はじめに

サロン 2002 理事長　中塚義実

「サロン 2002」は、サッカー・スポーツを通して 21 世紀のゆたかなくらしづくりを“志”とする異業種ネットワークとして、1997 年度よりこの名称で活動しています。前身となる研究会を含めると、その歴史は 1980 年代にさかのぼります。

その頃の日本のサッカー界は、少年サッカーや高校サッカーの隆盛はあったものの、代表チームの世界への道は遠く、日本リーグに人が集まる気配はありませんでした。サッカーは、オリンピックに出られない（この国においては致命的！）マイナースポーツでした。

その様子が変わってきたのが、80 年代末から 90 年代にさしかかる頃のことです。2002 年 FIFA ワールドカップに立候補し、プロサッカーリーグ「J リーグ」がはじまり、サッカーの周辺が急ににぎやかになってきたのを、昨日のことのように思い出します。

93 年の J リーグ発足からちょうど 15 年経過した 2007 年度の公開シンポジウムのテーマは、「サッカー観戦を楽しもうースタジアム編」でした。日本サッカーの「みるスポーツ」としての現状を、「ライブスポーツースタジアム観戦」に焦点を当てて取り上げました。

今回も、サロン 2002 の会員から、テーマに沿った演者に集まっていただきました。仲澤眞氏が紹介された J リーグ観客調査は、サロンの前身となる「社心グループ」時代から行われているものです。いまでは全国の大学や J リーグ、J クラブと協力した大規模な調査となっており、データから多くのことを読み取ることができます。大分トリニータの創設から関わる宮明透氏は、大分県でこの 15 年間に起きたことを報告されました。それは、「みるスポーツ」の文化が地方に根付くプロセスです。サッカー観戦ツアーを多く手がける徳田仁氏は、アウェーに出かける観戦文化を提供する立場から報告されました。

マイナースポーツからメジャースポーツに躍進した日本のサッカーですが、サッカー観戦が本当の意味で“文化”となっているのかというと、まだまだ不十分な気がします。田中俊也氏と田中理恵氏の寄稿文も含め、この報告書にはいくつかのヒントが隠されています。この報告書が多くの方の手元に届き、少しでもこれからのスポーツ環境を考えるきっかけとなることを願っています。

なお、報告書作成が遅れたことにつきましては、心よりお詫び申し上げます。

2009 年 1 月

もくじ

はじめに ……1

もくじ ……2

シンポジウム ……5
第１部　講演
はじめに　中塚義実 ……6
データからみる「Ｊリーグファンのこれまでとこれから」　仲澤眞 …8
ＡＣＬにみるアウェーのサッカー観戦の楽しみ方　徳田仁 ……22
「みるスポーツ」文化が大分県にもたらしたもの　宮明透 ……38

第２部　ディスカッション ……46
シンポジウム参加者のアンケートから ……62

特別寄稿 ……65
Ｍのライブ07・Fever Picth　田中俊也 ……66
スタンドの視線　田中理恵 ……73

シンポジウム参加者／報告書作成にご支援いただいた方々 ……77

関係各位　　2007.11.4.

サロン2002公開シンポジウムのご案内

サッカー観戦を楽しもう！

ー　スタジアム編　ー

サッカー・スポーツを通して 21 世紀の“ゆたかなくらしづくり”を目指すことを“志”とする異業種ネットワーク「サロン2002」は、2001 年度より毎年度、公開シンポジウムを開催しております。これまでのシンポジウムでは、「2002 年 FIFA ワールドカップ」「地域スポーツの振興」「toto」を取り上げ、2005 年度はデットマール・クラマーさんをお招きして「クラマーさんありがとう」を、昨年度は「2006 年　ドイツで感じたこと」と題して、育成環境、ゲーム分析、観戦文化の観点から、2006FIFA ワールドカップ・ドイツ大会を振り返りました。

今年度は、みるスポーツとしてのサッカー、特に、スタジアムでのライブ観戦を取り上げます。Jリーグが発足して 15 年。サッカー観戦は新しいレジャーとして定着してきました。アジア・チャンピオンズリーグ（ACL）も注目されています。そして「みるスポーツ」としてのサッカーは、地方都市にも様々な変化をもたらしています。しかし、スタジアムでのサッカー観戦が定着し、成熟していくには、まだまだ課題もあるのではないでしょうか。

このシンポジウムで多くの方と、「みるスポーツ」について語り合えることを楽しみにしています。

記

主　催　：　サロン2002
後　援　：　ビバ！サッカー研究会、NPO 法人横浜スポーツコミュニケーションズ
日　時　：　2007（平成19）年12月15日（土）　13:30～16:30　（受付13:00～）
会　場　：　青学会館アイビーホール　ー　ミルトス　ー
　　〒150-0002　東京都渋谷区渋谷4丁目4番25号　／　電話03（3409）8181
　　※銀座線・半蔵門線・千代田線下車表参道駅下車（B1、B3出口より徒歩5分）
演　者　：　仲澤　眞　（筑波大学人間総合科学研究科）　…　データからみる「Jリーグファン」のこれまでとこれから
　　徳田　仁　（㈱セリエ　代表取締役）　…　ACLにみるアウェーのサッカー観戦の楽しみ方
　　宮明　透　（大分工業高等専門学校）…　「みるスポーツ」文化が大分県にもたらしたもの
コーディネーター：　中塚義実（サロン2002理事長／筑波大学附属高等学校）
参加申込　：　氏名・所属(差し支えなければ)・連絡先(TEL／FAX／Email)を明記の上、
　　salon2002@j-sps.com　までEmailにてお申し込み下さい。　※どなたでも参加できます。
参加費　：　1000円。　ただし学生・院生は無料
事務局　：　高田敏志、室田真人、岸卓巨

注）「賛助金」のお願い

本シンポジウムの報告書を、趣旨に賛同してくださる個人または団体からの「賛助金」で作成いたします。「賛助金」は一口5,000円とし、拠出していただいた方のお名前を報告書に掲載させていただくことで、賛助の気持ちに応えたいと思います。さらに、4口（2万円）以上の「賛助金」をいただいた個人や団体には、報告書への広告掲載も可能とさせていただきます。大きさの目安は以下の通りです。

A4版1ページ(表紙裏、裏表紙裏)…5万円以上
A4版1ページ(その他のページ)　…5万円
A4版1／2ページ　　3万円
A4版1／3ページ　　2万円

「賛助金」をお出しいただける個人または団体は、事務局へご連絡いただいた上で、下記口座へお振込みください。
よろしくお願いします。

みずほ銀行板橋支店　普通　2076207　サロン2002プロジェクト代表　中塚義実

参考：サロン2002とは何か

「サロン2002」は、以下の設立宣言に賛同する「同志」によるゆるやかなネットワーク組織です。

サロン2002設立宣言

（2000年4月1日）

我々は、以下に「サロン2002の“歴史”」、「サロン2002の“志”」及び「サロン2002の“会員”」を述べることにより、ここにあらためてサロン2002の設立を宣言する。

【サロン2002の“歴史”】

サロン2002は、社会学、心理学等の専門的立場からサッカーの分析・研究・報告に従事していた「社心グループ」（財団法人日本サッカー協会科学研究委員会の研究グループの一つで、1980年代後半からこの名称で活動）を前身とし、1997年からは研究者という枠にとらわれない、幅広い人材によって構成されるゆるやかな情報交流グループ「サロン2002」として活動を行ってきた。

【サロン2002の“志”】

サロン2002は、サッカー・スポーツを通して21世紀の“ゆたかなくらしづくり”を目指すことを“志”とする。年齢、性別、国籍、職業、専門分野、生活地域などを超えた幅広いネットワークを築き上げ、全国各地にサロン2002の“志”の輪を広げ、大きなムーブメントとなることを目指す。

サロン2002の“志”を実現する上で、2002年FIFAワールドカップ韓国／日本大会は大きな節目であると認識する。国内外の様々な人々と協力しながら、この世界的なイベントの“成功”に貢献するとともに、同大会後の“ゆたかなくらしづくり”のためにできることを考え、行動する。

【サロン2002の“会員”】

サロン2002は、前項の“志”を同じくする人たちのゆるやかなネットワークである。

サロン2002の“志”に賛同した個人であれば、誰でも、“会員”となることができる。ただし会員は、サロン2002からの“Take”を求めるだけでなく、サロン2002に対して、また社会に対して何が“Give”できるかを常に考え、“Give and Take”の姿勢でいるということが前提である。

サロン2002は、会員に対して短期的な成果は求めない。長い目で見た“Give and Take”の関係が成り立っていればよい。即座のアウトプットが困難であっても、いずれ何らかの形での“Give”を考えている人なら“会員”となることができる。

2007 年度の会員は現時点で約 130 名。全国各地にいる会員は、小・中・高・大の学校関係者、Jクラブ・地域クラブの関係者、フットサルや草サッカーの関係者、新聞・雑誌・テレビ・インターネットなどのメディア関係者、サポーターやボランティア、サッカー以外の競技の関係者など多様です。国や地方自治体のスポーツ行政に携わる者や、JFA、各都道府県FA関係者もいます。様々な形でサッカー・スポーツにかかわりながら、“志”を実現させようと活動する者で構成されているのが「サロン2002」です。

「サロン2002」の主たる活動は、月例会の開催と、その内容を核とするホームページの運営です。本シンポジウムは公開型月例会として毎年行われ、人と情報の行き交う場として定着しております。

サロン2002の詳細は、ホームページ ＜http://www.salon2002.net＞ でご確認ください。

シンポジウム

第１部　講演

はじめに　中塚義実
データからみる「Ｊリーグファンのこれまでとこれから」　仲澤眞
ＡＣＬにみるアウェーのサッカー観戦の楽しみ方　徳田仁
「みるスポーツ」文化が大分県にもたらしたもの　宮明透

第２部　講演

質問と回答
参加者アンケート

2007 年 12 月 15 日（土）
青学会館アイビーホール・ミルトス

主催
サロン 2002
後援
ビバ！サッカー研究会、NPO 法人横浜スポーツコミュニケーションズ

はじめに

サロン 2002 理事長の務めています中塚です。今回のシンポジウムのコーディネーターを務めさせていただきます。よろしくお願いします。サロンの公開シンポジウムは、2001 年度から始めまして、今年で 7 回目となります。これまででもっともよい会場を使っての開催です。

まず初めに、「サロン 2002 とは何か」ということを、初めてのかたもいらっしゃいますので紹介させていただきます。

サロン 2002 の前身は、80 年代の終わりころ、サッカー協会の科学研究委員会の中のサブグループで、社会学や心理学に興味を持っている人たちの研究会、社・心グループです。研究者の集まりでしたので、サッカーがこんなに盛り上がる前からさまざまな研究を行ってきました。後ほど仲澤先生から紹介される J リーグ観戦者調査も、元は社・心グループで担っていたものです。

それが、J リーグの発足、ワールドカップの招致活動から開催など長い一連の流れのなかで、サッカーに関わる人が増え、かつ多様化し、サロン 2002 のメンバーも多様化、そして全国へ広がっていきました。今全国に 130 名ほどの会員がいて、毎月 1 回開催している月例会は、サロンの中心的な活動としてずっと続いています。

サロンの重要な活動の一つとして、公開シンポジウムがあります。2001 年度からやっております。最初のころは 2002 年のワールドカップを意識したシンポジウムをやっていたのですが、ワールドカップ以後は地域にどれだけサッカー文化を根ざしていけるのかという趣旨でテーマ設定しています。2005 年には、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、の昨年度は、「2006 年　ドイツで感じたこと」というテーマでシンポジウムを開催しました。

本年度のテーマは「みるスポーツ」です。J リーグが発足して 15 年が経過し、その間ワールドカップもあり、全国各地にサッカー観戦のステーションとなるような大きなスタジアムもできました。また、アジアのサッカー環境も徐々に整備され、各国リーグのチャンピオンどうしのホーム・アンド・アウェーの試合があり、さらにアジアチャンピオンが各大陸のチャンピオンと試合ができるようになってきました。このような状況にあって、サロンのシンポジウムとして「みるスポーツ」を取り上げてみてはどうだろうかとことになり、今回のシンポジウムが企画されました。タイトルは「サッカー観戦を楽しもうースタジアム編」となっております。つまりこれは続編として、例えばテレビなどメディアスポーツのほうもいずれ取り上げていこうとの考えが込められています。今回はスタジアム編ということで、実際にスタジアムに行ってライブスポーツを楽しむ、その楽しみかたの部分に特化してシンポジウムを企画しました。

演者として、サロン 2002 のメンバーから、このテーマにふさわしいかたに全国各地からお越しいただくことができました。順番にお名前だけ紹介します。まずはじめは、筑波大学人間総合科学研究科の仲澤眞さんです。そして、株式会社セリエ代表取締役の徳田仁さんです。さらに、大分からお越しいただきました、大分工業高等専門学校の宮明透さんです。

このシンポジウムの進めかたですが、お手元に A4 用紙１枚のプログラムがいっていると思います。まず、それぞれの演者のかたに、それぞれのお題に基づく講演を、持ち時間およそ 25 分でお話しいただきます。その後、それぞれの演者の講演に関連する質疑応答の時間を多少取りたいと思います。

３人の演者のプレゼンと質疑応答が終わりましたら、若干の休憩時間を取り、配置換えをします。そして最終的に、「いかにみるスポーツの文化を育てていくか」というところを落としどころにしてディスカッションをしていきたいと考えています。ざっくばらんに、和気藹々と進行できればと思いますので、ご協力お願いいたします。

データからみる「Ｊリーグファンのこれまでとこれから」

仲澤眞（筑波大学人間総合科学研究科）

中　塚：それでは早速最初の演題に入りたいと思います。「データからみる「Ｊリーグファン」のこれまでとこれから」という題目で、仲澤眞さんは先ほどもちょっと言いましたが、Ｊリーグが発足する前から、93 年がＪリーグ最初のシーズンですが、92 年のナビスコカップからＪリーグの観戦者調査というのを中心となって担い続けております。最初の部分は、社・心グループも関わってきました。今そのデータはＪリーグへもフィードバックされ、さまざまなところで活用されています。ここでは 15 年の経過などを説明いただけると思います。ではよろしくお願いします。

仲　澤：このパートでは、まず、Ｊリーグの観戦者の動向をレビューします。次に、現在の状況に関するいくつかのトレンドを紹介します。最後に、まとめとしてＪリーグのファンとクラブ、リーグのあるべき関係といった内容についてお話ししたいと思います。

まず、はじめに本調査研究の目的と基本的枠組みについて説明します（図 1)。この調査は「だれが」「どのように」「なぜ」ということを基本に情報の収集に努めてまいりました。それに加えて、リーグやクラブにとって適時性の高い内容や、研究機関として学術的に必要な内容などを調査内容としてきました。

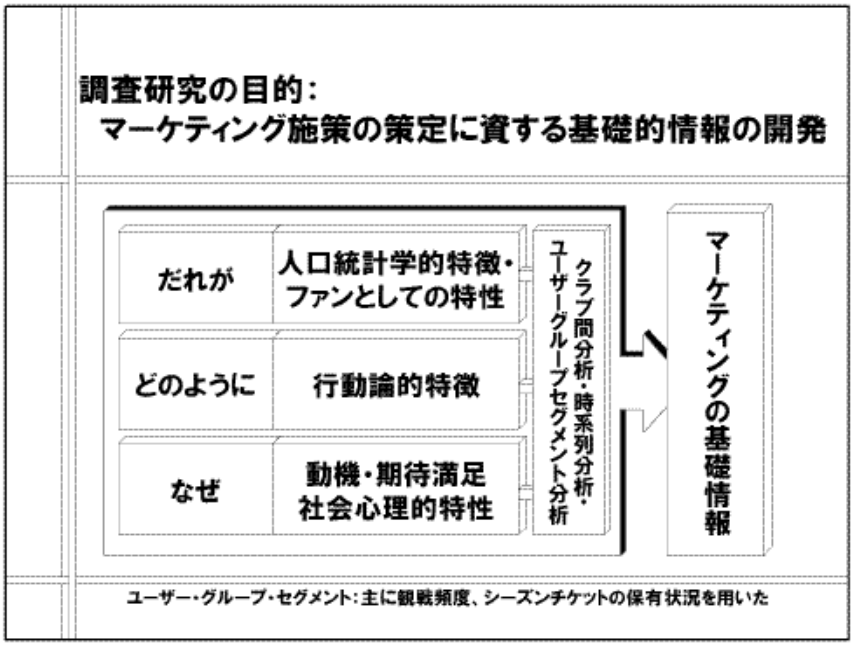


図１．調査研究の目的と基本的枠組み

■Ｊリーグファンのこれまで

図２は、Ｊ１の１試合あたり動員数とリーグ全体のシーズンあたり延べ動員をみたものです。「Ｊリーグ現象」とも言われた最初の３シーズン以降、非常に厳しい時期もありました。それが 2001 年には前年比 50%増というターニングポイントを迎えています。

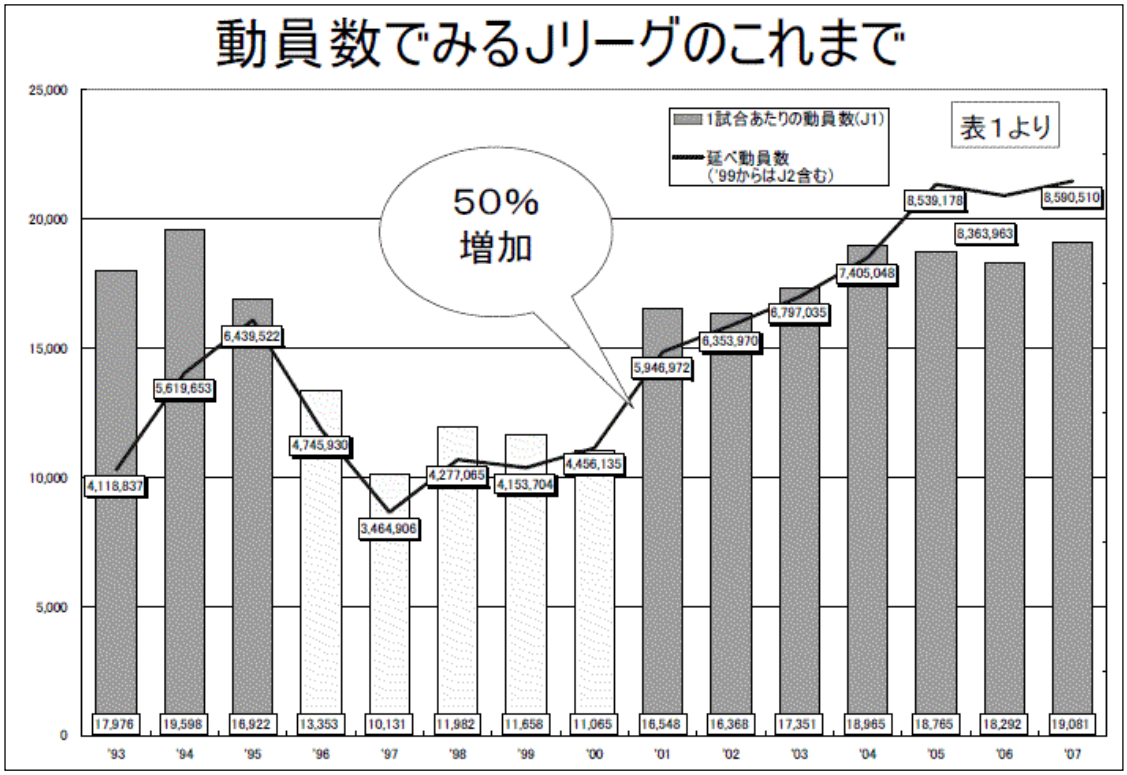


図２．１試合あたり動員数（Ｊ１）とシーズンあたり延べ動員数（リーグ全体）の推移

折れ線グラフは、延べ動員数を示しています。1999 年からはＪ２も含まれております。直近のものでは 859 万人となっておりますが、1,100 万人を目標とするイレブンミリオンプロジェクトも立ち上げられました。

