

コンサドーレ札幌 ～「コンサ・土・農園」が育むもの～

「ジャガイモって、こんなふうに採れるんだ!」。

緑のピッチの上ではなく、広大な畑いっぱいにコンサドーレ札幌の選手たちの歓声が響き渡る。

「コンサ・土・農園」(コンサ・ド・ファーム)と名づけられたこの畑で、

選手たちはこの日初めて普段、口にしている食材がどのように収穫されるのかを体験した。

北の大地がはぐくむ大きな財産を活用した、

コンサドーレ札幌とJAグループ北海道の取り組みを追った。

「食」を通じて 「育てる」

北海道のJAグループに所属する農家は5万戸を超え、120万ヘクタールという広大な農地を生かし、道内の食料自給率はカロリーベースで200%を誇る。「食」をキーワードにする取り組みは、日本で最も農業が盛んなこの地域にとって、欠かせない大切なテーマの一つである。

北海道農業協同組合中央会(JA北海道中央会)総合管理室共通広報課で広報を担当する鈴木茂明氏は、「2005年の食育基本法の制定を受けて、人間が生きて行く上で欠かせない“食”がよりクローズアップされたこともあり、われわれは農業を基本とした食育活動に力を入れるべき時期を迎えていた」と語る。食育基本法では「食育は、生きる上での基本であって、知育、德育そして体育の基礎となるべきもの。さまざまな経験を通じて“食”に関する知識と“食”を選択する力を習得し、健全な食生活を実践する人間を育てることが求められている」

(鈴木氏)。その施策の一つがコンサドーレ札幌、北海道教育大学との相互協力協定の締結であった。

07年、鈴木氏は知人でもあり当時コンサドーレ札幌の社長を務めていた児玉芳明氏に、早速この計画を相談した。コンサドーレに於ても「育てる」というキーワードは重要である。ユースからトップチームに上がる選手を大切に育て、チーム強化の中心に据える。またスポーツの普及活動を通して、北海道の子どもたちの心と体を育てる。こうしたクラブの基本理念があるからこそ、大地から「育てる」農業

や、大学での教育とも当然親和性は高かった。児玉元社長はすぐに、広報事業部の斗澤元希部長(現・プロモーション業務部長)を担当に任命し、「それぞれができることから始めていこう」と、この連携事業を推し進めることになった。

スポーツ選手の育成には、「トレーニング」、「栄養」、「休息」という三大要素が大切である。しかし、北海道の子どもたちは線が細い子も多く、その原因は「栄養」にあるとも指摘されていた。「ジュニア世代の育成段階でも、クラブとして3つのバランスを重視して指導しているところだった。特におろそかになりがちな“食”的大切さを、子どもたちやその親に伝えていくこともわれわれの重要な役目」と、斗澤部長は語る。

