

令和7年度 嘉手納町

「スポーツツーリズム推進事業委託業務」

事業報告書

令和8年2月

一般社団法人沖縄スポーツ関連産業協会

目次

第一章 事業実施概要

(1) 事業目的

① の目的	本事業 4
----------	----------

(2) 事業方針

① の事業展開方針	今年度 5
--------------	----------

第二章 事業実施内容と結果

(1) 勉強会の開催

① 勉強会の在り方	11
② 勉強会の実施内容	12

(2) プロスポーツチームの誘致交渉

① 交渉団体を対象とした具体的な交渉戦略の策定	25
② 誘致に必要な地域連携条件整理（施設利用、地域住民の協力、観光資源活用等）	25
③ 交渉団体との交渉記録や合意内容の整理と報告	27
参考 令和7年度の嘉手納町におけるスポーツコンベンション受入実績	30

(3) その他

① 横浜DeNAベイスターズ2軍キャンプを活用したマーケティング調査及び各種施策	31
・アンケート	35
・宮崎キャンプ視察	45
② 宿泊施設非併設型キャンプ・合宿誘致スタイルの視察・調査	53

第三章 事業全体総括

(1) 事業総括施策の成果

① 勉強会における成果・課題と次年度に向けて	57
② 横浜DeNAベイスターズを活用した各種施策における成果課題と次年度に向けて	59

(2) 次年度に向けた提言	62
---------------	----

第一章 事業実施概要

第一章（１）事業目的

①本事業の目的

■事業目的

嘉手納町では、令和4年度にスポーツツーリズム基本構想、令和5年度にスポーツツーリズム基本計画を策定し、スポーツを通じた観光拠点の形成、観光誘客数の増加を図るため、国内外のプロスポーツチームの合宿や各種大会等の誘致に取り組む方針が示されている。

一方、現在の一部の施設や受入環境においては必ずしもプロスポーツチームの要求を満たすレベルに達していないことから、将来的な施設整備も見据え、嘉手納町の現状に即したキャンプ・合宿の誘致スタイルを確立するための提言をまとめる。

本事業では、プロスポーツチームの誘致交渉を推進するとともに、嘉手納町に誘致可能なプロスポーツチームを活用し地域への効果を最大化する戦略を立案するとともに、「スポーツツーリズム推進協議会（仮称）」の設立に向けた意識醸成に資する取り組みを行う。

■事業内容

本事業は、上記の目的を達成するための具体的な支援を提供するものとする。

(1) スポーツツーリズム推進協議会（仮称）の設立に向けた意識醸成に資する勉強会の開催
町の方針および戦略策定および将来的に商工会、観光協会、行政等が連携する組織の設立に向けて、意識醸成を目的とした専門家を招聘した勉強会を開催する。

(2) プロスポーツチームの誘致交渉（地域連携、まちづくりを見据えた交渉・招聘）
プロスポーツチームを対象とした戦略的誘致交渉を進める。地域連携を基盤とした受け入れ条件を整理し、誘致活動の成果を最大化する。

- ①交渉団体を対象とした具体的な交渉戦略の策定及び誘致交渉
- ②誘致に必要な地域連携条件整理（施設利用、地域住民の協力、観光資源活用等）
- ③交渉団体との交渉記録や合意内容の整理と報告

(3) その他

嘉手納町に即したかたちの誘致スタイルを確立し事業を進めるため、（1）から（2）までに掲げるもののほか、本業務に関し必要と認められる支援・アドバイスを行う。

- ① 横浜DeNAベイスターズ2軍キャンプを活用したマーケティング調査
来場者アンケート等によるデータ収集により観戦者の行動・ニーズを把握し、次年度以降のプロモーション施策や域内需要創出へ活用する。
- ② 宿泊施設非併設型キャンプ・合宿誘致スタイルの視察・調査
宿泊施設を併設しない合宿受入の事例を調査。地域資源との連携による受入体制を検討する。

第一章（２）事業方針

②今年度の事業展開方針




■嘉手納町におけるスポーツツーリズム構想と計画

令和4年度	嘉手納町スポーツツーリズム基本構想	<ul style="list-style-type: none"> プロ野球トップチームの誘致決定 今後の戦略的誘致競技としてサッカー、ラグビー、ソフトボールを選定
令和5年度	嘉手納町スポーツツーリズム基本計画	<ul style="list-style-type: none"> 戦略的誘致競技のプロ誘致の可能性調査 スポーツコミッションの提案 プロモーション戦略/地域活性化施策の提案

スポーツを通じた観光拠点の形成、観光誘客数の増加を図るため
国内外のプロスポーツチームの合宿や各種大会の誘致に取り組む方針

しかし、

現在、一部の施設や受入環境においては、
必ずしもプロスポーツチームの要求を満たすレベルに達していない

令和7年度（本事業）	<p>(1) スポーツツーリズム推進協議会（仮称）の設立に向けた意識醸成に資する勉強会の開催</p> 	<p>(2) プロスポーツチームの誘致交渉（地域連携・まちづくりを見据えた交渉・招聘）</p> 	<p>(3) その他 嘉手納町の誘致スタイルを確立するための支援・アドバイス</p> 
------------	--	---	--

嘉手納町の現状に即したキャンプ・合宿の誘致スタイル確立

■前提条件の整理

A 嘉手納町を取り巻く現状分析

嘉手納町の各スポーツ施設の現状・課題、宿泊施設や交通などの受入環境の状況を分析。各スポーツチームや大会などのニーズとのマッチングを行う事で、現状で誘致できる団体にアプローチしつつ、将来的な施設改修後の誘致戦略を設計する。



スポーツ施設の
現状課題

受入環境（宿泊等）
現状・課題

×

スポーツチーム
大会主催者のニーズ

現状誘致できる団体へのアプローチと将来的な誘致設計

B スポーツコンベンションの在り方

沖縄県全体で推進されているスポーツコンベンションの在り方を参考に。また、Jリーグのシーズン移行などキャンプを取り巻く環境変化がもたらす影響についても整理し、これらの情報をもとに、嘉手納町にとって最も効果のあるコンベンションの在り方を検討する。



スポーツコンベンションの在り方

キャンプを取りまく環境変化
（Jリーグシーズン移行など）

嘉手納町にとって最も効果のあるコンベンションの在り方

「スポーツコンベンション嘉手納スタイル（仮説）」を導出する

第一章（2）事業方針

②今年度の事業展開方針（つづき）

■ A 嘉手納町を取り巻く現状分析

嘉手納町の各施設における現状分析を行い、誘致候補を絞り込む。

嘉手納野球場（2025年4月共用開始）



- ・両翼が100mに拡大
- ・屋根付きスタンド整備
- ・ブルペンが5レーンに拡充
- ・JISスポーツ基準の照明完備
- ・スポーツドームと併用可



- ・全面人工芝 ※チームによっては天然芝希望
- ・収容人数3,000人（観客席1,026席）と他の1軍受入れ球場より少ない
- ・ブルペン雨天対策/サブグラウンド必要
- ・Wi-Fiが未整備



現状の誘致候補

- ・プロ野球2軍
- ・高校野球、大学野球、社会人野球、女子野球
- ・ソフトボール代表チーム、JDリーグ

2軍以下カテゴリーで稼働率最大化

嘉手納町陸上競技場（1995年供用開始）



- ・天然芝のフィールド
- ・LED照明完備で夜間練習可能
- ・スポーツドームとの併用可



- ・サッカー、ラグビーのプロ使用はサイズ不足
- ・フェンス/防球ネットの老朽化、高さ不足
- ・クラブハウス未整備（ラグビーなど）
- ・陸上トラックの老朽化
- ・芝の質が担保されていない



現状の誘致候補

- ・ジュニアサッカー大会（スポーツドーム併用して複数面提供）
- ・ジュニア陸上大会

ジュニア世代などをターゲットに大会誘致

嘉手納スポーツドーム(2002年11月共用開始)



- ・野球場/陸上競技場と併用可
- ・夜間練習が可能
- ・雨天時の代替として活用



- ・スペースが狭い
- ・トレーニング施設はプロ仕様ではない



現状の誘致候補

- ・ジュニアサッカー大会（陸上競技場と併用して複数面提供）
- ・ジュニア陸上大会

第一章（2）事業方針

②今年度の事業展開方針（つづき）

■A 嘉手納町を取り巻く現状分析

嘉手納町の各施設における現状分析を行い、誘致候補を絞り込む。

嘉手納総合運動場・嘉手納町ソフトボール場（1984年4月共用開始）



- ・敷地面積が13,593㎡と広い
- ・天然芝/ラバーフェンス整備
- ・ナイター設備完備



- ・施設の老朽化が進行（30年以上）
- ・緩衝材の経年劣化、ベンチ内の壁や床の破損
- ・飛球用ネット（L字ネット・Tネット等）備品の不足



現状の誘致候補

- ・ジュニアソフトボール大会

アマチュアカテゴリーの大会利用促進

兼久体育館（リニューアル後：2026年3月完成見込み）



- ・バスケットボール、バレーボール、フットサルなど多くの屋内スポーツに対応可能
- ・空調完備



- ・収納式や移動式の観覧席がない（プロ興行に向かない）
- ・アリーナスポーツは沖縄の気候の優位性が出せず、県内外の他施設と差別化しづらい



現状の誘致候補

- ・ジュニアフットサル大会（スポーツドーム併用）
- ・ジュニアのバスケ・バレー・バドミントンなどの大会

他施設との抱き合わせ等で誘致

宿泊施設



- ・飲食付きの大型宿泊施設がない
- ・観光地が少ないため、将来的な民間ホテル誘致も簡単ではない

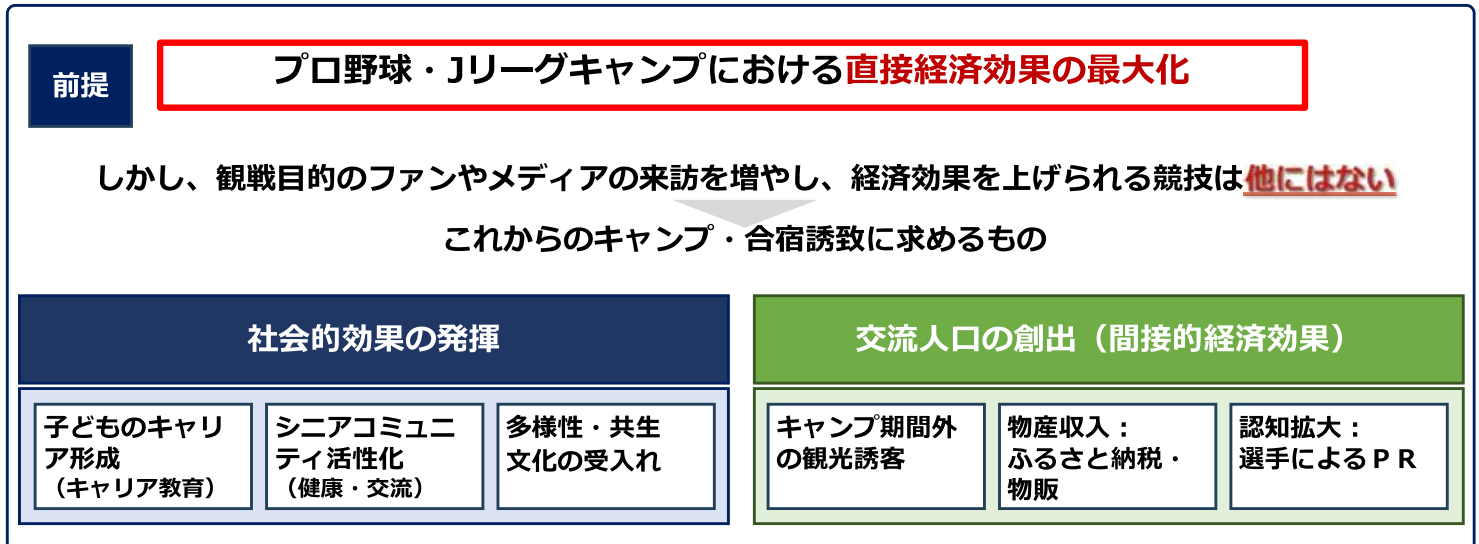
- ・ビジネスホテルで対応可能な競技の誘致
- ・近隣自治体との宿泊連携（送迎）
- ・学校施設の活用や民泊、比謝川自然体験センターとの連携

第一章（2）事業方針

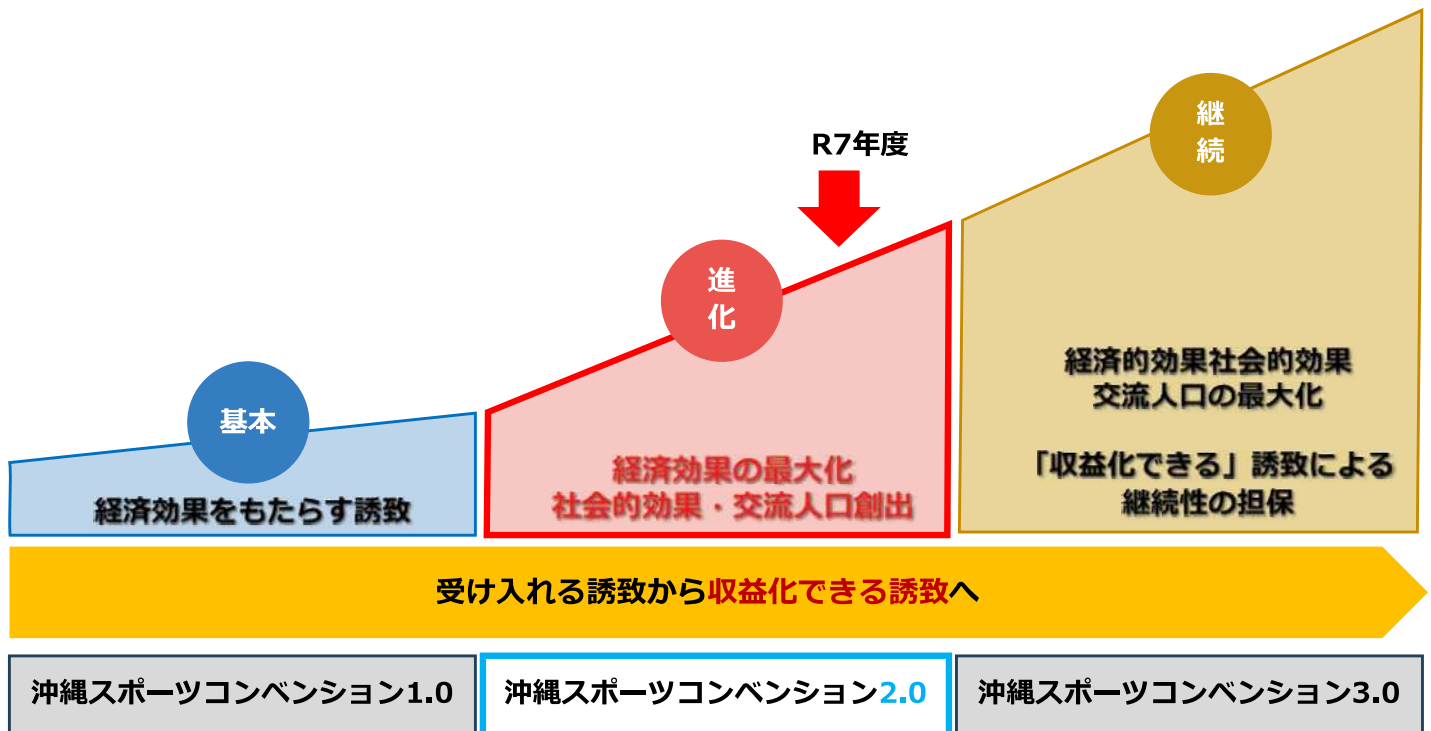
②今年度の事業展開方針（つづき）

■B スポーツコンベンションの在り方

沖縄県文化観光スポーツ部スポーツ振興課ではワンスポ沖縄の提案のもと、沖縄スポーツコンベンション2.0を提唱しており、嘉手納町のスポーツコンベンションについても県の施策との連動性が望まれる。



沖縄県 沖縄スポーツコンベンション2.0



第一章（2）事業方針

②今年度の事業展開方針（つづき）

■コンセプト

嘉手納町を取り巻く現状分析及びスポーツコンベンションの在り方を鑑み、スポーツコンベンション嘉手納スタイルを導き出し、事業を展開する。

A 嘉手納町を取り巻く現状分析

- ・ 野球場以外は、プロスポーツチーム向けに改修が必要
- ・ 兼久体育館は、リニューアル後の他施設との差別化を検討
- ・ 大型宿泊施設の不足がプロチームの誘致に不利であるとともに、経済効果も限定的（合宿費用の約50%を宿泊費が占める）

