

2023（令和5）年度 修士論文

旭川地域における  
サッカーによる地域活性化の可能性

—新たに設立された地域サッカーチーム  
「KAMUI FC HIGASHIKAWA」を題材として—

Regional Revitalization Case Study of the Newly  
Established Asahikawa Soccer Team “KAMUI FC  
HIGASHIKAWA”

2291005 田渕 亘起

Koki Tabuchi

旭川市立大学大学院 地域政策研究科 地域政策専攻  
Graduate School of Regional Policy, Department of  
Regional Policy, Asahikawa Municipal University

指導教員： 杉村 樹可 教授

2024年2月15日

## 要 旨

近年、スポーツによる地域活性化が注目されている。日本では、1993年の公益社団法人日本プロサッカーリーグ（Jリーグ）が発足した。Jリーグは特にサッカーによる地域活性化に力を入れている。

Jリーグに加盟する全チームによる地域活性化を「経済性を重視する経済的視点」と「社会性を重視する社会的視点」の2つの視点から捉えた。これにより、その取り組み内容が「ホームタウン人口」と「資金力」による「地域活性化モデル」によって区分できることを発見した。そして、地域活性化モデルは、サッカー以外の競技にも適用できる可能性があることも分かった。

北海道第二の都市である旭川には、Jリーグに匹敵するサッカーチームは存在しない。その中で、旭川地域においてJリーグ入りを目指す地域サッカーチームとして「KAMUI FC HIGASHIKAWA」が設立された。そこで、このチームの地域活性化への取り組みを地域活性化モデルに適用して、あるべき地域活性化の内容を検討した。

この検討によれば、KAMUI FC HIGASHIKAWAは、「ホームタウン人口」と「資金力」が少ないグループに区分される。したがって、その地域活性化の取り組み内容は、「社会的影響が広域かつ経済的影響が狭域」のものであると考えられる。加えて、KAMUI FC HIGASHIKAWAは、欧州クラブ（Borussia Dortmund、Real Sociedad）とのパイプがあるという強みから、「サッカーの本質を重視する欧州サッカー」を活かした地域活性化の取り組みとなることが期待できる。

In recent years, the potential for sports to revitalize regions has gained increasing attention. In Japan, the Japan Professional Football League (J-League), a public interest incorporated association, was established in 1993. The J-League has been particularly focused on regional revitalization through soccer.

This study captures the efforts of all teams in the J-League for regional revitalization from two perspectives: an economic perspective that emphasizes profitability and a social perspective that emphasizes community engagement. Through this analysis, it was discovered that these efforts can be categorized into a “Regional Revitalization Model” based on “hometown population” and “financial resources.”

Furthermore, it was found that this regional revitalization model could potentially be applied to sports other than soccer.

Asahikawa, the second largest city in Hokkaido, does not host a soccer team that competes at the J-League level. Within this context, “KAMUI FC HIGASHIKAWA” was established as a local soccer team aiming for J-League entry representing the Asahikawa region. This study applies the regional revitalization model to examine the appropriate content of regional revitalization efforts by this team.

According to the examination, KAMUI FC HIGASHIKAWA falls into the group with a smaller “hometown population” and “financial resources.” Therefore, the team’s regional revitalization efforts are considered to have a wide social impact yet a narrow economic impact. Moreover, KAMUI FC HIGASHIKAWA has the advantage of connections with European clubs (Borussia Dortmund, Real Sociedad), which suggests that their regional revitalization efforts could benefit from embracing the essence of European soccer, emphasizing the quality of the sport itself.

**キーワード:** 経済的視点、社会的視点、資金力、ホームタウン人口  
地域活性化モデル、地域密着型モデル

Keywords: Economic Perspective, Social Perspective, Financial Resources, Hometown Population, Regional Revitalization Model, Community-Oriented Model

# 目次

I	はじめに	1
II	先行研究	1
	A. 経済的影響と社会的影響が広域	2
	(1) 英国のスポーツツーリズム	2
	B. 経済的影響が広域かつ社会的影響が狭域	3
	(1) 日本のスポーツツーリズム	3
	(2) アメリカの大学スポーツ	3
	C. 社会的影響が広域かつ経済的影響が狭域	4
	(1) 日本の大学スポーツ	4
	D. 経済的影響と社会的影響が狭域	4
	(1) スポーツによる地域開発	4
	(2) スポーツによるまちづくり	5
III	Jリーグに見る地域活性化	7
	1. Jクラブ・チームによる地域密着	7
	2. 地域活性化策としての地域密着の取り組み	7
	(1) 原田が考える「Jリーグの地域活性化策としての地域密着」	7
	(2) 竹中が考える「Jリーグの地域活性化策としての地域密着」	10
	(3) 原田と竹中が考える「Jリーグの地域活性化策としての地域密着」の比較	13
	3. Jクラブ・チームによる地域活性化の内容	13
	(1) 浦和レッズの取り組み内容	14
	(2) ①北海道コンサドーレ札幌の取り組み内容	15
	②北海道コンサドーレ札幌へのインタビュー調査	15
	(3) ①鹿島アントラーズの取り組み内容	16
	②鹿島アントラーズへのインタビュー調査	17
	(4) 清水エスパルスの取り組み内容	19
	4. Jクラブ・チームの取り組み内容	21
	(1) 「ホームタウン人口」と「資金力」マトリクス	22
	(2) 地域活性化モデル	23

(3) Jクラブ・57チームのホームタウン人口と資金力 .....	25
(4) 地域活性化モデル .....	26
(5) Jクラブ・57チームの取り組み内容 .....	27
5. Jリーグのまとめ .....	31
(1) Jリーグの（Jリーグのスポーツマネジメント）地域活性化策について のインタビュー調査結果 .....	31
6. 北海道日本ハムファイターズ .....	32
(1) 北海道日本ハムファイターズによる地域活性化についてのインタビュー 調査 .....	33
(2) 北海道日本ハムファイターズと地域活性化モデル .....	33
(3) 北海道日本ハムファイターズの取り組み内容 .....	34
(4) 北海道日本ハムファイターズのまとめ .....	34
<b>IV 旭川地域への地域活性化モデルの適用 .....</b>	<b>34</b>
(1) 旭川地域の現状 .....	35
① 旭川市観光スポーツ交流部 スポーツ課 松田課長へのインタビュー調 査結果 .....	35
② 旭川市観光スポーツ交流部小島次長へのインタビュー調査結果 .....	36
③ 旭川地域のサッカーチームの現状 .....	36
④ KAMUI FC HIGASHIKAWA と地域活性化モデル .....	37
(2) KAMUI FC HIGASHIKAWA が取るべき地域活性化策 .....	38
① KAMUI FC HIGASHIKAWA オーナーにインタビューへの調査結果 .....	38
(3) KAMUI FC HIGASHIKAWA による地域密着型モデルの取り組み内容 .....	42
(4) 今後の KAMUI FC HIGASHIKAWA の展開 .....	47
<b>V まとめ .....</b>	<b>48</b>
謝辞 .....	49
参考文献 .....	49
参考にしたホームページ .....	50

## I はじめに

近年、地方における人口減少や産業の衰退が指摘され、日本の各地で地域活性化の方策が検討されている。その中で、スポーツによる地域活性化が注目されるようになった。和田は、「スポーツ復興計画（2000年）とスポーツ基本法（2011年）、スポーツ基本計画（2012年）でスポーツの地域活性化効果が強調されたことに加え、地方教育行政の組織及び運営に関する法律の改正（2007年）により学校教育以外のスポーツ事業を自治体の首長部局が担当できるようになった」<sup>1</sup>と自治体がスポーツによる地域活性化を担いやすくなったとする。和田は、これらの動きをきっかけとして、「スポーツ観光やまちづくりなど他の行政分野と一体的な推進が容易となり、スポーツによる地域活性化戦略が各地で展開されるようになった」<sup>2</sup>と主張する。

スポーツには様々な競技種目がある。その中で日本のサッカーは、1993年の公益社団法人日本プロサッカーリーグ（以下、「Jリーグ」とし、Jリーグ加盟のチームを「Jクラブ」とする。）の発足とその後の拡大によって、「JリーグとJクラブが単なる興行として、またサッカーという一競技だけにとどまらない枠組みを作りだしている」<sup>3</sup>と指摘される。また、「JクラブがスポーツNPOとは違ったソーシャルビジネスモデルとなり地域の公共財としての役割をはたし、それはSocial Capital（社会関係資本）にまで進化している」<sup>4</sup>とされる。サッカーは、特に地域との関係が強い競技となっており、各地域で地域活性化の重要な役割を果たしている。しかし、北海道第2の都市である旭川には、大学や高校の学生、社会人の多数の競技者がいるにもかかわらず、Jリーグに匹敵するサッカーチームは存在しない。

そこで本論では、旭川地域におけるサッカーによる地域活性化の可能性を探ることを研究目的とする。つまり旭川地域のサッカーはがどのようなタイプの地域活性化を目指すのかを探ることとする。研究目的を明らかにするために、まず、スポーツによる地域活性化についての先行研究を確認する。そして、サッカーによる地域活性化の現状把握と関係者へのインタビューを通じて、地域活性化の類型化を試る。次に何が類型の要素になっているかを探る。さらに現在、旭川地域において始まった「地域サッカーチーム」設立への動きに注目し、地域活性化の類型をもとに、旭川地域におけるサッカーによる地域活性化の可能性を探ることとする。なお、ここで「旭川地域」とは、旭川市および旭川市と同一の「地域生活圏」<sup>5</sup>に属する周辺8町を指すものとする。

## II 先行研究

後述するように、原田説と竹中説をもとに考えると、スポーツによる地域活性化については、経済性を重視する経済的視点と社会性を重視する社会的視点の2つの視点からとらえることができる。ここで、経済性とは、「地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、または特定の組織による経営面からの量的な影響」のことを言う。また、社会性とは、「地域住民に対する地域問題に解決を図るなど質的な影響」のことを言う。ここで「広域」とは、地域的に限定された狭い範囲ではなく、地域に対する影響の範囲が広いことを示すものとする。また、「狭域」とは、地域的に限定された広い範囲ではなく、地域に対する影響の範囲が狭いことを示すものとする。

<sup>1</sup> 和田崇「地域活性化手段としてのスポーツー日本におけるスポーツの地理学的研究のレビューからー」『地理科学』vol. 75no. 1、広島地理学会、2020年、19ページ

<sup>2</sup> 和田同前書 19ページ

<sup>3</sup> 竹中嘉久「Jリーグの発展への道程」『愛知工業大学研究報告』第49号、愛知工業大学、2014年、143ページ

<sup>4</sup> 竹中同前書 143ページ

<sup>5</sup> 国土交通省「市区町村所属圏域一覧」『国土交通省ホームページ』

(<https://www.mlit.go.jp/road/4kou-minei/pdf/2003/1128/b00.pdf>) 2023年4月8日閲覧

そこで、サッカーを含む、スポーツによる地域活性化の取り組みについての先行研究を経済的視点と社会的視点からとらえ、経済的及び社会的影響が広域か狭域かにより区分する。すると、図表1のとおりA～Dに分類できる。ここでは、それらの概要を確認する。

## A. 経済的影響と社会的影響が広域

### (1) 英国のスポーツツーリズム

原田は、スポーツツーリズムによる地域活性化が大きく開花したのが、英国であると主張する。そして、「英国のツーリズムは、2012年ロンドン五輪」<sup>6</sup>での成長があったとする。「その中でもスポーツと文化に関するインバウンド観光の伸びは著し」<sup>7</sup>かった。他にも「2015年のラグビーワールドカップ、そして2017年の世界陸上大会といったメガ・スポーツイベントの開催が続」<sup>8</sup>いたとする。そして、「英国にはビッド（誘致活動）によって開催権を獲得するメガ・スポーツイベントに加え、同じ時期に同じ場所でも毎年開催される、サッカーのプレミアリーグやテニスのウィンブルドン等のイベント」<sup>9</sup>に注目する。特に、英国では、「サッカープレミアリーグの観戦が」<sup>10</sup>人気となっていることを指摘する。

以上から、英国においては、メガ・イベントを活用したスポーツツーリズムによって地域活性化が図られてきたことがわかる。そしてサッカープレミアリーグは毎年行われるため、より地域活性化が行われやすいと考えられる。

なお、押見は、スポーツ経営学の観点から、スポーツイベントには2つの効果があると説いている。第一に、「経済効果」<sup>11</sup>である。押見はスポーツイベントの経済効果について「イベントの主な収入源である入場・参加料収入、スポンサー収入、放送権料収入およびグッズ・飲食収入のほか、宿泊費やお土産購入費、交通費」<sup>12</sup>であると説いている。第二に、「社会効果」<sup>13</sup>である。押見は、社会効果について「イベント開催によって都市の認知度・イメージが向上したり、地域コミュニティの再生や強化につながる」といった社会的インパクト」<sup>14</sup>があると説明している。なお、押見は従来のスポーツイベントに加えて最近では「eスポーツ市場の拡大」<sup>15</sup>も見られるとする。さらに、押見は経済効果と社会効果の内容について具体的に説明している。押見は、スポーツイベントの「インパクトは大きく『無形効果』と『有形効果』」<sup>16</sup>に分類できると述べている。「無形効果としてあげられるのが社会効果」<sup>17</sup>と考えることができる。無形効果とは「個人や社会的な指標（たとえば、感情、行動形式、ライフスタイルや生活の質）」<sup>18</sup>であるとする。つまり、押見は、無形効果は「定量化が難しく目に見えづらい」<sup>19</sup>としている。一方、有形効果について、「経済効果は、数値（金銭）化可能という有形性のメリットを活かし、イベント開催の費用対効果算出のための重要な指標」<sup>20</sup>である

<sup>6</sup> 原田宗彦『スポーツ都市戦略-2020年後を見すえたまちづくり』学芸出版会、2019年、130ページ

<sup>7</sup> 原田同前書 130ページ

<sup>8</sup> 原田同前書 130-131ページ

<sup>9</sup> 原田同前書 131ページ

<sup>10</sup> 原田同前書 130ページ

<sup>11</sup> 押見大地「スポーツイベントの社会・経済的インパクト」『スポーツ産業論第7版』杏林書院、2021年、121ページ

<sup>12</sup> 押見同前書 121ページ

<sup>13</sup> 押見同前書 121ページ

<sup>14</sup> 押見同前書 121ページ

<sup>15</sup> 押見同前書 121ページ

<sup>16</sup> 押見同前書 121ページ

<sup>17</sup> 押見同前書 121ページ

<sup>18</sup> 押見同前書 121ページ

<sup>19</sup> 押見同前書 121ページ

<sup>20</sup> 押見同前書 121ページ

と説いている。これらの先行研究は、経済性つまり「地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、または特定の組織による経営面からの量的な影響」が広域、社会性つまり「地域住民に対する地域問題に解決を図るなど質的な影響」が広域である地域活性化を説明している。

## B. 経済的影響が広域かつ社会的影響が狭域

### (1) 日本のスポーツツーリズム

原田は、日本のスポーツツーリズムについて、「日本には、プロ野球、Jリーグ、ラグビー、プロゴルフ、相撲、柔道など、世界的にみてもハイレベルで、すでに日本固有の文化となっている」<sup>21</sup>とする。また、原田は、「日本はアジアでもトップクラスのスポーツ先進国であり、世界的に見ても、スポーツ環境は国際的な競争優位を持っている」<sup>22</sup>と評価する。さらに、原田は、スポーツツーリズムの視点からみると、日本は、「アウトドアスポーツに適した地形」<sup>23</sup>を有し、「中山間地域が多く存在するが、実は自然豊かなアウトドアスポーツの資源に恵まれた場所である可能性が高い」<sup>24</sup>と主張する。加えて、「SNS やロコミによるマーケティング次第では、中山間地域」<sup>25</sup>の活性化の可能性があるとし、日本のアウトドアスポーツがスポーツツーリズムの対象となりうると評価する。

アジアの中でも日本は、スポーツツーリズムにとって環境的に恵まれていることから、スポーツツーリズムによる地域活性化の可能性も高いものと考えられる。

### (2) アメリカの大学スポーツ

藤本は、スポーツ経営学の観点から、進化する大学スポーツについて UNIVAS と NCAA に注目して述べている。UNIVAS は、2019 年に「大学スポーツの大学横断的かつ競技横断的統括組織として一般社団法人大学スポーツ協会」<sup>26</sup>として設立された。UNIVAS には「学生アスリートの安全・安心と学業充実を中心とした大学スポーツ振興とともに、大学ブランディングや大学スポーツの経済的価値の創造と拡大へ向けてのマーケティング機能への期待」<sup>27</sup>が持たれている。また、NCAA とは「学生アスリートの安全・安心の確保を軸に 1910 年に設立」<sup>28</sup>され、「学生アスリートのための安全・安心、学業サポート、奨学金、そして人間形成・キャリア支援の事業」<sup>29</sup>に取り組んでいる。藤本は、「大学スポーツをスポーツビジネスの視点」<sup>30</sup>から捉えている。そして、アメリカの大学スポーツについて次のとおり考察している。

藤本は、アメリカの大学スポーツの現状として「NCAA と加盟大学のスポーツの事業は、その規模と市場の拡大からビジネスとしての発展」<sup>31</sup>に注目されているとする。男子バスケットボールとアメリカンフットボールは、「『世界スポーツイベントのブランド価値ランキング』」<sup>32</sup>で高順位を示している。藤本は、「このふたつのイベントを合わせた価値」<sup>33</sup>は、「夏季オリンピック」<sup>34</sup>よりも上回っているとする。そして、

<sup>21</sup> 原田宗彦『スポーツ都市戦略-2020 年後を見すえたまちづくり』学芸出版会、2019 年、140 ページ

<sup>22</sup> 原田同前書 140 ページ

<sup>23</sup> 原田同前書 141 ページ

<sup>24</sup> 原田同前書 141 ページ

<sup>25</sup> 原田同前書 141 ページ

<sup>26</sup> 藤本淳也「進化する大学スポーツ」『スポーツ産業論第 7 版』杏林書院、2021 年、257 ページ

<sup>27</sup> 藤本同前書 257 ページ

<sup>28</sup> 藤本同前書 257 ページ

<sup>29</sup> 藤本同前書 257 ページ

<sup>30</sup> 藤本同前書 257 ページ

<sup>31</sup> 藤本同前書 257 ページ

<sup>32</sup> 藤本同前書 257 ページ

<sup>33</sup> 藤本同前書 257 ページ

<sup>34</sup> 藤本同前書 257 ページ



「NCAA の価値を高めて維持しているのはファンの存在」<sup>35</sup>であり、ファンを誘致するためのイベントが必要だと説く。「稼ぎどころに集中的に投資することでテレビ放映権とマーケティング収入を獲得し、その資金をその他のディビジョンと大学への配分、そしてチャンピオンシップ（各ディビジョンの種目別大学選手権）の運営に充てることでNCAA の経営が成り立っている」<sup>36</sup>ことがわかる。

アメリカの大学においては、バスケットボールやアメリカンフットボールが人気であるが、サッカーについては触れられていない。しかし、英国のスポーツツーリズムと比べ、その規模を考慮すれば社会的影響が狭域と考えられる。

これらの先行研究は、経済性つまり「地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、または特定の組織による経営面からの量的な影響」が広域、社会性つまり「地域住民に対する地域問題に解決を図るなど質的な影響」が狭域である地域活性化を説明している。

### C. 社会的影響が広域かつ経済的影響が狭域

#### (1) 日本の大学スポーツ

藤本は、スポーツ経営学の観点から、「『大学スポーツ振興』はスポーツビジネス振興施策のひとつで」<sup>37</sup>あり、「『国は、大学及び学生競技連盟等を中心とした大学横断的かつ競技横断的統括組織（日本版 NCAA）の創設を支援することにより、大学スポーツ振興に向けた国内体制の構築を図る。』」<sup>38</sup>ことを目指しているとする。そして、「『大学スポーツを総合的に振興し、学生の誰もが学業を充実させながら安全に競技スポーツを実践するための基盤的環境を整備するとともに、地域に根差す大学スポーツの多様な価値を高め、我が国の力強い発展と卓越性を追求する人材の輩出に寄付すること』」<sup>39</sup>を目的としていると主張している。また、「学生アスリートは一般消費者と違い、限られた年数の中で自身の未来へつながら自己成長の欲求・ニーズをもつ大学生であり、社会の未来を担う人材」<sup>40</sup>と位置づけ、「大学スポーツを産業として健全に発展させるためには、この大学スポーツの意義とその市場特性をステークホルダーと共有し、ともに育てていくことが重要」<sup>41</sup>であると述べている。

さらに、藤本は、「アメリカの大学スポーツは、日本の大学スポーツに比べ、影響力があり、日本の大学スポーツにおいて地域活性化は、発展途上だと」考察している。大学スポーツは地域密着を行うには規模も小さく、現在の日本の大学では「テレビ放映権、マーケティング収入」は極めて低く、経済的影響が狭域と考えられる。

これらの先行研究は、社会性つまり「地域住民に対する地域問題に解決を図るなど質的な社会的影響」が広域、経済性つまり「地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、または特定の組織による経営面からの量的な影響」が狭域である地域活性化を説明している。

### D. 経済的影響と社会的影響が狭域

#### (1) スポーツによる地域開発

和田は、地理学の観点から、スポーツによる地域活性化について、「農山漁村におけるスポーツによる地域開発」と「都市再生手段として採用されるスポーツ」<sup>42</sup>に分類し

<sup>35</sup> 藤本同前書 258 ページ

<sup>36</sup> 藤本同前書 258 ページ

<sup>37</sup> 藤本淳也「進化する大学スポーツ」『スポーツ産業論第7版』杏林書院、2021年、264ページ

<sup>38</sup> 藤本同前書 264 ページ

<sup>39</sup> 藤本同前書 265 ページ

<sup>40</sup> 藤本同前書 266 ページ

<sup>41</sup> 藤本同前書 266-267 ページ

<sup>42</sup> 和田崇「地域活性化手段としてのスポーツ-日本におけるスポーツの地理学的研究のレビューから-」『地理科学』、Vol. 75no. 1、広島地理学会、2020年、20ページ

ている。そして、農山漁村においては、スキーやマリンスポーツ、ゴルフをもとにしたスポーツリゾートの建設が地域再生の手段になったとする。和田は、「スキー場による地域開発」「マリンスポーツによる地域開発」、都市郊外においては「ゴルフ場開発」<sup>43</sup>が行われたとする。つまり、農村漁村において、スポーツによる地域開発の社会的影響は、建設されるスポーツリゾートの小さい範囲に限られる。また、都市においては、「施設・空間あるいはメディアを介して消費され、地域住民や観戦者の結集を促し、新たなアイデンティティを形成し、一定の経済効果を生み出」<sup>44</sup>したとする。つまり、都市再生手段として採用されるスポーツは、経済的影響があるものの限定的であるとしている。なお、近年では「都市のオープンスペースを活用したスポーツ」<sup>45</sup>も注目されるようになったとする。

