

「2016 サポーターズカンファレンス」議事録

日 時：2016年2月13日（土）14：30～16：50

場 所：ユアテックスタジアム仙台 インタビュールーム

ゲスト：(株) ベガルタ仙台 西川社長、竹鼻常務取締役、古矢強化育成部長、山路女子強化育成部長、その他フロントスタッフ

出 席：サポーター34名

事務局：市民後援会 運営委員、アシストスタッフ

司 会：市民後援会事務局長 三船

司会：定刻となりましたのでこれから2016 ベガルタ仙台サポーターズカンファレンスを始めさせていただきますと思います。皆さん、こんにちは。今日は開幕2週間前という忙しい時期にお集まりいただき大変ありがとうございます。本日の司会を務めさせていただきますベガルタ仙台・市民後援会の三船と申します。どうぞよろしく願いいたします。今回のカンファレンスは例年のようにベガルタ仙台から西川社長・竹鼻常務取締役・古矢強化育成部長・山路女子強化育成部長、そして社員のみなさまに集まっております。なお渡邊監督はキャンプ中ですので欠席させていただきます。まず西川社長より御挨拶をいただきたいと思います。

西川社長：こんにちは。今日わざわざこういう時間を取っていただいて、チームだけでなくフロント・クラブ全体のお話をできる機会を与えていただきまして大変ありがとうございます。ご存じのようにトップチームは渡邊監督のもと3年目を迎え、今年は目標通り上位、できるだけ上の方に定着を目指すことを掲げております。レディースは去年2位までいき、今年はタイトルを獲ることを目標に掲げてこれから本格的にキャンプに入るところです。具体的なチームの状況等については強化部長等から質疑の中で出ると思いますので、私からはクラブの経営という立場から一言御礼を申し上げます。昨年度おかげさまで目標通り黒字を達成できるという見通しが立ちました。これも本当に皆さんのサポートのおかげだと思っています。今年の予算はすでに発表しておりますが、トップチームそれからレディース、アカデミーに昨年実績に比べるとかなり思い切った予算を立てて全体としては大型の積極型の予算を組んでいます。我々フロントとしてはそれに見合った収入を確保することがチームを支えていく上で絶対条件ですので昨年以上に頑張ってもらいたいと思っています。いろんな形で皆さんにもまたご協力いただく機会もあると思います。よろしくご理解をいただきたいと思います。今日はどうもありがとうございます。

司会：ありがとうございました。ではここでキャンプ中の渡邊監督からメッセージがあります。

<渡邊監督ビデオ>

渡邊監督：皆さん、こんにちは。ベガルタ仙台監督渡邊晋です。今シーズンも監督を務めさせていただきます。昨年、一昨年なかなか思うような成績を残せませんでした。今シーズンこそより強い決意と覚悟を持って、選手たちと一緒に突き進んでいきたいと思っています。今シーズ

ン、Build Up という言葉をスローガンに掲げました。文字通りピッチの中で攻撃を組み立てる、あるいは新しいベガルタのスタイルを構築するということに選手たちと一緒に挑戦し、それを達成していきたいと思っています。キャンプも中盤に差し掛かり、これまで少しケガ人も出ていますが、順調にきていると思っています。今シーズン掲げるその攻撃的な精神・攻撃的なスタイルをピッチの上で表現できるように選手たちと一緒に日々精進して行って、今年こそよりたくさんの勝利を皆さんに届けたいと思っています。今シーズンの開幕はアウェイです。このキャンプ地宮崎から横浜に乗り込み、一試合を終えてから仙台に戻ることになりますが、是非ホーム開幕戦はユアスタをベガルタゴールド一色に染めていただき、サポーターの皆さんと一緒にホーム開幕戦を勝利で飾りたいと思っています。今シーズンも熱く多大なるサポートで我々を後押ししてください。今シーズンも一緒に戦いましょう。よろしくお願いします。

司会：ありがとうございます。それでは質疑に移りたいと思います。入口で皆さんにお配りした資料に基づき進めます。今回事前にいただいた質問は41ありました。それを5つの項目に分けています。まずはこの事前質問に対してベガルタから回答をいただき、続いて会場から質問を受けるという形で進めさせていただきたいと思います。

それでは(1)のチーム強化・アカデミー、レディースについて、から始めたいと思います。まずトップチームに関して古矢部長からお願いします。

古矢部長：まず去年の振り返りからですが、いろいろなメディア、いろいろところで振り返りはされているのであえて長く話すつもりはありませんが、去年とその前年と同じ14位でなかなか苦しい心境のもとで試合が続きました。しかし昨年度は最初5連勝、ちょっと中だるみがあり、最後なんとかしのいで14位でした。天皇杯では次のシーズンを迎えるモチベーションを持ちながら、ある程度の成績が出せて今年に向け、いい準備ができた年末でした。

年末天皇杯を進めながら私と監督と会社と相談をしながら補強を進めていきました。ネットなどで出た情報には、不確かなものとか、なぜこれが出るのか？というものが多少ありました。まずCBの人数の補充が必要だったこともあり、第一の補強ポイントはまずCBを重点的に当たりました。結果的にCB2人獲得できいい編成ができたと思っています。もう一つは、ボランチと攻撃的な中盤のところで、うちに今いないスタイルの選手を獲得することで、そこもまずまずの編成ができたと思っています。私が見ていても、誰がレギュラーを取るかわからない状況で、いい競争が生まれればいい結果がチーム全体として出てくると思います。CBと中盤のところは数も多くなりましたけれども、これから競い合ってレベルが上がっていくと思います。FWは、コンディション不良を起こしていた選手がきちんとプレーできれば十分な戦力ですので、1人移籍していった山本選手がおりますが、十分な数がいるということで新たにFWを獲得することはありませんでした。GKはシュミット・ダニエル選手をもう1年、1年間通して試合に出られる環境で経験を積ますために松本山雅さんに出して、今年も今まで通りGK3人が競い合う体制でやっていきます、

質問1にある高卒選手についての起用方法に関しては、起用方法は監督が決めるものであり私が述べるものではないですが、ちょうど今年の高卒選手年代が2020年東京オリンピックの代表の世代で、その中から東京オリンピックの試合に出られる選手を輩出できるように……。とはいってもプロである以上、今年からも試合に絡めなければなりません、焦らずに4年後5年後を目指して試合に出られるレベルに上げていく育成をしたいと思っています。

また外国人選手の補強に関して（質問2）は、外国人枠が空いている理由は？という質問にも少し絡みますが、まず、外国人選手を獲得する際には2つ目的があり、一つは助っ人外国人、経験も豊かで実績がある、もちろん年俸も高くなります。もう一つは若手でこれから伸びていく選手を獲得するという二つの外国人選手の獲り方があります。今のところ両方私たちのクラブにはいると思います。枠を使い切るとはもちろん予算的な問題もありますが、どうしてもこのポジションに日本人では当てはまる選手がいないので外国人選手を獲得しようとした時に枠がいっぱいだと、誰かを契約解除してからじゃないと獲れないこととなります。そうすると金額交渉も足下を見られてしまって金額が高騰してしまったりすることも起きるので、私の考えでは枠を一つ空けておいたまま進める方が無難だと思っています。基本的には、日本人選手でチームのベースを築くことが第一だと思っています。外国人枠が空いているから使わないのかというよりは、わざと空けておくというように私は考えています。

続いて3番目の故障が多いこと（質問3）です。ドクターの診断を待ってからでないと、メディアさんやクラブを通してはっきりと言えないタイミングがあります。隠している訳ではなく、はっきりと病名を伝えられなくて報道できないタイミングが実は多く、そのような故障が多少多いのは確かにあります。ケガをしないようにするのは簡単で、強度を上げなければケガは減ります。がしかし、ケガが少し多く感じるのも、ケガするぎりぎりのところまで追い込んでトレーニングをやっている証拠でもあります。ある程度の故障は致し方ないかなとは思いつつも、とはいえ最大限ケガは出さないような配慮をさせております。変えられなくて困っているのは野村のグラウンドがちょっと硬いことです。シーズン入ってすぐにランニングで多少、故障、足の故障を訴える選手が多かったのが現実的なところですが、どうしても朝の冷え込みで土が凍っていて、もちろん体を温めて出てきているものの、その硬さが膝、腰、足首に負担をかけています。グラウンドは急に変えられないのですが、今年の夏7月以降に野村のグラウンドの改修工事をやっていただけるので、あきらめずに改善できるところから改善していっております。すぐ変えられるところではトレーニング強度に関して、今GPSとハートレートモニターが一緒になったものをすべての練習で選手の胸に付けています。それでモニタリングをしてどれぐらいのスピードや加速で、どれぐらいの心拍数の強度等々になっているかを練習ごとにタブレットですぐ見られるようになっていきます。フィジカルコーチがその日の練習が多すぎたのか少なすぎたのかをしっかりと見ながらペース配分をしっかりとやっております。またメディカル的なところでは、いろいろ治療機器を昨年度より入れて、治療もしくは検査の精度を高めて時間も短縮して選手のケガがないように努力をしております。

