

ENOSHIMA FC

WHO WE ARE?

江の島FCと、旅に出ませんか？

2020年現在、日本人が夢を諦める平均年齢は24歳であると言われており、その原因の約8割が、ハード面（仲間、空間、知見、資金）の不足に起因するとも言われています。モノや情報がここまで満ち溢れている令和時代においても、自己実現欲求を満たす自発的な行動機会には格差が生じているのではないのでしょうか。さて私達は、好奇心レベルでも夢を抱いている全ての人を『探求者』と定義し、探求者が使命とする『新しい価値創造』が生まれる居場所を作りたいという思いからスタートし10年後には、最も多くの方々の冒険を応援する居場所に育ちます。マイルストーンは全て、この資料の中に記してあります。サッカーと生きる“Jリーグ世代”の僕達は、地域サッカークラブとは人と人を繋ぐハブであり、多様な登場人物同士をエンブレムというシンボルで結ぶ、“思い”を社会実装する最も優れたエコシステムであると信じています。たかがサッカークラブに何ができるのか？最初は半信半疑でも、ちょっと信じてみてください。江の島FCは、僕達が人生を懸けて育てていくプロジェクトです。江の島FCは必ずあなたのクラブになり、あなたの居場所になります。江の島FCと、旅に出ませんか？

WHO WE ARE?

団体名	合同会社ENOSHIMAFc
代表者	Co-founder,CEO 巴山雄太 / Co-founder, COO 大村祐
スタッフ	16名（業務委託,インターン含む）
設立日	2020年4月19日
本社	神奈川県鎌倉市
参入リーグ	神奈川県社会人3部リーグ（J9相当）
事業内容	スポーツチーム運営（江の島FC） グッズ企画・販売 シェアハウス運営

INTRODUCTION

サッカークラブは3つの価値を持つ

1, 経済的価値: スポーツビジネスとしてのサッカークラブ

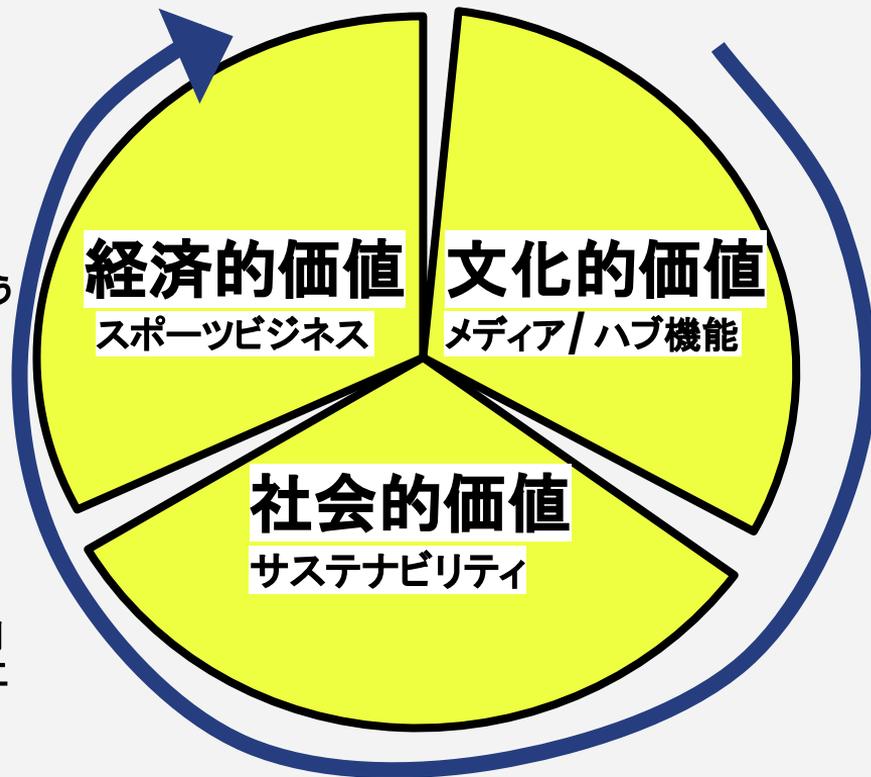
スポーツビジネス市場はあらゆる産業との連携が可能。産業波及は多大であり、今後の既存ビジネスにおいていかに早く効果的にスポーツと連携するかが成長へのカギとなる。

