

サッカーチームを通じた、地域の魅力向上に向けて



株式会社 鹿島アントラーズ・エフ・シー
代表取締役社長 小泉文明



自己紹介

株式会社メルカリ 取締役会長 兼
株式会社鹿島アントラーズFC 代表取締役社長

小泉文明

(こいずみ ふみあき)



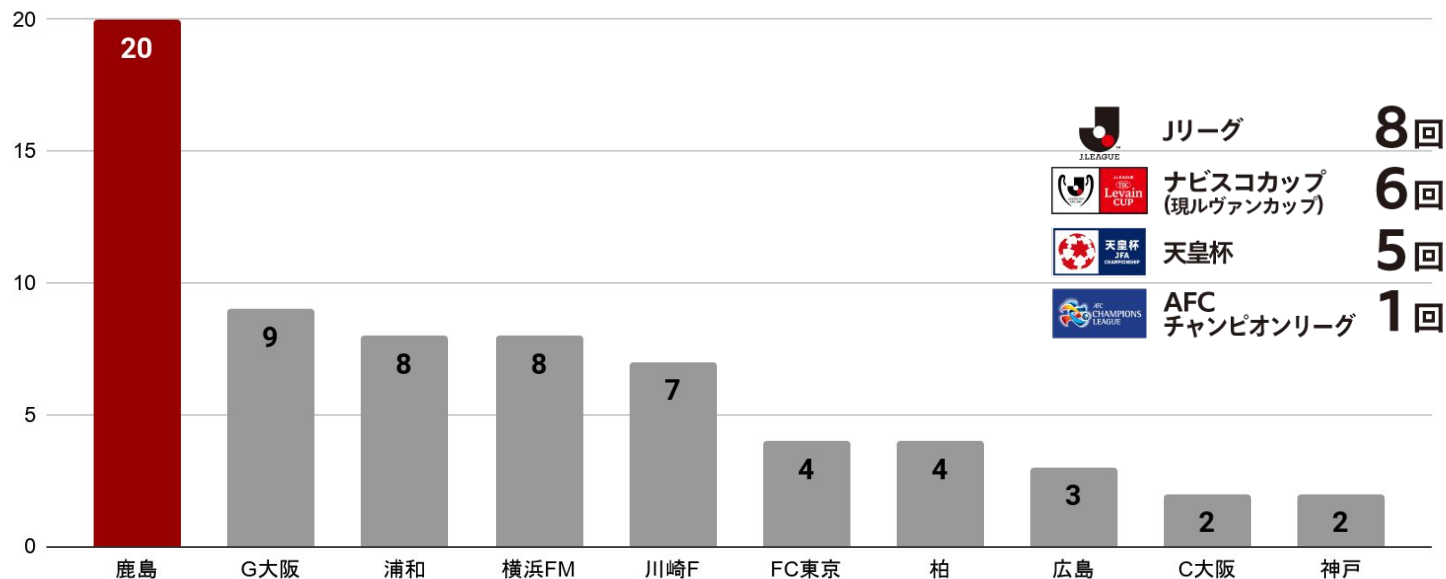
- 1980年9月26日 山梨県出身
- 2003年3月 早稲田大学商学部卒業
- 2003年4月 大和証券SMBC株式会社 投資銀行本部 入社
- 2006年12月 株式会社ミクシィ入社
 - 取締役執行役員CFO
- 2012年6月 同社退任
- 2013年12月 株式会社メルカリ 入社
 - 取締役→社長→会長
- 2019年8月 株式会社鹿島アントラーズFC 代表取締役就任
- 2022年3月 公益社団法人日本プロサッカーリーグ 理事就任

鹿島アントラーズとは



鹿島アントラーズとは

これまで国内三大タイトル（J1リーグ、Jリーグカップ、天皇杯全日本サッカー選手権大会）において最多優勝回数20回を誇り、2018年にはアジア・チャンピオンズリーグ（AFC）で優勝。
日本そしてアジアを代表するサッカークラブ。

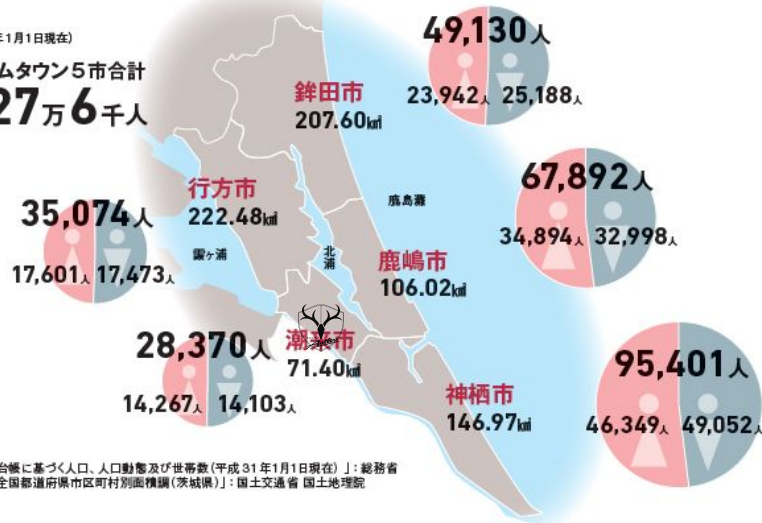


ホームタウン

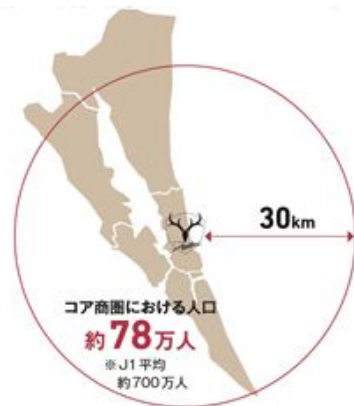
茨城県南東部に位置する鹿嶋市、潮来市、神栖市、行方市、鉾田市の鹿行(ろっこう) 5市がホームタウンとなる。J1クラブでは最小規模のコア商圈で活動。

人口
(2020年1月1日現在)

ホームタウン5市合計
約**27万6千人**



「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(平成31年1月1日現在)」: 総務省
「令和2年全国都道府県市区町村別面積調(茨城県)」: 国土交通省 国土地理院



【平成30年住民基本台帳人口・世帯数、平成29年人口動態(市町村別)】: 総務省

ファンの平均アクセス時間(2019)

Jリーグ平均: 52.2分

鹿島平均: 92.8分

出所: Jリーグスタジアム観戦者調査2019

スタジアム来場者の特徴

コロナ以前の平均来場者 2万人以上いた来場者のうち、県外からの来場者が半数以上を占める。
県外来場者は、東京都を中心とした首都圏より、片道 95分以上をかけて来場している。

