

クラブとしての今年度および中長期的目標・方針など

今季の成績目標はわかりましたが、営業目標とそのための方策をお聞かせ願いたい。目標を高く持つことは、私、そして選手の気持ちを高ぶらせるために必要なことでしょう。しかし、それよりも経営者としての方策をお聞かせ願いたい。それを見てからシーズンパスを更新したいと思います。

クラブとしての今年度および中長期的目標・方針など

田村新社長になって何が変わるのか

5年後10年後等未来の方向性が見えない。チームとしては「優勝」、「タイトル奪取」。サポーター様皆様にはそれだけで充分、かくして、如何にしてタイトル奪取のためにクラブ、サポーター他皆が如何あるべきか？の意見交換となるのだろう。ミーハーの立場上、興行として方向性に疑問を持ちます。球団の方向性は(名前を出すのは如何と思いますが)浦和のように常連さんがいつでもやってくる、いわば会員制高級ゴルフクラブのような未来像をお持ちなのではないでしょうか？言っておきますが一昨年観客動員でライオンズを超えましたが埼玉の両チーム中間点川越や新座の学校、職場では圧倒的に話題は野球です。なぜならサッカーを見に行く人数は多くとも人間の種類が野球に比べれば圧倒的に少ないからです。経営上は、限られた人が毎回観戦してもらうのが一番でありましょうが、5年10年先を考えれば大変危険でリスクが高いと考えます。浦和は一年たてばその観客平均年齢が確実に1歳高まる、そういうチームに変貌してしまったと言える、30年後はどうなるのか？アルビレックス新潟の観客減の理由の一つにライフサイクルとの不一致が考えられる。モデルとして、J1昇格時よりの観戦、夫婦と10歳の子供3人、こういう場合も3年たてば子供も中学生同年代との付き合いも多くなる。6年たてば高校生、クラブ活動でも始めれば忙しくなる。こうして球場から足が遠のくのは必然となる。子供が行かなければ先ず母親は行かないことが多いので、かくして動員力は3分の1に減る。その子供たちが15年後新たな家族として球場に来る可能性はあるが、リターン率は低いだろうし、15年も球団は待てるのだろうか。「子供が球場に行きたいと言えばもちろん大人2人が付いて来る、」そういう環境づくり真っ先にしたい。アルビレックス新潟は地域の隅々までに根を張るようにし、観光資源、教育資源として活用できるように、第一段階を「広く浅く」すなわち地域の文化生活に溶け込む、第二段階を「広く太く」安定的な興行が必要、先の「高級ゴルフクラブ」に対し「人気のパブリックコース(誰でも楽しめる、)」を目指すべきと考えます。このままではシーズンパスのサポーター頼みになり、「新潟県のアルビ」が「新潟市のアルビ」になってしまうと思いますが球団は如何にビジョンをお持ちですか？

「チームコンセプトにある、コミュニケーションについて具体的にお話したいと思っています。」

「J1昇格後5年以内にタイトルの取れるチームにする」というサポーターとの約束で5年目の昨年、残留争いをしてる状況をどう捉えているのか？約束した事を出来なかった事についての説明を聞きたい。

クラブの方向性が直接聞ける唯一の機会ですので非常に楽しみにしております。運営面等厳しい話も出るだろうとは思いますが、今現在のクラブの抱える問題点など包み隠さずお聞きできたらと思っております。

新社長の今シーズンに向けた方針

今後のアルビレックスが進んでいく想いをお聞きたい。

有料入場者の割合が51%という、「新聞インタビュー-」での、社長の御発言の真偽について

田村新社長も公言されたように、今年は是非タイトルを取りたい。そして、新潟から(地方から)全国に元気を発信したい！

サポーターにもクラブにも選手にもある「俺たちの誇り新潟」が世代交代などにより薄れてきているような気がします。また、選手とサポーターの距離感を感じます。みんながともに築き上げ、勝利につながる企画・街づくりを是非お願いしたいと思います。応援する・参加する・協力することでチカラになればサポーターとして本望です。(アルビレックスの試合の集客力は新潟で行われるどんなイベントもかないません。是非これを生かしてほしいです。)

秋冬開催についてのクラブの姿勢。反対の立場をとる場合の主張するポイント。万が一強行された場合の準備について

Jリーグの秋季開幕案に以前のカンファレンスでも前社長が公言されたとおり、クラブとして反対していると思いますが、クラブとしての今後の対応をお聞かせ下さい。また、冬開催の反対署名が5万4千近く集まっている現状をどう捕らえていらっしゃるかお聞かせ下さい。

