

# 四国アイランドリーグ plus

## プロジェクト報告書

日付： 2014年 11月 20日



## 1. 本書について

本書は我々学生 20 名（立命館大学+大学コンソーシアム京都）が四国アイランドリーグ plus 公式戦を運営するというインターンシップ活動の総括書である。

## 2. 目次

1. 本書について .....	1
2. 目次 .....	1
3. 本企画並びに全体活動について .....	1
4. 各部の活動について .....	2
5. 全体総括 .....	12

## 3. 本インターンシッププログラム概要並びに全体活動について

本企画は四国アイランドリーグ plus 公式戦をインターンシップ活動という枠組みの中で企画、営業、広報、当日運営までの全てを学生が運営するというものであった。詳細は以下の通りである。

試合日時：9月 15 日（月）13 時プレイボール  
場所 : 皇子山総合運動公園野球場  
後援 : 大津市、大津市教育委員会  
特別協力 : UNITED SPORTS FOUNDATION

全体活動については 20 名の学生がそれぞれ部署に配属され各部署のマネージャーを中心として活動を展開した。

参加学生の詳細ならびに配属は次の通りである。

参加学生 : 立命館大学スポーツ健康科学部 (9名)  
                  大学コンソーシアム京都 (11名)  
\* 大学コンソーシアムからは龍谷・京都文教・同志社・立命館の学生が参加  
\* 各部署人数割り振り  
    ・ プロジェクトリーダー : 1名  
    ・ 企画部               : 6名  
    ・ 営業部               : 9名  
    ・ 広報部               : 4名

### (ア) 全体活動実施日

日時	活動内容
6月 19 日	初回顔合わせ。全体の活動について
7月 3 日	配属部署の発表、企画コンセプトについて
7月 6 日	徳島視察
7月 10 日	企画コンセプト発表、営業部・企画部成果目標について
7月 17 日	営業部成果目標、企画部活動方針決定
8月 5 日	目標達成に向けての戦略立案
8月 21 日	全体ミーティング（進捗状況確認）

8月31日	同上
9月13日	全体ミーティング（当日シミュレーション、備品作成）
9月15日	試合当日

#### 4. 各部の活動について

下記項目を各部マネージャーによって総括した。

1. 設定目標
2. 目標に対する戦略
3. 戰略実施度
  - 実施事項
  - 非実施事項
4. 目標達成度
5. 反省点

##### (ア)企画部

###### 1. 設定目標

本企画は学生たちが主体となり、地域交流、家族交流の場としてスポーツイベントを提供することを目的としている。四国は他の都道府県と比べると圧倒的に人口が少ない。球団の方針は地域密着型で、球団と徳島の地域の人たちとの交流はある。この徳島の魅力をもっと多くの人に広めるために、関西で本企画を行う。また、この皇子山球場から大津市の魅力も四国の人々に広め、地域間交流を行っていくことができるようとする。ターゲットを家族にすることで、より多くの世代に野球に興味をもってもらう。また、学生が主体となることで、新鮮さを出しながら新たな風を吹き込むことができると考える。学生だからこそできる企画を展開する。

###### 2. 目標に対する戦略

本目標を達成するための戦略として野球に興味がある人はもちろん、今回は野球に興味のない人も対象とした。特に家族を対象とし、それに合わせた企画を展開する。家族をターゲットにする根拠は以下の二点である。

- ・子どもから年配の方まで、多くの人たちにきてもらいたいやすい
- ・野球に興味のない子どもたちにも興味をもってもらいたい

このように家族をターゲットにすることで、本プロジェクトの最終目標である「当球団を知つてもらい収支を黒字にする」というものにより近づけることができると考えられる。より多くの世代、人々に野球を通じて四国を知つてもらい広めてもらいたい。

###### 3. 戰略実施度

###### ● 実施事項

###### ① 徳島の阿波踊り《試合前イベント》

京都の長岡京にある楽酔連 13 名の方が協力していただいた。試合前約 10 分で球団のマスコットキャラインディー君、インディゴソックス選手、楽酔連の方で阿波踊りを披露した。

