

# 令和2年春学期インターンシップ

## メンバー

北島龍人  
小関豪  
寒河江悠稀  
佐藤陽斗  
小田すみれ  
鈴木翔吏



# 課題

認知度の向上  
コロナ対策での集客数の増加



# 課題(1) 認知度の向上



# 認知度の向上

## SNSの活用

snsの現状

### 現状

Twitter	約2800人
Facebook	約1250人
Instagram	約420人
YouTube	約300人



注) 9月23日現在

# 認知度の向上

## SNSの活用

SNSの継続的発信による目標

### 目標

Twitter	約3400人
Facebook	約1400人
Instagram	約600人
YouTube	約500人



# 認知度の向上

## SNSの活用

SNSで発信していく内容

試合ハイライト

ベストプレーの掲載

選手や監督のマッチレビュー（試合評価や、選手によるピンポイントな解説）

練習風景

選手の私生活

→選手・監督ならではの視点が新鮮で興味深いのではないか？

# 認知度の向上

## メディアとの連携

県内ローカル番組出演

試合中継、録画放送

新聞、CM

## その他

個性的な応援（簡単で親しみやすい）

グッズ販売(コラボマスク、アラマグッズ)



# 課題(2)

## コロナ対策での集客数の増加





# コロナ対策での集客数の増加

## コロナによる現状

ベンチ裏の人気シートである「アランシート」の使用禁止  
ファミリーシートの使用禁止  
その他の席は間隔を空けて設定

→現状を踏まえ、どのように集客数を増やすか？

# コロナ対策での集客数の増加

## コロナ対策

電子チケット等販売  
オンライン観戦  
マスク着用  
応援グッズの貸し出し無し  
消毒・検温  
出入り口の管理

→他人との接触を極力減らし、徹底してリスク管理を行う

# コロナ対策での集客数の増加

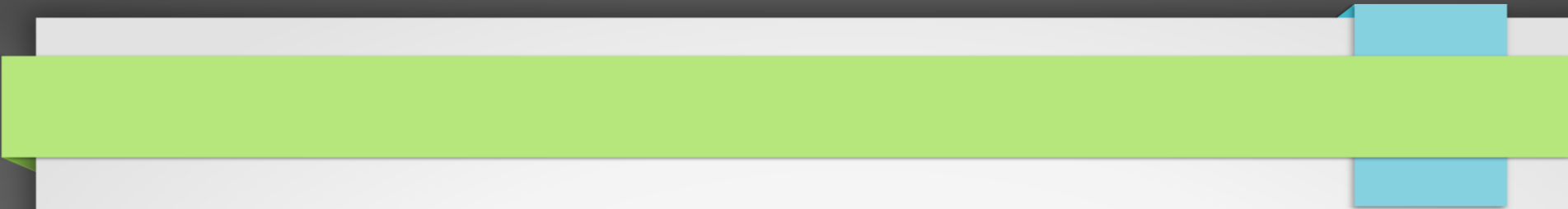
## 集客数の増加

- 前回大会のホーム戦観戦者のチケット割引
  - 庄内と内陸のチケットのセット売りによる割引
  - プレスページの系列会社へのチケット割引販売
  - 初観戦者の割引
  - レディース割引
  - 多店舗の割引券付き
- 割引系が一番有効ではないかと考える

# まとめ

- 認知度の向上は、とにかく目につけてもらう、親近感を持ってもらうことが重要
- 他企業との連携も大切（特にオフィシャルパートナー）
- 大会の開催が認められるようなコロナ対策を行う  
→誰もが安心・安全であると認知できる状態





アランマーレのチームの方々を含め、  
プレステージ・インターナショナル様  
の益々のご活躍をお祈りします！