

神奈川県合同パートナーミーティング

スポーツを通じた 社会課題解決について

湘南ベルマーレフットサルクラブ

佐藤 伸也



Agenda

1. クラブ紹介
2. 我々が社会課題解決に取り組む理由
3. 社会課題解決事業を「収益化」していくために

クラブ紹介



特定非営利活動法人
湘南ベルマーレスポーツクラブ

Rugby

ラグビーセブンズ

Beach Volleyball

ビーチバレーボール

Cycle Road

サイクルロード

Triathlon

トライアスロン

Soccer

サッカー

Futsal

フットサル

湘南ベルマーレ フットサルクラブ

運営法人 株式会社湘南ベルマーレフットサルクラブ

所在地 神奈川県足柄上郡大井町上大井408番地1

ホームタウン 神奈川県西地域（3市8町）

所属 日本フットサルリーグ（Fリーグ）1部

本拠地 小田原アリーナ

エンブレム



FUTSAL
Bellmare



日本最高峰の フットサル全国リーグ



Chance & Empowerment

スポーツを通じて、機会をつくりチカラを引き出す。

2022-23

Season

2023-24

Season

2024-25

Season

2025-26

Season

2026-27

Season

競技性



リーグ優勝争い



リーグ優勝



アジア王者

事業性

15,000

17,500

20,000

25,000

30,000

*HG年間のべ観客動員数

社会性

10

25

40

80

160

