

2024年度広域マーケティングリサーチ事業

<ゲートウェイ調査分析レポート>

2025年2月27日

一般社団法人 東北観光推進機構
東北ブランド戦略部長：堀江 千恵
アシスタントマネージャー：滝沢 俊明 <担当者>



〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町22-2-13 仙建ビル8階
E-mail : takizawa@tohokutourism.jp
TEL : 022-721-1291 FAX : 022-721-1293



分析の流れ



調査項目	質問 No.	Step1 ターゲット	Step2 他傾向	知見
国籍	Q01-3.	基本		市場別の来訪ボリュームを把握する
東北への旅行形態	Q01-5 Q03-1	基本		東北初来訪／リピーター 旅行形態（個人・ツアー）の傾向を見る
性別・年代	Q01-1 Q01-2	○		東北リピーターとなりやすい性別・年代別の傾向を探る
旅行の同行者	Q05-1	○		東北リピーターとなりやすい同行者の傾向を探る
東北での滞在日数	Q2-2	○		市場別世代別の滞在日数より、ロングステイの傾向をつかむ
東北への再来訪意欲	Q16-1	○		東北への再来訪が高い属性を探る
東北エリア内での交通手段	Q08-1		○ 交通	主ターゲットの、旅ナカ交通手段 （新幹線・公共交通機関・レンタカーなど）
東北旅行の目的	Q09-1		○ コンテンツ	主ターゲットの、国による主な関心
東北旅行の満足度	Q14- 1～8		○ 満足度	
利用金額／旅マエ（事前手配）・旅ナカ （東北エリア内）	Q12-1 Q13-1		○ 消費	国による主な科目への予算
旅マエの主な情報収集方法	Q10-1		○ 情報	国・手配による主な関心
旅ナカの主な情報収集方法	Q11-1		○ 情報	国・手配による主な関心
< 総 括 >				

◆ 東北観光DMPへの格納



ENQ-07

東北ゲートウェイ
調査

アンケート
調査時期
調査地点

- 2024年度ゲートウェイ調査
- 2023年度ゲートウェイ調査
- 2022年度ゲートウェイ調査
- 2019年度ゲートウェイ調査

- ☒ すべて
- ☐ 第3四半期
- ☐ 第4四半期

- ☒ すべて
- ☐ 仙台空港
- ☐ 新潟空港
- ☐ 花巻空港

- ☒ すべて
- ☐ その他
- ☐ アメリカ
- ☐ イギリス
- ☐ オーストラリア

- ☒ すべて
- ☐ 女性
- ☐ 男性

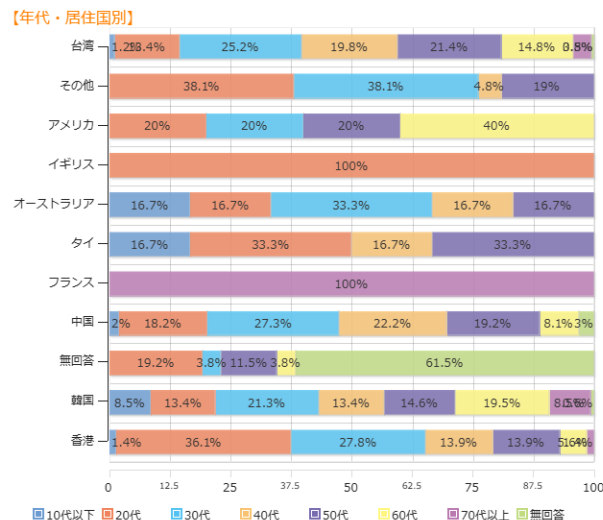
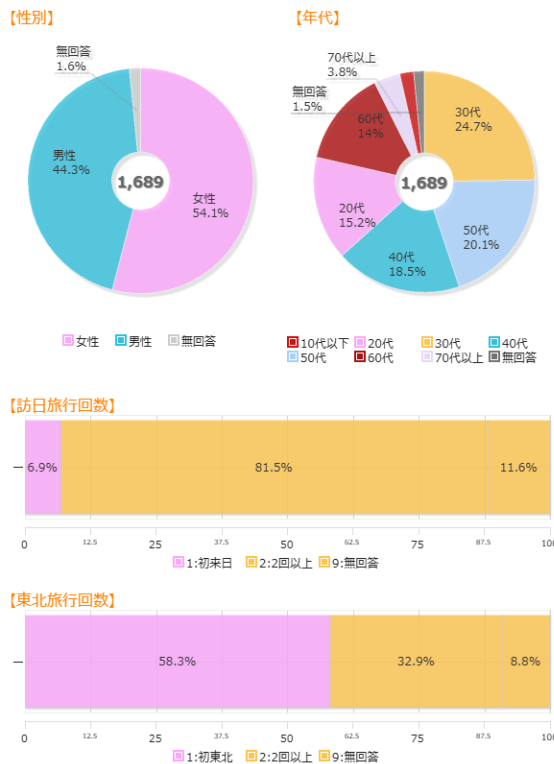
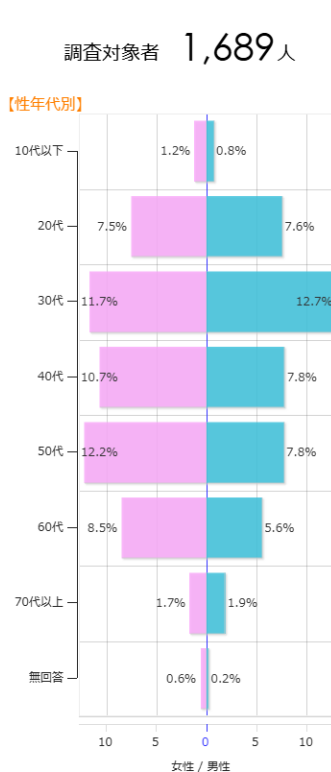
- ☒ すべて
- ☐ 10代以下
- ☐ 20代
- ☐ 30代
- ☐ 40代

