

愛媛FC・愛媛マンドリンパイレーツ健全経営委員会

結果概要

日時：令和4年8月30日（火）10：00～

場所：愛媛県水産会館6階大会議室

出席者：田中雅人委員長

横山ぬい委員

清水美穂委員

白石信二委員

神原浩司委員

児玉雄一 事業部プロジェクト

マネージャー((株)愛媛FC)

■愛媛FCの健全経営について

発言者	内容等
(株)愛媛FC	[協議]「愛媛FCの健全経営について」 ○資料説明 ・2021シーズンの事業実施状況等について
委員	○質疑応答・意見交換 2021シーズンの収支について J3へ降格したということで、経営面にも非常に大きな影響が出てくるかと心配していた。Jリーグの分配金で、J2が1億5000万円、J3が本来3000万円のところを救済措置で1億2000万円ということで3000万円の減額となっている。なおかつJ3になったことによってチーム数が少ないので、グッズ販売額などが落ち込むのではないかと、また、スポンサーの収入はどうなるのかという心配をしていたが、先ほどの説明を聞くと、グッズ販売も入場者もかなり戻ってきたということで、それからスポンサーも新たに確保したりということで、収益面での心配はないということよろしいか。
(株)愛媛FC	J3に降格したが、スポンサー料など維持していただいたり、努力していただいたり、本当に皆様の御協力のもと今シーズン予想以上に大きく落ち込むことはなく見込みどおり。

<p>委員</p>	<p>伊予決戦について</p> <p>成績について出だしまずいたが、その後連勝が続き 8 位ということで、J2 昇格に向けての見通しはどうか。</p> <p>また、FC 今治が同じリーグになって伊予決戦と言われているが、9 月 10 日ニンジニアスタジアムでホーム戦があるということで、伊予決戦に向けた取組方針や集客見込みはどうか。</p>
<p>(株)愛媛 FC</p>	<p>J3 リーグも難しいリーグで、簡単に勝てる試合というのではない。残り 12 試合、上位陣との対決が続くので、1 試合 1 試合が勝負となってくる。J2 と違って試合数も少なく、本当に 1 試合の重みというのは大きい。たくさんの方に昇格を応援していただいているので、必ずクラブ一丸となって、結果を残せるように頑張りたい。</p> <p>また、前回 6 月の伊予決戦での観客数が約 4,000 人だったが、今回も注目度は高く、チケットの販売が始まっているが、他の試合と比べて大きな違いが出るぐらい注目度が高いチケットの動きとなっている。我々ができることは、感染対策を万全でお客様を迎えることができるように環境を整えて、この J3 で同じカテゴリーの中に FC 今治と刺激し合い、この愛媛県で子どもたちが憧れるような舞台がニンジニアスタジアムにできればなと思っている。</p>
<p>委員</p>	<p>愛顔のスポーツ観戦券について</p> <p>「愛顔のスポーツ観戦券」は、今までスポーツ観戦しなかった方がスポーツ観戦する非常に良いきっかけになると思うので、愛媛 FC のホームページやチラシでその活用を積極的に呼び掛けていただきたい。</p>
<p>(株)愛媛 FC</p>	<p>チケット販売場近くには、観戦券を持って、普段サッカーを観ていないような方が多く来場されていると実感している。今後もたくさんの方がスポーツを観戦する機会が増えると思う。</p>
<p>委員</p>	<p>新たなファン層の獲得</p> <p>地域スポーツにとって入場者数というのはとても重要だと思う。スポンサー収入が大幅に増加しており、今年度も J3 の降格にも関わらず 41 口の増加と、本当に営業努力という意味では敬意を表す。そういった地域の企業様の支援に応えるためには、県民が一丸となって盛り上がっている証は入場者数だと思うので、企業と連携し、まずはスタジアムに行くことを習慣化する仕組みが必要だと思う。特にターゲット等では、SNS 等を活用した若年者層に向けての戦略は、きめ細かい対応ができてきていると思うが、その層というのは、もうかなり徹底して様々な活動で広報できていると思う。これ以上来場者数を伸ばすために、それ以外のターゲ</p>

