

Jクラブと歩む「地域」「ひと」

11

鹿島アントラーズ



地域振興、サッカー文化の定着へ クラブとともに動き出すホームタウン



FUJI XEROX SUPER CUP 2011のPRブースで
潮来市の魅力、名産をアピール
©潮来市

大盛況だった初の試み

茨城県の東南部で千葉県との県境に位置する人口約3万人の潮来市。川と湖に囲まれた水郷で、江戸時代は水上交通の要所として栄えた。現在でも水の郷として田園やサップ舟の運航など水辺の原風景が広がっている。有名なのは毎年5月下旬から6月下旬まで開催される「水郷潮来あやめまつり」。1日最高10万人、計80万人以上を集める人気のイベントで、メイン会場の前川あやめ園には色とりどり500種類100万株の花が咲き誇る。まつり期間中は、本物のお嫁さんによる「嫁入り舟」や郷土芸能が披露され、街は活況を呈する。

近代は観光都市として発展してきたが、高速道路の開通などアクセス整備で宿泊者数が激減し、観光客も減少傾向にあった。そのため、潮来市では観光の目玉である「あやめまつり」活性化のため、PRの強化や観光資源の掘り起こしを図るとともに、会期の延長、夜のイベント開催、「あやめ娘」に外国人を採用するなど観光客の増加に向け、観光協会や商工会と一体となり取り組んでいる。その結果、あやめまつりの来場者は、2006年には60万人であったが、10年は83万人とその効果が表れてきている。

その中で「潮来といえばアントラーズという印象を強くしたい」と話すのは市秘書政策課の大崎優一氏。企画の担当部署でもある同課は、J1鹿島アントラーズの活用を図る。潮来市は鹿島のホームタウン5市の一つで、MF小谷野顕治選手、徳島ヴォルティスのFW杉本恵太選手を輩出しているものの、スタジアムやクラブハウスのあ



大崎優一氏

る鹿嶋市にイメージで先行されている格好。「アントラーズがある鹿嶋の隣の市、と言われることもあった」と現在の立ち位置を冷静に分析する。

潮来市はアピールのために、各種企画に取り組んできた。今シーズンの第1弾は2月26日、日産スタジアム(横浜市)で開催されたFUJI XEROX SUPER CUP 2011での同市のPRブース設置。鹿島9度目の出場にして初の試みで、副市長を筆頭に観光商工課、農政課、企業誘致推進室とも関係を図った。当日は20人がかりで、早朝に潮来市を出発して準備。開場前から来場者をもてなす「あやめ娘」やマスコットキャラクター「あやめ」、スタッフがパンフレットを配布したほか、特産コシヒカリ「潮来あやめちゃん」の試食提供・販売も行った。この日は3万5000人以上が入場したこともあり、大盛況のうちに終わった。

クラブとの信頼関係を深める

実はPRブースの設置はクラブ側から打診があったもので、場所も快く手配してくれた。クラブとの関係は着実に発展している。そのきっかけをつくったのが、大崎氏の上司でもある塙誠一課長補佐だ。もう一つの肩書きは茨城県サッカー協会技術委員で、国体選抜の総監督も務める。駒澤大学時代は関東大学リーグで、現在ヴィッセル神戸の和田昌裕監督(順天堂大学出身)、水戸ホーリーホックの柱谷哲二監督(国士舘大学出身)らとの縁を削り、同リーグで4年間全試合に出場して表彰された。卒業後は鹿島の前身の住友金属蹴球団でサッカーを続けるか悩んだそう。また、2002 FIFAワールドカップ日本／韓国では、日本組織委員会茨城支部でクラブとともに仕事をこなした。

サッカーというフィルターを持つ人材。かねてから「テレビで放映されるほど注目度の高いチャンピオンチームなのに、情報媒体として見ていない」ともったいなさを感じていた。07年に同課(当時は企画財政課)へ配属されると、市長の理解にも後押しされ、築いた人脈を生かしてアプローチをかけた。



