

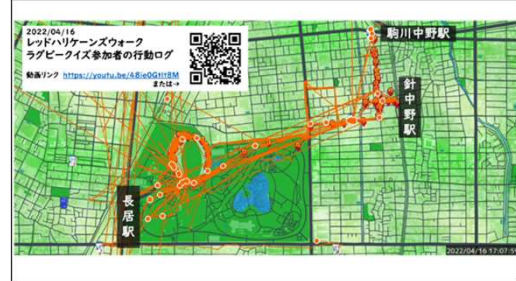
レッドハリケーンズウォーク
 大阪市東住吉区 × リアルワールドゲーム株式会社

取組概要

課題：ヤンマースタジアム長居での試合後、観客はスタジアム最寄りの長居駅からすぐに帰ってしまうため、駅以外の地域への消費が少ない状況でした。
 解決策：クイズスポットを活用したウォーキングイベントを開催し、駒川中野駅前の商店街まで誘導しました。
 通常であれば徒歩30分程度のルートを、参加者はクイズを楽しみながら1時間半程度かけて周遊しました。観客の地域滞在時間を1.5〜2倍増加させることができました。



アプリ画像とイベントの様子



クイズイベントで人流を制御

基本情報

代表地方公共団体	大阪市東住吉区
代表民間団体	リアルワールドゲーム株式会社
他の連携団体等	NTTドコモレッドハリケーンズ大阪
カテゴリ	健康増進／観光客の誘致／地域振興・交流
事業費	
めざすSDGsゴール	
事業化までの期間	2021年11月採択～2022年3月イベント開始

取組内容



レッドハリケーンズウォークPR用のチラシ

この取組で解決した課題	この取り組みにより、大阪府東住吉区の地域経済の活性化という課題の解決に挑みました。東住吉区には、ヤンマースタジアム長居という大きな競技場があり、国際大会やライブなどの大規模イベントに利用されています。その際、多くの人が来場するが、来場者の動線は駅とスタジアムの間のみであり、あまり恩恵を得られていません。そこで我々は、スタジアム来場者の人流を制御することで、商店街などに人を集め、経済効果を創出することに着眼しました。また、レッドハリケーンズ大阪が提示した課題の一つとして、「チーム・選手のフィジカルデータ等を活用したヘルスケアビジネスの創出」がありました。弊社RWGは、「歩いて充実した人生を」をミッションに掲げ事業を行っています。そのため、地域経済の活性化と、レッドハリケーンズが行うヘルスケアビジネスの創出の両立に力添えが出来ると考え本企画を提案しました。
解決に向けた手法	ビジネス創出プログラム「INNOVATION LEAGUE SPORTS BUSINESS BUILD」において、レッドハリケーンズ大阪と共にイベントを企画しました。参加者がアプリを用いて東住吉区のヤンマースタジアム周辺の商店街を周遊するクイズイベントです。イベント期間は3月12日～4月24日で、主にホーム戦に合わせて開催をしました。解決に向けた手法の一つが、選手を集めるクイズラリーです。参加者がレッドハリケーンズ応援店舗や市内の観光スポットを巡ることで選手のカードを集め、コレクションをコンプリートしたユーザーにはリアルで景品をプレゼントする、といった内容です。このイベントを通じて、参加者の移動範囲を広げ、消費を促しました。マイクロリズム促進により、コロナ禍で打撃を受けた飲食店を応援することが出来ました。また、歩くことによる参加者の健康寿命の延伸、生活習慣病の発症予防に貢献しました。

取組詳細

事業推進上の各団体の役割分担	大阪市東住吉区は、実証フィールドの提供、各種情報提供を行った。 NTTドコモレッドハリケーンズ大阪は、選手情報・画像・ロゴ・景品の提供を行った。 リアルワールドゲームスは、イベント企画、運営、アプリ開発を行った。
地域関係者との連携方法	商店街の店舗経営者に対し、イベントの意義に賛同してもらい、ともに地域を盛り上げるために、店舗情報の提供やイベント周知に協力を仰ぎました。
資金調達方法	「INNOVATION LEAGUE SPORTS BUSINESS BUILD」のサポート資金を用いて実証を行いました。
資金調達方法の補足	
事業推進上の課題・工夫	工夫した点は主に2点あります。1点目は、各ステークホルダーの強みを最大限活かし、地域に大きなインパクトを与えるために、地図上のスポット配置を考慮した点です。人の流れを作りたい場所や、人を集めたい場所までのスポット配置を工夫し、イベント参加者の移動経路を設計しました。2点目は、他地域でも応用できるように、汎用性の高いイベントを目指した点です。地域経済の衰退という問題は、全国のような様々な地域が抱えています。本事業では、その地域の特性をできるだけ活かしたイベントになるように工夫し、他地域での応用も見据えたイベント企画を行いました。

担当者のコメント

本事業により、人流を制御し地域活性化を行うことの実現可能性を見出せたことは、我々にとっても大変喜ばしい結果でした。なにより、イベント参加者がとても楽しんでいる様子を見られたことが一番印象的でした。今後は、本事業をブラッシュアップし、他地域へ応用していきたいと考えております。そして、一人ひとりが地域経済を支えていく仕組みを構築できれば、と考えております。



私もイベントに参加し、皆様と楽しみました。

優良事例応募項目

取組のポイント（3つの視点）	<p>①地方創生SDGsの視点 本事例において、我々はウォーキングイベントを開催しました。イベントにより、参加者は街を歩くことの楽しさを実感し、意識が変わり、近距離の移動では自家用車よりも徒歩や公共交通機関での移動を選択する可能性が上昇します。自家用車の利用が減少することで、脱炭素社会へとつながっていきます。また、街を周遊することにより、地域の商店街などが経済活性化され、賑わいも創出されることで、持続可能な街づくりを行うことができます。</p> <p>②ステークホルダーとの連携 本事例の主なステークホルダーは、大阪市東住吉区、NTTドコモレッドハリケーンズ大阪、弊社、ファン、地域住民です。ヤンマースタジアム長居などの大規模集客能力のある東住吉区、選手やマスコットキャラクターなどのコンテンツや熱狂的なファンをもつレッドハリケーンズ、自社開発の位置情報アプリをもつ弊社の強みをそれぞれ活かし、シナジー効果を生み出しました。</p> <p>③モデル性・波及性 本事例をロールモデルとして、他地域でも応用可能です。弊社のアプリは汎用性が非常に高く、全国には様々なスポーツチームが存在するためです。本事例をベースとし、地域、スポーツチームの特性を活かした個性的な取り組みを行うことができます。また、本事例は、クイズイベントによりファンの移動を制御したという点に新規性があり、より大規模に行うことで、地域経済に大きなインパクトを与えることが可能です。</p>
----------------	--