

《2007年10月例会報告》

【日 時】2007年10月25日（木）19:00～21:00（その後「ルン」～1:00）

【会 場】筑波大学附属高校3F会議室

【テーマ】公開シンポジウム2007 検討会

みるスポーツ文化を育てよう！ーライブスポーツを中心に（仮題）

【参加者（会員）】浅野智嗣（エルゴラッソ） 井上俊也（NTT コムウェア） 牛木素吉郎（ビバ！サッカー研究会） 大久保尚彦（フットサルチーム「大久保商店」代表） 岸卓巨（DUO リーグ事務局長） 嶋崎雅規（帝京高校教諭） 清水諭（筑波大学体育科学系） 高田敏志（町田高ヶ坂SC コーチ） 徳田仁（株セリエ） 仲澤眞（筑波大学体育科学系） 名方幸彦（NPO 法人文京教育トラスト） 中塚義実（筑波大学附属高校） 矢野英典（日本ジャーナリスト会議）

【参加者（未会員）】伊藤敦（中央大学5年生） 染野忍（元筑波大学サッカー部／ドイツ在住）

【ルンからの参加】室田真人

【報告書作成】室田真人

注）参加者は所属や肩書を離れた個人の責任でこの会に参加しています。括弧内の肩書きはあくまでもコミュニケーションを促進するため便宜的に書き記したものであり、参加者の立場を規定するものではありません。

公開シンポジウム 2007 検討会

主な報告者：仲澤眞、徳田仁、中塚義実、高田敏志

【要約】

- I. サロン 2002 公開シンポジウムの位置づけとこれまでの実績 … 中塚
 - ・2001年度から毎年行っている「公開シンポジウム」の簡単なレビュー
 - ・2006年度報告書の進捗状況報告
- II. 本年度のシンポジウムの運営／報告書について … 高田
 - ・12月15日（土）13:30（受付13:00）～16:30 青学会館アイビーホール（表参道駅下車）にて開催
 - ・終了後、懇親会を近辺で予定。「プライド in ブルー」の上映会が18:00よりあるため調整が必要か
 - ・後援については随時募集していく。名義後援のみ（賛助金は不要。むしろ告知と動員が主）
 - ・タイトルについては内容を踏まえて、短く、しかしインパクトのあるものを考える
 - ・10月中旬に詳細を詰め、11月早々に（11月1日予定）リリースする
- III. 本年度のシンポジウムのテーマ／内容について … 仲澤・徳田・宮明（資料のみ）
 - ・現時点で考えられるプレゼンの概要を順番に披露し、ディスカッション
 - ・発表順や内容、タイトルについて意見交換
 - ・その他

はじめに

今回の月例会は、12月に予定している今年度の公開シンポジウムの検討会です。会場、テーマ、演者までは決まりましたが、もう少し詳しく、中身の打ち合わせをしようというところが一つの柱です。テーマ自体が「みるスポーツ」、それも「ライブスポーツ」ということなので、実りあるシンポジウムにするためにも、事前にディスカッションの機会を設けようということで、月例会で取り上げることになった次第です。

今日の月例会の最終案内とこれまでのレビュー、仲澤先生から「データからみるJリーグ・ファンのこれまでとこれから」、宮明さんから「見るスポーツとしてのサッカー&フットサル」、高田さんから「公開シンポジウム 2007 案内 (案)」が、本日の配付資料です。

早速中身に入ります。まず、公開シンポジウムの事務的な部分を先にやり、中身については、徳田さんが来てから議論したいと思います。

I. サロン 2002 公開シンポジウムの位置づけとこれまでの実績 (報告者: 中塚)

1. 「公開シンポジウム」のレビューと報告書について

まずはこれまでの公開シンポジウムの流れと、本年度の位置づけを確認します。<サロン 2002 公開シンポジウムと報告書>のページをご覧ください。去年も一度、月例会で同じ話をしていますので、簡単に説明をします。

まず 1997 年から「サロン 2002」という名称で再出発をしました。

1998 年に「インターナショナル・フットボールフェスタ」というイベントを、サロンの当時の会員が企画され、そのセミナー部分を手伝ったのが、公開シンポジウムの前史と言えるかもしれません。

毎年 1 回、オープンな形で公開シンポジウムを行うようになったのが 2001 年度からです。ワールドカップのプレ大会として行われた「コンフェデレーションズカップ」を取り上げ、開催地であった鹿島、新潟、横浜のそれぞれで、ボランティア、運営スタッフ、市民団体として関わった人たちを演者に、コンフェデの成果を次にどうつなげるかを議論しました。シンポジウムの内容は報告書にまとめ、都道府県サッカー協会や開催地、キャンプ地など、関係しそうな組織に無料で配布しました。この 1 回目のシンポジウムが、その後のシンポジウムの運営面でのベースとなっています。

翌 2002 年度はワールドカップイヤーで、このときは東京と大阪でそれぞれシンポジウムを開きました。テーマは、東京では「支える物語」を、大阪では「観戦と交流の物語」を中心に行いました。これも報告書を作成しました。

ワールドカップ後の 2003 年度ですが、テーマを「2002 年を越えて」、そして「地域で育てるこれからのスポーツ環境」というサブタイトルをつけました。演者は宇都宮徹壺さん、Jリーグアカデミーの山下則之さん、そして私(中塚)も演者として話をしました。2004 年度は引き続き「地域スポーツ」を取り上げましたが、「t o t o を活かそう!」ということで、t o t o プロデューサーの両角晶仁さんと、それを活用されている方々を演者としてお招きしました。

この辺り、つまり 2003~2004 年度あたりからシンポジウムの集客の問題が出てきました。日程の設定が難しく、会場と演者の都合をどう折り合いをつけるかで毎年悩まされています。

2005 年度は、翌年に迫った F I F A ワールドカップ・ドイツを視野に入れてテーマを考えていたところ、幸いにも、日本サッカーの父、デットマール・クラマーさんをお招きして話をお聞きし、われわれから「ありがとう!」を述べる会を開くことができました。

サロンのシンポジウム報告書は、毎回 400 部程度作成し、会員だけでなく、関係部署に配布してい

ますが、2005年度の報告書については関西から「もっとほしい」という声上がり、はじめて100部増刷し、関西クラブユース連盟に全部ご購入いただきました。報告書は、毎回鈴木崇正さんが編集長を務めてくださり、かなり内容の濃いものができています。

2. 2006年度報告書の進捗状況報告

2006年度は、「ドイツで感じたことー育成環境、ゲーム分析、観戦文化の観点から」というテーマでした。このときも日程調整に苦労し、年度末の3月24日、日本代表とペルー代表の試合前に、日産スタジアムの会議室で開催しました。事前打ち合わせもほとんどできないまま、1人20分のプレゼンテーションとディスカッションという流れで考えていたのですが、1人40分から1時間のプレゼンテーションとなり、大変なことになってしまいました(笑)。ただ、内容的にはそれぞれ非常におもしろく、「ドイツで感じたこと」というテーマに沿った話をさせていただきました。

