

日独の市民社会とプロサッカークラブの役割
—1.FC ケルンとギラヴァンツ北九州の事例を中心に—

1. 提案主旨：釜崎太 (明治大学・教授)

1.1 欧州サッカーで何がおこっているのか？

2021 年 9 月 18 日の日本の報道によれば・・・

マンチェスター・シティの監督グアルディオラ (ベップ)

「次の試合では、もっと多くの人々に来てもらいたい」

サポーターズクラブの事務局長

「彼は水曜日の夜 8 時にエティハドで行われる試合を観に行くことが困難な人たちがいることを理解していない」

⇒サポーターズクラブの事務局長が、なぜこのような発言をしたのか、理解できない日本人が多い？ 日本と異なる欧州の現実を、まずは「知る」必要

例えば、日本では 1930 年代に、鉄道会社と新聞社がプロ野球のリーグを設立以来、企業名がチームの名前に

1993 年に J リーグの設立。企業名を外し、「スポーツ文化の振興」を目指すひとつのモデルはドイツのスポーツクラブ (川淵三郎氏のドイツ体験)

現在、再び、企業名を入れるという議論も

日本では、企業名を入れてもサポーターのアイデンティティは失われないからなぜブンデスリーガでは、多くのサポーターから企業名が拒否されているのか・・・

RB ライプチヒは、登録上は「芝生の球技」を意味する「RB」を HP で「レッドブル」多くのドイツ人の反感とプロテスト運動に (企業名を拒否する心情) 日本 Number Web に掲載されたドルトムント CEO のコメント

ライプチヒの「資金は、レッドブルとオーナーのディーター・マテシッツに依存しています。いつか彼らが“もうやる気がない”と言ったらライプチヒはおしまいです。それはドルトムントでは起こりません。我々は誰か 1 人にクラブの政治を任せるようなことはありませんから (中略) ドイツでは多くのクラブは市民、人々によって設立されています。ドイツ人は、“私がクラブの一員”という意識を強く持っているのです。(中略) 日本のクラブはどれくらいクラブ会員がいるのですか？」 (<https://number.bunshun.jp/articles/-/828505?page=5>) 日本と大きく異なるのは、この「会員」の存在

例えば、浦和レッドダイヤモンズの運営会社は「浦和レッドダイヤモンズ株式会社」対照的に、1.FC ケルンの運営母体は「1.FC ケルン非営利法人」

つまり、会員に議決権がある非営利法人の名前を、運営企業が借りる。ドイツの市民は自分が議決権を持つ非営利法人 (企業ではない) の名前にアイデンティティ

1.2 ブンデスリーガの基本構造

歴史的に「フェアアイン」と呼ばれる制度。企業ではなく、サッカー関係者がリーグ設立
フェアアインとは、会員が議決権を持つ、公益目的の非営利法人のこと
FCバルセロナの「ソシオ」。しかし、ラ・リーガのソシオは一部のクラブ
ドイツでは、例外を許可された3クラブ以外はすべてフェアアイン

フェアアインの特徴

- ・公益目的の非営利法人のため優遇税制など手厚い公的支援
- ・非営利法人が、地域住民のための総合型地域スポーツクラブを運営

50+1 ルール (1998 年から) の存在

- ・企業による運営の許可
 - ・企業が運営する場合でも、議決権は非営利法人が持たなければならない
 - ・非営利法人の会員が理事を選挙で選び、理事会が運営企業の経営者を指名
 - ・プロサッカー部門のファンが数多く「会員」として登録し、その年会費は数億円の収入も、その収入はプロではなく、総合型地域スポーツクラブのために使われる
- ⇒Jの「スポーツ文化の振興 (公益)」は、ドイツではこのような仕組み

1.3 市民社会と日独のプロサッカークラブ

公益 (みんなのためになること) は、これまで国や自治体の仕事と考えられてきた
しかし例えば、生活保護などの社会福祉を充実させればさせるほど、それに依存する国民が増えて国の財政を圧迫するという現実。逆に、市場経済にすべてをゆだねれば、必要な組織であっても破綻を余儀なくされ、貧富格差はますます広がる
ふたつのジレンマを解決するためには・・・

「何が公益のためになるのか」を多くの人々と多くの組織が考え、取り組むこと
⇒市民社会の重要性

国や自治体はもちろんのこと、企業も、地域住民も、公益について考え、寄与することが求められる。ドイツでは、公益目的の非営利法人がひとつの中心となって企業や地域住民に公益について考える場を提供する仕組みがあり、例えば、プロスポーツの過度の商業主義化 (試合曜日の変更やチケットの高騰など) について議論し、プロテスト運動がおこる (⇒「企業の社会的責任 CSR」という概念も)。日本ではどうすれば、「人々が公益について考え取り組む」市民社会の形成に、プロサッカークラブが寄与できるのか?