- ☒ すべて
- ☐ 1:初来日
- ☐ 2:2回以上
- ☐ 9:無回答

- ☒ すべて
- ☐ 1:初東北
- ☐ 2:2回以上
- ☐ 9:無回答

実行 MENU INFO

旅行者基本属性
国内・東北エリア滞在日数
入出国空港
旅行形態・手配方法
同行者
交通手段
旅行の目的
訪問地・宿泊地
旅行前の情報源
旅行中の情報取得方法
一人当たりのツアー代金 一人当たりの平均支出額
満足度評価
再訪意向
推奨意向
2022年10月以降の来訪経験



【調査場所・調査時期】

実施時期	n	第3四半期	第4四半期
調査地点	回答者	回答者	回答者
総合計	1,689	815	874
仙台空港	1,318	621	697
新潟空港	161	82	79
花巻空港	210	112	98

- ✓ 東北観光DMPに調査データを格納することで、過去の調査における共通項目の経年比較も可能となり、訪東北外国人の旅行行動等の変化の比較検証が可能となった。
- ✓ また、東北観光DMPに格納されているデジタルデータ（動態・消費等）と今回取得したアナログデータ（アンケート調査）を掛け合わせた分析も可能となった。

STEP. 1

主たるターゲットに関する分析

STEP.1 主ターゲット選定

◆ 国籍

- ✓ 東北の主要空港（仙台空港・花巻空港・新潟空港）を利用する旅行者数（調査対象）の傾向をしてみる。
- ✓ **1位は「台湾」**。2024年度現在で週17便と最も多く、コロナ後2023年にいち早く運行再開されたことが一因である。
- ✓ **2位は「韓国」**。2024年1月に、週4便から毎日運航へと増便になったことが、2024年度に増加した一因である。
- ✓ **3位は「中国」**。2023年12月に、上海便が運航再開（週2便）となったことが、2024年度に増加した一因である。
- ✓ **4位は「香港」**。2024年12月以降、3社（計週15便）と増便になったことで、今後大きく増加することが期待できる。

アンケート名	2019年度ゲートウェイ調査		2022年度ゲートウェイ調査		2023年度ゲートウェイ調査		2024年度ゲートウェイ調査	
国	件数	構成比↓	件数	構成比↓	件数	構成比↓	件数	構成比↓
台湾	1,959	76.4%	344	98.0%	1,640	86.5%	1,288	76.3%
韓国	141	5.5%	0	0.0%	145	7.6%	164	9.7%
中国	147	5.7%	0	0.0%	74	3.9%	99	5.9%
香港	28	1.1%	0	0.0%	5	0.3%	72	4.3%
無回答	52	2.0%	6	1.7%	23	1.2%	26	1.5%
その他	70	2.7%	1	0.3%	3	0.2%	21	1.2%
オーストラリア	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	0.4%
タイ	154	6.0%	0	0.0%	3	0.2%	6	0.4%
アメリカ	14	0.5%	0	0.0%	3	0.2%	5	0.3%
イギリス	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%
フランス	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.1%
総合計	2,565	100.0%	351	100.0%	1,896	100.0%	1,689	100.0%

注 意 点

- ✓ **2022年度**はコロナ明け直後ということもあり、**サンプル数が例年より著しく少ない**
- ✓ ※2022年度 = 344件／他年度平均の27%にとどまる（他年度平均は1242件）
- ✓ よって、**分析は2024年（直近）・2019年（コロナ前）・2023年（コロナ後・前年）を中心に行うこととする。**

◆東北への旅行形態

- ✓ 旅行形態（手配方法）の傾向について、東北旅行の「初東北」と「2回以上＝リピーター」に分けて見てみる。
- ✓ 「団体ツアー参加」は東北旅行＝「初東北」の場合最も多い傾向にある。また経年で見ると、コロナ後一旦増加したが、年々減少傾向にあるが全体比率も高く、引き続き主要な旅行形態といえる。
- ✓ 「個別手配」は「2回以上」の場合最も多い傾向にある。また経年で見ると、コロナ前・後のいずれより多くなっており、今後は全国的な台湾旅行者の傾向と同様に「個人手配」の割合が増えていくと考えられる。
- ✓ 「2回以上」のリピーターは、よりオリジナリティの高い旅程を求めて、個別手配に移行している可能性がある。

		アンケート名	2019年度ゲートウェイ調査	2022年度ゲートウェイ調査	2023年度ゲートウェイ調査	2024年度ゲートウェイ調査
質問文(共通)	東北旅行回数	回答	構成比↓	構成比↓	構成比↓	構成比↓
Q03-1. 今回の旅行形態（手配方法）	1:初東北	01:団体ツアーに参加	36.5%	62.0%	59.2%	43.0%
		02:個人旅行向けパッケージ商品を利用	11.3%	0.9%	2.2%	2.8%
		03:個別手配	43.1%	37.2%	37.2%	52.7%
		04:無回答	9.1%	0.0%	1.5%	1.4%
		合計	69.3%	71.3%	67.3%	63.9%
	2:2回以上	01:団体ツアーに参加	21.1%	41.5%	39.3%	38.5%
		02:個人旅行向けパッケージ商品を利用	16.6%	1.1%	3.9%	3.1%
		03:個別手配	53.6%	57.4%	55.0%	56.7%
		04:無回答	8.7%	0.0%	1.8%	1.8%
		合計	30.7%	28.7%	32.7%	36.1%
	合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

