

# J.LEAGUE™ NEWS



© J.LEAGUE PHOTOS

仙台は4月29日のJ1第8節、ユアテックスタジアム仙台に浦和を迎える、今シーズンのホーム開幕戦を開催した

## リーグ戦が7週間ぶりに再開

J1は第7節、J2は第8節から戦いがスタート。スタジアムに熱気が戻る

3月11日に発生した東日本大震災の影響で中断していたJ1・J2リーグ戦が、4月23、24日に再開した。3月5、6日の第1節以来、7週間ぶりとなるリーグ戦で、J1は第7節、J2は第8節が行われた。再開初日の23日は、あいにくの雨に見舞われた会場もあったが、試合再開を待ちわびた多くのファン・サポーターが足を運び、スタジアムに熱気が戻ってきた。地震の被害を受けたベガルタ仙台なども、ホームスタジアムで試合を開催。各試合会場では募金など、復興支援活動も継続している。(2~3ページに関連記事)

J.LEAGUE™ OFFICIAL SPONSORS

**Calbee****Canon****KONAMI****AiDEM****Coca-Cola****東京エレクトロン****M**J.LEAGUE™ 100 YEAR  
VISION PARTNER**朝日新聞**

LEAGUE CUP SPONSOR

**ヤマザキナビスコ**

SUPER CUP SPONSOR

**FUJI XEROX**J.LEAGUE™ OFFICIAL  
EQUIPMENT PARTNER**adidas**J.LEAGUE™ OFFICIAL  
SUPPLIER**Johnson & Johnson**J.LEAGUE™ OFFICIAL  
BROADCASTING PARTNER**アスカパー!**SPORTS PROMOTION  
PARTNER**OCBC**

2011 J.LEAGUE

# リーグ戦再開 待望のホーム

# 各地の表情 開幕戦も



リーグ戦が再開し、スタジアムに熱気が戻ってきた。写真は、左がフクダ電子アリーナ、右上がヤマハスタジアム(磐田)、右下が埼玉スタジアム2002

4月23、24日に再開したJ1・J2リーグ戦の全スタジアムでは、東日本大震災による犠牲者への追悼セレモニーと、被災地の復興を願う活動などが行われた。

スタジアムではJリーグ旗、対戦する両クラブ旗が半旗で掲げられ、大型映像装置では、選手たちが入場する前に、大東和美 Jリーグチェアマンのメッセージビデオが放映された(大型映像装置のないスタジアムは音声のみ)。キックオフ前には犠牲者を悼んで黙とうが行われ、選手、審判団を含むスタッフは喪章を着用。これらは、29、30日に開催されたリーグ戦の試合会場でも実施された。また、募金活動は2011シーズン終了まで継続する。

3月5、6日の第1節以来のリーグ戦とあって、

今シーズンのホーム開幕戦を迎えたクラブも多かった。地震によって大きな被害にあったクラブでは、J1リーグのベガルタ仙台が4月29日に浦和レッズをユアテックスタジアム仙台に迎え、今シーズン初のホームゲームを開催。J2リーグの水戸ホーリーホックは同23日にケーズデンキスタジアム水戸(メインスタンドは修復工事中)で、徳島ヴォルティスとホーム開幕戦を行った。一方、J1の鹿島アントラーズは、ホームスタジアムの県立カシマサッカースタジアムが補修工事のため、4~5月中のホームゲームを国立競技場で実施した。

今年からJリーグに入会したガイナーレ鳥取にとっては、4月30日のとりぎんバードスタジアムにおけるカターレ富山との試合が、待望のホ

ーム開幕戦となった。竹内功 鳥取市長や大東チェアマンもスタジアムを訪れ、記念すべき試合を観戦。雷雨による35分間の中止というハプニングはあったものの、ファン・サポーターは最後まで熱心な声援を送り続けた。

4月29日~5月8日のゴールデンウイーク期間中には、各クラブが指定するリーグ戦の会場で小学生以下の来場者を対象に、今年の夏に公開されるポケモン映画の主役ピクティニのサンバイザーがプレゼントされた。Jリーグのスタジアムでしか手に入らない各クラブのオリジナルデザインとなっており、サンバイザーのつばの部分がクラブによって異なっていた。また、ピカチュウやピクティニが来場したスタジアムもあり、子どもたちは大喜びだった。



4月の試合ではキックオフ前に黙とうが行われた(NDソフトスタジアム山形、4月24日)



選手は喪章を着用(J2第8節、東京V vs 愛媛)



半旗と大東チェアマンのメッセージ(NACK5スタジアム大宮、4月23日)



今シーズンからJリーグへ入会した鳥取は、待望のホーム開幕戦を行った(J2第9節、vs富山)



大東チエアマンも鳥取のホーム開幕戦を訪れ、竹内 鳥取市長(左端)とともにファン・サポーターと記念撮影



Jリーグ特命PR部 女子マネージャーの足立梨花さんもスタジアムへ(とりぎんバードスタジアム、5月8日)



