

仙台市交流人口ビジネス 活性化戦略2024 (中間案)

2021年12月
仙台市

目次

1. 戦略の趣旨	P 1
2. 本市の交流人口の状況	P 2
3. これまでの施策と今後取り組むべき課題	P 4
4. 交流人口ビジネスに関わる関係者のご意見	P 6
5. 仙台市交流人口ビジネス活性化戦略2024の全体像	P 8
6. 成果指標	P 9
7. 戦略期間におけるロードマップ	P10
8. 5つの重点プロジェクト		
重点プロジェクト1：エリア別ブランディングプロジェクト	P11
重点プロジェクト2：TOHOKU as ONEプロジェクト	P12
重点プロジェクト3：インバウンド&MICE 強化プロジェクト	P13
重点プロジェクト4：「観光×デジタル」プロジェクト	P14
重点プロジェクト5：交流人口ビジネス事業者連携プロジェクト	P15
9. 主な重点施策	P16
10. 資料編【交流人口の動向等】	P17

1 戦略の趣旨

本市は、東日本大震災以降、地域産業の復旧・復興に取り組むとともに、復興の先を見据えた地域産業の振興に取り組んできました。

一方、将来的な人口減少が予想される中、持続的に本市の地域経済を活性化させるためには、交流人口の拡大が重要です。

そのため、2019年3月に「仙台市交流人口ビジネス活性化戦略～日本一の体験都市を目指して～」を策定し、「2021年までに年間宿泊者数600万人泊」を目標に掲げ、1,000本の体験プログラム創出をはじめとした交流人口ビジネスの活性化に取り組んできました。

数値目標については、2019年に目標を超える約624万人泊を記録しましたが、2020年より拡大している新型コロナウイルス感染症の影響により、観光関連産業は大きな影響を受けたことから、2021年3月には感染症を踏まえた取り組みを追加するなど、戦略の改訂を行ったところです。

2期目となる今回の戦略は、これまでの取り組みや、コロナによる社会変化を踏まえて、観光の再生に取り組むとともに、交流人口のさらなる拡大に向け、国内外の旅行者から選ばれる仙台・東北を目指して策定するものです。

仙台市交流人口 ビジネス活性化戦略

- 日本一の体験プログラム創出
- 宿泊促進・閑散期誘客
- 交流人口ビジネス・イノベーション
- ターゲット重視型マーケティング
- ビジターズ・フレンドリー仙台
- 東北ゲートウェイ推進

2019年4月～

新型コロナウイルス
感染症拡大

戦略改訂版において 以下の取り組みを追加

- 「新しい生活様式」への対応
- 「新たなトレンド」を踏まえた施策展開
- 「アフターコロナ」を見据えた取り組み

2021年4月～

仙台市交流人口ビジネス 活性化戦略2024

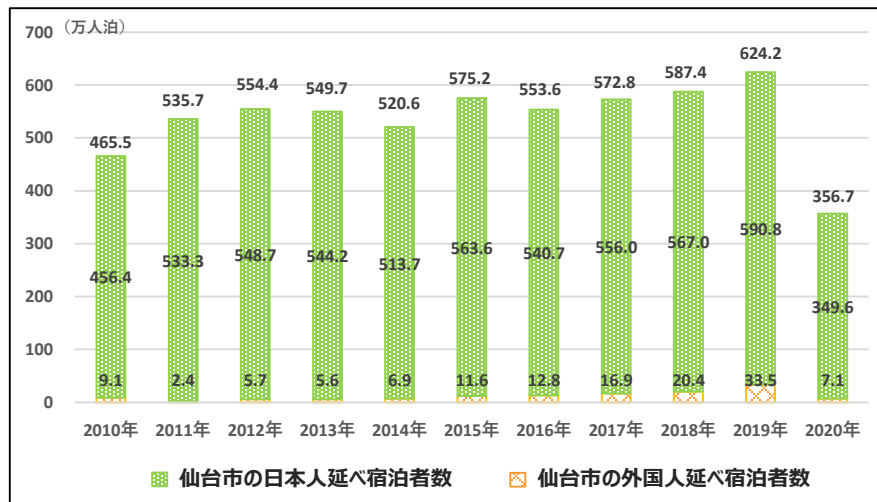
2022年4月～

2 本市の交流人口の状況

1 コロナ拡大前の状況

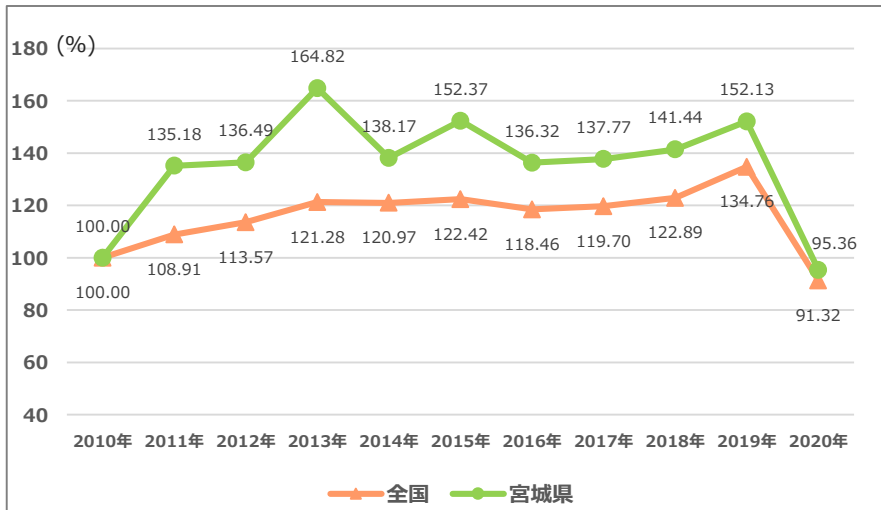
- 本市の宿泊者数は、震災以降550万人泊前後で推移していたが、2019年は過去最高となる624.2万人泊を記録した
- 外国人宿泊者数は2015年から5年連続で過去最高を記録し、2019年は過去最高となる33.5万人泊を記録した。ただし、全国に比べると増加割合は緩やかであった
- 宮城県内では、ビジネス客中心の宿泊施設の宿泊者数の増加割合は全国より大きい一方、観光客中心の宿泊施設の宿泊者数の増加割合は、全国より小さく、2010年の水準を下回っている
- 旅行形態は、団体旅行から個人旅行へ、モノ消費からコト消費へ変化している

過去11年間の仙台市の延べ宿泊者数の推移



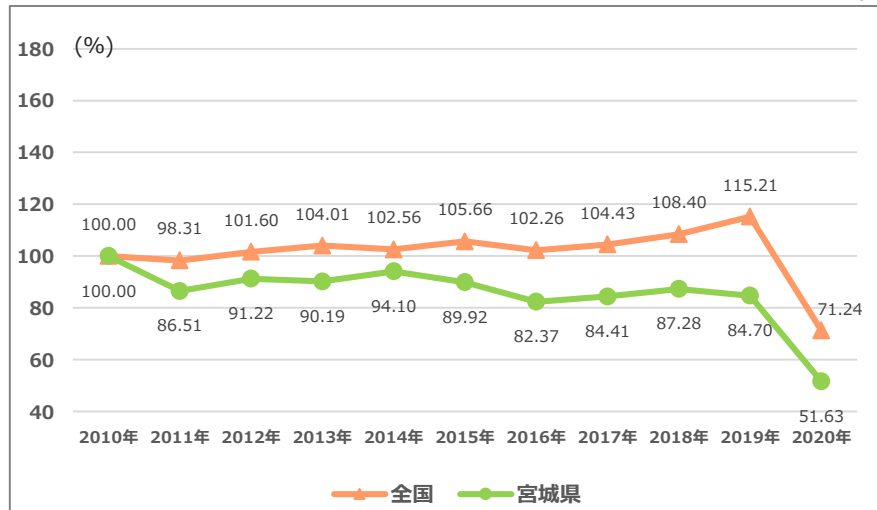
出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）

国内客におけるビジネス客中心の宿泊施設の宿泊者の動向（指数による比較）



出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）

国内客における観光客中心の宿泊施設の宿泊者の動向（指数による比較）

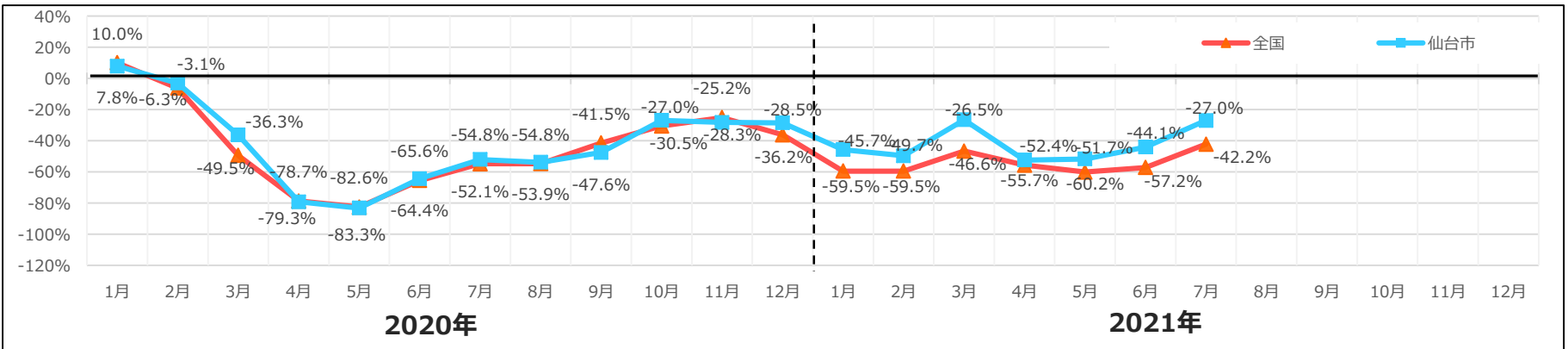


出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）

2 コロナ拡大後の状況

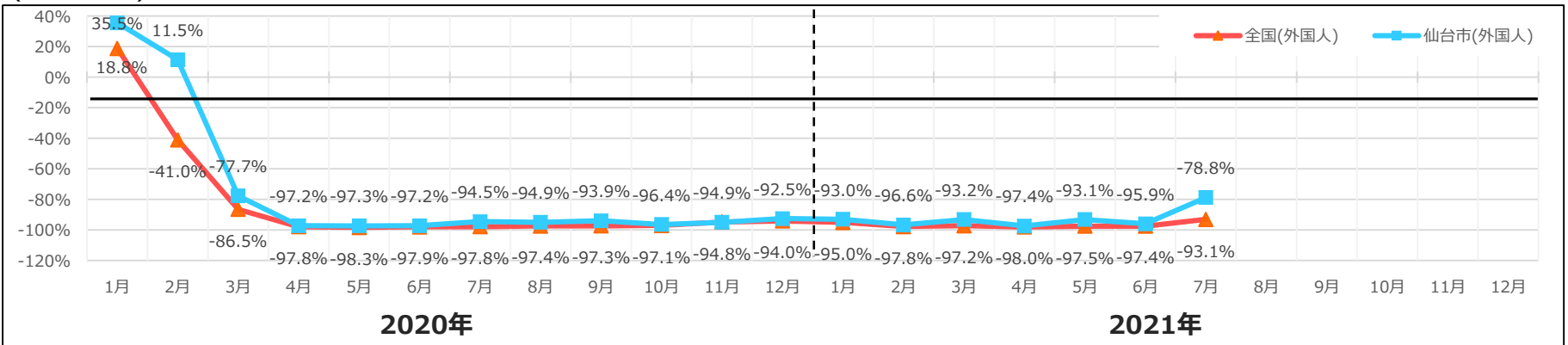
- 新型コロナウイルス感染症の影響により、宿泊者数は、全国と同様、2020年2月より減少し、2020年5月には対前年比で8割を超えるマイナスとなった。その後回復に転じたものの、コロナ前の水準に戻った月はない。特に外国人宿泊者数は厳しく、9割以上のマイナスが続いている
- デジタル化が急速に進み、オンライン会議やオンライン観光など、新たなニーズやトレンドが生まれている
- 人の移動制限が長期間に及び、域内観光（マイクロツーリズム）が再評価・再認識されている
- 三密を避けたアウトドア志向や癒しを求める傾向が強まるとともに、旅行形態も少人数化するなど変化している

