



株式会社コンサドーレ
パートナー事業本部
竹内 一弘

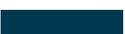
2022.09.09

クラブ概要



北海道に生息する日本最大のフクロウ『シマフクロウ』を象徴的に図案化しました。
頂点に羽ばたく翼を持つシマフクロウの盾形の中に、11個の星（結束したイレブン）、勝利を見据える眼光（闘志）、ブリザードを表す白ストライプ（攻撃性）を配し、それらが、ホームタウンを意味するリボンの円弧に根ざすデザインになっています。

●チームカラーとそのイメージ/赤、黒、白、ブルーグレイ

-  コンサドーレレッド/暖かい炎（ファイティングスピリットの象徴）
-  コンサドーレブラック/広大な大地（無限大のパワーの象徴）
-  コンサドーレホワイト/雪、シマフクロウ（フェアプレイ精神の象徴）
-  コンサドーレブルーグレイ/針葉樹林の茂る深い森（冷静な状況判断の象徴）

●クラブマスコット/ドーレくん



クラブコンセプト

共有体感できる“チーム”の創造

コンサドーレ・スピリットを持った選手・スタッフを育成する環境創りとチーム強化を目指します。

共有体感できる“場”の提供

北海道を愛する人々が集う場を創造し、提供します。

共有体感できる“コミュニティ”の形成

北海道とコンサドーレを愛する人々を繋ぐコミュニティの形成を行います。

- 法人 名称：株式会社コンサドーレ
設立：1996年4月16日
資本金：1,075,660,000円（2020年3月31日現在）
所在地：札幌市西区宮の沢2条3丁目4-1
TEL：011-777-5310
代表者：代表取締役GM 三上 大勝

- ホームタウン/札幌市を中心とする北海道
- ホームスタジアム/札幌ドーム
- 主な練習場/宮の沢白い恋人サッカー場 札幌市西区宮の沢2条3丁目

北海道コンサドーレ札幌は、今年でクラブ設立26年目を迎えます。

<クラブの歴史>

元々は東芝サッカー部として創部し、その後札幌へ移転。のちに運営会社「北海道フットボールクラブ」を設立。チームマスコットが「ドーレくん」に決定。

1996年 石屋製菓株式会社、サポーターズ持株会らが中心となり「コンサドーレ札幌」が誕生。

1997年 Jリーグへ正式加盟。

1998年 Jリーグ開幕、J1参入決定戦に敗退、99年シーズンはJ2へ。

2000年 コンサドーレ札幌の専用練習場となる「宮の沢白い恋人サッカー場」が完成。
J2優勝。

2001年、2002年とJ1でプレーも2003年に再びJ2へ降格。

2006年 10年史「夢に挑む～Consadole 10th Anniversary」を刊行。
その後J1,J2の入れ替えが続く。

2008年 コンサ百年の森づくりスタート

2013年 代表取締役社長の野々村氏がJリーグ初のクラブOB社長に就任。

2014年 人気漫画『キャプテン翼』に登場するふらの市(富良野市がモデル)出身のキャラクター「松山光選手」をメインキャラクターとして『松山光プロジェクト』がスタート。

