

「2019 サポーターズカンファレンス」事前質問・要望事項に対する回答と当日議事録

□2019 サポーターズカンファレンス概要

日 時： 2019年2月9日(土)13:30～16:00

場 所： ユアテックススタジアム仙台 インタビュールーム

ゲ ス ト： (株)ベガルタ仙台 西川社長、菊池専務、坪佐事業本部長、辻上運営・地域連携本部長、
丹治強化育成本部長、齋藤レディース特任部長

出 席： サポーター 60名

事務局： 市民後援会 運営委員、アシストスタッフ

司 会： 市民後援会 理事長 佐々木

番号の後は事前にいただいた質問・要望事項です。

また、・で始まる質問・要望事項はその前の数字で始まる質問・要望事項に関連するものです。

サポーターズカンファレンス当日の回答や関連質問とその回答は**赤字**としました。

当日扱わなかった質問・要望事項に対するベガルタ仙台からの回答は**青字**としました。

サポーターズカンファレンス当日の進行順に事前質問・要望事項を並び替えています。

□当日の回答と後日ベガルタ仙台からの回答

Ⅱ. チーム強化・アカデミー

A シーズンの戦い

3. 昨シーズンの戦績について、どう評価しているか。特に課題を明確にして欲しい。(経営として、強化として)

B 今シーズンの戦い

4. 今シーズンのチームの戦い方や目標などを教えて欲しい。
 - ・昨シーズンの戦い方の課題を克服するために、どういう考え方で補強を行ったのか。
 - ・補強方針に基づいて、獲得した主たる選手について獲得理由を聞きたい。
 - ・今シーズンの戦い方として、サポーターにここに注目して欲しいというところは何か。
5. 今シーズンより外国人出場枠が増え、チームによっては多くの外国人を登録している。ベガルタは2名だけである。補強含めて外国人枠の考え方を教えて欲しい。
6. 「ホームグロウン制度」について、クラブの対応方針を聞かせて欲しい。

(以下、丹治強化育成本部長の回答)

昨シーズンはボールを動かし安定した戦いができる、サッカー的に成長してきているという点では評価できるが、終盤に勝ちきれなかったということがこの成績になったと思っている。ボールを動かせるようにはなったものの、相手がブロックを組んでしまうとなかなかゴールを奪えず、ゴール前の攻防が少なかったことが課題としてある。もちろん失点が多かったこともあるが、今年は改善していきたいと思う。

それから、最後まで走り切る強さをチームとして取り入れたいと思い、チーム編成を行っている。

以上を踏まえて今年どうしたのかというと、走り切るという部分ではフィジカルコーチを変えた。キャンプで見せてもちょっとずつ走り出す一步に力強さが出てきたと思う。もちろんこのキャンプだけでは完成しないが、年間を通じてそういうトレーニングをし、力強い、タフな仙台というものを表現していきたい。

先ほどから申し上げている通り、ボールを動かすようになったというのは非常に良いが、その分カウンターが少なく、遅攻になって崩しきれない部分があったと思うので、カウンターで飛び出すこともやっていければと思う。

ゴールを奪うという意味では、中央でコンビネーションを組んで奪いたいという気持ちはあるが、それだけでは当然無理なので、クロスなどバリエーションをつけられればと思う。そういった意味で長沢を獲得し、ボールを動かすという意味で松下を獲得した。

中盤のダイナモ的存在として兵藤を獲得した。

また、シマオは対人が非常に強い選手なので、最後守り切るといふ部分や、相手に力強い外国人 FW がいた場合に、力負けしないようにという意味で獲得した。

ウィングバックとしては、アップダウン、ハードワークができる選手を獲得した。

これだけ選手が入れ替わった中でチームを作り上げているところだが、日に日に連携が良くなってきたと感じており、何よりも競争力が高まっていることに期待していきたい。

申し訳ないが、皆さまが思うような他クラブで主力として活躍している選手を連れてこれられないという現状がある。僕の考えとしては、他クラブでくすぶっている選手や出場機会に恵まれない選手が、仙台で輝きたい、チャレンジしたいという思いでいてくれる方が心強いと思っている。

外国人枠の件はチーム編成の予算の中で、なかなか外国人を雇えるクラブではないというのが現実である。逆に、その分日本人でやるということがあっていいと思っている。外国人が多くいるのがよいという面もあるが、日本人でやるのもよいと思っている。

ホームグロウン制度に関して、今年J1クラブは2名ということになる。我々のクラブで対象となる選手は、富田、関口、椎橋、常田、道渕ということになり、数字の上ではクリアしているが、基本的にはアカデミーの充実が今後重要になる。

アカデミーから選手が上がってくるのが一番と考えているが、高卒の選手を獲得し、3年と時間はかかるがそういうことも踏まえて今年高卒2名を獲得している。

(西川社長の補足説明)

3番の質問には経営として、と書いてあったので少し補足する。

昨シーズンは戦い方やサッカーの内容は確実によくなってきており、グッズ販売や集客にも影響し、一定の成果があった。最終盤で失速したこともあり、その点では残念だったが、天皇杯で準優勝したことは想定以上に追い風になっており、各地での営業活動の際にベガルタの知名度が上がっていることをお答えしておきたい。

<当日追加質問>

海外移籍した選手について、板倉選手の連帯貢献金について申請したかどうか、西村選手については富山一高にも連帯貢献金の申請の権限があると思うが、金銭トラブルになりかねないので通達をしているかどうか確認したい。

トラブルは起きない。

7. 中断期間があると、それ以後の試合では結果が出ない。たとえば、いわき FC(フィジカル強化、TV でも取り上げられている)やホンダ FC(J2 クラスの実力)と対戦できないか。

検討する。

C 若手育成

8. トップチームの若手育成はどのような考えをもっているのか。

若手育成は新卒で入ってきた選手がチームの軸になっていくのが理想である。それでチームが安定する。チームの幹、ベースはそういう選手たちで安定したチーム作りができるものと思っている。過去では、梁や菅井や富田などが頑張ってくれたことで今こうしてやっていけていると思う。

今後は椎橋や永戸などが軸になっていって欲しい。

D アカデミー

9. アカデミーでは4種・3種でいい人材を発掘したとしても、高体連に流出するということが続いている。対策等は考えているのか。また、ジュニアユースの現在の3年生が、夏の大会が終わった時点で他中学に転出する事態が発生しているが、どのような原因が考えられるか。(ジュニアユースで3年間フルに活動しないと、A契約例外枠に入らない、つまり今回転出した3年生は(現在の規定では)A契約例外枠に入らない、という認識は合っているか)

現状それは事実なので否定するものではない。

ではどうすればいいのかというとアカデミーの充実になる。環境や、チーム力・成績、指導をもっともっとレベルアップ

していかないといけないと考えている。アカデミーでのフィロソフィーはどこでも通用する選手・人を育てるということを目指している。一番は育てた選手がトップチームに上がり、ユアスタで躍動感をもって戦っているのがよいが、なかなかそうならないこともある。しかし道淵のようにユースからトップに上がれず大学に進み、そこから甲府に行くという成長過程の中で戻ってくるパターンもある。これも一例だと思っている。まずはアカデミーの充実を日々取り組んでいきたい。

()書きでA契約の枠外という質問があるが、基本は3年在籍になっている。2年1か月以上いけば3年とみなすので、そういう選手は枠外の適用になる。

10. プリンスリーグの試合で、「見られる」「観戦しやすい」環境を作って欲しい。コスト面等の問題はあってもよいが、全試合でなくてもよいのでユタスタ、宮城県サッカー場等、スタンドのある環境での開催を検討して欲しい。

大変申し訳ないが、現状なかなか他の会場でやるのが難しい。もちろんコスト面の問題もあるが、日程が出てからグラウンドを押さえる際に、日程が出てくるのが遅いため、すでにグラウンドが押さえられていることが一つの原因である。よりよい環境での観戦という意味では他の会場での開催もあるが、例えばパークタウンでやる際にジュニアユースの子ども達がユースのプリンスリーグのボールボーイをやってということでクラブとしてはいいこともある。今年も去年までと同じ形になると思っている。

D 練習場

77. ホームページだけでの発信ではなく、紫山練習場の現場に『関係者以外駐車場禁止』や『ファンサービスは受けられない』等の表示をハッキリとお願いしたい。また、地図などで【サポーター用の駐車場の場所】の表示も欲しい。知らずに来ているサポーターがいると感じている。

告知は前向きに検討する。言われてみればそうだと感じるので対応させていただきたい。

78. ボールを使っての対人練習(紅白戦も含む)になった際、「ストッキングを上げない、すね当てを着けない」でやっている選手が見受けられるが、それで本気の練習ができるのだろうか。小さなお子さんの手本となって欲しいと考えている。

今年はルールとしてすね当てをすることになっているので、このような意見がなくなるとしている。

79. 泉サッカー場(西側も東側も)の北側ネット際での小さな子への注意喚起は、西側だったら北側ネット際の通路の中に入った場合や東側なら近づき過ぎる場合は、行って欲しい。

注意喚起をしていく。警備員は予算上つけられない。

I. 25周年

1. 昨年、ユアテックススタジアム仙台改善案(後援会注:2018年9月19日仙台市へ提出)を出している。当然費用面の問題があるとは思いますが、実施時期及び実施可能性を聞きたい。

(以下、辻上運営・地域連携本部長の回答)

ユアテックススタジアム改善案は昨年9月に仙台市に提出している。計55項目あり、リリースでは主な12項目を発表している。各項目は協議中でまだ回答をいただけていない。55項目中のユアスタのピッチの利用に関しては今シーズンの開幕戦からいくつか実現する回答を得た。例えば、昨年から考慮いただいているが、以前前座試合は延岡の子どもたちが来場した夏の1回に限っていたものを昨年は計5回行った。昨年ルール規約に基づき緩和していただいたのは試合前ピッチ内ウォーミングアップで、以前より5分ぐらい長く使用させていただいた。今シーズンは更に少し長めにピッチ内ウォーミングアップできるような話をいただいている。従来、試合中ベンチの両サイドにある人工芝で選手たちがウォーミングアップしている場所をゴール裏の天然芝の部分で利用できるよう調整中である。以上3点は今シーズンこちらの要望を実現していただける動きである。

