

# 大型プロジェクト「長崎スタジアムシティ」内の 屋内型のアクティビティ施設をプロデュース (株)バンダイナムコアミューズメント



(株)バンダイナムコアミューズメント  
アクティビティ事業部ゼネラルマネージャー  
久保正和氏

## ジャパネットグループの強い想いに応え スポーツを楽しんで体験する場所を創る

(株)バンダイナムコアミューズメントでは、ゲームアミューズメント施設「namco」以外に、スポーツ、デジタル、IP、キッズなどの要素をコンセプトとして組み合わせたさまざまなエンターテインメント業態を展開している。なかでも、デジタル、スポーツ、バラエティの要素を融合して開発した多彩なアクティビティを揃える「VS PARK」は、話題性も高く注目の施設ブランドのひとつだ。

同社では、VS PARKを国内9店舗を直営で展開する一方、そのノウハウを活かして、他の事業者に対するアクティビティ施設の企画・開発・監修を行なうプロデュース事業も行なっている。VS PARKやトンデミといったスポーツ体験型施設の開発ノウハウを活かし、店舗コンセプトや名

スタジアム、アリーナを核とする大型プロジェクト「長崎スタジアムシティ」内に長崎県内初となる屋内型アクティビティ施設「VS STADIUM NAGASAKI」がオープンした。プロデュースしたのは、自社が持つスポーツエンターテインメント施設の開発・運営ノウハウを活かしたプロデュース事業を展開する(株)バンダイナムコアミューズメントだ。

運営は、ジャパネットグループのスポーツ・地域創生事業を担うリージョナルクリエイション長崎だが、今回の開発では、地域振興の大きなビジョンと強い想いを持つ同社の要望を聞きながら、さまざまな独自の要素を取り入れ、共に施設をつくりあげていった。そのプロデュースワークをレポートする。

称、内装やアクティビティの企画、運営ノウハウのサポートや地域の特性を踏まえたプロモーション支援までトータルでプロデュースする事業だ。

その第一弾となったのが、2024年3月に神戸・六甲エリアの商業施設「ROKKO i PARK」内に誕生した「KOBE SUPER STADIUM」。そして今回、第二弾として大々的にオープンするのが注目プロジェクトである「長崎スタジアムシティ」内にオープンした「VS STADIUM NAGASAKI」だ。

長崎スタジアムシティは、通信販売事業に並ぶ2つめの柱としてスポーツ・地域創生事業に取り組むジャパネットグループによる民間主導のビッグプロジェクトで、グループで地域創生事業を担う(株)リージョナルクリエイション長崎が事業主体となり、大規模開発を推進する。VS STADIUM NAGASAKIの開発にあたっ

ては、新しい長崎のシンボルとなる長崎スタジアムシティにおいて、スポーツ体験を通じ、スポーツを身近に感じ、ワクワクして楽しい一日を過ごせるスポーツエンターテインメント施設を目指した。

プロデュース事業では、直営施設とは異なり、クライアント側の要望への柔軟な対応力が求められる。リージョナルクリエイション長崎には、スポーツを通じて人々が交流する場を創り出し、長崎の地域を振興していくビジョンと強い想いがあり、プロデュースにあたっては、VS PARKと全く同じものを作って欲しいということではなく、さまざまな要望やアイデアが出された。それらをVS PARKに留まらないバンダイナムコアミューズメントの展開するさまざまな施設での豊富な開発・運営ノウハウを駆使して、実現していったのだ。

## VS PARKをベースとしながら 長崎独自のコンテンツを実現

そこから実現したコンテンツのひとつに「キッズパークゾーン」がある。長崎スタジアムシティとして呼びたい客層を鑑み、小さな子どもやファミリーを呼びたいという要望に応えた形だ。「VS PARKは学生や大人がメインで小さい子どもはあまり想定していない業態ですが、今回はそれにこだわる必要が無いと考えました。むしろ、キッズパークについてはさまざまなブランドを展開しており知見があるので、

立体遊具や映像と連動したインタラクティブな演出がされるボールプールなどさまざまな提案をさせて頂くことで実現することができました」(アクティビティ事業部ゼネラルマネージャー 久保正和氏)。

また、アクティビティの選定や内装・デザインについても、クライアント側に強い想いがあり、こういうデザインがしたいと積極的な提案があったという。それらの要望をできるだけ尊重して柔軟に対応し、細かくキャッチボールをしながらひとつひとつ決めていった。