今年の目標と空き番号の8番について。

クラブが目指す長期展望について。現在、レギュラーと控え選手の実力差が大きすぎると感じるが、育成方法について問題はないか。また理想とする選手の年齢構成は。

選手の補強と育成についての基本的な考え方。昨年の高卒ルーキー主体の補強、今年の補強、その背景にあるチームとしての考え方は？高卒ルーキーを1年でJSCに出す意図は？

入団2・3年目の選手の扱いと方向性

通訳を一名減らした理由をお聞かせ願いたい。今季ブラジル人契約選手はマルシオ選手、ジウトン選手の2名であり、ジウトン選手は選手寮に入ること、ブルーノ選手がいることなどが理由でしょうが、練習のとき、渡辺通訳が体調不良の場合、新外国人選手が入団する場合等、簡単に契約解除してはならない人員ではなかったかと思えます。

今シーズンの新加入選手獲得の詳しい理由

背番号8番が空いているのですが、シーズン途中に選手の獲得をする予定があるのでしょうか？

選手の補強について。資金不足について。株式などでの資金をあつめてはどうか？アルビレックスに株式であれば、10万以上払ってもいい人いると思うのですが。

アウエー戦における成績が悪いことに関して、原因は何だと認識しておられるか、また今シーズンに向けて問題克服の具体的方策は？

今後の強化方針

ジュニアユースからユースへの昇格が少数との報道がありました。他のクラブに比べて少ない印象を受けますが、これはユースチームの方針(少数精鋭での育成と予想)なのか、それとも何かしらの理由で昇格したくてもできない子が多いのか、どうなのでしょう。(それともアルビジュニア以外からの加入が多く、実力的にアルビジュニアの昇格が少ないのでしょうか)また以前のカンファレンスで、ユース選手は全員閉志学園に在籍し、これまで保護者に学費の負担があったが、これを2~3年以内に段階的にクラブ負担に移行し、最終的にクラブが全負担するとの話を伺いました。これについてはどこまで進んでいるのでしょうか。またこれが、未だに昇格を希望する子の、足かせになってはいないのでしょうか。個人的にはクラブの経営状況を鑑みて、少人数で3年間みっちり鍛えぬやり方は良いと思っています。他のクラブで、ユースの各大会成績が良くてもトップへの昇格はゼロだったという話をいくつか聞きます。トップ選手を輩出するだけが育成ではない(新潟県下のユース世代の向上という側面)のですが、現状を鑑みれば少数精鋭が適切と考えます。ただ、他クラブとの比較で疑問や不満を感じているサポーターもいるはずで、彼らへの説明があってもいいと思っています。新体制発表時に補強についての説明がありますが、ここにジュニアからユースへの昇格状況やその意図についての報告があってもよいと考えます。(先日の活躍で注目が集まったジュニアの存在をさらにアピールする意味でも)

マーケティング(集客、チケット、広報)

スタジアム観客数減少の対策(と運営資金の流れについて)

観客数の減少に歯止めをかける対策は？4万人の感動を毎試合味わいたい！

クラブは具体的にどのように観客増を計画しているのでしょうか。

リーグ戦、ナビスコカップの観客動員がなかなか伸びません。そこで試合後のカナル前広場でファン主体のイベントを行えたらと思っています。まだ計画等まったく考えておりませんが、計画ができた際にはオフィシャルHPや試合前アナウンス等で紹介していただくことは可能でしょうか。

観客動員数が継続して減少しているが、それに対する対策は今までどおりなのか？

新社長が「タイトルを目指したい」と仰っていたが、その為には天皇杯、ナビスコカップのサポーター動員を増やす必要があると思う。具体的な行動はないのか？(カップ戦はバス代をタダにする等)

クラブの今後のビジョン、観客減少の歯止めの対応策

観客動員、試合後の混雑解消に関するクラブ側の具体的な対処法の説明と素人なりに考えた私案を提示出来ればと存じます

クラブとして「観客数激減」に対して具体的施策を構築しているか。(今来ていて下さる顧客に対する満足度向上と新規顧客を呼び込む為の具体的施策を構築しているか)どちらに重きを置いているか。