*実行プロジェクト数

2022-23

Season

2023-24

Season

2024-25

Season

2025-26

Season

2026-27

Season

競技性

 F.LEAGUE

リーグ優勝争い

 F.LEAGUE

リーグ優勝

 AFC
FUTSAL CLUB
CHAMPIONSHIP

アジア王者

事業性

15,000

17,500

20,000

25,000

30,000

*HG年間のべ観客動員数

社会性

10

25

40

80

160

*実行プロジェクト数

激戦の末に、惜しくも準優勝



「半日楽しめる」様々なエンターテインメントを提供。



2022-23

Season

2023-24

Season

2024-25

Season

2025-26

Season

2026-27

Season

競技性



リーグ優勝争い



リーグ優勝



アジア王者

事業性

15,000

17,500

20,000

25,000

30,000

*HG年間のべ観客動員数

社会性

10

25

40

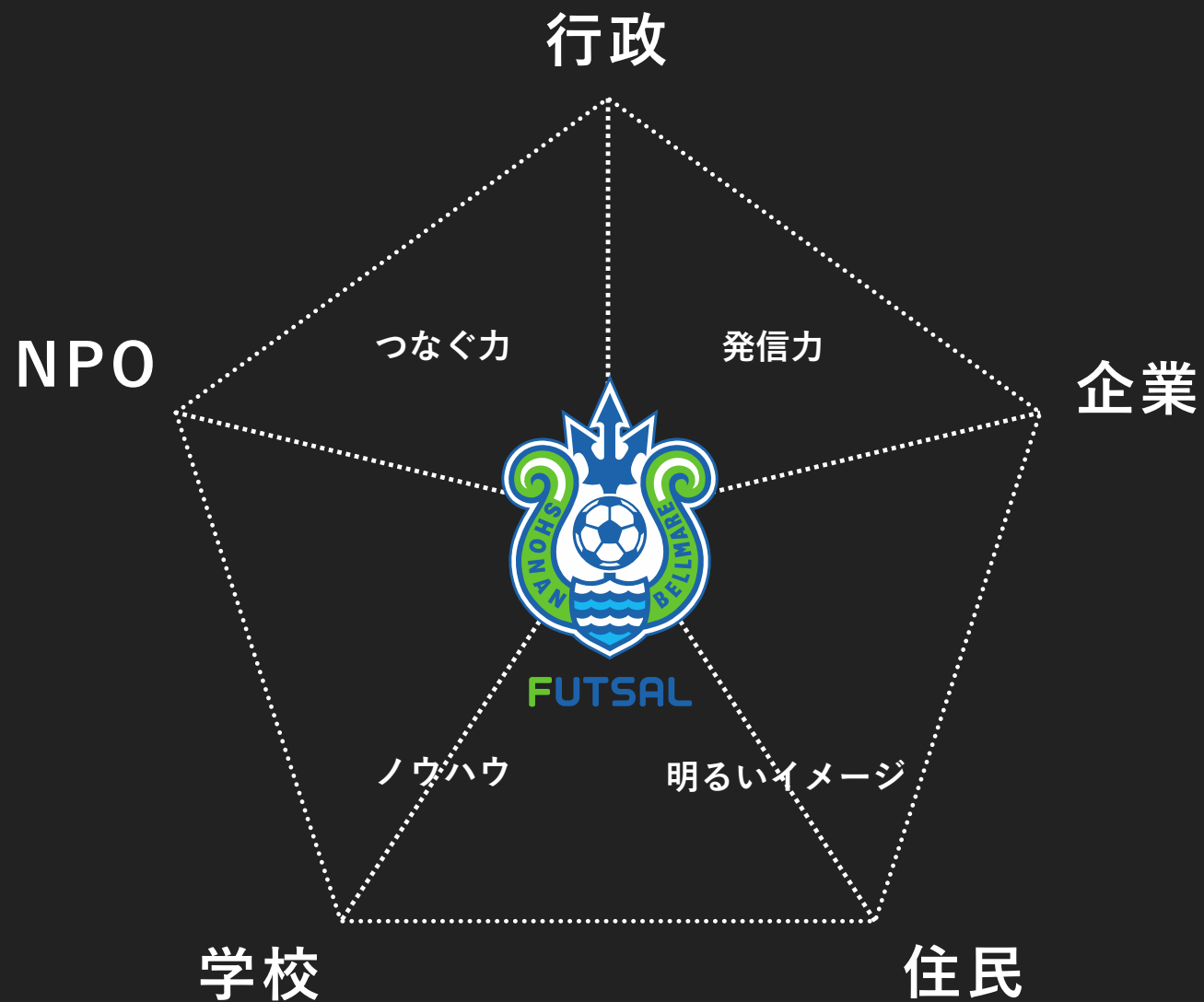
80

160

*実行プロジェクト数

なぜ我々が社会性を戦略に掲げ、
「社会課題解決」に取り組むのか

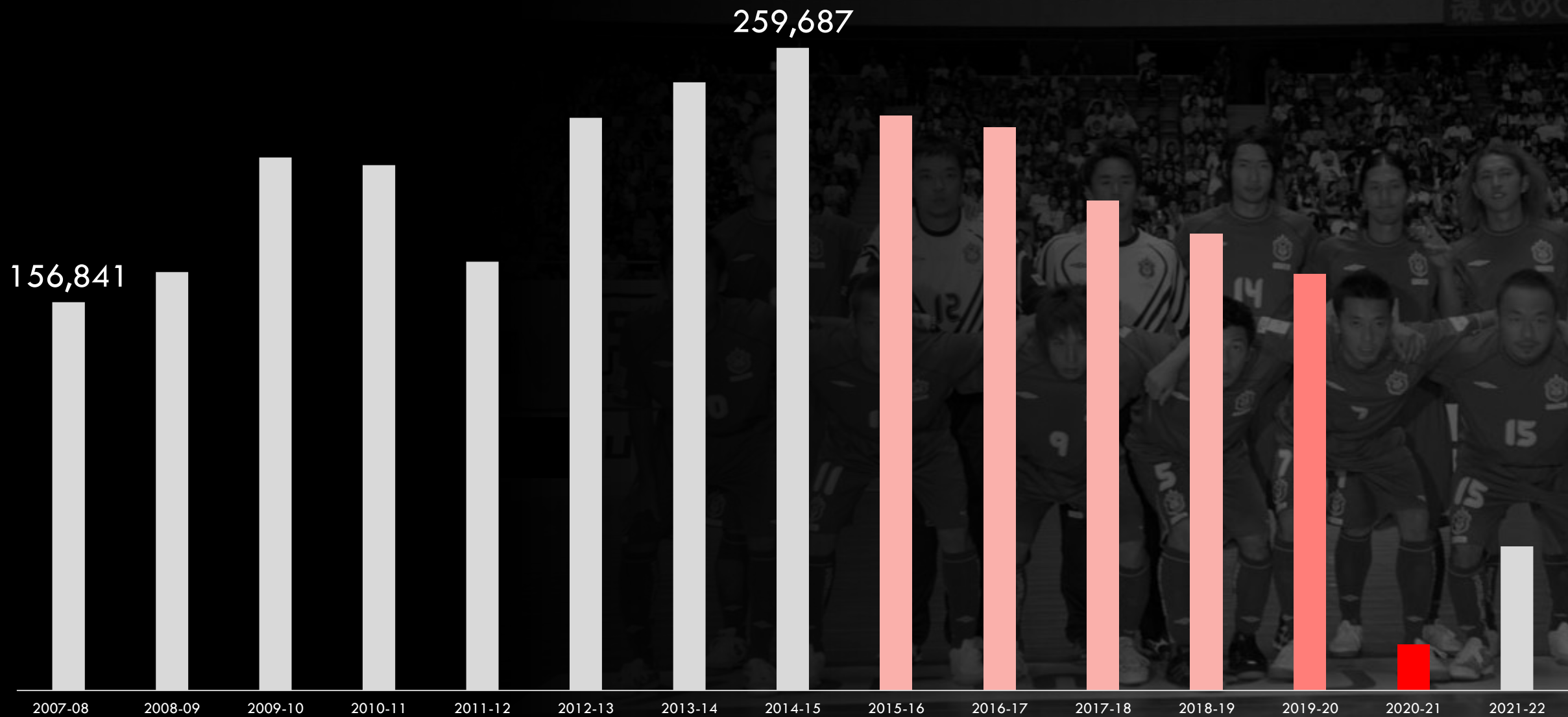
スポーツチームだからこそできること



多くの人を巻き込み、
共に社会課題解決へ

Fリーグ全体の観客動員数推移

(名)



