



VI

マーケティング

The 6th WORLD GAMES 8/16(Thu)~26(Sun)

マーケティング



バブル崩壊後、景気が低迷し底が見えない中、本大会のマーケティングは、大会そのものの知名度の低さと一般にはなじみのない競技の多さから、オリンピックに比べ非常にマイナーなスポーツの大会ととらえられ難航した。しかしながら、ひとつひとつ大会の趣旨と内容を説明するにつれ、企業・団体から理解を得たことと、本大会は、新しい施設を造らず、既存施設において競技が可能なものを行うこと、事業費が他の世界スポーツ大会と比べると非常に安価に行えること、ひいては地球環境に優しい大会であることも好感を得る要素となった。また、秋田県及びAOC役員にゆかりのある企業から協賛を得たことで、協賛金は予算を大きく上回ることができた。

入場券については、県民性を考えるとある程度は予想はしていたものの、前売りが予想以上に伸び悩み苦慮した。しかし、大会が始まると当日券の完売が相次ぎ、予定していた入場者及び収入を上回る結果となった。

観客数が当初計画していた26万人を超え、約30万人となったことから、各会場内に設置したブースでの大会グッズ、飲料等の販売も好調であった。

放映権は、NHKのほか海外10ヵ国・地域の12放送機関が取得した。



1. オフィシャルスポンサー

(1) 公式企業協賛制度の概要

公式企業協賛制度は、1984年に開催されたロサンゼルスオリンピックを契機に確立された制度で、近年では、より多くの協賛企業を獲得するため、スポンサーメリットを細分化し、ランク別に協賛企業を募集するようになってきた。

この制度は、1業種1社を原則に、大会を活用して協賛企業が販売促進や各種コミュニケーション活動を展開できる場や機会を提供することによって、その対価として大会運営に必要な協賛金や商品・役務の提供を受けるものである。

(2) オフィシャルスポンサーの獲得

本大会でも運営費の確保と必要な商品・サービスの提供を受けるため公式企業協賛制度を採用することとした。

オフィシャルスポンサー獲得には、スポンサーメリットの設定やその後の看板等の企画、契約後のスポンサーフォローなど専門的知識、経験が必要なことから、専門会社に委託することとした。いくつかの会社と交渉したが、本大会のマーケティングにはすべて消極的であった。このため、最終的には、世界レベルのスポーツイベントに豊富な経験を持つ(株)電通と交渉を重ね、同意を得たことから独占契約を結んだ。

対象となる業種と企業の選択に当たっては、近年のスポーツマーケティングの動向を踏まえ、各業種・企業別の広告宣伝費や販売促進費、スポーツイベントに対する理解と類似大会での協賛実績など電通のノウハウにより企業の選定を行うとともに、対象企業別協賛金についても経営規模、過去の実績、提供を期待する商品・サービスなどを勘案して金額の設定をした。

2000年春から、リストアップした企業と具体的な交渉を開始したが、バブル崩壊後の景気が底を打つ状況であったことや企業の広告宣伝費や販売促進費の圧縮などにより、交渉が難航した。

しかし、本大会の誘致、運営を民間主

導で行っていたことや99年12月末にNHKがBS放送で本大会を放映することを決定していたこと、また、企業に説明していく中で、競技そのものに興味を示してもらったことなど、徐々に理解をもらえるようになってきた。

そんな中、組織委員会の役員には民間経営者が数多くいたことから、関連企業に対し積極的に協賛を働きかけ、スポンサー獲得に動いた。このため、夏頃には協賛の意向を示す企業が出始め、最終的には、予想を上回る21社のオフィシャルスポンサーの協賛を得ることができた。

(3) オフィシャルスポンサーの権利

協賛金額や商品・サービス等の提供内容に応じて、権利内容に格差を設けたが、おおむね次のような権利とした。

- 1) オフィシャルスポンサー称号権
オフィシャルスポンサーとして名称を使用する権利
- 2) カテゴリーの独占権
参加する業種で同業他社を排除し、独占する権利
- 3) マークの使用権等
大会マークなどを自社宣伝のため広告、販売促進に使用する権利
- 4) マーチャンダイジング権
商品に大会マークなどを使用し、製造・販売する権利
- 5) 広告看板等の掲出権
会場内の広告看板、街並み装飾用バナー、フラッグ広告や事前告知用のポスター、パンフレット、チラシへの掲出権利
- 6) 会場内商品販売（展示）権
会場内において商品・サービス等を販売（展示）する権利

(4) マークの使用権

組織委員会は大会のシンボルマーク、マスコットキャラクター、コミュニケーションキャラクター及びその愛称について、オフィシャルスポンサーがこれらを広告や販売促進に使用することを認め、テレビCM、新聞広告、ポスターなどに活用された。

(5) マーチャンダイジング権

オフィシャルスポンサーが、販売を目的に大会マークなどを使用することを認め、Tシャツ、ポロシャツ、帽子、タオル、清涼飲料、パッケージなどが商品化された。

(6) 広告看板等の掲出権

広告看板の掲出は、テレビカメラの位置からテレビ放送の際に最も効果的な位置を検討し、また、競技運営に支障がないよう各競技団体や施設管理者の了解を得て掲出場所を決定した。

26の公式競技会場、開・閉会式など20会場に14社、536枚の広告看板を掲出した。また、開会式、ワールドゲームズプラザ、パラシューティング会場の大型画面において、12社のCMを延べ1,776回にわたり放映した。

公式印刷物への企業名の掲出については、公式ガイドブック、開・閉会式プログラム、公式競技プログラムや事前告知として製作したパンフレット、ポスター、チラシに協賛企業のロゴマークを掲出した。

