



スポーツ観戦者と地域を結ぶ

沿革



2015年：「柏でよりみちアディショナルタイムズ」発足
2016年：活動開始
2022年：依頼事業「NECグリーンロケッツ公認ファンペーパー」制作開始
2024年：営利活動部門分離 → 法人化

【メディア掲載実績】
・散歩の達人 '23/5月号
・テレビ朝日「夜の巷を徘徊する」
・テレビ東京 FOOTxBRAIN
・スカパー番組 平ちゃんの「ほな行こうか」
・読売新聞 - 2016年
・東京新聞 - 2017年
・Sports Navi (Yahoo) - 2017年
・毎日新聞千葉県版 - 2018年12月12日

【目的】

対戦相手のサポーター(ビジター)の道案内
街案内による消費喚起 (柏の個人店舗の賑わい創出)



【狙い】

- ・紙面による即時拡散効果 (SNSの場合拡散するまで時間がかかる)
- ・Jリーグサポーター同士のSNS投稿の広がりを利用した拡散 (実活動の方が広まりやすい)
- ・手作り感ある紙面で別の配布物と差別化



【想定】

- ・ビジターサポーターは、年1回しか来ないため情報を欲しているのは、ビジターである
- ・ビジターにターゲットを絞ったほうが、情報拡散が効果的と想定
- ・飲食は必要になる(柏スタジアムのビジター側のスタジアムグルメは極少&ホーム側と隔離されている)
- ・美味しいものに飢えている



フリーペーパー制作の
ボランティア活動

イベント
企画

紙面制作

柏でよりみち
アディショナルタイム編集部



依頼
紙面制作

地域活性活動や
制作依頼もあった

地域
プロモーション活動

これまで

紙面制作に専念

地域活性事業は新会社で行う

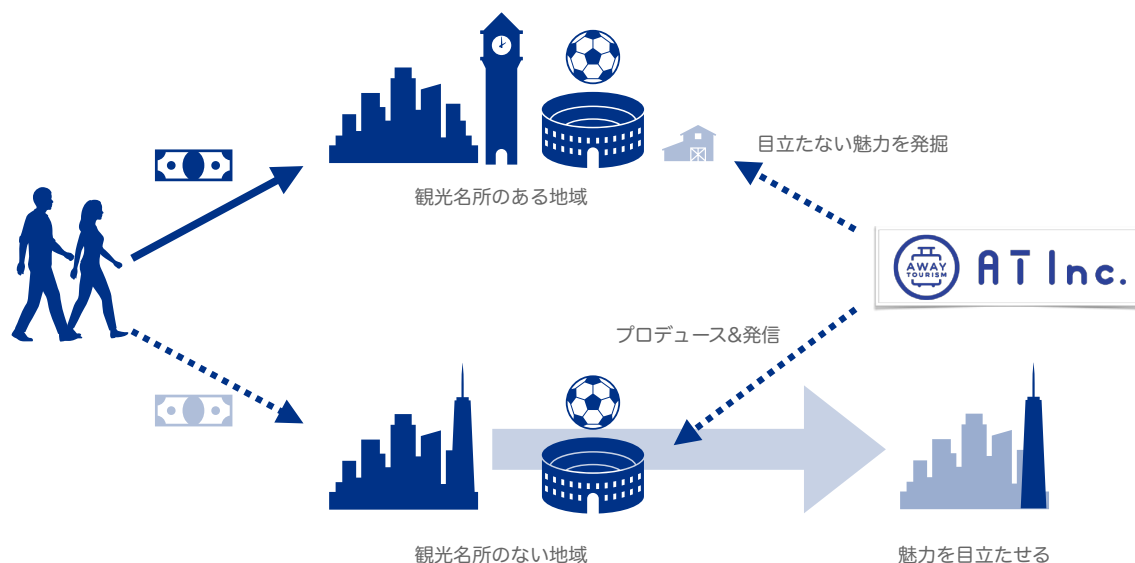
これから



スポーツ観戦者と地域を結ぶ

プロスポーツチームには、ホームタウンが存在するため対戦相手の場所へ観戦に行く「アウェイ遠征」がある。そのため、観光地に近いチームでは自然と観光による消費が発生する。一方で非観光地に存在するチームもある。非観光地では観光行為が発生しにくい。

弊社は、隠れた地域の魅力を発掘・研磨し、アウェイ遠征で訪れたサポーターを対象にコンテンツを発信していくことを通じて、地域の経済や賑わいを活性化させていくことをミッションとする



自社事業



【コンテンツ制作事業】



- ・ [スタまちプロダクト]

地域の特産物や成長顕著な名物などを直接体験できるように、スポーツ観戦者の興味関心や行動特性に合わせた企画

 - [スタまちツアー]
 - スタジアム観戦を前提に行動をするサポーター向けに特化した地元の文化や歴史、新名物を体験できるツアー企画
 - [スタまち弁当]
 - スタジアムでの食事や行動中に地元名物を堪能し、新名物も同時にPRするグルメ企画
- ・ [デジタルコンテンツ制作]
 - ・ 地元の名所や人気店、新規開店のお店の情報などを掲載し、利用者の利便性を高めるメディア事業

【マーケティング事業】

- ・ 弊社主催のサポーター交流会でのヒアリング
- ・ スタまちプロダクト参加者・購入者へのフライヤー配布



- ・ フリーペーパー媒体でのフライヤー挟み込み配布



【デジタルプラットフォーム事業】



アウェイ遠征に特化させた旅程作成と店舗PR機能を揃えた「ポータル+SNS」アプリを開発中

- ・ ユーザーの遠征旅程
- ・ よりみちスポットの紹介
- ・ 感想の投稿（SNS機能）
- ・ クーポンやプッシュ通知による店舗PR
- ・ 観光協会などのグループによるスポット管理やイベント情報

受託事業

自社事業

受託事業

媒体

🚗 デジタルプラットフォーム(開発中)

Web/SNS

紙媒体
(フリーペーパー)

イベント/製品

企画/制作

企画 / 制作 代行

自社企画

【柏市街地アウェイ観戦者向けメディア】
・ アディショナルタイムズ

【スタまちプロダクトシリーズ】
・ ツアー企画 = スタまちツアー
・ グルメ企画 = スタまち弁当

運営体制

依頼元の
独自運営



運営体制の構築支援

運営 代行

自社企画運営