司会：ありがとうございました。ではここで質問を受けたいと思います。トップチームに関してご質問のある方いらっしゃいますでしょうか。ないようですので、先に進めさせていただいてあとでまた質問を受け付けます。続いてレディースに関して山路部長にお願いします。

山路部長：昨年度レディースチームはレギュラーシリーズ3位、エキサイティングシリーズ2位、皇后杯3位といった成績をとりました。これも一昨年レギュラーシリーズで7位となり下位リーグで戦うことになったその悔しさをバネにチーム一丸となって一つでも上の順位を狙っていこうということでスタートして、それが実を結んだ形と振り返っています。ただ年間通して見た時に、一昨年7位の結果を受けて攻撃的な選手を補強して得点力は向上したのですが、そ

の反面失点を結構重ねました。その失点をさらに減らしていきたいところから今年度の補強ポイントはどちらかというとディフェンスラインを中心に補強いたしました。加えて2015年シーズン6人の選手が退団することになり、この中で高橋奈々選手や山本りさ選手や井手上麻子選手や武仲麗依選手と後ろの選手が非常に多く、2016年は後ろのポジションを中心に獲得しました。完全移籍のブリットニー選手を含めて6名新加入しました。CBは最重要ポイントであり、年間通していろいろ模索しておりました。最後の最後にワールドカップの出場経験もある北原佳奈選手に加入いただきましたので、2016年度はしっかりした守備組織を構築した中で試合展開できると考えております。

今年度のスローガンは「Get to the TOP 目指せ頂点。つかめタイトル。」です。2015年度は2位でしたので、次に目指すのは優勝しかないということでこのスローガンを立てて進めております。それを現実にするためには得点力をさらにアップし、失点も、補強したから失点が少なくなるかということそうではありませんので、そこはトレーニングや試合等々でしっかりとチーム力を向上させながら失点を少なくし、優勝を狙っていきたくております。

レギュレーションは変化があり、2015年度までエキサイティングシリーズというカテゴリーがありましたが、2016年度からはリーグが一本化してリーグ18節でその間にカップ戦が入ってきます。5チームずつの2ブロックに分かれて行います。レギュラーシリーズ、エキサイティングシリーズはなくなります。統合された形でリーグ戦が行われます。カップ戦があり皇后杯があるということで、この3つの大きな大会に向けて頂点を取れるようにトレーニングに頑張っていきたいと思っております。

質問4にありましたレディースのジュニアユースですが、発足して今シーズンで3年目を迎えます。3年生6名が今回卒業することになります。この6名に対して引き続き動向を追っていくつもりです。レディースのジュニアユース部門は立ち上げましたが、ユース部門は立ち上げずに近隣の高校と連携を取りながら選手を引き続き育成していきたいと考えています。ジュニアユースを卒業した子が近隣の高校に行き、その高校の先生と連携を取って高校を卒業した後にまたレディースチームに戻っていただきたい、もしくは大学を経由してレディースチームに戻っていただきたい、そのような先生とのキャッチボールは引き続きしたいと思っております。

司会：ありがとうございました。それではレディースに関して質問を受け付けたいと思っております。質問があるかたはいらっしゃいますでしょうか。ないようですので引き続きアカデミーに移りたいと思っております。では古矢さんお願いします。

古矢部長：引き続きアカデミーについてお話をさせていただきたいと思っております。質問5の専任のスカウトの件は、もともとアカデミーのコーチングスタッフ全員でスカウティング活動をしていき、その上に専任のスカウトを置いて、という組織で運営していこうと思っておりました。その矢先に蓮見がヴェルディのコーチで移籍することになり、専任のスカウトを置けない状況になりました。不都合な点は多々出てくるのは想定しますが、先ほど言いましたように全員でスカウティングしていく考えです。全員でというのは、例えばジュニアチームのスタッフが試合をする時、指導として自分たちのチームを見ますが、相手チームの選手の情報や、自分たちの試合以外の試合での選手の情報も、カテゴリーごとに情報を集約しスカウティングに活かしていく方策を取ろうとしています。これは例えばサッカー教室とか、極端な話ですと小学校訪問して授

業の一環としてやるイベントでもまれにすごく身長が大きい子とか足が速い子がいることがあります。そういった情報を確実に集めて、その中から地元の子をしっかりとスカウティングしていくことをまず考えております。といっても県内だけではなくて東北全体も必要なので、新しく入った吉田賢太郎がナショナルトレセンコーチに就くことでナショナルトレセンに参加する東北地域の選手の情報も集めてくることができます。スタッフ全員で分担しながら活動していくつもりです。

西川社長：質問6の練習場の問題については、アカデミーに限らず全体としてまだまだ不足していると考えています。紫山に一カ所作りましたが、そこには道路をはさんで遊休地があるので、そこも含めた利用を検討して練習場を増やしていくことを視野に入れていきます。暫時練習場を増やして、できるだけトップ・レディース・アカデミーが触れ合えるような環境を作ることを目指しています。将来的には全体が一つのまとまりのある形で練習できる環境が望ましいと思っています。この後古矢部長から詳細説明をしてもらいますが、トップとアカデミーをできるだけ触れ合えるように、今はクラブハウスが分かれているので選手はできませんが、コーチ陣の交流を今年はかなりやっております。これは非常に重要なポイントだと思っております。

古矢部長：Webに組織図がありますが、今年アカデミーでは強化担当コーチを、新しい言葉かもしれないです、いわゆる飛び級をするような選手を中心に見るコーチを去年までトップチームのコーチだった原崎、吉田賢太郎、選手から上がったばかりの村上、この3人にやっていただきます。各カテゴリーを見ながらまず選手としての交流、そのままトップチームに上がってくる流れもありますので、コーチ陣もセクションごとの縦の体制で、たとえばキーパーコーチもキーパーとしてのグループで、この年代には何が必要なのかをコーチ陣が把握しながら進めます。強化担当コーチは強化選手をトップチームまで含めて交流を持ちながら指導もやっていく、メディカルもアカデミー含めて情報を共有しながら進めていく体制・組織を作っております。一番大きなのは環境のところですか。これは急には変えられないので、長期ビジョンを確実に作り、将来的に一つの施設の中にすべてが収まっているのが理想型と思っています。

続きまして質問7です。しっかり育てるために海外からコーチを招聘してはどうかという話です。海外から指導者を招聘するのはいいことだと思います。それよりも今いるスタッフにいろいろな経験をしてもらい、スタッフも育てていきたいと思っています。アカデミー＝選手の育成だけではなくて、そこからトップチームにつながっていく指導者、もしくはそれを飛び越えて他のクラブに行く場面もあるかもしれないですが、いい指導者のもとにいい選手も育って来ると思います。ベガルタの場合は、先日リオオリンピックを決めた（手倉森）誠さんとか佐藤洋平くんとかいますので、そういう指導者を目指してクラブの指導者も上へ上へと目指せるような、選手も上を目指すしスタッフも上を目指すような環境の中でアカデミー、トップチーム含めて強化していきたいと思っております。

司会：ありがとうございました。それではアカデミーまたトップ、レディース含めて大きな枠組みの中での質問でも結構です。質問があれば挙手をお願いします。

質問者：〇〇と申します。スカウトの体制についておたずねしたいことがあります。今、古矢強化部長がスカウトは基本的に東北を中心という話をおっしゃっていましたが、今年トップに昇