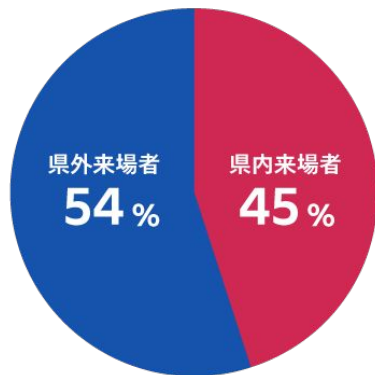
スタジアム来場者のうち
女性比率は40.5%



J1平均(37.1%)と比較して
女性比率が高い傾向

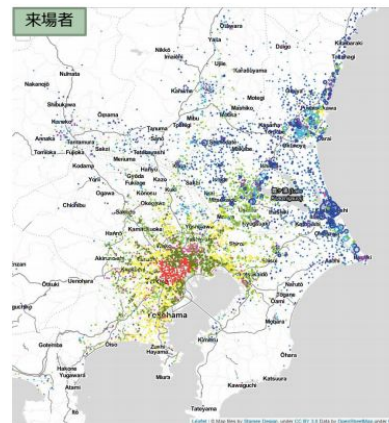
「Jリーグ観戦者調査」2019

半数を占める
県外からの来場者



「鹿島アントラーズ来場者実績分析」2019

東京都を中心に
首都圏からの来場が多い



「日鉄ソリューションズモザイク調査」2018

アントラーズを支えるステークホルダー&アセット



クラブのファン・サポーター

クラブへの興味を示し、直接のアプローチができるファン・サポーターは約 22万人。
公式SNSを介してクラブと接点を持つ延べユーザー数は 80万に及び、よりクラブへの興味・関心が高く、クラブパートナーに対しても好意的なファンクラブ会員は 1.8万人となっている。

クラブ公式SNS
登録ユーザー

延べ **80** 万人

Facebook / Twitter / Instagram / Youtube

JリーグID
取得ユーザー

約 **22** 万人

個人情報・メール許諾を取得

ファンクラブ
会員

1.8 万人

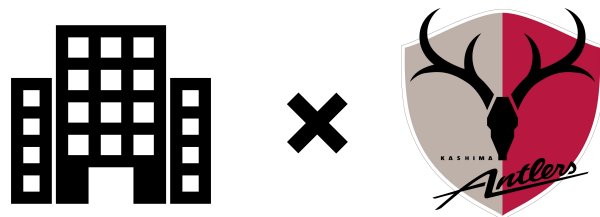
有料ファンクラブ会員

ライト層 ←

→ コア層

鹿島アントラーズにおけるパートナーシップ活用

従来の広告露出だけではなく、協業型パートナーシップを推進。
権利とアセットをご活用いただき、パートナーのビジネス課題解決へ共に取り組んでいる。



パートナーシップの活用

ブランド
エンゲージメント
向上

BtoBの推進

ビジネス機会の
提供

社会貢献

インナー
マーケティング

パートナー企業

パートナー・サプライヤー企業として、70社を超える企業と契約を締結。
長期パートナーシップ契約の企業が多く、継続 20年以上のパートナーが 20社以上。



(2022年2月時点)

ビジネスクラブ

地方創生の実現をクラブと共に推進するステークホルダーとして、「ビジネスクラブ」を新設。
地域に根差した会員企業様とパートナー各社様の BtoB 交流や連携施策の実行も可能。