- ✓ 性年代別の傾向について、東北旅行の「初東北」と「2回以上＝リピーター」に分けて見てみる。
- ✓ 「初東北」の世代別来訪では、30代が最も多く、20代～50代まで幅広い世代が来訪している。
- ✓ 一方で「2回以上」では、30代～60代とやや年齢層が高くなっている。（30代以下は初回訪問より減少傾向）
- ✓ 性別では、「初東北」「2回以上」いずれも、男女比はほぼ同等の傾向であることが分かる。
- ✓ 再来訪意欲の高い「東北来訪・2回以上」の旅行者は、30代～60代であると推察できる。

		アンケート名	2024年度ゲートウェイ調査			
		性別	女性	男性	合計	
質問文(共通)	東北旅行回数	回答	構成比↓	構成比↓	構成比↓	
Q01-2. あなたご自身について(②年齢)	1:初東北	01:10代以下	3.0%	2.5%	2.8%	
		02:20代	19.9%	21.9%	20.8%	
		03:30代	25.1%	33.2%	28.7%	
		04:40代	18.0%	13.1%	15.8%	
		05:50代	22.3%	16.1%	19.5%	
		06:60代	9.9%	10.6%	10.2%	
		07:70代以上	1.7%	2.5%	2.1%	
		合計	64.6%	62.8%	63.8%	
	2:2回以上	01:10代以下	1.0%	0.8%	0.9%	
		02:20代	5.5%	9.7%	7.5%	
		03:30代	18.2%	24.5%	21.1%	
		04:40代	22.3%	25.7%	23.9%	
		05:50代	24.3%	18.3%	21.5%	
		06:60代	23.3%	15.2%	19.5%	
		07:70代以上	5.5%	5.8%	5.6%	
		合計	35.4%	37.2%	36.2%	

◆旅行の同行者

- ✓ 同行者の傾向について、東北旅行の「初東北」と「2回以上＝リピーター」に分けて見てみる。
- ✓ 直近の2024年の同行者に注目すると東北旅行＝「初東北」の場合、1位：夫婦・カップル、2位：ファミリー、3位：友人、の順に多い傾向であったが、一方で東北旅行＝「2回以上」の場合、1位：夫婦・カップルは同じだが、2位：友人・知人、3位：ファミリー」と順位が逆転する結果となった。
- ✓ また、経年では、「同行者＝ファミリー」のみ、コロナ前・コロナ後と比較して、全般的に減少傾向であった。
- ✓ 世代別で若い世代が経年で減少傾向にあることと、「ファミリー」の減少傾向が関連している可能性がある。

		アンケート名	2019年度ゲートウェイ調査	2022年度ゲートウェイ調査	2023年度ゲートウェイ調査	2024年度ゲートウェイ調査
質問文(共通)	東北旅行回数	回答	構成比↓	構成比↓	構成比↓	構成比↓
Q05-1. 今回の旅行の同行者	1:初東北	02:夫婦・カップル	18.9%	24.8%	22.2%	28.6%
		03:ファミリー	42.7%	53.1%	34.5%	28.3%
		04:友人・知人	20.8%	12.2%	28.3%	28.0%
		01:ひとり	6.2%	5.3%	6.0%	8.3%
		05:学校・職場等グループで	10.0%	4.6%	8.3%	6.2%
		06:その他	1.4%	0.0%	0.7%	0.6%
		合計	69.5%	71.4%	67.2%	63.9%
	2:2回以上	02:夫婦・カップル	19.6%	19.0%	23.5%	31.4%
		04:友人・知人	21.6%	16.2%	28.7%	27.1%
		03:ファミリー	41.1%	52.4%	27.6%	23.7%
		01:ひとり	11.6%	7.6%	12.7%	9.8%
		05:学校・職場等グループで	4.8%	3.8%	4.4%	5.7%
		06:その他	1.4%	1.0%	3.0%	2.3%
		合計	30.5%	28.6%	32.8%	36.1%
	合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

◆東北での滞日数

- ✓ 東北での滞日数について、東北旅行の国別・世代別に見てみる。
- ✓ 「台湾」は、50代をピークに20代～70代以上の幅広い世代で滞在日数が多く、若い世代はやや少ない傾向である。
- ✓ 「中国」は、40代をピークに30代～50代が多い傾向である。
- ✓ 「韓国」は世代による差は少なく、滞在日数も4～5日程度と全体と比べやや少ない傾向である。
- ✓ 全体では、30代～60代が比較的長期での滞在である。

国	10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
台湾	4.2	6.0	6.1	6.2	6.3	6.2	6.2
中国		6.6	7.0	13.3	8.9	3.0	
韓国		4.8	4.1	5.2	4.3	4.3	5.3
総計	4.2	5.7	5.8	6.3	6.3	6.0	5.9