人気キャラクターも登場(等々力陸上競技場、5月3日)



子どもたちにはサンバイザーのプレゼント(日産スタジアム、4月29日)



募金活動も継続中(NDソフトスタジアム山形、5月14日)

## AFC CHAMPIONS LEAGUE

# 4クラブが全てラウンド16へ進出

3月1日に開幕したAFCチャンピオンズリーグ(ACL)2011は、5月11日にグループマッチを終了。各グループで4チームがホーム&アウェイによる2回戦総当たりのリーグ戦を行い、上位2チームがラウンド16へ進出する方式で、日本から参加の鹿島アントラーズ、名古屋グランパス、ガンバ大阪、セレッソ大阪の4クラブが全て勝ち進んだ。

東日本大震災の影響により、ホームスタジアムを国立競技場へ変更して戦ったグループHの鹿島は、第5戦で上海申花(中国)を2-0と下し、1試合を残して2位以内を確定した。勝点で水原三星ブルーウィングス(韓国)と並び、得失点差で2位。4年連続のラウンド16進出となった。

昨シーズンのJリーグチャンピオンである

名古屋も、同様に第5戦で杭州绿城(中国)を1-0と破り、1試合を残して2位以内を決めた。最終的にはFCソウル(韓国)に次ぐグループFの2位で、準決勝に進出した2009年の大会に続く突破を果たした。

08年にACLを制したG大阪は、日本勢では唯一の首位通過。引き分けでは敗退の可能性もあったグループEの最終戦で、天津泰達(中国)に2-0の勝利を収めた。両チームは勝点10で並ぶも、得失点差で上回り、4年連続のラウンド16進出を成し遂げた。

ACL初出場のC大阪は、グループGの最終戦で山東魯能(中国)に4-0と快勝し、全北現代モータース(韓国)に次ぐ2位で突破を決めた。

ラウンド16は5月24、25日に開催。FCソ

ウルvs鹿島、水原三星vs名古屋、G大阪vsC大阪の組み合わせにより1回戦制で準々決勝進出の切符を争った。なお、準々決勝の組み合わせは、6月7日に行われるドローで決定する。



鹿島は無敗でラウンド16進出。写真は大迫



スピードを生かして名古屋の勝利に貢献した永井



G大阪の遠藤は最終戦で貴重なゴールを決めた



C大阪は乾を中心に攻撃的サッカーを展開

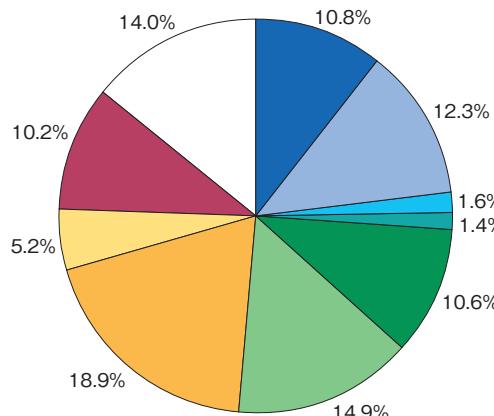
# 2010 Jリーグ選手等ホームタウン活動調査

Jリーグは、Jクラブに所属する選手、監督などが、2010年1~12月にホームタウン活動に参加した状況を発表した。この調査は、各クラブのホームタウン担当者が、アンケートに入力して提出する活動記録を集計したもので、ホームタウン活動への参加状況を時間・場所など詳細に把握したもの。クラブ間で情報を共有し、今後の活動に結び付けるなどの目的がある。Jリーグは今後も、このような集計を通して選手、監督・コーチ、クラブ関係者のホームタウン活動を推進していく。(ここに紹介するのは調査結果の一部)

