

スポーツイベントエントリーをセットにしたツアー（東武トップツアーズ株式会社）



事業概要

○ 東北のスポーツイベントへのエントリーをセットにした旅行商品を造成・販売し、外国人旅行者を誘客。

課題

- ・ 東北のスポーツイベントへの外国人参加者が少ない
- ・ 外国人を受け入れる体制が整備されていない
各イベント主催者（地域）において、外国人対応のノウハウが蓄積されておらず、積極的な受入が少ない

事業目的

- スポーツイベントをセットにしたインバウンド向け商品の造成
- 外国人がスポーツイベントに参加しやすい環境の整備

主な取組

① スポーツイベントへのエントリーとセットにした旅行商品の造成・販売

- ・外国人アマチュアアスリート招聘による調査結果を旅行商品に反映（例：開催地で楽しめる食事や景色を盛り込む）
- ・数多くの拠点がある各国旅行会社のネットワークを活かした販売展開

② 各スポーツイベントにおける外国人の受入体制整備

- ・外国人からヒアリングした事項を検証し、各イベント主催者（地域）へフィードバック（例：エイドステーションメニューの充実、テーマを1つに絞り込んだ効果的なPR）
- ・WEBサイトを含む各種製作物の多言語化

③ 旅行商品販売促進に向けた情報発信とプロモーション活動

- ・海外各国の媒体事情とターゲットのメディア指向性の両面を考慮したメディア選択による効果的な宣伝を実施（例：台湾人の半数がSNSの利用習慣があることを踏まえ、Facebookを中心とした情報発信を展開）

成果目標

- 旅行商品 21コース
- 送客人数 250人
- 宿泊者数 1,000人泊

事業実績

- 旅行商品 21コース
- 送客人数 300人
- 宿泊者数 948人泊

- ・スポーツイベントをセットにしたツアー
21コース（送客人数：19人、宿泊者数：26人泊）
- ・ウインタースポーツ体験をセットにしたツアー ※コース数は除く
7コース（送客人数：281人、宿泊者数：922人泊）
- 【国籍別販売実績：台湾 810人泊ほか、韓国、アメリカ等計138人泊】



取組のスケジュール

○ 造成・販売／PR

造成(～7月)、販売(8月～)、催行(9月～)
PR(海外メディアを活用した情報発信、7月～)

○ その他

・受入体制の整備(WEBサイト・各種製作物の多言語化等、7月～9月)
・台湾メディア、旅行会社招聘(10～11月、1～3月)

成果

- ・参加者を多く見込めることが判明したスポーツイベントを組み込んだ商品は各国旅行会社で自発的に造成
- ・各スポーツイベントで整備した受入体制は地域に残るため、継続して活用することが可能
- ・各種情報発信やプロモーションを通じた、東北の認知度向上

【造成した旅行商品】

- ・スポーツイベントをセットにしたツアー
 - 「ツール・ド・東北」(宮城県): 3コース
 - 「ツール・ド・三陸」(岩手県): 9コース
 - 「岩手雫石ライド」(岩手県): 3コース
 - 「猪苗代湖ハーフマラソン」(福島県): 2コース
 - 「かまいし仙人峠マラソン大会」(岩手県): 1コース
 - 「かみのやまツール・ド・ラ・フランス」(山形県): 3コース
- ・ウインタースポーツ体験をセットにしたツアー
 - 「団体ツアー蔵王コース」(山形県)
 - 「団体ツアー猪苗代コース」(福島県)
 - 「感受東北堅韌之旅」(秋田県、岩手県など)
 - 「山形蔵王温泉スキー3日間」(山形県)
 - 「家族旅行安比リゾート」(岩手県、宮城県)
 - 「青森自由旅行」(青森県)
 - 「會津高原至極絶景」(山形県、福島県)

事業終了後の動向

- ・商品の価格設定の見直し等を行いながら、ツール・ド・東北やツール・ド・三陸などのスポーツイベントを組み込んだ商品を造成。
- ・ウインタースポーツ素材の商品化について、台湾・韓国・香港の旅行会社への働きかけるとともに、自社商品としてパッケージ化して販売。