



SHONAN BELLMARE  
ANNUAL REPORT 2025  
湘南ベルマーレ アニュアルレポート2025

たのしめてるか。



# MESSAGE 代表メッセージ



株式会社湘南ベルマーレ  
代表取締役社長

## 雲出 哲也 KUMODE Tetsuya

においては再びJ1の舞台へと戻るといった明確な目標に向け、覚悟を持って戦い抜いてまいります。

このクラブの最大の強みは「一体感」にあると考えています。チームが、サポーターが、そして地域が情熱を持ってひとつになったとき、湘南ベルマーレは真の力を発揮します。その価値こそが、他にはないクラブの魅力であり持続的な成長の源泉です。

「ステークホルダーの皆さまに、このクラブの一員であることに、より一層の誇りを持っていただきたい」。

「そして、もっと熱く、もっと夢中になれる存在であり続けたい」。

「たのしめているか。湘南ベルマーレアニュアルレポート」は、クラブの各領域に関する進捗状況や各種課題を共有させていただくことを通じて、皆さまと共にこの一体感を醸成することを目的に制作いたしました。

「湘南らしい一体感をつくり、熱く、夢中になって戦い抜く」。

「感謝」と「情熱」。

この二つの言葉を胸に刻み、クラブの未来に責任を持ち、全力で邁進してまいります。

引き続き、皆さまのご指導とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

共に創り、共に勝つクラブへ。

雲出 哲也

日頃より湘南ベルマーレを支えていただいている株主の皆さま、スポンサー企業の皆さま、ファン・サポーターの皆さま、そして地域の皆さまをはじめ、クラブに関わるすべての皆さまに心より御礼申し上げます。

2026年3月、湘南ベルマーレは市民クラブとして新たな株主の皆さまとともに、そして地域の皆さまとともに、新たな一歩を踏み出しました。多くの皆さまに支えられながら迎えるこの再出発に、心より感謝申し上げます。今後はクラブ運営の安定を最優先に据え、持続可能な経営基盤の確立に取り組んでまいります。

オフィシャルクラブパートナー、サポートコーポレーションの皆さまと地域課題の解決や次世代育成、ビジネス機会の創出などを通じてより実効性の高い「共創」の価値を生み出してまいるとともに、選手・スタッフがサッカーに専念できる環境の整備を進めています。そしてピッチ

共に創り、共に勝つクラブへ

感謝と情熱を胸に。湘南らしい一体感で、



ビジョンである  
「人生と地域を豊かにする、スポーツ文化が根ざしている世の中。」  
の実現へ

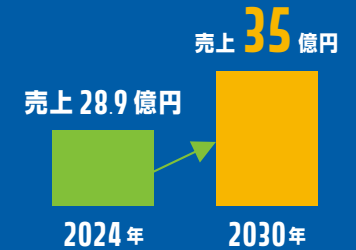
## 中長期計画「ターゲット35」の推進

### TARGET 35

「ターゲット35」はクラブがビジョンの実現に向けて、より大きく、強く、地域から愛される存在となるための中期目標です。

2030年の売上高35億円と「BELL-BEING」な未来に向け、まずは3年以内に30億円の壁を突破し、再成長の軌道を確認なものとします。

経営の透明性を高め、フットボール領域、ビジネス領域、サステナビリティ領域を連動させた成長を加速してまいります。



#### フットボール領域の総括と進化

##### トップチーム

2026シーズンより新たに長澤徹監督を招聘。

##### アカデミー

はだのスポーツビレッジを整備し、育成環境と指導体制を強化。育成型強化モデル「ベルトレ」を通じ、実戦経験を重ねながら個の力を引き出します。



##### ウィメン

社会人選手を迎え入れ、多様な背景を持つ選手が活躍できるチームづくりを推進します。

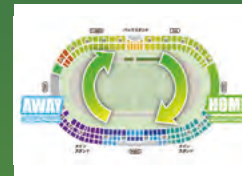
##### 国際領域

インドネシアのアカデミーと連携し、育成ノウハウの共有と人材交流を進めます。

#### 事業収益の拡大とマーケティング強化

##### 事業収益の拡大

ホーム・アウェイ席の入れ替えにより回遊性と滞在時間を高め、飲食やグッズを含む体験価値を最大化。グッズ領域ではファンティクス・ジャパンと連携し、購買体験の向上を目指します。



##### マーケティング強化

KPMGコンサルティング株式会社と構築したデジタルデータベースを活用し、来場者やファン一人ひとりに即したコミュニケーションを実現。短期的な売上向上と、中長期的なエンゲージメント強化の両立を目指します。

#### 地域密着力の向上

##### BELL-BEING

これまでクラブが積み重ねてきた地域活動を、5つのテーマと9つのアウトカム指標で整理。地域における様々な課題を共創的に解決していくことを推進していきます。また、Jリーグが推進するSPL<sup>※</sup>を踏まえ、人の行動や意識の変化に着目。スポーツを起点としたサステナブルな社会の実現を目指します。

##### サポートコーポレーション

地域の皆さまと手を取り合うことで、地域の発展と共に、より強いクラブ・チームに進化することを目指します。

##### ベルマーレベース

地域における関連施設を中心とした発信拠点強化や、スポーツクラブ全体のブランド統一に取り組み、クラブ価値の向上を目指します。(詳細はP9へ)



<sup>※</sup>SPL(スポーツポジティブリーグ):サッカークラブが実施する気候変動対策を12項目で数値化し、進捗や改善方向をスコア・順位で可視化する国際的評価制度です。Jリーグは2026年から全クラブで参画します。

湘南ベルマーレは  
目指す未来のために  
様々な活動を  
行っています

## ミッションステートメント

### MISSION

**夢づくり 人づくり**  
 世代と地域をつなぐ  
 総合型地域スポーツクラブとして、  
 チャレンジする人の成長を支え、  
 夢と感動を提供する。

### VISION

人生と地域を豊かにする、  
 スポーツ文化が  
 根ざしている世の中。

### VALUE

**向上心** 常に全力であること。  
**郷土愛** 地元へ恩返しすること。  
**育成力** 若者を応援すること。

## エンブレム



湘南の白い砂浜と青い海がイメージ。攻撃を表す三叉の鉞、  
 守備を表す盾で攻守のバランスの良さを表現しています。

## クラブスローガン

# たのしめてるか。

私たち湘南ベルマーレの使命。  
 それは、世代と地域をつなぐクラブとして、  
 チャレンジする人の成長を支え、夢と感動を提供すること。  
 年齢や立場の垣根を越えた、純粋なキモチを応援するために。  
 誰かに話したくなるような感動空間を生み出すために。  
 私たちは、どんな時でもスポーツを「たのしめてるか。」  
 を大切にします。

## ロゴ



チーム名は湘南の「美しい海」をイメージし、ラテン語のBellum  
 (ベラム=美しい)とMare(マーレ=海)を組み合わせています。

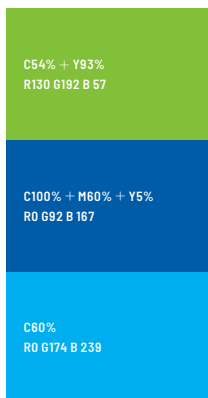
## マスコット



キングベルI世

湘南海岸をイメージし、海を司る神、ポセ  
 イドンがモチーフ。力強さに、戦略に長けた  
 老獪さをプラスして、敵のフォーメーション  
 を粉碎する。手に持つ三叉の鉞はポセイ  
 ドンの象徴。頭の冠は湘南に打ち寄せる波をか  
 たどっている。

## クラブカラー



## 役員紹介



代表取締役社長  
 雲出 哲也



取締役  
 坂本 紘司



取締役  
 猪狩 佑貴



取締役  
 岩下 周三  
 株式会社フジタ  
 顧問



取締役  
 上田 栄治  
 株式会社フジタ  
 顧問



取締役  
 石塚 浩一  
 株式会社フジタ  
 執行役員



取締役  
 石川 英一  
 株式会社アマダ  
 コーポレート企画部門  
 広報室室長



取締役  
 柿添 智之  
 学校法人産業能率大学  
 総務部長



取締役  
 鳥居 大祐  
 株式会社湘南リゾート  
 代表取締役



取締役  
 檜山 泰規  
 Authense Holdings  
 合同会社



取締役  
 福田 哲之  
 日本端子株式会社  
 総務部長



監査役  
 水戸 重之  
 弁護士TMI総合法律事務所  
 パートナー



監査役  
 尾上 達也  
 平塚信用金庫  
 理事長

## 会社概要

会社名	株式会社湘南ベルマーレ
本社所在地	〒254-0026 神奈川県平塚市中堂18-8 E棟3階
資本金	709,472,500円
決算期	3月
株主	株式会社フジタ、株式会社アマダ、学校法人産業能率大学、湘南ベルマーレ持株会、株式会社マッケンジーハウス、Authense Holdings合同会社、公益財団法人平塚市まちづくり財団、日本端子株式会社 他352社
設立	1999年12月8日