塙誠一氏



県立カシマサッカースタジアムでフェアプレーフラッグベアラーを務めたあやめ娘と娘船頭
©潮来市

例を挙げれば、ホームゲームで年に一度開催される「ホームタウンデイズ潮来の日」を華やかにした。毎年PRブースを設置する程度だったが、08年からは100人がかり。「あやめ娘」とサップ舟を操る女性の「娘船頭」がフラッグベアラーを務めたり、市の花である「あやめ」の花束贈呈をするよう演出し、テレビ放送などを通じ潮来を全国へ発信した。「あやめ娘」は本来がたを履いており、当初はそのまま入場する構想だったが、芝を痛めないよう直前に草履に変更する工夫もあった。この後、アントラーズ選手の小学校訪問、クラブ広報誌「FREAKS」で小谷野選手が地元・潮来を紹介する企画が行われるなど、積極的な姿勢がクラブとの信頼関係を深めていった。

願いは地域振興ばかりではない。塙氏は「一番の思いは、ヨーロッパのようにサッカー文化を根付かせること。そしてアントラーズを愛してもらい来場者を増やすこと。現在のようにチームが強いときは足が向くが、そうでないときにホームタウンの力が試される。子どもから大人まで試合日待つ「わくわく感」を持ってもらえるようにしたい」と語る。

昨シーズン、鹿島のホーム平均入場者数は約2万1000人。リーグ5位で、約4万人の浦和レッズには遠く及ばなかった。同課で着目したのは子どもたち。「園児、児童らがサッカーに興味を持つことで、家族も巻き込んでいく」。今年、地元幼稚園児らのスタジアム見学を企画し、ロッカー室やウォーミングアップゾーン、ピッチへの入場口と、選手しか知らない視線を体験することで興味を誘った。小学校の全校児童応援も検討中だ。

「これからもいろいろな企画を打ち出していく」。地域とクラブが共栄する未来へ、潮来市は動き出している。

(茨城新聞社 今井 俊太郎)

「豊かで充実したスポーツ環境を実現し、地域に根差したスポーツクラブを中心に、日本にスポーツ文化を育む」ことを目指す「Jリーグ百年構想」のもと、Jクラブはそれぞれのホームタウンを中心に、さまざまな取り組みを行っている。そして、Jクラブの存在、活動は、地域とそこに暮らす人々に影響、刺激を与え、新たなムーブメントを生んでいる。Jクラブと手を携えながら、ともに歩む人々や、その活動を紹介するこのシリーズ。今号では鹿島アントラーズ、アビスパ福岡と連携した地域の取り組みにスポットを当てた。



12

アビスパ福岡



サッカーだけでなく、スポーツの普及。市民生活の一部としてクラブが定着

大事なのは市民への還元

ある日の昼下がり。福岡市内の小学校の校庭で駆け回る子どもたちの中に、大人が3人交っていた。アビスパ福岡のジャージーを身に着けていたのは、クラブのホームタウン推進部スタッフ。小学校や幼稚園など市内の団体を対象とした巡回型のサッカー教室「アビススクール」の真っ最中だった。

「子どもたちの笑顔がすごくいいんです」とほほ笑むのは、福岡市市民局文化・スポーツ部の副田武スポーツ事業課推進係長。アビススクールは2000年、同部がアビスパに委託する形で始まった。昨年度には192回も行われ、延べ1万2430人も参加した人気プロジェクトだ。



副田武氏

教えているのはサッカーだけじゃない。鬼ごっこや、ジグザグに走って他の人に会ったらじゃんけんをする「ジグザグじゃんけん対決」など、ボールを使わないゲームもある。「サッカーを教えるというよりも、体を動かす楽しさを教えてもらっている」と副田係長は説明する。

サッカーだけでなく、スポーツの普及。アビスパと福岡市がこう考える理由は、福岡の土地柄が関係している。1972年までは西鉄ライオンズ、89年からは福岡ダイエーホークス（現在の福岡ソフトバンクホークス）とプロ野球の球