すでに会員の方にはメールでお知らせしていますが、2006年度の報告書が現時点でまだできていません。いろいろと理由はありますが、もう少しできあがります。原稿をいただいた方々には大変申し訳ありません。もうしばらくお待ち下さい。

一応これが2001年度から2006年度までの公開シンポジウムの流れです。

II. 本年度のシンポジウムの運営／報告書について

1. テーマ設定について（報告者：中塚）

本年度のシンポジウムについて、5月の総会でいろいろ議論になりました。議論の経過については繰り返しますが、とにかく「みるスポーツ」＝観戦文化について、それも、今年はメディアスポーツではなく「ライブスポーツ」、つまり実際に見に行く方を取り上げようということになりました。Fリーグ開幕、Jリーグ15周年ということもあるので、「JとF」の対比ができればいいのかと、最初は考えていました。しかしFリーグは始まって間もないので、それをいきなり「みるスポーツ」の事例として取り上げるのはどうかというのもあり、Fリーグについてはあまり考えない、むしろJリーグをめぐる動向を中心という方向性になっています。もちろんこれには、ACL（アジアチャンピオンズリーグ）の動向も含めてのことです。こうした中で、みるスポーツの状況は、全体としてどうなのか、また地方から見てどうか、という切り口で議論できればいいのかなということ。仲澤さん、徳田さん、宮明さんに依頼し、会場を高田さんに押さえてもらい、なんとか調整がついたのが今回のシンポジウムです。

先に事務的なところになってしまうのですが、高田さんの方から報告をたたき台にして、いつまでに何をするかという大枠だけ話し合いたいと思います。

2. 本年度のシンポジウムの運営／報告書について（報告者：高田）

■案内文について

まず、こちら（告知案）をご覧ください。昨年公開シンポジウムの「2006年ドイツで感じたこと」、と同じような形式です。2007年度版はまだ仮の表題ですが、チラシを固めていく上で、このような形で作ってあります。表題に関しまして、今日の議論のなかでどうまとめいくかということの相談をさせていただきたいと思っております。

公開シンポジウムの案内チラシは、今日の議論を踏まえて作成すればよいと考えています。主催は

サロン 2002。後援は、昨年は神奈川県教育委員会、クラブユース連盟などにいただきました。今年度も後援いただける協会、連盟、団体を募っています。12月15日（土）に、渋谷区表参道にある青山学院内の会館を確保しました。結構広めです。予算の問題もあったのですが、大学と調整し、HPで出ている予算の半分くらいにさせていただきました。よかったです。実際に見に行ったのですが、非常にきれいなところで、2人掛けでゆったり座れる会場で、備品も全部揃っています。プロジェクターだけは演者の立ち位置との関係で持ち込んだ方が良さそうです。会場は表参道から徒歩5分で、渋谷からも歩いていける距離です。問題ないと思います。会場は13時から17時まで確保しています。シンポジウムを14時から17時にすると、片付けの関係で延長届けを提出しなければなりません。3時間確保するのであれば、13時受付、13時半開始の16時半終了の方が良いのではないのでしょうか。

去年のような状況も考えられないこともないのですが、延長に関しては大丈夫なようです。一応会場に関しては以上です。あとは当日のテーブルだとか名前を書いたチラシだとか準備しますので問題ありません。

■後援について

高田：あとは後援ですね。去年は後援をどのように募りましたか。

中塚：メールでも募ったし、月例会でこのような話をしたとき、出してもよいといってくれるところがありました。神奈川県教育委員会は手続きが面倒だったのを覚えています。

高田：ヨココムさんにいつも通りやっていただければと思いますが。

中塚：その話ですが、最初はシンポジウムを12月16日のトヨタカップの決勝前と言っていましたけど、15日に開催することになりました。それは、遠方から来られる方の帰りの都合のことや、シンポジウム後にゆっくり懇親会を楽しむ時間があつた方がよいというのがあつたからです。サッカーカレンダーを見てみると、この日がいろんな意味で都合が良いんです。そうしたところ、ヨココムの依藤さんから、「プライド in ブルー」の上映をこの日に予定しているという連絡が入りました。ただ、18時からの上映なのでニアミスなんですよ。それも渋谷です。だからシンポジウムが終わったあとに行ける感じです。だから、

公開シンポジウム → 「プライド in ブルー」 → 合同で懇親会

というのもいいのかなと、勝手に考えています。もちろんその動きに乗らなくても構いません。ということで、いろんなイベントと調整しつつ、12月15日を豊かにできればと思っています。準備の進め方として、どのようにしましょうか。一つは後援を探すということですね。

高田：後援をいただける団体は、案内チラシに明記したいですね。申し込み用に、salon2002@j-sps.com を作りましたので、ここに連絡をしていただこうと思います。関西サロンのメンバーも来ると思うので告知をしようと思います。後援は、まずは「調整中」という形を出していこうと思います。表題も今日決まるので、ほぼできあがります。

次ページの「サロン 2002 とは何か」というものは、去年のものをそのまま使うつもりです。最後のページは会場への案内図です。

■DVD作成について

高田：関西サロンのメンバーから、公開シンポジウムは東京であつて、「面白かつた」って聞くけど、報告書だけでなく映像を見たいという話が出ています。そこで提案ですけど、今年はビデオを撮っておいて、地方在住のため来られないサロン会員に配布するというのはどうでしょう。例えば500円くらいで譲るとか、希望者には報告書にDVDを付けるとか。来られない人に対する試みとしてあつていいのではと思います。去年私は現場にいましたのでそれほど感じませんでした。来られなかった人の感想からこうした意見をいただきました。

牛木：一般の人に売るのは問題があるかもしれない。

高田：もともと公開でやっているものなので、会員に配るのはいいのではないのかと思います。一般の方に出してしまうと、どのような使い方をされてしまうのか分からないのですが、会員だったら責任を持てる範囲で取り扱っていただければいいのではないのでしょうか。

仲澤：発表の内容をまだつめていないのですが、シンポジウムの報告書での公開許諾を得るのがきびしいデータもあります。さらに、ビデオによる公開が前提となると出せる範囲が狭くなってしまいかと思います。いずれにしても編集していただかないと難しいと思います。

牛木：それに関してどうですか。

高田：ビデオの場合も同様で、出せないところは編集をすればいいと思います。

井上：文字の場合の編集だと、これを出さない代わりに、これを出すということが出来ますが、ビデオの場合は、もう一度撮り直すというわけにはいかないですから、その部分がカットになってしまうので、訳が分からなくなってしまう場合もあります。

中塚：どのくらいの作業量が発生するのかも分からないし、作るかどうか未定ですが、高田さんが言われたようなことに配慮しながら、編集するというのを大前提として、準備だけはしていこうと思います。

■賛助金・案内チラシについて

中塚：毎回「注）」のところで「賛助金」のお願いを書いています。公開シンポジウムは、まずは参加費で運営ということが大前提でやっていますが、学生は無料ということもあり、参加費だけでやっていくことは難しく、サロンの全体会計からも拠出しています。ただ、報告書の作成費まで捻出できないので、広告を掲出するかわりに賛助金を出していただくという形でやりました。本年度もそのような形でやっていこうと思います。後援団体になっていただけたところがありましたら、随時事務局長まで連絡してください。