我々は、もっと人々を
「感動させられる」存在になる
必要がある。

では、そもそも
「人が感動する」とは？

高校野球



駅伝



子どもの運動会



全力を出す

感動する = ×

_____な人

全力を出す

感動する =

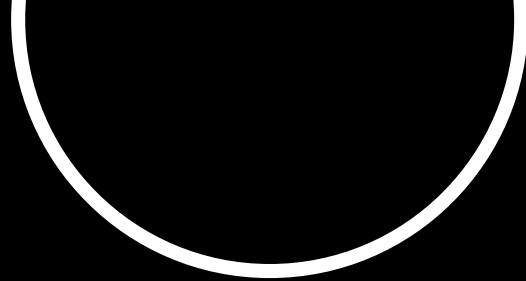
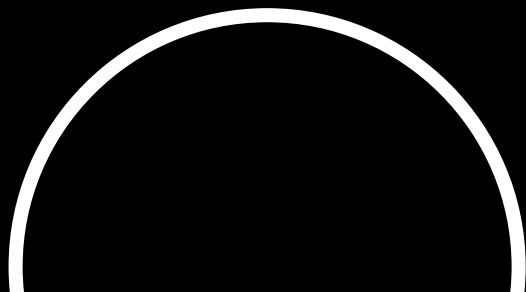
×

