

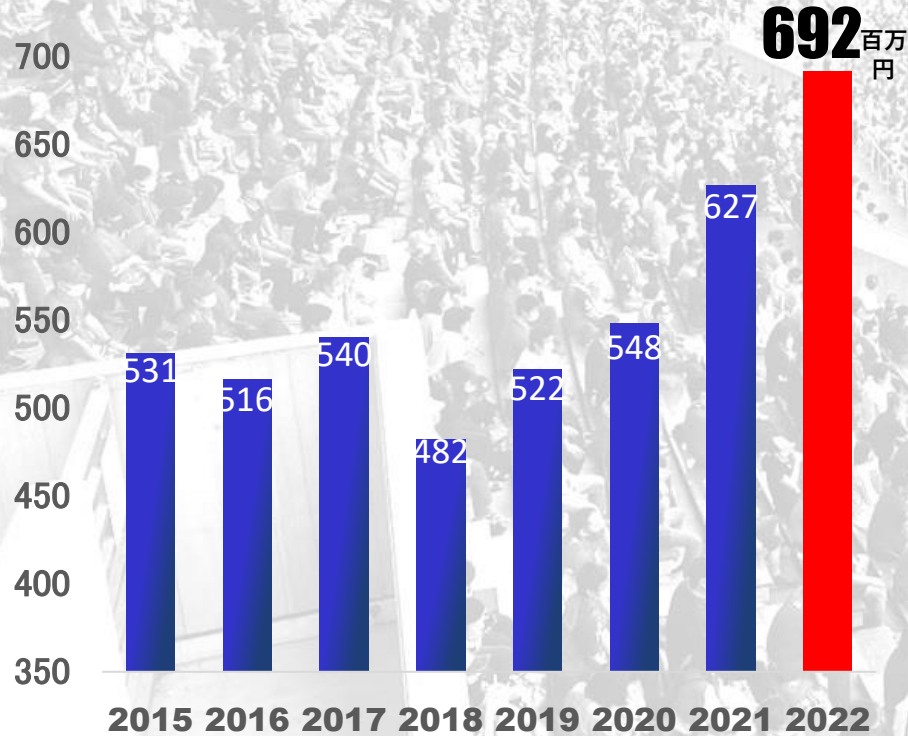
# FY2022 収益見込み

KATALLER TOYAMA

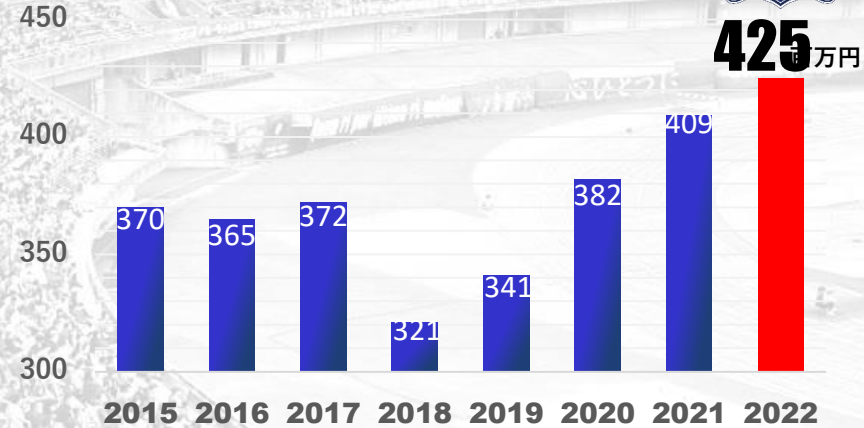


## 収益

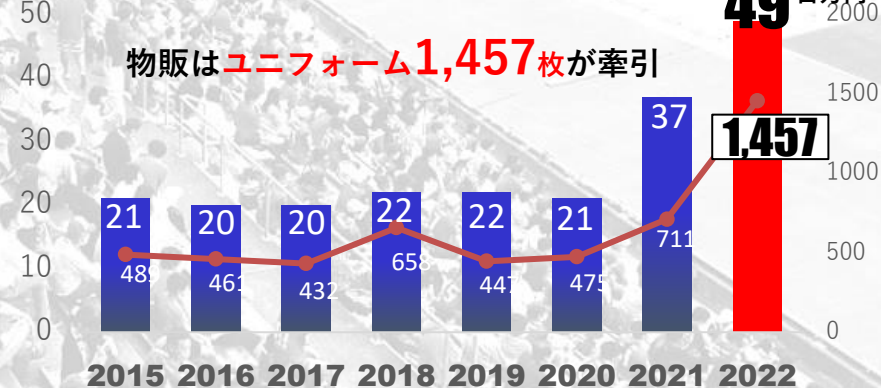
J2復帰の分岐点となる約**7**億円



## スポンサー料収入

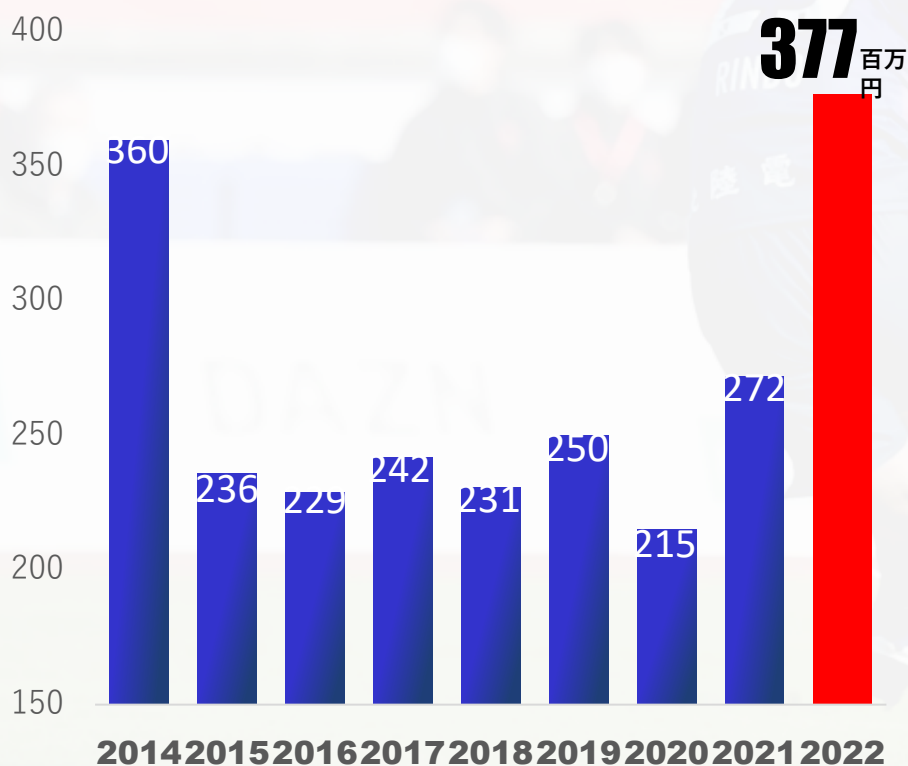


