

3月24日(日) サポーターズミーティング議事録

・クラブスタッフ(以下 C) ・サポーター(以下 S)

■クラブ出席者 代表:「石川」、トップチーム事業部部長:「関澤」、  
強化部長、「副島」、強化部「藤井あすか」、運営責任者「吉田」

## 2018シーズンの座談会を振り返って

- ・サポーターサービスの拡充
- ・運営ボランティアの役割について
- ・グッズに関して
- ・ユニフォームについて



**TSUKUBA F.C.**

### 1、2018年を振り返って

関澤: 昨年の初めて開幕前の3月のタイミングで座談会をさせていただきました。

本日は、その後の変化や課題についてお話しします。

#### ① サポーターサービスの拡充

メインスタンド、バックスタンドどこでサポーターと交流するイベントを実施するかなど、色々な話がありました。

皆さんご存知のように、昨年からはバックスタンドで、試合後に選手との握手やハイタッチを勝ち負けに関わらず行うようにしております。

今年も継続して、ハイタッチなど選手と接触するようなサービスの拡充をしていきたいと思っています。

#### ② 運営ボランティアの役割

昨年、ボランティアの人員を増員しました。また、仕事を見直し、業務を効率化し、少しずつ改善しながら取り組んでおります。ただ、まだまだ人員も不足しており、各大学やボランティア団体に声掛けをし、人員確保に努めているところです。

### ③ グッズについて

まず、皆さんに謝らなければならないのは、ニューバランスの商品がなかなか届かなかったことです。今年も、ニューバランスだけではなく、問屋さんとも交渉をしながら納期を守るようお願いをしております。このように対策をし、努めておりますので、ご理解をいただきクラブの対応を見守っていただければと思います。

現在、ユニフォームが4カ月～5カ月かかるということで、レプリカ T シャツの販売をしております。ニューバランスの商品ではございませんが、すぐに届く商品ということで対応をしております。また、新グッズについても4月6日の開幕に向けて発売予定なので、ぜひこちらも楽しみにしていただいて、興味があればご購入いただければと思います。

関澤：ここまでで、質問はございますか？

#### Q1、グッズについて

S：「コーチジャケット」をお願いしたいです。クラブエンブレムが入っていれば問題ないし、納期や金額についても問題がないと思います。いかがでしょうか？

藤井：ジャケットについては検討したいと思います。春先とか良いですね。

S：ガチガチのサッカーグッズだと街中で着づらいというのがあるじゃないですか。でも、このような形であれば通勤や休みの時も着やすいと思います。使い勝手もよく、エンブレムが目につくので見た人も興味を持つのではないかと思います。

S：グッズ展開をどうするか、試合の時しか着られないですね、24時間着られるようなもの、クラブと一緒にいたいという気持ちが強いです。シンプルで使いやすいもので良いもの良いと思います。



感動的な人生こそ、幸せな人生。  
～つくばスタイルで、感動を届けよう～



「すべての人が、生涯、素晴らしい環境で  
スポーツを楽しめるようにする」

世界一幸せなクラブを作りたい。

- ～芝生のグラウンドを子どもたちに
- ～夢の舞台を子どもたちに
- ～引退のないクラブを私たちに

TSUKUBA F.C.

## Q2、試合イベントとその広報について

関澤：2018年は「感動的な人生こそ、幸せな人生、つくばスタイルで感動を届けよう」というテーマを掲げ、運営・準備をして参りました。このテーマをもとに、ホームゲームのメンバーで議論して、色々なことを実施しようと決めました。

つくばスタイルとは、研究学園都市という都市のイメージの一方で、自然豊かな田園風景、農作物の収穫も多く、自然豊かなイメージもある。動物や生き物との共生もつくばスタイル一つだよ、というような話の中でホームゲームのイベントを決めてきました。



## ピックアップゲーム

観客数

395人 ➡ 575人



ドキドキとハラハラで感動を！

2018年 3件 → 2019年 7件(目標)

実際に、動物を呼び「ハラハラ、ドキドキ、感動を」ということを意識してイベントをしてきました。

すべての試合でポニーや動物園を呼べたら良いですが、限られた経営資源の中で、それはできません。

そのため、2018年は、こちらで「ピックアップゲーム」と題し、特定の3試合に人とお金をかけました。結果、観客動員数が395人から、575人なり、ピックアップゲームと通常のゲームを比べると観客が増えていることが分かりました。

今年は、ピックアップゲームを7試合、行うことを目標にしております。

## 「感動を届けるために！ 情報をお客様のもとへ！」

お届けしたい内容の充実とその機会の確保に向けて。



いばらきコープ様協力により  
(9万枚チラシ配布)