団があった福岡は、少年野球も盛ん。さらにラグビーやバスケットボールなども小中高年代で全国のトップクラスに立っており、福岡を拠点とするトップチームもある。

「サッカーの興行だけだと『何で一つのスポーツを応援するんだ』という話になってしまう。大事なことは市民にどれほどの還元ができるのかということで、アビスパの活動は青少年の健全育成と市民スポーツの普及を目指しているので支援がしやすい」と副田係長は強調する。

事業が始まった当初、市民の反応は冷たかった。アビスパは一からつくり上げてJリーグ入会までたどり着いた他のクラブと違い、95年に静岡県藤枝市からJFLの「藤枝ブルックス」を誘致し、翌年Jリーグに入会した異色の経歴がある。このため市民生活にアビスパは、浸透しきれていなかった。

2002年、福岡市東区の地域振興課で地域のスポーツレクリエーションの活動を支援していた副田係長はアビススクールの普及にも取り組んでいたが、子どもたちの反応にがくぜんとした。「サッカーをしていた子はともかく、それ以外の子は『アビスパって何?』と知らなくて。サッカーチームと教えても『あ、そう』としか答えてくれなかった」。

それでも小学校や幼稚園、さらには子ども会や公民館などにも足を運び、体を動かすことの楽しさを伝えるという活動理念を訴えた。すると一度参加した人たちはリピーターとなり、評判は

口コミでも広まっていった。「今は鬼ごっこをする場所もない。スポーツって遊びなんだという、社会に欠けているものを欲しがっていたのかもしれない」。同課の大野康光課長はこう分析する。



大野康光氏

さらに広がる普及の輪

アビススクール以外にも、親子参加型のサッカー教室やシニア健康促進事業、校庭や園庭に芝生を植える「アビ芝プロジェクト」など、福岡市が積極的に推し進めるアビスパのホームタウン活動は多岐にわたり、延べ参加人数は9万人を超える。Jリーグの全クラブを通じて、5本の指に入る参加者数に上る。

最近では公民館の餅つき大会など、地域のイベントにアビスパの選手を呼ぶよう求める声が増えてきたという。さらには、ホームタウン活動の参加団体が自主的にバスを用意し、レベルファイブスタジアムに足を運ぶ動きも出てきた。

「サッカー文化がなかった地域にクラブを根付かせることができてきた」と副田係長。大野課長も「市民生活の一部としてアビスパが定着してきた。藤枝からクラブがやってきて16年。福岡の人たちは大きく変わってきている。スポーツの大切さをもっと植え付け、元気な福岡にしたい」と意気込む。09年には福岡市体育協会とも協力し、福岡ソフトバンクホークスやなでしこリーグの福岡J・アンクラスなど、福岡に拠点を置くさまざまなトップチームが集まり、いろんなスポーツを楽しむイベント「スタージャンプ福岡」を開始。普及の輪をさらに広げようとしている。

他クラブが県リーグから地域リーグ、JFLと昇格する間に苦しみながら地域密着を進めてきた中、福岡はJリーグで16年間戦いながら、ようやく市民生活にクラブが浸透しつつある。クラブの今シーズンのスローガンは、市民全員が力を合わせてJ1で戦おうという決意を表した「『福岡力』フクオカザカラ～Run with the ALL～」。

地道にまいてきた普及という種がこれから花を咲かせ、きっとJ1で戦うクラブを支えていく大きな力となるはずだ。

(西日本新聞社 末継 智章)



体を使う楽しさを教えるアビススクール。子どもたちの笑顔がはじける

©アビスパ福岡

Jリーグ特命PR部の社会貢献活動

カンボジアで出会った子どもたちの笑顔

Jリーグ メディアプロモーション ◎ 山下 修作



Jクラブのウエアを身に着けたトロバイク小学校の子どもたち。学校は花が咲いたように明るくなった

サポーターの熱い気持ち

Jリーグは、昨年7月にJリーグとサッカーの魅力を一人でも多くの人に広めていくためにTwitterやブログで日々、情報発信をしている人たちに部員となってもらい、PR活動をしていく「Jリーグ特命PR部」をスタートさせた。部員は、Jリーグ特命PR部から出されるさまざまなミッションをクリアしていきながら、Jリーグの魅力をともにPRしてくれている。そして、部員は同12月の時点で3,800人近くになった。この部員たちが一つになり、Jクラブのサポーターならではの横の連携を持った社会貢献活動ができないかと考えた末に、出されたミッションが「アジアの子どもたちにJクラブのウエアを届けよう」というものだった。

