

# 日本を繋ぐマラソンサーキット



HITOTSUBASHI  
UNIVERSITY



～地方が元気になる走です～  
そう

岡本ゼミナール・チームA

廣田祥平 中村紗希  
花岡勇佑 細田恵梨  
植野翔太

1. **Introduction** : 国内観光の現状
2. **Situation** : 注目を浴びる地域活性化
3. **Problem** : 地方格差の現状
4. **Solution** : 連動したシステム作り
5. **Suggestion** : マラソンのサーキット化



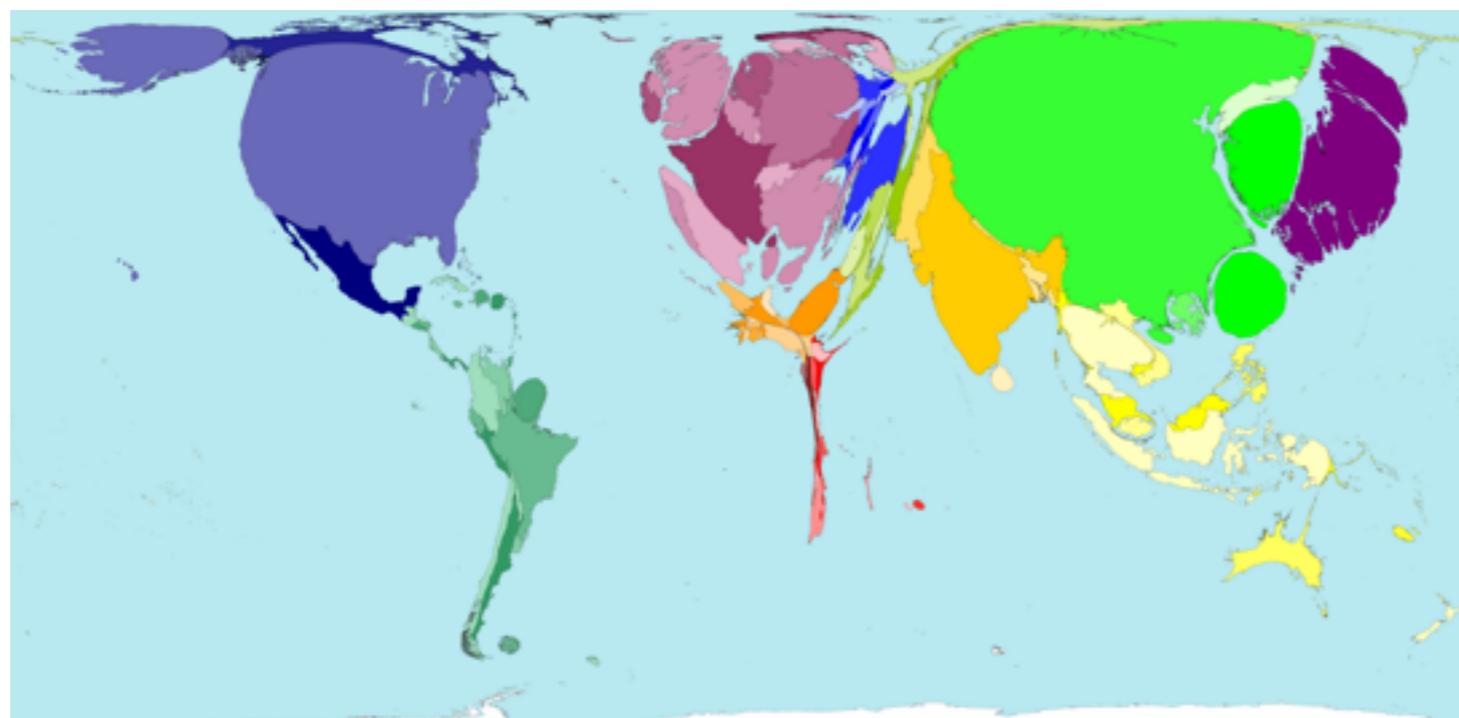
**Introduction** ~緒言~

S

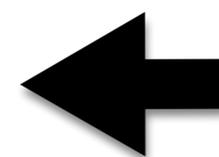
