

2005 年度 国際学部
卒業論文

栃木 SC と栃木県の
スポーツ文化のまちづくりにむけて
～J リーグの百年構想と地域活性化～

宇都宮大学 国際学部
国際社会学科
020144Y
豊田 浩司

要約

2004年6月に日本プロ野球パシフィックリーグの近鉄バッファローズとオリックスブルーウェーブの球団合併交渉が進んでいることが明らかになり、球界再編が進んだ。近鉄とオリックスの合併問題においてはファンや地域の声を何ら取り入れようという動きも持たず進んでいった。この騒動を通して、日本プロ野球界は球団を国民の「公共財」や地域に貢献するような地域密着の存在ではなく、企業の広告分野の一部門に過ぎず、企業経営者たちの既得権益として考えているということが国民の一般的な見解になり、多くの国民が失望した。企業中心のスポーツは今では国民の支持を得られず、親会社の営業不振もあり、もはや限界を迎えていると言っても過言ではない。

Jリーグは、そのような企業中心のスポーツから脱却した、市民スポーツ文化の先進国であるドイツのスポーツ事情を参考とし、地域に支えられる地域密着型のスポーツクラブのリーグを目指して立ち上げられたプロサッカーリーグである。全国のJリーグクラブのホームタウンでは、スポーツ文化が住民の日常生活に根付き、地域のアイデンティティにもなり、地域活性化にも発展している事例が数多く見られ、日本の新しいスポーツ文化として注目され始めている。また、地域とスポーツの関係は今大きく注目され、地域発展の多大な可能性を持っているのである。Jリーグ百年構想による市民によるスポーツ文化の発展は今日本社会が抱える高齢化社会や地域の人間関係の疎遠化、全体的な基礎体力の低下などへの問題にも有効であると考えられる。

栃木県にも、そのJリーグを目指すJFL所属の栃木SCというアマチュアクラブが存在する。しかし、地域密着のJリーグであるにもかかわらず、それを目指している栃木SCと地域の距離は近いものであるとは言い難いのが現状である。栃木県や宇都宮市など行政側も特に協力していくという姿勢を見せていない。Jリーグの百年構想はホームタウンの行政・市民・企業が協力しなければ達成できないものなのだ。これはJリーグの理念と相反する事で明らかに不自然な事態であり、地域の財産とも言うべきクラブと地域が連携していないのは非常に惜しい事である。

全国のクラブホームタウンを見ると、地域とクラブの密着により、その地域でさまざまな好影響が報告されている。栃木県においても、栃木SCを核として「スポーツ文化のまちづくり」が可能なのではないだろうか。栃木SCと地域が密着・連携することによって、地域住民の生活にスポーツ文化が取り入れられ、健康的・文化的なより豊かな生活になり、地域のアイデンティティが生まれるのではないかと、そして、より栃木県全体が発展する可能性を孕んでいるのではないだろうか。本稿は、栃木県のこれからの地域発展のために栃木SCを活かした栃木県の「スポーツ文化のまちづくり」のあるべき姿を探求していくものである。

本稿は、まず第一章でJリーグが誕生した歴史とJリーグが参考としたドイツの先進的

なスポーツ文化について、そして J リーグの理念である百年構想とそれがこれからの日本の地域社会においていかに重要な構想であるかをまとめる。

第二章では、栃木県をホームタウンにして活動している栃木 SC の詳細と抱えているさまざまな問題、クラブ関係者と行政担当者とのインタビュー、そしてそこから見ることのできる栃木県のスポーツ文化行政の問題点について論じる。

第三章では、ホームタウンのまちづくりの成功事例として、J リーグで活躍しているアルビレックス新潟と、2006 年シーズンより J リーグに参入する愛媛 FC の事例を紹介する。この 2 つのクラブホームタウンは行政・住民・企業それぞれがクラブを支援したスポーツ文化の地域づくりが見られる地域である。これらの事例と、栃木 SC を取り巻く環境がどのように違うかを言及し、栃木 SC と栃木県のこれからの発展のために参考となるものを研究する。

第四章では、第三章を参考にしつつ、これから栃木県において、スポーツ文化によるまちづくりのために、それぞれ行政・県民・企業・クラブは何をしていかなければならないのかについて論じる。そしてこれからの栃木県の「スポーツ文化のまちづくり」について、筆者の考えることについてまとめる。

はじめに

近年、日本のプロスポーツ界において変化が起きている。2004 年 6 月に日本プロ野球パシフィックリーグの近鉄バッファローズとオリックスブルーウェーブの球団合併交渉が進んでいることが明らかになり、新興企業が球団を買収・設立するなど球界再編が進んだ。近鉄とオリックスの合併問題においては、球団経営が近年の不景気により双方赤字で親企業を圧迫していること、本拠地が比較的近い、という理由で近鉄とオリックスの思惑が一致し、合併交渉はファンや地域の声を何ら取り入れようという動きも持たず進んでいった。この騒動を通して、日本プロ野球界は球団を国民の「公共財」や地域に貢献するような地域密着の存在ではなく、企業の広告分野の一部門に過ぎず、企業経営者たちの既得権益として考えているということが国民の一般的な見解になり、多くの国民が失望した。そしてそれらがプロ野球の観客動員数や商品収入・テレビ視聴率の激減、球団とリーグの収入減少、さらにはプロ野球自体の人気低迷につながっているのは明白である。それまで熱心なプロ野球ファンでさえもプロ野球界のムラ社会的な閉鎖性と自分たちの無力さを認識するようになった。またプロ野球以外でも、企業主体のスポーツは現在の日本社会では限界を迎えている。

この騒動を通して、プロ野球をはじめとするプロ企業スポーツの限界を感じ、一方で 1993 年に開幕したサッカー J リーグの理念である地域密着と百年構想に大きな関心を持った。企業中心に展開されてきた日本のプロ野球界であるのに対し、企業中心のスポーツから脱却し地域に根付く「地域の共有財産」の存在であることを目標とした J リーグはこれからの日本のスポーツ界で模範的な存在になろうとしている。地域に密着した、企業主体のものではない、地域の発展と市民の豊かな生活の実現を第一の理念に掲げている J リーグであるが、その理念の背景には仕事中心の行き詰まった現代日本人の生活、地域社会の崩壊、子どもをはじめとしたスポーツやスポーツ文化との疎遠などがある。J リーグはスポーツがただ体力の向上や健康促進効果だけでなく、そこで多くの人々に触れ合うことによって地域社会の交流を生み、個人の人間性をゆたかにし、生きがいをつくり、年齢や性別に関係なく地域で誰もがスポーツに触れ楽しめることができる「生涯スポーツ社会」というものを達成し社会全体に大きな恩恵をもたらすものであるとして、積極的にスポーツ文化を地域に定着させようとしているのである。そのためには市民と行政の積極的な協力が必要不可欠であり、クラブの市民や行政・企業への説明とそれぞれの理解が重要になる。ホームタウンにおける生涯スポーツ社会の達成と市民を巻き込んだまちづくりの活性化は J リーグの大きな存在意義であり、これからの日本社会にとって非常に貴重なものである。その J リーグに昇格しようと JFL という J リーグの下部組織で奮闘している栃木 SC というクラブが栃木県にあるということを知ったのはわずか 1 年前、大学 3 年生の時だった。

ここで大きな幾つかの疑問が頭に浮かんだ。なぜ自分は栃木県に 3 年間住んでいながら栃

木 SC の存在を知らなかったのか。また自ら知ろうとしていなかったかもしれないが、なぜ自然に栃木 SC のことが耳に入るようなことがなかったのか。地域と生きる J リーグであれば、自分はある程度この栃木県の地域に住んでいるので知っている可能性が高かったのに、クラブをなぜ知ることがなかったのか。栃木 SC は地域にまだまだ一体化されていないのではないだろうか。栃木 SC は地域に根付く為にどのような活動をしているのか。県民はどう思っているのか。「スポーツ不毛の地」と言われる栃木県は栃木 SC というツールを活かしてどのような「スポーツ文化のまちづくり」を進めていかなければならないのか。

社会のグローバル化の中で、それに逆行するローカリズムがますます重要になっている。地域が自分たちの特性を理解し地域が自ら権限を持ち活性化を考え実行することは今必然の流れであり、スポーツにおいても言えることである。栃木県民のさらなるゆたかな暮らしをつくるものであり、栃木県を個性的で魅力のある地域にすることができるのである。これから地方行政に携わることになる者にとって、栃木 SC を核として栃木県の生涯スポーツ社会を実現させる方向に向けさせることが必要であり、栃木 SC は栃木県全体を発展させるうえでなくてはならず、そのためにはどうしなければならないのかを考え、本論文を執筆するに至った次第である。

そこでまず第 1 章では、サッカーの持つ歴史と性格、日本におけるサッカーの歴史と J リーグの誕生、そしてその仕組みや理念の内容と地域社会におけるその重要性を、日本プロ野球界と比較しながら論じる。

第 2 章では栃木 SC の詳細と現在の活動・クラブの抱える問題点をクラブ関係者と行政担当者とのインタビューをまじえて論じ、栃木県におけるスポーツ文化行政の問題点についても論じる。

第 3 章では全国のホームタウンとクラブの活動の成功事例としてアルビレックス新潟と愛媛 FC を紹介し、栃木 SC と栃木県のこれからのスポーツ文化発展のための参考になるものとする。

第 4 章ではこれらをふまえて、これからの栃木県の「スポーツ文化のまちづくり」のために、行政・クラブ・県民・企業がすべきことを考察する。

目次

はじめに	3
第一章 Jリーグの誕生と理念	
第一節 サッカー・Jリーグの誕生	7
(1) サッカーの歴史とサッカーの持つ性格	7
(2) 日本サッカーの誕生とJリーグの誕生	8
第二節 ドイツのスポーツ環境とJリーグの理念	9
(1) ドイツのスポーツ環境	9
(2) これまでの日本のスポーツ事情	10
(3) Jリーグの理念・百年構想	12
第三節 これからの地域社会におけるJリーグの理念の重要性	15
(1) 日本の地域社会の崩壊と地域のまちづくりへの発展	15
(2) 子どもたちを含む日本人の運動不足化	16
第四節 栃木県における百年構想の重要性	17
第二章 栃木SCと栃木県	
第一節 栃木SCについて	20
(1) 栃木SCの歴史	20
(2) 栃木SCの現在と抱える課題	20
(i) 財政的な問題	21
(ii) 人材的な問題	22
(III) ハード面等の問題	22
第二節 栃木SCと行政の地域のスポーツ文化振興への活動	23
(1) 栃木SC選手 高秀賢史氏とのインタビュー	23
(2) 栃木SC代表 山野井暉氏とのインタビュー	24
(3) 宇都宮市役所教育委員会事務局スポーツ振興課企画係 戸崎氏と鈴木氏とのインタビュー	26
第三節 栃木県におけるスポーツ文化行政の問題	29
第三章 全国のJリーグクラブホームタウンの成功事例との比較	
第一節 アルビレックス新潟（ホームタウン：新潟県新潟市）の事例	31
(1) クラブの歴史	31

(2) かつての新潟県の姿とアルビレックス新潟を契機とした変革	32
(3) アルビレックス新潟の事例の注目点	34
第二節 愛媛 FC（ホームタウン：愛媛県松山市）の事例	36
(1) クラブの歴史	36
(2) 愛媛県行政・企業・県民の愛媛 FC に対する活動	36
(3) 愛媛 FC の事例の注目点	38
第四章 これからの栃木県のスポーツのまちづくり	
第一節 行政がすべき役割	40
第二節 県民・企業がすべき役割	42
第三節 栃木 SC がすべき役割	43
第四節 栃木県の「スポーツ文化のまちづくり」にむけて	44
おわりに	47
あとがき	49
参考文献・URL	51
補足資料	52

第一章 J リーグの誕生と理念

第一章では、最初にサッカーの歴史的背景と日本サッカーの歴史について、また栃木 SC¹が目指している J リーグ²の基本的な事項と参考とした旧西ドイツのスポーツ環境について、掲げている理念のこれからの地域社会と栃木県においての重要性について論じる。

第一節 サッカー・J リーグの誕生

(1) サッカーの歴史とサッカーの持つ性格

サッカーの歴史はかなり古い。サッカーの起源として 8 世紀のイングランド地方の農村地帯で農民が互いの村に 1 つのボールを運んでいったのが始まりだといわれているが³、2004 年に FIFA⁴がサッカーは古代中国の「蹴鞠」が起源であると発表している。

サッカーが大衆的なスポーツになったのは 19 世紀のイングランドにおいてである。産業革命によって農業従事者が大量に都市で工場労働者になり、人口が減少した農村の共同体のかわりにサッカーがレクリエーションとして取り入れられたことによって、どの街でもどんな田舎村でもサッカークラブが 1 つは出来上がった。そしてそこに住んでいた人々はサッカーを共同体と同様の大切な財産のひとつとし、労働者が毎週土曜日に余暇を楽しむようになると住人がみなサッカーの試合を見るためにサッカー場に向かい余暇を楽しんだという。

その後 19 世紀半ばにはイングランドのパブリックスクールにおいてサッカーが人格形成のために必要な「スポーツ」として採用された。ルールが国や地域によってまちまちであったが統一ルールが作られ、1863 年にはサッカー協会が設立された。その時代よりも前にフランスやイタリアでもサッカーに似た競技はあったが、イングランドのサッカーはヨーロッパ各国にはもちろん、当時のヨーロッパ列強と呼ばれる世界各地に植民地を保有する国の手によって、地域によってルールが違ってはいたが世界中に伝播していったのである。現代においてもアフリカ諸国や南米諸国など、かつてのヨーロッパ列強各国の植民地であった国々はサッカー文化が非常に盛んである。

サッカーが普及して以来、サッカーのゲームは身分階級闘争の感情の矛先として、また

¹ 「栃木 SC」HP <http://www.tochigisc.com/index.html>

² 「J リーグ」HP <http://www.j-league.or.jp/>

³ イングランド地方ではサッカーはフットボールといわれている。アメリカではフットボールはアメリカンフットボールを指す。

⁴ Federation Internationale de Football Association（国際サッカー連盟）の略。
「FIFA」HP <http://www.fifa.com/default.html>

民族闘争の代理戦争として、また地域間の争いの代替として利用されてきた歴史を持っている。近代ヨーロッパにおいて、資本家階級に対する労働者階級の不満感情を解消させるためにサッカーが用いられ、またサッカーは広く世界でプレーされているためナショナルチーム同士の対戦も多いことから、理性を失うほど観客や選手が熱狂してしまうこともしばしばあった。実際に 1969 年にはエルサルバドルとホンジュラスの間でサッカーの試合の結果が原因で戦争も勃発してしまったほどである。ヨーロッパでは地域のクラブが古くから誕生しそれぞれ地域の顔となり、地元住民はそのクラブを「おらがチーム」として愛郷心をもってみな応援していた。このことからわかるように、サッカーという競技は歴史的にナショナリズムや愛郷心を高揚させ民衆を興奮させるような性格を持っているのである。と同時に、ヨーロッパ各国を中心としてサッカーは国民の代表的な娯楽であり、生活の上で欠かすことのできない重要な一部分にもなっているのである。それは現代においても変わっていない。

そして現在は世界統一ルールのもと、FIFA には 2005 年現在 207 カ国が加盟し、各地区から勝ち上がってきた代表が世界一をかけて戦うワールドカップなど、サッカーは世界共通のスポーツとなった。2002 年には日本・韓国共同開催でワールドカップが開催され、全世界が熱狂したのは記憶に新しいところである。

(2) 日本サッカーの誕生と J リーグの誕生

日本にサッカーがもたらされたのは 1873 年のことで、東京の海軍兵学寮に教師として来日していたイギリス海軍のダグラス少佐が生徒にサッカーを教えたことが始まりとされている。1899 年には神戸の御影師範によりやく初の日本人のサッカーチームができ、御影師範の卒業生が日本全国でサッカーを教え、それ以来サッカーは全国に普及されることとなった。長い時間が経ち、1965 年にはアマチュアの日本サッカーリーグ⁵ (JSL) が設立され、これによってレベルアップした日本サッカーは 1968 年にはメキシコオリンピックで銅メダルも獲得し、サッカーは日本でブームとなったものの、すぐにブームは止みチームも弱体化し、それと同じように国内のサッカー人気も低迷していった。長い間サッカーは日本のスポーツの間でマイナーな存在であり続け、それ以前から人気の高かったプロ野球や大相撲には注目度や人気はかなわなかったという時代が長く続いた。