###### ② 5回裏終了時抽選会《試合中イベント》

抽選会は主に 2 種類を対象として行った。1 つ目は一般来場者を対象とした抽選

会、2つ目は家族を対象とした抽選会である。球場に家族写真撮影ブースを設置し、家族写真撮影にご協力していただいたお客様に家族抽選券を配布した。

### ③ 野球教室《試合後イベント》

今回実施した野球教室は主に小学生を対象とし、仰木スポーツ少年団、長良スポーツ少年団、T&S スポーツ少年団から計60名の子供たちが参加した。

### ④ 模擬店、物産展《球場周辺イベント》

球場外のスペースを利用して模擬店や物産展を開催し、球場周辺をお祭りの雰囲気にした。また今回協賛していただいたスポンサーの宣伝ブースも設置した。

#### 1) 物産展

大津商店街連盟様から滋賀特産品を販売、徳島トクトクターミナル様から徳島特産品を学生が委託販売した。

#### 2) 模擬店

大津商店街連盟様から飲食販売、移動販売車からアイスクリームやクレープ、参加型のストラックアウトなどを開催した。

#### 3) スポンサー宣伝

スポーツゼビオ様、読売新聞様、GS クラフト様の宣伝ブースを設置した。

### ⑤ 子供から家族に感謝のメッセージを伝える時間《イニシエーション》

事前に書いてもらった感謝のメッセージを電光掲示版に掲示し、イベントアナウンサーが読み上げた。

## ● 非実施事項

### ① 家族三世代で始球式

当初は子供がピッチャー、おじいちゃんがバッター、お父さんがキャッチャーで始球式を行う予定であったが、家族三世代の来場者は少なく、始球式をやりたい家族が見つからなかった。代わりに T&S スポーツ研究所のこどもたちに始球式をやっていただいた。

### ② プレイイベント《9月7日》

当初は9月7日に皇子山球場最寄り駅で最大のショッピングセンターであるイオン西大津店で行う予定であった。しかしながら、使用許可が降りなかつたために開催に至らなかつた。次点として滋賀県に本社を有する平和堂の店舗で行うことを予定したが、こちらも協賛には至らず場所の提供をしていただくことができなかつた。したがって、9月7日は皇子山陸上競技場で開催される大津市民運動会の周辺で15日の宣伝活動を行つた。

### ③ 国歌斉唱

大津市の高校でコーラス部がある比叡山高校、石山高校、膳所高校、大津高校、安曇川高校、高島高校などに出演依頼したが、人数が少なすぎることや受験体制に入ることなどが理由でどの高校も当日の参加には至らなかつた。龍谷大学の男性合唱部や立命館大学のサークルなどにあたつたがどの団体も参加するまでには至らなかつたため、当日はテープを使用し国歌斉唱を行つた。

### ④ 9月15日限定のオリジナルグッズの販売

当初は滋賀と徳島のコラボグッズなどを考案していたが、時間が間に合わず既存のグッズのみで販売した。

#### 4. 目標達成度

学生がやるということで斬新な企画を考案しようと考えていたが、実際はそこまでの企画を考案することができなかった。しかし、できる企画は忠実にこなし、徳島の要素などを取り入れることができた。少しでも滋賀の方に四国アイランドリーグの良さなどを伝えられた。徳島の物産展や阿波踊りといったものは、お客様に大変喜ばれるものであったのではないかと思う。企画部門マネージャーとしては、もっと各人の役割分担などが確立できれば可能であった企画があった。以上の事から目標達成度を50%と設定した。

#### 5. 反省点

##### ●企画について

###### ① 始球式、スタメンキッズ

スタメンキッズの点呼に時間がかかってしまった。事前に選手の顔と背番号を覚えておけば点呼の際スムーズに付いていく選手の指示ができた。

###### ② 阿波踊り

踊る場所などについて事前に楽醉連様と一緒に球場に出向いて、下調べを行えば良かった。楽醉連様のお弁当や交通費の管理が十分ではなかった。

###### ③ 抽選会

家族向けの抽選券は実際10組しか配布することができなかつたので、事前にSNSなどで大体的な告知をするべきであった。

###### ④ 野球教室

T & Sさんや他の団体にも受付をすましてからきてほしかったので、各チームの責任者の方に受付の場所を伝えたが、T & Sさんは球場の中でも点呼をしてもらえると判断してしまったらしく、点呼をせずに球場の中に入ってしまった。外で受付を行う重要性などを伝えておかなければいけなかつたと思った。人数の都合上、急遽ベースランニング競争を入れたがチームの分け方に問題が生じてしまい最後がグダグダになってしまった。時間がなくて急いでいたのでしっかり人数確認ができていなかつた。時間がなくとも焦らず人数を数えてあげればよかつた。

###### ⑤ 模擬店、物産展

学生の委託販売の徳島物産展ではおつりが足りなくなつた。事前に準備物リストなどを作成すればこのような事態は未然に防ぐことができた。また試合が始まると球場周りでは人の集まりが良くなかったので、もっとマスコットキャラクターなどで球場周りにも賑わいをもたらすべきであった。