1968 「藤和不動産サッカー部」として創部

1975 チーム名を「フジタ工業サッカー部」に改称  
日本サッカーリーグ優勝3回、天皇杯優勝2回

1990 チーム名を「フジタサッカークラブ」に改称

1992 株式会社フジタスポーツクラブ設立  
Jリーグに準会員加盟

1993 JFL1部優勝 / チーム名を「ベルマーレ平塚」に改称  
Jリーグ開幕から1年遅れてJFLからJリーグに昇格  
社名を株式会社ベルマーレ平塚に変更

J 1994 第74回天皇杯優勝

J 1995 第6回アジア・カップウィナーズカップ選手権優勝

J 1998 親会社であった株式会社フジタが撤退を表明

J1 1999 J2への降格が決定  
株式会社ベルマーレ平塚からチーム経営を引き継ぎ、株式会社湘南ベルマーレが正式に発足

J2 2000 チーム名を「湘南ベルマーレ」に改称  
ホームタウンを平塚市から湘南の7市3町に拡大

J2 2001 スクールコーチがホームタウン内の小学校の体育の授業で指導を行う  
「小学校体育巡回授業」がスタート

J2 2002 スポーツの振興を目的とする「NPO法人湘南ベルマーレスポーツクラブ」が誕生。  
Jクラブ初の試み

J2 2004 産業能率大学と提携。「スポーツビジネス実践講座」を日本で初めてJクラブと大学が共同開発  
サポーターとの対話の場「クラブカンファレンス」がスタート

J2 2006 「湘南ベルマーレフットサルクラブ」が発足

J2 2009 J2リーグ3位(29勝11分11敗) J1昇格

J1 2010 J1リーグ18位(3勝7分24敗) J2降格

J2 2012 J2リーグ2位(20勝15分7敗) J1昇格

J1 2013 J1リーグ16位(6勝7分21敗) J2降格  
福島ユナイテッドFCと業務提携  
「湘南ベルマーレコンディショニングセンター」が平塚にオープン



フジタとして日本サッカーリーグで存在感を発揮



「湘南の暴れん坊」が天皇杯優勝



J2で10年間戦い続け悲願の昇格



若い選手が躍動し逆転昇格で再びJ1へ

J2 2014 J2リーグ1位(31勝8分3敗) J1昇格・J2優勝

J1 2015 J1リーグ8位(13勝9分12敗)  
湘南ベルマーレとなって初のJ1残留

J1 2016 J1リーグ17位(7勝6分21敗) J2降格

J2 2017 J2リーグ1位(24勝11分7敗) J1昇格

J1 2018 2018 Jリーグ YBC ルヴァンカップ 優勝

J1 2019 RIZAP グループ株式会社と株式会社三栄建築設計による合併会社・株式会社メルディア RIZAP 湘南スポーツパートナーズの傘下に

J1 2020 長期療養児の復学支援プロジェクト「TEAMMATES」活動開始

J1 2021 クラブ初のクラウドファンディングを実施し当初目標の50,000,000円を大きく上回り、4,541名の方から85,108,380円のご支援をいただく

J1 2022 2021 Jリーグ最優秀育成クラブ賞選出

J1 2023 24年ぶりとなる国立競技場でのホームゲーム開催。  
ベルマーレ史上最多となる54,243人の観衆を集めた

J1 2024 プレミアリーグ ウルヴァーハンプトン・ワンダラーズFC(ウルブス)と提携し、アクションを推進

J1 2025 サステナビリティ人財育成事業「サステナトレセン Project.」始動

42試合制では最多の勝点「101」

環境問題・清掃活動に取り組む新たなプロジェクト  
「LEADS TO THE OCEAN」がスタート

2000年から開催していた湘南ベルマーレ主催「湘南ベルマーレホームタウンカップ」を国際大会「COPA BELLMARE U-11」として刷新

2017年からのユニフォームパートナー(袖)に株式会社フジタの復活を発表

ホームタウンを9市11町に拡大  
優勝決定直前の10月23日に台風21号が直撃。練習場が水没するも多くのサポーター、市民の協力でグラウンドを復旧

2018 Jリーグ YBC ルヴァンカップ 優勝  
RIZAP グループ株式会社と株式会社三栄建築設計による合併会社・株式会社メルディア RIZAP 湘南スポーツパートナーズの傘下に

長期療養児の復学支援プロジェクト「TEAMMATES」活動開始  
クラブ初のクラウドファンディングを実施し当初目標の50,000,000円を大きく上回り、4,541名の方から85,108,380円のご支援をいただく

2021 Jリーグ最優秀育成クラブ賞選出  
24年ぶりとなる国立競技場でのホームゲーム開催。  
ベルマーレ史上最多となる54,243人の観衆を集めた

プレミアリーグ ウルヴァーハンプトン・ワンダラーズFC(ウルブス)と提携し、アクションを推進

サステナビリティ人財育成事業「サステナトレセン Project.」始動  
株式会社フジタの特別協賛により名古屋グランパス戦で「グリーンオーシャンナイト」を開催

新体制発表会でロゴマークの更新を発表  
32年ぶりにユニフォームパートナー(胸)に株式会社フジタが復活することを発表

J1リーグ19位(8勝8分22敗) J2降格



J2で優勝。シャーシを持つのは現ルヴァンカップの遠藤航選手



たくさんの方の支えの先にルヴァンカップ優勝



ウルブスと提携し様々なアクションが



ホームタウンの小学校で「サストレ」始動!

※●はクラブ、●はチーム、●は地域活動、●はサポーターとの歩みを表します。

# TOP TEAM トップチーム



2025 TEAM SLOGAN



2025シーズンは「一戦必湘」をチームスローガンに掲げ、スタートしました。チームの指揮は2021年9月から就任している山口智監督が執り、キャプテンには入団4年目のFW 鈴木章斗選手がクラブ歴代最年少の21歳で選ばれました。

明治安田J1リーグ第1節から開幕3連勝を記録。これはクラブ史上27年ぶりの好スタートとなりました。

夏の移籍期間では、畑大雅選手がシント＝トロイデンVV（ベルギー）、鈴木淳之介選手がFCコペンハーゲン（デンマーク）、福田翔生選手がブレンビヤネス・イドラッツファーイーニング（デンマーク）へそれぞれ完全移籍。また、キム ミンテ選手は清水エスパルスへ期限付き移籍をしました。新たにポーブ ウィリアム選手、太田修介選手、松本大弥選手を完全移籍で、二田理央選手、中野伸哉選手、吉田舜選手\*が育成型期限付き移籍で加入しました。

2025年は若手選手たちがチャンスを得たシーズン

※期限付き移籍加入

でもありました。石橋瀬凧選手が、2025明治安田J1リーグ8月度の「月間ヤングプレーヤー賞」を受賞。石井久継選手はFIFA U-20ワールドカップチリ2025に日本代表選手として選出されました。真田幸太選手は6月28日（土）、横浜F・マリノス戦でプロ8年目にしてJ1初出場。第31節川崎フロンターレ戦から6試合連続フル出場を果たしました。

JリーグYBCルヴァンカップは準々決勝でサンフレッチェ広島に2戦合計4対6で敗れ、ベスト8で敗退。天皇杯 JFA 第105回全日本サッカー選手権大会は3回戦で敗退。

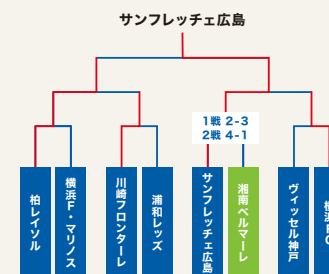
J1リーグでは第16節以降19戦勝利なしと勝点を増やすことができず、10月26日（日）J1リーグ第35節アビスパ福岡戦の結果をもって、26-27シーズンのJ2リーグへの降格が決定。週が明けた10月31日（金）には、山口智監督の今シーズン限りでの退任が発表されました。

## リーグ順位表

順位	クラブ名	試合数	勝	分	敗	得点	失点	得失点差	勝点
1	鹿島アントラーズ	38	23	7	8	58	31	27	76
2	柏レイソル	38	21	12	5	60	34	26	75
3	京都サンガF.C.	38	19	11	8	62	40	22	68
4	サンフレッチェ広島	38	20	8	10	46	28	18	68
5	ヴィッセル神戸	38	18	10	10	46	33	13	64
6	FC町田ゼルビア	38	17	9	12	52	38	14	60
7	浦和レッズ	38	16	11	11	45	39	6	59
8	川崎フロンターレ	38	15	12	11	67	57	10	57
9	ガンバ大阪	38	17	6	15	53	55	-2	57
10	セレッソ大阪	38	14	10	14	60	57	3	52
11	FC東京	38	13	11	14	41	48	-7	50
12	アビスパ福岡	38	12	12	14	34	38	-4	48
13	ファジアーノ岡山	38	12	9	17	34	43	-9	45
14	清水エスパルス	38	11	11	16	41	51	-10	44
15	横浜F・マリノス	38	12	7	19	46	47	-1	43
16	名古屋グランパス	38	11	10	17	44	56	-12	43
17	東京ヴェルディ	38	11	10	17	23	41	-18	43
18	横浜FC	38	9	8	21	27	45	-18	35
19	湘南ベルマーレ	38	8	8	22	36	63	-27	32
20	アルビレックス新潟	38	4	12	22	36	67	-31	24

## ルヴァンカップ戦績

## ベスト8敗退



過去に所属中にワールドカップ代表メンバーに選ばれた選手

1998 FIFAワールドカップ フランス大会

- 小島 伸幸
- 呂比須 ヲグナール
- 中田 英寿
- ホン ミョンボ (韓国代表)

