



J.LEAGUE NEWS PLUS

Vol.15
08 Mar.2011

若者たちとクラブとの絆

～ 「共につくる」ことの価値 ～

2010シーズンのJリーグ観戦者の平均年齢は
38.2歳であった(「Jリーグスタジアム観戦者調査2010」より)。
19歳～22歳のいわゆる若者世代の比率は
全体の6.1%(2009シーズンは6.8%)と決して高いとはいえず、
こうした世代の取り込みは、多くのJクラブにとって重要な課題の一つとなっている。
そうした状況の中、ホームタウンの学生たちとともにイベントをつくり、
それをきっかけとして若者世代とクラブとの距離を
縮めていこうという取り組みを行う、
アルビレックス新潟と徳島ヴォルティスの活動取材した。

スポーツで、もっと、幸せな国へ。
J.LEAGUE 百年構想

J.LEAGUE™ OFFICIAL SPONSORS

Calbee

Canon

KONAMI

AiDEM

Coca-Cola

東京エレクトロン

McDonald's

J.LEAGUE™ 100 YEAR
VISION PARTNER

朝日新聞

LEAGUE CUP SPONSOR

ヤマサキナビスコ

SUPER CUP SPONSOR

FUJI XEROX

J.LEAGUE™ OFFICIAL
EQUIPMENT PARTNER

adidas

J.LEAGUE™
OFFICIAL SUPPLIER

Johnson & Johnson

J.LEAGUE™ OFFICIAL
BROADCASTING PARTNER

スカパー!

SPORTS PROMOTION
PARTNER

0000

若者たちとクラブとの絆

～「共につくる」ことの価値～

アルビレックス新潟

～ALB lab.(アルビラボ)の取り組み～

「やったあ! 勝ったあ!」2010年10月31日。新潟市の東北電力ビッグスワンスタジアムでは、2010J1リーグ戦第28節 アルビレックス新潟対鹿島アントラーズの試合が行われた。試合結果は2対1。アルビレックス新潟の勝利を知らせる終了の笛が鳴った瞬間、2階スタンドの一角で選手へ熱い声援を送っていた男女の団は総立ちとなり、ハイタッチをかわしながら喜びを爆発させた。彼らの多くがJリーグ初観戦という大学生や短大生、専門学校生などの若者たちだ。この日、彼らの足をスタジアムへと向かわせたのは、同じ新潟に住む18人の若者の力だった。

若者たちに 「体験」の場を

「クイズに正解したチームには、特別に“エビ”をプレゼントします!」

アルビレックス新潟のホームスタジアム、東北電力ビッグスワンスタジアムの脇にあるバーベキュースペースに、大学生たちの大きな歓声が上がる。

鹿島アントラーズとのホームゲームを前に、「アルビカルビでfunになりましょう」と銘打たれた学生イベントが開催された。

参加費は1人2,500円。バーベキューと試合観戦の他に参加者全員にアルビレックス新潟の公式タオルマフラーがプレゼントされ、駐車場無料の特典まで付く。当日参加した133人の学生がランダムに13のテーブルに分かれ、さまざまなイベントでともに盛り上がった。

新潟大学のアカベラサークル「ノーナイズ」のライブに聴き入り、感嘆の声を漏らした後は、「アルビレックスクイズ」に挑戦。正解するとエビなどの特別な食材を獲得できるのだ。クイズの

内容は全てアルビレックスの選手に関するもので、最後に行われたじゃんけん大会の商品はスパイクなど選手のサイン入りお宝グッズ。会場の柱には「アルビレックス」というクラブ名の由来や、各選手の特徴などを書いたクラブ情報が張られ、イベントを通してクラブと選手を身近に感じてもらうとのアイデアがちりばめられていた。

イベント後は隣のビッグスワンへと移動し、参加者全員でアルビレックスの試合を観戦。マルシオ リシャルデス選手(現浦和レッズ)のゴールで先制したアルビレックスは、一度アントラーズに追い付かれるものの、本間勲選手の決勝ゴールで見事に勝利。ゴールを決めた2選手は、いずれもバーベキューの際にクイズで出題された選手であった。この日ビッグスワンに集まった入場者数は3万130人。イベントに参加した133人の学生たちによって、3万人を超えることとなった。