オフィシャルスポンサー

番号	スポンサー名	カテゴリー
1.	T D K 株式会社	電子部品（磁性材料、高周波部品）、記録メディア商品、コンピューター周辺機器
2.	日産自動車株式会社	自動車
3.	東北電力株式会社	電力
4.	ミズノ株式会社	スポーツ用品、スポーツウエア
5.	みちのくコカ・コーラボトリング株式会社	清涼飲料水
6.	株式会社ジェイティービー	旅行代理業
7.	株式会社タニタ	計量機器
8.	富士ゼロックス株式会社	複写機、ファクシミリ、プリンター、及びこれらの機能を含む複合機
9.	安田火災海上保険株式会社	損害保険
10.	東洋ゴム工業株式会社	自動車用タイヤ
11.	ミスタードーナツ	ドーナツ、リース
12.	株式会社エドウィン	ジーンズ
13.	株式会社ジャパンエナジー	自動車専用ガソリン、オイル
14.	株式会社東京機械製作所	新聞用印刷機器、及び周辺機器
15.	富士写真フイルム株式会社	写真用フイルム
16.	株式会社秋田魁新報社	新聞
17.	J Aグループ秋田	農産品、農産加工品、畜産加工品（ただしアイスクリームは除く）、生命共済
18.	王子製紙株式会社	製紙製造業
19.	日本製紙株式会社	製紙製造業
20.	秋田日本信販株式会社	クレジットカード
21.	株式会社ムツワ	大型画像サービス



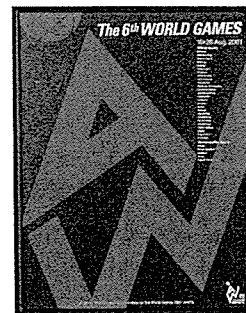
TDK

Akita Prefecture
Akita Organizing Committee

NISSAN

Akita Prefecture
Akita Organizing Committee50
50周年記念
これまでも これからも東北電力
Akita Prefecture
Akita Organizing Committee

MIZUNO

Akita Prefecture
Akita Organizing Committee

マーケティング「オフィシャルスポンサー」

The 6th WORLD GAMES 8/16(Thu)～26(Sun)

2. オフィシャルサプライヤー

協賛金を伴わず、オフィシャルスポンサーと競合しない範囲で商品、サービス、宣伝媒体等を提供する企業を「オフィシャルサプライヤー」と称し、大会に必要なものを調査、集約して、対象企業と具体的な交渉を進めた。

対価としては、大会オフィシャルサブ

ライヤーの呼称使用、大会マーク等を使用した自社宣伝などを認めた。

最終的には、本大会をPRする媒体の提供、選手役員等に対する航空輸送等のサービスの提供、複写機、ファクシミリ、プリンター、携帯電話、パソコンソフトの提供など6社からの協力を得た。

番号	サプライヤー名	カテゴリー
1.	全日本空輸株式会社	航空機輸送
2.	びあ株式会社	チケット宣伝媒体
3.	株式会社NTTドコモ東北秋田支店	携帯電話
4.	秋田ゼロックス株式会社	複写機、ファクシミリ、プリンター
5.	東日本旅客鉄道株式会社秋田支店	駅、構内、車内での宣伝媒体等
6.	株式会社シダン	雷・気象情報配信サービス

3. マーチャндаイジング

マーチャндаイジングは、大会運営資金確保と大会PRの両面から果たす役割は大きい。本大会では、公式マーク・ロゴ等に関する独占商品化及び大会会場内における独占販売に関する権利を(株)ジェイエフエーに付与し、更にその商品化に関する権利を第三者(サブライセンサー)に付与する方法をとった。

(株)ジェイエフエーでは、Tシャツやトレーナー、ピンバッジ、縫いぐるみ等、152種類のライセンス商品を製造した。秋田市中通のアトリオン1階「AKITA まるごとプラザ」内にオフィシャルショップを開設し、また秋田空港や秋田ふるさと村等県内26ヶ所、県外1ヶ所で販売を行った。

サブライセンサーには、秋田県内の7業者が申込をし、お酒や傘、入賞メダルをモチーフにした額縁等、13種類の製造・販売を行った。

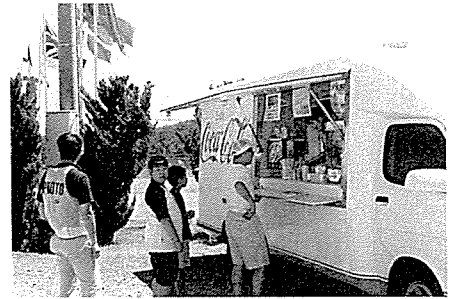
また、公式スポンサーは、スポンサーランクがゴールドスポンサー以上にマーチャндаイジング権が与えられ、Tシャツやタオル、清涼飲料水などが商品化された。

販売実績は、大会前は、盛り上がり欠ける面もあり低迷していたが、大会開催が近づくとつれて、売上も次第に増えていき、最終的には大会期間中概ね好天に恵まれたこと、開会式はじめ各競技が連日予想以上の集客に恵まれたことから、概ね良好であったと言える。



ライセンス企業一覧表

ライセンス企業名	カテゴリー
(株) ジェイエフエー	ピン類、Tシャツ、タオル、スイグルミ、テレフォンカード、ステーションナリー、陶器類、キャップ、バック類、ネクタイ、食品類、その他
サブライセンシー	
・秋田酒類製造(株)	日本酒
・アトリエすみよし	工芸品
・(有)天鷲ワイン	ワイン、発泡酒
・横手市観光協会	ピンバッジ
・三傳商事(株)	傘
・秋田県漆器工業協同組合	入賞メダル記念額
・阿桜酒造(株)	日本酒
公式スポンサー	
・ミズノ(株)	Tシャツ、タオル
・みちのくコカ・コーラボトリング(株)	アクエリアス



4. 各種財団からの助成

当初組織委員会では、スポーツの普及に対する助成事業を実施している財団等から1億円の助成を計画していたが、助成方針の変更や景気動向による財源の減少により、大幅な減額となった。

各財団とも厳しい財政事情の中で、最終的に日本財団、(財)水野国際スポーツ交流財団、(財)ヨネックススポーツ振興財団から支援を受けた。

日本財団からは、2001年度におよそ2,000万円の助成を受けた。

対象事業としては、開会式及びワールドゲームズプラザに設置した大型映像装置の使用料に対し助成された。

開会式では大型画面を利用し、観客入場後式典開始までのプログラムにおいてワールドゲームズの競技ビデオを放映するなど競技のPRを行った。また、式典中はより多くの観客が、多角的な視点から

開会式の模様を楽しむことができ、式典の盛上げに大きな役割を果たした。

同様に、ワールドゲームズプラザに設置した大型画面では、期間中105,000人へのほる来場者に対して、競技の素晴らしさを大画面により堪能してもらい、今後のスポーツ普及への追い風とすることができた。