2022 FIFAワールドカップ カタール大会

- 町野 修斗

過去に所属中にオリンピック代表メンバーに選ばれた選手

1996 アトランタオリンピック

- 中田 英寿

2020 東京オリンピック2020

- 谷 晃生

## 天皇杯戦績

## 3回戦敗退

2025シーズンに代表に選ばれたトップチーム所属選手

- 松本 果成 U-18
- 石井 久継 U-20
- 石橋 瀬凧 U-22
- 本多 康太郎 U-22



「ベルマーレフットボールアカデミー」は、次世代の育成と地域スポーツ文化の発展を目的とした総合育成組織を運営しています。「育成からトップへ」を理念に掲げ、各カテゴリーに加え、女子チーム(ウィメン、U-15ガールズ)やサッカースクールを展開し、多くのプレーヤーを輩出しています。

### ミッションステートメント

## 『そこに落ちているゴミを拾える人間に』

勇気と優気を持ち合わせる、  
社会(地域)に貢献できる人材の育成・輩出をします。

### アカデミーフィロソフィー

常に世界を意識した湘南スタイルを標榜し、  
選手の成長を第一に考え、  
自分自身も成長し続ける覚悟と向上心を持つ

- 1 選手第一でリスペクトを忘れない
- 2 常にオープンマインドであり、謙虚で誠実であること
- 3 常に自分に矢印を向け、研究心を持って、100%日々取り組む情熱を持つ
- 4 選手に対しては、教育者であり、家族であり、先輩であり、同じ夢を目指す仲間であること
- 5 選手・チームの分析を的確に行い、適切なTRとコーチングで個の特徴の最大化を促し続ける
- 6 選手・チーム・スタッフが最大限力を発揮できる態勢を整えるマネージャーである
- 7 自身も地域を代表する人間であり、指導者であることの自覚を持ち、  
地域・サポーター・保護者へ誇れる立ち振る舞いを念頭に置く

### 活動実績

2025年度は各カテゴリーでの活動に加え、昨年からスタートしたアカデミー全体での連携を強化する取り組み「ベルトレ」を定期的に開催。各カテゴリーの選手が一堂に集い、年齢や性別の枠を超えて交流を深めながら、個々の能力を最大限に引き出し、さらなる成長へとつなげています。クラブ全体では地域連携や国際交流を通じて、育成ネットワークを強化。将来、国内外で活躍するプレーヤーの育成を目指す強化策の一環として、イングランドの「ウルヴァーハンプトン・ワンダラーズFCアカデミー」への短期留学を実施しました。

#### U-18

「神奈川県U-18 K1リーグ」に参戦し、シーズン中位を維持。「第49回日本クラブユース選手権(U-18)」関東大会にも出場しました。Bチームは「神奈川県U-18 K3リーグ」で優勝を果たし、2026シーズンからK2リーグ昇格を決定。育成カテゴリー全体の底上げに寄与する成果を上げました。

#### U-15

U-15、U-15 EAST、U-15 WESTの3チーム体制で活動。U-15、U-15 EASTは「高円宮杯JFA U-15関東2部リーグ」に参戦。U-15WESTは「高円宮杯JFA U-15神奈川県1部リーグ」で2位となり、2026シーズンより「高円宮杯JFA U-15関東2部リーグ」への昇格が決定。またU-15EASTは「第40回日本クラブユースサッカー選手権(U-15)大会(全国大会)」に出場。

#### 強化特待クラス

強化特待クラスでは「プロサッカー選手になりたい」という夢を持つ地域の優秀なサッカー少年に対し、質の高いトレーニング環境を提供。U-15、U-18、トップチーム、そして世界へとつなげていくことを目的としています。「U-12ジュニアサッカーワールドチャレンジ」にアカデミー選手が出演。「COPA BELLMARE U-11 PILOT INTERNATIONAL TOURNAMENT」の国際大会にも参加しました。

#### U-15 ガールズ

「JFA U-15 女子関東2部リーグ」を戦い、関東2部リーグ優勝。2026シーズンから関東1部リーグに昇格が決定しました。また関東予選を勝ち抜き、「全日本U-15女子サッカー選手権大会」全国大会への出場権を獲得。女子選手の育成に大きな成果を上げたシーズンになりました。



2025年も選手、スタッフが笑顔で活動を終えられたのは、日頃温かく支えてくださる皆さまのおかげです。9回目を迎えたCOPA BELLMAREでは、ハルメイラス(ブラジル)やJクラブ、地域のトレセンの選手たちが湘南地域で世界を身近に体感できました。ベルトレでは年代・性別を超えた交流を通じて、主体性と強化促進を行っています。各年代で着実に成長し、さらに飛躍していくベースをつくれた年となりました。来年度も引き続きよろしくお願いたします。



平塚 次郎  
フットボール本部  
アカデミーダイレクター/U-18監督

### 活動支援を目的とした 暴れん坊基金



「暴れん坊基金」は湘南ベルマーレフットボールアカデミーの活動支援を目的に設立されました。アカデミー選手の国内外の遠征費用の補助、トレーニング環境の整備、食事や栄養補給など、若い選手の育成に関わる幅広い支援を行っています。



オリジナルユニフォームを通じてクラブとの一体感を育む「暴れん坊プレーヤー制度」、個人・法人からの協賛を募る「暴れん坊会員制度」を設けています。2025シーズンは83件2,809,000円のご支援をいただきました。また、物品や食料品を提供いただく「暴れん坊サプライヤー制度」も設けています。地域とクラブが協働し、次世代の育成を支える仕組みを形成。今後も持続的な支援活動を展開していきます。

## BELLMARE'S PLAYER

湘南ベルマーレは世界や  
トップチームに多くの選手を  
輩出しています。

#### アカデミー出身の トップチーム選手

真田 幸太  
石井 久継  
本多 康太郎

#### アカデミー出身の ワールドカップ代表選手

- 2006 FIFAワールドカップ ドイツ大会  
茂庭 照幸
- 2018 FIFAワールドカップ ロシア大会
- 2022 FIFAワールドカップ カタール大会  
遠藤 航

#### アカデミー出身の オリンピック代表選手

- 2004 アテネオリンピック  
茂庭 照幸
- 2016 リオデジャネイロオリンピック  
遠藤 航



# SPORTS CLUB 湘南ベルマーレスポーツクラブ



NPO



フットサルクラブ

特定非営利活動法人湘南ベルマーレスポーツクラブは、サッカーを中心としたスポーツ文化の振興および子どもの健全育成を目的とする活動を展開する総合型地域スポーツクラブとして設立されました。湘南ベルマーレスポーツクラブでは、子どもからシニアまで幅広い年齢層を対象に、多種多様なスポーツプログラムを提供し、地域住民がスポーツを通じて、身体・心・仲間の成長を実感できる環境づくりを推進してきました。またスポーツを軸とした暮らしの基盤づくりにも取り組んでいます。今後も、地域とスポーツをつなぐハブとして、スポーツの力による暮らしの豊かさ、地域の可能性を一層高めてまいります。

## 活動実績

### サッカースクール



会場数

14 校



スクール生人数

1,743 人

### 年間地域活動数



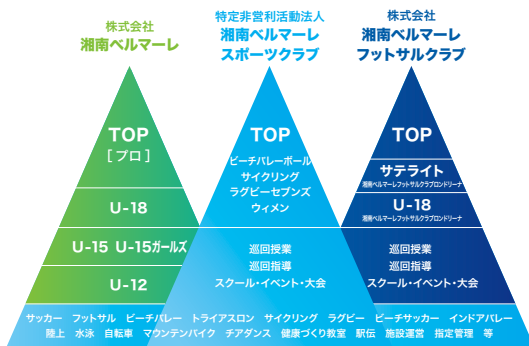
8,730 回

小学校体育巡回授業 約 152 回

## 指定管理業務

NPO法人湘南ベルマーレスポーツクラブは、馬入ふれあい公園（平塚市）、リフレッシュプラザ平塚（平塚市）、上府中公園（小田原市）、開成水辺スポーツ公園（開成町）、中井中央公園（中井町）、柳島スポーツ公園（茅ヶ崎市）の指定管理者となっています。各施設では、施設の貸出だけでなく、多くの方がよりスポーツに親しむ機会創出のため、イベントやレッスンなどを通じ、「ベルマーレだからこそできること」を積極的に提案しています。

## 組織について



※株式会社湘南ベルマーレには「湘南ベルマーレ・スポーツ評議会」という地域・株主・有識者で構成される諮問機関があり、経営の合理性や専門性を高める役割を担っています。

2002年4月、湘南ベルマーレの活動の更なる充実を図るため、株式会社湘南ベルマーレに加え、特定非営利活動（NPO）法人「湘南ベルマーレスポーツクラブ」が新たに誕生。サッカーだけでなく多岐にわたる様々な活動をスタートさせました。

株式会社湘南ベルマーレは男子サッカーのトップチーム、U-18、U-15、U-15ガールズ、U-12の活動を、株式会社湘南ベルマーレフットサルクラブはフットサルのトップチームや、フットサルスクール、イベントなどを運営。NPO法人湘南ベルマーレスポーツクラブでは女子サッカーのトップチーム（ウイメン）、ビーチバレーボール、トライアスロン、サイクリング、7人制ラグビー、そしてフィットネス&コンディショニングの活動などをサポートしています。

また、各種競技の普及活動も幅広く展開し、ヨーロッパの総合型地域スポーツクラブのように多種多様なスポーツをホームタウンの人々が気軽に楽しめるスポーツクラブづくりを目指しています。

