



SHONAN BELLMARE

IMPACT REPORT 2026

湘南ベルマーレ インパクトレポート 2026

たのしめてるか。

目次

01 湘南ベルマーレが目指す未来

1. トップメッセージ	02
2. ベルマーレの基本理念・ミッション	03
3. BELL-BEING	04
4. ホームタウン	05
5. サステナビリティ活動におけるこれまでの歩み	06
6. 本レポートの発行背景	07

03 各テーマにおける取り組みと共創事例

1. サマリー（インパクト創出実績）	16
2. 「テーマ①環境」における取り組みおよびそのインパクト	17
3. Sport Positive Leaguesへの参加	18
4. 「テーマ②教育」における取り組みおよびそのインパクト	26
5. 「テーマ③健康」における取り組みおよびそのインパクト	29
6. 「テーマ④多様性多文化交流」における取り組みおよびそのインパクト	30
7. 「テーマ⑤防災」における取り組みおよびそのインパクト	31

02 ミッション実現に向けて

1. BELL-BEING活動 基本方針	09
2. BELL-BEING ロードマップ	10
3. BELL-BEING マテリアリティと KPI の策定	12
4. BELL-BEING マテリアリティと KPI	13
5. サステナビリティに込めた想い	14

04 パートナー共創の未来に向けて

1. 湘南ベルマーレが目指すパートナーシップ	33
2. BELL-BEINGの未来に向けて	34
3. パートナーシップ特別インタビュー	35
4. BELL-BEING パートナー	37



01

湘南ベルマーレが目指す未来

トップメッセージ

日頃より湘南ベルマーレを支えてくださるすべての皆さまに、心より御礼申し上げます。

スタジアムでの声援、地域で交わす温かいお言葉、子どもたちのまっすぐなまなざし。その一つひとつがクラブを成長させ、前へ進ませてくれる力になっています。湘南ベルマーレは「地域とともに歩むクラブ」であり、皆さまとの関係性こそが私たちの原点です。この想いをまずお伝えしたいと考えています。

私たちは、試合の勝敗だけでなく、フットボールを通じて湘南地域にどのような価値をお返しできるかを常に考えてまいりました。その問いに向き合う中で生まれたのが「BELL-BEING[※]」という考え方です。スポーツを起点に、人々の暮らしや心身の充実、地域のつながりに寄り添い、地域の幸せと未来に貢献したいという想いを込めています。

この理念を具体的な取り組みとして広げてきたのが、BELL-BEING プロジェクトです。サッカー教室や健康づくりの活動、地域の子どもたちとの学びの場など、さまざまな取り組みを通じて、人と人がつながり、新しい可能性が生まれています。私が特に大切にしているのは結果だけでなく、その「過程」に価値があるということです。現場で交わされる言葉や気づき、小さな変化の積み重ねが、確かに地域の未来を動かしていると感じています。

そして、このプロジェクトはクラブだけで実現できるものではありません。行政、教育機関、企業、そして地域住民の皆さまと、これからも共につくりあげていきたい取り組みです。多様な皆さまと力を合わせることで、地域に広がる可能性はさらに大きくなると確信しています。共創のプロセスそのものに、ベルマーレらしい価値が宿っています。

本レポートでは、こうした取り組みの背景や関係性、そこで生まれている変化を丁寧に整理し、定量・定性の両面から価値をお伝えしています。目に見える成果だけでなく、日々の活動の中で芽生えている小さな変化にも光を当てています。それらは決して派手ではありませんが、確実に地域の未来を前へ進めています。

ベルマーレはこれからも地域とともに歩み続けます。本レポートを通じて、取り組みの裏側にある人の想いや、地域とのつながりにも目を向けていただければ幸いです。皆さまとともに、より良い地域の未来をつくっていきましょう。クラブ一同、真摯に取り組んでまいります。

※「BELL-BEING」とは、Bellmare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。



株式会社湘南ベルマーレ
代表取締役社長

隈出哲也
KUMODE TETSUYA

ベルマーレの基本理念・ミッション

Our 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。

Our 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。

Our 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。

Our SLOGAN

たのしめてるか。

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。



たのしめてるか。

BELL-BEING

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



ホームタウン

神奈川県南西部に広がる9市11町(厚木市、伊勢原市、小田原市、鎌倉市、茅ヶ崎市、秦野市、平塚市、藤沢市、南足柄市、大井町、大磯町、開成町、寒川町、中井町、二宮町、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。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。



新規拠点を増設中

NEXT ACTION

2026年夏完成の新たなスポーツ施設「日本端子 SB-CAMPUS はだの」(秦野市) 湘南ベルマーレU-18を中心とした練習拠点および地域の皆さまにもご利用いただけるスポーツ施設です



湘南ベルマーレ ホームタウン

9市 11町 200万人

ホームタウン担当選手制度

選手・スタッフがホームタウン各地域を担当

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。百年構想リーグ期間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。

選手がまちをPR! ホームタウン担当選手



サステナビリティ活動におけるこれまでの歩み

2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026

ベルせん(平塚市) ※選手から子どもたちへ夢を持つことの大切さ、夢をかなえるために大切にしてきたことなどを伝えています。

LEADS TO THE OCEAN (P.25)

湘南電力との再生可能エネルギープランの取り組み (P.20)

COPA BELLMARE (P.30)

TEAMMATES (P.26)

湘南オリーブ ※二宮町の耕作放棄地でオリーブを栽培し、地域の特産物にする取り組み。

ヒサと共に。 ※久光重貴選手の想いを受け継ぎ、世界小児がん啓発キャンペーン「Global Gold September Campaign」の期間に合わせて行う取り組み。

INCLUSIVE HUB SHONAN ※特別支援学校と地域が連携し、共生社会を進める取り組み。

ライスレジン® (P.22)

サステナトレセンProject.(茅ヶ崎市) (P.27)

無農薬米作り体験 (P.24)

BELL-BEING プロジェクト (P.09)

小学校体育巡回授業

- ・湘南ベルマーレが誕生した翌年の2001年、ホームタウンが現在の20市町に拡大し、ホームタウンの子どもたちに、「湘南ベルマーレ」とサッカーの楽しさを知っていただくため、『小学校体育巡回授業』がスタート
- ・地域との取り組みの第1弾であり、今もなお、BELL-BEING 活動の核となる取り組みである



本レポートの発行背景

背景

近年、スポーツクラブに対しては、競技成績にとどまらず、地域・社会への価値創出に対する期待が高まっており、クラブが創出する社会的インパクトを可視化し、ステークホルダーと共有する動きが加速しています。

湘南ベルマーレにおいてもこれまで、環境・教育・健康・多様性などを中心とした活動を通じ、地域社会とともに価値創出を行ってきました。

こうした取り組みを体系的に整理し、社会に対して示す必要性を強く認識しており、本レポートの作成に至りました。

スコープ

本レポートでは、百年構想リーグ期間に実施した、湘南ベルマーレが推進するBELL-BEING活動を対象とし、環境 / 教育 / 健康 / 多様性多文化交流 / 防災の主要領域における取り組みを体系的に整理しています。

単なる活動紹介にとどまらず、アウトプット（実施施策）とアウトカム（社会的変化）の関係性を意識し、定量・定性の両面から社会的インパクトを可視化しています。

狙い・目標

本レポートは、湘南ベルマーレが展開してきた地域・社会活動およびその成果を可視化するとともに、クラブが目指す価値創造の方向性を明確に示すことを目的としています。

また、活動の意義や成果を共有することで、ファン・パートナー企業・自治体など多様なステークホルダーとの共感と共創を促進し、地域に根差した持続可能なクラブ経営の基盤強化につなげます。