(財)ヨネックススポーツ振興財団からは、2000年度、2001年度にそれぞれ100万円あわせて200万円を県内小中学生のスポーツ振興を目的とした事業に対し支援を受けた。

(財)水野国際スポーツ交流財団からは、第6回ワールドゲームズの開催意義のひとつであるスポーツを通じた国際交流に賛同を得て、2001年度に200万円の支援を受けた。

マーケティング「マーチャンダイジング・各種財団からの助成」

The 6th WORLD GAMES 8/16(Thu)~26(Sun)

5. 競技会場内での商品の販売

(ワールドゲームズプラザは除く)

(1) ブース設置の目的

大会期間中、各競技会場において観客へのサービスの一環として、公式スポンサーをはじめとする販売ブースの設置を認めた。特に、競技会場の近隣に売店・食堂などがなく観戦の途中で食事を摂ることが難しいところもあることから、会場で軽食程度の提供ができることを念頭において業務を進めた。

また、秋田市の八橋陸上競技場と秋田市立体育館及び秋田市以外の開催市町村会場においては一般からの出店を募集し、それ以外の会場では、スポンサーと既存売店等のみの出店とした。



(2) ブース設置数及び出店内容

最終的に、ワールドゲームズプラザを除く16会場において延べ108ブース（台風で営業中止となった横手市会場10店舗は除く）を設置し、公式スポンサー商品、ワールドゲームズオフィシャルグッズ、ワールドゲームズ記念切手、地元のお土産、飲食物などを販売した。

(3) 出店募集及び管理

出店者募集及び管理業務（公式スポンサー、サプライヤー、郵便局を除く）は、秋田市の八橋陸上競技場及び市立体育館では、市の外郭団体である（財）秋田観光コンベンション協会、また、秋田市以外の会場ではそれぞれの開催市町村（天王町は商工会）と協力して実施した。秋田市のそれ以外の会場では、スポンサー

が主体のため、大会本部出店班で管理を行った。

(4) 台風の影響

大会期間中は連日30度を超える猛暑と晴天が続いたが、台風の接近に伴い8月21・22日は屋外の全会場で営業を中止するなど天候の影響を受けた。特に、横手市会場では競技期間が8月21～23日であったためすべて営業を中止した。

(5) 既存売店、既存自動販売機

既存の売店・食堂なども大会期間中は通常通り営業できるものとしたが、商品については公式協賛企業商品を優先的に販売してもらうよう協力要請した。

会場内の既存自動販売機についても、スポンサーとの協議によりマスキング等は行わないで通常どおり営業した。

(6) 出店者販売実績

入場者数が予想を上回った会場が多かったところから、全体としてみると概ね販売実績は良好であった。県内からの観客が多かったことや、猛暑等の要因から販売商品によっては売上に差が生じたものもあったが、オフィシャルグッズ、スポーツ用品、清涼飲料水、ワールドゲームズ記念切手などの販売は極めて好調であった。

No.	会 場	出店日	出店者名	出店品
1	八橋陸上競技場 (14社)	8/16、18~20、25、26	ミズノ (株)	スポーツ用品
2		8/16、18~20、25、26	みちのくココ・コーラボトリング(株)	清涼飲料水等
3		8/16、18~20、25、26	ミスタードーナツ	ドーナツ等
4		8/16、25、26	富士写真フィルム (株)	写真フィルム製品
5		8/16、18~20、25、26	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
6		8/16	郵便局	切手・ハガキ
7		8/16	(有) 東商事	飲食
8		8/16、25、26	(株) あくら	飲食
9		8/16	(財)秋田県物産振興会	飲食、土産
10		8/16	(株) フジフードサービス	飲食
11		8/16、25、26	(株) 辻兵 ねごしあん	土産
12		8/16	桜竹工芸 (株)	土産
13		8/25、26	田沢湖ビール	飲食
14		8/25、26	新政酒造 (株)	土産
15	県立体育館 (4社)	8/18~20	ミズノ (株)	スポーツ用品
16		8/18~20	みちのくココ・コーラボトリング (株)	清涼飲料水等
17		8/18~20	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
18		8/18~20	郵便局	切手・ハガキ
19	秋田市文化会館 (5社)	8/18~21	ミズノ (株)	スポーツ用品
20		8/18~21	みちのくココ・コーラボトリング (株)	清涼飲料水等
21		8/18~21	ミスタードーナツ	ドーナツ等
22		8/18~21	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
23		8/18~21	森永製菓 (株)	健康補助食品
24	秋田市立体育館 (17社)	8/17~23、25、26	ミズノ (株)	スポーツ用品
25		8/17~23、25、26	みちのくココ・コーラボトリング (株)	清涼飲料水等
26		8/17~23、25、26	ミスタードーナツ	ドーナツ等
27		8/17~20、22、23、25、26	富士写真フィルム (株)	写真フィルム製品
28		8/17~23、25、26	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
29		8/17~23、25、26	郵便局	切手・ハガキ
30		8/17~20、23、25、26	チャコット (株)	ダンス用品
31		8/17~20、23、25、27	(株) たけや製パン	飲食
32		8/17~20	(有) 東商事	飲食
33		8/19、20、23	(株) ササキスポーツ	体操用品
34		8/23、25、26	(株) あくら	飲食
35		8/23	アイビー (株)	飲食
36		8/23	(株) フジフードサービス	飲食
37		8/25、26	(株) あくら	飲食
38		8/25、26	(財) 秋田県物産振興会	飲食・土産
39		8/25、26	秋田いすゞ自動車(株)	土産
40	8/25、26	桜竹工芸 (株)	土産	
41	県立スケート場 (7社)	8/22~25	ミズノ (株)	スポーツ用品
42		8/17~20、22~26	みちのくココ・コーラボトリング (株)	清涼飲料水等
43		8/17~20、22~26	ミスタードーナツ	ドーナツ等
44		8/17~20、22~26	富士写真フィルム (株)	写真フィルム製品
45		8/17~20、22~26	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
46		8/17~20、22	郵便局	切手・ハガキ
47		8/17~20、26	伯養軒	飲食
48	県立プール (4社)	8/24~25	ミズノ (株)	スポーツ用品
49		8/24~25	みちのくココ・コーラボトリング (株)	清涼飲料等
50		8/24~25	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
51		8/24~25	郵便局	切手・ハガキ
52	セリオンプラザ (3社)	8/24~26	みちのくココ・コーラボトリング (株)	清涼飲料等
53		8/24~26	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
54		8/24~26	郵便局	切手・ハガキ
55	オーパス (2社)	8/17~19	みちのくココ・コーラボトリング (株)	清涼飲料等
56		8/17~19	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
57	飯島砂防林 (2社)	8/18~19	みちのくココ・コーラボトリング (株)	清涼飲料等
58		8/18~19	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
59	県立中央公園 (6社)	8/17~20、8/23~26	ミズノ (株)	スポーツ用品
60		8/17~20、8/23~26	みちのくココ・コーラボトリング (株)	清涼飲料等