B スポーツコンベンションの在り方

- ・ プロ野球による経済効果は、1軍・2軍問わず最大化すべき
- ・ スポーツコンベンションは経済効果の追及から、社会的効果、交流人口の拡大へと発展

「スポーツコンベンション嘉手納スタイル（仮説）」

1

横浜DeNAベイスターズのプロパティを最大限活用した
キャンプ期間外を含む通年の観光誘客と交流人口拡大

2

アマチュア競技、学生団体等を中心とした
地域交流による社会的効果を発揮する誘致の推進

3

体育施設の整備を見据えた、現状の施設・受入課題（大型宿泊施設不足等）を前提とした
嘉手納に即したキャンプ・合宿受入モデルの確立

令和7年度スポーツツーリズム推進事業

横浜DeNAベイスターズとの取り組みで経済効果を高めつつ、
嘉手納町の現状に即した受入モデルを検討する。

第二章 事業実施内容

第二章（１）勉強会の開催

① 勉強会の在り方

■スポーツツーリズム推進協議会（仮称）の設立に向けて

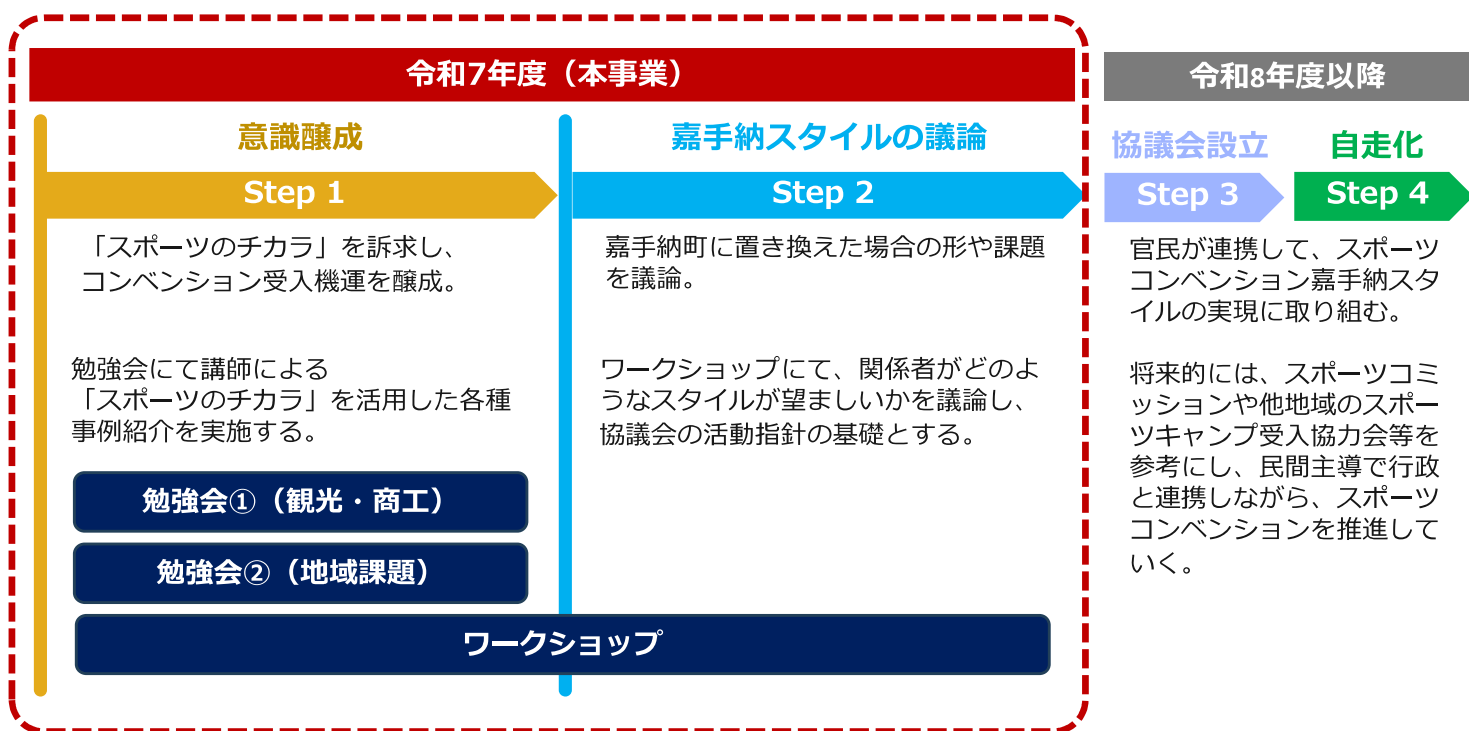
スポーツコンベンション嘉手納スタイルの3要素の実現、および嘉手納町におけるスポーツコンベンションが将来的に自走化していくためには、スポーツツーリズム推進協議会（仮称）の設立が必須である。その最初の取り組みとして勉強会を開催する事で、地域のステークホルダーが「スポーツのチカラ」を活用したまちづくり、地域活性化について学ぶとともに、自らスポーツコンベンションを推進するという意識醸成をはかった。

スポーツコンベンション 嘉手納スタイル	1	横浜DeNAベイスターズを活用した観光誘客・交流人口拡大
	2	地域交流による社会的効果を発揮する誘致の推進
	3	嘉手納に即したキャンプ・合宿受入モデルの確立

スポーツのチカラを活用し、まちづくり・地域活性化につながる「スポーツコンベンション（キャンプ・合宿・大会誘致）」の実現に向けて、スポーツツーリズム推進協議会（仮称）の設立に向けた意識醸成を行う。

■推進のステップ

令和8年度以降の協議会設立及び協議会の自走化に向けて、今年度は意識醸成及び嘉手納スタイルの議論を行うべく、2つのステップで勉強会を実施した。



第二章（1）勉強会の開催

② 勉強会実施内容

■第1回 観光・商工に焦点をあてた勉強会/ワークショップ

- 日時 : 2025年10月24日 16:30~18:00
場所 : 道の駅かでな 1F 待合室
目的 :
・スポーツツーリズムの理解を深める
・キャンプを地域活性化につなげる具体的アイデアを出し合う
・観光協会、商工会、事業者が一体となる「顔の見える関係性の構築」

参加者 :

(順不同敬称略)

所属	役職	氏名	カテゴリー
道の駅かでな			観光
嘉手納町観光協会			観光
嘉手納町観光協会			観光
道の駅テナント			商工
道の駅テナント			商工
道の駅テナント			商工
商工会青年部			商工
産業環境課			行政
産業環境課			行政
産業環境課			行政

プログラム :

① セミナー

タイトル : 「スポーツツーリズムとは? ~ベイスターズ2軍キャンプをどう盛り上げるか~」

講師 : (一社) 沖縄スポーツ関連産業協会 代表理事 青田 美奈

- セミナー骨子 :
- ・スポーツツーリズムは、スポーツ参加や観戦を目的とした旅行や、スポーツを観光資源として地域振興につなげる取り組みである。
 - ・嘉手納町では、横浜DeNAベイスターズキャンプを活用し、観光誘客・交流人口創出と安定したキャンプ実施及びファン満足度向上の両立を目指す。
 - ・2軍キャンプであっても、地域側の工夫により効果の最大化（周遊・消費・認知拡大）が可能であり、継続によって町民理解とファン認知を高めていく。



第二章（1）勉強会の開催

② 勉強会実施内容

■第1回 観光・商工に焦点を当てた勉強会/ワークショップ

セミナー資料

嘉手納町産業環境課
令和7年度スポーツツーリズム推進事業委託業務

第1回勉強会
「スポーツツーリズムとは？
～ヘイスターズ2軍キャンプをどう盛り上げるか～」

一般社団法人沖縄スポーツ関連産業協会
代表理事 青田美奈
2025.10

◆ スポーツツーリズムについて

スポーツツーリズム

スポーツツーリズムとは？
「スポーツツーリズム (Sports Tourism)」とは、スポーツを目的、きっかけとして行う旅行や、スポーツを観光資源として地域振興につなげる取り組みを指します。

スポーツ参加型ツーリズム	スポーツ観戦型ツーリズム	スポーツを「観光資源」として活用するツーリズム
<p>自分が実際にスポーツをするために行う旅行</p> <p>例： ・マラソン大会（国際マラソン、ホノルルマラソンなど）への参加 ・ゴルフ旅行やセーフィング、スキー旅行 ・合宿、トレーニングキャンプ</p>	<p>試合や大会を観戦するための旅行</p> <p>例： ・WBCやワールドカップなどの国際大会観戦 ・リーグ、プロ野球、リーグの観戦観望（プロフェーザリズム） ・オリンピックや地元のスポーツ大会の観戦</p>	<p>地域がスポーツをまちづくり・観光振興の軸に据えるケース</p> <p>例： ・洋風のプロスポーツチームのキャンプを観光資源にする ・地域の伝統を合わせたスポーツイベント（SUP、トレイルランなど） ・海客を使ったスポーツ合宿場の整備</p>

なぜスポーツツーリズム（コンベンション）なのか？

市場の大きさ

国	年間入場者数
アメリカ	2,100万人
フランス	1,800万人
ドイツ	1,500万人
イタリア	1,200万人
英国	1,000万人
日本	235万人

プロ野球キャンプの効果
観客数：43.9万人
経済効果：224億円

年間入場者数：235万人

Instagramフォロー：34万人

嘉手納町 人口：1万3,000人

嘉手納町の取り組み

令和4年度
嘉手納町スポーツツーリズム基本構想

令和5年度
嘉手納町スポーツツーリズム基本計画

令和7年度（本事業）

嘉手納町におけるスポーツツーリズム（コンベンション）の効果を最大化

スポーツコンベンション（キャンプ・合宿）のありかた

プロ野球・Jリーグキャンプにおける直接経済効果の最大化

社会的効果の発揮
1. 子どものキャリア形成
2. シニアコミュニティ活性化
3. 多様性の受入れ

交流人口の創出（間接的経済効果）
1. 選手の再訪・選手PR発信による誘客
2. 土産収入：ふるさと納税・物販
3. 認知拡大：選手SNS等による自治体の魅力発信

沖縄スポーツコンベンション2.0

スポーツコンベンション（キャンプ・合宿）のありかた

沖縄スポーツコンベンション2.0

経済効果の最大化とともに、社会的効果と交流人口創出を狙う

進化
経済効果 + 社会的効果 + 交流人口創出を担う誘致

持続
経済効果
社会的効果
交流人口
の最大化
「収益化できる」誘致による継続性の担保

受け入れる誘致から収益化できる誘致へ

沖縄スポーツコンベンション1.0	沖縄スポーツコンベンション2.0	沖縄スポーツコンベンション3.0
～R6年度	R7年度～R9年度	R9年度～R10年度

横浜DeNAベイスターズの活用

嘉手納町では横浜DeNAベイスターズのキャンプを活用して、スポーツコンベンションの効果を最大化する。横浜のDeNAベイスターズにとっても、沖縄でのキャンプの持続化及びファンの満足度向上をもちたす取り組みとする。

目指すべきゴール

嘉手納町
観光誘客
交流人口の創出
キャンプをきっかけとした来訪者の増加
嘉手納町の魅力の発信

横浜DeNAベイスターズ
安定したキャンプ実施
ファンの満足度向上

町への受け入れ機運の醸成
観客モードの創出で町民もともにキャンプを盛り上げ

ファンが訪れたくなる仕組み作り
ベイスターズファンの満足度の向上と
かたなキャンプへの来訪促進

第二章（１）勉強会の開催

② 勉強会実施内容

■第1回 観光・商工に焦点をあてた勉強会/ワークショップ

セミナー資料

◆ 事例紹介

プロ野球キャンプ（2軍）を活用した各種施策について

プロ野球キャンプを活用し、各市町村が様々な取組を行っている。その中でも、「2軍」を活用した取組を紹介する。

楽天イーグルス

令和3年度、楽天イーグルス2軍がうるま市員志川球場でキャンプを実施するにあわせ、仙台の楽天球場全体をジャックする「うるまナイター」を開催

目的

- うるま市好意形成
- 観光スポット認知拡大
- 特産品のタッチポイント創出

ポイント

- ファン心理をついた施策（OB起用）
- 事前のYouTubeでの発信と連動
- スタジアム全体をジャック（予算の集中投下）

楽天イーグルス うるま市ナイター（事前YouTube）

仲宗根泉の「クリームは一切受け付けません」

楽天イーグルス公式Youtube

YouTube動画配信

- 観光大使HYの仲宗根泉の番組での配信
- 球団公式アカウントでの配信（観光・飲食・物販）

楽天イーグルス うるま市ナイター

イベントデッキ

- うるまマルシェin仙台（物販）
- 売上：25万円（3時間）
- 楽天OBによるセレクト商品対面販売

楽天イーグルス うるま市ナイター

イベントデッキ

- 楽天OBによるじゃんけん大会（市内ホテル宿泊がある）
- 観光大使HYとのコラボ動画放映

イーグルスステージ

- 中村市長、楽天OBによるうるま市トークショー
- 観光大使HYからのメッセージ動画

楽天イーグルス うるま市ナイター

イーグルスステージ

- 中村市長、楽天OBによるうるま市トークショー
- 観光大使HYからのメッセージ動画

楽天イーグルス うるま市ナイター

球場内

- 市民による始球式
- 特産品（もずく100kg）贈呈
- ビジョンでの観光映像配信（HY・楽天OBコラボ動画）

楽天イーグルス うるま市ナイター

その他

- スタジアムグルメコラボ（山越牛、もずくなど原料提供）
- 来客850名中半数がコラボメニューを注文。売上40万円
- スタジアムラジオ出演
- 観光大使HY挨拶

第二章（１）勉強会の開催

② 勉強会実施内容

■第1回 観光・商工に焦点をあてた勉強会/ワークショップ

セミナー資料

プロ野球キャンプ（2軍）を活用した各種施策について

プロ野球キャンプを活用し、各市町村が様々な取組を行っている。その中でも、「2軍」を活用した取組を紹介する。

阪神タイガース

令和5、6年度、阪神タイガース2軍がうるま市員志川球場でキャンプを実施するのにあわせ、球場や市庁舎の盛り上げ市内の周遊施策を実施。尚、球団との契約は10年。

日程	キャンプ地ブランド形成	市民の機運醸成	石川地区への誘客
----	-------------	---------	----------

ポイント

- 1 ファン心理をついた施策（SNS拡散スポット）
- 2 市庁舎盛り上げ施策で、市民の受入機運を醸成
- 3 球場以外のスポットの周遊をはかる企画

阪神タイガース キャンプ施策



キービジュアル
 ・ファンの中でもうるま市キャンプが浸透していないため、10年使えるキービジュアルを制作

阪神タイガース キャンプ施策



デジタルスタンプラリー

- ・球場、市庁舎、飲食店などを回遊
- ・サイン入りグッズ、オリジナルグッズを景品として提供
- ・キャンプ期間で約3,700名が参加。

阪神タイガース キャンプ施策



うる虎商店街（石川地区）
 ・スタンプラリースポットでもある石川の商店街にSNS配信を狙った装飾を実施

阪神タイガース キャンプ施策



球場装飾

- ・受入球場の周辺を装飾。
- ・SNS向けスポットも制作することで、拡散を狙う
- ・スタンプラリーへの誘導も実施

阪神タイガース キャンプ施策



市庁舎装飾

- ・市民の受入機運醸成のために、市庁舎の様々なところに装飾を実施
- ・スタンプラリーなど市民も楽しめる施策への誘導も行う

阪神タイガース キャンプ施策（令和4年度）



飲食店とのコラボメニュー

- ・キャンプ期間限定で「虎」「勝ち」などのキーワードを使った阪神応援メニューを展開

まとめ

横浜DeNAベイスターズ 選手納キャンプを活用した施策について

- 1 2軍（B班）であっても、工夫次第で効果を最大化できる
- 2 観光PRのみならず、物販・飲食に繋ぐ施策を展開可能
- 3 継続することで、ファン認知の拡大と町民理解の促進がはかれる

効果の最大化にあたっては、**地域の皆様の協力とアイデアが不可欠！！**

第二章（１）勉強会の開催

② 勉強会実施内容

■第1回 観光・商工に焦点をあてた勉強会/ワークショップ

プログラム：

② ワークショップ

テーマ： 参加者を2チームに分け、以下のテーマで意見交換を行った。

Aチーム：野球場周辺の盛り上げ、消費拡大の企画

Bチーム：新町通り、役場、ロータリーを中心とした、誘客/周遊施策

前提条件：

- ・ キャンプ期間を中心に実施できる取り組みアイデアであること
- ・ できるだけ個人選手肖像のみに紐づかない施策が望ましい（契約更新・マネジメント契約等の影響を考慮）
- ・ 販売など売上が発生する場合は、ロイヤリティ発生の可能性があることを考慮すること
- ・ 球団側のメリットにもつながる内容であること（嘉手納キャンプ誘客、既存ファンの満足度向上等）
- ・ 観光誘客、消費拡大などに繋がる取り組みであること（地域貢献・教育効果等は次回以降のテーマ）

ワークショップで出たアイデア（カテゴリ別）：

1. 広報・PR関連

- ・ 「広報かでな」1月号または2月号に「嘉手納キャンプ」特集記事を掲載する
- ・ 役場近くの大型サイネージで「嘉手納キャンプ」広報動画を放映する

2. 球場・球場周辺装飾

- ・ 道の駅かでな新棟（階段側壁面）に「歓迎 横浜DeNAベイスターズキャンプ」等の垂れ幕を設置する
- ・ 「安保の見える丘」階段壁に「嘉手納キャンプ」広報看板を設置する
- ・ 「嘉手納野球場」「道の駅かでな」周辺に重点的に「ベイスターズキャンプ」の幟を設置する

3. 道の駅への誘客施策

- ・ 道の駅かでな展望棟を、注目選手・ルーキー等のインタビュー場所として活用する（要メディア取材）
- ・ 嘉手納野球場・嘉手納ドーム内に周辺マップボードを設置し、同内容のマップチラシも配布する（道の駅、コンビニ、嘉手納そば、新町通り商店街等を掲載）
- ・ 新棟階段をトレーニング場所として活用する（要メディア取材）
- ・ 道の駅かでな⇄嘉手納野球場間の歩道に、ベイスターズに関連するパネル等を設置し、「楽しく移動できる導線」をつくる
- ・ 道の駅かでな敷地内モニターでベイスターズ映像（キャンプ告知映像が望ましい）を放映する
- ・ 館内放送でベイスターズ応援BGMを流す
- ・ 道の駅かでな敷地内を「ベイスターズブルー」で装飾する
- ・ 観光協会スタッフ、各テナントスタッフが法被・ユニフォーム等を着用して営業する