ビジネスクラブの活動概要



企業
交流

ビジネスクラブに属する企業同士の交流を通じて、
ビジネスの機会を創出します。

地域貢献
活動

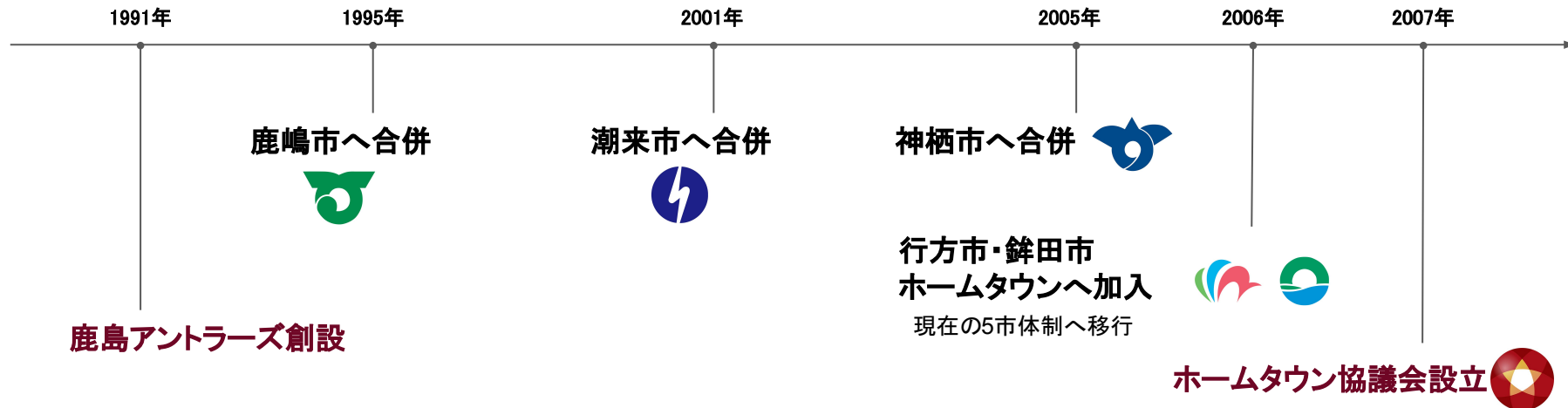
会員企業様とともに
地域経済を活発にすることを存在意義と考え
様々な活動を実施

ビジネスクラブ



設立当初より自治体による支援を享受

1991年のクラブ創設時はホームタウンが出資団体として参画
2007年にはホームタウン協議会を設立し、支援体制がより強固に



2018年 アントラーズホームタウンDMO設立

スポーツ観光を軸に「地域の活性化」を図る鹿行の民間4社と鹿行5市による官民一体型の法人組織
クラブのブランド力や民間のマーケティング力を活用

アントラーズホームタウンDMO参画団体

■行政:5団体



鹿嶋市



潮来市



神栖市



行方市



鉾田市

■民間:4団体



関彰商事



カバヤ・
オハヨーHD



NFV



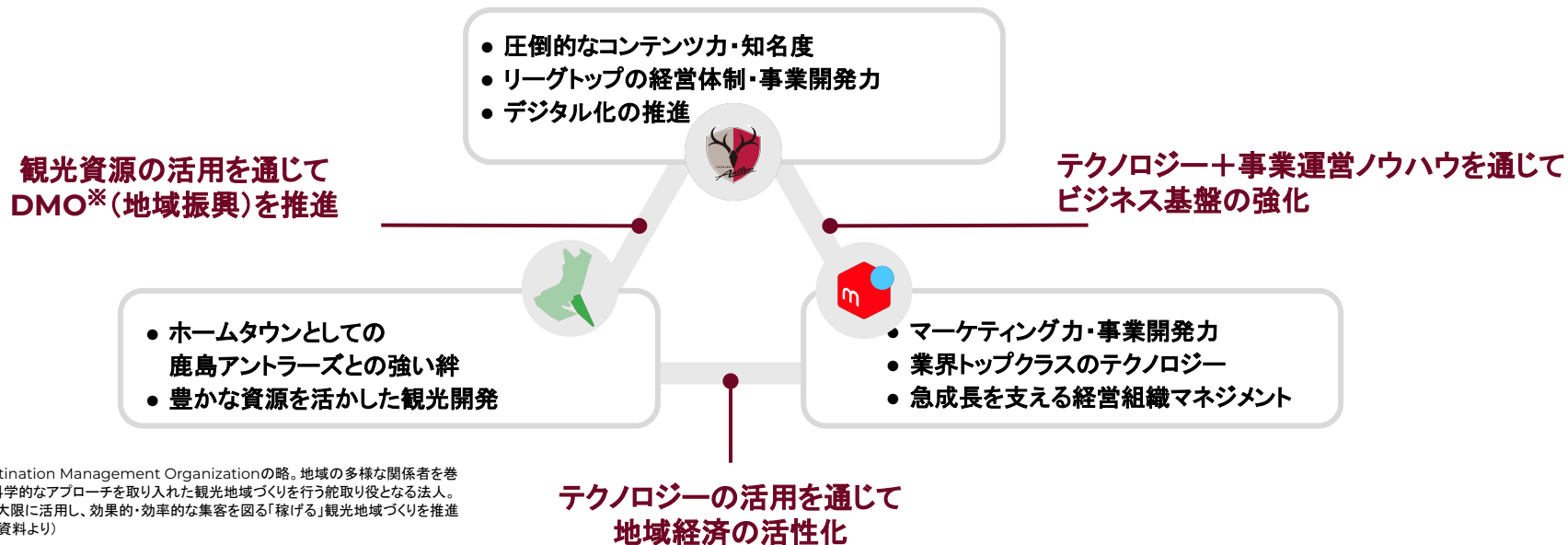
アントラーズ

2019-2020シーズン DMO実績



地域との関わり

鹿島アントラーズ・メルカリ・地域が一体となり、地方創生への取組を開始。
2020年2月18日、鹿嶋市と「鹿嶋市における地方創成事業に関する包括連携協定」を締結。
「スポーツ×テクノロジー」をテーマに、クラブが地方創生のハブとなる先進事例を目指す。



※DMO: Destination Management Organizationの略。地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的なアプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役となる法人。地域資源を最大限に活用し、効果的・効率的な集客を図る「稼げる」観光地域づくりを推進する。(観光庁資料より)

地域課題解決に起因した自主事業への着手

地域が抱える課題の解決を目指し、Non-Football領域の自主事業を推進
地域に支えられたクラブが、地域へ寄与するための事業へ着手

ウェルネス



総会員数：24,990名
(2020年1月現在)

自主イベント



20年11月開催「鹿フェス2020」
来場者数：約3,500名

アントラーズスポーツクリニック



来院数：49,043名
(2019年実績)

ノンフットボールビジネス

クラブの恒久的課題を克服するために構築した「第4」の事業収入源

広告料

入場料

グッズ

スタジアム

国内クラブの事業収入は、この3本の柱により成り立っている。スポンサーシップ、プロパティ、チケット、MDなど、主にフットボール（競技）を軸とした収入

Football Business

スタジアム事業
+
DMO

Non-Football
Business



カシマサッカースタジアム

あるべき姿

多機能
複合型

フットボール
×
ノンフットボール

地域
ハブ

街づくりの中心
×
地域の象徴

収益性

プロフィットセンター
×
投資対象

ハコ
地域の価値を高める施設

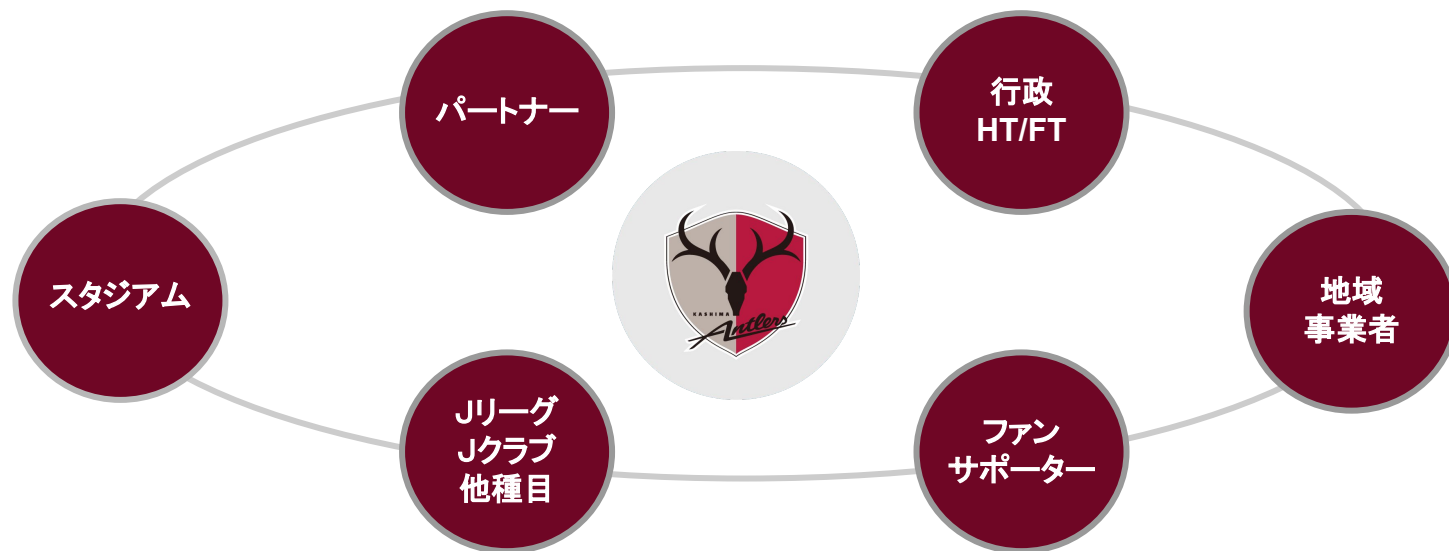
アントラーズをハブとした地域の課題解決



テクノロジーを活用したクラブの新たな収益機会の創出

これらの背景をもとに、クラブが下記のステークホルダーとどう有機的に結びつき、地域住民・経済の発展とパートナー企業の収益の最大化と、結果としてのクラブ収益確保を行っていくかが極めて重要

クラブのステークホルダー（※一部）



スタジアムの「ラボ化」の狙い

スタジアムに少し先の未来のテクノロジーをテスト導入する＝ラボ化（研究室）ことで、新たなライフスタイルの実証実験が行われ、将来的にはいち早く市民生活に提供される。

パートナー企業にとってもPDCAを回す場としての魅力度が向上。



ドコモ5Gマッチでのマルチアングル体験



顔認証技術を活用した認証システム

地域とスタジアムの新しい関係

2006年より県立カシマサッカースタジアムの指定管理者となり、「カシマウェルネスプラザ」を開業。スポーツジム、スキンケア、ボルダリングなどを自主事業として運営する。スタジアムを試合を見る場所だけではなく、いかに市民の日常の生活に溶け込むことが出来るか、共存共栄として極めて重要となる。