各競技チームに所属する選手たちは世界の舞台を見据えています。このスポーツクラブから育った選手が世界の舞台で活躍することが、私たち湘南ベルマーレの大きな願いです。

## 湘南ベルマーレの様々なスポーツ活動実績

### BEACH VOLLEYBALL ビーチバレーボール

所属選手は国内トップカテゴリへの各種大会に出場。また22歳以下の選手の育成やホームタウンでのビーチバレーボール教室を実施。平塚市で定期的に大会も開催しました。

### TRIATHLON トライアスロン

大会参加だけでなく、水泳・バイク・ランニングの普及活動も実施。5～10月は毎週末オーシャンスイム教室を開催し、延べ656人が参加。またバイクやランニングを中心とした連休のトレーニングキャンプを開催。健康促進のため年間を通して中高年向け健康づくり教室やキッズかけっこ教室なども行っています。

### FUTSAL フットサル

「湘南ベルマーレフットサルクラブ」は、Fリーグに所属し、神奈川県小田原市を中心とした西湘地域3市8町を拠点に活動しています。クラブミッションは、スポーツを通じて、機会をつくり、チカラを引き出す『Chance&Empowerment』。競技力を向上し、競技で日本一のクラブになるとともに、地域の社会課題解決事業に取り組み、街のチカラになれるクラブを目指しています。

### CYCLING サイクリング

地域でのトラク練習会やイベントなど、普及事業活動を実施しています。

### RUGBY SEVENS 7人制ラグビー

女子チームは各種大会へ参加。学生を対象としたアカデミー事業を行うとともに、指導者育成にも力を入れています。また「キャピタル ウイメンズ セブンス シリーズ」大会を創設。年4回程度の開催を目指し、継続的に活動しています。

### FITNESS & CONDITIONING フィットネス&コンディショニング

トップアスリートから地域住民まで利用できる鍼灸治療院「湘南ベルマーレコンディショニングセンター」を平塚市・茅ヶ崎市で運営するとともに、行政や商業施設などと連携し、健康維持や体力づくりのイベントへトレーナーを派遣しています。

### CHEERDANCE チアダンス

幼児から高校生を対象としたスクールを開催。JリーグやFリーグのホームゲームでのパフォーマンス披露、大会、地域イベントにも出演しています。

### SOCCER SCHOOL サッカースクール

子どもたちの成長を多角的に支えるため、サッカーの基礎から応用まで段階的に習得できる環境を整えるだけでなく、『そこに落ちているゴミを拾える人間に』を合言葉に挨拶や整理整頓、自ら考えて行動するライフスキルを育てています。また、スクールウェアを着てプレーすることでクラブの一員である自覚と誇りを醸成し、『ベルマーレファミリー』としてのつながりが広がることを目指しています。

### SHONAN BELLMARE WOMEN 湘南ベルマーレウイメン

2018年にU-15ガールズ、2020年にU-18ガールズを開始し、2024年にはU-18がJFA第28回全日本U-18女子サッカー選手権大会に初出場するなど、地域的女子サッカーの普及・振興を推進してまいりました。2025年、さらなる発展を目指し、女子のトップチームを設置する運びとなりました。

神奈川県南西部に広がる9市11町(神奈川県/厚木市、伊勢原市、小田原市、茅ヶ崎市、秦野市、平塚市、藤沢市、大磯町、寒川町、二宮町、鎌倉市、南足柄市、大井町、開成町、中井町、箱根町、松田町、真鶴町、山北町、湯河原町)のホームタウンは、湘南ベルマーレの原点であり、挑戦を支えるフィールドです。これらのエリアでは、サッカーを楽しむ場や地域交流を生む拠点を作り、人とスポーツが自然につながる環境を提供しています。

湘南ベルマーレのホームタウン

**9市 11町 約200万人**



ホームタウン活動実績



選手がまちをPR ホームタウン担当選手制度

ホームタウンの魅力発信と地域連携強化のため、各エリアに担当選手を配置する「ホームタウン担当選手制度」を継続して実施。2025シーズンも担当選手が地域イベントへの参加や自治体の発信に協力し、地域活動を盛り上げる取り組みを展開しました。



湘南ベルマーレ応援給食

2025年1月23日(木)、平塚盲学校で「湘南ベルマーレ応援給食」を実施。幼稚園から高等部専攻科までの児童・生徒22名と交流し、クラブカラーを取り入れた必勝祈願チキンカツカレー、ベルマーレグリーンサラダ、青りんごゼリーなどが提供されました。クラブが地域の子どもたちとつながる貴重な機会となりました。



湘南ベルマーレ算数ドリルを制作

オフィシャルクラブパートナーの荒井商事株式会社様と県内小学校の先生方と連携し、地域の特産品やサッカーの要素を盛り込んだ小学6年生向け教材「湘南ベルマーレ算数ドリル」を制作。平塚市内の全29校・約1,800名の児童へ配布され、平塚市外の教育機関の希望者にも500冊を提供しました。

湘南ベルマーレの普及育成活動

ホームタウン地域で、幅広い世代を対象とした普及育成活動を展開しており、サッカーの技術向上だけでなく、地域社会の一員として成長するための学びの場を作り出すことを目指しています。スクール事業や指導者講習会、学校訪問や学習支援など、2025年は8,730回の地域活動を行いました。今後も多様な取り組みを通じて、子どもから大人までがスポーツを楽しみ、学べる環境づくりに取り組んでいきます。

2025年度の取り組み

小学生年代の指導者講習を実施

地域の子どもたちの指導者育成を目的とした「指導者講習会」を年間を通して実施しています。地域のクラブ指導者や保護者が参加し、ベルマーレフットボールアカデミーのコーチによる小学生年代の指導をテーマごとに実践形式で講習。地域の育成環境を高める取り組みとして今後も継続していきます。



小学校体育巡回授業の実施

ホームタウン9市11町の小学校を対象に、小学校体育巡回授業を行っています。体育の授業の中でベルマーレフットボールアカデミーのコーチが、子どもたちに運動することの楽しさやスポーツから学べるライフスキル(人間力)の向上を伝えることを目的に実施しています。2001年に約60校からスタートし、地域貢献活動の主軸となったこの活動は、小学校や子どもたちの変化に合わせ授業内容を進化させ、今では年間約160校で実施しています。



NEXT ACTION



地域で展開してきた様々な施設を、湘南ベルマーレが掲げるクラブビジョンに基づき、『人生と地域を豊かにする、ベルマーレが根ざす拠点』として再定義します。

『BELLMARE BASE』という名称を冠することで、より地域に密着する意志を示しました。また、ロゴは美しい湘南エリアに根を張る拠点としての存在感をフレームにし、ベルマーレのエンブレムにもある「トライデント」を中心に据えることで、クラブとの関連性をわかりやすく伝えるとともに、シンボルとしての強さを両立しました。

# BELL-BEING サステナビリティ活動



みんなが愛する湘南を、ずっと未来へ輝かせるために。

「夢づくり 人づくり」の輪をもっと広げるために。

私たちはクラブの成長を通じて、人々のBELL-BEINGを実現していきます。

地域の多様な課題に寄り添いながら、みんなの夢中をつなぎながら、

共に輝き合うスパイラルを巻き起こそう。

BELL-BEING = BellmareとWell-being(より良く生きること)を組み合わせた造語

## 健康



## 多様な文化交流



# INNOVATION



## 教育



## 環境



## 防災



BELL-BEINGパートナー





サステナビリティ活動

# BELL-BEING

「BELL-BEING」とは、ベルマーレとWell-beingを掛け合わせた造語で、地域の幸せと未来への貢献を目指すプロジェクトです。欧州の先進事例と同様、湘南ベルマーレも長年多様な地域活動を続けてきました。その実績を基盤に「夢づくり 人づくり」を拡大すべく、環境・教育・健康・多様性多文化交流・防災の5つの重点領域に取り組んでいます。湘南に暮らす子どもからお年寄りまで、誰もが心身ともに満たされ、安心して夢を追える豊かで持続可能な社会を、地域・企業との「協創」で実現します。 ※本プロジェクトは、KPMGコンサルティング株式会社の支援のもと立ち上げ、推進しております。



## 重点領域ごとのアウトカムとKPI

環境・教育・健康・多様性多文化交流・防災の5つの重点領域毎に以下のアウトカムとKPIを設定し、これらの達成を目指して活動を行いました。

マテリアリティ	美しい海や自然を守る 環境	だれもが夢や目標を実現できる 教育	人生100年を輝かせる 健康	やさしく温かな社会をつくる 多様性多文化交流	安全・安心をより身近にする 防災
目標とするアウトカム	<ul style="list-style-type: none"> <li>CO2排出量の削減</li> <li>循環型社会の推進</li> <li>生態系保護の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>子どもたちの自己肯定感が高まる</li> <li>あらゆる人の自己実現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>健康寿命の延伸</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様な他者を知り、交流する機会が増える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>災害時の被害額が減少する</li> <li>災害時の生活確保</li> </ul>
KPI指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>GHG見込み削減量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>夢を持つ子どもの割合</li> <li>自己肯定感向上率</li> <li>継続参加意向率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>運動実施意向向上率</li> <li>スポーツ観戦意向向上率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様性多文化共生浸透率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>防災訓練参加意向向上率</li> <li>危機管理意識の浸透率</li> </ul>
共通指標：活動回数・活動参加人数					
SDGsのゴール					

※KPIには、各マテリアリティにおける活動への参加状況等を示す実績指標と、アンケート等による意識・理解度の変化を示す指標が含まれています。

## スパイラル指標

活動回数、活動に参加した人数、共創してくれたパートナー数を「スパイラル指標」と定義。2025年度の活動回数と参加人数は以下のとおりです。

活動回数

383回

活動参加人数

246,443人

共創パートナー数

66社

## SROI 評価

BELL-BEING活動で特に注力している代表的な活動については、創出される社会価値を算定・評価するため、SROI評価をKPMGコンサルティング株式会社の支援のもと実施いたしました。

