

【出席者紹介】

代表取締役社長 田村貢

こんにちは、田村です。去年は飛行機が遅れてしまい参加できなかったのですが、今年は参加させていただきます。よろしくお願いいたします。

取締役営業部長 山本英明

皆さんこんにちは。昨年に引き続き 2 回目の出席になるのですが、営業全般を担当しております山本と申します。昨日発表させていただきましたが、背中のスポンサー企業がコメリさんに決定しました。当社の社員だけでなく、サポーターの皆さんも一安心していただけたと思いますが、これからがスタートでしっかりとやっていかなければならないところでもあります。皆様の熱いバックアップとサポートでスポンサー企業さんと一緒に、素晴らしい新潟をつくっていきたいと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。

運営事業部次長 阿部雄志

皆さんこんにちは。2011 シーズンも運営を担当させていただきます阿部雄志と申します。皆さんからご意見もいただきましたが、まだまだ試合観戦について改善しなければならぬ点が多々ございます。安全で快適なスタジアム作りというところを目指して今後取り組んで参りたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

広報室長 栗原康祐

いつもお世話になっております広報室の栗原です。ぜひ忌憚のない意見をお聞かせいただいて試合の運営だけでなく、広報など色々な部分でクラブの力になっていければと考えておりますので、短い時間ですけどもよろしくお願いいたします。

営業部課長 阿部正憲

いつもお世話になっております営業部マーケティンググループの阿部正憲と申します。日頃の業務はチケット販売、集客を担当しております。皆様のご意見を参考にさせていただきますので、よろしくお願いいたします。

【経営方針・強化について】

田村)

改めましてこんにちは。クラブを設立したのが 1996 年。J リーグが始まって 4 年後になりますが、そこから 16 年目になります。1996 年から 2005 年まで今の会長の池田が社長として色々な取り組みをしてきました。その後に 2006 年から 2008 年に現 J リーグ専務理事であります中野が社長をして、その後 2009 年、2010 年と 2 シーズン社長をやらせていただいております。今年が 3 シーズン目ということになります。

クラブは皆さんご存知のように、地域リーグで2年、JFL1年、J2それからJ1と皆さんの声援のおかげで着実にステップアップしていると思います。J1に入ってから2004年、2005年の戦い方、チームとしての力、成熟度からすると、今のチームの力からすれば本当に10分の1くらい力だったと思います。皆さんの大声援のおかげで何とかここまでくることができたと思っています。

会社の規模としても、最初2億5千万くらい。でも、地域リーグでは相当お金をかけていたと思います。それはまだJリーグができて3年ぐらしかたってなかったこと、Jリーグが大ブームになっていて、選手の年俸もどんどん上がっていった。そういうJリーグで活躍できなかった選手が地域リーグにきて、相当条件が良くないと選手が来てくれなかったという時代があったので、最初の頃は地域リーグに約3億円かけて運営していました。その後1998年にJFLに上がって、1999年J2の時にはJリーグのブームも少しずつ下がって行って、やはり選手の人件費というのはいろんなベースの部分があって成り立つものだというふうに関心も認めて、放映権料も下がり入場料収入も下がり、それに伴って選手の年俸も下がっていったと思います。

今は逆の現象が起こっています。名古屋は優勝しましたが、こういう経済環境で、リーマンショックがあった中でもスポンサー料に変動がない親会社があるクラブだからです。そういう後ろ盾を持たない地方クラブはなかなか難しい状況です。また、移籍のシステムが変わった影響やスポンサー料等の減少で、チームの収入も下がっていますが、逆に選手の年俸が上がっている。そういう現象が起こっています。

そういった中で1998年からずっと黒字できていたところを、2007年、2008年の2年間赤字に転落をして、2009年何とか黒字になりました。2010年もやっとのところで黒字になることができました。これは色々な部分の経費を見直して、削減をしながら成し得たことで、増収増益ということで利益が出たわけではありません。ですから、いろんな部分で今までやれていたことがやれなくなったり、やらなくてはいけないところを少し削っていったりと、そういう中でこれは達成できたことです。皆さんにご報告するのは、本当は心苦しいですけども、そういうことをやっていかないとなかなか現状では厳しいなと思っています。

もちろん、先ほど山本が申した通り、スポンサーの方々とはただのスポンサー契約ではなく、我々はいつもクラブを支えるパートナーとしてスポンサーになっていただいております。スポンサーになるから「何々を買ってよ」、「何々してよ」というスポンサーは新潟にはいません。地域のプロスポーツ・プロクラブを、サッカーチームと一緒に応援して創りあげていこうという地域貢献です。あとはそれに賛同するサポーターがどれだけ多いか、ということに価値を求めてく企業の方々です。ですから、皆さんの来場によって、そのスポンサーの方々がその価値を求めてくれていると我々も思っていますし、そういう取り組みもどんどんやっていきたいと思っています。

とはいっても、やはり皆さんがお考えのように入場者数がピーク時に比べ減少しております。

す。それはいろんな原因があると思います。それをまた分析をして取り組んでいこうと思いますが、ぜひ皆さんも周りの方々に、アルビレックスを何とかみんなで応援しようという、そういう気持ちでまたスタジアムに誘っていただきたいと思っています。

近況の会社のところはそういう話ですが、事前の質問で一番よく出ていたのは経営と強化のところが出ましたので、経営のところは先ほど言ったように後ろ盾のないクラブなので、おそらく赤字を出せば銀行もお金を貸してくれませんし、そうなったときいろんな障害が起きてくると思います。そうならないように経営をするしかないのです、そういう経営をしています。現在は約23億円の規模です。最高で28億くらい。ただ28億のときに1億くらい移籍金の収入があったので27億くらい。そこから約4億円、全体的なトータルの収入が減っています。やはり一番大きなところは入場者の収入が減っているところだと思いますが、このところを地方のクラブとしてどう取り組むかというところが肝になっていくのかなと思っています。

強化の方は前から言っている通り、お金を出して良い選手を連れてきてチームを作ることにはできません。そういう大きな後ろ盾のあるチームと同じような戦略ではなかなかクラブとしては難しいので育成を考えています。育成といってもすごく時間がかかることでお金もかかります。育てていく時は特に選手の起用、選手が試合に出て多くの経験を積むことによって若い選手は伸びていくと思います。

一昨年、4人の主力選手が移籍して皆さんはすごくテンションが下がってシーズンを迎えたと思いますが、そこに変わった選手がどんな活躍をしたかというのは、もう僕が説明する必要はないと思います。僕らは、そういうその時の中心的な選手がいなくなっても、次に出てくる選手というのを育てていかなければいけないと思っています。最初は失敗するかも知れませんが、試合に出て、使い続けることによって活躍できると思いますし、それだけの能力を持っている選手を強化の方ではスカウトしております。そういう観点でチームを作っていきたいと思っています。

