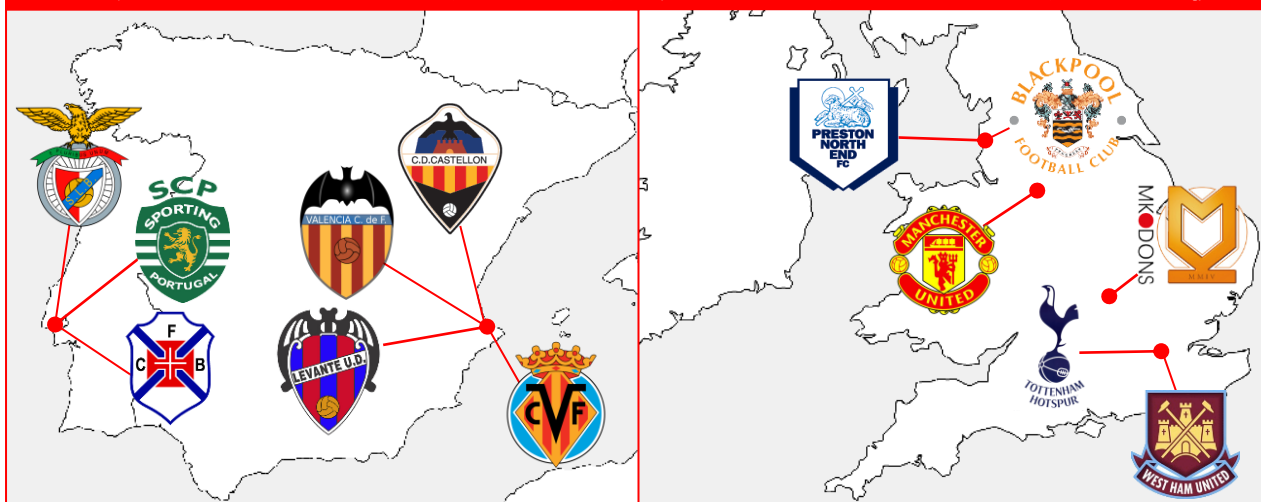




ホームタウン・イレブンミリオン 欧州研修報告(2009 年 1 月実施)

スペイン(バレンシア、ビジャレアル、カステジョン)、ポルトガル(リスボン)、
イングランド(ミルトン・キーンズ、プレストン、ブラックプール、マンチェスター、ロンドン)視察



社団法人日本プロサッカーリーグ
リーグマネジメントグループ
イレブンミリオンプロジェクト

【目次】

I. はじめに	... 2
II. スペイン（バレンシア、ビジャレアル、カステジョン）	
1. レバンテ（Levante Unión Deportiva）	... 4
2. バレンシア（Valencia Club de Fútbol）	... 8
3. カステジョン（Club Deportivo Castellón）	...10
4. ビジャレアル（Villarreal Club de Fútbol）	...14
III. ポルトガル（リスボン）	
1. ベレネンセス（Clube de Futebol Os Belenenses）	...18
2. ベンフィカ（Sport Lisboa e Benfica Futebol）	...22
3. スポルティンゴ（Sporting Clube de Portugal）	...26
IV. イングランド	
1. ミルトン・キーンズ・ドンズ（Milton Keynes Dons Football Club）	...32
2. プレストン・ノース・エンド（Preston North End Football Club）	...36
3. ブラックプール（Blackpool Football Club）	...42
4. マンチェスター・ユナイテッド（Manchester United Football Club）	...46
5. ウェストハム・ユナイテッド（West Ham United Football Club）	...50
6. トットナム・ホットスパー（Tottenham Hotspur Football & Athletic）	...54
7. ハックニー・マーシュ（Hackney Marsh）	...58
V. 参加者所感	...60
VI. 日程・参加者	...65
VII. Appendix	...69
1. 訪問先ガイド一覧	
2. 観戦試合データ一覧	
3. Special Thanks	

I. はじめに

昨年1月に実施した「イレブンミリオンプロジェクト欧州視察」、9月の「ホームタウン・イレブンミリオンアメリカ研修」に引き続き、今年も1月早々に28人のクラブスタッフによる「ホームタウン・イレブンミリオン欧州研修」を実施した。今回もハードスケジュールの「合宿」で、休む間もない行程にご参加いただいた各位には心から感謝したい。

スペインでは「熱狂のスタジアム」そのものに触れ、女子のスーパーリーグも観戦した。財政難に立ち向かっているレバンテ(2部)、人口わずか5万人足らずのビジャレアルで話を聞いた。

ポルトガルでは、約17万人のソシオに支えられているベンフィカ、スタジアムに定評のあるスポルティング、同じリスボン市で総合スポーツクラブを運営しているベレネンセスの3クラブを訪問した。

イングランドでは、2004年にホームタウンを移転したミルトンキーンズ・ドンズ(3部)、古豪のプレストン・ノースエンドとブラックプール(いずれも2部)で、コミュニティ活動を中心にヒアリングした。2部のプレストン対バーンリー戦の朝に、スタジアムの向かいの公園で行われていた両クラブのサポーター同士による「ダービーマッチ」観戦など、毎日のように豊かなサッカー文化を感じることができた。

いずれのクラブも、シーズン中の多忙な時期にもかかわらず、長時間にわたり受け入れてくれた。参加者の質問ひとつひとつに丁寧に回答し、その端々で「わたしのクラブは、こういうところがNo.1」と、クラブが誇りとするポイントを加えながら説明してくれた。

長い歴史を積み重ねてきた欧州のクラブサッカーに肌で触れ、参加者の感性は相当刺激されたに違いない。急速な円高のせいか、渡航客も目立ち、現地のスタジアムでも日本からのファンを良く見かけた。地域やファン・サポーターと向き合っているクラブスタッフも、ファンが懂れている世界を知らなくてはいけない。そして今回、サッカーの本場で感じ取ったものを、大いにクラブでの活動に活かしていきたい。

Jリーグ イレブンミリオンプロジェクト 佐藤仁司

【期間】 2009年1月9日(金)～1月20日(火)

【訪問地】 スペイン(バレンシア、ビジャレアル)

ポルトガル(リスボン)

イングランド(ミルトンキーンズ、プレストン、ブラックプール、マンチェスター、ロンドン)

【参加者】 35名 Jクラブ28名、J事務局3名、J関連会社2名、その他2名

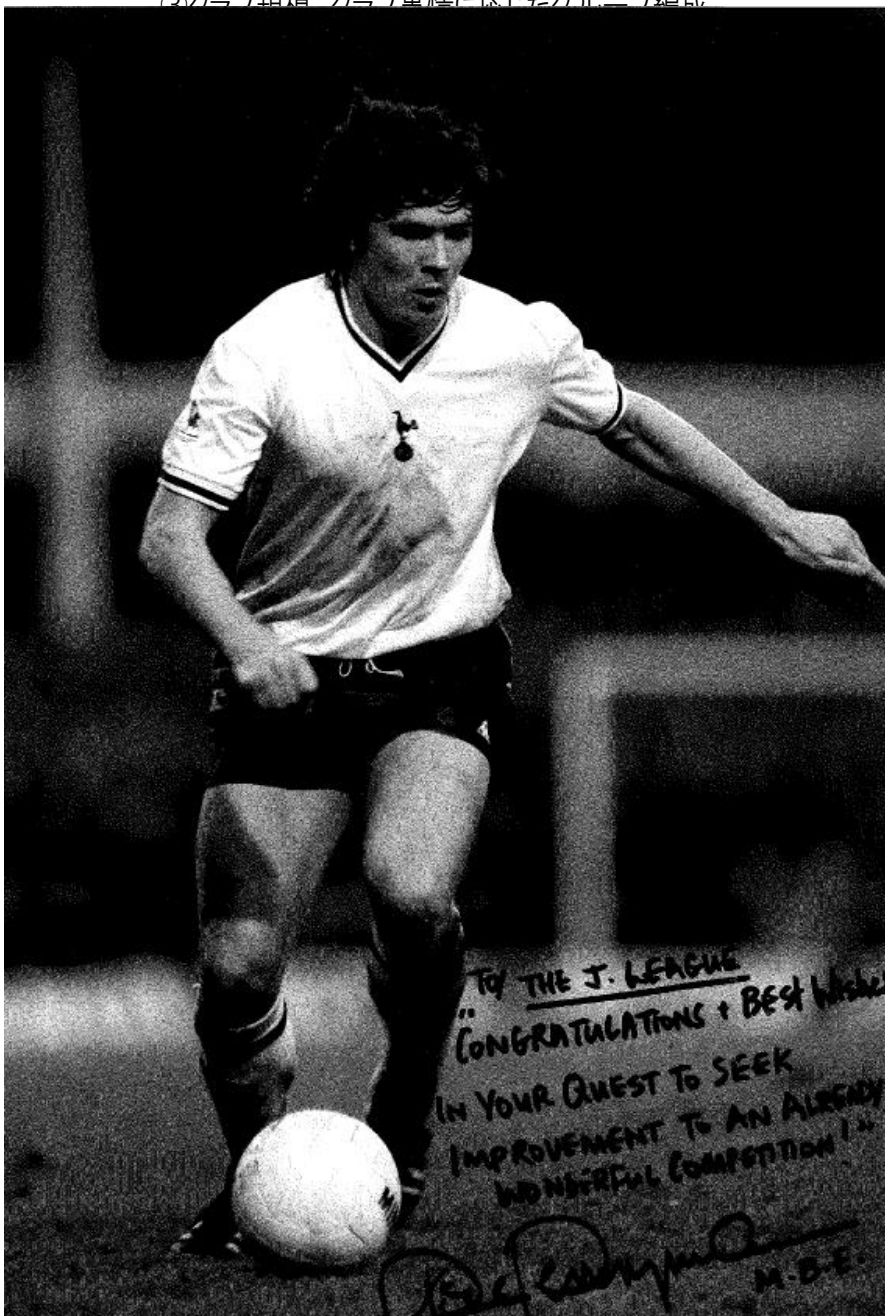
【目的】 1.クラブのホームタウン担当、イレブンミリオン担当が、欧州のサッカー文化に触れ、今後の活動に活かす。

- ①なぜ、人々がスタジアムに足を運ぶのか、「熱狂のスタジアム」の雰囲気に触れ、本質を知る。
- ②常にチケットが完売している状況下でも、チケット営業、シーズンチケット更新にむけて努力している活動をヒアリングする。
- ③地域の小クラブやビッグクラブの近くで地道に活動する小クラブにも訪問し、コミュニティ活動をはじめ、クラブのアイデンティティを学ぶ。
- ④高度なスタジアム施設、快適なファシリティを視察。
- ⑤顧客管理、リピーターに向けた施策を探る。
- ⑥町を歩き、クラブと市民とのタッチポイント(ショップやグッズ、告知ツール)を目にする。

2.クラブ担当のコミュニケーション活性化の場とする。

- ①ベテランと若手のコミュニケーション
- ②普段、交流のないクラブ間のコミュニケーション

②クラブ組織、クラブ事情に応じたグループ編成



Jリーグへ

“Jリーグのさらなる発展を追い求める冒険に、幸運を祈ります”
スティーブ・ペリマン M.B.E.



スピーチをするペリマン氏(写真右)と通訳をする辻上裕章氏

1月18日(日) 研修最後の夕食会場で、トットナム・ホットスパ元主将 スティーブ・ペリマン氏よりスピーチをいただいた。

“ヨーロッパには、長いフットボールの歴史と伝統があります。自分もクラブに入りたての頃、往年の名選手の活躍やクラブの歴史をシューズを磨きながら、あるいは床を掃除しながら聞いて学んでいたものです。

一方、日本のサッカーの歴史はまだ浅いです。しかし、私は日本で仕事する中で、日本人の勤勉さを学ばせてもらいました。こうしてJリーグの各クラブの方々が集まって、ヨーロッパのサッカー文化について学ぶという姿勢は素晴らしく、他の国のリーグにはないものです。誇りに思っています。どうか、日本に戻ったら、この研修で得たことを活かしてください。そして、Jリーグの素晴らしい歴史を皆さんの手で作ってください。”

II. スペイン 1. レバンテ (Levante Unión Deportiva)

2009年1月10(土)日訪問

前野 陽生(F 東京)

チーム/クラブ概要

【リーグ】	Liga Adelante(2部)/Liga Española
【創設】	1909年
【ホームタウン】	バレンシア (人口:797,654万人)
【スタジアム】	Ciutat de Valencia (25,534人収容)
【平均観客数】	2008:17,000~20,000人 08年は Liga BBVA(1部)所属
【クラブカラー】	青・赤
【株主数】	3,993
【ペーニャ数】	48



1. クラブ訪問

(1) クラブの歴史

1909年創設。2009年9月9日でクラブ創設100年を迎えるバレンシア州で一番古いクラブ。そのことが、クラブとして一番誇れることである。

クラブの名前である「レバンテ」とは「東風」という意味で、この地方のことを指す。

(2) 100年祭

クラブ創設100年を記念し、クラブとして色々な仕掛けを行った。目的は「ファンを増やすため」である。

① 100年祭のロゴの作成

ロゴをバレンシア市内のファンを含む一般市民に公募し、作成した。



(100年祭ロゴ ロゴの趣旨は、100年間燃え続

けた)

また、ロゴの一般公募をバレンシア市内で大きくアピールする。

② 多くのファンの意見を聞く

多くの知恵をえるためにまた、クラブがファンに対して「開かれている」という意味合いもある。戦略的に、ファンに開放しているイメージを全面的に出し、閉鎖的でないクラブのイメージを打ち出している。

③ 行ったこと

100年祭記念 VISA カードの発行

SOCIO 会員への特典を増やす

100年祭記念曲の製作

絵本・記念マフラーの製作など

100年祭の企画を行うに際して、多くのファンの援助を感じたと同時に、バレンシアの文化人の応援を受けたことにクラブとして感謝し誇りと思っている。

(3) SOCIO 会員

09年現在の会員数は約6,000人。

昨年度、1部に在籍していた時は約14,000人であった。

本年目標は、1部に在籍していた時の会員数へ戻すこと。そのために、現在、バレンシア大学と協働しスポーツマーケティングを行っている。

試合会場にて、年齢・男女別にアンケートを取り、現在の会員(ファン)が何を求め何に不満を感じているのか?各方面から分析し、結論を出すようにしている。

また、5ゲームス(5試合回数券)というチケットを作成し、気軽に試合会場に来てくれるようにもやっている。

(4) クラブのエンブレム



“コウモリ”が記載されているが、これはバレンシア野町の紋章が「コウモリ」であるためである。

(5) マスコット



マスコットは“カエル”である。クラブ創設時のホームグラウンドの傍に川があり、そこにカエルがたくさんいたのが由来。愛称はカタルーニャ語で「グラノタ」。

(6) グッズ売り場



名称は「グラノタの店」。

グッズの売り上げは非常に少ない。



(7) ペーニャ

現在、48のペーニャが存在する。活動内容は、サッカーが中心だが、サッカー以外の活動も行っている(旅行やバーベキューなど)。一緒に試合を観戦することが活動の中心である。

クラブとして、各ペーニャへの経済的な援助は、集まる場所の借り賃を提供している。また、スポンサーとの協力で、飲み物などを中心として提供してい

る。さらに、各ペーニャのイベントなどが開催される時はグッズなどの物品の提供も行っている。

各ペーニャが、アウェー観戦ツアーを企画して実行する際は、バスの手配(提供)をし、あわせてチケットもクラブが購入する。

スタジアム内の来賓室などを利用し、クラブ幹部と定期的な意見交流会も開催。

各ペーニャへ定期的ではないが、選手・クラブ幹部がうかがうこともある。(選手がうかがうときは、月・火・水の間で、主に遠征しない選手が行くことが多い)ただし、スケジュールの都合がつかないときは断ることもある。

ペーニャ内の SOCIO の比率は約 90%である。

クラブは、ペーニャを非常に大事にしており、クラブの支えになっているとの認識でいる。

48あるペーニャの中で、1つだけ女子チームを応援しているペーニャがある。



スタジアム内には上記の写真のロゴマークが掲載されている。これはバレンシア州のマーク(ロゴ)である。

バレンシア州がレバンテのスポンサーになっており、バレンシア州もレバンテをプロモーションし、レバンテもバレンシア州をプロモーションしている。

クラブと自治体が、良好な関係を築いている証拠である。

※ビジャレアルのホームスタジアムにも同様のバレンシア州のロゴが掲載されていた。

2. ホームスタジアム

2部と1部を行き来しているクラブで、財政難でつい最近オーナーが交代したばかりであるクラブのため、スタンドならびにスタジアム内施設は必ずしも豪華ではない。が、4年後にはバレンシア市内の海岸沿いに同規模のスタジアムの建設の予定がある。



3. コミュニティー活動

コミュニティー活動は、リクエストがあれば答えている。学校や病院、福祉施設などへ定期的に選手が訪問している。

また、クラブからも積極的にコミュニティー活動へかかわりを持っている。

4. 女子チーム

レバンテには昨年スペインでリーグ優勝した女子チームも存在する。

女子チームが創設されてから10年経過、それまでは地域の集まりであった。



ナザレ市営スポーツセンター。レバンテがこの施設の指定管理者を取得しており、その一般収入が、女子の運営費の一部に当てられている。

この施設には、人工芝のサッカー場が1面、フットサル場が2面、テニスコート、体育館が併設されていて、かなり立派な施設である。

レバンテ訪問の翌日に、スーパーリーグ女子第15節 レバンテ vs レスタルティ戦が開催され、その試合を観戦した。



選手のほとんどが、学生(大学生)であり、中には学校の体育の先生も。数字をはっきりとは教えていただけなかったが、選手にはちょっとした生活が出来るほどのサラリーがクラブから支払われている。

女子1部リーグに所属しているほとんどのクラブが、運営費の半分を自治体から援助されている。

5. 所感

同じ市内にスペインではビッグクラブであるバレンシア CF が存在する。良きライバルであると同時に、負けないように努力していることがうかがえた。

ファンに対して“開かれたクラブを”を意識し、ファンを大切にしファンの意見を取り入れながらクラブ運営に反映していた。

スペインではなじみの“ペーニャ”の存在をクラブは非常に大事にし、クラブと共に一緒に戦おうと言う気持ちが伝わってきた。

II. スペイン 2. バレンシア (Valencia Club de Fútbol)

2009年1月10日(土)観戦

前野 陽生(F 東京)、後藤 一弘(愛媛)

チーム/クラブ概要

【リーグ】	Liga BBVA
【創設】	1919年
【ホームタウン】	バレンシア (人口:797,654人)
【スタジアム】	Mestalla (55,000人収容)
【平均観客数】	2008:41,421人
【タイトル】	リーグ優勝6回 (1941-1942・1943-1944・1946-1947・1970-1971・2001-2002・2003-2004) スペイン国王杯優勝7回 1941、1949、1954、1967、1979、1999、2008 スペインスーパーカップ優勝1回 1999 UEFAカップ優勝3回 1961-1962、1962-1963、2003-2004 UEFAスーパーカップ優勝2回 1980-1981、2004-2005 UEFAカップウィナーズカップ優勝1回 1979-1980



1. 試合観戦

(1) スタジアム周辺について

① バル

スタジアム周辺にはいたるところに、飲み屋(バル)がある。試合を観戦する前に一杯引っかけキックオフギリギリにスタジアムへ入ることが通常である。



バル周辺は非常に熱気が感じられる。特に大きなトラブルが発生することは無かったが、バル周辺には、警察官が常時待機しており、周辺の治安の維持を行っていた。



② グッズショップ

スタジアムから道を挟んだ先に、オフィシャルショップがある。



また、至る所に「出店」が出店しており、オフィシャルショップに匹敵するほどの賑わいを見せている。



③ スタジアム内

スタンドが急勾配で有名なスタジアムであり、

実際、観戦した場所はビルにして5階ぐらいのところであった。



観客は、キックオフギリギリにスタジアム内に入場するため、試合前の雰囲気はそれほどでもない。が、キックオフと同時に急激にスタジアム内が盛り上がる。

22:00にキックオフ。なぜ、このような時間にキックオフなのか？それは、スペインの平均的な夕食開始時間が、21:30~22:00ごろだからである。22:00はスペインではゴールデンタイムである。

④ ハーフタイム

スペインでは、観客がキックオフギリギリにスタジアム内へ入り、試合終了後は10分もたたないうちにスタジアムを後にするので、マッチイベントは、ハーフタイムに行く。



バレンシア対ビジャレアルとの一戦は、同じバレンシア州にあるクラブ同士であるため、近年、ダービー化の様相を醸してきている。ビジャレアルのファンは、スタジアムの一角にまとめられ、ローピングされて隔離される。その周辺には警備員が厳重に警備していた。

⑤ 試合終了後

試合終了後、観戦者は淡々とスタジアムを後にする。ひまわりの種を食べながら観戦するのが恒例となっているので、スタンド内にはひまわりの種の食べかすがいたるところに残っていたのが印象的であった。

2. 試合結果

バレンシア対ビジャレアル (メスタージャスタジアム)

前半	2	—	0
後半	1	—	3
合計	3	—	3

入場者数 43,000人

3. 所感

試合内容は、質の高い素晴らしいものであった。攻守の切り替えが早く、一瞬のミスで相手にボールが渡る。

激しい身体ぶつかりあい、ゴール前では必ずと言ってよいほど「1対1」の勝負を仕掛ける。

シュートコースが開いていれば、どこからでもシュートを狙う。観戦していて楽しかった。

ファンの声援が、大きく響き渡り「ここぞ」と言う時の声援は耳を劈くものであった。印象的であったのは、ビジャレアルの得点の時、スタジアムが静寂となり、ビジャレアルのサポーターの一角だけが「盛り上がっている」こと。この現象を3回も体験できたことが大きな財産となる。

欲を言うと、ピッチ上からかなり離れた高い位置からの観戦であったため、スタジアムの特徴である「スタンドの傾斜が急勾配」であることが逆に、試合の臨場感を損なわせる要因に。

とは言え、スタジアムの熱気と盛り上がり、雰囲気は十分伝わるものがあつた。

II. スペイン 3. カステジョン (Club Deportivo Castellón)

2009年1月11日(日)観戦

三谷 淳(札幌)、望月 大亮(大宮)、奥永 憲治(G 大阪)

チーム/クラブ概要

【リーグ】	Liga Adelante (2部) / Liga Española
【創設】	1922年
【ホームタウン】	カステジョン (人口: 172,110人)
【スタジアム】	Castalia (16,000人収容)
【平均観客数】	2008: 11,500人
【当日対戦相手】	ヒムナスティック (Gimnástico)
【試合結果】	2-1
【観客数】	6,180人



1. ホームタウン概要

(1) 地勢

人口 172,110 人、面積 107.5km²。

バレンシアから北に約1時間、車窓には海岸とオレンジ畑が広がる。海沿いには新しいリゾートマンションが多く見られ、ここ10年来の建築バブルによって潤っていたが郊外には古い建物も多く、一部は廃墟となっている。

地中海エリアでは典型的な観光の街で、国内からの旅行者が多いのが特徴である。



カステジョン市街地

(2) 背景

現在、郊外にカステジョン空港を建設中で、今後は国内のみならずヨーロッパ全土からの観光客を見込んでいる。

ちなみにカステジョン空港はカステジョンのホームスタジアムのゴール裏にピッチ看板2枚を掲出するスポンサーでもある。同じくカステジョン県にあるビジャレアルのユニフォームの胸スポンサーでもあり、チャンピオンズリーグに出るまでに力をつけたビジャレアルのスポンサーになることで、同エリアをヨーロッパに広く知らしめ、観光客増を狙う考えを持っている。