2016年 クラブ創設20周年を機に、「コンサドーレ札幌」から「北海道コンサドーレ札幌」へ。
博報堂DYメディアパートナーズとクラブ戦略パートナー契約締結。

記念すべき年にJ2優勝。再びJ1の舞台へ。

2019年 クラブ史上初のルヴァンカップ決勝へ進出。川崎フロンターレとPK戦に及ぶ死闘の末、準優勝

2022年 代表取締役会長であった野々村芳和が6代目Jリーグチェアマンに就任。三上大勝が代表権を引き継ぐ。

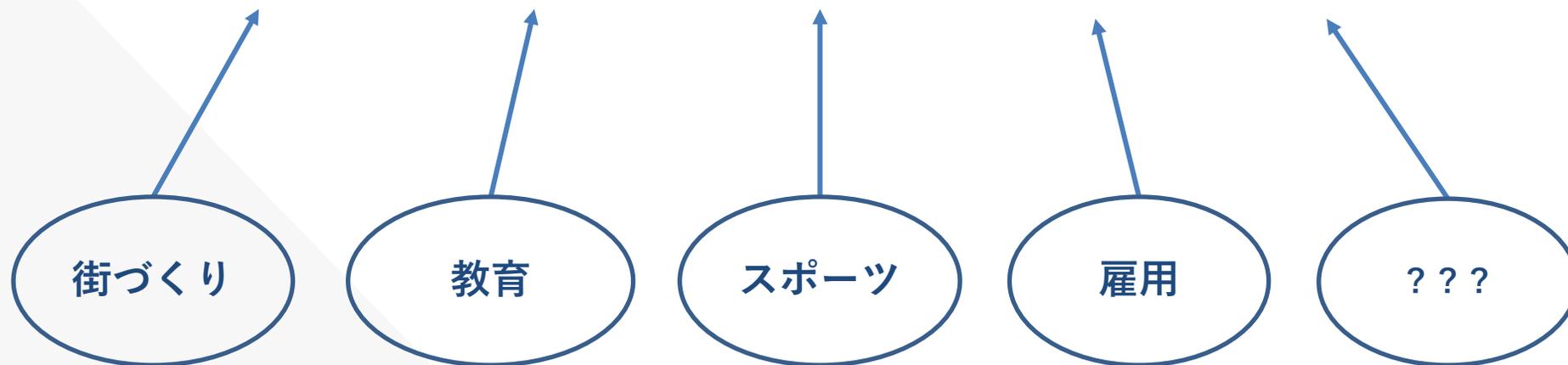


株式会社コンサドーレは、

何をする会社？

北海道を
“元気に”
“豊かに”
する会社

北海道を“元気に”“豊かに”する会社



【街づくり】

運動施設
観光資源
地元企業の交流促進

【教育】

若年層育成
学ぶ機会の提供
SDGsの取組

【スポーツ】

トップチーム（地域の代表）
スポーツを通じた健康増進
感動、熱狂する機会の提供