ブラジル人もそうです。ブラジルの1部リーグからポンと取ってくるチームはありますが、なかなかブラジルのほうもワールドカップ、それからオリンピックが開催することによって選手の年俸も高騰しております。ロナウジーニョがブラジルに帰ったのもそういうところもあると思いますけども、そういうヨーロッパで活躍した選手が戻るケースもあるということは、それなりにブラジルのチームもそういう選手を獲得できる環境下にあるということです。我々はスカウトを主に2000年、2001年くらいから、専属でブラジルに年間トータル90日くらい滞在させ、ブラジルの代理人との関係をうまく使い交流をし、情報を得ながら、2部リーグもしくは3部リーグでいい選手がいなくてというところを探しております。多くのチームはそういうことをせず、日本にいるブラジルの代理人ですとか、大きな代理人の企業・組織にお願いして頼んでいるというチームもあります。けれども、そういうところで工夫をしながら、ブラジルの選手の育成ということも考えながらやっております。マルシオなんかは、数字は言いませんが、2部でいろんなチームを転々としながらや

っていました。新潟に来てこれだけの活躍をして、もっといいクラブがあるよとか、それはもうプロですから仕方ないです。ただ新潟に来るときの条件というのはブラジルのチームよりも下がった条件でもないですし、相場とすると J1 のトップレベルのクラブのお金が 60 億、70 億あるチームと、20 数億のチーム、J リーグの平均が 31 億、32 億ですから、そういうクラブと比較したら、それは低いに決まっています。大企業のサラリーマンと中小企業のサラリーマンとの違いみたいなもので、それを言われてしまうとどうしても僕らもなかなか難しいところもありますが、そんな中でもチャンスを作って、ああやってステップアップするってことはプロとして当たり前のことだと思いますし、そういう日本人選手もいっぱい出てきているのが現状です。そうなったときにどう対応できるかというのを僕らも考えながら、そのために年間 3 回くらいはブラジルに行つてスカウトが良い選手を見つけてくるというスタイルを取っております。

日本人の方は、もちろん新潟でいい選手が出て、すぐに活躍できれば一番いいし、一番地域が盛り上がると思います。クラブの方針としては 2009 年に社長になりましたので、そこから 6 ヶ年くらいで新潟出身のプロの選手を 40% くらいにしようという方針を出しております。おかげさまで今シーズンは 7 人いますけども、まだまだレギュラーと言える選手は 2 人くらいしかいませんので、そういう選手をいっぱい出していきたいと思います。ただ、U-17 とか、そういう日本代表のアンダーの世代の日の丸をつけた選手が新潟県出身だとか、この前、辞退してしまいましたがフル代表も出るようになってきました。それは 10 年前には考えられなかったと思います。ですから、育成の方で色々なご意見、メールがありましたけども、プロになれる選手というのは本当に少ないです。でもそんな中でサッカーを続ける、サッカーを好きになる、大学まで行ってサッカーを続ける、僕みたいにシニアリーグに登録してサッカーをしている人もいっぱいいます。だからサッカーの頂点はどこなのかというと、その人の力にあったところでやればいいのかなんて思います。育成の中でもやっぱりジュニアがあり、ジュニアユースがあり、ユースがありますけども、そのジュニアの子がそっくりジュニアユースに行けるわけではありません。ジュニアユースの子がそっくりユースに上がるということもありません。ユースの子も全員がプロになれるわけじゃない。毎年 1 人とか 2 人です。そういう意味では、時間もかかるし、いろんな選択肢、その子どもたちの将来のことも考えながら、僕らは育成しています。もちろん可能性はある子です。ただ上手いだけではプロになれません。よくプロの選手がインタビューで言いますが、「僕よりも他に上手い選手はいっぱいいました」と。やっぱり上手いだけでなく、いろんな努力をしながら、メンタルの部分も大きいと思いますけども、そういう選手がプロになれるのであって、そういう選手を育てていくのも我々の仕事です。それも長い目で見ていただきたいなと思っています。

長友選手がインテルに行きましたけども、大学は明治大学です。2 年生まではそんなに有名でもなかったですね。身長も低いですし、こんな日本がひっくり返るようなことは誰も期待してなかったと思いますけど、やっぱり本当に努力でしょう。体幹を鍛え、人に負けな

い気持ちと長距離を走らせたら絶対負けないという努力が、今のこういうポジションにいったと思います。彼は、F C東京に入っていた頃は八丈島で自主トレをしていました。それで、奥山武宰士とも交流があり、彼もそういう気持ちを感じて今年はシンガポールに武者修行に行ったと思います。やっぱりプロはそこまで自分を追い込まないと、なかなか目標が達成できないのかなとも思います。

それをいかに作れるか。僕らもだんだんアルビレックスでプロとして活躍した選手が、アカデミーのところで監督やコーチをするようになってきました。ファビーニョもそうですけども、なぜかという、やっぱりプロになった選手が、プロの気持ちとかプロはこういうものだよ、というのが分かって伝えることができると思います。もちろん、アマチュアの先生や、僕もアマチュアでサッカー少年団の監督をしていましたけど、僕らも教えられる限界があります。教えられないところをそういう上のところに持っていくシステムがサッカーにはあります。そういうところを強化していきたい。そして今年は、鳴尾はS級を取って他のところに行きますけども、ここをステップにしていろんな指導者になっていくというのも、新潟の特色だと思います。反町さんもそうですし、江尻さんもそうですし、今の黒崎監督もそうです。黒崎監督は多分鹿島でずっと育成をやっていたら、まだまだ監督にはなれなかったと思いますけども、色々チャンスを与えてやるというのも新潟の特色であるということです。

今年は船越優蔵をジュニアユースのコーチを迎え入れました。彼が監督なんかできるのかなという風に思っている人もいますけども、非常にハートが熱い、若いときに能力のあった選手なので、そういう気持ちの部分ですとか、いろんな部分は教えられるのかなと思っています。僕らはそういう育成のチャレンジもしていきたいと思っています。森保コーチもそうですね。鹿島も広島も外国人の監督をどちらかというを使うクラブなので、広島にずっといたらなかなか監督になれない、そういった中で優秀な人材にチャレンジしてもらってステップアップできるようなクラブを目指しております。強化のほうは少し話が長くなってしまいましたが、以上でございます。

【集客戦略・試合運営について】

先ほど、問題となった集客ですが、やはり年々落ちております。前にもお話したと思いますが、2004年に昇格して、最初はそのとき約73%有料入場者です。最初の2001年の頃は、ほとんど90%以上が招待でした。2002年、2003年になって約48%が有料、52%が招待という形になりました。2004年には、ほとんどが招待をしなくてもいいような状態。招待といってもこの間お話したように、色々な招待のケースがあります。ユニフォームスポンサー、看板のスポンサーの方々に何試合ってということで招待を出したり、あとは自治会に回覧板を回して招待をする。それから小中学校の招待。あとは量販店さんのスポンサーのところに販促用として何千円以上お買い上げの方に、チケットを差し上げるという招待。これを招待と言うのですが、そこがピークでは約27%まで絞れました。ということは、73%

