

経営

「2008 Jリーグ GM講座」がスタート

魅力的なJリーグ、Jクラブの創造に資する人材輩出に向けて

JリーグやJクラブの経営、ひいては日本のサッカー界、スポーツ界の発展に資する人材の継続的な輩出を目指す「2008 Jリーグ GM講座 (J.LEAGUE MASTER OF GENERAL MANAGER)」がスタートした。Jリーグはこれまでも、さまざまな形でGM講座を開催してきたが、より実践的な講座としてリニューアルすることになった。

第1期となる今回の受講生は、Jクラブの関係者など17名。カリキュラムは09年3月25日(予定)まで、16のセッションが行われ、チーム強化、ファイナンス、マーケティング、リ

ーガル(契約・移籍)などについて学ぶ。講師には各分野の専門家を迎え、外国人講師の講義や、8～9月には提携する英国のリバプール大学MBA (Football Industries) のサマーセッションを受講するなど、GMとしての素養を幅広く身につける機会が設けられている。

J F Aハウスにおいて6月17日に行われた開講式では、鬼武健二Jリーグチェアマンが「単に受講したというのではなく、日々、実践、経験し、経営者を補佐するとともに、クラブを、Jリーグを発展させるような実力をつけてもらいたい」と、受講者への強い期待



受講者への強い期待を述べた鬼武チェアマン

を述べた。

鬼武チェアマンのあいさつに続いて始まった講座では、メキシコ人のホセ ルイス レアル氏 (56歳) が育成面におけるGMの役割について講義し、受講者は彼が育成部ディレクターを務めるチーバス (グアダラハラ・メキシコ) の例に耳を傾け、質疑応答の後、グループに分かれてディスカッションを行った。

翌18日にはGMを題材としたVTRを資料として、各自がGMの素養について考察。やはりグループにおける話し合いを通してイメージをまとめ、発表を行った。GM講座の立案からかかわってきた中西大介Jリーグ HRディベロップメントグループマネージャーは「受講者の学習意欲が高く、充実したスタートとなった。事例に基づいた講義など、Jリーグの15年間の蓄積を生かしていきたい」と、今後への抱負を語った。

講座は、事前、事後に課題が出され、提出物についてはその都度、評価を加えて返却。所定の要件を満たし、Jリーグが適正と判断した受講者に対しては修了資格が付与される。



レアル氏の講義に耳を傾ける受講生。この後、活発な質問、熱心なグループディスカッションが続いた

育成

「2008年度 第1回Jリーグ・アカデミー コーチングワークショップ」

ホセ ルイス レアル氏を講師に迎え、グアダラハラ・チーバスの育成に触れる

「2008年度 第1回Jリーグ・アカデミー コーチングワークショップ」が6月16日、J F Aハウスにおいて開催された。Jクラブの育成年代の指導者、育成担当者が、外国人指導者の優れた指導哲学・理論を学ぶ場に、今回、講師として招いたのはチーバス (グアダラハラ・メキシコ) の育成部ディレクターを務めるホセ ルイス レアル氏。選手時代は同クラブやメキシコ代表として活躍し、指導者としては同国の育成年代の代表チームでも実績を残している人物だ。

メキシコの指導者に白羽の矢が立てられたのは、選手の体格が日本とさほど変わらぬ同国の、この20年余りの国際舞台における急速な成長に着目したため。メキシコ人選手だけで構成されるチーバスは、現在のトップチームの22選手中、18名を下部組織出身者が占めるなど、育成でも大きな成果を収めているクラブだ。

レアル氏は50名の参加者を前に、映像も用いながら、クラブのコンセプトを紹介し、それに基づいた育成の実際を解説した。チーバスはトップチームから9歳のチームまで11の категорияに分かれるが、同氏はトップを除くすべてのカテゴリーを統括する。育成の重要性を「9歳のチームこそ、われわれのトップチーム」という言葉で表現。選手や指導者に対する評価、大会開催や海外遠征による国際経験の重要性、指導者に必要な資質などにも触れ、「ここで述べたことは理想ではなく、結果として証明されていること。少しでも皆さんの役に立てば、日本に来たかいがある」と締めくくった。