マーケティング「競技会場内での商品販売」

No.	会 場	出店日	出店者名	出店品
61	県立中央公園 (6社)	8/17~20,8/23~26	ミスタードーナツ	ドーナツ等
62		8/17~20,8/23~26	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
63		8/17~20,8/23~26	永末商店	飲食、土産
64		8/17~20,8/23~26	ゆうわ華の里・味工房 (株) 雄和町振興公社	アイスクリーム
65	天王町総合体育館 (7社)	8/18,19,25,26	みちのくコカ・コーラボトリング (株)	清涼飲料等
66		8/18,19,25,26	ミスタードーナツ	ドーナツ等
67		8/18,19,25,26	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
68		8/18,19,25,26	マルコー石川	飲食
69		8/18,19,25,26	ドリームショップくらかけ	飲食、土産
70		8/18,19,25,26	天王郵便局	切手・ハガキ
71		8/25,26	三浦酒店	土産
72	大潟村運動公園 (6社)	8/18~21	ミズノ (株)	スポーツ用品
73		8/17~21	みちのくコカ・コーラボトリング (株)	清涼飲料等
74		8/17~21	ミスタードーナツ	ドーナツ等
75		8/17~21	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
76		8/17~21	JA大潟	土産、飲食
77		8/17~21	大潟郵便局	切手・ハガキ
78	大潟村水上スキー (6社)	8/23~25	ミズノ (株)	スポーツ用品
79		8/23~25	みちのくコカ・コーラボトリング	清涼飲料等
80		8/23~25	ミスタードーナツ	ドーナツ等
81		8/23~25	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
82		8/23~25	JA大潟	土産、飲食
83		8/23~25	若美郵便局	切手・ハガキ
84	横手市台由ボウル (10社)	台風のため全日中止	みちのくコカ・コーラボトリング (株)	清涼飲料等
85			ミスタードーナツ	ドーナツ等
86			富士写真フィルム (株)	写真フィルム製品
87			(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
88			(有) 三浦商店	飲食
89			(株) 京屋	飲食
90			阿桜酒造 (株)	土産
91			(合) 木村屋商店	土産
92			(有) 藤倉食品	土産
93			横手郵便局	切手・ハガキ
94	六郷町アスバル (9社)	8/18~22	みちのくコカ・コーラボトリング (株)	清涼飲料等
95		8/18~22	富士写真フィルム (株)	写真フィルム製品
96		8/18~22	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
97		8/18~22	J A 秋田おばこ	土産
98		8/18~22	(有) フレッシュゆかわ	飲食等
99		8/18~22	六郷町観光協会	土産
100		8/18~22	六郷町酒販協会	土産
101		8/18~22	たばこ小売人組合	土産
102		8/18~22	六郷郵便局	切手・ハガキ
103	岩城町島式漁港 (5社)	8/26	ミズノ (株)	スポーツ用品
104		8/26	みちのくコカ・コーラボトリング (株)	清涼飲料等
105		8/26	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
106		8/26	(有) 天鷲ワイン	土産
107	8/26	工藤青果	アイスクリーム等	
108	本荘マリーナ (11社)	8/23~25	ミズノ (株)	スポーツ用品
109		8/23~25	みちのくコカ・コーラボトリング (株)	清涼飲料等
110		8/23~25	(株) ジェイエフエー	オフィシャルグッズ
111		8/23~25	J A 秋田しんせい	飲食
112		8/23~25	本荘市商工会青年部、女性部	土産
113		8/23~25	本荘郵便局	切手・ハガキ
114		8/23~25	本荘マリーナ海の家青年部	飲食
115		8/23~25	海の家 かなこ	飲食
116		8/23~25	中福	飲食
117		8/23~25	浅利一郎	飲食
118	8/23~25	リカー&フードショップ サトウ	飲食	

マーケティング【競技会場内での商品販売】

The 6th WORLD GAMES 8/16(Thu)~26(Sun)

6. 標章等管理

公式マーク・ロゴ等の使用に関する取扱は、「(財)秋田ワールドゲームズ2001組織委員会所有標章等の使用に関する要綱」で規定され、報道機関やスポンサー、駅・空港等の極めて公共性が高い場所での使用等、一部の例外を除き、基本的には非営利目的に使用されるものに対し使用許可を与えた。

主な使用内容としては、官公庁やスポーツイベント等のポスターやパンフレット、公共工事の工事用看板、ショッピングバック等が挙げられる。

また、公式スポンサーは、スポンサーランクがシルバースポンサー以上にマークの使用権が認められ、テレビや新聞等の広告や各種販促物(チラシ、ポスター、パンフレット、のぼり)、商品のパッケージ等に使用された。

標章等使用許可申請数一覧表 (件数)

年度	申請数	許可	取下
1999	20	19	1
2000	84	83	1
2001	28	28	0

※スポンサーは、申請不要のため上記一覧表には含まれない。

7. 入場券

(1) 券種

入場券の種類は、各競技ごとの一日券と競技パスポートの2種類とした。通し券、バック券など、構想段階では候補に挙がっていた他の券種は、会場の収容人数等の問題から見送られた。

