

関東ブロッククラブネットワークアクション 2018 開催報告

日 時：平成 30 年 11 月 11 日（日） 10：00 ～ 17：10

会 場：神奈川県立かながわ労働プラザ（多目的ホール）

内 容：テーマ：『プロスポーツに学ぶ地域貢献と顧客満足度』

1. 共通プログラム「障がい者スポーツに取り組む総合型スポーツクラブの事例発表」
2. 基調講演「スポーツマーケティング～川崎フロンターレでのプロモーション活動を通じたクラブマネージメントと 2020 東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた取り組み～」
3. パネルディスカッション「プロスポーツに学ぶ地域貢献と顧客満足度」

参加者：165 人

【概要】

関東ブロッククラブNWA2018は、全国から165名の参加者を集め、（一社）神奈川県総合型スポーツクラブネットワーク（KSN）が中心となって執り行われた。

共通プログラムは「障がい者スポーツに取り組む総合型スポーツクラブの事例発表」として「写真や動画を多用し、来場者の視聴覚に訴えること」を目指した。

基調講演では、元川崎フロンターレプロモーション部部長で（公財）東京オリンピック・パラリンピック組織委員会の天野春果氏から、アイデアはもとより、実現させるための行動力の重要性を、多くの事例を取り上げ分かりやすく説明していただいた。

パネルディスカッションでは、本ネットワークアクションのテーマでもあり、「プロスポーツに学ぶ地域貢献と顧客満足度」と題し4名の方のお話を伺った。開催県である神奈川県の特徴と考えられる「活発なプロスポーツ」・「ラグビーワールドカップの開催」などを鑑み、クラブの経営に重要な「地域貢献」「顧客満足度」について、それぞれ熱い思いを語っていただいた。

今回のネットワークアクションが、持続可能なクラブを目指すための一助になっていれば幸いである。

【内容】

1. 共通プログラム「障がい者スポーツに取り組む総合型スポーツクラブの事例発表」

（1）神尊 克己氏（NPO 法人若葉台スポーツ・文化クラブ 副理事長・クラブマネージャー）

本クラブは、地域のすべての住民が自主的にスポーツや文化活動を行えるように設立され、学校、地域、家庭と連携して、様々なスポーツ・文化活動を展開している。障がい者スポーツについては、車いすテニスや空手サークル、屋内でのサッカー教室などを展開。会員も継続することで効果が出ており、心身の発達に遅れや障がいを持つ子どもの訓練の場にもなっている。また、パラリンピアンがクラブに在籍していることがクラブ内に良い影響を与えている。



その他にも、特別支援学校のビルメンテナンスコースの実習の場として、クラブ施設を提供していたり、敷地内にある障がい者作業通所施設（NPO 団体）との協力体制が取れていたり、障がい者に「優しく接し」「暖かく包んであげる」クラブとして活動している。

（2）田代 明美氏（一般社団法人善行大越スポーツクラブ 理事・クラブマネージャー）

私たちは、主に学校体育施設（体育館・グラウンド）や公共施設を活用し、トランポリン・サッカー・スポーツ吹矢・太極拳など幼児から大人まで様々な方に楽しんでいただける教室を開講している。

トランポリンを障がい者にも導入することになったきっかけは、小1 女児の母親からの一本の電話から。まずはトランポリンで「跳ぶ」体験をしてもらったことから始まった。

始めてみると、個々の障がいの程度の違いのためプログラムが組めない、順番を待つことができないなどの問題点があり、特別支援の先生方から指導方法を学ぶと同時に、音楽療法も取り入れた。

また、個々の情報収集を行い、個人カルテを作成し指導に役立てたり、体制を拡充するため指導者育成や養護学校への案内などを実施したり、広報で自治体の協力を得ることができた。

トランポリンの保管場所にも困っていたが、ふれあいで得たノウハウを活かし、小学校の授業の中での特別支援学級への体験を実施したり、5・6 年生のトランポリンクラブを立ちあげて、クラブ活動の運営を支援したりなどの活動により、一定のご理解を頂けるようになった。

年間予約制を導入することで参加者の増加を図り、3 年間でようやく黒字に転換した。一般会員は小学校卒業と共に退会するため、そのことが会員数の増えない要因の 1 つであったが、障がいのある方は、信頼関係が築ければ一生のお付き合いになるので増え続ける。成人になったときにどのように対応すべきかが課題として残るものの、クラブを発展させるための 1 つの手段として、障がい者が参加できる内容を盛り込んでみることをお勧めする。

