

2017 年度社会構築論系  
地域・都市論ゼミ2 ゼミ論文

浦和地域におけるサッカーによる街づくり  
—今後レッズが街に貢献していくためには—

主査 浦野正樹教授

早稲田大学 文化構想学部

社会構築論系 4年

浦野ゼミナール所属

1T140460-3

斉藤 耕兵

## 目次

はじめに.....	3
<b>1章 論文概要.....</b>	<b>4</b>
1-1 研究目的・方法.....	4
1-2 研究動機.....	5
1-3 なぜ浦和を選定したのか.....	6
<b>2章 浦和地域におけるサッカーによるまちづくりの展開.....</b>	<b>6</b>
2-1 高校サッカーの栄光と「サッカーのまち」形成期－1960年代～70年代	6
2-2 浦和レッズ誕生と「サッカーによるまちづくり」導入期－1993年～ 2000年.....	6
2-3 さいたま市・埼玉スタジアム2002誕生と「サッカーのまち」成熟期－ 2001年～2008年.....	9
2-3-1 さいたま市による「サッカーのまち」への取り組み.....	9
2-3-2 浦和レッズによる「サッカーのまち」への取り組み.....	10
2-3-3 サポーター・民間による「サッカーのまち」への取り組み.....	11
2-4 浦和駅周辺における「サッカーのまち」の現状.....	12
2-5-1 2章まとめ.....	13
2-5-2 浦和の今後の将来像.....	13
<b>3章 浦和レッズと浦和相関.....</b>	<b>15</b>
3-1 浦和レッズ経営状況.....	15
3-2 埼玉スタジアム.....	18
3-2-1 埼玉スタジアム概要.....	18
3-2-2 埼玉スタジアムが浦和に与えた影響.....	20
3-3-1 レッズランド概要.....	26
3-3-2 レッズランドが浦和に与えた影響.....	28
<b>4章 ガンバ大阪との比較.....</b>	<b>31</b>
4-1 なぜ比較を行うのか.....	31
4-2 ガンバ大阪概要.....	32
4-3 ガンバ大阪が大阪に与えた影響.....	32
<b>5章 まとめ.....</b>	<b>34</b>
5-1 浦和のサッカーによる街づくり.....	34
5-2 浦和レッズが浦和に与えた影響.....	34
5-3 浦和レッズが今後の浦和の街のためにすべきこと.....	35

5-4 総括.....	36
6章 謝辞.....	37
参考文献.....	37

## はじめに

近年、日本のプロスポーツ界において変化が起きている。2004年6月に日本プロ野球パシフィックリーグの近鉄バッファローズとオリックスブルーウェーブの球団合併交渉が進んでいることが明らかになり、新興企業が球団を買収・設立するなど球界再編が進んだ。近鉄とオリックスの合併問題においては、球団経営が近年の不景気により双方赤字で親企業を圧迫していること、本拠地が比較的近い、という理由で近鉄とオリックスの思惑が一致し、合併交渉はファンや地域の声を何ら取り入れようという動きも持たず進んでいった。この騒動を通して、日本プロ野球界は球団を国民の「公共財」や地域に貢献するような地域密着の存在ではなく、企業の広告分野の一部門に過ぎず、企業経営者たちの既得権益として考えているということが国民の一般的な見解になり、多くの国民が失望した。そしてそれらがプロ野球の観客動員数や商品収入・テレビ視聴率の激減、球団とリーグの収入減少、さらにはプロ野球自体の人気低迷につながっているのは明白である。それまで熱心なプロ野球ファンでさえもプロ野球界のムラ社会的な閉鎖性と自分たちの無力さを認識するようになった。またプロ野球以外でも、企業主体のスポーツは現在の日本社会では限界を迎えている。

この騒動を通して、プロ野球をはじめとするプロ企業スポーツの限界を感じ、一方で1993年に開幕したサッカーJリーグの理念である地域密着に大きな関心を持った。企業中心に展開されてきた日本のプロ野球界であるのに対し、企業中心のスポーツから脱却し地域に根付く「地域の共有財産」の存在であることを目標としたJリーグはこれからの日本のスポーツ界で模範的な存在になろうとしている。地域に密着した、企業主体のものではない、地域の発展と市民の豊かな生活の実現を第一の理念に掲げているJリーグであるが、その理念の背景には仕事中心の行き詰まった現代日本人の生活、地域社会の崩壊、子どもをはじめとしたスポーツやスポーツ文化との疎遠などがある。Jリーグはスポーツがただ体力の向上や健康促進効果だけでなく、そこで多くの人々に触れ合うことによって地域社会の交流を生み、個人の人間性をゆたかにし、生きがいをつくり、年齢や性別に関係なく地域で誰もがスポーツに触れ楽しめることができる「生涯スポーツ社会」というものを達成し社会全体に大きな恩恵をもたらすものであるとして、積極的にスポーツ文化を地域に定着させようとしているのである。そのためには市民と行政の積極的な協力が必要不

可欠であり、クラブの市民や行政・企業への説明とそれぞれの理解が重要になる。ホームタウンにおける生涯スポーツ社会の達成と市民を巻き込んだまちづくりの活性化はJリーグの大きな存在意義であり、これからの日本社会にとって貴重なものである。社会のグローバル化の中で、それに逆行するローカリズムがますます重要になっている。地域が自分たちの特性を理解し、地域が自ら権限を持ち活性化を考え実行することは今必然の流れであり、スポーツにおいても言えることである。埼玉県民のさらなるゆたかな暮らしをつくるものであり、埼玉県を個性的で魅力のある地域にすることができるのである。これから浦和レッズを核として旧浦和市、さいたま市全体の生涯スポーツ社会を実現させる方向に向けさせることが必要であり、浦和レッズは旧浦和市、さいたま市を発展させるうえでなくてはならず、そのためにはどうしなければならないのかを考え、本論文を執筆するに至った次第である。

そこでまず第1章では、私がなぜ本論文を執筆しようと思ったのかについてより、詳細に述べる。

第2章ではサッカーによる街づくりのこれまでにについて。

第3章では浦和レッズが旧浦和市、さいたま市にサッカーを中心とした総合スポーツタウンとして、どのような影響を与えてきたのかについて、具体的に2つの事例を挙げて述べる。

第4章では全国のホームタウンとクラブの活動の成功事例としてガンバ大阪と吹田スタジアムを紹介し、浦和レッズと旧浦和市のこれからのスポーツ文化発展と街づくりの発展ための参考にする。

第5章ではこれらをふまえて、浦和レッズが浦和に与えてきた影響についてまとめ、これからの浦和のために浦和レッズがすべきことを考察する。

## 1章 論文概要

### 1-1 研究目的

本論文における第一の目的は浦和のサッカーによる街づくりについて明らかにすることである。本研究の手順としては以下の通りである。まず、旧浦和市（以下、浦和地域）におけるサッカーの歴史を概観する。というのは、浦和地域はもともと浦和レッズ発足以前からサッカーが盛んな土地柄であり、現在の行政あるいは民間によるサッカーに関連した取り組みの背景として、サッカーが地域に浸透していた点が非常に大きいと考えられるからである。次に、浦和地域において浦和レッズがどの程度浸透しているかを明らかにするため、JR 浦和駅周辺を調査した。具体的には、駅周辺の商店街や店舗において浦和レッズの広告・掲示物の掲載状況に基づき、浸透の度合いを明らかにした。さらに、浦和とサッカーを結び付ける主体である浦和レッズ（Jリーグクラブ）、クラブが所在する自治体（さいたま市と浦和区）、商店街・サポーターといった3つの立場を取り上げ、どのよう

に関わっているかを整理する。

第二の目的は浦和レッズが浦和にどのような経済効果をもたらしてきたかについて明らかにすることである。経済効果の調査方法はぶぎん経済研究所における計算方法を採用し、筆者自身で計算を行っていく。

第三の目的はサッカーによる街づくりの今後の課題についてどのように解決すべきかについて明らかにすることである。浦和が抱えている課題を浦和レッズが解消するための方法として、ガンバ大阪との比較を用いる。ガンバ大阪は近年、地域住民と一体となったクラブ改革によって注目を浴びている。ここで、ガンバ大阪の施策を例に取りながら、浦和レッズが今後さらに浦和の街に貢献していくためにはどうすべきかについて明らかにする。

## 1-2 研究動機

1993年に開幕したサッカーJリーグの理念である地域密着に大きな関心を持ったことが発端である。企業中心に展開されてきた日本のプロ野球界であるのに対し、企業中心のスポーツから脱却し地域に根付く「地域の共有財産」の存在であることを目標としたJリーグはこれからの日本のスポーツ界で模範的な存在になろうとしている。地域に密着した、企業主体のものではない、地域の発展と市民の豊かな生活の実現を第一の理念に掲げているJリーグであるが、その理念の背景には仕事中心の行き詰まった現代日本人の生活、地域社会の崩壊、子どもをはじめとしたスポーツやスポーツ文化との疎遠などがある。Jリーグはスポーツがただ体力の向上や健康促進効果だけでなく、そこで多くの人々に触れ合うことによって地域社会の交流を生み、個人の人間性をゆたかにし、生きがいをつくり、年齢や性別に関係なく地域で誰もがスポーツに触れ楽しめる「生涯スポーツ社会」というものを達成し社会全体に大きな恩恵をもたらすものであるとして、積極的にスポーツ文化を地域に定着させようとしているのである。そのためには市民と行政の積極的な協力が必要不可欠であり、クラブの市民や行政・企業への説明とそれぞれの理解が重要になる。ホームタウンにおける生涯スポーツ社会の達成と市民を巻き込んだまちづくりの活性化はJリーグの大きな存在意義であり、これからの日本社会にとって貴重なものである。社会のグローバル化の中で、それに逆行するローカリズムがますます重要になっている。地域が自分たちの特性を理解し、地域が自ら権限を持ち活性化を考え実行することは今必然の流れであり、スポーツにおいても言えることである。埼玉県民のさらなるゆたかな暮らしをつくるものであり、埼玉県を個性的で魅力のある地域にすることができるのである。これから浦和レッズを核として旧浦和市、さいたま市全体の生涯スポーツ社会を実現させる方向に向けさせることが必要であり、浦和レッズは旧浦和市、さいたま市を発展させるうえでなくてはならず、そのためにはどうしなければならないのかを考えようと考えたからである。

### 1-3 なぜ浦和を選定したのか

私の出身地であり、サッカーの街としてJリーグ発足以前から有名であったから。また、私が当時小学校2年生であった2002年に日韓ワールドカップが開催された。その際に浦和美園に国際大会を行うための埼玉スタジアム2002が設立された。浦和美園はスタジアムができる前は広い草原が広がっている何もない荒地であった。しかし、埼玉スタジアムができたことによって近隣には大型ショッピングセンター、マンション、鉄道敷設など劇的に変化を遂げた。私は小学校2年生ながらスポーツで地域が活性化する姿、サッカーという競技が街の振興に携わるということを身をもって体感した。この経験から、私の出身地である浦和に籍を置く浦和レッズと浦和の街の相関性を調査したいと考えたのである。