身近な人

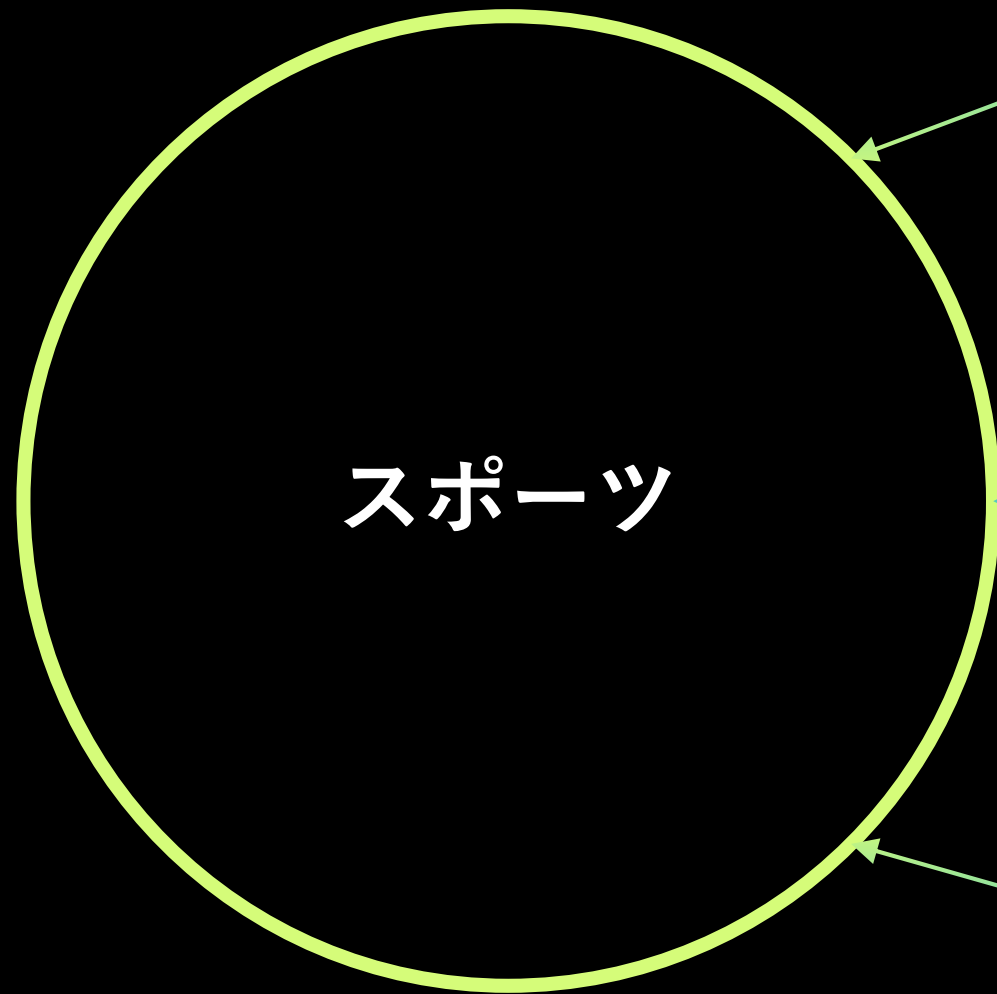
身近な存在であるために



領域を超えて、
「会いに行く」



身近な存在であるために



“身近人口”の増加

他の業界・分野



身近人口を増やしていく



身近人口を増やしていく





SHONAN

6

FUTSAL
more
GOAL

87

FUTSAL

ベルマーレ
アツマーレ
ハジマーレ

Produced by

evian

領域を飛び超え、
身近人口を増やしたことで、
「シナジー」が生まれた。

あつまーれ！



ベルファーム
Bell Farm



野菜で声援

「生きがいも育つ畑。」 Produced by ittokai

スポーツ × 農業 × 福祉

領域A

スポーツ



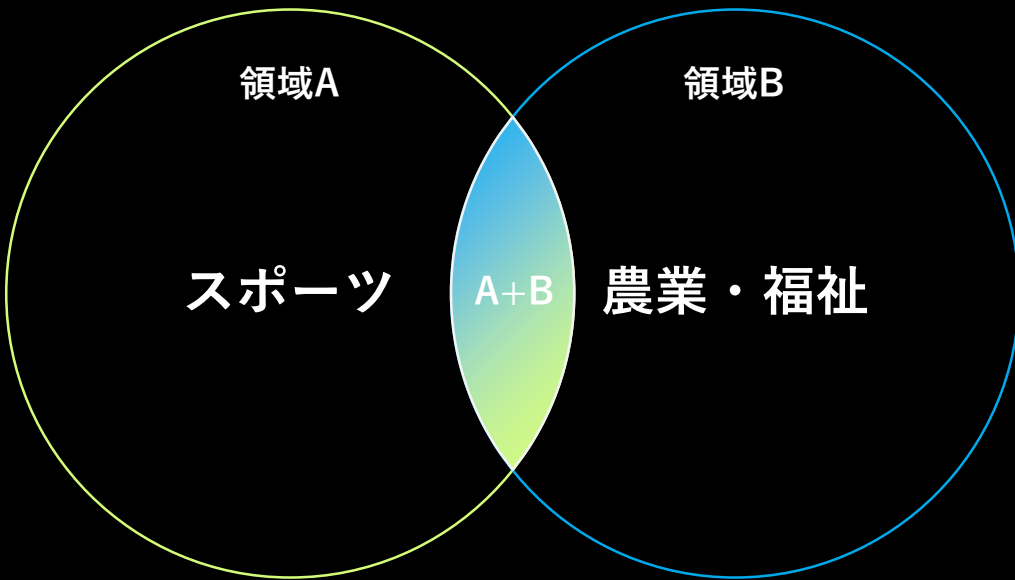
領域A

スポーツ

領域B

農業・福祉





想像を超える価値の最大化

領域A

領域B

スポーツ

A+B

農業・福祉



自分の住む領域を超えた出会いは、
想像もしないようなシナジーを生むことがある。



ベルファーム



児童養護施設
車を通じた社会貢献



環境対応_リサイクルウェア



災害用備蓄ダンボールの協同設計



小児がん支援啓蒙活動



PERCE JOINT



アール・ド・ヴィーヴル



環境対応_食器



県西エリア活性化プロジェクト

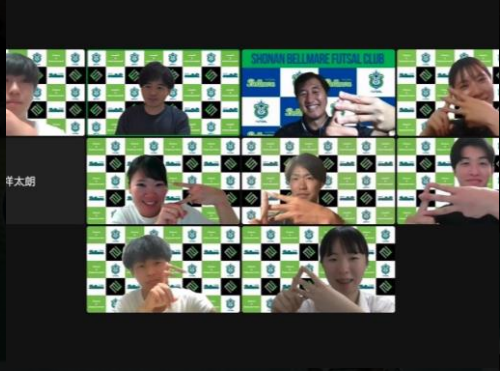


児童養護施設
ウェアのアップサイクル





次世代リーダーへ！
人材育成プログラム



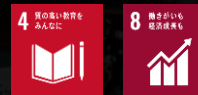
障がいを抱える方給与水準の向上
コラボコーヒー販売



児童養護施設支援
選手と描くペットボトル



大学×スポーツビジネス
地域に根ざす産学連携



観光資源を大切に
金時山クリーン運動



ごみの分別啓発“キャプテン”就任



ごみの分別を文化に 啓発動画制作



ベルマーレ先生 SDGs教室



スポーツ機会の創出
キッズフットサル大会



トップアスリート交流
キッズフットサルクリニック





小児がんの子どもと家族に笑顔を。
"ヒサと共に。"