「クラブの考え方を浸透させるには9歳が一番」とレアル氏



50名の参加者には、指導へのモチベーションを高める貴重な機会となったことだろう

2008年度スポーツ振興活動 第2期申請分の支援を決定

Jリーグは、Jリーグ各クラブが実施するサッカー以外のスポーツ振興活動への支援に関し、2008年度第2期申請分(5月15日締め切り)の9クラブ11件の活動支援を決定した。これにより2008年度のスポーツ振興活動支援は、第1期申請分(3月18日締め切り)の57件を加え、全68件となった。今年の支援対象は昨年の58件から10件増加し、支援予算も総額約5,300万円に増額することを決定した。

2008年度 スポーツ振興活動支援 第2期承認一覧(2008年5月25日現在) ★=2008年新規支援対象

No.	クラブ名	行事名	対象種目	形式	参加対象者	開催期間	場所	日常型	その他	昨年実績
1	山形	女子駅伝事業	駅伝	チーム	チームは監督1名、選手2名	通年	山形県内ほか	●		○
2	草津	★2008ザスバ草津ジュニア陸上教室	陸上競技	教室	前橋市内および周辺の小学生	9月6日～3月14日の毎週土曜日(ホーム開催日を除く)	正田醤油スタジアムおよび敷島公園補助競技場	●		
3	東京V	東京ヴェルディ バレーボールチーム	バレーボール	チーム	一般	通年	東京都内	●		○
4	横浜FC	★チアリーディング教室	チアリーディング	教室	4歳～中学生までの女子	4月～2009年3月の毎週土曜日	横浜リソートスポーツ専門学校2Fスタジオ、横浜青少年交流センターほか	●		
5	新潟	アルビレックス新潟コンディショニングセミナー2008	スキー(アルペン競技)	教室	一般スキーヤーおよびアルペン競技者、スノーボード競技者(小学生～一般)	7月、8月、10月、11月で各1回、計4回	長岡市内体育館、妙高市妙高ふれあいパーク		●	○
6	岐阜	★FC岐阜 ドッチビー スポーツ大会(仮称)	ドッチビー	大会	一般(主に小学生、高齢者)	11月(予定)	岐阜メモリアルセンター芝生広場		●	
7	G大阪	★ガンバ大阪精神障がい者アカデミー	障害者サッカー	教室、大会	ホームタウンエリアに住む精神障がい者	7月～2009年3月(月2回)大会は11月15日 ※	万博フットサル場	●		
8	神戸	フェスピック神戸大会記念日本障害者サッカー観戦大会	障害者サッカー	大会	フェスピックチーム、神戸市内ママさんチーム、ヴィッセル普及育成事業本部コーチ、兵庫県サッカー協会、財団法人神戸市障害者スポーツ協会	9月6、7日	神戸市しあわせの村		●	○
9		★バドミントンチャレンジ・ヴィッセルカップ2008	バドミントン	大会	女子中学生	8月23日	武庫川女子大学 体育館		●	
10		HYOGO ノーマライゼーション陸上スポーツ大会 in KOBE	障害者スポーツ	大会	日ごろ運動習慣のある健康な方	11月16日	ユニバー記念競技場		●	○
11	鳥栖	第5回佐賀ビーチサッカーフェスティバル	ビーチサッカー	大会	18歳以上の心身ともに健康な男女(18歳以下でも保護者の同意書があれば参加可)	8月2、3日	佐賀県唐津市 西の浜海水浴場		●	○

※教室は2009年6月まで開催予定

2008 カルビーサンフレッチェカップの後援について

Jリーグは昨年に引き続き、7月に広島で開催される「2008カルビーサンフレッチェカップ(U-15およびU-12)の後援を決定した。同大会は、U-15およびU-12年代の理想的な試合形式を用いたゲーム環境を整え、個を伸ばしていくこと、および指導者の交流、情報共有を図り、豊かな人間性の育成を目的とするもので、U-15は16チームが参加し、50分制交代自由の試合、U-12は20チームが参加し、36分の8人制の試合が行われる。U-15は7月23～25日に広島県呉市総合スポーツセンター、広島広域公園第一球技場、補助競技場で、U-12は7月28～29日に広島広域公園第一球技場、補助競技場で開催される。

