

地元密着とチーム強化を両輪に 川崎の“街づくり”に貢献

(株) 川崎フロンターレ

代表取締役社長 武田 信平 氏

聞き手=西村道子(本誌発行人)

かつてはプロスポーツが育たないと言われた川崎市に根を下ろし、徹底した地元密着の施策で“街づくり”に貢献することで地元を盛り上げ、サポーターを増やしている(株)川崎フロンターレ。今シーズンは「挑」をスローガンに、クラブ一丸となって優勝を狙う。市民クラブとして行ってきた取り組みの内容や成果について、代表取締役社長の武田氏に伺った。

ホームタウンに貢献

——事業の概要をお伺いします。

武田：私たちの事業は、サッカー事業、フットサルコート事業、社会貢献事業の3つから成っています。クラブを運営していくための収益は、サッカー事業からの収益が主となります。主な内訳は、広告料収入、入場料収入、グッズ販売、Jリーグからの分配金、その他の5つとなります。

営業収入の推移を見てみると、J2だった2004年は15億3,000万円だったものが、2009年には、J1の平均値の33億円を上回る36億円まで伸びています。総収入のうち最も割合が高いのは広告料で約50%を占め、約18億2,900万円。入場料は約20%の6億2,600万円といったところです。

——Jリーグの基本的な考え方を教えてください。

武田：プロ野球のフランチャイズと違い、Jリーグにはホームタウンという考え方があります。Jクラブの活動地域として定めた特定の市町村のこととで、私たちのホームタウンは当然、川崎市ということになります。

Jリーグの基本理念のひとつに、地元密着と社会貢献があります。サッカーという興行だけを行っているのではなく、ほかにもいろいろな活動を通して地域社会に貢献することが、事業の大きな柱になっています。

明るい“街づくり”が使命

——川崎フロンターレが目指していることは何でしょうか。

武田：川崎市はこれまで、公害、ギャンブル、歓楽街、プロスポーツが育たない街などという負のイメージを背負ってきたため、市民が自分の住む街に誇りを持てないという状況がありました。また、京浜工業地帯として発展してきたために、“川崎らしさ”的形成が難しい大都市であり、街としての個性に欠しい一面があります。さらに、東京、横浜の二大都市に囲まれた南北に細長い地形のため、一体感、連帯感を作ることが難しかったのです。

私たちの使命は一言で言うと、“街づくり”であると考えています。川崎市民が誇りを取り戻し、地元に

愛着を持てるようになりますこと、川崎を活気のある明るい街にすることです。私たちだけでできることには当然限りがありますから、市民、自治体、企業と連携し、チームを“市民クラブ”と位置付けて、さまざまな活動を推進、実行しています。

“街づくり”的ストーリーに最も重要なものは、徹底した地元密着とチーム強化の2つです。川崎のシンボルとなるためにはチームは強くなければならぬのですが、強さだけを求めるに勝った負けたという試合を通じた関係だけにとどまってしまい、クラブと市民・地域との深いつながりは生まれにくいと思います。ですから一方で、地元密着ということが重要なのです。

多様な活動を通して 地元に溶け込む

——具体的にはどのような活動をされていらっしゃるのでしょうか。

武田：まず、開かれたクラブづくりを進めてきました。もともとフロンターレは(株)富士通の100%子会社



だったのですが、企業独占のイメージを払拭し、市民クラブへと生まれ変わりました。

2つ目は地元密着のホームタウン活動です。地域貢献活動としては、チームカラーであるブルーの衣装を着たブルーサンタクロースの小児病棟訪問や、バッジを製作して500円以上の募金を募る赤い羽根共同募金への協力、川崎市教育委員会とのタイアップによる子どもたちへの読書推奨キャンペーン、算数ドリルの製作・配布、法務省の社会を明るくする運動への協力などさまざまなものがあります。また、年間50以上の地域イベントに参加しています。

さらに環境活動として、全ホームゲームにリユース食器を導入しており、回収率は90%以上に上っています。ほかには選手がサポーターとともに行う多摩川の清掃活動や、先日起きた東日本大震災の復興支援活動なども行っています。被災した陸前高田市の小学校に、中村憲剛選手がサインした算数ドリルを800冊寄贈いたしました。

3つ目は健康、健全な街づくりのための、スポーツの普及活動です。2010年度は、川崎市に113校ある小学校のうち、112校の体育の授業にセカンドティーチャーを派遣し、延べ2万3,000人の子どもたちに指導を行っています。サッカーを教材にして、体を動かす楽しさを教えているのです。ほかにもサッカーの巡回指導などを行っており、2010年度には延べ4万6,000人以上の子どもたちを指導しました。

シニア層に対しては介護予防という主旨で、私たちが鷺沼に持っているフットサル場で、さまざまな教室を開講しています。

1949年12月11日宮城県出身。1968年3月、宮城県仙台第一高校卒業。同年4月、慶應義塾大学入学、体育会サッカー部入部。1972年3月、慶應義塾大学卒業、同年、富士通（株）入社、富士通サッカーチーム入部。1973～76年、サッカー部マネージャー。1977～81年、日本サッカーリーグ運営委員。1985年12月、富士通電算機事業本部ソフトウェア管理部工務課長。1996年12月、富士通ソフトウェア事業本部ビジネス推進統括部長。2000年12月、（株）川崎フロンターレ代表取締役社長に就任。趣味はサッカー（プレーすること）、読書（乱読）。

4つ目はトップチームの戦いです。最も大切なことは最後まで諦めずに戦うこと、それによって観客に感動を与えることだと思っております。チーム成績を見ますと、1999年にJ2で優勝して2000年にJ1に上がったものの、残念ながら最下位で2001年にJ2に逆戻りし、苦しい時期を過ごしましたが、2004年に優勝して2005年に再びJ1に返り咲きました。近年では、上位をキープして優勝争いができるような力が付いてきています。

5つ目は、ホームゲームが行われる等々力陸上競技場の賑わいを作る

ことです。賑わいは賑わいを呼び、街に活気や活力を与えます。これがメディアを通じて発信されることにより、川崎市のイメージアップを図ることができます。そのためにはまず、フロンターレの試合に来たことのない人に来ていただくためのきっかけ作りが大切です。観戦経験のない市民への招待キャンペーンや、川崎市の転入者へのWelcome観戦招待券の配布、市制記念試合での市民招待のほか、行政とのタイアップによる告知活動に力を入れています。そして次に、一度観戦した人にも