## 物販収入

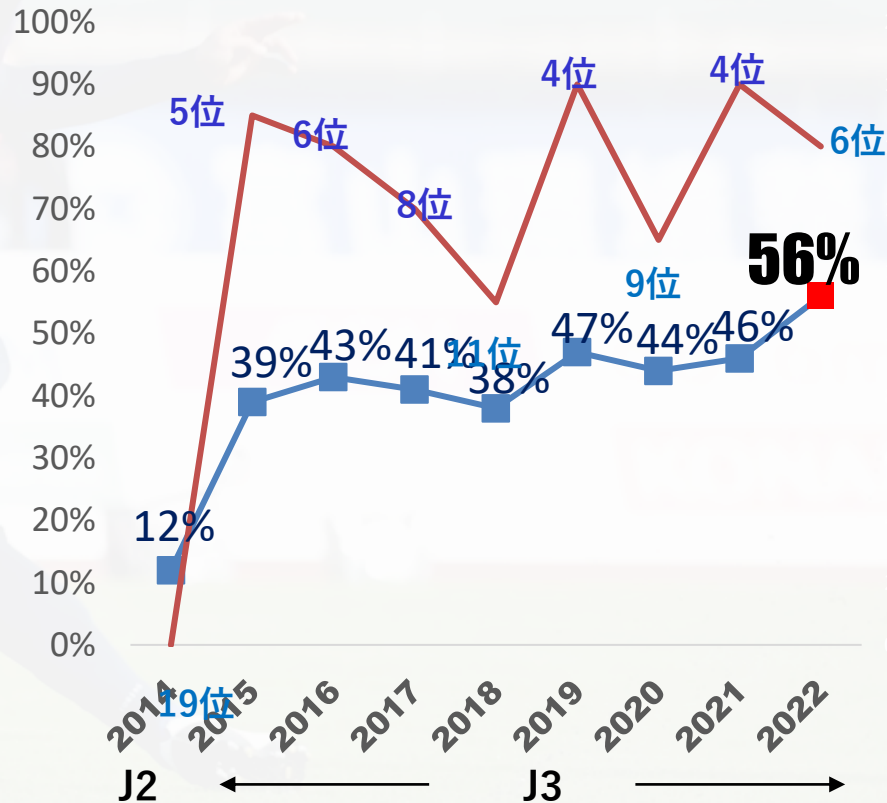




## J2時代を超える強化費 **3.8億円**



## 過去最高の勝率 **56%**



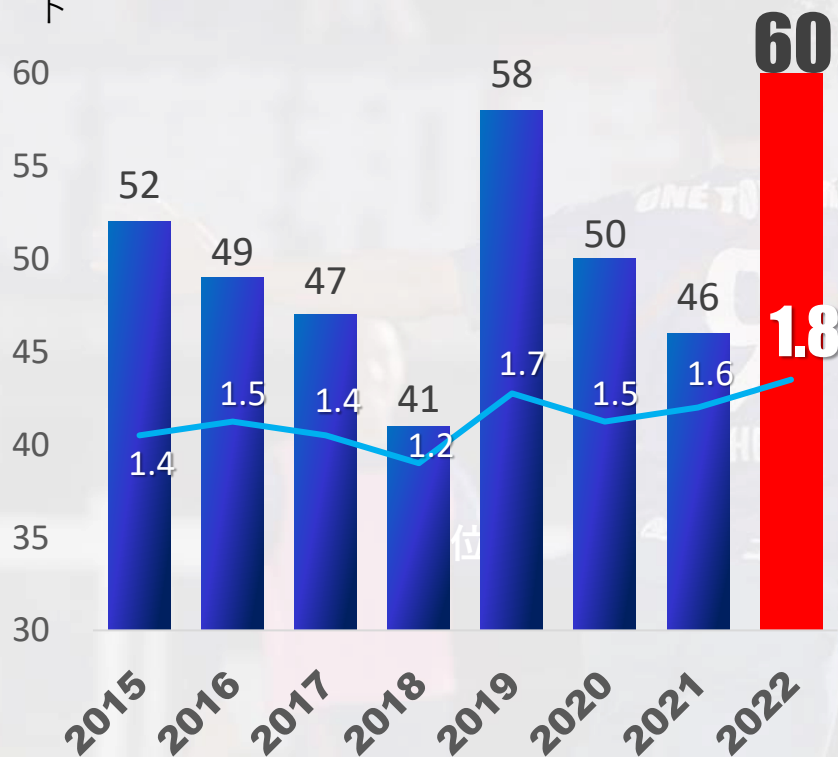
# FY2022 勝点／得失点



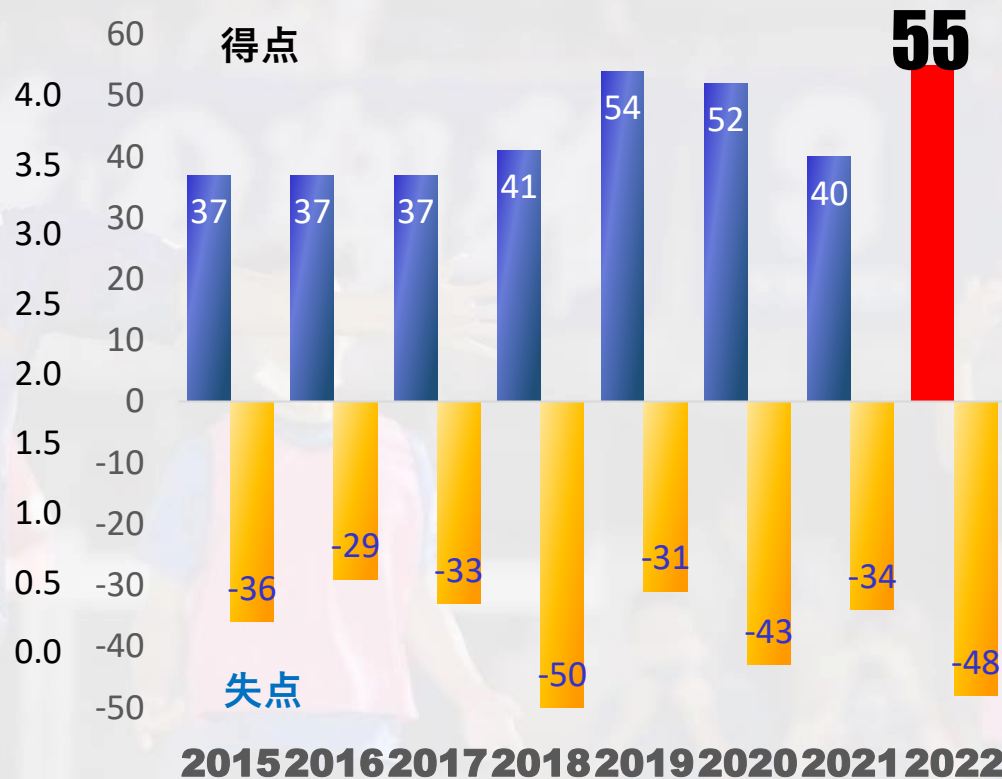
J3 降格後のMaxレコードとなる

勝点**60**ポイント／平均勝点**1.8**ポイン

ト



J3 降格後、最多**55**ゴール



2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022



「ここに住んでいて良かった」  
とだけ思っていただけのクラブへ

Keyメッセージ

BackToJ2! / TANKURO (単年度黒字)

**競技性**

- ① J2 復帰
- ② 打たれ強く逞しいチーム体質への回帰
- ③ 富山県産プロ選手の育成

**社会性**

- ④ 社会福祉(高齢者・障がい者)／青少年／環境に資する活動の拡充

**経営**

- ⑤ 過年度実績見合いの手堅い収支策定
- ⑥ 聖域なきコスト削減と細目管理
- ⑦ 数値化／相対化／可視化の継続
- ⑧ 外部発信力強化の継続深化
- ⑨ フロント／現場一枚岩の進化



## CLUB CONCEPT

ハードワーク / 球際 / 1vs1に勝つ / ネバーギブアップ

## TEAM CONCEPT

- ・日常を変える（チーム、自分の成長の為）
- ・準備と細部にこだわる（TRからこだわり、GAMEにつなげる）
- ・強い気持ち（望まない展開や失点時に折れない心）
- ・直向きに、逞しい姿を魅せる（観ている人の心を動かす）
- ・誠実（チームの為に振舞う） / 真剣（本気で物事に取り組む）