メニコンカップ2008

日本クラブユースサッカー東西対抗戦を後援

Jリーグは、日本クラブユースサッカー連盟などが主催する「メニコンカップ2008日本クラブユースサッカー東西対抗戦(U-15)」を後援する。今回で14回目を迎える同大会は、日本の次世代サッカー界を担うユース年代の優秀選手を一堂に集め、サッカー技術の向上と健全な心身の育成を図るとともに、クラブチームの普及と発展を目的とする大会として定着しており、9月7日に名古屋市瑞穂球技場で開催される。

八都府市地球温暖化防止一斉行動(エコウェーブ)を後援

Jリーグは、首都圏の八都府市(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千葉市、さいたま市)で構成される八都府市首脳会議環境問題対策委員会が主催する「八都府市地球温暖化防止一斉行動(エコウェーブ)」を後援する。同事業は、北海道洞爺湖サミットの開催を契機に行われるもので、八都府市の各地で一斉行動日(7月7日)に明かり(電気)を「けず(一斉消灯)、かえる(電球形蛍光灯への交換)、えらぶ(再生可能エネルギーの普及)」ための行動を実施するもの。Jリーグの各クラブは、一斉行動日前後に開催されるホームゲームをグリーン電力証書を活用したカーボンオフセットで実施することによって協力する。

第9回豊田国際ユース(U-16)サッカー大会を後援

Jリーグは昨年に引き続き、日本サッカー協会、愛知県サッカー協会、豊田市などが主催する「第9回豊田国際ユース(U-16)サッカー大会」を後援する。同大会は、次世代のサッカー界を担うU-16の選手のサッカーを通しての国際交流と選手育成を目的とするもの。U-16名古屋グランパス・愛知県・豊田市高校選抜のほか、日本、アラブ首長国連邦、ブラジル、韓国、ルーマニアのU-16代表が参加し、8月6～10日の期間、豊田スタジアム、豊田市運動公園競技場で開催される。

訃報

長沼 健氏

2008年6月2日、財団法人日本サッカー協会の長沼健 最高顧問が肺炎のため、東京都内の山王病院で永眠。享年77歳。

選手として、日本サッカー協会役員として戦後の日本サッカー界の発展に大きく寄与した。関西学院大、古河電工(ジェフユナイテッド千葉の前身)、日本代表などの選手として活躍。1968年のメキシコオリンピックでは、監督として銅メダル獲得の快挙に導いた。日本サッカー協会会長(94年5月～98年7月)、2002 FIFAワールドカップ日本招致委員会副会長(94年6月～96年6月)、2002 FIFAワールドカップ日本組織委員会副会長(97年12月～2002年9月)、日本サッカー協会名誉会長(1998年7月～2002年7月)、同最高顧問(02年7月～)、財団法人日本体育協会副会長(1997年4月～)などを務めた。

鬼武 健二

Jリーグチェアマンのコメント

急な知らせで驚いている。メキシコオリンピックでの3位という成績は、日本サッカー界が世界に存在を示した第一歩であり、非常に印象的であった。個人的にも同じ広島県の出身ということもあり、いろいろとお世話になった大先輩であった。

ご逝去を心から悼み、ご冥福をお祈りします。

7 コンサドーレ札幌



拡大する地域貢献活動。 「公共財」としてのクラブ



サッカー教室で子供たちに指導する石井 ©コンサドーレ札幌



お母さんたちに食の大切さを伝える栄養講座 ©コンサドーレ札幌

ブランド力を活用して

子供はサッカー教室、お母さんは栄養講座——。

こういったスポーツセミナーが、2006年から全道各地で始まった。

セミナーの主催はコンサドーレ札幌を運営する北海道フットボールクラブ（HFC）と、JAグループ北海道など。コンサドーレのサッカースクールのコーチが小学生を教え、時にはトップチームの選手も指導にやってくる。「石井謙伍だ……」。あこがれの選手が教えてくれるとあって、子供たちの目の輝き方が違う。

一方、お母さんたちはその間、コンサドーレスポーツアカデミースタッフの管理栄養士から体力づくりのための食事方法を教わっていた。「サッカー選手の元気の秘密は、牛乳、野菜、米などをバランス良くとっていること」。プロサッカー選手を夢見るわが子のために、参加者はメモを取りながら熱心に話を聞いていた。

