

冬季国体の経済波及効果と八戸の 観光戦略を考える

Economic impact of the winter National Athletic Meet (National Sports Festival) and planning of tourism strategies for Hachinohe City

高橋 俊行

要約 平成23年1月、第66(国民体育大会冬季大会)が八戸市を主会場に開催され、総参加者数は、役員、選手団など1,744名に、応援者や観客を加えた25,702名であった。大会開催期間中の経済波及効果は、直接需要発生額が大会運営費1億2千4百万円を加えた3億6千万円で、最終的な生産誘発効果は5億5千2百万円、雇用者誘発数は61名を数えた。

一方、観光事業の押し上げ効果は、ホテル、八食センター、屋台村のほか、お土産品の一部にみられたものの、全体的に観光産業の振興につながるような盛り上がりには欠けた。今後、八戸市が高速交通網や宿泊施設などインフラ施設をベースに、コンベンション・シティとして観光事業の振興を図り、観光産業を地域活性化の柱として育てていくためには、行政、業界、事業者など地域が一体となった経営組織の下に、戦略的な観光プロモーション活動への取組が課題としてあげられる。

なお、今回の調査にあたっては、八戸短期大学ライフデザイン学科の学生、下野愛理香、左京裕香さんにアンケート調査等で協力をいただいた。

1. 冬季国体の経済波及効果

(1) 冬季国体の経済波及効果調査の目的

平成23年1月26日(水)から30日(日)の5日間にわたり、八戸市を主会場に開催された、第66回冬季国民体育大会冬季大会(以下冬季国体と称する)には、本部役員、選手

・監督に視察員を含め1,744名が参加した。

今回のスポーツ・コンベンションには、コーチなどのスタッフのほかに、県内外の競技役員や地元体育協会などのボランティア、全国からの報道員などの関係者741名、それに家

族、友人などの応援者391名に、5日間の延べ観客22,826名を加ええると、総勢参加者数25,702名を数える県内最大のイベントであった。

今回の研究は、八戸冬季国体が実施されたことによって発生した、運営費をはじめ施設整備・管理費と選手・監督等の参加者の消費支出額などの関連需要を調査、集計、分析し、その経済波及効果を把握するとともに、スポーツ・コンベンションとしての今後の地域経営戦略の構築に役立てるものである。

(2) 冬季国体参加者数

① 選手・監督・役員・観客等の参加者
25,702名

役員、参加選手、監督、視察員に、各県選手団のコーチ・スタッフ、報道員、家族・友人等の応援者と日帰りの観客を合わせた参加者数は、2万5千7百人を数えた。

イ. 役員・選手・監督・報道員等
2,876名

役員・選手・監督・視察員・報道員等の参加者
(単位:人)

	全国	青森県	県外
役員	291	5	286
選手・監督	1,393	70	1,323
視察員	60	0	60
報道員	212	119	93
コーチ・スタッフ	229	10	219
競技役員	300	200	100
応援者	391	62	329
合計	2,876	466	2,410

ロ. 観客 22,826名

大会期間中の各会場への観客は、2万2千8百人で、そのうち長根体育館に設置された友情の広場への来場者は5千6百人であった。

来場客

(単位:人)

	26日	27日	28日	29日	30日	計
長根リンク		800	600	950	1,200	3,550
三沢アイスアリーナ	250	850	1,700	750	350	3,900
新井田インドアリンク	1,530	2,250	1,700	3,500	3,500	12,480
南部山アイスアリーナ	503	333	258	317	177	1,588
ふくちアイスアリーナ	543	395	200	170		1,308
計	2,826	4,628	4,458	5,687	5,227	22,826

(3) 冬季国体の需要発生額

「結集!はちのへ国体」の大会運営にかかわる総支出金額は、①本部の大会運営費1億2千4百万円、②各県の参加スケート連盟等の経費1千9百万円、③選手・監督・役員・観客等の消費支出1億6千5百万円、④施設の整備・管理費4千9百万円、⑤経済団体・企業等によるステッカー、新聞広告、せんべい汁提供などによる支出金額は2百50万円で、総額ではおよそ3億6千1百万円の需要発生額となった。

第 66 回冬季国体に関わる需要発生額

(単位：円)

区 分	内 容	金 額
① 本部事務局	大会運営費	124,000,000
② 各県参加スケート連盟	交通・昼食等	19,090,000
③ 選手・監督・役員・観客等	宿泊・飲食・お土産品等支出	165,428,725
④ 施設管理団体	整備・管理費等	49,835,215
⑤ 経済団体・企業等	ステッカー・せんべい汁・新聞広告等	2,505,000
合 計		360,858,940

① 大会運営費 124,000 千円
第 66 回国体青森県実行委員会の実行委員会費の支出予定額は、①企画総務費、②式典費、③競技運営費、④宿泊輸送費等の約 1 億 2 千 4 百万円であった。

② 各県スケート連盟等 190,090 千円
各県の参加選手団の現地での交通費や弁当、諸雑費などの支出額（各県本部からの支出額を除く）は、青森県スケート連盟や同アイスホッケー連盟の支出金額をベースに算出

し、全国のスケート連盟等の現地での支出額を 1 千 9 百万円と推計した。

③ 選手・監督・役員・応援者・観客等の消費支出額 165,429 千円
今回、大会への参加者の消費支出を推計するために、下記のように対象者に対し、アンケート調査を実施した。