格してきた小島選手は熊谷、関東ですし一つ下の今練習生の上田選手も関東の選手だと思います。東北に限らずトップチームのいわゆる高校生とかのスカウトも含めてある程度範囲を広げるといってお考えはおありなのかをお聞きしたいと思います。

古矢部長：基本的に南は九州・沖縄から北は北海道まで情報網を張りながらスカウティング活動をするつもりでおりますし、東北の選手しか獲らないとかいう括りをしているつもりは全くございません。ただ地元の情報がないまま、もういないだろうという誤った先入観でJクラブの多い関東に先に行くのはどうかという考えもあります。結果的には東京などの違うエリアから獲ってくるとこともあるかもしれませんが、まずは地元のところをしっかりと情報を把握することが一番重要と思っています。実際私も定かではないですが、県内のある中学校の選手が広島に引っ張られて行ったと話を聞いたことがあります。事実かどうかは分かりませんが、身体的な能力の高い子が他のクラブに行くという情報すらありませんでした。その子を知っていて行ってしまったなら優勝争いするクラブに行ったのはしかたがないと思いますが、その情報すら私にないままよそに行ったと聞くと、なぜ情報を持っていなかったのかと思います。反省を含めて地元の情報を100%近い状態で持ちつつも、とはいっても例えば九州で仙台に来たいという子もいると思うので、全体の情報を確実に把握しながらも地元を大事にして強化したいと思っています。

質問者：〇〇と申します。シーズン途中での補強についてですが、去年はセカンドステージに入る前に一人も補強がありませんでした。結果的には冷や冷やものでの残留という形になりました。毎年シーズン途中での補強はありましたが、なぜ去年は獲らなかったのでしょうか。今年も勝ったり負けたりが続くと思いますが、今年の補強をシーズン途中でやる計画があるのか、どのタイミングなのか、あるいはシーズンが始まる前の今もう交渉していて6月7月頃に発表するのか、それとも調子を見て低迷しているクラブを見て「これじゃだめだな、じゃ5月6月になったら動こうか」という感じなのか、補強のタイミングを教えていただきたいと思っています。

古矢部長：補強はやったほうがいいタイミングと補強せずに今いる選手でなんとかするというのがあります。去年は会社の予算的な部分も含めて、それと見合う選手がいなかったこともあり、結果的にはこのまま推移しようと、補強はありませんでした。夏に補強したから必ずいい成績かという、前年は補強しましたが変わらなかった部分もありますし、成功か失敗かそれぞれ年によろしいと思います。補強の準備段階はすでにこのタイミングからいろいろリサーチは始めております。年間通して外国人選手含めていろいろな情報が来ています。登録できるタイミングがあり、今で言うと3月下旬くらいまでは登録ウィンドウが開いておりますので登録することは可能です。これが閉まると次は夏の30日間の期間でしか登録できないので、そこに向けての準備は常にしております。こちらから積極的に取りに行くパターンとこぼれてくるパターンと2つあり、常に情報網を張り巡らせながら、自分たちのチームの状況を見ながら何が必要かを見極めていきます。獲るだけでなく、抜かれて出て行くこともありますので、この夏がどうか分かりませんが、タイミング的には契約が一通り終わったところですでにスタートしている状況です。私も昨日キャンプを見て帰ってきましたけれども、誰をどう使っていくかは監督が決めることですが、私はどこが穴になりそうで今後どうなりそうかを見ながら監督と話しながら、次はどこが補強ポイントになるのかという話をして準備をしています。

質問者：〇〇と申します。アカデミーに外国人コーチを雇ってはどうかという質問7では、単純に外国人コーチが選手を育てるだけでなく、外国人コーチを手本にしてこちらのスタッフを育てるのもあるのではないかと思います。それについてはいかがお考えでしょうか。

古矢部長：日本サッカー協会でそのようなスタッフを招聘しているケースもございますし、非常にいいことだと思います。それよりも今いるスタッフが、できてはいませんが海外のクラブに向いて指導方法だけではなくて外国人選手のレベルを見て感じることも非常に大事な事だと思います。1人外国人コーチが来ることによって30人のスタッフがいるとすると、30人が学ぶことができるのかもしれないですけど、仮に1人のコーチが例えばドイツやオランダに行って帰ってくることで、そのスタッフが学ぶものも30倍あるかもしれないし、そういうスタッフが1人2人増えることでクラブ全体の質も上がると思います。ベガルタのアカデミーに行くとか海外のクラブに研修に行けるとなると、質の高い指導者の確保にも繋がると思います。決して招聘することが間違っているとは思いませんが、むしろ海外に行かせることがもっとより深い、より高みを目指すことのできる指導者になれるかなと思っています。選手に関してはトップチームで今年も西村選手を海外に行かせましたし、去年もシュミット・ダニエル選手と藤村選手をスペインに行かせました。行くことを継続的にやりながら世界を見せるという言葉だけでなく世界を感じられるような体制を作り、希望する選手や指導者が集まるようにしたいと思います。

司会：その他ございますでしょうか。よろしいようですので、以上で(1)のトップ、レディース、アカデミーについては終わりにします。続きまして(2)試合運営・サポーター対応についてに移ります。それでは解答を片桐さんお願いします。

片桐さん：皆さん、こんにちは。今シーズン運営を担当させていただくことになりました片桐と申します。1年間どうぞよろしくお願いいたします。

「開場時間」に関して(質問8)、2時間前あるいは2時間半前でいいのではないかとこの声があるのは把握しております。今シーズンも昨シーズン同様SOCIO CLUB GOLD会員の先行入場を2時間45分前、SOCIO CLUB GOLD会員の入場が終わり次第一般の方の開場を開始する方法を取りたいと思っております。基本的にキックオフに間に合えばいいという考えもありますが、キックオフの30分前にあるピッチ内アップの時間帯には余裕を持って皆さんにご入場いただきたいという考えです。試合によって待機列の長さや入場にかかる時間に違いが出てきますが、余裕をもつ意味でこの開場時間にさせていただきたいと思っております。もう一つの観点では大型ビジョンやゴール裏のLEDビジョンでの告知があります。皆さんが入場を開始された後からスタジアムでの告知が始まります。告知は営業ツールとして何をどれくらい出せるのかという要素がありますので、2時間45分前から今シーズンもやらせていただきます。開場時間が早いので、スタジアムの北エントランスやピッチあるいはコンコースでのイベントなど、スタジアムの中で皆さんに楽しんでもらえるイベントなどは昨シーズンより充実させて取り組んでいきたいと思っております。

続いてシート貼り等々についてです(質問9①②)。列整理は現状入場1時間前から30分前

の間にといった幅をもたせてもらっています。試合によって待機列がどれくらい長くなるかがまちまちであるのと、北エントランス等々でイベントを設置させていただいているところがあり、そのイベントは観てほしい部分でもありますので、その時間帯に列整理をするのは列整理の効果が薄れてしまう部分があるところもありますので、イベントの兼ね合いも含めてより効果的な実施の時間帯を見極めながら今シーズンもやっていきたいと思えます。そのやり方に関しては警備等々も含めていろいろと今相談をさせていただいています。

シート貼りの大きさについては、ご質問の中で他のクラブさんのように具体的にシートの大きさを決めてそこに入れる人数を設定してはどうかというご質問（質問9②）がありました。大きさはまず他のクラブさんとスタジアムの大きさが違うのとそのスタジアムを囲む公園の敷地の大きさが関係しています。例えば宮城スタジアムのような公園自体が広ければある程度までシートを貼ることができるので列が伸びても問題ないところはあります。ユアテックスタジアムの場合は、公園の敷地が限られておりまして、そこから外に出てしまうと一般の公道のエリアになってしまいます。そちらにシートを貼るのは警察さんの指導を含めて難しい部分があります。折り返してはどうかという考え方もあるかもしれませんが、公園という性質柄、夜であっても普通のお客さんがウォーキングだったりランニングだったり敷地を通ったりもします。そこにシートが貼ってあったり物が置いてあったりするのスタジアム管理側からすると危険な部分があります。基本的には端にしか現状として貼ることができない状況です。シートの大きさや人数、これを制限してしまうと逆に貼ることができない人が増えてしまう可能性があります。ただし、そうは言いつつもシート貼りではいろいろ問題があるとはみており、どのように解決していくかはクラブが一方的にこうしてくださいと決めるものではなくて、皆さんサポーターの方々との調整をしながらそのルールを決めていきたいと思っております。少し時間がかかってしまうかもしれないですけども、皆さんの声も聞きながらやっていきたいと思っております。