延べ宿泊者数の2019年同月比の推移



(外国人のみ)延べ宿泊者数の2019年同月比の推移

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）



出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）

3 これまでの施策と今後取り組むべき課題

1 日本一の体験プログラム創出

多彩な仙台の魅力を五感で体感する1,000本の体験プログラムを創出

施策

- ▶ 1,000本を超える体験プログラムを創出
- ▶ 伝統文化や食に関するコンテンツの発掘

課題

- ✓ 体験プログラムの認知度向上と利用促進が必要
- ✓ 「仙台ならではの」や宿泊促進に繋がるプログラムの充実が必要

新型コロナを踏まえた視点の追加

マイクロツーリズムやオンライン観光、アウトドア志向の高まりなど、新たなニーズやトレンドを踏まえた体験プログラムを創出

2 宿泊促進・閑散期誘客

年間を通じて旅行者が来訪し、「もう1泊」したくなる街の魅力向上

施策

- ▶ 朝夕コンテンツの創出
- ▶ 企業内会議・研修会等の誘致

課題

- ✓ 閑散期の誘客策のさらなる充実が必要
- ✓ 変化するビジネス出張などの宿泊ニーズへの対応が必要

新型コロナを踏まえた視点の追加

ワーケーションなど新しい需要の取り込みを図るとともに、オンライン・ハイブリッド会議、オンライン観光の推進

3 交流人口ビジネス・イノベーション

交流人口ビジネスで「もうかる」事業の発掘及び育成

施策

- ▶ 交流人口ビジネス表彰により新たなビジネスを発掘
- ▶ 地域おこし協力隊による観光地域づくりの担い手の育成

課題

- ✓ 発掘したビジネスを波及させる取組みが必要
- ✓ 事業者マッチングによるビジネスの発展が必要
- ✓ 担い手育成の継続が必要

新型コロナを踏まえた視点の追加

新しい生活様式に対応したビジネスを展開する事業者を支援するとともに、感染症による社会変化に対応できる人材の育成

4 ターゲット重視型マーケティング

顧客ターゲットを定めたコンテンツ開発と情報発信

施策

- タイ・台湾プロモーション
- 仙台空港への新規路線の誘致と増便
- 観光デジタルマーケティングの実施

課題

- ✓ コロナ禍を踏まえたターゲティングの見直しが必要
- ✓ デジタルを活用した旅行者ニーズの詳細分析が必要

新型コロナを踏まえた視点の追加

感染症により変化するニーズや動向を的確に把握するためのデジタルマーケティングと、国内外へ向けての継続的な情報発信

5 ビジターズ・フレンドリー仙台

旅行者が安心・快適に過ごせる「おもてなし」環境づくり

施策

- るーぷる仙台の運行
- SENDAI free Wi-Fiの整備
- 観光ボランティアガイドの育成

課題

- ✓ リピーター獲得につながる受入環境整備が必要
- ✓ 旅行者の満足度等の把握が必要

新型コロナを踏まえた視点の追加

観光施設における「新しい生活様式」への対応強化と、大型観光イベント等における感染症対策の支援

6 東北ゲートウェイ推進

東北全体の交流人口拡大に向けたオール東北による連携推進

施策

- 東北の美酒・食の発信
- 東北の観光案内所のネットワーク化
- 東北絆まつりの開催

課題

- ✓ 「仙台・東北」のさらなる認知度向上の取組みが必要
- ✓ 東北一体となった魅力発信が必要

新型コロナを踏まえた視点の追加

域内における交流の活性化やオンライン観光の促進

7 コロナ禍における需要喚起策

施策

- 宿泊促進キャンペーンの実施
- 大型イベント等の開催支援
- 企業内会議・研修会等の開催支援

課題

- ✓ コロナからの早期回復が必要
- ✓ コロナ禍における需要喚起のあり方の検討が必要

4 交流人口ビジネスに関わる関係者のご意見

交流人口ビジネスに関わる方々（宿泊・旅行・交通・インバウンド・MICEなどの関連事業者、経済団体、学識者等）との意見交換でいただいたご意見を抜粋（2021年5月～11月）

誘客コンテンツや受入環境の充実・強化に関する意見

旅行満足度等に着目した取組みは重要

旅行消費額に着目するのは良い

旅館・ホテルの質を上げていけるような施策が必要

震災遺構を活用すべき

漫画や映画の積極的な活用

歴史や文化の視点を盛り込むべき

ブレジャー需要の取り込みが重要

次世代放射光施設の活用

SDGsの要素を盛り込むべき

夜歩きたくなるまちづくり

「国分町」という観光資源を大切にすべき

交流人口→関係人口→移住促進のしかけ

旅館で完結せず、地域を堪能してもらうことで再訪意欲が高まる（＝リピーター）

旅行者と地域の「人」との出会いが移住が新たなビジネスにつながる

交流人口だけでなく、関係人口も大事

大型MICEの誘致には、なぜ誘致するのかというストーリーが必要

キャッシュレス化への対応が必須

二次交通の充実

MICE誘致には、受入可能な宿泊施設が存在することが大前提

会議誘致のためには、通信速度などのオンライン環境整備が重要になってくる

MICEのインフラ整備は、10年単位の長い期間で計画的に動く必要がある

コロナの影響に関する意見

宿泊促進キャンペーンは、国・県・市が重なるのではなく、切れ目なく実施してほしい

「人流＝悪」という風潮の払しょく

ビジネス客は完全にはもとに戻らない

緑化フェアを活用した誘客を考えるべき

ハイブリッド会議の浸透により、これまで参加できなかった人が参加可能になった

開催中止リスク(キャンセル料等)が担保されないと、大型会議等は誘致しにくい

オンラインが進み、「現地でないと体験できない」ことの重要性が増した

従来の「旅館は一泊二食つき」でどこまでいけるか

東北全体に関する意見

仙台・東北の認知度が足りていない

仙台を玄関口として東北へ人を呼び込む視点が必要

仙台だけでなく東北でリピーター獲得を。仙台拠点に東北周遊するケースがある

ニーズやトレンドの分析に関する意見

市場のデータ分析は重要。ただし、特色を出すために感覚と経験の要素も少量入れるべき

所得や年齢層により時間的余裕・金銭的余裕が異なることを意識したターゲティングが必要

域内調達率にも着目すべき

写真や動画で「映える」コンテンツ

視覚に訴える画が必要。30年間、変わらない写真を使用するのはいかがなものか

高齢者はリアル会議、若者はオンライン会議を好む傾向がある

1,000本の体験プログラムを作ったはいいが、もっと認知度向上に取り組むべき

女性目線での誘客施策

大型会議の参加者数や経済効果をもっとPRすべき

地域・事業者連携に関する意見

何をやるにも地元事業者との連携が大切。地元がノウハウを学ぶ機会とするべき

感動する観光地とは、地元の日常に旅行者が入りこむ「お邪魔する感」があるところ

地元住民参加型の観光が大切

他業種の意見も聞いてみたい

行政と観光関連事業者がより近い関係であるべき

その他

訪問目的がほしい。小さなイベントでも数があったほうが良い

仙台はショッピングなどの都市型観光は外せない街

教育旅行の誘致

小さな観光名所を集めてみてもおもしろいのでは

外国人向けの観光標識が少ない

東京から90分という距離は「近場」。あとは金銭的距離と精神的距離の違い

ニッチな観光への着目

宿泊客に対する案内ツールがあるとよい

家族同伴でMICEに参加し、「ついでに観光」ということが難しくなった

5 仙台市交流人口ビジネス活性化戦略2024の全体像

1 目的

人口減少が予想される厳しい環境の中、コロナ禍を経て激化する都市間競争も見据えながら、本市の地域経済を持続的に発展させるために、交流人口の早期回復とさらなる拡大、交流人口ビジネスの活性化を図ることを目的とする。

2 目指す姿と期間

目指す姿

交流人口で「潤う」都市

- 旅行消費の拡大による地域経済の活性化
- 交流人口ビジネスの発展と経済循環・雇用創出

戦略期間

2022年度～2024年度（3年間）

3 取組みの視点と重点プロジェクト

取組みの視点

コロナ禍からの
観光再生

○コロナ禍で落ち込んだ交流人口の早期回復

東北一体での
魅力発信

- 世界で競争するために「東北」の多彩な魅力を最大限活用
- 東北各都市との連携によるプロモーションの強化

「質」の重視

- 旅行消費額をいかに大きくするかという視点を重視
- 滞在時間や宿泊日数を伸ばす（ロングステイ）、旅行満足度を上げ再訪率を高める（リピーター）、高付加価値サービスを提供する（ラグジュアリー）という観点から取組みを推進

徹底的リサーチ
と効果的プロ
モーション

- 多様化するニーズや変化するトレンドを的確に分析
- データに基づいて、ターゲットを明確にした効果的・効率的なプロモーションを推進

地域一体での
観光まちづくり

- 経済効果を広く波及させるために多様な事業者の参画を促進
- 事業者、関係団体等の相互連携を促進

重点プロジェクト

エリア別ブランディング
プロジェクト

TOHOKU as ONE
プロジェクト

インバウンド&MICE
強化プロジェクト

「観光×デジタル」
プロジェクト

交流人口ビジネス事業者
連携プロジェクト

質を重視した施策展開

効果的・効率的に
施策を後押しし
経済効果を
広く波及

6 成果指標

1 達成目標

2024年までに宿泊者数を過去最高の650万人泊

項目	2019年	2020年	2021年	目標値 (2024年)
延べ宿泊者数(本市)	約624万人泊	約357万人泊	集計中	650万人泊

2 モニタリング指標

本市を取り巻く状況の変化を把握するため、新たにモニタリング指標を設定

項目	2019年	2020年	2021年	
外国人延べ宿泊者数(本市)	約34万人泊	約7万人泊	集計中	
客室稼働率(本市)	約74%	約45%	集計中	
コンベンション開催件数(本市)	671件	152件	集計中	
日本国内の旅行消費額	約27.9兆円	約10.7兆円	集計中	
仙台市内の旅行消費額 (1人1回あたり)	—	—	—	} 新たに調査
旅行の満足度(本市)	—	—	—	
リピート意欲・実績(本市)	—	—	—	