## 2章 浦和地域におけるサッカーによるまちづくりの展開

ここでは、浦和地域におけるサッカーの歴史を振り返り、いかにして浦和地域にサッカーが浸透していったかを明らかにする。また、浦和レッズの発足、Jリーグ開幕後に本格化した浦和地域におけるサッカーに関するさまざまな施策の変遷を明らかにする。

### 2-1 高校サッカーの栄光と「サッカーのまち」形成期 — 1960年代～70年代—

日本に初めてサッカーがイギリス人によって紹介されたのは1873（明治6）年とされており、各地の師範学校を中心に全校へ普及していった。埼玉県では1908（明治41）年に埼玉県師範学校へ伝わったのが最初である。当時、埼玉県師範学校が所在していた現在のさいたま市役所の敷地には、1997（平成9）年に「埼玉サッカー発祥の地」と題された像が設置された。その後、第2次世界大戦後の1949（昭和24）年に県立浦和高校が国体プロサッカークラブの本拠地におけるサッカーのまちづくりサッカー競技で初優勝したのを皮切りに、1950年代から70年代にかけて、浦和市内の高校による数々の全国優勝によって、浦和は「サッカーのまち」として定着していった。同時期に全国優勝したのは県立浦和のほか、浦和西、浦和市立（現市立浦和）、浦和市立南（現市立浦和南）の3校で、優勝回数は国体、全国高校選手権大会合わせて21回にのぼる。この約20年にわたる地元の高校サッカーの活躍により、浦和市民のサッカーへの関心が高まり、「サッカーのまち」としての認識が創り上げられていった。その後高校サッカーは80年代以降低迷するが、「サッカーのまち」であるが故に、90年代に入るとJリーグ発足時に、市を挙げて浦和地域にプロサッカーチームを誘致することになったのである。

### 2-2 浦和レッズ誕生と「サッカーによるまちづくり」導入期 — 1993年～2000年—

Jリーグは1993（平成5）年5月に10クラブによりスタートし、浦和レッズも駒場スタジアムを本拠地として参加した。同年、浦和市ではJリーグ開始に合わせ、「サッカーのま

ちづくり推進協議会（以下、推進協議会）」を発足させた。推進協議会は、浦和地域におけるサッカー熱をまちづくりに活かそうと発足させたものである。推進協議会は市長を会長として、浦和レッズや地元企業、自治会、市民グループ、商店街などから組織されており、予算は浦和市の会計に計上されている。主な実施事業としては、93年からは浦和市内の高校選抜サッカー選手団の海外派遣、94年からはJR浦和駅前において浦和レッズの選手・監督の足型、記念プレートの設置、95年からは浦和市内の小中学生を対象としたサッカー教室の開催などである（写真1）。98年には北浦和駅東口駅前に「北浦和インフォメーションセンター（愛称「レッズスクエア」）」をオープンさせた（写真2）。レッズスクエアは、浦和レッズに関するグッズ販売や資料展示を行っているほか、試合開催日にはパブリックビューイング会場として使用されている。このように、浦和市ではJリーグの発足に伴い、浦和レッズを中心としたサッカーをまちづくりの一環としてさまざまな事業を進めていった。その一方で、民間レベルにおいても、浦和レッズを通して活性化を図ろうとする商店街の活動も見られるようになった。Jリーグ開幕時から浦和レッズが本拠地に使用した駒場スタジアムはJR浦和駅、北浦和駅が最寄り駅で、両駅から徒歩20分の距離にある。試合開催日には両駅から駒場スタジアムまでシャトルバスも運行されることもあり、両駅を利用する観戦者も多く、試合前後には駅周辺が観戦者で混雑する状況であった。このように、浦和駅や北浦和駅は駒場スタジアムまでの経由地となり、試合開催日には多くの観戦者の通り道となった駅周辺の商店街の中には、独自に浦和レッズに関連した事業を実施するケースも見られ始めた。北浦和駅の場合、Jリーグ開幕前年の1992年、駅周辺の8商店街により「北浦和でレッズを応援する会（以降、応援する会）」が発足した。応援する会は商店街を含め、北浦和全体でレッズを応援し、盛り上げようと結成されたもので、浦和レッズの応援旗の作成、街路灯への設置や、パブリックビューイングの実施、浦和レッズに関連したイベント開催などを行っている。



写真1 浦和駅前に設置された浦和レッズのパネルと選手の足モニュメント



写真2 北浦和駅前にあるレッズスクエア

応援する会に加盟している商店街の一つ「北浦和GINZA レッズ商店街」は、Jリーグがスタートした1993年に、それまでの北浦和銀座商店街から名称を変更したほか、毎年8月に開催していた「宿場まつり」を「レッズまつり」に変えた。現在では商店街の予算のほとんどが浦和レッズに関連した事業に費やされている。北浦和GINZA レッズ商店街の取り組みなどは、浦和レッズが地域に浸透していることの表れとして読み取れる。このように浦和レッズを通して活性化を図ろうとする商店街も駒場スタジアムへのアクセスに便利な位置にある北浦和駅、浦和駅周辺に多い。浦和レッズのホームゲーム観客数は、Jリーグが開幕した1993年は18試合で年間20万6千人、1試合平均すると1万1千人であった。これは当時の駒場スタジアムの収容人数が1万人であったことと、ホームゲームの1試合を国立競技場で開催し、約5万人の観客を集めたため、1試合平均が駒場スタジアムの収容人数を上回っている。翌1994年から95年にかけて、駒場スタジアムの改修を行い、収容人数が2万1,500人に増えると、1試合当たりの観客数も2万人を超えるようになった。それは、浦和レッズが2部（J2）へ降格する1999年までの間、駒場スタジアムでは毎試合が満員という状況であった。Jリーグ開幕当時はプロサッカーリーグの誕生ということで、Jリーグはブームとも呼べるほど世間の注目を集め、各試合多くの観客を集めた。しかし、発足2年目にリーグ全体の1試合平均約2万人を記録した観客数は、3年目



から減少を続け、1997年には1試合平均で約1万人にまで減少した。それとは反対に、ほぼ毎試合満員の観客を集めた浦和レッズは、1996年以降はリーグ全体で最も観客動員数の多いクラブとなった。ところで、浦和レッズの成績はJリーグ開始から2年連続最下位など、しばらく低迷を続け、1999(平成11)年には2部(J2)へ降格した。翌2000年は2部での好成績より、再び1部(J1)へ昇格したが、リーグ順位は下位に低迷していた。それにもかかわらず、観客動員においてはリーグ発足4年目からは常にリーグトップを記録しているのは、レッズというクラブが浦和地域に根付いており、地域がレッズを支えていることを示しているといえる。

## 2-3 埼玉スタジアム2002 誕生と「サッカーのまち」成熟期 — 2001年～2008年—

### 2-3-1 浦和による「サッカーのまち」への取り組み

浦和レッズが本拠を置く浦和市は、2001年に大宮市、与野市と合併し、さいたま市となった。それに伴い、旧浦和市で発足した「サッカーのまちづくり推進協議会」は、さいたま市長を会長とした「さいたま市サッカーのまちづくり推進協議会(以下、協議会)」へと引き継がれた。行政の管轄もさいたま市発足により設置されたスポーツ企画課へ移され、具体的な事業を行っている。さいたま市の誕生により、小中学校でのサッカー教室の開催や高校選抜サッカー選手団派遣事業の対象範囲をさいたま市全域へと広げることとなった。また、旧大宮市においては、1999年に大宮アルディージャがJリーグに加盟し、2005年にJ1に昇格した。これを受けて協議会では大宮駅東口前に大宮アルディージャのプレートを設置した。また、2003年からは海外の強豪クラブを招待して、地元Jリーグクラブとの親善試合「さいたまシティカップ」の開催を開始し、2008年までは連続して浦和レッズが参加している。このように現在の協議会は、浦和レッズだけでなく、大宮アルディージャを含めたさいたま市全体として「サッカーのまち」づくりに取り組んでいる(6)。その一方で、さいたま市発足に伴い誕生した浦和区では、協議会とは別に、区政方針として「サッカーのまちづくり事業」の推進を打ち出している。例えば浦和区では、2004年度より毎年、区のカラーでもある赤色を基調としたフラッグを作成し、区内の商店街に配布して街路灯への設置を行っている。さらに、埼玉スタジアム2002(以下、埼玉スタ)は、2002年に日本と韓国で共催されたワールドカップで使用するスタジアムとして2001年に完成した。浦和レッズは2001年に2試合、2002年に5試合で埼玉スタを使用した。埼玉スタは収容人数が63,700人と、駒場スタジアムの3倍の収容力だったこともあり、2001年には1試合当たりの観客数が2万6千人へと増加した。それまでの駒場スタジアムでは毎試合満員で、観戦チケットが手に入らない事態も多々発生したため、浦和レッズは2003年から埼玉スタでのホームゲーム開催を増やしていった。2007年には浦和レッズのJリーグホームゲーム開催数は、駒場スタジアム2試合に対し、埼玉スタは15試合となっている。

### 2-3-2 浦和レッズによる「サッカーのまち」への取り組み

このように、浦和レッズでは観客動員数の増加に比例するように、営業収入も増加させていった。2007年の営業収入約80億円は、2位のクラブよりも約30億円多い。2003年からは、営業収入をチーム運営・強化だけでなく、ホームタウンである浦和地域や埼玉県内における地域貢献事業に充て、「サッカーを通しての地域づくり」に本格的に取り組み始めた。同年に発足させた「ハートフルクラブ」では、サッカーを通じたコミュニケーションにより、健全な青少年を育てるという趣旨のもとに活動を行っている。例えば、サッカースクールのほか、浦和レッズのOBなどがコーチとなり、主にさいたま市内の幼稚園や小学生を巡回しながらサッカー教室を開催するなどの活動を行っている。2006年にはハートフルクラブを643回開催し、36,214人の児童が参加している。2003年の活動開始からの累計では参加者が10万人にのぼっている。その他、2007年には前年のJリーグ優勝を記念してサッカーボール2万球をさいたま市内の幼稚園から中学校すべてに寄贈した。2005年からは、さいたま市桜区（旧浦和市）の14万㎡の敷地に2013年の完成をめどに、総合型スポーツクラブ「レッズランド」の整備を開始した。レッズランドでは、生涯スポーツの普及やスポーツを行う環境を身近にし、地域にスポーツが根ざすこと目指したものである。レッズランドはサッカーだけでなく、テニス、野球、ラグビーなどのスポーツのほか、サイクリングコース、キャンプ場を整備し、一般に開放している。このほか、2004年には練習場である大原サッカー場の施設を改修し、これを地元のファンを中心とした交流拠点としてさいたま市に寄贈した。また、2006年からは「ALL COME TOGETHER」というスローガンを掲げた。これは、クラブとファンが一体となって応援しようとする活動で、その一環として浦和区内の77商店街にバナーを配布し、街路灯への設置を呼び掛けた（写真3）。以上のような浦和レッズの一連の取り組みは、本業のサッカーの強化には繋がらない。しかし、ホームタウンである浦和地域にサッカー文化を定着させ、成熟させようとする地域貢献活動により、結果として浦和レッズがさらに地域へ受け入れられ、「サッカーのまち」づくりが進んでいくものと考えられる。



