

2016.4.16 事業部 意見交換会

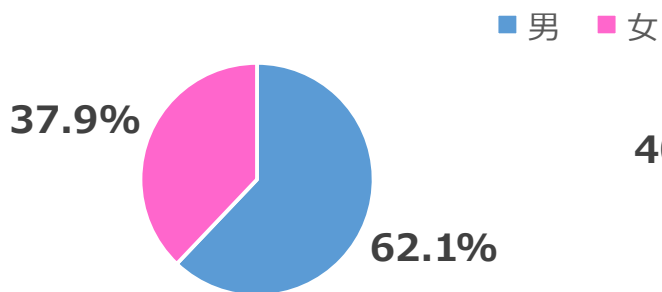
大阪サッカークラブ株式会社

2014-2015男女別 入場者数割合

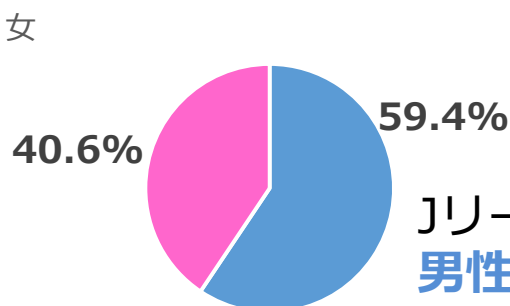


2015 男女別入場者数割合 (Jリーグ スタジアム観戦調査2015 サマリーレポート参照)

Jリーグ全体



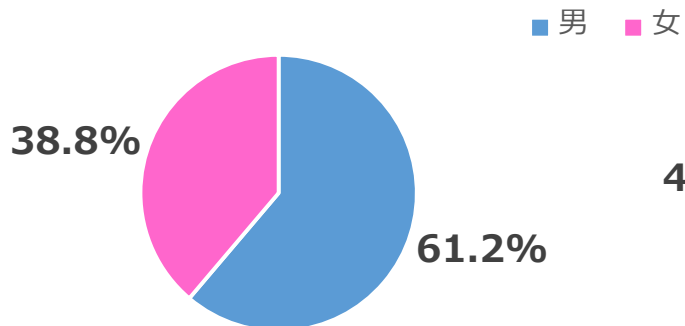
セレッソ大阪



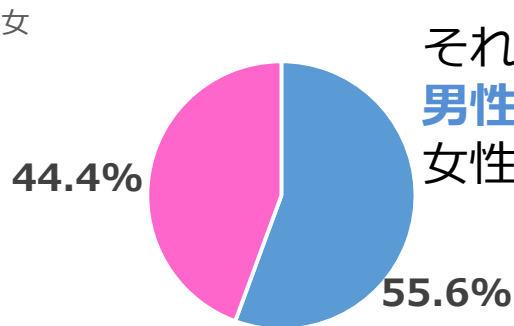
Jリーグ全体の入場者数割合は、
男性：0.9%減 女性：0.9%増を
大きく変動はなし。