このトレンドのうち、「どれだけ新しいサッカーファンをつくったか」という視点でみたものが、図３のグラフです。

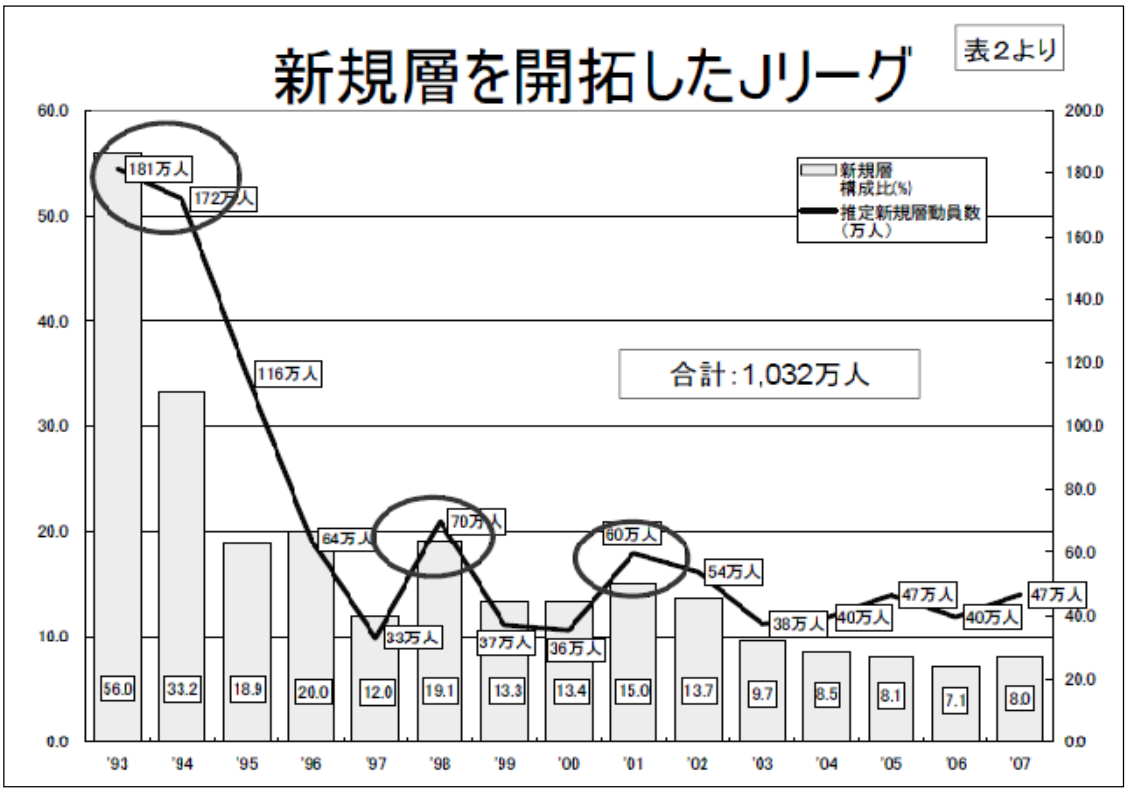


図３．新規層構成比と推定新規層動員数

縦棒グラフの方は、お客さんに占めるスタジアムデビューをした人（新規層）の割合を示しています。93 年の J リーグ開幕のときは、56%の人がスタジアムデビューを果たしました。日本リーグ時代の市場特性が大きく変化した年です。次の年でも 33%が新規層で占められました。そういったデータを毎年、取っていますけど、直近では 8%が新規層となっています。やや大ざっぱな推計ですが、それを延べ動員数に乗じますと、例えばオープニングシーズンには 181 万人の新しいサッカーファンをつくったとなります。直近だと、40 万とか 47 万くらいの数字が並んでいます。図の中の３つの○がついたところをご覧ください。一つ目の○（左上）は開幕がもたらした新規層の波、二つ目はフランス・ワールドカップ効果とも言われてますが、98 年のところで 70 万人の新規層の波がありました。また、先ほど前年比 50%増と言いましたが、2001 年の三つ目の○は、大きなターニングポイントとして捉えていきたいと考えています。こうした推計によれば、新しくサッカーファンになった人たちの合計は 1,000 万人を超えています。

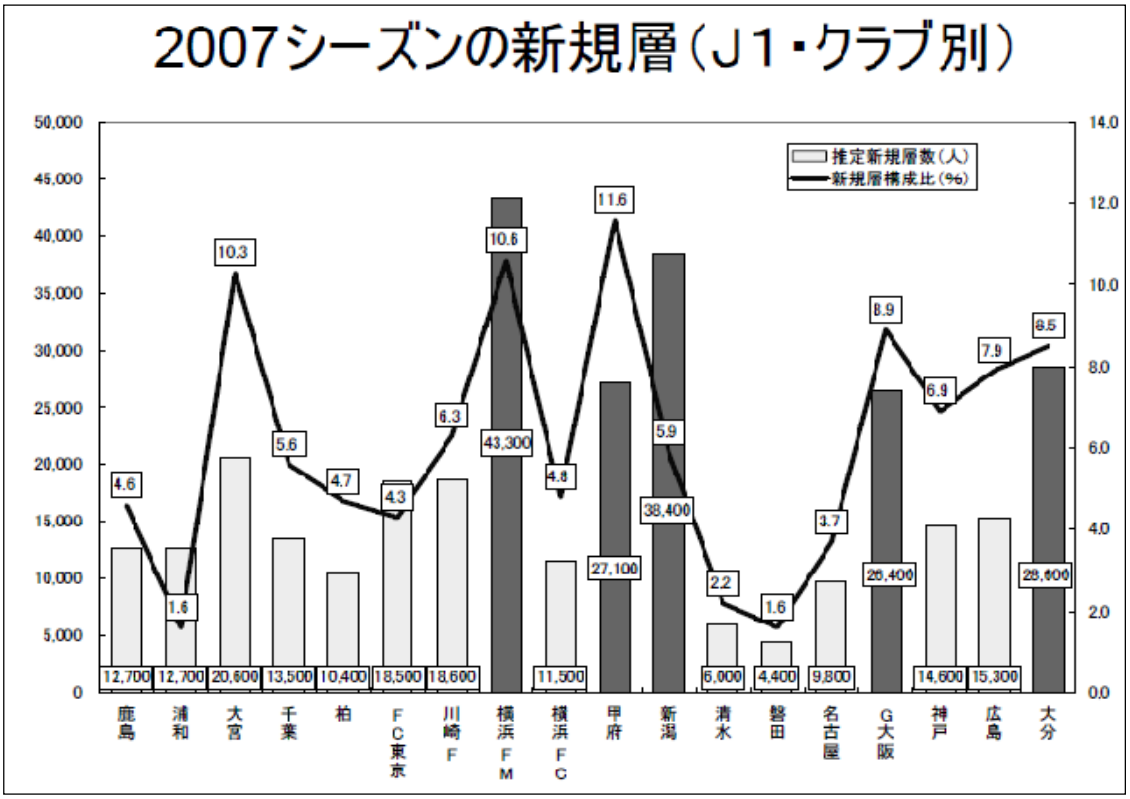


図４．新規層構成比と推定新規層動員数（2007 シーズン、Ｊ１クラブ別））

図４は新規層に関わる直近の調査結果です。甲府はリーグ最高の新規層構成比 12%を記録しています。次に横浜ＦＭであるとか、大宮などが新規層構成比の高いクラブとなっています。延べ動員数と乗じますと、横浜ＦＭが 4 万 3 千人くらい、新潟が 3 万 8 千人くらいの新しいマーケットを開拓しながら、2007 シーズンは 47 万人の新たなスタジアムデビューをした人たちを迎えていることになります。

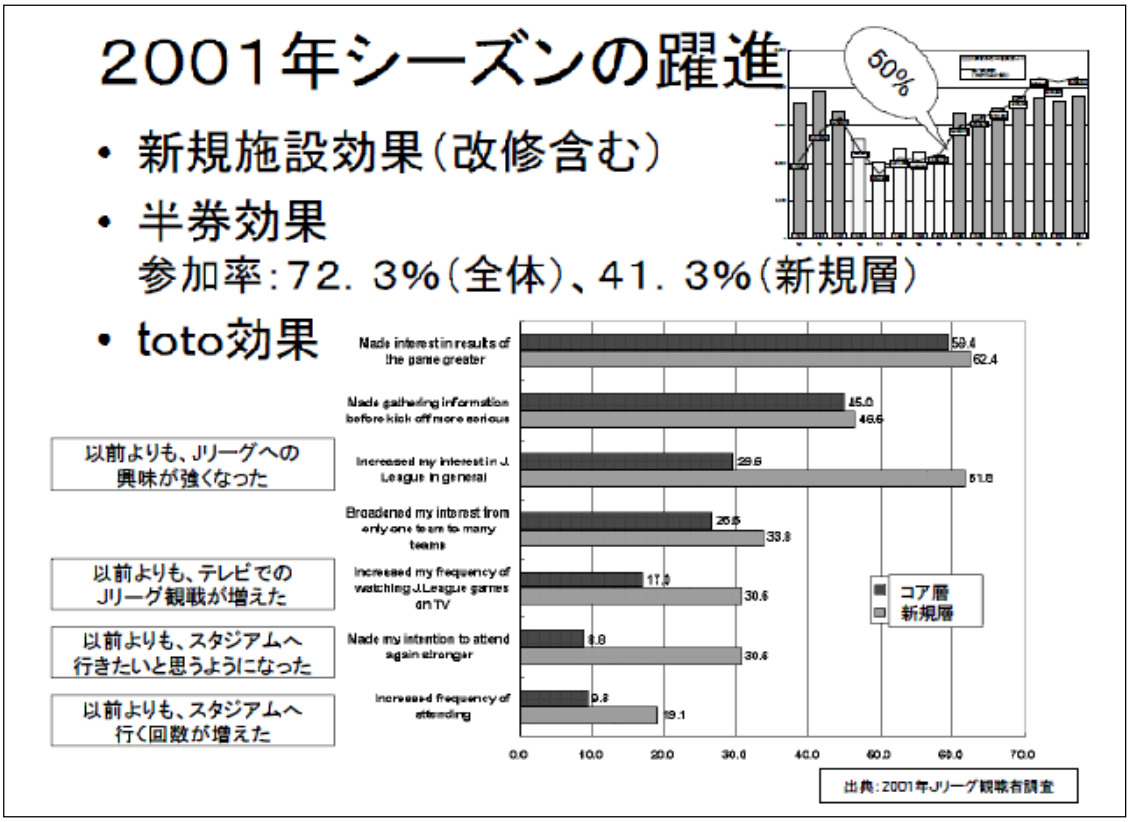


図５．2001 年シーズンの背景

話が前後してしまいますが、2001 年シーズンのターニングポイント、前年比 50%増の背景について少しふれたいと思います。これには、三つほどの要因があります。

一つめは新規施設効果。これは改修も含んでいますが、施設条件の変化による「初もの効果」に伴い動員が増えました。二つめは「半券効果」と呼んでいるものです。ご記憶の方も多いと思いますが、2001 年シーズンの J リーグでは 8 月の前半までの公式戦で、住所と名前を書いた入場券の半券が、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。そのプロモーションには、全体の 72%の人が参加しました。個人情報への意識がまだゆるやか時代であったのかもしれませんが、個人情報を添えて“もぎり”の半券に抽選を託した人が、お客さんの 7 割となりました。新規層の反応率も高率で、新規層の 4 割が抽選に参加しました。このように「半券効果」も一定の影響を与えたと考えられます。3 つ目は「ｔｏｔｏ効果」です。これも新規層には大きな影響がありました。図５の横棒グラフをご参照ください。下の横棒が新規層のデータです。上の横棒が古くからのファンのものですが、以前よりもサッカーに対する興味が強くなった、以前よりもテレビでのサッカー観戦が増えた、スタジアムへ行きたくなったなどの項目で、新規層により大きな影響がみられました。

■Ｊリーグファンの最近の傾向

最近の傾向を簡単にまとめたいと思います。

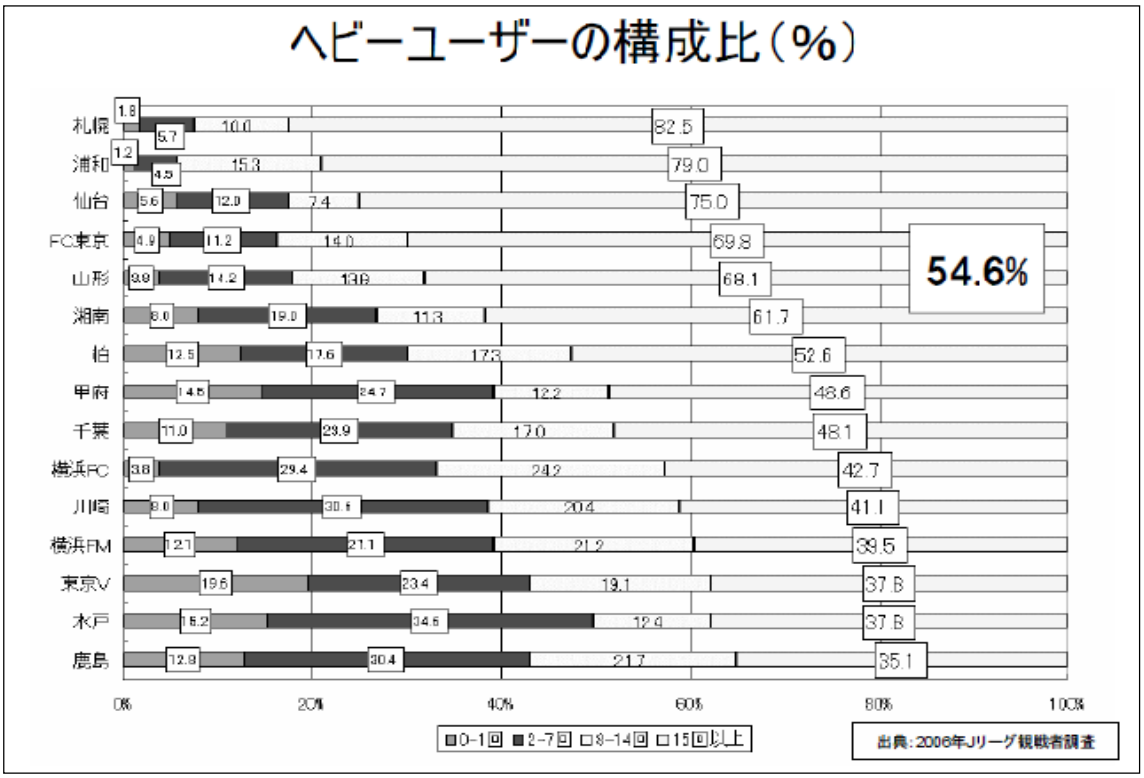


図６．ヘビーユーザーの構成比（クラブ別)）

図６は、2006 シーズンの調査結果からのものです。ここでは、リーグ戦の年間の観戦頻度が「15 回以上」という層を、ヘビーユーザーとして定義し、その構成比をみています。ご存じのとおり、Ｊ１はレギュラーシーズンでは、17 回のホームゲームがあります。15 回以上といえば、ほとんどのホームゲームに来場しているということになりますが、平均しますと 54.6%がヘビーユーザーであるということになります。浦和、札幌あたりは 80%の人が固定客で占められているということです。

次に図７ですが、簡単に言いますと全体の 55%を占めるヘビーユーザーが、実際の 75%の動員をつくり出しているというような関係を示しています。

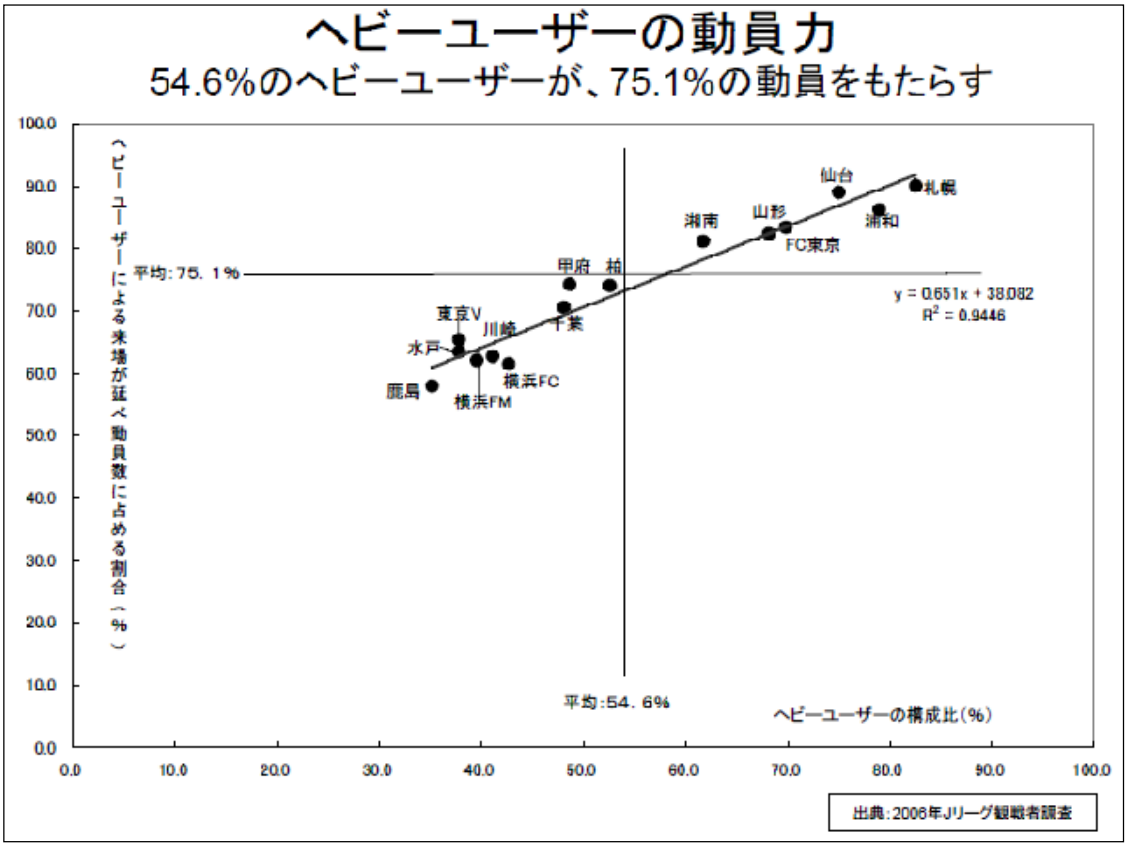


図７．ヘビーユーザーによる動員力

また、「おひとり様現象」ともいうべきものがあります。図８にありますが、例えば湘南や東京Ｖでは、４人に１人は「1 人」で来場しています。こういう観戦形態というのも、日本のサッカーファンの特徴なのかと感じています。これまでクラブは「おひとり様」対応には積極的ではありませんでした。むしろ、来場同伴者の規模を大きくすることに積極的でしたし、今後もそうあるべきとも思いますが、その一方で、こういう数字を受け止めながら、「おひとり様」向けのカウンター席的なサービス対応が有効となるクラブがあるかもしれません。

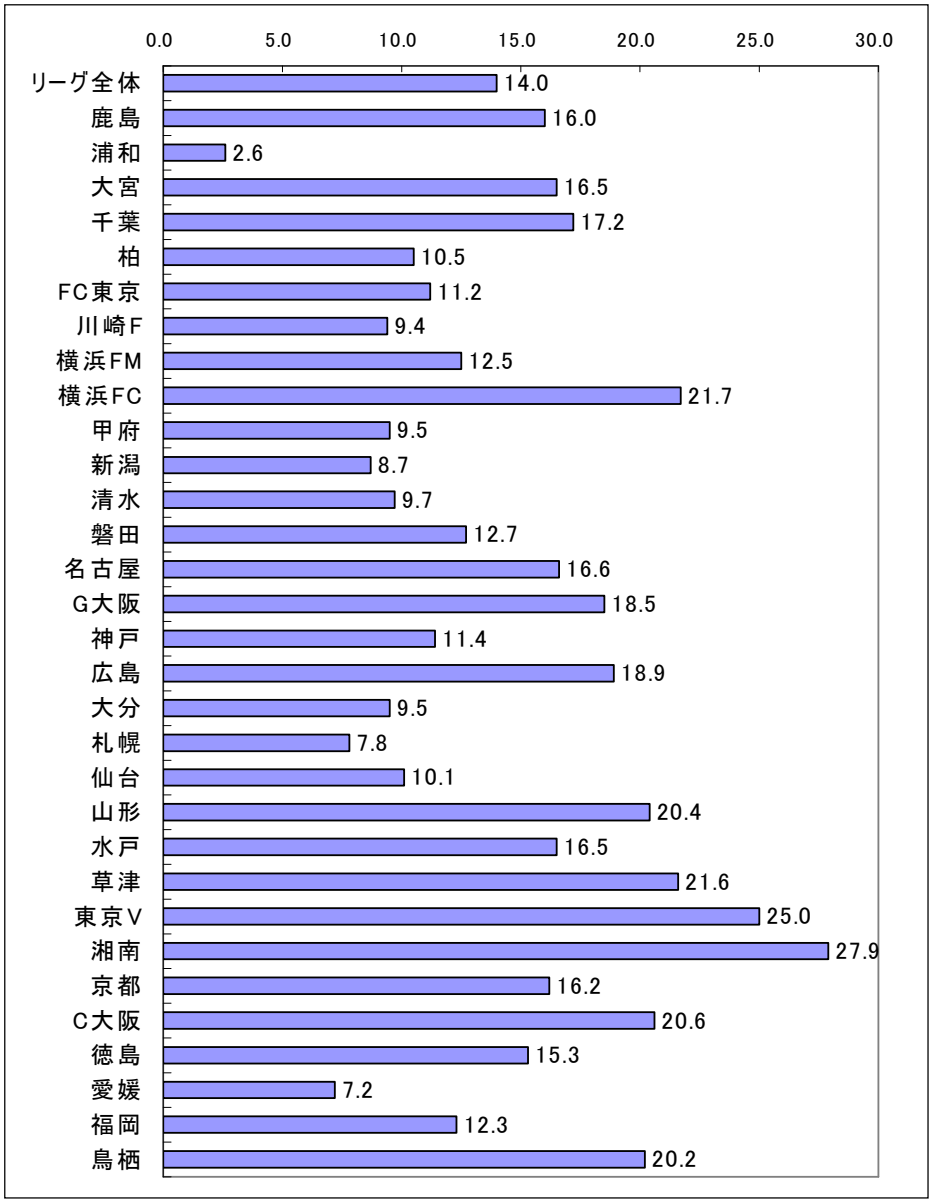


図８．単独来場者率（2007 シーズン、クラブ別））

図９は、観戦者相互の人間関係をみたものです。

これは「周囲の人をサッカー観戦に誘いますか」というものと、「誘われますか」という二つの設問から、その声かけの状況をプロットしたものです。

簡単に言いますと、「誘い―誘われる」といった「声かけ」がとても盛んなクラブの代表格が甲府で、誘われないし誘わないというクラブの代表格が東京Ｖというようなことを示しています。

