



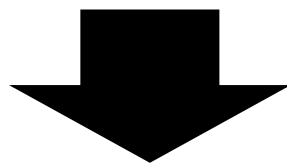
チームからコミュニティへ： 次世代型フットサルクラブ への進化戦略

カンカン
Strategic Blueprint

今回の大きな目的は2つです

【1】 下部組織によるブランドイメージの拡大

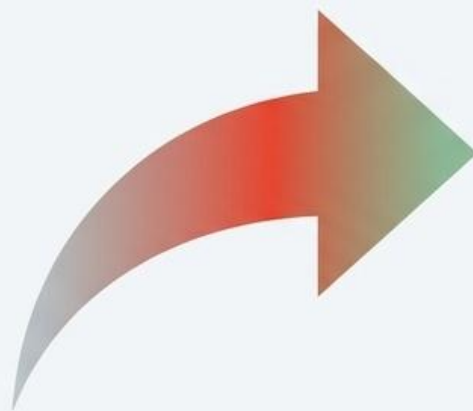
【2】 未来に向けてのビジョン共有



さらなる成長と、地域に愛されるクラブになる未来

【1】 下部組織によるブランドイメージの拡大

成長の起爆剤となる「下部組織 (ジュニア・U-18)」の創設



下部組織の設立は、単なる「若手の発掘」にとどまりません。競技面・経営面・ブランド面・スポンサー面の全てを劇的に向上させる、クラブ全体のトランスフォーメーションです。