「席取り」に関して（質問10）は、まず事前の告知によるマナーとモラルの啓発という形の対応を実施させていただきたいのと、あとは当日、現場の警備より声がけをさせていただきたいと思っております。特に開幕数試合は今シーズンの方向性を見せるためにも、ある程度警備の増員もして対応したいと思っております。例えば、タオルマフラーなどが置かれて何席も取っている場合などは撤去するのではなく縮小するというか人数に合ったように狭めさせてもらうことだけでもある程度の効果が昨シーズンは出たという報告を聞いております。そのような対応を今シーズンも実施していきたいと思っております。ただ先ほどのシート貼りもそうですが、席取りの部分もルールの部分は皆さんと協議しながら決めていきたいと思えます。実際の運用の部分では皆さんのマナーだったりモラルだったりの部分でのご協力いただかないといけないところもあると思えますのでよろしく願いいたします。

スタジアムの大型ビジョンを使いゴールシーン以外の部分のリプレイもやってみたらいいのではないかとご質問（質問12）です。そもそもゴールシーンのリプレイについても、Jリーグからはリプレイを流すこと自体で変な誤解を生む可能性があるのと、その流し方は注意をしてくださいという話を受けております。それ以外にも、サッカーは基本的になかなか流れが途切れず続いていくものですから、リプレイを流すタイミングもピッチ上でゲームが動いていますので、なかなか難しいと思っております。技術的な部分も含めてご意見として承っていただきたいと思っております。

グルメの部分に関してはもう一人の担当から説明をさせていただきます。

蛇石さん：皆さん、こんにちは。今シーズン片桐とともに運営担当させていただくことになりました蛇石と申します。よろしくお願いいたします。

私からスタジアムのグルメについて、質問 11 と質問 15 提案②でグルメに関して触れていただいていますので、ご回答させていただきます。

スタジアムグルメは、現状売店決定まで進んでいます。メニューは各売店に新メニューをお願いしている最中です。また今年も、先ほど片桐からもちょっとお話させていただいておりますけれども、企画をしていきたいと思っております。具体的にイメージを持っているのは、例えば「SOCIO CLUB 感謝のつどい」で昨年行なったように選手が売店で販売員として皆さんと交流を深めながら販売させていただいたり、売店をお願いして例えばゴールデンウィーク近くの試合で「こどもの日フェア」のようなフェアを何試合かやったり、またグルメグランプリも考えたいと思っております。こういった企画をやっていくことで、売店の方とサポーターの方とクラブとで賑わいを増やすといったことを考えています。ベガルタの HP で随時告知をしていきたいと考えております。グルメは以上です。

司会：ありがとうございました。それではこちらの項目について質問を受けたいと思います。質問がある方は挙手を願います。

質問者：20 年来お世話になっている〇〇と申します。ユアスタに来るのが楽しみでずっと観ています。ホームゲームの際、通常の時間で SOCIO CLUB 会員専用の入場口は作れないでしょうか。IC カードでタッチして入れるだけです。紙チケットで入ってくる人と別に分けて入場はできないのかということです。恐らく手荷物検査に人員の配置が必要だったり、予算の関係でできないのかなと思いき、それであればクラブのために我慢しようとは思いますが、もしそういう事情でないのであれば、SOCIO CLUB 会員をずっと続けている人たちは何か特典があってもいいと思います。そこのところをお聞かせください。

片桐さん：今の質問は、「SOCIO CLUB GOLD の先行入場が終わり一般の入場が開始した時にも、SOCIO CLUB 会員専用のレーンを残して欲しい。すると SOCIO CLUB GOLD 先行入場には間に合わずに後から来てもスムーズに入れる、そうしてもらいたい」ということですね。この場ですぐそうします、とはお答えできないところはあるのですが、今おっしゃっていただいたような入場ゲートを設置するためにはどうしても端末が必要です。一般の人が全くその端末を使わないのかというと、GOLD ではなくても REGULAR の方は来場ポイントを付けるためにそちらにも端末が必要になります。すでにご認識いただいているように、その端末を導入する費用や警備の費用があります。それは少し検討させていただければと思います。

司会：そのほかございますでしょうか。ないようですので次の (3) に移ります。(3) は集客策・フロント業務についてです。小項目をいくつか作っております。まず、観客増・集客策について竹鼻さんをお願いします。

竹鼻常務取締役：質問 13、14 についてまとめてお答えします。サポーターカンファレンスを年複数回設けて欲しいという要望ですが、基本的にこの形ではシーズン前のこの時期年 1 回とさせ

ていただいております。ただもっとサポーターの力を観客増に繋げればどうかという話があります。この場ではなく形を変えてフランクに話し合いをできる交流できる場を作り、皆さんとフランクに意見交換できて、皆さんのご意見を活かせる場が作れないか考えております。もう少し時間を下さい。現在もホームタウン協議会や市民後援会とは定期的に会合を持っておりまして、その場で集客についてのご意見は頂戴してもらっておりますし、その意見を活かして集客策を展開していくこともあります。一般のサポーターの皆さんともそういう場を設けることを検討して、率直な意見交換をできることができればいいなと思っております。

西川社長：質問 15 の提案①についてお答えいたします。誰しもが一度は考えることであり、私も就任以来一番人通りが多い JR 仙台駅にこういう形のことできないか考えました。JR 東日本さんとも実はずっとお話しておりますが、経費が非常にかかることがございます。ただ JR 東日本さんといろいろ話していく中で、JR 東日本さんもジェフ千葉のスポンサーであります、その立場を越えてベガルタの復興支援活動には協力する形でご理解をいただいております。JR 仙台駅の駅前に店舗を出すことは費用的に難しいですが、今までやっていた地下鉄でのアピールは、今回東西線も開通したこともありより効果的にやることになりました。ホームタウン協議会の協力も得て、今シーズンからは従来以上に積極的にやることになり、間もなくいろんな形の広告掲出が出てまいります。交通局や宮交バスでの中吊り広告やアディダスのポスターは今後順次掲出していき、ベガルタゴールドがかなり目立っていくのではないかと思います。地下鉄では泉中央駅の発着メロディーをベガルタサポーターのものを使っていますし、連携を強めて公共交通機関での PR を増やしていくつもりです。提案②については蛇石が先ほど回答いたしました。

司会：以上が観客増・集客策という項目の回答でした。質問はございますでしょうか。

質問者：私は千葉在住であり普段ジェフ千葉の最寄駅である蘇我駅の雰囲気を知っていますが、壁一面ジェフのチームカラーになっており、JR 東日本とのコラボで毎回面白いポスター、例えば次の駅は J1 昇格ですとか、が出ています。例えば今後泉中央駅をベガルタゴールドのカラーにしたり、毎月ポスター変えてみるとか、泉中央をベガルタの街にするなどといったアピールしていったらいいと思います。また集客策の一つとして、例えばポスターの PDF をネットにアップロードしてそれを自宅の前に貼ってもらって人の目に触れやすくする方法もできるのではないかと思います。

西川社長：ご意見として受け取りました。特に泉中央をできるだけベガルタゴールドに染めることは、ホームタウン協議会や地元の活性化協議会とはお話しています。いきなりジェフ千葉のようにはならないですが、毎年毎年少しずつベガルタの色が強くなるようにしたいと思っています。

司会：その他ご質問はないでしょうか。次の座席割りについて竹鼻さん、お願いいたします。

竹鼻常務取締役：大変頭の痛い厳しいご指摘（質問 16）を受け、サポ自ゴール裏席とサポ自バック席の間のスペースについては我々も気にしており対策を打たなければいけないと思ってお

ります。前のようにサポ自を統一してしまえば解決するというご意見も頂戴しておりますが、去年サポ自バックを2ブロック増席した関係もあり、率直に言うところではバックスタンドとゴール裏の料金が同じ料金なのは我々にとって厳しいところがあります。現時点ではバランスを取る上でサポ自バックとサポ自ゴール裏を区別させて頂いております。今後永遠に改善しないかと言えば、去年始めたばかりでありますので何年かは集客の努力をしつつサポ自バックとサポ自ゴール裏の部分を埋める努力をしていきます。特に、サポ自バックについては若年層にあのエリアで応援する楽しみを増やす機会を設ける工夫を今年は増やしていくつもりです。様々なご意見を頂いておりまして、サポ自バックを上げたことに対するご批判もあります一方で、これで良かったという方もおり、メインスタンド側から見ている人からもご意見を頂戴しており、我々も対策を講じながら最終的にどうすればよいかについては我々で判断していきたいと思っております。