イ. 選手・監督・役員・報道員・応援者等 161 名

冬季国体アンケート調査 (23.1.26~30)

	番号	回収数	調査依頼枚数	回収率
1	ホテル JAL シティ 1~24	24	50	48.0
2	シティパークホテル 25~33	9	40	22.5
3	バシフックホテル 34~74	41	50	82.0
4	八戸グランドホテル 75~79	5	50	10.0
5	ダイワロイネットホテル 80~90	11	100	11.0
6	八戸ワシントンホテル 91~100	10	200	5.0
7	ユートリー 101~111	11	30	36.7
8	アベイエふくち 112~127	16	50	32.0
9	ホテルルートイン三沢 128~136	9	70	12.9
10	三沢シティホテル 137~139	3	70	4.3
11	八戸プラザホテル 140	1	40	2.5
12	三沢パークホテル	0	50	0.0
	その他 21	21	21	
	合 計 161	161	821	

参加者の日程

	選手・監督等	応援・観客	合計	構成比 (%)
日帰り	1	1	2	1.2
1泊	2	4	6	3.7
2泊	20	7	27	16.7
3泊	42	5	47	29.2
4泊	37	1	38	23.6
5泊	37	2	39	24.2
6泊	2	0	2	1.2
その他	0	0	0	0
計	141	20	161	100

ロ. 参加者一人当たり消費支出額
上記アンケート調査の結果、選手・監督、役員、報道員等の1人当たりの消費支出額は67,647円であった。

グループごとにみた参加者の消費支出は下記の表の通りで、選手・監督は、1人当たり55,589円、役員は同88,156円、応援・観客は同33,274円と推計された。

一人当たり消費支出

(単位: 円)

	選手・監督			役員	応援・観客	報道員	合計
	20代未満	20代以上					
①現地内交通費	3,292	5,226	2,264	10,552	3,025	12,750	6,960
②宿泊費	35,248	35,845	34,650	36,788	14,750	33,290	34,523
③飲食費	8,422	3,477	10,895	23,182	8,137	18,750	14,350
④お土産代	5,511	2,533	6,825	11,250	5,053	6,000	7,506
⑤観光・娯楽費	4,785	645	6,667	3,690	789	938	3,904
⑥その他	2,063	1,000	2,534	3,586	1,211	6,813	3,049
計	55,589	44,378	60,261	88,156	33,274	78,540	67,647

ハ. 観客の一人当たり消費支出額
観客の消費支出に関しては、長根リンク会場の「友情の広場」、新井田インドアリンク、三沢アイスアリーナにおいて、観客119名に対して聞き取りアンケートを実施した。

その結果、一人当たり消費支出額は、「友情の広場」では、1人当たり1,444円、新井田インドアリンクは同332円、三沢アイスアリーナは同898円であった。

観客一人当たり消費支出額

（単位：円）

	長根リンク	新井田リンク	三沢アイスアリーナ
調査数	70名	26名	19名
交通費	223	126	422
飲食代	675	206	160
買い物代	527	0	263
宿泊代	0	0	
その他	19	0	53
計	1,444	332	898

二. 参加者選手団・観客等の合計消費支出金額
 1億6千5百万円
 上記選手・監督など参加者及び観客の1人当たり消費支出額をベースに勘案し、それぞれの参加人数に掛けて算出したのが、下記の消費支出の推計額である。

結果としては、大会への参加者及び観客の消費支出額は1億6千5百万円で、そのうち県外からの参加者の同支出額は1億4千3百万円と推計される。

冬季国体参加者及び観客の消費支出金額

（単位：円）

区 分		全国	青森県	県外	1人当たり支出	支出金額	
選手・監督・役員・報道員・スタッフ	役員	291	5	286	88,156	25,212,616	
	県外選手団	少年	425	33	392	44,378	17,396,176
		監督・成年	968	37	931	60,261	56,102,991
	青森県選手団	少年		33		53,477	1,764,741
		役員・監督・成年		42		60,895	2,557,590
	視察員	全国	60	0	60	88,156	5,289,360
	報道員	全国	212		93	78,540	7,304,220
		青森県		119		5,000	595,000
	コーチ・スタッフ	全国	229		219	60,261	13,197,159
		青森県		10		10,000	100,000
	競技役員 (競技団体)	全国	300		100	78,540	7,854,000
		青森県		200		14,350	2,870,000
応援者 (家族・友人)	全国	391		329	33,274	10,947,146	
	青森県		62		8,137	504,494	
小計		2,876	466	2,410		151,695,493	
観客	市内（長根）	3,550	3,550		1,444	5,126,200	
	新井田・南部・ふくち	15,376	15,376		332	5,104,832	
	三沢アイスアリーナ	3,900	3,900		898	3,502,200	
小計		22,826	22,826	0	2,674	13,733,232	
総 計		25,702	23,292	2,410		165,428,725	
うち 県 外 計				2,410		143,303,668	

④ 施設整備・運営費等 49,835 千円
 今回の大会の会場である ①長根リンク、
 ②新井田インドアリンク、③南部山アイスア
 リーナ、④ふくちアイスアリーナ、⑤三沢ア
 イスアリーナの各施設の冬季国体に際して要
 した整備費、運営費等の支出額は、聞き取り
 調査の結果、4 千 9 百万円と推計される。

⑤ 経済団体・企業等の支出 2,505 千円
 大会に向けてのワッペンや新聞の特集記事
 の掲載広告、「友情の広場」での民間による
 せんべい汁の提供などの支出額は、聞き取り
 調査の結果、総額 2 百 50 万円と推計される。