ジョイフルホンダ荒川沖で  
イベント実施  
(3万枚のチラシ配布)

### ホームゲームのPR実績

- ・筑波学院大学新入生説明会
- ・谷田部東中学校全校集会
- ・イオンモールつくば同友店会総会
- ・つくばシティロータリークラブ例会
- ・つくばライオンズクラブ例会
- ・つくスタ緑日実行委員会

その他、SNSの活用や新聞紙面や市報による集客を実施しました。



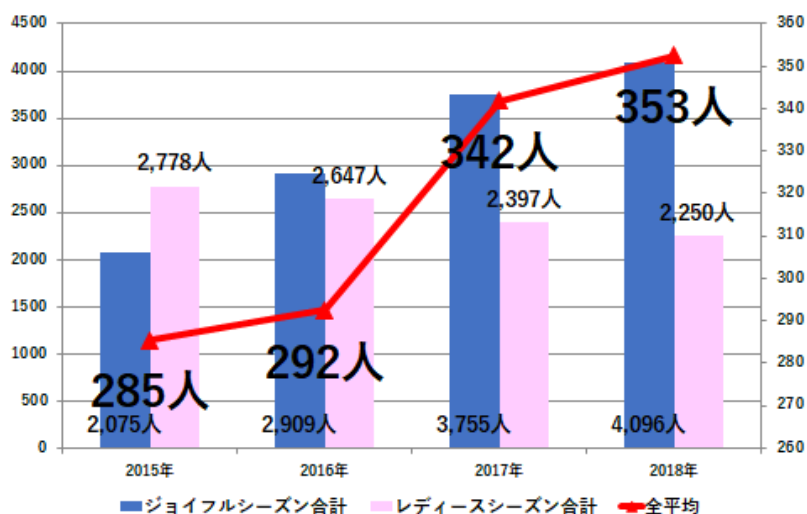
イベントを開催するだけでなく、試合情報を届けるために広報活動にも力を入れました。

「いばらき COOP」にご協力いただき、つくば市内外にある9万戸にチラシを届けました。

「ジョイフルホンダ」には、試合告知ということで、選手が荒川沖店の店頭でPK合戦をしました。同時にお客様にチラシを配るということも実施しております。

また、ホームゲームのPRのため説明会、定例会、委員会などでお時間をいただきPRをしています。

## 観客動員数の変化



SNS や新聞や市報を使った集客にも尽力しました。その結果、2015 年が 285 人、2018 年には 353 人と観客動員数は伸びています。右肩上がりではありますが、まだまだ目標には届いておりません。

### 3、スポンサー協賛について

**関澤：**観客数と相関があると考えているスポンサー数とその金額の変遷ですが、2017 年、2018 年の目標を前年対比+500 万円としました。目標金額に関しては、500 万円以上を達成しましたが、スポンサー数では、若干減少となりました。

### 4、2018 年の収支について

**関澤：**トップチームに所属する選手から会費を男女ともに頂いております。また、普及・育成部門の売り上げからトップチーム事業や運営へ補填しているという状況は続いております。

感動的な人生こそ、幸せな人生。  
～つくばスタイルで、感動を届けよう～

• 2018年総括

周辺イベントを盛り上げることで、観客数増加につながった。

SNSを活用した集客や分析を開始した。

再アプローチが可能になるように、アドレス先、連絡先の取得を開始した。



5、2018年の総括

関澤：スタジアム周辺イベントを盛り上げることで、観客動員数が増えることが分かりました。また、SNSを活用した集客、あるいはホームゲームの分析、SNSの分析をというものを開始しました。さらに、再アプローチできるように、一般のお客様のメールアドレスや連絡先を取得しました。

6、2019年度の取り組みについて

関澤：昨シーズンは平均観客動員数 600 人を目標に取り組んでおりました。実際は 353 人となり、増加はしておりますが目標を達成することはできませんでした。引き続き、2019 シーズンも平均観客動員数の目標を 600 人とし、取り組んでまいります。



## 集客(観客動員数)の目標

全試合観客数平均：600人

男女合計18試合(17日程)

男子観客数平均：789人

全9試合合計：7100人

女子観客数平均：444人

全9試合(入替戦を除く)合計：4000人

**TSUKUBA FC.**

年間、男女トップチーム合わせて18試合ほどあります。男子の平均が789人、全試合合計で7100人の集客を目指します。女子の平均が444人、入れ替え戦は除き、全9試合合計4000人の集客を目指します。そのために、冠試合を増加させ、使える資金を増やし、観客動員数を増やしていきたいです。