しかし 1974 年、このとき日本のサッカー界に動きが起こる。国際オリンピック委員会⁶ (IOC) が 1984 年からのロサンゼルスオリンピックからのプロ選手の出場参加を認め、日本のスポーツ界がアマチュア主体だった体制からプロ化への移行の気運が高まったのであ

⁵ 大企業のクラブを中心とした 8 チームでスタートしたアマチュアサッカーリーグ。1992 年にプロ化に際し J リーグと下部組織の日本フットボールリーグ (JFL) に分離。

⁶ 「国際オリンピック委員会」HP <http://ioc.unesco.org/iocweb/index.php>

る。サッカー界でもその動きは起こり、1986 年、日本サッカー協会⁷もプロ選手の登録を認め、日本オリンピック協会⁸（JOC）もアマチュア憲章をスポーツ憲章に改め、プロ・アマの選手資格を各競技団体にゆだねる決定をした。そして 1988 年に JSL に発足した活性化委員会で国内サッカープロリーグの設立が決定したのである。

新しいプロリーグの大きな指針として、日本サッカーのレベルアップの他に、日本プロ野球のような企業の広告部門のはたらきを持つようなリーグを作るのではなく、試合興行の中心地や商業活動の優位性確保という共通点はあるものの、プロ野球界が実行しているフランチャイズ制ではない、特定の地域を地盤におき地元で深く密着する点で大きく異なるホームタウン制を実行し、地域住民のスポーツ文化振興と地域社会への発展への貢献を目標にすることとした。

第二節 ドイツのスポーツ環境と J リーグの理念

（1）ドイツのスポーツ環境

日本はプロサッカーリーグを設立する上で、ドイツ（旧西ドイツ）のスポーツ環境を手本とすることを決めた。ドイツは国民が気軽にスポーツを楽しめる体制が整っているスポーツ文化先進国であり、国民の 6 割がスポーツを日常的に楽しんでいるという、まさに生涯スポーツ文化を日本にも普及したい J リーグにとって参考とすべき国であった。

旧西ドイツでは今から 50 年前、国民の医療費の問題が深刻になり、旧西ドイツのオリンピック委員会は「ゴールデンプラン」という計画をたて、国民の健康的な生活をつくるため多くの遊戯施設やレジャー施設・スポーツ施設を建設した。そして 1960 年から 15 年という長期的なビジョンを設定しスポーツ環境の充実を図るために国・州・各自治体がそれぞれ資金を負担した。その結果、どの街にも規模に応じたスポーツクラブができ、年齢や性別関係なくすべての住民が気軽に好きな程度でスポーツを楽しめるようになった。これによってドイツのスポーツ人口は 4 倍以上に増え、スポーツクラブの会員人口は 2600 万人になり（当時のドイツの人口のまさに 3 分の 1 にあたる）、医療費の負担も格段に減少したという。

また、ドイツには「フェライン法」という民法があり、一定の条件を満たせば、会員 7 人でクラブとして法人登録をすることができる。これによって国内には約 87,000 ものクラブが誕生し、その大多数が 300 人程度の会員を抱えているという。自治体も協力的にスポーツ施設や小中学校の体育館などを無料で貸し、クラブの活動をサポートしている。行政も国民のスポーツ文化定着に理解を示しているのである。クラブではドイツの国民的スポーツであるサッカーの他に、バレーボール、バスケットボール、体操や陸上競技のチーム

⁷ 「日本サッカー協会」HP <http://www.jfa.or.jp/>

⁸ 「日本オリンピック協会」HP <http://www.joc.or.jp/>

も組織しており、総合型の地域スポーツクラブと呼ぶことができる。そのクラブから優秀な人材がトップリーグで地域のシンボル・誇りとして活躍し、地域の住民はおらがチームのおらが選手という目線で応援することで、夢や活力を共有している。平日仕事の帰りに好きな競技を好きな時間楽しみ、週末はある家やクラブに集まりテレビでブンデスリーガ⁹をビールとソーセージとともに楽しむという光景がドイツでは当たり前なのである。そこで生まれて活性化したコミュニティによってさらに地域社会が円滑に動き、元気で明るい交流の絶えない「地域」というものができているのである。ドイツ国民の国民的レベルのスポーツ文化を支えるこの制度は現在も有効に作用しているという。

また、ドイツにはスポーツシューレという施設がドイツ国内に20ヶ所以上存在している。設立当時のJリーグチェアマンだった川淵三郎氏¹⁰らは、1960年に選手として東京オリンピックを控え、当時の西ドイツのデュイスブルクという街のスポーツシューレを訪れ、そのすばらしいスポーツ環境に圧倒されたという。スポーツシューレとは「スポーツの学校」という意味で、このスポーツシューレの建設費と運営資金はサッカーくじの収益金で賄われて、ドイツ国内の地域ごとに整備されている。サッカーがプレーできる芝生の美しいグラウンドが何面もあり、宿泊・レクリエーション施設、身体障害者が車椅子でスポーツができる施設もある。体に障害を持った人たちがスポーツをしている、芝生の上でのびのびとサッカーができる。このようなことさえ当時の日本人には驚きだったのだろう。

スポーツシューレでは、サッカーを含むさまざまなスポーツの実践的な指導や選手の育成、コーチや指導者の研修や会議など、選手の育成はもちろん指導者の育成やクラブの運営を含めた育成が行われ、ドイツ各地域のクラブの選手や指導者が定期的に集合している。スポーツシューレをとおしてドイツのスポーツ文化が発達し、サッカーにおいては、やがて地域のクラブから優秀な選手がドイツ最高のサッカーリーグであるブンデスリーガで活躍し、また優秀な指導者が選手を指導し、そのクラブを地域が一丸となって支援して地域のコミュニティがますます活性化する形になっている。このようにゴールデンプランとスポーツシューレを基盤として、国民が性別や年齢を問わずに好きな種類のスポーツを気軽に楽しみ、ブンデスリーガのようなトップリーグが地域と密着した形で活動している環境がドイツには完成していた。

（２）これまでの日本のスポーツ事情

日本においてはドイツのような発展したスポーツ環境はまだまだ成熟しておらず、環境が整っているのはほんのひとにぎりの地域に過ぎない。そして、日本では住民が未だ殆ど

⁹ Bundesliga ドイツサッカーの最高峰のリーグのこと。地域ごとのリーグを1963年に全国リーグに統一したときに誕生。企業母体だけでなく市民クラブ母体のチームも多い。

¹⁰ 元サッカー選手、元サッカー日本代表監督、元Jリーグチェアマン。現在は日本サッカー協会の会長（キャプテン）。

の地域において「スポーツ」を「体育」という意味合いでインプットし続けているのではないだろうか。

日本ではじめて「スポーツ」という概念が輸入されたのは明治以降であった。その頃の国際情勢は帝国主義・植民地主義というものが主流の時代であり、日本周辺の情勢を見てもアジアでは独立を保持しているのは日本とタイだけでという状況で、すぐに日本は国力、とりわけ兵力を整えなければならなかった。そのために政府主導で国民の基礎的体力を育成するためにスポーツ、とりわけ軍事的な「体育」体操というものを普及させ、国民がそれに従って行っていったのが始まりである。

戦後になるとスポーツは企業の従業員への福利厚生や企業内の一体感の構成、また広告としての役割を担うこととなる。日本の企業スポーツ時代である。バレーボールはネットとボールがあればできるという手ごろさから、大勢の女性社員が在籍している紡績企業でよく行われ、ラグビーやサッカーにおいても社員の一体感や意気高揚のために積極的に取り入れられた。そして企業スポーツの代表的なものがプロ野球であろう。球団と親会社の商業圏域という意味合いを持った「フランチャイズ」を都市に置き、そこで有利な商業活動を行おうという目論見である。そして現在も過去もプロ野球球団の親会社を見ると殆どが大新聞社や鉄道会社である。球団を記事にすると新聞が売れる、球場まで繋ぐ鉄道線を造りその沿線を開発して利益を得る、このようにプロ野球の球団を持つことによって自社商品の販売促進につながり、またスポーツというドラマ性とともに自社のイメージアップにもつながる、ということであった。1970年代に企業メセナという言葉が登場し、社会貢献という形でスポーツ大会の後援などに取り組む企業も増えたが、基本的に企業利益を中心にスポーツは行われていたのである。

またスポーツは学校の部活動やスポーツ少年団で行われるものが主流のひとつにもなった。これらは小中学校で主に経験するものであり、そこで教育であるスポーツを通して人間社会で生きるうえでの優しさや協調性、連帯感や責任感などを養うことを目的としている。たいていは男子女子にわかれて好きな種目のクラブに加入するというスタイルになっているのだろう。

これらのように企業と学校というスポーツをめぐる大きな環境は、一昔前までは順調であったのだろうが、しかし、社会が劇的に変化している今日では明らかに制度疲労を起こしているのである。

企業スポーツは日本のスポーツレベルの向上に大きく貢献してきたことは間違いない。しかし国民の価値観は大きく変わった。経済の発展によって「ゆとり」というものを重視する傾向になり、また終身雇用制度も維持が難しくなり、企業スポーツが目的としてもっていた福利厚生や企業内の一体感の構成という意味は徐々に無意味なものになっていった。そして、経済の不況により企業の体力が低下し、スポーツクラブを抱える余裕がなくなってしまった。直接的に利益をもたらさない部門は撤退を余儀なくされるのである。多くの種目の名門といわれた社会人クラブが次々と廃止になり、プロ野球界においても近鉄バッ

ファローズとオリックスブルーウェーブの球団合併が起こることとなった。このように、企業中心のスポーツの体質は、経済状況によってはクラブを維持できないということをあらわしている。そして何より一番の問題は、企業主導で事が進み、ファンや地域の利益が考慮されないことである。

学校の部活動やスポーツ少年団についても変化があらわれている。子供たちの運動離れは広がる一方で、少子化の影響から満足にチームも組めない、教員がスポーツ未経験で指導ができない、精神論や勝利主義のみでスポーツをとらえて指導し、スポーツ本来の楽しみを与えてやれない指導者も未だに多い、また高校や大学に進学するとスポーツをする機会がなかなか見つからない、やる気があってもスポーツがやりにくい、などの問題が顕著になってきている。企業と学校中心のこれまでの日本のスポーツ環境は本当に適当だったのだろうか。

スポーツとは、ドイツのように「性別・年齢関係なく、運動が苦手な人でも、好きな種目を好きな程度にできる、そして地域社会の核になる」ような存在ではなかっただろうか。企業や学校という組織に属していないとスポーツができないという状況では、理想の生涯スポーツ社会は決して実現できない。

Ｊリーグはそのような状況の下で、企業と学校中心の日本のスポーツ文化から脱皮した、「Ｊクラブが地域社会と一体となって実現する、スポーツが生活と一体化し地域の人々に健康と楽しみを与えることができる街」であるホームタウン構想を掲げ、地域に根ざしたクラブを設立し、そこでのさまざまな活動や世代を超えた交流によって地域社会を構築して、真の生涯スポーツ社会実現に貢献し、そして最終的に日本サッカーのレベル向上に努めることを存在意義として誕生したのである。

（３）Ｊリーグの理念・百年構想

1988年に活性化委員会がプロリーグ設立決定した後、新たにプロリーグ委員会が発足し、具体的な方針をあらわした。まずクラブを法人化して選手をプロという扱いにし、参考としたドイツのスポーツクラブのような環境を地域を基盤に置き、子供やトッププレーヤーまで一貫してサッカーをはじめとするスポーツができる環境を作り上げようとした。スポーツを見るだけでなく、スポーツを楽しむこともでき、その広い裾野から優秀な選手を輩出し日本サッカー全体のレベルを向上させようというものである。

こうして1993年11月にＪリーグは開幕した¹¹。Ｊリーグは設立趣旨として、「①日本のサッカーを広く愛されるスポーツとして普及させることにより、国民の心身の健全な発展を図るとともに、豊かなスポーツ文化を醸成。わが国の国際社会における交流・親善に寄与する。②日本のサッカーを活性化し、オリンピック、ワールドカップに常時出場できるレベルにまで実力を高め、日本におけるサッカーのステイタスを向上させる。③トップレ

¹¹ リーグの構成については図表1を参照のこと。

ベルの選手・指導者に対し、やり甲斐のある場を提供し、その社会的地位を高めていく。

④地元に深く根ざすホームタウン制を基本とし、各地域において地元住民が心ゆくまでトップレベルのサッカーと触れ合えるよう、スタジアム施設を含め、チーム周辺を整備する。」

¹²の4つを掲げ、なかでも4つ目のホームタウン制を最重要視することとした。

ホームタウン制とはJリーグ以前のJFLやプロ野球が敷いてきたフランチャイズ制と性格を異にするもので、「本拠地占有権」や「興行権」というものではなく、地域に溶け込んで市民・行政・地元企業のそれぞれが協力してクラブを支援し、クラブが地域社会の核になる存在になり、ホームタウンを中心にして地域の住民がみな楽しんでスポーツができる総合型のスポーツクラブをつくり、心と体の健康に寄与しようとするものである。また大企業がまるごとクラブを抱えるような企業スポーツ体系ではなく、クラブを永続させるために地域の企業に広く薄く支援を募り支援してもらうことで、地域に理解される存在になろうとしている。

そしてJリーグが目指している「百年構想」とは、この地域に根ざしたスポーツクラブを全国に普及させる運動で、将来的に各都道府県に最低2つのスポーツクラブを設立させ、観る・する・参加することを通して世代を超えた地域の輪を広げようというものである。クラブ名も「企業名+チーム名」ではなく「地域名+チーム名」にし、より地元密着の色を出そうとしている。ホームタウンのクラブは積極的にサッカー教室などを開催して地域のスポーツ振興に寄与し、サッカー以外のスポーツにもリーグが助成金を拠出するなどして、スポーツ文化が地域住民の生活の一部になるよう活動しているのである。また、クラブの存在が地域の町おこしや他地域との差別化を図ることにもなり、地域への経済効果はもちろん、地元への帰属心を育てることにもつながるのである。

また、文部省¹³は2000年に「スポーツ振興基本計画」というプランをたて、「①生涯スポーツ社会の実現に向けた、地域におけるスポーツ環境の整備充実政策、②わが国の国際競技力の総合的な向上政策、③生涯スポーツ社会及び競技スポーツと学校教育・スポーツとの連携を推進するための方策」¹⁴の3つのスローガンを提示した。これはJリーグの掲げる「百年構想」と考え方がほぼ同じものである。「スポーツ振興基本計画」では、成人のスポーツ実施率が週一回である人を国民の2人に1人にまで押し上げようと考えている。

これらの政策は日本人の運動不足傾向や地域社会の崩壊が危惧されている日本社会を変革するにあたって非常に効果的なものであるのだが、Jリーグやクラブだけが奮闘しても実現できるものではない。ホームタウン制はクラブ中心に事がまわるのではなく、行政・市民（地域住民・ファン）・企業の協力と共通理解が不可欠だ。ドイツをはじめとするヨーロッパのスポーツクラブも地元自治体や地域住民の資金協力や人的協力があってはじめて成

¹² 『Jリーグのめざすホームウンづくり』（社団法人日本プロサッカーリーグ、1996年）より抜粋。

¹³ 現在は文部科学省。

¹⁴ 『21世紀のスポーツに向けて』（日本プロサッカーリーグ、2001年）より抜粋。

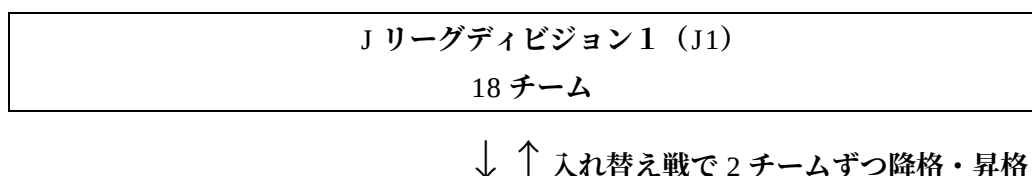
り立つものだし、スポーツを行うハード的なものも、クラブの認知のための広報活動などに至っても自治体の協力が必要である。またスポーツ教室やその他の細かな地域密着活動も行政や教育機関の理解と協力が無ければならない。企業はこれからもクラブへのスポンサーになってもらう必要がある。

ホームタウン制という理念は、完全に企業とは距離を置く理念ということではない。クラブの広く浅い支援要請に応えることによって、地域のために貢献できる。それは金銭面のことだけでなく、スポーツ施設などのハード的から人的資源の提供などのソフト的なもので多岐にわたる。それらによって企業は市場やビジネスチャンスが広がり、スポンサーをすることによってスポーツに便乗した良いイメージを得られるなどの効果が考えられる。企業がクラブを通して地域社会に貢献できるのである。そして市民も最も大きな要素のひとつである。試合に足を運び、サポーターとなってクラブを支援し、地域社会を発展させる主役は市民である。与えられたスポーツ文化をますます発展させ、定着したものにするには市民への説明と市民の理解が必要だ。

