

平成28年度北海道観光成熟市場誘客促進事業（特定目的：マラソン）
諸外国における道内マラソン大会等関連旅行商品に係る調査
調査結果概要

1 調査目的

マラソンイベントがインバウンド資源として期待されている一方、日本国内マラソン大会等の外国人参加者の現状や特性は正確に把握されていないのが現状であることから、諸外国における北海道へのマラソン大会等関連商品の造成状況に係る調査を行うことで市場分析をし、今後の海外への情報発信方法や道内マラソン大会参加型の商品造成に向けた資料とする。

2 調査方法

- (1) 北海道観光成熟北海道観光成熟市場誘客促進事業（特定目的：マラソン）で招請した3地域の旅行会社3社（台湾近畿国際旅行社・香港EGLツアー・中国Caissa社）へのヒアリング
- (2) JNTO（日本政府観光局）インバウンド戦略部への調査依頼
- (3) 日本スポーツ・ツーリズム推進機構からの資料提供
- (4) 順天堂大学大学院スポーツ健康科学研究科からの資料提供（北海道マラソン2016において参加者へのアンケート実施）
- (5) 北海道マラソン実行委員会へのヒアリングと資料提供など

3 調査結果概要

- (1) 招へい対象旅行者からのヒアリング
 - ・台湾、中国の調査対象旅行会社では、マラソン関連商品販売実績はあるが、道内への送客は数～数十名程度。
 - ・香港旅行会社の販売実績は無し
- (2) JNTO（日本政府観光局）インバウンド戦略部
 - ・台湾、中国、香港について調査依頼。各国ともにマラソン関連の道内旅行商品販売実績に係るデータなし。
- (3) 日本スポーツ・ツーリズム推進機構（JSTA）
 - ・韓国では、マラソンは競技性の高いスポーツと見られており、市民レベルのランナーは少ない
 - ・2014年6月にマラソン&サイクリングジャパンin台湾において、日本各都市が台湾人ランナーへのプロモーションを実施したが、北海道からの参加はなかった。
- (4) 順天堂大学大学院スポーツ健康科学研究科（北海道マラソン2016における大会参加者へのアンケート結果による）
 - ・北海道マラソン参加の外国人のほとんどがアジアからで、欧米からの参加者は日本在住の方が多かった。
 - ・参加者の情報源のうち、最も多かったのは主催者が公開した日本語のHPであった。
- (5) 北海道マラソン実行委員会
 - ・北海道マラソン2016への外国人参加申し込み方法は2つあり、HPによる直接申し込みと各国・地域（北京、上海、台湾、香港、タイ、韓国）におけるツアー販売
 - ・2016年大会の外国人ランナー523名（日本国内在住者を除く）のうち、ツアー商品利用者は177名（33.8%）であった。
 - ・今後は、ツアーを利用しない参加者の増加が見込まれ、宿泊地の確保等が課題と考えられる。

4 調査総括

- (1) 多くの諸外国では北海道へのマラソン大会等関連旅行商品は造成・販売されていないのが実情であり、造成・販売を行っている国（台湾・中国）でも、送客実績は数名～数十名程度
- (2) 北海道マラソン2016に参加した外国人ランナーの情報源は、日本語のHP等であり、道内他地域のマラソン大会においても、日本語HPによる情報発信は有効と考えられる。
- (3) 北海道マラソンを除く道内マラソン大会では、外国人がインターネットで直接参加申し込みをできる仕組みとなっておらず、また、大会参加旅行ツアーも造成されていない。
- (4) 国際大会と銘打ちながらも積極的な外国人誘客を行っていない大会も見受けられた。その一因として受入体制の不備があると考えられることから、官民一体となった受け入れ態勢の構築が必要と考えられる。