

2019 年度  
調査報告書

Jリーグクラブの  
ボランティアに関する調査



日本スポーツボランティアネットワーク



## 目 次

<b><u>1. 調査の概要</u></b>	-----	1
<b><u>2. 調査結果</u></b>	-----	3
1) ボランティア団体の分類	-----	3
2) ボランティア団体がホームゲームの運営協力を開始した年	-----	4
3) ボランティアの登録者数	-----	5
4) ボランティアの年齢構成	-----	6
5) ホームゲームの平均参加人数	-----	7
6) ホームゲームの運営でボランティアに依頼している活動	-----	8
7) ホームゲームの運営以外の活動	-----	10
8) ボランティアへのインセンティブ	-----	11
9) ボランティア活動のための保険加入	-----	12
10) ボランティア活動に関するクラブとボランティア団体の役割分担	-----	13
11) クラブとボランティア団体とのミーティング	-----	14
12) クラブのボランティア募集方法	-----	15
13) 最も効果的なボランティア募集方法	-----	16
14) ホームゲーム運営等におけるボランティアの成果	-----	17
15) ボランティアの活動上の課題	-----	18
<b><u>3. まとめと考察</u></b>	-----	19
<b><u>4. 参考文献</u></b>	-----	21

## **1. 調査の概要**

### 1) 調査の目的

Jリーグクラブにおけるボランティア活動の現状を把握することで、クラブとボランティアとのよりよい協力のあり方や、ホームゲーム等でのボランティア活動の更なる充実のための基礎資料を得ることを目的とする。

### 2) 調査対象

2019年シーズンのJリーグクラブ（J1～J3）：全55クラブ

### 3) 調査方法

インターネットによるアンケート調査

### 4) 調査期間

2019年11月15日～2020年1月8日

### 5) 調査内容

- (1) ホームゲーム運営におけるボランティア協力の有無
- (2) ボランティア団体の概要  
団体名、ホームゲームの運営協力開始年、団体とクラブとの関係  
2018年シーズン終了時のボランティア登録人数・年齢構成  
2018年シーズンのホームゲーム平均参加人数
- (3) ホームゲームの運営でボランティアに依頼している活動
- (4) ホームゲームの運営以外でボランティアに依頼している活動
- (5) ボランティアへのインセンティブ
- (6) ボランティア活動のための保険加入状況
- (7) ホームゲームのボランティア活動に向けたクラブとボランティア団体の役割分担
- (8) クラブとボランティア団体のミーティング実施状況
- (9) ボランティアの募集方法
- (10) クラブが認識するボランティア活動の成果と課題

### 6) 回収結果

100%

### 6) 調査の実施体制

本調査は、下記の3団体の協力のもと、笹川スポーツ財団が実施した。

- (1) 公益社団法人日本プロサッカーリーグ(Jリーグ)
- (2) スポーツボランティア・ラウンドテーブル実行委員会
- (3) 特定非営利活動法人日本スポーツボランティアネットワーク

**【調査の実務担当者】**

澁谷 茂樹 (笹川スポーツ財団 研究調査グループ シニア政策アナリスト)

藤岡 成美 (笹川スポーツ財団 研究調査グループ 政策オフィサー)

## 2. 調査結果

### 1) ボランティア団体の分類

ホームゲームの運営で協力を得ているボランティア団体について、登録人数の多いものから3団体まで回答してもらったところ、55クラブから84団体があがった。ボランティア団体とクラブとの関係について、「クラブ内のボランティア団体」「外部にあるボランティア団体(クラブ公認、非公認)」「ボランティア以外の活動を主目的とするクラブの関係団体」「その他」の4つの選択肢による分類を試みたが、団体の状況を必ずしも適切に反映していない結果となったため、回答団体の名称や活動状況から、以下の再分類を行った(図表1)。

#### (1) ホームゲーム運営等のために作られた団体(学生団体を除く)

チーム公認、非公認を問わず、ホームゲームの運営等の活動を行うことを目的に作られた団体。ただし、学生だけが参加できるサークルは除く。

#### (2) ホームゲーム運営等で活動する学生団体(ボランティアサークル、専門学校含む)

ゼミや授業の一環で活動する大学や専門学校のグループや、ホームゲーム運営等の活動のために作られた学生団体や学生ボランティアサークルなど。

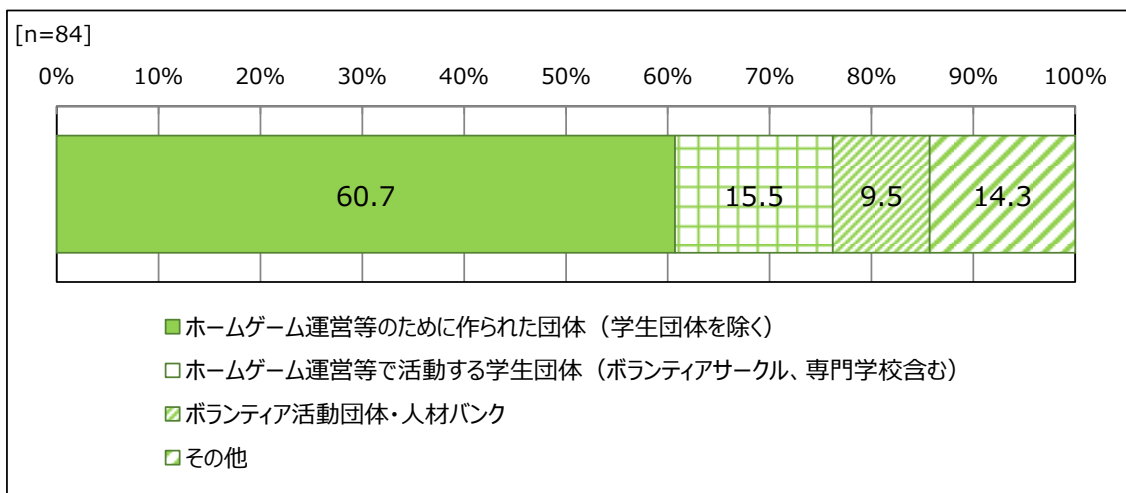
#### (3) ボランティア活動団体・人材バンク

自治体や体育・スポーツ協会などが作ったスポーツボランティア人材バンクや、ボランティア活動全般を行う人材バンク。スポーツ推進委員の組織もここに含む。

#### (4) その他

スポンサー企業、高齢者団体、サッカー協会、福祉団体など。

図表1 ボランティア団体の分類



全体の6割を占める「ホームゲーム運営等のために作られた団体」は、「湘南ベルマーレゲームボランティア」「FC東京・市民スポーツボランティア」「アルディージャサポートスタッフ」「ガンバグラッサ」など、チームにちなんだ名称がつけられ、多くのクラブでは、公式ウェブサイト上で活動の様子を知ることができる。いわばクラブ公認のボランティアであるが、これらの団体も、

