

# Jリーグ発展への道程

## Load to Expansion of the J-League

竹中嘉久<sup>†</sup>  
Yoshihisa Takenaka

**Abstract** More than 20 years have passed since the establishment of the J League. The J League has grown while going through repeated trial and error episodes, maintaining throughout the common terms “sociality,” “commonality,” and “public benefit.” This type of growth of a professional sport is a pattern that has not been seen before in Japan. Previously, sports did not seek commonality and public benefit. What they sought was sociality. This could be said to be symbolized by the way the scandals of famous athletes and school athletic clubs are taken up as public incidents. Sports reach their conclusion between competitors, competing groups, schools, and some companies. However, new values come into being with each generation. There is a relationship between the region and a sport. It was the J League that raised that problem. This study looks at how the J League has grown this far, and also discusses in detail the history of the growth of the J League in terms of searching for the reason for its growth.

### 1. はじめに

Jリーグの正式名称は公益社団法人日本プロサッカーリーグという。発足当時にチームスポーツにプロを付けていたのはプロ野球だけであった。発足し20年を超え、当時は10クラブから始まり、昨年の2013年の時点では同リーグ内のDIVISION 1（略称：J1）が18クラブとDIVISION 2（略称：J2）が22クラブ合わせて40クラブ、2014年からはJ3リーグの11クラブが加わり51クラブとなり、次頁表2からもわかるように発足当時20年の間に約5倍の拡大をしたことになる。

ここまでに至るJリーグの道は決して平坦ではなかった。今から20年前の1993年は経済的にバブルがはじけて、デフレ時代の始まりと言える。一例として、2000年から2010年の約10年間にJリーグのクラブの1つである川崎フロンターレは、J2降格も、J1復帰も経験している。本研究は、このような川崎フロンターレの経緯もふまえて、20年経ったJリーグは必然的に今後も拡大して

いくものと仮定することによって、JリーグとJクラブが単なる興行として、またサッカーという一競技だけにとどまらない枠組みを作りだしていることを確認することである。そして、JクラブがスポーツNPOとは違ったソーシャルビジネスモデルとなり地域の公共財としての役割をはたし、それはSocial Capital（社会関係資本）<sup>1)</sup>にまで進化しようとしていることを検証することである。

### 2. Jリーグ創設時に関する基盤クラブの緒経緯

1993年5月15日の国立競技場は多くの歓声に包みこまれていた。Jリーグの開幕である。日本のサッカー界が長年、夢と描いてきたプロリーグが現実となる日であった。この時にJリーグに加盟したクラブ数は10クラブである。

次頁表1の10クラブをJリーグ発足当初の加盟クラブとして「オリジナル10」と呼ばれている。当初、20の候補を14に絞り、更に考慮した結果の10<sup>2)</sup>であった。Jリーグとして選考に、選考を重ねた上でのスタートだった。創設時のJリーグチェアマンである川淵三郎氏は「難しいと思われる条件を出して、その条件をクリアし

<sup>†</sup>愛知工業大学 経営学部 経営学科  
スポーツマネジメント専攻（豊田市）

たクラブにお願いした」と言っている。条件は厳しかった<sup>3)</sup>。

鹿島アントラーズ (茨城県)  
 ジェフユナイテッド市原 (千葉県)  
 浦和レッドダイヤモンズ (埼玉県)  
 ヴェルディ川崎 (神奈川県)  
 横浜マリノス (神奈川県)  
 AS 横浜フリューゲルス (神奈川県)  
 清水エスパルス (静岡県)  
 名古屋グランパスエイト (愛知県)  
 ガンバ大阪 (大阪府)  
 サンフレッチェ広島 (広島県)

表 1: Jリーグ創設時の 10 クラブ (独自作成)

その条件とは以下のとおりである。

1) ホームタウン制としてクラブは地域名を入れる。

ホームスタジアムの確保

2) 1 億円の拠出金

3) 地域行政と都道府県サッカー協会の了解

以上の発足当初の 10 クラブのうち 7 クラブは、実業団のサッカー部が、ベースとなっている。

その実業団サッカー部を示せば

- ①住友金属サッカー部→鹿島アントラーズ
- ②古河電工サッカー部→ジェフユナイテッド市原
- ③三菱自動車サッカー部→浦和レッドダイヤモンズ
- ④日産自動車サッカー部→横浜マリノス
- ⑤トヨタ自動車サッカー部→名古屋グランパスエイト
- ⑥松下電器サッカー部→ガンバ大阪
- ⑦マツダ自動車サッカー部→サンフレッチェ広島