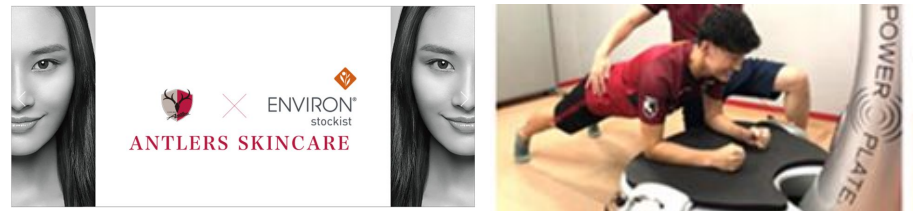
カシマウェルネスプラザ
KASHIMA WELLNESS PLAZA

カシマサッカースタジアム
ANTLERS SKINCARE
カシマサッカー・ボウリング
KASHIMA SOCCER BOWLING

お知らせ
はじめての方へ
スタジオプログラム
スタジオスケジュール
動画プログラム
施設案内
アクセス
オプション

！新パーソナルトレーニング始動！
アスリート&ボディメンテナンス
【実施期間：10/1～11/30】

アスリート	ボディメンテナンス
時間：45分	時間：30分
料金：4,400円(税込)	料金：1,550円(税込)
詳細：高強度・サーキットメニュー	詳細：ストレッチ・筋膜リリース



地域医療を支えるクラブとの共存関係

医師の確保など地域医療の課題をアントラーズとともに解決するべく、2015年8月よりカシマスタジアム敷地内にアントラーズスポーツクリニックを併設。直近ではパートナー企業になったシーメンス(独)社の高度なMRIにより選手のケアだけでなく、地域医療にも貢献出来る体制がさらに拡充。



スタジアムの地域防災拠点化

最大20カメラでの映像制作を実現する中継スタジオサブをカシマスタジアム内に増設。
ホーム試合の映像制作だけでなく、3.11の東北大震災をきっかけに有事の際の情報発信拠点としての機能を有する。(茨城県は全国で唯一ローカル TV局がない地域)



ベンチャー企業向けピッチイベント(Pitch and Match)の開催

プロサッカークラブならではの経営資源を活かし、テクノロジーを活用しエンターテインメントの新しい見せ方や地域づくりを実現するため、ピッチコンテスト「Pitch & Match」を開催。

鹿島アントラーズや鹿嶋市などと共同で事業の実現をしたい企業・団体より様々な事業アイデアを募集し、採択された企業とは各種実証実験を実施し、課題解決をはかっていく。

募集テーマ:

1. 先端的な技術が実装されたスマートシティ、スマートスタジアムの実現
2. 技術を用いた新たなエンターテインメントの実現
3. ヒト・モノ・コトをつなぐカシマスタジアムという場を活かした取り組み
4. プロスポーツクラブを中心とした持続可能な地域づくり
5. 地域コミュニティにおけるウェルビーイングの向上
6. その他鹿島アントラーズをハブとした課題解決に向けた取り組み



社会人向けカリキュラム Antlers Business College の開催

パートナー企業である大学院を経営するグロービス社と共同でスポーツビジネスを学ぶビジネスカレッジを開催し、課題設定として地域の課題の解決をビジネス化させるカリキュラムを開発
25名の学生(全てビジネス経験者)が5チームに別れ地域課題の選定から、ビジネスアイデアの構築、フィージビリティの検証などを実践的に行い、いくつかのプランは実行に向けて動き出している

概要:

- グロービス社からのMBAプログラムの提供、ならびに海外スポーツビジネス事例の共有
- アントラズからJリーグビジネスの講義、ならびに地域課題の選定サポート
- グループワークやフィールドワークを両社が役割分担を実施し、全13回のカリキュラムを制作
- 30万円弱のプログラムであるが応募者多数でニーズの高さを実感
- 5つの案としては農業、教育、地域コミュニティの構築など幅広いソリューションが提案された



鹿行エリアにおける雇用創出

テクノロジーを活用したカスタマーサクセス事業体制を有するアディッシュプラスとともにビジネスを推進するための誘致を実施。

工業地帯であるホームタウンにおいて工場を有しないインターネット企業を誘致することで、地域における新たな雇用機会創出と活性化を支援し、全国からのコールセンターなどの業務を請け負う体制を構築。



パートナー

鹿嶋市/アディッシュプラス株式会社

今後の展開

鹿島アントラーズやメルカリのカスタマーサクセス業務の請負からはじめ、徐々に採用を加速させCS拠点として拡大

参照

<https://www.antlers.co.jp/news/release/87207>

DX事業への新規参入による競争力の確保

地域の企業のデジタル化の遅れを解決すべく、パートナー企業である関彰商事と共同で DXのコンサル事業を立ち上げた。

アントラズ(メルカリ)の持つノウハウと関彰商事の持つ法人営業力を活用し、地元企業・自治体・教育現場のDX化を推進させ、結果として競争力確保と働く場所としての魅力度向上を狙う(副業も含め)。

デジタル変革へ協業 鹿島FCと関彰商事

8/29(土) 6:00 配信 4



鹿島アントラズFC(小泉文明社長)と同FCのスポンサーで総合商社の関彰商事(関正樹社長)はデジタル技術を使ってビジネスモデルの革新や新規事業の創出を図るデジタルトランスフォーメーション(DX)で協業していく。同FCは既存スポンサーなどとの関係強化や新規スポンサーの獲得、関彰商事は法人営業の強化などを目指す。

同FCは昨夏、フリーマーケットアプリ運営のメルカリ(東京)が経営権を取得して以降、メルカリで使われているチャットツールや電子決済のシステムを導入するなど業務効率化を進めてきた。新たな施策の件数増や新型コロナウイルス感染症拡大に伴うリモートワークでの生産性向上などにつながっているという。

両社が協業する新規事業はこうした同FCの取り組みを地域の企業や自治体に提案し、IT導入などを後押しするのが狙い。企業などの課題の把握や導入方針の策定、運用などをサポートする。



鹿行の食を届けるプロジェクトによる地域とクラブの新しい関係

地域の飲食店の情報をまとめたページをアントラーズが作成。全国のアントラーズファンに告知し、クラブのブランド価値活用による地域の魅力発信事例となった。

コロナ禍でECに慣れたファンが鹿行地域の食材を買い求め、一部店舗では品切れとなった。



参考URL: <https://www.antlers.co.jp/lp/rokkoproject>



にんべんいち工場直売店
茨城県大洗町



鹿島業匠丸三老舗
茨城県鹿嶋市



水郷のとりにさん
千葉県香取市



ひたちの納豆屋 菊水食品
茨城県日立市



charlie coffee
茨城県鹿嶋市



株式会社シオン
茨城県鹿嶋市



中城本店
茨城県鉾田市



愛友酒造
茨城県潮来市



水戸 だるま納豆本店
茨城県水戸市



K3Cafe
茨城県鹿嶋市



緑と風の農園
茨城県行方市



ひもの屋 矢口商店
茨城県神栖市

鹿行地域企業の人材獲得支援

アントラーズが主体となり合同企業説明会を実施。

採用を強化していたり苦戦している地元のビジネスクラブの企業と若い働き手をマッチングさせることで地域の雇用問題の解決を図る。(これ以外にも婚活イベントなどマッチングイベントを実施)



