

B.LEAGUE×まちづくり

おすすめ
行政課
✓ 工商観光
✓ 商店街
✓ 公共交通



沖縄で『おおきなわ』を作っていく

キングス商店街
琉球ゴールデンキングス

#商店街活性化 #シャトルバス #回遊 #まちなかウォーク
Keyword !

沖縄サントリアリーナの開業に合わせ、沖縄市の 商店街 へ相互送客

“キングスを応援したい”、“沖縄市を盛り上げたい”という 応援文化の日常化

シャトルバス運行 により 来街者回遊 を促し、商店街全体でクラブを応援

コラボスタンプラリー

- キングスファンを商店街へ誘導



ユニフォームを着用

- 商店街全体で応援する雰囲気醸成



商店街にのぼりやちょうちんを設置

- 商店街の活気を高め、地域の方が立ち寄りやすい空間を作る



特徴

アリーナ来場者の試合前後の消費活動を
促進することで経済振興を図る

日常の賑わいを繋ぐ
回遊性の創出

試合開催日に、商店街イベントを実施
アリーナ来場者を商店街へ回遊させ、地域経済への波及効果を最大にする

クラブと地域の強い
一体感を醸成

お店の従業員がキングスのオリジナル背番号入りのユニフォームを着て働く
商店街全体で応援する雰囲気醸成

地域密着から
地域愛着

商店街にのぼりや、ちょうちんを設置することで活気が高まり
新たな店舗間の繋がりがも生まれた

実現までの課題・失敗談

1.観光地としてイメージアップ

観光客に訪れてもらう観光地としては、ハードルが高く、街の認知度の向上が必要だった。
提灯やユニフォーム着用で活気が生まれた

2.店舗間での繋がりが希薄に

一時期空き店舗が増えたこともあり、情報共有の手段や場がなくなった。
“キングスの応援”やを通じて商店街が一つに

B.CLUBが発揮するチカラ

ヒトを動かすチカラ

試合日のシャトルバスの発着所を、商店街周辺とすることで、ファンの相互送客を実現

企業を巻き込むチカラ

各飲食店との連携により、商店街全体に賑わいを生む地域活性化モデル

現時点での成果

1.商店街活性化への寄与・集客増加

地域全体の活性化が促進され、商店街のにぎわい創出や各店舗の売上向上

2.商店街の雰囲気向上

商店街の活気が高まり、訪問者にとって親しみやすい雰囲気醸成

3.優勝パレードに2万人が集う

優勝パレードを商店街連合が主催。コザ商店街でのパレードで歓喜がわいた



ビジョンの
仮説構築

『通りすがりの街』に人流と賑わいを生み商店街を再生

- 空港や他の観光地に比べ観光訪問者数が少なく、消費も限定的
- さらに、車社会のため地域消費も少なく商店街が衰退化。空き店舗が増え
- 熱狂的ファンベースとキングスのアイコンカリー、商店街活性化に寄与

ビジョンの
構築・共有

キングス商店街のはじまり〜コザの街を元気に〜

- 「見る街・買う街・憩いの街」としてにぎわいを創出
- 店舗従業員がキングスのユニフォームを着用し、商店街全体で応援する雰囲気醸成
- ホームだけでなくウェアファンも巻き込んだ新たな交流や友情を育む場づくり

PoC

シャトルバスの運行〜アリーナと街を結び絆〜

- 沖縄市の中心市街地からアリーナまでシャトルバスを運行。車と人を停めさせて街に人を流す試み
- キングスからオリジナルのちょうちんが商店街に贈呈され、通りを明るく照らすことで、訪問者にとって親しみやすい雰囲気醸成
- 飲食店の従業員にオリジナル背番号のユニフォームを配布。店舗間の繋がりが強くした

事業開発

にぎわい創出に向けた支援

- 「Enjoy Okinawa City Day」や「キングス商店街ナイト」といったイベントを開催し、試合観戦後の来場者が商店街を訪れ機会を作り、消費活動を促進
- 琉球ゴールデンキングスの優勝を祝うパレードを開催し、ファンや地域住民の参加を促進
- 活性化を目的にブランドを提供し、商店街とのコラボレーション企画の実施

