



成長可能性に関する説明資料

2019年12月26日

株式会社スポーツフィールド

- 1 | **会社概要**
- 2 | **事業環境**
- 3 | **当社の強み・特徴**
- 4 | **経営戦略と課題**
- | **Appendix**



会社概要

会社の概要

社名	株式会社スポーツフィールド			
代表者	代表取締役 篠崎 克志			
設立年月日	2010年1月			
本社所在地	東京都新宿区市谷本村町3-29			
役員構成	代表取締役	篠崎 克志	取締役(社外)	小林 明彦
	取締役副社長	伊地知 和義	取締役(社外)	河村 直人
	専務取締役	加地 正	常勤監査役(社外)	大隅 靖朗
	専務取締役	森本 翔太	監査役(社外)	山本 憲司
	取締役CFO	永井 淳平	監査役(社外)	森 一生
事業内容	新卒事業部門：イベント事業、人財紹介事業 中途事業部門：人財紹介事業			
従業員数	200名（2019年9月末現在）			
拠点	東京本社、関西オフィス、東海オフィス、九州オフィス、千葉オフィス、仙台オフィス、札幌オフィス、京都オフィス、神戸オフィス、横浜オフィス、広島オフィスの11拠点（2019年9月現在）			

“スポーツ”には無限の価値と可能性がある

全従業員の物心両面の幸福を追求すると同時に
スポーツが持つ可能性を様々なフィールドで発揮し、
個人、法人、地域社会そして日本の発展に貢献する

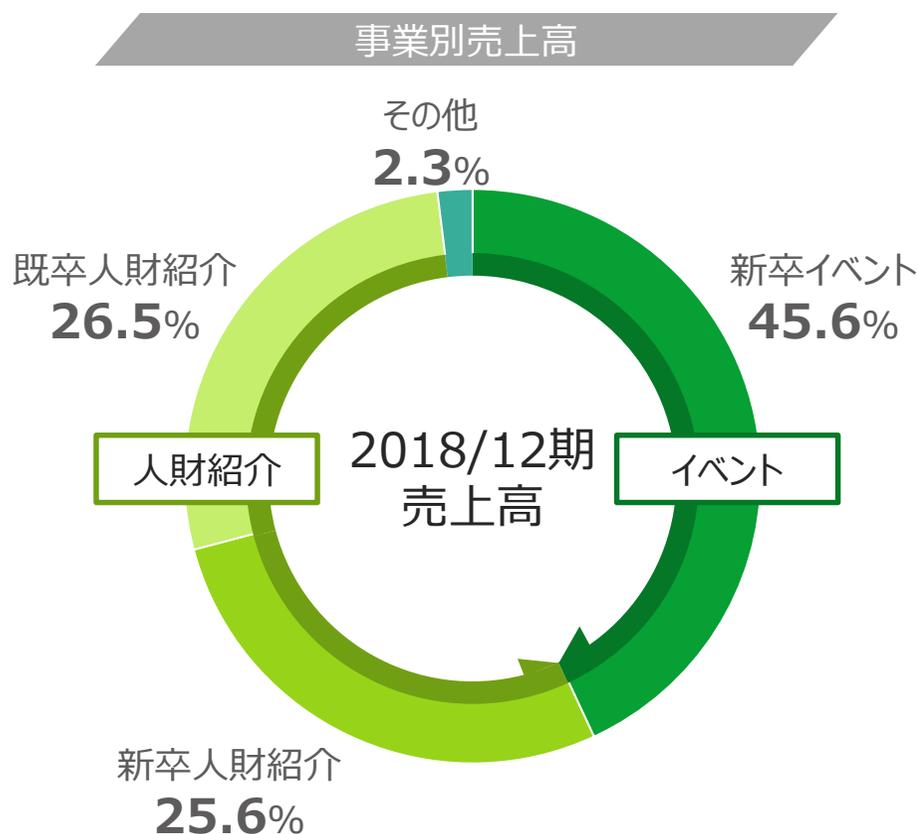


スポーツ人財*との
アナログな関係性を付加価値に変え、
就職・転職支援を全国展開する人財メーカー

*スポーツ人財とは、過去、部活動等のスポーツ経験のある人材を指し、
特に、新卒は「体育会・クラブチーム等所属学生」を言う

事業の内容

- ビジネスはイベント事業と人財紹介事業の2本柱
- イベントは「体育会学生」向けが中心で、イベント出展料が売上の中核
- 人財紹介は、「体育会学生」「既卒スポーツ人財」を問わず、就職カウンセリングを実施のうえ、相手先企業に紹介するシステム。成功報酬として企業より採用コンサルティング料を計上



(注) 2018年12月期実績
返金引当金繰入、売上戻り高を含んでおります。

新卒者向けイベント事業

スポナビ 2020

Sportsfield

- 体育会学生（新卒者）向けに全国でイベントを開催
- 出展企業からイベント出展料を受領

新卒者向け人財紹介事業

スポナビエージェント

Sportsfield

- 「スポナビ」登録者（体育会学生）に対し、就職カウンセリングを実施し、就職先を紹介
- 内定後、成功報酬として、企業より採用コンサルティング料を受領

既卒者向け人財紹介事業

スポナビ キャリア

Sportsfield

- 既卒スポーツ人財（第二新卒）向けの就職カウンセリングと就職先企業の紹介
- 成功報酬として企業より採用コンサルティング料を受領

その他事業

- 子会社エスエフプラスによるコールセンター業務
- 採用代行等

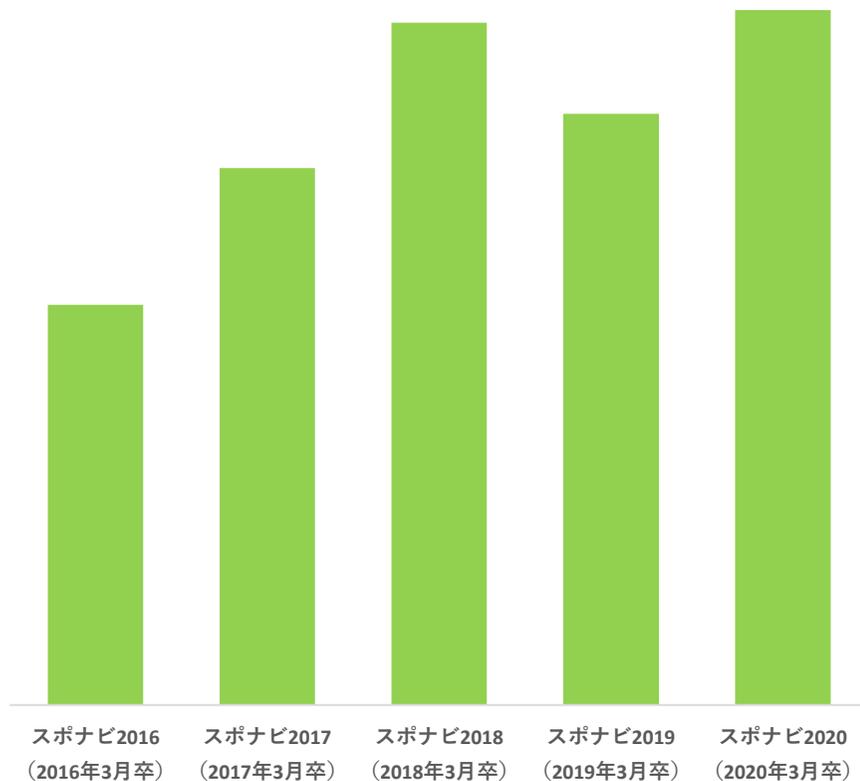
対象人材

- 対象人材は原則としてアスリート経験のある人材。スポナビ登録者は、ほぼ100%体育会学生
- 直近で、スポナビは2万人超、キャリアは1万人超が新規登録となり、登録数は中期的に拡大傾向

スポナビ登録者の推移

(人数)

