

## アルビレックス新潟サポーターカンファレンス 2014 参加申込時にいただいた質問・意見一覧

(ご質問いただいた内容を一部わかりやすい表現に修正している部分もございます)

### <クラブ方針、チーム強化、選手移籍等について>

選手個人に関わる部分もございましたので、いただいた質問・意見は掲載しておりませんが、質問内容を踏まえお話をさせていただく予定です。ただし、全ての質問に対しての返答はできかねますので、あらかじめご了承ください。

### <集客、チケット関連について>

■観客動員数を増やしていく具体策をお聞きしたいです (20代男性、30代男性、40代男性)

■4万人集客の為の具体的な計画・案があれば聞かせて欲しい。(30代男性、)

■ビッグスワンに4万人を集める為にクラブが考えている企画を知りたいです。誰を対象にするのかでも全く違うと思いますが、一回目は招待券や友達に誘われて来てアルビに興味を持った方々をサポに取り込む企画があったらなあ、私自身思います。例えば解説してもらいながら観戦するとか、試合後に感想を話し合ったりしたら、次も来ようと思わないでしょうか？ (60代女性)

■今もされていますが、よりシーズンパス>有償チケット>招待券の優遇を厚くもっとアピールし、招待券の方にシーズンパスや有償チケットを買いたくなる様にしては？ (40代女性)

→大きなポイントは二つと考えています。一つ目はチームが新潟らしく最後まで勝利のために全力でプレーして、喜びや感動の共有など魅力あるゲームに努めていくこと。もう一つはご来場の皆様へのホスピタリティ向上に努めていくことです。その目標に向けた継続的な取組みとして、以下を注力していきます。

・広報PR…TVやラジオ、新聞雑誌等の県内外のマスメディアに積極的な働きかけとともに、ソーシャルメディアも活用して「チームが魅力あるサッカーをしていること」、「ビッグスワンは面白い！」と広報PRとクラブプロモーションに注力し、興味喚起を促して新規層の開拓に努めて参ります。

・遠方からの観戦招待事業…新潟県との共催による親子対象のバスツアーを今季も運行予定、引き続き新規層開拓を行うとともに、新潟市からの受託事業である親子観戦企画を実施し、県内幅広く観戦機会の提供とその後のサポーター意識を醸成して参ります。

・企画…サッカーだけでない魅力を付与した企画チケットは継続的に開発しさらなる新規層開拓に努めて参ります。

・来場観戦リピート率向上策…ご来場観戦者のメールアドレスや年齢、性別など戴いた情報から観戦企画や試合情報をタイムリーにご案内できるコミュニケーション活動に注力いたします。

・チケット販売流通の拡大…パソコンやスマートフォンからも購入できるWEBを通じたチケット販売も強化したいと考えています。

■試合内容にダイレクトに反応するスタジアムの雰囲気は最高です。それだけにJリーグ全体で観客動員が減っている中、ビッグスワンの数値だけをもって、アルビレックスの人气が低下したような論調に違和感があります。4万人に達しないことだけが強調され、逆宣伝とならないようお願いいたします (40代男性)

→引き続きクラブの活動を広く周知し、ご理解と応援の輪を広げて行きたいと考えています。

■SS席(高額席)と他の席との差別化 (40代男性)

■シーズンパスを所持(購入)することのメリット(というか優越感をくすぐるような)をもっと考えて欲しいです(特に指定席では30分早く入場できることがとてもメリットとは感じづらい)。シーズンパスの拡販のためにもお願いします(50代男性)

■シーズンパスの価格はアルビレックスが一番高いように思いますが、購入者を増やすために値段を下げるのか、継続メリットを付けるのか、プレミアムグッズを付けるのかしないのですか? また、S自由席などは招待券をたくさん出すくらいならチケット、シーズンパスの価格をもっと安くした方が良くと思います(50代男性)

→同規模会場を持つJ1所属7クラブのシーズンパス価格を確認いたしました。指定席及び自由席で大別し、かつ後援会員等を対象にした割引価格の販売単価にて比較しましたところ、指定席では3番目、自由席では2番目の安価設定でした。上記の通り、クラブ間での金額比較では低額の部類ではありますが、シーズンパスそのものが高額商品でございますので、ご購入いただいているパスホルダーの皆様には感謝申し上げますとともに、価格につきましてはチーム支援の観点で現状の価格を維持させていただきたくご理解をよろしくお願いいたします。また、今季からシーズンパスをご購入の方向けに、パスをお持ちの方がご希望の試合で他のエリアの座席に変更できる「せきがえサービス」を導入予定です。また、ご継続いただいた方だけにウォーミングアップ見学や試合前のハイタッチを体験いただけるなどのプレゼントも引き続きご提供させていただきます。今後もシーズンパスホルダーの皆様には末永くご継続いただけるよう、また新しくシーズンパスをご購入したいと感じていただけるサービスやメリットを検討して参ります。