2, 文化的価値: メディア / ハブとしてのサッカークラブ

7種類(運営、選手、住民、地元企業、自治体、企業、生活者)という多種多様な関係人口を持ち、プラットフォームとして唯一無二の価値を持っている。サッカークラブは特定のビジョンや帰属意識を持つ方々が集まるコミュニティを形成するため、ビッグデータを生かしたマーケティングや経済圏、新しいヒトの流れが生まれ、文化の根源となる。

3, 社会的価値: サステナビリティ拠点としてのサッカークラブ

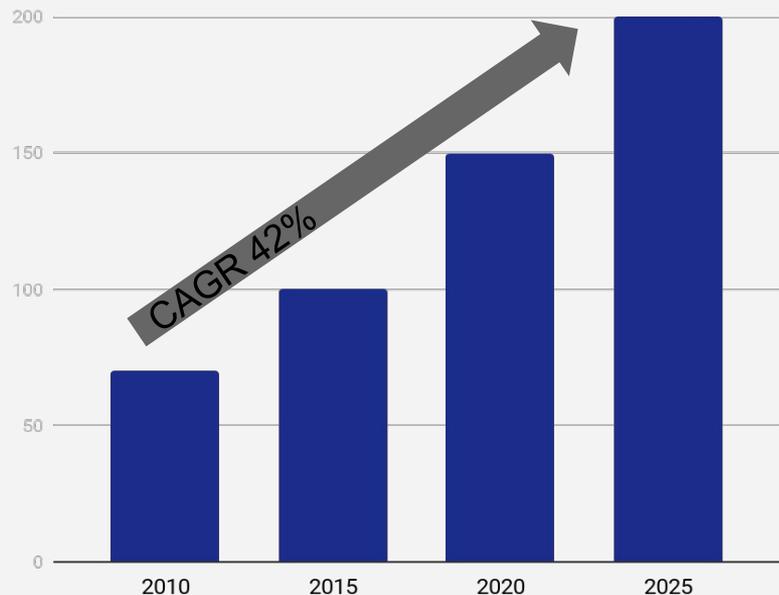
近代スポーツは19世紀イギリスのパブリックスクールで『植民地の管理・経営』ができる人材の育成を目的に完成したため、教育的側面を根強く持っている。健康を促進することにより医療費を抑えることができ、健康維持や福祉、環境の側面からも地域社会への貢献に役立っている。