### SROI（社会的投資収益率）とは？

投資したコストや資源に対して、どれだけの社会的価値が創出されたかを示す指標です。

$$SROI = \frac{\text{社会的価値の貨幣価値換算総額}}{\text{活動実施の投入コスト}}$$

### SROI分析のステップ

- STEP ① 活動の目的・最終ゴールの明確化
- STEP ② ロジックモデル作成 ゴールに至る成果を整理
- STEP ③ 活動の成果をアンケートで調査
- STEP ④ 社会的価値総額の算定(貨幣価値換算)
- STEP ⑤ SROI算定

活動と投入コスト	SROI算定例	
	活動コスト 1,000万円	活動コスト 900万円
創出する社会価値	サステナビリティに対する興味・関心度合いが向上した人の割合 <b>92%</b>	活動を通して、自己肯定感が向上した人の割合 <b>73%</b>
貨幣価値換算	多様性や多文化を理解し、互いを尊重し合う重要性を認識した人の割合 <b>82%</b>	文化や言語が異なる人との交流に興味・関心を持った割合 <b>86%</b>
	社会的価値総額 <b>2,300万円</b>	社会的価値総額 <b>2,830万円</b>
	<b>SROI 2.30</b>	<b>SROI 3.14</b>

※ SROIには統一的な評価基準は設けられていないものの、SROIが1.0を超える場合、投資コストを上回る社会的価値が創出されていると評価される。



## 美しい海や自然を守る 環境

湘南の海と自然を守るため、清掃活動に加え、今後はJリーグ気候アクション(SPL)と連携し、脱炭素の取り組みに挑戦していきます。環境活動や地域の未来に関心のあるファン・サポーターならびに企業のご担当者様、ぜひその力をお貸しください。

### アウトカム① GHG排出量の削減

活動回数 **99回** 活動参加人数 **192,964人**  
GHG削減量(見込み) **約 1,095 kg**

### アウトカム② 循環型社会の推進

活動回数 **51回**  
活動参加人数 **187,862人**

### アウトカム③ 生態系保護の推進

活動回数 **20回**  
活動参加人数 **4,016人**



GHG排出量の削減 生態系保護の推進

## LEADS TO THE OCEAN

### VERSION3

活動回数

**19回**

活動参加人数

**3,897人**

2015年から「海にゴミは行かせない!」を合言葉に、ホームゲーム開催時にスタジアム周辺のゴミ拾い活動をサポーターと実施。第24節は同じくLTO活動に取り組む対戦相手のセレッソ大阪とコラボして実施しました。



## だれもが夢や目標を実現できる 教育

ピッチ外でも夢やキャリアを描ける機会を皆さまと共にさらに広げたい。立場を越えて学び合う「人づくり」の場を充実させるため、ファン・企業の垣根を越え、ぜひこの輪に加わってください。

子どもたちの自己肯定感

あらゆる人の自己実現

### アウトカム④ 子どもたちの自己肯定感が高まる

活動回数

**88回**

自己肯定感向上率

**56.1%**

活動参加人数

**5,489人**

継続参加意向率

**88.6%**

### アウトカム⑤ あらゆる人の自己実現

活動回数

**92回**

夢を持つ子どもの割合

**67.9%**

活動参加人数

**5,683人**

継続参加意向率

**91.3%**

## TEAMMATES 活動

2019年から長期治療を必要とする子どもの自立支援とコミュニティの創出を支援。2025シーズンは玉木結人くんが選手として入団。第36節アルビレックス新潟戦では、結人くんがデザインした「『湘南魂』チャリティーTシャツ」を数量限定で販売しました。



## BELL-BEING カンファレンス

3月に「湘南BELL-BEINGカンファレンス」を開催。「スポーツ×サステナビリティ」をテーマに、教育機関・企業・行政・専門家の皆さまとともに、湘南ベルマーレをはじめとするスポーツとサステナビリティ活動の価値や可能性について探究しました。



## サステナトレセン Project.

「世界はたのしく変えられる」を合言葉に、地域の次世代のサステナビリティ人財を育成する教育プログラム。「夢づくり 人づくり」をミッションに掲げる湘南ベルマーレと、地域のSDGs/サステナビリティを推進する「サステナイレブン企業」や行政が連携し、小学校の探究学習授業の中で、地域の未来を担う「サステナプレーヤー」を育てます。2024年度は、湘南ベルマーレと「持続可能な地域づくり」に関する連携協定を結ぶ茅ヶ崎市の浜須賀小学校、東海岸小学校にて実施しました。

※「サステナトレセンProject.」は株式会社shikakeruの商標です



## サステナトレセン成果発表会

2024年度実施校の全生徒が茅ヶ崎市民文化会館・小ホールに集い、「サステナイレブン企業」の大人や保護者を前に、2校4組・合計8つのアイデアを発表。最後は会場の全員で「ベルマーレビッグウェーブ」を歌って閉会となりました。



参加人数

**300人**

夢を持つ子どもの割合

**62.5%**

自己肯定感向上率

**42.2%**

社会的価値総額 **3,076** 万円 | SROI 評価に基づく価値 **5.20**



サステナビリティ活動

# BELL-BEING

## 人生100年を輝かせる 健康

久光重貴の遺志を核に、がん啓発や医療支援など、命と向き合う活動「ヒサと共に。」を深めています。誰もが輝ける社会へ、支援の輪をもっと広げるために。ファン・企業の皆さま、共に支え合うアクションを起こしましょう。

### アウトカム⑥ 健康寿命の延伸

活動回数

247回

活動参加人数

48,269人

運動実施意向向上率

72.4%

スポーツ観戦意向向上率

60.5%



健康寿命の延伸

活動参加人数

12,769人

### ヒサと共に。

肺がんを患いながら湘南ベルマーレフットサルクラブでプレーを続け、2020年12月19日に逝去した故・久光重貴の想いや取り組みを引き継いだ「ヒサと共に。」を9月23日(火・祝)川崎フロンターレ戦で実施。がんの啓発活動や小児病棟への慰問活動「フットサルリボン」を紹介いたしました。

## 安全・安心をより身近にする

# 防災

Jリーグが開催している「ソナエルJapan」を活用し、楽しく防災を学ぶ場を広げます。備えを日常に変え、いざという時に助け合える地域にするために、安心できるホームタウンを皆さまと守るために、ファン・企業の皆さま、ぜひ共に「備え」を始めましょう。

### アウトカム⑧ 災害時の被害額が減少する

活動回数

2回

活動参加人数

312人

災害時の被害額  
が減少する



## 地震体験 & キッズ 初期消火体験

Jリーグ「ソナエルJapan杯2025」の一環で、防災を身近に体感・体験していただくためのイベントを開催。

## やさしく温かな社会をつくる 多様性多文化交流

障がいの有無や国籍、世代を越えて混ざり合う場を広げます。互いの違いを尊重し、心の壁のない社会にするために。ファン・企業の枠を越え、多様な個性が輝くやさしく温かな未来を、ぜひ共に創りましょう。

## 2025 COPA BELLMARE U-11 PILOT INTERNATIONAL TOURNAMENT



2000年から続く「COPA BELLMARE」は、U-11年代を対象とした伝統ある国際サッカー大会として、長年真剣勝負と国際交流の場を提供してきました。本大会は多くのプロ選手を輩出。オリンピック・リヨン所属のエンドリッキ選手(ブラジル代表)は2017年大会に10歳で来日しMVPを獲得。勝負だけでなく国境を越えた交流を通じて、子どもたちの夢と可能性を世界レベルへと広げる湘南ベルマーレが誇る次世代育成プロジェクトです。

### アウトカム⑦ 多様な他者を知り、交流する機会が増える

活動回数

5回

活動参加人数

835人

多様性多文化共生浸透率

78.6%

多様な  
価値を知り、  
交流する機会が  
増える

活動参加人数

384人

多様性多文化共生浸透率

93.3%



夫馬 賢治

Jリーグ理事  
株式会社ニューラル CEO



私たちの社会では、様々な課題が顕在化してきています。その中で、各地域で一丸となって前向きに解決策を講じていくためには、企業、市民、行政、団体などの力を結集できる「ハブ」のような存在が必要になると感じています。Jリーグの30年を超える歴史の中で、地域をホームタウンとするJクラブは、多くの関係者に支えられ、愛されて、発展してきました。そして地域の「ハブ」としての役割を着実に積み上げてきました。その「ハブ」を社会課題の解決へと昇華させようとする湘南ベルマーレの「BELL-BEING」に、僕も大いに注目しています。

### プロフィール

サステナビリティ経営の専門家として複数の上場企業や機関投資家の社外取締役やアドバイザーを務める。2021年にJリーグ特任理事に就任。農林水産省・環境省・厚生労働省・経済産業省・スポーツ庁や自治体の有識者委員を歴任。信州大学グリーン社会協創機構特任教授、ハーバード大学大学院サステナビリティ専攻修士、サンダーバード・グローバル経営大学院MBA、東京大学教養学部卒。

社会的価値総額 **3,937**万円

SROI評価に基づく価値 **2.33**

# PARTNERSHIP

パートナーシップ



湘南ベルマーレではクラブをハブとして、パートナー企業様と地域をつなげる様々な取り組みを行っています。湘南ベルマーレに関わる、すべてのステークホルダーの成長を加速させていただきます。

