

# 地方Jリーグクラブが目指すべき地域発展

明治大学経営学部公共経営学科

4年4組5番 1740150241

井澤 一穂

## 目次

1. はじめに
2. 藤枝市について
  - 2-1 藤枝市について
  - 2-2 プロクラブの誕生
3. Jリーグ百年構想とは
  - 3-1 Jリーグ百年構想について
  - 3-2 ホームタウン
  - 3-3 ホームタウン活動のジャンル
  - 3-4 各クラブのホームタウン活動
4. 川崎フロンターレのホームゲームから見る事例
  - 4-1 対象としたゲームについて
  - 4-2 陸前高田市との交流
  - 4-3 まとめ
5. 藤枝市の取り組みについて
  - 5-1 サッカーのまち藤枝ドリームプラン
  - 5-2 現状と課題
6. 藤枝市の更なる地域発展のために

## 1. はじめに

筆者は静岡県藤枝市出身であり筆者自身も小学校からサッカーをプレーしていた。小学校の時からサッカーはとても身近な存在であった。後に述べるがそんな環境で生活してきた筆者の環境にプロクラブが設立された。サッカー経験者の中ではサッカーでとても有名な街である藤枝市にプロクラブが出来て2018年で約4年が経つ。静岡県は全国的に見てもサッカーが盛んな地域であり、その静岡県内でも藤枝市は特に盛んな地域である。そんな地域にあるクラブは今後藤枝市や周辺市町、そして静岡県のサッカーを盛り上げていく必要があるのではないかと筆者は考えている。

Jリーグが日本に発足し約四半世紀が経ちチーム数もかなり増えてきた。筆者の地元にも「藤枝 MYFC」というチームが出来た。発足当初のような熱気はJリーグ全体からはあまり感じられないが、チームを個々に見てみると毎試合スタジアムが満員のチーム、一方スタンドの空席が目立つチームとチームごとの格差のようなものが出てしまっているように思える。そこで筆者は「地域発展の方法もチームそれぞれの地域に適した方法が存在しているのではないかと考えた。この論文ではチームそれぞれの地域に適した地域発展の方法を実際の例から模索し、藤枝 MYFC にとって適した方法は何かというものを考察していきたい。

ビジネスにおける最大の目的は利益の最大化である。しかしながら広瀬(2000)によるとスポーツビジネスはそれと同時に①公共心の育成、②高齢者医療費の軽減、③犯罪防止、④経済効果、⑤地域振興の五つがスポーツビジネスの目的、使命であると挙げておりここからスポーツは市民と社会を繋ぐ機能を持っているということが出来るだろう。また谷塚(2008)によると①興行、②普及、③育成の三つをミッションとして挙げており、

①興行: プロスポーツである以上試合に観に来てもらいその入場料収入を得ることは全世界的に共通の事業であり、これがプロスポーツの主たる目的である。

②普及: 試合に足を運んでもらうためには、広くその競技を知ってもらう必要がある。特に、子供たちに知ってもらうことは、将来的に競技人口が増え、その競技の視野が広がることになる。

③育成: 世界に通用する選手を育てることが、クラブを強くし、クラブの人気を左右する、ひいてはクラブの発展、日本スポーツ界の発展につながるようになる。としている。

Jリーグはドイツのプロサッカーリーグを参考にして1993年に設立された。「サッカーの普及と向上」、「スポーツ文化の振興および国民の心身の発達」、「国際社会における交流」の三つの理念を掲げており、Jリーグは上記で述べた広瀬や谷塚の述べているスポーツビジネスの目的、使命に合致していることが分かる。

この論文ではまず次の章で筆者の地元である静岡県藤枝市についての説明と藤枝市にプロクラブを作ろうとした経緯について述べる。次にJリーグが公式に掲げているスローガンである「Jリーグ百年構想」について述べそのスローガンのもと各クラブがどのような活動を行い地域発展を行っているかを述べる。またJ1からJ3までのクラブのホームタウン活動を分析し数値化する。そして実際に筆者が成功していると感じるクラブを2チーム取り上げて特徴的だと思う点について述べていく。最後に成功している事例などから藤枝MYFCがより発展していくために最適な方法は何かについて考えていこうと思う。

## 2. 藤枝市について

### 2-1 藤枝市について

静岡県藤枝市は静岡県中部地域に位置し、人口は14万人ほどで静岡市のベッドタウンとして機能している街である。大きな街とは言えないが、この街はサッカーで有名な街である。プロサッカー選手を多く輩出しており最近だと前日本代表キャプテンの長谷部誠選手(フランクフルト・ドイツ)が有名であり少し遡れば現ジュビロ磐田監督の名波浩氏、元日本代表の中山雅史選手(現アスルクラロ沼津)など数えきれないほど選手を輩出している街である。

その昔藤枝市には社会人チームの「中央防犯」というチームが存在していた。1982年に元日本代表の菊川凱夫が監督に就任するとチームは県中西部二部リーグからわずか7年後の1989年日本リーグ一部へ昇格し、チーム名もプロ化を目指すため「中央防犯」から「藤枝ブルックス」へ改称した。<sup>1</sup>しかし本拠地であった藤枝市民グラウンドの改修困難、新たに建設していた藤枝総合運動公園サッカー場の完成が2002年ということもありチームは福岡市に移転し福岡ブルックスとなった(現アビスパ福岡)。

