

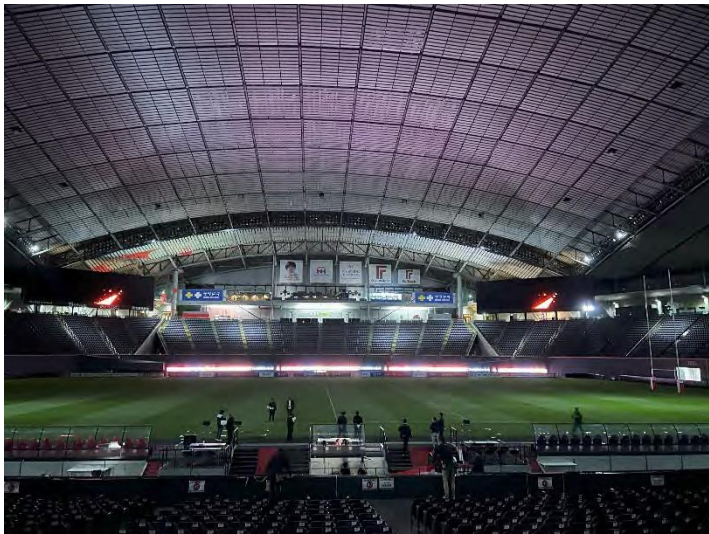
運営レポート

Concept & Mission

ラグビーの試合を行うための組織体制は準備を含め多岐に渡り、多くの人員が関わる。

選手はもちろん、サポーターファーストの運営のためには、

各パートでのチームワークが重要である。



スピアーズ VS スティーラーズ 演出の事前確認

クボタスピアーズ vs コベルコ神戸スティーラーズ

試合開催権限の委譲という契約形態で、HRFU がはじめてリーグワン試合の興行主体となったが、スピアーズ側運営チームとの連携により滞りなく運営をすることができた。今後も HRFU とホームチームの役割分担、責任者同士のコミュニケーションを高めればよりスムーズになると考える。

- ・事前視察もあり、ピッチへの導線、ロッカールームの使用方法など当日問題は生じなかった。
- ・監督、コーチ席は スタジアム全体の視認性が高い記者席に用意した。
- ・「競技運営」と「イベント運営」の役割は分けた方がより効率的に運営で来た。競技運営を担うと、当日のイベントフロアなどまで手が及ばなかった。
- ・スタッフ用駐車場のとりまとめと入場パスの郵送手配に時間がかかった。広いので融通が利くが、どこまでを関係者駐車場に入れるか、最初の判断が重要だと感じた。(高校やRS のバスの扱い)
- ・グラウンド作業で、リーグワン看板の設置撤収はホームチームの担う業務だったが、要員手配をもとめられたのが直近であったこと、撤収時間の徹底不足などがあって作業に携わったメンバー(商大、山の手高校)に迷惑をかけた。
- ・公式記録の作成、思ったより人手が必要なことがわかった。
- ・終了後の「ノーサイドタイム」の進行管理で、ピッチにあがって交流するのは子供だけを想定していたが、指示が不徹底で保護者もあがってしまい、混乱を招いた。



EVENT MANUAL

7.21
札幌

イベントマニュアル

-最終稿-

2024.07.18更新

Japan Rugby Football Union
公益財団法人日本ラグビーフットボール協会

所属/Company :

氏名/Name :

日本代表 vs イタリア代表

運営主体は開催者である JRFU(日本ラグビーフットボール協会)が担っているので大きな問題は生じなかった。

開催地側であるHRFU の主な役割は各パートの要員の手配が中心であった。

- ・集合後の待ち時間が長い為、役割によって集合時間を変えた方が良い。
例えば、JRFU のいう集合時間には代表者があつまり、各パート毎に説明会を行なう等。
- ・公式記録の作成、思ったより人手が必要であった。
記録用紙(正式な記録表)はマスコミが必要とするので、どの段階で開示が可能かを前もって知らせておくことが大切である。
MC(マッチコミッショナー)などのサインなどが必要な為相応の時間がかかる。記者会見に間に合わない可能性もある。
- ・スタッフ駐車場の整理についてはリーグワンの試合同様、時間と手間を要した。
- ・MD(マッチドクター)と担架係はキックオフ前に担架への乗せ方、動き方などを確認して本番に備えていた。

