



J.LEAGUE NEWS PLUS

Vol.14
30 Nov. 2010

Jクラブと自治体による 「まちづくり」

～ ホームタウンの課題と財産を知る～

Jクラブがホームタウンに根付くためには、自治体との連携は欠かせない。資金援助、職員の派遣、ハード面の整備など、規模・内容は違えど、各クラブは自治体のさまざまな支援を受けて活動を行っている。しかし、不況により多くの自治体で財源は減少し、歳出の圧縮が叫ばれる中、Jクラブ単体への支援は縮小される傾向にある。そうした環境において、「まちづくり」をキーワードに自治体とクラブが双方の役割を活かし、ホームタウンの活性化に向けた取り組みを行っている清水エスパルスとアビスパ福岡の事例を追った。



J.LEAGUE OFFICIAL SPONSORS

Calbee

Canon

KONAMI

AiDEM

マイラン製薬
Mylan

Leopalace21

Plenus

Coca-Cola

J.LEAGUE 100 YEAR VISION PARTNER

朝日新聞

LEAGUE CUP SPONSOR

ヤマギナビスコ

SUPER CUP SPONSOR

FUJI xerox

EQUIPMENT SUPPLIER

molten
For the real game

J.LEAGUE OFFICIAL SPONSOR

Johnson & Johnson

J.LEAGUE OFFICIAL BROADCASTING PARTNER

アスカバー!

Jクラブと自治体による「まちづくり」

～ホームタウンの課題と財産を知る～

清水エスパルス

～サッカー王国・静岡の「まちづくり」～

国内有数のサッカー王国・静岡。静岡県警察のキャラクター「エスピーくん」の顔はサッカーボールがモチーフになっているほど、サッカーと地域の結びつきは深い。その静岡県においても特に清水エスパルスのホームタウンである静岡市は、数多くの名選手を輩出し、各年代やさまざまなカテゴリーで好成績を収めてきたよう、全国的にも「サッカーのまち」として知られている。今年、静岡市では過去培ってきたサッカーの歴史や文化を基盤に、さらにサッカーを地域の資源として活用したまちづくりを行うために、「静岡市サッカーフрендシティ計画」を策定した。清水エスパルスが静岡市と取り組む「サッカーのまちづくり」に迫る。

自治体の 事業計画の中心に

2010年3月に発表された「静岡市サッカーフрендシティ計画」は、「サッカーコミュニティシティの創造」というテーマのもと、「サッカーで心豊かになれるまちづくり」「サッカーを活かした人づくり」「サッカーのまち静岡の魅力づくり」を基本施策に掲げ、14年までの5ヵ年計画として推進するプロジェクトである。施設整備などのハード事業ではなく、地域が連携したソフト事業に重点を置いたまちづくりを掲げてい



静岡市生活文化局文化スポーツ部
スポーツ振興課ホームタウン推進室長

池田 好正 氏

るのが特徴だ。

「第2次静岡市総合計画」と「静岡市スポーツ振興基本計画」を上位計画と位置付ける市のプロジェクトの中に、清水エスパルスが置かれているのである。

「人々の求心力を高めるのがスポーツの力。特に静岡市にとって、自分たちの財産である“サッカー”的力を使って、まちを活性化し、人々を元気にしたいという願いから、ソフト面に特化した施策を構築した。そして、そこには当然エスパルスの力を借りる部分が多い」と語るのは、静岡市生活文化局文化スポーツ部スポーツ振興課ホームタウン推進室長の池田好正氏だ。

池田室長は昔、他県から移転してきた外国人に、「静岡へ引っ越してきたら、サッカーやフットサルが盛んで身近なので、以前と違い友達が増えた。わたしは日本人ではないが、ここに新しい家族ができた気がする」と言われたという。「サッカーには新しいコミュニティをつくっていく力がある」(池田室長)のだ。

そして、このコミュニティづくりにこ

そ、地域のシンボルである清水エスパルスの果たす役割は大きい。自治体の掲げる事業計画に、ホームタウンに根付く活動を脈々と行ってきたJクラブの存在が欠かせないものとなっている。

サッカーの“まち” 推進室

「静岡市サッカーフрендシティ計画」は突発的に誕生したプロジェクトではない。発端は、1991年に旧清水市で策定された「日本一のサッカーフрендシティ」にさかのぼる。2003年の静岡市合併前の旧清水市は、スポーツ健康都市宣言を行い、「一市民一スポーツ」をスローガンに、まちづくり・人づくり・交流を基本方針に掲げた施策を展開してきた。

古くから少年サッカーが盛んな土地で、1987年から開催される「全国少年少女草サッカー大会」は今年で24回大会を数えた。日本中から集まつた5,000人もの子どもたちが5日間にわたって繰り広げるサッカーの祭典は、静岡の夏の風物詩として今やすっかり定着している。また、80年代の全国

高校サッカー選手権大会では、静岡県代表として出場した、旧清水市の清水東、清水商、東海大一の3校が次々と優勝・準優勝を果たすなど、「清水=サッカーのまち」としての存在感を高めてきた。

港町の清水は、いわゆる重厚長大産業と呼ばれる工業を中心に栄えてきたが、70年代のオイルショック以降、まちの産業も衰退傾向を示してきた。あらためて、まちの活性化を図る上で、人々の求心力として注目したのが、長く“文化”としてこの地に根付いてきた「サッカー」だった。