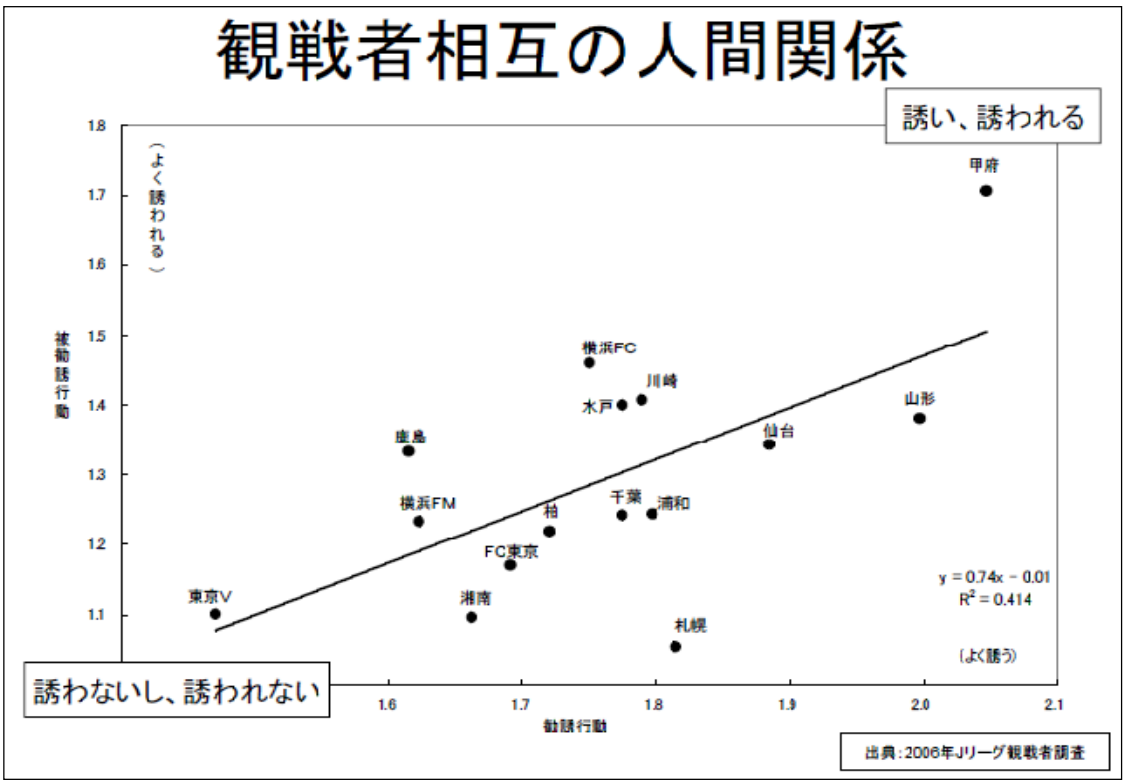


図９．勧誘・被勧誘行動

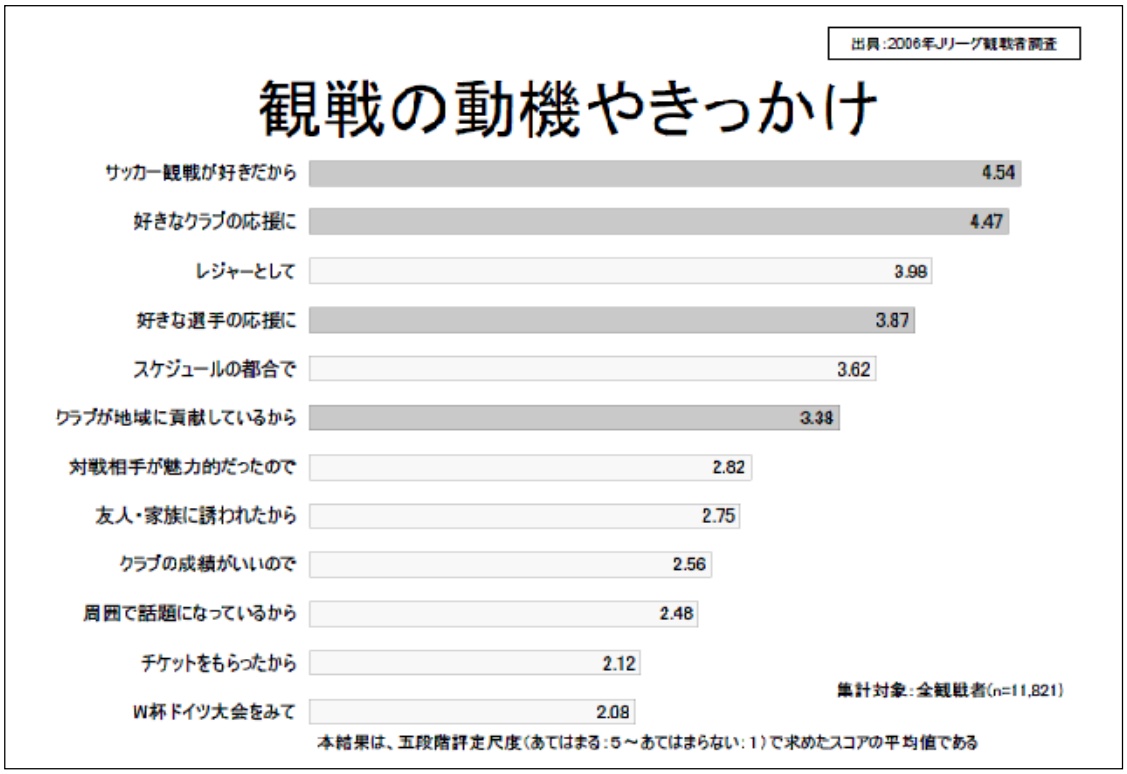


図 10．観戦の動機ときっかけ

図 10 は、観戦の動機やきっかけに関する調査結果です。この横棒グラフは、「観戦の動機やきっかけ」としてあげられた各々の項目に対して、「あてはまる」を５点とし、「あてはまらない」を１点とする５段階尺度の平均値を示しています。例えば、「サッカー観戦が好きだから」という項目は、平均で 4.54 ですから、ほとんどの観戦者が「サッカー観戦が好き」と回答していることになります。

やや濃いめの横棒グラフで示した項目（サッカー・ピュアリスト、チーム・アタッチメント、プレイヤー・アタッチメント、コミュニティ・プライド）は、これまで大切にしてきた変数です。

図 11 は、2004 シーズンの調査の結果ですが、新規層はクラブとの結びつきがとても弱いことが分かります。では、新規層は何との結びつきが強いのかというと、やはり「選手を見に来る」といいますか、プレーヤーとの結びつきが相対的に強いんです。地域やサッカーというのが、プレイヤーとクラブの間にあります。なかでもサッカーは、グラフの左に行けばいくほど（観戦歴が長くなるほど）そのスコアが高くなっています。

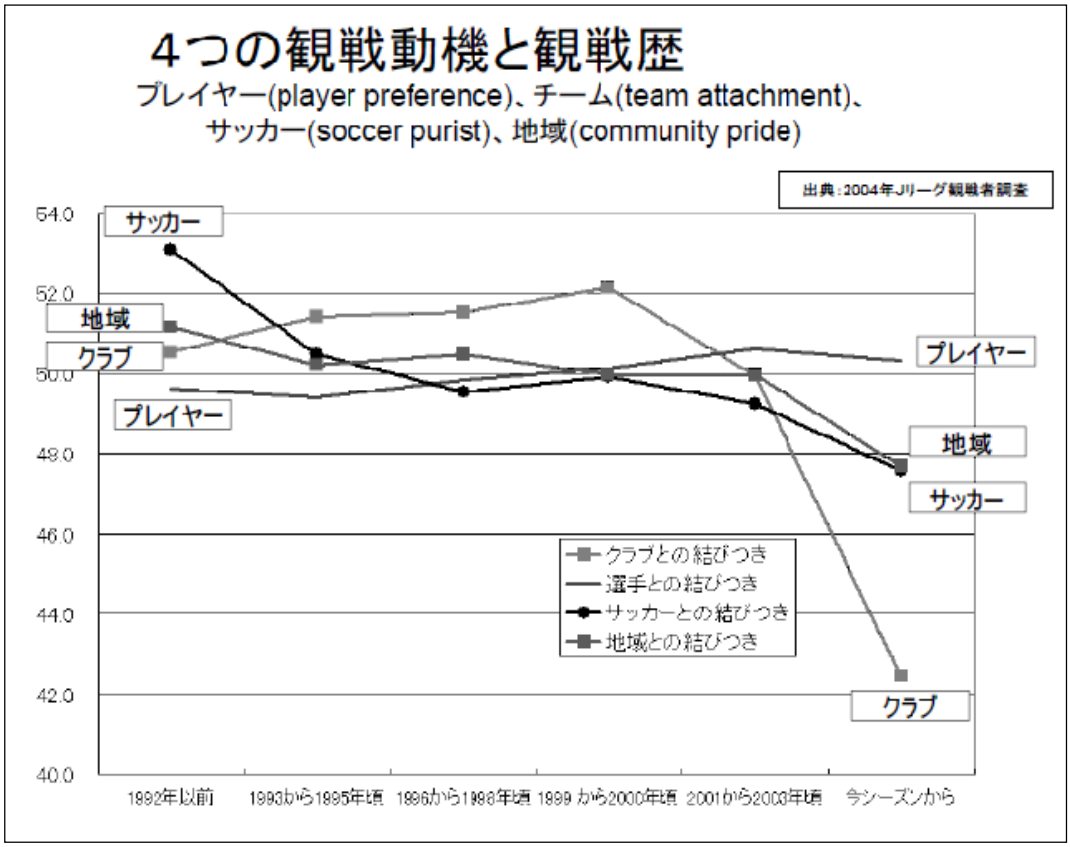


図 11. 観戦動機と観戦歴

そうやってみますと、クラブとか選手もいいのだけど、とにかくサッカーが好きという人が長期に安定的な観戦者になるということが言えるかと思います。

クラブの立場から言いますと、初めて見に来たお客さん（新規層）をいかにクラブと結びつけるかという課題の克服が重要だと思います。「選手を見に来た」新規層の人に、いかにクラブに興味を持ってもらうことか、という課題です。

■スポーツ文化の担い手としての観戦者

ここまでは、主に運営する側の視点からみてきましたので、どちらかというとサービスをどう提供したらいいか、言い換えれば、観戦者をお金でサービスを買う消費者であるという発想でお話ししてきました。しかしながら、観戦文化というのは運営する側だけがつくるものではなくて､むしろサポーターとかファンによってつくられるものだと思います。

そのため、観戦者を「消費者」として捉えるか、(観戦文化を形成する)「文化の担い手」として捉えるか、という点は重要なことと思います。もちろん「消費者」も「文化の担い手」も連続しているわけです。関連してアルビン・トフラー先生が「プロ・シューマー」という造語を提示して、大きな示唆を提供しています。トフラー博士によれば、消費（コンスーム）の過程と生産（プロデュース）の過程がこれからの社会はどんどん一緒になっていくと言います。例えば、文化産業というのは、まさしくその領域だと思います。いいお客がいいパフォーマンスを生む、いい生徒がいいレッスンをつくるのです。プロサッカーという産業カテゴリーも、そういう現象が多くみられる領域です。

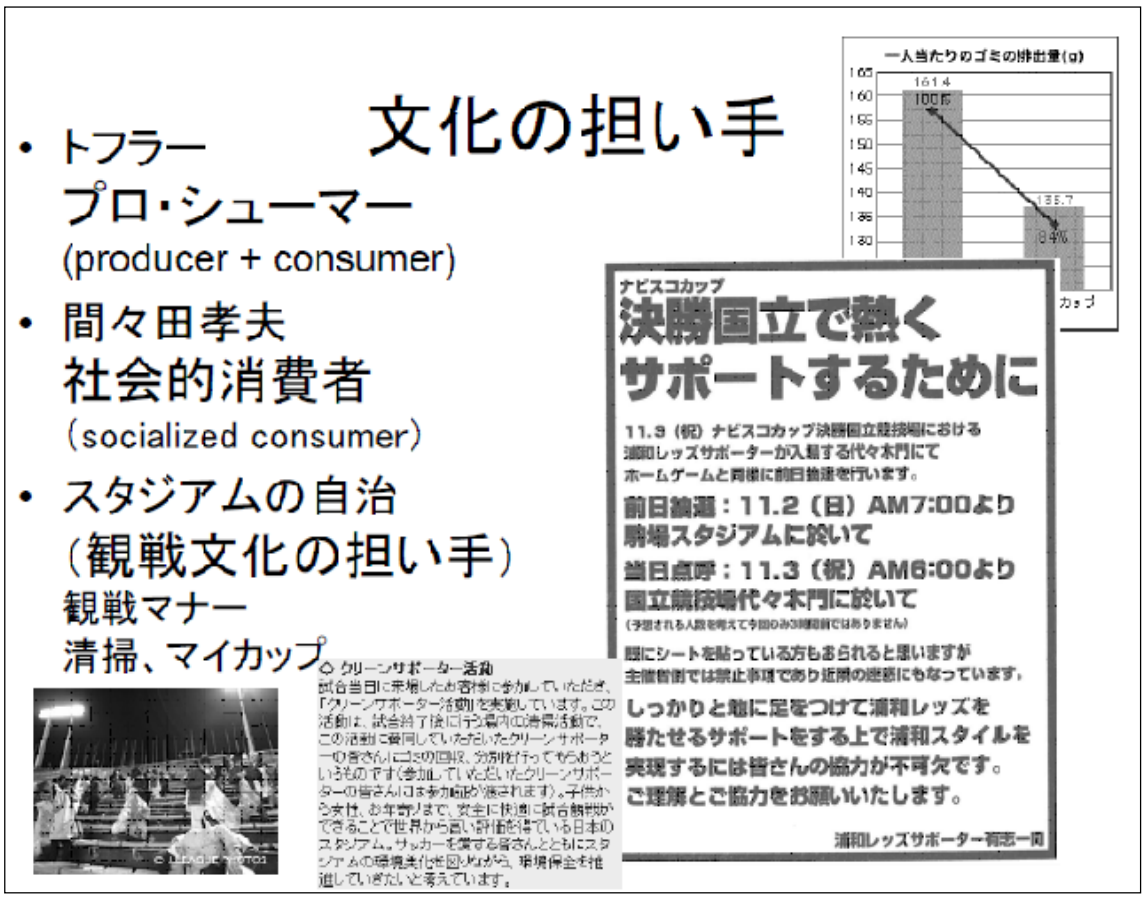


図 12. 観戦文化を形成する文化の担い手としてのサッカー観戦者

間々田孝夫先生は「社会的消費者(socialized consumer)」という概念で、これからの消費は、社会にとってこの消費がよいか悪いかという基準を適用するようになるとしました。昔なら安くてよいものを買うというのが消費者でしたが、現在は、生産過程において地球の環境や労働者の人権に配慮する企業から、安くてよいものを買いたいというのが、間々田先生のいう社会的消費者です。

そういった視点でサッカー観戦者をみると、「お金を払っているんだ」、「私は客だぞ。サービスをよこせ」というだけでは観戦文化はできてこないのです。

例えばレッズのサポーターや日産スタジアムのゴミ減量の取り組み、クリーンサポーターなど（図 12)、クラブやリーグ、競技団体がファンと一緒につくっていく活動が、文化の担い手を育てるということで重要だと思います。

まとめとして、図 13 をご覧ください。

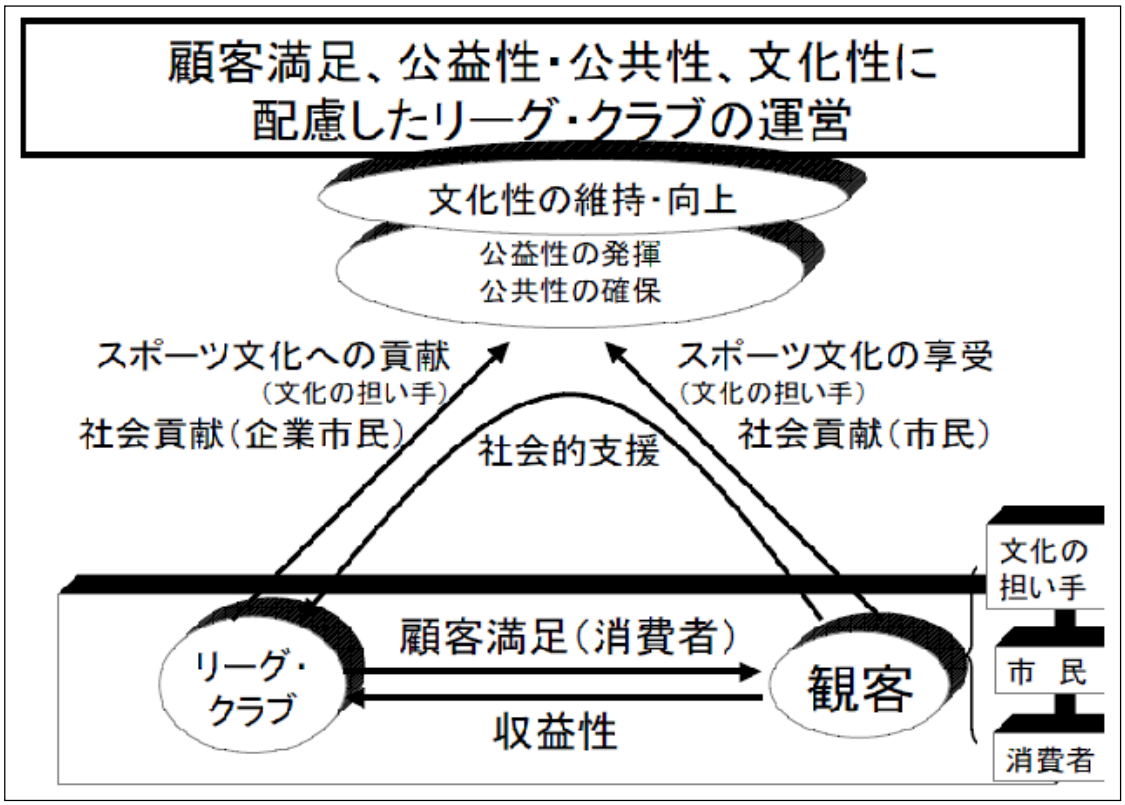


図 13. 顧客満足、公益性・公共性、文化性に配慮したリーグ・クラブの運営

お客と企業の関係で、例えば、消費活動であれば、お客が満足をすれば買い続けますし、企業側も収益性が確保できればその関係は続いていきます。そうした相互関係が、そうした企業と顧客が、顧客満足と収益性を交換する関係が経営の原点だと思います。そういう意味では、観客というのは消費者であって、払うお金、使った時間に見合う満足度があったかが重要になります。

もう一方で、J リーグや各クラブは、地域密着の理念のなかで「公益性」（みんなにとっていいことである）や（みんなのものであるという）「公共性」を重視しています。つまり、

企業体・経営体の使命として社会貢献をしようとして、それをお客の方が評価しているわけですね。お客としても、次の世代、子どもの世代にいい地域を残していきたいと思っているわけですし、そういう意味で、クラブが「いいことをやっているのだから、私も一肌脱ごう」ということでボランティアが出てきたりするのです。つまり、お客は、消費者でもあり市民でもあるのです。安くていいものを買いたい、しかし地域にとってもいいものであれば､ちょっと割高でも買いたい､あるいはもっと買いたいという動きが出てきます。

もう一つ､「文化」についてです。「文化」というと、なにか煙に巻いてしまうようですが、スポーツのプロ化（とりわけサッカーのプロ化）は、そのスポーツ文化の発展のために行われているわけです。具体的には、スポーツがプロとして成り立ち、そこから得た財源でスポーツの「普及」と「強化」を図っていくことなどが、スポーツ文化の発展につながるわけです。ですから、リーグやクラブは、文化の担い手としてスポーツ文化に貢献している。一方で、お客さんの方も、その大きな一翼を担っているのです。例えば、お孫さんがあるクラブの下部組織で活動していることを動機に、後援会に年会費を払い続けるお祖父さんがいます。このお祖父さんの取り組みは、企業体・経営体による公益性の確保、文化性の向上への取り組みが（顧客満足と収益性の交換という）商業的な関係を超えた関係を生み出し､そこに一市民として､自らが出来る貢献をしようとする一例かと思います。

質疑応答

中　塚：今の仲澤さんのプレゼンに関する質問を受け付けたいと思うんですけど。

フロアー：今のような調査のデータが他のスポーツ、例えばプロ野球なんかにあるのでしょうか。

仲　澤：プロ野球（日本野球機構）の場合はリーグレベルで、一元的に管理するという体制になっていませんので、ここのチームレベルでは調査をしていますが、リーグ全体でデータを持ち寄り、検討するといったことはありません。

