

【登壇者：壇上左手より】

松川氏：NTTデータ経営研究所（ファシリテーター）

皆川氏：さいたまアリーナ

近藤氏：大崎オーソル

小竹氏：さいたまブロンコス

小見氏：T. T彩たま

（松川氏）

それは私の方も入らせていただきましてディスカッションを開始できればと思います。本日のテーマでございますけども、県内アリーナスポーツの集客戦略という結構大きなお題を設定させていただいております。

現在の認知拡大ですとか誘客の取組から、将来に向けたファン育成や開催規模の拡大と設定させていただいておりますけど、トピックスを3つほど挙げさせていただいておりますので、こちらのトピックスに沿ってですね、ディスカッションできればと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

まず1つ目のトピックスとしましては、皆様の自己紹介と、チームの集客の取組事例についてお伺いしたいと思います。

手前にいらっしゃる、さいたまスーパーアリーナの皆川様から順番にお願いいたします。

（皆川氏）

皆さんこんにちは。

さいたまスーパーアリーナ運営会社、株式会社さいたまアリーナの皆川と申します。

9月のイベントはRaiBoHallだったんですが、今回は我々のさいたまスーパーアリーナを使っていただきありがとうございます。

私の自己紹介させていただきますと、さいたまスーパーアリーナは2000年にオープンしたんですが、私はその2年前の1998年、さいたまスーパーアリーナに入りまして、開業準備から営業、それからテナント管理、いろんな仕事をして参りました。

2016年から、東京オリンピックパラリンピック組織委員会に出向して、2021年、1年延期になったオリンピックの時には、こちらの会場責任者として、イベントの運営をしてきました。右上にあるのはその時の写真でございます。

さいたまスーパーアリーナ、もう23年経ってるんですが、2026年から大規模改修ということで、1年程度ですね、休館することになっています。

そのあたりのです戦略なども私の方で考えているところです。

次のページをお願いします。

さいたまスーパーアリーナですね、スポーツもできるんですけど、実は音楽コンサート、大体8割ぐらいはコンサート利用になってまして、スポーツ利用というと、オリンピックをはじめ、今年3月のフィギュアスケート世界選手権を行ったりとかですね、昨年、2022年の10月にはNBAのジャパングームを行ってまして、大体集客2万人ぐらいあるイベントだとスーパーアリーナを使っただけのような形でございます。

県内アリーナの集客論ということなので、ぜひですね、こちらに参加している皆様のご支援等をいただいて、ハンドボールとかブロンコスとか卓球の方で、スーパーアリーナを使っただけとありがたいなというふうに考えています。

我々はスポーツ企業ではなくて、会場運営をするベニューオペレーターという立場なので、ベニューオペレーター視点での集客って考えるとどうなのかな、というところをお話させていただきたいと思います。

皆さん今カスタマージャーニーとか、カスタマーエクスペリエンスとかそういう言葉をお聞きになってることがあるかと思うんですね。

先ほど鈴木啓太さんのお話の中でも、スポーツがまちづくりのセンターピンになるって話があったと思うんですが、やっぱり我々アリーナっていう会場は、ここにある都市のアンカーになるというふうに考えていて、やっぱり左上のこの図を見ると、会場には客席があって、その周りにトイレとか、売店、コンコースが、その周りに施設全体があって、今日皆さん駅から来られたと思うんですが、都市空間みたいな、駅から会場までの都市空間みたいなことも含めた、カスタマージャーニーの設計が必要なんじゃないかなというふうに思っております。

いかにこのアリーナの中のスポーツが、素晴らしいスポーツイベントがあったとしても、トイレが汚かったりとか、あと駅から、さっきシャトルバスの話ございましたけど、シャトルバスに乗るのに時間かかっている、売店の列がすごく長くて買いたいものが買えない。そういった部分で観客の経験が乏しいと、やっぱり次の集客には繋がらないと思うんですね。

ただ我々ベニューオペレーターとしては、そういった観客の経験をいかに高めることに、やっぱりこれから会場としては考えていかなきゃいけないのかなというふうに考えて、その中で、これアメリカのGenslerという会社が作ったものなんですけど、こういったものが、観客の経験を高める、もしくは損ねることになるのか。例えば開場時にすごく待たされてしまう。今、荷物検査とかしっかりとやらなきゃいけないんですが、そういった部分で、観客が不満を持つポイントがどこなのかというのを潰していくことが、我々会場管理者には、必要なことかなというふうに考えています。

