

# Rush

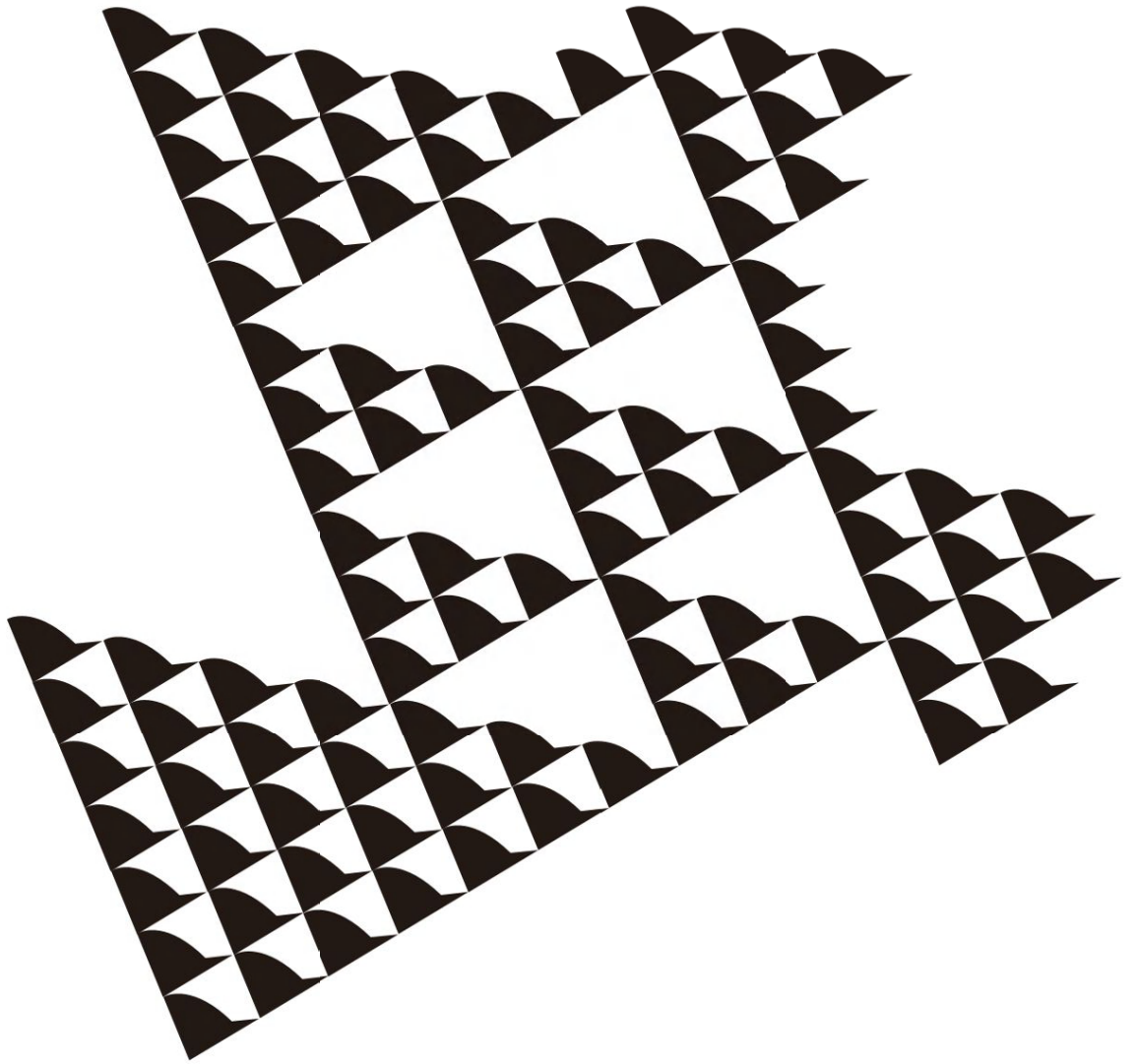
Montedio  
YAMAGATA

FAN MAGAZINE

ラッシュ

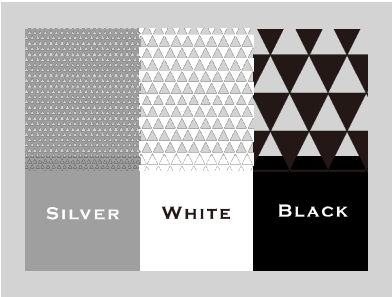
緊急企画

フルモデルチェンジの「真相」に迫る。



# Q フルモデルチェンジ(FMC)構想への15の質問

反対?賛成?話題となっているモンテディオ山形FMC構想について、その真意と狙い、FMCが担うモンテディオの未来について、サポーターが聞きたい事を全部、中山ダイスケ教授とデザインチームに質問します。



## QUESTION-04

**Q** 山形の色って何ですか？

**A** 山形はいろいろな意味で素晴らしい、鮮やかです。ですから包み紙はシンプルでかまわない。歴史ある名店の包み紙ほどシンプルです。包み紙はクラブのカラーとなり、ユニフォームやグッズにも発展するヘイステーションとなります。それからサッカー的な強さは絶対に必要です。提唱させていただいている白を基調とした銀と黒という組み合わせは外部からの目線での東北、雪、山、そして豊かな光をイメージして作られました。白を基調とすることは、サッカー界ではアウェイカラーといふことです。まったく逆転の発想ですが、山形に来るアウェイチームにホームユニフォームを着てもらえ、調整できれば山形は故地でもホームユニフォームを着ることができるとも思います。そしてメディアに出る時の山形イメージを統一できるだけではなく、今期J1を初体験する山形の観客のみならず、真っ赤なレッズや青いカンパの強烈なサッカー文化をリアルに紹介することが可能で、昇格機を新しいサッカーファンを獲得するための手助けにもなるでしょう。



## QUESTION-05

**Q** 歴史ある従来のモンテカラーではいけませんか？