P

S

S

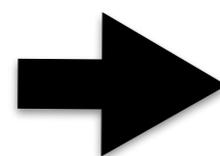


GDPに基づいた

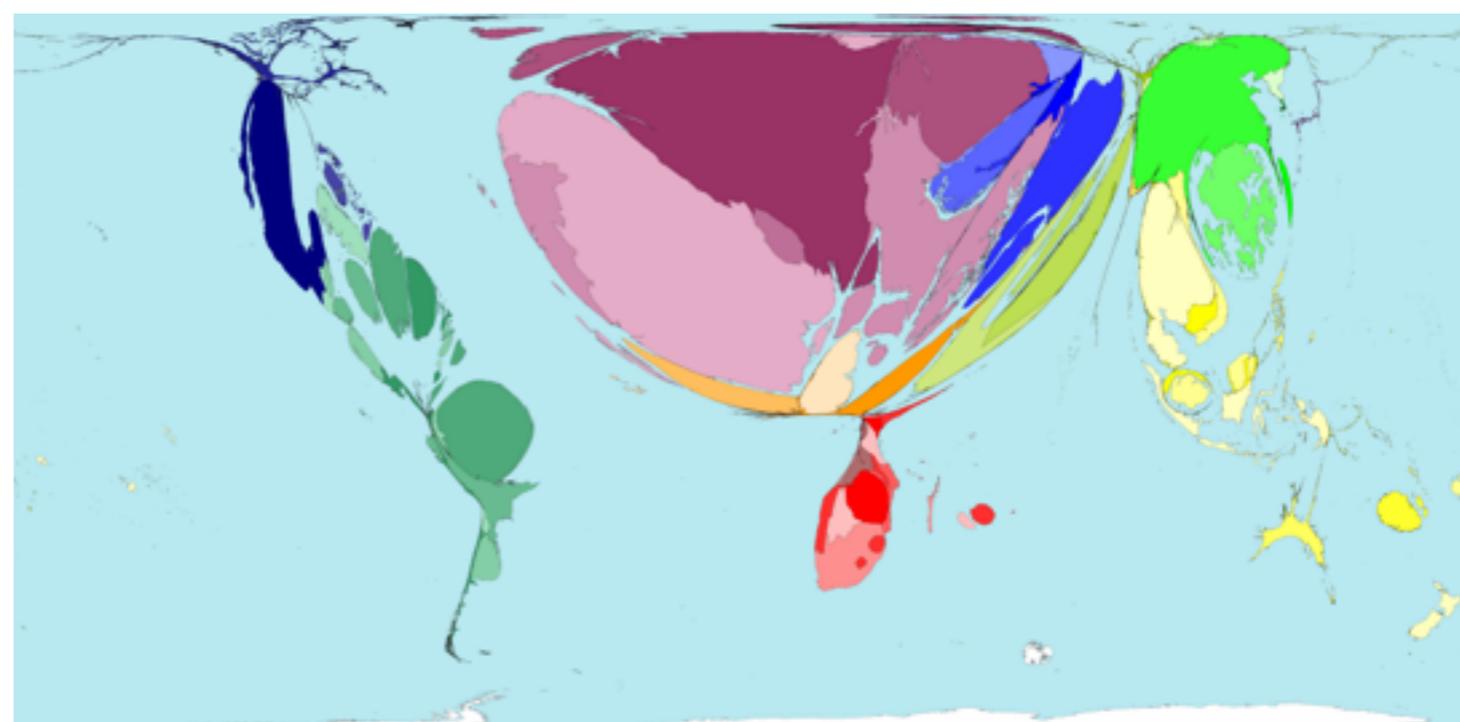


世界からの注目度

国内観光に基づいた



自国への関心度





# Introduction ~緒言~

S

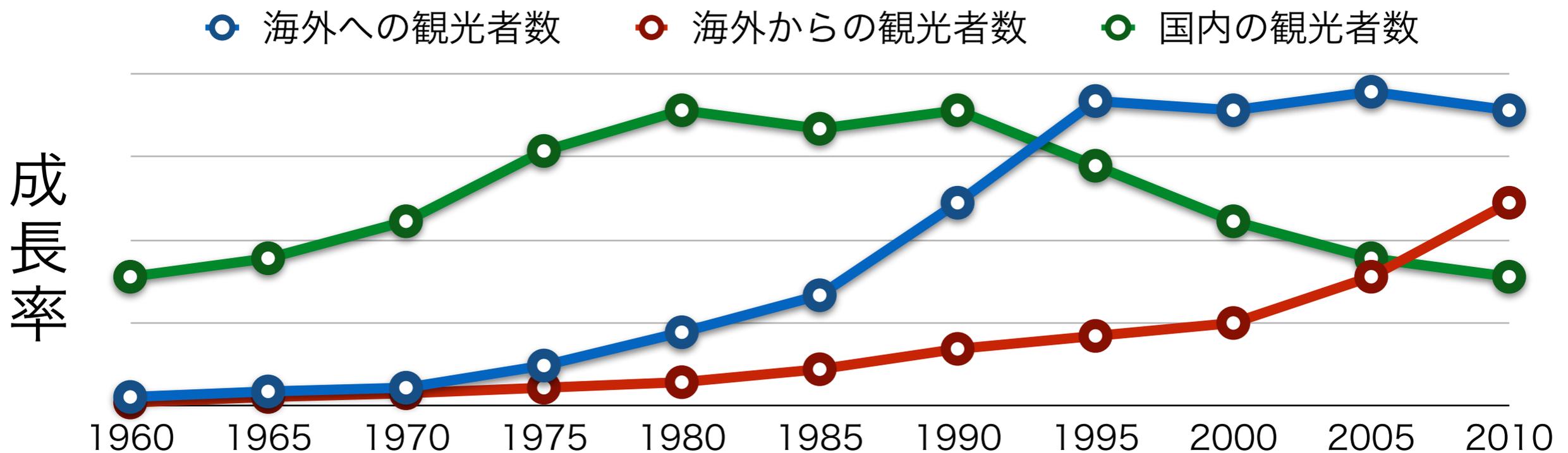
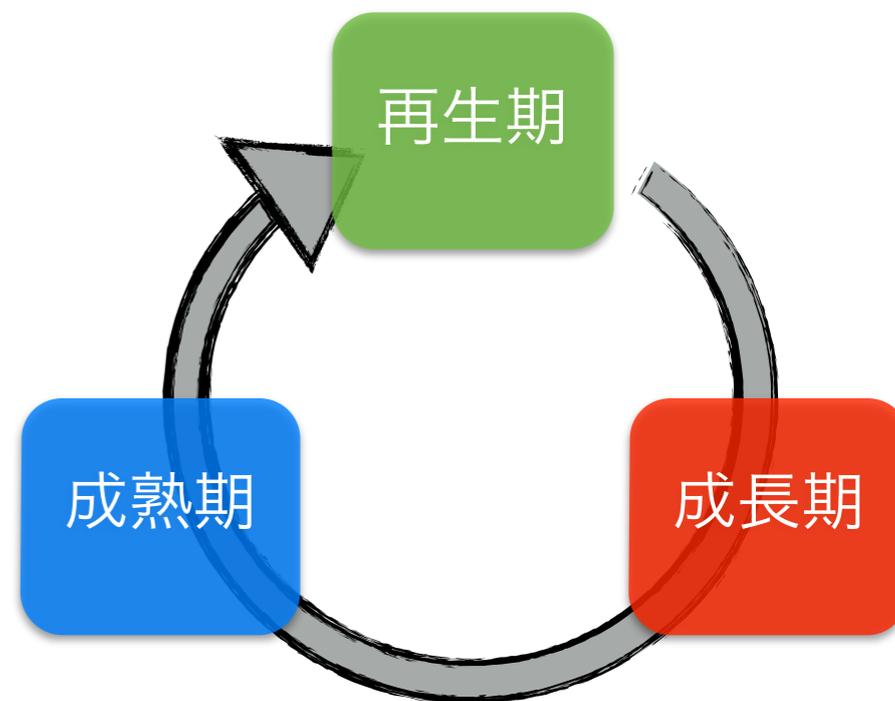
P

S

S

## 想定される観光の現状

- 海外から日本への観光 **成長期**
- 日本から海外への観光 **成熟期**
- 日本における国内観光 **再生期**



(出典：観光白書2013)