活用方法

本レポートは、クラブの社会的価値を可視化し、ステークホルダーとの対話を深めるための基盤資料として活用します。

具体的には、パートナー、行政との連携強化、ファン・サポーターへの理解促進に加え、今後の施策改善や戦略的意思決定に資するマネジメントツールとして活用し、継続的な価値創出の高度化を図ります。



02

ミッション実現に向けて

BELL-BEING活動 基本方針

湘南ベルマーレの資本



人的資本

- 選手、湘南エリア 200 万人
- 多様な文化を受け入れるファン・サポーター



自然資本

- 「湘南」というブランド力、レジリエンス力が高いクラブ文化
- 海や山といった自然の豊かさ



社会関係資本

- パートナー企業・行政との深い関係値
- 総合型スポーツクラブ、国際連携



知的資本

- ファンデータベースの集積
- 社会価値算定の実施



製造資本

- スタジアム内外のイベントノウハウ
- リーグ屈指のグルメイベント



財務資本

- 長年のスポンサー企業
- 地域のファン

BELL-BEING

マテリアリティ

環境

教育

健康

多様性多文化交流

防災

地域の多様な課題に伴走し、
みんなの夢中をつなぎながら、
地域・みんなとともに輝き合う
夢中スパイラルを巻き起こす

Our 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。

目指す姿



湘南ベルマーレと
地域の共創により湘南に暮らす
子どもたちからお年寄りまで、
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つくる

みんなが愛する湘南を、ずっと未来へ輝かせるために。
 湘南を愛するみんなが、ずっと豊かに生きていくために。
 ベルマーレは「夢づくり人づくり」をミッションとして掲げ、
 サステナトレセンProject.や小学校巡回、COPA BELLMARE などによる次世代育成をはじめ、
 社会や環境課題を解決するさまざまなアクションを重ねてきました。
 これからも、ベルマーレと湘南はひとつ。
 フットボールを中心にクラブがさらなる成長をめざすと同時に、
 「夢づくり人づくり」の輪をもっと広げ、地域の人々の幸せに貢献する
 「BELL-BEING」プロジェクトが始動しました。

- ★ 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」

これら5つの重点領域と、将来のゴールを描いた9つのアウトカム指標を策定しました。
 満員のスタジアム以外にも、地域の人々が活発につながる場をつくり、
 ともに支え合い、課題を乗り越え、輪になって勝利のダンスを踊れる湘南へ。
 さらに日本や世界中の熱意ある人、企業、団体をつなぎ、
 ベルマーレの持つアセットを活用してもらう機会を増やしていく。
 小さな渦から、みんなの夢中をつないで、大きなうねりへ。
 ともに上昇し、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



BELL-BEINGロードマップ



みんなでつなげ、夢中スパイラル。



BELL-BEING マテリアリティとKPIの策定

BELL-BEING 推進のためのマテリアリティと KPI を策定しました。

策定にあたって、ファンやパートナー企業、行政といったステークホルダーと共通の方向性を共有し、サステナビリティ活動を訴求できることを重視しました。

マテリアリティの設定プロセス

2024 年に実施したマテリアリティ分析において、優先的に取り組むマテリアリティを 5 つ選定。

※マテリアリティとは：自社の活動が環境・社会に与える影響のうち、とくに重要度が高く、優先的に管理・開示すべきテーマ（重要課題）

① 社会課題とクラブ活動の棚卸し

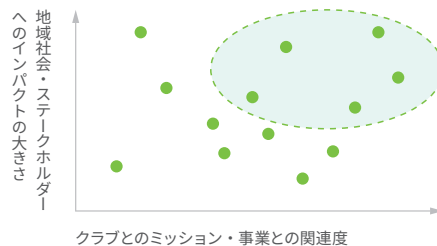
ホームタウンの社会課題（環境、教育、健康、地域経済など）と、これまでの湘南ベルマーレの地域貢献活動、イベント等の活動実績を洗い出す

② 活動テーマ候補の抽出

棚卸し結果をもとに、「クラブの強みが活きる領域」、「地域からの期待が大きい領域」を中心に、社会価値・環境価値に資するテーマ候補を整理

③ 重要度評価と優先順位付け

各テーマについて、「地域社会・ステークホルダーへのインパクトの大きさ」と「クラブとのミッション・事業との関連度」を軸に評価し、サポーター、パートナー企業、自治体等の意見も踏まえて優先順位付け



④ マテリアリティの決定

優先テーマをクラブのマテリアリティとして定義し、それぞれにアウトカム指標やKPI指標（活動実施回数、参加人数など）を設定

KPIの設定プロセス

左記で設定した各マテリアリティに紐づくKPIを、ホームタウンや地域の社会・環境価値に中長期的に繋がるか、ステークホルダーと共通の方向性を訴求できるかどうかという観点から検討し、設定しました。

① ロジックモデルの構築とアウトカム指標の導出

各マテリアリティ（環境、教育、健康、多様性多文化交流、防災）における受益者を地域住民、ファンサポーター、チーム、企業、地域として、初期成果→中期成果→長期成果の3段階における、経済価値と社会価値を導出し、長期成果にも資するアウトカム指標を設定した

② ホームタウンの行政指標を基に、KPIを導出

①で設定した各アウトカム指標について、参考となりえるホームタウンの行政の指標（各種計画）を抽出し、測定可能性を検討して、KPIを設定



POINT

共通の方向性を持って推進できるようホームタウンの自治体が採用している指標を採用

例) 夢を持っている子どもの割合
環境保全活動実施率

BELL-BEING マテリアリティと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を設定しました。

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	環境 美しい海や自然を守る	教育 だれもが夢や目標を実現できる	健康 人生100年を輝かせる	多様性多文化交流 やさしく温かな社会をつくる	防災 安全・安心をより身近にする
目標とする アウトカム	- CO2 排出量の削減 - 循環型社会の推進 - 生態系保護の推進	- 子どもたちの自己肯定感が高まる - あらゆる人の自己実現	健康寿命の延伸	多様な他者を知り、交流する機会が増える	- 災害時の被害額が減少する - 災害時の生活確保
KPI指標	- GHG 見込み削減 - 環境保全活動実施率 - リサイクル実施率	- 夢を持つ子どもの割合 - 自己肯定感向上率 - 継続参加意向率	- 運動実施意向向上率 - スポーツ観戦意向向上率	多様性多文化共生浸透率	- 防災訓練参加意向向上率 - 危機管理意識の浸透率
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、意識・行動の変化を示す指標が含まれています。

サステナビリティに込めた想い

私たちはこれまでホームタウン活動としてスポーツ、教育、環境とさまざまな分野で多岐にわたる活動を行ってきましたが、それらは個別の活動として完結してしまい、クラブとしてどのように地域に貢献しているのか、また、その価値も可視化されていませんでした。

そのような背景から「BELL-BEING プロジェクト」を立ち上げ、クラブが目指す地域の姿、また、クラブがどのような価値を発揮してそれを実現していくかを定義しました。現在はそのロードマップに沿って活動を展開・深化しています。

湘南ベルマーレの強みはスタジアムにとどまらず、日々応援してくださるファン・サポーター、600社を超えるパートナー、行政、教育機関など、上記のような活動を共にしてくださるたくさんの方の仲間がいることです。