2014 男女別入場者数割合

Jリーグ全体



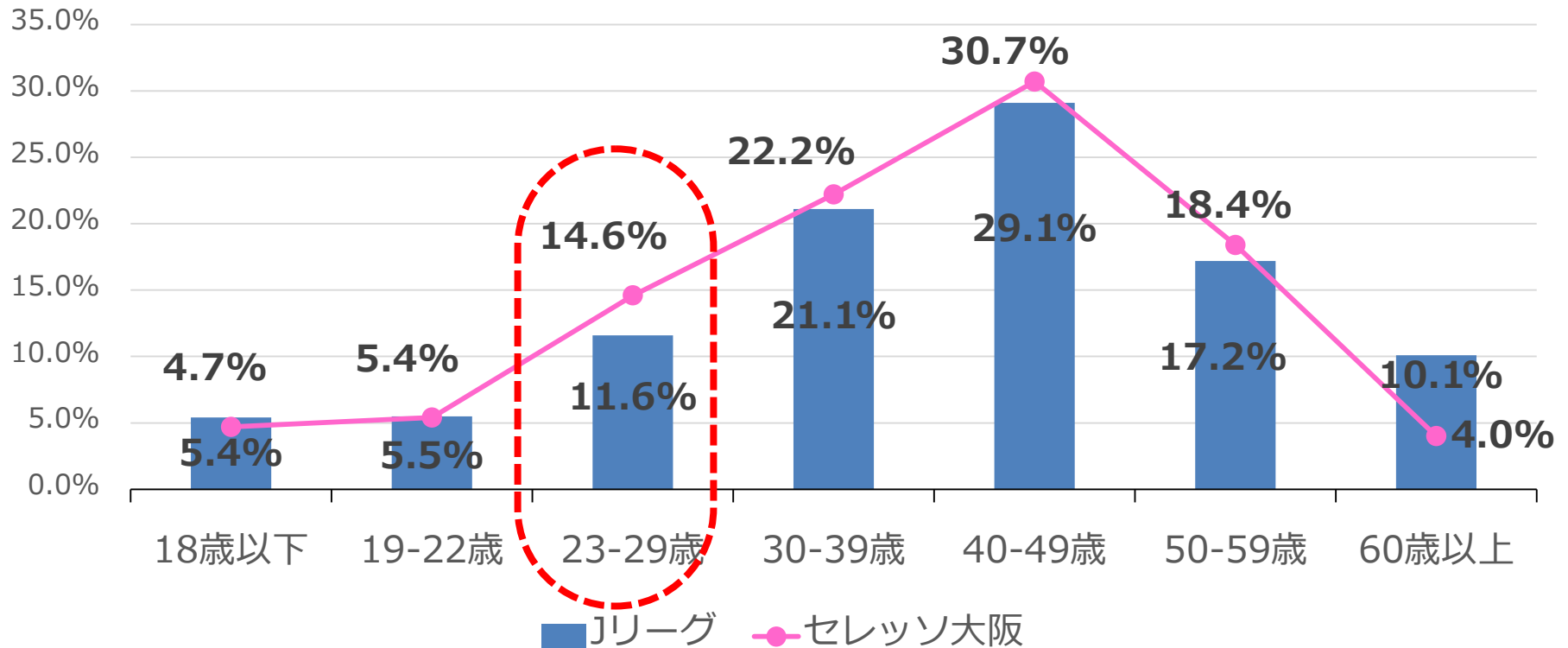
セレッソ大阪



それに対しセレッソ大阪は、
男性：3.9%増 女性：3.9%減を
女性の割合が減少。

2015 年齢別 入場者数割合①

2015 年齢別 入場者数割合 (Jリーグ比較)



Jリーグ全体で見ると23-29歳の入場者数の割合が多い
Jリーグ平均：41.1歳に比べ39.3歳とJクラブの中では少し低い顧客層

2015 年齢別 入場者数割合②



2014-2015 セレッソ大阪 年齢別 入場者数割合

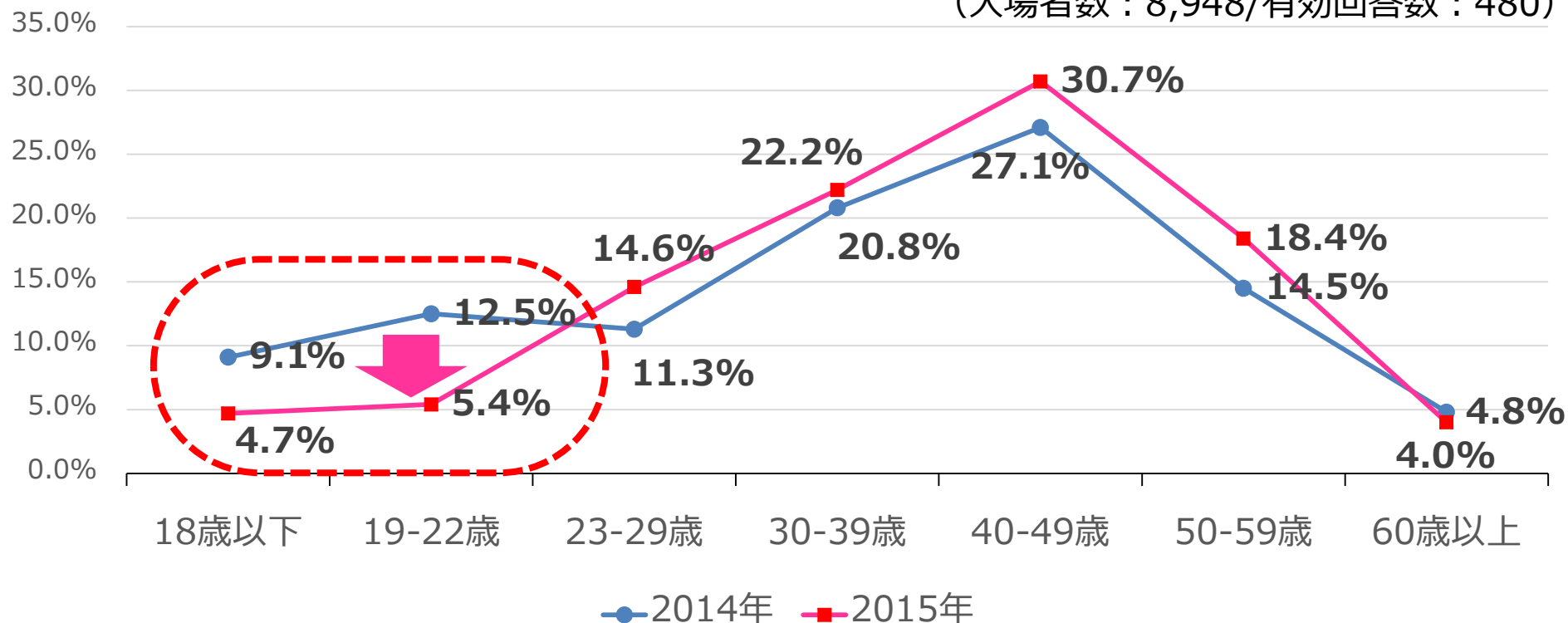
調査試合

2014年：7/17vs横浜

(入場者数：30,188/有効回答数：468)

2015年：7/4vs大分

(入場者数：8,948/有効回答数：480)

