

【第2回 オレンジミーティング】

- 題目：①若者をスタジアムへ
②スタジアムの雰囲気作り
③交通対策の現状

会議録

2009.9.10

第2回オレンジミーティング 会議録

日時：2009年9月10日（木）19:00～22:00

会場：松山市総合コミュニティセンター 2F 第5会議室

<出席者>

■愛媛FCサポーター 15名

■<ゲストスピーカーとして>県内在住大学生2名 県外在住大学生1名

■愛媛FC（4名）

ゼネラルマネージャー（GM） 佐伯 真道

事務局長 小玉 桂造

運営担当 石田 靖典

マーケティンググループ 石川 雄一

① GM佐伯の挨拶および、「愛媛FCの観客数における若年層の現状報告」

みなさんお忙しい中、お集り頂き、誠にありがとうございます。私、愛媛FCでゼネラルマネージャーをさせて頂いております、佐伯と申します。

さて、今回は前回に引き続いて第2回目のオレンジミーティングでございます。今回は、「若者をスタジアムへ」「スタジアムの雰囲気作り」「交通対策の現状」の3つのテーマに絞って分科会という事で進行させて頂ければと思います。会議を始めます前に、愛媛FCからの参加スタッフを紹介させて頂きます。まずは、前回も出席致しました事務局長の小玉でございます。続きまして、試合当日の運営を担当しております石田でございます。最後に一日一善活動という地域貢献活動を担当していて、学校訪問や福祉施設訪問などで各地を巡回しております、マーケティンググループの石川でございます。また、本日は「若者をスタジアムへ」のテーマに関しまして大学生の生の声をお聞きするために現役大学生3名の方にもお越し頂いております。みなさんには後ほどインタビュー形式でお話をお伺いします。よろしくお願いいたします。

それでは最初のテーマであります「若者をスタジアムへ」についての私からの現状のご報告です。前回お配りいたしました「スタジアム観戦者調査」の6ページをご覧ください。現在、愛媛FCの観戦者の中でも若年層の方は全体の7%に過ぎません。しかし、これはJリーグ全チームの中で考えても決して特別な数字ではありませんが、今後増やしていかなければならないと考えております。また、松山市には愛媛大学、松山大学など大学が点在しており、約1万人の学生が生活をしております。この「1万人の若年層」をいかに取り込むかが今後の鍵となってまいります。

また注目すべき事に、大学生はほとんどが原付、自転車などで行動し自宅から半径3k圏内しか移動をしないとされており、そうした条件や現状を踏まえまして、1人でも多くの若者をスタジアムへ取り込むことが出来ればと思います。

それではこうしたことを踏まえまして、小玉の方から過去に行ってまいりました施策を発表させて頂きます。

② **事務局長小玉より、「若年層へ向けた過去の施策などからの検証」**

続きまして、私より過去に行われました若年層向けの施策をご報告いたします。

(P8 資料①の音読)

過去の施策については以上の通りです。いずれにしても「愛媛FC」というクラブの認知度は若年層に対して非常に高く、認知から興味、興味からゲーム観戦へと繋がる段階的な施策の立案を再考する事が必要かと思えます。

③ **GM佐伯より、「大学生に関するマーケティング調査の報告」**

最後に、こちらの資料をご覧ください。(P10 資料③参照) こちらはある調査機関がまとめました、大学生に関してのマーケティング調査をまとめた資料です。「まとめ」の部分にも記載してありますが大学生には「時間的余裕があり、サッカー需要もある」のでリピーターへの可能性を秘めていると結論付けております。このように非常に可能性を秘めた層でもありますので、この後グループワークにて掘り下げてお話できればと思いますのでよろしくお願い致します。