##### ● お客様の意見

お客様の意見として試合当日後ろの座席が砂で非常に汚れていたという事があつた。お客様に気持ちよく見ていただくためには細部の部分まで気配りができるようにしなければならなかつた。もし、全部の椅子が拭けないのであれば、階段の四隅に水の入ったバケツと雑巾を用意しておき、「椅子が汚ければお手数ですがこの雑巾で拭いてください」とお断りのメモを置くべきであつた。

四国アイランドリーグという馴染のないチームが試合をしていたので選手名鑑など

を売り子などに売らしてもよかったです。チケットを切るところでインディゴソックスのグッズなど売っているところがあったが、そこに名鑑が売っていることを知らない人が多かった。だから、売り子に売らした方が売れてお客様も選手の出身校などをみられてより楽しい観戦になっていたと思った。

#### (イ) 営業部

##### 1. 設定目標

- 企業協賛金 220万円獲得
- 個人協賛金 50万円獲得
- チケット収入 60万円
- 当日飲食・グッズ売り上げ 70万円

合計 400万円

- 集客 1500名

##### 2. 目標に対する戦略

- 企業協賛金 獲得への戦略

###### ① 大口の獲得

- 冠スポンサー 50万円
- 試合後イベントスポンサー 20万円
- 各種イベントスポンサー 10万円

\*大口スポンサーの獲得への企業リサーチ（コンセプトに合っている企業）

\*企業への依頼文の作成（相手の懐に入っていく）

###### ② 小口スポンサーの獲得

- 1万円・3万円・5万円・10万円と金額ごとにメリットを作成  
少ない金額からでも協賛できる枠組みを作り、できるだけ多くの企業に協賛して頂けるようにした。

###### ➢ 企業リストの作成

多くの企業から協賛金を頂くために、京滋地区の企業を中心にリストを作成(80企業)

###### ➢ 青年会議所（JC）への依頼

大津・草津・守山の青年会議所に依頼し、定例会・理事会などのPR活動を行う。そこから、企業ごとに協賛金のお願いへ

###### ➢ スポンサー席の獲得

バックネット裏（200円）1・3塁側内野席（150円）を設ける。

###### ③ スポンサー席（シールを貼る）

原則通常スポンサー料を一口以上払った企業のみとする



<https://www.google.co.jp/search>

- バックネット裏席 一席 200 円
- 内野席黄色 (一塁側) 一席 150 円
- 内野席黄色 (三塁側) 一席 150 円
- 内野席青色 (一塁側) 一席 100 円
- 内野席青色 (三塁側) 一席 100 円
  
- 個人協賛金 獲得への戦略
  - 2000 円・5000 円・10000 円の金額ごとにメリットを作成 少額でも協賛できるようにする。
  - 滋賀県内の商店街・個人経営のお店を中心に協賛金の依頼を飛び込みで営業を行う。
  - 大学・コンソーシアムなどいつもお世話になっている方に個人協賛を依頼する。
  - SNS での企業 PR を行うことに対する広告料として協賛を頂く
  
- チケット収入 目標達成への戦略
  - ① 前売り券・团体割引を作り、前売りの段階でチケット収入を増やす
  - ② 飛び込み営業を行い、協賛金と並行し、前売りチケットを販売する。
  - ③ 小学校などのスポーツ少年団を尋ね、团体割のチケットを販売する。
  
- 集客 1500 名以上 目標達成への戦略
  - ① 広報部と協力し、ビラの配布・ポスターの掲載を行う。
  - ② マスメディアを利用する。(新聞・テレビ・ラジオ)
  - ③ 学習塾・スポーツ指導をしている企業と連携し、子供たちを無料招待する。

### 3. 戦略実施度

- 企業協賛金 獲得への戦略
  - ① 実施事項
    - 試合後スポンサーを 10 万円に引き下げ、滋賀銀行に依頼。
    - 1 万円・3 万円・5 万円・10 万円と金額ごとにメリットを作成
    - 企業リストの作成
    - 青年会議所 (JC) への依頼

- ② 非実施事項
- 冠スポンサー
  - 各種イベントスポンサー
  - スポンサー席の獲得

#### 4. 目標達成度

- 企業協賛金 目標 2,200,000 円  
実際 415,000 円
- 個人協賛金 目標 500,000 円  
実際 179,500 円
- チケット収入 目標 600,000 円  
実際 289,430 円
- 当日飲食・グッズ売り上げ 目標 700,000 円  
実際 259,696 円

