

## モンテディオ山形 2012 サポーターカンファレンス議事録

日 時： 2012年1月15日(日)18:00 受付 18:30～21:00  
 場 所： 山形国際交流プラザ 山形ビッグウイング 2F 大会議室  
 山形県山形市平久保 100  
 司 会： 山内智香子(フリーアナウンサー)  
 登壇者： 高橋 節 理事長職務代行者・副理事長  
 中井川 茂敏 常務理事兼ゼネラルマネージャー  
 矢萩 昭一 事務局長  
 佐々木 賢二 運営グループマネージャー  
 鈴木 進 営業マネージャー  
 佐藤 桂吾 広報グループマネージャー  
 宮武 太 強化グループマネージャー  
 細谷 龍彦 総務グループマネージャー

≫高橋 節 理事長代行あいさつ

みなさま、新年明けましておめでとうございます。

今年は辰年ということで、昇り龍のごとく成長する年にしたいと考えています。

今日は足下の悪い中、非常に大勢のサポーターの方々にご参加いただき、大変ありがたく思っています。

今回は、クラブにとって初のサポーターカンファレンスということで、ぜひ皆さまと共に有意義な時間を過ごしたいと考えています。

私は、昨年11月30日に退任された川越前理事長の後任として、3人いる副理事長の中で私にということで、理事長代行となりました。

先日はJリーグの実行委員会に出席させていただきましたが、年末年始の天皇杯の結果を見ましてもわかりますように、現在J1とJ2の差は小さくなっているという大東和美チエアマンの話がありました。2012シーズン、モンテディオ山形はJ2に戦いの舞台を移しますが、奥野僚右監督の下、再度J1への昇格を目指していきたいと考えています。

これまでサポーターの皆さんとの情報共有の場というものはありませんでした。本来であれば、2月から当法人は新年度になるので、その時点で施策を打てるよう、もっと早い段階でこうした場を持ちたかったが、出来なかったことは申し訳なく思っています。

本日は様々な意見があると思いますが、限られた時間の中ではありますが出来る限りお話を聞きながら貴重な意見交換の場としたいと思っています。よろしくお願いします。

≫中井川 茂敏 常務理事兼 GMによるプレゼンテーション

おばんでございます。

昨年は皆さまのご期待に応えられない成績に終わり、残念な気持ちでいっぱいです。ただ、新しいシーズンが始まりますので、貴重な情報交換の場として忌憚なきご意見をいただければと思います。

それでは、始めさせていただきます。

＝会場でのビデオプロジェクターを利用したプレゼンテーション＝

まずは経営概況を報告させていただきます。

1999年から2011年までの事業規模です。

J2時代は3億円から6億円、平均して5億円程度の予算で運営をしておりました。J1に昇格してからは、12億円を超える収入規模へと変化してきています。

しかしながらこの事業規模は、Jリーグ全体で21番目の事業規模となっています。J1では一番低い事業規模であり、J2でも3～4番目の位置づけになります。(2011年Jリーグ調査資料)

これを見ると、上位のクラブは30～50億円程度の事業規模があり、大きな経営母体をもって安定した戦いをしていると言えます。

次に平均入場者数の推移です。J1の3年間では2009年は12,056人、2010年は11,710人、2011年は9,325人と、残念ながら一年目の2009年から段々と減少しています。J2時代は4,000～5,000人。2008年は昇格争い

をしていたこともあり、6,273人という入場者数になっています。

入場料収入については、J2の時は、8,000万円～9,000万円推移してきましたが、昇格した2008年は1億2,800万円になりました。J1では2009年は3億3,900万円、2010年は3億5,000万円、今年は2億8,500万円ぐらいになるのではないかと見込まれます。

シーズンシートの推移ですが、J2時代は1,000枚程度かそれ以下でしたが、現在まで徐々に増加しており、2011シーズンでは約3,700枚まで伸びてきました。それにともなって、シーズンシートの収入も1億円を超えました。現時点でシーズンシートの申込は、2,000枚を超えています。こうした点から、ある程度、モンテディオ山形が根付いてきたという部分はあるのかなと思います。