日本で考えると静岡空港が清水エスパルス、大分空港が大分トリニータ、新潟空港がアルビレックス新潟など一部国際線の乗り入れがあるとするならば、ACLに出場し活躍することで観光PRの一助となり、中国や韓国またその他のアジア地域からの観光客を狙うことが可能ということか。

2. スタジアム状況

(1) 試合前のスタジアム周辺概況

日曜日の17時キックオフということもあろうが、ホーム観戦者の8割から9割が徒歩圏内というガイドからの事前情報どおり、スタジアムに面したすべての通りから、多くの観客が徒歩で集まってきたのには驚かされた。

我々が到着したのは開場直前であったが、日本で見られるサポーターの並び列はなく、スタジアム周辺は街中の往来といった感じで、常時人が移動している。



スタジアム前の観客の様子

公式のマッチデイプログラムはなく、タブロイド判の新聞(広告入りのフリーペーパー)などが路上に置かれ、各自で取っていくスタイル。また、飲食ブースや屋台のようなものは見当たらず、入場ゲート付近でスナック菓子のような小袋に入ったヒマワリの種(1ユーロ=120円)やサトウキビを切ったものなどが売られている程度だ。



テーブル一つ置いてヒマワリの種を販売

当日券の販売はチケット売り場の窓口で、その場でパソコン、プリンターを使い発券。見切り席でもチケットは販売されているようだ。

グッズショップはメインスタンドの外側にあるが、品揃えはよくなく、店も狭い。

(2) 入場システム

ゲートはローリングバー形式のターンスタイルゲートを使用(1部・2部はリーグが準備)。間口は広くないものの、メインに6カ所、バックに7カ所、ゴール裏にそれぞれ1カ所、合計15カ所ある。

(3) 場内施設・設備

スタンドは2階部分が1階にあまり被っていないタイプの2層式で、スペインのスタジアムの多くに共通することなのか、風雨にさらされた座席は汚く(このため観客はフリーペーパーを席に敷いている)、座席周辺にもヒマワリの種の殻などが散乱している。

障がい者の対応は、ゲートから近いところに車いす席が10席ほどあり、係員が常時待ち受けているスタイルで日本同様。場所はバックスタンドホームコーナー付近で、後から無理やり工事をしたように見受けられた。

コンコースやトイレもいたって簡素で、決してきれいとはいえない。

飲食売店はドリンクと簡単なスナックのみで、利

用は非常に少ない。

電光掲示板はゴール裏スタンド上部に各1ヶ所、ビジョンはホーム側バックスタンド2階(アウェイ席)上のコーナーにあった。

ピッチと観客席の距離は非常に近く、ピッチ看板も角度をつけてはいるが片面だけでスタンド壁面にぴったり着けているほど。

芝は日本のものと違い、葉が幅広で腰がなく柔らかいと感じた。粘土質のように見えるピッチはあまり良くなく、滑っている選手が目立った。

(4) 広告露出

審判の袖や審判旗、チームフラッグを使用したコーナーフラッグにも広告を露出。カステジョン選手の背番号の下には、同チームのホームページアドレスが広告のように入れられているが、すべての選手に入っている訳ではない。アドレス入りのユニフォームを着ている選手は半数以上だが、その有無に何かの意図があるのか、定かではなかった。

ピッチなどに設置された看板の質は非常に低く、何枚かははがれている状態。そのことを観客に聞くと、もっと金を出せば新しくするとの返答で意に返さない様子。TOYOTAの看板がスタンド中央に掲出されており、BMW、AUDI、VWのディーラー看板が並ぶ(地元販売店が掲出)。小口のローカルスポンサーを数多く集めている感じが強く、照明の柱を含むスタジアム内の有効スペースはすべて看板で埋め尽くされていた。大きなスポンサー(パートナー)を持たないこのチームは、Jリーグの理念同様、地域密着感が非常に強く見受けられる。

試合中、ビジョンは試合経過を流しているが、たまに他試合の経過や選手交代をスポンサーロゴと一緒に流していた(他試合経過:BMW、選手交代:TOYOTA)。ハーフタイムにはスポンサーのCMを放映。ただし音声はなく映像のみ。

また競技前後、ピッチ上ではセンターサークルにバナーを出していた。



ホーム側バックスタンドの広告風景とビジョン

(5) 試合運営

ゴール裏はピストルを所持した警察官が常時配置されており、ゲートの手荷物検査にも警察官が立ち会っていた。試合終了5分前にも警察官がピッチ内に増員され、全周警備体制でスタンドを監視。警備については、1部同様のレベルを維持しているように思える。

ボールボーイは下部組織と思われる子供が担当であったが、極めてルーズ。練習試合程度の質で、スタッフというよりファンとしてチームを応援していた。ただ、「おらが町のチーム」という感じが非常に強く、子供の頃からあの環境でサッカーに係われることは非常に恵まれていると改めて感じた。同様に、ドクターなどの係員も空いている席で試合観戦しているほど。ハーフタイムには年少の幼稚園児と思われる子供がミニゲームをしていて、何とものどかで微笑ましい。会場の内外を含め、それ以外のアトラクションやイベントのようなものは特に見られなかった。

3. 観戦

(1) 観客の様子と試合の雰囲気

我々が観戦したのはバックスタンド1階の前列指定席(23ユーロ=2,760円)だが、席列に入り込もうとすると、周囲の観客から「空いている所に座れ」というようにたしなめられた。観戦エリアがいつも決ま

っている顔なじみの観客が多いためか、席番は気にせず、周辺エリアであればどこでもOKと言うような非常にアバウトな感じがした。

スペインのサッカー放送は伝統的にラジオの力が強いらしく、イヤホンに耳しながら試合観戦をしている人が非常に多い。余談だが、この国ではサッカー選手のことをフガドル(遊び人)と呼び、好きなことで飯を食べていることの代名詞となっているようである。英語でプレーが「遊ぶ、楽しむ、スポーツをする」という意味があるような感じだ。

コールリードするサポーターはホームゴール裏(1階メインスタンド寄り)を中心に、1階アウェイゴール裏、ホームゴール裏2階のバックスタンド寄り、バックスタンド1階など確認できただけでも4ヶ所。小グループが複数存在しているようである。ただ、それぞれが思い思いのコールをして、周囲の観客がそれに応え、スタジアム全体に広がるため、応援の一体感は見えてとれた。

アウェイのサポーターはバックスタンド2階に仕切られたスペースで応援していた。

全体的には、おらが街のクラブという感じが強く、お年寄りや子供同士、親子三世代、ベビーカーを入れて観戦するファミリー層の姿も多く見られた。スペイン1部リーグの客層とはまた違った感じを受け、非常に親しみやすい。

これは収容人数と応援スタイルがある程度日本の状況と似ていること、試合レベルも1部リーグとは違い泥臭いプレーや必死さが見受けられたためか。ただ、前述のとおりピッチが非常に近く、タッチラインを走る選手の息づかいまで伝わり、アウェイサポーターに対する野次も含めてスタジアム全体で個々が観戦を楽しんでいる様子などは、日本とは異質さを感じる。

試合終了後は30分も経たないうちにすべての観客が会場を後にし、ゲートが閉じられた。場外に出た観客は家路につく者、バルと呼ばれる居酒屋

に行く者と様々だが、スタジアムの周囲からはすぐに姿を消した。



ゴールシーンに立ち上がって歓声を上げる観客

4. まとめ

この一戦だけをもってスペインのサッカー観戦事情とすることは出来ないが、地域に応援するチームがあるのが当たり前といった観が観戦者に強く見られた。また、スタジアムは観戦しに行く、応援しに行くところで、それ以上でも以下でもない、そこで顔見知りになる場合もあるが、友好を深めるのは別の場所といった感じもした。このことからスタジアムのホスピタリティもさほど充実したものではなかったのではないだろうか。得点シーンが多いことも手伝って、非常に居心地が良い観戦スタイルに感じた。

II. スペイン 4. ビジャレアル (Villarreal C.F.)

2009年1月12日(月)訪問

齋藤 美和子(仙台)、大成 俊正(柏)、佐藤 剛史(名古屋)

チーム/クラブ概要

【リーグ】	Liga BBVA(1部)/Liga Española
【創設】	1923年
【ホームタウン】	バレンシア州(人口:797,654万人)ビジャレアル(人口:約5万人)
【スタジアム】	Estadio El Madrigal(22,000人収容)
【平均観客数】	19,421人(2008)
【アボナードス*】	21,073人
【ペーニャ】	39
【年間予算】	7200万ユーロ(86億4000万円)[2008-09]
【タイトル】	UEFA インタートカップ優勝 2回(2003-04、2004-05)



*アボナードスとは年間シート会員のこと

1. クラブの歴史

ビジャレアル C.F.は1970年代から90年代にかけては2部や3部を行き来するクラブであったが、1997年に現会長のフェルナンド・ロジュー・アルフォンソ氏の就任が転機となり、その年に初めて1部昇格を果たした。1シーズンで2部に降格するものの、2000-01シーズンに再び1部に昇格してからは1度も降格していない。その後、ヨーロッパの舞台でも2003-04シーズンと2004-05シーズンにUEFA インタートカップを連覇し、2005-06シーズンにはUEFA チャンピオンズリーグベスト4に進出した。昨シーズン(2007-08)はリーグ2位となり、今シーズンもUEFA チャンピオンズリーグを戦うなど、近年は強豪クラブのひとつに数えられるまでに躍進しているクラブである。

2. トレーニング施設訪問

(1) トレーニング施設概要

ビジャレアルのトレーニング施設「La Ciudad Deportiva」はオレンジ畑や民家が広がる地域に立地している。主な施設は、クラブハウス、ピッチ(天然芝3面、人工芝5面)、ロッカールームからな

る。

クラブハウスは1Fにトップチームロッカールーム、監督室、トレーニングルーム等があり、2Fにはカフェテリアとともに下部組織の子どもたちの寮が併設されている。寮の一角にはコンピュータールームや学習ルームがあり、勉強もできるようになっていた。3Fは寮とプレイルーム(訪問時は臨時に記者会見場となっていた)からなっている。

練習用のピッチは天然芝がトップチーム練習用のほかに2面あり、その内1面は約3,000人収容のスタンドが設置されており、主にBチームやユースが試合を行う際に使用する。



〈トップチーム用練習グラウンドとクラブハウス〉

(2) トレーニング施設の整備とその考え方

本トレーニング施設は現会長が就任した際、大掛かりな改修を行った。その資金は会長、クラブ両者の出資によって着手された。一番の目的は将来に繋がる選手育成を強化するためであった。現在、クラブハウスに併設された寮に90名程度の子どもたちが生活しており、午前中は提携する公立学校での授業、午後はサッカーのトレーニングというサイクルとなっている。ビジャレアルではこれまで多くの選手を輩出しており、現在、1部、2部、2部Bを合わせると約40名のユース出身選手がプレーしている。育成に関してはサッカーだけでなく学力や人間性にも配慮したシステムが整備されている。部屋には机、ベッド、棚、ロッカーしかない、シンプルな作りとなっており、サッカーに集中できる環境が整っている。さらに、勉強の成績が思わしくない子どもには学校の先生を招いての課外授業を実施しており、そのための学習ルームも備わっている。



＜寮の部屋の様子＞

このような育成システムで育てられた選手はトップチームに昇格したとしても期限付き移籍で放出されるケースがほとんどだという。その後、ビジャレアルに戻り、活躍する選手もいるが、完全移籍する選手も多くいる。そういった選手の移籍金もクラブにとっては重要な収入源として計画されている。収入の割合からすると約9%(2008-09シーズン)が選手の移籍に伴う収入である。

(3) その他の活動

このトレーニング施設ではトップ選手のトレーニングと選手育成のほかにも役割を持っている。そのひとつが小学校の授業への開放である。ここでは授業の一環としてサッカーのリーグを開催している。現在150のチームが登録し、午前中の利用はこの事業が中心となっている。クラブは場所を提供するだけでなく、コーチによる指導や、トレーニングウェアのプレゼントも行っており、将来のファンづくりの場としても活用している。

子どもたちのほかにもクラブに登録すれば空いている時間帯に無料で施設を借りることができ、サッカーだけでなく、そこでできる様々なスポーツを利用者は楽しむことができる。現在は約7,000人が会員登録しており、夜間は企業などが借りるケースが多い。

このような地域住民に対するサービスを充実させられる背景にはバレンシア州やカステジョン県、ビジャレアル村などの行政の絶大なる支援がある。これら行政からの助成金をつかって様々な事業を展開している。

また、ファンダシオン(財団)を設立してスポンサー等から寄付を募り、クラブの行っている公益的な活動の資金としている。この資金からは子どもたちの指導を行うコーチの給料や寮に暮らす子どもたちの食事代もまかなっている。

そもそもこのファンダシオンはスポンサーからの要望にこたえる形で設立された。スペインではこのようなファンダシオンに寄付を行うと税制上の優遇が受けられるため、このような経緯があったようだ。

3. スタジアム見学

(1) スタジアム概要

ビジャレアルのホームスタジアムである「エル・マドリガル」は1923年にクラブの創設とともに造られたスタジアムである。立地としては住宅街の中であり、試合時は徒歩圏の来場者が大半である。所有

はビジャレアル市であるが、ビジャレアル C.F.が独占的に使用している。現在の収容人数は 22,000 人であり、近年の改修工事により、座席数の増加とともに、UEFA の基準に適合したスタジアムとなった。具体的にはスタンドは VIP 席の整備や企業用ボックス席とアウェイゾーンの増築を行うとともに、バックスタンドの最前列を削り、スタンドとピッチの距離を遠ざける工事を行った。

人口約 5 万人の街でありながら、試合日はその約半分にあたる 22,000 の座席がいっぱいになるという驚異的なクラブである。



<エル・マドリガル>

(2) スタジアム改修の経緯

「エル・マドリガル」は現会長が就任する以前は 10,000 人の収容人数であった。その後、初めて 1 部に昇格したときに 17,000 人収容へ座席数を増やした。翌年は 2 部に降格するものの、スタジアムは 23,000 人収容にさらに増築した。

当然のことではあるが、これらの増築は来場者数の増加にともなって実施された。ビジャレアルではこの最初の 1 部昇格(1998-99 シーズン)のときにまず大きな来場者数の増加があった。その次に大きな来場者の増加があったのは 2003-04 シーズンに UEFA チャンピオンズリーグ(以降、チャンピオンズリーグ)に初出場したときであった。このときにはアボナードス(年間シート会員)が 17,000 人達した。今シーズン(2008-09)はさらに増え、20,300 人が会員となっている。

このような劇的な来場者の増加の背景にはクラブの成績が躍進したことが 1 番の要因とのことだが、

アボナードスの多くがスタジアムの徒歩圏内の地域住民であることから、立地が良いということも挙げられるようだ。また、アボナードスの価格を安くしていることも一つの要因である。特に若年層の来場者獲得に力を入れているため、30 歳以下の方を対象とする価格は年間 130 ユーロ(15,600 円)からある。さらに、ユースの選手であれば年間 30 ユーロ(3,600 円)で販売している。それ以外に来場者を増やすための試みは特に行っておらず、とにかく「良いサッカー」を見せることこそが来場者を増やす唯一の方法とのことである。

(3) セキュリティについて

スタジアムのゲートは改札機が設けられており、バーコードを読み取るとバーが降りて入場できるようになっている。このシステムはリーガエスパニョーラ全体の共通システムである。入場ゲートや観客席にはいたるところに監視カメラが設置されており、試合当日の厳重な警備体制が想像できた。特にゴール裏上段のアウェイ用スタンドは、他の来場者と動線が全く異なるとともに、ピッチに物が投げ込まれないようスタンドの前面にネットが張り巡らされていた。また、監視カメラも複数台設置されていた。

ビジャレアルでは過去に悪質なサポーターを排除した経緯があるそうで、その結果、現在は若い世代が多く、3 割を女性が占めているなど、スタジアムの雰囲気は暴力的とは程遠い和やかさが一つの特徴となっている。

(4) グッズ販売

ビジャレアルのオフィシャルショップはスタジアムの内と外に 2 ヶ所あった。今回の研修ではスタジアム内にあるグッズショップを見学した。グッズのラインナップとしては文房具やペナントなどの小物もあったが、衣類を数多く取り揃えていた。特にレプリカユニフォームのサイズは子ども用から大人用まで種類が豊富に用意されていた。訪問時がちょうど

セール期間であったようで、昨年のモデルのレブリカユニフォームやウィンドブレーカー上下などが50%OFFのセール対象品となっていた。また、チームカラーにとらわれない、デニムやカジュアルなTシャツやシャツが販売されており、多様なニーズがあることを感じられた。



<スタジアム内オフィシャルショップ>

とにひとつとなり、同じ方向を向き、やるべきことを基本的なことから堅実にやっている印象を強く受けた。その結果として今日のクラブがあり、クラブの社員もそのアイデンティティを共有し、自らやってきたことに誇りを持っていることがすばらしいと切に感じた。

4. 総括:クラブのアイデンティティ

- ◇ビジャレアルのサッカー
 - パスをつなぐサッカー
 - 全員攻撃・全員守備

ビジャレアルでは上記の方針を常に意識したチーム作りを行っている。監督や選手もこの方針の実現に適した人選を行っている。したがって、これにそぐわない監督や選手は有名であろうが放出することもあるという。その代表的な例が、クラブのスター選手であった、アルゼンチン代表のリケルメの放出であった。たとえスター選手であろうともクラブの方針を優先させた結果の放出だったようだ。

ビジャレアルは1997年にフェルナンド・ロジュー・アルフォンソ会長が就任して依頼、急激な成長を遂げたクラブである。その背景には会長がリーダーシップを発揮してこのような確固たるアイデンティティをクラブに注入し、正しい方向に導いていることが要因となっている。このビジャレアルのアイデンティティに対してスペイン国内では企業経営の視点からも高い評価を得ている。

このクラブを訪問して、育成や強化、チケットセールスやコミュニティ活動まで、クラブで行っている事業すべてが会長の注入したアイデンティティのも

Ⅲ. ポルトガル 1. ベレネンセス (C.F Os Belenenses)

2009年1月13日(火)訪問

深澤 陽介(清水)、本間 一憲(千葉)、畔柳 豪(湘南)

チーム/クラブ概要

【リーグ】	Liga Sagres (1部)/Portugal	
【創設】	1919年	
【ホームタウン】	リスボン (人口:279万人)	
【スタジアム】	Estádio do Restelo (25,000人収容)	
【平均観客数】	2008:2,810人	
【ソシオ会員数】	12,000人	
【タイトル】	リーグ:1回、ポルトガル選手権:3回、カップ:3回	
【活動種目】	総合型スポーツクラブ (サッカー、フットサル、ハンドボール、バスケット、ラグビー、陸上、水泳、 トライアスロン、バレーボール、グラウンドホッケー等 全27種目)	

1. クラブ訪問

ポルトガルの政治、経済、文化、教育の中心である首都リスボンの西端、ジェロニモス修道院やベレンの塔など世界遺産が建ち並ぶ観光名所のベレン地区にあるクラブを訪問した。CF ベレネンセスは1945-46年シーズンにはサッカー国内リーグで優勝。2000-01年シーズンにボアヴィスタFCが優勝するまではビック3(ポルト、スポルティング、ベンフィカ)以外でリーグを制した唯一のクラブ。

サッカー以外にもハンドボール、バスケットボール、フットサルなどの各スポーツ部門を持つ総合型のスポーツクラブで敷地内にスタジアム、天然芝ピッチ1面、人工芝ピッチ1面、クレーピッチ1面、屋外ハンドボールコート1面、体育館、総合プールを備えている。敷地内の施設に併設された小さいBARも合計4箇所あった。

訪問に対してフットボール管理部門のエリオ・ナシメント氏とミゲル氏が施設の案内、質疑応答の対応をしてくださった。



(クラブ管理部門の左がエリオ・ナシメント氏、右がミゲル氏)

(1) スタジアム

スタジアムはリスボン市より土地の提供を受けて1956年に完成し、2003年にゴール裏の屋根を増築し現在の形になった。増築には300万ユーロ(3億6千万円)がかかったが、リスボン市が60%を負担し、クラブが40%を5年返済で負担をした。ショップも1箇所併設している。

ピッチの周りには6レーンのトラックがありスタンドからピッチの距離があるがトラック部分も座席の椅子もクラブカラーのブルーとライトブルーで統一されていた。スタジアムの外壁にはクラブ往年の名

選手が6名描かれており、クラブの伝統をあらわしていた。

スタジアムの南側にテージョ川が流れており、スタジアムから一望できる。その景観をスタジアムの売りとしており、景観を壊さない為にスタジアムの南側には壁、屋根を作っていない。また、その南側のスタンドは収容人数に対して来場数に余裕もあるのに加え、テレビ中継などでも川を望む景観が映されることが多いため、観客を入れずにスポンサーバナーを常に掲出し、広告収入を得るよう工夫している。



(スタジアムの南側はテージョ川も望める景観)

このスタジアムでは以前Queenのコンサートやローマ法王の宗教イベントが開催されるなどサッカー以外のイベントでも利用されたこともあり、収入源のひとつであった。しかし、近年は近くに公共のドーム型ホールが建設された為、そちらにイベントが移ってしまい開催が少なくなりました。

(2) その他施設

総合プールは、50m、25m、2歳児用の3つのプールがある。エアーで膨らます屋根が掛かっており、一年中利用できるようになっている。夏場は屋根をしまって利用している。8月はクラブの使用がほとんどないため一般にも開放している。



(スタジアム周辺にある50mプール施設)

屋外ハンドボールコートは、当初コートのみで作られたが、徐々に外周フェンス、屋根と増築をしていき現在の形になった。



(屋外ハンドボールコート)

体育館は1683席の観客も備えており、各種スポーツのトレーニングや試合に使用されている。体育館の掲示板にはフットサルの公式戦の告知ポスターが貼られており、訪問時にもフットサルチームがトレーニングを行っていた。日本人選手も1名所属していた。



(体育館でフットサルチームが練習している様子)

(3) 総合型スポーツクラブ

1919年のクラブ創設から徐々に種目が増えていき、10年ほどで現在の種目数になった。中には途中でなくなってしまった種目もあるが、最近ではフットサルの活動を5年ほど前から開始した。数多くの種目の中でプロとして活動しているのはサッカー、フットサル、ハンドボール、バスケットボールの4種目(ただし、バスケットボールは今年まで)。

スタジアムに併設されているクラブハウスには2階まであるトロフィーの展示ルームもあり、サッカーのみならず各種目で獲得したトロフィーが所狭しと並べられていた。その数はすべて合わせて1万点が展示されていた。



(クラブハウスにあるトロフィールームの様子)

北京五輪のトライアスロンで銀メダルを獲得したバネッサ・フェルナンデス選手は現在ベンフィカの所属となっているが、このクラブで育った選手とのこと。

(4) 財政面

ソシオの会費は8.5ユーロ(1,020円)／月(18歳以下、65歳以上は4.25(510円)ユーロ／月)。サッカーの試合観戦には別途費用が必要(シーズン席確保で年100ユーロ(12,000円)＋試合毎に6ユーロ(720円))。シーズンチケットホルダーは約3,500名。

フットボール部門の収入はテレビ放映権200万ユーロ(2億4,000万円)、ソシオ会費130万ユーロ(1億5,600万円)、広告6.5万ユーロ(780万円)、入場料25万ユーロ(3,000万円)、他種目の