第 I 部 ドイツの市民社会とブンデスリーガ

2. 講演：ユルゲン・ミッターク (ドイツ・スポーツ大学ケルン教授)

テーマ「参加的か, 限定的か? ドイツのプロサッカーにおける意志形成と決定プロセスへの市民社会の共同決定に関する行動の場」(翻訳・要約は釜崎, ※は釜崎注)

2.1 問題の背景

- ・ブンデスリーガのクラブは, 20 世紀前半にドイツの非営利法人法に基づいて, 公益目的の非営利法人として創設。しかし, 数百万ユーロの収益によって両立が困難に
- ・1998 年に「50+1 ルール」によって企業の運営を許可。議決権は非営利法人と会員に (※参加的)。例外措置はレバークーゼン, ヴォルフスブルク, ホッフェンハイム
- ・FC バイエル・ミュンヘンには 29 万人, ドルトムントには 15 万 4 千人の会員
- ・しかし会員の動機は, 70%がクラブとの結びつき, 20%が前売りチケット, クラブの決定への参加 (※=共同決定) はそれらより下位に (※限定的)

2.2 法に基づく共同決定

- ・非営利法人の最終決定機関は会員総会 (※参加的)
- ・しかし現実には, 会員よりも理事に有力な役割。例えば開示義務の有無 (※限定的)
- ・サッカー連盟の規定「クラブとファンの対話」が不十分とするプロテスト運動
- ・1.FC ケルンでは理事の推薦に会員が介入できるように規約の修正
- ・ハノーバーでは, 投資家マルチン・キントの独裁を阻止
- ・バイエル・ミュンヘンでもウリ・ヘーネスの独裁を批判
- ・近年のインターネットの機能もファンや会員の組織化に重要な役割 (※参加的)

2.3 政治的な共同決定

- ・共同決定を重視する全国的なファン組織のネットワーク化
- ・国家的な政治決定の担い手たちとサッカーに関する「建設的な対話」が目指される
- ・非営利法人格を取得し, 補助金と支援金。職員も雇うなどプロ化
- ・上位の連盟やトランス・ナショナルな組織も登場
- ・「民主主義の基盤としての非営利法人」, 「ファン部門と会員部門」を求める (※参加的)

2.4 政治的な対決

- ・ドイツのサッカーにおける強い影響力の行使方法はプロテスト運動
- ・プラカードと T シャツによる抗議行動によって「土曜日 15 時 30 分」という試合開始時間を守るように要求
- ・フランクフルトではピッチにテニスボールが投げ入れられ, ドルトムントでは応援席のボイコット

- ・ 1.FC ユニオン・ベルリンでは過度の商業主義へのプロテストが表明 (※参加的)
- ・ 日曜日の午後におこなわれる試合開始時間は変更されなかったが (※限定的), 36 のクラブが月曜日の撤廃を決定 (※参加的。伝統的な土曜日午後の試合開始時間は, 労働者でもビールを飲みながら楽しめる時間であることが重要な意味。週に一回という頻度もその娯楽に貴重性を付与。プレーの質の問題も)
- ・ 何かに反対し, 他の選択肢を導く行動ではあるが (※参加的), 重要な社会的な問題を視野に入れたものではない (※限定的)

2.5 社会参加

- ・ 地域住民のためのスポーツクラブは, 伝統的に市町村地域への配慮
- ・ プロのサッカークラブは地方の政治と経済に関するハブ機能を持つことで地域に根差してきたが, 社会的な関心事に関する機能を持っていたわけではない (※限定的)
- ・ 近年になってはじめて, 社会的な統合を活性化させるという目的の追求 (※参加的)
- ・ 特に社会的弱者への配慮。CSR (企業の社会的責任) 研究によって探究
- ・ 2013 年に FC シャルケ 04 は独自の CSR 部門を開設
- ・ 2017 年に 1・2 部で計約 2,000 万ユーロ, 約 300 の CSR プロジェクト (※参加的)