次に広告料の推移ですが、まず、注目していただきたいのが、J2時代の広告料です。2006年から2008年まで約9,000万円が横ばいです。そして、2009年J1に昇格したことで、1億9,400万円、2010年に2億2,800万円、2011年では2億5,700万円の見込みと、年々、広告収入を増やしています。

これはどういった部分が増えてきたかと言いますと、以前なかった練習着の広告やウォーミングアップシャツの広告獲得。これ以外にも、仙台、東京などの広告代理店が増え、関係も深くなってきたことで、イオングループ、日刊スポーツ新聞社、野菜ソムリエ協会などから看板広告などをいただくこともでき、何とか2億5,700万円まで伸ばすことができました。

ただし、まだ他と比べて低い広告料収入であることに変わりはありませんので、施策をもっと伸ばしていきたいです。

次に、正会員、賛助会員ですが、ご存じのように私たちは社団法人という組織で運営しており、山形県をスポーツの力で元気にしたい！というその協賛費として、この正会員、賛助会員費というものをいただいています。

推移としては、やはりJ1に昇格した効果もありますが、その後の営業効果もあり2009年から2011年までの3年間で、154口増で7,700万円の収入を伸ばすことができました。賛助会員も254口増で1,200万円以上の収入を伸ばすことができました。

こうした会費収入という部分が、株式会社組織である他クラブと多少異なる収入形態となっています。

グッズ収入についても、2006年から2008年までは400万円～1,200万円ほどしかありませんでした。2009年からは販売システムを見直し、定番商品やスポット商品の投入を増加させ、インターネット販売も開始しました。その結果グッズ販売では約5倍となる、約5,500万円の収入を得ることができるようになりました。

そして、これらを踏まえた現在の経営状況ですが、2011年度は2,400万円の債務超過がありました。今年度についても債務超過額が増えることが予想されます。現時点では正確な数字は控えさせていただきます。

次にクラブビジョンですが、

「山形県民に愛されるチーム」「地域の人たちに必要な存在になる」ということです。

そして、チームコンセプトとして

- ・最後まで諦めず、常に全力でプレーする
- ・ファンサービスを最優先
- ・フェアプレイの徹底

を掲げていきます。

またクラブの業務遂行方針といたしまして、クラブ全員によりサービス、スピード、セーフティーの《3S》を限りなく向上させ地域に愛されるクラブ体制構築を実現します。(この日の意見交換の中で「スマイル」を追加し《4S》に変更)

2012 実行方針としては、

- ・J1 昇格
- ・損益予算の達成(黒字化)
- ・ファンサービス体制の構築(地域に愛されるクラブ体制)

を挙げていきます。上記3つの目標を達成するには、各セクションの業務目標を設定し達成することが、結果に繋がりますので、各セクションでの業務目標を策定して実行していきます。

そして、現在クラブを取り巻く環境を認識して業務にあたっていきます。

プラスの面として

- ・J1に3年間いた蓄積(スポンサー、ファン拡大など)
- ・環境の進化(練習グラウンド、クラブハウス、スタジアムなど)
- ・資金力アップ(以前のJ2時代と比較して)

が上げられます。2008年と比べ、間違いなくJ1で3年間戦った蓄積があります。

この3年間で、広告費、会費などの金銭的収入、そして、チケットング、メディアでの放映回数増加に見られるファン・サポーター、県民の関心度の拡大。そして環境面が変わりました。

環境面は、選手達がクラブを決める上でとても重要なファクターです。そうした部分が整備されていく中で、興味を示し、移籍を決断してくれる選手が出てきました。今回、契約を更新してくれた選手達も実は他クラブから誘いが来ていた選手もいました。それでも、モンテディオ山形に残ってくれた。そうしたことができるようになってきました。