たしかに、Ｊリーグが開幕した 1993 年から長い年月が経ち、経営的に立ち行かなくなるクラブも出始め、地域に密着しているとはいえないクラブと地域もある。また観客動員数も伸び悩むなど、Ｊリーグと百年構想について疑問の声が噴出してくるのも十分納得のいくものであろう。またプロスポーツはフランチャイズ制でなければ維持できないという声もあった。しかし、多くの日本企業が経営体力を消費し、日本のたくさんの地域が活力を失い地域とそこに住む住民が自信を無くしていき、活力の首都圏一極集中が進んでいるといえる昨今の我が国において、Ｊリーグの百年構想が今本当に必要な理念ではないかと感じるのである。

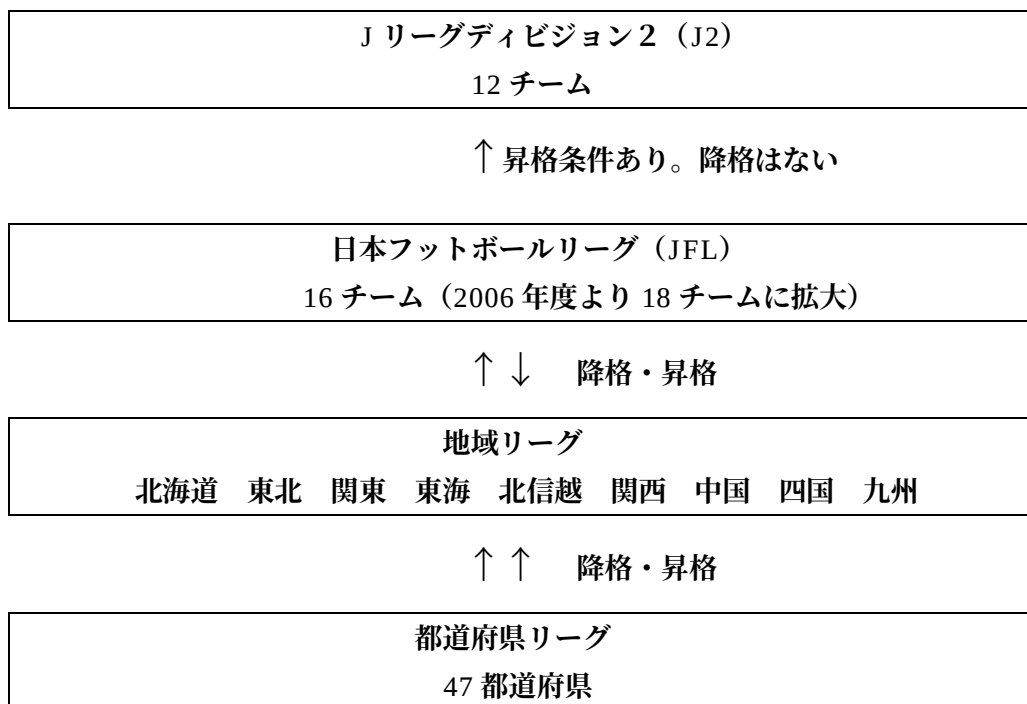
このように、Ｊリーグが掲げる理念は、かつての日本スポーツ界の主流だった企業・学校中心主義では達成し得ないものを達成できるものであると考える。では、第三節ではＪリーグのホームタウン制などの理念がこれからの地域社会発展のためにいかに必要ということについてさらに詳しく、また第四節では栃木県全体の地域社会発展のための栃木 SC の重要性と必要性について述べたい。

図表 1 Ｊリーグの構成¹⁵



¹⁵ 「日本フットボールリーグ」 HP

(http://www.jfl-info.net/intro/image/pic_compo_01_2005.gif) を参考に作成。



第三節 これからの地域社会における J リーグの理念の重要性

J リーグの理念は、これからのスポーツ文化による心身とも健やかな生活と地域社会の活性化において不可欠なものとなるだろう。その理由は大きく 2 項目に分類することができる。

(1) 日本の地域社会の崩壊と地域のまちづくりへの発展

現代社会は、自分が住んでいる家の隣人の顔さえ知らないというのが特徴ともいえる。交流することに気後れするのか、地域のコミュニティというものに興味がないのか、それぞれ人により理由はあるにしろ、地域と関わりを持たない人が増えているのではないか。顔と顔を合わせない、ただその地域に「住んでいるだけ」という、「市民」ではない「住民」ばかりでは、ますます発展的な地域というものは望むことができない。

それは若年層や壮年層だけでなく、一見近所交流などを重視する高齢者世代にも言えると考えられる。調査によれば、60 歳以上の方で近所付き合いを親しくしている人たちは、1988 年では調査対象の 64,4%、1993 年では 59,5%であったが、1998 年には 54,1%、2003 年には 52,0%にまで低下している。若い世代との交流があるかとの問いには 1993 年には

24,1%、1998 年には 23,0%、2003 年には 20,2%になっている¹⁶。このように、高齢者世代においても地域との交流は減少傾向にあり、まして異世代との「縦の交流」もさらに少ないことがわかる。

総合型スポーツクラブのような場所で異世代との交流が可能になるなど、地域住民が今までに体験しなかった新たな人間交流がそこで生まれることによって、人間関係が希薄化した地域社会を変革できる可能性があるのではないだろうか。既存の事業組織（例えば子どもの地区会や障害者のためのスポーツ教室など）では不可能だった、その地域の世代や個人個人の環境にとらわれない「縦の交流」と新たなコミュニティをスポーツ文化によって築くことができるのではないか。そこで生まれたコミュニティが、地域で誇れる人間関係になり、これからの高齢社会に対する対策にもなり、学校週休 2 日制によって自由時間が増えた子どもたちの活動の場にもなり得る。そしてそれがあらためて地域住民の目を地域に向けさせることにも繋がっていくと考えられ、そこで出来上がった基盤が自発的に市民参加型のまちづくりに飛躍発展することも大いに考えられるのである。

（２）子どもたちを含む日本人の運動不足化

近年の日本人のスポーツ離れは増加の一途である。それにはスポーツ嫌い、趣味の多様化、子どもたちの学校週休 2 日制などの影響が考えられるが、スポーツで体を鍛え基礎的体力を身につける他に、集団適応力や粘り強い精神力を習得できるスポーツを適齢期に経験しない子どもたちが増加していることは子供たちの将来を考えるうえで様々な問題が発生することが考えられる。

数値的に見ると、1980 年と 1997 年の大学生の体力と運動能力の値を比較すると、体力では男子が 5%、女子が 7%、運動能力では男子が 13%、女子がなんと 22%程度も低下しているという。また中学生の視力を見ても、3 分の 2 の生徒が視力 1,0 以下で、近視の子どもは 40 年前の 3 倍以上になっているという¹⁷。食事の内容の変化の問題等もあり、これらの身体能力とは反比例して子どもたちの平均身長と平均体重は増加傾向にあるのが現状である。また少子化の影響で一つのチームを編成する子どもの人数さえ確保できず、複数の種目の部活動を確保できない学校が増えている。子どもたちが自由に様々なスポーツを楽しむ環境が急激に縮小しているのである。

また、日本社会では小学生では学校の部活動や地域のスポーツ少年団に所属し、中学校や高校では部活に所属しているが、卒業した途端スポーツとは縁の無い生活になるという人が大半を占めている。成人し就職した後は企業のスポーツ同好会や地域の同好会か民間会社のスポーツジム等で汗を流す、それぐらいしかスポーツを楽しむ手段が無いというのが一般的なのである。これが先述した企業中心のスポーツ文化の特徴である。

¹⁶ 「健康日本 21」HP (<http://www.kenkounippon21.gr.jp/>) を参考とした。

¹⁷ 『21 世紀のスポーツにむけて』（日本プロサッカーリーグ、2001 年）を参考とした。

このように、現代日本では子どもたちを含め日本人の運動不足化が進行している。スポーツ文化が一部にしか享受されていない社会では社会総員のストレスの上手な発散ができにくくなり、かつてスポーツ政策を重視していなかった時代の西ドイツが苦しんだ医療費の増大に繋がる可能性が大いに考えられる。また人間社会を生きていくうえで必要なコミュニケーション能力の不足も進行するだろう。それらから派生していま様々な社会問題が発生しているのではないだろうか。地域の身の丈にあった総合型スポーツクラブによって国民の生活文化にスポーツを組み込ませ、地域社会からスポーツ文化を普及させることが急務である。

第四節 栃木県における百年構想の重要性

このように、Jリーグの掲げている百年構想がこれからの地域社会の問題解決と発展において必要であることは間違いない。スポーツ文化が文化的、歴史的に定着し地域住民が積極的にスポーツ文化に親しんでいる光景は現在 J1・J2 で戦っている Jリーグチームのホームタウンをはじめとしてよく見られるものになった。そこではスポーツ活動を通して新たにコミュニティも生まれ、地域密着型のクラブに関わる事によって改めて地元に関心の目を向け始める地域住民も確実に増えている。身近になったスポーツをして健康的な生活をしている住民も増加する。自発的に生まれた住民の自主運営による総合型地域スポーツクラブも誕生しているという。また、東京圏集中一辺倒の価値観に傾倒するだけではなく、自分の住んでいる、または出身地の様々な素晴らしさを再発見し地域のくらしの発展のためにアクションを起こす事例も増加しており、Jリーグの設立を契機にして地域のまちづくりがスポットを浴び始めたのは非常に喜ばしいことである。

行政や企業側、そして地域住民もその地元で Jリーグチームや Jリーグにチャレンジしようとしているチームがあれば、当然それぞれ何らかの形で支援をすべきである。10 年や 50 年、そして 100 年という長期的スパンで見れば、Jリーグの掲げている百年構想がチームを通して地域で実現されることになり、地域全体に多大な恩恵をもたらすことができるからだ。これから各地域では、先述のような地域社会の問題が増加することはかなり可能性が高く、栃木県においてもこれは同じことであるといえる。だが、Jリーグの理念が問題を抱える地域を変革するという可能性も大にあるのである。

一方、栃木県を拠点として活動している JFL 所属の栃木サッカークラブ（栃木 SC）というクラブが存在する。JFL といえば Jリーグにあと一歩という非常にレベルの高いリーグであり、栃木 SC は現在も JFL16 チーム中 4 位¹⁸という好成績を残している。Jリーグに参入することができれば注目も一気に高まり、栃木県においても百年構想の理念のように、スポーツ文化の振興はもちろん地域の活性化に大きく貢献してくれる可能性が大きいのである。過去においても 1999 年に水戸ホーリーホック（ホームタウン：茨城県水戸市）、2000

¹⁸ 2005 年 11 月 21 日現在。

年に横浜 FC（神奈川県横浜市）、2004 年に徳島ヴォルティス（徳島県徳島市）、2004 年にザスパ草津（群馬県草津町）が JFL で成績を残しつつ J リーグの百年構想に賛同し、その活動が認められ、JFL から J2 に参入が認められた¹⁹。JFL にまで登り詰め、しかも今 J リーグ昇格可能圏内にいるというのはそうそうできることではないし、全国的に見ても貴重な存在であるといえるだろう。

しかし、この栃木県を取り巻く環境についてはどうだろうか。クラブが J リーグを目指すためにはクラブ自身の努力だけでなく行政・企業・地域住民のサポートがあって成功するものであるのだが、行政は非協力的であり、地域に住んでいる殆どの住民は関心が薄いどころかクラブの存在を知らないのが現状である。自分たちの地元に J リーグ昇格を目指しているクラブがあることを知らない状況は明らかに J リーグの理念に合致していないことであり、ここに大きな違和感を持ったのである。なぜ行政をはじめとした機関は関心を持たないのだろうか。また、栃木県民が持つ一般的なイメージとして「栃木県民は地元に興味を示さない」と長い間人々の間で揶揄されているのだが、この栃木 SC によって栃木県民の関心を地元に向けさせ、地域の活性化の足がかりにすることはできないのだろうか。県全体が栃木 SC を支援することによって、栃木 SC を核としてスポーツ文化を活かした地域づくりが進めば、長い期間を要するかもしれないが、J リーグの理念のもとで先述のような問題の解決の糸口がつかめ、栃木県の発展に間違いなく寄与してくれるはずである。

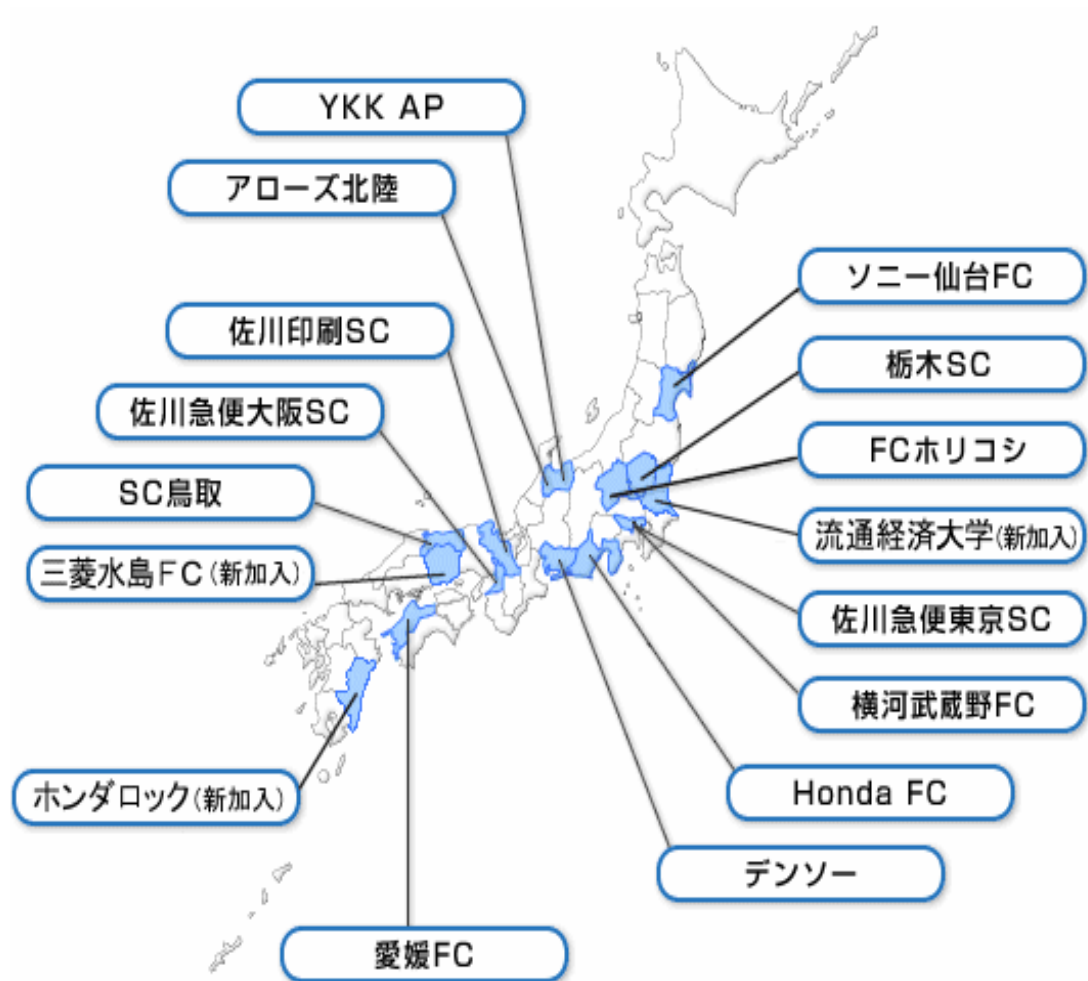
今年四国地方 4 県を舞台に開幕した四国アイランドリーグ²⁰は、プロ野球に挑戦する選手たちが 4 県に 1 チームずつのチームを構成し、プロ野球のフランチャイズとは異なる地域密着型の理念を掲げ、年間 90 試合のリーグ戦を行うものである。四国各地方の行政・企業・地域住民は四国地方の活性化の切り札としてこのリーグを全面的に応援することを決定し、メディアにも大きく取り上げられ、いままさに四国地方が活性化されようとしているのは多くの国民が知っていることだろう。プロスポーツ球団がもともと存在せず、長い間スポーツ王国と呼ばれてきた四国地方にようやくできたハイレベルなスポーツリーグであるという話題性も手伝っているにしろ、このようにサッカーでなくアマチュア野球においても、地域におけるスポーツ文化の価値は高まっている。それゆえ、栃木 SC は地域の活性化における格好の手段であり、1 つの「財産」であり、今の無関心の状態を打破し、栃木県全体が自分たちのために関心を持って取り組まなければならないものなのではないだろうか。それをきっかけとして、栃木県もドイツのようなスポーツ文化が豊かな「幸せな地域」をつくることができるはずである。そのためには、栃木 SC の詳細について、そしてクラブ・行政の今持っている考えを知っておく必要がある。では、第二章では栃木 SC の具体的な詳細について、そしてクラブ・行政の取り組みについての現状と課題について探っていきたい。