部門からの収入より200万ユーロ(2億4,000万円)で合計約600万ユーロ(7億2,000万円)。支出の80%は選手・スタッフの人件費となっている。クラブ全体での経営規模は1,000万ユーロ(12億円)。クラブでピンゴを経営しており(ポルトガルでは大概どのクラブも経営)、国内でも有数の規模を誇り収入源のひとつとなっている。

(5) クラブ運営

クラブスタッフは40名(ダイレクター5名、セクレタリー15名、メンテナンス・クリーニングスタッフ20名)。ボランティアスタッフも60名ほどが運営をサポートしている。通常のサッカーのホームゲーム開催時は警備スタッフ30名、警察20名が警備にあたる。ベンフィカ、スポルティング、ポルトとの試合の時の観客は普段の3倍近くの来場があるため、警備もその時だけは3倍の人数で対応している。

「ここ2年で4回もクラブのトップが替わっており安定した運営が出来ていない。そこが課題のひとつである。」とクラブスタッフも語っていた。

(6) 地域コミュニティ

施設内には小さいが4箇所のBarがあり、スポーツをするしないに関わらず、人々が集えるようになっていた。ホームゲーム時は多くの人が試合前にお酒を飲んだり、軽食をとったりしており、そこからスタジアムへ移動していた。

選手が地域の学校やイベントに参加することは、現状ほとんど出来ていないとのことだったが、今後力を入れて取り組んでいきたいと語っていた。

2. 試合観戦

(1) ポルトガルリーグカップ(Carlsberg Cup)

対戦: ベレネンセス(Belenenses)

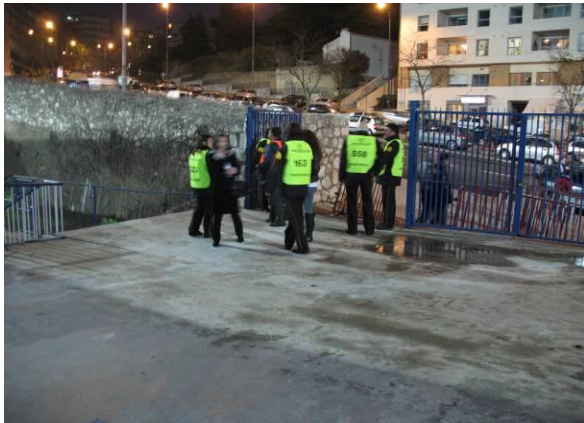
対 ギマラエス(V.Guimarães)

会場: レステロ(Estádio do Restelo)

結果: 0-0(0-0)

入場者数: 1,107人

入場ゲートは3箇所が開門は約1時間前からだった。入場時、チケットは係員が直接券面をチェックするだけであつたが、ボディチェックと手荷物検査があつた。



(スタジアム入場ゲートの様子)

音響用の大型スピーカーが8個ほど直接トラックに置かれていた。試合前のイベントのようなものは特になかつたが、ピッチレベルにいるスタジアムナビゲーターがサポーターの一人をスタンド最前列まで呼び寄せマイクを向けて、そのサポーターがチームの応援歌を歌うという一幕があつた。

平日開催のカップ戦という事もあり、観客は少なかつたが、40名ほどのコアサポーターが旗を振り、声を出して声援を送っていた。

来場者に話を聞いてみると「子どもの頃からこの地域に住んでいて応援している」というソシオ会員歴17年の30代女性が観戦に来ていたように会員歴の長い人々が来場者の多くを占めているようであつた。



(ベレネンセスを応援するサポーターの様子)



(キックオフ前の様子、バックスタンドはほぼ空席)

3. 視察を終えて

施設は近代的なものではないが、歴史を感じさせるものが多かつた。スタジアムと同じ敷地内に各施設があり、総合型スポーツクラブを運営する施設としては理想に近いものを感じた。

90年の歴史あるクラブが現在も総合型スポーツクラブとして根付いている。サッカーも含めたプロチームも存在し、地域の誇り・シンボルとして受け入れられているからだろう。同市内にビッグクラブが存在する中、成績でトップクラスを目指すより、下位クラスでも伝統を守って地域のクラブとして安定した経営を目指す姿勢がクラブスタッフの言葉の通り感じられた。

ビッグクラブが同市内に2つも存在する中で独自性のある運営を目指すこのクラブの今後をこれからも見守っていきたい。

Ⅲ. ポルトガル 2. ベンフィカ・リスボン (Sport Lisboa e Benfica)

2009年1月13日(火)訪問/14日(水)観戦

木村 昌実(横浜 FM)、岩水 香織(熊本)、佐藤 祐史(大分)

チーム/クラブ概要

【リーグ】	Liga Sagres (ポルトガル 1 部)
【創設】	1904 年
【ホームタウン】	リスボン (人口:2,790,000 人)
【スタジアム】	エスタディオ・ダ・ルス (Estadio da Luz / 65,000 人収容) サッカー専用競技場で、もともとは 12 万人収容のスタジアムを解体し、2003 年に完成。UEFA の 5 つ星スタジアムでもある。
【平均観客数】	2008:37,557 人
【ソシオ会員数】	178,000 人 (ギネス記録)
【ソシオランク】	プラチナ (75 年)・ゴールド (50 年)・シルバー (25 年)
【ソシオ収入】	約 1,300 万ユーロ (約 15 億 6,000 万円)



1. クラブ概要

(1) ホームタウン

ポルトガル・リスボン (ポルトガル語: Lisboa、英語: Lisbon)。ポルトガルの首都。人口は約 279 万人、ポルトガル最大都市で、政治、経済、文化、教育の中心である。ポルトガルの港湾都市で、市街地の多くは丘の上に発達しているため坂が多いので、別名「7つの丘の街」と呼ばれている。これらの坂を上り下りする市電とケーブルカーが名物である。市街地はテージョ川沿いの旧市街とその北の高台に広がる新市街からなる。

ポルトガルに生まれた民族歌謡「ファド」の本場として知られ、文化都市リスボンと呼ばれる。リスボン市域の北端にポルテラ空港がある。

(2) 創設・主なクラブ戦績

1904 年創部 ポルトガル・リスボンに本拠地を置く総合型スポーツクラブ。

スーパーリーグ 1 部に所属し、FC ポルト、スポルティンゲ・リスボンとともにポルトガル 3 強の一角を占める。クラブカラーは赤。1904 年創立のスポルト・リスボアと 1906 年創立のスポルト・クルーベ・ベンフィカが 1908

年に合併して現在の形となった。ポルトガルで多くのタイトルを収集し、リーグ戦とカップ戦の双方で国内最多の優勝回数を誇る。これまでに、リーグ戦 31 回優勝、国内リーグでは 24 回優勝、UEFA チャンピオンズカップでは 5 回決勝に進出し、うち 2 回に優勝している。

クラブはサッカーの他に、ローラーホッケー、ハンドボール、フットサル、バスケットボール、バレーボールの種目で 5 つのプロチームを持っている。そのうち 2~3 チームがリーグ優勝を飾っている。水泳、柔道、テコンドーなど、ソシオ会員が趣味で行なう程度のアマチュアスポーツ活動も行なわれている。

クラブへ行政からの直接的援助は無いが、スポーツによる土地活用での税制上の優遇やソシオ会費の消費税免除など、間接的な援助はある。

(3) スタジアム・練習場

サッカー専用競技場で、もともとは 12 万人収容のスタジアムを解体し、2003 年に完成。UEFA の 5 つ星スタジアムでもある。

所在地: Av. General Norton De Matos 1500, Lisboa



スタジアムには、約200平方メートル四方の多機能型店舗が併設されており、ソシオ会員用ショップ(旅行代理店、携帯電話、保険)、Media Market(電化製品を販売)、アディダスショップ、オフィシャルグッズショップなどが入っている。グッズ収入は、ベンフィカグッズが約150万ユーロ(1億8,000万円)、アディダスが約500万ユーロ(6億円)である。また、総合案内所もあり、スタジアムツアーやソシオ会員の募集が行なわれている。

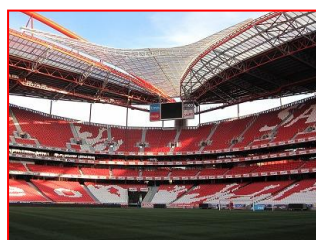
スタジアム内にはクラブが運営する「ベンフィカ TV」のスタジオが設置されており、1日4回の割合で各種チーム情報を配信(24時間放映)。約60万世帯で視聴されている。

ベンフィカ TVに関わるスタッフは約80名。2007年に開設され、予算は初期投資含めて400万ユーロ(4億8,000万円)。CM広告料にて収入を得ている。リーグ中継は権利の問題もあり無理ではあるが、将来的にはベンフィカ TVにて試合中継を考えている。

現在はTV放映権料として年間1,000万ユーロ(12億円)の収入がある。



スタジアムの各コーナーは、スポンサー名(コカ・コーラ、TMN、Meo、Sagres)がついており、3階層(0、1、3)に分かれている。TMNは携帯電話、Meoはインターネット・ケーブルTV、Sagresはビールのスポン



サーである。上記4社を含むスポンサー収入は年間1,500万ユーロ(18億円)。

スタジアムは、4階層に分かれている。ピッチに一番近い階層(0)はソシオ会員専用、階層(1)はソシオ会員とスポンサー用、階層(2)はボックスシート、階層(3)は一般用となっている。



練習場は、Caixa Futebol Campus

所在地 Quinta da Trindade, 2840-600, Seixal

Caixa Futebol Campusのメインフィールドは1,500名収容のスタンドがある。

2. ソシオ会員・チケット

(1) ソシオ会員

ソシオ会員数:178,000人(ギネス記録)

会員年数により、プラチナ(75年)、ゴールド(50年)、シルバー(25年)などのランクがある。

1980~2003年迄で会員数は約10万人。その後5年間で約7万人の会員を増やす。今後は会員を30万人まで増やすことを目標としている。

ソシオ会員費の全体収入は年間1,300万ユーロ(15億6,000万円)で、年会費は0~14歳が36ユーロ(4,320円)、14~17歳は72ユーロ(8,640円)、18歳以上は、スタジアムから50km以下に在住が156ユーロ(18,720円)、50km以上に在住が100ユーロ(12,000円)となり、遠方在住者へ交通費等の負担を少なくするという配慮がある。

ソシオ会員の特典として、スタジアム内でのサービス(会見場にて記念撮影、キャラクター撮影、トレーニング見学、VIP席案内、他)をはじめ、誕生日には次節ホームゲーム招待券1枚と9枚の半額チケットを贈っ

たり、クラブショップ、プール利用、クラブが提携する約1,000社の企業が販売するものや、経営店舗での飲食などについて特典が受けられる。

2005年からは、ソシオキットの販売を開始、6ヶ月会費込みで25ユーロ(3,000円)、会費を自動引落しにすると2試合の観戦チケットがプレゼントされる。これにより、会員の80%が自動引落しへ変更した。

ちなみに、クラブ訪問時に対応して頂いたクラブスタッフ2名は、一人が30年、もう一人が26年間ベンフィカのソシオ会員であり、会員であることに誇りを持っていると語っていた。家族代々で出生前からソシオ会員登録することが多く、ポルトガルではソシオ会員年数が長いほど名誉なことで「最大で最高の情熱」と言われていた。

また、「クラブの最大の目標は、利益を追求することではなく、リーグチャンピオンになることだ」と強く付け加えていた。



(2) チケット

チケットは、ソシオ会員と一般で料金が異なる。ソシオ会員が一般よりも10~20ユーロ(1,200~2,400円)割安で購入できる。年間のチケット収入は2,000万ユーロ(24億円)。

チケットはオンラインで購入することが可能。試合当日、会場でも当日券を販売している。

また、大手銀行との提携により



「ベンフィカカード」(クレジット機能付)を発行。初年度の会費は無料で、以降12ユーロ(1,440円)の会費にて、チケット割引、招待券(1枚)、誕生日プレゼント、特別グッズ購入(当選額10,000ユーロ(120万円))をはじめ様々な特典を受けられる。

チケットセールスという点においては、レディース割引や土曜日開催のカップ戦をファミリーで観戦してもらうための施策を実施している。

3. 試合観戦

試合日時:2009年1月14日(水)19:30キックオフ

大会名:ポルトガルリーグカップ(Carlsberg Cup)

会場:ダ・ルス(Estadio da Luz)

対戦カード(結果):

ベンフィカ 4-1 オルハネンセ(2部)

入場者数:10,369人



最寄りの地下鉄の駅周辺には、数多くの露店が並び、お土産品とともにベンフィカグッズが売られていた。

クラブが正式に許可を出しているかは確認出来なかったが、品数はかなりのものだった。



露店を抜けて10分程歩きスタジアムに到着。開門前の為スタジアム周辺に観客が溢れ、ショップやカフェにて時間を過ごしていた。ヨーロッパはキックオフ直前にスタジアムに入り、試合後はあっという間に退



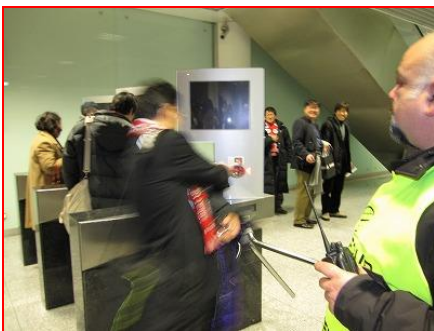
散する傾向があるが、このスタジアムも同様だった。

スタジアム横の照明設備のある人工芝コート(サッカーコート1面)では、U-6と見られるスクールが行なわれていた。1



クラス 20 名程度で 3 クラスが実施されていた。

各入場ゲートにはクラブスポンサー(メイン4社)のネーミングが付けられている。また、ゲートにはバーコード感知式のセキュリティゲートが設置されており、厳重な監視体制が布かれていた。

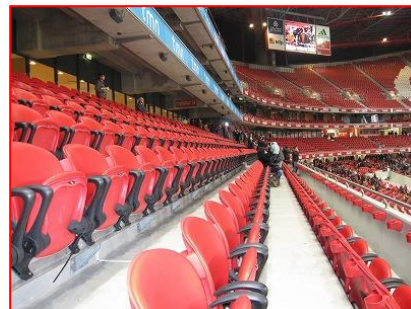


試合前にはベンフィカが誇る生きたマスコット(ワシ)「ビトーリア」によるパフォーマンス(スタジアム上層部からゆっくりと周回しながら降りてきてピッチの目標物へ着地)もあり観客を沸かせていた。このパフォーマンスは、2003年に現在のスタジアムが完成した時から行なわれており、UEFAチャンピオンズリーグでも披露された。

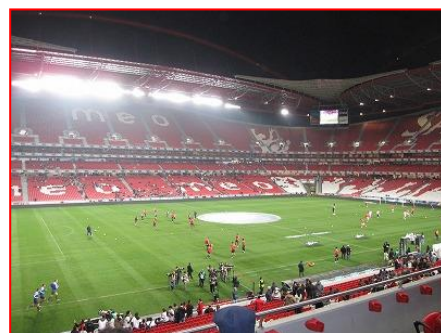
その他にも、試合前に観客(ソシオ会員の中から抽選)と記念撮影をしたり、試合日以外の日には病院や施設訪問を行っている。



座席はゆったりとしたシートで観戦しやすく、スタジアム3層部分には企業向けのBOXシートが約100部屋用意されている。



カップ戦ということもあり、観客数は10,369人と少なかったが、試合中の雰囲気は最高で3~4万人はいるのではないかと錯覚するほどスタジアム全体が盛り上がっていた。試合後、4-1で勝ったベンフィカ選手への声援は勿論のこと、負けたチームのサポーターからの自身の選手に対する敬意には驚かされた。



Ⅲ. ポルトガル 3. スポルティンク (Sporting Clube de Portugal)

2009年1月14日(水)訪問

森脇 豊一郎(広島)、井川 宜之(川崎)、藤原 兼蔵(横浜 FC)

チーム/クラブ概要

【リーグ】	Liga Sagres (1部)/ポルトガルリーグ1部、Sagres というビールメーカーがスポンサー
【創設】	1906年
【ホームタウン】	リスボン(リスボン県人口:564,452人 ※2001年現在)
【スタジアム】	ジョゼ・アルバラデー 21 スタジアム (Estadio Jose Alvalade X X I) 52,000人収容
【平均観客数】	2008年:29,380人/試合
【年間予算】	07-08シーズンの総収入 5,500万€(66億円) ※選手移籍金収入除く
【主なタイトル】	リーグ優勝 18回、カップ優勝 19回、スーパーカップ優勝 6回 UEFA カップウィナーズカップ優勝 1回



1. 概要

スポルティンク・リスボンは、ポルトガルの首都であり最大の都市であるリスボンを本拠地とする。ポルトガルサッカー界において、ベンフィカ、FCポルトとともに3強の一角を占める。1940年代～50年代にかけて、国内タイトルを数多く獲得したが、2001-02シーズンにリーグとカップの2冠を達成してからは、FCポルトなどにタイトルを奪われている。

クラブカラーは、緑と白。クラブの象徴はライオン。

スポルティンク・リスボンの最大の特徴として、下部組織の選手育成が挙げられる。パウロ・フトレ、ルイス・フィゴ、シモン・サブローサ、リカルド・クアスレマ、クリスティアーノ・ロナウド、ナニらを輩出・成功しており、長い伝統がある。

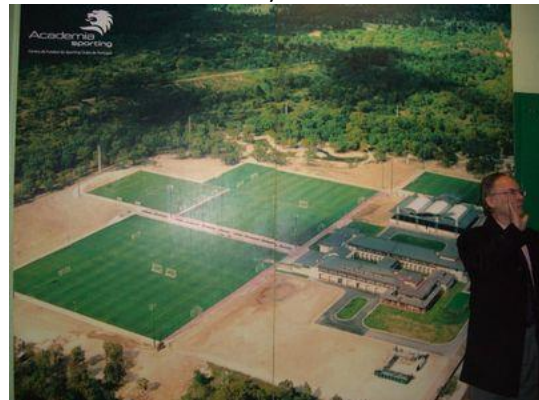
2. 下部組織(練習施設と成功の秘密)

練習施設は、今はリスボンを流れるテージョ川のほとりにあり、「アカデミア」と呼ばれている。トップチームも練習するこの場所は、リスボンから40km離れている。

広さは、25,000㎡あるが、現在は半分のみ使用されており、ほかは手つかずの状態である。7つのピッチのうち、5面が天然芝。2面が人工芝。トレーニングジム

やメディカル施設、クラブハウスは、ホテル機能も完備し、選手がトレーニングに必要とするすべての施設がある。下部組織の選手寮もここにある。

アカデミアの建設費は、1,750万€(21億円)。



(1) 下部組織成功の秘密

前述したように、スポルティンク・リスボンの最大の特徴が下部組織の選手育成の成功であり、タレント工場としての自負がある。成功の秘密は何なのか質問すると、4つの答えが返ってきた。

- ① スポルティンクはブランド力があり、若く優秀な選手を惹きつける魅力があること。
- ② 世界中にスカウト網を張り巡らせており、若く才能のある選手の発掘に力を入れている。
- ③ 子供たちは公立学校に通いながら、空き時間でサッ

カーの技術習得を行っている。

- ④質の良い指導者、特に人間としてのモラル・教育のできる指導者であることを重視している。

スカウトは100名を超え、「自転車で5kmも走れば、他のスポルティンクのスカウトに会える」と言われるほど。彼らは常勤でなく、試合にスカウティングに行った際、その時間に応じての時給や交通費を支給されている。(良い選手を見つけたら成功報酬をもらうというシステムではない)

良いと思われる選手を見つけたら、その地域を統括するスカウトに連絡し、さらに上級のスカウト担当につないでいき、最終的にスカウト責任者が認めれば練習に参加させて、見極める。「現在のスポルティンクがあるのは、このスカウト網とスカウト責任者が優秀であるから」と、スタッフは語っていた。

スポルティンクは、育成型のクラブであり、ライバルであるベンフィカは、バイイングクラブであるというのが一般的な認識のようだ。

3. スタジアム施設およびシーズンシート等

(1) スタジアム

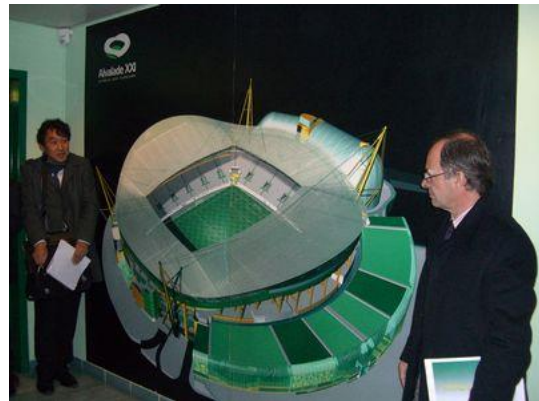
スタジアムの名称は、ジョゼ・アルバラデー 21。収容人数は、52,000人。2層式スタンドのサッカー専用スタジアム。2003年8月に新しくなり、クラブミュージアムをはじめ、医療クリニック、ヘルスクラブ、スーパーマーケット、映画館が付帯施設として入った複合型スタジアムである。UEFAの5つ星スタジアムとして、2004年ヨーロッパ選手権(EURO2004)でも使用されたが、EURO2004で使用された新設スタジアムのうち、唯一EURO開催決定前から建設計画があった。

スタジアムは、土地も含めてクラブの所有であり、現在の新スタジアムは、以前のスタジアム横にあった練習用ピッチを潰して建設された。建設費は、1億3,000万€(156億円)であり、EURO2004開催のため政府からの援助がスタジアム部分で20%あったが、クラブの

自己資金と銀行とのプロジェクトによって建設された。

併設されているスーパーマーケットや医療クリニック、映画館は売却され、他の企業が運営を行っている。

スタジアムのコンセプトは、「安全かつ快適であること。試合がない日でも人々にスタジアムに来てもらうこと。子供や女性が楽しめること。」である。



スタジアム全体がクラブカラーを基調とした緑で統一感があり、屋根の一部に透明な素材が使用されているのは、採光によりスタジアムを明るくするため。

スタンドの座席は、あえてカラフルな色が使用されており、これは空席でも観客が多く入っているように見せるための工夫であり、TV映りへの配慮とスタジアムの雰囲気づくりのためである。



スタンドは4つにゾーニングされており、それぞれにネーミングライツとして、スポンサーがついている。

- ・東スタンド Caixa Geral de Depositos(銀行)
- ・西スタンド tmn(携帯電話)
- ・南スタンド edp(エネルギー会社)
- ・北スタンド SAGRES(ビールメーカー)

下記の写真のとおり、スタジアムには4つの大きな柱があり、柱の近くに設置できる広告料は4つ合計250万€/年(3億円/年)であり、クラブの収入となる。



スタジアム(場外)に設置されたネーミングライツのスポンサー広告
ネーミングライツのスポンサー広告が入った入口

でであり、いかにリーグ戦以外の試合が多いかがわかる。従って、現在ポルトガルでもリーグ戦を3ラウンド制(現在のJ2リーグと同じ)にしてはどうか、という議論も起きているとのこと。

ちなみに、ホームチームサポーターは南側スタンドで応援するが、これは北がFCポルトの方角という理由らしく、ここにも大きなライバル心がみえる。

(3) 企業向け BOX 席

企業向け BOX 席は、東西のスタンド中央にそれぞれ2列あり、購入した企業の看板を設置している。

- ・大部屋 15万€/年(1,800万円/年)
- ・小部屋(6人部屋) 6,000€/年(72万円/年)



(2) 座席区分と入場料金(1€=120円)