2. 25周年記念イベントなどはあるのか。松本零士さんとのコラボはどの程度まで進んでいるのか。

松本零士先生とのコラボはすでに年間チケットを購入いただいた方には松本零士さんの伊達政宗をモチーフにした

特典が付属品となっている。スポンサーである「雪の松島」の酒蔵では同キャラクターのマスコットを使ったラベルの酒を販売している。開幕戦ではいくつか伊達政宗のグッズを用意している。グッズは事業本部長の坪佐が取り組んでいる。イベントについても交渉中で春に松本零士先生をお呼びできる予定である。どんなイベントにするのか、復興ライブも先生にまつわるアーティストの方をお呼びして盛り上げたいと考えている。複合的にイベントを展開する予定なので、発表までもうしばらく待っていただきたい。

Ⅲ. 試合運営・サポーター対応

A サポーター

11. 待機列のシート貼りにおいて、1枚のシートに対し10～40人もの「横入り」がある。よそのスタジアムではこの「横入り」は明確にルール違反とされているが、ベガルタでは許容しているのか。大規模な「横入り」を防ぐためにも、シートの大きさ、あるいは養生テープの枠の長さを限定して欲しい。

待機列のシート貼り1枚のシートの人数はクラブとして明確にルール化していない。クラブ創立25周年となるが、待機列のルールはその都度少しずつ改善してきていると思う。運営という立場で抜本的に皆さまが作り上げてきた文化を変えることは考えていない。サポーター同士で声がけがいたり、マナーとルールを遵守しながら、皆さまのルールもあるので、クラブとしては尊重しながら見守っていききたい。しかし、現場において1枚のシートの人数をカウントするのはなかなか難しいが、サポーター同士で問題に対応する際にクラブも第3者として入って問題解決に努めていきたいと考えている。ご意見がある場合にはクラブにも連絡いただき、話し合いで解決できればと思っている。サポーターとクラブとの連携において今後より一層コミュニケーションとすることで解決できればと考えているので、ご意見をいただきたい。

12. 初めて来場する方へのサポートを厚くお願いしたい。特にサポ自などは立つエリアと座るエリアがなんとなく分かれていて初めて来る方には全く分からない。コンシェルジュのような方を配置してはどうか。

サポ自は立って熱く応援されている方が多いエリアである。一方で左右のコーナー付近に座っている方もいらっしゃる。クラブとしては警備員やゲートにいるボランティアにご案内ができるように働きかけて、係員においては指導を行っていききたい。お困りの方がいらっしゃったら声がけがいただければと思っている。

13. 去年のホーム最終戦で一部サポーターによる監督選手に対する怒鳴り込みがあったが、監督選手のサポートはできていたのか。なぜ運営は止めなかったのか？個人が動いている事なので限度もあるが中心となっているサポーターと連携できないのか。

クラブの当時の運営担当や警備の責任者にも確認したが、この事例をクラブとして把握していない。大きな事例であれば把握していないことは反省すべきであると考えている。大きな事例の場合はその後問い合わせがあるが、クラブには連絡がなく把握できていない。

※マイナビベガルタ仙台レディースの試合で発生した事象であるかもしれないと、クラブの中で話があった。

14. トップでの試合は勿論、レディースの試合でも通路による立見が増えている。指定席なのに立見する人や通路に荷物を置いて観戦している人もいるので、「通路による立見はご遠慮下さい」の貼紙や場内アナウンスが欲しい。

指定席での立見や通路に荷物を置いての観戦への告知はしていきたい。警備員や係員から声がけすることを徹底し、改善するように努める。

15. サポ自の席取が酷い。何らかの対策を早急に検討して欲しい。また、通路の手すりにタオルマフラーを巻き付けて応援は通路が歩きにくく消防法的にどうなのか。

昨年の最終戦など完売近い試合では、過度な席取りをしないよう入場ゲートやコンコースで告知した。

スタンド内でも過度な席取りに対して、声がけや範囲の縮小を実施した。

今後もルールの遵守とモラルを告知し、ビジョン告知、警備、係員に徹底するようにする。

16. 応援の中心部から隣のブロックの自由席にいるが、暑くなると中心部から水かけが始まる。水をかけられて衣類がビジャビジャになり、非常に迷惑している。あの行為はクラブで容認しているものなのか。また、大きな旗振りで視界がゼロになることも相変わらずある。

クラブの基本スタンスとして、応援スタイルはサポーターとともに創りあげていくもので、細部に多くの制限を設けることは好ましくないと考え、新たな試みについても周囲の方々の一定の理解を得た上で実施を要求した。

「旗」については、昨シーズンの開幕戦前にサポーターの代表が開門前の待機列にて全体の声かけを実施、また試合中の振るタイミングや振っていないときのたたみ方などについても彼らなりの配慮をしており、クラブとしては現時点で一定の理解を得ていると認識している。

「水かけ」については 25℃近い夏日が想定される中、彼らなりに熱中症対策も兼ねて実施したとのこと。事前の周知も行い、水濡れ防止用に袋を購入して希望者に配布した。周囲に配慮してビニール袋を配布した。

より良い応援スタイルとスタジアムの雰囲気づくりに向けて、サポーター間でもコミュニケーションをとるように注意した。

問題があった場合、その場で警備、係員や社員に伝えてほしい。

B アウェイサポーター

17. 昨シーズンのホーム浦和戦に関して

- ・報道によると、ベガルタよりレッズに対して抗議を行ったとのことだが、実際に行ったのか。また、それに対してどのような回答があったのか。
- ・ホーム浦和戦試合直後の浦和選手の浦和側への挨拶は、アウェイ側自由席とアウェイ側指定席だけしか許されていないと思うのだが、このところ続けて、自由席の前を通り、バック側指定(A バック指定南と S バック指定の南寄り)南側まで、浦和のスタッフが導いて挨拶に行っている。どう対処するつもりなのか
- ・主に浦和戦で起きたトラブル(復興ライブ、VIP 席)の教訓として以下を提案する。
→スタジアムDJにキックオフ時間(分単位まで)とイベントの時間をイベント間のインターバルに繰り返し告知させる。また、相手チームにアップ開始時刻を正確に伝える。

日程発表の際、13時05分キックオフにてホームページで案内していたため、誤解が生じてしまったことは反省している。

キックオフ時刻については告知時刻の他に中継との話し合いの上で決まる実蹴り時刻があり、浦和戦当日は、13時10分で予定通りキックオフした。復興ライブは、12時28分には終了した。浦和の応援開始は12時25分30秒。ウォーミングアップについても12時30分に対して予定通り開始している。ウォーミングアップ、およびキックオフ時刻はビジターチームへ毎試合事前に告知した。

その後の鳥栖戦、鹿島戦ではオフィシャルホームページでの告知についてキックオフ時刻を実蹴り時間で入れることで対策している。

- ・なぜ浦和戦の復興ライブをあ的位置で行ったのか疑問に感じた(鹿島戦ではピッチ中央で行なった。浦和戦でもピッチ中央でやればよかった)。また、浦和サポーターのライブ中の振る舞いについて試合後浦和側に抗議をしたとのことだが、スケジュール管理の杜撰さ、浦和サポーター無視とも取れる吹奏楽部の位置もあり、むしろ仙台側の問題がクローズアップされた。相手が悪いとしても、不備を突っ込まれることのない運営をすべきである。

過去はメイン向きだったが、当時は一番来場者が多いところに向けて実施をしたく位置を調整したが、浦和戦の入りや聞く側の気持ちを考えたときに中央で実施することも検討はしていた。鳥栖戦、鹿島戦では中央で実施した。

復興ライブに関わる質問から回答する。文面ではなく口頭で抗議した。当クラブの試合運営担当が、復興ライブ終了直後に浦和レッズの運営担当に演奏中に応援するのはいかがなものか、という話をしている。

もう1回試合後に改めて両クラブの運営担当同士と当クラブのホームタウン課の担当で復興ライブの趣旨・意義を浦和運営担当に説明した上で、モラルに訴えかける話をした。浦和の運営担当は全て把握してなかったもので、その場での回答はなかった。当日の状況と復興ライブの趣旨は理解いただいている。

この試合においてウォーミングアップ時間のスタートは両チームとも12時30分スタートであった。復興ライブは2分前の12時28分に終了していた。

浦和サポーターの応援開始は演奏中の12時25分前後のタイミングであった。SNS上などでいろいろな情報が飛び交っているが、ウォーミングアップがスタートする時間より前に復興ライブは終了している。予定は前後するものであり、復興ライブの終了予定時間は26分とか27分を想定していたので1分少々押したのは事実である。

しかし、ウォーミングアップ時間には被っていないので、当クラブとしては時間通りの運営で適切だったと考えている。キックオフが13時05分だったのに、13時10分ではなかったかという議論があった。13時05分はJリーグが試合時間を発表したときの時間である。この試合はDAZNだけでなくNHK仙台のテレビ中継があり、テレビ局と協議して13時10分キックオフと決まっていた。両チームともその時間は確認している。ホームページ上の試合イベントをお知らせする

案内のキックオフ時間が 13 時 05 分になっていた。この間違いがもとで誤解が生じたとみており反省している。

実際にキックオフ時間 13 時 10 分に関して遅れはなかった。情報が拡散される中でいろいろな見解があったかと思うが、以上がクラブとして確認した正確な情報であると報告する。ホームページ上で案内のキックオフ時間が 13 時 10 分でなかったことに関してはクラブとして反省し、今シーズンはそういったことがないように情報提供していく。

<当日追加質問>

開幕戦が浦和である。イベントがこのとき以上に多くあるので徹底していただきたいのと、監督がアウェイの座席を狭くみたいなことを言ったら、じゃあ南エリアを買い占めちゃうぞ、みたいなことを言っているのを聞いて、きっちりやっていただければと思う。

