

先ほどご案内しました通りですね、県内の実践事例の紹介として、COEDO KAWAGOE F.C 中島様、あと埼玉ナイツの小谷野様。  
お2人から実践事例をご紹介いただけることとなっております。

最初にですね、今表示しております、COEDO KAWAGOE F.C の中島涼輔様からお話をいただければと思います。

10分ぐらいお時間ちょうだいして、COEDO KAWAGOE F.C というクラブを軽くご紹介させていただくのと、事例のところを共有させていただければと思います。

タイトルのところがスポンサー企業からパートナー企業への転換っていうところで、まだまだ僕らも立ち上げ2年のクラブで、至らない点がめちゃくちゃあるんですけども、意識してることとかを、事例としてお伝えできればと思います。

ちょっと簡単にクラブの紹介を先にさせていただきます。  
僕らが2020年に、川越からJリーグを目指すサッカークラブとして設立しまして、2人で立ち上げて、社員が僕ら合わせて、4人というところでやっています。

私自身もともとスポーツ業界で成し遂げたいことがありまして、そのために新卒でリクルートに入りまして、そこで修業として働かせていただいて、独立したというようなところでです。

僕らのメインスポンサー、メインパートナーとして入っていただいているのが、コエドビールを提供されている協同商事さんです。

川越っていう立地自体がすごいそもそも魅力的な立地っていうところもありまして、僕らが立ち上げた時にすごい反響いただいて、ツイッターで300リツイートとかいくというような、そのぐらいうっぱサッカーって言えばコンテンツがすごい強くて、スポーツの可能性をすごい感じるものでした。

僕らが大事にしているミッションみたいなところがありまして、僕らJリーグを目指してるんですけども、そこがゴールではなくて、ほんと僕らの存在を通して、誰かの夢とか感動に繋がるようなクラブを目指す。

その中で特に事業のところもすごい大事にしてまして、スポンサー、チケット、グッズに頼らない事業を作るというのを大きく標榜しているクラブです。  
先ほど申し上げた通りサッカー、事業、ホームタウン活動というこの3軸で、クラブを運営してまして、大体今、会社としては2期目で、1期目が大体3000万弱ぐらい。

今期が大体、4,000万円いかないぐらいになるんじゃないかなっていうような、そのぐらいう事業規模のクラブです。

僕らが2020年に本当ゼロから作ったクラブなので、ここの川越市2部リーグっていうところから、J11に相当するところからスタートしまして、優勝すると毎年1個上がるというようなカテゴリです。去年優勝しまして、今、川越市1部にいますというようなところで2030年のJ加盟を目指すというようなところでです。

少しずつ街にもこういうふうに出させていただいて、商業施設にこういうのをを出していただいたり、JR川越駅にこういう展示をいただいたり、自販機が少しずつ増えたり、ここはこれ結構目立つんですけども川越駅の近くに、こういう10メートルぐらいの展示をいただいたり、少しずつ街に知っても

らえるようになってきているというようなところですよ。

ここが事業のところなんですけれども、今パートナー企業さんとして参画いただいているのは大体、9月現在で大体150社ほどの企業様とパートナー契約を結ばせていただいております。

ここが結構僕らが大事にしているところですよ、今までのスポンサーシップ、先ほどの話で申し上げると、スポンサー、グッズ、チケットに依存しない事業を作るというのを COEDO KAWAGOE F.C は目指しまして、従来型のスポンサー像っていうのは基本的にお金をいただく、また来年よろしく願いますっていう関係性がよくあるスポンサーだと思うんですけど、僕らが本当に目指しているのはパートナーっていう関係で、それは何かっていうと、僕らにお金をお預かりして、それをどう僕らは3万円スポンサーいただいたら5万でお返しするかっていうところを考えると、なので僕らとしてコミュニケーションは基本的に僕らとして何ができますかっていうところもできるだけヒアリングして、もちろんできるできないは企業としてあるんですけども、できるだけ事業的に何かしらお返しするというようなところを目指して活動しています。