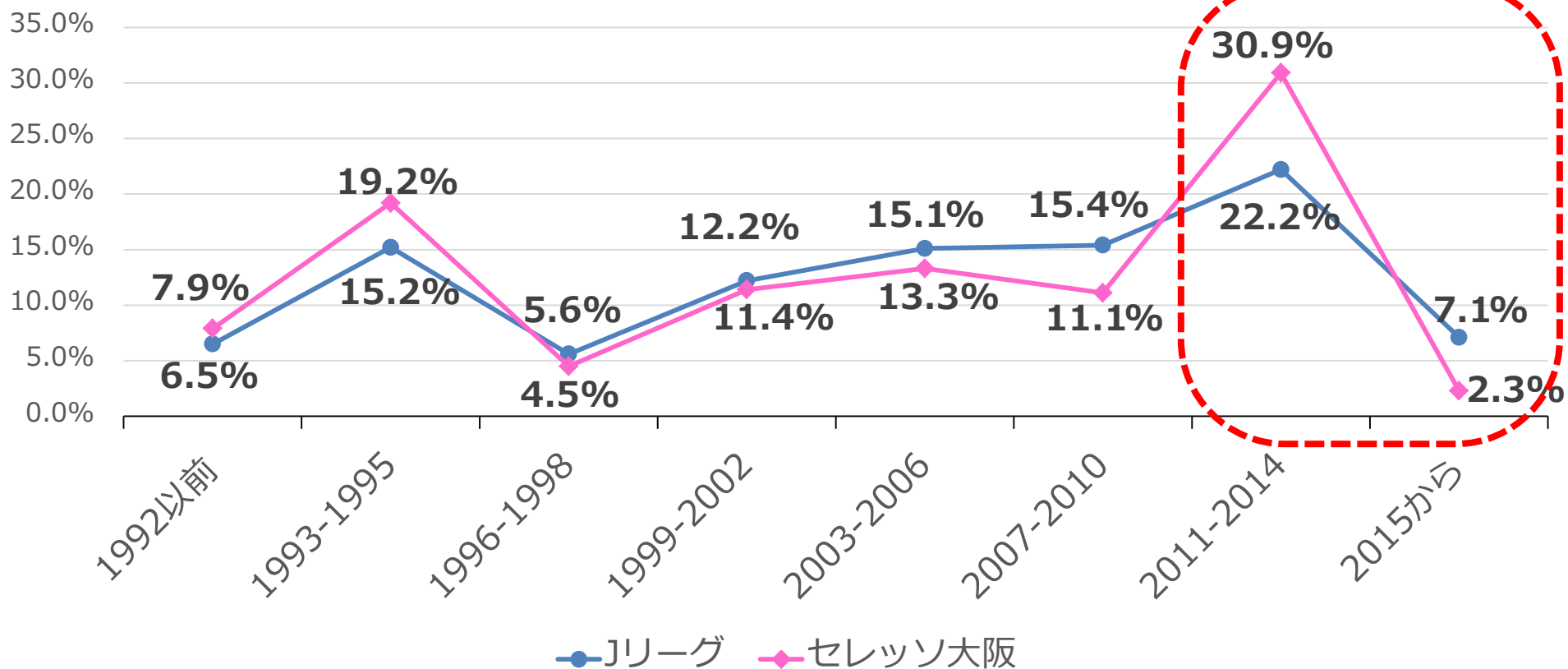


**2014-2015年において22歳以下の入場者数割合が激減。
セレ女のブームの落ち着きやJ2降格の原因が挙げられる。**

2015 年代別新規観戦者割合



2015 新規観戦者割合

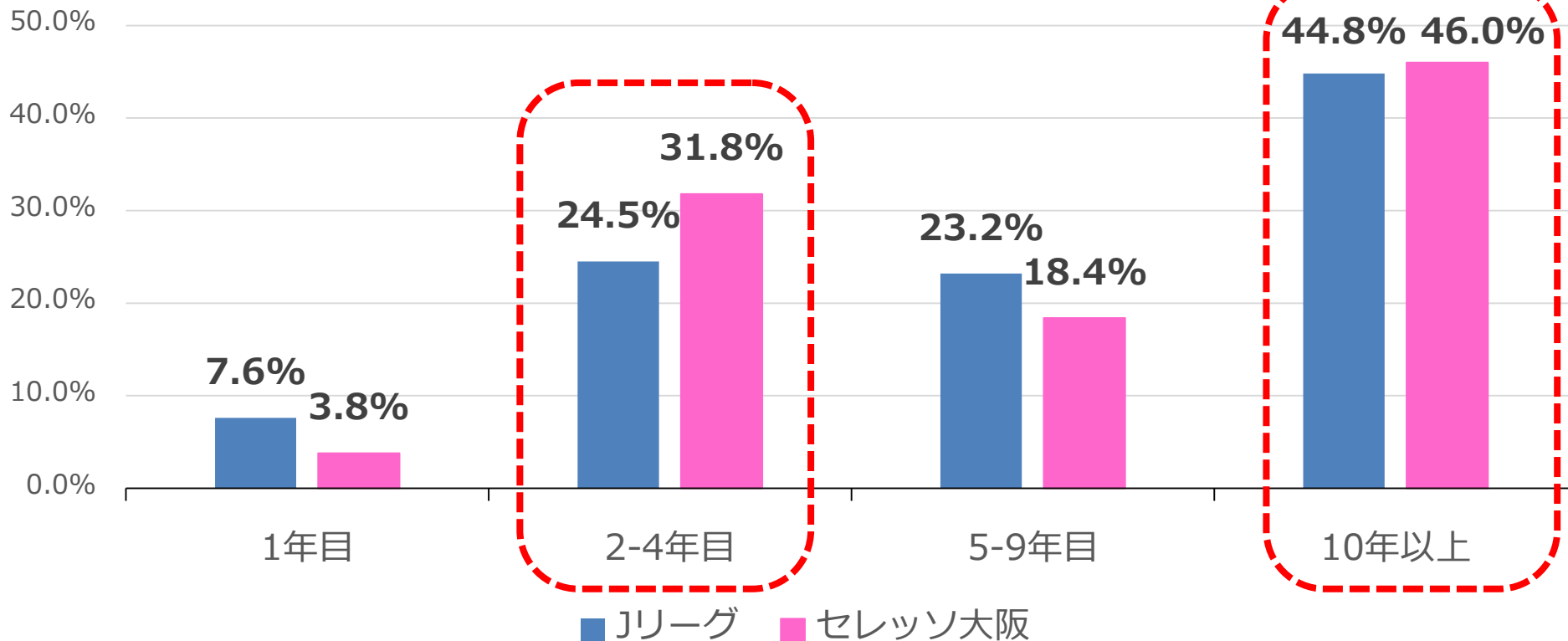


ブームになった2011-2014年においてJ全体より大幅に新規観戦者が多い。
セレ女ブームの落ち着きやJ2などの要因もあり、2015年からは大幅に少ない。

2015 サポーター期間割合



2015 サポーター期間割合



**ブーム時期の「2-4年目」、「10年目以上」のサポーターの割合が高い
再び新規観戦者の来場とブーム時期の観戦者の再観戦が課題**

“サポーターのチカラ”プロジェクト

A photograph of a football stadium filled with fans. Many fans are wearing red and white Cerezo Osaka jerseys and are cheering with their arms raised. The pitch is visible in the background.

**“サポーターのチカラ”
プロジェクト**

～ホームをピンクに染めつくそう～

6/6 (土) 愛媛戦始動!! 選手達と “サポーターのチカラ”で、再びJ1へ!

2015年6月6日から12月6日プレーオフ決勝まで実施

主なプロジェクト内容

- Powered by PUMA 「2015ユニフォームフォトコーナー」
- 「Instagram（風）フォトフレーム」をご用意&「Instagram投稿キャンペーン」
- レプリカユニフォーム・コンフィットTシャツ下取りキャンペーン
- レンタルユニフォーム

など

“サポーターのチカラ”プロジェクト



“サポーターのチカラ”プロジェクト



“サポーターのチカラ”プロジェクト



2016/5/12

Copyrights reserved OSAKA FOOTBALL CLUB Co., Ltd

10

“サポーターのチカラ”プロジェクト



テーマ

6 サポーター