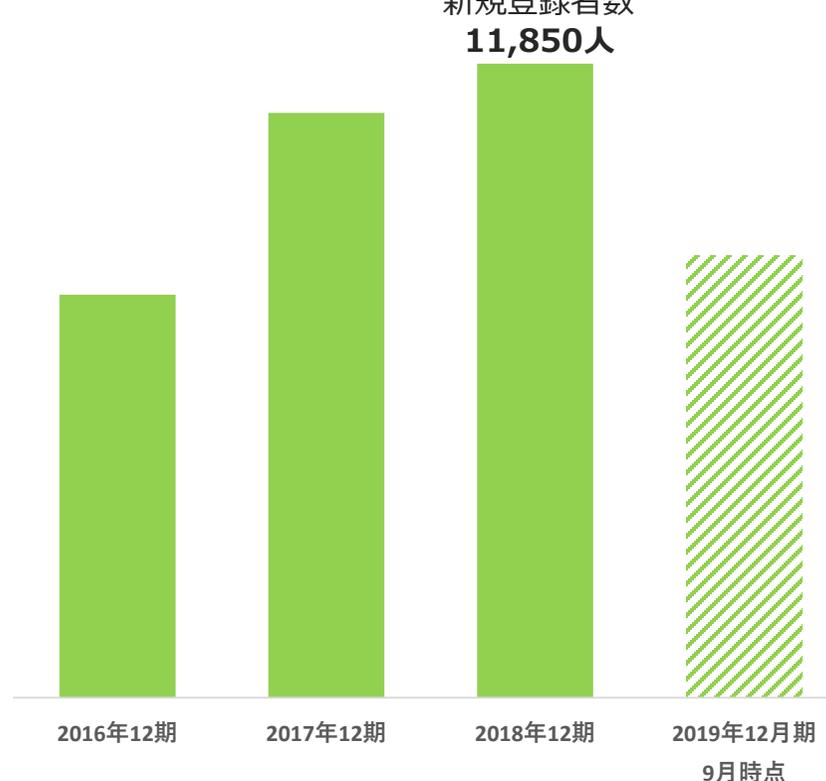
2019年9月末時点
20,662人



キャリア（既卒）新規登録者の推移

(人数)

スポナビキャリア
新規登録者数
11,850人

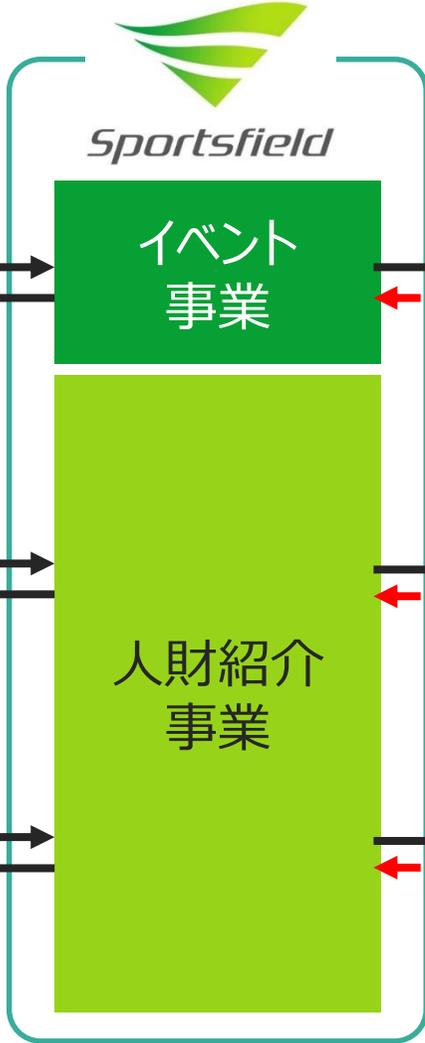


ビジネスフロー

スポーツ人財

新卒求職者
(体育会人財)

既卒求職者



求人企業

会員登録・イベント参加

イベント・求人情報提供

会員登録

求人企業紹介

会員登録

求人企業紹介

イベント出展機会提供

イベント出展料

人財紹介・内定承諾

採用コンサルティング料
(成果報酬)

人財紹介・入社

人財紹介料
(成果報酬)

← 金銭の流れ

ビジネスモデル

- 付加価値の源泉は求職者とアナログの関係で結ばれた太いパイプ
- 企業の採用におけるターゲット人財含有率*の高いスポーツ人財に絞り込むことで、相手先企業のニーズへの着実な対応が可能に



*ターゲット人財含有率

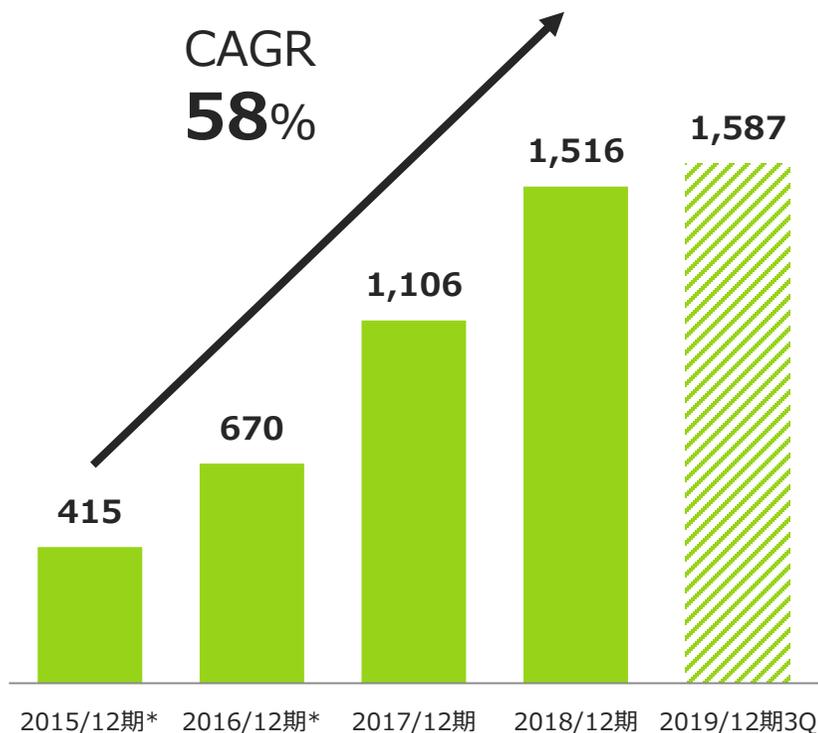
母集団におけるコミット力、やりきる力、人間性、合理的思考力(PDCA習得力等)を持つ求職者の比率
イベントにおける企業の採用基準を満たす可能性が高い学生の比率

業績の推移

- 体育会学生とのパイプづくりが奏功し、2015/12期以降の売上高年平均成長率は58%
- 売上拡大に併せ、経常利益も拡大基調に変化。経常利益率も過去最高を更新
- 2019/12期も、3Q累計実績で前年比増収増益、売上・利益とも拡大ピッチは加速傾向を維持

売上高の推移

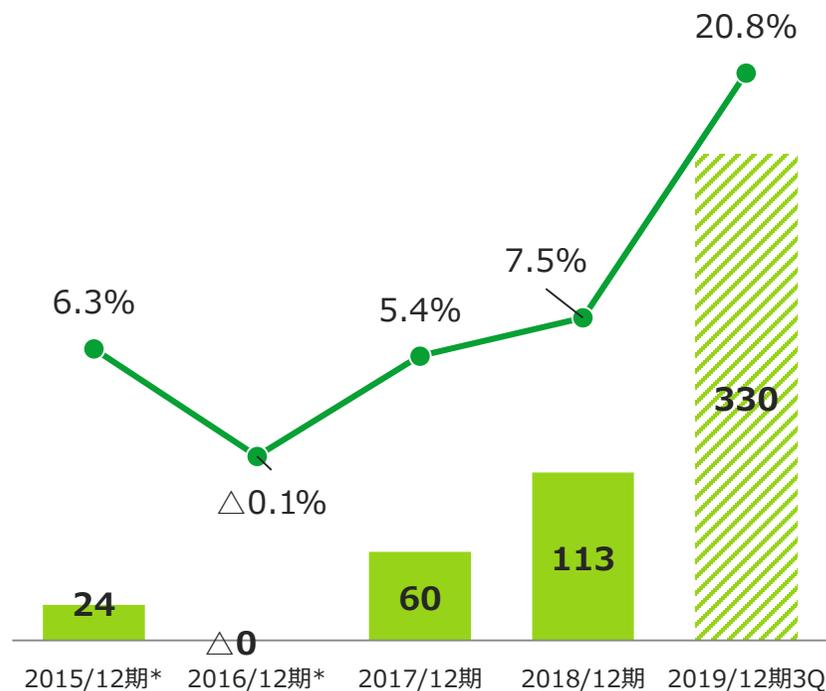
(百万円)



経常利益及び同利益率の推移

(百万円)