4. 宜野湾キャンプとの連携（案）

- ・ 「宜野湾キャンプ」⇄「嘉手納キャンプ」間のシャトルバスを検討する
- ・ 「宜野湾キャンプ」⇄「嘉手納キャンプ」観戦バスツアーを企画する
- ・ バス駐車場は「道の駅かでなバス駐車場」を活用し、買い物・食事の導線を組み込む

→アイデアの一部を球団側に提案し、今年度の施策に繋がった。

第二章（１）勉強会の開催

② 勉強会実施内容

■第2回 地域課題解決に焦点をあてた勉強会/ワークショップ

- 日時 : 2025年12月16日（火）13:00～14:30
- 場所 : 嘉手納町役場 3F 会議室
- 目的 :
・スポーツツーリズムを通じた「地域課題の解決」という視点を学ぶ
・横浜DeNAベイスターズとの交渉内容の共有
・参加者同士の意見交換を通じて、具体的なアイデアを出し合う

参加者 :

(順不同敬称略)

所属	役職	氏名	カテゴリー
嘉手納町観光協会			観光
嘉手納町観光協会			観光
嘉手納町商工会			商工
東区自治会			地域連携
北区自治会			地域連携
嘉手納町社会福祉協議会			福祉
産業環境課			行政
産業環境課			行政
産業環境課			行政

プログラム :

① セミナー

タイトル : 「スポーツキャンプ合宿を活用した、嘉手納町の地域課題解決」

講師 : (一社) 沖縄スポーツ関連産業協会 代表理事 青田 美奈

セミナー骨子 :
・スポーツキャンプ・合宿誘致における価値を「経済効果」だけに留めず、社会的効果や交流人口創出を狙う考え方（沖縄スポーツコンベンション2.0）が重要である。
・社会的効果の創出に資する交流では、既存の競技対象者向けの教室（野球教室等）のみならず、シニア向けの介護予防、子どもの体験格差の解消、多様性理解などに取り組むことが可能。
・社会的効果を発揮するキャンプ・合宿はプロに限らず大学や高校などアマチュア団体でも実施可能。これらの団体はプロに比べて、選手稼働を取りやすい利点もある。



第二章（1）勉強会の開催

② 勉強会実施内容

■ 第2回 地域課題解決に焦点をあてた勉強会/ワークショップ

セミナー資料

嘉手納町産業環境課
令和7年度スポーツツーリズム推進事業委託業務

第2回勉強会

**スポーツキャンプ合宿を活用した、
嘉手納町の地域課題解決**

一般社団法人沖縄スポーツ関連産業協会
代表理事 青田美奈
2025.12

◆ 嘉手納町スポーツツーリズム

沖縄におけるキャンプ・合宿誘致

沖縄県スポーツ振興課ではフンスポ沖縄の歴史の元、沖縄スポーツコンベンション2.0を提唱している。

これまでの沖縄キャンプ・合宿誘致

プロ野球・サッカーキャンプにおける
直接経済効果（チーム・メディア・ファン）の最大化

これからの沖縄キャンプ・合宿誘致

社会的効果の発揮	交流人口の創出 (間接的経済効果)
<ul style="list-style-type: none"> 子どものキャリア形成 シニアコミュニティ活性化 多様性の受入れ 	<ul style="list-style-type: none"> 通年の観光誘客 ふるさと納税/E C収益 自治体認知拡大/移住促進等

沖縄におけるキャンプ・合宿誘致

沖縄スポーツコンベンション2.0

経済効果の最大化とともに、**社会的効果と交流人口創出**を狙う

受け入れる誘致から収益化できる誘致へ

沖縄スポーツコンベンション1.0 (2016年度～19年度) | 沖縄スポーツコンベンション2.0 (20年度～23年度) | 沖縄スポーツコンベンション3.0 (24年度～29年度)

**◆ 社会的効果の発揮
= スポーツで地域課題解決**

スポーツで地域課題は解決できる？

スポーツのチカラを細分化してみると・・・

<p>ポジティブメッセージ</p> <p>スポーツものに「好印象」な要素が含まれている。</p> <p>さわやか 努力 生き抜く魂 フェアプレー エネルギー アクティブ 健康 熱狂・興奮</p>	<p>選手・チームのPR力</p> <p>選手、チーム人気で「取組み」メディアの注目を集める</p> <p>琉球ゴールデンキングス 琉球ブルーノックス</p>
<p>全世代・グローバル</p> <p>「誰にでもわかりやすく」かつ「世界共通の言葉」</p> <p>高齢者、子ども、外国人</p>	<p>地域貢献の姿勢</p> <p>「地域創生」など地域貢献をする姿勢がある。</p> <p>シャレン (社会貢献)</p> <p>年別ホームタウン活動：30,000回以上 日本全国(47都道府県)：87%をカバー</p>

スポーツで地域課題は解決できる？

Be supporters!

これは、高齢者施設の皆さんと
サッカーを応援するプロジェクト

◆ 事例紹介

第二章（１）勉強会の開催

② 勉強会実施内容

■第2回 地域課題解決に焦点をあてた勉強会/ワークショップ

セミナー資料

これまでの地域交流の取り組み@嘉手納町

野球教室 給食交流

- 1 プロチームとの限定的（選手数など）の活動
- 2 該当競技をしている子どもにメリット
- 3 「子ども」年代が中心の交流

キャンプ・合宿での地域課題へのチャレンジ

令和7年2月、沖縄スポーツコンベンション2.0を具現化する2つの合宿誘致を実施

KU 神奈川大学サッカー部 **YFA Sriracha**
(タイの1部所属プロフットサルクラブ)

- 従来、高齢化が進む団地をサッカー部の寮として活用。
- シニア向け介護予防教室や子どもの宿題応援など地域に根差した活動を行っている
- 選手の中に耳の聞こえないろうの選手が所属し、健常者と一緒に活躍する「真のダイバーシティ」を実現
- klub代表は自身も障がいを持ちながらオーナーとしてクラブを支える

KU 神奈川大学サッカー部

高齢化率48%の「島しょ地域」（陸で繋がる離島）での合宿

うるま市の浜比嘉島の施設を活用した施設で宿泊。島の人々と積極的に交流をはかる。

活動テーマ

- 島しょ地域の子ども情報格差・体験格差の解消
- 高齢化が進む島の、シニア世代へのアプローチ
- 学生側への課題探究の機会の提供

KU 神奈川大学サッカー部

情報格差・体験格差のある島の子どもへのポジティブインパクト

大学生を大好きになった。大きくなったら、神奈川大学に行きたい！

KU 神奈川大学サッカー部

地域のお困りごとを「若さ」で解決！シニアと心の交流。

地域の人々の心の拠り所カー（井戸）清掃

サトウキビカス掃除

介護予防運動

あの子達、今度はいつ来るね？

YFA Sriracha

健常者の子ども達、ろう学校の子も達との交流

ろう学校・町のサッカー少年団との交流で「真のダイバーシティ」を見せる

活動テーマ

- 健常者の子ども達に多様性を考える機会を提供
- ろうの子も達に健常者との共存例を提示
- 選手のグローバルマインドの形成

YFA Sriracha

地域のサッカー少年団との交流で言葉を使わない交流を提供

子ども達は「言語の壁」も「聴こえの壁」も越えて、共に楽しむことができていた。

指導者

YFA Sriracha

ろう学校の生徒に健常者と障がい者が共に活躍する世界を紹介

障がいがあっても頑張るから助けてもらうのではなく、「あなたが好きだから応援したい」と思われることが大切

第二章（１）勉強会の開催

② 勉強会実施内容

■第2回 地域課題解決に焦点をあてた勉強会/ワークショップ

セミナー資料

スポーツ振興賞受賞

神奈川大学、YFA Srirachaとの取り組みが評価され、第13回スポーツ振興賞を受賞！

スポーツ振興賞 公益社団法人日本スポーツ・健康産業推進協会 会長賞
作品名：～経済効果から社会的効果へ～
沖縄県の取り組み「スポーツコンベンション2.0」
応募者：一般社団法人沖縄スポーツ関連産業協会



第13回 スポーツ振興賞

一般社団法人沖縄スポーツ関連産業協会

令和7年度のチャレンジ（予定）

令和8年1月、2月に以下の地域交流を予定

RB大宮アルディージャ KJU 神奈川大学



ドイツ人のマーケティング責任者、フィリップ氏による
中学校での「キャリア授業」を予定。

彩橋小中学校での、学年別の交流を実施。
1) 運動実地率向上を招く運動遊び交流
2) 大学進学などの選択機会を与えるキャリア授業
3) 地域の魅力を再認識するピーチクリーン活動

グローバル視点、キャリア視点でのトークセッションと
子ども達との交流を予定。

まとめ

嘉手納町でのキャンプ・合宿を活用した地域課題への取り組みは

- 1 プロ、アマ問わずチャレンジできる（アマは選手稼働がとりやすい）
- 2 スポーツを活用して全世代にアプローチ可能
- 3 クラブ/チーム側のメリットも訴求することでより交流を実現

効果の最大化にあたっては、
地域の皆様の協力とアイデアが不可欠！！

一般社団法人沖縄スポーツ関連産業協会

第二章（１）勉強会の開催

② 勉強会実施内容

■第2回 地域課題解決に焦点をあてた勉強会/ワークショップ

プログラム：

② ワークショップ

テーマ： 参加者全員で、以下のテーマで意見交換を行った。

「嘉手納町にキャンプ、合宿に訪れるクラブ、チームを活用した地域交流と課題解決の施策を考える」

対象：

- ・サマーリーグ（高3生対象）40名 8月
- ・ジャパンウィンターリーグ（プロ/社会人トライアウト）12月
- ・国際女子野球クリスマスリーグ（日・豪・米・韓国・香港・イラン）12月
- ・横浜DeNAベイスターズ2軍 2月
- ・WBC野球韓国代表 2月
- ・大学野球合宿（千葉商科大学・桜美林大学）3月

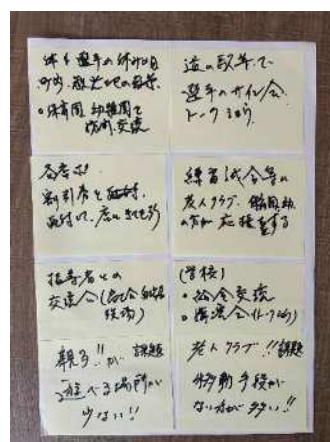
前提条件：

- ・キャンプ期間、キャンプ期間外（オンラインなど活用）のできる取り組み
- ・（プロの場合は）選手稼働のみに頼らない交流案
- ・嘉手納町の地域課題の解決に資するもの

ワークショップで出た課題・アイデア：

1. シニアの巻き込み
 - ・横浜DeNAベイスターズキャンプ時に「シニアDAY」を設定し、シニア層の来場機会を作る。（課題）
 - ・シニア層が会場まで移動する手段が少ない。送迎シャトルなど必要。
 - ・球場前の坂がきつく、徒歩移動のハードルが高い為、シニア層が休憩できるポイントなども必要。
2. 町内の周遊促進
 - ・地域課題として観光誘客を位置付けた場合、町内周遊が少ないためクーポンや割引券を配布をし球場から地域へ周遊させる。
3. 地域課題全体へのアプローチ
 - ・合宿実施の大学生などに企画を考えてもらい地域課題×スポーツのアイデア部分から創出する。
4. その他
 - ・指導者交流会などを実施し、域内の指導者の質の向上及びそれに伴う子どもの運動実施率向上に寄与する。
 - ・選手のオフ日に幼稚園や保育園、小学校などを訪問してもらい、給食交流などの草の根地域交流を実施。

→地域課題の優先度を整理しつつ、次年度以降の施策へとつなげる。



第二章（１）勉強会の開催

② 勉強会実施内容

■第3回 今年度事業の振り返りと次年度へのアイデア出し

日時： 2026年2月12日（木） 15:00～16:30

場所： 道の駅かでな 1F 待合室

- 目的：
- ・ 第1回、第2回勉強会で出たアイデアを整理し、来季に向けた優先順位を付ける
 - ・ 横浜DeNAベイスターズへの提案内容とキャンプ期間中の施策（アンケート速報、制作物等）を共有し、改善点を明確化する
 - ・ 来季の方向性（施策案、連携体制、役割）を意見交換で具体化する

参加者：

（順不同敬称略）

所属	役職	氏名	カテゴリー
嘉手納町観光協会			観光
道の駅テナント			観光
道の駅テナント			観光
道の駅テナント			地域連携/商工
東区自治会			地域連携
北区自治会			地域連携
嘉手納町社会福祉協議会			地域連携
嘉手納町社会福祉協議会			行政
産業環境課			行政
産業環境課			行政

プログラム：

①今年度の事業総括

事務局により第1回、2回勉強会の振り返り及び今年度の事業内容についての報告を行った後、次年度の施策についてのアイデア出しを実施した。

■アイデア/意見など

- ・ 道の駅へのファンの来場は例年に比べて格段に増えた。
- ・ ベイスターズ、野球を連想させるフードピックなどがファンの中で好評。SNSでの拡散もあった。
- ・ 今年度は球場から道の駅の誘導はある程度実行できたため、次年度は新町通りなど周辺への展開を期待したい。
- ・ 道の駅での歓迎式やサイン会などイベントも実施して集客を行いたい。
- ・ 球場側でのマップにさらにお店の紹介を増やすなどの工夫が欲しい。
- ・ アンケートに宿泊場所の質問を入れたい（夜の誘客に繋がられるか検討）→今年度の後半から追加する。

第二章（1）勉強会の開催

② 勉強会実施内容

■ 第3回 今年度事業の振り返りと次年度へのアイデア出し

報告資料

嘉手納町産業振興課
令和7年度スポーツツーリズム推進事業費業務

第3回勉強会
今年度の総括と来季に向けた実行アイデアの具体化

一般社団法人沖縄スポーツ関連産業協会
2026.2

◆ おさらい
嘉手納町スポーツツーリズム

一般社団法人沖縄スポーツ関連産業協会

嘉手納町の取り組み

令和4年度	嘉手納町スポーツツーリズム基本構想	・ フロ野球トップチームの誘致決定 ・ 今後の戦略的成長領域としてサッカー、ラグビー、ソフトボールを指定
令和5年度	嘉手納町スポーツツーリズム基本計画	・ 国際的誘致戦略のプロ誘致の可能性調査 ・ スポーツコミュニティの促進 ・ フロモーション戦略/地域活性化施策の立案

スポーツを通じた観光振興の形成、観光誘客数の増加を図るため
国内外のプロスポーツチームの自管や各団体の誘致に取り組み方針

令和7年、嘉手納球場がリニューアル。ヘイスターズが帰ってくる！

令和7年度（本年度）	（1）スポーツツーリズム推進協議会（事務局）の設立に向けた協議促進を図る等の取組	（2）プロスポーツチームの誘致交渉（地域振興・まちづくりを推進した交流・協賛）	（3）モノの価値を高めるための交流・プロデュース
------------	--	---	--------------------------

嘉手納町におけるスポーツツーリズム（コンベンション）の効果を最大化

一般社団法人沖縄スポーツ関連産業協会

◆ 第1回・2回勉強会振り返り

一般社団法人沖縄スポーツ関連産業協会

第1回勉強会

第1回 観光・商工に焦点をあてた勉強会/ワークショップ

日時：2025年10月24日 16:30~18:00
目的：
・ スポーツツーリズムの理解を深める
・ キャンプを地域活性化につなげる具体的なアイデアを出し合う
・ 観光協会・商工会・事業者が一体となる「勝の見える関係づくり」

セミナー	ワークショップ
<p>タイトル： 「スポーツツーリズムとは？ ～ヘイスターズ2軍キャンプをどう盛り上げるか？」</p> <p>セミナー概要：</p> <ul style="list-style-type: none"> スポーツツーリズムはスポーツを観光資源として地域振興につなげる取り組みである。 嘉手納町ではヘイスターズキャンプを基軸とし、観光誘客・交流人口創出、ファン満足度向上の取組を目指す。 2軍キャンプであっても、地域振興の場としての効果を最大化（視覚・音響・拡張拡大）が可能であり、結果によって町政理解とファン認知を高める。 	<p>テーマ： 嘉手納町をテーマに分け、以下のテーマで意見交換を行った。 テーマ：野球観戦の盛り上げ・交流拡大の取組 主眼：観戦・応援・飲食・ロータリー・多車中心とした誘客・商業振興</p> <p>主なアイデア：</p> <ol style="list-style-type: none"> 応援グッズの企画・販売 観戦者の入場チケット（「観戦チケット」）の企画・販売 観戦者の滞在施設 観戦者の食事・飲み物の提供（観戦者専用メニュー） 観戦者の移動手段の確保（バス・タクシー・レンタカー） 観戦者の宿泊施設（観戦者専用ホテル・民宿） 観戦者の送迎サービス（観戦者専用バス） 観戦者の送迎サービス（観戦者専用バス） <p>※観戦者専用バス、乗客専用バスは一般道</p>

一般社団法人沖縄スポーツ関連産業協会

第2回勉強会

第2回 地域課題解決に焦点をあてた勉強会/ワークショップ

日時：2025年12月16日（火）13:00~14:30
目的：
・ スポーツツーリズムを通じた「地域課題の解決」という視点を学ぶ
・ 横浜DeNAベイスターズとの交流内容の共有
・ 参加者同士の意見交換を通して、具体的なアイデアを出し合う

セミナー	ワークショップ
<p>タイトル： 「スポーツキャンプ自衛隊を活用した、選手村の地域経済振興」</p> <p>セミナー概要：</p> <ul style="list-style-type: none"> スポーツキャンプ自衛隊を活用した、選手村の地域経済振興 「スポーツキャンプ自衛隊」を活用した、選手村の地域経済振興 「スポーツキャンプ自衛隊」を活用した、選手村の地域経済振興 	<p>テーマ： 嘉手納町をテーマに分け、以下のテーマで意見交換を行った。 「嘉手納町をテーマに分け、以下のテーマで意見交換を行った。」</p> <p>主なアイデア：</p> <ol style="list-style-type: none"> スポーツキャンプ自衛隊を活用した、選手村の地域経済振興 「スポーツキャンプ自衛隊」を活用した、選手村の地域経済振興 「スポーツキャンプ自衛隊」を活用した、選手村の地域経済振興

