

一極集中下の来場客を活用した地域経済活性化事業 （スポーツイベントツーリズムコンソーシアム）

実施地域

北海道札幌市、茨城県鹿嶋市、静岡県静岡市、 福岡県福岡市、京都府亀岡市

事業概要

コロナの影響により、Jリーグクラブ（以下「クラブ」という）を抱える地域・スタジアム周辺地域において、飲食店舗・観光施設・商業施設等の経営に打撃を与えており、地域経済の活性化・再生が急務である。また、クラブ・自治体・事業者等が連携し、戦略的な情報発信や回遊促進等ができておらず、スタジアム内での経済活動のみ行われることが多く、スタジアム周辺地域での経済活動は限定的となっている。そこで、本事業では、5地域のクラブ・自治体・事業者が保有する情報（観光・飲食・混雑情報等）を一元集約し、新たに構築したアプリを介して戦略的な情報発信等による回遊・消費の促進、一人流誘導を図り、商圈エリア拡大・地域経済最大化を目指す。

また、地域間連携の加速や相互送客の促進により、これまでの態様に捉われない継続的な経済循環を目指す。

事業目標と成果

KPI	目標	実績
アプリDL数	5,000DL	4,368DL
スタンプラリーチェックイン数	20,000回	1,578回
地域内消費額調査回答数	150ss	241ss

事業の成果

徹底したマーケティングによるアプリ設計による観戦者の回遊促進

STP分析を用いて、メインターゲット層（年間来場回数5回程度のセミコアファン層）・サブターゲット層が持つ価値観や実現したい欲求等に沿ったサービスの世界観を構築し、サービス・プロモーションに活用した結果、1ヶ月半の実証期間において、高いアプリダウンロード数を実現した。

スタンプラリーや地域内消費額調査（アンケート）のデータから、1ユーザー当たり平均3.9回のチェックイン数、また、複数地域を周遊するユーザーも確認でき、回遊促進等の行動変容に寄与した。

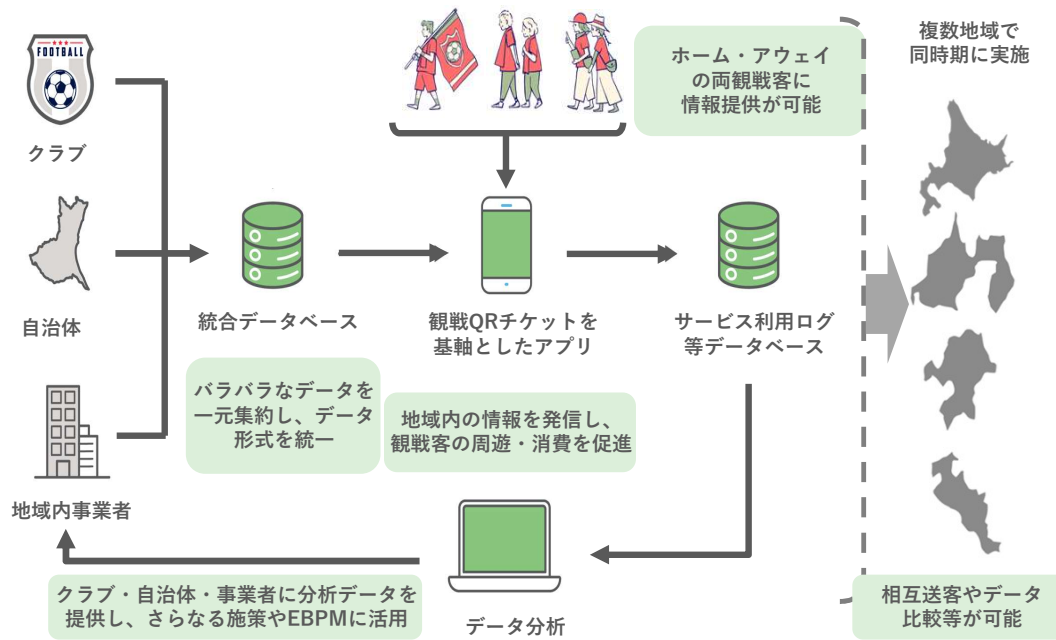
行動変容につながる可能性の高い情報発信のタイミングとその内容

本事業で構築したアプリでは、地域内のスポット情報と地域を楽しく回るためのガイド記事（読み物）を提供した。この2機能のユーザー閲覧時間を分析すると、スポット情報は試合当日の閲覧が多く、ガイド記事は試合3日前～前日の閲覧が多いことがわかった。以上のことから、ファン・サポーターの行動を大きく変え、広域に周遊させるためには、事前に情報を届けることが重要。また、行動を小さく変え、立ち寄り店舗を1,2つ増やすためには当日の情報発信が有効であると推察。

実施体制

ぴあ(株)、(株)ナビタイムジャパン、デロイトトーマツファイナンシャルアドバイザー(合) 等

実証内容(概要図)



今後目指す姿 サービス注力地域の拡大と利用者の利便性向上

連携する自治体・企業数の拡大

掲載情報や施策等を増やすために、自治体・企業との連携を強化し、サービス注力地域を拡大する。また、連携する自治体・企業の増加にあわせて、自治体同士の横連携等を支援することで、ノウハウやナレッジの共有が加速し、新たな施策や商品等が創出されると考える。

ファン・サポーターの更なる利便性向上

試合観戦の前・中・後において高付加価値な体験を創出するべく、顎・足・枕の不満につながる要素に対して適切なサポートを提供するとともに、顧客のニーズに適したコミュニティ、情報、商品を造成・提供し、利用回数増加・囲い込みを図る。