スタンド1F部分	ソシオ	一般
TMNの中央寄り	20ユーロ	30ユーロ
CGDの中央寄り	20ユーロ	30ユーロ
TMNのサイド	15ユーロ	25ユーロ
CGDのサイド	15ユーロ	25ユーロ
EDP	10ユーロ	20ユーロ
SAGRES	10ユーロ	20ユーロ
見にくい席	5ユーロ	10ユーロ
若者/シニア	5ユーロ	10ユーロ
スタンド2F部分	ソシオ	一般
TMNの中央寄り	15ユーロ	25ユーロ
CGDの中央寄り	15ユーロ	25ユーロ
TMNのサイド	10ユーロ	20ユーロ
CGDのサイド	10ユーロ	20ユーロ
EDP	8ユーロ	15ユーロ
SAGRES	8ユーロ	15ユーロ

- ※3歳以下のお子様入場禁止
- ※4歳~6歳のお子様無料
- ※「若者チケット」は、7歳~17歳

入場ゲートは、ターンテーブル式で入場券に記載されているバーコードを読み取る方式だ。

今シーズン、ホームスタジアムで開催される試合数は約30試合だが、そのうちリーグ戦で使用するのは15試合のみ。それ以外は、カップ戦やチャンピオンズリー

(4) シーズンシート

52,000席のスタジアム収容人数に対して、シーズンシートホルダーは、27,000席である。

シーズンシート料金は、メインスタンド1F(ソシオのみの購入権利があり、完売ではない)が400€(4.8万円)。スタンド2F席が、ソシオ120€(1.44万円)/ソシオ以外200€(2.4万円)である。

驚いたのは、「20年間シート」という商品があり、リーグ戦17試合とチャンピオンズリーグ3試合が見られる。「20年間シート」を確保する権利料だけで2,500€/年(30万円/年)+チケット代300€/年(3.6万円/年)が必要であるが、現在5,700席が販売済みであり、座席には購入者(ソシオ)のネームが貼られている。

4. ソシオについて

(1) 新しいソシオ制度と獲得策

ソシオのカテゴリーと金額は下記のとおりである。

会員数は、10万人である。

カテゴリー	月々の会費
18歳以上	12ユーロ
1歳未満のソシオの子もしくは孫	免除
17歳以下	4ユーロ
11歳以下	3ユーロ
18歳未満でリスボンから50km以上の居住者	55ユーロ/年間
20年以上のソシオ	2ユーロ

スポルティンクが積極的に展開している新しいソシオ制度(会員証)は、下記図のカテゴリーによって区分されており、未成年者のカテゴリーを除いてクレジット機能(VISA)がついている。(※ライバルであるベンフィカは、MASTER CARDで全く同じことをスポルティンクよりも積極的に展開している)

従って、このカードでチケット代やソシオ会費を支払ったり、提携するお店や会社で使用することにより、割引があったり、ポイントがたまる仕組み。たまったポイントを使用して、特別な特典を享受することができる。

例えば、選手に会うことができたり、子供が選手と一緒に入場できたり、チームの国外遠征時に同じ飛行機で旅ができたりといった、特別な特典を享受できる。



新規ソシオの獲得のために、「PACK SOCIO S3G」という60€(7,200円)のお得なパッケージ商品(入会キット)を販売している。内容は、ソシオ会員証、試合の無料招待券2枚、DVD1枚、旗1枚である。



(2) パッケージチケット

また、「GAME BOX」と呼ばれる複数試合のパッケージチケットを販売している。

例えば、リーグ戦10試合+チャンピオンズリーグ1試合の11試合をソシオ1名であれば、最も安い席は85€(10,200円)、最も高い席は220ユーロ(26,400円)で観戦できる。

一方で、ソシオでない方は、リーグ戦10試合が1名分で95€(11,400円)であるが、座席はスタンド2Fのサイドもしくは見にくい席に限定されており、ソシオとの差別化が図られている。

5. スポンサーシップについて

ポルトガルサッカー界は、ベンフィカ、FCポルト、スポルティンク・リスボンの3強が、常に優勝争いをしているリーグである。従って、大企業は上記3クラブを同時にスポンサードする機会が多い。理由は単純で、どこか1クラブのみスポンサードすれば、残り2クラブのサポーターの不買運動につながりかねないためである。逆に、「3チームを同時にスポンサードすれば、国民の99%はカバーできる(クラブスタッフ談)」。

上記スポンサーシップの交渉は、3チーム合同で行い、全体のスポンサード金額が決定すれば、そこからベンフィカ40%、スポルティンク30%、ポルト30%といった割合で分け合う。これは、ファンベースの大きさに比例している。クラブとしては、単独で多額のスポンサードを受けたいところではあるが、企業側がこの形態を希望しているとのこと。

6. 収入構造

「クラブに直接入る収入」と「スタジアム運営会社に入る収入」との区分が、話を聞く限りわかりづらかったため、正確なクラブの総収入はわからないが、選手移籍金を除く収入構造の概要を、参考までに記載する。

・シーズンチケット収入	600 万€(7.2 億円)
・その他入場料収入	350 万€(4.2 億円)
・TV放映権収入	1,000 万€(12 億円)
・スポンサー収入	3,000 万€(36 億円)
・BOX シート収入	400 万€(4.8 億円)
・ビジネスシート(20 年席等)	450 万€(5.4 億円)
・その他広告収入	300 万€(3.6 億円)
・ソシオ会費収入	600 万~700 万€(7.2~8.4 億円)
・他スポーツ会員収入	150 万€(1.8 億円)
・テナント収入	800 万€(9.6 億円)
・他の活動(スタジアムツアー、コンサート)	75 万€(0.9 億円)

7. その他

(1) マーチャンダイジング

現在は外部委託しているが、委託先の会社倒産のため、今後は自前で行うようになる。ちなみに、その会社はリアル・マドリードのマーチャンダイジングも請け負っていた。

(2) クラブスタッフの数

スタッフは総勢(グランドキーパーを含め)400 名ほど。マーケティング部門には 12 名が所属している。

(3) ジャーナル・スポルティンク

クラブ独自の新聞(有料)を世界中のスポルティンクファンに向けて発行している。世界で最も古いクラブ発行の新聞で 86 年間発行している。

(4) トロフィーの数

クラブ全体でのトロフィーの数は、15,000 個以上あり、FC バルセロナに次いで、世界で 2 番目に多い。

(5) ベンフィカへの強烈なライバル心

スタジアムから 1km~2km しか離れていない場所に、強力なライバル・ベンフィカが存在する。

「彼らに負けずに自分たちが努力することだ。お互いが切磋琢磨することで発展していくので、ライバルが存在することは、良いことだ(クラブスタッフ談)」が公の発言であったが、一方では、「スポルティンクがヨーロッパチャンピオンになるより、ベンフィカが 2 部に落

ちることが私の夢。」「(ベンフィカのスタジアム前にある)エウゼビオ選手の銅像の首を取って、スポルティンクのスタジアムに持ってくるのが目標。」と、強烈なライバル心(本音)をのぞかせるスタッフもいた。

8. 所感

今回視察したスタジアムに関して言えば、ホームスタジアムはクラブの所有物であるため、クラブの特徴を出したり、歴史と伝統を感じさせるモニュメントや往年の名選手の写真パネル、クラブエンブレムがいたるところに設置するなど、様々な工夫が見られた。

例えば、スポルティンクでは、スタジアムのシンボリックな黄色い4本の柱に地域のシンボル、他の国から来た人も「あれがスポルティンクのスタジアムか!」とはっきりわかる工夫があり、日本では感じられない『スタジアムとして特徴を持つことの大切さ』を感じた。

日本では、ほとんどのクラブが県や市といった自治体が保有するスタジアムを試合毎に借りることとなるため、クラブの特徴や歴史と伝統を感じさせる仕掛けを行いつらい側面もあるかと思う。

しかしながら、クラブ(あるいはスタジアム)が地域のシンボルとして認知され、地域の財産となっていくためには、前述したような仕掛けが必須であると感じたし、大いに勉強になった。

また、各クラブが「地域に根差したクラブ」となるためには、ホームタウン活動をはじめとする地道な取り組みを継続的に行う必要がある。その活動の際、間違いなくベースとなるのは、この仕事に携わるクラブスタッフの**“サッカーに対する情熱”**と**“クラブ愛”**であることを、今回の欧州研修を通じて最も感じた。

研修に参加した各クラブスタッフ、もちろん Jリーグ事務局の方を含め、今回学んだことを 1人1人が日本に帰ってから活かしていくことが、欧州に負けない Jリーグの百年の歴史を作ることにつながっていくのだと思う。

Levante Unión Deportiva LEVANTE UD
 Sociedad Anónima Deportiva

Inicio El club Levante UD Levante UD B Levante UD Femenino Levante UD Juvenil A Fútbol Base Afición

NOTICIA 4 Febrero de 2009 14:09:05

Los representantes de la Liga Japonesa acuden al partido del Femenino
 17:20h - 11 enero, 2009

El encuentro celebrado esta mañana entre el Levante UD Femenino y L'Estartit en el Polideportivo municipal de Nazaret ha contado entre sus espectadores con los responsables de Marketing, Departamento Comercial, Venta de Entradas y Atención al Socio de los clubes de 1ª y 2ª División del fútbol japonés que desde ayer se encuentran en Valencia realizando una de las visitas organizadas por la J-League (Liga Profesional de Japón) a diversos clubes europeos.

En el día de ayer, estos representantes del fútbol japonés visitaron el Estadi Ciutat de València, donde conocieron de la mano del Director Comercial del Levante UD, Vicente Herrero, los pormenores del funcionamiento de su departamento dentro del club, así como la historia de la entidad levantinista.

Tras su visita al Estadi Ciutat de València, los japoneses, ataviados con indumentaria granota, se han acercado esta mañana a Nazaret para observar en primera persona las cualidades de las futbolistas, así como conocer cómo se gestiona la sección femenina de la entidad. Para ello, han conversado con la Directora General del Levante UD Femenino, Dolores Escamilla, y con el Director Deportivo, Tomás Pérez.

ARCHIVO DE NOTICIAS
 Noticias por meses

Febrero 2009	Enero 2009
Diciembre 2008	Noviembre 2008
Octubre 2008	Septiembre 2008
Agosto 2008	Julio 2008
Junio 2008	Mayo 2008
Abril 2008	Marzo 2008

ACCESO USUARIOS

Entrar

Registro / Olvidó su contraseña

CENTENARIO
 FALTAN PARA EL 09/09/2009
216.09.50.54
 DIAS HORAS MIN. SEG.

ESTADI CIUTAT DE VALÈNCIA
 Sábado 7 de febrero 18:30 h -
LEVANTE U.D. - REAL MURCIA

LOCALIDAD	PRECIO	LOCALIDAD	PRECIO
TRINIDAD CANTABRIA	15 euros	OSUNA (SEVILLA)	15 euros
TRINIDAD CANTABRIA	17 euros	OSUNA (SEVILLA)	17 euros
TRINIDAD CANTABRIA	20 euros	OSUNA (SEVILLA)	20 euros
TRINIDAD CANTABRIA	25 euros	OSUNA (SEVILLA)	25 euros
TRINIDAD CANTABRIA	30 euros	OSUNA (SEVILLA)	30 euros
TRINIDAD CANTABRIA	35 euros	OSUNA (SEVILLA)	35 euros
TRINIDAD CANTABRIA	40 euros	OSUNA (SEVILLA)	40 euros
TRINIDAD CANTABRIA	45 euros	OSUNA (SEVILLA)	45 euros
TRINIDAD CANTABRIA	50 euros	OSUNA (SEVILLA)	50 euros
TRINIDAD CANTABRIA	55 euros	OSUNA (SEVILLA)	55 euros
TRINIDAD CANTABRIA	60 euros	OSUNA (SEVILLA)	60 euros
TRINIDAD CANTABRIA	65 euros	OSUNA (SEVILLA)	65 euros
TRINIDAD CANTABRIA	70 euros	OSUNA (SEVILLA)	70 euros
TRINIDAD CANTABRIA	75 euros	OSUNA (SEVILLA)	75 euros
TRINIDAD CANTABRIA	80 euros	OSUNA (SEVILLA)	80 euros
TRINIDAD CANTABRIA	85 euros	OSUNA (SEVILLA)	85 euros
TRINIDAD CANTABRIA	90 euros	OSUNA (SEVILLA)	90 euros
TRINIDAD CANTABRIA	95 euros	OSUNA (SEVILLA)	95 euros
TRINIDAD CANTABRIA	100 euros	OSUNA (SEVILLA)	100 euros

VILLARREAL C.F.

Galería de fotos Ampliar - Cerrar

Lunes 12 Enero 2009
Los representantes de la liga japonesa han visitado el Villarreal
 En total, unos 37 directivos de 28 clubes de la primera y segunda división de su país conocieron

Más fotos 1 de 1 23

osbelenenses.com
 site oficial

Quarta-Feira, 4 de Fevereiro de 2009

Home	Institucional	Filiais	Instalações	Organização	Patrocinadores	Modalidades	Login
------	---------------	---------	-------------	-------------	----------------	-------------	-------

Noticias
 Opinião
 Classificações
 Comunicados
 Imprensa
 Livro de Visitas
 Links
 FAQs
 Postais
 Recortes
 FotoReportagem
 Entrevistas
 Multimédia Azul
 Agenda
 Loja Online

FUTEBOL: Belenenses 1 - FC Porto 3

FUTEBOL: Japoneses no Restelo.
 13-01-2009 18:30

Uma delegação da Liga Japonesa de Futebol, composta por 34 elementos, visitou hoje, demoradamente, o complexo do Estádio do Restelo, tomando contacto com a realidade do clube

A comitiva é encabeçada por Hitoshi Sato, general manager da Liga, integra representantes de todos os clubes profissionais do Japão, e amanhã marcará presença no Restelo, para assistir ao jogo Belenenses-Vitória de Guimarães, a contar para a Taça da Liga.

Hélio Nascimento, da Comissão de Gestão, e Miguel Barreiros, director das modalidades, acompanharam e deram as boas vindas aos visitantes, que ficaram deslumbrados, em particular, com a localização e vista panorâmica do recinto azul e com a Sala de Troféus.

ESTÁGIO

Elsamni Osama, avançado japonês do Tokyo Verdy, começa amanhã a efectuar um estágio de aprendizagem e aperfeiçoamento com as equipas de futebol do Belenenses. Esta semana evoluirá com os juniores e depois cumprirá também alguns treinos com o plantel senior.

O jovem dianteiro, de 20 anos, permanecerá no Restelo cerca de doze dias, numa experiência que poderá ter como consequência a elaboração de um protocolo com aquele clube japonês.

Seja Sócio!

Breves

ANDEBOL: Árbitros nomeados para os dois jogos da Taça EHF
 (13-01-2009 06:04), clique aqui

último jogo

FUTEBOL: 14ª jornada
0-1
Rio Ave x Belenenses
 Rio Ave FC

VI. イングランド 1.ミルトン・キーンズ・ドンズ (Milton Keynes Dons FC)

2009年1月15日(木)訪問

城 祐万(鹿島)、路木 健(京都)、山本 佳津(東京 V)

チーム/クラブ概要

【リーグ】	Football League One(3部)
【創設】	2004年
【ホームタウン】	ミルトン・キーンズ(人口:184,506人)
【スタジアム】	Stadiummk(スタジアム MK)(21,089人収容)
【平均観客数】	2007~2008:9,456人
【会員数】	18,700人(07~08)



1. ホームタウン移転の経緯

ミルトン・キーンズ・ドンズ FC(MKドンズ)は、ホームタウンをロンドンのウィンブルドン地区から移転したクラブである。大きな理由としては3つ、1つがクラブ保有のスタジアムが欲しいという理由である。旧ホームタウンの行政と何度も交渉したが、その実現が難しいという。2つ目が度重なるラフプレーによる罰金や、チーム力を保つを保つ為の資金を維持できず、2003-2004シーズンのリーグ1降格をもってチームが消滅したという理由である。

3つ目が、上記の問題が発生している最中に、ミルトン・キーンズ市が、新しい都市開発計画の一環としてイギリス国内で最も人気のあるサッカーのプロクラブチームの誘致活動を積極的に行っていたことで、現オーナーが再建中のクラブを買い取り、2004年に現在のホームタウンに移転した。

ホームタウンの誘致活動の目玉は、広大な土地の無償提供である。現オーナーはこの広大な土地をミルトン・キーンズ市から譲り受け、その敷地内の一部に21,089名収容のスタジアムを建設したのである。さらに、その周辺土地を企業に売却しその収益をスタジアム建設費にあてた。ホームスタジアム周辺の

賑わいにつながる、ショッピングモール誘致に成功している。

つまり、ロンドン郊外に位置するミルトン・キーンズ市の都市開発計画にタイミングよく便乗した形で誕生したのがMKドンズであり、ホームタウン移転成功の最大の要因であるといえる。

旧ホームタウンでのチーム消滅から、チームの名前を変えて生まれ変わった背景には、ミルトン・キーンズ市の都市開発計画が大きく影響している。ラッキーだと言えるが、そうしたチャンスを見逃さない経営者の決断に感銘を受けた。また、移転後に、大手自動車メーカーとの契約を生かしたホテル併設のスタジアム利活用に今後注目していきたい。



【スタジアム外観】



【2階は改修中の為、座席シート無し】

2. クラブ経営

ホームタウン移転後のクラブ経営は、収支のバランスが悪く赤字経営となっている。クラブ収入は大きく分けて、スポンサー広告収入、TV放映権、チケット収入、選手移籍関係の収入が主となっている。

総収入 550 万ポンド(7 億 7,000 万円)の内訳は、スポンサー広告収入 180 万ポンド(2 億 2,500 万円)、入場料収入 200 万ポンド(2 億 8,000 万円)、TV放映権収入 60 万ポンド(8,400 万円)、選手移籍金 110 万ポンド(1 億 5,400 万円)である。支出の約 50%が選手、スタッフの person 費となり、その他、運営費、新しいスタジアムの建設費、改修費等の支出から、赤字経営となっている。ホテル経営の収入は 500 万ポンド(7 億円)を見込んでいるという。

また、プレミアリーグ昇格になれば、TV放映権収入、入場料収入が大幅に上がるという楽観的見解であった。

3. スタジアムの特色

赤字経営の脱却施策として、「ホテル併設スタジアム」へと改修し、サッカー以外の収益にかけている。ホームゲーム試合日は、部屋のベッドを移動し、試合観戦用の部屋付き BOX シートになるという。試合の無い日は、通常のホテルとして機能する。まさに、

赤字経営脱却の切り札的施策となる、スタジアム利活用を生かした先行投資である。

ロンドン市郊外の小さな都市で、ホテル経営は成り立つのだろうか？クラブ経営者に質問すると、近くに大手自動車メーカーの『フォルクス・ワーゲン社』の研修センターがあり、宿泊施設が必要だという事で「ホテル併設スタジアム」に踏み切ったそうである。しかも、すでに年間 60,000 室の宿泊注文を契約獲得しており、先行投資には自信を持っている。今後、このような手法で同じ大手自動車メーカー「ベンツ社」との契約を計画しているという。しかし、金融危機による世界経済の崩壊の波は避けられないという危機感から、今後の新たなスタジアム利活用ビジネスの展開を模索しなければならない事を予想していた。

Jクラブも同じ問題を抱える中で、MKドズのビジネス手腕に、今後大いに注目していき参考にしていきたいと思う。



【説明会終了後お土産を渡す Jリーグ佐藤氏】



【アウェイサポーターとはシャッターで仕切られるコンコース】



【ホテル隣のVIPルーム】



【2007-2008 国内タイトル獲得(4部優勝)】



【スタジアム内の選手ロッカー】

4. ハーフシーズンチケット

現在、2008-2009のハーフシーズンチケットを販売している。スタジアムの収容人数が、21,089人に対して、およそ10,000人のサポーターがこのチケットを利用している。(7歳未満は無料)

創設から4年で多くの年間サポーターを獲得してきた背景には、初年度に元イングランド代表のMFポール・インス氏を監督として迎え入れる等、ファンの注目を集める方針があげられる。現在の監督は、元イタリア代表のディ・マッテオ氏である。

こうした、ファン獲得施策にも新たな地域にホームタウン移転したクラブの方針が伺える。今後のスタジアム拡大に伴うチケット販売施策、チーム強化にも注目していきたい。

5. 地域貢献活動

○活動のコンセプト○

地元の人々に対してサッカーを通してポジティブな印象を抱いてもらうためと、サッカーに限らず多種多様なバックグラウンドを持つ地域の人々に、そういった機会を提供していくことを目標にしている。

また、スタジアム内に1,000人収容のコミュニティホールを設置する等、地域住民との関係を重視する方針が伺える。是非、参考にしたい。



【1,000人収容のコミュニティホール】

○組織○

コミュニティオフィサーを頂点として、5つのプロジェクトに関する責任者(予算の管轄を担う)が存在し、その下にはプロジェクトを実施する部門、さらにその中でも、見習いコーチ、パートタイムコーチ、ボランティアの方々の協力もある。

この組織の中で最も重要性が高いのは、地元のコミュニティアンバサダー(親善大使)の「ポール・ミッチェル氏」。つい最近現役の選手だったが怪我

で引退。ミルトン・キーンズ近郊の学校や施設等で、元選手というステータスを生かして、様々な活動をしている。

○地域貢献活動の歴史○

ももとは、ウィンブルドン FC 時代から、このような活動を展開していた。ミルトン・キーンズにホームタウンを移転してから、当時はフルタイムスタッフを15名のパートタイムスタッフがサポートする形だった。

全国レベルで、フットボールリーグトラストという形での基金からお金が降りるようになり、これを境にチャリティという形になった。それから、フットボール・イン・ザ・コミュニティという名称から、フットボール・エデュケーション・トラスト(サッカー教育基金)となり、チャリティ慈善団体のステータスとして設立となる。現在では17名のフルタイムスタッフとなり、今後も拡大していく方向。

6. チャリティ活動の紹介

*ワーキングスクール(小学生向けの活動)

年間120セッションで、約6,240名が参加。サッカーだけでなく、6つのカテゴリーに分かれて行っている。学校が80校、601回のセッション参加数は、10~20名となっている。

*Playing For Success(小学生年代で学業の成績が思わしくない子どもへのアプローチ)

*Mend(健康改善)

肥満の問題や食生活の改善を啓蒙していく。ダイエットを強要するわけではなく、食生活のアドバイスや毎日のエクササイズ(運動)を推進していく。

*Boys Player Development Centre Programme(地元チームや団体への協力)

グラスルーツレベルの子ども達に対して、サッカーを教える。選手育成の目的や地域レベルの底上げも含めて活動している。

*Girls Centre of Excellence(女子サッカープロジェクト)

10才から16才まではセンターオブエクセレンスとして存在しているが、16才から19才(ウーマンアカデミー)を新設した。練習は週1回、週末は試合を行う。将来はアーセナルやチャールトンと同じリーグに入る事が目標。

*Ability Counts Disability(身体障がい者向けのプロジェクト)

基本コンセプトは障がいを持っている誰でもが参加する。(車椅子での参加できる)

*Evening Weekend and Holiday Provision(学校が無い時間にサッカーを楽しむ)

単純に地元子ども達にサッカーを楽しんでもらうための活動。地域活動の中で学校巡回同様メインの活動となっている。これらの活動には、全国規模のスポンサーから、地元のスポンサーの支援がある。今後も活動の充実、拡大が期待される。

このようなチャリティ活動が、地域に根ざすクラブの確立につながるの言うまでもない。ただ、残念だった事は、MKドズの活動そのものが見られなかった事である。

Jリーグでも地域貢献活動は積極的に行っており、我々の地道な活動が間違っていない事を再認識できた。ただ、その取り組む内容、行政との関連については更に検討していく必要があると感じた。