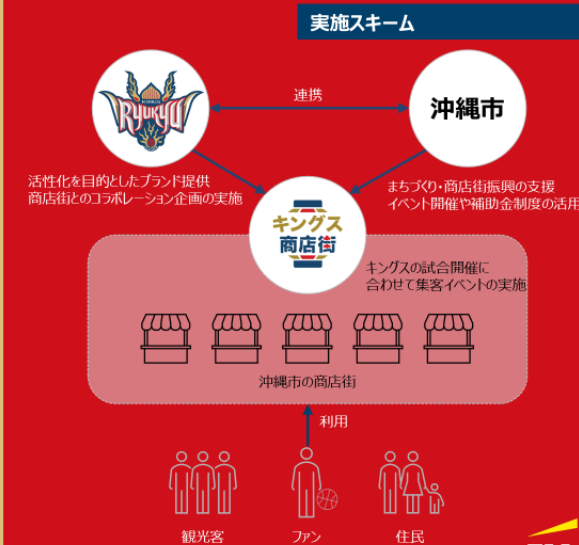
事業育成

交通課題も解決

- 交通渋滞の緩和や、迷惑駐車防止にも効果が出ている

発信力の強化

- メディア意識。話題性追求



施設概要

- 住所：沖縄県沖縄市中央（コザ地区）
- アクセス：那覇空港から車で40分
- 最寄りバス停：「ミュージックタウン前」|「BCコザ（市立図書館前）」

EY
Shape the future
with confidence

（注）本報告書は、EYのメンバーが、本報告書の作成に協力した。EYは、本報告書の作成に、本報告書の一部を支援した。

キングス商店街で沖縄市の魅力を体感



琉球ゴールデンキングス
ブランドینگ部門 責任者
喜屋武 裕乃（ぎやま ひろの）



コザ商店街連合会
事務局
親川 雅也 様

公民連携のポイント

人材連携

法制度・許認可

財源

土地の所有・管理

施設の所有・管理

運営方針

市民との合意形成

リスク管理

広報・PR

地域と取り組む「まちづくり」

沖縄市の街が盛り上がりつつない現状に課題をすぐ感じており、試合に訪れた人々を、どうやってこの街に流し、地域を活かしていくかがポイントだと考えました。
2021年に沖縄サントリアリーナの開業に合わせて、ホームタウン沖縄市の中心市街地にある商店街で、“キングスを応援したい”、“沖縄市を盛り上げたい”という思いで結成された「キングス商店街」の皆さまと共に地域の活性化を目指す取り組みを行い、これまで以上に「まちづくり」に注力しています。

アリーナと地域を結ぶ「無料シャトルバス」

ホームゲーム日に「無料シャトルバス」を運行させ、発着地を、ホームタウン沖縄市の中心市街地に設置しています。これは、アリーナ来場者の試合前後に商店街での消費活動を促進することで地域の経済振興を図る狙いがあり、同時にアリーナ周辺の交通渋滞を避ける工夫や、迷惑駐車防止にも積極的に取り組んでいます。

他にも、優勝パレード時やシーズン報告会などでは、キングスの選手が商店街を練り歩き、店舗の皆さまとお客さんを繋ぐひととき、キングスの大切な理念でもある「沖縄をもっと元気に！」を体現する一丁目一箇地の活動を行っています。

キングス商店街のはじまり

沖縄市へ観光で初めて訪れる方々に、コザ商店街に足を運んでもらうには、少しハードルが高かった。キングスと連携することで、まずは「試合がある日」に来てもらって、試合が無い日でも来てくれるような流れを作りたいと思っていました。店舗のスタッフさんや店長さん、皆さん面白い方が多いので、来たら結構ハマっていて、一度訪れたと地元の温かみや優しさに触れることで、いい意味で「コザ中毒」になって帰っていきます。

商店街内の絆も深めたオリジナルユニフォーム

最近だと一時期空き店舗が増えた時期でもあり、回覧板などもなかった。店舗それぞれで情報共有していることがなく、関係が希薄になっていました。キングスから背番号入りのオリジナルユニフォームをもらい「キングス商店街」の取組が始まったことで、店舗同士でコミュニケーションが取れるようになり、以前より街を盛り上げようという機運にたどり着き、あとは実際に行動を起こしたりすることができるようになったので、キングスをより身近に感じ、アリーナができたことによって、今僕たちにとってはとてもプラスになっています。