監督の発言を受けて SNS 上でいろいろあったことを確認している。ベガルタサポーターの一部の方は心配していただいてクラブにも情報を提供いただいた。クラブとしては現在開幕戦を迎えるにあたってきちっとした警備態勢と運営態勢を構築すべく関係各所に相談したり、実際に策を講じるべく検討しているところである。自主警備をしっかりとすることが大事なので泉中央駅からの導線、例えば七北田公園に入る交差点、七十七銀行とファミリーマートのあるところ、泉警察署があるところにも、従来警備員等々は配置していないが、今回は配置してスムーズな案内、北エントランスでの両チームのサポーターの混在、バッティングを極力を減らす運営方針で実施する予定である。一方で浦和サポーターの方にも指定席を買われる方がおり全く混在しない環境は作れないと思うが、当日は 20 名から 30 名の警備員も増員する予定であり、人海戦術も含めて対策を打っているところである。

泉警察署にも相談させていただき、警察の観点から警備についてアドバイスをいただいている。よって可能な限り想定されるトラブルを防ぐべく年明けから手を打っているのご承知おきいただきたい。

<当日追加質問>

浦和サポーターが指定席を買い、混在しないことはないと言われたが、はっきりこの席でユニフォームを着てはだめだ、この席はユニフォームを着られるというアナウンスをしてないと思う。調べたが、浦和ではアウェイのユニフォームを着られる席は S 指定、仙台でいう SS 席と、メインアッパー指定、仙台でいう SS 席の上の方と、ビジター指定とビジター自由、これしかない。そこで脱げと言われれば脱がざるをえない。仙台ははっきりここはだめということを出すべきだと思うし、他の Jリーグのチームでも指定席はアウェイ寄りしか着られません、というアナウンスをホームページ上でしており、なおかつ脱がせる時もありますというアナウンスもしている。はっきりしたほうがいいと思う。

当クラブでのホームページ上で試合の状況、試合運営においてアウェイサポーターがアウェイのユニフォームを着用した場合に脱いでいただく対応をするという案内をしている。

実際に過去に警備員・当クラブのセキュリティ担当が、現地に行って相手アウェイサポーターを説得した上でレプリカ等々の着用をお断りし脱いでいただいたケースもある。席移動もお願いして移動をしていただいたこともある。

いろいろなスタジアムの考え方、クラブの考え方があると思っている。全てのスタジアムの構造が一緒でもないし、我々もアウェイの試合に行くが実際にそのようなルールのないスタジアムもある。比較的そのようなことに関して柔軟な対応をするクラブもあり、ベガルタは現在私の考え方としてはできる限り全方位外交で実施したいと考えている。もちろんトラブルに関わるというような状況下になれば情報が入ってくるので、その都度対応し迅速に進めていきたい。

コンコースの封鎖をするべきだといった意見があったり、コンコースを開放するべきだといった意見があったり、皆さまざまなおのの見解が違うと思っている。同様にクラブそれぞれの個性、考え方があってそれぞれ見解が違うと思う。先ほど申し上げた通り、当クラブの場合は Wi-Fi をはじめ、25 周年のプロジェクトもあり、復興を目指したライブ、イベントも多数実施している。イベントスペースが北エントランスになってしまうので一定程度コンコースを開放するという措置も昨年、一昨年くらいから状況を見て、対戦相手を見て実施している。しかし、アウェイサポーターの状況やアウェイチームの要望において全く解放せずコンコースを封鎖する場合もあり、常時状況を見ながら対応していきたい。

大変貴重なご意見をいただいたので、今後クラブとして運営する中で今のお話のようなことが必要であればルールを決めていくべきだと思うし、一つの意見として受け止めながら今シーズン運営を行い、来年以降の運営に取りかかる中で様々なご意見を聞きながら検討したいと思っている。

<当日追加質問>

見た限りでは 12 時 25 分に西川選手とかキーパーの選手が一瞬出てきた感じがした。それで浦和のサポーターに火を付けてしまったのかなという展開があり、確認をしておきたいところである。おそらくそれが原因。

少し始めようとしたところをうちの警備だとか担当が制止していると思う。しかし、視覚的には浦和サポーターに少し見えた可能性はあると思う。

<当日追加質問>

それで火が付いたのが今回の原因、トラブルの一つの原因かなと思う。個人的に思うのは VPORT をアウェイチームは見ない。私が逆に鹿島などに行っても相手チームのマッチデープログラムにはあまり興味ないので。多分キックオフ時間が 13 時 10 分だとか相手も理解しないと思う。口頭で「本日のキックオフ時間は 13 時 10 分です」とか「13 時 03 分です」とか実際のキックオフ時間のアナウンスを入れたり、イベントはこの時間から始まります、と通達しないと多分相手もわからないと思う。スタジアム DJ に 13 時 3 分ですとか 13 時 5 分ですとアナウンスさせることもお願いしたい。

承知した。トラブルを軽減できるのであれば今のお話はごもっともだと思うので、アナウンスをいれる、もしくは大型ビジョンで告知することを実現していきたい。13 時 10 分というところは VPORT だけではなくてホームページ等々でも試合告知している時にお知らせしているところである。

VPORT はなかなかアウェイのサポーターは見ないかもしれないが、アウェイのサポーターの多くは当該試合のホームチームのホームページを見たりするので、時間設定をきちんとお知らせしたい。

<当日追加質問>

相手のチームのユニフォームを着てという意見がありました。賛否両論あると思いきなり大きな声で言うことでもないが、私もアウェイに行ってみて指定席でベガルタのユニフォーム着ている人もいます。私個人の意見としては指定席で相手のチームのユニフォーム着ていても問題ないと思っている。正直アウェイ側にいっぱい来てくれるので私の中では埋まらなくてガラガラよりはアウェイサポーターでもいっぱい来てもらって満員のユアスタにしたほうが盛り上がるし、スタジアムの雰囲気もよくなると思っている。私の中では厳しくするよりはもう少し寛容なスタジアムでアウェイサポーターにも人気になるようなスタジアム作りをしてもらったほうがいいかなと思う。

先ほどのお話と今のご意見と、良い意味でどうバランスを取るかだと思う。様々なご意見をいただき全てを網羅するのは非常に難しい。ご意見に対して、勤勉でありたいし、できる限りの誠意を尽くして対応していきたいと思っている。クラブとしての指針、クラブとしての方向性を打ち出す必要もあると思う。

18. コンコースのアウェイサポーターへの開放は、過去に問題になったチーム以外は売店売り上げアップも見込めるので開放可能にしてはどうか。

18 シーズンの全開放については 3 試合(川崎、長崎、ルヴァン FC 東京)、メイン側開放は 13 試合実施した。トラブルは自クラブサポーターが発端で起こるケースだけではないので、相手がどういう状況であるか判断し、「セキュリティは究極の観客サービス」の精神のもと、ビジター運営担当の理解を得て今シーズンも実施予定である。

19. ホームゲーム時、アウェイサポーターが、アウェイ席以外でも、自分たちのユニフォームやタオルマフラー等を身に付けて堂々とスタンドで応援する姿が、ままた見受けられる。現状でも、警備員の皆さんがユニフォームを脱ぐよう促したり、席の移動をお願いしたりはしているが、それにも限界はあると考える。基本的にはアウェイサポーター個々人のマナーに頼らざるを得ない側面が大きいことは承知しているが、運営サイドとして、今以上の厳しい対応策を取ることはできないか。

ベガルタサポーターがアウェイの際に、メインやバックスタンドの指定席でベガルタのユニフォームを着用したサポーターも見かけており、実現できるか否かはあるが、今後も全方位外交を理想としたスタジアム運営を予定している。

ユニフォームを脱いでいただいているケース、ビジター自由席に移動いただいているケースもあり、アウェイでも脱がしていたり、していなかったりと Jリーグで統一されていない。

20. アウェイサポーター向けの北口からの案内板は簡素なわかりやすい表示が必要である。北側から坂道をおりて正面からビジターの待機列に向かっているアウェイサポーターが目につく。ユアスタ正面の警備の人は制止して公園の駐車場側に案内しているが、七北田公園駐車場側からは入れないようになっている。本来であれば北側から坂道を下る前から警備が気がついたら案内した方がよいと思う。

駐輪場が下にあることから七北田公園駐車場を規制ラインとし、そこから先は公園駐車場へ案内している。

本来であれば泉警察署の階段付近から公園へ案内をすべきであると考え対応した。

ただし、北エントランスでのイベント開催もあるため、そこからの導線として、サポーター同士が被らない導線を模索している。

D 試合前後イベント

21. 復興ライブは集客につながっているのか。そろそろ違うイベントで楽しみたい。
- ・松崎しげるさんの復興ライブは必要。
 - ・浅香唯さんを復興ライブにぜひ呼んでベガッ太さんとコラボして欲しい。

復興ライブが直接集客につながっているか否かということであれば、被災地の方々にドリームプロジェクトとして試合に招待しており、趣旨をご理解いただいたアーティストの方に来ていただいて数曲披露していただいている。披露していただいた曲についてはローカル FM 局を通じて被災地にお届けしている。したがって、復興ライブは集客につながる事業として展開されている訳ではない。

昨年の後半戦においては被災地の中学生の吹奏楽部に演奏していただいている。

松崎しげるさんについては、「不敗神話」もあり、また年末の毎日放送制作の「旅サラダ」では、ベガルタのプロモーションにもなるような番組を展開していただいた。今年もお呼びする試合が決定される予定。

浅香唯さんについては、ベガッ太限定になるので、もう少し幅広い層にお楽しみいただけるようなことを考えたい。

22. 試合に出ない選手がコンコースに顔を出してくれるのはとても嬉しいが、もっと分かりやすく知らせる事はできないか。(前日は選手がここに登場！当日に V-PORT で誰が来るか知らせる、など)

