

キャリアスタ同窓会～同窓会は地方とJクラブを救うか？～  
明治大学澤井ゼミナールB

○石川 馨 篠原 唯 杉田 一航  
瀬島 望央 中村 万里望 三本 隆太

## 1. 緒言

Jリーグは2018年5月15日に、設立25周年の記念イベントとして「Jリーグをつかおう」を開催した。これはJリーグ54クラブの社長やクラブスタッフをはじめ、元Jリーガーや社会活動家、医療関係者、学生など約300人が集まり、ワークショップ形式で「Jリーグを使って何ができるのか」をテーマに様々な意見、アイデアを出し合うというものである。本研究のきっかけは、このイベントにグループメンバー2名が参加したところから始まる。参加者は各Jクラブのグループに分かれ、各自がJリーグを使い、さまざまな社会問題に対して何ができるのかを考察し、提案した。本グループメンバー2名は、山梨県のヴァンフォーレ甲府のグループに割り振られ、その際、地方クラブの現状について話を聞くことができた。現在、地方クラブでは観客数の減少やサポーターの高齢化、知名度の低さや県の協力体制の少なさといった課題を多く抱えているという。特に観客数の減少や高齢化に関しては、日本が抱える少子高齢化や地方から主要都市への人口流出、それに伴う労働人口の減少といったきわめて一般的な社会問題とつながっていると考えた。そのワークショップで我々は、スタジアムで同窓会を行い、その際に就職活動イベントを開催する事でこの課題解決につながるのではないかと提案した。

同窓会をJリーグ観戦と組み合わせることは、4つの方面に良い効果を与えるのではないかと考えた。まず、地方自治体にとっては人口流出防止・若年者人口の増加、地方企業にとっては雇用者の確保、参加する若者には旧友との再会のきっかけになる同窓会の開催や地元就職のきっかけになること、Jクラブには新規サポーターや新規スポンサーの獲得、同企画を通じて地域貢献をはかり自治体との連携を強化する、といったことに効果が期待できると考えた。ヴァンフォーレ甲府のスタッフにこの企画に関心を示していただき、実際に検討してみようということになった。

以上のような経緯から本研究では、同窓会および就職活動イベントを組み合わせたキャリアスタジアム同窓会（以下「キャリアスタ同窓会」）を企画し、小規模ではあるがヴァンフォーレ甲府の試合でモニター調査を行い、効果の検証と課題抽出を行うとともに、さらに有効な企画を提案することを目的とした。

## 2. 調査と結果

### (1) アンケート調査

- 調査目的：まず企画の対象年齢に近い大学生のニーズと企画の可能性を検討するため

に本学学生を対象としたアンケート調査を行った。

- 調査方法：Google フォームを用いたアンケート調査
- 調査対象：明治大学「スポーツビジネス論」の受講生 314 名
- 調査日時：2018 年 7 月 20 日
- 調査項目：地元就職への関心、Jリーグ観戦への関心、同窓会需要など
- インフォームドコンセント：調査に先立ち、回答は強制ではなく、評価を伴わず、個人情報開示されないことを説明し同意を得たうえで講義終了後に調査を実施した。
- 回収数 92 名（回収率；29.3%）