中　塚：他はいかがでしょうか。最後にまたディスカッションがありますので、そこでまた改めまして検討させていただきます。ありがとうございました。

仲　澤：ありがとうございました。

（拍手）

知っておきたい海外のサッカー観戦事情（欧州＆ＡＣＬ）

徳田仁（株式会社セリエ　代表取締役）

中　塚：徳田さんは昨年のシンポジウムでもご登壇いただき、ドイツワールドカップのサッカー観戦について話してくださいました。株式会社セリエは、観戦ツアーやイベントを企画される会社です。観戦ツアーは 97 年からはじめられていますので、その中で見えてきた海外の観戦文化、あるいは最近のアウェーのサッカー観戦というものをお話しいただきたいと思います。よろしくお願いします。

徳　田：みなさん、こんにちは。株式会社セリエの徳田です。サロンのシンポジウムは、2004 年度と今年の３月（2006 年度）に続き３回目になります。今回も学術的な観点からの発表ではなく現場で見たこと聞いたことを中心にお話させていただきたいと思いますのでよろしくお願いいたします。

ただ今、中塚先生からご紹介がありましたとおり、私は東京渋谷区内でサッカー専門のイベント会社を経営しており､仕事の一つとしてサッカー観戦ツアーを手がけております。

本日は、実際にツアーを企画・運営する現場において見た、海外での試合やサポーターについてお話させていただきます。

ところで明日はクラブワールドカップ決勝の日ですが、順当にヨーロッパ王者対南米王者の対戦になってくれて、あたり前ですがよかったです。この会場にお越しの皆様の多くも明日は横浜に行かれると思います。Ｊのクラブが頑張ってくれたおかげで大会としても例年より盛り上っていますので、その盛り上がりのまま明日はいい試合になることを期待したいですね。

■イングランドサポーター

前置きはこのくらいにして、来年はいよいよユーロ 2008 が開催されます。ユーロの開催年はイコール、オリンピックの開催年でもありますが、われわれサッカー関係者にとって、来年の６月までは、断然ユーロに目が向けられるのは間違いないことと思います。

そんな中、つい先日ユーロ 2008 予選の最終節が行われ、信じられない番狂わせが起こりました。なんとサッカーの母国で日本人のファンも多いイングランドが予選落ち！・・・

予選落ちが決まった 11 月 21 日の翌日はイギリス中が｢お通夜｣のようだったそうです。

遡ること１か月前、イングランドはラグビー・ワールドカップ決勝（10 月 20 日）でも負けて２連覇を逃したのですが、ユーロの予選落ちはその 10 倍くらいイングランドを沈黙させたようです。思い起こせば我が日本も 15 年前のドーハの悲劇では日本中がお通夜になった経験がありますが、サッカーの母国の落ち込み具合は、それとは比較にならない

ものだったことでしょう。
今日は、そんなサッカーの母国にあって、良い手本でもあり悪い手本でもあるイングランドサポーターの話から始めたいと思います。

さて、間違いのないようはじめに復習しておきますが、イギリス（＝ＵＫ）には、イングランド、ウェールズ、スコットランド、北アイルランドの４つのサッカー協会が存在し、それぞれに代表チームを出すことができる数少ない国（他にはアメリカは２つ、中国は３つ代表チームを出せる）であるため、ここで言うイングランド代表はイギリス代表ではなく、あくまで「イングランド代表」です。イングランドがユーロのような大きな大会に出場しないことで失われる経済損失はどのくらいでしょうか？ここで数字の検証ができるわけではありませんが相当に大きいことは間違いありません。それでは、イングランド人はフットボールにどれほどのお金を費やすのでしょうか？
（※アメリカは、ＵＳＡとグアム、中国は、中国、香港、マカオの各代表チームを出すことができる）

イングランドでは、例えるなら「家紋」のように生まれたときから応援するクラブが決まっていて、子どもは親の応援するクラブを代々引き継いでいく・・・この家で生まれればアーセナル、この家ならチェルシー、こっちはクリスタルパレス・・・というくらい生活とフットボールが深く結びついていると聞きます。
日本より数段物価が高いイングランドでは、プレミアシップのチケットは定価で 30～50 ポンド（7000 円～12000 円）もします。これはＪリーグや他の国のリーグと比べても、かなり高いものであることは間違いありません。
そんな環境で生活しているイングランド・サポーターですから、ワールドカップやＥＵＲＯのチケットですら安く感じるのでしょう。とにかくじゃんじゃん買いますし金払いもいいのです。決勝ラウンドなど、勝ちあがりによって複数の試合のどれになるかわからないような場合、可能性のある全てのチケットを買っておこうと考えるのがイングランドサポです。そして国際的にも強い通貨「ポンド」を背景にして自国の外へもどんどん応援に出かけます。そのため、イングランドの出場如何によって観客動員などの興行収入や開催都市に落とすお金の額が大きく違うのです。
2002 年の日韓ワールドカップでも、日本までたくさん応援に来ていた印象があるのはイングランドとアイルランドのサポーターくらいではなかってしょうか？サッカー大国と思われるアルゼンチンや、スペイン、イタリア人はさほど印象に残っていないのではないのでしょうか。

ここで、ちょっとクイズです。先ほど話にも出てきたラグビー・ワールドカップ決勝「イングランドｖｓ南アフリカ」のチケットはいくらだったと思いますか？もちろん、定価ではなく市場価格でですが……。（ヒント／ドイツ・ワールドカップ決勝、イタリアｖｓフランスは、約２０００ユーロでした。）
なんと１枚１万ユーロ……160 万円以上　でした。皆さん信じられますか？？
決勝の会場がパリのサンドニ競技場（ロンドンから所要約 2 時間）で行なわれた影響も

あるとは思いますが８万人収容のスタジアムでの試合のチケットが 160 万円というのは到底想像できない金額でしょう。

サッカーとラグビーという違いはありますが、もしワールドカップやＥＵＲＯでイングランドが決勝に進んだ場合、同じようなことになるのでしょうか？考えるだけでぞっとします。われわれ日本人としては、このようなイングランドサポとチケットの争奪戦をすることだけは是非とも避けたいところです。

では、たくさんのお金を落としてくれるイングランドサポーターは歓迎されているのでしょうか？昔と違い英国政府によって法的にフーリガンとして登録されている英国人は国外に出ることができませんから、近年は「暴れて危ない奴ら」という認識は薄れています。夜中まで歌を歌い、ビールを飲んで、どこにでもゴミを散らかして、立ち小便をするなど嫌われている部分がある反面、大きな経済効果もたらすというのがイングランドサポーターの特徴です。そう、イングランドサポーターは経済サポーターなのです。

■ヨーロッパの応援スタイル

それでは次にヨーロッパの観戦スタイルはどんなものなのでしょう？　一概にヨーロッパといっても各国の観戦スタイルは国によって異なっていて、国や民族の文化・習慣と深く結びついていような気がします。ここでは欧州の中でも３強と称されるリーグを持つイングランド、スペイン、イタリアを例に取ってお話したいと思います。

１）イングランド

最初のテーマは各国のリーグ戦が開催されている時間に関することです。（資料１参照）イングランドから話を始めますが、プレミアシップには土・日のナイトゲームがありません。土曜日の 15 時キックオフが基本で、数試合が日曜あるいは月曜にスライドして開催されますが、土・日に関しては一番遅い時間帯でもキックオフは 17 時台です。ビッグクラブの試合は時間帯をずらして有料で放送するために、朝の 11 時半キックオフという場合もあります。なぜ、夜の試合が無いのか？　それは、伝統的に英国人はサッカー文化以前に「女性を大切にしなければならない」という文化基盤があるためだと聞いたことがあります。週末フットボールを楽しんだ旦那衆は早く家に帰って奥様にサービスしなさいということなのでしょう。こんなところは日本とは全然違うとことですが、それだけの理由で夜に試合を組まないという訳でもなく昼間からビールを飲みまくっている状態で夜の試合を開催すればあまり良い結果にはならないという判断もあると思われます。平日の場合、さすがにキックオフは 20 時ですが、週末の夜は家にいるというのが紳士の国のサッカー文化のようです。

（資料１）各国リーグのキックオフ時間

リーグ	基本開催曜日とキックオフ時間	スライド開催（1）	スライド開催（2）	その他
プレミアシップ	土曜 15:00	日曜 11:30～16:00	月曜 20:00	火・水 20:00
リーガエスパニョーラ	日曜 17:00～19:00	土曜 20:00～22:00	日曜 21:00	平日 20:00～21:00
セリエA	日曜 15:00	土曜 18:00、20:30	日曜 20:30	火・水・木 20:30
ブンデスリーガ	土曜 15:30	日曜 17:00	金曜 20:30	火・水 20:00
エールディヴィジ	日曜 14:30	土曜 19:30	金曜 19:30、20:00	
リーグ・アン	土曜 20:00	日曜 18:00、20:55	土曜 17:10	平日 18:30～20:00
チャンピオンズリーグ	火・水 20:45 ※（注 1）	***	***	***
J1リーグ	土曜 13:00～19:00	日曜 13:00～19:00		平日 19:00

※（注 1）チャンピオンズリーグのキックオフ時間は CET（欧州中央時間）の 20:45 で固定されている。したがって CET の時間帯に属するスペイン、イタリア、ドイツ、オランダ、フランスなどは現地時間も同じく 20:45 だが、時差がある英国やポルトガルは現地時間 19:45、ギリシャやトルコは現地時間 21:45 となる。ただし、ロシア（モスクワ）で行なわれる場合は、キックオフ 22:45 では遅すぎるため CET の 18:30（現地時間 20:30）に繰り上げて行なわれる。

２）スペイン

ところ変わってスペインではどうでしょう？　キックオフの基本時間は日曜日の 17 時から 19 時で、イングランドとは逆に、数試合が土曜日にスライドして開催されるのですが、ラテン系気質のせいか、この土日の試合のズレが発表されるのは試合の一週間前なのです。つまり週末の試合のスケジュールが決まるのはその週の月曜日というわけですから、放映するテレビ局も大変ですが、スペインにサッカー観戦に行く日本人も、自分の見る試合が土曜なのか日曜なのか直前まで分からないというわけです。早めに予定を立てたい日本人泣かせのリーグですね。

昼間（13～15 時キックオフ）の試合がないのはおそらく「シエスタ」という伝統的な昼寝の時間を確保するためだと思われます。昼に一度休んで応援する体力を回復してからスタジアムに繰り出すという文化なのでしょう。そんなわけで、試合の時間も必然的に遅い時間に振り分けられるため、21 時半とか 22 時半キックオフという試合がざらにあります。エル・クラシコのような大きな試合は、ほぼ間違いなくこの時間帯のキックオフとなるので、試合が終わると完全に次の日になっているのです。息子がサッカー観戦に出かけると朝まで帰ってこないというスペインの母親の嘆きが聞こえてきます。

３）イタリア

同じラテン系でもイタリアはというと、セリエAのキックオフの基本は日曜の 15 時。そして土曜に２試合（18:00 と 20:30)、日曜の夜に１試合（20:30）がスライドするというのが慣例です。イタリアでもビッグゲームは時間をずらしたナイトゲームで行われることが多いですね。スペインと違うのは、土曜日はシエステの関係か 18 時キックオフが一番早い試合ですが日曜日は昼寝が短いのかあるいは教会へ行った帰りにスタジアムへ行くためなのか 15 時にキックオフします。もうひとつ大きく違うのは、スペインならどんなに夜遅くても食事ができる店が開いています。だから、試合が終わって、朝まで飲んで騒いでということができるのですが、イタリアの場合、夜の試合が終わった後のレストランは皆閉まっていて外で食事することはまずできません。日本人がセリエAを見に行って困るのが、日本のようにナイトゲームの後、一杯飲みながら食事することができないことです。試合前や試合中は興奮していてお腹がすいていることなど忘れているのですが、試合が終わった後、何か食べようとして店を探しても後の祭りということになりますのでご注意ください。では地元の人はどうやってお腹を満たしているのかというと、スタジアム周辺に出ているハンバーガーやホットドックのスタンドは試合の後もしばらく営業しています。試合後はそこで食べ物を買ってから家に帰るのがイタリア人的ナイトゲーム観戦スタイルです。日本では試合が終わったあとは、スタジアム周辺の屋台も引き上げてしまっていますから、この辺も文化・習慣の違いですね。

■スタジアムの特徴

１）イングランド

スタジアム事情はどうなっているのでしょうか？イングランドに関しては、ほぼ 100%がサッカー専用のスタジアムで、トラックの付いているにはお目にかかったことがありません。（資料２参照）　唯一マンチェスターの「シティ・オブ・マンチェスター」には完成当初だけトラックがありました。それはコモンウェルス・オリンピック（2002 年開催）のメインスタジアムを兼ねていたため、そのように設計されていましたが、後にトラックは取り外され専用スタジアムになりました。2004 年に日本代表がイングランド代表と親善試合で引き分けたときのスタジアムです。トラックはすでにありませんでしたよね？　そのくらい専用スタジアムにこだわっているわけです。そしてもうひとつの特徴は、巨大なスタジアムは少なく、３万から４万人程度の中規模のスタジアムが多いということです。中にはオールド・トラフォードのように７万人以上収容のスタジアムもありますが、多くのスタジアムは専用でしかもあまり大きすぎない観衆にやさしいスタジアムです。　（※コモンウェルス＝英連邦＝イギリスと過去にその植民地であった独立の主権国家からなる、緩やかな連合を指す）

（資料2） 各国主要クラブのホーム・スタジアム

国	クラブ	ホームタウン	スタジアム	収容（人）	種別
イングランド	アーセナル	ロンドン	エミレーツスタジアム	60,432	専用
	マンチェスターU	マンチェスター	オールドトラッフォード	76,212	専用
	チェルシー	ロンドン	スタンフォードブリッジ	42,055	専用
	リバプール	リバプール	アンフィールド	45,362	専用
	マンチェスターC	マンチェスター	シティ・オブ・マンチェスター	47,715	専用
	エバートン	リバプール	グディソン・パーク	40,394	専用
	トットナム	ロンドン	ホワイトハートレーン	36,310	専用
	ウエストハムU	ロンドン	アップトンパーク	35,300	専用
	フルハム	ロンドン	クレイブンコテージ	24,590	専用
	ニューカッスルU	ニューカッスル	セント・ジェイムスパーク	52,387	専用
スペイン	レアル・マドリード	マドリード	サンチャゴ・ベルナベウ	80,000	専用
	アトレチコ・マドリード	マドリード	ビセンテ・カルデロン	54,851	専用
	ヘタフェ	ヘタフェ	コリセウム・アルフォンソ・ベレス	14,400	専用
	バルセロナ	バルセロナ	カンプノウ	98,771	専用
	エスパニョール	バルセロナ	オリンピコ（デ・モンジュイック）	56,000	トラック有
	バレンシア	バレンシア	メスタージャ	52,469	専用
	ディポルティボ	アコルーニャ	リアソール	33,597	専用
	マジョルカ	マジョルカ	オーノ・エスタディ	24,142	トラック有
	セビリア	セビリア	サンチェス・ビスファン	42,649	専用
	ビジャレアル	ビジャレアル	エル・マドリガル	21,700	専用
イタリア	ACミラン	ミラノ	サンシーロ	83,679	専用
	インテル	ミラノ	サンシーロ	83,679	専用
	ローマ	ローマ	オリンピコ（ローマ）	82,922	トラック有
	ラツィオ	ローマ	オリンピコ（ローマ）	82,922	トラック有
	ユベントス	トリノ	オリンピコ（トリノ） ※（注 2）一時借用中	25,370	専用
	トリノ	トリノ	オリンピコ（トリノ）	25,370	専用
	サンプドリア	ジェノバ	ルイジ・フェラリス	37,091	専用
	ジェノア	ジェノバ	ルイジ・フェラリス	37,091	専用
	フィオレンティーナ	フィレンツェ	アルテミオ・フランキ	47,246	専用
	アタランタ	ベルガモ	アトレティ・アズーリ・ディターリア	26,640	専用

※（注 2）ユベントスのホームスタジアム「デッレ・アルピ（収容 69,041 人／トラック有）」は現在改装中で、新スタジアムは35,000 人規模の専用スタジアムになる予定。

そのように環境が整っている原因は1992年にプレミアリーグがスタートするにあたり、それまでの反省の下、きれいで安全なスタジアムに改修したためと考えられますが、ここまで徹底するあたりはさすがにサッカーの母国、Ｊリーグも見習ってほしいものです。近年、ロンドンでは２つのスタジアム移転・改修が行われ、アーセナルのホームは、３万８千人収容だったハイバリーから６万人のエミレーツスタジアムに移転され、改修工事が遅れていた聖地ウェンブリーもようやく９万人の新スタジアムに生まれ変わりました。ロンドン五輪の影響か、ちょっとした建設ラッシュが起っています。

２）スペイン

スペインの場合、サッカー専用という点ではイングランドと同じですが、クラブの大きさに比例するようにスタジアムの大きさは極端に違います。例えば、レアル・マドリードのホーム、サンチャゴ・ベルナベウは８万人規模、カンプノウは 10 万人のキャパシティがありますが､同じ一部リーグでもヘタフェというマドリード近郊の小さなクラブの場合、そのスタジアムは１万５千人しか収容できません。そんなわけで、ヘタフェのホームでレアルやバルセロナとの試合があるときは客が溢れて大変な状況になります。

余談ですが、サンチャゴ・ベルナベウも元は 10 万人、カンプノウも 12 万人を収容する巨大スタジアムでしたが、イングランドを見習って、それまでの「立席」を廃止しスタンドすべてに座席を設置。そのため収容が減ったという経緯があります。

３）イタリア

イタリアに目を向けた場合、イングランドやスペインと違い、各クラブがスタジアムを占有している環境にはありません。ローマのオリンピコ（ローマとラツィオ)、ミランのサンシーロ（ＡＣミランとインテル)、トリノのデッレ･アルピ（ユベントスとトリノ：現在改装中)、ルイジ・フェラリス（ジェノアとサンプドリア）などのように大きな街では複数のクラブがスタジアムを共同使用しています。そのためダービー・マッチは同じスタジアムで行うというのがイタリアの特徴です。

なぜ、そうなったかはわかりませんが、クラブがスタジアムを所有するには相当な資金力が必要ですから、そのあたりに原因があると思いますが、だとすると、Ｊリーグと似た環境にあると言えるでしょう。

さてこの４つスタジアムの中でサッカー専用はサンシーロとルイジ・フェラリスで、その他の２つのスタジアムにはしっかりトラックがあります。スタジアムが公共……これがカルチョの国であっても全てが専用スタジアムというわけにはいかない原因ではないかと思われます。

イタリアの話を続けますが、この国で一番がっかりさせられるのは、そのホスピタリティの無さ……セリエＡは僕たちのもので外国人（日本人）の君たちのためにあるわけではない……という「負」のメッセージを感じますね。たとえばオリンピコ（ローマ）ですが、スタジアムが古いせいもあり案内板がちゃんと出されていないのに加え、座席番号の表示

が消えている箇所が多く、初めて来る人は自分の座席に行くことができませんので、黄色いビブスを着たセキュリティ（だいたい若いおにいちゃんが多い）にチケットを見せて自分の席はどこかと尋ねても、両手を広げて知らねーよ、と知らんふり……お前たちのくるところじゃないよ……って言っているみたいで悲しくなります。

おまけに、花火・爆竹・発炎筒はあたりまえで、サンシーロのゴール裏などは、２階席（濃いサポーターの座る席）から花火が降ってきます。爆竹は投げ込まれるし、危なくて試合など見ていられない状況になります。また、通路も座席になっている……例えば座席番号が 17、18、19 と続いていて、通路を挟んでその続きが 22、23、24。つまり 20 と 21 は通路。そんなわけでキックオフに遅れると、通路に人が座っているため、自分の座席にたどり着けないのです。これはかなり危険なことですよね？　また、イタリアでは指定席とは言ってもチケットにプリントされた席に行ってみれば必ずと言っていいほど誰かが座っています。イタリアの列車も同じことなのですが指定席は座席を指定した人が権利を主張しなければ効力は発揮しない＝無効だよ……という文化なのです。ですから日本人は大変です。

それに比べるとイングランドやスペインはちゃんと自分の座席に座りますし、試合中もシュートなどの場面で立ち上がることはあっても、試合中の他の場面では行儀よく座ってます。

今シーズンのセリエＡは暴動がらみの不幸な事故が多く、最近は（一時的な処置とは思いますが）当局が危険度の高い試合……ミランｖｓユーベ、ミランダービー（実は来週開催）など……に指定された場合、シーズンチケットホルダー限定とか買った本人のみしか入れない、抜き打ちでＩＤチェックをするなどという状況になっており、我社ではセリエＡツアーは現在受付休止中です。

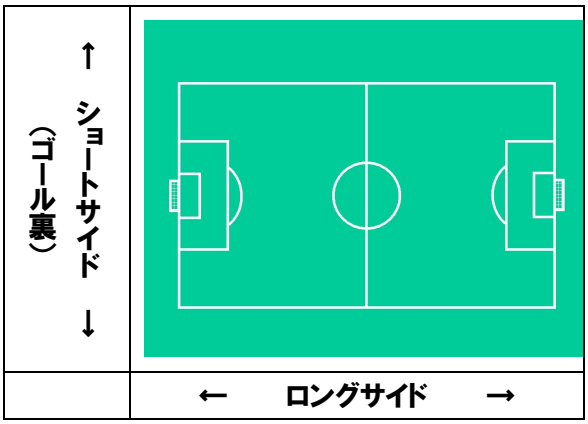
早く修正して正常に戻ってほしいですね。運営や安全面の対策はイタリアが一番遅れていたことは皆知っていたこと。サッカーの質の高さとは反比例しますが、プレミアシップに１５年遅れて、当局がようやく重い腰を上げて動きだしたという感じです。早く改善して外国人でも楽しく試合観戦ができる環境になってほしいものです。