児童養護施設支援
応援し合える関係を。

「共に生きる」憲章事業

生ゴミを有効活用！
コンポスト普及活動

リアルタイム字幕放送で
耳のバリアフリー観戦





イノベーションリーグ大賞を受賞



2020 大賞受賞



FUTSAL

2022大賞受賞



2021 大賞受賞



社会課題解決事業を
「収益化」していくために

順調にプロジェクトを積み上げるも、
社会課題解決事業は、
クラブの収益拡大に直結しなかった。

我々は「スタートアップ」

我々は「社会課題解決を行うプロスポーツチーム」としての知的財産を活用し、
従来の広告塔としての役割に加え、社会課題解決事業を展開する「スタートアップ企業」として再定義。



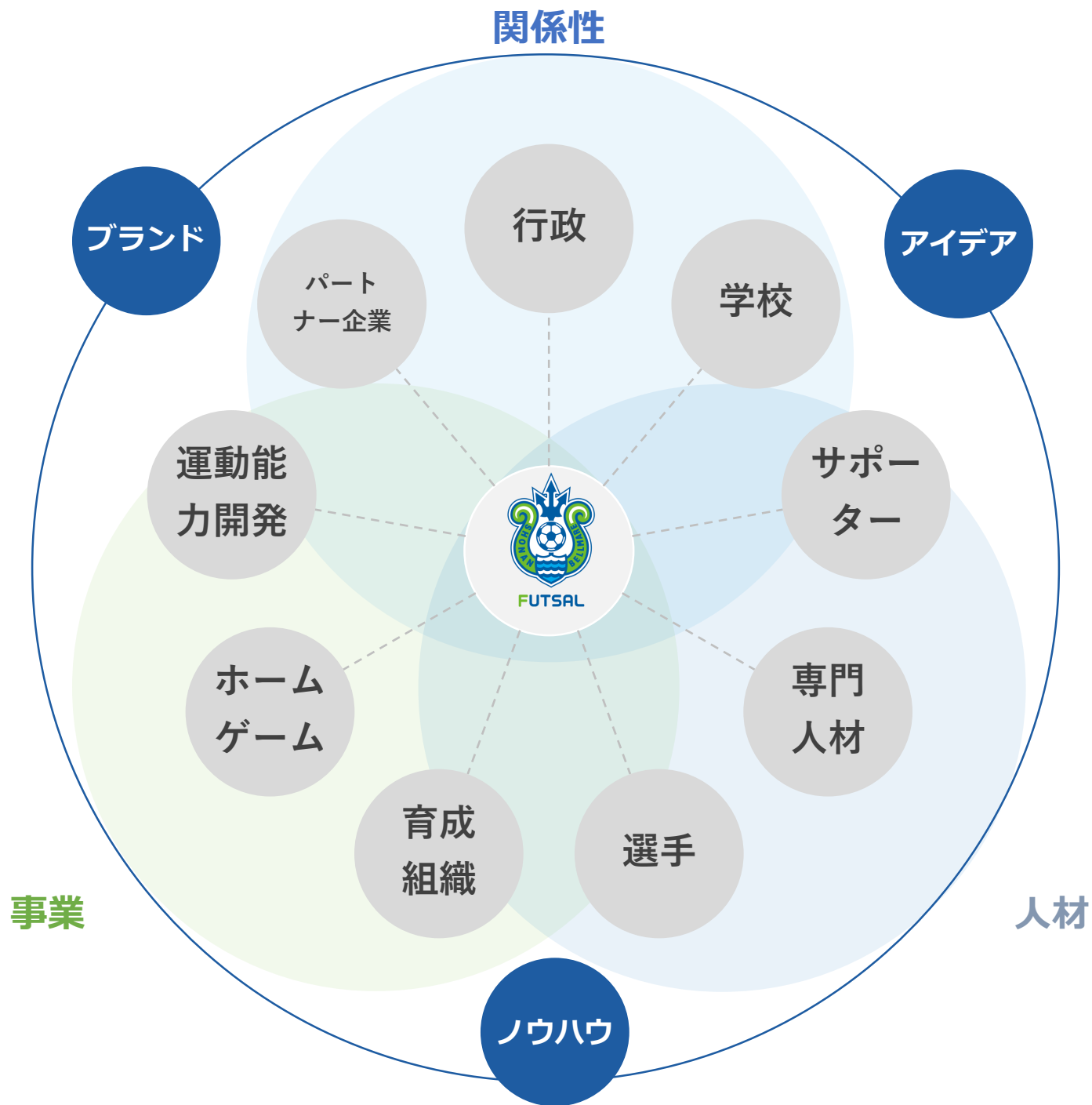
2022-2023

広告露出