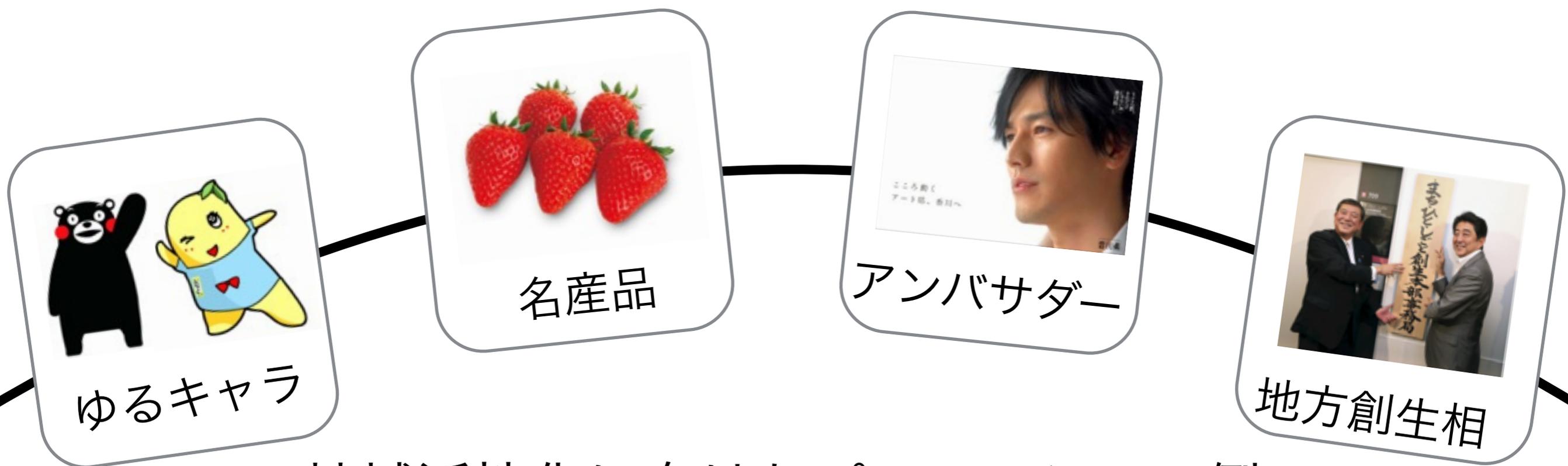


**I** > **Situation** ~現状~

**P** > **S** > **S**

**再生期**を迎えた国内観光市場に対して国は…

メディアでも**”地方”**や**”ご当地”**を紹介する機会が多くなった



地域活性化に向けたプロモーション例



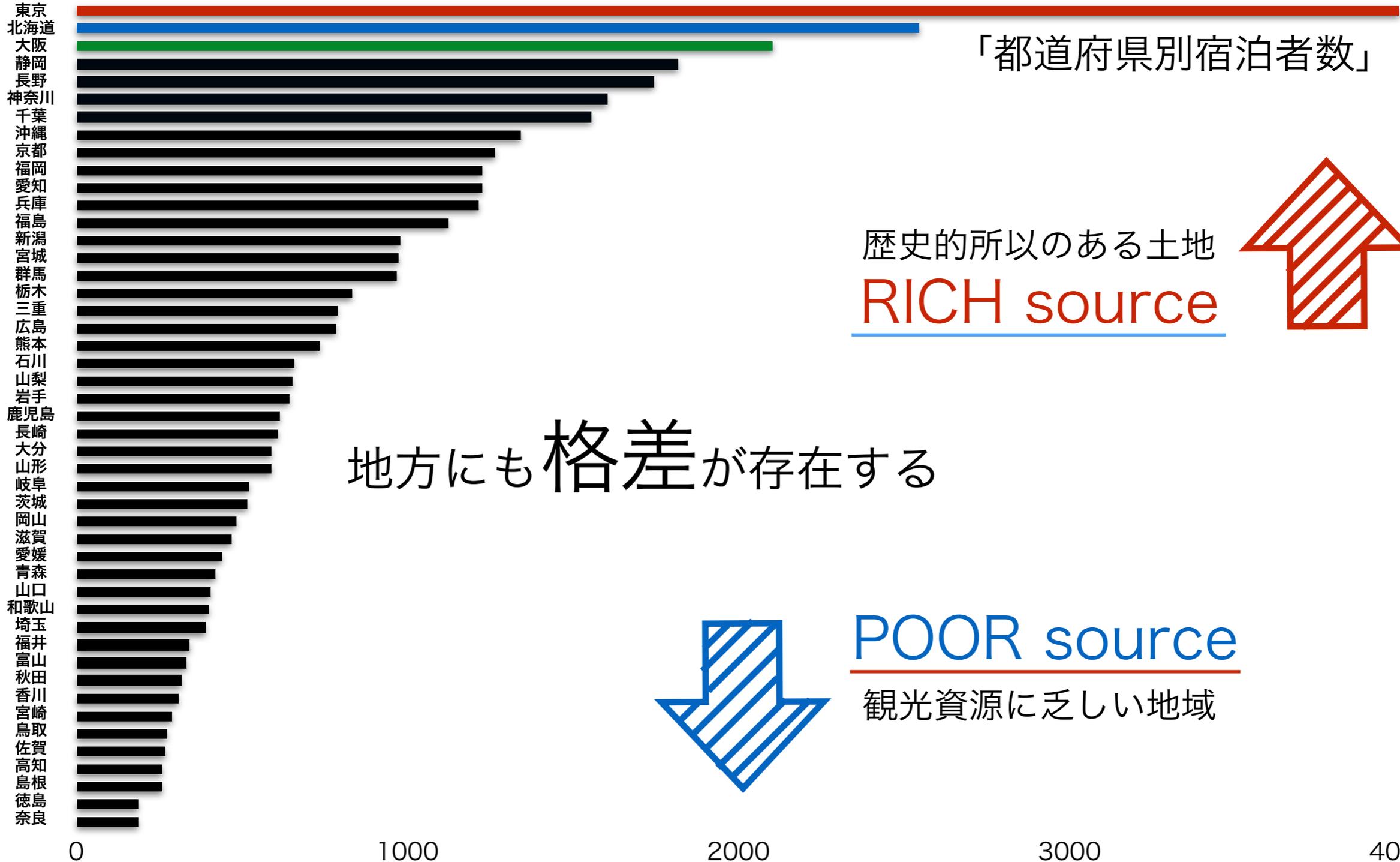
I

S

Problem ~問題~

S

S



出典：観光庁（宿泊旅行統計調査）

I

S

Problem ~問題~

S

S

事例と傾向:ゆるキャラ

成功可能性

独立性

持続性

	参加数	投票数	優勝
2010	170体	24万票	ひこにゃん
2011	349体	333万票	くまもん
2012	865体	659万票	バリィさん
2013	1580体	1743万票	コーすけ





I

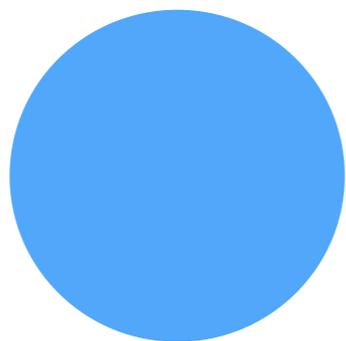
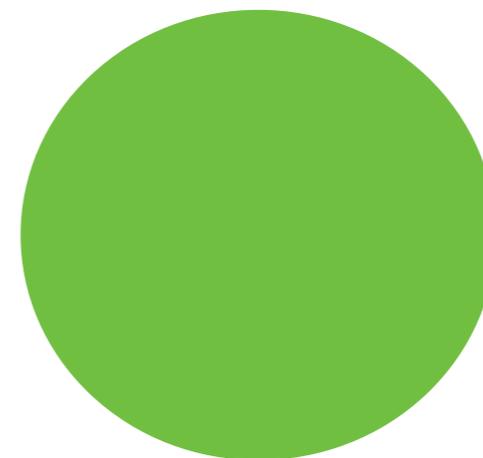
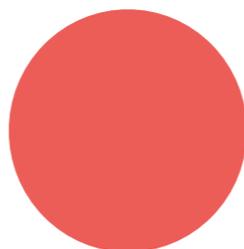
S

