

【第4回オレンジミーティング】

題目：①メディア戦略

②広報戦略

会議録

2009.10.9

第4回オレンジミーティング 会議録

日時:2009年10月9日(金) 19:00 ~ 21:00

会場:松山市総合コミュニティセンター 2F 第1会議室

<出席者>

- 愛媛 FC サポーター15名
- ゲストスピーカー 4名(メディア・制作関係者)
- 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
 - マーケティンググループ 川井 光一
 - 広報グループ 後藤 一弘

①佐伯 GM より挨拶および本日の流れの説明

オレンジミーティングも本日で4回目を迎えましてご参加有難うございます。皆様方よりいただいた意見やアイデアを前向きに取り組んでいけますように頑張りたいと思います。今日はメディア戦略ということで皆様、いろいろな意見があるかと思います。チームはJFLから9年目を迎えますがポスターや宣伝活動などで、試行錯誤しながら、毎年やってきました。Jリーグに上がったからは、広告会社様、制作会社様の意見を聞きながら愛媛FCに合ったやり方は何かということを探しながら現在は取り組んでいます。今日はメディア戦略・広報戦略ということで皆様の意見をお伺いすることは初めてだと思うので、メディアの方も来られていますので意見交換をしていただき、今回の目的は愛媛FCがいかに広報戦略を通じて集客できるかということですので、アイデアを賜りたいと思います。会議を始める前に愛媛FC参加スタッフを紹介させていただきます。まずは、事務局長の小玉でございます。続きまして広報の後藤、マーケティングの川井です。

本日の流れですが、まずは今期の広報戦略について広報の後藤から説明させていただきます。続いてメディア様から見た愛媛FCのコンテンツとしての魅力を語っていただきます。その後に質疑応答、グループに分かれて討議していただきたいのですが討議内容は愛媛FCの現状のメディア露出の評価と今後のメディア露出についてのアイデアをいただければと思います。その後にグループ発表をしてまとめ、総括という流れですすめさせていただきます。それでは広報の後藤より現状のメディア露出について説明させていただきます。

②広報後藤より愛媛FCのメディア露出の現状説明

それでは、私より今シーズンの広報戦略について説明させていただきます。

(会議資料①・②・③を音読)

つづきまして、ゲストスピーカーの方より09シーズンのポスターの企画意図についてご説明いただきます。よろしくお祈りします。

ゲストスピーカーA(制作会社)

4年目のJ2リーグを迎え、観客動員数において伸び悩んでいる現状があるかと思えます。サッカーに興味がないけれども愛媛の郷土愛はみなさん持たれているかと思えますので、スタジアムになんとか足を運んでいただけるような一般の方と接点を持てるポスターを制作できないかと愛媛FCに提案させていただきました。なぜ、今回文字中心になっているかというと、今まで選手写真中心のポスターが文字になって選手が見られないという意見もあるかと思えますが、一回貼って終わりというポスターではなく、注目を継続させていきたいという狙いがありました。開幕前のB2サイズポスターはサポーターのみなさんの声が戦力だということを伝えなかった。B3サイズのポスターではポイントとなる試合を貼り替えていただくことで興味を継続していただくことを狙いこのようなデザインで制作させていただきました。デザインのポイントは愛媛FCのカラーであるオレンジをメインにしていかにメッセージを無駄なくストレートに伝えるかということ意識して制作しました。

後藤

ありがとうございます。つづきましてゲストスピーカーの方より愛媛FCのコンテンツとしての強みを語っていただきたいと思えます。よろしくお願ひします。

ゲストスピーカーB(メディア)

愛媛FCの強みとしてまずひとつ目としては「プロ」であるということが挙げられます。愛媛でプロスポーツ団体として活動されているのは「愛媛FC」「愛媛マンダリンパイレーツ」の2団体ですが、愛媛FCは2006年にJリーグに昇格し「Jリーグ」というバックグラウンドもあり、注目度も高いのでメディアとしてもみなさんの関心をフォローすることがわれわれの仕事であり、地元のニュースとして多くの方に見ていただけることはありがたいことだと思えます。注目という点ではこれまでホームゲームの1試合平均観客動員数4,000人弱が集まる興行は愛媛県内ではなかなかないかと思えますが、まだまだスタジアムの非日常的な雰囲気・高揚感を知らない人がいるかと思うがそういう人をいかに巻き込んでいくか、発掘していくかが必要になってくるかと思えます。そのためには商品であるゲームの質と結果をプロである以上は求められるかと思えます。二つ目は「地域密着」であるということが挙げられます。愛媛FCの会社の理念にあるかと思えますが、社会貢献である一日一善運動は地元根ざした活動はその活動だけでなく観客動員につながるということは難しいですけれども、こういった活動を積み重ねていかないと土台がしっかりしてこないと思えます。われわれは愛媛を舞台に取材させてもらっているメディアですから、しっかりとサポートしたいと考えております。現在、世の中にはなかなか明るい話題が少ないですがスポーツで愛媛を元気にしてほしい人は多くの方が望んでいらっしゃるかと思えますので、地元のプロスポーツとしての強みをもっともっというんな方面に発揮してほしいのがメディアとしての一意見です。