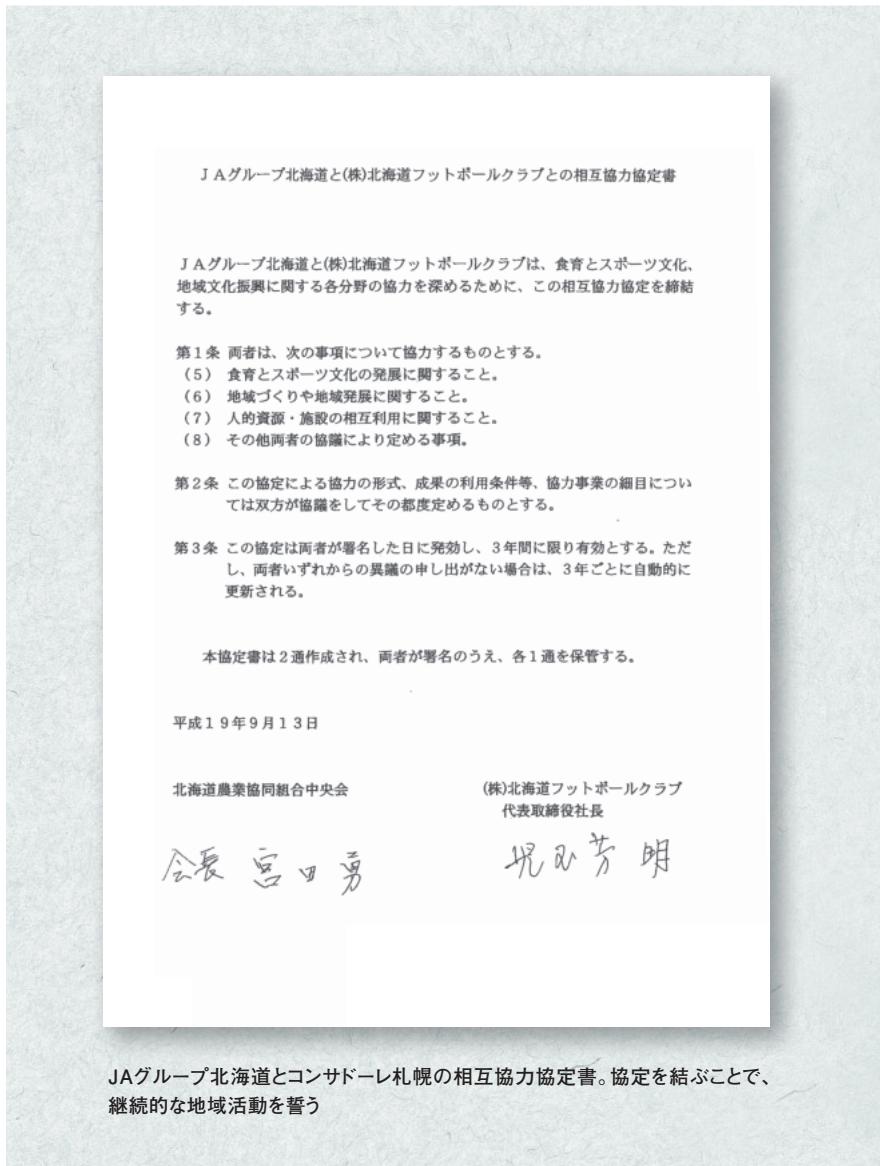
こうして07年9月に、コンサドーレ札幌とJAグループ北海道、そして北海道教育大学は相互協力協定を締結した。「三者協定を締結したのがこのプロジェクト最大のポイント。さまざまな施策も単発のイベントにしてしまっては何の意味もない。この相互協力



J.A.北海道中央会
総合管理室 共通広報課
鈴木 茂明 氏

ホームタウンの財産と共に歩む

～農業をキーワードに～



協定は、継続的な活動を続けていくという三者の強い意志の表れ」と鈴木氏は当時を振り返った。三者は毎年連絡協議会を実施しているが、それも担当者に任せきるのではなく、それぞれ社長、会長、学長といったトップも出席して、年間の取り組み施策についての議論を重ねている。このことからも、この活動に対する三者の熱意

が伝わってくる。

「コンサ・土・農園」という発想

北海道教育大学との取り組みの中で、学生に食べ物のありがたさや農業の奥深さを感じてもらうため、実際に稲作体験を行う機会を設けた。学生たちが、興味津々に田植えや稲刈りに

没頭する姿を目の当たりにした鈴木氏の脳裏に、「コンサドーレの選手たちにも、農業を実体験してもらう機会を設けることはできないだろうか?」というアイデアが浮かんだ。相談を受けた斗澤部長も「それは面白い。何とかしてみましょう」と快諾し、すぐにクラブ内の調整に動いたのである。

そして09年5月、ホクレンの実験農場だった用地をコンサドーレ札幌が借り受ける形で、約800m²の「コンサ・土・農園」(コンサ・ド・ファーム)が開園した。この農地に、実際にトップチームの選手たちが自らジャガイモやトウモロコシを作付けする。ほとんどの選手たちにとって、農作業は初体験。ジャガイモの種イモの大きさに驚いたたり、トウモロコシの種の小ささに目を丸くしたり…。慣れない畑仕事に悪戦苦闘しながらも、徐々に選手たちからは楽しそうな笑みがこぼれた。こうしたJクラブの珍しい取り組みには多くの注目が集まり、開園初日には多くのメディアが「コンサ・土・農園」に駆けつけた。

夏を越えて秋を迎えた収穫の日、選手たちは初めてトウモロコシが実際になっている姿を目にする。「自分たちの手で収穫したときの、選手たちの驚きと、感動した眼が忘れない」と、鈴木氏は目を細めた。収穫したジャガイモやトウモロコシの一部は、その場でゆでて、みんなで大試食会と相なった。「自分たちで育てたものを食べることも、“食”を知る上ではとても大切なこと」と鈴木氏は語る。

この日収穫された700本のトウモロコシと500kgのジャガイモは、コンサドー

レの試合会場で選手たちの写真とメッセージを添えてチャリティー販売された。仮設テントには長蛇の列ができ、大量の農作物はすべて完売。約20万円の売り上げは、北海道の児童養護施設へサッカーボールを寄付するなどの社会貢献に役立てられた。