以上、7 つの実業団サッカー部のうち 4 つが自動車産業なのが目立つ。当時、経済状況からも成長性に余力がある自動車産業が後ろ盾となっていることがよく見える。

鹿島アントラーズは住友金属 (現新日鉄住金) の後ろ盾だけでなく、茨城県がサッカー専用スタジアムを造ることで加盟が決まった。これは後の日韓ワールドカップ (以下 W 杯) の会場にもなる。ジェフ市原は伝統ある古河電工サッカー部と JR 東日本の共同出資した運営会社をつくることで決まる。そして大阪を本拠地とした家電業界の雄である松下電器 (現パナソニック) も実績での決定。残りの 3 クラブは実業団ではなく、1 つが実業団時代から唯一クラブチームとして参加していた川崎ヴェルディ。読売新聞社がバックとなり、Jリーグの初期にはスター選手を多く抱えた人気クラブチームであった。そして、横浜マリノスと同じホームタウンにした AS 横浜フリューゲルスは全日空横浜サッカークラブがベースとなり、中堅ゼネコンである佐藤工業と一緒に作られた。ちなみ AS の意味は 2 社の頭文字からきている。しかし、今の J

リーグの中にこのクラブチーム名はない。もう 1 つの清水エスパルスは、ベースゼロから始まったクラブである。静岡県清水市の県社会人リーグの 1 クラブチームであった清水 FC が母体となり、資本金の一部を市民から株主を募集した最初のクラブである。実は静岡県にはヤマハ発動機サッカー部という強力な候補が存在していたが、市民クラブを標榜した清水エスパルスに Jリーグ側が軍配を上げた。しかし、市民クラブの基盤は経営的には脆弱であった。Jリーグの中で最初に経営破たんとなり再生したクラブチームとなる。

年	クラブ数	カテゴリー			リーグ入場者数 (人)
		J1	J2	J3	
1993 年	10	Jリーグ			3,235,750
1994 年	12	Jリーグ			5,173,817
1995 年	14	Jリーグ			6,159,691
1996 年	16	Jリーグ			3,204,807
1997 年	17	Jリーグ			2,755,698
1998 年	18	Jリーグ			3,666,496
		J1	J2		
1999 年	26	16	10		3,625,222
2000 年	27	16	11		3,996,373
2001 年	28	16	12		5,477,137
2002 年	28	16	12		5,734,607
2003 年	28	16	12		6,248,414
2004 年	28	16	12		6,455,867
2005 年	30	18	12		7,717,573
2006 年	31	18	13		7,596,056
2007 年	31	18	13		7,868,624
2008 年	33	18	15		8,103,435
2009 年	36	18	18		8,713,123
2010 年	37	18	19		7,928,976
2011 年	38	18	20		7,274,477
2012 年	40	18	22		8,057,181
2013 年	40	18	22		8,350,228
		J1	J2	J3	
2014 年	51	18	22	11※	?

表 2 Jリーグのクラブ数の変遷と年間入場者数

※Jリーグ各資料より独自作成

※J3 リーグは J 選抜 U-22 が加わり 12 チームで実施

### 3. 言葉の発信からの挑戦

Jリーグが画期的と言える挑戦は言葉から始まっている。今では当たり前のようだが、当時は耳慣れないことが多かった。Jリーグ創設時のチェアマンである川淵三郎氏 (以下川淵) 自身も「新しいものを始める時に、使われている言葉が古臭くては、どうしたって訴求力に欠

ける」<sup>3)</sup>と言っている。特にプロ野球を意識的に差別化していたと言える。いくつか列挙してみる。

プロ野球	Jリーグ
球団	クラブ
ファン	サポーター
コミッショナー	チェアマン
フランチャイズ	ホームタウン
オーナー会議	実行委員会

表3 プロ野球とJリーグの標語の違い(独自作成)