INTRODUCTION

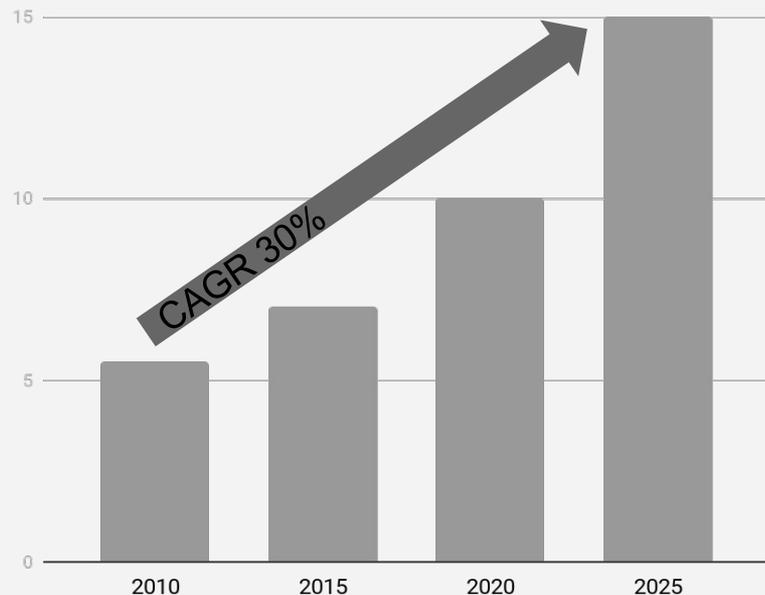
『スポーツ市場』の急成長

世界で**200兆円**市場



出典: AT.カーニー

国内で**15兆円**市場



出典: 日本政策投資銀行

INTRODUCTION

Jリーグ＝稼げるリーグ へと成長



Jリーグ年間総入場者数は **1000万人** 突破



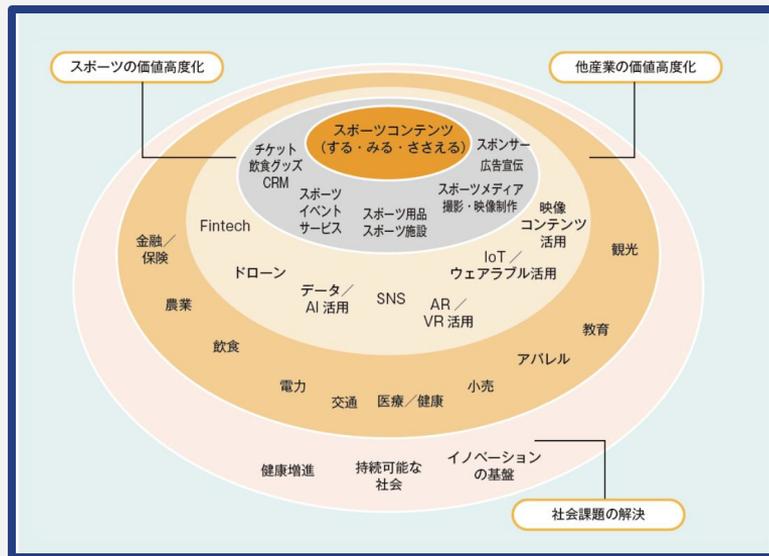
DAZN社との **10年2100億円** の超大型契約

INTRODUCTION

文化的価値『メディア/ハブ機能』の事例



アーセナル(英1部)は、サッカークラブ 起点で社
会に革新を起こすVCを設立した。



『スポーツ立国』を掲げ創設されたスポーツ庁
は、あらゆる産業との連携が可能な スポーツを
通して他産業の成長を推進する。

INTRODUCTION

社会的価値『サステナビリティ』の高まり

教育



『サッカー＝教育コンテンツ』

近代スポーツは、イギリスのパブリックスクールで『植民地の管理・経営』人材を教育するために完成されたコンテンツのため、人材育成の側面が非常に強い。国内のプロスポーツクラブは、教育機関の設置が義務となっている。

環境



『スポーツSDGs』

スポーツ庁は、地域と密接に関わるスポーツの持つ集客力や訴求力を活用し、SDGsの認知度向上や社会における環境問題向上にリーダーとして取り組むことを推進している。

医療福祉



『生涯スポーツ』

松本山雅FCの本拠地の松本市(人口 24万人)では、健康寿命延伸都市の実現に向けた策に、松本山雅FCの果たす役割が具体的に記述されるなど、大きな役割を担っている。市民の心身の健全な発達への寄与は、Jリーグの理念そのものである。

ABOUT ENOSHIMAFc

MISSION - 江の島FCの存在理由 -

『Make a new HOME. 』

私たちは、人間の創造的活動を『冒険』と呼び、世界中のいかなる『冒険心』へも寄り添い、耕しつづけ、持続的に支援することで、セカイを一步先へと進めていくための居場所でありつづけます。