■応援のしかた

１）イングランド

さて今度はこれら３ヶ国の応援スタイルですが、まずイングランド。これは代表チーム、クラブにかかわらず応援は声（歌）とクラップ（拍手）だけ。１プレー・１プレーにオーとかワーとかいちいち反応して拍手するので、私などからすれば「くどい」と思えるほどです。各クラブは当然応援歌を持っていますが、代表チームの場合の応援歌は最大公約数をとるのか、意外と少なく１０パターン以下だと思います。ワールドカップなどの国際大

会では、試合の前夜にサポーターが集まって歌っているのですが、(必ずビールを飲んで酔っぱらっているので迷惑でもある)、同じ曲を繰り返し歌っています。何曲かするとまた同じ歌を歌うって感じで、よく同じ歌を夜通し歌って飽きないなと感心？いやあきれたくらいでした。スタジアム内で鳴り物は見かけたことはなく（おそらく禁止されている)、ゴール裏もロングサイド（スタンド席）もなくユニフォームを着て「歌」で応援する。これがイングリッシュスタイルでしょう。(図１参照)



（図 1）イングランドの座席位置の呼び方

プレミアシップで有名な応援の歌といえば、リバプール・サポーターの有名な歌＝ＹＯＵ’ＬＬ　ＮＥＶＥＲ　ＷＯＬＫ　ＡＬＯＮＥ」がありますが、カトリックつながりでセルティック（スコットランドリーグ）も同じ歌を試合前に歌います。さて、ここで再びクイズですが、Ｊリーグにも同じ歌を歌うチームがありますが、ご存知ですか？　答えはＦＣ東京。カトリックとは関係ないはずなのに変ですね。

イングランドでは、アウェー席がゴール裏にあることはあまり無く、コーナーかロングサイドの端に設置されていて、入るゲートも分けられています。間違えてアウェー席のチケットを買って入場すると、ファンショップに行けない場合があるので要注意です。

酔っ払い以外でイングランドの良くないところは、試合中に人種差別的なヤジ（応援とはとても言えない）を飛ばすところです。スラングなので、気づかなければ良いのですが、「○△人が嫌いなヤツは立て！」と誰かが言うと、それに呼応して立ち上がる輩がいるのです。こんなことはやめてほしいですね。

２）スペイン

それに比べるとスペインの場合は、ほとんどが声の応援なのは同じですが、若干ドラムなどを持ち込むサポーターもいるようです。日本と同じような応援・・・誰かがドラムでリズムをとって、「ダンダンダダダッ・ダダダダッ・ニッポン！」　ではなく、「ダンダンダダダッ・ダダダダッ・マドリー」ってやっています。スペインでもゴール裏とロングサイドのサポーターの質の違いは感じられません。

ただ、スペイン代表チームへの応援の場合は、民族的な理由でまとまりがなく、共通の歌も少ないようです。また、クラシコのような大きな試合（民族代理戦争のような試合）では、アウェー席がありません。お互いに相手チームに席を売らないのでしょう。アウェーチームの個人のサポーターは若干紛れ込んでいると思いますが、まとまった席はなく、サンチャゴ・ベルナベウなら８万人の座席が全部真っ白っていうことになります。選手入場のときのスタンドは、現場で見ると圧巻です。面白いのは、座席に配られる白いパネル

の裏にはイラストが書いてあって、パネルの使い方が書いてあります。手を縮めてパネルを持っている人の絵に×、両手で大きく前に突き出している絵に〇が付いていました。スペインでは文盲率が高いため、字の読めない人にもわかるようにパネルの出し方も図解されているので、外国人にとってはうれしいことです。

３）イタリア

では、イタリアはというと、先ほども触れましたが、日本と同じようにゴール裏が特別な空間になっていて、なんでも来いという感じです。この点はイングランドやスペインとは違うところ。
しかし、ロングサイドは割と安全です。イタリア人でもゴール裏で暴れている人には近づきたくないという人はいっぱいいます。

それから、日本とヨーロッパで一番違うのは「ブーイング」の音（声）でしょうね。日本の場合は、「ブー」とか「ウー」とか低い音でやりますが、ヨーロッパの場合はピーピーという音（指笛、口笛）が主流です。ブーイングという名前からして「ブー」が本当なのでしょうが、こんな違いも面白いですね。

■ＡＣＬについて

続きまして、今日の主題のＡＣＬの話をしたいと思います。ＡＣＬというのはご存じの通り、ヨーロッパサッカー連盟主催の「ＵＥＦＡチャンピオンズリーグ」を手本として2002/2003 シーズンに発足したアジアサッカー連盟によるアジア王者決定する大会「ＡＦＣチャンピオンズリーグ」のことです。

１）海外観戦ツアーの歴史（W杯予選～欧州サッカー）

ＡＣＬの話に入る前に、日本において海外へのサッカー観戦ツアーがいつから始まったかについて触れておきたいと思います。これはあくまでも海外観戦ツアーが一般的になった、すなわち市民権を得たのはいつかということですが、私の考えでは、海外観戦ツアーがビジネスとして成り立ちはじめたのは、フランス・ワールドカップのアジア最終予選（97年）からだと思います。皆さんご存知のとおりクライマックスのジョホールバル（マレーシア）には１万人以上の日本人が訪れました。93 年のドーハにもツアーは出ていましたが大会形式がセントラル開催だったこともあり、一般的とは言えずあくまで単発的な少人数のものでした。

一方、欧州のレギュラーシーズンのリーグ戦の観戦ツアーが成り立つようになったのはいつでしょうか？それは 98 年、ヒデ（中田英寿）のペルージャ移籍の年からだと考えています。95 年にカズ（三浦知良）がジェノアに移籍したときには、カズ自身の怪我もあり

目立った活躍がなかったため観戦ツアーとしてはまだ火が付くところまで行きませんでした。しかし、カズのセリエA移籍で、この年、WOWOWでセリエA生中継が始まりました、ＢＳとはいえ、それまで無かった欧州リーグのテレビ生中継がこの年からスタートしたことで、多くの日本人がその面白さを知り、一度現地へ行ってみたいと思い始めたファンが 98 年の段階ではしっかり育っていたということだと思います。フランス・ワールドカップの後、98/99 シーズンのヒデのセリエAデビューからは、海外観戦ツアーに多くのファンが参加するようになったと思います。

2 度のワールドカップと、ヒデ人気やベッカム人気の後押しで、観戦ツアーを企画する側、参加する側の両者がともに成長したのではないかと思います。

２）海外観戦ツアーの歴史（アジアサッカー）

日本代表や欧州サッカー観戦ツアー以外に海外サッカー観戦ツアーのジャンルはあるのでしょうか？　忘れてはいけません。Ｊクラブの海外（アウェー）観戦ツアーがあります。それでは、こちらの状況はどうだったのでしょう？Ｊクラブの相手は必然的にアジアのクラブなので、観戦ツアーもアジア内ということになりますが、アジアにおける観戦ツアーに関してはワールドカップや五輪のアジア予選、アジアカップなどの日本代表の観戦ツアーを別として、Ｊクラブの国際試合の観戦ツアーは、実は昨年までほとんど無かったのが現状です。ところが、今シーズン浦和と川崎がＡＣＬに出場したことで、これまで注目されなかったＪのクラブの国際試合というカテゴリーに目が向けられるようになりました。

私の会社ではＡＣＬの前身「アジアクラブ選手権」の時代からＪクラブのツアーを企画していたのですが、昨年までの実績で一番参加者が多かったのは 2001 年シーズンのアジアクラブ選手権・決勝「水原三星ｖｓジュビロ磐田」観戦ツアーだったと思います。実は 1999 年シーズンに磐田はこの大会で優勝しているのですが、その頃はツアーを企画すること自体思いつきませんでした。2001 年の決勝ツアーの参加者は、その頃としては多い 40 人ほどだったと記憶していますが、その後はさっぱりで、その次にツアーが出たのはＡＣＬという名称になった後、マリノスが出場した 2005 年の中国（済南）と、東京ヴェルディがＪ２から無理やり出場した昨シーズン（2006 年）でした。ただ参加者は少なくツアーを出すのがやっとという状況でしたので、Ｊクラブの海外観戦ツアーはやめたようかと考えていたくらいでした。

ところが、今シーズン、浦和がＡＣＬに出場することで、状況が一変しました。浦和の快進撃がサッカー界に与えた影響は大きく、マスコミに取り上げられる回数も増え、ＪクラブのＡＣＬ初優勝、そしてクラブワールドカップ初出場という流れの中で、「クラブの国際大会が楽しいものだ」ということを日本中に示してくれたことで、日本のサッカー文化がまた一歩すすんだと考えていますし、ビジネスチャンスも広がったと感じています。

３）浦和レッズのＡＣＬの観戦ツアーと相手クラブ

さて、その浦和ですが今シーズンどれだけのサポーターがアウェーに応援に行ったのでしょうか？　正式に発表される数字はありませんのであくまでも私が算出した概算ですが、グループリーグ・ステージに関しては、第１戦「シドニーＦＣ（オーストラリア)」戦、約1,000 人、第２戦「上海申花（中国)」戦、約 1,800 人、第３戦「ペルシク・ケディリ（インドネシア)」戦、約 500 人と思われます。決勝ラウンド（ベスト８以上）に進んだ後はどうでしょう。ＡＣＬのグループリーグは３月～５月で行われ､決勝ラウンド１回戦の準々決勝は９月からスタートのため３ヶ月間のインターバルがあったせいか、準々決勝・第２戦「全北現代」戦の応援に行った浦和サポーターは約 4,000 人を数えます。これには驚きました。当日の全州ワールドカップスタジアムは駒場か埼スタの風景と見間違うほどでした。そして、ここからがもっと驚きなのですが、スケジュールに注目してください。（資料３参照）　準々決勝・第２戦を終えて準決勝進出が決まってから、準決勝・第１戦（相手は同じく韓国の城南一和）まではたった一週間しか無いにもかかわらず、会場につめかけた浦和サポーターの数は約 500 人。お隣の国なので行きやすいのは確かですが、時間が無い中よく 500 人も行ったものです。そして決勝戦の相手はセパハン（イラン）でしたが、このときも準決勝・第２戦（ホーム）と決勝・第１戦の間は２週間と短かいものでした。にもかかわらずイランのイスファハンまで１５時間以上をかけて約800 人が駆けつけていました。これが浦和サポーターの執念なのか、ホントにすごいと思いました。ＡＣＬ初出場でのＪクラブ初の快進撃とは言え、クレイジー（サッカー好きは元々病気なのかも知れませんが）という言葉で表現するに近いかも知れません。

（資料3）浦和レッドダイヤモンズ　ACL2007 スケジュールと結果

グループリーグ・ステージ				
第 1 節	ホーム	3 月 7 日(水)	浦和 3－0 ペルシク・ケディリ	(31,303 人)
第 2 節	アウェー	3 月 21 日(水)	シドニーFC 2－2 浦和	約 1,000 人
第 3 節	ホーム	4 月 11 日(水)	浦和 1－0 上海申花	(28,828 人)
第 4 節	アウェー	4 月 25 日(水)	上海申花 0－0 浦和	約 1,800 人
第 5 節	アウェー	5 月 9 日(水)	ペルシク・ケディリ 3－3 浦和	約 500 人
第 6 節	ホーム	5 月 23 日(水)	浦和 0－0 シドニーFC	(44,793 人)
決勝ラウンド(ノックアウト・ステージ)				
準々決勝・第 1 戦	ホーム	9 月 19 日(水)	浦和 2－1 全北現代	(33,103 人)
準々決勝・第 2 戦	アウェー	9 月 26 日(水)	全北現代 0－2 浦和	約 4,000 人
準決勝・第 1 戦	アウェー	10 月 3 日(水)	城南一和 2－2 浦和	約 500 人
準決勝・第 2 戦	ホーム	10 月 24 日(水)	浦和 2－2 城南一和	(52,314 人)
決勝・第 1 戦	アウェー	11 月 7 日(水)	セパハン 1－1 浦和	約 800 人
決勝・第 2 戦	ホーム	11 月 14 日(水)	浦和 2－0 セパハン	(59,034 人)

※アウェーを訪れた人数は筆者の概算。ホームにおける動員人数＝(　)内は公式発表もの。

一方、浦和と戦った相手クラブのサポーターについて少しだけ触れたいと思いますが、数の上から言うと、スタジアムで浦和サポより多かったのはペルシク・ケディリとセパハンだけで他のクラブは同数か、それ以下でした。ペルシク・ケディリとセパハンの両クラブともお国柄、サッカー観戦は無料なので、日本の環境とは違う条件ではありましたが、とにかくスタジアムは満員でした。相手クラブの中で、特に意外だったのは韓国の２つのクラブでした。両方とも招待券などで動員作戦を展開していたようですが、満員にならない上、元々のサポーターの数が少ないため、スタジアム内の浦和サポの比率が異常に高かったのに驚きました。Ｊリーグより早くスタートしたＫリーグですが、サポーター文化という点では完全に追い越していると感じました。

話は変わって、浦和のツアー参加者の年齢層ですが、これは意外と広く、ツアー中に興味深い話が聞けました。年配サポ（40 代）の方たちの話ですが、我々のようなある程度の年齢のサポーターは自己コントロールができるから、(仕事上、予算上で) 行ける試合と行けない試合をちゃんと区別している、しかし主に 20 代の若いサポーターはとにかく全試合行こうとするから、ちゃんとした仕事につけなくなっているとのことでした。私には理解できませんが、応援は麻薬のようなもので、依存症的なサポーターが増えているらしいです・・・。コアなサポーターは元来中毒症のような気もしますが、このあたり皆さんはどう考えますか？　それから年配サポの話によりますと、そのような若いサポーターはおそらく借金をしてツアーに参加しているはずだと言っていました。確かにアウェー観戦ツアーの代金は韓国や中国なら５～７万円ですみますが、オーストラリアやインドネシア、イランへのツアー代金は 10～20 万円でした。そんなわけで浦和の快進撃で一番儲けたのは浦和近辺の消費者金融ではないかという冗談話があるくらいです。来シーズンのＡＣＬでは、浦和はベスト８から登場しますが、もし、グループリーグからだったとしたら破産する浦和サポーターが社会現象になっていたかも知れません。(笑)

４）浦和レッズの話のつづき（新語の発生？）

サポーター達の話を聞いていておもしろいと思ったのは、「ヌルサポ」という言葉を耳にしたことです。「ヌルサポ」って皆さんは知っていますか？　これはゴール裏で応援している（コアな）サポーターに対して、ゴール裏以外のスタンド席（欧州風の表現を借りるとロングサイド）で試合を見るサポーターのことを指すようです。このヌルサポ（＝ヌルいサポーター）は、「浦和は好きで応援しているが、ゴール裏で立ちっぱなしは遠慮したい」という観戦スタイルをもつ人たちなのです。最初はゴール裏のサポーターが自分たちと異質なサポーターを馬鹿にした表現なのかと思っていたのですが、そうではなくて、逆にヌルサポ側が「私たちはラクしてます。ゴメンね！」というニュアンスで使っているらしいのです。面白いですね。

しかし、いつかはこんな言葉もなくなり、イングランドのようにスタジアム全体が一体となって、自然に歌と拍手が聞こえてくる日がやってくることでしょう。それまでの間、浦和サポは良い意味でＪクラブの手本となってほしいものです。

■日本サッカービジネスへの提言

最後に､欧州を手本としている日本やアジアのサッカービジネスの今後の発展において、これだけは真似して欲しくないということをお話します。

話題は残念ながら、全世界が注目し、多くのファンが熱狂するＵＥＦＡチャンピオンズリーグについてです。現王者はまさに今、来日中のＡＣミランですが、このＡＣミランがリバプールにリベンジして優勝した決勝戦は、今年の５月 23 日にギリシャのアテネで開催されました。この試合で起ったとんでもない出来事を皆さんご存知でしょうか？

ＴＶ観戦をした方も多かったと思いますが、リバプール側のゴール裏の座席が溢れていた・・・妙に人が多く、皆立っていた・・・と気がついた方はいませんでしたか？　なんと１５,０００人以上がオーバーブックだったのです。当日、私はツアーに帯同してスタジアムにいたのですが､キックオフ２時間前くらいからリバプール側の様子がおかしくなり、サポーターが暴れているらしいという情報が入りました。最初は何が起っているのかわかりませんでしたが、そのうちものすごい数のサポーターが入り口付近にたまっているのを目にしました。これはヤバいと直感しましたが、翌日のイギリスのマスコミ報道でわかったことですが、原因は偽チケットでした。

１万５千枚以上のチケットが偽造され、流通したということでしたが（我々の常識では考えられませんが)、決定的なミスは運営側が入場時のチケットのチェックを怠り、主催者が偽チケットの存在に気づいたのがキックオフ２時間前だったということです。この２時間前を境にして、これより前にゲートを通過した人はノーチェック（自分の持っているチケットが本物か偽物かは別として、とにかく入場はしている）という状態。しかし２時間前以降にゲートに来た人は、紫外線をチケットに当ててチェックされ､「あなたのは偽物です」といわれる人が続出。そんなことを言われて黙って引っ込むリバプール・サポーターではありませんから、強行突破を試みる人たちも多く、リバプール側のゲートは完全にパニック状態になっていました。(後から聞いた話ですが、偽チケットでも 10 万円以上で取引きされていたとのことですから当然かも知れません)　私が一番同情したのは、ＵＥＦＡ主催の試合のため全席指定席ですから、当然ギリギリに会場に来る人もいます。なにも知らずキックオフ直前にスタジアムに到着した人たちなどは、チケットが本物・偽物にかかわらず、係員に「いっぱいで入れません」と入場を断られてしまったのです。ひどすぎますよね？そんなわけで、リバプール側のスタンドには定員の倍以上の人がいるのですから、ＴＶで見ていても片側のゴール裏が異常だったことがわかるくらいでした。

当日、私のお客さんの中にも、心配して「私、外に出たほうがいいですか？」なんて電話してくる方もいましたが､スタジアムの外の状況を目の当たりにしている私としては､「今日の状態なら外に出たら負け。あなたは中にいるのだから、この状況下ならそれだけでラッキーと考え、頑張って進んでください！」と普通では考えられない受け答えをしていました。日本人の謙虚さが仇になる可能性があるので、特にその点を何度も注意していました。久々に味わった修羅場でした。

しかし、これだけ緊迫した状況の中でも、ＡＣミラン側の席には全く混乱が無かったのは不思議です。

経済サポーター＝イングランドのクラブだけにリバプール・サポが金儲けの標的にされ

たのでしょう。
本当に気の毒な事件でしたが、このような偽チケット騒動は欧州では時々起っていて実に深刻な問題になっているのです。

W杯などは近年では偽造を防ぐため､試合の２週間くらい前までチケットを発券しない、すなわち、一般にどのようなデザインのチケットかを見せない処置が取られています。しかし今回の事件は１万５千枚以上という途方もない数の目視でわからないほど精巧な偽チケット印刷し、流通させていたのですから、偽造の犯人はかなり前からチケットのデザインを知っていたことになります。クラブの関係者が関与していたことはほぼ間違いなく、報道ではイギリス政府がギリシャ政府を訴えるというほど大きな問題になっています。
サッカーの試合の質、各国リーグや大会などのステータスの高さ、サッカーを取り巻く環境の充実度など、欧州に学ぶべき点は多々ありますが、このようなことをしてサッカーを食い物にし、スタジアムへ足を運ぶ純粋なサッカーファンを苦しめるような事件は日本では起きて欲しくないですね。
日本の観戦・サポーター文化は急激に進む必要はなく、ゆっくりと正しい方向へ進んでほしい。日本文化の特徴である「いいとこどり」で日本独自のサッカー文化・環境が育ってほしいと思います。

というところで、私のお話を終わりにしたいと思います。
ご清聴ありがとうございました。

中　塚：ありがとうございます。ちょっと時間がおしていますので、質問時間を後回しとさせていただきます。

「みるスポーツ」文化が大分県にもたらしたもの

宮明透（大分工業高等専門学校）

中　塚：では、３番目の発表で、大分工業高等専門学校の宮明透さんにご登壇いただきます。宮明さんは高専の先生なのですが、実は大分県で、大分トリニータが 94 年に発足しているのですけど、その前年からトリニータの設立に関わっておられます。長い間、約 10 年間県協会の常務理事を務められ、そのタイミングでのトリニータ発足の関わりになったと伺っております。大分県、地方の成功事例と言っていいのではないでしょうか、「みるスポーツ」文化が大分県に何をもたらしたのかを紹介していただきたいと思います。

宮　明：ただいまご紹介いただきました宮明です。

この写真（九州石油スタジアム風景）なんですけど、2007 年の８月に行われました、日本代表対カメルーン代表のときのものです。まさか立派なスタジアムがこんな田舎の地にできて、これだけのお客さんが集まり日本代表の試合がみられるなんて、私の高校時代、数十年前には予想だにしませんでした。そういった大分が、ワールドカップやトリニータができて、どうやって変わっていったかという話をしたいと思います。

■大分県の紹介

先に大分のことを紹介したいと思います。地理的にご存じない方もいらっしゃると思いますので。大分の横は熊本です。大分と熊本を合わせて、中九州と言います。北九州というのは、福岡や佐賀があるんですね。おもしろいのは、ここにＪリーグのチームが全部あるんですよね。熊本は、ロッソが入ります。大分は、大分トリニータ。佐賀はサガン鳥栖。福岡はアビスパ福岡。さらに、ニューウェーブ（NW）北九州がＪＦＬに入ってきます。だいたい高速を使って２時間から３時間くらいの距離に全部あるんです。