(4) 冬季国体の経済波及効果の推計

これまでアンケート、取材調査等で調査し
 た大会運営費や消費支出額、関係団体、関連
 施設、企業等で支出した需要発生額 3 億 6 千
 1 百万円を基に、「平成 17 年青森県産業連関
 表」を用いて経済波及効果を算出した。

その結果、大会開催に関わる需要発生額に
 よる生産誘発額は、直接効果 3 億 5 千 3 百万
 円、第一次波及効果 1 億 7 百万円、第二次波
 及効果 9 千 1 百万円を合わせた 5 億 5 千 2
 百万円で、粗付加価値誘発額が 3 億 1 千 8
 百万円、雇用者所得誘発額が 1 億 6 千 9 百万
 円と推計され、61 人の新規雇用数が発生し
 た。

冬季国体による経済波及効果の推計

(単位：百万円)

	生産誘発額	粗付加価値誘発額	雇用者所得誘発額	雇用者誘発数
①需要発生額	360.9	-	-	-
②直接効果	353.2	198.8	116.5	48
③第 1 次波及効果	107.3	59.0	29.2	7
④第 2 次波及効果	91.3	59.7	22.8	6
合計	551.8	317.5	168.5	61

① 需要発生額
 イ. 部門別需要額
 アンケート調査の結果より得られた、一人
 当たり消費支出額を基に、役員、監督、選手、

応援等の消費支出額及び観客の消費支出額
 を、それぞれ消費項目ごとに推計値を算出し
 たのが下記の表である。

役員・監督・選手・応援等の消費支出額

(単位：円)

	推計値		推計値
交通費	15,169,549	➔	お土産品
宿泊費	75,847,746		水産物
飲食費	30,339,099		酒
お土産品	15,169,549		菓子
観光・娯楽	9,101,730		加工品
その他	6,067,820		民芸品
計	151,695,493		計
			15,169,549

観客の消費支出額

(単位：円)

区分	長根リンク	新井田・南部山・ふくち	三沢アイスアリーナ	合計
交通費	768,930	1,939,836	1,646,034	4,354,800
飲食代	2,409,314	3,164,996	630,396	6,204,706
買い物代	1,845,432	0	1,015,638	2,861,070
宿泊代				0
その他	102,524	0	210,132	312,656
計	5,126,200	5,104,832	3,502,200	13,733,232

第 66 回冬季国体に関わる需要発生額

(単位：円)

区 分	内 容	金 額
① 本部事務局	大会運営費	124,000,000
② 各県参加スケート連盟	交通・昼食等	19,090,000
③ 選手・監督・役員・観客等	宿泊・飲食・お土産品等支出	165,428,725
④ 施設管理団体	整備・管理費等	49,835,215
⑤ 経済団体・企業等	ステッカー・せんべい汁・新聞広告等	2,505,000
合 計		360,858,940

ロ、部門別直接消費支出
参加者や観客の消費支出額のほかに、大会運営費や関連施設、経済団体、企業等の支出額を需要部門別に仕分けし、算出したのが下

記の表である。この部門別直接消費支出額を、「平成17年青森県産業連関表」に投入して経済波及効果を算出した。

部門別直接消費支出

		本部事務局	各県参加 スケート連盟等	監督・選手・ 視察員・観客等	施設管理 団体等	経済団体・ 企業等	計
1	農 業	0	0	0	0	0	0
2	畜 産						0
3	林 業						0
4	漁 業						0
5	鉱 業						0
6	食 料 品			14,471,750		203,000	14,674,750
7	織 維 製 品						0
8	パルプ・紙・木製品						0
9	化 学 製 品						0
10	石 油 ・ 石 炭 製 品	219,556		3,944,704			4,164,260
11	窯 業 ・ 土 石 製 品						0
12	鉄 鋼						0
13	非 鉄 金 属						0
14	金 属 製 品						0
15	一 般 機 械						0
16	電 気 機 械						0
17	情 報 ・ 通 信 機 器						0
18	電 子 部 品						0
19	輸 送 機 械						0
20	精 密 機 械						0
21	その他の製造工業製品	5,487,413		697,799			6,185,212
22	建 設				43,535,215		43,535,215
23	電力・ガス・熱供給						0
24	水道・廃棄物処理						0
25	商 業	15,176,919		2,861,070			18,037,989
26	金 融 ・ 保 険	412,711					412,711
27	不 動 産						0
28	運 輸	11,421,710	4,625,000	15,579,645			31,626,355
29	情 報 通 信						0
30	公 務						0
31	教 育 ・ 研 究						0
32	医療・保健・社会保障・介護	1,568,250					1,568,250
33	その他の公共サービス	1,097,672					1,097,672
34	対事業所サービス	65,807,298			5,400,000	2,292,000	73,499,298
35	対個人サービス	16,080,593	14,465,000	127,873,757		10,000	158,429,350
36	事 務 用 品						0
37	分 類 不 明	0					0
		117,272,122	19,090,000	165,428,725	48,935,215	2,505,000	353,231,062
							0
	人 件 費	6,727,878			900,000		7,627,878
	計	124,000,000	19,090,000	165,428,725	49,835,215	2,505,000	360,858,940

② 直接効果

大会運営費や選手・監督等の参加者の消費支出、観客、関連施設、経済団体、企業等の支出額を県内需要100%と見なし、直接人件費を除いた支出額3億5千3百万を直接効果とした。