日本代表 VS イタリア戦 運営マニュアル



明治大学 VS 青山学院大学 運営スタッフ

明治大学 vs 青山学院大学

事前の視察もあって、会場の使用について大きな問題はなかった。前座のスクール対抗戦、本番への移行もスムーズだった。ボールパーソン、得点板、伝令などのサポートメンバーは、高校委員会(高校ラグビー部)の支援で配置している。経験値が上がり、どこの高校でもサポートが可能になってきた。

- ・ エスコートキッズを伴っての入場は入り口通路が狭いため、交互入場となった。写真撮影後、校歌斉唱となったがキッズがそのまま残っていた。下がるタイミングが難しい。
- ・ 明治大学(事前視察あり)、青山学院大学(視察なし。前日練習あり。メールでやり取り) 荷物の送付スケジュール、JITOBX の受取り補完等、細かな質問が多く来た。
- ・ ホテルから会場までは、チーム本体(選手)はバス移動。スタッフが駐車場を使用したいなどの要望はなかった。
- ・ 前座試合での入場料徴収について「関東協会」「月寒ラグビー場」からの指摘があった。
- ・ 競技場が古いため、ロッカールームや予備室が十分準備できない。前座試合のジュニアの待機場所等が不足しているため、通路が混み合う。
- ・ 得点板の校名表記、A3 紙に印刷する等の準備が必要。本部テントとの確認連絡は line を使用していた。
- ・ 取材ルールの徹底が必要。競技中、撮影不可のエリアにカメラマンが入っており、レフリーから指摘された。
- ・ 会場周辺の住民から苦情があった。am9 時前の放送テストや声出しには注意が必要。



運営スタッフ席から見た月寒グラウンド

南北北海道大会決勝戦

運営上の大きな問題はなかった。

1・2 回戦を芦別、決勝戦を月寒ラグビー場で行うスケジュールとなり、遠隔地当番校の負担が大きくなった。当日は札幌市内の高校が役割を分けてサポートにあたっていたが、当番校も事前に会場を下見する等の準備が必要であった。月寒ラグビー場との調整に協会事務局の関与が必須になっている。

- ・他のイベント開催(アイスホッケーアジアリーグ)と重なり、駐車場の配置がいつもと異なり、バス駐車位置などの調整が生じた。
- ・競技場が古いため、ロッカールームや予備室が十分準備できない。
前座試合の女子選手のロッカールームを単独で確保できず、北大会の合同チームのロッカーを入替で使用した。
- ・テント一張りを設置してチームベンチにしているが、入りきらない部員がピッチサイドにはみ出していた。一部はテクニカルゾーンの間近にいるなど運営に支障をきたす可能性もあり、観客席に選手席を設けるべきだと思う。
- ・テクニカルゾーンに入るメンバーが明確にされていない。OB コーチがウォーター係になっていたり、大勢のチームスタッフがテント内にいるチームが散見された。
- ・上記 2 点より、ベンチ入りメンバーを花園大会のルールに合わせるべき時期に来ていると考える。
- ・前項同様に会場周辺住民の苦情には、am9 時前の放送テストや声出しには注意が必要。

広報展開レポート

Concept & Mission

ラグビーの魅力を多くの人に伝えたい。

HRFU が「北海道のラグビーの日」に込めた願いである。

そのため広報展開は非常に重要である。

マスメディアや SNS に加え、チラシ配りやポスター貼りも欠かせない。

【マスメディア戦略】

クボタスピアーズ vs コベルコ神戸スティーラーズ

・実施前月に 2024 年度の HRFU の活動を広報するため記者発表実施し、特に札幌ドームで行うこの試合と代表戦の P R を行った。テレビ予算は 4 局仕様で 220 万円。全局でパブリシティも展開した。途中からインフォマート様のマッチデイスポンサー協賛が決まりテレビスポット CM 素材にもインフォマートロゴを表示して放送した。人気バンド「S i M」の楽曲のテーマソングも決定し、若い層への試合実施の認知訴求を図った。道新は予算 50 万円と少なかったが 3 月に半 5 段広告を 1 回、4 月に 2 回掲載。また、このタイミングから SNS 展開も力を入れ、コレクト対木さんの努力で、インスタは週 4 回新情報への更新を行った。また対木さんよりその他ラジオの出演枠も頂き、A I R - G、FM ノースウエーブでの P R も実施。