これからぜひ、今日参加している皆さんと一緒に考えていきたいのは、我々さいたまスーパーアリーナはコロナ前は300万人ぐらいの来場が1年間ありまして、このけやき広場とかたまアリタウンとか、これ全体だと500万人ぐらいの来場があるんですね。

ぜひこういった集客力を、皆さんたちが持つサービスとか、ブランドとかと位置付けて観客の体験を上げていく、このブランドアクティベーションというものを取り組んでいければいいかなというふうに思っています。

ぜひ我々のパートナーになっていただいて、埼玉県を中心として、さいたま新都心に来るお客様を楽しませるサービスにご協力いただければなというふうに考えています。我々が考えている集客というのは以上となります。

(松川氏)

ありがとうございます。

大崎オーソルの近藤様、お願いいたします。

(近藤氏)

はじめまして。

大崎電気、大崎オーソルでGMをしています、近藤と申します。

こういう場が初めてなものでちょっと緊張しているんですけども、簡単に自己紹介だけさ

させていただきます。

大崎電気の選手としてチームに入りまして 10 年間プレーした後は、チームのマネージャーとしてスケジュール管理だったり、様々チームをサポートしてきました。

その中で、ロンドンオリンピックとリオオリンピックの時に、代表のチームスタッフに入ってスケジュール管理等をしてきました。

GM としては 2018 年からこのような立場になって、全体の今チームのマネジメントということをやっています。

まだまだハンドボールは企業スポーツっていうのを脱していない部分がありまして、とはいえ、この新リーグ、プロリーグに向けて今変革をしていこうという、ちょうど時期なので、埼玉県を拠点にしていますので、そこを含めていろいろ皆さんにご協力いただいて、ハンドボールが発展できればというふうに考えています。

あと一つ、直近でいくと、10 月にフランスのパリ五輪の予選、男子チームなんですけども、36 年ぶりにアジア予選突破しまして、本大会に出場することが決まっています。なので、これも良いステップアップとしてハンドボールとしても考えてますので、ぜひ皆さんにご協力いただきながら、ハンドボールが発展できればと思っております。

集客っていうところは、今皆川さんがおっしゃってたところで耳が痛い部分もあるんですけども、まだまだ集客の部分では足りない部分がありますし、地元三芳町を拠点にいろいろ活動しています。

なので、三芳町の小学校中学校で講習会をしたり、今大会自体は隣の富士見市と和光市の体育館をお借りして試合をしていますので、その時に地元の皆さんに講習会等をして、その後に試合を観てもらったりしています。

いろいろなアンケートとか取ると、試合を観に来るとやっぱり面白っていうのは言ってくれるんですけども、そのあとがやはりまだまだ素人なものでいろいろ集客の部分は勉強不足なところがあるので、その集客っていうところに繋がってなかったところがあります。

あとは、2021 年からですねスポーツ協会とも連携協定っていうのを結ばせていただいて、プラチナキッズの子たちに、ハンドボール、いろんなスポーツを体験しようという形で、興味を持ってもらったりもしていますので、そういうところで試合に来てもらえる人達をふやしていきたいと思しますので、ぜひ引き続きよろしく申し上げます。

(松川氏)

ありがとうございます。

それでは、さいたまブロンコスの小竹様、よろしく申し上げます。

(小竹氏)

それでは皆様改めまして、本日はよろしく申し上げます。

さいたまブロンコスの小竹と申します。

自己紹介っていうところもございますので、さいたまブロンコスと、それと私の簡単な紹介をさせていただければなと思います。

まず私は実は 2021 年の 3 月に代表に就任したばかりでして、まだ 2 年弱ですね、ブロンコスの代表をさせていただいてるんですけども、親会社がですね、スポーツストーリーズという会社で、これは子供向けにスポーツ教室を展開しております。