スポーツツーリズム/インバウンド

【雇用】

アスリートセカンドキャリア

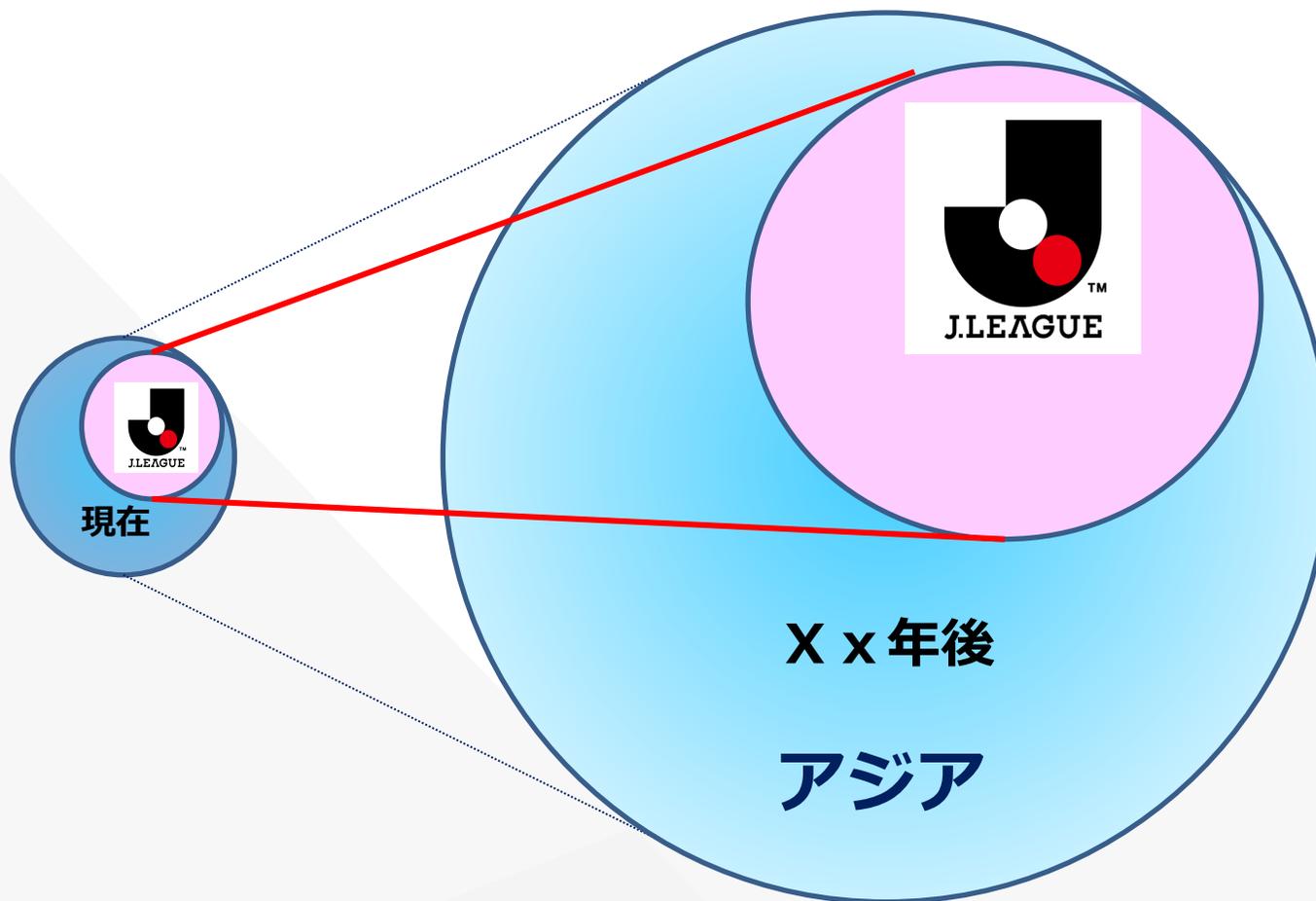
【?】

新規事業



Jリーグの アジア戦略

アジアと「共に」成長するリーグへ

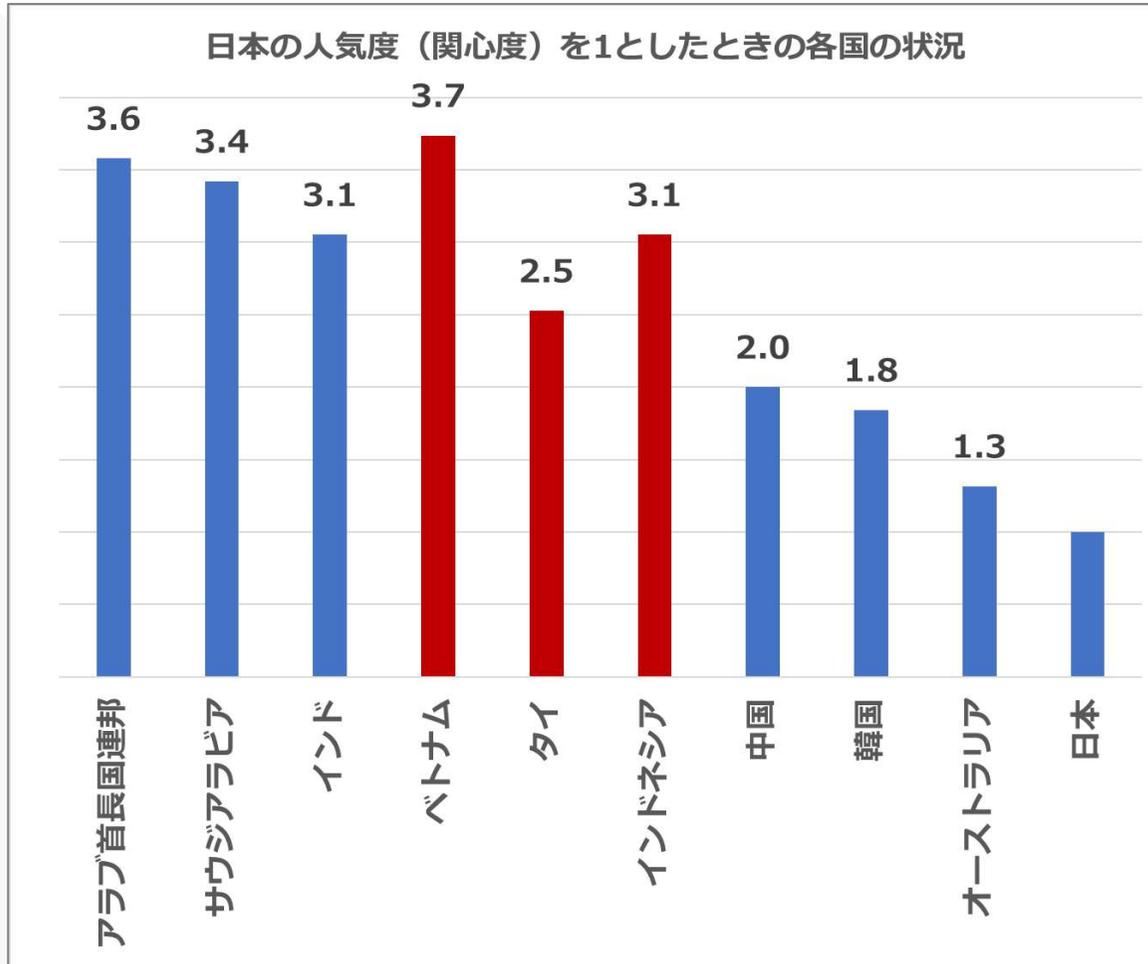


それぞれのスポーツ競技を観戦することに、あなたはどの程度興味がありますか。

※TOPBOX(とても興味がある)のみの集計

	1位	2位	3位
アラブ首長国連邦 	サッカー 68%	バスケットボール 36%	モータースポーツ 34%
サウジアラビア 	サッカー 65%	モータースポーツ 23%	テニス 22%
インド 	クリケット 78%	サッカー 58%	バドミントン 50%
ベトナム 	サッカー 71%	バドミントン 38%	バレーボール 35%
タイ 	サッカー 48%	バレーボール 38%	バドミントン 28%
インドネシア 	サッカー 58%	バドミントン 57%	モータースポーツ 42%
中国 	バスケットボール 43%	サッカー 38%	卓球 27%
韓国 	サッカー 35%	野球 32%	テニス 12%
オーストラリア 	サッカー 25%	クリケット 25%	テニス 23%
日本 	野球 23%	サッカー 19%	テニス 17%

出展：ニールセン調査（アジア諸国におけるサッカー人気調査 2019）



日本と比較して
東南アジアで
「サッカー」は
圧倒的人気スポーツ

出展：ニールセン調査（アジア諸国におけるサッカー人気調査 2019）

タイフットボール界のキーマン



タイサッカー協会会長
政治家 ソムヨット プンパンムアン氏



ブリーラム・ユナイテッド
政治・実業家 ネウィン チドチョップ氏



ポートFC
実業家 ヌアンパン ランサム氏
(ムアンタイ生命保険)



バンコク・ユナイテッド
実業家 カシヨン チアラヴァノン氏
(CPグループ)