【スポンサー各社のロゴマーク】

IV. イングランド 2. プレ斯顿・ノース・エンド (Preston North End)

2009年1月16日(金)訪問、17日(土)観戦

須藤 伸樹(浦和)、鷹野 智裕(甲府)、平岩 裕治(徳島)

チーム/クラブ概要

【リーグ】	Coca-Cola Championship (2部)/England
【創設】	1881年
【ホームタウン】	プレ斯顿 (人口:129,642人)
【スタジアム】	Deepdale (22,225人収容)
【平均観客数】	2008:12,647人
【当日観客数】	15,692人
【タイトル】	リーグ戦 2回 1888~1889、1889~1890 FAカップ 2回 1888~1889、1937~1938



1. クラブ訪問

(1) 歴史

イングランド北部の港町リバプールにほど近いプレ斯顿。

1863年、町に“ノースエンド・クリケット・クラブ”が創設される。クラブでは、当初クリケットとラグビーを行っていたが、1879年からはサッカーもプレーされるようになる。そして、1881年、クラブは方針を転換。サッカーをメインの競技として扱うことを決め、ウィリアム・サドル監督が当時全盛を誇ったブラックバーンのライバルとなるべく強化に乗り出す。

パスゲームに長けたスコットランドから多くの選手を獲得し、チームの骨格を固める一方、自らはFA(サッカー協会)に対してプロ化を主張。全国規模のフットボール・リーグ実現に尽力するなど、サッカー界のあり方を大きく変える先導役となって行った。1888年にスタートしたフットボール・リーグに最初から参加した12クラブのうちの一つ。またフットボール・リーグの最初の2シーズンを連覇した古豪である。特に1888-1889シーズンは無敗優勝(10勝1分)、さらに同年のFAカップにも優勝して、初のダブル(2冠)を達成したクラブとなった。1938年のFAカップ優勝を最後に主要タイトルからは遠ざかって

いる。また、リーグ初代王者に敬意を表し、ナショナル・フットボール・ミュージアムがここに併設されている。愛称は、真っ白なユニフォームからリリーホワイト(白ゆり)。マンチェスターUに所属した新旧の大スター、サー・ボビー・チャールトンやデイビッド・ベッカムも、純白のユニフォームに袖を通した経験を持つ。また、サー・ボビー・チャールトン在籍時には、Jリーグの広島、神戸で監督として指揮をとったスチュワート・バクスターも在籍していた。

サッカー発祥の地として世界でも最古の歴史を持つイングランドにおいても、過去、無敗で優勝を果たした例は、ただ一度しかない。それが、1888-89年のプレ斯顿・ノース・エンドFC(プレ斯顿NE)。フットボール・リーグがスタートしたこの年、その後1世紀以上も破られることのない偉業を成し遂げて初代チャンピオンに輝いたのが、このクラブである。

(2) コミュニティ活動

プレ斯顿には1970年代からアジア系(特にインド)の移民が多く、その人たちにサッカーの文化が根付いていなかったため、アジア系のコミュニティには特に積極的に向き、チケットを渡すなど、サ

サッカーを見に来てもらうための工夫をしている。その他教会や寺院のイベントにも出向いていく。

将来のサポーターを作るために、幼小中学校に対して、選手やコーチが出向いて招待券を配布したり、試合告知などを行っている。また、地域との交流・選手発掘を目的にユースのコーチを学校に派遣している。

クラブは地元ありきなため、障がいや年齢に関係なくファンを作っていく。車椅子に対しても付き添いは無料にしている。地元との関係がうまくいっているため、何か困ったことがあればクラブの担当者へ連絡が来ることもある。

コミュニティ活動の担当者がこの仕事をしているうえでの喜びは「地元の人の役に立っていると実感する瞬間」と「地元の人と常にふれあいを持っていること」との回答であった。

(3) シーズンチケット

シーズンチケット継続のために、12月頃手紙やメールにて呼びかけをする。プレストンNEの場合、プレミアリーグにあがった場合シーズンチケットの価格が上がるため、この時期に入会した方へは価格据え置きの特典がつく。早めに更新をしてもらうための工夫である。

両親がシーズンチケットを持っている場合は8歳以下無料などの特典もあり。

シーズンチケットホルダーの人数は約10,000人で安定している。

地元新聞には試合の週に広告で試合告知。

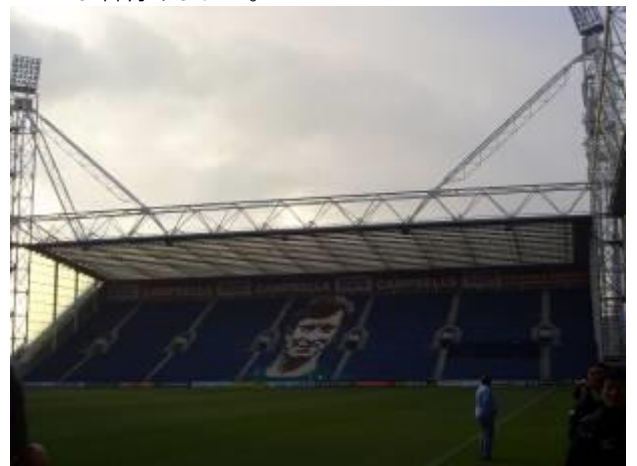
WEBでの試合告知。

(4) スタジアム

スタジアムは19世紀後半から使用されており、スポーツ用の施設としては、世界で一番古いと説明があったが、老築化が進んだスタジアムと周りの施設は12年前から少しずつ増改築されており、リ

ニューアルされたスタジアムは今年ほぼ完成を迎える。スタジアム内には、ジムやプレストン大学が運営するラーニングセンター、病院の出張所などが併設されており、試合のない日は会議室なども一般に貸し出しをしている。ピッチは設立以来変わっておらず長年の歴戦を見守ってきた。スタジアム内に病院の出張所がある理由は、子供から大人までプレストンNEがどこにあるか知っているからの回答であった。

スタジアムの各スタンド名はかつてプレストンNEに在籍した名選手にちなんだ名前「バックスタンド“サー・トム・フィニー・スタンド”、ホームゴール裏“アラン・ケリー・タウンエンド”、アウェイゴール裏“ビル・シャンクリー・コップ”」になっており、ファン投票により決定されたが、メインスタンドだけは、選手名ではなく“インビンシブル・パビリオン”と呼ばれ、リーグ創設初期にリーグ戦とFA杯を無敗で優勝した最強軍団をマスコミが“インビンシブル(無敵)”と評したことから名付けられた。



(ホームゴール裏“アラン・ケリー・タウンエンド”)

また、ナイター照明の高さはイングランドで一番高い位置にあると言われており、遠くから見たときに街のシンボルになるように設計されている。

ベンチはメインスタンドの中央に両クラブ用、審判用が用意されており、観客も選手と同じ感覚でスタジアムの雰囲気を楽しんでほしいという粋な造りとなっている。これはその後伺ったイングランド

のいくつかのクラブでも似た造りとなっていた。

選手入場ゲートは元々はバックスタンド中央に作成予定であったが、予算とナショナル・フットボール・ミュージアム建設の関係で、ロッカールームなどがホームゴール裏スタンド下に造られたことから、ホームゴール裏とメインスタンドの間からジャバラを伸ばして入場するスタイルとなった。

この他メインスタンド側にはセキュリティ監視ルームやラウンジ、企業販売用のVIPルームなどがあり、ラウンジでは試合前に選手や家族が歓談をしたり、試合中はスポンサーがくつろげるスペースとなっている。ただし観戦しながらのアルコール摂取はリーグ全体で禁止されているため、試合中はブラインドがおろされる。全部で22室ある企業販売用のVIPルームでは、食事をしながら試合を観戦でき、すべての部屋に往年の選手の名前が付けられている。このVIPルームは基本的に年間で販売(約18,000£(252万円)/年間)するが、売れていない場合は1試合毎(約100£(14,000円)/1人[団体])に販売しており、クラブの収入源となっている。

選手ロッカールームはアウェイ用はホーム用の半分くらいしかなく、また入場ゲート前には“THIS IS DEEPPDALE”の文字と、かつて2年間で31試合無敗であった時の写真が飾られ、入場前からプレ斯顿はホームでは手ごわいぞという意識をアウェイチームに植え付けている。



駐車場が狭いため、町の中心部からチームと提携しているバス会社がスタジアムまでの送迎バスを運行しているなどのサービスもしている。



(5) 組織

クラブスタッフはフルタイム 50 人弱

オフィス 23 名

チケットオフィス 8 名

コミュニティ関連 約 10 名

その他試合のときはパートタイムや警備員などが追加となり試合運営をおこなっている。

2. 観戦

(1) 1月17日(土)12:45 キックオフ

Coca-Cola Championship(イングランド2部リーグ) プレ斯顿・ノース・エンド対バーンリー

スタジアム前のメインストリートには、当日の対戦内容が数日前から掲げられており、気分を高揚させる。スタジアム前ではマッチデイプログラム 2£(280円)が仮設機で簡易的に販売され、道行く人々が手に取っていた。このマッチデイプログラムは再生紙でできており、プレ斯顿のリサイクルに対するポリシーを感じた。

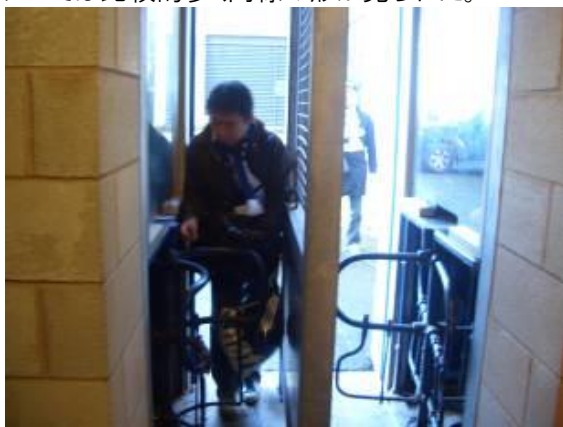
(2) チケット売場

チケット売り場にも当日券を求め列が出来ていたが、それほど込み合っている様子はなかった。車

椅子利用者もしくは子供のためにチケット売り場の
 一か所の窓口が普通の窓口より低くなっているの
 は、観客に対する気遣いを感じた。

(3) 入場ゲート

入場ゲートは一人通るのがやっとというくらい非
 常に狭く、通路の中盤でチケットをもぎり、回転バー
 を押して中に入るシステムであった。セキュリティ面
 の事を考慮してのことと思うが、イングランドのスタ
 ジアムでは比較的多く同様の形が見られた。



(入場口の様子)

(4) ショップ

① グッズ

オフィシャルショップはサポーターであふれかえ
 り、グッズアイテム数は今回視察したクラブの中
 でも一番豊富であったように思う。

② 飲食売店

飲食売店は外にキッチンカーを設け、試合前か
 ら販売するとともに、場内にも常設の売店が多く設
 置されていた。販売の内容はホットドックやマフィン
 など簡易的なものであったが、多くのサポーターが
 試合前にコンコースにたむろし、常設されているテ
 レビでチーム情報を見たり、飲食しながら談笑して
 いる姿に試合前の熱気を感じた。こちらは、どこの
 競技場もそうだが、キックオフ 10 分ほど前に席に
 着く感じで、開場しても多くのサポーターが外かコ
 ンコースにいる状況であった。

(5) イベント

キックオフ直前には、120 年前に始まったイン
 グランドリーグ初戦で対戦した当日の対戦相手バー
 ンリーとの一戦を記念し、セレモニーが行われた。
 歴代の名選手の子孫たちが各選手の写真を持っ
 て入場し、センターサークル上で輪になって歴史あ
 る一戦を前に花を添えた。



(6) 所感

試合は 2 本の PK を確実に決めたプレストン NE
 が追いつがるバーンリーから逃げ切り 2-1 で勝利し
 た。観客数は 15,692 人でかなりの数のホームサポ
 ーターに埋められたスタジアムは熱狂につつまれ、
 それぞれのクラブの誇りをかけた熱い試合となっ
 た。



(私たちの席のすぐ前でタオルマフラーを巻き真
 剣に戦況を見つめる老夫婦の姿が印象的だった)

3. ナショナル・フットボール・ミュージアム

リーグ初代王者であるプレ斯顿 NE に敬意を表し、ナショナル・フットボール・ミュージアムがここ Deepdale に併設されている。ミュージアムの広さは世界最大規模であり、年間で 10 万人の来場者がある。展示フロアーを 1 階、2 階ではなく、1st ハーフ、2nd ハーフと名付けられており、こんなところにもイングランドならではのこだわりとサッカー文化が感じられた。

入場料は無料であり、寄贈物は随時受け付けている。展示品には、第 1 回ワールドカップの使用球、1966 年イングランド大会決勝戦使用球や優勝トロフィーなどが展示されていた。



1986 年メキシコ大会で「神の手ゴール」が話題となったイングランド vs アルゼンチン戦でマラドーナが着用したユニフォームも展示されていた。



2002 年日韓大会イングランド vs アルゼンチン戦の使用球など展示品の数は約 2,000 点あり、蹴鞠なども紹介されていた。FIFA 管理の品、FA 管理の品、個人からの提供物等が展示されている。この他にも展示しきれず、倉庫に 5,000 点が保管されている。歴史と伝統の重さを改めて感じられる心地よい空間であった。



ナショナル・フットボール・ミュージアム

<http://www.nationalfootballmuseum.com/>



Deepdale Duck



プレ斯顿 NE ファンズ・チーム 対 バーンリー ファンズ・チーム

プレ斯顿とバーンリーは、約 30km の距離にある「ダービー」。
両クラブとも、世界最古のイングランドリーグ創設の 1888/89 シーズン(12 クラブ)からの古豪であり、さらに、1888 年 9 月 8 日(土)、フットボールリーグ開幕日の対戦がプレ斯顿 NE 対バーンリー戦だった(5-2 でプレ斯顿の勝ち)。

2009 年 1 月 17 日(土)の対戦は、「フットボールリーグ創設 120 周年記念試合」と位置づけられていた。

その日の朝 9:30、プレ斯顿のディープデイル・スタジアムの向かいにあるムーア・パークという広大な公園内のグラウンドでは、両クラブのファン同士による試合が始まった。



「これもとても重要な試合なんだ」

一見、ただの草サッカーのように見えたのだが、タッチラインの脇で「ホームチーム」に声援を送っていたプレ斯顿 NE の広報、ナイジェル・パーフェクト氏。

彼によれば、2 部のクラブの約 90% にファンのチームがあり、「ファンズ・リーグ」を戦っている。

互いの移動時間が 3 時間以内であれば、リーグ戦と同日に同じカードで試合を組んでいるとのこと。

ファン同士の試合は、1 対 0 でホーム・プレ斯顿 NE が勝った。

試合後、「選手たち」は、レポートにあるように、リーグ戦の試合前のセレモニーで「120 年前」に思いを馳せ、「我らのチーム」の応援に最後の力を振り絞っていた。

Jリーグ 佐藤 仁司



IV. イングランド 3. ブラックプール (Blackpool Football Club)

2009年1月16日(金)訪問

清水 達哉(C大阪)、林 幹広(岐阜)、木村 孝(水戸)

チーム/クラブ概要

【リーグ】	League Championship (2部)/Football League
【創設】	1877年
【ホームタウン】	ブラックプール (人口:142,500人)
【スタジアム】	Bloomfield Road (9,731人収容)
【平均観客数】	2007/08 : 8,861人(91%)
【BSA会員数】	約500名
【年間予算】	700万ポンド(9億8千万円)
【タイトル】	FAカップ 優勝1回(1953年)



1. ホームスタジアム訪問

(1) スタジアムの立地

イングランド北西部に位置する Blackpool をホームタウンとして活動する Blackpool F.C.。ホームスタジアムの Bloomfield Road は、街の中心部より南方1km以内にあり、最寄り駅(blackpool south rail station)より500m強と、集客には都合のいい立地条件を備えている。

Blackpool という街は古くからイングランドのシーサイドリゾート地として栄え、Blackpool Tower をメインにレストランやクラブ等のナイトライフも充実している。また、ダンスの国際コンペティションが毎年開催されるショービジネスの街として国際的に有名である。

このように街全体が娯楽にあふれている Blackpool だが、入場者数に悪影響を及ぼすどころか、逆に相乗効果で試合の無い日でもスタジアム内にあるグッズショップや、スタジアムツアーへの来場者があり、売上増につながっていると言う。

(2) スタジアム

スタジアム正面では Blackpool F.C.の伝説的選



手サー・スタンリー・マシューズの銅像が出迎えてくれている。と、近づいたが、この像は1953年FAカップ決勝でハットトリックの偉業を成し遂げた、スタン・モーティだった。

スタジアムの収容人数は9,731人。メインスタンドとホームゴール裏スタンドにしか屋根が設置されておらず、アウェイサポーター用のバックスタンドには無い。ただ、現在増築工事をしており、今年の夏場には約13,000人収容のスタジアムに生まれ変わる予定だそう。

スタジアム内の通路は他のスタジアム(この研修で訪問した各国のスタジアム)同様に、クラブカラーのタンジェリンカラー(オレンジに近いが、オレンジ

では無いらしい)で彩られており、年代ごとの名プレイヤーの写真が飾られている。どこのスタジアムでもクラブの伝統・歴史を大切にすると共に、サポーターに伝えることの重要性を痛感した。ただ、自分達のスタジアムで同じことをした場合、紛失や破損を心配してしまうのは私だけだろうか？

(3)VIP ルーム

収容人数が10,000人に満たないこのBloomfield Roadにも13名程が一度に利用できる10数室のVIPルームが最上階にあり、個人・企業に1試合1,000ポンド(14万円)で販売している。もちろん食事も用意されている。

また、同じ階にスポンサー専用ルームもあり、フルコースの食事が用意され、試合前後には選手も顔を出し、スポンサーへのホスピタリティを充実させている。

2. チケット戦略

(1)シーズンチケット販売

Blackpool F.C.は、人口わずか約14万人にも関わらず、近年のホームゲームでは、スタジアム埋める約9,000人を集めている。現在のシーズンチケットホルダーは、約5,500人であり、06-07シーズンの3部から2部への昇格で、約2,000人がシーズンチケットホルダーとして増えた。サッカーの歴史や文化が根付いている英国において、チケットに関するプロモーションはそれほど盛んではないが、Blackpool F.C.においても、シーズンチケットホルダーの更新への取り組みは行われている。主な取り組みとしては、シーズン終了までに翌年のシーズンチケットホルダーへアプローチし、更新手続きを早めに行っている。また、更新を早めるために、ベネフィットとしてディスカウントを取り入れているところは、日本におけるJクラブの取り組みと同じであった。シーズンチケットホルダーにおいて、両親が保有者の場合は子どもが無料になるなど、子どもへの配慮

が行われていた。

(2)チケット販売

シーズンを通してのチケット販売施策としては、近年、ブラックプールの街において、増加しているアジア系の住民へのアプローチを積極的に行っている。このマーケットへは、スタッフが出向いて販売を行っていきなど、新しいマーケットの取り込みに力を入れているようだ。一般チケットの販売においては、3試合を2試合分のチケット価格で観戦することができるセット券などの販売を行っている。



また、地元の小学校訪問などと組み合わせて、小学生のうちから、Blackpool F.C.のファンへ導く取り組みを行ない、チケット販売に繋げている。その他のチケット販売告知方法としては、地元新聞、ウェブサイト、コミュニティへの告知などを使っている。

3. コミュニティ活動

(1)コミュニティとのつながり

Blackpool F.C.では、特にこの地域の特徴として、多種多様な人種が混在していることから、人種差別的撲滅「LET'S KICK OUT OF FOOTBALL/RACISM」をクラブとして取り組んでいる。また、スタジアム施設においても、平日は地元大学への貸し出しや病院としての機能を補助金によって組み込むなど、地域の住民が自然とスタジアムに集まってくる仕組みが工夫されていた。こうした地域の拠点としての機能をスタジアムに持たせることは、日本

のJクラブにおいても参考になるものであった。

Blackpool F.C.は、スタジアムを地域に貸し出すことにより、地元と一緒に盛り上げていくことを目指しており、この金融危機もそうした取り組みで乗り切っていきたいということだった。

Blackpool F.C.の主なコミュニティ活動としては、地域でのサッカースクール、土曜日の午前中にオープンしているセンター、地元の学校でのサッカー教室、女子サッカー、マッチデートリップ、ミッドウィークリーグ、大人向けの講習会、サッカー技術クリニックなどが行われ、地域のコミュニティとのつながりを強めている。

4. サポーターズ アソシエーション



(1)

ブとサポーター団体が対立関係にあった。目指すものは同じはずなのだから、協力関係にならなければならないと考えた会長は、「ブラックプール・サポーターズ・アソシエーション(BSA)」をクラブ公認とし、クラブに関する長期的な決定事項などはBSAの話も聞きながら決定するようにした。

逆にその他の団体については一切認めておらず、仮にその他の団体が設立され、クラブに不満をぶつけても話を受け付けない。クラブに話があるのならBSAに入り、ここを通して話をしろというスタンスである。要はクラブとサポーターのつながりを一本化し、同じ方向を向いて協力しやすい関係を構築

しているのだ。

(2) 概要

BSAの年会費は5ポンド(700円)で誰でも入会できる。BSAが企画するアウェイ応援ツアーに参加できたり、クレジットカードタイプの会員カード所有者はクラブショップでの10%割引が受けられ、クラブが主催する全てのイベントに割引で参加できる。年に一度、会長・監督・選手同席の会合を設けている。

クラブは、スタジアムにBSA用のスペースを設けていて彼らが試合時に集まれるように配慮したり、アウェイ応援ツアーのお金が足りないといった場合に試合会場で告知ができるような配慮はしている。ただそういったこと以外クラブはBSAに対して特別なことはしていない。

5. クラブ経営

(1) 組織体系

会長、経営陣、チケット販売、ショップ、ホスピタリティ、バースタッフ、グラウンドメンテナンス、トップ・ユースのコーチ陣などフルタイムのスタッフが63名。選手を含めたパートは300名。

(2) クラブ収入等

年間クラブ収入は700万ポンド(約9億8千万円)。収入の内訳は上位から入場料(35~40%)、TV放映権料(30%)、スポンサー収入を含む会議スペースの貸し出しとなる。これに対し、約半分を選手人件費に充てているという。チャンピオンシップリーグ24チーム中18チームが赤字経営だが、この選手人件費のバランスは他のクラブと比較しても適当な値だろうということである。

(3) その他

特徴的なところで、不動産ビジネスを行う会社がクラブの傘下にあるが、会計上は不動産会社の一部にサッカークラブがあるという形になるという。ここからの収入が3億円近くあるという。

不動産会社の元々の目的は、グラウンドや建物などの資産を別会社が所有する形をとり、クラブが経営危機などで破産した際にも、資産を失わないようにすることだった。

イングランドでは、元々自前のグラウンドなどがあるクラブは経営危機に備えて不動産会社を持っているパターンはあり、自前のグラウンドがないクラブも何かしらの方法で経営危機に備えているという。

6. まとめ

チャンピオンシップ(2部)リーグに所属する Blackpool F.C.は、地元観光と上手く付き合いながら、その観光客までもスタジアムに誘致しようとしているところが印象的であった。加えて、アジア系住民へのアプローチなど、柔軟に地域へ向けての施策を行っているところも注目すべきところであった。近年のスタジアムへの集客においては上手くいっており、スタジアムを拡張することで、さらにチケット収入を上げてクラブの収益を安定させようとしている。プレミアリーグのクラブをはじめとするイギリスのクラブでは、テレビ放映権の割合がクラブ収益において大きな割合を占めているが、Blackpool F.C.においては、他の事業でも収益を上げ、クラブの安定経営に勤めていた。