そして、資金力です。

J1を経験したことで、広告収入、会費収入、入場料収入、グッズ収入などが伸びたことにより、2008年のJ2時代よりも、億単位で高い予算を組むことができます。

逆にマイナス面です。

- ・J2に降格したことによる人気カードの減少
- ・露出機会の減少
- ・スポンサー離れ

しかし、降格が決定してから、すぐに次年度について動き出したことで、こうしたスポンサー離れに関しては、若干の減少はありますが、幸いにして多くの既存のスポンサー様から引き続きご支援いただけるとのご返事をいただいております。新たなスポンサーの獲得もあります。

次に2012年度の事業運営についてご説明いたします。

広告収入・会員拡大施策ですが、これまで以上の営業活動の強化をしていかなければならない。既存のスポンサー様、会員様への訪問数を増やし、情報を収集してお客様のニーズを把握し、新規を開拓する。その動きをスピードアップする事で、顧客満足度を上げていきたいと考えております。

新規の開拓については、

ターゲットを絞り込み、企画提案型の営業(スポンサーニーズに適合する広告アイテム)を行うということが大事だと考えています。例えばディーオの活動回数が増加していますので、ディーオへの広告スペースを確保したり、女子駅伝選手の陸上教室&食育といった新しい企画を提案していきたいと思っています。

また、県外の山形ゆかりの企業についても、昨年からは営業を開始しています。ただし、すぐに成果に結びつくには難しい所もありますので、これからも訪問して、信頼を勝ち取っていく事で、こうした部分での上積みを図っていききたいと思います。

全国の企業についても同様で、先ほど説明させていただいたように少しずつ芽は出始めています。この分野においては、県内外の広告代理店への代理店説明会や告知を通し、スポンサー募集活動の強化や各種経済団体との連携、そして、これまでの代理店との関係をより強化することによって、新たなスポンサー獲得を模索してまいります。

次に集客については、まず、無関心・新規顧客対策として

- ・子供連れのファミリー層をターゲットにした企画立案
- ・ホームタウン活動の積極的な参加による呼びかけ

・飲食売店の充実・PR

を行っていき、新たに興味を持ってくださる方々を増やしたいと考えております。

それ以外の集客施策として、サポーター、クラブ、地域との連携を強化することによって、モンテディオ山形を応援しよう！という機運を高める運動を実施していきます。具体的には、「モンテディオ山形応援会議」というようなミーティングを通し、各種関連の方々に呼びかけていきたいと考えております。

また、

- ・全試合で集客イベントの強化
- ・選手参加イベントの強化
- ・シーズンシート企画・チケット販売
- ・企業とのタイアップを増やす

企業とのタイアップを増やすという部分に関しては、徐々に冠試合が増加しています。こうした企業とのタイアップにおけるチケットングや広報サービスを強化していきたいと思っております。

そして、チケットングパートナーをローソンに変更した事による、コンビニとも連携した告知作戦などを実施していき、関心度を高めるという施策を打っていきたいと思っております。

それ以外の告知強化策としては、

- ・市報活用
- ・開幕、GW、夏休み、ファイナルカウントダウンなどの集客企画時に小中学校向けチラシの全県配布や、近隣小学校への月単位のチラシ配布
- ・メディアの活用

現在、FM 山形で放送されている「TEAM YAMAGATA」など、告知媒体を増やしています。クラブからもメディアの方々により一層の協力を仰ぎ、告知機会を増やしていこうと思っております。

また、先ほどお話しした応援会議についてですが、まだ詳細は決まっておりませんが、

- ・集客活動
  - 「+1」プロジェクト
- ・年間4試合の1万人集客
- ・リボンマグネット
- ・名刺活動
- ・ポスターメイト

などを柱に実施していきたいと考えています。

今季の集客目標は予算ベースで6,500人と設定しました。もちろん予算ベースなので、それ以上を狙っていきます。

チームの強化については、

- ・新人選手の育成
- ・アカデミー選手の育成
- ・他チームからの新規獲得

という3つを重視して行っております。

そして、山形のサッカースタイルというものを確立していく必要があると考えています。

- ・「技術」「走力」「駆け引き」のあるダイナミックな攻撃サッカー
- ・全員攻撃、全員守備で主導権を握る
- ・勝利、内容へのこだわり
- ・最後まであきらめずチームの為に闘う
- ・サポーターと共に闘う