試合のイベントをホームページ等で告知している。

通常 2~3 日前であったり、個別に大きなイベントであれば 1 週間前であったり、イベントの大小で告知時期は違っているがお知らせをしている。

当日の選手誰がどこにいつ出演するかについては、VPORT 内で告知している。ただ、より伝わりやすいように都度改善していく。

<当日追加質問>

VPORT の接続がうまくいかないの、ドコモショップに言って相談したところ、利用者が多いのでつながりにくくなっているのではないか、と言われた。ある程度あきらめているが、VPORT でいろんなことが周知されているので、IT 弱者には縁がなくなるというのはいかがなものか。

抽選の当選者がいつも同じ、ということも言われているが、いかがか。

新シーズンを迎えるにあたり、電波の状況は再度確認させていただいた。つながりにくいという声も聞いており、都度対応してきていたので、解決できているものと思っている。開幕戦から Wi-Fi 利用のサポートの方たちを配置することになっている。

時代とともにデジタル化がフォーカスされており、リーグ、DAZN とのやりとり関係でデジタル化の義務付けられている面もある。

抽選での当選は、何らかの対応策を考えていきたいと思う。

<当日追加質問>

私も 2017 年末まで VPORT につながらなかった。

昨年の開幕戦に、大変優秀なドコモの方がおられて、とりあえず機内モードでつながりというやり方をしたところ、つながった。機種によっては、仲の良い電波を拾う癖があるとのことで、私は au だったのでとりあえず機内モードでつながりませんでした。つながらないという方にそれを教えたらかかなりの人がつながった。

それを教えていただければ、と思う。

告知させていただく。

23. ベガチアの卒業発表をしてはどうか。

例年、ホームゲーム最終戦を 1 年間のご来場、ご声援いただいたことへの御礼、並びにベガチアの Top のシーズンメンバーとしても最後のパフォーマンスとなるといった観点での演出をしている。(北エントランスでは MC で御礼)

具体的には、オールメンバーでのエントランスパフォーマンス、ビジョンで御礼映像演出を取り入れたパフォーマンス、ジュニアやユースも交えた演出などをしており、すでにそういった取り組みは実施している。

24. 近年、卓球やバドミントン等、試合を盛り上げるために様々な工夫が見られる。ユアスタでも、例えばプロジェクシ

ョンマッピングをやる等、ボルテージが上がる仕掛けをやるみてはどうか。

ユアスタの照明は水銀使用で、一度消してしまうと再度点灯に時間がかかるため困難である。スタジアム改善要望でLED化を模索中。

2018年4月14日川崎戦にて北エントランス及びコンコースで照明を使ったさくらの演出を実施した。北エントランスの木にピンクの照明で照らし、さくらの装いをすることやテントにさくらの苗木を立て、雰囲気を出せることは成功したが、コンコースのさくら照明については蛍光灯の明るさによって思うようにはいかず失敗であった。

25. 一つ一つのイベントが誰に向けて何を目的に運営しているのか見えない。サポーター、スポンサーに対する細かい分析がされているのか。

火気使用などでは開幕、絆いち、創立、収穫祭、最終戦(感謝など)のテーマを決めている。

復興支援試合、5月の子どもの日、夏休み企画、その都度テーマを決定し、チケット斡旋、招待なども連携。

イベントは、試合前後における楽しみの提供、スポンサー様のPR、タイムリーなクラブの情報発信、スポーツ振興、地域との連携、社会問題解決など、そのイベントやブースによって主旨は多岐にわたる。

内容を工夫しながらご提供していくのでそれぞれの目的をご理解いただき、ご自身が楽しめるイベントに参加いただきたい。

28. 北ゲートの飲食スペースにゴミ箱を設置して欲しい。

調整して実施する。

29. フォトスポットは1回目のみ案内していたがいつのまにか無くなった。アウェイサポーターはユアスタの看板やスタジアムを撮ったりしており、インスタ映えするベガッ太石像前はテントを移動するなど写真を撮れるようにする工夫が必要と考える。

フォトスポットの平台は、昨シーズン5試合程度で実施したが、利用実績が乏しく、活用されないため撤去した。

平台がなくとも、北ゲートのユアスタ電飾看板で撮影は可能であり、実際に撮影をされるファンサポーターが多かった。

出展社の数や北エントランスのスペース上、ベガッ太石造前にテントを出さざるを得ないため不可、ご理解いただきたい。

30. トイレの待機列最後尾がハーフタイム中などの混雑時に分かりづらいので改善をお願いしたい。

限られたトイレの個数の中、皆さまにはご不便おかけし申し訳ないが、現状を再度調査し、対応策を検討する。

31. 今年から始まる公共施設を全面禁煙について、Jリーグや仙台市から何か指示などはあったのか。対応策は考えているか。

Jリーグや仙台市からは特に指示は無し。

「改正健康増進法」が1月24日から一部施行される。

2019年1月24日一部施行①:国及び地方公共団体の責務等

2019年7月1日一部施行②:学校、病院、児童福祉施設等、行政機関は敷地内禁煙

2020年4月1日全面施行:上記以外の施設

仙台市公園課にも確認し、「仙台市受動喫煙防止対策ガイドライン」(平成26年3月策定)に従って、今後もユアスタスタジアム仙台の建物は屋内禁煙、外については受動喫煙防止のための配慮が必要としていることを確認した。

受動喫煙を極力防ぐべく、喫煙所の設置方法を模索してきたなかで、現在の場所へ設置し、日によっては風向きなどにもより、完全に防ぎきれないこともあるが、現状の分煙に対して一定の効果があると認識している。

当クラブが試合日に管理しているエリアを禁煙にした場合に、管理外の隣接した区域に喫煙者が多数固まり、今度は一般の方々へ迷惑をおかけしてしまう可能性があることを危惧している。

現状は今の体制で実施予定である。

F ビジョン活用

32. 順位表を表示して欲しい。試合の始まりや終わりに他会場の結果と共に今現在の順位表の表示をできないか。ライト層にはベガルタの順位が分かりやすいと思う。他チームでは実績がある。

試合前については告知させていただきたい。試合後は試合開始時間にばらつきがあり難しいと思う。

33. 試合中、相手チームの選手交代の IN・OUT を大型ビジョンに 5 秒間ほど表示して欲しい。他のスタジアムでは相手チームの交代でも IN・OUT の表示は最低限やっている。現状は大型ビジョンに映る選手名がパッと変わる瞬間を凝視しないと、誰が誰と交代したか見逃してしまう。

大型ビジョンで表示しているものの、短いかもしれないので長くするようにしたい。

<当日追加質問>

ビジョンの背番号の表示が「緑」で見えにくいので、色を変えていただきたい。

わかりやすい色を工夫したい。

<当日追加質問>

他会場の結果を出しているが、レディースの結果も出していただきたい。
ビジョンの一部欠けているので直してほしい。

レディースの結果も、可能であれば結果を表示したい。

ビジョンの穴抜けについては、スタジアムの改善案として、仙台市にお願いしている。

52. 昨年は、観戦アンケートがたびたびあったので、ファンが思いを伝えられる(会社にとっては、声に耳を傾ける)機会が増えたことはよかったと思う。ぜひ、今後ともそのような機会を上手に使用して、観客増や愛されるチーム作りに役立てて欲しい。カーサベガルタだけでなく、ユアスタにも目安箱を置いてはいいかがか。

観戦者アンケートは、Jリーグ主催のもの(対面・ONLINE)と市民後援会主催のものと年に少なくとも 3 回は実施している。積極的にアンケートに回答いただき、皆さまの声をお届けしてほしい。

また個別に社員、警備、係員を通じてご意見も届いている。

ベガルタ仙台のホームページの一番下左側にお問い合わせという項目があり、ここから試合の日に限らずいつでもご意見やお問い合わせをすることができるので活用してほしい。

V. 情報公開

A ホームページでの情報公開

61. LINE とホームページのニュースの使い分けはどのような意図をもって行っているのか。

ホームページのニュースはクラブのお知らせ全て、LINE のニュースはその時の重要なお知らせをピックアップして配信している。コントロールしないと皆さんにご迷惑をおかけすることになるので区別している。

62. スタジアムの写真撮影、動画撮影(試合前、試合中、試合後、あとスタジアムグルメの食レポも含む)をしているサポーターがいるが、どこまでがセーフでどこまでがアウトなのかをオフィシャルホームページなどで改めて掲載して頂きたい。

昨年も質問があったが、Jリーグの試合運営管理規定では動画、写真をインターネットに公開する行為は NG である。しかし、Jリーグとも相談して、皆さまが趣味の範囲で楽しむ限りは黙認している。SNS で静止画や多少の動画を使用する程度である。

ところが、その動画を販売したりすると、厳しく罰せられる。同時に試合の生配信等については注意していただきたい。

<当日追加質問>

なでしこリーグについても同じと考えてよいか。

この場ではわからないので後日発表の議事録に追加する。

なでしこリーグでは写真撮影およびビデオ撮影等について一定のルールを決め、リーグおよびチームの許可を受けている方以外の皆さまに、以下の通りお願いをしている。

◇なでしこリーグ主催試合において、望遠レンズを使用した写真撮影、ビデオカメラによる撮影は禁止いたします。

◇なでしこリーグ主催試合において、営利目的で競技、試合前後等セレモニー、観客等の写真撮影またはビデオ撮影は禁止いたします。

◇なでしこリーグ主催試合において、撮影した映像（静止画も含む）、音声の全部または一部を、リーグの許可なくインターネットその他のメディアを通じて配信することは禁止いたします。

引用元：http://www.nadeshikoleague.jp/news/2012/0410_1500.html

63. 世界中の人が見られるように英語版のホームページを作成してはどうか。ベガルタ 25 周年や 2020 年東京オリンピックに合わせてグローバルな視点が必要と考える。

昨年 1 年間の地域別アクセス上位は日本 97.58%、アメリカ 0.73%、ドイツ 0.30%、韓国 0.28%、台湾 0.14%、一昨年は日本 97.53%、アメリカ 0.61%、韓国 0.40%、ドイツ 0.32%、不明 0.19%であった。