波及効果としては、話題性からタウン紙が取材に来てくれたり、県と市から公的な仕事の発注が定期的に舞い込んできたり、といった具合に活動の場が広がるとともに、障がい者連絡協議会にも加入することで、お付き合いが広がったことなどがあげられる。クラブにとっては、いつチャンスが訪れるのかわからないので、現状のクラブ種目で対応し、障がい者を取り組むことを考えておくといよい。

総合型クラブのコンセプトである「いつでもどこでも誰でもいつまでも」を謳っていくなら、障がいの有無にかかわらず一緒に活動すべきであり、それは総合型クラブの使命であると思っている。今「取り組んだか」「やらなかったか」で、10 年後のクラブの存在意義や価値は変わってくると考えている。



（3）戸沼 智貴氏（NPO 法人高津総合型スポーツクラブ SELF 企画広報担当）

本クラブは、学校の施設を有効活用し、地域の方が一人でも気軽に楽しい時間を過ごせるような「地域の遊び場」を創出し、子どもから高齢者、障がい者までが楽しめる 40 種類以上のプログラムを提供している。

我々は、第 2 期スポーツ基本計画での、「特別支援学校は、地域課題解決に向けた取り組みを行う・障害スポーツの拠点となる」旨の記述を踏まえ、モノ、ヒト、場づくりを行っている。そのうちの「場づくり」として、インクルーシブな地域クラブ構築に向けた神奈川県との協働事業である「麻生スマイルクラブ」を立ち上げた。

そこでは、施設開放利用調整管理事業や定期スポーツプログラム事業を実施しているが、障がい者のスポーツ環境の維持に向けた、継続的な運営資源の確保が今後の課題である。

障がいの理解促進は、スポーツを切り口にすると体感的に啓発される可能性が高い。しかし「知らな

いという障がい」が地域社会には内在しているため、地域支援者に対する支援が必要である。

眼鏡をかけている人や腰痛のある人、歯の治療をしている人も「障がい」という意識を持ってみてはどうか。

「障がい」と向き合うことにより、総合型クラブが存在意義を明確にし、その存在価値を高めることが可能である。東京2020を契機に、インクルーシブに生まれ変わった「総合型地域スポーツクラブ2.0」こそがレガシーである。

2. 基調講演

「スポーツマーケティング～川崎フロンターレでのプロモーション活動を通じたクラブマネージメントと2020東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた取り組み～」

講演者：天野 春果氏（公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会
イノベーション推進室 エンゲージメント企画部長）

元川崎フロンターレプロモーション部部長。2017年より東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会に出向し、イノベーション推進室エンゲージメント企画部長として従事している。

アメリカに留学していた学生時代に、アトランタオリンピックのボランティアを経験。また、カレッジスポーツでは、大会はすべて学生が運営しており、住民は大学のカラーの帽子やトレーナーなどを何かしら身につけ、地域全体で大学を応援しているのを目の当たりにした。川崎フロンターレでもそれを見習って「色」を重視した。

1998年の長野オリンピックでは、臨時競技役員を経験。2002年の日韓ワールドカップでは、横浜支部の競技運営課で、各国のチーム担当として精力的に動き回った。

川崎フロンターレでは、プロモーション部に所属。「プロサッカー部」の目的は勝つことだが、「プロサッカークラブ」はホームタウンを未来永劫幸せにすることが目的である。

プロサッカークラブは「強化」と「事業」から構成されており、プロモーション部の仕事は、その橋渡しを行うもので、まずは「事業」の重要性を強化部に伝えることから始まる。そして、ポイントとなる以下の3人の理解を得ることを重視していた。

① 強化部長（GM）

② キャプテン・選手会長（発言力・影響力のある選手、年長者）

- ・サッカーを職業としている社会人として付き合う。
- ・目的と手段をしっかりと説明する。
- ・後ほど効果を出す（成果をあげる）。
- ・彼らに主体性を持たせるため、事業に参加するときの楽しい活動の雰囲気を作る。
- ・会議室ではなく、普段のコミュニケーションで伝える。
- ・こういった努力が実り、ファン感謝デーでは選手が積極的になってくれた。