この5点を重視し、監督が誰になっても、山形のサッカーは変わらないという様なスタイルにしていきたいと考えております。

強化の面では、

- ・アカデミー選手の育成
- ・若手育成

この2つについては、今年はトップに昇格するユース選手はいなかったが、徐々に関東一部の大学に入る選手なども増えてきています。そうした選手もずっと見守っているのも、将来的にモンテディオ山形に加入する選手も出てくるのではないかと考えています。また、ユース選手のトップチームトレーニング機会を増加させたり、トレーニングゲームの頻度を増加させるなどして、レベルアップを図っていきたくと考えています。

- ・有望新人選手の獲得

毎年2~3人の新人選手獲得を目指しています。この部分では、トップチームスカウトを配置しています。ずっと見続けていることで、昨年からは練習に参加した宮阪政樹選手などがクラブに加入してくれました。また、昨年からはアカデミースカウトを配置出来るようになりました。有望な選手は小さい頃から育てていきたくと考えています。

そのためには、環境を整備する必要があります。育てるためには、最高の環境で心・技・体を鍛える必要がありますし、指導者のクオリティアップが重要になります。そうした点で、S級を所持している指導者を獲得し、指導者を育成するということができはじめました。そして、トップ、ユース選手共同の寮、食事の充実と次第に環境を整えることができるようになりました。こうした環境を充実させていきつつ、将来に繋げていきたくと思います。

モンテディオ山形は母体企業が無いクラブです。ということは、どういうクラブづくりをしていくか？というのが、本当に大事な部分です。

クラブとしては、スポンサー、地域、サポーターと密にコミュニケーションを取り、地域一体となったクラブ運営を目指していきたくと考えています。

みなさんと共に結束して、J1復帰を目指し、目標を達成しましょう！

#### 《質疑応答》

質問のある方は、挙手の上、お名前とご住所をお話いただき、発言をお願いします。

※以下、高橋節理事長職務代行者は高橋、中井川茂敏常務理事は中井川とします。

※質問者の氏名については匿名とします。

米沢市 男性

Q.私たちは、クラブに対して双方向のやり取りを期待しているのですが、メールで提案しても返ってこない。例えば「苦情」、「提案」などに振り分け、10件同じ内容であれば返答するなどのルールづくりをしてほしい。

また、僕たちはスタジアムで職員の方を捕まえて意見やアイデアを話したりするが、誰に話したかわからなくなってしまふ。そのため、ネームプレートをつけて、顔と名前がわかるようにしてほしい。

中井川

A.至急、そうしたやりとりのできるシステムを考えたいと思います。また、ネームプレートも付けます。私たちとしては、ネームプレートがなくても顔が判るぐらいの距離づくりもしていきたくと考えております。

山形市 男性

Q.クラブの長期的目標を聞かせてほしい。J1にいた3年間というのは、夢のような時間でしたが、あくまでJ1定着を目指すというのであれば、今の規模では難しいということも実感した3年間でした。そこで、クラブとしては、将来的に株式会社化するというビジョンもあるのか、伺いたい。

中井川

A.先ほどのプレゼンテーションでご説明させていただきましたが、現在のような親会社のない脆弱な体質では、社団法人という形を継続するしかないという状況です。

お時間をいただいて検討していきたくと思います。

高橋

A.まずは、公益社団法人という形にしていきたいと考えております。予算の脆弱さについては、たびたび理事会でも議論してきましたが、なかなか具体的な対応案が出てきませんでした。  
株式会社に移行して、大株主が大きな力を持つような運営に傾倒していくのか、そうした形がモンテディオ山形の形なのか、しっかりと議論する必要があると思います。