## 活動ジャンル

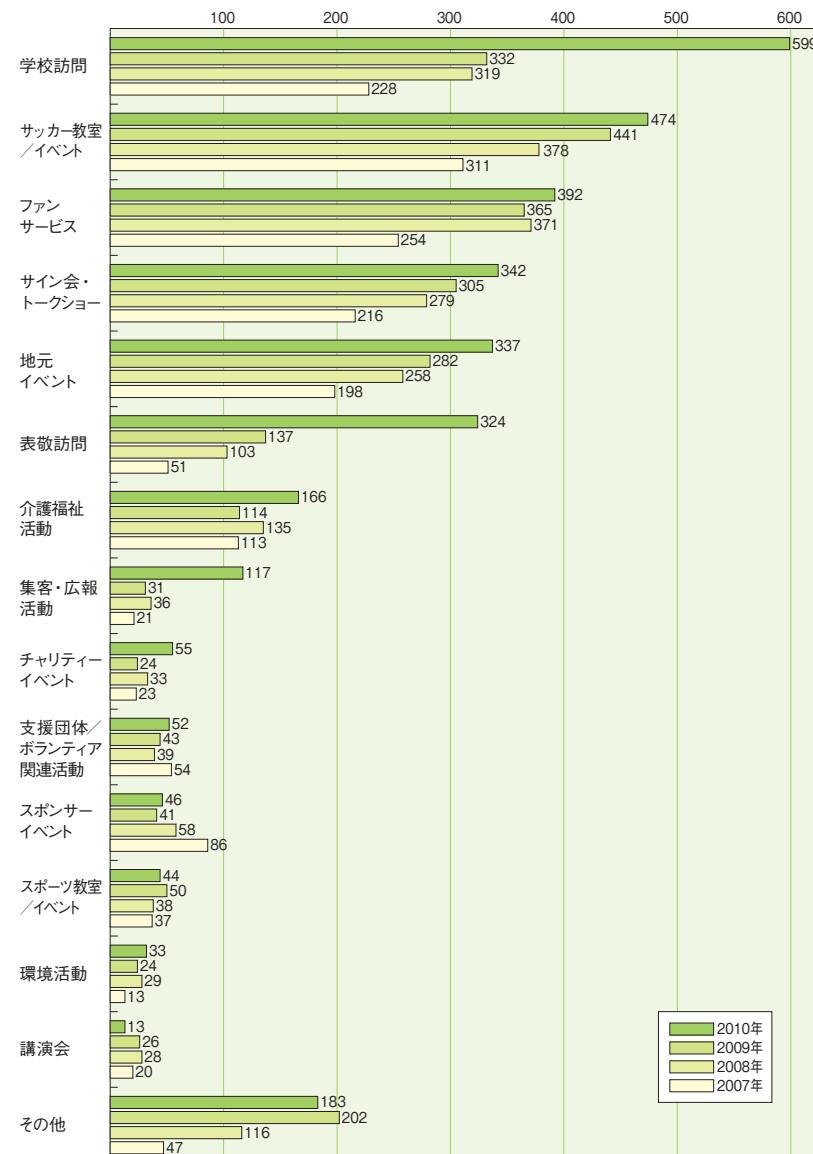
### ◆2010年内訳

- ・最も多いたくさん活動は「学校訪問」で、全体の中の約20%を占める。
- ・以下、「サッカー教室／イベント」、「ファンサービス」、「サイン会・トークショー」、「地元イベント」と続く。
- ・「その他」の活動には、「集客・広報活動」、「チャリティーイベント」、「スポーツ教室／イベント」、「環境活動」のほか「食育」や「必勝祈願」、「商店会／サポートイングショップあいさつ回り」も含まれる。



### ◆2010年／2009年／2008年／2007年比較

- ・「学校訪問」は2009年から80%増加しており、「サッカー教室／イベント」、「ファンサービス」を抜いて、2010年で最も多いたくさん活動となった。
- ・活動の多い上位5ジャンルのラインアップは変わらない。
- ・「表敬訪問」も2009年比で2倍以上に増加している。また「集客・広報活動」も増加。



## 活動ジャンル別サマリー

### サイン会・トークショー(10.8%)

- ・2007年から増加傾向。
- ・約80%がファン・サポーターを対象にしている。
- ・クラブの主催が大半だが、スポンサーの主催で行うものも約13%を占める。
- ・スタジアムで開催するケースが60%程度、街頭／商業施設で行うケースが約30%。
- ・シーズン中の3~11月はコンスタントに行われている。
- ・年間通じて行っているが、中でも8月の活動数が最も多く、11月、12月が続く。

### 支援団体／ボランティア関連活動(1.6%)

- ・活動数は2009年から微増。
- ・半数以上がクラブ主催、40%が後援会自ら主催している。
- ・スタジアムで開催するケースが最も多いが、一般貸しスペースで行うケースも多い。
- ・12月の活動数が最も多い。
- ・Jリーグのシーズン前後の2月、12月の活動数が多い。

### 地元イベント(10.6%)

- ・2007年より毎年増加傾向にある。
- ・地元住民を対象にしたもののが半数以上で、次に不特定の人を対象にしたイベントが続。
- ・行政主催のイベントが約30%を占め最も多く、このほか自治会／商店街やスポーツセンター、地域の実行委員会のものもある。
- ・街頭／商業施設で全体の40%が行われ、次いで、スポーツ施設／公園で行われるケースも多い。
- ・7月、10月の活動が多い。

### サッカー教室／イベント(14.9%)

- ・2009年から活動数は増加。ただし、過去3年間は全活動の中で最も多かったが、2010年は2位となった。
- ・小学生以下の児童を対象にしたものが75%以上を占め、その保護者や中学生以上を対象としたものもある。
- ・約40%をクラブ主催、スポンサー、行政も15%前後主催している。
- ・スポーツ施設／公園で実施するものが最も多く、学校、スタジアム、クラブ施設と続く。
- ・12月の活動数が最も多く、次いで8月も多い。