誘発された生産額のうち、生産に要した原材料やサービスなどの中間投入額を控除した粗付加価値誘発額が1億9千9百万円、雇用者所得誘発額1億1千7百万円と推計される。

その結果、直接効果を新規雇用に換算すると48名の雇用発生効果が見込まれる。

③ 間接効果

イ. 第一次波及効果

直接効果による生産拡大は、第一次波及効果として中間投入を経て主に市内の企業に波及していく。

その第一次波及効果は、生産誘発額が1億7百万円、粗付加価値誘発額5千9百万円、雇用者所得誘発額2千9百万円で、新規雇用者7名の発生が見込まれる。

ロ. 第二次波及効果

直接効果と第一次波及効果によって誘発された雇用者所得によって、家計消費が発生し、生産拡大につながることによって、第二次波及効果が引き起こされる。

その第二次波及効果は、生産誘発額が9千1百万円、粗付加価値誘発額6千万円、雇用者所得誘発額2千3百万円で、新たな雇用者

6名が期待される。

④ 合計

以上の結果、今回の冬季国体開催に経済波及効果は、需要発生額3億6千1百万円の算出に対して、直接効果3億5千3百万円、第一次波及効果1億7百万円、第二次波及効果9千1百万円を合わせた合計5億5千2百万円と推計され、需要発生額に対して生産誘発倍率1.53倍となった。

また、粗付加価値誘発額も第一次、第二次合わせて3億1千8百万円、同じく雇用者所得誘発額も合わせて1億6千9百万円と推計された。

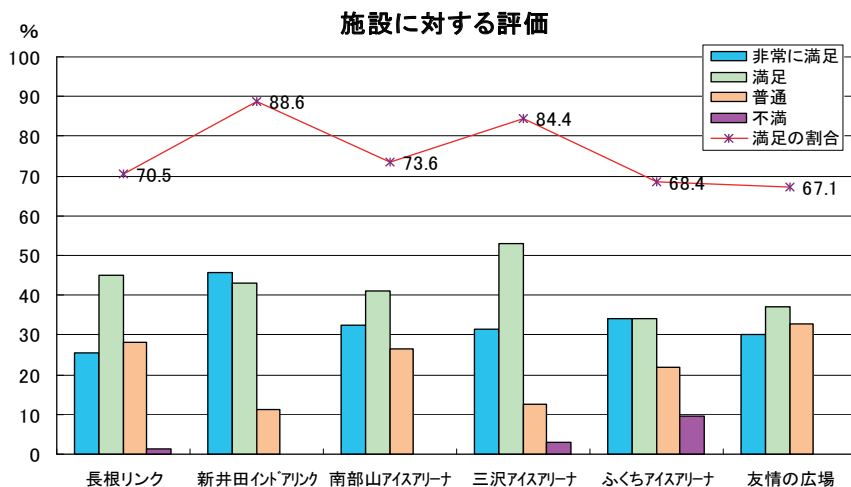
その結果、新たに61人の雇用者数を発生させる効果が明らかになった。

(5) その他

① 施設に対する評価

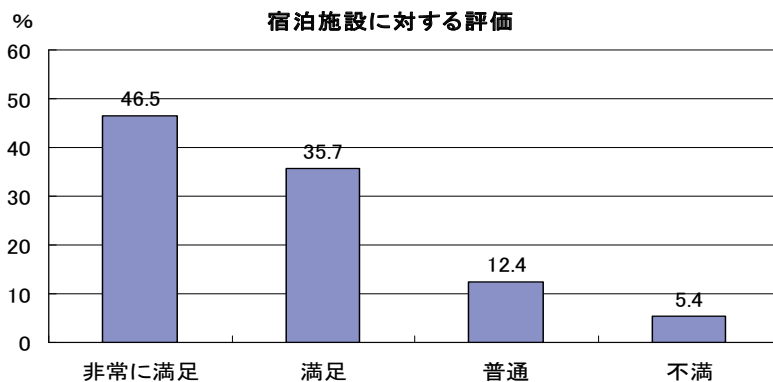
今回の大会の運営にあたり、各競技施設の満足度について選手、監督、役員、報道員等から評価を聞いた結果、全体としては、「非常に満足」と「満足」を合計した「満足の割合」が6割以上と好評価であった。

個別にみると、新井田インドアリンクが88.6%で最も高く、三沢アイスアリーナが84.4%であった。その中でも、「非常に満足」という評価については、新井田インドアリンクが45.7%と最も高かった。



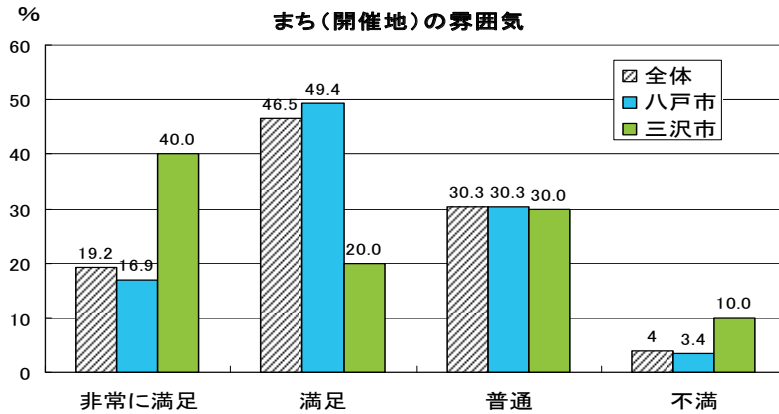
② 宿泊施設に対する評価
 宿泊施設について、アンケート調査の依頼先のホテル及び宿泊施設 12 か所の評価を聞