VISION - 江の島FCの目指す世界 -

『フットボールで機会格差を無くす』

フットボールを通じて、誰もが価値創造を諦めず歩める世界を目指します。

CULTURE - 江の島FCの行動指針, 価値観 -

『BE A PROFESSIONAL』

我々は周囲への感謝を忘れず、有言実行するプロフェッショナルであります。

『BE A CRAZY』

我々は困難を恐れず、いかなる時も前向きに進みつづけます。

『BE A PIONEER』

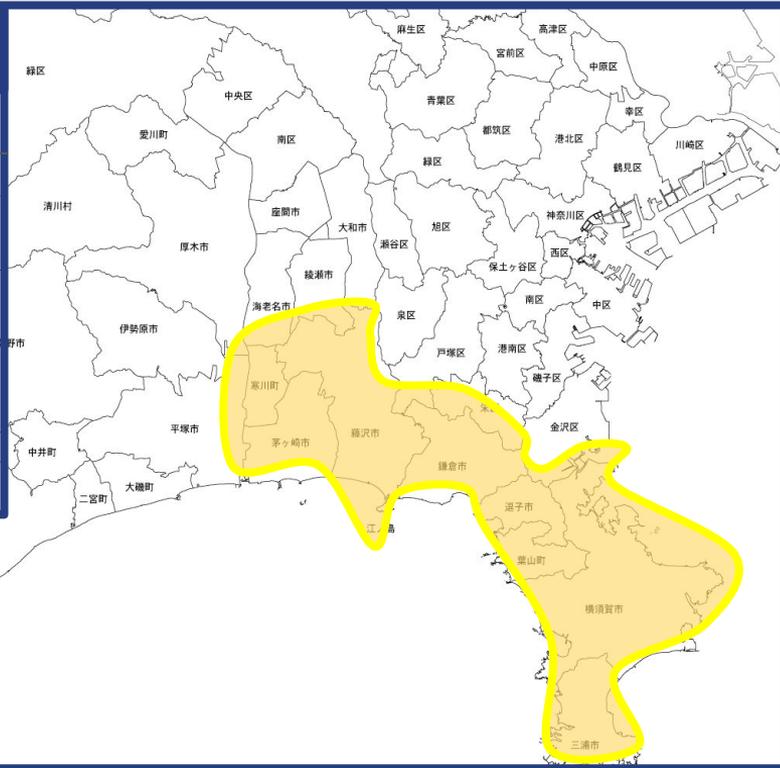
我々は常に当事者意識と持論を持ち、解ではなく問いに向かう探求者であります。

ABOUT ENOSHIMAFc

HOMETOWN = 江ノ電沿線を中心とした湘東地域

ホームタウン人口

HOME	142万
鎌倉市	17万
逗子市	6万
葉山町	3万
横須賀市	39万
三浦市	4万
藤沢市	44万
茅ヶ崎市	24万
寒川町	5万



江の島FCは、日本の西海岸と呼ばれる湘東地域でホームタウン活動を行う。

横浜の都会的なポップカルチャーと湘南のチルなサーフカルチャーの橋渡しを行う湘東地域では、逗子国際映画祭、GREENROOM FESTIVAL、鎌倉花火大会などの祝祭が醸し出す非日常感と、鶴岡八幡宮を中心とした寺社仏閣が広がる1000年近く文化を築いてきた由緒正しい伝統が混在している。

同時に、小田急線、JR湘南新宿ライン、京急線を中心としたインフラの充実により、ムーブメントを首都圏全体に発信しやすい側面を持つ。

江の島FCは、非日常と日常の混在する湘東地域は日本随一のネバーランドであると定義しており、ミッションにも記したHOMEを推進していくのに最適な場所であると考えている。ロマンと若さの共存するホームタウンから、関わる全ての方々の人生をフットボールを通じて支援していく。

CLUB IDENTITY

LOGO



TEXT



デザインについて

デザイントレンドにおけるミニマル化や露出機会の多様化に適応するべく、エンブレムではなく **ロゴ**を採用。波打ち際から望む右上がりの水飛沫とサンライズが、江の島 FCが支援する全ての挑戦を表しています。

クラブカラーについて

サンライズゴールド : 挑戦 **ミッドナイトブルー** : ロマン **カマアゲシラスホワイト** : 地域愛

WHAT WE DO

江の島FCはターゲットの異なる3つの機能を持つ

	クラブ	コミュニティ	街	社会	
3 FUNCTIONS	①メディアハブ機能を持つ 湘東地域のエコシステム	○	○	○	○
	②総合型オープン イノベーションラボ				○
	③多拠点型フットボール コミュニティ	○	○		