### 学校訪問(18.9%)

- ・2007年から増加傾向にあり、2010年は初めて最も多いたくさん活動となった。
- ・90%弱が小学生以下の児童を対象とした活動で、幼稚園への訪問も含まれる。中学生以上を対象としたものもある。
- ・クラブ主催が80%以上を占めるが、学校、行政主催の場合もある。
- ・FIFAワールドカップ中止期でもある6月の活動数が最も多く、10月が続く。

### 介護福祉活動(5.2%)

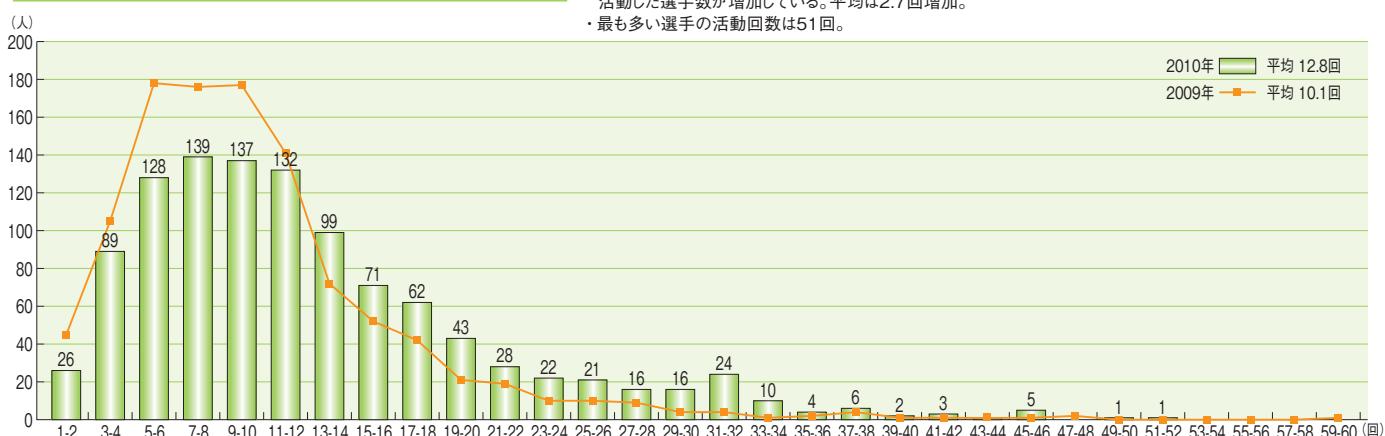
- ・活動数は2009年より増加。
- ・半数以上が高齢者や障がい者を対象とした活動で、養護学校の生徒など小学生以下を対象にした活動も多い。
- ・クラブが主催する活動が多いが、福祉団体等が主催するものもある。
- ・福祉施設や病院で行われる活動がほとんどで、施設の小学生の試合招待イベントでスタジアム、介護予防事業や障がい者センターなどスポーツ施設／公園での開催も見られる。
- ・12月の活動が最も多い。慰問活動が多く実施されている。

### 表敬訪問(10.2%)

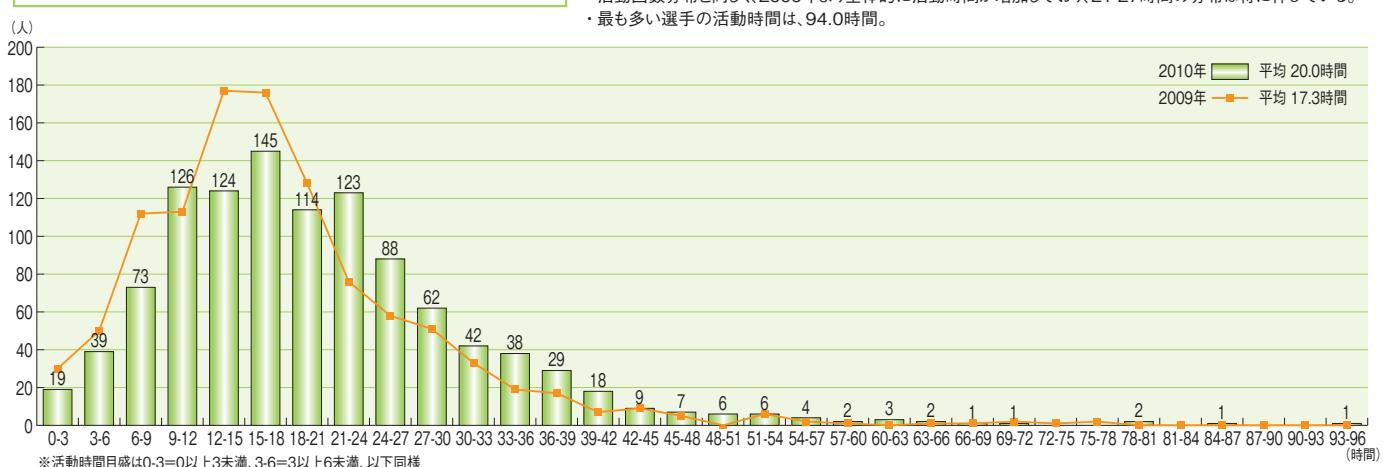
- ・活動数は2007年から毎年増加しており、特に2010年は2009年比で2倍以上と急増した。
- ・行政とスポンサーが対象であるが、スポンサーを対象としたものが2009年比で3倍以上に増えており、行政対象の活動数を上回った。
- ・シーズン終了の12月、FIFAワールドカップ中止期の7月に活動数が多い。

