

FC町田ゼルビア 地域インパクト調査研究レポート (第1版 2026.02.04)

町田商工会議所×FC町田ゼルビア
×EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社



©FCMZ



The better the question.
The better the answer.
The better the world works.



町田商工会議所



FC MACHIDA
ZELVIA



Shape the future
with confidence



Contents

01 イン트로ダクション 3

1. エグゼクティブサマリー 4
2. 町田商工会議所×FC町田ゼルビア×EYSCによるスポーツの価値を可視化する取り組み 5
3. 本プロジェクトの調査研究対象 6
4. 調査研究の手法 8

02 経済的価値の調査研究 9

1. 経済波及効果の分析結果 10
2. コラム：地元経済界の視点から見たJクラブが地域に果たす役割とは？ 町田商工会議所・澤井会頭 11

03 社会的価値の調査研究 12

1. 社会的価値を評価する取り組みの全体像 13
2. 社会的価値のプレ評価結果 14

01

イントロダクション



1. エグゼクティブサマリー	4
2. 町田商工会議所×FC町田ゼルビア×EYSCによるスポーツの価値を可視化する取り組み	5
3. 本プロジェクトの調査研究対象	6
4. 調査研究の手法	8


1. エグゼクティブサマリー

1. 「FC町田ゼルビア」の存在により発生した経済波及効果は、**約191.7億円**と分析されました。

内訳は、以下の通りです。

- 直接効果 約104.1億円
- 第1次波及効果 約57.4億円
- 第2次波及効果 約30.2億円

【 経済波及効果 サマリー 】

FC町田ゼルビア の価値 	潜在的財務価値 (東京都内における経済波及効果) 約191.7 億円	直接効果 約104.1 億円
		第1次波及効果 約57.4 億円
		第2次波及効果 約30.2 億円
	財務諸表に現れる価値	営業収益

➡ 分析の詳細は、P. 9以降をご参照ください

2. 「FC町田ゼルビア」の存在により、町田市や町田市民には次のような社会的価値がもたらされていると推察されます。

町田市民のうち、「FC町田ゼルビアを応援する」市民は

1

- 町田市への愛着がより強く、継続して町田市に居住する意欲も高い
- 町田市での生活をより「暮らしやすい」「治安が良い」「子育てしやすい」と感じている
- FC町田ゼルビアの存在が「生きがい」や「充足感」につながっており、コミュニティのつながりも強固にしている
- 行政や地域に対する信頼や、課題解決等に対する期待がより高い

2

「FC町田ゼルビア」をきっかけとして、町田市周辺の市外居住者は

- 町田市に対して、よりポジティブなイメージを持っている
- 「町田市を訪れたい」という来街意欲や、「町田市に住みたい」という居留意欲が高い

➡ 分析の詳細は、P.12以降をご参照ください

2. 町田商工会議所×FC町田ゼルビア×EYSCによるスポーツの価値を可視化する取り組み

町田商工会議所、FC町田ゼルビアおよびEYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社は連携し、「町田を世界へ。」を理念として掲げるFC町田ゼルビアが地域に与えるインパクトに関する共同調査研究プロジェクトに取り組んでいます。

今回3者によるレポートの第1弾として、**2025シーズン（2025年2月1日～2026年1月31日）**におけるFC町田ゼルビアが地域にもたらした**経済的価値の測定を実施したほか、社会的価値の調査研究に向けた足掛かりとなるプレ評価を実施しました。**

今後、経済的価値だけでなく、社会的価値の測定や評価に向けた調査研究を進めていくことで、同クラブが地域に与える影響や価値をさらに可視化していきます。



3. 本プロジェクトの調査研究対象

FC町田ゼルビア クラブビジョン

クラブビジョン

町田を世界へ。

FC町田ゼルビアはクラブビジョンとして「町田を世界へ。」を掲げ、クラブだけでなく「町田という街」全体を世界に知ってもらう機会を作ることをビジョンに掲げています。クラブの競技力強化に加え、地域に根差した活動や人材育成等の実施を通じてスポーツを軸に地域社会と連携しながら、町田のブランド力向上と持続的な地域発展に寄与することを目指しています。

クラブ理念

01

町田市民が誇れる
クラブであること



FC町田ゼルビアはホームタウンである町田に関わる全ての方々が誇れるクラブであることを目指しています。そのためにJリーグ含む競技成績の向上を目指すだけでなく、クラブの行動や姿勢、地域社会との関わりを通じて信頼されるクラブになるような取り組みを実施しています。

02

地域の発展に貢献できる
クラブであること



FC町田ゼルビアはスポーツにとどまらず、地域に根差した活動やサステナブルな取り組みを推進することにより地域課題の解決や街の活性化に向けた取り組みを実施しています。また、行政、企業、学校、市民と協働しスポーツを核とした地域活動やイベントへの参画をすることで持続的な地域発展に寄与することを目指しています。

03

次代を担う子どもたちの
健全な育成と夢の創造に
貢献するクラブであること



少年サッカークラブを起源に持つFC町田ゼルビアは、スポーツが人を育て、地域の未来を形作る力を持つ環境づくりを重視しています。アカデミーや学校との連携、スポーツや文化の普及活動を通じて子どもたちが自ら夢や目標を描き、その実現に向けて踏み出せる環境を整え、地域の未来を担う人材の育成に貢献できることを目指しています。

3. 本プロジェクトの調査研究対象

データで見る FC町田ゼルビア

年間試合数
(2025シーズン)

52 試合



町田開催数

23 試合

国立開催数

4 試合



総観客動員数
(主催試合)