写真3 「ALL COME TOGETHER」のバナー

### 2-3-3 サポーター・民間による「サッカーのまち」への取り組み

浦和レッズは2003年にクラブとして初めてのタイトルであるヤマザキナビスコ杯で優勝した。その後、2005年の天皇杯、2006年には天皇杯とJリーグ年間優勝を遂げ、強豪クラブとなった。もともと高かった人気の実力を伴ったことでさらに魅力を高め、「浦和＝サッカーのまち」というアイデンティティを地域に確立させていった。このような動きの表れとして、民間レベルによる「サッカー」の地域活性化への積極的な活用がある。浦和駅西口の9つの商店街では、「サッカーのまち浦和」をアピールすることを目的に、浦和区のバックアップのもと、2007年から冬期間のサッカーツリー点灯を開始した。これは、Jリーグ優勝の2006年に西口ロータリーでのサッカーボールを模ったイルミネーション装飾を、翌年からは周辺の商店街の通りに拡大させたものである。浦和区や浦和区内の商店街としても、サッカーを地域のシンボルとしてとらえている。また、2007年3月には浦和レッズを中心としたサッカーのフリーペーパー「浦和フットボール通信」が発行を開始した。これは、もともと浦和レッズの熱心なサポーター2人が、さいたま市の新事業設立支援制度を利用して設立した会社により編集・発行されているものである。2007年3月の創刊以降、毎月発行されており、2008年10月現在では45,000部が埼玉県内の協力店526店において無料配布されている。「浦和フットボール通信」は、浦和地域のサッカーと地域活性化を主眼に置いていることもあり、内容は浦和レッズの記事を中心としつつも、浦和地域の少年・高校サッカーの動向などにも触れている。また、旧

浦和市内の各地域や商店街の紹介も行っている。現在では、浦和地域では「サッカーのまち」という共通の認識が定着しており、その上で、さらに「サッカーのまち」というアイデンティティを高めようとさまざまな取り組みが行われている。

#### 2-4 浦和駅周辺における「サッカーのまち」の現状

本項では、浦和駅周辺を事例にして、サッカーあるいは浦和レッズがどの程度浦和に浸透しているかについて考察を試みる。浦和駅西口と東口の前には浦和レッズの巨大パネルと応援看板が設置されているほか、駅周辺の主要な通り、商店街には街路灯にバナーが設置されている。そのほか、サッカーボールがデザインされたストリートファニチャーが置かれている通りもある。次に、個別の商店における浦和レッズに関連した掲示物の取扱状況の分布から分かることは以下の通りである。浦和駅西口の場合、駅前の伊勢丹からイトーヨーカドー、センチュリーシティにかけての地域に浦和レッズの旗、ポスターを店頭に掲げている店舗が集中している。この地区は飲食店が多く集まっている地域でもあり、旗やポスターを掲げている店の多くは飲食店である（写真4）。飲食店の場合、浦和レッズの応援店であることが、浦和レッズサポーターを中心とした集客増につながるからといえる。なお、店内での試合観戦や試合観戦後にサポーター、ファンが集まることで知られる名店も数件ある



写真4 浦和レッズの旗・ポスターを店頭に掲示している飲食店

浦和駅東口では、北側の通りに浦和レッズの旗、ポスターを店頭に掲げている店舗が多く分布している。この通りは、駒場スタジアムへの徒歩ルート上にあり、駒場スタジアムでの試合開催日は多くの観戦者が通行する。また、旗やポスターを掲げている店舗は、飲食店のほか精肉店、書店、衣料店などもある。このような業種の店舗では、旗やポスターを

掲げることを商売上の利益に連動させているのではなく、単に「サッカーのまち」、「レッズのまち」として地域を盛り上げようとするものであるが、それだけ地域に「サッカー」、「レッズ」が浸透していると考えられる。

#### 2-5-1 2章まとめ

本稿では、浦和レッズとその本拠地である浦和地域を事例に、プロサッカークラブの発足による「サッカーのまち」への変遷を明らかにしてきた。浦和地域では1960年代、70年代にかけての約20年間の地元高校サッカー部による数々の全国優勝により、「サッカーのまち」として知れ渡るようになった。長い間をかけて定着した「サッカーのまち」という認識とアイデンティティが地域にあったため、1993年のJリーグ開幕時の「ブーム」や浦和レッズの成績に左右されず、サッカーのまちづくりが着々と進んでいったといえる。さらに、地域住民の「サッカーのまち」としての認識があるために、行政による「サッカーのまち」づくりへの理解が進んだのである。2000年代に入ると、浦和レッズは本格的に地域貢献活動に取り組むようになった。レッズランドの整備やハートフルクラブなどの取り組みは、本業のサッカーの強化には繋がらない。しかし、ホームタウンである浦和地域にサッカー文化を定着させ、成熟させようとするこのような活動は、結果として浦和レッズがさらに地域へ受け入れられるものになり、さらには浦和地域の「サッカーのまち」づくりが一層進んでいくものと考えられる。

最後に、今後の浦和地域における「サッカーのまち」づくりに向けてクリアすべき課題を提示し、検討を加えたい。それは、浦和レッズのホームスタジアムが駒場スタジアムから埼玉スタジアム2002に移った点である。2007年度の浦和レッズの浦和地域における試合数は埼スタ24試合に対して駒場スタジアムは3試合となっている。浦和レッズは観客動員数リーガーの人気クラブであり、収容人数21,500人の駒場スタジアムでは手狭だったことも要因であり、クラブの経営戦略としては自然な流れであろう。当然ながら、試合開催はスタジアムもさることながら、最寄駅周辺も多くの観戦者で賑わう。試合開催日の賑わいの中心が、これまでの駒場スタジアムの最寄駅であった浦和駅、北浦和駅から埼スタの最寄駅である埼玉高速鉄道の浦和美園駅に移ることにより、浦和美園駅周辺の街づくりが進んでいくと言える。浦和美園駅周辺の街づくりを今後どうすべきかについては、ガンバ大阪との比較を用いて考察していく。

#### 2-5-2 浦和区の今後の将来像

浦和区の今後の課題として街づくりとしての課題があげられる。浦和区は今後街づくりの理念として「にぎわいと文教の調和する緑豊かなまち」を掲げている。この理念の下、浦和区が今後の将来像として掲げている点は5つある

##### (1) 多様な交流のある街づくり

「交流の活発化によるコミュニティ意識の醸成」と「様々な差異を超えて人々がふれあ

い、だれもが楽しく活動し、人々の理解と共感が広がるまちづくりの推進」である。さいたま市浦和区が抱える問題の一つに外国人世帯の割合の高さが挙げられる。浦和区の人口のうち、0.7%が外国人世帯である。これはさいたま市内の他の区と比べても多い割合である。このことから浦和区は全ての人たちにとって住みやすい街づくりを目指している。

#### (2)総合スポーツ都市としての街づくり

「恵まれたスポーツ資源」を中心に総合型スポーツ都市としての発展を目指す浦和において、浦和レッズの存在、総合スポーツ施設レッズランドは、浦和の街の発展として欠かせないものである。しかし、現状としてサッカーの街の側面が強いのが浦和の課題でもある。浦和レッズが他のスポーツの発展にどのように寄与していくべきかを考えることが、今後のスポーツ都市としての浦和を考える際に重要になってくる。

#### (3)にぎわいのある街づくり

「駅周辺などや商店街の持つそれぞれの魅力を再発見、活用した、だれもが訪れやすい活気のあるまちの再生と創出」「鉄道で分断された東西が連携した一体的なまちづくり」急速に浦和駅周辺が発展したことにより、地域商店街の衰退が問題となっている。また、浦和駅と南浦和駅を比較すると駅ごとに発展の度合いにばらつきがあり、街として一貫性が欠けている点が見受けられる。

#### (4)やさしく、人間味豊かな街づくり

「緑豊かな美しいまち並みづくりなど、地域の環境向上に向けた住民参加による取り組みの推進」「高齢者や障がい者の自立と支援、子育てなどを互いに助け合い、だれもが元気に活動できる地域づくり」少子高齢化の進行により、高齢者へに配慮したまちづくりが求められている。また、待機児童問題が顕在化しているのも現状としてある。

#### (5)参加と協同による街づくり

「住民が地域をより深く知り、考えるような場や交流機会の積極的な創出」「新しい情報技術の活用などによる、さらに広い市民の参画機会を増やす仕組みの創設」

([http://www.city.saitama.jp/urawa/001/002/002/p021432\\_d/fil/1shiryoul.pdf](http://www.city.saitama.jp/urawa/001/002/002/p021432_d/fil/1shiryoul.pdf)※2017年11月25日閲覧)

以上が浦和区が今後の街づくりで重点的に行っている5点である。この他に平成24年度に浦和区が区民589名を対象にアンケートを行い325名から回答を得た。「浦和区で、10年後、20年後に特に残したいもの」のワースト1位はまちのブランド力。「10年後、20年後に期待する浦和区の姿やイメージ」のワースト1位は憧れを集める街であった。

([http://www.city.saitama.jp/urawa/001/002/002/p021432\\_d/fil/1shiryoul.pdf](http://www.city.saitama.jp/urawa/001/002/002/p021432_d/fil/1shiryoul.pdf)※2017年11月25日閲覧)

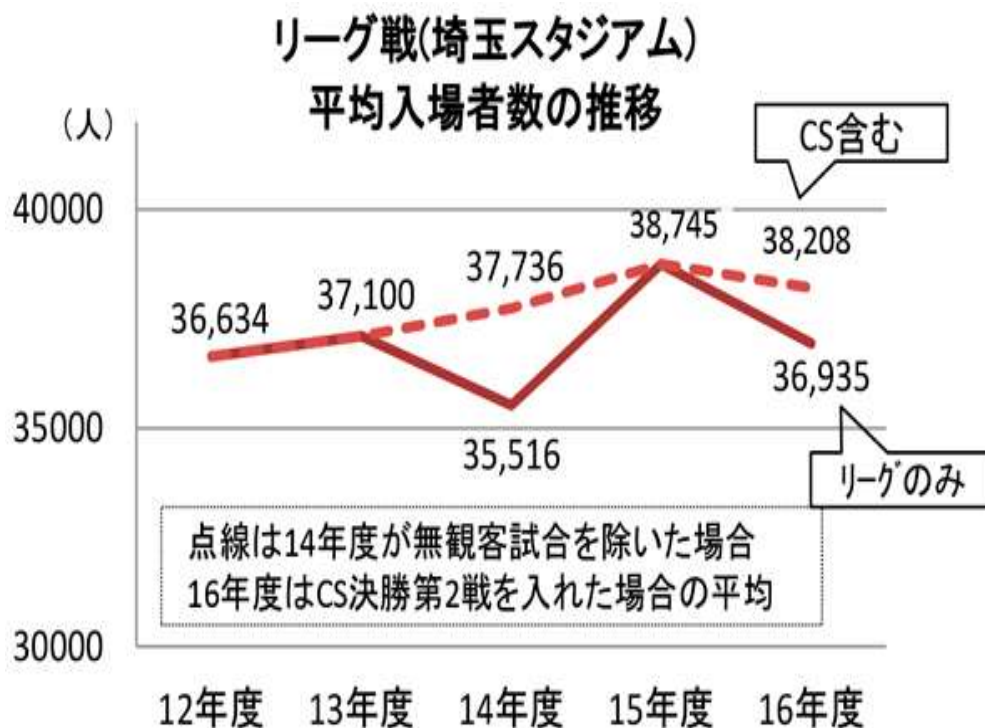
浦和区の今後の将来像とアンケート結果から浦和区が今後取り組まなければならない課題は「スポーツを中心とした街づくりにより、憧れを集める街を作ること」「賑わいのある街づくりにより、まちのブランド力を高めること」ではないかと考察する。