司会：質問はございますでしょうか。続いて、チケット・SOCIO CULB についてお願いします。

竹鼻常務取締役：年間チケットの特典がマンネリ化しているというご指摘（質問17）です。これは私がベガルタに来てから毎年のように言われており悩んでいるところです。ショップでアンケートを取ったり、ご意見をお伺いしていますが、これという決め手がなく皆様のご意見も多岐にわたり、あっちを取ればこっちが立たずということになってしまい「これだ」というものがない状況でした。限られた予算の中で、今年は少し変えてみました。一つは継続特典として、ワンタッチパスを作ってから5年という節目のタイミングだったため、5年以上の継続の方を対象に1000ポイント分ついたベガルタオリジナルデザインのnanacoカードをお送りいたします。それから、ボンフィンテープをつけられるキーホルダーを最初に送付いたします。その後試合ごとに相手チームと相手チームカラーのオリジナルのボンフィンテープをご来場いただいた方にスタジアムで配布するシステムを今季導入します。全試合に来ていただければ20+1本のボンフィンテープがキーホルダーにぶら下げられるような試みです。「なんだこれは」と思われるならご批判、「いいね」と思われるならお褒めの言葉を是非いただきたいと思っております。裏の狙いとして、年間チケットをお買い求めている方の着席率が伸び悩んでおり、毎試合ほぼ1000名を超える方がチケット譲渡システムも使わず来られていない状況があります。試合毎にボンフィンテープをお渡しすれば入場率が上がることを期待して、今年SOCIO CLUB GOLDの特典を少し工夫してみました。最近の他クラブの傾向を見ると、特典としてモノを直接配ることは減少する傾向で、一方で選手と交流できるなどの「権利」を増やす方向にあるようです。例えば抽選で選手とお食事会とか、VIPルームで見られる権利、そのような「権利」の方向にシフトが見られており、各クラブの動向を見ながら来年以降検討していきたいと思っております。

質問18の来年消費税増税したら、チケット代はどうするのだという質問についてです。現状17年10月に増税が予定されていますが、我々がチケットの値段をどうするかはまだ検討しておりません。ただ前回の5→8%増税の時、3%を超える便乗値上げと言われるのは避けたく、値上げ幅は全席種平均で2.8%とさせて頂きました。（もし消費税が8→10%になるとして）2%の上げは苦しいものがあり、2%は我々のチケット収入に換算すると1300万円ほどになりますので、その分値上げしないままでは一般論としては厳しいところです。元々チケットの価格が高いというご意見もあり、もう少し動向を見てから判断したいと思っております。来年10月から（増税）とするとシーズン中の価格変更であり、技術的な難しさもあると思っております。

質問 19 の試合終了後のチケット販売において、SOCIO CULB の入会ができると勝利の時にたくさん加入するのではないかというご意見です。今 SOCIO CULB の入会は別のブースで行っている状況です。ご質問のように東ゲートのチケット販売している場所で入会受付ができるように検討したいと思います。

(質問 20 について) 確かに一昨年から去年にかけて GOLD の会員は減りました。歯止めを掛けることもあり今年はいまだより広告宣伝費をかけましたし、早得等の宣伝も我々の能力の中でできる限りのことはしたと思います。その効果もあり、今年度 16 年シーズンは現時点 (2 月 12 日) で昨年度並みかちょっと上回るくらいの GOLD 会員を獲得できています。また、REGULAR 会員もお陰様で 2000 人を超えましたので、今後年間チケットハーフ販売時や来年以降グレードを上げてもらう工夫をしていきます。もう一つは先程社長からも申し上げましたが、ポスターができましたので地下鉄などでこれから中吊り広告を展開していく予定です。その他にも地下鉄東西線沿線特に荒井を中心にして地下鉄に乗ってユアスタに来てもらう働きかけをして、とにかく一度ユアスタに来てもらう努力をしたいと思います。ユアスタで試合を観戦して、「すごいな」としてもらい、それが観戦機会を増やすことにつながり、さらに GOLD 会員を増やす方向に繋げて、何とかライト層を取り込んでいきたいと考えています。今後皆さんにもご意見をお聞きしたいと思いますが、ライト層を取り込んでいかないとベガルタの将来はないと思いますので、今までサッカーに興味のない方々をベガルタ・あるいはサッカーに目を向けさせる努力をしたいと考えています。その一環として大学生向けの企画、女性向けの企画を、まだこの段階では発表できるまでの準備は整っていないのですが、今年は展開したいと思います。昨年のサポカンでも話しましたが、おととしくらいに高齢者・団塊の世代に向けて招待した時は、着券率は高いもののその後の調査によれば有料入場には結びつきませんでした。その年代だけでなく、将来に向けて若い人達にサッカーを見ていただく機会を増やすことに力点を置きたいと今年は考えております。

司会：それではチケット・SOCIO CLUB に関する質問はございますでしょうか。

質問者：〇〇と申します。GOLD の者ですが、昨年からサポ自バックの値段が上がりました。サポ自相当の場所で年 7000~8000 円程度上がったと思いますが、1 試合あたりのチケットが 3000 円を超えるのは恐らくベガルタだけであろうと思います。他チーム、他のスポーツや東京ディズニーリゾートなどと比較しても、ディズニーは平均 7 時間程度滞在しているというのもあり、滞在 1 時間平均 1000 円という価格の壁があると思います。試合を 2 時間選手がやっている演劇と考えたら、3000 円台は高いなと感じています。他チームでは 2000 円台です。その点の算定の根拠は答えがあったのでしょうか。私は試合に行きたいので目をつぶっていますが、そこに納得性があるかどうかは非常に疑問に思っております。7 億円近い入場料収入があると思いますが、応援する側として価格は本当に妥当なのでしょうか。それに値するワクワクするような勝ち試合を見せてもらえればいいのですが、昨年はある意味「金返せ」と言いたくなるような試合が多かったと思います。その点の価格の算定根拠は、今ここで示すのは難しいですが、これからサポーターとの交流の場で意見を交換する場があれば積極的に参加したい、という意見です。

竹鼻常務取締役：皆さんのお気持ちはわかりますが、去年も申し上げました通り、皆さんにご理解

いただきたいのは、スタジアムの観戦環境が他のクラブよりもよいということと、スタジアムの収容人数の限界があるということです。チームの運営費やフロント経費から総合的に判断して、入場料の算出根拠を示しにくいですが、皆さんが高いと感じていることは認識しております。（満杯に入っていないではないかという会場からの意見に対して）その点については努力します。

