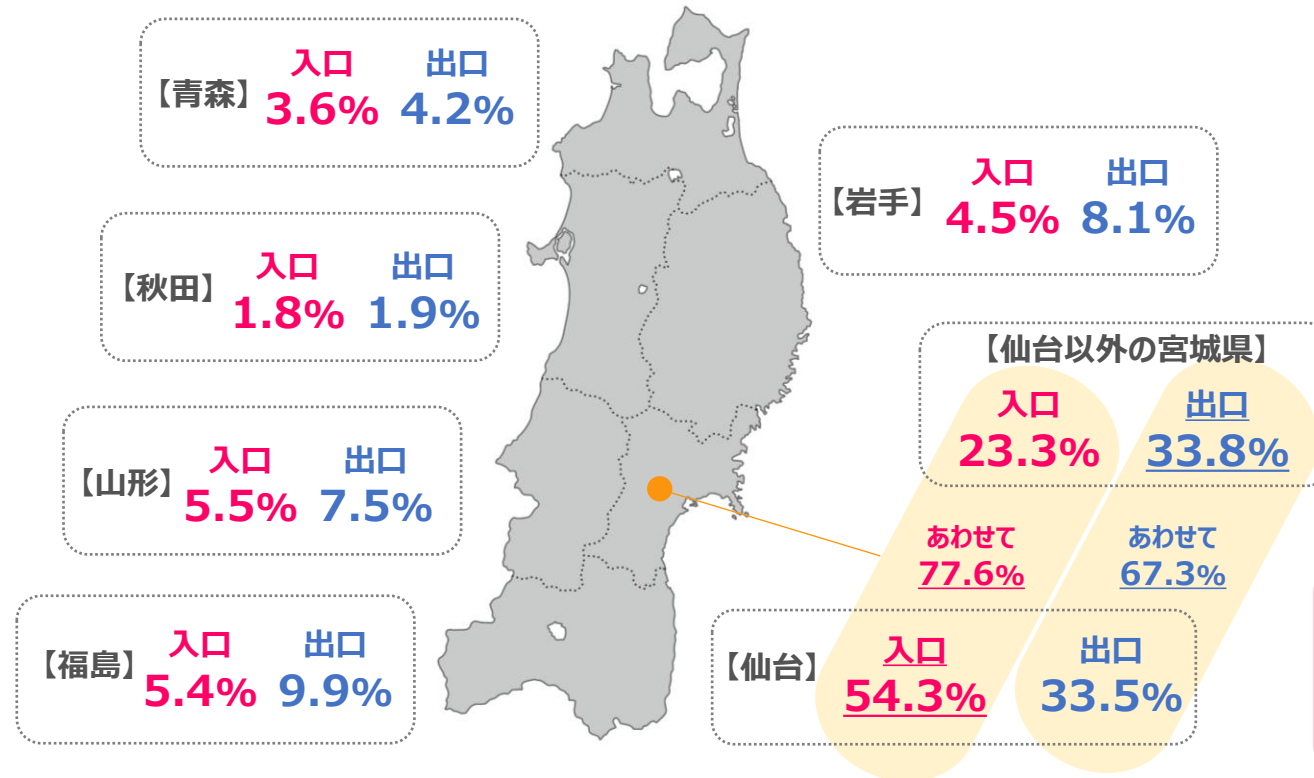
仙台と東北地方を周遊した観光者が最初に観光した地域は、「仙台」が半数を超え最も多く、仙台を東北観光の入口として訪れている人が多いことがわかった。