1) 一日券

競技ごと、日ごとの券。ダンススポーツS席以外は全てエリア内自由席とした。各会場とも再入場が可能であったため、好きな時間を選んで楽しめるものとなった。

2) 競技パスポート

開会式、ビリヤード及びボウリングを除く全競技がA席で観戦可能な券。大会終了後も記念に残るようにと、秋田県の伝統工芸品の一つである「川連塗」を用い、ワールドゲームズのロゴをベースに作成した。限定100枚で販売したが、2001年2月1日の予約開始後、2時間で完売という人気ぶりであった。



(2) 入場料金

1) 料金

入場料金については、各種国際大会の料金体系を参考にしながら、日本に馴染みのない競技の普及と誰もが観戦できる機会の提供を念頭に入れ、全体的に低く設定した。料金は別表のとおりである。

(未就学児は無料)。

また、車椅子席を全会場で設定し、料金は介助1人の料金を含むものとした。

2) 割引制度

さらに多くの観客を誘致するため、次の割引制度を設けた。

- ①前売割引…当日券に対して、開会式は1,000円引き、各競技は500円～100円引きとした。
- ②小人割引…小中学生について、大人料金の半額とした。
- ③団体割引…法人、任意団体、グループを問わず、20名以上の団体については、10パーセント引きとした。

(3) 販売システム

1) 入場券管理

入場券は競技ごとの一日券であるため、その種類は約500種にも及ぶこととなった。これら全てをあらかじめ印刷し多くの販売店に委託するのは極めて困難であるため、オンラインチケットシステムを採用した。そして、入場券管理業務を各種大規模イベントの入場券管理及び販売に精通する、ぴあ株式会社(以下「受託者」という。)に委託した。

2) 前売券販売

① 販売期間

開会式入場券は大会1年前の2000年8月16日から開会式前日の2001年8月15日まで、競技入場券は大会半年前の2001年2月15日から各競技開催初日の前日まで販売した。競技パスポートは2001年2月1日に予約受付開始した。

② 販売方法

一般販売は、受託者及び受託者が販売委託契約を結んだコンビニエンスストア、旅行会社などの販売店(以下「リテラー」という。)での店頭販売、電話予約及びインターネット予約で行った。受託者及びリテラーの店舗数は合わせて全国約2万店舗におよび、全都道府県で本大会の入場券を購入できるという広範囲かつ大規模な販売網を形成した。

また、競技開催地の実行委員会のうち、本荘市、天王町、六郷町では開催競技の入場券の販売を行った。

一方、団体入場券、車椅子席入場券及び競技パスポートは、後述する「チケット管理センター」で電話予約受付並びに販売を行った。

③ 海外販売

海外における入場券の販売については、受託者が構築したインターネットでの販売方法(組織委員会のHPから受託者の販売システムにアク

セスするもの)を採用し、2001年6月1日から7月31日までの間販売した。

④ 販売促進

チケット販売告知ポスター(3種、6千枚)・チラシ(5種、78万枚)を作成、販売店や公的機関、観光施設などに依頼したほか、JR東日本管内主要駅約300ヵ所にもポスターを掲出した。また、テレビ・ラジオでの広告、大会開催100日前、50日前といった節目に合わせ、新聞での広告を行った。

さらに、オフィシャルチケットサプライヤーである、受託者の出版物(「Weeklyぴあ」、「TVぴあ」など)への情報掲載により、首都圏を中心とした告知を行った。

⑤ 日程変更への対応

前売券発売後、競技開始時間や開催種目などの変更が数回あった。チラシ、新聞広告、HPなどで告知を行ったが、県外の購入者に対する方法がHPのみであったため、情報が行き渡らず、一部苦情が寄せられた。また、開始時間の変更(繰り下げ)が大幅な競技については、当日職員が会場に待機し、変更を知らずに来場した観客の対応に当たった。

3) 当日券販売

本大会では、全競技において必ず当日券を用意する(席種は限定される場合あり)という方針で票券管理を行っていた。期間中は、全ての会場において当日券販売所を設置し、支援職員及びボランティアによる3~4人体制で販売を行った。

4) 販売実績

販売目標は、開会式が約19百万円(約5,000枚)、競技(一日券)が約94百万円(約70,000枚)、パスポートが2百万円(100枚)の合計約115百万円(約75,000枚)であった。これに対し実績は、開会式が約39百万円(約8,000枚)、競技が約92百万円(約67,000枚)、パスポート

ト2百万円(100枚)を合わせて、目標を上回る合計約133百万円(約75,000枚)となった。

前売販売については、大会1か月ほど前から急速な伸びを見せ、いくつかの競技で前売分が販売終了となった。

一方、当日券販売は期間中の好天もあり初日から好調であった。当日券の購入希望に応えるため、場内の空席状況を勘案しながら当日券を追加して販売した。結果、総販売枚数のうち46%、総販売金額のうち30%が当日券によるものとなった。秋田県人の県民性から、ある程度の当日券販売見込みは立てていたものの、ここまで当日券の割合が高いとは予想していなかった。

また、入場券販売について、見込みと現実が大きくかけ離れたことがもう一点あった。それは、見込み段階では、本大会の競技の中でも馴染みのある競技イコール人気競技と考え、売上枚数・金額とも期待していたが、実際はあまり伸びず、逆に馴染みのない競技の販売が好調だったことである。これには、馴染みのない競技の料金を低く設定し、人気競技と思われるものはある程度高く設定したことと、期間中のテレビ放映により県民の競技に対する認識が変化したことが作用しているものと思われる。

5) 払い戻し

期間中、台風11号の影響により2競技(キャスティング・水上スキー)が延期となったため、そのうち一部競技日について払い戻しを行った。払い戻し場所は各販売店、期間は1週間とした。なお、団体チケット購入者に対してはチケット管理センターで払い戻しを行った。

(4) チケット管理センター

1) 設置目的等

チケット及びそれに付随する各種問い合わせへの対応の一本化と一般販売店では対応できない団体チケットほかの

予約・販売業務等を行うため、2000年8月1日から2001年8月31日まで、組織委員会内に設置した。

2) 体制

事務局職員2人(2001年4月からは専属の臨時職員1人を増員。)及び入場券管理委託先の派遣職員1人。

3) 営業時間

営業時間(問い合わせ電話を開放している時間)は午前9時から午後5時までとした。ただし、大会1週間前からは午前8時30分から午後7時まで、大会期間中は午後8時まで延長した。期間中の営業開始時間は最も早く開始される競技に合わせて。

