

第3章

Jリーグチームと大学生の連携に関する研究

—学生の主体性と活動の継続性を生み出すための二つの鍵—

北九州市立大学 学生グループ Navy Wavy
荒金正和、調真希、下田真奈美
杉山紗希江、中村祥子、林田隆太郎、山下千里
(指導：北九州市立大学キャリアセンター准教授 見館好隆)

1 はじめに

1.1 研究の背景

ニューウェーブ北九州（以下、NW）は、2009年11月にJ2への昇格が正式決定し、ギラヴァンツ北九州に改称した。しかし、2007年12月に日本フットボールリーグ（以下、JFL）へ昇格が決定した頃には、次なる目標であるJ2昇格への条件をクリアすることが求められていた。その中で最も困難な条件の一つが、「ホーム1試合平均観客動員数3000人」であり、中でも大学生世代の観客層が少ないことから、NWと北九州市内3大学（九州共立大学、九州国際大学、北九州市立大学）とのインターンシップ連携が始まった。九州共立大学では、市内のお祭りに選手の握手会やサイン会などのイベントの実施をサポートしている。また九州国際大学では、試合当日における試合運営サポートを実施している。

本学においては、観客動員数を増やすことを目的としたインターンシップチーム「NavyWavy（ネイビーウェーブ）」が結成された。本学の経済学部学生、荒金正和（当時19歳）を中心にして、2007年から活動を開始し、ホームスタジアム周辺でのチラシ配りや、小学生向けのクラブ広報紙「ニューウェーブだより」の作成、試合運営サポートなどの活動を行っている。2008年度の実績として、「ニューウェーブだより」を小倉北区の小学校5校（足立、小倉中央、小倉南、西小倉、清水）に年13回、各号2350部を配布した。今年度は昨年度の実績が認められ、八幡西区の小学校9校、小倉北区4校、小倉南区2校の計15校の小学校へ年8回、各号8,000部の拡大を遂げている。また、2009年からは地域のラジオに出演するなど、活動の幅を年々拡大している。

NavyWavyの活動目的は、もちろんJ2昇格に向けた観客数増加を目指したものであるが、そのみならずプロジェクトに参加している学生の成長やクラブの新たなメリットの模索という新たな双方向のメリ

ットを追求するため、本研究は行われた。

1.2 研究の目的と方法

- ① ファン獲得、そして地域にチームが根付くために必要なもの
- ② 地域の大学生が貢献できるもの
- ③ 今後の連携を継続・発展していくために必要なこと

以上の3点を調査の目的とし、Jリーグ全36クラブに電話調査、インターネットによる活動調査を行い考察した。考察結果から、活動が活発だと判断できたクラブにアンケート調査を実施し、さらにその中でも活動が盛んな以下の3チームに現地取材を敢行した。

【大分トリニータ】

運営法人：株式会社大分フットボールクラブ。1994年設立。2009年調査当時はJ1に所属。

【ヴァンフォーレ甲府】

運営法人：株式会社ヴァンフォーレ山梨スポーツクラブ。1965年、甲府サッカークラブとして発足。2009年調査当時はJ2に所属。

【サンフレッチェ広島】

運営法人：株式会社サンフレッチェ広島。1992年に広島県、広島市、マツダ株式会社、株式会社デオデオ、中国電力株式会社、株式会社広島銀行等59団体の出資により設立。2009年調査当時はJ1に所属。

2 本研究で用いる概念整理

はじめに、本研究におけるプロサッカーチームと大学および大学生連携についての定義、タイプ、成功している着眼点を整理したい。

まず、本研究における連携の定義は、「プロサッカーチームと大学および大学生が、地域活性化への貢献を目的に協力し活動すること」とする。

次に連携タイプについては、NWと本学含めた市内

3 大学の連携から、3 大学共通の試合運営サポートや、ゼミやインターンシップ、本学で見られるプロモーションサポート、九州共立大学で見られる地域イベントサポートの 4 タイプが挙げられた。広告スポンサーについては本研究における連携には属さないこととした。

最後にその連携が上手く成功している着眼点として、①学生主体の活動になっているか。②活動の持続性はあるのか。以上の 2 点が挙げられた。

まず、活動の主体性については、ロジャー・ハート(2000) は子供が社会活動に参加する場合、参画とは呼べない参画があり、その参画を「操り参画」「お飾り参画」「形だけの参画」と述べている。つまり子供の役割が明確になっていることと同時に、主体的に協働できているかが重要であると指摘している。よって連携活動に対して学生がいかに関与しているのかを着眼点の一つとした。