ここ数年の観客動員の減少について、サポーターの一人として大変危惧しております。その一つの理由として、新規の来場者獲得のためのPR不足が大きいのではないかと考えております。確かに、モバイル等のインターネットの環境においては少しずつ改善され、努力されていることには頭が下がります。しかし、インターネットはあくまでも興味を持った人しかアクセスしません。したがって、未だにアルビに魅力を感じていない方のアクセスは、多分限りなく「0」に近いと考えられます。一方、地元メディアを通じたアルビの露出度は、テレビ・ラジオとも以前と比べて少なくなっていると感じております。アルビを含めたJリーグの理念に「地域密着」がキーワードとしてあります。その地域に住む一般の住民に対する情報提供は、残念ながらテレビ・ラジオの方が訴求力が大きいのは事実です。私は、メディアパートナーと謳っている地元メディアへの戦略を強化しないと、新規観客の獲得は難しいとまで思います。例えば、コミュニティFMの活用なんていかがですか？コミュニティFMもキーワードは「地域密着」です。コミュニティFMを活用メリットは、・番組枠の確保が低価格、・経営基盤が弱いコミュニティFMにアルビのコンテンツを入れることで、聴取率の上昇が期待できる、・コミュニティFM間の番組ネット化が可能であれば番組制作費も抑えられる。などが期待できます。なお、試算ですが、新潟県内のコミュニティFMのサービスエリア内人口は推定で約170万人で、約70%の新潟県民が聴取できる計算です。ちなみに、新潟市内は3局で市内全域をカバーしております。また、浦和レッズは「RED WEVE」でクラブの情報や選手動向の情報番組が充実しております。これはあくまでも一例ですが、今こそ地元メディアへの戦略が必要な時期になっているのは間違いありません。もっとビッグスワンを盛り上げたく、ご意見させていただきました。

有料入場者を増やすために、クラブとして具体的に何をしようと考えているか。

無料招待券(ただ券)での入場の恒常化(?)について

ただ券入場者の有料入場者への勧誘について

山形との試合について。前に新聞に出ていたと思うのですが、今、大河ドラマで天地人が放送され、双方の県が目まぐるしく注目されています。山形サイドからなにか打診があったと思われるのですが、そのような話は実際あったのでしょうか？また、新潟サイドから、なにか天地人にちなんだイベントを考えているのでしょうか？個人的には、天地人ダービーマッチがいいなと思いますがどうでしょうか？

新座席を用意できないでしょうか。昨年度の横浜Fマリノス、本年度の京都サンガが、ピッチレベルの観戦シートを準備していると報道がありました。東北電力ビッグスワンスタジアムは、陸上用トラックがあるためピッチまでの距離は遠いですが、座席が高い位置に準備されているためそれほど距離感を感じないと思います。(現在はNスタンドで観戦しているためわかりません。以前はバックスタンドで観戦していました)そこで、現在観客が減少しているNスタンドに、新座席を用意できないでしょうか。「ピッチレベル応援シート」です。ピッチレベルから応援ができ、ゴールの瞬間の選手の雄叫びを間近でともに共有することができます。そして、後部座席の人から迷惑がられている大旗も存分に振ることができます。持ち物、警備員の設置等準備にお金がかかってしまいそうですが、例えばナビスコカップ限定で準備してみるなどどうでしょうか。

シーバス販売ですが、以前、地区後援会で、名義変更を認めてほしい発言をしました。その際「お持ちになっている方を優先したいので、難しい」という返答を頂戴いたしました。納得はしていますが、今年のシーバス販売状況を見ると、A1が200席も残っており大変ショックを受けております。S席は完売などところを見ると、手放す方がいらしても、順番をお待ちの方がいらしたのでしょうか。私の席の後ろ数席と、隣2席は昨年、1回もおみえになりませんでした。スポンサーさんや、関係者の方が所有してらしたのだろう、と勝手に推測していました。ほかの席種を一人で所有していた友人が、ヤジのひどい方がいるので、更新しない、と聞き、ダメもとで、私の隣をリクエストしたところ、見事、とれたのです。しかし、この方法は、公表できる方法ではないでしょうし、他のひとたちに教えることを控えてきました。が、200席の残数です。家族で所有している方々で、子供の独立・大学進学のための地元離れ・子供のサッカー優先等のために、泣く泣く手放す方が増えているのは、ご存知のとおりです。その際、全く知らない人がくるよりも、知り合いに席を譲りたい、といったことができるシステムがあれば、シーバス継続ももっとふえるのではないのでしょうか。もちろん、S席のような席もありますから、「お待ちの方がいる場合、ご期待には添えかねます」といった一文は必要でしょうか。ご検討いただくと幸いです。