だから、大分のサポーターの人も、観戦する人はずっと回るんですよね。大分だからＪ１だけでなく、例えば大分の選手がアビスパに行ったとか、ロッソに行ったとかで、高速を使って応援に行くんですね。Ｊ１の試合がないときには、Ｊ２の試合に行ったりもします。この辺は日本全国でも特殊なところだと思います。

さらに、長崎のＶ．ファーレン長崎がＪリーグを狙っています。今年は３位で地域リーグには出られなかったんですけど。鹿児島には、ヴォルカ鹿児島というのがあります。ここは最近元気がないですね。あと、ホンダロックは社会人なんですけど、宮崎はよい地ですので、けしかければ集まると思うんですけど。あとは沖縄のＦＣ琉球ですね。

大分の人口は、120 万人くらいです。男子と女子の比率をみますと、７万人くらい女性が多いです。これは、男はみんな、大阪とか東京に行ってしまい、少なくなってしまうんですよね。ですから、サッカーでも自然と女性のお客さんが多くなってきています。それから市町村数ですが、市町村合併があり、14 市３町１村です。この１村が中津江村なんで

すね。これは、合併するときに川淵キャプテンの肝いりで、ぜひ中津江村を残してくれということで、県の行政も中津江村も絶対残すということで、日田市中津江村として１つ残りました。あとは、大分市の人口は 47 万人。ここも男女の比率でいうと女性の方が多いです。ということで、約３分の１が大分市に集中していて、地方のほうは過疎化が進んでいるという状況です。

それで、これは大分県なんですけど、右端の国東市に工場がありまして、大抵の方がそこからバスで来るとか、別府湾をホバークラフトを使って渡って、大分まで来るということになっています。それから由布市に、有名な湯布院温泉があります。それで、日田市街地番右端にあるんですけど、熊本との県境に中津江村があります。

では、大分県とはどういう県なのでしょうか。平松前知事が提唱した「一村一品」活動で一生懸命やってきました。

それから、観光事業で言いますと、やはり温泉ですね。別府温泉、湯布院温泉、九重温泉があり、山・川・海の自然が豊かです。

ずっと田舎だったんですけど、昭和 30 年代の後半から大きく変わってきています。重厚長大産業を県が奨励して、大きな企業が入ってきました。それから昭和 50 年代から、キヤノンや東芝だとか、いろんな 3,000 人から 4,000 人の大きな工場ができました。最近では、九州にトヨタとかダイハツとか、大きな自動車産業が入ってきて、人口が増えてきています。

それで、あとはどういう方々が生まれてきたのかを紹介します。北の方の中津市出身の福沢諭吉さんや、69 連勝の大相撲の双葉山さんがいます。彼は、宇佐市出身です。少し前に亡くなられましたが、別府市出身の稲尾和久さんですね。別府の漁師の息子で、こうこうまでずっと漁師をやっていたそうです。それから、12 歳までいられたんですけど、サッカーでは竹腰重丸さん。日本代表、日本代表主将、日本代表コーチ、日本代表監督、日本サッカー協会理事長と、やっていないのは日本サッカー協会会長だけというかたです。

■大分のスポーツについて

戦後の大分のスポーツ

戦後大分の主たるスポーツの成果は何かと言いますと、昭和 24 年、その頃野球が盛んだったのですが、別府星野組という、火の玉投球で有名だった荒巻淳投手で都市対抗野球で優勝します。このチームは、後の近鉄で監督をやられた西本幸雄さんもおりました。それから昭和 27 年に、今も実況をやっているのですが、第１回の別府大分毎日マラソンが開催されました。この大会は、ヘルシンキオリンピックの予選も兼ねて、第１回が行わ

戦後大分の主たるスポーツの成果

昭和 24 年　別府星野組が荒巻投手で都市対抗野球で優勝
昭和 27 年　第１回別府大分毎日マラソン
昭和 20～30 年代　佐伯鶴城高校がインターハイ「競泳」で６度優勝
昭和 42 年　津久見高校が春の選抜甲子園で優勝
昭和 47 年　津久見高校が夏の甲子園で優勝
昭和 50 年　大分舞鶴高校が全国高校ラグビー選手権で優勝
昭和 56 年　第１回大分国際車椅子マラソン大会
昭和 62 年　全国中学校体育大会で大分明野中学校がサッカー日本一

れています。あとは、昭和 20 年から 30 年代にかけて、佐伯鶴城高校というのがありまして、インターハイの競泳で 6 度優勝しまして、オリンピック選手が多数この町から出ています。それから昭和 42 年と 47 年に津久見高校というのが甲子園で優勝しています。次に、昭和 50 年に大分舞鶴高校が、全国高校ラグビー選手権で優勝しています。それから昭和 56 年に第 1 回の大分国際車椅子マラソン大会が始まっています。サッカーでは、大分明野中学が昭和 62 年に全国中学校体育大会で優勝しています。

どちらかというとサッカーはマイナーで、野球・水泳・ラグビーが盛んな県だったんですね。私どもが大分サッカー協会にいた 93 年ころに、2002 年W杯招致活動で署名運動をやったんですけど、「ワールドカップの街頭署名ですけどよろしくお願いします」と言ったら、「ワールドカップって何？」と大部分の人に訊かれました。それほどサッカーは超マイナーだったんです。

現在の大分のスポーツ

でも現在は何があるかというと、４つのプロスポーツクラブがあります。Ｊ１に大分トリニータがいます。フットサルのＦリーグにバサジ大分。バスケットボールのｂｊリーグでは、別府に本拠地があるヒートデビルズがあります。バレーボールのＶリーグに、去年最下位だったんですけど、三好ヴァイセアドラというのがあり、これは病院の先生がやっています。それから春高バレーでは、東九州龍谷高校という非常に強い高校があります。

施設では、4 万人収容できる九州石油ドームがあります。芝生のサッカー場は県内に 19 面あります。2002 年の前は大分に 1 面しかなかったんです。中津江村のキャンプ地だとか、佐伯市のキャンプ地は、本大会に向けて施設整備して 19 面になりました。このおかげで、現在高校サッカーの予選第 1 回戦から芝のグラウンドを使えるという選手にとって非常に喜ばしいんですけど、珍しいこういう形態が起きていまして、九州の中でも非常に元気のよい街として羨ましがられているのが実態です。

■大分のサッカーの歴史

昭和 41 年大分国体開催までの大分サッカー

まず、昭和 41 年までの大分のサッカーなんですけど、やはり田舎の状態で、大分師範、中津師範というのがあってサッカーを続けていたんですけど、非常にマイナーな時代です。せいぜい高校で、昔あった神奈川国体や富山国体でベスト 8 に入る程度だったんです。

ところが、一昔前の昭和 41 年の大分国体のときに第 1 回の変革がなされます。昔は高校、教員、社会人の部という 3 つの大会が国体でありました。その中で教員に多くのかたがたが助っ人で来たんですけど、そのときの教員のかたがたが大分に残ってしまったんですよね。それで、サッカーのいろいろな普及に努めてくれたんですね。

昭和 41 年大分国体開催から平成 4 年までのまでの大分サッカー

昭和 41 年の大分国体の後、サッカーは少年が大事だということで、少年サッカースクールを、ここに来ていた先生たちが主体となって始めて、それがスポーツ少年団の基礎を

築いていってくれました。しかも、彼らは東京オリンピックでクラマーコーチから直接指導していただいた方々だったものですから、非常に一所懸命やってくれました。

昭和 62 年に明野中学が日本一になるんですけど、このときはたまたまうまくいって、新庄先生といって、三浦淳宏だとか、永井秀樹だとかを少年時代に教えた先生なんです。中学には吉武先生というのがいて、今日本サッカー協会のトレセングループに入っています。この２人の先生の、明野小学校、明野中学校での一貫した指導のもと、しかもよい選手がいっぱい集まって上手くいった時代だったんですね。

ただ高校は、高校入試合同選抜制になっておりまして、選手が全部分散してしまいました。それで、全く監督のいない高校に行った、U－15 の日本代表の選手なんかもいました。非常にかわいそうだったですね。ですから、それ以降、中学の優秀な選手は県外に出て行くようになりました。国見高校には、永井秀樹くんだとか、明野中学だった三浦淳宏くんなど十数人くらいが行きました。３年連続国見高校のキャプテンが大分出身だったということもありましたね。それで、大分の高校は高校選手権で 10 年連続１回戦敗退で、閉塞感の漂っていた大分だったんですね。

■W杯とトリニータ設立による変化

2002 年W杯時の反応

ところが、ワールドカップ開催地の立候補と大分トリニータをつくったということで、劇的に住民が変わってゆきます。2002 年の前に大分合同新聞というのがあるんですけど、その新聞誌上で激論が交わされます。「サッカーのために 250 億円のスタジアムはいらない」とか、「ワールドカップってなんや？？」と。こういうことを若者はどちらかというと歓迎で、年輩者のかたがたは反対ということが起きていました。

それでワールドカップのときは、試合の日に商店街はフーリガンを恐れて店を閉めたんですよね。これはなんと警察からの指導があったんですよ。青年会の人は、なんだこのビラは、ということで警察に文句を言って店を全部開けさせろと言ったんですけど、結局全部閉めてしまったんですよね。自治会のかたも、スタジアム周辺を恐れて実家に帰る人もいました。これは何でかというと、表には出ていないんですけど、やはり 1990 年ころのヨーロッパチャンピオンズリーグの映像をバンバン流したものですから、あれをまともに受けた自治会のかたがたが大変なことになるということで、決起集会を開いてすごいことになってしまって。私も明野団地に来て講演をしてくれという依頼があったので行き、こういうふうにして迎えると楽しいですよという話をしたんです。講演が終わった後、自治会長が言った一言は、自分たちの家は自分たちで守る、という話になりまして、ビックリしたという記憶があります。それくらい大分はサッカーというものがなかったんですよね。

2002 年を契機とした変化

ところが、2002 年に向けて日本サッカー協会が日本代表戦を誘致したり、あるいは大分トリニータがＪ２だったものですから、毎週水曜と日曜に試合をやるんですよね。そうすると、最初は 2,000 人とか 3,000 人だったんですけど、一番少ないときは 100 人に満たな

いときもあったと思いますが、それが 2002 年に劇的に変化します。まず、６月にワールドカップを開催して、11 月にＪ２を優勝して、Ｊ１昇格が決まります。それで、観客が一気に１万をここで超えるんですね。2003 年のＪ１リーグのときは、３万超えが３試合あります。まあこれは、浦和、鹿島、磐田など人気のあるクラブが来たときですが、超えました。だから、2002 年の劇的な変化は、住民のサッカーの意識を完璧に変えました。

大分の観客動員なんですが、2002 年に昇格するんですけど、ここでＪ２で快進撃を続けたものですから、2003 年からずっと２万超えを続け安定しています。ですから、平均２万前後のところで推移しています。ただ、ここから伸び悩んでいるとも言えます。スタジアムは４万人までＯＫなんですけど、これからどうやって新規層を増やそうかとクラブは悩んでいます。

反サッカーから融和へ

住民の意識がどのように変わったかというと、まずＪ１昇格で非常に盛り上がって、新規層が一気に増えました。それから、ワールドカップを生で見て、サッカーに対する偏見がなくなっていったんですよね。メディアが出した暴力的なイメージなんてまったくないし、友好的であるし、そういったことで偏見がなくなりました。

それから毎週やるトリニータの試合を見に行って、ここで大分県がまとめたものだと思うのですが、ホームゲームのみで年間 23 億円の経済効果を出しました。あとこれが大分のＰＲ、観光、宿泊客に大きな影響を与えていることを、地元紙である大分合同新聞が流しました。それから、地元のメディアである大分放送であるとか、テレビ大分などが、こぞって取り上げていったんですよ。これによって、「見せる力」の確かさを実証することができ、住民の意識がすごく変わっていきました。

■大分トリニータのサポーター

大分の観客の特徴

大分の観客の特徴なんですけど、まずファミリー層が非常に多いです。たぶん実際にスタジアム行かれかたなら分かると思うのですが、30 代、40 代のお母さんが非常に多いです。これは、少年優待制度というのがあり、小学生は無料なんですよ。全部の小学校にクラブの人が行って、校長先生に家族割引券を渡すんですよ。そうすると、小学生くらいだと、子どもが行きたいというと親が付いていかなければならなくて、でも割り引いてくれるということで、すごくたくさんのファミリー層がいます。それからスタジアムの地理的環境ということで、車でしか行けないということで、車の利用率が 80%です。

あと２番目は、女性が多いです。これは先ほども言いましたが、人口構造上ということもあります。また、家族割引での「ママ」が多いということですね。

３番目は、小・中・高校生が多いということです。これは前売り券を高校生でも 500 円で売っているんですよね。これはクラブの方針として、若い人たちにとにかく見てもらって、将来トリニータのサポーターになってほしい、あるいはクラブを応援してほしいとい

う思いからだそうです。

どのように楽しんでいるのか？

でも実際にこのような人たちが来て、どのように楽しんでいるのかというと、とにかく相手ゴールへボールが近づけば拍手をします。クリアーをされればため息をつきます。でも、「どうして相手のほうが多いように見えるのか？」「どうしていつも守ってばかり？」など、サッカーをどう見ていいのか分からない女性のかた、あるいは年配の人たちもいます。それで、クラブのほうもいろいろとやったんですけど、例えば子どもの娯楽施設として、キックターゲットなどを毎回やっていますし、ボランティアの学生サッカー部の人に来てもらってイベントをやっています。食べ物市場ということもやっています。

あと、スタジアム探検ツアーや、選手更衣室を見せてもらうツアーもあり、これはすごく人気があります。毎回 50 人限定で、毎試合いつも満員になっています。あとは、練習ピッチツアーというのもあります。試合前に選手が出ていくときに、ハイタッチをするというものなのですが、これも人気があります。このようにクラブもいろいろと企画してやっています。

サポーターの成長

これは私がスタンドでいろいろと見ながら感じたことなんですけど、「１点視点１ショット観戦」という、すごく日本人の目線に慣れたものだと思います。これは何かというと、野球だとバッテリー間のサインはよくみているんです。相撲だと土俵上だけをみています。柔道や剣道も畳の上をみています。しかし、時間がほとんど、ピッチャーが投げてから約２～３秒、相撲でも長くて 10 秒くらいで、ほとんど決着が付いてしまいます。

ところが、サッカーだと、「多点視点連続観戦」といって、絶えず目線を動かさないとできない。しかも、連続してそれが起こるのです。これには日本人は慣れていなかったんですよ。これは観戦のリズムがまったく違ってしまうんですよね。ですから、メディアの大分の地元の放送も、こんな感じでサッカーの放送をしていたんですよね。だけど、ゴール裏のサポーターの人たちが非常に頑張ってくれて、しっかりと自分たちと応援しようとしたことが、まず一つです。

それから、ゴール裏のサポーターの人たちが声を掛け合ってアウェーにも行くようになったんですよ。この写真（当日パワーポイント資料）は昨年の福岡の博多の森なんですけど、実際大分から 7,000 人くらい行ったんですよ。車で２～３時間という距離なんですけど、半分が大分のサポーターで埋まってしましました。

その結果、みんなどうやってサッカーが楽しくなったかというと、やはりサッカーを数多くみることで、サッカーの楽しさが増加していくんです。最初分からないと言っていた人も。やはりみることによってサッカーのおもしろみがだんだん分かってきたと言います。そういうことだと思うんですよね。

■最後に

最後になりますけど、やはり地元の人にとって、田舎の人にとって、このふるさと大分

のこのクラブは誇りなんですよね。そういう意味で、ものすごく定着していると思うんですよね。

それから２番目に、すごい新たに生まれた人的ネットワーク。多くのかたがたがサッカーをみることによって大分トリニータというのをベースに、さまざまな関係ができてきているんです。それは、いろんなかたがたの人生に新しい扉を開いておりまして、街の新しい燃費になっています。地元の中で一番のコミュニティの場として人気があるのは九石ドームなんですよね。

大分の人たちが、今年は降格を逃れることができたんですけど、降格しそうになるとお客さんが増えるんですよ。降格しそうになるとどんどん増えてきて、2003 年だったと思いますが、この一戦でＪ１から落ちる、Ｊ２になるかどうかという最終節の仙台戦で、スタジアムは満員になりました。補助席を出していなかったので、34,000 人くらいです。では、なぜそんなに来るのかというと、クラブを落としたくない、強い住民の地元に対する愛情だと思うんですよね。そういったものが、非常に見えた試合です。スタジアムを楽しむのはやはり地元、例えば新潟とか甲府であるとか、たくさんの地元のクラブがあるんですけど、大分のかたがたにとって誇りとなれるようなクラブをつくることが一番だと。

私も言っているのですが、多くのサポーターの話を聞くと、全くサッカーを知らない人が、毎試合みにいくことによって、戦術も分かり、いろんなことに長けてきました。質問する内容も変わってきました。やはり、数多くみされることが一番だと私は思っています。

ご静聴ありがとうございました。

中　塚：ありがとうございました。今の宮明さんのプレゼンに対して何か質問はございますか。

ないようですので、ここで第１部を終了させていただきます。少し休憩を入れて、ちょっとこの場を変えさせていただき、第２部に入りたいと思います。先ほどのところから個別の質問も含め、後半で取り上げてもらいたいことが何かございましたら、お手元の質問用紙があると思うので、この休み時間に出していただけると活用できると思います。よろしくお願いします。

第２部　ディスカッション

中塚：これから第２部を始めたいと思います。最終的に議論したいのは、サッカー観戦を楽しむためには、何をどのようにやっていったらいいのかということです。考えかたの一つとして、運営側の視点があると思います。もう一つは、観戦者側でどういうことを考えるのかということになると思います。時間も限られていますので、後半の議論では、観戦者はどこでどのように育っているのか。そのために運営側がどのようなことをしていったらいいのか、というところについて議論できたらと思います。

その前に、ここまでのところで、いくつか演者のかたに質問があります。先に解決しておいたほうがいいと思われるものがいくつかありますので、取り上げたいと思います。

まずは仲澤さんのところで、「Ｊリーグ観戦者調査をどのように活かしているのか」という質問があります。ちょっとそのあたりをお願いします。

■仲澤氏への質問

仲澤：リーグでは、理事会や実行委員会、運営委員会のレベルでフィードバックされます。イレブンミリオンの所管に移ったということもあり、活用の仕方はこれまでよりきめ細かくなったようです。個別にクラブには、クラブにより広報や運営など窓口は違うのですが、そことの情報交換をしています。一般には、Ｊの公式サイトで、2004 シーズンの結果からＰＤＦで公開するようにしています。学生や院生が、卒業論文や修士論文のために活用する場合もあります。クラブによっては温度差があることは否めませんが、昨年の「横浜 FM の 8.11」事例のように、データを実務に活用する事例は多くなってきました。

中塚：一般的にはこう言われているけど、実際にデータをとってみると違った。逆にデータをとってみると、実際と違うぞということがもしあればお願いします。

仲澤：はい。例えば、Ｊリーグは高齢化などです。札幌のデータですが、平均年齢が 43 歳とかですね。これは、最も若いＧ大阪と 11 歳くらいの差があります。

他に意外だったのは、日本代表戦の調査で、Ｕ代表戦は「本当にサッカーが好きな人」でかなりの部分が占められていると思っていたのですが、実際には、そこに「スタジアムデビュー」をしている人が多いのだということが分かりました。Ｕ代表とか、なでしこでも、新規の層がけっこうあります。協会側は、マニアック対応というか、「常連さんだから……」の対応をしがちなんですが。

あと、なでしこでファンでも高齢化がみられています。

中塚：そこに関連して、サポーターの年齢の変化に、何か傾向はありますか。

仲澤：平均年齢でいいますと、１歳ずつ上がるというのは問題があるわけですね。つま

り、若い層の獲得に失敗しているわけですから。ここ４年くらい、毎年 0.6 歳くらいずつ上がっています。大学生年代(19～22 歳)を取り込めているクラブはあまりありません。その層の構成比は、リーグの平均で 7%です。G 大阪がリーグ最高の 13%くらいです。大学生年代というのは、流行というかファッション性のバロメーターになるかもしれません。J の成長期には、その層のシェアがかなり高くなっていました。その層に訴える手法の整備が大切だと思います。

それから定着率の高いサポーターというのは、データでみますと、93 年から 95 年にデビューした人たちです。やはり最初の 3 年間の人たちが多くのクラブでコア層になっています。それがそのまま 30 代から 40 代にシフトしはじめました。その立ち上げ時の「原体験」とでもいうのでしょうか。大きなスポーツ・イノベーションを感じた人たちが、「俺たちの、私たちの」っていうことで支えているんだと思います。

一方で、日本リーグ時代のファンで、その流れについていけなかった人たちもいます。開幕期参入層の人たちよりも、上の層の人たちの回帰というのが、Ｊ２あたりで結構みられているように思います。その人たちは、一時期、なんか「Ｊを裏切った」とでもいうのでしょうか。あるいは、J が与えた疎外感のようなものから離れたのかもしれません。そうした「Ｊ」についていけなかった（いかなかった）というような人たちが、再合流することによる回帰現象的な高齢化もみられるように思います。これは、よく調べてみないといけないトピックです。