## 選手の活動

### ◆2010年活動回数分布(2009年比較)



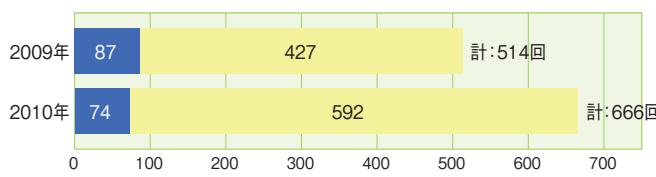
### ◆2010年活動時間分布(2009年比較)



## 監督・コーチ／社長の活動

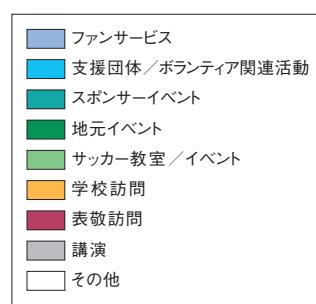
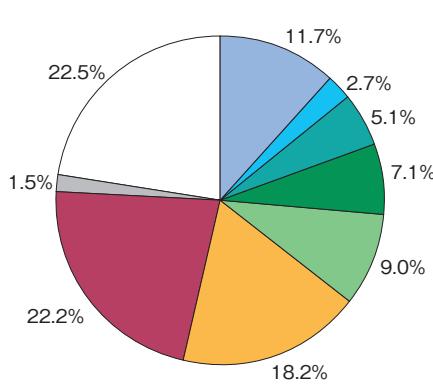
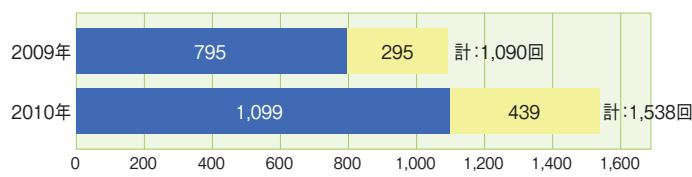
### ◆2010年 監督・コーチの活動

- 監督・コーチの活動数は2009年と比べて約30%の増加。
- 監督・コーチが単独で行動するケースは、全体の約10%。
- 活動ジャンルで最も多いのは「表敬訪問」、次いで「学校訪問」、「ファンサービス」の順になっている。
- 「その他」には、「集客活動」や、「必勝祈願」、「クラブへの贈呈式」などが含まれる。



### ◆2010年 社長の活動

- 社長の活動数は大きく伸び、2009年比44%増。
- 社長単独での活動が全体の70%で、この比率は2009年とほぼ同等。
- 最も多い「地元イベント」には、地域の会議への出席のほか、新年会や交歓会等への参加も含まれる。「地元イベント」主催の「行政」や「自治会／商店街」との連携強化活動が多いことが分かる。
- 「その他」には、監督・コーチと同じく、「集客活動」やクラブのための活動（「必勝祈願」、「クラブ激励イベント、盛り上げプロジェクト」、「商店街巡回営業活動」）などが含まれる。



## 「WOW プレーヤーズアワード」を実施。 決勝ゴールを決めた選手を表彰

今年からJリーグ オフィシャルスポンサーとなった日本マクドナルド株式会社は、Jリーグサポート「WOW F.C.」プロジェクトを実施している。「WOW F.C.」は「感動したい！」人、「楽しみたい！」人なら誰でもメンバーになることができる新チームの名称で、日本全国のメンバーと一緒にさまざまな活動を通じて、ともにJリーグを盛り上げていく。

そのプロジェクトの一環として、「WOWプレーヤーズアワード」を実施している。J1リーグ戦の全試合を対象に、決勝ゴールを決めた選手を表彰。副賞としてビッグマッククッション、マックカード1万円分が贈られる。



今シーズン、好調に得点を重ねている柏の北嶋。副賞を手に笑顔

## 「キヤノンカップ ジュニアサッカー2011」を後援

Jリーグでは、昨年に引き続き「キヤノンカップ ジュニアサッカー2011」を後援する(3月理事会承認)。本大会は、少年・少女のサッカー普及・育成および、さまざまな形での交流・親善を目的に開催される。

