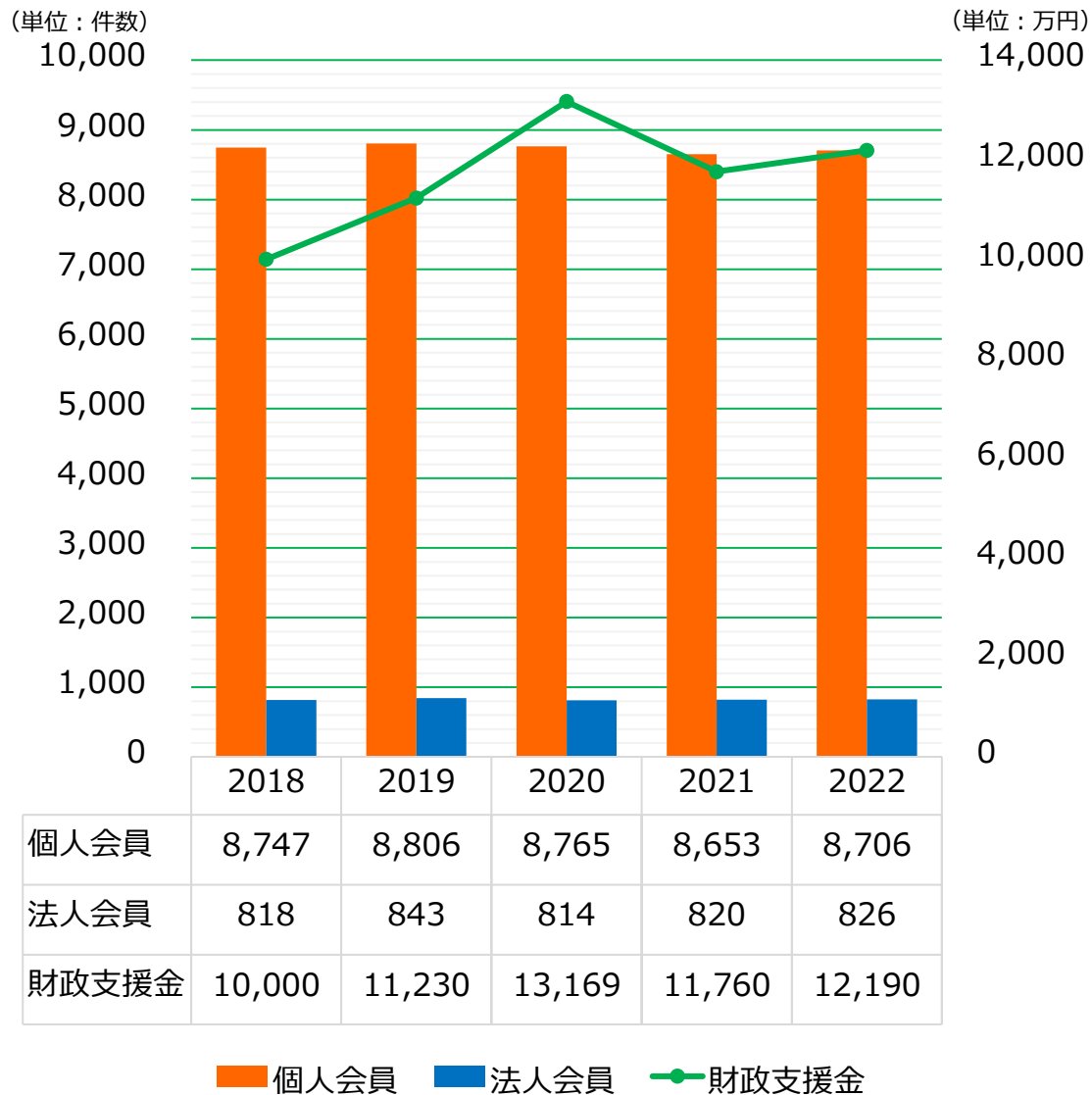


アルビレックス新潟後援会 2022年度状況報告



1. 会員数・財政支援金状況

<過去5年間の会員数・財政支援金状況>



- ・ 2022年度は個人・法人会員ともに会員数が前年を上回る
- ・ 財政支援金額は1億2千万円を超える（過去3番目の金額）

※全実績

年度	個人会員(名)	法人会員(社)	財政支援金(万円)
1995	93	22	1,370
1996	237	198	761
1997	240	180	640
1998	2,382	788	2,300
1999	3,070	685	3,500
2000	4,815	1,074	4,000
2001	4,135	1,055	4,000
2002	5,061	1,016	5,000
2003	6,158	1,099	8,150
2004	9,751	1,356	9,530
2005	10,791	1,310	12,970
2006	10,410	1,309	9,930
2007	10,120	1,293	9,400
2008	9,831	1,178	8,325
2009	9,589	1,089	10,035
2010	9,186	1,013	10,226
2011	8,994	960	9,481
2012	8,679	950	9,635
2013	9,014	942	10,348
2014	9,223	950	11,227
2015	9,300	930	11,836
2016	9,345	881	11,200
2017	9,249	850	10,749
2018	8,747	818	10,000
2019	8,806	843	11,230
2020	8,765	814	13,169
2021	8,653	820	11,760
2022	8,706	826	12,190