**A** 現在のモンテディオカラーは、前身のZFCから受け継いだ青を基調に、白、黄色そしてチームフラッグや日本でもっとは赤が使われています。青は日本で最も多くのクラブチームに使われているご存知の代表色です。黄色も赤もすでに他チームの強い個性となることが前提のFMC構想ですから、どこにいても他チームと見分けやすい色は避けたいと考えています。11年間愛用し続けてきたカラーへの愛着は理解できていますが、もはや現在神戸の色変更によって国内では白と黒が空いています。今勇気を持って変革すれば、100年先の世界中のどのクラブともかからない個性を作ることができるとも思います。またシルバーマテリアルを合わせた3色の展開であれば、アレシンの幅もさらに広がります。この先J1のどのチームと対戦しても気遣いは不要です。一目でそれと分かる強さが、コミュニケーションには不可欠と考えました。



## QUESTION-06

**Q** 歴史を捨ててまで個性を出す事は重要ですか？

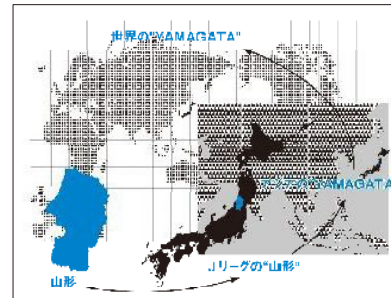
**A** チームを山形の顔そのものにするというFMC構想の大命題。山形はどことも似ていない個性溢れる地域です。東北地方の一つとして埋もれる必要はありません。山形の個性が独自であるならば、チームの個性もそうでありたい。どこも違う山形だけの個性はサッカー報道のみならず、様々な分野においてメディアへの説得力となります。モンテディオの11年の歴史を捨てるわけではありません。社会人からプロリーグへ上がった努力が第一章、そして今回よりJ1へ昇格できるところまで熟成されたのもまたその続き。全国メディアに載り始めたその時こそが第2章です。先はもっと長く、この先永遠に続きます。これまでの11年があったからこそ新しい展開に臨めるのだと思います。50年経って、お爺ちゃんのユニフォームを孫が受け継ぐ、そしてそれが永遠に変わらぬ郷土カラーであれば、すばらしい歴史の伝承だと思えます。