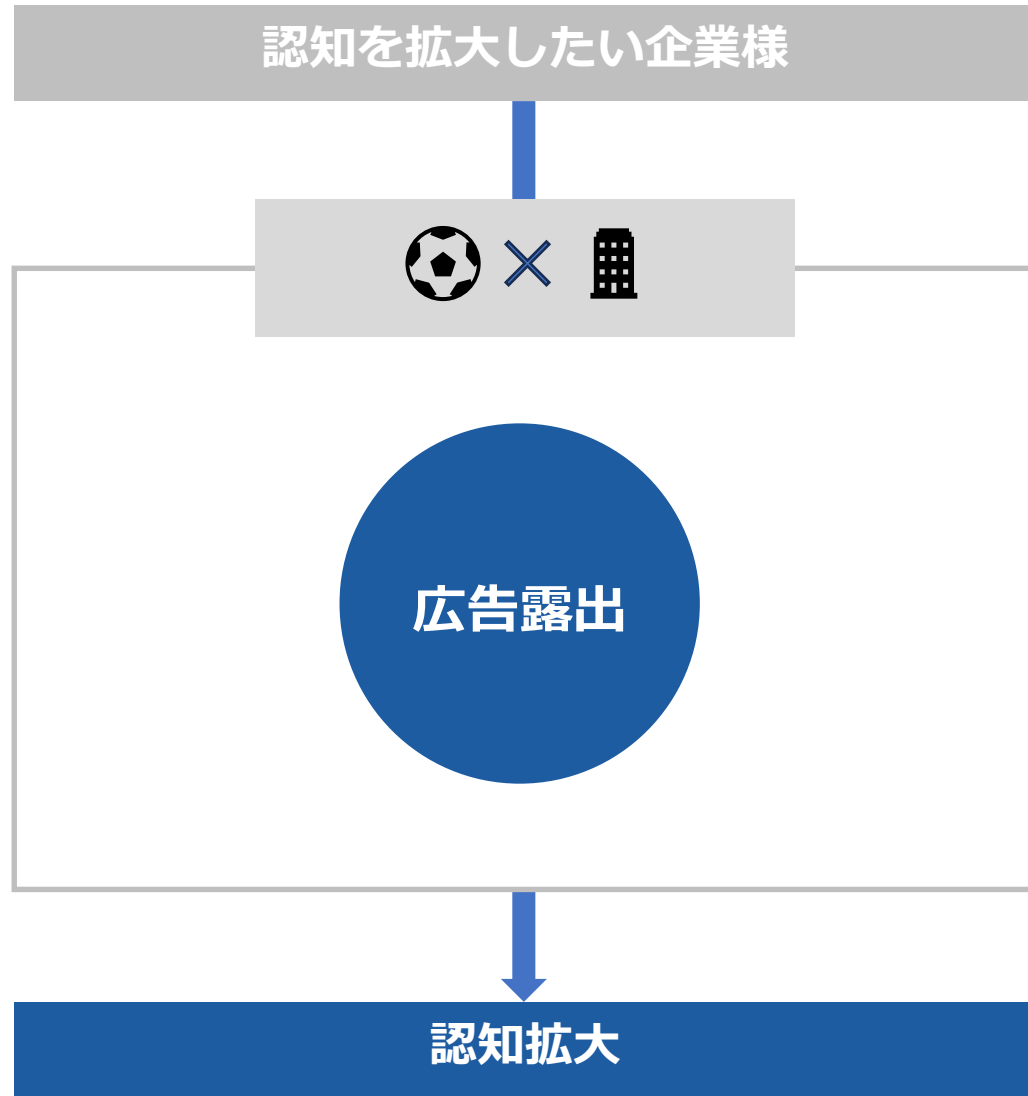
社会課題解決事業

クラブの持つアセット

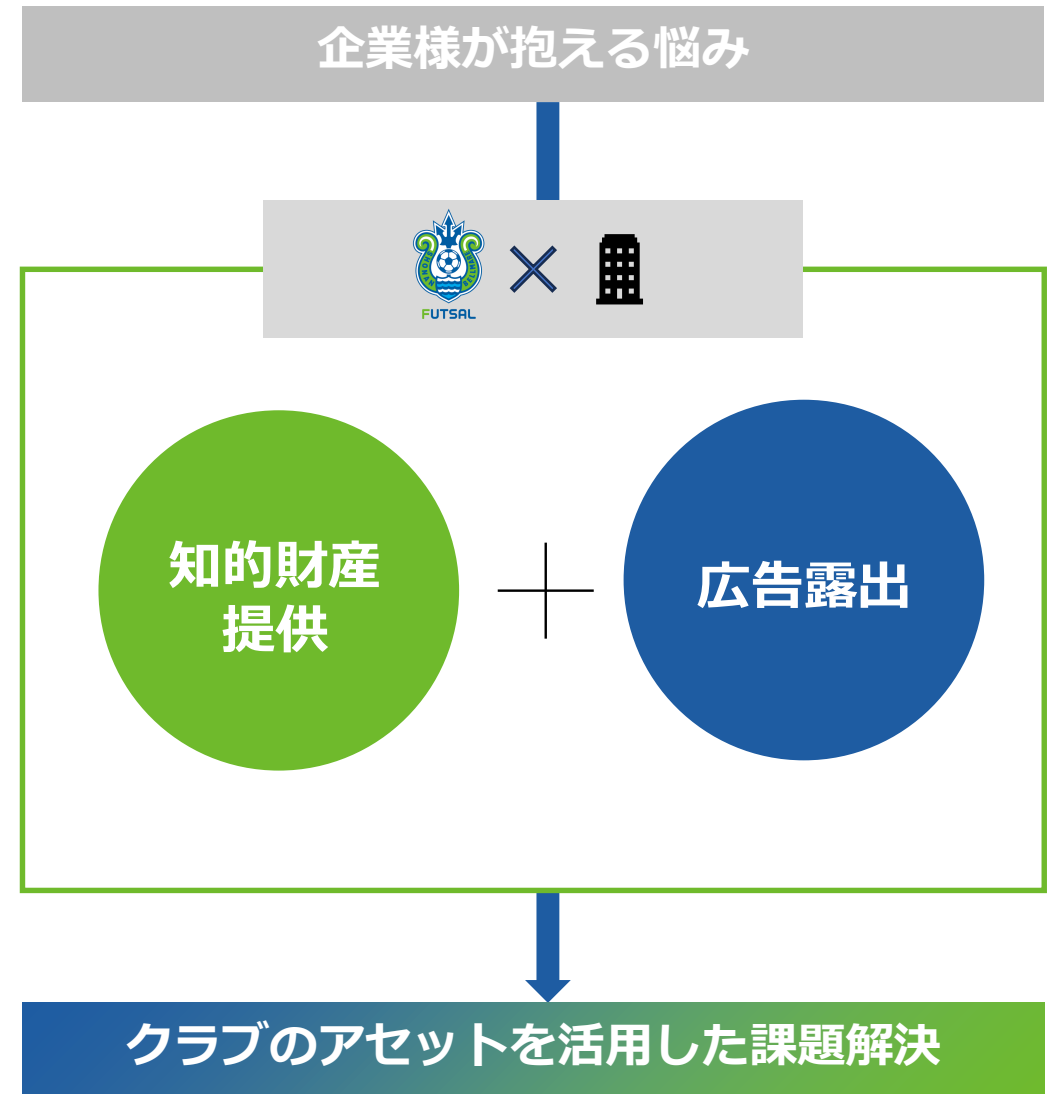
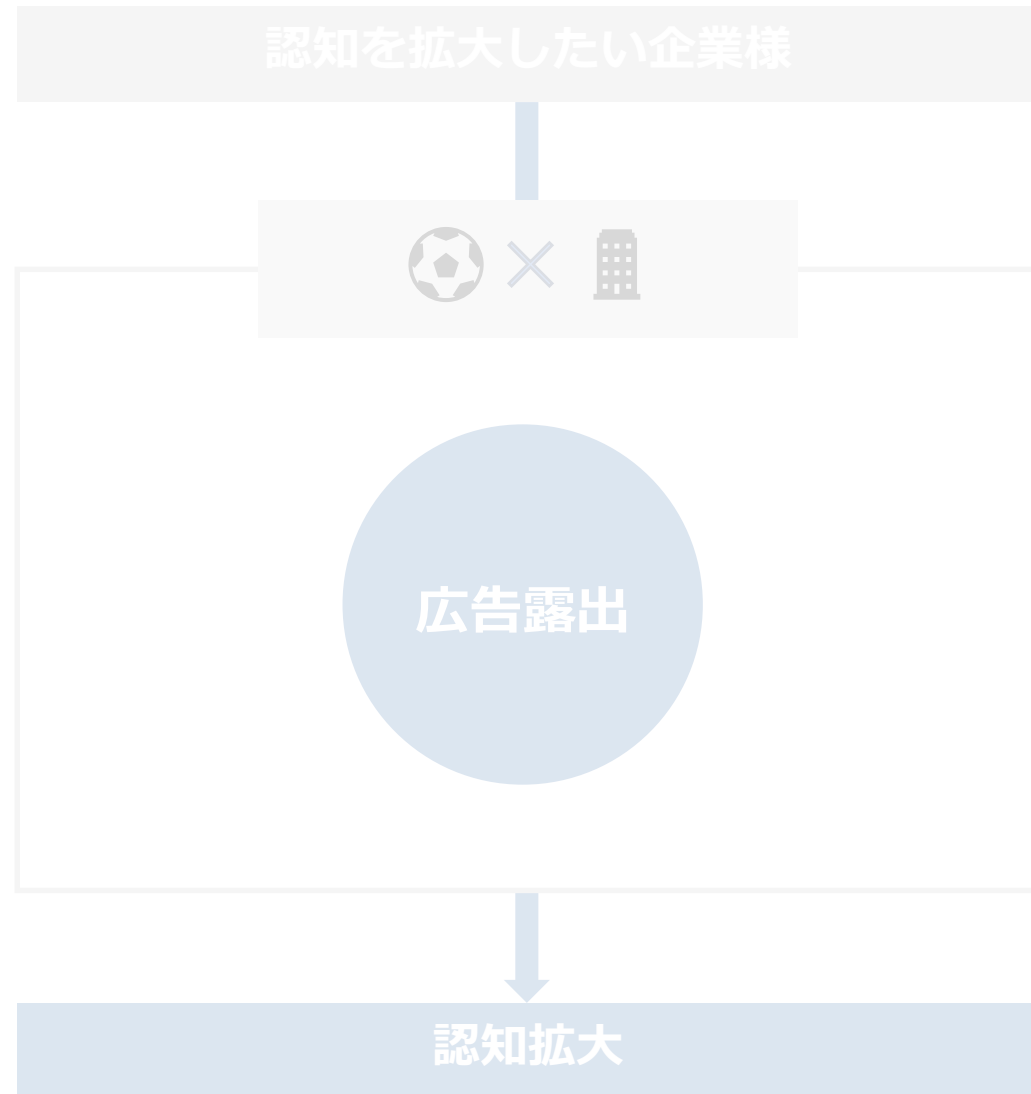
我々の価値は
アイデアやノウハウ、ブランドも
含めて「**知的財産**」を保有し
ていること。



