

【第 5 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

2009.10.16

第5回オレンジミーティング 会議録

日時:2009年10月16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 9名

■ゲストスピーカー 2名(メディア関係者)

■愛媛 FC 5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、寺尾 敦史

①佐伯 GM より挨拶および本日の流れの説明

本日も皆様お忙しい中、オレンジミーティングにご参加いただきまして、誠にありがとうございます。

これまでのミーティングでも、皆様からたくさんのご意見を頂戴し、少しずつではございますが、反映できる部分を実行している次第です。

今回のミーティングでも、皆様から厳しい意見、やさしい意見、前向きな意見等、様々なご意見を頂きまして、一緒になって、前に進んでいけたらうれしく思います。

本日もよろしく願いいたします。それでは早速ではございますが、後藤より今回のミーティングの流れについてご説明させていただきたいと思っております。

②広報後藤より前回の振り返り及び今回のミーティングの趣旨の説明

お手元の資料にそってご説明させていただきたいと思っております。

(会議資料①を音読、会議資料②、③を説明)

最後に、私が最近実感したメディアの影響力という点につきましてお話させていただきますと、メディア様にご協力頂きまして、ペットボトルのキャップを回収する「エコキャップ回収運動」というイベントを取り上げていただいたのですが、その翌日より各学校や自治体からキャップについての問い合わせが入る状況で、予想以上の問い合わせに事務局内でエコキャップについての対応が増えてまいりました。改めてメディアの影響力の大きさを実感しております。今後も愛媛 FC の活動を取り上げていただけるように進めてまいります。

今回は、前回、メディア全体での意見ということで幅広い議題でありましたので、今回はそのメディアを、テレビ CM、応援番組、街頭ビジョンでの試合告知 CM 等に絞り込んで、話し合えればと考えております。

③今年放送された愛媛 FC 関連の TVCM・ニュース・応援番組の視聴

話し合いを行う前に、2009 年に放送された愛媛 FC 関連のテレビ CM 等を参考資料として見て頂きたいと思えます。

まずは、愛媛 FC の試合の告知 CM からご覧下さい。(以下の順番で映像を視聴)

1. 愛媛 FC 試合告知テレビ CM
2. 今年 3 月のセレッソ大阪戦用に放送されたテレビ CM (あいテレビ)
3. Jリーグのテレビ CM
4. 愛媛朝日テレビの特集「スタジアムをオレンジ色に染めろ」の VTR (四国ダービー向け)
5. あいテレビ 愛媛 FC 応援番組 ニンステ TV
6. 街頭ビジョンでの試合告知 CM

ゲストスピーカーの紹介

つづきましてゲストスピーカーの方よりメディア側から見た愛媛 FC の魅力や、試合の見どころ、または日ごろの取材現場でしか知ることができない選手や監督の情報など語っていただきたいと思えます。よろしくお願います。

ゲストスピーカーA(メディア)

今はやはり、注目しているのは新しい監督になったというところ。表現の方法については、あまり専門的に突っ込んだ表現ばかり並べても、幅広い読者の方には、伝わりにくいと思えますので、できるだけライトなファン層に向けて書くように心がけております。また、試合の勝敗に関する情報だけでなく、ピッチの外で色んな方々が頑張っている例えば、エコキャップに関する情報とかイベントに関する情報もできるだけ掲載するようにしています。

また、当社の紙面の中でも、試合に勝った場合には「オ～れくん」、引き分けた場合は「たま媛ちゃん」、負けた場合は「伊予柑太」とアニメキャラで表現を工夫したり、愛媛 FC の記事を取り扱う時には、オレンジ色の帯を組み込むなどして、注目を集めるようにしています。

ゲストスピーカーB(メディア)

私は、日頃から選手の素顔や人となり、サッカーに対する姿勢など視聴者により知っていただきたいという思いで放送することを努めています。今年は番組内で「VS」というテーマを決めていまして、愛媛 FC の注目選手と相手チームの選手も選んで、二人に注目しながら、番組を盛り上げていっています。

また、私は実際の試合が行われているフィールドに下りて中継しているので、観客の方や、テレビの解説席からも見られないような目線で試合を見ることができます。その利点を生かして、監督の指示や試合中の選手間の激しい意見のやり取りなどを伝えるようにしております。ちなみにバルバリッチ監督は、どんな時でも冷静に振舞っています。本日は、せっかくの機会ですので、サポーターの皆様の方と意見交換させていただきたいと思えます。よろしくお願いたします。