江の島FCは3つの機能を持っておりそれぞれ異なるステークホルダーに対して価値を提供していく。

①はステークホルダーの多い地域サッカークラブの地盤となる機能。

②はミッションに基づく支援を総合的に行うための機能。

③はフットボールから引退の概念を無くすためのソフトハード双方を整備していく機能。

3 FUNCTIONS

① メディアハブ機能を持つ 湘東地域のエコシステム



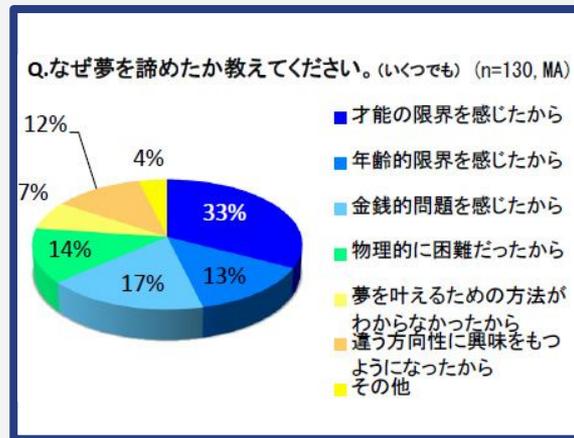
江の島FCは、多様なステークホルダー同士を繋いでいくメディアという機能を持つ地域クラブとしての地盤作りを、所属カテゴリに関わらず、継続的に行ってまいります。

3 FUNCTIONS

② 総合型オープン イノベーションラボ

創設のきっかけ『エゴイストの人生に生きがい』

社会	↑ 商社	↑ 銀行	↑ サービス	↑ 製造業	↑ 専門職	↑ 研究職
大学	↑ 経済・経営学部	↑ 法学部	↑ 文学部	↑ 工学部	↑ 農学部	↑ 医学部
(入試)	↑	↑	↑	↑	↑	↑
高校	↑ 文系 進路指導			↑ 理系 進路指導		



人工植林型の
20世紀型教育

日本人の夢を諦める
平均年齢24歳
(キリンビール,2013)