次に活動の持続性については、大学生の活動の一つの弱点をフォローできているかの視点である。大学生は、その地域に住んでいる子供や社会人とは違い、その地域に大学時代の 4 年間のみ所属する可能性が高い(2008 年度の本学の進路決定者の約 85%が市外へ就職)。地域活性化に貢献するためには期間限定では苦しい。よって連携活動に対して学生活動の持続性がいかに担保されているのかをもう一つの着眼点とした。

3 先行研究と本研究の位置づけ

J リーグチームと大学および大学生の連携に関する研究は非常に少ない。

日本経済研究所(2009) はベガルタ仙台や川崎フロンターレ、ヴァンフォーレ甲府、ガンバ大阪、愛媛 FC、大分トリニータを調査対象とし、J クラブの存在が地域にもたらす効果を調査しているが、大学や大学生との連携の効果には言及していない。また、サンフレッチェ広島(森脇豊一郎と安田女子大学の染岡慎一、山下明博(2009)における事例研究などが挙げられる。以上のように、J リーグチームと大学および大学生の連携に対する全国調査に基づく考察は初めてとなる。

4 調査方法

まず、J 1、J 2 全 36 チームに対し、オフィシャルホームページおよび雑誌記事などから、各チームの連携の有無、タイプ分けの調査を行った。手段はホームページ、先行研究、電話でのヒアリングおよびアン

ケートを用いた(調査①)。

調査①の結果に基づき連携タイプの修正をしつつ、取材先を選定し、現地ヒアリング調査を実施(大分、甲府、広島(調査②))。

最後に、調査結果をもとに、今後の NW と本学との連携について、学生からの提言を行う。

表 1 調査①結果

チーム名	試合	ゼミ	その他、特徴
コンサドーレ札幌	△	○	食育
モンテディオ山形	○	×	デザインの提供
鹿島アントラーズ	△	○	エコ活動
栃木 SC	△	×	地域の祭り、サッカー教室開催
ジェフユナイテッド千葉	○	○	街づくり研究活動
大宮アルディージャ	△	△	ボランティア・インターン個別受け入れ
FC東京	△	△	ボランティア・インターン個別受け入れ
川崎フロンターレ	○	△	託児室の運営
横浜F・マリノス	○	△	横国大カード
横浜FC	×	○	サッカービジネススクールプロジェクト
ヴァンフォーレ甲府	○	○	イベントエリア運営
アルビレックス新潟	○	○	グッズ販売ブース運営
カターレ富山	△	△	ボランティア・インターン個別受け入れ
FC岐阜	×	○	学生フリーペーパーに紹介ページ
清水エスパルス	×	△	夏季インターンの受け入れ
ジュビロ磐田	×	○	観客動員増加の研究
名古屋グランパスエイト	○	○	ハーフタイムパフォーマンス
ガンバ大阪	△	×	健康診断
セレッソ大阪	×	△	インターンの個別受け入れ
京都サンガ	×	○	コンソーシアム京都
サンフレッチェ広島	○	○	メディア、イベント企画・運営
ファジアーノ岡山	×	△	インターンの個別受け入れ
徳島ヴォルティス	○	○	サークルや教授によるイベント開催
愛媛 FC	△	△	ゼミでの課外活動の受け入れ
大分トリニータ	○	○	「スポーツビジネス」授業開講
ロアッソ熊本	△	○	サッカースクールの開校

5 調査結果

5.1 調査結果①Jクラブと大学連携の現状

調査①の結果は表1にまとめた。項目「試合」は「試合運営サポート」、項目の「ゼミ」は「ゼミやインターンシップ」である。各項目の評価は、○：活発な連携あり、△：一部あり、×：連携なし、とした。残念ながら10クラブに関しては協力を得ることができなかった(アビスパ福岡、サガン鳥栖、ヴィッセル神戸、湘南ベルマーレ、東京ヴェルディ、浦和レッズ、ザスパ草津、柏レイソル、水戸ホーリーホック、ベガルタ仙台)。

調査①の結果から、既存のJリーグチームと大学連携のタイプは「試合運営サポート」「ゼミやインターンシップ」が大半で、本学のような「プロモーションサポート」は本調査に協力してくれたクラブのみではあるがないことが確認された。