N席に招待客(タダ券)がいるというが本当か？いるとしたら問題！N席は純粋に声を出し、応援したいサポが集まる所である。

バックスタンド席1層目に招待客(タダ券)が入るのを止めて欲しい！何の為のシーズンバスなのか？高い金を払い指定席を取っているにも関わらず…。絶対におかしい！…これは知人からのお願い。

招待客(タダ券)はS席限定を望む。

いっそタダ券は止め(招待券という名前は残し)、低料金設定してはいかがか？(例:1000円券はS席1層目、500円券はS席2層目等)

招待券を近辺だけでなく上中下越・隣県も配布してファンを増やしては？

シーズンバスの差別化を駐車場にも拡大を！(駐車場も区分し、スタ近くに設定し試合後もスムーズに帰れるよう道路誘導員配置を)

新たに導入される「ICカード」形式の、今後の活用計画は？付与される、来場ポイントでどんなことが出来るようになるのか？(電子マネー機能(デポジット方式)や、スポンサー運用のポイントシステムとの連動など)

HPでの今シーズンの日程発表が何であんなに遅れたのか？広報活動の姿勢が問われる。サポーターの気持ちが悪くないのではないか？鈍感極まりない。スポンサーに対しても、選手に対してもそうなのではないか……

情報の発信など、もう少し早目の対応をして頂きたい。特に最近は、PCの閲覧よりモバイルを使用する人が増えていると思うので、頑張りたいと思います。グッズに関して、大人でも普段何気に使え(オフィスとかでも)小物類を考えて欲しいと思います。私は、FC東京などは良いセンスを持っていると思うので参考にしてみても如何でしょうか。例えば、エコバック・お弁当入れ・マウスパッド・ペンケース etc

チーム情報の積極的な発信とオフィシャルHPの充実について他チームのオフィシャルHPに比べて情報が著しく遅い。何よりもどこよりも早い情報をサポーターは欲している。

公式のリリースが遅いと思います。又、まず選手を第一に考えての運営をお願い致します。その為のNOなら、はっきりとリリースして下さい。

今季の日程UPがうちのチームだけ、非常に遅れています。人手不足もありませんが、鋭意努力を期待します。

選手写真のバスカードの製作・販売。新潟交通様をお願いして、選手写真のバスカードを製作・販売してもらったら良いのではないかと思います。通常であれば、宣伝のために販促用バスカードを作るわけですが、そうではなく(クラブがお金を払うのではなく)、逆に1000円のカードで1100点数ではなく1050点数にして、いくらかをクラブに支援金としてもらうバスカードを作ってもらうことはできないでしょうか。選手写真を使えば、買う人はたくさんいると思いますし、駅南に自動販売機を設置すれば、シャトルバスのチケットを売る人手を削減することも可能ではないかと思います。

メディア告知について。取材を受けたテレビ・雑誌等の放送・出版の告知方法などについて

出来る事をクラブ・チーム・サポーター・地域・県全体で考えてゆきたい。その為には自分に何が出来るのかと。その為にオフィシャルWEB SITEに意見箱(掲示板)を設置し、クラブ サポーターの意見交換(質問と回答)と交流が出来る場を設けて欲しい。

公式HPをもっと有効活用してほしい等

PB有効活用(試合前の選手コメ・サポのこめ想い・出店の案内等・グッズ・チャント歌詞紹介・アニメ・スタジアム内のボランティア一日の仕事紹介、縁の下の力持ち等)

公式HPで、動画配信してほしい。新加入選手を紹介するのは、クラブがすることだと思います。動画で選手の声(決意)を聞きたい。HP見れない人もいると思うけど、アルビの情報を知るための選択肢が増えるのはいいことだと思う。ロアッソ熊本の公式HPのように、練習試合の映像を流してもいいのではないのでしょうか？キャンプ情報はみんな知りたがっていると思う。チーム始動の段階のゲームは誰が見ても支障がないと思う。シーズン開幕前のセットプレーの練習とかは、みんなが見れるHPではちょっと流せないと思いますけど…