2. 会員構成状況①

<2022年度 総会員数>

会員属性	会員数	前年度比 (2021年度)
個人会員	8,706	+53 (8,653)
法人会員	826	+6 (820)

<総会員数における継続・新規内訳>

会員属性	継続会員	継続率	前年度 (2021年度)	新規会員	前年度比 (2021年度)
個人会員	8,079	93.4%	-0.7% (94.1%)	627	+191 (436)
法人会員	776	94.6%	+2.3% (92.3%)	50	-5 (55)

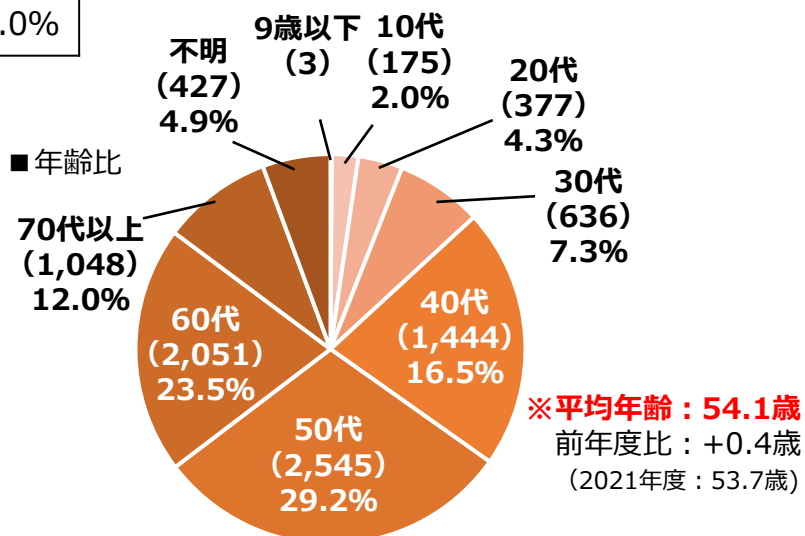
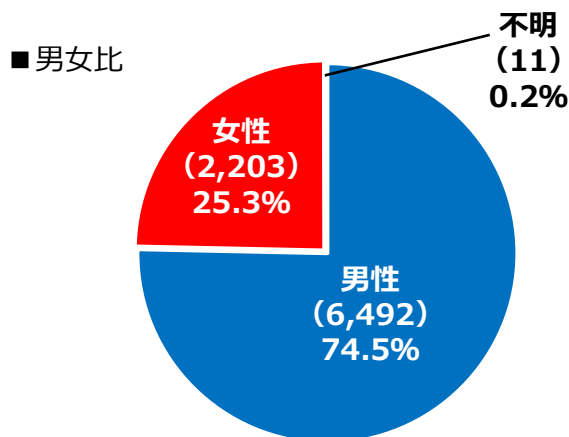
- ・継続率は平均の93%を超え、多くのご支援を引き続きいただく
- ・個人は新規会員が大幅増

<支払方法内訳>

種類	個人会員	法人会員	合計	構成比
振込・現金	2,008	385	2,393	25.1%
口座振替	3,432	389	3,821	40.1%
クレジットカード	3,266	52	3,318	34.8%
				100.0%