7 戦略期間におけるロードマップ

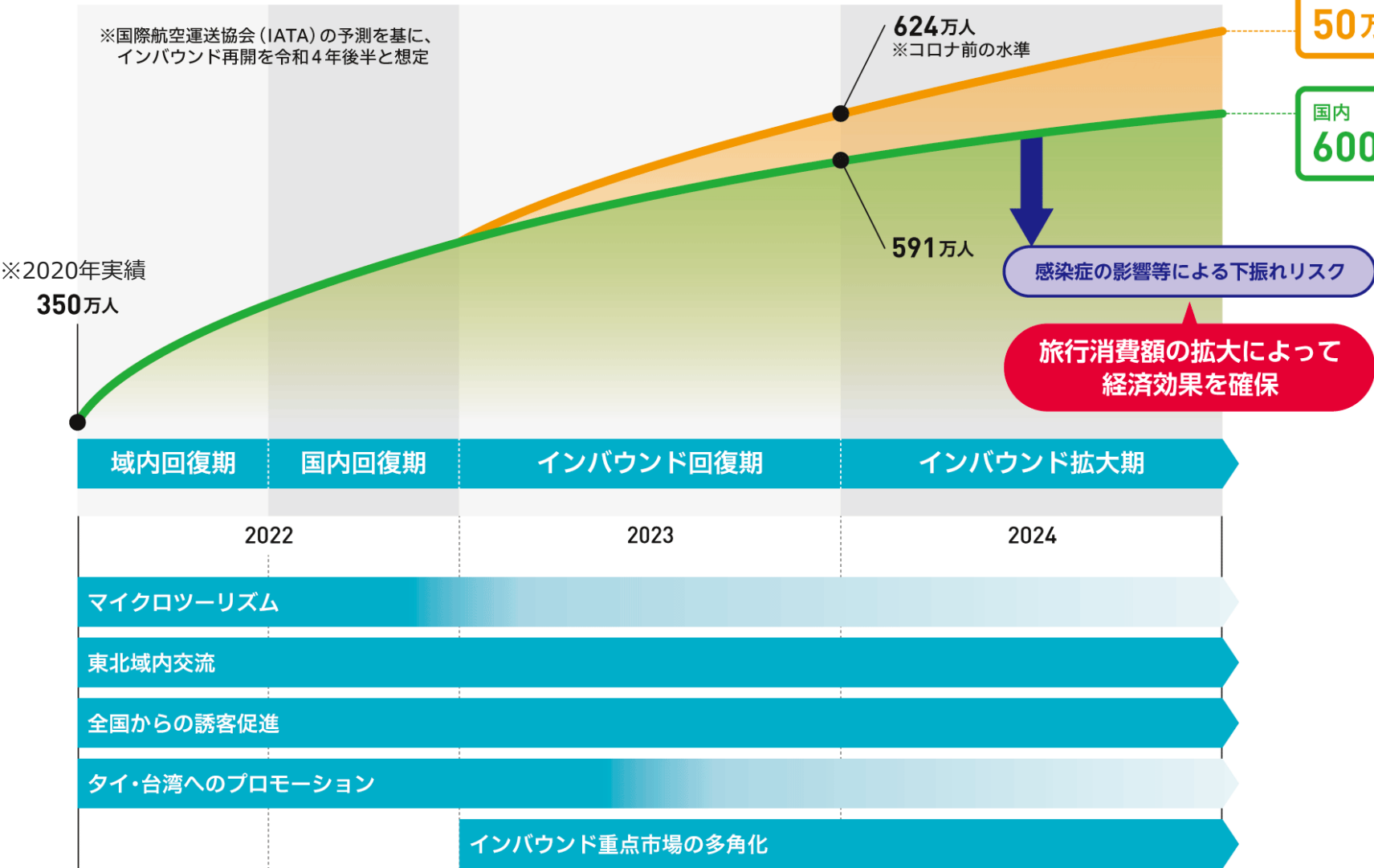
本市の交流人口ビジネス再生のため、まずはマイクロツーリズムや東北の域内交流の活性化を図りながら、地域の魅力の再発見・磨き上げに取り組むとともに、タイ・台湾を中心としたインバウンドの早期回復を目指す。

その上で、将来的な人口減少も見据えながら、交流人口の「質」を重視した施策展開に注力するとともに、インバウンド市場の多角化を図ることにより、多様な関連事業者等との連携の下で、交流人口で持続的に潤う都市を目指す。

2024年達成目標
650万人

インバウンド
50万人

国内
600万人



重点プロジェクト

1 エリア別ブランディングプロジェクト

仙台をテーマパークのようにエリア分けし、そこに根付く「歴史」「文化」「自然」「人」等の特徴を活かしたブランディングを行う。エリアごとに多様な楽しみ方ができる仙台を演出し、『ずっと居たい、また来たい仙台』を目指す。

主な施策

地域の特徴を活かしたブランディング

- エリアごとの特徴や魅力を深掘りし、コンセプトづくりを進め、地域ブランディングによる誘客促進を図る
 - 西部地域 : 「温泉」と「自然」に「農泊」「アドベンチャー体験」「手仕事」などの付加価値をプラスし、仙台の奥深さを体感できるエリア
 - 中心部地域 : 大型ショッピング施設や繁華街に加えて、歴史・文化の中心地「青葉山周辺」など、多様な楽しみ方ができるエリア
 - 東部地域 : 震災の教訓を学ぶことに加え、新たなまちづくりの始まりを実感できるエリア

体験プログラムの磨き上げとプロモーション強化

- エリアの特性に応じた体験プログラムの創出・磨き上げにより、地域ブランディングの後押しを図る
- 1,000本を超える体験プログラムの利用促進を図るため、プロモーションを強化する



重点プロジェクト TOHOKU as ONE 2 プロジェクト

東北のゲートウェイ都市として、東北の豊かな観光資源を活用し、広域周遊による域内観光の活性化と、東北一体となった情報発信による国内外からの誘客促進を図る。

主な施策

東北ローカルツーリズムの推進

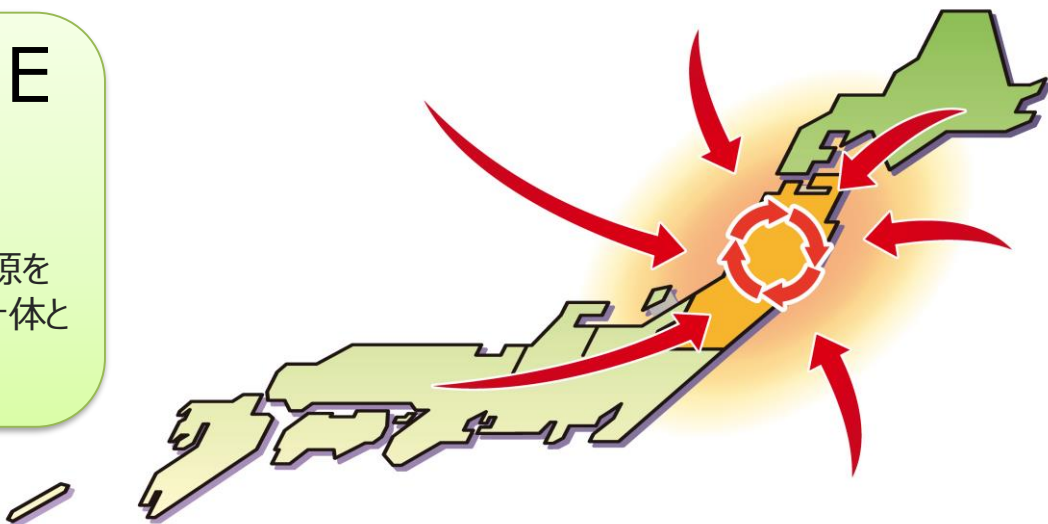
- 東北各地の文化・食文化やその歴史的背景、ものづくりや人々の暮らしを深く感じることができる満足度の高い観光体験の提供を推進することで東北のファンを獲得し、地域と多様にかかわる関係人口の創出を目指す

東北ロードトリップの促進

- 復興道路の全線開通を踏まえ、仙台から東北各地、東北各地から仙台への車を使った周遊観光を推進することで、各地への観光客を増加させ、東北全体の地域活性化を目指すとともに、仙台発着の魅力的なドライブ観光ルートを洗い出し、仙台市をゲートウェイとした、東北ロードトリップを促進することで、国内外からの誘客を図る

東北夏祭り魅力発信

- 東北最大の魅力である夏祭りを一体として活用してプロモーションすることにより、旅行目的地としての東北を浸透させることで、東北への来訪を促進する



重点プロジェクト

3

インバウンド&MICE 強化プロジェクト

時機を捉えた効果的な誘客施策を展開し、インバウンドの早期回復とさらなる拡大を図る。

また、MICE誘致を強化し、ビジネス客の回復と地域経済の活性化を図る。



主な施策

仙台・東北の特徴を活かした誘客促進

- 重点市場であるタイ・台湾からの誘客の早期回復と、東南アジアなどからの訪日客増を見据えた誘客市場の多角化を図る
- 仙台・東北の魅力である「自然」「食」「体験」を活かし、健康志向にも訴求するツーリズムを推進するとともに、SDGsの視点を取り入れたコンテンツの発掘や情報発信を行う

「ロングステイ」を見据えた受入環境の整備促進

- 地域における外国人旅行者の「ロングステイ」を見据え、多様なニーズに対応する受入環境整備を進めるとともに、研修会や専門家派遣等による事業者・人材育成に取組み、地域が一体となった受入体制の強化を図る

MICE誘致の強化

- G7関係閣僚会合などの政府系国際会議や経済効果の高い大規模コンベンションの誘致を強化するとともに、企業内会議・研修会等の誘致を積極的に進める
- ユニークバリューの開発やMICE参加者の回遊促進、事業者等との連携によるMICE受入体制の強化を図る

重点プロジェクト

4 「観光×デジタル」プロジェクト

デジタル技術の活用により、変化するトレンドやニーズを的確に捉え、戦略的なプロモーションや来訪者が快適に旅行できる環境づくりを推進する。



主な施策

デジタルマーケティング強化

- トレンドやニーズを的確に把握するため、デジタルマーケティングを強化し、市場の動向や旅行者の動態などを施策に反映させていくとともに、旅行消費額や満足度などの調査を実施する

MaaSの推進

- 「仙台MaaS」などを活用し、観光コンテンツの利用促進による賑わい創出を図るとともに、旅行者の利便性と回遊性の向上を目指す

デジタルを活用したプロモーション強化

- ドローン等のデジタル技術を活用し、新たな魅力を発信する映像媒体を作成し、プロモーションを強化する
- デジタルマーケティングに基づいた、効率的・効果的なWeb広告等を実施する

重点プロジェクト

5

交流人口ビジネス事業者連携プロジェクト

多様な事業者による連携を拡大・強化することにより、経済面のみならず、文化・社会面で持続的に発展できる観光まちづくりを進める。

主な施策

観光関連事業者同士の連携促進

- 観光関連事業者向けの研修会などを開催し、本市が実施するデジタルマーケティングのデータや交流人口実態調査の結果等の共有を行うとともに、事業者が「顔を合わせる場」を設け、連携促進を図る

交流人口ビジネス表彰

- 交流人口ビジネスの活性化に寄与する優れた取組みやアイデアを募集・表彰し、新たな取組みを支援するとともに、ビジネスマッチングや交流人口ビジネスの担い手の発掘・育成に取り組む