また「地域イベントサポート」についてもチーム独自で展開しているチームが大半であり、九州共立大学のように大学生が主体的に関わっているケースはほとんどないことが確認された。

なお、調査を進めていく上で、各クラブの対応には様々な反応が見られた。例えば、何度電話にて協力をお願いしても応じてくれなかったクラブもあれば、逆に、資料提供や電話対応など、懇切丁寧に情報提供して頂けるクラブもあった。もちろん主観的ではあるが、今回のような学生からの依頼に応じたクラブは何らかの大学および大学生との連携を行っており、取材に応じてくれなかったクラブは行っていない傾向がみられた。

5.2 調査結果②現地ヒアリング調査

5.2.1 大分トリニータ×日本文理大学

調査概要：

2009年8月10日、大分県大分市にある日本文理大学で、同大学経済学部経営経済学科スポーツビジネスコース准教授の竹田隆行氏に約1時間、連携内容についてヒアリングを行い、大学生が試合サポートで何を行っているかが記載された書類、大学生が活動をしている現場の写真が保存されているCD-Rを頂いた。翌日8月11日、大分フットボールクラブ事務所にて、広報担当部長である古澤進二氏に約2時間ヒアリングを行った。

連携内容：

日本文理大学は大分トリニータと2008年4月4日に提携協定を締結している。日本文理大学も大分トリ

ニータも双方が地元大分への地域貢献を理念にしており、アカデミックパートナーとして「スポーツ」と「教育」を融合させ、「人材育成」「地域貢献」の両面から様々なプロジェクトを展開していくことで合意した。その一環として、3年生向けの授業「スポーツビジネス実践」が約20～30人の学生を対象に開講された。

この授業の目的はスポーツビジネスについての理論と実学を組み合わせることで学ぶことである。具体的には大分トリニータが抱える課題を、現場スタッフや観客の声を聞きながら、学生・スタッフが一緒に解決策を考え、意見を出し合う場を設け、試行錯誤していく点にある。クラブ側も学習環境の提供にとどまらず、新鮮な意見を聞くことが出来るというメリットがある。さらに最終的には大分トリニータの社長の前で、学生が改善案をプレゼンテーションする機会もあり、学生にとってもやりがいのあるものとなっている。

実践例としては、観客の核となっている家族層を引き止める対策を考えてほしいというクラブ側からの要望により、他のJリーグチームの観戦調査を行い、子供たちが遊ぶことの出来るスポーツコーナーを提案、実際に2007年度より毎試合学生が企画・運営をしている(写真1)。結果、子供たちが試合観戦の待ち時間に遊ぶことが出来る環境が作られ、家族連れの観客が増加している。

その他、「スポーツビジネス実践」での講演やインターンシップの受け入れ、大学祭への参加(選手のトークショーやサイン会)なども連携している。

調査で分かったこと：

ヒアリングの結果、キーパーソンと双方のメリットの存在とその重要性が明らかになった。まず、日本文理大学にはスポーツビジネスコース准教授の竹田隆行氏、大分トリニータでは広報部部長の古澤進二氏がキーパーソンとして存在している点が挙げられる。「スポーツビジネス実践」も竹田氏・古澤氏双方の話し合いから開講されたものであり、双方にキーパーソンがいなければこれだけお互いが深く関わった授業を作り上げることはできない。キーパーソンの存在が提携を円滑に行うための鍵となっている。

次に双方のメリットについて述べる。

<大学側>

- ◆ スポーツビジネスを通じてプロスポーツに学ぶことができる。
- ◆ 現場の人たちの声を聞き、体感することができる。

- ◆ 社長の前でプレゼンを発表することで責任感を持つことができる。

<クラブ側>

- ◆ スポーツビジネスに講師として講演をしに行くことで地域貢献になる。
- ◆ 企業だけでなく色々な人に知ってもらうことができる。
- ◆ 地域にプロスポーツを根付かせ、チームを好きになってもらうことができる。

取材のまとめ：

大学側・クラブ側双方が主体的に協力し合うことで信頼関係が生まれ持続的な活動ができています。この取材を通して感じたことは、双方一体となった「地元を盛り上げたい」という気持ちだった。大分には元々プロスポーツがないために市民にとってスポーツに対し馴染みがなく、さらに九州石油ドームは坂の上であり交通の便も良くないところに位置していた。にもかかわらず毎試合多くの観客が訪れるのは、本取り組みによって認知度が上がったこと、また大分トリニータの選手らが行っている福祉活動などにより市民とサッカーがより身近になったからであると考えます。取材をお受けいただいたクラブの古澤様もチームを一から作り上げたものだからこそ自分の子供のように心から応援していただけている。Jリーグは必ず地域活性化につながると語っていた。大学・チーム・地域が一体となっているからこそ、成績がたとえ奮わなくても盛り上がり、応援したくなるのではないかと感じた。



