

# PACIFIC RIM CUP

PARTNERSHIP BENEFITS SHEETS



PACIFIC RIM CUP



Official Tournament  
sanctioned by FIFA







## INDEX

P03 ビジョン / ミッション

P05 大会の特徴 / 大会の成長

P09 大会の歴史

P13 ファンプロフィール / グローバル視聴者数

P17 ネットワーキング

P19 カスタマイズされたパートナーシップ

P40 PRC 2019ケーススタディ

P46 開催地への効果

# THE VISION

ビジョン / ミッション





# THE VISION

## ビジョン

人々の人生に多様な価値を提供する環太平洋地域におけるスポーツプロパティの構築

## ミッション

1. PRCの価値の向上
2. 環太平洋地域の潜在価値の顕在化
3. 環太平洋地域において人と文化が交差するシンボル
4. 人々を楽しませ夢を与える魅力的なエンターテインメントの提供
5. 大会を通じた開催地への経済効果の創出
6. パートナー企業様のビジネスを促進するハブ
7. 世界最高峰の国際大会の構築と環太平洋地域のサッカー競技レベル向上への貢献



# EVENT FIGURES / PROJECTED GROWTH

大会の特徴 / 大会の成長



# 大会の特徴

Pacific Rim Cup 2018, 2019では以下の様な実績

**経済効果**：PRC 2018ではUS 150万ドル、PRC 2019ではUS 210万ドルを創出（マーケティング効果、雇用の創出等を含む）

**オンライン視聴**：18カ国より約15万以上の視聴数を記録（平均視聴時間 21:09）

**SNSフォロー**：4,500以上のフォロワーと80万以上のインプレッション数

**スポンサー**：アンダーアーマー（米国/日本）、ANA、アウトリガーホテル、立命館アジア太平洋大学など

**開催地コミュニティへの影響**：30以上のNPO団体とのファンドレイジング活動、大会開幕前日のサッカークリニックへ250名以上の子供やプロサッカー選手が参加

**#1/  
3.5  
billion**

15の要素に基づき世界で最も人気のスポーツであり、推定35億人のファン  
(参照: Sports Show)

**#1**

全スポーツの中で競技人口数がトップ  
世界 2億6500万人  
米国 2440万人  
(参照: NBC News)

**#2**

日本では全スポーツの中で競技人口数が第2位  
日本 約89万人  
(参照: JFA)

**26.5  
million**

2014年FIFA ワールドカップ決勝ドイツ対アルゼンチンの試合は、米国において2650万人が視聴。

Rose Bowlの2404万人やNCAA男子大学バスケットボール選手権の2399万人、そして冬季オリンピックの閉会セレモニーの2140万人の視聴を大きく上回る人気を誇る  
(参照: The Washington Post)

**1.1  
billion**

FIFA World Cup 2018 決勝戦 (フランス vs クロアチア) を世界全体で11億人が視聴 (参照: FIFA)

**60.7  
million**

FIFA Women's World Cup 2015 決勝戦 (アメリカ vs 日本) を世界全体で6007万人が視聴  
アメリカでは2540万人、日本では1160万人が視聴  
(参照: FIFA)

**#2**

18歳から34歳の年齢層のテレビ視聴ランキング 2位

**#3**

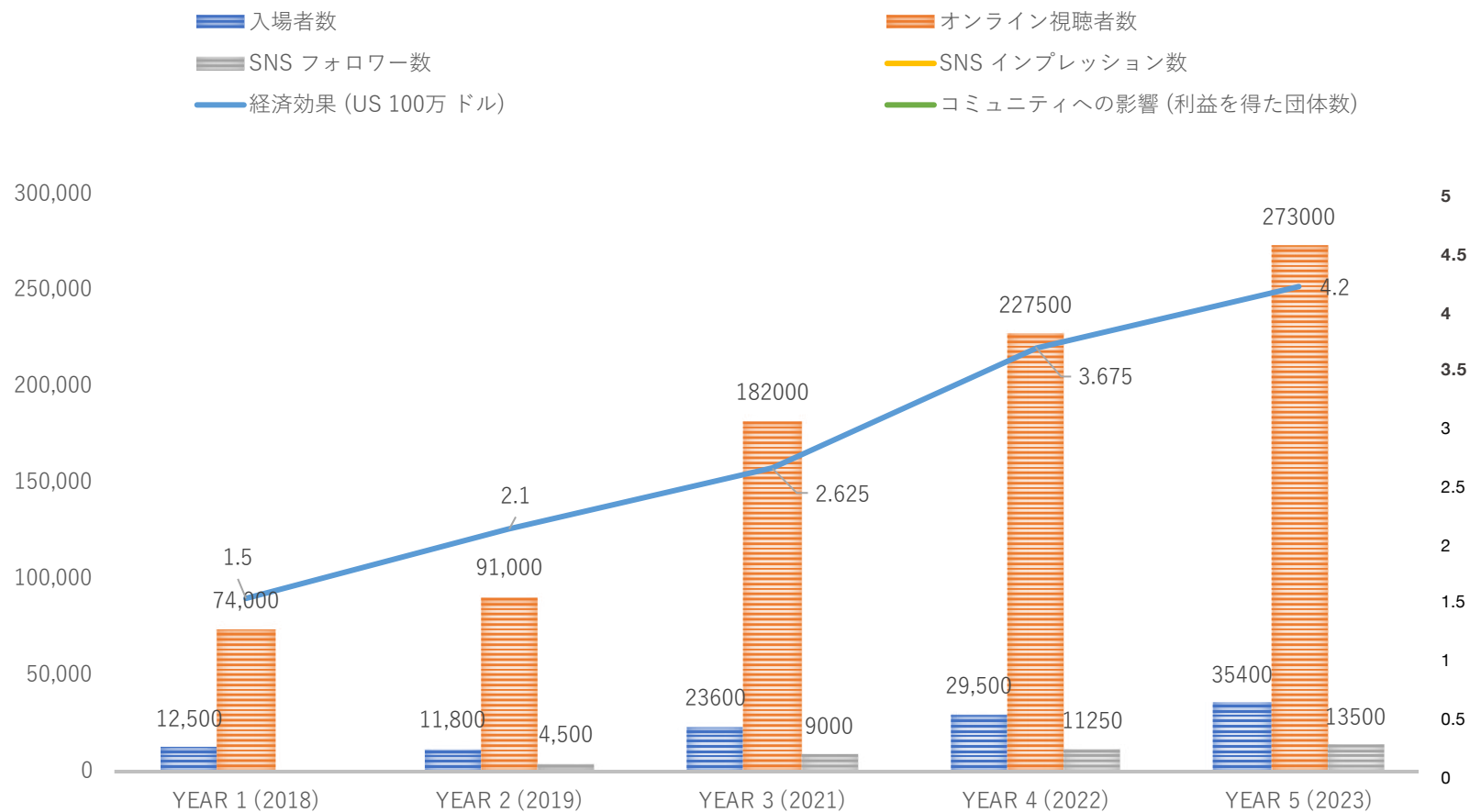
35歳から54歳の年齢層のテレビ視聴ランキング 3位  
(参照: Gallup Poll)