■ 経常利益 ● 経常利益率



*2015/12期、2016/12期は単体決算



事業環境

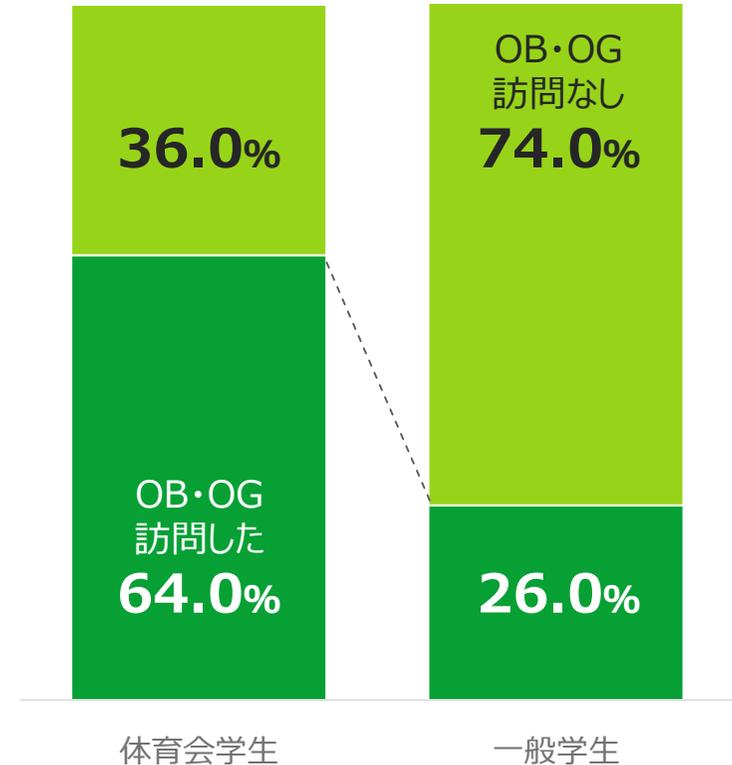
体育会学生

- 全国の大学生は約260万人。うち、体育会学生は20～50万人と推計される
- 体育会学生は、就活においてOB/OGを訪問して相談する傾向が一般学生よりも高いという調査も

大学生の内訳



OB/OG訪問の経験



出所：*1 文部科学省「学校基本調査」2019年度（学部生のみ）
 *2 読売新聞 2015年4月21日「就活ON！」
 *3 経済産業省「社会人基礎力に関する調査」(2005年)
 *4 私立大学連盟「私立大学学生生活白書2018」
 課外活動参加率63.0%×体育会活動比率33.4%で算出

出所：ディスコ キャリタスサーチ「体育会学生の就職活動調査」2016年8月

体育会学生の資質と就活

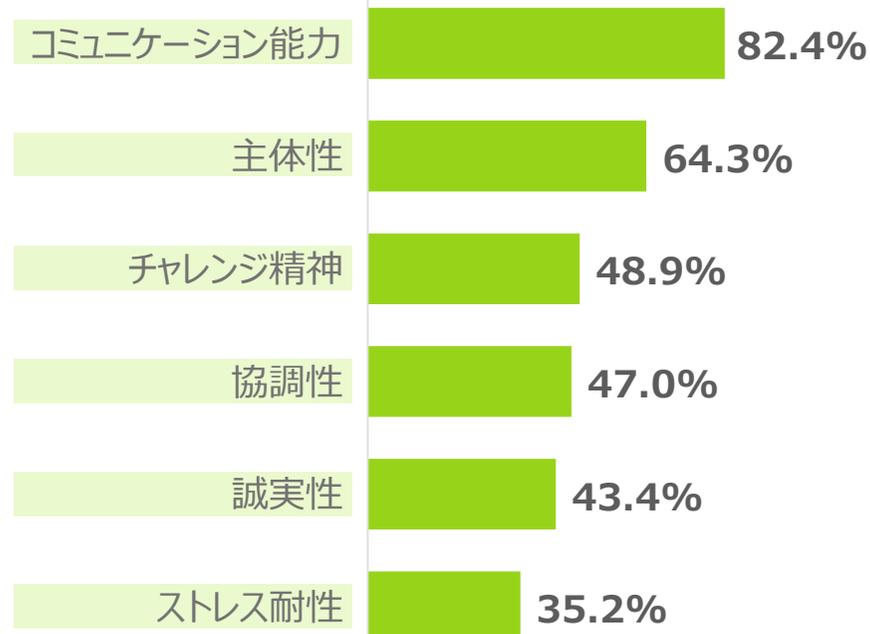
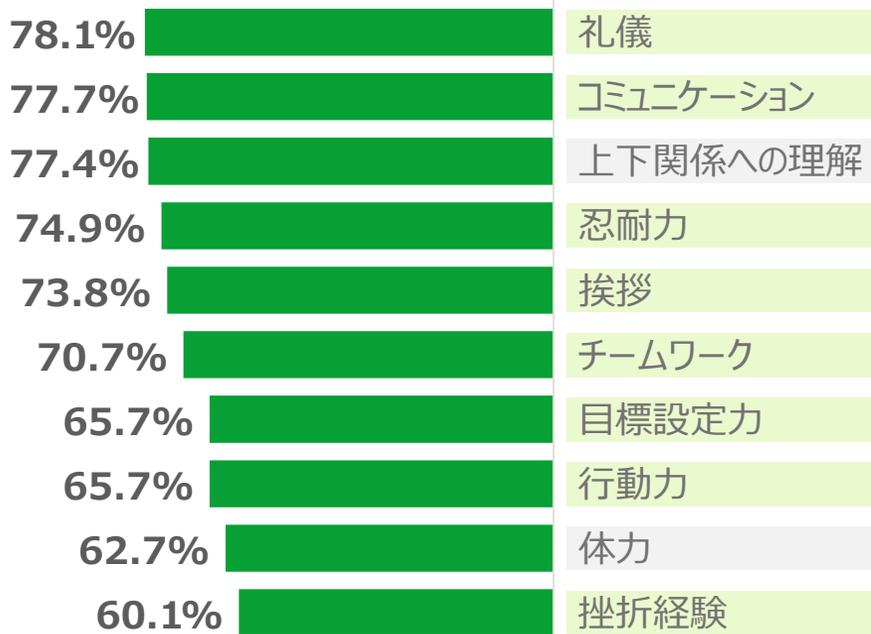
- 体育会学生が基本動作として備えるのは礼儀やコミュニケーション、忍耐力、チームワークなど
- 一方、企業が新卒採用に向けて重視する点は、コミュニケーションや協調性、誠実性、耐性など
- 両者には高い親和性があり、体育会学生への根強い人気に繋がっている公算大

部活を通して身についたポイント
(指摘率60%超のみ)

新卒採用における企業の重視ポイント
(回答得票率30%超のみ)

(2018年)