■シーズンパスの他に20枚綴りのチケットはどうですか?フリーチョイスの豪華版みたいなもので、「くまチケ」であった熊を定番商品にしてほしい。発券手数料を払うならアルビに入る方が良く(30代女性)

→ご好評いただいた「くまチケ」は今年も継続したいと考えております。フリーチョイスについてもご提供予定が、フリーチョイスの豪華版についてはシーズンパスホルダーの方よりお徳感が出過ぎては良くないので、バランスを考慮しながら検討して参ります。

■上越や長岡方面から貸切バスを手配してほしい。できれば、チケットと一緒にパック販売とか駅南からのシャトルバスもシーズンパスや後援会に入っている人には割引や無料など特典があってもいいのでは?往復券5枚サービスとか?(40代男性)

→新潟県と共催で県内各地から親子対象のバスツアーを実施しております。来場手段も含めた企画については引き続き検討して参ります。

■企画チケットも色々あるが、その費用対効果はどうなのか?(30代男性)

■若年層のサポーター(特に女子)をもっとスタジアムへ!一昨年辺りからいろいろな「企画チケット」を販売して新たなサポーターを掘り起こそうとされている努力は認めるが、それらの成果はいかがなものなのか。また、「facebook」・「Google+」・「@LINE」といった若者に人気のSNSを活用して情報発信されているが、その費用対効果といったものはどうなのか。せっかくこれらのツールを利用しても、新規サポーター開拓につながらなければ無用の長物になりかねないので、そこは大いに活用してもらいたい。かといって、あまりにも若者寄りのサービスに偏ってしまうと年配の方が付いていけなくなるので、そこは上手く折り合いをつけてどの年齢層にも利用しやすい策を検討してもらいたい。あと、これは前々から気になっていたのだが、クラブのスタッフの中に女性は何人かいらっしゃるのか?ここ数年、ちまたでは女性ならではの発想力でヒットした商品等が生まれているので、そういった意味でももっと女性の声を大事に活かしてもらいたいと思う(40代男性)

→年間延べ 60 企画 3,000 名様にご利用をいただき、ご利用戴いた方々への喜びや感動とともに、ファン・サポーターづくりとクラブ支援として大きな効果を得られていると考えております。女性向け企画についても昨年「ヴィーナスシート」として販売をいたしました。昨年の実績から反省・改善を行ない、今年も女性を対象とした企画を推進したいと考えます。併せて、昨シーズンに試験運用しました「スマホを利用したチケットシステム」についても若者にとって非常に便利との声を頂戴しておりますので、引き続き実施に向けて検討して参ります。

→若年層の来場者増についてはこれまでも「ALBlab」や「新潟大学アルビレックスプロジェクト」のメンバーと企画実行を推進してまいりましたので、引き続き実施したいと考えております。また、SNS の活用についてもより効果的に発信できるよう研究を進めております。

■アウェイ観戦するサポーターを増やすためのチケット販売『チケットアライアンス』についてですが、対戦相手のクラブに割り当てられる枚数は事前に決まっていると思いますが、チケット一般発売日より前に販売は出来ないもののでしょうか？チケット一般発売日より前に販売されれば「オリジナルデザインのチケットをクラブから買ってアウェイに行こう」と思う人も増えるような気がしますか？（30 代男性）

■今シーズンのアウェイチケット販売（チケットアライアンス）の予定はあるのでしょうか？予定がある場合には可能な限りチケットの一般発売開始日以前に告知をしていただけたらと思っております（20 代男性）

→今季も他クラブチケット一部の券種を取り扱いする予定です。販売時期、告知開始時期、券面など、他クラブとの連携企画ですので情報を共有し、よりサポーターの皆様がご満足いただけるよう提案・協議して参ります。

■リピートの為、アンケートに答えてくれればくじ引きに参加でき、「次の試合の招待券」か「駐車券」か「往復バス券」か「ビール 1 杯」が当たるなんていうのは面白いと思います。データも取れますし、行列が出来て渋滞緩和にも一役買うかもしれません。人は行列に弱いですね。そうそう、タダ券ばら撒くのはイマイチでしたら、有料券と同伴なら無料になる券とか、その日だけ有料券 1 枚で 2 人入場出来ます。ただし同時入場必須と言うのはいかがでしょうか？（30 代男性）