なのでちょっとこの後事例として出すんですけども、スポンサー企業さんとの間で僕らがハブになってビジネスマッチングしたり、あるいは僕とか代表の有田が得意としている分野の、力を使って、何かしら事業のお手伝いするとか、そういうところを意識しています。

なので COEDO KAWAGOE F.C が目指してるパートナー企業さんとの関係性としては、スポーツクラブのやっぱり唯一無二の強みっていうところが、この業種を問わない多くの企業様と、関係性を持つことができるっていうのはやっぱり強みで、なので僕らとしてはこのスポンサーの輪に入っていて、そこでその企業さん同士をどうつなげて、スポンサーさん、パートナーさんとしても、その事業を伸ばしてもらってっていうところを、意識しています。

例えばチラシ作りたんだけどいい会社あるみたいなお話であれば、僕らで言うと、スポーツクラブっていうのは、社長さんと基本的にやりとりができるので、社長さんとの関係性の中でどういう事業、どういふ思いでやってるかとかそういうところ聞きながら、この企業さんおすすめでみたいなご紹介したり、最近だと東京のエリアから、スポンサーになりたいと言ってくださる企業さんもいらっしゃって、そういう企業さん、埼玉で事業展開したいんだけど、どういふふうにきっかけとして入っていかかわらないってところで、例えば僕らが営業接点づくりからちょっと始めさせていただくと、そういう関わり方も入っています。

あとは人材、埼玉のエリアは人材困ってるみたいな企業さんもすごいありまして、こういうところを、例えば僕らで言うと大学とかと提携してたり、これからしようっていうところもあるので、そういうところと、関係性を持ちながら、例えばスポーツ人材をご紹介するとか、そういうふうにもスポンサーっていうところをハブにして事業を僕らがどう伸ばしていくかっていうところを一緒に目指すというような関係性を目指しています。

ここからちょっと事例を幾つかご紹介するんですけども、先ほどの、こういう10メートルぐらいの展示があるんですけども、川越駅の近くで、周りにオフィス街があるっていうところで、COEDO KAWAGOE F.C の飲食のパートナーさんに、実際にここに無料で出店いただいて、ランチ時に販売していただくというようなところでやっている事例ですよ。

ここも、1店舗当たり大体30食前後ぐらい売れるような形で、実際にここに来て、お店を知って、実際のお店行きたいなと思ってもらえるきっかけになったり、金銭的なところで言うと、ここで売り上げを作るお手伝いをできるっていうところで、やっている事例ですよ。これはかなりハマってるんですよ。

あとはもう本当に企業さんごとに様々なことをやっていて、いわゆる地域貢献みたいなカテゴリーでいくと、明治安田生命さんとかで言うと、お客様の満足度を上げたいというところで、COEDO KAWAGOE F.C とタイアップして、サッカー教室やったりと、こういうのはよくあるかっていうところ。あとは、この会社さんは、人材採用を強化していきたいというところで、僕らの方で、実際に今選手が、社会人サッカーなどで働きながら、サッカーしてるんですけども、その採用枠として入っていただきながら、実際に営業活動もして、セカンドキャリアを見せながら働くことができるというようなところで、これも会社さんには結構喜んでいただいています。

あとは、こういうのは、ちょっとした事例なんですけれども、例えばこれ英語塾さんとサッカーチームとハンバーガー店を組み合わせた施策で、英語塾さんでいうと、お子さんとの接点をつくる、ハンバーガー屋さんでいうと、新しい販売機会を作ったりってところで、サッカーのイベント僕らの方で、少年サッカーチームとタイアップして、実際にやって、英語を使ったサッカー教室ところを実施して、終わった後にハンバーガーをデリバリーするというところで、これ実際ハンバーガーも 40 個くらい出たというような。こういうのちょっとした事例なんですけれども、こういう形でできるだけ、パートナーさんに売り上げを作るか、何かしら将来的に売上に繋がる何かを、お手伝いできるってところは、アンテナを張ってます。