他にも藤枝市がサッカーで有名だといわれる所以は高校サッカーである。上記で述べた長谷部誠選手や中山雅史選手は静岡県立藤枝東高校出身で、藤枝東高校はまだサッカーが日本にあまり広がっていないころから校技としてサッカーを選定しており、国体では藤枝東高校のグラウンドが試合会場に定められ、昭和天皇が藤枝東高校のグラウンドでサッカーをご覧になった歴史もある。現在でも入学する男子生徒は全員入学時にサッカーのスパイクを買うことが義務になっているほどサッカーが盛んな高校であり、地元のサッカー少年が憧れる高校の一つである。また、藤枝東高校サッカー部には熱狂的なファンも存在しており練習試合であっても高校のスタンドにファンが訪れるほどである。2006年に藤枝東高校が全国サッカー選手権大会で準優勝を

---

<sup>1</sup> 藤枝市役所「新たな社会人チームの躍進 JSLの舞台へ 藤枝市役所・中央防犯」  
[http://www.city.fujieda.shizuoka.jp/soccer/digital\\_museum/ashiato/1449745325214.html](http://www.city.fujieda.shizuoka.jp/soccer/digital_museum/ashiato/1449745325214.html)  
(2018年11月12日閲覧)

した際のパレードでは街の中心の沿道には多くの市民が選手を祝福した。男子サッカーだけでなく女子サッカーもまた盛んである。藤枝順心高校は全国大会常連であり全日本高校女子サッカー選手権大会には 14 大会連続 14 回の出場、第 15 回と第 24 回大会で優勝しており 2017 年末から 2018 年初めに開催されたの第 26 回全日本高校女子サッカー選手権大会で三回目の優勝を収めている。

## 2-2 プロクラブの誕生

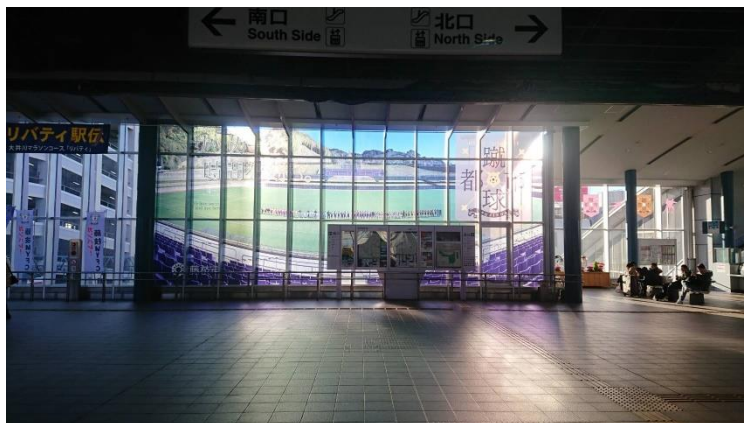


写真1 藤枝駅構内(筆者撮影)

藤枝市も「サッカーのまち ふじえだ」という標語を掲げ藤枝駅前や藤枝駅構内には多くの旗やポスターが掲げられている。そんな藤枝市に 2009 年 J リーグ入りを目指す「藤枝 MYFC」というクラブが創設された。創設当初のチームスローガンは「藤枝から J へ 藤枝から

世界へ」であった。当時の東海社会人リーグの静岡 FC と合併し、その後そのリーグで好成績を収め 2013 年には 2014 シーズンからの J3 リーグへの加盟が決定され正式に藤枝市から念願のプロサッカークラブが誕生した。しかしながらライセンスの関係もあるものの 2018 年現在藤枝 MYFC は J3 リーグから J2 リーグに昇格はしていない。街のサッカーに対する盛り上がりもそれほど高まっていないと筆者は感じている。藤枝 MYFC が設立された当初から私は「地元藤枝から遂に J リーグのクラブが出来る」ととても期待しており、「サッカーで街づくりをしたい」、「サッカーで藤枝市を盛り上げたい」と思わせてくれたクラブである。

第一章でも述べたがこの論文ではサッカーで街づくりを成功させ盛り上がりを見せているクラブを実際に分析し、藤枝 MYFC が中心となって藤枝市を盛り上げていくにはどのようなことが必要なかを考察していきたいと考えている。成功するクラブにはその土地にあった戦略が必ず存在していると筆者は考えている。その要素はその土地ならではのものを取り入れていたり県民性など様々なものが絡まっていたりすると思うが、藤枝 MYFC にはどのような要素が必要になってくるのだろうか。まず J リーグが公式にスローガンとしている「J リーグ百年構想」について述べていく。

### 3. Jリーグ百年構想とは

#### 3-1 Jリーグ百年構想について

Jリーグ百年構想とはJリーグが公式にサッカーを通じて街づくりをしていくことを決めたスローガンである。このスローガンはJリーグが発足した1993年ではなく1996年シーズンの開幕に合わせて作成された。宇都宮(2018)によるとこのスローガンを作成したのは当時入社4年目の広告代理店電通の社員だという。<sup>2</sup>

Jリーグ公式サイトによると具体的には「あなたの町に、緑の芝生におおわれた広場やスポーツ施設をつくること」「サッカーに限らず、あなたがやりたい競技を楽しめるスポーツクラブをつくること」「『観る』『する』『参加する』スポーツを通して世代を超えた触れ合いの輪を広げること」<sup>3</sup>と記されている。この構想を解釈するとサッカーを中心として様々なスポーツをすることで交流を深めるということだと筆者は考えている。例えば実際にアルビレックス新潟を見てみるとプロサッカークラブを中心にアルビレックスの名前を使用し女子サッカー、陸上競技、チアリーディングなど様々なスポーツクラブを設立し総合型の地域密着スポーツクラブとして展開をしている。このように様々なスポーツクラブを設立し地域住民がスポーツを「観る」「する」「参加する」機会をもたらしている例がある一方で、川崎フロンターレをみてみると試合前に競技場外のスペースを「川崎フロンパーク」と命名しそこで様々なイベントを開催しサポーター同士の交流を深めたり、子どもがサッカーだけでなくラグビーなど他のスポーツに「参加する」機会を設けたりすることでこのスローガンを実行したりしている例もある。この川崎フロンターレの取り組みについては実際に筆者が現地に足を運び感じたことについて後述述べたいと思う。