→クラブとしても日々新しいアイデアを検討し、来場者の満足度向上と次回の観戦意欲向上に努めたいと考えます。

■提言『全席無料化』を実施すべき！

「プロスポーツ興業は入場料を払って観戦するのが常識だ！」という考えは捨てるべき（根拠）たとえば NHK「二人のビッグショー」の公開録画で入場料払っている人いますか？たとえば TBS「東京フレンドパーク」の公開録画で入場料払っている人いますか？「スポンサーが付けば何でも無償にできる」

（目的）サポーターと自称する消費者たちをパートナーとして位置づけ「金を出すのもパートナー」「人を集めるのもパートナー」と意識活動させる。

（考察）無償だからと言ってもお金を出してもよい。それをサポーターと自称する人間は理解できないらしい。私ごとになるが後援会会費で 1 万円出してる。寄付だと言われれば 4,990 円出している、応援のぼりとかいうのが出れば購入して知り合いの焼き鳥屋さんへ分け、それでいてビッグスワンでは全く試合は観ない。観たいとも思わないがどぶに銭を捨てているとは感じない。試合は見なくてもそれなりにお金をだす人がいるのだからタダで試合を見たらお金をじゃんじゃん寄付してもおかしくない話である。金を出させる対策として例を出せば 12 月にシーズン終

了報告会を開催し、その時にご祝儀を集めればよい。友人の結婚式、公式の場で3万円も祝儀を出すならサッカーチームに出してもおかしくない。後援会会員で3万円のご祝儀を包んだら翌年一年間N席の権利を与えればよい。Nエリアをパートナーエリアと位置付ければ無償で開放しなくても何ら問題はない。単試合の前売りチケットの代わりに「有料一日パートナー券を発行すれば不満も出ない。7万円のご祝儀であれば向正面1階席の年間利用権を与えればよい。全席無料と言ってもフラッと来場しても観戦できない方法はいくらでもある。たとえば無料といえども整理券が必要とすれば現状の招待事業となんら変わらずに実行できる(事前の入場者がある程度把握することで2階解放の有無を判断するという運営上の理由づけ)。集客活動にパートナーが参加するのは当たり前であり、もはや義務であり、親会社を持たぬ新潟は必要条件なのである。昨年一番集客のあった試合は大宮戦と記憶する。えのきどさんは日報誌上で「ホーム連勝による期待度の高まり」と書かれていたがこれは大きな間違い。この日は「コメリサンクスデー」でありエコスタジアムBCリーグ5,000人の動員力で集客を図ったからに他ならない(動員のための活動のすさまじさは身内にコメリ社員がいるので身に染みるほど経験している)。スポンサーたるコメリさんですらパートナーとして動員活動をしているのだからサポーターと称する人々もパートナーとして動員を担うべき段階に突入したといえる。

(結論)「自分が客としての自覚を持つ限り招待事業は行き詰る、パートナーとして広くゲスト(無料観戦者)を招き『ゲストからパートナー』へという流れを作る」(50代男性)

→ご意見ありがとうございます。クラブとしては招待事業をきっかけに観戦をはじめいただき、その後は有償化へつなげていきたいと考えておりますので、完全無償化は難しいと思いますが、ご意見として頂戴いたします。

■無料券の配布は県北地域、上越地域、魚沼地域または隣県の新潟に近い地域に配布し、新規サポーターの開拓に力を注いだらどうか？(40代男性)

→新潟県全域を活動区域として各種活動を行っております。県内の新潟市以外の地域には各市町村自治体などと連携して観戦機会提供を実施できればと考えております。県外サポーター開拓についてはアイデアとして頂戴いたします。

■アウェイ側チケットの価格を値上げしたら良いと思う(30代男性)

→ご意見として頂戴いたします。

### <イベント、プロモーション関連>

■いつも努力されていて頭が下がります。スタジアムの中も外も、以前に比べてイベントなどが充実し、試合の度に楽しんでます。これからもずっとスタジアムに通い続けます！(40代女性)

→大変ありがとうございます。これからも「より楽しいスタジアムづくり」に取り組んで参ります。

■ドラゴンボールとのコラボレーション企画、期待していただけにがっかりした。見事なポスター、ブルーノ・ロペスのチャントからしてもハマる。やったことはキックオフ1時間前に人もまばらなメインに向かって声優の声に合合わせてアクションするだけ。時間帯も悪すぎた。せめてピッチ内練習後、N前まで来てカメハメ波のポーズでもしたら、Nサポ100人は倒れて盛り上がったろうに(40代男性)

→ホーム開幕戦一連のイベント構成を踏まえ、試合開始1時間前での実施となりました。今後はより多くの皆様に喜んでいただける時間・場所を再検証しスケジュール調整を行って参ります。