1%に満たないユーザーに対して英語版を用意する必要性、費用、運用、体制の準備は難しい。

※クラブの営業用資料としてクラブガイド(冊子)があり、こちらは英語版がある。

64. アウェイゲームのチケット発売日もベガルタのホームページに記載して欲しい。現状では各クラブのホームページで確認しなければならず面倒なのでやってもらえると助かる。

遠方に足を運んでの応援には本当に頭がさがるが、サポーターが感じている面倒をクラブがすべて解決するのは難しい。

クラブごとに販売時期、方法や窓口は異なるので、すべてを把握してタイムリーに案内することはできない。Jリーグチケット、Jリーグ公式アプリの利用を推奨している。

65. 練習日程や試合のお知らせをもう少し早く告知できないか。

[練習日程]

チーム事情、意向があるのでケースバイケースである。時間、場所の決定は主に週単位。更新日は試合翌日やOFF前日がひとつの目安だが、都度、監督と相談している。

[試合のお知らせ]

個別のイベントは随時ホームページで公開している。フロントの運営会議後、試合 2 日前にホームゲームインフォとして、まとめたものをホームページで公開している。詳細未定、変更が加わることが前提であれば公開を早めることは可能だが、混乱を招くこともあり慎重に案内している。

※その場合、変更前の情報で誤解やトラブルの可能性は大きくなる。

B SNS

66. 公式 Twitter は費用対効果が低いのでやらない、という理解でいるが、やることを限定(例:クラブ公式 facebook をやっているが、結局インスタか公式ホームページに掲載している内容をそのまま流しているだけ)すれば、それほど人手をかけずにやれるのではないか。もしくは、ベガッ太にやってもらう、ということでもいいのではないか。速報性は Twitterの方があると思うし、Twitterに携われる人員が足りてない事はサポーターも承知しているので、無理をして毎日呟く必要はないのでせめてアカウントを持っておき、いざというときの緊急連絡・告知用に使用すればいいのではないか。また、Twitterには思わぬところから話題となる例もあり、公式 Twitter アカウントを持たないことは、いろいろなチャンスを掴み損なっていると思う。

Twitter を本年度開始する。2 月 23 日開幕戦から開始したいと思っており、数日前から TicTok も開始した。

C 広報

67. テレビ局の CM や新聞広告、または新聞の折り込みチラシや仙台市地下鉄全線、JR 在来線、仙台空港アクセス線、阿武隈急行線の電車内の中吊り広告でベガルタ仙台、ベガルタ仙台レディースの試合の告知をして欲しい。

それぞれ莫大な掲載費、制作費がかかるものなので、効果と予算に応じて実施を検討している。

河北新報はスポンサー契約の規模に応じて、下段広告を実施。テレビ CM はシーズン 2 回。

地下鉄南北線、市バスでは仙台市交通局との協定のもと日程ポスターを掲示している。(昨年実施した地下鉄泉中央、八乙女駅のパネル広告は終了)

※地下鉄同様の掲示を JR 在来線 120 万円～190 万円/1 か月、仙台空港アクセス線、阿武隈急行 10 万円/1 か月地下鉄東西線も改めて交渉するが、クラブとしてはデジタル広告を推進しているのでそれとのバランスも考える。

68. オリジナルユニフォームシャツプレゼントの告示をホームページ以外に地下鉄宣伝に掲げてもらうなど試合観戦者を増やすためにはアピールが必要である。

告知はターゲットや予算に応じて検討、交通広告もタイミングや予算、効果的だと判断すれば実施している。

本企画は低予算で、ベガルタに関心のない層の目に入る広告施策を検討実施した。

WEB で告知: オウンドメディア、PR TIMES(184 の WEB メディア)

WEB 広告: Facebook 広告(2 週間前より仙台在住ユーザー対象)、LOCAL AD(2 週間前より仙台駅近郊)

河北折込冊子: お出かけ特集

ポスター掲示: 国分町約 30 店舗、駅ビルスウィングおよび周辺店舗

ユニフォーム着用: スポンサー企業(ドコモショップ、ダイシン、パルコ、SELVA、アリオ、S-PAL、KAMO)約 20 店舗
30 社に 350 枚配布

VI. その他

A 地域貢献

69. 地元で選手の認知度が低いと感じている。今期はどのような広報活動を考えているのか。以前、地下鉄長町駅構内の柱にバスケット 89ers に所属する長身選手の等身大ポスターが貼ってあり印象に残った。泉中央駅などでできたら面白いと思う。

昨シーズンは、地下鉄八乙女駅と泉中央駅のホームに特別なポスターを掲示した。

また、今シーズンについては、KIZUNA 未来プロジェクトの一環として、泉エリアの地域振興プロジェクトとして、いろいろタイアップする予定である。泉中央駅の発車ベルの音を、ベガルタを題材にした曲にできないかなど、いろいろ検討したが、費用面が莫大で少し難しい状況だと実感している。一方で、駅構内の BGM 等々をクラブにまつわる曲にできないか改めて調整しており、できる限りプロモーションになることを実施したい。

70. 仙台七夕に選手が参加したのは、ファン拡大や商店街への貢献に大変よかった。

過去、七夕まつりは千葉直樹が選手の頃参加したが、七夕とアウェイゲームが重なるなどで、中々協力できていなかった。昨シーズンは、試合とも重ならず、監督の理解もあり、多数の選手が参加できた。

今後も地域の盛り上げ、地域のブランディング向上のため、選手含め様々なコンテンツが積極的に地域のイベントへ参加していきたい

例年アウェイの試合が入っていることが多く、選手は七夕祭り・イベントに出演できなかった。昨年はちょうどいいタイミングで、ここにいる丹治強化本部長、渡邊監督が協力的にイベントをとらえていただき、レギュラークラス 6 名を出席させた。皆さまに本当に喜んでいただいた。今シーズンもちょうど七夕の時期が 8 月 3 日のホームジュビロ磐田戦と 8 月 10 日のアウェイ FC 東京戦の間にあり、チームの状況を確認し、条件があればぜひ参加させたい。

71. 仙台中心部の商店街での挨拶回りを年 1 回、一部の選手でもよいのでお願いしたい。(特にクリスマスやいろは横丁等、ベガルタのフラッグを掲げて頂いているようなところで)

・今年は平瀬コーディネーターやスタッフだけでなく、選手もまたポスター掲示のお願いに地域へ出向いてはどうか。

選手は、練習時間や体調管理の観点からスタッフを中心に実施をしていた。

今年からスタッフとして加わった菅井直樹や平瀬智行クラブコーディネーター、ベガッ太などと共にスタッフで巡回をしていきたい。

72. 幼稚園や学校等以外に、一般市民とも交流機会を積極的に行って欲しい。地域が盛り上がり、応援意欲が俄然増すと思う。

KIZUNA 未来プロジェクトにて掲げている新たな活動はまさにそれを実行するための手段である。

日程やイベントによっては、選手も派遣しながらさらなる交流を深めたい。

C コラボレーション

75. フットサル Fリーグヴォスコオーレ仙台とのコラボ企画を検討して欲しい。

ヴォスコオーレ仙台の PR ブースをスタジアムに出していただいたり、ピッチ上で選手を紹介したり、ベガルタのチケット半券や SOCIO・FANCLUB の会員証提示でヴォスコオーレ仙台ホームゲーム無料招待などすでに実績はある。

今シーズンも互いのメリットとなるようなコラボを検討し、進めていきたい。

76. JR 仙台駅や地下鉄泉中央駅の発車メロディをベガルタ仙台のチャントにして欲しい。

地下鉄の発車メロディ変更は仙台市とも調整したが、システム面と予算面(金額非公表)から難しいと回答がきている。発車メロディではないが近いことを KIZUNA 未来プロジェクトの一環として調整しているが、まだ発表できる段階ではない

E サポーターに向けて

80. 天皇杯の決勝では目の前でとても悔しい思いをした。実力や集客などクラブの総合力としてはビッグクラブとの差があったと認めざるを得ず、あの悔しさをクラブに関わる人が持ち続けるべきと思う。その差を埋めていくためにサポーターができることや協力して欲しいことは何か。

まず当日に埼玉スタジアムまで応援に駆けつけていただいた約 12,000 人のサポーターの皆さまに感謝している。

決勝に初進出したことにより肌で感じたこともあり、悔しさを忘れず、今後も精進していく。

一人でも多くの友人、知人、ご家族にお声がけいただき、集客にご協力いただきたい。スタジアムを満員にし、たくさんの方の応援をいただき、スタジアムをゴールドに染めていただくことが、選手のモチベーションにつながる。

そのための KIZUNA 未来プロジェクトでもある。

→ VIP ルームでのドレスコードを制定すること(G 大阪の吹田スタジアムはドレスコードを設定している)・VIP ルームで相手チームのユニフォーム、T シャツなどの着用禁止の旨は事前にスポンサーに伝えること(浦和戦で浦和の T シャツを着ていたスポンサーがいたため)

17 シーズンより VIP ルーム申請用紙には「軽装・アウェイを想像する服装はお控えください」と案内済みである。

ただし、当クラブがアウェイ VIP にお邪魔するとき同様、ビジタークラブの方にチームジャージなどを脱ぐお願いは困難。

ドレスコードに関しては今後検討していく。

E スタジアムブースなど

26. 北側のグッズショップの販売時間を張り出し告示が必要。当日券も同じようにユアスタのチケット場所に販売時間を張り出し告示して欲しい。告示しておけばマイクでの案内を聞き逃してもお客さんはスムーズにチケットを購入しやすいと思う。

(以下、坪佐事業本部長の回答)

POP(告知)の関係は、特に北エントランスでは、昨年以降、さまざまなイベントを実施しており、内容等は随時オフィシャルホームページで告知している。現場では時間の告知物掲出をしてなかったもので、今季からイベント現場では、当日お越しになった方にその場で認識いただけるように時間 POP(告知)を貼り出し、開始時間等の告知を実施していく。