#### 3-2 ホームタウン

Jリーグのクラブにはそれぞれホームタウンというものが設定されている。Jリーグ規約第21条第1項によると「Jクラブは、理事会の承認を得て特定の市町村をホームタウンとして定めなければならない」と記されており、また同条第2項によると「Jクラブはホームタウンと定めた地域で、その地域社会と一体となったクラブづくりを行いながらサッカーの普及、振興に努めなければならない」<sup>4</sup>と決められているのである。例えば上記で述べた藤枝MYFCの場合、ホームタウンは藤枝・志太榛原地域とされて

---

<sup>2</sup>Sportsnavi -1996年「百年構想」誕生秘話<前編>シリーズ 証言でつづる「Jリーグ25周年」 <https://sports.yahoo.co.jp/column/detail/201808250003-spnavi> (2018年11月12日閲覧)

<sup>3</sup>Jリーグ.jp -Jリーグ百年構想とは <https://www.jleague.jp/aboutj/100year.html> (2018年10月20日閲覧)

<sup>4</sup>Jリーグ.JP-ホームタウン活動 <https://www.jleague.jp/aboutj/hometown/> (2018年12月16日閲覧)

おり藤枝市を中心とした4市2町の約50万人が対象である。<sup>5</sup>このようにホームタウンを設定し、ホームタウン地域の住民に愛されるクラブにしていくためにする活動が存在しているがこれを「ホームタウン活動」と呼ぶ。このホームタウン活動はクラブによって様々な特色が出るが、多くのクラブで実施されているのが選手による小学校等への訪問やサッカー教室、イベントへの出演などが挙げられる。これらの活動は間接的には収益に結び付くこともあるものの、ビジネスとして行っているのではなくホームタウン地域へと貢献をすることが主な目的である。このような活動を通してサポーターと選手、クラブとの距離を縮めることでスタジアムに足を運ぶきっかけにもなるだろう。

またJリーグのクラブ名は「地域名+愛称」にすることが決められており、ここからもJリーグのクラブが中心になって地域貢献や街づくり、クラブが地域に根付いたものになっていくというJリーグの思いが感じられる。

### 3-3 ホームタウン活動の活動ジャンル

2013年Jリーグによるホームタウン活動報告が行われた。この調査は2013年の1月から12月にJリーグクラブに所属する選手や監督がホームタウン活動に参加した状況を調査したものである。

ホームタウン活動は学校訪問、ファンサービス、サイン会・トークショー、サッカー教室・イベント、表敬訪問、地元イベント、福祉活動、集客活動、スポンサーイベント、支援団体・ボランティア関連活動、チャリティーイベント、スポーツ教室・イベント、環境活動、講演、その他の15の項目に分かれている。表1によると2013年のホームタウン活動で一番多くの割合を占めているのが学校訪問で20.9%、続けてファンサービスが17.2%、サイン会・トークショーが12.4%、サッカー教室・イベントが11.5%、表敬訪問が9%、地元イベントが6.3%、福祉活動が6.1%、集客活動が2.7%、スポンサーイベントが2.4%、支援団体・ボランティア関連活動が2.3%、チャリティーイベントが1.6%、スポーツ教室・イベントが1.2%、環境活動と講演が並んで0.5%、その他が5.5%となっている。

年ごとに見てみると学校訪問、ファンサービスがホームタウン活動の軸となっていることが見て取れ、学校訪問では子ども達に「夢教室」でプロ選手が夢を持つことの大切さを語ったり、選手と子ども達の距離を縮めたりすることが主な活動である。また、子ども達を将来のファン、サポーターと考えた時スポーツマーケティング的な観点からすると、入場料収入というのはクラブの収入源として経営の大部分を占める重要な要因であるため、かなり重要な活動となってくるということが考えられる。そしてファンサービスも学校訪問と同じような側面を持っていると筆者は考えている。学校訪問では子どもが対象となるが、ファンサービスは大人が主な対象となると思う。ファンサービスで特定の選手や監督などからサインをもらったり、写真を撮ったり、少しでも会話をした

<sup>5</sup> 藤枝 MYFC-クラブ/選手 <http://myfc.co.jp/club/> (2018年10月20日閲覧)



りすることで選手個人を応援することへのきっかけに繋がり、選手個人のグッズの売り上げ増加が見込まれこれもまたクラブの収入源の一つとして数えることが出来る。

筆者が特に強調したい点はサッカー教室・イベントがホームタウン活動の上位にきているという点である。これはJリーグ百年構想にある『『観る』『する』『参加する』』スポーツを通して世代を超えた触れ合いの輪を広げること』を主に実行している活動であるということが出来る。各クラブのホームタウン活動を見てみると、サッカー教室も幼稚園児などの子ども達を対象としたものから、高齢者を対象としたもの、また障がいを持っている人のための教室など多岐に渡っている。



表1 ホームタウン活動(Jリーグ公式サイトより引用)

<https://www.jleague.jp/aboutj/hometown/report.html>

(2019年1月7日閲覧)

### 3-4 各クラブのホームタウン活動

ホームタウン活動は多岐に渡って活動が行われているものである。J1からJ3に所属している各クラブのホームページに記載されているホームタウン活動についてまと



めたので詳しく見ていこうと思う。ホームページに記載がなかったクラブおよび J3 に所属している U-23 クラブについてはここではまとめていないため、対象は J1 から J3 に所属している 46 チームとする。