アメリカ、カナダ、メキシコの三ヶ国で2026年のFIFAワールドカップを共同開催。  
これにより、北米大陸における40,000人分の雇用機会と10億ドル以上の勤労所得の拡大を含む、約50億ドル以上の経済活動が創出される見込み

(参照: The Boston Consulting Group (BCG))

# 大会の成長 (5カ年)





# HISTORY

大会の歴史



# PAN PACIFIC & HAWAIIAN ISLANDS INVITATIONAL

環太平洋地域における国際サッカー大会の実績





環太平洋地域に属するアジア・北中米カリブ海・オセアニアを代表するリーグのクラブが出場

## Pan-Pacific Championship 2008 Champion: ガンバ大阪

総入場者数  
38,215人  
(2日間)







### 出場チーム

-  ガンバ大阪(2008年アジア王者)
-  ロサンゼルス・ギャラクシー
-  ヒューストン・ダイナモ
-  シドニーFC(2005年オセアニア王者)

## Pan-Pacific Championship 2009 Champion: 水原三星ブルーウィングス



### 出場チーム





-  大分トリニータ
-  ロサンゼルス・ギャラクシー(2000年北中米カリブ海王者)
-  水原三星ブルーウィングス(2001, 2002年アジア王者)
-  山東魯能

## Hawaiian Islands Invitational 2012 Champion: 釜山アイパーク

総入場者数  
17,461人  
(2日間)



### 出場チーム





-  横浜FC
-  コロラド・ラピッズ
-  メルボルン・シティFC
-  釜山アイパーク

# PACIFIC RIM CUP 2018 & 2019

2018

- 大会名 : Pacific Rim Cup 2018 powered by Under Armour
- 主催 : Blue United Corporation (米国)
- 放送 : 有明放送局(OTT)
- 大会方式 : 4クラブによるトーナメント方式
- 開催日 : 2018年2月8日(木) 準決勝2試合  
2018年2月10日(土) 3位決定戦・決勝 2試合
- 会場 : アメリカ・ハワイ州「アロハスタジアム」 50,000人収容
- 優勝 : 北海道コンサドーレ札幌
- イベント : Keiki サッカークリニック(参加無料)







-  北海道コンサドーレ札幌
-  いわきFC
-  バンクーバー・ホワイトキャップスFC
-  コロンバス・クルー SC

2019

- 大会名 : Pacific Rim Cup 2019 powered by Under Armour
- 主催 : Blue United Corporation (米国)
- 放送 : 有明放送局(OTT) / 合計 91,600 視聴
- 大会方式 : 4クラブによるトーナメント方式
- 開催日 : 2018年2月8日(金) 準決勝2試合  
2018年2月10日(日) 3位決定戦・決勝 2試合
- 会場 : アメリカ・ハワイ州「アロハスタジアム」 50,000人収容
- 優勝 : V・ファーレン長崎
- イベント : Keiki サッカークリニック(参加無料)  
Hawaii All-star Game  
(Hawaii All Star vs 福島浜通り選抜 U18による前座試合)



-  V・ファーレン長崎
-  いわきFC
-  バンクーバー・ホワイトキャップスFC
-  レアル・ソルトレイク

## SPONSOR (2018 & 2019)

TITLE SPONSOR



SPONSOR



Local Partner



Partner





# PACIFIC RIM CUP 2021

2021

大会名 : Pacific Rim Cup 2021  
主催 : Blue United Corporation (USA)  
放送 : 未定  
大会形式 : 4クラブによるトーナメント方式  
日時 : 2021年1月下旬 - 2月上旬 (2日間/未定)  
会場 : アメリカ・ハワイ州「アロハスタジアム」  
50,000人収容 (未定)

イベント : Keiki サッカークリニック (参加無料)  
Hawaii All-star vs Military Game  
ウクレレコンサート (TBD)  
フラダンス パフォーマンス (TBD)  
入場者数 : 12,000-17,000 人 (見込み)