佐伯 GM より質問

メディア側から見て、広報戦略としてより効果的と思えるやり方がありましたら、教えて頂きたいのですが、いかがでしょうか。

メディア A

私は愛媛 FC のキャラクターを使って、年間通して何かしらのストーリー物なんかは、効果的と考えます。また、前回のミーティングの際にサポーターの方から頂いた「おもてなし」の案も、別のチームでやっているような小さな子供に相手チームに向けてナレーションをさせたりするのも良いかと思います。また、今年是实现できなかったのですが愛媛出身の他のスポーツ選手の祝賀会を愛媛 FC の試合で一緒にしたりするのもなかなか良いと思います。

メディア B

メディア側からすると、やはりスター選手を作り上げることがより効果的だと思います。あとは、愛媛 FC の独自性を作っていくことも非常に重要だと思っていて、現状でいくと愛媛 FC が勝利した際に行っている「ラインダンス」は、視聴者からもかなり好評ですので、この点は今後も続けていくのが良いと思います。あと、ハーフタイムで行われている各種のイベントなどは他の地域のチームから見本にすべき良いコンテンツだと評判は上々ですね。とにかく愛媛 FC 独自のストーリーを作っていくことが大事かと思います。

④グループ討議

※今回も3グループに分かれて行いました。先ほど参考資料としてみて頂いた愛媛 FC の TVCM に対する評価、今後のテレビ CM への要望、応援番組への意見について議論していただきました。下記は、討議後に発表していただいた内容になります。

⑤グループ発表

グループ A

テレビ CM の内容が毎回同じ感じなので少し変化をもたせても良いのではという意見が出ました。例えば、あえて BGM なしで、選手のコメントのみでインパクトを付ける案、等も出ました。また、先ほど参考資料として流れた「スタジアムをオレンジ色に染めろ」のような特集番組は、内容も良いのでアーカイブとして、愛媛 FC のホームページでも見られるようにしたり、 유튜브 上にアカウントを設けて見られるようにしてみてもどうかという案も出ました。また、「テレビ CM の続きはホームページへ」のようにメディアをミックスさせる方法も有効ではといった意見や、マスコットキャラクターの存在感が強力なのでマッチデイなどに4コマ漫画を掲載したり、スタジアムでもっと子供たちと遊ばせるイベントを行ったり、もっと全面に使っていけば良いのではないかという案も出ました。

グループB

街頭ビジョンで流れているCMに選手が出ているので、そちらをテレビCMとして活用した方が良いのではといった意見や各スポンサーのテレビCMに選手を登場させるようにしてみても良いのではといった意見が出ました。

また、各メディアのCMにも協力してもらって、例えば、地デジ化推進のテレビCMにテレビのチャンネル数と選手の背番号が合っている選手が登場するなどしても面白いと思う。

あとは、バルバリッチ監督のテレビCMは見たいし、マスコットキャラクターを登場させるのもよいのではないかと意見が出ました。

グループC

当グループは、テレビCMについてと応援番組、テレビCM以外のメディア戦略、それぞれについて話し合いを行ったので、それぞれについて発表させていただきます。

■ テレビCMについて

使われている曲は、何度も流れることで愛媛の人たちにも浸透してきていると思う、あの曲が流れたら愛媛FCを想像する人も多いと思うので、引き続き使用していても良いと思う。

映像については、出ている選手もシーズン途中で変わってくるので、少し変化を持たせていても良いという意見が出ました。

また、同じような映像と音楽を流し続けると飽きてしまう人がいると思うので、もし変化をもたせるとするならば大きく全体を変えないと効果は出ない可能性もあるという意見や映像を変化させるのは限界があると思うので、音楽という点で、相手チームを連想させる音楽、例えば、岡山であれば「ももたろうさん」等、を流すという手もインパクトとしては、面白い手だと思うという意見も出ました。

あと、選手にコメントをCMに使う場合には、誰でもわかりやすく伝わりやすい言葉を言ってもらう方が良いという意見も出ました。

■ 応援番組について

番組の作りも良くできているし、見ていて癒されるし面白いといった全体的に明るい意見が多かったです。

■ テレビCM以外の戦略について

各種雑誌とタイアップしているテレビ番組があると思うので、愛媛FCを取り上げてくれる雑誌が出る場合には、そのテレビ番組の中でもその記事に合わせた企画で登場しても良いと思うといった意見も出ました。

⑦小玉より今回のミーティングの総括

本日も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。次回は、①団体を招致する方法についての案を頂きたいのともう一つは、②地域での活動をチケットセールスへつなげる方法について、また皆様から色々なご意見いただければと思います。

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】

2009.10.16

■前回の要望を受けてのクラブの方針発表

前回の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くださいますよう今後とも、よろしくお願いいたします。