また、仙台と仙台以外の宮城県を合わせると、入口として77.6%、出口として67.3%となり、観光の重要拠点になっているといえる。

仙台と東北地方を周遊した観光者が一番最初に観光した地域（入口）／一番最後に観光した地域（出口）

※ベース：仙台と東北地方を周遊した観光者

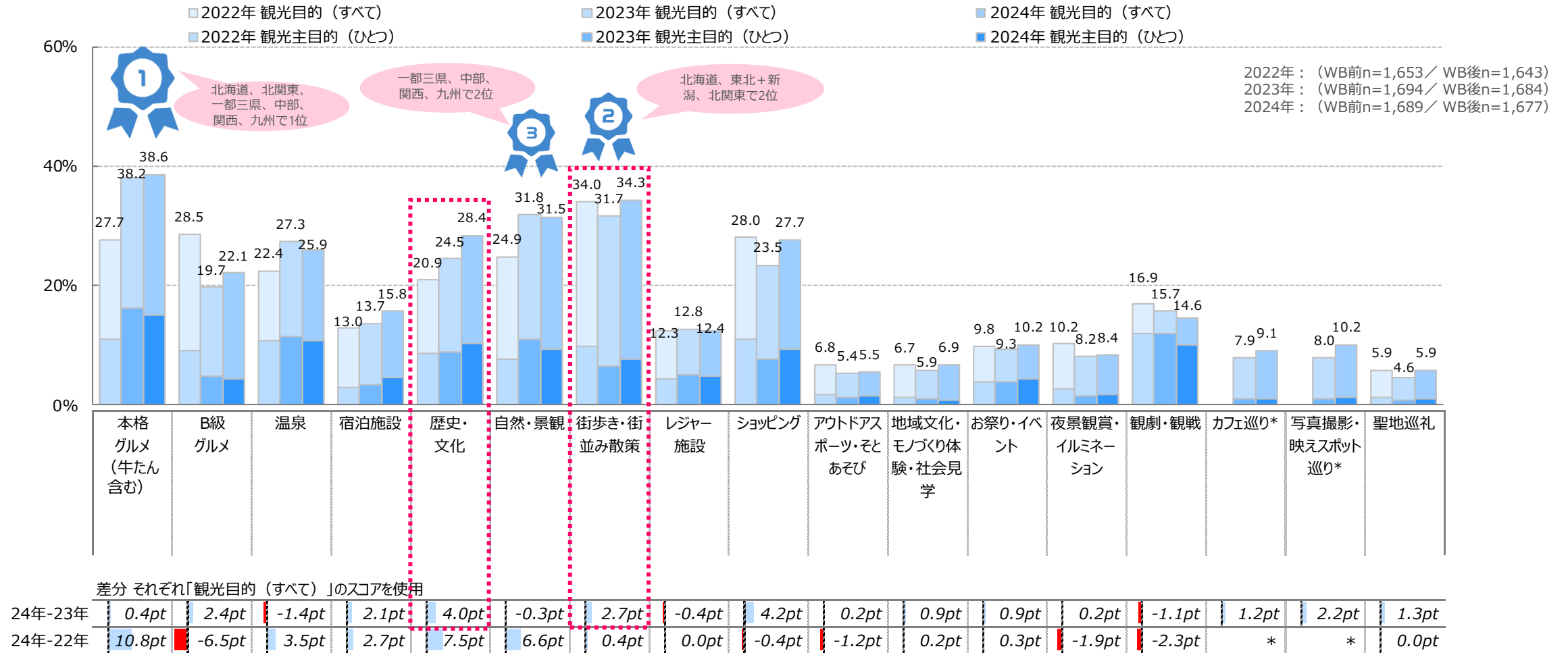
(WB前 n=1,168/WB後 n=1,108)



仙台は拠点であることから、仙台で何かしら消費されていることが伺えるため、東北地方を周遊する観光において、**仙台での滞在時間を延ばすこと**で、仙台の観光消費額増加につながるかと推察できる。

目的として多かったのは、「本格グルメ」「街歩き・街並み散策」「自然・景観」。増加幅としては「歴史・文化」「街歩き・街並み散策」が伸びており、これらを組み合わせたコンテンツ造成が望ましい。

※ベース：仙台を訪れたすべての観光者



*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。(MASA)

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）

SenTIAのデジタルマーケティングと賛助会員制度のご案内

当協会では、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、仙台市観光DMPをはじめ、複数のサービスなどを活用した仙台の観光動向の分析や、テーマやトレンドに合わせて各種データを分析した**SenTIAマーケティングレポート**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 観光地域づくり推進課 (022-268-9568 / info@sentia-sendai.jp)