約 **34.8** 万人

Jリーグ
38 試合

ACL
6 試合

天皇杯
6 試合

ルヴァンカップ
2 試合



Jリーグ ID
(Jリーグファンベース)
お気に入り登録数

約 **35.2** 万人



©FCMZ

2025シーズンのFC町田ゼルビアは年間**52試合**（うち主催試合**27試合**）、主催試合の総観客動員数は約**34.8万人**を記録しています。Jクラブとしては2025明治安田J1リーグに所属しており、Jリーグ主催のルヴァンカップや、プロ、アマチュア問わず日本一のサッカークラブを決める天皇杯にも参戦しております。また、前年のJリーグの成績からアジアのNo.1クラブを決めるAFCチャンピオンズリーグにも出場し、国内だけでなく海外にも活動の幅を広げています。



©FCMZ



©FCMZ

主要な地域活動の回数
約 **800** 回／年

地域活動の参加人数
約 **90,487** 人／年

ボランティアの活動人数
延べ約 **1,320** 人／年

FC町田ゼルビアでは地域に愛されるクラブになるためホームタウン活動に取り組んでおり、「まちづくり」「健康」「子ども」「環境」「福祉」の5つの項目で地域活動を実施しております。

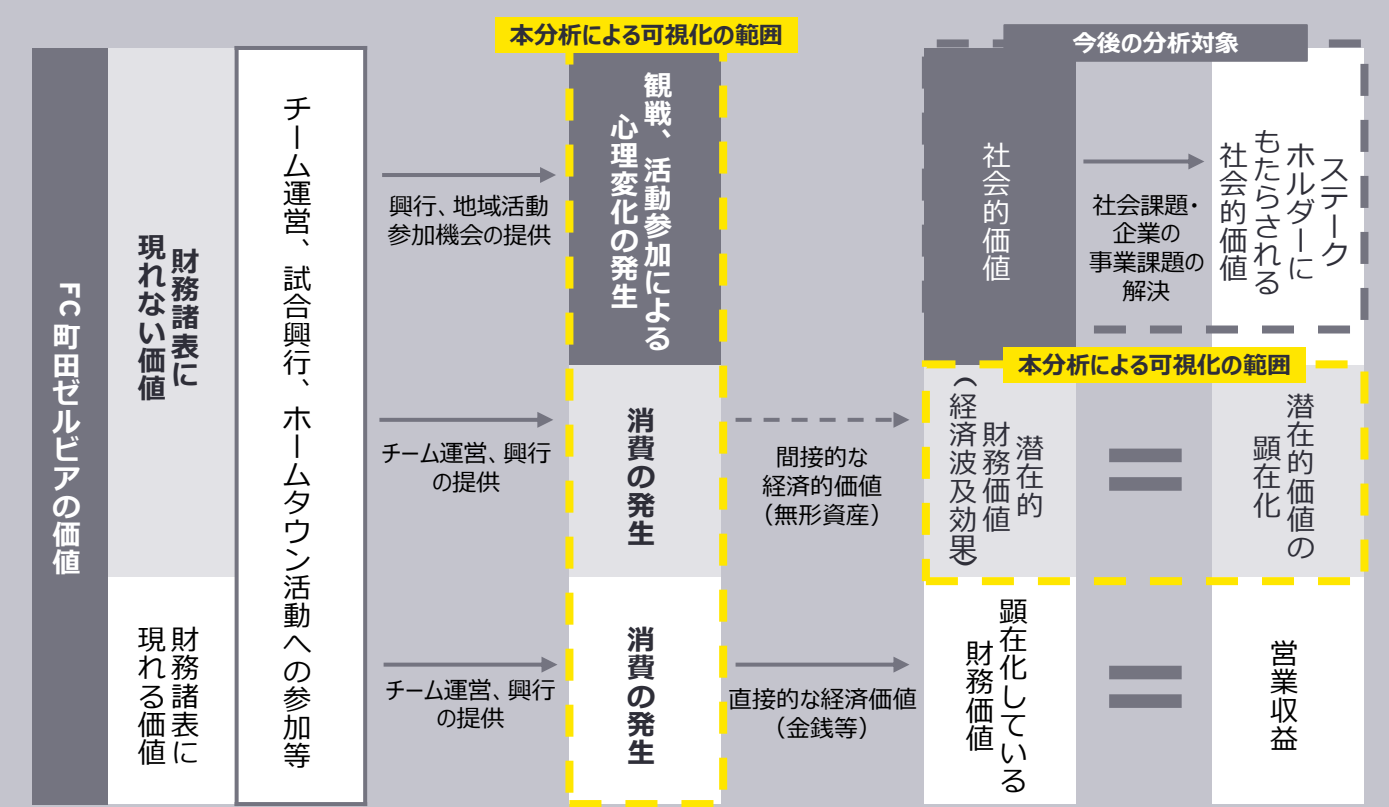
2025シーズンは年間800回の地域活動で約9万人の参加人数がありました。主な活動としては「地域の美化活動」や「サッカー教室」や「認知症サポーターの養成」、「ゼルビア体操の推進」を行い、ホームタウンである町田に対する愛着を深めていく活動や、次世代のサッカー普及、街づくりを目指しております。

FC町田ゼルビアのホームゲーム開催日およびイベント開催日にはクラブ独自のボランティア（通称ゼルボラ）、町田市の市民ボランティアである「まちだサポーターズ」や「公益社団法人町田市シルバー人材センター」により運営をサポートしていただいております。年間約1,320人に活動いただいております。