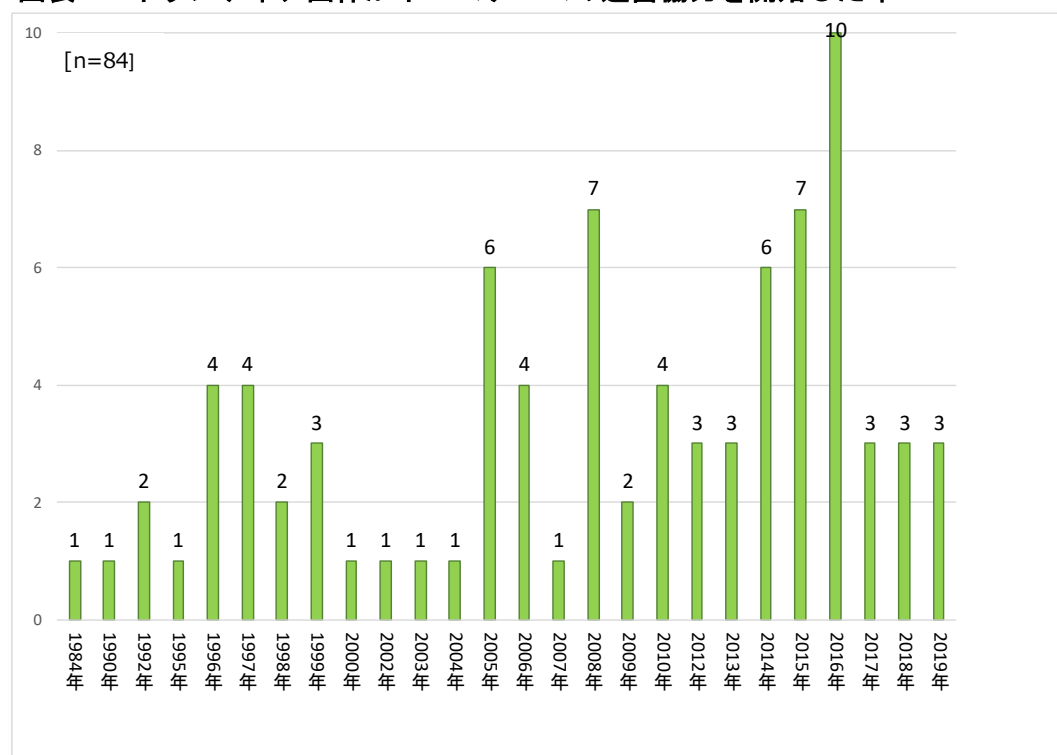
- ・ボランティア事務局がクラブ内に置かれている団体
- ・ボランティア事務局がクラブの後援会等に置かれている団体
- ・ボランティア事務局がクラブから独立している団体

など、その形態は多様である。

## 2) ボランティア団体がホームゲームの運営協力を開始した年

団体がホームゲームの運営協力を開始した年をみると、開始年は1984年から2019年までさまざまであった。Jリーグが開幕した1993年以前の回答が4団体あるが、これはJリーグクラブの前身のチームの設立年と合致している。1990年代後半から活動を開始する団体が増えはじめ、2000年代後半からは、ほぼ毎年複数の団体が加わっており、リーグの規模拡大と歩調を合わせて、クラブをささえるボランティア団体が増えていることがわかる（図表2）。

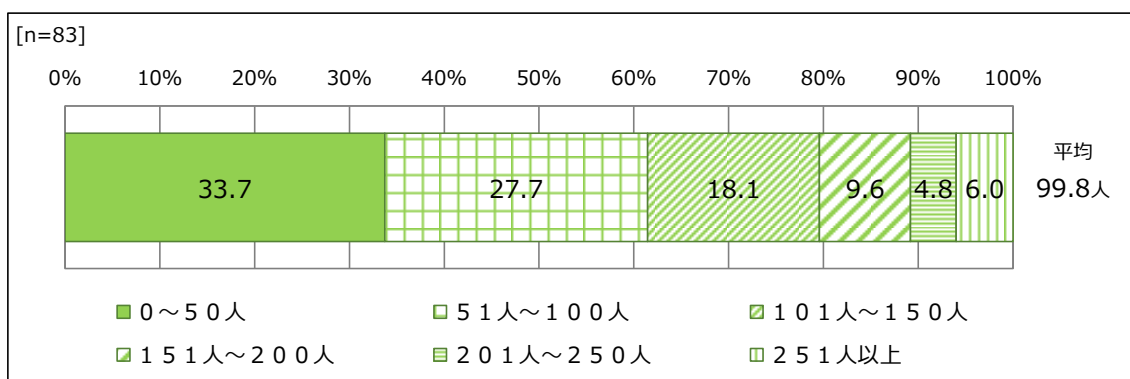
図表2 ボランティア団体がホームゲームの運営協力を開始した年



### 3) ボランティアの登録者数

ボランティア団体の登録ボランティア数を見ると、「0～50人」の団体が33.7%で最も多く、以下「51～100人」(27.7%)、「101～150人」(18.1%)などの順となっている。登録者が最も少ない団体は10人、最も多い団体は330人、平均の登録者数は99.8人であった(図表3)。登録者数は、ボランティア団体の分類(図表1、p3)に示した「ホームゲーム運営等のために作られた団体」で多い傾向があり、登録者が150人を超える17団体中12団体がこれに該当する。また、この12団体のうち、10団体は現在のJ1クラブまたは過去にJ1に在籍したクラブのボランティア団体であった。

図表3 ボランティアの登録者数(2018年シーズン終了時)