HOKKAIDO
Consadole
SAPPORO

北海道とともに世界へ
コンサドールの
アジア戦略

アジアの英雄たちの加入



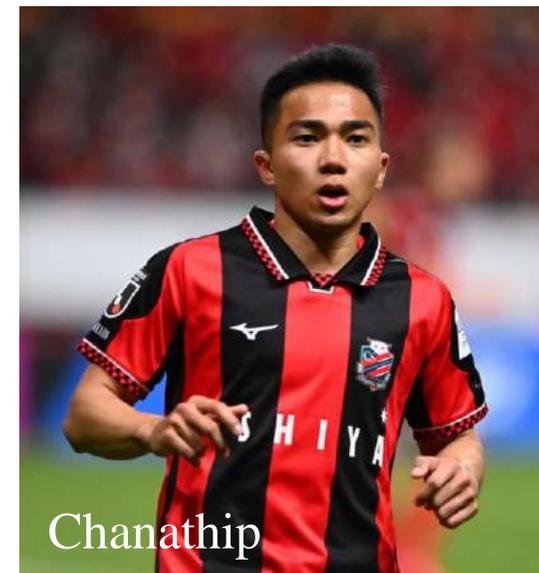
Le Cong Vinh

2013年
ベトナム代表：レ・コンビン
ベトナム人初のJリーガー



Irfan Bachdim

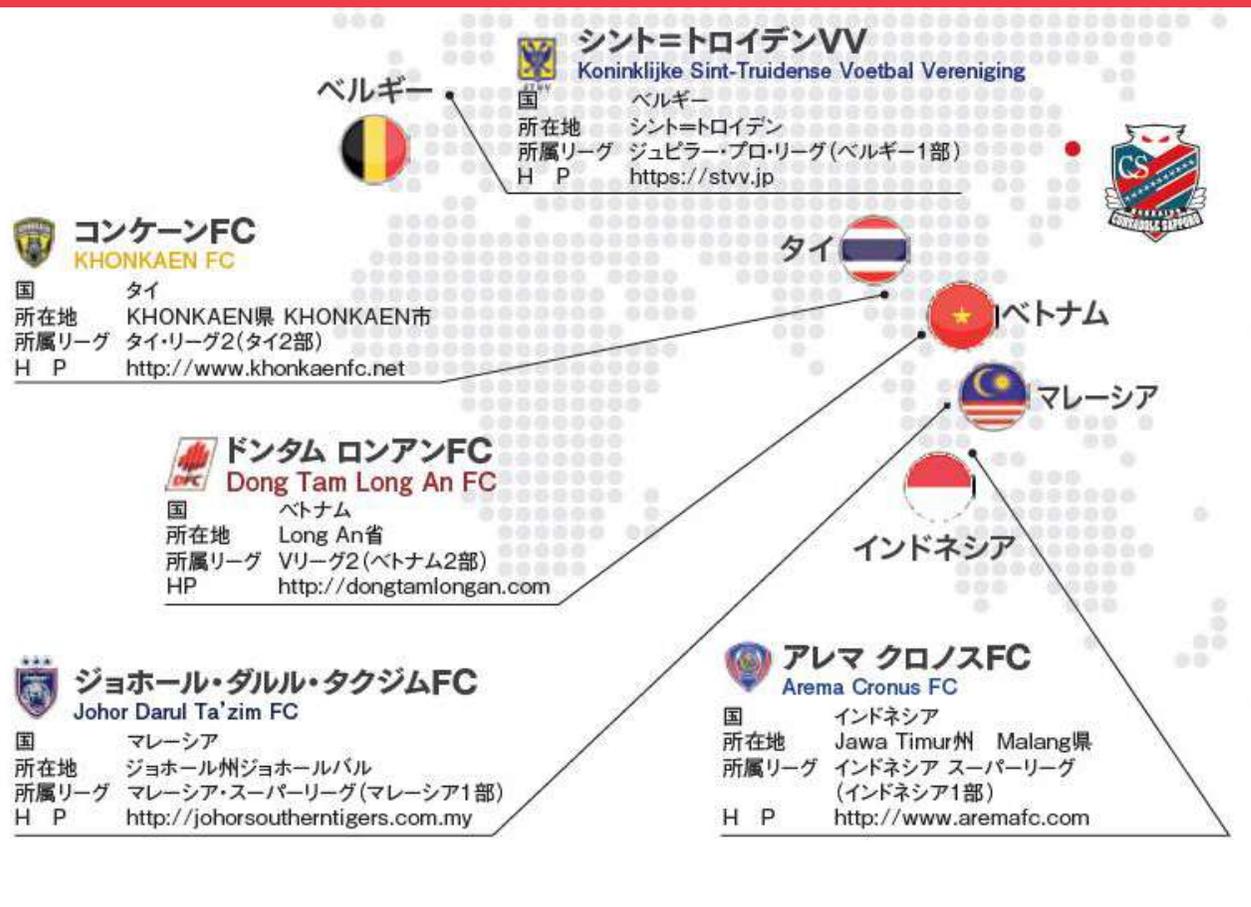
2015年～16年
インドネシア代表：イルファン
インドネシア人初のJリーグデビュー



