

Motorsports Sponsorship Requirement 2025

ご協賛依頼書

Be a Professional Racing Driver- AKIHIKO MOURI

国際レースへの挑戦

MAESTRO株式会社

代表取締役社長 毛利章彦

2025年1月1日



要旨

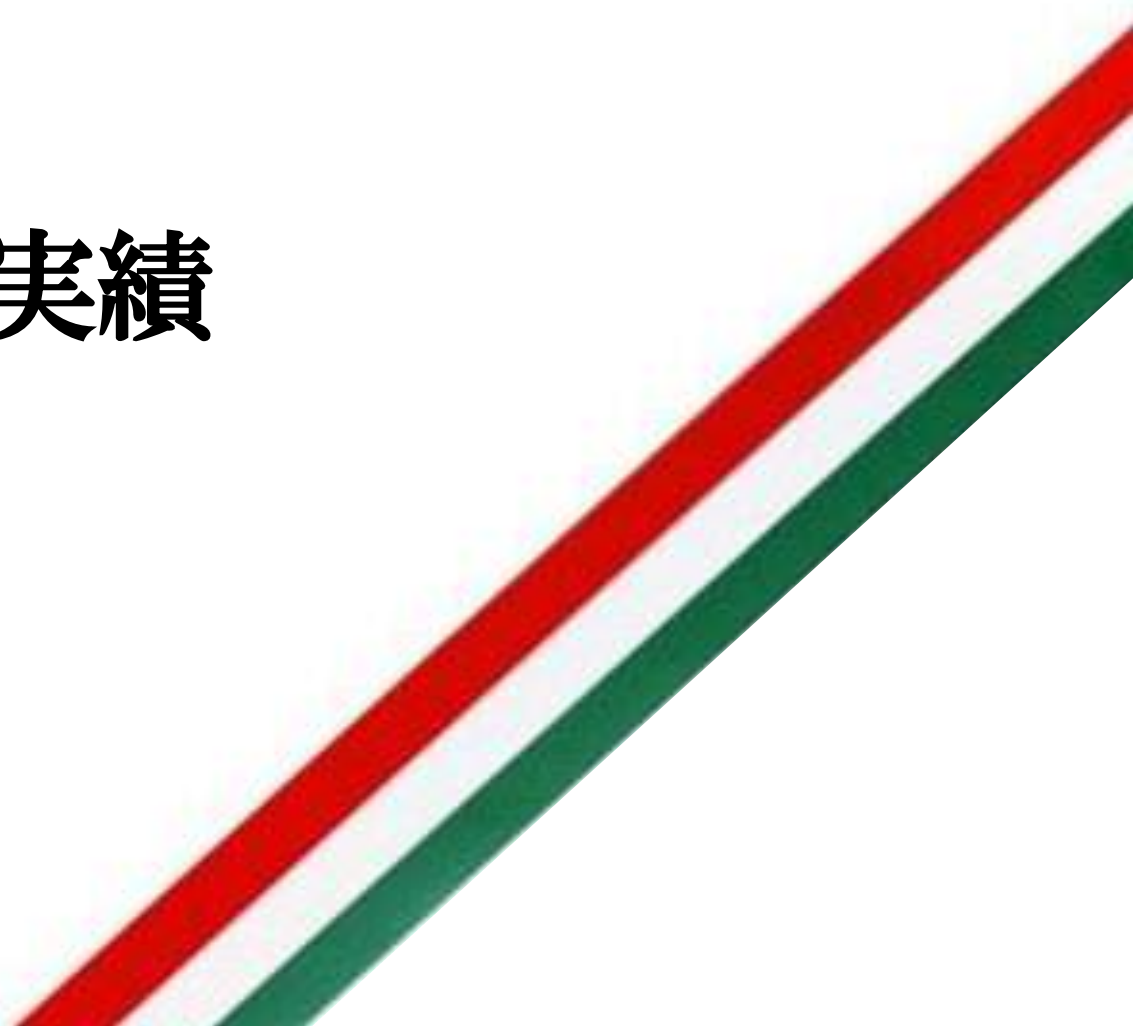
- 本提案では、毛利章彦が国内外のモータースポーツレースに参戦するにあたり、スポンサー様にご支援いただくメリットと概要をご紹介します。
- スポンサー様には、世界的なレース舞台でのブランド露出やプロモーション活動を通じて、企業価値向上の機会をご提供いたします。また、レース車両やスーツへのロゴ掲載、VIP体験の提供、イベントや広告活動への参加など、多角的なリターンをご提案いたします。
- また本提案は、スポンサー様とモータースポーツの価値を共有し、互いの成功を目指す長期的なパートナーシップを築くことを目的としています。ご検討のほど、よろしくお願い申し上げます。