このイベントを企画・運営していたのは、「ALB lab.(アルビラボ)」といわれる地元・新潟の大学生グループだ。サッカーに関心のない若者にも、サッカーの

楽しさに触れてもらう機会をつくりたい。その想いから、まずはアルビレックス新潟に興味を持ってもらうために、男女を問わず同年代の大学生たちが楽しめるイベントづくりをテーマに、「アルビレックスの試合に100人以上の大学生を集める」という目標を立てた。そして議論の末に、学生たちが楽しんでコミュニケーションできる場として最適なバーベキューを中心とした、今回の試合観戦イベントを企画したのである。

「ALB lab.」の発足

「19歳から22歳の若年層の観戦者が少ないことはJリーグ全体の課題ともなっているが、新潟では特にその傾向が顕著なデータとして出ていた」と語るのは、アルビレックス新潟の事業本部営業部マーケティンググループの國井拓也氏だ。アルビレックスの観戦者平均年齢は43.5歳(「Jリーグスタジアム観戦者調査2010」より)。これは全37クラブで2番目に高く、リーグ平均(38.2歳)より5歳以上も高い。

これからのアルビレックスを長きにわ



バーベキューをしながらアルビレックスクイズやじゃんけん大会で盛り上がる若者たち。事前の準備はもちろん、当日の運営もすべて「ALB lab.」のメンバーたちが行った



初観戦の人にもアルビレックスに興味を持ってもらえるようにと、バーベキュー会場の柱にクラブ情報を掲出

たり支え続けるサポーターとなるべき存在として、若年層ファンの獲得は避けては通れない課題である。その課題解決のために、アルビレックスは地元の大学生と一緒に、彼らと同年代の大学生をスタジアムに呼ぶという取り組みを始めた。それが、2009年に立ち上げた「ALB lab. (アルビラボ)」である。新潟の大学生たち自身が主導し、自分たちと同じ若者の集客率アップを目指すというプロジェクトだ。

アルビレックス新潟の小山直久取締役は、「若い世代の人たちがなかなか来場しないのは、アルビレックスに対する日常的な関心の低さが原因。将来の新潟を担う世代の大学生たちが

情熱と自律性を持って取り組める場づくりを、アルビレックス新潟が提供すべきだと考えた」と、ALB lab.発足の狙いを語る。

新潟経営大学の福田拓哉准教授は、スポーツイベント論やスポーツマーケティング論を専門として教鞭をとる。京都サンガF.C.在任時代には、京都府の大学に通う学生を対象にしたインターンシッププログラムである「サンガススポーツカレッジ」を立ち上げた。こうした経験を基に、より踏み込んだ取り組みを新潟でも展開できないかと考えていたところ、アルビレックスの「ALB lab.」の構想と結びついた。

若年層のファン開拓というクラブの課題を解決する取り組みであると同時に、事業計画をつくり、予算を管理しながら自らイベントを運営することは、学生たちにとっても社会の仕組みやビジネスの構造を体感できる貴重な機会となる。

福田准教授の声掛けに、新潟医療福祉大学の西原康行教授も賛同した。彼らのゼミに所属する学生たちが中心メンバーを構成し、彼らが自ら考えて動く「ALB lab.」はスタートすることとなった。

課題が見えた 初年度の取り組み

09年の「ALB lab.」には、新潟経営大学と新潟医療福祉大学から50人近い学生たちが参加し、「10人11脚」を中心とした参加型イベントと試合観戦をセットにした企画を実施した。

西原教授と福田准教授、そしてクラブの窓口となる國井氏が学生たちをフォローして企画を進めたが、学生の人数が多過ぎたことでまとまりに欠け、学生たちの間で温度差が生じてしまった。100名の集客を狙い、ポスターやパンフレットなどの広報ツールも大きなコストを掛けて準備したものの、口コミによる集客が十分実らず、結果として40名程度の参加者にとどまってしまった。イベントの目玉である「10人11脚」も参加人数の都合上、「5人6脚」に変更せざるを得ず、最終的に収支も約7万円の赤字に終わった。