■他のクラブを参考に見よう。「セレ女」、所謂「柿谷ギャル」といっても良いだろう。若く上手く恰好良い擬似恋人に近いものか？それに対し我がアルビレックスの女性サポはあたかも「母親」的な感じの方が多い。(決して悪い意味ではありません。新潟の個性です)しかしながら、若い女の子がブームを巻き起こすのも事実。(華やかになるし若い男も増えるし)。何も若手のイケメンをマスコミ独特のスターシステムに乗せて男芸者にしろと言っているのでは無い。(独身の若手だと実力的には川又？若しくはルックスだと加藤？)要はマスコミを上手く使おうということ。幸い柳下監督は反町元監督と同じように発信力があるし、サッカー業界の繋がりも広いようで、解説者も新潟を評価してくれる人が増えている。好意的に思えるのは金田喜稔氏、水沼貴史氏、名波浩氏、宮澤ミッシェル氏等々。この辺の方々と上手く絡んで、監督インタビューとかでキャッチーなフレーズを使って一般客を驚かしたり、新潟県人のハートを鷲掴みにするのも良いかも知れない。「新潟版ゲゲンプレスに相手はまった」とか「新潟の前線からのプレスは上杉謙信の車籠の陣と同じ」とか。きっと痺れるね。33節のマリノスの優勝を阻んだ試合を見て「新潟いいじゃん！」と思ったTV観戦者も多いはず。露出は大事。この点では川又のオフのTV出演は有意義なものだった。川又のキャラクターが新潟のイメージを変えていると思う。明るく楽しい感じがしてとても良い。やはりそういう選手がいるとライトな層もなじみ易い(40代男性)

→ご意見ありがとうございます。参考とさせていただきます。

■マスコミを上手く使おうというのは単に監督や選手の発言ではなく、文化人、ミュージシャン、アーティスト、芸能人とかのコラボ企画、対談とか色々あると思う。例えば「あまちゃん」で爆発的にCMに出ている有村架純は、なんと我々が亀田製菓様のCMにも出演中。Negiccoも良いけど亀田製菓サンクスデーにでもビッグスワンに来てもらって応援のコメントなんか貰えると盛り上がりそう。(少しタイミングが遅いかもしれないが…)また、新潟出身の漫画家やアルビレックスサポの声優とコラボするのも良いだろう。マスコミとは関係ないが一つお願いしたい企画がある。リマから予めアルビレックスとレオシルバに向けて応援コメントをビデオレターで貰っておき、スターティングメンバー発表前の選手コメント紹介(レオ・シルバ)の後、サプライズでリマのビデオレターを挟みスターティングメンバーを発表するもの。間違い無く盛り上がると思う。クラブのレジェンドを活用するのも良いと思う(40代男性)

→ご意見ご提案ありがとうございます。参考とさせていただきます。

■最終節名古屋戦のNSGイベントについて、スタジアムとイベント内容が合致していない(50代男性)

→サンクスデーのイベントについては各スポンサー様とアイディアを出し合いながら企画を進めております。今後もサポーターの皆様のご意見を参考にさせていただきますながら、よりサポーターの皆様に喜んでいただけるよう工夫して参ります。

■今シーズンここ一番の1試合だけでいいので、満員のスタジアム実現のために思い切った施策を打って下さい。その日のイベント用にスポンサーを募り、絶対人を呼べる様なお金の使い方をするのはいかがでしょうか？1試合集中で。どんな手を使ってでも満員にすれば、久しぶりに熱気あるスタジアムを体験した方たちは再びリピーターになってくれるでしょう。もうこうなったら仮面ライダーショーとプリキュアショーを両方やったり、渦コン1万人 vs 1万人 in BIGSWANとか、大学生以下無料とか、女性無料とか、やり過ぎ位な事をやってもいいんじゃないでしょうか？シーズン序盤が効果的ですよね。過去のデータからこどもの日辺りは集客がしやすかったと思います。もう時間が足りないのなら、W杯明けの一発目の試合って言うのもいいです

よね (30代男性)

→昨年「J1昇格10周年記念プロジェクト」を11月23日仙台戦で実施させていただきました。引き続き、他のイベントとのコラボレーションや大胆な企画にもトライしてみたいと思います。ただ、これまで皆様と築いてきた「ニイガタらしさ」、「アルビレックスらしさ」も大切にしながら検討して参りたいと考えています。

■新潟市だけではなく上中越でもイベントをしてほしい。サポを増やすには下越のみでは厳しいと思います。上中越のサポーターはスワンに行くにも、時間と交通費をかけて行っているの少しは還元してもいいのでは？裾野を広げる為にも選手と触れ合える機会をもうければサポーターも増えるのでは？せっかく電気化学工業様がスポンサーになっていただいたのですから、上越サポーターを増やせるチャンスだと思います (30代女性)

