



【開催報告】  
スポーツツーリズム取組事業者様向け  
セミナーを開催しました！

先行事例から学び、プロが指南する  
スポーツ事業者のための  
デジタル活用セミナー



2026年2月24日(火)13:00より、スポーツツーリズム取組事業者様を対象とした「スポーツ事業者のためのデジタル活用セミナー」を開催し、多くの皆様にご視聴いただきました。

当日は、UHB北海道文化放送 荒川氏による、令和6年度スポーツツーリズムコンテンツ創出事業「北海道十勝サイクルウェルネスツアー造成事業」の取組事例や、株式会社WACUL 田中氏によるデジタルメディア活用方法についてご紹介をしました。

また、後半にはお二人にご登壇いただき、具体的な事例を用いた実践的なオウンドメディア活用術をテーマとしたトークセッションを実施しました。



---

## ▼ 実施概要

---

- ・ 日時： 2026年2月24日火曜日13:00-15:00
- ・ 形式： Zoomウェビナー

---

## ▼ 本セミナーで得られること

---

### ● 先行事例の知見を知ることができる

令和6年度スポーツツーリズムコンテンツ創出事業に選ばれた「北海道十勝サイクルウェルネスツアー造成事業」について、事業創出のきっかけや概要、実施したプロモーションなどの事例をご紹介します。

### ● 専門家によるデジタル活用術を学べる

「ウェブサイトからの申し込みが増えない」といった共通の悩みに対し、デジタルマーケティングの専門家が、申し込みを増やすための具体的な改善手法を分かりやすく指南します。

---

## ▼ プログラム

---

### ● 【第1部】スポーツツーリズムの現場から見えること

～北海道十勝サイクルウェルネスツアー造成事業～

登壇者 荒川 義郎 氏（UHB北海道文化放送 営業局営業推進部 兼 メディア局新規事業室）

### ● 【第2部】プロが指南、デジタルメディア活用術

～自分たちにもできる、集客や申し込みを増やすコツ～

登壇者 田中 宏典 氏（株式会社WACUL コンサルティング本部 シニアコンサルタント）

---

## ▼ アーカイブ映像

---

当日ご参加いただけなかった皆様に向けて、アーカイブ映像を公開しております。  
ぜひご覧ください。





当日の質疑応答コーナーでは、多くのご質問をお寄せいただき、誠にありがとうございました。そのうち、放送中にご回答できなかったご質問につきまして、以下のとおりご案内いたします。

| 視聴者様からのご質問<br>(当日放送中にご回答がかなわなかったもの)  | 登壇者 北海道文化放送株式会社 荒川氏からのご回答  |
|--|--|
| 台湾やタイの自転車愛好家やスポーツツーリズム愛好家へPRしたとありましたが、なぜその国を選んだのでしょうか。                         | <p>ターゲット国として台湾とタイを選定した理由は、以下の2点です。</p> <p>① 北海道への親しみがあること<br/>親日国のなかでも、とくに北海道への愛着が強い国として台湾とタイが挙げられます。ただし、両国ともに冬(ウィンターシーズン)の訪問が多く、グリーンシーズンの誘客が課題となっていました。本企画はこの課題解決にも貢献できると判断しました。</p> <p>② 自転車愛好家の母数があること<br/>サイクリングツアーである以上、一定数の自転車愛好家が存在する必要があります。<br/>台湾は世界的に有名なサイクルルートを有し、自転車メーカーも多く、国内でのサイクリング文化が根付いています。タイは台湾と比べるとサイクリング人口はまだ発展途上ですが市街地では交通事情から自転車走行が難しいため、空港周辺などの郊外に整備されたサイクリングコースに愛好家が集まるスタイルが定着しています。その結果、自転車愛好家のコミュニティが形成されており、事前調査では「海外でのサイクルツーリズムへの憧れ」を持つ潜在ターゲットが多く存在することが確認できました。</p> <p>以上の2点から、グリーンシーズンの誘客課題の解決と本企画のターゲット適合性の両面において、台湾とタイを選定しました。</p> |
| 旅行者の方々が記念の動画を自身で撮られていると思いますが、自転車の場合セルフイーに限界があると思います。特に記念撮影のカメラマンの配置などはされていますか？ | オーダーメイド型の旅行商品であることから、お客さまのご希望によっては専属のカメラマンや車載カメラなどを手配することができます。  |
| 北海道十勝サイクルウェルネスツアーの事業で、改善したいと思っているポイントはどこでしょうか。                                 | <p>商品のプロモーション広告費や、LP・OTAの運用費用の確保が現在の事業課題となっています。</p> <p>収益面では、大きな利益が出ているわけではないものの、損失も出ていない状況で、現時点の事業フェーズとしては計画通りの水準です。</p> <p>今後は、事業の目標や目的の設定に応じて、新たな課題や改善ポイントが見えてくると考えられます。</p> <p>現状においては、特にプロモーション領域の強化が主な改善ポイントとなっています。</p>  |