

モンテディオ山形2012サポーターカンファレンスでの事前質問に関するご回答

モンテディオ山形2012サポーターカンファレンスの開催にあたって、事前にお寄せ頂きましたご意見・ご質問に対し、次の通りご回答申し上げます。

なお、ご意見・ご質問が重複している内容や、似た内容も多く、質問内容を要約させていただきましたので、ご了承ください。

今後とも、弊協会の活動に対しまして、忌憚のないご意見を賜われますようお願い申し上げます。

モンテディオ山形2012サポーターカンファレンス開催概要

実施日時／2012年1月15日(日) 18:30～20:45

実施会場／山形国際交流プラザ 山形ビッグウイング 2階大会議室(〒990-0076 山形市平久保100番地)

メールにてご意見・ご質問をお受けした期間／2011年12月29日(木)～2012年1月6日(金) 13:00まで

カンファレンスの議事録は
こちらからご覧ください。

<http://www.montedio.or.jp/club/about-sv21/sv21-02.html>

協会に対するご意見・ご質問	回 答
理事長人選に関するご質問	理事長の選任については、3月総会をめぐりに人選を進めております。(1月15日のサポーターカンファレンスにて回答済み)
弊協会の債務超過に関するご質問	クラブライセンス制度で、平成24年度から3年間連続赤字の場合は、ライセンスを交付しないこととなります。したがって、何としても3年間のうちに赤字を解消しなければなりません。 平成24年度の予算においては、2,200万円の黒字を予想しており、計画とおりであれば3年以内に債務超過も解消できると見込んでおります。
弊協会の職員採用に関するご質問	総務・広報・営業・運営の職員は16名(うち臨時パート3名)です。採用にあたってはハローワークに求人を出し採用しています。
社団法人に関するご質問	社団法人と株式会社の違いはほとんど無く、設立当初は株式会社を考えておりましたが、株主の確保が困難なこともあり、各年ごとに必要経費を会費として頂戴する社団法人を選択し現在に至っております。 当面、社団法人の制度が変わり公益社団か一般社団又は解散するかを選択をもとめられ、弊協会としては現在の経営母体を引き継ぎ公益社団に移行することに決定されました。その準備を進めているところです。 社団法人の性格上収支相償が原則であり、そのように協会を運営すべきと理解しています。しかしながら、過去には、J1に上がるための蓄えも残してきましたが、その蓄えも使い果たし債務超過の状態になったものです。今後は、J1での収入を維持していくことにより、債務超過の課題はクリアできると考えております。
協会名とチーム名の統一に関するご質問	13年間の歴史と今後の運営に関わる問題で、慎重に対処したいと考えております。
J1の3年間の総括に関するご質問	弊協会は何より、「トッププロスポーツの興行」、これを成功させなければならないという、その使命感でサッカーの興行を行っています。 2万人が集まるイベントは、山形では唯一であり、このすべてのお客様に満足してお帰りいただくことが重要と考えています。 実際2万人集まったことは、将来のスタジアム構想にもつながっていくものと思います。 また、アウェイからも多くのお客様に足を運んでいただくことは、山形のシティセールスにつながる重要なファクターであり、山形県の代表としての使命感をこれからも持って取り組んでまいります。 また広報的には、J1のステージでは、露出の機会が飛躍的に高まりました。その財産を2012シーズンも引き続き活用出来るように、各マスコミ関係者とのコミュニケーションを密に取りながら、最大限活かして、モンテディオ山形のファンを増やしていきたいと考えています。 強化的には、J1の1年目の残留という目標は達成できましたが、2・3年目は、目標を達成できませんでした。J1において組織的な守備を構築することで、ある一定の成果はあったが、定着するためには、攻撃面で足りないこともありました。 これまで築いてきた組織的守備に加えて攻撃面を強化して、山形のサッカースタイルを確立していきたいと考えています。 財政面では、J1での3年間で広告・会費・入場料収入などの収入を伸ばしたことで、今シーズンはJ2当時(2008年)より約3億円増の予算を組むことが出来、確実にクラブとしての力が伸びています。