フットサルクラブの下部組織(育成組織)設立のメリットと成功への道筋



下部組織からの選手昇格の道しるべに



スポンサー価値の向上



「育成クラブ」として地域教育や社会員設を打ち出すことで、企業からの支援が得やすくなります。



地域コミュニティの拡大



選手の家族や学校関係者が関わることで、観客数とチームの認知度が飛躍的に向上します。

成功のための
設立ステップと
留意点



失敗しないための
設立順序

スクール→ジュニア→U-15の
順で段階的に拡大することが
推奨されます。



運営上の課題とリスク管理

指導者の確保、練習場所の
調整、保蹠者対応、安全管理の
体制整備が不可欠です。



U-15

スクール

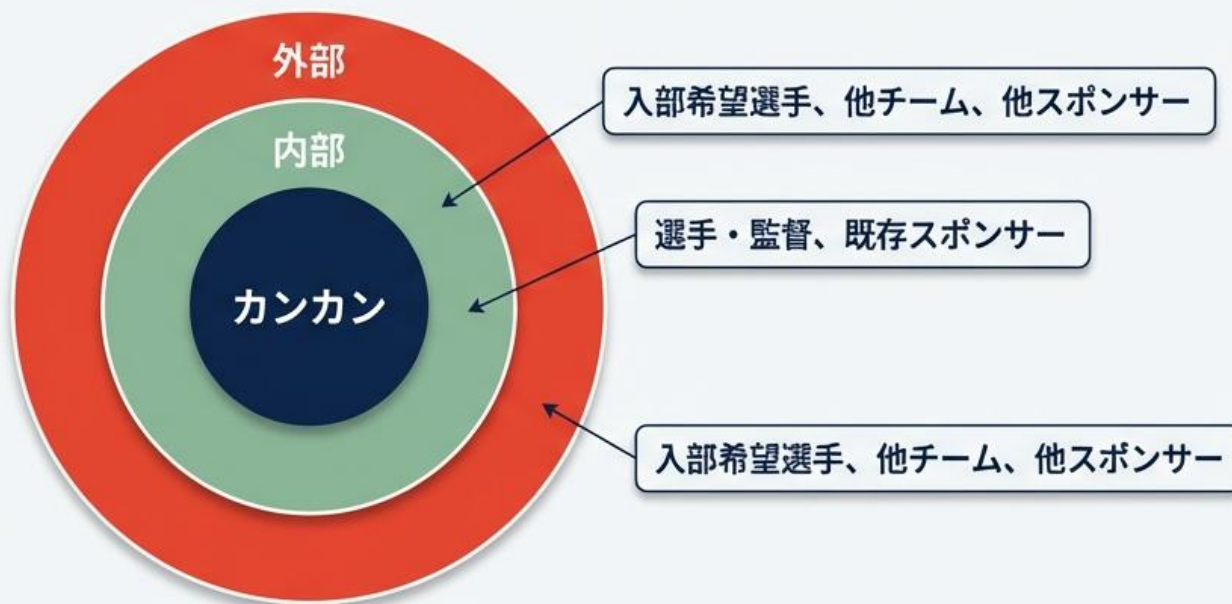
ジュニア



競技面での
長期的な優位性

チーム戦術を深く理解した
選手を自前で育成でき、
スカウトコストの削減にも
繋がります。

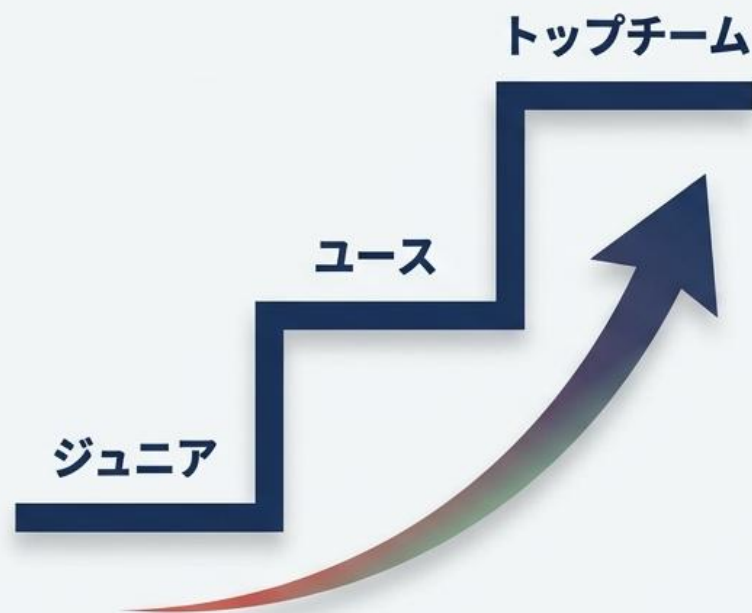
魅力ある人材と支援を集めるための 「全方位コミュニケーション」



まずは「知ってもらう」ことが必須。サッカー（試合）の成果だけでなく、「カンカンの魅力や環境」「選手の過ごし方」など、ライフスタイルを含めた総合的な魅力を発信する。

良好な選手確保、移籍、スポンサー獲得において圧倒的な好印象を形成する。

自前で戦力を生み出す「ラ・マシア」型育成システムの構築



戦術DNAの共有

フットサルにおいて、ユース上がりは「戦術理解が速い」という圧倒的なアドバンテージがあります。FC Barcelonaの「ラ・マシア」のような一貫した育成の仕組みを作ります。



コスト削減

自チームでの育成により、将来的な移籍費やスカウトコストを大幅に削減します。



有望選手の流出防止

地方特有の課題である「中学でのサッカー強豪校への流出」「高校での都市部への流出」を防ぎ、地域に才能を留める受け皿となります。

「単なる競技チーム」から「地域教育の担い手」へのブランド転換

企業の協賛理由は「社会貢献」「教育」「地域活動」へシフトしています。

「トップチーム単体」よりも「育成クラブ」の方がスポンサー価値は圧倒的に高くなります。

✕ 従来の提案

「フットサルチームのスポンサーになってください」

○ 新しい提案

「地域の子供100人を育成するクラブのパートナーになりませんか？」

地方メディアが好む「教育・地域貢献」の文脈を活用する

クラブ呼称の進化

「〇〇フットサルクラブ」という単一競技のイメージから、「〇〇アカデミー」という**地域教育機関**としてのブランドへ昇華します。

メディア露出の最大化

地方の新聞やテレビは「子供」「地域」「教育」の話題を好んで取り上げます。競技の勝敗ニュース以上に、**地域社会に根ざした活動**としてメディアに取り上げられやすくなります。



