

徳島ヴォルティス

～「Happy Thanks X'mas」プロジェクト～

「パパ、こっちも楽しそうだよ!」

元気な子どもたちが、スタジアム周辺に軒を連ねたイベントブースを駆け回る。

寒空の下、徳島ヴォルティスのホームスタジアム、鳴門・大塚スポーツパークポカリスエットスタジアムでは、2010年11月28日、カタレ富山とのホーム最終戦が組まれていた。スタジアム内のスタンドは、青いごみ袋を掲げた観客たちによって、ヴォルティスのクラブカラーである青一色に染められている。この試合は史上初めて、高校生が中心となってプロデュースしたJリーグの試合であった。

「Happy Thanks X'mas」

「盛りあげるのは、ほくたちです!!」

そう高らかに宣言したのは、小松島西高校3年の西野亜貴さん、徳島大学3年の山下博武さん、徳島文理大学4年の野田卓伯さんの面々。イベントに先駆けた11月8日、徳島県庁県政記者クラブで、徳島ヴォルティスと3つの高校・大学による高大連携、産学連

携による地域づくり活動に関する記者会見が行われた。

小松島西高校のメンバーを中心に、徳島大学と徳島文理大学の学生が一体となり、ホームゲーム最終戦をプロデュースする構想が発表された。Jリーグの公式試合を高校生が中心となってプロデュースするのは史上初の試みだ。

「盛りあげるのは、ほくたちだ!! Happy Thanks X'mas」と名付けら

れたこのイベントは、彼ら自身が議論を重ねて決めた「感謝の気持ちを忘れず、少し早いクリスマスをみんなで楽しもう」というコンセプトの基につくられたもの。もちろん試合当日のイベント運営も彼らが手分けをして行った。

LEDでライトアップされた会場に、親子で楽しめる体力測定ブースやフルコース屋台村、エコカイロなどのオリジナルグッズをはじめとする、数々の露店が並ぶ。

ステージ上では、オープニングのあいさつに続き、和太鼓演奏やキッズピク、高校生のファッションショーなど



2010年11月8日に行われた記者会見の様子。Jリーグ初となる高校生が中心となって試合をプロデュースする「Happy Thanks X'mas」プロジェクトが発表された



小松島西高校3年

西野 亜貴 さん

若者たちとクラブとの絆

～「共につくる」ことの価値～



徳島大学3年

山下 博武 さん

が行われ、イベント会場に彩りを添えた。スタジアム前の広場には、子どもや学生など、若い来場者たちの姿がいつもよりも明らかに多く見られ、若者たちの元気なエネルギーが会場全体を包んでいた。

このプロジェクトには、「ホームゲーム最終戦を1万人の観客で埋め尽くす」という目標と同時に、ヴォルティスと地元の若者たちの関係を深め、若い人たちの足をスタジアムに向かわせたいというクラブの想いがあった。

クラブに関わる環境づくりから

「私たちのクラブも若者たちを十分に取り込めていないのが現実。高校生や大学生に主体となって関わってもらうことで、若い人たちの来場を促すとともに、ヴォルティスというクラブを“自分にとっての楽しみ”として身近なものに感じてもらいたかった」と語るのは、徳島ヴォルティスの新田広一郎代表取締役社長だ。

サッカー自体にも興味がない若者にクラブのことを知ってもらうには、招



徳島文理大学4年

野田 卓伯 さん

待券を配って試合を見に来てもらうことよりも、彼らがより主体的にクラブに関われる環境をつくることにこそ意味がある。「人はもらったものより、お金を払ったもののほうが大切に感じるもの。自分たちの時間を費やして一緒に働くことも、ある意味お金を払うのと同じ消費行動。自分自身が一生懸命関わったからこそ、ヴォルティスとの絆はより深いものになるのではないか」（新田社長）というように、若い世代がクラブのイベントづくりの主体となることで、“自分のクラブ”と感じてもらうことが何よりも大切だった。

今回の企画の中心となった小松島西高校と徳島ヴォルティスとの関係構築のきっかけは、09年8月1日の愛媛FCとのホームゲームにさかのぼる。例年、“四国ダービー”として盛り上がるこの一戦、真夏の試合を楽しんでもらうため、両県の名産品を活かした冷たいスイーツを出店し「つめたいもん対決」をしてはどうかという企画が持ち上がった。愛媛からは「いよかんかき氷」が出店されることとなり、徳島側が協力を要請したのが小松島西高

校だった。同校では「TOKUSHIMA 雪花菜（おから）工房」と呼ばれる模擬会社を立ち上げ、雪花菜アイスをはじめとするスイーツを中心に商品開発して全国へ販売展開する取り組みを行っている。そこで、「いよかんかき氷」に対抗する商品の開発・販売を彼らに依頼することになった。工房が開発した徳島特産の「木頭ゆず」を使った「木頭の柚子氷」は飛ぶように売れ、スタジアム外の戦いも熱いものとなった。