チケット戦略においては、目新しい取り組みは見られなかったものの、地域を重視したチケット戦略ではJクラブと同じような取り組みを行っていることもわかった。フットボール文化が浸透しているイギリスにおいては、チケット戦略であまり多くの取り組みを行っているわけではない。この点に関しては、Jクラブもホームタウンで行っているチケット戦略に自信を持って取り組んで行くべきである。

Blackpool F.C.への訪問で、Jクラブスタッフが驚いたところは、サポーターズ・アソシエーションとの関係であろう。Jクラブにおいて、サポーター団体との関係は非常に気を使うところであり、重要な部分である。Blackpool F.C.においては、アソシエーションに加盟

することが、唯一クラブに対しての発言権を与えられた団体であり、その他の団体については、一切発言を聞き入れないというスタンスがクラブに徹底されているということであった。このスタンスにおいて、サポーターとクラブが協力している点において、興味深い関係があり、Jクラブにおいても参考となる点であった。

もう一つ、Jクラブスタッフを驚かせたことは、不動産ビジネスを昔から行っているところである。フットボールの歴史が長いことから、グラウンドという土地を所有していたり、物件を所有していたりと、そういったビジネスが成り立っているということである。ここからの収益もクラブの経営に反映されている。集客という点では直接関係はないが、Jクラブとは違った収益構造を知ることは、重要なことであった。

Blackpool F.C.においても、他のクラブと同じく歴史を非常に重要視しており、それを地域と共に共有している点では、Jクラブの参考になる点が多い。ファンやサポーターにクラブの歴史をしっかりと伝えることで、地域のシンボルとなり、それが誇りとなることを肌で感じることができた。Jクラブにおいても、しっかりとここまでの歴史を伝え、地域と共にクラブ作りを行っていかなければいけない。誇りを持ったファンやサポーターは必ず、クラブを支えてくれる存在になるに違いない。

最後に、今回の訪問を快く受け入れていただいた Blackpool F.C.のスタッフ皆様に対し、御礼申し上げます。

IV. マンチェスター 4. マンチェスター・ユナイテッド (Manchester United)

2009年1月17日(土)訪問

菅原 均(株式会社 博報堂 DY スポーツマーケティング)

スタジアム概要 オールド・トラフォード (Old Trafford)

【設立】	1910年
【収容人数】	72,000人 *現状。スタジアムに鉄道が隣接し、これ以上の増改築は不可能。
【所在地】	マンチェスター
【住所】	Sir Matt Busby Way, Old, Trafford, Manchester, M160RA
【ニックネーム】	「夢の劇場」



1. スタジアムツアー(THE STADIUM TOUR)

(1) オールド・トラフォードの歴史

1910年に建設され、来年が100周年となる。

第二次世界大戦中の1940-41に空爆の影響によりスタジアムが破壊された。そのため、1948年にオールド・トラフォードが再建され、1949年に戻るまでの1942-48シーズンのマンチェスター・ユナイテッドは、マンチェスター・シティのホームスタジアムであったメインロード(Main Road)を間借りして、ホームゲームを実施していた。1960年代には、1966年のワールドカップ開催のためにスタンドの増改築が行われ、現状に近い状態になった。

(2) シート価格(今シーズン)

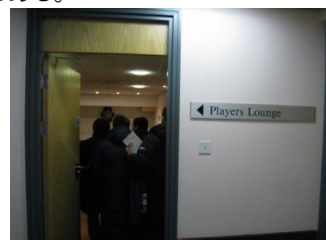
一般の最低価格席は26ポンド(3,640円)、最高が48ポンド(6,720円)。エグゼクティブシートは年間2,000ポンド(28万円)で、食事等のサービスはなく、シートのみでの価格である。また、一般シーズンチケットは最低が420~430ポンド(58,800~60,200円)。最高が900ポンド(126,000円)で、平均650ポンド(91,000円)程度。

(3) プレーヤーズラウンジ

試合の当日に、選手控室に入る前に選手が歓

談するスペース。

ホームゲームは前泊が基本。選手は三々五々ホテルに入り、荷物を運び込んだ後、オールド・トラフォード内にある選手専用の駐車スペースまでクルマを移動させる。選手の自家用車はクラブスタッフがセキュリティ管理することになっているという。試合当日は、クラブがアレンジした交通手段で、昼食場所に再移動。試合当日は3時キックオフだとすると、約3時間前に昼食会場に集合するのだという。そして一緒に昼食を食べた後、スタジアムにチームバスで移動。キックオフ1時間45分位前に選手が到着し、すぐに足を踏み込むのがこの場所である。



室内にはマンチェスター・ユナイテッドに所属した選手で、各国代表に選出された選手すべてのネームが掲出されている。あわせて所属時代の代表試合出場回数も掲示している。



クラブ創設は1878年で、最古の代表選手は1887-88シーズンのウェールズ代表というほど歴史が古い(当時はニュートンヒースというクラブ名であった)。

サー・ボビー・チャールトンはもちろん、ベッカム(所属1996-2003、キャップ数60)等の名も刻まれている。その中でも、マンチェスター・ユナイテッドの歴代最多代表出場選手は元デンマーク代表のシュマイケルである。

なお、選手や選手の招待した方々がラウンジで食事、歓談可能なように、このスペースの裏に託児所が設置されており、クラブスタッフが責任を持って対応している。

(4) ドレッシングルーム (DRESSING ROOM)

選手たちが選んだ場所を使うスタイル。ジンスクを意識し、縁起を担ぐ選手も多いため、自然と決まった場所を続けて使うかたちになる。

ハンガーの上にマンチェスター・ユナイテッドのロゴが付いている場所は控え選手も含めた試合当日のメンバーのセクションになっている。試合前のチーム戦術を伝えるシーンでは、ファーガソン監督も角のスペースに座るといふ。



シャワールーム等は昔のままを維持しているが、選手更衣室やウォームアップエリアは最近改装した。とはいえ、スペース的には小さく、ビッグクラブの選手更衣室のイメージではないかもしれないが、試合前の1時間半と試合後のシャワーの使用程度であり、選手も十分と感じているであろうとのこと。

ただし、週4~5日を過ごすカーリントンにある練習場の施設はプレミアリーグの中でもトップ級のものとして評価が高く、選手控室はオールド・トラフォードの2.5倍程度の広さを確保している。



チーム戦術用ボードが設置され、映像スクリーンでは、他会場の試合を映し出すこともある。

ハーフタイムの栄養補給用にバナナ、シリアルを置くが、特にジャファケーキ(クッキーの上にチョコレートがかかって、中にオレンジジャムがはさまっている食べ物)の人气が高く、ファーディナンドなどはよく食べているため常備しているという。

なお、アウェイ側は同サイズではあるが、改装もしておらず、快適度は大きく違うものになっている。

(5) 選手入場ゲート

試合後のヒーローインタビュー等を行うスペースから選手入場ゲートが通じている。インタビュースペースにはプラチナスポンサーのロゴがテレビに映し出されるように、常時掲出してある。



マンチェスター・ユナイテッドは過去に2度の倒産危機を迎えたことがある。その際の救世主の肖像が入場の際に選手が立ち止まり、目に留まる場所に掲げてある。



一度目を救ったのがジョン・ヘンリー・デビス氏。彼は地元のビール会社のオーナーだった。1902年に金色と緑色が基調のクラブカラーを現在の赤に変え、クラブ名もニュートンヒースからマンチェスターユナイテッドに変更した。

二度目の破産寸前の状態を救ったのが、地元マンチェスターの大富豪だったジェームス・W・ギブソン氏。第2次世界大戦でスタジアムが崩壊した時に、彼や彼の会社がスタジアム改修費を負担したため、1948年にオールド・トラフォードが再建できたのである。もうひとつの功績としては彼がマンチェスター・ユナイテッドの監督としてマット・バスビーを

抜擢したことだといわれているとのこと。

(6) ピッチへの入場

スタジアムツアーでは、選手入場ゲートからマッチデーの試合入場シーン同様のスタイルで、全員が2列に整列。リーグ戦で実際に使用している入場曲を流し、臨場感あふれる歓声とともに入場。



(7) 芝生の養生用ライト

芝生の養生のために、小さめのライト8台、大きめのライト5台を保有している。



(8) スポンサー看板の掲出方法

ピッチ上に立てるだけだとスタンドからの見え方やテレビ映りが良くないために、傾斜をつけて設置しているという。

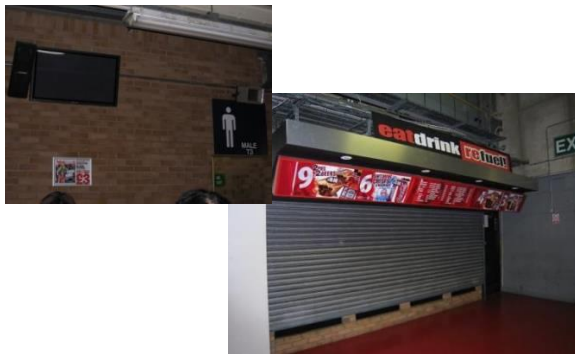
(9) 大型ビジョンは未設置

最上部席の手前のスタンドボード4ヶ所に電光表示板を設置するのみで、大型ビジョンは未設置。ゴールシーンなどでもスコア等の文字情報程度を映し出すのみとなっている。設置しない理由として、

設置すると座席からピッチが見えづらくなる部分があること、プレミアリーグでは観客が見たがるような微妙な判定シーンのリプレイの投影を禁止されているため、意味がないとの判断による。

(10) コンコースには映像スクリーンを設置

大型ビジョンは設置していないものの、コンコース上には等間隔で、数多くの映像スクリーンを常設している。MUTV(マンチェスター・ユナイテッド直営のケーブルTV局)の放送プログラム等を流しており、観客はビールを飲んだり、ホットドックを食べながら楽しんで試合を待つことができるようにしている。



2. ミュージアムツアー(THE MUSEUM)

(1) スタジアム内のミュージアムは3フロア

[LEVEL3] エントランス(ENTRANCE)

1908年を皮切りに獲得した数々のトロフィーが所狭しと陳列されている。また「Roll of Honour」というコーナーでは、1886年のクラブ創設以来のメンバー名が壁一面に掲出されており、選手を敬う姿勢がうかがえる。



[LEVEL2] マンチェスター・ユナイテッドの伝説の選手たち「Legends」や監督「Managers」を称え

るために、肖像とともにシューズ等の記念品が陳列されている。中でも、アレックス・ファーガソン監督の扱いは大きく、監督室をバーチャルで公開し、監督もその場にいる感覚を与えるつくりになっている。



[LEVEL1] 1999年に達成した三冠を祝い、「THE TREBLE」というコーナーで大々的に扱う。また「Man-U-Net」(インターネット)、「Speed Goal」(シュートスピード測定)等の体験型ブースも設置。

3. メガストア(Megastore)

(1) 商品・グッズの種類別にゾーニング

フロア面積が広大なため①Home、②Customer Service、③Gallery、④Pre Printed、⑤Away、⑥Training、⑦Shirt Printing、⑧Paymentに分類し、商品・グッズの展示をゾーニングしている。

(2) キャッシャー数は数十にもおよぶ

数十にもおよぶキャッシャーが設置されており、メガストアの大盛況ぶりが想像される。



スタジアムツアーおよびミュージアムツアーを日常化し、ツアー終了後に「メガストア」に呼び込み、収益化を図る構造を確立していることがわかる。

IV. イングランド 5. ウェストハム (West Ham United F.C.)

2009年1月18日(日)観戦

前野 陽生(F 東京)、後藤 一弘(愛媛)

チーム/クラブ概要

【リーグ】	Premier League
【創設】	1895年
【ホームタウン】	ロンドン (人口:7,556,600人)
【スタジアム】	Boleyn Ground (35,303人収容)
【平均観客数】	2008:34,601人
【タイトル】	国内カップ3回(1964,1975,1980) UEFA ウィナーズカップ1回(1965) UEFA インタートカップ1回(1999)



1. ホームスタジアム周辺について

(1) スタジアムまでのアクセス

スタジアムの周辺には大型の駐車場がない為、来場者のほとんどは地下鉄を利用している。アプトン・パーク駅に降りると出口方向にはわかりやすくクラブの表示がされている。



駅を出るとスタジアムまで1本道で徒歩5分とアクセスは抜群である。途中にはウェストハムのグッズ販売の露店やハンバーガー店が軒を連ねる。通りのお店は基本的に飲食系のお店が多いが日曜日とあつてお店はほぼ休み。スタジアムの対面には住宅もあり騒音で問題にならないのかという問いには周辺住民もサポーターで試合観戦しているから問題にならないという答えが返ってきた。また、マッチデープログラムはスタジアム外の数箇所で販売されている。価格は3.5ポ

ンド(490円)。ウェストハムの英雄ボビー・ムーア像もスタジアム近くに建てられている。



(上)グッズ販売の露店



(左)マッチデープログラム販売所

(右)ウェストハムの英雄ボビー・ムーア像

2. スタジアム設備

(1) ホテル

スタジアムにはウェストハムホテルが併設されておりウェストハムのクラブカラーで統一された内装、部屋の窓からスタジアム内が一望できるファンならば一度は宿泊したいホテルとなっている。



(2) サポーターズクラブ

スタジアムには、サポーターズクラブのメンバーのみが入ることができる施設もある。試合前にはメンバーが集まり、歓談している。



スタジアム正面に掲げられている「THE ACADEMY OF FOOTBALL」はクラブの特徴である育成機関の自信の表れであるという。



(3) グッズショップ

ヨーロッパのほとんどクラブがグッズショップも併設しているようにウェストハムでもグッズショップがある。ウェア類をはじめ多くのアイテムが販売されており購買意欲をかきたてる。また、ユニホームの番号圧着をその場で受付できるサービスがありサポーターのニーズに即していると感じた。



(4) チケット販売ブース

スタジアムに2箇所あり写真のような小窓から購入できるブースが10もある。グッズショップと同様にクラブカラーを基調とした配色となっており統一感がある。



(5) スタジアムゲート入口

各ゲートの上にはスタンドの名前がつけられている。ゲートのスペースは非常に狭く、1人通るのがやっとという感じ。チケットに記載されているバーコードを読み取り手前にあるバーを押せば入場できる仕組みとなっている。1人ずつ入場するため混雑が予想されるが、確実に観戦者をチェックでき、安全面では優れていると言える。



(6) スタジアム内

キックオフの1時間前のスタンドは閑散としていたが、直前には一気に満員となった。キックオフまではコンコース等でハンバーガーやコーヒーなど飲食をしている人がほとんどであった。席間は狭く隣の人とは密着感がある。試合の前のイベントは特になくこの時は往年の選手(クライド・ベスト氏)がゲストとして招かれインタビューがあった程度。試合中は子供たちの観戦マナーの良さに感心した。熱心に選手のプレーを見たり、父親と話し合っている様子は日本の子供たちも見習ってほしいと思った。前日に見たフットボールリーグのサッカーとプレミアリーグのサッカーが明らかに違うことに驚いた。やはりプレミアリーグはサッカーもサポーターの盛り上がり方も迫力があり、ウェストハムのサポーターでない私でも興奮した。得点した時のサポーターの歓声、味方チームでも悪いプレーをした時には容赦なくブーイングされる。観戦者のサッカーを見る目のレベルの高さに感心させられた。試合結果はウェストハムが3-1でフルハムに快勝し試合終了直後は大いに盛り上がった。



試合終了後、アプトン・パーク駅を目指すも道路は歩行者天国と化し、車は全く進める様子ではなかった。駅までまっすぐの一本道は迂回をさせられ駅に到着したのはスタジアムを出て20分たった頃だった。ここまで混雑しても平均観客が34,000人を維持できるのはウェストハムというチームがいかにか地元の人に受け入れられているかがよくわかる。





Tickets

Jリーグ ホームタウン・イレブンミليون
欧州研修報告(2009年1月)

Nº: 22 Conservar esta entrada para su presentación a cualquier empleado que lo solicite.

TEMPORADA 08/09

MESTALLA, CAMP DEL VALENCIA

VALENCIA C.F. - VILLARREAL C.F.

JORNADA: 18

GRADA MARB

FILA: 0017 ASIENTO: 0051

VOMITORIO 543

K0231

PUERTAS TORRE A

PRECIO EUROS: 20,00

C.I.F. A-46050217 I.V.A. incluido

LIGA BBVA PRIMERA DIVISION LFP

Carlsberg CUP

ÉPOCA 2008/2009

Os Belenenses

Vitória S.C.

ESTADIO DO RESTELO

CONVITE

COMBANDAMENTO

PORTA / ENTRADA SECTOR FILA LUGAR

Data: 11/01/2009 Hora: 18:30

Prob. Venda

1 1 41 0

CAMPEONATO DE LIGA ADELANTE

TEMPORADA: 08-09

MUNICIPAL DE CASTALTA

C.D. CASTELLON-GIMNASTIC DE TARRAGONA, S.A.D.

JORNADA 19 11/01/2009

PREFERENCIA BAJA PAR

FILA: 0007 ASIENTO: 0114

PUERTAS 11 Hora: 17:00

PREFERENCIA BAJA

23,00

N.I.F. A-12024725 I.V.A. incluido

LIGA adelante SEGUNDA DIVISION LFP

Carlsberg CUP

ÉPOCA 2008/2009

Os Belenenses

Vitória S.C.

ESTADIO DO RESTELO

CONVITE

COMBANDAMENTO

PORTA / ENTRADA SECTOR FILA LUGAR

Data: 11/01/2009 Hora: 18:30

SECTOR 1/2

F

Enterprise Official Club Sponsor

PRESTON NORTH END 2008.09

COCA - COLA CHAMPIONSHIP

vs Burnley FC

Sat 17 January 2009 Kick Off: 12:45

Sir Tom Finney Stand Block: H Row 10 Seat 224

Enter Via Turnstile: 12 to 14 Stair: 8 Adults £20.00

Customer: 80974 Pay Ref: 682724006

Deepdale is a No Smoking Stadium

www.mypne.com

TOTTENHAM HOTSPUR

SPURS v PORTSMOUTH

18 Jan 2009 16:00

BLOCK 15 ROW 6 SEAT 175

Enter Via West Lower G/way 15

PRICE £ 48.00 Adult Y Iwasada

MANSON.COM CASINO & POKER

PUMA BARCLAYS

To be retained Spurs Ticketline: 0844 844 0102 No Smoking at White Hart Lane To be given up

WEST HAM UNITED FOOTBALL CLUB HOME SUPPORTERS ONLY

BARCLAYS PREMIER LEAGUE

vs Fulham FC

Sun 18 January 2009 Kick Off 13:30

Dr Martens Stand Upper

ENTER VIA TURNSTILES 23 to 29

AREA DMU3 ROW W SEAT 52

Adult 47.00 Mr Yasu Iwasada

2143790 CLIENT NO: 548779 PAYMENT REF: 10680005

WHUFC.COM To be retained until the end of the match Be a part of it. >>

PLEASE INSERT BARCODE FIRMLY INTO MOUTH OF READER

2143790

IV. イングランド 6. トットナム・ホットスパ- (Tottenham Hotspur)

2009年1月18日(日)スタジアムツアー & 観戦

池谷 信哉(神戸)、藤井 潤(福岡)

チーム/クラブ概要

【リーグ】	Premier League
【創設】	1882年
【ホームタウン】	ロンドン (人口:7,556,600人)
【スタジアム】	White Hart Lane (36,310人収容)
【平均観客数】	2008:35,967人
【タイトル】	[国内タイトル]



- ・リーグ：2回 (1950/51、1960/61)
 - ・FAカップ：8回 (1900/01、1920/21、1960/61、1961/62、1966/67、1980/81、1981/82、1990/91)
 - ・フットボールリーグカップ：4回 (1970/71、1972/73、1998/99、2007/08)
- [国際タイトル]
- ・UEFAカップ：3回 (1971/72、1983/84)
 - ・UEFAカップウィナーズカップ：1回 (1963)



1. クラブの特徴

(1) ホームタウン

ホームタウンとするロンドンは、ニューヨーク、東京、パリと並び世界四大都市のひとつ。アーセナル、チェルシー、フルハムを始め大小数多くのサッカークラブが存在する。本拠地とする北ロンドンには労働者階級、ユダヤ人の町でもあり、混沌とした雰囲気の中にスタジアムがある。

(2) クラブについて

チェルシーがアブラモビッチに買収されるまでは、ロンドンにあるクラブの中で、トットナムとアーセナルが2大ビッグクラブだった。トットナムは常に攻撃的なスタイルのクラブを常に打ち出している。

また、世界で最初に株式を上場したクラブであり、今ではプレミアリーグの各チームが行っているVIP席を設けてのホスピタリティ・サービスも、いち早く着手していた。

(3) チケット・新スタジアム構想

シーズンシートは、25,000席売れていて、ウェーティングが22,000人いる。ここ5年間は、全試合チケット完売の状態、入場料収入のアップを図るために、この2~3年のうちに現在のスタジアムを取り壊して、約60,000人収容の新スタジアムを建設する予定。現在は、市に許可を申請中で、スタジアム周辺の土地も徐々に購入しているところ。

新しいスタジアムは、ポルトガルのスポルティングに近い作りで、大型のスーパーマーケットや約900世帯のマンションに倉庫等を併設する構想とのこと。



新スタジアム概観イメージ

(4) 地域コミュニティ活動

プレミアリーグ自体も地域とのコミュニティ活動に力を入れており、各クラブから2名ずつ、リーグのコミュニティプログラムに派遣しなければならない。また、クラブとしても選手の契約書に盛り込んで、小学校やコミュニティセンターへ月に1回は選手を無料で派遣している。内容は様々で、小学生をスタジアムに呼んで、チームのコックと一緒に選手が健康的な食事を作って子どもたちと一緒に食べたり、身体障がい者の施設へ訪問した時は、車イスのバスケットを一緒にやったりもした。行政の教育委員会とのつながりも強く、スタジアムにラーニングルームを設けて、子どもたちにスタジアムを見せながらモチベーションをあげて勉強をさせたりもしている。これらの活動は地元のファンデーションや自分たちや行政のチャリティ活動などの資金で運用している。チャリティ活動を行うのは、イギリスでは税金が免除されるからという理由もあるようだ。

子どもたちへの招待観戦企画は、リーグ戦は全席完売状態なので招待することはできないが、カップ戦はそこまで入らない試合が多いので、そこで実施しているとのこと。

2. ホームスタジアム

(1) スタジアムの立地

地下鉄の駅からは徒歩約20分と遠いが、ナショナル・レールの「ホワイト・ハート・レーン」駅からは徒歩約5分。キックオフの約4時間前にスタジアムへ到着したが、周辺はすでに多くの人でにぎわっていた。

(2) グッズショップ(場外)

スタジアムにオフィシャルグッズショップ「SPURS SHOP」が併設されており、ユニフォームをはじめとするチームウェア、Tシャツ、マフラーなど、とにかくアイテムが豊富。また、子供向けの商品や、女性向けのピンク色をベースとしたグッズなども取り揃え

である。複数のチームでもエンブレムだけを変えて販売していた商品があったので、メーカーや製作会社がリーグと提携して製作していると思われる。



スタジアムに併設されたオフィシャルグッズショップ

これだけのアイテムを販売するというのは、日本では生産ロット数を考えるとなかなか難しい。それだけ商品が売れるということだろう。

キックオフ1時間前に入ると、人の多さに驚く。レジは、6つほどあったが、どこも行列。購入にかなり時間がかかるし、通路に人が溢れかえっているのので、商品を見るのも苦労する。ただ、お客さんはこれが当たり前という感じなので、特に問題ではないのであろう。日本ではクレームに繋がりそうだ。