従来の事業モデル



これからの事業モデル



具体的に解決できること（私たちの強み）

採用

収益向上

マッチング

認知度
拡大

CSR

人材育成

ブランディング

マーケティング

共創へのロードマップとして、3つのステップで整理。

1

共創
コミュニケーション

2

PoC概念実証
(C&Eパートナー締結)

3

オフィシャル
パートナーへ

Case1 BREATHER社

“stons”でのリフレッシュをカルチャーへ



1

共創 コミュニケーション

- ◆トップクラブが採用することによりインパクトが見込める
- ◆アスリートが使用することによりタバコではないという印象付が有効
- ◆アスリートが使用することによって、リラックス効果をアピールしやすい
- ◆トレーナー/監督/チームドクターへの説明と基本的な使用承認

2

PoC概念実証 (C&Eパートナー締結)

- ◆日本アンチ・ドーピング機構へのヒアリング及び使用に向けた調整
- ◆スポーツドクターからの見識や使用に関するアドバイス
- ◆行政ヒアリング
- ◆Chance & Empowermentパートナー締結リリース
- ◆2024シーズンホームゲームブース出店権利

3

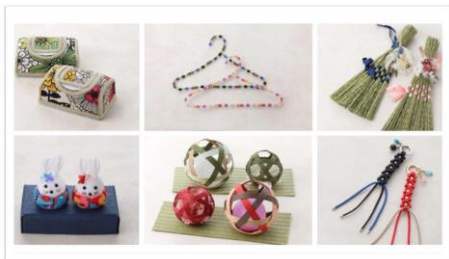
オフィシャル パートナーへ

- ◆広告露出追加（パートナー種別より選択）
- ◆選手起用PR（練習/公式戦以外/日常）
- ◆公式戦時での使用に向けた取り組み
- ◆ウェルビーイング文脈での行政提案

BREATHER

Case2 オールアバウト社

ウェルネスものづくりの文化創生企業へ



1

共創 コミュニケーション

- ◆双方による強みの情報共有
(ウェルネスものづくり講座・行政連携・地域創生・社会課題解決)
- ◆試合観戦/ホームゲーム体験

2

PoC概念実証 (C&Eパートナー締結)

- ◆行政ヒアリング (3市町前後)
- ◆Chance & Empowermentパートナー締結リリース
- ◆高齢者介護企業へのヒアリング
- ◆選手を活用したPR (イベント開催)

3

オフィシャル パートナーへ

- ◆行政に対する共同提案/実証実験/受注協同
(小田原市や3市8町に対する受注/神奈川県への打診)
- ◆パートナー(90社)のうち、高齢者介護企業へのアプローチ
- ◆広告露出
- ◆選手を起用したPR戦略/ホームゲームの機会活用

AllAbout

スポーツを通じて、機会をつくり
チカラを引き出す。

Chance & Empowerment