そして昨年12月、Jリーグ特命PR部のホームページで「あなたの応援するクラブのレプリカユニフォームやコンフィットシャツを送ってください」と告知。さらに部員のTwitter、ブログを通じて多くの人に広めてもらった。当初の「本当に送ってきてもらえるのか」という心配も、取り越し苦労に終わった。年末までに部員とそれ以外の方々を合わせて137人から、451枚ものウエアが届いた。全てを合わせると段ボール8箱分、総重量は91.3キロにもなった。それぞれのウエアには気持ちのこもった手紙やメッセージが添えられ、皆さんの熱い気持ちに感動するとともに、「何とんでも無事に届けなければ」と責任感を新たにした。

世界一カラフルな小学校

ウエアの寄付先は、すでに日本サッカー協会がボール寄贈などによる支援を行っていた関係もあり、カンボジアに決まった。具体的には、NGO「トロバイク小学校応援団」の代表である中村利夫氏が熱心に支援活動を行っている同小学校が選ばれた。

集まったウエア類を確実に子どもたちに届けるために、わたしが現地入りすることになった。前述のような多量の物資をスムーズに現地へ運ぶために、活動の趣旨に賛同してくれた関係諸機関の協力を忘れるわけにはいかない。日本サッカー協会、在カンボジア日本大使館、カンボジア内務省、タイ航空などのご尽力により、1着も欠けることなく、目的の小学校へ持参することができた。

トロバイク小学校に到着したことし1月27日は、休校日であったが、約400人の全校生徒のほとんどが登校した。最初は「一体何があるんだろう」という興味深げな子どもたちも、段ボールの中から取り出したユニフォームが配布されると、一斉に表情が輝いた。全員がすぐに袖を通すと、地味な色合いだった教室は38のJクラブ(2010シーズン時点の37クラブと横浜フリューゲルス)のカラーでパッと明るくなった。そして皆、笑顔で校庭に出て、思い思いに走り始めた。この瞬間、同校は世界で一番、カラフルな小学校になった。うれしそうな子どもたちの笑顔の前に、胸に込み上げてくるものがあった。

Jリーグが持つ可能性と力

トロバイク小学校のあるトロバイク村は、電気、ガス、水道などは一切なく、雨風が辛うじてしのげる程度の家も多い、非常に貧しい地域だった。子どもたちはサンダル履きだが、はだしの児童もいた。そんな状況下に暮らしている子どもたちが、送ってもらったユニフォームを大事そうに笑顔で受け取る姿を見て、ささやかな活動だが、Jリーグ、サッカーが持つ可能性、力をあらためて実感することができた。

日本でユニフォームを提供していただいた方々の気持ちにも胸を打たれた。ウエアは着なくなった不要品というより、今まで大切に保管していた思い出の品。添えられた手紙には「自分の宝だったからこそ活かしてほしい」、「子どもが小さいときに着ていた大切な物だからこそ役立ててほしい」といった期待がつづられていた。

われわれが関わっているJリーグ、Jクラブは、こうした熱い気持ちを持ったファン・サポーターに支えられているということを再認識した。帰国直後、Jリーグの「2011新人研修」において、今回の経験を新人選手たちに話す機会を設けていただいた。「こうした人々に支えられて、あなたがたは今後、プレーしていくのです」と話すと、選手たちも真剣に耳を傾けてくれた。

カンボジアで出会ったのは、素直な喜び、純粋な笑顔。こうした笑顔を国内外に一つでも多く増やすことが、「スポーツで、もっと、幸せな国へ。」という「Jリーグ百年構想」掲げるJリーグの大切な使命の一つではないだろうか。



国内外でこうした笑顔を増やすこともJリーグの大切な使命

※この記事は東日本大震災の影響による特別編集態勢のため、掲載が延期されていました。