2.6 プロの男子サッカーと各領域

- ・ 非営利法人は男子のプロ部門だけではなく, 他のスポーツ領域でも活動
- ・ プロ部門以外では, 非常に活発な会員の共同決定
- ・ VfL ボッホムでは, プロサッカー部門のマネージメント担当理事が, 経済的理由から女子サッカー部門の解散を提案。しかし, プロテストと多数決によって否決 (※参加的)

2.7 結論

- ・ ドイツのサッカーは, 経済的に大きく成長したが, 非営利法人と会員から引き離されつつある
- ・ 企業によるプロ部門の切り離しによって, 共同決定はかなり限定的に
- ・ プロサッカーと参加型の市民社会を調和させることの困難さに由来
- ・ 共同決定への関心は限定的であり, その結果, ますますアメリカ型のエンターテインメントに (※限定的)
- ・ しかし, そのプロセスはより複雑で多層的。市民の影響力は, プロテスト運動によって市民社会の影響力をめぐる闘いの示威的で対決的な形式において行使 (※参加的)
- ・ 会員とファンのステーホルダーとしての役割を増大させるためには, 誰が代弁者なのかを明確化させ, 代表権を持つトランス・ナショナルな一組織が必要

3. 鼎談：アレクサンダー・ヴェルレ (1.FC ケルン社長)

& 二宮清純 (スポーツ・ジャーナリスト) & 釜崎太 (明治大学教授)

以下に、ヴェルレ社長への想定されるインタビュー内容を列挙するが、時間によってどこまでお話を聞けるかは未定

- ・ 1.FC ケルンにおける企業と非営利法人のミッションの違い
- ・ 非営利法人から企業を切り離すことのメリット
- ・ 1.FC ケルンのファシリティ・ビジネスと各ステークホルダーの役割
- ・ 1.FC ケルンのプロサッカー部門の収支
- ・ 1.FC ケルンとサンフレッチェ広島との提携
- ・ 1.FC ケルンのアジア戦略
- ・ 1.FC ケルンのプロサッカー部門の収入の用途
- ・ 1.FC ケルンの会員数と会費収入
- ・ 会員のうち、総合型地域スポーツクラブで活動しているのは何人くらいか
- ・ 1.FC ケルンの総合型地域スポーツクラブには、どのような種目があるのか
- ・ 1.FC ケルンの会社社長と非営利法人理事長はどのようにして選ばれるのか
- ・ 1.FC ケルンでは、どのくらいの会員が選挙権を有しているのか
- ・ 1.FC ケルンの会員総会は 5 時間以上をかけておこなわれると聞いたが、どんなことが話しあわれるのか
- ・ 1.FC ケルンは非営利法人として、いかなる公的な優遇を受けているのか
- ・ 1.FC ケルンは 2018/19 シーズンを 2 部リーグで戦ったが、観客動員にはどのような変化があったのか
- ・ 1.FC ケルンは「企業の社会的責任 (CSR)」を果たすための「社会貢献活動」に関して、新しく CSR 基金を設立しているが、そのメリットは何か
- ・ 1.FC ケルンの CSR 活動の特徴は何か
- ・ パンデミックの影響で、ドイツでも様々な困難があったと思われるが、1.FC ケルンはどのような CSR 活動を展開したのか
- ・ 経営に不利な側面を持つ「50+1 ルール」についてどのように考えるか？

第 II 部 日本の市民社会とプロサッカークラブ

4. 講演：下田 功 (ギラヴァンツ北九州・育成普及本部長)

4.1 自己紹介

4.2 ギラヴァンツ北九州の歴史と概要

- ・サッカー協会に所属する市民の取り組みからスタート
- ・2001 年北九州サッカー協会が中心となって北九州に未来の J リーグクラブの設立を目指し、NPO 法人ニューウェイブ北九州を設立。三菱化成黒崎サッカー部が母体
- ・2007 年九州リーグから JFL へ昇格
- ・2009 年株式会社ニューウェイブ北九州を設立し本格的な J リーグ参戦を目指す
- ・2009 年 JFL から J 2 リーグ昇格決定
- ・2010 年市民からの公募により社名及びチーム名をギラヴァンツ北九州に変更
- ・2009 年母体企業を持たない市民クラブとしてスタートしたギラヴァンツ北九州は、資金調達の目的で持ち株会の公募をスタート。持株会は議決権を持ち、2021 年現在 544 名が 898 口 (一口 5 万円=4,490 万円) の株を持っている