こういったセミナーを07年度、全道9市町村で計10回実施した。08年度も10回行う予定だ。HFCの佐藤邦興専務は「朝



佐藤専務

ごはんを食べない子、ファストフードに偏る食卓など、食の乱れが問題になっていた。スポーツを、特にサッカーをする子供にとって食事は非常に重要。コンサドーレというブランド力を活用し、食の大切さを伝えようと思った」と、セミナー開催のきっかけを語る。

コンサドーレが力を入れている地域社会貢献事業は「食育」だけではない。06年から介護予防運動教室を各地で行い、高齢者の方に好評だ。北海道の特色を生かしたコンサドーレスキーアカデミーは本年度で3年目になる。

クラブのマスコットキャラクター「ドーレくん」は、全道各地の幼稚園や保育園、福祉施設を巡回訪問するイベントを行っている。園児とふれあうことでファン拡大を図る。時にはサッカー教室もイベントに組み込むこともある。

今年も昨年以上に、スポーツの枠にとどまらず活動の範囲や規模を広げていく考えだ。このほど、04年9月の台風で被害を受けた支笏湖畔の国有林再生へ、同湖畔で「コンサ百年の森」づくりに取り組むことを決めた。7月にも第1回の植樹を選手やサポーターらで行う。環境問題への意識向上につなげるのが狙いだ。

5年後、10年後を視野に

HFCの経営は決して楽ではない。その中で、なぜ直接的な収入につながらないホームタウン活動に力を入れるのか。それは、「財

政難だからこそ熱心に行う必要がある」という逆説的な理由がある。

HFCは創立時からの赤字がかさみ、07年12月期決算で累積赤字が約27億4800万円、債務超過が約1億9200万円に上った。このため、今年5月に資本金約25億5600万円の80%、約20億円を減資して累積赤字の圧縮に充てた上、約2億5000万円を増資、債務超過を解消した。

だが、減増資の実現には紆余（うよ）曲折があった。昨年11月に減増資計画を明らかにし、株主に理解を求めたが、大口株主である北海道や札幌市は「税金が消える」と、当初難色を示し、態度を保留。今年2月、ようやく受け入れられたが、この責任を取る形で児玉芳明社長は4月、任期途中ながら辞任することを表明。7月に正式辞任する。

この減増資をめぐる、プロスポーツへの公的支援のあり方、「公共財」としてのクラブのあり方が、あらためて問われることになった。公共財として支援を受けるのなら、コンサドーレのファン以外の市民にも、納得できる根拠や情報を示さなければいけない。納税者が必要と思うような存在にならなければいけない、ということだ。

佐藤専務は「減増資が直接のきっかけということではないが、今まで以上にホームタウン活動に力を入れ、単なるサッカーチームではなく社会の一員として地域に貢献しなくてはいけない」と表情を引き締める。

苦しい経営状況は変わらない。収入の一番大きな柱である入場料収入が今季伸び悩んでおり、再び赤字決算に陥る可能性もある中、「ホームタウン活動より、今年の集客のことを優先しないと」という意見がある。HFCもそのことは十分承知している。

しかし「5年後、10年後を視野に考えている」と佐藤専務。長い目で見れば、将来のサポーターになってもらうための「種まき」を行っている意味もある。

経営健全化を図りながら、地域に貢献する——。難しい2つの道を両立させようと、コンサドーレ札幌の取り組みは続く。

（北海道新聞社 福田 講平）

誰もが、いつでも、興味やレベルに応じて好きなスポーツを楽しむことができる環境を整えることによって、人々が心身ともに健康で、豊かな社会をつくり上げることを目指す「Jリーグ百年構想」。この活動に取り組む最前線ともいえるのが、全国に33あるJクラブだ。各クラブがそれぞれの地域性、歴史、実情などに応じて展開する多彩なプログラムにスポットを当てるシリーズの4回目は、コンサドーレ札幌、愛媛FCの取り組みを紹介する。



8 愛媛FC



小さな積み重ねの広がり。 クラブの存在が着実に浸透

「一日一善」 「親子愛」

愛媛県内で、オレンジ色のポロシャツやピブスに身を包んだ一団の目撃例が増えている。胸部分には、そろいの「一日一善」の文字。ある日は、地域のイベントをマスコットキャラクターの「オ〜れくん」とともに盛り上げ、別の日は小学生の登下校を見守る。