◆東北への再来訪意欲

- ✓ 東北への再来訪意欲の傾向について、「必ず来たい」と「来たい」の積極的な来訪意欲に注目して見てみる。
- ✓ 「初東北」の2024年は76.8%であり、2019年の69.6%よりは高いが、2023年の80.5%より減少となった。
- ✓ 「2回以上」の2024年は83.6%であり、2019年の75.8%及び、2023年の80.2%いずれよりも高かった。
- ✓ 「2回以上」の旅行者はオリジナリティの豊かな旅程により、新たな魅力を見つけて満足度を高めたい可能性がある。

		アンケート名	2019年度ゲートウェイ調査	2022年度ゲートウェイ調査	2023年度ゲートウェイ調査	2024年度ゲートウェイ調査
質問文(共通)	東北旅行回数	回答	構成比↓	構成比↓	構成比↓	構成比↓
Q16-1. 東北エリアにもう一度来たいと思いますか。	1:初東北	01:必ず来たい	21.8%	47.6%	34.1%	32.6%
		02:来たい	69.6% 47.8%	42.3%	80.5% 46.4%	76.8% 44.2%
		03:やや来たい	20.9%	5.8%	7.6%	11.4%
		04:何とも言えない	4.6%	3.4%	5.3%	3.2%
		05:あまり来たくない	0.9%	0.5%	0.5%	0.1%
		06:来たくない	0.5%	0.5%	0.3%	0.2%
		07:絶対来たくない	0.1%	0.0%	0.2%	0.1%
		08:無回答	3.4%	0.0%	5.7%	8.2%
		合計	69.3%	69.6%	67.3%	63.9%
	2:2回以上	01:必ず来たい	33.0%	56.0%	41.1%	42.6%
		02:来たい	75.8% 42.8%	39.6%	80.2% 39.1%	83.6% 41.0%
		03:やや来たい	16.2%	2.2%	4.3%	5.0%
		04:何とも言えない	4.4%	2.2%	5.3%	2.2%
		05:あまり来たくない	0.4%	0.0%	0.7%	0.0%
		06:来たくない	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%
		07:絶対来たくない	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
		08:無回答	3.1%	0.0%	9.4%	9.0%
		合計	30.7%	30.4%	32.7%	36.1%
	合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

STEP. 2

その他の傾向分析
(交通・コンテンツ・情報源等)

◆東北エリア内での交通手段

- ✓ 東北エリア内での交通手段の利用傾向について、東北旅行の「初東北」と「2回以上＝リピーター」に分けて見てみる。
- ✓ 「初東北」の場合、「旅行形態＝ツアー」の割合が多いのに比例し「ツアーバス」が最も多く、次いで「その他鉄道」「新幹線」「レンタカー」の順に多い。一方で「2回以上」の場合、「ツアーバス」は減少し、「その他鉄道」「新幹線」「レンタカー」が多い傾向である。また経年では、「レンタカー」はコロナ前・コロナ後と比較して、いずれも増加傾向にある。
- ✓ 「ツアー」を除くF I Tの主要な交通手段は「その他鉄道」「新幹線」「レンタカー」とであると推察できる。

		アンケート名	2019年度ゲートウェイ調査	2022年度ゲートウェイ調査	2023年度ゲートウェイ調査	2024年度ゲートウェイ調査
質問文(共通)	東北旅行回数	回答	構成比↓	構成比↓	構成比↓	構成比↓
Q08-1. 東北エリア内での交通手段	1:初東北	03:ツアーバス	36.4%	56.1%	53.0%	40.8%
		02:その他鉄道	27.9%	17.7%	15.3%	19.1%
		01:新幹線	19.0%	15.8%	14.3%	18.1%
		05:レンタカー	9.9%	6.5%	9.2%	12.9%
		04:その他バス	5.3%	2.6%	5.8%	6.2%
		06:その他	1.5%	1.3%	2.4%	2.9%
		合計	67.7%	70.0%	66.9%	63.8%
	2:2回以上	03:ツアーバス	27.0%	39.8%	36.1%	34.6%
		02:その他鉄道	29.4%	21.1%	17.4%	19.9%
		01:新幹線	21.3%	19.5%	19.3%	19.7%
		05:レンタカー	11.0%	11.3%	13.3%	15.1%
		04:その他バス	6.9%	6.0%	8.5%	7.1%
		06:その他	4.4%	2.3%	5.3%	3.6%
		合計	32.3%	30.0%	33.1%	36.2%
	合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

◆東北旅行の目的

- ✓ 東北旅行の目的として最も多いのは「日本食・地域の食を楽しむ」であり、コロナ前2019年より増加している。
- ✓ 「東北来訪＝2回以上」については、温泉が2番目に多く、コロナ前2019年より増加している。
- ✓ 東北旅行の主目的は「食」「自然・景観」「温泉」「四季の体験」「ショッピング」が旅行先決定の重要な要素といえる。