こちら辺は、三芳野病院さんとかいうと、企業検診、企業は大体年 1 回とか社員に対して、検診とかされると思うんですけども、そういうのって結構適当に決めてらっしゃる企業さんも多いので、その部分をこのパートナーさんに実際に切り換えていただいて、逆に三芳野病院さんにも、何か例えば草刈を今までやってた業者さんとは違うところでやってるとか、そういうところでお互いに売り上げを作るみたいのを僕らがハブになって作ると。

あとは、これとかは野村證券さんのイベントで、僕らが会場探されているっていうところで、良い会場ないかっていうお話を頂戴したときに、結婚式場をマッチングして成約したというような事例ですね。

これが最後になるんですけども、これは iSP アカデミーさんっていう、人材を研修して、卒業して、就職あっせんまでするというような企業さんなんですけれども、年間すごいたくさんの方が卒業してあっせんされるので、就業先を見つけたいというところで、例えば、医療系の研修をされて卒業の方は、例えば三芳野病院さんをご紹介したり、あとエンジニアの会社であれば、そういう僕らのパートのエンジニアさんも紹介をしたりみたいな形で実際にこれも社員の採用が決まったりしてるらしいです。こんな感じで企業さんごとに、何に困ってるのかっていうのを僕は担当営業ベースですごいたくさん聞いて、もちろんできるできないはあるんですけども、できることに関してはひたすら何とかこう売り上げとか、それ以外のところでもお返しするというなど目指してやっています。

最後なんですけれども、僕らが川越から Jリーグを目指して挑戦しているところなんですけれども年間 3 万円ぐらいのプランからスポンサープランがありますので、何かしらこうスポーツビジネスとの接点のきっかけにしてもらえたらと思います。

以上です。

中島さんありがとうございます。

実践されている例をご紹介いただいて、本当にありがとうございます。

先ほど私の方でご紹介した、チームがいろんな企業さんのハブになって、チームと企業だけがコラボするってよりも、場合によっては企業と企業がコラボする仲立ちをやられているみたいな、それが面白いなと思いながらちょっとお聞きしたんですけども。

その辺やっぱりクラブとして志向されてるとこなんですかね。

そうですねもう本当、やっぱりこうスポンサーだけだとかやっぱり企業さんとしても余った予算でスポンサーするってのもやっぱりスポンサーの限界になってしまうので、僕らとしてもスポンサーさんがお金をどう出しやすいように、ちゃんと事業の部分でも、僕らが自分たちを守るためでもあるんですけども、やっぱり僕らに関わってもらった人にできるだけお返ししたいっていうのはすごい会社として、全員が持ってまして、一緒に僕らもお金をお預かりしてるんですけども、そこをどう、さらに倍でもお返しするっていうか、ちょっとそういう気概でやっていきたいなと思ってますね。

わかりましたチームもこれからロードマップすごいこうやるべきことがあって、大変なチャレンジかと思うんですけど、逆に言うとのびしろというか、チーム自体の価値がどんどんどんどん上がる可能性があるというようなことだと思うので、先ほどちょっと私の方で冒頭申し上げた、入場料収入、スポンサー、グッズ収入とかそういったところとか、チーム価値が増せばそういったところもどんどん後からついてくるというか、そこをさらに第4の収益ってところをもう先行的にやられてるってことですね。

スポンサーのところはスポンサーに間違いはないんですけども、できるだけ、いわゆるスポンサーじゃないように、ちょっとやってこうとはしているような感じですね。  
まだまだ全然スポンサー依存に間違いはないので、そっちの第4の収益とかそっちはちょっとまた別途調整しながらしてやっている。

わかりました。

ありがとうございます。

非常に参考になりました。

後程ちょっとまた質問来るかもしれませんので、そのときはお答えをいただければと思います。  
よろしく願います。