¹⁹ 過去の J リーグ昇格クラブについては、以下を参照のこと。

<http://www.jfl-info.net/archive/pdf/history.pdf>

²⁰ 「四国アイランドリーグ（IBLJ）」HP <http://www.iblj.co.jp/>

図表 2 JFL 所属チーム所在分布図²¹



²¹ 2005 年 11 月現在。「日本フットボールリーグ」HP
(http://www.jfl-info.net/intro/image/map_2005.gif) より。

第二章 栃木 SC と栃木県

この章では、栃木県で活動している栃木 SC についての詳細と、また栃木 SC の選手である高秀賢史氏・栃木 SC 会長の山野井暉氏・宇都宮市役所スポーツ振興課への聞き取り、それをふまえて栃木県内の行政・企業・県民側の支援等の現状と問題について整理したものである。

第一節 栃木 SC について

(1) 栃木 SC の歴史

栃木 SC（栃木サッカークラブ）は、-栃木教員サッカークラブとして 1953 年に創設されたアマチュアクラブである。1967 年に栃木県社会人リーグが結成された時から 1 部リーグに所属し、1978 年に初優勝した。1981 年にも 3 度目の栃木県社会人リーグ優勝を果たし、関東地区リーグに昇格する。それからしばらくの期間関東地区リーグと栃木県社会人リーグの降格・昇格を経験したのち、1994 年にはチーム名から「教員」を削除し、教員だけではなく一般社会人にも広く門戸を開いた。1998 年には栃木県内のタイトルをほぼ独占し、関東社会人リーグで優勝、天皇杯全日本選手権大会でも初出場初勝利を収めた。翌 1999 年には関東地区リーグで優勝し、JFL に昇格する。2000 年から 2004 年までの順位は 11 位、11 位、12 位、8 位、9 位と揮っていなかったものの、2005 年リーグでは、11 月 24 日現在 4 位という好成績を残している。教員クラブ出身のアマチュアクラブであること誇りを持っており、栃木県内最強のクラブであることは間違いないところである。

(2) 栃木 SC の現在と抱える課題

2005 年 11 月 24 日現在は 4 位であるが、2005 年 11 月 6 日までは 3 位に位置しており、年間順位成績が 2 位以内のクラブに J2 昇格のチャンスが与えられることもあって栃木 SC への注目は日に日に高まっていった。JFL3 位の位置につけているということは、自然発生的に叫ばれるのが「J 昇格」の話題である。スポーツの世界で勝負事をしている以上は常に最高のレベルを目指して活動するのが当然のことであり、したがって J リーグ昇格は JFL 所属クラブのみならずサッカークラブ全てが目標としていることである。「JFL の上位に位置しているのだから今のままでもよいではないか」という意見もあるかもしれないが、いつまでも現状に満足しているだけでは今まで栃木 SC をサポートしてきた関係者やサポーターの熱を冷ますことになるだけであり、昇格の可能性も薄くなり、そして栃木県全体を変革することも不可能になってしまうのである。地元にあるサッカークラブを今の状態で

も楽しんでいるから良いというのも頷けるが、より多くの人々にその楽しみを享受してもらい、栃木 SC と栃木県の双方のさらなる発展のためにはより上のレベルへの挑戦が必要である。そして J リーグへの昇格は最終的な目的ではなく、これからの栃木県民による栃木県への「地域愛」を育ませる手段の一つであると考えている。

しかし、JFL リーグで仮に年間順位 2 位以内になれたとしても、栃木 SC が抱える問題は多く、本格的に J リーグへの昇格が可能となるのは最短でも 2008 年シーズンからになるであろうといわれており、現状のままでは最短期間での達成は可能性が薄いとされている。そして栃木 SC には J リーグ昇格のために解決すべき多くの問題が存在しているが、それらは次のように、特に財政的・人材的・ハード的なものに分類することができる。

(i) 財政的な問題

まず解決すべき問題として挙げられるのが、クラブの財政的なハードルである。栃木 SC はアマチュアクラブであり、J リーグに昇格するためにはプロのクラブとして法人組織、とりわけ今 J1・J2 に所属しているクラブのように株式会社にならなければならない²²。株式会社として活動するには今までのようなアマチュア的な経営では立ち行かなくなり、より確立された経営力が必要になるのである。今は栃木サッカークラブ後援会が支援しており、栃木 SC は企業クラブが多いリーグの中で、アマチュアクラブであることを一種の誇りのようにして活動してきたが、これから財政的な面を考えていくと、今までの方針を変えなければならないのである。

具体的な数字を出すと、栃木 SC の 2004 年度決算では、収入がチーム売上高・後援会収入・スクールや下部組織の月謝等で小計 4,837 万円であるのに対し、支出が遠征費・諸会費などで 4,729 万円、繰越損失 470 万円の小計 5,340 万円で、合計 503 万円の赤字であった²³。また、『BIT』11 月号によれば、J リーグに昇格した場合、毎年の事業予算は 4～5 億円という規模が必要であり、アマチュアクラブの 10 倍以上の規模になるという。事業予算は持続的に見通しをせねばならないが、仮に事業予算を 4 億円と見込んだ場合、会員費を払ってくれる後援会・ファンクラブの会員による支援、入場料・グッズ収入・広告料などの事業収入、企業スポンサーの支援で主に賄う必要があるとしている。特に会員については、仮にこれで 4 億円中の 1 億円を賄うとすると、約 5 万人の会員加入、実に栃木県人口全体の 2.5%分の会員数が必要である。

自治体からの支援も現在の状態では不可欠であるし、自治体の理解も無ければ J リーグの加盟も承認されない。2005 年 9 月には栃木県大田原市が栃木 SC に対し 100 万円の財政

²² J リーグ規約 第 19 条の 2 に「J2 クラブの資格要件」に「日本法に基づき設立された公益法人または発行済株式総数の約過半数を日本国籍を有するものが保有する株式会社であること」とある。

²³ 「日本経済新聞」2005 年 10 月 1 日付を参考とした。

的支援を行うことを決定した。これが栃木 SC に対する自治体の初の財政的支援であった。今の段階では自治体の支援も無ければならないが、原則としてゆくゆくは財政的に自立・独立しなければならない。一時的に自治体からの支援は現状を考えると無くってはならないものだが、永続的に必要としてはならない。どれだけ会員を確保し、協力的な企業とスポンサー契約を交わし、J リーグの理念である地域密着を達成できるかにかかっている。

(ii) 人材的な問題

J リーグへの昇格ということは、株式会社で言うならば株式上場のようなものである。経営についてさらに努力しなければいけないのはもちろんであるが、それと平行してクラブは経営のための優秀な人材も必要になる。フロントと選手を含め、最低でも 40 人の社員が必要であるという。そして、クラブが法人化して選手の扱いがプロ選手になった場合、新たな選手の確保も大きな問題となる。プロ A 契約をした選手を 5 人以上必要で、トップチームの監督が S 級コーチライセンスを保持しなければならない。今栃木 SC に所属している選手は殆どが公務員などの職をもっており、プロ契約を結ぶことができず、民間企業に勤務している選手もプロ契約をして職を辞めるかどうか確実ではない。この問題は財政的問題と深く相関することになる。

そして、財政的にしろ人材面にしろ、期待されるような成績を残すことが、永続的に良い状態を維持させるための最低条件であろう。

(III) ハード面等の問題

栃木 SC が J2 に昇格するための要件として、スタジアムの 10,000 人の収容能力が必要とされる。現在の栃木 SC のホームグラウンドの栃木県グリーンスタジアム²⁴は収容能力が 15,000 人であるが、これは芝生席をあわせての数字であり、J リーグ規約では第 29 条に「芝生席は観客席とはみなされない」と定められていることから、スタジアムの改修が必要で、これは栃木県の全面協力が絶対不可欠である。

またスタジアムの駐車場能力や最寄り駅からの交通手段、周辺地区の商業的な問題もある。駐車場の収容能力は足りておらず、周辺の道路に路上駐車していることも少なくない。スタジアムは JR 宇都宮駅から遠く離れた工業団地の中に位置しており、車を持っていない人はバスかタクシーに依存することになるが、バスも本数が少なくタクシーの料金も安くない。JR 宇都宮駅からこの工業団地まで新交通システムを導入する計画が進んでいるがまだ実現には程遠く、車を所有していない層には交通アクセスが非常に悪いと感じる。また工業団地の中にあるスタジアムのため、周辺の魅力が乏しく、サポーターたちが試合のついでにショッピングや食事などといったことができない。これらの問題はクラブ側と行政

²⁴ 「栃木県グリーンスタジアム」 <http://www.pref.tochigi.jp/sports/sports/green.htm>

側がこれよりも以上に深く論議していかなければならないところであり、行政がリーダーシップを取って率先していく事柄ではないだろうか。

第二節 栃木 SC と行政の地域のスポーツ文化振興への活動

（１）栃木 SC 選手 高秀賢史氏とのインタビュー

栃木 SC の選手である高秀賢史（たかひでさとし）氏に、栃木 SC が実行している、またこれから実行しようとしている事業について、そしてチームの一員として望むことを中心にインタビューを行った²⁵。Q は筆者の質問であり、A は高秀氏の回答である。

高秀氏は栃木県河内町の出身で、宇都宮市内の公立高校を卒業後地元の宇都宮大学工学部建設学科に進学、現在は修士課程に進み、宇都宮市内の公共交通についての研究をする傍ら夕方からはチームの練習に、週末は試合にと、栃木 SC の中心的選手として活躍している。高秀氏は小学校時代よりサッカーを始め、大学でもサッカー部に所属していた。大学のサッカー連盟の規定では部への在籍が最高 4 年間までしか認められないため、引退後に栃木 SC の入団テストを受け合格したという経緯の持ち主である。

Q1：栃木県のサッカーと栃木 SC について

A1：栃木県は決してサッカーが根付かない土地ではない。栃木県は国体のサッカー大会で何度も優勝し、そして平成 16 年度では国体の成年男子サッカーで優勝しており、しかも大半の選手が栃木 SC 出身者である。栃木県にサッカーの実力と文化は存在している。また、JFL の 2005 年リーグでは 16 チーム中 4 位²⁶であるなど、実力的には J2 への昇格も不可能ではないのである。クラブは JFL リーグ 3 位以内、天皇杯（全日本サッカー選手権大会）を三回戦に以上勝ち進むことを目標としている。

Q2：クラブが行っている地域密着活動について

A2：現在は県内各地で少年を対象にしたサッカー教室を開催するほか、宇都宮市の中心商業地で栃木 SC の紹介とその後援会の勧誘をするビラ配りや、宇都宮駅前大通りの大型モニターで栃木 SC の CM を放送するなど栃木 SC の県内認知度アップに努めている。そして新たにジュニアユースチーム（15 歳未満の選手により構成）とジュニアチーム（12 歳未満の選手により構成）に加えてユースチーム（18 歳未満の選手により構成）を設立し、より地域のサッカー文化向上と選手の育成に尽力している。サッカー教室はいつも予約が殺到し、サッカーをしている子どもだけでなくその両親との交流もありとても充実している。しかし栃木 SC の実質的なホームタウンである宇都宮市の中心地でビラ配りをしても全ての年

²⁵ 2005 年 10 月 18 日。

²⁶ 2005 年 11 月 24 日現在。

代を通じて受け取ってくれる人は少なく、市民のクラブへの関心はまだまだ薄く市民は栃木 SC が自分には関係のないことだと認識しているのだろう。これから実行しようとしている事業として、クラブの株式会社化のための勉強会を行っている最中だ。サッカークラブとして J2・J1 に昇格するのが最終目標であるが、栃木 SC は現在クラブチームであり、J2 に昇格する資格条件としてクラブが「日本法に基づき設立された公益法人または発行済株式総数の過半数を日本国籍で有するものが保有する株式会社であること」が必要である。株式会社として運営するには多くの県民の理解と協力が必要であり、それがなければ行政からの満足のいく支援も受けられない。スポンサーからの出資金もあるがそれでも近年のクラブの財政は赤字が続いており、県民の協力を得るためにまずクラブの認知とスタジアムに行って応援したくなるような魅力づくり、そしてクラブ公認のサポータークラブを立ち上げファンを増やしていかなければならないのではないだろうか。

Q3：行政と県民に望んでいることは

A3：行政には県民に広く自分たちの存在をアピールしてもらうための支援を行ってほしい。現在行っている広報活動はラジオ番組や地元ローカル局のとちぎテレビの番組への出演などがあるが、まだまだ足りない。Jリーグのホームタウンの駅を降りるとクラブのフラッグやポスターが沢山あり、そのクラブの街であるという実感が湧く。中心商店街を中心にフラッグやポスターを設置するだけでクラブのアピールにもなるし栃木県外から来た人にも知ってもらえるはずだ。また芝のある専用練習場の確保に協力してほしい。現在は中学校や高校の土のグラウンドを曜日・時間でお借りしている状況であり、さらに上のレベルを目指すためには芝での練習が必要だ。そしてチームには株式会社化を進めてほしい。そして県民には一人でも多くゲームを観戦に来て自分たちを知ってほしい。

以上がインタビューの内容である。栃木 SC を応援しにスタジアムに来てくれる地元サポーターは熱狂的で遠くのアウェー開催でも来てくれる人もいるという。しかしそのような熱狂的なサポーターやサッカー教室等でホームタウンを実感するのは栃木県民のごくごく一部の人々なのだろう。その他の県民からしてみればいわば「知ったこっちゃないね」という心情であり、それが大部分の心情ではないだろうか。Jリーグの方針であるような地域スポーツの振興と多くの市民がスポーツ文化に触れることによって世代を超えた地域社会を構築するというよりも、サッカー好きな市民だけが楽しめるような状況になっているのではないだろうか。より多くの理解を得るためにも、内輪だけの楽しみになっている状態から県民全体が支えているクラブの状態になることが必要である。

（2）栃木 SC 代表 山野井暉氏とのインタビュー

栃木 SC 代表の山野井暉氏とのインタビューを行い²⁷、山野井氏に以下の項目の質問を行った。Q は筆者の質問であり、A は山野井氏の回答である。

Q1：クラブの株式会社化について

A1：今研究段階にはいっており段階的に進めていく。サッカークラブとして最終目標はやはり J1・J2 への昇格であり、株式会社化して財務面やフロント・選手の人材面を強化していく。法人化された際、公務員として勤務しながらクラブでプレーしている選手は公務員法により兼業が禁止されている²⁸ので法人クラブでプレーし報酬を受け取ることはできず、おそらく職業を優先して退団することになる。民間会社に勤務している選手もどうなるかわからないので、選手の確保と補強、そのための資金源の確保を段階的に進めていきたい。

Q2：クラブ公認サポータークラブの創設について

A2：やはり地元ファンの裾野を広げ一人でも多く試合に来てもらうには必要なものであるが、山野井氏は作る予定はあるが現実的にはまだ時間がかかるだろう。それよりもホームゲーム開催のための人数がほしいというのが切実な意見である。現在チケットのもぎりやグッズ販売店員・受付などのサポーティングスタッフは全て無償のボランティアスタッフである。アウェーよりもホーム開催の方が精一杯だ。あれもこれもという風にはいけないんだ。そのために行政にはハード面の支援だけでなく広報 PR 力の支援も行ってもらいたい。これから要請をしていくつもりだ。

Q3：市内や県内の総合型スポーツクラブへの指導者としての参加や市民・県民との更なる交流について

A3：先ほども述べたがあれもこれもとはいかない。とにかく自分たちの活動で精一杯だというのが現状だ。総合型スポーツクラブはスポーツ文化に多くの県民が触れ合い理解するよい機会であり、もちろん私たちもそういった場所に参加して自分たちをアピールしていきたいとは思っている。JFL のクラブで、J リーグの理念である総合型スポーツクラブを創設しているクラブはむしろ大企業がバックについている少数派であり、多数のクラブはまだまだそれができるほどの余裕はない。サッカー教室を開催しているのみというクラブが多いのも事実だ。J リーグは昔はリーダーとなる大企業がいたから理念を実行することがで