一般社団法人沖縄スポーツ関連産業協会

今年度の横浜DeNAベイスターズを活用した施策

勉強会等を通じて、地域の皆様からいただいたアイデアをもとに横浜DeNAベイスターズと交渉の上、以下の施策を実施しました。

周遊促進

<p>1. 嘉手納キャンプキービジュアル作成</p> <p>勉強会で出たDeNAのロゴマークは、ほぼ完成したものの、いっぺんを野球バージョンにした、長編で活用できるキービジュアルを作成した。</p> 	<p>2. 野球場周辺装飾の充実</p> <p>のぼりや横断幕、観音サインを球場周辺に増設し、キャンプ期間の一体感と賑わいを増やした。花壇（ムード）の可視化も行った。</p> 
---	--

一般社団法人沖縄スポーツ関連産業協会

今年度の横浜DeNAベイスターズを活用した施策

勉強会等を通じて、地域の皆様からいただいたアイデアをもとに横浜DeNAベイスターズと交渉の上、以下の施策を実施しました。

周遊促進

<p>3. 選手バネルの道の駅への設置</p> <p>ご要望が多かった、嘉手納町自身・宮城選手の各自バネルを企画・制作した。当該選手バネルの制作は本町で完結したため、沖縄自身の選手をセットにした選手バネルも制作。「道の駅かなへ」に展示。展示開始後、選手バネルのファンが多数見られている。</p> 	<p>4. 道の駅かなへの案内マップの設置</p> <p>キャンプ実施地の周遊を促進するため、「道の駅かなへ」への誘導・魅力をまとめた案内マップを制作し、球場内及び周辺に設置した。一方で、周辺施設（ドーム、路上喫煙場所）への誘導が十分に待たれておらず、来季に向けた改善課題があった。</p> 
---	--

一般社団法人沖縄スポーツ関連産業協会

第二章（1）勉強会の開催

② 勉強会実施内容

■ 第3回 今年度事業の振り返りと次年度へのアイデア出し

報告資料

今年度の横浜DeNAベイスターズを活用した施策

勉強会を通じて、地域の皆様からいただいたアイデアをもとに横浜DeNAベイスターズと交渉の上、以下の施策を実施しました。

周辺促進・マーケティングデータ取組

5. アンケート・オリジナルグッズ

球場内DeNAベイスターズショップからの来場者アンケート実施。駅の駅かたでなく駅南側の近所着自歩路による「キャンプ応援記念グッズ」配布。
 DeNAショップ（駅南側）「駅カマール」特約によるベイスターズグッズ推進プレゼント企画。
 来場者データ取得と周辺促進を両立施策。



6. 観戦ツアーへの組み込み

今季より、公認観戦ツアーへの最新観戦ツアー企画により、ツアー参加者への歓迎企画としての「キャンプ応援記念グッズ」プレゼント実施。

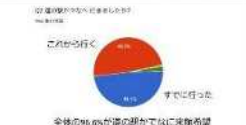


今年度の横浜DeNAベイスターズを活用した施策

2月1日より調査しているアンケート調査、10日で約300件のアンケート結果を取得。土日には1日60件以上収集でき、道の駅かたでへの周遊を促進した。

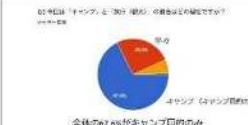
マーケティングデータ取組

Q7 道の駅かたでDeNAベイスターズグッズを欲しいか?



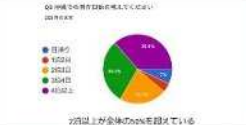
全体の91.6%が道の駅かたで欲しい希望

Q8 道の駅「カマール」より「駅カマール」の調査結果の傾向は? (複数回答)



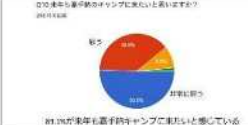
全体の67.6%がキャンプ目的のみ

Q9 道の駅かたでグッズを欲しいか? (複数回答)



2割以上が全体のDeNAを買っている

Q10 来年も道の駅かたでグッズを買いたいと思うか? (複数回答)



81.1%が来年も道の駅かたでグッズを買いたいと思っている

今年度の横浜DeNAベイスターズを活用した施策

勉強会を通じて、地域の皆様からいただいたアイデアをもとに横浜DeNAベイスターズと交渉の上、以下の施策を実施しました。

地域交流

6. B-PARK

2024年キャンプ期間中開催の地域連携事業として、横浜DeNAベイスターズが地元などで実施しているB-PARKを選手練習で開催した。B-PARKは、野球をしたことがない、見たことがない児童・小学生を対象に「投げ、捕る、打つ、走る」の野球の楽しさを各球団の球場やグラウンドで体験できるイベントで、運営には道の駅かたの協賛で所属する中学生が協力することで、参加者・観覧者双方の地域活性化及び世代間の関係構築を目的としている。

開催日時：1/31(土)
 場所：選手練習球場
 対象：本郷学院～小・中・高校生
 運営：地元の中学生の参加を促進

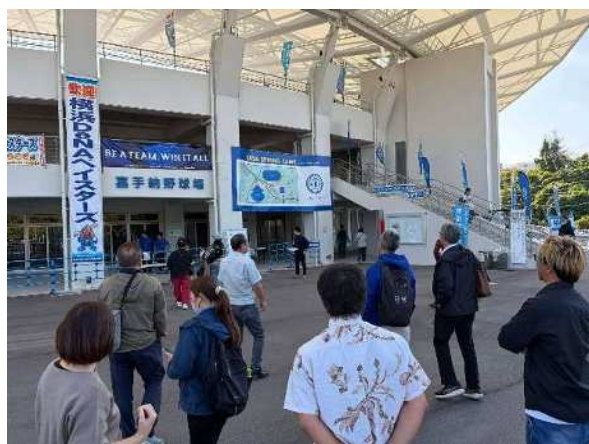


次年度の具体プラン（案）

次年度以降、さらに経済効果と社会的効果を高めるために何を実施するか、みなさんのアイデアを教えてください！

② 視察

実際に球場～道の駅を往復。掲示物や装飾、動線やファンの行動などを視察しながらさらに次年度に向けての意見を出し合った。



第二章（２）プロスポーツチームの誘致交渉

① 交渉団体を対象とした具体的な交渉戦略の策定

プロスポーツチームを対象とした戦略的誘致交渉を進める上で、地域連携を基盤とした受け入れ条件を整理し、誘致活動の成果を最大化することを目的に実施した。今年度は、「スポーツコンベンション嘉手納スタイル（仮説）」で設定したとおり、横浜DeNAベイスターズのプロパティを最大限活用したキャンプ期間外を含む通年の観光誘客と交流人口拡大を目指すことを戦略とし、横浜DeNAベイスターズへのアプローチを優先して実施した。

1

横浜DeNAベイスターズのプロパティを最大限活用した キャンプ期間外を含む通年の観光誘客と交流人口拡大

戦略①：「地域連携」を深める上で、第1回の勉強会で地域の関係者から出た意見を元に、球団側へ「観光誘客」や「交流人口拡大」の施策を提案する。

戦略②：球団の各部署とに直接アプローチを実施し、幅広いネットワークを築くことで多様な施策を展開可能な形とする。

戦略③：将来的なプロ野球キャンプ1軍の誘致にも通じるよう、先方の要望をヒアリングする。

以上の戦略を持って、横浜DeNAベイスターズを訪問し交渉を行った。

② 誘致に必要な地域連携条件整理（施設利用、地域住民の協力、観光資源活用等）

誘致に必要な地域連携条件については勉強会や各球団から聴取した意見も踏まえて、以下の通りの整理とする。

■施設利用

■嘉手納野球場

嘉手納町にプロスポーツまたはそれに準ずるアマチュア団体のキャンプ合宿を誘致する上では、リニューアルオープンした嘉手納野球場は、町内体育施設の中では抜きんでてポテンシャルの高い施設である。2月の横浜DeNAベイスターズのキャンプをはじめとし、3月の大学キャンプやWBCの韓国代表のキャンプなど1-3月の冬場の利用ニーズは高い。一方、4月以降の利用ニーズについては不透明であることから、今後は通年での利用促進を図っていく必要がある。また、近隣自治体と連携した少年野球や中高の大会誘致、プロ野球の秋季キャンプ等の誘致も検討していく。（2025年の横浜DeNAベイスターズ秋季キャンプはファーム拠点であるDOCK OF BAYSTARS YOKOSUKAにて実施）

なお、プロレベルの球団が望む主なスペックは以下の通り

- ・全天候型のブルベン（屋根付き） 複数レーン ※1軍であれば5-7レーン×2か所など
- ・一定の座席数 ※1軍であればスタンド2000席以上
- ・十分な一般、専用駐車場の確保
- ・サブグラウンド
- ・十分な諸室

■兼久体育館

令和8年度の供用開始後は、町民利用だけでなくキャンプ、合宿や大会誘致も期待される。一方、屋内施設でのキャンプ、合宿は沖縄の最大の武器である「温暖な気候」というメリットを出せない。そのため、他自治体でも屋内施設でのキャンプ、合宿の定着化は苦戦している。ホテルやビーチとの近接性を謳ってチームビルディング目的で誘致を行う自治体もあるが、嘉手納町においてはこの2点の優位性は発揮できない。また、誘致する競技によっては追加で機材などの購入が必要な場合もあるため、併せて検討が必要である。

※例：バレーボール：=タラフレックス（塩ビ床シート）

第二章（２）プロスポーツチームの誘致交渉

② 誘致に必要な地域連携条件整理（施設利用、地域住民の協力、観光資源活用等）

■施設利用（つづき）

■その他施設

ソフトボール場、陸上競技場などは老朽化やサイズの問題でプロチームの合宿は難しいのが現状である。また、嘉手納スポーツドームは、施設としては比較的新しくスペックが高いものの、体育館同様、屋内練習場のため気候の優位性を活かすことができず、単独施設としてキャンプ合宿誘致を行うのは困難である。

■今後の施設利用

プロ仕様である嘉手納野球場での受入実績を増やすことで、受入ノウハウや交流企画による社会的効果の発揮事例を蓄積する。兼久体育館に関しては、まずはアマチュアの九州大会や全国大会などの利用を促進して必要な機材や備品の情報を得つつ、該当競技を絞って今後の大型イベントの誘致や合宿誘致に繋げる。その他の施設においては、ハード整備を並行して行いながらキャンプ合宿誘致の戦略を策定していく。

■地域住民の協力

■プロ野球

横浜DeNAベイスターズの受入についても、まだ町民理解を十分に得られているとは言えない。今年度展開した野球場や道の駅周辺の盛り上げ施策（イベントや装飾、プロモーション）を継続拡大しながら、地元の受入機運を醸成していく。観光誘客による域内の消費拡大だけでは、飲食や物販などのBtoCの事業者のみが恩恵を受けることになるが、沖縄県も推進しているスポーツコンベンション2.0の考え方にに基づき、シニアの生きがいづくりや子どものキャリア教育など、町民の誰もが課題と感じる点を絡めて地域交流を推進していくことで、地域住民の協力が得られやすい環境づくりを行う。

なお、ファンの中でも「自分が推す球団を全面的に受け入れてくれる自治体」に対しては、評価が高まる傾向があることから、プロ野球ファンの中に嘉手納町ファンを増やし、キャンプ期間中の消費拡大のみならず、交流人口の増加、ふるさと納税の売上増などにもつなげ、さらに経済が循環していく仕組みを作る。

また、現在の協力会の活動は限定的であるため、他の自治体における協力会やスポーツコミッションなどの事例も参考にしながら、地域を巻き込むスキームを作っていく。

■観光資源活用

■プロ野球キャンプ

プロ野球キャンプに訪れるファンやメディア、チーム関係者が嘉手納町の観光資源を訪れる仕組みを作る必要がある。例えば、うるま市では毎年阪神2軍の新人選手が「世界遺産勝連城跡」を訪れたり、地元の青年会によるエイサー体験に参加したりなど、地域の観光資源や文化を球団がアピールする機会を設けている。ファンは、選手が訪れた場所を訪れたり、体験したコンテンツを真似たくなる心理になることが多い為、このようなアプローチは効果的である。

また、キャンプ期間中にキャンプ地を訪れていないファンでも、それ以外の時期に沖縄旅行に来たついでにこのようなスポットを巡る可能性はあることから、キャンプ球団のゆかりのスポットを作ることで、通年での観光誘客を促すことができる。

■アマチュアキャンプ

大学や高校など学校単位でのアマチュア合宿に関しては、比謝川自然体験センターでの自然体験や道の駅かでなでの平和学習を合宿プログラムとして提案することが可能である。他地域の事例としては、以前、糸満市でキャンプを実施した日本体育大学サッカー部がひめゆりの塔を訪れたり、2025年のU-18野球ワールドカップの際には、各国代表選手が平和祈念公園で平和ガイドによるツアーに参加したケースもある。

大学、高校などの教育機関においては、合宿を通じて競技力の強化のみならず、人間形成に資する取り組みを求める団体も増えてきていることから、嘉手納町の観光資源を使った探究型のプログラムを観光協会などと連携して提供することも検討していく必要がある。

第二章（２）プロスポーツチームの誘致交渉

③ 交渉団体との交渉記録や合意内容の整理と報告

アプローチ先である横浜DeNAベイスターズに訪問し、以下のような交渉を実施した。

横浜DeNAベイスターズ誘致交渉 訪問議事録

訪問日	令和7年10月29日
訪問先	株式会社 横浜DeNAベイスターズ（3部署）
訪問者	嘉手納町役場 産業環境課 商工振興係 金城主査 勝部主任 （一社）沖縄スポーツ関連産業協会 青田、黒川
対応者	1. 地域連携 [Redacted] 2. グッズ販売連携 [Redacted] 同上 町田様 3. キャンプ時各種展開 [Redacted]

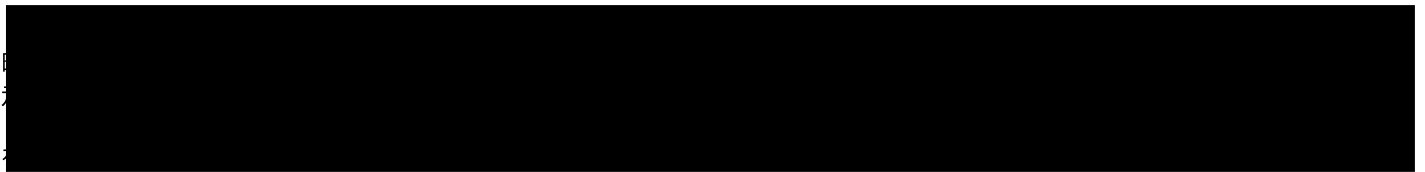
■訪問の目的（全体）

嘉手納キャンプ2026に向け、以下の内容について球団各部と具体的協議及び条件整理を実施した。

1. 地域連携
嘉手納キャンプ時期の地域連携イベント検討（野球普及・振興部 地域コミュニティグループ：野球未来創造室）
2. グッズ販売連携（MD部）
球団のオリジナルグッズの道の駅かでなでの販売検討
3. キャンプ時各種展開（キャンプ担当）
オリジナル飲食のテナント販売、および球団プロパティを活用した装飾物の制作や周遊施策の展開等

■各部との調整内容

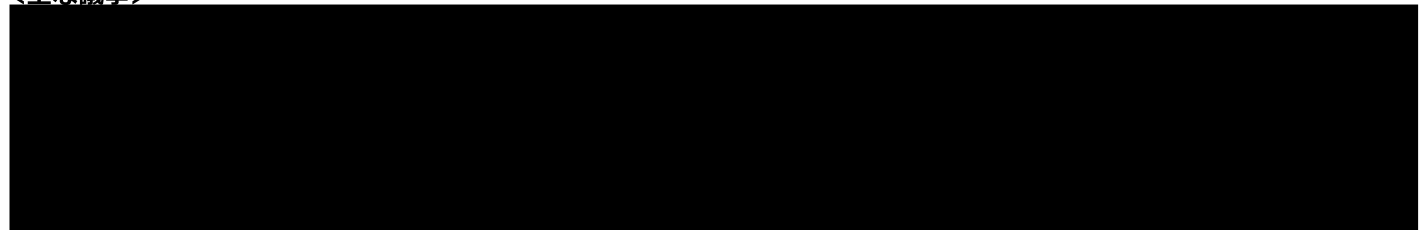
1. 地域連携



嘉手納町での開催にあたっては、以下を想定

開催日時	: 1/31（土）、2/1（日）
場所	: 嘉手納野球場またはドーム及び道の駅かでな
対象	: 未就学児～小学校低学年 最大400～500名
運営	: 地元の中学生の参加を促進
概要	: 1/31は野球場で実施、2/1は一部プログラムを産業まつりを開催する「道の駅かでな」で実施

<主な議事>



第二章（２）プロスポーツチームの誘致交渉

③ 交渉団体との交渉記録や合意内容の整理と報告

アプローチ先である横浜DeNAベイスターズに訪問し、以下のような交渉を実施した。

横浜DeNAベイスターズ誘致交渉 訪問議事録（つづき）

■各部との調整内容

2. グッズ販売連携

2026年のキャンプ時に、横浜DeNAベイスターズのグッズを道の駅かでな及び球場周辺で販売し、売上を創出するだけでなく、町民における機運醸成にも繋げる。

<主な議事>

第二章（２）プロスポーツチームの誘致交渉

③ 交渉団体との交渉記録や合意内容の整理と報告

アプローチ先である横浜DeNAベイスターズに訪問し、以下のような交渉を実施した。

横浜DeNAベイスターズ誘致交渉 訪問議事録（つづき）

■まとめ

各部署とも、嘉手納町との連携に対しては非常に前向きかつ、球団としても沖縄キャンプ（宜野湾、嘉手納）両方の集客を増やしたい意向があった。そのため様々な確度からの提案に関して、協働で推進する可能性を確認できた。尚、各打合わせにおいてリーダー級の職員含めて、複数の職員が出席し対応していただいたことから、嘉手納キャンプに対する期待の高さが伺えた。