大会開催に伴う経済効果

\$2.6  
Million  
USD



CLUB A



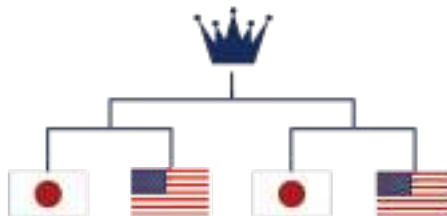
PACIFIC RIM CUP



CLUB C



CLUB B



CLUB D

# FAN PROFILE / GLOBAL VIEWERSHIP

ファンプロフィール / グローバル視聴者数

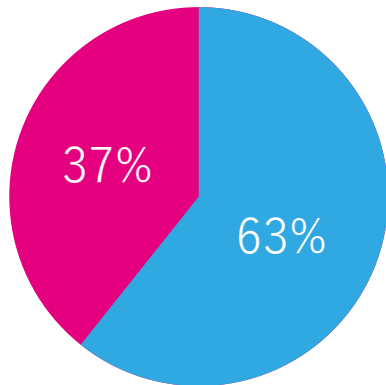


# FAN PROFILE - MLS

ファンプロフィール

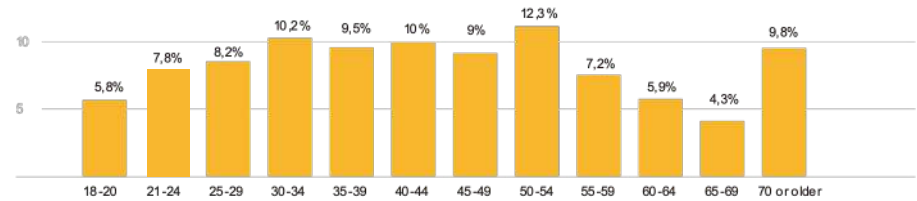
## 性別

■ 男性 ■ 女性

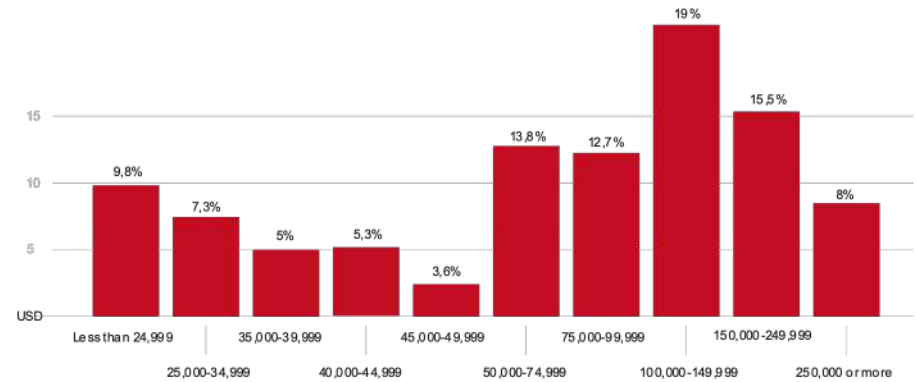


女性37% | 男性63%  
様々な年齢層から視聴されており、  
その55%の人々が世帯収入が少なくともUS 75,000ドル

## 年齢



## 世帯収入



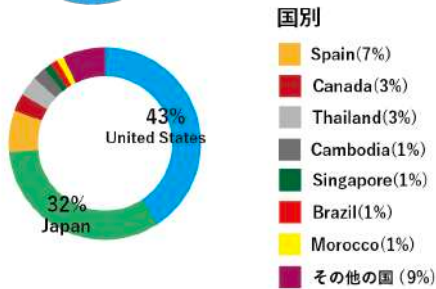
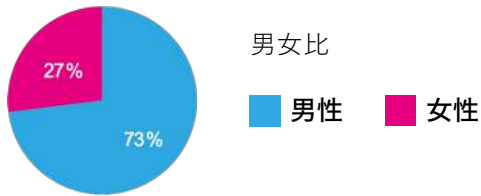


# FAN PROFILE - PACIFIC RIM CUP SNS

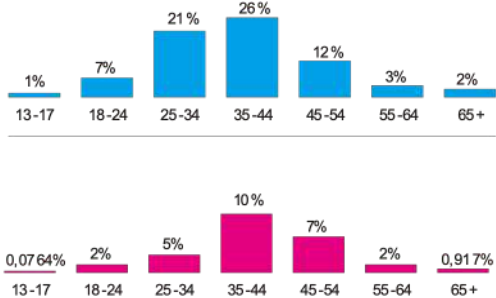
ファンプロフィール



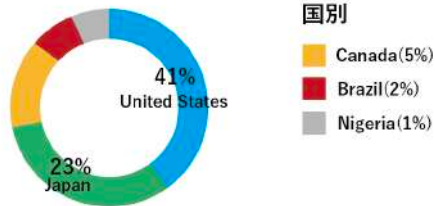
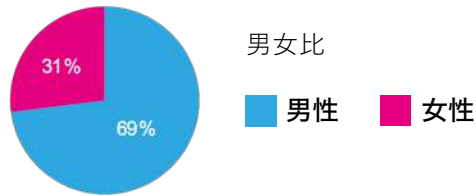
1,334 followers / 182,618 impressions



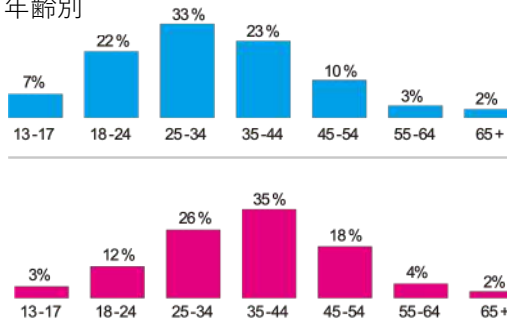
年齢別



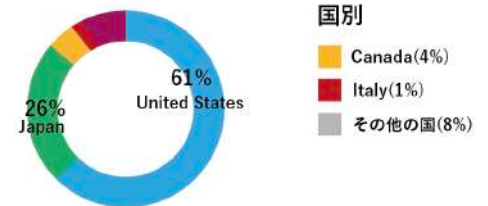
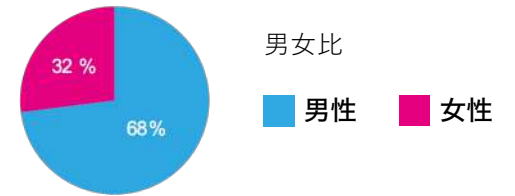
2,703 followers / 312,746 impressions