HPにFAQを設けるなど、問い合わせ機能を充実させること。HPには多数のメールが殺到しているのだと思いますが、選手へのメッセージ、問い合わせ、意見等は、運営、グッズ、強化等、それぞれ別のアドレスにして、FAQも設けていただきたいと思います。よくある質問はある程度決まっていると思いますので、顧客サービスとしてFAQがあるのは今や常識だと思います。FAQを充実させることによって、ある程度メールの量を削減できるのではないかと思います。また、それ以外の意見等については、お忙しいことは重々承知しておりますが、返信がないということは、それだけで人を遠ざけかねないことだと思います。ある程度の規模の企業では、メール送信に対し、速やかにお返事をいただけるのが当たり前の状況です。ですが、私も先月末のグッズに関する意見に返事をいただいておりますし、他のサポーターの方も、「せっかくメールをしたのに、見てもらったのかどうかすらわからない」と言っておりました。私はJ2元年から応援していますので、人手が足りないことはわかっておりますが、新しいサポであればあるほど、そういった認識はないでしょうし、メールへの返信がなければ、クラブへの興味を失ったり、不信感を持ってしまいかねないと危惧しています。例えば、「貴重な御

意見ありがとうございました。すぐにはご期待に添えかねますが、今後の参考にさせていただきます。今後とも応援よろしく申し上げます。」程度の、何種類かのメッセージを用意しておいて、とりあえず返信する、ということもサポーターを繋ぎとめるためには重要だと思います。

メディア露出、サポーター対応について(新潟地区以外の対応等)

楽しいスタジアムの魅力づくりについて

試合終了後の交通渋滞、N席並び抽選

ゴールネットをオレンジ色にしませんか？他クラブはそうしている処が多いですね。見ていても良い印象を受けます。なにか、できない理由があるのでしょうか？

監督・選手が座るベンチをもっと高級なものになりませんか？たしか何処か他所のチームであったような？プロを目指す子供達にも良い刺激になるのでは是非実現に向け検討をお願いします。

提案 Nゲート列並び抽選の開始時間が4時間半よりもう少し遅く4時間前でやってもらいたい。Nゲート列並び抽選の始まる時間に間に合うように駅からのシャトルバスを出してもらいたい列並び抽選の時間に間に合うバスの本数が少ないために、駅から歩いて会場に行くことが何回かあったので、なんとかしてもらいたいです。

南側有料駐車場の渋滞解消について具体的な対策を述べて下さい。

運営上の問題ですがセキュリティ関係スタッフ(ガ-ドマン)の配置を考えて欲しい。入場者数に合った配置になっていないと思います。多くいるスペースに多くいないと感じているからです。

ホームゲームで顧客を迎えるまでの準備が非常に遅いと感じています。抽選の始まる30分前には完了して頂きたいと思います。

入場時に配布される紙類がそのままゴミになるので、配布方法を再構築して欲しい。

入場時からを含めて「マナー違反」をする顧客には勇気を持って注意して欲しい。特に喫煙ル-ルを守らない方には厳重注意願いたい。

ゴミの持ち帰り推進策を構築して下さい。*ゴミ袋を売店内に置けば持ち込みされたゴミは捨て難いと思うので如何でしょうか。購入した分だけゴミとして出せる環境にしては如何でしょう。

南側有料駐車場の「シーズンパス・シーズン駐車権所有者」と「シーズンパス所有者のみ」と「一般チケット入場者」との間で駐車場所を棲み分けして「優先権」を付けるなど差を付ける施策が必要と考えます。*この点については「現有顧客」を重視するか「新規顧客」を重視するかが迫られますが…。

相手チームのユニフォームカラー及びホームチームカラーに関する事項

去年と今年で運営の違い(改善)はあるのか？観客数現象に歯止めをかけるべく何か対策は考えているのか？

スタジアム外でのマナーについて

アウェイサポで、スワンで禁止項目になっている、チアホーンを使ったり、身を乗り出での応援をする人たちがいます。こちらは毅然とした態度でやめさせてください。非常に不愉快です。

観戦者のマナー・ルールについて運営方針を聞きたい。

パーク&ライドの導入。県庁、亀田近辺など、少し離れたところに割安な料金設定の駐車場を設け、スワンまでシャトルバスでピストン輸送することによって、渋滞緩和を図ってくださるようお願いします。

駐車場の地図整備・ルール化とその告知。駐車場内での試合終了後の渋滞と無秩序な混乱状態は、人をイライラさせ、また接触事故の危険性があるので、外の道路だけでなく、駐車場内部での動線の整理やルール化を実施してほしいと思います。(例えば出口から右折する車は右側ブロックに、左折する車は左側ブロックに駐車するとか、通路を直進する車と通路に進入する車は交互に1台ずつとするファスナールールとする、など)そして、地図をHP上にアップする他、現地で来場者に配布すると良いと思います。(印刷や配布は、サポーターも協力できると思います)

