

| No | 質問 | 回答 |
|----|--|---|
| 1 | 福島雷中放送きこえなかったですよ全体に放送してほしいですよ改善よろしく願いいたします。 | 競技場に確認したところ当日メインスタンドにおいて、雷の影響で場内の一部電気系統が使用できなくなっていました。今シーズン、各ゲートに拡声器や懐中電灯を設置するなどして緊急時の体制を整えます。 |
| 2 | イベントステージ太鼓や夏祭り盆踊りしてほしいですね | ご提案ありがとうございます。天候等の関係により実施が難しい場合もございますが、季節を感じられる広場イベントも今後取り入れていけるよう検討していきます。 |
| 3 | 宝山湖の芝について質問です。昨年もそうでしたが、この時期の芝の状態がとても悪いように見えます。先日トレマがあった高知の春野はとても青々したきれいな芝でした。費用面が理由であれば、例えばクラウドファンディング等で資金募ってくれば、協力したいサポーターさんは自分以外にもいると思います。素晴らしい環境を整備してくれた三豊市さんには感謝していますが、もう少し芝の状態は良くならないものなのでしょうか。 | 芝生の改良については、関係者の皆様が大変な努力をいただいておりますが、新しく植えた天然芝が根付き、高密度になるには時間がかかることは、一般的なことと聞いています。改良のための追加費用も投入しており、徐々に状態はよくなっていると考えております。 |
| 4 | 目標について 毎年昇格と掲げているが何を基準に設定しているのかお聞きしたいです。 POがない最下位争い時も同じ目標でした。現在はPOがあり、まだ現実的にはなりましたが下位クラブが掲げる目標なのでしょうか。スポンサー、ファン、サポーターを繋ぎ止める方便にしか見えません。 昇格はして欲しいですが非現実的でアバウトな目標を掲げ毎年未達成では積み上げを感じません。無理するより一つずつ問題を解決し自力を付ける、安定して中位を取れるようになるべきではないでしょうか。 段階的で明確な目標が必要だと思います。昇格も優勝とPO圏を目指すのでは全然違います。 またPO圏内を目指すのであればPO創設前より目標を下方修正していることになり。このように目標に内容が無い為何を目指しているのか分かりませんが、 そもそも毎年未達成で終わるのは如何なものでしょうか。その責任を取る気はあるのですか。昇格と言いつつ現実的な目標で動いているのかも知れませんが、 本気にするしないは置いて此方は裏切られ続けています。 | 強化費と順位には相関関係があり、強化費の大きいチームが上位に入る傾向があることは事実です。一方で、J3はJ1、J2に比べて、相関係数は小さく、強化費の多寡にかかわらず番狂わせが起こりやすく、J3は例年、混戦状態になります。これはチャンスであり、ピンチであると捉えています。2025シーズン、クラブとして上限に近い強化費でチーム編成に臨みました。これは、ここまでやらないと降格リスクを拭えないのではないかと、という考えと同時に、プレーオフの6位に手が届くチーム作りという基準で対処したものです。2025シーズン、プレーオフを勝ち抜いてJ2昇格をめざします。 |
| 5 | 怪我について 昨シーズン途中の池内社長のコメントから見るに開幕前から怪我人続出し、シーズン中も沢山出ていたように見えます。 アナウンスがある選手は大怪我と昨季は怪我にも泣いたシーズンという印象です。 考えられる怪我の要因、またそれを解決する為になにが必要なのか、何をを行うのかありませんか。 前から怪我人が多い印象ですが流石にここ迄は無かったと思います。監督はマネジメントの不備と仰ってましたが、練習場が出来たタイミングなので練習場が原因なのであれば改善が必須だと思います。 | 怪我の原因は、複合的なものと考えますが、練習環境が変わったことも要因の一つと捉えています。芝生の改良やトレーナーの増員、練習メニューの工夫、関係者間の一層のコミュニケーションなど、あらゆることで想定される要因に対処していきます。 |
