

プロバスケットボールチームをコンテンツとする スポーツブランドツーリズム

実施概要

【実施目的】

スポーツ・ツーリズムとは、スポーツを「観る（観戦）」「する（楽しむ）」ための移動だけではなく、周辺の観光要素や、スポーツを「支える」人々との交流や地域連携も付加した付加価値型旅行スタイルである。本スポーツ・ツーリズム戦略推進事業では、バスケットボールを観光ブランドとする新たな誘客コンテンツを創出し、沖縄におけるスポーツ・ツーリズムの定着と更なる発展を企てる。

本事業の目的は、プロバスケットチーム 琉球ゴールデンキングスを新たな観光コンテンツとする沖縄観光ブランドの創造と発信に取り組み、琉球ゴールデンキングスならびにバスケットボールを、沖縄の独自価値とするブランド、いわゆるスポーツ観光のブランドとして確立し、国内外へ発信、そして誘客である。

具体的には本県観光の喫緊の課題である下期の観光誘客に貢献する『観戦型スポーツエンターティメント観光商品の創出』を図り、国内観光客の誘客促進と拡大を図る。さらに『東アジアバスケットボール・エグゼクティブミーティング』を開催する。これは東アジアの中心、沖縄においてスポーツビジネスの成功事例となる琉球ゴールデンキングスをもとに、東アジアのプロバスケットリーグ首脳を招聘し、スポーツ連携の国際交流効果を調査・研究するものである。

上記2つの事業を実践することにより、国内誘客と海外インバウンドを促進するスポーツ・ツーリズムを実現し、今後長期に渡る効果が期待され、民間による自主的な取り組みの先導となるスポーツ観光コンテンツのモデル確立を図る。

実施内容

【主催】

株式会社アドスタッフ博報堂・沖縄バスケットボール株式会社のJV

【実施日程】

2011年12月10日（土）～11日（日） 仙台戦
2012年1月2日（土）～3日（日） 福岡戦
2012年1月28日（土）～29日（日） 長野戦
2012年2月4日（土）～5日（日） 高松戦
2012年2月18日（土）～19日（日） 横浜戦
2012年3月3日（土）～4日（日） 島根戦
2012年3月17日（土）～18日（日） 宮崎戦
2012年3月25日（土）～26日（日） 大阪戦

沖縄観光の下期の観光誘客に貢献する『観戦型スポーツエンターティメント観光商品の創出』及び、東アジアのプロリーグ首脳による『東アジアプロバスケット・エグゼクティブミーティング』の2つの事業をモデル事業として実施した。

「観戦型スポーツエンターティメント観光商品の創出」

琉球ゴールデンキングスの対戦試合を、沖縄の持つ観光力（スポーツ資源）として活用し、着地旅行商品化する。琉球ゴールデンキングスと対戦するチーム（他府県）のファン層に向けて、8つのパッケージを企画し、実施。bjリーグのシーズンが10月～翌年3月であることからオフ期の来沖モチベーションとなり集客効果が見込まれる。

A 観戦ツアー及び県外観戦客（対戦チームファン募集型観戦ツアー）

対戦チームとの協同により、連携する旅行会社の主催において、各チームのウェブサイトでのバナーやホームゲームでの、チラシなどのプロモーションを行い、ツアー参加者を募集。選手との交流プログラムや観光プランなどを組み合わせ、試合観戦だけではなく旅行商品の造成を図る。

B キングスファンの集い（全国のキングスファン集合）

全国のキングスファンを集結させるイベント企画を実現させ、着地型商品などと連動させキングスファンの誘客を図る。

C bjリーグ新規参入地向け交流開始ツアー

現在対戦している地域だけでなく来年度から参入する地域や参入を検討している地域に向けて今後の観光交流をスタートさせる。2012年～2013年リーグから参入決定した群馬、青森をはじめ、bjリーグの公募では10件の参入打診があり、2つの新規参入が決定した。チーム設立時や新規参入した年は、地域の注目度も高く、今後の観戦客誘致にむけて、取組みをスタートさせる。