Jリーグ開幕に伴い、94年には旧清水市の企画調整課に「サッカーのまち推進室」が誕生。清水エスパルスのホームタウンとして、Jクラブが地域にもたらすさまざまな影響を調査するために、10年計画の「サッカーフレンドシティ推進調査」を策定した。「サッカーをキーワードにしたまちづくり」をテーマに、日本平運動公園球技場（現・アウェントソーシングスタジアム日本平）や清水ナショナルトレーニングセンターなどのハード面の整備も進められた。



財団法人日本サッカー協会
特任理事

綾部 美知枝 氏



「静岡市サッカーフレンドシティ計画」の策定にあたっては、地域の人々とのワークショップを開催し、市民の声も反映させた

サッカーのまち推進室長として長年にわたってプロジェクトを推進したのは、現在日本サッカー協会の特任理事も務める綾部美知枝氏だ。綾部氏は、小学校の教師として少年サッカーの指導に携わったことをきっかけに、長く静岡の地でサッカーの普及活動にあたってきた。

「市に新しく設けられた部署は、“サッカー推進室”ではなく、“サッカーのまち推進室”という名称にした。目指すものが単なるスポーツ振興ではなく、サッカーによる“まちづくり”的推進だったことは、このプロジェクトに携わる上で、とても大きな意義を感じた」と綾部氏は当時を振り返る。

静岡は、サッカーだけではなく、野球、柔道、陸上、体操、バスケットボールなども盛んな土地である。そんな中で、「なぜサッカーだけがまちづくりの中心になるのか?」という声がなかったわけではない。

「スポーツの各競技はブドウの房のようなもの。静岡ではたまたま一番上の実がサッカーただただだけで、それは単なるきっかけに過ぎない。他の競技はすべてが房となってつながっていて、地域が盛り上がりすればスポーツ全体にも必ず還元される。そうした説明を重ねれば、他競技に携わる人たちも納得してくれた」と綾部氏は語る。

2003年に旧清水市と静岡市が合併した後も、清水市特有の部署だった「サッカーのまち推進室」は残され、新・静岡市としてもサッカーによるまちづくりを推進していくことが認められた。

09年から「ホームタウン推進室」へと名称を変更したことは、まちづくりが進み、サッカーだけではなく、さまざまな競技を通じて、静岡を“スポーツのまち”にしようとする新たな段階への昇

Jクラブと自治体による「まちづくり」

～ホームタウンの課題と財産を知る～

華を意味している。そして、Jリーグの理念が反映された「ホームタウン」という言葉には、サッカーによるまちづくりを進めてきた静岡市の想いが詰まっている。

「地域の元気の源」 になるために

1991年にJリーグ加盟が決定した「清水FCエスパルス」は96年に「清水エスパルス」と改称し、現在に至る。クラブが大きな危機を迎えたのは97年。クラブ運営会社の(株)エスラップ・コミュニケーションズが経営危機に陥ったのだ。このとき、「フォッサ・サッカーのまち清水市民協議会」がエスパルス存続を願い、署名活動を行った。企業、自治会、学校などへ広がった活動により、31万人の署名が寄せられ、1,400万円余の寄付金が集まった。市民の想いに応える形で、地元清水の企業が英断を下す。鈴与株式会社がエスパルスの支援を決めたのである。

「鈴与は、200年にわたり清水の港で物流事業を行い、このまちにお世話

になってきた会社。エスパルスは、“まちの無形文化財”であり“地域の元気の源”になれる存在。エスパルスの危機は清水全体の危機でもあり、まちに恩返しをしなくてはならない、この火を消してはならないという想いが強かつた」と当時を振り返るのは、鈴与の代表取締役副社長も兼務するエスパルスの早川巖代表取締役社長である。

早川社長は、サッカー事業を、「①チームを強化し、観客に喜んでもらうゲームを行う②永続的に楽しんでもらうために安定した経営を行う」という二つの側面でとらえ、両者のバランスを取るために、身の丈にあった経営と継続的なエスパルスのファン・サポーターづくりが重要だと考える。

以前、清水のまちを視察したイタリアの建築デザイナーは「このまちにはへそがない」と分析した。国道の位置や鉄道の線路の配置など、地理上の構造的な問題が主な要因だったが、だからこそ、清水のまちには中心となるコンテンツが必要だった。

「もう一度エスパルスに息を吹き込み、エスパルスを中心としたまちづくりを進め、地元に根付かせることは重要なテーマだった。同時に、鈴与という企業にとっても、エスパルスの存在はグループ全体の求心力を生むシンボルになった」と早川社長は語る。

清水港に面したアミューズメント施設にある観覧車の中心には、エスパルスのクラブマスコットである「パル」が大きくデザインされている。鈴与本社前の社有地に建設したこの施設を「エスパルスドリームプラザ」と名付けたのも、クラブを地域の人々の元気の

源にしていきたいとの強い想いが込められているからだ。

自治会単位で 地域と向き合う

エスパルスを“へそ”としたまちづくりを進めていくためには、これまで以上にクラブの理念や地域への想いをより多くの人に理解してもらう必要があった。新たにホームタウンとなった旧静岡市の人々にも、“自分たちのクラブ”を感じもらいたい。そこで実施したのが“オレンジ色の夢”と題した「エスパルスタウンミーティング」である。