4) コール件数等

チケット管理センターへの問い合わせ件数(総数)は5,629件であった。開設当初は利用者の数はそれほど多くなかったが、前売入場券の販売の伸びと同様、大会1か月前から急激に増加した。特に期間中11日間の件数は2,832件と全体の5割を占めた。

また、内容としては、チケットの購入場所、料金、競技スケジュール、競技会場についてが多かった。期間中は当日券の有無に関するものが主であった。

5) 大会期間中の業務

期間中は、電話での問い合わせ対応のほかに、当日券販売関連業務を担当した。主な内容は次のとおりである。

【連絡体制】

(チケット管理センター)

- ・当日券枚数の確定
- ・当日券の発券、枚数確認、袋詰め
- ・釣り銭の準備
- ・販売担当者への当日券及び釣り銭引き渡し
- ・売上金と残券の回収
(夜間金庫へ保管)
- ・残券の枚数確認
- ・売上集計



(各競技会場総務班長)

- ・当日券及び釣り銭の受領
- ・売上金及び残券の引き継ぎ
- *総務班長がチケット管理センターに来所

上記業務はあらかじめ想定していたものであるが、実際に大会が始まってみると、想像以上に時間的・業務量的にきついものとなった。その要因としては、次のことが挙げられる。

- ・最高で1日11競技が行われたため、その当日券の枚数・券種が膨大であった。
- ・各競技開催初日の前日まで前売販売を行っていたため、当日券の枚数確定が早い時間帯にできず、発券等の作業が時間的にずれ込んだ。
- ・当初の見込みよりも当日券の需要が多かったため、当日券や釣り銭の追加要請が相次ぎ、発券・運搬の業務が増えた。
- ・各競技会場の総務班長が当日券受領と売上金引き継ぎに管理センターへ来所する方法をとっていたが、秋田市以外で行われる競技に対応するため早朝からの待機が必要であった。また、売上金回収は全て終了するのが深夜だった。

しかしながら、管理センター付け職員のみならず、マーケティング部の他の職員や、当日券販売業務の担当者などとの協力体制のもと、大きなトラブルもなく、期間を終了することができた。

(5) 学校観戦

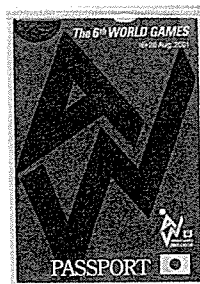
本大会が国際的なスポーツ大会であり青少年スポーツの振興や国際交流促進の観点から、開催市町村を中心に県内すべての小・中・高校を対象にして学校観戦を依頼した。最終的に21,188名が観戦、世界トップレベルの力と技に熱い声援を送り、大会を盛り上げた。

なお、観戦する児童・生徒に対しては、大会のマスコット「ナミー、ハギー」をあしらった「スクールパスポート」を配布し、観戦の雰囲気づくりに努めた。



※この有印もる券には必ず
★印字機は1台のみ設置です。

スクールパスポート



競技パスポート

マーケティング【入場券】

The 6th WORLD GAMES 8/16(Thu)~26(Sun)

チケット料金一覧

(単位:円)

競技名	競技日程	会場	席種	前売券		当日券	
				大人	小人	大人	小人
ダンススポーツ	8月25日(土)~26日(日)	秋田市立体育館	S(指定)	7,000	—	7,500	—
			A	5,000	2,500	5,500	2,750
			B	3,000	1,500	3,500	1,750
			車イス	3,000	—	3,500	—
スポーツアクロ体操 トランポリン タンブリング 共通	8月19日(日)~21日(火)	秋田市立体育館	A(19・21日)	5,000	2,500	5,500	2,750
			B(")	3,000	1,500	3,500	1,750
			車イス(")	3,000	—	3,500	—
			A(20日)	4,000	2,000	4,500	2,250
			B(")	2,000	1,000	2,500	1,250
			車イス(")	2,000	—	2,500	—
新体操(種目別)	8月22日(水)~23日(木)	秋田市立体育館	A	5,000	2,500	5,500	2,750
			B	3,000	1,500	3,500	1,750
			車イス	3,000	—	3,500	—
エアロビック	8月17日(金)~18日(土)	秋田市立体育館	A	3,000	1,500	3,500	1,750
			B	1,500	750	2,000	1,000
			車イス	3,000	—	3,500	—
ラグビー(7人制)	8月25日(土)~26日(日)	秋田市八橋陸上競技場	A	1,000	500	1,200	600
			B(立見)	500	250	600	300
			車イス	1,000	—	1,200	—
水上スキー	8月23日(木)~25日(土)	大湯村水上スキー場	全席自由	3,000	1,500	3,500	1,750
			車イス	3,000	—	3,500	—
ビリヤード	8月22日(水)~26日(日)	セリオンプラザ(秋田市)	全席自由	2,000	1,000	2,500	1,250
			車イス	2,000	—	2,500	—
ボウリング	8月21日(火)~23日(木)	台由ボウル(横手市)	全席自由	1,500	750	2,000	1,000
			車イス	1,500	—	2,000	—
ボディビルディング	8月18日(土)~19日(日)	秋田市文化会館	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
パワーリフティング	8月20日(月)~21日(火)	天王町総合体育館	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
空手道	8月18日(土)~19日(日)	天王町総合体育館	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
相撲	8月25日(土)~26日(日)	天王町総合体育館	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
コーフボール	8月18日(土)~22日(水)	アスパル(六郷町)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
合気道	8月18日(土)	秋田県立体育館(秋田市)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
柔術	8月19日(日)~20日(月)	秋田県立スケート場(秋田市)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
ローラースケート	8月17日(金)~20日(月) 22日(水)~26日(日)	秋田県立スケート場(秋田市)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
ライフセービング(プール) フィンスイミング 共通	8月24日(金)~25日(土)	秋田県立総合プール(秋田市)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
ファウトボール	8月18日(土)~20日(月)	秋田市八橋陸上競技場	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
ブルスポーツ	8月17日(金)~19日(日)	ワールドゲームズプラザ(秋田市)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
ゲートボール	8月18日(土)~19日(日)	秋田県立中央公園陸上競技場(雄和町)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
フライングディスク(アルティメット)	8月19日(日)~21日(火)	秋田県立中央公園陸上競技場(雄和町)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
キャスティング	8月22日(水)~24日(金)	秋田県立中央公園陸上競技場(雄和町)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
綱引き(アウトドア)	8月25日(土)	スカイドーム(雄和町)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
女子綱引き	8月25日(土)~26日(日)	本荘マリーナ海水浴場(本荘市)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
綱引き(インドア)	8月26日(日)	本荘マリーナ海水浴場(本荘市)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
ビーチハンドボール	8月23日(木)~25日(土)	本荘マリーナ海水浴場(本荘市)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
パラシューティング	8月17日(金)~19日(日)	飯島砂防林(秋田市)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
オリエンテーリング	8月18日(土)~19日(日)	オーパス(秋田市)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
フィールドアーチェリー	8月17日(金)~19日(日)	秋田県立中央公園	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
フライングディスク(ディスクゴルフ)	8月17日(金)~18日(土)	秋田県立中央公園 ディスクゴルフコース(雄和町)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—
ライフセービング(サーフ)	8月26日(日)	鳥式漁港公園(岩城町)	全席自由	500	250	600	300
			車イス	500	—	600	—