### 【冠試合】

「コンチネンタルホームデー」含め、  
全5社が確定

### 【招待試合】

学生招待デー

(筑波大学、筑波学院大学など)

つくば市民デー、阿見町民デー、下妻市民デー含め、

周辺市町村8市町村と確定・相談中



**TSUKUBA FC.**

すでに、冠試合に関してはコンチネンタルホーム DAY など5社が確定しております。それとは別に、初めての方にも来てもらえるように無料招待試合を設定させていただきました。学生や周辺8市町村など「学生 DAY」、「つくば市民 DAY」や「阿見町民 DAY」、「下妻市民 DAY」があり、調整をしております。

## 【ホームゲームでの各種イベント】

試合前に小学生の大会開催、移動動物園、  
ケータリングの充実、ピニールプールを設置など。



「ワクワク！ドキドキ！！  
感動できるホームゲーム」を目指して

TSUKUBA FC

ワクワク・ドキドキ・感動できるホームゲームを目指すにあたって、サッカーの試合を楽しみにきてもらうお客様だけではなく、家族連れなどが外で遊べるようなイベントを検討し、集客をしていきたいと思えます。

## 【広報】

SNS、HPを活用した広報に注力。  
選手が出演する動画を多く配信



スタジアムでも、  
SNSを活用してスタジアムを  
盛り上げるような仕掛けを検討中。



つくばFC @tsukubafc · 5日

【トップチーム】  
プレシーズンマッチまで、あと5日！  
今シーズン一発目のカウントダウン動画🎉  
レディース新加入3人が担当します👏

▼プレシーズンマッチ詳細はこちら  
[tsukuba-fc.com/info/2019/03/0...](https://tsukuba-fc.com/info/2019/03/0...)

#つくばfc #開幕目前 #新加入  
#南葛 #水戸EIKO #長野バルセイロ  
からの新戦力！  
応援お願いします🌸



1679 回再生済み



13



38



TSUKUBA FC

情報を知ってもらうために、引き続きチラシなどの配布を行います。また、広報のところで、昨年からは開始しておりますホームページやSNSを活用し、広く広報をしていきます。特に、力を入れていくのは選手が出演するものです。すでにご覧いただいているとは思いますが、選手のインタビュー動画など選手を知ってもらうことで選手を身近に感じてもらえるのではないかと考えております。



サポーターの皆様にも情報発信をしていただくためには、どうしたらよいかを考えております。

## 7、トップチーム事業部予算について

関澤：トップチーム事業部としては、2019年の目標として、広告料収入をさらに500万円増としています。選手会費は、昨年同等を維持し、クラブ全体からの補填金を減らしていくことに注力します。

### 中長期の目標／過去の事例から

	レノファ山口	鹿児島ユナイテッド
	2013	2016
	JFL→J3	JFL→J3
広告収入	¥108,000,000	¥180,000,000
チケット	¥12,000,000	¥12,000,000
物販	¥0	記載なし
リーグ分配金	記載なし	記載なし
アカデミー	¥2,000,000	¥0
その他	¥35,000,000	¥55,000,000
<b>収入合計</b>	<b>¥157,000,000</b>	<b>¥247,000,000</b>
<b>営業赤字</b>	<b>¥38,000,000</b>	<b>¥2,000,000</b>

中長期の目標ということで、過去の事例を調べました。収入の実績として、レノファ山口がJFLからJ3に上がる時で、1億5700万円(アカデミー収入なども含む)、鹿児島ユナイテッドは、昇格直前で2億4700万円。

## 中長期の目標／過去の事例から

FC琉球			
	2013		2014
	JFL	J3	J3
広告収入	¥23,000,000	¥114,000,000	¥65,000,000
チケット	¥5,000,000	¥15,000,000	¥5,000,000
物販	記載なし	記載なし	¥6,000,000
リーグ分配金	記載なし	¥11,000,000	¥34,000,000
アカデミー	¥9,000,000	¥33,000,000	¥48,000,000
その他	¥29,000,000	¥60,000,000	¥83,000,000
<b>収入合計</b>	<b>¥66,000,000</b>	<b>¥233,000,000</b>	<b>¥241,000,000</b>
<b>営業赤字</b>	<b>¥8,000,000</b>	<b>¥16,000,000</b>	<b>¥68,000,000</b>