「BELL-BEING」とは「Bellmare」と「Well-Being」とを掛け合わせた造語です。クラブがあることでセクターを越えて人と人がつながり、それぞれの強みを発揮しながらホームタウンの課題を解決していくことを重ねていく。そして地域のウェルビーイングが高まることで、クラブも強く成長していく。そんな“好循環”を起こしていきたいと考えています。

地域の皆さまと一体となって BELL-BEING を進めていくためには、まずはクラブスタッフ一人ひとりが BELL-BEING を理解し、体現する必要があります。クラブではスタッフに対する BELL-BEING 研修や、部署を横断したチームを作って推進していくなど、皆さまと共創し続けられる基盤を整えています。

湘南ベルマーレが存続の危機に瀕したとき、手を差し伸べてくださったのはホームタウンの皆さまでした。そのホームタウンの人々が夢を抱き、「たのしめてるか。」と自らに問いかけ、それぞれが夢中になれることにチャレンジしつづけることができるためには、この街が次世代も将来にわたって安心して暮らしつづけられる、つまりサステナブルな街である必要があると考えています。

湘南ベルマーレにとってサステナビリティは、フットボールをはじめとしたスポーツと同様に、クラブのミッション「夢づくり 人づくり」そのものなのです。

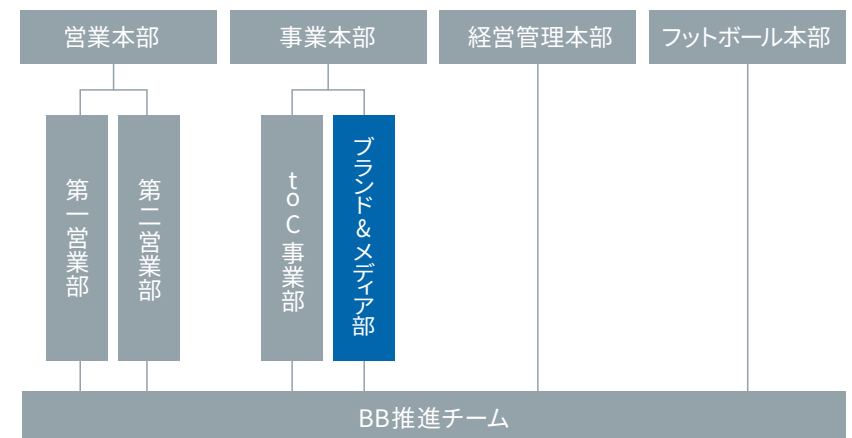
株式会社湘南ベルマーレ 事業本部
ブランド＆メディア部 部長

風村 ひかる

藤沢市に生まれ育つ。大学在学時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。



湘南ベルマーレのサステナビリティ推進体制



03

各テーマの取り組みと共創インパクト

※百年構想リーグ期間（2026年1月～6月）の取り組みを対象

3章におけるPOINT：SROI

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

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

SROI分析のステップ

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

活動コスト 100万円	
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 80%	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 85%
社会的価値総額 650万円	
SROI 6.50	

活動と投入コスト

創出する社会価値

貨幣価値換算

※ SROI算出対象取り組み数：14

※ SROIの算出にあたっては「アンケートの実施によりイベント前後で意識・行動変容率が算出可能なイベント」かつ、「コストが発生するイベント」のみを算出対象としています。

※ 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。

サマリー

百年構想リーグ期間のSROI、活動回数、活動参加人数を集計しました。

※複数のアウトカムに寄与する取り組みについては、各アウトカムで計上しているため、アウトカム別の合計値と全体値は一致しません

マテリアリティ	アウトカム	活動実施回数	活動参加人数	社会的価値総額	SROI	アウトカム合計
環境 美しい海や自然を守る	・CO2排出量の削減	63回	82,473人	3,449万円	5.65	活動実施回数 214回 活動参加人数 182,853人 SROI 3.88
	・循環型社会の推進	46回	79,199人	2,865万円	5.96	
	・生態系保護の推進	12回	2,592人	496万円	6.45	
教育 だれもが夢や目標を実現できる	・子どもたちの自己肯定感が高まる	21回	95,161人	3,123万円	5.28	
	・あらゆる人の自己実現					
健康 人生100年を輝かせる	・健康寿命の延伸	128回	4,450人	2,381万円	21.86	
多様性多文化交流 やさしく温かな社会をつくる	・多様な他者を知り、 交流する機会が増える	1回	384人	2,654万円	1.57	
防災 安全・安心をより身近にする	・災害時の被害額が減少 ・災害時の生活確保	1回	325人	57万円	16.77	

百年構想リーグ BELL-BEINGパートナー

『BELL-BEING パートナーの皆さまには、BELL-BEING の実現に向けてプロジェクト全体のサポートをしていただきました』
(2026年7月31日時点)



azbil

KPMG



TRUbank Hiratsuka
平塚信用金庫

てはーとHDグループ
メディケア

美しい海や自然を守る「環境」

湘南の海と自然を守るため、スタジアムでの清掃活動をはじめ、様々な取り組みを推進してきました。

また、百年構想リーグ期間からは、Jリーグが、Sport Positive Leagues (SPL) に参画したため、SPLに則った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皆さま、湘南ベルマーレは今後も持続可能な地域社会の実現に向けた取り組みを推進してまいります。

アウトカム ①

CO2 排出量の削減

活動回数：**63 回**
 活動参加人数：**82,473 人**
 CO2 削減量(見込み)：**8.4 t-co2/年**

アウトカム ②

循環型社会の推進

活動回数：**46 回**
 活動参加人数：**79,199 人**
 リサイクル実施率：**94.8 %**

アウトカム ③

生態系保護の推進

活動回数：**12 回**
 活動参加人数：**2,592 人**
 環境保全活動実施率：**55%**

社会的価値総額 **3,449万円**

SROI 評価に基づく価値 **5.65**

取り組み方針

百年構想リーグ期間からは、Jリーグが参画した Sport Positive Leagues (SPL) に則った取り組みに注力（詳細18ページ～）

Sport Positive Leagues への参加

湘南ベルマーレは、Jリーグが参画を決定した国際的な気候アクション評価制度 Sport Positive Leagues（以下 SPL）における取り組みを開始いたします。
 湘南ベルマーレは「クラブ・選手・ファンサポーター・スタッフ・パートナー企業・地域が一体となって、気候アクションを推進する」ことを基本方針とします。
 これまでの取り組みをベースに、新しい試みも取り入れ、皆さまに関わっていただきながら上位入賞を目指していきます。

Jリーグ版 SPL の参画目的と概要

SPLとは？

Jリーグ全 60 クラブの気候アクション（環境に対する取り組み）を、基準に沿って評価・ランキング化し、取り組みの発展を促す仕組み

参画目的

優れた取り組みを共有し、60クラブが相互に学び合いながら気候アクションを前進させ、その進捗や成果を効果的に社会へ発信していくため

● 評価対象

Jリーグ全 60 クラブをクラブ単位で評価

● 初回評価期間

2026 年 1 月～ 6 月の活動

● 評価の仕組み

SPL の評価基準に基づき、各クラブの環境サステナビリティに関する取り組みを 12 の領域で整理・評価し、クラブの現在地と進捗を可視化します

● 評価結果の活用

各クラブの改善促進および好事例の共有を通じ、リーグ全体の方向性整理に活用
 なお、ランキングについては全体の上位 20 クラブを公表予定です



SPLの12の評価指標



SPLでは、クラブの環境サステナビリティに関する取り組みを評価するため、12の評価指標が設定されています。以下では、それぞれのカテゴリーにおける具体的な評価基準の内容を示します。また、本レポートでは以下12の評価指標ごとに実施した取り組みを掲載しており、評価基準への適合状況は指標によって異なります。