山形はいろいろな意味で素晴らしい、鮮やかです。ですから包み紙はシンプルでかまわない。歴史ある名店の包み紙ほどシンプルです。包み紙はクラブのカラーとなり、ユニフォームやグッズにも発展するヘイステーションとなります。それからサッカー的な強さは絶対に必要です。提唱させていただいている白を基調とした銀と黒という組み合わせは外部からの目線での東北、雪、山、そして豊かな光をイメージして作られました。白を基調とすることは、サッカー界ではアウェイカラーといふことです。まったく逆転の発想ですが、山形に来るアウェイチームにホームユニフォームを着てもらえ、調整できれば山形は故地でもホームユニフォームを着ることができるとも思います。そしてメディアに出る時の山形イメージを統一できるだけではなく、今期J1を初体験する山形の観客のみならず、真っ赤なレッズや青いカンパの強烈なサッカー文化をリアルに紹介することが可能で、昇格機を新しいサッカーファンを獲得するための手助けにもなるでしょう。

## QUESTION-01

**Q** なぜFMC構想を提案されたのですか？

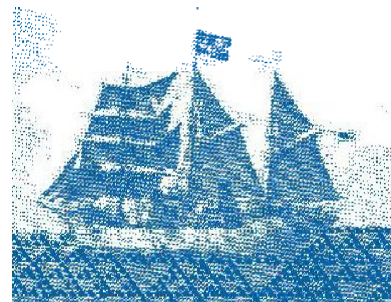
**A** 08シーズン初頭から構想は始まっていました。集客数の伸びないモンテディオをなんとか地域に根付かせるため、何かアイデアはないか？と依頼されたことがきっかけです。まず118万人の山形県において、数千人のサッカーファンの視点からだけでなく、もっと大きな視野で、モンテディオを考えることからはじめました。世界のサッカークラブのほとんどは町の名前です。世界数十万の大小のクラブは、オラが町の名前を背負って世界の舞台を目指しています。それができるのがサッカーの魅力。他のスポーツにはなかなかできません。山形という地名がいつか世界に知られるために、山形を見つめることで初めてモンテディオが見えてくる。まず「モンテディオありき」で考えていた従来の考え方はまったく逆からの発想だったので、「FMC構想」という大改革案にまで発展しました。



## QUESTION-02

**Q** FMCは何を狙った構想なのか？

**A** 山形県は様々な分野で素晴らしい生産物を生み出し、また観光地としても日本中や世界各地から人々が訪れています。しかしどの分野でもアピールは十分とは言えず、個々のクオリティーの高さをまだ十分に世界に知らしめていません。モンテディオのサッカーもこれまで「J2だったこと」もあって、全国では無名に近い状態です。クラブチームが活躍すると、どんなメディアに紹介されます。そのメディア露出は、山形の様々な分野のイメージを重なることはできないか？クラブの姿を山形の「顔」とするで、クラブの世界構想が一つの大きな船となる。そこに山形の産業や観光ビジネス、子供達の夢も乗せられる。これがFMC最大の狙いです。