湘南ベルマーレが目指すパートナーシップ

## 夢づくり、人づくり。

人生と地域を豊かにする、  
スポーツ文化が根ざしている世の中

### パートナー企業

- 事業拡大
- マーケティング
- 商品開発
- 新規事業
- 人材育成・採用
- 福利厚生
- 社会貢献
- サステナビリティ

### 湘南ベルマーレ

- クラブ
- 選手
- ファン
- サポーター
- スタジアム
- 20市町のホームタウン
- 社会連携

### ホームタウン地域

- 神奈川県南西部の9市11町
- 約200万人が住む湘南エリア
- 豊かな自然と環境
- 豊富な食材
- グルメ

## 湘南ベルマーレがつなく、 企業と地域の“加速する共創”

湘南ベルマーレのパートナーシップの根底にあるのは「スポーツの力で、人と企業と地域を共に育てる」という思いです。クラブは単なる競技団体にとどまらず、企業の挑戦を後押しし、地域に息づく多様な文化や暮らしと企業の価値をつなぎ直すハブの役割も果たしています。スポーツと経済とコミュニティがひとつにつながる“共創の循環”をさらに大きく、持続的なものへと育てることで、誰もが誇りを持てる地域社会の未来を創り出します。



香西 大地  
営業本部 / 第一営業部  
部長

サポートコーポレーションは、湘南ベルマーレを身近に感じていただくための最初の協賛メニューです。クラブへの理解がこれから深まっていく企業様でも参加しやすく、興味や関心を育てるきっかけとなります。協賛金はチーム運営に加え、ホームタウンでの地域活動や次世代育成にも活用いたします。試合観戦や交流の機会など特典も幅広く、地域貢献、社員の福利厚生、企業ブランディングにつながる協賛制度です。ぜひ共創の循環に加わってください。

479  
社・人

## SUPPORT CORPORATION

### サポートコーポレーション

私たちクラブの柱であり、最大の力である「サポートコーポレーション」では、多くの方にご参加いただけるよう、5つのコースを用意しています。ご協賛いただいた方々に特典として、オリジナルのペナントやステッカー、シーズンポスターの進呈、ホームゲーム入場ゲート、クラブ公式サイトへの

社名掲載、クラブが主催する様々なイベントへの参加権(会費制)も付与されます。また観戦チケットの引換券もコースに応じた枚数をお渡ししています。プレミアムコースには、クラブマスコットとオリジナルロゴの使用権・呼称権も付与されるなど、地域を盛り上げる様々な特典を用意しています。



詳細・お申込みはこちらから▶

179  
社

## PARTNER

### パートナー

パートナー企業様が抱く“叶えたい未来”は、それぞれに違います。湘南ベルマーレは、その想いに寄り添いながら、目的に応じた2つのアプローチを用意しています。企業の成長と地域に根ざしたパートナーシップを共に形作っています。現在、オフィシャルクラブパートナー数は179社になります。

### 広告協賛型

社名やサービス名をユニフォームに掲載することができます。ユニフォームに掲載されることで試合会場でのファンへの認知に加え、試合やニュースでのテレビ放映、DAZN配信、湘南ベルマーレが発信するSNS・ポスター・ニュースリリース、対戦相手が発信する媒体、イベント出演など、試合の枠を超えた継続的な認知獲得を実現します。また、試合会場の看板広告、クラブ公式SNSでの発信、冠試合企画などをご用意し、多彩なコミュニケーション設計を可能にしています。

### 課題解決型

クラブが持つ地域やパートナー企業様とのネットワークを活かし、事業・採用・組織・ブランドなど、企業が抱える様々な課題解決に取り組んでいます。

### 共創事業開発

クラブのアセットを活用した商品の開発や、パートナー企業様同士の共同開発を行っています。誕生した商品やサービスは発信までクラブがサポートし、認知向上やブランディングにつなげていきます。

### 採用強化

クラブのアセットを利用し、採用につながる取り組みを提案。スポーツ業界志望の学生とパートナー企業様をつなげるキャリアワークショップや、ホームゲーム来場者にパートナー企業様を紹介するお仕事紹介フェアを開催しています。

### 新規顧客獲得

新たなネットワーク創出の場として、湘南ベルマーレではパートナー企業様同士の交流の場を設けています。シーズン開幕前の「キックオフパーティー」、終了後の「シーズンエンドパーティー」のほか、ゴルフコンペや選手によるトークショーも開催しています。

### サステナビリティ

2025シーズン、サステナビリティ推進プロジェクト「BELL-BEING」が始動。5つの注力テーマのもと、様々な取り組みを行い、多くのパートナー企業様から賛同をいただきました。活動の詳細はBELL-BEINGページ(P10~)を参照ください。

### 福利厚生

ご指定いただいた試合を、企業名を冠した「スペシャルデー」として開催することが可能です。また試合当日、従業員の皆さまの企画したイベントを行うこともできます。企画・実行を通して社内コミュニケーションが円滑になったとお声もいただいています。



詳細・お申込みはこちらから▶

## パートナー企業と共に取り組みを紹介する対談企画

### SHODAN — 湘談 —

湘南ベルマーレは、2000年に市民クラブとして再スタートして以来、多くのホームタウンの皆さまやパートナー企業様に支えられながら、スポーツの力で地域を明るく元気にする取り組みを続けてきました。変化し続ける未来に向けて、クラブ・パートナー・サポーターが共に喜び、共に乗り越え、湘南に笑顔をお届けしていく。その思いを形にしたパートナー対談企画「SHODAN — 湘談 —」を公式サイトで公開中です。クラブとパートナーが互いの想いや価値観を共有し、地域の未来をどう共創していくかを本音で語り合うことで、次の可能性を共に見つけ、絆をより強いものへと育てています。

SHODAN  
— 湘談 —



## 1日で1,410リットル販売!

### サンクトガーレンと共に

### Jリーグ&クラフトビールの文化を醸成

オフィシャルクラブパートナーであり、地元のクラフトビールメーカーであるサンクトガーレン様と連携し、クラブオフィシャルクラフトビール「ベルマーレビール」をシーズンを通じて提供。試合観戦におけるクラフトビールの楽しみ方を広げました。湘南ベルマーレオリジナルラベルの瓶ビールは関連イベントや地域の店舗でも取り扱われ、地域とクラブとの接点にもなりました。この協働はファンの購買促進と地域企業の価値を高める取り組みとなりました。



2004年に始まった「湘南ベルマーレ×産業能率大学コラボレーションプロジェクト」が2025年度も実施され、学生・クラブ・パートナー企業様が一体となった価値創造型の取り組みを加速させました。2025年度は学生がクラブの200社以上のパートナー企業を分析、課題抽出・企画提案から実施、効果検証に至る一連のプロセスに挑戦。スポーツビジネス現場を舞台に、広告協賛を超えた共創を行いました。その象徴が冠試合「産業能率大学スペシャルデー2025」として開催されたファジアーノ岡山戦、京都サンガF.C.戦で実施された企画「チームに届け!感謝の主張」。学生が企画から運営まで主体的に関わり、サポーター参加型の演出やスタジアムでの交流施策が来場者から高い評価を得ました。



## 2025年度 パートナー企業との取り組み

2025年度、湘南ベルマーレが  
パートナー企業と行った連携の一部を  
ご紹介します。



## 70人が参加した無農薬の田植え体験 親子・クラブ・地域が一体に

オフィシャルクラブパートナーのオーダーカーテンポビー様から、「地域をより良くするために、湘南ベルマーレのファン・サポーターの皆さまの力を結集して、地域の無農薬米をサステナブルに守れないか」とのご相談をいただき、平塚市内の田んぼで無農薬米「はるみ」を使った「湘南のお米づくり年間体験会」を昨年に引き続き実施。昨年を上回る約70名が田植えに挑戦。クラブOBのほかスペシャルゲストとして、パース・グローリーFC所属(当時)の岡本拓也選手も参加。「どろんこサッカー」も実施し、身体を動かす楽しさなども体験してもらいました。



# PARTNERSHIP

パートナーシップ



## 産業能率大学の学生との コラボレーションプロジェクト



## ファン2,000人が集結!

## THE OUTLETS SHONAN HIRATSUKAと 様々なイベントを共催

オフィシャルクラブパートナーのTHE OUTLETS SHONAN HIRATSUKA様とは地域のにぎわい創出とクラブの認知拡大を目的とした様々なイベントを開催。アウェイゲームのパブリックビューイングや、小学1~2年生を対象にしたキッズ交流戦など、スタジアム以外でもクラブに触れられる機会を提供。また、「ジ アウトレット湘南平塚スペシャルデー」では選手との写真撮影やプレゼントキャンペーンなども実施。日常的な接点づくりとファンベースの拡大に寄与するとともに、施設の集客・回遊促進にも貢献する取り組みとなりました。



## フジタと湘南ベルマーレが歩む新たな10年

## 地域をひとつにつなぐ“共創”の力

クラブの歴史を支え、地域の未来を共に描くパートナーとして、株式会社フジタ（以下フジタ）と湘南ベルマーレは、スポンサーとクラブという枠を超え、数々の挑戦を積み重ねてきました。来季にはユニフォームパートナー10周年を迎えようとする今、これまでの歴史と、今後も続く共創の先に見据えるものについてお話しいただきました。