P

**Solution** ~解決法~

S

それぞれが**独立**している





I

S

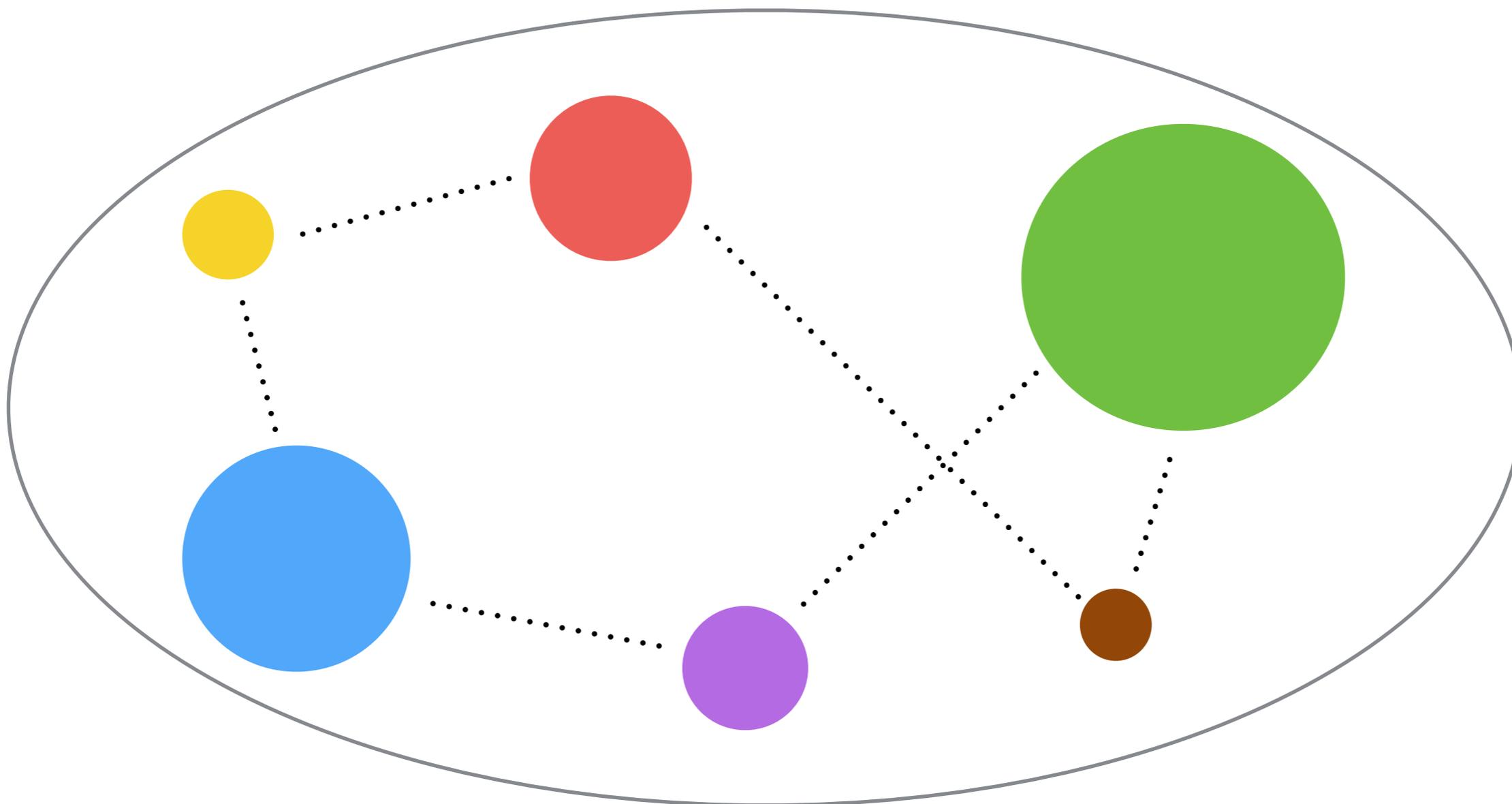
P

Solution ~解決法~

S

それぞれを**連動**させる

そんな**システム**の提案





I

S

P

S

**Suggestion** ~提言~

日本各地を走って繋げる

マラソンのサーキット化

を提言します



I

S

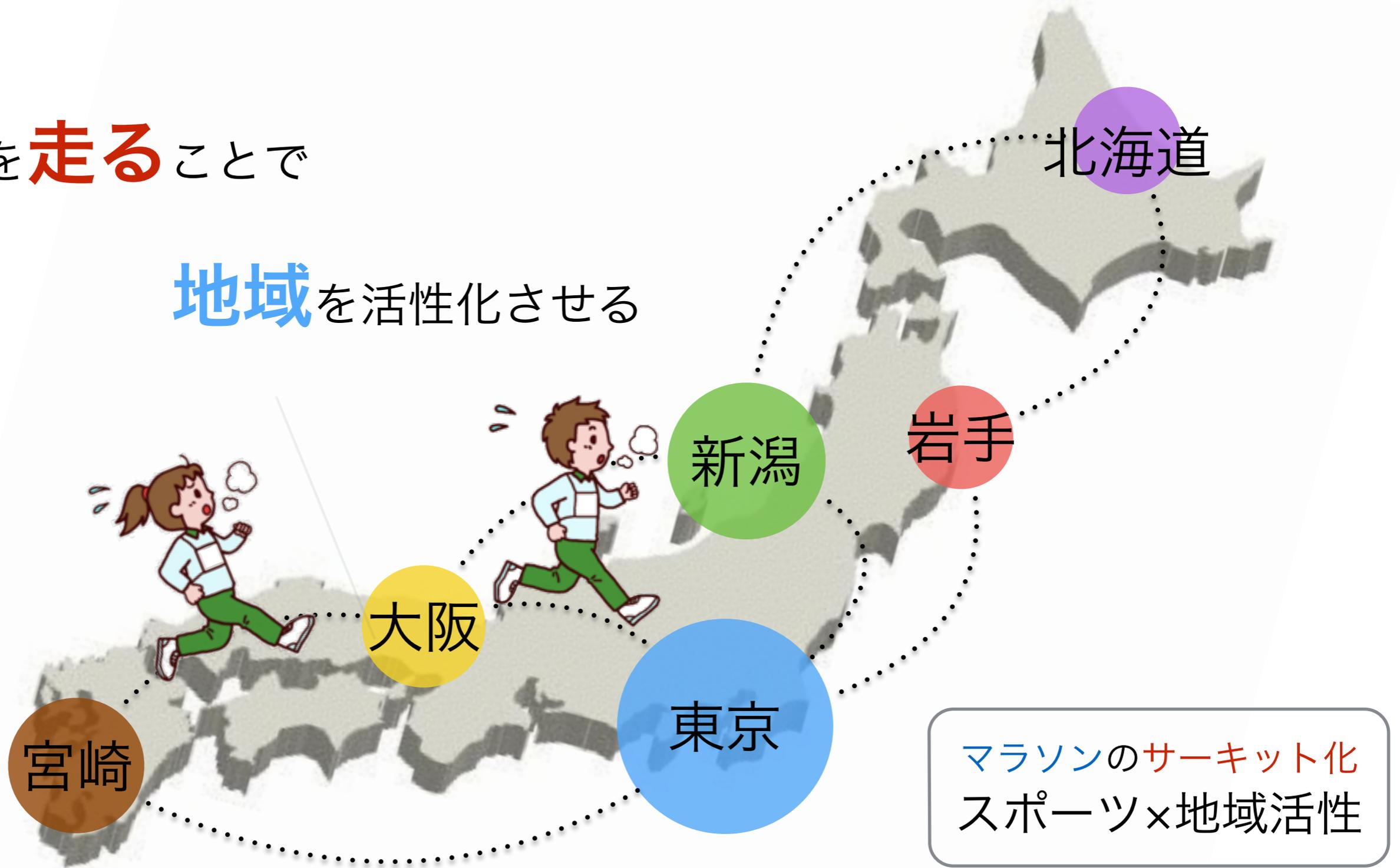
P

S

Suggestion ~提言~

日本を**走る**ことで

**地域**を活性化させる

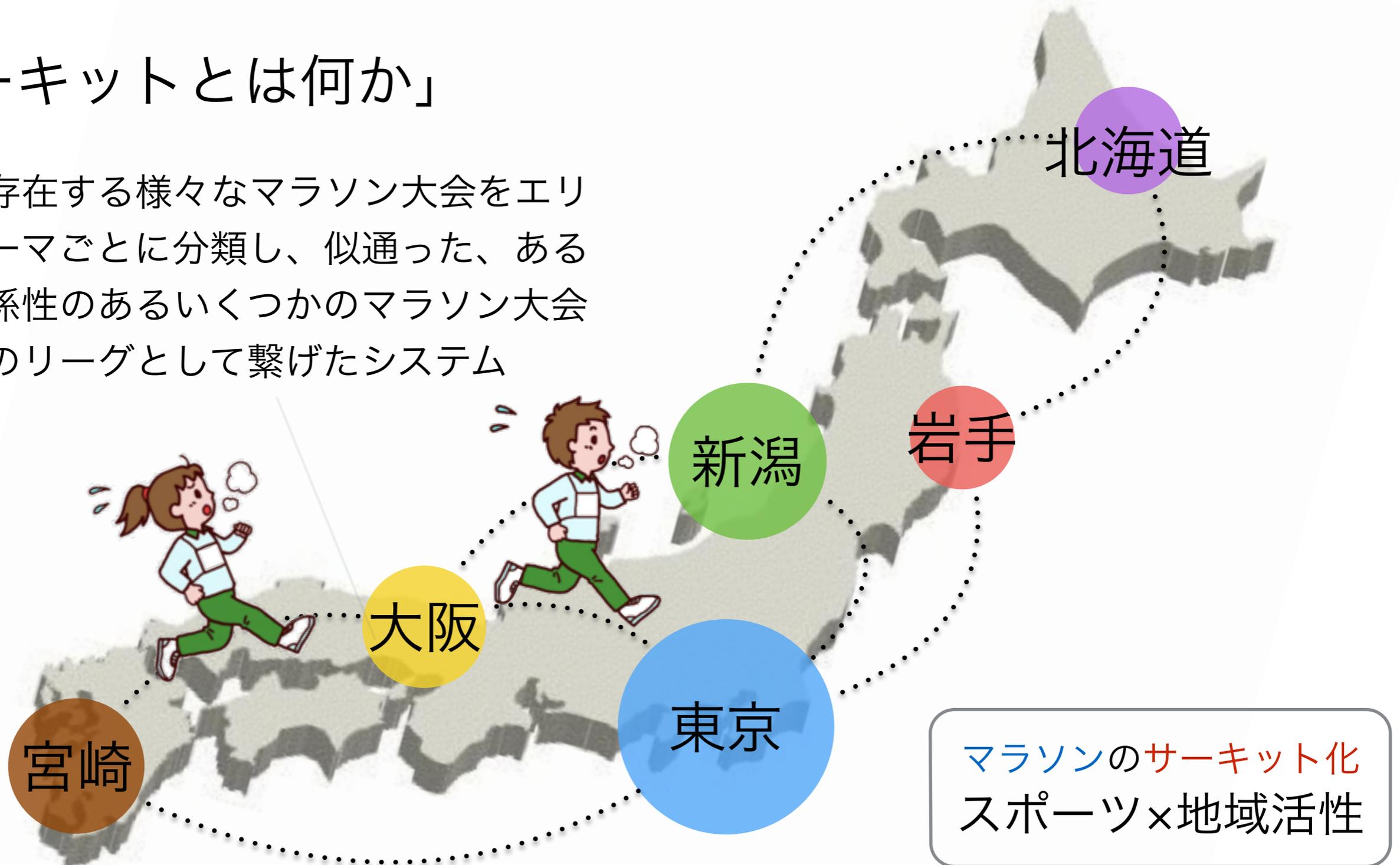


マラソンのサーキット化  
スポーツ×地域活性

I S P S **Suggestion** ~提言~

## 「サーキットとは何か」

全国に存在する様々なマラソン大会をエリアやテーマごとに分類し、似通った、あるいは関係性のあるいくつかのマラソン大会を一つのリーグとして繋げたシステム





**Why** ~なぜマラソンなのか~

**How**

**Who**

**Why?**

どうしてマラソンなの??