④ **運営石田より、「スタジアムの雰囲気作りと交通対策の現状についての報告」**

愛媛FC佐伯：グループワークに入る前に、他の2つのテーマに関して運営担当の石田よりご報告させていただきます。

愛媛FC石田：愛媛FC運営担当の石田と申します。私からは、「スタジアムの雰囲気作り」と「交通対策の現状」についてご報告させていただきます。交通対策に関しては9月13日に行われます四国ダービーの交通対策も交えながらご報告致しますのでよろしくお願い致します。

まずは、「スタジアムの雰囲気作り」についてです。

(P9 資料②の音読)

続きまして「交通対策の現状」についてです。

(P9 資料②続きの音読)

最後に9月13日に行われます四国ダービーについての交通対策ですが、今回は臨時駐車場を愛媛銀行グラウンド、元東雲短期大学グラウンド、生涯学習センターの3つを設置し対応いたします。さらに、駐輪場に関してですが既存のものに加えて臨時の臨時として、運動公園内の多目的広場にも設置致します。1万人規模での動員ということで皆様も交通安全にはお気をつけてお越し頂ければと思います。

愛媛FC佐伯

四国ダービーについて私からもお話させていただきます。今回、1万人規模のお客様にお越しいただきますが、過去のこのような規模の観戦の際には大変な交通渋滞を巻き起こしてまいりました。その理由のひとつとして、園内の駐車場は動物園、東駐車、自由広場あわせて2000台ほどしかなく、また、園内からの出口も2つしかないので出て行く際に時間がかかる事が挙げられます。バスは松山市駅・JR松山駅まで時間がかかりますし、費用もかかります。現状では、ビールを飲まれる方や、車の利用されない方のみがバスを利用しているのが現状。

公共交通機関のご利用など、1万人規模で動員をする場合にはこういった問題点をなんとかしたいと考えております。掘り下げた話は次回のオレンジミーティングで致しますが、今回は四国ダービーの交通対策について皆様の意見をお聞かせ頂ければと思います。ダービーについて意見のある方はいらっしゃいますか？

サポーターA：前回私が意見しました事の確認ですが、生涯学習センターから来られる方向けのご案内用紙は今回用意されていますか？

愛媛FC佐伯：前回のご意見を参考に作成いたしました。配布致します。

サポーターB：徳島サイドのHPにも臨時駐車場の情報は掲載されていますか？

愛媛FC石田：掲載しております。

サポーターC：交通に関しては考えられる限界の対策だと思いますが、渋滞については試合後一気に人が流れるのでこうした事を防ぐためにも試合終了後に観戦者をなるべくスタジアムに留めるような対策は打てないでしょうか。

愛媛FC小玉：たとえば、試合終了後の選手出待ちに、少しでも流れてもらうため、「選手出待ちはコチラ！」と書いた看板を今回より設置いたします。

愛媛FC佐伯：様々な事を考えておりますが、やはり限界もありますのでこうした細かいことを行って、あとは気持ち的な部分でも訴えていかなければならないかなと思います。

サポーターA：メンバー外の選手で試合後サイン会を行ったり出来ませんか？

愛媛FC佐伯：難しいかもしれませんが、出来るかどうか検討します。

サポーターD：めちゃくちゃな意見かもしれませんが共同記者会見をピッチ内で出来ませんか？

サポーターA：外で難しくても音声だけでも聞けるようにすれば人も流れると思います。

愛媛FC佐伯：こちらについてもJリーグも関わってくる事ですのでなんともいえませんが、出来るか出来ないかを調べてみたいと思います。

サポーターE：シャトルバス自体が渋滞のもとになっているのでは？バスの運行を遅らせてはどうですか？

愛媛FC佐伯：現在のバスの本数など、運行状況では渋滞のもとになっているとは考えにくい。一昨シーズン、コンサドーレ札幌がJ1昇格を掛けた闘いをニスタで行った際、札幌サポーター約800人規模のバスの利用があり、そのような場合には渋滞の要因にもなります。今後ご利用の規模が増えていけば考えなければならぬと思っております。