③質疑応答

サポーターA マスの試合告知に関して効果がどれほどのものかわからない。今の愛媛FCの観客はコアサポである2,000人の固定のお客様がいます。全く試合に来たことがない多数の愛媛県民の方がいらっしゃるのが現状であるが、興味がない人に向かっていくらマス告知やっても極論言うと全く効果がないのではないかと思う気持ちは多少ある。一般消費者向けの量販店であれば告知すればセールスにつながる。ただ、愛媛FCがいくら

お金をつぎ込んで試合告知しても観客動員にはつながらないのではないか？もしかしたらマス告知以外での観客動員の方法があるのではないか。個人的には2,000人の方から輪を広げていくことが一番確実な方法ではないかと思う。その場を広げていくためにインセンティブ(意欲刺激)を与えて観客動員を増やしていく方がいいのではないか。私の回りでも愛媛FCに興味がない人は今シーズンの愛媛FCのポスターは知らないという人が多い。

サポーターB

私はこのポスターは「何だろう？」という狙いがおもしろい。私の回りであるが徐々に広がっている感じがある。試合の高揚感というものは実際スタジアムで観戦しないとわからないものがあると思う。先日の9月13日の四国ダービーでの12,851名の試合は初めて来た人でも興奮したかと思う。ただ、次の試合では3,800人ということはとてもさみしかった。

サポーターC

ポスターのアンケートについて、例えば松山で人が集まる場所・大街道、銀天街、松山市駅前、エミフルなどに多くの人が集まる。試合と同じ時間帯にスタジアムに行かないので、その人が集まる場所でアンケートをすれば新規獲得のための糸口が見えてくるのではないか。このポスターではシンプルの良さを出しているがそれによって情報が削られ認識が低くなる。例えば、ニンジニアスタジアムの表記だけでは場所がよく分からない。私は坊っちゃんスタジアムに行ってしまった経験がある。ポスターにあるQRコードは分かりづらいのでURLのほうがいいのではないか。

④オレンジミーティング案・実施報告

小玉 別紙資料にてご報告いたしますのでご確認ください。(会議資料④を音読)

今後もできるところから取り組んでまいりますのでいろんなアドバイス、アイデアをこの後のグループ討議で出していただければと思いますのでよろしくお願いします。

⑤グループ討議

※今回も3グループに分かれて行いました。愛媛FCの現状のメディア露出に対する評価と今後のメディア露出についてのアイデアについて議論していただきました。下記に討議後に発表していただいた内容です。

⑥グループ発表とそれに対する討議

グループ A 大きな広報戦略という捉え方でも、細かい部分としてのチームの見せ方や告知の仕方という部分、どちらでもいいので、とにかく多くの意見を頂きました。

■サポーターをもっと広報として利用する

⇒マスコットキャラクターのぬいぐるみ3体を車に飾って走れば愛媛FCのPRにつながると思うのでサポーターにお願いしてみたらいいのではないか。

⇒試合告知ステッカーをサポーターの車に貼るように呼びかける。

■HP 関係について

⇒イベントの告知は早めに告知しないと参加できないので、1週間前には告知してほしい。

⇒HP 上での発信の部分が結果報告や通達といった感じのみになっている。もっとサポーターがほしい情報を発信してほしい。折角の動画コーナーに、簡単な練習風景でもいいし、コメントでもいいし、とにかくサポーターが普段見られない選手の横顔とか、更新頻度をもっとあげてほしい。