目次

- I. レース実績
- II. スポンサーシップのメリット
- III. 今後の目標とロードマップ
- IV. 資金計画とサポート方法
- V. 経歴一覧



I. レース実績



レース実績

2017年: 富士チャンピオンレース N1000クラス 入賞

- 富士スピードウェイで開催された富士チャンピオンレースは、日本のモータースポーツシーンの登竜門とも言えるカテゴリーです。このレースでの入賞は、毛利が競争の激しい環境でも卓越した技術と冷静な判断力を発揮できるドライバーであることを証明しました。富士スピードウェイという高難易度サーキットでの経験は、今後のさらなる挑戦に向けた基盤となっています。

2018年: 筑波サーキット MARCH RACE 参戦

- 筑波サーキットは、テクニカルなコーナーが多いことで知られ、ドライバーに繊細な操作技術が求められるコースです。このMARCH RACEへの参戦を通じて、毛利は車両の特性を活かした走りと安定したラップタイムを追求しました。参戦経験は、レース戦略の緻密な構築と集中力を磨く機会となり、現在のレーシングキャリアの重要な土台となっています。

2019年: ロードスターパーティレース 参戦、FIA国際ライセンス取得

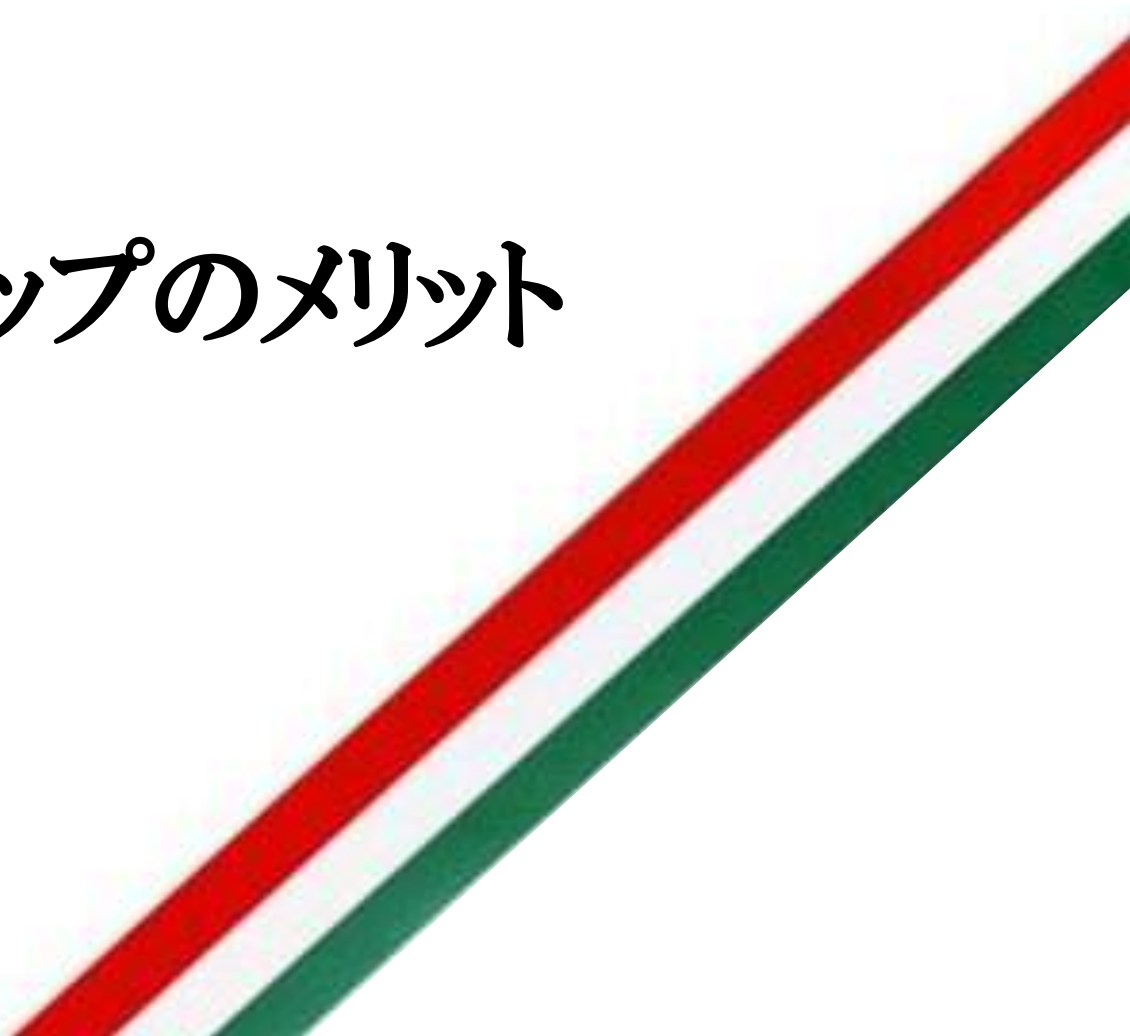
- イコールコンディションのワンメイクレースに参戦し、ドライビング技術とレース戦略を強化。その中での競争経験を通じ、毛利の卓越したスキルがさらに磨かれました。加えて、この年にFIA国際ライセンス取得により国際カテゴリーへの挑戦権を得て国際舞台への扉を開いたことは、毛利のモータースポーツキャリアにとって飛躍の年となりました。