10年度は、新潟経営大学から09年度にALB lab.メンバーでリーダーを務め、アルビレックス新潟でインターンとして活動する1名を含む3名が、新潟医療福祉大学からは10名が参加。さらに「より多くの大学や専門学校の学生



アルビレックス新潟
取締役

小山 直久 氏

若者たちとクラブとの絆

～「共につくる」ことの価値～



9月に行われたクラブへの中間報告会の様子。「ALB lab.」メンバーたちがクラブの役員や指導教員に向けて企画のプレゼンテーションを行った



この日が初観戦となった若者たちも、スタジアムの熱気と選手たちの気持ちのこもったプレーに見入り、自然に拍手と歓声を送っていた

たちに、このプロジェクトに参加する機会をつくりたい」(福田准教授)との考えで、新たに呼び掛けた新潟大学から2名、アップルスポーツカレッジからは3名が加わり、総勢18名のチーム編成となった。目標は「赤字にならない事業計画」である。人数こそ前年度より減少したが、「有志を集めた分、10年度の学生たちには大きな熱意を感じた」と小山取締役は期待を寄せた。

各大学の先生方も、「自分たちが手を出し過ぎた09年度の反省を活かし、10年度は学生たちの自主性に任せた」(福田准教授)というように、より学生主導の形でプロジェクトを進めていくこととなった。

前年の反省を踏まえて

10年度のプロジェクトは7月にスタート、当初学生たちを4つのチームに分け、それぞれがアイデアを出しあう形をとった。チーム分けは、なるべく参加する学生たちの大学・専門学校を混在させる形をとったが、それぞれの所在地が離れているため、集まって議論する機会を作ることに苦労した。放課後や休日を利用して、学校や家の近所で集まっては、学生たちだけで企画会議を重ねた。

寄せられた4チームのアイデアを一本化し、9月9日には学生からクラブ側

へ、イベント企画に関する中間報告のプレゼンテーションが行われた。「知らない人と気軽に交流を深めることができるイベントであれば、サッカーには興味がなくても参加しやすい」ということで、企画の柱をバーベキューに据えた経緯が説明され、ダンスイベントやクイズなどの付帯企画についても案が提示された。

だが、「赤字にしない」という部分にこだわるあまり、企画の趣旨には、「アルビレックスに興味・関心を持ってもらう」という一番大切な視点が大きく欠けてしまっていた。「アルビレックス新潟のことをもっと知ってもらうための仕組みづくりは」「イベント後にもまた観戦したいという想いにつながる工夫がほしい」など、学生のプレゼンテーションを聞いたクラブスタッフや指導教員たちからは、厳しい指摘が相次いだ。

アドバイスを受けた学生たちは、早速、「会場内の目に付く場所に、選手紹介やアルビレックスに関する豆知識を書いたポスターを張る」「イベントの中で、アルビレックスの選手に関する問題を出題し、正解したテーブルには豪華食材が当たるクイズ大会を実施する」「アカベラサークルのライブでは、アルビレックスの応援歌を曲目に入れる」「当日のパンフレットには次のホームゲーム観戦時の割引券を付ける」など、アルビレックスに対する関心

を深めてもらうアイデアを考え、それぞれの企画に埋め込んでいった。

「彼らのアイデアを尊重して意見を集約しながら、実現可能なプランと一緒に固めていく作業だった。限られた時間の中で大変だったが、彼らの成長を目の当たりにすることができたことはとてもうれしかった」と、國井氏は振り返る。

広報については前年度の反省を踏まえてコストが掛かるポスターやチラシなどは製作部数を抑え、地元FM局「FM KENTO」が企画・製作する大学生や短大生、専門学校生を対象としたフリーペーパー「ZERO STYLE」などへの記事掲載や、学生同士の口コミなどによって広く呼び掛ける手法をとった。イベントへの参加希望者が事前申し込みするための携帯サイトも開設した。バーベキュー食材の手配に関しては、ユニフォームスポンサーであるJA全農にいがたを訪問し、「お肉や野菜などを提供していただけないでしょうか」と、学生たち自身が趣旨を説明し、交渉を行った。

