

記入例

スポーツコンテンツ海外展開支援補助金
公募申請書

| | | |
|--------|-----------------|-----------------|
| 申請者 | 法人名 | 株式会社経産フットボールクラブ |
| | 法人番号 | 1111111111 |
| | 代表者役職・氏名 | 代表取締役社長 経産 太郎 |
| | 所在地 | 千代田区霞が関1-1-1 |
| 連絡担当窓口 | 氏名（ふりがな） | 経産 次郎 |
| | 所属（部署名） | 経産FC プロモーション部 |
| | 役職 | 部長 |
| | 電話番号 （代表・直通） | 03-0000-△△△△ |
| | E-mail | ・・・@kfc.co.jp |

補助事業計画

※ 補助事業計画について記載をお願いいたします。

※ 留意事項を青字で記載しています。応募時には青字部分を削除してください。

1. 事業名

タイにおけるファン拡大に向けたプロモーション等強化事業

2. 事業概要

2027 年までにタイにおけるファン拡大（ファンクラブ会員を現状 100 名に対して 3 倍の 300 名にする、訪日タイ人を 500 名にする）を実現するために、現地にてタイ国籍の選手との交流イベントおよび公式戦を現地語にローカライズした映像配信を実施する。

あわせて、公式戦を観戦に来るタイ人向けのインバウンド対応のための体制構築として、チケットブースで現地語を話せる人および翻訳された案内板の設置を実施する。

3. 事業計画（別添資料での提出も可）

(1) 事業の課題・背景/目的

(1) 課題・背景

当クラブには、タイ国籍の選手が在籍しているほか、毎年 1 月にタイでキャンプを実施しているにも関わらず、資金不足や人員不足により、タイにおけるファン拡大に向けた映像配信・プロモーションの取組を十分に実施できていない。また、タイでのキャンプにスタッフを帯同させる際にも、最少人数の帯同しかできていないことからキャンプの運営補助で手一杯となってしまう、現地にてクラブの認知度を向上させるための活動は実施できていない状況であった。

(2) 目的

本事業においては、当クラブが保有するタイ市場へ訴求できるコンテンツを活かし、ファン等とタイ人選手との交流イベントやローカライズ映像配信等の広報活動・プロモーションの取組を強化することで現地における認知度向上ひいてはファン拡大に資することを目的とする。

(2) 海外展開の対象地域・選定理由

(1) 対象地域

タイ

(2) 選定理由

上述のとおり、当クラブにはタイ国籍の選手が在籍しているほか、毎年 1 月にタイでキャンプを実施しているが、実際にファンを拡大させるための事業展開はできていない状況である。しかし、タイ国籍の選手が在籍していないチームやタイでキャンプをしていないチームもある中で、少なくともそのようなチームに比べると既に一定の認知度はあると考える。そこで本事業や次年度以降の取組により、継続的に PR 活動や試合配信等を行うことで、更なる認知度向上およびファンを拡大させていくことができると考えられるため、タイ向けにプロモーションを強化していくこととした。

(3) 実施内容・実施方法

(1) 実施内容・実施方法

○ファン交流イベントの開催

タイ国籍の選手がクラブに所属しているという利点を活かし、タイでの当クラブの認知度向上及び現地ファンの獲得のために、タイ国籍の選手のファンだけでなく、まだ関心をあまり抱いていない層も取り込むことを目指し、タイ国籍の選手を含めた当クラブ所属選手との交流イベントを実施する。

交流イベントとしては、例えば、タイ国籍の選手がもともと所属していたタイ現地のクラブとも連携して、グラウンドで当該現地クラブ所属の選手と一緒にサッカーが体験できるコーナーや、写真撮影の機会の提供のようなイベントを実施予定。

併せて、当イベント開催に当たっては、よりイベントの認知を高め、既存のファン以外にも多くの方に来場してもらうために、タイの中でも人がたくさん集まる場所である繁華街にポスターの掲載や、特に若者へのアクセスが期待できる当クラブのタイ向け SNS (instagram や X) を活用して広報活動を実施予定。

予定しているスケジュールは以下の通り。

～9月上旬：タイでの交流イベントに向けた企画準備

タイの繁華街でのポスター掲示および SNS における広報を実施（詳細は広報戦略参照）

9 月下旬：タイ国籍の選手との交流イベントの実施（ホームゲームやファンクラブの案内も行う）

○公式戦を現地語にローカライズした映像配信及びインバウンド対応のための体制構築

イベント実施によって、新たに当クラブに対して興味関心をもってもらった方々や興味関心はあったが試合は見たことがないといった方々等について、更なる認知度・関心度の増大によってファン層として取り込むことに繋がるアクションとして、12 月の公式戦映像の実況等を現地語に翻訳し、当クラブの公式 youtube で無料配信を実施する。併せて、ホームゲーム観戦に来るタイ人観戦客等が増え多言語対応が必要になることを想定し、チケットブースで現地語を話せるスタッフの雇用や翻訳された案内板の設置、チケット販売の説明の現地語版チラシなどを作成する。

また、公式戦の情報やローカライズした試合映像配信の情報をより多くの人に届くようにすべく、タイの現地放送局と連携し、イベント告知 CM の発信や、タイ向け SNS (instagram や X) での積極的な広報活動を行う。