12の評価指標、および具体的に促進したい活動など

- | | | | | | |
|---|---|--|----|--|---|
| 1 |  ポリシーとコミットメント、
レポート | サステナビリティ全体や環境に係る方針／戦略が含まれており、Scope1-3 の排出量などの客観的な情報を定め公表していること | 7 |  水の効率的な利用 | 水の節約・削減・再利用に関するポリシーなどを導入し、実際に水使用量の削減および再利用に取り組むこと |
| 2 |  再生可能エネルギー | クラブが再エネ比率 40%以上を目標に取り組むこと、複数の関係者と共に継続的に連携・協業できる社会システムを構築すること | 8 |  プラントベース／
低炭素食品 | 環境の観点より持続可能性基準を満たす or 客観的根拠や意図的努力を踏まえた調達を行った食品・食材での提供を実施すること |
| 3 |  エネルギー効率 | 体系的なエネルギー効率（方針／戦略、モニタリング、外部評価実績など）を定め、取り組むこと | 9 |  生物多様性 | 生物多様性に関する方針／戦略を有しクラブ内に限らず地域コミュニティに行き渡らせることで、自然と地域の生態系支援に取り組むこと |
| 4 |  環境負荷の少ない
移動手段 | 環境負荷の少ない移動ポリシーを目に見える形で提唱し具体的な施策を実施していること | 10 |  教育 | 全ての選手（男女、アカデミー選手など）に対して、PR 目的ではなく環境の持続可能性／気候変動に関する教育プログラムを実施すること |
| 5 |  使い捨てプラスチック
削減・廃止 | 来場者が利用する場所へスタッフ専用エリア／キッチンなどを対象に使い捨てプラスチックの除去を促し、体系的に取り組むこと | 11 |  コミュニケーションと
エンゲージメント | クラブの公式 HP 上にサステナビリティの Web ページを設置し、ファン・サポーターの環境意識などへの行動変化に積極的に取り組むこと |
| 6 |  ゴミの削減管理 | ゴミの焼却率目標を 50%と設定し、「廃棄物管理／リサイクルプログラム」の導入や 3R（リデュース／リユース／リサイクル）に取り組むこと | 12 |  持続可能な調達 | クラブが取り扱う全ての物品について、環境・倫理・社会的責任などを含む「持続可能な調達方針」を定め、取り組むこと |

美しい海や自然を守る「環境」

1. ポリシーとコミットメント、レポートニング

環境に係る方針／戦略、独自のネットゼロ目標を策定し、公表しています

・長期ビジョン

企業や地域住民と共創し、循環型社会と生態系保護を推進するとともに、GHG 排出量の削減に貢献し、湘南のきれいな海や自然を未来へつなぐ

・目標

- ・湘南エリア全域で地域住民や企業と共創できる体制を構築し、GHG 排出量削減、資源の循環、生態系保護につながる取り組みを継続的に実施する
- ・地域全体で環境問題に対する理解や意識を高め、環境保全に繋がる行動を主体的にする文化を根付かせる

・KPI

- ・2030 年までに Scope1・2 の GHG 排出量を 2025 年比で 50%削減
- ・2030 年の活動参加者数 100 万人、活動回数 510 回
- ・2030 年までにファンサポーターにおける環境保全活動実施率を 35%まで引き上げる
- ・2030 年までにファンサポーターにおけるリサイクル実施率を 35%に引き上げる



2. 再生可能エネルギー

「日本端子 SB-CAMPUS はだの」に太陽光発電設備を導入

神奈川県秦野市に新たに開設した「日本端子 SB-CAMPUS はだの」は、クラブハウスの屋根に太陽光発電パネルを設置しており、発電された電力を活用し、運営しております。

共創インパクト 想定発電量: **8,695.0kwh** 想定CO2排出削減量: **3.5t-co2/年**

共創自治体: 秦野市

ソーラーカーワークショップ

太陽の光を動力とするミニカーを、自分で組み立てて色を塗る体験型ワークショップを実施しました。

共創インパクト 活動回数: **1回** 参加人数: **100人** 社会的価値総額: **35万円**

共創企業: 湘南電力株式会社

カーボンフリー電気加入キャンペーン

湘南電力様と共創し、カーボンフリー電気プランの加入を促進するキャンペーンを実施しました。

共創インパクト 活動回数: **1回**

共創企業: 湘南電力株式会社

美しい海や自然を守る「環境」

3. エネルギー効率

LED 照明活用

ホームゲーム開催時のスタジアム、クラブハウス、クラブ事務所の会議室には、LED 照明を活用し、CO2 削減に貢献しています。



CO2 削減率 **69%**

クラブ施設での冷暖房の温度管理

クラブハウス、クラブ事務所では、冷暖房の温度管理をおこない、CO2 削減に貢献しています。



CO2 削減率 冷房 1°C 上昇：**13%** 暖房 1°C 引下：**10%**

EV 自動運転バス乗車体験

最先端の EV 自動運転バスに乗車できるイベントを実施しました。EV の仕組みを体験しながら学ぶ機会を提供しました。



共創インパクト 活動回数：**1回** 参加人数：**500人**

社会的価値総額：**53万円**

共創企業：神奈川中央交通株式会社

EV 車からの電力供給デモ

会場の音響設備の一部を、電気自動車から電力を供給する V2L を活用し、来場者の皆さんに稼働デモを実演しました。



共創インパクト 活動回数：**1回** 参加人数：**100人**

共創企業：湘南電力株式会社

4. 環境負荷の少ない移動手段①

クラブスタッフ向け自転車通勤の推奨

クラブスタッフが通勤時、自動車でなく、環境負荷の少ない自転車で通勤することを推奨するため、自転車通勤者の環境を整備しました。

- ✓ 専用駐輪場の整備
- ✓ 更衣室の整備

1人当たり年間 CO2 削減量 **0.24t-co2/年**

スタジアムまでのウォークイベント

公共交通機関を利用したスタジアムまでの来場を促進するため、最寄駅からスタジアムまでの清掃ウォークイベントを開催しました。

共創インパクト 活動回数：**1回** 参加人数：**42人**

共創機関：産業能率大学



美しい海や自然を守る「環境」

4. 環境負荷の少ない移動手段②

アクセルトレーニング導入

クラブで自動車を利用する際のCO2削減を目的に、クラブ全体でアクセルトレーニングを導入しています。

アクセルトレーニングとは？

- ✓ 講習や運転の可視化により、「発進時、時速20キロに到達するまで5秒かける」という、アクセル操作法を習慣化させるトレーニング。
- ✓ 通常と比べガソリン消費が11%抑制され、CO2削減につながる。

共創企業：東京海上日動火災保険株式会社

5. 使い捨てプラスチック削減・廃止

ライスレジ®製カトラリー導入

湘南ベルマーレフードパークおよび場内スタジアム売店では、全試合で国産のバイオマスプラスチック「ライスレジ®」で作られたカトラリーでスタジアムグルメを提供しています。