## (2) スポーツによるまちづくり

和田は、地理学の観点からスポーツによるまちづくりについて、「『地域に生きる人々が、その地域社会と住民のために、その地域のスポーツと生活を文化的・経済的に持続可能なものにしていくための絶えることのない実践』」<sup>46</sup>が認められるとしている。また、和田は、「『住民が安全かつ快適な住環境のなかで日常的にスポーツに親しみ、アクティブかつ健康的な生活を営むことのできるまちづくり』を目指すスポーツ都市が各地に誕生した」<sup>47</sup>と説く。そして、「スポーツまちづくりの特徴として、社会的効果の重視に加えて、域外から投資を呼び込んだり、イベントを誘致したりする外来型開発ではなく、地域主体が自ら地域に根ざしたスポーツ文化を活用」<sup>48</sup>することや、「地域に新たなスポーツ文化を育んだりする内発的発展の手法を採用している」<sup>49</sup>スポーツによるまちづくりの特徴を説いている。さらに、和田は、「それぞれの地域で盛んな特定競技が地域資源として位置づけられ、競技者のみならず多様な主体の参加・協働により、戦略的に地域課題の解決、地域魅力の向上・発信に活用」<sup>50</sup>しているとスポーツによるまちづくりの効果を説明している。加えて、和田は、近年のまちづくりにおいて、「社会的効果の重視、地域に根ざした特定競技を活用した内発的な取組み、イベントやツーリズムの展開」<sup>51</sup>といった傾向が見られるとしている。

これらの先行研究は、経済性つまり「地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、または特定の組織による経営面からの量的な影響」が狭域、社会性つまり「地域住民に対する地域問題に解決を図るなど質的な影響」が狭域である地域活性化を説明している。以上 A~D をまとめると図表 1 のとおりとなる。

一方、和田はサッカーによるクラブ設立について、「サッカー選手や自治体、スポンサー企業が重要な役割を果たし」<sup>52</sup>していると説いている。そして、「クラブ立地が地域に与える影響としては、サッカー場周辺における経済効果、コミュニティ意識強化、子供たちへの夢や目標の提供、地域イメージの向上と発進」<sup>53</sup>していると説いている。つ

<sup>43</sup> 和田同前書 21-23 ページ

<sup>44</sup> 和田同前書 25 ページ

<sup>45</sup> 和田同前書 26 ページ

<sup>46</sup> 和田崇「スポーツまちづくりがもたらす社会経済効果-徳島県阿南市の「野球のまち推進事業」を事例に-」『経済地理学年報』、第 67 巻、2021 年、44 ページ

<sup>47</sup> 和田同前書 44 ページ

<sup>48</sup> 和田同前書 44 ページ

<sup>49</sup> 和田同前書 44 ページ

<sup>50</sup> 和田同前書 44 ページ

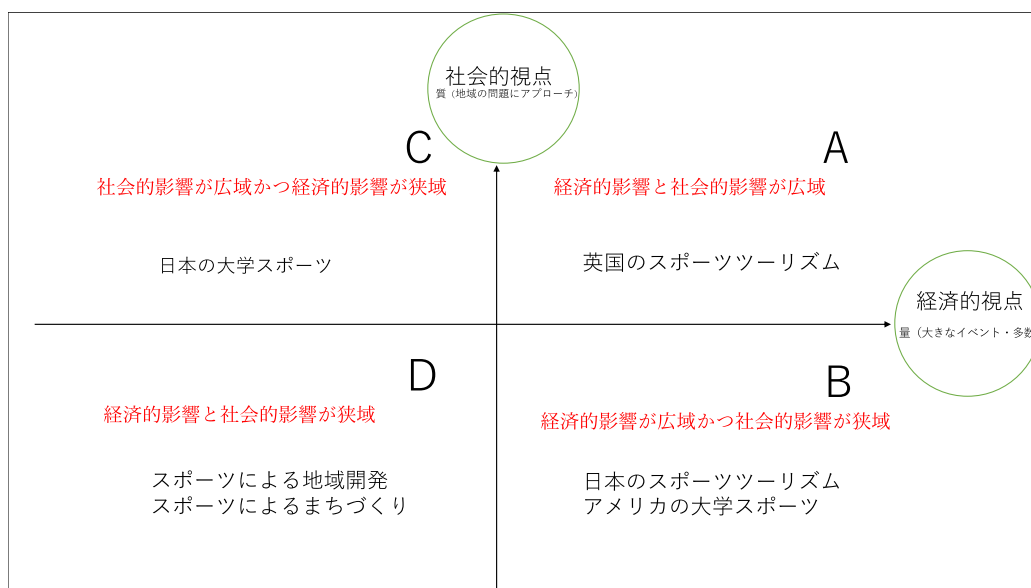
<sup>51</sup> 和田同前書 44 ページ

<sup>52</sup> 和田崇「地域活性化手段としてのスポーツ-日本におけるスポーツの地理学的研究のレビューから-」『地理科学』、Vol. 75no. 1、広島地理学会、2020 年、26 ページ

<sup>53</sup> 和田同前書 26 ページ

まり、和田は、「プロスポーツのクラブ・チームは競技場を核とするマルチスケールの地域において存立」<sup>54</sup>すると主張している。

つまり、和田は、サッカーのクラブ設立を例として、プロの競技スポーツによるまちづくりについては、経済的及び社会的効果が認められるとしている。しかし、取り組みの具体的内容等には触れていない。プロの競技スポーツの中でもサッカーは特に地域との結びつきが強く、地域活性化の強力な主体である。また、チームにより地域活性化の取り組みに経済性及び社会性の差異が認められる。サッカーによる地域活性化について、次章以降で詳述することとする。



図表 1

資料：筆者作成

図表 1 のタイプ A とタイプ B については、主として経営学の立場に立っており、地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、またはテレビ放映権やマーケティング収入などを目的とした経済性つまり「地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、または特定の組織による経営面からの量的な影響」が広域であると説明できる。図表 1 のタイプ A とタイプ C については、主として社会学の立場に立っており、地域住民への貢献・幸せの向上を目的とした社会性つまり「地域住民に対する地域問題に解決を図るなど質的な影響」が広域であると説明できる。図表 1 のタイプ D については、主として地理学の立場から、地域に対する取り組みそのものを目的としている。経済性つまり「地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、または特定の組織による経営面からの量的な影響」が狭域、社会性つまり「地域住民に対する地域問題に解決を図るなど質的な影響」が狭域であると説明している。

スポーツによる地域活性化は、経済的視点と社会的視点に区分することが可能であるといえる。そこで、次章では、日本のスポーツにおいて、最もスポーツによる地域活性化に取り組んでいる Jリーグを例に考察する。そして、図表 1 で見た区分を適用しての分析を試みたい。

<sup>54</sup> 和田同前書 26 ページ

### Ⅲ Jリーグに見る地域活性化

Jリーグとは、「1993年に開幕した日本プロサッカーリーグ（通称「Jリーグ」）」<sup>55</sup>のことである。Jリーグは、「ホームタウンの市民・行政・企業が三位一体となった支援体制を持ち、その町のコミュニティとして発展する『地域に根差したスポーツクラブ』を核としたスポーツ文化の振興」<sup>56</sup>を理念とする。藤川は、「スポーツ文化の振興」を超えた「Jリーグに属するチームの存在が経済効果や社会貢献活動等で地域にもたらす肯定的な効果」<sup>57</sup>を認めたとうえで、Jリーグに所属するチーム「Jクラブ」のひとつFC琉球を題材にプロスポーツチームと地域との関係性を考察している。

以上から、Jリーグには、そもそも地域活性化を担う役割があると考えられる。そこで、地域活性化の観点からJリーグに注目していく。

#### 1. Jクラブ・チームによる地域密着

前田は、Jリーグによる地域活性化策である地域密着について、「地域に根差すことで、その地域の住民や企業からの支援・応援によって経営」<sup>58</sup>を成り立たせてきたと説明する。その結果、Jリーグは「プロ野球界にも影響を与えた他、追って設立されたプロ野球独立リーグやBリーグ（バスケットボール）、Tリーグ（卓球）」<sup>59</sup>にも波及した。前田は今後も地域密着を進めるためには、「ホームタウン制度によって、チームはまず地方自治体と強固な関係性を築く必要があり、地域で複雑に絡み合ったステークホルダーの関係の中で、地域密着を目指すことを求められている」<sup>60</sup>と説いている。さらに、「地域に根ざしていくためには、地域社会のことを徹底的に理解し、貢献し、課題を解決していく強い姿勢」<sup>61</sup>が求められると主張している。

前田の主張の内容は、「地域活性化策としての地域密着を行う上で、地域・企業・住民が三位一体として行動しなければならない」と解釈できる。

そこで、地域活性化策としての地域密着の取り組みについて主な議論を考察していく。

#### 2. 地域活性化策としての地域密着の取り組み

##### (1) 原田が考える「Jリーグの地域活性化策としての地域密着」

原田は、スポーツ経営学の観点から「Jリーグが行う地域密着型のクラブ経営は、経営規模は小さいものの、参入障壁の低い日本的なクラブビジネスとして定着した。起業家や資本家、そして強力なリーダーがいる地域コミュニティが資金と選手を集め、Jリーグ入りを目指してクラブを立ち上げるケースは、全国で散見される」<sup>62</sup>と指摘する。つまり、日本においては地域密着が自然の流れとして成立し、Jリーグは発足時には、地域密着による地域活性化を図ってきたのである。そしてJリーグは、「もともと企業スポーツ自体が日本にしか存在しないため、この進化の過程は日本独自のものであり、（現在も生存し勢力を拡大している点で）実にガラパゴス的である」<sup>63</sup>と考えていた。「この成功は地域密着という理念と、チーム・クラブの経営システムが、日本の

<sup>55</sup> 藤川慎也「プロスポーツチームが根差す『地域』とは？-マルチスポーツで展開するFC琉球をめぐる多様な主体の思惑と戦略-」『理論地理学ノート』No. 20、空間の理論研究会、2018年、1ページ

<sup>56</sup> 藤川同前書2ページ

<sup>57</sup> 藤川同前書1ページ

<sup>58</sup> 前田和範「地域密着型のプロスポーツの未来」『スポーツ産業論第7版』杏林書院、2021年、246ページ

<sup>59</sup> 前田同前書246ページ

<sup>60</sup> 前田同前書250ページ

<sup>61</sup> 前田同前書250ページ

<sup>62</sup> 原田宗彦『スポーツ地域マネジメント-持続可能なまちづくりに向けた課題と戦略-』学芸出版社、2021年、85ページ

<sup>63</sup> 原田同前書85ページ

文化風土とうまく溶け合った」<sup>64</sup>と説いている。だが、原田は、現在のＪリーグの経営において「地域密着型プロスポーツが置かれている事業環境は万全」<sup>65</sup>ではないと主張している。さらに、「スポーツのビジネス化の進展と、他のスポーツのプロ化が進むにつれて、スポンサー獲得やチケット販売、そして施設の確保などにおいて、競争環境は厳しさを増している」<sup>66</sup>と危機感を示している。

次に示すとおり、原田は「Ｊクラブ・チーム」の地域活性化への取り組みをポーターの競争戦略論の中の「５つの競争要因」を用いて説明している。

#### ① ５つの競争要因

原田は、プロスポーツ（Ｊリーグ）において「マイケル・ポーターは経営学のバイブルである『競争の戦略』の中で、業界内で企業が直面する競争要因を『五つの脅威』（ファイブフォース）に分類」<sup>67</sup>しているが、これをプロスポーツ（Ｊリーグ）に当てはめて考えることができるとしている。「ファイブフォースとは、①業界内部の対抗度、②新規参入の脅威、③代替品の脅威、④売り手の交渉力、⑤買い手の交渉力」<sup>68</sup>である。原田は、これらを「プロスポーツという固定化された業界に限定して考察して」<sup>69</sup>いる。

そこで、原田が日本のプロスポーツＪリーグの地域活性化への取り組みをどのように捉えているかについて、まずは「５つの競争要因」にもとづき、日本のプロスポーツ（Ｊリーグ）の競争要因を次のとおり示す。

- a) 「業界内部の対抗度」について、原田は、「プロスポーツの『業界内部の対抗度』（業界内の競合他社）については、『プロリーグ』を一つの業界と考えれば、業界内に競合他社（他クラブ）は多く存在し、それが健全な競争を生む源泉」<sup>70</sup>となることができる。しかし、「同じ業界に存在するクラブの数は決められており、サッカーのＪリーグや、男子バスケットボールのＢリーグの場合、トッププレイヤー（Ｊ１もしくはＢ１）のクラブ・チーム数はそれぞれ 18」<sup>71</sup>と限定され、「その数はコントロール」<sup>72</sup>されている。
- b) 「新規参入の脅威」について、原田は、「『新規参入の脅威』については、商圏がホームタウン制度によって守られているために、業界に新たな参入クラブが出現する確率はそれほど高く』」<sup>73</sup>なく、「下部リーグからトップリーグへ移行するには、レイヤー（階層）を一段一段上がっていくための時間と、戦力を高めるための投資、そしてスポーツに特有の『運』が必要」<sup>74</sup>となる。だから、「参入障壁は非常に高い」<sup>75</sup>ことが考えられる。
- c) 「代替品の脅威」について、原田は、「『代替品の脅威』については、プロサッカークラブにおいて、高品質かつ低価格の優れた代替品（他のクラブ）が出現した場合、ファンを奪われる脅威」<sup>76</sup>は大きい。「チケットが安い割に面白く、エキサイティングで

<sup>64</sup> 原田同前書 85 ページ

<sup>65</sup> 原田同前書 85 ページ

<sup>66</sup> 原田同前書 85-86 ページ

<sup>67</sup> 原田宗彦『スポーツ地域マネジメント-持続可能なまちづくりに向けた課題と戦略-』学芸出版社、2021年、86 ページ

<sup>68</sup> 原田同前書 86 ページ

<sup>69</sup> 原田同前書 86 ページ

<sup>70</sup> 原田同前書 86 ページ

<sup>71</sup> 原田同前書 87 ページ

<sup>72</sup> 原田同前書 87 ページ

<sup>73</sup> 原田同前書 87 ページ

<sup>74</sup> 原田同前書 87 ページ

<sup>75</sup> 原田同前書 87 ページ

<sup>76</sup> 原田同前書 87 ページ

強いクラブが出現すると、一気にシェアを奪われる可能性<sup>77</sup>が高い。「プロスポーツのような『時間』と『経験』を売り物にするサービス商品の場合、他に有意義な『時間』や『経験』を提供する活動（例えば映画、テーマパーク、他のスポーツの観戦等）が出現した場合、その活動が代替品」<sup>78</sup>となる恐れがある。

- d) 「売り手の交渉力」について、原田は、「サプライヤー（供給業者）とは、プロスポーツの場合『選手』や『組合』のことを意味」<sup>79</sup>することができ、「他の一般企業の社員と異なり、プロスポーツクラブやチームの人件費比率は高く、英国サッカーのプレミアリーグの場合、過去に収入の7割が人件費に使われるというケース」<sup>80</sup>が多いのである。
- e) 「買い手の交渉力」について、原田は、「バイヤー（買い手）に関しては、ファン、企業パートナー、そして放送パートナーの三つ」<sup>81</sup>に分けることができる。「英国のEPL（イングランドプレミアリーグ）のように、世界的に人気のあるリーグの場合、ファンは弱い立場にあり、団結して団体で（値下げを）交渉することもできず、したがってチケットの価格弾力性」<sup>82</sup>が低くなる。「企業パートナーや放送パートナーも然りで、もしリーグが提示する価格に応じられない場合、すぐに競合他社がその権利を買い取るなど、リーグ交渉力は強力」<sup>83</sup>なのだ。他方、「日本のプロリーグのようにブランド力が弱く、チームやクラブも集客に苦勞するような状態では、バイヤーの交渉力」<sup>84</sup>が強く、「空席が目立つスタジアムやアリーナでは、チケットは売れ残り、強気の価格設定を施すことは」<sup>85</sup>難しくなる。「企業パートナーの交渉力は強く、チームやクラブが設定した掲出看板や胸スポンサーの価格が交渉」<sup>86</sup>により下げられる可能性がある。

図表2は、マイケル・E・ポーターの考えるファイブフォース「5つの競争要因」を示したものである。

---

<sup>77</sup> 原田同前書 87 ページ

<sup>78</sup> 原田同前書 87-88 ページ

<sup>79</sup> 原田同前書 88 ページ

<sup>80</sup> 原田同前書 88 ページ

<sup>81</sup> 原田同前書 88 ページ

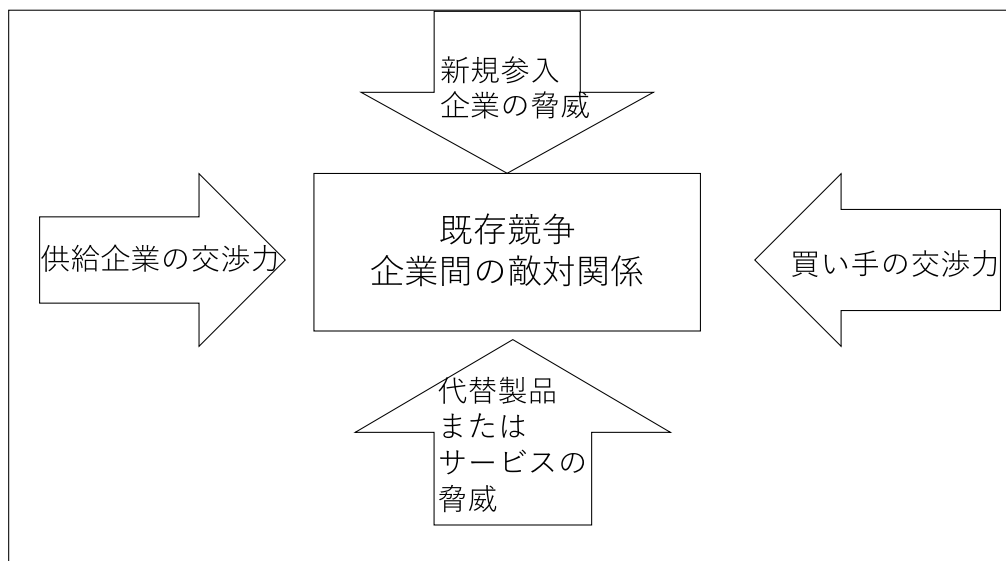
<sup>82</sup> 原田同前書 88 ページ

<sup>83</sup> 原田同前書 88 ページ

<sup>84</sup> 原田同前書 88-89 ページ

<sup>85</sup> 原田同前書 89 ページ

<sup>86</sup> 原田同前書 89 ページ



図表 2

資料：マイケル・E・ポーター著、土岐坤訳『国の競争優位』ダイヤモンド社、1992年、52ページの図をもとに筆者作成

原田はスポーツ経営学の観点から、「一般の企業と異なり、『感情』や『感動』といった特殊な商材を扱うのがスポーツビジネスである」<sup>87</sup>と説いている。そして、「商材は異なっても、ファイブフォース理論から導かれる競争戦略は、プロスポーツという仕事の本质を見抜き、独自の戦略を構築するための重要な視点を提供」<sup>88</sup>すると主張している。

原田は、スポーツによる地域活性化について、「Jクラブ・チームは、スポーツビジネスの進展することによって5つの脅威要因の捉え方により地域活性化を図らなければならない。また、他のチーム・スポーツに対する競争優位を獲得するために、差別化戦略によりチーム経営をしなければならない」と考えている。つまり、原田の考えは、図表1のAとBを説明するものである

#### (2) 竹中が考える「Jリーグの地域活性化策としての地域密着」

竹中は、「『百年構想』と『地域密着』と言うスローガン」<sup>89</sup>にもとづく地域活性化への取り組みについて説いている。竹中は「閉塞感のある社会状況で、1つの光明として特に百年構想は『スポーツで、もっと、幸せな国へ』を標榜し、今までのスポーツ界にはない全く新しいメッセージをサッカー界から発信」<sup>90</sup>する。また、「当時のスポーツ界はオリンピックの金メダル至上主義が中心であり『勝利』『強さ』『世界一』」<sup>91</sup>が重要であった。しかし、「サッカー界からのメッセージは少し違った『幸せ』」<sup>92</sup>の視点であるとする。つまり、Jリーグの方針が「プロ野球を意識的に差別化していた」<sup>93</sup>と主張している。そして、Jリーグが掲げる「百年構想」「Jリーグ理念」「Jリーグの活動方針」に表されている。それらの内容は以下の①～③のとおりである。

<sup>87</sup> 原田同前書 89 ページ

<sup>88</sup> 原田同前書 89 ページ

<sup>89</sup> 竹中嘉久「Jリーグの発展への道程」『愛知工業大学研究報告』第49号、愛知工業大学、2014年、145 ページ

<sup>90</sup> 竹中同前書 145 ページ

<sup>91</sup> 竹中同前書 145 ページ

<sup>92</sup> 竹中同前書 145 ページ

<sup>93</sup> 竹中同前書 145 ページ

### ① 百年構想

百年構想の内容は以下 a)～c)の通りである。

- a) 「あなたの町に、緑の芝生におおわれた広場やスポーツ施設をつくること。」<sup>94</sup>
- b) 「サッカーに限らず、あなたがやりたい競技を楽しめるスポーツクラブをつくること。」<sup>95</sup>
- c) 「『観る』『する』『参加する』。スポーツを通して世代を超えた触れ合いの輪を広げること。」<sup>96</sup>

竹中はサッカービジネスを維持・発展させるために「地域の人々がスポーツを支える」<sup>97</sup>ことや「スポーツを通じた地域コミュニティをつくる」<sup>98</sup>ことが重要であると主張する。そして、図表3において、竹中は「スポーツは一企業の持ち物ではなく、地域の皆さんの宝」<sup>99</sup>であり、「Jクラブのホームタウン自治体の首長の共感」<sup>100</sup>を得ることができたと述べている。

さらに竹中は、Jリーグが「創設以前からプロとしての事業性だけではなく公共性と公益性」<sup>101</sup>を重視していると主張している。

### ② Jリーグ理念

Jリーグの理念の内容は以下 a)～c)の通りである。

- a) 「日本サッカーの水準向上及びサッカーの普及促進」<sup>102</sup>
- b) 「豊かなスポーツ文化の振興及び国民の心身の健全な発達への寄与」<sup>103</sup>
- c) 「国際社会における交流及び親善への貢献」<sup>104</sup>

竹中はJリーグにおいて「『豊かなスポーツ文化』」<sup>105</sup>に注目し、「サッカーだけではなく、スポーツ全体が文化を形成」<sup>106</sup>を行うこと、「地域自治体または地域住民のために」<sup>107</sup>活動しなければならないと説いている。