一方、球団所有のプロパティやライセンス、スポンサー権利が絡む内容（キービジュアルの展開や飲食店でのコラボメニューの販売）に対しては慎重な姿勢も見られた。また、キャンプ期間中の野球場周辺スペースの利用に関しては、事業系の部署というよりは強化、チーム側の了承が必要なことから回答が保留となっている場面も見られた。

今後は、各施策についての球団のフィードバックを待ちつつ、関係者（観光協会、テナント会など）を巻き込んで、具体的な内容に落とし込み、実施に向けて推進していく。また、今年度実施できない施策に関しても引き続き球団との関係性を維持することで将来的な実施に繋げる。



第二章（２）プロスポーツチームの誘致交渉

参考） 令和7年度の嘉手納町におけるスポーツコンベンション受入実績

※2026/2/28 時点

No	スポーツコンベンション名	主催者	種目	参加者カテゴリ	開始	終了	主会場	参加人数（選手・監督・コーチ・スタッフ・その他関係者）		
								県外	海外	県内
1	県外交流試合	沖縄県立嘉手納高校野球部	野球	高校生	2025/5/4	2025/5/5	嘉手納運動公園	20		34
2	県外交流試合	沖縄県立嘉手納高校野球部	野球	高校生	2025/5/10	2025/5/10	嘉手納運動公園	30		34
3	合宿	暁星国際高校野球部	野球	高校生	2025/6/12	2025/6/16	嘉手納運動公園	26		
4	大会前練習	鹿児島工業高校ソフトボール部	ソフトボール	高校生	2025/7/10	2025/7/10	嘉手納運動公園	20		
5	大会前練習	神村学園高等部	ソフトボール	高校生	2025/7/11	2025/7/11	嘉手納運動公園	40		
6	大会前練習	長崎県立島原工業高等学校	ソフトボール	高校生	2025/7/11	2025/7/11	嘉手納運動公園	17		
7	大会前練習	玉名女子高校	ソフトボール	高校生	2025/7/11	2025/7/11	兼久海浜公園	23		
8	大会前練習	福岡中央高校	ソフトボール	高校生	2025/7/12	2025/7/12	嘉手納運動公園	25		
9	嘉手納野球場 オープニング記念 宝くじスポーツフェア ドリームベースボール	嘉手納町役場	野球	アマ合同 (一般/大学生/高校生/小中学生)	2025/7/12	2025/7/13	嘉手納運動公園	40		50
10	大会前練習	神村学園高等部	ソフトボール	高校生	2025/7/15	2025/7/15	嘉手納運動公園	40		
11	ジャパンサマリーグ	株式会社ジャパンリーグ	野球	プロ・アマ合同	2025/8/2	2025/8/8	嘉手納運動公園	40		40
12	合宿	船橋市立船橋高校	野球	高校生	2025/9/13	2025/9/15	嘉手納運動公園	26		
13	練習	熊本工業高校	陸上競技	高校生	2025/10/9	2025/10/9	嘉手納運動公園	15		
14	ジャパンウィンターリーグ	株式会社ジャパンリーグ	野球	プロ・アマ合同	2025/11/22	2025/12/15	嘉手納運動公園	72		8
15	クリスマスリーグ	全日本女子野球	野球	全日本 (日本代表/リピックナショナルチーム)	2025/12/17	2025/12/23	嘉手納運動公園	73	28	
16	合宿	福井工業大学福井高校	野球	高校生	2025/12/24	2025/12/28	嘉手納運動公園	40		
17	合宿	愛知黎明高校野球部	野球	高校生	2025/12/24	2025/12/24	嘉手納運動公園	20		
18	プロ野球自主練習	エールクリエイト	野球	プロ	2026/1/4	2026/1/19	嘉手納運動公園	4		
19	プロ野球自主練習	A	野球	プロ	2026/1/4	2026/1/22	嘉手納運動公園	4		
20	プロ野球自主練習	O	野球	プロ	2026/1/7	2026/1/21	嘉手納運動公園	9		
21	プロ野球キャンプ	横浜DeNAベイスターズ	野球	プロ	2026/2/1	2026/2/22	嘉手納運動公園	50		10
22	地域交流	水返脚小棒隊	ソフトボール	小学生	2026/2/6	2026/2/8	兼久海浜公園		15	
23	合宿	韓国WBC	野球	プロ	2026/2/22	2026/2/27	嘉手納運動公園		100	
24	合宿(予定)	桜美林大学硬式野球部	野球	大学生	2026/3/1	2026/3/9	嘉手納運動公園			
25	合宿(予定)	千葉経済大学硬式野球部	野球	大学生	2026/3/10	2026/3/19	嘉手納運動公園			

第二章（3）その他

① 横浜DeNAベイスターズ2軍キャンプを活用したマーケティング調査及び各種施策

■ 広報・PR・機運醸成

2年ぶりである嘉手納町での横浜DeNAベイスターズ2軍キャンプの実施に際し、嘉手納キャンプの県内外のファンにおける認知度の向上及び町民の受入機運の醸成をはかるために、以下の施策を実施した。

キービジュアルの作成

勉強会でアイデアとして出た「KaDeNA」ロゴの作成は球団の承認を得られなかったものの、嘉手納町のマスコットキャラクターである「いもっち」の野球バージョンを制作し、各種クリエイティブに流用することで、嘉手納×DeNAの繋がりを訴求した。尚、キービジュアルは毎年使用できる形とし、長期にわたり使用することで、訴求力をさらに高める仕様とした。

いもっち・野國總管 野球応援バージョン



野球場周辺装飾の拡充

上記のキービジュアルを使ったのぼりや横断幕、歓迎サインを球場周辺に展開し、キャンプ期間の一体感と賑わいを創出。応援ムードの可視化につなげた。



第二章（3）その他

① 横浜DeNAベイスターズ2軍キャンプを活用したマーケティング調査及び各種施策

■周遊促進

今年度は球場にもっとも近い飲食店、物販店である「道の駅かでな」へのキャンプ来場者の周遊を促進することを目的に施策を展開。野球場、ドーム、駐車場の行き来のみならず、「道の駅」へ来訪することで消費を促すだけでなく、嘉手納町の観光情報に自然に触れることで周遊促進にもつなげる。

道の駅かでなへの案内マップの設置

球場側に「道の駅かでな」への案内マップを設置。近接性（歩いて7分）を訴求するとともに、マップの中に道の駅の飲食店のメニューを紹介することでテナントへも誘導した。



選手パネルの設置

沖縄出身3選手のフォトパネルを制作。道の駅に設置することで、ファンの誘客を促すとともに、道の駅を訪れた観光客へのDeNAキャンプの認知をはかる。また、フォトスポットでファンが撮影することでSNS拡散も狙う。



① 横浜DeNAベイスターズ2軍キャンプを活用したマーケティング調査及び各種施策

■周遊促進（つづき）

嘉手納キャンプ観戦ツアーの開催

球団と調整し、これまで宜野湾キャンプのみを観戦していた旅行代理店のオフィシャルツアーに、「嘉手納キャンプ観戦」のメニューを追加。コアファンが嘉手納町を訪れる仕組みとした。尚、参加者にはオリジナル缶バッジをプレゼントし、嘉手納キャンプをアピールした。



配布ノベルティ

第二章（3）その他

① 横浜DeNAベイスターズ2軍キャンプを活用したマーケティング調査及び各種施策

■ 周遊促進/マーケティングデータ取得

横浜DeNAベイスターズファン来場アンケートの実施

球場内ポスター掲出QRコードからの来場者アンケートを実施。アンケートを用いることで、嘉手納町を訪れるファンの属性や行動特性などのデータを取得。次年度以降の観光誘客戦略に活用する。尚、アンケート回答者は、道の駅かでな1F直売所で回答画面を提示すると「キャンプ応援記念缶バッジ」がもらえる仕組みとし、球場から道の駅の誘導も行った。さらに、缶バッジの裏面に「あたりシール」を付与し横浜DeNAベイスターズグッズや選手のサイン入りグッズが当選することで、ファンの参加を促進した。



第二章（3）その他

① 横浜DeNAベイスターズ2軍キャンプを活用したマーケティング調査及び各種施策

■ アンケート集計/分析

実施期間	2026年2月1日～2月15日 ※
実施場所	嘉手納野球場/道の駅かでな
目標回答数	400件
有効回答数	489件

※キャンプ期間は2月23日までだが、景品の用意が430個だったため景品配布終了と同時にアンケートを終了した。

■ アンケート項目

No.	質問内容
Q.1	今回、キャンプ観戦はしましたか？
Q.2	道の駅かでなへ行きましたか？
Q.2-1	道の駅かでなに行かない・未定の理由（Q2回答が行かない・未定の場合のみ）
Q.2-2	改善されるなら行ってみたいと思う施策は？(Q2回答が行かない・未定の場合のみ)
Q.3	主に応援している球団を1つ選んでください
Q.4	今回の「旅行（キャンプ）」をいくと決めたのはいつ頃ですか？
Q.5	今回は「キャンプ」と「旅行（観光）」の割合はどの程度ですか？
Q.5-1	今回訪れた観光地がありましたら教えてください ※自由記述
Q.6	今回は、他球団のキャンプも見学予定ですか？
Q.6-1	見学予定の球団名やキャンプ地をおしえてください（Q6回答がはいの場合のみ）
Q.7	お住まいはどちらですか
Q.8	沖縄での滞在日数を教えてください
Q.9	宿泊（滞在）エリアはどのあたりですか？ *
Q.10	今回の嘉手納でのキャンプ体験の満足度は？（10点満点）
Q.11	来年も嘉手納のキャンプに来たいと思いますか？
Q.12	嘉手納 春季キャンプについて 困った点・改善してほしい点 ※自由記述 （例：案内、混雑、駐車場、導線、トイレ、情報不足など）

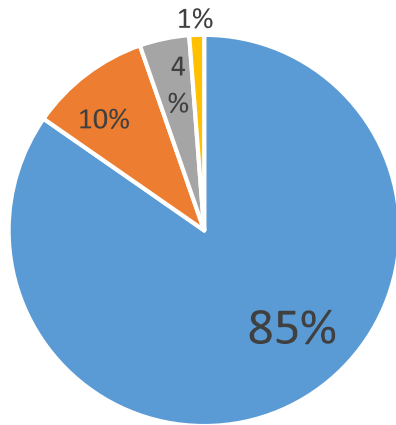
*質問No.9の宿泊エリアに対する質問については、第3回勉強会での議論を得て2/13に追加のため有効回答数は、153件である。

第二章（3）その他

① 横浜DeNAベイスターズ2軍キャンプを活用したマーケティング調査及び各種施策

Q.1 今回、キャンプ観戦はしましたか？

9割以上がキャンプ観戦が目的で来場。

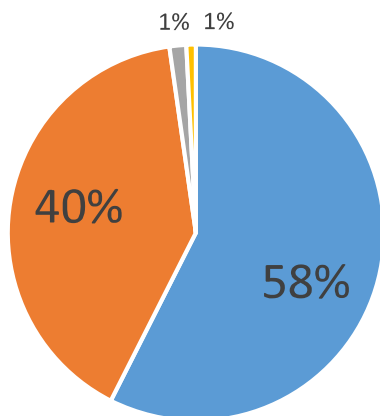


- すでに観戦した
- これから観戦する
- 観戦はしない（観光/通りがかり等）
- オンライン/ニュース等で把握している (n=489)

回答	件数	(全体)%
すでに観戦した	414	84.7%
これから観戦する	49	10.0%
観戦はしない（観光/通りがかり等）	20	4.1%
オンライン/ニュース等で把握している	6	1.2%
合計	489	100%

Q.2 道の駅かでなへ行きましたか？

98%が「道の駅かでな」を利用または利用意向あり。



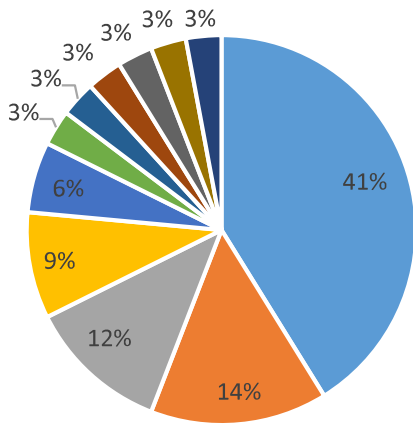
- すでに行った
 - これから行く
- (n=489)

回答	件数	(全体)%
すでに行った	281	57.5%
これから行く	197	40.3%
まだ未定	7	1.4%
行かない	4	0.8%
合計	489	100%

第二章（3）その他

Q.2-1 「道の駅かでな」に行かない・未定の理由 ※複数回答

時間がないが4割。駐車場、混雑を懸念する声も。

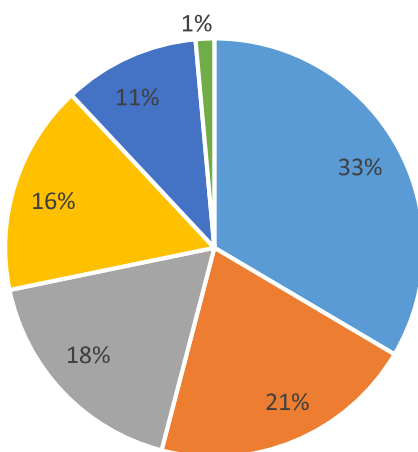


- 時間がない
 - 駐車場が不安
 - 行き方が分からない/遠いと思う
 - 混雑が不安
 - すでに別の場所に行く予定がある
 - 興味がわく情報が不足
 - 読谷村在住のためいつでも行ける
 - 行きます
 - ご飯をよく買いに行く
 - もう来ている
- (n=34)

回答	件数	(全体)%
時間がない	14	42.4%
駐車場が不安	5	15.2%
行き方が分からない/遠いと思う	4	12.1%
混雑が不安	3	9.1%
すでに別の場所に行く予定がある	2	6.1%
興味がわく情報が不足	1	3.0%
読谷村在住のためいつでも行ける	1	3.0%
行きます	1	3.0%
ご飯をよく買いに行く	1	3.0%
もう来ている	1	3.0%
戦闘機を見たい	1	3.0%
合計	34	100%

Q.2-2 改善されるなら行ってみたいと思う施策 ※複数回答

球団関連企画へのニーズが高い。飲食、お土産にも一定の関心あり。



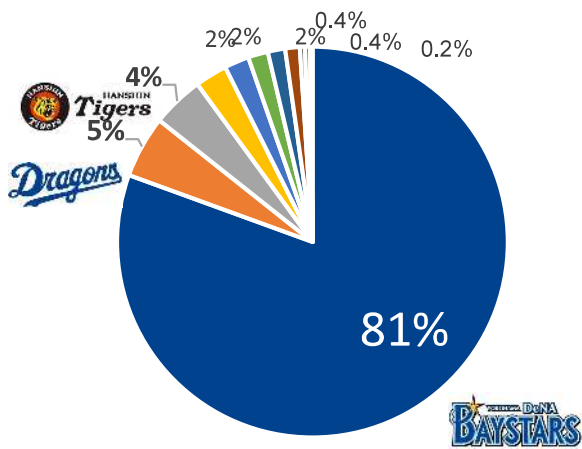
- ベイスターズ関連の企画（グッズ/抽選/展示等）
 - 飲食・お土産の魅力が分かる情報
 - 球場⇔道の駅の分かりやすい案内（地図/サイン）
 - シャトルバスなど/移動手段
 - 混雑や駐車場の情報提供
- (n=209)

回答	件数	(全体)%
ベイスターズ関連の企画（グッズ/抽選/展示等）	70	44.6%
飲食・お土産の魅力が分かる情報	43	27.4%
球場⇔道の駅の分かりやすい案内（地図/サイン）	37	23.6%
シャトルバスなど/移動手段	34	21.7%
混雑や駐車場の情報提供	22	14.0%
その他	3	1.9%
合計	209	100%

第二章（3）その他

Q.3 主に応援している球団

横浜DeNAベイスターズファンが8割。

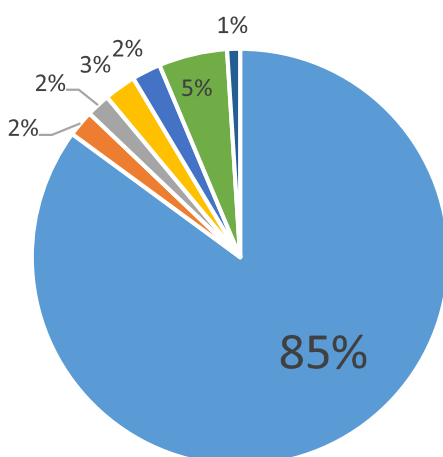


- 横浜DeNAベイスターズ
 - 中日ドラゴンズ
 - 阪神タイガース
 - 福岡ソフトバンクホークス
 - 北海道日本ハムファイターズ
 - 特にない (野球は好き/観光ついで等)
 - 読売ジャイアンツ
 - 東京ヤクルトスワローズ
 - 広島東洋カープ
 - オリックス・バファローズ
 - 埼玉西武ライオンズ
- (n=489)

回答	件数	(全体)%
横浜DeNAベイスターズ	394	80.6%
中日ドラゴンズ	25	5.1%
阪神タイガース	21	4.3%
福岡ソフトバンクホークス	13	2.7%
北海道日本ハムファイターズ	10	2.0%
特にない (野球は好き/観光ついで等)	8	1.6%
読売ジャイアンツ	7	1.4%
東京ヤクルトスワローズ	6	1.2%
広島東洋カープ	2	0.4%
オリックス・バファローズ	2	0.4%
埼玉西武ライオンズ	1	0.2%
合計	489	100%