あと、いつも作っている刷り物のチラシはどのようにしますか。

高田：それはどうしようかと考えていて、去年麻生さんに伺ったところでは、作るのにはそれほど時間はかからないようです。しかし開催日までにはあまり時間がないので今年はなしでいこうと考えています。

■報告書について

中塚：終わってからの大切な作業である報告書に関してですが、作業手順を明確にしておきたいですね。去年は、テープ起こしまではすぐ終わったのですが、その後演者の方への確認の際、図版がないと説明がよく分からないところがあり、そのやりとりはかなり手間取ったということが一つありました。手間取っているうちに、みなさん本業が忙しくなって、ずるずると夏を挟んでしまったというのがあったようです。今回は年度内に絶対に終わらせられるような手順でやっていこうと考えております。報告書に関しては以上です。

矢野：報告書を例えば、サッカーの関係者とか出版社とかに売るというのは考えていませんか。そのぐらいの価値のあるものならもったいないですよ。出版社とか、新聞社とかにね。

中塚：国会図書館には入れてもらっていますが…。

牛木：どのくらいかかるの。

中塚：印刷費だけで20万弱ですね。

矢野：私は広告会社にいたので分かるのですが、こういうのはまずテストマーケティングということを行います。全国的に売り出すにしても、まずは東京とか仙台だけにテスト販売をします。例えばサッカーの雑誌社とか新聞社に50部くらい進呈して、意見を聞いてみるのはどうでしょうか。

中塚：これまでやってきたのはどちらかというと、サッカー界の「偉い人」にお渡しして、その人た

ちに活用していただくという考え方で、例えばJリーグの理事会で配ってもらうということをやってもらっていました。けど、例えばJFAやJリーグの理事の方からすれば、いろんなものが勝手に届けられる、不愉快であると思われる方もいらっしゃるのではないかと聞いたので、「クラマーさん～」の報告書あたりから、そういうこともやっていないです。せっかく作った報告書が活用されないまま放置されているという側面もあるかもしれません。そのあたりも、メールのやりとりなどで、みなさんに意見をいただきつつ、サロンの理事会が中心となって対策を考えていきたいと思います。

運営に関することはここまでということにさせていただきたいと思います。

Ⅲ. 本年度のシンポジウムのテーマ／内容について

1. テーマ設定のねらい(報告者：中塚)

では、中身の議論をしたいと思います。

本年度のシンポジウムは、最初にも言いましたけど、「みるスポーツ」をメインテーマ、言い方としては「観戦文化」でもいいし、関連して「サポーター文化」と言ってもいい。あるいは「スポーツツーリズム」を含めることもできます。言い方は様々可能ですが、主にサッカーの観戦を巡るいろんな事象をここで取り上げていきたいなということです。

演者は仲澤さん、徳田さん、宮明さんをお願いすることになりました。まず仲澤さんには、Jリーグが始まる前から今日まで続いている観戦調査をもとにお話しいただきたい。徳田さんには観戦ツアーを通して、特にACLとの絡みがホットなトピックかと思います。宮明さんには、大分県にあって、いろんなことが変わってきた。この辺りをたたき台に、大分における「みるスポーツ」の現状と今後、みたいな話に繋がっていけばいいのかなと思っています。一応、このような枠組みで、このシンポジウムを構想しています。

それぞれの演者の方に、だいたいこのようなことを考えているということをプレゼンしていただき、それらをすり合わせながら、シンポジウムの中身自体にみなさんからご意見いただければと思っています。

2. 各演者の発表概要(案)

1) 仲澤眞(筑波大学)

1枚のメモを用意してありますので、そちらをご覧くださいと思います。観戦文化というテーマは、享受側の文化形成の問題が主となるかと思いますが、私の立場はむしろ運営する側にあり、こちらのレジュメの1～3までは観戦者市場という言い方をしています。これは、マーケティングの対象としてサッカーファンをみているということです。4で文化形成の担い手の視点が入りますので、「1～3」と「4」にかけて場面を変えるところが面白いところになるかと思います。それがうまく伝えられたらいいと思います。まず1～3では観戦者調査から、スタジアムに起こっている事象をみるということで、データを使いながらJリーグの15年をサマライズしていきたいと思います。

1. Jリーグ観戦者市場のこれまで

まず、観客動員の推移と新規層の開拓の関係を説明します。新規層の開拓には3つの波があります。3つの新規層がどのように伸びていったかというところを知る必要があると思うので、「新規市場の開

拓」というところで話をしていこうと考えています。それからご存じのように 2001 年シーズンは 5 割増に動員が拡大しまして、そのまま多少下がる年もありましたが微増という形でずっときています。その背景について話をしようと思います。いわゆる「2002 年効果」ですが、3 つのポイントが言われます。1 つ目は「新規施設効果」で、施設のリニューアルに伴いまして動員が増えました。2 つ目は「半券効果」と言われるもので、2001 年シーズンの J リーグで、その入場券の半券が、ワールドカップの入場券の抽選への応募券となりました。そういったことが本当にインパクトがあったのかという調査をしてあります。3 つ目は「t o t o 効果」です。2001 年の t o t o 導入による露出の拡大の影響や、新規層への影響などのデータを紹介します。以上のトピックで、J リーグ 15 年の傾向をスライド 5 枚くらいにして伝えられないかなと考えております。

2. J リーグ観戦者市場のいくつかの現況

ここでは、現在あるいくつかの状況を紹介し、そこから観戦文化というところを考えられないだろうかと思っています。例えば、ヘビーユーザー依存というのがすごく進んでいまして、年間 15 試合以上、つまり J 1 で言えばホームゲーム全試合を見に行く人たちが今、55%います。もっと高いところもありまして、この数字は平均です。この 55%の人が延べ観客総員数の 75%を稼いでくれているというデータがあります。

その観戦頻度と観戦行動というのは関係してきますので、その話もしたいと思います。あと一方で、“お一人様”現象というのがありまして、例えば東京ヴェルディとか湘南ベルマーレのように、観客の 25%は 1 人で来るというクラブがあります。運営としては、カウンター席のようなものが必要になってくるのではという論議もあります。1 人で来る人のプロファイリングのようなことも必要になるでしょう。また、浦和に代表されるようにチケット入手を大勢で連携しながらやるクラブもあります。ただ、1 人で来る人も観戦文化の担い手として大事になければならないのです。それから観戦者相互の人間関係について、勧誘行動・被勧誘行動というのを調べているのですが、サッカー観戦に人を誘いますかという項目と、また、誘われますかという項目からのクロスを取りますと、「誘いー誘われ」という相乗効果を持っている、あるいは「誘われなし誘わない」というのを、ちょっと強引ですが、クラブの動員力に関係するのを見ています。いきなりファン相互の人間関係とクラブの動員力との関係をみることは、ロジックとして無理がありますが、その間にある「ロコミ」のようなメディアがその関係を説明できることが分かってきています。