クラブ側は学生に対して、事業に関する収支見込みのバランス感覚とスケジュールを意識させる一方で、彼らの企画が小さくまとまらないよう、自由に意見を出しあえる環境を整えながら、イベント本番に向けた準備をサポートし続けた。

当日、参加者に配られたパンフレット。アルビレックスの順位や今後の試合日程、そして「また来たいと思ったら…」として次回観戦時のアドバイスも盛り込むなど、初観戦の若者に向けた内容となっている

若者の感性を活かして

プロジェクトに参加した大学・専門学校の先生たちは、今回のプロジェクトをどのように評価したのだろうか。

「私自身それまでサッカーに興味はなかった。でも、人づくりや学生たちのネットワークづくりという観点からも、とても興味深いプロジェクトになった。今では私もアルビレックスの一員という気持ちになっている」と語るのは、昨年から参画した新潟大学の村山敏夫准教授である。このプロジェクトに加わるにあたって、学生たちには、大人の既成概念にとらわれることなく、若者の感性を存分に活かしてほしいという想いがあった。「情報を与え過ぎてしまうと、彼らの大切な考える力を失わせてしまうことにもなりかねない」（村山准教授）と、指導者と学生たちが適度な距離感を保つように心掛けた。

また、同様に10年度から参画したアップルスポートカレッジからは、1年生3名が参加した。同校スポーツビジネス科の小池光徳先生は「座学と違い、生のイベントをつくるプログラムは非常に実践的で、学生だけではなく私たちにとっても大きな刺激となった」と高く評価する。大学3年生を中心にしたプロジェクトで、専門学校1年生は、十分にイニシアチブを発揮できたとはいえない部分もあったが、「今年は先輩たちに引っ張ってもらった部分が大きいが、来年はこの経験を活かしてさらに成長してほしい」と、小池先生は11年度以降への期待も口にする。

「何のためにやるのか」「いつまで



にどのくらいのことをするのか”について、自分たちで課題を設定し、自分たち主導で行うことは学生にとっても非常にためになる」と語る福田准教授は、クラブ側の姿勢について「学生をアルビレックスがとても大切に扱ってくれる。指示を出すのではなく、一つ一つの実務に関する意味を教え、学生がやりたいと考えたことを尊重してくれている」と感謝する。

國井氏を中心としたクラブと学生との丁寧なコミュニケーションが、今回のプロジェクト成功の一つのポイントだった。

学生たちの大きな変化

試合が終わり、サポーターたちが勝利に酔いしれ帰路に就く頃、ALB lab.のメンバーもバーベキュー会場の後片づけを終えていた。

「とても大変でしたが、やり終えて本当に最高の気分です。これからますます、アルビレックスのことを応援したいと思います」。イベントの総合取締役として、リーダーの役割を担った新潟医療福祉大学3年の日貫仁弥さんは、そう興奮気味に語った。

また、「本当にアルビレックスの一員になった気分です。これから試合を観に来る仲間を一人でも増やしていきたい」と同じく新潟医療福祉大学3年の遠藤美輝さんも、達成感に目を潤ませていた。

変化はイベントをつくった側だけではなく、参加した側にも起きていた。イベントでは「スコア予想」の投票クイズが行われ、正解者には試合終了後、アルビレックスの公式携帯ストラップがプレゼントされることになっていた。何人が戻って来てくれるのか、そんなALB lab.メンバーの心配をよそに、暗くなったバーベキュー会場へ参加者たちが続々と集まってきたのだ。賞品であるストラップを受け取った彼らは、「やった! アルビグッズだ!」「さっそくつけよう!」と目を輝かせた。初観戦だった彼らの心の中でも確実に、アルビレックスの存在は大きなもの