4.3 ギラヴァンツ北九州の社会貢献活動

- ・スポーツを通じた地域貢献活動：幼児を含めた 12 歳以下の子ども達を対象とした体を動かすことの楽しさ、人と関わることの喜びを伝える活動は、年間 250 回、参加者総数は 13,500 人、障がい者対象のイベントを 17 回、参加者数は 360 人、高齢者へのシニア健康教室は 17 回、参加者数：500 人、ジュニア年代の指導者講習会を年間 30 回、参加者総数は 300 人。年間総活動実施回数：350 回、参加者実数：15,000 人
- ・2020 年度は、コロナの影響を受け、通常の 40% の実施回数と参加者数
- ・中心となる取り組みは、①幼児から 12 歳までの子ども達を対象とした巡回指導やスポーツイベントの開催と指導、②大人を対象としたジュニア年代指導者養成プログラム、③高齢者を対象とした転ばない身体づくりのためのシニア健康教室、④障がい者を対象としたスポーツ推進活動。上記以外には、北九州地域 12 の拠点でサッカースクールを運営。幼児から小学生を対象に現在 1,000 人のスクール生が在籍

4.4 社会貢献活動 GOP (Giravanz Openmind Program) を始めたきっかけ

- ・2017 年の年始めに当時の北九州市ひきこもり地域支援センターセンター長、田中氏との出会いから
- ・スポーツクラブがひきこもりの人たちに対して何ができるのか？
- ・自分の社会を広げる事、心を開くこと、スポーツには、人の心を開く力がある！

4.5 2017 年, スポーツの三つの側面の体験機会を提供する内容を軸に GOP がスタート

- ・スポーツの 3 つの側面: スポーツを「観る」, 「する」, 「支える」

※スライドで説明

4.6 2019 年, GOP-J (Giravanz Openmind Program for Junior) がスタート

- ・対象を 18 歳以上のひきこもりがちな大人から 18 歳以下の不登校児童生徒へ拡大

4.7 GOP 活動の役割と成果

- ・参加者数の推移
- ・参加者の社会復帰へのステップアップ状況
- ・GOP の役割:

* ひきこもりがちな参加者が繋がる ⇒ 心が開く ⇒ 社会が広がる ⇒ 社会復帰

※スライドで説明

4.8 GOP 活動概要

- ・協力者の皆さんのご紹介と役割
- ・GOP 活動の方向性
- ・2021 年度 GOP 活動スケジュールのご紹介

4.9 地域におけるスポーツクラブとしてのギラヴァンツ北九州の役割

- ・スポーツは, 地域を変える, 社会を変えうる大きな力を持っている
- ・クラブが街のシンボルになればクラブの発信力は, より大きくなる
- ・社会の課題を発信し, そこに興味, 関心を持ってくれる人が増えれば街づくりのための「媒体」としての役割が果たせる
- ・クラブが人口 100 万人弱の大都市でシンボルになることが重要

5. 鼎談: 下田功 (ギラヴァンツ北九州・育成普及本部長)

& 二宮清純 (スポーツ・ジャーナリスト) & 釜崎太 (明治大学教授)

以下に, 想定される話題を列記するが, 時間に応じてどこまでお話できるかは未定

5.1 日独のプロスポーツの歴史性の違い

- ・日本では, 1930 年代に企業によってプロ野球リーグの設立。野球選手ではなく, 企業 ⇒ 営利目的の企業による運営が常態化
- ・ドイツでは, 19 世紀後半にサッカー選手がプレーする非営利法人によって全国組織化 ⇒ 公益目的の非営利法人による運営が常態化
1990 年代にハイブリット化