写真1 九州石油ドームにて
大学生が企画・運営するスポーツコーナー
(大分トリニータ×日本理科大学)

5.2.2 ヴァンフォーレ甲府×山梨学院大学

調査概要：

2009年9月13日、山梨県甲府市にあるヴァンフォーレ山梨スポーツクラブにて、運営・ホームタウン担当の植松史敏氏、運営・総務部長の高原幸次氏に約2時間ヒアリングを行い、「2008 Home Town Report」など資料を頂いた。翌日9月14日、小瀬陸上競技場にて山梨学院大学 経営情報学部専任講師の長倉富貴氏に約1時間ヒアリングを行った。

連携内容：

スポーツマネジメントやスポーツアドミニストレーションを専門とする長倉富貴氏と、3年生を対象にしたゼミ生約40名による活動。クラブチームと大学との連携は、長倉先生の提案のもと、2008年から始まった。若い世代にサッカーにもっと関心を持ってもらおうと、学生ならではの発想を取り入れたイベント運営が行われている。内容は、ホームゲーム開催時に小瀬スポーツ公園アイスアリーナ北側広場に開園するヴァンフォーレパークにて、小学生向けのキックターゲットやミニゲームなど、ゼミ生のみで運営（全ホーム25試合）。また、月に1回「山梨学院大学スペシャルマッチ」と題して、キックターゲット参加者のキックフォーム撮影も行っている（写真2）。

その他、インターンシップも実施し、試合当日のボランティアスタッフとして会場の設営やイベントサポートを行うことで、現場を学ぶ機会を学生に提供している。

調査で分かったこと：

ヒアリングの結果、大分トリニータ同様、キーパーソンと双方のメリットの存在とその重要性が明らかになった。この活動における大学側のキーパーソンは、山梨学院大学専任講師の長倉富貴氏、そしてクラブ側のキーパーソンは運営・ホームタウン担当の植松史敏氏である。両者が強力な信頼関係を持っていることで、大学生とクラブの意見交換が積極的に行うことが可能になっていた。「大学生の視点を大切にしたい」という長倉氏の思いと、学生が主体的に活動できる環境を提供しようという植松氏の姿勢が、この連携が円滑に行われていることがわかった。

次に双方のメリットについて述べる。

<大学側>

- ◆ 学生が主体的に企画の提案・運営に携わることで、考える力を養うことができる。

- ◆ 実際に働く現場を知ることができる（インターンシップ）。
- ◆ 地域のための活動を通して、社会参画の意義を体感できる。

<クラブ側>

- ◆ 若い世代により興味をもってほしいという願いから、学生ならではの発想や意見を取り入れ、イベント提案へとつなげることができる。
- ◆ 将来、山梨を引っ張っていく学生に、学ぶ環境を提供することで、人材育成の手助けになる。
- ◆ ホームタウンとの深いつながりを持つことができる。



写真2 ヴァンフォーレパークにて
大学生が運営するキックターゲット
(ヴァンフォーレ甲府×山梨学院大学)

取材のまとめ：

クラブチームと大学の利害が一致しているため、互いに積極的に提案し合える関係となっている。そのため、持続性や主体性が高いといえる。大学側は、今後は今まで以上にクラブ側に企画の提案を行っていきつもりだそうだ。1回では達成できない、持続性のある企画の立案や、もっと学生サイドから主体的にフロント側に意見、アイデアを出し、観客数増加オリジナル企画を打ち出していきたい、と意欲的であった。クラブチームと大学側の、地域を大切にするといった気持ちが双方で一致していることから、良い関係性が保てているのだと感じた。

その他、取材で気づいたことは、大学連携には関係ないが、ヴァンフォーレ山梨スポーツクラブの社員およびボランティアスタッフの関係がとて深いことである。2000年、チームの存続に立たされたヴァンフォーレ甲府を立て直すために、スタッフ・サポーターが一丸となって努力してきた経緯がその結びつきを強

