

31H 一瀬 千尋 32H 橋本 愛奈 33H 横山 貴大
 34H 時国 玲羅 35H 坂出 悠哉 36H 山口 陽丈

■課題
 能登の観光客が少ない。

■解決策
 能登のスポーツの大会の知名度を上げ、参加者数を増やす⇒観光客の増加につなげる。

■現状（課題の背景）

① マスメディアの利用状況

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ➢ SNS ➢ ホームページ ➢ ポスター →利用されている | <ul style="list-style-type: none"> ➢ CM ➢ ゆるキャラ ➢ パンフレット →利用されていない |
|--|---|

<SNS>

- ツール・ド・のと（自転車のマラソン）
 →利用している SNS が少ない（フェイスブックのみ）
 ※ツール・ド・沖縄、ツール・ド・東北
 →利用している SNS が多い（ツイッター、YouTube）
- 万葉の里マラソン→フェイスブック（日本語表記のみ）

<ホームページ>

七尾市役所→万葉の里マラソンの情報の掲載
 宿泊施設の確保、質問コーナー、外部サイトにもつながっている

<ポスター>

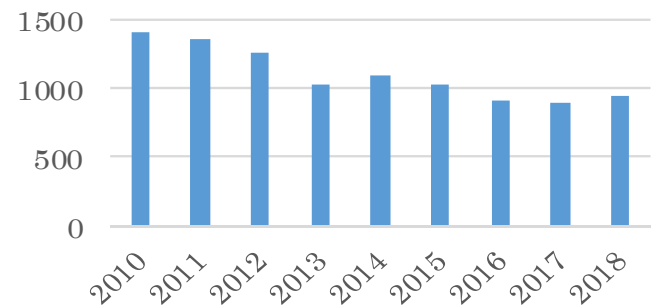
万葉の里マラソンや、ツール・ド・のとなどのポスターや広告は
 市内やネット上でよく見かける

② 既存会員の利用→行っていない

一般的に、既存会員を利用するために、次のような方法がとられている。

- データから傾向を把握
 作業効率化につながり、大会運営の評価につながる
- 会員の情報を有効活用
 その大会と類似した他の大会を勧める
- 会員の感想を利用
 次回開催の際の改善点や会員の需要を明らかにできる

(人) 「ツール・ド・のと」の参加人数



(年)

■具体的内容

- ポスターを目立たせる
 →貼付ポスターだけでなく、手渡しでの配布や、ネットでの公開などにも積極的に取り組む



- ゆるキャラを活用
 →マラソンの大会で、わくたまくんなどのゆるキャラを大会に参加させ、その様子をテレビや SNS などで拡散させる



<https://matome.naver.jp/odai/214467828542785370>

- ツイッターやインスタグラムなどの多くの SNS を活用
 →不特定多数の人の目に触れるようにし、興味をひかせる



- 既存会員の活用
 →例えば、「万葉の里マラソン」の参加者に、同じ能登のマラソン大会である「能登半島すずウルトラマラソン」への参加を促す。参加者の上位者ないし全員にその地域特有の景品（温泉たまごなど）を贈呈し、参加人数の増加につなげる。

■効果

- 能登の魅力を知ってもらえる
- 大会やその地域のホームページや SNS の利用者数の増加
- 次回の大会の人数の維持、増加
 ↓
 大会の参加者が増え、地域も活性化する

■出典

- 「ゆるキャラ」成功の秘訣要因分析 ～4つの「ゆるキャラ」を事例として～
<http://www.kochi-tech.ac.jp/library/ron/2013/2013man/a1140399.pdf>
- 既存顧客、蔑ろにしてないですか？「リテンションマーケティング」を学ぼう
<https://surpass-star.com/tips/1070>
- ツール・ド・のと大会公式サイト 大会レポート（グラフで使用）
<http://tour-de-noto.com/report>