---

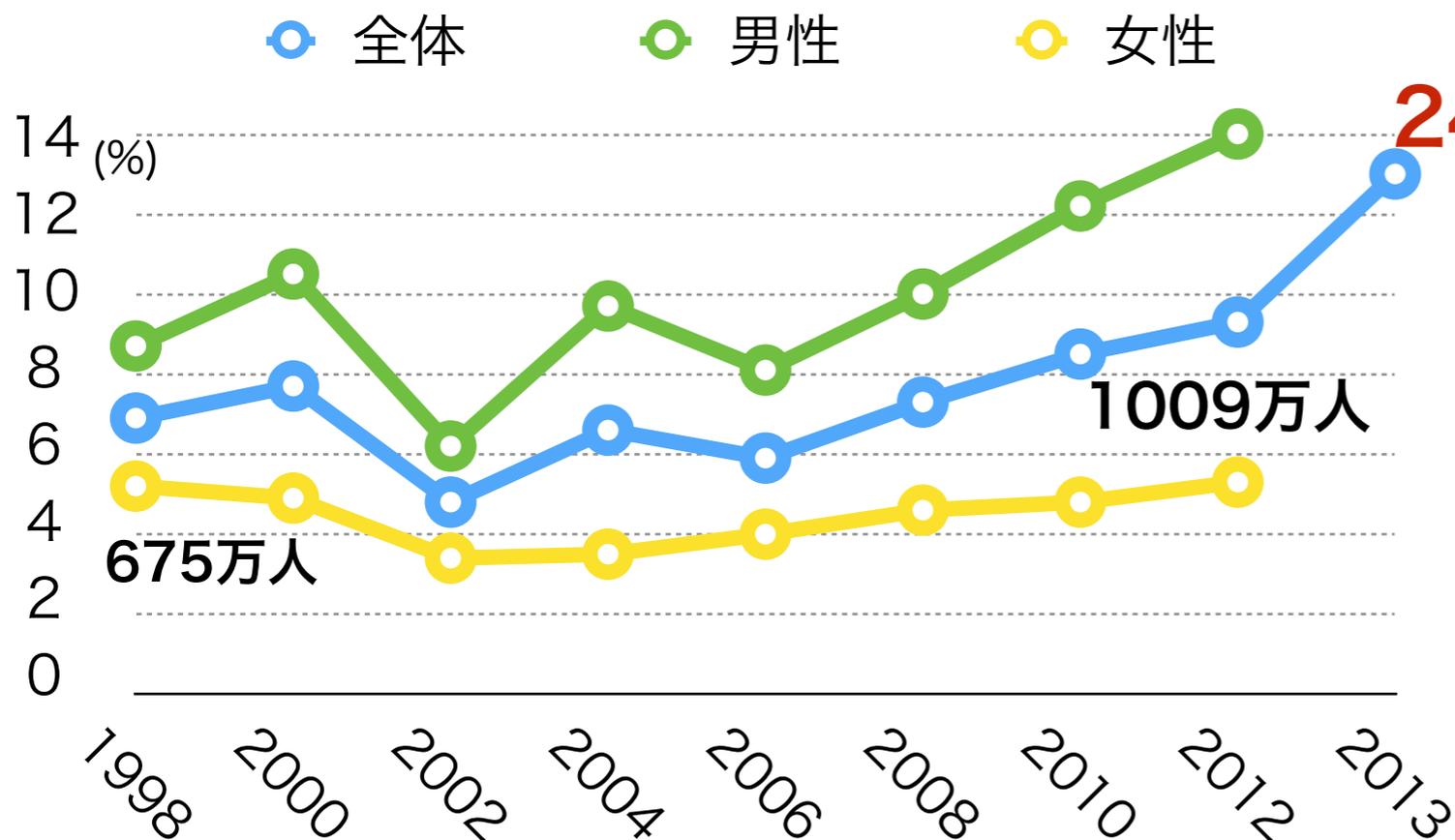
Why ~なぜマラソンなのか~

How

Who

なぜマラソンに注目したのか？

→ 最近走る人が増えているから！



2450万人？

1009万人

675万人

3倍

10.7倍

東京マラソンに見る  
ランニングブーム

マラソン人口推移グラフ

(出典：笹川スポーツ財団)

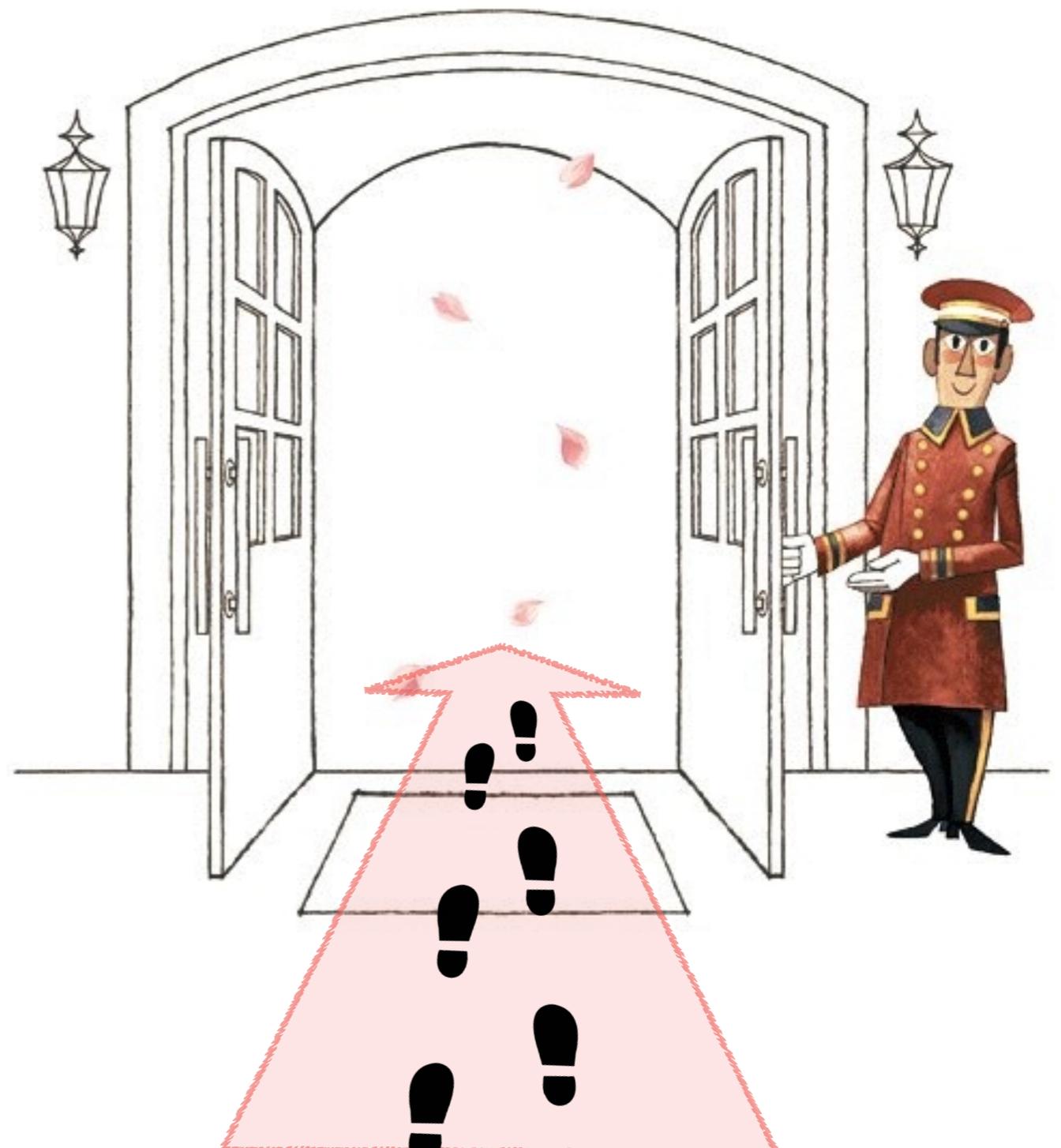
**Why** ~なぜマラソンなのか~

**How**

**Who**

## 流行っている理由 ~低い参入障壁~

- いつでも始められる
- 必要な装備が少ない
- お金がかからない
- 何歳からでも始められる
- 練習場所が多い

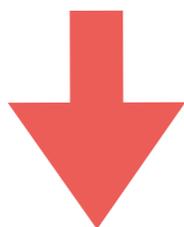


Why ~なぜマラソンなのか~

How

Who

マラソン人口増加



マラソン大会の多様化

従来



「結果を出すもの」

新規



「体を動かす  
楽しみ」

「娯楽」



家族参加/若者の増加



**Why**

**How** ~どうマラソンを繋げるか~

**Who**

**How?**

どうやってマラソンを繋げるの??