### 3章 浦和レッズと浦和区相関性

#### 3-1 浦和レッズ 経営状況

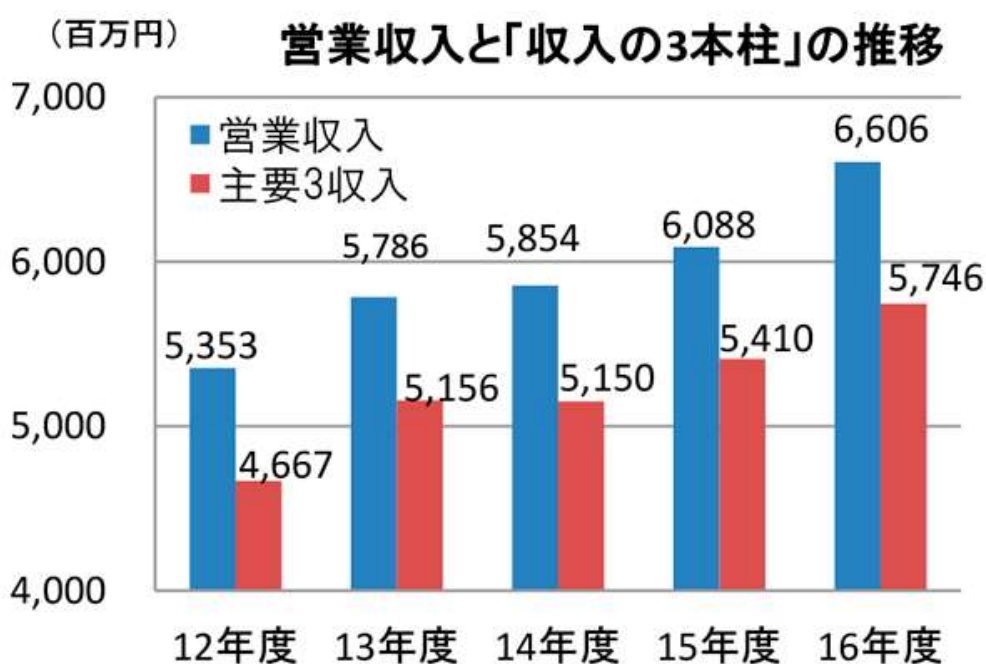
浦和レッズは、筆頭株主の三菱自動車工業株式会社が、他のJリーグクラブを保有する日産自動車株式会社から資本参加を受ける方針となったことに伴い、資本構成が大きく変化。筆頭株主は、新たに三菱重工業株式会社と三菱自動車工業株式会社が共同出資して設立したダイヤモンドF.C. パートナーズ株式会社となり、今まで以上に強固な支援体制となる。また、16年ぶりとなる第三者割当増資を実施し計2億2,560万円の資本増強を行う。第三者割当増資先は、ダイヤモンドF.C. パートナーズ株式会社をはじめとする三菱グループ各社のほか、地域で浦和レッズを支える地元企業計16社で株主企業・団体数は15社増え45。



2015、2016シーズンの2シーズンで導入されたCSを加えた18試合平均入場者数は38,208人(前年度38,745人)。リーグ戦の平日開催が増えたことが減少原因になる一方、CS決勝が増加要因。総入場者数に関しては、2015シーズン75万7,279人、2016シーズンは83万7,237人になり、7万9,958人増加。

営業収入は66億600万円と4年連続で増収となり、この収入規模は2009年度を7年ぶ

りに超える水準。事業費用と一般管理費を合わせた営業費用は、64億2,600万円で、営業利益1億8,000万円、当期純利益1億7,300万円となり、6年連続の最終黒字。営業収入の内訳では入場料、広告料、グッズ販売、Jリーグ分配金等の全収入が前年に対し増収。入場料収入は、カップ戦の2試合増やCS決勝出場もあり23億7,500万円（前年度比2億100万円増）。パートナー収入は、新規パートナーの獲得等があり25億9,300万円（前年度比4,500万円増）になり5年連続の増加。グッズ収入は、ルヴァンカップ優勝記念グッズや選手記念グッズ等により7億7,800万円（前年度比9,100万円増）。



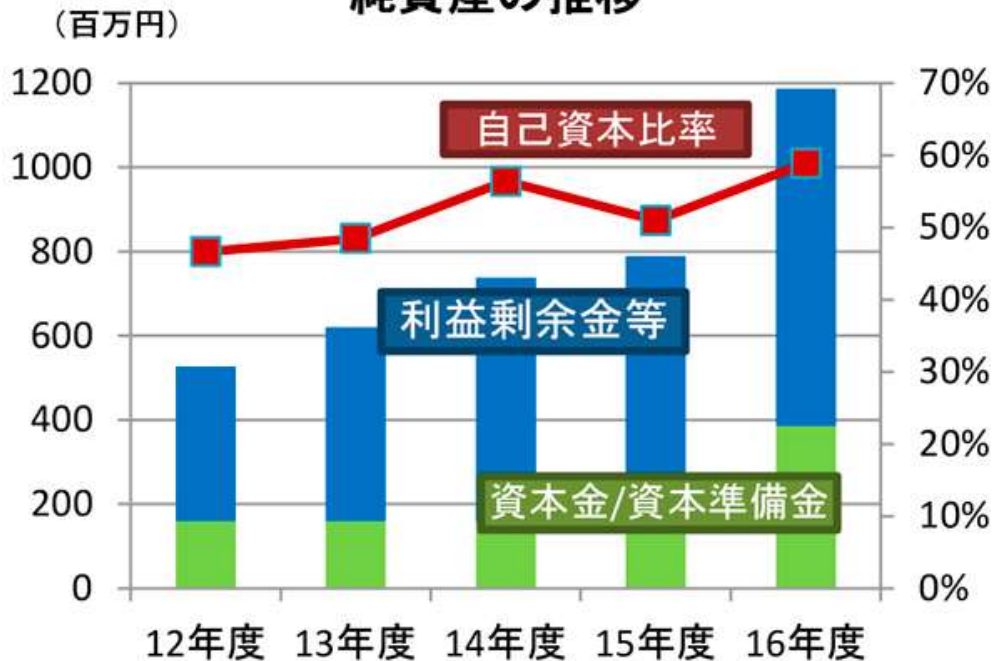
・主要3収入とは、「入場料収入」「広告料収入」「グッズ収入」の合計

(表2)

純資産は11億8,700万円と設立以来初めて10億円を超えた。第三者割当増資を行った結果、資本金/資本準備金が1億6,000万円から3億8,500万円へと増加。利益剰余金合計も8億100万円になり、過去最高の金額で自己資本比率に関しても59%。第三者割当増資による資金で、チーム強化のための選手補強並びに練習トレーニング環境改善への投資、及びクラブ基盤増強のためのシステム投資などを行なう。



## 純資産の推移



(表 3)

浦和レッズは「絆づくり」と「快適なスタジアム」への取組みを続けている。「絆づくり」では REX CLUB の取組みを強化したほか、ファンショップ、グルメショップ、イベントといった活動も改善している。2017 シーズンは、トップチームには 7 選手が加入し、さらに安定したチームづくりを継続しつつ、「すべてにおいてバージョンアップ」を図り、育成やレディースを含め「強くて魅力あるチーム」づくりを継続する方針である。

浦和レッズは、創立 25 周年となることから様々な企画を実施する。レッズランドを一般社団法人にするほか、ハートフルクラブの活動強化など Jリーグ百年構想への取組みも継続している。オンラインチケットサイトと REX CLUB を接続させるなど楽しみをひとつずつ増やしている。また、差別撲滅や安全なスタジアムづくりに向けた SPORTS FOR PEACE! 活動も継続しておこなっている。( <http://www.urawa-reds.co.jp/club/managdata.html> ※11 月 20 日閲覧)

これらのデータから浦和レッズの経営は常に地域住民との連携を考えながら、戦略が練られていることが分かる。設立当初は三菱グループだけでなく、地域民間企業と連携をとることでポートフォリオを組んできた。純資産の増加は観客動員数の増加が直接的な要因であるが、その副要因として地域住民向けのイベントや広報活動が挙げられる。クラブが積極的に地域住民に呼びかけることで、観客数増加の要因になっている。

## 3-2 埼玉スタジアム

### 3-2-1 埼玉スタジアム 概要

#### 昭和 62 年 (1987)

1 月 日本サッカー協会にて FIFA ワールドカップ招致を決定

#### 平成 4 年 (1992)

2 月 埼玉県サッカー協会会長が新スタジアム建設・ワールドカップ・サッカー大会会場地立候補の請願を提出

7 月 「国内開催地立候補出願書」を提出

9 月 「第 1 次基本構想」を提出(4 万人規模)

#### 平成 5 年 (1993)

1 月 国内開催候補地に決定される

#### 平成 6 年 (1994)

10 月 県営サッカー場の規模を 6 万人に変更

12 月 県議会サッカー振興議員連盟発足

#### 平成 8 年 (1996)

5 月 FIFA 理事会で日韓共同開催決定

10 月 6 万人規模のスタジアム実施設計補正予算案が成立(9 月県議会)

12 月 25 日 日本サッカー協会理事会(10 自治体決定)

#### 平成 9 年 (1997)

2 月 25 日 スタジアム敷地造成工事着工式

#### 平成 10 年 (1998)

5 月 9 日 埼玉県営サッカースタジアム(仮称)新築工事起工式

8 月 6 日 ワールドカップ準決勝を埼玉で開催することが決定(JAWOC 理事会)

10 月 28 日 知事決勝戦要望(署名 166 万人)

12 月 19 日 スタジアム「立柱式」(鹿島建設)

#### 平成 12 年 (2000)

3 月 15 日 スタジアムの名称を「埼玉スタジアム 2002(にまるまるに)」と決定

8 月 29 日 スタジアム「上棟式」(鹿島建設)

10 月 31 日 スタジアムのシンボルマークとマスコットマークが決定

#### 平成 13 年 (2001)

3 月 26 日 ピッチ芝播種

7 月 31 日 スタジアム本体完

10 月 6 日 スタジアムオープン記念イベント実施(参加者数 約 10 万 6 千人)