## QUESTION-03

**Q** 山形らしさとは何ですか？

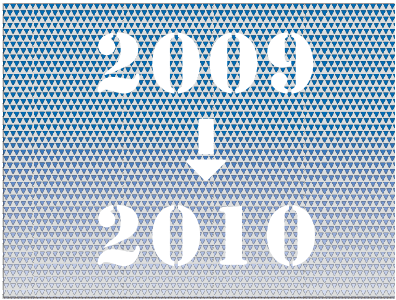
**A** 地元の方が考える山形らしさは少し違います。全国的な山形のイメージといえば、東北、雪山、寒い国となるでしょう。ゼンラン、お米、牛肉、温泉、暑い夏といったイメージはそのあとです。新潟、米所、青森、りんごという風に、すぐに結びついても、名物が多すぎてアピールした人間がみんな違いますが。たくさんあるのだから、その中の何かをよりや代表にして山形を語るのではなく、それら全てを包み込む包装紙のような感覚で山形らしさを打ち出せるのではないかと考えました。いうなれば「一目でわかる山形アートの包装紙」です。基本柄が出来上がった、オーブンソース化、誰も自由に使える素材、県から発せられる商品パッケージ、観光イメージなどに積極的に転用していただきたい。そのためには全国の人がイメージしやすい山形の色を付けておくことが必要です。



## QUESTION-07

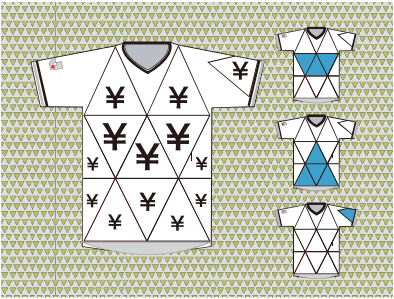
**Q** FMCでスポンサーは増え、観客数は伸びるのですか？

**A** 数年計画で取り組まなければなりません。せんからやってみないとわかりません。しかしFMCによって、これまでのように骨となるコンセプトを持たず、場当たり的に次シーズンの心配をしなければならぬような事態は打破できるのではないかと考えています。スポンサーにとっても、未来の見える取り組みの魅力は通じるはず。一部報道の影響もあって、強く反対する方々はスタジアムから遠のくかもしれません。J1昇格が助けとなって観客の出足は伸びるでしょう。できればこれまでの11年間を知っているコアなサポーターの方々にこそ残っていたきたいと心から願っています。加えてモンテディオに興味がある方々、J1昇格が助けとなる観客の出足は伸びるでしょう。できればこれまでの11年間を知っているコアなサポーターの方々にこそ残っていたきたいと心から願っています。加えてモンテディオに興味がある方々、J1昇格が助けとなる観客の出足は伸びるでしょう。できればこれまでの11年間を知っているコアなサポーターの方々にこそ残っていたきたいと心から願っています。



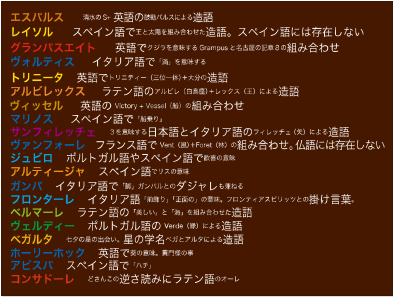
QUESTION-08

白黒シルバーを提案した理由は先に述べた通りですが、もう一つ大きな理由が制作コストの問題です...



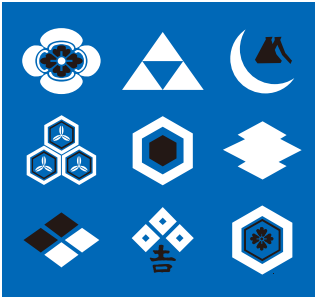
QUESTION-09

リーグは発定直前、地域に根ざした活動の主題としましたが、チームイメージのモデルはプロ野球でした...



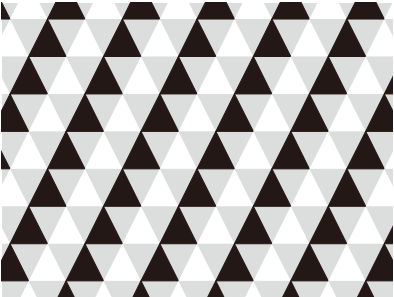
QUESTION-10

ガッサンはあくまで一つの提案にすぎません。サインチームから最初に推せるアイデアとして商標申請しつつ提案させていただきます...