Chanathip

2017年～21年
タイ代表：チャナティップ
2018年タイ人として
初のJリーグベストイレブン

世界のサッカークラブに広がるコンサドーレのネットワーク



PURPOSE 1

【選手育成】

提携クラブ間の
期限付き移籍

PURPOSE 2

【シティプロモーション】

「北海道」を
より身近な存在に

PURPOSE 3

【アカデミー】

アカデミー生の練習受入れ
国際交流

北海道コンサドーレ札幌は2013年からJリーグと連携して東南アジアを中心とした海外クラブとクラブ間提携を結んでおります。

この提携は、選手の期限付き移籍やアカデミーを含めた練習生の受け入れなどのチーム間での交流のほかに、

ホームアイランドである『北海道』のシティプロモーションの一環としても大きな意味を持つ取り組みとなっています。

赤城乳業



FACEBOOK キャンペーン



CMでの肖像活用



イベント会場サンプリング

トーハウリゾート



温泉ホテル（登別）のプロモーションVTRへの出演

SiamSportがJリーグ放映権を獲得。タイ国内におけるOTT LIVE視聴環境がさらに強化される！

TOPICS

2020
シーズン

SiamSportが放映権を獲得。タイ国内におけるOTT LIVE視聴環境がさらに強化される！

2022
シーズン

タイ代表スパチョークが加入。コロナ後のインバウンド観光誘因の起爆剤に。

■タイにおける認知・興味度調査

【17年7月】 【20年12月】

出展：ニールセンスポーツ「タイにおけるJリーグ認知・関心度調査wave⑥より」



Jリーグ認知度

55% ▶ 66%

11UP
POINT

Jリーグの認知度は約1年半で11%上昇
ヨーロッパの主要リーグと比較しても1番の伸び率



Jリーグ関心度

30% ▶ 49%

19UP
POINT

認知度とあわせて関心度も上昇
タイにおいてはイタリア・セリエAを凌ぐリーグとなる



クラブ関心度

30% ▶ 50%

20UP
POINT

Jクラブの中でトップクラスの関心度



“札幌”認知度

82% ▶ 87%

約9割

札幌の観光目的調査でもサッカー観戦は上位に。
コンサドーレの存在は道内経済にも還元

NETWORK①



<Siam sport 主なグループ会社>

- ◎ Siam Sport Digital Media Company
- ◎ Siam Sport Organizer
- ◎ Siam Sport Books
- ◎ Siam Print
- ◎ Digital Savvy Company
- ◎ I-Sport Company

チャナティップ選手がコンサドーレに加入する前に所属していた
ムアントン・ユナイテッドのオーナー企業はSiam sport

タイ国内におけるJリーグの露出が増加
 ライツホルダー『SiamSport』にてLIVE中継も実施するほどのコンテンツ



1
 タイ国内でLIVE中継
 4 試合 / 節
 (日本との時差 - 2h)

2
 タイ人所属クラブ
 を中心に放送
 無料OTT (3試合)
 地上波 (1試合)

3
 各プラットフォーム
 での露出
 Facebook/youtube/siamsports/
 OTT/MCOT/地上波放送

NETWORK②

2022年5月

タイ王国・観光スポーツ省（TAT：Tourism Authority of Thailand & SAT：Sports Authority of Thailand） との連携協定を締結 タイ政府省庁とJリーグクラブが提携をするのは初めてのこと