茂庭 今年は満員になるんじゃない？してもらわないと困る！俺らもそうだけど、サポーター自身も努力をするというか。サッカーを知らない人にも「楽しいスタジアムがあるらしいよ」「セレッソサポーターはすごいらしい」と言われちゃうくらいスタジアムを盛り上げてほしい。もちろん、俺たちはサッカーで結果やメディアを通して発信していくけど、サポーターも、友達に「何か行きたくなってきた」と思わせるくらい活躍してもらいたい。12番目の選手だからね！



Takahiro OGIHARA

扇原 ここ数年、苦しいシーズンの中でも、いつも温かい応援をしてくれて本当に感謝しかありません。でも、モニさんが言うように満員になったら、選手のやりがいにはさらに増す。昨年のJ1昇格プレーオフ決勝なんて、すごくいい雰囲気でしたもんね。最後に笑って終えるためにも、シーズンを通して素晴らしい雰囲気を作ってもらえればうれしいですね。

関口 昨年はJ1に昇格できず、サポーターを裏切ることになってしまった。その中でも1万人を超える方が毎試合来てくれて、応援してもらえたのは選手としてありがたかった。今年は絶対昇格するんだと全員が思っているので、信じてついてきてもらいたい

す。でも、平均1万5000人くらいは入ってほしいですよね。

茂庭 曜一朗も帰ってきたし、いくでしょ。セレ女も戻って来るはず！

関口 キンチョウスタジアムがギョツといっぱいに入った感じがしたい。

扇原 1万5000人を超えたら、ギョツと詰まった感じになりますね。

関口 いきたいね。

茂庭 だね！

7 J1昇格

扇原 全員、これしか考えていない。そのために一日一日みんなが練習から意識してやっています。

関口 昇格はもう絶対だね。

茂庭 昨年のプレーオフは言葉にするのと「あと一步」だけど、その《一步》が遠かった。何が足りなかったのかは練習でしか答えが出ないと思うし、それを試合で表現することが大事になる。タカが言うように、まずは日々の練習で何が足りなかったのか、どうすべきかを一人ひとりが自覚してやっていかないと。

扇原 チームとして厳しさを求めて、甘さは一切出さないようにしたい。そういうチーム力が大事だと思います。

関口 でもJ1昇格だけじゃなく、そこに至るまでにJ1でも戦える土台も作らないと。曜一朗も言っていたけど、AFCチャンピオンズリーグに出て優勝するようなどころまで持っていきたいからね。来年や再来年のことも見据えて戦っていききたいね。

