

Ｊリーグの新規顧客とリピーターを増やすため には

氏名 佐藤 準

要 旨

内容～

本卒論は近年のＪリーグ観客動員数が低下していることに注目し、その原因には新規顧客やリピーターを確保できていないという現状がある。今のＪリーグの観客の半数近くはリピーターで支えられており、リピーターを増やすことはとても重要である。

全体の章構成として、まず第１章で問題提起を行い、第２章と第３章はＪリーグをよく知らない人のためにリーグ構成やチーム数などの基本的な情報や日本サッカーと共に発展を遂げてきたこれまでの歴史について延べる。第４章ではＪリーグは地域に密着する、愛されるクラブを目指すべく、「Ｊリーグ百年構想」というビジョンを掲げた。その伸び悩みを促進するものの中に地域密着ができていないことにより地域へのアピールができていない、注目される選手が育成されていないということが観戦の妨げになっているというような意見をあげた。その上でアンケート調査を踏まえて、ファン・サポーターも地域密着できていないと感じ、選手やクラブとの交流が欲しいという気持ちであることに加えて、注目される選手が育成されていないということを感じていることがわかった。また同時に応援に対する意識のギャップ、主に熱心なサポーターの熱い応援（立って、跳んだり、旗を振ったりして応援する）やブーイングなどが一般のファンからすると気に入らない部分もあり、その応援の意識に対するギャップが観戦の妨げになるというような意見も出てきた。

上記であげた３つの意見を観客動員数が伸び悩む原因の解決策として１点目のファン・サポーターと地域密着の機会を増やすために、「練習場に来させる」ということで選手と身近に触れ合うことのできる練習場という場が選手との交流を促進させるのが目的である。

２点目の注目される選手を育成するために、もっとそういった選手を知らせる必要があると感じ、「広告」をするということ考えた。具体的にはマッチデープログラムを用いて注目される選手のインタビューを載せるということ提案した。マッチデープログラムは来た人皆に配られるもので、閲覧する可能性が非常に高いため選んだ。

３点目の応援に対する意識のギャップを埋めるべく、サポーター団体との応援体験ツアーということ考えた。実際に一緒に中に入って応援したいという方もおり、そういった方を取り込むことができればチームの応援も盛り上がるができるはずだ。合わせて自分達が行っている応援の意図を一般のファンにも理解してもらうことで、ギャップを埋める。