組織運営における4つの現実的なハードルとその認識

理想だけでなく、リアルなデメリット・課題への対策が不可欠です。



人材不足

質の高いコーチの確保が最大のネックとなる。



場所の確保

定期的な体育館・練習場所の確保が極めて困難。



保護者対応

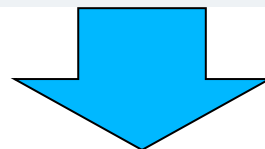
コミュニケーションやクレーム対応にかなりの時間を要する。



安全管理

子供を預かることに対する責任が大きく、徹底した安全管理体制が求められる。

© NotebookLM



杉山さんのPENTA、久森さんの伊丹市教育委員会
既に人材や関係性など実績あり、実現可能

関西2部クラブに最適な、 リスクを抑えた3段階の ロードマップ

⚠ いきなり「強化チーム」を作ると失敗します！

Step ① スクール

まずは裾野を広げる。初心者や楽しく蹴りたい子供たちを集め、クラブの認知と基礎収益を作る。

Step ② ジュニア

スクールの優秀な層や、より本格的に学びたい小学生向けのチームを組織する。

Step ③ U15

最終段階として中学生年代を設立し、トップチームへの直結パイプラインを完成させる。

【2】 未来に向けてのビジョン共有

【2】 未来に向けてのビジョン共有

未来に向けてのビジョン共有 = 地域密着型クラブの実現

総合力の向上により、強固で魅力的な
強固で魅力的な地域密着型クラブを実現する



- 「カンカンの魅力や環境を発信する」というコミュニケーション課題の最適な答えが、下部組織の設立です。
- 選手にとっては「指導や関わりを通じて成長できる環境」となり、スポンサーにとっては「地域社会へ貢献する価値ある投資」となります。

関西フットサルリーグ2部からの飛躍に向け、
今こそ「地域に愛され、自走するクラブ」への
第一歩を踏み出しましょう。

目的：ステークホルダー（利害関係者）すべてに貢献 clarenet.

■ 打ち合わせ整理：ステークホルダー（利害関係者）すべてに貢献

【1】 内部は、**選手・監督**、既存スポンサー、

外部は、入部希望選手、他チーム、**他スポンサー**

→ まずは「知ってもらう」ことが必須で考慮。選手移籍やスポンサー獲得などに好印象を発信する目的です。

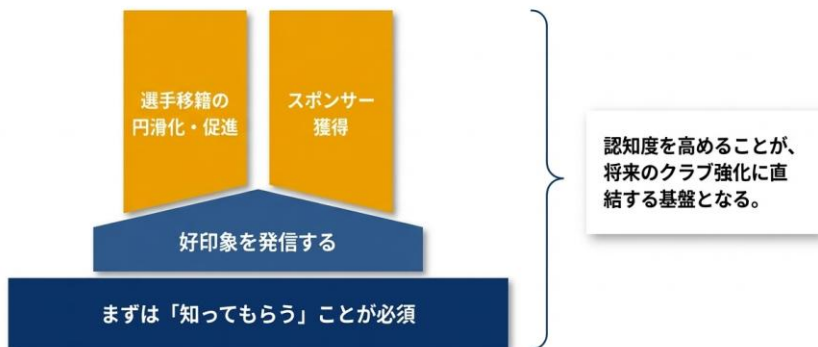
【2】 **いい選手**の募集確保のため → より良好な選手確保のため、サッカー試合だけでなくカンカンの魅力や環境、選手やイベントなどの訴求を行います。