関連経費 1962406 円 売り上げ 1109726 円 最終収支 -852680 円

#### 5. 反省点

- 企業協賛金獲得における反省点
    - ① 冠スポンサー・各種イベントスポンサーについて
- 今回の協賛金獲得に動き出したのが、8月8日である。お盆休みを考慮すると実際の活動時間は、1ヶ月ほどであった。そのため、大口スポンサーの獲得は、会社の決済の都合上厳しい現状であった。大口のスポンサーを獲得しようと考えるならば、会社の予算が決まる以前（12月～3月）からアプローチをする必要がある。また、企業リサーチを充実させる必要があった。大口スポンサーの場合、金額に見合ったメリットがあるのか、企業の理念と企画のコンセプトが合致しているのか、などを考慮した上でアプローチしていく必要があった。

長期スパンで、活動するなら長期的な企業PR、プレイベントでの企業PRも含め、メリットを充実させる必要がある。

② 小口スポンサー獲得における反省

- 小口スポンサーによる協賛金結果及び反省

今回、協賛をして頂いた企業は、14社であった。内訳（下図参照）は、1万円7社、3万円3社、5万円3社、10万円1社であった。1万円協賛して頂いた企業に、3万円、5万円出してもいいと思えるメリットを作るべきだった。また、実績のないイベントに多くの金額は出せないとの声もあった。

- 依頼文について

今回、企業への協賛金の依頼文は統一していたが、企業によって変えるべきだった。その企業が普段行っている取り組み、企業のコンセプトなどをリサーチし、依頼する企業に適した依頼文を作成する必要があったと考える。一社だけではあるが通常とは異なる、リサーチに基づく専用の依頼文を作成し、協賛のお願いを行ったところ成功した。たまたまかもしれないが、時間をかけて作成する必要があったことはこのこと

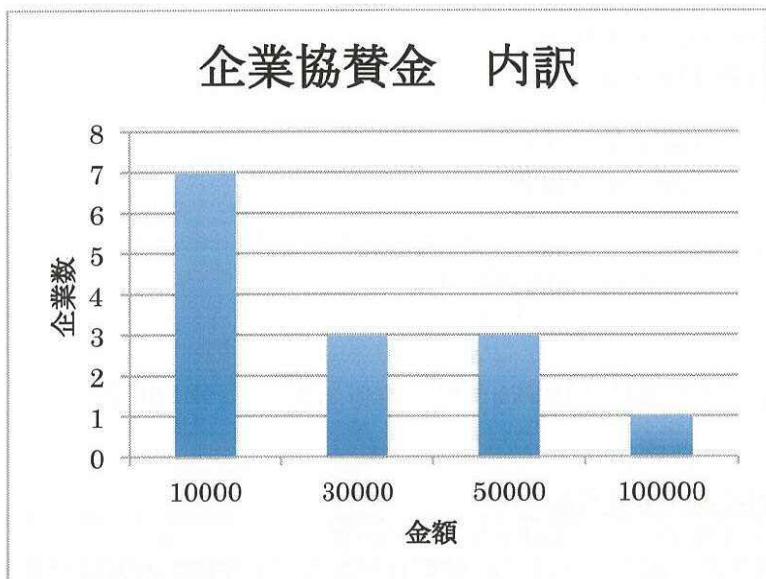
からも言えるだろう。

➤ 青年会議所への活動について

今回大津、草津、守山の 3 つの青年会議所に依頼を行ったが、定例会・理事会で PR できたのは、大津のみであった。大津青年会議所の理事会で PR を行ったが、実際に協賛して頂いたのは 2 社のみであった。大津青年会議所の出席していた人全員と名刺交換を行うなどして、こちら側からアプローチできるようにするべきであった。

➤ スポンサー席について

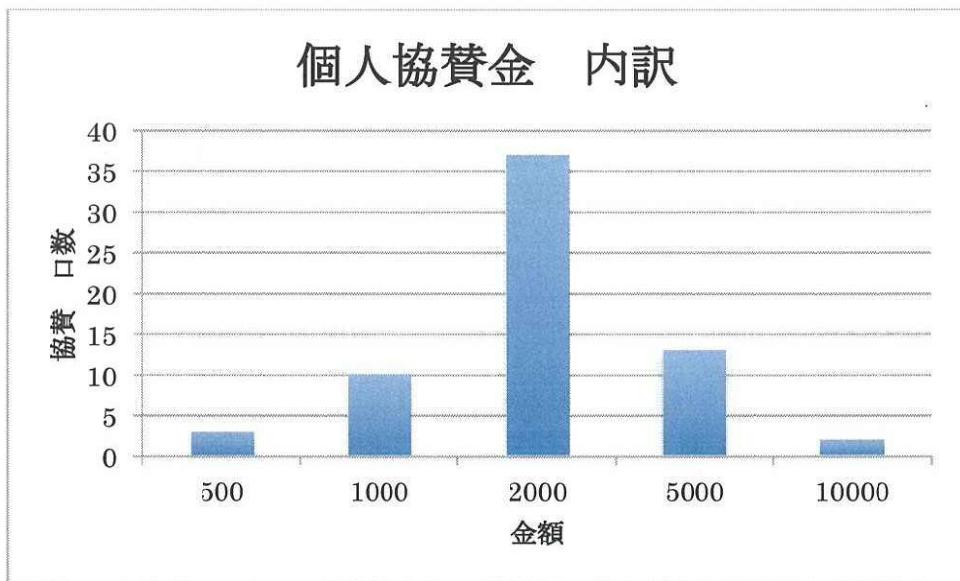
今回実施を予定していたスポンサー席については手を回すことができず実施することができなかった。