米沢市 男性

Q.日刊スポーツ等、スポーツ新聞での記事の扱いが小さい。記事が大きくなることで、人の興味も大きくなるので、努力して欲しい。

中井川

A.私達もマスコミの皆さんとよくコミュニケーションを取っていますが、紙面や時間の都合などもあり、なかなか思ったように、情報を展開できないこともあります。そうした部分に関しても、こちらとしてもリリースの出すタイミングを考えたり、取り上げやすいテーマの企画を実施したりすることで、より多くの情報が皆さまに届けられるようにしていきたいと考えております。

天童市 男性

Q.モンテディオ山形は、地域と一体となったチームなんだ！と思っています。天童には応援隊という形の組織がありますが、まだまだいろんな面でサポーターが一体となっていないと思います。  
先ほど、応援会議という場を設けるというご説明がありましたが、応援会議をもっと強化した、サポーターの声が直にフロントに届く一体となった実態のある組織体をつくっていただきたい。

中井川

A.まったく同感です。自治体や応援団体には以前より多く足を運ばせていただいておりますが、まだまだ活動量が足りません。正会員なども含め、支援して下さる組織などを束ねていく方法の一つとして、応援会議の開催をしていきたいと考えております。

高橋

A.これまで山形県の窓口は教育委員会としていましたが、プロスポーツを取り扱うには教育委員会では難しいだろうということで、昨年、県庁内にプロスポーツ支援室という組織を立ち上げました。こうした中で、行政も一緒になって連携した運動をしていきたいと思っています。  
例えば、モンテディオ山形のホームゲーム日に、試合とは関係なくても人が集まってくるような場づくりなどをしていきたいと思います。

鶴岡市 男性

Q.何点かありますが、よろしくお願いします。

まず、集客についてです。先ほど、年に4回、1万人規模の試合をつくると言っていましたが、どこの試合を目指していますか？

中井川

A.まず、開幕戦、ゴールデンウィーク、夏休み、そして秋を考えています。山形県民だけで1万人規模を目指します。

男性

Q.わかりました。次に営業についてです。

どういった企業をターゲットとしていますか？

中井川

A.まず、情報を仕入れ、業績の良い企業等をターゲットとします。そして、地域に貢献したいと考えている企業です。現在の所では正直、村山市地域が多いですが、山形県全域、そして県外もターゲットとしています。  
また、地域に新規に出てくる企業の情報を得て、営業活動を行っております。  
業種別にターゲットを絞り込むこともあります。例えば去年は医療関連をターゲットしてまずDMを送付してから営業活動を実施していくなどです。

男性

ありがとうございます。ちなみに私は現在とある製造会社に勤めていますが、一度も営業の方が見えられていないようですので、ぜひ一度いらしていただければと思います。

中井川

わかりました。改めてお話をお聞かせください。

男性

Q.次に強化についてです。今年度のコンセプトを聞かせてください。

中井川

A.まず第一に、目標とするチームスタイルを実現することのできる監督をリストアップします。今回はその中でもチャレンジ精神をもった監督にオファーを出しました。

そこから、監督の意向に沿いながら、スタッフを決定しました。

その上で手倉森(手倉森浩ヘッドコーチ)、高橋(高橋健二コーチ)など、山形を知っている人間。そして、若手を鍛えることができる人間をスタッフにしました。

選手については、攻撃的なスタイルを目指すということで、テクニック、運動量、メンタル面を重視しました。

男性

Q.ありがとうございます。最後に地域についてお伺いします。

ボクは住んでいる地域は鶴岡ですが、出身は真室川町というところなんです。そちらにいと、全くモンテディオ山形の話などが聞こえてきません。そうした地域には手が届いていないのではないのでしょうか？