27. コンコースの導線をもっとはっきり分けて欲しい。スタジアムの定員近くまで観客が入るとどうしても混雑してしまい、売店に並ぶ購入者の列がコンコースを縦断し流れを遮断しており、円滑に移動がしづらい上に会計などで時間が掛かかる。例えば、売店の並びをカラーコーンなどで区切り入口と出口を分ける、など。会計のパターンもある程度決まっていると思うので早見表を作り、都度電卓を使わないようにするなどで変わらと思う。

待機列が長くなる販売イベントに関しては、ブースや会計を複数設けるなど工夫して現状に応じた列整備を運営課と協力して実施していきたい。

36. 観客動員収入比率が高いクラブであることは知っているが、過去からどのように比率が推移しているのか。

2017 シーズンのJ1の事業規模平均が約 41 億円。広告料収入が 18 億円、入場料収入が 8 億円となっている。よってスポンサーシップが 43%で入場料が約 20%。ベガルタ仙台は 2017 年が 27 億円の事業規模で広告料収入が 11 億 8000 万円で 44%、入場料収入が約 6 億 2000 万円で 23%。よって、J1リーグの平均よりは入場料収入比率はまだ高い状況。

ベガルタ仙台の 2010 シーズンの事業規模が約 20 億円で広告料収入は 6 億 230 万円であったので、J1復帰後よりスポンサーシップは 10 年で約 2 倍に増えているが、事業規模は 2 倍まで上がっておらず、その意味からすると事業規模拡大とスポンサーシップの伸びに対して入場料収入の伸びが追いついていないので比率は下がっている。まだまだ J1の平均まで差があるのでこの差をしっかりと埋めていきたい。

37. ユニフォームの鎖骨や裾スポンサーが未だに空いている。ベガルタが人気無いとはとても思えない。スポンサーが付かず補強費が増加できないのであればいっその事サポーターに補強費のクラウドファンディングを協力してもらってはいかかか。

昨年ショーツスポンサーの学校法人角川学園様には背中裾にランクアップいただいた。2 月 6 日にリリースさせていただいたが、ユニフォームショーツスポンサーとして新たに株式会社橋本店様と契約締結した。また、鎖骨箇所についても現在セールス中である。

企業協賛をベースに今後もスポンサーの獲得を考えている。サポーターの皆さまには是非、年チケ・グッズ・オーセンテックユニフォームをご購入していただくことでご協力いただきたい。

B 集客策/チケット

38. U-23 (23 歳以下) 席種は若年世代取り込みや先行投資なのはわかる。しかし、収入面ではかなり減になると思う。あの価格にするのであれば年間チケットはユニフォームをセットにして(サポ自 1 万 + ユニ 1.5 万) 購入してもらおうなどのやり方があったと思う。

今年から U-23 チケットを新設した。いろいろご意見を頂いたが、当クラブでは昨年まで高校生以下のチケットを子供料金としていた。大学、専門学校、社会人1年目は基本的には金銭面的に余裕がない層とみており、どのようにして来場いただくかの集客会議を実施し、最終的に U-23 のチケットの新設を決定した。昨年、大人チケットを購入いただいた U-23 層が U-23 チケットを購入することで収入が減るということはわかっているが、今後の U-23 層が U-23 チケット購入をきっかけとして、将来の大人価格で購入する層につなげていきたい。当然、企画(ユニフォームセット)等も考えたが、やはりユニフォームは 16,000 円の商品であり、U-23 層はそれも買うのも大変ということもわかっており、当クラブとしては U-23 チケット販売のみとした。

39. 平日開催の試合はチケットの割引をお願いしたい。今年のルヴァンカップグループステージは全て平日開催なので企画チケットを検討して頂きたい。

企画チケットは実施する。昨年の実績から飲食クーポンなどは継続して実施する。

年間チケットの割引率とのバランスを取りながら企画チケットの内容・金額を決定し、SOCIO・FANCLUB 先行販売時に随時告知していく。

< 当日追加質問 >

割引チケットに関して、障害者割引などは当日買わないといけませんが、知り合いの障害者の方がキックオフ 3 時間前に行って並ばないといけなかったので、前売りで買う方法を検討していただきたいということだった。

承知した。障害者割引は対面販売になっている。今言われたように、チケットが売り切れそうな試合については早く並んでいただいたりすると思う。即答できないので検討ということよろしいか？登録制対面販売など含め検討できるのではないかと思う。

市民後援会 佐々木:Jリーグのスタジアム調査の中でも、ベガルタ仙台の観戦者の平均年齢が非常に高いということも報道されている。後援会も毎年スタジアムアンケートを行っているが、高齢化が目立ってきている。シニア層のウェイトが大きいクラブであるので、シニア層への対応もしていかないといけないと感じている。回答は知らないが、ご検討していただければと思う。

40. 昨年実施したユニフォームシャツ無料配布は良かった。開幕戦や最終節、大型連休や元々人気のカードで配るよりも、何もない普通の休日であつ観客があまり入らない試合で実施したのが良かった。今シーズンも上記の点に配慮して実施すると観客数を見込めると思う。

- ・昨年はユニフォームシャツの無料配布等に取り組んでいて集客への本気度を感じた。その効果と今年も似た企画を考えているのか教えて欲しい。
- ・今年もユニフォーム配布イベントを行う場合、例えば鎖骨などスポンサーをつけてはどうか。

昨年のユニフォームシャツ無料配布は効果があったと考えている。今年も25周年記念事業として実施を検討中であり、スポンサーを募ることも視野に入れている。

41. ルヴァン杯プレーオフチケットのSOCIO・FANCLUB限定50%割引をファン感で販売することは早めに伝えて欲しかった。

当クラブの対応としては、下記の通り告知を実施した。

5月16日湘南戦決定

5月19日TKT販売オフィシャルホームページリリース ※50%告知済み

19日SOCIO・FANCLUBメルマガ ※50%告知済み

5月26日ファン感当日

6月9日湘南試合

対象:会員先行販売19日~21日の3日間/SOCIO・FANCLUBファン感参加者 26日当日

42. 天皇杯チケットのスタジアムやコンコースで販売のアナウンスが欲しかった。

スタジアムアナウンス等で告知は実施していた。

その他では以下を実施した。

準決勝は、11月24日当日鹿島戦にてオフィシャルホームページ・SNS等でスタジアム販売の告知実施

決勝は、12月5日当日山形戦にてオフィシャルホームページ・SNSでは試合前に勝利時販売する旨告知実施

43. ホーム戦の後は、泉中央の居酒屋等は、ベガルタユニを着た老若男女が、勝っても負けても、祝勝会 or 反省会をしている。観戦チケットを持っている人は100円サービスやワンドリンクサービスなどの特典を泉中央のお店と交渉していただけないか。集客数アップにもつながると思う。

スポンサー権益との関係を維持し、検討していきたい。

C SOCIO・FANCLUB

44. 昨年、トップチームの「SOCIO・FANCLUB感謝の集い」と、レディースの試合日が重なり、「SOCIO・FANCLUB感謝の集い」に行くことができなかった。なるべく重複しないようにしていただきたい。

イベント会場・チームスケジュールを優先的に協議している。今回はマイナビレディースのアウェイ試合と重なり、お越し頂けなかった会員の方々に大変申し訳なく思っている。数年前もベガルタ仙台のアウェイの翌日実施をし、来場できなかったという方のお話も当クラブでは認識している。今年は、これから丹治本部長含め現場とマイナビレディース含めて調整していきたい。クラブ一丸となってイベントを行っていく。

45. 先行入場券の廃止。昨年述べたが、紙チケの人が先行入場券で先に入場することに疑問を感じる。年チケの

特典が失われると思う。先行入場券はSOCIO・FANCLUB プレミアの特典に入れる方が適正ではないか。

昨年、エモーションテックでアンケートを実施し、48番も同様だが、先行入場券とゴール集DVDは評価されている数値が出ており、継続を決定した。先行入場券は年間チケットの方がお友達を連れてきてくださいという意味でお配りしている。今後も継続で考えているが、先行入場券の利用が減少してきた場合は特典内容を考えていきたい。

46. 昨年のファン感で選手とのミニゲーム対決に参加したが、プロの技を肌で感じる事ができてとても楽しかった。今後もこのような企画をぜひ行って欲しい。

好評だった企画は継続し、ファン感でしか体験できない企画を立案し、SOCIO・FANCLUBの価値を高めてまいりたい。ご意見ありがとうございます。

47. ユアスタでのホームゲームにて、入会受付を常設し、目立つようにすべきである。試合会場が一番、入会意欲が高揚するため、入会に繋がると考える。「後日、手続きをしてください」というのは、よっぽどの入会意思がない限り入会には至らないであろう。

18シーズンより、新しくユアスタの北エントランスでSOCIO・FANCLUBブースにてSOCIO・FANCLUBの受付・案内を実施しており、当日受付も行っている。特に当日券の自由席を購入されるお客様については当日お申し込みいただく特典として招待券がついてくる旨ご案内をしている。今シーズンも分かりやすく告知に努めていく。

48. 年チケ特典のゴール集DVDは不要と考える。年間の活躍は有料にてDVDとブルーレイが発売されており不要。周りサポで見ている人も少ないのも理由の1つ。

昨年実施したアンケート結果ではゴール集DVDの満足度が高く、ゴール集DVDは喜んでいただいているという認識である。もし、不要という意見が大半となれば内容は検討していきたい。

49. 年間シートの席数、SOCIO・FANCLUB入会者数はいくらか。昨年度、一昨年度と比較してどのように増減したか。今年度の年間シート、SOCIO・FANCLUB入会者数などの具体的な数値目標を示して欲しい。