### ③ Jリーグ活動方針

Jリーグの活動方針の内容は以下 a)～f)の通りである。

---

<sup>94</sup> 公益社団法人日本プロサッカーリーグ「Jリーグ百年構想」『Jリーグホームページ』

(<https://about.j-league.jp/corporate/aboutj/100years/>) 2023年3月29日閲覧

<sup>95</sup> 公益社団法人日本プロサッカーリーグJリーグ百年構想同前資料

<sup>96</sup> 公益社団法人日本プロサッカーリーグJリーグ百年構想同前資料

<sup>97</sup> 竹中同前書 145 ページ

<sup>98</sup> 竹中同前書 145 ページ

<sup>99</sup> 竹中同前書 145 ページ

<sup>100</sup> 竹中同前書 145 ページ

<sup>101</sup> 竹中同前書 146 ページ

<sup>102</sup> 公益社団法人日本プロサッカーリーグ「Jリーグとは」『Jリーグホームページ』

(<https://about.j-league.jp/corporate/aboutj/>) 2023年3月29日閲覧

<sup>103</sup> 日本プロサッカーリーグJリーグ同前資料

<sup>104</sup> 日本プロサッカーリーグJリーグ同前資料

<sup>105</sup> 竹中同前書 146 ページ

<sup>106</sup> 竹中同前書 146 ページ

<sup>107</sup> 竹中同前書 146 ページ



- a) 「フェアで魅力的な試合を行うことで、地域の人々に夢と楽しみを提供します。」<sup>108</sup>
- b) 「自治体・ファン・サポーターの理解・協力を仰ぎながら、世界に誇れる、安全で快適なスタジアム環境を確立していきます。」<sup>109</sup>
- c) 「地域の人々に J クラブをより身近に感じていただくため、クラブ施設を開放したり、選手や指導者が地域の人々と交流を深める場や機会をつくっていきます。」<sup>110</sup>
- d) 「フットサルを、家族や地域で気軽に楽しめるようなシステムを構築しながら普及していきます。」<sup>111</sup>
- e) 「サッカーだけでなく、他のスポーツにも気軽に参加できるような機会も多くつくっていきます。」<sup>112</sup>
- f) 「障害を持つ人も一緒に楽しめるスポーツのシステムをつくっていきます。」<sup>113</sup>

竹中は、地域密着によって日本の「サッカーの各種事業の公共性と公益性が認められた」<sup>114</sup>と説いている。そして、竹中は「各 J クラブも株式会社という事業体でありながら、J リーグの理念のもとに加盟し、活動することによって、単なるサッカーだけの事業体」<sup>115</sup>ではなく、J リーグは「スポーツを使つてのソーシャルビジネス」<sup>116</sup>あると主張している。さらに、竹中は「『J リーグでは活動地域のことを、独占的商業地を意味する『フランチャイズ』ではなく、『ホームタウン』」<sup>117</sup>として捉えている。「自分の街にはサッカークラブがあるという誇りと自負」<sup>118</sup>があることで「J リーグの人気を支えている」<sup>119</sup>と説いている。

<p>・百年構想</p> <p>①あなたの町に緑の芝生におおわれた広場やスポーツ施設をつくること。</p> <p>②サッカーに限らず、あなたのやりたい競技を楽しめるスポーツクラブをつくること。</p> <p>③「観る」「する」「参加する」。スポーツを通して世代を超えた触れ合いの輪を広げること。</p>	<p>・J リーグの活動方針</p> <p>1) フェアで魅力的な試合を行うことで、地域の人々に夢と楽しみを提供します。</p> <p>2) 自治体・ファン・サポーターの理解・協力を仰ぎながら、世界に誇れる、安全で快適なスタジアム環境を確立していきます。</p> <p>3) 地域の人々に J クラブをより身近に感じていただくため、クラブ施設を開放したり、選手や指導者が地域の人々と交流を深める場や機会をつくっていきます。</p> <p>4) フットサルを、家族や地域で気軽に楽しめるようなシステムを構築しながら普及していきます。</p> <p>5) サッカーだけでなく、他のスポーツにも気軽に参加できるような機会も多くつくっていきます。</p> <p>6) 障害を持つ人も一緒に楽しめるスポーツのシステムをつくっていきます。</p>
<p>・J リーグ理念</p> <p>①日本サッカーの水準向上及びサッカーの普及促進</p> <p>②豊かなスポーツ文化の振興及び国民の心身の健全な発達への寄与</p> <p>③国際社会における交流及び親善への貢献</p>	

<sup>108</sup> 公益社団法人日本プロサッカーリーグ「J リーグとは」『J リーグホームページ』  
(<https://about.j.league.jp/corporate/aboutj/>) 2023年3月29日閲覧

<sup>109</sup> 日本プロサッカーリーグ J リーグ同前資料

<sup>110</sup> 日本プロサッカーリーグ J リーグ同前資料

<sup>111</sup> 日本プロサッカーリーグ J リーグ同前資料

<sup>112</sup> 日本プロサッカーリーグ J リーグ同前資料

<sup>113</sup> 日本プロサッカーリーグ J リーグ同前資料

<sup>114</sup> 竹中同前書 147 ページ

<sup>115</sup> 竹中同前書 147 ページ

<sup>116</sup> 竹中同前書 147 ページ

<sup>117</sup> 竹中同前書 147 ページ

<sup>118</sup> 竹中同前書 147 ページ

<sup>119</sup> 竹中同前書 147 ページ

### 図表 3

資料：（公益社団法人日本プロサッカーリーグ「Jリーグ百年構想」『Jリーグホームページ』（<https://about.j.league.jp/corporate/aboutj/100years/>）2023年3月29日閲覧）と（公益社団法人日本プロサッカーリーグ「Jリーグとは」『Jリーグホームページ』（<https://about.j.league.jp/corporate/aboutj/>）2023年3月29日閲覧）の内容を筆者が図表化した。

図表 3 は、Jリーグの掲げる「地域密着と Jリーグの理念」を図表にまとめたものである。

竹中は、「『百年構想』を軸にした地道な社会貢献活動の功績」<sup>120</sup>は大きく、Jリーグは「大都市中心のスポーツではなく、地方都市や地域を軸にし、紆余曲折を経ながらも発足からの理念を浸透」<sup>121</sup>してきたと主張している。また、Jリーグは「21世紀型の市民スポーツ文化を創造」<sup>122</sup>できたと説いている。つまり、「竹中は、Jリーグがクラブの利益ではなく、地域のために、言い換えると社会性、公益性、公共性のために取り組んでいると考えている」と解釈できる。このような取り組みを通じた地域密着により地域活性化を図って行こうとしていることがわかる。つまり、竹中の考えは、図表 1 の A と C を説明するものである。

#### (3) 原田と竹中が考える「Jリーグの地域活性化策としての地域密着」の比較

原田と竹中の地域密着を比較すると、第一に原田説は、「競争戦略の観点から Jリーグの地域密着を捉えたものである」と考察できる。なお、原田は、「Jクラブの中には、特定企業の出資比率が高く、1社所有の企業スポンサー的色合いの濃いクラブもあるが、その精神は、Jリーグが抱える百年構想というミッションに代表されるように、公益性の高い社会貢献事業」<sup>123</sup>の重要性も踏まえた上で、競争戦略を取り入れている。原田は、「競争戦略にもとづく差別化により、地域活性化を図っていく」と考えている。つまり、原田は、サッカーによる地域活性化を図表 1 の経済的視点によってとらえていると言えり。第二に竹中説は、「ソーシャルビジネスの観点から Jリーグの地域密着を捉えるものである」と考察できる。竹中は、「サッカーよってサッカーコミュニティを作り、人々の幸せを求める」と考えている。つまり、竹中はサッカーによる地域活性化を図表 1 の社会的視点によってとらえていると言えり。原田説と竹中説は一致していない。

そこで、Jクラブ・チームの地域活性化の内容について、論文から読み取れるものを考察する。

#### 3. Jクラブ・チームによる地域活性化の内容

Jリーグに所属するチーム「Jクラブ」による地域活性化について書かれている論文は次のとおりである。それらの Jクラブ名と地域名を示すと「浦和レッズとさいたま市

<sup>120</sup> 竹中同前書 147 ページ

<sup>121</sup> 竹中同前書 147 ページ

<sup>122</sup> 竹中同前書 147 ページ

<sup>123</sup> 原田宗彦『スポーツ地域マネジメント-持続可能なまちづくりに向けた課題と戦略-』学芸出版社、2021年、79 ページ

浦和地域」<sup>124</sup>、「札幌市と北海道コンサドーレ札幌」<sup>125</sup>、「鹿嶋市と鹿島アントラーズ」<sup>126127</sup>、「清水市と清水エスパルス」<sup>128129</sup>などである。

次に、先行研究を踏まえた上で、「Jクラブ」の取り組み内容を図表1のタイプA～Dを分類して示す。

#### (1) 浦和レッズの取り組み内容

山田は、浦和レッズによる地域活性化の取り組み内容について説いている。さいたま市浦和地域では、「地域住民の『サッカーのまち』としての認識やアイデンティティがあるため」<sup>130</sup>浦和レッズによるサッカーのまちづくりが進展したと説いている。浦和レッズが2002年に開催された日韓ワールドカップのために、埼玉スタジアムを開設した。そして、浦和レッズはJリーグの試合として、「2001年に2試合、2002年に5試合で」<sup>131</sup>完成した埼玉スタジアムを使用した。浦和レッズは、「サッカーのまち」への取り組みを行った。その結果、「観客動員数の増加に比例するように、営業収入も増加させていった」<sup>132</sup>と説明している。山田は、浦和レッズの取り組み次のように挙げている。

第一に、浦和レッズは「2003年からは海外の強豪クラブを招待して、地元Jリーグクラブとの親善試合『さいたまシティカップ』を開催」<sup>133</sup>した。それにより浦和レッズは、「2003年からは、営業収入をチーム運営・強化だけでなく、ホームタウンである浦和地域や埼玉県内における地域貢献事業に充て、『サッカーを通して地域づくり』に本格的に取り組み始めた」<sup>134</sup>。

第二に、「同年に発足させた『ハートフルクラブ』では、サッカーを通じたコミュニケーションにより、健全な青少年を育てるという趣旨のもとに活動」<sup>135</sup>していると説明している。それは、「サッカースクールのほか、浦和レッズのOBなどがコーチとなり、主にさいたま市内の幼稚園や小学生を巡回しながらサッカー教室を開催するなどの活動」<sup>136</sup>である。

第三に、「総合型スポーツクラブ『レッズランド』」<sup>137</sup>の開設である。「レッズランドでは、生涯スポーツの普及やスポーツを行う環境を身近にし、地域にスポーツが根ざすこと目指したものである。レッズランドはサッカーだけではなく、テニス、野球、ラ

<sup>124</sup> 山田耕生「プロサッカークラブの本拠地におけるサッカーのまちづくり-浦和レッズとさいたま市浦和地域の事例-」『共栄大学研究論集』第7号、共栄大学、2009年、107-121ページ

<sup>125</sup> 大木裕子「北海道コンサドーレ札幌による地域活性化事例」『ライフデザイン学研究』15号、東洋大学ライフデザイン学部、2020年、29-43ページ

<sup>126</sup> 永山淳一「茨城県鹿嶋市における鹿島アントラーズと地域社会との関係」『学芸地理』65号、東京学芸大学地理学会、2010年、47-59ページ

<sup>127</sup> 原田宗彦『スポーツ地域マネジメント-持続可能なまちづくりに向けた課題と戦略-』学芸出版社、2021年、95ページ

<sup>128</sup> 中村勝芳「サッカーのまち・清水のホームタウン形成-スポーツ地理学的視点から-」『日本体育学会大会号』、第50回（1999）、一般社団法人、日本体育学会、1999、272ページ

<sup>129</sup> 永山淳一「清水エスパルスによる地域振興（沼津市と周辺地域の地域調査）」、『臨地研究報告』東京学芸大学地理学会、2008年、56-60ページ

<sup>130</sup> 山田耕生「プロサッカークラブの本拠地におけるサッカーのまちづくり-浦和レッズとさいたま市浦和地域の事例-」『共栄大学研究論集』、第7号、共栄大学、2009年、107ページ

<sup>131</sup> 山田同前書 116ページ

<sup>132</sup> 山田同前書 116ページ

<sup>133</sup> 山田同前書 115ページ

<sup>134</sup> 山田同前書 116ページ

<sup>135</sup> 山田同前書 116ページ

<sup>136</sup> 山田同前書 116ページ

<sup>137</sup> 山田同前書 116ページ

グビーなどのスポーツのほか、サイクリングコース、キャンプ場を整備し、一般に開放している」<sup>138</sup>している。

浦和レッズは、サッカーをベースとして地域と連携を取り、地域活性化を図ろうとしていることがわかる。

## (2)①北海道コンサドーレ札幌の取り組み内容

大木は、北海道コンサドーレ札幌による地域活性化の取り組み内容について「地域に根ざした経営により、社会的信頼、互酬性の規範、ネットワークという3つの要素」<sup>139</sup>が重要であるとする。さらに、これら3つの要素は次の4つの特徴により支えられているとする。第一に「北海道に存在していなかったプロのスポーツチームを作るために『資本金50%を超す株主をつくらず、小さな力を広く集める市民クラブ』」<sup>140</sup>を発足させたこと。第二に「クラブチームと市民の間に」<sup>141</sup>、「権威と従属の垂直的關係ではなく、互酬性と協力という水平的な関係」<sup>142</sup>が重要であるとしたこと。第三に「クラブチームと地元企業、チームクラブとファンとの長期的な関係」<sup>143</sup>性、および「『連帯し、信頼しあい、互いの相違に寛容』」<sup>144</sup>が求められるとしたこと。第四に「熱心なサポーターの存在」<sup>145</sup>が「内部で協力するための習慣や連帯、規範を育て、外部にそれらを普及される自発的結社が活発」<sup>146</sup>につながる。地域の人々が市民クラブを意識することで、「自分たちが経営者だと思っており、株を有していることが『自分たちのクラブ』という思いとなり、地元市民の誇り」<sup>147</sup>につながっていると。また、「スポーツ文化として定着していなかった北海道のスポーツを大きく変えたのが札幌ドームの設立」<sup>148</sup>であった。

なお、北海道コンサドーレ札幌は地域と連携し、チームの構築を図ってきた。だが、地域活性化の取り組みについて記載はあるが、その具体的な内容については触れられていない。そこで株式会社コンサドーレまちづくり準備室・一般社団法人コンサドーレ北海道スポーツクラブ事務局長 佐藤駿氏にインタビュー調査を実施した。

## ②北海道コンサドーレ札幌へのインタビュー調査

第一に、「北海道コンサドーレ札幌が掲げる地域密着とは何か。」を尋ねた。佐藤氏は「北海道コンサドーレ札幌がサッカーを得意としていることから、「北海道の住民のためにサッカーを使って企業誘致やまちの活性化」を図ることや、北海道での「サッカーの普及をしたい」と主張している。また、佐藤氏は「東南アジアとのコネクションが強みであることから東南アジアにもアプローチをしている」と主張している。

第二に、「北海道コンサドーレ札幌が地域密着として特に取り組んでいること」について尋ねた。佐藤氏はCMのイメージキャラクターとして北海道コンサドーレ札幌のプロサッカー選手が「食べ物のプロモーションをしている」ことや、北海道コンサドーレ札幌を知ってもらうために「産業に対してのアプローチをしている」と説明している。

<sup>138</sup> 山田同前書 116 ページ

<sup>139</sup> 大木裕子「北海道コンサドーレ札幌による地域活性化事例」『ライフデザイン学研究』15号、東洋大学ライフデザイン学部、2020年、37ページ

<sup>140</sup> 大木同前書 37 ページ

<sup>141</sup> 大木同前書 37 ページ

<sup>142</sup> 大木同前書 37 ページ

<sup>143</sup> 大木同前書 37 ページ

<sup>144</sup> 大木同前書 37 ページ

<sup>145</sup> 大木同前書 37 ページ

<sup>146</sup> 大木同前書 37 ページ

<sup>147</sup> 大木同前書 33 ページ

<sup>148</sup> 大木同前書 34 ページ

第三に、「北海道コンサドーレ札幌が行なっているイベントとは何か」を尋ねた。佐藤氏は「北海道コンサドーレ札幌のスポンサー企業のためにサッカー教室を行うことや、SDGs の環境イベントや1日警察署長のイベントで北海道コンサドーレ札幌の選手が1日限定で出演をすると同時に参加者のスポーツ体験も行っている」と説明している。佐藤氏は、イベントにおいて「場所は決まっていないが、大人や子供向けのサッカーなどを定期的に行っている」と説明している。佐藤氏は「健康増進のために、イベントを行うこと」が大事であると主張している。

第四に、「ファンを増やすためにどの地域を意識しているか」を尋ねた。佐藤氏は「札幌地域以外のファンは、年一回ほどしか来ることができない。したがって、札幌市を中心にファンに考えている」と説明している。

第五に、「北海道コンサドーレ札幌と北海道日本ハムの地域貢献の違いについて」尋ねた。佐藤氏は「野球とサッカーにおいてスポーツ文化の違いがある。サッカーの歴史より野球の歴史が長く、野球ファン層も厚い」と説明している。また「北海道日本ハムファイターズは、新スタジアムを作ったことでエンターテインメント性があるから面白い。一方で北海道コンサドーレ札幌は、エンターテインメント性は低い。だが、サッカーは「スポーツを楽しむのに多様性があることが大きな違いである」と主張している。野球をするためには、グローブやシューズなどのモノを揃えないといけないのに対し、サッカーは、単にボールを貸し出すだけでできるからだ。つまり、佐藤氏は、「サッカーは、スポーツを通して健康でいてもらうことを追求できる」と主張している。



写真 1

資料：2023年4月18日北海道コンサドーレ札幌広報課担当者撮影  
写真1は、2023年4月18日に佐藤駿氏にインタビューした時の写真である。

### (3)①鹿島アントラーズの取り組み内容

永山は、鹿島アントラーズによる地域活性化について説いている。

鹿島アントラーズの地域への取り組みとして第一に「地域社会との交流に向けた取り組み」<sup>149</sup>を行った。特に「ホームタウンにおけるサッカーの振興を目的とした活動」<sup>150</sup>を行っている。「Jリーグ百年構想が掲げられた1996年のファン感謝デーから、選手が直接活動に参加する」<sup>151</sup>ことや「小・中学生を対象にサッカーだけでなく、テニスやバスケットボール、剣道などスポーツ振興活動」<sup>152</sup>を行った。

<sup>149</sup> 永山淳一「茨城県鹿嶋市における鹿島アントラーズと地域社会との関係」『学芸地理』65号、東京学芸大学地理学会、2010年、51ページ

<sup>150</sup> 永山同前書51ページ

<sup>151</sup> 永山同前書51ページ

<sup>152</sup> 永山同前書51ページ

第二に「アントラーズが主催するサッカースクールとサッカークリニック」<sup>153</sup>が存在している。これらは、「将来、アントラーズで活躍する選手を育成・強化することを目的として運営」<sup>154</sup>を行っている。

原田は、観光を取り入れた取り組みによって鹿島アントラーズによる地域活性化について説いている。「鹿島アントラーズの本拠地は、都心部から遠距離に位置していることで有名」<sup>155</sup>であり、「東京駅からバスで片道3時間もかかる上に、ホームタウンである茨城県南部の鹿嶋市、潮来市、神栖市、行方市、銚田市の5市の人口も、合計28万人にも満たない規模」<sup>156</sup>で存在している。「そこでこのような悪条件を逆手に取り、遠くて時間がかかる場所を旅行目的地化するために、(一社)アントラーズホームタウンDMO(茨城県鹿嶋市)を立ち上げ」<sup>157</sup>を行った。

観光型の取り組みにおいて論文では具体的な内容について触れられていない。そこで、(一社)アントラーズホームタウンDMO創設者である株式会社鹿島アントラーズFC地域社会連携グループマネージャーである岡本文幸氏にインタビュー調査を行った。

## ② 鹿島アントラーズへのインタビュー調査

第一に、岡本氏は「DMOの施策は、東京・大阪の首都圏だけではなく、田舎地域にも外国人が来てもらう仕組みづくりをすることである」と主張している。岡本氏は「アントラーズのホームタウンである鹿嶋市、潮来市、神栖市、行方市、銚田市の5市と民間の4社(アントラーズ以外の3社)から出資を頂き、9団体で立ち上げた」と説明している。岡本氏は「鹿嶋市は、もともと観光の街ではなく、工業の街(住友金属)であったことから鹿嶋市住民が観光の受け入れに対する馴染みがないことから、1から観光を作ることは難しい。そこで、交流人口を増やすきっかけを作る会社」であると説明している。また、「アントラーズホームタウンDMOがどのように人々をホームタウンに連れてくるかが重要である。国内や海外も観光という意味では同じである。」と説明している。岡本氏は、「中国の広州にアントラーズホームタウンDMO支店を立ち上げた。中国の広州市は人口が1700万人であることから東京都に支店を出すのと同じぐらいの意味がある」と説明している。岡本氏は「中国人の受け入れを始め、中国のサッカー少年が日本でサッカーを学びたい、日本のサッカーチームと対戦したいと願うようになった。日本の鹿島アントラーズは、クラブワールドカップでレアル・マドリードと決勝戦を行なっているからだ。」と説明している。そして、「中国はヨーロッパサッカーに視点があったが、日本のチームがクラブワールドカップの決勝に出たことによって中国の人たちはヨーロッパに頼っていたものが東アジア隣国で日本のサッカーに非常にリスペクトするようになってきた」と説明している。それにより、「アントラーズの街で合宿、アントラーズのジュニアと対戦、アントラーズの指導者に教えてもらいたいと思うようになっていった」と説明している。つまり、岡本氏は「アントラーズのブランド力や民間のマーケティング力を活かしながら、スポーツ観光を軸に地域の担ぐ力を増強する展開に変わった」と主張している。

第二に、「アントラーズホームタウンDMOは、観光型地域活性化に取り組んでいるが具体的には何を行っているのか」を尋ねた。岡本氏は、アントラーズホームタウンDMOの観光型地域活性化を取り組みにおいて「観光の事業領域は大きく分けて2つある。第一に、地域観光事業であり、第二に、自走化のための収益事業である」と主張している。岡本氏は第一の地域観光事業において、1つ目に、「鹿島アントラーズによる