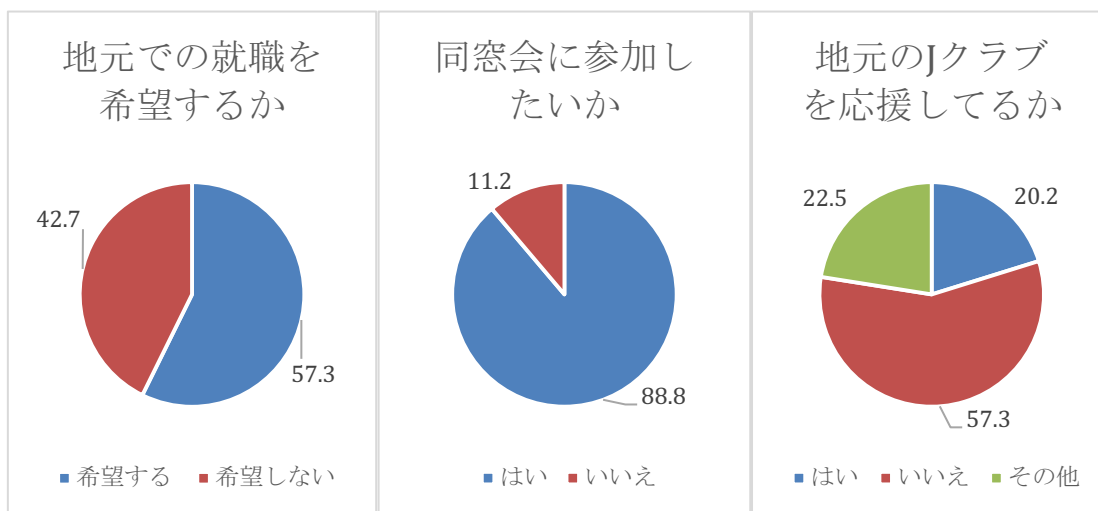


図 1

図 2

図 3

- アンケート結果：

図 1 からわかるように地元就職を希望している学生は半数以上おり、さらに図 2 から同窓会に参加したいと考える学生も 9 割弱いることがわかる。また、同窓会の幹事経験者によれば、場所や人集め、参加費に関して苦労することが多いことがわかった。同窓会と企業説明会を組み合わせることでとくに場所や人集めに対して効果が期待できるかもしれない。また、図 3 から地元 J クラブを応援している人の割合 20.2% は、スポーツビジネス論の受講生であり回収率が低かったため J リーグに関心のある学生が回答する傾向があったかもしれないが、意外と多い印象である。一方で「応援していない」学生も、むしろ潜在的な新規顧客であり、スタジアム同窓会を機に魅力を最大限に見せることが重要となる。

## (2) ヒアリング調査

- 調査対象： ヴァンフォーレススポーツクラブマネージャー・長田圭介氏
- 調査日時：2018 年 8 月 17 日
- 調査目的：スタジアム同窓会の実現可能性について
- ヒアリング結果

キャリスタ同窓会の実現可能性については、フロント会議にて承諾され 2018 年 10 月 13

日に実施することになった。実際に行う上での企業説明会へ参加する企業は、ヴァンフォーレ甲府のスポンサー企業に声をかけることとなった。ヴァンフォーレ甲府には約 250 社のスポンサーがあり、協力的な企業が多いため、参加企業は十分に見込めるという。企画開催時の費用については、無料招待をクラブ側が行い、説明会会場についてもクラブが準備できるとのことで、追加的な金銭コストはほとんどかからないということであった。

### (3) 同窓会×地方企業説明会のプログラム企画

#### ● 企画の概要

企画の流れは、まずヴァンフォーレ甲府のスポンサー企業による合同説明会をスタジアムに隣接する体育館の会議場を使用し実施。その後、スタジアムに移動し、グルメやイベントを体感。そして、試合観戦を行う。（座席はあらかじめクラブ側が用意）その後は甲府市内の飲食店で交流会を行う。（スポンサー企業のお店を利用することで割引の特典をつける可能性も考えられる）

- 企画実施日：2018年10月13日 J2第37節アルビレックス新潟戦
- 募集方法：ヴァンフォーレスタッフの友人である近隣中学卒業生元生徒会長協力のもと募集
- 開催目的：今回は時期的に多くの参加者を集めるのは困難なため、プレ企画として今後この企画を行なっていく際のモデル作りを行う。