具体的な数値は開示をしていないので、細かく開示できないことを前提とし回答とさせていただきます。

年間チケットの数字は当クラブとして情報は開示していないが、17シーズンから18シーズンではほぼ同数であった。

18シーズンから19シーズンは本日現在(3月5日)106%で推移している。

17シーズンから18シーズンの来場者数はリーグ戦では104%と増加しているが、SOCIO・FANCLUB会員全体でみると残念ながら昨対83%と減少しているのが現状。

19シーズンは、SOCIO・FANCLUB会員カテゴリーごとに目標設定し目標達成のため努力していく。

50. 今年の新入団記者会見はほぼ満員となり、大変嬉しかった。満員にするべく改善と工夫がなされ、ご苦労があったと思うが、大変よかった。次回以降、定員を増やすのはいかがか。

18シーズンの状況を踏まえ、また、昨年のサポーターカンファレンスでも話したが、19シーズンよりWEBサイトでの応募・再度参加意思が確認できたことで、当日キャンセルが少なく多くの方にご来場いただくことができた。定員を増やすことは、会場の問題もあると思うので検討していきたい。

・今年の新入団会見後のユニフォーム予約では運営に問題があったと感じた。・自分が並んだ列の方はカードリーダー機器を使いこなせない方が多かった。・隣の列は若い方がさくさくやっていてどんどん進んでいた。・申し込み用紙が不足していた。(入場時に渡しておけば先に記入もできた)など見通しが甘い感じがする。

昨年の2倍のお客様にユニフォームをお申し込みいただいた。申し込みの部分や決済についてはお越しいただいた皆さまにご不便をおかけしてしまい、大変申し訳ございません。イベント終了後、問題点の洗い出しと改善プランについてはすでに整理できているので来年に向けてよい準備をしたい。

・今年の新加入選手発表と新ユニフォーム発表会への申込み方法では、パソコンが無く、使っている携帯電話から発信できず、スマホを使いきれず等で、申込みなかった人や申込みを諦めた人が多数いる。これからも同じ方法で

参加者募集と決定を実施する場合、上記の今の時代のやり方に乗り遅れているサポーターの救済措置を考えて欲しい。

デジタル化、スマホ化の流れについてはスタジアム Wi-Fi 化や情報誌の WEB 化などベガルタ仙台としても時代の流れに合ったものに一部変更を行っている。しかしながらお客様に届けないといけない情報は郵送を行うなど振り分けをしている中でコストとのバランスや即時性、データ蓄積などの観点から一定のサービスに関する WEB 化についてはこれから促進していく方向になると思うが、救済処置として費用はお客様のご負担になると思うが、次年度より往復はがきでのお申し込みも可能とする。その中からも抽選で当選者を選出する。

D アンケート・目安箱

51. カーサに目安箱のようなものがあるが、問い合わせと回答があれば紹介し回答をいただきたい。

グッズに関するご意見をいただき、商品企画制作などに反映させていただいている。昨年はカーマグネットや背番号タオルマフラー、プレイヤーズフェイスタオル、プレイヤーズハンガーなどは多数のご意見の中から商品化をさせていただいた。引継ぎ 19 シーズンもご提案をお願いしたい。

E グッズ

53. 盛り上がりを大きくするために、ユニフォームを着て来場頂くようにベガルタとしてもサポート頂けないか。例えばユニフォームで入場した方にシール等のグッズを渡す、など。

ユニフォームを着ている方に何かプレゼントするという企画は、昨年実施した企画として、アディダスのマッチデーの時にユニフォームを着用してきてくれた方にフェアプレーフラッグベアラーや、始球式や、エスコートキッズに参加できる企画を実施した。しかし、1試合限定のイベントであったので、今年は先着でシールをプレゼントする企画も含めて実施していきたい。また、VPORT 利用も考えられると思うが、VPORT を見られないという方もおり、アナログ的なイベントも含めて考えていきたい。

54. キャッシュレス化を促進して欲しい。チケットなどももっとクレジットカードや電子マネーなどで買えるようにして欲しい。(神戸や楽天などでは完全キャッシュレス化になる報道あり)

ヴィッセル神戸さんが実施発表されたことに対するご意見だと思う。開門から試合開始まで 2 時間半、およびハーフタイムにどのようにして販売増させるかを考えなければならない。スムーズにお客様にグッズや飲食を体験いただくプロセスの中で、決済(会計)も重要な点であると認識している。現在もクレジットカードや電子マネー決済端末を各店舗に 1 台ずつ置いているが、約 6:4 で現金での支払いのほうが多い状況である。キャッシュレス化には決済端末機器への投資やその他のコスト増も考える必要があるが、今後キャッシュレス化に向けた検討もしていきたい。

<当日追加質問>

関東圏の知り合いのサポーターの話聞いて思ったが、関東圏のサポーターの方はグッズを購入する時にオンラインを使うことが多いと思う。県内に住む私たちはカーサやユアスタで買った時にポイントももらえるが、オンラインだとポイントがつかない。また、SOCIO・FANCLUB のカードに dポイントがたまるサービスにしたことにより本人 ID の同期付けができる。そういったことでオンラインのポイントもつけられると、関東圏のサポーターも喜ぶと思う。

今年 1 年間かけてリライタブルカードを廃止し、今後は IC カードにポイントを一元化していく。ID 登録されている方はポイントの付加が可能となるようにシステム改修費等の費用も含めて今年 1 年をかけ検討させていただく。

55. スタジアムをベガルタゴールド一色にするためには、比較的購入しやすい価格のレプリカユニフォームも売らなければならないか。

レプリカユニフォームを販売した場合、現在オーセンティック購入者がどのくらい流れて、レプリカユニフォームを新規購入される方がどのくらいいるか等も含め検討していきたい。

56. ユニフォームのデザインは数パターン提案された中から最終的にベガルタが決めているのか。アディダスのデザインは他チームとカラーリングを変えているだけの場合など、どこか「やっつけ仕事」を感じてしまうのでそろそろ変更してはどうか。

アディダスのグローバル戦略の中で世界の代表クラブ、ヨーロッパのビッグクラブ、Jリーグのクラブと分類され、その年のコンセプトやグローバルのトレンドを元にアディダスより提案を受けクラブと調整し決定している。契約に関わる部分は詳しくはお話できない部分もあるが、アディダスとクラブで相談しながら進めていきたい。

57. 天皇杯準優勝のシャーレ、カップ等がカーサのレジ後ろにある。飾り棚に作って写真を撮りやすくし、お客さん目線で飾り付けたらよいと思う。

店舗什器の関係で現在の場所にあるが、今後もあるのでレイアウトについては検討する。

58. オンラインの在庫の中で人気商品を店頭販売して欲しい。また、年配の方などネット購入は無理と方のことも考慮し、店頭販売を充実させたほうがよいと思う。また、他のチームも徐々にJリーグオンライン(楽天経営)のみでの運用に変えている。どのような基準でベガルタオンラインとJリーグオンラインの商品の区別をしているのか。

基本的にクラブのEC限定販売という形は今のところはとっていない。今後、クラブEC限定など実施する可能性はあるかもしれない。しかし、Jリーグオンラインストア限定グッズはJリーグ主導で他のクラブも一律ルールで実施している場合がある。こちらはJリーグ主導の企画であり、クラブでスタジアム販売などは難しい状況。

59. (グッズの要望まとめ)ベガ水継続、松崎しげるさんとのコラボグッズ、4月始まりカレンダー、若者に人気のBEAMS とコラボ、普段使いできるグッズ

現在ベガッ太水 2000 本制作、ほぼ完売。19 シーズンは夏場に向けて再度販売する。松崎しげる(不敗神話)さんとのコラボは所属事務所との関係があるので調整していきたい。その他のコラボに関しても随時検討していきたい。

F グルメ

60. グルメ・グッズに関しては、昨年、大変改善がなされたと感じた。メニュー、グッズ内容、広告(やっどグルメの写真が出た！などなど)、グルメ案内図等。今季もスタジアムグルメやグッズが楽しみとなるよう、取り組みをお願いする。

改善されたというお声はクラブにとって励みになる。感謝申し上げる。スタジアムグルメはお客様にとってご来場者満足度を高める重要な要素だと思っているので、引き続き楽しんでいただけるように取り組んでいく。グッズに関しては、夏場よりカテゴリーごとにレイアウトも工夫し商品を見やすく、手に取る事ができるよう工夫した。引き続きお客様目線で対応していきたい。

74. 公式な場での選手の所作について。仙台空港での出発式に行った際、壇上の選手のだらしなさがとても気になった。新加入選手はそろいのスーツが間に合っておらずバラバラ感があり、見苦しいと感じた。こういうところからプロとして襟を正していただきたい。

スーツはスーツサプライヤーの佐田さんとサプライヤー契約を締結しているが、オーダースーツであり、新加入選手が仙台へ来てから採寸し、できるまで約1か月かかる。キャンプ出発のタイミングではスーツができておらず自前のスーツを着ての参加となった。ネクタイだけは統一させていただいた。

<当日追加質問>

新入団会見のことでお願いがある。私も今シーズン行ったが、人数が多い関係で、質問事項のところがだいぶ割愛されてできなかった。このカンファレンスのように事前に選手に対する質問等を取り、それに対して答えていただくなど、なるべくサポーターからの質問を選手に聞ける環境を整えてもらえたら嬉しいと思う。

次回から対応できると思うので、来年に向けて調整していきたい。今年の新加入会見は、約 1000 名の方に参加いただき、会場が満員となった。これも、昨年のこのカンファレンスでご意見を頂戴し、WEB で申し込み、最終的意思確認を実施するように変更した。当日の着券率想定は約 80%と予測し、会場を満員にすることができた。申し込みできなかった方がいらっしゃるといご意見もいただいているので、ここで約束するが、救済処置として費用はお客様のご負担になると思うが、次年度より往復はがきでのお申し込みも可能とする。その中からも抽選で当選者を選出したい。来年も満員の中で選手を迎えていただきたい。

レディース関連

- ・レディースはリーグ最終節で残留を決めるような苦しいシーズンであった。昨シーズンを振り返って課題などを教えて欲しい。

(以下、丹治強化育成本部長の回答)