山形	水戸	栃木	大宮	千葉	東京	甲田	横浜	甲府	熊本	新潟
ふれあいフィールド		ゆめプロジェクト	ホームゲームで地元商品の販売	チーム巡回	地域イベントへの参加	サッカー教室	サッカー教室	ホームタウンファンクスター	キャリア新卒授業	
サッカースクール		商店街探検活動への協力	サッカー教室	サッカーの普及	サッカーへの参加	ファミリーデザイン	ストリートチルドレン教室(高齢者向け)	地域イベントへの参加	幼稚園探検巡回指導	
夢工房		トッペンダンス	地域イベントへの参加	イベント	スポーツアカデミー	絵本読み聞かせ	募金活動	支援学校訪問	白鷺白足発表	
県庁前中PTの活動		アクティブシニアプログラム	公共機関との連携	ジェニアキャンプ		フットサルパーク	学校訪問	病院訪問	健康推進プロジェクト	
地域イベントへの参加		サッカー教室	サッカースクール	自主大会		ふれあいサッカー	放課後キッズクラブ	ヴァンダスフェスティバル	義演、直、ろう学校	
介護予防事業		足腰健康事業	障がい者サッカー大会の開催	おとどけ隊			地域イベントへの参加	スポーツ教室	病院、老人ホーム訪問	
細田再建事業		地域イベントへの参加	ろう学校への選手訪問	指導者講習会			交通安全運動	小学校訪問	緑化計画	
食育		各種施設への訪問						食育	地域イベントへの参加	
交通安全								国際交流活動	スポンサー企業との協働	
ボランティア活動								サッカー教室		
募金チャリティ活動										
視察探検活動										
プロスポーツ交流										
文化交流										

金沢	岐阜	京都	岡山	山口	讃岐	徳島	愛媛	福岡	熊本	大分
キッズキャラバン	地域イベントへの参加	スポーツアカデミー	サッカー教室	サッカー教室	部活指導	地域イベントへの参加(何段階)	小学校、幼稚園訪問	健康教室	ファン感謝祭	地域イベントへの参加
ホームタウンファンクスター	チラシ配布、街頭PR	健康アカデミー	サッカー観戦	地域イベントへの参加	地域イベントへの参加	表彰訪問	街中清掃活動	県民交流会		小学校訪問
学校訪問	交通安全、人権啓発	児童養護施設訪問	地域イベントへの参加	ご当地新選手PR活動	サッカー教室	こども園訪問	1市町1選手応援事業		父子ふれあい料理教室	
地域イベントへの参加	サッカー教室	スポーツ大会開催	小学校との関わり		学校訪問		マッチングママタウン計画		父子ふれあいサッカー教室	
	高齢者向け体操教室	サンガつながり隊			幼稚園訪問				人権啓発	
	特別支援学校訪問				Uターン就職率向上企画					

表 3 J2 クラブのホームタウン活動一覧 (筆者作成)

盛岡	秋田	福島	草津	横浜	相模原	長野
	教育プロジェクト		介護予防事業		障がい者スポーツ講座	
	ふれあい地域活動		学校		地域イベントへの参加	
			地域イベントへの参加		表敬訪問	
			市町村PRデー			
			各種啓発活動			

富山	藤枝	沼津	鳥取	北九州	鹿児島	琉球
学校訪問	学校訪問	学校訪問	復活！公園遊び	ギラヴァンツ&元キッズプロジェクト	学校施設訪問	特別支援学校訪問
地域イベントへの参加	オンラインサッカー教室	高齢者向け健康増進教室	普及巡回活動	地域イベントへの参加	地域イベントへの参加	サッカー教室
サッカー教室			熱血！「G魂先生」	環境ボランティア	サッカー教室	PR活動
表敬訪問		地域イベントへの参加	ホームタウンデー	啓発活動	鹿児島島の温泉、銭湯PR	
			地域イベントへの参加	社会福祉施設訪問	バスツアー事業	
				介護予防事業		
				障がい者支援		
				サッカー教室		
				幼稚園、保育園巡回		
				スポーツイベント		

表 4 J3クラブのホームタウン活動一覧 (筆者作成)

2013年の調査でも多くの活動が報告されていた学校等への施設訪問は筆者の調査でも30チームが行っており依然としてホームタウン活動のメインとなっていることが分かる。しかしながら筆者の調査で一番多く確認が出来たのは地域イベントへの参加であり33チームが行っていた。ここからはクラブがホームタウン地域と共に歩いていくという意識が表れているのではないかと思われる。続けてサッカー教室が26チームと多くなっている。サッカー教室もクラブによっては親子で行うもの、ブラインドサッカー教室を行うもの、シニアサッカー教室、女子サッカー教室など多岐に渡っていた。他には少子高齢化社会ということもあってか介護予防や高齢者向けの運動教室、健康増進講座といったものが見受けられ14チームが活動を行っていた。他に共通して多く見られるのは環境保護活動で9チーム、復興支援・募金活動で8チーム、食育で7チームであった。環境保護活動で特徴的であったのはモンテディオ山形である。山形県といえば日本有数の米の産地である。そのため棚田の再生事業を行っており山形県ならではの活動であるということが出来る。