内外のステークホルダーを明確にし、全方位へアプローチする



内部のエンゲージメントを高めつつ、外部に向けてクラブの存在感を力強くアピールする構造。

すべては「まず知ってもらうこと」から始まる



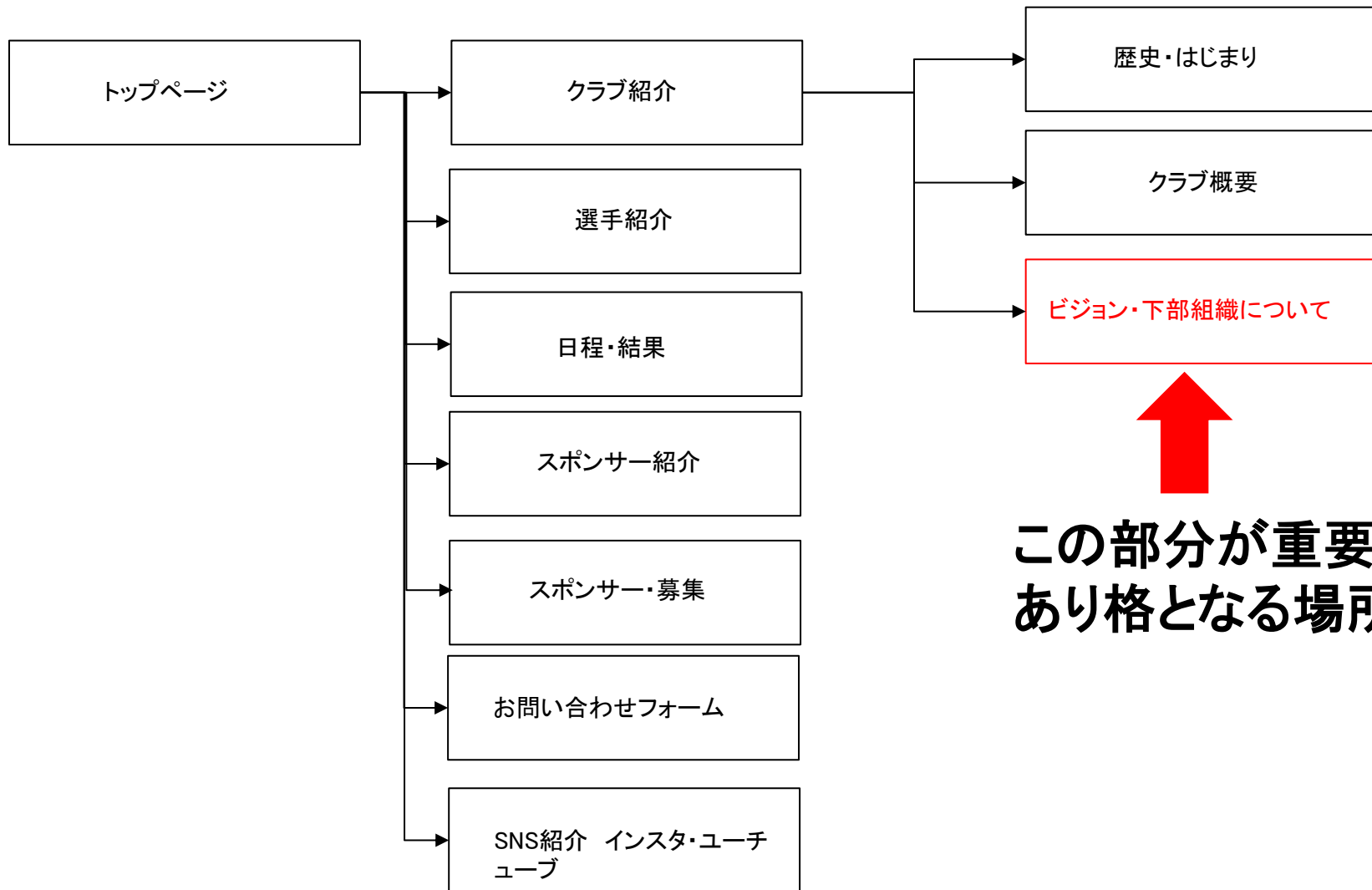