2020年に実は、皆さんもご存知かと思えます。

もともと所沢にあったブロンコスっていうイメージが強いかなと思えます。

緑のユニフォームを着てっていう、さいたまスーパーアリーナでも試合をやった経験がございますのでそういったイメージが強いかなと思えます。

2020年にさいたま市に引っ越ししてきました、今年で4年目を迎えたところでございます。

そんな中で、途中で新しい代表をさせていただく中で、これから未来を担う子供たちに、やはり夢、希望、感動、勇気、そういったことを与えたいっていう、そこにはプロというコンテンツっていうのはもう不可欠だろうと思ってますし、それを通じて、さいたま市、埼玉県に元気をというそんな情熱を持って今活動させていただいてるんですが、まだまだ今日集客っていう話でございますので、1点だけ、今日お話できる場所はですね、スポーツ×教育。もちろんクラブ丸とか、愛されるクラブづくりとか、未来を担う子供たちっていう、こういった3点を資料で用意してるんですけども、今日は時間もございまして、このすべてのもののセンターピンは何か、私たちは今ですね、子供っていうところにフォーカスして活動していると、そこを今日中心に話ししていければなというふうに考えてます。

やはりこれからのさいたま市を支えていくにも、埼玉県、日本を支えていくには、やっぱり子供の教育っていう部分が非常に重要でございまして、子供にターゲットを絞って、子供たちがブロンコスの試合を観に来て、その子供たちにお父さんお母さんもついてきて、お父さんお母さん子供たちが試合に来て、そして家に帰る時に家族でブロンコスの話をして、もしかしたらおじいちゃんおばあちゃんも、そして親戚の方までっていうふうに、子供を中心としたブロンコスの集客っていうものをこの3年間ですね、取り組んでいるようなところで

またディスカッションの際にですね触れられたらいいかなというふうに思っていますので、一旦ですね、紹介ということでは以上にさせていただければと思います。

引き続きよろしく願いいたします。

(松川氏)

ありがとうございます。

早速センターピンということば使っていただきました。

でもいいですね。

なんか多分ターゲットとかそういう意味なんでしょうけど、そこを狙ったときに周りが倒れていくっていう感じがあるっていう。ありがとうございます。

ではT.T彩たまの小見様からお願いいたします。

(小見氏)

男子のプロ卓球チームT.T彩たまで統括マネージャーをさせていただいております小見と申しますよろしく願いいたします。

多分、皆さんよくチームがわからない方いらっしゃるかな、多分Tリーグ自体を知らない方が圧倒的に多いかなと思っています

Tリーグというのは卓球のプロリーグでございまして、通常卓球って皆さん聞くと、おそらく張本選手とか、伊藤選手とかっていう、オリンピックに出てる選手が対戦で戦っているっていうのはすごいイメージわくと思います。

ただTリーグというのは、チームとして活動しております。団体戦です。

団体戦を年間で通しながら年間で1位2位決めていくと。

その中に我々が2018年10月をスタートして、今期ちょうど6シーズン目を戦ってる最中な

んですけども、残念ながらですね我々ほぼビリに近いんですよ。

私自身はですね、実は卓球のチームで今仕事をしてますが、良く聞かれますが私卓球一切できない人間なので、全くわからないんですが、この卓球というプロスポーツチームに関わると、素人が見ても楽しいのが卓球だなと実感しまして、是非今日来ている皆さんもちょっと見ていただくと面白い部分もあるのかなという風に思っています。

集客というところで事例出ささせていただいたんですが、色んなチームがほとんどやっていることほぼ一緒だと思います。

やはりお話の通りですねやっぱり子供たちっていうのは中心、必ずやるというのは徹底してやっています。例えばさいたま市の駒場体育館で試合させていただいたんですが、さいたま市内の小学生、中学生、合計約10万5000人に対して、一人一人チラシが届くように配布させていただいたりとか、そういった形でですね、お子さんに楽しんでいただく。やっぱり子供が来るとですね試合会場もすごいぎやかになって楽しいなど。

あとですね例えば、卓球大会とかで直接チケット売ったりとかもしますが、地域の卓球大会って日々行われてるんですね。僕サッカーやりますけど、そんなに試合はないと思います。一般の人が出る卓球大会ってのは非常にやっていますのでそういったところに顔を出させていただいて、チケット販売させていただいたり、地道な取組になるんですがそういったこともやらせていただいております。またTリーグ本体と一緒にですね、全国の中で、他のチームさんも入るんですけど、無料招待企画なんかもやっていきたいと思っております。

まだまだTリーグというですね、知らない方が圧倒的に多い中で、如何に知っていただくかということでやらせていただいております。簡単ですが以上でございます。

(松川氏)

ありがとうございます。

それぞれの方からお話をいただきましたけども、二つ目のトピックスですが、集客に向けた課題をお聞きしたいなと思うんですが、集客っていうのも、数というだけでなくその深さというか、そういうことも含めて、またそれぞれお話をいただきます。