競技パスポート	20,000円
---------	---------

マーケティング「チケット料金一覧」

The 6th WORLD GAMES 8/16(Fri)~26(Sun)

入場券販売状況

No.	競技種目	日数	販売枚数			販売金額			当日券が 完了した もの
			前売	当日	合計	前売	当日	合計	
	県立体育館								
1	合気道	1	448	625	1,073	167,250	359,700	526,950	○
2	柔術	2	548	1,047	1,595	201,750	603,300	805,050	
	県立スケート場								
3	アーティストック	2	473	739	1,212	159,150	415,500	574,650	○
4	ホッケー	4	1,231	1,266	2,497	413,150	710,700	1,123,850	○
5	スピード	3	883	1,007	1,890	279,425	552,900	832,325	○
	県立総合プール								
6	フィンスイミング	2	966	1,214	2,180	362,000	657,000	1,019,000	○
7	ライフセービング	2							
	秋田市立体育館								
8	スポーツアクロ体操	3	3,984	1,988	5,972	10,595,150	6,234,250	16,829,400	
9	トランポリン	3							
10	タンピング	3							
11	新体操	2	2,231	790	3,021	5,916,350	2,734,250	8,650,600	
12	ダンススポーツ	2	4,157	725	4,882	15,896,000	2,479,750	18,375,750	
13	エアロビック	2	1,622	570	2,192	3,225,225	1,296,000	4,521,225	
	八橋陸上競技場								
14	ラグビー	2	3,207	1,000	4,207	6,555,000	2,749,500	9,304,500	
15	ファウストボール	3	489	1,240	1,729	147,625	689,400	837,025	○
	秋田市文化会館								
16	ボディビルディング	2	999	553	1,552	1,299,750	1,050,000	2,349,750	
17	パワーリフティング	2	408	218	626	462,750	415,000	877,750	
	セリオン								
18	ビリヤード	5	1,091	316	1,407	3,198,000	1,090,250	4,288,250	○
	ワールドゲームズプラザ								
19	ブルスポーツ	3	477	430	907	155,775	241,800	397,575	○
	中央公園陸上競技場								
20	ゲートボール	2	876	483	1,359	379,000	287,700	666,700	
	中央公園球技場								
21	アルティメット	3	580	1,057	1,637	201,750	588,300	790,050	
22	キャスティング	3	522	471	993	225,900	264,300	490,200	
23	綱引きアウトドア	1	385	372	757	136,250	213,900	350,150	
	スカイドーム								
24	女子綱引き	2	1,273	1,492	2,765	546,050	850,500	1,396,550	○
25	綱引きインドア	1							
	天王町総合体育館								
26	空手道	2	1,495	437	1,932	1,832,025	798,000	2,630,025	○
27	相撲	2	1,061	868	1,929	905,600	1,019,400	1,925,000	○
	水上スキー場								
28	水上スキー	3	713	5,421	6,134	491,900	4,010,700	4,502,600	○
	大潟村運動広場								
29	パラシューティング	3	0	7,595	7,595	0	4,257,600	4,257,600	○
	台由ボウル								
30	ボウリング	3	466	197	663	889,000	477,500	1,366,500	
	アスパル								
21	コーフボール	5	1,084	794	1,878	837,950	871,200	1,709,150	
	本荘マリーナ海水浴場								
32	ビーチハンドボール	3	1,029	1,099	2,128	318,575	610,500	929,075	○
	競技入場券計		32,698	34,014	66,712	55,798,350	36,528,900	92,327,250	
	開会式	1	7,617	639	8,256	35,499,750	3,580,750	39,080,500	
	一日券計	—	40,315	34,653	74,968	91,298,100	40,109,650	131,407,750	
	競技バスポート		100		100	2,000,000		2,000,000	
	合計	—	40,415	34,653	75,068	93,298,100	40,109,650	133,407,750	

マーケティング「入場券販売状況」

The 6th WORLD GAMES 8/16(Thu)~26(Sun)

8. マーケティング部としてのPR活動

(1) 各種装飾

1) 街並み・会場装飾

大会ムードの醸成と秋田に来る人々をあたたかく迎えるために、主要道路、商店街などと競技会場に装飾を施した。

・のぼり、バナーの設置

競技会場となる8市町村の主要幹線道路に、のぼり、バナー併せて3,000本を設置した。特に、秋田駅前のビックルーフと秋田空港には大型のバナーをゴールデンウイークから設置し、県民及び県外客にワールドゲームズを強烈にアピールした。