あとは、なぜスタジアムに来るのかですとか、あるいは地域密着というのは動員力と関係しているのか、それからスタジアムの運営評価というトピックも、シンポジウムに沿う形であれば紹介させていただこうと考えています。

3. 国内におけるサッカー観戦者市場

これは、オフィシャルに公開許諾が J リーグと J F A からはいただけないかもしれないトピックですが、代表と J の観戦者の観戦行動の関係を調べた調査結果をもとにしたパートです。去年の 11 月から J リーグと J F A が合同で、代表戦の調査を延べ 10 試合を対象にしています。そこで面白いのは例えば、観戦頻度でみると、J リーグと A 代表よりも、J リーグと U 代表の方が観戦行動の関連が強いのです。各代表の 카테고리 でみると、U-22 と U-20 がもっとも関係が強く、ついで、U-20 と U-17 の関係が強くなっています。U 代表というマーケットがあって、それと J がうまく連携できないか、そういうところを考える必要があります。またビーチサッカーとフットサルがとくに関係が深かったりします。このように国内のサッカーマーケットというものに関連させて話をできないかなと考えているのですが、公開許諾等の関係から、12 月 15 日にご紹介できるかどうか分からないです。

4. J リーグ・ファンのこれから～観戦者市場と観戦文化

本来、シームレスな関係かと思いますが、スタジアムに来る人たちは、「スポーツの消費者」なのか、あるいは「文化の担い手」なのかということで、私のパートをまとめたいと思います。その点については、クラブやJリーグ、JFAでもそうかと思いますが、お客さんを主催機構である運営側と、スポーツの時空間を一緒に創り出すということが課題となっています。ただ、サービスの受け手としてだけでなく、共にそのスポーツの時空間をつくっていく担い手としてファンをとらえていく視点です。そのためには学習支援的な働きかけなどのファン・デベロップメントの営みが重要になります。ではどのように育てていくか、大きな課題です。

演出、エンターテインメント的要素で人を集めることができるということもあるんですけど、その弊害も指摘されています。例えば、代表戦の演出は、若い年齢層により受け入れられていること、新規層に受け入れられていること、などが明らかになっています。概して40代以上において「うるさい」といった評価が主だったものになるかもしれません。私も子どもを連れてスタジアムに行ったときに、「うるさいなー」というか、せっかく子どもと行くんだから「子どもと話をしたい」と思っていたんですけど。そのためには、アーカイブ・フィルムなどの放映サービスなどで、「世代を埋める時空間」づくりといったことがあっていいのではないかと思います。

5. 質疑応答

中塚：それではしばらく仲澤さんの発表・アイデアに関してディスカッション、意見交換をしていきたいと思います。

■スポーツの消費者とは

矢野：もう少し具体的に、スポーツの消費者とはどういうことなんですか。

仲澤：スタジアムに来られる方々は、要するに「お客様」です。そのため、お金を払っているからサービスをください、というように、いわゆる「最終消費者」としてそこにいるのか、あるいはその時空間をともに創る担い手として「共同生産者」としてそこにいるのかということです。だから文化論の立場からは、あえてネガティブに消費者と言っています。しかし、運営する側からいけば集客というのが狙いですから、最終消費者であってもネガティブなことではありません。ただ最終消費者として来てもらってもそれがスポーツ文化の担い手として自立してほしいという働きかけをすることが、長期に安定的な市場をつくることにつながると理解しているでしょう。

矢野：単純にサッカーを来て楽しんでいるということで、サッカーの文化は成り立っている、広がっているというようには考えないわけですか。

仲澤：いや、そういう考え方もできると思います。ただ、いわゆる興行ビジネスとして「与える人」と「受け取る人」の関係だけが存在しても、観戦文化は育たないと思います。

名方：ヘビーユーザー55%の年齢層はどのようになっていますか。

仲澤：分かります。意外に40代が頑張っているんですね。頻度と年齢の関係ですが、とにかく今Jでは93、94、95年辺りにいた人たちが一番元気が良いというか、その観戦文化の担い手としての中心になっています。当時20代から30代だった人が、今は40代になっているというわけです。

井上：ユーザーの類型で言いますと、松任谷由実型と松田聖子型というのがあります。松任谷由実というのは、仲澤さんの話と似ていて、同じファンが継続し、ファンの年齢層が高くなっていくんですね。松田聖子というのは、ファン層が絶えず入れ替わり、毎回20代前後の人が来るんですよ。下手したらJリーグも、オグリキャップを見てファンになった人がずっと引っ張ってきているという競馬みたいになっちゃうのかなと思います。Jリーグもそれと似た世代になってきて、もしかするとシルバーマーケットになってくる可能性の危惧はあるし、逆に固定ユー

ザーがその子どもを引き連れて見に来て、その子どもたちが新たな固定ユーザーになっていく可能性もあります。

■サッカーファンの新規層獲得のために

中塚：その仮説は非常におもしろいと思います。

ところで新規層が3層あるという話をされました。できたころのファンが最初の層ですが、その後の2つの層はどこでできたのですか。

仲澤：1998年のフランス大会の時で、70万人以上の新規層を創りました。それと3つ目が2001年のワールドカップの前年です。2つ目の山が70万人くらいで、3つ目の山が60万人くらいの新規層が出てきました。ここ数年では40万くらいで横並びです。さっきの世代のことで言うと、大学生年代が行かないことをJリーグでは問題視しています。逆にUは同年代の人がやっているということで、若い女性のファンが多いですね。そういうのとJがうまく連携できないかといったアイデアも必要だと思うんですよね。

中塚：サッカーに携わっている大学生諸君は観に行かないんですか。

伊藤：ぼくの経験から言います。ぼくは卒業論文でサッカーのことを書こうと思っているので、Jリーグの試合は最近結構見に行っているんですけど、友達を誘うと、自由席でも2000円かかるというのは、大学生からすると結構な値段です。値段の面で否定的になってしまうのかなと思います。

牛木：代表チームの試合で8000円ですからね。これは大人にとっても買いにくい値段ですね。例えばUの世代は若い世代が見ているということだけど、オリンピック・代表の試合は非常に集客困難になっていますね。この試合も6000円くらいで高い。それでお客さんが入らなくなってきているんだけど値下げしない。値段の問題は割と絡んできていると思います。

矢野：プロ野球は安いんですよね。

井上：外野席で1500円くらい。

矢野：一番高い席でも、巨人戦で5500円くらい。

(中略)これはサッカーファンを増やしたいという位置づけにあるシンポジウムですよね。

中塚：そうですね。骨格になる部分を議論しながら確認していきたいと思いますが、やはり原点に立ち戻って「みるスポーツ文化を育てよう」というところに軸をしっかりと置いておきたいですね。

矢野：どこかで酒を飲みながらスポーツを見るというのは文化でないという人もいますが、私はそれも一つの文化のような気がするんですよね。野球では、家族連れで見に来ていたり、サラリーマンが数人ビールを飲みながら見ていて、そういう文化も見習わなければいけないなと思ったわけです。