→新潟市以外でのイベント開催について、昨年は中越地区(アピタ長岡店で選手トークショーやサイン会等)で開催しました。連戦時の選手コンディション、スケジュール等も配慮しながら、各地区のスポンサー企業様、地区後援会と連携し、広く県内で実施できるよう努めて参ります。

■柳下監督のトークショーを実施してほしい。6月の中断期、日報メディアシップなどで (40代男性)

→昨年12月に実施させていただきました。次回については新潟日報様のスケジュールも含め調整となります。

■スタジアムでの演出、モバアルを編集して映像装置に流すのは？ (40代男性)

→ビッグスワン完成から10年以上が経過しており、現在導入されている機材が古く、現状の演出で耐えている状況です。2014年終了後に大型映像装置の入れ替えを新潟県が検討しているようですので、新装置導入にあたりより高機能な演出が展開できるよう意見交換して参ります。

■トークショーなどの企画も増えました。あとは選手のサイン会復活を望む (30代男性)

→選手のサイン会はホームゲーム時に開催している後援会の地区総会で実施しております。今後もグッズ購入の特典等で実施できないか検討させていただきます。

■オフシーズンの川又選手のテレビ、メディア(全国)への露出増はクラブ戦略(クラブ主導によるもの)なのでしょうか？それとも川又選手個人によるプロモーションなのでしょうか？あるいはメディアの方から出演依頼が来ているのでしょうか？ (40代女性)

→多数の出演オファーがあり、スケジュール調整を行い可能な限り出演させていただきました。

### <試合観戦環境等>

■お客様を迎える接客スタッフ教育について、スタジアム内喫煙マナー(指定場所以外での喫煙)について (50代男性)

→昨年8月からサポーターの皆様と一緒に「SMILEスタジアム計画」に取り組んでおります。この活動はクラブとサポーターが一緒になって、スタジアムにおけるマナーの向上、安心・安全で新潟オリジナルの応援スタイル、スタジアムの雰囲気をつくろうというものです。スタートしたばかりの活動ですが、この取り組みを通じて来場者自身ができることを考え、どなたでも安心して観戦できる環境づくりに取り組んでおります。スタッフ教育に関して、協力会社とともに常にお客様目線で笑顔、親切、丁寧な対応を心掛け、運営にあたるよう指導しております。また、外部講師を招き、接遇研修なども実施しております。喫煙マナーに関しても巡回を強化しルールの徹底を目指します。まだまだ未熟な部分もありますが、ぜひ、クラブと共に様々な啓蒙普及活動に取り組んでいただき、「日本一のスタジアムづくり」にご協力いただければ幸いです。

- 来場者が非常に多いとき、Eスタンド2層目の最上段裏の立入禁止区域に観客が鎮座したり立見したり、子どもがかけっこをしたりしているのですが（30代女性）  
→ご指摘ありがとうございます。安全第一のためスタッフによる巡回を強化いたします。
- Eゲート前広場でフットサルを行えるが、幼い子どもやファミリーにしか参加することができない。だが、一般の人たちに開放しても良いのではないか。フットサルをしたついでに試合も見えていく人がいるかもしれない（60代男性）  
→現在コート2面設置しており、1面は小学3年生以下、もう1面は小学4年生以上を対象としております。現在も大人の方が参加することは可能であります。
- Nスタンド入場抽選の時間を繰り下げられないか。今のままだと抽選から入場までの時間が短く、段幕設置などがあると慌ただしくてのんびりしてられない。スタジアム周辺でビールを飲みながら友人と話をしたりするのもサッカー観戦の愉しみの一つであり、滞留時間が長くなれば飲食やグッズ販売に好影響をもたらすと思う（50代男性）  
→抽選時間に関しましては、抽選制度を導入した頃から多くのサポーターの皆様の声をもとに決めさせていただいており、現在の試合開始4時間前となっております。この時間設定について「早い」、「遅い」の個人的な捉え方はあると思いますが、シャトルバスの運行時間や駐車場の開放開始時間、場外売店の営業開始時間等を踏まえると、現状では4時間前が適切であると認識しております。しかし、貴重なご意見をいただきましたので、これからも時間設定については広くサポーターの皆様の声聞きながら検証して参ります。
- 渋滞緩和策の進捗状況、アミューズメント化の進捗状況（30代男性）  
→駐車場からの出庫に関しては以前よりもスムーズになったと多くのお客様からお言葉を頂戴しております。しかし、スタジアム周辺につながる大通り（弁天線や新潟中央IC先の女池方面）では、その先が渋滞しており、スタジアム周辺だけの問題ではないと認識しております。より渋滞緩和につながるよう、信号コントロール等、引き続き、新潟県・市・警察と連携して参ります。アミューズメント化につきましては、Eゲート前広場を中心にフードゾーンの拡大、オレンジトラックでのイベント実施等取り組んでおります。さらに未来のサポーターを育成することを目的に未就学児を対象とした「キッズルーム」の開設も計画しております。2014年も更なる楽しさ、賑わいをご提供できるよう努力して参ります。
- 入場者数が減ったのは、エコスタができたことで駐車場が減ったことが最大の要因であると考ええる。長らく工事を行っていたようだが大幅に増えるようには見えない。今後、駐車場の増設は検討されないのか。その都度臨時駐車場を設けている、しかも産業振興センター前から歩くという負担感では観戦しようとはならない（40代男性）  
→より多くの駐車台数が確保できるようクラブとしても取り組んで参ります。が、一方、上記ご意見にある通り渋滞問題も考えなければなりません。クラブだけでなく管理者である新潟県とも協議して参ります。なお、2014年からP3エリアの工事が終了し、昨年より200台駐車可能台数が増える予定です。
- シャトルバスで選手メッセージを流すのは？（30代男性）  
→以前（2007年頃）実施していましたが、同じ選手のアナウンスが繰り返され、変化がないとのご意見を頂戴した経緯もございます。運行いただいている新潟交通様と協議して参ります。
- マッチデープログラムの内容を見直しては？（40代男性）  
→他クラブでは有料発行しているところが多いですが、来場された皆様に試合の見どころ等、情報発行を目的に無料でお配りしております。共同制作・発行いただいている新潟日報様と協議し、

