

「35℃の設営も… 達成感と手作り感満載のV—S T A F F」

2023年8月19日（土）J2リーグ第23節 SC相模原 vs Y.S.C.C.横浜
18:00 KO 相模原ギオンスタジアム 観衆2145名 天候晴れ

1、ZOOMでクラブ担当者からの説明会

SC相模原のボランティアは登録制となっており、登録完了後に直近の試合の活動参加有無のメールが届き、エントリー後には任意で初参加される方向けの説明会がありました。試合3日前にボランティア担当社員のSさんとZOOMで交通手段とスタジアム内での集合場所、持ち物、弁当・飲物ありなどシンプルな内容でしたが、初参加の方は多少なりとも不安をもっていると思うので、この説明会で安心感を与えたいと思います。ちなみにSさんはかつてSC相模原の選手だったそうで、Y.S.C.C.横浜（以下YS横浜）の選手とも親交があるとのことこの時点から盛り上がっていました。

2、活動時間、配置先が事前にリクエストできるアラカルトメニュー

試合3日前には「8月19日YS横浜戦配置希望確認フォーム」という配置先希望アンケートのメールが届きました。活動時間が「ミーティングから解散までのフル参加」「試合中の中抜け（チケット購入し観戦、試合終了後活動）」「KOまで」「撤収のみ」「途中参加して途中帰る」の中から選び、フル参加の場合ですと①ミーティングから開門までが「ピッチ設営（ゴールポストやベンチの設営）8名」「諸室設営3名」「バナー設営（布のバナー広告張り、クラブフラッグの掲揚など）9名」「メディア受付1名」「総合案内4名」など ②開門から試合終了までが「メインおよびバックスタンド（席案内、お客様がお困りのときの対応、常連さんとの会話、なおもぎり、配布物、座席チェックはスポーツイベント業者が担当）8名」「周路援軍5名」「メディア1名」「総合案内4名」「ピッチ統括（ロッカーアウトや強風時等のピッチ看板のチェック5名）」「公式記録1名」③試合終了後（ミーティングから開門に業務は準ずる）の希望が出せます。このようなアラカルト方式の事前アンケートを行なっているのは私が知る限り初めてです。もちろん経験の有無、人数のバランスなどで調整はあるようです。

※人員は当日の配置人員

3、炎天下の中の長丁場での活動

12時30分、ミーティング開始 KOの7時間半前から活動が始まるというのはJクラブの中で最も長いのではないのでしょうか？ 開始時点では28名の参加者で私だけが「初参加扱い」となり青色のビブス、その他の方は黄色のビブスでした。ミーティングにはボラ

ンティア担当社員以外にも数名が、また警備会社の方も1名参加していました。見た感じ30～60代の方がバランスよくいました。驚いたのは年配の方がほとんどいなかったことです。SC相模原もリーダー制を採り入れており、リーダーはほぼ毎回同じ配置の方もいれば配置先が異なる方もいるとのことでした。また以前はZOOMでのリーダーミーティングを実施していたそうですが、ある程度活動業務はパターン化されているので今は実施していないとのことでした。

私が挨拶をさせていただくと「試合が始まったらガンガン行きますからね」と言われ、早くもアウエイ感いっぱいです。

4、自クラブフラッグを揚げるという喜び

私は「開門前・バナー設営」の希望を出し、バックスタンドで布のバナー広告看板を張る作業の補佐をしました。紐の巻き方にもコツがあり、ピンと張っていないと見栄えが悪く広告を出していただいているスポンサー企業に対してもイメージが良くないので皆さん真剣そのものでした。その後Jリーグ、SC相模原、YS横浜、Jリーグのフラッグをポールに揚げる作業の補佐をしました。当日はやや風が強く、煽られることもあり力も必要です。ポールへの巻き方にもコツがいるようです。せっかくということでYS横浜のフラッグを揚げさせてもらいました。風もあり、フラッグをポールのとっぺんまで揚げる重大さと、自分の所属するクラブのフラッグを揚げるという喜びを感じました。対戦相手のクラブのボランティアが活動に来たらずひやらしてあげたい業務です。