既存の農場を選手が訪れるような単発の活動ではなく、実際に「コンサ・土・農園」という拠点をつくり、年間を通して活動を行っていくという発想に、この連携事業を一過性のもので終わらせないというコンサドーレ札幌とJAグループ北海道の強い想いが込められている。

連携事業だからこそ の発信力

食育のメインターゲットは言うまでもなく、次世代を担う子どもたちとその親である。これから北海道を、そして日本の未来を背負う子どもたちに、どのように「食」のメッセージを伝えいくか。「地域と密着した活動を行い、子どもたちへの影響力も大きいコンサドーレは、そのためのパートナーとしてまさに適任だった。何よりも選手たちの理解度が高く、積極的に協力してくれたことが非常に大きかった」(鈴木氏)。

試合スケジュールがタイトなJ2リーグのクラブにおいて、トップチームの選手を使ったホームタウン活動には、監督をはじめ強化部との細かな調整が必要になる。「斗澤部長にはたくさん無理なお願いをしているが、その都度クラブとしてできる最善を尽くしていただいている。担当者に恵まれ



自らの手で作付けし、また自らの手で収穫することで、選手たちはより「食」の大切さを意識する



た点も、このプロジェクトが円滑に進んだ大きな要因」と、鈴木氏はほほ笑む。

そして、こうした異業種が連携するプロジェクトにおける大きな効用の一つは、メディアへの発信力の向上だ。北海道は地元の北海道新聞はもちろん、5大全国紙すべてが札幌に支社を構えており、テレビもキー局全局がカバーされているように、全国的に見てもメディア環境に恵まれている。その中で、コンサドーレ札幌は毎日のようにメディアに登場する重要なコンテンツで

ある。JAグループ単体の取り組みではなく、コンサドーレと一緒に活動することで、普段とは異なる形でメディアに取り上げられ、その情報の価値は格段に高まるのだ。

コンサドーレの活動をJAグループが支援していることを知ったサポーターから、「“コンサドーレを応援してくれるJAもみんなで応援しようよ”と、ブログでコメントされていることもあるほど」と、鈴木氏はその反響の大きさに驚く。

この効用はもちろんコンサドーレ側

ホームタウンの財産と共に歩む

～農業をキーワードに～



仮設テントには長い行列。大量の農作物も即完売となった(上)
お目当ての選手が育てたジャガイモを探して購入するファン・サポーター(下)



にも当てはまる。日常的に接点のあるスポーツ関連のメディアだけではなく、社会部や経済部、地域担当といった記者たちがクラブの活動を取り材してくれることで、単なるサッカーチームとしてだけではない、地域密着型クラブとしてのコンサドーレ札幌の姿を広く全道に発信することができるのだ。こうした情報発信の形は、Jクラブにとって非常に大きな意味を持つものである。

選手が地域の 親善大使に

「実はJFL時代からの熱烈なサポーターだった」と明かすのは、コンサドーレ札幌の矢萩竹美代表取締役社長である。クラブの株主でもある北海道新聞に勤めながら、休日はゴール裏に通い詰め、一サポーターとして声を上げていた。04年には日本ハムファイターズが北海道へ移転してきたが、1996

年に誕生したコンサドーレには、「道内初のプロスポーツクラブ」としての誇りがある。「コンサドーレとは“道産子”的意味。札幌はもちろん、北海道全土のシンボルとして果たすべき役割は大きい」と、矢萩社長は語る。

しかし北海道は広い。全道への普及活動や地域活動は、物理的な距離だけを考えても決して楽ではない。札幌から日帰りでは行けない場所もたくさんあり、必然的に遠方の地域を選手が訪れる機会は多くない。どうしても単発になりがちだった遠隔地域での活動だが、JAグループとの連携によって今年から新たな試みが始まっている。

コンサドーレの全選手を「JA親善大使」として任命。試合と練習の合間に利用して、道内のさまざまな地域へと派遣し、「食と農」というテーマで各地域の子どもたちや親たちと語り合う機会を設けたのである。

今年6月20日に上川地区の東川町で行われたイベントには、高原寿康選手と横野純貴選手が親善大使として訪れ、「未来のJリーガーの君たちに伝えたいこと」というテーマで、子どもの頃の食べ物の思い出やプロスポーツ選手にとっての食事の大切さ、作ってくれる人への感謝の気持ちなどを、集まった子どもたちに自分の言葉で伝えた。「選手たちの言葉は、メッセージ力が違う。子どもやその親に届く影響力は非常に大きい」と鈴木氏はその意義を語る。