中井川

A.夢クラスや巡回指導、駅伝選手の派遣など行っていない地域のリストアップをしています。そして、活動の少ない地域に対しては、こちらから役所へ相談して何うようにしています。そうしたことをこれからももっと積極的に行っていきたいと考えております。

そうした考えで今年はキャンプ前の2日間に地域を巡ってPR活動を行うということ、これまでに実施してこなかったことをやっいていこうと思っています。

鶴岡市 男性

Q.グッズの今後の展開についてお伺いしたい。

中井川

A.グッズについては、Jリーグの規制が前提にあるが、少しずつ増やしています。今後も新商品やニーズを捉えた商品を提案する努力はしていかなければならないと考えています。

男性

Q.また、試合前のイベントについて。リーグ戦後半、チアガールの演出などもあったようですが、スタジアム内の音が外に届かない。そうした意味での一体感も欲しい。外にステージをつくるとか、そうしたことは考えていますか？

中井川

A.昨年の終わりにパフォーマンス大会をやったが、そうした場を毎回毎回やっていくという考え方はあると思います。できる方向を探っていきます。

佐々木(運営グループマネージャー)

A.音に関しては、注意喚起のアナウンスなど、中と外では分離させなければならないこともあるが、そうしたことを考えることは大事だと思います。その上では、スタジアム内外の一体感を味わうためには、音だけでなく演出についても考えて工夫する必要があると思います。

米沢市 男性

Q.ここ数年の外人選手が使えない、ユースからトップチームへ昇格する選手がいない理由をお願いします。

中井川

A.まず、外国人選手に関しては、調査がまだまだできていない点があると思います。代理人などとの関係性を強くして、チームに合わなければ、別の選手に交換できるようなシステムづくりをしていきたいと考えています。

ユースについてですが、やっと様々な外的要因が揃ってきました。

ここ数年も候補者がいましたが、J1 という舞台で闘わせるにはまだまだ難しいと判断しました。候補者の選手は関東大学リーグに所属する大学を紹介して、その後の成長を見ていくシステムを作りましたので今後も調査していきます。今年については雲仙キャンプに 2 名のユース選手を参加させその後も積極的にトップチームの練習に参加させて成長を見ていきます。

男性

Q.ありがとうございます。監督などにとっては獲得選手が不満なのでは？

中井川

A.スタッフ、選手については、正直お金だけではないという部分があります。

選手達には「このままで成長が出来るのか？」というような相談を受けますが、あとは選手達の気持ち次第です。今年、J2 への降格という状況になったが、ほとんどの選手が残ってくれました。中には他のチームに声をかけられても、残ってくれた選手も実際にいます。監督には監督オファーの時点から選手編成の話をして進めてきています。

山形市 男性

Q.社団法人について、わからないことが多い。

HP などでの開示してほしい。

中井川

A.社団法人にあっても営利目的の事業ができます。

そうしたことが判るものを公開します。

男性

Q.また、自治体との連携をしているとあるが、イベントやお祭りを誘致できないか？

中井川

A.市町村にはそうしたお願いもできるのではないかと考えています。

山形市 男性

Q.2008 年までサテライトがあって、小真木(鶴岡市小真木原陸上競技場)に 2,000 人ぐらい集まったこともあった。

2010 年は尻すぼみとなりましたが、MCL(みちのくチャレンジリーグ)があった。現在はそうしたことも無いので、ちゃんとした練習試合ができていないのではないかと

様々な場所で練習試合を組んでほしい。

中井川

A.クラブとしては練習試合の数を増やしたいと考えています。しかし、そこには対戦相手の事も絡んできます。

例えば、地理的な問題があります。しかし鶴岡であれば、アルビレックス新潟やブラウブリッツ秋田との練習試合を組むことが出来るかもしれないし、今年は米沢に人工芝のグラウンドが出来るということもあるので、福島ユナイテッドと練習試合を組むということもできるかもしれないと考えています。