⇒HP 上で FC 情報番組の詳細をもっと出してほしい。

■オレンジライフについて

⇒当初の主旨である、「サッカーに興味のない人も楽しく読める」という部分をもっと盛り込むべき。

⇒もっと広告スペースを設けて、収入を増やしオレンジライフの部数を増やすべき。

★まとめ

⇒いくら広報(CM、チラシ配布、ポスターなど)を幅広く仕掛けても、なかなか大幅な動員には繋がらない。全く違う角度で考える必要があるのかも。

しかし、結局は列挙した上記の項目をこれまで同様、積み上げていくしかないのかもしれない…。とにかく地道な活動はこれかも続けていくべきだ。

グループ B

■ポスターについて

・現状のポスターを来年も引き続き行うべき。B2ポスターは内容がコアサポ向けと感じ、わからない人が多いのではないと思う。B3ポスターは、しっかりと意図を感じられたり、実際にまわりの興味のない人が見て興味を持ってくれたりしていたので続けてもらいたい。

・ポスターにスポンサーを募ってみてはどうですか？全体というわけではなく、何十枚単位で集めて(例えば下のほうに空白の欄を作ってシールを貼る)掲載しやすいようにしてみてもどうか？

・キャッチコピーを募集にしてみても？たくさんの方が愛媛FCのことを考えるいい機会だと思うし、やってみる価値はあると思う。

■新聞

愛媛新聞の試合後の愛媛 FC 情報掲載について、試合情報以外のイベントのところをもう少し掲載してほしい。

試合内容のところは興味のある人しか見ないので、なるべくいろんな視点で目先を変えた内容を掲載すればまた違った動きがあるかもしれない。

■CM

ナレーションのインパクトがない。せっかく流すのだからもう少し工夫してほしい。

■アンケートについて

今回行われたアンケートはスタジアム内でのためあまり参考にならないのではないかな。

愛媛 FC に興味のない人たちに向けて行うべき。例えば大街道やエミフル MASAKI など

■まとめ

・興味がない人にどれだけ告知しても広がらない。今必ずスタジアムに来る2000人をターゲットに告知をしてそこから広がっていきやすいようにすればいい。告知方法をコアサポファン・ニュートラルなファン・まったく興味がない人の3つに分けて告知・広報の仕方を変えてみてはどうだろうか。

・どちらにしてもどぶ板・草の根運動を続けていくことが一番大切。

グループC

■HPについて

愛媛FCのHPでスポンサーに対して貢献度を高めるべき。スポンサー紹介をもっとわかりやすく目立つようにしたほうがよい。

HPに例えば初めての応援のしかたなどのマニュアルを載せてほしい。

動画の更新頻度を高めてほしい。

■ポスターについて

ポスターでは細かいところまでしっかりと情報を載せて告知するべきだ。

■TV・新聞について

各メディアで選手紹介してもらっているのはわかるがもう少しサポーターとつながる企画はできないか。

既存のメディア露出は愛媛FCにとって継続的に不可欠であるが、新たな話題づくりが必要。

各メディアで選手紹介してもらっているのはわかるがもう少しサポーターとつながる企画はできないか。

■話題づくり

シーズン途中に加入する選手も記者会見を行ったほうがよいのではないか。

愛媛県出身の芸能人の力を借りてスタジアムを盛り上げる。芸能人がスタジアムに来るとなればメディアも取り上げてもらえると思う。

⑦総括

小玉 本日はお忙しいところお集りいただきましてありがとうございました。同じ内容で来週も行いますので、本日は話し合った内容を持ち帰って整理して、クラブとしてできることは実行していきたいと考えております。メディア露出に関しては今後も現状のものを積み重ねていくことがやはり大事だと感じました。ゲストスピーカーのみなさんには大変貴重なご意見をいただきましてありがとうございました。サポーターのみなさんも本日は長い時間お付き合いいただきましてありがとうございました。

【オレンジミーティング資料 メディア戦略、広報戦略について】

2009.10.9

■メディア露出の現状について

【各メディアの愛媛 FC の取り上げ方について】

・TV局:ほぼ全局でホームゲームの翌日、翌々日の 18:00～19:00 のニュース・スポーツコーナーにて試合の振返りを 3 分～5 分放送していただいています。9.13 四国ダービーでは全局で事前告知の協力をいただきました。

・新聞社:愛媛新聞はホーム&アウェイとも翌日にカラー写真入りで試合結果を掲載していただいています。試合の前日ではホームゲームの場合は選手をピックアップして写真付きで試合告知を掲載していただいています。朝日新聞もホームゲームの結果を写真入りで掲載いただいております。