²⁷ 2005 年 10 月 30 日、栃木県グリーンスタジアムにて。当日は JFL 第 10 節の対 FC ホリコシ戦を控えていた。山野井氏には感謝の意を表したい。

²⁸ 地方公務員法第 38 条 「職員は、任命権者の許可を受けなければ、営利を目的とする私企業を営むことを目的とする会社その他の団体の役員その他人事委員会規則（人事委員会を置かない地方公共団体においては、地方公共団体の規則）で定める地位を兼ね、若しくは自ら営利を目的とする私企業を営み、又は報酬を得ていかなる事業若しくは事務にも従事してはならない」より

きたが、今はなかなか難しいのではないかな。

Q4. 一般の県民の栃木 SC に対する関心について

A4. 元来栃木県は地理的に東京に近い距離にあり、風災害も無い土地柄のためになにか消極的で受身体制の県民性ができてしまっている感がある。今、なにも栃木にプロサッカーを作らなくてもよいではないかという空気もあるのだろう。もうひとつものたりないこの県民性をどうにかして動かせないものかと考えている。

日本の各地域で都市化が進み、日本の「地域」というものが無くなってきている。世界的にもグローバル化が進み地域ごとの特徴がなくなりつつある。だからこそ今ローカリティー、リージョナリズムという反対方向の流れが重要で、各地域はそれぞれの特性をフルに使ってアピールしていかなければならない。栃木県や宇都宮市もスポーツに力を入れアピールの材料の一つとしてなんとか地元を売り込もうとしているが、栃木 SC がその先兵となれるように努力していきたいと思っている。

以上がインタビュー内容である。クラブの昇格のための株式会社化、土台となるサポーターの拡大、クラブの PR 事業、J リーグの理念である総合スポーツクラブの実践、ハード的問題等、栃木 SC が抱えている問題は山積しているが、山野井氏のお話を伺う限りでは最終的に全て財政面の問題にぶつかってしまう。「あれもこれもとはいかない」という山野井氏の言葉が現すように、財政面や人材面の苦労は筆者が考えていた以上に深刻だということだろう。

プロ化した際にクラブが財政面で自立しなければならないのは当然の話だが、今の段階では大手スポンサーの支援を得るためのクラブ側の営業努力と行政側の積極的な資金面の支援が必要であろう。ただし行政の資金支援は今の段階であるからこそその支援であり、これが永続的に続くような状態であってはならない。教員のサッカークラブとして生まれた栃木 SC が JFL にまで登りつめた現在、栃木 SC は栃木県の発展にとって必要不可欠なツールである。優れた人材と選手を確保して良い成績を残して広報力を向上させ、サポーターと会員を増やし今の倍以上ほどのたくさんの観客を呼べるクラブになり、そして地域活性化の原動力となる、という好循環を発生させるためにはクラブ側の経営基盤の確立のための努力と、行政側のハード面や一時的な財政面の援助が必要である。企業側も行政側も栃木 SC への支援を栃木県の活性化のための「投資」として見る必要があるのではないだろうか。

(3) 宇都宮市役所教育委員会事務局スポーツ振興課企画係 戸崎氏と鈴木氏とのインタビュー

2005 年 11 月 11 日に、宇都宮市教育委員会事務局スポーツ振興課企画係の戸崎勝由係長

と鈴木貴之氏に、宇都宮市のスポーツ政策と栃木 SC への取り組みについてインタビューを行なった。Q は筆者の質問であり、A は両氏の回答である。

Q1：栃木 SC について何か行政側からの支援はしているのか、またこれから実行する予定はあるのか

A1：市としては市民からの要望の声がない限り、栃木 SC を特化して支援していくということは考えていない。栃木 SC は JFL という J リーグまであと 1 つというリーグに位置しているのだからスポーツ文化の核になり得ると思うが、計画として公に公表できるものはない。プロスポーツについては研究段階である。市としてはこれからスポーツ文化を「見る」方面から振興していこうと考えている。そのために市は広報支援などを行うことは計画段階だが、栃木 SC だけというように特定団体や特定競技を支援するということとはできないのが現状である。市が介入することは、税金投入するということだから簡単に動くことができない。

Q2：市民のスポーツ文化振興について

A2：行政側としては、ハードを通して市民の為にスポーツ環境を整備しており、市民にその場で能動的にスポーツを実施してもらい、そこから改良されて市民自主運営のスポーツクラブができればよいと思っている。そのとき行政としてはアドバイスや支援を行なっていきたい。市政としてスポーツクラブを金で作るようなことはしない。

総合型スポーツクラブが入るようなクラブハウスが必要という意見があるが、設立資金が苦しく、またクラブハウスをどこに造るのか、ニーズはあるのか、どう造るか、誰が運営し誰が負担するのか不明瞭であるから、実現は難しい。

以上がインタビュー内容である。現在の栃木 SC の財政状況や、宇都宮市の市民レベルでのスポーツ文化の不浸透の状況を見る限り、行政の積極的関与は十分可能性のある選択肢として検討すべきだし、宇都宮市も少なからず検討を進めているだろうと予想して今回のインタビューに望んだのであるが、予想とは全く違っていた。

たしかに「見る」方向からのスポーツ文化も非常に重要なものであり、行政も力を入れることに反対ではない。しかし、これからは市民自らがスポーツを「する」ことがより重要になっているのは、これまでも述べたように明白である。市民が自らの手でスポーツ文化を楽しむ環境を作り上げるといった動きがそれほどなかったという過去を見る以上、行政がリーダーシップを取って行動し始めるというのもひとつの手ではないだろうか。市民が気軽な気持ちで行政に対して市民としての要望を伝えることができないような空気が宇都宮や栃木県に取り巻いているのだろうかとも思ってしまう。ハードを整備しても肝心の「人」が育たないのでは全く意味のないものであり、市民の税を使うのであれば、まず施設を整備することに重点を置くことからスポーツ文化を市民レベルで育て上げる「人づく

り」に重点をシフトすべきではないか。

また、市民の要望が無ければ特定の団体の支援はない、という言葉も納得のいかないものであった。例えば、2005 年 10 月 22 日～23 日に市の主催で宇都宮市森林公園において第 14 回ジャパンカップサイクルロードレース宇都宮²⁹が開催されたが、この大会はいったいどの程度の市民が興味を持ち、どの程度の市民が開催を熱望し、どの程度の市民が観戦していたのだろうか。そしてこの大会によってどれほど市民にスポーツ文化が浸透することになったのか。スポーツにもともと興味を持っていて観戦に来た市民であればとてもよい大会であったと喜びを得ることだろう。しかし、大会の開催とごく一部の市民の満足感のみでこの事業は完了してしまっており、これを機にしていかに多くの市民にスポーツ文化を広め、Jリーグの百年構想のように「レベルや年齢・性別に関係なく、全ての人々がスポーツ文化を享受できる社会」にむけて活動するかがむしろ重要となるのではなかろうか。考えるに、これは市民の要望などなく行政側の一方的な要望で始まったものではないだろうか。だとすれば、市民の多くの要望が無ければ支援しないという市側の言葉は矛盾する。

栃木県側も宇都宮市と同じような態度を取っている。福田富一栃木県知事は記者会見において、「この件については、何度も申し上げておりますように、チーム自身の自主性、自立性、そして、課題の整理、具体的な対策が進められていかなければならないと思いますし、全県民を挙げて応援しようという気運が醸成されていくことが、何よりも重要だと思っております。山野井代表にはそのような県の考え方をお伝えいたしました。今後、具体的な対策が進められていく中で、県の支援が必要になってくると考えておりますので、それは適宜ハード面の整備も含めて状況を見極めながら、県としての対応を考えていくという姿勢で臨んでいきたいと思っております。」³⁰と述べた。

そして宇都宮市長も「宇都宮市民の皆さんが盛り上がり、宇都宮市が標榜している市民協働ではないですけども市民の方々自ら盛り上げて、そして具体的に行動されるということであれば、やはり市としても側面的な支援というものができることであれば何かしらやっていきたいと思っています。やはり市民の皆さん県民の皆さんでないと継続もしないでしょうし、サポータークラブをつくるということでは難しいと思います。今それは機が熟してしないのだと思うのですけれども、今回の成績というのはその助長にはなっていくのではないかと、素晴らしいことではないかと思っております。」³¹と述べている。

宇都宮市も栃木県も、行政から仕掛けるといった形のような積極的な支援ではなく、市民の要望が出たときによりやく重い腰を上げる予定だ、ということだ。はたして、このままでは現段階の栃木 SC や栃木県のスポーツ文化に対する県民意識はじっくり静観していて

²⁹ 「ジャパンカップサイクルロードレース宇都宮」HP

<http://www.japancup.gr.jp/index02.html>

³⁰ 「栃木県庁」HP 「知事定例記者会見」より抜粋。

<http://www.pref.tochigi.jp/kaiken/h17/1026day.html#dd19>

³¹ 「宇都宮市役所」HP 「市長定例記者会見平成 17 年 6 月」より抜粋。

http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/kishakaiken_koho/2005/0506.htm

も自発的に成熟する可能性があるのでしょうか。現状と変わらないばかりか、スポーツ文化に対する意識が薄れ自然消滅し、スポーツ後進県のままになってしまう可能性が大にあると感じるのである。

第三節 栃木県におけるスポーツ文化行政の問題

これらの聞き取りでわかるように、栃木 SC で選手として活動している高秀氏や栃木 SC 会長の山野井氏をはじめとして現場のプレーヤーは、そこに問題は多いもののスポーツ文化を自分たちの手で栃木県に伝播していきたいと強く感じているようだった。しかし、そのための重要な位置にある行政側が無関心で非協力的なのでは問題は進展しない。今までの栃木県におけるスポーツ文化政策は積極的といえるものではなく、プロスポーツにおいてもそれは言うことができるだろう。はたして栃木県民の、誰でも気軽にスポーツが楽しめ、スポーツ文化を享受できる豊かな健康的・文化的生活の向上を考えるという意味でこれからもこの政策を続行しても良いものだろうか。

たしかに栃木県において「見る」スポーツ文化が充実することに異論はないが、そのステップで止まってしまえば、県民はスポーツを「見る」ことしか活動できず、そこから発展して自発的なスポーツ文化的な活動に繋げる事ができないのではないだろうか。現在の栃木県のスポーツ行政を見る限りでは、完全に「見る」スポーツの段階で思考が停止しており、自らスポーツを「する」という段階に達することができない。そして、住民による自発的な総合型地域スポーツクラブ設立というスポーツ文化を「ささえる」という段階にまで発展しそうもない。宇都宮市スポーツ振興課の平成 17 年度の事務概要では、競技スポーツや各スポーツ競技の全国大会への支援を積極的に実行していることが伺える。しかし、これからはそれを維持しつつ市民スポーツ活動の支援も強化する必要があるだろう。

今 J リーグで活躍しているクラブのホームタウンを見れば、クラブ設立時や J リーグ発足時・J リーグ加盟時などの時に何らかの形で行政が深く問題に介入する形で、問題解決に向けて前進することができたという事例がよく見られる。それら自治体はクラブが訴えていたスポーツ文化のこれからの地域社会における重要性をしっかり受け止め理解しようとし、住民もその流れに乗り地域をあげて協力をし、またその協力の流れを加速させてきた。

それらの地域ではクラブが主張していた J リーグの理念を追い求めた結果、地域にスポーツ文化が根付くことになり、そして地域住民や企業・行政が協力してスポーツ文化が市民の生活の一部となって、誰でも気軽にスポーツ文化を享受できる環境が出来上がった。自分たちの地域で活動しているクラブやスポーツ文化についてそれぞれが理解を示し何らかの活動をしたことによって、その地域においていまスポーツ文化が重要な地域の核となっているのである。それが可能になったのは地域住民の力だけではなく、企業や行政の積極的理解も大きな要因であり、そこでの行政の役割は非常に重要だ。

宇都宮市や栃木県はこれを見習うべきではないか。仮に栃木 SC がプロ化し J リーグに参

入できた場合、ホームタウンは間違いなく宇都宮市になると考えられる。Ｊリーグの百年構想が全国各地で実行されようとしており、今の段階でも多くの事例が報じられているにもかかわらず行政が栃木 SC に対して何も支援しないどころか何も考えていないとは、栃木 SC がもたらし得るこれからの地域社会の活性化やスポーツ文化の可能性についてあまりにも無関心、無頓着であろう。本章第一節で述べたように、栃木 SC はクラブ発展の障害となる問題を多く抱えており、クラブが自力で解決できる問題ではない。

そして、栃木 SC がゲームを多く開催しているわけでもない、一見あまり関係の無いように見える栃木県大田原市が、栃木県全体におけるスポーツ文化推進に理解を示し栃木 SC に助成金を寄付した。宇都宮市や栃木県は今後どのような政策を実行するのか非常に関心がある。これからは、行政が「見る」中心のスポーツから「する」中心のスポーツに方針を転換し、行政が単独で行動するのではなく積極的に地域住民を巻き込んでスポーツ文化を認識してもらい、栃木 SC と栃木県民のスポーツ文化について一体となって考えることができるようにならなければならないのではないか。

そこで、第三章では宇都宮市と栃木県がこれから栃木 SC と関わっていくうえで参考となるべきホームタウンの事例として、Ｊ１の新潟県新潟市にホームタウンを置くアルビレックス新潟と 2006 年シーズンより Ｊ２ 昇格をする愛媛県松山市にホームタウンを置く愛媛 FC を挙げたい。どちらのクラブも多くの困難を乗り越えてＪリーグに参入することができ、それによって地域が活力を取り戻している事例と言える。行政・企業・地域住民がそれぞれ地域の為を考え、自分たちの出来る範囲でクラブを支援し、現在の成功に至っている。栃木県がこれらから学び取ることも多いはずである。

第三章 全国の J リーグクラブホームタウンの成功事例との比較

栃木 SC が地域に密着したクラブとなり、充実したホームタウンと、スポーツ文化溢れる栃木県を作っていくうえで、これまでに J リーグの理念に共感し地域密着型クラブの活動、またそれを取り巻く周辺の活動など地域を活性化させた事例が多く見受けられる。その中で本論文では J1 で活躍しているアルビレックス新潟³²、2006 年シーズンより JFL から J2 に昇格が決定した愛媛 FC（フットボールクラブ）³³の事例を紹介する。その事例を見ていく中で栃木 SC と栃木県全体がこれからどのような活動をすべきか参考となるものを探求していく。

第一節 アルビレックス新潟（ホームタウン：新潟県新潟市）の事例

「オレンジ軍団」という愛称で呼ばれているアルビレックス新潟というチームを耳にした人も多いのではないだろうか。新潟県はまさにアルビレックス新潟によってスポーツ文化が花開き、盛り上がり地域活性化にも発展することができた地域といえるだろう。「新潟の奇跡」としてマスコミにも取り上げられる機会が多くなったが、このチームがここまで全国に注目されるような存在になった理由はアルビレックス新潟の徹底した地域密着策と地域がそれにこたえる姿にあったのである。

（1）クラブの歴史

アルビレックス新潟の誕生は FIFA ワールドカップの招致に由来する。2002 年に日韓共催のワールドカップが開催されることが決定し、1991 年に日本サッカー協会が全国から開催都市を募集したとき、新潟県も開催地として招致の立候補をすることを決定した。開催地の立候補をするだけでは開催都市になることができないので、新潟県に他都市との差別化を図るため、ワールドカップ招致委員会が発足した。当時北信越地域のリーグを戦っていた新潟イレブンというクラブと県内のライバルチームだった新潟蹴友会の 8 選手を加えて、アルビレオ新潟³⁴が作られ、同時に後援会も結成された。日本サッカー協会が提示していた開催地への立候補条件に大会終了後も地元サッカー文化が根付き継承していけるような地域であることというものがあったが、そのためには新潟県に新しいサッカークラブが必要であり、それが地域の財産のような存在にならなければならなかったからである。

設立から 2 シーズンまではアルビレオ新潟は思うような成績をあげることができなかつ

³² 「アルビレックス新潟」HP <http://www.albirex.co.jp/>

³³ 「愛媛 FC」HP <http://www.ehimefc.com/pc/index.html>

³⁴ 1997 年にアルビレックス新潟に改称。

たが、1996年に宮司であり学校経営者である池田弘（いけだひろむ）氏のもとクラブが株式会社化し、新潟県内の企業から広く薄く支援を募った。主力企業120社から5億5,000万円、県内各地の後援会では法人から3万円、個人から1万円の会費を集め、池田社長のもとに資本金2億9,500万円の株式会社アルビレオ新潟が誕生したのである。地域リーグやJFLで苦戦し、サッカー人気も薄い新潟という地域で活動することは代償も大きく、池田氏自身がクラブの巨額の負債を私財で穴埋めしたり、26人中17人の選手と来期の契約更新をしないといった思い切った行動もあった。