は有料に移動した。2010年は57%が有料で、43%が招待です。何が問題だったかというところ、2004年をピークにして、有料入場者が少しずつ下がってきたところを、招待でどんどん埋めていった。ただ招待の枚数をどんどん増やしていった、2008年が相当枚数出ておりました。特に自治会と小中学校の招待の申込率がすごく下がってしまった。あとは、小中学校は先生から配ってもらっていますけれど、2004年当時と比べると、もしかして配っていない学校が増えている可能性もあります。自治会も当初は回覧板で回して、申込みの名前と、枚数は制限させていただきましたが、枚数を書いて、自治会長さんに我々がチケットを送って、それを届けていただいた。今は往復はがきの申し込みになったので、手間がかかったり、回覧板が届けられなかったり、そういうことも今は少し問題になっていると思います。回覧板が回らないマンションですとか、そういうところが増えてきたりしています。そういうところもありながら、だんだん招待の申し込みが少なくなったので、回数を増やした年もありましたが、2008年には大きな組織、企業、団体に招待をかけるようになりました。建設業協会、異業種交流会など、そういうところに招待を変えていったことで、今までチケットを買っていただいた方々が、頻繁に招待をされることになって、そこから招待のお客さんになっていったのかなと思います。それを2009年から、そこを全部やめることはできないのですが、少しずつ変えていこうということで、もう少し小中学校ですとか自治会の方、自治会の集合住宅はインターネットで申し込めるようにして、いろいろなかたちをしております。もちろん、小中学校の方も、全部はできないのですが、小学校訪問をさせていただいて、学校の先生から配ってもらうよりも、選手が行って一緒に給食を食べてボールで遊んで、今度見に来てね、と渡した方が実際に来る確率は高くなると思いますし、子供たちが家庭に戻った時に、今日はアルビの選手が来てこれもらったよ、ということによって家族で来てくれるとか、そういう活動を地道にやりたいと思います。2009年からは、ホームタウンに限っていますけれど、新潟市、聖籠町、あとは自分の出身の学校に、卒業式と入学式に選手がメッセージをサイン入りで送っております。少しずつお礼状が届くようになりました。

あとは年間140園くらいの幼稚園、保育園をボール遊びの巡回指導をしています。これは、普及コーチを中心に行っておりますが、そこにもやはりご招待の案内をさせていただいたりしております。やはり、地道な努力が必要だと思えます。昨年も一昨年もサポーターの方に集まっていたら、新潟駅で試合告知のチラシと一緒にまいたり、色々なことをやっています。

Jリーグで毎年観戦調査を実施していますが、アルビレックスの入場者層はやはり家族が多いです。新潟とか、甲府とか。例えば友人だと断トツで浦和。一人で来るのはヴェルディとか水戸になります。やはり我々のターゲット層はファミリーになります。ファミリー層が多くなってきたのは小中学校の招待を2007年から続けているからだと思えます。ただ、この昨年の分析で、2010シーズンに初めて観戦した割合が、3番目に低いのです。一番悪いのが浦和の1.2%。神戸が1.5%。新潟が1.7%。入場者のパーセンテージですから、人数

にすると浦和は年間 8,400 人、新潟は 8,700 人、神戸は 3,200 人。なぜ招待券を出しているかという、初めて見る人に対しての招待なのです。その招待券がまだまだ僕らが狙っている方になかなかいっていないのか、興味がないのか、そういうところが問題にでているのかなというふうに思っています。ファミリー層の取り組みは、先ほどの小学校訪問、幼稚園等の巡回指導、自治会ということでカバーしていきたいと思います。若年層、若い 18 歳から 22 歳の大学生は、ここも実は Jリーグ全体で少ないです。そこをカバーしようと、他のチームもやっていて新聞にも出ていますが、一昨年からやっている大学、専門学校との連携を新潟の方が先にやっています。そういうところを昨年は鹿島戦で、無料ではなくお金を払ってもらって観戦してもらった参加者が 134 人。そういう取り組みを行っています。

あとは、いかにサッカーだけではなくて、皆さんと賑わいを出そうと、外のカナールに敬和学園さんのジャズバンドとか、いろんなものをやっています。昨年はアウェイのガンバ大阪の地元たこ焼き屋さんに来ていただきましたけれど、今年はまだ予定ですが、山形戦のいも煮や甲府の鳥モツなどを誘致しながら、そういうところも考えていきたいなと思います。

スタジアムの中では、毎年新潟総踊りに来ていただいたり、いろんな方々に来ていただきながら、やっています。高知キャンプに行って、本場のよさこいの方をぜひ新潟でと。まとまるか分かりませんが、ジョイントもできないとか、考えてやっています。本当に劇的に変わることはないと思いますが、皆さんの気持ちとか、今まで招待で来ていて方々が本当にアルビレックスを応援しようという気持ちに変わるべく努力していきますので、ぜひ皆さんの力も必要ですので、よろしく願いいたします。

あとは、神戸戦が 5 月 3 日にありますけれど、その日はレディースが前座、トップの試合があつてユースが後座の 1 日 3 試合すべて公式戦ですが、チャレンジしていきたいと思います。

集客は以上の通りでございます。そういういろんな分析、プロ野球の方の分析も参考にしております。情報交換もして、その招待のお客さんは有料の方になかなか結び付かない実態がありますと言われました。それが 100%ではないですけど、その中で新潟は逆のやり方をしてきました。多分ここにいるほとんどの皆さんが招待券から入って有料に変わっていった方々が多いと思いますけれど、そういった方々を増やしていきたいと思ひますし、なかなか難しいと思ひますけれど、頑張っていきたいと思ひます。集客については以上でございます。

阿部雄志)

試合運営の面は、事前に頂いたメールのご意見をもとにお話しさせていただきたいと思ひます。やはり試合観戦の中で一番多かったものは駐車場の問題というのがほとんどでございました。昨年も告知させていただいておりますけれど、南側の有料駐車場の一部が工事

に入るということで、2011年も300台ほど減少するという状況になっておりまして、スポーツ公園の開発整備が進むにつれて、駐車場が減少するのではないかと危惧をしております。我々も新潟県と交渉を続けさせていただいておりますし、他の主催イベント団体もございますので、そういった方々と意見交換をしながら何とか来場される方が来場しやすいような環境づくりを目指して交渉しているのが現状です。これについて今すぐこういう対策をしますとは申し上げられない状況ですが、交渉は地道に続けていっているという状況です。

あとは、演出の関係ですとか、マスコットをもう少し活用した方がいいですとか、そういったご意見もいただいておりますので、コンコースを回ったりですとか、演出ももう少し違った見せ方ができるのかとか、検討をしておりますので、引き続き検討して改善できるところは改善していきたいと思っております。

【その他（ホームタウン活動など）】

田村)

ホームタウン活動でございますが、皆さんによく言われるのは、「どこの地域に行っても駅前とか商店街にフラッグとかあるよ」と言われます。新潟にもありますけれど、上の方にあって色も褪せていて、高いところにあるから分かりづらいという話も聞きます。実は多くのところはスポンサーや親会社がお金を出して作って配ってもらっているというのが現状です。新潟はその他、オレンジののぼり旗がありますが、あれは商店街の人に買ってもらっています。他のクラブなどは無償で全部配っている。お金の力加減と言いますか、要するにボランティア的には難しい部分はあるということです。我々も新潟市に働きかけており少しずつ変わってきていますが、やはり新潟市でのぼり旗を出すことも景観条例があるとか、色々な条例やルールをクリアにできないところがあります。新潟駅南からのオレンジのパナーにしても、安全性を考えて冬の間、取り外さなければならないですが、もう少し、アルビレックスという文字が大きければいいのですけれど、文字すら入れてはいけないということを最初は言われました。僕らは皆さんのおかげで、株式会社でありながら公共的なチームとさせていただいてはいますけれど、そういうところで株式会社だから、というハードルもあります。