<sup>153</sup> 永山同前書 51 ページ

<sup>154</sup> 永山同前書 51 ページ

<sup>155</sup> 原田宗彦『スポーツ地域マネジメント-持続可能なまちづくりに向けた課題と戦略-』学芸出版社、2021年、95 ページ

<sup>156</sup> 原田同前書 95 ページ

<sup>157</sup> 原田同前書 95 ページ

スポーツツーリズムは、アントラーズ・スポーツ合宿・ゴルフがあることを理由に人を集めることが目的である」と説明している。2つ目に「アグリツーリズムである。」鹿嶋市は、「北海道、鹿児島に続く農業立国であることから、行方市の行方大和第三小学校を活用して、廃校利用した施設で農業の体験」を行なっている。3つ目に、「エコツーリズムでは、歴史、文化、自然使うべきだ」と説明している。「鹿島神宮は1つの観光名所である」と説いている。4つ目に「美容と健康」である。「美容で健康でいうとヨガやサウナがあり、健康とスポーツは相次ぐことがある」と説明している。つまり、鹿島のホームタウンでは「地域にあるものをブラッシュアップしていかないといけない。それが、地域観光事業の一つである」と主張している。また、「大きく四つを磨き上げることが必要である」と説明している。「もともと観光の街でないことから訴求即効でアントラーズの名前を使いつつ、アントラーズのブランドバリューでスポーツ合宿をより、増やすために今までのことではなくてインバウンドの展開になっていく」と説明している。岡本氏は、第二の「自走化のための収益事業」において、「DMOが助成金に頼らず自走するための、稼ぎを得るための事業。DMOの意義に合わせた事業を開発し、育てていく。」と説明している。岡本氏は「中国では、留学ビジネスをさせたい。地元の高校を進学・大学を卒業して日本で就職させたい」。つまり、「グローバルな人材に育てたい」と主張している。そして、「鹿島学園とASEAN地域の受け入れしている」と説明している。「2019年から新型コロナウイルスで高校経営が大変だったため、外国人が日本に来られなくなった。また、外国人留学生は、日本から帰国をした」と説いている。それにより、「学校の経営が成り立たなくなってしまう」と説いている。しかし、岡本氏は、「インバウンドは新しい可能性がある。例えば、中国人が、留学ビジネスを行いながら鹿島アントラーズに視察に来ることもある。これも、インバウンド観光としての受け入れである。また、スポーツ合宿も一つの受け入れである」と主張している。

第三に、「鹿島アントラーズの取り組みについて」を尋ねた。岡本氏は、「医療過疎化地域での貢献としてアントラーズの持っている財産は、チームドクターである。チームドクターをうまく活用してアントラーズスポーツクリニックの整形外科を立ち上げた」と説明している。「東京医大、筑波大学医療のトップチームのチームドクターがシフトで地域の部活動の子供たちが受診にきている」と説明している。「地域に鹿島アントラーズが存在を借りてもらうこと、地域の課題のために何か寄り添うこと。知恵や財産を使いながら活動している」と説明している。また、「鹿島アントラーズの雇用を作る」ことであると説明している。岡本氏は、鹿島アントラーズが「持続可能な地域の実現に向けて、行政やテクノロジーの企業のハブとなり、更なる企業誘致・支援・推進をする」と説明している。そして、「鹿嶋市にスポーツジムがなかったことからスポーツジムの立ち上げた」と説明している。「サッカーだけをやるのではなく、カシマスタジアムを公開し、地域のコミュニティとして活用する」ことが重要であるとする。さらに、「学術連携をすることである。地域を良くするために学術連携協定」をしていると説明している。地域の職業体験をすることや、鹿島アントラーズの社長が中学校のキャリア教室をWEB」を活動していると説明している。加えて、「鹿嶋地域の高校生を集めて、高校生対象に鹿島アントラーズに関わるスポンサー企業による合同企業説明会」を展開していると説明している。

つまり、岡本氏は「地域の課題解決のために地域内の共存や競争、共助を図る」と主張している。また、「鹿島アントラーズができる地域課題に対して向き合うことをしないと鹿島アントラーズも生きていくことができない」と主張している。





写真 2

資料：2023 年 4 月 21 日鹿島アントラーズ地域社会連携担当者撮影  
 写真 2 は、2023 年 4 月 21 日に岡本文幸氏にインタビューした時の写真である。



写真 3

資料：2023 年 4 月 21 日鹿島アントラーズ地域社会連携担当者撮影  
 写真 3 は、カシマスタジアムである。

鹿島アントラーズは、「地域の問題に対して鹿島アントラーズ独自のサポート方法で取り組んでいる」と解釈できる。

#### (4) 清水エスパルスの取り組み内容

中村は、清水エスパルスについて説いている。静岡県清水市は、「他の J クラブの本拠地よりも早い 1950 年代から、地域スポーツとしてサッカーが盛んであり、『サッカーのまち・清水』」<sup>158</sup>と呼ばれていた。清水市の「地域性の基盤として、地元と J クラブが一体となって母体企業をもたない市民クラブとして清水エスパルスを設立させ、ホームタウンづくりに取り組んで」<sup>159</sup>いと主張している。

なお、清水市は 2003 年に静岡市と合併し、現在は静岡市となっている。  
 永山は、清水エスパルスの地域活性化について次の三点を説明している。

<sup>158</sup> 中村勝芳「サッカーのまち・清水のホームタウン形成-スポーツ地理学的視点から-」『日本体育学会大会号』、第 50 回（1999）、一般社団法人、日本体育学会、1999、272 ページ

<sup>159</sup> 中村同前書 272 ページ



第一に「ホームタウンにおいてサッカースクールのコーチが静岡県内の幼稚園を巡回」<sup>160</sup>していると説明している。清水エスパルスのスポーツ教室において「2005年の巡回スポーツ教室は、静岡市と清水町、沼津市のみで実施」<sup>161</sup>した。そして、スポーツ教室は「2006年になると静岡市、とくに葵区と駿河区」<sup>162</sup>、「さらに藤枝市をはじめとする静岡県中西部へ進出」<sup>163</sup>したと説明している。それにより、「サッカースクールは地域住民に生涯スポーツの定着を促した」<sup>164</sup>と説いている。

第二に永山は、清水エスパルスと地域住民との関わりにおいて「『パルちゃんクラブ』と呼ばれるボランティア活動」<sup>165</sup>に取り組んでいると説明する。「結成時はスポンサー企業の社員がボランティア活動へ参加」<sup>166</sup>していたが、「ボランティア参加者の意識も変わり、ボランティアに興味がある人が参加するように変化」<sup>167</sup>したとする。さらにボランティア活動においては「障害者の案内を行っている」<sup>168</sup>とする。永山は、清水エスパルスのボランティア活動の目的は「多くの人に清水エスパルスに関わってもらいたいというエスパルス側の考えと、個人でも参加したいという地域住民の意向があった」<sup>169</sup>と主張している。

第三に永山は、清水エスパルスが「静岡市役所のサッカーのまち推進室とともに、2006年よりエスパルス・タウンミーティング」<sup>170</sup>を実施しているとする。「タウンミーティングでは、エスパルスの活動内容や、静岡市がエスパルスのホームタウン」<sup>171</sup>の理解や、「サッカーをキーワードとしたまちづくり事業が地域住民に説明される」<sup>172</sup>。「タウンミーティング参加者へは試合のチケットがプレゼント（9,117枚）された」<sup>173</sup>、また「選手が小学校訪問をした」<sup>174</sup>とする。その結果、タウンミーティングは行政と連携を取ることで、「クラブと地域住民のコミュニケーションの場」<sup>175</sup>を作ることができていることがわかる。清水エスパルスは「活動範囲の広がりにより多くの人々へスポーツイベント、スポーツへの参加機会を与えることとなった」<sup>176</sup>。そして「スポーツイベントへの参加人数の増加が地域振興につながる」<sup>177</sup>ことができる。さらに、「スポーツをすることが、医療費削減効果があり経済的効果が生まれている」<sup>178</sup>と説いている。つまり、永山は清水エスパルスにおいて、「広域化したスポーツ振興・普及活動、スポーツイベントの実施、地域アイデンティティの醸成といった地域振興に貢献している」<sup>179</sup>と主張している。

---

<sup>160</sup> 永山淳一「清水エスパルスによる地域振興（沼津市と周辺地域の地域調査）」、『臨地研究報告』東京学芸大学地理学会、2008年、58ページ

<sup>161</sup> 永山同前書 58ページ

<sup>162</sup> 永山同前書 58ページ

<sup>163</sup> 永山同前書 58ページ

<sup>164</sup> 永山同前書 58ページ

<sup>165</sup> 永山同前書 58ページ

<sup>166</sup> 永山同前書 58ページ

<sup>167</sup> 永山同前書 58ページ

<sup>168</sup> 永山同前書 59ページ

<sup>169</sup> 永山同前書 59ページ

<sup>170</sup> 永山同前書 59ページ

<sup>171</sup> 永山同前書 59ページ

<sup>172</sup> 永山同前書 59ページ

<sup>173</sup> 永山同前書 59ページ

<sup>174</sup> 永山同前書 59ページ

<sup>175</sup> 永山同前書 59ページ

<sup>176</sup> 永山同前書 59ページ

<sup>177</sup> 永山同前書 59ページ

<sup>178</sup> 永山同前書 59ページ

<sup>179</sup> 永山同前書 59ページ

また、清水エスパルスは観光と結びつけて地域活性化を図っている。清水が取り組んでいる観光においては、「エスパルスドリームプラザ」<sup>180</sup>である。エスパルスドリームプラザの内容は、「地上 52m の観覧車『ドリームスカイ』」<sup>181</sup>からは、「三保の松原や富士山の絶景、清水の美しい港町の夜景」<sup>182</sup>を見ることができる。

清水市は以前からサッカーのまちとして人気があった。また、清水エスパルスは唯一母体企業を持たないチームとしてプロ化できたチームである。そこから、清水エスパルスは周辺地域に清水エスパルス興味関心を持ってもらうために、スポーツ（サッカー）の広域化を意識してきたと考えられる。

#### 4. Jクラブ・チームの取り組み内容

Jクラブ・チームの取り組み内容において、そして、3の考察について、それぞれのチームを図表1に適用できるか検討する。

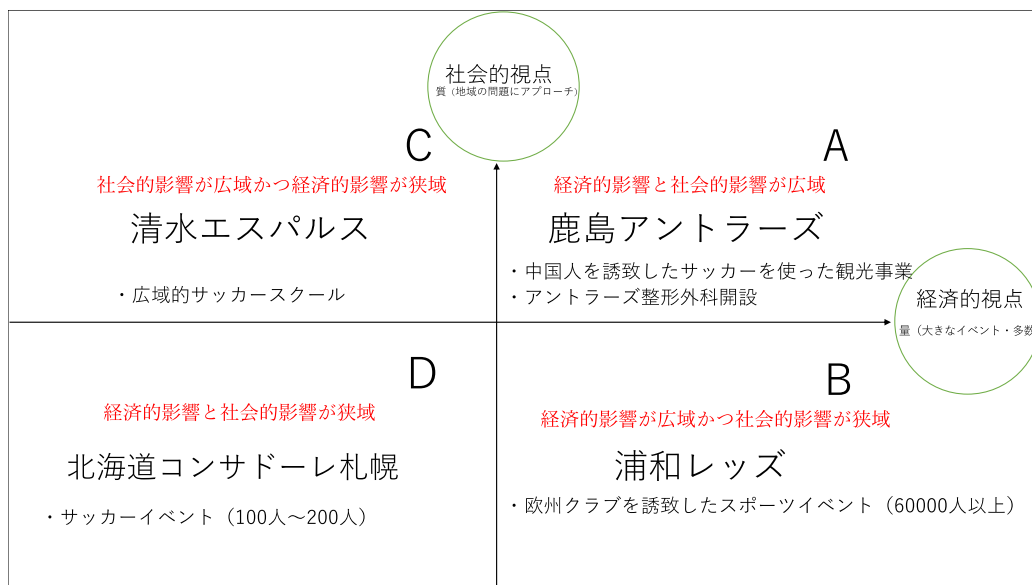
浦和レッズの取り組みは、「経済的な視点から、スタジアムや総合型スポーツ施設を利用して、サッカーのイベントを恒常的に行うことや、欧州チームを誘致して大規模なイベントを行なっている」ことがわかる。図表1に浦和レッズを適用して検討すると、経済性つまり「地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、または特定の組織による経営面からの量的な経済的影響」が広域、社会性つまり「地域住民に対する地域問題に解決を図るなど質的な社会的影響」が狭域であるタイプBと解釈できる。北海道コンサドーレ札幌の取り組みは、「経済的・社会的視点は薄く、総合型スポーツ施設がなく、サッカーを通じた不定期のイベントを行なっている」ことがわかる。図表1に北海道コンサドーレ札幌を適用して検討すると、経済性つまり「地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、または特定の組織による経営面からの量的な影響」が狭域、社会性つまり「地域住民に対する地域問題に解決を図るなど質的な影響」が狭域のタイプDである解釈できる。鹿島アントラーズの取り組みは、「経済的・社会的視点から、サッカーを通じた観光事業により海外から人を招きいれている。また、その地域の問題に対しての取り組みも行なっている」ことがわかる。図表1に鹿島アントラーズを適用して検討すると、経済性つまり「地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、または特定の組織による経営面からの量的な影響」が広域、社会性つまり「地域住民に対する地域問題に解決を図るなど質的な影響」が広域であるタイプAと解釈できる。清水エスパルスの取り組みは、「社会的視点から旧清水市がサッカーのまちであったことからサッカースクールの展開など地域住民に対する貢献を行なって静岡市と提携していることがわかる。図表1に清水エスパルスを適用して検討すると、社会性つまり「地域住民に対する地域問題に解決を図るなど質的な影響」が広域、経済性つまり「地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、または特定の組織による経営面からの量的な影響」が狭域であるタイプCと解釈できる。

---

<sup>180</sup> 静岡市観光ガイド『エスパルスドリームプラザ』  
(<https://www.surugawan.net/guide/163.html>) 2023年10月10日閲覧

<sup>181</sup> 静岡市観光ガイド同前資料

<sup>182</sup> 静岡市観光ガイド同前資料



図表 4

資料：筆者作成

なお、地域活性化の取り組みについて、図表4の「タイプAとタイプBの範囲は、地域活性化の内容が原田の考えと一致することから、競争戦略の観点からJリーグの地域密着を捉えている」と解釈できる。一方で、図表4の「タイプAとタイプCの範囲は、地域活性化の内容が竹中の考えと一致することから、ソーシャルビジネスの観点からJリーグの地域密着を捉えている」と解釈できる。図表4の「タイプAについては、原田説と竹中説を合わせた取り組みをしている」と解釈できる。図表4の「タイプDにおいては、原田説と竹中説の両方の範囲に入らない取り組みをしている」と解釈できる。図表4のタイプCとタイプDは、取り組み内容が社会的な取り組みでも、地域の問題にアプローチして行っているか行っていないかで判別することができる。また、図表4のタイプBとタイプDは、取り組み内容が限定された地域的に狭い範囲か地域的に広い範囲で大きなイベントかつ多数のイベントで判別することができる。つまり、浦和レッズは、欧州チーム誘致して取り組みをしてことから、地域的に広い範囲で取り組みを行っている。北海道コンサドーレ札幌の取り組みは、札幌市でのスポーツイベントであることから地域的に狭い範囲で行っている。

なぜ、Jクラブ・チームによって、このような地域活性化の取り組みに違いが生まれるのか。それらは、どのような基準で分けることができるのか。そこで、以下、Jリーグファンが関係する「地域人口」とチーム経営に必要な「資金力」に注目して考察する。

#### (1) 「ホームタウン人口」と「資金力」マトリクス

##### ①ホームタウン人口

人口については、「Jクラブの本拠地を『ホームタウン』」<sup>183</sup>をもとに考察する。ホームタウンは、それらの地域にスタジアムがあり、身近に試合観戦ができることからファン形成しやすいと考えた。そして、「ホームタウン」<sup>184</sup>をベースに、そのチームが地域名としている人口を示す。それを「ホームタウン人口」として捉えることとした。ホームタウン人口を全域などと考えると、大都市では観客の移動が容易であるが、地

<sup>183</sup> 公益社団法人日本プロサッカーリーグ「ホームタウン」『Jリーグホームページ』  
(<https://about.j-league.jp/corporate/about/j/hometown/>) 2023年8月24日閲覧

<sup>184</sup> 日本プロサッカーリーグ同前資料

方では、交通アクセスが悪いことから、移動が困難である。つまり、Jリーグの「ホームタウン人口」については、チーム名に入っている地域名を対象に国勢調査のデータにより人口を考察することとした。そこで、前述の4チームに示したホームタウン人口を示すと次のとおりである。

浦和レッズは、ホームタウンを「さいたま市」<sup>185</sup>としている。埼玉県さいたま市の人口は「1,324,025」<sup>186</sup>人である。つまり、浦和レッズのホームタウン人口は1,324,025人である。北海道コンサドーレ札幌は、ホームタウンを「札幌市を中心とする北海道」<sup>187</sup>としている。北海道札幌市の人口は「1,973,395」<sup>188</sup>人である。つまり北海道コンサドーレ札幌のホームタウン人口は、1,973,395人である。鹿島アントラーズは、ホームタウンを「鹿嶋市、潮来市、神栖市、行方市、銚田市」<sup>189</sup>としている。鹿嶋市「66,950」<sup>190</sup>人、潮来市「27,604」<sup>191</sup>人、神栖市「95,454」<sup>192</sup>人、行方市「32,185」<sup>193</sup>人、銚田市「45,953」<sup>194</sup>人を合わせると「268,146」人である。しかし、鹿島アントラーズが拠点としている地域は、鹿嶋市であることから鹿嶋市だけで考える。つまり、鹿島アントラーズのホームタウン人口は66,950人である。清水エスパルスは、ホームタウンを「静岡市」<sup>195</sup>としている。静岡市の人口は「693,389」<sup>196</sup>人である。つまり、清水エスパルスのホームタウン人口は、693,389人である。

## ②資金力

資産力については、「Jリーグ決算表の資産の部 合計」<sup>197</sup>を元に考察した。4チームの資産の部合計を示すと次のとおりである。

浦和レッズの資金力は、「2,875百万円」<sup>198</sup>である。北海道コンサドーレ札幌の資金力は、「1,953百万円」<sup>199</sup>である。鹿島アントラーズの資金力は、「4,936百万円」<sup>200</sup>である。清水エスパルスの資金力は、「1,353百万円」<sup>201</sup>である。

## (2) 地域活性化モデル

次に、ホームタウン人口と資金力の2つの指標により、図表4の区分のモデル化を試みる。

<sup>185</sup> 公益社団法人日本プロサッカーリーグ「Jリーグホームタウン」『Jリーグホームページ』  
([https://about.j.league.jp/corporate/aboutj/club\\_detail/](https://about.j.league.jp/corporate/aboutj/club_detail/))2023年10月10日閲覧

<sup>186</sup> 国勢調査「都道府県・市区町村別の主な結果」『e-Stat ホームページ』([https://www.e-stat.go.jp/stat-](https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200521&tstat=000001049104&cycle=0&tclass1=0000)

[search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200521&tstat=000001049104&cycle=0&tclass1=000001049105&tclass2val=0](https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200521&tstat=000001049104&cycle=0&tclass1=000001049105&tclass2val=0)) 2023年8月24日閲覧

<sup>187</sup> 日本プロサッカーリーグJリーグホームタウン同前資料

<sup>188</sup> 国勢調査同前資料

<sup>189</sup> 日本プロサッカーリーグJリーグホームタウン同前資料

<sup>190</sup> 国勢調査同前資料

<sup>191</sup> 国勢調査同前資料

<sup>192</sup> 国勢調査同前資料

<sup>193</sup> 国勢調査同前資料

<sup>194</sup> 国勢調査同前資料

<sup>195</sup> 日本プロサッカーリーグJリーグホームタウン同前資料

<sup>196</sup> 国勢調査同前資料

<sup>197</sup> Jリーグ「2021年度J1クラブ決算一覧」『Jリーグホームページ』

([https://about.j.league.jp/corporate/wp-content/themes/j\\_corp/assets/pdf/club-r3kaiji\\_1\\_20220728.pdf](https://about.j.league.jp/corporate/wp-content/themes/j_corp/assets/pdf/club-r3kaiji_1_20220728.pdf))2023年1月24日15時30分閲覧、資産の部合計数値

<sup>198</sup> 2021年JリーグJ1クラブ決算表同前資料

<sup>199</sup> 2021年JリーグJ1クラブ決算表同前資料

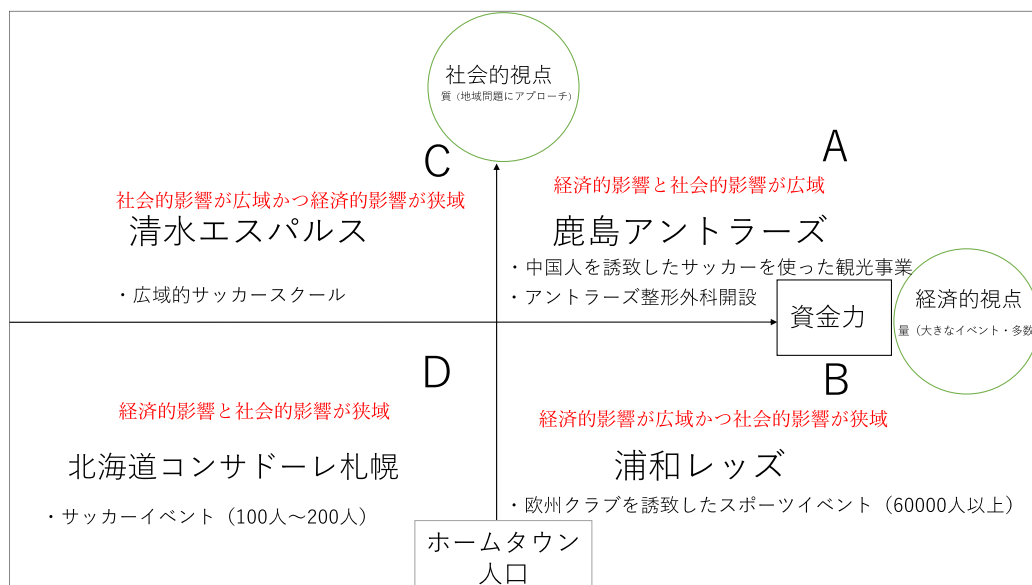
<sup>200</sup> 2021年JリーグJ1クラブ決算表同前資料

<sup>201</sup> 2021年JリーグJ1クラブ決算表同前資料

まず、ホームタウン人口について考えると、ファンの獲得が容易な大都市地域では社会的影響を発揮する必要性が低く、ファンを獲得が難しい地方都市では社会的影響を発揮する必要性が高い。したがって、図表4のタイプBとタイプDはホームタウン人口が多く、図表4タイプAとタイプCではホームタウン人口が少ないと考えられる。次に、資金力について考えると、資金力が大きいチームでは経済的影響を発揮することが容易であり、資金力が小さいチームでは経済的影響を発揮することが難しい。したがって、図表4のタイプAとタイプB資金力が大きく、タイプCとタイプDは資金力が小さいと考えられる。

なお、図表4のABCDを区分する、検討すると次のとおりになる。ホームタウン人口については、取り組み内容から実際の数値を適用して検討すると、100万人以上か未満かで区分できることがわかる。資金力については、2021年J1リーグの「Jリーグ資産の部 合計」の数値を適用して検討する。また、資金力については、取り組み内容から実際の数値を適用して検討すると、2000百万円上か未満かで区分できることがわかる。2021年はコロナ禍の影響で、2021年の決算だけでは判断しづらい。そこで、コロナ禍前のJリーグの2019年の決算のデータから見てみると、2019年と2021年の「Jリーグ決算表の資産の部 合計」の差異が小さいため、2021年の「Jリーグ決算表資産の部 合計」とした。実際の数値を適用して検討すると、2000百万円以上か未満かで区分できることがわかる。