より良い紙面づくりに取り組んで参ります。

■今年新潟市陸で試合を一部開催するそうだが大丈夫なのか？今の段階で市陸開催について言える事があつたら発表してほしい（30代男性）

→ビッグスワンの芝生張り替え工事が行われるため、工事期間とホームゲームが重なった場合、新潟市陸での試合開催を予定しておりました。調整の結果、2014年はビッグスワンでホームゲーム全20試合を開催することが可能になりました。

■長岡地区でもトップチームのキャンプやレディース・ユースの試合を行ってほしい（長岡市陸は基準に満たないと聞くが自治体に呼び掛けて欲しい）。中越地域（長岡地域）の新規サポーターの獲得に一翼を担うと思う。（40代男性）

→長岡市陸は規定のコートサイズ（105m×68m）がなく、また利用に関して長岡市の陸上大会が優先となっております。公式戦開催に向けて毎年長岡市ヘリクエストを出していますが、実現できていないのが現状です。しかし、クラブでは中越地区はもちろん他の地域での試合開催は非常に大切であると認識しており、昨年から十日町市のクロアチアピッチでレディース公式戦を開催しております（トップチーム練習試合も実施）。

### <商品（飲食、グッズ等）関連>

■以前、グッズアイデア募集の企画がありましたが、今年も実施してみたいかがでしょうか？また、最近ユニフォームの袖部分にホームタウンの名前を付けているクラブが多数あります。来季から袖に「NIIGATA」と入れてみたいかがでしょうか？（50代男性）

→グッズアイデアについて貴重なご意見ありがとうございます。継続的な実施含め検討させていただきます。ホームタウン名掲出についても参考とさせていただきます。

■グッズの商品開発が徐々に活発になってきており、いい傾向だと思っています。だからこそ、以前あった人気グッズも復活してほしいと思います。個人的には車のフロントガラス内部に掛けるサンシェードを復活してください（50代男性）

→過去の販売商品の復活、サンシェードの販売について、商品開発の参考にさせていただきます。

■今年レプリカを申し込む際、妻に「12番にするか10番にするか迷う」と相談し、「日本人で初めて亜土夢が10番をつける。それも自分から申し出て」と伝えたところ、「あのしゃべれなかった亜土夢が自分から言っているのなら10番しかないでしょ。そのぐらいの野心がなきゃダメだよ」と言われ10番を申し込んだ。新人のころ後援会の地区総会に来て何もしゃべれなかった亜土夢がたくましく、「アルビの中心としてやる」と言っている。亜土夢の成長とクラブの躍進がシンクロし、サポーターの心をつかんだことは間違いない（40代男性）

→ありがとうございます。ぜひ10番の新しいユニフォームを着用いただき、チームの後押しをお願いいたします。

■商品、特にアパレル系の在庫数、デザイン、「本当に商品を売って利益を上げよう！」っていう気が感じないぐらい、ショップの品揃えとデザインは悪いと思いました（40代男性）

→魅力ある商品開発に努めて参ります。

■スタジアム売店で選手コラボメニューをやっていたが継続的に出来ないのか。定期的にメニューを入れ替えればスタジアムでの使用金額増加を期待できるのでは？（30代男性）