名方：新潟が成功したのは、今おっしゃったようにみんなが来たということ。今日来たのは純粋にスポーツ全般の見るファンとしてですが、いま議論を深めたいのは、今日たまたまオートバイ屋さんに行ったら最近の若い人は車に乗らないというんですよね。オートバイなんかも、ぼくは高校から乗っていますが、一時300万台売っていたんですが、今は70万台なんです。車の最盛期は500万台で、今は300万台。モーターショーだって、2年に一度しか開かれぬ。それで聞いたら、最近の若い人は車に乗らないって言うんですよ。家の中のパソコンでゲームをしている人が多いとのこと。若い方、いかがですか。

大久保：私が今29歳なんですけど、私の周りの年代層の話をさせていただきますと、大学を卒業した辺りは結構県外の人でもサッカー観戦に行こうという話になるのですが、それがどんどん30代に近づいてくると、結婚したりですとかそんなことがあって、みんな時間が合わなくなっていくんですよね。それで、天皇杯決勝を毎年見に行っていた仲間が自然消滅のようなことがあ

ったりですとか。あと同じ例えになるかもしれませんが、先ほど私はフットサルをやっているという話をさせていただきましたが、今練習試合を組むのにも苦労しています。2、3年前までは競技人口が増えて簡単にできていたのですが、今は仲良くしていた数チームが、人数が集まらなくて解散ということになっています。そういう感じなので、裏付ける証拠は少ないのですが、30代前後はみなさんプライベートで忙しいのかなという印象は持っています。

名方：では、40代というのは暇なんですかね（笑）。昨日たまたま市川市が、1%市民税という、自分で自分の好きな団体に市民税の内1%を指定できるシステムを作ったんですよ。その担当者と話したんですけど、どこに寄付する人が一番多いのかというと、60代、70代が多いのかと思っていましたら、実は40代なんですよ。40代の方は余裕があって、やっぱりそういうことに何かをしなければならぬなど。それで、ここで言っている「みる文化」を創らなければならぬ、ということを考えている人もいるみたいですね。40代がキーなのかなと思います。

矢野：ワーキングプアとか、経済的な問題もあるのかな。

大久保：私の感覚だと、見るよりやる方が楽しいから、見る方にお金をかけられなくても、やる方にきつと最低限のお金は使うだろうなという気はするんですよ。それにもかかわらず、私の知っている数チームなんですけど、人数が集まらなくて解散に追いやられているというのは、それは経済的というよりはプライベートなところが忙しいのかなという印象を持っています。

井上：2年前に三浦展著『下流社会』という本がベストセラーになりました。それで忘れられない部分があって、今の若年層、団塊ジュニアやアンダー団塊ジュニアの男性は引きこもりで、彼らが外出するのは、サッカー観戦が多いって書いてあったんですよ。今までの話と逆になっちゃうんですけどね。

浅野：今の話の中で、仲澤さんが挙げた2番のJリーグ観戦者市場の話に戻るんですけど、やっているのかどうか分からないんですけど、ある意味全部のJリーグのチームを今回の発表の中でしていただくのではなくて、新潟と鹿島をピックアップしていただくのはどうなんですかね。今この問題の答えがピタッと出てくると思うんですよ。

仲澤：新規層のシェアの推移をみていくことは重要かと思います。

井上：新規層があまり入ってこないということは、エンターテイメントとしての成長についてはどうなんでしょうか。

仲澤：ベテラン層のシェアが上がると同時に、延べ動員数が減っているクラブもありますよね。

井上：だからそれは成熟しちゃっているパターンですよ。

■ヘビーユーザーはシーズンチケット

浅野：もう一つ質問なんですけど、ヘビーユーザーの人と、1回だけ見るという人と、買っているチケットの関係というのはどうなるのでしょうか。

仲澤：ほとんどヘビーユーザーは、シーズンチケットです。あとは思いっきり低いか、あるいは高いかの二極化しています。

浅野：その関係というのは出せるのですか。

仲澤：それは出せます。シーズンチケットホルダーの割合とヘビーユーザーとの関係という分析はしてあります。あと自由裁量所得という項目があるんですけど、それをみますと経済状況との関係がわかります。A代表を見に来ている人たちの1ヶ月あたりの小遣いは1万円くらい高いですよ。U代表は1万円くらい低いのです。A代表でも、それが大分とか札幌で開催すると、1ヶ月の小遣いがU代表くらいの水準になるんですよ。また、U代表とJリーグが同じくらいです。月にだいたい3万円弱くらいです。A代表になると4万円くらいになります。特に横浜とか埼玉でやる場合は、遠くからのお客さんも来ますので、電車代などの諸経費もかかってしまいます。そういう視点でデータを取りましたら、自由裁量所得は、観戦行動に強い関係が

ありました。

ただチケットの値段を下げれば人が来るというのは一概には言えないです。Jでも、降格してチケット価格を下げても、そのままやってもほぼ一緒だったとか。ただU代表のマレーシア戦では一律の値段にし、普段の倍集まりました。

フロアー：ちなみにマレーシア戦の観客動員の件ですが、テレビ局の都合で地方開催のA代表の試合が終わってからオリンピック代表の試合を中継したかったので、キックオフ時間を極端に遅くしたら集客が良かったようです。もっともみんな食事を済ませてから国立に行ったのでお弁当は売れなかったようです。

仲澤：値頃感みたいなものの調査もあるんですけど、だいたいちょうど良いと言ってくれるんですね。A代表の方ですが、5割くらいが「ちょうど良い」、「やや高い」が4割くらいです。ですから、UもAも現状肯定というマーケットですが、もっと敏感なところを狙ってみると違った結果が得られるかもしれません。

井上：Aの試合ってチケットを買おうと思っても、年間10回くらいしか買えないですね。

中塚：それくらいしか試合がないですからね。

牛木：行ける範囲を考えるとより限られてきますよね。特に札幌なんて年に1回やるかやらないかですからね。

フロアー：4年に1回くらいですよ（笑）

牛木：4年に1回くらいのイベントに、2万出して行く人はいますよね。

中塚：ぼくは4年に1回、50万円出してもワールドカップに行きたいですから（笑）。

■客層の違いからみえること

井上：昨日の浦和の試合（注：アジアチャンピオンズリーグ準決勝 浦和 vs 城南一和戦）の客層を見て、愕然としましたよね。これは競馬と同じだなと思いました。

中塚：それはどういうことですか。

井上：私は少し前まで甲子園に住んでいて、20回ほど試合を見に行きました。それとは全然客層が違いますね。老若男女来ているのがタイガース。昨日は私と同じおっさんですね。若い人はごく少ないと感じました。

牛木：昨日の試合は水曜日ですから。土日でやる試合は、若い人が多いと私は見ていました。ただ、バラエティってことで言えば、アルビレックス新潟の試合はバラエティに富んでいます。

井上：タイガースはなかなか土日のチケットが取れないので、平日見に行くことが多いですから、昨日の埼玉スタジアムと条件は同じだと思います。タイガースの5万人の観客の2割は徒歩、もしくは自転車で見に来ていて、意外と狭い商圏なんですよ。