最後に:KA41(中期経営計画)のアップデート



VISION KA41のアップデートについて

2021年10月1日に創設30周年を迎え、「VISION KA41」というクラブの根幹をなす経営ビジョンを見直し、改めて目指すべき姿とそのための施策を提示。



THE DREAM BOX(新スタジアム)構想:2026-30

Football

Community

Brand

Stadium

Dream

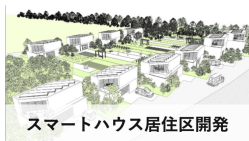
5年後を目途に新スタジアムについての方針を決定。詳細については今後検討していくが、スタジアムの完成に終わりは設けず、常に進化するプラットフォームとして建築。イベント開催も実施できる機能を有するなど、周辺開発も進めながら新たな街のシンボルとして利活用される施設を目指していく。



新スタジアム建設に向けてのチャレンジ

新スタジアム建設を見据えた3カ年計画

2025-26年にはエリアの”顔つき”が明確になり、新スタジアムとの親和性も可視化



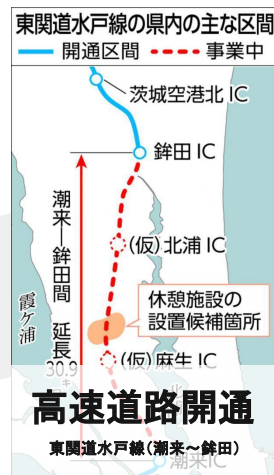
コミュニティ
マネジメント



新施策
の開発・実施

既存魅力物の
掘り起こし

現地の熱量ある
協力者の巻き込
み



* KPI
認知度/ブランド好意度
(施策数)



2022

2023

2024

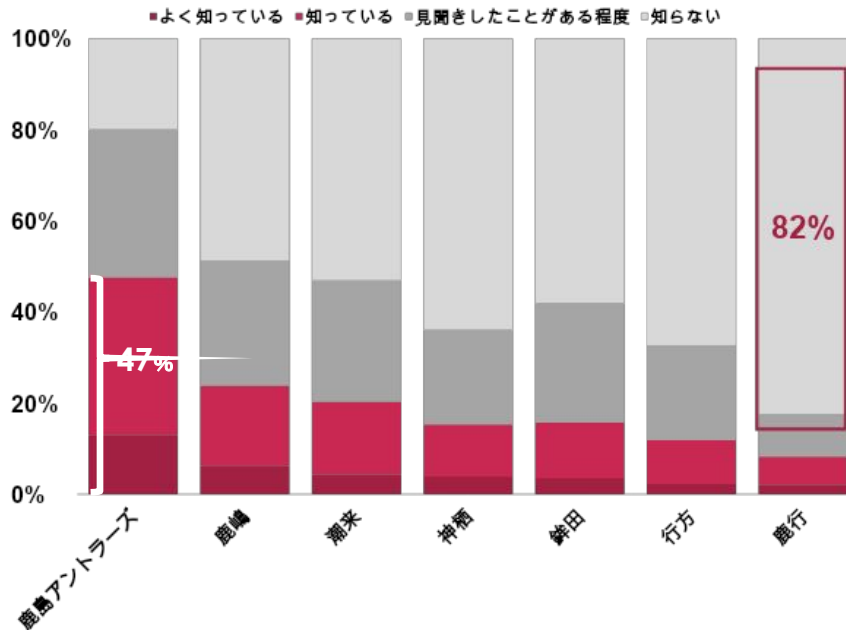
2025-2026

202X

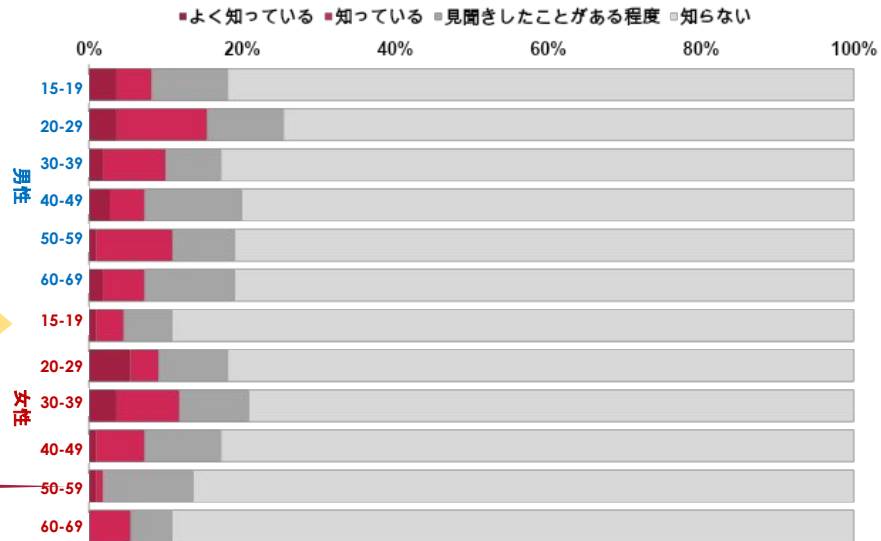
ホームタウン周辺地域の魅力と課題

エンタメやアクティビティも豊富だが、エリアの認知度が極めて低い

あなたは以下の地名/エリア/名称に関して、それぞれどの程度ご存知でしょうか。
あなたの状況に最も当てはまるものをお選び下さい



「鹿行」に関してどの程度ご存知でしょうか。



出展: 自主調査
WEBアンケート調査・2022年1月実施・n=1320 男女15~69歳 / 関東(一都六県)居住

地域のブランディング推進

官民連携により、中長期的なエリアブランディングを推進していく

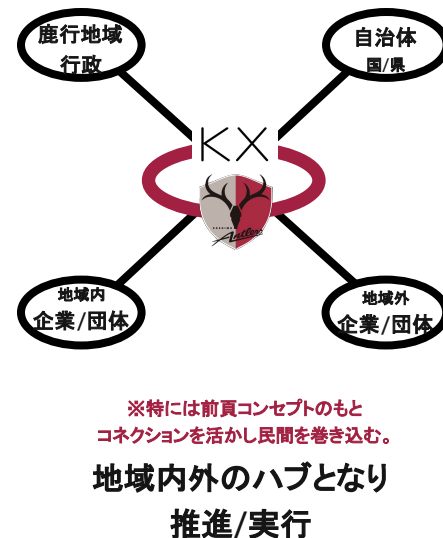
戦略策定/企画立案



ブラッシュアップ



実装(官民連携)