---



Why

How ~どうマラソンを繋げるか~

Who

## マラソンの要素抽出



- ・ 競技性
- ・ 走ることの爽快感
- ・ エンターテインメント性

## ターゲット層

### 既存のランナー層

- ・ フルマラソン経験のある人
- ・ 大会参加経験のある人
- ・ 普段から走っている人
- ・ ライト層ランナー

### NOTランナー層

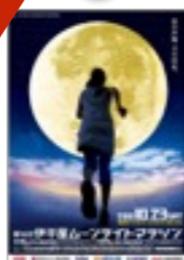
- ・ 観光好きな人
- ・ イベント好きな人

Why

How ~どうマラソンを繋げるか~

Who

都道府県マラソンなどの  
有名マラソンから



各地に存在するまだあまり知ら  
れていないマラソンへの移行

## アドバンスリーグ

~Advance League~

内容：

都市マラソンなどの有名な大きな大会から、  
全国にある中規模のフル/ハーフマラソン  
大会に人を流す。

ターゲット：

普段から走っている人や、マラソン大会に  
参加した経験がある人。「競う」マラソン  
と「楽しむ」マラソンを提供する。

モチベーション：

完走賞のメダル授与で、コレクター欲を刺  
激する。様々な大会に参加することによる  
達成感と充実感。



Why

How ~どうマラソンを繋げるか~

Who

徐々に距離が長くなっていく

1回目	2回目	3回目	4回目	5回目
5km	10km	12km	21.1km	42.195km

GOAL

START



距離が短くエンターテイメント性の高い大会から始め、最終的にはフルマラソンを完走する

## チャレンジリーグ ~Challenge League~

内容：

距離の異なる大会に継続的に参加することで、自信と体力を身につけ最終的にはフルマラソンにチャレンジしてもらう。

ターゲット：

普段からジョギングなどはしているけれど、大会に参加したことがない人。走りたいと思うけれどなかなか勇気が湧かない人など。

モチベーション：

徐々に走ることの出来る距離が伸びていく達成感。自分に合った大会を選ぶことが出来る。



Why

How ~どうマラソンを繋げるか~

Who



景色や食べ物を楽しみ

人とのふれあいを楽しむ

## ファンリーグ

~Fun League~

内容：

「競う」ことよりも「楽しむ」ことに特化した各地の大会を繋げ、走りながら景色やグルメを堪能してもらう。

ターゲット：

イベントや、観光が好きな人。ジョギングは好きだが、フルマラソンのような競技性は求めていない人。

モチベーション：

大会に参加することでもらえる参加賞や、楽しみながら走れるというイベント要素。走った後に観光することができ、家族でも気軽に参加できる。

Why

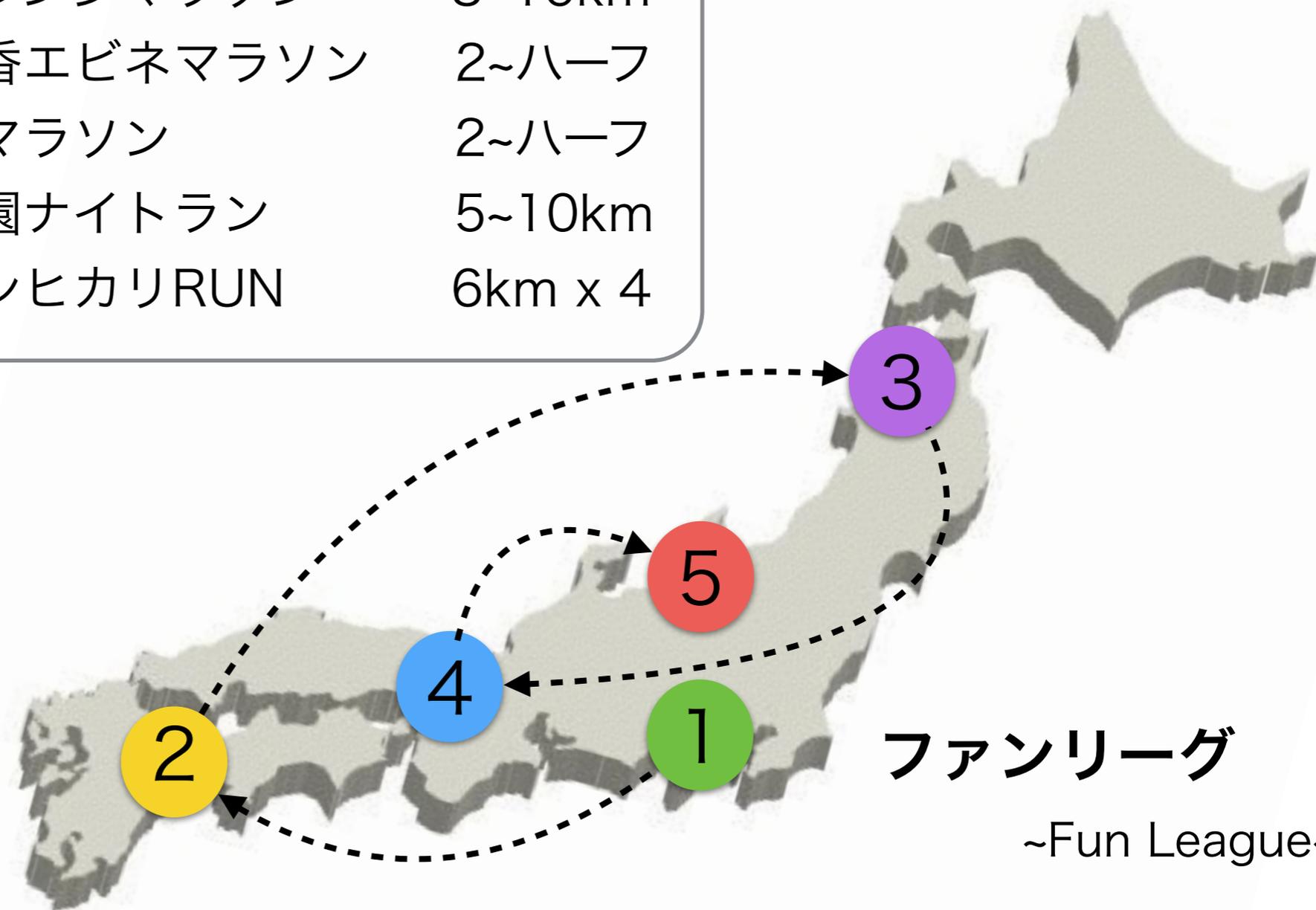
How ~どうマラソンを繋げるか~

Who

## 予定表 2014 ver.

- |         |              |         |
|---------|--------------|---------|
| ① 3月30日 | 湯河原オレンジマラソン  | 3~10km  |
| ② 5月4日  | 日本一山香エビネマラソン | 2~ハーフ   |
| ③ 7月26日 | わかさぎマラソン     | 2~ハーフ   |
| ④ 9月19日 | 大阪城公園ナイトラン   | 5~10km  |
| ⑤ 11月1日 | 南魚沼コシヒカリRUN  | 6km x 4 |

・それぞれのサーキットは複数個の異なる大会で構成され、参加者は一つのサーキットを数ヶ月から数年かけて周る。



ファンリーグ

~Fun League~



**Why**

**How** ~どう地域活性化に繋がるか~

**Who**

**How?**

どう地域活性化に繋げるの??