最初皆川様からよろしいですか。

(皆川氏)

我々、スポーツチームでなくて、貸館という形でさいたまスーパーアリーナを、スポーツチームであったり、コンサートのプロモーターにお貸ししている形なので、我々が直接集客をすることってあまりなくて、先ほどちょっと話したように、こちらの会場に来ていただいたお客様に、どのように、ファンエクスペリエンス高めていただくかっていうところに注力をおいて、会場運営をしています。

やはりコンコースにあるトイレであったり、売店、特にやっぱり今、飲食売店がですね、ちょっと弱いかなというのがあるので、先ほど2026年から休館して改修に入るという話をしたんですが、今までちょっと足りてなかった部分を増やしていくか。

西武ライオンズさんとかアルディージャさん、レッズさんやられていると思うんですけど、やっぱりプレミアムシーティングとか、そういう付加価値をつけたチケットをどう売っていくとか、そういうことがこれから重要ななと思ってますので、プレミアムシーティングであったり、飲食の充実、そういったところは、選ばれる会場、やっぱりさいたまスーパーア

リーナに行くと、ライブも楽しかったし、スポーツイベントも楽しかったし、全体が観やすいし、駅から近いし、フードも美味しいよねっていうようなことを目指していきたいと考えています。

(松川氏)

はい。ありがとうございます。
近藤さんもぜひコメントお願いします。

(近藤氏)

集客増加に向けた課題というところで、先ほども少しお伝えしたんですけども、やはりハンドボールまだまだ認知度が低いと思ってます。

まずは観ていただくことが必要なのかなと。

そのためには、今、小中学校で無料チケットだったり、市民デーみたいな形で、地域の皆さんにまずは観てもらおうっていうことをやっています。

我々もブロンコスさんと同じように子供たちをターゲットにして、そうすると保護者の方が観に来てくれるので、そういった形で集客できればというのが実情です。

あと、ハンドボール特徴的なのが松やにっていうのを滑りどめで使うんですけども、今海外では普通にやってるんですけど、日本のアリーナで使うときには、べたべたして、ボールの滑りどめに使ってるものなのでそれが取っ手や椅子に付くと、次に使う方があまりいい気持ちがないということで、ラップを巻いてつかないようにしたりしてるというのが現状です。

ただ海外は普通に触りながらやってはいるんですけど、定期的な清掃とかで、現状維持をしてるんです。なかなか体育館だったりアリーナを確認すると、松やにの原状復帰は大丈夫なのっていうところもあるので、そこはちょっとハンドボール独特の課題かなと。そこも皆さんの御意見うかがいながら、改善できればと思っています。以上です。

(松川氏)

ありがとうございます。
小竹さんの方からも、ぜひお願いします。

(小竹氏)

集客の課題って言われると全てにおいてまだまだ私たち自身も課題だらけでございまして、2020年から2023-24シーズン。当初2,300人ぐらいの集客、これコロナ禍っていうところもあるんですが、そこから、その次は600人、昨年度が820人が平均。

今年現状まだまだ8試合っていう状況であるんですけども、そこから飛躍した形で今1300弱ぐらいまで集客自体は伸びてきておりますので、この3年間でやった種まきっていうのが、少し芽が出て花が開いたというか、そこから先のフェーズに行く状況なのかなというふうに思っています。

その中では、足し算で集客をしてきたイメージですね。

例えば学校でチラシをまいて子供たちが何人いた、じゃあ次はこの打ち手で、こういうお客様を集客ができた。200+200=400だよっていう。

その打ち手をふやすことによって、足し算の高が増えて集客が増えてきたっていう感覚はあるので、これからはやはりその足し算を掛け算に変えていかなきゃいけないと思っています。

その一例ではあるんですけども、先ほどチアダンスチームの写真があったかと思うんですが、これはブロンコスがもう私が就任する以前から、素晴らしい取り組みをされていて、コロナ

禍でダンス教室とか、チアダンスチーム発表の場がなくなってしまったので、ハーフタイムの本当に 10 分程度ではありますがその時間を利用して、小学生がそこでダンスを踊る、発表するっていう取り組みをされてまして、その掛け算っていうのがその子供たちが踊ること、元々興味がなかったお父さんお母さんも、その発表を観に来ると。