・雑誌:月刊誌「komachi」にて毎月選手紹介ページ(カラー)にて掲載していただいております。

・ニュースリリース:各メディアさんにはリリースのほぼ 8 割程度はニュースとして取り上げていただいております。

【ホームゲーム TV 放送の現状】

放送局	日時	対戦相手	放送形態
スカパー!	全試合	全チーム	生放送
あいテレビ	3月29日	セレッソ大阪	生放送
テレビ愛媛	5月30日	横浜 FC	録画放送
NHK 松山放送局	3月8日	水戸ホーリーホック	生放送
	4月25日	徳島ヴォルティス	生放送
	5月9日	東京ヴェルディ	生放送

【愛媛 FC 応援番組の現状】

放送局	日時	番組名
あいテレビ	毎週水曜日 19:50～19:55 (再)毎週金曜日 0:55～1:00	ニンステ TV
南海放送ラジオ	毎週月曜日 9:35～	「頑張れ!愛媛 FC」
FM 愛媛	毎週月曜日 18:25 頃～	「カモ☆れでい」内の愛媛 FC コーナー
	毎週金曜日 20:30～20:55	「Forza!愛媛 FC」
NHK 松山(テレビ)	毎週金曜日 17:05～	週刊ほりのうち5 ※選手出演は不定期

【試合告知 TVCMの現状】

現在、TV 各局で試合告知 CM を放送していただいておりますが、CM 素材制作については制作会社様のご厚意によりご提供いただいているのが現状です。来シーズンについては CM の内容について、よりこちらの意向を伝え反映していただくものを制作していただきたいと考えております。

【ホームページの現状について】

愛媛FCホームページ ページビュー数 2009年3月～9月の平均月間ページビュー数は約206,000PV

月	ページビュー数
3月	259,000
4月	203,000
5月	207,000
6月	193,000
7月	171,000
8月	200,000
9月	212,000

(下3桁は切り捨て)

最近のHPコーナー別アクセス状況 トップ10

順位	7月	8月	9月
①	選手スタッフ紹介	選手スタッフ紹介	選手スタッフ紹介
②	イベント情報	イベント情報	イベント情報
③	しまなみ紹介	ユース選手紹介	四国ダービー特設ページ
④	ユース選手紹介	しまなみ紹介	試合交通情報
⑤	アウェイ応援ツアー	四国ダービー特設ページ	オレンジミーティング
⑥	一般チケット情報	Movie Report	しまなみ紹介
⑦	しまなみスケジュール	しまなみスケジュール	Movie Report
⑧	チームプロフィール	チームプロフィール	一般チケット情報
⑨	Jr ユース選手紹介	Jr ユース選手紹介	ユース選手紹介
⑩	スポンサー 一覧	一般チケット情報	座席説明

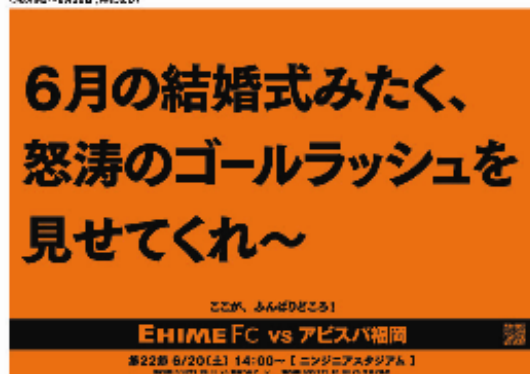
①・②の上位は3カ月とも変わらず9月は四国ダービーに関連するページにアクセス数が増えました。

【09 シーズンポスターについて】

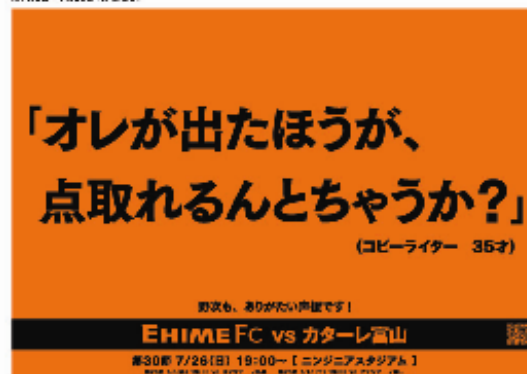
09 シーズンではシンプルでインパクトを与えるデザインにしたいと考え、コピーで引きつけるデザインで統一しました。狙いは、今まで愛媛 FC に対し全く関心がなかった層に対し、少しでも愛媛 FC に対して関心を持っていただきたい。コピーの内容はサポーターが共感してもらえるような内容となっています。