予定しているスケジュールは以下の通り。

8～9 月：10 月からのホームゲームにおけるインバウンド体制構築のための人員募集。案内板や説明チラシの作成。

10 月のホームゲームの情報及び 12 月の公式戦映像のローカライズ配信に向けた準備・広報（広報戦略参照）

10～11 月：上記ホームゲームの実施。

12 月：ローカライズされた公式戦映像の配信開始。

(2) 提案者の補助事業の実施体制

主にプロモーション部にて実施予定。

(責任者) 経産 次郎

広告代理店勤務を経て、2020 年入社。チームの広報全般について従事。本事業においては、事業全般を統括する。

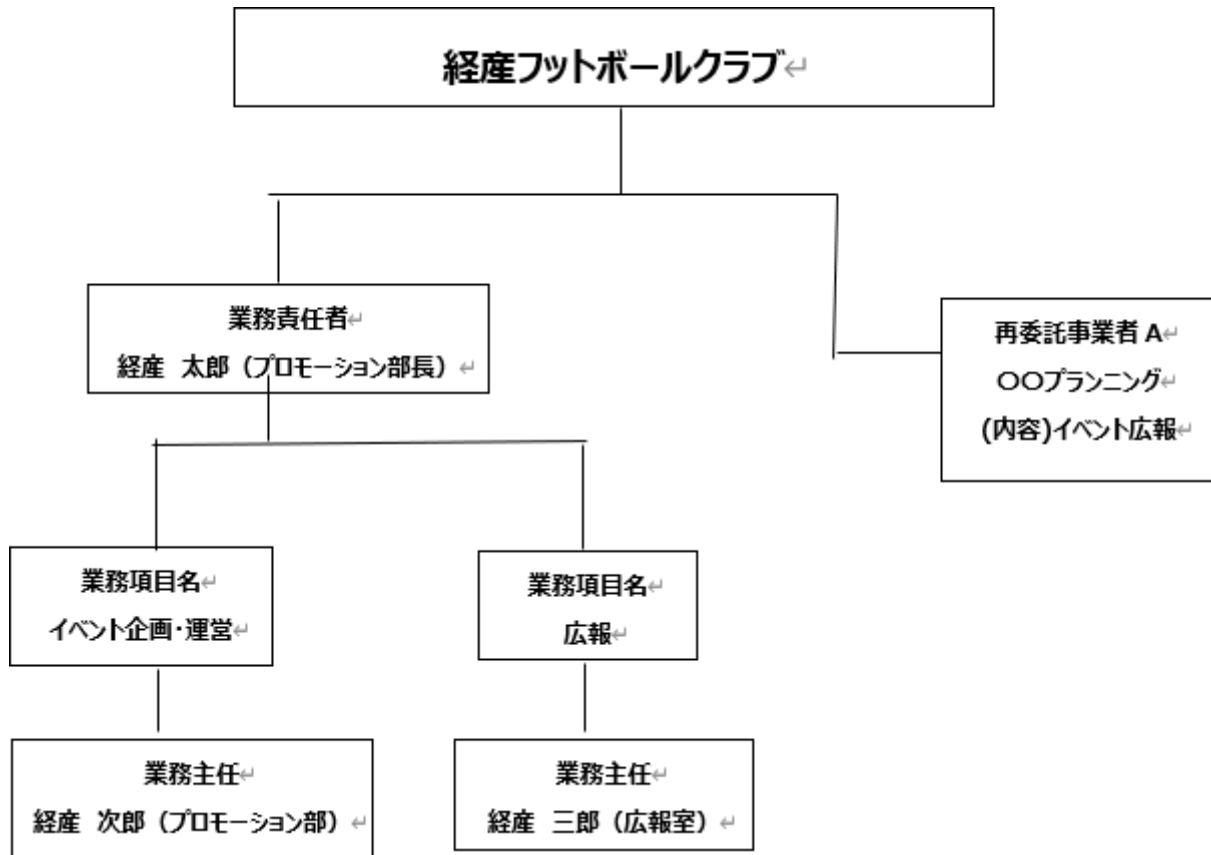
(副担当者) 経産 三郎

新卒 2022 年入社。 ホームゲーム開催時のプロモーションに従事。

本事業においては、海外 (タイ) の具体的業務を統括する。

(再委託) ○○プランニング株式会社

現地 (タイ) の広告、イベント施工を行う。また、SNS 発信の編集、翻訳業務を請け負う。



(4) 広報戦略について

本事業では、既存のファン層以外にもなるべく多くの人に関心を持ってもらうことを狙いつつも、特に SNS を通じてタイ人選手への関心を高く持っている若年層をより積極的に取り込んでいくことを目指して広報を実施する。

<具体的な実施内容>

- イベント実施について、老若男女問わず、1 年を通して多くの人が集まる繁華街において、ポスター掲示等による幅広い層に対する認知度向上を目指す。
- 特に若者層へのアプローチとして、若者が多くアクセスする SNS (instagram や X) を活用して積極的な広報活動を実施する。
- 12 月の公式戦映像の配信に向けては、タイ国内の放送局と連携し、イベント告知 CM の発信や SNS (instagram や X) を活用し、幅広い層に大々的な広報を実施。

いずれの広報活動も、およそ 1 ヶ月前から集中的に実施し、当クラブのタイ国籍の選手を中心として注目を集めながら、ローカライズしたコンテンツ発信により適切なプロモーションを展開していく。

(5) 実施スケジュール

| 活動内容 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 |
|-----------------------------|----|----|-----|-----|-----|----|----|
| 交流イベント実施に向けた準備 | ■ | ■ | | | | | |
| 交流イベント広報活動実施 | | ■ | | | | | |
| 交流イベント実施 | | | ● | | | | |
| ホームゲームに向けた人員募集、案内板・チラシ作成・広報 | | | ■ | ■ | | | |
| ホームゲーム実施 | | | ■ | ■ | | | |
| ローカライズした試合映像配信に向けた準備・広報 | | | ■ | ■ | | | |
| ローカライズした試合映像の配信開始 | | | | | ● | | |
| 事業実績報告書の作成 | | | | | | ■ | ■ |