そうすると、実はお父さんお母さんだけじゃなくて、孫が観たいおじいちゃんおばあちゃんまで連れてきて、二階席のメインの部分はまだもう 2,300 人その家族で埋まってしまうという、そんな取組が、その掛け算の一つの例ではないかなというふうに思っています。

先ほど皆川さんの話にもありましたが、やっと昨年度キッチンカーを導入することができまして、こういったことも地域の、企業の皆様とかスポンサー、パートナーさんって呼んでいますが、そういった方々のご理解とかご協力を受けながら、キッチンカーの導入ができました。

そういったところが少しずつ足し算ではなくて、どんどん掛け算になってシナジーを生んで、集客っていうのが増えてくるんだろうなというふうに考えておりますので、本当課題だらけではあるんですが、いろんな打ち手、打ち手と打ち手を足し算ではなくて、シナジーを生めるような取り組みに変えていくっていうことが今後の課題になってくるかなというふうに思っています。

私からは以上です。

(松川氏)

ありがとうございます。

さっきの人数も絶対値的にという話もありますけど、やっぱり会場キャパとのパーセントということではすごい状況になってますよね。

(小竹氏)

そうですね、浦和駒場体育館が多いんですがやはり、1400 人収容のところでございますので、開幕に関しましては、開幕 1 週間前ぐらいまでにはもう満員になることがわかってましたので、そこでストップするなどですね、手応えは感じてはいるものの、まだまだ、この場でお話しさせていただくのが恐縮な立場でして、B リーグでも、本当に 1 万人を集めるようなチームもございますので、そういったところの施策等を学びながらですね、今手探り含めてやらせていただいているところでございます。

(松川氏)

小見様もお願いいたします。

(小見氏)

本当にもう一緒なんですよ。

やっぱり、そういういろんな施策、施策いろいろ考えながら、もう打ち手を打っていくっていう方向でしかないんですけども、

やっぱりちょっと卓球、実はバスケとか、サッカー、ハンドボールもそうなんですけど、結構人が多くて、遠くにいても見える競技ではないんですね卓球というのは。

どうしてもボールが大体 40mm なので、離れると見えない。

これ何がわかったかということ、我々 2018 年 10 月に開幕戦をやらしていただいた時に、ありがたいことに我々 T.T 彩たまと木下さんとね、両国国技館でやらせていただいたんです。その時は大体 5600 人ぐらい入っていただいたんですけども、3 階から見た時に何も見えなかったんですよ。

どうやって観たんですかって言ったら、ちょうどモニター吊るしであったのでそれで見ました。意味がないですよって感じだったので、卓球というスポーツ自体がやはりその、余りにも大きい、例えば 5000、6000、7000、1 万人となってくると、本当に見えない競技なので我々としてはどちらがコンパクトに、例えば 2000 人から 3000 人ぐらいまでが多分キャパシティーかな、というところを目指して今やっておりますけども、やはり初年度なかなか集客伸びずに 1270 人、2 年目で 980 人、3 年目はコロナでほぼほぼない状態。復活してからもう去年 550 人。現時点で大体それは超えるところまで来ておりますけど、なかなか集客は難しいなど。

やはりですね先ほどから皆さん出てますけども、小学生を呼んで大人に来てもらう。本当にもう一番ベーシックなことをやっていくしかないのかなという。ただそれだけだとどうしても先が見えないので、何かやっぱりちゃんと掛け算じゃないですけど、何かこう踏み出してく力ってのは多分必要になるのかなというのが今の課題かなと。

(皆川氏)

皆さんに質問させていただきたいんですが、やっぱり小学生とか中心だと、スーパーアリーナは近いんですけど、運動公園とかそういうところって、割と駅から遠くて、シャトルバス行かないといけないとか、あと自家用車で親御さんに連れてっていただかないといけないみたいな話があると思うんですけど、これ、駅前立地だったらもっと集客できるような感じってありますか。

実は 2000 から 3000 だと、さいたまスーパーアリーナの 2 万人のキャパのメインアリーナと 3000 人規模のコミュニティアリーナっていうのがあるので、もし集客できるんだったら、使えるんじゃないかなと思って、ちょっとそのあたりを伺いたいんですが、いかがでしょうか。

(小竹氏)