試合の枠を超え、カンカン独自の「環境と日常」を訴求する



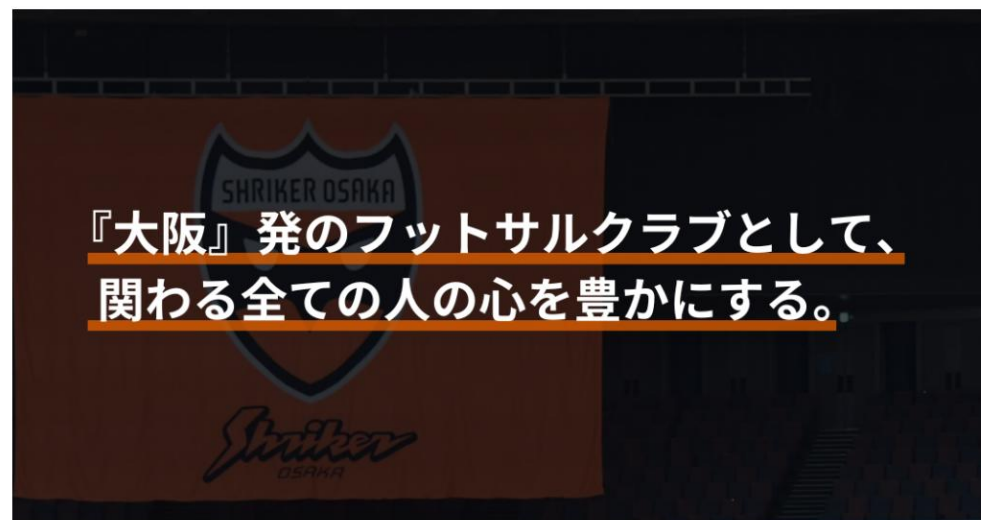
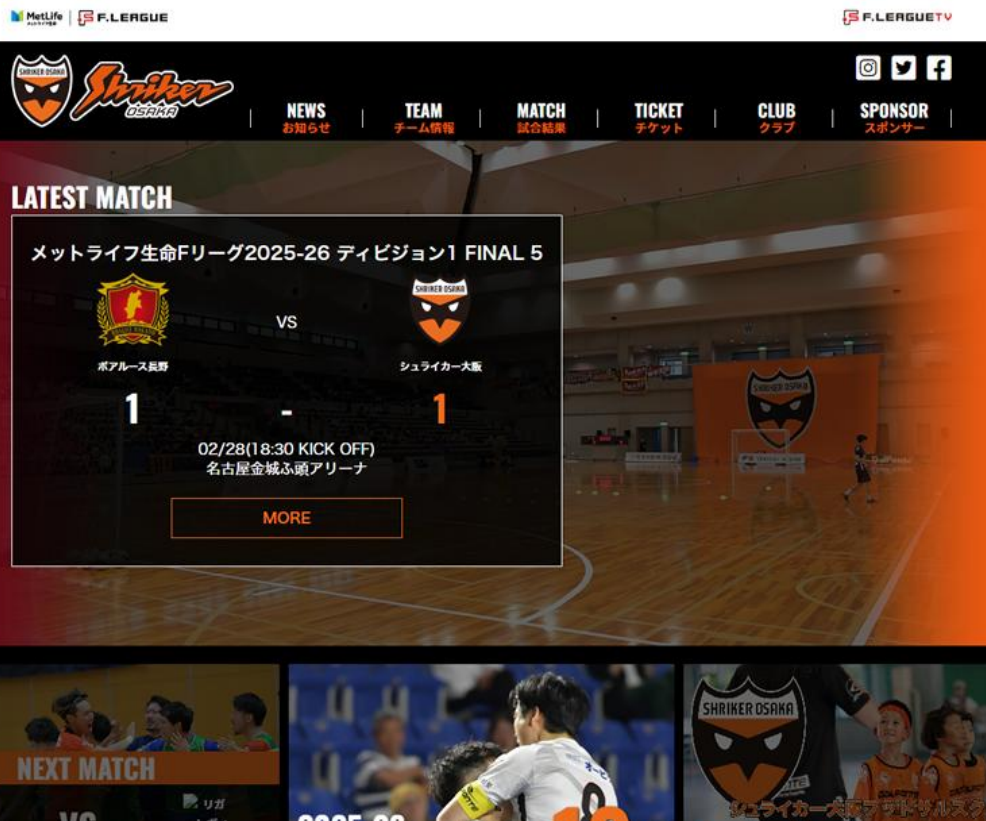
魅力の発信が、次なるクラブの成長を牽引する