● 個人協賛金獲得における反省

2000 円・5000 円・10000 円の金額ごとにメリットを作成し、少額でも協賛して頂けるようにした。この金額設定は適当であったと考える。内訳（下図参照）は、500 円 3 口、1000 円 10 口、2000 円 37 口、5000 円 13 口、10000 円 2 口であった。2000 円の協賛は断られても、粘って 2000 円以下の協賛を得ることができたのは良かった。

しかし、個人協賛金には限界があると感じた。SNS での PR などを交渉の理由に、協賛を頂けるところが多かった。Twitter のフォロワーの数を事前から増やすような企画を 広報部と行うことで、協賛金の交渉をもっとスムーズに行えたと考える。



#### ● チケット収入における反省

今回の集客目標 1500 人に対して、実際の集客人数は 749 名であった。金額では、目標 60 万円に対して、30 万円であった。

チケット収入に対する大きな要因は団体収入である。しかし、今回の団体客は 3 団体 121 名であった。団体客獲得の活動が遅くなり、集客を伸ばせなかった。また、スポーツ少年団の大会と重なった集客が限られた。

広報部との連携については、うまくできなかった。当日、駅・ショッピングモール等で配布したビラを持って来場するお客様が多くかった。このため、ビラ・ポスター等の配布を早期から行うべきだった。ビラ・ポスターともに余っているのは、もったいなかった。

企画部との連携を行い、イベントを行うべきだった。今回、京滋地区での開催は初であったため、イベントを行い「四国アイランドリーグ・徳島インディゴソックス」について、知ってもらう機会を作るべきだった。また、イベントに参加した人に twitter・facebook 等に登録して頂く企画等をつくるべきであった。

#### ● 当日飲食・グッズ売り上げ

目標金額は 70 万円であり、集客目標は 1500 名であったため 1 人あたりの客単価は 450 であった。しかし、実際の客単価は 450 円に達しなかった。原因を考えると、球場内でお金を使ってもらう工夫が少なかったように思う。弁当もすぐに売り切れるなど、全体的に飲食販売の数が少なかったように思う。集客予想人数、目標金額などを考慮して個数を準備すべきだった。

看板、ボードなどを当日準備し球場内を販売して歩けるようにするべきだった。それにともないボランティアスタッフを集めるべきだった。

#### (ウ)広報部

##### 1. 設定目標

- 9月 15 日の試合当日の来場者数 1500 人を目指とし、それに向けた広報活動を行うこと。

## 2. 目標に対する戦略

まず、広報活動に一貫性をもたせるために、試合のキャッチコピー・スローガンを決定。これを用いた宣伝用のポスター・チラシのデザインを作成する。ポスター・チラシは、印刷後、営業ツールとして用いたり、チラシ配りをしたりするために使う。