Q.4 旅行を決めたのはいつ頃ですか？

1か月以上前に沖縄行きを決定。



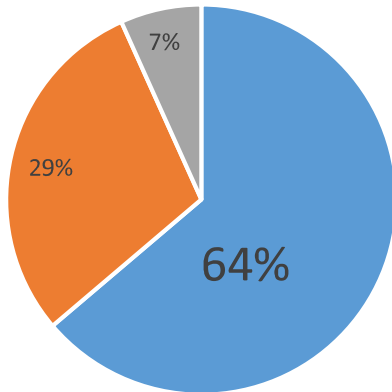
- 1か月以上前
 - 2~4週間前
 - 1週間前
 - 2~6日前
- (n=489)

回答	件数	(全体)%
1か月以上前	416	85.1%
2~4週間前	10	2.0%
1週間前	9	1.8%
2~6日前	12	2.5%
前日	11	2.2%
当日	26	5.3%
その他・県内在住	5	1.0%
合計	489	100%

第二章（3）その他

Q.5 キャンプと観光の割合はどのくらいですか？

キャンプへの目的意識が高い。

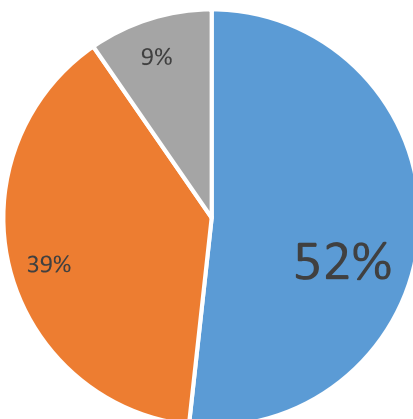


回答	件数	(全体)%
キャンプ（キャンプ目的のみ）	312	63.8%
半々	144	29.4%
観光（観光が主でついでにキャンプ）	33	6.7%
合計	489	100%

- キャンプ（キャンプ目的のみ）
- 半々
- 観光（観光が主でついでにキャンプ） (n=489)

Q.6 他球団のキャンプも見学予定ですか？

半数以上が他の球団のキャンプには関心がない。



回答	件数	(全体)%
いいえ	253	51.7%
はい	189	38.7%
未定	47	9.6%
合計	489	100%

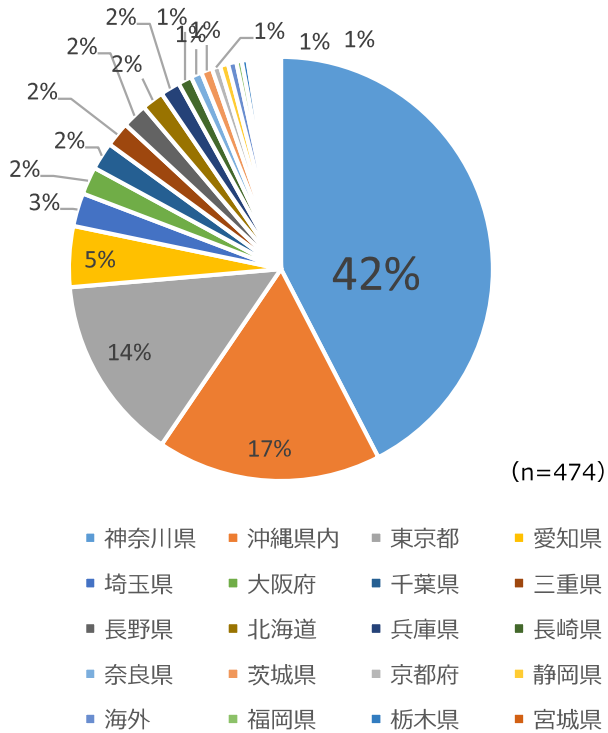
- いいえ
- はい
- 未定

(n=489)

第二章（3）その他

Q.7 お住まいはどちらですか？

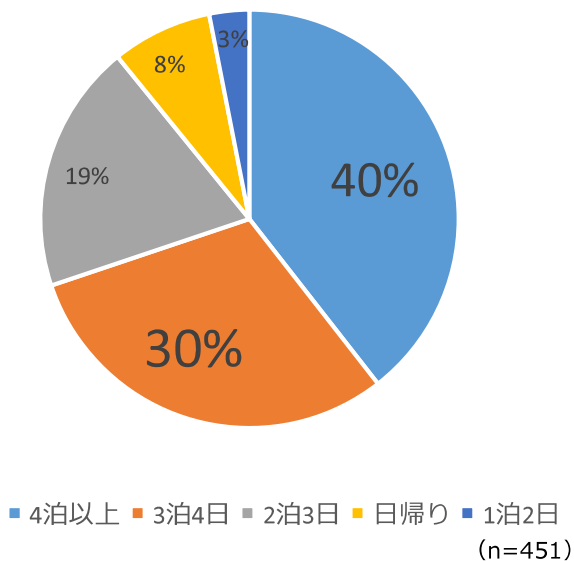
神奈川、沖縄が多いものの全国各地から来訪している。



回答	件数	(全体)%
神奈川県	201	42.4%
沖縄県内	81	17.1%
東京都	67	14.1%
愛知県	22	4.6%
埼玉県	12	2.5%
大阪府	10	2.1%
千葉県	10	2.1%
三重県	9	1.9%
長野県	9	1.9%
北海道	8	1.7%
兵庫県	7	1.5%
長崎県	5	1.1%
奈良県	4	0.8%
茨城県	4	0.8%
京都府	3	0.6%
静岡県	3	0.6%
その他の都道府県（各県2名以下）	16	0.1~0.2%
海外	3	0.6%
合計	474	

Q.8 沖縄での滞在日数は？

3泊以上が約7割を占める。

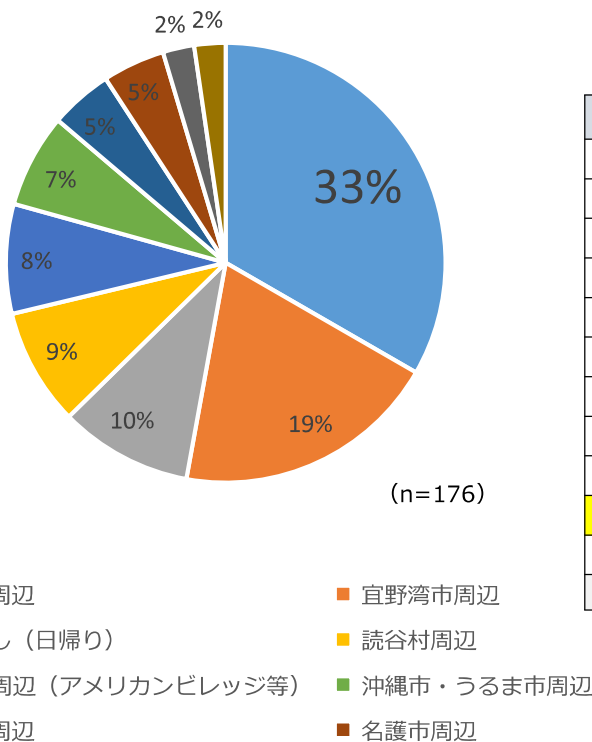


回答	件数	(全体)%
4泊以上	178	39.5%
3泊4日	137	30.4%
2泊3日	87	19.3%
日帰り	35	7.8%
1泊2日	14	3.1%
合計	451	100%

第二章（3）その他

Q.9 宿泊（滞在）エリアはどこですか？ ※複数回答

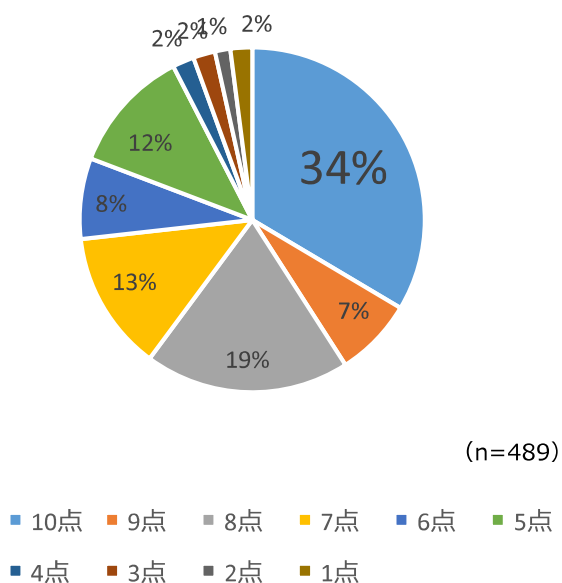
那覇市、宜野湾市で半数以上。嘉手納町内は少数。複数個所への滞在もあり。



回答	件数	(全体)%
那覇市周辺	58	37.9%
宜野湾市周辺	34	22.2%
宿泊なし（日帰り）	17	11.1%
読谷村周辺	15	9.8%
北谷町周辺（アメリカンビレッジ等）	14	9.2%
沖縄市・うるま市周辺	12	7.8%
恩納村周辺	8	5.2%
名護市周辺	8	5.2%
本島北部（本部・今帰仁など）	4	2.6%
嘉手納町	4	2.6%
本島南部（豊見城・糸満など）	2	1.3%
合計	176	

Q.10 嘉手納でのキャンプ体験の満足度（10点満点）

嘉手納キャンプへの満足度は概ね高い。

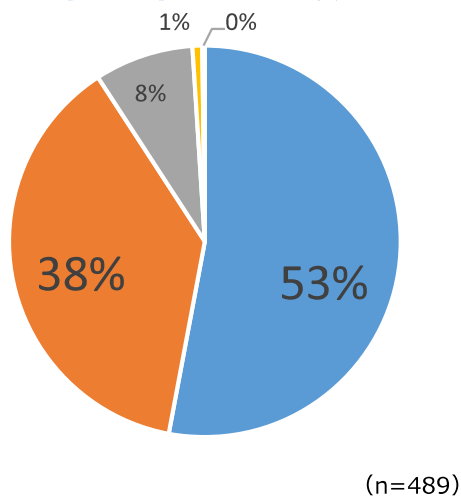


回答	件数	(全体)%
10点	164	33.5%
9点	36	7.4%
8点	94	19.2%
7点	64	13.1%
6点	37	7.6%
5点	57	11.7%
4点	10	2.0%
3点	10	2.0%
2点	7	1.4%
1点	10	2.0%
合計	489	100%

第二章（3）その他

Q.11 来年も嘉手納のキャンプに来たいと思いますか？

来訪意向は90%以上。



- 非常に思う
- 思う
- どちらでもない
- あまり思わない

回答	件数	(全体)%
非常に思う	259	53.0%
思う	185	37.8%
どちらでもない	40	8.2%
あまり思わない	4	0.8%
全く思わない	1	0.2%
合計	489	100%

Q.12 嘉手納 春季キャンプについて 困った点・改善してほしい点（自由記述） （例：案内、混雑、駐車場、導線、トイレ、情報不足など）

駐車場混雑、道路横断の危険性、子連れのトイレへの改善要望が多数。

カテゴリー	件数	主な意見（抜粋）
満足・特になし	53	・綺麗な球場で良かった。
駐車場・アクセス	42	・駐車場が混雑止めるのに大変 ・駐車場がわかりにくい。 ・交通量が多いので駐車場から球場まで渡れない、道の駅へも道路が渡れなくて困りました
導線・動線	17	・今年からの新球場では見学客の動線が以前のものからかなり制限されたことは安全面などから致し方ないことと承知しておりますが、メイン球場と陸上競技場・スポーツドーム(室内練習場)の移動で見学客は毎度交通量の多い公道を信号も無い中で横断することとなります。かなり不便かつ危険を伴うので以前のように公道下を通るトンネルを見学客にも解放する運用に戻していただきたいです。 ・導線がかなり錯綜するように感じました。
トイレ	17	・子連れのトイレ ・子連れだったのでトイレに困りました！
選手との距離・ファンサービス	17	・選手が予定表通りに練習しない。2軍とはいえ、スケジュールは守ってほしい ・触れ合いゾーン以外でも笑顔はしてほしい。してくれる選手もいます。 ・もう少し選手との交流が欲しい
案内・情報提供	13	・嘉手納町運動公園入口から球場までの案内が少ない気がしました。 ・情報不足
交通・バス	11	・那覇からの公共交通機関が充実すると嬉しい ・移動手段・バス路線が難しい
グッズ・ショップ	9	・選手のグッズを買いたかった ・グッズ充実、キッチンカーなどがあると良い。かだな限定グッズがあったら買います！ ・球団グッズを多く置いて欲しい。キッチンカーなどの飲食が出来る様にして欲しい。
飲食・キッチンカー	8	・路線バスが少ない。平日にキッチンカーがない。 ・路線バスの本数が少ない。平日にキッチンカーがないので食事が大変。・飲食
スタンプラリー・イベント	3	・今回は昨年みたいにイベントがなさそうで寂しい ・雨でもスタンプラリーしてほしいです！（球団主催） ・スタンプラリーを復活させてほしい
その他	35	・練習場所を詳しく載せて欲しい ・バックスクリーンに練習の映像を流してほしい。遠くから見えない為

第二章（3）その他

■ アンケート結果まとめ

ファンの行動

横浜DeNAベイスターズファンがほとんどで、神奈川県からの訪問が最も多かった。ファンは他の球団には特に関心がなく、自身の推しチームのキャンプのみを観戦するという傾向が見られた。利便性から那覇市宿泊が多いが、宜野湾市も一定数いることからキャンプ地に近い場所への滞在で極力多くの時間をキャンプ観戦に費やしたいという姿勢がみられる。尚、複数個所への宿泊をするファンについては、那覇市周辺とその他地域の組み合わせが多く帰りに観光を兼ねて那覇市に滞在するというケースも見られた。

嘉手納町周辺での宿泊は少ないことから、当面は午前～夕方までの時間を使って嘉手納町の観光資源や飲食店などに誘導する施策が有効である。

道の駅への誘導

会場内のマップやアンケートの実施などが奏功して、道の駅への来訪（来訪意向含む）が高かった。球場から道の駅への誘導はある程度実現できたため、今後は道の駅でのさらなる消費単価の向上のために、滞在時間を増やす仕掛けが必要。また、道の駅で周辺観光や周辺飲食店のアピールを行う事で、新町通などに誘導する仕組み作りが必要。

道の駅へのニーズ

ベイスターズ関連の企画（グッズ/抽選/展示等）に対する要望が多いため、それらを充実させることに加えて、「飲食やお土産の魅力がわかれば来訪したい」という意向やも確認できたため、今後は道の駅に関する球場でのさらなる情報発信や球団SNSでの発信も拡充したい。また、レンタカーだと道の駅側から球場へ向かう層も一定数いることから、道の駅側に球場駐車場への案内を掲出することも検討の余地がある。

駐車場、動線に関するニーズ

嘉手納キャンプに対する満足度は概ね高いものの、施設に対しては駐車場、動線、トイレに対する要望が挙げられた。駐車場に関しては、案内が少なく場所がわかりづらいこと、台数が少ないことが挙げられた。動線については、勉強会でも課題として挙げられていたが球場前の信号のない公道を渡らないければいけない点が安全性及び利便性で改善要望が多かった。過去の嘉手納キャンプを訪れたことがあるファンからはトンネルの使用要望が上がっている。ファンと選手の動線を柵や道路上の目印で分けるなどの工夫で、トンネルの使用を検討する必要がある。



※埼玉西武ライオンズキャンプ地での事例
(青が選手動線、シートなしが一般動線)

トイレに関するニーズ

球場内のトイレについては改修後に綺麗になったため、評価が高かったが数が少ないこと、屋内練習場側（選手のサイン待ちでファンが滞留）のトイレがないことに不満の声が上がった。今後は、トイレの案内のなどもサインを掲示するなど工夫が必要。

① 横浜DeNAベイスターズ2軍キャンプを活用したマーケティング調査及び各種施策

キャンプ・合宿誘致においては前述のとおり経済効果の最大化に加えて、社会的効果の発揮が求められている。横浜DeNAベイスターズのキャンプに際して、同球団が横浜で実施している地域交流活動を嘉手納町でも行うことで、社会的効果の発揮に結び付ける。

2

アマチュア競技、学生団体等を中心とした* 地域交流による社会的効果を発揮する誘致の推進

*当初はアマチュア団体を想定していたが、本事業ではプロ野球球団である横浜DeNAベイスターズの協力を得られたため、今年度は
DeNAと共同で交流事業を実施した

■ B-PARK

B-PARKとは・・・

B-PARKは、野球をしたことがない、見たことがない未就学児、小学生を対象に「投げる・捕る・打つ・走る」の野球の楽しさを各地域の球場やグラウンドで体験してもらうイベントで、横浜DeNAベイスターズが横浜市内で展開している。

同プログラムは、運営に地域の中体連に所属する中学生が関わることで、参加者、運営側双方の人材育成及び次世代への野球継承を目的としている。

開催日時 : 1/31 (土)
場所 : 嘉手納野球場
対象 : 未就学児～小学校低学年
運営 : 地元の中学生の参加を促進



当日は受付開始前から、親子が列をなす光景が見られた。グラウンドでは野球経験のない未就学児や低学年が子ども用のやわらかいボールやバットに触れ、楽しく野球体験を行っていた。また保護者同伴のイベントのため、嘉手納町内における横浜DeNAベイスターズキャンプの受入機運醸成にも繋がった。