そうですね、調べたことはもちろんないんですけども、感覚的に、間違いなく集客には駅近の方が繋がるかなというふうに思ってます。

浦和駒場体育館、また埼玉県内でしたら、所沢、久喜、また深谷等、やっぱり歩いて 10 分以上かかるようなところ。浦和駒場は浦和駅から 20 分から 30 分。北浦和でも 20 分以上で、駐車場も限られてる中で、やはり車で来られる方がまだまだ埼玉県っていうところ多いところもありますし、これ駅近だったらもっと、来てくれるんだろうなっていう。

課題なのか、次の一手なのか、いろいろ駐車場問題みたいなものも少し考えないといけないのかなと思ってます。

(近藤氏)

今おっしゃってた通りで、我々もどうしてもやはり駅から遠いところがありますし、他のアウェイのチームで駅前 5 分以内のところを使ってるチームは、それは人気があるからなのか、集客をやってるからかどうかはわからないんですけど、やっぱり来場される方は多いと思いますので、そこはやっぱり課題の一つですし、あとは極端に遠ければ、周りの駐車場が広くて、車で来て、皆さんで家族で来て見てもらって帰るっていうのも、一つの方法なのかなと思います。

(小見氏)

我々も試合を行うとき、お客様のアンケート取ってるんですけど、車で行けないのかとか。浦和駒場体育館でも試合やらせていただいているんですけど、駐車場使えないんで、バスもしくは電車使ってきてくださいって言うしかない。二の足を踏む方も絶対いらっしゃるんだろ

うなど。

我々は埼玉県がホームタウンのチームなので、いろんなところで試合をします。浦和駒場もそうですし、久喜も深谷も越谷もそうですし、実は皆さんにお配りしてるチラシの中に、和光市民文化センターサンアゼリア、そこ劇場なんです。我々はそこで試合をするんですけども、そこが唯一歩いて10分か15分ぐらい。

そういうところであれば割とお客さんからも、来やすいとか、そういう声が出てくるんで、やっぱり駅から近いっていうのは一つの大きなポイントになっていくんじゃないかなというふうに考えます。

(皆川氏)

ありがとうございます。

行政の皆さん、そういうことがあるので、それからアリーナとか作る場合はぜひ駅前立地で作っていただいて、やっぱり先ほど私の方で、地域の核っていう話をしたんですけど、2000人3000人の来場があると、そのあと、飲食であったり、この前にはホテルもあるんですけど、そういった地域への、すごくインパクトってやっぱりあるんですね。

まちづくりセンターピンってさっき鈴木啓太さんおっしゃってましたけど、まさにそういうことだと思うので、ぜひアリーナの中だけで集客するんじゃなくて、町全体と考えると、やっぱり駅前立地かなと思うのでぜひよろしくをお願いします。

(小竹氏)

私からも皆川さんに。

どういうふうにすると、固定客がつくんだろうっていう、さっきのお話で、またお2人はリピーターづくりみたいなところで、我々も26試合ホームゲームやるんですが、実際にデータを取ってるわけではなくて、年間で1ファンがどれだけ来てくれるのか、年に1回なのか2回なのか、3回なのかっていう、もちろんそのライト層とかコア層とかあるかと思うんですが、なるべくだったらこう何回も何回も足を運んでほしいなと思ってまして。

その中で皆川さんには取り組みとか仕掛けみたいなのを聞きたいですし、お2人にはぜひリピーターづくりみたいな何か取り組みがあればぜひ教えていただければなと思ってます。

(皆川氏)

我々の会場を誰が利用していただくかって決めるのは、音楽だとプロモーターさんだったり、スポーツイベントや展示会の主催者さんなんですけど、やっぱり、さいたまスーパーアリーナはリピーターに多く使っていただいているんですけど、立地とキャパシティがすごく大きいかなと思っていて、今年横浜にKアリーナというのができまして、2021年にピアアリーナできて、これから後は、まさにバスケットボールのアリーナが船橋、2025年にはトヨタのアルバルクがお台場に出来たりするんですけど、埼玉から以北の立地っていうのはあまりなくて、スーパーアリーナは新都心にあって、大宮から1駅だと。

大宮から群馬栃木から集客もできたり、あと新幹線を使うと、福島とか仙台とか新潟からも日帰りで来れちゃうっていうイベントの主催者からは、時間距離で考えた商圈ってすごく大きいよねって言われていまして、やはり集客力、物理的に集客できるかっていうのがあって。駐車場は500台程度しかないんですけど、やっぱり駅近で交通の便が良いっていうのが、すごく選ばれる要因っていうふうに思います。ぜひコミュニティアリーナ使っていただければ、仙台とか福島からも集客できますのでぜひよろしくをお願いします。