観光地域づくりの推進（DMOの検討など）

- 交流人口ビジネス分野における地域マネジメント力の向上や地域の観光資源等を磨き上げ誘客に繋げる仕組みづくりなどを目指し、地域DMOの形成の検討も含め官民協働で施策を推進する



9 主な重点施策

需要喚起策の展開

- 全国都市緑化仙台フェア（令和5年開催）を契機とした誘客促進や、閑散期の宿泊・連泊を促進するキャンペーン等を実施する

大型観光イベントの魅力向上

- 仙台・青葉まつり、仙台七夕花火祭、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、みちのくYOSAKOIまつり、SENDAI光のページェントの魅力と収益力の向上を図る

広域集客イベントの開催支援

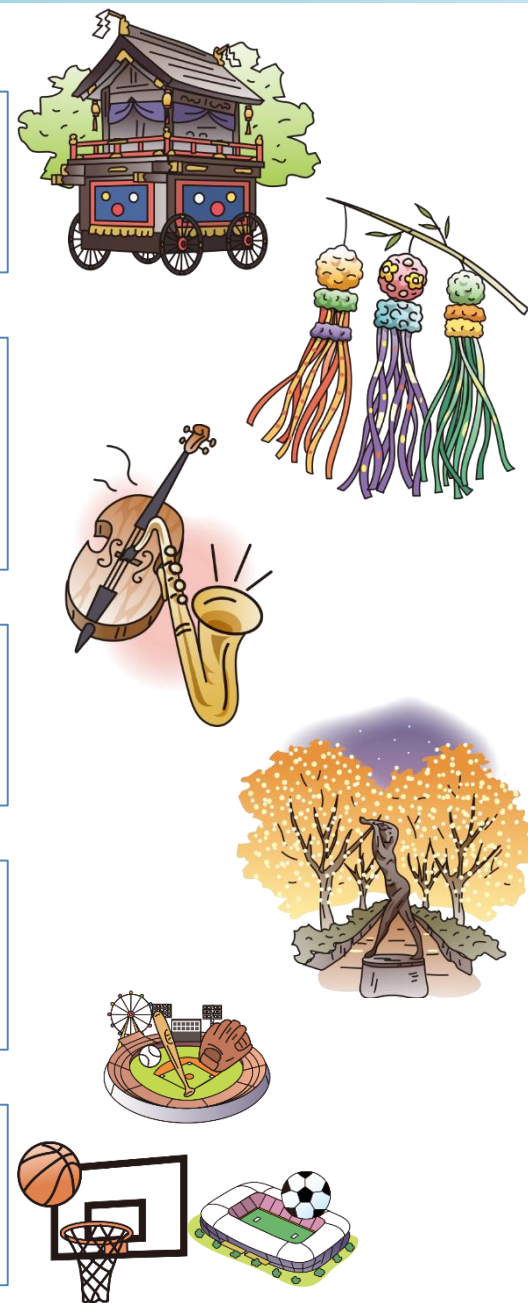
- まちの賑わいを創出するため、感染症対策を講じて実施する広域集客イベントの開催を支援する

文化やスポーツを活用したツーリズム推進

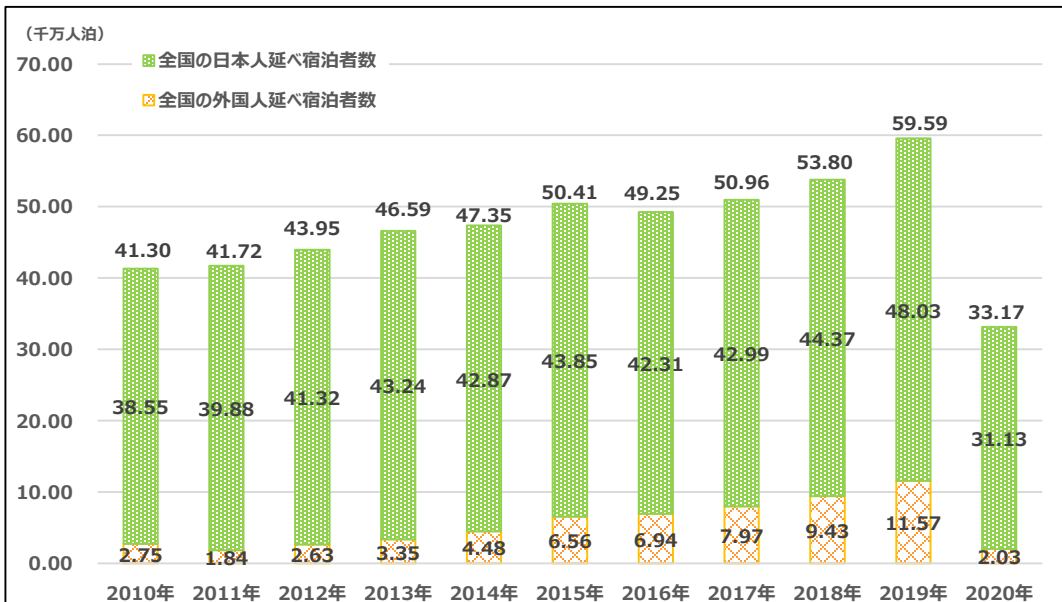
- 仙台ゆかりの漫画・アニメ・映画などを活用し誘客促進を図る
- 大規模スポーツイベント、プロスポーツなどを活用し誘客促進を図る

市内宿泊施設における感染防止対策等のPR

- 市内宿泊施設における感染防止対策等を積極的に情報発信し、安全・安心な旅行先としてPRする



■ 過去11年間の全国の延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数の推移

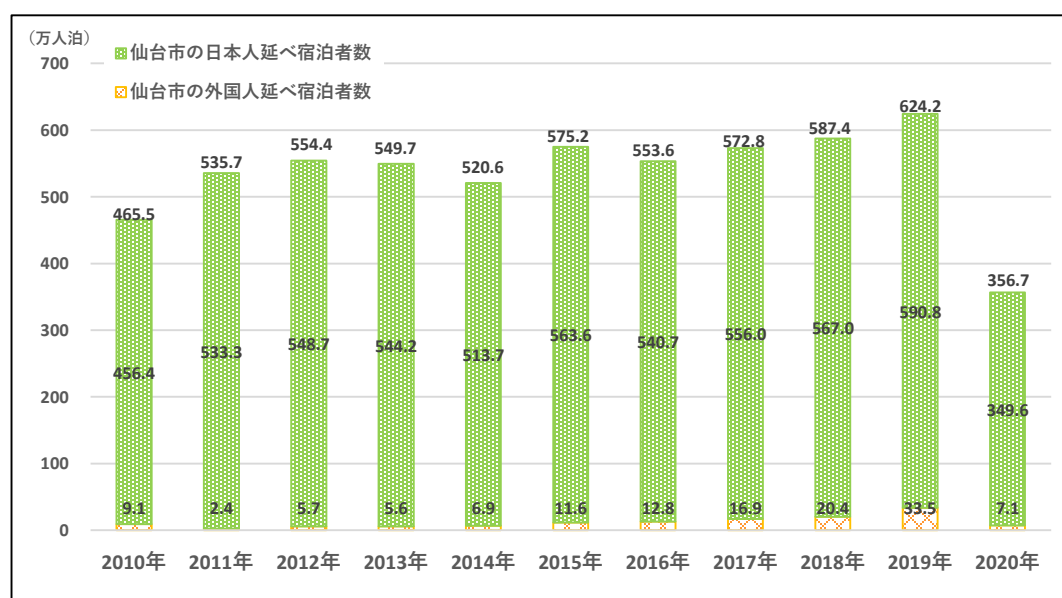


👉 全国の延べ宿泊者数は、2019年まで増加していたが、2020年は大幅に落ち込んでいる。

👉 全国の外国人延べ宿泊者数も、2019年まで増加傾向であったが、2020年は大幅に落ち込んでいる。

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）

■ 過去11年間の仙台市の延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数の推移



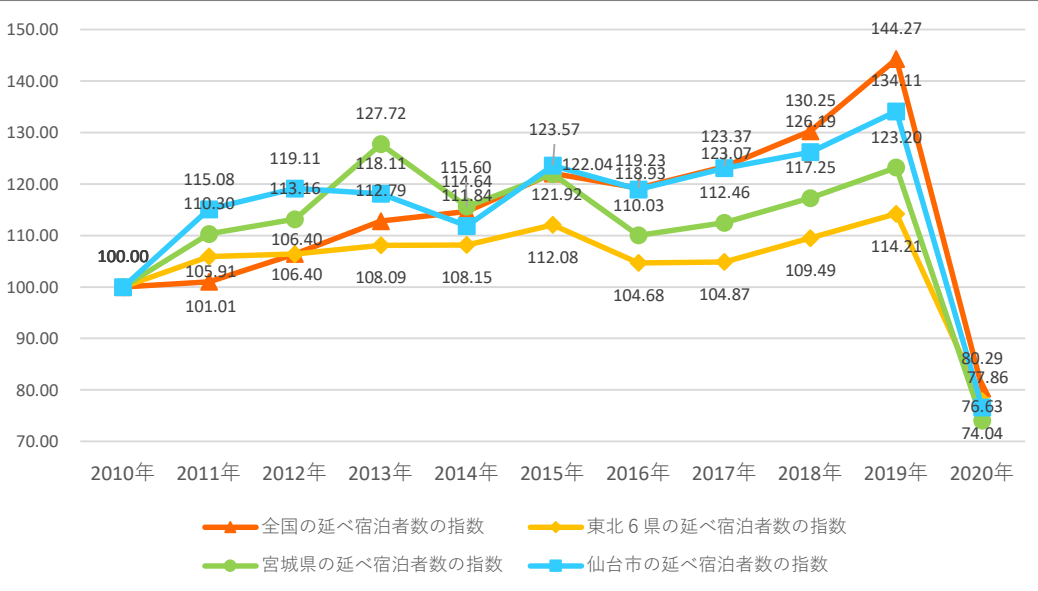
👉 本市の延べ宿泊者は、2019年に624.2万人泊と過去最高を記録したが、2020年は前年の6割以下と大幅に落ち込んでいる。

👉 本市の外国人延べ宿泊者数は、2019年に33.5万人泊と過去最高を記録したが、2020年は前年の1/4以下と大幅に落ち込んでいる。

出典：仙台市観光統計基礎データ

(注)全体の延べ宿泊者数は推計値を含むが、外国人延べ宿泊者数は推計値を含まない

■ 2010年の延べ宿泊者数を100とした2020年までの動向（指数による比較）



延べ宿泊者数の指数の動向は、2013年に宮城県の指数が最も高く、全国や仙台市の指数を上回っている。
 （参考：2013年仙台・宮城destinationキャンペーン（4～9月）
 東北楽天ゴールデンイーグルスが日本一（11月）
 ツール・ド・東北2013 in 宮城・三陸開催（11月））