キヤノンカップ ジュニアサッカー2011			
開催期間・会場	ファーストステージ	2011年5月	横浜、名古屋、神戸
	セカンドステージ	2011年6月	横浜
	国内遠征	2011年7月	大阪
参加チーム			
主催	キヤノンカップ ジュニアサッカー実行委員会、株式会社 ニッポン放送プロジェクト		
後援	文部科学省、財団法人 日本サッカー協会、社団法人 日本プロサッカーリーグ		
主管	横浜サッカー協会、愛知県サッカー協会、兵庫県サッカー協会		
特別協賛	キヤノン株式会社		

## 「朝日新聞サッカースクール」を後援

Jリーグは4月19日に開催した理事会で、今年度も「朝日新聞サッカースクール」を後援することを決定した。同活動は、Jリーグ百年構想パートナーの朝日新聞社が地域のスポーツ活動活性化の一環として取り組んでいるもので、例年通りJクラブの協力で開催するスクールと元サッカー日本代表選手を招いて開催するスクールが行われる。2011年度は、約80回の開催が予定されている。

朝日新聞サッカースクール	
開催期間・会場	2011年4月下旬~12年1月ごろまで 全国各地で約80回開催予定
主催	朝日新聞社
後援	社団法人 日本プロサッカーリーグ

## 2011年度 地域スポーツ振興活動および 介護予防事業への支援を決定

Jリーグは、Jクラブが実施するサッカー以外の地域スポーツ振興活動および介護予防事業への支援を行っている。2011年度申請分(11年3月15日申請締め切り)につき、24クラブ62件の支援を決定した。

## 実行委員・参与選任について

Jリーグは3月15日に開催した理事会で、柏レイソルの実行委員を河西晋二郎氏から御手洗尚樹(みたらい なおき)氏へ変更することを承認した。また、河西氏の実行委員退任に伴い、同氏を参与に選任することを決定した。

実行委員		
クラブ名	変更前	変更後
柏レイソル	河西 晋二郎 (株)日立柏レイソル 前代表取締役社長	御手洗 尚樹 (株)日立柏レイソル 代表取締役社長
参与		
河西 晋二郎 : (株)日立柏レイソル 前代表取締役社長		実行委員 : 2007年3月~11年2月(在任期間3年11ヶ月)

Jリーグは4月19日に開催した理事会で、村林裕氏の実行委員会委員退任に伴い、同氏を参与に選任した。

参与		
村林 裕 : 前東京フットボールクラブ株式会社 代表取締役社長		実行委員(F C東京) : 2008年2月~11年1月(在任期間2年11ヶ月)

Jリーグは5月17日に開催した理事会で、ザスパ草津の実行委員を武尾誠氏から植木繁晴(うえき しげはる)氏へ変更することを承認した。

実行委員		
クラブ名	変更前	変更後
ザスパ草津	武尾 誠 (株)草津温泉フットボールクラブ 取締役会長	植木 繁晴 (株)草津温泉フットボールクラブ 代表取締役セネラルマネージャー

## マーケティング委員会 委員長および委員選任について

Jリーグは、新たに設立したマーケティング委員会の委員長および委員を、Jリーグ規約および専門委員会規程に基づき、以下のとおり選任した。

【マーケティング委員会】(敬称略)		
役職	氏名	所属
委員長	中野 幸夫	社団法人 日本プロサッカーリーグ 専務理事
委 員	木村 正明	株式会社ファジアーノ岡山スポーツクラブ 代表取締役
委 員	鈴木 秀樹	株式会社鹿島アントラーズ・エフ・シー 取締役 事業・スタジアム事業部長
委 員	高取 信行	株式会社博報堂D Y メディアパートナーズ スポーツ・エンタテインメントビジネス局 局長代理
委 員	小森 秀二	株式会社電通 スポーツ局 サッカー事業室長
委 員	中西 大介	社団法人 日本プロサッカーリーグ 事務局長

【マーケティング委員会 所管事項】※Jリーグ規約・規程集「専門委員会規程」より

- リーグマーケティングに関する制度の検討・立案
- スポンサー契約に関する事項の検討・立案
- テレビ・ラジオ等放送権に関する事項の検討・立案
- 商品化事業に関する事項の検討・立案
- その他権利ビジネスに関する事項の検討・立案

【任期】2011年3月30日~12年1月31日

## 「Jリーグ 新燃岳噴火 災害義援金募金」募金額のご報告

今年1月に発生した、霧島山(きりしまやま)新燃岳(しんもえだけ)の噴火災害に対する復興支援として、2月26日に開催した FUJI XEROX SUPER CUP 2011(名古屋グランパスvs鹿島アントラーズ/日産スタジアム)および、3月5、6日に開催した 2011 Jリーグ ディビジョン1、同ディビジョン2の各クラブホームゲーム開幕戦にて募金活動を実施した。多くのファン・サポーターの協力をいただき、募金総額はJリーグからの義援金(300万円)を含み、708万8712円となり、宮崎県新燃岳火山活動被害義援金、社会福祉法人宮崎県共同募金会へ送られた。



