

3. 「支える人」が地域資源となる可能性～チームと市民のつながり～

齋藤 梓

(1) 地域資源としてのプロスポーツ

プロスポーツチームの地域資源としての価値は高い。もちろん今季劇的なペナントレースを繰り広げ、東北に感動をもたらした東北楽天イーグルスのようにメジャースポーツと大手企業によるチームが存在することは理想的だが、全国に存在するサッカーのJ2チームやマイナースポーツを行うチームであっても、原田が言うように、「都市をフランチャイズとするプロスポーツ産業の育成に関しては、地元でのゲームによる消費の誘導や、そのチームを求心力とする地域連帯感の向上、そして、チームの活躍による都市イメージの向上ができる。」という点ではやはり、大きな存在価値があると言える¹。

しかしマイナースポーツや女性によるチーム、弱小と呼ばれるチームにおいては常に資金繰りが難しく、每期存続していくことが精一杯であり、選手たちの生活やパフォーマンスを発揮できる環境が整備されていない。県内に存在するサッカーチーム、栃木SCは1953年に発足した栃木教員サッカーチームにルーツを持つ歴史あるチームであるが、2012年には厳しい県内経済の中、債務危機に陥った。Jリーグの規則により2014年度決算で来季回復を見せることができなければ、存続することができない。このように多くのチームが、いつ廃部になってもおかしくない状況におかれているのだ。

(2) 支援者に光を照らす

地域社会の中に存在する多くの建造物や工芸・民芸品、芸能といった「地域資源」として認識される物事とスポーツチームとの違いは、その「継続」がもっとも重要であるという点である。それはチームという「人」の集団がそのチームの本質であり、選手・経営陣の生活を保障していかななくてはならぬ「すたれる」ことは許されないことにある。

現在、多くのプロスポーツチームは地域の名のもとに地域の企業からスポンサーとしての支援を受け、それを大きな資金源としている。しかし、スポンサー獲得とその維持には限界がある。企業はCSRの一環として地域貢献の表し易いかたちとしてスポーツチームへの投資を選んだ。それは同時に業績の悪化等で一番に「切られる」部分でもある。昨年ビックカメラの連結子会社で東証1部上場の家電量販店「コジマ」は、赤字が続くなど厳しい環境にあるため、支援継続は困難と判断し、県内の4スポーツチームへの支援を打ち切った²。これによる各チームの損失は総額年間数千万円に上るとされ、経営面にも大きな打撃を与えた。

現代のような安定した経営が難しい成熟社会において、常にプロスポーツチームが資金繰りに苦しむ状況はプロスポーツチームとしての魅力を発揮することに適した環境とは言えない。そのためにチームは自ら支援を受けにくい姿勢ではなく、彼らから好んで支援されるかたちになることが理想である。それはあまりにも果てしないユートピアかもしれない。しかし、「支える人」自体を地域資源とすることで、その関係は双方向的に緊張関係を持ちつつ相互に存続のために努力をすることで可能となる。支援者はいつまでも日の当たらない存在ではない。縁の下の力持ちはいつまでも力持ちでいられるのか。「支える人」のコミュニティが日を浴びる例として、日光に存在するアイスボックスが待つその可能性

としくみについて考えていく。

(2) 日光アイスバックスと支える人

日光アイスバックスはアイスホッケーというマイナースポーツによって注目度こそ低いものの、熱い支援者を持つことで知られる。日光アイスバックスの前身は1925年から1999年まで続いた企業チームである古河電工アイスホッケー部であるが、廃部決定後のチームを支えたのは地域のファンであった。「古河電工アイスホッケーを愛する会」が日本アイスホッケー連盟へ4万人の署名提出し同年8月には、有限会社「栃木アイスホッケークラブ」という市民クラブとして再スタートを図った。以降も資金難から廃部の危機を繰り返し、その度に署名やそれによる行政支援、大口のスポンサーがやってきては消えていく等様々な取り組みがなされ、傷だらけになりながら存続されてきた。

当時の様子を選手、監督、現在は営業としてチームの歴史を繋ぎ続けた村井が「選手もフロントも、地域の方たちがみんな、チームをなくしてはいけないという気持ちが非常に強く、必死にお金集めをしました。親戚、知人などに、「1円でもいいです」と頭を下げて駆けずり回りました。」と語るように、経営陣のみならず、選手たちもチームの存続のために苦勞したことを現在でもバックスは忘れていない³。このようにチーム全体とファンが非常に近い距離・立場にあること、現在のチームを支える経営陣にこのような時代を経験した選手がいるということは、チームが地域において市民との繋がりを意識し、地域に根ざし、地域に支えられるクラブチームとなる上で重要な要素である。