共創インパクト

活動回数： **10回**
参加人数： **77,613人**



社会的価値総額： **2,261万円**

共創企業：株式会社バイオマスレジホールディングス

ビーチクリーン活動

海岸でのゴミ拾い活動を通じて、海ごみ問題について知り、身近にある環境問題を自分ごととして体感しながら楽しくSDGsを学ぶイベントを実施しました。

共創インパクト

活動回数： **2回**
参加人数： **108人**



社会的価値総額： **382万円**

共創企業：KPMGコンサルティング株式会社
一般社団法人ブルー・ガーディアンズ

レジ袋の有料化とエコバッグの推奨

スタジアムグッズ売り場およびフードパークでは、プラスチック製レジ袋を有料販売とし、エコバッグの使用を呼びかけています。

共創インパクト

活動回数： **10回**
参加人数： **328人**



CO2 排出削減量(見込み)： **3.5t-co2/年**

ウォーターサーバーの設置

クラブハウス・クラブ事務所では、ペットボトル削減のため、ウォーターサーバーを設置し、CO2削減に貢献しています。



CO2 排出削減量(見込み)： **1.0t-co2/年**

美しい海や自然を守る「環境」

6. ごみの削減管理

不用品回収

スタジアムで不要になったハガキ・切手・パソコン等を回収し、資源を無駄にせず社会のために活用する循環を生み出す取り組みです。回収された資源は各パートナーの皆さまの手で社会課題の解決へとつなげられ、持続可能な社会の実現に貢献しています。

共創インパクト

活動回数：3回 参加人数：250人

社会的価値総額：100万円



共創企業：株式会社神奈中スポーツデザイン、特定非営利活動法人トムトム
特定非営利活動法人メドウサン・デュ・モンド ジャパン（世界の医療団）

エコステーション

ごみ分別回収の推進に加え、来場者とともに環境への意識を高める取り組みを行っています。

共創インパクト

活動回数：10回
認知度：92.5%



共創企業：横浜ゴム株式会社

パッカー車 乗車体験 & ごみ分別クイズ

ごみ収集車の乗車体験と、ごみ分別クイズをスタジアムで開催。資源循環や分別の大切さを啓蒙するイベントを実施しました。

共創インパクト

活動回数：1回
参加人数：900人

社会的価値総額：122万円



共創自治体：茅ヶ崎市

7. 水の効率的な利用

クラブ施設で節水器具を導入

クラブ施設に節水型のシャワーヘッドを導入し、水の無駄遣いを削減に貢献しています。

CO2 排出削減量（見込み）：0.17 t-co2/年



節水ポスターの設置

スタジアム来場者に、節水を呼び掛けるため、化粧室に節水ポスターを設置しています。

共創インパクト

活動回数：10回 節水ポスター認知度：40.6%



美しい海や自然を守る「環境」

8. プラントベース／低炭素食品

無農薬米作り体験

持続可能な方法でのお米作り体験を実施しています。毎年参加者から大好評で、今シーズンで3年目を迎えます。ホームタウンの田んぼで無農薬米の田植え〜収穫までをたのしみながら体験することで、地域の方々が日常から環境にやさしい食品をえらぶ習慣づけに貢献しています。

共創インパクト 活動回数：1回 参加人数：50人



共創企業：有限会社協栄（オーダーカーテンポニー）

環境再生型アイスクリームの販売

フードパークにて、茅ヶ崎発の環境再生型アイスクリーム「SOYSCREAM（ソイスクリーム）」を販売しました。



共創インパクト

活動回数：1回
参加人数：200人

SOYSCREAM（ソイスクリーム）とは？

- ✓ 「不耕起栽培」の大豆を使った、環境再生型オーガニック・アイスクリーム。
- ✓ 不耕起栽培とは、その名の通り、土を「耕さず」に作物を育てる農法で、草や植物も一緒に活かしながら育てるので、生物多様性が回復し、健康な土壌の再生や、脱炭素に寄与する。

社会的価値総額：78万円

9. 生物多様性①

バグホテル設置

平塚市総合公園に、昆虫のすみかを守る「バグホテル」を設置しています。今後は、観察会などのイベントを実施予定です。

バグホテルとは？

- ✓ 昆虫が住み着けるよう木材や竹、落ち葉などを組み合わせて作る人工的なすみか。
- ✓ 生物多様性の保全や受粉昆虫の保護、環境学習に活用される。

共創自治体：平塚市



生きもの観察会

川や湿地が広がる「馬入水辺の楽校」にて、親子向けイベント「ベルマーレ 生きもの観察会」を初開催。専門家ガイドの皆さまとともに、馬入に暮らす生きものや植物をじっくり観察。自然の豊かさや生物多様性を守る大切さについて楽しく学びました。

共創インパクト 活動回数：1回 参加人数：32人

社会的価値総額：18万円

共創企業：NPO法人暮らし・つながる森里川海（湘南いきもの楽校）



美しい海や自然を守る「環境」

9. 生物多様性②

LEADS TO THE OCEAN（通称：LTO）活動

「海にごみは行かせない!」をキーワードに、海のごみの約8割は、川・街からやってくることを啓発しながら、湘南の綺麗な海を守るため、ホームゲーム全試合の前後にサポーターの皆さまとスタジアム周辺を清掃しています。2015年に湘南ベルマーレから始まった本取り組みは、今では全国32のスポーツチームが取り組んでいます。

共創インパクト

活動回数：**9回**
参加人数：**2,310人**

社会的価値総額：**401万円**



共創企業：特定非営利法人 海さくら、株式会社 VERSION3

参加者の声

活動への満足度

52%

継続参加意向

74%

活動への参加を通じて、環境問題を自分ごととして捉えるようになったか

62%

活動に参加したことで、日常的に環境保全の取り組みを実施しようと思うか

64%

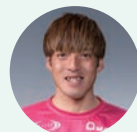
10. 教育

選手・アカデミー・スクール生・スタッフ研修

トップチーム、ウィメンの選手・アカデミー、スクール生・クラブスタッフを対象に、サステナビリティに関わる世の中の動向や、湘南ベルマーレのサステナビリティ方針である「BELL-BEING」について学び、自身ができることを考え、行動に移すための研修を実施しました。



参加者の声



真田幸太
(アカデミー出身)

今回の研修を通じて、クラブが地域や環境に対してどのような取り組みを進めているのかを具体的に理解することができ、自分自身も何か行動できるのではないかと前向きな気持ちが芽生えました。
また、地域や環境に真摯に向き合うクラブの姿勢を知ったことで、クラブの一員として、日々の業務や生活の中で小さな行動から取り組みを始めてみたいという思いが強くなりました。
サステナビリティを自分ごととして捉えることの大切さを改めて実感し、その積み重ねが良い環境づくりにつながり、さらに次世代へと受け継がれていくことで、より多くの人を巻き込みながら大きな力になっていくのだと感じています。



佐々木優芽
(アカデミー出身)

サステナビリティ研修を通じて、環境のためにできることは特別な取り組みだけではなく、日常の中に数多く存在していることを学びました。
服を大切に長く使うことやエコバッグを持ち歩くこと、SNSを通じて自分の行動を発信することなど、身近なところから始める小さな一歩が大切だと感じています。
今回の学びをきっかけに、これからも日常の意識を少しずつ変えながら、環境に配慮した行動を積み重ねていきたいと思っています。

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・サポーター・企業の垣根を越えて輪を広げていきます。

アウトカム④

子どもたちの自己肯定感が高まる

継続参加意向率： **41%**

自己肯定感向上率： **39%**

活動参加人数：

95,161人

活動回数：

21回

アウトカム⑤

あらゆる人の自己実現

夢を持つ子どもの割合： **50%**

継続参加意向率： **41%**

社会的価値総額： **3,123万円**

SROI 評価に基づく価値： **5.28**

TEAMMATES 活動

2019 年より長期治療を必要とする子どもがスポーツチームの選手の一員として入団する「TEAMMATES」事業に参画。自立支援とコミュニティの創出を目的に、入団した子どもは定期的に練習や試合等のチーム活動に参加しています。