注) 最小登録者数: 10人、最大登録者数: 330人

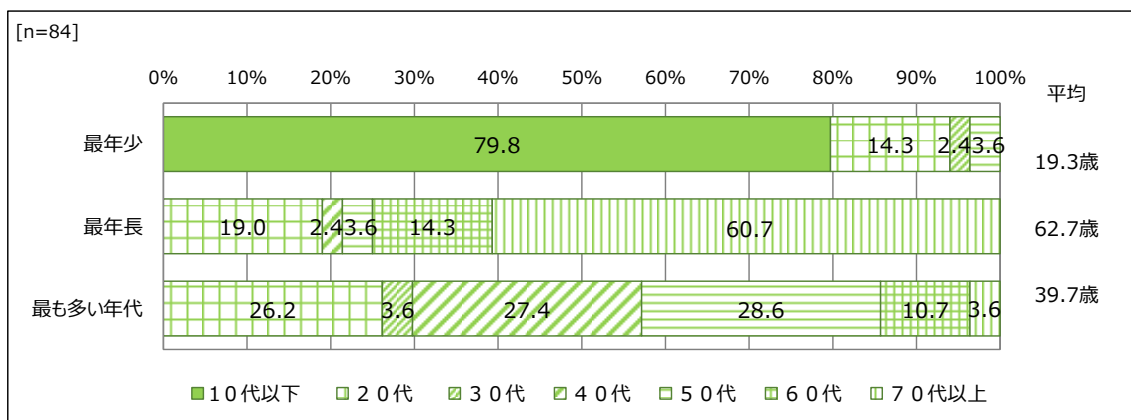


#### 4) ボランティアの年齢構成

ボランティアの年齢構成を「最年少」「最年長」「最も多い年代」の3項目でみた。「最年少」では、「10代以下」が79.8%、「20代」が14.3%で20代以下の団体が9割強を占める。「最年長」では、「70代以上」が60.7%と最も多く、多くの団体において70歳以上のシニア世代が活躍していることがわかる。一方、最年長が「20代」という団体が19.0%あるが、これは、ボランティア団体の分類（図表1、p3）で示した「ホームゲーム運営等で活動する学生団体（ボランティアサークル、専門学校含む）」によるものである。

「最も多い年代」では、「50代」が28.6%と最も多く、以下、「40代」（27.4%）、「20代」（26.2%）などの順となっている。学生団体を除くと、ボランティアの中心となる年代は40～50代であることがわかる（図表4）。

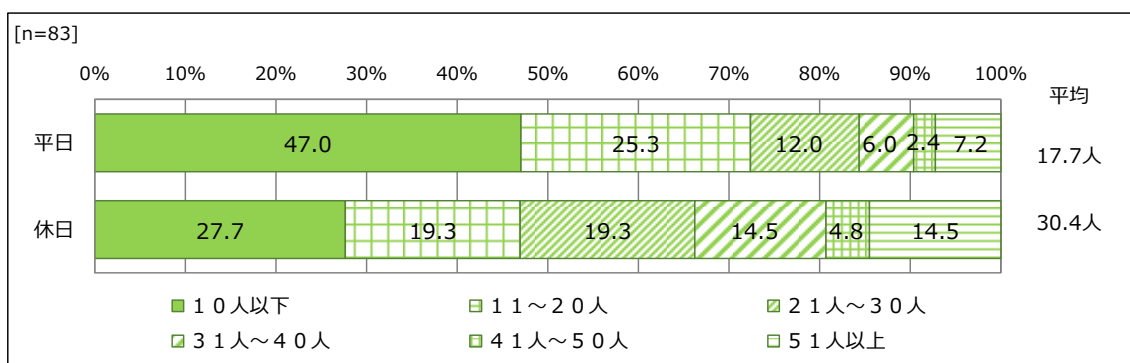
**図表4 ボランティアの年齢構成（2018年シーズン終了時）**



## 5) ホームゲームの平均参加人数

ホームゲームの平均参加人数を平日と休日に分けてみた。ここに示す参加人数は、クラブごとのホームゲームのボランティア総数ではなく、55クラブで活動する83のボランティア団体ごとの参加人数であることに留意する必要がある。平日の平均参加人数は、「10人以下」が47.0%、「11～20人」が25.3%で、20人以下が7割以上となっている。また、休日の参加人数でも、最も多いのは「10人以下」であるが、割合は27.7%と平日に比べて低く、21人以上の団体が過半数を占めている。各団体の平均参加人数は、平日が17.7人、休日が30.4人となっている（図表5）。ボランティアの登録者数（図表3、p5）が多いほど、参加人数も多い傾向があった。また、平日の参加人数が0人の団体が15あり、平日のホームゲーム運営におけるボランティア確保の難しさが改めて確認された。

図表5 ホームゲームの平均参加人数（2018年シーズン）



## 6) ホームゲームの運営でボランティアに依頼している活動

ホームゲームの運営で、クラブがボランティアに依頼している活動として 25 種類をリストアップし、ボランティアへの依頼の状況および業務委託先の有給スタッフへの依頼状況をあわせてたずねた。

ボランティアに依頼している活動の割合が最も多かったのは、「終了後清掃（椅子まわりの掃除やゴミ拾い）」の 88.0%で、以下、「配布作業（無料のマッチデープログラム含む）」（85.5%）、「インフォメーション・場内案内」（78.4%）、「車いす席利用者のアテンド・サポート」（75.5%）、「ゲートでのチケットチェック」（70.4%）などの順となっている。観客サービスにおいて、ボランティアが必要不可欠な役割を果たしていることが確認できる。

一方、業務委託先の有給スタッフに依頼している活動の割合が最も多かったのは、「駐車場の整理」の 100%で、以下「当日設営（看板設置、人工芝敷設、テント設営、その他）」（90.6%）、「前日設営（看板設置、人工芝敷設、テント設営、その他）」（83.7%）、「グッズ販売」と「待機列整理」（それぞれ 82.7%）などが続く（図表 6）。

図表 6 の「ボランティアに依頼しているクラブ (%)」と「業務委託先の有給スタッフに依頼しているクラブ (%)」の合計が 100%を超える活動は、クラブが 1 つの活動を、ボランティアと業務委託先両方に依頼していることを示している。両方に依頼しているクラブが多い活動は、「終了後清掃（椅子まわりの掃除やゴミ拾い）」（19 クラブ）、「当日設営（看板設置、人工芝敷設、テント設営、その他）」（17 クラブ）、「配布作業（無料のマッチデープログラム含む）」（16 クラブ）などであった。ボランティアと業務委託先の両方への依頼は、活動内容やクラブの規模、ボランティアの数などにより、下記の状況が想定される。

- ①同じ活動の中で、ボランティアに任せる内容と業務委託先に任せる内容が異なる
- ②本来ボランティアに任せたいが、人数が確保できないので、不足分を業務委託先の有給スタッフで補う

ボランティアと業務委託先の両方に依頼しているクラブが多い（10 クラブ以上）活動については、ボランティアが主たる役割を担っているものは少なく、「スタジアム敷地入口での出迎え」以外は、業務委託先が主たる担当になっている割合が 50%を超えていた。

