

誘客イベント

どに設置されたチェックボックスに立ち寄る。謎なく、昔使われていた古解きの過程で、島の著名井戸や建設中の橋など、

冬も使える「海」に着目

一見観光とは無縁に思われる場所にも立ち寄るため、「冒険」をしている感覚になるという。

期間は1月中旬から2月中旬までの土日祝日。ゲーム自体の人気に加え、吉本所属芸人による

告知やANAセルスとの旅行造成を行った結果、チケット約3千枚を販売。8割は島外からの参加者という。

よしもとラフ&ピースの担当者、和泉かなさん

「ガイドブックや既存の観光施設だけによるものではなく、体験型エンターテインメントという新しい切り口での沖縄の魅力を発信できたと思う」とイベントの意義を強調している。

とてもうれしかった。また、大会中の報告をそのままブログで紹介していたが、参加者が楽しんでる様子がメールでよく分かり『やって良かった』と振り返っている。

同社は本社を置く福岡市で2010年から「バブルウォーク福岡」を開催。そのノウハウを沖縄でも生かした形だ。

一方で、沖縄が福岡とは全く違った歴史や文化

月、中甸までの土旦祝日。よしもとラフ&ピースゲーム自体の人気に加の担当者、和泉かなさんえ、吉本所属芸人によるは「ガイドブックや既存

う」とイベントの意義を
分かった「やって良かった
と思った」と振り返って
いる。

一方で、沖縄が福岡とは全く違った歴史や文化

に着目

離島を結ぶ船舶が発着する泊港の旅客ターミナル

た。大会のチラシを全国の釣具店に設置するだけではエンドユーザーには響かない。釣具店の店長さんには大会の魅力を伝

え、お客さんに勧めてもらおうという地道な作業だった」と話す。

しかし「県外からの参加申し込みが入った時は加申し込みが入った時はた」と語る。

のメツカ「沖縄」というイメージが浸透してきた。窪田さんは「沖縄ブランド向上に貢献でき

にはない魅力があると考
えた。このため、沖縄県
内で最も大きな都市であ
る那覇で実施し、成果や
課題を研究した上で今

ゲームの舞台は島全域



ゲームを楽しむ参加者

全都道府県に社員と芸人を配置して地域活性化にも取り組んでいる。沖縄との関わりも深く、2009年から「沖縄国際映画祭」を開催。同映画祭を運営するために設立されたのが同社だ。

同社はゲームを主催するSCRAP社と協力。

より「脱出」のイメージに合う開催地として沖縄

県内の離島に注目した。
その上で、集客の観点か

ら東京との直行便があり、さらに地元の協力体制が確立されている宮古島で実施することを決め

参加者は謎解きをしながら島内をレンタカーで回り、観光施設や史跡な

泊ふ頭開発
プロダクツ・プランニング



大会種目「タチウオバトル」参加者

離島を結ぶ船舶が発着する泊港の旅客ターミナルビル「とまりん」を運営する泊ふ頭開発も、離島の玄関口となっているとまりんと、離島経済の活性化につながるイベントを検討していた。

このため、プロダクツ・プラニングは、釣具店のノウハウを活用した釣り大会の企画を泊ろ頭開発に持ちかけ、両社が協力してイベントが実現した。

海は沖縄で最も大きく重要な観光資源。温暖な気候のため、釣りなら冬でも活用できる。プロダクツ・プランニングはそこ

に着目した。しかし、同社担当者の窪田恒平さんは、準備から開催までの過程では苦労したと話す。

アイデアパートナーズ



マップを持って盛り上がる参加者

門店や島野菜を使用した創作料理店など、沖縄らしい飲食店を含む62店舗が参加した。

同事業を手がけたイデ
アパートナースは、県外
からの観光客も参加しや
すいようにと、指定ホテ
ルの宿泊プランが沖繩ツ
えている。

ーリストの旅行商品を申し込んだ人を対象としたキャンペーン期間を昨年11月16日から同12月15日まで設定し、集客に力を入れた。

担当者の藤枝瀬里子さんは「飲食店を1軒ずつ回り趣旨を説明するな

その結果、期間中3千人近くの参加者が集まり、このうち県外からの参加者は1100人を超えたことはいずれいえるなど、那覇の一大イ話している。

街中の飲食店を回遊し、飲食やイベントを楽しむ「バルウォーク」。

覇は、今年度は昨年11月16日と12月1日に開かれた。

那覇市全域を「会場」に最大テーマで、泡盛専

その結果、期間中3千人近くの参加者が集まり、このうち県外からの参加者は1100人を超えたことはいずれいえるなど、那覇の一大イ話している。