山形市 男性

Q.ピッチが近いスタジアムを観てきた。正直、座席の増設というような余計な所にお金を使わないで、ぜひ、山形にサッカー専用スタジアムを作って欲しいのですが、そうした動きはないのでしょうか？

高橋

A.この質問については、立場を変えてお話ししないといけないのですが、以前、山形に W 杯を誘致しようという

動きが出た時に、県議会などで議論には上りました。しかし、実際にはまだ無いというのが現状です。これまでも工夫してやっていますが、これからみなさんの意見が積み上がってくる中で、そうした声が出てくるのかもしれないと思っています。相当大きな話なので、慎重な議論が必要になると思います。今後、スポーツ基本法や、振興計画が出てきますので、そうした中に皆さん方の意見として声をあげていただければと思います。

東根市 男性

Q.新理事長の話は進んでいるのか？

高橋

A.大事な話ですので、いろんな可能性を探っているのが現状です。

県民の皆さまから支えてもらっているということを重ねて受け止めておりますし、公益社団法人への移行時期ということもあり、今週 19 日に総会・理事会があるのですが、その場で提案することが出来ないことが大変心苦しく思っています。現状としては 3 月の段階までかかるのではないかと考えています。

年度が始まる前に新体制を決めたかったが、理事の皆さまなどにもご意見を頂きながら、いろんな可能性を探っていきたいと思っています。

米沢市 女性

Q.まず、オーロラビジョンについて、欠けが見られると士気が削がれるので、何とかしてほしい。

中井川

A.現在、工事が進められており、ホーム開幕に合わせて新しいビジョンが入る予定となっております。

女性

Q.ありがとうございます。チケットの買い方がわからないという人が多いので、チケットの手売りというのは可能なのでしょうか？

中井川

A.金銭の授受などいろんな問題があるが、できないことではないので、方法を考えてみたいと思います。

女性

Q.また、練習試合などの時にチケットを買いに行こうとすると事務所が閉まっていたりします。せっかくですので、そうしたときにチケットの販売などをしないのでしょうか？

中井川

A.事務所運営の体制を考えてみます。

女性

Q.あと、やはり皆さんはサービス業だと思うのですが、職員の皆さんに笑顔がないと思います。もっと笑顔を見せてほしい。

中井川

A.先ほどのご説明の中で「サービス」「スピード」「セーフティー」の《3S》を実践していきますとお話させていただきましたが、訂正いたします。それにもう一つ、「スマイル」というのを足させていただいて、《4S》という事で実践していきます。

山形市 男性

Q.先ほどの資料で観客動員目標数が 6,500 人となっていました。もっと多くできないもののでしょうか？

中井川

A.予算ベースと言うことですので、もちろんそれ以上を狙っています。先ほどお話しさせていただきましたキーとなる 4 試合が 1 万人を超えれば、7,000 人を超えていくと思います。

Q.中長期的にセカンドチームをつくって強化をしてほしい。

中井川

A.セカンドチームについてはジェフユナイテッド千葉が最近まで持っていましたが、撤退しました。こうしたチームを持つには、財政面や様々な要因があります。総合した考えを集約すると、現段階では難しいと言わざるを得ないと思います。

山形市 男性

Q.スポンサー離れとありましたが、現状維持の方法について教えてください。

中井川

A.現在、スポンサーについては悪い状況ではありません。それは、ある程度早期にお願いに伺ったりした成果もあると思います。現状維持するには新規スポンサーの取り込みも必要です、すでに新しいスポンサー候補にも営業を開始しています。

男性

Q.経営赤字の原因と解消の方法を教えてください。また、債務超過が解消できなかった場合どうするのか。

中井川

A.予算立案の時期や見込みの甘さ等にも問題がありました。今年度予算立案を早く行いました。債務超過については、クラブライセンス制度が始まるので、解消することは必須条件となってきます。

多賀城市 男性

Q.試合日の列整理について。7:30 の列整理をなくしてほしい。駐車場開門の 5:00～列整理の 7:30 までの間が辛い。

佐々木(運営グループマネージャー)