10月13日 オープン記念試合 Jリーグ公式戦 浦和レッドダイヤモンズ VS 横浜F.マリノス 開催（観客数 60,553人 Jリーグ新記録）

10月16日 ツアーアテンダントによるスタジアムツアー開始

11月7日 オープン記念試合 日本代表 VS イタリア代表 開催（観客数 61,833人）

12月29日 オープン記念試合 天皇杯準決勝 浦和レッドダイヤモンズ VS セレッソ大阪

12月31日 オープン記念試合 全国高校選手権大会 1回戦

#### 平成14年（2002）

1月2日 オープン記念試合 全国高校選手権大会 2回戦

6月2日 日韓W杯開催（イングランド代表 VS スウェーデン代表・52,721人）

6月4日 日韓W杯開催（日本代表 VS ベルギー代表・55,256人）

6月6日 日韓W杯開催（カメルーン代表 VS サウジアラビア代表・52,328人）

6月26日 日韓W杯準決勝開催（ブラジル代表 VS トルコ代表・61,058人）

[http://www.stadium2002.com/stadium\\_3.html](http://www.stadium2002.com/stadium_3.html)※2017年11月17日閲覧）

#### ・埼玉スタジアム 建設経緯

埼玉スタジアムは「21世紀を担う青少年に夢と希望を与える」「サッカー王国・埼玉をサッカーのメッカにする」「防災支援機能を備えた公園とする」の3つの基本理念をもとに建設された。

埼玉スタジアム建設の発端は、県営大宮サッカー場（1960年3月完成、現:NACK5スタジアム大宮）が、施設の老朽化が進んでいたことから、新サッカー場の建設構想が浮上したことにある。その後、日本サッカー協会がワールドカップ大会の日本開催誘致に動く中で、埼玉県でも、本件でワールドカップ大会を開催しようという機運が盛り上がり、誘致活動を展開した。国際サッカー連盟は1996年5月に2002FIFAワールドカップの日韓共同での開催を決定した。同年12月、日本サッカー協会理事会が埼玉県を大会開催地の一つに決定、これにより、埼玉スタジアムはワールドカップ会場として建設工事が進められることになったのである。

#### ・設立後～現在

設立して初めの試合は2001年10月13日のJ1リーグ戦・浦和レッズvs横浜F・マリノスで、この試合の観客60,553人は当時のJリーグ最多記録となった。

周辺は都市公園「埼玉スタジアム2002公園」として機能しており、サブグラウンド3面フットサルグラウンドといったサッカー関連施設のほか芝生広場もある。これらの施設を利用したスポーツクラブも開設され、レストハウス（レストラン）も含めて一般市民に開放されている。正式な表記は「埼玉スタジアム2〇〇2」（2つある数字の「2」の間に記号の「丸」が2つ入る）であるが、埼玉スタジアム2002の公式サイトを含め、マスメディアではすべて数字で「2002」（にせんに）と表記されている。一般には単に埼玉スタジア

ム、または略されて埼スタと表記されることも多い。なお、Jリーグのホームページでは「埼玉」と表記されている。

2005年・2009年・2013年・2016年にはJリーグアウォーズで「ベストピッチ賞」を受賞した。( <https://www.jleague.jp/stats/>※11月15日閲覧)

#### ・埼玉スタジアムの利用状況

##### (1) 日本代表戦の開催

埼玉スタジアムが2002FIFA ワールドカップの大会会場として使用されて以来、同スタジアムで開催された日本代表戦は2001年度から2011年度までの累計で20試合にのぼっている。( <http://www.pref.saitama.lg.jp/soshiki/a1105/index.html>※2017年11月19日閲覧) その実績は、国立競技場、日産スタジアムのそれぞれ17試合を上回り、全国トップとなっている。また、Jリーグでは、埼玉スタジアムをホームスタジアムとしている浦和レッズがほとんどの主催試合を行い、2010年度は16試合、このほか、同じさいたま市のJリーグ大宮アルディージャの主催試合も行われた。

##### (2) 100万人を超える年間利用者

埼玉スタジアムの利用者数は、開場翌年度の2002年度から毎年100万人を超えてお、浦和レッズがJリーグで優勝した翌年度の2007年度は1,715,830人に達した。2010年度の利用者数をみると、Jリーグ、日本代表戦、日本女子サッカーリーグ（なでしこリーグ）、全国高等学校サッカー選手権大会などプロ・アマチュア各種試合が開催されており、スタジアムで899,607人、サブグラウンドで147,072人のほか、イベント、フットサルコート、スタジアムツアー等その他の利用146,241人を加え、全体で1,192,920人にのぼる。

( <http://footballgeist.com/audience?id=team&no=%E6%B5%A6%E5%92%8C%E3%83%AC%E3%83%83%E3%82%BA>※2017年11月20日閲覧)

#### 3-2-2 埼玉スタジアムが浦和に与えた影響

##### ・経済的影響

埼玉スタジアムが浦和区与えた影響として最も大きいのは経済的影響である。2006年度サポーターが2006年に浦和レッズにかけた試合観戦にかけた費用は、一人当たりチケット・グッズ購入代が平均約89300円であり、遠征費や交通費かけた費用が平均約96000円で合計すると185300円だった。平均観客数を約40000人とすると、年間総費用は約74億円にもなる。また、浦和レッズと埼玉大学が合同して一つの試合においての調査を行ったデータから見ると埼玉スタジアムへのアクセス手段の約4割が近くまで自家用車で試合を見に来ている事がわかった。埼玉スタジアム周辺には無料駐車場はほとんどなく、多くが埼玉スタジアム近く多くある臨時有料駐車場を利用する。筆者自身も試合を見に行くときは臨時有

料駐車場を利用する事が多く駐車料金が平均2000円である事から、一試合平均40000人は集まるレッズの試合の16000人は自家用車を利用し仮に4人で一台と考えても4000台分の800万円の経済効果がある事が分かる。

以下、今後の論の展開において非常に重要な先行研究データがあるため引用する。ぶぎん地域経済研究所が2012年3月に発表した埼玉スタジアムが埼玉県内に与えた経済効果についてまとめたレポートである。

・埼玉県内への経済波及効果は合計で1674億円

開場10周年を迎えた埼玉スタジアムが、これまでもたらした埼玉県内への経済波及効果を試算した。試算については、埼玉スタジアム建設時にのみ発生する建設投資による経済波及効果と埼玉スタジアム利用により2001年度から2011年度までの毎年発生した入場料、交通費等の消費支出による経済波及効果を、各々試算した。その結果、**直接効果は、埼玉スタジアムの建設投資535億円と埼玉スタジアム利用の消費支出による効果589億円を合わせて約1,124億円となり、これによる経済波及効果（直接効果を含む）は約1,674億円に上った。**

(1) 埼玉スタジアム利用による毎年の経済波及効果

毎年の消費支出による経済波及効果については、2010年度で推計した直接効果をベースに各年のスタジアム利用者数や試合数の実績を勘案し、試算した。埼玉スタジアムの利用に伴う消費支出の直接効果の累計は58,875百万円で、これによる埼玉県内への経済波及効果の累計は85,694百万円となり、直接効果に対し、1.45倍の生産誘発効果が生まれたと試算した

・2010年度埼玉スタジアム利用による2010年度単年度の経済波及効果の試算

(1) 経済波及効果の試算方法

最初に、経済波及効果を試算するもととなる「直接効果」を推計した。直接効果には、埼玉スタジアムの利用者が埼玉県内で支出する入場料、交通費、飲食費、グッズ購入、宿泊費などに、埼玉スタジアム運営者の事業活動や浦和レッズなどの興業活動に伴う事業収入や広告収入を加えた。

次に、「直接効果」により生じた生産拡大が、その原材料・部品やサービスの需要を生み、さらに他の産業への生産増となり、次々に生産が波及していき、関連産業の生産が増える効果「1次間接効果」を試算した。これに、関連産業に従事する雇用者の所得増加が、消費を通じて新たに生産を誘発する効果「2次間接効果」を試算した。

(2) 直接効果の推計

直接効果は、2010年度の埼玉スタジアムの年間利用者数の実績をベースに推計すると、以下の通り①から⑥の総額5,626百万円となった。

- ①交通費 678百万円
- ②入場料、広告収入 4102百万円
- ③飲食費 429百万円
- ④グッズ購入 250百万円
- ⑤宿泊費 123百万円
- ⑥駐車料 44百万円

(3) 経済波及効果の試算結果

直接効果5, 626百万円による県内最終需要増加額は5, 607百万円となり、間接効果は1次間接効果1, 729百万円と、2次間接効果840百万円を合わせ2, 569百万円、これによる年間の経済波及効果は8, 176百万円と試算した。

直接効果の5, 626百万円から8, 176百万円と、1.45倍の経済波及効果(=経済波及効果/直接効果)がもたらされ、これにより676人の雇用が創出されるものと試算した。

( ) 経済波及効果の内訳

経済波及効果の8, 176百万円のうち、波及効果の大きな産業を部門別にみると、娯楽サービスの4, 141百万円が最も多く、次いで、商業の497百万円、飲食店の465百万円となった。

また、雇用創出効果については676人の雇用が生まれる。この雇用創出効果を産業部門別にみると、娯楽サービスの392人が最も多く、次いで、飲食店の78人、商業の57人となった。

以上のレポートから、ぶぎん地域経済研究所(2012)は、日本最大のサッカー専用スタジアムである「埼玉スタジアム2002」(埼玉県さいたま市)の経済効果を推計している。埼玉スタジアムの建設時に発生する建設投資による経済効果と、埼玉スタジアムの利用により2001年度から2011年度までの消費支出(入場料や交通費等)による経済効果をまとめたものが表1である。表から埼玉スタジアムは埼玉県に10年間で約1674億円の経済効果をもたらしていることがわかる。

	直接効果	直接効果による 県内最終 需要増加額 a	間接 1次効果 b	間接 2次効果 c	経済 波及効果 a+b+c
埼玉スタジアムの建設投資	53,500	53,500	18,330	9,846	81,676
2001年度から2011年度までの 消費支出の累計	58,875	58,675	18,204	8,815	85,694
合計	112,375	112,175	36,534	18,661	167,370

ぶぎんレポートNo156 2012年3月号

また、経済波及効果の算出法についてまとめると以下の通りになる。

経済波及効果＝ 直接効果（建設投資や消費支出などの需要増加額）

＋間接1次効果（上記の建設材や消費物の原材料等の生産による波及効果）

＋間接2次効果（上記の雇用者の所得が増えたことによる新たな消費活動）

2010年度は直接効果5626百万円、1次間接効果1729百万円、2次間接効果840百万円、経済波及効果8176百万円となった

これは2015年に設立された市立吹田スタジアムが大阪府に与える経済効果と比較しても大きなものであることは間違いない。市立吹田スタジアムは国際規格を有するサッカー専用スタジアムである。万博公園内に建設された同スタジアムの今後10年間の経済効果は吹田市内で411億6550万円、大阪府内へは960億6600万円であるため、その差は歴然である。（<https://www.kansai-u.ac.jp/global/guide/pressrelease/2009/No10.pdf>※2017年11月20日閲覧）