一つ最近の例で言うと、小学校1年生が交通安全協会から黄色のランドセルカバーをもらいます。あれをせっかくだから、アルビのキャラクターのデザインにしようと、昨年から提案していますが実現できませんでした。やはり非公共的な企業として見られているようで、かなわぬものになりました。ベルマーレさんとかやれているところもあります。そういうところを一つ取り上げてもなかなか難しい。そこを一つずつクリアしていく必要があると思います。

ホームタウンからの支援には色々なものがあります。例えば、アルビレックス新潟は緑花センターとグループで指定管理を取っているのですが、委託料を減らされても困るのですが、

多くの自治体はクラブに対してスタジアムの使用料の減免をしているのも事実です。僕らは高知にキャンプに行っていますけれど、競技場の使用料は減免してもらって無料です。でも、ここビッグスワンを使うと看板 1 枚置くといくらとか、駐車場でいくらとか、かなりの使用料が掛かるのです。そういういろんな部分でお金が掛かるので、皆さんへのサービスを上げたい、セクターフェンスを開放したい、いろんなことをやるにしても、警備員を増やしたり、チケットをチェックする人、誘導する人、そういうところが必要となってしまうので、なかなか収入が上がらないと、そこまでできないというジレンマがあります。是非そういうところを少しでも解消できるように収入を上げていきたいと思います。

今回、コメリさんに新たにスポンサーになっていただきました。亀田製菓さんも契約を更新していただきました。もちろん増額していただきました。そういう一つずつの積み重ねだと思えますけれども、ご理解いただければと思います。

ホームタウン活動というのは、選手達が小学校訪問をするとか、夢センをファビーニョがやるとか、そういうこともホームタウン活動だと思っております。幼稚園・保育園の巡回も含めて。そこは十分、他のチームよりもやっていると思いますので、それ以外の、目に見えない部分がありなかなか皆さんにお伝えできないのが残念ですが、根気よく活動をしていきたいと思えます。

<10 分間休憩>

司会)

それでは後半を開始させていただきたいと思えます。後半は先ほどもお話しさせていただいた通り、皆さまからいろいろなご意見をいただきながら、クラブとコミュニケーションを取って、質疑応答の時間を十分に設定させていただいておりますので、クラブと有意義なお話をさせていただければと思います。

皆さまからどんどん質問をあげていただいて、私をご指名させていただいた方からご意見をいただいて、それに対してクラブの考えをご説明する、そういった形で進めさせていただきたいと思えますので、ぜひよろしく願いいたします。

申込みの際にいただいたメール以外の部分でもいいですし、いただいたメールのことを改めて聞きたいという方もいらっしゃると思えますので、何かご質問ある方いらっしゃいますか？

質問者)

先ほど、18 歳から 22 歳の層の取り込みということで、大学、専門学校へのアピール、鹿島戦 160 人、無償ではないというのをおっしゃられたのですが、どういう取り組みをされたのでしょうか。

阿部正憲)

チケットを担当している阿部がご報告させていただきます。大学連携という形では2009年から行わせていただきまして、昨年が第二回目の取り組みとなりました。昨年は、新潟経営大学、新潟医療福祉大学、新潟大学、あとは専門学校のアップルスポーツカレッジの学生さんにご協力いただきまして、「ALB lab. (アルビ ラボ)」というグループ名を付けさせていただきました。学生さんで17名、先生方も協力していただいた中で、県内の18歳から22歳の若年層を、いかにスタジアムへ来ていただけるかというところをコンセプトに、試合観戦の楽しみ、それ以外の楽しみもぜひイベント化していこうじゃないかというところで、昨年の10月31日鹿島アントラーズ戦を対象に5月、6月あたりから活動させていただきました。

人数は先ほど申し上げた通りなのですが、そのうち県内の学生さんが70数名、すみませんが細かい数字まで把握しておりませんが、約半分くらいが県外の方ということで、「初めてビッグスワンに来ました」ということで、非常に興奮して、試合内容もロスタイムに本間勲選手が劇的なゴールでアントラーズを下したという、初めて見た方は本当に興奮して「また次も見たい」というところで帰られました。

学生さんにつきましては、10月の文化祭シーズンということもありまして、所属の学校だけでなく、それ以外に敬和学園さんですとか、産業大学さんですとか、そういったところにもPOP、チラシを持って、「ぜひ試合に来てください」という形で活動していただきました。チケット価格は2,500円、試合前にバーベキューをして、試合を観戦して、帰るという流れなんですけれど、初めて会った仲間同士で打ち解けたり、そういった交流ができて非常に楽しかったというところもありましたし、今までビッグスワンというのが近いようではなかなか来ることがないという学生も非常に多くて、その試合は3万人ちょっと入ったのですけれども、3万人入った会場、こんなに楽しいのかということ満ちて帰られたという人もいます。

また今年も各学校さんとは今も連絡を取り合っておりまして、春先からスタートして、同じ大学生の、特に新一年生で県外から来る方をどうやって取り込むかということについては、またプランを出したり、スケールアップしていきたいと思います。昨年は200名弱だったのですけれども、300人、400人と増やして続けていきたいと考えております。年に1試合と限らず、2試合、3試合と回数も増やしていきたいと思いますので、また告知も広報を通じて、もしくは新聞記事などを通じてご案内させていただきたいと思いますので、またお楽しみいただければと思います。

質問者)

昨年のカンファレンスも参加させていただいて、その中で若いサポーターをどうやって取り込むか、ということについて意見させていただいたのですけれども、その流れと言ったら変なのですけれども、昨年の3~5月くらいに、クラブ宛に意見書みたいなものを出させ

ていただきました。その内容を社長は把握していただけたか。あとは、それがどのように生かしていただけたか。見ている中で自分は発見できなかったのですが、社長からお返事いただきたいのですが、いかがでしょうか。

田村)

すみません。私も正直聞いていなかったのですが、どんな感じだったのでしょうか。

質問者)

今、新潟医療福祉大学に通っていて、21歳なのですが、その世代で来ている方は少ないんですけれども、その中で、仲間に声をかけてクラブがどういったことを、チケットの値段とか、グッズとか、スタジアムイベントとか、自分たちの若い目から見たらどういうものを作ってほしいか、ということに関して提案したんですけれども。

阿部正憲)

すみませんが、私もご提案いただいた資料は拝見していないというところがございます。ただ、若年層というところにつきましては、先ほども申しあげました通り、大学と連携したというところで、医療福祉大学のメンバーの方にも非常に多く参加していただいております。そういった中では、PR活動、ポスターを作って、学内で掲出させていただいたり、医療福祉大学の先生にも非常にご尽力いただいておりますので、PRが不足しておったのかな、というところは私の反省点として改善していきたいと思っておりますけれども、細かいところのご提案については私もお目通しさせていただいていないので、すみませんでした。また確認させていただきまして、若い方については広く来ていただけるような取り組みを行っていきたいと思います。