1996年にJリーグから打ち出した「百年構想」<sup>5)</sup>と「地域密着」と言うスローガンがある。当時、閉塞感のある社会状況で、1つの光明として特に百年構想は「スポーツで、もっと、幸せな国へ」と標榜し、今までのスポーツ界にはない全く新しいメッセージをサッカー界から発信することになる。当時のスポーツ界はオリンピックの金メダル至上主義が中心であり「勝利」「強さ」「世界一」がキーワードであったが、サッカー界からのメッセージは少し違った、「幸せ」である。結果ではなく、計量化できないものであった。当時の「幸せ」の基準もGNP(国民総生産)からGDP(国内総生産)という経済指標が使われ始めたころであった。また、その内容も新鮮であった。その百年構想には3つの柱がある。

- ①あなたの街に緑の芝生におおわれたスポーツ施設や広場をつくること。
- ②サッカー限らず、あなたがやりたい競技を楽しめるスポーツクラブをつくること。
- ③「見る」「する」「参加する」スポーツを通して世代を超えた触れ合いの輪を広げること。

当時は緑の芝生はゴルフ場以外立ち入り禁止であり、公園の広場ではスポーツはできなかった。子供たちがスポーツをするには学校内の校庭や施設しかできなかった。また、チームスポーツの単一競技クラブは存在していたが、複合競技のスポーツクラブはほとんどなかった。スポーツを「見る」「する」までは理解されたが、「参加する」には2つの意味が含まれている。1つは支えるという意味がある。企業が支えるとか、国が支えるのではなく、地域の人々がスポーツを支えるのである。2つ目はスポーツで新たな地域コミュニティを形成するとういこと。それは神社の氏子、お寺の檀家、町内会とは別のスポーツを通じた地域コミュニティをつくるということである。またさらに、見逃せないのは1995年に当時の文部省が「総合型地域スポーツクラブ育成モデル事業」<sup>6)</sup>をスタートさせていたことも追い風となっている。もう1つ忘れてはならないのはJリーグ初代チェアマン川淵の存在である。「リーダーが良き独裁者とならなければならない理由は、組織全体のスピードアップのためで、

ときには少数意見で突き進むことはある」<sup>7)</sup>と彼自身も言っているように、理論と裏付けのある数字、そして勇氣と信念が多くの人を巻き込んでいく。積極的なテレビ出演、インタビューを受けてトップ自らが発信し、話題づくりをしていく。次の時代の経営として和を重んじるのではなく、トップ自らが説明する。トップ自らがセールスすることを予感させた象徴となった。スポーツは一企業の持ち物ではなく、地域の皆さんの宝であることを分かりやすく話した。このことでJクラブのホームタウン自治体の首長の共感を得たと言える。

#### 4. 黎明期における苦難の前兆

リーグ開幕初年度は総観客数300万人を超え、順調な滑り出しであった。新聞、雑誌、テレビなどのマスコミは挙って注目し、Jリーガーと言われる選手たちはアイドル並みであった。1994年には、フジタ工業サッカー部が母体のベルマーレ平塚(現湘南ベルマーレ)と前述のヤマハ発動機サッカー部が母体のジュビロ磐田が加盟し12クラブとなった。1995年にはヤンマーサッカー部が母体のセレッソ大阪と日立製作所サッカー部の柏レイソルが加盟し14クラブと順調に大手企業を巻き込んで増やしたのである。1996年からは藤枝からホームタウンを移転して生まれたアビスパ福岡(当時は福岡ブルックス)、京セラと京都地元企業中心に生まれた京都パープルサンガ(現京都サンガ)が加盟し16クラブとなる。サッカーというスポーツコンテンツが日本の中で、徐々に認知されてプロ野球との差別化が明確になった時であった。

表2からも分かるように1993年から1995年の3年間に総入場数は2倍近くになっている。これは、1995年まで総当たり4回戦で行い、1993年で総試合数180、1994年264、1995年364になったためである。しかし1996年からは総当たり2回戦となり試合数は半減し、入場数も半減する。ここからがJリーグ自体の苦難の始まりと言っているかもしれない。

この年の6月に2002年ワールドカップ(以下W杯)の日韓共催が決定される。Jリーグは16クラブになったことで日程上総当たり4回戦が難しくなり、2年後の1998年に開催されるFIFAフランスワールドカップの予選が始まる関係から総当たり2回戦にせざるを得ない状況になった。翌年の1997年はこの事も影響し、黄色信号が点灯する。同年11月に、清水エスパルスの運営会社であるエスラップコミュニケーションが経営破たんとなり、地元清水の有力企業「鈴与」に譲渡されることになる。前述したが、市民クラブとしての経営基盤の脆弱さが露呈した形となった。皮肉にもサッカー日本代表がマレーシ