→出店企業様と相談させていただきながら、展開の有無を調整させていただきます。

■初期のころアルビレックスのラベルを貼ったワインが販売されたと思いますが、1回で終わってしまったように思います。1回作って売り切れたらそれで終わり・・・というような単発が多

いように思われます。昨年の秋からはビールがなくなったのが残念でした（発泡酒だけになってしまいました）。ワインなどは継続的に入手できるとうれしいですし、ビールの復活も願っています（60代女性）

→サッポロビール様の企画として1年間に2回、デザインを変えながら、応援缶を販売させていただいております。年間通じてアルビ缶を販売いただきたいというご意見をサッポロビール様にもお伝えさせていただきます。

■会場売店で販売しているジュースを安くしてほしい（30代男性）

→出店企業様と相談して検討させていただきます。

### <後援会について>

■後援会事務局を外部組織として独立させる必要があるのか疑問である。10年位前より後援会会員の数は大して変わり映えしないのに事務局職員は半減。球団への財政支援を謳って「能動的活動方針」などという社会主義国みたいな活動計画を立てても結果「活動派が少ないほど財政支援が大きくなる」という事態になり、会費外税方式、シーズンパス割引特典の縮小、アシストプレス非送付による会員管理費の節約。無く挙句の果てには「後援会から9,000万円支援されても特典の抛出で6,000万円の持ち出しになっている」といわれる有様。しかも公開されている情報によると対人営業が一番大事な職種にありながら「交際接待費0円」、「職員研修活動費0円」。これではブラック企業と変わらない。アルビレックス新潟後援会事務局はブラック事業所。そもそも外部に「事務局」としえ独立させる最大の目的は消費税等の軽減、NPO的意義があるからのはずで、平成20年度からしっかり課税される今のシステムで独立事務局を置く必然を感じない。球団を見習い、球団内の一セクションと位置付けいったん事に当たる場合は全社員が共通にその任に当たるべきである。だいたいからして「事務局職員は球団からの出向扱いであるから社長をはじめとする球団職員に対してモノが言えない」等を発言していた偉い人がいましたが、こんな状況でよいのでしょうか。球団職員は事務局職員を一段下に見ているような態度が、後援会会員に対する感謝尊敬のない態度に表れていると断言できます。いつからアルビレックス球団は宗教法人に倣うようになったのでしょうか（50代男性）

→ご意見として頂戴しました。ありがとうございます。

■後援会員のスポンサー様企業での特典(三宝さんでの割引やドリンクサービス)をもっとアピールして欲しいです（40代女性）

→ご協力企業と連携し、よりPR出来るように努めて参ります。

### <営業スポンサー関連>

■駅ビル CoCoLo、関東圏のサポーターなら新幹線を利用する方も多いかと思うのだが、ナイトゲームで試合終了後、お土産とか駅弁を買いたくても店舗がすでに閉まっただけではどうしようもないので、せめてナイトゲーム開催時だけでも営業時間を延長してもらった方が双方利点があると思う。あと、アウェイサポーターがビッグスワン、新潟駅周辺の宿泊施設や飲食店を利用すると特典がもらえるといった企画もあると面白いかなと。そうすることで、さらに県外の人へ新潟をPRしてもらえることにつながると思う。また、これは滑稽な提案かもしれないが、小泉慶選手が加入したことに引っかけて、ぜひ月岡温泉の「ホテル泉慶」へ営業を掛けていただきたい。今後の彼の活躍次第なのかもしれないが、何かユニークな企画が生まれればいいなと思っている。他にも、今Jリーグで推進しているアジア（特に東南アジア方面）戦略についてとか、

先日新潟日報で企画されていた「アルビ夢のベストイレブン」に関して、応募がたったの700通弱しかなかったことに対しての“危機感”等お聞きしたい（40代男性）

→それぞれ先方とのご相談になると思いますが、各社様と連携してサポーターの皆様のためになるよう、アイデアを出して取り組んで参ります。新潟日報様の企画だけではなく、今後も皆様により参加しやすく話題となるような企画の工夫に努めて参ります。

■原点回帰で過去にスポンサーになっていただいた企業に「もう一度だけ力を貸して下さい」、何て言うのもいいんじゃないでしょうか。「ACL行ったらまたスポンサーになってね」とも付け加えて（30代男性）