サポーターF：駐車場の利用時間を延ばすことは可能ですか？

愛媛FC佐伯：臨機応変に対応いたしますが、周辺の住民の皆様の事もありますのでそこはご理解下さい。

⑤ ゲスト大学生へインタビュー

※ 今回は現役の大学生3名に起こし頂き、ミーティング中に貴重なご意見を頂きました。お越し頂いた3名の方のプロフィールを簡単にご紹介させていただきます。

●Aさん（男性・東温市出身）

⇒愛媛大学4回生。高校時代はサッカー部に所属。愛媛FCのホームゲームやイベント等のお手伝いなどもして頂いており、現在は大学の仲間とフットサルチームに入り活動中。

●Bさん（女性・東温市出身）

⇒松山大学4回生。JFL時代より愛媛FCのホームゲームでボランティア活動をしており、愛媛FCのボランティアは自分にとって生きがいと語る。

●Cさん（女性・宇和島市出身）

⇒茨城大学3回生。3人の中では唯一の県外在住者。水戸ホーリーホックでボランティア活動をしており、昨年はドイツで約1年間の語学留学を経験。

愛媛FC佐伯：続きまして、テーマを「若者をスタジアムへ」に戻してこれよりグループ討議を行います。その前に、冒頭でもご紹介いたしましたが、本日は現役の大学生の方にもご参加頂いておりますので、討議の前に大学生の生の声を聞いて参考にしたいと思います。それでは私から質問をさせていただきます。すごく大まかな質問ですが、なぜ同年代の方の観戦が少ないのだと思いますか？

大学生Aさん：足がないというのが決定的な理由だと思います。やはり、車が無いとスタジアムへは行きづらいです。

マスコミA：現在の大学生は何に興味があるのですか？

大学生Aさん：何に興味があるかといわれれば思いつきにくいですが、音楽の話はします。最近学園祭で有名な歌手がゲストで来るかもしれないとの事ですごく盛り上がりました。サッカーなどスポーツは見るよりもする人の方が多いと思います。

大学生Cさん：学生は時間があるのでバイトやTVを見たりすることに時間を使っています。

大学生Bさん：私は愛媛FCのボランティアに時間を使っています。

マスコミA：それに対して周りの反応はどうですか？

大学生Bさん：周りにはあまり興味がありません。

マスコミA：例えばそれは日本代表でもそうですか？

大学生Bさん：代表については男の子はあるようですが女の子はありません。

サポーターA：私の若い時は丁度Jリーグブームが重なっていたので、「Jリーグ」というものに対して非常にイメージが強い。サッカー、Jリーグ、日本代表それぞれに対するイメージは？

大学生Aさん：日本代表というものに関してはイメージが強いですが、僕の周りにも愛媛FCの試合に連れてきて、Jリーグを楽しめたという友達もたくさんいます。

大学生Bさん：サッカーそのものに対して興味が無い女の子が多いです。男の子はJリーグというよりも海外サッカーを好んで見ている人が多いです。それは実際にJをみた事が無い人が多いからだと思います。

サポーターG：例えば、愛媛FCにはイケメンの選手が多いがそういったところに反応したりしますか？

大学生Aさん：僕の周りには吉川選手のファンが多いです。

大学生Bさん：観戦に来て、吉川選手のファンになってTシャツを買おうとした友達もいます。

大学生Cさん：そもそも選手に興味を持っていないので顔や名前を知ろうとしない人もたくさんいます。

サポーターH：みなさんが連れて行ったお友達の観戦後の感想はいかがですか？

大学生Aさん：悪い所は聞いていません。ボールを蹴る音やスライディングの音などとにかく音が良かったと言っていました。

大学生Bさん：スタジアムでしか体験できない出待ちなどが出来たのが良かったと言っていました。

サポーターG：まるで興味のない人を連れてくるにはどうすればいいと思いますか？

大学生Aさん：僕の回りは県外出身者が多いので出身県の試合に連れていくと良いと思います。あとは、チケットに大学生価格などがあれば気持ち的に嬉しいと思います。

大学生Bさん：最初は招待で繋げていってお金を出してもらえるようにする施策が良いと思います。

大学生Cさん：お誘いチケットのような連れてきてもらえる施策がいいと思います。

サポーターI：大阪出身の私が大学生だった頃はグリーンスタジアム神戸で女子大生チケットがありました。そういったチケットがあると大学生もスタジアムに行きやすいと思います。