多くの共通項



出所：ディスコ キャリタスリサーチ 「体育会学生の就職活動調査」
2016年8月

出所：経団連 2018年度新卒採用に関するアンケート調査結果
20項目より5項目を選択回答



当社の強み・特徴

I

アナログの深い関係性

II

人財「メーカー」

人財を社会で十分に活躍できるように成長させる

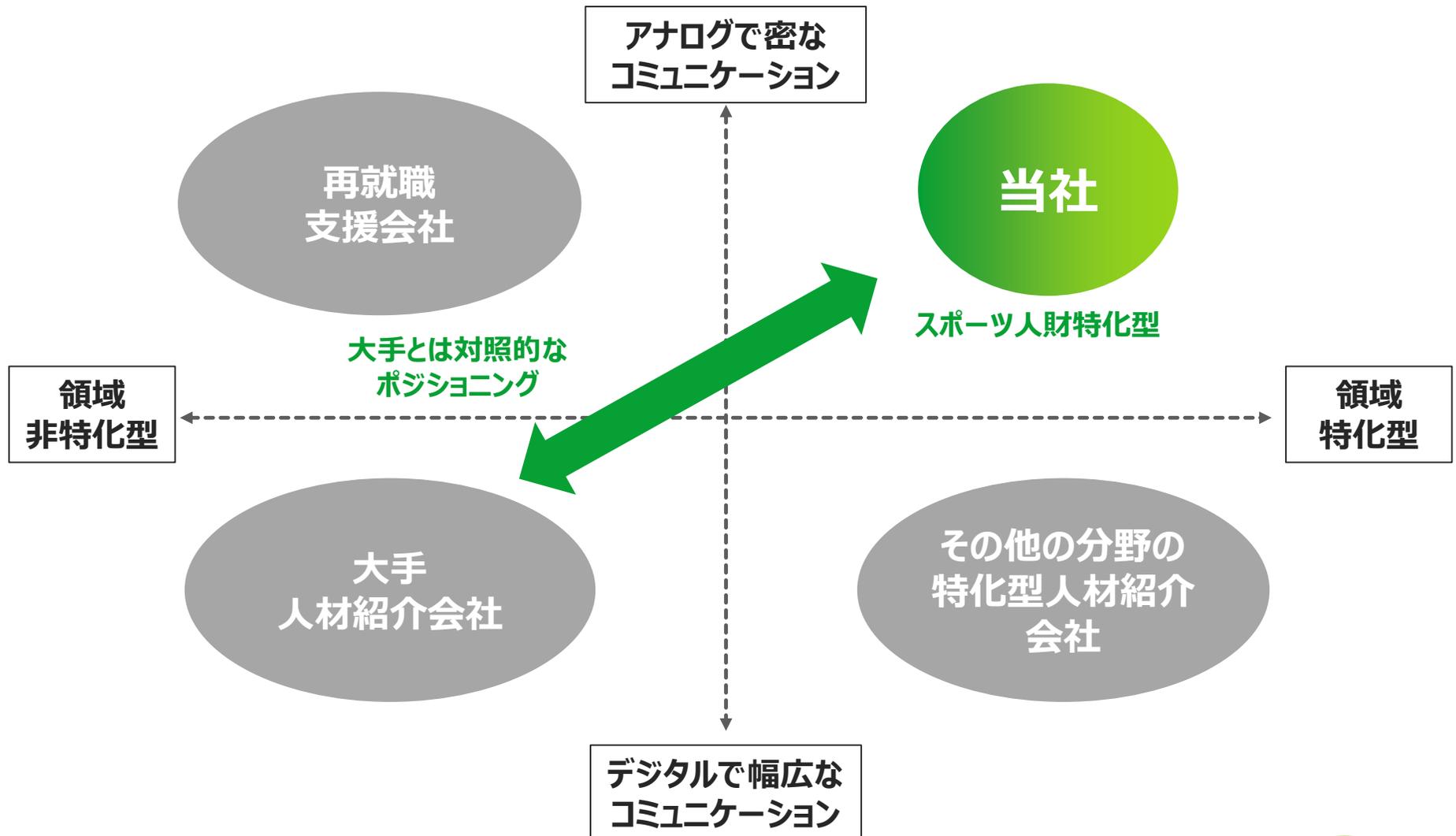
III

人財紹介と就職イベント集客力

⇒高いターゲット人財含有率

独自のマーケット・ポジション

- 売り手市場で効率が重要視される中、当社同様に全国展開する同業は「広く浅く」を推進
- 一方、当社は敢えて体育会学生にターゲットを絞った「狭く深く」を志向



アナログの深い関係性

- 当社は若年層へのアプローチを重視。大学などでの講義開催により学生との距離を縮める仕掛けも
- 紹介など目に見える関係を皮切りに、頻繁な接触を通じて信頼関係を構築



求職者アプローチタイミング	1~3年生より
求職者集客チャネル	口コミが中心
求職者へのコンタクト①	複数回の数時間に亘る 1 on 1での濃密なアドバイスが基本
求職者へのコンタクト②	大学体育会への 直接訪問 に注力*
求職者との距離感	相互感情移入できる程近い

*先輩、友人の紹介を含む

アナログの深い関係性の背景

- 当社社員自身が全員、在学中に何らかの競技に打ち込んだスポーツ人財
- 野球、サッカー等のメジャー競技のみならず、全35競技にわたる幅広い競技の経験者で構成

当社在籍社員の在学中の競技

当社社員200名
(2019/9末現在)
全体で**35競技**

球技

野球

サッカー

ラグビー

バレー
ボールバスケット
ボールアメリカン
フットボールハンド
ボール

テニス

ソフト
ボール

ラクロス

バドミントン

フットサル

水球

スカッシュ

武道・格闘技

剣道

ボクシング

フェン
シング

柔道

日本拳法

レスリング

テコンドー

空手道

その他競技

陸上競技

体操

水泳

トライ
アスロン

新体操

スキー

スケート

ヨット

重量挙げ

駅伝

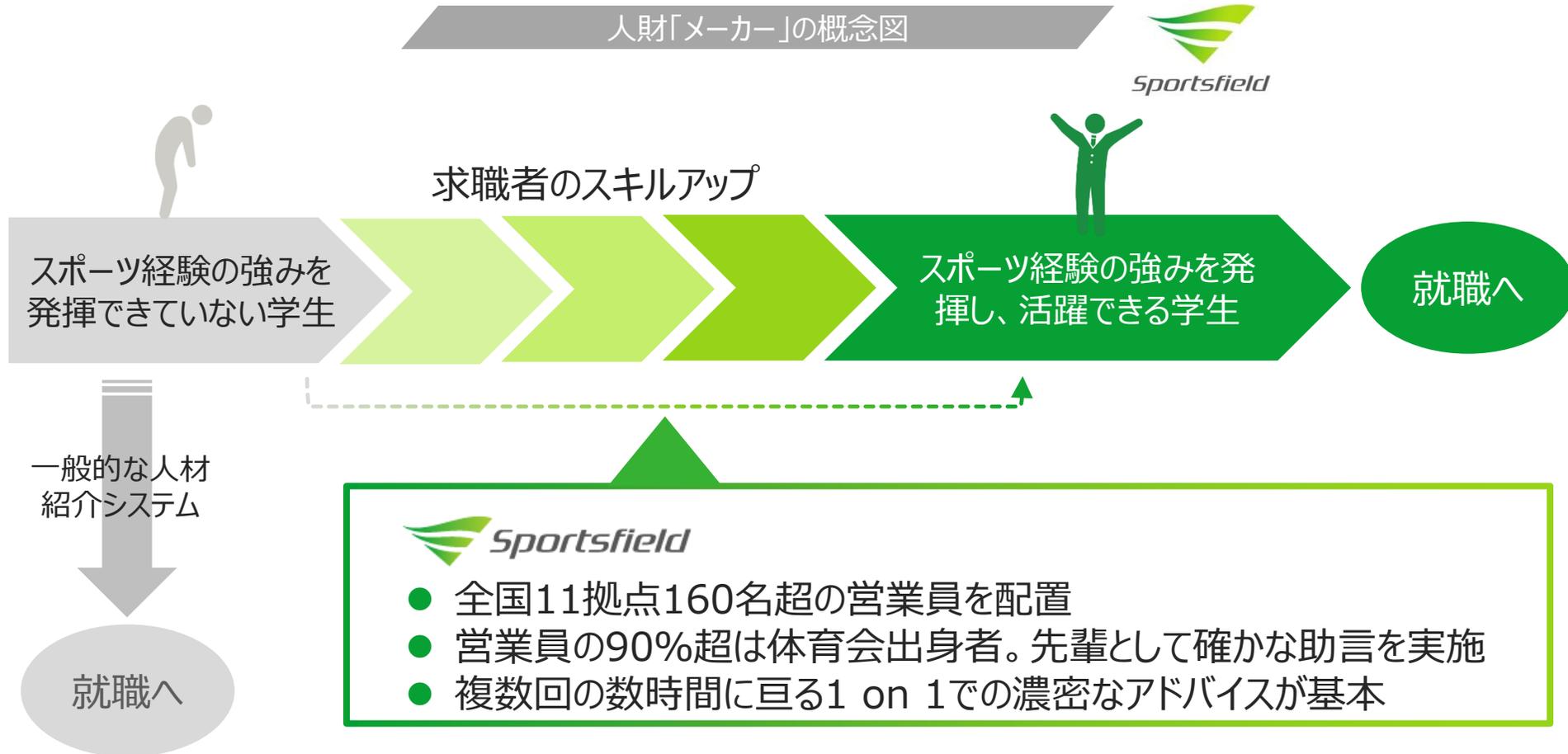
その他

応援団

チア
リーディングトレーナー
チーム

人財「メーカー」

- 時間をかけて、スポーツ経験の強みを発揮して社会で活躍できる人財に教育
- 結果として、マッチング精度の上昇や企業からの信頼獲得に寄与
- 一般的な人材紹介システムと異なり、当社は人財「メーカー」を標榜