図表6 ボランティアに依頼している活動

	回答数	ボランティアに依頼しているクラブ (%)	業務委託先の有給スタッフに依頼しているクラブ (%)	ボランティアと業務委託先両方に依頼している数	両方に依頼している割合 (%)
前日設営(看板設置、人工芝敷設、テント設営、その他)	49	28.6	<b>83.7</b>	6	50.0
当日設営(看板設置、人工芝敷設、テント設営、その他)	53	41.5	<b>90.6</b>	17	41.2
配付物のアセンブリ	50	64.0	56.0	10	30.0
配付作業(無料のマッチデープログラム含む)	55	<b>85.5</b>	43.6	16	37.5
試合前のスタンド清掃(椅子拭きなど)	48	62.5	47.9	5	40.0
当日券販売(前売券販売)	52	32.7	76.9	5	20.0
グッズ販売	52	28.8	<b>82.7</b>	6	33.3
マッチデープログラム販売	20	25.0	75.0	-	-
スタジアム敷地入口での出迎え	40	70.0	57.5	11	54.5
インフォメーション・場内案内	51	<b>78.4</b>	47.1	13	38.5
ファンクラブ入会受付	51	47.1	66.7	7	57.1
マスコットのアテンド	37	32.4	67.6	-	-
エスコートキッズのアテンド	31	29.0	77.4	2	100
駐車場の整理	53	1.9	<b>100</b>	1	-
待機列整理	52	28.8	<b>82.7</b>	6	50.0
場内外の関連イベントの運営	47	55.3	72.3	13	23.1
手荷物チェック	50	26.0	80.0	3	66.7
飲料移し替え	52	44.2	65.4	5	40.0
チケットもぎり	55	54.5	61.8	9	44.4
入場者数カウント	55	40.0	74.5	8	50.0
ゲートでのチケットチェック	54	<b>70.4</b>	55.6	14	28.6
車いす席利用者のアテンド・サポート	53	<b>75.5</b>	41.5	9	22.2
エコステーションのご案内・対応	47	66.0	46.8	6	33.3
撤収作業(看板、人工芝、テント、その他)	54	46.3	79.6	14	28.6
終了後清掃(椅子まわりの掃除やゴミ拾い)	50	<b>88.0</b>	50.0	19	36.8
その他	11	100.0	9.1	2	50.0

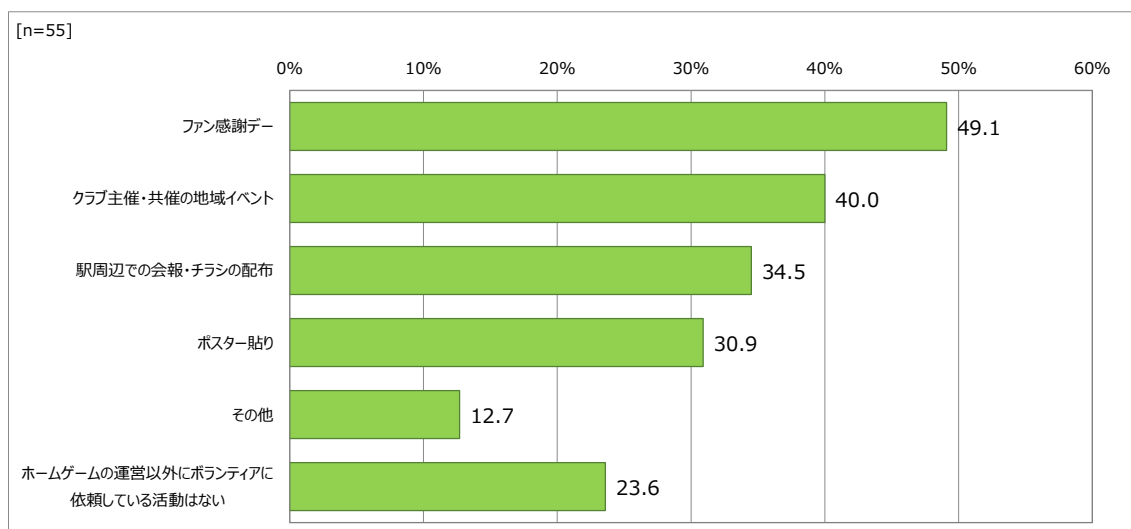
注)「ボランティアに依頼しているクラブ (%)」と「業務委託先の有給スタッフに依頼しているクラブ (%)」

の割合の上位5項目を太字で示した。

## 7) ホームゲームの運営以外の活動

クラブに対し、ホームゲームの運営以外でボランティアに依頼している活動についてたずねた。最も多いのは「ファン感謝デー」の49.1%で、全体のほぼ半数のクラブで、ボランティアの協力を得ていた。また、「クラブ主催・共催の地域イベント」(40.0%)、「駅周辺での会報・チラシの配布」(34.5%)、「ポスター貼り」(30.9%)などでも、3割以上のクラブがボランティアに活動を依頼しており、ホームゲーム以外のファンサービスやクラブのプロモーションに関する活動においても、ボランティアが重要な役割を果たしていることがわかる。一方、全体の約1/4のクラブでは、ホームゲームの運営以外にボランティアに依頼している活動がなかった(図表7)。

**図表7 ホームゲームの運営以外の活動（複数回答）**



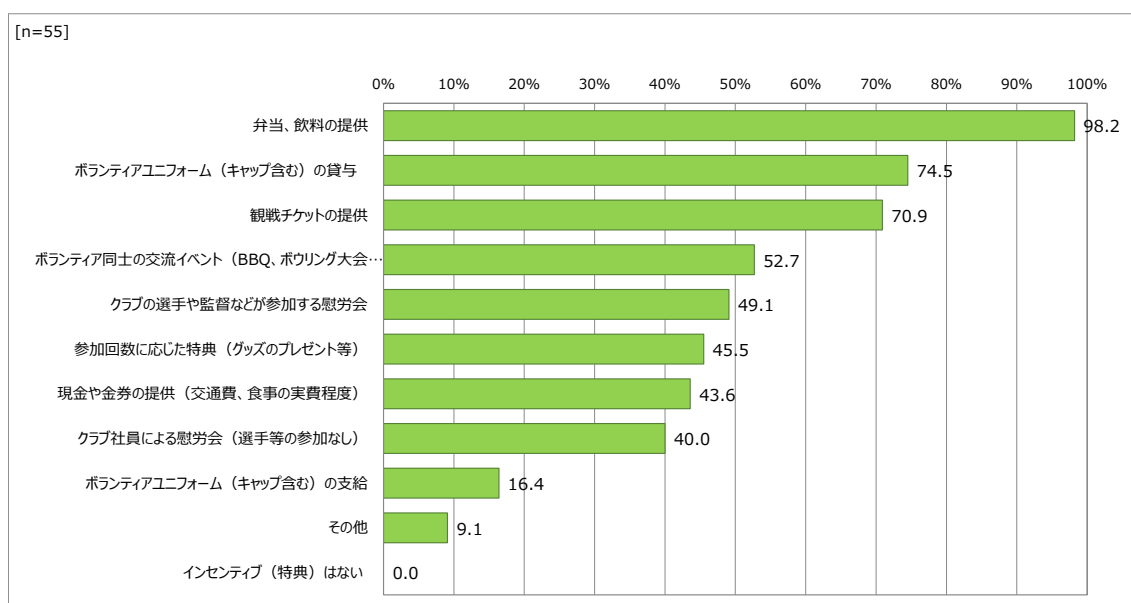
## 8) ボランティアへのインセンティブ

ボランティア活動に伴うインセンティブ（特典）についてみると、最も多いのは「弁当、飲料の提供」の98.2%で、ほぼすべてのクラブが提供していた（提供していなかった1クラブは弁当代として現金を支給）。また、「ボランティアユニフォーム（キャップ含む）の貸与」と「観戦チケットの提供」も、7割以上のクラブでボランティアへのインセンティブとなっている（図表8）。