いたところ、「非常に満足」の 46.5% と「満足」35.7% をあわせると、満足評価が 8 割強と押し並べて好評であった。



③ まち（開催地）の雰囲気
 今回の開催施設の所在する八戸市と三沢市に関する雰囲気を聞いたところ、三沢市が「非常に満足」が 40.0% と高い半面、「不満」が 10.0% と気になるところであった。

八戸市は、「非常に満足」が 16.9% と物足りなかったものの、「満足」の 49.4% を併せると、7 割弱の来街者が満足と答えるなど、先ずは無難な評価であった。



④ 売店の売上状況と評価

今回、有常の広場に出席した事業者の売上推計値とアンケート結果をみると、売上そのものは決して満足のいくものとはいえなかった。しかし、大会に関しては協力的に捉え、

出店に関しても6割方の事業者が「良かった」好意的であった。

また、今後の参加に関しても、「機会があったら出店する」が76.9%と前向きな姿勢が感じられた。

友情の広場出店社のアンケート調査結果

(単位: 人・円)

	企業名	売上客数	単価	金額	出店して			機会があったら		
					良かった	悪かった	どちらでもない	出店する	出店しない	分からない
1	A社	45	1,000	45,000	○					○
2	B社	20	1,500	30,000	○			○		
3	C社	100	3,300	33,000	○			○		
4	D社	×	×	×			○			○
5	E社	20	2,500	50,000			○	○		
6	F社	50	1,500	75,000	○			○		
7	G社	15	2,666	40,000			○			○
8	H社	×	×	×	○			○		
9	I社	25	×	×	○			○		
10	J社	142	×	×		○		○		
11	K社	10	3,000	30,000	○			○		
12	L社	40	750	30,000	○			○		
13	M社	×	×	100,000		○		○		
	合計	1,465	22,391	1,186,000	8	2	3	10	0	3
	構成比 (%)				61.5	15.3	23.1	76.9		23.1

2. 冬季国体と観光戦略

今回の冬季国体の開催に伴う経済効果を直截的に受け易い業種、商品に関して、取材調査を重ねてみたところ、下記のような調査結果が得られた。

(1) 現場における経済効果

① ホテル

八戸市内のホテル協議会の宿泊結果をみると、冬季国体の開催期間にあたる平成23年

1月の宿泊実績は33,786人で、前年比23.2%、6,370人の増加と、平成21年1月に開催された際の実績（17.5%増、5,076人増）同様に宿泊効果が顕著であった。

とくに、今回の開催月の前後にあたる12月（前年比382人増）及び2月（440人減）の宿泊人数に比べても、そのプラス効果は明らかで、1月の客室稼働率をみても、前年の39.1%から48.3%と9.2ポイントもの改善が

八戸市内ホテル協議会（18社）

（単位：人）

	10月	11月	12月	1月	2月	3月
19年度	43,067	38,943	32,962	29,043	30,867	32,893
20年度	39,879	35,229	32,447	34,119	27,918	32,559
前年比	-3,188	-3,714	-515	5,076	-2,949	-334
21年度	42,892	32,003	31,105	27,416	30,000	31,460
22年度	42,037	34,976	31,487	33,786	29,560	
前年比	-855	2,973	382	6,370	-440	

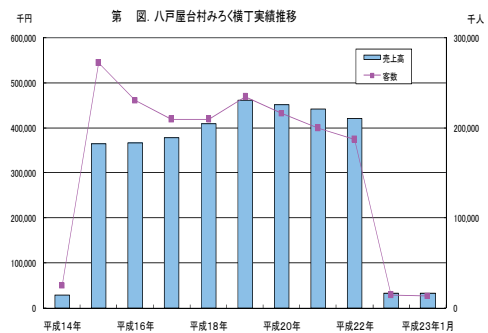
みられた。

② 屋台村

今回、アンケート調査に見るように、訪れた観光スポットとして二番目に多かったのが屋台村であった。とくに今回、大半の宿泊施設が八戸市内の中心街に位置していたことから、利用者が多かったと思われる。

そこで、屋台村の売上実績をみると、平成22年は、景気の落ち込みを反映してか、前年を5%程度下回る厳しい状況が続いた。

冬季国体のあった1月の売上高は、前年とほぼ同じ実績を確保したことから、実質5%程度の売上押し上げ効果があったと推測され



る。

③ 八食センター

今回の冬季国体で最も人気のあった観光スポット、八食センターの入込客数及び売上高をみると、昨年は入込客数が前年を上回る状況が続いてきたが、売上金額は客数の回復に伴わず厳しい状況が続いた。

そうした中、冬季国体のあった1月の売上高実績は、入込客数は前年を大きく上回ったほか、売上金額でも、前月及び前々月を2%程度押し上げ、売上アップにつながったと推測されるように、冬季国体の波及効果が認められる。

④ お土産品

今回、役員、選手、監督、応援者など県外客の消費支出をアンケート調査結果から分析してみると、総体として一人当たりお土産品の購入額は7,506円であった。ただし、競技目的に参加した来県した選手・監督と役員との消費支出に差が見られるほか、選手でも成人と20歳未満の少年との間で、支出金額に差がみられた。