この成功を受け、10年6月のファン感謝デーでも同工房に協力を仰ぎ、スタジアムでの商品販売を行った。こうしてクラブとの関係を深めてきた中で、Jリーグの公式試合を高校生たちがプロデュースするという今回の企画が持ち上がったのである。規模も大きく、高校生だけの力ではイベントのアイデアも限られてしまうことから、雪花菜工房と関係の深かった徳島文理大学と、ボカリスエットスタジアムでの観戦者調査の経験がある徳島大学の協力を得る形で話は進み、プロジェクトの体制が固まった。



徳島ヴォルティス
代表取締役社長

新田 広一郎 氏

ホーム最終戦の告知で配布されたチラシ。このチラシのデザインも学生たちのアイデア。彼らの考えた企画が満載の内容となっている

「TOKUSHIMA雪花菜工房」

小松島西高校商業科では、県の起業家教育の一環として、04年度から課題研究「ニュービジネス」がスタートした。この授業を担当したのが、当時同校に就任したばかりの鈴鹿剛先生だ。生徒たちの声を聞くと、「商品開発をしたい」という声が多かった。そこで、授業の一環として商品開発と販売を行う過程で生まれた模擬会社が「TOKUSHIMA雪花菜工房」だった。現在では、すでにアイスクリームだけで10種類もの商品が一般流通の中で商品化され発売されている。県内の大手スーパーやデパートはもちろん、催事場やインターネットでの通信販売も行っている。

「商品開発を通じて“徳島をPRする”のがわれわれのテーマ。ビジネスを体感することで、生徒たちの“生きる力”とチャレンジスピリットを養うのがこの会社の狙い。“考える”“判断する”“行動する”というプロセスを大切に、社会で通用する人間になってもらいたい」と、鈴鹿先生は生徒たちに期待する。

10年度の雪花菜工房のメンバーは30名ほど。代表取締役社長として、メンバーをまとめるのが、3年生の西野さんだ。商品開発を中心に活動してきた彼女たちが、初めて挑戦するサッカーの試合イベントのプロデュース。「私自身サッカーにはまったく興味がなかったが、四国ダービー、ファン感謝デーとイベントに参加させてもらい、徳島ヴォルティスに親しみを持つように



なった。最終戦を盛り上げるイベントの全体プロデュースは、最初は想像がつかず不安も大きかったが、ぜひやってみたいという気持ちになった」と、西野さんはイベントへの想いを口にした。

企画と準備の難しさ

9月17日。各学校の主要メンバーが集い、第1回全体会議が実施され、プロジェクトはスタートを切った。

入場者数の目標は四国ダービーでしか達成したことのない「1万人」と設定。小松島西高校の西野さんが中心となり、イベント全体をプロデュースしながら、大学生たちはそれぞれの得意分野と特性を活かした企画を練っていた。

小松島西高校は、ファッションショー、マジックショー、キッズピクスのステージ演出と、屋台でフルコースを提供する「フルコース屋台村」。スタジアム内での吹奏楽演奏も担当した。

徳島文理大学は、LEDライトアップの装飾に、ハンドベル、ダンスショー、和太鼓演奏のステージと、オリジナルグッズやお菓子の販売、バルーンアー

ト、テンプレート写真撮影のブースなどを展開した。ロゴの作成、ポスターやチラシの作成も、徳島文理大学の学生たちが担当した。

徳島大学は、体力測定、応援グッズづくりのブースや、「スタジアムを青く染めよう」プロジェクトとしてごみ袋を利用した観客一体型のスタジアム内演出を企画した。

当初、徳島大学のメンバーは、以前スタジアム観戦者調査を担当した佐藤充宏教授のゼミに参加する山下さんだけだった。ゼミ生が彼1人ということもあり、メンバー集めは難航したが、「徳島人として、一緒にヴォルティスを盛り上げよう」と仲間を掛けていった。彼の熱意に打たれた友人がまた友人を誘って次第に輪が広がり、気がつけば徳島大学のメンバーは32名にまで増えていた。

「はじめは軽い気持ちで参加したけど、あまりに大がかりなイベントで、本当に僕らができるのかと戸惑った。その中でこれだけ大きなプロジェクトを、最年少の高校生である西野さんが頑張って仕切っていることに驚き感心した」と語ったのは、徳島文理大学の