<p>（株）愛媛FC</p>	<p>ットに県民スポーツとして慣れ親しんでもらう戦略があれば良いと思うが、そういった新たなターゲット層に足を運んでもらう施策に取り組む予定はあるのか。</p> <p>今シーズンからInstagram、YouTube、ツイッターなどに力を入れて取り組んでいる。それは、今まで我々がなかなかコンタクトが取れない層へのアプローチも増やすための取組みとして始めている。愛媛FCを昔から観戦している年齢層は、40歳代より上の方に多くご来場いただき、それに合わせて小学生以下のお子様親子で来られている。それよりも若者の方などまた違ったターゲット層に向けて取り組んでいきたいと考えている。また、企業との連携というのもより深めていきながら、まず観戦していただくということは非常に大事なので、魅力あるスタジアム環境を作っていきたい。</p>
<p>委員</p>	<p>アクションプランについて</p> <p>アクションプランについて、もう少し具体的なところがあったらお聞きしたい。</p>
<p>（株）愛媛FC</p>	<p>愛媛FCは、ユースチームからできたクラブで、育成に自分たちの強みを持っていると自負している。今後、より愛媛FCが継続的に強くなっていくためには、小さい年代から自分たちでしっかり育てることができる環境を整えることにもっと力を入れる必要があると考えている。J2、J1に上がっていくためには、継続的に会社も大きくなっていかねばいけないと思うし、単発的に1年だけ強いということではJ1までたどり着けないので、土台をしっかり固めてこういった継続的な取組みを行うところをより強くしていきたいと思う。</p>
<p>委員</p>	<p>SDGsの取組みについて</p> <p>今、スポーツ界、Jリーグもそうだが、SDGsに対する取組みを前面に出していくクラブチームがあるが、愛媛FCで何かもう既に行っている、あるいは考えているのであればご紹介いただきたい。</p>
<p>（株）愛媛FC</p>	<p>たくさんのクラブでSDGsの取組みを大きく取り出しながら取り組まれている。具体的にこういった取組みを始めていますというものはないが、企業と連携しながら地域課題も含めて環境問題など解決できるよう積極的に取り組んでいきたい。</p>
<p>委員</p>	<p>コラボについて</p> <p>いろんな人に関心を持っていただくため、今、現実NHK松山放送局の</p>

<p>(株)愛媛FC</p>	<p>「アオアシ」で松山市を紹介されている展示会みたいなものを実施しているということで、愛媛FCでも様々なコラボをされていると聞くと、サポーターの方が来られたとき、松山市内だけではなく県内に足を伸ばしていただくような戦略的なモードになっており、今後コラボをどのように活用されていくかということをお話いただきたい。</p> <p>今回、スポンサー企業様に9月10日にアオアシツアーという形で、アオアシの名所を巡り、その後スタジアムを訪れサッカーの試合を観戦するバスツアーを企画していただいている。遠くから来られる方も愛媛県の方も、そういった魅力的な愛媛県の場所に足を運ぶというような取組みにも愛媛FCも協力できたらと思う。</p>
<p>委員</p>	<p>スポンサー企業との連携について</p> <p>サッカーに興味のない人たちに興味を持って観戦に来ていただく、入場者をたくさん増やすということを検討していただく必要があると思った。20歳代前半の若い方にスタジアムへ足を運んでもらうよう取り組みたいとおっしゃっていたが、そういった方たちがちょっとしたきっかけで試合を観てみようとか選手のことを調べてみようとか思うようなきっかけづくりをする必要があると思う。愛媛FCの試合に来たことがない人たちに、SNSなど見てもらえるようなきっかけづくりをすることで、もっと盛り上げることができると思う。そこで、愛媛FCのYouTubeのチャンネルがあるということで、企業とのコラボはどうか。サッカーとは少し離れたところから興味・関心を持ってもらうことで、もっと熱量が上がり更に盛り上げられるのではないかと思う。</p>
<p>(株)愛媛FC</p>	<p>初めてニンジニアスタジアムに来てもらうことはすごく大事である。初めて観戦に来る方にスタジアムに行ってみようという感覚になってもらえるよう取り組んでまいりたい。今まで愛媛FCが情報を渡せないという方に情報を渡せるような方法を皆様から教えていただきながら取り組んでいけたらと思う。</p>
<p>委員</p>	<p>まとめ</p> <p>委員の皆様からは、入場者の開拓や入場者増について様々なご意見をいただいた。やはりスタジアムに行かないとわからない雰囲気や、スタジアムでしか見れないものなどがあると思うので、ぜひ1人でも多くの方にスタジアムに足を運んでもらうような取組みをしていただきたい。特に新しいターゲット層という話も出てきたが、今SNSなど手法はたくさんあるので、そういった形で努力してもらいたい。</p> <p>また、コラボについてはかなり魅力的なものだと思うので、ぜひうま</p>

く活用していただければと思う。