**風村** 2017年から始まったユニフォームパートナーも2026年には10年目を迎えます。

**高柳** 弊社は元々ベルマーレ平塚の親会社として経営に携わっていましたが、経営不振から1999年に断腸の思いで撤退した経緯があります。ただ、弊社には元選手やベルマーレと縁の深い社員も多かったので、2017年の「フジタスペシャルデー」で、弊社社長の奥村（洋治）が「（ベルマーレとフジタは）泣き別れた兄弟みたいなもの。また、ベルマーレを応援できるのは大感激」と挨拶をしたことに胸が熱くなった社員も多かったと聞いています。

**風村** 当時の御社内では「フジタが戻っていいのか」という声もあったと伺っています。ただ、「Jリーグ参入のために芝生席を現在のスタンドに作り替えてくださったのも御社ですし、撤退時もチーム存続のために負債を残さず、練習環境もそのまま残してくださいました。そのときの感謝の気持ちは、クラブもサポーターも覚えていますから、パートナー復帰はクラブとしては喜びしかありませんでした。

**高柳** 弊社では社員向けに様々な企画を行っていますが、湘南ベルマーレのプレゼント企画は告知して数分で応募が殺到するほど、社員が熱を持って応援しています。

**風村** グリーンオーシャンナイトの際には約500名の社員、関係者の方々が足を運んでくださって、奥村社長も熱意のこもったゲストトークで喝を入れてくださり、「さあ、全員で勝利をつかみに行くぞ!」という空気を作ってくさっていると感じています。

**高柳** こちらこそ、今年のグリーンオーシャンナイトでは、サ

ポーターの方が「これからもフジタと共に」という横断幕を掲げてくださって、非常に感動しました。

**風村** これはクラブが仕掛けたことではなく、サポーターの方が我々を飛び越えて、感謝を示しているんです。SNSでも自然にハッシュタグが生まれ、むしろ我々がその流れに乗って企画化したほどです。

**高柳** 弊社は様々な形でスポーツ協賛を行っていますが、スポーツには他のコンテンツよりも、世代や性別、障がいに関わらず、心をひとつにできる瞬間があると考えています。フジタでは「自然を 社会を 街を そして人の心を豊かにするために フジタは たゆまず働く」という企業理念を掲げ、地域と一体になって街づくりや課題解決に取り組んできました。ただ建物を建て、街を造るだけではなく、地域の皆さまが集い、賑わい、ひとつになる街づくりをしていきたいという思いがある。だからこそ地域の皆さまが感動を共有できる、スポーツのちからに私たちは大きな意義を感じています。

**風村** 弊社が企画した「グリーンオーシャンナイト」には2024年から協賛いただいています。我々は2030年までに売上35億円を達成する計画があります。そのためにはそれまで以上に広く地域の皆さまに集っていただくことが大切だと考え、様々な施策を打ち出しています。そのなかでもグリーンオーシャンナイトは柱となる企画で、将来的には火花大会のように湘南地域に欠かせない夏のイベントにしたいという思いで立案しました。地域を巻き込んだイベントにしたいと考えたときに、真っ先にフジタ様にご相談させていただきたいと思いました。

**高柳** 最初にご提案をいただいたとき、当時の担当者は「湘南の皆さまに喜んでもらえる新しいイベントを絶対にやりたい」という熱意に心を動かされたと言っていました。スタジアムが



株式会社フジタ 管理本部  
広報室

### 高柳 知里

2020年4月株式会社フジタ入社。東京支店の工務部門で予実管理や作業所支援などを担当し、2024年5月より現職。スポーツ協賛やイベント運営を中心に、社内報や広告デザイン制作などを担当している。

緑一色に染まる光景を見て、クラブの皆さまの苦労も想像し、私も思わず涙ぐんだほど良いイベントで、携われて本当に良かったと思っています。それに伴い、湘南の海をきれいにするビーチクリーンイベントも開催し、地域の方と一緒にできる機会も得ました。そして弊社としては、地域の方を第一に考えて、どのような取り組みができるのかを模索するクラブの姿勢に、多くのことを学ばせていただきました。

**風村** こちらこそビッグイベントへのご協賛ということもあり、膨大な確認作業がありました。非常に情熱を持って一緒に作り上げてくださり、感謝しています。イベント当日も皆さまが熱意を持って動いてくださって、私は勝手に戦友だと思っていますし(笑)、クラブとしてもこれまで社内にはなかった価値を創出できたと感じています。

**高柳** 2025年は、弊社が長年取り組んでいるプロジェクト『築育』にご協力をいただきました。次世代の子どもたちに、ものづくりの楽しさ、街づくりの大切さ、自然環境への配慮を伝えることは建設業であるフジタの責務だと考えて始まった活動です。

**風村** 会食の席で担当者が、会場がJヴィレッジで、JFAも協力をされるイベントがあると聞き、その場で「ぜひ協力したい」とお願いしたんですね(笑)。

**高柳** そうなんです。急遽決まったお話でしたが、3人の元選手にも来ていただきました。これまでは建設現場の見学やセミナーなど、目に見えるハード面を伝える内容が主体でしたが、今回はアイマスクを使ったブラインドサッカー体験などを通じ、スポーツを持つ“人

と人をつなぐ力”や“一体感”といった目に見えないソフト面についても伝えることができました。参加者にも好評をいただき、築育活動の幅が広がったと感じています。

**風村** 元選手たちは現在営業部に所属してまして、相談したら即決で「行きたいです!」と手を挙げてくれたんです。本人たちもすごく楽しかったとも言っていました。

**高柳** 湘南ベルマーレの皆さまは、サポーターや参加者の方々が喜んでくれることを第一に考えていらっしゃるんですね。「フジタスペシャルデー」でも社内のアイデアだけでは限界があるなか、情熱を持って提案してくださる。また2025年は私たち広報室だけでなく、別部署から派生した取り組みもありました。こうして共創の輪が広がるのもお互いの情熱があるからこそだと感じています。

**風村** グリーンオーシャンナイトの資源循環企画ですよね。湘南ベルマーレでは「BELL-BEING」というサステナビリティ活動を行っていますが、フジタ様のサステナビリティ戦略と重なるテーマがいくつかありました。そのなかで、御社が資源循環の取り組みをされていると、別のイベントで偶然お会いした社員の方から伺い、グリーンオーシャンナイトでぜひ一緒にやりましょうという話になりました。

株式会社湘南ベルマーレ 事業本部  
ブランド & メディア部 部長

### 風村 ひかる

藤沢市に生まれ育つ。大学在学中にサポーターとしてスタジアムへ足繁く通う。2016年株式会社湘南ベルマーレ入社。スタジアム飲食事業、社会連携担当を経て、2024年1月より現職。集客企画の立案やサステナビリティなどを担当。



Daiwa House Group

株式会社フジタ

東京・千駄ヶ谷に本社を置く、1910年創業の総合建設会社。現在は大和ハウスグループに属し、社員数約3,400名(2025年4月時点)。建築・土木工事、都市開発、インフラ整備に加え、再生可能エネルギーや建設ロボットなどの先端技術分野にも取り組み、持続可能な社会の実現に貢献。

使用済みのタオルマフラーやユニフォームを会場で回収し、資源循環の仕組みを活用してグッズ化し、サポーターへとプレゼントする企画です。スタジアムにはキャパシティの制約もあり、イベントだけを大きくしても、どこかで頭打ちになる可能性があります。だからこそ関わる人を広げ、みんながひとつになって持続可能な取り組みを行い、新しい価値を生むことが大切だと考えています。

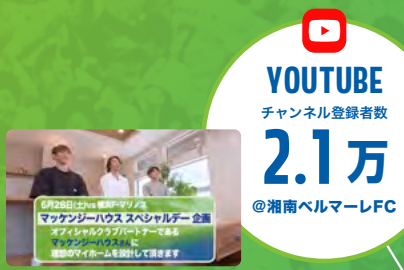
**高柳** 私は「共創」に使われている“創”という文字は、まさに新たな価値を生み出すときに用いられる文字だと考えています。湘南ベルマーレさんと一緒にするなかで感じたのは、弊社とクラブだけのWin-Winではなく、サポーターの皆さま、地域の皆さま、携わるすべての方々が一緒になって喜ぶことが「共創」の意義であり、持続可能なアクションだということです。特にスポーツには、街を明るくし、元気になる力があります。今後もフジタは湘南ベルマーレさんとの共創を通じて、地域・社会の皆さまと共に歩んでいきたいと考えています。

**風村** 次年度以降も様々な取り組みを通して、フジタ様との新たな歴史を作っていきたいと思っていますので、引き続きよろしくお願いたします。



# FAN BASE ファンベース

湘南ベルマーレでは、試合だけでなく、SNSやイベントを通じて、サポーターとの交流を深めています。ファン参加型の企画やスタジアムでのイベントを行うことで、デジタルとリアルを融合させ、クラブ、サポーター、地域との一体感を高めています。



**YOUTUBE**  
チャンネル登録者数  
**2.1万**  
@湘南ベルマーレFC

オフィシャルプレミアムパートナーの株式会社マッケンジーハウス様の冠試合「マッケンジーハウススペシャルデー」の開催に合わせ、YouTubeでは特別コラボ動画を配信。根本凌選手、田村蒼生選手、鈴木雄斗選手の3選手が「夢のマイホーム」をテーマに語り合いました。



**X**  
フォロワー数  
**18.7万**  
@bellmare\_staff

キングベル1世 @kingbell\_shonan  
ベルマーレフードパーク @bellmare\_food  
湘南ベルマーレ営業部 @bellmare\_sales  
ベルマーレフットボールアカデミー @bellmare\_acad