この数値を実際に図表5に適用してみたところタイプAとタイプB、タイプC、タイプDの区分により地域活性化の内容が異なることを発見した。これらの区分がすべてのJクラブ・チームの地域活性化の内容を説明できるのであれば、これから生まれる新しいJクラブ・チームの地域活性化の可能性を探ることができる。そして、このホームタウン人口と資金力で示したマトリクスを「地域活性化モデル」とする。



図表5

資料：筆者作成

図表5は、「地域活性化モデル」である。地域活性化の取り組み内容によってグループ分けをすることができる。そして、ホームタウン人口100万人と資金力2000万円による区分を行うことで、各象限の地域活性化の取り組み方が異なることを示すことができる。

図表5のタイプAとタイプBは経営学の立場から地域活性化を見たものであり、原田説と一致する。図表5タイプAとタイプCは、社会学の立場から地域活性化を見たもの

であり、竹中説と一致する。次に、地域活性化モデルのA～Dのタイプの特徴を確認する。

第一に、図表5のタイプAを見てみると、「ホームタウン人口が少なく資金力が多い。したがって、経済的影響と社会的影響が広域である取り組みを行なっている」と解釈できる。例えば、鹿島アントラーズは、多数の中国人観光客を広く鹿島と周辺地域に誘致して、経済的効果を高めている。また、スタジアムの隣に整形外科を設け、広く鹿嶋市とその周辺の地域住民の医療に貢献をしている。

第二に、図表5のBタイプを見てみると、「ホームタウン人口と資金力が多い。したがって、経済的影響が広域かつ社会的影響が狭域である取り組みを行なっている」と解釈できる。例えば、浦和レッズは、欧州クラブ誘致をして、経済的効果を高めている。

第三に、図表5のCタイプを見てみると、「ホームタウン人口と資金力が少ない。したがって、社会的影響が広域かつ経済的影響が狭域である取り組みを行なっている」と解釈できる。例えば、清水エスパルスは、広く静岡市とその周辺の地域住民にサッカースクールを展開、ボランティア活動をしている。

第四の図表5のDタイプを見てみると、「ホームタウン人口が多く、資金力が少ない。したがって、経済的影響と社会的影響が狭域である取り組みを行なっている」と解釈できる。例えば、北海道コンサドーレ札幌は、札幌市民にスポーツイベントを行い貢献している。

なお、浦和レッズと北海道コンサドーレ札幌の取り組みに対して、規模の大きさが違うことから区分できると解釈した。ただ、北海道コンサドーレ札幌は、大都市地域のチームである。また、東南アジアにはアプローチしていることから今後の取り組み次第で、図表5のタイプBに入れる可能性は大いにある。

地域活性化モデルは、ホームタウン人口と資金力によって取り組み内容が変わるとの仮説が立てられる。ただ、4チームの調査だけでは単にサンプル調査になる可能性があり、必ずしも全体の傾向を表すとは言えない。そこで、Jクラブ・57チームのホームタウン人口と資金力により区分して示す。

### (3) Jクラブ・57チームのホームタウン人口と資金力

Jクラブ・57チームのホームタウン人口と資金力は、次の通りである。

チーム名	人口と資金	ホームタウン人口 (人)	資金力 (百万円)
北海道コンサドーレ札幌		1,973,395	1,953
ヴァンラーレ八戸		223,415	297
いわてグルージャ盛岡		289,731	143
ベガルタ仙台		1,096,704	1,195
ブラウブリック秋田		307,672	295
モンテディオ山形		247,590	889
福島ユナイテッドFC		282,693	135
鹿島アントラーズ		66,950	4,936
水戸ホーリーホック		270,685	525
栃木SC		155,549	484
ザスパクサツ群馬		332,149	234
浦和レッズ		1,324,025	2,875
大宮アルディージャ		1,324,025	1,144
ジェフユナイテッド千葉		974,951	2,080
柏レイソル		426,468	2,168
FC東京		14,047,594	1,930
東京ヴェルディ		14,047,594	393
FC町田ゼルビア		431,079 (14,047,594)	1,117
川崎フロンターレ		1,538,262	4,294
横浜FM		3,777,491	2,072
横浜FC		3,777,491	1,041
YSCC 横浜		3,777,491	90
湘南ベルマーレ		223,705	1,276
SC相模原		725,493	214
ヴァンフォーレ甲府		189,591	751
松本山雅FC		241,145	1,244
AC長野パルセイロ		241,145	205
アルビレックス新潟		789,275	2,128
カターレ富山		413,938	217
ツエーゲン金沢		463,254	347
清水エスパルス		693,389	1,353
ジュビロ磐田		166,672	1,615
藤枝MYFC		141,342	101
アスルクラロ沼津		189,386	231

図表6

資料：(国勢調査「都道府県・市区町村別の主な結果」『e-Stat ホームページ』) (<https://www.e-stat.go.jp/stat->

search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200521&tstat=000001049104&cycle=0&tclass1=00001049105&tclass2val=0) 2023年10月10日閲覧日)と  
 (公益社団法人日本プロサッカーリーグ「Jリーグホームタウン」『Jリーグホームページ』  
 (https://about.j.league.jp/corporate/aboutj/club\_detail/)2023年10月10日閲覧)と  
 (Jリーグ「2021年度J1クラブ決算一覧」『Jリーグホームページ』  
 (https://about.j.league.jp/corporate/wp-content/themes/j\_corp/assets/pdf/club-r3kaiji\_1\_20220728.pdf)2023年1月24日15時30分閲覧、資産の部合計数値)と  
 (Jリーグ「2021年度J2クラブ決算一覧」『Jリーグホームページ』  
 (https://about.j.league.jp/corporate/wp-content/themes/j\_corp/assets/pdf/club-r3kaiji\_1\_20220728.pdf)2023年7月15日12時50分閲覧、資産の部合計数値)と  
 (Jリーグ「2021年度J3クラブ決算一覧」『Jリーグホームページ』  
 (https://about.j.league.jp/corporate/wp-content/themes/j\_corp/assets/pdf/club-r3kaiji\_1\_20220728.pdf)2023年7月15日14時35分閲覧、資産の部合計数値)の内容を筆者が図表化した。

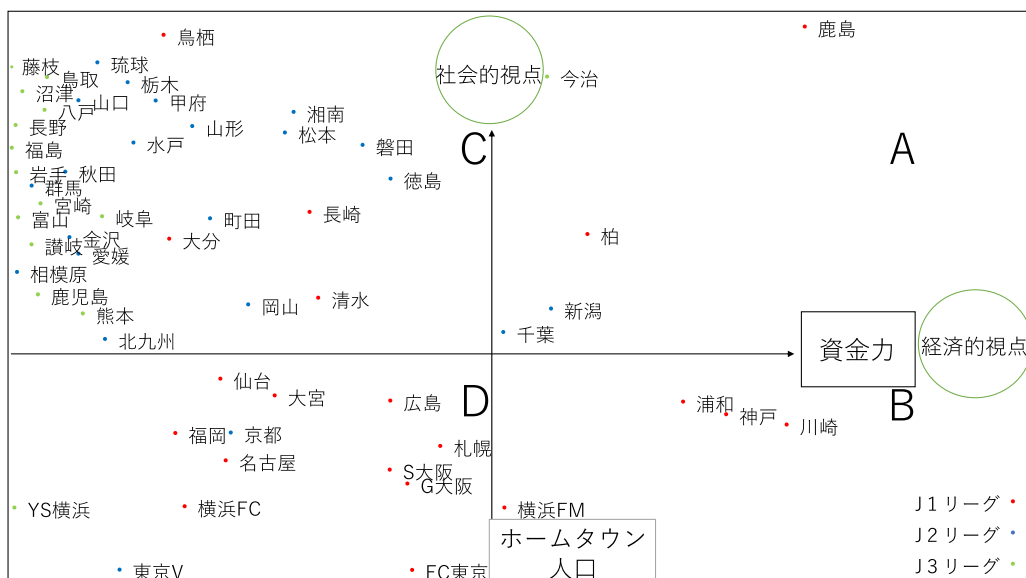
チーム名	ホームタウン人口 (人)	資金力 (百万円)
名古屋グランパス	2,332,176	1,498
FC岐阜	402,557	372
京都サンガ	1,463,723	1,007
ガンバ大阪	385,567(2,752,412)	1,859
セレッソ大阪	2,752,412	1,822
ヴィッセル神戸	1,525,152	3,560
ガンナレ鳥取	188,465	297
ファジアーノ岡山	724,691	1,097
サンフレッチェ広島	1,200,754	1,785
レノファ山口	193,966	302
カマタマーレ讃岐	417,496	165
徳島ヴォルティス	252,391	1,767
愛媛FC	511,192	346
FC今治	151,672	2,064
アビスパ福岡	1,612,392	954
ギラヴァンツ北九州	939,029	385
サガン鳥栖	74,196	877
V・ファーレン長崎	409,118	1,497
ロアッソ熊本	738,865	305
大分トリニータ	475,614	700
テゲバジャーロ宮崎	401,339	276
鹿児島ユナイテッドFC	593,128	293
FC琉球	142,752	377

図表 7

資料：(国勢調査同前資料)、(日本プロサッカーリーグJリーグホームタウン同前資料)、(2021年JリーグJ1クラブ決算表同前資料)、(2021年JリーグJ2クラブ決算表同前資料)、(2021年JリーグJ3クラブ決算表同前資料)の内容を筆者が図表化した。

#### (4) 地域活性化モデル

Jクラブ・57チームの地域活性化モデルに適用してみると、以下のとおりとなる。なお、各チームのホームタウン人口と資金力により分け、プロットを行った。



図表 8

資料：筆者作成

図表 8 は「地域活性化モデル」である。Jクラブ・57 チームからホームタウン人口と資金力をまとめたものである。なお、J1、J2、J3 を区別するために、色分けを行った。

なお、地域活性化モデルは、ホームタウン人口と資金力によるプロットを行ったが、経済的視点・社会的視点の区分については、推測である。そこで、実際の取り組み内容を確認して、地域活性化モデルが区分を説明できるかを検討する必要がある。

以下、Jリーグが出している調査データにより、Jクラブ・57 チームの取り組み内容を経済的視点と社会的視点により区分して示す。

#### (5) Jクラブ・57 チームの取り組み内容

次の図表 9 と図表 10 は、Jクラブ・57 チームの「取り組み内容」である。そして、Jリーグクラブ 57 チームの取り組み内容を経済的視点と社会的視点に区分し、前図 A~D に適用し、表の右欄に記入した。取り組み内容を以下の通りになる。その上で 57 チームの取り組み内容を A~D を検証する。

北海道コンサドーレ札幌と鹿島アントラーズの取り組みにおいては、インタビュー調査から入手した取り組みを入れている。

なお、取り組みのパーセンテージにおいては、グラフを見て確認したことから、おおよその数値となっている。また、パーセンテージは、Jクラブ・チームがどの部分にウエイト置いているかを確認するため、図表に示したことから地域活性化の取り組み内容には適用していない。



チーム名	取り組み	サッカーの普及	地域スポーツ振興	行政への協力	ファンづくり・エンゲージメント醸成	多様性・多文化理解	まちづくり	介護予防・健康増進	環境保護教育	震災復興・防災	その他	地域活性化の取り組み内容 (A) (B) (C) (D)	
全体		18.7	20.2	7.3	12.7	2.2	7.5	13.8	1.8	11.8	0.5	3.5	プロサッカー選手がCMに出演 (D)
北海道コンサドーレ札幌		16	9	10	6	1	10	4	2	21	0.125	20.875	職業体験・商品化 (C)
ヴァンラーレ八戸		59	13	2	13	0	9	0	0	2	0	2	ホワイトルーフプロジェクト (C)
いわてグルージャ盛岡		39	1	8	17	0	12	0	20	1	0	2	新しい名物開発プロジェクト (D)
ベガルタ仙台		21	10	3	4	3	11	5	0	24	14	0	SDGsプロジェクト (C)
アワフワフワ秋田		12	20	0	1	0.125	2,875	9	0	31	0	24	高校生マーケティング探求 (C)
モンテディオ山形		29	30	8	12	0	2	0	2	17	0	0	サッカーイベント (C)
福島ユナイテッドFC		28	29	1	3	0.5	8.5	19	3	8	0	0	アントラーズホームタウンDMO医療センター (A)
鹿島アントラーズ		32	5	8	24	0	10	2	2	17	0	0	新しいフワフワを子どもたちからPJ (C)
水戸ホーリーホック		20	18	33	13	0	15	1	0	0	0	0	ツナガルプロジェクト (C)
栃木SC		12	11	11	25.5	2.5	15	2	0.5	15	3.5	2	スポーツイベント (C)
サスバクサツ群馬		3	2	19	40	4	0	16	0	16	0	0	Paris Saint-Germainとの親善試合 (B)
浦和レッズ		15	18	1	34	1	7	15	0	9	0	0	サッカー教室・子ども発達支援 (D)
大宮アルディージャ		31	29	15	4.5	1.5	16	2	2	0	1	0	フットボール大会 (C)
シエフユナイテッド千葉		27	32	3	0	9	14	5.5	9	4	0	0.5	学校訪問レインソルしま専科 (C)
柏レイソル		16	0	0	0	0	0	0	0	56	0	28	地域とつなぐ青赤ストリート (D)
FC東京		47	6	8	0.5	0.125	14	2.5	2,875	14	1	9	選手によるお米づくり体験会 (D)
東京ヴェルディ		2	40	9	7	2.5	3	4	0	13.5	0.5	0	子ども学習環境をアシスト (C)
FC町田ゼルビア		9	13	10	15	0.5	20	4	2	29	0.125	1,375	FC Bayern Munichとの親善試合 (B)
川崎フロンターレ		18	2	2	2	1	13	57	0	3	0.125	1,875	Manchester Cityとの親善試合 (B)
横浜FM		10	42	9	6	4	2	21	2	2.5	1.5	0	コンポストが地域の絆をつなげた横浜FOD
横浜FC		16	2	3	35	3.5	13.5	2.5	0.5	21	0	3	健康講座 (D)
YSCC 横浜		7	0.125	0	0	49.875	1	42	0	0	0	0	小児がん支援の輪 (C)
湘南ベルマーレ		12	39	0.125	2,875	1	3	22	1	17	0.125	1,875	地域の先生プロジェクト (C)
SC相模原		27	5	3	3	0.0625	2,937.5	21	2	31	1	4	就労支援施設とのタグ製作 (C)
アビスパ福岡		8	5	18	18	1	19	12	3	6	0.0625	9,937.5	ママサポ企画実施 (C)
松本山雅FC		18	33	18	14	2	3	6	0.5	4	1.5	0	ホールで体験 (C)
AC長野パルセイロ		28	21	7	33	0	2	7,875	0.125	1	0	0	病院ビューイング (C)
アルビレックス新潟		25	23	11	20	1.5	9.5	3	4	2	0.125	0.875	カタール食農プロジェクト (C)
カターレ富山		49	13	5	5	3	6	2	7	8	0.0625	1,937.5	石川県を子どもの幸福度No.1に！ (C)
ツエーゲン金沢		30	0.5	2.5	12	0.125	6,875	26	6	10	0.0625	5,937.5	エスパルスエコチャレンジ2025 (C)
清水エスパルス		20.5	22.5	24	13	0.5	3	4.5	0.5	8	1	0.5	お花で笑顔に！ (C)
ジェフユナイテッド千葉		8	29	4	28	0.5	3,875	25.5	0.0625	4	0	0.0625	やいす ふっとさる かっぶ (C)
藤枝MYFC		12	7	16.5	23.5	1	18	2.5	0.5	10	3	3	エコキャップ回収プロジェクト (C)
アスルクラロ沼津		13	40	0	4	21	1.5	1.5	0	18	1	0	

図表 9

資料：(公益社団法人日本プロサッカーリーグ「Jリーグホームタウン活動調査」『Jリーグホームページ』(https://about.j.league.jp/corporate/wp-content/themes/j\_corp/assets/pdf/hometown/2022-hometown2.pdf) 2023年8月24日閲覧)と(URAWARDS OFFICIAL WEBSITE「クラブインフォメーション」(https://www.urawareds.co.jp/clubinfo/186804/) 2023年7月15日閲覧)と(KAWASAKIFRONTALE OFFICIAL WEBSITE「ゲーム記録」)(https://www.frontale.co.jp/goto\_game/2023/japantour/01.html) 2023年8月10日閲覧)の内容を筆者が図表化した。

チーム名	取り組み	サッカーの普及	地域スポーツ振興	行政への協力	ファンづくり・エンゲージメント醸成	多様性・多文化理解	まちづくり	介護予防・健康増進	環境保護教育	震災復興	その他	地域活性化の取り組み内容 (A) (B) (C) (D)	
名古屋グランパス		27	8	13	26	0.5	3.5	10	8.5	2.5	0.125	0.875	在留ブラジル人の子どものお仕事体験 (D)
FC岐阜		22	36	0.0625	13	3	14,937.5	7,968.75	3	0.03125	0	0	バラスポーツにかかる取り組み (C)
京都サンガ		19	13	18	7	3	3	0.5	0.5	27	0	3	はあとふるサンガ (D)
ガンバ大阪		27	4	4	12	0.5	1.5	23,875	3	25	0	0.125	児童養護施設サッカー教室 (D)
セレッソ大阪		8	13	30	22	3	4	9	0.0625	9	1,937.5	0	青少年育成への寄付へ (D)
ヴィッセル神戸		18	2	33	9	0	14	8	2	8	4	2	FC Barcelonaとの親善試合 (B)
ガンバ大阪		5	68	0	0	0	10	4	0.5	11	1.5	0	20年続けてつなげた2つのチャレンジ (C)
アビスパ福岡		35	2	5	9,937.5	2	2	1,937.5	0.0625	42	0.0625	0	学生連携チャレンジ (C)
サンフレッチェ広島		19	16	12	25	11	11	4	0.9375	1	0.0625	0	ぶち勢大作戦 (D)
レノファ山口		9	11	8	33	1.5	10	8	0.5	14	0	3	ALSアクションデー (C)
カマタマーレ讃岐		59	6	5	10.5	0	1.5	4	4	6	0	4	余剰食品を集め支援へ (C)
徳島ヴォルティス		17	22	19	3	0.5	10	10.5	0	18	0	0	ヴォルティスコアリングプログラム (C)
愛媛FC		21	15	4	45	4	4	0	5	2	0	0	SDGsデー (C)
FC今治		15	37	0.125	3,875	3	1	1	11	17	0	0	環境教育の子の寄贈 (C)
アビスパ福岡		22	20	11	6	4	1,875	19	0.125	20	0	0	サッカーを愛した共生社会の創出 (D)
エフエフFC		4	17	7	8	2	19	13	10,875	17	2,125	0	オリビエプロジェクト (C)
サガン鳥栖		7	7	5	26	3	24	0.5	1,375	24	0	2,125	サガン鳥栖ユニフォームでエコバッグを作ろう (C)
V・ファーレン長崎		14	5	9	20	9	26	0	7	9.5	0.5	0	長崎の海を学んで、守って、特産品食べよう (C)
ロアッソ熊本		19	4	15	10	1.5	10.5	8	6	22	1.5	2.5	熊本の生物多様性はロアッソが守る (C)
大分トリニータ		28	50	0	0.5	4.5	0.5	4	4	0.125	0	8,375	古着deフクテン (C)
デゲバジャロ宮崎		40	38	4	4	1	8	0	0	3	0.0625	1,937.5	愛あるごはんを届けよう！ (C)
鹿児島ユナイテッドFC		0	19	20	1.5	2	8	0.5	9	40	0	0	喜びはいるまちのユナイテッドFC (C)
FC琉球		31	32	1	34,937.5	0	0.0625	0	0	1	0	0	県産品と子ども支援プロジェクト (C)

図表 10

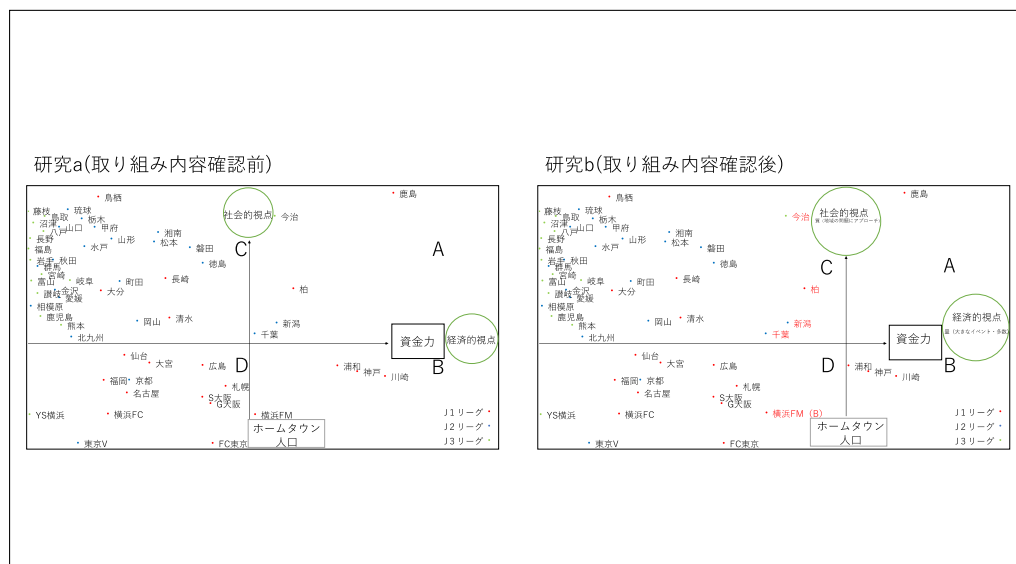
資料：(Jリーグホームタウン活動同前資料)と(WISSEL KOBE「試合情報」(https://www.wisselkobe.co.jp/match/game/?gid=2023777050120230606&type=photo) 2023年8月19日閲覧)の内容を筆者が図表化した。

図表 9 と図表 10 の Jクラブ・チームの取り組みの現状を見ると、その地域状況により、地域活性化へのアプローチの仕方が異なることがわかる。また、新型コロナウイルス

ス禍の影響があり、「持続可能な社会目指し、地域密着を図っているチームが増えてきている」ことがわかる。

しかし、新型コロナウイルス禍の影響があるにも関わらず 2022 年、2023 年に欧州チームを誘致しているチームがある。つまり、取り組み内容が図表 8 のタイプ B に当てはまるチームが 3 つある。第一に、浦和レッズは、2022 年に「Paris Saint-Germain」<sup>202</sup> を日本に招待し、親善試合を行った。第二に、ヴィッセル神戸は、2023 年 6 月 6 日に「FC Barcelona」<sup>203</sup> を日本に招待し、親善試合を行った。第三に、川崎フロンターレは、2023 年 7 月 29 日にドイツ王者である「FC Bayern Munich」<sup>204</sup> を日本に招待し、親善試合を行った。これらは、ホームタウン人口と資金力が多いからこそ行える取り組みである。つまり、ここでも前述の「地域活性化モデル」の有効性が示される。