共創インパクト

活動回数： **8回** 認知度： **92.5%**

共創団体：認定 NPO 法人 Being ALIVE Japan



だれもが夢や目標を実現できる「教育」

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材を育成する新しい教育プログラム。

世界の舞台で活躍する選手を多数輩出してきた日本サッカー界の優れた人材育成システム「トレセン制度」をモデルに作り上げた、実践的かつエンターテインメント感あふれる SDGs / サステナビリティ人材育成プログラムです。
自分たちが動き出したいくなるような「このまちに住み続けたいくなる」アイデアを、「まなぶ」「えがく」「まざる」「うごく」4つのステップで地域の大人たちを巻き込みながらカタチにしています。



まなぶ



サステナビリティ、SDGs の考え方、具体事例、地域の課題などについて学習する

えがく



「このまちに住み続けたいくなる」アイデアを子どもたちが自由に描き、アイデアをカタチにする仲間を募る

まざる



アイデアを発表。他のグループや茅ヶ崎市、企業、エシカル・リーダーからのフィードバックを受け、さらにアイデアを磨く

うごく



大人たちからアドバイスを受けながら、子どもたちが自分たちで実践したいアクションを起こす

※百年構想リーグ期間では、うごく、成果発表会を実施

成果発表会



関わった大人たち、茅ヶ崎市長を招き、これまでの成果を発表する



学校を飛び出してカタチになったアイデア

イベント運営や集客に強みがある湘南ベルマーレのアセットを使うアイデアを考案したグループは、2月21日 ヴァンラーレ八戸戦で考えたアイデアを実践しました。

共創インパクト

共創自治体：茅ヶ崎市

参加人数： **300人**

自己肯定感
向上率： **39%**

夢を持つ
子どもの割合： **50%**

社会的価値総額： **3,123 万円**

SROI： **5.28**

だれもが夢や目標を実現できる「教育」

湘南ベルマーレコラボレーションプロジェクト

パートナーである産業能率大学の科目として、学生がスポンサー企業を対象としたBtoBのソーシャル・アクティベーション企画の提案を行い、実施する取り組みです。

共創インパクト 参加人数： **30名**

共創機関：産業能率大学



スポーツマネジメント入門

スポーツを題材に、マネジメントの基本的な考え方や実践方法を学ぶ講座です。スポーツに関わる多様なステークホルダーや社会との関係を理解し、課題解決を通じてスポーツの価値を高める次世代人材を育成します。

共創インパクト 参加人数： **120名**

共創機関：産業能率大学



スポーツビジネス実践講座

スポーツ業界の第一線で活躍する実務家を講師に迎え、スポーツビジネスの現状や仕事のノウハウ、業界が抱える課題と解決策を学ぶ実践型の講座です。スポーツを通じて社会に貢献する次世代人材の育成につなげています。

共創インパクト 参加人数： **119名**

共創機関：産業能率大学



地域のお仕事ガイドブック DX

ホームタウンの公立小中学生に、地域社会や将来の職業について考えるきっかけとなることを目的に、地域にあるさまざまな仕事について動画や画像スライドを交えて紹介するキャリア教育のためのデジタル教材です。



共創インパクト 配布人数： **94,622人**

共創企業：有限会社静雲堂

人生100年を輝かせる「健康」

2001年から実施している、ホームタウンの小学校の体育授業で身体を楽しく動かす「巡回授業」を中心に、長年築き上げてきた取り組みを継続して実施してまいりました。フットボールを中心に、皆さんの人生をより輝かしいものにすべく、スポーツの力を活かして取り組んでいます。

アウトカム ⑥

健康寿命の延伸 活動回数： **128回** 活動参加人数： **4,450人** 運動実施意向向上率： **71%** スポーツ観戦意向向上率： **45%**

社会的価値総額： **2,381万円**

SROI 評価に基づく価値： **21.86**

小学校体育巡回授業



2001年にスタートした「小学校体育巡回授業」は、ホームタウンの子どもたちに湘南ベルマーレと身体を動かすことの楽しさを知ってもらうことを目的に、現在も約170校で実施しています。

共創インパクト

活動回数： **33回**
参加人数： **2,298人**
社会的価値総額： **2,186万円**

小学校体育巡回授業パートナー：

株式会社メディケアー、株式会社パイロットコーポレーション、平塚信用金庫、株式会社特別警備保障、イオンモール株式会社（THE OUTLETS SHONAN HIRATSUKA）、厚木市農業協同組合（JA 厚木）、横浜低温流通株式会社、株式会社トラスト、鈴鹿かまぼこ株式会社

参加児童の声

活動への満足度： **82%**
継続参加意向： **66%**
日常的な運動の実施意向向上率： **71%**
スポーツ観戦意向向上率： **45%**

幼稚園・保育園巡回教室



2007年より幼稚園や保育園でも、子どもたちに外で身体を動かすことの楽しさを伝えています。

共創インパクト

活動回数： **78回**
参加人数： **2,029人**

サッカー教室



子どもたちはもちろんのこと、シニア、親子、初心者、障がい者等々、年齢や性別を問わずレベルに応じたサッカーやフットサルの指導を行うほか、大会も主催し様々な形で体を動かす機会を提供しています。

共創インパクト

活動回数： **17回**
参加人数： **123人**
社会的価値総額： **195万円**

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・サポーター・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共に創ってまいります。

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： **1回**

活動参加人数： **384人**

多様性多文化共生浸透率： **87%**

社会的価値総額： **2,654万円**

SROI 評価に基づく価値： **1.57**

COPA BELLMARE



2016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。レアル・マドリード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 を獲得しました。また、湘南ベルマーレアカデミー出身で、ドイツ・ブンデスリーガのアイントラハト・フランクフルトでプレーする小杉啓太選手も、本大会を経験しながら成長した選手の一人です。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。（所属は2026年8月時点）

共創インパクト

参加人数： **384人**

多様性多文化共生浸透率： **87%**

社会的価値総額： **2,654万円**

SROI： **1.57**

活動への満足度： **88%**

継続参加意向： **99%**

世界の文化や言葉についての
学習意向を持った割合： **57%**

多様な人と交流したい、
友達になりたいと思った割合： **90%**

共創企業：株式会社パイロットコーポレーション

2026 COPA BELLMARE ご協賛社：

荒井商事株式会社、株式会社フジタ、クラフトマン機工株式会社
株式会社トノックス、社会福祉法人一燈会グループ、神奈川新聞
社、昭和映像株式会社、株式会社湘南マツダ、株式会社トラスト
日本シグマックス株式会社、TK COMPANY 株式会社、有限会社
菅野電気工事、ノウンズ株式会社、鈴鹿かまぼこ株式会社、平塚
信用金庫、株式会社ウインスポーツ、株式会社サン・ライフホー
ルディング、TSP 東日本株式会社

安全・安心をより身近にする「防災」

湘南にホームタウンを構えるクラブとして、今シーズンから「海の防災」を地域に広げるべく、新たな取り組みを実施しています。

今後は、ホームタウン地域に防災の重要性や正しい知識を広げ、危機管理意識の向上や、防災訓練への参加率を向上させる取り組みに力を入れて、ホームタウン地域の自治体・団体・企業の皆さまと共に進めてまいります。