2012シーズンの集客目標に関するご質問

2012シーズンの予算上の集客目標は6,500名としており、4回1万人計画を実施し、目標達成のため各種イベントを計画していきます。

営業に関するご意見・ご質問

回 答

新規スポンサーに関するご質問

現在、営業中であり、既に決定している企業もありますので、近日中に発表させていただきます。大口・小口という区別なく、今後も誠心誠意、営業活動を行ってまいります。

また、県外スポンサーの獲得については、昨年では東京の代理店と連携して新規スポンサーを獲得する等の営業活動を実施しており、昨年は数社の企業からご協賛を頂きました。

山形県ゆかりの企業や県内に工場がある有力企業などに直接営業活動を行っております。大手広告代理店を通じての働きかけも行っておりますが、まだ契約まで結びついていないのが現状です。今後も県外の有力企業などに、営業活動を粘り強く行ってまいります。

アドボード広告に関するご質問

看板掲出には、製作費と掲出料が掛かります。掲出料は県条例の定めにより、年間数十万円(1枚分)を支払っております。スタジアムにおける掲出できるエリアなどの制限もありますが、多くの広告スポンサー獲得に努めてまいります。なお、1看板に2社を掲出することは、Jリーグの規定により禁止されております。

チケットセールスに関するご質問

営業としては、スポンサー様・正会員様を中心にチケットセールスを行ってまいります。また、ローソンをフラッグ店舗とする、新たなチケット商品の開発や展開を実施してまいります。

ロイヤリティ商品・グッズに関するご質問

Jリーグ商品化ルールと、クラブスポンサー様の権益を侵さなければ商品化しておりますが、まだ不十分であることも認識しておりますので、今後も商品化に向けて努力させていただきます。

また、グッズについては今後もコラボ商品について前向きに検討してまいりたいと思います。しかしながらJリーグのルールに基づいて製作できる、できないが発生致します。(お菓子は1クラブ1アイテム等)コラボ商品についてはクラブと製作メーカーが双方とも理解と納得の上で初めて成り立つ商品ですので、今後慎重に検討してまいりたいと思います。

おしゃれなグッズや著名なデザイナーを使用した商品等は経費の問題もあり今後検討してまいります。しかしながらデザインの方向性を変える等は今後やっていきたいと思います。昨年はフットサル調や普段時の使用を意識した商品も展開したことで、好評を得たグッズも多くありました。お客様の要望の全てをデザイン化で実現することは難しい状況ですので、デザインの方向性を変えることで少しでもお客様のニーズに近い商品を展開できるよう努力してまいります。

運営に関するご意見・ご質問

回 答

来場促進活動に関するご質問

2009年J1昇格に伴い、入場者は(平均6,273人→平均12,056人)倍増しました。そこから入場者は徐々に減少してまいりました。ただ、シーズンシートに関しては、2009年2,094件→2010年3,550件→2011年3,700件と堅調に増加してきております。

J1初年度においては、J2では見られなかった国内トップの試合展開や内容、代表クラスの選手に期待してお越しいただいたお客様が多かったものと思われまます。

このようなライト層を、シーズンシート(ヘビーユーザー)として取り込めた一方で、スタジアムから遠ざかっていったお客様もいました。これは事実であり、反省すべき点だと思っております。

今後は、「無関心層をライトユーザーへ導く」ことに重点を置いて活動を展開してまいります。

具体的には

- ①子供たちからファミリーへのアプローチ(ふれあいフィールドや夢クラスといった、主に小学生にふれあいの機会を多く作ることによる、小さい年代からのファン造成)
- ②飲食(売店)をメインの目的とするが、ついでにサッカーを観覧したいと思うような、魅力ある売店の充実
- ③県民デーのような全県(自治体・地域のコミュニティ)を巻き込んだ施策
- ④ローソンチケットがオフィシャルチケットングパートナーになったことにより実現できる、ローソン(コンビニ)とのタイアップ展開(コンビニでの告知を強化できる・共催イベントを実施できるなど)