キャリアデザインマ
ルチステージ制へ

3 FUNCTIONS

② 総合型オープン
イノベーションラボ

夢を諦める『4つの機会格差』



仲間

空間



知見

資金



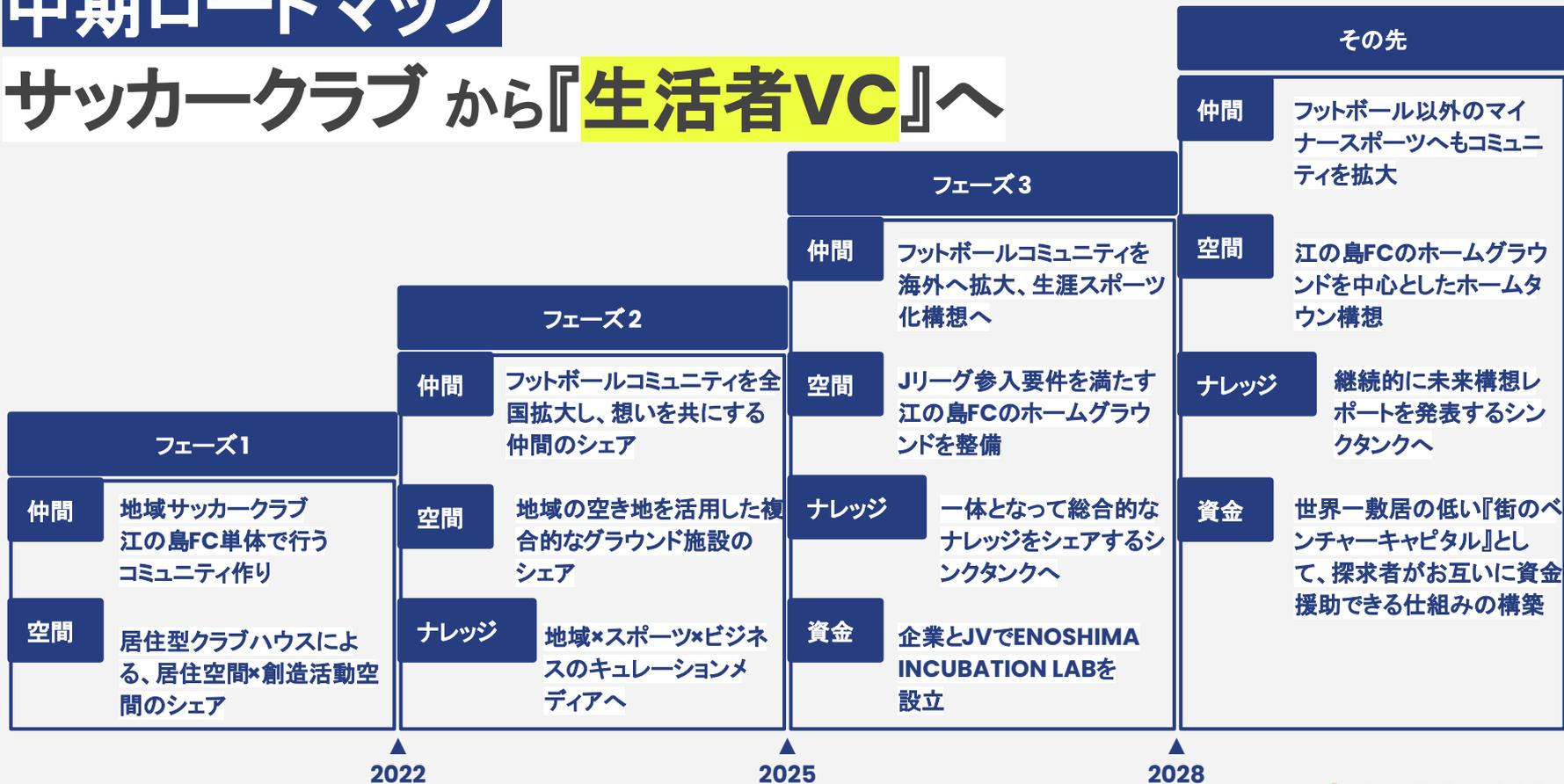
の不足

3 FUNCTIONS

中期ロードマップ

サッカークラブ から『生活者VC』へ

② 総合型オープン イノベーションラボ



3 FUNCTIONS

5カ年で**100クラブ**創出へ

ライフステージや上手さを問わず、
生涯スポーツとして熱中し続けられる
環境の整備を通じ、フットボール
から**引退**の概念を無くす

③ 持続的な 多拠点フットボールコミュニティ



江の島FCサテライト

2022 5clubs
2024 10clubs



提携クラブ

2023 10clubs
2024 20clubs
2025 30clubs



- 1, **グラウンド**優先使用权
- 2, **独立カップ**の毎年開催
- 3, フレキシブルな**移籍制度**
- 4, **ICO**により、良いチームに資本が集まる仕組みに
- 5, コミュニティへの**スポンサー**支援
- 6, **横の繋がり**を生かしたコミュニティ作り