1998年にはJFLに昇格、1999年にはJ2に昇格、2001年には新潟県にワールドカップ開催のためのビッグスワン³⁵という巨大スタジアムが完成し、ここをホームグラウンドとしたクラブは2004年についてJ1への昇格を果たすこととなった。2004年もビッグスワンにはJ1の平均観客数より多い一試合平均37,689人もの観客がゲームに訪れ、新潟市民はもちろん新潟県民全体に親しまれる、真の地域密着型クラブの典型的成功例として全国Jリーグ参入を目指すクラブや支援自治体、市民やファンの活動の手本になっている。

（２）かつての新潟県の姿とアルビレックス新潟を契機とした変革

もともと新潟県にはスポーツ文化の土壌がなく、「スポーツ不毛の地」と内外から揶揄されていた。高校野球でも強豪校が存在しているわけでもなく、プロスポーツチームもなく、企業スポーツでも目立ったチームがなかった。新潟県は日本海に面した国際的文化都市としてアジア卓球選手権や環日本海駅伝競走大会を開催してはいるが、プロレベル・プレーヤーレベルではなく市民レベルでのスポーツ文化は全く発展していなかった。かつては北信越リーグでトップクラスだった、その後アルビレックス新潟に進化することになる新潟イレブンも、全く行政などから支援を受けず、自分たちの持ち出しで活動していた。地域リーグで優勝しても全国では勝てない状態が長く続き、「ここでサッカーをしていてもメリットがない」という考えが当然選手側の心理にはたらき次々に新潟を去っていく。当然県民もスポーツ観戦などを通してスポーツ文化の素晴らしさを感じるチャンスも恵まれなかった。これらの理由から、サッカーをはじめとしてスポーツ文化が新潟に永続的に根付くことがなかったのである。

そのような背景にあった新潟県にワールドカップ日本開催が決定したというニュースが飛び込んできた。新潟県をスポーツ文化後進県から先進県にするためには絶好の機会であった。そして「裏日本」である日本海側を、新潟県が中心となって「表日本」に変えようと池田氏は考えていた³⁶。ワールドカップが新潟で開催できればスポーツ文化に対する県民の

³⁵ 「新潟スタジアム・ビッグスワン」HP <http://bigswan.greenery-niigata.or.jp/>

³⁶ 2005年11月11日に宇都宮グランドホテル（栃木県宇都宮市）で池田氏を迎えて行なわれた「企業家講演会」において、池田氏は「今アルビレックス新潟によって新潟県に21億円の経済効果が生まれた。これから新潟県を「裏日本」から「表日本」にし、500以上の上場会社を新潟県に作り地域を発展させていきたいと考えている。」と述べた。

理解を得られ、それを媒介して新潟も活性化できる。ワールドカップという国際的な舞台を見ることによって飛躍向上心を持つこともできるとアルビレオ新潟の関係者と行政は考えたのである。そこでまず県内の機運を盛り上げるためにイベントを開催し理解をもってもらい、新潟県サッカー協会を解体して県内 7 地区にそれぞれ地区協会を設置し地区ごとにより深いサッカーの普及に努めた。そして、サッカーで地域を盛り上げ、サッカー文化を定着させるためにアルビレックス新潟の原型が出来上がった。

それまではスポーツに対する理解もなければ地元で活躍しているアルビレオ新潟の存在さえ知っている者は少なかった。行政の協力も消極的で、練習に公園を使って注意されたり、仕方なく海の浜辺を使うことも多かったという。1997 年シーズンに JFL に昇格が決定しても翌シーズンも県民からの注目度は上がり、すでにその時点でワールドカップの新潟誘致が決定していたため、県内からは「ワールドカップが誘致できたのだから、無理にお金をかけてまでアルビレオ新潟を強化する必要は無い」という意見もあったという。もちろんこれでは、これまでの活動が何のためだったのか説明がつかなくなる。クラブが存在する目的はワールドカップ招致が一番なのではなく、最終的には新潟県の活性化である。ワールドカップの招致が成功したからといって、もはや用なしとしてクラブを消滅させてしまえばワールドカップ終了後に新潟県がまた開催前のようにになってしまうのは目に見えることであり、ここからクラブを地域活性化の手段として発展させる必要があった。そのためにはクラブを地域にもっと密着させ、新潟県民にアルビレックス新潟が「おらがチーム」であると感じられるようにし、まちづくりに貢献するクラブにならなければならない。アルビレックス新潟は新潟県民のアイデンティティ的存在になろうと、これ以降より様々な積極的密着策を実行することになったのである。

1999 年に J2 に昇格しても観客動員数も伸びず、県民の認知度も殆ど変化は無かった。ワールドカップ開催に少し興味はあるものの、なかなかアルビレックス新潟に興味を持つまでには至らなかった。クラブは資金不足を補うために県内の地区後援会を通して県民と企業に広く薄い支援を求め、選手自らビラ配りをしたり後援会会報に支援者全員の名前を載せたりするなど、細かいところから地域の人々に認知され親しまれるクラブづくりを進めていった。行政も直接の資金援助はしないものの、場の提供や広報活動での支援をすることを約束し、「地域支援スポンサー」としてクラブを支えることになった。そして、タイミング良く完成したのがワールドカップ開催用に建設されていたサッカースタジアム・ビッグスワンの完成である。この動きに乗じて、ここでクラブが行なったのが「無料招待券ばら撒き作戦」である。

それまでは新潟県民の「スポーツ」の印象といえば「見る」プロスポーツ、とりわけいつもテレビから流れるプロ野球の巨人戦であり、実際にプロスポーツの空間を肌で味わった経験は殆ど無かった。そのような県民にとって、スポーツによってスタジアムで観客がひとつになって熱狂する非日常的な光景は素晴らしいと思うに違いない、「新潟にもこんな空間があったのか」と思わせたいと思ったクラブは徐々にクラブの知名度を上げるため、

地域ごとにあった町内会や学校のネットワークを活かしてビッグスワンで開催するゲームの無料招待券を配布した。その効果によって 2001 年には年間の平均観客数が 16,000 人を突破し、ワールドカップが開催された翌 2002 年には J1 の平均観客数を上回る 20,000 人越えを果たした。このときは無料招待券で観戦した観客数が全体の 8 割を占めていたが、2004 年現在はシーズンパス購入者が 2 万人にのぼるほか、サポーターズクラブ会員も 2 万人以上になり、2003 年には平均観客数が 30,339 人、2004 年には 37,689 人という J1 新記録を達成した。サッカーの面白さ、地域がひとつになっておらがチームを応援する気持ちよさ、ワールドカップの新潟開催によって新たな層の開拓に成功したこともあった。アルビレックス新潟は 1 つのブームとしてではなく、新潟県に根付いた地域の確固たる「おらがチーム」として認知されることになったのである。

それ以来、新潟県民の日常の会話がアルビレックス新潟中心になる、家族や友人たちや高齢者の新しい交流や生きがい発見の場となる、スタジアムに来たサポーター達知り合いそこから新しいコミュニティが生まれ新しいさまざまな動きが生まれる、新潟駅前がクラブのカラーであるオレンジ一色になり人が行きかい地域独特の雰囲気を出すようになる、などの地域住民の活気のある生活が多く見られるようになった。そして新潟県にスポーツ文化がしっかりと根をはって根付こうとし、スポーツ文化に触れることによって新潟県が活力を取り戻した。アルビレックス新潟が広めてきたスポーツ文化が県民に認知されそれが新潟県民の地域の誇り、または自分たちのアイデンティティとなり、それが外から見た新潟県のイメージアップにも繋がっている。アルビレックス新潟は地域活性化の核として県民に認められ、その効果がスポーツ分野だけでなく、観光や経済などの面でも影響が始め、新潟県は池田氏の願っていたような「活力ある地域」になっているといえるだろう。

そしてアルビレックス新潟は次にサッカークラブだけでなくプロバスケットボール、チアリーディング、スキー、スノーボードのクラブを新たに創設し、これから J リーグが掲げている地域総合型スポーツクラブを実現するという段階³⁷に入っている。間違いなくアルビレックス新潟のクラブ運営は J リーグを目指すクラブだけでなく J リーグの他クラブの参考事例にもなっているといえる。

(3) アルビレックス新潟の事例の注目点

栃木 SC とアルビレックス新潟において、どちらの地域とクラブも 2 つの共通点を挙げる

³⁷ J リーグの設立理念の 1 つに地域住民が誰でも楽しめる「総合型地域スポーツクラブ」の創設があるが、現時点でその理念を達成しているクラブは少ない。その中で三菱自動車株式会社を母体とする浦和レッドダイヤモンズはその理念を達成すべくホームタウンの埼玉県さいたま市に会員制の総合スポーツランド「レッズランド」を設置し、J リーグの理念の 1 つを他クラブに先駆けて達成した。しかしその他の多くの J リーグに加盟しているクラブは財政的に余裕のない状態であり、全てのクラブのホームタウンに「レッズランド」のような施設が整うのにはまだ長い年月を要すると考えられる。

ことができる。1つ目は栃木県と新潟県がともにスポーツ文化が根付いていない地域柄であったこと、2つ目に栃木 SC とアルビレックス新潟のどちらのクラブも存続が難しい状況にあったということだ。しかし、この両者を取り巻く環境には決定的な違いがある。

1つ目に、クラブの広報事業・PRにおけるクラブを取り巻く違いがある。アルビレックス新潟は、地域ごとに細かく組織された後援会を作り、それを駆使して県内において広く薄くクラブの認知度上昇に勤め、支援金を集めてきた。新潟県サッカー協会も協力的に行政に働きかけたことも挙げられる。新潟県に残る地域の狭い範囲のコミュニティを利用して口コミ形式でクラブについて知ってもらい、採算度外視した無料招待券で「試しに行ってみようか」という気持ちを起こさせ、スポーツ文化の素晴らしさを県民に一度堪能してもらい気付いてもらうことに成功したといえるだろう。

2つ目に行政のクラブに対する取り組みの違いである。県行政がワールドカップの新潟県開催招致を勝ち取ったように、スポーツ文化に対する行政の理解があったからこそビッグスワンという競技場が完成し、その魅力とアルビレックス新潟の魅力が融合して新潟県民を熱狂させることができたと考えられる。行政の支援においても、特別に財政的な支援をしてはクラブが行政的なものになり自由な活動が制限されるため、そうではなく「地域支援スポンサー」として練習場や試合会場の提供、広報発刊の協力を支援した。その他にも新潟県はアルビレックス新潟とタイアップした事業として「にいがた夢づくり・イメージアップ事業」を実行しており、クラブと組んで小中学生対象のサッカー教室、福祉施設の訪問、未成年の夢を膨らませるような講演会などを行っている。

加えて、新潟県民やサポーターもアルビレックス新潟の活動を支えるために、ホームゲームではスタジアムのゴミゼロ運動・スタジアム周辺緑化事業や観客誘導等のボランティアを進んで行なうなどの動きを起こしている。県民やサポーターはこれらを実行する事によってクラブを「自分たちが支えている、育てている」という意識を持つようになり、この運動がこれから発展することによって、市民が積極的に地域に興味を持ち地域行政に参画することも大いに考えられることである。

このように、アルビレックス新潟と栃木 SC の事例を比較すると、大企業などがスポンサーに存在していなかった事や、地域にスポーツ文化が根付いていなかった事など共通する環境があったものの、アルビレックス新潟の池田氏を中心として草の根から地道に活動できた行動力、企業や県民がそれに応えた事、行政もそれを見て積極的に財政以外でもあらゆる形の支援や協力を実行している事など、まさに三位一体のクラブづくり・地域づくりとすることができる点が大きく異なる。ワールドカップの新潟県開催というビッグイベントが重なったことはアルビレックス新潟にとって有益に働いたが、そもそものワールドカップ開催招致を決定し成功させた新潟県行政のスポーツ文化に対する姿勢と、市民レベルでのスポーツ文化をそれほど重視していなかった栃木県行政の姿勢の違いが、今両県の差に現れているのではないだろうか。

第二節 愛媛 FC（ホームタウン：愛媛県松山市）の事例

次に、2006 年シーズンより JFL から J2 に昇格が決まった愛媛 FC の事例について述べる。栃木 SC と同じ JFL に所属し、今年念願の J2 昇格を達成したこのクラブは栃木 SC にとって最も身近な成功事例であり、またアマチュアクラブとして出発し地域で長年活動していることから、参考にすべき点も多くあると言える。過去 3 年間 J リーグ昇格を挑戦していたが達成することはできなかったが、今年再び昇格申請をし、2005 年 12 月に J リーグ参入に必要な諸条件を満たしたことにより来年度からの J リーグ昇格が承認されたクラブである。

（1）クラブの歴史

愛媛 FC の前身は 1970 年に創設された松山サッカークラブで、このクラブを母体として愛媛県総合運動公園陸上競技場³⁸をホームグラウンドにして 1995 年に誕生したのが愛媛 FC である。松山サッカークラブは社会人や中学生のチームを持ったクラブであった。1987 年に愛媛県リーグから四国リーグへ昇格、1998 年には四国リーグを初優勝、以来四国リーグ 3 連覇を遂げる。2001 年には社会人連盟の推薦を受けて JFL に昇格、2005 年シーズンには JFL を初優勝した。2005 年 12 月に JFL の成績と自治体・県民・企業の協力体制が認められ、2006 年シーズンからの J2 昇格が認められた。歴史的に温暖な気候からスポーツが盛んな地域でありながらもプロスポーツにおいては未発達であった愛媛県であったが、2004 年の四国アイランドリーグ開幕に次ぐ 2 つ目のプロスポーツとして愛媛県のみならず四国地方全域から注目を集めている。

（2）愛媛県行政・企業・県民の愛媛 FC に対する活動

愛媛 FC が J2 に昇格できた背景として、愛媛県・松山市等各市町村行政のスポーツ文化に対する理解と県民や企業の献身的支援が挙げられるだろう。

愛媛県は温暖な気候のため 1 年を通じてスポーツをしやすい土地柄であり、高校野球などアマチュアスポーツにおける強豪校が数多く存在し、地域とスポーツ文化に対する県民の関心も高い。しかしプロスポーツにおいては、2005 年に徳島ヴォルティスが J2 に昇格するまでプロチームが愛媛県を含む四国地方には存在せず、年に何度か地方巡業によって四国で開催されるプロ野球か大相撲、テレビ観戦が主なものであった。それゆえ愛媛県を含む四国地方は地域スポーツ文化の発展とプロスポーツについて理解を持っていたのではないだろうか。それは野球独立リーグの四国アイランドリーグが誕生する際の地元住民

³⁸ 「愛媛県総合運動公園」HP http://www.eco-spo.com/shisetu/undo_top.html

の盛り上がりと行政・企業の積極的支援³⁹を見れば明らかであろう。

中でも、行政側の支援については目を見張るものがあった。これまでも何度か愛媛 FC は J リーグに対して J リーグ昇格申請を提出したものの、JFL リーグの成績、本拠地スタジアムのキャパシティ不足や施設の不備、運営母体の経営状態や事務局の強化、行政・県民の理解などの理由で昇格を認可されなかった。J リーグに昇格する最低条件としてスタジアム等のハード的な問題があるが、これは行政の協力体制が無ければクリアできるものではない。そこで愛媛県は異例の迅速な対応を取り、総合運動公園陸上競技場のキャパシティ不足の解消や周辺の整備のために約 1 億 8,000 万円の予算案を県議会に提案・可決させ J リーグの要求する条件を満たし、また財政支援として愛媛県が 3,000 万円、松山市が 2,000 万円を愛媛 FC に出資することを決定した。また松山市は練習場の提供やクラブの広報 PR 事業などソフト面での支援も行くと発表した。愛媛県に視察に訪れた関係者から「愛媛 FC の J 昇格は厳しい」という答申を受けるとすぐに対応し、そして J 昇格申請期限まで 2 週間しか時間が無く、また財政的にも余裕が無いにもかかわらずスタジアムの改修予算案を県議会で可決させた行政側の積極的行動力が伺えると言えるだろう。