- ・日本でも 1990 年代にドイツをひとの理想とする J リークの誕生
川淵三郎氏のドイツ体験⇒「スポーツ文化の振興」と「企業・行政・市民の三位一体」
- ・「三位一体」は、現在の J リークにも「シャレン」となって受け継がれる
- ・J リーク誕生から 30 年近くを経た今日の成果
三位一体のなかでも、企業と行政の協力関係の確立⇒プロ野球にも波及
例えば、2000 年代初頭の調査では、アビスパ福岡＝公益、福岡ホークス＝興行という図式のもとで、自治体の協力体制に大きな違いがあった
現在では、プロ野球球団の多くが社会貢献活動を展開し、自治体との連携を実現
- ・「市民」との連携はどのくらい果たされているか？
- ・日本の歴史では、広島カープで株券を配ったり、横浜 FC の挑戦などがあったが、地域住民が積極的に「公益」について「考える」ドイツのようにはなっていないのでは？

5.2 J リークの「シャレン (社会連携活動)」とドイツのスポーツクラブ

- ・ブンデスリーガでは共同参加に「限定」される傾向はあっても、例えばドルトムントでは、ファン部門の会員によって博物館が設立され、そこで「忘却への抵抗」というアウシュビッツへの視察旅行や語り部によるイベントが「市民」の提案によって開催され、500 人を超える市民が参加している。市民の「自律性」
- ・現在、J リークの社会連携事業は「シャレン」という取り組み。企業、NPO、住民、学校、行政のうち 3 者以上の共同を推奨。「地域社会の持続可能性の確保」「関係性の構築と学びの獲得」「それぞれのステークホルダーの価値の再発見」(J リーク HP より) が目指される。川淵三郎氏の「三位一体」と通底しながらドイツの理想像へ
- ・川崎フロンターレの「発達障がい児向けサッカー×ユニバーサルツーリズム」が 2020 J リークシャレンの「チェアマン特別賞」を受賞
例えば、知覚過敏を抱え外出困難な発達障がい児を試合観戦に
フロンターレの HP によれば、川崎市で開催された「心のバリアフリー・シンポジウム」の参加企業であった JTB、ANA、富士通の 3 社が連携し、その理念を推進するための具体的なアクション
- ・フロンターレは障がい者の就労支援も展開
NPO 法人ピープルデザインと川崎市の提案によるもの。4 社のスポンサー企業
⇒フロンターレの社会連携の特徴は、シャレンの理念のなかでも「企業」の協力
- ・非営利法人が市民を束ねているドイツの場合
例えば人口 6,000 人の村の非営利法人運営のスポーツクラブ (より強力な共同決定)
サッカー用の人工芝をはるために「クラブ 1961 (設立年度にちなみ)」
=企業に 1961 ユーロ (約 25 万 5 千円) のスポンサーを求めたプロジェクト
計 14 のスポンサーが集まり、27,454 ユーロ (約 360 万円) の資金
=スポーツ文化の振興 (J リークの理念でもある) に

5.3 ギラヴァンツ北九州の GOP の特徴

- ・ NPO 法人すてっぷ北九州, 地域住民, 企業, 行政の共同
- ・ フロンターレの特徴が企業性 (NPO 法人ピープルデザインも自律性が高く社会的企業に近い) にあるのに対して, ギラヴァンツの取り組みはグラスツール
- ・ 特に, 地域住民のひとりである中川氏と, NPO 法人の田中氏の発案
つまり, イニシアチブは地域住民と非営利法人
この形態が, ドイツの非営利法人と会員の関係と類似
- ・ さらに NPO 法人すてっぷ北九州は, まだ潜在的課題 (多くの人々に理解されない) であった「不登校児」支援のために「行政」と「交渉」する組織として出発
ドイツの非営利法人も, 「集団結社の自由」と「文化活動 (特に読書) の権利」を獲得するために, 「行政」と「交渉」する組織として出発。現在では, 「企業」とも「行政」とも対等以上に「交渉」しうる力を獲得

5.4 ギラヴァンツ北九州の今後の課題と展望

- ・ 北九州のシンボルになること
- ・ TOP チームが強くなること (J1 へ昇格)
- ・ 営業収益を上げ, チームや事業に投資できる金額を増やすこと
- ・ 愛されるクラブになること
- ・ GOP のようなグラスツールな活動 (企業, NPO, 行政, 地域住民のそれぞれのイニシアチブと連携) を組織として持続可能なものにすること