⑥ グループ討議

※この後、参加者の皆様を3グループに分けて、各テーブルへ事務局スタッフ、現役大学生の皆さんも参加し、グループ討議を行いました。討議のテーマは若者をスタジアムへ導く施策作り。ある程度内の予算も想定し、各グループで施策を練って頂きました。下記は討議後の全体発表の会議録です。

愛媛FC佐伯：それでは、これより、各グループでまとまった案を発表して頂きます。よろしくお願いいたします。

グループA (発表)

■大学で人の多く集まる学園祭などに選手を呼び、サイン会やトークショーを行う。

⇒選手を直接学生にあわせる。

■プロモーションビデオを作成し、大学の放送部に持ち込む。

⇒常にクラブの情報を学内で流す。

■アウェイチームの文化を試合のときにイベントとして実施する。

⇒試合観戦のキッカケ作りをする。

■サポーターズチケットの値下げ

■応援の向上を図る。

⇒サポーターグループの増加を図る。

グループB (発表)

■大学生に模擬運営をしてもらう。

⇒人材育成の場としてスポンサー企業へも働きかける。

■メンバー外選手と一緒に観戦してもらう。

■チケットの価格帯について

⇒全体的にチケットの価格を見直す。

■エコな乗り物でスタジアムにきたら特典を設ける。

⇒公共交通機関利用などの促進を図る。

■県出身の有名選手にイメージキャラとしてタイアップしてもらう

■夢先生のような講義を大学で行う。

■大学生の応援サークルを作る。

■選手のビジュアルを全面に押し出したイメージCMを作る。

グループC (発表)

※<>内の3つのテーマに沿って立案をして頂きました。

<印象的な告知をして興味を示してもらう>

■生協にオ～レくんが登場してふれあう

■学生専用のポスターを作る

■おしゃれな日程カードなどを作成する。

<上質なサービスを提供し、スタジアムに取り込む>

■男女の出会いの場としてサッカー観戦をしてもらう

■大学生カップル観戦ツアーを開く。

⇒デパート～動物園～サッカー観戦～温泉などサッカー観戦以外にも付加価値を付けて行う。

<施策後のフォローを徹底する>

■大学生専用のメルマガを作って情報を流す。

⇒メルマガを見せたら割引などを行う。

<その他の意見>

■観戦に来たら単位がもらえるなどインセンティブを付ける

愛媛FC佐伯

：本日は、ご参加頂き、まことにありがとうございました。みなさんのご意見をHPにアップして、頂いたご意見の中で出来るところから実施してまいりたいと思います。今後はゲストスピーカーなどを招いたりして楽しい会に行きたいと思いますので、皆さん無理の無い範囲でご参加頂ければ幸いです。本日は誠にありがとうございました。

第2回オレンジミーティング テーマ「若者をスタジアムへ」 過去事例等からの検証

【現状】

これまでも数度、クラブ主催、サポーター団体主催、大学側主催により、各大学からスタジアムまでのバスツアーや、ワンコイン（500円チケット付）での観戦企画などを行ってきた。