アウトカム⑧⑨

・災害時の被害額の減少 ・災害時の生活確保

活動回数：

活動参加人数：

危機管理意識の浸透率：

1回
325人
72%

社会的価値総額：

57万円

SROI 評価に基づく価値：

16.77

海について学ぼう

湘南の海で「海の安全」について改めて向き合うきっかけとなる出来事もあり、海の近くをホームタウンとするJリーグクラブとして、未来の安心につながる学びを広げる活動をしています。

一般社団法人 海の学校とは？

- ✓ 2006年から、未来の海との関わりを考えることができる人材が増えることを目指し活動している団体。
- ✓ 活動のひとつである「海の危険教育」では、あらゆる海の状況や現象を学ぶことで、災害時のみならず平常時の予期せぬ危険な状況との遭遇時に実際に対処できる知識やスキルを伝え海での危機管理の力を育てている。

参加者の声

活動への満足度

46%

継続参加意向

67%

危機管理意識向上率

72%



共創企業・団体：一般社団法人 海の学校、神奈川県ライフセーバー、サンライズ株式会社



04

パートナー共創の未来に向けて

湘南ベルマーレが目指すパートナーシップ

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きます。

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



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。

BELL-BEINGの未来に向けて

パートナー企業との共創によるBELL-BEINGの実装

湘南ベルマーレでは、サッカークラブの枠を超え、パートナー企業やホームタウンの皆さまとともに「BELL-BEING」という価値の具現化に取り組んできました。

健康増進、教育機会の創出、地域イベントの共創など、多様なプロジェクトを通じて、地域に暮らす人々の“よりよく生きる”環境づくりに挑んできました。

これらの取り組みは、単なる社会貢献ではなく、パートナー企業の事業や理念とも接続しながら、新たな価値を生み出す共創のプロセスそのものであると考えています。結果として、クラブと地域、企業が一体となった持続的な関係性が育まれてきました。

ホームタウンとともに広がる価値

ホームタウンにおいては、スポーツをハブとしながら、多世代・多様な人々をつなぐ役割を果たしてきました。

学校・自治体・地域団体と連携した活動により、子どもの成長支援や地域の交流促進、さらには健康意識の向上といった波及効果が生まれています。

BELL-BEING は、個人の幸福だけでなく、地域全体の活力やつながりを高める概念です。湘南ベルマーレは、地域に根ざしたクラブとして、その価値を実感できる機会を積み重ね、ホームタウンの日常の中にポジティブな変化を生み出してきたと思っています。

BELL-BEINGをこれからも共に創っていきたい

これからの BELL-BEING は、クラブ単独ではなく、パートナー企業の皆さまとともに進化させていくフェーズに入ります。

企業が持つ技術やサービス、ノウハウとクラブの発信力・地域ネットワークを掛け合わせることで、より社会的インパクトの高い共創モデルを実現していきたいと考えています。

BELL-BEING は、湘南ベルマーレだけのものではありません。関わるすべての人が主体となり、それぞれの立場から価値を持ち寄ることで、初めて未来が拓けていくものです。

これからも地域、企業、そしてファン・サポーターの皆さまとともに、新しい価値を創り続けていきたいと思っています。



株式会社湘南ベルマーレ 取締役
Jリーグ気候アクションアンバサダー

坂本 紘司

滋賀県出身。静岡学園高校卒業後、ジュビロ磐田を経て2000年に湘南ベルマーレへ加入。2度のJ1復帰に貢献し、2012年に現役引退。引退後は同クラブのフロントスタッフとして営業、強化部門を歴任し、2016年に取締役役に就任。スポーツダイレクター、代表取締役GM、代表取締役社長等を経て、現在は取締役役としてクラブ運営に携わる。2026年6月にはJリーグ気候アクションアンバサダーに就任



次世代育成を地域のカへ パイロットコーポレーションと 湘南ベルマーレの共創

長年にわたり手を取り合い、湘南・平塚地域の子どもの成長を支えてきたパイロットコーポレーションと湘南ベルマーレ。それぞれの強みを生かした「共創」の歩みと地域の未来に向けて目指す姿について、パイロットコーポレーション竹尾氏と湘南ベルマーレ中里が語り合いました。

中里（湘南ベルマーレ） 御社には、1994年に当時のベルマーレ平塚がJリーグに昇格した際にベンチを製作していただいていた以来、長きにわたりご支援をいただいています。ありがとうございます。

竹尾（パイロットコーポレーション） 弊社は1918年に創業し、1948年に平塚工場を開設しました。現在は国内外に多くの工場がありますが、平塚は会社の成長を支えてきた重要な生産拠点で、思い入れのある大切な土地です。そのため地域の一員として貢献していきたいとずっと思っていたのですが、歴史のある湘南ベルマーレと活動をご一緒するなかで、改めて地域に深く根差したクラブであると感じています。

中里 ところで御社のパーパスである「人と創造力をつなぐ。」と、我々がミッションに掲げている「夢づくり人づくり」は、共通の価値観があると感じています。

竹尾 事業活動を通じて、人の成長を支えたいという思いは共通していますよね。弊社は筆記具づくりを通じて、湘南ベルマーレはスポーツを通じて、地域の挑戦や学びを応援している。方法は違っても、いずれも人が持つ可能性を広げる取り組みだと思います。

中里 御社とのサステナビリティ活動は、スペシャルデー開催から始まり、小学校への体育巡回授業、そして国際サッカー大会「COPA BELLMARE U-11 PILOT INTERNATIONAL TOURNAMENT（以下 COPA BELLMARE）」へと広がってきました。

竹尾 地域の未来を担う子どもたちに、成長につながる経験の機会を提供することは私たちとしても力を入れていきたい分野です。なかでもCOPA BELLMAREからは、湘南ベルマーレだからこそできる体験を子どもたちに届けたいという、クラブの強い思いを感じます。2026年には中里さんの発案で、子どもたちに色紙を渡して自分の夢を書いてもらい、ほかの参加選手から一言メッセージを書いてもらう企画も行っていました。

中里 COPA BELLMAREにはブラジル、インドネシア、韓国からもチームが参加します。言葉は通じなくても、彼らにメッセージをもらいにいく子どもたちの姿が印象的でしたよね。サッカーはサッカーボール1個で世界の人とつながれると言いますが、ペン1本でも人と人がつながることができる。そのことを実感しました。

竹尾 私たちが想像していた以上に、豊かなコミュニケーションが生まれましたよね。

中里 我々としては御社に大会へご協賛いただくなかで、どのような価値をお返しできるかを常に考えていました。湘南ベルマーレは2025年、これまでのサステナビリティ活動をさらに推進する「BELL-BEING」プロジェクトを始動しました。それを機に、COPA BELLMAREでもさらにできることがあるのではないかと可能性を模索するなかで生まれた企画でした。

竹尾 この企画ができたのも湘南ベルマーレさんが私たちの事業や、手書きの文化を大切にしたいという思いを深く理解してくださっているからこそだと思います。さらに2026年は弊社のインドネシアの現地法人が協賛し、インドネシア予選「PILOT PEN BELLMARE CUP~Road to Japan~」も初めて開催されました。

中里 以前からインドネシアのチームは招聘していましたが、2026年からは現地予選を勝ち抜いたチームがCOPA BELLMAREへの出場権を得る仕組みになりました。初めての試みでしたが、大会の広がりを感じましたよね。