D 団体修旅グループ向けコンテンツとして誘客

前に記した将来へ向けての取組みだけでなく、既に沖縄への旅行を予定している学校や団体に向けて、アプローチし、誘客を図る。

E 沖縄キャンペーン特典（旅行会社が行う社内販促キャンペーンに連動させる）

旅行会社が行う社内キャンペーンなどに特典や特別プレゼント等の企画として連動を提案観戦チケットを提供（特別価格・招待など）、個人客向けの観光コンテンツとして、告知し誘客を図る。

F ホテル及びホテル予約サイトとの連携

じゃらんネットとの連携により、バスケ観戦をエンターティメントコンテンツとして特集コーナーで取り上げ、提携するホテルが観戦付き宿泊プランを設定し販売する

また、キングススポンサーホテルや集客可能性の高いホテルを選定し、自社サイトでのダイレクト商品としても販売提携を図る。

G 観光メディアとの連携

「じゃらん」など観光旅行者向けメディアとの連携によって、プロバスケット観戦をエンターティメン性の高い観光コンテンツとして告知し、認知度を上げる着地型商品としてプロモーションに繋げる。

H 着地プロモーション（レンタカーユーザーへのアプローチ）

着地においてのプロモーションとして、レンタカー会社との連携によって、利用者に直接、チラシやクーポンを配布し、観光コンテンツとしての告知誘客を行う。

ニッポンレンタカーの営業所では、1日300台～500台が貸し出されていることから、ホームゲーム開催日程に合わせた配布は効果的であると考えられる。

「東アジアプロバスケット・エグゼクティブミーティング」

プロバスケットチームによる国際交流を実現し、スポーツを通じた東アジア連携のネットワークづくりに資する取り組みを実施する。アジア諸国への近接性という沖縄の地理的優位性を活かし、東アジアの中心地でプロバスケットによる国際交流効果を調査・研究し、今後のアジアのスポーツ連携へつなげるものとする。これにより今後、リーグ間及びチーム間の交流の活性化、国際試合の開催、海外チームの沖縄キャンプ誘致、海外ファンのインバウンド促進等を狙う。スポーツを通じて海外客の誘客促進を企てることに加え、本事業の継続的な取り組みによる観光経済への波及効果も期待できる。

期日：2012年2月17日（金）～19日（日）

場所：ラグナガーデンホテル

参加者：韓国リーグ 2名

台湾リーグ 2名

日本bjリーグ 2名

琉球ゴールデンキングス 2名

主催 2名

（株式会社アドスタッフ博報堂・沖縄バスケットボール株式会社のJV）

概要：

会議内容

- ・各国リーグの情報共有
- ・キャンプやプレシーズンマッチの可能性
- ・国際大会の可能性、等

視察内容

- ・会場施設、体育館、等
- ・琉球ゴールデンキングス試合観戦

実施報告

以下は、本事業で取り組んだプロジェクトの様子である。



配布パンフレット(仙台戦)



試合風景(福岡戦)



観光案内ブース(長野戦)



試合風景(高松戦)



横断幕(横浜戦)



横断幕(島根戦)



試合の様子(島根戦)



観客の様子(大阪戦)



横断幕(大阪戦)



東アジアバスケットボールミーティング会議の様子



同会議交流会の様子



事業結果

【集客目標及び集客実数】

本事業における各プロジェクト毎の集客目標及び集客実数は「集客目標・集客実績表」参照のこと。

【事業総括】

琉球ゴールデンキングスは、県内のプロスポーツビジネスの成功事例であり、ホームゲームでは3,000人を超える観客を集客する程の人気である。実際に試合会場には、対戦チームのファンもきていることから、本事業では同コンテンツを沖縄の魅力のアピールする観光コンテンツとしてビジネス化することを検証した。

県外から観戦しに来沖する対戦チームのファンの沖縄滞在を更に1泊増やすには、チームとの協力及び旅行社との連携が必要であり、それらの連携の更なる強化が今後の課題でもある。加えて、修学旅行などの体験学習コンテンツの可能性も今後検証していきたい。本事業を通し、琉球ゴールデンキングスの観光コンテンツとしての可能性に手応えを感じたので、今後自走化に向け可能性を探りたい。