2005年から、クラブと自治体が協力する形で、早川社長と綾部氏のふたりが、70カ所以上にもなる市内の自治会を一つひとつ訪れていった。公民館や小学校の体育館を会場に、エスパルスの地域活動に対する考え方はもちろん、サッカーを軸としたまちづくりへの想いを語り、地域の人々との意見交流を行った。

「250人ほど集まった自治会もあれば、人数が少ないとには、やっと11人集まったというような自治会もあった。『11人いれば、なんとかサッカーができますね』と言って笑ったものです。でも、地域の皆さんはとても熱心にわれわれの言葉に耳を傾けてくれた。やはり待っているのではなく、自分たちから地域に飛び込んでいかなければならないと痛感した」と、早川社長は語る。大きなホールで一度の講演会を行うのではなく、自治会という小さな単位ごとに自ら足を運んだからこそ、地域の人々の実際の温度を肌で感じることができたのだろう。多いときには週に3カ



清水エスパルス

代表取締役社長

早川 巍 氏

所を回ることもあり、最終的には72カ所の自治会を訪れた。

タウンミーティングではチーム強化の話だけでなく、スタジアムへのアクセス改善や大型映像装置の設置、トイレの改修などの細かな要望まで、地域の人々の生の声を聞くことができた。これらの声をもとに、クラブと市は改善策を協議し、サポーターの念願であった大型映像装置の設置や、地域交流応援シート事業の実現へつなげていった。

「地域交流応援シート」とは、タウンミーティングで訪れた自治会ごとに観戦希望者を募ってもらい、貸切バスで送迎、専用シートで観戦してもらうという取り組みだ。招待事業とは異なり、参加者はチケット代を支払う仕組み。バス代はクラブと市が負担する。スタジアムに向かうバスの車内では、早川社長や長谷川健太監督、小野伸二選手などのメッセージを収録したビデオを上映し、エスパルスが静岡のまちに存在することの意味を感じてもらうようにしている。そして、スタジアムに到着すると、早川社長自らが出迎えのあいさつに現れる。地域の人々の初めての観戦体験を有意義なものにしてもらい、クラブへの親近感や愛着を感じてもらおうという心づかいが隅々にうかがい知れる。

こうした機会は、自治会内でも近隣住民同士のコミュニケーションのきっかけになり、地域コミュニティづくりに寄与すると好評を博している。「最近は隣近所にも誰が住んでいるのか分からないという時代。でも、一緒にバスに乗ってエスパルスを応援してもらうこ



エスパルスタウンミーティングの様子。自治会ごとに小学校の体育館や公民館を回って、地域の人々にサッカーによるまちづくりを訴えた

とで、顔見知りになり、親しくなってもらえる。そうすると災害時の声掛けもスマーズになり、『実は防災訓練にもなるんですよ』なんてことを自治会長と話すこともある」と早川社長は笑う。

「する」「みる」「語る」の融合へ

サッカーどころ静岡では、子どもちはもちろん、女性やお年寄りまでがサッカーを日常的に楽しんでいる。サッカーを「する」文化は、日本の中で最も浸透している地域といっても過言ではないだろう。静岡の長いサッカーの歴史の中で、エスパルスはまだまだ新参者である。特に育成普及の部門に関しては、古くから地元で活動してきた少年団などと選手を取り合ってしまうのではとの懸念もあり、当初はエスパルスとの距離を取る指導者もいたという。しかし、「エスパルスがJクラ

ブとして吸収してきた育成ノウハウを独り占めするのではなく、地域の指導者の方々と共有していくことで、少しずつ信頼を得てきた」と早川社長は語る。静岡全体のサッカーの質が高まれば、それは必ずクラブにも還元される。エスパルスのコーチたちは定期的に研究発表会を開き、最新の育成ノウハウを提供するとともに、県内20カ所のサッカースクールで3,500人もの子どもたちに日々サッカーの楽しさを伝えている。

エスパルスは県内4カ所に展開するフットサルコート「エスパルスドリームフィールド」や、チケット、グッズを販売する「エスパルスドリームハウス」など、クラブの情報発信拠点を多く設けている。これは、ただ単にフットサル場やオフィシャルショップを整備することではなく、エスパルスを中心としてサッカーを「する」「みる」「語る」場を

Jクラブと自治体による「まちづくり」

～ホームタウンの課題と財産を知る～



「地域交流応援シート」でスタジアムへ向かう様子。地区ごとに参加者が集まり、地域一体となってエスパルスを応援する

地域の人々に提供したいという想いがある。「エスパルスを通じ、地域の人々がコミュニケーションを深める場をつくりたかった。情報発信や販売目的だけではなく、そこに人々が集い、一緒に体を動かすことで、地域に新しいコミュニティが生まれる土壌を育てたい」と早川社長は語る。

すべての施設に「エスパルスドリー



清水エスパルス

ホームタウン推進室長

深沢 陽介 氏

ム」の名前が付されているように、“夢のある幸せなまちづくり”の中心になることを、クラブは願っているのである。

ホームタウンと 「共に生きる」

静岡市内の小学生は、全員オレンジ色の交通安全用のバッグを持っている。横断歩道を渡る際に持つ安全旗と同様の役割を果たすもの。地元自治会やPTAの理解と協力により、清水区ではこれらすべてにエスパルスのクラブマスコット「パル」と「がんばれエスパルス」のメッセージが刷り込まれている。そして、12年度からは静岡市全体に広く浸透させていく予定だ。