(近藤氏)

具体的などころの集客ってのは、過去の事例にはなるんですけど、ホーム戦がハンドボールの場合は17,8試合程度なんですけど、スタンプシートみたいな形で、全部の試合に来てくれてスタンプを押すと、選手と一緒に写真撮れますよ、だったりというのをやりましたけど

それでも最後達成したのは数十人レベルだったので。
あとは試合の、バレーボールじゃないですけど、ジャニーズは呼べないんですけど、前座でいろいろなアイドルの方だったりを呼んで、そのお客さんが入ってくれて、そのあと試合を見るっていうのでやったことがあります。ただ1回ちょっと残念だったのは、前座で歌ってくれたんですけど、やっぱりそれが終わって試合まで約 30 分~1 時間ぐらいあったんですよ。それ終わってワウって応援してくれたと思ったら、もうその前座だけを観て帰ってしまうっていうのもあったんで。
成功なのかわからないんですけど、トライしています。

(小見氏)

やっぱりファンになっていただくことと、会場に来た時にいかに楽しんでいただけたかっていうのがもう一番かなと思っているので、
もちろん試合自体は、僕みたいな素人が見ても本当に面白い試合展開しているので、ただそれだけでは絶対にお客さん定着しないと思ってますから、
例えば、前回ちょうど越谷総合体育館で試合させていただいたんですけど、その時ですね実はうちのパートナー企業じゃないんですけど、私担当で大学さんと、パートナー契約を結んでまして、その大学さんですね、授業を 4 月からずっと 11 月の越谷の試合に向けて、学生が考えるイベントをやりましょうと。
学生みんなが考えていいから、僕らの試合の前と、イベントと、イベントスペースを作るからそこで何かやろうというので、それをずっとプランニングしながらこういう流れでっていうのやりながら、それをやります、決まりましたってなった後に、今度は越谷市内に向けて、大学さん、生徒が作ったチラシをその全校生徒に配るとか。
何かそういう飽きさせないというか、来たときに卓球だけ見て面白くないっていう方も絶対いるんで、それより前の時間を楽しんでいただくとか。僕らもアイドル呼んだことあるんですけど、同じでした。アイドルがバーツで終わった後にザーツと書いてるっていうのは僕も見えます。

やっぱそれじゃなくても、その1日がトータルして楽しんでいただければ、サッカーですとか、野球なんかもちろんやってらっしゃると思うんですけど、
卓球とかバスケットか、なかなか室内競技で外のスペースを使うっていうのができない可能性が高い。そうなる中でやるしかない。先ほど申し上げた通り、卓球は狭いスペースでできるんで、体育館の半分をイベント、半分を卓球の本当の試合会場っていう形で、我々は運用して飽きないような仕組みってのはできるだけやろうとはしてます。

(松川氏)

ありがとうございます。
この話題まだまだ何か続きそうなところではあるんですけど、次の方の最後。
ちょっと時間の関係もありますので、皆様に感想を兼ねて、ちょっと今後考えていることを小見様から順番におっしゃっていただいて最後締められればなと思います。

(小見氏)

チーム自体はもっともっといろんな方に、例えば今日来ていただける方が全員知ってるぐらいのレベルにはさすがにいかないといけないと思ってますし、
認知度を高めていかないと、ちょっと先の集客ってところに繋がっていかないので、そういったものはもちろんやっていきたいと。
あと施設というところもちょっとまだ公表できないんですけど、もう実はですね今ホームマッチというのは少なくとも 9 試合しかないんですね、ホームとしてできる試合。合計で 20 試合しかないんで、それが来年ちょっと増える想定できるので、少し増えたところで施設、ど

こでできるのか。

いろんな仕掛けをしていきながら、施設を上手く、言い方悪いですけど、活用させていただき、お客様に楽しんでいただける、そういったものをできるようにやっていきたいなというふうに思っています。

(小竹氏)