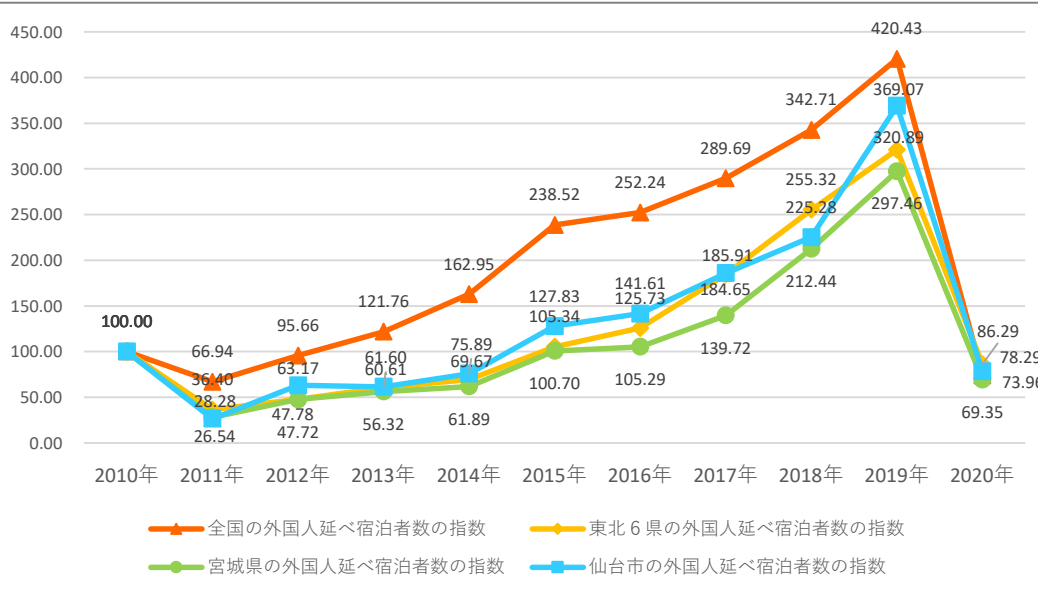
2015年に仙台市の指数が最も高く、全国や宮城県の指数を上回っている。
 （参考：2015年仙台市で第3回国連防災世界会議開催（3月））

2016年からは、全国の指数が高く、2019年まで全国、仙台市、宮城県、東北の順となっている。

2020年は全てのエリアで大きく落ち込み、指数は全国、東北、仙台市、宮城県の順となっている。

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）
 ※2010年を100とした比較

■ 2010年の外国人延べ宿泊者数を100とした2020年までの動向（指数による比較）



外国人延べ宿泊者数の指数の動向は、2011年に仙台市の指数が最も低く、次いで宮城県が低くなっている。
 （2011年東日本大震災（3月））

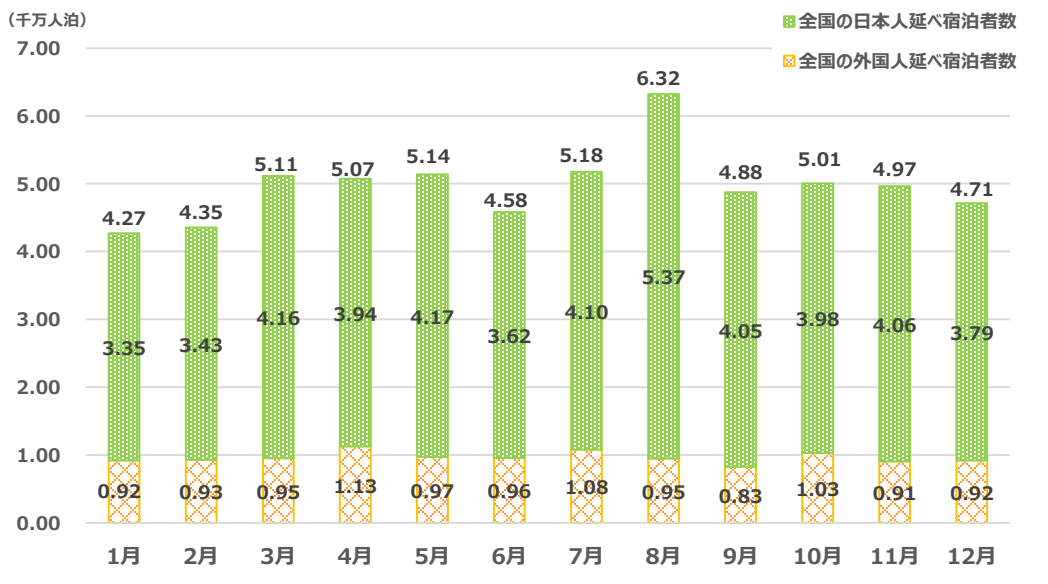
各エリアとも2011年に落ち込むが、その後は増加傾向が見られ、全国は2013年に100を超え、それ以外のエリアは2015年に100を超えている。
 （参考：2015年仙台市で第3回国連防災世界会議開催（3月））

2019年には2010年に比べ全国は4倍以上、仙台市は3.5倍以上と大きく伸びている。

2020年は全てのエリアで大きく落ち込み、指数は東北、仙台市、全国、宮城県の順となっている。

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）
 ※2010年を100とした比較

■ 2019年の全国の延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数の月別推移

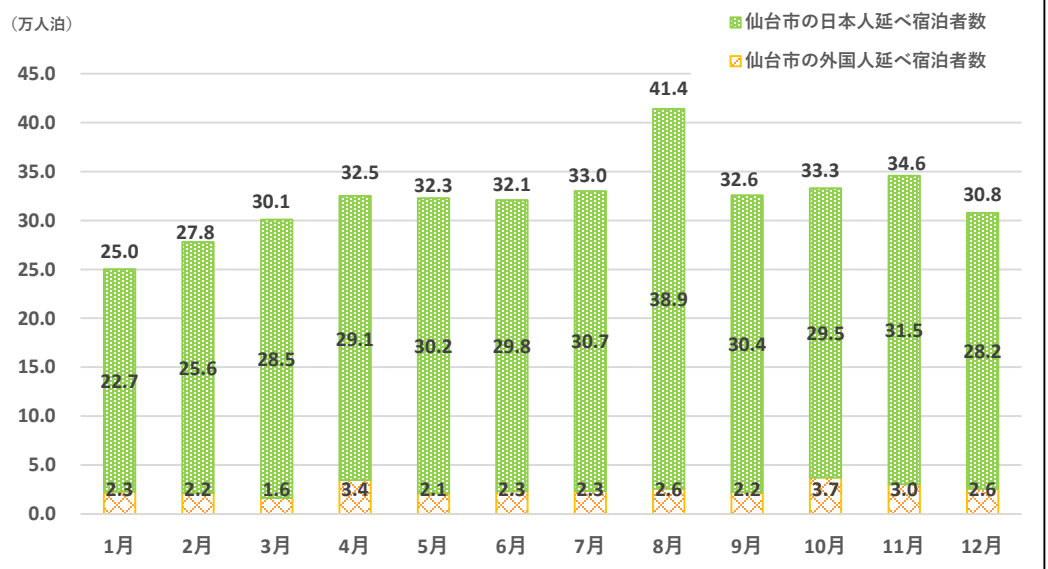


👉 全国の延べ宿泊者数の月別推移は、8月が最も多くなっている。次いで、7月、5月が続いている。

👉 全国の訪日外国人延べ宿泊者数の月別推移は、年間を通じて大きな変動はないが4月が最も多くなっている。

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）

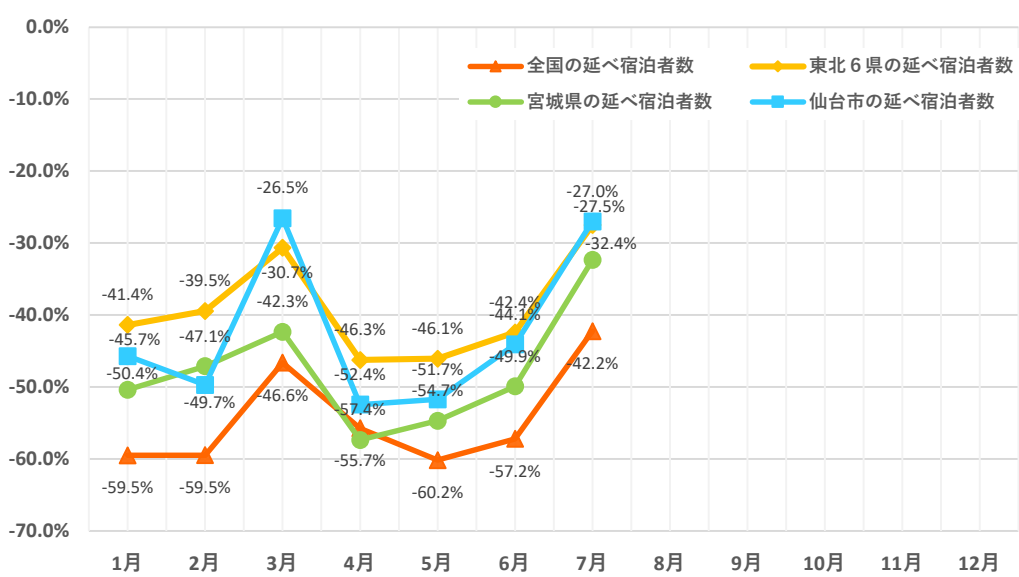
■ 2019年の仙台市の延べ宿泊者数・外国人延べ宿泊者数の月別推移



👉 本市の延べ宿泊者数の月別推移は、8月が最も多くなっている。次いで、11月、10月が続いている。

出典：仙台市観光統計基礎データ（仙台市）

■ 2021年の延べ宿泊者数の前々年同月比の推移



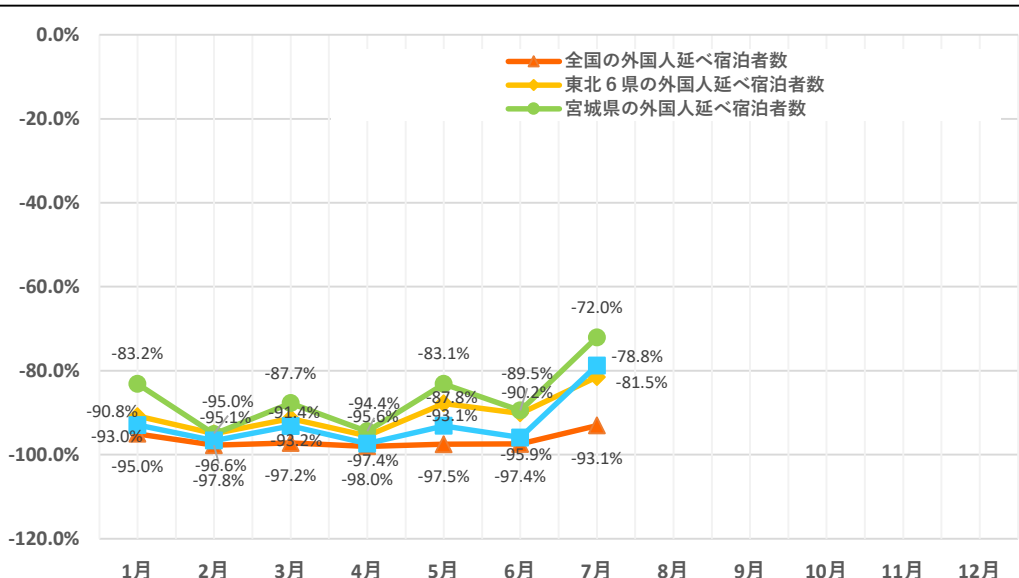
2021年の延べ宿泊者数の前々年同月比の推移は、各エリアとも3月に一度マイナス幅が小さくなるが、4月～5月に落ち込み、再び7月にかけて上昇している。