「クラブが地域における絆づくりを果たすことが大切。子どもたちに夢と感動を、お年寄りに元気を与える存在になりたいと願っている。横断バッグも、その象徴の一つ。小さいころからエス

パルスを感じ、当たり前の存在として親しむことで、クラブ愛、サッカー愛、地域愛を醸成してもらいたい」と語るのはエスパルスの深沢陽介ホームタウン推進室長だ。将来Jリーグの選手となり、あるいはサポーターとなり、エスパルスを、そしてJリーグ全体を支えるのは子どもたちに他ならない。彼らに対するメッセージは、クラブの将来に大きな意味を持つ。

サッカーフレンドシティ計画には学校教育との連携はもちろん、シティプロモーションやスポーツ・ツーリズム、ビジネスの開発にまでエスパルスと協働していくことが明記されている。「クラブとしてホームタウン活動を推進していく上で、自治体の事業計画の中心にエスパルスを位置付けてもらっていることにはとても大きな意味がある。スポーツ振興課はもちろん、普段接点のない他の部署との新たな取り組みも、この事業計画をもとに広げていくことができる」と、深沢室長はさらなる“サッカーのまち”づくりに想いを巡らす。

鈴与の6代目社長が唱えた教えに「共生(ともいき)」という言葉がある。これは仏教用語で、過去の世代からつながっている“いのち”と共に現代・未来へと生きていくという思想だ。そしてそこには、互いに支え合うためには、個がそれぞれ自立していないと他者を顧みることはできないという意味が含まれている。古くからサッカーという財産を有し、エスパルスを“へそ”にしながら、自治体と地域とクラブが支え合い、発展を遂げようとする静岡のまちの取り組みにふさわしい言葉なのかもしれない。

アビスパ福岡 ～キーワードは“外遊び”～

「子どもたちの力を育みましょう!」公民館に集まった大人たちは、話に織り交ぜられた冗談に笑い声を上げながら、熱い講演に釘付けとなっていた。熱弁の主はアビスパ福岡の下田功代表取締役専務だ。ホームタウンでの講演は、年間50回を超える。地域の課題の一つ、「子育て」をテーマにした演題は指導者や保護者からも好評で、校区ごとの公民館や学校などから依頼が殺到している。サッカーが盛んとはいえない福岡で、“子どもたちの外遊び”を軸にしたまちづくりに取り組むアビスパ福岡の活動を追った。

福岡のまちが 持つ財産

1995年、静岡県藤枝市に本拠を置いていたJFL所属の「中央防犯FC藤枝ブルックス」は、50万人を超える福岡市民の署名にも後押しされ、福岡市への移転が実現する。この年にJFLで優勝し、J2リーグ加盟を果たしたのを機にクラブ名を「アビスパ福岡」へと改称し、現在へと至る。

アビスパ福岡の下田功代表取締役専務は、くしくもその藤枝市の出身である。サッカーの本場静岡に生まれ

育ち、藤枝東高校、順天堂大学とサッカーの名門校でプレーしてきた。下田専務が、ユースセクションコンディショニングコーチとしてアビスパ福岡と契約したのは96年のこと。以来、トップチームの通訳やアシスタントフィジカルコーチ、チームマネージャー、育成普及統括などを務め、2004年からはホームタウン推進を担当してきた。

サッカー文化が深く浸透している静岡から福岡の地へと移ってきた下田専務にとって、福岡におけるサッカーの地位の低さは大きな驚きでもあった。

福岡は元来、古くは西鉄ライオンズが本拠地を置き、その後福岡ダイエーホークスを経て福岡ソフトバンクホークスのフランチャイズとなる野球文化が根強いまちである。さらに、日本一に輝いた東福岡高校をはじめ、コカ・コーラウエスト、サニックス、九州電力などの社会人チームに代表されるように、ラグビーが盛んな地域としても有名だ。このほか、バスケットボールbjリーグのライジング福岡や、女子サッカーなでしこリーグの福岡J・アンクラスもこのまちで活動する。またマラソンや柔道などの

国際大会も開かれ、大相撲が行われる全国4カ所の都市の一つでもあるよう、歴史的にスポーツが盛んなまちである。

「生まれ育った静岡とは違い、福岡では“サッカー”的ことだけを言っても、誰も聞く耳を持ってくれない土地。まちにおけるサッカーの存在感は決して高くない。しかし、逆に考えればこれだけ多くのスポーツと触れ合えるまちは、日本中を探してもほかにはないのではないか」と感じた。そこにチャンスがあると考えた」と下田専務は語る。

福岡市によるクラブ招へいが契機だったこともあり、以前は数億円の資金援助と市職員の出向によってアビスパは支えられていたが、市の厳しい財政状況や、「なぜアビスパだけを優遇するのか?」という周囲からの声もあり、市の支援も縮小傾向にあった。今後も継続的な市の支援を得るために、そのための明確な理由づけが必要だった。