全体としての冬季大会期間中のお土産品の購入金額は、1千5百万円と推計される。ちなみに、市内のお土産品の売り場をみると、1月の売上高は、前後の月に比べ2%程度押し上げたと言われている。

一人当たり消費支出

(単位：円)

	選手・監督			役員	応援・観客	報道員	合計
	20代未満	20代以上					
①現地内交通費	3,292	5,226	2,264	10,552	3,025	12,750	6,960
①宿泊費	35,248	35,845	34,650	36,788	14,750	33,290	34,523
③飲食費	8,422	3,477	10,895	23,182	8,137	18,750	14,350
④お土産代	5,511	2,533	6,825	11,250	5,053	6,000	7,506
⑤観光・娯楽費	4,785	645	6,667	3,690	789	938	3,904
⑥その他	2,063	1,000	2,534	3,586	1,211	6,813	3,049
計	55,589	44,378	60,261	88,156	33,274	78,540	67,647

役員・監督・選手・応援等の消費支出額

(単位：円)

	推計値		推計値
交通費	15,169,549	お土産品	
宿泊費	75,847,746	水産物	3,974,422
飲食費	30,339,099	酒	455,086
お土産品	15,169,549	菓子	6,371,211
観光・娯楽	9,101,730	加工品	3,671,031
その他	6,067,820	民芸品	697,799
計	151,695,493	計	15,169,549

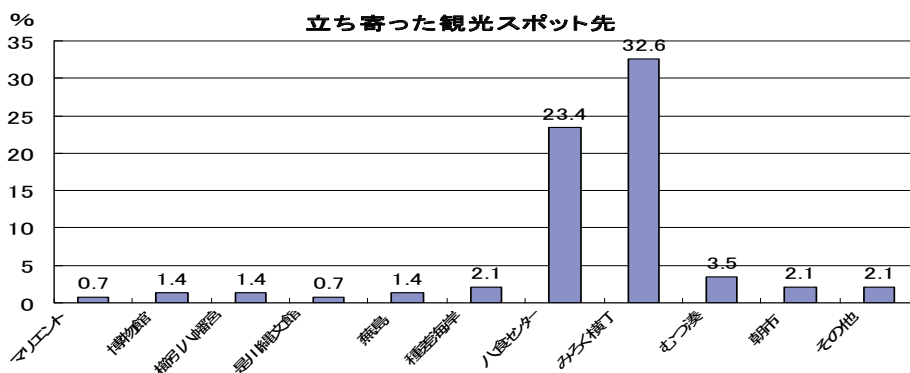


(2) アフターコンベンション

① 観光施設の利用状況

今回の冬季国体で八戸を訪れた選手団、視察員、報道員、応援者などの来街者の訪れた観光施設をみると、市内中心街の宿泊施設を

利用した回答者が多かったせい、「みろく横丁」が32.6%で最も高く、続いて「八食センター」の23.4%であった。その他の観光施設では、「むつ湊」が3.5%あったくらいで、その他は見るべきものがなかった。



(3) 今後の観光戦略を考える

～明日につながる観光戦略のプロモーション～

大型スポーツ・コンベンション

昨年12月1日、東北新幹線全線開通を契機に、青森県(8年前には八戸市)が、新幹線開通を観光産業の振興に活用するとアドバランをあげた。今回開催された冬季国体は、東北新幹線全線開通後の初のスポーツ・コンベンションで、2千人を超える県外客が、新幹線を利用して八戸及び三沢市、南部町を中心に青森県を訪れた。

連日、テレビ、新聞等のマスコミでは、新青森駅開通を取り上げた特集番組や記事が賑わいを見せていたが、目の前に大型コンベンションがくりひろがれた割には、観光事業に係わる盛り上がりや観光産業の振興につながるようなプロモーションの動きが感ぜられな

かった。

大会期間中は、着々と競技運営が行われ、競技選手や大会関係者には好評裡のうちの進行し、無事に国民体育大会が終了し、大会の目的が果たされたといえよう。

県外客 2000 人超

冬季国体という純粹のスポーツ競技大会で、観光目的のイベントではないことは重々承知のうえではあるが、八戸市を中心とした県南地方に、県外から推定2,410人もの人々が集い、しかも、数日間滞在するという機会は、毎年そう数多くあるものではない。

参加者のなかには、直接競技に係る選手・監督・コーチのほか、役員、視察員、報道員、応援者、観客など、さまざまな関係者も参加している。実際、参加者のなかには、地域との交流を深め、飲食に興じたり、市内の

観光スポットを訪れ、お土産品を購入するなどなどの行動がみられた。

そうした参加者の方の中には、食のみならず、歴史、文化、自然、景観、イベントなどに関心の高い方もいるはずである。数日後には、「十和田湖冬物語」、「えんぶり」などの冬のイベントを控え、誘客につながる仕掛けや、そのための企画、マーケティング・プロモーションが見られなかったのが不思議であった。

それだけでなく、八戸市民にとって「日本一」と自慢の「三社大祭」の知名度が、毎年多大な広告宣伝費をかけてきた割に、一向に上がらないことを考えるとなおさらといえよう。