5、サポーターとの距離の近さを感じる総合案内

開門前には総合案内のテントに移動しました。総合案内のブースはすでに準備が完了していました。総合案内といってもインフォメーションというよりも「試合告知ポスターの商店街関係者へのお渡し」「選手への応援メッセージの受付」（選ばれた方は当日の試合で紹介されます）「LINEでの抽選での当選者へのプレゼント交換」「フードドライブの受付」など色々あります。来場者は常連の方が多く場所を聞かれることはほとんどなかったです。（SC相模原の観戦者はJ3クラブの中で最もスタジアムまでの移動時間が短い）選手への応援メッセージを書いていたのは男女問わず小学生が多く、皆真剣にメッセージを書いていました。来場者とボランティアは知り合いが多く、互いにニックネームで呼び合い、ゼリーや冷やしきゅうりなどの差し入れもたくさんいただきました。

6、ボランティアの手作り感満載

総合案内ではボランティアの方がトイレトペーパーの芯をリサイクルしてチームカラーの緑色と白色を交互に重ねた提灯をあらかじめ準備していただき、総合案内のテントに飾りました。試合終了時には小さなお子さんにプレゼントしました。またマスコットのガミティにすいかのビーチボールを持たせ季節感を演出したり、スタメン選手をマグネットの

ボードに貼りつけていました。またアウェイ入口には絵の上手なボランティアの方がガミティとハマピィが仲良く並ぶイラストが描かれていました。Y S横浜のサポーターも喜んでに違いません。このようなボランティアの手作りのモノは他のクラブでも見かけたことはありますが、S C相模原のクオリティの高さはダントツだと思いました。ボランティアのクラブ愛を感じたのはいうまでもありません。

7、Y S横浜のクラブスタッフ、サポーターとアウェイで会うということ

S C相模原のボランティアのほとんどはサポーターでもあり、K Oは応援に回る、中抜け（試合中は観戦、前後は活動）がいるのもアラカルトをうまく活用している特色といえます。フルタイムの方も前半か後半はスタンドでの観戦OKなので、食事後スタンドで観戦しました。Y S横浜のサポーターの方から「あれっ！今日はこっちなの？」と声を掛けてくださったり、台車を運んでいるときにY Sのクラブスタッフの方と会うとほっとします。私がY SというJ 3のクラブに「移籍」しなければ、このような感覚を味合うことはなかったでしょう。

共に残留をかけた神奈川ダービーではありましたが、ゴール裏観客席を見渡すとY S横浜のサポーターは20人にひとりくらいで完全にアウェイ状態。遠く離れた地方での試合に感じたのは少し寂しく、神奈川ダービーらしい盛り上がりには程遠かったのは今後の課題といえます。

またキッチンカーが16台も出ていて、販売員の方もS C相模原のユニフォーム着用の方が多く、焼き鳥2本で250円、やきそば500円などスタグルにしては良心的な価格で多くの店が賑わっていました。（コンコース内には売店なし）

8、活動記念にもなるADカード

後半になると幟り旗の撤収作業をして、試合終了後はお客様のお見送り、総合案内の備品を倉庫に運ぶなどして21時半前に活動が終了しました。ADカードは日付入り（＝当日限定）で活動終了後は持ち帰ることができます。裏面は選手のサイン入りの写真入りでQRコードを読み取れば4分程度の動画をみることができ、当日の試合に対する意気込みやボランティアに対する感謝のメッセージも入っていました。このADカードをコレクションにされている方も多いのではないのでしょうか。

またコロナ禍でこの数年懇親会のようなものは実施していないとのことですが、最終節の試合後にはピッチに降りて選手のサイン入りTシャツをいただいているそうです。

9、35℃の炎天下の長時間活動も... それ以上のやりがい

誤解を恐れずにお伝えすると、S C相模原のボランティアは私が今まで訪れたJクラブの中で最も体力にハードだと思いました。そしてリーダーやベテランの方からの指示待ちではなく、何をすればクラブのためになるか、そのためのアイデアを出し行動する方でない

と務まらない気がしました。そのため誰でも気軽に活動できるという面のハードルは正直高そうですが、このハードルを越えられる方にとっては大きなやりがいと達成感があるのではないかと思います。これは設営作業の多いBリーグのボランティアにも通じるものがあります。来年もJ3で共に戦い、ボランティア同志の交流や試合運営の提携ができればいいなと思い、夜になっても残暑厳しい相模原をあとにしました、皆さんありがミティ。

※SC相模原ボランティアはV-STAFFが正式名ですが、今回はボランティアと記載しています



↑相模原市の拠点駅・相模大野駅 ↑SC相模原マスコット ガミティ ↑フラッグ掲揚



↑ボランティア手作りの提灯（総合案内）とポップ（アウェイ席入口）



↑選手への応援メッセージ

↑メインスタンド