中塚：もう一つ仲澤さんに。今回のテーマはスタジアム編ですけど、スタジアムへの観戦動機とテレビ放映の関係。特に、地上波によるテレビ放映が減ってきたことでの影響はあるのかどうかという質問です。

仲澤：これは、まず「スカパー！」との関係が大きいかと思います。一括契約になってから、安定した分配金を得ることが出来た一方、地上波放送、とりわけ地方局の放送条件という点からは、放送の条件が悪化しています。テレビは、いまＪのクラブにとって大きなメディアになっています。情報入手経路としてあげられたメディアの上位 2 位以内に、テレビが入らなかったクラブは、31 クラブ中、3 クラブ（水戸、湘南、鳥栖）だけでした。ローカルのメディアとして、特にＪ２なんですけど、テレビが効果的なメディアになってきています。スカパー！との一括契約により、試合開始時刻の多様化や、そのアロケーションの問題など、クラブの運営レベルでの問題が生じています。今後、スカパー！と地上波ローカルとの関係などは、何らかの対応が必要ではないかと思います。

■宮明氏への質問

中塚：せっかく地方の時代ですので、同じ質問を宮明さんにも送りたいと思います。大分における観戦者の動向と、大分におけるテレビの放映の様子。そのあたりを教えていただければと思います。

宮明：観戦者の動向は、2003 年Ｊ１リーグに参加しまして一気に増えたんですけど、そこで増えた方々がほとんど定着しています、大分の場合。そして、２～３回みにこられて惹かれる人も多いのですが、それに輪をかけて口コミが多いんですよね。特に女性が多いのは、グループを女性はつくりやすいということがございまして、隣の奥さんとか、いろんなサークルで声を掛け合って仲間をつくって、それで子どもを連れてスタジアムへ行く、という傾向がすごくありますね。

それからテレビに関しては、やはり放映権料がすごく高いものですから、地方の民放はなかなか厳しい。その分ラジオをいっぱいやるんですね。たしか４～５万円で放映できるということなので、ラジオ局を持っているところでは３試合に１回くらいラジオ放送に力を入れています。ラジオというのは目では見られないんですけど、タクシーの中でいつも流していますし、結構聴かれているんですね。特に大分の場合は、電車ではなく、車社会ですので、車の中で聴いています。サッカー情報を流し続けていて、そういったものを聴いているんですね。そういった面ですごくいいかなと思っています。

中塚：観戦者をどう育てるかということに関連してくるので、その部分は後半にとっておこうと思います。その他、宮明さんにはいくつか質問がきているのですが、お手もとの質問票の中でいくつかお答えいただけないでしょうか。

宮明：「大分トリニータを映す地元メディア」に関することなんですけど、やはり地元は積極的に取り上げていました。地元の方から積極的に、地元の新聞社、それに民放は３社あるんですけど、こぞって同じ時間帯に同じ放送をやっていました。今は、月曜日の夕方のニュースは、トリニータコーナーを８分くらいとっていますし､ある民放は、サッカーをもう少し分かってもらおうということで、ぼくもその番組に出続けました。サッカーのおもしろさというものを、私のコーナーを５分くらいつくってくれて、そこで映像を使って、例えば得点シーンの解説ですとか、審判がどうやってジャッジしているかなどの説明をしました｡審判が対角線で動いていることを知らない人ばかりでなんですね｡それから、審判のルールですとか、間接フリーキックと直接フリーキックの違いだとか、半年くらいかけて続けたりしました。そういった個を続けることが大切かなと思っています。ですから、メディアとして大事なこととして、情報を流し続けていくことだと思っています。試合がないときも、別の放送で地域の人に流そうということが大事かと思っています。

あと質問は､「Ｊ２に対して安定的な動員に寄与することは何かありますか」ということです。やはり動員でたくさんたくさん入れたいということでしたら、なによりまずチームを強くすることです。これは間違いなく集まります。それでも、もっと入れたいというときは、いろんなイベントをやることです。大分のクラブはいろんなイベントを企画してやっています。先ほども言ったんですけど、スタジアム観戦ツアーですとか、ピッチに出ている選手とハイタッチをして出ていくようなツアーですとか、いろんなツアーをやってい

ます。このように、いろんな企画を毎試合やる。それにいろんな人たちが付いてくるということですから、そこはやはり知恵を絞ってやり続けることが大事なことだと思っています。

あとは、「大分にフットサルとバスケットボールのクラブができたことで、観戦者の分散ということはなかったか」ということです。これに関しまして、私が見ている限り、結構両方行っている人が多いんですね。別府でｂｊリーグがあれば、そちらにも行きます。同時開催では行くことはできないんですが、スタジアムにいる方々で、昨日ｂｊに行ったという話を聞くことが多いですね。今日は大分トリニータに行って、明日は大分県立大学に行ってフットサルをみるということがあります。なんですかね、大分の人たちは地域に対する思いが強いのか、地域のチームに対して思いが強いのか、私の見ている限り、そういう方々が多くいますね。

あと、「地方都市に複数のチームがある場合の兼ね合いや、どのような教育の仕方がよいのか、大分の場合はどうだったのか教えてください」ということです。これは、クラブの方で、例えばチケット、ｂｊリーグのバスケットのチームと大分トリニータで、こっちの試合に行けばこっちの試合が何割か安くなるということを、今シーズンの終わりごろにちょっとやっていましたね。そういったことが少しずつ企画されていくと思います。合わせていろんな形でできると思います。まだ密着度は薄いんですけど、バスケットとトリニータでちょっとずつ話し合っているということは聞いています。

中塚：そこで一端切らせていただいて、大分の事例に対してお聞きしたいということはございませんか。

田中：（清水サポーターとして）宮明さんから大分トリニータ情報をもらって、アウェーの立場で観戦に行ったことがあるんですけど、サポーターの人たちが自分たちでホームページをつくっているんですね。駐車場はここがいいぞ、とか。それはたぶんホームの人たちを招き入れるためにやっているものだと思うんですけど、それを結構アウェーの人たちもみているんですよ。それで、アクセスの多そうな大分トリニータのホームページをたどって、ぼくも有意義に過ごさせてもらったんですけど、ああいうのってチームがやろうっていうのではなくて、たぶん数年間サポーターをやっているかたがたが自主的にホームページをつくっていると思うんですね。そういうのって、チーム関係者は把握しているんですかね。

宮明：状況は知っていますけど、チームの関係者は全く手を出していません。

田中：自主的にやっているということですね。

宮明：自主的にやっています。

田中：私が見に行った試合は２万人くらいだったんですけど、大分における２万人というのは、たぶん浦和における６万人に匹敵するのではないでしょうか。もちろん４万人入れ

ばそれがいいんでしょうけど、失礼な言いかたかもしれないですが、善戦していると思うんですよ、あの立地条件で。あのマイカー率だと渋滞もすると思うんですけど、夏の試合のときはナイターの試合で、それでも２万人来るというのは、交通手段を考えてもすごいと思います。ワールドカップの跡地利用として、すごくいいんじゃないかと思います。

あとは、もっとアクセスよくなって、公のもの、バスが多いとか、そういう情報がもっと多くなれば、アウェーの人も大分駅に着けば気軽に 30 分でスタジアムに行ける、というように、時間が読めればもっとアウェーから観戦に来るんじゃないかと思います。これはどの地域の地方都市でも言えると思うんですけど。まあ、本数を増やしてもお客さんが来なければ減ってしまうという負のスパイラルが起こることもあるでしょうから難しいとは思うんですが。

頑張ってください。

宮明：ありがとうございます。

中塚：サポーターのかたがたがつくられているホームページですか。

宮明：そのかたは、大分の青年会に入っておられるかたで、いつも大分をＰＲしたいって思っています。それで、ホームページがないときに、空港から写真を撮りに行っていました。いつかヘリコプターツアーというのがあったとき、ヘリコプターに乗ってスタジアムの上からの写真を撮り、それをすべてホームページに載せたものもあります。

中塚：どこかから頼まれたわけでなく、そのかたが自分でですか。やはり地域を活性化させるためには、ただ待っているだけではダメ。誰かが何かをやらないといけないということですね。

宮明：そうですね。そういった面で、若い人たちが地域にできるものができた、という感じですね。

■徳田氏への質問

中塚：徳田さんにもいくつか質問がきていまして、まず一つ。「ツアーに申し込む人たちと、個人で全部手配して海外に行く人の違いは何か感じられますか」とのことです。

徳田：旅行会社に丸投げする人と、自分でチケットや航空券を手配して安くあげる人の違いという意味だと思うんですけど、一番のポイントは、お金と時間のバランスだと思います。学生さんなど「お金はないが時間はある」という方なら、たとえ乗継ぎ便で時間がかかっても安い航空券で現地に飛び、チケットも現地で買う（最悪、買えなくても仕方が無い）というチャレンジ型の観戦旅行が可能です。このような方なら旅行会社を利用する必要なないと思いますし、私的にも一番楽しい観戦の方法だと思います。逆に、仕事が忙し

い社会人の場合は、「お金はある（払う）が、チケットも日程も確保してくれ」という人は、自分で調べたり探したり手配する時間はないので、多少高くても確実にチケットや航空券を手配して、それを保障してくれるところに頼みたいと考えるのだと思います。年齢や収入、社会的立場、そして価値観からくる違いだと思います。

中塚：その他いくつか質問票があるんですけど、もし答えられるならお願いします。

徳田：はい。では二つ目の質問として「海外サッカー観戦ツアーを提供する際、どのような内容のことをすればいいですか」という質問がきておりますが、おそらくこの質問の意味は「どのような内容を『ウリ』にしていますか」ということだと思いますので、そのように解釈してお答えいたします。一つ目の質問と重なる部分もありますが、取りにくいチケット、例えば「マンチェスター・ユナイテッド対アーセナル」、「ミラノダービー」、「クラシコ」など、こういった試合のツアーを企画できる、すなわちチケットが確保できるという点が旅行会社の「ウリ」だと思いますし、そうじゃなければ観戦ツアーを扱う旅行会社の存在価値はありませんよね？

次に三つ目の質問で「複数のコンテンツと組み合わせたツアーとして具体的にどのようなことをやりましたか」というのがあります。例えば、オリンピックでは、サッカーと野球とか、サッカーと柔道という組み合わせのツアー（オプショナルツアーとしてですが）を行なったことはあります。サッカーの場合、国際大会では、試合と試合の間隔が３・４日あく場合がありますから、そんな時に、柔道や水泳をみたいという要望にはできるだけ対応しています。

最近では、チャンピオンズリーグの「チェルシー対ローゼンボリ」（9/18）、「アーセナル対セビリア」（9/19）がロンドンで 2 日連続して開催され、かつ翌日の 9/20 にラグビー・ワールドカップの「ウエールズ対日本」がカーディフで行なわれるという偶然がありましたので、このときは３試合観戦というツアーを企画しました。日程や移動距離などを調べた上で、予算的にも可能な範囲であれば臨機応変にツアーは作成しています。

※（注）2007 ラグビー・ワールドカップはフランス大会だったが、カーディフ（ウエールズ）やエジンバラ（スコットランド）でも試合が行なわれた。

それからもう一つ「韓国ではＫリーグよりナショナルチームの人気が高いのですが、イギリスではどうでしょうか？」という質問がきています。実はその他にも二つの質問があるのですが、それらは調べないとお答えできない内容ですので、ここではこの質問にだけ答えさせていただきます。

韓国のナショナルチームの人気という話の前に、サッカー観戦に対する考え方が日本とは違うという点に触れておきたいと思います。日本代表の試合のチケットならカテゴリー１で 8,000 円くらいだと思いますが、見に行こうという人なら高いとは思いつつ、お金を出してチケ

ットを買うのは当たり前じゃないですか？　韓国の場合、自分からお金を払って積極的に見に行こうとする人は少ないと思っていた方がいいです。もちろん、私が今まで韓国で見てきた範囲（渡航回数は 30 回以上）でのお話ですが、試合は見たくてもできるだけ自分ではお金は払いたくないと考えるのが韓国人の考え方だと思います。すなわち、そこまでして見たいと思っていないのですね。日韓ワールドカップのとき、韓国は予想外の活躍で準決勝まで勝ち進み、確かにチケット価格が高騰しました。しかしそれほど高くなったわけではなく８万円程度だったと思いますが、「テーハー・ミング（大韓民国）」であれだけ盛り上がっていたのに、個人で買っている人はあまりいませんでした。このときチケットを買っていたのは韓国の企業であり、皆、誰かが招待してくれるのを待っているという感じでした。

だから、本当にナショナルチームの人気はあるのかというと、実は普段からナショナルチームを見ているという人よりも、ナショナリズムに乗っかっている人のほうが多く、人気があるようにみえますが実際のところはどうなのかと疑問に思います。大韓サッカー協会で仕事をしている友人も、A代表以外の試合（U-23 の試合など）でも、日本では客が集まるが、韓国では集まらないと嘆いていました。日本でもアンダーの世代の試合を見たいという人はＪリーグに足を運んでいる人から派生するのですから、Ｋリーグ＝企業スポーツであり続け、集客できずに苦しんでいる韓国のお国事情なのかと思います。

また、イギリスと比べてということでしたが、イギリス（ＵＫ）ではなくイングランドについてですが、地理的にも日本と同じような島国の一部がイングランドなのですから、元々まとまりがあり、しかもクラブをサポートすることは人生の一部だと考えている人達なので、クラブの代表でもあるイングランド代表はその延長上にあって当然人気もあります。他の国と比較した場合、例えばスペインは同じ国の中でも民族や文化が違いますし、イタリアの場合もポリスと言われる小さな都市国家から発展した国ですから、この２つの国についてナショナルチームの人気度は低く､あくまでサッカー人気はクラブが主体です。しかしワールドカップやＥＵＲＯの期間だけは他国との対抗という意味で注目度はアップするようです。

中塚：そこで切らせていただきます。ありがとうございます。フロアーには、仲澤先生の研究室の院生で、韓国からの留学生の安さんがいらっしゃいます。今の徳田さんの話を聞た中で、韓国のクラブチームと代表チームの応援、あるいはそれに対する韓国の人々の意識。そのあたりで何かコメントがありましたらお願いします。

安：韓国のクラブの場合は、実質的には「地域密着」でやっているわけではありません。ですが、サッカーを楽しんでやっている人たちの、サッカー選手に対する意識はすごく強いのです。また国に対する意識もすごく強く、ナショナルチームはすごく人気があると思います。まだ、クラブに対する意識を育てるという方法論をクラブが持っていないため、Ｋリーグとナショナルチームの人気のギャップが埋まっていないのだと思います。そういったこと（クラブへの結びつきを育てていくこと）ができたら、ナショナルチームに人気があるみたいに、クラブの人気も高くなると思っています。

中塚：ありがとうございます。ちなみに、１試合平均で観客数はどのくらいですか。

安：クラブ間の格差が大きいです。１位のクラブの浦項スティーラーズは 8,000 人くらいですが、下の観客動員数を記録しているクラブはＪ２レベルくらいです。

中塚：ありがとうございます。

■「見かた」はどのようにして身につけられていくのか

中塚：他にも個別にいろいろと質問を受けているんですが、時間の関係で全部を網羅することはできません。

ここからは、後半戦です。仲澤さんのプレゼンの最後に出てきたところと関係しているのですが、観戦者は単なる消費者なのか、もしくはその空間を担っている文化の生産者として位置づけられているのかということです。単なる消費者としてではなく、ファンあるいは観戦者がいてはじめてその空間が意味のあるものになる。しかし、その空間に全く訳の分からない人たちがただ集まってワーワーやっていてもしょうがない。そこに観戦者を育てるというある種の教育的視点があったり、観戦文化を楽しむという視点があったりすると思います。では、観戦者はどこでどのように育っていくのでしょうか。あるいは運営者側の言いかたからすると、観戦者をどのように育てるか、そのことを誰がどのように担っていくのかについて､フロアー全体で議論できたらと思います｡その取っ掛かりとして、宮明さんにお聞きします。大分で、人々は試合を見ることによってサッカーが分かっていく。でもそれだけではなくて、ラジオやテレビというメディアを使って、宮明さんは解説をされています。そういうところで話されるときに意識されていることなどありましたらお話しいただきたいんですけどお願いします。

宮明：最初の数十試合、ラジオの解説をやったことがあるし、テレビも年間３～４試合、大分県内だけのＮＨＫの放送なんですけど解説をしています。オフサイドの説明はしないんですけど、現在のゲームの流れはこういうようになっているよとか、キーマンは誰だとか、この人とその相手の選手を見てみようとかを言いますね。初心者の人にも分かりやすい言葉がけをしようと意識して解説をしています。

中塚：ラジオの場合は、映像が映らないですよね。そうすると、全く分からないものを初心者がどこまでイメージを膨らませてもらえるのか。かなり難しいと思うんですけど。

宮明：確かにそうですよね。例えばゴールシーンで、ある選手からこの選手にボールが渡ってゴールした。このパスがすごかったとしか言えないんですよ。でも、その選手の特徴だとか、プレーのよさとかを誉めてやります。その選手の名前は視聴者の耳に残るんですよね。だからスタジアムに行ったときに、ああ、あの選手だということになりますし、選手の特徴を大事にして言うようにはしていますね。

中塚：仲澤さんのデータの中で、ラジオ、他のメディアでの学習の成果というのはみることはできますか。

仲澤：あいにくですが、調査研究のテーマとして、そこまではいっていないです。データの関連でお話ししますが、昨年(2006 年)の 11 月からＪＦＡの代表戦の調査をお手伝いしています。札幌、大分、エコパ、横浜国際、埼玉と、８月まで５会場で調査を行ったんですけど、地域に関連し、きれいに三つのグループに分かれました。札幌と大分というのは、代表戦が初めての人が多くいます。その一方で、コンサドーレとトリニータのサポーターなんですよね。Ｊとの連携がとても強い。対極にいるのが、横浜国際と埼玉です。代表戦のリピーターも多く、横浜国際だからといってマリノスのサポーターということではなく、Ｊをほとんどみない人もいます。収容人数が大きい分、また都市部である分、市場細分化のような現象がみられています。エコパは、データ上、ちょうど中間的な傾向がありました。清水と磐田にも分かれているし、代表のリピーターも一定程度、います。

今の類型に基づくと、大分とか札幌というのは、ある意味で育てやすいのではないか、と思っています。誤解されたら嫌ですが「純粋培養的なこと」ができるのではないでしょうか。

文化の継承という点では、観戦が上手な人、ベテランの人から観戦文化を教わるという点が重要かと思います。横浜国際でも埼玉でも、もちろん可能だともいますが、先ほどのプレゼンの通り、大分にはまったく知らない人もいるということであれば、知らない人がいるというところに投げかけていき、感じてもらい、一緒につくり上げていくといったことが可能ではないでしょうか。数字からみると、札幌と大分というのはピュアな感じがしますね。エコパの場合は根っこができている感じで、安定感があるようにみえます。むしろ波がある（不確定な）というのは都市部の方で、埼玉とか横浜国際というのは、幅が広い分だけいろんなことを含むのかもしれないと思いました。

中塚：つまり、日本のサッカーはＪリーグが始まってからサッカーが始まったというわけではない。例えば埼玉では、その長いサッカーの土壌の中で、お互いに教え合ったり、年配の方から子どもに、親から子へというように受け継いだり、という伝えられかたをしているのかなと。逆にサッカーの土壌がそれまであまりなかった地域では、何らかの形で運営側が働きかけていく必要があるという感じなんですかね。

そのあたりどうなんでしょうかね、徳田さん。観戦ツアーを企画する中で、どこでヨーロッパの人たちというのは、拍手のタイミングを学んでいくのでしょうか。

徳田：拍手のタイミングですか。これは難しいですね。例えばイングランドでは、どこのスタジアムに行ってもほとんど同じタイミングで拍手が起こりますよね。ブーイングのタイミングも同じです。日本の試合でスタジアム全体が同じタイミングで反応するかといっ

たら、そうではないと思います。日本の場合、ゴール裏にはリーダーが居て応援のタイミングを仕切っていますから、リーダーが居ない部分の観客がタイミングを合わせることはできません。でも、いずれゴール裏の人たちの年齢層も上がり、スタジアムのいろいろな部分に散って、スタジアム中が同じレベルのサポーターで埋まるということになるかもしれないですね。Ｊリーグはその過渡期かなと思います。先ほども話に出ましたが、欧州でゴール裏とロングサイドの違いを唯一感じるのはイタリアだけです。

中塚：これはどういうことをわれわれが最終的に目指しているのかということもあります。10 年後のわが国のサッカー環境はどうなっているのか。今のイングランドのような様子であってほしいのか、それとも日本的な独特の試合とは無関係の歌があったり、一方でそれで盛り上がる人がいて、他方でじっくりとゲームをじっくりとみたい人のコーナーがあって。

■競技場、スタジアム観戦の「いま」

中塚：どういうのを目指すのかというのと関連すると思うのですが、ちょっとこのあたりでフロアーの人たちから感想でも構いませんから、自分が競技場に行ってこういうのは気分が悪いとか、こういうのがいいというので構いませんので、フロアーの方でご意見、ご感想をいただけないでしょうか。いかがでしょうか。