FC 琉球で JFL 最後のシーズンの収入合計が 6600 万円でした。J3 に上がり、2 億 3300 万円。一番新しい情報で、2 億 4100 万円でした。

## 中長期の目標／過去の事例から

横浜スポーツ&カルチャークラブ			
	2013		2014
	JFL	J3	J3
広告収入	¥22,000,000	¥36,000,000	¥38,000,000
チケット	¥7,000,000	¥12,000,000	¥14,000,000
物販	記載なし	記載なし	¥8,000,000
リーグ分配金	¥3,000,000	¥12,000,000	¥26,000,000
アカデミー	¥93,000,000	¥91,000,000	¥87,000,000
その他	¥20,000,000	¥28,000,000	¥20,000,000
<b>収入合計</b>	<b>¥145,000,000</b>	<b>¥179,000,000</b>	<b>¥193,000,000</b>
<b>営業赤字</b>	<b>¥0</b>	<b>¥16,000,000</b>	<b>¥6,000,000</b>

YSCC は、つくば FC に近いクラブだと思います。JFL 最後のシーズンが、1 億 4500 万円。J3 で 1 億 7900 万円。2017 年で 1 億 9300 万円。この例ですと、アカデミーの収入が多くありますが、クラブとしては、昇格向け、広告料収入を収入の柱にしていかなければならないという認識があります。

関澤：ここまでで質問はございますか？

S：JFLの去年の年間運営予算が2億7000万円です。昇格した場合に、収入の見込みが立っている状況なのでしょうか？クラブは存続できるのでしょうか？

石川：メインスポンサーであるジョイフル本田とは、未来を見据えた話も少しずつできるようになってきました。選手強化費はいくらあってもきりがありませんので、まずは、昇格後、最低限の運営はできるように準備していきたいと考えています。メインスポンサーに頼りきりにはならないように考え、準備を進めていきたいと考えています。

S：観客動員数を増やすことについて質問です。つくばFCだけではなくリーグ全体で増やしていかなければならないと考えています。Honda FCと松江シティの例のように、他のクラブと協力をしてチラシ配りなどをしたらどうでしょうか？また、自治体との協力をし、観光地アピールなどを組み合わせた広報は話題にもなるし、コスパもかからないし、いかがでしょうか？リーグや他クラブとの共存も大切かなと思います。

関澤：ご意見ありがとうございます。

S：去年の全社で感じたことです。愛媛でやった時は、JFLに手が届くというイメージだったのですが、ここ数年で地域リーグにプロ契約や元プロの人が増えて、その中でどのように戦っていくのでしょうか？去年から尻下がりのイメージです。残留争いのほうが現実的なのではないかと思ったりもします。個人的には、JFL昇格だけではなく、地域密着をすることも大切だと考えております。今後、クラブとして背伸びをすると厳しくなるのではないのでしょうか？

石川：おっしゃる通りです。そもそもつくば市ではJFLの試合が開催できない、というスタジアムの問題があります。市内でのスタジアム整備は1年や2年では難しいです。しかし、昇格した際に備え、県内のスタジアムを利用できるように県協会に打診はしてあります。

選手たちへは、説明会も行い伝えているのですが、チームとして上を目指すのも当然、個人として上を目指すのも当然です。チーム昇格、個人昇格、両方を目指してやっています。

現実的に、何年後にどうするというのはクラブとして断言はしません。色々な絡みがあるので、クラブとして適切なタイミングでの昇格が望ましいと考えています。

S：愛媛のときに衝撃を受けて、こんなにスピードや体の作りが違うのかと…

**副島**：そうですね、愛媛の時にはそんなに差はないと感じていました。アルティスタ、今治と比べると今治のほうが強かったです。アルティスタには何とか耐えて、PK戦にもちこみ勢いに乗ったというところもあります。チームの総合力が落ちたというよりも、大会をどのように戦っていくかが大切です。1つでも上にとというのが考えにありましたので。アルティスタには、うまく戦術がはまり、やられてしまったというもあるかなと思います。

**S**：チームが勝ち昇格するというのは良いですが、スポンサーなど周りの人が昇格しなさいと言ってくることはあるのでしょうか？

**関澤**：そのようなことをおっしゃる方々もいらっしゃいます。

**S**：JFL 昇格だけが良いわけではありません。関東リーグよりも経費はかかるし。

**石川**：おっしゃる通りです。女子の方で良く分かっています。チャレンジリーグはお金がかかりますので。

**関澤**：昇格というか勝ちにこだわってほしいという社長様がいるのも事実ですし、勝負ですから勝ちに拘って当然だと思います。

**S**：負けたらブーイングするということは考えていません。勝ち負けに関わらず、今後のつくばFCのために支援してくれる企業様などを探したほうが良いですね。

**石川**：そうですね。私たちはまず、現在、普及・育成から補填しているお金を0にする努力をしています。普及・育成を良くするためにも、まずはそれを実現しなければなりません。普及・育成を良くするために、普及・育成のためにスポンサーを取るというアイデアもありますが、難易度は高いです。