まず、チームに関しては皆さんご存知の方もいらっしゃると思うんですけど、2026年にBリーグが変革しますというニュースも、見られてる方も多いかと思いますが、これから、カテゴリー自体は変わらないんですけど、B1が1段上がった形でBプレミア、B2がまた1段上がって、今で言うB1がBワン、そして、地域に根差すクラブとして、Bネクストっていうこの3つのリーグに変革されるということで、ここは勝ち負けではなくて、売上規模だったり、アリーナの収容人数の部分だったり、また平均観客数、平均動員数で、最終的にはカテゴリー化されてしまうという。その審査対象年に今もなっております、ですので、勝ち負けのものもちろん、集客については大事だと思っておりますし、イコールそういった数字っていう部分を追求していかなくちゃいけないというふうにはもちろん感じている中で、逆に言えばこのシステムとか仕組みは埼玉県、さいたま市で活動してる我々にとっては、メリットではないなという風に思っています。

他のBリーグ見渡してもやはりこれだけのポテンシャルを持った街で、県でやってるクラブはやはりほとんどB1に所属しておりますので、我々もB1にある意味なくはないクラブだと思っておりますので、将来的にしっかりと基盤を構築した後は今はB3ですがBワン、最終的にはBプレミアっていう、そういったカテゴリーまで見据えて、本当、中長期スパンにはなるかと思いますが、まい進していきたいなというふうに思っておりますし、その中では施設っていう部分でも、今日、浦和レッズさんいらっしゃるんで、私が大学生か社会人成り立てぐらいの時に浦和レッズさんが駒場スタジアムで、満員になってお客様入れないっていうクレームが出て、そこから2002年にさいたまスタジアムができて、そこに移転したみたいなドキュメントをちょうど見たことがありまして、まさに我々も先駆者に学ぶではないですが、やっぱりそういう神様のお示しじゃないんですけど、やはりそういう立場、またそういうクラブである必要があるなっていうので、しっかり浦和駒場体育館を満員にした後にですね、さいたま市にもできるであろうアリーナで選手たちプレーさせてあげたいなというふうに思っております。

以上です。

(近藤氏)

チームの現状は、今リーグ真っ只中で明日も岩手でリーグ戦があるんですけども、今11戦終わって6勝という形で今4位です。

やっぱりハンドボールまだまだ認知度低いですし、いろいろ取り上げていただくためにも、優勝するために、ここ数年、結果が出てない状況があるので、そこは今選手、スタッフ含めて、結果を求めてやっています。

今後施設のところでいくと、ハンドボール、今新しいリーグにもう1回変わるっていうような変革期になってます。

リーグの方でもホームアリーナを持ちましょうというような、まさしくそこは大崎電気としては課題感がありますので、皆様、自治体も含めて埼玉県にサポートしていただきながら、ホームアリーナを見つけていければと思いますので引き続きよろしくお願いたします。

(皆川氏)

今日お話を伺っていて、やはり皆さん、さいたまスーパーアリーナでできるポテンシャルが

あるんじゃないかと。

先ほど小竹さん、さいたま市に新アリーナっておっしゃってましたけど、琉球ゴールデンキングスは平均 7000 人に入ってますので、スーパーアリーナも使えると思うんですね。

あとハンドボールもヨーロッパだと、チャンピオンリーグ、2 万人規模のアリーナで決勝戦やってますんで、これからどんどん大きくなれば、スーパーアリーナのメインアリーナを使えますし、先ほど言ったコミュニティアリーナは 3000 人規模なので、すぐ使えるんじゃないかなと思うんで、あとでうちの社員から料金表用意させます。

施設については先ほどちょっとお話したように、2026 年から休館に入ります。休館の中で、やはり我々来場者の方が、どれだけやっぱりエクスペリエンスを高められるかっていうところに注力して、リニューアルしていきたいと思ってます。

今日来ていただいて皆さん、スポBiz 埼玉の目的としては、スポーツと地域のマッチングみたいなこともあるかと思しますので、ぜひ皆さんの知見で 300 万人、スーパーメインアリーナに年間 300 万人来ますので、そこに我々のお客様と皆さんたちの製品とかブランドとかをうまく組み合わせて、観客の体験を高められるようなことがあれば、ぜひ提案いただければありがたいなと。

私からは以上です。ぜひお願いします。

(松川氏)

ありがとうございます。

今まとめていただきましたけど、今日お話あったように、各チーム課題いっぱいありますって話ですし、これからやっていかなきゃいけないことがいろいろあるし、チャンスもありそうだということで、今日チームの方と共に企業の方もいらっしゃっていると思います。すでにいろんなプログラムできちんと企業連携の方もスポBiz 埼玉の中で進めているとは思いますが、ネットワーキングの機会で色んなお話しできればという風に思います。

4 方ありがとうございました。