4. 調査研究の手法

本プロジェクトが目指す可視化の範囲

本プロジェクトでは、財務諸表に現れない、FC町田ゼルビアの潜在的財務価値（経済波及効果）を可視化すると共に、町田市が実施している各種統計データ等との比較分析による社会的価値の評価を実施いたします。



本レポートは、経済波及効果および統計データとの比較分析を目的とした下記アンケート調査結果を活用しているほか、各種統計データ、Jリーグ等のステークホルダーが保有する各種データに基づいて分析を行いました。

経済波及効果分析に関する調査研究の対象

2025シーズン：2025年2月1日～2026年1月31日

本調査はJリーグ（日本プロサッカーリーグ）の事業年度に準拠して実施しました。

本レポートにおけるアンケート調査の概要

調査対象 ステークホルダー	概要	調査手法	設問数	調査 サンプル数
観戦者	■ 主催試合会場でアンケート調査を実施し回答収集	現地調査	15問	1,148
アウェイ戦 観戦者	■ FC町田ゼルビアのアウェイ戦を観戦したFC町田ゼルビアサポーターを対象にアンケート調査を実施	インターネット調査 (JリーグIDを用いた調査)	13問	722
FC町田ゼルビアを応援している方	■ FC町田ゼルビアのリーグ戦ホームゲームに2試合以上ご来場いただいたサポーターを対象にアンケート調査を実施	インターネット調査 (JリーグIDを用いた調査)	13問	447

02

経済的価値の調査研究



1. 経済波及効果 分析結果 10
2. コラム：地元経済界の視点から見たJクラブが地域に果たす役割とは？ 町田商工会議所・澤井会頭 11

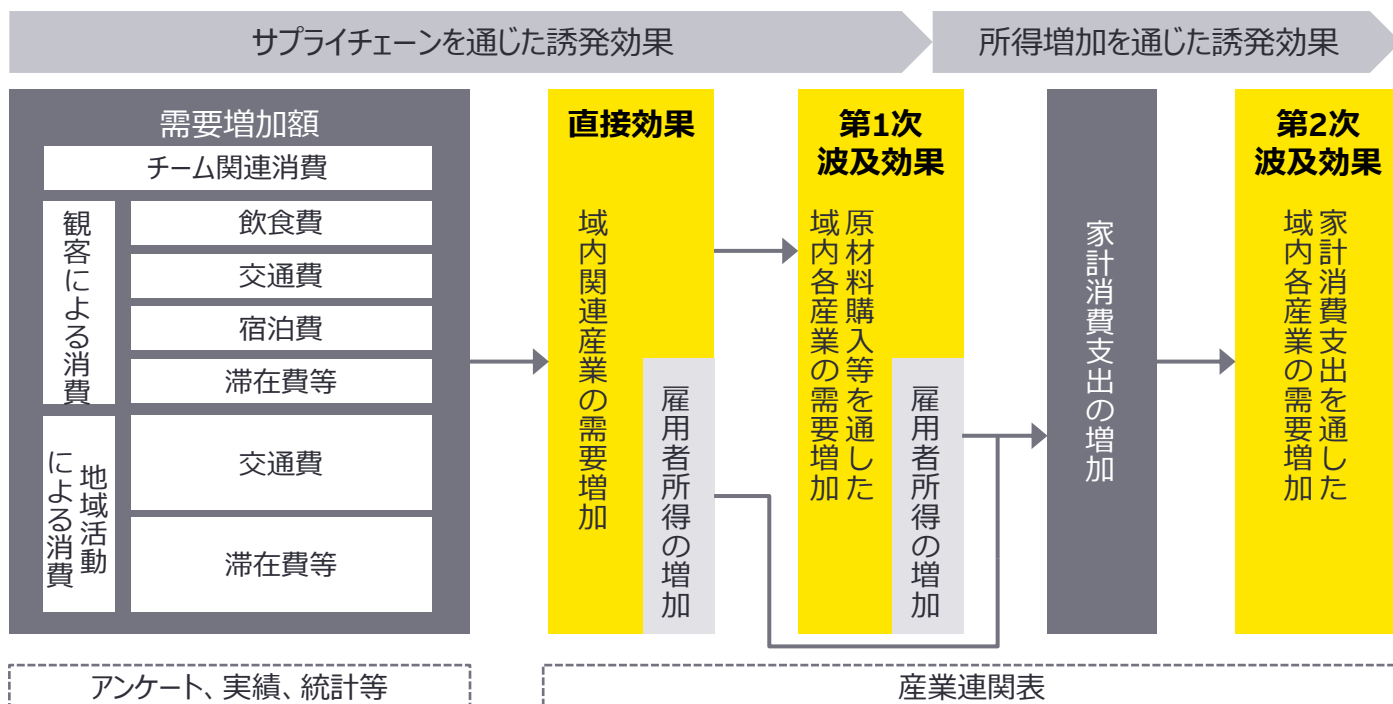
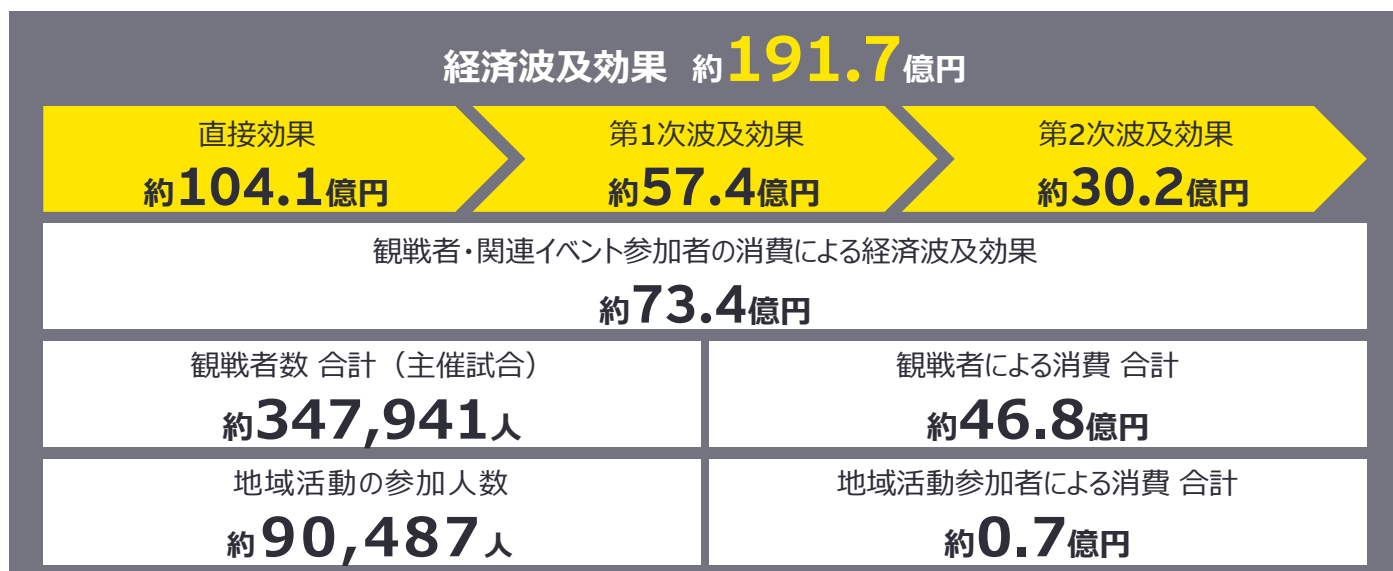
1. 経済波及効果 分析結果