施設内は、さまざまなアクティビティがゾーンごとにまとまっているが、内装・デザインもゾーンごとに工夫やアイデアが盛り込まれ、場所ごとに変化のある空間となっている。例えば、サッカーやバスケットボールのアクティビティを集めたゾーンでは、スタジアムやアリーナの座席などを模したスペースを設けたり、ビリヤードや卓球、ピアボンなどの大人向けの遊びのアクティビティを集めたゾーンには、ネオンやブラックライトを使った暗めの空間演出がなされた。また長崎の地域にゆかりのあるレンガ調の内装も特徴的だ。

さらに、V・ファーレン長崎、長崎ヴェルカの Mascot キャラクターであるヴィヴィくん、LUCAとのコラボレーションも長崎オリジナルの演出だ。アクティビティの側面などにチームロゴなどを装飾で入れたり、アクティビティの画面内などに Mascot キャラクターが登場するなど、ファンを喜ばせる仕掛けが満載だ。

また、Mascot キャラクターが映像内のストーリーに登場するオリジナルバージョンのアクティビティも開発された。「アナホル ヴィヴィくん&LUCA Ver.」は、センサーが搭載されたスコップで穴を掘って進んでいくユニークなアクティビティだが、ヴィヴィくん、LUCAが対決する形で長崎の名所を巡りながらゴールの長崎スタジアムシティを目指すストーリーがオリジナルで用意された。

施設はオープンしてからがスタートで、開業後のイベントや企画が重要となってくるが、「若者から小学生、小さい子どものファミリーまで幅広い層がスポーツをテーマとした遊びで楽しめる施設となっているので、地域の交流を行なえる場となって欲しい。例えば選手や Mascot キャラクターを使ったイベントもできるで

## » VS STADIUM NAGASAKI



しょう。また、長崎スタジアムシティ全体をクライアントが運営しているの、他のホテルやレジャー施設、商業、飲食などいろいろな施設と連携した展開ができるのも強みになると思います」(久保氏)。

今回は、スタジアム・アリーナを核とした大型複合施設での開発プロデュースとなったが、ジャパネットグループの大きなビジョンと強い意志が鍵となったという。久保氏は、「今回、このような機会を頂き、その考え方や想いなどを聞きながら一緒に施設を開発させていただき、本当に勉強になりました。長崎スタジアムシティのオープニングセレモニーでのジャパネットホールディングス代表取締役社長高田旭人様の「長崎にこういった場所をつくるのが長崎の皆さんの生きがいになり、元気になる、最終的に子どもが増え、人口が増え、そういう街にしていきたい」と本気で思っています。」という言葉に感動しました。そのようなプロジェクトに参加できたことに感謝しており、バンダイナムコアミューズメントとして社会存在価値を生み出し、地域貢献できることに大きな意義を感じています。」と語る。

## 全体開発から一部コンテンツ活用まで 柔軟な形でプロデュースを展開

大型案件を無事に離陸させたバンダイナムコアミューズメント。同社では、屋内アクティビティ施設「VS PARK」や屋内アスレチック「トンデミ」、デジタルプレイ

グラウンド「屋内・冒険の島 ドコドコ」などの施設の開発ノウハウを活かし、プロデュース事業をこれからも積極的に展開していく。事業ビジョンを「人と人の絆を深める事業」と定義し、地域内や、3世代を含む家族間の絆づくりを、遊びを通じて実現を目指す。

VS PARKをベースとしたプロデュースが続いたが、VS PARKだけにこだわらず、トンデミのトランポリンやボルダリング、デジタルプレイグラウンドなどを掛け合わせたような施設もつくっていききたいとする。また、施設開発だけでなく、アクティビティを複数セットにした形態で、既存施設内のスペースやイベントでの設置もプロデュースできる。

意識しているキーワードが「ウェルビーイング」の視点だ。身体的、心理的な良い状態を指すが、学び、コミュニティ、運動不足の解消などの面からwell(よい)の状態をつくりだすことで、地方創生、地域活性化、人々の交流の場づくりの起点となるような、そういった社会的な意義のあるところでのプロデュースを目指していく。

### プロデュースに関する問い合わせ

(株)バンダイナムコアミューズメント  
アミューズメント事業ディビジョン  
アクティビティ事業部  
<https://bnam-customer.my.site.com/FAQ/s/>

## » KOBE SUPER STADIUM