また、競技会場を3,000本ののぼり、バナーで装飾を行ったほか、商店街、コンビニ、その他の市町村にも5,000本ののぼりを設置した。



2) その他装飾

・ステッカーの配布

(財)秋田観光コンベンション協会及び秋田市飲食店組合環同連合会、県ハイヤー協会の協力で、ウェルカムステッカー2,000枚をタクシーや飲食店に貼ってPRを行った。

・ラッピングバス・航空機

秋田市内の路線バス2台と空港リムジンバス1台に大会マスコットをデザインしたラッピングバスを運行し、大会のPRを行った。

また、全日空の国内線3機の機体に大会ロゴマーク等を入れた大型シールを貼り、PRを行った。

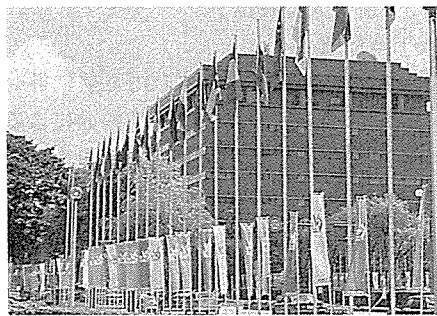
(2) 各種宣伝

1) 告知ポスター、チラシ

チケットの販促用のポスター3種類6千枚及びチラシ5種類78万部を製作し、JR東日本管内の主要駅、県内外のコンビニなど関係団体やイベントで配布した。

2) TVコマーシャル

15秒のTVコマーシャルを、県内民放3社及び秋田ケーブルテレビで1ヵ月前から開始し、徐々に回数を増やし、大会直前をピークとし放映した。また、青森県の民放2社、岩手県の民放3社、宮城県の民放2社において、大会直前の8月始めからCM放映を行い、直前の大会PRを実施した。



放送局名	放映期間	放映回数
秋田放送	7月16日～8月15日	267本
秋田テレビ	7月16日～8月15日	254本
秋田朝日放送	7月16日～8月15日	233本
秋田ケーブルテレビ	7月27日～8月23日	84本

放送局名	放映期間	放映回数
東日本放送	8月1日～8月15日	50本
東北放送	8月1日～8月15日	50本
IBC岩手放送	8月1日～8月15日	55本
めんこいTV	8月1日～8月15日	31本
岩手朝日放送	8月1日～8月15日	51本
青森放送	8月1日～8月15日	30本
青森朝日放送	8月1日～8月15日	50本

また、日本文字放送でワールドゲームズの15秒CMを一日68回にわたり、7月27日から8月26日までJR山手線の車内及び東京駅新幹線待合室で放送した。



マーケティング（PR活動）

The 6th WORLD GAMES 8/16(Thu)～26(Sun)

3) ラジオコマーシャル

県内民放2社（ABSラジオ・FM秋田）で7月17日から8月16日まで、200回放送し、PRを行った。

4) 山手線ADトレイン

7月17日から8月1日にかけて、山手線1編成11車両をすべてワールドゲームズ一色にしたADトレインを運行した。これには、秋田県出身で野球評論家の落合博満さんをポスターのモデルに起用し、キャッチコピー「オレの秋田に行こうか 秋田が熱いのは、夏のせいだけではないらしい。」とした写真入りポスターと競技写真を主体としたポスターで全車両を埋め尽くした。

5) 街頭大型映像

①首都圏

ワールドゲームズ100日前に併せて、都内の屋外大型映像画面による60秒PRビデオを放映し、首都圏でのPRに努めた。

放映場所	放映大型映像	放映日時	放映回数
渋谷	109フォーラムビジョン	5月8日~14日	210
渋谷	Q's EYE	5月8日~14日	210
渋谷	スーパーライザ渋谷	5月8日~14日	210
新宿	スタジオアルタ	5月14日~20日	182
原宿	スーパーライザ原宿	5月14日~20日	168
新橋	FAROシティビジョン	5月8日~14日	224
新橋	スーパーライザ原宿	5月8日~14日	224
銀座	銀座シティギャラリー	5月22日~28日	210

②仙台市

ワールドゲームズ開催まで1ヵ月前の7月17日から8月16日まで、JR仙台駅「社のビジョン」で60秒CMを1,800回以上放映した。

③秋田市

秋田市内の2箇所に設置されている電光ニュースで、7月20日から8月26日まで、4,560回にわたりワールドゲームズの大会告知、チケット案内、競技日程を放映した。

6) 新聞広告

大会開催50日前に、県内4紙（中央紙含む）と青森、岩手、宮城のそれぞれ1紙に広告を掲載し、大会開催1ヵ月前には、県内5紙（中央紙含む）と青森、岩手、山形、宮城のそれぞれ1紙とスポーツ紙1紙に広告を掲載した。

また、8月に入ってから、中央紙6紙の東京版において、秋田県出身で千葉ロッテマリーンズの石井浩郎さんを起用し、キャッチコピー「拝啓 石井浩郎です。故郷 秋田へ、ワールドゲームズへお出かけください。」と本人の写真入りでPRを行った。

新聞名	掲載日	段数
秋田魁新報	6月27日・7月16日	全面1P・2P
同	7月8日レジャー特集	全面1P
朝日(県内版)	6月28日・7月16日	全3段
毎日(県内版)	6月27日・7月16日	全3段
読売(県内版)	6月27日・7月16日	全3段
北羽新報	7月16日	全5段
東奥日報	6月27日・7月16日	半5段
岩手日報	6月27日・7月16日	半5段
河北新報	7月16日	半5段
同	6月28日レジャー特集	全4段
山形新報	7月16日	半5段
日刊スポーツ	7月25日東北版	全15段

新聞名	掲載日	段数
朝日(東京版)	8月14日	全5段
毎日(東京版)	8月15日	全5段
読売(東京版)	8月11日	全5段
日経(全国版)	8月14日	全5段
産経(東京版)	7月16日・23日・27日・8月6日	全5段
東京(東京版)	8月2日・4日・9日	全5段
日経金融	8月14日	全5段
日経産業	8月15日	全5段

9. 問題点

商業権は国際ワールドゲームズ協会からすべて組織委員会に委譲されていたが、IF及び個人選手がスポンサー契約している場合や、NFが独自にスポンサーを獲得した場合など、国際ワールドゲームズ協会での取り決めがなかったことから、組織委員会がすべてを取り仕切らなければならなかった。このような問題は、スポンサー間の調整など、今後大会を運営する側に大きな負担となることが考えられる。

また、放送媒体への配信が義務づけられているが、国際映像制作経費が放映権料を大幅に上回ることから、国際ワールドゲームズ協会として、世界各国の放送媒体に対し何らかのアクションをおこし、放映権に対する方策を考える必要がある。