若者たちとクラブとの絆

～「共につくる」ことの価値～



三つの学校がそれぞれの特性を生かした企画を考え、全体会議を重ねながらそれを一つの大きなイベントへとつくり上げていった。会議では毎回、白熱した議論が繰り返された

野田さん。

こうして、学校も世代も異なる面々が、成功を目指し一つになっていった。

「学生たちには、営業・販売といった全体のかじ取りをするにあたり、計画、実行、評価、改善、というサイクルを、自分たちで感じてほしかった。アイデアについても、“どうせダメだろう”と思わずに気兼ねなく何でも発言してもらうことが、彼らにとっても僕たちにとっても成長につながる。イベントのコンセプトもタイトルも、すべて彼らの発案だった」と、徳島ヴォルティス事業部の福島義史部長はプロジェクトの意義を語る。

スタジアム前に設置するブースはクラブ側が用意し、ブースごとに必要な経費は学生側が負担。お客さんに参加してもらうイベントは、参加費を取ることで経費を回収する独立採算制をとった。費用対効果やイベントまでのスケジュールを考慮して断念したものもあったが、福島部長は学生たちのアイデアを可能な限り実現することを前提にサポートし続けた。

イベントを広く認知させるための広

報活動も、手分けして実践した。地元のスーパースタジアムや体育館などに協力を仰いでポスターを掲示したり、アウェイゲームのパブリックビューイング開催時や学園祭でのPRやビラ配りなど、徳島のさまざまな場所で告知を行っていった。

Jクラブ初の高校生プロデュースの取り組みということで注目を集め、ローカルメディアからも大きく取り上げられた。ラジオ番組にも学生たち自身が出演、プロジェクトの取り組みと当日のイベント内容を説明し、試合当日の来場を自らの声で呼び掛けた。

とはいえ、企画の内容決定から、ブースの位置決めや演出、ステージスケジュール、備品の仕入れ発注、必要な機材を運搬するトラックや学生たちを会場まで運ぶバスの手配などを、全て学生たち主導で行うことは決して簡単ではない。プロジェクトの推進は困難を極めた。大勢のメンバーが関わるプロジェクトゆえに、情報共有や連絡体制の整備もスムーズにはいかなかった。全体会議、代表者会議を含めた会議は、3カ月間で計10回にも及んだ。学生たちは、慣れない作業に四苦

八苦しなから、企画会議は毎回夜遅くまで続いた。

若者の熱気に包まれたスタジアム

こうして迎えた試合当日の11月28日。気温11.1度と肌寒い中、6,103人の熱い声援がスタジアムにこだましていた。午後4時半にキックオフした試合は、後半23分、エース津田知宏選手のPKで先制した徳島ヴォルティスが虎の子の1点を守り切り、カタール富山に勝利。ホーム最終戦を白星で飾り、詰めかけた地元サポーターたちを大いに喜ばせた。

スタジアムの入場者数は目標の1万人には届かなかったが、駐車場は四国ダービー以来となる満車状態。試合に先駆けて、午後1時30分から開催されたスタジアム外のイベントは多くの来場者で盛り上がった。「子ども連れや若者でこれほどにぎわったのは夏休み以来。寒いこの時期には珍しい光景だった」(福島部長)。

当日の熱気を目の当たりにした新田社長は、「LEDなどの装飾の効果



徳島ヴォルティス
事業部 部長

福島 義史 氏



イベント当日の朝。3カ月にわたる準備の成果を発揮するべく、メンバーは円陣を組んでこの日の成功を誓った。高校生と大学生の間にも大きな一体感が生まれていた



スタジアム前の広場には高校生と大学生が企画した数多くのブースが並び、若者や親子連れなど多くの人でにぎわった

もあり、いつもよりもスタジアム周辺の雰囲気に活気がみなぎっていた。若い人たちの熱い想いとエネルギーが伝わってくる一日だった」と満足そうに振り返った。

身近になったヴォルティス

シーズン終了後の12月17日、プロジェクトに参加したメンバーが再び反省会のために集まった。

メンバーからは「運営に関する人手不足」「広報活動の時期や手法に課題が残った」「イベントにだけ来場し、観戦せずに帰った人も多かったので、次回はちゃんとスタジアムで観戦してもらえる工夫をしたい」など、さまざまな反省点が挙げられた。「反省点が多いのは、それだけみんながこのイベントを成功させようと努力した証」（鈴鹿先生）というように、学生たちは短期間に間違いなく成長した。

「イベントの規模が大きく、これまでに体験したことのない重圧と難しさを感じた。大学生など、普段あまり接することのない人たちと一緒にできたこともとても貴重な経験となった。また来年、今度は大学生として参加したい」（小松島西高校・西野さん）、「体力