③ 監督

- ・一番のキーパーソン。コミュニケーションをしっかりとることが大切。
- ・簡単にあきらめない。何回でも説得する。
- ・一度企画が通れば、次は良き理解者となってくれる。

プロサッカークラブの重要ポイントは「どこに線を引くか」。低いところに引くとそれまでになってしまうが、高いところに引けばいいものになる。また、クラブ運営は、地域の人たちとの関係性が大切であり、地域性・話題性・社会性に注目して企画を考えていくと良い。



川崎フロンターレは復興支援活動を行っているが、「支援はブームじゃない」と謳っているとおり継続が大切である。

東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会では、イノベーション推進室に所属。2017年4月に新設された事務総長直轄部署であり、52部署に横串を通すことが目的。ここでも川崎フロンターレでのノウハウやネットワークを活用し、「東京 2020 算数ドリル」を制作。上層部や選手たちからの理解と協力を得るために、スポンサーをも巻き込んで奮闘して完成した。

常に大切にしていることは、「想いを貫くこと」「最後までその活動をやり抜くこと」である。

3. パネルディスカッション「プロスポーツに学ぶ地域貢献と顧客満足度」

コーディネーター：横田 篤氏（NPO 法人やまとスポーツマネジメント事務局長）

公務員として勤務する傍ら、ライフワークとして、2015年に設立された総合型地域スポーツクラブ「やまとスポーツマネジメント」で事務局長を務める。

パネリスト：吉野 次郎氏、康乗 克之氏、山崎 陽平氏、田村 和宏氏

（1）吉野 次郎氏（NPO 法人横浜スポーツ&カルチャークラブ理事長）

クラブ理念は、子どもたちの健全育成。「地域はファミリー」をスローガンに、テニス、バスケットボール、シニア向け各種教室等を開催し、スポーツの力で地域を活性化することを目標にしている。

2006年に総合型クラブとして活動をはじめた。Jリーグが始まる前からサッカーを中心としており、2012年にJFLに参入。現在はJ3リーグに参戦しており、2018年度よりフットサルのF2リーグにも参入している。

子どもたちの夢の支援を考えた時に、少年サッカークラブが多い横浜市には、プロリーグ所属クラブが3つあってもいいだろうと思った。ただし、スポンサーが被ってしまうため、J1やJ2のクラブに比べて予算的に非常に厳しいのが現状である。NPOから株式会社に移行しようと考えた時期も正直あったし、まだまだ予算が少ないため一流選手を呼ぶことができない。しかし、地域を盛り上げるためにできることはたくさんあると思っている。

活動拠点は学校などを借用しており、その恩を地域に返さなければならないが、それが地域貢献活動につながると考えている。スタッフは、クラブの子どもたちの授業参観にも行っており、学校の先生たちにはクラブの活動を見学に来てもらっている。そういった連携がクラブ会員（顧客）の満足度につながっていると思う。

子どもたちが大人へと成長していく中で、結婚式の主賓に招かれ祝辞を述べる機会が数多くあったが、弊クラブの活動が本人たちの成長の一助になったと理解している。そのことに関して、会員やそのご家族も、クラブの存在意義を認めて下さっていることが顧客満足度へとつながると信じている。

（2）康乗 克之氏（神奈川県ラグビーフットボール協会 常任理事／2019RWC 委員会委員長）

日本のラグビー界は大学ラグビーを中心に発展し、トップリーグは大企業のラグビー部である。さらに、東京に集中しているためあまり地域性がない。2019年のワールドカップが契機となり、地域振興に寄与することが期待される。

ワールドカップは、全国12会場で開催されるが、各開催地との連携が重要になる。かつては「スポーツと地域」を軽視していたラグビーだが、今は地域のために何ができるかを考えている。例えば、スポーツで「応援する」に「自分の町を」が加わると特別なものになる。阪神大震災後の神戸製鋼の社会貢献や、東日本大震災の時の釜石シーウェイブスの活動などは、社会的インパクトもあり、人々を勇気づけることができた。

トップリーグは企業による観客動員、大学ラグビーは学生による応援が主体であり、地域性が出てこない。求心性があるのがスポーツであり、スポーツによる感動的な部分を活用して、地域の心を1つ