| 6 | 編成、補強について 昨季は開幕前と夏補強共に攻撃を意識したという印象を受けました。 その中で開幕前主力が抜け、控えも1人抜け手を付けなかったCBがネックになり、再度奈良坂選手を獲得。 力を入れた前線は沈黙と怪我人の問題もあったと思いますが前半戦結果が出なかったこと、バランスをどうお考えだったのか教えてください。 また、前半戦揮わず夏補強でどうにかしている事が続いているのですがこれもお考えなのか教えてください。 夏補強で対応出来るのは素晴らしいですが開幕前の準備が一番重要だと思っています。 | クラブが組む強化費予算のなかで、開幕前と夏の移籍期間に、チームのパフォーマンスを最大化することをめざして、チームを編成しています。 |
| 7 | 選手の学校訪問について 県外住みのうえこまめにSNSをチェックしていないので把握出来ないだけかもしれませんが選手の学校訪問は実施されていますか。 ホームタウン活動としての学校訪問は未来への投資だと思います。 大都市のJ1クラブが行っている中、香川県は学校数が少ない方だと思っておりますがカマタマーレ讃岐は実施しないのですか。 形は違いますが私は小さい頃にカマタマーレに触れ現在応援しています。2030ビジョンにもありますし大事なことだと思いますがどうお考えでしょうか。 | 学校訪問やサッカー教室は現状SNSのみでの発信となっております。より多くの方に向けて発信していけるよう、ホームページでのリリースも今後検討していきます。また、選手やマスコット・スタッフのスケジュール等の調整もあり、限界はありますが、活動を増やしていけるようにしていきます。 |
| 8 | 今季、約5000万円程の増収を目標として動かれると思いますが、その中の内訳などを明かされるのであれば明かしてほしいです。 | 強化費5000万円アップと赤字を解消するために、1億2千万円の増収をめざしています。スポンサー収入を中心に、入場料収入、物販売上、ファンクラブ会費収入、スクール会費収入を増やし、黒字化を図ります。 |
| 9 | 駐車場対策の一環として、他クラブも導入している駐車場予約アプリ等を運営する企業と提携して、少しでも駐車場が確保できるようにしてほしいです | 駐車場の不足について、ご来場いただいているお客様にご不便をおかけしております。公共交通機関の利用促進や駐車台数の増加と合わせて、予約制の導入も検討しております。また、他クラブでも導入事例のある「空いているスペースを駐車場として登録ができるサービス」の導入を検討しています。ご来場いただく皆様に快適に試合観戦いただけるよう取り組んでまいります。 |
| 10 | グッズについてですが、レインポンチョとさぬびーのぬいぐるみについては在庫管理や最低ロットのこともありますが欲しいといった意見を聞きます。 | 昨年から検討している商品ですが、ロットと価格の兼ね合いで難しい状況です。ポンチョ・ぬいぐるみはクラブにも商品化の声を多くいただくグッズですので、商品化できるよう引き続き検討していきます。 |

| | | |
|----|---|--|
| 11 | <p>・クラブHPの スポンサー紹介ですが、新規に応援して下さる企業様が増えても スポンサーページを閲覧しないとわかりません。新規スポンサー様は、SNSやHPにて紹介いただければと思います。</p> <p>また、ユースチームの スポンサー様や、トレーニングフードパートナー様・支援自動販売機設置店についてもHPでいつでも閲覧できるようにしてほしいです。</p> <p>サポーターの皆様もクラブ同様に スポンサー様を応援したいと思っていますので よろしくお願ひいたします。</p> | <p>現在 スポンサー様をご紹介させていただきリリースを進めています。順次リリースしてまいりますのでご確認いただけますと幸いです。</p> <p>フードパートナー様についてもHP上に欄も設けわかるようにしたいと考えています。</p> |
| 12 | <p>・Jリーグウォーキングバトルですが、少しでもクラブの役に立ちたいと活動されているサポーターさんがいらっしゃいます。</p> <p>そこで、クラブとしても登録者が一人でも多く増えるよう発信していただければと思います。よろしくお願ひいたします。</p> | <p>Jリーグウォーキングバトルについて、クラブで発信ができていない中、広めていただいているサポーターさんには感謝しております。今シーズンはクラブからも発信していけるようにしていきます。</p> |