ボランティアユニフォーム（キャップ含む）の支給と貸与の状況は、「貸与」と「支給」両方のクラブが9.1%（5クラブ）、「貸与」のみが65.5%（36クラブ）、「支給」のみが7.3%（4クラブ）、「貸与」も「支給」もなしが18.2%（10クラブ）の内訳となっている。

ボランティアの慰労会は、「クラブの選手や監督などが参加する慰労会」と「クラブ社員による慰労会」のどちらも実施していないクラブは全体の20.0%（11クラブ）で、多くのクラブが何らかの形でボランティアの慰労の場を設けていることがわかる。

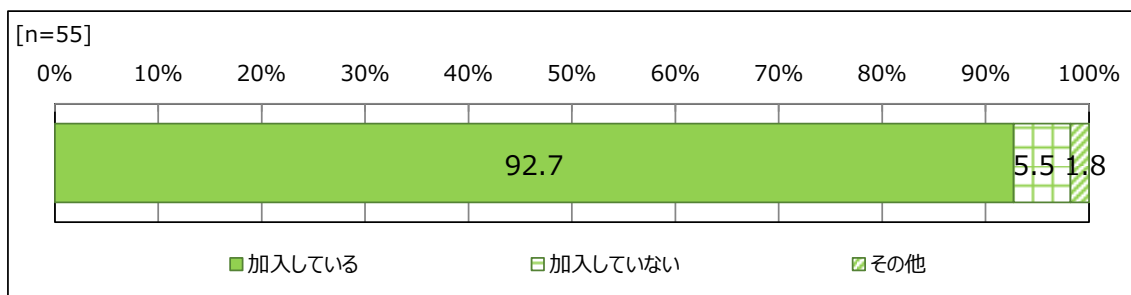
図表8 ボランティアへのインセンティブ（複数回答）



## 9) ボランティア活動のための保険加入

ボランティアの活動に対する保険加入の有無をみると、9割を超えるクラブが保険に加入していた（図表 9）。また、「加入していない」「その他」と回答したクラブにおいても、ボランティアの活動中の事故について、イベント保険で対応しているものと推察される。

図表 9 ボランティア活動のための保険加入状況



## 10) ボランティア活動に関するクラブとボランティア団体の役割分担

ホームゲームのボランティア活動に関する主な業務として、「ボランティアの募集」「ボランティアへの研修・説明会」「試合日のボランティアのエントリー管理」「各試合日の担当配置決め」があげられる。これらについて、クラブ社員とボランティアのどちらが担当しているかをたずねた。どの活動も、クラブ社員が担当している割合が7割を超えており、特に「ボランティアの募集」と「ボランティアへの研修・説明会」が約9割と高くなっている。ボランティアが担当しているクラブが最も多かったのは「各試合日の担当配置決め」(40.0%)であった。

いずれの活動も、クラブ社員とボランティアと両方が担当するクラブがあったが、「ボランティアへの研修・説明会」は、ボランティアが主たる担当であるクラブの割合が54.5%と他の活動と比べて高かった(図表10)。

**図表 10 ボランティア活動に関するクラブとボランティア団体の役割分担**

	回 答 数	ク ラ ブ 社 員 が 担 当  (%)	ボ ラ ン テ ィ ア 団 体 が 担 当  (%)	団 体 員 と ボ ラ ン テ ィ ア の 両 方 が 担 当 し て ア ル ク ラ ブ の 数	ク ラ ブ が 担 当 し て い る ク ラ ブ の 割 合 (%)
ボランティアの募集	55	89.1	34.5	13	23.1
ボランティアへの研修・説明会	55	92.7	27.3	11	54.5
試合日のボランティアのエントリー管理	55	80.0	27.3	4	25.0
各試合日の担当配置決め	55	72.7	40.0	7	14.3

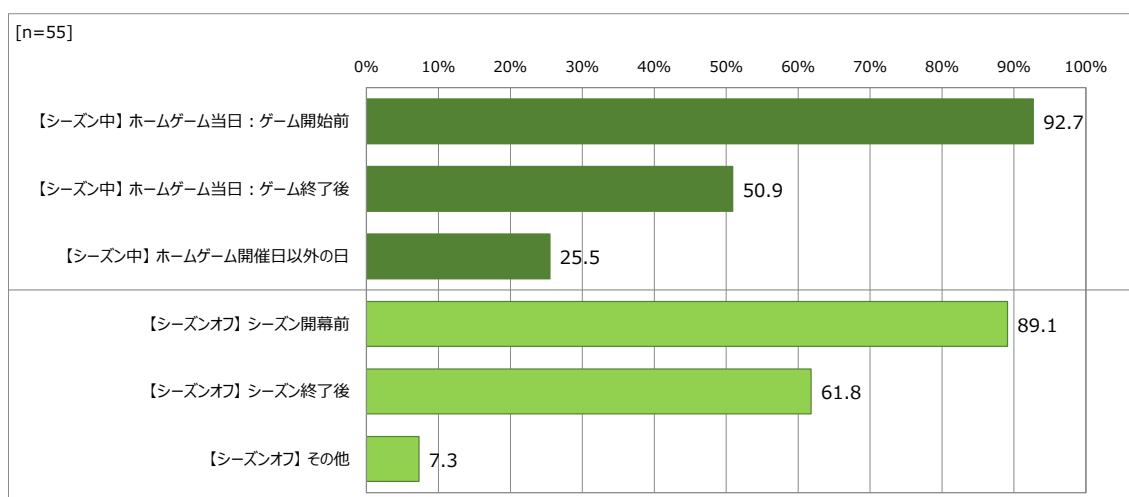


## 1 1) クラブとボランティア団体とのミーティング

クラブとボランティア団体のミーティングの実施状況をシーズン中とシーズンオフに分けてたずねた。シーズン中では、**92.7%**のクラブが「ホームゲーム当日：ゲーム開始前」にミーティングを行っていた。また、**50.9%**のクラブが「ホームゲーム当日：ゲーム終了後」にもミーティングを行っていた。「ホームゲーム開催日以外の日」にミーティングを行っているクラブは**25.5%**であった。