(3) 強く魅力的なサポーターをつくる ～セルジオ越後氏のアイデア～

多くの日本人はスポーツを「タテ」で捉える。学生時代の部活動は野球部やサッカー部、バスケ部というようにそれぞれの特色によるコミュニティが成立し、その境には確立された隔たりが存在した。プロスポーツにおいてもそれは顕著であり、地域に密着した総合型スポーツクラブという概念は日本では薄い。サッカー解説者であるセルジオ越後氏がなぜアイスホッケーチームの経営に携わるのかという疑問も、このような社会であるからこそ生まれるのではないか。セルジオ氏は2006年8月よりチームの経営に参画し、現在はシニアディレクターとして、その影響力・行動力を持って、地域のスポーツ振興に取り組む。セルジオ氏の構想としては主に以下の3点が挙げられる。

第一に、栃木県に存在する複数のスポーツチームのファンが競技の境を越え、各チームが多くの人を来場者を得ることである。既存のチームが総合型のスポーツクラブとして存在することで文化活動や社会貢献、メディア等の機能を十分に備えることができ、オフシーズンや数に限りのあるホームゲームが総体的に充実し、ファンを惹きつけ続けることが可能である。第二に、「ゆめゆめ夢中組」と題して小学校を訪問し、夢をかなえるためのアドバイスを伝えながら選手やスタッフとのふれあいを図ることである。これは現在、実際に行われている。地域貢献の意と共に、将来のファンの獲得に繋がることを目的としている。実際にブラジルのサントス FC は、こどもと一緒に育て、20年で世界一のチームになった⁴。そして第三に、全世帯からワンコインをもらってチームを運営する「ワンコインスポーツクラブ」である。「少ないお金で、みんなが興味を持ってスポーツに目を向けるっていう、日本にまだどこにもない文化にチャレンジしてみたい。地域のお祭りって、大勢の少

ないお金で支えられて、そこに愛情があるから何百年も続いているんだよね⁵。」というセルジオ氏の意志の下、日光市を通し1世帯500円の寄付を財源としての意味ではなく、興味を持つきっかけとして得るというアイデアである。

(4) サポーターが地域資源となる時

これまで述べたことから、より多くのファンがファンとしての自覚と意識の下に一定の団体としてコミュニティ化された時、地域資源としてどのような長所が見られるだろうか。対内的・対外的の二つの面から述べたい。

栃木県民がそれぞれに各チームに興味と関心を抱いたとき、地元で愛着を持つチームが存在すること、そしてそれに対する応援という共通の目的を持った人間同士のコミュニティが形成されることは、スポーツ観戦という娯楽の面のみでなく、人々にその土地で暮らす間理由を与える。多くの若者が流出する県北の地域においては、このような地域スポーツの側面を利用し、現在抱える人口不足や後継者不足等の問題に対し、解決とは言えないものの、効果的なアプローチは可能となるのではないだろうか。

県外・国外に対しては、サポーターとしての集団が存在すること自体が栃木県に注目が向き、訪れるきっかけとなる。例として、サッカーの本場であるブラジルのサンパウロやリオなどの大都市では、旅行代理店の送迎付きの観戦ツアーが頻繁に開催されている⁶。その目的は完全なファンとしてチームを応援することだけではない。現地の人と同じような服装で、現地の人と同じような声援をもって、「本場のサッカー」を体感することは観光客にとって体感型の文化体験であり、生涯記憶に残る経験となるだろう。同様のことが、イギリスのスポーツパブでも見られる⁷。イギリス人と一緒にエールを飲みながらイギリスの応援をする、そして現地の人々を観察することもイギリス観光の醍醐味である。

「栃木のスポーツファンは熱い」それが現実となった時、その言葉はチームとファン双方に向けられる。地域の文化や観光目的といったものとそれを支える人、その両方が資源として成立するという極めて考え難い理想は、スポーツチームと市民という繋がりにおいては存在し、そして栃木県はその理想郷に極めて近い本質が存在する。これを活かすためにどう動くか。それが栃木の、そして日本のスポーツシーンを変えるだろう。

¹原田宗彦 (2002) 『スポーツイベントの経済学—メガスポートイベントとホームチームが都市を変える—』, 平凡社.

² 「コジマ4プロ支援から撤退 業績悪化で契約更新せず」 (2013年9月6日付下野新聞朝刊).

³ 築嶋正真 (2013) 「古河電工からバックスの15年を振り返る」 『SPOCOM Vol.41』 2013年5月号, 下野新聞社.

⁴ セキュリテラジオ 「セルジオ越後さんにインタビュー 地域に根を張るクラブを目指せ!」, <<http://www.securite.jp/>>. 2014年1月10日閲覧.

⁵ 築嶋正真 (2013) 「スポーツは人と人が出会うコミュニケーションの場」 『SPOCOM Vol.44』 2013年8月号, 下野新聞社.

⁶ 古瀬香織 (2012) 「サッカーの本場ブラジルで試合観戦 (前編)」, 阪急交通社 HP, <<http://blog.hankyu-travel.com/kaigai/latin-america/brazil/2012/094853.php>> 2014年1月10日閲覧.

⁷ 朝霧まや (2006) 「サッカー観戦のお作法・パブ編」, ALL ABOUT, <<http://allabout.co.jp/gm/gc/79258/>> 2014年1月10日閲覧