ただ皆さんに聞いてみますと、アクセスの部分ですね、知ってはいるのだけれどなかなか行くのが億劫だ、というところがありますので、試合観戦で、「試合があるよ」というだけではなかなか興味を引けるところがございますので、それ以外のオプションの部分で、「こんな楽しいことがあるよ」、あとはそれ以前に「こんな選手がこんな特徴があって・・・」、と知っていただいた中で、楽しく見てもらおうというイベント、仕掛けというところについては、今後の課題としては認識しておりますので、それに向けては着実に一歩ずつ改善していければと思っております。抽象的な回答となりますが、また個別にご連絡いただければと思います。

田村)

何年生ですか。

質問者)

今度3年生です。

田村)

補足しますと、大学連携のところは、大学生がパワーポイントで企画案のコンペをして、自分たちで考えた企画を、一つではなくて、いろいろな企画を考えて、グループでコンペをします。これがいいよと決まったらみんなで協力して実行しています。ぜひ今年、参加してもらって、一緒にやれるといいのかなと思います。

質問者)

行政がやれることは限界があるというお話でしたけれど、行政は行政として、個別に対応できないのは分かりますので、アルビレックスにはサポーターがいるので、もっとサポーターをもっと巻き込んで、クラブとして1年間、この1年だけではなく、10年後、20年後と続いていくために私たち、サポーターをもっと巻き込んだ企画をお願いしたいと思います。

田村)

ありがとうございました。

質問者)

強化のことでお伺いしたいのですが、先ほど社長の方から主力が抜けても若手が活躍する。6ヵ年で地元新潟県の選手が40%くらいにしたいという。そして、選手にもスタッフにもステップアップのためにチャンスを与えるクラブにしたいという話を伺って、クラブとしてはこういう方針で向かいたいというのは、おおよそ掴めたのですが、チームが目標として掲げているACL3位以内に入るという方針、クラブとしてそっちに向かっていくという雰囲気、今日の話聞いては伝わってこなかったもので、そのあたりをどのように考えているのかお聞かせいただければと思います。

田村)

昨日の激励会で話したので今日は話さなくてもいいかなと思ったのですが、基本的にはACLに出場できるようなチームづくりはできていると思います。強化部ともすり合わせはできております。というのは、去年は監督が1年目、Jリーグの中でも、J1の中で平均年齢が一番若いです。23.7歳だったと思いますが。その中で経験を積んでいくということも含めて、引き分けの多さ、負け数も上位チームに比べてもそんなに多くなかったところ、失点と引き分けのところを改善できれば、去年も3位くらいになれた勝点までいったのかなと思いますので、そういうところは継続してやりたいと思います。ただ、強いチームは常にそのポジションにいるということが課題になってくると思

ますので、本当にそうなるには、まだまだ時間がかかるとは思いますけれども、可能性がないとは感じておりません。

質問者)

可能性の部分では言えないところもあると思いますが、今年はオリンピックの予選とかもありますし、辞退してしまいましたが酒井高德選手もA代表に選ばれるようになりました。そういったところで、主力が抜かれていく中での戦いもあると思いますけれども、そのあたりも含めてどういうふうを考えているのかというのをお聞かせいただければありがたいです。

田村)

A代表の試合はリーグ戦とは関係ないと思います。オリンピック代表は、鈴木大輔とチョン・ヨン Chol が選ばれる可能性があると思います。大輔のところは、センターバックは千葉と石川と菊地で対応できると思っていますし、ヨン Chol のところは、いろんな考えもあると思いますけれども、若い選手で亜土夢もいますし、木暮もいますし、加藤大もいるので、そういうところであれば。藤田も前のポジションができますので。もともとヨン Chol は左よりも右の方が私はいいと思っているのですが（会場笑）。これは監督が決めることなので。左利きの加藤大もいいものを持っていますし、そういうところでカバーできればと思っています。

質問者)

今の選手たちでタイトルやアジアを狙うということによろしいでしょうか。

田村)

はい。

質問者)

グッズのことについてお聞きしたいと思います。私は昨年のカンファレンスでもグッズ販売についてサポーターの意見を取り入れる仕組みができないかというようなことを発言させていただきましたし、その前のカンファレンスの意見ですとか、あとは4月に個別に何人かたくさんの方の意見をまとめて、クラブにメールをして、お返事をいただいたこともあります。それでその中で、グッズはJリーグの関係で制約が非常に多いというのは承知しているのですが、じゃあ、どういったところだったらサポーターが関われるか、ということとか、それに対する回答的なもの、先ほどの青年の方も4月に意見をしても、それがどういうふうにかされたのかが見えないということですが、せっかくサポーターの力を借りたいということで彼はもうちょっとどういうところに意見を出したら通

じるのか、それについてはこういう部分だけは取り入れられますけれど、という回答ですとか、どうすれば生かされるのかな、というのがありますのでご回答いただければと思います。

山本)

2年連続でそういったご意見を、会社としてしっかり反映させていただけていないという部分につきましては大変申し訳ございません。まずもってお詫び申し上げます。

社内の組織の話になるのですけれども、グッズ開発の部分で組織の変更がありまして、今一度サポーターの方々、それから普段試合会場で触れ合うお客様のご意見を取り込むように意識を改革させております。オレンジガーデンという駅前にあるオフィシャルショップにご来店いただいたお客様からのご意見は、オレンジガーデンのスタッフと会社と共有する場を設けております。

今ご質問いただいた、具体的にどうやって進めていけるのか、Jリーグの制約がどこまであって、どこまでできるのか、ということにつきましては、この場では申し上げられないのですけれども、そのようなご意見をいただいたということで、具体的にどのようにサポーターの方々のご意見を頂戴しながら商品開発を進めるかを早急に検討してみたいと思っています。

ただ、3月の開幕に向けて、やるべき順位もあるので、具体的には開幕して4月くらいまでには、どのように進められるのかをいったんご案内させていただきたいと思っております。少し1、2ヶ月お時間をいただければと思います。

田村)

言い訳っぽくなって申し訳ないのですが、2年前から社内に業者さんの担当者が入っております。その業者さんは他のJクラブ、具体的には鹿島さんと千葉さんなのですが、そのグッズの開発を含めてやっていた人に入ってもらっています。ということは、独自でというよりも、各クラブの売れ筋とか、流行りとか、うまく分析や連携しながらやっているつもりではいるのですけれども、地域独特の部分というと、また皆さんのいろんな意見をお聞きする必要があると思いますので、山本が言ったように、また個別に対応はしたいと思っております。大変ご迷惑をお掛けいたしました。

質問者)

選手の契約に関するところですが、アルビレックス新潟は複数年を公表していますか。

田村)

していません。

質問者)

する予定はないですか。3年契約を結びましたとか。

田村)

他のクラブも少ないと思います。例えば、3年でも、1年でいなくなる選手もいますし、その時々で。例えば、3年契約の選手でも、更新するか、更新しないかで、更新しましたという契約の発表になっています。例えば3年契約ということで、複数年契約だから皆さんが安心していなくなる可能性があります。Jリーグでは公表しているところもありますが少ないと思います。これからも公表する予定はないと思います。