アのジョホールバルでアジア予選を突破し、フランス W 杯初出場を決めた同じ月である。しかし、これはほんの序章にすぎなかった。1998 年 6 月フランス W 杯が開催され日本代表は惨敗であった。日本のサッカーあらためて世界との差を感じた。同年 10 月に AS 横浜フリューゲルスの経営危機による横浜マリノスとの合併問題が生まれ社会問題となる。航空会社と建設会社は、この時期の経済不況を乗り切るには、J リーグから撤退せざるを得なかった。合併はまとまる方向へ進んだが、フリューゲルスサポーターが存続のための署名運動などを起こし、他の J クラブのサポーターも賛同する社会現象となった。結果一部に有志より横浜 FC が設立され、日本サッカー協会の特例措置として JFL (J リーグ以外のプロアマ混合社会人リーグ) の準会員として参加できるようになる。サポーターの存在が非常に大きな影響力を持つ象徴となった。<sup>8)</sup>

## 5. J リーグの転換期

J リーグは創設以前からプロとしての事業性だけでなく公共性と公益性を意識していた。それは J リーグの理念<sup>9)</sup>の中に生かされている。

- ①日本サッカーの水準向上及びサッカーの普及・促進
- ②豊かなスポーツ文化の振興及び国民の心身の健全な発達への寄与
- ③国際社会における交流及び親善への貢献

注目は 2 番目にある「豊かなスポーツ文化」としていることである。サッカーだけではなく、スポーツ全体が文化を形成していくことと説いている。

さらに具体的な 6 つの活動方針<sup>10)</sup>は

- 1) フェアで魅力的な試合を行うことで、地域の人々に夢と楽しみを提供すること。
- 2) 自治体・ファン・サポーターの理解・協力を仰ぎながら、世界に誇れる、安全で快適なスタジアム環境を確立すること。
- 3) 地域の人々に J クラブをより身近に感じていただくため、クラブ施設を開放したり、選手や指導者が地域の人々と交流を深める場や機会をつくること。
- 4) フットサルを、家族や地域で気軽に楽しめるようなシステムを構築しながら普及すること。
- 5) サッカーだけでなく、他のスポーツにも気軽に参加できるような機会も多く作ること。
- 6) 障害を持つ人も一緒に楽しめるスポーツのシステムを構築すること。

活動方針の文中に「自治体」「地域の人々」「地域」と

多く掲載し、公共性と公益性を意識している。前述した「百年構想」は、この後に生まれている。

転換期と言うのは創設 5 年後の 1998 年のことである。この年は合併問題以外に、翌年よりプロスポーツリーグとしては初めての 2 部制導入の準備をしており、コンサドーレ札幌は初の J2 降格クラブとして経営していかなければならなかった。また、札幌以外に J2 参加の 9 クラブ中 4 クラブ (甲府・新潟・鳥栖・大分) は大企業のバックアップがない状態であったので事業継続が難しいと思われた。その中でも新潟と大分は 2002 年日韓 W 杯の会場地であることから、行政の支援もあり、何とか持ちこたえたと予想されていたが、甲府と鳥栖はかなり無理があるのではないと思われた。実際に甲府は 2 年後に経営危機が発覚し、クラブ存続問題までなった。<sup>11)</sup>鳥栖も同時期に経営問題を抱え、出直しのため 2004 年から新運営会社を設立するに至っている。この状況を予測するかのよう、1999 年 12 月に経営諮問委員会が発足させている。<sup>12)</sup>これは J クラブの健全経営を実現するために、チェアマンの諮問を受け、クラブ経営を調査し、その分析結果や改善提案を答申する。委員会は企業経営、会計、法務、マーケティングなどの専門家によって構成。また、同時に 5 年後を目途に J クラブ全部の経営状況を公開することも決めた。そして実際に 2005 年度から各 J クラブの財務公開がされた。これは J リーグ自身も各 J クラブの経営の透明性を高め、多くの人々に理解を得るということである。<sup>13)</sup>これは地域自治体または地域住民のために公共性と公益性を意識していなければならないことである。