司会：ご質問はありますでしょうか。ないようですので、経営・営業・グッズの項目に移ります。

西川社長：（質問 21・22 について）今後の経営の柱についての考えということだと思います。ユニフォームの収入はありがたいことに昨年度は 2 億円の壁を超えました。我々としては（収入の）3 つめの柱になったと思っています。ただ金額的に見ると現時点では広告協賛収入が約 8、9 億円であり、今後経営を拡大しようとするればより広告協賛収入にウェイトを掛けるという方向に進まざるを得ないのが現状です。入場収入は伸ばす努力はしておりますが、キャパシティの問題もありどれだけ伸ばしても 7、8 億円が上限であろうと認識しております。J1 の 18 チームの平均的な規模が約 32 億円で、我々もだんだんと上がって来て昨年度で約 23 億円であります。どのチームも予算規模のうちだいたい半分が選手関連経費という構造になっており、したがって予算規模が大きいほどより多くチーム関連にお金を掛けられます。我々としては当面の目標を 30 億円台に乗せる方向で努力する、そのことがチームに掛ける経費を増やすことにつながる、と考えております。その前提の上で、昨年度は 3 本目の柱としてユニフォームを主とするグッズ収入を柱にしようとした力を入れましたが、やはり中心に柱を置かないといけないのは広告協賛収入であると考えております。広告協賛は 2010 年時点で約 200 社でしたが、2015 年には倍の約 400 社に増やしており、広告協賛金は 5 年間で 6 億円から 9 億円に伸ばしており我々なりに相当に努力したと思っています。宮城県内はもちろんですが、今後の協賛収入を大きく伸ばすには宮城県以外の特に首都圏でのスポンサー開拓がポイントになると感じております。そのために昨年来営業部門を大幅に強化して、営業部門の中に新規開拓の部署を作りました。そこが中心になり、私も含め相当に首都圏に通ってスポンサー開拓を精力的に行っているところです。もちろん闇雲に首都圏のスポンサーを開拓しようと思っても宮城県・仙台市に所縁のない企業はあまり反応しません。したがって宮城県・仙台市・東北に所縁のある企業を中心に、いろいろなルート・ネットワークを使って開拓しております。もちろん仙台市や宮城県出身者が役員である、といったところは重要な情報として当たっております。それから宮城県あるいは仙台市が東京でイベントをする時に、私を含めてイベント会場には営業部員が必ず行って、参加企業にいろんな形でスポンサーになっていただけるように依頼をしているのが現状です。今年度は広告協賛金を 10 億円台に乗せ 11 億円に近づける目標・計画していますが、J1 の平均的な予算規模の 30 億円に達するには更に数億円の上積みが必要であります。それに向けてどういうスポンサー開拓の方法があるのか、今も検討を続けております。ただ、もう一つ重要なのは、復興支援の関係、ベガルタは被災地の中で頑張っている Jリーグのチームだということをきちんと発信していくことがベガルタの存在感を高めることであります。そのことで新たなスポンサーを得ていくことを考えておまして、今年度からは本格的に特に首都圏でのスポンサー開拓を重点的に行っていきたいと考えております。

（質問 23 について）ユニフォーム広告では背中の裾の部分に今年度から新たにスポンサーのロゴを入れられることとなりました。我々もそういう認識の下で動いておりましたが、リー

グにおいてロゴを入れることが承認されたのがシーズン開始前ぎりぎりだったため、トップ・レディースともにユニフォームの裾には開幕から入る形にはできませんでした。皆さんに販売するユニフォームに最初から入れなくてはいけないので、遡ると早い時期に決まっていなくてはなりませんので、今回は間に合いませんでした。少しでもスポンサー協賛を増やしたいとは思っておりますので、2nd ステージ当初から入っていただけるようにいろんなスポンサーと現在協議を進めているところであります。少なくとも来季にはトップ・レディースともに（裾の位置には）スポンサーを入れたいと思っております。

質問 24 については、泉区の活性化委員会等とはいろんな話し合いをしまして、さっそくその場でこの話を出して、午後 4 時頃には店を開けてくれる店舗を少しでも増やしていただけないか、という話を積極的に進めていきたいと思っております。

質問 25 については、10 数年前から募金箱を設置して募金していただくという方向をとっておりましたが、昨年来その方向を改めまして、PR サポートショップの従来のやり方を（イオン系の電子マネー）WAON を使ったベガルタの WAON 応援ショップに切り替える形に改めております。WAON の決済対応端末を入れていただいたショップにおいてはそのまま加盟店の形でサポートを続けていただいている形ですが、今大体 24 店舗位そういうお店があります。それがなかなか入れていただけなかった店舗についてはポスターを配布することはしておりません。その代わりにポスター配布においてはスポンサー等の協力を得て、例えば泉区界限には 200 程度の店舗に出す対応を考えております。募金箱については少額の現金を直接集めるのではなく、ネットによる募金方法が主流になってきており、我々も一昨年からクラウドファンディングでのネットでの募金を行っております。これは直接的にクラブの支援というよりクラブが行っているドリームプロジェクトという復興支援活動への募金という形を行っております。ただ、大災害等における緊急の募金活動についてはスタジアムの内外で随時昨年度も行いましたが、今年度も行いたいと考えております。

質問 26 のユニフォームデザインコンセプトの決定プロセスについて回答いたします。我々と提携しているアディダス・ジャパンは本社がドイツですが、そこと協議した上でアディダス・ジャパンのデザイン担当部署からまず基本的な提案「今年のトレンドはこうである」があります。アディダスさんは世界でいろいろなチームのユニフォームをデザインしていて、毎年毎年国際的なトレンドを考えながら対応する形となっております。今回の場合は「ボーダー」というのが一つのデザインとなっております。これはアディダス全体が世界のチーム共通でそういう方向のデザインというのがあり、我々としては提案の中からいろいろな細かいデザイン・色違いを随時協議しながら最終的なデザインを決めます。一つの例として、今回のボーダーのデザインも、ホームのデザインは地の部分が黄色に近い色となっております。その黄色も最初に検討したデザイン案では黄色の部分がやや広く、今までのベガルタゴールドよりやや黄色に偏っていることがあり、ボーダー部分との兼ね合いでその黄色の部分を少し狭めるようにして、ベガルタゴールドの基調が続くようにしました。細かいところの調整を 1 カ月くらい掛けて行いまして、そのプロセスの中では選手からも意見を聞きました。「どっちか」となった場合は選手の意見を尊重する形でしております。売れ行きは、ここで皆さんにご協力いただきたいのですが、新しいボーダーのユニフォームは残念ながら昨年と比べると思うように売れておらず、ユニフォームを含むグッズ収入を経営の 3 本柱の 1 つにしておりますから、何としても昨年並みとはいかなくとも昨年に近づけるような形にしてこれからユニフォームの販

売を伸ばして行こうと思っておりますので、是非ご協力していただきたいと思ひます。最後に「オシャレ de 賞」については、「オシャレ de 賞」と「ユアスタをゴールドに染める」というのは別々の趣旨ではあります、このようなご指摘もあろうかと思ひます。「オシャレ de 賞」のやり方を以前から変える話がありましたので、今年は変えようと思ひているところです。

司会：質問はございますでしょうか。

質問者：ホームのサポーターの集客はもちろんですが、今はアウェイからも結構いらっしゃるのでアウェイサポーターがチケットアライアンスできちんとアウェイサポーターの観客が来る仕組み作りをしていただきたいです。19000人くらいの集客できるのは昨年では山形戦と浦和戦くらいで、特に浦和戦は浦和から5000人以上、場合によっては10000人くらいの集客が期待できると思ひます。浦和戦はひとめぼれスタジアム（＝宮城スタジアム）で30000人くらい集めてやってもらえればと思ひます。さらにひとめぼれスタジアムは利府町にありますので、周辺市町村の連携協力も大いに期待できます。開始時間等の様々な制約はあるかと思ひますが、ひとめぼれスタジアムで30000人以上を集める様な試合をやっていたいただきたいという意見です。

質問者：〇〇と申します。今週のニュースリリースでオーレベガルタの閉店について知って驚いたのですが、私は若林区に住んでいて泉区は20kmぐらい離れていて遠いのでオーレを利用させていただいていました。今回オーレが閉店に至った経緯と、オーレの代わりにオンラインショップを強化するという点があるかと思ひますが、そのあたりをお聞かせいただければと思ひます。

西川社長：オーレベガルタについては実はここ1、2年で急に決めたことではなくここ数年の課題でありました。我々としては積極展開で店舗を中心部で持つ形で始めてみたのですが、ロケーション的に広瀬通のあの場所が難しい面がございまして、飲食物を提供したりするなどいろいろな試みをしたのですがなかなか思うように売上を増やすことができませんでした。もう一つ閉店を決めた理由があり、近年各クラブもグッズはネット経由販売の状況に傾いていることです。我々も昨年来ネット販売を相当強化して、営業部内に首都圏開拓部を作ったのと同時にネット販売を中心とするグッズ販売に関するポストを作りました。その結果昨年度ネット販売実績はオーレでのグッズ販売実績をかなり超えました。サポーター・ファンのニーズの流れを踏まえても中心はネット販売に行くのかなということがございまして。もう一つは、他のクラブでも店舗を2店舗持っているチームはほとんどなく、今まで利用していた方にはご不便をお掛けするケースはございますが、クラブの経営から考えますと泉中央の利便性の高い店舗（＝カーサ）を確保していけば、その店舗とネット販売の2つで十分対応できるのではないかと判断し、オーレの閉店に踏み切りました。