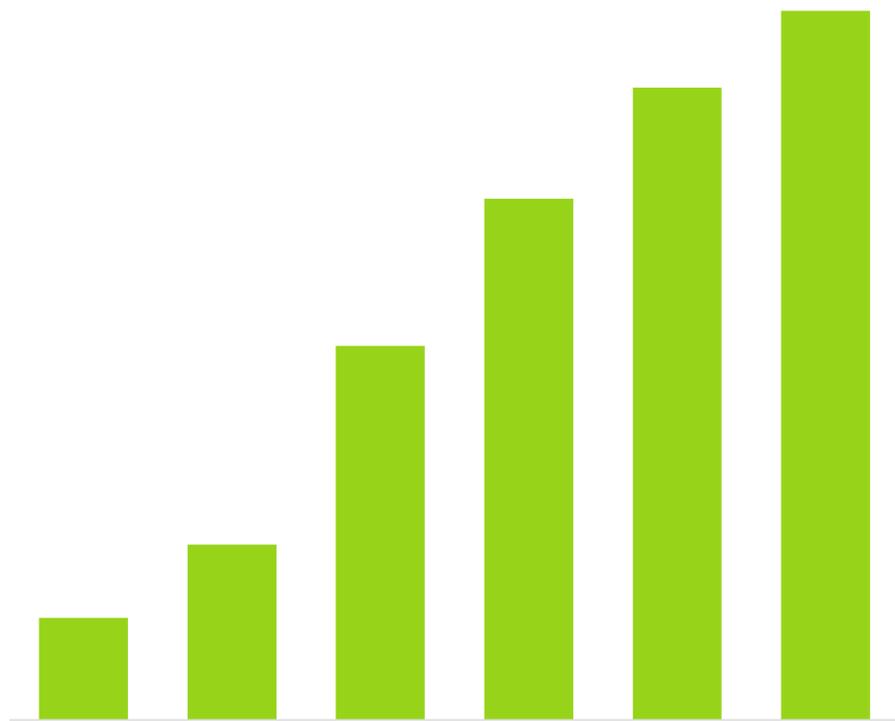
人財紹介の状況

- 紹介学生数は直近で5,300人以上まで増加（スポナビ登録者の約4分の1）
- 紹介先企業数も順調に増加し、2020年卒向けには約770社に到達

紹介学生ユニーク人数の推移

(人数)

5,349



2015年3月卒 2016年3月卒 2017年3月卒 2018年3月卒 2019年3月卒 2020年3月卒

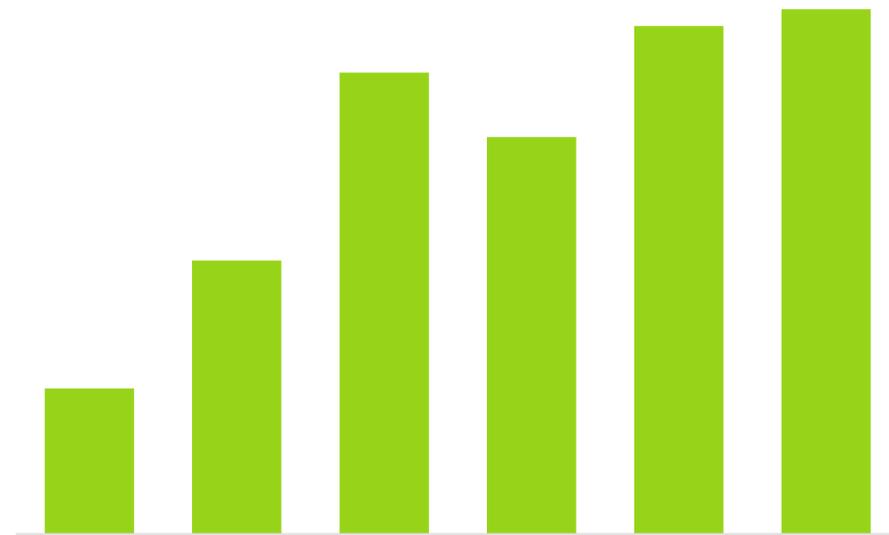


↑
スポナビ事業スタート

紹介企業ユニーク数の推移

(社)

775



2015年3月卒 2016年3月卒 2017年3月卒 2018年3月卒 2019年3月卒 2020年3月卒

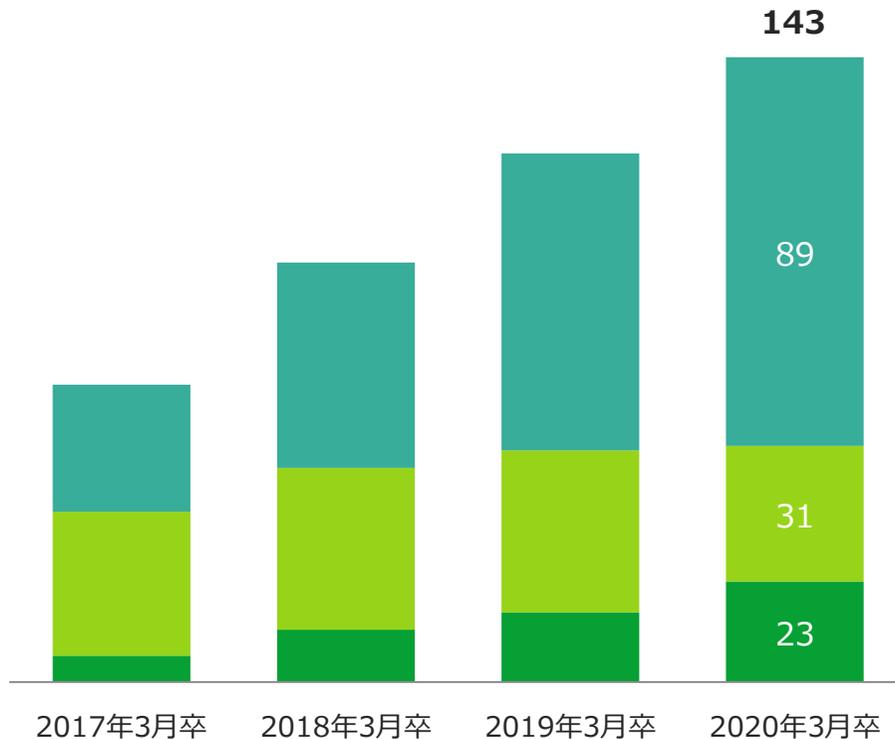
就職イベント集客力

- イベントの開催数は2019年次で合計143回実施。年を追って着実に増加しているが、より付加価値の高いセミナープラス・セレクションといった小規模イベントが特に伸長
- これに対応するイベント参加学生数は2万人超に。スポナビ登録者数を上回る参加数を確保

イベント開催数の推移

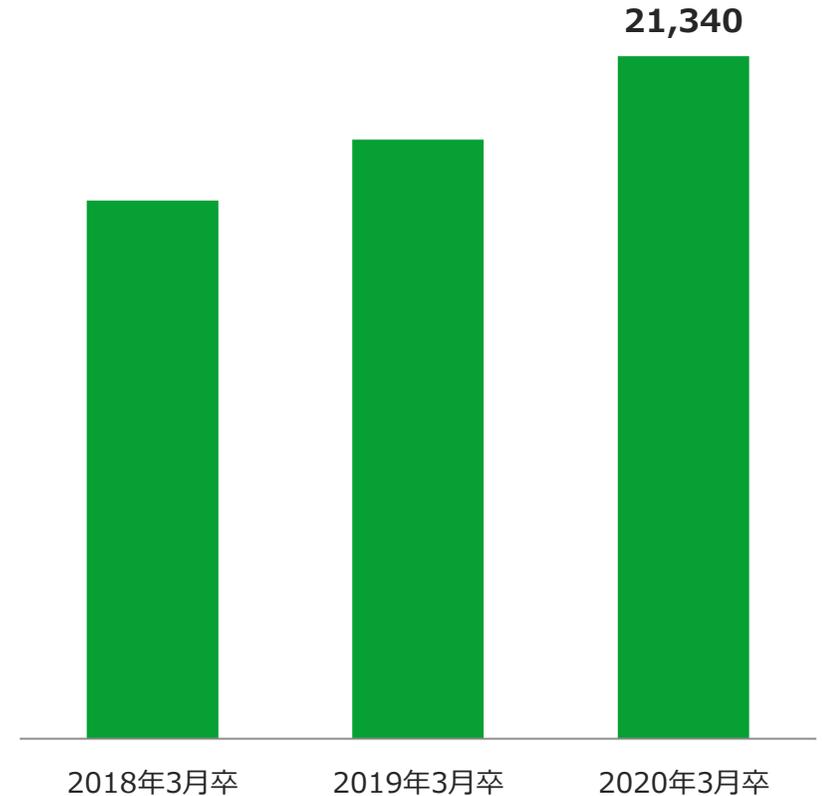
(回)