札幌市スポーツ局の多大なるご支援も賜り、交通広告など大量投下した。キービジュアルは電通制作。札幌ドームの上に両チームの選手があしらわれた斬新なデザインとなったが、今後もこのデザインは北海道のラグビーの聖地をアピールするため継続使用も考えたい。



スピアーズ VS スティーラーズの TV 告知

日本代表 vs イタリア代表

・せっかくのビッグゲームにも関わらず、広報宣伝スケジュール立案、予算立案、宣伝内容の詰めには欠けて、出遅れ、期限切れなどの事態が重なり、札幌市スポーツ局に対し多大な迷惑をかけたことに加え、試合の認知拡大に苦戦した。元日本代表選手の小学校訪問や、サッポロファクトリーでの展開なども情報が早ければ、もっと活用できた材料も多くあった。

・道新を使わなかったこと、テレビが BS 日テレで、地上波ではなかったことなどが広報するうえで最大のネックとなった。地元目線の広報戦略を立てられるよう、確実に全ての問題点を洗い出し、次回以降の改善を目指したい。

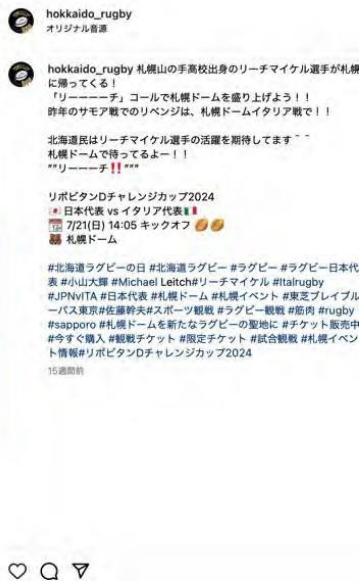
Instagram 展開など新たな広報を行ったが、評判も、反応も良く、コアラグビーファン層以外に向け、今後も実施したい。



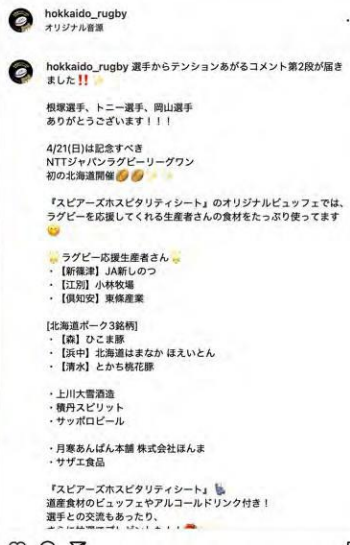
札幌市内店舗に協力頂いて日本代表 VS イタリア戦ポスターを掲示



リーチマイケル選手動画投稿



クボタスピアーズ選手_試食動画



明治大学 vs 青山学院大学

・大学の試合は毎回予算がなく、広報展開的に苦戦するが、今回も道新と共同で実施した「あんこ商品&チケットペア招待券企画」を行い、改めて道新のメディアパワーを感じる結果となった。

道新の事前取材・記事展開と、STV どさんこワイドの出演枠もご協力いただきPRが出来たが改めて各メディアとの関係強化、密な連絡など人的ネットワークの重要性も感じた。今後も継続し各媒体の記者やスポーツ担当とコミュニケーションをとっていく。

【Instagram 戦略】

クボタスピアーズ vs コベルコ神戸スティーラーズ

日本代表 vs イタリア代表

明治大学 vs 青山学院大学

南北北海道大会決勝戦

2024 年度の北海道ラグビーの日では、公式 Instagram を通じて、北海道で開催されたリーグワン、日本代表選、関東大学対抗戦の情報発信を行い、ラグビーと地域の魅力を広く紹介している。また、クボタスピアーズの選手が地域食材協賛者の商品を食べ、その様子を Instagram に投稿し、プロチームとのシェア投稿も実現したことで、さらに大きな効果が得られた。

今回の Instagram 活動により、フォロワー数は 50%増加し、より多くのラグビーファンや北海道に興味を持つ方にリーチできたことが確認された。さらに、北海道出身のリーチマイケル選手や小山選手もご自身の Instagram で北海道ラグビーの日に関連した投稿を行い、フォロワー以外の多くの人にも北海道ラグビーの活動が広がる結果となった。プロ選手やプロチームの影響力を活用し、4 月から現在までのインプレッション数は約 10 万件に達し、北海道の地域情報やラグビーの魅力が多くの人に訴求できたと考えられる。