しかしながら、ホームゲーム観戦者の中でも20歳未満の観戦者10%未満（昨年度のJリーグ観戦調査参照）にもあるように、各企画とも、苦戦しているのが現状。

一度、参加した学生に関しても、リピーターとなっているとは言い難い状況である。

学生の観戦者が少ない理由としては様々な理由があるが、

■住んでいる地域からスタジアムが遠いから

■愛媛FCに興味が無いから

■お金が…

などなど、これまでの主な理由として挙げられている。

<過去実施企画参考例>

●過去に行われた若者をスタジアムへ取り込む企画

⇒「大学生バスツアー」企画（有料／無料含む）

；昨シーズン、今シーズンと企画を行った。開催中止になった企画も含め、3回程度の開催ではあったが、集客、アフターケアとも苦戦の状況

⇒「大学生フットサル大会開催」（試合観戦は有料：優待価格）

；体育館でフットサル大会を開催。大会へは100以上の参加があったが、試合会場に流れたのは70名。主催；愛媛大学

⇒「課外授業観戦」企画の実施（観戦は招待：約130名の観戦）

；提携を機に、愛媛女子短期大学の学生様を課外授業の一環で、観戦招待を行った。

；愛媛女子短期大学サッカー部の前座試合等の開催で盛り上げも行った。

【今後打開すべき問題】

■大学生は、愛媛FCという名前は知っていても選手名やホームゲームの日程などより深く入り込んだ情報を知らない人が多いのが現状である。この現状を打開するためにはサッカー観戦の楽しさを浸透させ、スタジアムに“行きたい”と欲求してもらう事が重要。

■女性の場合、サッカー自体のルールを知らない方も多くそういった方に普及させるイベント・企画なども行う必要がある。（例）レディース&フィットネス教室など

■大学との連携を強化。授業の一環として学生に観戦してもらい、団体観戦に繋げるなどの施策にも力をもっと入れたい。

※いずれにしても「愛媛FC」というクラブの認知度は若年層～シルバー層まで非常に高い。

認知 ⇒興味 ⇒ゲーム観戦 という段階的な施策の立案を再考していきたい。

① スタジアムの雰囲気づくりについて

・ 現在進行中の物

サポーターによる横断幕のご協力、のぼりの設置、オ〜レ Cafe、陸上の砂場のオレンジ砂カバーの設置、愛媛FCキャラクター3体によるファンサービスと会場盛り上げ

・ 過去に何度か行った試み

選手似顔絵作品展示会、ラッピング・タンクローリー展示、浴衣デー、マッチシティ・マッチタウンの太鼓の演奏やダンスの披露、宇和島牛鬼など、ビッググフラッグ、ゆるキャラなど

・ 今後予定の物

物産展のブースをオレンジテントに染めていく

・ 現在課題に挙がっている事項

サポーター・DJ とのコラボ盛り上げの難しさや、場内でのミュージック選曲など

② 交通対策の現状

・ これまでの交通対策における施策と問題点。

- 1、 バスでロータリーがない事、バスで来場する事の不便さ、電車がないこと、また駐車料金の安さなど全ての要素を含めて、自家用車での来場が普通になっている。⇒ というより、自家用車で来るように作られた施設なのだと思う。
- 2、 公共の交通機関利用促進を呼びかけても、利用率が非常に少ない。現状は、毎試合観客数全体の約2～3%の方が利用。人数にして平均約100名の方が利用している。利用率の伸び悩みによって、伊予鉄道様も非常に悩んでおられ、今後の運行を見直すことも考えておられる。しかし、愛媛FCとしては、利用して頂いている方の為にも、利用率を上げる努力をして、臨時バスがなくなる事を避けなければならない。
- 3、 総合運動公園である為、他施設のビッグイベントと重なった場合、駐車場と、渋滞の対策をその都度各関係機関と一緒に練っていく事が必要になってくる。
- 4、 関係者車輛の駐車場はスタジアム外周に確保しているため、お客様の動線と重なることに危険であり、不便さを感じる。