年齢別

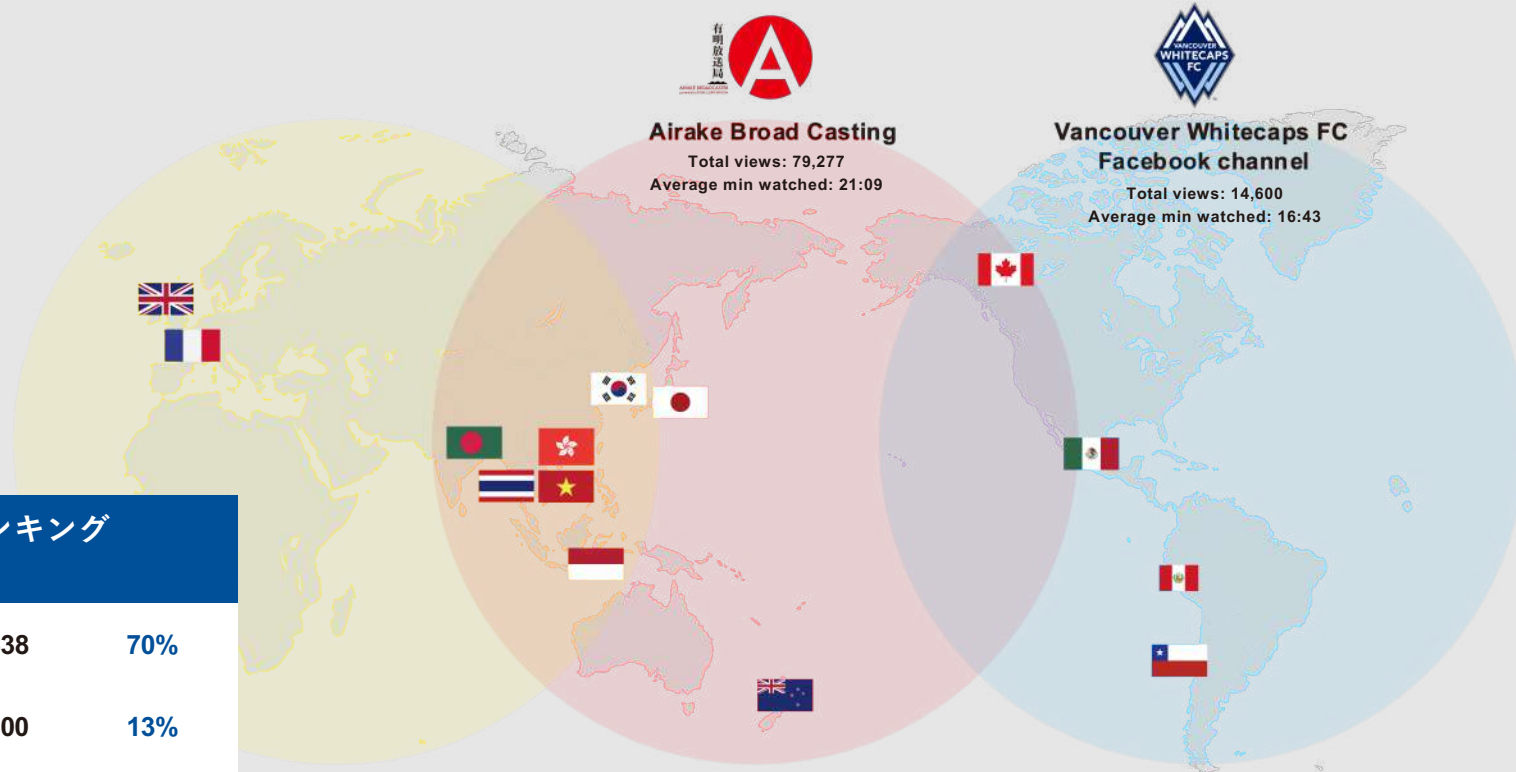


324 followers / 294,464 impressions






# GLOBAL VIEWERSHIP

18か国で計91,000人がオンラインストリーミング視聴（4試合合計） – 2019大会  
 平均視聴時間 21:09



## 国別視聴数 ランキング (上位5ヶ国)

JAPAN		65,638	70%
USA		12,300	13%
CANADA		10,562	11%
UK		216	0.23%
MEXICO		81	0.08%

# NETWORKING

ネットワーキング





# VIP PARTY

「VIPパーティー」には、スポンサーVIPの方々をはじめ、チーム、リーグ関係者、地元の学校関係者など約100名の方々にご参加いただき、有意義な交流が各所で行われました。



- ◆ Aloha Stadium
- ◆ Aloha Stadium Authority
- ◆ ANA Holdings
- ◆ BLUE UNITED Corporation
- ◆ City and County of Honolulu
- ◆ Consulate General of Japan in Honolulu
- ◆ DOME Corporation
- ◆ Engate, Inc
- ◆ Enterprise Rent-A-Car

- ◆ ESPN 1420
- ◆ Farrington High School
- ◆ First Penguin
- ◆ Honolulu Club
- ◆ Honolulu Star-Advertiser
- ◆ Hawaii Tourism Authority
- ◆ HVCB
- ◆ HYSA
- ◆ iHeartMedia

- ◆ Iwaki FC
- ◆ Japanet Holdings Co.,Ltd.
- ◆ JPG Hawaii
- ◆ KFVE TV
- ◆ Ma'ema'e Elementary School
- ◆ Insurance Advantage, LLC
- ◆ Menehune Water
- ◆ Outrigger
- ◆ Pepsi Beverages Company

- ◆ Polynesian Hospitality
- ◆ Real Salt Lake
- ◆ Sun Noodle
- ◆ The Orchid Lei Company
- ◆ Turtle Bay Resprt
- ◆ Vancouver Whitecaps FC
- ◆ V-Varen Nagasaki

# CUSTOM PARTNERSHIPS

カスタマイズされたパートナーシップ



# CUSTOM PARTNERSHIPS

カスタマイズされたパートナーシップ

PRCでは各パートナー企業様の目的、ご希望に基づいてカスタマイズをする、他とは異なるユニークなパートナーシップの形を提供いたします。

全てのパートナーシップにおいて、各パートナー企業様の目的を達成するためにパッケージ内容をカスタマイズいたします。

パートナー企業様のブランドを一層輝かせ、かつビジネスの目的を達成するべく、PRCではよりユニークでイノベティブなパッケージをデザインします。

# PACIFIC RIM CUP 2021 パートナーシップ メリット

Pacific Rim Cup 2021 スポンサー権利（全4試合 + Hawaii All-Star / Military game + KEIKI サッカークリニック）

1 大会協賛の呼称権

5 サッカークリニック

2 現地での広報活動へのロゴ掲出

6 試合会場でのプロモーション実施権

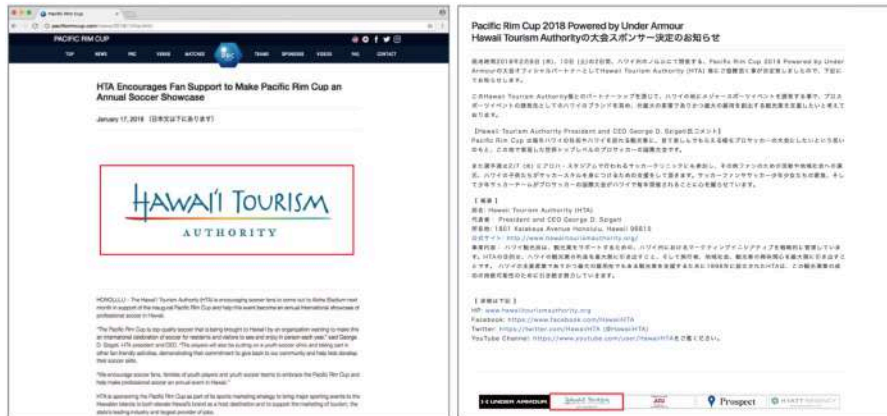
3 バックボードロゴ掲出

7 オフィシャルサイン入りボール5つご提供

4 大会公式WEBサイト/SNSへのロゴ掲出



大会公式パートナーとして、大会呼称を使用した広告販促活動をスポンサー毎の特別カテゴリーの表記も含めグローバル規模で実施



## 現地での広報活動へのロゴ掲出

現地での広報活動に使用する制作物に貴社のロゴを掲出

ポスター / フライヤー

**PROFESSIONAL SOCCER IN 2019 PARADISE**

Tickets Only \$20!