今回の発信により、北海道ラグビーの認知拡大とともに、地域協賛者のサポートにも応えられる形となり、観光促進や地域経済活性化への波及効果も期待される。今後も SNS を活用し、ラグビーと地域が共に支え合う取り組みを展開いく予定である。

キッズ&ジュニア イベント

Concept & Mission

テストマッチや国際レベルが行われる試合会場に

ラグビーの未来を担う子供たちを招き、

ラグビー教室やミニラグビー交流試合を行い、子供たちの一生の思い出をつくる。



スピアーズ VS スティーラーズ 花道キッズと選手入場



スピアーズ VS スティーラーズ 試合後のノーサイドタイム

クボタスピアーズ vs コベルコ神戸スティーラーズ

【花道キッズ】

- ・花道キッズに全道のスクール等から募集があり、55名が参加した。
- ・GoGoスピアーズタイムなどの演出はこれまでにない形であった。
- ・当日シナリオ等の事前提供もあり、リハーサルも含め、参加者に対して事前にアナウンス出来たことが良かった
- ・スピアーズTシャツは大変喜ばれた
- ・スムーズな進行のため対象を高学年に設定したが、札幌市内の小学生については、無料招待の当選者もあり、チケット購入者との「公平感」が議論となったが、最終的に応募者全員の参加が可能だったため、特に問題とはならず済んだ

【ノーサイドタイム】

- ・整理券(350)を当日配付し参加者を募集
- ・普及育成委員により配付作業を行った
- ・グラウンドにあがるまでの動きは概ね決まっていたが、グラウンドに入ってから動きが曖昧だったため、終了後退出に要し予定していた時間を超過してしまったことが大きな反省点となった。
- ・一方で、昨年度のサントリーvs ブランビーズ戦に続き、ノーサイドタイムは参加者(保護者)からは大変好評であり子供達に非常に喜ばれた
- ・整理券の配付対応も含め、ゲーム中、ゲーム後に作業が発生するため、対応する人員確保が難しい(落ち着いてゲームを観戦出来ない)

日本代表 vs イタリア代表

【サブグラウンドイベント】

- ・昨年度の反省点から、コンタクトラグビーではなく、タッチ&タグでの交流会を企画した。
- ・約120名程度の子供達が参加(帯同コーチ、保護者で40名程度)
- ・所属チーム単位でチームでの編成の他、遠方から少人数での参加希望に対応するため、札幌支部チームの協力により、混成チームも編成できた。
- ・ゲームスケジュールは設定していたが、あまりそこにこだわらずに交流会を進行した。
- ・ラストは大人vs子供達での対戦となり大いに盛り上がった
- ・グルメガーデンの時間帯につながるようスケジュールリングを行いほぼ予定通りに進行した。
- ・気温が高く熱中症等が心配されたが、体調を崩すといったケースは無かった
- ・グラウンド付属のクラブハウス及び設備が利用可能だったのはありがたい
- ・翌週に大きな大会を控えていたため、参加者の確保が困難だった。ただ、交流会は予想以上に盛り上がり、運営面の負担も最小限となることから、内容的には適切だったように感じる
- ・昨年のお土産配付のような「お土産」が欲しいところ



日本代表 VS イタリア代表 サブグラウンドでの交流試合



明治大学 VS 青山学院大学 前座試合



明治大学 VS 青山学院大学 エスコートキッズ

- ・ 芝や設備が素晴らしく、普段の大会など通常のイベントを行うには最適な環境だが、本会場（ドーム）とは離れており、また、来場者の動線からはずれていることから、一般客へのPRや賑わい感の創出にはつながらなかった。
- ・ 別途実施された体験会への参加者に対する広報としてチラシの配布を提案いただき、道内の各スクール連絡先を一枚にまとめたチラシを作成し配布していただいた。