茂庭 そのためにも、まずは練習からやり続けること。それが試合の結果につながるし、その先にもつながっていく。すべては日々の練習から。本当に一日一日を大事にしよう。

2016イヤーブックより抜粋

“サポーターのチカラ”プロジェクト



忘れられないエピソード&タイトル

橋本 そろそろ締めに入ろうか。北野、ここは時間を掛けてしゃべっていいよ。

北野 えーっと……昨シーズン途中にセレッソへ来てから忘れられないのは、やっぱりプレーオフ決勝ですね。忘れられないというよりも、あの試合がベースにならないといけない。試合に向かう雰囲気、試合前、試合中、常にああいう雰囲気を作ることが大事。クラブも、選手も、サポーターも、あの1試合に懸ける思いはすごかったし、あの一体感がベースになれば強いチームになると思います。2年後にセレッソが羽ばたいっている時、「あの試合があつたから」と言えるベースにしたいかないといけない。あの時の雰囲気は、今でも思い出せます。今シーズンは毎試合、あの瞬間に近付いたかどうか。それを基準にしていきたい。

橋本 いいこと言ったね。これで締めていいんじゃないの？

茂庭 もう一つ（札が）残っているよ。（と、残りの札を引く）。タイトル！

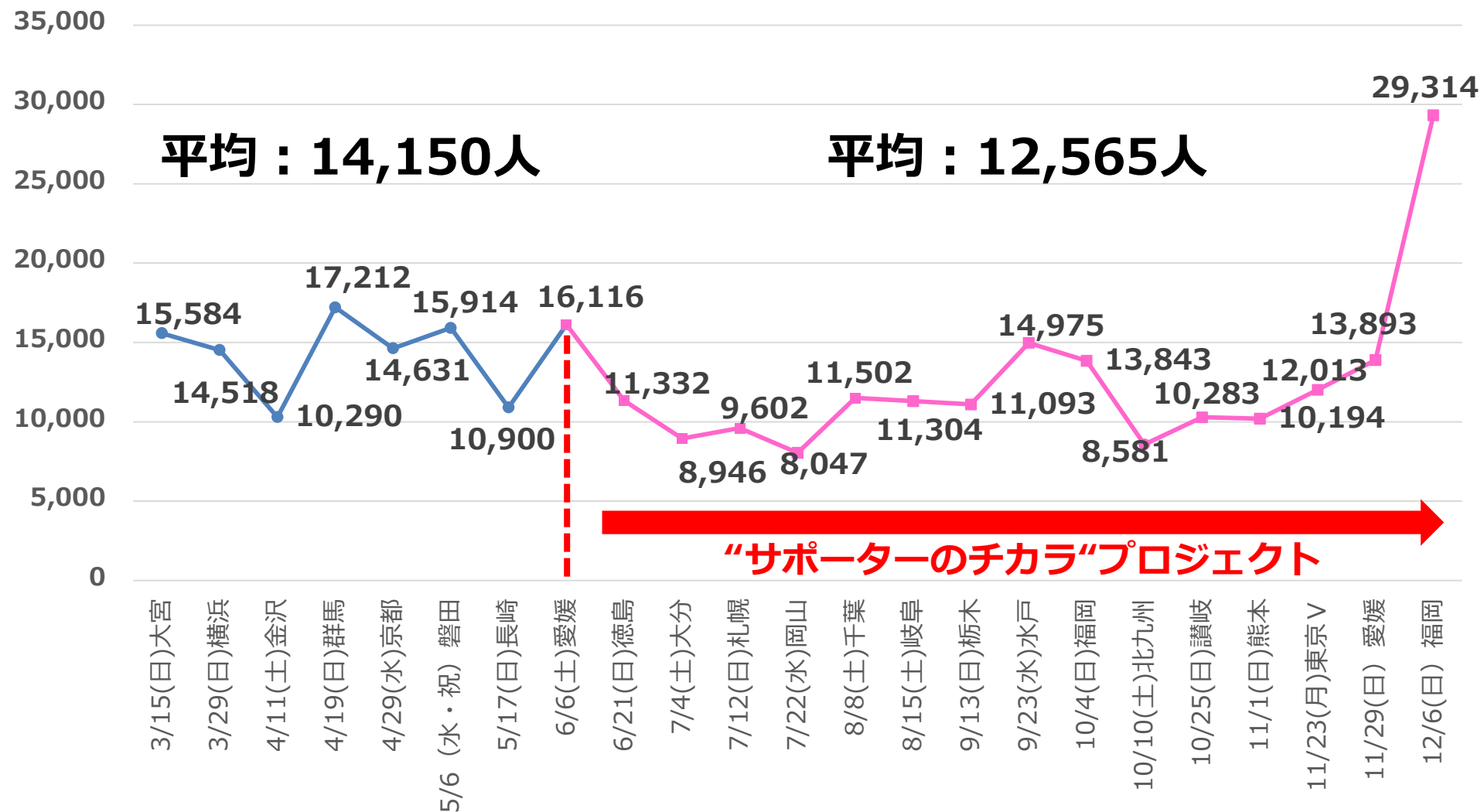
北野 すごいですね（笑）。最後に来た。

橋本 この対談のタイトルを決めるってこと？

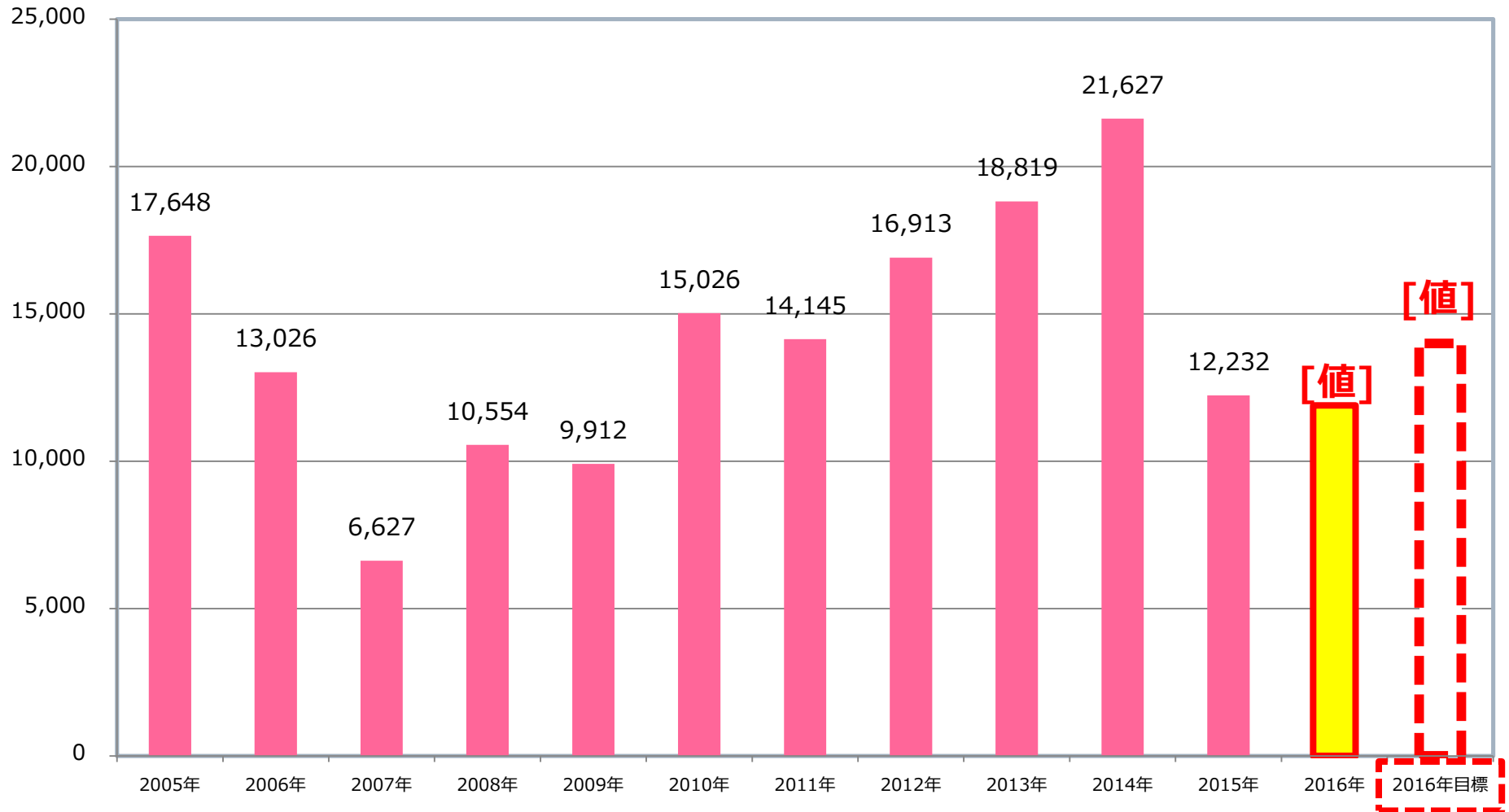
北野 ではなく……優勝ということでしょう。

12th VOL.123より抜粋

“サポーターのチカラ”プロジェクト



平均入場者推移 (2005年-2015年)