クラブ側も、常勤取締役を置いたり必要なライセンスを持った監督や選手を確保したりしたほか、J リーグ昇格以降の財政的危機が先例として起こっていることからクラブの運営予算規模を見直した。県内企業も愛媛 FC 支援とのスポンサー契約について積極的である企業が多い。

県民・サポーターもスポーツ文化に大きな関心を持っており、全面的にクラブを支援する態勢を整えている。2005 年 9 月 19 日からスタートした「愛媛 FC の J リーグ入会を要望する署名活動」で集まった署名は 2005 年 11 月 11 日までに 21 万 7,780 人分までになり、愛媛県民の熱意を表すものとなった。また、2005 年 JFL シーズンの開幕 10 試合までのホームゲームの平均観客動員数は 1,853 人であったが、2005 年に J リーグに昇格したザスパ草津⁴⁰は 2004 年の JFL リーグで平均 4,942 人、翌年昇格した J2 では平均 7,213 人で、愛媛 FC は観客動員数において不安を抱えていた。一部の愛媛 FC ファンだけが熱狂的になっているだけでは J リーグの目指す理念にそぐわない。そこでサポーターを中心として 2005 年 9 月 24 日のホームゲームにおいて「観客動員 10,000 人作戦」を実施、目標には至らなかったものの JFL では異例の 7,726 人もの観客動員を成功させ、今まで興味関心が無かった県民にもこれを機会に愛媛 FC について知り支援してもらうことが出来た。一部のファンが過度に熱狂的になるあまりその他の県民から特別視されるような状況を招くのではなく、県民全体で興味を持ちクラブを支えていこうとする方向付けがサポーターの手によって自

³⁹ 行政・企業は地域活性のために四国アイランドリーグに対して球場などのハード整備や広報 PR 事業支援・財政援助を積極的に実施、地域住民においても農業従事者が中心となって「一俵入魂」百姓の会（四国地方の「百姓スポンサー」が生産した米を全国に販売、購入者はリーグのスポンサーとなり、売上げの余剰金をアイランドリーグに寄付する）などの支援事業を自発的に実行している。

⁴⁰ 「ザスパ草津」HP <http://www.thespa.co.jp/top.html>

発的に為されたのである。愛媛 FC は新たな愛媛県のシンボルとして県民に認められ、地域活性化のために必要不可欠な存在となったと言えるのではないだろうか。

（３）愛媛 FC の事例の注目点

これらの愛媛 FC を取り巻く活動において、一番注目される点は何と言っても行政を巻き込んだ行政・県民・企業の三位一体のクラブ支援であろう。この愛媛 FC の事例においては、特に行政側がスポーツ文化振興に理解を示したうえではっきりとした支援を実施し、その進んでいく方向に理解を持った多くの県民・企業が次いでクラブを支えるという形が見える。行政が県全体の公共の利益のためのスポーツ文化振興策として、愛媛 FC をハード面のみならずソフト面においても支援する事が、結果として愛媛県のスポーツ文化をさらに発展させ、県民の社会参画の意欲を促し、県民 1 人 1 人の地域に対する関心を育てていると言えよう。

栃木 SC と愛媛 FC を比較するとき、地域が歴史的に持ってきたスポーツ文化に対する認識の違いが結果的にクラブを取り巻く環境を作ってしまったため、両クラブが同等の環境に存在しているとは言い難い。しかし、県民の側からの自発的な動きが無く、栃木 SC の存続自体もが危うい現在の栃木県の状況において、地域のスポーツ文化発展と地域の活性化の促進のために行政側が栃木 SC に対し積極的に支援などのアプローチをするという事は必要であり、また不可能ではなく、この愛媛 FC の事例を十分に参考事例とする事ができるのではないだろうか。県民側からの自発的な活動が起こり行政もそれと共に支援していくことが理想ではあるが、栃木県内において栃木 SC に関心を寄せ支援する目立った動向が殆ど無く、そしてこれまで論じてきたようにスポーツ文化がこれからの地域社会において絶対不可欠な要素であるからこそ、アルビレックス新潟や愛媛 FC の事例で見てきたように行政がスポーツ文化振興に対し積極的な対応を取ることが求められているのだ。

これらＪリーグのホームタウンに見られる動きを受け、プロ野球界でも自らの地域との関係の方針を見直している球団も登場してきている。2005 年にパシフィックリーグに新規参入した東北楽天ゴールデンイーグルス⁴¹や札幌に本拠地を移転した日本ハムファイターズ⁴²はこれまでのプロ野球とフランチャイズ制度を見直し、積極的に地域と連携をとることによって地域の「顔」となる球団になるという方針を打ち出している。セントラルリーグにおいても、ヤクルトスワローズが 2006 年シーズンから球団名に本拠地である「東京」の地域名を頭に付け、地域密着のファンサービスを企画する「F-PROJECT」を設置し、本拠地の神宮球場周辺の新宿区・渋谷区・港区を球団と地域が密着した「ヤクルトタウン」にする計画があると発表した⁴³。このように、昨今スポーツ球団（クラブ）と地域との関係は、

41 「東北楽天ゴールデンイーグルス」HP <http://www.rakuteneagles.jp/html/index.html>

42 「日本ハムファイターズ」HP <http://www.fighters.co.jp/>

43 「毎日新聞」2005 年 12 月 16 日付より。

プロ野球界においても密着し合う共存共栄の関係が重視されている。このプロスポーツ界の地域密着という流れは、Jリーグやプロ野球に限らず、日本で初の地域密着型プロバスケットボールリーグである bj リーグ⁴⁴が 2005 年に発足した事から見ても、これからの主流になることは間違いないだろう。これからこの各リーグの本拠地を中心にして、それぞれのチームが蒔いたスポーツ文化の種が開花し、スポーツ文化が市民生活の重要な一部になる日もそう遠くないのではないだろうか。

では第 4 章では、スポーツ文化後進県である栃木県において栃木 SC を 1 つのツールとして、第 3 章で取り上げたスポーツ先進県のように県民スポーツ文化を発展させ、そして活力のある栃木県の地域社会を構築していく「スポーツのまちづくり」を成功させるためには「三位」を構成する行政・企業・県民とクラブがこれからそれぞれ何をしてかなければならないのかを論じていく。そして、これから栃木県全体が目指していくべきである「スポーツ文化社会」について考えを述べたい。

<http://www.mainichi-msn.co.jp/sports/pro/news/20051216spn00m050011000c.html>

⁴⁴ 「bj リーグ」HP <http://www.bj-league.com/bj/Top.do>

仙台 89ERS、新潟アルビレックス、埼玉ブロンコス、東京アパッチ、大阪エヴェッサ、大分ヒートデビルズの 6 チームのプロバスケットボールリーグ。日本のバスケットボールのレベル向上と地域の活性化、新しいスポーツ文化の創造、国際交流を理念に 2005 年に設立された。

第四章 これからの栃木県のスポーツのまちづくり

これまで述べてきたように、プロ野球型の企業中心のプロスポーツから脱却した J リーグの掲げる百年構想とその J リーグを目指しているクラブは、活力が衰退している日本の地域社会を再活性化するうえで無くてはならないものであり、さらに近い将来全国各地域で重要視されるものになると言えよう。

なかでも栃木県は JFL に所属している栃木 SC という貴重な地域の「財産」が既に存在しているという面で恵まれている地域であると考えられるが、それでも栃木県は地域のスポーツ文化をこれまであまり重視せずにいた。

スポーツ文化とは、住民の生活においてスポーツをすること、見ること、支えることの 3 本柱が重要な位置を占めるようになり、地域住民がよりいきいきとした生活を送ることが永続的にできるような生活様式である。そして本稿でいう「スポーツ文化社会」とは、プロスポーツやアマチュアスポーツが地域に存在し、住民が試合を見ることができる環境の事のみを指しているのではない。つまり、スポーツ文化の発展によってスポーツに興味を示した住民が地域で気軽に自らもスポーツを一人ひとり楽しむ事ができる環境が生まれ、そこから派生するようにして地域住民の行政への意識向上や地域社会の相互交流が促され、住民中心のまちづくりの発展・地域活性化が起こるといふ、スポーツ文化を発端にして地域が活力と限界の無い発展可能性を得られる社会なのである。よって、栃木県はこれまでのスポーツ文化政策をもう一度検証し直し、先述のアルビレックス新潟や愛媛 FC の成功事例を模範とすべきではないか。地域密着のスポーツ文化が地域にどれほどの効果をもたらすかを考えれば、政策の方向性を転換することの必要性も大いに考えられるところだろう。栃木 SC は単年度決算で赤字決算になっており、これから J リーグ昇格を目指して法人化するにおいてもクラブの永続可能性は低いと考えられる。もしクラブが消滅するとなれば、栃木県が活性化するための重要な 1 つのツールが消滅したということと同等の事で、地域の活性化はますます厳しい道になってしまうだろう。

地域のスポーツ文化を発展させる原動役である J クラブの根本を支える行政・企業・県民の 3 者は、どれか 1 者でも支えることを放棄すれば、たちまちバランスが崩れ地域スポーツ文化のまちづくりは空中分解し、感情的にも修復不可能になることも考えられるだろう。栃木 SC と栃木県の活性化は、それぞれに課せられた使命といっても良いのではないか。では、行政・企業・県民とクラブはそれぞれ、また連携してどのような事をこれから取り組んでいかなければならぬのだろうか。

第一節 行政がすべき役割

ホームタウンの行政の存在感は極めて大きい。J リーグクラブはまず地元自治体の理念へ

の理解賛同が無ければ活動していくことができない。

クラブホームタウン自治体の行政が求められているものは、クラブと県民の相互の触れ合いを助ける役割であるとも言える。財政的な援助は求められた場合はする必要もあるが、過度にやりすぎてしまうとクラブが財政援助に依存する体質になり県民との距離が近づかなくなってしまううえに、自治体の財政的余裕が無いためこの状況になるのは避けなければならない。つまり行政はホームスタジアムや練習場などクラブが活動していくうえでの最低限の施設の整備や、広報 PR 事業における支援、教育委員会などと連携したスポーツ教室、総合型地域スポーツクラブとクラブの連携の橋渡し、ゲーム当日の運営補助や企業とクラブを仲介してスポンサー企業集めの支援などの、クラブホームタウン事業の肩代わりをする必要がある。

ホームスタジアムや周辺環境整備など、ハードの面ではどうしても行政の身の丈にあった支援が必要となる。ここは是非とも行政の理解を得なければならない。そしてクラブが行政に一番求めているものは、財政的なものではなく、県民にクラブの存在を知らせ、地域が支える「おらがチーム」だということを感じてもらい、クラブと県民との距離を近くさせるような事業である。例えば、市報への掲載や街角のフラッグやポスター作成の援助、イベント開催支援など、市が持つ広報力をクラブに提供することによってクラブの存在を県民に認知させ意識してもらうことが出来る。また、教育委員会などと連携して学校ネットワークを活かしてスポーツ教室を開催することによって、子どもから親世代、そして地域へとクラブをアピールする事も可能だ。スポーツ教室に限らず学校行事や福祉施設訪問など、県民の年齢や性別、所属している環境に関係なくクラブの認知度を上げるために広く裾野を広げていくことも必要である。県民全体に意識してもらえようクラブを手助けすることが重要なのであり、一部の熱狂的ファンだけが熱狂する状況を作ることではないのである。

また、クラブへの直接支援のほかに、県民レベルでのスポーツ文化の支援も忘れてはならない。クラブと県民の距離の接近によって県民のスポーツ意識が高くなり、それによってニーズが生まれるであろう J リーグの理念の中心である総合型地域スポーツクラブへの整備・運営助言も行政の重要な役割である。J リーグの理念の最終目的はホームタウンのスポーツ文化の発展と地域社会の活性化であり、単に栃木 SC への支援が目的ではない。栃木 SC への支援をゴールにするのではなく、あくまでそれは手段であって、最終目的は地域と県民の利益のためなのである。スポーツ文化のすばらしさを知った県民が身近な環境で 1 人 1 人充実したスポーツライフを送れるように、クラブ創設のための行政によるハード的・ソフト的援助が重要である。しかしそれは財政的援助ではなく、スポーツクラブのスタート時に背中を押し出してやる程度の援助であるべきで、以後それぞれ県民が自分たちで運営していけるような環境とノウハウを提供することが重要になってくるのだ。

行政がこれらの事業を支援することによって、クラブと県民の関係良化やクラブの安定化になり、それが時間を経て地域のスポーツ文化振興や地域社会の発展に繋がるのである。

栃木県や宇都宮市のスポーツ文化政策は、これまでクラブ支援や市民レベルでのスポーツ文化振興に対して重点を置いてこなかったといえる。栃木県においても、地域の人間関係の疎遠化、平均体力の低下、東京一極集中による地域の衰退化といった現象が現れているのは明白である。よって、栃木県は直ちに市民レベルでのスポーツ文化振興に重点を置いた政策を掲げ、Ｊリーグの掲げる百年構想が目指す地域づくりを進めていく必要があるのではないだろうか。栃木 SC の飛躍と栃木県全体のスポーツ文化の向上と地域社会の発展のために、これらの提案した事業を実行する必要があると考える。

第二節 県民・企業がすべき役割

栃木県の県民感情は、第二章で山野井氏が述べていたように、地元への関心が薄いと言われている。それは同感である。地域にすんでいれば地域に根ざしているものを知り応援することは当然のことである。しかし、栃木県においては、栃木県をホームタウンにして活躍している栃木 SC に対する県民の支援の知らせがなかなか聞こえない。ホームゲームの観客動員数も愛媛 FC などと比較すると多いとは言えない。

県民は、今自分たちが住んでいる「地域」の発展について再度考える必要がある。それを多くの県民に気づかせるためにも、ここで行政の積極的な広報 PR 事業が必要になってくる。行政やクラブなどの広報によって栃木 SC について知った県民は、ゲームの観戦をすることはもちろんであるが、公式サポータークラブや後援会への参加、住民やサポーターが自主的に組織するペーニャ⁴⁵の形成、またはボランティアスタッフとして栃木 SC のゲーム運営や選手の活動を支えるようになるだろう。また、全国のホームタウンでも起きているように、商店街が中心となってクラブと地域を盛り上げる活動も発生するであろう。これらの結果として、県民が自分たちの地域について再び考えることになり、愛郷心の育成、県民の体力増進、地域社会における顔の見える人間社会の形成が可能となりこの地域社会で蓄積されたソーシャル・キャピタルが市民参画型のまちづくりに発展することによって栃木県の豊かな市民社会を構築できるのではないだろうか。ソーシャル・キャピタルという「協働関係資本」が栃木県において社会的効率性を高め、横型のネットワークが拡大され、そして行政・企業・住民のそれぞれの意識乖離も解消され、地域が一体となって地域活性化に向けて動き始める事ができるであろう。

また、Ｊリーグの掲げる地域密着の百年構想は、企業の協力もなければ達成することはできない。クラブへの資金出資や広告協賛による運営支援がありはじめて動き出せるＪリーグであり、これらを行うことによって企業はイメージアップやマーケットの開拓、そして企業活動を行っている地域への利益還元、そしてさらなる地域の発展と自社の発展につな

⁴⁵ クラブがファンやサポーターを管理する公式サポータークラブではなく、県民やサポーターが自主的にクラブを支援する在野のサポーターズクラブのこと。

がるのだ。

だからといって、日本プロ野球やごく一部の J リーグクラブのように大企業 1 社がまるまる抱えるようなクラブになってはいけない。そうなってしまえば地域との密着は薄いものとなり、日本プロ野球のように企業利益優先でファンを無視した形態になってしまう可能性がある。そして仮にその親企業の経営が傾いたとき、真っ先に閉鎖されるのは抱えているクラブチームであり、そうなってしまえばそれまでの活動が水の泡となり、地域も活力を失ってしまうだろう。これまで述べたように、大企業中心のスポーツ論理は破綻しており、沢山の地元企業が少しずつ積みあった資金を出資しあい、一丸となって支援していく形態が理想であるだろう。そうすれば、1 社の経営不振によってクラブ自体が消滅する危険性も回避できる可能性が高くなり、「地域がクラブを支えている」という意識も起きるのだ。

クラブホームタウンを発展させることができるのは、一番はその地域の住民がどのような行動をするかにかかっている。行政と企業がいくら事業をしたとしても、肝心の市民がクラブを支える気概が無ければたちまち立ち行かなくなる。県民からの自発的活動が少ない栃木県において、行政主導の広報活動を通していかに県民を啓発させられるかにかかっている。