ホーム&アウエーで問題を起している一部の人についてどう考えてますか？入ってはいけないところで旗を振っている人が居て、注意しても逆に切れている人達です。

チアホーン、バルサホーンはビッグスワンでは禁止になっている。が、しかし対戦相手のサポーターが守っていない事がある。08年横浜M戦、柏戦時がそうであった。テント内のフロント社員&警備員に抗議し対応を依頼した経緯あり。09年は厳正に対処願いたい。PB(パブリックビューイング)で注意喚起願う。新潟サポーター席からは一切禁止鳴り物が聞こえない事は言うまでもない。

セクション分けるフェンスを外して、ナビ杯のように自由に回遊できるようにして。好きな食べ物を買えるし、時間つぶしにもなる。試合終了後も雨に打たれず(外にも出ず)帰宅可能。

試合後もスムーズに帰れるよう誘導員の適切配置を。現状試合終了後は大渋滞し、我先に帰る為駐車場は殺気だっている。入れる、入れない・割り込み、鼻突き出し等醜い人間のサガ状態が延々とつづく。(クラブ関係者は御存知か？)

試合後の混雑、駐車場の渋滞回避の為、PBをもっと有効に使えないか。当日の好プレー・ゴールシーンの再現等で、急いで帰る必要ないと思わせましょうよ。

昨年のカンファレンスでも意見がありましたスタジアムの安全について、「7つの想い」ができ、浸透しつつありますが、更なる強化をお願いいたします。

今後の試合開催時におけるセクターフェンス開放の有無について

N席の抽選方法

ビッグスワン周辺の試合開始前と後の楽しみ方の工夫(試合前は大道芸人のパフォーマンス、ラーメンの屋台村。試合後はその日の試合のダイジェストを流す。)

試合当日のチアリーダーたちのパフォーマンス、ハーフタイムに行うよう働きかけられないものかお尋ねします。

他のJ1クラブのようにもっと選手とサポーターが触れ合えるイベントを開催できないか?

サポーターとのコミュニケーションについてどう考えてますか?サポーターと選手のふれあいを多くして欲しい。

スタジアム内外の禁煙・分煙に対する取り組みをお聞きしたいです。喫煙者が非喫煙エリアでタバコを吸っていても全く注意しない警備員やスタッフばかりなのは困ります。サポ同士の争い事に発展しないうちに手を打っていただきたい。Nゲートなどは、コンコースから階段を降りたところ(ゲート入ってすぐ)にテントでも張って喫煙エリアにしたら、コンコースでの受動喫煙がなくなるのではないのでしょうか?喫煙所前の売店は苦しくてとても並べませんよ。さもなくば、喫煙エリアを囲って、煙がこないようにしていただかないと、ノドを酷使用する多くのサポーターの害になります。また、試合後の歩きタバコ禁止の呼びかけはしっかりとっていただきたいものです。

去年は試合開始前に選手からサポーターに向けてプレゼントがあった。これを、カラーボール(幼児が遊ぶ・100円ショップにあり)にしてはどうだろう。これに選手のサインを入れるのだ。これなら1層目の奥、場合によっては2層目まで投げ入れられ届く・かも知れない。要は現在、前席にしか行き渡らない不公平感あり。

オフィシャルショップの開設(希望)サポーターが気軽に立ち寄れて、単にグッズ販売だけではなく、コミュニケーションがとれるカフェなどが併設されたアルビの情報発信基地がほしい。

グッズ販売店スタッフの接客教育を強化して下さい。非常に勉強不足で言葉使いも知らないスタッフが存在します。

グッズの購入やスタジアムでの飲食は、どの程度クラブの収入に繋がるのか。(例)タオルマフラーを買くと、1枚当たり 円の利益になる。スタジアムの飲食店でいくらの売り上げがあれば、クラブに 円の収益になるetc.