| 13 | <p>昨年、東京営業所を設置との事でしたが、成果は如何でしたのでしょうか。</p> | <p>着実に人脈を作って成果を出しています。</p> |
| 14 | <p>宝山湖での練習でケガが多かった印象ですが、グラウンドの度盤は問題ないのでしょうか。</p> | <p>芝生の生育は、種、水、肥料、気温とともに土壤も影響しますが、けがの原因は複合的なものと理解しております。</p> |
| 15 | <p>私自身は法人ではありませんが、個人として高松市でお世話になった企業様の紹介や、ご提案などをさせていただくことはできますでしょうか？</p> | <p>是非ともお願ひしたいと思います。よろしければ info@kamatamare.jp へ詳細を送っていただけますと幸いです。</p> |
| 16 | <p>ホームページの スポンサー項目にあります、ユニフォームサプライヤーとはどのようなものですか？今はゼロということなのでしょうか？</p> | <p>サプライヤーとは、物品提供を スポンサー料に換算するVIK(Value in kind)という手法を使って、金員を支払うことなく協賛する企業のことをいいます。</p> <p>以前、トップチームユニフォームは、サプライヤーから提供いただいておりましたが、現在、ユニフォーム・サプライヤーはおりません。</p> |
| 17 | <p>ルヴァンカップ1回戦はホーム、セレッソ大阪戦ということで、今シーズンで最も多くの集客を見込める試合ではないでしょうか。</p> <p>讃岐の現状を県民に知ってもらい、新規客はもちろんのこと、過去サポーターだった人に戻ってきてもらう重要な試合の一つだとも思っています。</p> <p>チラシ配りはもちろんですが、他にも地上波CMなどの集客に向けた取り組みはするのでしょうか？</p> | <p>現在配布が始まっているチラシに掲載しているほか、高松南部三町商店街での懸垂幕の設置、テレビCM、その他にもWEB広告やSNS広告などを予定しております。</p> |
| 18 | <p>初めてや、あまり観戦に行かない人から、何時に行けば良いかや、行ってからどうするのかをよく聞かれる。</p> <p>タイムスケジュールの例をHPに表示するなどをして、行動のイメージができるように見える化をできないでしょうか？</p> | <p>HPの試合日程から当日のタイムスケジュールをご覧いただけます。</p> <p>このページの内容を知っていただけるよう、広報していきます。</p> |
| 19 | <p>他のあるクラブでは、試合中にオフサイドやセットプレーなどがあると電光掲示板にルールの説明をしたり、選手がシュートを打ったらその選手のプロフィールと特徴を電光掲示板に表示したりしており、サッカーやチームをよく知らない人にも分かりやすく試合運営しています。</p> <p>カマタマーレでも何か取り入れられないでしょうか？</p> | <p>Pikaraスタジアムの設備やオペレーションスタッフ人数等も踏まえて、わかりやすい試合運営となるよう検討してまいります。</p> |
| 20 | <p>試合観戦に繰返し来てもらうには、チームについて知ってもらい親しみや思い入れを持ってもらうことも必要だと思います。</p> <p>その一つとして、これまでのカマタマーレの歴史や思い出について、スタジアム内のコンコースなどで表示して、チームの歩んできた過程について知ってもらう場を作るのも必要なのではないのでしょうか？</p> | <p>素敵なご提案をありがとうございます。スタジアムに来ていただいた方にカマタマーレ讃岐をもっと知っていただけるよう、工夫が必要だと思っています。</p> <p>ホームスタジアムのPikaraスタジアムとも協議をしながら、できることを検討していきたいと思っています。</p> |
| 21 | <p>アウェイの試合に行くと、試合前に市町村歌を流し歌うチームがありますが、カマタマーレでも試合前に勝利の鐘を流すのはどうでしょうか？勝利の鐘自体も聴く機会が減っていると感じます。</p> | <p>藤岡友香さんには、2019シーズンのホームゲームに来場いただき、「勝利の鐘」を歌っていただきました。勇気と力をもらえる曲なので、カマタマ広場で流すなど検討します。</p> |