■ キャリアセミナー ■ 合同就職セミナー ■ セミナープラス・セレクション



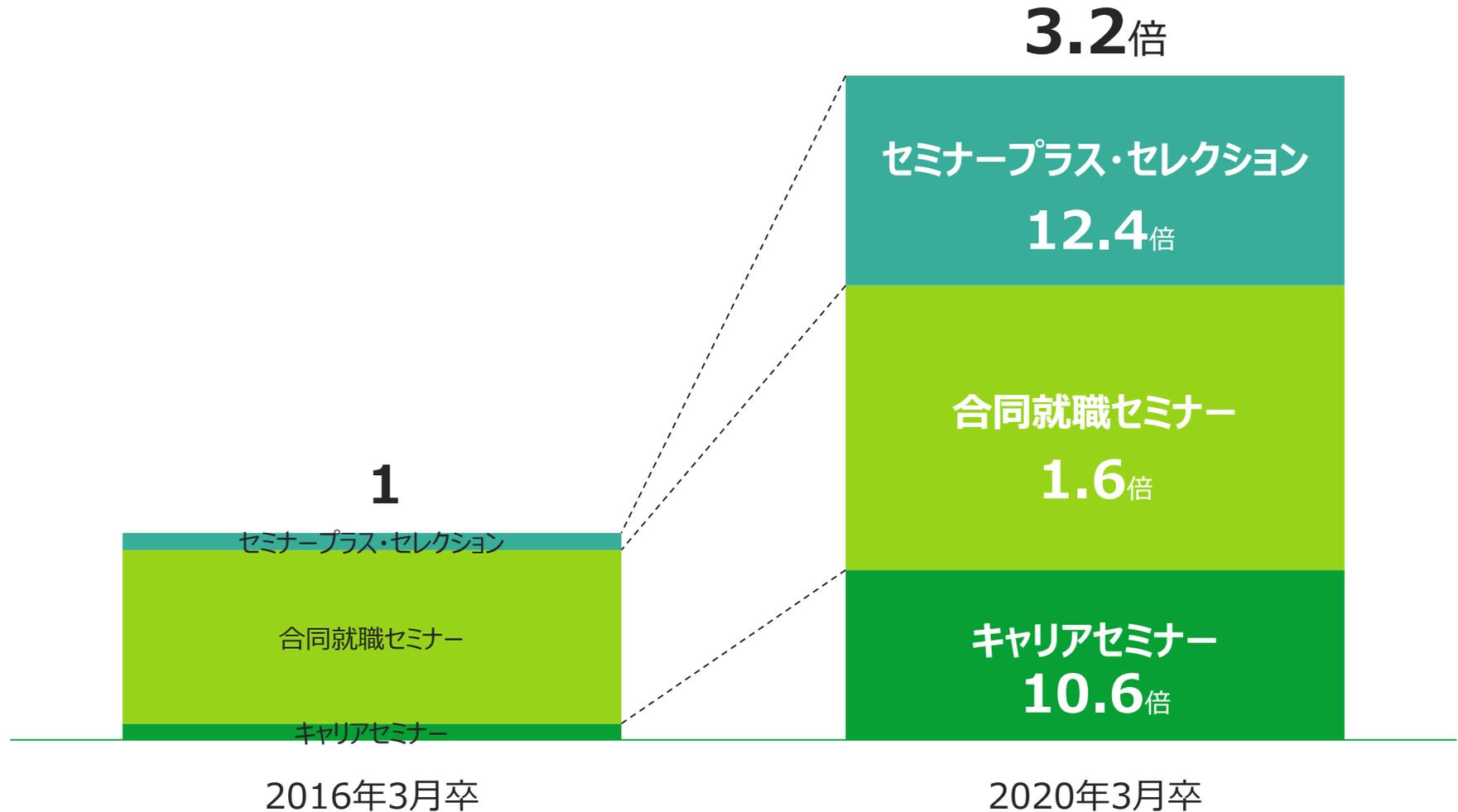
イベント参加学生数の推移

(人)



各イベント事業の状況（金額構成比と伸び率）

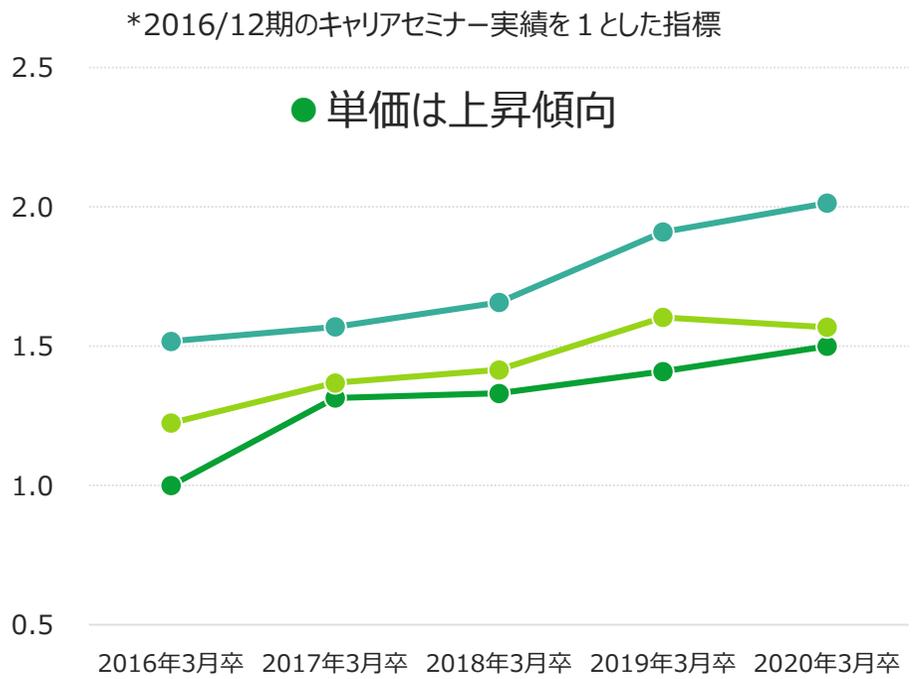
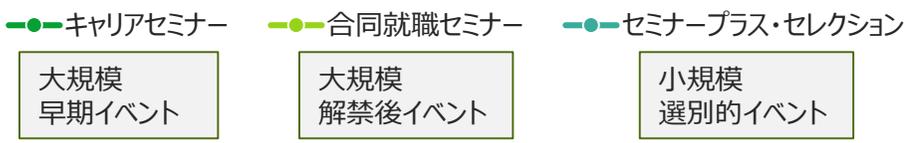
- 各種セミナーは2016年3月卒比で軒並み拡大
- 特に、高付加価値セミナーが成長拡大を牽引



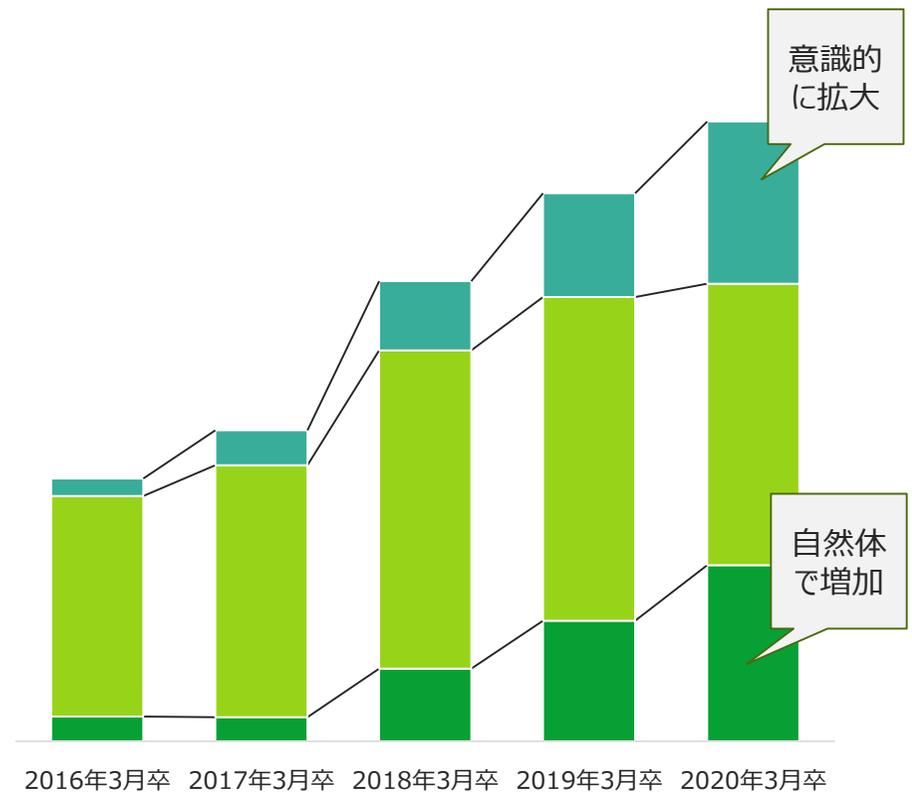
高いターゲット人財含有率

- ターゲット人財含有率の高さの証しとして、規模を問わずイベント販売単価は年々上昇
- 中でも、付加価値の高い小規模イベントの単価は上昇基調が顕著であり、意欲的に開催数を増大