本事業で取り組んだ「観戦ツアー及び県外観戦客」と「東アジアバスケットボール会議」の各プロジェクトにおける課題と今後の展望は以下の通りである。

【観戦ツアー及び県外観戦客】

同プロジェクトにおいては、対戦チームのファンに観戦するために来沖してもらう必要があるが、全ての対戦チームが地元で人気があるわけではないということに加え、チームの成績でファンのツアー申込ムードが左右されるという課題があった。人気があるチームでも、選手との交流会などツアーの付加価値を加えるための策が不可欠であるが、コーチの方針などで実行できないこともあった（島根）。

上記課題に関しては今後も検証が必要であるが、沖縄の魅力のアピールすることで集客を促進するなど、ファン層以外の誘客も視野に入れる必要がある。加えて、対戦チームとの連携強化も不可欠であることから、今後も力を入れていきたい。

旅行社との連携という点では、チームのスポンサーになっている旅行会社などとの兼ね合いがあり実施内容に制限があったり、予算決定が遅れたため仕込みの時間が足りないという事態もあった。また団体型は1ヶ月前の締め切りであったため、申込はあるが中止となる場合もあった（横浜戦）。その対策として、観戦ツアーについては旅行会社のみには依存せず、チームと直接話し合いをもち、告知支援などを行うことで効果的な告知を実行できた（大阪戦）。

観戦ツアーに関しては、団体型の募集ツアーのため、催行中止になるのではないかと不安感から、確実さを求めるファンは航空券とホテルを個人手配で申し込むというケースが多々あった。また、着地で交流会のみ参加できないかという問い合わせも多く、ファンは団体催行に左右されず確実さを求めているという状況も把握できた。次年度はファン交流会や観光プランだけの参加も可能なコンテンツを創り上げ、対戦チームと連携した商品への販売を検討したい。

その他、ファンツアー、Knt沖縄キャンペーンとの連動、観戦券付きホテル宿泊プラン（じゃらん連携）、レンタカーや観光案内所での告知などを追加実施（高松戦以降）。この他、予約サイト（じゃらん）での特集連携などを組み宿泊施設に付加価値を提供することで、観戦プランが31箇所のホテルで実行された。

以上の取り組みの収穫として、観戦付き宿泊プランは予想を上回る成果を上げ、自由度のある個人向け商品に対する反応も上々だった。現段階における更なる改善として、「宿泊＋観戦」型の商品から「宿泊＋夕食＋観戦＋観光」という商品展開をすることで滞在の延長が見込め、次なる仕掛けを検討中である。

今後の取り組みとしては、修学旅行誘致に可能性を感じているため、学校関係者による修学旅行視察誘致を図りたい。近畿日本ツーリスト 団体旅行事業本部カンパニー教育旅行担当課長の北村達哉氏に琉球ゴールデンキングスの試合を視察いただいた際、プロバスケットボールの試合観戦が修学旅行に対する観光コンテンツとして十分に成り立つとの意見をいただいた。また同氏は、琉球キングスの試合観戦が今後の沖縄への修学旅行において新しいコンテンツとしてとても魅力があり、沖縄修学旅行検討校へ情報展開を開始するとした。加えて、同コンテンツの修学旅行誘致へ向けて具体的な要望も頂いた。また今後の展開として、試合におけるハーフタイムなどを活用し、発表の場とすることで、学校単位での試合観戦を検討する学校も出てくると思われる。純粋にバスケットボールのみが目的ではなく、ダンス部やチアリーダー部その他運動部などにとっても魅力あるコンテンツとなりうる。

●修学旅行に関する補足情報●

- ・中学生 基本2泊3日（基本平和学習取り込む）
- ・高校生 基本3泊4日（民泊体験を盛り込むことが多い）
- ・関西地区の中学校は沖縄への修学旅行が最も多い
- ・公立、私立ともに沖縄が多く、実施は春（5～6月）がピーク期
- ・関東地方の高校生は、10月～2月が多く、中でも最近では12月に最も多く設定される傾向にある
- ・学校全体の観戦であれば、中学生の方が盛り上がる可能性がある

【東アジアバスケットボール会議】

同会議では韓国と台湾、そして日本のbjリーグから関係者を招き、それぞれのリーグ状況の共有や将来のキャンプやプレシーズンマッチ、国際大会などの可能性を話しあった。バスケットボールのキャンプ時期は夏場であるため冬場の野球キャンプとは異なり、年間を通した誘客を図ることができる。加えて、メディア露出の映像などでも夏の沖縄をアピールすることができる。夏場はピークシーズンと認識されがちであるが、それはリゾートのみであり、那覇市内のホテルは低稼働期であることから（海の日連休やお盆を除く）ピーク期以外の観光誘致に貢献できる。

