

# 東北の食産品×スポーツイベントの相乗効果による、人・モノの継続的な交流促進

背景・目的

全国ではマラソン大会等のスポーツイベントによるインバウンド需要が増加傾向にあるが、東北はイベントの知名度や地域全体でのPR等で出遅れ。結果、インバウンドの参加者獲得に苦戦し、参加者についても開催地における滞在時間が短く、消費が低調といった課題が存在。

外国人向けに地域の「食」を体験できるプログラムを開発し、開催地ならではの魅力とあわせて、東北の各大会が一体的にPRすることで、大会の訴求力向上や開催地における滞在人口や滞在時間の増加を図る。

(対象市場:台湾、香港、中国 等)

実施した主な取組の内容

【取組① イベント開催地ならではの体験プログラムの企画・販売】

イベント開催地の「食」に関連したインバウンド向け体験プログラムを企画、実施し、開催地への滞在期間や消費額の増加に寄与。

- ◆ 弘前・白神アップルマラソン 体験プログラム  
りんごの収穫や煮りんご作りを実施(青森県弘前市)
- ◆ いわきサンシャインマラソン 体験プログラム  
トマトの収穫やオリーブ冠づくりを実施(福島県いわき市)



■青森県弘前市体験プログラム

【取組② 海外の愛好家コミュニティ等への情報発信・プロモーション】

ターゲット層の属するコミュニティに対する効率的な情報発信を行い、他のイベントと差別化した東北へ誘客。

- ・多言語WEBサイトで販売(JTBスポーツステーション)
- ・外国人会員(約21,000名)へのメールマガジン、専用HP、海外スポーツイベント、食の商談会(4か国)等での告知
- ・スポーツメディアによる情報発信(4媒体で掲載)



■告知用パンフレット

【取組③ イベント主催者と連携した受入体制整備、ノウハウの普及・展開】

インバウンド誘客・受入環境整備に関するノウハウをイベント主催者(自治体)間で共有し、継続的に活動する仕組み(「東北マラソン大会情報共有連絡会」)を立ち上げ。

- ・マラソン大会主催者等を訪問して、事業の意義を説明。外国人誘客に対する意識醸成と受入に係るマニュアルを共同で作成。
- ・連絡会に加入した大会主催者間で、「食」の体験プログラムによる成果やノウハウの共有、海外での共同PR活動を継続実施。



■東北マラソン大会  
情報共有連絡会

成果目標

◆送客人数 100名

実績

○送客数 149名  
(※平成28年度 26名)

○宿泊数 622人泊

主な国籍別販売実績

|      |       |
|------|-------|
| 台湾   | 257人泊 |
| 香港   | 90人泊  |
| 中国   | 63人泊  |
| アメリカ | 60人泊  |

※連携した7つスポーツイベントによる合計値。宿泊数は、アンケート等による集計

得られた成果

- アジア圏を中心にマラソン大会への参加意欲が高まっており、連携した大会における外国人参加者の大幅な増加(対前年比573%)。
- 「食」などの地域の魅力とあわせたPRによる差別化や、東北で一体となって行ったPRによる東北の他大会への誘導(リピーター化)が確認。
- 外国からの参加者には、家族等を伴う場合が多く、幅広い層が楽しめるプログラムの提供により地域における滞在人口・時間増加に一定の効果。

今後に向けた課題・活動の見通し

- 欧米からの誘客に向け、在日の外国人コミュニティとの関係構築による継続的な交流拡大。
- 「東北マラソン大会情報共有連絡会」に参加する各大会のプログラム充実・発展と参加大会の拡大と、地域の食産品への波及効果創出。