

正々道々 ～ナガサキから、世界へ～



V・ファーレン長崎

代表取締役社長 高田 明

1948年長崎県生まれ。大阪経済大学卒業後、機械製造メーカーへ就職し通訳として海外駐在を経験。
74年に父親が経営するカメラ店へ入社。86年に「(株)たかた」として分離独立。99年に現社名へ変更。90年にラジオでショッピングを行ったのを機に全国へネットワークを広げ、その後テレビ、チラシ・カタログなどの紙媒体、インターネットや携帯サイトなどでの通販事業を展開。
2012年には、新たな拠点として東京にオフィスとテレビスタジオを開設する。2015年1月に「(株)ジャパネットたかた」の代表を退任し、同時に「(株)A and Live」を設立。
2017年4月、プロサッカークラブ「(株)V・ファーレン長崎」の代表取締役社長に就任。

サッカーを通して 「今を生きる楽しさ」を広げていく

おかげさまをもちまして、ジャパネットはグループ会社が9社となり、ジャパネットホールディングスとして、皆さまに“今を生きる楽しさ”を！”をお伝えしています。

ジャパネットグループは、お客様の「今」を楽しくしたいと考え、モノの向こうにある生活や変化を伝えることによって、見る人聴く人に「今」この時を楽しんでもらえるショッピングをつくることを目指しています。

お客様とジャパネットが繋がった時、その「今」が楽しいものであるように、ジャパネットグループは、それぞれの「今」に挑戦し続けています。

これは、ジャパネットグループの企業理念です。このグランドクレドのもと、グループ会社9社は、それぞれ各社クレドを持ち、そ

れぞれ社会の役割に向かって挑戦し続けています。

では、V・ファーレン長崎のクレドをご紹介します。

サッカーを通して、長崎、そして全国に
「今を生きる楽しさ」を広げていく
県民、行政、そして地元企業の力を一つ
に結集し、サッカーを通してたくさんの
ワクワクを生み出しながら、未来に夢と
平和をつなげていく

V・ファーレン長崎の社長を拝命したのは2017年4月25日です。いわば倒産会社を引き受けることになりましたが、当初は現状把握に手いっぱいでした。何より、前体制からの引き継ぎはゼロ。まさにマイナスからのスタートだったのです。

しかし、ボトルネックを一つ一つ見つけて潰していくと、チームの順位は一つずつ上

がっていきました。いつの日か、V・ファーレン長崎ファン、そして県民の皆さまにワクワクしていただく存在となり、2018年は初めてJ1の舞台で戦う夢をつかみ取りました。

過去は変えられません。しかし、未来は変えることができます。そのために、今、何をするか。V・ファーレン長崎に携わり、今までとこれからのことを記したいと思います。



次の夢が始まった11.11

2017年11月11日16時。V・ファーレン長崎の選手たちが到着もしていない諫早市の「トランスコスモススタジアム長崎」の周辺は、驚きと喜びの声が交錯していました。この日、14時キックオフのアビスパ福岡が引き分け、名古屋グランパスが負けたのです。

「19時キックオフのカマタマーレ讃岐戦で、V・ファーレン長崎が勝てばJ1自動昇格決定！」

数時間後に熱気に包まれることになる記者会見室に、ごく少数でこもり、タブレット端末で、福岡戦と名古屋の結果をインターネット中継で確認したときは、さすがに興奮を抑えることはできませんでした。それは、V・

ファーレン長崎の代表取締役社長を拝命して約7カ月間、長崎県民の皆さんに、サッカーの面白さを、そしてV・ファーレン長崎の魅力を伝えたく、現状把握に奔走したからです。

「みなさん、福岡さんが引き分け、名古屋さんが負けました。今日、今日ですよ、V・ファーレンが勝てば、ゼイワンに自動昇格なんですよ！」

社長就任以来、ずっと向き合ってきたファンに、いの一番に伝えたく、気が付けば外に飛び出してステージに立ってマイクを握っていました。ファンの皆さんは、さらに盛り上がってくれました。このときに、感じたのです。ファン、チーム、フロント、関係者が思い続けてきた「J1昇格の気持ちが本当に一つになった」と。

福岡が引き分け、名古屋が負けるという他力の条件が整い、そしてV・ファーレン長崎にとって2017年シーズンホーム最終戦という舞台の整い方にもドラマを感じずにはいられませんでした。