## 6. J リーグの充実期

2002 年になりアジアにおいて最初の W 杯が日韓共催で開催された。これには世界中が日韓に注目する以外にサッカーとしての多くの魅力を秘めていた。それは 10 の試合会場となる都市とは別に W 杯に出場する 32 カ国中、開催国の日本と韓国は除き、実に 23 カ国が日本国内 28 市町村において事前準備及び期間中キャンプを行ったのである。ここでサッカーを通じての多くの交流が生まれ、記念が生まれた。多くの自治体がキャンプ誘致に動き、公認キャンプ地は国内に 84 か所認定<sup>14)</sup>され、これによって全国各地にサッカー環境が整備されてきた経緯がある。大会開催中も、各キャンプ地はキャンプを行った各国代表を応援し、多くの話題を生んでいる。特に合併で村名は消えたが大分県中津江村のカメルーンとの交流は大変話題になった。W 杯の開催は今までの日本にはないサッカーへの理解を生んだといえる。そして、開催会場



## Jリーグ発展への道程

うち8会場はJクラブのホームゲームのスタジアムとして、現在も稼働している。宮城と静岡のスタジアムは限定された試合でしか使われていない。

会場名	会場所在
札幌ドーム	北海道札幌市
宮城スタジアム	宮城県利府町
カシマサッカースタジアム	茨城県鹿島市
埼玉スタジアム2002	埼玉県さいたま市
横浜国際総合競技場	神奈川県横浜市
静岡スタジアムエコパ	静岡県袋井市
新潟スタジアム(ビッグスワン)	新潟県新潟市
長居陸上競技場	大阪府大阪市
神戸ウィングスタジアム	兵庫県神戸市
大分スポーツ公園総合競技場	大分県大分市

表4：2002日韓ワールドカップ 日本国内10会場

※(独自作成)

国内のキャンプ地となった自治体はW杯終了後に、JクラブまたはJクラブを目指すためのクラブチームが生まれている。今年から始まるJ3リーグでは藤枝が加盟し、2011年鳥取、2010年松本、2009年富山、2008年熊本と少し時間はかかったがJリーグに加盟している。

## 7. まとめと今後の課題

本研究ではJリーグ及びJクラブには社会性は当然として、さらに公共性と公益性を担っている経過について論じてきた。また、2002年日韓W杯によって地方自治体がサッカーの魅力を理解し、各地にJクラブが生まれたこと。社団法人日本プロサッカーリーグ(Jリーグ)は2012年4月より公益社団法人として認可された。その上部団体である財団法人日本サッカー協会も同時期に公益財団法人日本サッカー協会となった。<sup>15)</sup>日本国内におけるサッカーの各種事業の公共性と公益性が認められた結果である。Jリーグ傘下の各Jクラブも株式会社という事業体でありながら、Jリーグの理念のもとに加盟し、活動することによって、単なるサッカーだけの事業体ではないことを認識しはじめている。そこには最初に述べたスポーツを使つてのソーシャルビジネスではないだろうか。

Jリーグは2006年に日本ファッション協会が毎年主催する「日本クリエイション大賞2005 地域創造賞」を受賞している。その時の授賞案件の説明として以下の部分がある。

「Jリーグでは活動地域のことを、独占的商業地を意味する「フランチャイズ」ではなく、「ホームタウン」と呼ぶ。自分の街にはサッカークラブがあるという誇りと自

負が、現在のJリーグ人気を支えている。観客動員数は徐々に伸び、今では一試合で4万人を越えることもあり、

グループ	国名	キャンプ地(都道府県)
A	フランス	指宿市(鹿児島県)
A	セネガル	藤枝市(静岡県)
A	デンマーク	和歌山市(和歌山県)
A	ウルグアイ	裾野市・御殿場市(静岡県)
B	スロベニア	美作町(岡山県)
B	南アフリカ	上野市(三重県)
B	パラグアイ	松本市(長野県)
C	コスタリカ	鈴鹿市(三重県)
E	ドイツ	宮崎市(宮崎県)
E	サウジアラビア	調布市(東京都)
E	アイルランド	出雲市(島根県) 千葉市(千葉県)
E	カメルーン	中津江村(大分県) 富士吉田市・河口湖町(山梨県)
F	アルゼンチン	広野町・檜葉町(福島県)
F	ナイジェリア	平塚市(神奈川県)
F	イングランド	津名町(兵庫県)
F	スウェーデン	宮崎市(宮崎県)
G	イタリア	仙台市(宮城県)
G	クロアチア	十日町市(新潟県) 富山市(富山県)
G	エクアドル	鳥取市(鳥取県)
G	メキシコ	福井県・三国町(福井県)
H	日本	磐田市(静岡県)
H	ロシア	清水市(静岡県)
H	ベルギー	熊本市・大津町(熊本県)
H	チュニジア	橿原市(奈良県) 佐伯市(大分県)