本杉：本杉と申します。今の拍手のタイミングという話ですけど、ぼくはサッカーを好きで、テレビでも見ますが、スタジアムにもちょこちょこ行きます。それで、スタジアムに行くときは、よくゴール裏に行き、歌を歌ったり、跳んだりはねたりして、サポーターのところでよく応援することがあるのですが、大好きなサッカーを一番よく見られるのは、メインスタンドやバックスタンドでゆっくり座ってみることだと思うんですよね。でもなぜそのゴール裏にいって応援するのかということなのですが、一般的には自分が声を出して、それで選手が力になってくれたと言ってくれたときが。これは浦和の選手がよく言いますね。確かにそういう部分があって、私も参加しているという気分が味わえる点がすごく大きい。ただそれが、では自分がメインスタンドやバックスタンドで座ってみているときに、試合に全く関係のないところで歌が歌われたり、ブーイングが入ったりすると、やっぱり気分を害するんですよね。ぼくはその両方の立場でサッカーを楽しんでるんですけど、自分の中で約束事というか、守っていることは人の嫌がることはしたくないということで、ゴール裏で跳んだりはねたり歌ったりしていても、今ここでするべきところではないと自分で判断すればしないし、自分立って応援したくても後ろの人にみえないから座ってくれと言われたら座ります。やっぱりそのへんは個人個人の意識によることなんですけど、ゴール裏でよく見受けられるのは、自分がやっていることが一番正しい。俺はこうやっているんだからって、一つの考えしかできない気がします。みんなの話を聞いて、自分の立場を理解した上で行動をとっているということなら分かるんですけど、そういうことをされていない人が多いんじゃないかなと思います。まず、そういうところを分からない

と、例えば拍手のタイミングも分からないと思うんですよね。ぼくはそのへんのところから分かっていただけるような話し合いができれば､話がやっていきやすいのかと思います。例えばゴール裏でずっと声を出していると、なんでそこで拍手をしたのか質問をしようとしても、うるさくて聞こえないですね。そういう話がリアルタイムでできれば、なるほどねと言って、分からない人も分かっていくような気がします。

ちょっと話がずれますけど、ぼくはよく初心者のかたをサッカーに誘うんですけど、そのときは今日はどういう場所に行ってサッカーを見るか、そこはこういう人たちがよく来るから、とそういう情報を先に与えておきます。そこで来たい人は来ますし、私はちょっと無理だと言ったら誘いません。逆にこの人にはどうしてもサッカーを教えてあげたいけど、この人にはゴール裏がいいのか、ゆっくり座って応援できるところがいいのか。それをぼくはその人との関係で見てお誘いするので、誘う人にも誘う人の責任があると思うんですよね。そのへんは分かっていたほうがいいんじゃないかなと。

ちょっと話がバラバラになってしまいましたが、そんな気がします。

中塚：ありがとうございました。

浦和レッズの話になりましたけど、浦和のサポーター応援団から、芝生応援団というのをやっておられる長倉さんがいらっしゃいます。いかがですか、ここまでの話を聞いていて。

長倉：ごもっともだと思います。ぼくら元ヘビーユーザーで、校庭の芝生の支援を主に週末にやっていますので、年間で行ける試合というのが少なくならざるを得ない。そういう立場からすると、録画観戦というおそらく続編のほうになってくると思うんですけど。ちょっと芝生の話は関係ないのですが、Ｊリーグの競技場もみんなそうなんですけど、10 月あたりに冬用の芝生の種を蒔きますが、ちょうどその頃にリーグが白熱してきます。優勝のかかった試合とかになるので、こんなことをやっているのは嫌だと思っています。全国が芝生になって、ぼくらの出番が早くなくなって、毎試合ヘビーユーザーに戻れたらなと思っています。

やはり、ぼくらの年代だとだんだんゴール裏から散っています。もっとビールを飲みたいなというのがあって、ゴール裏からビールの飲みやすい場所に拡散していて、周りを見ると同じような人がいます。先ほど仲澤さんのほうから高齢化という話がありましたが、浦和は高齢化のトップのほうにいると思います。ずっと昔からやっていた連中がもう解散してしまって、１人で浦和ファミリーになっているのをみます。そういった人の購買力ってすごいと思います。場内でのビール、高価なグッズの購買力なんかでも、貢献しているんじゃないかと思います。

マナーという話になってしまうと難しい話になってしまうのが多いのですが、浦和はたかだか十数年の中で、ゴール近くにボールが持ち込まれたときに、ピンチだ！キャー、っていうのがなくなってきたのが成長だなって思います。相手がボールを持っているときは知らん顔。相手のほうに少しでも近づいたら圧力をかけるというのは、埼スタでもそういうようになりつつあると感じています。

中塚：ありがとうございます。
　今の浦和の話に関連して、大分の様子はいかがでしょうか。先ほどは観戦者への教育的な視点だったんですけど、今度は競技場、スタジアムの現状ですね。

宮明：大分のほうも、クラブができて 14 年なんですけど、当初旗を最前列で持っていた人たちが、メインスタンドとかバックスタンドのほうに移動しています。それはやはり同じことです。ゴール裏にいた人たちは、「俺たちがチームを支え、勝たせてやるんだ！」と言っていたんですけど、大分の人たちにとってサッカーはショーなんですね。大分にいる人たちの多くはサッカー経験はないんです。ですから、応援のほうに力をそそいでいたんですけど、だんだんゴール裏でサッカーを見だすと、もっとサッカーを見てみたいという人が非常に多くなって、最近 40 歳くらいの方々がメインスタンド、バックスタンドに移動してきていて、若い世代の人たちが旗を持つようになってきているという現状が大分でも起こっています。

中塚：サッカー経験者の居場所と観戦の初心者という人々の見かたが違う。そもそも私自身も、あまり競技場にサッカーを見に行く機会がないんですね。どういうことかっていうと、先ほどの芝生の話と一緒で、Ｊリーグなどの試合をやっている週末は、だいたい生徒の試合があったり、何かの活動があってなかなか観戦に行くことができないということです。そうすると、サッカーに携わってきた人ほど、あまり競技場に行けないのかなというのが、自分としてはジレンマとして感じています。
　そんな中で、先ほどの話なんですけど、複数のスポーツクラブとの連携。１人の人が何試合もみに行けるのかなっていうのがあるんですけど、複数のスポーツ、例えばＦリーグであったり、ｂｊリーグであったり、こういう異なる種目間のネットワークができることによってスポーツをみに行く層が全体のパイとして、広がっていく感じなのでしょうか。

宮明：先ほどの仲澤先生のお話にあったんですけど、どちらかというと純粋培養されている大分。今まで何もなかったんですね。福岡に行くとソフトバンクという毎回３万から４万人入る野球チームがあるんですけど、大分には何もなかったんです。そこにできたわけです。みんなワーって飛びついて。本当に取り組み方が純粋なんです。友だちを誘う、家族に声をかける、同僚に声をかける。そういうようにして、いろんなところに広がっていき、そのへんはプロ野球の球団を持っている広島とかと比べて、少し違うと思うんですよね。何というか、素朴さがそのまま出ていて、むしろそれがよい方向に向かっているように感じています。

半澤：サッカー観戦は、今は見るということなんですけど、ぼくが若いころは、音を楽しむというのがあったんですね。1979 年に国立競技場でワールドユースがあったんですけど、マラドーナがプレーヤーだったときです。私は国立競技場のメインスタンドの中段から上にいた。そんな離れたところでも、もちろん手前のタッチラインのところなんですけど、マラドーナが左足で走りながら、ボールを宙に浮かしている。左足のインサイド、アウトサイドでボールを往復ビンタをしているように叩いていてドリブルしているんですよね。

その音がはっきり聞こえるんですよね、パチパチパチと。
　それからペレがきたときにも、そのころは韓国戦でも静かでしたから、ペレが大きな声で仲間同士とコーチングをやっているんですね。それを、もちろん言葉は分からないんですけど、はっきり聞こえるんですよ。昔はそういうのもあって、野球ファンは今の野球の音が聞こえないとよく言いますが、私にとってみればサッカーもその通りなんですよね。これからもうそういうのは望めないのかなと、悲嘆に暮れているんです。
　なんかワールドカップ予選リーグのあとに、テレビをみたときにパスの音がパチンパチンと聞こえたというのを覚えているんですよね。今はもう、サッカー観戦ではなく、サッカー聴戦（ちょうせん）というのですが、これはもうほど遠い、虚しいものがあると思いつつ今日のシンポジウムを聞いていました。そんなところです。

中塚：つまり、ゲーム展開とは無関係に歌うよな環境の中で、本来このスポーツの持っていた音というのが聞こえなくなったと。

半澤：特に、この間のＡＣＬで浦和レッズがセパハンとやったときに家内を連れて行ったんですよ。この応援に、サッカーをよく知らない家内は違和感、嫌悪感を感じている。それがサッカー場で、これが流行りとかで、これが純粋だとか言われるのは悲しい気がしますね。

中塚：そういうことに関しては、長い取材をお持ちの牛木さんに伺ってみたいと思います。

牛木：話を伺っていて、野球のようなスポーツは一点を見る。サッカーというスポーツは全体を見る、という話を聞いて、なるほどおもしろいなと思いました。でも、サッカーにも一点ではないんですけど、試合のリズムに乗って楽しんでいる人もいます。浦和の悪口を言うわけではないんですけど、例えば私が記者席でメモを取っていて、試合が始まるときにちょっとメンバーを写していると、試合が始まっているんですよね。埼玉スタジアムでは試合がいつ始まったか分かりません。ワーっと同じようなテンポで騒いでいて、ずっと歌っているんですよ。それで、試合中もずっと歌っているんですね。だから、下を向いて何かをやっているときに、チャンスになってワーってわいているのか分からない。
　ところが、同じようにゴール裏で熱心に応援している人でも、新潟のスタジアムだと試合が始まったなというのが分かるんですよ。それから、チャンスだっていうのも分かるし、ピンチのときにもその別の音があるんです。そういうところに楽しみがあるので、ぼくは浦和の応援の、今のようなスタイルを良いとは思わない。できれば、新潟のようにやってもらいたんですが。
実は、この間新潟サッカー県協会に行ったら、新潟のサポーターの中で、浦和を手本にしていこう。先ほどの徳田さんの言葉を借りると、新潟は古いと、浦和に学ぼうと言っている動きがあるらしいです。それはちょっとおかしいんじゃないかなと思います。ただ例えば、一昨日の試合、ＡＣミランの試合運びとか、そういう全体の動きが高級で面白かったのですが、それをみんな楽しむべきだとは、ぼくはちょっと思えないので、浦和の人が実際は１点の差ではないんだけど、善戦することに喜んで、一生懸命応援するというのがサ

ッカーの楽しみなわけですから、両方が成り立つような、どこか妥協点を見つけていかなければならないのかなと思っています。
そのための１つとして、クラブの方々に提案しても受け入れてもらえないと思いますし、サポーターの方も断ると思うのですが、鳴り物の持ち込みを禁止にしたらと思います。太鼓、笛、少なくとも拡声器ですね。ああいうものの持ち込みは禁止して、手拍子とか声だけの応援だけにしたらということです。そしたら、今の観客たちのムードをスポイルしているリーダーたちが果たして…。どこのクラブとは言いませんが、あるクラブのリーダーたちは、自己満足のためにやっているんですね。自分がリーダーでなければ嫌なんですね。みんなが自分の言うことを聞いてくれるからやっているわけで、本当にチームの応援をしているのか分からない。そういうところがある。
　ぼくの提案は、鳴り物をやめるということです。

武井：千葉から来ました武井と申します。今、牛木先生がおっしゃったことに反対しちゃうんですけど。私はＪリーグの横浜ＦＣを応援する傍ら、神奈川県リーグの横須賀シーガルズの応援も行っています。そこに太鼓を叩いているような人はいません。拍手など、非常にシンプルなものです。それで、どうしてもＪリーグの応援が嫌なら、ＪＦＬとか地域リーグ、県リーグ。女子だと関東以下、関東女子リーグや神奈川県女子リーグなど、非常にマイナーな、ぼくはマイナーだとは思いませんけど、一般的にマイナーと考えられるチームのサッカーを見に来てください。そういう音だったら、ボールを蹴る音、チームの声を出す音、選手の息づかいというのも聞こえます。そういうのをもう１回行って、Ｊリーグを悪く言うなら、サッカーの原風景をみて、サッカーの命の洗濯をしてください。すみません。意見をして申し訳ありませんでした。

大井：私たちの団体では、Ｊリーグの観戦ツアーもやっています。浦和レッズであったり、アルビレックス新潟の観戦もやっています。そのメインというのは、満員になっているスタジアムを楽しむということであります。観客の行動であったり、一体感を楽しんでいただく。サッカーを知らないかたがた、およびサッカーを知っているかたがたを含めてなんですが。当然終わった後に感想を聞くと、アンケートの結果は、音と言いますか、一体感がすごかったとか、エネルギーを感じたとか、比較的肯定的な、いわゆるコアなサポーターが出している音に対して肯定的な意見がある。反面、やっぱりもう少し静かにしてほしいという意見も若干ありました。自分もプレミアリーグを数試合みている関係上、どちらかというとどうしても応援のしかたが拍手のほうにシフトしてしまう。やはり、いわゆる騒ぐようなかたがたは、自分たちも必死になって応援しているのだという思いがあるんでしょうけど、でも先ほども言いましたが、会場で音を楽しみたいというかたもいますので、分けるのは実際に難しいと思うのですが、やはり応援文化として成熟していけばいいのではないのかなと思うのですが、現実問題難しいのかなと。昔のＪリーグを思い出して、チアホンでブーブーやっていた時代から、それをやめて今の状態になっていますので、いずれ時間が解決してくれるのではないかなと、個人的には思っています。

中塚：ありがとうございます。議論が白熱しそうなころに時間が来てしまうんですよね。

こういうのって。ただこういった議論をしていくことは大切だと思いますので、これを機にできたネットワークを活かして、いろんなところで議論の続きをしていただけたらと思います。

シンポジウムを進めながらこういうことなんだなと思ったのは、観戦者はどこでどのように育っていくのかを考えるにあたって、見るスポーツの楽しみ方－スタジアム編－を、３つの視点から捉えることができるということです。まず一つは、サッカーそのものを楽しむための視点を持つことです。次に、スタジアムの雰囲気。会場でのひとときを楽しむ。それは応援を含めてということですが、そういったものを楽しむための視点が次にあります。そして最後に、会場までの行き来を含むツアーそのものを楽しむ、例えば、海外に行って、試合会場の周辺で、試合のない時間を楽しむという視点です。そういう三つの段階で、クラブ側もリーグ側も、あるいは観戦者自身も考えたらいいのかなと、お話を聞いていて感じました。

■各演者からのコメント

中塚：最後に、お三かたにそれぞれ一言ずついただいて終わりにしたいと思います。宮明さんから順にお願いします。

宮明：今日、朝５時に起きて、８時発の大分発第１便で参りました。なかなかこういった話を地方でする機会っていうのはないんですね。そういう段階にまだ大分は達していないんです。ただ、こんなことを話せるこういう場が大分にできればいいなと思いました。いつか機会があれば、大分でもこういう話ができる機会をつくっていきたいなと思っております。

今日はいろいろと準備をなさってくれた幹事のかたがた、本当にありがとうございました。

徳田：私は仕事がら観戦ツアーに関わっているので、それをお話しただけのことなんですが、約 10 年間、日本の観戦ツアーを見てきて、ヨーロッパのファンの観戦スタイルに近づいてきたなと感じています。日本代表のアウェー観戦ツアーでも、ひと昔前は弾丸ツアーが多かったんですけど、参加者の年齢層が上がってきているせいか、弾丸はきつい、せめて１泊して観光もしたいとか、その土地の美味しいものを食べてみたいと考える層が増えていて、ツアー企画内容も変わってきています。観戦ツアーは観戦することが最優先ですから、キックオフの２時間前（開門時間の頃）にはスタジアムに着いていなければならないのですが、できるならスタジアムの行く途中で観光も行程に入れてほしい。そんな風に海外に応援に行くファン層が変わってきている気がしています。そういったニーズに上手く対応しながら、楽しいツアーを企画していきたいと思っています。今後ともよろしくお願いします。

仲澤：貴重な機会をいただきましてありがとうございました。先ほど、白熱しそうになった話に関係しますが、アンケートができないくらいうるさいスタジアムが最近、Ｊでもあるんですよね。「すみません。簡単なアンケートをお願いしたいのですが」と言うのに、耳元で大声で言わなければ（怒鳴らなければ）ならないときがあります。それで、今は「ＭＣ」と言うそうですが、「ＤＪ」にあたる人が異様な盛り上がりを作り出すんですけど、何に空虚感みたいなものを感じてしまう時があります。応援している人が元気なのはいいんですけど、拡声器の最たるもの、スタジアムの設備を使うのはちょっと勘弁してほしいと思うことがあります。というのは、例えば子どもを連れて行ったとき、「あの頃のＪリーグはね、、、」とか、そういう会話すら許されない状況が、Ｊにも代表にもあるんですよね。そのワンパターン化というのを何とかしてくれないかと願っています。

それから大型スクリーンの使い方もいまいちだと思うんですよね。アーカイブとかいっぱいあるわけですし、クラブの歴史であるとか、地域の歴史、代表であればサッカー日本代表の歴史でもいいですし、その大会の輪郭でもいいですし、アウェーに向かえたクラブの紹介でもいいです。そういうのを、スタジアムのスクリーンを使って、事前にやるのもいいと思います。

大音響の受け手に回っちゃっているようなスタジアムが多くて、そういうスタジアムに行くと何とかしなきゃ、って思いますね。お客を育てるという意識があれば、演出やスクリーンのコンテンツも変わっていくのではないでしょうか。

今日は長い間どうもありがとうございました。

中塚：ありがとうございました。深められないところも多々ありましたが、これを機に繋がったネットワークを上手く活かしていただいて、それぞれの地域、それぞれの分野で議論をいただければなと思います。

このシンポジウムの中身は、麻生編集長のもと、報告書という形で発刊したいと思います。年度内には発刊の予定ですので、ご期待ください。

本日は年末のお忙しい中、ご参加いただきありがとうございました。以上でシンポジウムをしめさせていただきます。ありがとうございました。

（了）

シンポジウム参加者のアンケートから

シンポジウムに参加していろいろ勉強になりました。思ったより参加者の数が少なかったことがちょっと残念だと思います。

大学・大学院で大阪のサッカーオーディエンスの研究をしていたので、演者のみなさんのお話大変興味深く聞かせていただきました。

新潟がよく「何もないところにサッカーを根づかせた」という成功例として語られていますが、今回初めて大分について話をうかがうことができました。以前一橋大学の高津先生の論文を見たことがありましたが（確かあれは 2001 年かそこらだったような)、サッカーのクラブ（スポーツ一般か)、観客のメカニズムがよく分かりました。(どこかで試合の満足度を金額にして出しているサイトを見たことが）プレーに００円とかつけてました。

とても興味深いシンポジウム、ありがとうございました。シンポジストの発表も内容があり、有意義でした。また、後半は、場内の方も活発に発言され、とても熱心な方が多いなと思いました。

スタジアムの不条理もまたサッカーの楽しみの１つでもあります。あまりにも優しかったり、親切すぎると教えすぎの日本サッカー界（代表）のように袋小路にはまってしまいますよ。(もちろんスタジアムの暴力は絶対に反対です）誤解なきよう願います。

いろいろな意見を聞けて勉強になりました。特に白熱しかかった議論の続きを聞きたかったです。

限られた時間の中で中身の濃いお話を拝聴できました。チームを育てる視点、サポータを育てる視点など、新しい物を吸収できたと感じています。機会があれば再び参加したいと思います。

今回初めて当シンポジウムに参加させて頂きましたが、講演者の方々や参加者のディスカッションの議論が大変有意義のように感じられました。

「サッカー観戦」という１つのテーマに対して、様々な分野の人達の意見を聞くことができたことは、有意義であったと感じています。またデータから読み取れること、現場の状況から考えられることから、多くの事象が影響する可能性を感じました。

地方都市のクラブについて興味があったので、大分の事例を聞けたことがとても勉強になった。プロスポーツが何もない都市、サッカーがマイナーだった都市で大分トリニータが毎試合平均で２万人ほどの観客を集めるクラブに成長したということが興味深かった。
初めての参加で、いろいろなサッカーに対しての思い、そして、サッカーの視点が勉強できました。サッカーの深さ（観戦も含め）を改めて実感できた。自分のチームも今からＪを目指す為、思考しながらがんばりたい。

サッカーについては門外漢ですが､スポーツを広めていくために非常に参考となりました。野球と対比して聞いていると非常におもしろい。

観戦者の育成、鳴り物禁止の議論など、非常に興味深いお話が聞けて勉強になりました。

数字に弱い私にとって仲澤氏のプレゼンの時間がもう少し欲しかったです。

①仲澤さん、徳田さんの話は早口で聞き取りにくかった。　②徳田さんーレジメ（メモ）を用意してきて欲しい　③宮明さんー分かりやすく明快で良かった。　３人でやるのは時間が足りない。　基調講演１人、後半３～４人でパネルディスカッションがいい。　３人それぞれのテーマで各１回のシンポジウムを行うことができると思う。　後半の観戦マナー（方法）の問題も１回分のテーマになる。

仲澤先生のプレゼンについてですが､数字としてグラフになり､自分にとって新鮮でした。今後も楽しみにしています。　徳田さんのプレゼンですが、先日の試合での 10000 ユーロには驚きました。スカパーで見てる方が安いですね。　宮明先生のプレゼンですが、2002 年に東京からバスでイタリア戦を見に行ったことが懐かしいです。 今後は会員になって、自分の中での情報を増やして行きたいと思います。中塚先生には、大切なシンポジウムに呼びかけていただき、ありがたく思います。