観光につながる仕掛けづくり

問題は、そうした全てのスポーツ競技大会に、必ず観光に関連した施設やイベントに誘導するようにセールス・アプローチをしなくてはならないということではない。課題は、せっかく青森県に足を踏み入れた機会に、青森県の食、文化、歴史、自然、景観、イベントなどに関して、「舌鼓を打つ」、「目に触れる」、「音を聴き」、「肌で感じる」、「雰囲気味わう」といった仕掛けづくりが、観光事業を振興するための戦略プロモーションとして必要ではなかったということである。

そのためには、会場にポスターを張り、チラシを置くだけではない。会場で映像や音を使って、祭りやイベント、芸能、自然をビジュアルにプレゼンするとか。また、こういう機会にこそ、地場産品の振興協議会など内輪の会だけでなく、市民参加の冬季スポーツ交流イベントを企画し、青森県のサバ、イカ料理

など郷土料理を味わっていただくような工夫と発想、行動こそが、全国に情報を発信し、ブランド・イメージを築くためにも、必要ではないかと思われる。

そうした意味では、今後の課題として、観光事業に携わる行政や関係者のしたたかとも思えるようなマーケティング・マインド（「商いの心」）が求められる。

実は、今回、アンケートの回答をいただいた参加者の中から抽選で10名の方に、500円相当のせんべい汁1パックをお送りしたところ、愛知県の少年選手の両親から丁寧なお礼の手紙と10倍相当の金額の地域の名産のお菓子が贈られてきた。そうした小さなプレゼントでも、全国にマスコミを通して見たり聞いたりしている「せんべい汁」に感激してくださる県外客もいるのである。

それは、次につながる観光プロモーション活動であり、青森県の郷土産品に目を向け、関心や興味を抱き、ファンになっていただき、固定客からご贖客になって、全国に口コミでPRしていただけるチャンスと考えられる。

街のイメージ戦略

今回、街の雰囲気に関するアンケート評価でも、街のイメージや雰囲気に関してみると、いま一つインパクトの欠けたような気がする。こういう機会にこそ、施設内の域内イベントだけでなく、八戸市庁前の広場などで、大会参加者と市民が交流するイベントを開催することによって、市民や競技関係者との直接的な交流を行うことが大事である。

立派なパンフレットやPR広告よりも、人間同士の交流による紹介、アピール、プレゼ

ンこそがPR効果大きい。近年は、滞在型、体験型観光が広まりをみせており、自然や祭り、イベントなどの適した時季に、再び青森県を訪れていただくような効果的なプロモーションアプローチの工夫が必要であろう。

とくに、国体のような全国大会では、高校生などの若い参加者にとって、新鮮な目で青森県の良さを発見できるチャンスであり、将来の八戸の観光ばかりでなく、まちのファンになって、定住にもつながる好機会でもある。

その点では、今回、「友情の広場」に、賃借料と人件費等のリスクを払ってまで売店を出展して下さった13社の事業者の方々に感謝しなくてはならない。4日間とはいえ、商売として採算の取れた店は少なかったと思われるが、会場を利用された選手団や観客にとって温かい飲食がとれたことは勿論であるが、県外から訪れた方に対して、八戸地方の物産を多少なりともPR、プレゼンできたことの意義は大きいといえよう。

将来の交流人口づくり「もてなし」の心

また、今回の冬季国体の取材調査で感じたことは、三沢アイスアリーナでは、立派な施設に観客からの評価も高かったが、館内には温かい飲料を提供する場が見られず、寒さに震えながらの観戦に、観客から不満の声が数多く聞こえた。三沢市関係者としては施設を貸しているというスタンスであったと思うが、折角の全国のフィギュア・ファンを三沢市のファンにするには、「もてなし」などソフト面での対応が必要であろう。

一方、長根リンク会場の「友情の広場」では、体育協会のボランティアの方々や新聞社、ライオンズのメンバーの方々による、せんべ

い汁やイカの珍味の提供や、温かいコーヒーやカイロを差し上げるなどの「もてなし」が行われ、アンケート調査では7割方の来場者が好感を抱いたと答えていた。

また、新井田インドアリンクでは、青森県が決勝まで勝ち進んだことで会場は、大勢の観客で盛り上がったこともあるが、試合の合間での温かいお茶やカットリンゴの提供といった「もてなし」が好評であった。

ふくちアイスアリーナでも、宿泊施設の選手は少年アイスホッケーチームであったが、アンケートの結果は、街から離れた場所に施設があったにも係わらず、関係者の方々の「もてなし」の対応がよかったせいか、好評な評価のアンケート結果が多いのが印象的であった。

コンベンションによる都市型観光戦略の構築

近年、こうした冬季のスポーツ大会の運営を引き受ける自治体が少なくなっていることを耳にするが、八戸は氷上スケートのメッカでもあり、しかも、中心街に近いといった利点があり、今回の大会の運営や施設のほか、宿泊施設も予想以上に好評であったといえる。

また、大会開催による経済波及効果も、大会運営費が1億2千4百万円投下されたが、需要発生額は3億6千万に達し、最終的な生産誘発効果が5億5千2百万円、雇用者誘発数効果が61人を数えるなど、冬場の閑散期には十分な経済波及効果が得られることが分かった。また、大会期間中に、市内のホテル、八食センター、屋台村、お土産品といった観光関連事業に対する売上高の押し上げ効果も

確認された。

さらに、こうしたスポーツイベント等を競技大会に終わらせるだけでなく、観光コンベンション事業の柱の一つとして位置づけ、観光産業振興の経営戦略を構築することが必要ではなからうか。八戸市は高速交通体系が完備しているうえ、新幹線八戸駅開通後のビジネスホテルの増加によって、都市型観光としての機能が充実してきており、コンベンションの誘致を梃子にした観光振興が優位な条件にある。