新たなコミュニケーション戦略は、カンカンを持続的な成長軌道に乗せるための重要な原動力となる。



この部分が重要であり格となる場所



01. すべての人に「元気、勇気、感動」を
最後の1秒まで勝利を追い求める姿勢で、常に優勝を狙い、クラブに関わるすべての皆様に「元気、勇気、感動」を届ける。
02. 地域から「愛されるクラブ」に
大阪市、大阪府、大阪府サッカー協会などと連携し、地域生活の一部として、地元住民から長く愛されるクラブとなる。
03. 子どもたちに「夢」を
大阪市を中心とした地域密着活動と下部組織での指導により、地元大阪のフットサルで活躍する「夢」を子どもたちに届ける。

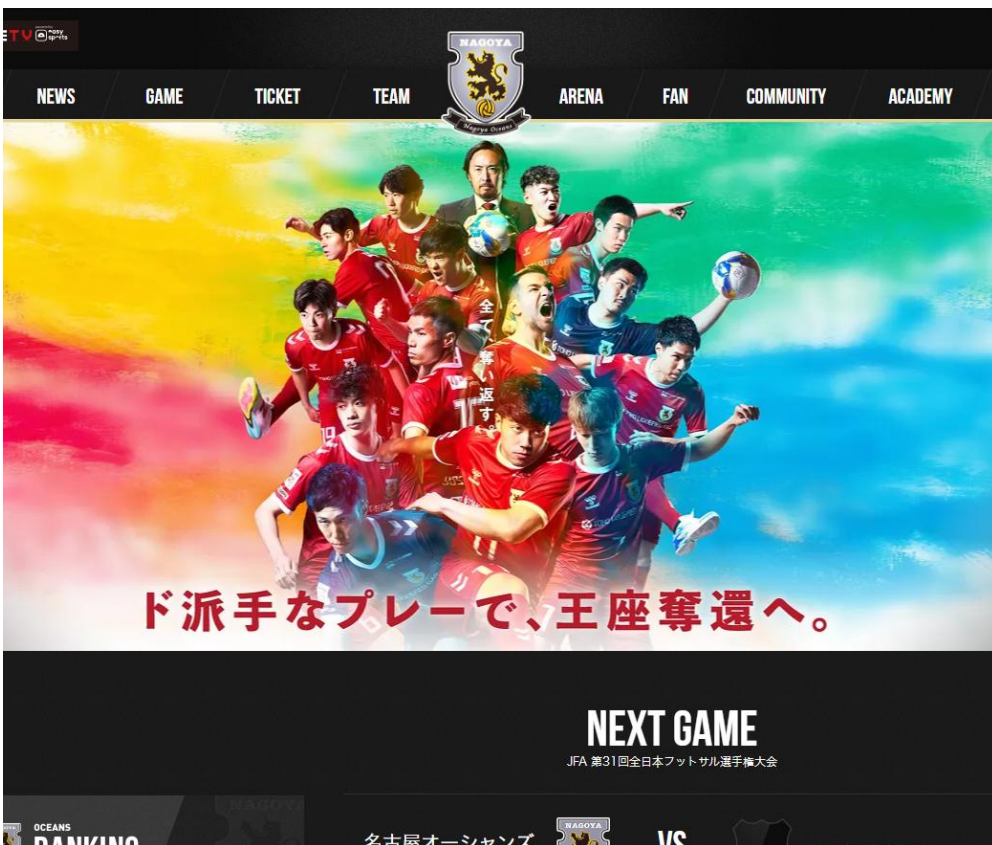
シュライカー大阪

<https://shriker-osaka.jp/>

理念が「地域から「愛されるクラブ」