#### ・周辺住民に与える影響

埼玉スタジアムの施策として地域の共有財産である公園を、住民、行政とともに育てていくという取り組みがある。これは公園利用者や地元自治体、周辺の自治会や企業、学校などと連携して公園を作り上げていくというものである。様々な立場の人が公園で行動を共にすることにより、来園者の満足度を高めるだけでなく、公園をフィールドとしたコミュニケーションを活発にしていこうとするものである。以下で埼玉スタジアムが地域コミュニティ活性化のために行っている事業をいくつか紹介する

#### (1) スポーツの振興を推進する公益事業の実施

##### 1) 「埼玉スタ・ドリームサッカー」の開催

年間12回程度、一般公募により、「埼玉スタ・ドリームサッカー」を開催し、メインピッチ、第2、第3グラウンドでプレーするチャンスの提供。天然芝ピッチのサッカーを体感することにより、サッカーの楽しさ、感動とともにスタジアムへの愛着を高める。

##### 2) 「埼玉スタカップ」フットサル大会の開催（年2回）

各世代、レベルごとのカテゴリーに分け、フットサル大会を開催し、フットサル利用者の拡大を図る。

3) サッカー協会などと連携したイベント展開（通年）

幼稚園から社会人まで、各世代のさまざまな大会などの魅力あるサッカーイベントを支援し、埼玉県サッカーの活性化に貢献。

(2) 地域の核となる施設としての公益事業の実施

1) 地域と連携した夏まつりの開催（8月）（拡充）

地域の関係事業者や地域住民と協働で夏まつりを開催し、より一層地域住民の交流を活性化させる

2) シーズンスペシャルイベント（通年）

ゴールデンウィーク、県民の日及び夏休み等に子どもから大人までがワクワク楽しむことができるイベントを開催。

3) ボランティア団体等と連携した花いっぱい公園づくり（通年・拡充）

埼玉スタジアム2002公園を応援してくれる周辺地域のボランティア及びJリーグチームサポーターと連携し、園内の花壇の植え付け、除草、植え替え等の作業を行い、四季折々に季節の花があふれるような公園を提供。また、22年度に実施した「埼玉スタジアム2002公園魅力アップ」推進事業で植えられた草花を適切に管理し、拡大する。

（埼玉スタジアム2002パンフレット参照）

以上これらの取り組みは、サッカー関係者はもちろんのこと、サッカーにこれまで携わってこなかった新たな公園利用者創出に向けて行っているキャンペーンの一例である。

Jリーグなどのプロサッカー試合が開催されるどころ、という印象が強い埼玉スタジアム2002公園であるが、試合のない日も、人それぞれの様々な楽しみ方ができる身近で魅力的な公園であることをPRするため「みんなのサイスタキャンペーン」を展開している。このキャンペーンでは統一ロゴマークを作成し、記者発表はじめ自治会や埼玉高速鉄道各駅へのポスター掲示、浦和レッズ広報媒体への露出などにより多角的に公園としての魅力やスタジアムツアー、サッカースクールなどの事業を広く県民の皆さんにPRしている。これにより、これまでサッカーに興味がなかった人たちや提供しているサービスを知らない人たちを新たな公園利用者として呼び込むことに成功した。

実際の利用者の意見を聞くために、2017年11月4日に現地にて公園利用者にインタビューを実施した。以下利用者インタビュー



Q埼玉スタジアム公園にはどのくらいの頻度で訪れますか

A埼玉スタジアム公園には週に2, 3回ほど訪れます。利用目的としては平日には犬の散歩、休日に子どもを遊ばせるために足を運ぶというところです。

Q休日に訪れる目的はサッカーの利用ですか

Aサッカーの利用と、それ以外の目的が半々です。サッカーの利用はしますが、サッカーを習わせているという訳ではありません。定期的にハートフルクラブの案内が浦和レッズ発行のもと、新聞に入っているのをそれを見て、たまにフットサルを教えてもらっています。あとは、定期的に開催されている埼玉スタジアムカップです。それ以外の目的では夏祭り、公園内の芝生広場で遊ぶ、シーズンスペシャルイベントに行くという3つです。

Q埼玉スタジアム公園内で新しいコミュニティは形成されましたか。また、形成されたきっかけはどのようなものですか

A形成されたきっかけはハートフルクラブへの参加と、フリーマーケットの利用の際に生まれました。ハートフルクラブは地元のサッカー少年団単位の参加もできますが、個人単位でも参加ができます。ボールを蹴ることで子ども同士の距離が近くなり、自然と仲良くなることができます。そこで知り合った子達のチームに勧誘されたことで来月から、そのサッカーチームに入会することも決まっています。また、フリーマーケットでは定期的に出店されている方と顔見知りになり、ランチに行くようになりました。

Q埼玉スタジアム公園が地域住民のコミュニティ形成に一役かっていると思いますか。

Aかっていると思います。私にとって新しいコミュニティができたのはもちろんですが、ここで知り合った他の方も公園内のイベントで新しいコミュニティができたという声を耳にするので

Q埼玉スタジアム公園でできるコミュニティについて、何か気になる点がありますか

A浦和区外、さいたま市外の方が少ないという印象があります。ハートフルクラブは浦和レッズの方たちが主催しているので、ある程度区外、市外の方もいらっしゃいますが、それでも全体の5割ほどは浦和区の人、2割ほどが浦和区外のさいたま市内の人、残り3割が市外の人という割合です。フリーマーケットに関しては浦和区内の人が7割で、残りが浦和区外のさいたま市内の人です。さいたま市外の方はあまり見たことがありません。

これらのインタビュー結果から、埼玉スタジアムは地域住民のコミュニティ形成に貢献していると言える。埼玉スタジアムの地域住民の核となる施設という方針での取り組みは確実に効果を表している。区外、市外の人を巻き込んでいないという課題はあるが、本論文

のテーマである浦和区への影響という面では、効果があると言える。

### 3-3 レッズランド

#### 3-3-1 レッズランド概要



(<http://www.redsland.jp/news/2308> 引用)

法人名：一般社団法人レッズランド

所在地：〒338-0825 埼玉県さいたま市桜区下大久保 1771

設立時基金：1億5,000万円（全額浦和レッズが出資）

代表者：代表理事 淵田敬三（浦和レッズ代表）

2017年8月1日（火）より、レッズランドの運営が株式会社レッズランドから一般社団法人レッズランドに移行。会員資格、会員情報、お支払いいただいた年会費は株式会社から一般社団法人に引き継がれる。

#### 〈おもな事業内容〉

- (1) 青少年の健全育成と地域活性化に資する各種スポーツおよびレクリエーション活動の企画運営
- (2) スポーツ・文化活動の拡充ならびにスポーツ選手および指導員等の育成指導とスポーツ文化の発展に資する企画運営
- (3) 総合型地域スポーツクラブの運営
- (4) スポーツ教室および大会に関する事業
- (5) スポーツおよび健康増進活動の企画、運営に関する事業
- (6) クラブハウスの設置および管理運営に関する事業
- (7) 競技場、体育館、選手宿舎（寮）等スポーツおよびレクリエーション等の施設等に関する施設の管理・運営

- (8) 浦和レッドダイヤモンドが行う地域貢献に関する業務のサポート
- (9) 指定管理者として、さいたま市浦和西体育館の管理・運営

2005年4月に東京農業大学が管理・運営していた「東京農業大学浦和総合運動場」の敷地と設備を引き継ぎ、第0期整備として外周フェンス、サッカー場F2照明灯、防球ネットなどを整備し、2005年7月にオープン。その後2006年7月に第1次整備として人工芝サッカー場1面、フットサル場4面（いずれも照明付き）を整備し、同時に週末の夜間営業を開始しました。2011年6月にはテニスコートを全面リニューアル。

2017年8月現在、天然芝サッカー場4面（野球場兼用1面）、人工芝サッカー場1面、天然芝ミニサッカー場2面、人工芝フットサル場4面、テニスコート11面、アグリフィールド（農園）、デイキャンプ場などを備えており、さまざまなスポーツ、アウトドア・レジャーが楽しめる。

多彩なプログラムもレッズランドの魅力である。テニス、フットサル、キッズサッカー、ランニングなど、さまざまなスクールを展開しています。また、広大な緑あふれるフィールドを活用したイベントも積極的に行なっており、農作物の苗付けから収穫までを体験する「アグリフィールド」や「正月遊び&もちつき会」が好評。

クラブハウス「レッズランドハウス」にはフロント、オフィス、ロッカールーム、シャワールームをはじめ、会員用ラウンジや多目的室などを備えており、会員や利用者の交流の場や、スポーツや健康をテーマとしたセミナーやイベントを通じて「学ぶスポーツ」の場としても活用されている。

会員種別は個人、ファミリー、チーム3種。会員料金での施設利用や、スクール・イベントへの参加など、さまざまな特典があり、年会費は一律5,000円。

2017年8月、運営法人を株式会社から一般社団法人へ移行しました。非営利型の一般社団法人として、より公益性を打ち出したホームタウンに根差した活動も実施していく方針だ。

ホームタウンとの連携を深め、さらにファン・サポーター、ホームタウンの皆さまからのご支援・参画をいただきながら、今まで以上にレッズランドの施設や環境を充実させ、そしてその取組みにより、トップアスリートへの成長や、浦和レッズの育成部門やレディース下部組織からトップチームへの輩出を支援していく。

これから10年、50年、100年後も、スポーツで幸せの輪が広がり、スポーツで次世代が誇れるホームタウンづくりに、新生レッズランドは邁進していく方針である。

<http://www.redsland.jp/news/2308>※2017年11月21日閲覧

### 3-3-2 レッズランドが浦和区に与えた影響

#### ・経済的影響

レッズランドの活動理念は以下の3つである。

- ① 「スポーツで、もっと、幸せな国へ。」（Jリーグ百年構想）を具現化するため、だれもがスポーツを楽しむことができる場を提供し、健康づくりを支援します。
- ② ファン・サポーターやホームタウンの皆様と連携したスポーツ・文化活動を通じて、地域での豊かな生活文化を創造します。
- ③ 緑豊かな自然環境と共生し、次の世代に誇れるホームタウンを創ります。

([http://www.redsland.jp/rl\\_rinen](http://www.redsland.jp/rl_rinen)※2017年11月21日閲覧)

この活動理念の下、浦和レッズは地域密着の活動も行い、実際に浦和レッズのサポーターを増やすことに成功している。レッズランド設立前の2004年の観客動員数は約57万人だった。それに対してレッズランド設立後、2006年の観客動員数は約77万人となっている。約20万人もの観客動員数の増加を成功した。天皇杯優勝、リーグ優勝を成し遂げたことも大きな要因だがレッズランド設立も浦和レッズを支持するサポーターが増えた要因の1つには間違いない。レッズランドに協賛している企業も埼玉に本社を置く企業が多く集まりレッズランドを通して企業同士が繋がる体制をとっている。