QUESTION-11

J1であったらJ2であったら、県民が生活に密着して関心をよせるチームでありたい...



QUESTION-12

サポーターには何ができるか？ もしもこの工場の骨格が実行に移されたら、サポーターの方々の応援計画をクラブが何の形でサポートするべきかと考えています...

QUESTION-13

FMFCが実行される場合、09年グッズはどうなるのですか？ まずチームユニフォームですが、リーグに合わせる予定です...

QUESTION-14

FMFCを行いつながらJ1定着への策はあるのですか？ フィールドでのチーム力や選手の動きに関しては、FMFCの構想がデザイナーのみならず同じく中井川GMをはじめ、現場のスタッフと監督選手がグラウンドで何かやってくれるに違いないと楽しみにしています...

QUESTION-15

FMFCは今後どうなりますか？ 先日理事会で検討されたとおり、今後はサポーターの代表を交えたプロジェクト委員会が正式に検討されることになり、またこういった機会が設けられてオープンに話し合える場が準備されようとしています...



カーに対する愛情で引き受けたお仕事ですが、せめてアイデアだけは守らねばなりません。構造改革は全部のストーリーとセットなので、名称だけではなく、ぜひ全体を見て欲しいという意味での発言でもありました。漢字や日本語がそれほど拒否されるのであれば、もちろん「モンテディオ」を残してやれる方法をなんとか考えるつもりです。

——まずは今回J1に上がることが初体験ですし、今やらなければいけないことがたくさんあります。それは、改称やチームカラーの変更ではなく、協会に努力を促すことではないですか？ サポーターはあなたではなく協会がやれることがもっとあると感じています。

それは僕に聞かれてもわかりません。その協会から依頼されたのですから。ただこれまで十一年間に施された企画を拝見しましたが、みなさん大変な努力をされています。職員の方々があの人数と経費で広い県内全域をカバーするには限度があると感じました。彼らは目の前に山積みされた業務に追われ、毎日限界まで働いていらっしやいます。広報活動をきちんと検証する時間もなければ、中長期計画を立ち上げてじっくりと遂行する余力はありません。実際にサポーターの方々から様々なアイデアがクラブに寄せられているのを知っていますが、今の状態では実験してみる人員も予算も足りません。モンテディオ愛と山形を愛する心、海保理事長のエネルギーだけがかるうじて彼らを立たせているように見えました。職員の方々の広い意味での健康状態は、クラブの健康状態そのものです。何か職員の方々にも目指すべき大きな目的と変わらないコンセプトがはっきりとあれば、もっとプランが立てやすいと思います。この改革案が別組織で動かざるを得なかった理由も、外部の助けが必要だったからでしょう。

——今後、この一件はどうなるとお考えですか？

先ほど申し上げたように、きちんと説明をし、審議をしながら進めるといふ理事長のブローセは新聞報道で崩壊しました。私もあのような報道の後なので、先日の臨時理事会でもこの構想は確実に廃案だろうと、最後のつもりでプレゼンしました。辛い理事を務められている企業の方々にはプランの骨子が伝わったようで、プロジェクト委員会が作られ、首の皮一枚で私もメンバーに残っています。今件を終わらすことも私の責任だと思っていたのですが、今は理事会の正式議題です。ですからあとは状況におまかせするしかありません。個人的な話ですが、僕は長年Jの他クラブを愛してきましたが、年間の半分を過ごしている山形サポーターに身も心も染まりました。自分でも驚いているほど急速に好きになったのです。実はあの数千人の雰囲気も大好きですし、大変魅力あふれるチームです。関係者パスをいただいても必ずチケットを買い、サポーターとして応援しながらも、客観的に見ることに務めました。でも仕事で関わりと失う物が大きかったです。こういった騒動で顔も名前も出てしまふと、もう大好きなNDスタへはまともに通えなくなりそうです。廃案になろうとなるまいと、けっこう悲しい現実です。でも山形県とモンテディオの微妙な関係に対して少しだけきっかけを作れたとは思っています。いいクラブになってくれることがせめてもの願いです。