スポーツ > 北海道

コンサドーレ、タイ政府と国際交流事業 7月に若手選手招く

05/26 10:24 更新



タイとの国際交流事業の調印式に臨んだ三上GM（左から2人目）やタイ観光・スポーツ省の関係者ら（金田翔撮影）

⇒記事詳細へ戻る

NETWORK^③



『タイの至宝』と称される、
スパチョーク・サラチャート選手が加入

クラブ間提携

両クラブのリソースとネットワークを最大限活用する、
新しいグローバルアクションを共にするパートナー



- ✓ 早くから先駆者としてアジアマーケットとの関係を構築
- ✓ チャンピオン選手の成功モデルから次のステージへ
- ✓ 北海道インバウンド観光需要回復へのコアとなる



- ✓ 昨季のタイリーグ王者。3冠達成。
- ✓ オーナー・ネウィン氏の圧倒的な政治的ネットワーク
- ✓ タイ国内最高峰のアカデミー育成力

クラブ間提携パートナーシップ協定を締結



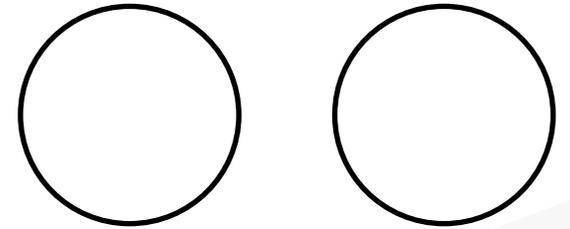
NAME :

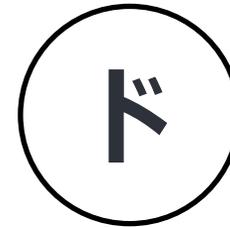
ネウイン・チットチョーブ

ブリーラム・ユナイテッドのオーナー
過去にはタイ王国農業・協同組合省の副大臣や
首相府大臣を務めたブリーラム出身の大物政治家。
現在も政界、経済界に強い影響力を持つ。
運輸大臣のサクサヤーム・チットチョーブはネウイン氏の弟。

2010年にブリーラム・ユナイテッドの前身である
PEA FCをネウイン氏が買収し、活動拠点をブリー
ラムに移転させ誕生したのが、現在のブリーラム・
ユナイテッド。

PEA（タイ地方配電公社）から全ての権利を買い取
り、文字通りオーナーとなった。







ブリーラム・ユナイテッド
 オフィシャルパートナーとのビジネス接点開発

公式パートナー



ブリーラム・ユナイテッド/オフィシャルパートナー

ブリーラム・ユナイテッド パートナー

コンサドーレを通じて、タイのビジネス界を代表するトップ企業との接点開発/戦略的アプローチに寄与します。
今後国際親善試合やプレシーズンキャンプ開催時にビジネスカンファレンスを開催し、両クラブのパートナー企業同士の交流の場を創出します。



タイ大手 ビール&清涼飲料メーカー

『チャーン』

ブリーラム県内のスーパーやコンビニエンスストアではチャーン製品のみ取り扱い
ブリーラム・ユナイテッドのホームスタジアム「チャーンアリーナ」の命名権を持つ



巨大免税店企業

『キングパワーインターナショナル』

タクシン政権（ネウイン氏派閥）時にスワンナプーム国際空港の免税店運営権を獲得
免税店事業は政府認可の独占営業であり、現政府とも蜜月な関係にある巨大企業



CPグループ中核・タイ最大手食品企業

『チャルーンポーカパーンフーズ』

食品の加工製造、レストラン事業など食に関わる事業を幅広く展開
農業・協同組合省副大臣を務めたネウイン氏と強固な関係性を持っている企業



Jリーグアジアチャレンジ Thailand 2022

3年ぶりの国際親善興行イベント

タイリーグやブリーラムユナイテッドとのタッチ
ポイントを活かし、事業展開を検討

タイ・日本両国でライブ中継あり

toC向け プロモーション施策

NIPPON
HAKU
BANGKOK
2022



バンコク日本博／JAPAN EXPO

タイ国内最大級の日本展覧会イベント
インバウンドの観光PRやサービスプロモーション
をコンサドーレと共同ブースで展開



THANK YOU!!

HOKKAIDO
Consadole
SAPPORO