韓国はすでに6球団ほどが日本国内でキャンプ（東京、名古屋）をしているため、沖縄県内へのキャンプ誘致の実現の可能性は十分ある。またリーグからメディアの同行も義務づけられているためリーグキャンプのメディア露出の際、必然的に沖縄も広く知られることも期待できる。その際、沖縄の美しい風景や文化などが紹介される可能性も十分ありうる。またキャンプ地には対戦相手が不可欠であるため、日本や台湾なども含めた複数チームの同時誘致が課題である。日本や台湾、複数の韓国チームの沖縄キャンプの実現は、それらのチームの対戦も可能にし、プレシーズンマッチなどの運営ができれば更なるチーム及びファン層の誘致策となる。

集客目標・集客実数表

琉球ゴールデンキングス ホームゲーム日程				県外観戦者の予測と目標数（延べ人数）		A		B		C		D		E		F		G		H		本事業での参加者に加え、試合会場にてアウェイブスターを中心としたアンケートを実施。					
対戦	会場	日程		目標	観戦実績	人数	備考	人数	備考	人数	備考	人数	備考	人数	備考	人数	備考	人数	備考	人数	備考	アンケート実施数	県内	県外	不明		
1	VS 仙台	沖縄コンベンションセンター	■12月10日(土) 19:00～	100	42	21	○															42	13	21	8		
			■12月11日(日) 17:00～			21	○																				
2	VS 福岡	那覇市民体育館	■1月2日(土) 19:00～	80	0		×															28	16		12		
			■1月3日(日) 13:00～				×																				
3	VS 長野	石垣市総合体育館	■1月28日(土) 19:00～	100	56	28	○															83	46	16	21		
			■1月29日(日) 12:30～			28	○																				
4	VS 高松	沖縄市体育館	■2月4日(土) 19:00～	80	26		×							26	knt団体26							28	2	15	12		
			■2月5日(日) 13:00～				×																				
5	VS 横浜	那覇市民体育館	■2月18日(土) 19:00～	100	35		●			10	西東京					10				0	15日～19日、1740台の配車あり	38	1	32	5		
			■2月19日(日) 13:00～				●			10	西東京				2											3	
6	VS 島根	豊野湾市立体育館	■3月3日(土) 19:00～	150	16		×									10				0	1日～4日、1235台の配車あり	28	6	6	16		
			■3月4日(日) 13:00～				×							4							2						
7	VS 宮崎	名護21世紀の森体育館	■3月17日(土) 19:00～	150	87		×	19	HOT							24				1	15日～18日、1246台の配車あり	44	0	44	0		
			■3月18日(日) 13:00～				×	21	HOT					17							5						
8	VS 大阪	那覇市民体育館	■3月24日(土) 19:00～	200	114	21	○									25				10	22日～25日、1461台の配車あり	98	16	47	35		
			■3月25日(日) 13:00～			21	○							28							9						
				960	376	140		40		20		0		26		120		0		30	390	100	181	109			
						■全国のキングスファンに向けた交流イベントを実施。空港からのバスツアーを実施した。		■次年度参入地域(青森、群馬)向けに、今後の観光交流に向けてバスツアーを案内。		■試合日程と修旅の日種が揃わない状況。kntの修旅統括課長に視察して頂いた。		■2月まで社内で沖縄キャンペーンを実施している。その中での特典として提供(販売)する。kntイントラネットにて告知。営業所にはチラシ送付。		■じゃらんネットと連携し、同サイト内にてキングス観戦特集を掲載。3ホテルにて観戦券付きホテルプランを販売した。		■じゃらん(イベント告知欄)、開催内容告知とアースの問合せ先)販売観光案内フリーカー		■着地でのレンタカー会社でクーポンを配布。		※宮崎キングスファンツアーはアンケート未記入							
						西東京の関係者の視察があった。																居住地郵便番号から県内と判断		居住地から県外と判断		郵便番号記載無し	