

『グッズ販売改善案 ～サッカー代表の販売実習を経て～』

スポーツ科学科 スポーツビジネスコース 2年
綾部 あさひ 市村 優奈
及川 幹弘 田中 聖夏

【はじめに】

サッカーとは球体を用いて 1 チーム 11 人の 2 チーム間で行われるスポーツ競技である。現在、サッカーは 200 を超える国と地域で 2 億 5 千万人を超える競技者があり、4 年に 1 度行われる FIFA ワールドカップのテレビ視聴者数は全世界で 300 億人を超えている。日本代表の初出場は 1999 年で、現在 6 大会連続で出場している。現在の FIFA ランキングが 211 チーム中 28 位となっている。

私たちはサッカー日本代表のグッズ販売スタッフというまたとない機会をいただき、2019 年 6 月 5 日（水）に豊田スタジアムで行われたキリンチャレンジカップ 2019 に販売ボランティアとして参加した。その中で、売れた商品売れなかった商品、販売中の問題点などを知ることができた。そこで、どのような工夫をすれば効率よく売上を伸ばすことができるのか考察する。

【方法】

1. 調査方法：当日の販売データ

- ・物販場所ごとの収入
- ・グッズの売上

2. 調査方法：アンケート

対象：ボランティアを行った学生

- ・担当場所
- ・忙しかった時間
- ・目立った商品
- ・困ったこと

【結果】

当日は約 38500 人の観客が来場し、8 か所の販売ブース合計で 1420 万円の売上となった。これは豊田スタジアムで行われた日本代表戦のグッズ売上として過去最高であった。場外と場内で売れ行きの差が激しく、場外が 880 万円と全体の 60%以上を占めていた。一番売上が高かったブースは場外のメイン売り場で約 400 万円であった。グッズ別で一番売り上げた商品はマッチデータオルで約 220 万円であった。

アンケート結果としては、お客さんの整列や清算方法に関しての問題点が見つかった。

【考察】

これらの結果をもとに売り上げを向上させるため、3 つに焦点を置いた。

1. 販売マニュアルの作成

- 整列方法を統一する
- 清算方法の確立をする
- 商品やスタッフの配置を事前通知する

2. 子供専用ブースの設置

- ディスプレイを低くする
- 料金を分かりやすくする

3. スタッフ・商品入替の手順統一

- 時間帯に合わせたスタッフの配置する
- 商品入れ替え時間の統一する

以上のことから商品を販売するだけではなく、どのように商品を手に取ってもらえるかを考えた。

指導教員：松沢 恵美