シーズンオフでは、「シーズン開幕前」は**89.1%**、「シーズン終了後」は**61.8%**であった（図表 11）。

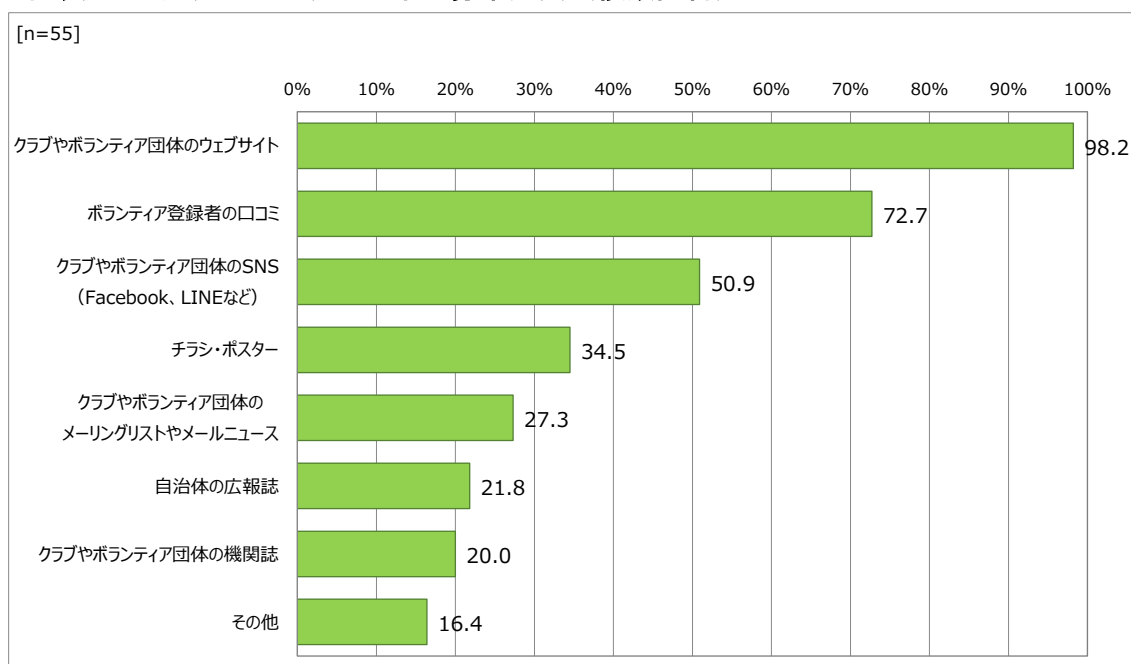
**図表 11 クラブとボランティア団体とのミーティング**



## 1 2) クラブのボランティア募集方法

クラブのボランティア募集方法についてみると、「クラブやボランティア団体のウェブサイト」が 98.2%で最も多く、以下「ボランティア登録者の口コミ」(72.7%)、「クラブやボランティア団体の SNS (Facebook、LINE など)」(50.9%)、「チラシ・ポスター」(34.5%)などの順となっている。クラブや団体主体の募集方法に加えて、登録者の口コミが募集の重要な手段となっている点が特徴的である (図表 12)。

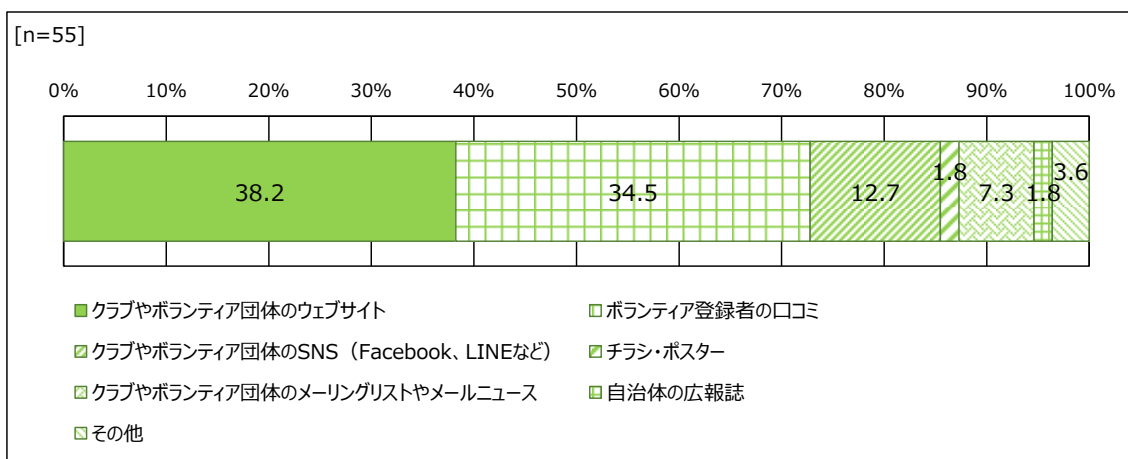
図表 12 クラブのボランティア募集方法 (複数回答)



### 1 3) 最も効果的なボランティア募集方法

ボランティアの募集において、最も効果的な方法をひとつたずねた。「クラブやボランティア団体のウェブサイト」(38.2%)と「ボランティア登録者の口コミ」(34.5%)の割合が高かった。ボランティアによる口コミが、ウェブサイトによる一般公募と同様に効果的であることが確認できる(図表13)。