PACIFIC RIM CUP

**4 PROFESSIONAL SOCCER GAMES**

Friday, February 8, 2019

KICK OFF 5:30 PM Real Salt Lake VS Iwaki FC  
KICK OFF 8:15 PM V-Varen Nagasaki VS Vancouver Whitecaps FC

Sunday, February 10, 2019

KICK OFF 2:30 PM Third place Match  
KICK OFF 5:15 PM The Final Match

2 DAY Package Ticket	1DAY Ticket	1DAY Ticket Youth / Seniors
General Admission Seat	General Admission Seat	General Admission Seat
\$30	\$20	\$15

TicketMaster  
Aloha Stadium Box Office **ticketmaster**

For more information **pacifiricup.com**

**Hawaii All-Star Game**

Sunday, February 10

KICK OFF 11:00am

AT Aloha Stadium

For more information **pacifiricup.com**

Hawaiian All Star Hawaiian Islanders

DNS HAWAIIAN AIRWAYS HAWAIIAN ISLANDERS OUTRIGGER BEACH CONCEPTS Engate First Penguin Inc.

新聞広告

**4 PROFESSIONAL SOCCER GAMES**

PACIFIC RIM CUP

Friday, February 8, 2019

KICK OFF 5:30 PM Real Salt Lake VS Iwaki FC  
KICK OFF 8:15 PM V-Varen Nagasaki VS Vancouver Whitecaps FC

Sunday, February 10, 2019

KICK OFF 2:30 PM Third place Match  
KICK OFF 5:15 PM The Final Match

2 DAY Package Ticket	1DAY Ticket	1DAY Ticket Youth / Seniors
General Admission Seat	General Admission Seat	General Admission Seat
\$30	\$20	\$15

TicketMaster  
Aloha Stadium Box Office **ticketmaster**

Tickets Only \$20!

Tickets now on sale

FEBRUARY 8 & 10

For more information **pacifiricup.com**

DNS HAWAIIAN AIRWAYS HAWAIIAN ISLANDERS OUTRIGGER BEACH CONCEPTS Engate First Penguin Inc.

PACIFIC RIM CUP

Tickets Only \$20!

FEBRUARY 8 & 10

**4 PROFESSIONAL SOCCER GAMES**

Friday, February 8, 2019

KICK OFF 5:30 PM Real Salt Lake VS Iwaki FC  
KICK OFF 8:15 PM V-Varen Nagasaki VS Vancouver Whitecaps FC

Sunday, February 10, 2019

KICK OFF 2:30 PM Third place Match  
KICK OFF 5:15 PM The Final Match

2 DAY Package Ticket	1DAY Ticket	1DAY Ticket Youth / Seniors
General Admission Seat	General Admission Seat	General Admission Seat
\$30	\$20	\$15

TicketMaster  
Aloha Stadium Box Office **ticketmaster**

For more information **pacifiricup.com**

DNS HAWAIIAN AIRWAYS HAWAIIAN ISLANDERS OUTRIGGER BEACH CONCEPTS Engate First Penguin Inc. Hawaii

PACIFIC RIM CUP

Tickets now on sale

FEBRUARY 8 & 10

**4 PROFESSIONAL SOCCER GAMES**

Friday, February 8, 2019

KICK OFF 5:30 PM Real Salt Lake VS Iwaki FC  
KICK OFF 8:15 PM V-Varen Nagasaki VS Vancouver Whitecaps FC

Sunday, February 10, 2019

KICK OFF 2:30 PM Third place Match  
KICK OFF 5:15 PM The Final Match

2 DAY Package Ticket	1DAY Ticket	1DAY Ticket Youth / Seniors
General Admission Seat	General Admission Seat	General Admission Seat
\$30	\$20	\$15

TicketMaster  
Aloha Stadium Box Office **ticketmaster**

For more information **pacifiricup.com**

DNS HAWAIIAN AIRWAYS HAWAIIAN ISLANDERS OUTRIGGER BEACH CONCEPTS Engate First Penguin Inc. Hawaii

## バックボードロゴ掲出

スポンサー/ブランドロゴを大会公式バックボードに掲出





大会公式WEBサイト/SNSへ貴社のロゴを掲出

## PRC Website



## NEWS

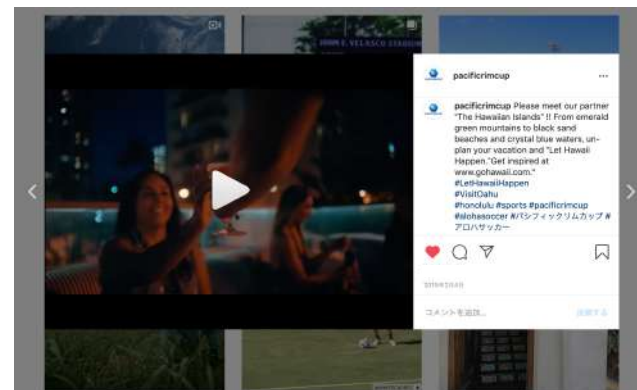
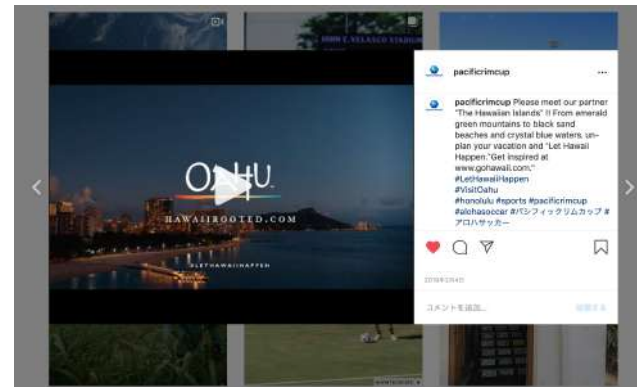
## PACIFIC RIM CUP 2019 ANNOUNCES PARTNERSHIP WITH SUN NOODLE