### 3-5 まとめ

このように各クラブホームタウン活動を見てみると共通した活動が多く見受けられるものの、その中身はクラブの地域の特色が出ているものも存在することが分かった。特に湘南ベルマーレのビーチサッカー教室、トライアスロンクリニックは湘南という地域の特性を生かしたホームタウン活動であるということが出来る。他にも愛媛FCの1市町1選手応援プロジェクトのように他のクラブには見受けられないそのクラブならではの活動も存在している。この活動は愛媛FCによると「県下20市町にそれぞれ応援する特定の選手を決めて、その市町は決まった選手をとにかく応援する！そして、選手もその地域のイベントなどに参加して交流を深める！といった事業」<sup>6</sup>である。この授業主は愛媛県であり愛媛県は「シーズンをとおして、市町がそれぞれに愛媛FCの特定選手を応援するとともに、選手も応援してくれる市町のPRやイベント等に参加することにより、住民が一体となって愛媛FCを応援する機運を醸成し、住民活力の向上や選手と住民の交流による新たなつながりを形成していくことで地域の更なる活性化の推進と愛媛FCへの住民の関心を高めていくことを目的」としている。<sup>7</sup>また、J2カマタマーレ讃岐のUターン就職率向上企画というものもあり、首都圏への人口流出が問題となっている地方のクラブとして若者に戻ってきてもらうという特徴的な活動を行っているクラブもある。

---

<sup>6</sup> 愛媛FC・1市町1選手応援事業 <http://ehimefc.ecgo.jp/page0175.html> (2019年1月7日閲覧)

<sup>7</sup> 愛媛FC・1市町1選手応援事業 <http://ehimefc.ecgo.jp/page0175.html> (2019年1月7日閲覧)

サッカークラブが行っている活動であるが社会問題の解決を目指したりホームタウンや地域全体で行政と連携してクラブを応援する機運を高めたりホームタウンにおけるJクラブの活動は幅広いものでなければならず、そのホームタウンにおいて大きな影響力を持っているということが分かった。

## 4. 川崎フロンターレのホームゲームから見る事例

### 4-1 対象としたゲームについて

筆者は2018年12月1日に川崎市の等々力競技場で開催された2018明治安田生命J1リーグ第34節川崎フロンターレ対ジュビロ磐田の試合を訪れ、川崎フロンターレがホームゲーム時に行うイベントについて調査を行った。川崎フロンターレのホームスタジアムである等々力競技場で行われるイベントは「川崎フロンパーク」と名付けられており川崎フロンターレのサポーターだけではなくジュビロ磐田のサポーターの姿も多く見受けられた。

ここで対象とした試合では岩手県陸前高田市とコラボした「陸前高田ランド冬」というイベントが行われていた。川崎フロンターレのホームページを見てみると陸前高田市の名産品を使用した飲食店が出店していたり、三陸地域で名物の「餅まき」の開催や陸前高田市のショップとコラボをした川崎フロンターレのグッズが販売されていたりと陸前高田市に足を運ばなくても現地を楽しむことが出来る内容となっていた。<sup>8</sup>

今回のホームゲームイベントは「陸前高田ランド冬」であったが、川崎フロンターレの強みはイベントの企画力であると筆者は感じている。今回が「冬」ということはもちろん「春」も4月14日に開催されている。他にも川崎フロンターレが夏季にキャンプを行っている北海道七飯町の物産展の開催<sup>9</sup>、女性の方もスタジアムに来てもらいサッカーの観戦を楽しんでもらうための企画「Are You Lady!」<sup>10</sup>、川崎市内も通っている東急電鉄とコラボした「2018川崎の車窓から～東急グループフェスタ～」<sup>11</sup>など様々なイベントを開催して集客力をあげている。この「2018川崎の車窓から～東急グループフェスタ～」を少し詳しく見てみると、かつて東急田園都市線を走っており現在長野県上田電鉄で使用されている車両の展示、東急バスと川崎フロンターレがコラボしたラッピ

---

<sup>8</sup> 川崎フロンターレ-12/1 磐田「陸前高田ランド冬」開催のお知らせ  
[https://www.frontale.co.jp/info/2018/1119\\_6.html](https://www.frontale.co.jp/info/2018/1119_6.html) (2018年12月15日閲覧)

<sup>9</sup> 川崎フロンターレ-8/5 横浜 FM「ホームゲーム開催情報」について  
[https://www.frontale.co.jp/info/2018/0730\\_19.html](https://www.frontale.co.jp/info/2018/0730_19.html) (2018年12月15日閲覧)

<sup>10</sup> 川崎フロンターレ-8/5 横浜 FM「Are You LADY! (アーユーレディ)」DAY!のお知らせ  
[https://www.frontale.co.jp/info/2018/0723\\_7.html](https://www.frontale.co.jp/info/2018/0723_7.html) (2018年12月15日閲覧)

<sup>11</sup> 川崎フロンターレ-8/15 鳥栖「2018川崎の車窓から～東急グループフェスタ～」開催のお知らせ  
[https://www.frontale.co.jp/info/2018/0730\\_15.html](https://www.frontale.co.jp/info/2018/0730_15.html) (2018年12月15日閲覧)



ングバスのお披露目、その他電車やバスに関連した体験を行うことが出来るイベントである。地元の企業である東急電鉄とコラボを行っているこのイベントを見ても川崎フロンターレが地域に密着しているクラブということが考えられる。また2017年のイベントを見てみると「川崎フロンターレが指定管理者として運営している富士通スタジアム川崎をより多くの方に知ってもら」うためにアメリカンフットボールチーム「富士通フロンティアーズ」とコラボをしてアメリカンフットボールに触れることが出来るイベントも存在していた。

川崎フロンターレの強みは地元の企業と良い関係性を築いており、共同してイベントを行うことが出来る企画力であると筆者は考える。地域密着というJリーグの理念に基づきチームは地元を大切にし、企業はチームの活動に理解を示し、サポーターがそれに参加するというクラブ、企業、サポーター三者の関係が良好であると言え、Jリーグの理念を最も体現しているクラブと筆者は考えている。