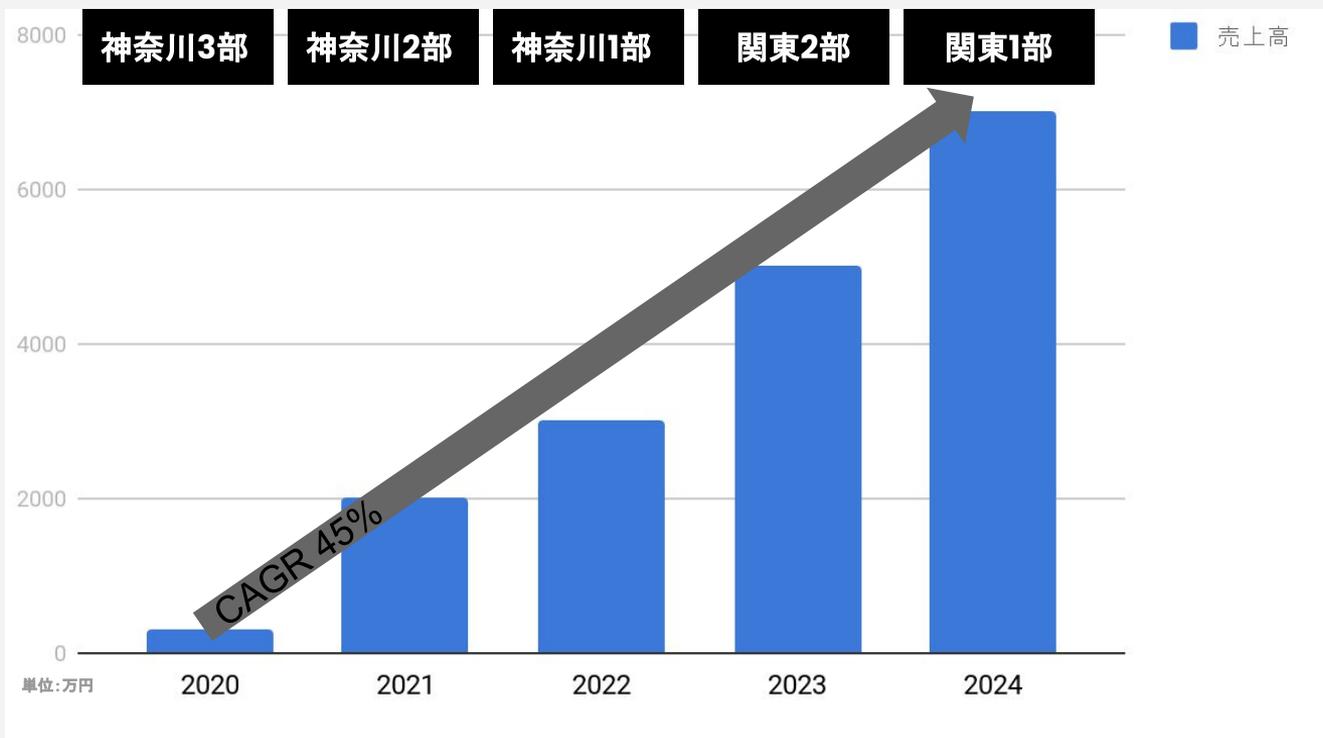
新規フランチャイズクラブ

2023 10clubs
2024 30clubs
2025 60clubs



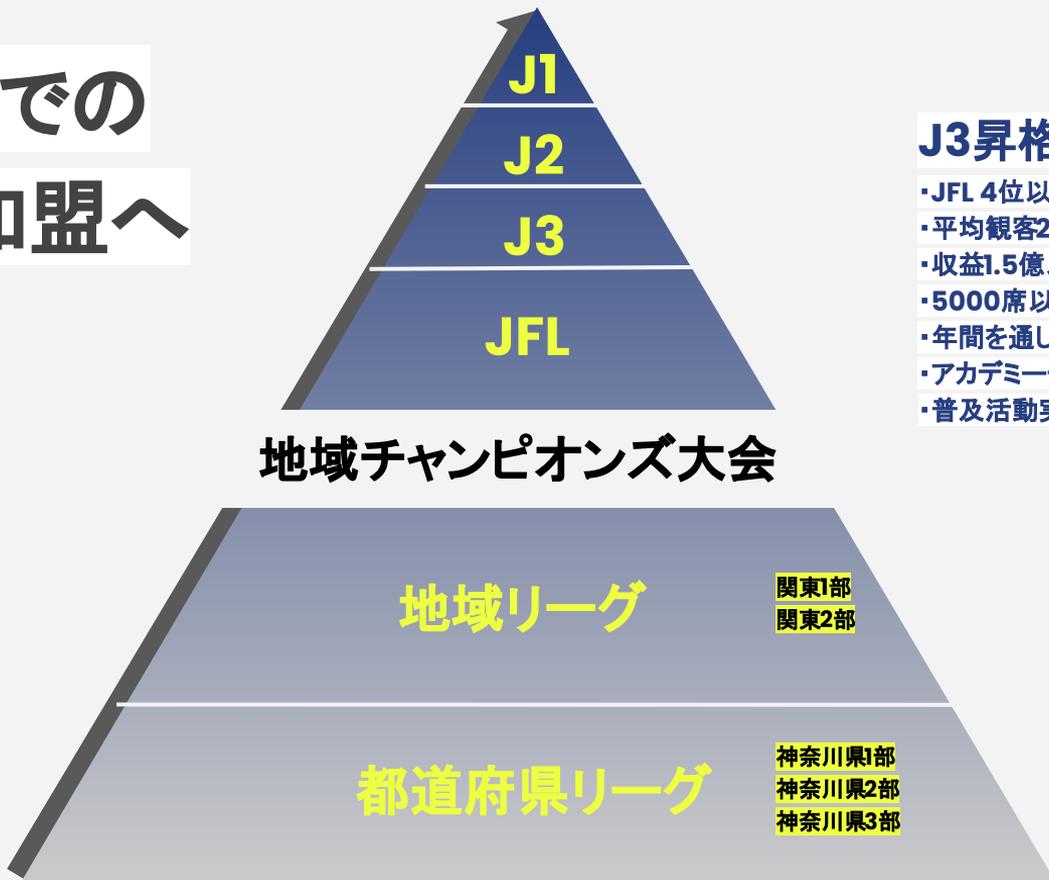
GROWTH STRATEGY

J3加盟までに最低でも4億円の投資を行う
という藤枝MYFCのデータを参考に、
地域リーグ段階から長期的な投資を行う



GROWTH STRATEGY

創設10年での
J3リーグ加盟へ



J3昇格要件

- ・JFL 4位以内
- ・平均観客2000名以上
- ・収益1.5億以上
- ・5000席以上のスタジアム
- ・年間を通して使用可能な練習場保有
- ・アカデミーチームを持つ
- ・普及活動実績

ENOSHIMAF C X

『○○』な江の島FCと、冒険しませんか？

『メディア大量露出』

広告換算数千万分の大量露出

TV、新聞、雑誌、ラジオ、自社メディア、SNSを活用した徹底的なマーケティング戦略により、地域を独占する大量の露出を狙います。江の島FCの認知が、パートナーの認知拡大にも影響します。

『集客力が強み』

リアルとウェブで多方面露出

ウェブでは、月10万ビューを誇るSNSの運用を行い、リアルでは、年間1000社を超える営業活動・年10回以上の講演・年100回以上のホームタウン活動を実施するなど、愚直に訪問認知活動を行います。

『ネットワークが強み』

サッカークラブは地域独占性と公共性を生かしたメディア

プロサッカークラブは経営者との質の高いタッチポイントを担保でき、そのステークホルダーの多さから、行政から企業、個人まで幅広い付き合い方が可能。関係性の幅を広げられたり、地域唯一の事業体として、地域独占マーケティングを行うことができる。

『地域ネットワークの中心』

地域認知度40%を超える組織へ

年1回以上の首長訪問、年100回以上の地域活動、年300万PV以上のメディア露出、経営者商談数年1000回以上を通して、2022年度には150を超えるパートナー、地域認知度40%を見込んでいます。