December 11, 2018



HONOLULU – Pacific Rim Cup 2019 is proud to announce an exclusive partnership with Sun Noodle, the leading manufacturer of freshly-made ramen and Asian noodle products in the U.S., as the Official Noodle Purveyor Partner. Through the partnership, both Sun Noodle and Pacific Rim Cup aim to expand the soccer community in the islands, support the culture of soccer and the develop the quality of play in Hawaii starting with the youth generation. The two-day tournament is set for Feb. 8 and 10 at Aloha Stadium. "Sun Noodle is excited to announce its sponsorship of the Pacific Rim Cup - a communal event for the youth and soccer fans of Hawaii. As a proud Hawaii company, Sun Noodle is dedicated to giving back to the community as they have supported and shared their aloha since its humble beginnings in 1981," said Hidehito Uki, President and Founder of Sun Noodle. "The Blue United is a dynamic organization with a vision that is aligned with Sun Noodle, which is to bring opportunities to inspire and encourage Hawaii's youth community to dream big and persevere."

## PRC SNS





アロハスタジアムで実施するサッカークリニックへ、スポンサーアクティベーションとしてご参画



試合会場コンコースにて貴社商品の展示、サンプリングブースを設置  
※費用は別途ご負担いただきます。







# PREMIUM OPPORTUNITIES\*

1 現地での特別なアクティベーションの実施

6 貴社の従業員の皆様やお客様へのユニークな体験のご提供

2 Keiki Soccer Clinic タイトルスポンサー

7 国歌、州歌斉唱イベント タイトルスポンサー

3 Hawaii All-Star / Military Game タイトルスポンサー

8 VIP パーティー タイトルスポンサー

4 大会公式球 タイトルスポンサー

9 試合会場大型映像でのCM放映