#### 4-2 陸前高田市との交流



なぜ神奈川県の川崎フロンターレのイベントで陸前高田市のものが行われているかという  
と、2011年の東日本大震災をきっかけに川崎フロンターレが「支援はブームじゃない」(図1参照)をスローガンに復興支援を始めた。川崎フロンターレは「活動が一過性でなく、被災地の復興の目処が経つまで継続性を持って行うことが重要と考え、中長期的な支援計画「Mind-1 ニッポン プロジェクト」を2011年3月に立ち上げ、クラブ、そしてクラブに携わる 全ての皆様と力を合わせて継続的に支援活動を実施<sup>12)</sup>している。2015年には陸前高田市と川崎フロンターレは友好協定を結んでおり(図2参照)、授業の教材が足りないという陸前高田市の教師からの連

絡を受けた川崎市の教師が川崎フロンターレに問い合わせ、川崎市内の小学校で配布されている「フロンターレ算数ドリル」を被災地に配布したことから以降交流が盛んである。

このようなきっかけが存在していることからこの試合で「陸前高田ランド冬」が行われた。今回のイベントでは陸前高田市のご当地グルメを販売している店舗が多く、他に

<sup>12</sup> 川崎フロンターレ - Mind-1 ニッポン [http://www.frontale.co.jp/mind1\\_nippon/](http://www.frontale.co.jp/mind1_nippon/) (2018年12月1日閲覧)

は岩手県盛岡市に本拠地を置く J3 リーグ グルージャ盛岡 がブースを設置していた。その中でも筆者が気になったのは上記に挙げた「Mind-1 ニッポンプロジェクト」の活動報告を行っていたコーナーである。東日本大震災以降、J リーグ や選手会などを中心に各クラブで募金活動やチャリティーイベントを開催していたが、年月が過ぎ当時に比べるとそのような試みも若干風化してきているように思える。しかし、川崎フロンターレは「Mind-1 ニッポンプロジェクト」という独自のプロジェクトを立ち上げ中長期的な活動を行っているのである。この活動が毎年行われていることとその活動についてどのようなことが行われているのかが年別に紹介されていた。各年のバナーを撮影してきたので以下で紹介する。



写真3 陸前高田市と友好協定を締結した川崎フロンターレ(筆者撮影)





写真4 2011年の活動(筆者撮影)



写真5 2012年の活動(筆者撮影)



写真6 2013年の活動(筆者撮影)



写真7 2014年の活動(筆者撮影)



写真8 2016年の活動(筆者撮影)



写真9 2017年の活動(筆者撮影)

どの年でも共通してみることが出来るのは「川崎修学旅行」、「陸前高田訪問」である。「川崎修学旅行」は陸前高田市の被災した子どもを川崎フロンターレのホームゲームに招待するものである。また「陸前高田訪問」で選手が継続的に陸前高田市を訪問して交流を深めている。震災が発生した2011年には選手が被災地を訪問し復興支援を行っておりとても迅速な行動をしている。

#### 4-3 まとめ

第4章では川崎フロンターレを事例にJ1のクラブが行っている地域貢献活動やホームタウン活動、ホームゲーム開催時のイベントについてみてきた。第3章で述べたJリーグ百年構想のスローガンや各クラブが設定しているホームタウン活動に基づいて見ると、サッカーを「観」に来た人がサッカーを以外の競技に触れる機会がある。そして、クラブはサッカーを通じて企業、サポーターと共に街をつくっていく、またクラブの周辺地域ではない地域との繋がりを新たに作っていくきっかけとなるものであった。一サッカークラブの活動が遠く離れた地域との繋がりを保ってくれているのである。このことから川崎フロンターレが行っているホームタウン活動はJリーグが公式に掲げている考えにのっとりそれ以上の活動を行っていると考えられるだろう。実際に川崎フロンターレはJリーグが行っている観戦者調査の結果において2010年から7年連続で「ホームタウンで大きな貢献をしているクラブ」第一位として評価されている。2017年の観戦者調査の結果を項目別に見ていくと「Jクラブは、ホー



ムタウンで大きく貢献している」で「大いに当てはまる」「当てはまる」が 96.1%、「Jクラブがそれぞれの地域で大きな役割を果たしていると感じている」で「大いに当てはまる」「当てはまる」が 93.4%とそれぞれが 2017 年の J1 全 18 クラブの中で川崎フロンターレが一位であった。このことから川崎フロンターレの存在が川崎市に大きな影響を与えていることが分かる。

## 5. 藤枝市の取り組み

### 5-1 サッカーのまち藤枝ドリームプラン

藤枝市は 2008 年度から「サッカーのまち藤枝ドリームプラン」を策定し、市民に向けたアンケート調査やパブリックコメントの実施を行い、5 年ごとに改定をし、現在は「ドリームプラン 2014」のもと取り組みを行っている。藤枝市によると「より一層のサッカーの振興とともに、経済の活性化や青少年の健全育成、ふるさと講義の醸成、地域間・世代間交流など、サッカーを商業、観光、教育など多様な観点からとらえた取り組み」であり「サッカーの競技者を対象とした、サッカーの普及・振興のみを目的とするのではなく、市の個性のひとつとしてサッカーを位置づけ、まちづくりの核としていくもの」としている。この計画の基本目標は「する」環境づくり、「みる」環境づくり、「支える」環境づくり、「育てる」環境づくり、「交流する」環境づくり、「発信する」環境づくりの 6 項目である。