測定ブースの運営をしていると、お父さんと子どもが『勝負だ』といって競い合っている姿を見たり、応援グッズをつくって『できたよ!』と無邪気に喜ぶ子どもたちに『偉いね!』と声を掛けたり、来場者といろいろなコミュニケーションをとれたことが楽しかった。試合運営の大変さを肌で感じる貴重な経験ができた。僕らの後輩にもぜひ受け継いでいってほしい」（徳島大学・山下さん）と、参加したメンバーからは、初めてのチャレンジであった今回の企画を無事に終えたことへの、安心感と充実感がにじんでいた。

クラブにとって最大の収穫は、「サッカーやヴォルティスにそれまではまったく興味がなかったけど、今回このプロジェクトを一緒に作り上げたことで、ヴォルティスというクラブのことが自分にとってとても身近な存在になった」と、参加した学生たちが一様に口をそろえてくれたこと。実際に、このプロジェクトに参加することになってから、ホームゲームはすべて観戦したというメンバーもいた。「僕は愛媛県出身で、前は愛媛FCの結果をいつも気にしていたが、今では徳島ヴォルティスの順位が気になり、愛媛より上位にいるとホッとするようになった」という声ま

であった。今回のプロジェクトに参加した多くの学生たちが、ヴォルティスを“自分のクラブ”として意識するようになったのである。

「ヴォルティスのスタッフと一緒に企画を練り上げることで、学生はもちろん、私自身もいろいろ学ぶ点が多かった。Jリーグは“敷居が高い」というイメージがあったが、ヴォルティスのスタッフの親切な対応によって、クラブがより身近な存在になった。このような機会を持てたことに感謝している」と鈴鹿先生は満足感を示した。

「学生たちの健闘で、イベントを無事に終えることができた。最終戦に来場した飯泉嘉門・徳島県知事からも、『いいイベントだった。徳島県にJクラブがあって本当によかった』という言葉ももらった。いろいろな反省点はあるが、11年度に向けて、改善しながら、このプロジェクトを続けていきたい」と福島部長は、参加した学生たちに対する感謝の気持ちを口にした。

阿波おどりのような存在に

徳島県は、甲子園をにぎわせた池田高校や徳島商業高校に代表されるように、元来野球文化が根強い地域。

若者たちとクラブとの絆

～「共につくる」ことの価値～

県全体のサッカー文化のムーブメントを巻き起こしていくことは、クラブにとって大きな課題である。

「魅力的な試合を見せるということだけではなく、Jクラブというブランド価値を高めて、それを活かしていく取り組みが重要になる。スタジアムで熱狂するエンターテインメントとしての“非日常”と、サッカー文化として地域の生活に溶け込む“日常”の両輪を伸ばしながら、ヴォルティスが徳島の人々に提供できるものを探していきたい」と新田社長はクラブが目指すべき道を語る。高校生を中心に、大学生たちが彼らをサポートする形で温かく見守り、互いに協力して作り上げた今回のイベントは、彼ら自身が地元徳島に対するアイデンティティーを再確認する場にもなった。3か月に及んだこのチャレンジの経験は彼らにとって大きな財産となったに違いない。

「徳島の夏の風物詩といえば阿波おどり。阿波おどりは、徳島人の心にもいつも存在する文化でもある。将来、“徳島ヴォルティス”が徳島人にとって阿波おどりと近い存在になることが夢であり目標。『出身はどこですか?』と聞かれて、『ヴォルティスがある徳島です』と答える人が一人でも増えるといい」と、新田社長は語った。

ヴォルティスが徳島人にとっての文化となるために——。その一翼を担う若い世代とともに進む道は、まだ歩き



青いゴミ袋を活用して、スタジアムをヴォルティスブルーに染めようという企画も若者たちが議論して考えたもの。彼らの想いに応えるように、当日のスタンドは青一色となった



当日のスタジアム周辺をライトアップしたLEDのオブジェ。ヴォルティスブルーの輝きが、試合観戦を終えて家路に就く人々の目を楽しませていた

始めたばかりである。

* * *

多くのJクラブにとって、若い世代の来場者を増やすことは、共通の課題となっている。アルビレックス新潟と徳島ヴォルティスは、学生たちに「僕たちのクラブ」と感じてもらうことを意識して、イベントづくりの中心に彼らを据えた。クラブを自分のこととして考えるようになった彼らは、今後、多くの仲間を誘っ

てスタジアムへと足を運んでくれるに違いない。そしてまた彼らが父となり母となって、子どもたちを連れてスタジアムへと戻ってくることだろう。

ホームタウンに少しずつこうした輪が広がることで、クラブが文化として地域での存在感を深めていく。もちろん一朝一夕に成果が出るものではない。だがこの一歩が、10年後、20年後の地域におけるクラブの価値を高めるための、第一歩となることは間違いない。