宣伝ツールとして他にも、twitter・facebookといったSNSを用いて、幅広来場者を獲得する。京滋地区の大学生・若者や既存のファンをターゲットとする。

また、試合の概要に関するプレスカンファレンスを行い、メディア出演への契機とする。メディアに出演することによって、より滋賀の人に試合のことを知ってもらう。

## 3. 戦略実施度

### ● 実施事項

- ① キャッチコピー・スローガンを企画のテーマが「家族愛」「地域愛」であること、球団のスローガンが「つながる。」であることなどから「愛祭～つながる。球場(リアル)～」と決定した。
- ② チラシ・ポスターのデザインを作成した。(下部添付写真)  
8月10日に読売新聞大阪本社に交渉をしに行き、チラシ(B4サイズ)14万枚・ポスター(B2サイズ)100枚を無償で印刷していただいた。そのチラシのうち14万枚を8月31日に読売新聞の折り込みチラシとして滋賀県全域・京都府一部地域に配布した。残りのうち、2000枚は、徳島インディゴソックスが徳島で配布、約5000枚は、私たちの手によって会場周辺地域で配布した。(草津・大津京・皇子山・浜大津・山科)
- ③ SNSの宣伝活動は、Twitter・facebook・Amebaブログの3つのツールを用いた。まず、Twitterは、京滋地区の大学生をターゲットとし、各大学の野球サークルをフォローした。その結果、フォロワーは最大146となった。次に、facebookは、徳島インディゴソックスの公式アカウントを利用して、既存のファンに向けて、宣伝した。宣伝する際には、大学生が運営していることや滋賀で開催する特別感を出すために、スポンサーとなっていた地域の店舗の宣伝を多く行った。結果、私たちが投稿した記事には平均約70いいね！がついた。そして、Amebaブログは、私たちのインターンシップの活動報告として利用した。したがって、内容は、進捗状況が主であった。アクセス数は、内部への呼びかけをしたため、一日最大110を記録した。
- ④ メディア出演の皮切りとして、8月21日に滋賀県庁でプレスカンファレンス(記者会見)を行った。その結果、日本経済新聞、産経新聞、読売新聞、京都新聞、中日新聞にこの試合・インターンシップについての記事を掲載していただいた。また、その他のメディアでは、びわこ放送、FM滋賀、インターネットFMラジオ「ソラトニワ」に出演した。
- ⑤ 近江鉄道バス様に大津営業所管轄内路線バス100台への吊り広告を9月4日から試合当日まで期間、無償でしていただいた。
- ⑥ 9月7日に皇子山総合運動公園で行われた大津市主催の「大津市市民体育大会」の当日配布用のパンフレット2500部に無償で広告を掲載させていただいた。
- ⑦ 徳島インディゴソックスの球団ホームページに試合の広告を約一週間掲載した。

### ● 非実施事項

- ① Youtube を利用した動画による宣伝活動を行う予定であったが、技術不足や写真・情報といった宣材不足により実施できなかった。

## 4. 目標達成度

私たちがまず目標としていた「試合来場者数 1500 人突破」に対して実際の試合来場者数は 749 人と目標の半分の値の成果になったことが、この達成度とした最大の理由である。

次に、SNS 全体の更新頻度を高めたり、情報量を増やしたりすることができず、思うようにフォロワー数やアクセス数が伸びなかつたことが挙げられる。各 SNS への具体的な目標値を設定していなかつたために、SNS にどれほどの重きをおけばいいのか私たち自身がわかつていなかつたことが原因にある。

また、チラシを配布した時期が短く、遅かったが故に、私たちの手元にあった 8000 枚のチラシの内、約 3000 枚を残してしまつた。ここには、私たちのチラシ配布 8000 枚という数値に対する甘い認識があつた。目標数値の半分しか達成できなかつた点、SNS やチラシを有効に使えたはずなのに使えなかつた点から、目標達成度を 100 点満点中の 40 点とした。

## 5. 反省点

広報部門としてのまづの反省点は、主体性に欠けてしまつたことである。上からの指示待ち、他部門の進捗状況に合わせた動きにしたため、爆発的な広報活動ができなかつた。もっと部門単体で動ける余地はあつたようだに感じる。特に、SNS の活用は悔いが残る。Twitter を 1 から始めるものの難しさを痛感したままで終わつてしまい、打開策を早急に見つけるべきであった。facebook では、前後の記事と関連させた言葉を用いた投稿を行うといった工夫がもつとできたのではないかと考える。Ameba ブログも活動報告に加え、私たちの情報共有手段として活用すれば、情報の不届きといった問題は生じなかつたであろう。この情報の共有不足が全体のモチベーション低下につながつたのではないかという声もあつた。

次の反省点は、8000 枚のビラを捌くことの軽視である。したがつて、ビラ配りの期間を前倒ししてよかつたと思う。当日のアンケート調査でも 8 % の方がチラシを見て来てくださつたため、もつと長期かつ多量に配布した方がよかつたのかもしれない。

また、全体的に他部門との連携がうまくいつてなかつたように感じる。他部門と行動をともにし、それを宣材とする予定であったが、実際それができることはなかつた。各部門の準備状況などを把握しておく必要があつた。そうすれば、広報としてやるべきことがより明白になつたに違ひない。

最後に、マネージャーとして、もつと個々に与えるタスクを明確にし、それを部門内で常にわかるような環境をつくるべきであったと考える。何をしたらいいかわからない時間が各人にあつたことがたいへん悔やまれる。部門全体のモチベーションを維持するため、常に情熱をもつて活動する姿をみせたり、より積極的に SNS を活用するようにもつと訴えかけたりすることができたのではないかと思う。部門自体の空気は決して悪くはなかつたが、やつつけ仕事のようではなく、情熱にあふれたものにしたかった。