私の考えとしては、クラブというのは目標が異なるチームの集まりだと思っています。U13・14・15 や女子チーム、ヨガチーム色々なチームがありますが、ヨガチームは勝利に関係なく、楽しむために作られています。U13、U15 など、同じジュニアユースでも目標は違い、それは当然のことです。その中で、トップチームは上を目指す集団です。勝ちを重ね、昇格を目指します。クラブ全体で言えば、トップチームに補填をしなければならない状況があって、トップチームにはスポンサーが付く。付いたらそのお金どうするの？というのがスタッフ間では常に話題になります。

我々は、まだトップチームの選手から会費を集めています。会費を無くしていく方向性もありますが、現在の所は、選手に負担してもらいながら、グラウンドの改修な

どを計画しています。そのグラウンドから次代を担う選手が生まれてきます。短期間ではなく、長期間で良い循環を作りたい。我々は、元々育成からスタートしたクラブなので他のチームと立ち位置でいえばそこが違います。普及・育成を大切にしながら、地域に密着し、地域活動も大切にする。トップチームだけが地域活動をするのではなく、クラブ全体で地域活動するクラブを目指しています。

## 強化部の新設

### ☆男女トップチームを兼任

#### 【強化部長】

副島 秀治

#### 【強化部スタッフ】

藤井 あすか



## 強化部の役割

☆長期的な視点に立ち、継続的なチームの強化を図る

短期的

- JFL昇格から定着,チャレンジリーグ上位

中・長期的

- JFL上位進出からJリーグ参入、なでしこ2部リーグ昇格



### 8、チーム強化について

副島：強化部は、長期的・継続的にチームを評価していきます。

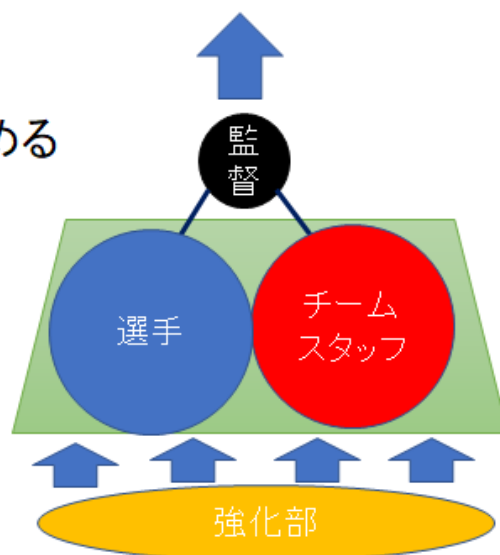
短期的目標は、JFLに昇格し、定着する。女子の方は、チャレンジリーグ上位に進出

する。中長期の目標としては、JFL 上位進出、J リーグ参入。女子の方では、なでしこリーグ優勝というところを目指しています。

## 強化部の役割

☆チームの方向性を決める

☆選手・チームスタッフ  
のサポート



役割として、チームの方向性を定めること、チームスタッフを支えていくというのが大きなところかと思います。方向性というのは、監督や選手を選んだり、どういうチーム作りをしたりするかということです。監督を決めてしまえば、その監督が采配などをしますので、チームに合った監督を選ぶのが強化部の重要な役割です。チーム、選手、スタッフを含め、クラブに入るところからサポートし、移籍話が出てきてもしっかりサポートをしていきます。

2019

## ジョイフル本田つくばFCチームスタッフ

【監督】 小松 祐己

【アシスタントコーチ】 小山 勇氣 ☆

【GKコーチ】 古川 淳一郎 ☆

【コンディショニングコーチ】 小野 響也 ☆

【主将】 堀西 謙太 ☆

【副主将】 今井 溪太 ☆

【副主将】 冷岡 幸輝

**TSUKUBA FC**





監督は継続で、アシスタントコーチに小山、GK コーチは古川、コンディショニング  
コーチが小野です。GK コーチは、基本的には平日のみで他のチームと兼任になります。  
キャプテンには堀西、副キャプテンは、今井と冷岡になります。

## 2019 つくばFCレディースチームスタッフ

【監督】 小山 勇氣  
【アシスタントコーチ】 土屋 駿 ☆  
【GKコーチ】 野々山 理玖  
【トレーナー】 原口 瞳

【主将】 大木 汐  
【副主将】 亀井 祐美  
【副主将】 中橋 まりな ☆



レディースは監督が小山、アシスタントコーチに土屋、GK コーチとトレーナーは継  
続で野々山と原口になります。キャプテンが大木、副キャプテンが亀井、中橋になりま  
す。