下田専務が着目したのは、スポーツそのものが持つ力を見直すことだった。「“まちづくり”や“人づくり”は、行政の



アビスパ福岡

代表取締役専務

下田 功 氏

Jクラブと自治体による「まちづくり」

～ホームタウンの課題と財産を知る～



「スタージャンプ福岡」の様子。さまざまな競技のトップチームが一堂に会し地域の子どもたちとスポーツを楽しむ。会場には笑顔が絶えない

普遍的な課題。一方スポーツは、人を育て、地域を育て、社会を育てる力があり、その課題を解決できるソフトになれる。サッカーに限る必要はなく、あらゆるスポーツを通じた“人づくり”をアビスパが支えることで、福岡のまちを元気にできるはずだ」と下田専務は考えた。

そして、そのためにアビスパができることを自治体に訴えていくことで、福岡市としてクラブを支援するための“理由”をつくることにも成功したのである。

子どもたちの 未来への危惧

“まちづくり”的基本は“人づくり”と考える下田専務が危惧するのは、最近の子どもたちを取り巻く環境の変化と“外遊び”的減少である。「時間、空間、仲間。最近の子どもたちは、この3つの“間”が減少したことによって、“外遊び”が減ってしまった。結果的に、体力、学力、そして生きる力という3つの“力”が衰退してしまった。中でも、“生きる力”的低下は深刻な問題だ」と下田専務は指摘する。

“生きる力”とは、「集団活動の中で身に付ける『自分自身を客観化する能力』であり、『自分自身で問題解決する

能力』のこと」(下田専務)。ゲームなどの普及による室内遊びの増加や、屋外の遊び場の減少、低学年からの塾通いなどが当たり前となってしまった社会環境の変化を背景に、子どもたちの外遊びが減ったことで、かつては集団遊びを通じて身に付けてきた子どもたちの“生きる力”が失われつつある。

このような時代だから、外遊びの代用としてスポーツというソフトが果たす役割は大きい。「スポーツは運動神経がいい人だけがやるものではなく、“play”という言葉の裏にある、“真剣にやる遊び”であるということ。適切な年齢で、適切な課題を与えることが子育てには重要だが、スポーツならそれが可能になる」と下田専務は指摘する。「青年海外協力隊でコスタリカに赴任していたとき、仲間に『サッカーは大学で引退した』と話したら、『おまえはプロ選手だったのか？ アマチュアだったのなら、引退なんてしない。“引退”はプロだけの言葉。アマチュアなら、一生サッカーを楽しみ続けるだけだ』と言われた。確かに、“一生楽しめる”的がスポーツの魅力。日本にもそうした環境をつくりたいと感じた」と下田専務は語る。

9万1500人の 触れ合い

こうした下田専務の想いを形にしていくために、アビスパは福岡のまちで数多くのスポーツを楽しむ普及活動を行っている。小学校や幼稚園の授業で普及コーチが子どもたちとスポーツを楽しむ「アビースクール」や、福岡市全区で行う「七区親子サッカー教室」のほか、「アビドッジ」や「タグラグビーフェスタ」など、アビスパの活動は多岐にわたる。

視覚障がい者のサッカーチーム「ラッキーストライカーズ」のサポートや、「アビスパde健康教室」と題した介護予防事業などにも積極的だ。こうした活動は年間1,400回以上を数え、クラブが触れ合う地域の人々は一年で延べ9万1500人を超える(P9の表参照)。

そして、これらの活動の原資を市からの委託金やスポンサー料で賄っているのだ。アビスパの普及コーチたちは、子どもたちに本当のスポーツの楽しみ方を教えるプロである。自治体だけではできない活動を、普及コーチたちがまちに出て行う。「アビースクール」のリピート率はとても高く、一度実施した学校の口コミで、他校からも次々と声がかかるこという。ここに、福岡市がアビスパを支援する「理由」がある。