表5：2002日韓ワールドカップ 国内キャンプ地一覧<sup>16)</sup>

ファン層の裾野は着実に広がっている。「百年構想」を軸にした地道な社会貢献活動の功績も大きい。選手会会長の中山雅史選手は「選手がプロとしてプレーできるのは、サポーターと社会のおかげ」と、その重要性を語り、各クラブ単位でも、定期的にボランティアイベントや募金活動などを実施し、選手達も意欲的に参加している。

大都市中心のスポーツではなく、地方都市や地域を軸にし、紆余曲折を経ながらも発足からの理念を浸透させてきたJリーグ。まさに21世紀型の市民スポーツ文化を創造したと言えるだろう。そのキャッチフレーズ「スポーツで、もっと、幸せな国へ」が描く未来に、期待したい。<sup>17)</sup>

2011年3月11日 東日本大震災が起こった。JリーグとJクラブは震災後活動を行っている。2012年6月にJリーグから「東日本大震災関連活動調査報告書」<sup>18)</sup>が発

表されている。2011年3月11日～2011年12月31日を対象期間として、このシーズンに当時38クラブの震災復興活動が数字として出ている。総活動数1,856回、募金活動、チャリティ活動、義援金の総額は約8億800万円。大した活動数でも金額ではないかもしれないが、各種の活動は現在も継続している。この活動には多くのボランティアとサポーターも参加している。JリーグとJクラブでは社会貢献は当たり前のこととなっており、それは共感と呼び、ソーシャルビジネスとして拡大につながっている。今後の課題としてJリーグとJクラブがSocial Capital（社会関係資本）として確立しえるのかを、新たな問題提起とし、研究を続けたい。

#### 参考文献

- 1) 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【概略】2009、8、p12  
経済産業省[ソーシャルビジネス研究会報告書]、2008、9  
新谷大輔「スポーツとソーシャルキャピタル」三井物産戦略研究所「THE WORLD COMPASS」2006、2  
小原爽子「Jクラブ - ” サッカー” を超えて - (前篇)」日本経済研究所発行日経研月報、2009、11
- 2) 川淵三郎「J」の履歴書 p 109、日本経済新聞社、2009
- 3) 広瀬一郎「Jリーグ」のマネジメント p 42～p 44、東洋経済新報社、2004
- 4) 川淵三郎「J」の履歴書 p 154、日本経済新聞社、2009
- 5) Jリーグ HP (<http://www.j-league.or.jp/100year/>)
- 6) 文部科学省 HP  
([http://www.mext.go.jp/a\\_menu/sports/club/main3\\_a7.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/club/main3_a7.htm))
- 7) 川淵三郎「51歳からの左遷」からすべては始まった。p 52、PHP 新書、2009
- 8) 川淵三郎「J」の履歴書 p 207：日本経済新聞社、2009
- 9) Jリーグ規約・規程集 2013 年版
- 10) Jリーグ規約・規程集 2013 年版
- 11) 山梨県 HP 第1回ヴァンフォーレ甲府経営委員会  
(<http://www.pref.yamanashi.jp/kikaku/19580359736.html>)
- 12) Jリーグニュース NO. 60 2000、1
- 13) 川淵三郎「J」の履歴書 p 263：日本経済新聞社、2009
- 14) Jリーグニュース NO. 64 2000、7
- 15) 日本サッカー協会 HP  
(<http://www.jfa.or.jp/jfa/topics/2012/38.html>)
- 16) 財団法人自治体国際化協会 HP (<http://www.clair.or.jp/>)  
『特集2002FIFAワールドカップにおける国際協力』より
- 17) 日本ファッション協会 HP「日本クリエイション大賞」より (<http://www.japanfashion.or.jp/creation/>)
- 18) 公益社団法人日本プロサッカーリーグ (Jリーグ) 発表「東日本大震災関連活動調査」、2012、6  
(受理 平成 26 年 3 月 19 日)