愛媛FCが取り組む「一日一善活動」だ。Jリーグのイレブンミリオンプロジェクトが認定する事業の第1弾として、2007年8月にスタートした。

文字通り、ほぼ1日1回のペースでスタッフ、コーチ、選手らが清掃奉仕や施設訪問、サッカー教室などを通じて県民と交流している。佐伯真道ゼネラルマネージャー(GM)は「地域に出向くことで、さまざまな情報や意見を集めることができる。活動自体がクラブのアピールにもなる」と目的を説明する。



佐伯 ゼネラルマネージャー

10カ月で活動回数は150回を超え、延べ8,500人とふれ合った。小さな積み重ねが広がり、愛媛FCの存在は県民の間で着実に浸透してきている。

昨年12月に松山市内の公園で行った大掃除には、それまでの活動で知り合った小学生や福祉施設の入所者が「助っ人」として飛び入り。汗を流した後は、もちつきで交流を深めた。

ある駅では以前、駅前のにぼり1本立てることも許可されなかった。しかし、スタッフが周辺の清掃を続けた結果、今では駅長から「何でも協力させてもらう」と、のぼりだけでなく試合の告知看板の設置まで快く受け入れてくれるようになった。

活動内容は随時、公式サイト内のブログで報告。「何のためにやっているのか、



小学生の登下校を見守るマスコットキャラクターの「オ〜れくん」

常に確認しながら進めていくことが大事」と佐伯GM。創設期から県民クラブとして成長してきた愛媛FCにとって、地域貢献は欠かせない使命でもある。

同プロジェクトのもう一つの柱が、「親子愛」をテーマにしたプロモーション。07年のJリーグスタジアム観戦者調査では、愛媛FCの観客の年齢分布は30代が40.5%でトップ。同伴者が「家族」と答えた割合も66%と大半を占める。

そこで、愛媛FCは30代の親世代をターゲットにした集客策に乗り出した。07年8月末には、親子のサポーター約70人が参加したテレビCM撮影を敢行。気温30度を超す真夏の競技場で、応援風景を熱の込められた演技で再現。完成したCMは県内の民放各局でスポット的に流され、「親子 イコール 愛媛FC」のイメージを広くアピールした。

その効果もあり、昨年10月に導入したファ

ミリー割引チケットの販売数は、当初の1試合20組から、現在は約100組と大幅に伸びた。今季は選手のイラストが描かれたシールを特典として配布するなど、さらなる販売促進に努めている。

総合型スポーツクラブへ

こうした取り組みに加え、クラブが力を注いでいるのが普及・育成部門の強化。今季から学校の拠点

を県中心部の松山市に加え、東部の新居浜市や南部の宇和島市にも広げた。プロのコーチから指導を受けられるとあって、子供や保護者からも好評を得ている。

愛媛FCのホームタウンは県内全域。しかし、スタジアムが立地し、人口も集中している松山市周辺に活動範囲が偏ってしまう傾向があった。スクール拠点の拡大は、こうした格差を解消する手だてとしての役割も担う。「すそ野を広げ、地域ぐるみでサッカーを楽しむ機会を提供したい」と佐伯GM。

また、08年3月には愛媛女子短期大学(宇和島市)と協力提携を結んだ。クラブと同大が09年に女子サッカー部を立ち上げ、将来は「なでしこリーグ」参戦を見据えている。

県内の大学との提携は初の試み。今後は監督・コーチ陣の派遣や公開講座の開設、インターンシップ受け入れなどで人材育成や交流を進める。この取り組みは、愛媛FCが総合型スポーツクラブに発展するための第一歩と位置づけている。

Jリーグに入会して3年目。昇格時の盛り上がりも落ち着き、集客、成績ともに厳しい現実に直面している。Jリーグ百年構想の実現に向け、佐伯GMは「今はスタジアムに足を運んでもらうための関係づくりをしている段階」と説明。「5年後には常に満員の観客を集められるよう、地道な活動を続けていきたい」と力を込める。

「愛媛にJクラブを」という県民の強い願いでまかれた種は芽吹いた。これからはスタッフ、選手の熱意で大きな花を咲かせる番だ。

(愛媛新聞社 久賀 大輔)