くしているのかもしれない。ボランティアスタッフとクラブの良好な信頼関係が、チーム全体の雰囲気盛り上げ、更に市民の関心を惹いているのではないだろうか。

5.2.3 サンフレッチェ広島×安田女子大学

調査概要：

2009年9月18日、安田女子大学にて、染岡慎一教授、山下明博教授と活動参加学生4名から約2時間、連携内容についてヒアリングを行い、実際に会場で流している映像を視聴させて頂いた。同日夕方、サンフレッチェ広島の事務所にて、企画部部長代理の森脇豊一郎氏からクラブ側からの視点でメリットやキーパーソンについて約1時間ヒアリングを行った。その後、チームの雑誌や新聞の切抜きなどの資料を頂いた。

連携内容：

連携内容は、映像を使った試合当日のスタジアムの演出とサンフレッチェ広島公式ホームページのWEBコンテンツの製作の2つである。

<試合当日のスタジアムの演出>※写真3

試合映像や観客の様子を、学生が学校から持ち込んだ4台のビデオカメラで撮影し、編集したものを次のホームゲームの開始直前に、スタジアムの大型映像装置で流すという活動。編集は主に先生が行い、動画に載せる音楽やその他の映像構成などを考えることが学生の役割である。これらの活動は会場の雰囲気盛り上げる効果として期待されている。また、もしこの活動を業者に委託すると莫大な費用がかかるため、経費削減にも効果があるとされている。

<ウェブサイト用の動画制作>

上記の活動で使用した映像の他にも、動画コンテンツ用の映像をPC・携帯のクラブ公式サイトに配信する活動。この映像の最後に大学名を入れることによって大学名のPRができるうえ、経費削減にも効果があるとされている。

これらの活動は安田女子大学現代ビジネス学部の有志約20名によって行われている。活動参加の条件は、「全ての試合に参加できる人」である。これらの活動は完全ボランティアで行われているが、活動に参加している学生の話によると、続く理由は「楽しいから」という声が1番多かった。クラブと大学の連携は2006年からであり、比較的長い期間活動しており、地元テレビ局などにも認知度の高い活動となっている。最新の撮影機器や編集設備を備えた強みを活かし

た安田女子大学ならではの活動である。

調査で分かったこと：

ヒアリングの結果、大分トリニータやヴァンフォーレ交付と同様、キーパーソンと双方のメリットの存在とその重要性が明らかになった。この活動の大学側のキーパーソンは、染岡慎一教授と山下明博教授のお二人。そして、クラブ側のキーパーソンは企画部部長代理の森脇豊一郎氏である。連携の始まりは2006年に安田女子大学の学生がサンフレッチェ広島のインターンシップに参加したことがきっかけで、何か大学と一緒にできることはないかと考え、最終的には森脇氏が大学側に話を持ちこんだことから始まった活動である。学生とクラブが直接関わることは難しいが、キーパーソンという架け橋的存在が間に入ることによって、大学生とクラブの活動が円滑に行われることがわかった。

次に双方のメリットについて述べる。

<大学側>

- ◆ 授業で学んだことをプロの現場で実践できる。さらに、情報の出し手の立場のプロから、作品に対する評価・助言を得ることができる。
- ◆ 社会人・人間教育としての効果が期待できる。
- ◆ 結果として大学のPRにつながっている。
- ◆ 地元のプロスポーツクラブの支援という観点での地域活性化に貢献できる。

<クラブ側>

- ◆ クオリティの高い映像コンテンツを享受できる。
- ◆ 試合会場での重要な演出スタッフとして、活躍してもらえ。同時に演出経費やコンテンツ製作費の削減に繋がっている。
- ◆ 地元の学生を社会人として育てるという観点での地域活性化に貢献できる。

取材のまとめ：

安田女子大学とサンフレッチェ広島の連携の成功の秘訣は、長年培った関係と最新の撮影機器と編集設備のような特殊な技術を持ち合わせているからであり、他の大学にはなかなか真似できないものである。大学とクラブの連携はその大学の強みを活かした連携に加え、双方にメリットがあることと、双方のキーパーソンが介入することによって活動がより円滑に行われるということがわかった。しかし、メリットや、キーパーソンが存在以前に、学生や先生の「サンフレッチェ広島」というチームへの熱意がこの活動を継続

させている原動力になっていることが感じられた。また、この活動を継続させる秘訣の一つに、上の世代が卒業しても活動が継続できるように下の世代を育てていくことが重要であることも指摘して頂いた。