Challenge- ブランディングの推進と街づくり -

地域ブランディングテーマ

プレイフル&サステナブル



街づくり会社「KX」を開始

(KASHIMA VISION) - KXが目指す地域の姿-

一人ひとりが輝く地域になる

(KX MISSION) - KXの役割・すべきこと-

地域で新たなチャレンジをする 人と環境を増やし続ける



コミュニティを
生むための場づくり



オープンな
コミュニティ運営

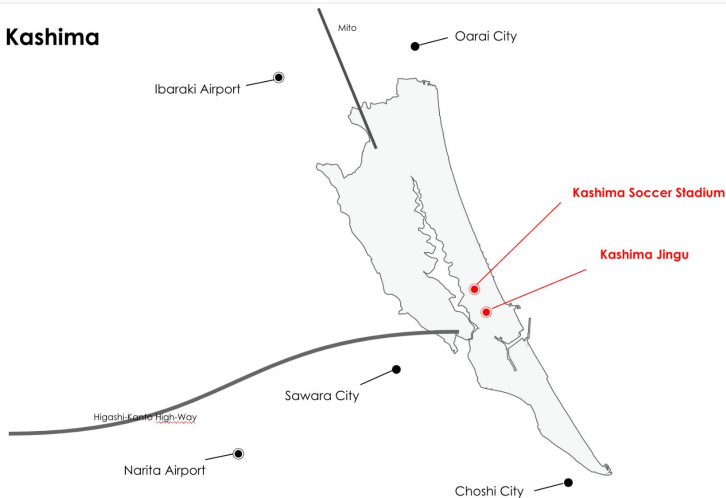


チャレンジするヒトを
応援する仕組みづくり

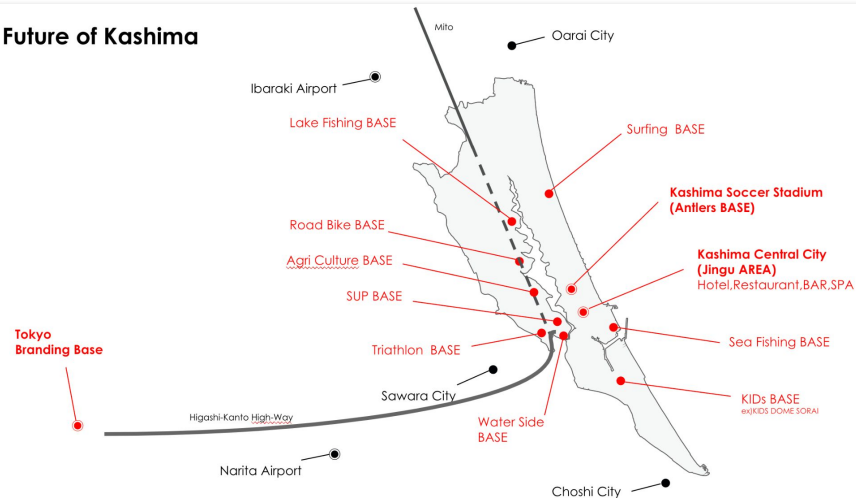
街づくり会社「KX」を開始

鹿行・カシマ各地にアクティビティをベースとしたコミュニティの中心となる拠点を構え、ヒトが結節点となり、それぞれが交わり合いながら地域・まちを持続可能にできるように。

Today of Kashima

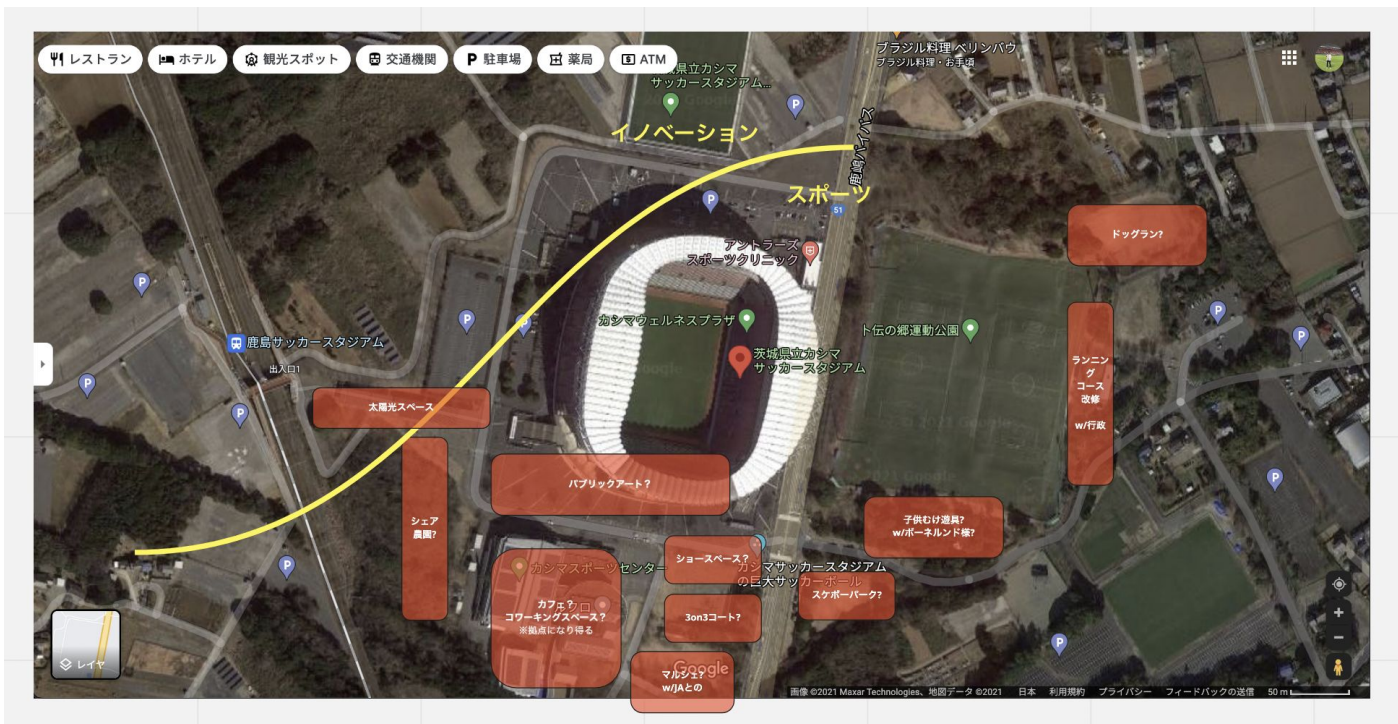


Future of Kashima



具体施策の共有 - スタジアム周辺活性化(周辺エリアの開発検討)

365日利用できるスタジアムを目指し、ト伝の郷運動公園も含めたスタジアム周辺の活用に関する検討を実施。喫緊はアントラーズと連携しながら、遊休施設となっている噴水エリアの活用を議論中。



具体施策の共有 - スタジアム周辺活性化(グランピング事業の検討)

