

地元・川崎に スポーツの力で 貢献したい

～川崎フロンターレの地域貢献活動～

Jリーグと天皇杯の2冠達成といった戦績だけでなく、地元・川崎に対する貢献度の高さでも知られる川崎フロンターレ。「ホームタウンで大きな貢献をしているチーム」に10年連続1位に輝くなど、地域から支持され続けている要因や、活動の背景にある理念を探った。

川崎市

神奈川県北東部に位置し、一級河川の多摩川を挟んで東京都と隣接する政令指定都市。ここをホームタウンとする「川崎フロンターレ」は、日本プロサッカーリーグに加盟するプロサッカークラブで1955年に富士通サッカー部として創部。1999年からJリーグへ加盟している。

川崎



2020年度Jリーグ優勝を果たすなど、近年の活躍が目覚ましい川崎フロンターレ

スポーツが地域社会にもたらす 大きな可能性を信じて

地域スポーツへの協力や、選手参加による清掃活動、地元商店街訪問といった定番の活動はもちろん、チームカラーである青いサンタクロースによる小児病棟の訪問や、選手が登場する「フロンターレ算数ドリル」など、独創的な地域貢献活動で知られる川崎フロンターレ。「これら活動の根底にあるのはスポーツの可能性を信じる気持ち」と語るのは、

“名物仕掛人”として知られるタウンコミュニケーション部部長、天野春果さんだ。

「その原点はアメリカで過ごした体験です。日本ではスポーツは、“体育”という言葉に象徴されるように教育の一貫として捉えたり、企業の宣伝ツールと思われたりしがちですが、アメリカでは地域ぐるみでスポーツを楽しむ文化が根付いています。地域を代表するチームを、その地域の人々が一体となって応援する風景から、スポーツには人と人をつなげる力、明日への活力を生み出す力があると感じたのです」（天野さん）。



今回お話をうかがった、「名物仕掛人」として、サポーターからも親しまれるタウンコミュニケーション部部長、天野春果さん



選手会主催の清掃活動「多摩川エコラシコ」。サポーターや地域の方と、多摩川をきれいにすると同時に、生態系も学ぶ



市内の小児科病棟を慰問する「ブルーサンタ」。チーム創設時（1997年）から継続しており、コロナ禍の昨年は形を変えて実施

とはいえ、ただチーム名に地域の名を冠するだけでは、地域の人々から「おらが街のチーム」として愛される存在にはなりえないという。「試合で結果を出すのはもちろん、日頃から地域の皆さんと触れ合い、親しんでいただく必要がある。そのためには、ただ挨拶周りやイベントを開催するだけでなく、活動がマスコミを通して広く発信されることで、地域を盛り上げ、多くの人々の印象に残ることも重要だと考えました。何か企画を立てるときには、取り組み内容だけでなく、個性的なタイトルを付けるなどプロモーションも含めてじっくり検討します」という天野さんの言葉から、独創的な活動が生まれる背景が垣間見える。

（ コロナ禍を言い訳にせず 「今、何ができるか」を考える ）

新型コロナウイルス感染対策として入場制限やイベント自粛が求められる昨今は、地域貢献活動においても厳しい環境ではないだろうか。そんな疑問に、天野さんは「顔を合わせての密接な触れ合いを身上とする私たちにとって、密を避けないといけいない現状は致命的」と苦笑しつつも「コロナ禍だからと言って何もしないのは簡単だが、それでは私たちの存在意義がない。ソー

シャルディスタンスを守りながらでも、できることがないかを考え、汗をかいて実現する。そんな姿勢を事業スタッフはもちろん、選手も含め関係者みんなで考え実行しています」と答えてくれた。

そうした取り組みから生まれたのが「オンラインフロンパーク」だ。ホームゲーム時の名物イベント「川崎フロンパーク」をオンライン上で開催したもので、地域の店舗やスポンサー企業、サポーターらが仮想空間上で交流を楽しんだ。この活動は、天野さんが東京五輪組織委員会出向中に、チームに残ったスタッフにより企画され実現している。

また直近では、東日本大震災以来、交流が続く陸前高田市のマスコット「たかたのゆめちゃん」と、チームのマスコットである「カブレラ」による恋愛ドラマ『東京カブストーリー』を企画。多摩川を隔ててホームタウンを構えるFC東京との多摩川クラシコ戦のプロモーションイベントでは、「カブレラ」よりスマートな印象の、FC東京のマスコット「東京ドロンパ」との三角関係が話題を呼んでいる。このストーリーはYouTube公式チャンネルで継続的に発信され、来場できない方にも楽しんでいただいている。

「顔を合わせてのリアルな交流に注力する反面、コロナ禍を機にオンラインの仕掛けにも取り組み始めたことで、ノウハウも蓄積できました。ネットには遠方の方も含め、より多くの人を巻き込む

力がある一方、やはり限界もある。今後もリアル（対面）とネット、両方を駆使して、より多くの人々の心に残る取り組みを検討していく」との言葉から、ピンチをチャンスに変えていくたくましさが見て取れた。

地域貢献活動にゴールはない、 これからも新たな挑戦を続けていく

こうした活動が評価され、川崎フロンターレはJリーグ観戦者調査による「ホームタウンで大きな貢献をしているチーム」で2010年度から10年連続で1位に輝いている。

「地域貢献の成果はなかなか数字に表れないので、こうした評価は大変ありがたく思っています」と笑顔を見せる天野さんだが、「ただし、それで満足してはいけない」と表情を引き締める。「地域から愛されるための取り組みにゴールはなく、現状に満足するのではなく、常に新しい挑戦を続けていくことが大切。近年はチームが好調なこともあり、多くの方々に応援してもらっているが、それを当たり前と思ってはいけない。まだチームが弱く、地域にも浸透していなかった20年前の気持ちを、当時を知らないスタッフや選手にもしっかり伝えていきたい」。

そうした言葉通り、最近もまた新たな取り組みがスタートしている。スポンサーである（株）ドールの協力のもとに展開している「かわさき応援バナナ」の第2弾、「かわさき応援アボカド」だ。

「この売上金の一部は等々力競技場の改修費用に充てられます。競技場はフロンターレのホームというだけでなく、川崎市にとっても貴重な観光資源であり、サッカーを知らない人にも楽しんでもらえる地域交流の場でもあります。チームを応援していただくことが、地域の環境を整備し、活性化にもつながっていく。そんな好循環を実現するために、やるべきこと、やりたいことがまだまだありますので、今後も川崎フロンターレの取り組みにぜひ、ご期待ください」と、天野さんは力強く締め括った。

取材・写真提供／
株式会社川崎フロンターレ プロモーション部
©川崎フロンターレ

川崎フロンターレ
オフィシャルグッズの
購入はこちらから



応援がもっと楽しくなる
「川崎フロンターレ
ファンクラブ入会」は
こちらから



昨年末実施の中村憲剛引退セレモニーをプロデュース。「選手引退式の概念を変える規模と内容にこだわった」



この東京カブストーリーの仕掛け、実は奥が深くここで終わらないので楽しみに



バナナに続く寄付金制度食材第2弾「かわさき応援アボカド」。その盛り上げに選手も協力を惜しまない