しかし、前述の地域活性化モデルにもとづく「ホームタウン人口」と「資金力」による区分＝「取り組み内容確認前」と「取り組み内容」による区分＝「取り組み内容確認後」を比べると A～D の区分に一致しないチームがあることがわかる。つまり、地域活性化モデルで示した資金力の線を右にずらすことで A～D の区分が一致する。これらを示したものが図表 11 である。



図表 11

資料：筆者作成

図表 11 の研究 b の資金力については、取り組み内容から実際の数値を適用して検討すると、2800 百万円以上か未満かで区分できることがわかる。前述の地域活性化モデルで示した資金力を 2000 百万円から 2800 百万円に変更することにより、「新たな地域活性化モデル」が適用できることがわかる。

J クラブ・57 チームの取り組み内容は、図表 11 の研究 b の「新たな地域活性化モデル」によって A～D の区分が判断できる。つまり、図表 11 の研究 a では「今治 FC、柏

<sup>202</sup> URAWAREDS OFFICIAL WEBSITE 「クラブインフォメーション」 (<https://www.urawareds.co.jp/clubinfo/186804/>) 2023 年 7 月 15 日閲覧

<sup>203</sup> VISSSEL KOBE 「試合情報」

(<https://www.visselkobe.co.jp/match/game/?gid=20237777050120230606&type=photo>) 2023 年 8 月 19 日閲覧

<sup>204</sup> KAWASAKIFRONTALE OFFICIAL WEBSITE 「ゲーム記録」)

([https://www.frontale.co.jp/goto\\_game/2023/japantour/01.html](https://www.frontale.co.jp/goto_game/2023/japantour/01.html)) 2023 年 8 月 10 日閲覧

レイソル、アルビレックス新潟、ジェフユナイテッド千葉」は、ホームタウン人口と資金力の区分より、タイプ A に入ると思われていたが、実際の取り組み内容を確認すると、それらは、社会的取り組みのみを行っており、タイプ A ではなくタイプ C に入る。しかし、横浜 FM は、ホームタウン人口と資金力の区分より、タイプ D に入ると思われていたが、実際の取り組み内容を確認すると、それらは、経済的取り組みのみを行っており、タイプ D ではなくタイプ B に入る。そのため、図表 11 では、「横浜 FM (B)」と表示した。これは、本来ホームタウン人口と資金力が多いからこそ行える取り組みであるが、横浜 MF の資金力は 2800 百万円には達していない。それでも横浜 FM がタイプ B の取り組みができる理由は、次のとおりである。

横浜 FM は、2022/2023 シーズン欧州王者「Manchester City」<sup>205</sup>と日本で唯一「OFFICIAL GLOBAL PARTNER」<sup>206</sup>を結んでいる。写真 4 のとおり「Manchester City」<sup>207</sup>を日本に招待し、親善試合を行った。親善試合の「入場者数は、61,618 人」<sup>208</sup>であった。



写真 4

資料：2023 年 7 月 23 日 GANASSA 合同会社経理担当者撮影

写真 4 は、日本に来日した「Manchester City」<sup>209</sup>が横浜 FM との親善試合を行った時のものである。

つまり、横浜 FM は、経済性つまり「地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、または特定の組織による経営面からの量的な経済的影響」が広域、社会性つまり「地域住民に対する地域問題に解決を図るなど質的な社会的影響」が狭域であるタイプ B と解釈できる。

ここで、「GANASSA 合同会社」とは、「2016 年に日本で創業したガナッサはアジア 3 か国にオフィスを展開し、アジア、欧州、南米の幅広い地域に拠点を置く編集者たちとともに世界各国で活動」<sup>210</sup>をしていると説いている。そして、「コンテンツの作成とローカライゼーションを専門分野とし、アジアとその他の地域との橋渡しにおける先駆者

<sup>205</sup> Manchester City WebSite 『Manchester City ホームページ』 (<https://www.mancity.com>) 2023 年 11 月 17 日閲覧

<sup>206</sup> Yokohama F・Marinos Website (<https://www.f-marinos.com/en/news/detail/2022-08-16/01.php>) 2023 年 11 月 27 日閲覧

<sup>207</sup> Manchester City 同前資料

<sup>208</sup> Yokohama F・Marinos Website 『試合データ』 (<https://www.f-marinos.com/matches/20230723/matchdata>) 2023 年 11 月 28 日閲覧

<sup>209</sup> Manchester City 同前資料

<sup>210</sup> GANASSA 合同会社 『ガナッサ合同会社ホームページ』 (<https://www.ganassa.jp/ja/>) 2023 年 9 月 1 日閲覧

となっているガナッサは、クライアントが世界中でファンを獲得する手助け」<sup>211</sup>を行っている」と主張する。また、「サッカーを通じて世界中と繋がっており、それはサッカー界のトップ組織（FIFA、UEFA、マンチェスター・シティ、ボルシア・ドルトムント、ユヴェントスなど）がクライアントであること、またサッカー界の重要なパートナー（新浪微博、Twitter、OneFootball、スポーツナビ、Bundled、WFS）と協力関係を築いている」<sup>212</sup>と説いている。

## 5. Jリーグのまとめ

新たな地域活性化モデルにより、ホームタウン人口と資金力によって、Jクラブ・57チームのうち56チームの地域活性化の取り組み内容を、経済的視点と社会的視点に区分することができることがわかった。さらに、それらの原田説または竹中説によって取り組み内容を説明できることがわかる。

図表11のタイプAを見てみると、ホームタウン人口が少なく資金力が多い。したがって、経済的影響と社会的影響が広域の取り組みを行なっている。

図表11のタイプBを見てみると、ホームタウン人口と資金力が多い。したがって、経済的影響が広域かつ社会的影響が狭域の取り組みを行なっている。

図表11のタイプCを見てみると、ホームタウン人口と資金力が少ない。したがって、社会的影響が広域かつ経済的影響が狭域の取り組みを行なっている。

図表11のタイプDを見てみると、ホームタウン人口が多く、資金力が少ない。したがって、経済的影響と社会的影響が狭域の取り組みを行なっている。

ホームタウン人口と資金力によって、Jクラブ・チームの地域活性化の取り組み内容が異なることがわかった。さらに、図表11からJリーグのチームの地域活性化の取り組みは、社会的影響が広域かつ経済的影響が狭域の取り組みを行うチームが圧倒的に多いことがわかる。実際のJクラブ・チームにおいて、どのようにマネジメントが行われているだろうか。

そこで、Jリーグのスポーツマネジメントについて、Jリーグの女子チーム（ナデシコ・リーグ）である大和シルフィード株式会社代表取締役社長・Jリーグ社連理事の大多和亮介氏にインタビュー調査を行った。

### (1) Jリーグの（Jリーグのスポーツマネジメント）地域活性化策についてのインタビュー調査結果

第一に、「企業経営とスポーツ経営の違いは何か」について尋ねた。大多和社長は、「基本の経営の仕方は同じだが、スポーツ経営には勝敗が存在する」点が違うと説明する。また、「スポーツ経営には、どのように選手をコントロールするかなど、人を扱う不確実性がある。現在ある人材を活用するなどアセットを使って勝っていくことが重要である」と主張している。

第二に、「Jリーグによる地域貢献をどのように行ったらよいか」について尋ねた。大多和社長は「Jリーグ発足当初は、地域密着を行うことで地域活性化を図ってきた。しかし、現在は、地域活性化策では『ファンを増やす』という理想には限界がある」と主張している。また、地域活性化策によって「ファンの人数を多くすることはできたが、これから更に増やすことはできない」と主張している。大多和社長は、Jリーグクラブについて「以前まではクラブが地域活性化をしてきたが、これからは地域がクラブを支えることが重要である」としている。

第三に、「Jクラブ・チーム」について尋ねた。大多和社長は「一過性の『消費者』を増やすのではなく、ファンを作ること重要である」と主張している。その意味は、「W杯やオリンピックなどでの活躍を通じて、一時的なブームに乗って試合を見る人は

<sup>211</sup> GANASSA 合同会社合同会社同前資料

<sup>212</sup> GANASSA 合同会社合同会社同前資料

いるが、それはファンではなく、消費者に過ぎない」ということである。つまり、大多和社長は「いかに消費者をファンに転換するかがポイントになる。それがスポーツマネジメントである」と主張している。



写真 5

資料：2021年12月15日大多和亮介氏より入手

大多和亮介氏は、「2017年-2020年1月 横浜マリノス株式会社 メディア&ブランディング部 部長」<sup>213</sup>であった。その後、2020年2月1日から大和シルフィード株式会社代表取締役社長となっている。

この大多和社長の主張は、「Jクラブ・チームは、地域活性化策として地域密着に取り組んできている。現在では、チームが地域を支えるというよりも地域がチームを支えるべきである。そして今後、『消費者』ではなく『ファン』を増やす必要がある」と言っているものと解釈できる。つまり、「Jリーグの地域密着は、社会的視点を重視して取り組んできた。しかし、今後は経済的視点も重視していかなければならない。」

なお、サッカーチームだけでなく、野球チームでも地域活性化に取り組んでいるチームがある。サッカー以外のスポーツチームでも「地域活性化モデル」を適用できるのか。そこで、地元北海道で唯一のプロ野球チームである北海道日本ハムファイターズを例に考察してみる。

## 6. 北海道日本ハムファイターズ

前田は、プロ野球の地域活性化について説いている。前田は、日本のプロ野球チームである「NPBの多くは親会社への依存度が高いことから、その経営は実業団スポーツに近いものがあるが、地域名の冠だけでなく、ホームスタジアムのランドマーク化や地域貢献活動の強化によって地域密着に力を入れている」<sup>214</sup>と主張している。また、「地域密着戦略を重視する球団が増加」<sup>215</sup>したと主張している。

プロ野球チームの地域密着とはどのようなものか。また、Jクラブ・チームとの違いがあるのだろうか。

そこで、地域密着について、北海道日本ハムファイターズ社長の川村浩二氏にインタビューを行った。

<sup>213</sup> 大和フィールド Website (<https://www.yamato-sylphid.com/news/20200201-2/>) 2023年11月20日閲覧

<sup>214</sup> 前田同前書 247 ページ

<sup>215</sup> 前田同前書 247 ページ

## (1) 北海道日本ハムファイターズによる地域活性化についてのインタビュー調査

第一に、「北海道日本ハムファイターズがどのように地域密着を行っているか」について尋ねた。川村社長は「北海道の174市町村を大事にしながら北海道のスポーツを盛り上げようと考えている」ことや、「ビジネスの部分としては、北広島市近隣の1時間以内の場所を意識している」と主張している。

第二に、「北海道コンサドーレ札幌と北海道日本ハムファイターズの地域貢献の仕方の違い」について尋ねた。川村社長は「北海道のプロスポーツ球団は共に力を合わせて盛り上げようとしている」。しかし、川村社長は「若者のサッカー人口の方が多ことから野球の普及を優先に考えている」と主張している。



写真 6

資料：2022年9月29日北海道中小企業家同好会道北あさひかわ支部担当者撮影

写真6は、川村社長が「ファイターズの未来」について旭川市で講演会をした時のものである。

北海道日本ハムファイターズが新スタジアムによって地域活性化を図ろうとしている。

次に、これらのインタビューを踏まえ、北海道日本ハムファイターズをホームタウン人口と資金力から地域活性化モデルに適用していく。

## (2) 北海道日本ハムファイターズと地域活性化モデル

北海道日本ハムファイターズを人口と資金力のマトリクスに当てはめると次のとおりとなる。

第一に、ホームタウン人口において、北海道日本ハムファイターズが拠点としているのが北広島市である。北広島市の人口は約「58,171」<sup>216</sup>人と人口が少ない地域である。しかし、北広島市は、「札幌地方生活圏」<sup>217</sup>であるため、札幌市の人でも移動可能な距離である。つまり、北海道日本ハムファイターズのホームタウン人口は、札幌市の人口1,973,395人と北広島市の人口58,171人の合わせたものがある。そして、北広島市まで北海道日本ハムファイターズのホームタウン人口は多いことがわかる。

<sup>216</sup> 国勢調査「都道府県・市区町村別の主な結果」『e-Stat ホームページ』 (<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200521&tstat=000001049104&cycle=0&tclass1=00001049105&tclass2val=0>) 2023年8月26日閲覧

<sup>217</sup> 国土交通省「市区町村所属圏域一覧」『国土交通省ホームページ』 (<https://www.mlit.go.jp/road/4kou-minei/pdf/2003/1128/b00.pdf>) 2023年8月26日閲覧

第二に、資金力においては、「102 億円」<sup>218</sup>である。北海道日本ハムファイターズは、図表 11 のホームタウン人口と資金力が多い。したがって、経済的影響が広域かつ社会的影響が狭域であるタイプ B と推測できる。そこで、取り組み内容を考察する。

### (3) 北海道日本ハムファイターズの取り組み内容

北広島市に野球専用のスタジアムを新設した「エスコンフィールド HOKKAIDO」がある。エスコンフィールド HOKKAIDO における主な取り組み内容は、次のとおりである。

第一に、スタジアム内の「リポビタンキッズ PLAYLOT by BørneLund」<sup>219</sup>がある。

「開放的な空間に、からだ遊び、想像遊び、自然遊びなど、赤ちゃんから小学生まで発達段階に合わせて楽しめる多様なあそびを用意。雨や雪の日も、家族で楽しく」<sup>220</sup>過ごすことができると説明している。

第二に、「tower eleven onsen & sauna」<sup>221</sup>がある。「フィールドを一望できる球場内天然温泉とサウナ」は世界初。半屋外の水着着用ゾーンには、フィールドを見下ろす 24 席の“ととのえテラスシート”があり、サウナ室や浴槽からも試合を見ることができエンターテイメント性あふれる温浴施設<sup>222</sup>であると説明している。

以前までは、北海道日本ハムファイターズも札幌ドームを使ってホームゲームを行っていたが、北広島市に新スタジアムを建設・移転したことで、地域密着の取り組みの内容が変わってきた。

### (4) 北海道日本ハムファイターズのまとめ

北海道日本ハムファイターズの取り組みにおいて、メジャーリーグのスタジアムをイメージした「エスコンフィールド」は、「エンターテイメント性を重視したスタジアム内でスポーツと娯楽を同時にすることができる「差別化戦略」で地域密着による地域活性化を図っていることがわかる。また、拠点を札幌市から北広島市に移転したが交通の便も良いことからファンを獲得しやすいと考える。北海道日本ハムファイターズの取り組み内容を図表 11 に適用して検討すると、経済性つまり「地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、または特定の組織による経営面からの量的な経済的影響」が広域、社会性つまり「地域住民に対する地域問題に解決を図るなど質的な社会的影響」が狭域であるタイプ B と解釈できる。ここで、図表 11 に示した地域活性化モデルが、サッカーではない野球のプロチームについても適用できることが確認できた。

そこで、地域活性化モデルを踏まえた上で、旭川地域について考察していく。

## IV 旭川地域への地域活性化モデルの適用

旭川市は北海道第 2 の都市であるにも関わらず、旭川地域にはプロサッカーチームが存在しない。そのような旭川地域のスポーツの現状はどのようなものであろうか。また、地域におけるスポーツ振興には、行政の役割が欠かせない。特にプロ・サッカーチームの運営には、行政の支援が欠かせない。旭川地域のスポーツには行政はどのように関わっているのだろうか。そこで、旭川地域のスポーツの現状と行政との関わりについて確認する。

旭川地域の現状について、次の①～④のとおりで考察していく。

<sup>218</sup> 株式会社北海道日本ハムファイターズ「決算情報」

(<https://prtimes.jp/finance/3430001028820/settlement>) 2023 年 3 月 25 日閲覧

<sup>219</sup> Fighters Sports & Entertainment 「F VILLAGE HOKKAIDO BALLPARK」

(<https://www.hkdballpark.com/shops/17/>) 2023 年 6 月 6 日閲覧

<sup>220</sup> Fighters Sports & Entertainment17 同前資料

<sup>221</sup> Fighters Sports & Entertainment 「F VILLAGE HOKKAIDO BALLPARK」

(<https://www.hkdballpark.com/activity/10/>) 2023 年 6 月 6 日閲覧

<sup>222</sup> Fighters Sports & Entertainment10 同前資料



## (1) 旭川地域の現状

旭川地域のスポーツの現状について、旭川市観光スポーツ交流部 スポーツ課 課長 松田英志氏へのインタビューにより、次のとおり確認することができた。なお、旭川市は旭川地域 1 市 8 町全体の人口の約 9 割と、極めて大きいウェイトを占めている。ここでは、旭川地域≒旭川市と見る。

### ①旭川市観光スポーツ交流部 スポーツ課 松田課長へのインタビュー調査結果

第一に、「旭川市のスポーツ現状」について尋ねた。松田氏は、旭川市のスポーツ実施率について、「平成 27 年度の 42.3%から令和 4 年度の 49.3%と 7 年間で 7%上昇している」と説明している。そして、「旭川市の人口は減少をしているが、スポーツを行っている割合が増えてきていることから、スポーツを行っている人数は減少していない」と説いている。松田氏は、「スポーツ推進のために、一つの目標としてスポーツ実施率を上げたい。1 週間に 1 回以上スポーツをする人を増やすことが必要」と主張している。松田氏は、今後のスポーツ推進のために、「旭川市のスポーツ計画の構成について『スポーツの機会創出と充実』『スポーツ環境の整備』『スポーツの担い手の育成と連携』『スポーツ交流などによる地域活性化の推進』の 4 つに重点を置いている」と主張している。

第二に、「旭川市とサッカーとの関わり」について尋ねた。松田氏は、「行政とサッカーが連携しているのは、ヤマザキ少年サッカー大会である」と説いている。ヤマザキとは「旭川市が静岡市から企業誘致した株式会社ヤマザキであり、株式会社ヤマザキが旭川市でスポーツ大会を行っている」と説明する。「株式会社ヤマザキの社長がサッカーファンであったことから、ヤマザキ少年サッカー大会が行われるようになった」とする。つまり、松田氏は、「旭川市では、企業誘致、地域経済とスポーツと結びついている」と説明している。

第三に、「旭川におけるスポーツツーリズムの導入」について尋ねた。松田氏は、「旭川を本拠地とするバレーボールのボレアス北海道を通じ、観光庁の補助金を活用して台湾のバレーボールチームと観戦客を誘致して、台湾の皆さんに旭川を観光してもらうこと」を行っている。

第四に、「今年、旭川で開催したスポーツインターハイの経済的効果と経済的効果」について尋ねた。松田氏は、「サッカー、バレーボール、少林寺拳法の全体では、18,176 泊している。また、宿泊だけでなく、飲食や土産販売なども考慮すると約 2 億円の経済効果があった」と説明している。加えて、「旭川市に来られたインターハイ関係者の方に旭山動物園の入園パスポートを渡した。インターハイで来られた半分ぐらいの方が来園した。」とする。松田氏は、「インターハイも一つのスポーツツーリズムであった」と説いている。



写真 7



資料：2023年11月30日担当教員撮影

写真7は、2023年11月30日に松田英志氏にインタビューした時の写真である。

次に、旭川市の観光状況とスポーツ振興政策を知るために、旭川市観光スポーツ交流部次長小島浩吉志氏にインタビューした。

### ②旭川市観光スポーツ交流部小島次長へのインタビュー調査結果

第一に、「旭川市の観光状況」について尋ねた。小島氏は、「旭川市はコロナ禍で観光が減少していたが、行動制限もなくなり回復傾向にある。しかし、コロナ禍以前のレベルには達していない」と説明している。また、小島氏は、「旭川の宿泊施設について、6月から9月までの4ヵ月間は宿泊する人が多いが、3月、4月、11月の時期は宿泊する人が少ない」と説明している。小島氏は、「冬の北海道観光で優位性があるのは雪である。アジアで雪が降らない地域にとっては、旭川市は観光したい地域になる。そして、雪を利用してスキーを行うこともできる」と説明している。

第二に、「旭川空港へのLCC就航による観光面での期待」について尋ねた。小島氏は、「LCC就航の期待として、首都圏や海外からの観光客が旭川地域に来やすくなる。旭川地域の住民にも利用していただける」と主張している。さらに、「LCCは航空運賃が安いことから、若者の利用者が多くなると考えられる」と説明している。



写真8

資料：2023年11月30日担当教員撮影

写真8は、2023年11月30日に小島浩吉志氏にインタビューした時の写真である。

サッカーについては、宿泊の閑散期を含む春から秋までの長期間競技を行うことから、サッカーを使った観光事業も有効だと考える。

次に、旭川地域のサッカーチームの現状を示す。

### ③旭川地域のサッカーチームの現状

木崎は、旭川地域のサッカーチームについて、旭川には「サッカーのプロクラブはなく、またJFLに参加する実業団チームも存在」<sup>223</sup>していないと主張している。しかし、旭川地域の小・中学校のサッカーについては、少年団と新たに個人で作ったクラブ・チームが増えてきた。さらに、北海道コンサドーレ札幌の下部組織である、北海道コンサドーレ東川U-12と北海道コンサドーレ旭川U-15は存在している。これらは、旭川地域におけるプロチームから一貫している組織ではない。旭川地域の高校サッカーにおい

<sup>223</sup> 木崎次郎・木谷耕平・横田宏樹「旭川におけるスポーツ人材と地域活性化—道産子メゾットによるサッカー人材育成のモデル化—」『旭川大学地域研究所年報』第38・39合併号、2018年、25ページ

て、木崎は「北海道代表として全国大会に何度も出場する旭川実業高校」<sup>224</sup>が存在しているが、「プレーヤーたちは高校卒業後サッカーを続けるために札幌や道外の大学に進学」<sup>225</sup>を選択し、「旭川を離れる者が多い」<sup>226</sup>と説いている。もし、「旭川市内の大学や企業に進んだとしても、その後のサッカーを続けるためのプレー環境（チーム、参加カテゴリなど）は限定され、プレーヤーたちのサッカー選手としての将来性が失われる可能性が高い」<sup>227</sup>と主張している。さらに、旭川地域に存在する旭川大学サッカー部は北海道学生リーグ1部リーグに参戦していたが、公立化に伴う旭川大学サッカー部の廃部により、有力な高校生プレーヤーを旭川地域に留める受け皿がなくなった。旭川地域の社会人チームにおいても、個人的にチームを立ち上げたチームは存在している。しかし、北海道リーグまで昇格するチームはあるが、翌年には自動降格となっている。つまり、木崎は「サッカーを高いレベルで社会人まで続けるための環境は旭川」<sup>228</sup>にはないことから旭川地域のサッカーにおいて「改革の中心となる存在が重要」<sup>229</sup>であると主張している。

旭川地域において、2022年に「JFLリーグ」、「Jリーグ」を目指すために旭川地域に立ち上げたチームがある。そのチーム名はKAMUI FC HIGASHIKAWAである。今まで、アマチュアチームしかなかったチームからプロ化を目指すチームを立ち上げたのである。