尚、あいにくの雨模様で終日予定されていたイベントは午後の部が中止となった。今後は天候リスクなども鑑みて、開催場所などの工夫が必要である。

第二章（3）その他

① 横浜DeNAベイスターズ2軍キャンプを活用したマーケティング調査及び各種施策

■宮崎キャンプ視察

宮崎県の各球団キャンプにおけるプロモーション施策を視察することで、次年度以降の嘉手納町で展開する各種施策に活用する。尚、西武ライオンズについては将来的な一軍キャンプの誘致につなげたいことからヒアリングも併せて行った。

チーム名	埼玉西武ライオンズ	
キャンプ日程	2026年2月1日（日）～2月23日（月・祝）	
実施場所	日南市南郷中央公園野球場	
受入自治体	日南市	
キャンプ開始年	2004年～（26年目）	
対応者	埼玉西武ライオンズ 球団本部 査定担当チーフ 武藤様	

埼玉西武ライオンズ視察内容

■施設概要

南郷中央公園は、ライオンズが使用する野球場（南郷スタジアム）、多目的広場、投球練習場（ブルペン）、全天候型屋内練習場（ドーム）、運動広場※照明付きなどのある総合型運動公園である。また、ライオンズのロゴマークを外観にあしらったトレーニングジムも併設されている。

②くろしおドーム



⑦南郷トレーニングルーム



③投球練習場



⑤多目的広場



①南郷スタジアム



埼玉西武ライオンズ視察内容

■施設について

- ・施設は古いものの広大な敷地の中に野球場、サブグラウンド（多目的広場）、屋内ドームが併設されており利便性は高い。
- ・専用のブルペンのほか、屋内ドーム内にも常設のブルペンが設置されており完全に「野球」仕様となっている。
- ・野球場は天然芝+土、サブグラウンドは土、屋内ドームは毛足の長めの人工芝が敷設されている。
- ・2022年に新設された南郷トレーニングセンター（192㎡）には、球団が要望するトレーニング機器が入っており、市が購入をし管理しているとのこと。キャンプ期間以外は市民が利用している。
- ・一軍キャンプに必要なものは揃っているが、ところどころ施設が老朽化していること、サブグラウンドがすり鉢状の下の部分にあり、野球場が高台にあるため、移動に階段を使う箇所が多いことが難点として挙げられる。
- ・駐車台数は平日は十分なものの、土日・祝日については近隣の漁港からシャトルバスが出ていて、パーク&ライド方式を取っている。

【野球場（南郷スタジアム）】

- ・1983年竣工（築42年）。ライオンズのキャンプ開始に合わせて2004年に改修。
- ・固定座席は約1800席。キャンプ期間中の土日・祝日は、ほぼスタンドが満員になるとのこと。（視察を実施した平日は200名程度）
- ・入口にはライオンズマークが大きく掲示されており、各年のキャンプ時のサイン入りフラッグなどが所狭しと飾られている。
- ・諸室は狭いものの、ケータリングやメディカル、配信などのほかパーナップ（昼寝）などのリラックスするための部屋も設けられていた。



【投球練習場/サブグラウンド（多目的広場）】

- ・サブグラウンドに離接して7レーンの屋根付き投球練習場が設置されている。
- ・外には観客用のベンチも併設されており、ガラス越しに投球練習を見ることができる。
- ・サブグラウンドとして使用する多目的広場はトラック400mが入る大きさで、野球をする場合、一般用が1面、少年用が2面、ソフトボールをする場合は3面入る広さを持つ。
- ・サブグラウンドの一角にも観客席（陸上競技場のスタンドを残したもの）が設けられている。



【屋内練習場（くろしおドーム）】

- ・3,600㎡の広さ（幅60m、長さ60m、高さ29m）の全面ロングパイル人工芝で、常設のブルペンがあり野球の練習以外にはゲートボールやテニスなどに利用が可能。
- ・ブルペンは5レーンが整備されている。
- ・ドーム入り口にはライオンズのパネルが設置されている。



埼玉西武ライオンズ視察内容

【トレーニングジム（南郷トレーニングルーム）】

- ・ライオンズの要望を受けて、テニスコートの一部を転用する方で市が整備したトレーニングジム。外観にも内観にもライオンズのロゴなどが装飾されており、プロ仕様の雰囲気を出している。
- ・パワープレートやウェイト、ランニングマシンなどの機器が整備されている。
- ・キャンプ期間以外は市民が利用できる形となっており、1回220円（団体2,200円）にて利用可能。



■プロモーション

【球場周辺装飾】

- ・南郷球場の入り口及びスタンド壁面などに、カットティングシートで施した装飾がある。キャンプ期間中以外の通年で表示しているとのこと。
- ・観客駐車場からの動線上に、選手肖像を使った幟を設置。



【飲食/物販】


- ・第一駐車場をつぶして、テントを設置。飲食テナントや地元の酒、特産品などを販売。
- ・球団グッズを売るテントも2張設置されていた。
- ・宮崎県のプロモーションで制作した6球団監督のビジュアルが掲載されて大型看板が目目を引いていた。



■まとめ

- ・コンパクトな会場に運営面で必要なものはまとまっている。
- ・常設の屋根付きブルペンや野球仕様の屋内ドーム等の提供は、1軍キャンプを実施する上では必須となっている。（専用ブルペンと屋内ドーム内ブルペンで合計12レーン）
- ・トレーニングジムの機器については、選手からの要望に応じて球団が市に要望を出しているとのこと。
- ・1軍、2軍が同じ場所で実施するメリットを最大限に感じているため、それを上回るメリットがないと他地域へのキャンプの移動は難しい。
- ・平日で観客が少なかったこともあるが、市として観光PRや特産品の販売機会として積極的に活用している様子はあまり見られなかった。
- ・ファンサービスも特別なイベント的要素は見られず、グッズも限定的。会場装飾も目新しいものはなかった。
- ・コアな野球ファンが「プレーを見る」ために訪れている印象が強かった。

第二章（3）その他

チーム名	福岡ソフトバンクホークス	
キャンプ日程	2026年2月1日（日）～3月3日（火） * A組、B組が宮崎。A組は3/1まで。C組、D組は筑後にてキャンプ。	
実施場所	生目の杜運動公園	
受入自治体	宮崎市	
キャンプ開始年	2009年～（23年目）	
対応者	福岡ソフトバンクホークス 事業統括本部 野球事業推進本部 副本部長 中山様	

福岡ソフトバンクホークス視察内容

■施設概要

宮崎市生目の杜運動公園は、総面積35.4haの敷地の中に2つの野球場と2つの多目的グラウンド、ドームをもつ総合運動公園である。ソフトバンクホークスのキャンプ期間は、通常は使用しない体育館や陸上競技場も含めて、ほぼホークスの貸し切りになる（一部、陸上競技場のサッカーグラウンドをサッカーチームが使用）

公園内に空きスペースには諸室をカバーするプレハブが多数建てられ、食事会場や選手の控室、オープン戦の際のビジターチームの待機場所などに活用されている。

第2野球場



多目的グラウンド（A）



多目的グラウンド（B）



ブルペン



一般駐車場：950台
大型：1000円、普通500円
※宮崎市民は平日100円

アイビースタジアム



はんびドーム



敷地内の空きスペースに設置されたプレハブ



福岡ソフトバンクホークス視察内容

■施設について

- ・ 広大な施設の中に十分な広さの野球場やサブグラウンドが点在している。
- ・ 球場内の諸室は少なくため、公園内の空きスペースにプレハブを建てて部屋として使用している。
- ・ 九州のチームということもあり、週末には最大18,000名が来場することからファンが終日楽しめるお祭りのような雰囲気、仮設テントも数多く設置されていた。
- ・ 一般駐車場の950台あるものの、週末は満車になるとのこと。
- ・ MSG・ミズノグループ（代表団体：学校法人宮崎総合学院、構成団体：ミズノ）が指定管理者として運営管理を行っている。

【野球場（アイビススタジアム）】

- ・ 2002年竣工（築24年）。プロ野球キャンプの誘致を想定して作られたとのこと。
- ・ 観客収容 11,000人（内外野スタンド約6,000席・外野芝生約5,000人）
- ・ 外観には大きくソフトバンクの選手のビジュアルが載った装飾が施されている
- ・ 球場にはキャンプスポンサーの企業ロゴが掲出されている。
- ・ 球場内の諸室と並んだ場所で簡単な投球ができるスペースが確保されている。



【第2野球場/多目的グラウンド】

- ・ それぞれ十分な広さあるため、サブグラウンドとして活用している。



【ブルペン】

- ・ 7レーンの屋内ブルペン及び5レーンの半屋根のブルペンが設置されている。



【屋内練習場（はんぴドーム）】

- ・ 65m×65m 人工芝
- ・ 投球練習用のマウンド、アンツーカーが常設されている。
- ・ 2階部分の通路に外からアクセスが可能で、雨天時にはファンを100名ずつに分かれて10分ずつ観覧できる。



福岡ソフトバンクホークス視察内容

【諸室（プレハブ）】

- ・ 球場内の諸室が足りない分を補うため、敷地内の空きスペースに多くのプレハブを設置していた。
- ・ 2階建てのプレハブはオープン戦の際のビジターチームの控室になるほか、通常時はミーティングルームとしても活用。
- ・ 食事会場も球場内のみではスペースが足りないため、プレハブでも提供している。



■プロモーション

【球場周辺装飾】

- ・ 球場には球団側で選手肖像を使った装飾を施していた。
- ・ 入口の横断幕のみが、協力会にて制作した装飾とのこと。



【公園内エリア装飾】

- ・ プレハブの壁面パネルや選手動線と一般動線を分ける部分にA型パネルを置き、装飾を施している。
- ・ 選手の等身大パネルや大型ビジュアルパネルなど、ファンが記念撮影をしたくなるスポットも点在。



【飲食/物販】（ホークスビレッジ）

- ・ 駐車場から動線上に飲食テントを20店舗以上を設置。テナントテントにはみやざき杉を使用したゲートを使用。
- ・ 物販は直営ブースにてグッズを販売。



■まとめ

- ・ 球場は一部古くなっているものの、公園の広さを活用してプレハブなど必要な機能を仮設している。
- ・ ライオンズ同様、屋内練習場は完全に普段から野球仕様となっている。
- ・ プロモーションは球団が主導となって装飾やファンサービスを展開。九州の地元チームということもあり、ホームゲームさながらの充実度合いであった。イベントなどでファンの滞在時間を長くする仕組みも作られていた。
- ・ 西武ライオンズと比べると、球団側がキャンプ自体を収益源（キャンプスポンサー獲得も含む）として考えている姿勢がみられる。
- ・ キャンプというよりは、産業祭りやFIBAバスケットワールドカップなどのイベントに近い形であった。

福岡ソフトバンクホークス視察内容

■関係者ヒアリング

ヒアリング先：福岡ソフトバンクホークス 事業統括本部 野球事業推進本部 副本部長 中山様
宮崎市観光協会 スポーツ催事課 主任主事 萩原様
(有) ボールパークドットコム 施設管理部 増田様

【嘉手納町施設について】

- ・人工芝の夏場の温度が気になる。ソフトバンクでは、最近茶殻をリサイクルしたチップにに変更することで、発熱量を抑えている。温度管理のため、スプリンクラーの設置あるいは散水が必要な可能性もある。
- ・ブルペンの屋根がないのは致命的。
- ・座席数はオープン戦をするには足りない。
- ・ソフトバンクでは、キャンプ期間中の試合がある日は最大1万8000人が来場する。

【観光協会の関わり方】

1. 体制

- ・協力会を取り仕切っているのが宮崎市観光協会。理事に行政、テレビ局、商工会などが名を連ね、トップは市長。
- ・協力会は受入球団毎に組成されており、観光協会から1名ずつ担当を配置。
- ・観光協会の専任担当は、期間中は野球場の事務所に常駐。すべてのワンストップ窓口となっている。
- ・専任担当は通常、5年程度は異動がない前提。
- ・観光協会はプロパー社員が10名程度。市の担当が2名出向している。
- ・サッカー担当は1名で10チームの受入を担当。プロ野球は各球団毎に専任。
- ・スポーツコミッション的なスポーツコンベンション全般を請け負うのではなく、あくまでプロスポーツチームの受入部分及びプロモーションに関与。
- ・ラグビー日本代表などは県が直接窓口となっている。
- ・施設はMSG（ミズノ系列）が指定管理者となっており、その下で（有）ボールパークドットコムが現場の運営を請け負っている。

2. 予算

- ・キャンプ受入の予算が市から出ている。
- ・市からは、協力会として「稼ぐ」方向性を求められている。そのため、会場内のテントなどは協会で手配、設営しテナント出店料などを徴収している。
- ・オープン戦は観光協会が権利を買い取り、主催している形。そのため、チケット販売、警備、広告などを担当。収益を上げる仕組みを作っている。

【プロモーション】

- ・駐車場でのナンバープレート調査を実施。週末は半分が福岡ナンバーで、平日は6割以上が宮崎ナンバー。
- ・福岡からのファンは日帰りですべて帰ってしまうので、経済効果が最大化できないのが課題。
- ・空港で実施しているような、6球団串刺しのプロモーションは県が代理店に委託して実施。
- ・ファンサービスに必要なアルバイト派遣などは、TV局系の広告代理店に観光協会から委託。
- ・ホークスが制作する造作物については、球団から直接、代理店に委託している。
- ・市や県が主体となっているプロモーションは、県内商業施設や各球場、空港などで展開。

【球団とのやりとり】

- ・キャンプ期間中は、専任の担当が球場に常駐し球団の各部署からの問い合わせや要望をワンストップで受けている。
- ・通年かけて何かしらのやり取りは発生している。開幕戦や夏の宮崎県の冠試合の際には、市長はじめ協力会のメンバーで福岡を訪れている。

■まとめ

長年の受入により、行政、協力会、球団の関係は深くノウハウも蓄積されている。宮崎市としては、サッカーキャンプの受入もしているものの、あくまでチームの要望に応えるレベルの対応であり誘客や消費拡大などはプロ野球キャンプの活用で特化している。

県外からのファンは宮崎市内に宿泊するため、市内の観光スポットや飲食店への誘導に行政や観光協会が予算をかけている様子は見られなかった。ただ、福岡からのファンが日帰りしてしまう点については課題感を持っていた。

施設の充実度もさることながら、球団がキャンプを「商業イベント」と捉えて投資をすることで、誘客効果が上がり、自然と宮崎市内の経済効果もあがる形となっている。

第二章（3）その他

■宮崎キャンプ視察（その他）

プロ野球キャンプの視察に加えて、WBC日本代表キャンプならびにキャンプ合宿の受入施設であるシーガイアの視察を行った。

その他の視察内容

■WBC日本代表キャンプ

チーム名 侍ジャパン
キャンプ日程 2026年2月14日（土）～24日（木）
実施場所 ひなた宮崎県総合運動公園 ひなたサンマリンスタージアム宮崎 他
受入自治体 宮崎市

- ・ ジャイアンツ1、2軍が那覇に移動したあとのサンマリンスタージアムにてキャンプを実施。
- ・ 平日にもかかわらず多くの観客が来場していた。
- ・ 球場周辺にはオフィシャルストアや飲食ブース、ステージなどが設けられていた。



■読売ジャイアンツ 3軍キャンプ

チーム名 読売巨人軍 3軍
キャンプ日程 2026年2月1日（日）～27日（金） ※1軍は2月1日～12日（木）、2軍は2月1日～3月1日（日）
実施場所 ひなた宮崎県総合運動公園 ひなたひむか球場
受入自治体 宮崎市

- ・ 球場は古く、3軍利用のためか派手な装飾は見られなかった。
- ・ 視察時には既に練習が終了していたため、選手やファンなどは確認できなかった。



■アミノバイタルフィールド/フェニックス・シーガイア・リゾート

- 各球団やサッカーチームが要望する施設とホテルの近接性への評価が高いため、視察を行った。
- ・ 新しく整備されたサッカーグラウンドとクラブハウスは徒歩数分で利便性が非常に高い。
 - ・ スポーツチームはプロ野球の1軍レベルはオーシャンタワー、2軍以下または一部のサッカーチームはコテージを利用。
 - ・ 広大な敷地で客室数も豊富であるため、複数チームの受入を同時に行う事が出来る。
 - ・ 視察時にはJリーグのアルビレックス新潟が滞在していた（シーズン開始後だが降雪地帯のため宮崎に継続して滞在。）
 - ・ ラグビー日本代表もここでキャンプを実施している。



第二章（3）その他

② 宿泊施設非併設型キャンプ・合宿誘致スタイルの視察・調査

嘉手納町のスポーツコンベンションでは、食事提供などの合宿に必要なサービスが十分に提供できる大型の宿泊施設が存在しない。キャンプ・合宿誘致においては、宿泊費が合計消費額に占める割合は約50%と言われており、経済波及効果を高めるために、消費割合が最も大きい宿泊施設の整備は不可欠である。

参考) 令和3年度における阪神タイガース2軍のうるま市内宿泊費：21,780,000円
総予算（38,853,500円）に占める割合：56%*

* 令和5年度策定嘉手納町スポーツツーリズム基本構想」より

現状、嘉手納町に該当の宿泊施設がない中、民間宿泊施設の誘致もさることながら行政主体で施設を整備することによる課題解決というやり方も存在する。今年度は、うるま市浜比嘉島のHAMACHUを対象とし、行政主体の合宿誘致スタイルについて検討すべく、視察を行った。尚、うるま市のキャンプ・合宿受入が可能なホテルは主に石川地区に点在しているが、充実した体育施設は具志川地区（具志川多種目球技場、具志川野球場など）に存在しており近隣の宿泊施設の不足が課題となっている。

3

体育施設の整備を見据えた、現状の施設・受入課題（大型宿泊施設不足等）を前提とした 嘉手納に即したキャンプ・合宿受入モデルの確立

■ HAMACHU視察

HAMACHU視察

■ 施設概要

名称 : HAMACHU（浜比嘉島旧浜比嘉小中学校跡地リノベーション施設）
所在地 : うるま市勝連浜（浜比嘉島）
オープン : 2022年7月
指定管理者 : プロモーションうるま