経済波及効果の分析結果概要

試合運営日での観客消費やイベント運営・参加者の消費等を通して域内に発生する「直接効果」と、直接効果に誘発される「間接波及効果」の合計にて算出した結果、経済波及効果は約191.7億円となりました。

FC町田ゼルビアとアウェイチームの関連消費を除いた観戦者・関連イベント参加者の消費による経済波及効果は73.4億円となり、全体の約38%を占める結果となりました。

なお、主催試合の観戦客および地域活動に参加した方は約43.8万人であり、多くの方が町田に訪れ、経済波及効果が発生したことが分かります。



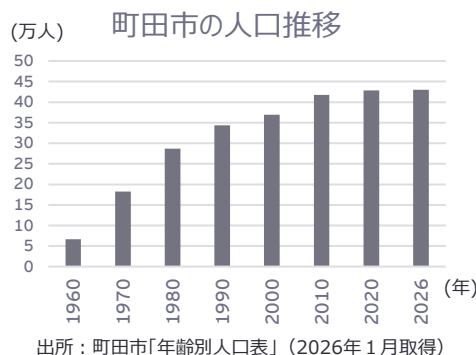
コラム：地元経済界の視点から見た「クラブが地域で果たす役割とは？」 町田商工会議所・澤井会頭

世界を舞台に活躍するFC町田ゼルビアを、地元の経済関係者はどう見ているのか？
地元経済界を代表し、町田商工会議所の会頭である澤井宏行さんに語っていただきました。

——FC町田ゼルビアがJ1に昇格し、今シーズンは天皇杯で優勝しました。
クラブの活躍を、市民の皆さんはどう受け止めていますか？

FC町田ゼルビアが活躍するにつれて、市外の方から「ゼルビア、すごいですね」とお声掛けいただく機会なども一気に増え、「町田といえばゼルビア」と連想される方も増えてきたのかな、と実感しています。

町田市は元々、「新宿や横浜へアクセスの良いベッドタウン」としての顔と、「町田駅周辺の中心市街地を核とした商都」という2つの顔を持っています。



「ベッドタウンとしての町田市」が形成されたことの背景には、1960年代以降、急速に住宅開発が進み、地方からの流入による人口増が起きたことがあります。

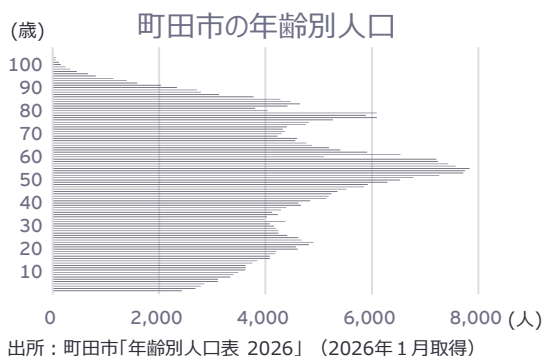
外から多くの住民の皆さんをお迎えしたこの街にとって、「地域としてのアイデンティティ」をどう作り上げていくか、というのは大きなテーマでして、その意味で「FC町田ゼルビア」の存在が街のシンボルの1つとなりつつある、と感じています。



——地元の経済界として、感じておられる地域の課題や、FC町田ゼルビアに期待する役割はありますか？

「商都・町田」という視点でいえば、近年の急激な地価高騰等の影響を受けて賃料相場も上昇し、結果的に路面店中心にチェーン店が増えてきてしまっている、という点を地域の課題として感じています。チェーン店自体が悪いわけではありませんが、「町田ならではの魅力ある個店」が失われていってしまうことで、他の街と同じようなお店が並び、「個性のない、顔のない街」になってしまうリスクがあります。