## 選手

ジョイフル本田つくばFC

- ・継続選手 19名
- ・JFLから移籍加入選手 2名
- ・同カテゴリーから移籍加入選手 2名
- ・大学卒業加入選手 5名
- ・高校卒業加入選手 1名



ここから先は特徴の話になります。ジョイフル本田つくばFCは、継続選手が19名、新加入が10名、JFLから2名、同カテゴリーから2名、新卒の選手が6名で、久しぶりに高卒の選手が1名入りました。

## ジョイフル本田つくばFC

### 特徴

- ・平均年齢 24.0歳(max31歳、min18歳)
- ・つくばFC下部組織出身 2名
- ・茨城県出身(中高出身含む) 10名
- ・筑波大学出身 3名
- ・流通経済大学出身 1名



ジョイフル本田つくばFCの特徴ですが、平均年齢が24歳とかなり若いです。下部組織の出身選手が2名、茨城県出身(茨城のチーム所属経験ありも含む)が10名。筑波大出身が3名、流経大出身が1名です。半分くらいは、茨城に縁のある選手となっています。

## 選手

### つくばFCLレディース

- ・継続選手 18名
- ・なでしこ1部から移籍加入選手 1名
- ・下部カテゴリーから移籍加入選手 2名
- ・大学卒業加入選手 5名
- ・高校卒業加入選手 1名



女子の方が、継続選手が18名、新加入が9名、なでしこ1部から1名、下のカテゴリーから2名、新卒6名となります。

## つくばFCLレディース

### 特徴

- ・平均年齢 23.9歳(max28歳、min18歳)
- ・つくばFC下部組織出身 1名
- ・茨城県出身(中高出身含む) 6名
- ・筑波大学出身 3名
- ・流通経済大学出身 1名



女子は、平均年齢が23.9歳。下部組織の出身選手が1名、茨城県出身が6名、筑波大が3名、流経大1名です。10名ほどが茨城に縁のある選手となっています。

## 『育成』

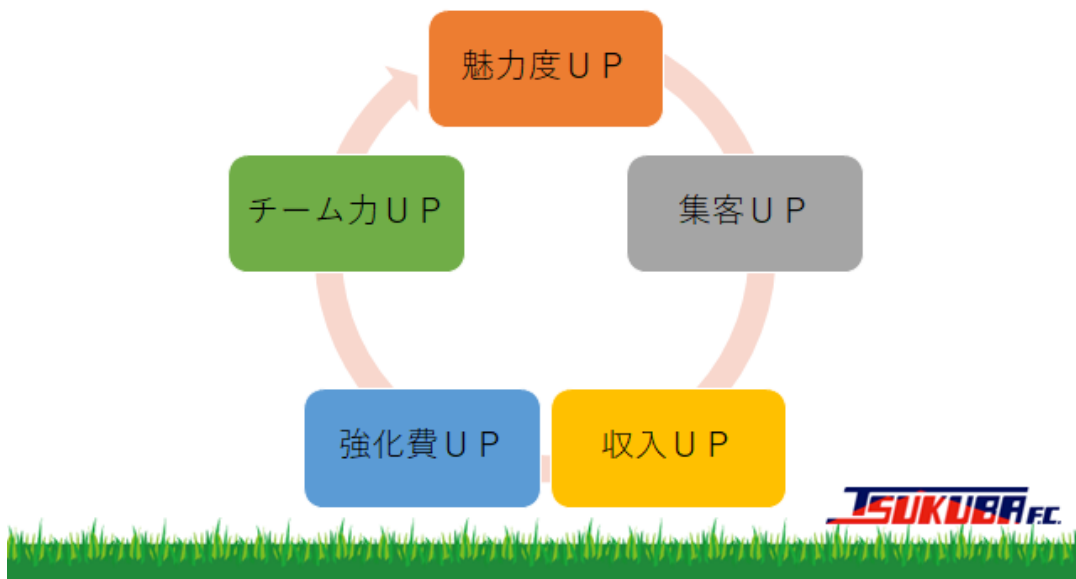
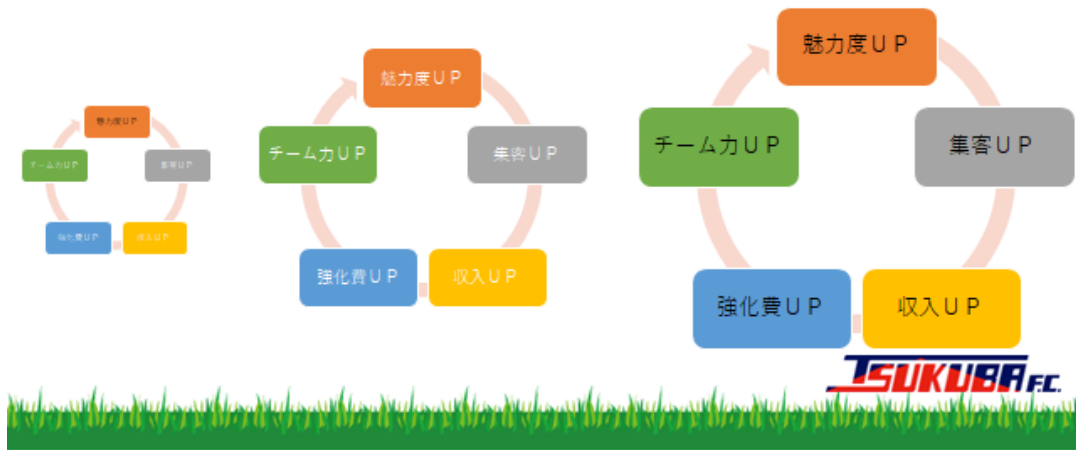
- ・成長するチーム
- ・地域の子どもたちの憧れとなる
- ・地域の原動力となる