質問文(共通)		アンケート名	2019年度ゲートウェイ調査	2022年度ゲートウェイ調査	2023年度ゲートウェイ調査	2024年度ゲートウェイ調査
東北旅行回数		回答	構成比↓	構成比↓	構成比↓	構成比↓
Q09-1. 東北旅行の目的	1:初東北	01:日本食・地域の食を楽しむ	14.5%	15.8%	15.3%	15.3%
		04:自然・景勝地観光	16.0%	13.7%	15.5%	14.5%
		03:温泉	13.9%	13.5%	14.5%	13.7%
		06:ショッピング	11.9%	9.5%	10.8%	10.6%
		08:四季の体験(花見・紅葉・雪等)	6.4%	8.8%	10.2%	10.2%
		05:街歩き	9.4%	8.6%	8.9%	9.1%
		02:旅館に宿泊	8.7%	9.2%	7.5%	7.5%
		10:日本の日常生活体験	7.4%	7.0%	6.0%	6.8%
		09:地域の歴史・伝統文化体験	6.2%	7.0%	6.4%	6.4%
		07:美術館・博物館など文化施設	3.1%	4.6%	2.6%	3.1%
		11:ポップカルチャーを楽しむ	2.3%	2.4%	2.3%	2.8%
		合計	70.2%	71.8%	70.7%	66.5%
	2:2回以上	01:日本食・地域の食を楽しむ	14.2%	16.2%	16.5%	15.8%
		03:温泉	13.5%	16.4%	16.1%	15.0%
		04:自然・景勝地観光	14.4%	13.6%	14.4%	14.5%
		08:四季の体験(花見・紅葉・雪等)	7.5%	10.1%	11.1%	10.8%
		06:ショッピング	12.5%	8.4%	8.7%	10.4%
		05:街歩き	9.3%	7.4%	7.4%	8.4%
		02:旅館に宿泊	7.8%	9.7%	7.2%	7.1%
		10:日本の日常生活体験	8.2%	6.0%	6.0%	6.4%
		09:地域の歴史・伝統文化体験	6.0%	6.0%	6.1%	6.0%
		07:美術館・博物館など文化施設	3.5%	3.7%	3.9%	3.1%
		11:ポップカルチャーを楽しむ	3.1%	2.7%	2.5%	2.4%
		合計	29.8%	28.2%	29.3%	33.5%

◆東北旅行の満足度／観光スポット・食事

- ✓「観光スポット・施設」について、2024年度の「大変満足＋満足」は90.7%となり、2019年度より大きく増加し、2023年度よりわずかに減少した。6つの満足の中では2位となり、総合的に高い満足度となった。
- ✓「食事」について、2024年度の「大変満足＋満足」は85.5%となり、2019年度より大きく増加し、2023年度よりわずかに増加した。6つの満足の中では3位であり、年々着実に満足度が向上している結果となった。

	アンケート名	2019年度ゲートウェイ調査	2022年度ゲートウェイ調査	2023年度ゲートウェイ調査	2024年度ゲートウェイ調査	
質問文(共通)	回答	構成比↓	構成比↓	構成比↓	構成比↓	
Q14-1. 東北旅行の満足度(①観光スポット・施設)	01:大変不満	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
	02:不満	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	
	03:やや不満	0.3%	0.0%	0.1%	0.2%	
	04:普通	3.4%	0.0%	1.7%	2.1%	
	05:やや満足	19.6%	3.2%	6.1%	7.1%	
	06:満足	40.9%	36.3%	43.8%	41.7%	
	07:大変満足	35.7%	60.5%	48.4%	49.0%	
	合計	49.9%	50.0%	49.8%	49.8%	
Q14-2. 東北旅行の満足度(②食事)	01:大変不満	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	
	02:不満	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%	
	03:やや不満	0.6%	0.3%	0.6%	0.3%	
	04:普通	5.0%	1.9%	3.7%	3.5%	
	05:やや満足	23.7%	5.8%	10.9%	10.7%	
	06:満足	36.9%	39.5%	42.2%	42.8%	
	07:大変満足	33.4%	52.4%	42.7%	42.7%	
	合計	50.1%	50.0%	50.2%	50.2%	

2024年度
2位

2024年度
3位

◆東北旅行の満足度／土産等・宿泊施設

- ✓「土産物や物産品」について、2024年度の「大変満足＋満足」は80.2%となり、2019年度より大きく増加し、2023年度よりわずかに減少した。6つの満足の中では6位であり、最も低い満足度であった。
- ✓「宿泊施設」について、2024年度の「大変満足＋満足」は84.1%となり、2019年度より大きく増加し、2023年度よりわずかに減少した。6つの満足の中では4位であり、一定の満足度は得られている結果となった。

	アンケート名	2019年度ゲートウェイ調査	2022年度ゲートウェイ調査	2023年度ゲートウェイ調査	2024年度ゲートウェイ調査	
質問文(共通)	回答	構成比↓	構成比↓	構成比↓	構成比↓	
Q14-3. 東北旅行の満足度(③土産物や物産品)	01:大変不満	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	
	02:不満	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	
	03:やや不満	0.2%	0.3%	0.4%	0.3%	
	04:普通	7.4%	1.0%	5.6%	5.4%	
	05:やや満足	22.6%	11.4%	13.2%	13.9%	
	06:満足	69.6%	38.0%	80.7%	80.2%	2024年度 6位
	07:大変満足	31.6%	48.1%	39.9%	38.1%	
	合計	49.8%	49.8%	49.7%	49.5%	
Q14-4. 東北旅行の満足度(④宿泊施設)	01:大変不満	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	
	02:不満	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	
	03:やや不満	0.6%	1.0%	0.6%	0.6%	
	04:普通	5.5%	1.3%	3.7%	2.9%	
	05:やや満足	22.2%	6.1%	11.1%	12.4%	
	06:満足	71.6%	36.3%	84.5%	84.1%	2024年度 4位
	07:大変満足	35.3%	55.5%	41.7%	42.1%	
	合計	50.2%	50.2%	50.3%	50.5%	