HAMACHU（はまちゅう）は、旧浜中学校をリノベーションし、宿泊滞在型のワーケーション拠点として2022年に誕生した。

■ 施設の特徴

- ・校舎を活用した宿泊室・コワーキング・スタジオ・ワークスペースで宿泊は最大34名（5室34床）
- ・2段ベッドのドミトリー型とシングルベッドを複数配置した個室にて編成
- ・ワーケーション施設としてオープンしたが稼働率があがらず、令和6年度に沖縄県のスポーツコンベンション誘致戦略推進事業にてワンスポ沖縄が誘致をした神奈川大学サッカー部（30名×2班）の受入を契機に、スポーツ合宿などの利用を推進している。



第二章（3）その他

■HAMACHU視察（つづき）

HAMACHU視察

■サービス

- ・通常、食事提供はないが、旧家庭科室を使つての調理は可能。宿泊人数が多い場合、過去のスポーツ合宿では、県内の管理栄養士に食事提供サービスを依頼。今年度も同様のモデルでの合宿受入を予定している。
(指定管理者であるプロモーションうるまにて調整)
- ・旧体育館・校庭等を活用しスポーツや体験などの実施も可能
- ・プロモーションうるまが主体となって島の資源（自然・文化）を活かした体験コンテンツや、地域住民との交流プログラムを提供



■スポーツ合宿の受入

- ・近隣（海中道路の先）には、具志川総合運動公園、与那城運動公園など各種スポーツ施設が点在しているが、それらの施設近隣には合宿利用ができるホテルは1件のみ（春日観光ホテル）
- ・阪神タイガース2軍などのプロスポーツチームは石川のANAクラウンプラザリゾートに滞在。
- ・30名程度のアマチュア合宿であれば、受入可能。
- ・2026年は前年に引き続き継続で神奈川大学サッカー部（30名程度×入れ替えで2回）が合宿をするほか、新規で早稲田大学自転車部が訪れる予定。

料金目安：

1泊2食付き 9,000円～12,000円/人

※食事提供数、季節及び人数などによって変動。

■地域交流

- ・指定管理者であるプロモーションうるまを通じて、様々な交流が可能。
- ・神奈川大学サッカー部の事例では、子ども達とのサッカー交流や食事交流、大学について楽しく話を聞けるレクリエーションや島のシニアとの交流（介護予防教室など）も実施しており、コンベンションの社会効果を発揮する好事例となっている。



■HAMACHU視察（つづき）

HAMACHU視察

■嘉手納町への展開可能性

①遊休施設等の活用による経済効果の向上

嘉手納町内に大規模な廃校はないが、町有地や未利用施設、今後施設改修が予定される施設を活用した宿泊サービスの提供については、合宿受入体制の強化策として検討する価値がある。

具体的には、嘉手納町町民の家や比謝川自然体験センターの利活用などが考えられる。これらの施設の活用に関しては、施設のリノベーションや機能拡充に加えて、食事提供、ランドリー利用などに地域事業者をプレイヤーとして巻き込むことで、合宿時の直接経済効果を高めることも可能となる。



比謝川自然体験センター



嘉手納町町民の家

②スポーツ施設密集地の課題解決

嘉手納町はスポーツ施設が東西にコンパクトに集積しており、合宿地、大会開催地としてのポテンシャルは高い。また令和8年度に供用開始を予定している兼久体育館も、屋内競技の大会開催地として候補になることから町内の宿泊施設への要望は高まると予想される。HAMACHUの事例から「小規模宿泊・研修型施設」が合宿受入体制の不足を補完し得ることを確認した。特に、必要最小限のリノベーションでも成立する運営モデルや、地域連携を前提とした体制づくりは、今後の受入環境整備に活かせる示唆に富む。



③地域交流による社会的効果の発揮

HAMACHUの事例にもあるとおり、宿泊施設が受入自治体内にあることで移動の手間が省けて様々な地域交流がしやすくなる。また、活用する施設によってはもともと地域コミュニティの利用を想定していた場合、調理室や水回りなどが充実しているケースも多い。そのような施設においては、合宿として宿泊を提供するだけでなく、例えば地域の特産品を使った料理を地域のシニアがふるまうなどのおもてなしや、子ども達との食事交流やワークショップなど嘉手納町らしさを打ち出した交流が可能。社会的効果を発揮しやすくなる。



第三章 事業全体総括

第三章 (1) 事業総括

① 勉強会における成果・課題と次年度に向けて

■ 成果と課題

意識醸成と顔の見えるネットワーク

令和4年度の基本構想策定時には、庁舎内の検討会議及び役場と観光協会との勉強会を実施、令和5年度の基本計画策定時には、庁舎内での検討会議及び役場と商工会青年部との勉強会などを実施していた。令和6年度は野球場のリニューアルに注力したため同様の勉強会などは実施されずに、その間に各組織の担当者の変更などもあったことや、将来的な協議会の立ち上げには、商工会、観光協会だけでなく地域の事業者や社会福祉関係者、野球関係者など幅広いプレイヤーの巻き込みが必要であることから、令和7年度の本事業においては、商工会、観光協会に加え、道の駅のテナント会、各自治会、社会福祉協議会などの関係者に幅広く勉強会への参加を促した。

3回の勉強会を通じて、「スポーツコンベンションを通じて嘉手納町として何を実現していくか」について様々なステークホルダーの意見を聴取することができた。また、第3回の次年度に向けたまとめの勉強会においても、横浜DeNAベイスターズを活用してどのような施策を展開していきたいかなど、具体的なアイデアが生まれ、関係者の当事者意識の芽生えも感じられる、有意義な会となった。

プロ野球誘致、経済効果への関心の偏り

勉強会においては、キャンプ、合宿誘致全体というよりは、影響力の強い横浜DeNAベイスターズを活用した施策についての議論がほとんどで、大学野球やソフトボールなどの他の団体を活用した施策については関心が薄かった。また、第2回の勉強会で講義をした「社会効果の発揮」については、社会福祉協議会や自治会の参加者はいたものの、B-PARK以外の具体的な実行にまで結びつけることが出来ず、次年度以降への持ち越しとなった。但し、横浜DeNAベイスターズキャンプ期間に「シニアデー」を設けて、地域のシニアをイベント的に招待するなどの具体案は出ていた。

庁内関係者の関与

3回の勉強会のうち、第2回、第3回が12月、1月と行政の繁忙期にあたっていたこともあり、本事業の主管課である産業環境課以外の庁内関係者の巻き込みがしづらかった。スポーツコンベンションは観光、商工のみならず、施設や社会福祉、子どもなど多くの要素が含まれることから、子ども家庭課、福祉課、社会教育課など庁内でも多くの課を巻き込むことが望ましい。また、子どもに対する社会効果の発揮を目指すのであれば、教育委員会の巻き込みも実施したいところである。

中心的プレイヤーの創出

スポーツツーリズム推進協議会（仮称）の設立のためには、今回の勉強会の参加団体などから中心的プレイヤーを作り出していかななくてはならない。今年度は顔の見えるネットワークづくりに注力したため、実際の協議会設立のための具体的な議論は実施していないが、今後はどこが中心となってスポーツツーリズム（コンベンション）を推進していくかに議論の軸を移行する必要がある。

第三章 (1) 事業総括

■次年度に向けて

顔の見えるネットワークの拡充と会議体の変更

令和7年度における勉強会への参加者は、かなり積極的に議論に参加しアイデアも豊富であった。次年度以降もこのメンバーが中心になりつつ、庁内関係者（各課）を積極的に巻き込むことで、民間と行政で役割分担をしながら、スポーツコンベンションの「嘉手納スタイル」について引き続きより具体化した議論を進めるべきである。

「勉強会」という講師→生徒という一方が他方に情報を提供するという座組ではなく、「意見交換会」または「検討会」という位置づけで、さらに参加者の主体性を高める実施方法が理想である。

横浜DeNAベイスターズを活用した施策展開

令和7年度において第1回の勉強会で出たアイデアのいくつかを、球団側に交渉して実現することができた。これらの取り組みが、協議会メンバーの「当事者意識」を醸成したと考えられる。次年度以降も、この形を取りつつ、より地域のアイデアが地域主体で実現できるような支援をしていく。

尚、地域関係者の主な関心が「プロ野球キャンプ誘致」となっている現状を踏まえ、検討会では当面、横浜DeNAベイスターズに特化して議論を進める方針とするのが望ましいと考える。ベイスターズで成功モデルを作りつつ、ベイスターズで実現できない施策やアイデアをアマチュアチームを活用して実現していくという両輪で展開していくのが望ましい。

また、次年度は球団との交渉のスタート時期を早めることで、より精度の高い施策を実施するとともに、球団と共同で取り組む施策を増やし球団予算も活用しながら進めていく。

協議会設立に向けた戦略策定

スポーツツーリズム推進協議会（仮称）のありかたについては、主管課である産業環境課で素案をつくり、各ステークホルダーに提案していく形が望ましい。その中で、令和5年度策定の基本計画に沿いつつも、現状に合わせたゴール及び戦略を設定し、それに応じて人材、予算、施策を決定していく。尚、次年度は中心的プレイヤーをどの組織が担うのかについても具体的な議論が必要である。

また、議論のポイントとして過年度の事業で視察/ヒアリングを行った「さいたまスポーツコミッション」のような①スポーツイベント、キャンプ合宿誘致受入全般及び自主イベントなどスポーツツーリズム全体に関する事業を行うような組織体や、今回のヒアリング対象であった宮崎市観光協会のように②プロ野球、Jリーグのキャンプ合宿誘致と受入及びプロモーションという事業内容を絞った組織体のどちらを目指すべきかが挙げられる。スポーツツーリズム推進協議会（仮称）目的と役割を前述のスポーツツーリズムの戦略に沿って明確にししながら、具体的な協議会の運営の仕方を検討する。

第三章 (1) 事業総括

② 横浜DeNAベイスターズを活用した各種施策における成果課題と次年度に向けて

■ 成果

球団各部署との連携強化

2年ぶりの横浜DeNAベイスターズキャンプの実施に伴い、本事業の自主提案において同球団のプロパティなどを活用したプロモーション施策を実施した。施策の実施に伴い、勉強会でのアイデア等も交えて、球団の各部署と交渉できたのは大きな成果である。過去のキャンプにおいては、施設への要望など受入に関するコミュニケーションが中心だったが、今年度はプロモーションや社会活動などをテーマに事業系の部署（MD部、野球振興部、キャンプ担当など）との意見交換ができたのも有益であった。球団側も宜野湾キャンプのみならず嘉手納キャンプへの集客も増やして沖縄キャンプを盛り上げていきたいという意向もあり、前向きに各施策提案を検討してくれた。

嘉手納町マスコットとのコラボ

嘉手納キャンプを訴求するため、嘉手納町のマスコットである「いもっち」の野球バージョンを制作し各種プロモーションに活用したのは、ファンに「嘉手納町」をアピールするという点のみならず嘉手納町の町民にも、横浜DeNAベイスターズのキャンプの認知を向上させ好意形成をはかるという点で効果を発揮した。

道の駅への誘客

プロモーションの目的のひとつであった嘉手納野球場から道の駅への誘客については、当初は道の駅の反対側に駐車場があることから、実現が難しいと予想されていたが、道の駅に沖縄出身選手の紹介パネルを設置したことや選手のサイン入りグッズのあたるアンケートの引き換え場所に指定したこと、野球場内に案内マップを掲出したこと等が奏功し、一定の成果が出たと考えられる。テナント会からの情報によると、1日あたりの売上が過去最高となった店舗もあったとのこと。

社会的効果を発揮する活動（B-PARK）

嘉手納町での初のイベントとして、未就学児、低学年に向けた野球体験イベントB-PARKを球団主導で実施。これまでの、野球チームのみを対象とした野球教室の形ではなく、野球未経験の子ども達も親子で楽しめる交流イベントとして幅広い層へのアプローチとなった。また、同イベントが地元の中学生在が運営に携わるという形をとっているため、子ども達のキャリア教育や人材育成という面でも効果が高かった。

マーケティングデータの取得

これまでのような単なる球場装飾や盛り上げ施策のみだと、どのようなファンがどのような行動経路で何を求めて嘉手納キャンプを訪れたかわからないため、今年度初めてファン向けのアンケート実施した。またアンケートの景品として球団グッズや選手のサイン入りグッズを提供したことで、より

② 横浜DeNAベイスターズを活用した各種施策における成果課題と次年度に向けて

積極的にファンが参加したくなる仕組みを作り、1か月弱という短期間ながらも489件のアンケートを回収することができた。

また、地元の人でも利用する道の駅の直売所レジに商品を展示することで、嘉手納町民においても横浜DeNAキャンプの認知を向上させることができた。

第三章 (1) 事業総括

■課題と次年度に向けて

球場周辺装飾の拡充

宮崎のソフトバンクホークスのキャンプなどと比べると、まだまだ球場周辺及び道の駅の盛り上げが足りないことから、次年度以降はさらに装飾を充実させていく必要がある。特に、球場内については、壁などの空きスペースを活用し、カットニングシートを使って安価に装飾を施すことができることから、球団と調整をして効率的に実施したい。

なお、球場～道の駅の動線上にも現在は幟の設置のみであることから、より、誘客が図れるような例えば核店舗のフード写真や道の駅かでの魅力などをビジュアルで訴求する作り込みを行いたい。

横浜DeNAベイスターズを活用した施策展開

今年度においては、第1回の勉強会で出たアイデアのいくつかを、球団側に交渉して実現することができた。これらの取り組みが、協議会メンバーの「当事者意識」を醸成したと考えられる。次年度以降も、この形を取りつつ、より地域のアイデアが地域主体で実現できるような支援をしていく。

尚、地域関係者の主な関心が「プロ野球キャンプ誘致」となっている現状を踏まえ、勉強会では当面、横浜DeNAベイスターズに特化して議論を進める。ベイスターズで成功モデルを作りつつ、ベイスターズで実現できない施策やアイデアをアマチュアチームを活用して実現していくという両輪で展開していくのが望ましい。

また、次年度は球団との交渉のスタート時期を早めることで、より精度の高い施策を実施するとともに、球団と共同で取り組む施策を増やし球団予算も活用しながら進めていく。

道の駅での施策展開

道の駅での滞留時間を増やし、消費単価を上げつつ観光情報に触れる機会を増やすためにも、週末などを利用してスポット的にファンを集めるイベントなどの実施や選手のサイン会やOBのトークショーなどファンが来たくなる仕掛けを作る。同時に、平日などに関してもキャンプ期間を通じて誘客ができるように装飾の充実、テナントスタッフのユニフォームや法被着用、コラボメニューの展開（球団と再交渉）やスタンプラリーなども検討していく。

その他施設への誘客

球場→道の駅の誘客は一定の効果が得られたものの、新町通りなど周辺施設や店舗への十分な誘客には至らなかった。装飾などで新町通りを盛り上げると共に昼間の営業店舗については道の駅や球場での発信を充実させることで、誘客を促す必要がある。また夜の営業店舗については那覇や宜野湾宿泊のファンはターゲットとして通常では設定しづらいことから、OBを使った夜居酒屋イベントなどファンを引き付ける施策も検討したい。

第三章 (2) 次年度に向けた提言

■スポーツコンベンション嘉手納スタイル（仮説）の検証

スポーツコンベンション 嘉手納スタイル	1	横浜DeNAベイスターズを活用した観光誘客・交流人口拡大
	2	地域交流による社会的効果を発揮する誘致の推進
	3	嘉手納に即したキャンプ・合宿受入モデルの確立

1. 横浜DeNAベイスターズを活用した観光誘客・交流人口拡大

今年度の本事業における自主提案の枠の中で、各種プロモーション施策を実施したが、道の駅への誘客やテナントの売上増など効果が高かったことから、横浜DeNAベイスターズを活用してさらなる観光誘客や交流人口の拡大は可能だと考える。将来的にはスポーツツーリズム推進協議会（仮称）が中心となって、民間主導で行政と連携しながら効果を拡大していくのが望ましいが、体制が整うまでは行政もある程度の予算と人員を確保しつつ推進していく必要がある。

2. 地域交流による社会的効果を発揮する誘致の推進

今年度の本事業においては、1. の仮説検証を優先させたこともありベイスターズ以外の受入団体の地域交流について実証を行う事が出来なかった。但し、勉強会においてはこれまでのスポーツ文脈では関係性が築けていなかった社会福祉協議会や自治会などもメンバーに入れて議論を行ったことで、スポーツにおける社会的効果についての関係者における認識を深めることができた。また、横浜DeNAベイスターズのB-PARKでは子ども達に対する一定の社会的効果が見られたことから、次年度以降はベイスターズが担う地域交流と、それ以外のアマチュア団体が担う地域交流のすみ分けを考えつつ、嘉手納町における社会課題を鑑みつつ交流企画を行っていく。

3. 嘉手納に即したキャンプ・合宿受入モデルの確立

合宿の受入にあたってチームやファンメディアによる経済効果を求める上でも、宿泊施設の拡充は大きなポイントである。一方、それらが不足している状態でキャンプ・合宿受入を実施することも不可能ではない。うるま市のような公共施設活用モデルや、南風原町や日南市などチーム、ファンが市町村外の宿泊をしたとしても効果を最大化を目指している自治体もある。嘉手納町の現在の強みは嘉手納野球場や特徴をもつ道の駅であることから、その環境を最大限活用して、宿泊による経済効果以外の効果を求めていく形も考えられる。

まとめ

スポーツコンベンション嘉手納スタイル（仮説）自体の方向性にズレはないことから、次年度以降この考え方を踏襲しつつ、それぞれの項目において関係者を巻き込みながら、より具体的な施策実施とロードマップに落とし込んだ形での事業を推進していく。