5 PRCを通じての貴社のネットワーク拡大のためのイベントやVIPパーティーへのご招待

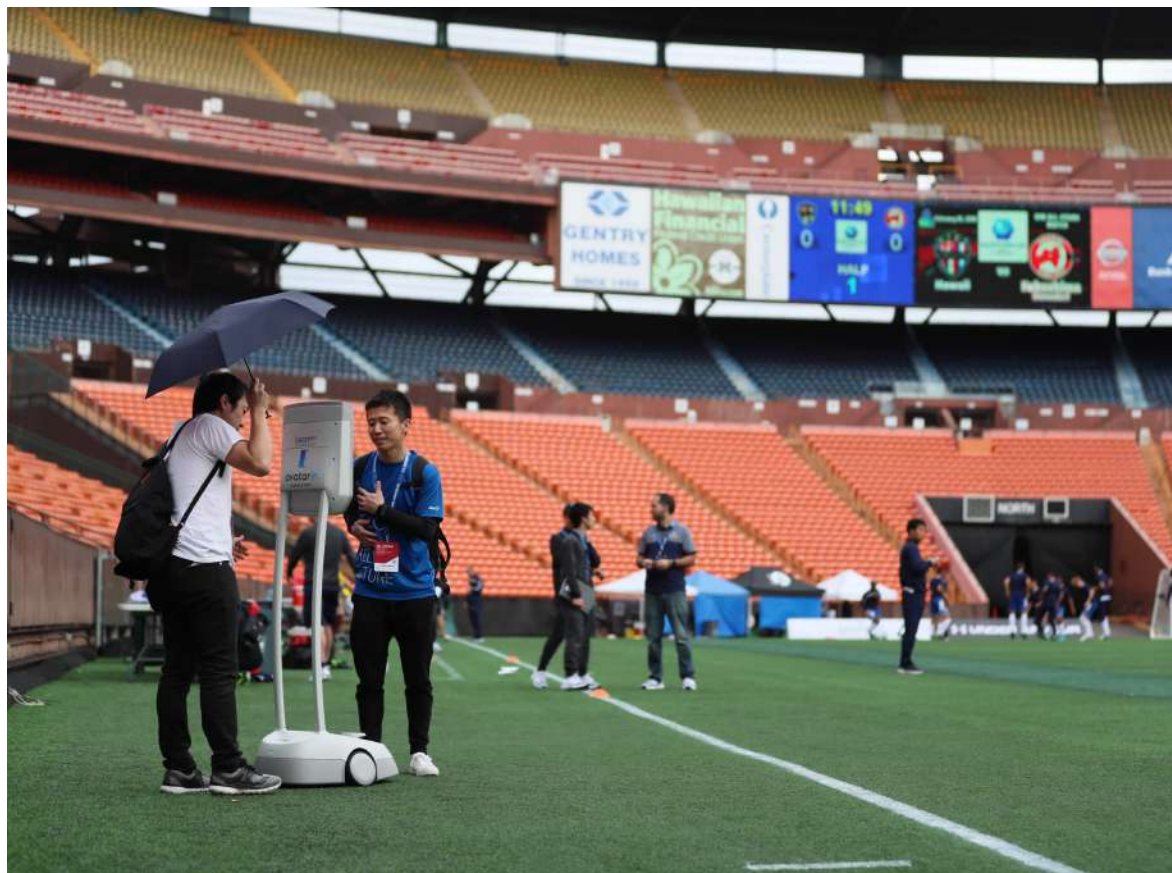
10 VIPホスピタリティ

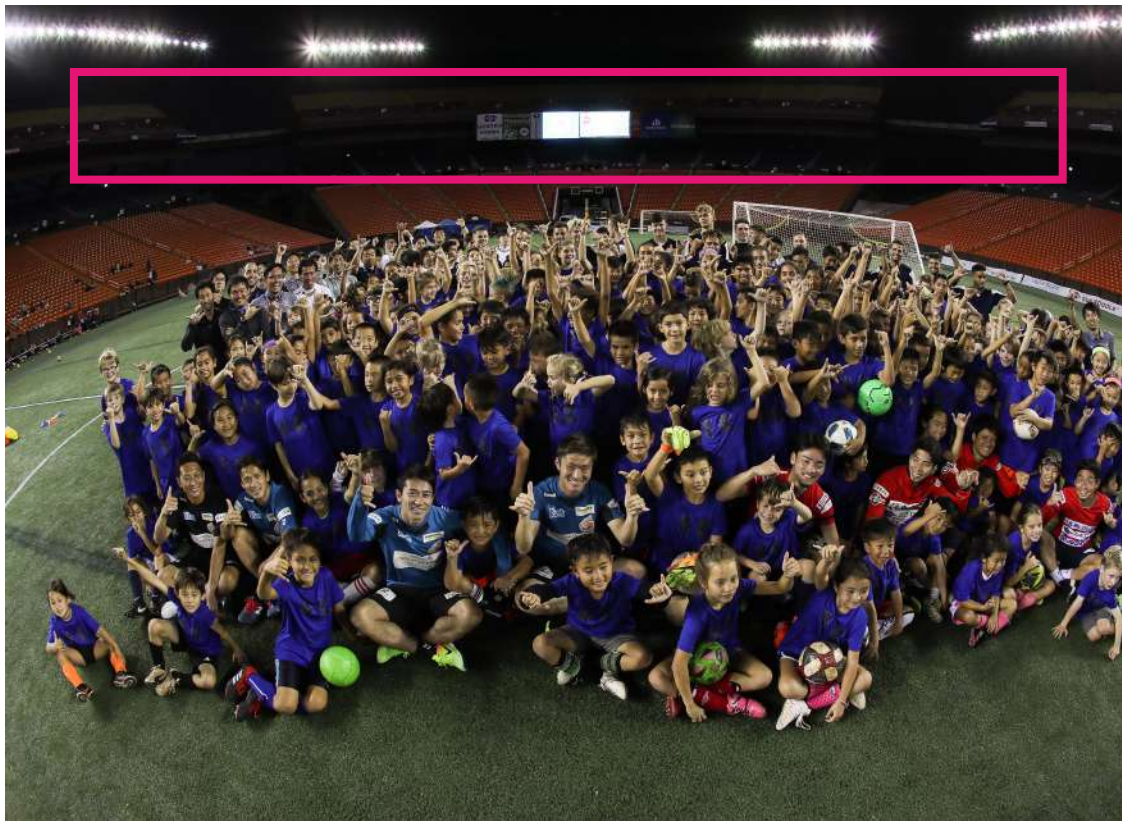
\*上記の内容は追加項目として費用をご負担いただき、ご希望に沿ったパッケージプランとしてご提供させていただきます。



## 現地での特別なアクティベーションの実施

- アクティベーション内での貴社名の掲出
- アクティベーション内での貴社のブランディング採用
- PRCのイベントに参加するファンのデータ収集にもご活用可能







## Hawaii All-Star Game / Military Game タイトルスポンサー

- チーム A ユニホームスポンサー
- チーム B ユニホームスポンサー



## PACIFIC RIM CUP 2019 UNVEILS OFFICIAL UNDER ARMOUR MATCHBALL: DESAFIO LANAKILA

February 3, 2019



“貴社ロゴ”





## PRCを通じての貴社のネットワーク拡大のためのイベントやVIPパーティーへのご招待



## 貴社の従業員の皆様やお客様へのユニークな体験のご提供

貴社の従業員の皆様やお客様へのユニークな体験をご提供させていただきます。

内容例：スタジアムツアー、選手とのグリーティング、スタジアムでのサッカープレー体験、コイントス、公式球デリバリー体験など







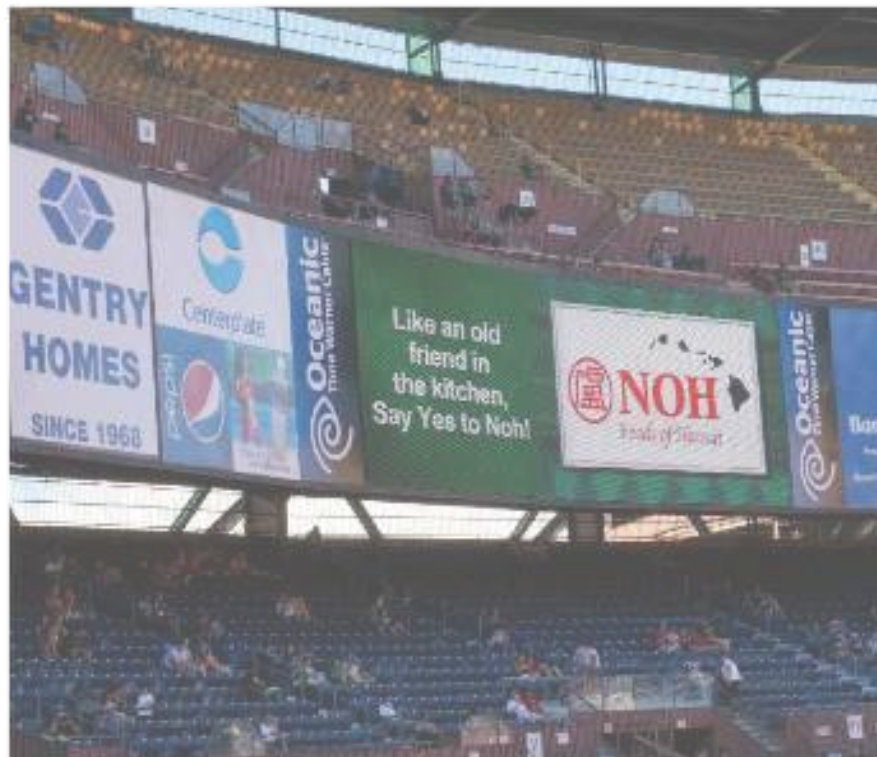


## VIP パーティー タイトルスポンサー



## 試合会場大型映像でのCM放映 (未定)

00秒×3回／試合：試合前2回、ハーフタイム1回





来賓用特別席（VIP席）へご招待

スイート3席（御食事・御飲物付）

C1席50枚、一般席200枚（各試合日）





# PRC 2019 Activation Case Studies

PRC 2019 ケーススタディ





# Activation is Key

- 目的に対するリターン (ROO : Return on objectives)
  - 企業がプロスポーツプロパティとパートナーシップを締結する10の目的
    1. 企業あるいは商品、または両方の認知度向上
    2. ブランドイメージの伝達・構築
    3. 特定分野におけるその企業の存在感の提示
    4. 地域貢献活動への参画
    5. 購買責任者たちからの好印象
    6. メディアバリューの創生
    7. 売上増
    8. 独占契約による競合他社との差別化
    9. ホスピタリティや接待、または社内向けの特別な機会の創出
    10. ネーミングライツや特定の珍しい権利の確保
  - ROOは以下の様に測定
    - 目的 - 達成したい目的を何に置くかを事前に決め、互いに同意すること
    - KPI - 目的達成度合いを計る定量的な指標を事前に決め、互いに同意すること
    - 測定方法 - その効果の測定方法を事前に決め、互いに同意すること / イベントやキャンペーンの全体を通じてのKPIを図る為に活用