「スタージャンプ」 プロジェクトを推進

「ラグビーもこんなに楽しいんだね」
さまざまな形のボールを追って駆け回る子どもたちが、満面の笑顔で瞳を輝かせる。

種目を超えたスポーツの素晴らしさ

◆2009年度(2009年4月~10年3月) アビスパ福岡 ホームタウン推進活動 実績

区分	回数	延べ人数	備考
アビースクール	186	12,205	福岡市市民局スポーツ部より委託を受けた巡回型サッカーカー教室。対象は、福岡市内の団体（幼稚園、保育園、小学校、少年サッカーチーム、中学校の部活動、及び成人を含む各種福祉施設、女性団体など）
サッカースクール	877	51,781	アビスパ福岡の固定型サッカーカー教室。対象は、幼児年中～小学校6年生、中学生。開催校は、香椎浜（276人）、志摩（159人）、ホークススタジアム（200人）、筑紫野（167人）、川崎（90人）、舞鶴Jr.Y（15人）、筑後（131人）、宗像（41人）、久留米（31人）、スーパー（47人） ※2010年3月現在の人数
指導者講習会	28	585	サッカーだけに限らず、サッカー以外のジュニア年代スポーツ指導者養成講習会を中心に実施。また、スポーツに関する価値を伝える講演会も含む
社会を明るくする運動	34	852	福岡市保護観察所、福岡市保護司会、公民館、校区体育振興会の協力による巡回型フットサル教室実施地区：堤、堤丘、飯倉
七区親子サッカーカー教室 ※2009年度より名称変更 「アビスパと親子 de スポーツ ～サッカーボールで遊ぼう」	7	1,072	福岡市各区振興課の要請によるサッカーカー教室。対象は小中学生とその保護者で各区100～300人
アビスパ福岡 ジュニアサッカーカー教室	5	460	福岡市スポーツ振興事業団から委託を受けたサッカーカー教室。福岡市サッカーアカデミーと福岡市教育委員会との共催。各区で選抜された小学生140～160名を対象に夏休みの期間に5回実施
委託サッカーカー教室	56	6,932	福岡市以外の団体より委託を受けるサッカーカー教室
音サッカーサポート活動	32	243	視覚障がい者による音の出るボールを使った5人対5人のサッカーカー競技。九州に唯一あるブラインドサッカーチーム「ラッキーストライカーズ」を定期的に指導
社会人講話・ユメセン・ ユメ大使	76	2,794	福岡都市圏の小中学校から依頼を受けて、総合学習の時間に「職業の選択」というテーマで講話。ユメセンは、小学生に夢を持つことの素晴らしさ、尊さを語り、一緒に体を動かす
ホームタウン活動講演会	51	3,526	～子どもたちの生きる力を育むために～対象は、保護者、一般
職場体験受け入れ	6	13	対象は社会人、インターンシップ、大学生、中学生
キッズ巡回	16	1,038	福岡県サッカーアカデミーより委託を受けた幼稚園対象のサッカーカー教室
介護予防事業	6	298	市内の65歳以上を対象に、「アビスパde健康教室」、ウォーキング、Jリーグホームゲーム観戦を実施
イベント関連	41	8,710	アビスパ福岡が主催する各種イベント：アビーフットサル、アビスパふあみリーカップ、音サッカーチャリティーイベント、前座試合、スクール対抗戦、Jアカデミーキッズフェスタ、アビドッジ、タグラグビーフェスタ
アビ芝プロジェクト	4	1,000	アビ芝活動での植え付け
合計	1,428	91,509	

や体を動かす楽しさを伝えることで、スポーツに触れ合う子どもたちを増やしたいという理念を具現化したプロジェクトの一つが、「スタージャンプ福岡」である。

各チームのトップ選手やコーチが、普段自分たちも触ることのない他種目のボールを子どもたちと一緒に追いかける。ラグビーボールの不規則な変化についていけないバスケットボール選手の姿など、会場には子どもたちと選手の笑顔が絶えない。

スタージャンプ福岡は、福岡市と福岡市体育協会（旧・福岡市スポーツ振興事業団）を中心に、アビスパ福岡のほか、福岡ソフトバンクホークス（プロ野球）、コカ・コーラウエストレッズパークス、福岡サンニックスブルース（以上、ラグビートップリーグ）、九州電力キューデンヴォルテクス（トップキュウシュウリーグ）、福岡J・アンクラス（なでしこリーグ）、福岡レッドワープラーズ（四国・九州アイランドリーグ）、ライジング福岡（bjリーグ）という福岡に活動拠点を置く総勢8つのトップスポーツチームが力を結集して行われる。

活動に参加する福岡ソフトバンクホークス経営企画室の柴田三郎氏は「スタージャンプに参加する小学校1～4年生はプレゴールデンエイジからゴールデンエイジにさしかかる大切な年代であり、この時期の子どもたちに、いろいろなスポーツを体験させることはとても大切。プロ野球球団単独では、自治体との連携も含めてなかなかここまでイベントは実施できない。その点、アビスパ福岡が旗振り役となってくれていることで、われわれが参加し

やすい環境を提供してもらい非常に感謝している。わたしたちもスポーツのまち・福岡の一員として、底辺拡大に協力しながら、福岡を元気にするお手

伝いをしていきたい」と語る。

全てのチームのスケジュールを合わせる必要があるため、今のところ開催は年2回だが、子どもたちにとってはそ

Jクラブと自治体による「まちづくり」

～ホームタウンの課題と財産を知る～



下田専務は毎週のように地域の公民館などを訪ね、「子どもたちにとってのスポーツの価値」を福岡の人々に伝えて回っている

の一日が一生の思い出となることだろう。福岡のスポーツの懐の深さを感じられるイベントである。

ホームタウン活動こそが クラブのセールスポイントに

今年アビスパ福岡の代表取締役社長に就任した大塚唯史氏は、前職は広告代理店に勤務し、同じく福岡に拠点を持つ女子サッカーの福岡J・アンクラスで運営責任者も務めていた経歴を持つ。スタージャンプ福岡のプロジェクトにも、立ち上げから携わってきたキーマンの一人でもある。

社長就任以前から公式記録員としてクラブ運営に携わっていた大塚社長は、アビスパ福岡に物足りなさを感じていた。

「主力選手がまちを歩いていても市民から認知されていないように、J2のク



アビスパ福岡
代表取締役社長

大塚 唯史 氏

ラブは広告価値も低く、スタジアム内だけでの活動では、クラブとして十分な存在価値を發揮できない。この福岡でクラブの存在意義を高めるためのポイントは、まちに出ていってのホームタウン活動。だからこそ、開幕戦のあいさつで『選手はピッチを走ります。僕らはまちを走ります。アビスパは変わります』とサポーターに宣言した」と大塚社長は語る。