グランピング施設をスタジアムから徒歩圏内に計画。

地域事業者様からの出資を募る形で、地域創生をテーマにスキームを組み立てる。

飽和ムードのあるグランピングであるが「リトリート」というコンセプトにこだわり、コンテンツも設計。

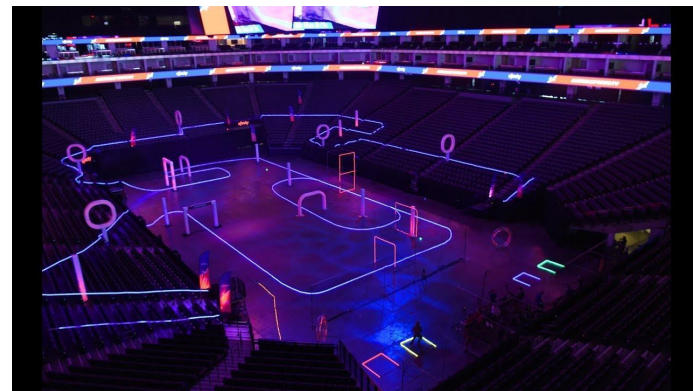
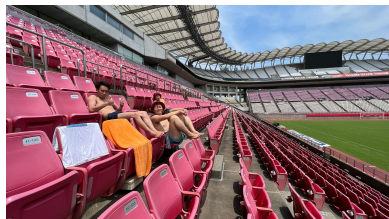


具体施策の共有 - スタジアム周辺活性化(スタジアム活用)

スタジアムという非日常空間を活用したコンテンツ提案を実施。

具体的には、テントサウナを活用したイベントや、ドローンレースイベントの誘致などを想定。

地域のアセットである、アントラーズホームタウンDMOとの連携も目指す。



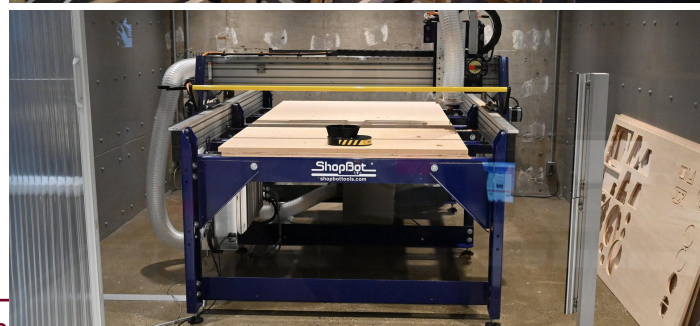
具体施策の共有 - 鹿嶋市中心市街地活性化に向けた取り組み

大町通り/仲町通り/宮中八丁目(飲み屋街)のグラウンドレベル(店舗1階部分)のから変化まちづくりを。
遊休スペースとプレイヤーのマッチングをコミュニティ活動を通じて増やしていく。



具体施策の共有 - 鹿嶋市中心市街地活性化

中心市街地の遊休スペースを活用し、これからの街の中心となる交流拠点を開発中。木材加工テクノロジー×3Dプリンターを活用し、まちのコミュニティとクラフトマンシップを醸成。



具体施策の共有 - 潮来市水辺活性化

“水辺”をキーワードに潮来市の活性化に向けた取り組みを検討。

メインプレイヤーとしてではなく、市民が立ち上げだ(一社)いたこミズベデザイン”などの民間団体との協働や支援を検討。



潮来市 日本一の水路のまち基本計画

概要版



令和4年1月

潮来市

水辺観光客を取り寄せて、日本一の水辺観光客を取り寄せる計画

川、湖沼計画

＜1. 親川の取り組み＞

- ※目的：水辺観光客を取り寄せ、日本一の水辺観光客を取り寄せる計画
- ※Pilot：水辺観光客を取り寄せる計画

① 親川を新装整備 等

- ① 船着き場整備 ② 上水河原跡、伊太波原跡
- ③ 日本河原跡 (旧住居跡) ④ 伊太波原跡
- ⑤ 船着き場整備 (水辺観光客を取り寄せる計画)

② ポート・カヌー・SUP体験施設 (1箇所)

- ※施設名：アサヒカヌー体験施設

③ ポート・カヌー・SUP体験施設

- ※施設名：アサヒカヌー体験施設

④ 船着き場整備 (水辺観光客を取り寄せる計画)

- ※施設名：アサヒカヌー体験施設

具体施策の共有 - コミュニティ活動

地域内でのローカルアクション・チャレンジを生み出すためのコミュニティ活動「K-Connect」を運営。
オンラインだけでなく、オフラインでのイベントを行いながら地域プレイヤーのネットワーキングを行い、
チャレンジしやすい"共助"の文化づくりを目指す。

K - Connect



具体施策の共有 - ファンド ※検討中

チャレンジしやすい環境・ヒトを生み出し、プレイヤーたちのチャレンジのハードルを下げるべく、

ローカルスタートアップ向けファンドの組成を検討。

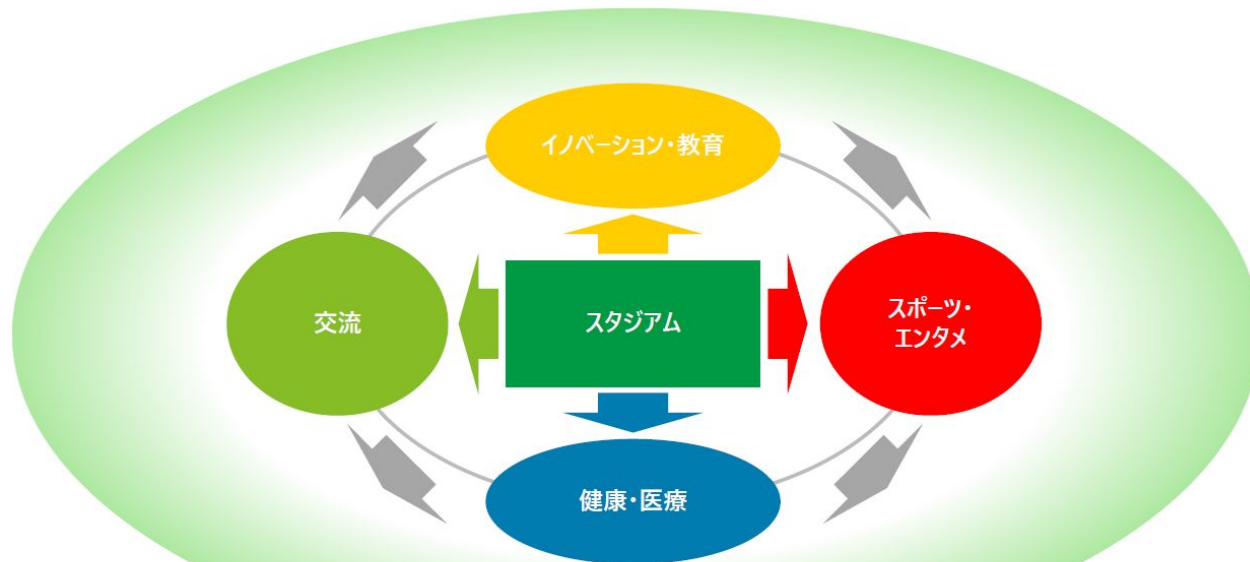
地域プレイヤーのアクションだけでなく、地域で起こしたいコトと人材のマッチングファンドとしての機能も検討。

K X F

KXファンド

新スタジアムを核としたまちづくり

地域課題解決型のスタジアム建設概念図



スタジアムから周辺、地域全体へと波及
⇒スタジアムを起点に地域課題解決へ貢献

スタジアムを核としたまちづくり

あるべき姿

共創型

地域ブランディング
×
魅力的な投資対象

核

まちづくりの起点
×
地域社会課題解決

将来性

拡張性
×
発展性

地域の価値を高め、共に成長し続ける施設

ハコ

スポーツチームからライフスタイルを提供するクラブへ

スポーツチームがスポーツだけしてれば良い時代は終わり、コロナでライフスタイルが変化していく中、どう地方のアイコンとして存在価値を再定義するかが重要な局面。
その中でテクノロジーの活用は重要。テクノロジーを活用し、地方の存在価値を高め、多くのステークホルダーの幸せを牽引する存在に、新たなライフスタイルを提供する存在になる必要があると確信。

F.D.