◆東北旅行の満足度／東北内の移動・サービス

- ✓ **「移動」**について、2024年度の「大変満足＋満足」は82.6%となり、2019年度より大きく増加し、2023年度よりわずかに減少した。6つの満足の中では**5位**であり、総合的に見ると**高い満足度とはいえない結果であった**。
- ✓ **「サービス・おもてなし」**について、2024年度の「大変満足＋満足」は92.1%となり、2019年度より大きく増加し、2023年度よりわずかに増加した。6つの満足の中では**1位**となり、**総合的に最も高い満足度となった**。

	アンケート名	2019年度ゲートウェイ調査	2022年度ゲートウェイ調査	2023年度ゲートウェイ調査	2024年度ゲートウェイ調査	
質問文(共通)	回答	構成比↓	構成比↓	構成比↓	構成比↓	
Q14-5. 東北旅行の満足度(⑤東北内での移動)	01:大変不満	0.2%	0.3%	0.1%	0.0%	
	02:不満	0.2%	0.0%	0.3%	0.1%	
	03:やや不満	0.5%	1.0%	0.6%	1.1%	
	04:普通	6.6%	0.6%	3.8%	4.1%	
	05:やや満足	20.7%	6.8%	10.9%	12.1%	
	06:満足	71.8%	34.5%	84.2%	82.6%	2024年度 5位
	07:大変満足	35.8%	56.8%	44.0%	42.4%	
	合計	49.8%	50.0%	49.9%	49.8%	
Q14-6. 東北旅行の満足度(⑥サービス・おもてなし)	01:大変不満	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	
	02:不満	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	
	03:やや不満	0.2%	0.6%	0.1%	0.1%	
	04:普通	2.5%	0.6%	2.0%	1.6%	
	05:やや満足	17.0%	3.2%	6.1%	6.1%	
	06:満足	80.3%	31.3%	91.7%	92.1%	2024年度 1位
	07:大変満足	46.1%	64.2%	52.8%	52.9%	
	合計	50.2%	50.0%	50.1%	50.2%	

◆利用金額／旅マエ（事前手配）・旅ナカ（東北エリア内）

- ✓ 利用金額の傾向を、旅マエ・旅ナカに分けて見てみる。
- ✓ **利用金額（中央値）**をみると、「事前・ツアー代金」「交通費」「宿泊費」のいずれもコロナ前2019年より大幅に増加しており、特に「事前・ツアー代金」「宿泊費」は2倍に増加した。旅ナカ消費の「食事代」「施設入場費」「体験プログラム参加料」についても、コロナ前2019年より増加している。
- ✓ 総合的に消費額が増加していることは、**円安の影響**も大きいと考えられる。

質問No	費用項目	アンケート名	2019年度ゲートウェイ調査	2022年度ゲートウェイ調査	2023年度ゲートウェイ調査	2024年度ゲートウェイ調査
Q12. 事前手配でお支払になった金額	ツアー代金／航空機・宿泊施設等	消費額（中央値）	● 80,000	➡ 226,000	➡ 170,000	➡ 160,464
	1 交通費	消費額（中央値）	● 20,000	➡ 20,000	➡ 20,000	➡ 30,000
	2 食事代	消費額（中央値）	● 20,000	➡ 20,000	➡ 20,000	➡ 30,000
	3 物品購入代	消費額（中央値）	● 30,000	➡ 30,000	➡ 30,000	➡ 30,000
Q13. 東北エリア内で使った（使う予定の）費用	4 施設入場料	消費額（中央値）	● 5,000	➡ 5,000	➡ 10,000	➡ 8,000
	5 体験プログラム参加料	消費額（中央値）	● 5,000	➡ 10,000	➡ 10,000	➡ 10,000
	6 宿泊費	消費額（中央値）	● 30,000	➡ 52,000	➡ 50,000	➡ 60,000
	7 その他支出	消費額（中央値）	● 10,000	➡ 10,000	➡ 20,000	➡ 20,000

◆旅マエの主な情報収集方法

- ✓ 東北旅行の旅マエ情報源として、最も多いのは「動画サイト(Youtube等)」であり、経年で見ても大きく伸びている。
- ✓ 上位1～6位はデジタルメディアを占めており、SNSや日本政府観光局HPは経年で増加傾向である。
- ✓ 一方で「旅行会社HP」「個人ブログ」「口コミ・トリップアドバイザー等」については、経年でやや下降傾向にある。
- ✓ また、「旅行ガイドブック」「旅行会社パンフレット」「旅行専門誌」等のアナログメディアは年々減少傾向にある。

質問文(共通)	アンケート名 回答	2019年度ゲートウェイ調査	2022年度ゲートウェイ調査	2023年度ゲートウェイ調査	2024年度ゲートウェイ調査
		構成比↓	構成比↓	構成比↓	構成比↓
Q10-1. 旅行前に東北エリアの情報はどこから集めましたか。	09:動画サイト(Youtube等)	6.8%	14.7%	13.3%	16.5%
	02:旅行会社ホームページ	9.2%	18.4%	18.1%	13.1%
	08:SNS(Facebook, Twitter, 微信等)	4.4%	11.7%	11.8%	13.0%
	10:個人ブログ	13.4%	10.9%	8.8%	10.0%
	05:日本政府観光局のホームページ	7.4%	7.5%	7.3%	7.8%
	01:口コミサイト(トリップアドバイザー等)	10.8%	2.1%	5.7%	6.8%
	12:旅行ガイドブック	7.6%	8.1%	6.7%	5.4%
	03:宿泊予約サイト	6.8%	4.3%	4.0%	5.0%
	13:自国の親族・知人	5.1%	5.0%	5.2%	4.9%
	04:宿泊施設ホームページ	4.3%	4.4%	4.0%	3.4%
	07:東北観光推進機構「旅東北」サイト	3.8%	2.9%	3.6%	3.2%
	11:旅行会社パンフレット	5.3%	4.8%	3.9%	3.1%
	14:日本在住の親族・知人	3.1%	1.6%	2.5%	2.8%
	06:旅行先自治体のホームページ	6.7%	1.8%	2.4%	2.7%
	15:旅行専門誌	5.2%	1.8%	2.7%	2.4%
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