また自治体からの支援に関して、「チケットを買い上げてもらっての招待事業などは、一時の収入としてはありがたいが、本当の意味でクラブの将来のためにはならない。それよりもスポーツの普及活動などに支援をしていただくことで、クラブが福岡のまちに貢献しながら、市民のアビスパへの理解も深めていくことができる」(大塚社長)と考えている。こうしたスタンスで自治体と向き合うことで、招待事業の予算縮小を補って余りある支援をホームタウン活動で得ているのだ。

クラブとして普及活動を軸に考えていくことを示す上でも、自ら県サッカー協会の「キッズリーダー」の資格を取った大塚社長は、時には本社前のグラウンドに出て「社長コーチ!」「おっちゃんコーチ!」と呼ばれながら、子どもたちと一緒にボールを追う。こうした社長の姿は、クラブの普及スタッフのモチベーションにも好影響を与えているだろう。

自治体と育む 信頼関係

「アビスパ福岡は、下田専務を中心に、“地域づくり”、“まちづくり”、“人づ

くり”という視点で、ホームタウン活動に取り組んでいるため、行政としても支援しやすい」と語るのは、福岡市民局文化・スポーツ部の大野康光スポーツ事業課長だ。地域振興課から異動してきたことや、同じくスポーツ事業課の副田武推進係長も、区役所での地域振興を担当していたこともあり、「スポーツによる地域振興」という考え方に対する市の理解が深い。「しかし、周辺の自治体ではアビスパ福岡のホームタウン活動への理解がまだまだ不十分。時にはわれわれとクラブが共に県内他市へ伺って、活動の趣旨を説明する機会も設けている」(大野課長)というように、市の枠を超えた協力体制を構築している。

「市の財政状況は今後も厳しいことが予想されるため、将来的には自治体が支援せずともクラブが独立することが望ましい」と大野課長が語る一方で、J1リーグへの昇格争いが正念場を迎えた10月には、市民局が交通局と相談し、市営地下鉄の無料車両ジャックをクラブに提案した。多くの市民に応援してもらおうと、車両ラッピングと車内広告をアビスパ福岡一色にした車両を準備し、選手の顔と名前が一致するように選手自身が車内を握手して回るという機会をつくった。「市がクラブの活動を評価してくださった一つの形」と下田専務も感謝する。

今年度も年間180回以上を数える「アビースクール」だが、来年度は210回へと増加させるべく、市の支援も増える見込みだという。自治体にクラブの存在意義や、アビスパとして貢献できることを理解してもらい、その活動に



「アビースクール」では「手つなぎサッカー」など、参加者全員が楽しめるアビスパ独自のプログラムを実施。子どもたちの笑顔がはじける

即した支援を得ていくことは、Jクラブと自治体の理想的な関係の一つといえるかもしれない。

福岡のまちでのアビスパの存在意義

自治体だけではなく、アビスパ福岡のホームタウン活動にはスポンサー企業も賛同している。「年間を通してかなりの頻度でスクールやイベントを行っているため、普及スタッフ自身の地域での露出も増え、また活動に対して地域の方々に大変喜ばれることから、その価値を地元企業が認めくださっている。アビスパにはホームタウン活動スタッフの専用ユニフォームがあり、胸

にJAバンク“よかろうもん”、背に“NTT西日本”、右袖に“DIVE”、左袖に“ふくや”と、4社からのご支援をいただけたまでになった」と語るのは、クラブのホームタウン推進部まちづくり担当の栄井健太郎氏だ。トップチームのスポンサーとは別に、ホームタウン活動に対しての協賛という形で、上記4社からは年間1,200万円の支援を得ている。

また、地道な普及活動が地域のサッカ少年団の指導者たちの心を動かし、「お世話になった恩返しを少しでもしたい」と市内7区のうち5区の少年団ジュニア委員会が区ごとに入場チケットを購入。数百人単位でアビスパの応援に訪れ、入場者数増にも貢献してくれた。「こちらから無理にお願いするのではなく、少年団の方々が参加者の取りまとめから集金まで行ってくださる。クラブの日々の活動が認められている証しでもあり、本当にありがたい」と、栄井氏は言う。

ホームタウン活動は中長期的に地域へクラブが根付く活動であり、短期的にはクラブの収益に貢献しないとの見方も多いが、アビスパ福岡ではこうした年間のホームタウン活動を通じて、約1億3000万円もの収入を得ている。



ホームタウン推進部のスタッフのユニフォームには、独自に4社のスポンサーがつき、ホームタウン活動を支援している

決してサッカーの盛んなまちではない福岡の地で、「子どもの外遊びの代用としてのスポーツの価値」を訴え続け、スポーツの普及活動を通したまちづくりを自治体と共に進めているアビスパ福岡の活動は、地域住民や地元企業が求めるJクラブの存在意義の一つの形といえるだろう。

* * *

Jクラブに対する自治体の支援は、補助金や施設利用の減免措置、あるいは招待チケットの買い上げなどの部分に重きが置かれてきた。しかし高齢化社会が進み、税収が減っていくこれからの環境において、これらの支援をクラブが一方的に「お願い」し続けても、その支援には必ず限界がある。しかし、ホームタウンが抱える課題や地域が歴史的に持っている財産を知り、それらにクラブがどのように向き合えるかを考えることで、「まちづくり」「人づくり」をキーワードにした自治体との連携を深めていくことができる。