---



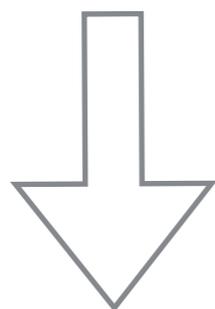
Why

How ~どう地域活性化に繋がるか~

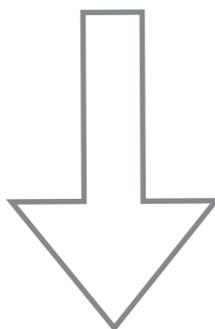
Who

地域活性化を促すために…

マラソン大会



人を地方に呼び込む



宿泊、観光、レジャー



鍵となるのは**交流人口**



Why

How ~ どう地域活性化に繋がるか ~

Who

## マラソン大会による経済波及効果

いぶすき菜の花マラソン

地域経済効果 **8億円**

大会参加者：県内5,600人  
県外7,600人

消費支出額  
5億5600万円

大会参加者の宿泊日数

県外		県内	
2泊	1泊	1泊	日帰り
3,700	7,500	5,100	10,100

×

一人当たりの観光消費額

県外宿泊観光客	27,000円
県内宿泊観光客	12,500円
県内日帰り観光客	2,700円

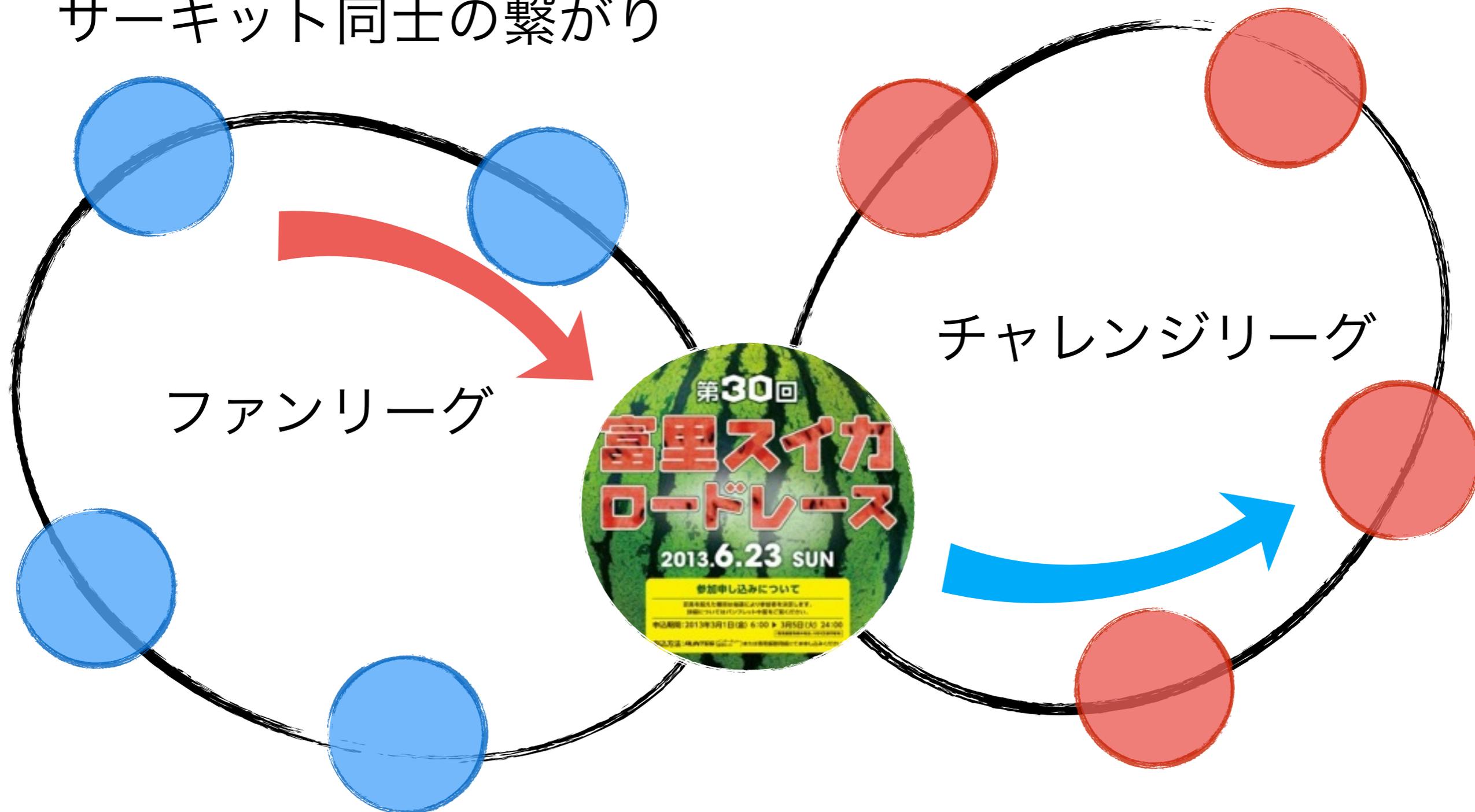
出典：マラソン大会の経済効果 日本銀行鹿児島支店

Why

How ~どう地域活性化に繋がるか~

Who

サーキット同士の繋がり





**Why**

**How**

**Who** ~どの団体が管理するのか~

**Who?**

どう地域活性化に繋げるの??

---



Why

How

Who ~どの団体が管理するのか~



提言先必要事項

情報発信

機関誌発行

参加者誘致

パスポートの  
発行や完走賞

サーキット施行

各地大会との連携

リーグ管理・運営

Why

How

Who ~どの団体が管理するのか~

提言先：株式会社アールビーズ

出版



情報サービス

R: RUNNET



大会・イベント





全体のまとめ～マラソンのサーキット化～

まとめ

私たちの提言をおさらい



## 全体のまとめ ~マラソンのサーキット化~

国内には大小様々なマラソン大会が存在している

マラソン大会をそれぞれの要素  
に分類しサーキットを組む

多様なマラソン大会から自分の  
趣向にあった大会を見つけやす  
くなる

マラソン大会が繋がることでシス  
テムとして日本各地を連動させる

趣味・好みによってランナーが  
サーキットと大会を選んで走り  
出す

サーキットによってできた人の流れが地域活性化に貢献する



## **F**uture **P**lans ~将来への展望~

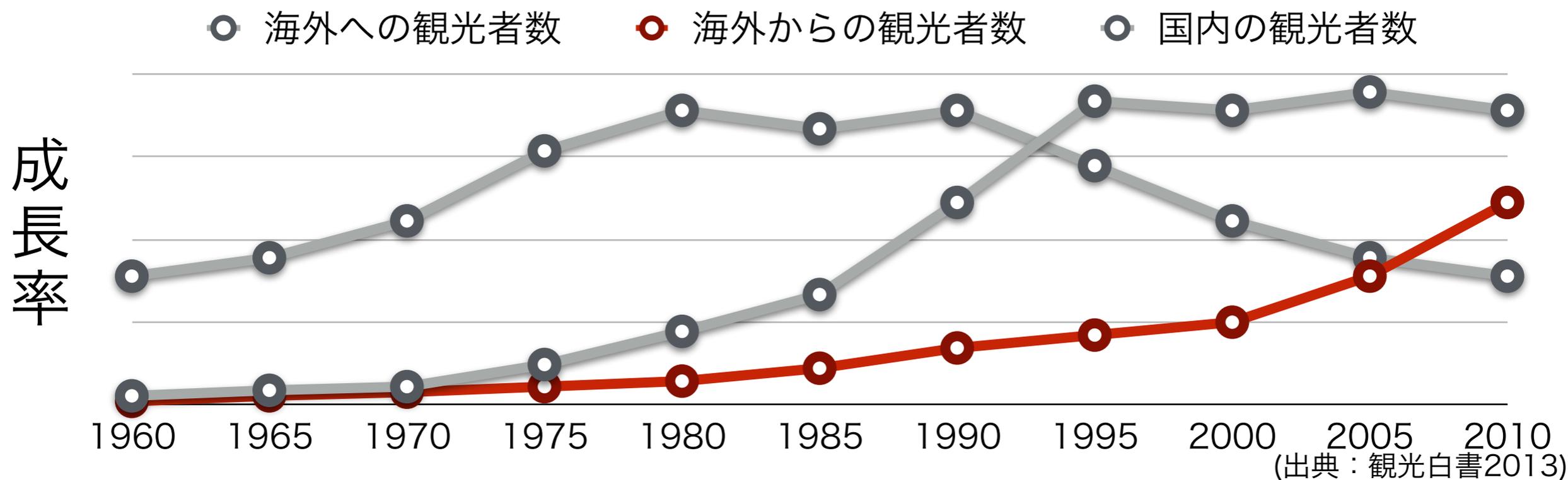
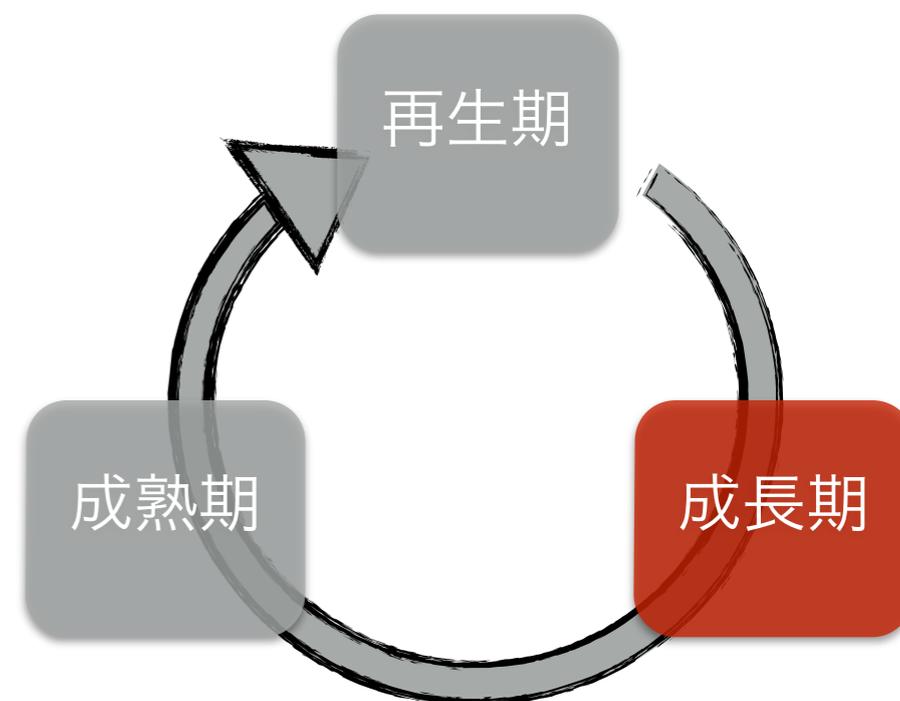
夢は大きく！！

マラソンが作る人の輪を世界に広げたい！

## Future Plans ~将来への展望~

### 想定される観光の現状

- 海外から日本への観光  **成長期**
- 日本から海外への観光  **成熟期**
- 日本における国内観光  **再生期**



## Future Plans ~将来への展望~

海外のランナーたちを日本に呼び込む..