ついでに言わせていただくと、見るスポーツとしての商圏についてはプロ野球のほうがはるかにサッカーよりも狭い（地元密着）です。試合数が多く、平日の開催も多いですし、終了時刻もサッカーより遅いから当然でしょう。東京ドームの阪神応援席の言語は標準語、甲子園の巨人応援席の言語は大阪弁です。サッカーは土日開催が多いので「地元密着」にこだわりすぎないほうがいいと思います。

牛木：調査をする上で、例えば平日か土日かということ。あるいは値段と何かとか、分けて調べているのですか。

仲澤：いろいろな集計に対応できるデータセットになっています。ただ、31チームの1回ずつの調査なんですね。だから、クラブの各論にいくと、対戦相手の影響とかを受けたりしますので、そこ（ワンショットサーベイという点）が難点です。31チームのデータを統合してみるとか、それをJ1、J2で分けたときには、今のやり方でいいと思います。できるだけ比較対象ができるように土曜日に極力合わせてやっていますし、レッズ戦というのは外して、アウェーがそこ

そこ人気のあるクラブということで条件設定したりしています。

中塚：そういう意味では、浅野さんから先ほどささやかなリクエストがあった新潟と鹿島の比較というの、ちょっと難しいかもしれませんね。

仲澤：最終的には報告書で 31 の横並びが出ますので、それに対してクラブは非常にセンシティブになっています。今回のシンポジウムでも、個別のチームというよりは、3~4 チームまとめてもらった方が無難かもしれませんね。

■シンポジウムの進め方

牛木：内容の話ではないんですけど、進め方の問題で意見をのべます。これまでの話は全部それぞれおもしろいと思って聞きました。仲澤先生の発表することで内容的に重要なのは、項目の 1, 2, 3 だと思います。だけど、ある程度絞ってやらないと、みんなも分かるようにはならない。それぞれ絞った具体的な事例で説明していただかないと、われわれ素人ではなかなか分からないことがある。ぼくらの方が今関心を持っているのは、逆に項目 4 の方で、サポーターの応援の仕方などを取り上げたい。浦和の応援は下を向いてメモなどを書いていると試合が始まったのも分からない。新潟のサポーターは違うんです。下を向いていても、チャンスが来たら分かるんです。応援の仕方が変わるんです。それぞれの応援の仕方があるのを議論したい。ぼくは太鼓の応援をやめてもらいたいと思うが、みなさんはどうおもっているか。というようなことの方がぼくの関心事なんです。だから、仲澤先生の発表は、調査の内容を分かりやすく話していただいて、ほかの方は少し角度を変えてもらいたいと思います。

中塚：今の話の続きですが、仲澤先生のレジュメの 4 番、これは牛木さんも関心を持たれているところで、この部分が、今回のシンポジウムをやる意味としてここに集約されていると思います。むしろこの 4 番のところは、例えばフローを交えた全体のディスカッションで、これからどういうふうに持っていくかという話の中で紹介してもらえればいいでしょう。

2) 徳田仁 (株セリエ)

中塚：次は徳田さんです。先ほどから若者が J リーグに行きづらい話ですとか、30 代前後の人が忙しいという話ですとかありましたが、そういう人たちも徳田さんのツアーには参加していて、ある意味では観戦文化を仕掛ける側として、あるいは ACL を巡る今年の動きなんかを見て新たな楽しみ方というのが出てきていると思うので、徳田さんが用意されているプレゼンの柱というものを紹介していただきたいと思います。

私のシンポジウム予定テーマ、ACL のセミファイナルで、昨日浦和が勝ったため、今朝から決勝を見に行きたいという問い合わせが非常に多くあり、対応のため遅れてしまい申し訳ありません。

(シンポジウムの) 発表の内容についてですが、私は前年のドイツ・ワールドカップのシンポジウムでも演者をやっており、2 年連続の発表のため、正直言ってネタ的に厳しいと考えております。去年、出し切った感もあります。それでも是非という依頼がありましたので、一生懸命やらせていただきますが、そんな訳で今年はテーマを絞ってやりたいと思います。去年は、私以外の方の発表はアカデミックな内容で、私だけはワールドカップのチケットのことなどが中心の下世話な内容でした。

今、仲澤さんの話を聞きながら、私はなるべく仲澤さんとかぶらないように、また私の後にお話しになる宮明さんともかぶらないようにということで、今メモを取りながらみなさんの意見を書き取っていたんですけど、真ん中に挟まれた私の… (中塚：順番はまた考えますよ。徳田：この順番の方がいいと思うんですけど) … 私の会社が普段扱っている海外ツアーは基本的には「アウェーツアー」なんです。代表や J の海外ツアーがアウェーなのは当然なのですが、その他にもチャンピオンズ

リーグを含めたヨーロッパのサッカーが中心となります。そういうお客さんをいつも見ているわけで、ヨーロッパへサッカー観戦は（アウェーではないですけど）日本人がヨーロッパにサッカーを見に行く、つまり現地で行くということで、日本人の海外観戦にテーマを絞りたいと思っています。

一つ目のテーマであるヨーロッパリーグの話に関しては（レジュメにちょっとだけ出ていますが）観戦ツアーがビジネスとして成り立ちはじめた 98 年、ヒデのペルージャ移籍以降について話したいと考えています。もちろんドーハの時にも観戦ツアーは存在していましたが、一般的だったとは言えません。95 年にカズがジェノアに行ったときにも、まだ火は付かなかったんですが、しかし、98 年のヒデのセリエ A デビュー以降は、フランスのワールドカップの後というのもあって、（先ほどこの時期にサッカーファンが数十万人増えたというお話がありました）多くのファンが観戦ツアーに足を踏み入れた頃だと思います。98 年以降、2 回のワールドカップを通して、（ワールドカップの話は昨年していますのでなるべくしないようにしますが）ヨーロッパサッカーファンがワールドカップという節目の間にどのような動きをしたか、という話にしたいと思っています。

さて、今みなさんの話を聞いていると、応援の仕方に興味があるということでした。例えば浦和レッズの応援の仕方、マンチェスターユナイテッドの応援の仕方、レアルマドリーの応援の仕方など、私が現場で見てきた範囲で話の中で入れていこうと思います。また、チケットの話でも J リーグのチケットが現在一番安い席が 2000 円とのこと（それでも高いよねという皆さんの声でしたが・・・）ですが、プレミアリーグのタッチライン沿い（ロングサイドと呼ばれる）席だと平気で定価 40 ポンド、50 ポンド・・・すなわち 1 万円以上はするのです。そういう国もあるのです、そしてそれでも一杯にお客さんが入っているんです。そのことについて解説することはできないんですけど、こんな海外チケット事情についても織り交ぜながら、もちろんプレミアのついたチケットの話は抜きにして、ヨーロッパリーグの話をしていこうと考えています。