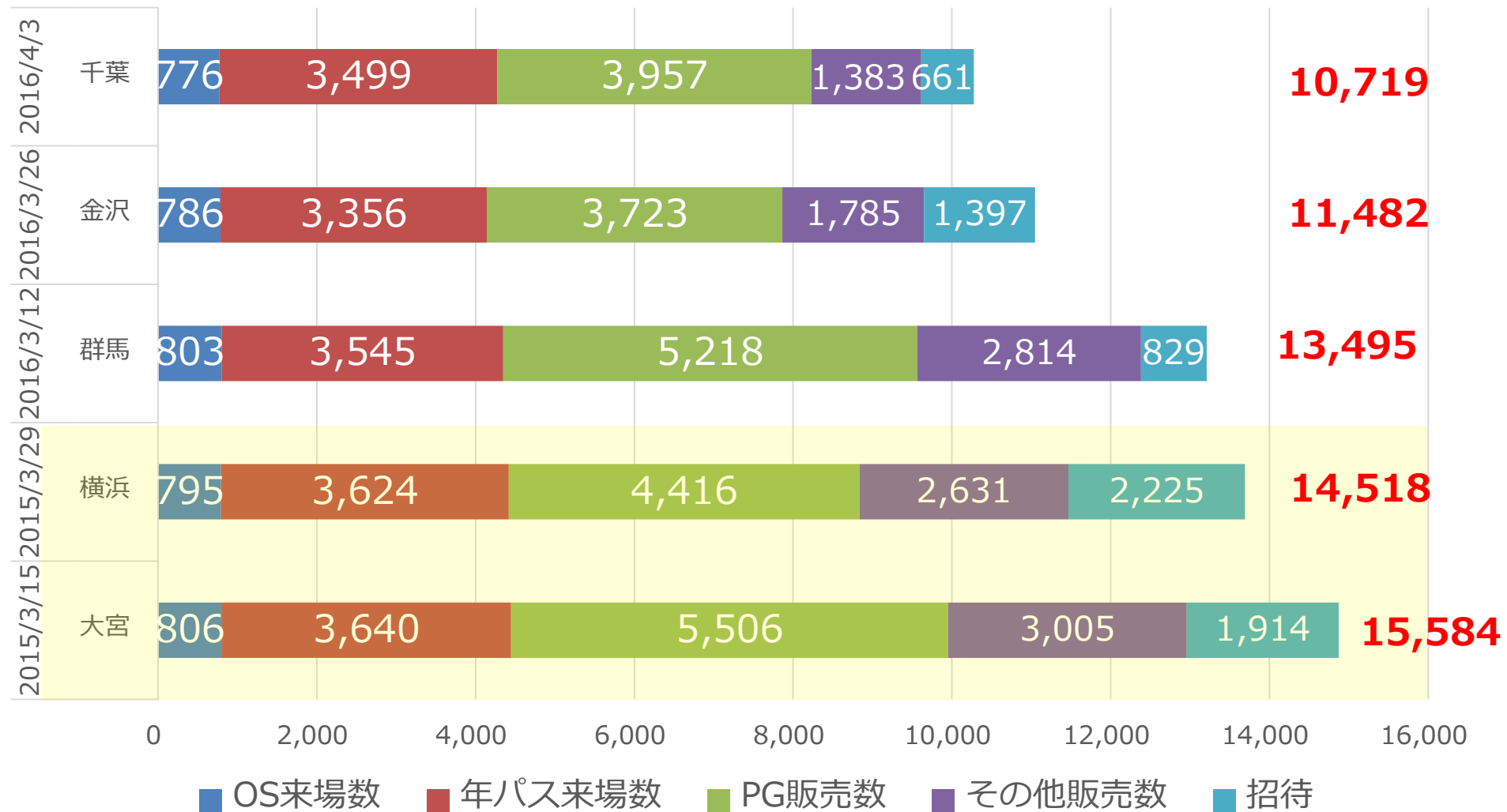
平均入場者数 (J1/J2) ※7節終了時点



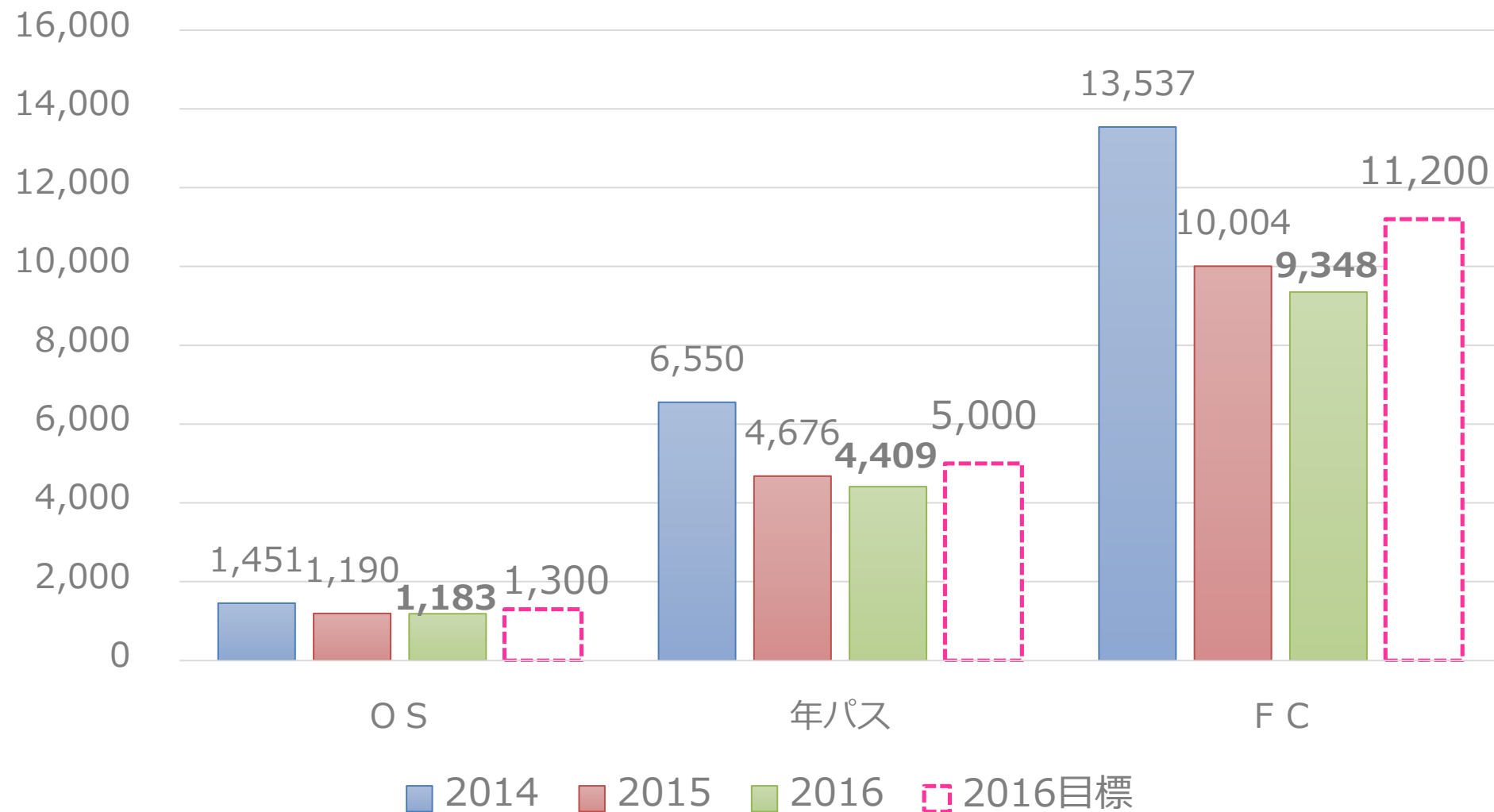
| 順位 | クラブ名 | 平均入場者数 | カテゴリー | 順位 | クラブ名 | 平均入場者数 | カテゴリー |
|----|------|--------|-------|----|------|--------|-------|
| 1 | 浦和 | 31,513 | J1 | 21 | 柏 | 11,389 | J1 |
| 2 | G大阪 | 29,076 | J1 | 22 | 甲府 | 11,232 | J1 |
| 3 | 横浜FM | 24,572 | J1 | 23 | 千葉 | 9,829 | J2 |
| 4 | 川崎F | 20,185 | J1 | 24 | 山形 | 8,361 | J2 |
| 5 | FC東京 | 19,171 | J1 | 25 | 岡山 | 8,155 | J2 |
| 6 | 鹿島 | 18,485 | J1 | 26 | 熊本 | 7,653 | J2 |
| 7 | 神戸 | 18,407 | J1 | 27 | 山口 | 7,048 | J2 |
| 8 | 新潟 | 17,869 | J1 | 28 | 町田 | 6,269 | J2 |
| 9 | 仙台 | 16,918 | J1 | 29 | 水戸 | 6,085 | J2 |
| 10 | 名古屋 | 16,237 | J1 | 30 | 京都 | 5,439 | J2 |
| 11 | 清水 | 14,060 | J2 | 31 | 東京V | 5,251 | J2 |
| 12 | 広島 | 13,722 | J1 | 32 | 長崎 | 5,129 | J2 |
| 13 | 福岡 | 13,224 | J1 | 33 | 横浜FC | 5,061 | J2 |
| 14 | 松本 | 13,052 | J2 | 34 | 群馬 | 4,752 | J2 |
| 15 | 札幌 | 12,940 | J2 | 35 | 岐阜 | 4,199 | J2 |