オフィシャルグッズショップ店内の様子

(3) 飲食関係(場外)

場外の飲食は、クラブで運営しているのかは分からないが、スタジアムに併設するような形でパブ

があったことが目についた。中へ入る時間がなかったのが残念だが、恐らく試合前後は、多くの人で盛り上がっているのだろう。

また、バーガーなどの軽食を扱っているケータリングカーがいくつか出ていた。直に鉄板で肉を焼いているので、美味しい匂いが食欲をそそる。ただ、メニューとしては、同じようなものが多いので、食文化の違いはあると思うが、Jリーグ各チームのほうが、メニューは豊富だ。



場外飲食ブースの様子

(4) 入場システム

入場ゲート前で、警備員による持ち込み禁止物のチェックが行われる。これはJリーグと同じだが、チェックが終わった印を鞆に付けられた。

チケットは普通のもぎりチケット。入場ゲートは恐らく不正防止の為と思われるが、非常に狭い構造となっており、チケットをもぎった後にローリングバーを回転させて入場する方式。



入場ゲート →

(5) コンコース

広さはあまり無く、階段を上ればすぐに観戦スタンド。飲食ブースは、簡単な軽食とドリンク程度。バーガーなどのフードは、作り置きのものであった。

また、胸スポンサーの「MANSION」がやっている「toto」のようなクジ(賭け)ができるブースがあった。

(6) 座席

座席シートは簡素なつくりで、席間、通路が非常に狭い。人が通る際には、その列の全員が立ち上がらないと通れないという状況で、快適とは言い難い。ハーフタイムでは、行き来が多いためと思うが、ほとんどの人が立ったままハーフタイムの時間を過ごしていた。でも、それが当たり前のような感じで特に文句を言っている人はいない。日本では考えられないことだ。

(7) VIP 席

メインスタンドの2階、3階がVIP席になっている。ただ、こちらはバルコニー席がなく、部屋からガラス越しに観戦する形になる。バルコニー席付きのVIP席は、ホーム側ゴール裏に設けられていて、合わせて120室で3,000人をもてなすことができる。プレミアリーグの中でもVIP席を数多く設けているクラブである。

(8) スタジアム全体

とにかくピッチとスタンドの距離が近く、臨場感がすごい。座席がチームカラーの青色で統一されており、バックスタンド以外の上段壁面にはクラブのスローガンがぐるっと取り囲むように掲出している。ホームスタジアムの雰囲気非常に高い。また、細かい案内の掲出物からすべてフォントが統一されているところがこだわりと力強さを感じる。ちょっとしたことではあるが、こういうところが大切だと改めて感じた。

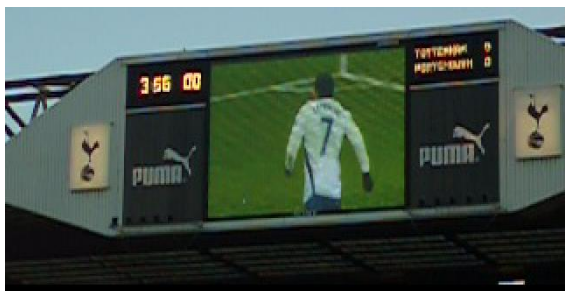




3. 試合観戦(試合結果:1-1)

前日、ブラックバーンとウエスト・ブromウィッチが揃って勝利した為、暫定で最下位となったトットナム。この日は、勝ち点3差のポーツマスとの下位チーム同士の負けられない一戦。ポーツマスといえば、トットナムが今シーズンの途中で監督のハリー・レドナップとFWのデフォーを獲得したチーム。一方、ポーツマスには過去トットナムに在籍し、ライバルのアーセナルに移籍した際、サポーターから批難を浴びたソル・キャンベルが在籍する。様々な意味合いを持った非常に興味深い試合となった。

試合前は、ビジョンでプレミアリーグ・ハイライトとプレビューショーを放映。選手入場前には、クラシックな音楽にあわせてゴールシーン等の映像で盛り上げた後、選手がエスコートキッズと一緒に入場してきた。その後にスタメン選手の紹介があり、お決まりなのであろうと思われるサポーターソングを大音量で流して、お客さんが大合唱していた。



ビジョン映像

試合中は、特にコアなサポーターが集まって応援するというわけではなく、ゴール裏から自然発生的に応援が始まり、スタジアム全体に広がっていく感じ。ソル・キャンベルがボールを持つと容赦ない凄まじいブーイングが巻き起こった。また、相手に先制されたこともあるのだろうが、トットナム側がボールを持つと、「攻めろ！」という声と歓声が一気に沸きあがり、まさに「これぞホームスタジアム」という雰囲気だった。



ホーム側ゴール裏(手前前列が車椅子ゾーンとなっている)

ハーフタイムは、ビジョンで前半のダイジェスト、試合後は、前後半のダイジェストを放映。試合終了直後は、試合前にも流れていたサポーターソングがまた場内に流されていた。

試合後は、日本のように選手が観客へ挨拶にくることはなく、お客さんの帰りは非常に早かった。みんなそのままパブへ向かうのだろうか。今回は行けなかったが、そういったところも見に行くことができれば、何か新たに得られるものがあったかもしれない。

ホームが勝った時の試合後の盛り上がった雰囲気を味わうことができなかったのは残念だったが、プレミアリーグの雰囲気を生で感じることができ、非常に良い経験となった。

IV. イングランド 7. ハックニー・マーシュ (Hackney Marsh)

2009年1月18日(日)訪問

池谷 信哉(神戸)、藤井 潤(福岡)

1. ハックニー・マーシュについて

(1) ハックニー・マーシュとは？

ハックニー・マーシュは、ロンドン市内北東にある広い公園。ロンドン郊外からテムズ河に流れ込む「リー川」と、その川から延長された運河にグルリと囲まれるように存在する。「ハックニー」は、ハックニー地区を指す土地の名前で、「マーシュ」は湿地帯を意味する。



【航空写真】

ハックニーは近代まで、ロンドンの貧困街として知られた地域で犯罪者の巢窟でもあったが、対照的に美しい自然に囲まれた憩いの場も存在する。公園の一部は自然保護地域に指定され、昆虫や小鳥、小動物の繁殖の場として守られている。ハックニー・マーシュは、2012年のロンドン・オリンピック会場予定地に隣接し、閉会後に植物を元に戻す条件で、公園の一部も施設に使われることになっている。しかしながら、現在の成熟した自然保護に戻るには時間が掛かり、生態系に影響が出ると懸念している人たちも多いという。

(2) 「The Hackney & Leyton Sunday Football League」

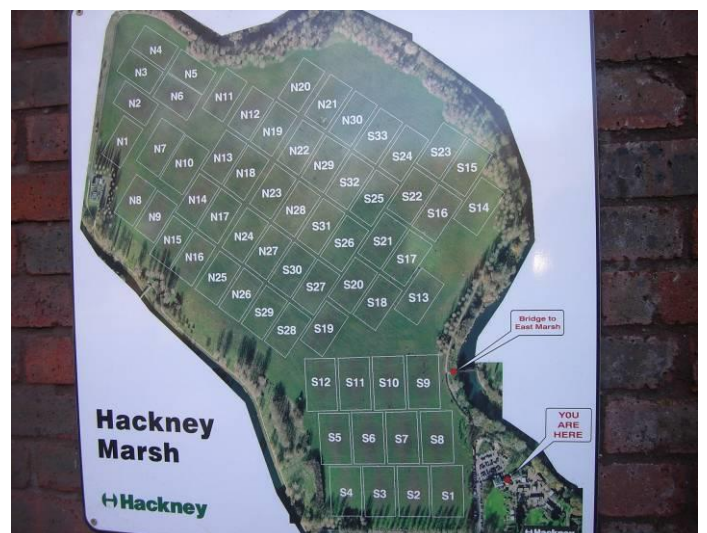


【Victoria Park / South Marsh / East Marsh】

サッカー(フットボール)の練習場として有名で、ここ1ヶ所(上地図の3つに分かれている)に何と88面ものピッチが存在する。その数は世界一である。週末の朝は、サッカーのピークタイムであり、無数の少年・青年たちがボールを追いかけて走り回っている。



【クラブハウス(受け付け・ロッカールーム)】



【ピッチ案内図(South Marsh)】

最も有名な使用は日曜日のリーグフットボールで、毎週日曜日にアマチュアチームによって多くの試合が行われている。「The Hackney & Leyton Sunday Football League Site」によると、カテゴリーは Premier Division , Division 1~4 に分かれている。))

朝 10 時から 11 時までの間に、それぞれの責任で必ずキックオフされることになっており、10 時前になると、公園の周囲には路上駐車があふれ、小さくて古いクラブハウス(と呼ぶにはあまりに簡単な建物であるが...)に人々は車で集合する。

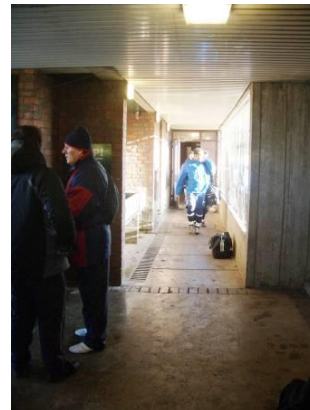
クラブハウスの入り口にその日の対戦カード・ロッカールーム・ゲームピッチ等が表示された看板があり、指定されたロッカールームで着替え、道具を持ってピッチに移動する。



【ロッカールーム入り口】



【クラブハウス入り口の看板】



【ロッカールームの通路・ロッカーは2チーム共同】



【道具を持ってピッチへ移動 / ネットの準備】

ROOM	TEAM	PITCH	REFEREE
1	Old George 2nd Mtch v AC Islington	14	A O'Reilly Hackney
2	Hornerton Rangers v Walthamstow Village	15	G Smith Hackney
3	Leyton Trades 2 v Hospital Tavern	16	D Bushall "
4	Horton Fives v The Aberfeldy	17	S Vorobitsov "
5	Maynell v Wanlock Army	20	K Hushkes "
6	Royal Boms v Jay Cubed	21	W Campbell "
7	Tottenham Phoenix v FC Big Kahuna	22	L O'Garra "
8	FC Storm v Boris Spor	23	b Ballard "
9	Florist Arms v Ravenscroft	24	H. Ali "
10	Regents Park Rovers v Shoreditch Fire Penguins	25	J Yearwood "
11	Royal Oak (Essex) v East London	26	M. Blackford "
12	F.C BULWER v	27	
13	LADS FC v MINERALS F.C	28	
14	HENCH v CROWNFIELD	30	HAANNON
15	INTER LUCIA v HACKNEY DOWNS A	31	BALL
16	ARBOUR A v QUEENSBOROUGH	32	ALVAIS
17	EASTMORRE A v HARGREAVES PARK	33	SIMPSON
18	HOLLOWAY v TUBELINES	34	ABE
19	LEYTON TRADES v HACKNEY DOWNS B	35	SEWEL
20	WHITE OWAL v YOUNG PRINCE	36	REW
	ELITE PROSPER v		

【ロッカールーム・対戦表・ゲームピッチ・審判】



グラウンドがあまりにも広いために、ゲームピッチまでの移動がウォーミングアップになっていた。また、キックオフまでに対戦相手と会うことができなかった、相手を間違えた、そんなハプニングもあるそうだ。

V. 参加者所感

- ◆100年以上の歴史があるなかで、スタジアムが新しくなっても、変わらないものがそこにはあった。クラブを愛する気持ちである。これが歴史の重みか、地域に根ざしたクラブとなって地域の人から愛されている。なぜ地域の人々は応援するのか？それはそこにクラブがあるからである。Jリーグが開幕してまだ20年足らずであるが、この歴史に追いつくように、クラブを愛し、地域から愛されるクラブになるようプライドを忘れずやっていきたい。
- ◆今回の研修で最も印象に残ったことは、訪問した全てのクラブが、歴史や伝統をリスペクトしていることだった。クラブハウスやスタジアムの前には、チームの象徴的な人物を称える銅像や、等身大の写真。リーグ優勝した年代のチーム集合写真。歴代のユニフォームや、トロフィーの数々。クラブハウスには、各クラブの誇りが随所に散りばめられており、訪問した私たちに語りかけているようだった。様々な試練を乗り越えて、我がクラブが存在している歴史を、もっと伝えていかなければならない使命があると感じた。それは語り継がれて行くこともあり、チームのプレーで示されていくことでもある。でも大切なのは、どんな形であれそこに携わる全ての人間が、クラブの「誇り」を持たなければならないことだと。そしてクラブを愛し、応援し続けてくれる人々を決して忘れてはならないことだと。
- ◆クラブを設立後5年しか経過しておらず、さらにクラブ専用スタジアムにおいては2年しか経過していないにもかかわらず、クラブの歴史を感じさせる写真をクラブハウスやスタジアムに掲示していたクラブがあった。歴史は自らの手で歴史を感じさせる演出をしていくクラブにしか作られないのだなと感じた。
- ◆今回、研修に参加し、ヨーロッパの歴史あるサッカー文化を体験できたこと、他のJクラブの方々と繋がりが持て情報共有できたことは大きな収穫だった。3カ国に渡るクラブ訪問や試合観戦で、どのクラブにも共通して感じたことは、長い年月の中で築き上げてきたクラブの歴史にスタッフが敬意を表し、その歴史をきちんと語り、クラブに対する尊敬と愛が大きいということだ。100年近くある歴史や栄光をきちんと語り続けるスタッフや、家族代々、数十年に渡るソシオ会員だという誇りは素晴らしいことである。
- ◆Jリーグが始まって16年。ここまで、できていることも多くあり、これからさらに向上させなければいけないところもある。しかし、今回、欧州を訪問することで、100年後のJクラブをリアルにイメージすることができた。参加したJクラブスタッフがイメージを共有できたことは、非常に意義のある研修であったと思う。
- ◆クラブはこれから何百年も存在し続けるものであり、また存在し続けなければならない。改めて「百年構想」の意味を身を持って理解できた。まだまだサッカーが根付いていない日本でクラブを運営していくのは大変な作業ではあるが、今後100年続くであろうクラブの礎を作ることに関わっている我々はとても幸せであるといえるのではないか。当然1年1年、1試合1試合の積み重ねが何百年に繋がるので大事にしつつもその先を見据えた活動をしっかりとしていきたい。
- ◆この研修ではクラブのトップ(代表)のアイデンティティをしっかりと根付かせ、チケットセールスをはじめコミュニティ活動、さらには選手育成、試合内容まで柱を一本化する事がいかに大事かということを改めて感じる事が出来た。そして何よりもJクラブ間で素晴

らしいコミュニケーションをとる事が出来たことは大いにプラスになった。

◆ビジャレアルのスタッフが「不変なものがクラブのアイデンティティであり、変わるのが監督や選手だ」と言っていたことがとても印象に残っている。クラブのアイデンティティを貫き、それに合った選手や監督を連れてくるという意味だが(リケルメというスター選手放出の経緯も、この考えからとのこと)、言えてもなかなか貫くことは簡単ではないのではと感じた。

◆経営者の思いが、クラブの隅々まで浸透している印象を受けたクラブがある(ビジャレアル、MKドンズ、ブラックプール)。クラブ運営に必要な経営者の意識を元にしたガバナンスは、クラブスタッフの迷いを取り除き、目標に向かって邁進できるものだと再確認できた。

◆トットナム vs ポーツマス戦のチケット 47 ポンド(約 ¥6,500)が安く感じた。熱狂のスタジアムは、ハイレベルな試合によって生まれる。¥6,500 のチケット料金は、試合内容そのものである事を再認識した。集客施策の観点からは参考になる事は少なかったが、各クラブのビジネス感覚やサッカーに対する情熱、ファンの情熱、歴史の深さを見る事ができた。また、下部組織に投資し子供たちの育成にも情熱を注いでいるクラブの姿があった。最高のクラブを訪問でき、その情熱溢れる経営者の話を聞けたという点で、有意義な研修であった。

◆研修を終えて、確実な現状分析と発展途上認識、また身の丈にあったクラブ経営理念と戦略、筋の通った太い柱の中長期的経営戦略が必要であると痛感すると共に、フットボールはただのスポーツではなく、教育や地域コミュニティ活動そのものであることを強く認識させられた。そして、その積み上げこそが、イレブンミリオンに通じる道であり、日本における文

化・産業としての成熟と、学問としての発展には 100 年という時間は必ずしも要しないのではないかと感じた。Jリーグの歴史は 16 年、自クラブの歴史はわずか 10 年であるが、「Jリーグの歴史を創っている」という自覚と誇りを胸に、日本サッカーや地域コミュニティ活動、スポーツ文化の普及に努め「スポーツでもっと幸せな国」の実現を目指すことを約束する。

◆ポルトガルでは働いているクラブスタッフが全員と言っていいほど、自分のクラブを愛しソシオになっているという話を聞き、私たちのクラブでもこのクラブの魅力を考え、クラブ内のスタッフからこのクラブを愛し、ソシオになっていく必要があると感じた。

◆この研修が始まる前に自分なりにしたいことがあった。それは、「サッカーの歴史や文化という一言で終われない何かを“そこに存在”するのを見つける」ことだった。結論から言うと、見つけることが出来なかった。しかし、ヒントはたくさんあった。その中で、以下 3 点が印象に残った。

- ① カステジョン vs ヒムナスティック戦の熱狂的なスタジアムの雰囲気
- ② スポルティングの、ライバルに対するスタッフの心構えと精神
- ③ プレストン NE の、伝統と歴史を大事にし、重んじ、未来へ継承して行こうとしているスタッフの心構え

◆欧州各国の文化と伝統を見習いつつ、日本独自の伝統を築くために各地域の特性を生かしたクラブづくりを目指したい。欧州で再確認できた事を自信に、これからも社会貢献活動を積み重ね、30 年・50 年後には将来夢見た姿を実現できるよう努めていきたい。

◆研修に参加させて頂き、今自分のクラブで取り組んでいるホームタウン活動をはじめとする様々な活動が決して間違っていないということをあらためて実

感できたことが大きな収穫。また、クラブの歴史、スタジアム(観客)の雰囲気についてはまだまだ追いつけない部分があるが、思っていたほどヨーロッパと日本のサッカークラブの環境の差はないと感じた。

◆長い歴史を作るには、文字通り長い時間が必要。ただ、少なくとも今出来ることはその好循環の起点を作ることだ。百年構想にある地域密着と貢献、そして子供たちを中心とした世代を超えるふれあいの輪を広げること。目指している方向は正しいと、あらためて感じた。さらに熱く、そして具体的に推進していくべく尽力したい。

◆何より、他のクラブのスタッフと一緒にこの研修に参加できたことが大きな財産になった。クラブ間の交流、情報交換の場としても有意義であった。長い研修を共に過ごす事で、親近感もわき帰国後の仕事でもこのネットワークが生きてくると思う。

◆今回の研修を通して、Jリーグや各クラブのこれまであまり話をする機会がなかったメンバーに出会えたことは大きな財産となった。自クラブ以外にも同じ想いで歴史を造ろうとしている愛すべきメンバーが全国にいることは、本当に心強く思う。またぜひこのような研修を行っていただきたい。誰が参加することになっても必ず百年構想の礎になると思う。

◆Jリーグができてから日本のサッカーはプレーのレベルはヨーロッパの各国に近づきつつあるだろう。しかし、サッカーやスポーツを支える文化という意味では課題は多いように思える。もちろん一朝一夕にできるものではないが、現在クラブが行っているすべての活動が積み重なってクラブの歴史となっていくことを意識するとともに、そのような歴史をクラブの財産として蓄積していくことの大切さを学ぶことができた研修であった。

◆各国で試合観戦の機会があったが、最も心に響いたのはカステジョンの試合だった。約16,000人収容のスタジアムで6,000人程度の来場者の試合だったが、そこで体感した熱狂は本当に刺激的だった。ピッチ上のプレーは決して褒められるレベルでは無かったかもしれないが、愛するクラブを応援する老若男女が生み出すスタジアムの雰囲気は、Jリーグとクラブが目指すべき将来の姿が凝縮しているように感じられた。「スタジアムに人を集める」ことを考えたとき、短期的に効果のある施策も必要なのはもちろんだが、歴史や伝統に裏付けられた「誇り」を育み、街のシンボルとなり、なくてはならないクラブ、スタジアムとなるような長期的なビジョンに基づく日々の取り組みこそが、いずれ、人が集う理由を自然と生み出すのではないだろうか。

◆各クラブスタッフに、ホームタウン活動やファン作りについて色々と話を聞いた。特別なイベントや目新しい企画を行っていることはほぼ無かったが、行政との結びつきが強いように感じた。これはクラブが地域の人々にとって本当に必要で、地域に根ざしているということであろう。一方、日本では、不景気になると企業が所有するチームを廃部にしたり、クラブが一企業として扱われ行政の支援が得にくい状況であり、行政や市民のスポーツやサッカーに対する考え方もヨーロッパとは大きく異なっている。日本でも、サッカーやスポーツが持つ公共性を理解してもらえよう、地道な活動を行い市民に理解をもらい、行政にも理解してもらうためコミュニケーションを取っていくと同時に、スポーツ界に関わる全てのスタッフが、スポーツの地位向上に向けて取り組む必要があるのではないだろうか。

◆今回、欧州の長いフットボール文化の歴史に触れる事で、自分が考えていた以上にコミュニティ活動の重大性を感じた。各クラブともコミュニティ活動を行

う事で、地域にクラブがある事の存在意義が確立され、セールスに繋がっている。各クラブの活動方法は様々だったが、長いフットボールの歴史を持ち、フットボール人口が多い国のクラブでも、更に活動に力を入れ、新しい方法を考え試行錯誤を重ねている。昨今、Jリーグのクラブは大事な時期だと感じる。今だからこそ、景気に左右される事無い揺るぎ無い地盤形成の為、クラブのコミュニティ活動には更に力を入れなければならないと思う。

◆MKドンズではクラブが地域のニーズ(問題等含む)に対応し非常にいい関係を築いていた。また、政府、企業もクラブを活用することで地域への貢献やPR効果が期待できる。このような、コミュニティを作り上げることが各Jクラブとも必要とされる。同時に、行政との関係もより密接し有効な関係を築くとともに、健全なクラブ経営が重要である。

◆どの国にも共通して言えることはサッカーを観る、クラブを応援する気持ちがその地域地域に根付いているということ。いわば市場があるということだが、歴史や国民性の違いと言ってしまえばそれまでで、それを利用し創っていくための方法と努力、情熱がクラブ側になれば途絶えるはずである。スタジアム内外の警備は行政(警察)、入場ゲート指定によりおのずと観戦エリアが限られる施設導線、徒歩圏内であったり試合前後の時間を周辺のパル(居酒屋)で楽しめるようなスタジアム立地など、どれをとっても市場性を考慮し作り上げた結果だろう。集客や地域貢献への取り組みが負けているとは思わないが、日本でも、存在することが当たり前な施設へ行き楽しんで帰る、そんなスタジアムとファンを作っていくと強く感じた。次の機会があればファンの声を聞いてみたい。

◆3カ国で5試合を観戦したが、どのスタジアムでも共

通して感じた事がある。それは観客が試合を楽しんでいる事。スタジアムに入場する前は出店で腹ごしらえ。試合が始まれば素晴らしいプレーや気迫あるプレーに拍手。そして、選手交代時は多くの人が立ち上がって拍手。試合の流れが応援するチームに傾いた時には、皆で歌ってチームを後押しする。得点すれば全員もちろん総立ちで喜び爆発。スタジアム演出は無いに等しく、観客それぞれが試合を楽しむ術を知っており、観客がスタジアムの楽しさを演出している。自クラブのホームスタジアムでも早くこの雰囲気を作り出したい。ピッチでは選手が持てる力を出し切り、クラブはサポーターと連携をとり、音や映像等を使って観客を誘導する。楽しいスタジアムの雰囲気が自然発生するまで努力を重ねていきたい。