そして、もうひとつの重要なテーマである ACL に関してですが、私の会社ではアジアクラブ選手権と呼ばれていた時代からツアーをやっているんですけど、一番の好成績（集客が良かったのは）2001 年のジュビロの決勝観戦ツアーで、そのときに初めてツアーを出しました（実は 1999 年にジュビロは優勝しているのですが、その時はツアーをやること自体思いつきませんでした）。2001 年の決勝ツアーは 40 人ほどでしたが、その後はさっぱりで、その次にツアーが出たのは ACL という名称になってから、マリノスが参加した 2005 年の中国（済南）でした。去年 2006 年はヴェルディが間違っちゃった年なんです。うちが（ヴェルディを）スポンサードしていたこともあって無理矢理ツアーをやったのですが、7 人くらいしか参加しませんでした。そんな低迷した状況の中、今年は浦和と川崎が参加することになって、一気に行く人が増えました。ACL のここまで一番多くサポーターが海を渡ったのは、この間の 9 月 26 日の韓国・全州の浦和戦で、4000 人弱行ったと言われています。この試合のゴール裏（何故かホーム側にアウェー席が設定されていた）は全部浦和サポが埋め尽くしていました。反対側のゴール裏は 6 割程度しか入っていないにも関わらず・・・おもしろいと感じたのはグループリーグの上海戦（4/25）でした。なぜか浦和の席がメインスタンドのホーム側に設定されており、バックスタンドに上海申花という状況でした。この試合の浦和サポは 1800 人くらいでしたが、相手の中国のチーム（上海申花）は今期合併したばかりで、バックスタンドでサポーターが 2 手に別れて（足しても 600 人程度が）応援していました。浦和の応援が始まると、応援で負けると思ったのか、双方がだんだん近づいていって、そのうち一緒に応援しはじめたんです。浦和サポが上海サポの団結を促したエピソードでした。そういう話を交えてと考えています。一方、川崎は浦和と比べるとアウェーに行くサポーターの数は少ないだろうと考えていたんですけど、結構行くんですよ。グループリーグの全南戦はうちだけでも 40 人ほどいました。年齢層は川崎サポが若干高いです。それに「ほんのり」した感じがしました。一方、浦和のサポーターには「ぬるサポ」という言葉があっ

て、前もちょっと話しましたが、ぬるいサポーターとコアなサポーターの2種類が存在し、ゴール裏でずっと立って応援する人たちと、タッチライン沿いでゆっくり試合を見たいという人たちを区別する意味の言葉なのだと思います。アウェーツアーにおいても、浦和のサポーターの数かあれだけ多いと、応援の場所取りなんかで、コアな人たちを邪魔だと思っている人もいるし、逆から見れば「なんで立って応援しないんだ」って思っている人も多いのでしょうか。そんな話も加えつつ、見てきたこと、エピソードをヨーロッパのサッカーとACLの2つに絞ってお話ししようかなと思っています。

3) 宮明透 (大分工業高専) (報告者: 中塚…宮明氏が不在のため)

「見るスポーツとしてのサッカー&フットサル」ということで、A4の資料があると思います。それは、今日宮明さんが大分にいるため、現在宮明さんが考えておられることを送って下さいました。ぼくらからすると、新潟もそうですが、サッカー不毛の地とされていた大分という地で、さまざまなかごごを経験して、いま、かなり盛り上がっているように遠くから見えます。その辺りを紹介していただけないだろうかとリクエストをしたところ、こちらの資料が送られてきました。

まず歴史的な事項ということで、大分国体開催にはじまり、中学サッカー部の日本一、ここに三浦淳宏がいたと思われます。これが1982年。それから大分トリニータの創設、2002年のワールドカップ。フットサルの方でも、いまFリーグに「バザジィ大分」が入っていますよね。この中でも特に大きく影響を与えたのは、国体、トリニータ、2002年。この辺りの歴史的経緯の話をしていただけないでしょうか。

そして、国内イベント、国際イベントを通して、街の中のサッカーに対する捉え方が大きく変化してきた。これを軸に、

- ・ゴール裏のサポーターはどのように変わってきたか
- ・大分のメディアはどのように変わってきたか
- ・大分の一般サポーターの方々のサッカーに対する見方はどう変化してきたか
- ・商店街や町の方々の変化
- ・行政のサッカーに対する考え方

これだけ盛り上がっている反面、変化しなかったものは何なのだろうか。この辺も模索してみたい。ということです。

■質疑応答 (徳田さん、宮明さんの内容を中心に)

中塚: 残り時間は、徳田さんや宮明さんに対する質問やリクエスト、あるいは仲澤さんに戻って、もしくはシンポジウム全体を通しての要望など、意見交換したいと思います。

矢野: いま、いいプレーを見ながら、国際平和を感じているんですね。スポーツを見る視点というのは、一つには国際平和ということもあるので、海外で試合を見てきた人はそういったことも感じてくるのではないかと思います。そういったところで気付いたことがあったら、話してもらえるとスポーツの価値が高められるのかなと思います。

大久保: 私はラグビーのことを分らないですが、よく杉山茂樹さんとかが、イタリアとかサッカーは代理戦争だと、このようなことを主張されていたりとか、まず日本が戦国時代にサッカーが普及していたらJリーグも違った姿になっていたんだろうと述べていますが、ラグビーもまた代理戦争的な意味合いを持っているんですか?

名方: スポーツは、戦争としてのスポーツもあれば、レジャーとしてのスポーツまでいろいろあるのですが、ぼくらがやっていた1960年代や牛木さんがやっていた頃と、現在とは全然違うんですよ。昔は超マイナーだったと思います。戦前戦後を通じて、大衆的なスポーツは野球だっ

たんですが、90年代になってJリーグがはじまり、大衆のスポーツとしてサッカーが大きな位置を占めるようになったと思います。日本の大衆文化の特徴は、中・高・大が中心なんですよ。だからラグビーも大衆化すれば、今みたいなことはなくなってしまうと思います。そういう中でどうするかという議論だと思います。日本は世界の大衆化社会のモデルだとおもうので、日本の見方というのを世界に出していくのも1つの方法かと思うんですよ。それがこの会の1つのキーになるところだと思います。ただ、応援に関していえば、いろいろなものがあるのも良いのではと思います。

牛木：いろいろな応援の仕方があって、スタジアムの中にもいろんな応援があっていいということになると、浦和みたいなどころになるとそれはできないですよ。大ボスがいてそれが作っちゃうのですから。もう一つは先ほど、浦和と新潟と応援の仕方に違いがあると言いましたが、それは外国でも同じことで、ドイツとイングランドでも違うし、ドイツとアルゼンチンでも違います。ドイツの中でも、ケルンとミュンヘンでは違います。それをいちいち論議していたら終わらないのですから、例えば徳田さんが観てこられたヨーロッパでは、ここではこうだったというお話を聞きたい。俺は本場で見えてきたといっても、本場はいろいろあるんですから。具体的な話を徳田さんから聞いてみたいですね。

高田：ぼくはプレミアの試合しか観たことがないですけど、酷いことを言っているような人もいますけど、相手のプレーを誉める、特にゴールキーパーのファインセーブなんかに関しては、両チームから拍手があります。あと、フェアな、ファールでないきれいなスライディングでボールを奪ったときなんかもそうですね。この場合は、相手チームは「なに奪われているんだ」という感じになりますけどね。以前トットナムの試合を観ていて、そっち側に座っていたんだけど、相手のファインセーブで、入らなかったけど拍手があったのを見て、野次っているだけではないんだという印象をすごく受けました。

