



(株)グランド六甲 取締役社長 波多 達也 氏



「K O B E」 × 「S P O R T」 ～スポーツ産業振興を通じて、 神戸経済の活性化へ～

コロナ禍のスポーツ 関連企業の取り組み

9月8日神戸スポーツ産業懇話会オンラインセミナーより

講演の様子は二次元コード(Youtube)からご覧いただけます。



SAGA久光 スプリングス(株) 営業部部长 青木 孝行 氏



神戸六甲ボウルの感染症対策の取り組みとクラウドファンディングへの挑戦

——神戸六甲ボウルについて

当社は、1972年、小泉製麻グループのスポーツ&レジャー事業として創業しました。現在、全40レーンに最新のコンピューター設備を導入したボウリング場「神戸六甲ボウル」を運営しており、地域密着型の事業展開で、地域の皆様に親しまれています。また、西日本屈指の名門施設として、国体はじめ数々の公式大会の会場として大会運営を担っています。毎年7月には、女子プロボウラーの公式大会「六甲クイーンズオープントーナメント」（以下、六甲クイーンズ）を主催しています。今年で36回を迎える歴史と伝統のある大会で、例年多くのボウリングファンで大変盛り上がっています。

——新型コロナウイルス感染症の影響は

4月8日～5月22日の緊急事態宣言の発令期間中は営業自粛を余儀なくされました。団体客のキャンセルや一般客の減少など大きなダメージを受け、今も厳しい状況が続いています。運営再開後は、検温・消毒の実施、ソーシャルディスタンス確保、場内換気の徹底、利用後のアルコール清掃など、万全の感染予防対策を実施し、お客様が安心安全に利用いただけるよう細心の注意を払って運営しています。



神戸六甲ボウルの感染予防対策の取り組み

——クラウドファンディングへの挑戦を通じて

今年の六甲クイーンズは多くの協賛企業のご理解と日本プロボウリング協会の協力を得て、10月に無観客での開催を決定しました。しかしながら、プロの活躍の場であり、多くの

ボウリングファンが楽しみにしているトーナメントのほとんどは中止となっています。当社としては、プロボウラーやボウリング業界に何とか貢献できないかと考え、業界で初めてとなるクラウドファンディングに挑戦。女子プロボウラーの輝けるステージとして、「六甲クイーンズアンコール クリスタルカップ」という新たなトーナメント開催を目標に掲げました。そして7月13日～8月25日の期間、目標金額を450万円に設定して支援を募った結果、432名の方から目標を超える約650万円の支援をいただくことができました。

今回日本プロボウリング協会と連携しながら、プロジェクトへの理解とサポートをいただいたこと、そして支援に対するリターン（返礼品）を工夫したことが成功につながったのだと思っています。リターンはファンの方に喜ばれ、かつ価値のあるものにしたいと考え、大会の限定観戦チケットやオリジナルウェア、優勝プロサイン入り写真パネルなどを用意し、金額はパンフレットセットの3,000円からと間口を拡げ、多数のご支援をいただけるようにしました。また、女子プロボウラーにはリターンでの協力に加え、SNSなどを通じた情報発信にも力を入れていただきました。ファンの方々の共感を得られたことも成功の要因だと思います。

今回のプロジェクトを通じて、ファンと共に作る新たな開催方法で、プロスポーツとしてのボウリング、そして業界に貢献できた喜びとともに、改めてボウリングファンのありがたさを感じることができました。この経験を糧に、これからも地域・社会貢献も含めた活動をボウリングを通じて行っていききたいと思います。



リターン（返礼品）の一部

プロスポーツチーム運営の今後の展望

——久光スプリングスの歩み

久光スプリングスは、本拠地を佐賀県鳥栖市、練習拠点を神戸市に置く女子バレーボールチームで、国内最高峰のバレーボールリーグ「Vリーグ」のV1に所属しています。神戸市西区の専用体育館で日々練習を重ねており、選手、スタッフの大半は神戸市内在住です。当チームは1948年、久光製薬工場内のバレーボールクラブとして発足しました。2000年には、当時神戸にあった女子バレーボールチーム「ダイエーオレンジアタッカーズ」の選手・スタッフを受け入れ、2001年よりチームを統合し、神戸での活動は今年で20年目を迎えています。

SAGA久光スプリングス(株)は、バレーボール事業の推進を通じてさらなる地域・経済の活性化を促進するため、チームを運営する事業会社として2020年3月に設立しました。



——コロナ禍のチーム運営について

コロナの影響により、スポーツにおいても試合の開催方法や観戦スタイルに大きな変化が生じる中、当社としては、まずはデジタル化への取り組みが急務であると考えており、そして、いかに事業として成立させるかを模索しているところです。

対外的な活動が制限された中でも、主に若年層のファンを獲得するため、Twitter、Instagram、Facebook、YouTubeの4つのアカウントを駆使した情報発信に注力しました。日々の練習や選手を知ってもらうためのインスタライブ、緊急事態宣言中の運動不足解消のためのオリジナ



久光スプリングスのSNS活用状況（2020年9月）

ル体操やオンラインファン感謝祭、紅白戦の様子をYouTube配信したことなどにより、フォロワーの獲得やエンゲージメント率の高まりにつながり、一定の成果を出せたと考えています。今後は、これらの取り組みを通じて、いかにマネタイズするかが検討課題です。

——今後の展望は

SNSなどを活用した情報発信により、まずはチームを知っていただく、興味を持っていただくことに注力します。その後、様々な仕掛けを通じ、新たなファン獲得に繋げていきたいと考えています。これまで収集、分析が不十分であった顧客情報を一元管理できるシステムを整備し、ゆくゆくはデータドリブンマーケティングを展開していきます。

2020-21シーズンは10月にVリーグが開幕し、2021年1月30日、31日にはグリーンアリーナ神戸でのホームゲームを予定しています。このような状況だからこそ、バレーボールというスポーツの持つチカラを試合を通じて表現したいと考えています。創部から72年目を迎え、Vリーグ最多優勝を誇る歴史と強さを兼ね備えたチームとして、世界クラブ選手権での優勝、世界一の女子バレーボールチームを目標にこれからも活動してまいりますので、ぜひ皆さまの熱い声援をお願いいたします。