貢献に向いています。

子どもたちに「夢」などと、

競合他社分析 名古屋オーシャンズ



名古屋オーシャンズ

<https://www.nagoyaoceans.com/academy/satellite/>

ACADEMY 下部組織を作り育成しています

競合他社分析 ジャグランカ

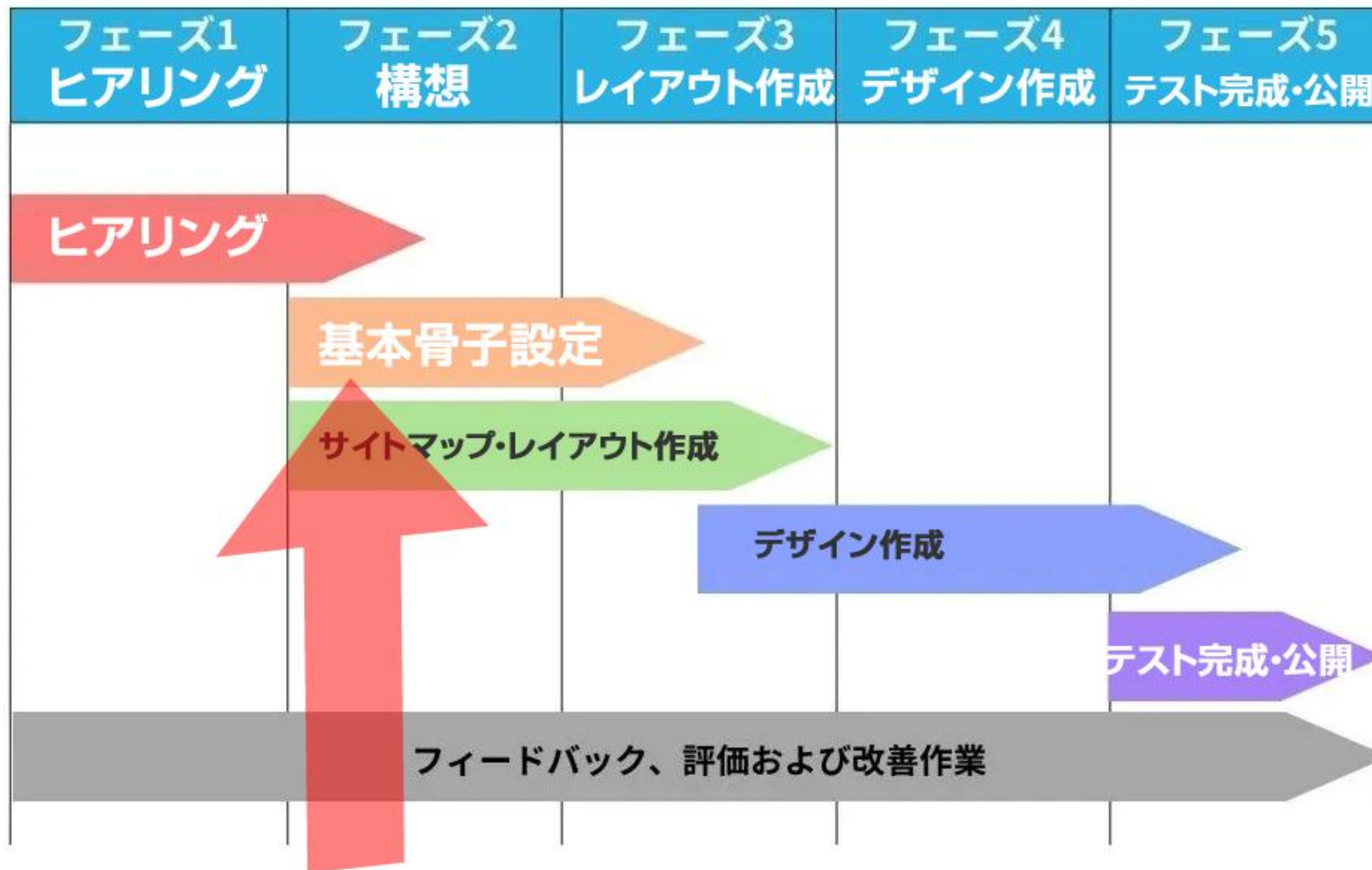


ジャグランカ

<https://jaglanca.com/>

ここはまあまあなHPありますが、1部、2部ではあまりありません。インスタあるくらいです。

スケジュール 5段階のうち フェーズ2です



今回はここです

フットサルチームでホームページでしっかりした
情報公開してるチームはほぼなし。

充実した内容と今後のビジョンや未来図を出す
ことで、ファンも増えて採用や育成でも成果が出る。