徳田：基本的にプレミアとかイングランドの人は、一つひとつのプレーに拍手がすごいですよね。

高田：野球とかラグビーの話がさっきから出ていますけど、サッカーの応援とは性質が違うと思うんですよ。私も阪神ファンで甲子園によく行ったんですけど、阪神が守っているときにタバコを吸いに行っている人はたくさんいるわけで、そういう形で3時間を楽しめるというのが野球です。フットボールは90分で、45分間をほんの一瞬间も輝くプレーを見て楽しんでいる。そういうところで拍手をおくれる目を養っていく文化というのを、日本はまだまだですよ。成熟がどうのこうのという話ではないと思います。先ほど大衆文化の話をしていましたが、いろんな目があるからこういう議論があるわけです。要するに、他のスポーツの話をするよりも、サッカー固有の話を、サッカーの性質にあった見方、どこを観ればいいのかを、みんな見ているけど実は分かっていない部分もあるわけで、ただ盛り上がりたから来ている人もいます。そういう人たちが観る眼を養って、数十年後かにヨーロッパのサッカーファンのように、タッチライン沿いの席に1万円以上払ってでも、小遣いを全部はたいても観たいと思えるように、見る眼や楽しみ方の成熟という過程のなかで議論できればいいのではないのでしょうか。

中塚：スポーツ文化を育てていけるかということに、最終的には持っていきたいと思っているのですが、サッカーに特化してもいいのでしょうか。

井上：サッカーで発信できる「みるスポーツ」の楽しみ方、アウェーの楽しみ方、そういったところに持っていけるといいと思うんですよ。

矢野：比較対象として挙げるのはいいのかと思います。

牛木：サッカーの観客というのはリピーターが多いんですよ。巨人の人气が大きかったころ、巨人のファンは、チケットがなかなか手に入らないから年に1回ほどしか行けないんですよ。ぼくがニューヨークにいたとき、ヤンキースタジアムの席の7割は年間指定なんです。だけど、それはみんなマーケットに出ていて、見に行っている人はヘビーユーザーではないんですよ。ボストンや

シカゴは大都市だけど、繰り返し行く人も多い。ヨーロッパのサッカーは、例えばバイエルンの試合は、ホームではほぼ毎回観るといふファンが多い、アウェーも必ず観るといふ人もいる。浦和のファンの中には、相手チームのスタジアムの年間チケットを買っている人もいます。サッカーの応援の仕方もあるし、スポーツの競技的性格の違いもありますし、社会的な地位による違いもあるわけですね。そういうところまで話を広げていいのかという疑問があります。仲澤先生には、しっかりした調査の中でお話いただける部分をお聞きしたいなと思います。そのあとで、サポーター文化というところで、サッカーに絞って、サッカーの応援の仕方についてとりあげたい。ぼくらのような古い人間が持っている不満というのもあります。2 つくらいに絞らないと時間が足りなくなってしまう。

井上：順番について提案ですけど、仲澤さん、徳田さん、宮明さんかなと思います。仲澤先生にまず国内マーケット全体の概要の話をしていただいて、その次に宮明さんに大分の話をしていただいて、その後に徳田さんに世界の話をしていただければと思います。

中塚：いい気がしますね。

徳田：ところがぼくのところには時間が残っていないんですね（笑）

中塚：それは大丈夫です。今年はチンを用意しますから（笑）。

■タイトルに関して

中塚：タイトルですけど、何かいいアイデアはありませんか。今は仮に「みるスポーツ文化を育てよう！ーライブスポーツを中心に」としていますが、長いですかね。「みるスポーツ文化を育てよう！」で良しとしましょうか。

牛木：仲澤先生、スポーツ文化という言葉はどうなんでしょうか。文化という言葉、みんないいものだといいことを使っていますが、学術的な意味での文化の定義は違いますね。大学の先生がいますから、お伺いしたいと思います。

仲澤：観戦文化をどのような視点で捉えるかという共通理解があった方がいいと思います。サポーターズ・カルチャーと言われているところが、ヨーロッパの事例で示されるとか、地域形成や地域文化といったものが、大分の事例で示されるとか、今回の三者がどのような視点で文化を捉えているかというところの共通理解があった方がいいですよ。清水さんは、サポーターズ・カルチャーをどのような視点で捉えていますか。

清水：公開シンポジウムでは、仲澤先生がここで話されたような話をすれば、宮明さんは、フットボール学会で話があったように、遅れて入ってきたサポーターカルチャー作りをやっていたわけですから、二人が続けて話をすればつながると思います。それで徳田さんがアウェーの話や海外の話をしながらしていくと、今仲澤先生が話されたマーケット研究とサポーター文化がどのようにして作られていくのか、どこまできているのかというテーマでまとまると思います。それからJと代表との関係性の話もあるでしょう。98年のワールドカップまでは、Jリーグの関係者もサポーターも一生懸命「代表も」と言っていたのですが、98年から2002年にかけて、なんか乖離しているようなところが見えたんですね。それで、日本代表というのは違うところで、Jリーグのチームが応援されている、と入れていくとおもしろいと思います。それから、要するになぜ新規で若者が入りづらいのかという点ですね。いくつかの要素があると思うのですが、それを考えていくとサポーターズ・カルチャーというのが見えてくると思います。「男らしさ」「暴力性」を出してきて、それに合わない人を排除してきたこともあるでしょう。海外という視点は、非常に面白いともいます。タイトルを考えるとすれば、「サポーターカルチャーを考える」というのもありかなあとも思います。

大久保：長いという話があったんですけど、私がちょっと頭に浮かんだのは「サッカー観戦の現状と

今後」という言葉だったら、短くて分かりやすいかと思ったので。

牛木：現状と今後というのはやめて、「みるスポーツとしてのサッカー」では。

矢野：私は「サポーター文化」ということで、一般うけすると思います。

井上：サポーターという言葉を使わないのはどうでしょうか。サポーターという表現は、先ほどの話ではないですが、壁を作ってしまう、新規層にとっては入りにくいと感じることがあるようです。したがって、サポーターという言葉を使用しないクラブが多いですね。

中塚：いろいろご意見があると思いますが、事務局と演者、理事会を中心に最終的に詰めていきたいと思います。最後に、せっかくですので染野さんに一言いただきたいと思います。ドイツに 26 年居られて、今日はたまたま帰国されたタイミングでの月例会に参加していただきましたが、「みるスポーツ」という話も、染野さんがいらっしゃるところ（ドイツ）がモデルなかもしれないですよ。感想でもいいですので、お願いします。

染野：非常に難しいタイミングで難しいお題をいただきました。今までの話を伺っていて、非常に面白いなと思いました。ドイツと日本の軸で何か言おうとしたのですが、それほど変わらないな、というのが感想で。最後に印象に残らない感想で申し訳ないんですけど。

中塚：ありがとうございました。

(続きはルンで)

※その後、公開シンポジウムのタイトルは、「サッカー観戦を楽しもう！-スタジアム編」となった。