ただ、ここに至ったのは一つの“継続”があったのも事実です。



言い続ければ、夢は必ずかなう

V・ファーレン長崎の社長を拝命し、現状を把握するに連れて、会社の立て直しの道のりの厳しさに直面しました。しかし、社長として第一に行わなくてはいけないことはすぐに見えました。下を向くチームへ、先が見えない不安に包まれたスタッフに、まずは気持ちの安定を供給することです。

「V長崎「県民クラブ限界」」

「V長崎 累積赤字3億超」

「来月にも選手に給料未払いか？」

といった文字が新聞紙面を踊った2月以降、チームやフロントが疲弊をしていたのは火を見るより明らかでした。

まずは生活の安定を監督、コーチ、選手に伝えたく、時間の許す限り練習場に足を運んで話をしました。何よりも、チームには日頃の練習、そして試合に集中してほしいからです。

その中でも、状況を一番理解し、行動されていたのは高木琢也監督ではないでしょうか。チームのトップとして、4月以降、すべてを受け入れ、J1昇格を達成するために心血を注いでいました。

一つエピソードを記しましょう。高木監督は大変な分析家であり戦略家です。

毎試合後、パソコンに向き合い、自チームの動きをチェック。反省点と修正点を確認しています。そして、次戦の相手チームをチェックするために、直近の約3試合をじっくり見て勝つための策を練り、選手たちに映像と言

葉で分かりやすく戦略を伝えています。

選手たちは、Jリーグ随一ともいわれる、厳しい練習に集中しました。監督からゲキが飛ぶこともあります。指示されたことができずに、悔しさをあらわにしたこともありました。しかし、試合、特にホームゲームでファンの前でプレーできる喜び、勝つ喜びを感じることはもちろん、何よりサッカーに集中できる環境になった喜びが表情に表れていました。

Jリーグは2月に開幕します。例年1月には、新体制のもとでスタートし、11月の最終節まで、チームとフロントが一丸となって走り抜けます。しかし、4月に体制が替わったことで、V・ファーレン長崎としての“一丸”の形とはなっていませんでした。

4月から、サッカー運営に携わったフロントスタッフも多く、「チームが勝つために」、「ファンが楽しむために」何をどうすればいいのかも模索しているなかで、8月にはチームとコミュニケーションを取る機会を作りました。

フロントスタッフとトップチーム全員が集まり、練習場で輪になってあいさつをしました。手を握り合ったり、食事をともにするようなことはありませんでしたが、フロントスタッフにとってみれば、「サッカーチームの運営に携わっている」「チームをJ1に上げたい」「V・ファーレン長崎の試合を多くのスタジアムで見てもらいたい」という自分が立っている位置を確認する大変いい機会になりました。

この効果は、大きかったです。個々の力が

一つに結集し、向かう方向がより定まったのです。これは、どんな仕事でも同じでしょう。どこの誰か、名前も知らない人といい仕事はできません。

進む方向の一致によって作られて行く“ファンに楽しんでもらう土台”が見えて来たことから、私は、次の一手ならぬ、次の言葉を投げかけました。

「思い続ければ、言い続ければ、夢は必ず叶う」

それまで、約5,000人の観客を1万人以上にすること。そして、「J1昇格」の夢を語ったのです。

まずは見ていただく、 感じていただくために

J2リーグは1シーズンで全42試合あります。そのうちの半分が、諫早市のトランスコスモススタジアム長崎で行われる“ホームゲーム”となり、21試合が開催されます。

V・ファーレン長崎にとっては、20,246席あるトランスコスモススタジアム長崎に、一人でも多くのファンに来ていただき観戦していただくかが至上命題でした。しかし、ホームゲームが半分の11試合が終了した時点での平均観客数は4,475人です。観客数÷スタジアム収容人数で導き出せるのが満員率ですが、この時点で22.1パーセント。観客数3,139人という試合もありました。

まずは、いつ、どこで、どこと対戦するのか知ってもらうことが第一と考えました。告



知CMを打ちました。私が、長崎県民の皆さまに話しかける形で試合前々日、前日、そして当日の午前中とテレビを通して呼びかけました。

また、来ていただいたファンに、試合の前後も楽しんでもらおうと、イベントを立ち上げました。夏になれば縁日と称して子どもたちに楽しんでもらえる輪投げやヨーヨーすくいも行いました。佐世保市のYOSAKOIささぽ祭りとはコラボレーションをして、よさこいのチームがスタジアムで演舞を披露や、ハーフタイムに花火を打ち上げたのも新たな施策でした。