①	ご提案項目	内容・備考
②	ホームゲーム関連	<p>マスコットキャラクターそれぞれの応援歌とダンスを作るのはどうか。</p> <p>選手の好きな曲を流すのはどうか。</p> <p>アウェイサポーターへの「おもてなし」をもっとしたほうがよいのではないか。</p> <p>スタジアムをデートスポットとしての雰囲気づくりをしてみるのはどうか。</p> <p>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。</p>
③	HP 関連	<p>サポーターが欲しい情報を発信してほしい。</p> <p>動画の更新頻度を高めてほしい。</p> <p>愛媛 FC 情報番組の詳細がほしい。</p> <p>スポンサーに貢献できるような工夫がほしい。</p> <p>ホームゲームでの応援のしかたなどのマニュアルを載せてほしい。</p>
④	ポスター関連	<p>ポスターにスポンサーを募ってみてはどうか。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
⑤	メディア関連	<p>試合情報以外のイベントでのニュースを取り上げてもらいたい。</p> <p>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。</p>
⑥	オレンジライフ関連	<p>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んでほしい。</p>
⑦	その他	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>マスコットキャラのぬいぐるみ 3 体を車に積んで走ることをサポーターにお願いしてみたいのではないか。</p>

4. メディアへ露出 (マスメディア)

地域のマスメディアが積極的に取材。年間を通して紹介しています。

テレビ、新聞、雑誌など愛媛FCの情報を積極的に取材いただき、年間を通して紹介していただいています。また地元マスメディアに加えて全国メディアによる中継・取材などに露出しています。

テレビ

地上波テレビ — 総合放送

6試合を中継・録画放送 (加えてアウェー4試合)

試合	日時	対戦相手	放送局	放送時間	視聴率
第1節	3月8日	ロアッソ熊本	NHK松山	生中継 13:50-15:00	7.5%
第4節	5月23日	サスバ草津	あひテレビ	生中継 14:00-15:00	-
第8節	4月19日	ベガルタ仙台	NHK松山	生中継 13:50-16:00	2.9%
第25節	7月6日	サンフレッチェ広島	NHK松山	録画 24:10-26:00	-
第23節	7月30日	福島ポルティス	テレビ新潟	録画 25:50-27:35	-
第40節	11月30日	モンパディオ山形	NHK松山	生中継 13:50-16:00	-

試合	日時	対戦相手	放送局	放送時間	視聴率
第2節	3月18日	サンフレッチェ広島	NHK広島放送局	生中継 13:50-16:00	10.4%
第9節	4月25日	ヴァンフォーレ甲府	山梨放送	生中継	-
第25節	9月3日	サスバ草津	読売テレビ	録画	-
第40節	10月18日	ベガルタ仙台	山崎放送	生中継 13:50-16:00	7.2%

視聴率計測のない日程についても、全日平均世帯視聴率を7%とし、エリアの視聴者数を換算。1世帯あたり2.9人とすると、想定延視聴者数は愛媛県下で約731,000人

地上波テレビ — ニュース報道

ホームゲームの翌日、夕方ワイドなどで試合結果を放送・民放4局

放送局	番組	時間	視聴率
山崎放送	リアルタイム愛媛	17:50-18:55	10.4%
テレビ愛媛	一番たし!山崎スーパーニュース	16:53-17:54	10.0%
あひテレビ	キャッチアップ	18:15-18:50	5.1%
愛媛朝日	スポーツJチャンネル	16:54-17:54	7.7%
NHK松山	いよかんワイド	18:10-19:30	10.0%

リーグ戦のみの露出としても45試合について報道。想定延視聴者数は約39,150,000人

地上波テレビ — ニュース報道

オリジナル番組や特集コーナーなど ※そのほかにも特集などでの放送

放送局	番組	曜日	時間	視聴率
あひテレビ	ニッパTV	毎週水	18:55-19:00	7.0%

1年間の放送において、想定延視聴者数は約6,260,000人

スカイパーフェクトTV — 総合放送

全試合放送 ※スカパーの加入者数は約500万人



年間を通して、延4600万人を越える視聴者にアプローチしています

4. メディアへ露出(マスメディア)

地域のマスメディアが積極的に取材。年間を通して紹介しています。

テレビ、新聞、雑誌など愛媛FCの情報を積極的に取材いただき、年間を通して紹介していただいています。また地元マスメディアに加えて全国メディアによる中継・取材などに露出しています。

新聞

香島新聞 —— 試合後掲載

1試合で3段程度のスペースで結果掲載

※メディアデータ

発行部数………322,786部

回読人数………2.6人

1試合あたり……約84万人が読者



朝日新聞 —— 週刊愛媛FC

週1回コーナー掲載

※メディアデータ

発行部数………70,106部



雑誌

サッカー専門誌

週刊サッカーダイジェスト、週刊サッカーマガジンなどの雑誌に情報も含めて掲載



タウン誌

タウン情報まつやま、愛媛Komachiなどの紹介。