司会：他に質問はございますでしょうか。それでは（4）情報公開は辻上さんをお願いします。

辻上部長：運営広報部の辻上です。よろしくお祈ひします。昨年12月1日に当クラブの中で大々的な人事異動があつて、その時から試合運営と広報の一本の部に所属しています。広報はこれまでのスタンスを変えることが非常に重要だと考えていました。我々が提供した情報を記事に

書いていただいたり、番組に取り上げていただくことで拡散していくのが正常な形だと思っています。従来の体制から広報課のメンバーは2名から1名に減っています。その1名は昨年まで試合運営を担当していた國分というもので、今トップチームのキャンプで帯同して宮崎に行っています。他のJリーグクラブのように、男子トップチームのみであればいいのですが、ベガルタ仙台はレディースチームも保有しています。レディースチームは私がこちらに残っておりますので、私がトレーニングブログでいろいろ情報を出させていただいています。

まずクラブとして出すべき情報を整理して早く出していくことを心がけています。その中でもHPにはゴールデンタイムがあります。1日の流れで言えば、まずちよほどお昼、皆さんがお昼休憩に入る頃です。11時30分から13時30分頃の2時間の中で、まずここで出せる情報は出したいと考えています。この時間帯はだいたいトップチームの練習が終わる時間（午前10時から12時）です。できればこの時間帯で出したいのですが、練習後のインタビュー取材やもろもろ対応しなくてはいけないことがあると情報を出すことができません。そこでできなかった時の次のタイミングは17時から19時です。皆さんが仕事を終えてご帰宅していたり、もしくは帰りの電車中のスマホなどで情報をご覧になる時間だと思います。この時間帯を狙い、17時前に情報を提供したいと考えています。最終的には20時30分とか寝る前の23時、24時という時間帯に最後の溢れた情報を入れていくことで、一日の流れを考えた戦略を持って情報発信しているところです。

もう一つ、今年の1月4日仕事始めの日、チームのスローガンを仕事始めの日に出していこうと思いました。レディースチームは昨年最終的に2位で今年は優勝の期待もかかることを考えると、新たにレディースチームのスローガンを設定して同等の扱いをするべきだと考えました。

それと12月以降新規でやり始めたことはトレーニングブログです。非常にシンプルなものですけれども、毎日のトップチーム並びにレディースチームの活動を紹介していきます。トップチームに関しては、毎日河北新報さんをはじめ各社スポーツ紙の記者の皆さんに取材していただいているので、なんらかの形で報道されていますが、レディースチームに関しては毎日報道されることはなかったので、少なくともチームの現在の状況、選手や監督がどういった発言をしているのかを発信していきたいと思います。トップチームに関しても、プラスアルファの情報として、各メディアの皆さんに取り上げていただけないようなことも、皆さんに知っていただく場を作りたかったということでブログを始めました。

質問28と29にございますが、ホームタウンブログの中からベガッ太ブログを独立させました。これはベガッ太本人の要望です。（会場笑）これまでベガッ太の活動はホームタウン課の中で動いていることが多いので、その課の一つのコンテンツとしてのブログでしたが、それを独立させました。それとまだスタートしておりませんが、すでにブログのサイト自体とIDパスワードは取得していて、近々にスタートする段取りで調整しているのが平瀬アンバサダーのブログです。彼とこの件につきましては2度話をさせていただいて、開幕前あるいは開幕に合わせてスタートしていきたいと思っています。以上が新たに進めているところであります。

それともう一つはSNSに関する質問（31～34）も多々あったので、全部まとめてお話しさせていただきます。SNSに関しては従来皆さんからご要望やご意見がたくさんあったと思います。いろいろ私と國分とで調べたところ、既存のLINEでは日本のユーザーが5200万人、Twitterが2000万人、Instagramが810万人です。なぜTwitterではなくてInstagramなのかというところは、アクティブユーザーの率、が一つの理由でした。アクティブユーザー数が2000万人

に対して約60%、これがTwitterです。Instagramは810万人に対して、77%。もう一つの理由は年齢です。クラブも2年前に20周年を迎え、若かったサポーターがそのまま20歳年齢を重ね、10代から20代のファン・サポーターが少ないのはベガルタ仙台だけでなくJリーグ全体の課題となっております。その年代にアプローチすることを考えた時に、Instagramは10代から20代のユーザーが非常に多いということが調べてわかりました。今後成長してInstagramの810万人のユーザーがおおよそTwitterの2000万人には必ずなる、という展望もありましたので、ここに目をつけたのが二つ目の理由です。三つ目の理由はInstagramの写真にベガルタとか仙台とかサッカーとかタグ付けすると皆さんに見ていただけることです。Twitterの場合は言語の問題があって日本語で書いた文章は日本語がわかる人にしか伝わらないですが、Instagramは言語が伝わらなくても視覚的に共有できます。今後クラブとして将来的に海外、ACLは2013年に戦いましたが、アジア戦略といったことも含めてのツールとして将来性もあるのではないかと考えました。以上の考えのもと、1月25日キャンプの出発した日から新たにInstagramをスタートいたしました。

今までのLINEの活用方法では、質問33にあるのですが、商売を意識した内容が多い状況でした。クラブのLINEなのでそういった情報も広報としてはお知らせすべきだと思っています。昨年から少し仕様を変えた部分では、選手のテレビ出演のお知らせをしたり、イベント出演の内容をお知らせしたり、あとは今回皆さんにお配りしたポスターのデザインもLINEで発信させていただいています。そのデザインも日程をあえて抜いて、選手たちの画像のところだけにして、それを待ち受けにできたりだとか、サービスとしてデザイン自体を楽しんでいただけるように変更しています。皆さんのご要望に応えられるように変化させる努力は今後も行っていく予定です。

それと広報全般に関しては、我々ベガルタ仙台は非常に恵まれているチームだと思っています。以前にいたチームや関東の我々よりも規模が大きいチームでも、ここまで日々メディアで取り上げられているチームはないと思っています。まずキー局全てにローカル局が付いています。それと河北新報さんはじめ各スポーツ紙の記者の方々が我々の情報を必ず載せてくれます。いつも記事が載っていた新聞はこうしてスクラップにして我々スクラップしていますけれども、これだけで1月分です。(実際にスクラップの束を示す) これだけの情報が新聞だけで、少なくとも宮城県版とか東北版で紹介されています。この状況をいかに使っていくかを考えると、選手や監督の状況を見ながら、より積極的にいろいろな媒体に出していくことだと思っています。今年スタートする時にここにいる古矢部長と渡邊監督に相談させていただき、1月16日新加入選手の会見が終わった直後、新加入選手全員には仙台放送スポルたん！LIVEに出演してもらいました。これは仙台放送さんと広報の國分が練習場で話をしている際に、クラブのスタンスとしてこれから広報が変わっていくことをお示しできることはないですかという話をしたら、こういう企画をやるのはどうかという話があったようです。ベガルタ仙台を好きな方はHPもしくはInstagramを見ていただいたり、LINEに登録していただいたりすることで情報を得ることはできますけれども、我々の情報発信では限界があり、少なくとも宮城県全域に見ていただくにはやはりメディアの皆さんのお力は本当に大きいと思っています。番組に全員が出るというのはインパクトがあると思っていましたからやってみました。やった中で発見だったことは、選手たちも楽しんでやっていただけた部分があったことでした。水野選手は積極的に自分のキャラクターも含めてアピールしていましたし、逆にそういう場に出ていただいたことで、選手にはより一層情報発信していただけるための教育を含めて行っていく必要があ

と思っています。チームの時々の状況において、そういった活動ができる／できないという状況があるのですけれども、古矢部長ならびに渡邊監督に相談しながら、今後もより多く皆さんの目に映るように、皆さんにより多く監督や選手たち本人からの言葉を伝えるべきことを伝えられるように努力していきたいと思っています。ベガルタ仙台が皆さんの身近として感じられるような広報戦略としては、私も運営広報部長として、DateFM 木曜日 18 時 30 分からの千葉直樹さんの番組に 2 月 25 日と 3 月 3 日に出演いたします。ちょうど皆さんが車でお帰りになられている方もいると思いますので、いろんな話をしたいと思っていますので、時間がありましたらお聴きいただきたいと思っています。これからも皆さんのいろいろご要望もあると思いますので、直接私に言っていただいても構いませんし、やれることとやれないことを整理して、今言った人員の中で最大限できることをしてきたいと思っていますので、よろしく願いいたします。