この計画の策定以降、2011 年度から 2015 年度を見てみると第 5 次藤枝市総合計画で位置づけられた成果指標であるサッカー場の年間利用者数、サッカー大会等における年間交流人口、藤枝市サッカー協会への年間登録選手数、全国 PK 選手権大会に参加したシニア・女子チーム数、市内で開催される全国規模の大会に参加した県外チーム数(年間)、市ホームページのサッカー情報年間アクセス数、全国規模・トップレベルの大会開催数(年間)のいずれの 7 項目において数値が増加しており、成果が表れてきているということが出来る。

### 5-2 現状と課題

このようにサッカーのまち藤枝ドリームプランの策定以降藤枝市はそれに基づいてサッカーに関する取り組みを行い、実際に数値として結果は表れている。その一方で藤枝市によるアンケート調査などによる結果からは課題も見えてきているので、サッカーのまち藤枝ドリームプランに挙げられている課題をまとめてみる。

#### ・「する」環境づくり

・施設の利用が大会の参加者など一部の競技者に限られており、一般市民が大会以外で利用することが困難である。

・女子や障がい者などサッカーをやりたくてもする環境が限られている。

- ・「みる」環境づくり

- ・サッカー場までの経路が分かりづらい。
- ・サッカー以外での施設の多目的利用がなされていない。

- ・「支える」環境づくり

- ・大会関係者が市内に訪れた際のおもてなしの体制の充実。
- ・藤枝市ゆかりのサッカー選手の活躍を藤枝市全体で盛り上げる体制づくり。

- ・「育てる」環境づくり

- ・友人や家族、モノなどすべてに対し思いやりの心を持てる子どもの育成。

- ・「交流する」環境づくり

- ・サッカーを環境資源として活用した施策や新たなイベントの開催による世代間、地域間の交流。

- ・「発信する」環境づくり

- ・シティプロモーションとして、効果的で魅力ある情報発信の更なる充実。
- ・藤枝駅周辺などに「サッカーのまち」らしさを感じられる施策の実施。

これらの課題はJリーグ百年構想のスローガンである「『観る』『する』『参加する』スポーツを通して世代を超えた触れ合いの輪を広げること」に共通している事項であるということが可能であり、藤枝市としてもスポーツを通して街の活性化をしていくことを目標にしていることが読み取れる。課題の中には施設の立地問題などすぐに解決が出来ない問題も含まれているものの、長期的な視点で課題の解決に向けて行動をしていくことが重要である。課題が存在している一方で、サッカーのまち藤枝ドリームプランの策定以降数字が伸びていることからこのプランは藤枝市のスポーツを通じた活性化にプラスの要素であることも考えられる。今後も継続的にサッカーのまち藤枝ドリームプランを前提に藤枝市全体が活動を行っていくことが更なる活性化につながると筆者は考えている。

## 6. 藤枝市の更なる地域発展のために

これまで述べてきたようにJリーグに所属しているクラブはJリーグが定めているJリーグ百年構想というものに沿ってクラブの活動を行っている。その活動は幅広く川崎フロンターレのように、復興支援を通じて陸前高田市と新たな関係を築いたり、地域



の企業やスポーツクラブとコラボをしたイベントの開催や、湘南ベルマーレのように地域の特性を生かしたスポーツイベントを開催したりと様々な活動が存在しているということは第三章を見ればわかるだろう。

その中で藤枝 MYFC は藤枝市においてどのようなホームタウン活動を行い地域発展に繋がるかを考察して結論とする。

まずは地域イベントへの参加である。ほとんどのクラブが行っている活動であるが地域との距離感を縮めるために一番必要な活動だと思う。現在では藤枝駅前で行われている「て～しゃばストリート」というイベントにサッカーに触れる企画で参加を行っている。

1998 年の大阪体育大学の調査によるとスタジアムを中心に半径 30km 範囲に住んでいる人が観戦者の約 75%～90%を占める。そのため、藤枝市だけでなく藤枝市に隣接しておりホームタウンでもある焼津市、島田市のイベントにも参加することが集客力の増強に繋がるのではないだろうか。集客力を増強することは地域発展への第一歩であり、クラブが地域に根差していくために一番必要なことだと筆者は考えているため、藤枝市外にサポーターを増やすことも必要である。

次に学校等への施設訪問である。これもまた多くのクラブが行っているホームタウン活動である。藤枝市は多くの J リーガーを輩出しており、藤枝 MYFC にも藤枝市内、また静岡県内出身の J リーガーが多く在籍している。これは藤枝 MYFC ならではの特色であるということが出来る。地元出身の選手から話を聞けることは子どもたちにとってはとても貴重な機会であるし、夢を追いかける大きなきっかけになるであろう。

次にスポーツ大会の開催である。藤枝市では第五章でも挙げたが全国 PK 選手権大会という大会が開催されている。この大会に藤枝 MYFC も携わることもホームタウン活動のひとつになる。例えば、藤枝 MYFC に所属している選手がチームを組んで参加し一般の参加者と対戦をする、大会の開催場所がサッカー場以外にも競技施設があるのでサッカー以外のスポーツに触れる場を設ける、大会参加者でなくても大会を楽しむことが出来るイベントを市と共同で企画するなどが考えられる。他にも県外からの参加者に藤枝市を知ってもらう機会でもあるため、クラブと市が共同しておもてなしをすることも挙げられる。藤枝市の特産のお茶を振る舞ったり、地元で愛されている「朝ラーメン」を地元店舗と協力し振る舞ったりすることで藤枝市について知ってもらうこともホームタウン活動の一環であると筆者は考える。

他に藤枝市はオーストラリアのペンリス市、石川県白山市、岐阜県恵那市、福岡県福岡市、埼玉県深谷市、韓国ヤンジュ市、沖縄県宮古島市、北海道恵庭市と友好都市、交流都市の協定を結んでいる。<sup>13</sup>中でも福岡市とは 1995 年からスポーツ・文化交流都市