併せて「ライトユーザーをヘビーユーザーへ導く」施策を実施し、この両面から来場促進の活動を行ってまいります。(この面では、シーズンシート特典内容を吟味し、先行入場などを取り入れました。また今後もシーズンシート長期入会者《5年・10年》には特典を設けるなど計画しています。)

アウェイへのチーム移動に関するご質問

これまで通りアウェイへの移動については、新幹線・飛行機・バスなど各移動手段の中で最善と思われる方法を常に考え利用してまいります。

マーケティング活動に関するご質問	ワンタッチバス導入も3年目となり、情報も揃い、マーケティングを徐々に行える状態になってきました。シーズンチケットやファンクラブ入会者の来場数や地域性などの情報を取り込めるようになりましたので、その情報を有効に活用してまいります。
チアリーディングの運用に関するご質問	試合前に会場で楽しめるチアガールをはじめとするグループを持つことは重要と考えます。 しかし、出演者はもちろんのこと、指導者にいたるまで、人材の確保の面で難しいところもあります。当面は、北高様や山大様の協力を得て実施してまいります。
会員特典に関するご質問	今シーズンは、(プレミアムに限らず)シーズンシートに先行入場などの特典を新たに設けました。今後もお客様のニーズをとらえた様々な特典を考えてまいります。
ユニフォームに関するご質問	メーカー側から、ヨーロッパ選手権、ワールドカップ、オリンピックを踏まえた形で二年に一度の新しいユニフォームの仕様が発表となっております。毎年新ユニフォームを作成するというのにはできないことではありませんが、逆にサポーターの方にはレプリカを毎年購入という意味ではご負担をおかけすることにもなります。制作費用とご購入者への負担を強いることとのバランス等を考えると、当面は現状通りで進めてまいります。
スタジアムでの配布物に関するご質問	スタジアムでお配りしているマッチデープログラムについては、クラブの大事なスポンサー様などのご紹介のため、また広告を頂いたりをする場合もございますので、ぜひみなさまに目を通していただきたいと思います。製作しております。 ゴミの発生につながっている面も確かにあると思います。そこは、より良いものを作り、すべて持ち帰っていただけるように努力し、出てしまったゴミもリサイクル出来ないか、さまざまな方法を考えてまいります。
スタジアム売店に関するご質問	これまで工夫を重ねご好評を頂いておりますが、今後もお客様のニーズをとらえ喜んで頂ける売店にしてまいります。
特設駐車場の渋滞に関するご質問	駐車場の舗装など、J1昇格1年目の時と比べると大きく改善しています。 全ての解消の為に自動車の1台あたりの搭乗率を上げる工夫や、来場台数を減らす工夫など、お客様のご協力も得ながら問題解決に努めてまいります。
サポーターとの連携に関するご質問	スタジアムへの来場を促進させる為の応援会議を予定しており、いろいろな方々よりご意見を頂き、来場促進に繋げてまいります。また、普段からのコミュニケーション促進を図ってまいります。
ビジターサポーターの来場促進に関するご質問	山形の観光や特産品など、山形の魅力を全国に伝え来場する機会を増やしたいと考えています。
スポーツプラザ21の運営に関するご質問	イベント時だけではなく、普段からも楽しめる場所にするをしっかりと検討していきます。 展示等に関しては、選手愛用の品だったり、珍しい物を展示したりできるように、見直しをしていきたいと思っております。 PV(パブリックビューイング)等のイベント以外でも、販売会等において選手グッズが当たるキャンペーン等も行って、スポーツプラザならではの魅力を打ち出せるよう今後も努力してまいります。