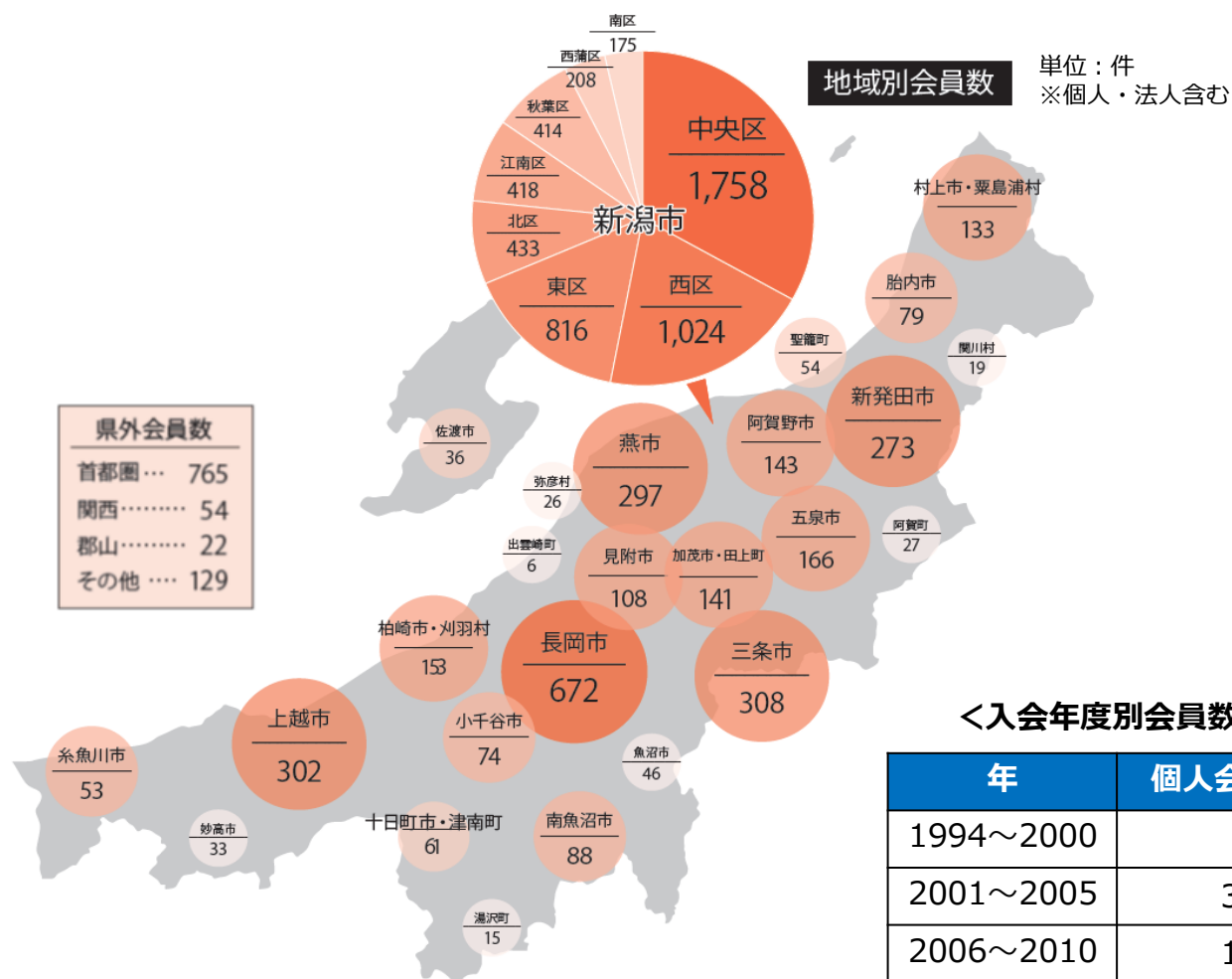
※自動継続対象 (口座振替・クレジットカード) 74.9%

<個人会員の年齢比・男女比>



3. 会員構成状況一②

<地区後援会別会員数>



<入会年度別会員数>

年	個人会員	法人会員	合計	構成比
1994～2000	674	256	930	9.8%
2001～2005	3,365	204	3,569	37.4%
2006～2010	1,114	83	1,197	12.6%
2011～2016	1,444	99	1,543	16.2%
2017～2022	2,109	184	2,293	24.1%
				100.0%

4. 2023年度会員進捗 (3月時点)

<2023年度会員進捗 (3月時点)>

会員属性	会員数	前年同期比
個人会員	9,100	+1,174
法人会員	769	+66

<現時点の会員数における継続・未継続会員状況>

会員属性	継続会員	継続率	前年同期比	未継続会員	前年同期比
個人会員	8,104	93.1%	+4.4% (88.7%)	536	-225 (761)
法人会員	729	88.3%	+3.3% (85.0%)	82	-25 (107)

<現時点の新規会員入会状況>

会員属性	新規会員	前年同期比
個人会員	996	+749 (247)
法人会員	40	+34 (6)

活動の概況

【継続会員状況】

- ・個人会員様、法人会員様とも例年以上に早期にお手続き
- ・未継続の方には、継続ご案内・ご依頼を郵送や電話で実施。法人会員様には訪問も。引き続きクラブを支援するためにおひとりでも多くの継続を目指し、電話や訪問でのご案内・ご依頼

【新規会員状況】

- ・個人会員は現在996件（前年比158%）、法人会員は現在40件（前年比80%）。前年よりも早期の新規入会をいただく
- ・昨シーズン終盤の試合会場やSNSでの広報活動、昨年10月～11月の法人営業、新規入会キャンペーン（2月末）などで後援会入会をPR。今後も定期的なキャンペーンやホームゲーム企画、イベントを通じて後援会をPRし入会を促進
- ・訪問営業も注力し、法人会員新規入会を案内