昨シーズンを振り返って、まず怪我人が多くて思うようなメンバー組めず、やろうとするサッカーを表現しきれなかった、というシーズンだったと思っている。そうなるとちょっとずつ歯車が狂い始めて修正しきれなかったという1年だった。

- ・なでしこリーグは現状日テレの独り勝ち状態になりつつある。今シーズンは新しい監督を迎えたが、目標などを教えて欲しい。また、『捲土重来』をスローガンに掲げた以上、それが可能な選手編成にして欲しい。

今年は辛島監督を招聘し、チームをしっかりと作っていくというような1年にしたい。3位以内を目標にしていきたいと思うが、基本的にはまずもう一度しっかりチームの土台を作りチーム力を高めていきたい。そして巻き返しを図っていききたいと考えている。

- ・レディースユースチームを創設したが、2019年度は宮城県リーグという認識でいいのか。将来的にはチャレンジリーグへの参戦も考えている(予選大会を勝ち抜くのが前提)のか。

レディースのユースチームが新たに発足する。基本的には宮城県リーグからの参加という認識でいてもらってよい。全国大会含めて他にもいろいろ大会があるので、各大会の予選を勝ち抜き、全国大会に行くこともあるだろうが、活動内容はそのようなことになると思う。

それから先にチャレンジリーグの参戦ということになるが、基本的には男子と一緒に。将来的にトップチームに選手を輩出するという目標をやっていききたいと考えている。この時点でチャレンジリーグをどうのこうのとは言えないので、これから活動していく中でいろいろなことを模索していければと思う。

- ・レディースの2018年のホームゲームの1試合あたりの入場者数が順位に比例しているように1000人を切る試合が多々あった。(上位争いしていた2015、2016シーズンが1200人～1800人位)どのように分析し、今シーズンの観客数増へ向けた取組を聞かせて欲しい。

(以下、齋藤レディース特任部長の回答)

昨年は一試合平均1,083人と1,000人をようやく超えた数字だった。その中でも一番多い集客は八戸開催の2,572人と開幕戦1,783人を上回る集客であった。最低は石巻開催の553人。これらの数字の乖離をどのようにしたらいいのか、八戸では何がよかったのか、石巻ではどこが悪かったのか、それらを分析・検討していきたいと思っている。招待チケットには昨年ナンバリングをして有効に使われているところを全部抜き出してデータ化している。このデータを用いて招待チケットも有効な配布の仕方をしていきたい。また招待チケットをうまく利用していただいているところにチケットの売り込みを考えたい。

- ・マイナビベガルタ仙台レディースは、毎年、角田市のご協力のもと開催しているが、シャトルバスなどのアナウンスが遅くてかつ情報が足りないと思う。せっかくの地元の方の出店が広報されておらず、アウェイサポーターも事前に購入した持ち込みをしている方が多く残念に思った。今年は盛り上がることを期待している。

「ベガルタ仙台レディース角田ホームゲーム協議会」が角田市の皆さんと協力しあって協議会を作っていただいている。角田市開催での試合以外のイベントはその企画がギリギリな形で企画していただいているので、それをもう少し早くしてもらえないかとか、我々も協議会との連携をもっと深めつつ、できるだけ早めに、集客にも関わるものなので、その企画を皆さまに早く連絡できるような形をしていきたいと思っている。

- ・アルビレックス新潟レディースでは移籍等でクラブを退団する選手との交流を図るイベントがあるが、マイナビベガルタ仙台レディースでもレディース会員限定でそのようなイベントの企画を検討していただきたい。毎シーズン、退団発表がシーズン終了後になるため、貢献してくれた選手に感謝を伝えることができないので、こういったイベントがあるとありがたい。

レディースの選手たちは登録がアマチュア登録のため、1月に入ってから動く選手もいる。11月の試合が終わってか

ら意思表示をして早めに動く選手もあれば、1月中旬ぐらいに動く選手もあるので、なかなか退団のための交流会を開催するのはハードルが高いかと思う。ただし、辞めていく選手に対して皆さまが感謝の気持ちを表したいのであれば、ぜひ連絡いただければその選手に伝えてクラブハウスの練習場とかで交流を持ってもよい。申し出ていただければありがたい。

<当日追加質問>

レディースの試合はメインスタンドのみを開放しているが、テレビのニュースで報道される時には無人の観客席が出る。非常に格好悪いなど感じている。ゴール裏、もしくはバックスタンドの開放は費用的にも非常に難しいと思うが、我々も集客に関して友達を誘うとか頑張るのでどうか前向きに検討していただければと思う。

私達もできるだけベガルタ仙台のトップの試合のように360度サポーターで埋めたいといつも思っている。1,000人弱もしくは1,000人強しか入らないとユアスタではコストも高くなり半分しか使えない。できればレディースも常に5,000人は入れたいと思っているので、ぜひ皆さまのご協力もいただきたいと思う。よろしくお願ひしたい。

IV. 集客・営業強化

A 経営・スポンサー・営業

- 34 近年他クラブは急激に予算規模が拡大しているが、具体的な予算規模拡大策があるのか教えて欲しい。
- ・「Jリーグ最高のコストパフォーマンス」と評されたが、裏返せば運営費が最低レベルということに他ならない。今オフも多くの選手がチームを去ったが、チーム強化に向けては現状の倍程度の収入アップは不可欠と考える。特にトップスポンサーの増額と新規獲得についての意欲を伺いたい。

(以下、西川社長の回答)

クラブとして予算規模の拡大が最大の課題だとは十分認識している。正直言って私の仕事の多くはそこに関わる動きをしている感じである。スポンサー収入(協賛)、グッズ収入、それに入場料収入、この3つが主な収入源であり、基本的にはバランス良く全体を伸ばしていく、この基本姿勢はベースの考え方である。

昨年でいうと、グッズ収入は知恵を絞り改善した結果、目標値を超えた。2億円の大台を超えたので、他のクラブとはスタジアムの収容人数の違いなどがあるが、今年は3億円を目指してやって行きたい。今年はベガットの妹ができたり松本零士さんとのコラボとかクラブ創立25周年のイベント展開もあるので、それを最大限利用してグッズを伸ばしていきたい。入場料収入についてはこれまで以上にいろいろな工夫を凝らして増やしていきたい。

ただ金額でいうとやはりスポンサー協賛が最大の核であり、力を入れている。仙台圏の枠にとどまらずに、東京を含め全国的なスポンサーもターゲットに営業を展開しており、レディースのスポンサーにマイナビさんがついていただいたのも営業の結果である。今年はさらに力を強めてやっていくということで、営業推進室というポストを作り動いている。

今年はJ1のトップチームのユニフォームスポンサーが1社増えた。レディースもユニフォームの鎖骨に1社入った。

基本はユニフォームスポンサーの金額を上げていくことが、経営拡大に大きく寄与するということははっきりしており、今年は既存のスポンサーの皆さんにも増額に協力していただいている。

スポンサー協賛に特に力を入れてなんとか他のクラブに負けないように規模を拡大していきたい。

35. 昨年5億円の増資を行う方針との報道があったが、実現の目処は立ったのか。

平成30年11月14日の臨時株主総会において、50,000株を上限、株価11,000円を下限とする第三者割当の決議をいただいた。その際に私どもは当面30,000株を目指したいということを示した。その結果として現時点でほぼ30,000株は目途がついた。金額でいうと330,000千円は集まったが、なおまだ少し協力いただける企業もあるので、これまで11月と1月の2回の割当を行ってきたが、4月の取締役会で3回目の割当をしてとりあえず終了ということになる。

お陰様でいろいろな方々のご協力を得て、当面の目標の30,000株の増資は達成できたと考えている。

B クラブ

73. 問い合わせなどでクラブに連絡した際、人によって対応の差が大きすぎる。丁寧な受け答えをして下さる方もいるが、担当じゃないのでわかりません、もう一度かけなおしてください、と横柄な対応をされたりした。気分を害することがあったので、教育をしっかり行って欲しい。

この件は大変申し訳なく思っている。クラブの中でこういうご意見があったということを周知徹底させて二度とこういうご

指摘がないように対応していきたい。

これはクラブ独自の対応だが、スタジアム内での対応でスタッフが怖い顔をしているとか、全然にこやかでないとか、ホスピタリティという姿勢に欠けているのではないかというご指摘をいただいたので、外にはあまり出していないが、2525(ニコニコ)プロジェクトを昨年から実施している。お客様に笑顔で接するのはもちろん、社員同士もコンコースで会ったらにっこりするとか、「ご苦労さま」など声をかけて挨拶することを徹底させようとしている。その運動の一環として、総合案内所3カ所で来場者へのホスピタリティをより高めようと、例えば、

- ・ケータイ充電器(北コンコース、東コンコース)
- ・おしぼり
- ・ティッシュ
- ・おむつ
- ・紙エプロン
- ・箸、取り皿
- ・レジ袋
- ・ポクトーク(翻訳機)

を準備しており、何か困った時に対応できるように実施している。

だんだん浸透し、お客様の利用率も高く、特におしぼりやティッシュの需要が高かった。

このような姿勢で取り組んでいるのでご活用いただき、あるいはこういうものを置いたらいいのではないかというご要望があれば総合案内所に言っていただければと思う。

<当日追加質問>

Twitter 開設ということだったが、経営面についても発信していただければと思う。

(西川社長の回答)

経営の内容の開示については、今後の Twitter の活用の中でできるだけ留意するようにする。

(辻上運営・地域連携本部長の回答)

ホームページや Facebook おのおのの特性があり、経営の話を Twitter でご報告するのが適しているのか否かというのは検討が必要だと思っている。Twitter の用途は早く拡散したいとか、少しライトな告知で活用するのが方法論としてはいいだろうと考えている。一方でクラブの経営などは、会見方式やホームページなどで開示できる内容をお出しするのがいいと思う。特性に合ったやり方で展開する。Twitter を活用しながら皆さまに迅速にいろいろな情報をご提供したい。

以上