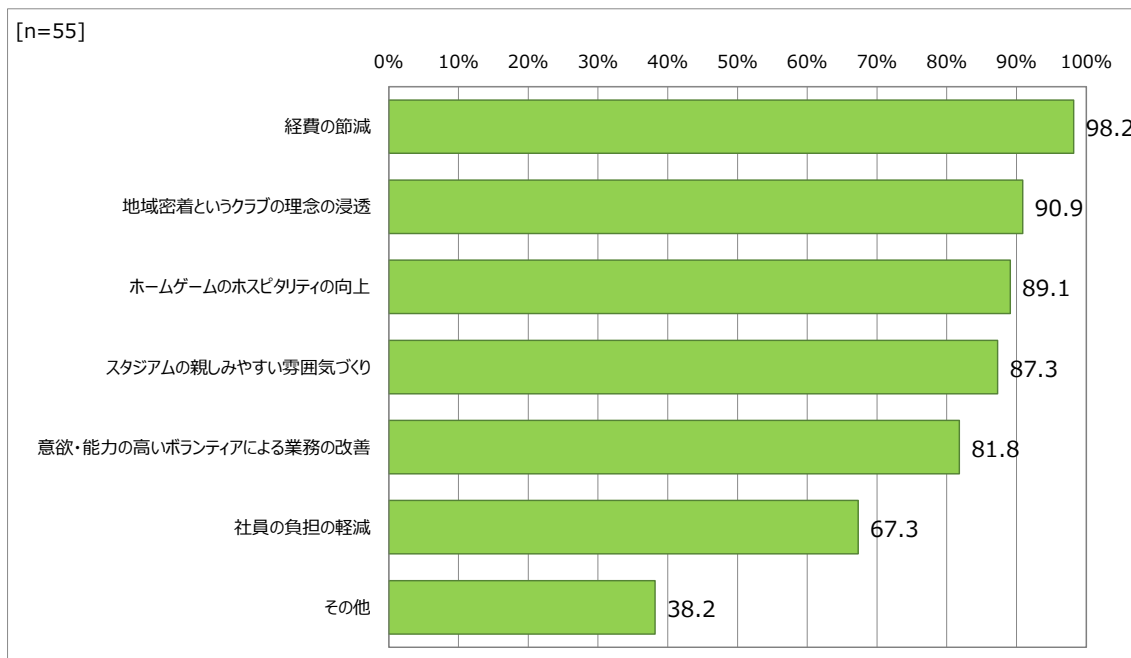
**図表 13 最も効果的なボランティア募集方法**



#### 1 4) ホームゲーム運営等におけるボランティアの成果

ホームゲームの運営等のクラブの活動に、ボランティアの協力を得ることによる成果についてたずねた。「経費の節減」が98.2%で最も多く、以下「地域密着というクラブの理念の浸透」(90.9%)、「ホームゲームのホスピタリティの向上」(89.1%)、「スタジアムの親しみやすい雰囲気づくり」(87.3%)などの順となっている。ほとんどのクラブが、経費の節減だけでなく、多くの面でボランティアの貢献について評価していることが確認できる。一方、「社員の負担の軽減」は67.3%で、成果と認識しているクラブは他の項目と比べて少ない(図表14)。

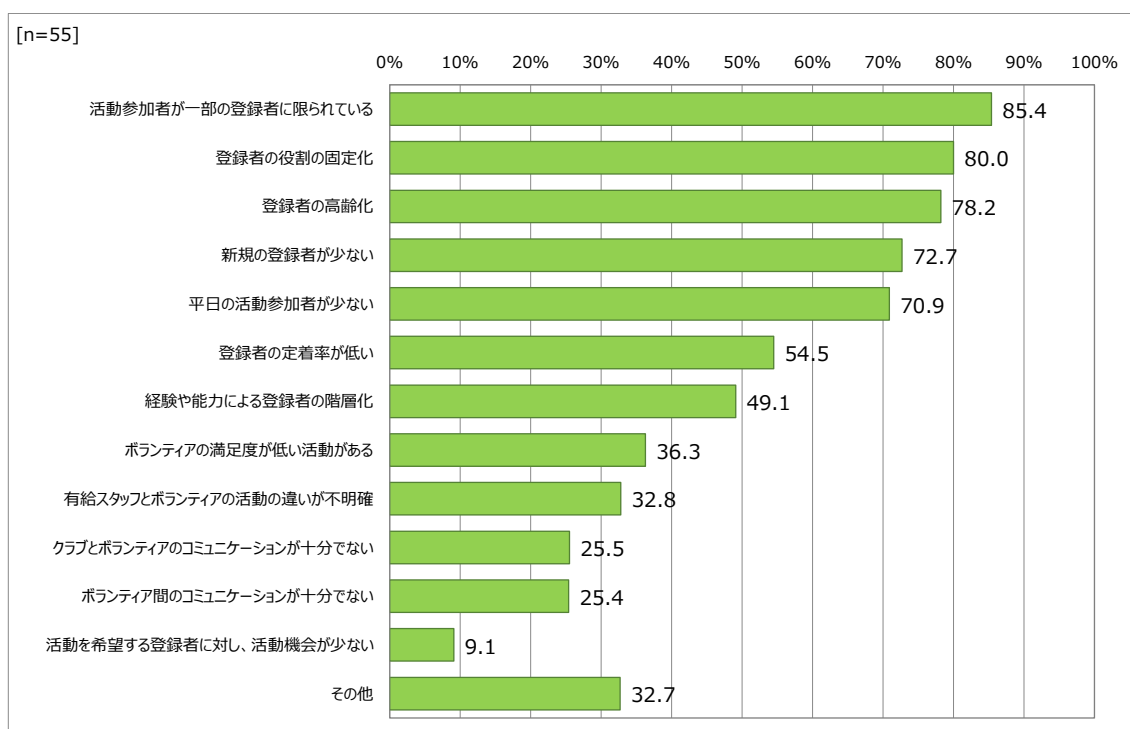
図表 14 ホームゲーム運営等におけるボランティアの成果



## 15) ボランティアの活動上の課題

ボランティアの活動上の課題についてたずねた。「活動参加者が一部の登録者に限られている」が85.4%で最も多く、以下「登録者の役割の固定化」(80.0%)、「登録者の高齢化」(78.2%)、「新規の登録者が少ない」(72.7%)、「平日の活動参加者が少ない」(70.9%)などの順となっている(図表15)。

**図表15 ホームゲーム運営等におけるボランティア活動の課題**



### **3. まとめと考察**

#### **Jリーグにおけるボランティアの役割と成果**

Jリーグクラブのボランティアは、リーグ初期の入場者数の減少（1996～2000年）によるクラブの経営状況の悪化を契機に、ホームゲームの運営人材確保のため、一部のクラブで導入されるようになった。活動の基本は来場者へのホスピタリティだが、リーグ参入直後などで経営基盤が十分に整っていないクラブでは、前日の設営から終了後の撤収にいたるまで、ホームゲームに関わるあらゆる現場において、ボランティアが必要不可欠な役割を果たしてきた。10クラブで発足したリーグが50クラブを超えるまでに拡大できた要因のひとつに、「わがまちのクラブ」をささえてきたボランティアの存在があるといっても過言ではない。

自ら志願したボランティアたちは、クラブ社員との協力のもと、ホームゲームの興行を滞りなく運営するだけの役割にとどまらず、顧客である来場者の満足度を高めるための改善に積極的に取り組み、活動の幅をひろげると同時に、その質を高めてきた。図表6

(p9) をみれば、ホームゲームの多岐にわたる現場でボランティアが活躍していることが確認できる。また、活動の質を高めた例としては、スタジアムのホーム側とアウェイ側それぞれのトイレに、クラブカラーの花やペーパーフラワーを飾ったり、アウェイサポーター向けにウェルカムメッセージを掲げたり、といった一部のクラブの取り組みがあげられる。自分たちもクラブのサポーターであり、どうすれば来場者が気持ちよく観戦し、また次もスタジアムに来たいと思うかを理解できるがゆえ、社員の指示を待つだけでなく、主体的に創意工夫を凝らすのである。

2019年のラグビーワールドカップで、ボランティアの「おもてなし」が国内外の観戦客から高く評価されたが、これを実現したボランティアの姿勢や意識は、Jリーグのボランティアが永年かけて培ってきたものである。実際、ラグビーワールドカップの各開催地で、数多くのJリーグボランティアが活躍した。わが国のスポーツイベントボランティアの成熟にJリーグが果たした役割は大きい。