第三節 クラブのすべき役割

3 者の支援体制のもと、中心となって活動していくのがクラブである。クラブが第一にすべき事は、もちろん観客が「もう一度見にきたい」と思わせるようなゲームをすること、そして身の丈に合った健全経営をするよう努力することである。いくら県民・企業や行政が支援をしても、肝心のクラブが見合うような成績を残さなければ、県民の応援感情も日に日に薄れてしまい、企業もクラブを支援するメリットを見出さなくなる可能性もあるだろう。一部のファンが言うように「弱いクラブだからこそ地域が愛するクラブになる」という意見もあるだろうが、基本的に地元に着して活動している、実力のあるクラブだからこそ多くのファンと新しい層のファンがついて来るものであろう。そして、クラブは自分の身の丈に合った経営をしていかなければならない。債務超過にならむようしっかりと計画を立て、行政の財政補填を受けないようにしていかなければ、県民の同意も得られにくい状況になってしまうだろう。

次にしなければならないのが、クラブの積極的な広報 PR 事業の展開と市民との交流である。行政の力を借りて行うことも必要だが、現在行っているスポーツ教室や学校への出張指導、学校行事への参加はもちろん、県民との交流イベントや地域の催し物への参加、特に宇都宮市であれば宮まつり⁴⁶への参加も 1 つの交流にはならないだろうか。

⁴⁶ 毎年 8 月に宇都宮市駅前大通りをメインに行われる祭り。みこし、パレード、郷土芸能、おどり、お囃子、和太鼓など多くの催しがある。

クラブの最終的な課題はホームタウンに誰もがスポーツを楽しめるような総合型地域スポーツクラブを創設し、住民のより豊かなくらしに貢献することである。浦和レッズや鹿島アントラーズなど、大企業がバックに存在しているクラブでなければこの目標の早期達成は現状としてなかなか難しい。Ｊリーグにおいても財政的に逼迫しスポーツクラブどころではないという正直な声も多く聞こえる。しかしスポーツクラブの創設と住民のスポーツライフ向上をクラブの究極の目的として、長い目で活動する事が大事であり、それまで行政・県民・企業と理解し合い連携して一歩ずつ進んでいかなければならないのである。そして栃木 SC は現状として、まず県民に認知され、そして地域に愛されるクラブになる必要がある。そのためにはクラブ自身の活発な働きかけと、周辺の協力が不可欠である。

栃木県は、第二章で高秀氏が言っていたように決してスポーツ文化が開花しない土地ではないだろう。栃木 SC メンバーを中心とした国体成年サッカーでは３連覇を達成したほか、学校部活動の全国大会などもよく開催しているのを目にする。そこで思うのは、プロスポーツやある程度のアマチュアスポーツの文化は開花しているのかもしれないが、それが県民の文化としてそのまま受け入れられていないのではないかという事だ。もちろん、プロスポーツなどが発展すれば県民はハイレベルなスポーツを「見る」ことができ、余暇を楽しむこともできる。しかし、これからの地域社会において、スポーツは「見る」だけでなく、住民がスポーツを「する」、スポーツ文化を「ささえる」という側面も非常に重要になると言える。クラブホームタウンを中心にして、「スポーツが生活の一部となる」ような住民の豊かな生活を達成するために、行政・県民・企業・クラブは活動していかなければならない。

第四節 栃木県の「スポーツ文化のまちづくり」にむけて

栃木 SC は、2005 年 12 月 8 日に行われた JFL 第 7 回表彰式において、チーム表彰の奨励賞を受賞した。受賞理由として「栃木県成年チームの中心として国体 3 連覇を達成。観客数も昨年を上回る 1 試合平均 1,521 人を記録するなどサッカーを通し地域に貢献。また、前期終了時には首位に立つなど今季の JFL を大いに盛り上げた事などの功績を評価する。」とあった。

観客動員数が昨年（昨年の平均観客動員数はホームゲームで約 1,160 人）よりも増加したことは栃木 SC と栃木県のスポーツ文化にとって喜ばしいことである。「栃木 SC を見に行こう」と思った人が増えたという事であり、それだけスポーツ文化を人々に体験させることができたという事である。栃木 SC は来期からも自信を持ってゲームに臨む事ができ、クラブのＪリーグを見据えた法人化に向けての話し合いもさらに行われるだろう。

一方、栃木県民のスポーツ文化に対する意識は昨年と比較して向上したかという問いについては、疑問が残ってしまうところだろう。実際に 2005 年 10 月 30 日に栃木県グリーン

スタジアムにて栃木 SC 対 FC ホリコシ戦を観戦して感じたことであるが、ゲームに訪れるのは一部の熱狂的なサポーターと選手の家族などの関係者がおおよそその大半であり、観客動員数が増加したのは熱狂的なサポーターが増加したに過ぎず、それ以外の大多数の一般の県民の栃木 SC に感じる距離感やスポーツ文化に対する意識は何か変わったのかははっきりとわからないのではないだろうか。もちろん熱狂的なサポーターによってゲームが盛り上がり非日常的な空間を楽しめる事ができるのは良い事である。しかし、本来クラブはホームタウンに住む住民全員によって支えられ、楽しまれ、共に二人三脚のように発展していくような存在であり、一部のサッカーフリークの欲求のためだけに存在しているものではないのである。地域住民全体に広く愛され、クラブが地域全体に支えられ、クラブの存在をきっかけにして地域のスポーツ文化が発展し、その結果地域が発展する。それが J リーグの掲げる百年構想であり、これからの日本の地域社会、そして栃木県の地域社会において必要不可欠なものなのである。

日本社会は、未だにスポーツに対して体力増強、プロの世界、スパルタ、企業スポーツ、学校の部活動といった偏ったイメージを持っているのが現実である。そして、スポーツ文化は「見る」ものという固定観念が根強いのかもしれない。しかし、その観念が J リーグのクラブホームタウンを皮切りに、徐々にではあるが変わろうとしている。最初は小さな規模で活躍していたクラブが時間をかけて住民全体に浸透し、やがてスポーツ文化がその地域と地域住民に活力を与えた。第三章で取り上げたアルビレックス新潟や愛媛 FC の事例のように、地域のスポーツ文化が住民の健康促進や生きがい、まちの活性化に繋がり、新たなコミュニティが形成され市民の行政参加のきっかけにもなった。スポーツを「見る」だけでなく「する」「ささえる」事を知ったことによって、クラブホームタウンのスポーツ文化は J リーグが模範としたドイツのスポーツ文化に限りなく近付いている。

栃木県は、残念ながらスポーツ文化のまちづくりを考えるうえで、まだスタートライン上に位置しているようなものである。栃木県は、J リーグのクラブホームタウンのさまざまな事例を参考とし、スポーツ文化のこれからの地域発展における重要性を再認識したうえで、行政が率先して栃木 SC を核にして県民のスポーツ文化振興を牽引していくべきではなかろうか。そうすれば、第三章の事例と成果は異なるにしろ、さらなる地域の発展の可能性が開けてくるはずである。栃木 SC が栃木県のアイデンティティ的存在となり、やがてスポーツの分野以外においても活発な市民の活動が起こり、目指すべき市民主体の地域づくりへの発展に繋がるであろう。ただし、栃木 SC の J リーグ昇格を第一の目標とするのではなく、栃木県のスポーツ文化の発展が栃木 SC の最大の存在意義であることを忘れてはならない。

栃木県民全体が地域の「顔」的存在であるクラブを愛し自分たちの地域の財産として支える、県民の日常生活の中でスポーツ文化が重要要素の 1 つとなりさらに豊かな健康的・文化的生活を送ることができる、地域に新しいコミュニティが生まれ人々がそれぞれ助け合う、県民がスポーツ文化との接触を契機として積極的に社会参画をする、地域がスポー

ツ文化によって活性化する、このような事が達成されたとき、栃木県の「スポーツ文化のまちづくり」が成功したと言えよう。今、栃木県は栃木 SC と共に歩み始めなければいけないのである。

おわりに

栃木県における栃木 SC の存在意義というものは、ただサッカー好きな人々のため、余暇を楽しむ人々のためのものだけではなく、栃木県全体のこれからのスポーツ文化発展とより豊かな県民の生活のためである。また、これまでの長い歴史と JFL で残した良い成績を持ち、将来的に栃木県民の精神的なシンボルにもなり得るクラブでもある。

これまで数えられぬほどのアマチュアクラブや企業クラブが生まれては消えてきた。県民にとって栃木 SC もいずれは消えてしまっても良いクラブなのだろうか。答えはノーである。第三章で特に述べてきたように、J リーグクラブのホームタウン、J リーグを目指すクラブにおいての百年構想がもたらす地域の活性化は各地で結果が出始めている。第三章のアルビレックス新潟や愛媛 FC、また本稿には無いが埼玉県さいたま市がホームタウンの浦和レッズが良い事例である。地元住民が再び地域に関心を持ち、地域の抱える問題、地域の将来などについて真剣に考え始め、積極的にスポーツ文化以外の市民活動にも参加し始めている。子どもやスポーツ愛好家だけでなく、主婦層や高齢層の間にも、その人に合った適度な運動を日常に実践できる環境が出来上がっている。クラブの話題が親子や近所仲間での会話の中心になり、現在の日本社会に多く見られる疎遠な状態の人間社会の打破にもつながっている。商店街やスタジアム周辺を中心としてクラブのまちとしての地域活性化も起こっている。

このように、スポーツ文化で地域全体が「幸せ」になれる可能性を栃木県は持っているのである。栃木県のスポーツ文化のまちづくりは、まだスタートラインどころか準備態勢に入ってもいない状態かもしれない。しかし、これはむしろ未知数の可能性を孕んでいるとも言える事であり、栃木県は恵まれている地域とも考えられることもできないだろうか。そう簡単に成績不良や財政的困難といった問題で廃部になってしまうような事態は避けるべきだし、むしろ県全体が一体となって支援していくものなのだ。クラブを支援した結果と影響はその後自ずと付いてくるものだろう。

とはいえ、栃木県の行政が消極的態度を取り続ける限り、栃木 SC を核にしたスポーツ文化のまちづくりは難しいものとなるであろう。第一章で表したように、地域社会における市民スポーツの必要性は次第に増してきているのは明白である。第三章でもあるように、行政は市民からの自発的な呼びかけがあれば動くであろうという考えである。これでは、まるで第二章で山野井氏がインタビューで述べていたような、現状維持で満足してしまう「栃木県の地域性」にあてはまってしまわないか。栃木県も、先行事例のクラブホームタウンのようにスポーツ文化の発展から活性化した地域を目指さなくてはならないだろう。

本稿は、「栃木県は、栃木 SC を核としてスポーツ文化によるまちづくりを推進し、活力ある栃木県という地域をつくり出していかなければならない」という主張で進んできたも

のである。これから栃木県で行政に携わる一人の人間として、積極的な行政・県民・企業
による一体化したスポーツ文化のまちづくりが成功することを祈っている。

あとがき

今回卒業論文で栃木 SC を扱うきっかけは筆者のこれまでの経験に由来するものが大きい。地元ではテレビ放送でもスポーツ番組はプロ野球の中継ばかり、当然テレビによく登場する球団のファンが周辺に大勢いた。だが自分たちの地域にその球団は無く、それ以外の球団も無い。自分たちは何のゆかりも無い地域に住んでいながらよく目に入る球団を応援していたということだが、当然自分たちの地域や暮らしに何の影響も与えることは無かった。他地域でもこのような思いをした人は多いのではないだろうか。その時から、「プロ野球や J リーグの球団やクラブの本拠地がある町（ホームタウン）は球団一色で活性化しているのだろう」という考えを何となく持っていたのである。大学進学のため栃木県宇都宮市に住むようになったのだが、住み始めて 3 年目によく栃木県を中心に活動している栃木 SC の存在を知り、かつて自分が考えていたものとは違うホームタウンを目の当たりにしたその時の問題意識から論文執筆は始まった。

2005 年 10 月 30 日に栃木県グリーンスタジアムで栃木 SC 対 FC ホリコシ戦を観戦した筆者は大きな驚きを隠せなかった。栃木県にもこのような非日常の熱狂空間があったのだ、そして栃木 SC を支持する人々がこんなにもいたのかという気持ちからである。応援チームが好プレーをしたりシュートを決めたりするとみな我を忘れたかのように喜び、顔見知り・他人関係なくハイタッチを交わしハグをする。栃木県の県歌や各選手の応援歌を大合唱し、もちろん最後は相手チームへのエールも忘れない。試合運営のボランティアスタッフの方々の満足げな表情も印象に残った。そして、一見サッカーと関係の無い老夫婦が何組か見られたのが一番忘れられない。おらがチームとして栃木 SC を地域で支えていく体制ができれば、この光景も珍しいことではなくなり、栃木 SC が地域のアイデンティティにもなることができるだろう。そうなるように願って止まない。

ここまで育った栃木 SC を、もっと多くの人に見てもらい、共感し育ててもらうことができたらどんなに素晴らしいことだろうか。そして、栃木県と栃木 SC が日本中から注目されるほどのホームタウン成功事例となるためには、行政や企業の役割も重要だが、県民一人ひとりの理解が必要不可欠である。日本代表を応援するのであれば、なぜ地元の栃木 SC を応援しないのだろうか。国際試合の華やかさにひかれるのも十分理解できるが、一旦地元で活動しているクラブと自分たちの地域の将来について真剣に考えることも必要ではないだろうか。

論文の執筆にあたって、自分の未熟さからたくさんの方にご迷惑をおかけしたと思う。至らない点も数多くあったと思うがたくさんの人の助けがあって論文を完成させることができた。インタビューに協力してくださった高秀氏、山野井氏、宇都宮市役所の戸崎氏と鈴木氏、宇都宮大学教育学部の石崎先生、行政学ゼミのみなさん、そしてたくさんの指導をしてくださった中村祐司先生にこの場をかりて心より厚く御礼申し上げたい。本当にあ

ありがとうございました。

2005 年 12 月 18 日

豊田 浩司

参考文献

- ・『BIT』 11月号（キタカン・ビジネスセンター株式会社、2005年）
- ・『HOMETOWNS Jリーグクラブとホームタウンの現在・未来』（社団法人日本プロサッカーリーグ、1996年）
- ・『Jリーグのめざすホームタウンづくり』（社団法人日本プロサッカーリーグ、1997年）
- ・『21世紀のスポーツに向けて』（社団法人日本プロサッカーリーグ、2001年）
- ・鈴木守・戸荻晴彦『サッカー文化の構図』（道和書院、2004年）
- ・辻谷秋人『サッカーがやってきた～ザスパ草津という実験』（日本放送出版協会、2005年）
- ・飯塚健司・滝井寿紀『アルビレックス新潟の奇跡～白鳥 スタジアムに舞う～』（小学館、2005年）
- ・松尾匡・西方芳昭・伊佐淳『市民参加のまちづくり 戦略編』（創成社、2005年）
- ・二宮清純・樋口美雄『日本プロ野球改造計画』（日本評論社、2005年）
- ・中田潤『NO MONEY BALL～野球愛を叫べ！！～』（竹書房、2005年）

（順不同）

脚注以外の参考 URL

- 「宇都宮市」HP <http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/>
- 「栃木県庁」HP <http://www.pref.tochigi.jp/index.html>
- 「栃木県サッカー協会」HP <http://www7.ocn.ne.jp/~tfa/>
- 「栃木県体育協会」HP <http://www.tochigi-sports.jp/>
- 「浦和レッドダイヤモンズ」HP <http://www.urawa-reds.co.jp/redsland/index.html>
- 「レッズランド 浦和レッズの総合スポーツランド」HP
<http://www.urawa-reds.co.jp/redsland/index.html>
- 「テレビ愛媛」HP <http://www.ebc.co.jp/sports/index.html>
- 「特定非営利法人クラブネッツ」HP <http://www.clubnetz.or.jp/>
- 「文部科学省」HP <http://www.mext.go.jp/>
- 「日本野球機構」HP <http://www.npb.or.jp/>
- 「さいたま市サッカーホームページ」 <http://www.soccer.city.saitama.jp/index.html>
- 「SPORTS COMMUNICATIONS」HP
<http://www.ninomiyasports.com/xoops/modules/news/>

（順不同）

補足資料



写真 1



写真 2



写真 3



写真 4



写真 5



写真 6

栃木 SC メンバーによる小学生を対象にしたゲーム前のサッカー教室（写真 1・2）

栃木 SC のホームグラウンドである栃木県グリーンスタジアム（写真 3・4）

選手たちを応援する栃木 SC サポーター（写真 5）

グッズ売り場と後援スポンサーの社名・氏名が書かれた掲示板（写真 6）

写真 1～6 は 2005 年 10 月 30 日、栃木県グリーンスタジアムにて豊田撮影