# 株式会社 ドーム ケーススタディ

認知度向上

ブランド  
イメージ

Differentiate

地域貢献

好印象

メディア  
バリュー

売上増

独占

ホスピタリティ

特定の権利

目的:

- ネーミングライツや特定の珍しい権利の確保  
/独占契約による競合他社との差別化**
  - : サッカーコミュニティにおける自社のブランド構築
    - アンダーアーマーがPRCの「タイトルパートナー」として、全ての公式アクティビティにおいて露出。大会をアンダーアーマージャック
- ネーミングライツや特定の珍しい権利の確保**
  - : いわきFCへ国際レベルでの競技機会の提供
    - いわきFCを4つの出場チームのうちの一つとしてPRCへ招待
- ネーミングライツや特定の珍しい権利の確保**
  - : 有明放送局の配信コンテンツの拡充
    - 有明放送局がPRCを独占配信
- ホスピタリティや接待/購買責任者たちからの好印象**
  - : ハワイ大学など現地ビジネスとの強力な関係の構築
    - 重要人物をVIPパーティー、並びに試合日のVIPシート
- ネーミングライツや特定の珍しい権利の確保**
  - : 国際イベント運営の経験の獲得
    - 株式会社ドームのスタッフが大会運営に参画
- メディアバリューの創生**
  - : 公式ウェブサイト、SNS、スタジアムでの配布物など





認知度向上

ブランド  
イメージ

Differentiate

地域貢献

好印象

メディア  
バリュー

売上増

独占

ホスピタリティ

特定の権利

目的:

- 企業あるいは商品、または両方の認知度向上、ブランドイメージの伝達

: 航空事業のみならず新たなテクノロジーの導入の紹介

- 通常のプロサッカーイベントではなかなか導入されない遠隔操作可能な「アバター」

- ANAのアバターロボットが大会2日目のHawaii All-Star Gameにて、「1選手」として帯同
- ANAのアバターロボットはチームと共にバスでの移動やロッカールーム、ウォーミングアップ時に選手と共にピッチへ、また試合中にはベンチにも帯同
- オールスターチームに選出されず福島県に残った選手達が、このアバターロボットを通じてあたかも自分もチームに体動しているかのようにハワイ現地の様子を見る事が出来、アバターを通して会話をする事も出来る



認知度向上

ブランド  
イメージ

Differentiate

地域貢献

好印象

メディア  
バリュー

売上増

独占

ホスピタリティ

特定の権利

目的:

- **地域貢献活動への参画**

: サッカーを通じてのコミュニティへの還元  
(Hawaii All-Star Gameの創設)

- サンヌードルは地元チームのサポート  
するため、Hawaii All-Star チームのユニ  
ホームスポンサーに

- **ホスピタリティや接待、または社内向けの特別な機会の創出 / 独占契約による競合他社との差別化**

: スタジアムにて従業員やクライアント、友人、  
また家族をおもてなし (ホスピタリティライツ  
やサイン入りアイテムなど)

- **メディアバリューの創生**

: 公式ウェブサイト、SNS、スタジアムでの配  
布物など





認知度向上

ブランド  
イメージ

Differentiate

地域貢献

好印象

メディア  
バリュー

売上増

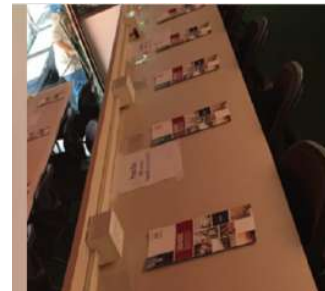
独占

ホスピタリティ

特定の権利

目的:

- 売上増/独占契約による競合他社との差別化**  
 : 現地の高校からの当大学へのリクルートを目的としたネットワークの構築
  - ホスピタリティ、VIPスイート、VIPパーティーでの現地高校とのネットワーキング
  - 当大学の学生向けの、国際イベントの運営を学ぶ事を目的とした、PRCでのスペシャルインターンシッププログラムの実施
- 企業あるいは商品、または両方の認知度向上**  
 : 大会を通じた大学のプロモーション
  - 試合日にスタジアムでのブース出展、メディアボックスにてパンフレットの配布
- メディアバリューの創生**  
 : 公式ウェブサイト、SNS、スタジアムでの配布物





# IMPACT IN THE LOCAL COMMUNITY

開催地への効果



# 開催地への効果

1

ハワイでの経済効果は、US210万ドル。雇用の創出や現地での消費活動、設備への投資、またハワイや現地のビジネスへ大会を通じてもたらされるマーケティングバリューより算出。



2

子供達向けに、プロサッカー選手とプレー出来るサッカークリニックを無料開催。2019年は230名以上の子供たちが参加し、その参加応募は20分で定員に達した。



3

現地のNPO団体（主にはサッカークラブ）へのファンドレイジング実施の促進。現地団体はPRCを通じてUS2万ドルを獲得。



4

質の向上を目的とした現地の芝フィールドへの投資。PRCでは現地の芝フィールドの質をプロフェッショナルの基準へ向上するために、Radford High SchoolとUniversity of Hawaiiの設備への投資を実施。これにより子供達や学生もこの環境を日々活用することができる。



5

現地の子供達は、サッカークリニックや大会内でのエスコート/フラッグ/ボールキッズを通じて、大会へ参加する事が可能。また試合間に行われるアロハスタジアムでのユースパレードへ参加する事もできる。



# 開催地への効果

6

チケットの寄付。PRCではなかなかチケットの購入などが叶わない方々にチケットを寄付すると共に、ホノルル市郡やJTBによる、彼らが参加するためのバスを手配。



7

以下の団体へ備品やエキップメントの寄付

- Radford High School • Roosevelt High School • Farrington High School
- Ma'e Ma'e Elementary School • The First Tee Hawai'i



8

ハワイの18歳以上の選手を讃える、Hawaii All-star Gameを創設。  
2019大会では、Hawaii All Star vs 福島浜通り選抜との試合を実施。



9

国歌斉唱のセレモニーでの現地団体の招待。  
2019大会ではKamehameha Schoolの合唱団により国歌斉唱が行われた。







# PACIFIC RIM CUP