| 16 | 磐田 | 12,668 | J1 | 36 | 徳島 | 4,093 | J2 |
| 17 | 鳥栖 | 12,534 | J1 | 37 | 北九州 | 3,995 | J2 |
| 18 | 大宮 | 12,473 | J1 | 38 | 金沢 | 3,989 | J2 |
| 19 | 湘南 | 12,176 | J1 | 39 | 愛媛 | 3,716 | J2 |
| 20 | C大阪 | 11,899 | J2 | 40 | 讃岐 | 3,152 | J2 |

2015年は、J1/J2では15位、J2では1位

入場者構成比※ホームゲーム3試合終了時点



OS/年パス/ F C 販売数



“サポーターのチカラ”プロジェクト

6/4 讃岐戦
3万人集客プロジェクト（仮）

なぜ、6/4 讃岐戦か？



- ✓キンチョウスタジアム開催の試合では、家族、友人等を年パス購入者の方が誘って一緒に観戦できにくい状況である。
- ✓大阪市小学生招待の実施の予定があり、現状、16,000人～18,000人の入場予想。
- ✓前半戦のヤンマースタジアム長居での開催時にこのようなプロジェクトを実施し、シーズン後半のプロモーションに活用したい。

3万人集客（仮） P J に向けて



- サポーターの皆様にご家族、ご友人等をお誘いいただき観戦していただきたい。
→どのような方法だとかご来場いただけ易いか？
招待？優待？案内方法は？
- 3万人来場の中で良い雰囲気を作りたい。コレオグラフィーの実施、タオルマフラーやフラッグを使って応援など。新規来場者にスタジアムでの非日常の雰囲気を感じていただくことで次も観戦したいと思ってもらうようにする。
→来場者プレゼントとして配布することを検討。どのようなものがあれば、サポーターの皆さんと一緒に良い雰囲気を作れるか？
- シーズンシートの方は、必ず来ていただく

- **夏休み（7月～8月の4試合）で小学生向けのサマーパスの販売**
- **10月開催のホームゲーム4試合観戦できるオクトーバーパス**
- **レディースデーがあるので、おっさんデーの開催**
- **プーマと連携しランニングイベントの開催や他競技とのコラボイベント**