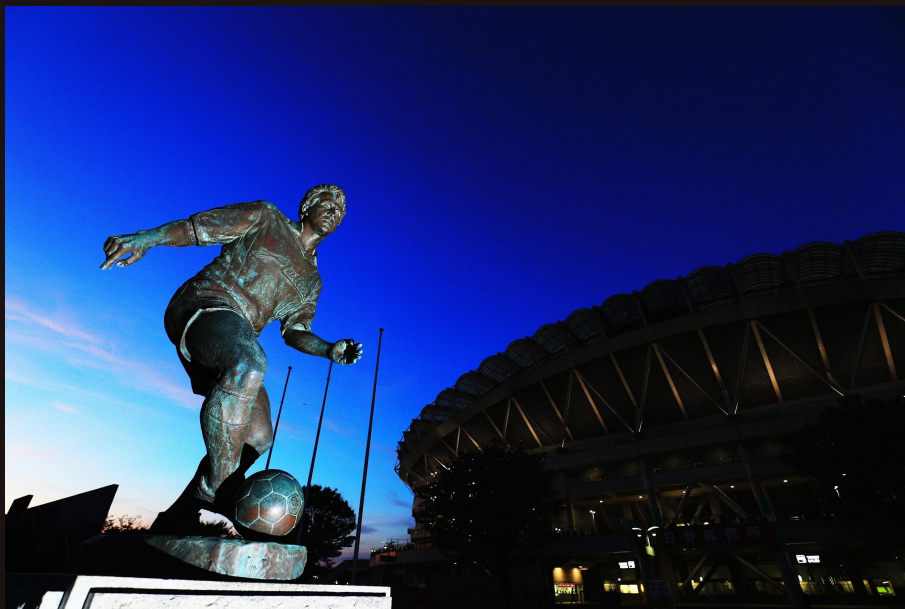
[Home](#) [About](#) [Item List](#) [Q&A](#) [Contact](#)





Thank you !

Appendix: SDGsへのパートナー企業との取り組み



スタジアムでのフードドライブ実施



フードドライブ Powered by SHOWA

実施日

2022年5月3日(火・祝)

概要

生活に困っている個人や福祉団体に食品を集めて寄付するフードドライブ活動を試合日イベントとして実施。スタジアム入場前のブースにて、ファン・サポーターからの食品寄付を受け付け、130組より532kgの寄付をいただく。

パートナー

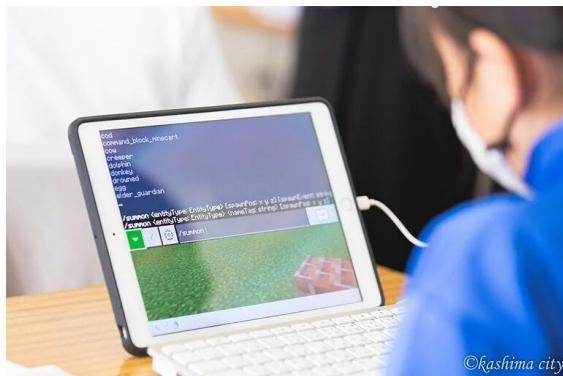
昭和産業株式会社

茨城県

NPO法人フードバンク茨城

参照

[「SHOWAエキサイトマッチ2022」イベントレポート](#)



鹿嶋市内小学校でのプログラミング教室

実施期間

2020年10月22日～

概要

鹿嶋市内の小学校で、小中高校生向け実践的プログラミングサービス「TechAcademyジュニア」を活用し、オンラインによるプログラミングの授業を実施

パートナー

ユナイテッド株式会社の子会社キラメックス株式会社

参照

[鹿嶋市×鹿島アントラーズ 鹿嶋市内の小学校でのプログラミング教育の推進事業について](#)

[鹿嶋市×キラメックス×鹿島アントラーズ 鹿嶋市内小学校でプログラミング教育の推進](#)



小学校の英語教育TPR教材に選手が出演

実施期間

2021年5月～

概要

鹿嶋市内の小学1・2年生を対象に、全12校で選手が登場する英語教材(※TPR教材)を使った授業を実施。

※TPRは「Total Physical Response」の略称で、身体を動かしながら内容を理解し習得していく「全身反応教授法」と呼ばれる指導法

パートナー

鹿嶋市

参照

[鹿嶋市との英語教材制作について](#)

特別支援学校へサッカー観戦機会の提供

NTT
docomo



鹿島特別支援学校 スタジアム遠隔観戦

実施日

2019年9月25日

概要

NTTドコモ支援のもと、県立鹿島特別支援学校とカシマサッカースタジアムを高画質映像でつなぐ「遠隔スタジアム観戦体験イベント」を実施。

スタジアムへの来場が困難な特別支援学校の生徒たちにスポーツ観戦の感動や興奮を提供。

パートナー

株式会社NTTドコモ

参照

[特別支援学校での遠隔スタジアム観戦体験イベント初開催について](#)



女子トイレやキッズスペースのリニューアル

設置開始

2019年

概要

スポーツ観戦におけるより良い環境提供をテーマにカシマスタジアムの女子トイレをリニューアル。

男女ともに利用できるおむつ替え用のルームも併設。

外装は多様な人々が集まり一丸となってサッカーを応援する風景を表現し、試合時には多くの方にご利用いただいている。

女子トイレ以外にもキッズルームの改修なども実施し、家族連れをケアした観戦施設へとアップデート。

パートナー

株式会社LIXIL / 株式会社LIXIL住宅研究所

スタジアムや施設内の資源回収・資源循環促進へ



12 つくる責任
つかう責任



ごみ分別状態の調査・実証実験

開始時期

2022年4月～

概要

マッチデーにおけるスタジアムのごみ回収状況を調査し、スタジアム内のゴミ収集方法の改善などに活用することで、リサイクル可能な資源回収や資源循環を促進。

また回収作業の負担軽減を目指す。

また、鹿島アントラーズつくばアカデミーセンターにて東洋製罐グループがエコステーションを常設。

分別回収により、プラスチックが資源として循環することをアカデミーの子どもや親御さま、また地域の皆様に体験してもらうことが目的。

パートナー

東洋製罐グループホールディングス



カネカ生分解性ポリマーGreen Planet製 カトラリーの採用

施策開始

2021年11月～

概要

スタジアムの飲食売店へ、環境に配慮されたカネカ生分解性ポリマーGreen Planet製のカトラリー（ストロー、スプーン）を採用。スタジアムの全ての飲食売店で採用することはJリーグクラブで初めての実績。

パートナー

株式会社カネカ