「一日一善」の文字が入ったピブスをつけ公園の清掃活動

選手を前面に出した ファン・サポーター 獲得への努力

Jリーグ リーグプロデュースグループ マネージャー ◎ 首藤 久雄



ボストンでのNBAカンファレンスファイナル

5月の下旬にアメリカを訪れ数々のプロスポーツを視察、関係者にインタビューする機会を得た。今回の視察において最も強く感じたのは、選手を前面に出したPRだった。MLB、NBAでは大型映像装置を用いて試合中も頻繁に選手の顔を映し出し、スタジアムやアリーナの入場者の興味を引きつける。

例えばMLBのニューヨーク・ヤンキースにおいては、選手の顔が大映しになり、ホームチームの歴史や記録、選手自身、あるいはチームメートに関するクイズを実施していた。事前に撮影された映像だが、単なるアナウンスよりは、はるかにスタンドの注目を集めるだろうし、選手の顔を覚えてもらう、ひいてはチームの認知度アップにつながるというわけだ。

これはインングの変わり目などに行われていた企画だが、チャンスやピンチといったクライマックスには、それにふさわしいハリウッド映画の1シーンと選手の映像を組み合わせ、スタンドの興奮をおおるといった場面にもお目にかかった。NBAでも同様に、映画のシーンをうまく利用し、会場内の雰囲気盛り上げていた。

もちろん、野球やバスケットボールはプレー間のブレイク回数がサッカーより多く、その間も入場者を飽きさせないことが大切というエンターテインメントとしての基本がある。これはすべてのプロスポーツに共通するテーマだが、日本も大型映像装置を備えたスタジアムが増えており、その使用方法の検討にも

大いに参考となる事例だった。

アメリカ最大のモータースポーツ統括団体であるNASCARもまた、ハリウッド映画とのコラボレーションを最大限に活用している。彼らは純粋なモータースポーツのファンを増やすという観点から、やはり国民的産業の一つである映画に着目した。映画界との関係構築のため、ハリウッドにもオフィスを開設するなどの投資を行い、4年をかけて協力態勢を築くことに成功した。

アメリカのプロスポーツ界が重視しているものに、そのスポーツのメディアだけでなく、他のジャンルの媒体にも積極的に露出を図ろうとしていることが挙げられる。例えば、ペットチャンネルに出演したり、政治誌や経済誌に登場したり、MLSもスーツ姿の選手をファッション誌に売り込むなど、新たなファン層を開拓しようとの努力がうかがえる。

NBAでは「NBA CARES」という社会貢献プログラムがあり、選手が子供に本を読むなどの教育、恵まれない家庭へのケア、そして健康の3つに特化した活動を行っている。そこに選手が登場してPRに寄与するのだが、単なる告知だけで済ませるのではなく、選手と活動の結びつきなどをストーリー仕立てとし、メディアの興味を喚起する。社会貢献活動がメディアに取り上げられる機会は非常に少なく、選手の起用によって露出を増やそうとする努力の一つともいえるだろう。

アメリカ全土をカバーするスポーツニュース枠や、紙媒体の数が非常に少ない以上、異なるフィールドへの露出を推進することによって、新規ファンの獲得を目指すことが重要となる。4大プロスポーツ、あるいはNASCARといえども、決して人気に安閑としているわけではなく、その維持、アップのために考え、工夫を凝らし、実行に移している。そのためには、細部への配慮もおもろそかにはしない。NBAでは、現役選手の発するコメントについて、選手OBが経験を生かして話し方の指導やアドバイスを行うプログラムもあり、非常に感銘を受けた。

選手の顔を見せることによって、ファン・サポーターに親しみを感じてもらおう、初めてスタジアムに来場した人々に選手の顔を知ってもらおうといった方針が強く印象に残った今回の視察。これらはリーグ、あるいは球団のトップのイニシアチブによって、重要施策の一つとして位置づけられている。組織全体が一丸となって取り組んでおり、Jリーグ、Jクラブが見習うべき点も多いと思う。スポーツビジネス、エンターテインメントの本場で知った当事者の努力、さまざまな情報の収集は、Jリーグの目指す方向性を考える上でも非常に有意義なものだった。



「Jリーグニュース」は100%再生紙を使用しています。