イベント販売単価の推移



イベント種別開催枠数の時系列推移



(ご参考) 各種イベントについて

イベント名	キャリアセミナー	合同就職セミナー	合同就職 セミナープラス	就活セレクション
内容	就職活動解禁前に、 業界・仕事研究や インターンシップを知る ためのイベント	多くの体育会学生と 企業が一堂に会する イベント	人財・企業ともに少数 に限定し、学生がロー テーションで全ての企 業を回り、最後に交 流会が設けられている イベント	人財・企業ともに少数 に限定し、食事会形 式で親睦を深めてもら うイベント
参加 企業数	6～72社	13～76社	6社までに限定	3社までに限定
参加 学生数	約60～1,400名	約90～2,000名	約50名までに限定	約30名までに限定

(注) 2020年卒業者向けイベント(2018年11月～2019年9月開催)分の集計



経営戦略と課題

経営戦略(中期方針)

政府の政策推進をバックに、
ブランディングによる「市場認知度」向上等を通じて、
「スポーツ人財会社」から「スポーツ会社」への飛躍を図る

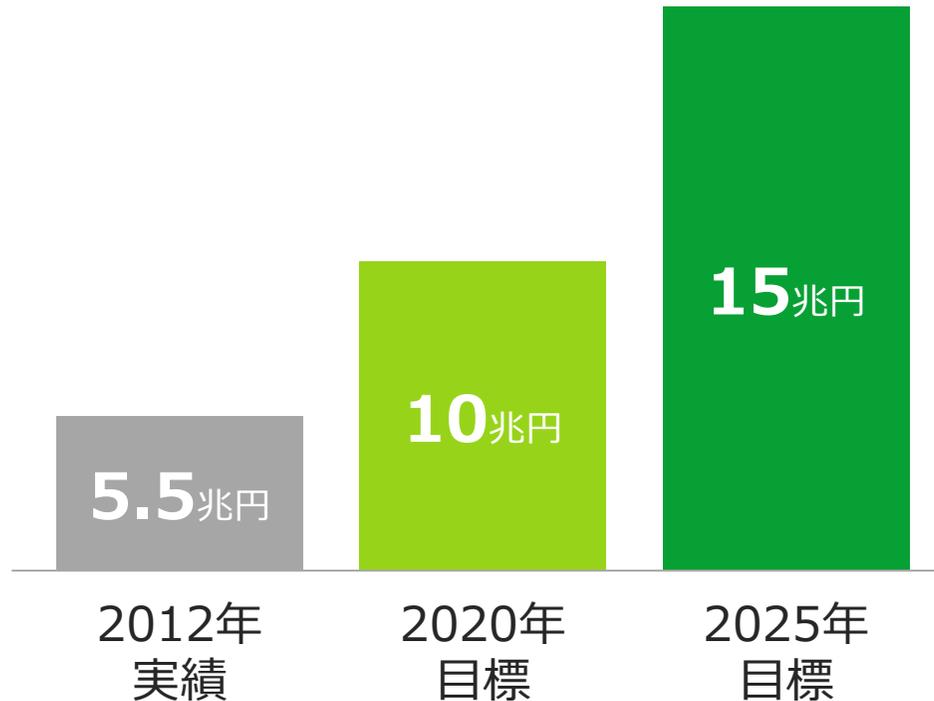
経営課題（アクションプラン）

- ① 登録者の更なる増加とカバー率の向上
- ② 顧客とのアナログ関係の更なる強化・深化
- ③ 新規事業の拡大

政府の政策推進

- 政府スポーツ庁は第2期「スポーツ基本計画」(2017～2021年度)において、
①スポーツ産業の成長、②スポーツ人材の育成、等を提示
- スポーツの貢献期待は経済的にも社会的にも大きく、当社もその価値顕在化への貢献を目指す

スポーツ市場規模の目標



アスリートのキャリア形成支援や、指導者、
専門スタッフ、審判員、経営人材等
スポーツ活動を支える人材の育成を図る

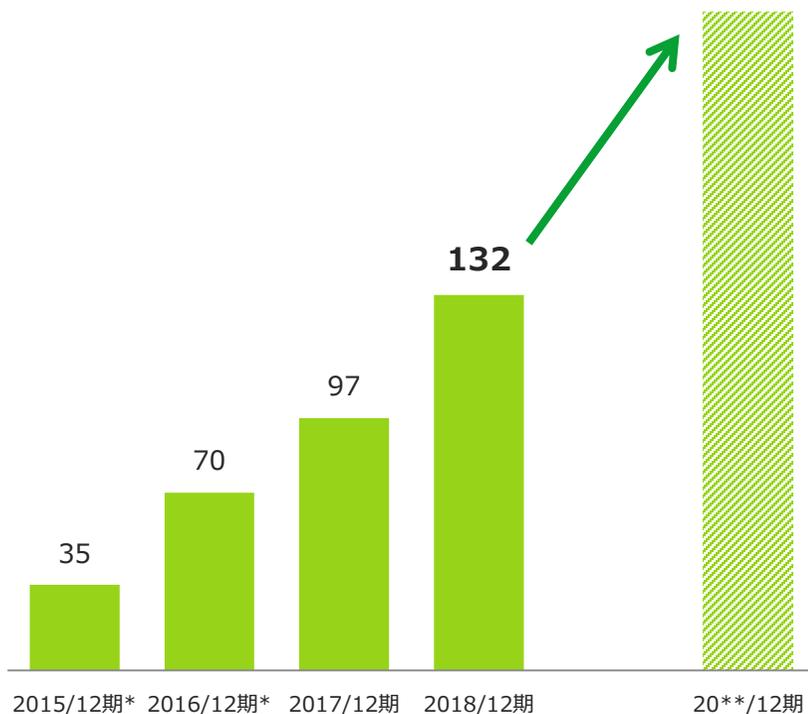
出所：文部科学省スポーツ庁「スポーツ基本計画」(日本政策投資銀行 調査資料)

登録者のさらなる増加：営業体制の強化

- 体育会学生数を20～50万人(4学年合計)とすれば、スポナビ登録者は1学年当たりまだ16～40%程度。学生の掘り起こし余地は大きい
- 強みである「アナログの関係」を構築しつつ、一層の登録者増加に不可欠な拠点・スタッフの拡充を推進

営業社員の強化

(名)



*2015/12期、2016/12期は単体決算

拠点の強化

11拠点
(2019年9月末)



カバー率*の引上げ

- 登録者に対して「アナログの関係」を構築できているのは現在およそ25%程度
- 一層のビジネスチャンス拡大には登録者への手厚い「アナログ」対応の強化が急務



カバー率向上策

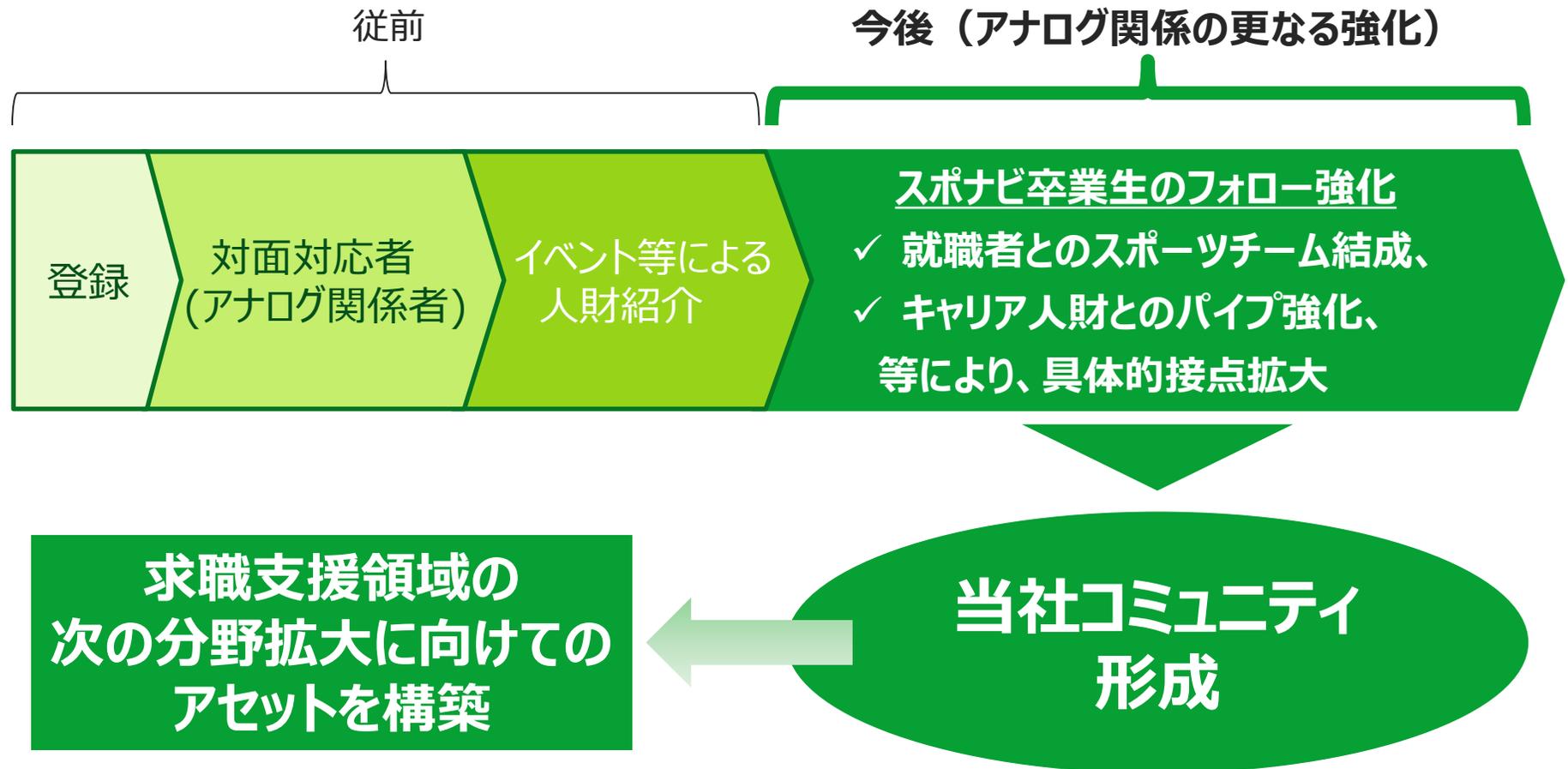
- ITツールの活用
- 体育会学生からのプロアクティブなアプローチの喚起
 - ①先輩社員のレピュテーション向上
 - ②イベント数と参加企業の拡大
 - ③イベント参加学生の満足度引上げ
 - ④対面对応学生の成功率向上