質問者)

スポンサーは複数年契約を結んでいるのでは発表していますよね。

田村)

ほとんど契約解除にならないからです。

質問者)

複数年契約を多くしていこうということはないですか。

田村)

現在の選手はほとんど複数年です。ただ、代理人と選手によっては単年という選手もいます。それが見えてくると、皆さんがあまり良くないイメージをする問題もあるでしょうし。だから他のクラブもやっていないと思います。

質問者)

先ほどの運営の部分なのですけれど、駐車場の問題とマスコットの問題とマンネリ化という話があったのですが、駐車場に関しては各方面に働きかけているということで納得はしたつもりですが、マスコットの発表についても、もっとコンコースに行ったらいいんじゃないかというのは私もメールで言わせてもらっていたのですがすけれども、その辺をもっと具体的な説明と、マンネリ化を打開する具体的な方策があればお聞かせください。

阿部雄志)

運営を担当しております阿部よりご説明いたします。開幕に向けて最終的な詰めを行っているところで、まだ具体的にこうします、というのは決まっていないのが現状です。考えるところは、ウォーミングアップ前の盛り上げ方とか、選手紹介の映像ですとか、選手入

場時のところですか、サポーターの皆さまと今以上に盛り上げれるように何とかできないかと関係各所と話をしているところです。冒頭にもご説明いたしましたが、まだ決まっておきませんので、継続的に検討していきたいと思っております。

田村)

先ほどもお話ししましたけれども、試合前の大型映像はスポンサーの映像を流したりとか、いろいろ制約があるので難しいですが、スタジアム外の売店で対戦相手のグルメですか、高知のよさこいとの交流ですか、カナル広場の地元の高校生のブラスバンド演奏とか、会場を盛り上げるためにいろんな方々にお声掛けしようとは思いますが、そういう中で少しずつ取り組んでいく形になると思います。あとは、5月3日レディースの前座とトップチーム、そしてユースの後座試合を3試合実施します。新しい試みなので、ぜひ帰りの駐車場で出るのに時間を掛けるよりもユースの試合を見て帰ってほしいと思います。少しずつですが改善させていただきたいと思います。

質問者)

質問というよりお願いになると思うのですが、結構私の周りの人に、試合に行こうと声をかけますと、一人では行けないから行ってみようという人が結構いるんですよ。それこそ招待券で行ってみて、興味があるけれど家族で私しか行かないとか、周りの友達が興味ない。一人では行けないから、誘ってくれるのなら行くという人がたくさんいました。私一人の力には限度がありますし、結構新潟県人はそういう人が多いと思うんですよ。だから行きたいけれど一人ではきついという人を選ぶとか、後援会とタイアップして来れるようにするとか、そんな方向で考えていただいたら仲間も増えるしいいのではないかと思います、何か形になれば嬉しいなと思います。

田村)

今、どういう形でというのは言えないのですが、いろいろ検討したいと思ったり、各地区後援会のアウェイツアーをよくやっている地区もあるので、ホームゲームにそういうツアーを設けるということもあると思います。後援会の方にも働きかけて、そういうところに参加できるような取り組みも考えたいと思います。

質問者)

メールでも質問させていただいたのですが、モバイルアルビレックスのスマートフォン、iPhone、アンドロイド携帯でも見れるようにしていただくことが可能なかどうか。以前からご要望があったと思いますが、技術的に難しいということで、今のところ是对応無理というお話だったのですが、今回、フロンターレさんが先駆けて対応されたということで、一番問題になっているところがお金の集め方というか、今までみたいにドコモさんと

かに代理で集めてもらうことがスマートフォンではできないので難しいというところが、私の感じではそこが一番障害だったのかなと。そのところをフロンターレさんがクリアされたのかと思うのですが、同じようなことをアルビレックスでもできるのかどうか。できれば一番コストがかからない方向で、新しくスマートフォン用のサイトを作ってくれ、なんていうと大変なことになるんですけど、今のサイトをスマートフォンでも見れるようにということフロンターレさんはやられたようなので、今すぐ回答できないとは思いますが、ぜひ検討していただきたいと思います。

栗原)

広報の方からご説明させていただきます。基本的にはおっしゃられた通りの形です。当初、導入が難しいと申し上げたのは、アプリと月額課金というシステムという部分がなかなか対応できないという状況で、現状では導入が難しいと回答させていただいていたと思います。皆さんご存知の通り、昨今のモバイルの中でもスマートフォン、非常にモデル数も多くなってきているという状況で、まだまだ既存の携帯の方が多というのが事実ではありますけれど、増えてきているという状況の中で、我々としてもモバイルの中でスマートフォンに対応するサービスを提供したいと要望は常に上げ続けておりますし、また逆にキャリアさんの方でもそういう形の環境整備を今、一生懸命されているのが現状です。それは私どもだけではなく、全体的にスマートフォンの対応を一生懸命頑張っているという状況です。川崎さんは、先行の投資の部分で開発のコストを自分たちである程度負担した上で、それでもスマートフォンの対応を進めていきたいということで、形にされてきた。私どもとしては、スマートフォンの対応はしたいという形で話を進めている。ただし、開発のコストの部分に関しては、それほど多く出せる、正直身もないという中で、開発というのはご存知の方もいらっしゃると思いますが、初期が一番多くて、徐々に徐々に減っていくという形になっていますので、その中で一番我々のところで無理なく導入するタイミングとサービスという部分で、現状のモバイルアルビレックスのサービスだけではなく、せっかくスマートフォンにするのであれば、もう少し動画であったりとか、スタジアムの応援の映像を流せるようにするとか、そういった部分をできるところからやっていきたいなと思います。具体的な期日としてこの日です、と申し上げられる段階ではないのですが、なるべく今シーズンのところで形にしたいというところで進めていきたいと思っています。

田村)

補足です。今契約している業者さんは、他のチームのモバイルもやっているの、そこと足並みを揃えなければならないというところもあります。

質問者)

駐車場問題なのですが、先ほどの方は納得されたようなのですが、私はもう少し前向きな意見がほしかったのですが、具体的にここまで話がいつているけれど、ここがダメなんだよ、とか、こうやったんだけどダメだったとか、そういうお話ができることもなく、今年は何百台少なくなるよ、といてこのまま何とかしようかな、ということで受け取ってよろしいのでしょうか。

阿部雄志)

こちらは県の施設ということで、県担当者と交渉しております。公園開発にあたって、駐車場が減るといふのがありまして、お客様のそういうご意見もあるといふのも会議があるごとに、オフィシャルの場で何度も発言させていただいておりますし、コンサートですとか、野球のイベントを主催されている方も同様の意見を述べさせていただいているのですが、開発が決まっています進んでしまっているという状況です。

何とか県の方でできることがあるのかあたってはいただいておりますけれども、予算の部分もありまして、前向きな回答をもらえていないのが現状です。担当者としては、引き続き掛け合ってもらえるよう話をしております。

田村)