### (4) キャリスタ同窓会プレ企画参加者調査（予定）

- 調査目的：2019年以降本格実施を行なっていく上での改善点や問題点を把握する
- 調査方法：企画終了後にアンケート用紙を配布し、直接話を聞く
- 調査対象：キャリスタ同窓会参加者（近隣中学卒業の現在大学3年生）5名
- 調査日時：2018年10月13日（日）
- 調査項目：性別・進学先（都道府県）、Uターン就職・転職の希望の有無、Jリーグ観戦経験、好きなクラブ、企画の満足度、同様の企画の再参加意図（「参加したい」～「参加したいとは思わない」の7件法）、Jリーグ再観戦意図（今回参加してみてまたヴァンフォーレの試合を観たいと思うか？「観戦したい」～「観戦したいとは思わない」の7件法）、企画への意見・コメントなど
- インフォームドコンセント；調査に先立ち、回答は強制ではなく個人情報の開示されないことを説明し同意を得たうえで実施する。

### (5) キャリスタ同窓会プレ企画関係者調査（予定）

- 調査日時：10月13日（日）
- 調査対象；ヴァンフォーレ甲府スタッフ、自治体関係者、参加企業
- 調査項目：企画の満足度、自治体との連携への影響などについて聞く

### 3. 考察

#### (1) 期待される効果

この同窓会を開くことによって、図4のようにJクラブ、自治体、地方企業、若年世代の4者にとって良い効果をもたらすことができると考える。

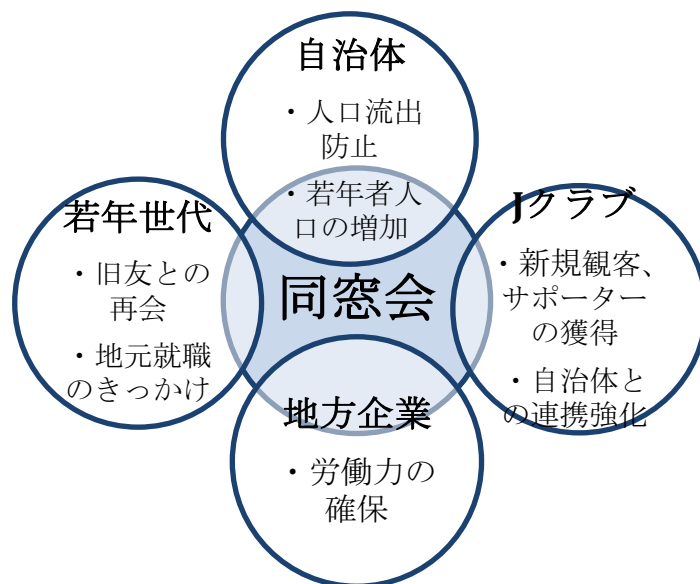


図4 キャリスタ同窓会に関わるステークホルダーと期待されるメリット

松橋（2016）は、地域コミュニティとの関係を構築する活動を行うことでクラブの経営安定を図ろうとする地域コミュニティ戦略を取り上げている。Jクラブにとってはホームタウンの自治体や企業、市民団体などの支援を得ることは新しくスタジアムに足を運ぶファンを増やすことに繋げることができる。さらにファンの増加によって自治体にとっても人口流出の防止にもつながる。実際に地域活動の多さが入場者数の増加に強く関係しているという。甲府のような地方クラブはこうした地域のステークホルダーへの積極的なアプローチが求められ、地域サービス活動や地域からの支援を受け入れることや、企業に支援をしてもらいやすい体制を整えるといった活動を活発に行う必要がある（松橋、2016）。地方企業からみればクラブが地域に貢献するような事業を積極的にしてくれていればスポンサーとして協力しやすくなり、自社の地域における知名度や自治体との関係構築などメリットが大きいと感じてくれるだろう。またアンケートでも明らかなように若年世代には同窓会のニーズや、また意外にUターン就職へのニーズがあり、そうしたニーズを掘り起こすきっかけになることが期待される。プレ企画の検証結果については当日発表する。

#### 〈参考文献〉

Jリーグ「Jリーグスタジアム観戦者調査2017サマリーレポート」  
松橋崇史（2016） 「スポーツのちから」 慶應義塾大学出版会  
ヴァンフォーレ甲府「2017ホームタウンレポート」