八戸市が本気で観光を主たる産業として育てるのであるなら、コンベンションを戦略的に活用する観光事業振興のビジョンや方針を打ち立て、行政、業界、事業者一体となった経営組織を立ち上げ、目標管理型経営に基づいたマーケティング事業体制と機動的なプロモーション活動が必要不可欠と思われる。その際に重要なのは、事業推進に係わる関係者のマーケティング・マインドの醸成とマネジメント・リーダーの存在であるといえよう。

以上

回答者のうち10名様に、抽選により「せんべい汁セット」をプレゼント！

冬季国体 経済効果に関するアンケートのお願い

このアンケート調査は、冬季国体に参加された方の動向や満足度、開催による経済波及効果の調査を行い、今後の大会の業務運営に役立てるために行っているものです。

お忙しい中、恐縮ではございますが、ご協力のほどよろしくお願い致します。

なお、当選者の発表は、発送をもって代えさせていただきます。

平成23年1月26日 社団法人 八戸観光コンベンション協会

あなたの住い、年代、性別をお知らせ下さい

① _____ 県 ② _____ 歳代 ③ 男・女 _____

1. 今回の日程をお知らせ下さい

① 日帰り ② 1泊 ③ 2泊 ④ 3泊 ⑤ その他(_____ 泊)

2. 国体に来られた目的を教えてください

① 選手・監督 ② 大会役員 ③ 参加選手の応援 ④ 観客 ⑤ その他

3. 大会期間中に、支出される予定金額についてお聞かせ下さい。

(新幹線、航空機等除く)

(概算で結構です)

1	現地内での交通費 (バス・タクシー・レンタカー等)	円
2	宿泊費 (食事付の場合は含む)	円
3	飲食に要した費用	円
4	お土産に要した費用	円
5	観光・娯楽費	円
6	その他 (買い物など)	円
7	合計	円

4. 今回利用された施設等に関する評価はいかがでしたか？ (○で囲んで下さい)

(1) 大会の施設

1. 長根スケートリンク ①非常に満足 ②満足 ③普通 ④不満

2. 新井田インドアリンク ①非常に満足 ②満足 ③普通 ④不満

3. 南部山アイスアリーナ ①非常に満足 ②満足 ③普通 ④不満

4. 三沢アイスアリーナ ①非常に満足 ②満足 ③普通 ④不満

5. ふくちアイスアリーナ ①非常に満足 ②満足 ③普通 ④不満

(2) 「友情の広場」 ①非常に満足 ②満足 ③普通 ④不満

(3) 宿泊施設 ①非常に満足 ②満足 ③普通 ④不満

(4) まち(開催地)の雰囲気 ①大変良い ②良い ③普通 ④悪い

5. 観光スポットもご覧いただけましたか？ (ご覧いただいた施設を○で囲んで下さい)

①マリエント ②博物館 ③櫛引八幡宮 ④是川縄文館 ⑤蕪島 ⑥種差海岸

⑦八食センター ⑧みろく横丁(屋台村) ⑨むつ湊市場 ⑩朝市 ⑪その他(_____)

6. プレゼントご希望の方は、住所及び氏名をご記入下さい。

(ご記入いただいた個人情報は、プレゼントの発送以外の目的では一切使用致しません)

〒 _____ 住所 _____
お名前 _____

ご協力 誠に有難うございました。

（聞き取り調査）

冬季国体の経済効果に関するアンケートのお願い

このアンケート調査は、冬季国体に参加された方の動向や満足度、開催による経済波及効果の調査を行い、今後の大会の業務運営に役立てるために行っているものです。お忙しい中、恐縮ではございますが、ご協力のほどよろしくお願い致します。

平成 23 年 1 月 26 日 社団法人 八戸観光コンベンション協会

あなたの住い、年代、性別をお知らせ下さい

- ① _____ 県（青森県の場合八戸・三沢市内 _____ 同市外）
 ② _____ 歳代
 ③ _____ 男・女

1. 今回の応援の日程をお知らせ下さい

- ① 日帰り ② 1泊 ③ 2泊 ④ 3泊 ⑤その他(_____ 泊)

2. 国体に来られた目的を教えてください

- ① 参加選手の応援 ② 観客 ⑤その他 (_____)

3. 国体をご覧になる際に、お使いになる予定の交通費や飲食費等をお知らせ下さい。

- | | | |
|--------|-------|-----------|
| ① 交通費 | バス代 | 約 _____ 円 |
| | タクシー代 | 約 _____ 円 |
| | ガソリン代 | 約 _____ 円 |
| | 駐車料金 | 約 _____ 円 |
| | その他 | 約 _____ 円 |
| ② 飲食代 | | 約 _____ 円 |
| ③ 買い物代 | | 約 _____ 円 |
| ④ 宿泊代 | | 約 _____ 円 |
| ⑤ その他 | | 約 _____ 円 |

ご協力 誠に有難うございました。

アンケート調査

1. 出店してどうでしたか？

- ① 良かった ② 悪かった ③ どちらでもない

2. また、機会があったら出店しますか

- ① 出店する ② 出店しない ③ 分からない

3. 客数はどのくらいでしたか？

4. 売上高はどのくらい？（3日間）

- ① 3万円以内
② 5万円以内
③ 10万円以内
④ 20万円以内
⑤ 20万円以上