## 魅力あるチームへと成長する



チーム方向性を決めるという話に戻ります。大前提として、クラブの理念がありまして、そこからチームの方向性を考えています。特に、夢の舞台を子供たちという項目をベースにおいていくのが、トップチームとしては大切だと考えています。普及・育成を大切にして、今後育成からトップチームにつなげていくというのも当然ですし、トップチームも発展途上なのでチームとして個人として、成長していくことを目指します。

## 長期的な視野から



我々が成長するなかで、地域の子供たちの見本、地域の原動力とならなければなりません。ここがないと、集客やスポンサーも集められないと思っています。まずは、集客するために魅力をしっかり上げていくこと、それが集客につながり、それが収入につながって、強化につながっていきます。それが循環することで、チームの魅力もさらにあがっていきます。

魅力度UP



クラブ、チーム、選手個人の  
価値を高めること

TSUKUBA FC

試合に勝つこともそうですが、選手個人の価値を高めることも大切です。これは、クラブの人間だけではなく、支えてくれている方が評価してくれると思っています。

トップチーム  
事業部が  
目指すもの

選手が  
できる  
こと

集客

TSUKUBA FC

## 集客とは？

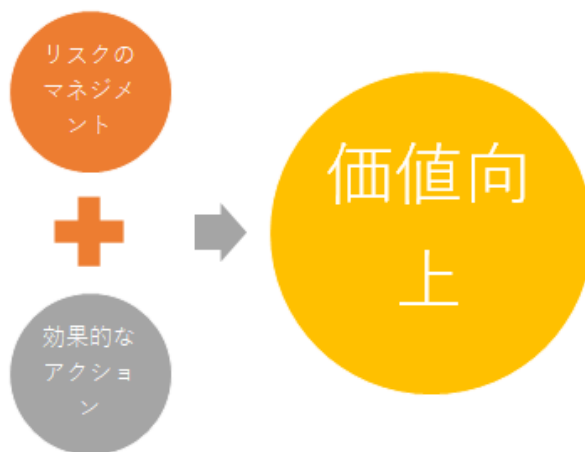
- ホームゲーム
- メディア
- イベント など、...

クラブに関わる人を増やすこと

TSUKUBA FC

選手には、このような話やクラブの歴史などを共有する時間を作っています。選手たちと話した中では、「集客」があがりました。

## 価値を高めるには??



どのように価値を高めていくか、集客をするのかというのはサッカーでいう攻撃と守備と似ています。守備はリスクマネジメントをすることです。具体的には、Twitter の使用方法、自動車の運転マナーに気を付ける。また、ピッチ上でのリスペクトをすることです。攻撃は、集客などにつなげるために効果的なアクションをするということです。



## スタジアムで

- 運営をサポートする
- イベントに参加する
- サポーターと応援する

## 心を一つに戦うこと

**TSUKUBA FC**

集客をするためには、良いプレーをするだけでなく、運営をサポートしたり、サポーターと触れ合ったりとたくさん大切なことがあります。

- SNS  
自己アピール、クラブ情報を拡散、、、
- 地域のお店  
定食屋、美容室、スーパー、化粧品、、、

## ネットワークを広げていく

**TSUKUBA FC**

ネットワークを広げていくことが重要です。SNS などを使い情報を発信することは、自分やクラブの価値を高めることにもつながります。また、地元のお店の人とつながるというのも大切です。このように、価値を高めることという話をしたら、少しずつ選手たちが実践をしてくれています。選手とともに、みんなで考えて、みんなで価値を高めていくということを大切にしたいです。

