

目的

新たなファン層への武道ツーリズム、スポーツツーリズムの訴求及び認知拡大

概要

日程：令和8年1月16日（金）～1月18日（日）
B.LEAGUE オールスターゲーム内
会場：長崎スタジアムシティ・出島メッセ及び周辺施設

武道体験×B.LEAGUE観戦の融合プログラム

- ・地元武道場にて、地元小中学生のサポートのもと、Bリーグ選手の武道体験を実施
- ・モデルツアーでは高い発信力をもつ海外インフルエンサーが日本文化体験し、Bリーグオールスター出場選手とのミート＆グリーに参加



- ・地元小中学生との交流を実現
- ・バスケット観戦だけではない、周辺観光や文化体験の紹介をすることができた

スタジアム及び周辺地域でのプロモーション

- ・出島メッセでの地域創生イベント内に「武道体験ブース」を設置。
- ・剣道体験、道着着付け、フォトセッション、武道演武ステージを実施



- ・バスケットファンに新たなスポーツ体験を提供し武道への興味を喚起
- ・3日間で337人から体験アンケートを回収
- ・6割以上が「スポーツ（武道）ツーリズムへの関心が高まった」と回答

SNS・映像を活用したプロモーション

- ・選手の武道体験や、長崎のご当地文化体験の様子をリーグ、選手、所属チームから発信
- ・海外選手の母国のメディアも活用し、フィリピンの地上波テレビニュースにて紹介



- ・様々なメディアを活用し選手やチーム自らが発信することで、大きな波及効果を実現
- ・17万ビューを超える投稿もあり、国内外に広くPRすることができた

今後の展開

「B.LEAGUE観戦×武道ツーリズム」の標準パッケージ化と水平展開

- ・今回開発した「試合観戦×武道体験×地域資源」のモデルを、地域の特性に合わせた再現性の高いパッケージとして確立する
- ・全国各地に水平展開することで、地方誘客によるオーバーツーリズム対策へとつなげる

クラブの特性・ファンの属性に応じたコンテンツの造成

- ・都市部や外国人選手が多いチームはインバウンド層、地域密着型のチームは地元のコアファン層などと、それぞれのニーズを満たすコンテンツを開発する
- ・コンテンツの付加価値を高めるため、武道の魅力や価値を伝えられるガイド人材確保・育成を行う

持続可能な運営基盤の構築による地域創生モデルの確立

- ・官民学（プロリーグ、旅行代理店、武道団体、地元企業、自治体、教育機関など）の連携スキームの継続・発展
- ・コンテンツ開発などのナレッジの蓄積と共有、発信を行う仕組み作り