明治大学 vs 青山学院大学

【前座イベント】

- ・ 中学生の交流戦を企画した。
- ・ 札幌支部のチームを中心に参加チームを募ったが、他のイベントとの重複や翌週に大会を控えていたこともあり、2チームのみの参加となった
- ・ U14、U15のカテゴリーに分けてそれぞれ1試合ずつを実施した。
- ・ 両チーム実力的にも拮抗しており、また、ギャラリーも多く、ゲームは非常に盛り上がった
- ・ 参加選手は無料だが、応援にくる保護者については、チケット購入が必要となったため、価格の調整を行った。公平感といった観点での疑義が生じたため、チケット販売前に調整が必要と考える
- ・ 実施時期については、中学生の活動が終盤となっており、今回も目標としている大会が翌週だったため、その準備を優先し、参加を見送るケースがあり、今後の対応については検討が必要
- ・ プログラムへの記載、会場アナウンスなどは普段経験出来ないことであり非常にありがたく、参加選手の保護者等に対しては大変好印象だったと考える

【エスコートキッズ】

- ・ 高学年（5、6年生）を対象に募集し40名の参加者に加え、前座試合に出場した中1を6名追加して対応した。
- ・ 引率された方の協力もあり、点呼から準備、実施までスムーズに動けた
- ・ 一方、入場時の流れに齟齬があったことと、両チーム整列後、校歌斉唱の前に退場する予定だったが、うまくタイミングが合わず、並んだまま進んでしまった
- ・ 子供達にとっては貴重な経験であり是非継続していただきたいと考える。
(ただ、将来的には人数確保が困難となることも想定される)

ラグビー体験コーナー

Concept & Mission

初めて、楕円球に触れたり、相手にブチ当たったり、
ラインアウトで持ち上げられた時の驚きや感動は言葉では表現できない。
この驚きと感動を体験メニュー化し、ラグビーの普及とファンの獲得につなげる。



スピアーズVS スティーラーズ 屋内広場での体験コーナー

クボタスピアーズ vs コベルコ神戸スティーラーズ

4月20日（土）のJリーグ（コンサドーレ札幌戦）、21日（日）のリーグワンの試合がタイアップしたイベント「札幌ドームフットボールウィークエンド」が開催され、2日連続でのラグビー体験会を実施した。スタッフは札幌支部社会人クラブ委員会と山の手高校ラグビー部のメンバーで、ラインアウト体験、コンタクト体験、キック体験などを行った。札幌ドーム（現・大和ハウス プレミストドーム）バックスタンドの地下2階にあるインターセクションという会場で初めて実施した。ラグビーファンにとっては馴染みの少ない場所での実施であったが、多くの方に足を運んで頂き大いに盛り上がった。また、20日の参加者はJリーグ観戦に来たサッカーファンが中心であったが、コンタクトバッグに当たる爽快さや高くリフトされる興奮を感じラグビーの魅力を満喫していた。

日本代表 vs イタリア代表

キッチンカーが立ち並ぶ屋外テラスの一番奥側の会場において、札幌支部社会人クラブ委員会と札幌山の手高校女子ラグビー部のメンバーがスタッフとなり、ラインアウト体験、コンタクト体験などをおこなった。暖かな天気で、日本代表戦がまもなく始まる高揚感の中、スタッフ達の元気一杯の声に寄せられ多くのラグビーファンの方々が体験コーナーに集まり、会場は大いに盛り上がった。



日本代表 VS イタリア代表 屋外広場での体験コーナー



札幌市支部社会人クラブ委員会。ラグビーを最前線で広める最強チーム

Fビレッジスポーツフェスティバル

日本ハムファイターズからの参加協力要請を受け、20種目以上のスポーツ体験を行うイベント「Fビレッジスポーツフェスティバル」に参加しラグビー体験会を実施した。初めて実施されたイベントであったため来場者数の予測ができず、札幌支部社会人クラブ委員会のメンバー8名で担当したが、道内の人気観光施設となっているエスコンフィールド北海道内での開催であったため、予想を大きく上回る来場者があった。

その中でもラグビー体験コーナーはスタッフの元気一杯の盛り上がりもあって一番人気のコーナーとなり、スタッフの休憩時間が作れない程の大盛況となった。

今回はラグビーの試合会場での実施では無いため、今までラグビーに対して全く興味や関心が無かった方が初めてラグビーを知る機会となったため、ラグビーの魅力を伝える貴重な機会となった。また、コーナー受付には道内のラグビースクールのチラシを置き、ラグビースクールの存在をPRすることもできた。

このようなラグビー体験会での経験をきっかけにして、一人でも多くのラグビー選手が誕生することを願う。



エスコンフィールドでの体験コーナー