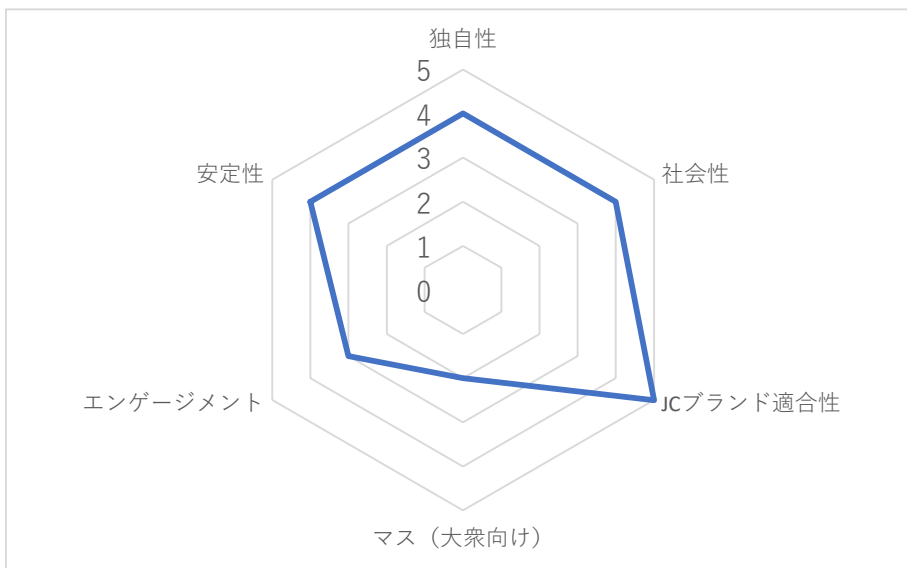


ブランド戦略シート

事業名	他者を思いやるJCカップU-11少年少女サッカー新潟ブロック予選大会
事業領域	地域
事業種類	青少年育成
実施時期	6月
認知ターゲット層	子育て世代全般
ターゲットメディア	地方新聞各種及びローカルネット媒体
訴求ポイント（特徴）	スポーツ×青少年育成

項目	評点
独自性	4
社会性	4
JCブランド適合性	5
マス（大衆向け）	2
エンゲージメント	3
安定性	4



■世間に対してどのように見せたいか。

継続事業として実施してきたJCカップ U-11ですが、会員減少が危惧される中で、長期的に継続ができるよう、協賛金等で運営ができる仕組みを整えていく必要があります。今年度は、近い将来協賛金を募れるよう、大会としての価値を高めるために、各LOMと連携し広報活動を行い、推薦チームを多く募ります。新潟県各地のチームが参加することで、多くの選手や保護者、地域の方々に開催意義を含めた周知を行います。