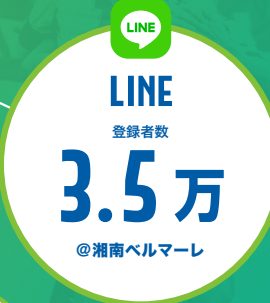


**TIKTOK**  
フォロワー数  
**1.3万**  
@bellmare\_official



**INSTAGRAM**  
フォロワー数  
**6.1万**  
@shonan\_bellmare  
@bellmare\_goodsofficial

**SNS**  
各種SNSの公式アカウントでは試合速報や舞台裏を発信。フォロワー参加型のキャンペーンを行うことで、双方向の交流を創出しています。



**LINE**  
登録者数  
**3.5万**  
@湘南ベルマーレ



**松本 麻希**  
事業本部 / ブランド&メディア部  
コミュニケーション戦略担当

2025シーズンは、これまでより発信のタイミングやクリエイティブのクオリティにもこだわり、試合に関する情報だけでなく、イベントや日々の出来事、キャンペーン企画を通して、ファン・サポーターの皆さまに湘南ベルマーレの魅力や情報をお届けしてきました。

来シーズンは、ファン・サポーターの皆さまがクラブの魅力を発信しやすくなるような参加型の企画にも積極的に取り組んでいきたいと考えています。ぜひ各種SNSのフォローをよろしくお願いたします！



**FACEBOOK**  
フォロワー数  
**2.2万**  
@湘南ベルマーレ【公式】

※各SNSのフォロワー数は2025年11月末日時点の数字です

## オフィシャルファンクラブ ベル12

招待券や会員限定グッズなど、応援体験を深める各種特典を用意。また小中高生の会員を対象とした選手カードのプレゼントも人気を集めています。2025シーズンは10,142名と過去最多入会者数を達成しました。

## THE SHONAN OCTOBER FES

9月23日(火)第31節川崎フロンターレ戦に合わせ、湘南ベルマーレ初のオクトーバーフェスを平塚市総合公園で開催しました。ホームタウンである厚木市、小田原市、茅ヶ崎市、湯河原町、平塚市、開成町の



クラフトビールとスタジアムグルメを用意。観戦チケットを持たない人も参加でき、試合後まで営業を行うことで、地域の方々や多くのサポーターにご来場いただきました。

## あなたの願い叶えます キャンペーン

7月7日(月)、公式Xでは七夕にちなみ、フォロワー1名の願いを叶える「あなたの願い叶えます」キャンペーンを実施。2025シーズンは「難病で入院する長男にベルマーレの試合を観戦させたい」というポストに、多くのサポーターが賛同。11月8日(土)の新潟戦にご招待をさせていただき、当日はスタジアムで勝利の瞬間を見届けていただきました。



## クラブカンファレンス

クラブとサポーターが意見を交わし、信頼関係を深めることを目的に、年2回「ベルマーレクラブカンファレンス」を開催しています。2025シーズン、従来のカンファレンスがクラブ側からの説明中心に偏っていたことへの反省から、今後はより双方向の意見交換を重視する方針を示し、未参加者にもレポート形式で情報共有すること、少人数によるワークショップ形式の対話の場を設ける方針も発表。今後も湘南ベルマーレは、クラブとサポーターが共に歩む、開かれた運営を目指していきます。

## GREEN OCEAN NIGHT Supported by FUJITA

夏の恒例イベント「グリーンオーシャンナイト」は、湘南の人が湘南をもっと好きになるような、「湘南の夏の特別な一夜」をテーマに生まれたスペシャルイベント。8月31日(日)第28節のガンバ大阪戦にて、株式会社フジタ様のサポートにより、レモンガスタジアム平塚で開催いたしました。来場者全員に特製ユニフォームを配布し、光の演出ではスタジアムがライトグリーンに染まりました。またサステナブルな取り組みとして、ユニフォーム回収ブースも設置。回収したユニフォームはグッズに資源循環され、ホーム最終節で来場者に配布されました。選手直筆サイン入りユニフォームや、選手フォトセッションの抽選なども行いました。来シーズン以降もさらにファンとの交流が深まるよう進化をさせていきます。



営業収入は2025年3月期に2,895百万円を達成しましたが、選手人件費等の増加により当期純利益は-153百万円となりました。一方、2025シーズンの観客動員数は平均11,431名を記録し昨シーズンより増加。JリーグID登録者は平塚市・藤沢市を中心としたホームタウン在住の皆さまにご登録いただきます。今後も皆さまの熱いサポートを原動力に満員のスタジアムを作り上げ、収益と勝利の好循環を生み出していきます。

### 決算数値

経営成績 単位:百万円(端数切捨て表示)

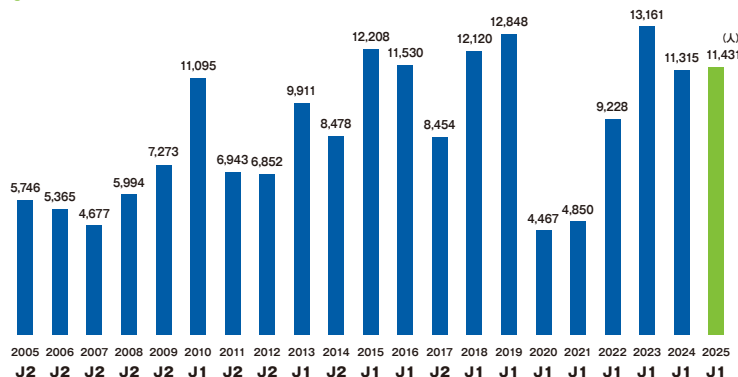
	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
営業収入	2,188	2,178	2,477	2,812	2,895
(入場料収入)	161	229	370	523	475
(広告料収入)	1,108	1,229	1,310	1,287	1,309
(Jリーグ配分金)	417	359	380	276	290
(その他営業収入)	501	360	416	726	819
営業費用	2,333	2,312	2,462	2,786	3,045
(販管費)	708	511	542	612	684
営業利益	▲144	▲133	14	25	▲149
経常利益	▲137	▲121	10	31	▲153
特別利益	157	124	6	0	1
特別損失	9	0	0	0	0
当期純利益	1	1	15	24	▲153
繰越利益剰余金	▲936	▲935	▲919	▲895	▲1,048

### 財政状態

経営成績 単位:百万円(端数切捨て表示)

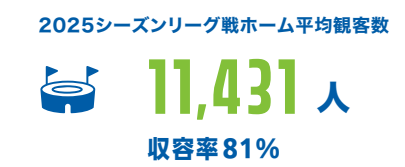
	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
総資産	1,333	1,276	1,422	1,384	1,238
総負債	1,220	1,162	1,293	1,230	1,238
純資産	112	113	129	153	0
資本金	709	709	709	709	709

### リーグ平均観客動員数



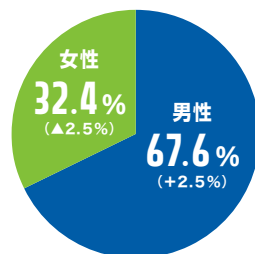
国立競技場でのホームゲーム開催1試合含む

### スタジアム動員人数

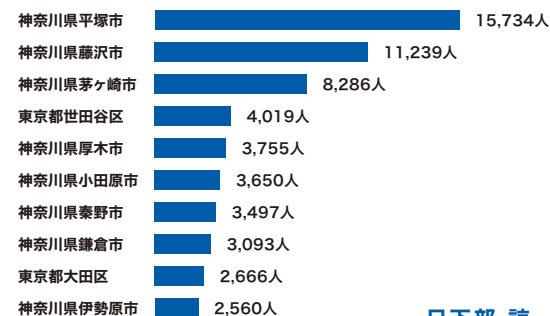


### 2025 JリーグID会員レポート 2025年11月末日時点登録者数 200,111人

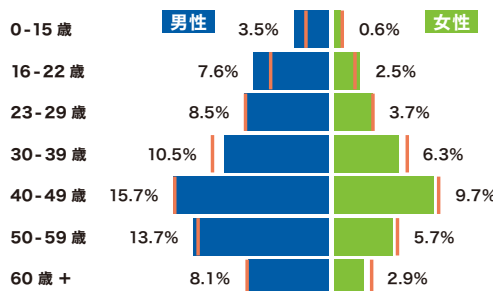
#### 男女比 ※( )内はJリーグ全体との比較



#### JリーグID登録者数 市区町村シェア TOP10



#### 性別年代 オレンジのライン=リーグ平均



日下部 諒

事業本部 / toC事業部



2025シーズンはJリーグIDを基盤としたお客さまの購買行動管理を重点的に推進しました。特にAIを活用した来場予測モデルの構築を強化。試合ごと、そして個人ごとの来場確率を算出。それぞれのお客さまに最適なタイミングで適切なアプローチを行う集客施策を展開し、データに基づいた効率的で効果的なコミュニケーションを実現。来場確率の高い方への重点的なアプローチと、離反リスクのある方への再来場促進施策の両立を図りました。今後はより精緻なファンエンゲージメント戦略を展開していきたいと考えています。

# 2025 SHONAN BELLMARE OFFICIAL CLUB PARTNERS



発行日：2026年1月 発行：株式会社湘南ベルマレ 協力：KPMGコンサルティング株式会社 (P10-13) 制作：株式会社インフォバーン  
編集：林田順子 デザイン：鈴木彩子 撮影：藤牧徹也 (P16-17)