悩ましい問題でございまして、アンケート分析を見ると、自家用車による来場者が 65.6% になっております。2001 年から 2003 年にかけては 7,500 台あったのが、今、県が持っているのは 2,700 台、アルビレックス新潟が独自で鍋淵駐車場を借りているのですが、そこが 1,000 台、3,700 台しかないです。2001 年当時から比べても相当減っています。そこも集客に影響していると思います。他に民間駐車場も 700 台くらいあります。

ただ、市民病院もありますし、緊急車両がスムーズに通れることが望ましいということで、駐車場を増やす方向とは逆の方向に考えがいつている。なかなかこちらの要望とは合わないのが現状です。セーブオンの向かいの関係者 A 駐車場として、関係者やバスを入れる駐車場になっておりますが、そこは今後公園になっていきます。ですから、これだけの大型のスタジアムが隣接しているところに、駐車場スペースとしては山形さんとかと比べて少ないという感じはあります。

質問者)

メディア関係に関してですが、先日、クラブのことは何で知るかというところで、新潟は新聞がメインなんですよ。他のメディアを使うという考えはありますか？

あと、駅南のポスターが昔ありましたよね。それを最近やっていないので、前向きに考えてもらえるといいなと思います。

田村)

新聞が多いのは、新潟と甲府ですとか、地方クラブが多いです。特に新潟日報さんには積極的に書いていただいているところもあって、逆に中央の関東や関西なんかは、ご覧になっているスポーツ紙がありますけれど、スポーツ紙の中の全国版が各クラブの持っているスペースだと思っていただきたいと思います。そういう意味では、スポニチの新潟版もありますし、地方はそういうことで新聞がメインとなっております。逆にホームページより目立っているところもあると思います。だからと言ってホームページが貧素になっているとか、モバイルアルビレックスのサービスが低下しているとか、そういうことではないと思いますけれど、個々に努力をしています。ことあるごとに、メディアの方々と交流をして、この前もNHKさんにご挨拶に行っておきました。それが良かったのかどうか分かりませんが、最近ではなかったのですが、高知キャンプまで取材に来ていただいて、試合の放映も前半戦地上波でやってもらう形になります。いろいろな部分で日々努力しておりますので、結果だけみると、地方のクラブはそういうところが高くなるということをご理解いただきたいと思います。

栗原)

基本的な広報の考え方として、既存のホームページとか、モバイルアルビレックスとか、メディアを使って自社で配信しているという部分もたくさん、特にサポーターの方がコアになればなるほど目にされる機会が多くなると思うのですが、それでいいとは全く思っていないです。

クラブの自社メディアは大事ですし、当然既存のメディアの皆さん、新聞、テレビ、ラジオ、雑誌の4媒体プラスインターネットメディアというメディアさんがいますが、こちらのメディアさんとも良いお付き合いと良いかたちで記事を出していただくというところも同じか、それ以上に大切なものだと思っておりますので、日常的に広報の現場では取材に来ていただけるようお願いをさせていただいたりとか、いろんな選手のインタビューを話させていただいたりとか、そういうこともしていることもご理解いただければと思います。

田村)

駅の通路のところは新潟市です。私が広報を担当しているときは、掲載先の許可印鑑をもらって、ポスターを貼りました。新潟駅の通路は東と西がありまして東側です。あれだけいっぱい貼れる場所があるのですが、貼れるのは期限付きで1枚だけです。それで昔は2枚か3枚お願いしますと言って貼らせてもらっていましたが、現状はそういう状況です。その他、現在取り組んでいることは担当に説明させます。

山本)

昨年ですが、JR東日本の新潟支社長さんをビッグスワンにご招待し、ご観戦いただきました

た。その後、支社長にとにかく新潟駅、新潟駅内もオレンジにならないでしょうか？ジェフ千葉さんがいても新潟のクラブということでお願いに上がったんですね。前向きにご回答いただきまして、シャトルバスの乗り場のところに、大きいポスターを試験的に貼っていただきました。ここも非常にハードルが高かったんですけども、トップの方から何とか新潟の会社なので、新潟を盛り上げようよという言葉をいただいて、昨年シャトルバス乗り場での案内をアルビレックス色に、スタジアムの満員の写真を使って掲出していただきました。

今シーズン、またそういうグループ会議を、こちらの担当グループと JR さんのグループとで会議を持ちまして、今度は新潟の駅構内ですね。沿線の駅とか、階段、踊り場、そういったところでもアルビレックスのポスターを出していただいたり、会場の案内図やチケットの買い方、スタジアムの楽しみ方というようなリーフレットを置かせていただくようお願いをしていこうと考えています。

千葉ロッテマリーンズの駅の周辺の催しですとか、甲府駅の状況ですとか、過去の事例をご提示して、できるところから取り組んでいきたいと思いますという話をしておりますので、少しずつだとは思いますが、新潟駅も変わっていくものと思います。それは先ほど田村が申し上げたように、新潟市の部分と JR さんが持っている部分とがありますので、JR さんが持っている部分で、できる限り有効活用させていただきたいというお話でした。

田村)

ちなみに、現在、東側の通路は半分工事しています。何を工事しているのは分からないのですが、一昨日の夜に新潟に帰ってきて、ちょうど出て通路に行くときに上部に案内看板が出ているのですが、ビッグスワンもエコスタジアムも案内表示もありませんでした。

質問者)

招待事業について意見を述べさせていただきます。招待事業にはもう少しサポーターさんの力を借りて、逆にサポーターさんの力を利用するくらいの気構えでやっていった方がよろしいのではないかと思います。特に一番今サポーターさんの無料招待事業で不満に思うのは、いつもいつも同じ人が来ている。やはりそういう意見があつて。招待事業の原点はまだビッグスワンの興奮や感動を味わっていない人に味わってもらう機会を与えるものである。それは誰も反対しないと思うんです。そういった場合に、やっぱりまだ見に来ていない人がいて、申し訳ないですが、まだ球団の職員の人には分からないわけです。でも我々だって職場に帰る、学校に帰ればまだ見たことがない人がいっぱい分かるわけですから、先ほどの学生さんにですね、招待券の 10 枚でも 20 枚でも渡したら、きっと学校の同級生、後輩みたいな人間をきっと連れて来れると思うんですよ。そういうことによって、やっぱりその初めて見に来るといふ人間を改めて市場開拓しなくてはいけないんじゃないかと。先ほど無料招待の中に組合の話がありましたけど、組合っていうところはすごいところで。