20万人の観客増の経済影響はどれほどなのかについて考察していく。3-1-2で取り上げた、ぶぎん経済研究所の計算方法に合わせて計算する。2006年度の利用者が1,192,920人これを20万人で割ると。

- ①交通費 114 百万円
- ②入場料、広告収入 689 百万円
- ③飲食費 72 百万円
- ④グッズ購入 42 百万円
- ⑤宿泊費 21 百万円
- ⑥駐車料 7 百万円

①から⑥を足した945百万円が直接効果。これに1.45倍の経済波及効果を加えた1370百万円がレッズランド創設による経済波及効果といえる。これは同年の経済波及効果の17%を占める。前年の経済波及効果と比較すると18%増である。この計算結果からレッズランド創設における経済効果は数値として99%レッズランド創設によるものであることが分かる。以上の結果からレッズランド創設が浦和区、さいたま市に大きな影響を与えたことが分かる。

・周辺住民に与える影響

レッズランドの活動理念として「21世紀型のコミュニティ形成」「スポーツに親しむ人々がレッズと築く会員制の総合スポーツランド」「生活に密着するレッズランド・ライフ」という3点がある。

「21世紀型のコミュニティ形成」

本格的な地域スポーツ文化を創り上げるための具体的な取り組みがレッズランドであるという理念だ。日本では長年、スポーツの主体は「学校」や「企業」が担ってきた。欧州に見られるように、レッズランドの実現で、その主体として「地域」が加わる。

日本では経済が成熟化し、今後は少子高齢化や人口減少社会に直面する。地域に目を転じると、凶悪犯罪増加にみられるようにコミュニティ（地域社会）が危機を迎えている。スポーツでは「学校」や「企業」が果たす役割が低下するなど、コミュニティやスポーツをめぐる環境は20世紀と比べ大きく変わってきている。スポーツを通じて地域に新しい活力の芽を育み地域の誇りを復権させようとするレッズランド構想は、民間や地域や個人の主体性が求められる21世紀に相応しいスポーツのあり方である。

浦和レッズは、社会貢献・地域貢献の新たな取り組みとして、あるいは地域活性化の先駆的なモデルとしてレッズランドを具現化した。

「スポーツに親しむ人々がレッズと築く会員制の総合スポーツランド」

さいたま市の西端にある荒川左岸の約14万平方メートルの敷地に、サッカー場5面、フットサル場4面、テニスコート8面のほか、デイキャンプ場、クラブハウスなどを備えるスポーツランドであるレッズランドは、浦和レッズが敷地を借りながら自前で時間を掛けて整備するもので、地方自治体になるべく依存しない独特な取り組みであるということが前提にある。レッズランドはレッズを愛し、レッズに親しみ、あるいはスポーツを愛好する老若男女の方々に構成される会員制である。浦和レッズの拠点・さいたま市はもちろんのこと、地域外の方々も会員になることができる。そこでは、浦和レッズと会員やパートナーが、共同で地域スポーツを実現するための運営を行う。その中軸となるのが、日常的に行われるさまざまなプログラムである。青少年向けにはレッズの元選手が人材養成するだけでなく、各種競技の指導者によるさまざまなスポーツの体験プログラムを行っている。スポーツ関係者への特別支援プログラムや生涯スポーツを支援するためのプログラム、街づくりや会員が交流するためのプログラムなどを少しずつご用意して、レッズランドを会員たちの「スポーツ・サンクチュアリ」にする計画だ。

また、浦和レッズは「自然との共生」をレッズランドに求めている。自然に囲まれたレッズランドの特性を損なわないような施設整備を周辺住民と共同して行っていくコミュニティの活性化を計っている。

### 「生活に密着するレッズランド・ライフ」

レッズランドがもっとも重視しているのは、青少年の健全な育成である。青少年向けの専門性の高いスポーツスクールを設けたり、少年がほかのスポーツに挑戦できるといった仕組みで、青少年が外界とは一線を画されたレッズランドでのびやかにたくましく育つ場になることを目指している。青少年以外でもおとなやファミリー、高齢者の会員が自ら汗を流したり、時にはバーベキューを楽しめるようにすることも狙いだ。専門性の高いものから生涯スポーツにつながるものまで、多くのプログラムを用意し、サッカー以外のさまざまな種目で、地域対抗やチーム対抗などのイベントも行う。種目間の交流が盛んになれば、初めは考えもしなかった他種目のスポーツにチャレンジすることも狙いの一つだ。高齢者向けのスポーツプログラムも用意し、プログラムを実行するための「宝」である指導者から幅広く支援するとともに、指導者を育てる活動も念頭に置いている。そのような活動を通じて、ファンや地域住民の交流の輪が広がり、深まっていく。また、簡便な医療機能を使って駐在する専門家がリハビリ支援や健康の維持・増進のためのプログラムを実施するような場になることも期待している。環境にも極力配慮し、地域のエコスクール開催なども考えていき、スポーツの後や余暇の時間帯に、会員たちはシャワーを浴びてくつろぎ、自然に囲まれたカフェなどのスペースで癒される。周辺の自然を探索したり、菜園に手を入れたり、夏の夜にはホタル狩りをしたり、週末には、自らスポーツを楽しんだ後に、仲間たちと浦和レッズのリーグ戦にバスツアーで出かけるなど、スポーツが生活に密着するのは、スポーツを「する」ときだけではないという理念だ。

「する・体験する (Do)」を中核に、その前 (Before Redsland) もその後 (After Redsland) も、スポーツや自然との親しみ、生涯学習などを楽しむことで、レッズランドが、そこに集う方々の「もうひとつの大切な庭」になるように地域住民と作り上げていく。

浦和レッズはレッズランドを通して、14 万平方メートルの土地を有効活用したこれらの活動を通じて本格的なスポーツコミュニティを日本で初めて築き定着させていくというものである。

さらには、スポーツ分野だけでなく、芸術や学術分野の方々と協力し合って地域社会に貢献することも視野に入れている。すでに近隣にある埼玉大学と提携しており、そのような取り組みを今後一層広げている。

([http://www.redsland.jp/rl\\_future](http://www.redsland.jp/rl_future)※2017年11月23日閲覧)

これらの理念の基、レッズランドではサッカー以外にも様々なイベントを行っている。テニス大会や、フットゴルフ大会、もちつき大会やボーイスカウト、クリスマスイベントなどシーズンイベントも年間を通して行っている。また、父の日や母の日向けにプレゼントを作るワークショップを行うなど、年間を通して楽しめるイベントを積極的に行っている。

実際の利用者の意見を聞くために、2017年11月14日に現地にて公園利用者にインタビューを実施した。以下利用者インタビュー

Q レッズランドには週にどのくらいの頻度で足を運びますか

A 週に 2 回訪れます。利用目的としてはランニングが主です。家からのランニングコースの一つとしてレッズランドを利用しています。レッズランドの周囲にはランニングコースが併設されているので定期的に利用しています。また、サッカーを見るのが好きなのでランニングついでにサッカーの試合を観戦しています。

レッズの下部組織のアカデミー選手の練習や試合はもちろんこと、レッズレディースのトップチームの選手が活動を行っているのでサッカー好きにはこの上ない環境です。

Q 身近に浦和レッズの選手がいることでどのような影響があると思いますか

A 身近に浦和レッズがあるので休みの日にはスタジアムに試合を見に行こうかなと思います。

Q レッズランドで新しいコミュニティの形成はありましたか

A フットゴルフとテニススクールで新しいコミュニティができました。フットゴルフでは子どもがフットゴルフを経験したことで、定期的集まるコミュニティができました。テニススクールでは私自信が週に 2 回ほど通っています。スクール仲間とスクール以外でも会うことがあります。

Q 近隣の他の住民は定期的にレッズランドを使っていますか

A 使っています。サッカーをやっている家庭はもちろんですが、それ以外の家庭もレッズランドで行われているイベントに足を運んでいます。地域のコミュニティで話しをしている時もレッズランドで行われているイベントについての話しが自然とされているので、地域に浸透していることを実感しています。

以上のインタビュー結果から浦和レッズの活動理念は満たされていると考察する。「21 世紀型のコミュニティ形成」「スポーツに親しむ人々がレッズと築く会員制の総合スポーツランド」「生活に密着するレッズランド・ライフ」の 3 点は従来のスポーツ施設にはないものである。このインタビューからスポーツをまたいだ新たなコミュニティ形成、様々なスポーツ体験できるスポーツランド、生活に密着したイベントの運営は地域住民に浸透していることが分かった

## 4 章 ガンバ大阪との比較

### 4-1 なぜ比較を行うのか

2-5-2 で述べた浦和の今後の将来像「スポーツを中心とした街づくりにより、憧れを集める街を作ること」「賑わいのある街づくりにより、まちのブランド力を高めること」と

いう課題を解決するためには比較を行うことが最適であると考えたため。

・なぜガンバ大阪を比較対象として選んだのか

浦和レッズと同様にJリーグ創設時からあるクラブであり、2015年に新スタジアム市立吹田サッカー場を設立。特筆すべき点は、この新スタジアムが住民の寄付金で作られた点にある。真の地域密着型クラブを目指す浦和レッズにとって寄付金で作られた施設というのは究極に地域に根差した施設であるといえる。

#### 4-2 ガンバ大阪概要

1980年創部の松下電器産業サッカー部が前身であり、1993年のJリーグ開幕時より加盟している10クラブのひとつ。2005年に初タイトルとなるJ1リーグ優勝を果たし、2008年にはAFCチャンピオンズリーグ制覇、2012年シーズンは17位で初のJ2降格となった。2014年には1シーズンでの国内三冠（J1リーグ・天皇杯・Jリーグカップ）を達成するなど、Jリーグを代表する強豪クラブである。獲得タイトル数はJリーグ全加盟クラブ中2位、近畿地方以西のクラブでは最多である。

ホームスタジアムは市立吹田サッカースタジアム。Jリーグ加盟の1993年から2015年までは万博記念競技場をホームスタジアムとしていた。練習グラウンドは万博記念公園スポーツ広場内のガンバ大阪練習場である。当初は神戸ユニバー記念競技場や西京極競技場を準本拠地、淀川区（新大阪駅近く）にクラブ事務所と京田辺市に練習場と「近畿代表」・「オール関西」的な意味合いが強かった。

2011年までのホームタウンは大阪府吹田市の1市。1997年に練習場とクラブ事務所をスタジアムがある万博記念公園に移転。2004年より吹田市、茨木市および高槻市、2006年より前述3市および豊中市を重点4市と定める。2010年、それまで各市でG大阪の支援活動を行っていた4市の後援会が一丸となり、G大阪とともに各自治体、企業などと協力し、青少年の健全育成や街の活性化をはじめとする地域貢献活動を目的とした「ガンバ大阪後援会」が発足した。なお、大阪府大阪市と堺市をホームタウンとしているセレッソ大阪に対し、G大阪は北摂・北河内地域14市を重点地域にしている。ホームタウンはその後、2012年2月に茨木市、高槻市、豊中市の3市、2015年5月に池田市、摂津市、箕面市の3市をそれぞれ追加し、北摂地域の全ての市となった。