次に、旭川地域の現状を踏まえた上で、KAMUI FC HIGASHIKAWAを図表11の地域活性化モデルに適用していく。

#### ④KAMUI FC HIGASHIKAWAと地域活性化モデル

KAMUI FC HIGASHIKAWAにおいて図表11を踏まえながら、ホームタウン人口と資金力に区分して考察していく。

第一に、ホームタウン人口において、「東川町」を拠点にしている。東川の人口は、「8,314」<sup>230</sup>人である。

そして、東川については、「旭川地方生活圏」<sup>231</sup>であることから旭川のファンも獲得しやすいと考えている。そして、旭川市の人口は「329,306」<sup>232</sup>人である。旭川サッカー協会の中に、東川も含まれている。KAMUI FC HIGASHIKAWAを図表12の地域活性化モデルに適用して検討すると、ホームタウン人口が少ないと考えられる。

第二に、資金力において、旭川地域は、プロチームでないことから資金力が少ない部分に分類できる。図表12の地域活性化モデルに適用して検討すると、旭川地域は、資金力が少ない範囲に入ることがわかる。

つまり、KAMUI FC HIGASHIKAWAでは、ホームタウン人口100万人未満と資金力28億円未満である。KAMUI FC HIGASHIKAWAを図表12に適用して検討すると、ホームタウン人口と資金力が少ない。したがって、社会的影響が広域かつ経済的影響が狭域のタイプCと推測できる。

<sup>224</sup> 木崎ほか同前書 25 ページ

<sup>225</sup> 木崎ほか同前書 25 ページ

<sup>226</sup> 木崎ほか同前書 25 ページ

<sup>227</sup> 木崎ほか同前書 25 ページ

<sup>228</sup> 木崎ほか同前書 25 ページ

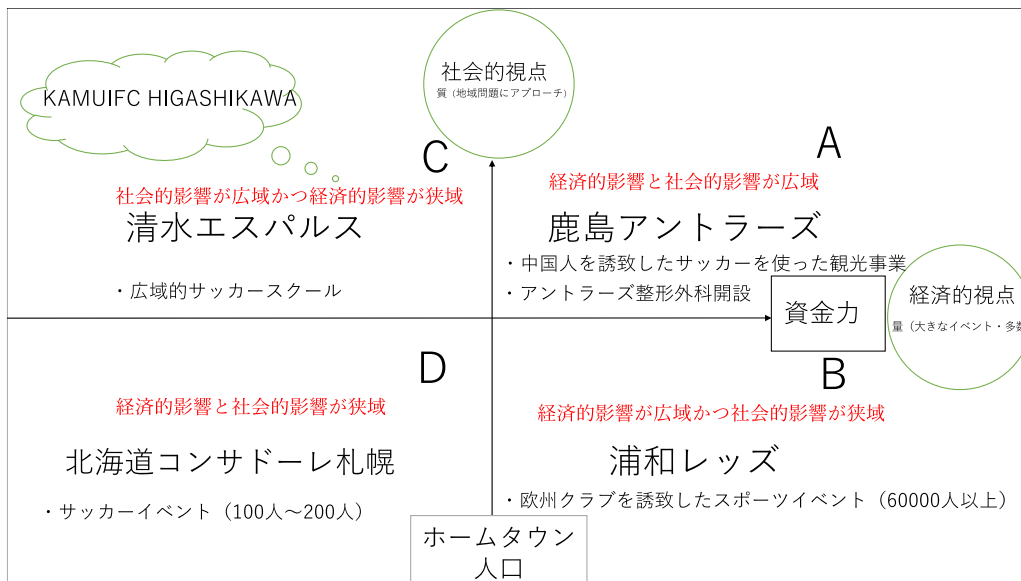
<sup>229</sup> 木崎ほか同前書 26 ページ

<sup>230</sup> 国勢調査「都道府県・市区町村別の主な結果」『e-Stat ホームページ』（<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200521&tstat=000001049104&cycle=0&tclass1=0000101049105&tclass2val=0>）2023年8月26日閲覧

<sup>231</sup> 国土交通省「市区町村所属圏域一覧」『国土交通省ホームページ』

（<https://www.mlit.go.jp/road/4kou-minei/pdf/2003/1128/b00.pdf>）2023年8月26日閲覧

<sup>232</sup> 国勢調査同前資料



図表 12

資料：筆者作成

図表 12 は、地域活性化モデルを旭川地域に適用したものである。ホームタウン人口は、100 万人で、資金力は、2800 百万円での区分となっている。

次に、KAMUI FC HIGASHIKAWA が取るべき地域活性化策について考えていく。

## (2) KAMUI FC HIGASHIKAWA が取るべき地域活性化策

旭川地域の問題点は、若年層の人口流出である。旭川地域にプロサッカーチームが存在しないことから、旭川地域のサッカーの選手が市外、道外に行く。それが、若者の人口流出の一つの要因である。つまり、図表 12 の地域活性化モデルから KAMUI FC HIGASHIKAWA を考えるとタイプ C に重点を置く必要があると解釈できる。また、利益目的ではない独自の戦略で地域密着を図る必要がある。

そこで、旭川地域の地域密着による取り組みにおいて、GANASSA 社長で、KAMUI FC HIGASHIKAWA のオーナーである Cesare Polenghi 氏にインタビューを行った。

### ① KAMUI FC HIGASHIKAWA オーナーにインタビューへの調査結果

第一に、「KAMUI FC HIGASHIKAWA が取り組む地域密着の取り組み方」について尋ねた。Cesare 氏は「旭川地域はとても魅力的な街だけど、一つ足りないものがある。それはサッカーコミュニティである」と説明している。Cesare 氏は、「現在の子供たちは外で遊ばなくなっている。新型コロナウイルスの影響によって外で遊ばなくなっている。」また、「サッカーを使って外で元気に遊ぶこと、育てていく、好きな人を作ることが大切」と強調する。つまり、Cesare 氏は、「サッカーを文化・サッカーコミュニティ・ファミリーを作ることが重要」と主張している。サッカーによって「人の質を上げるようなコミュニティを作りたい。ヤングからシニアまでサッカーが好きな人を集めたい。」と説明している。Cesare 氏は、「ファミリーは、選手とフロントで働いている人とスポンサーと行政、熱狂的サポーターであり、サポーターは、チケットを買って試合を見に来てくれる人がサポーターである」と説明している。

第二に、「KAMUI FC HIGASHIKAWA と J リーグの違いはなにか」について尋ねた。Cesare 氏は「J リーグのクラブにおいて企業あるからチームがある。KAMUI FC HIGASHIKAWA は、企業ベースチームではなく、サッカーコミュニティからチームを作りたい。」と主張している。「サッカーを愛している人を探し、見つけてコミュニティを

作りたい」と説明している。また、Cesare氏は「KAMUIFC HIGASHIKAWAは、Jリーグチームよりも国際的な考え方を持っている」と主張している。

第三に、「KAMUI FC HIGASHIKAWAが掲げる目標」について尋ねた。Cesare氏は、旭川地域を「サッカーの街としていきたい」と主張している。Cesare氏は、「日本だと、浦和レッズの浦和や清水エスパルス清水がサッカーの街である。ヨーロッパのマンチェスターは、55万の人口で大きな2つのチームがあり、サッカーの街としてなっている」と説明している。

第四に、「KAMUI FC HIGASHIKAWAでの地域活性化の取り組みについて」について尋ねた。1つ目にCesare氏は、「色々な海外サッカークラブ・サッカーリーグと協力したい」と主張している。つまり、Cesare氏は、海外チームの誘致について「去年のBorussia Dortmund。今年は、Real Sociedadを誘致する」と説明している。Real Sociedadというチームは、現在、日本代表である久保建英が在籍している。そして、「モデル・アカデミーを作り、海外のチーム提携する」と説明している。Cesare氏は、「ヨーロッパ人の指導者が必要である。しかし、日本サッカーの歴史もあるので、外国人指導者を呼ぶ時は、日本の文化を理解し、尊敬する必要がある」と説明している。「日本人は、今、ヨーロッパ人からサッカーについて学ばないといけないことがある」と説明している。また、2つ目にCesare氏は、「サッカースクールを保育園から行いたいと説明している。「ヨーロッパで行っている、兄弟、父、母がサッカーを行うプログラムを旭川地域で作りたい」と説明している。加えて、「東川日本語学校の選手をサポートにしたい」と主張している。つまり、Cesare氏「色々な国の人がいると、色々なサッカー文化を作ることできる。そして、それらを旭川地域で根付かせたい」と説明している。3つ目にCesare氏は、「アイスランドにあるインドアスタジアムを旭川地域で作りたい」と主張している。「インドアスタジアムはアイスランドのインドアスタジアムを参考にし、インドアスタジアムができれば2万人の観客に来てもらいたい」と説明している。そして、これらの取り組みをCesare氏は、「GANASSAがソーシャルメディアであることからKAMUI FC HIGASHIKAWAのドキュメンタリー映画を作りたい」と主張している。

第五に、「なぜ旭川地域にチームを作りたかったのか」について尋ねた。Cesare氏は、「旭川地域にはプロチームがないからチームを作った」と説明している。「もし、旭川地域でプロチームがあったら、協力してサポートする形でもよかった。だがチームがないから、プロチームを作ることが自分のミッションだと感じた」と説明している。

第六に、「人口が少なく、資金力が少ないがどのようにして地域活性化をしていくのか」について尋ねた。Cesare氏は「ドイツにあるホッフェンハイムは、サッカークラブを作りたいと思った際に、ドイツの地図を見ると、一番他のチームと離れている。最もサッカーが何もない地域を選んだ」と説明している。Cesare氏は、「私が東京にいた時に、サッカーチームが何百チーム・何千チームとあったことから東京ではサッカークラブ作ろうとは思わなかった。逆に旭川地域ではチームがないことからチャンスだと考えた」と説明している。つまり、Cesare氏は「チームがないからチームを作ること自体が差別化戦略となる」と主張している。



写真 9

資料：2023年5月7日 GANASSA 合同会社経理担当者撮影

写真9は、KAMUI FC HIGASHIKAWA のオーナーである Cesare Polenghi 氏にインタビューした時のものである。

Cesare Polenghi 氏は、GANASSA 合同会社の社長である。GANASSA 合同会社は、写真10と写真11、写真12のように、日本と欧州チーム繋ぐスポーツビジネスを行っていることから、より海外チームと提携がしやすいと考えられる。



写真 10

資料：2022年11月12日 Manchester City Trophy 担当者撮影

写真10は、GANASSA 合同会社と提携している「Manchester City」<sup>233</sup>が東京で開催した「Trophy tour」<sup>234</sup>である。その Trophy は、「English Premier League」<sup>235</sup>のである。Trophy tour は、アメリカ、フランス、スペイン、メキシコ、韓国、ドバイなどでも行っていたとする。

---

<sup>233</sup> Manchester City 同前資料

<sup>234</sup> Sportsnavi Website 『マンチェスターシティ FC』

(<https://sports.yahoo.co.jp/official/detail/202211010082-spnaviow>) 2022年11月5日閲覧

<sup>235</sup> Premier League Website 『Premier League ホームページ』 (<https://www.premierleague.com>)

2023年11月17日閲覧



写真 11

資料：2023年7月26日 GANASSA 合同会社経営担当者撮影

写真 11 は、「FC Bayern Munich」<sup>236</sup> vs 「Manchester City」<sup>237</sup> の親善試合である。そして、この試合の入場者数は、「65,049」<sup>238</sup> 人であった。



写真 12

資料：2024年2月14日 GANASSA 合同会社社長撮影

写真 12 は、日本の「LaLiga」<sup>239</sup> 責任者の Guille である。今後、LaLiga とのつながりを地域活性化に活かせる可能性がある。

---

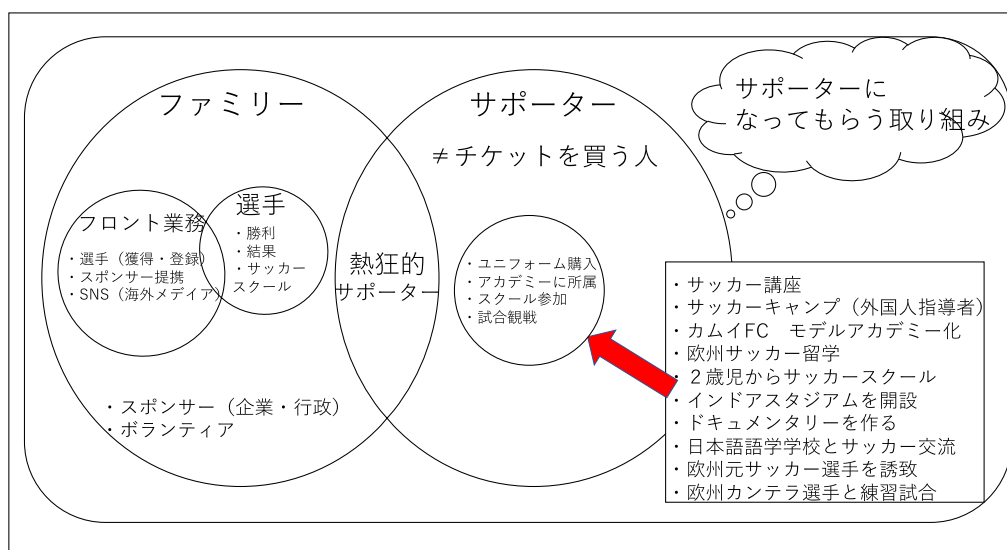
<sup>236</sup> FC Bayern Munich Website 『ホームページ』 (<https://fcbayern.com/en>) 2023年11月28日閲覧

<sup>237</sup> Manchester City 同前資料

<sup>238</sup> 公益社団法人日本プロサッカーリーグ 『試合データ』 (<https://www.jleague.jp/match/jleaguefriendly/2023/072604/live/>) 2023年11月28日閲覧

<sup>239</sup> LaLiga official Website 『LaLiga ホームページ』 (<https://www.laliga.com/en-GB>) 2024年2月15日閲覧





図表 13

資料：筆者作成

図表 13 において、KAMUI FC HIGASHIKAWA での地域密着の取り組み型を図表にした。図表において、旭川地域の楕円形の枠が「旭川地域生活圏」<sup>240</sup>の人口を指すもの。四角形の枠が「旭川地域生活圏」<sup>241</sup>の外を指すものである。これを「地域密着型モデル」とする。

Cesare 氏は、ファンを獲得する際に、欧州クラブのように「サポーターではなく、ファミリーになってもらうための取り組みが必要である」と言う。また、Cesare 氏は、KAMUI FC HIGASHIKAWA の地域活性化の取り組みについて、「サッカーを通して地域密着をしながら地域活性化を図るが、地域密着のアプローチの仕方がヨーロッパの哲学・経営理念であることから Jクラブ・チームとは異なる。そして、利益目的ではない地域活性化」を行おうとしていると考えられる。

次に、KAMUI FC HIGASHIKAWA の取り組み内容を示す。

### (3) KAMUI FC HIGASHIKAWA による地域密着型モデルの取り組み内容

第一に、KAMUI FC HIGASHIKAWA は、ヨーロッパのサッカーチームに写真 13 と写真 14 のように U-12、U-15 の子どもたちが「サッカーキャンプ」に取り組んでいる。「サッカーキャンプ」を通じて、海外のサッカークラブの考え方を学ぶことができ、これらの子どもたちは、選手としては特別な体験ができる。

第二に、Real Sociedad キャンプで優秀選手になった旭川地域の選手のうち、U-12 の子どもたちは、株式会社 WAKATAKE group が主導で、「スペイン遠征」に行くのである。写真 15 と写真 16、写真 17 のように、海外の U-12 選手と練習、練習試合や、ヨーロッパのプロサッカーの試合を見ることができる。そして、日本とは違うサッカー文化も学ぶことができ、より特別な体験ができる。

第三に、株式会社 WAKATAKE group が主導で、写真 18、写真 19 のように彼（彼女）らは、スペインチームのカンテラ（育成年代）に所属し、2 ヶ月から 3 ヶ月の間「スペイン留学」をすることとなった。さらに、旭川地域の選手から 1 人「RC Celta de

<sup>240</sup> 国土交通省「市区町村所属圏域一覧」『国土交通省ホームページ』

(<https://www.mlit.go.jp/road/4kou-minei/pdf/2003/1128/b00.pdf>) 2023 年 4 月 8 日閲覧

<sup>241</sup> 国土交通省同前資料

Vigo」<sup>242</sup>U-11 と「Rayo Vallecano」<sup>243</sup>U-9 カンテラに所属する。なお、旭川地域から「RC Celta de Vigo」<sup>244</sup>U-11 と「Rayo Vallecano」<sup>245</sup>U-9 に所属するのは、史上初めてであった。

第四に、写真 20 の Real Sociedad「サッカー講座」に取り組んでいる。選手は、「サッカー講座」によってスペインサッカーの捉え方や、練習方法などを学ぶことができる。また、選手の両親は、「サッカー講座」によって、子供に対するサポートの仕方も学ぶことができる。サッカー講座については、東川住民だけではなく、旭川住民も参加している。



写真 13

資料：2023 年 1 月 11 日「KAMUI FC HIGASHIKAWA 公式」<sup>246</sup>より入手

写真 13 は、GANASSA 合同会社が「Borussia Dortmund」<sup>247</sup>の指導者を旭川地域に誘致した Borussia Dortmund サッカーキャンプである。Borussia Dortmund サッカーキャンプにおいては、70 人以上の選手が参加した。Borussia Dortmund サッカーキャンプは、2022 年 8 月 14 日に行われた。

「Borussia Dortmund」<sup>248</sup>は、ドイツ 1 部の「Bundesliga」<sup>249</sup>において、2022/2023 シーズンは、2 位のチームである。

---

<sup>242</sup> RC Celta de Vigo Website『RC Celta de Vigo ホームページ』(<https://rccelta.es/en/>)2024 年 1 月 29 日閲覧

<sup>243</sup> Rayo Vallecano Website『Rayo Vallecano ホームページ』(<https://www.rayovallecano.es>)2024 年 2 月 10 日閲覧

<sup>244</sup> RC Celta de Vigo 同前資料

<sup>245</sup> Rayo Vallecano 同前資料

<sup>246</sup> KAMUI FC HIGASHIKAWA 「X 公式サイト」(<https://x.com/kamuifc/status/1612839733394116610?s=46&t=WVS1NsSOW9Tn3qe3ZXSHw>)2023 年 1 月 12 日閲覧

<sup>247</sup> Borussia Dortmund Website『Borussia Dortmund ホームページ』(<https://www.bvb.de/eng>)2023 年 11 月 17 日閲覧

<sup>248</sup> Borussia Dortmund 同前資料

<sup>249</sup> Bundesliga official Website『Bundesliga ホームページ』(<https://www.bundesliga.com/jp/bundesliga>)2023 年 11 月 16 日閲覧





写真 14

資料：2023年8月28日 「株式会社 WAKATAKE group」<sup>250</sup>より入手

写真 14 は、GANASSA 合同会社と株式会社 WAKATAKE group が連携し、「Real Sociedad」<sup>251</sup>の指導者を旭川地域に誘致した Real Sociedad サッカーキャンプである。Real Sociedad サッカーキャンプにおいては、120 人以上の選手が参加をした。Real Sociedad サッカーキャンプは、2023 年 8 月 27 日に行われた。

「Real Sociedad」<sup>252</sup>は、スペインリーグ 1 部「LaLiga」<sup>253</sup>において、2022/2023 シーズンは、4 位のチームである。

ここで、写真 14 で示した「株式会社 WAKATAKE group」とは、「日本で唯一スペイン『LaLiga』と育成面でのパートナーシップを結び、ミCHEル・サルガドと共に選手の育成に携わる唯一無二の会社『WAKATAKE』」<sup>254</sup>であると主張している。そして、「リーガエスパニョーラの多くのクラブと繋がりを持ち、日本の子ども達が、クラブの門を叩く。すべては、ここから始まり、先につながり、夢へとつながる。世界で活躍できる選手は、世界で育つ。『LaLiga』とのパートナーシップ、サッカー界の巨人との交わりが日本の選手育成のフォーマットすべてに変革をもたらす」<sup>255</sup>と説明している。WAKATAKE group を通して、「Real Madrid」<sup>256</sup>カンテラに合格した日本人の「中井卓大」<sup>257</sup>選手が一つの成功例である。

なお、株式会社 WAKATAKE が旭川地域でこのようなサッカーキャンプを行うのは、初めてであった。

<sup>250</sup> WAKATAKE group 「Instagram 公式サイト」

(<https://www.instagram.com/wakatakegroup?igsh=NnZ00Wx0b3Rnb311>) 2023 年 8 月 28 日閲覧

<sup>251</sup> Real Sociedad official Website 『Real Sociedad ホームページ』

(<https://www.realsociedad.eus/ja>) 2023 年 11 月 17 日閲覧

<sup>252</sup> Real Sociedad 同前資料

<sup>253</sup> LaLiga official Website 『LaLiga ホームページ』 (<https://www.laliga.com/en-GB>) 2023 年 11 月 16 日閲覧

<sup>254</sup> WAKATAKE 「WAKATAKE GROUP」 『WAKATAKE GROUP2021』 (<https://www.wakatake.group>) 2023 年 8 月 30 日閲覧

<sup>255</sup> WAKATAKE 「WAKATAKE GROUP」 同前資料

<sup>256</sup> Real Madrid Website 『Real Madrid ホームページ』 (<https://www.realmadrid.com/en-US>) 2023 年 11 月 17 日閲覧

<sup>257</sup> Real Madrid WEBSITE 『カンテラ (下部組織)』

(<https://www.realmadrid.com/ja/football/academy/under-19/takuhiro-nakai>) 2023 年 11 月 16 日閲覧



写真 15

資料：2023年11月24日 「株式会社 WAKATAKE group」<sup>258</sup>より入手

写真 15 は、全国から集まったスペイン遠征に選ばれた選手たちである。「Real Sociedad」<sup>259</sup>の練習場でトレーニング・トレーニングマッチを行った。旭川地域からは、5人のメンバーがスペイン遠征に参加した。スペイン遠征の期間は、2023年11月20日から2023年11月29日である。



写真 16

資料：2023年11月25日 「株式会社 WAKATAKE group」<sup>260</sup>より入手

写真 16 は、Real Sociedad「Reale Arena」<sup>261</sup>スタジアムである。旭川地域のメンバーは、日本代表久保建英選手が所属している「Real Sociedad」<sup>262</sup>トップチームの試合観戦をする。「Real Sociedad」<sup>263</sup>の対戦相手は、「Sevilla FC」<sup>264</sup>である。試合は、2023年11月26日を行った。