以上のように、反省点は多くあるが、この数ヶ月を通して、得たものは各自しっかりとあつた。一つ一つの活動にお金が関わつてきたり、周囲の方々の協力があつたりと、責任の重さを痛感できた。情報共有不足や受動的な体勢などの反省点・問題点もあつたが、9月 15 日の当日を終えた後、達成感のようなものを得ることができた。それは、きっと各自がこのインターンシップに懸ける思いがしっかりとあつたからであると思う。したがつて、この反省点・問題点に早急に気づき、対応できていれば、より良い結果がそこにはあつたと考える。

## 5. 全体総括

### 1. 全体に関わる反省点

すでに各部の反省でも述べられているように予定していた企画をすべて実施できていないことや目標金額に届かなかつたことが報告されている。ここからはなぜそのような結果に終わってしまったのか。

#### ● 準備期間

##### ① 業務の割り振り

本企画では各学生がそれぞれの配属部署で活動を進めた。各部にマネージャーは存在していたもののその人からメンバーへうまく仕事を割り振ることができず結果としてマネージャーの負担が増加するとケースが多く見ることができた。限られた時間の中で個人の能力を正確に把握することが難しく、さらには確実に成果を挙げなければならず、どこまでの仕事を任せて問題なく進むのか、という意識などが働いた。

部門内では以上のようなことが見られたが私から部門への割り振りが至らなかったということも多々あった。

本企画において時間が短いということ、全員が動けるときに動かないと目標達成は厳しいことは最初から分かっていたことである。しかしながら適格に仕事を割り振ることができなかつたのは直接的な失敗の原因の一つで言え、大いに反省の必要がある。

##### ② 情報共有について

今回最も反省する必要のあることは情報共有がスムーズに行われなかつたことである。そもそもどのように共有していくのかということも体系化できずに活動が本格化してしまった。リーダーとマネージャー間の共有はある程度できていたものの100%といえるものではなかつた。さらにはマネージャー間での共有ということになるともっと共有が遅くなる、最悪のケースでは共有することできていない、ということが多々見られた。

##### ③ 活動スケジュールを振り返って

いつまでにどのタスクを行う必要があるのかというスケジュールは初めに打ち出したが更新できなかつた。更にはそのタスクについてどういったスケジュールをとっていくのかという所までつめることができなかつた。情報共有と密接に関わってうまく進めることができなかつた。

### 2. 各部署との関わりにおける反省

全体を見渡してみて各部署でどのような活動が行われどういった点が問題であったかを振り返る。またどのように関わることがより良かったのかについても考える。

##### ① 企画部

企画部における反省点は始球式、国歌斉唱など複数の企画を実施することができなかつた点である。具体的な要因として挙げられるのが実施できたそれぞれの企画における必要な時間を想定することができておらず時間を割くことができなかつたことである。

しかしながら実施に至った各企画においては担当も割り振られており非常にスムーズに進行できた。当日球場で行うことと直接的に関わる部署なので球場でもう少し打ち合わせができれば当日のトラブルを削減できたのではないか。

情報共有が最もスムーズに行うことができた部署であった。

##### ② 営業部

営業部における反省点は、結果はもちろんのことながら情報の伝達、レスが遅かったことが挙げられる。また正確な情報が上がってこないことも何度かあった。進行が遅くなるだけでなく先方へも失礼なことにも繋がりかねないので反省の必要がある。

非常に積極的なタイプのリーダーであり助けられる場面も多々あったものの積極的が故に上記のようなミスも目立った。必要なタイミングで話をする機会を設定して現状をしっかりと把握すること、そこから今後の活動の指示をすることができればよかったです。

### ③ 広報部

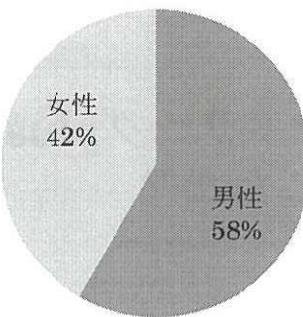
ビラ、ポスターを全て消費することができなかつたことなど最も活動が薄いまま終わってしまった。最も大きな反省点はビラ、ポスターをどこにどうやって貼っていくのかという詳細なプランがなかったことである。SNSの更新については早期にアカウントを作成したものの更新頻度が少なかった。企画を宣伝することなど利用方法はいくらでもあり連携をとれるような段取りを組むことができればよかったです。また全体的に反応が鈍く営業部より企業紹介をお願いされてからの更新も遅い場面があった。

キャッチコピーの作成、ポスターのデザイン、プレスカンファレンスの準備と序盤は非常に活動内容が充実していただけに他の部門に頭が行き過ぎて広報への指示が遅れた中盤以降活動が薄れたのは失敗であった。