仙台市は、3月と7月でマイナス幅が他のエリアに比べ最も小さくなっている。

全国は、4月を除き、マイナス幅が他のエリアに比べ最も大きくなっている。

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）

■ 2021年の外国人延べ宿泊者数の前々年同月比の推移



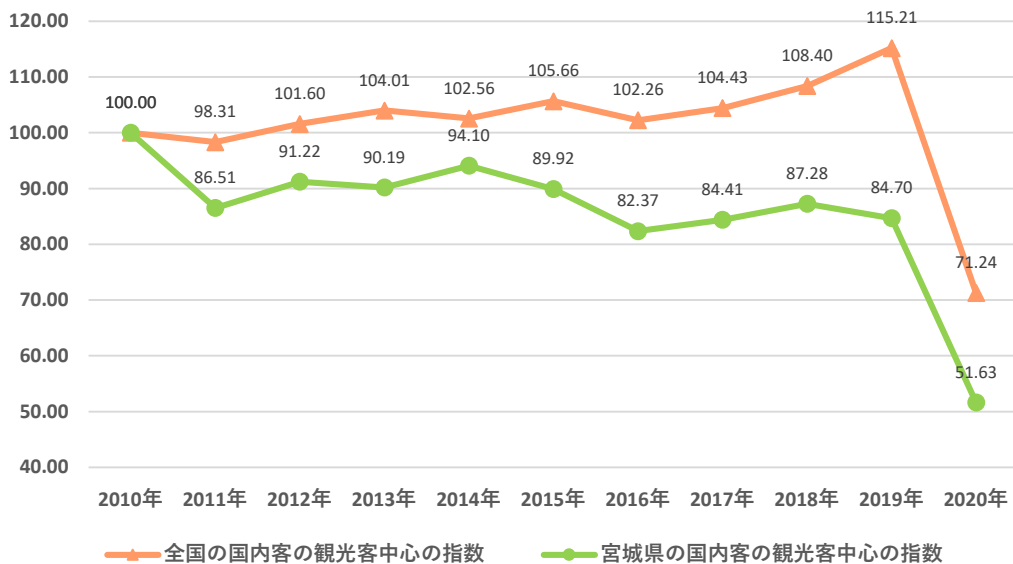
2021年の外国人延べ宿泊者数の前々年同月比の推移は、7月を除きいずれのエリアでも80%以上のマイナスとなっている。

宮城県は、2月を除きマイナス幅が他のエリアに比べ最も小さくなっている。

全国は、1月～7月の全ての月でマイナス幅が他のエリアに比べ最も大きく、いずれの月も90%以上のマイナスとなっている。

（注：統計データには日本在住者・長期滞在者が含まれる）

■ 国内客における観光客中心の宿泊施設の宿泊者の動向（指数による比較）



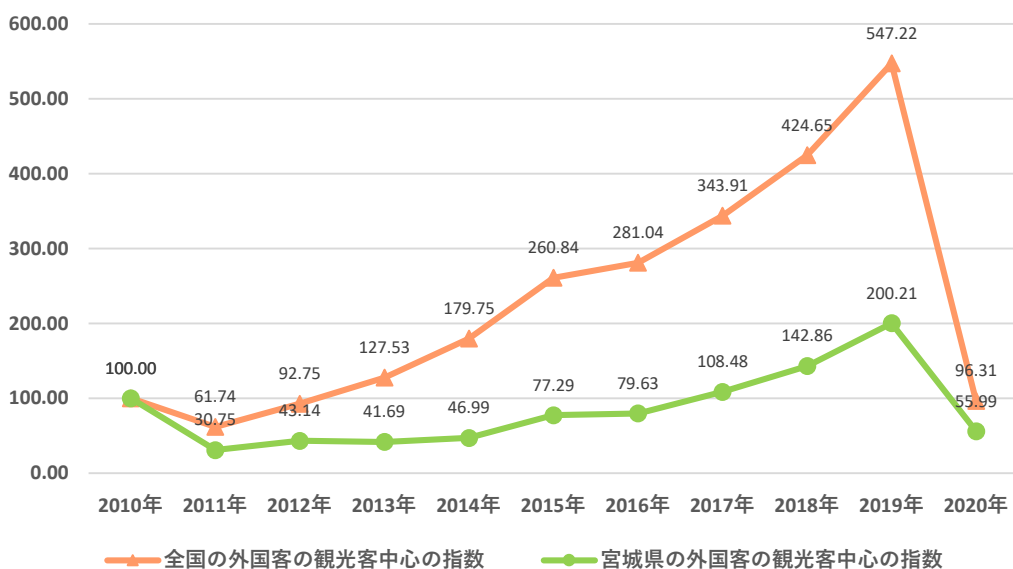
国内客における観光客中心の宿泊施設の宿泊者の動向を比較すると、2011年に全国、宮城県とも100未満となっている。

2012年から2019年は、全国が2012年には100を超え、その後は概ね横ばいで推移し、2017～2019年までは増加傾向であるのに対し、宮城県は2012～2014年までは90台で推移し、2015年以降は80台まで落ち込み、全国との差が大きくなっており、特に2019年はその差が30ポイント以上となっている。

なお、2020年は、全国が70台まで大幅に落ち込み、宮城県は50台まで落ち込んでいる。

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）

■ 外国客における観光客中心の宿泊施設の宿泊者の動向（指数による比較）



外国客における観光客中心の宿泊施設の宿泊者の動向を比較すると、2011年に全国は60台まで落ち込み、宮城県は30台まで落ち込んだ。

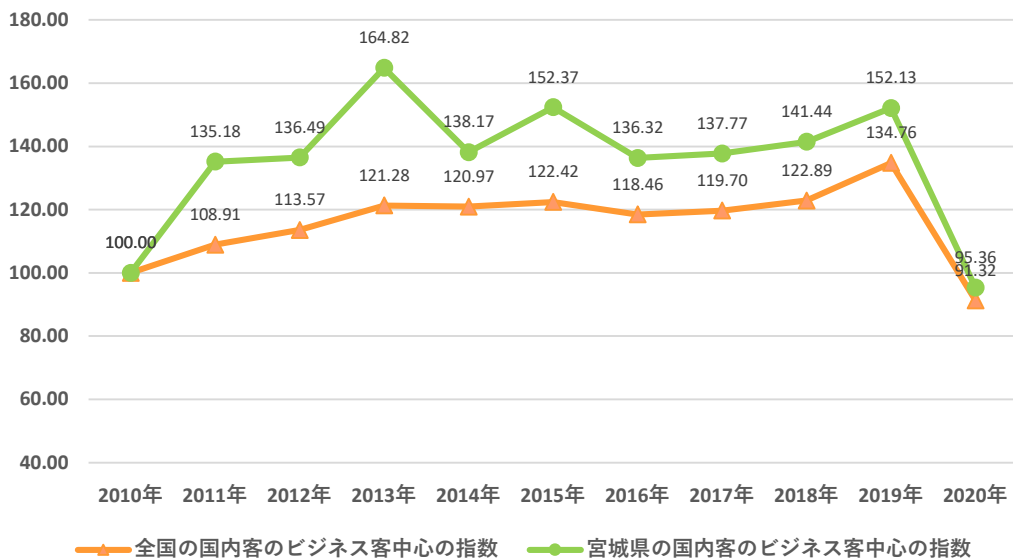
2012年から2019年は、全国、宮城県とも増加傾向であったが、全国が2013年には100を超えていたのに対し、宮城県は全国に遅れること4年の2017年に100を超えている。

2019年には宮城県は2010年の2倍以上となったが、全国は5倍以上となっており、その差が大きく広がっている。

2020年には大きく落ち込み、2010年対比で全国は100を下回り、宮城県は60を下回っている。

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）

■ 国内客におけるビジネス客中心の宿泊施設の宿泊者の動向（指数による比較）



国内客におけるビジネス客中心の宿泊施設の宿泊者の動向を比較すると、2011年以降、全ての年で宮城県が全国を上回っている。

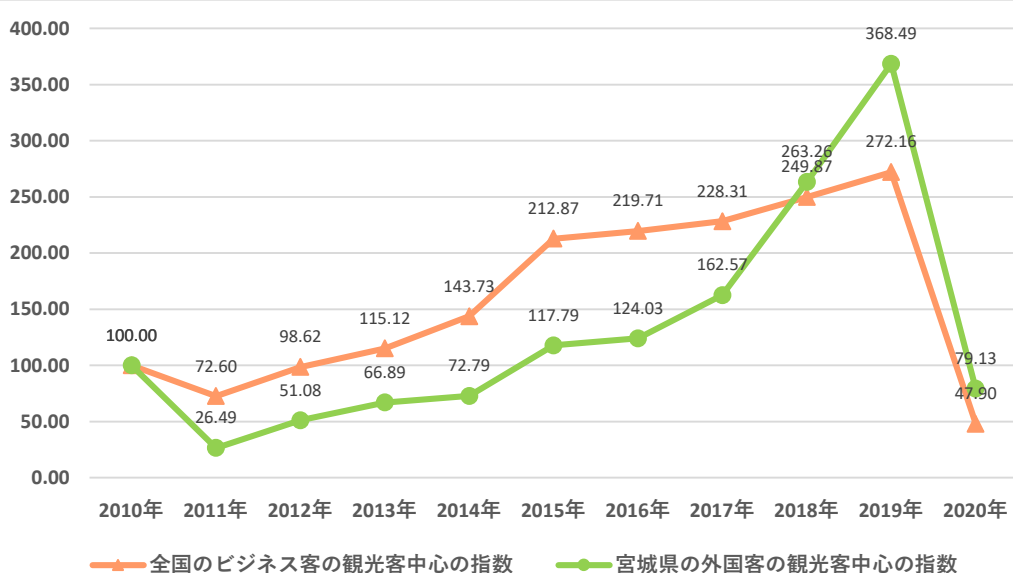
2011年から2013年は、全国、宮城県とも増加傾向であるが、宮城県は特に2013年は160を上回り最も高く、全国との差も40ポイント以上となっている。

2014年以降は、全国が120前後で推移しているのに対し、宮城県は130後半から150前半で2019年まで推移している。

2020年は、全国、宮城県とも大幅に落ち込み、どちらも100を下回っている。

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）

■ 外国客におけるビジネス客中心の宿泊施設の宿泊者の動向（指数による比較）



外国客におけるビジネス客中心の宿泊施設の宿泊者の動向を比較すると、2011年に全国は70台まで落ち込んでいる一方、宮城県は20台と、より大きい落ち込みとなった。

2012年から2019年は、全国、宮城県とも増加しており、全国が2013年に100を超えていたのに対し、宮城県は全国に遅れること2年の2015年に100を超えている。

2018年には宮城県が全国の指数を上回っており、2019年は全国が2010年の約2.7倍であるのに対し、宮城県は3.6倍以上となっており、宮城県が大きく上回っている。

2020年には大きく落ち込み、2010年対比で全国は100を下回り、宮城県は60を下回っている。

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）

■ 全国の日本人旅行者の1人1回あたり旅行消費額

(単位：円/人)