A.様々なご意見をいただいておりますが、システムの変更は考えています。運動公園の時間など、横入りされないように、というような様々な要因などを考えながら、2 月には方法をお話しできると思いますので、御納得いただく方法を探っていきたいと思います。

山形市 男性

Q.新規スポンサーの獲得について、教えてください。

中井川

A.先ほど話をさせていただいたとおり情報を早く取り込み、ターゲットを絞り、訪問回数を増やして営業活動をすでに実施しています。現段階で実績が出ている部分もありますが、もっと回る必要があると思っております。

男性

Q.印刷物についてですが、いつも「いい紙を使っているな」と感じますが、立派な印刷物である必要は無い。そうした部分から節約やエコに対する考え方を教えていただきたい。

中井川

A.クラブとしてどうエコ活動に取り組むか、スタジアムのエコ活動をどう実施していくかということを具体的に考えているところです。特にエコスタジアムという観点での活動については今、準備を進めているので近いうちお話しできると思います。

男性

Q.なでしこのブームに乗って、モンテディオ山形レディースの準備もしてほしい。

中井川

A.現段階では難しいが、様々な関連団体との連携の上で、徐々に考えていければと思います。

男性

Q.集客が少なかった要因を教えてください。

中井川

A.日程変更や天候やチームが勝てないなど、様々な要因があると思います。また、試合日やイベントのPRなどの告知が遅かったり、足りなかったりした所にも問題があったと思っています。

男性

Q.様々なイベントを実施していることは知っています。ただ、どうしてもPRが足りないと思います。あと、天候という話がありましたが、そこに対する対策をしてほしい。サッカーが好きになると、試合もそうですが「あのスタジアムに行きたい！」と考える部分も出てくる。

J1、J2に限らず、選手達、サポーターがスタジアムに来たいという環境にして欲しい。

中井川

A.天候にも工夫をする方法を探っていきたいと思います。

山形市 男性

Q.実施しているリボンマグネットの説明が、現在は駅伝や介護予防事業も入っているというような説明だが、モンテディオ山形だけに使っていただきたい。

中井川

A.リボンマグネットについては、強化費に限定して使わせていただくことにします。

男性

Q.また、今回発言した人間以外にも、質問を送った方がいると思います。そうした意見に対する議事録での開示を求めます。

中井川

A.ホームページにて開示する議事録へ、そちらの内容も盛り込ませていただきます。

山形市 男性

Q.理事会で業務を執行していると思いますが、現在の理事会の面々を見ると山形県内の有力者にしか過ぎないと思え、正常な理事会が開催できているのか、甚だ疑問です。常勤の理事は常務理事しかいないので、専務理事を増やすなどして正常な理事会の形を求めます。

高橋

A.理事会の中で、皆さんからいただいた貴重な意見も含めて議論していきたいと思っています。

男性

Q.また、サポーターの意見をクラブにもっと伝わるようにサポーター担当マネージャーのような部署を設けてほしい。

中井川

A.そうした窓口を設けることは可能であると思うので検討します。

男性

Q.昨年の赤字について、私が試算した予算によりますと、入場料収入に限って単純計算すると1億3千万円もの赤字があると出たのですが、いかがでしょうか？

中井川

A.おっしゃった意見程の赤字はございません。十分に返済していける額であると思っています。

天童市 男性

Q.メディア露出を増やしてほしい。そうしたことが難しいのであれば、例えば YTS(山形テレビ)の選手紹介 CM に試合日程を入れるなど、もっと工夫をして欲しい。

中井川

A.そうした事は、こちらとしてもやっていきたいことですので、関係各所と調整していきたいと考えています。また、その他メディアの番組なども計画的に申し入れしながら、積極的にチャレンジしていきたいと思います。

※ 事前にメールにて頂きましたご質問につきましては、現在内容を精査中です。  
準備ができ次第、オフィシャルホームページにて開示致します。

以 上