

ビーチマリンスポーツフェスティバル in ATASHIKA サイトリニューアルペルソナ

3C分析

Customer（顧客＝参加者）:国内のSUP及びカヤックを趣味として嗜んでいる人（生業としている人は微妙）。初心者から脱却したレベルの人～ベテランまでだが、比較的ベテラン向けな傾向。

スポンサーを顧客と捉えるならば、ファイントラックなども。

Competitor（競合）:競合という捉え方では微妙だが、国内のSUPやシーカヤックのマラソン。特に松崎シーカヤックマラソンが同じコースシチュエーションとして上がっている。

他の有名どころでは山中湖SUPerマラソンも国内の大きな大会のため参加者が多い。

その他にはTRUMPなど

近い地域だと新舞子SUPマラソンや志摩里海マリンフェスタなど

Company（自社）:

3km~15kmのコース。

外洋までコースがある特殊な大会。そのため漁船やジェットスキーでの監視など安全対策が十分
シーカヤック部門とSUP部門の同時開催

キャンプまたは車中泊も可能。

課題は参加者が平行線である。Webサイトの充実化。参加者割合は6割がリピート、4割が初参加

SWOT分析

Strength

スタッフの態度

キャンプ/車中泊可能

巡視船や漁船などのサポート体制

コースの難易度やスリリングさ

SUPとカヤック同時開催の盛り上がり

マリンスポーツ町おこしの代表格

Weakness

風が吹くと結構怖いコース設計

トイレが少ない、汚い

初参加だと少しわかりにくいところがある

Webサイトがしょぼい、わかりにくい

参加者が平行線（初参加は半分以下）

知名度がそこまで高くない

SUPA公認レースではない

Opportunities

SUP人口は4年間で50万人増加

Threat

心理的に遠い（名古屋から2時間、大阪から3時間半）自家用車での参加がほとんど

周辺に何もなし（コンビニや温泉など）

アウトドアブームが落ち着きつつある

KPI Key Performance Indicator 参加者300人突破（今年度200人）

KGI Key Goal Indicator リーチを増加させる（今までのアナリティクスは不明）

自分ができること

SEO 検索エンジン最適化

LPO ランディングページ最適化

ペルソナ

佐藤誠

52歳 男性 既婚者（子供は自立済み）

職業：自動車関連のエンジニア

休日：土日祝

居住地：愛知県

余暇の過ごし方：旅行に行ったり、趣味に興じること。

趣味：スポーツ 夏は主にSUP、冬は自転車に乗っている。

よく着る服：アウトドアウェア。montbellが多い。

情報源：SNS（ライトユーザー）やWebサイト。

所持デバイス：iPhone iPad 近年は老眼で家ではiPadで情報を見ることが多い

車：ランドクルーザープラド

性格：温厚だが怒ると結構怖い。

SUPについて

使用ボード KOKUA FLY 26 インフレーターブル

電動エアーポンプ使用

ライフジャケット：LIFE VEST

ハイドレーション使用

日本各地のSUPの大会にエントリーしており、熊野SUPマラソンは3回目。

他に参加したレースは松崎シーカヤックマラソンやTRUMP。淡水海水問わず。

時期的にも熊野SUPマラソンはシーズンラストなので、毎年の集大成になっている。

インフレーターブルボードからハードボードへの買い替えも視野に入れている。

普段は8km～15kmのレースにエントリーしている。

サブペルソナ

若林翔也

24歳 男性 未婚

職業: 公務員（市役所）

休日：土日祝

居住地：大阪府

余暇の過ごし方：

趣味：フットサル

よく着る服：ユニクロやBEAMSが多い。

情報源：SNSやWebサイト。主にYouTubeやTikTok、instagramが多い。

所持デバイス：iPhoneとMacBook

車：プリウス

性格：自己主張が激しい。承認欲求も高い

SUPについて

使用ボード SEAPLUS

ライフジャケット：montbell シーランナー

今年の夏に友人の影響でSUPを始めた。初めてのSUPの大会に出るために初心者向けの大会を探している。普段は琵琶湖でSUPをしている。