---

<sup>13</sup> 藤枝市・友好都市・交流都市

<https://www.city.fujieda.shizuoka.jp/bunka/koryu/1459235664285.html> (2019 年 1 月 27 日閲覧)

の提携を行っている。川崎市が陸前高田市と友好都市協定を結んでいることから、川崎フロンターレがホームゲーム時のイベントを行っているように、藤枝 MYFC がホームゲーム開催時のイベントで福岡市の紹介に特化したイベントを開催することもまたサッカーを通じた交流である。第二章で述べたように藤枝市と福岡市の間にはサッカーの歴史で大きな関係が存在しているためこれを活かすのは藤枝 MYFC にしか出来ないことだと筆者は考える。これは藤枝 MYFC だけで行うことは出来ないが、福岡市との更なる交流関係を築くための潤滑剂的役割を果たすのもサッカークラブの一つの役割であると思う。Jリーグ百年構想では『観る』『する』『参加する』スポーツを通して世代を超えた触れ合いの輪を広げること」がスローガンではあるが、世代だけでなく地域を超えた触れ合いの輪を広げることにもまた必要なのではないだろうか。

そして図1のように藤枝 MYFC のホームスタジアム周辺はサッカー場の周辺に陸上競技場、野球場、グラウンドゴルフ場、多目的広場、スケートパークと様々な競技に触れることが出来る施設が数多く存在している。



図1 藤枝総合運動公園周辺施設 (藤枝総合運動公園 HP より引用)

<https://www.fujiedascp.com/information/> (2019年1月27日閲覧)

サッカーだけでなくその他のスポーツに触れる機会をスタジアムに来ただけで得られるのもこの施設の特徴である。藤枝 MYFC の総合型地域スポーツクラブ化も地域発展を目指すための一つの姿なのかもしれないと筆者は考えている。

#### 【参考文献】

藤枝市役所「新たな社会人チームの躍進 JSL の舞台へ 藤枝市役所・中央防犯」  
[http://www.city.fujieda.shizuoka.jp/soccer/digital\\_museum/ashiato/1449745325214.html](http://www.city.fujieda.shizuoka.jp/soccer/digital_museum/ashiato/1449745325214.html) (2018年11月12日閲覧)

Sportsnavi-1996年「百年構想」誕生秘話<前編>シリーズ 証言でつづる「Jリーグ25周年」 <https://sports.yahoo.co.jp/column/detail/201808250003-spnavi> (2018年11月12日閲覧)

Jリーグ.jp -Jリーグ百年構想とは <https://www.jleague.jp/aboutj/100year.html> (2018年10月20日閲覧)

Jリーグ.JP-ホームタウン活動 <https://www.jleague.jp/aboutj/hometown/> (2018年12月16日閲覧)

藤枝 MYFC-クラブ/選手 <http://myfc.co.jp/club/> (2018年10月20日閲覧)

愛媛 FC-1市町1選手応援事業 <http://ehimefc.ecgo.jp/page0175.html> (2019年1月7日閲覧)

川崎フロンターレ-12/1 磐田「陸前高田ランド冬」開催のお知らせ  
[https://www.frontale.co.jp/info/2018/1119\\_6.html](https://www.frontale.co.jp/info/2018/1119_6.html) (2018年12月15日閲覧)

川崎フロンターレ-8/5 横浜 FM「ホームゲーム開催情報」について  
[https://www.frontale.co.jp/info/2018/0730\\_19.html](https://www.frontale.co.jp/info/2018/0730_19.html) (2018年12月15日閲覧)

川崎フロンターレ-8/5 横浜 FM「Are You LADY! (アークユーレディ)」DAY!のお知らせ  
[https://www.frontale.co.jp/info/2018/0723\\_7.html](https://www.frontale.co.jp/info/2018/0723_7.html) (2018年12月15日閲覧)

川崎フロンターレ-8/15 鳥栖「2018川崎の車窓から～東急グループフェスタ～」開催の

お知らせ [https://www.frontale.co.jp/info/2018/0730\\_15.html](https://www.frontale.co.jp/info/2018/0730_15.html) (2018年12月15日  
閲覧)

川崎フロンターレ - Mind・1 ニッポン  
[http://www.frontale.co.jp/mind1\\_nippon/](http://www.frontale.co.jp/mind1_nippon/) (2018年12月1日閲覧)

藤枝市・友好都市・交流都市  
<https://www.city.fujieda.shizuoka.jp/bunka/koryu/1459235664285.html> (2019年  
1月27日閲覧)

藤枝総合運動公園周辺施設 (藤枝総合運動公園 HP より引用)  
<https://www.fujiedascp.com/information/> (2019年1月27日閲覧)

藤枝市(2018)-サッカーのまち藤枝ドリームプラン～歴史・誇り・夢あふれる「サッカー  
のまち藤枝」～  
[https://www.city.fujieda.shizuoka.jp/soshiki/sports\\_bunka/soccer/keikaku\\_torikumi/  
1449826054229.html](https://www.city.fujieda.shizuoka.jp/soshiki/sports_bunka/soccer/keikaku_torikumi/1449826054229.html) (2019年1月7日閲覧)

大野 貴司 「プロスポーツクラブ経営戦略論」(2010)

広瀬 一郎 「スポーツ・マネジメント入門 [24のキーワードで理解する]」(2005)

高橋由明/早川宏子/H.ドレス/S.ゾエダーマン 「スポーツ・マネジメントとメガイベン  
ト Jリーグ・サッカーとアジアのメガスポーツイベント」(2012)