強化に関するご意見・ご質問

回 答

新体制に関するご質問	新チームの体制は、年間を通じて検討しています。補強したい選手にはオファーを出し、競合した場合、選手が自分に合ったクラブを選択するため契約に至らないことも多々ありますが、今シーズンは十分な戦力は整いました。
アカデミー活動に関するご質問	アカデミーから育成し昇格させていく一つの方法として、ユース寮を整備し、県内外の選手をユースで育成することを本格的に始めました。都会のように隣の県から通える立地であれば有望選手が集まりやすいと思いますが、山形は、他県から通えるような立地ではないので環境面の整備が必須です。同じような立地で考えるならば、サンフレッチェ広島様のようにアカデミー年代のスカウトを配置し、全寮制、同一校に通学するシステムで育成しています。また、アルビレックス新潟様の場合では、通信制の学校に全員が進学して、午前午後を練習にあてるクラブもあります。山形では、こういったクラブを参考にしながら工夫をしていかなければならないと思います。現在はユースに加入してくる選手をどのように育成していくかを、S級指導者を配置し、計画的プログラムに基づき育成している段階です。 トップテクニカルスタッフ、アカデミーコーチングスタッフ、強化部は、アカデミーから選手を昇格させたいと常に考えております。我々は、昇格させることは簡単ですが、本当に選手のことを考えて昇格させなければなりません。昇格したからといってその選手にとって、本当にいい選択だったかということを考えなければなりません。今後プロとしてやっていけるかどうかを協議し、昇格させたいと考えております。

高校卒(ユース)から昇格しない場合は、大学を経由して、人間性、社会性、資格等を身につけ、色々な選択肢をもって、最終的にプロという道を選択して山形に戻って来てもらいたいと思っています。最近では、ユースに限らず県内の選手が、サッカー強豪の大学に進学しておりますので、どのように成長していくか期待すると同時に、選手達の成長を継続して観ていきます。

外国人選手に関するご質問

外国人選手は、毎年約2人程度を補強してきましたが、なかなかマッチしませんでした。特に1年目の選手は、山形の組織的な守備に慣れなかったということがありました。

日本に来て数年経過している外国人選手を補強すれば、日本のサッカーも山形のサッカーも理解できると考えたのですが、実績をつくった選手は、高額になりますので獲得には至りませんでした。打開策としては、若い外人選手をチームで育成するか？もしくは、日本またはアジアで日本のサッカー、アジアのサッカーに慣れている経験のある外人選手を獲得することだと考えています。

強化の方向性に関するご質問

・1年でJ1へ復帰するということ

・チームの土台をしっかりとつくり上げる(若手育成)こと

(そのため、伸びる可能性と回復力を持った若い年齢層を厚くしました。トレーニングから鍛えて各個人を向上させることがチーム力を向上させる道だと考えます。鍛えて伸ばす要素とともに、個人としての得点力の資質も重要で、その資質を持った選手を編成できたと考えています。)

・モンテディオ山形のサッカースタイルを確立すること

トレーニングに関するご質問

チームスポーツであるので、全体的なメンタルトレーニングはしていませんでしたが、今年度からチームワークやコミュニケーション能力を高めるため、グループで問題を解決し、目標を達成するための「ビルディングアップトレーニング」をシーズン最初に行いました。その他、シーズン中においても様々な働きかけ、研修なども実施したいと考えております。

広報に関するご意見・ご質問

回 答

一部の新聞報道方針に関するご質問

記事の大きさや内容については、各新聞社の方針によって決定されることです。クラブからの要請だけでは実現しづらい問題もございますので、購読者(購買者)から直接のお問合せが増えれば可能性が出てくるかと思えます。

なお、補強選手については契約成立後の公表となりますので、事前の公表は出来ません。

クラブTV番組に関するご質問

チーム専門番組はクラブとしても是非実現したい課題です。電波を購入し、番組を制作することになりますので、ご協力頂けるスポンサー様を探し、近い将来に実現出来るように努力してまいります。

募集や協力の呼びかけに関するご質問

早め早めに情報を提供することは非常に大事で、クラブとしても、もっとスピードアップを図る必要があることは理解していますので、Who(誰が) What(何を) When(いつ) Where(どこで) Why(なぜ)、How(どのように)の「5W1H」を伝えることを前提とし、そのことを決めるのに多少時間を要しているのが現状ですので、もっと早め早めに物事を決定しお知らせ出来るように努力してまいります。

試合告知活動やチケット購入案内に関するご質問

HP上では、購入方法を端末の画像などを使ってご案内していますが、新規ファンはHPを見ないので、そこをどうやってお知らせしていくかが問題です。

ポスターやポケットスケジュールをいろいろな場所で展開し、もっと気軽にその情報が、身近に何時もあるような環境をつくりだすことが重要なのだと考えていますので、会員企業様やスポンサー企業様はもちろんのこと、県内の小中高や、市町村窓口などに展開を考えています。