「FC町田ゼルビア」というハブを地元としてうまく活用することで、地域の魅力的な個店や商店街の魅力を発信し、交流人口を取り込み、地域に対するファン層を獲得していくような仕掛けが必要と感じています。



また、急激に進む少子高齢化やECサイトの台頭による生活習慣の変化により、「商都・町田」を支えてきた地域の購買力が弱まっていく可能性がある点を危惧しています。町田市の人口構成は非常に特徴的で、周辺に大学等も多いことから20代前半までの人口は少なくないのですが、大学卒業と同時に一気に外部への流出が起き、30～40代の「結婚して、子育てする」世代になると戻ってくる傾向があります。

FC町田ゼルビアの存在が「町田市」という地域に対するアイデンティティを生み出すことで、多くの若者世代にとって「いつかは帰ってきたい街」として愛されることが、非常に重要です。その意味で、これからも「地域に愛されるクラブ」であり続けてほしいですね。

町田商工会議所 会頭 澤井宏行氏 プロフィール

専門学校卒業後、父が創業した東京ガス町田サービスセンター（現・東京ガスライフバル澤井株式会社）に入社。現場経験を重ねながら関連会社での業務にも携わり、経営の基盤づくりに貢献する。2016年に副社長へ就任。2021年には代表取締役社長を引き継ぎ、地域密着型の経営方針のもと着実に事業を拡大している。地域経済の活性化にも深く関わり、2004年に町田青年会議所理事長を務め、さらに2022年より町田商工会議所第6代会頭として、地域産業の発展と次世代育成に力を注いでいる。

03

社会的価値の調査研究



- | | |
|-----------------------|----|
| 1. 社会的価値を評価する取り組みの全体像 | 13 |
| 2. 社会的価値のプレ評価結果 | 14 |

1. 社会的価値を評価する取り組みの全体像

FC町田ゼルビアが地域に与える社会的価値とは～本プロジェクトの狙い

FC町田ゼルビアは、プロスポーツクラブとして興行を行うだけでなく、地域においてさまざまな活動を行っているほか、その存在によって町田市の広報露出を増やすなど、社会的な意義を持つさまざまな効果を地域にもたらしています。一方で、このような社会的価値は、これまで分かりやすい形で可視化されてこなかったため、本プロジェクトではこのような目に見えない価値を分析し、評価することを目指します。

FC町田ゼルビアの7つの活動領域



7つの活動領域が地域にもたらされる社会的インパクトの例

経済／ブランドバリュー	■ 経済波及効果 <ul style="list-style-type: none"> 来街者数 来街者の消費単価 	健康アシスト	■ スポーツ実施率 <ul style="list-style-type: none"> 医療費削減効果 寿命／健康寿命 	福祉アシスト	■ 幸福度 <ul style="list-style-type: none"> 主観的幸福度 自分らしさの体現 生きがいや充実感
	■ ブランドバリュー <ul style="list-style-type: none"> 町田市の認知度 町田市の広告露出効果 町田市のブランドイメージ 町田市への来街意欲 町田市への居留意欲 		■ 主観的健康 <ul style="list-style-type: none"> 主観的健康度 健康意識 		■ 共生社会理解 <ul style="list-style-type: none"> 共生社会理解度 共生社会への行動 地域における共助環境
アイデンティティ	■ シビックプライド <ul style="list-style-type: none"> 地域への愛着 居住継続意欲 	子どもアシスト	■ 子育て環境 <ul style="list-style-type: none"> 子育てのしやすさ 子育て環境への満足度 子どもが活動する場所の確保 	環境アシスト	■ 環境意識 <ul style="list-style-type: none"> 環境問題の認知度 環境保全行動実施度
	■ 主体的な地域づくり <ul style="list-style-type: none"> 地域課題解決期待値 地域活動への参加率 		■ 子どもの自己実現 <ul style="list-style-type: none"> 子どもが意見を伝える機会 		■ クラブによる環境保全行動 <ul style="list-style-type: none"> CO2削減量 食品ロス削減量
		街づくりアシスト	■ 暮らしやすさ <ul style="list-style-type: none"> 生活満足度 安心感／治安 		
			■ コミュニティ <ul style="list-style-type: none"> 地域とのつながり 		

2. 社会的価値のプレ評価結果

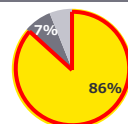
#	主な活動（抜粋）	実績①	実績②
1	ホームゲーム開催	27試合	観客数34.8万人
2	アウェイ観客による来街者数増加	（同上）	アウェイ観客数4.2万人
3	町田わくわくスタンプラリー	参加店舗延べ25店	参加者数約100人
4	ホームゲームでの「まちだみやげ」販売	1試合当たり25～30品目	合計売り上げ約100万円
5	ホームゲームにおける地場農産物販売「まち☆ベジ」	17試合	-