◆旅ナ力の主な情報収集方法

- ✓ 東北旅行の旅ナカ情報収集方法として、最も多いのは「インターネット（スマートフォン等）」であり、次いで「インターネット（パソコン）」であり、この2種で全回答の50%を超えた。経年ではコロナ前を大きく増えていることが分かる。
- ✓ 「旅行ガイドブック」は経年で下降傾向ではあるが、2024年では3位であり、一定の活用ニーズがあるようだ。
- ✓ また、「宿泊施設」「観光案内所」等についても、大きな増加傾向はないものの、一定の活用ニーズがあるようだ。

質問文(共通)	アンケート名	2019年度ゲートウェイ調査	2022年度ゲートウェイ調査	2023年度ゲートウェイ調査	2024年度ゲートウェイ調査
	回答	構成比↓	構成比↓	構成比↓	構成比↓
Q11-1. 旅行中の情報は何で調べていますか。	07:インターネット(スマートフォン・タブレット)	25.1%	37.8%	34.5%	33.9%
	06:インターネット(パソコン)	17.2%	26.4%	20.5%	20.9%
	04:旅行ガイドブック	13.6%	8.3%	12.2%	10.2%
	03:宿泊施設	12.8%	7.0%	8.6%	9.4%
	02:訪問地の観光案内所(空港除く)	9.0%	3.0%	7.0%	8.3%
	01:空港の観光案内所	7.8%	4.9%	7.8%	8.0%
	08:インターネット(旅東北)	9.0%	10.8%	5.9%	5.8%
	09:日本在住の親族・知人	3.9%	1.4%	2.8%	2.5%
	05:フリーペーパー	1.5%	0.5%	0.8%	1.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

STEP. 3

まとめ・総括

◆ まとめ／ターゲット等検証関連

- ✓ **東北の主要空港利用**の旅行者は「台湾」が最も多く、次いで「韓国」「中国」「香港」であり、「香港」は大幅な増便の影響により今後大きく増加することが期待できる。
- ✓ **年代別**では、「初東北」の場合 20代～50代の割合が高く、再来訪意欲の高い「東北2回以上」の場合、30代～60代の割合が高くなっている。（30代以下は初回訪問より減少傾向）
- ✓ **性別**では、東北来訪回数別の差は小さく、男女比はほぼ同等の傾向である。
- ✓ **旅行形態（手配方法）**について、「団体ツアー参加」は「初東北」の場合最も多く、年々減少傾向だが全体比率も高く、引き続き主要な旅行形態。「個別手配」は「2回以上」の場合最も多く、経年でも増加傾向である。今後は、よりオリジナリティの高い旅程を求めて、個別手配に移行している可能性が高い。
- ✓ **同行者別**では、「初東北」の場合、1位：夫婦・カップル、2位：ファミリー、3位：友人、の順に多いが、一方で「東北2回以上」の場合、1位：夫婦・カップルは同じだが、2位：友人・知人が、3位：ファミリーを逆転する結果となった。
- ✓ 経年では「ファミリー」のみ減少傾向であり、若い世代の経年減少傾向と関連がある可能性がある。
- ✓ **東北での滞日数**について、国別では「台湾」は50代をピークに20代～70代以上の幅広い世代で滞在日数が多く、若い世代はやや少ない傾向である。「中国」は40代をピークに30代～50代が多い傾向。「韓国」は世代による差は少なく、滞在日数も4～5日程度と全体と比べやや少ない傾向で、全体では30代～60代が比較的長期での滞在である。
- ✓ **東北への再来訪意欲**について、「初東北」は76.8%で、2019年の69.6%よりは高いが、2023年の80.5%より減少した。「2回以上」の2024年は83.6%で、2019年の75.8%及び、2023年の80.2%いずれよりも高かった。
- ✓ 「2回以上」の旅行者はオリジナリティの豊かな旅程により、新たな魅力を見つけて満足度を高めたい可能性がある。
- ✓ **東北エリア内での交通手段の利用傾向**について、「初東北」の場合、「ツアーバス」「その他鉄道」「新幹線」「レンタカー」の順に多く、一方で「2回以上」の場合、「ツアーバス」は減少し、「その他鉄道」「新幹線」「レンタカー」が多い傾向である。
- ✓ 経年では、「レンタカー」が増加傾向にある。F I Tの主要交通手段は「その他鉄道」「新幹線」「レンタカー」だと推察できる。

◆ まとめ／コンテンツ・サービス等検証関連

- ✓ **東北旅行の目的**のTOP 5は「食」「温泉」「自然・景観」「四季の体験」「ショッピング」であり、東北を旅行先と決定する際の重要な要素といえる。

質問	東北旅行回数	回答	2019年度	2023年度	2024年度
東北旅行の目的	2回以上	01:日本食・地域の食を楽しむ	14.2%	16.5%	15.8%
		03:温泉	13.5%	16.1%	15.0%
		04:自然・景勝地観光	14.4%	14.4%	14.5%
		08:四季の体験（花見・紅葉・雪等）	7.5%	11.1%	10.8%
		06:ショッピング	12.5%	8.7%	10.4%