B2サイズは前期・後期の2種類、 B3サイズはホームゲーム 10 試合をピックアップして制作しました。

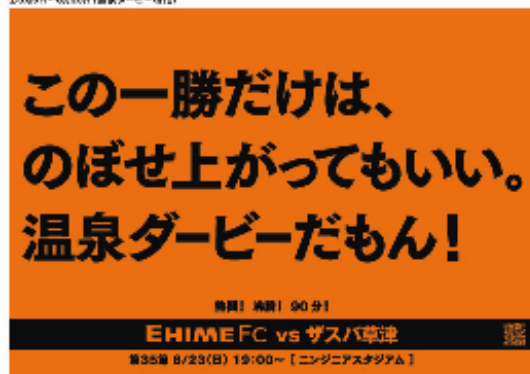
09050601-60000001(特仕仕様)



09050601-60000002(特仕仕様)



09050601-60000003(通常ポスター仕様)



09050601-60000004(東京ヴェルディ戦仕様)



◆ 9月13日の四国ダービーにてポスターに関するアンケート調査報告

- ⇒ポスターに対する認識では約 70%の観戦者が見たことがある。
- ⇒コンビニで見たと回答した人が約 50%、続いて公共交通機関で見たという人が約 30%
- ⇒文言がユニークでおもしろいという問いに約 70%の人が「はい」と答えています。
- ⇒親しみやすいかという問いに「はい」と答えた人が 53%
- ⇒遠くからでも目につきやすいか問いに「はい」と答えた人が約 50%
- ⇒サポーターの声を代弁していると思うという問いに「はい」と答えた人が約 60%
- ⇒愛媛 FC に対する好感度がアップしたという問いには約 30%の人が「はい」と答えています。
- ⇒「スタジアムに行きたい！」という気持ちになったという問いに約 35%の人に「はい」とお答えいただきました。

【オレンジミーティング案・施策実施報告】

【会議資料④】

これまで、オレンジミーティングにてサポーターの皆さまよりご提案いただいたアイデアや施策案等の中で、実施させて頂きましたものを下記に列挙いたします。今後とも様々なアイデアをご提案下さい。まだ実現に至っていない案も複数ございますが、前向きに進めていきたいと考えておりますので、今後とも、よろしくお願いたします。

	アイデア・ご提案項目	内容・備考
①	意見交換会の実施	「サポーター」と「株式会社愛媛 FC」との定期的な意見交換会の実施。09 年関しては現在行われているオレンジミーティングを定期開催として計 8 回実施予定。
②	サポーターや団体と愛媛 FC 事務局による広報活動やイベントの実施	(1)四国ダービー「絶対 1 万人！！」告知ポスター配布大作戦！！ 【日時】平成 21 年 8 月 22 日(土) 11:00～ 【活動場所】松山市市街地(大街道・銀天街付近) 【参加者】 【内容】200 枚強の四国ダービー試合告知ポスターをサポーターの皆様と一緒に各店舗に掲載することに成功。
		(2)フジ各店舗での四国ダービー告知活動 【日時】平成 21 年 9 月 11 日(金) 17:00～ 【活動場所】フジ各店舗(松山市・東温市・伊予市・砥部町・松前町) 【内容】四国ダービーの告知チラシ・ポスターをサポーターと共に配布。
		(3)四国ダービー車体ステッカー掲載運動 【日時】平成 21 年 8 月末～試合当日まで 【内容】四国ダービーの告知ポスターと同デザインの手体ステッカーをサポーターの皆さまにも協力頂き、告知活動運動を実施。
③	四国ダービー関係	・四国ダービーポスターの HP よりのダウンロードの実施 ・四国ダービーリンクバナーの作成と掲載のお願い
④	「敬老週間」の実施	シルバーデーを実施し、65 歳以上の方々をご招待(9 月 20 日 vs ファジアーノ岡山戦にて)
⑤	試合後、選手に会える出待ちスポットの紹介	:C 席サポーターへの告知用として看板をバックスタンドゲート前に作成し、設置。
⑥	リクエスト曲の募集	試合会場で流してほしいリクエスト曲を募集開始(約 40 通:10 月 1 日現在)
⑦	AWAY サポーターへの御もてなし	場内 DJ による「ようこそ愛媛へ」のコメント読み上げなど