竹尾 来日した子どもたちには平塚工場で「組み立てペン」のワークショップにも参加してもらいました。日本のものづくりに触れてもらうことで、サッカーとはまた違う形の国際交流が生まれたと思っています。ほかにも弊社から大会に出場する強化待待クラスの選手たちがトップチームの選手たちと手書きのメッセージを通じて交流するコミュニケー

ション企画ができないかと提案させていただきました。あのときも快くご協力をいただいて。

中里 選手たちもこうした取り組みの大切さを理解したうえで協力してくれています。

竹尾 私たちが手書きに込める思いを深く理解してくださっているからこそ、サッカーの枠を超えた取り組みも一緒にできるのだと感じます。教育機関との接点をつくっていただいたこともありましたよね。弊社では小学生に手書きの価値を伝える授業教材を無償で提供する取り組みを行っているのですが、平塚地域ではなかなか実践につながっていませんでした。そのことを相談したところ、平塚の小学校とつながり、「ベルマーレさんからの紹介なら、ぜひやってみよう」と言ってくれたんです。

中里 クラブが間に入ることで、御社の活動と地域との新たな接点をつくることができた一例ですね。

竹尾 こうして BELL-BEING の活動だけでなく、クラブを通じて、弊社の取り組みが確実に地域に広がっている。弊社はグローバル企業としてさまざまなサステナビリティ活動を行っていますが、一社だけでは実現できないこともあります。湘南ベルマーレがハブとなり、企業や人、地域を繋いでくださることで、取り組みの価値がさらに高まり、地域への還元にもつながっていると感じています。

中里 湘南ベルマーレが企業や行政、地域、サポーターをつなぐ拠点となり、それぞれの力を生かせる形をつくることは、クラブの役割のひとつだと考えています。

竹尾 弊社のパーパス「人と創造力をつなぐ。」を実現していくためには、製品やサービスを提供するだけでなく、事業活動を通して文化的な体験の機会をつくり、人と人、人と地域がつながる機会をつくることも大切です。湘南ベルマーレとの共創は、湘南地域をはじめホームタウンの皆さんにパイロットという会社を知っていただくだけでなく、私たちが何を大切にしている企業なのかを伝える機会にもなっています。弊社にとって、非常に重要なパートナーです。

中里 それは大変ありがたいです。企業の皆さまが社内での活動の意義や、価値を説明するためにも、我々との取り組みが事業価値にどう繋がるかをクラブ側が可視化することは重要だと考えています。次世代育成や国際交流、環境教育といっ



た活動は、社員のエンゲージメント向上や採用、人材育成にもつながる価値を持っていると考えています。湘南ベルマーレとしては、こうした社会的な価値と事業上の価値の両方を、定量データと現場の声を整理し、企業の皆さまに丁寧に届けることが責務だと感じています。同時に企業の皆さまが抱える課題に寄り添いながら、共創プロジェクトを設計できる体制をさらに強化していきたいと考えています。

竹尾 活動を継続するうえで、活動の成果を示す数字はもちろん大切ですが、一方で現場にいるからこそ感じられる子どもたちの熱量や、実際に起きた変化もあります。そうした現場の声を、数値と同じくらい丁寧に社会へ伝えていくことも重要です。定量データと現場の実感の両方がそうすることで、活動が生み出したインパクトをより立体的に伝えられるのではないのでしょうか。

中里 おっしゃる通りです。数値による成果はプロジェクトの規模や社会的な意義を示すうえで非常に重要ですが、子どもたちの表情や、そこで生まれた交流、現場の熱量まで伝えることで、初めて活動の価値が見えてくるのだと思います。

竹尾 だからこそ私たちは、地域に根差したクラブの力を借りながら、今ある取り組みをさらに広げ、より良い形にしていきたい。共創したからこそ生まれたシナジーや出会い、発見、新しい価値は数多くありますから。

中里 一方で、湘南ベルマーレだけではできないこともたくさんあります。湘南ベルマーレが企業や行政、地域、サポーターのハブとなることで、新たな取り組みへとつながっていく。そこに、私たちの強みがあると思っています。スポーツクラブとして、人や企業、地域がつながり、新しい価値を生み出すプラットフォームになることを意識しています。パイロット様との共創はその可能性を示すものです。

竹尾 湘南ベルマーレの皆さんは、いつも弊社の事業や想いを深く理解し、それを地域とのつながりの中で形にしてくださっています。これからもお互いの強みを持ち寄りながら、一社だけでは実現できない価値を共創し、地域社会の発展につながる取り組みをともに育てていきたいと考えています。

中里 こちらこそ、パイロットコーポレーション様だからこそ生み出せる体験を、これからも地域や子どもたちに届けていきたいと思っています。今後も、ともに新しい取り組みを形にしていければと思います。



株式会社湘南ベルマーレ 事業本部
ブランド & メディア部 サステナビリティ担当
中里 宏司

神奈川県鎌倉市出身。中学時代からベルマーレ下部組織に在籍し、高校3年時にJリーグデビュー。2007年に引退後は、普及部で子どもたちの指導などを経てフロントスタッフに就任。2024年より現職。社会連携やサステナビリティ活動などを担当。



株式会社パイロットコーポレーション
広報部
竹尾 麻里子

2005年株式会社パイロットコーポレーション入社。人事部、商品企画などを経て、2020年より現職。現在は企業広報を中心に、事業活動を通じた社会・地域とのコミュニケーションや、手書きの価値を伝える取り組みを推進している。

PILOT 株式会社パイロットコーポレーション

東京・京橋に本社を置く、1918年創業の総合筆記具メーカー。万年筆やボールペン、シャープペンシルをはじめとする筆記具を中心に事業を展開。パーパス「人と創造力をつなぐ。」のもと、筆記具づくりで培った技術を活かした玩具などの事業も展開し、現在は世界190以上の国と地域で製品が愛用されている。

BELL-BEING パートナー

湘南ベルマーレとともにサステナビリティを推進するパートナー企業を募集しています。

[詳細・お申込みはこちらから](#)



百年構想リーグ BELL-BEINGパートナー



azbil

KPMG



東京海上日動

TRiBank Hiratsuka
平塚信用金庫

では〜とHDグループ
メディケア

BELL-BEINGの実現に向けて、地域を巻き込みながら、湘南ベルマーレと共創するパートナー

(2026年7月31日時点)

クラブのBELL-BEING活動に参画し共創する



メリット①

活動を支えるパートナーとして、企画・運営のリソースを抑え、クラブの約50種もの活動に携わることができる。

メリット②

活動の告知や報告時などに、貴社名を発信させていただくため、貴社のサステナビリティ推進への姿勢・方針をより多くの方々に知っていただくことができる。

クラブのアセットを活用し、独自のBELL-BEING 活動を実施し共創する



メリット①

クラブの地域との関係性や、サステナビリティ推進における企画力を活かし、企業単独では実現することが難しい内容を、独自の取り組みとして実現することができる。

メリット②

クラブを通じて活動を発信することで、より多くの地域住民の参加を促し、貴社の取り組みを幅広く届けることができる。

発行日 2026年9月

発行 株式会社湘南ベルマーレ

〒254-0026 神奈川県平塚市中堂 18-8 E棟 3階
湘南ベルマーレ公式サイト: <https://www.bellmare.co.jp/>

制作・編集 株式会社湘南ベルマーレ

制作協力 KPMG コンサルティング株式会社

デザイン・取材 株式会社インフォバーン

Supported by  日本財団 THE NIPPON FOUNDATION

本レポートは日本財団の助成を受けて作成しています

本書の無断複写複製は、特定の場を除き、著作権の侵害となります