にすることを期待したい。また、地域もスポーツをもっと利用してほしいし、それが地域貢献だと思う。

「顧客」の捉え方がラグビーの委員会によって違っており、「顧客満足」が一番もがき苦しんでいる部分である。いかにファンを作れるか、観戦に興味を持った人をどう満足させられるのか、悩んでいるのが正直なところだ。

イベントを重視して機運を醸成することや、他のスポーツと連携を取り、盛り上げていきたいと考えている。2019年は通過点。今後もスポーツのあふれるまちづくりを目指していきたい。

(3) 山崎 陽平氏 (株式会社 DeNA 川崎ブレイブサンダース 地域振興・スクール事業部部長)

川崎ブレイブサンダースも、グループ会社である横浜 DeNA ベイスターズも、野球やバスケットを知らない人も楽しむことができる、満足させることができることを意識し、川崎や横浜の地ビールや地元のお菓子を販売したり、試合会場でしか買えないものを販売したりしている。

会社の認知度を上げるためにプロ野球に参入したが、企業としては儲からないものは NG であるため、儲かるための方法を考えなければならない。スポーツは、儲かるものと考えている。会場の外でもその試合のパブリックビューイングを行うことで、さらに集客が増え、飲食等の売り上げも上がる。

スポーツチームを持つということは、興業の最大化+スマートベニュー (近隣の開発) 事業を展開するということにも繋がる。バスケットボールにおいても、今後アリーナを自前で作り、スマートベニューを展開していくつもりである。

集客は、認知され、興味を持っていただき、チケットを買っていただくことが重要。来場者の方がまた来たくなる、友達を誘ってくれるといった満足度の向上に繋がるための企画を作っていくたい。

また、地域貢献の一つは、子どもたちの成長に寄与することだと考えている。子どもたちがプロ選手に憧れ、イベントや学校の授業などで触れ合うことにより、そのチームへの入団を目指すようになる。バスケットを好きになり、川崎で育った子どもたちが、川崎に戻ってきて仕事をする。それが地域貢献になる。

なお、顧客満足度を図るためのアンケートでは、具体的な課題を見つけ、絞って聞くことを心掛けている。

(4) 田村 和宏氏 (プロレスリング・ヒートアップ株式会社 代表取締役社長)

2013 年、地元川崎を盛り上げるためにプロレスを旗揚げ。プロレスだけでなく、川崎市を中心に青少年の育成や障害福祉チャリティ活動、災害支援、地域清掃等に力を入れている。

自身の姉に障がいがあることや、作業所での賃金が健常者と比較して低いことを知ったことをきっかけに、障がい者の支援も積極的に行っている。具体的には、試合時の観戦チケットのもぎり、チラシの配布等の作業を担当してもらい、健常者と同じ賃金を支払っている。

また、会場設営・撤収作業は、ファンからボランティアを募集することもあり、選手とファンが一緒になってイベントを盛り上げており、それがファンの満足度向上にも繋がっている。

プロレスラーが地域貢献することによって、従来のプロレスのイメージを変えていきたいと思っている。



【まとめ】

共通プログラムでは、神奈川県で実際に障がい者スポーツを導入しているクラブの事例を紹介させていただきました。まずは、クラブ側が、障害のある方に対する垣根を取り払うことの重要性を再認識させられた発表であった。独自テーマは、神奈川県の特徴を活かし、「プロスポーツに学ぶ地域貢献と顧客満足度」とし、総合型クラブの運営にも繋がる貴重なお話を伺うことができた。

準備中を含み、3,500もの総合型クラブが全国で活動をしているが、その状況は多様であり、1つの方向性を指し示すのはとても難しく危険であると認識している。しかしながら、今回はあえて「クラブを経営する」という切り口から、プロスポーツ団体の方を招いてお話を伺った。多くの気づきやアイデアがちりばめられた話を聞くことができた。共通していることは、「熱いハート」を持ち、「冷静な分析」と「最後までやり抜く」ことの重要性を理解し、実践していくことだと感じた。

出席された多くのクラブの皆さんにとって、今回のネットワークアクションが大きな参考になっていることを願ってやまない。

(関東ブロッククラブネットワークアクション 2018 実行委員長 高田 忠則)

※本ネットワークアクションは、東京 2020 応援プログラム(スポーツ・健康)として実施しました。