私は県央地区である組合の招待事業を知っているんですけど、まず後援会さんが組合の方
に招待事業ありますよと、チケットをいただくんですよ。昔は 500 枚ほどだったのです
が、700 枚になって 1,000 枚になって、さらに 1,500 枚にまで増えてしましまして、組合員
の数は増えていないのにチケットは 3 倍になっています。しかもチケットがくる組合さん
は FAX で連絡をするわけですね。400 社とか 600 社ほどいると思うんですけど、一斉に FAX
を送信するわけです。そうすると、その事業所は FAX を受け取って、アルビレックス新潟
の招待事業があるんだな、と知るんですけど。その組合自体が野球だとかバスケですと
か、句会ですとか講演会、芸能とか、日常的にそういうものがくるわけですから、これは
福祉厚生の一環として組合も張り切ってしまうんですけども、そうしますと毎日のよう
にくる FAX を、事業所自体が管理できないんです。きた FAX はみんな裏返しになって
山のようになっているんです。それ何？と聞けば、ある組合からきた福利厚生のお誘いだ
よ、と分かるんですけど。それで実際は、招待事業はどのように行われているのかとい
うと、見たい人が見れる。ちょっと来週サッカーを見に行こうかな、と思ったときに、会
社の部長さんか総務の方に行って招待事業はありますか、と聞くと FAX の山の中から、
何月何日、どこそこの試合の招待があるよ、と分かって行くわけです。きたら完全にまだ
見たことのない人が見るという機会がますますなくなる。ちなみに話を聞いてみますと、
招待事業があること自体知らない社員が大勢いるわけですね。100 人、200 人超すような工
場ですら知らないという人、特に入社 3 年くらいの人が知らないという。

もしですね、ここに後援会ですとか、アルビレックスのサポーターさんで、招待事業がし
ょうがないけれど、見たことない人を誘いたいという気持ちのある人がいたら、そうい
う時にこういう招待事業があるんだよ。会社で発表するなり、掲示板に掲示するなり、朝礼
でこういう招待事業がありますという話をすれば、新しい市場は必ずあると思うんです。
そういった部分をやはり、ある程度サポーターさんに、現場の人に任せていかないと球団
さん自体、絶対把握できないと思うんです。そのためにもサポーターさんを利用する、活
用するために、社長さんに言ってほしいんですけども、全試合タダにする。タダにでき
るんだよ、と言ってみていただけませんか。実際、何をバカな、と思う方はいらっしやる、
それでいいんです。具体的な屁理屈な数字を並べれば、2009 年アルビレックスの広告収入
は 8 億 5 千万です。J2 の平均的な運営費は 8.9 億円です。その程度であれば、ただでもで
きるわけなんです。ただし、どうなるかはバカなことを言っている奴がいると思った方が
いると思うんですけど、4 億とか 5 億とか 6 億とか、その程度のクラブの実力しかきつと
出せないと思います。でもやっぱりサポーターさんは嫌だと思うんですね。一つでも上の
順位を、自分たちの誇りを守るために、僕たちは入場料という形で財政支援をしていると
いう気持ちを持っていただければ、自分はシーズンパスを持っていても、友達なり、知人、
知り合いなり、試合を見たことない人を、無償で球場に連れてくることに十分協力してく
れると思うんです。そういったサポーターの気持ちを掘り起こすこともたまにはやってい
ただいて、それを基に全体的に末端からの活動ができるようにしてはいかがでしょうか、

という意見をさせていただきます。

田村)

ありがとうございます。先ほども 2001 年の招待の割合と有料の割合の話をしましたけれども、その時にシーズンチケットを買っていた方もこの中にいらっしゃると思いますけれども、その時は「何で招待するの」という意見はほとんどなかったです。「俺はクラブと一緒にになってチームを作っていきたい」という思いの人がどんどん増えていって今の皆さんのような形になると思うのですが、先ほど言ったように、強い想いとか、クラブへの愛情とか、チームに対する気持ちを持った人をどんどん増やしていかなければならないと思いますし、そういう人が増えることによって、本当の意味で有料入場者が増えていくのかな、というふうに思っています。

今、非常に参考になる意見、ありがとうございました。これはもちろん皆さんにもご協力いただかなければならないですし、後援会も組合の事務局に投げるのではなく、一つ一つの企業と直接向き合う方法を取らなければなりません。ただ、ご存知のように、少ないスタッフでやっておりますので、力不足の部分があると思いますが、そういうところをチャシ配りと同じようになってしまいますが、皆さんのお力を借りながらやればと思っております。非常に貴重なご意見、ありがとうございました。

質問者)

先ほど駐車場の話がございましたけれども、現状これ以上、増やせないという方向で考えてよろしいのでしょうか。開発はしないということでしょうか。

田村)

これからも増やす努力はします。代替地とか、エコスタの前の開発が進んでいくと、もしかしたら駐車場ができるスペースができるかも知れません。前にイオン南新潟店さんがオープンの際に、鍋瀉駐車場を借りたという経緯がありますけれど、全体的に大きなショッピングセンターとか、これだけの大型の公共施設があつて、当然駐車場としては足りないと思います。働きかけはしていきますが、現実的にどうなるかは今のところ分かりません。

質問者)

それでは車以外での来場に対する方策というのはどのようなことを考えているのでしょうか。

田村)

現状ではシャトルバスをやるしかないのですが、一回色々な方々と意見交換させていただ

いたときに、違うところからシャトルバスを出した方がいいのではないか、という話もありました。実際シャトルバスというのはバスの運行レーンでないとシャトルバスが出せな
いようです。亀田駅前から出そうと検討しましたが、バスの動線ではないとシャトルバス
が出せませんでした。そうすると観光バスをクラブが借りてやるしかないのですが、今は
新潟交通に委託していますので経費はかかっておりません。損得なしで新潟交通さんから
やっていただいているのですけれども、1 試合約 2,000 人の利用者がいるのですが、それが
どんどん増えていくしかないと思います。市議会選挙もありますので（場内笑）、路面電車
を走らせたいとか言う方もいますが、そういうのができてくると違ってくると思います。
近い将来という、少しずつ駐車場が減っていくので、駐車場の突き当たりのところに、
スマートインターを付けて高速道路に直結してもらえると、今は高速料金無料ですからど
んどん上がれていいのかなと思いますけど。

質問者)

ここから先はお願いになりますが、車で来場する方は、結局繁華街に、町中に来れないん
ですよね。結局、シャトルバスや自転車といった手段の方しか駅前に出て来れない。街中
にサポーターが出てこないとお金が落ちない。そういったことで、頭を悩ませている方も
いらっしゃいます。以前、アルビククーポンで協力してくれていたお店も、同じようなこと
で今月末でお店をたたんでしまったということもございます。クラブの方としても、サポ
ーターを、まちづくりの一環から考えても、サポーターを町の方に、繁華街に流すこと、
そういった観点はあると思います。それをもう少し進めていただけませんか。よろ
しくお願いいたします。

田村)

具体的に言うとシャトルバスを古町からということですか。

質問者)

古町だけに限らず、できる限りで構いませんが。

田村)

ナビスコの予選の試合を市陸でやるとか。でもシーズンパスが販売されていますので、そ
れもちよっと現実的には可能性がないかもしれませんが、また色々な意見を参考に取り組
んでいきたいと思います。

司会)

少し長くなってしまいましたが、議事録については後日ホームページに掲載させていただきますので、確認していただければと思います。

最後になりますが、社長の田村よりご挨拶させていただきまして、カンファレンスを終了とさせていただきます。

田村)

2時間半、ありがとうございました。言い切れていない人もいますが、また個別にメールなり、各担当なりにお問い合わせいただければと思います。

やはり皆さんの手で、皆さんの力で作ってきたクラブだと思しますので、そういう意味では皆さんと一緒にまた良いチーム作りをしていきたいと思しますので、ぜひご協力いただければと思います。ありがとうございました（会場拍手）。