

# パートナーシップで地域振興

2021年2月にJリーグ鹿島アントラーズとオフィシャルパートナー契約を結んだ関彰商事は、プロスポーツを支えるスポンサー企業という従来の枠組みから一歩進んで「協業」という考えのもと、新しいパートナーシップに取り組んでいます。このような関係に発展した背景や、両社が目指す地域振興、鹿行地域の未来像について、株式会社鹿島アントラーズ・エフ・シー 取締役 マーケティングダイレクターの鈴木秀樹さん、関彰商事株式会社 鹿行支社長の山口政美さんが語り合いました。(司会は飯村雅明茨城新聞社筑西支社長)

## 協業で存在感高め、総合力発揮へ



鹿島アントラーズは今年クラブ創立30周年を迎えました。創立以来地域との関わり方に変化はありましたか。また、関彰商事の鹿行地域での歩みはどのようなものだったでしょうか。

自動車、IT機器、携帯電話の拠点を増やし、地域の発展と共に業務を拡大してきました。

パートナー契約に至った経緯や意義をそれぞれの立場からお話してください。

## 共に成長目指す 理想のパートナー



鈴木 アントラーズの誕生は「鹿島開発」の延長上にありました。進出企業の雇用促進や、地域のエンタメを増やすためにはどうしたら良いかという議論からクラブが誕生しました。30周年という節目に改めて地域との関わりを見直し、創設の背景となる「鹿島から地域をより発展させていく」という考えを今後も強化したいと認識を新たにしたいところです。

鈴木 関彰商事は多様な業態ゆえに、各業態で特化して活動しているように見受けられます。それをあえて全業種をエリアでまとめ、顧客のつながりを意識したらどうなるのか。ホームタウンでチャレンジしていただき、共に活動することで良い化学反応を起こせるのではと感じました。また、関彰商事は多くの地域貢献活動を行っていますが、ブランドイメージの浸透度は地域差があり、鹿行地域でのイメージは「ガソリンスタンド」以上に深まっているのが現状です。

パートナー契約によってどのような課題を解決しようとお考えでしょうか。

鈴木 かつてスポンサーの協賛意識は露出、広告が主でしたが、テレビ視聴者の減少などから広告価値が見直され、両者が抱える課題解決のためのパートナーとして、協業型のスタイルへと変化させる必要があります。採用やブランディング、マーケティング調査、商品、製品PRなど多様な課題に共に取り組んでいく。単なる看板を出す関係から、さまざまなアクティビティを共に行うという関係に世の流れと共に変化しているのです。

## 山口 政美

関彰商事株式会社 鹿行支社長



山口 昨年、オフィシャルパートナー契約締結と同時に社内へ鹿行支社を設立しました。各部門の壁を取り払い、従来の組織図とは大きく形を変えました。弊社の課題の一つに、カーボンニュートラルやDX化に伴うガソリン・IT機器事業の将来性があります。弊社のみでは解決できない課題をアントラーズ及び、パートナーの皆さまと協力し、互いの得意分野を掛け合わせて解決を図り、より良い提案につなげたいと考えます。

ス、SSの給油カード、勤怠管理システムをアントラーズのパートナーに働き掛けてもらいます。一方で、アントラーズのビジネスクラブ会員募集や年間シートなどを弊社の顧客に提案しています。弊社にはバリエーションアップ会というエリアの全部門が一堂に会して1か月の成果や取り組みを共有する場があり、鹿行支社はアントラーズの知見を積極的に取り入れていきます。また、知名度向上を図るため、アントラーズの冠試合を2021年11月20日(土)に行いました。協働の取り組みを改めてファ



今後、両社がお互いに期待すること、鹿行地域の将来像についてお聞かせください。

鈴木 関彰商事は県内くまなく拠点が存在し、本県全域への営業力が非常に強固です。「地域と共に成長する」アントラーズにとって、鹿行地域で行ってきたことを広げる理想的なパートナーといえます。協業を開始して1年間交流を深めるなかで、社員ひとりひとりの真面目さと社風にとっても魅力を感じました。また2400人の社員とそごご家族、取引先がアントラーズのサポーターになってもらえることは弊社にとって大きな宝です。

鹿行地域の方々にお披露目するきっかけとなりました。

関彰商事の大きな柱であるエネルギー・モビリティ事業に関しはいかがでしょうか。

鈴木 さらに協業を深めていく上で「エネルギー」「輸入車」「法人営業」「デジタル戦略(DX)」という4つのテーマを立て、取り組んでいくこととなりました。

山口 鹿行地域のSSではポイントカードキャンペーンを始めました。SS利用で貯まるポイントでチームグッズと交換できるという内容です。カードはアントラーズ側で配布して頂くため、新規顧客へのアプローチとなります。給油

のみならずタイ販売、車検やコーティングなどSS全体のサービス利用を大きく伸ばしました。輸入車に関しては試乗されたお客様を対象に抽選でユニホームをプレゼントするキャンペーンを行いました。