HP上に地域の物販のサイトを作ること。以前、米の販売をクラブがされていましたが、リスクやコストのことを考えると、クラブが直接販売するのではなく、全農様、亀田製菓様、菊水酒造様等、スポンサー様の製品を通販するサイトに繋がるバナーを設けて、バックマージンなり広告料なりを貰えるようにしてはいかがでしょうか。また、お中元やお歳暮の時期には、伊勢丹様や三越様の注文サイトに、同様に接続するようなバナーを設けて、そこからの注文については、バックマージンか広告料を貰うように交渉されてみてはいかがでしょうか。そこから注文した人には選手のサイン色紙とか生写真とかをプレゼントするなどで、サポーターが注文することが期待できると思います。

グッズ販売について、サポーターの意見を採り入れること。グッズ販売はクラブの収入の大きな柱ですが、いわゆるアラフォー世代にとっては、正直なところ、購入したいものが少ないように思います。もっとシンプルで、無地にロゴが小さく入っているだけの、ふだんオフィスでも使えるようなものを希望します。(具体的な提案は、少し前にクラブに宛ててメールしたのですが、お返事をいただいておりませんので、グッズ販売担当者様をご覧になってくださったかどうか、わかりませんが…)そして、いつがクラブオリジナルのグッズを考案する時期なのかはわかりませんが、そういう時期に、「こんなグッズが欲しい!御意見募集!」という形でアイデアを募集するとか、モニターを募集するとか、制作前の段階でアンケートでデザインを決めるとか、グッズ販売を向上させるためには消費者であるサポーターの意見をもっと採り入れてほしいと思います。自分がこういうグッズが欲しい、というだけでなく、グッズ収入が上がって、クラブの収益が向上することを願い、無償でモニターになる人はたくさんいると思いますよ。

オフィシャルショップの設置。クラブの財政の足を引っ張るようならば本末転倒なのですが、もし、例えば駅南で(ブラーカ等)、カフェに併設する形でのオフィシャルショップの設置で採算がとれるようであれば、ぜひオフィシャルショップを再び開店していただきたいです。店内に選手の生写真やサイン等をたくさん飾れば、コーヒー一杯500円でも、サポーターは喜んで行くと思うのですが、いかがでしょうか?また、クラブでの設置が難しければ、NSGグループ様の柳都庵のようなところと提携して、という手もあるのではないかとと思うのですが…。すぐには申しませんが、将来的な課題としてオフィシャルショップの設置をご検討ください。

スタジアム内の食べ物の改善を!もっと旨い物が食いたい!厨房に火が使えるよう。

少々ハードルの高い提案であるが、スタジアムへの飲食物の持ち込みを制限できないだろうか。持ち込める飲食物を水(ミネラルウォーター)と赤ちゃんのミルク以外は禁止する。MLBの潤沢な資金はスタジアム内の飲食物やグッズの売り上げも大きな一因である。MLBでも入場時に手荷物検査を行うが、危険物は当然であるがそれ以上に飲食物の持ち込みに注意を払っている。残念ながらスタジアム内の売り上げを上げる特效薬は無いが、スーパーやコンビニに落とされているお金をスタジアムに誘導することは出来る。飲食物の持ち込みを制限することにより、スタジアム内の売店を拡充し「スタジアムに食事に行く」環境を整備してはどうか。同時にリーグ戦でのセクターフェンスの解放も実現出来ないだろうか。メインやバックスタンドの指定席来場者の時間的集中により売店は混みあい利用者に不便をかけているのも事実でありこの混雑の緩和や利用者の選択肢を増やすことも必要ではないか。中野前社長からセクターフェンスの解放には「30万強に費用がかかる」とのお話を伺ったことがあるがこの費用の一部を賄う方法として企業PRブース(アンテナショップ的なもの)を設置してはどうか。企業の新製品や企画を30000名強の人々が集まるスタジアム内で行うことができれば企業としてもメリットがあるのではないだろうか。既存スポンサー企業ではなく新規スポンサー獲得の為に助力になるかも知れない。

私はシーズンパス+サポーターズクラブ会員ですが、シーズンパス+後援会会員になった方がクラブとしてはうれしいのでしょうか。両方とも金額は同じであり、後援会からの支援金額が発表されますが、サポーターズクラブとシーズンパスの方がクラブに入る金額が多いのではないかと思います、その

ままになっています。(実際には後援会は複数口入会すればさらによい。これは後援会一口限定での話)後援会一口とシーズンパスならば、サポーターズクラブとシーズンパスの方がよいのでしょうか。

ホームタウン活動(後援会、その他)