#### **調査結果からみえる課題**

一方で課題もある。図表15 (p18) で多くのクラブがあげた「活動参加者が一部の登録者に限られている」「登録者の役割の固定化」「登録者の高齢化」「新規の登録者が少ない」は、ボランティア団体の「勤続疲労」を象徴している。特定の中心メンバーによる活動のマンネリ化によって、新たな参加者が、ボランティア活動の魅力を感じにくくなっているのかもしれない。自由記述欄には、「ボランティアは、活動歴が長い傾向があり、新規登録者が入りづらい雰囲気ができてしまっている」「一部中心化しているベテランボランティアと、新規のライトなボランティア間での温度差」などの指摘があった。

ボランティアの年齢構成（図表 4、p6）では、特に多い年代は 40～50 代で、この結果からは、高齢化は深刻な問題とはいえない。しかし、過去から中心メンバーが変わらず、この先も変わる見込みがないとすれば、多くのクラブが高齢化を課題にあげるのもうなずける。Jリーグの観戦者の平均年齢は 2009 年（37.3 歳）から 2019 年（42.8 歳）の 10 年間で 5.5 歳上昇しており、ボランティアにも同様の傾向があるのかもしれない。

ボランティア団体やクラブの創設時からのボランティアメンバーが永年継続して活動しているのは喜ばしいことだが、経験豊富なボランティアが、初心者に先輩風を吹かせたり、毎回の参加を強く求めたりすることで、「気軽で楽しい」はずのボランティア参加のハードルを上げているケースがあるとすれば、直ちに改める必要がある。クラブのボランティア活動を将来にわたって継続・発展させるためには、クラブとボランティア団体が協力し、経験、年齢、性別、障害の有無などに関わらず、誰もが参加しやすく、活動にやりがいと楽しみを感じられる環境を創出する努力を続けなければならない。

### 今後のさらなる発展に向けて

前述のラグビーワールドカップや 2021 年開催予定の東京オリンピック・パラリンピックなどの大規模国際大会では、数多くのボランティアが活躍する。これらの大会で、スポーツボランティアのやりがいに、新たに目覚める人が少なからずいると思われる。こうした人たちに、身近な地域で定期的な活動の場を提供すれば、彼らの「ボランティア熱」を冷まらず、継続的なスポーツボランティアとして定着させることができる。全国各地にクラブがあり、シーズン中はホームゲームが定期開催され、ボランティア運営の経験が豊富な Jリーグクラブは、その最適な受け皿といえる。クラブは、ボランティア団体と協力し、新たな活動参加者を増やす好機として、大規模国際大会を積極的に活用するべきである。すでに数年前から、オリンピック・パラリンピックに向けて、事前に経験を積みたいと考えるボランティア初心者の加入が増えているクラブもあるが、こうした人たちの中から、将来の中心メンバーを発掘・育成する試みが必要だろう。

今回の調査は、Jリーグクラブのボランティアを包括的に把握する画期的なものとなった。この結果を、リーグ全体のボランティア運営の改善に活かすためには、先進クラブの好事例を横展開するクラブ間の連携が重要となる。各クラブのボランティア同士の交流は、JFA ハウスを会場に 2016 年から毎年行われている「スポーツボランティア・ラウンドテーブル」をはじめ、「東北スポーツボランティアサミット」「中四国スポーツボランティアサミット」など、全国規模、地方規模で行われている。クラブのボランティア担当社員も、こうした交流の輪に加わり、他クラブの進んだ取り組みをボランティアから直接聞き、自分のクラブで積極的に導入してもらいたい。この調査が、ボランティアの意義をクラブが再認識し、活動がさらに発展するきっかけとなれば幸いである。

## 4. 参考文献

- 笹川スポーツ財団 (2011) スポーツ白書—スポーツが目指すべき未来—.
- 笹川スポーツ財団 (2017) スポーツ白書 2017—スポーツによるソーシャルイノベーション—.
- 笹川スポーツ財団 (2019) スポーツボランティアに関する調査 2019.
- 笹川スポーツ財団 (2018) スポーツライフ・データ 2018.
- 笹川スポーツ財団 (2020) ラグビーワールドカップ 2019 大会ボランティアに関する調査
- 日本スポーツボランティア学会 (2008) スポーツボランティア・ハンドブック. 明和出版
- 日本プロサッカーリーグ (2010) Jリーグ スタジアム観戦者調査 2009 サマリーレポート.
- 日本プロサッカーリーグ (2011) Jリーグ スタジアム観戦者調査 2010 サマリーレポート.
- 日本プロサッカーリーグ (2012) Jリーグ スタジアム観戦者調査 2011 サマリーレポート.
- 日本プロサッカーリーグ (2013) Jリーグ スタジアム観戦者調査 2012 サマリーレポート.
- 日本プロサッカーリーグ (2014) Jリーグ スタジアム観戦者調査 2013 サマリーレポート.
- 日本プロサッカーリーグ (2015) Jリーグ スタジアム観戦者調査 2014 サマリーレポート.
- 日本プロサッカーリーグ (2016) Jリーグ スタジアム観戦者調査 2015 サマリーレポート.
- 日本プロサッカーリーグ (2017) Jリーグ スタジアム観戦者調査 2016 サマリーレポート.
- 日本プロサッカーリーグ (2018) Jリーグ スタジアム観戦者調査 2017 サマリーレポート.
- 日本プロサッカーリーグ (2019) Jリーグ スタジアム観戦者調査 2018 サマリーレポート.
- 日本プロサッカーリーグ (2020) Jリーグ スタジアム観戦者調査 2019 サマリーレポート.
- 松橋崇史、金子郁容 (2007) スポーツ組織マネジメントにおける地域コミュニティ戦略—Jクラブの事例研究—. スポーツ産業学研究, Vol.17, No.2, 39~55
- 文部科学省 (2015) 「スポーツにおけるボランティア活動活性化のための調査研究 (スポーツにおけるボランティア活動を実施する個人に関する調査研究)」報告書. 笹川スポーツ財団
- 文部科学省 (2015) 「スポーツにおけるボランティア活動活性化のための調査研究 (スポーツにおけるボランティア活動を担う組織・団体活性化のための実践研究)」報告書. 笹川スポーツ財団
- 山口泰雄 (2004) スポーツ・ボランティアへの招待—新しいスポーツ文化の可能性—. 世界思想社





---

## Ｊリーグクラブのボランティアに関する調査 報告書

2020年7月発行

発行者 公益財団法人 笹川スポーツ財団

〒107-0052 東京都港区赤坂 1-2-2 日本財団ビル 3F

TEL 03-6229-5300 FAX 03-6229-5340

E-mail [info@ssf.or.jp](mailto:info@ssf.or.jp) URL <http://www.ssf.or.jp/>

---

無断転載、複製および転載を禁止します。引用の際は本書が出典であることを明記してください。

本事業は、ボートレースの交付金による日本財団の助成金を受けて実施しました。