——ここからの問題点はなんですか？改革で離れるかもしれないサポーターへの懸念はないのですか？

プロジェクト委員会が組織されることが決定したのはささやかな進歩です。山形の大学に赴任して、山形と接した際に感じたキーワードに「ここだけの話」というものがある

あります。「大きな声では言えないけれど、ここだけの話〇〇〇」というものです。実際に理事の方や県の方、サポーターの方々からも、「ここだけの話、産業まで巻き込めるプランとしては画期的」だとか「県自体のアピールにクラブを利用するという発想はなかった」「いままではただ資金を出していただけ。今度からは気持ちが変わる」「この不景気の最中の昇格は素直に喜べないが、未来が見えるなら面白い」といった声を個々に聞いています。しかしそういう意見は「ここだけの話」なのでマスコミには出ません。海保理事長も私も山形の言い方では「外様」ですが、外様だからしみなく動きます。だからこそ「ここだけの話」を「みんなの話」にする役目を負えると思っています。

——今後の中山さんはどういった行動をとられますか？

状況におまかせします。RUSHさんにお話している事が全てですし、もう新聞はこりこりです。影で自分のやれる範囲のお手伝いができればと。当面はプロジェクト委員会の一人のメンバーとして、みなさんと話し合いに参加しますが、ここからはもっと山形県内の人たちによって話してほしいと思います。理事会や総会とリまく政治とは離れたところで、クリエイターとしての立場で応援させていきたいと思いますのが本音です。本来の仕事はビジュアルコンセプトから始まる総合演出なので、スタジアム演出プランや大画面ビジョンの活用、県出身のミュージシャンやクリエイターへの協力要請、山形県の各産業との連携プラン、観光業界とのコラボレーション、県の物産展プランなどなど、計画している事はたくさんあります。「山形を前面に出すことは、山形の人が一番嫌がることだ、とある人から聞きまし

た。それが本音であればこの草案自体がもっとも山形らしくないという事になり

ますが、山形を山形と叫ぶことで強くなる、そんなプロサッカーチームであってほしいと思っています。私は自他ともに認めるサッカーおたくで、世界中の小さきまな地域でサッカーを見てきました。何かの決勝でもないのに、朝から晩まで燃え上がっている小さな街もたくさん見てきました。僕には山形がイスタンブールやリヨンに見えるのです。みなさんのように誇れる故郷と地元プロチームを持つ方々が心底羨ましい。世界に向けてこれを活用しないのはもったいないです。お見せしておきたい楽しいプランがたくさんあります。ご説明させていただける場や公開討論の様な機会があれば、喜んで参加させていただきます。と思っています。

一つ今回の件でサポーターのみなさんにお願ひがあります。海保理事長を疑わないで下さい。理事長のチーム愛は本物です。毎回「クビ」覚悟で理事会に挑んでおられますし、鹿島をあそこまでのクラブにした立役者のバイタリティーはさすがに違うといつも驚かされます。いろんな意味で声が高い人は目立つので、内外の批判を浴びることは常に覚悟されています。善かれと思つて提案しようとしていた事が、こういった騒ぎにされてしまい、理事長がこの先未来の話をしづらくなってしまうことは、クラブにとって好ましいことではありません。

それからもうひとつ、東北芸術工科大学とモンテディオ山形の提携話が発端でしたが、提携したのはボランティア活動であつて、大学は今件に一切関与していません。マスコミ決定の際に生じた様々な問題も、大学と関わる前から存じていました。が、あの件とも無関係ですよ。

二〇〇八年十二月二十二日