FC町田ゼルビアを応援する市外居住者

近郊の市外居住者

あなたは、町田市について魅力を感じますか。

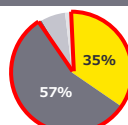


■町田市に魅力を感じる ■特にない
■わからない／町田市を知らない

市外居住者のうち、町田市に魅力を感じる方は平均で61%にとどまるのに対し、FC町田ゼルビアを応援する方は86%と非常に高い傾向にある

※「町田市に魅力を感じる」と回答した方

あなたは今後、町田市に行きたいと思いますか。

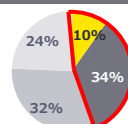


■ぜひ行きたい ■あまり行きたくない
■機会があれば行きたい ■全く行きたくない

市外居住者の町田市への来街意欲※は、平均が70%であるのに対し、FC町田ゼルビアを応援する方は92%と非常に高い傾向にある

※「ぜひ行きたい」および「機会があれば行きたい」と回答した方の合計

あなたは今後町田市に住んでみたいと思いますか。



■とても住んでみたい ■あまり住みたくない
■やや住んでみたい ■全く住みたくない

市外居住者の町田市への居住意欲※は、平均が36%であるのに対し、FC町田ゼルビアを応援する方は44%と非常に高い傾向にある

※「とても住んでみたい」および「やや住んでみたい」と回答した方の合計

町田市外居住者のうち、FC町田ゼルビアを応援する方は、町田市に対してよりポジティブなイメージを持っており、来街意欲や居住意欲も高いことが分かる

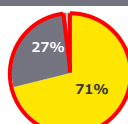
#	主な活動（抜粋）	実績①	実績②
1	優勝パレード等、応援イベントの開催	J2優勝パレード参加者8,000人	町田駅周辺店舗にて優勝記念セールを実施
2	青く染め隊	5回開催	参加者延べ300名
3	学校訪問＆学校給食	60校訪問	参加者29,000人
4	新生児へのぬいぐるみ・1歳児半検診でハンカチ寄贈	ぬいぐるみ約2,100体寄贈	ハンカチ約2,700枚寄贈
5	地元祭りへの参加	15回参加	参加者2,620名



FC町田ゼルビアを応援する市民

町田市民全体

町田市に対して愛着や親しみを感じていますか。

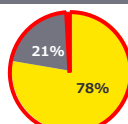


■愛着を感じている ■あまり愛着を感じていない
■愛着を感じていない

町田市民全体の地域への愛着度※は84%であるのに対し、FC町田ゼルビアを応援する市民は98%と非常に高い愛着度を感じている

※「愛着を感じている」および「やや愛着を感じている」と回答した方の合計

今後も町田市に住み続けたいですか。

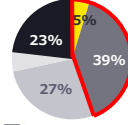


■住み続けたい ■あまり住み続けたくない
■住み続けたくない

町田市民全体の「町田市での居住継続意欲」※は91%であるのに対し、FC町田ゼルビアを応援する市民は99%と、より高い居住継続意欲を持っている

※「住み続けたい」および「やや住み続けたい」と回答した方の合計

あなたが住んでいる地域では、住民同士や行政、企業、市民団体が協力して地域課題の解決に取り組んでいると思いますか。



■思う ■あまり思わない
■思わない ■わからない

町田市民全体の「地域課題解決への期待値」※は30%であるのに対し、FC町田ゼルビアを応援する市民は44%と、より行政や地域への高い信頼と期待を持っている

※「思う」および「やや思う」と回答した方の合計

FC町田ゼルビアを応援する町田市民は、町田市への愛着が深く、町田市に継続して住む意欲も高いほか、行政や地域への信頼や期待も高いことが分かる

※1 町田市「町田市に関する調査報告書」(2025年1月)

https://www.city.machida.tokyo.jp/shisei/city_promotion/machidacp/cpkeikaku/mjsk17-20.files/2024ishikichousa.pdf (2026年1月28日アクセス)

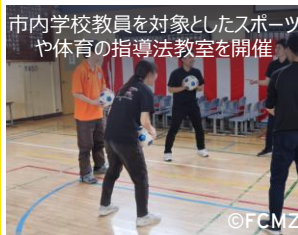
※2 町田市「2024年度町田市民意識調査報告書」(2025年3月)

https://www.city.machida.tokyo.jp/shisei/sinokeikaku/kihonkousou-kihonkeikaku/siminisikichousa.html (2026年1月28日アクセス)

2. 社会的価値のプレ評価結果

子どもアシスト

#	主な活動（抜粋）	実績①	実績②
1	出前サッカー教室	訪問47校・園	参加者延べ1,715人
2	キャリア授業	18回開催	参加者延べ1,054人
3	学校訪問＆文具(下敷き)プレゼント	訪問40校	約3,200セット寄贈
4	放課後英語教室	80回開催	参加者延べ600人
5	運動指導法教室	5回開催	参加教員延べ300人
6	親子農業体験	12回開催	参加親子延べ426人



街づくりアシスト

#	主な活動（抜粋）	実績
1	ゼルピー防犯パトロール	参加者120名
2	町田駅みちびか大作戦	参加者300名
3	鶴川駅清掃活動	参加者300名
4	竹灯籠づくり	参加者40名
5	チャレンジ防災	参加者600名



※1 町田市「2024年度町田市民意識調査報告書」(2025年3月)

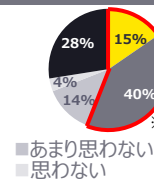
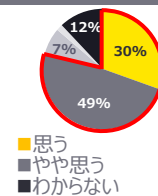
<https://www.city.machida.tokyo.jp/shisei/sinoikekau/kihonkousou/siminisikichousa.html> (2026年1月28日アクセス)

FC町田ゼルビアを応援する市民

町田市民全体

町田市は子育てしやすいまちだと思いますか。

指標①

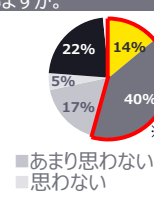
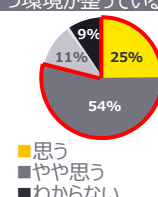


子育てしやすいと感じる比率※は、町田市民全体が55%であるのに対して、FC町田ゼルビアを応援する市民は79%と高く、町田市での生活を「子育てしやすい」と感じている