### メリット

- ・国内に比べ、海外からの観光客の方が観光消費額が大きい
- ・新たなマラソン人口が流入することにより、サーキット全体のスケールアップが望める

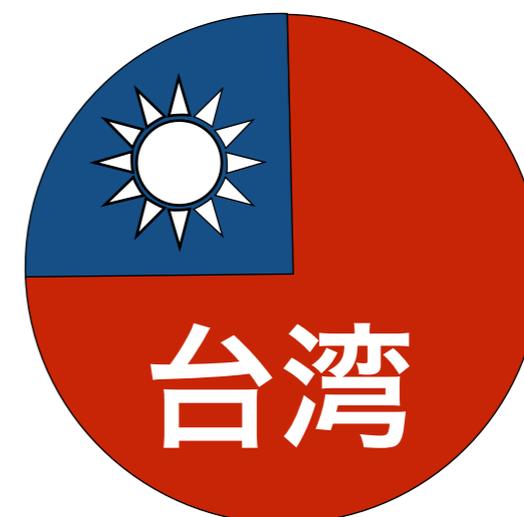




## Future Plans ~将来への展望~

足がかりとなるのは

日本に次ぐマラソン大国



- 台湾のマラソン人口密度は世界一
- すでにNAHAマラソンとの交流がある
- 親日家が多く、日本へのリピート観光客が多い



ご清聴ありがとうございました



一橋大学



HITOTSUBASHI  
UNIVERSITY

<http://www.worldmapper.org> 世界地図

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/> 観光庁

<http://www.jata-net.or.jp> 日本旅行業協会

<http://www.yurugp.jp> ゆるキャラグランプリ

観光白書



I

S

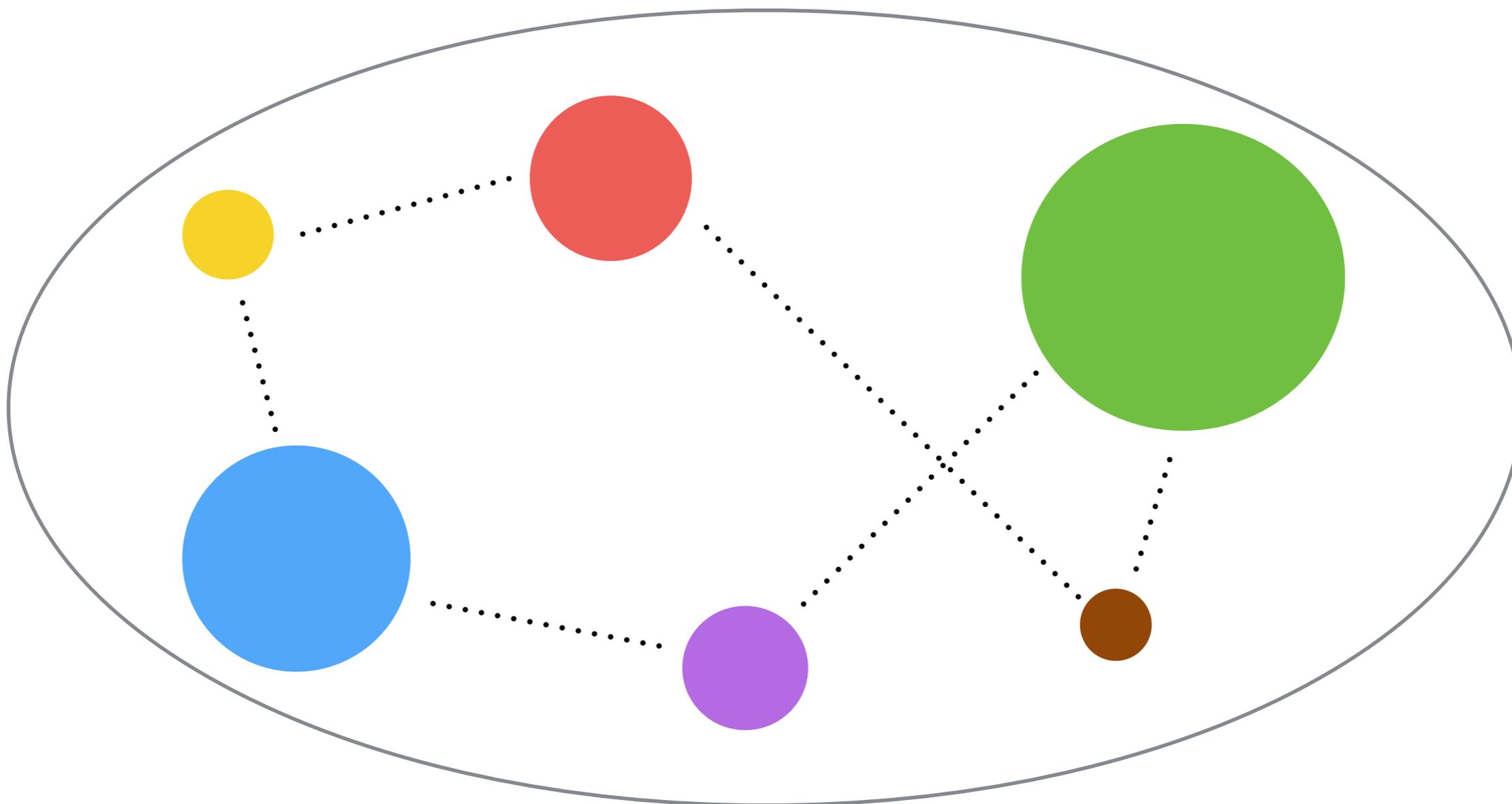
P

Solution ~解決法~

S

それぞれを**連動**させる

そんな**システム**の提案



I

S

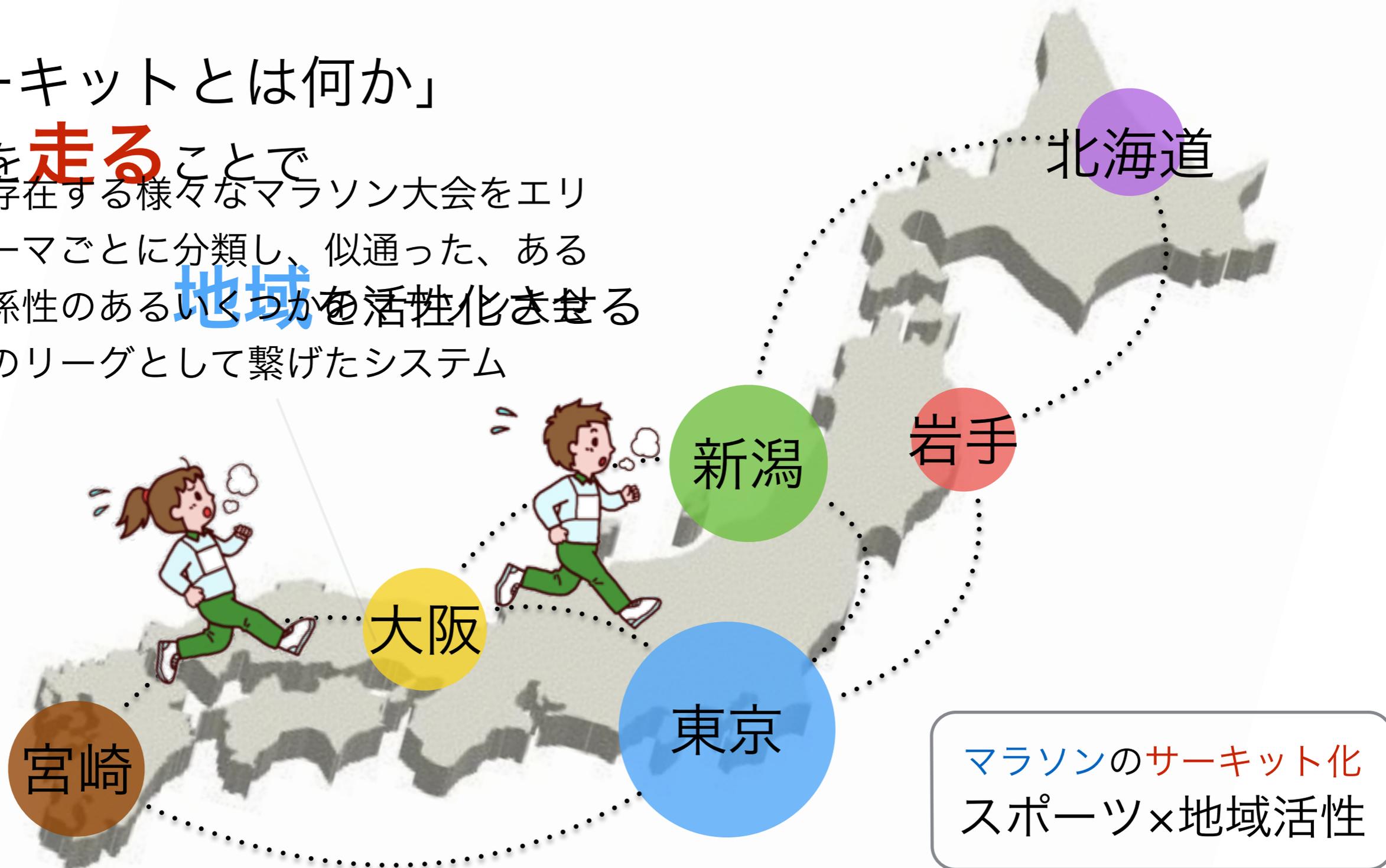
P

S

Suggestion ~提言~

## 「サーキットとは何か」

日本を**走る**ことで  
全国に存在する様々なマラソン大会をエリア  
やテーマごとに分類し、似通った、ある  
いは関係性のある**地域**を**活性化**させる  
を一つのリーグとして繋げたシステム



## Future Plans ~将来への展望~

海外のランナーたちを日本に呼び込む..

### メリット

- ・国内に比べ、海外からの観光客の方が観光消費額が大きい
- ・新たなマラソン人口が流入することにより、サーキット全体のスケールアップが望める