また、「メッセージを自分たちで考えることは、選手自身の人間力育成にもつながる。自然とインタビューに向き合う姿勢も変わってくる。他人に向かって



コンサドーレ札幌

矢萩 竹美 代表取締役社長

自分の意見を整理して伝えるということは、セカンドキャリアを考えた上でも彼らにとっていい経験になる」と、斗澤部長はクラブとしてのもう一つの狙いを口にする。

この日は事前に、地元の食材を使って親子で一緒にお弁当を作ってきてもらい、その内容を書いたメモも提出してもらった。選手たちと楽しくお弁当を食べる時間の中で、自然に「地産地消」を意識してもらおうというのだ。ほかにも「みんなで精米体験&お米クイズ」や、「みんなで知ろう東川農業のこと」といったプログラムが行われ、選手と子どもたちが「食」を通して楽しく交流した。北海道全域に110もの地域拠点を持つJAグループと連携することで、それぞれの地域に即した内容の活動が行える。これは広い北海道を回るコンサドーレにとって、この上なく力強いことだ。

J.A側にとっては、選手たちが各地域の「食と農」のメッセンジャーになってくれる。クラブとしては、それぞれの地域に根付くJAと共にプログラムを行うことで、活動の質を高めることができ



JA親善大使として「食」の大切さをメッセージする選手たち。集まつた子どもたちは熱心に聞き入った

る。まさに、WIN-WINの関係がつくられているのである。

北海道の魅力を 発信する拠点に

矢萩社長は「全国に誇る農業という財産を持つ北海道の魅力を、コンサドーレが媒体となって広く発信ていきたい」と語る。ホームゲームでは、全道の「食」を集めた「スタジアムグルメ」を楽しめるようにしたい、との考えもある。アウェイのサポーターも数多く訪れるコンサドーレの試合が、全国各地へ北海道の財産を届ける発信基地となるのだ。「これから先、コンサドーレがもっと強くなり、またJ1リーグへと昇格すれば、その効果はさらに大きくなる。他クラブやそのホームタウン自治体とも連携して相互でイベントを開催するなど、さまざまなコラボレーションの形も考えていきたい」と、矢萩社長は先を

見据える。

また、農業と並ぶ北海道のもう一つの財産である漁業との連携も、次のステップとしてすでに動き始めている。北の大地がはぐくむ多くの財産と共に歩むコンサドーレ札幌の活動は、まだまだ大きな広がりをみせることだろう。

* * *

2010シーズン、JAグループ北海道はコンサドーレ札幌の練習着スポンサーとして新たにオフィシャルパートナー契約を締結した。今回JAが資金的にも支援の幅を広げた決め手は、これまでコンサドーレと共に取り組んできた活動の成果が、JAグループ全体で認められたことにある。もし3年前に、既存のスポンサーメリットだけを並べたセールスシートをJA側に提示していても、おそらく契約には至らなかつたであ

ホームタウンの財産と共に歩む

～農業をキーワードに～

ろう。北海道の財産を生かした「育てる」というテーマを共有し、地域での地道な活動を続けたこの3年間があったからこそ、今回のパートナー契約締結へつながったのである。「スポンサーはもちろん経済環境に左右される面もあるが、一過性ではない中長期的視野に立った活動を継続していくためにも、長く深い関係を構築していくことが大切になる」と、鈴木氏は語る。

アントラーズもコンサドーレも、それぞれのホームタウン地域の持つ財産や抱える課題を深く認識し、その財産を生かして地域の課題を解決するためにクラブができるとは何なのかを考えた。その中で異業種のパートナーと連携し、地域にとってもクラブにとってもメリットのある企画へつなげていったのである。ホームタウンに根を張るJクラブにとって、ホームタウン地域を元気にすることは、そのままクラブの活力へと直結する。財産、特性、そして課題。本当の意味で「ホームタウン地域を知る」ということは、全てのJクラブに求められる重要なテーマの一つであろう。

ホームタウン活動は、クラブの収益という面での速効性は薄いともいわれるが、決して回り道ではない。50年後、100年後もこのホームタウンで生きていくJクラブにとって、地域においてどのような存在になれるかを指し示す活動でもある。そして、その活動を通して地域のパートナーとつながることで、さま



選手一人ひとりの写真とメッセージを添えることで、農作物を育てることへのファン・サポーターの意識も高まる

ざまな形でクラブの収益へと結びついでいく。

「ホームタウン地域の財産」を生かした今回の鹿島アントラーズとコンサ

ドーレ札幌の取り組みは、Jリーグ百年構想のもと、ホームタウンの中で地域と共に生きるJクラブの一つの在り方を示したといえよう。