チームの好調と相俟って、8月以降の観客数は5,000から6,000人を推移するようになりましたが、目標の10,000人越えにはほど遠い状態です。そこで、J1昇格に向けて、いよいよ終盤戦となった第38節（ホームゲーム20試合目）で、来場者先着10,000名様に「オリジナルTシャツをプレゼント！」を実施しました。これは、V・ファーレン長崎単体ではできることではなく、親会社のジャパネットホールディングスの力を借りました。

すると、どうでしょう。開門前から多くの

ファンがスタジアム周りに来ていただき、試合開始時には、プレゼントさせていただいたTシャツのオレンジ色にスタジアムが染まったのです。12,923人の観客数は、もちろん2017年シーズン最高であり、チームとしては2番目に多い観客数となりました。

注目されたゆえに生まれた課題

ただ、大変うれしい半面、課題をつきつけられました。まずは、スタジアム周辺の駐車場不足です。多くの方が車で来場されますが、駐車場情報のリアルタイム発信が追いつかなかったこと、周辺駐車場への誘導の伝達、マンパワー不足だったこと。それが、周辺の渋滞を生み出しました。

また、試合開始前は冷たい雨だったにもかかわらず、当日券の販売が追いつかず、チケット購入で長らくお待たせしたこと。さらに、開門後にスタジアムに入場の際に、チケットのもぎり、Tシャツの配布、荷物チェックにスムーズな入場を促せず、長い待機列を作っていました。

ご来場いただいても、不満を抱かせてしまえば何も次につながりません。初めて来場いただいた方には、特に印象的に「不満」が残ります。試合翌日に緊急会議を開いて、問題点と改善点をすべて洗い出しました。次戦のホームゲームの11月11日、ホーム最終戦であるカマタマーレ讃岐戦までに、すべてを解決したかったのです。該当するスタッフを連れてスタジアムにチェックをしにも行きました。

やはり、現場を見て認知し、判断することでスピーディーさは増します。

そして、駐車場の増台、告知、リアルタイム情報のインフラ整備、誘導員の増員、と各部署が細部にまで仕事を自分たちで見つけ取り組みました。

思い続ける、言い続けることは大切です。しかし、何事も「どうしよう」で終わっては何も進みません。段取りを決めなければ仕事は進まないのです。ですから、ホーム最終戦こそは、皆さまにとことん楽しんでいただこうと動き回りました。



目標は高く、追い続ける夢 「ナガサキから世界へ」

V・ファーレン長崎はJ1のチームになりました。これは、ただ戦うステージが上がっただけではありません。全国のサッカーファンからの目が向くようになり、注目の高さも変わります。

J1チームという肩書きを持つということは、チームもフロントもJ1レベルになることが求められます。ホームゲームで、よりスムーズな運営が求められます。V・ファーレ



ン長崎から情報を発信するスピードも内容も、濃さを増さないといけません。安全面の充実はもちろん、初めて長崎県に来るアウェイのファンの皆さまをおもてなしする準備も必要です。

また、注目度が高まる J 1 にいることから、長崎と広島からしか発信できない「平和」について、より強くメッセージを出していきます。2018シーズンのユニフォームには、平和の象徴である鳩が描かれ、チームカラーのオレンジと紺を配し、長崎県の地図を表しました。平和の発信の意味を込めて背中にはユニセフとし、シーズンを通して、ナガサキから全国へ、そして世界へ平和を発信し続けます。

正々道々 ～ナガサキから、世界へ～

今回の寄稿にあたり、タイトルにさせていただいた文言は、2018年シーズン開幕にあたり発表したクラブのグランドスローガンです。

正しい道を行くこと＝フェアプレーの精神、平和的精神という意味合いを込めました。

チームとして堂々と勝負する力強さを表現しました。

「ACL（アジアチャンピオンズリーグ・J 1 リーグ 3 位以内か天皇杯優勝チーム）に出場する！」

と2017年の暮れから言い続けていますが、このくらいの目標がないと楽しみはありません。そうです。思い続ければ、言い続ければ、夢はかないます。

「夢持ち続け日々精進」

J リーグは地域密着をうたっています。だからクラブ名には企業名でなく地域の名が入っています。V・ファーレン長崎はサッカーを通して地域の活性化を図り、子供達の健全な育成や夢に繋げ、同時にあらゆる県民の皆様と共に夢を実現しなければなりません。

2018年シーズン、J 1 の舞台で戦う V・ファーレン長崎をどうぞ宜しくお願い申し上げます。