質問 34 の連動ボタンをつけることは検討いたします。トレーニングブログに LINE や Twitter のタグを貼れるのかといったことは技術面として検証して、それはこの HP を管理している管理会社の方にシステム上できるかどうかを確認します。YouTube に関しましても國分と情報を共有して話をしていますから進めていきたいと思っています。よろしく願いします。
(LINE スタンプについての回答を後日いただきました。「デザインは検討したが採算が合わない」と判断して販売しないことにした。)

司会：質問 35 に対する回答は先ほどのラジオ出演ということでしょうか。それでは質問 36 は社長からお願いします。

西川社長：メディアにもっとうまく露出させろというご指摘でございますが、私もメディア出身なのでいろいろ考えております。今、辻上から話がありましたように以前より露出してきているのではないかと思います。この質問にありますように川崎の復興支援活動はメディアに非常に取り上げられる、これは首都圏で復興支援がニュースになるが、それが宮城県では復興支援活動は日常的に行われているのでニュースになりにくいことはある意味ではやむを得ないという話であります。我々としては復興支援室をあえて丸 5 年経って作ったことはベガルタの使命としてきちっと継続的にやるべきだという一つの方向性を出したということでありまして、今後具体的な復興支援室の活動特に新たに被災地の仮設住宅のお年寄りの健康体操をスタートした時点ではメディアにアピールしてできるだけ多く取り上げられるように努力してまいりたいと思います。

司会：時間も過ぎておりますので、(5) その他に移ります。

西川社長：質問 37 のユニフォームの「がんばろう宮城・東北」のキャンペーンが 1 年で終わったことについての質問に関しては、私も調べたのですが、基本的に FIFA の通達でメッセージ性のあるものはユニフォームやスパイクには原則つけてはならないことになっているのがまず基本です。ただ、震災直後に関しては特例としてサッカー協会から 2012 年 3 月 31 日まで表示してよいという許可をいただいたという経過がありますので、そこはご了承いただきたいと思っています。

我々として情報の発信力についてはいろんな形で努力してまいります。ストレートな発信よ

りはもっともっと地域と結びつけるべきだと考えています。仙台市内だけでなく周辺の富谷町や利府町、あるいは被災地の石巻とか気仙沼とか角田とか、そういう地域と結びついてそこにいろいろな応援組織を作って、その応援組織がいろいろな活動をして情報発信してもらう。直接的な我々の活動だけでなく、地域自体でベガルタに絡みを多くしてもらう、ということも地道にやってまいりたいと思いますのでご理解をよろしくお願ひしたいと思います。

続いて紫山の練習場について 38 と 39 の質問に合わせてお答えいたします。先般から紫山練習場ができたけれども観戦できず、サポーター・ファンとチームとの距離間を置くことになっているのではないかとご指摘を受けております。我々も最初から申し上げておりましたが、少ない予算でとりあえず場所を確保して、練習できる最低限の状況を作り上げたというのが昨年の状況です。本格的な練習に入る前によくシャワールームと選手のトイレをなんとか作ったという段階です。現時点で言いますと、我々としてはできるだけ早くサポーターの皆さんにも見ていただく環境を作りたと思っていますが、残念ながら本格的な観戦施設をいきなり作るような財政状況ではございません。外部の方々用のトイレが一つしかなく、それから駐車場が現状では 20 台ぐらい停められる、という前提で、早い時期に観戦できる環境を作るべく来週から具体的に観戦施設の整備について動き出します。できるだけ早い時期に、駐車場 20 台分ぐらいの方々に観戦していただけるような環境を作りたと思っています。ただ人数に限度がありますから、その際にどういう形で見ていただけるようにするか、そこはこれからの課題になると思います。

竹鼻常務取締役：サテライトリーグのご質問 40 は古矢部長からお答えします。

古矢部長：今打ち合わせが続いていまして、まだ確定しておりません。来週実行委員会がありまして、そこで確定してすぐ日程の発表になります。現時点でお話しできることが少なく、あくまでも去年まであった J2 選抜チームを解散して若手選手の育成を狙いとしてやりますので、9 チーム全部とやることはなく、より実戦に近い環境で試合することを目的にやりますので順位付けはありません。詳しくはリーグから発表した後で、クラブから発表になると思います。

竹鼻常務取締役：最後の質問 41 です。フットサルのヴォスクオーレを組織に取り込めないかというご質問ですが、同じサッカー協会傘下でサッカーファミリー仲間として応援もしているし、興味も関心もあるのですが、我々フロントの人員体制あるいは財政的な状況なども含めると現時点でヴォスクオーレをベガルタの組織に入れて一緒にやっていく状況にはない、ということでそのことだけ申し上げます。

司会：ありがとうございます。時間もだいぶ過ぎているのですけれども、どうしてもこの場で聞きたいことがあれば、お聞きしたいと思います。

質問者：〇〇です。先ほど辻上部長から SNS のお話がありましたけれども、Facebook について話がなかったのでどうお考えになっているのかなというのが一つと、Twitter や Facebook の方が情報拡散という点では個人的には優れていると思うのですが、情報拡散という点ではどのようにお考えになっているのかをお聞かせいただきたいと思います。

辻上部長：特に Facebook は映像を拡散しやすいですし、将来考えていく中でどう運用していくかをもう少し勉強しなくてはいけないと考えています。情報拡散で言えば、日々のトレーニング、取材をしていただいているメディアの皆さんにより多くの情報をお伝えし取材したことを世の中に出していただくことと、まず既存の HP を充実させることが現状の一番の取り組むべきところだと考えています。それができずにいろいろなものに手を出してしまうと、すべて中途半端になってしまうと思います。いろんな SNS を多く取り入れている他クラブさんにもヒアリングしたのですが、それぞれの特性があり、それぞれでそれぞれの情報が出てしまうと、どれがクラブとして一番伝えたいことなのかが非常にボケてしまい、逆に多すぎて悩んでいる広報さんもたくさんいました。きちっとした情報をきちっとお伝えするところがまず大事だということであれば、僕は HP と既存でやっている LINE と Instagram、まずこの 3 本柱を確保していき、コンテンツでブログでは日々の活動で我々が伝えられることを伝えていく、プラスメディアの皆さんにいかに取り上げていただくかというところでしばらく行きたいと思っています。なお、クラブとしてはグッズショップで Facebook を利用しています。

(この度の Facebook のサイトの開設について広報担当に確認いたしました。

「サポカンでいろいろご提案いただき、改めて勉強いたしました。その結果、当時予定していなかったですが、Facebook もスタートしました。」

というコメントをいただきました。)

司会：では時間になりましたので、最後に西川社長から挨拶いただきたいと思います。

西川社長：昨年同様時間が押してしまって、皆さんの十分なご意見の場を設けられなかったかなということでも申し訳なく思っています。

一つだけ答えを漏らしたところがありましたので、先に喋らせていただきます。26 番ですが、ユニフォームのことで売れ行きがよろしくないことを強調するあまり肝心の答えを忘れていました。価格の見直しを行わないのか、もっと安くしないのかというご指摘ですけれども、アシックス時代のオーセンティックと比べますと、アシックスの時は胸のスポンサーだけだったのですが、今は全部スポンサーが入っています。それで価格的には 1000 円ほど安くなっておりますので、ご理解いただいてこの値段で買っていただきたいということでございます。

今回の皆さんのご質問を見ると、単に外側から見ているのではなく一緒になって会社を支えていこうとしている姿勢の質問があり、私どもとしては大変ありがたく思っています。なかなかこういう場を設けることは難しいですけれども、ここにいるスタッフ全員、これからリーグが始まると必ずスタジアムのコンコースとかエントランスにおりますから、何かご不満とか言いたいことがありましたら、私を含めて誰でもいいですから、いろいろ言っていただきたい、議論の輪が広がることももっともっとベガルタを成長させる、その糧になると思っておりますので、是非暖かいご指摘をこれからもいただきたいと思えます。

今日は本当にありがとうございました。

司会：どうもありがとうございました。これでサポーターズカンファレンスを終了したいと思います。皆さんどうもありがとうございました。

以 上