**石川**：強化部の部長がユースの監督をするというのが意味クラブからの一つのメッセージです。下から上げる、地域から育てるという意味で、強化部がトップチームに偏りすぎないようにしています。

**S**：チーム戦術は監督によって決まってくるとありますが、育成からトップまで一緒の戦術をとらないのですか？ つくばスタイルのような。

**副島**：絶対にあったほうが良いです。そのほうが魅力的になりますし。つくばスタイルにあった監督を連れてくるのが我々強化部の仕事です。

その前に、つくばスタイルというものを作っていくことが大切です。強化部の部長がユースの監督をする中で出来上がっていく面もあると思っています。自分で決めるのも、徐々にできあがるのもそれぞれのスタイルがあります。色々な形で考えていきたいです。

**S**：去年の女子の入れ替え戦前のガールズと中学校男子のトレーニングマッチでしたが、レディースよりガールズの方が強いじゃないかと、、、そんな凄いサッカーを教えているのにトップチームは、、、なんで一貫性がでないのでしょうか？ 同じスタイルで一貫性があったほうが良いと思います。

**S**：監督によってシステムを変えてしまうと補強とかも大変です。ずっとこういうシステムでいけば帰れる場所があればと思います。ガールズの試合はわくわくしました。

**石川**：女子の方は、小山がやりますし、元々レディースユースの監督をしていました。クラブの方向性としては、おっしゃっている方向性に近いかなと思います。

**副島**：スタイルを示すことは大切ですが、浸透させることは大変です。つくばスタイルが自然とできているなと思ってもらえるように取り組んでいきます。

**S**：SNS絡みでお願いが3つあります。ネクストの試合予定を出してほしい。1週間前にはお願いします。

**関澤**：承知致しました。

**S**：トップもネクストも応援できる環境があったほうが良いと思います。人気のある冷's キッチンが1回しかなかった。つくばだけではなく、他のチームでの人

気があります。お金がかからずに話題になるのは良いことだと思います。  
試合後の挨拶をアウェイ側にも行ってほしい。他の地域でも行われておりますし、お金もかからないしお願いしたい。

**石川**：挨拶については、上に行くことやらないように指導されます。危険だというのが理由です。高校生の試合などでも通達が来ています。しているチームには、逆に通達が浸透してないのかもしれませんが。日本サッカー協会から、暴力が起こりそうな場所には選手を行かせないようにと。フレンドリーと見せるのか、指示に従っていると見せるのか難しいところですが。

**S**：相手サポーターに何かあれば良いですけどね。

**石川**：近寄らず、敬意を表していることを表せば良いですが。

**吉田**：SNS絡みで新しい取り組みがあります。

まず、選手インタビューです。ショートインタビューにスポンサードをもらい、より良い広報をしていくことを考えております。また、ロングインタビューなど様々な形で選手個人を発信し、何かひっかけりを作って、個人を知ってもらう、クラブを知ってもらうということを考えております。ぜひ、ご意見をいただければと思います。  
試合のハイライトや ACCS やカウントダウン動画など、試合ごとにテーマを決めています。例えば、4月だったら新入生や新入社員の時期だから新加入の選手に何かしてもらうなど、少しずつボリュームを増やせればと思っています。

**石川**：11月にホームページをリニューアルオープンしました。作るときには、選手に光が当たるように作りました。それと SNS を絡めてより身近に感じてもらえるような発信をしたい。

**S**：思い出したのですが、岡崎選手の前の試合の写真が貼ってあって、その写真にカメラ名(スポンサ名)が入っています。写真をプレゼントするという形で、スポンサードするのは面白いのではないかと思います。

**藤井**：小学校の遠足写真を選ぶような感じですかね。貴重なご意見ありがとうございます。

**S**：なんでラジオを辞めてしまったのですか？

**石川**：担当者がいなくなってしまったというのが大きいです。

S：代わりに人を立てることはしないのですか？

石川：かなり手間がかかっていまして、実は、うちで編集をしています。毎週毎週するこ業務になるので。広報の取捨選択をする意味でもラジオではなく他のところで。ラジオつくばからオファーがあれば出演はいきます。ラジオの編集は時間がかかるので体制を整えればやりたいとは思っています。

S：SNSなどは、自分で調べなければなりません、ラジオならたまたま耳に入るということもありますので良いかと思えます。

石川：質疑、応答、ショートワークということで用意していたのですが、この人数で、直接会話できて良かったです。もう少し多かったら、それこそ SNS でどんなことを期待していますか？などをまとめていただいて意見交換をと思ったのですが。お時間が来ましたので、一度締めさせていただきます。

最後に笑って終われるシーズンになれば良いかなと思いますので、今年もよろしくお願いします。

以上