ホームタウンにJクラブがあることの存在意義を、クラブ自身があらためて見つめ直し、その価値を自治体や地域に向けてメッセージし続けていくことが、これから時代においては、より大切になってくるはずだ。



福岡市市民局文化・スポーツ部スポーツ事業課長

大野 康光 氏

Jクラブと自治体による「まちづくり」

～ホームタウンの課題と財産を知る～

“アビ芝”プロジェクトの取り組み

「福岡の子どもたちに、“外遊び”的場を提供したい」と語る下田専務の想いを実現するプロジェクトが進行している。アビスパ福岡と学校（小学校、幼稚園、保育園）と地域が一体となり、校庭や園庭を“芝生化”する「アビ芝プロジェクト」である。

近年外遊びが減り、体力の減少傾向が進む子どもたちが、“進んで遊びたくなる場所を提供する”という目的のもと、芝生の苗を提供し、植え付けと育成法について指導することで、校庭の芝生化を支援する。芝生の購入から育成に至るまでのアビスパ独自のノウハウを生かし、これらを地域に還元することで、芝生化された校庭を福岡のまちに増やし、子どもたちが元気に遊べる環境づくりを行う取り組みだ。2009年度は小学校2校、幼稚園・保育園3園で、10年度は新たに小学校1校、幼稚園・保育園2園で芝生化が進められている。

苗の購入費は、一口100万円のスポンサー企業からの支援で賄う。「協賛を募る上で、『スポンサーメリットは決して魅力的なものではなく、地域への貢献が主なテーマです』と正直に伝えた」という下田専務の想いに応える形で、このプロジェクトを09年度はイオングループが、10年度は麻生専門学校グループと九州電力が支援する。

「きれいな芝生を整備するには、数千万円のコストがかかり、手入れに大きな手間が強いられると思われている。しかし、ゴルフ場のような芝生ではなく、“子どもたちがはだしで遊べる原っぱをつくる”という考え方になれば、さほど大きな負担は不要」と下田専務はプロジェクトの趣旨を説明する。

アビ芝プロジェクトのロゴデザインは、日本サッカー協会理事も務める芸術家の日比野克彦氏によるもの。対FC岐阜の試合観戦にスタジアムを訪れ、地元岐

阜の勝利に気をよくしていた日比野氏に「プロジェクトのロゴをつくってほしい」と下田専務が直談判したのがきっかけ。わずか1週間という時間で日比野氏が制作してくれた。もちろんデザイン費は無料である。

福岡市に隣接する糟屋郡の篠栗町立北勢門小学校は、このアビ芝プロジェクトで校庭を芝生化した小学校の一つである。タグラグビーで全国大会2連覇を果たすなど、スポーツが盛んな小学校だ。

「サンフランシスコへ赴任していたとき、学校の校庭がすべて芝生化されていたのに驚いた。日本の小学校でもそのような芝生の校庭で子どもたちを遊ばせてやりたいとずっと願っていた」と岩崎陽一校長が語るように、校庭の芝生化に関する県からの予算支援の打診を願ってもないチャンスととらえ、二つ返事でプロジェクト推進を決断。育成については、アビ芝プロジェクトの提案を採用した。

09年9月、子どもたちや保護者たちが約9,000m²の広い校庭いっぱいに芝生の苗の植え付けを行った。芝生の育成には、毎日の水やりが欠かせない。それから1年間、PTAの別組織である「おやじの会」の面々や、地元の自治会である「地域づくり協議会」が“グラスメーカー”となり、この水やりをボランティアで支えてきた。夏場、プールで使った水をポンプでくみ上げ散水するなどして、水道代の節約にも尽力した。ポンプが壊れたとき

には、なんと消防車を呼んで散水協力を依頼するなど、地域が結束し芝生育成に努めてきた。

なかなか芝生が伸びず、関係者たちはやきもきした時期もあったが、苗の植え付けから1年後の夏休み明け、校庭一面にびっしりと緑の芝生が生えそろった光景を目撃した子どもたちは息をのみ、グラスメーカーたちは歓喜に沸いた。

大きな変化が表れたのは、子どもたちが描いた運動会の絵。“球入れ”や“組み体操”的背景が、どの絵もきれいで緑色のクレヨンで塗りつぶされていたのである。緑の芝生に覆われたグラウンドは、子どもたちの心に大きな印象を植え付けたのだろう。

北勢門小学校の周辺は新興住宅街で軒入民が多く、住民の横のつながりが活発とはいえないかった。しかし、仲間で協力した芝生への毎日の水やりが新たな地域コミュニティづくりの契機となり、そして、緑の校庭は地域のシンボルとなつた。

「芝生化による環境整備”、“子どもの体力向上”、“新たな地域コミュニティ創出”と、まさに『一石三鳥』ともいうべきプロジェクトになった。今後は、子どもたちだけでなく“地域の原っぱ”として、まちの皆さんにも活用してもらいたい」と岩崎校長は目を細める。

アビスパ福岡が地域や学校と取り組んでいるこの“アビ芝”プロジェクトが、福岡の子どもたちと彼らを取り巻く大人たちに、多くの笑顔を提供していることは確かである。



子どもたちと地域の人々が共に、広い校庭へ苗の植え付けを行った



運動会の思い出を描いた子どもたちの絵には、きれいな緑の芝生が広がる