→ご提案ありがとうございます。過去にご支援いただいたスポンサーはじめ、広くご支援いただけるよう県内企業の皆様をお願いして参ります。

### <リーグ大会方式について>

2015シーズンから導入される2ステージ制について多くのご質問をいただきました。現状についてお話をさせていただきます。

### <その他、ご意見・ご提案等>

■日頃のお礼と、直した方がもっと良くなると思われる幾つかの点について（30代男性）

■昨シーズン後半戦のようなアグレッシブな試合を期待しています（50代男性）

■今年こそタイトルをお願いします（50代男性）

■継続的な強化を行うには残念ながら経済的な部分は避けられない。「金」が必要だ。残念ながらビッグな広告料で補填してくれるパトロンは居ない。やはり行きつくところは「4万人」をブランドにしたスポンサー獲得と安定的な入場収入、広く薄くのサポートであり、現在のクラブの方針は間違っていない。だが、やり方という点に関しては素人ながらまだまだ課題があると感じている（40代男性）

■今は上げ潮。クラブは外向きに積極的に発信、営業活動していく時だと思う。今年ACL出場権が取れば、選手の流出も出来るし、来年は更なる飛躍が期待できる。もし上手くいかなければ中断期にセレソンを補強するぐらいの気概と執念が欲しい。今年はクラブの本気を見せる時だ（40代男性）

■今シーズンは、ワクワクが満載！一年間、楽しませて下さい（40代男性）

■サポーターと選手との交流を活発にしてほしいと思っていますが、何が出来るのかよくわかりません。クラブとして「このようなことができる」と提案していただけるとありがたいです（60代男性）

■アルビレックスは多種多様な競技を展開しているにも関わらず、お互いが競技を観戦しあって、自分のプレーの参考にしようと思っているのでしょうか？マークの外し方はサッカーとバスケットで共通するものがあるし、セカンドボールやフォローの仕方は野球でも共通するものがあります。サッカーはサッカーだけってというのは、自分のプレーの上達に天井をつけるものだと思います。（40代男性）

■シーズン7位で得た賞金の使い道は？（40代男性）

■背番号17は大切な番号だと思っていましたが、いきなりソングジュフン選手にあげるというのはどうなのでしょう（20代男性）

■バルサのようにサポーターが資金援助できるかわりに株主になれるような制度作ってほしい

です (40 代男性)

■過去のカンファレンスの議事録も一応目を通させていただきましたが、当時のチーム事情が最悪だったせいもあってか、感情的な内容や実のない話ばかりだったような気がしたので、今回はぜひお互い納得のいく良い話し合いになればと願っています (40 代男性)

■カンファレンスに行ったことはないのですが、今シーズンのアルビに期待します。(30 代男性)

■当日は建設的な議論を行い、2014 シーズンが勝負の年となるように前向きな話し合いがしたいと考えております。また、オフレコになる内容が多いと思いますので、質問が出来なかったとしても議論をきちんと聞いて、スタッフの皆様の方向性をきちんと感じ取って、サポーターとして自分が今季協力していけるのがどの部分か考えていきたいです (20 代男性)

■アルビレックスが大好きだから、ただ応援するだけでなくクラブのことをいろいろ分かった上で応援を頑張っていきたいです (10 代男性)

■主力引きとめてくれてありがとうございます。感動しました。涙が出ました (30 代男性)

■一度出席してみたいと思って申し込みます。今年の議事録を読ませてもらって公開された事だけでもつつこんだ話をされていて 実際カンファレンスで話を聞きたくなりました。よろしくお願ひします (60 代女性)。

■ACL を本気で目指すチームへのどのように支援していくか (10 代男性)

■県内にサッカー専用場が欲しい (アウェイに行ったときのリアル感は素晴らしい)。県ラグビー協会などと協議し、ラグビーW 杯と結び付けて実現の可能性について協議してはどうか (40 代男性)

■川又選手が注目を浴びている好機ですので、観客動員が上向かないかなと思っています。私自身はアルビを応援しはじめてから 16 年目。あまりにも慣れすぎてもう観戦ビギナーの方の気持ちというものが全くわからなくなってしまいました。試合に行くにあたって何が疑問か、何が不安か…「オレンジ色の服を着ていかなきゃいけないの？」などと本気で訊いてくる人もいますので、初観戦の方や何年ぶりの観戦で躊躇する人々の背中を押す工夫が必要なのではと思います。質問とそれに対する答えを投稿できるサイトが出来たらいいと思うのですが、可能でしょうか。そこでの質問などを参考に公式サイトをより一層わかりやすく気の利いたものにてきたらいいと思います (50 代女性)

■社長のクラブ経営方針及び運営理念、並びに強化部長のクラブ強化方針等、更に営業部長の営業運営方針等を聞きたいと思います (50 代男性)

■今年のうれしい一年間は本当にありがとうございました。今シーズンも歓喜の多い年でありますように、よろしくお願ひいたします (60 代女性)