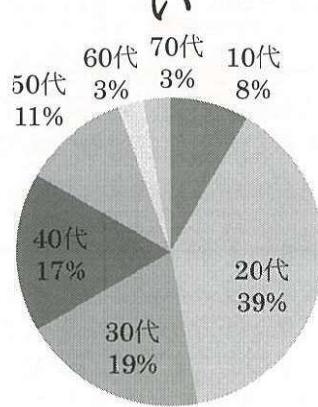
## 3. アンケート結果

今回の活動をフィードバックする目的でアンケートを実施した。試合中イニング間のみで実施し回答者は36名であった。また有効回答数は同様である。全体の来場者数は749人であり非常に低い割合であるため回答に高い信憑性があるとは言いがたいがその結果を以下に記す。

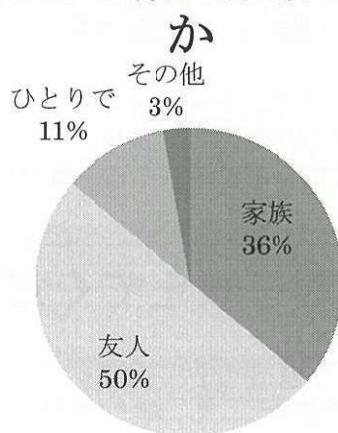
### Q1 あなたの性別を教えてください



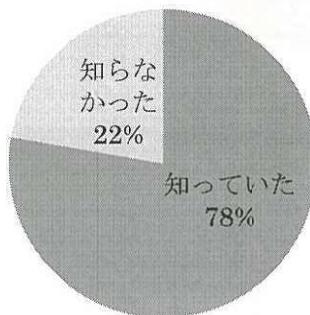
**Q2 あなたの年齢を教えてください**



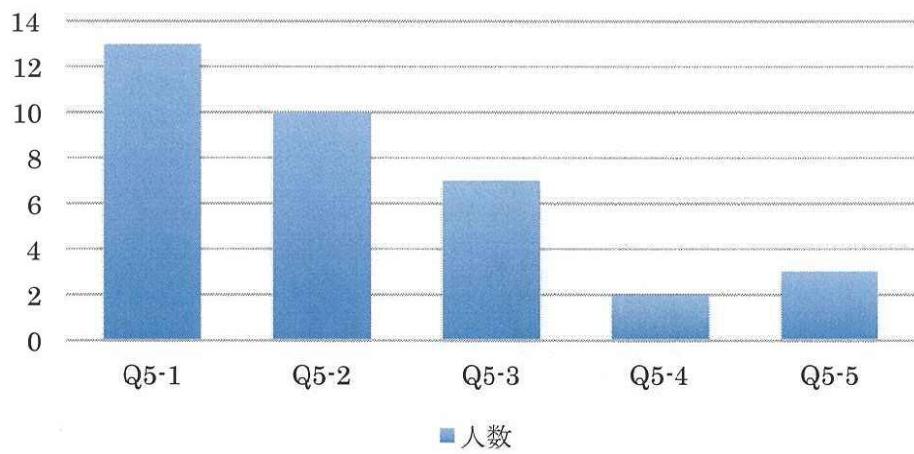
**Q3 誰とご一緒に来場されましたか**



**Q4 四国アイランドリーグplusをご存知でしたか？**

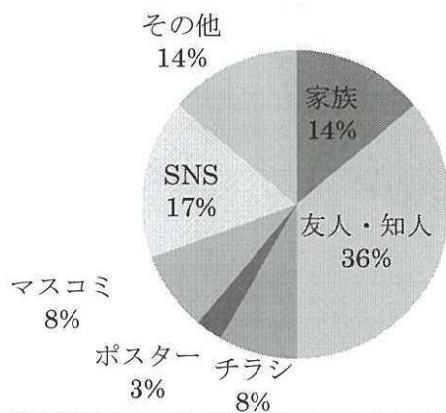


## Q5 本日の企画でよかつたのものは？

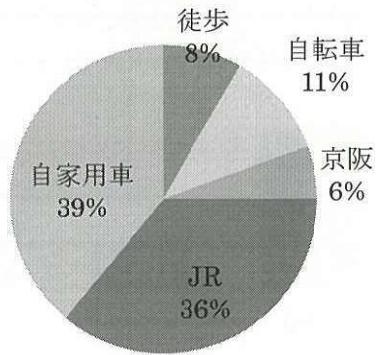


- Q5-1 : 球場周辺での物産・企業ブース
- Q5-2 : 阿波踊り
- Q5-3 : 始球式
- Q5-4 : 抽選会
- Q5-5 : 野球教室

## Q6 本日の試合のことは何で知りましたか



**Q7 どのようにして球場にお越しになりましたか**



**Q8 もう一度観戦したいですか**