※「思う」および「やや思う」と回答した方の合計

あなたが住んでいる地域は、子どもがいきいきと育つ環境が整っていると思いますか。

指標②

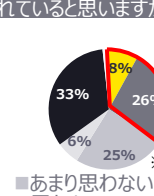
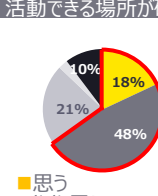


町田市民全体の子育て環境への満足度※は54%であるのに対し、FC町田ゼルビアを応援する市民は79%と高い満足度を示している

※「思う」および「やや思う」と回答した方の合計

町田市には、学校や家庭以外に子どもが地域で活動できる場所が確保されていると思いますか。

指標③



町田市民全体の、子どもの活動環境に対する満足度※は34%であるのに対し、FC町田ゼルビアを応援する市民の満足度は66%と高く、学校や家庭以外の活動環境に満足している

※「思う」および「やや思う」と回答した方の合計

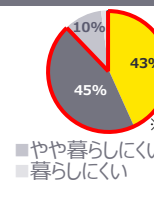
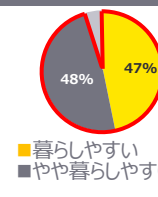
FC町田ゼルビアを応援する町田市民は、平均と比べて、町田市の子育て環境に対する満足度が高い傾向がみられる

FC町田ゼルビアを応援する市民

町田市民全体

町田市は暮らしやすいまちだと思いますか。

指標①

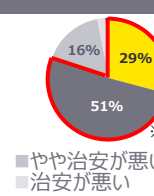
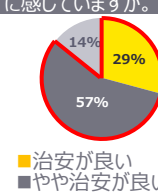


町田市での暮らしについて、市民全体では88%が「暮らしやすい」と感じている※のに対し、FC町田ゼルビアを応援する市民は95%とより高い満足度を示している

※「暮らしやすい」および「やや暮らしやすい」と回答した方の合計

あなたが住んでいる地域の治安について、どのように感じていますか。

指標②

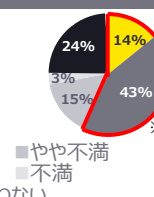
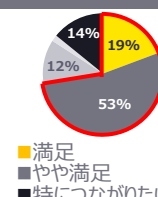