宮崎県を訪ね、河野 県知事(左)に目録を手渡したJリーグの大東チエアマン

## 「2011 Jリーグ U-13、U-14」開催! ~出場機会の少ない年代に定期的な試合出場の場を提供~



今年もJリーグの38クラブ、および地域クラブ、中学校を含めた第3種チーム所属の選手を対象とした大会である「2011 Jリーグ U-13」、「2011 Jリーグ U-14」が5月に開幕した。両大会は、試合出場機会の少ない各年代の選手に定期的な試合出場の場を提供し、個の育成を行うことを目的に開催するもの。

JリーグU-13は2007年、JリーグU-14は08年よりスタートし、今年はJリーグ加盟38クラブに加え、地域クラブ、中学校(U-13のみ)第3種チームを含め計169チーム(U-13/122チーム、U-14/47チーム)で実施する。JリーグU-13は5月1日、JリーグU-14は同3日に始まり、ともに12年3月まで開催予定。前者は60分間(前後半各30分)、後者は70分間(前後半各35分)の試合を行い、勝敗が決しない場合は引き分け。大会方式は、各ブロック内で2回戦総当たりリーグ戦が基本(JリーグU-13のヤマトタケル[関西]のみ1回戦総当たりリーグ戦)。優勝チームには優勝シャーレが授与され、MVP賞、得点王の表彰も行われる。

JリーグとJクラブでは、将来のJリーグの選手、そして世界を目指す夢を持つ子どもたちの育成のために、今後も年代別のリーグ戦を拡大していく。

## 2011年度 Jリーグ アカデミープレーヤー(U-13) トレーニングキャンプを開催

Jリーグは5月5~8日にJ-GREEN堺(大阪府堺市)において、Jリーグ全38クラブが選抜した13歳以下(U-13)の選手を対象とした「Jリーグアカデミープレーヤー(U-13) トレーニングキャンプ」を実施した。Jクラブが本格的に強化を始めるU-13の選手を対象にトレーニングを行うのは、今回が初めての試み。将来Jリーグそして世界で戦えるポテンシャルの高い54人の選手が参加した。



Jリーグの上野山技術委員長から指導を受けるU-13の選手たち

## Jリーグ 20周年記念 アジア最大級の短編映画祭 「ショートショート フィルムフェスティバル & アジア」と タイアップして『フトボールプログラム』を設立



Jリーグは今年、設立以来伝え続けてきた、スポーツを通じたより豊かな社会・文化づくりのため、「ショートショート フィルムフェスティバル & アジア」(東京都渋谷区/代表:別所哲也)とタイアップし、「スポーツの持つ力」を映像を使って、より多くの方々にお届けする映画プログラム「フトボールプログラム」を設立する。

今回のタイアップでは、フトボールをテーマに全世界から収集した作品を6月16日(木)より開催される「ショートショート フィルムフェスティバル & アジア」にて上映。「フトボールプログラム」を通じてJリーグが考える「スポーツの持つ力」を、今までとは異なる世界観で多くの方々に伝えていく。

## 株式会社ブリヂストン、株式会社サガン・ドリームス共催 「特別講演会」を後援

Jリーグは5月17日に開催した理事会で、(株)ブリヂストンと(株)サガソ・ドリームス共催の「特別講演会」を後援することを決定した。今年で4度目となる本講演会は、地域密着を掲げるクラブがクラブスポンサーでもある地元の企業とともに、より一層の地域貢献を図ることを目的に実施。今回は6月14日(火)に鳥栖市民文化会館大ホール(佐賀県鳥栖市)にて、岡田武史 前日本代表監督が「人を育てる」をテーマに講演する。

## 平成23年度「ダメ。ゼッタイ。」普及運動を後援、 および国連支援募金運動を協賛

Jリーグは5月17日に開催した理事会で、平成23年度「ダメ。ゼッタイ。」普及運動の後援について、また、同運動に併せて行われる「ダメ。ゼッタイ。」国連支援募金運動への協賛を昨年度に引き続き実施することを決定した。

## 「スタジアムの未来 Jリーグ欧州スタジアム視察」 メディア報告会を開催

Jリーグは5月17日、「スタジアムの未来 Jリーグ欧州スタジアム視察」メディア報告会を開催した。2009年に立ち上げたスタジアムプロジェクトの一環として、昨年10月に実施したドイツ、スイス、英国(イングランド、スコットランド)の12都市、13スタジアム視察の報告。視察団の団長として参加した傍士銘太 Jリーグ理事(一般財団法人日本経済研究所 専務理事 兼 地域未来研究センター長)が視察の模様をまとめた映像を基に報告し、Jリーグが目指す理想のスタジアム像などについて解説を行った。また、集まったメディアに対して、スタジアム建設の「全国的な機運の盛り上げが必要」と、報道などによる協力を要請した。