I 序論

Jリーグが1993年に開幕してから今年で15年目を迎える。そこで鬼武チェアマンはイレブン・ミリオンプロジェクトを立ち上げた。2005年Jリーグ・スタジアム観戦者調査によると、全観客動員に対し19-22歳層の占める割合は6.7%で年々客層の高齢化が進んでいる。大学生層の獲得なくしてはプロジェクトの達成もありえない。しかし「C-NEWS」とUFJ総合研究所が共同で実施した「スポーツマーケティング調査」では、観戦者の1年間の平均観戦回数は3.5回ではあるが、これに対し39.2%の人が不満足であると答えているデータが報告されている。また、スポーツライフ白書2002でも「今後観戦したい種目」の2位にJリーグは挙げられ、特に20歳代のうち28.8%の支持をJリーグが得ている。つまり、絶対的に若年層のスタジアム観戦への潜在ニーズは大きいものと思われる。そこで本論文では、果たして大学生にサッカー観戦への潜在ニーズはあるのか、あるとすればどういったマーケティングをしていけば良いのかを導き出した。

II 方法

仮説に基づいて項目ごとに分け、アンケート内容を作成した。東京都内を中心に、男子大学生67名・女子大学生50名の計117名を調査対象とし、2007年9月から同年11月にかけて調査を実施した。仮説項目は以下の通りである。

- ・スポーツはそもそも、サッカーに興味がある人が多い。
- ・集まって何かをすること(旅行、レジャー、宴会など)は好きだが、実際は余暇時間を有効に使えていない。
- ・日本代表の試合中継は見るが、Jリーグの試合中継はあまり見ない。
- ・Jリーグの試合中継を見ている人ほどスタジアム観戦をしている。
- ・toto購入経験のある人ほど、totoに物足りないイメージを抱いている。
- ・Jリーグのリピーターはいない。
- ・スタジアム観戦の動機は他発的な理由が多い
- ・試合当日に不満を感じる点は、試合という「コアプロダクト」ではなく、設備やハーフタイムショーなどの「ピュアプロダクト」に対することである。

III 結果及び考察

1. 大学生の一般行動形式について

結果から、彼らはサッカー、集まりに対して肯定的な意見持っているが、実際行動に移せていないことがわかった。しかし、約8割の対象者が大学サッカーの観戦経験を持っており、潜在ニーズは多いにあると感じた。また、テレビを主な情報ツールとしており、これを通じたアプローチが最も効果的ということもわかった。

2. 各国リーグと日本代表の試合中継に関して

Jリーグと日本代表のテレビ観戦頻度に顕著な差が現れた。Jリーグのテレビ観戦に対して肯定的な態度を示した割合はわずか17.1%であった。満足度でも日本代表中継は約70%の支持を獲得した。また、海外リーグでは、Jリーグと中継観戦頻度は変わらないものの不満点は少なかった。Jリーグは、わかりやすく感動が伝わる「プレーやスタジアムの迫力」「解説や実況のスキル」が不足していることが考えられる。また、スタジアム管理の見直しと映像プロダクトとしての価値向上が求められた。

3. その他サッカーに対する消費行動について

totoに関しては、仮説は立証されなかった。政治的背景からか「無関心」が多かった。

Jリーグと日本代表のスタジアム観戦頻度に差は現れなかった。認知度や人気は圧倒的な差が見られたが、ここでもサッカーを潜在ニーズで終わらせてしまっている人が多いということが証明された。

また、観戦動機について他発的な理由を回答した割合が8割を越えたが、これは東京特有の結果であったと思われる。試合当日に不満を感じるサービスでは、Jリーグ中継で挙げられた「試合の質」ではなく「スタジアムサービス」に意見が集中した。これは、大学生のようなフリンジファンにとっては試合を生で観ることは刺激的で新鮮さがあるのかもしれない。しかし、彼らをリピーターにしていくにはこれらの改善が急務である。

IV まとめ

大学生には、「時間的余裕があり、サッカー需要もある」のでリピーターへの可能性を秘めていることがわかった。また、それらの獲得には、選手のスキルアップやスタジアム管理の改善による「スタジアムサービス」と「映像コンテンツとしての価値」の改善が不可欠だ。