



報道関係者各位

2014年4月17日
株式会社リクルートライフスタイル
株式会社リクルートテクノロジーズ
東京ヴェルディ 1969 フットボールクラブ株式会社

～ Jマジ! 20 と東京ヴェルディ presents ～
国立競技場でタダ同窓会ができちゃう企画「ハタチタダ同窓会」
5月3日東京ヴェルディ vs FC 岐阜に20歳男女500名を無料招待

株式会社リクルートライフスタイル（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村吉弘、以下「リクルートライフスタイル」）と東京ヴェルディ 1969 フットボールクラブ株式会社（本社：東京都稲城市、代表取締役社長：羽生英之、以下「東京ヴェルディ」）は、2014年5月3日、東京ヴェルディ vs FC 岐阜が開催される国立競技場（国立霞ヶ丘競技場）を「同窓会」の会場として、今年20歳を迎える男女500名を無料で招待し、集まった全員を同窓生とする「ハタチタダ同窓会」を実施することをお知らせします。本企画は、リクルートライフスタイルに設置された観光に関する調査・研究、地域振興機関「じゃらんリサーチセンター」（<http://jrc.jalan.net/>）が公益社団法人 日本プロサッカーリーグとともに、20歳男女をJリーグ観戦に無料で招待するプロジェクト「Jマジ! 20 ～（ジェイマジトウエンティ）J・LEAGUE MAGIC～（以下「Jマジ! 20」）」の一環です。

ハタチタダ同窓会：<http://www.jalan.net/jalan/doc/etc/jmaji20/event/0503.html>



「ハタチタダ同窓会」は、20歳男女500名をすべて同窓生とし、サークルメンバーや高校の同級生などを誘い合い、また競技場で出会う仲間と親しくなるなど、Jリーグ観戦をきっかけに出会いと絆を深められる企画です。本企画は、株式会社リクルートテクノロジーズ（東京都千代田区、代表取締役社長：中尾隆一郎、以下「リクルートテクノロジーズ」）が運営する調査用SNS「マジ会議！」にて、次世代調査手法「MROC（Marketing Research Online Community、エムロック）」を活用した「Co-Production」プロセスを踏みました。「マジ会議！」は、20～21歳を中心とした若者が会員です。プロセスの一環として、会員である学生たちが集い、Jリ

リーグ観戦に興味がある・ない同年齢の方に向けて観戦への動機作り、またコミュニケーション戦略などを考えるワークショップを行いました。また、学生が作り上げたアイデアをベースとし、「マジ会議！」上でアンケート調査や意見交換を行いながら、「ハタチタダ同窓会」を作り上げていきました。当日は、無料で観戦ができるほか、「J マジ！ 20」と東京ヴェルディの記念フラッグのプレゼントや、試合終了後には全員で国立競技場のトラックで記念撮影ができるなど、Jリーグ観戦をより楽しめる施策を用意しています。

東京ヴェルディは「J マジ！ 20」に賛同しており、国立競技場で行う最後の試合をより多くの方に、特に 20 歳の方に観戦してもらうためのきっかけ作りとしてリクルートライフスタイルと共同で「ハタチタダ同窓会」を実施することになりました。リクルートライフスタイル、リクルートテクノロジーズ、東京ヴェルディは、「ハタチタダ同窓会」を通じて、試合前後も含めたサッカー観戦の楽しさを伝え、未来のコアサポーターの創出を目指していきます。

【「ハタチタダ同窓会」概要】

- 開催日時：2014 年 5 月 3 日（土）
- 開催場所：国立霞ヶ丘競技場（東京都新宿区霞ヶ丘町 10 番 2 号）
- 対象：今年 20 歳を迎える男女 500 名（1994 年 4 月 2 日～1995 年 4 月 1 日生まれ）
- 企画内容：
 - ・東京ヴェルディ vs FC 岐阜の観戦を無料招待
 - ・「J マジ！ 20」と東京ヴェルディの記念フラッグのプレゼント
 - ・試合終了後、国立競技場のトラックで記念撮影
 - ・撮影後、データは「J マジ！ 20」の SNS（Facebook/Twitter）にてシェア。自身で自由にダウンロード可能

■スケジュール（予定）：

- 11:30～ 「J マジ！ 20」チケット引き換え（場所：国立霞ヶ丘競技場 千駄ヶ谷門）
※チケットの引き換えはキックオフ開始時間までとなります。
- 12:30～ 開門
- 14:00 キックオフ、チケット引換締め切り
- 試合終了後 トラックにて記念撮影

■申込み方法：下記「ハタチタダ同窓会」専用ページをご覧ください

<http://www.jalan.net/jalan/doc/etc/jmaji20/event/0503.html>

※当日の写真撮影と SNS でのシェアに同意した上でお申込みください。

▼「J マジ！ 20 ～（J. LEAGUE MAGIC～）」について

「じゃらんリサーチセンター」が実施する Jリーグ観戦を訪れる若者を増やし、中長期に渡り、ファンとしての定着化、さらにアウェイ観戦などの旅行需要を創出するためのプロジェクトです。本プロジェクトに賛同したクラブの対象試合に 20 歳の方を限定で無料招待する施策で、まずは Jリーグを観戦してもらうきっかけ作りとして始動しました。活動初年度（2013 年度）は J1、J2 の全 40 クラブが参画し、258 の対象試合に 20 歳を無料で招待したところ、1 万 8,970 名が「J マジ！ 20」の会員となり、チケット予約枚数は 1 万 6,413 枚に達しました。

▼「Co-Production」プロセスについて

リクルートテクノロジーの UX デザイングループが運営する調査用 SNS「マジ会議！」とワークショップ「リアルマジ会議！」を活用し、商品・プロジェクトの企画から導入・開始を実現させるためのプロセスです。

「ハタチタダ同窓会」の「Co-Production」プロセス

- 1.顧客理解フェーズ：「マジ会議！」の会員のファン層、非ファン層に向けてのネットデブスイインタビューや、意見交換を行うことで、ファンでない層を分析し3つのタイプに分類しました。
- 2.アイデア創出フェーズ：学生たちによるワークショップと「マジ会議！」での対話を活用し、それぞれの層が楽しめるアイデア創出と、アイデア投票による受容性評価、最後に実現性の高い企画をリアルマジ会議で検討しました。
- 3.コンセプト開発フェーズ：リクルートテクノロジー、リクルートライフスタイル、東京ヴェルディの3社が主導となり全体コンセプト開発、WEB サイト制作、コミュニケーションプランニングを行い、企画をまとめ上げました。

▼リクルートライフスタイルについて

<http://www.recruit-lifestyle.co.jp/>

▼リクルートテクノロジーについて

<http://recruit-tech.co.jp/>

▼東京ヴェルディ 公式サイト

<http://www.verdy.co.jp/index.html>

【本件に関するお問い合わせ先】

<https://www.recruit-lifestyle.co.jp/support/press/>