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
国内旅行	32,355	32,222	31,695	31,995	30,947	33,750	32,687	32,606	36,462	37,355	33,993
宿泊旅行	48,412	47,149	47,444	48,094	46,717	50,520	49,234	49,732	54,300	55,054	48,365
観光・レクリエーション	53,993	53,166	52,938	53,647	52,777	56,086	54,545	55,069	60,645	60,995	54,209
帰省・知人訪問等	39,830	38,787	39,148	39,143	37,058	42,334	37,396	41,254	42,458	42,390	35,895
出張・業務	45,573	42,963	43,923	45,178	44,056	46,055	52,198	46,293	52,091	56,253	49,975
日帰り	16,122	16,567	14,972	15,383	15,206	15,758	15,602	15,526	17,285	17,334	16,589
観光・レクリエーション	16,588	16,314	15,211	15,335	15,441	16,125	15,569	15,797	16,712	16,870	17,009
帰省・知人訪問等	17,783	17,730	15,607	16,409	14,424	15,646	16,980	15,740	18,177	18,262	15,615
出張・業務	13,085	16,357	13,587	14,678	15,093	14,556	14,456	14,468	19,017	18,723	15,852
(参考) 海外旅行	246,457	249,522	242,340	253,284	255,770	234,974	237,436	237,363	225,590	241,698	-
観光・レクリエーション	247,278	241,758	240,941	271,144	276,712	257,225	251,330	232,918	219,757	259,847	-
帰省・知人訪問等	267,650	214,820	231,738	236,302	232,000	200,205	214,164	212,518	197,553	186,458	-
出張・業務	232,663	280,674	250,122	210,511	214,875	185,048	210,433	260,281	251,138	200,996	-



日本人の1人1回あたり旅行消費額の国内旅行は、2018年～2019年までは増加傾向にあったが、2020年は前年に比べ、減少した。

出典：旅行・観光消費動向調査（観光庁）

■ 国籍・地域別にみる訪日外国人 1人あたり費目別旅行支出 (2019年)

(単位：円/人)

国籍・地域	訪日外国人1人あたり旅行支出 (円/人)								平均泊数
	総額		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他	
		前年比							
全国籍・地域	158,531	+ 3.6%	47,336	34,740	16,669	6,383	53,331	73	8.8
韓国	76,138	-2.5%	25,412	21,132	7,823	3,742	17,939	89	5.1
台湾	118,288	-7.3%	32,814	26,258	13,419	4,267	41,502	27	6.1
香港	155,951	+ 0.9%	46,183	36,886	16,208	4,419	52,176	80	6.1
中国	212,810	-5.4%	45,217	36,631	15,233	6,914	108,788	26	7.5
タイ	131,457	+ 5.7%	38,477	30,340	15,184	4,526	42,550	380	8.8
シンガポール	173,669	+ 0.5%	63,463	43,167	19,176	5,256	42,402	204	7.5
マレーシア	133,259	-3.2%	44,865	31,777	17,539	5,458	33,510	110	9.5
インドネシア	131,087	-7.3%	45,112	26,955	19,879	4,690	34,387	63	12.3
フィリピン	107,915	-11.5%	30,622	26,921	11,917	5,335	33,070	50	20.9
ベトナム	177,066	-6.0%	48,861	46,241	18,076	5,081	58,780	27	36.1
インド	157,244	-2.6%	73,588	33,073	21,826	4,756	23,988	12	16.5
英国	241,264	+ 9.2%	102,944	62,101	33,557	22,091	20,506	64	12.0
ドイツ	201,483	+ 5.1%	89,748	49,104	31,357	7,783	23,464	27	14.1
フランス	237,420	+ 10.0%	100,136	59,608	35,846	11,029	30,801	0	17.1
イタリア	199,450	-10.8%	83,623	52,253	32,424	6,291	24,804	55	12.7
スペイン	221,331	-6.7%	90,552	58,116	37,432	9,911	25,288	32	13.3
ロシア	183,015	-2.8%	65,491	45,586	19,627	8,491	43,778	43	18.8
米国	189,411	-1.1%	83,125	48,279	26,014	8,692	23,218	83	12.4
カナダ	181,795	-0.8%	75,569	45,664	28,809	8,744	22,970	40	12.0
オーストラリア	247,868	+ 2.4%	99,537	62,130	35,997	18,540	31,663	0	12.9
その他	221,514	+ 10.9%	85,386	54,252	33,096	13,013	35,596	171	16.3

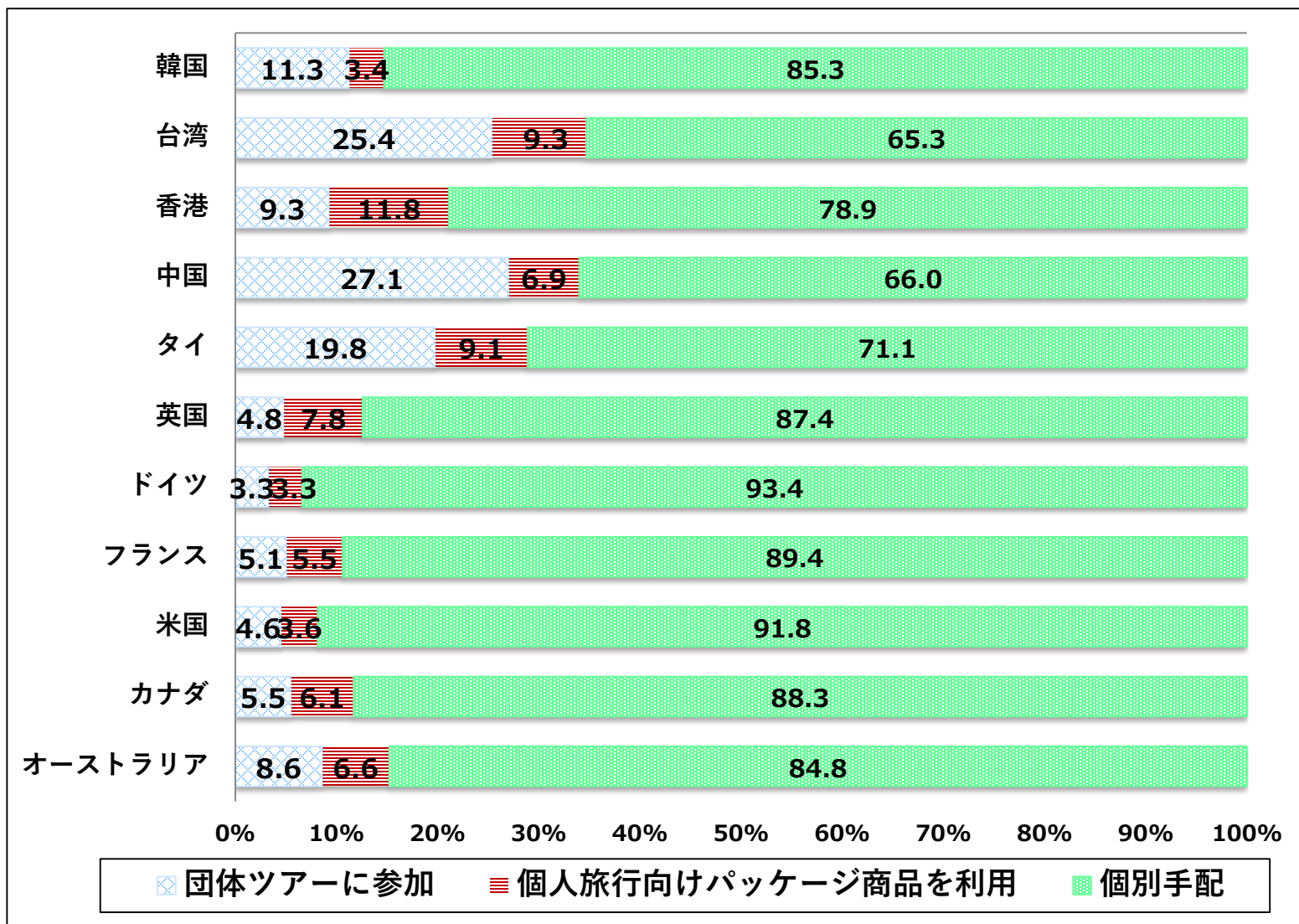


2019年の訪日外国人 1人あたりの費目別旅行支出の総額は、前年に比べ増加している。

出典：令和2年観光白書（観光庁）

(注) 2020年の調査は、新型コロナウイルス感染症の影響により中止

■ 国・地域別訪日外国人旅行者の旅行形態比率 (2019年)