◆印象深いのは、人々の「フットボールの捉え方」である。彼らはフットボールそのものを楽しんでいる。フットボールそのものが彼らをスタジアムへ引き付ける力となっている。だからなのか、キックオフ直前にならなければ人は集まらないし、終了後10分で3万人以上がはけてしまう。ただし、ゲームだけしか楽しんでいないのではなく、ゲームまでの時間を、ある人は草サッカーをして、ある人はバーで仲間と飲みながら、各々が時間がくるまで楽しんでいる。ヨーロッパでは、試合を観戦するというのが大前提で、その行為を充実させるために、社会を巻き込みながら周辺の文化が育ち、フットボールの文化となってきたのではないだろうか。日本で「フットボールという文化」を浸透させることが大事だといっても、ヨーロッパのそれをそのまま日本に持ち込んで通用するものでもなく、うまくアレンジし、日本独自のものを作り上げていくことが必要になるだろう。

◆プレストンNEの試合前にスタジアム横の広大な芝生の公園で、当該チームのサポーター同士が試合を

行っていたことに驚いた。すなわち、試合前に自分たちのプレーを楽しみ(するスポーツ)、実際にスタジアムで愛するクラブを応援し(観るスポーツ)、パブでサッカーを語りながら飲む(語るスポーツ)といったように、サッカーが人生の一部になっている、サッカーが文化として根付くとはこういうことかと理解できた。サッカーが文化として、クラブが地域の財産として根付くためには、100年の歴史を積み重ねるしかないかもしれない。しかしながら、Jリーグに関わるスタッフの『サッカーに対する情熱』と『クラブ愛』を存分に発揮して絶え間ない努力をしていけば、100年を待たずとも日本にサッカーが文化として根付く、そういった光景が見られるようになるのではないだろうか。

- ◆自クラブはJリーグに昇格してまだ数年で全てにおいて進化していないが、「サッカー・Jリーグ・自クラブ」が地元での理解者を増やし愛されていくことで、いつの日か今回の研修で訪れたヨーロッパのクラブのようになれると信じて疑わない。また、各Jクラブが取り組んでいる集客施策はヨーロッパのクラブよりはるかに進んでいると今回の研修で確信した。この研修に参加できたことを大変光栄に思い、今後の我がクラブの発展に少しでも貢献できるよう励みたい。最後に、自クラブの情報を惜しみなくご教示いただいた研修参加の皆様に深謝する。
- ◆様々なクラブを訪問し視察したが、会長を含むクラブに関わる人はみなクラブの歴史を認識し、クラブを愛し情熱を持ち、明確なビジョンのもと同じベクトルに向かっているように感じた。自分はクラブに在籍して数年だが歴史や自分の部署以外のことを自信を持って語れるかという自信がなく、スタジアム内も1つ1つの場所を詳しく紹介する程理解していない。またこれから、日本がアジアの中心として引っ張っていく中で、他国からクラブ訪問があった時に、自クラブでは満足して頂ける対応が出来るのか？クラ

ブのビジョンや経営に関する工夫等を語れるのか？なども考えさせられた。これはクラブ訪問だけでなく、研修中に他のJクラブスタッフと話をする中에서도感じたことで、まずは自クラブについてもっと知る必要があると感じた。

- ◆ホームタウンという視点とはまた別の視点からクラブに質問したいという方も多かったように思う。人数が多かったので多少仕方の無いことだが、目的別に各部署の方に別々に話を聞くなどの時間があったのもいいと感じた。
- ◆唯一、勝手なお願いをするならば、通訳の質と量が研修成果を左右するため、その準備にはさらなる注力をいただきたい。イングランドでの通訳については、フットボール事情にも詳しく情報に厚みがあり通訳の重要性を改めて感じた場面であった。
- ◆12日間で数多くのクラブの視察、観戦をすることができたことは、非常に良い経験になった。ただ、移動が大変だった部分もあり、行程に関してはもう少し余裕を持ったスケジュールを組んでもらえればと思う。また、クラブとそのクラブがある町との関係性を含めて、もう少しじっくり見てみたいとも感じたので、2カ国、また1カ国をじっくり視察するのも良いのではないかと。いずれにせよ、こういった海外研修は、素晴らしい日本サッカーの歴史を築いていくために、是非続けて欲しい。最後の晚餐に来てくれたペリマン氏がこう言っていた。「私は日本で仕事をする中で、日本人の勤勉さを学ばせてもらった。こうしてJリーグの各クラブの方が集まって、ヨーロッパのサッカー文化について学ぶという姿勢は素晴らしく、他の国にはないものだ。ぜひ誇りにして欲しい」と。

**VI. 日程・参加者**Jリーグ ホームタウン・イルブンミリオン
欧州研修報告(2009年1月)**VI-1. 日程**

日付	都市	時間	便名		
1 1/9 金	成田空港 ロンドン ジロナ ジロナ バルセロナ	発 着 発 着 発 着	13:05 16:15 19:00 22:15 23:45 24:12	BA008 BA482	成田空港発、空路ロンドン(ヒースロー)へ ヒースロー着後、国際線乗り継ぎ 空路バルセロナへ バルセロナ空港が豪雨のため、ジロナ空港に 臨時着陸(機内待機) バルンシア乗り継ぎ便に乗れず、タクシー分乗で航空会社手 配のホテルへ 【バルセロナ Front Air 泊】
2 1/10 土	バルセロナ バレンシア	発 着	10:20 12:25 12:40 22:00	IB8836 専用車	バルセロナ空港発 空路バレンシアへ 着後、専用車でメスタージャへ(チケット購入) <Levante UD>訪問 <Valencia vs Villarreal>観戦 【バレンシア Melia Plaza 泊】
3 1/11 日	バレンシア		12:00 17:00	専用車	<Levante UDF v UE L'estarlit>観戦 専用車でカステジョンへ <C.D. Castellón v Gimnástico>観戦 【バレンシア Melia Plaza 泊】
4 1/12 月	バレンシア ビジャレアル バレンシア マドリッド	発 着 発 着	9:20 10:25 16:50 20:35 21:25	専用車 IB331	専用車でビジャレアルへ <Villarreal>訪問 終了後、バレンシア空港へ バレンシア空港発、空路マドリッドへ リスボン乗り継ぎ便欠航のため、航空会社手配のホテルへ 【マドリッド Tryp Ambassador 泊】
5 1/13 火	マドリッド リスボン	発 着	8:50 8:50 11:00 15:20	IB3118 専用車	マドリッド空港発、空路リスボンへ 着後、専用車でベレネンセスへ <Belenenses>訪問 <Benfica>訪問 【リスボン VIP Diplomatico 泊】
6 1/14 水	リスボン		10:30 18:30 19:30	専用車	<Sporting>訪問 A 班<Belenenses vs V.Guimaraes>観戦後 B 班に合流 B 班<Benfica vs Olhanense>観戦 【リスボン VIP Diplomatico 泊】
7 1/15 木	リスボン ロンドン ミルトン・キーンズ プレストン	発 着 着 着	7:35 9:35 14:00 20:15	BA499 専用車	リスボン空港発、空路ロンドンへ 着後、専用車でミルトン・キーンズへ <MK Dons>訪問 終了後、専用車でプレストンへ 【プレストン Holiday Inn 泊】
8 1/16 金	プレストン		9:00 15:00	専用車	<Preston North End, The National football Museum> 訪問 専用車でブラックプールへ <Blackpool>訪問 【プレストン Holiday Inn 泊】
9 1/17 土	プレストン マンチェスター ロンドン	発 着	12:45 16:30 25:40	専用車	<Preston North End vs Burnley>観戦 終了後、マンチェスターへ <Manchester United>ミュージアム視察 専用車でロンドンへ 【ロンドン Millennium & Copthorne at Chelsea 泊】
10 1/18 日	ロンドン		10:25 13:30 16:00	専用車	<Hackney Marsh>視察 A 班<West Ham United vs Fulham>観戦 B 班<Tottenham Hotspur vs Portsmouth>観戦 【ロンドン Millennium & Copthorne at Chelsea 泊】
11 1/19 月	ロンドン	発	11:00 14:35	専用車 BA007	専用車で空港へ ロンドン空港発、空路成田へ 【機中泊】
12 1/20 火	成田	着	11:05		成田空港着後、解散

VI-2. 参加者

	氏名	クラブ名	部署・役職
1	三谷 淳	札幌	戦略事業グループ 部長
2	齋藤 美和子	仙台	事業部地域貢献推進課 課長
3	城 祐万	鹿島	事業部 営業担当課長
4	木村 孝	水戸	営業部
5	須藤 伸樹	浦和	事業本部 運営部 課長
6	望月 大亮	大宮	事業本部 営業グループ 課長
7	本間 一憲	千葉	管理部 チーム管理
8	大成 俊正	柏	管理部 部長
9	前野 陽生	F 東京	コミュニティアフェアーズ マネジャー
10	山本 佳津	東京 V	普及促進部 部長
11	井川 宜之	川崎	サッカー事業部 営業グループ
12	木村 昌実	横浜 FM	営業部 部長
13	藤原 兼蔵	横浜 FC	企画部 部長
14	畔柳 豪	湘南	普及グループ グループリーダー
15	鷹野 智裕	甲府	運営課 課長
16	深澤 陽介	清水	ホームタウン推進室 室長
17	佐藤 剛史	名古屋	事業部 運営・ホームタウングループ
18	林 幹広	岐阜	事業運営部
19	路木 健	京都	営業企画部 副部長
20	奥永 憲治	G 大阪	事業部 ホームタウン担当
21	清水 達哉	C 大阪	ホームタウン推進室 マネージャー
22	池谷 信哉	神戸	広報・宣伝部 プロモーション・制作担当
23	森脇 豊一郎	広島	企画部 部長代理
24	平岩 裕治	徳島	事業部 広報・企画担当
25	後藤 一弘	愛媛	広報グループ ディレクター
26	藤井 潤	福岡	ホームタウン推進部 コーチ
27	岩水 香織	熊本	広報部 チーフマネージャー
28	佐藤 祐史	大分	スポンサー事業部 課長
29	佐藤 仁司	Jリーグ	イレブンミリオンプロジェクト マネージャー
30	青山 優香	Jリーグ	イレブンミリオンプロジェクト
31	岩貞 和明	Jリーグ	イレブンミリオンプロジェクト
32	川崎 濃	JLE	マーケティング部
33	守田 弘史	JMP	制作管理本部 映像制作管理部
34	菅原 均	博報堂 DYSM	マーケティンググループ グループマネージャー
35	田山 義高	西鉄旅行	添乗員

VI-3. グループ編成(報告書作成グループ)

■ 報告書作成グループ

訪問先		クラブ	氏名	
スペイン	レバンテ	F 東京	前野 陽生	リーダー
	ビジャレアル	仙台	齋藤 美和子	リーダー
		柏	大成 俊正	
		名古屋	佐藤 剛史	
ポルトガル	ベレネンセス	清水	深澤 陽介	リーダー
		千葉	本間 一憲	
		湘南	畔柳 豪	
	ベンフィカ	横浜 FM	木村 昌実	リーダー
		熊本	岩水 香織	
		大分	佐藤 祐史	
	スポルティング	広島	森脇 豊一郎	リーダー
		川崎	井川 宜之	
		横浜 FC	藤原 兼蔵	
イングランド	MK ドンズ	鹿島	城 祐万	リーダー
		東京 V	山本 佳津	
		京都	路木 健	
	プレストン NE	浦和	須藤 伸樹	リーダー
		甲府	鷹野 智裕	
		徳島	平岩 裕治	
	ボルトン	札幌	三谷 淳	リーダー
		大宮	望月 大亮	
		G 大阪	奥永 憲治	
	ブラックプール	C 大阪	清水 達哉	リーダー
		水戸	木村 孝	
		岐阜	林 幹広	
試合観戦	バレンシア	F 東京	前野 陽生	リーダー
	ウェストハム	愛媛	後藤 一弘	
	トットナム	神戸	池谷 信哉	リーダー
	ハックニー・マーシュ	福岡	藤井 潤	

VI-3. グループ編成(観戦グループ)

■ポルトガル分散観戦グループ

訪問先	クラブ	氏名	
ベンフィカ (18名)	横浜 FM	木村 昌実	リーダー
	熊本	岩水 香織	
	大分	佐藤 祐史	
	札幌	三谷 淳	
	仙台	齋藤 美和子	
	浦和	須藤 伸樹	
	鹿島	城 祐万	
	F 東京	前野 陽生	
	東京 V	山本 佳津	
	名古屋	佐藤 剛史	
	G 大阪	奥永 憲治	
	C 大阪	清水 達哉	
	神戸	池谷 信哉	
	広島	森脇 豊一郎	
	J 事務局	佐藤 仁司	
	J 事務局	青山 優香	
J エンター	川崎 濃		
HSM	菅原 均		
ベネレンセス (17名)	清水	深澤 陽介	リーダー
	千葉	本間 一憲	
	湘南	畔柳 豪	
	水戸	木村 孝	
	大宮	望月 大亮	
	柏	大成 俊正	
	川崎	井川 宜之	
	横浜 FC	藤原 兼蔵	
	甲府	鷹野 智裕	
	岐阜	林 幹広	
	京都	路木 健	
	徳島	平岩 裕治	
	愛媛	後藤 一弘	
	福岡	藤井 潤	
	J 事務局	岩貞 和明	
	JMP	守田 弘史	
	西鉄旅行	田山 義高	

■イングランド分散観戦グループ

訪問先	クラブ	氏名	
ウェストハム (17名)	F 東京	前野 陽生	リーダー
	愛媛	後藤 一弘	
	札幌	三谷 淳	
	浦和	須藤 伸樹	
	大宮	望月 大亮	
	柏	大成 俊正	
	東京 V	山本 佳津	
	川崎	井川 宜之	
	名古屋	佐藤 剛史	
	岐阜	林 幹広	
	G 大阪	奥永 憲治	
	C 大阪	清水 達哉	
	徳島	平岩 裕治	
	熊本	岩水 香織	
	J 事務局	佐藤 仁司	
	J 事務局	青山 優香	
J エンター	川崎 濃		
トットナム (18名)	神戸	池谷 信哉	リーダー
	福岡	藤井 潤	
	仙台	齋藤 美和子	
	鹿島	城 祐万	
	水戸	木村 孝	
	千葉	本間 一憲	
	横浜 FM	木村 昌実	
	横浜 FC	藤原 兼蔵	
	湘南	畔柳 豪	
	甲府	鷹野 智裕	
	清水	深澤 陽介	
	京都	路木 健	
	広島	森脇 豊一郎	
	大分	佐藤 祐史	
	J 事務局	岩貞 和明	
	JMP	守田 弘史	
HSM	菅原 均		
西鉄旅行	田山 義高		

1. 訪問先ガイド一覧

	クラブ	創立(年)	種目	リーグ	ホームタウン	スタジアム	完成	収容人数	平均入場者数	順位(2009.1.9現在)
1	訪問 Levante Unión Deportiva	1909	サッカー	Liga Española Liga Adelante	Valencia 人口:797,654人 面積:134.65km ²	Ciutat de Valencia San Vicente de Paul,44	1969	25,534		2部 - 9位
2	観戦 Valencia Club de Fútbol	1919	サッカー	Liga Española Liga BBVA	Castellón 人口:172,110人 面積:107.5km ²	Estadio de Mestalla Avenida de Suecia, s/n.4.6010 Valencia	1923	52,469	41,421	2位
3	観戦 Club Deportivo Castellón	1922	サッカー	Liga Española Liga Adelante	Valencia 人口:797,654人 面積:134.65km ²	Castalia Huesca s/n.12004Castellon	1987	16,000	11,500	2部 - 11位
4	訪問 Villarreal C.F.	1923	サッカー	Liga Española Liga BBVA	Lisboa 人口:2,790,000人 面積:84.6km ²	Estadio El Madrigal Avenida Blasco Ibanez,2	1923	22,000	19,421	7位
5	訪問 C.F Os Belenenses	1919	総合型	Liga Sagres		Estadio do Restelo Lisbon,Portugal	1956	25,000	2,810	16位
6	訪問 Sport Lisboa e Benfica	1904	総合型	Liga Sagres		Estadio da Luz Av. General Norton De Matos 1500, Lisboa	2003	65,000	37,557	2位
7	訪問 Sporting Clube de Portugal	1906	総合型	Liga Sagres		Estadio JOSE ALVALADE	2003	50,466	29,380	3位
8	訪問 Milton Keynes Dons	2004	サッカー	Football League One	Milton Keynes 人口:184,506人 面積:89km ²	stadiummk Denbigh, Milton Keynes, United Kingdom	2007	21,089	9,456	3部 - 2位
9	訪問 Preston North End F.C.	1880	サッカー	Football League Championship	Preston 人口:129,642人 面積:54.9km ²	Deepdale Sir Tom Finney Way, Preston, PR1 6RU	1878	22,225	12,647	2部 - 7位
10	訪問 Blackpool F.C.	1877	サッカー	Football League Championship	Blackpool 人口:142,500人 面積:34.92km ²	Bloomfield Road Seaside Way, Blackpool, Lancashire,FY,6JJ	1982	9,731	8,861	2部 - 17位
11	観戦 West Ham United F.C.	1895	サッカー	Premier League	London 人口:7,556,600人 面積:1,577.3 km ²	Boleyn Ground Green Street, Upton Park, London, E13 9AZ	1904	35,303	34,601	10位
12	観戦 Tottenham Hotspur F.C.	1882	サッカー	Premier League		White Hart Lane 748 High Road, Tottenham, London, N17 0AP	1899	36,310	35,967	16位
13	視察 Hackney Marshes	/	/	/	/	/	/	/	/	/

2. 観戦試合データ一覧

1 2 3 4

試合日	1月10日(土)	1月11日(日)	1月11日(日)	1月11日(日)	1月14日(水)
試合開始時間	22:00	12:00	12:00	17:00	18:30
大会名	スペイン1部リーグ LIGA BBVA	スペイン女子スーパーリーグ Superliga Femeni	スペイン女子スーパーリーグ Superliga Femeni	スペイン2部リーグ LIGA adelante	ポルトガルのリーグカップ Carlsberg Cup
対戦カード	バレンシア対ビジャレアル Valencia v Villarreal	レバンテ女子対レスタルティエイト女子 Levante UDF v UE L'estartit	レバンテ女子対レスタルティエイト女子 Levante UDF v UE L'estartit	カステジョン対ヒムナスティック C.D. Castellon v Gimnastic	ベレネンセス対ギマラエス Belenenses v Guimaraes
会場	メスタージャ Mestalla	ナザレ Polideportivo Municipal de Nazaret	ナザレ Polideportivo Municipal de Nazaret	カステリア Estadi Municipal Castalia	レストロ Estadio do Restelo
試合結果	3-3	6-1	6-1	2-1	0-0
	1-0 Baraja 1	1-0 Sandra 28	1-0 Sandra 28	1-0 Ulloa 57	
	2-0 David Villa 10	2-0 Pamela Conti 34	2-0 Pamela Conti 34	2-0 Ulloa 65	
	2-1 Fuentes 45	3-0 Pamela Conti 36	3-0 Pamela Conti 36	2-1 Ngal 95	
	2-2 Llorente 76	4-0 Laura del Rio 38	4-0 Laura del Rio 38		
	3-2 Edu 79	5-0 Montse 56	5-0 Montse 56		
	3-3 Rossi 84 (p.)	5-1 Anna Marti 63	5-1 Anna Marti 63		
		6-1 Naiara 80	6-1 Naiara 80		
入場者数	43,000	公式発表なし	公式発表なし	6,180	1,107

5 6 7 8

試合日	1月14日(水)	1月17日(土)	1月18日(日)	1月18日(日)	1月18日(日)
試合開始時間	19:30	12:45	12:45	13:30	16:00
大会名	ポルトガルのリーグカップ Carlsberg Cup	イングランド2部リーグ Coca-Cola Championship	イングランド2部リーグ Coca-Cola Championship	イングランド・プレミアリーグ BARCLAYS PREMIER LEAGUE	イングランド・プレミアリーグ BARCLAYS PREMIER LEAGUE
対戦カード	ベンフィカ対オルハハネンセ Benfica v Olhanense	プレストン・ノース・エンド対バーンリー Preston North End v Burnley	プレストン・ノース・エンド対バーンリー Preston North End v Burnley	ウエストハム・ユナイテッド対フルハム West Ham United v Fulham	トットナム・ホットスパー対ポーツマス Tottenham Hotspur v Portsmouth
会場	ダ・ルス Estadio da Luz	デーブティル Deepdale	デーブティル Deepdale	ブーリン・グラウンド Boleyn Ground	ホワイトハートレーン White Hart Lane
試合結果	4-1	2-1	2-1	3-1	1-1
	0-1 Djalmir 13	1-0 Davidson 53 (pen)	1-0 Davidson 53 (pen)	1-0 Di Michele 7	0-1 Nugent 59
	1-1 Nuno Gomes 25	1-1 Blake 77	1-1 Blake 77	1-1 Konchesky 22	1-1 Defoe 70
	2-1 Jorge Ribeiro 29	2-1 Mellor 85 (pen)	2-1 Mellor 85 (pen)	2-1 Noble 60 (pen)	
	3-1 Sidnei 62			3-1 Cole 76	
	4-1 Di Maria 88				
入場者数	10,369	15,692	15,692	31,818	36,011

3. Special Thanks

Levante Unión Deportiva

Vicente Herrero Gómez
Dolores Escamilla Pérez
Emiliano Carballo Díaz

Director Comercial y Marketing
Director General Levante UD Femenino
Director General

Villarreal Club de Fútbol

Jose Manuel Llaneza Dura
Federico Alcácer Fernández-Martos
Jaime Olmo Gascón
Elena Roig Negueroles
Yuriko Saeki

Consejero Delegado
Director Área Comercial y Marketing
Área Comercial y Marketing
Área de Comunicación y R.R.E.E.
Fútbol Base

Clube de Futebol Os Belenenses

Hélio Nascimento

Administrador

Sport Lisboa e Benfica Futebol

Rui Costa
Paulo Leite Gonçalves
Juan Bernabé
Bernardo Faria De Carvalho
Ricardo Sampaio Maia

Administrador
Assessor da Administração
Manager Águia Vitória
Director Vendas & Expansão Internacional
Communication Manager

Sporting Clube de Portugal

João Nunes
Henrique Estrela Da Cunha
Jorge Vicente

Direcção Comercial Eventos Futebol
Direcção Geral de Instalações e Oparações Director
Jornal Sporting Jornalista

Milton Keynes Dons Football Club

Pete Winkelman
Shaun O'Hara
Matt Cove

Chairman
Group Financial Director
Community Liaison Officer

Preson North End Football Club

Gary Robinson
Ilyas Patel
Simon Nash

Community Development Officer
Community Department
Deepdale Duck, Mascot

National Football Museum

Peter Evans

Education & Outreach Officer

Blackpool Football Club

Karl Oyston
Jayne Anderson-Dixon
John Rodgers

Chairman
Commercial Director

Manchester United Football Club

David Gill
Allan Moorhouse

Chief Executive

Tottenham Hotspur Football & Athletic

Jonathan Waite

Customer Services Manager



To the J. League Pugs
Best Regards



14/01/2009