<sup>258</sup> WAKATAKE group 「Instagram 公式サイト」

(<https://www.instagram.com/wakatakegroup?igsh=NnZ00Wx0b3Rnb311>) 2023年11月24日閲覧

<sup>259</sup> Real Sociedad 同前資料

<sup>260</sup> WAKATAKE group 「Instagram 公式サイト」

(<https://www.instagram.com/wakatakegroup?igsh=NnZ00Wx0b3Rnb311>) 2023年11月25日閲覧

<sup>261</sup> Real Sociedad official Website 『Real Sociedad ホームページ』

(<https://www.realsociedad.eus/en/club/facilities?area=>)2024年1月28日閲覧

<sup>262</sup> Real Sociedad official Website 『Real Sociedad ホームページ』

(<https://www.realsociedad.eus/ja>)2023年11月17日閲覧

<sup>263</sup> Real Sociedad 同前資料

<sup>264</sup> LaLiga official Website 『LALIGA ホームページ』 ([https://www.laliga.com/en-](https://www.laliga.com/en-GB/match/temporada-2023-2024-laliga-easports-real-sociedad-sevilla-fc-14)

[GB/match/temporada-2023-2024-laliga-easports-real-sociedad-sevilla-fc-14](https://www.laliga.com/en-GB/match/temporada-2023-2024-laliga-easports-real-sociedad-sevilla-fc-14))2023年11月19日閲覧



写真 17

資料：2024年1月28日 株式会社「WAKATAKE group」<sup>265</sup>より入手  
写真17は、全国から集まったスペイン遠征に選ばれた選手たちである。旭川地域からは、8人のメンバーがスペイン遠征に参加した。スペイン遠征の期間は、2024年1月22日から2024年1月30日である。



写真 18

資料：2024年2月1日 株式会社「WAKATAKE group」<sup>266</sup>より入手  
写真18は、スペイン留学である。スペイン留学の期間は、2024年1月30日から2024年4月3日である。旭川地域から「RC Celta de Vigo」<sup>267</sup>2人が選ばれた。



写真 19

資料：2024年2月5日 GANASSA 合同会社社長より入手

---

<sup>265</sup> WAKATAKE group 「Instagram 公式サイト」  
(<https://www.instagram.com/wakatakegroup?igsh=NnZ00Wx0b3Rnb311>) 2024年1月28日閲覧

<sup>266</sup> WAKATAKE group 「Instagram 公式サイト」  
(<https://www.instagram.com/wakatakegroup?igsh=NnZ00Wx0b3Rnb311>) 2024年2月1日閲覧

<sup>267</sup> RC Celta de Vigo 同前資料

写真 19 は、スペイン留学である。スペイン留学の期間は、2024 年 1 月 30 日から 2024 年 4 月 3 日である。旭川地域から「Rayo Vallecano」<sup>268</sup>U-9 に所属している。旭川地域から 1 人が選ばれた。



写真 20

資料：2023 年 8 月 28 日 GANASSA 合同会社経理担当者撮影

写真 20 は、Real Sociedad サッカー講座である。Real Sociedad サッカー講座には、選手・選手の保護者を合わせて 60 人以上が参加した。

KAMUI FC HIGASHIKAWA は、欧州のサッカーの考え方をもちながら「サッカー通して幸せになってもらうこと。ファミリーになってもらうことが目的」である。つまり、KAMUI FC HIGASHIKAWA は、社会学の立場から地域活性化を見たものであり、竹中説と一致する。

#### (4) 今後の KAMUI FC HIGASHIKAWA の展開

ここまでの検討から、今後の KAMUIFC HIGASHIKAWA の展開においては、よりサッカーを使った社会的視点からの地域密着が必要となる。具体的には、以下第一から第五に示すとおりである。

第一に、KAMUI FC HIGASHIKAWA は、サッカーキャップ以上にサッカーコミュニティを作るためには、トップチームからジュニア、ジュニアユース、ユースまでの「モデル・アカデミー化」が必要である。そして、写真 13 と写真 14 と同様に、下部組織のチームにおいても、欧州の指導者で行いサッカーコミュニティを目指していく。

第二に、アカデミーができた際、写真 15 と写真 16、写真 17 のように欧州遠征することで、サッカーの本質を理解でき、アカデミー選手の底上げが可能となる。

第三に、「海外指導者や欧州の元プロサッカー選手、欧州のカンテラメンバー」を誘致するサッカーイベントを行うことである。写真 13 と写真 14 のような誘致は、「GANASSA 合同会社」、「株式会社 WAKATAKE group」によって可能である。それらの企業を通じた旭川地域での観光拡大の可能性は大きい。そして、LCC の普及により、「海外指導者・元プロサッカー選手、カンテラ選手」が従来よりも旭川地域に来やすくなると考えられる。

第四に、KAMUI FC HIGASHIKAWA で写真 21 の「インドアスタジアム」である。旭川地域では、冬になると体育館で行うことになってしまい、サッカーができなくなる。「インドアスタジアム」によって、旭川地域の選手が冬でもサッカーをすること可能になる。ただ、現段階では「インドアスタジアム」は創設できていない。

<sup>268</sup> Rayo Vallecano 同前資料



第五に、「行政との連携」である。KAMUIFC HIGASHIKAWA の「スポンサーである東川町」である。東川町にある「日本語学校」の外国人生徒がサッカー体験をし、選手になることができれば、「異文化交流」<sup>269</sup>や人口流入増加も可能となる。



写真 21

資料：2023年3月28日 GANASSA 合同会社社長より入手  
写真 21 は、アイスランドの「Breidablik」<sup>270</sup>インドアスタジアムである。

旭川地域はスポーツと旭川地域が持っている観光資源を活用して地域活性化を行うことで、サッカーによる地域活性化の可能性が大きいと考えられる。また、アカデミー選手や選手の家族などが「サポーターやファミリー」になりやすいと考える。つまり、KAMUI FC HIGASHIKAWA の取り組み、図表 12 の地域活性化モデルに適用して検討すると、社会性つまり「地域住民に対する地域問題に解決を図るなど質的な影響」が広域、経済性つまり「地域住民に対する大きなイベント・多数のイベントなど、または特定の組織による経営面からの量的な影響」が狭域であるタイプ C の取り組みを行なっている。

## V まとめ

本論では、旭川地域におけるサッカーによる地域活性化の可能性を探ることを研究目的としたが、このことについての先行研究は見当たらない。また、「地域活性化モデル」を独自に考案・検証し、これを基に地域活性化の可能性まで議論を展開するという研究アプローチを行った。さらに「地域活性化モデル」を考案するにあたり J クラブ・チームすべての地域活性化策について、経済的視点と社会的視点から分析を行った。ここで、地域活性化の内容がホームタウン人口と資金力の 2 つの指標で区分できるという普遍的事実を発見し、これをもとに演繹的に新たなプロ・サッカーチームの地域活性化の内容を説明した。これらは、筆者独自の発見、研究アプローチである。

KAMUI FC HIGASHIKAWA は、その地域活性化の分類は「社会的影響が広域かつ経済的影響が狭域」のタイプ C に入る。しかし、KAMUI FC HIGASHIKAWA の地域活性化について考えると、将来は、「経済的影響が広域と社会的影響が広域」分類を目指すべくだろう。それは、J クラブ・チームが欧州クラブとのパイプが少ないのに比べ、KAMUI FC HIGASHIKAWA には「欧州クラブとのパイプがある」という強みがある。そして、KAMUI FC HIGASHIKAWA は、サッカーの本質を重視する欧州サッカーを通じて、サッカー学ぶ

<sup>269</sup>HIGASHIKAWA Work&Event 『HIGASHIKAWA ホームページ』(<https://higashikawa-workevent.com/event/フットボール交流会！kamuifc-higashikawax ひがしかわ留学生/>)2024年2月15日閲覧

<sup>270</sup>Breidablik Website 『breidablik ホームページ』(<https://breidablik.is>)2023年11月20日閲覧

子供達を幸せにすることができる。また、旭川地域の人々にサッカーに携わって働く場を作ることができれば、それ自体が地域活性化になるだけでなく、新たなサッカーコミュニティが形成されるだろう。さらに、欧州チームを誘致する際に、旭川地域の観光事業と提携し、スポーツツーリズムを行うことができればサッカーによる地域活性化の可能性が広がるといえる。

KAMUI FC HIGASHIKAWA の課題として、行政との関わりが少ないということがある。KAMUI FC HIGASHIKAWA は、この課題を解決するために欧州クラブの考えを強みとしつつ、若年人口流出など旭川地域のサッカーにかかる課題にアプローチし、地域活性化の取り組みを行うことによりチームとしての存在意義を高める必要がある。そして、経済的視点と社会的視点の双方を重視し、「地域密着型モデル」を実現することで、真に地域に貢献する「地域活性化」を図ることができると考える。そもそもサッカーには国内外問わず若者を引き付ける強い魅力がある。これらを考え合わせると、KAMUI FC HIGASHIKAWA は、将来、旭川地域にとどまらず、日本のスポーツの地域活性化をリードする存在になると考えられる。

#### 謝辞

本稿の執筆にあたっては、コロナ禍中の大変多忙の中、貴重な時間をさいてご教示と情報提供をいただいた

大和シルフィード株式会社 代表取締役社長 大多和亮介氏

株式会社北海道日本ハムファイターズ 代表取締役社長 兼オーナー代行 川村浩二氏

株式会社コンサドーレ まちづくり準備室・一般社団法人コンサドーレ北海道スポーツクラブ事務局長 佐藤駿氏

株式会社鹿島アントラーズ FC 地域社会連携グループマネージャー 岡本文幸氏

GANASSA 合同会社 社長 Cesare Polenghi 氏

旭川市観光スポーツ交流部 次長 小島浩吉志氏

旭川市観光スポーツ交流部 スポーツ課 課長 松田英志氏

に、あらためて厚く感謝を申し上げたい。

なお、お名前は、インタビュー順に掲載した。

#### 参考文献

- 1) マイケル・E・ポーター著、土岐坤訳『国の競争優位』ダイヤモンド社、1992年
- 2) 伊藤央二「スポーツツーリズムの発展」『スポーツ産業論第7版』杏林書院、2021年
- 3) 永山淳一「茨城県鹿嶋市における鹿島アントラーズと地域社会との関係」『学芸地理』65号、東京学芸大学地理学会、2010年
- 4) 永山淳一「清水エスパルスによる地域振興（沼津市と周辺地域の地域調査）」『臨地研究報告』東京学芸大学地理学会、2008年
- 5) 押見大地「スポーツイベントの社会・経済的インパクト」『スポーツ産業論第7版』杏林書院、2021年
- 6) 菊池達夫「旭川地域におけるスキー観光まちづくりの特色と可能性—都市型スノーリゾート構築への提案—」『北翔大学生涯スポーツ学部研究紀要』第9巻、2018年
- 7) 宮良俊行・小島大輔「『スポーツによるまちづくり』に関する研究課題の整理」『長崎国際大学論叢』、第13巻、2013年
- 8) 弓田恵里香「地域スポーツコミッションの役割」『スポーツ産業論第7版』杏林書院、2021年
- 9) 原田宗彦『スポーツ都市戦略-2020年後を見すえたまちづくり』学芸出版会、2019年
- 10) 原田宗彦・藤本淳也・松岡宏高『スポーツマーケティング改訂版』大修館書店、2020年
- 11) 原田宗彦『スポーツ地域マネジメント-持続可能なまちづくりに向けた課題と戦略-』学芸出版社、2021年
- 12) 山田耕生「プロサッカークラブの本拠地におけるサッカーのまちづくり-浦和レッズとさいたま市浦和地域の事例-」『共栄大学研究論集』第7号、共栄大学、2009年
- 13) 寺坂昭信「サッカーと地域の結びつき-ドイツを中心として-」『流通経済大学論集』Vol. 41No. 1、流通経済大学、2006年

- 14) 赤堀達也「北海道の国公立大学スポーツにおける将来のあり方に関する考察～幼児から中学生を対象とした地域スポーツクラブと連携した大学バスケットボール部の過去の事例から～」『旭川大学地域研究所第42号』、2021年
- 15) 川口直樹「新時代のJリーグ-コロナ禍を経たJリーグの未来-」『地域デザイン科学』第10号、2021年
- 16) 前田和範「地域密着型のプロスポーツの未来」『スポーツ産業論第7版』杏林書院、2021年
- 17) 大木裕子「北海道コンサドーレ札幌による地域活性化事例」『ライフデザイン学研究』15号、東洋大学ライフデザイン学部、2020年
- 18) 竹中嘉久「Jリーグの発展への道程」『愛知工業大学研究報告』第49号、愛知工業大学、2014年
- 19) 中村勝芳「サッカーのまち・清水のホームタウン形成-スポーツ地理学的視点から-」『日本体育学会大会号』、第50回(1999)、一般社団法人、日本体育学会、1999
- 20) 藤川慎也「プロスポーツチームが根差す『地域』とは?-マルチスポーツで展開するFC琉球をめぐる多様な主体の思惑と戦略-」『理論地理学ノート』No.20、空間の理論研究会、2018年
- 21) 藤本淳也「進化する大学スポーツ」『スポーツ産業論第7版』杏林書院、2021年
- 22) 尾崎弘子・大木裕子「Jリーグの経営の研究-企業経営の枠組みによるJリーグの分析-」『京都マネジメント・レビュー』、2006年
- 23) 堀繁・木田悟・薄井充裕「スポーツのもつ可能性とまちづくり」『スポーツで地域をつくる』、東京大学出版会、2007年
- 24) 木崎次郎・木谷耕平・横田宏樹「旭川におけるスポーツ人材と地域活性化-道産子メゾットによるサッカー人材育成のモデル化-」『旭川大学地域研究所年報』第38・39合併号、2018年
- 25) 和田崇「地域活性化手段としてのスポーツ-日本におけるスポーツの地理学的研究のレビューから-」『地理科学』vol.75no.1、広島地理学会、2020年
- 26) 和田崇「スポーツまちづくりがもたらす社会経済効果-徳島県阿南市の「野球のまち推進事業」を事例に-」『経済地理学年報』、第67巻、2021年
- 27) 和田崇「過疎地域における高校運動部の位置づけ-高千穂高校剣道部の事例-」『地理学評論』94、2021年
- 28) 和田崇「過疎地域における高校運動部の位置づけ-世羅高校陸上競技の事例-」『県立広島大学地域創生学部紀要』第1号、2022年

#### 参考にしたホームページ

- (1) Breidablik Website『Breidablik ホームページ』(<https://breidablik.is/>)2023年11月20日
- (2) Bundesliga official Website『Bundesliga ホームページ』(<https://www.bundesliga.com/jp/bundesliga>)2023年11月16日閲覧
- (3) Rayo Vallecano Website『Rayo Vallecano ホームページ』(<https://www.rayovallecano.es>)2024年2月10日閲覧
- (4) RC Celta de Vigo Website『RC Celta de Vigo ホームページ』(<https://rccelta.es/en/>)2024年1月29日閲覧
- (5) Real Madrid Website『Real Madrid ホームページ』(<https://www.realmadrid.com/en>)2023年11月17日閲覧
- (6) Real Madrid WEBSITE『カンテラ(下部組織)』(<https://www.realmadrid.com/ja/football/academy/under-19/takuhiro-nakai>)2023年11月16日閲覧
- (7) Real Sociedad official Website『Real Sociedad ホームページ』(<https://www.realsociedad.eus/ja>)2023年11月17日閲覧
- (8) Real Sociedad official Website『Real Sociedad ホームページ』(<https://www.realsociedad.eus/en/club/facilities?area=>)2024年1月28日閲覧
- (9) Real Sociedad Website『Real Sociedad VS Sevilla F.C』([https://www.realsociedad.eus/ja/equipo/real-sociedad#estadisticas\\_equipo](https://www.realsociedad.eus/ja/equipo/real-sociedad#estadisticas_equipo))2023年11月15日閲覧
- (10) URAWAREDS OFFICIAL WEBSITE「クラブインフォメーション」(<https://www.urawa-reds.co.jp/clubinfo/186804/>)2023年7月15日閲覧
- (11) Borussia Dortmund Website『Borussia Dortmund ホームページ』(<https://www.bvb.de/eng>)2023年11月17日閲覧
- (12) FC Bayern Website『ホームページ』(<https://fcbayern.com/en>)2023年11月28日閲覧
- (13) Fighters Sports & Entertainment「F VILLAGE HOKKAIDO BALLPARK」(<https://www.hkdballpark.com/shops/10/>)2023年6月6日閲覧
- (14) Fighters Sports & Entertainment「F VILLAGE HOKKAIDO BALLPARK」

- (<https://www.hkdballpark.com/shops/17/>) 2023年6月6日閲覧
- (15) HIGASHIKAWA Work&Event 『HIGASHIKAWA ホームページ』 (<https://higashikawa-workevent.com/event/フットボール交流会！kamufc-higashikawaxひがしかわ留学生/>) 2024年2月15日閲覧
- (16) Jリーグ「2019年度J1クラブ決算一覧」『Jリーグホームページ』 ([https://aboutj.jleague.jp/corporate/wp-content/themes/j\\_corp/assets/pdf/club-h31kaiji\\_1\\_20200731.pdf](https://aboutj.jleague.jp/corporate/wp-content/themes/j_corp/assets/pdf/club-h31kaiji_1_20200731.pdf)) 2023年1月24日閲覧、資産の部合計数値
- (17) Jリーグ「2021年度J1クラブ決算一覧」『Jリーグホームページ』 ([https://aboutj.jleague.jp/corporate/wp-content/themes/j\\_corp/assets/pdf/club-r3kaiji\\_1\\_20220728.pdf](https://aboutj.jleague.jp/corporate/wp-content/themes/j_corp/assets/pdf/club-r3kaiji_1_20220728.pdf)) 2023年1月24日閲覧、資産の部合計数値
- (18) Jリーグ「2021年度J2クラブ決算一覧」『Jリーグホームページ』 ([https://aboutj.jleague.jp/corporate/wp-content/themes/j\\_corp/assets/pdf/club-r3kaiji\\_1\\_20220728.pdf](https://aboutj.jleague.jp/corporate/wp-content/themes/j_corp/assets/pdf/club-r3kaiji_1_20220728.pdf)) 2023年7月15日閲覧、資産の部合計数値
- (19) Jリーグ「2021年度J3クラブ決算一覧」『Jリーグホームページ』 ([https://aboutj.jleague.jp/corporate/wp-content/themes/j\\_corp/assets/pdf/club-r3kaiji\\_1\\_20220728.pdf](https://aboutj.jleague.jp/corporate/wp-content/themes/j_corp/assets/pdf/club-r3kaiji_1_20220728.pdf)) 2023年7月15日閲覧、資産の部合計数値
- (20) KAWASAKIFRONTALE OFFICIALWEBSITE「ゲーム記録」 ([https://www.frontale.co.jp/goto\\_game/2023/japantour/01.html](https://www.frontale.co.jp/goto_game/2023/japantour/01.html)) 2023年8月10日閲覧
- (21) KAMUI FC HIGASHIKAWA「X公式サイト」 (<https://x.com/kamufc/status/1612839733394116610?s=46&t=WVS1NsSOW9Tn3qe3ZXSHw>) 2023年1月12日閲覧
- (22) LaLiga official Website『LALIGA ホームページ』 (<https://www.laliga.com/en-GB/match/temporada-2023-2024-laliga-easports-real-sociedad-sevilla-fc-14>) 2023年11月19日閲覧
- (23) Manchester City WebSite『Manchester City ホームページ』 (<https://www.mancity.com>) 2023年11月17日閲覧
- (24) Sportsnavi Website『マンチェスターシティ FC』 (<https://sports.yahoo.co.jp/official/detail/202211010082-spnaviow>) 2022年11月5日閲覧
- (25) Premier League Website『Premier League ホームページ』 (<https://www.premierleague.com>) 2023年11月17日閲覧
- (26) VISSSEL KOBE「試合情報」 (<https://www.visselkobe.co.jp/match/game/?gid=20237777050120230606&type=photo>) 2023年8月19日閲覧
- (27) Yokohama F・Marinos Website (<https://www.f-marinos.com/en/news/detail/2022-08-16/01.php>) 2023年11月27日閲覧
- (28) Yokohama F・Marinos Website『試合データ』 (<https://www.f-marinos.com/matches/20230723/matchdata>) 2023年11月28日閲覧
- (29) WAKATAKE「WAKATAKE GROUP」『WAKATAKE GROUP2021』 (<https://www.wakatake.group>) 2023年8月30日閲覧
- (30) WAKATAKE group「Instagram公式サイト」 (<https://www.instagram.com/wakatakegroup?igsh=NnZ00Wx0b3Rnb311>) 2024年1月25日閲覧
- (31) GANASSA 合同会社『ガナッサ合同会社ホームページ』 (<https://www.ganassa.jp/ja/>) 2023年9月1日閲覧
- (32) 株式会社北海道日本ハムファイターズ「決算情報」 (<https://prtimes.jp/finance/3430001028820/settlement>) 2023年3月25日閲覧
- (33) 公益社団法人日本プロサッカーリーグ「Jリーグとは」『Jリーグホームページ』 (<https://aboutj.jleague.jp/corporate/aboutj/>) 2023年3月29日閲覧
- (34) 公益社団法人日本プロサッカーリーグ「Jリーグホームタウン」『Jリーグホームページ』 ([https://aboutj.jleague.jp/corporate/aboutj/club\\_detail/](https://aboutj.jleague.jp/corporate/aboutj/club_detail/)) 2023年10月10日閲覧
- (35) 公益社団法人日本プロサッカーリーグ「Jリーグホームタウン活動調査」『Jリーグホームページ』 ([https://aboutj.jleague.jp/corporate/wp-content/themes/j\\_corp/assets/pdf/hometown/2022-hometown2.pdf](https://aboutj.jleague.jp/corporate/wp-content/themes/j_corp/assets/pdf/hometown/2022-hometown2.pdf)) 2023年8月24日閲覧
- (36) 公益社団法人日本プロサッカーリーグ「Jリーグ百年構想」『Jリーグホームページ』 (<https://aboutj.jleague.jp/corporate/aboutj/100years/>) 2023年3月29日閲覧
- (37) 公益社団法人日本プロサッカーリーグ「ホームタウン」『Jリーグホームページ』 (<https://aboutj.jleague.jp/corporate/aboutj/hometown/>) 2023年8月24日閲覧



- (38) 公益社団法人日本プロサッカーリーグ『試合データ』  
(<https://www.jleague.jp/match/jleaguefriendly/2023/072604/live/>) 2023年11月28日閲覧
- (39) 国勢調査「都道府県・市区町村別の主な結果」『e-Stat ホームページ』(<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200521&tstat=000001049104&cycle=0&tclass1=000001049105&tclass2val=0>) 2023年8月24日閲覧
- (40) 国土交通省「市区町村所属圏域一覧」『国土交通省ホームページ』  
(<https://www.mlit.go.jp/road/4kou-minei/pdf/2003/1128/b00.pdf>) 2023年4月8日閲覧
- (41) 静岡市観光ガイド『エスパルスドリームプラザ』(<https://www.surugawan.net/guide/163.html>)  
2023年10月10日閲覧
- (42) 大和フィールド Website(<https://www.yamato-sylphid.com/news/20200201-2/>) 2023年11月20日閲覧