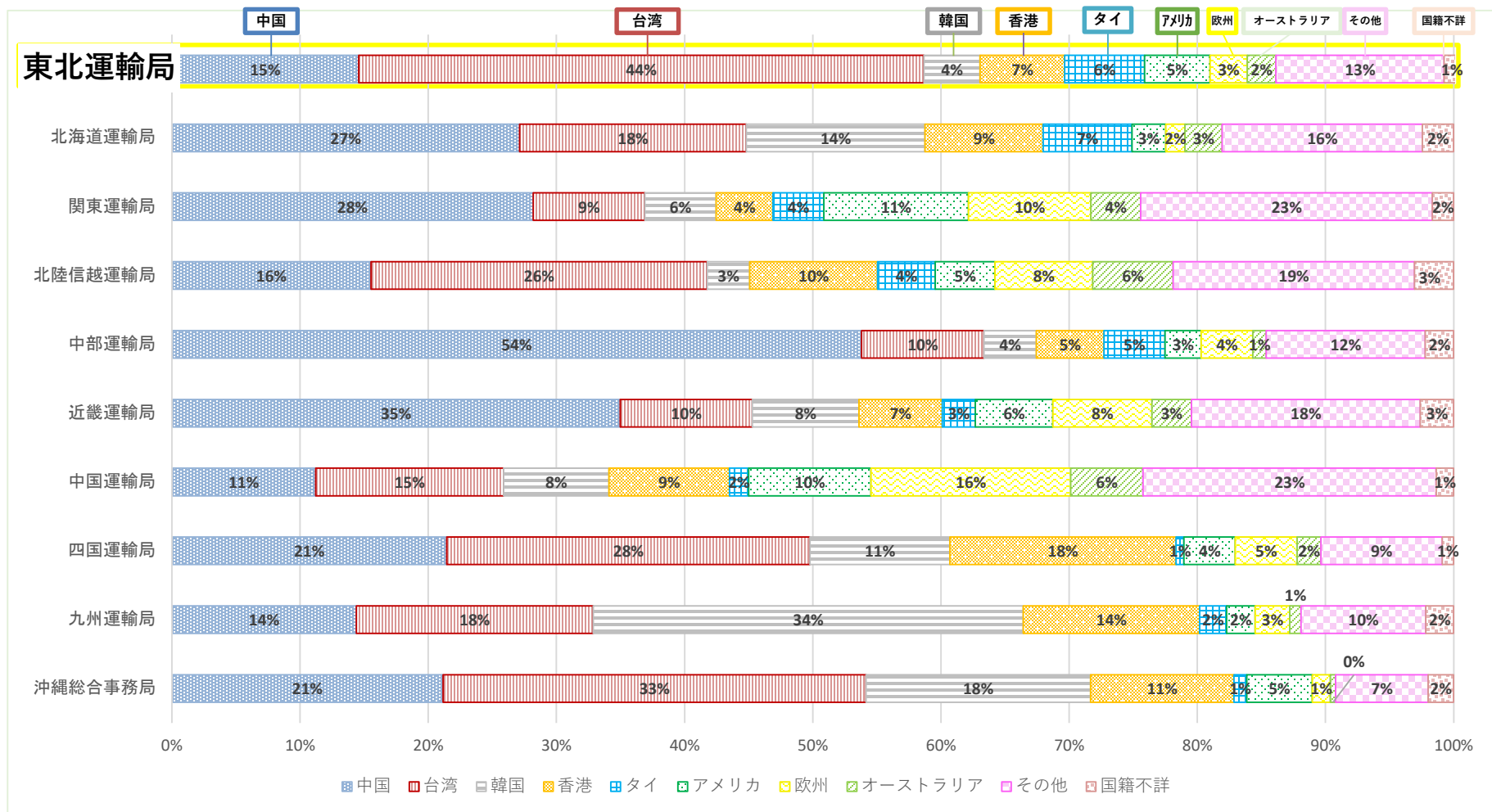


出典：訪日外国人消費動向調査（観光庁）

👉 各国・地域ともに「個別手配」による旅行形態が多いが、中国、台湾、タイは他の国・地域に比べ「団体ツアーに参加」が多い。

(注) 2020年の調査は、新型コロナウイルス感染症の影響により中止

■ 地方ブロック別外国人延べ宿泊者の国・地域別構成比（2019年）

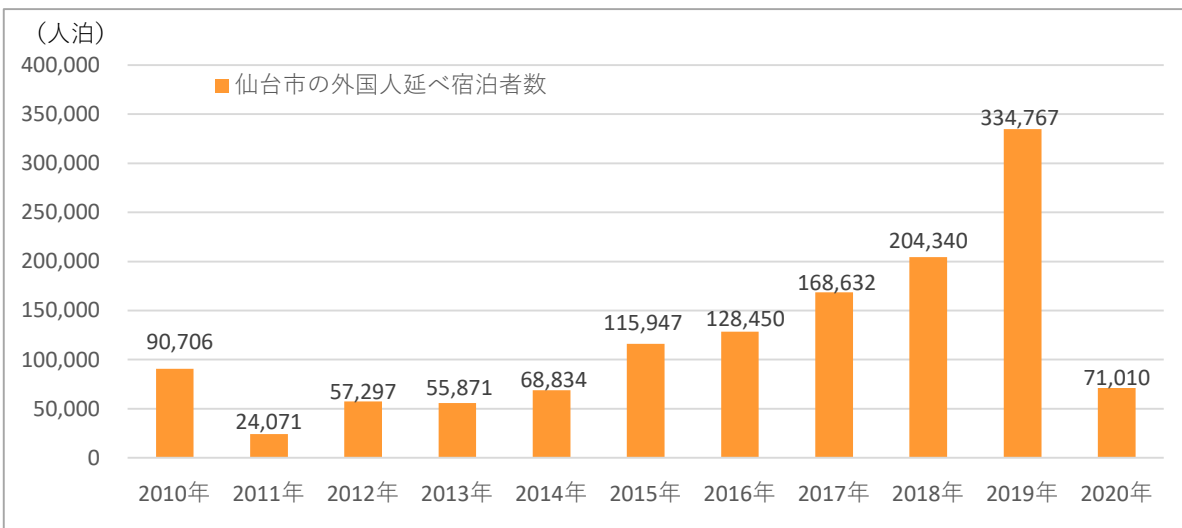


出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）

👉 2019年の東北（東北運輸局管轄）では、台湾が44%と最も多く、次いで、中国が15%、香港が7%、タイが6%と続いている。

👉 他の地方ブロックと比較すると、東北（東北運輸局管轄）は、台湾の占める割合が他の地方ブロックに比べ最も高くなっている。

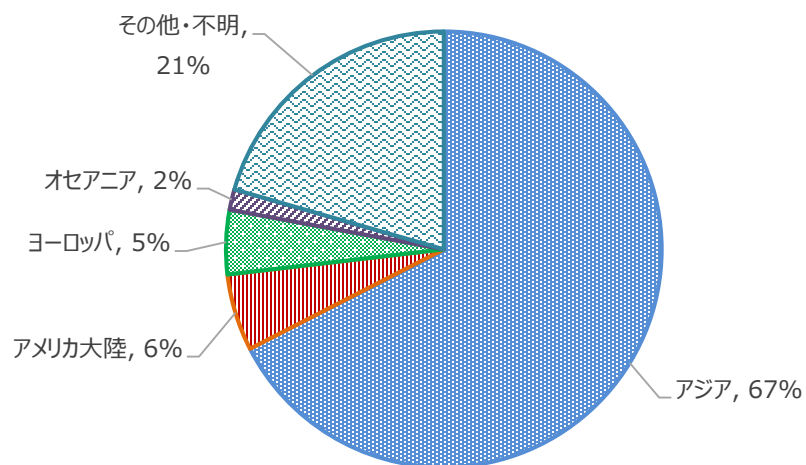
■ 過去11年間の仙台市の外国人宿泊者数の推移



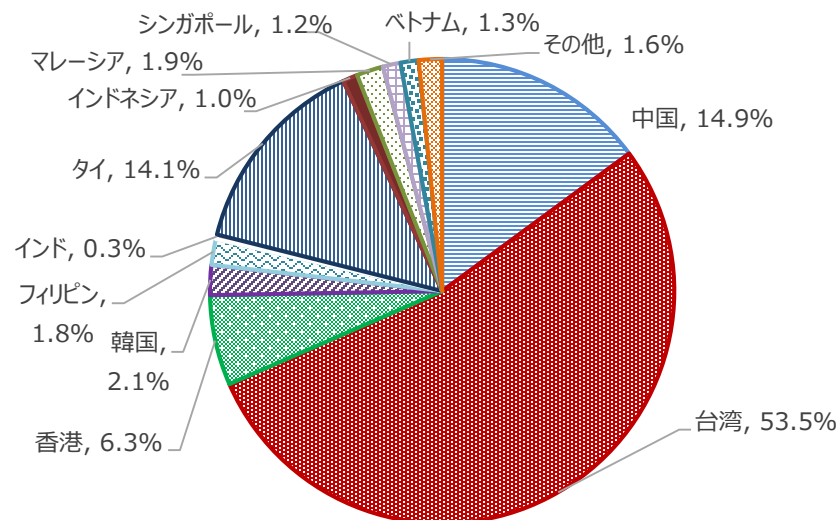
- ☞ 2019年は、過去最高となる334,767人泊となったが、2020年は前年の1/4以下と大幅に落ち込んでいる。
- ☞ 2020年はアジア地域からの宿泊者が67%を占める。
- ☞ 2020年のアジア地域からの宿泊者のうち、台湾からの宿泊者が5割以上を占める。

出典：仙台市観光統計基礎データ（仙台市）

■ 2020年の仙台市の外国人宿泊者数の地域別内訳

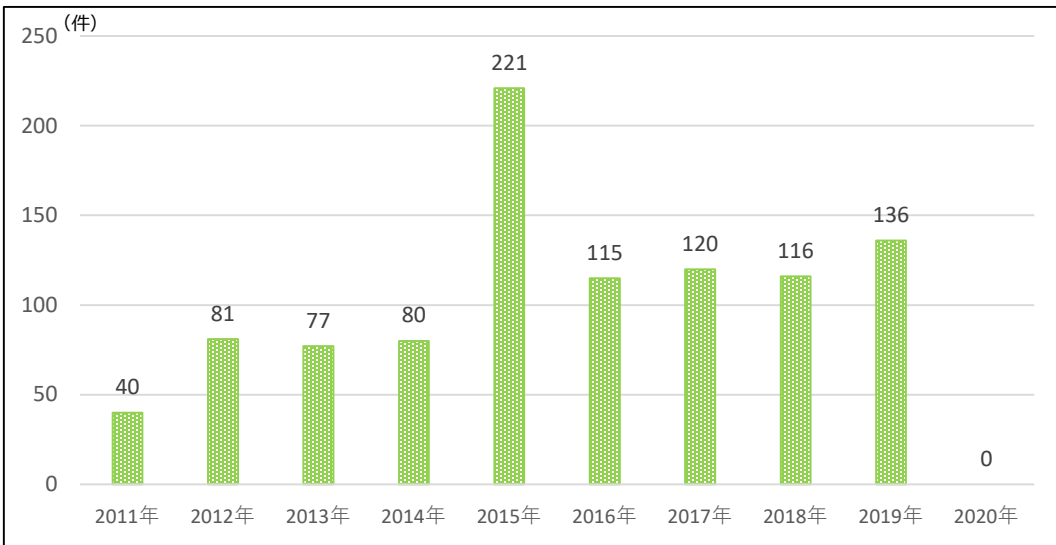


■ 2020年の仙台市の外国人宿泊者数のアジア地域 国・地域別内訳



出典：仙台市観光統計基礎データ（仙台市）

■ 過去10年間の仙台市における国際会議開催件数の推移

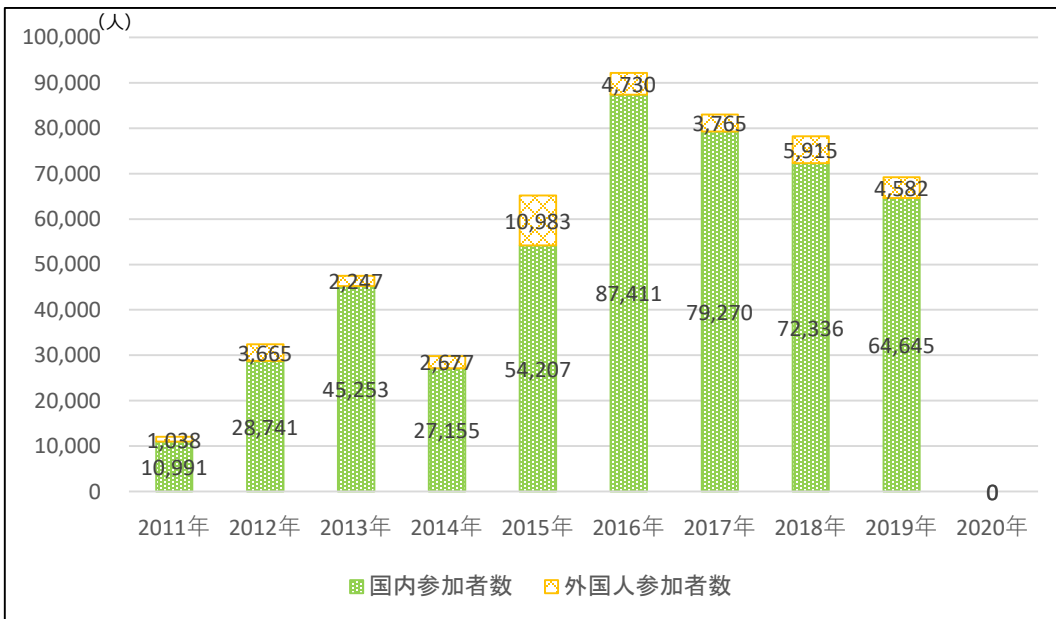


2015年は、第3回国連防災世界会議に関連した会議などの開催により前年と比べ141件増となった。2016年以降、少しずつ件数は増加している。

なお、2020年は新型コロナウイルス感染症が拡大した影響で0件となっている。

出典：日本政府観光局（JNTO）国際会議統計

■ 過去10年間の仙台市における国際会議参加人数の推移



2015年は、第3回国連防災世界会議開催に伴い、外国人が多数参加した。2016年の会議開催件数は前年を下回っているものの、大型会議が増え、参加人数は前年を上回る計92,141人となった。2017年以降は、全体的には減少傾向にある。

なお、2020年は新型コロナウイルス感染症が拡大した影響で0人となっている。

出典：日本政府観光局（JNTO）国際会議統計 28