# 事業方針／競技性



FOOTBALL CONCEPT

## Nonstop Seamless Soccer

### 組織的攻撃

ファーストエリア：縦パスを狙う  
セカンドエリア：ボールを動かす  
ラストサード：ゴールに向かってプレー

### アクティブトランジション

奪ったら素早く攻撃へ  
ダイレクトプレー  
ボールをつなぐ

攻守一体 関わり続ける

アグレッシブにボールを奪いに行き、  
攻撃的で躍動感のあるサッカー

### ネガティブトランジション

即時奪回  
リスク管理

### 組織的守備

ゾーン1：スタートポジション  
ゾーン2：サイドへ誘導～前向きに奪う  
ゾーン3：ゴールを守る



## 青少年

立派な富山人を育てる学校の拡充

仲間の試合を見守るスクール生

子ども目線のコーチ



## 社会福祉活動の拡充

### まちのカタール化



## 環境

芝～レ！の応用(ex.農業体験・食育)  
環境活動を通じた循環型社会への貢献

農業従事者への芝～レ!贈呈

ゴミ拾い選手権大会



## 高齢者

高齢者の方々の喜びや生きがいに資する  
ふれあい活動の拡充

Be supporters! 大作戦(サントリーウェルネス協働)



## 地域

各地域でのTRマッチ開催



## 障がい者

障がいをお持ちの方の心に寄り添う  
訪問活動／観戦体験の拡充

車いす観戦環境調査

アミザーデサッカー





# 事業方針／興行・営業



- 興行**
- ・スタジアム誘引を促進する伝える力の醸成と場の創出  
ex. アンバサダー、ミニサポMTG
  - ・地元有名催事とのコラボレーション
  - ・15周年記念関連イベント

**会社KPI**：平均入場者数2,872→3,200人/試合  
シーズンパス 868→1,000枚

- 営業**
- ・ユニフォームスポンサー（鎖骨／パンツ背面）の獲得
  - ・ONE TOYAMA支援増額（37→50百万円）
  - ・既存スポンサーの増額促進（新規株主）
  - ・15周年記念イベント関連スポンサー獲得
  - ・Kataller the Utopiaと連携した地域貢献型スポンサー獲得

**会社KPI**：スポンサー新規増額70百万円、ファンクラブ3→4千人

# 事業方針／物販・管理



- 物販**
- ・オーセンティックユニフォームと15周年記念ユニフォームの販売促進
  - ・15周年記念商品の企画・販売促進
  - ・地産ブランドとの商品企画・販売
- 会社KPI**：ユニフォーム1,457→1,800枚
- 管理**
- ・強化関連費用を除くすべての項目に聖域を設けないコスト削減の実施  
(昨対比▲6%)
- 経営**
- ・費用科目ばらしによる細目アイテムの抽出とそのKPIの月次管理
  - ・集客・増収・ブランド向上に繋がるメッセージの積極的配信
  - ・メディア系・SNS系からの発信に加えて、リアルアタッチ頻度  
(直接のふれあい)の向上
- 会社KPI**：オフィシャルHP・Twitter・Instagram・Facebook・YouTubeのフォロワー数・閲覧数・リアルアタッチ回数

# ONE TOYAMAプロジェクト2023

KATALLER TOYAMA



『ONE TOYAMA』は皆さんがスポンサー  
県民クラブとして、今年もやります！  
一社でも、一人でも多くの皆様に支えられながら  
"ONE TOYAMA" を背負い  
富山の誇りをエネルギーに替えて戦い抜きます。  
その先に待つJ2復帰を目指して..

目標金額1億円

県民クラブ カターレ富山  
代表取締役社長 左伴 繁雄

# ONE TOYAMA PROJECT 2023

KATALLER TOYAMA



# 2023シーズン スローガン

Back  
To  
J2!



NO KATALLER  
NO LIFE