#### 4-3 ガンバ大阪が大阪に与えた影響

・市立吹田スタジアム

市立吹田スタジアムの目標募金額は140億円であった。当初の予定を上回る140.8億円の募金額を集めることに成功した。サッカースタジアム建設募金として、第3期の2014年4月1日から12月31日の期間に終了している。2012年から開始された募金も、3年かかったが、終了である。寄付に関しては、寄付をした個人、団体に対して、いくつかの特典



が付いている。メモリアルカードの発行や、スタジアム内に掲示されるネームプレートの作成、完成したスタジアムの見学など、工夫を凝らしている。( <http://www.field-of-smile.jp/> ※2017年11月27日)

この事例からガンバ大阪が地域密着を通してまちのブランド力を高めたことに成功したと言える。日本初の寄付型スタジアムというのは社会的に新しくスタジアム名にも入っている吹田市という名前を日本中に知らしめることとなった。

・万博記念公園



<http://www.expo70-park.jp/sys/wp-content/uploads/guidemap.pdf> 引用

万博記念公園について、上の図を元に述べていく。中国自動車道を挟んで、北側には、観光名所である、万博記念公園がある。その南側に、スタジアム建設とともにすすめられたのが、大型ショッピング施設建設された。これにより、従来、万博記念公園駅を使用して公園を訪れていた観光客だけでなく、さらに人を呼び込む力を得た。さらには、サッカーの試合開催時には、サッカーのみならず、ショッピング施設の魅力をより幅広い層に知らしめることで、この地に人を呼び戻すことができるのだ。

この設立方法により、万博公園に来る人、試合を観戦に来る人、ショッピングをする人の3つの消費行動を起こすことができる。また、最寄駅である大阪万博公園駅の一番近く

にショッピングセンターがあることも消費活動が活性化する一つの要因である。

このガンバ大阪の事例から、スポーツを中心とした街づくりに成功したと言える。公園内にスタジアム、公園ショッピングセンターの3つが併設されている施設は稀である。これにより吹田市内の住民はもちろんのこと、吹田市外の住民もショッピングセンターに足を運ぶ、万博公園に足を運ぶという理由付けに成功した。ここにスタジアムが併設することによって、ガンバ大阪というクラブが身近に感じられるようになり、スポーツを中心とする街づくりの作成に成功した。

## 5章 まとめ

### 5-1 浦和のサッカーにおける街づくり

浦和レッズとその本拠地である浦和地域を事例に、プロサッカークラブの発足による「サッカーのまち」への変遷を明らかにしてきた。浦和地域では1960年代、70年代にかけての約20年間の地元高校サッカー部による数々の全国優勝により、「サッカーのまち」として知れ渡るようになった。長い間をかけて定着した「サッカーのまち」という認識とアイデンティティが地域にあったため、1993年のJリーグ開幕時の「ブーム」や浦和レッズの成績に左右されず、サッカーのまちづくりが着々と進んでいったといえる。さらに、地域住民の「サッカーのまち」としての認識があるために、行政による「サッカーのまち」づくりへの理解が進んだのである。2000年代に入ると、浦和レッズは本格的に地域貢献活動に取り組むようになった。レッズランドの整備やハートフルクラブなどの取り組みは、本業のサッカーの強化には繋がらない。しかし、ホームタウンである浦和地域にサッカー文化を定着させ、成熟させようとするこのような活動は、結果として浦和レッズがさらに地域へ受け入れられるものになり、さらには浦和地域の「サッカーのまち」づくりが一層進んでいくものと考えられる。

### 5-2 浦和レッズが浦和に与えた影響について。

浦和レッズが浦和に与えた影響については「経済効果」「埼玉スタジアムが浦和に与えた影響」「レッズランドが浦和に与えた影響」の3点である。

埼玉スタジアムは浦和に多大な経済的効果を与えた。浦和にとって埼玉スタジアムは間接効果として多くの経済的波及を及ぼしたと言える。また、地域コミュニティにおいても浦和区民にとって新しいコミュニティ形成の場として寄与している。

レッズランドは埼玉スタジアムへの観客数増という間接効果によって経済効果をもたらした。設立前の2004年と2006年を比較した際に17%の経済効果をもたらしたというデータの通り、レッズランドが浦和区に与えた経済効果は着実に効果を示した。しかし、レッズランドは経済効果というよりはコミュニティ形成の部分に寄与した部分が多い。日本初の総合型スポーツ施設として、サッカー従事者のみならず、サッカー以外のスポーツに携わ

る人、また地域のイベントを行うことにより、周辺住民のコミュニティ形成に影響を及ぼした。

また 2 章でも触れたが、元々サッカーの街として栄えていた浦和のサッカーとしての色をより一層強固なものにするものであった。浦和レッズの地域コミュニティとのかかわりによって、地元商店街は活性化した。

サポーターによって、浦和レッズだけでなく、浦和地域の少年・高校サッカーの動向などにも触れた。サポーターの熱心な活動により、現在では、浦和地域では「サッカーのまち」という共通の認識が定着しており、その上で、さらに「サッカーのまち」というアイデンティティを高めることに成功した。

これらの事例から浦和レッズは経済、コミュニティの両側面で浦和の街の発展に大きく寄与したと結論づけることができる。

### 5-3 浦和レッズが今後の浦和の街のためにすべきこと

浦和区の今後の将来象である、「賑わいのある街づくりにより、まちのブランド力を高める」「スポーツを中心とした街づくりにより、憧れを集める街を作る」をするため、「浦和美園駅周辺開発のロールモデル」としてガンバ大阪の例と比較した。

「賑わいのある街づくりにより、まちのブランド力を高める」ために今後浦和レッズは浦和区と強固な連携を図り、ガンバ大阪のように住民と一体となった施設作りを行っていく必要がある。浦和レッズが中心となって街づくりを行うことによって、新しい施設を完成させる。その後浦和レッズの社会的発信能力の高さを生かし、浦和という街をより大きくアピールすることが、まちのブランド力を高めることに繋がる。

「スポーツを中心とした街づくりにより、憧れを集める街を作る」ために浦和レッズは今後「浦和美園駅周辺」を中心に大規模な開発を行うべきである。万博記念公園がスタジアム、公園、複合施設を有するのに対して、埼玉スタジアム公園はスタジアム、公園の 2 点のみ有している。埼玉スタジアム周辺はいまだ開発されていない地域であるため、大型複合施設を建設することは可能である。今後、埼玉スタジアムが浦和区を「憧れの集まる街をつくる」ためにもショッピングや公園に行くために埼玉スタジアム公園に足を運び、Jリーグクラブ浦和レッズをより身近に感じ、試合観戦を行った後には複合施設で何か買いものをして帰るというサイクルを作り出すことが、浦和レッズが浦和区の発展に寄与するということである。

### 5-4 総括

#### 4章 ガンバ大阪との比較

- ・ガンバ大阪概要
- ・市立吹田スタジアム
- ・万博記念公園

埼玉スタジアム・  
浦和美園駅周辺  
開発

浦和のサッカーに  
よる街づくり

浦和レッズが浦和  
に与えた影響

2章 浦和によるサッカーによる街づくり

- ・浦和による「サッカーのまち」への取り組み
- ・浦和レッズによる「サッカーのまち」への取り組み
- ・サポーター・民間による「サッカーのまち」への取り組み
- ・浦和駅周辺の「サッカーのまち」現状

#### 3章 浦和レッズと浦和関連

- ・浦和レッズ経営状況
- ・埼玉スタジアム概要
- ・埼玉スタジアムが浦和に与えた影響
- ・レッズランド概要
- ・レッズランドが浦和に与えた影響

これら上記3つの研究結果の相関性について解説する。5-1、5-2 から 5-3 の浦和美園駅周辺開発が可能になると考えている。ガンバ大阪のように浦和にはサッカーが地域に根ざしている点、そして経営手腕のうまさからプロチームとは思えないほど豊かな資金を蓄えている。浦和という街全体がサッカーとしての街づくりを行ってきたこと。浦和レッズがその活動を促進させたこと。浦和レッズの潤沢な資金による浦和美園駅周辺の街づくり。今後の浦和の発展のために、クラブが貢献していくことに期待したい。

## 6章 謝辞

まず初めに私がこれまで携わってきたサッカー関係者に感謝を述べたい。私の人生はサッカーと共にあり、サッカーと共に成り立ってきたと言っても過言ではない。サッカーを通して様々な困難、苦難の経験をさせてもらい、そのために多くを学んできた。私の本論文のきっかけもやはりサッカーであった。小学2年生の時に日韓ワールドカップが開催され、埼玉スタジアムを中心に急速に街が発展していく過程を感じたことが、執筆のきっかけである。

そして本論文の指導教員として、未熟な私にご指導していただいた浦野先生、沢山のアドバイスをくれた浦野ゼミの皆さんにこの場を借りて感謝の辞とさせていただきます。

### 参考文献

浦和レッズダイヤモンドズ HP <http://www.urawa-reds.co.jp/>

Jリーグ HP <https://www.jleague.jp/>

ガンバ大阪 HP <http://www.gamba-osaka.net/>

地域密着型サッカークラブの地域貢献 <http://kosekizemi.net/seminar/ichinose.pdf>

ぶぎん地域経済研究所レポート <http://www.bugin-eri.co.jp/doc/r120229.pdf>

浦和レッドダイヤモンドズの自律的経営と成長要因

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/sposun1991/18/1/18\\_1\\_59/pdf](https://www.jstage.jst.go.jp/article/sposun1991/18/1/18_1_59/pdf)

栃木 SC と栃木県スポーツ文化の街づくりにむけて

<http://gyosei.mine.utsunomiya-u.ac.jp/2005soturon/soturonPDF/Toyota.pdf>

大住良之 1998. 『浦和レッズの幸福』. アスペクト P236.

上條典夫 2002. 『スポーツ経済効果で元気になった街と国』. 講談社 +α 新書 P190.

山本充・梶島邦江・小久保諭・別府輝一 2006. 「さいたま市を本拠地とするJリーグ・サッカーチームの支持層の分布」 日本地理学会春季学術大会論文集 pp. 215.

梶島邦江・小久保諭 2006. 「試合観戦者の観戦後行動に関する研究ー Jリーグ試合開催が地域へ与える影響 (1)」 日本建築学会学術講演梗概集 pp. 921-922.

小久保諭・梶島邦江 2006. 「試合観戦者の観戦後行動に関する研究ー Jリーグ試合開催が地域へ与える影響 (2)」 日本建築学会学術講演梗概集 pp. 923-924.

- 西野努 2007. 『なぜ、浦和レッズだけが世界に認められるか』. 東邦出版 P223.
- 田中秀明 2008. 『レッズのスタジアムが満員になる理由』. アクタスソリューション P175.
- 田中秀明 2008. 『J リーグ流マーケティング』. アクタスソリューション P185.
- 浦和レッドダイヤモンドズ 2008 『浦和レッズ・オフィシャル・イヤーブック2007』. あす  
とろ出版 P152