当日のライブは新潟大学のアカペラサークルに依頼。若者たちの視点で、自分たちと同世代の仲間が楽しめる企画をつくり上げていった

若者たちとクラブとの絆

～「共につくる」ことの価値～



新潟医療福祉大学3年

日貫 仁弥 さん



新潟医療福祉大学3年

遠藤 美輝 さん

になり始めていた。

11月25日には10年度のプロジェクトを総括し、11年度以降に向けた反省点を整理すべく報告会が開かれた。プロジェクトに参加した多くの学生たちは、「ALB lab.の仲間と出会い、一緒に苦しみ、そして喜べたことがとても大きな財産になった」と口をそろえた。

「今回のイベントは事業目標を達成できた上に、お客さんにも喜んでもらえてうれしい。ALB lab.全員が一つの目標に向かい、協力しながら準備ができたことに意義を感じている」(新潟経営大学3年・小河秀紀さん)

「この企画に参加し、多くの知識や力が身についたと思う。社会に出る際に必要なルールやマナーを知ることができ、企業への提案には理由と裏付けがなければいけないことも知った。リーダーという立場でみんなをまとめ、イベントの司会も務めることができて貴重な経験ができた」(日貫さん)

「もともとアルビレックスのサポーターだったが、周囲にはアルビにほとんど興味がない友達が多かった。この活動を通じて、なんとか仲間を増やしたいと思った。人に喜びを与える難しさや仲間の大切さを知り、そして一つのことを成し遂げる達成感を味わった」(新潟医療福祉大学3年・林純平さん)

「組織力や団結力、目標を持つこと

の重要性を痛感した。イベントを通じて友達になり連絡先の交換をする人もいて、いい出会いの場になった。普段の大学生活では経験できない貴重な体験だった」(新潟経営大学3年・田中友香里さん)

「どうすればイベントを楽しんでもらえるのかを常に考えてきた。当日は参加者のみんなの笑顔に、マネジメントのやりがいを感じた。大勢の人たちの協力が必要不可欠だと実感した」(新潟大学3年・尾山裕介さん)

「今回の参加者はもちろん、アルビにあまり興味がない人も、アルビを好きになってビッグスワンに足を運んでほしい。そのためにも、今年の経験を活かしてさらにいいイベントを企画できるように、来年以降も頑張りたい」(アップルスポーツカレッジ1年・村山沙也佳さん)

「ALB lab.」で活動したこの学生たちは、それぞれの学校に戻り、アルビレックスを応援することの楽しさや喜びを、周りの友達に広げていってほしいことだろう。

「学生たちが仲間を広げ、喜びや苦労を共有しながら進む姿が本当に感動的で涙を誘った。私をはじめクラブスタッフも勉強させてもらった。この感動こそがこのプロジェクトの価値だと思う」と、小山取締役もメンバーたちの成長に目を細めた。

プロジェクトの先にあるもの

このプロジェクトは、前出の「ZERO STYLE」をはじめ、地元紙の新潟日報にも記事として取り上げられるなど、大学ごとの垣根を越えた活動として、多くのメディアからも注目された。

新潟の若者たちにアルビレックス新潟というプラットフォームを活用してもらうことで、クラブを取り囲む若者たちの新たなコミュニティーをつくらせたい。ALB lab.の狙いはそこにある。

「新潟の若者たちに、アルビレックスというクラブの存在を他人事ではなく、自分のこととして楽しんでもらいたい。そのためには“仲間”になるための“場づくり”が必要。こうした取り組みを一過性のものにせず、継続していくことが重要になる。地域の公共財としてのクラブを、新潟の若者たち自身がどうしていきたいのかを考える、そうした出発点にしてほしい」と、小山取締役は語る。

この「ALB lab.」は彼ら学生たちの手によって、これからも続いていくことだろう。共に参加し、共につくる。そうしてできたコミュニティーが年齢を重ねても続き、いつか家族同士のコミュニティーや、彼らの子どもたちのコミュニティーへと受け継がれていく。こうした、人とクラブの“つながり”を大切にしていかなければ「地方都市のクラブは生き残っていけない」(小山取締役)のである。近い将来、新潟のまちとクラブを支える輪の中心として彼らが育っていくことを、アルビレックス新潟は心待ちにしている。