3月15日に開催予定だったが、東日本大震災の影響で延期となっていた報告会。傍士理事が昨年の欧州スタジアム視察の報告を行い、理想のスタジアム像などにも触れた

# 「変わらないもの」の確立を

毎日新聞社 ◎ 江連 能弘(えづれ よしひろ)

## PROFILE

1976年生まれ。筑波大卒。99年、神奈川新聞社入社。2006年、毎日新聞社入社、長野支局を経て07年から運動部。以来、サッカーを取材し、08年から日本代表担当。FIFAコンフェデレーションズカップ 南アフリカ2009、2010 FIFAワールドカップ 南アフリカ、AFCアジアカップ カタール2011などを取材。



19年目のJリーグが開幕して間もない3月11日、東日本一帯が大地震に見舞われた。津波や原発事故などを引き起こし、死者・行方不明者2万人以上の大惨事になった。Jリーグも影響を免れず、リーグ戦の中止やJリーグヤマザキナビスコカップの大会方式変更など、過去に例のない対応を余儀なくされた。リーグ戦が再開して1カ月余りが過ぎた今、この間のJクラブや選手の活動を思い返すと、それぞれが自身の足元を見つめ直し、あらためて存在意義を考える機会になったのではないかと感じている。

震災発生以降、各クラブや選手は街頭での募金活動や被災地への物資の送付、慈善試合の開催など、多様な支援活動を展開してきた。中には原発事故による風評被害を払拭するため、福島県などの農産物を販売したクラブもある。活動は今も継続している。

3月中旬、水やトイレットペーパーなどの買い占めが起きた際、首都圏のある選手はこう話していた。「サッカーは毎週末、10万人ものお客様が来てくれる。僕たちサッカー選手には影響力がある。被災地に物資が行き渡るように、買い占めをやめるよう僕らが呼び掛けることも大切だと思う」。

当然ながら、Jリーグの選手にはピッチ外でも役割や責任がある。募金活動などで街頭に立つだけでなく、それぞれが発する言葉にも力がある。普段の生活サイクルでは、ともすれば意識の片隅に追いやられてしまいそうな事柄だが、それを再認識した選手が多かったはずだ。失ったものが大きいだけに、練習や試合ができることへの感謝の気持ちを口にする選手が格段に増えたのも、その一例だ。

クラブを例に取ると、被災地に支援物資を送ろうと考えたサポーターが、身近なJクラブを通じて届けたケースがあった。地域に根差したクラブならば、地域と地域を結ぶ役割

を担ってもらえると考えたからだろう。19年目のJリーグ、そしてクラブは、そうした信頼が寄せられる存在になっている。クラブに関わる人も選手と同様に意識を新たにしたのではないかだろうか。

選手もクラブも、特別な思いで臨んでいる今シーズン。被災地にホームタウンを置くベガルタ仙台の手倉森誠監督は、「使命」という言葉を繰り返し使うようになった。その仙台が気持ちのこもったプレーで再開後のリーグ戦を盛り上げているのは周知の通り。見ているものの心を揺さぶる要因は、一体感に他ならない。昨年の2010 FIFAワールドカップ 南アフリカで日本代表が見せた戦いぶりにも、どこか通じる氣もする。

普段から感じていることではあるが、サッカーの持つ力の大きさを考えさせられたシーズンだからこそ、Jリーグに期待したいことがある。各クラブのチームカラーがもっと鮮明になってほしい。日ごろ、サッカーに関わっている方なら、それぞれの特徴を知っていると思うが、実際には多くのクラブで毎年のように指揮官が交代し、目指すサッカーがコロコロと変わっているのが実情だ。スタイルは監督の影響が大きいため致し方ない面はあるものの、19年目を迎えたJリーグの各クラブには、根底にある「変わらないもの」をより確立してほしい。

最近のリーグ戦を見て、「色」が変わらないクラブとしてパッと頭に浮かぶのは、

ブラジル路線を貫いてきた鹿島アントラーズや、西野朗監督が長期的に指揮するガンバ大阪くらい。日本代表のアルベルト・ザッケローニ監督が昨シーズンのJリーグを振り返り、「他と違っていた」と評したのは、セレッソ大阪とサンフレッチェ広島だった。ともに外国人監督が複数年にわたって率いるチームであり、日本人監督のチームでなかつたのは寂しい。

ここ数年、複数のクラブで経営難が表面化するなど、まずは「存続」に力を注がなくてはならないクラブもある。大震災の影響から、今シーズンは客足が鈍っており、各クラブの経営を取り巻く状況は厳しさを増している。そうした状態では遊び心は生まれにくく、一步踏み出して魅力を創出することは難しいのかもしれない。それもまた、今のJリーグだと思う。しかし、そんな中でも「ハタチ」を目の前にしたJリーグとクラブには、選手やサポーターが身にまとうカラフルなユニフォームと同様に、それぞれの「色」を際立たせてほしい。



個別のカラーを持ったチームづくりに期待 (J1第7節、広島vsG大阪)