居住地周辺の治安について、80%の町田市民が良いイメージを持っている※のに対して、FC町田ゼルビアを応援する市民は86%とより良いイメージを持っている

※「治安が良い」および「やや治安が良い」と回答した方の合計

地域の人のつながりに満足していますか。

指標③

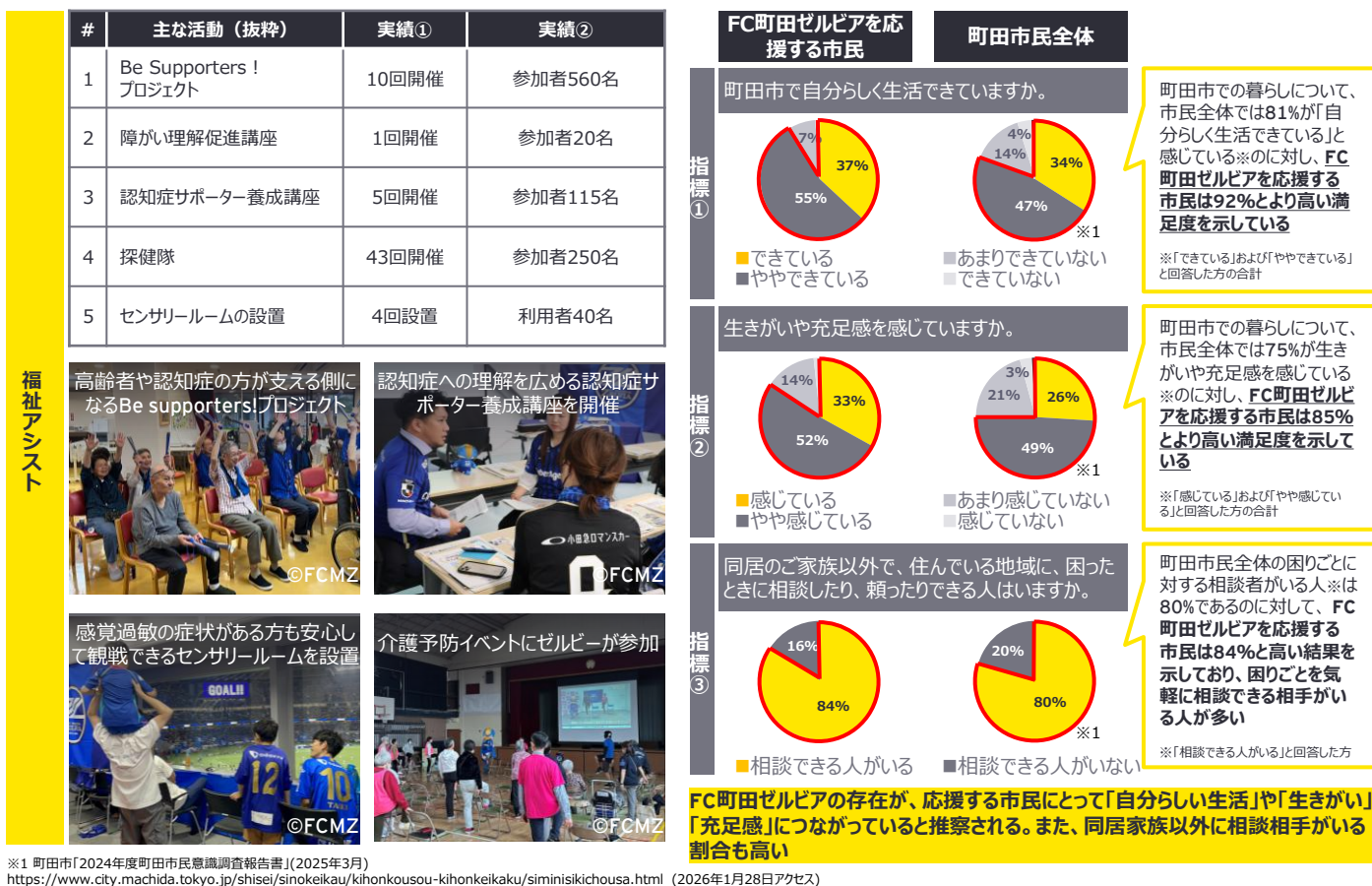


町田市民全体の地域とのつながりの満足度※は57%であるのに対して、FC町田ゼルビアを応援する市民の地域とのつながりの満足度は72%と高い結果を示しており、町田市の地域のつながりに満足している

※「満足」および「やや満足」と回答した方の合計

FC町田ゼルビアを応援する町田市民は、平均と比べて、町田市での生活を「暮らしやすい」「治安が良い」と感じており、また、地域コミュニティにおいてつながりを持つことができている

2. 社会的価値のプレ評価結果



※「健康アシスト」および「環境アシスト」によるインパクトについては、現在調査研究中です

本調査・分析は、**米国イリノイ大学の井上雄平教授**の学術的サポートを得ながら実施しています。

米国イリノイ大学 井上雄平氏 プロフィール



井上 雄平 氏
Yuhei Inoue

スポーツ経営学者、経営学博士（米国テンプル大学）。米国メンフィス大学助教（2011～2014年）、米国ミネソタ大学准教授（2014～2019年）、英国マンチェスター・メトロポリタン大学教授（2019～2024年）を経て、現在、米国イリノイ大学アーバナ・シャンペーン校の教授（スポーツマネジメント分野）

主な研究テーマは、スポーツを通して個人や社会のウェルビーイングを向上させるための組織やイベント、プログラムのマネジメント手法を明らかにすること。経営学やスポーツ経営学の主要な国際学術誌にこれまで70本の査読付き論文を発表。また、スポーツ経営学のトップジャーナルである「Sport Management Review」の副編集委員長、「Journal of Sport Management」の編集委員を務める。

2016年に、北米スポーツマネジメント学会（NASSM）にて、日本人初のリサーチフェローに任命。さらに、経済協力開発機構（OECD）が主導した国際イベントのインパクト評価指標の選定作業（2023年）、および英国政府のスポーツ施設のインパクト評価に関する諮問委員会（2023年～現在）において、学識経験者として参画している。

EY | Building a better working world

EYは、クライアント、EYのメンバー、社会、そして地球のために新たな価値を創出するとともに、資本市場における信頼を確立していくことで、より良い社会の構築を目指しています。

データ、AI、および先進テクノロジーの活用により、EYのチームはクライアントが確信を持って未来を形づくるための支援を行い、現在、そして未来における喫緊の課題への解決策を導き出します。

EYのチームの活動領域は、アシュアランス、コンサルティング、税務、ストラテジー、トランザクションの全領域にわたります。蓄積した業界の知見やグローバルに連携したさまざまな分野にわたるネットワーク、多様なエコシステムパートナーに支えられ、150以上の国と地域でサービスを提供しています。

All in to shape the future with confidence.

EYとは、アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドのグローバルネットワークであり、単体、もしくは複数のメンバーファームを指し、各メンバーファームは法的に独立した組織です。アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドは、英国の保証有限責任会社であり、顧客サービスは提供していません。EYによる個人情報の取得・利用の方法や、データ保護に関する法令により個人情報の主体が有する権利については、ey.com/privacyをご確認ください。EYのメンバーファームは、現地の法令により禁止されている場合、法務サービスを提供することはありません。EYについて詳しくは、ey.comをご覧ください。

EYのコンサルティングサービスについて

EYのコンサルティングサービスは、人、テクノロジー、イノベーションの力でビジネスを変革し、より良い社会を構築していきます。私たちは、変革、すなわちトランスフォーメーションの領域で世界トップクラスのコンサルタントになることを目指しています。7万人を超えるEYのコンサルタントは、その多様性とスキルを生かして、人を中心に据え（**humans@center**）、迅速にテクノロジーを実用化し（**technology@speed**）、大規模にイノベーションを推進し（**innovation@scale**）、クライアントのトランスフォーメーションを支援します。これらの変革を推進することにより、人、クライアント、社会にとっての長期的価値を創造していきます。詳しくは、ey.com/ja_jp/services/consultingをご覧ください。

© 2026 EY Strategy and Consulting Co., Ltd.
All Rights Reserved.

不許複製・禁転載

また、本書に関する一切の権利はEYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社に帰属します。当社の書面による承諾がない限り、複製・転載を禁じます。

本書はFC町田ゼルビアに対する地域の理解および取り組みの推進を支援することを目的に作成されており、会計、税務およびその他の専門的なアドバイスを行うものでも、第三者に対していかなる保証をするものでもありません。EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社および他のEYメンバーファームは、本書を利用したことにより被ったいかなる損害についても、一切の責任を負いません。

ey.com/ja_jp

※文書内に使用の画像の著作権はFC町田ゼルビアに帰属いたします。