なお、今回の取材先はサンフレッチェ広島事務所と安田女子大学だけであったが、広島経済大学ともサンフレッチェ広島は連携しており、広島経済大学では、選手のサイン会や握手会などのイベント企画・運営を行っていることを付記しておく。



写真3 広島ビッグアーチにおける撮影風景
(サンフレッチェ広島×安田女子大学)

以上、調査②の結果、双方にキーパーソンが存在することで活動の主体性が保たれ、また双方にメリットがあることで活動の継続性が保たれていたことがわかった。特に後者については、クラブサイドは「演出と集客」、大学サイドは「学びと宣伝」であり、共通して「地域貢献」が軸として存在し、強く信頼関係が構築されていることが示唆された。

6 考察

調査①の結果、既存のJリーグチームと大学連携のタイプは「試合運営サポート」「ゼミやインターンシップ」が大半で、本学のような「プロモーションサポート」や九州共立大学が行っている「地域イベントサポート」はほとんどないことが分かった。

調査②の結果、双方にキーパーソンが存在することで活動の主体性が保たれ、また双方にメリットがあることで活動の継続性が保たれていたことがわかった。特に後者については、クラブサイドは「演出と集客」、大学サイドは「学びと宣伝」であり、共通して「地域貢献」が軸となっていることが示唆された。

以上の学んだ知見を NW (現、ギラヴァンツ北九州) と本学との今後の連携に活かすためには、クラブ、大学および学生の連携を活性化させるキーパーソンを存在させることの重要性が再確認された。そして、地域貢献を軸に一体となって、双方のメリットを明確にしなければならないことも改めて気づくことができた。今後もこの活動を継続・発展させていくために、改めて双方のメリットを確認し、長期的な展望も見据えた戦略を、クラブと大学および学生が緊密に議論して模索すべきである。現在の NW と本学との連携では、双方のメリットが不明確の点があるため、その点を明確化してかなければ、今後の継続・発展は非常に困難になってくると考えられる。

本学のような「プロモーションサポート」は珍しいケースであることが示唆されたが、問題は山積している。2008 年度から発行している小学生向けの「ニューウェーブだより」では、教育機関に対するメリットが明確ではなかったため、学校によっては配布の手間などの問題から反対する声もあった。また印刷費の捻出についても困難な状況にある。NW との連携を継続・発展を目指していくためには、win-win の部分を「ニューウェーブだより」を通じて、小学生と選手を結びつけられる事ができるような場を提供していくことや、親子で楽しむことが出来る紙面への向上が必要である。また、他大学の連携の大半がゼミ活動であるのに対して、本学ではインターンシップという形式をとっているため、担当教員が課題を提供するのではなく、学生自身が主体的に活動できるようになっている。今後は、このインターンシップ活動の強みを活かした学生自身の自由な企画立案や運営がさらに必要になると考える。

以上の点を改善することで、ニューウェーブ北九州のファン獲得や北九州に住んでいる子どもたちへ夢や感動を与えることが出来る。その結果、NW と本学、そして街や教育機関など、多方面へのメリットが創出されると、本研究を通して考えられる。

7 研究の限界と今後の課題

本研究にご協力頂いたクラブは、全 36 チームのうち 26 チームであり、本研究が J リーグチームと大学との連携をすべて網羅できていない。次の研究では全チームを調査できるよう努力したい。また、取材にお伺いできたのも 3 チームであり、本研究がクラブと大学生の連携に関する成功要因をすべて網羅できたわ

けではない。次の研究では取材先を増やしてさらに考察を深めたい。

8 おわりに

本研究にご協力頂いた各大学、各クラブのみなさまに改めお礼を申し上げます。誠にありがとうございます。

参考文献

- 1) 森脇豊一郎・染岡慎一・山下明博、映像撮影を通じた地元大学との連携事業—サンフレッチェ広島と安田女子大学現代ビジネス学部の実践報告、日本スポーツマネジメント学会第 2 回大会発表論文、日本スポーツマネジメント学会、2009
- 2) 日本経済研究所『J クラブの存在が地域にもたらす効果に関する調査』、2009
- 3) ロジャー・ハート『子どもの参画—コミュニティづくりと身近な環境ケアへの参画のための理論と実際』、萌文社、2000

付記：

NavyWavy は、2009 年 12 月にて「ニューウェーブだより」の発行を終了し、2010 年 4 月より、株式会社ジェイコム北九州のご協力を得て、ギラヴァンツ北九州応援番組の制作に携わる活動に変わりました。