後援会組織のあり方をどう捉えているか。税務署から後援会員の皆さんから頂いた浄財に対して課税されていると聞きます。「何かを付ける」という発想から転換できないか。

サポーター会員と後援会員との差別化を含めて方向性を転換すべきでないか。

アルビレックス新潟とアルビレックス新潟後援会の関係について。自分が思うにはアルビレックス新潟後援会とは個人後援会 & 法人後援会での一口スポンサーであると考えております。その集合体で集まった後援会費の一部を(株)アルビレックス新潟のスポンサー費用として使われているものと思います。後援会の会則第4条を添付いたしました。第4条(事業)1. 本会は、前条の目的を達成するため次の事業を行う。2. (1)アルビレックス新潟の活動に対する物心両面にわたる支援活動事業 3. (2)アルビレックス新潟の活動の広報・宣伝事業 4. (3)会員相互の親睦をはかる事業 5. (4)その他本会の目的を達成するために必要な事業 上記に記載されている「(4)その他本会の目的を達成するために必要な事業」とは個人後援会 & 法人後援会会員の増加と自分は捉えております。その為にはもっと物理的特典を考えてみては如何なものかと思います。以下自分が考える例を挙げてみます(1)シーズンパスの色分け 例えば後援会購入であればオレンジ。サポーターズクラブ購入であればブルー。一般購入であれば白とか一目で分かるようにしてしまうのはどうでしょう? 今現状ではシーズンパスの色分けなど無理だと思いますので後援会からシーズンパス購入された方々に後援会会員証を購入パスの分だけ渡す(当然なんですけど会員番号を明記して)(2)上記記事が出来たのなら後援会会員証の提示によりアルビレッジでのファンサービスの優先見学場所とかサインを求める時の優先順位とか。ファンフェスタにおいての後援会観覧席の確保とか色んな条件に対し後援会特典を付け後援会入会においてあっせん出来るのではないかと思います。上記(1)(2)は(株)アルビレックス新潟を後援会が上手く利用し後援会が(株)アルビレックス新潟を上手く利用して後援会会員の増員またシーズンパスの増販手段として考えて見てはと自分は思います。(3)他のクラブの例をあげればの話になりますが横浜Fマリノスが先日ファン感謝デーを行い報道等でご存知の方々もいらっしゃると思います。ちなみ横浜Fマリノスは2009年のシーズン始まりに感謝デーを行い、入場制限は2009年のシーズンパス購入者出なければ参加資格がないって事をやっています。(株)アルビレックス新潟に真似をしるという事ではなく何か公式試合の時ではなくシーズンパス保持者にイベントの特典があっても良いのではないかとと思います。

入場料収入が激減している中で、スポンサー獲得に対して具体的な支援企業が2009年あるか否か。

個別には特にありません。クラブの運営方針にできるだけ沿った形で運営させていただきたく、またサポーターの細かい要望も耳に入れておきたく参加させていただきたく思っております。

今年の激励会が朱鷺メッセから新潟テレサにスケールダウンしたのか??

1層目の上(通路)をガラスで囲って欲しい(味スタのように)寒風対策を! 雪国の11月以降の観戦は、特にN席は北風が吹き荒れ寒いをとおり越し北極状態! 子供・老人には辛すぎる(これも観客減の要因!)

新潟駅南口からスタジアムまでの間をペナント & フラッグを試合当日に掲げたい。初めて来た人や、対戦相手サポがそれを見て来れるようにしたい。その為にサポーター・県・商店街・有志から募金を募り、試合当日は商店・ボランティアで設置するようにはどうだろうか。(ペナント・フラッグに歴代選手や監督のサイン・メッセージ入れてそれを見ながらスワンへ..最高でしょう!?)

サポーターへの要望はないですか? クラブとサポーターは一緒に闘っているのにサポーターからのクラブへの要望ばかりってのはおかしい。きっとクラブからサポーターへの要望もあるはず。私はそれが聞きたいです。そして我々も改善できるところは改善したい。

今年の(公開での)初練習(1/20)を見学しました。天気が良くて幸いでしたが、やはり北西方向(国道側)からの風は冷たかったです。三門選手が顔を真赤にしていたのが印象的でした。以前この風が寒いのと、指示の声が聞き取りづらいとのことと防風林を設けるといった話があったかと思えます。また、夜間練習のための証明設備についても、設置に向けて何かしら進展はあったのでしょうか。このところの観客減で、日々の運営だけでも大変なこととは思われますが、設備の向上は形として残るものですし何とか少しずつでも進行してもらえればと思います。

質問の中に個人名が記載されていたものがありましたので、クラブにて削除させていただきました。

カンファレンス時にすべての質問に対しましてお答えすることができませんでしたが、今後、継続して検討してまいりたいと思います。