また、今シーズンはポスターなどをご掲出頂けるところを募ってみたいとも考えておりますので、その際は皆様のご協力をよろしくお願いいたします。

メディアでの選手露出に関するご質問

J2からJ1へ昇格し、この3年間はマスコミでの露出の機会は飛躍的に高まりました。

そして、昨年10月よりFM山形様で「TAME YAMAGATA」というラジオ番組に選手が週替わりで出演しています。これは選手の露出の機会を増やすのと、県内のアスリートの方々と一緒に出演することで、モンテディオ山形が、山形のスポーツ界を牽引しているイメージづくりにも貢献している番組となっておりますので、引き続き力を入れていきたい媒体の一つです。

また、YBC様では番組の中で、その節ごとに活躍した選手をピックアップして頂くコーナーなども作って頂き、出演させて頂いておりますし、YTS様では毎年CMの枠をご提供いただき、1選手1分の選手紹介VTRをランダムで放映して頂いたり、その他にもいろいろな形で新聞、雑誌などに取り上げて頂いております。

降格した影響で、その露出の機会が減ってしまわないように努力するのはもちろんですが、もっと露出する機会がないかを、報道各社にお願いしてまいります。

また、ニュースへの出演や、試合中継放送なども併せてお願いしてまいります。

新聞広告に関するご質問

山形新聞社様へは、シーズン中、月1回「モンテプレス」という全面広告を掲載しています。その試合の見所や、イベントのお知らせ、読者が選ぶ前月のMVP選手などですが、「もっと新聞広告を有効に活用しては？」とご提案については、その作り方、表現方法についてもっとより良い広告に改善できるように努めてまいります。

ニュース映像やテレビCMに関するご質問

毎週紅白戦の日には、各局には取材にいただき、その週の試合に臨む監督・選手のコメントを収録し、大方のニュース映像として放送して頂いております。

降格の影響でこれらの取材活動が減ってしまわないように、各報道関係者へはお願いしてまいります。

また、TVCMについては、これまでYTS様やTUY様で行って頂いた「**（株）〇〇もモンテディオ山形**を応援しています」というスポンサー提供CMを企画して頂き放送して頂いております。これも引き続き各TV局へは企画を提案していきたいと考えています。

地域貢献に関するご意見・ご質問

回 答

地域の子供たちへのアプローチに関するご質問 (川崎フロンターレ様の事例を参考に)

まず、未来につなげるためには子どもの心をつかむという考え方には全面的に同意いたします。子どもの心をつかむには、サービスかモノかという考え方があると思いますが、算数ドリルは、当然モノとなります。算数ドリル(川崎フロンターレ様実施)は、子供達にとって身近にクラブを考えられる、興味のない子供達にとっても印象づける事の出来る、素晴らしいものだと思います。

クラブとしても、ランドセルのカバーや漢字ドリルなどアイデアはありますが、実施するにあたり予算等の問題もあり、引き続き各方面へのご協力を呼びかけながら考えてまいります。

また、地域貢献活動の一貫として子供達の「思い出」になればと、夢クラスや様々なイベントに選手を派遣しています。ちなみに、モンテディオ山形は2010シーズンの稼働回数は、J1では4番目の選手派遣回数となっております。上半期の回数を鑑みると、2011年はおそらくJ1で2番目の実績です。

また、みなさまご存じのマスコットのディーオに関しては、2011年の数字で年間200回以上の学校や地域イベントに参加しております。

カンファレンスに関するご意見・ご質問

回 答

サポーターカンファレンスの開催に関するご質問

開催時期や回数などを加味し今後検討してまいります。
なお、1月15日に実施しました「モンテディオ山形2012サポーターカンファレンス」の議事録は、2012年2月2日付けでオフィシャルホームページに掲載しております。詳しくは…
<http://www.montedio.or.jp/info/clubinfo/20120201-03.html>