- ✓ **満足度**について、相対的に高い満足度であった2分野は「サービス・おもてなし」「観光スポット・施設」であり、一方で低い満足度であった2分野は「土産物や物産品」「移動」であった。

調査項目	2024年度/順位 (満足+大変満足)	相対評価	2019年度比	2023年度比
観光スポット・施設	90.7% / 2位	高い満足度	+14.1%	△1.5%
食事	85.5% / 3位	着実に満足度向上	+15.2%	+0.6%
土産物や物産品	80.2% / 6位	最も低い満足度	+10.6%	△0.5%
宿泊施設	84.1% / 4位	一定の満足度	+12.5%	△0.4%
移動	82.6% / 5位	満足度は高くない	+10.8%	△1.6%
サービス・おもてなし	92.1% / 1位	最も高い満足度	+11.8%	+0.4%

- ✓ **利用金額**について、コロナ前2019年と比較し全ての項目で増加傾向にあり、特に「事前・ツアー代金」「宿泊費」「体験プログラム参加料」は2倍に増加した。円安の影響もあり消費意欲が活発であると考えられる。

費用項目	アンケート名	2019年度ゲートウェイ調査	2022年度ゲートウェイ調査	2023年度ゲートウェイ調査	2024年度ゲートウェイ調査
ツアー代金／航空機・宿泊施設等	消費額（中央値）	● 80,000	▲ 226,000	▲ 170,000	▲ 160,464
1 交通費	消費額（中央値）	● 20,000	→ 20,000	→ 20,000	▲ 30,000
2 食事代	消費額（中央値）	● 20,000	→ 20,000	→ 20,000	▲ 30,000
3 物品購入代	消費額（中央値）	● 30,000	→ 30,000	→ 30,000	→ 30,000
4 施設入場料	消費額（中央値）	● 5,000	→ 5,000	▲ 10,000	▲ 8,000
5 体験プログラム参加料	消費額（中央値）	● 5,000	▲ 10,000	→ 10,000	→ 10,000
6 宿泊費	消費額（中央値）	● 30,000	▲ 52,000	→ 50,000	▲ 60,000
7 その他支出	消費額（中央値）	● 10,000	→ 10,000	▲ 20,000	→ 20,000

◆ まとめ／情報発信・受入環境等

- ✓ 東北旅行の旅マエ情報源として、最も多いのは「動画サイト(Youtube等)」であり、経年で見ても大きく伸びている。
- ✓ 上位 1 ～ 6 位はデジタルメディアを占めており、SNSや日本政府観光局HPは経年で増加傾向である。
- ✓ 一方で「旅行会社HP」「個人ブログ」「口コミ・トリップアドバイザー等」については、経年でやや下降傾向にある。
- ✓ また、「旅行ガイドブック」「旅行会社パンフレット」「旅行専門誌」等のアナログメディアは年々減少傾向にある。

- ✓ 東北旅行の旅ナカ情報収集方法として、最も多いのは「インターネット（スマートフォン等）」であり、次いで「インターネット（パソコン）」であり、この2種で全回答の50%を超えた。経年ではコロナ前を大きく増えていることが分かる。
- ✓ 「旅行ガイドブック」は経年で下降傾向だが全体で3位、であり、一定の活用ニーズがあるといえる。
- ✓ また、「宿泊施設」「観光案内所」等についても、大きな増加傾向はないものの、一定の活用ニーズがあるといえる。

◆ ターゲット／広域・ロングステイ戦略に適した旅行者像

タイトル	ロングステイのニーズが高い旅行者のターゲット像	
概要説明	東北観光推進機構が取り組む「ロングステイ向け戦略」に対する、より高いニーズ及び、より高い成果が上げられるターゲット像を「東北ゲートウェイ調査」の傾向より導き出す	
要素	内容	理由等
主ターゲット市場	台湾、香港	東北主要空港への就航便数が多い また、レンタカーの活用が比較的多い
副ターゲット市場	韓国、中国	東北主要空港への就航便数がある
旅行形態	個人手配	東北来訪 2 回目以上のリピーターは、個別手配の傾向が強く、再来訪意欲も高い 比較的小規模な施設でも受け入れが可能であるため、旅行者にとって選択肢が増え、オリジナリティの高い旅が可能となる
性年代	30代～50代	再来訪意欲の高い「東北リピーター」が多い世代である
旅行の同行者	夫婦・カップル、友人・知人、ファミリー	再来訪意欲の高い「東北リピーター」が多い旅行形態である
エリア内交通	新幹線、他鉄道、レンタカー、バス	再来訪意欲の高い「東北リピーター」が多く利用する交通手段である
目的	「食」、「温泉」、「自然・景観」、「四季の体験」、「ショッピング」	東北旅行者が目的とする上位コンテンツである 地域ごとに、少人数でも利用・訪問できる観光スポットや温泉、体験コンテンツ、買物スポット
時期	グリーンシーズン（特に5～9月）	レンタカーを含む旅程を計画できるグリーンシーズンのうち、東北の来訪者が比較的少ない5～9月を推奨する
他	旅マエ・旅ナカの情報発信強化	「観光情報の提供」への満足度はやや低く、併せて個人手配を行う場合にモデルルートと合わせた情報発信が効果的である