カバー率を
50%超へ

*カバー率：登録者の内、対面对応により、アナログ関係が構築できている登録者の比率
算出方法 紹介ユニーク数/スポナビ登録者数

顧客とのアナログ関係の更なる強化・深化

- スポナビ卒業生に対する具体的接点を増やして、当社コミュニティを形成するなど、顧客とのより一層のアナログ関係強化を図る



新規業務拡大

新規事業提案制度

デュアルキャリア

2018.10.3

ニュース

現役アスリートの方の「デュアルキャリア（スポーツと仕事の両立）」を目指し、派遣・紹介予定派遣事業を開始

SPONAVIYELL

2019.2.20

ニュース

大学スポーツへ「yell」を贈る。スポーツフィールドの新しいチャレンジ！

社外からスポーツ領域の有識者や起業家などを集めたミートアップイベント

News

スポーツ人財の就職・採用支援を行うスポーツフィールド「Sportsfield Sports Business Meetup」を開催しました

2018/03/27 - ニュース 128 Views

スポーツ人財の就職・採用支援サービスを手掛ける株式会社スポーツフィールド（本社：東京都新宿区 代表取締役：篠崎 克志）は、2018年3月22日（木）に東京本社オフィスにて「Sportsfield Sports Business Meetup」を開催致しました。

スポーツ スポナビ スポーツビジネス イベント Meetup

元アスリート



今後の戦略投資計画

主な戦略投資内容

出店、システム投資

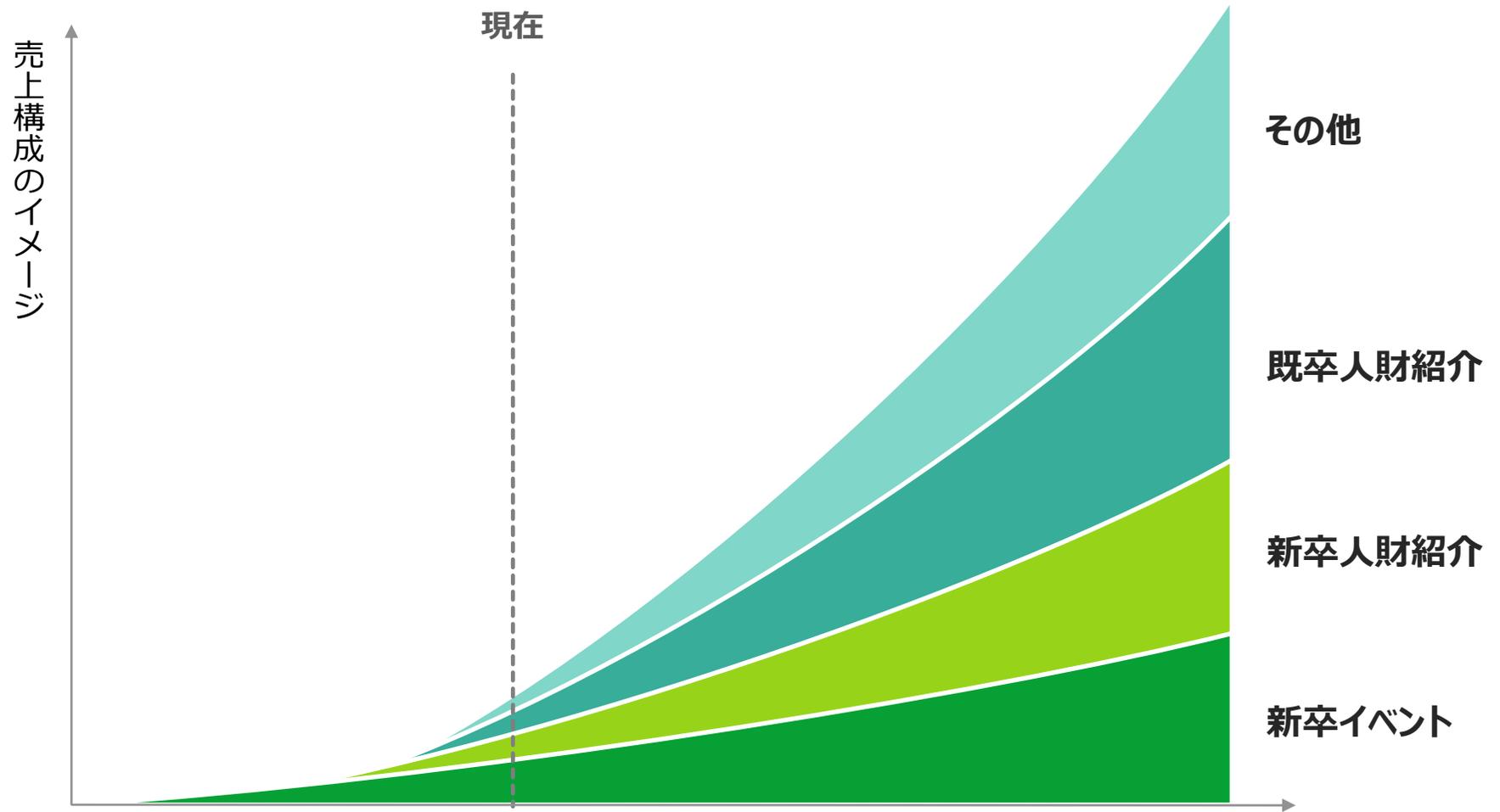
採用強化

プロモーション
(認知度向上)

2019/12期3Q時点の財務状況

現 預 金	6.83億円
有 利 子 負 債	3.59億円
自 己 資 本	3.45億円
自己資本比率	31.5%

成長シナリオ





APPENDIX

沿革

年月	概要
2010年 1月	東京都渋谷区に株式会社スポーツリンク埼玉を設立（資本金1,000千円）
2011年 4月	株式会社スポーツリンク東日本へ商号変更
2013年10月	体育会総合支援ブランド「スポナビ」のサービスを開始
2014年 1月	第三者割当にて資本金10,000千円に増資
1月	株式会社スポーツフィールドへ商号変更
4月	有料職業紹介業についての厚生労働大臣許可を受ける
5月	転職支援サービス「スポナビキャリア」を開始
2016年 2月	第三者割当にて資本金10,300千円に増資
5月	東京都新宿区に子会社、株式会社エスエフプラス（現連結子会社）を設立
8月	労働者派遣業についての厚生労働大臣許可を受ける
11月	平成29年度東京都スポーツ推進企業として認定
2018年 1月	日本政府が推進するスポーツ国際貢献事業「SPORT FOR TOMORROW」に加盟
9月	株式会社エスエフプラスにて有料職業紹介業についての厚生労働大臣許可を受ける
10月	株式会社エスエフプラスにてスポーツ系の専門学校生の為の就活支援サービス「エスナビ」を開始

将来見通しに関する注意事項

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合でも、当社は本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。