PARTNER PLAN

2020年度は原則3年契約より承っており、
パートナー様に依りてカスタマイズが可能です。

	内容	ゴールドパートナー	ブルーパートナー	ホワイトパートナー
	年間費用	広告掲載費に準拠	300,000-	100,000-
1	ユニフォームへの広告掲載	○	練習着、ウェアなど	ASK
2	HP,SNS,動画への掲載	○	○	○
3	メディア記事執筆	○	ASK	ASK
4	公式イベント参加権	○	ASK	ASK
5	総会参加権	○	○	○
6	コラボツール共同制作 (クリエイティブチームによるレベニューシェア)	○	ASK	ASK

UNIFORM AD PRICE

	場所	2021/03-12	2022/03-12	2023/03-12
1	胸 (300cm ² 以内)	1,000,000-	2,000,000-	3,000,000-
2	胸上部左 (50cm ² 以内)	800,000-	1,600,000-	2,400,000-
3	胸上部右 (50cm ² 以内)	800,000-	1,600,000-	2,400,000-
4	右袖 (50cm ² 以内)	400,000-	800,000-	1,200,000-
5	左袖 (50cm ² 以内)	400,000-	800,000-	1,200,000-
6	背中上部 (200cm ² 以内)	600,000-	1,200,000-	1,800,000-
7	背中下部 (150cm ² 以内)	450,000-	900,000-	1,350,000-
8	パンツ (80cm ² 以内)	300,000-	600,000-	900,000-

※ 次年度のユニフォームは月よりデザイン制作を開始し、3月より全てのTRMや公式戦の約50試合で着用いたします。

※ ユニフォームに関しては、毎年デザインを変更いたします。

※ 消費税は別途いただきます。

※ 原則、契約月の翌月末支払いといたします。

※ 複数年契約の場合 2年目10%、3年目20%のお値引き 一括支払いの場合 5%のお値引き