2020年: 茂原Endurance Party レース 入賞

- 耐久レースは、単なる速さだけでなく、持久力、チームワーク、戦略的判断が求められる厳しいカテゴリーです。この茂原でのレースで入賞を果たしたことは、毛利が多様なレース形式にも適応できる柔軟性と競争力を持つドライバーであることを示しています。レース中のトラブル対応やタイヤ戦略など、多岐にわたるスキルが活用され、次なるステージへの準備が整いました。



Ⅱ. スポンサーシップのメリット



スポンサーシップの利点

長期的なブランド露出(レースカー・スーツ・SNSでのPR)

今から支援することで、今後の活躍とともにブランドも成長する」

- ・レース活動を通じて、サーキットやイベント、SNSの配信での露出が増加し、多くの観客やファンにブランドを訴求する機会を提供します。
- ・メディア露出（テレビ、雑誌、ウェブ記事、SNSなど）による広告効果。
- ・レースカーやレーシングスーツにロゴを掲載することで、視覚的なプロモーション効果
- ・未来の成功事例として活用できる（「企業が支援したドライバーが国際舞台で活躍する」）

既存の露出実績を活用(SNSでのPR)

レース以外の活動（SNSやイベント、メディア露出）を活用し、ブランド認知を高める

- ・SNSフォロワー数、エンゲージメント率の強化
- ・YouTubeやブログでレース活動を発信
- ・企業のマーケティング活動とコラボ

投資対効果の「新しい形」を提案(他の企業とつながる機会を提供)

B2Bネットワーキング

- ・スポンサー企業の社員向け特別イベント（レースカー体験、講演など）
- ・スポンサー企業のプロモーション活動との連携
- ・VIP体験の提供（レースのピットツアーなど）
- ・レースイベントやモータースポーツ関連のイベントを通じて、他の企業や関係者とのつながりを構築。
- ・スポンサー同士のコラボレーションや新規ビジネスの可能性を創出。

英語対応力を活かした海外展開

「国際的な環境への適応力（英語対応・海外モータースポーツ経験）」

・BMW JapanやBOSCHでのテストドライバーとしての就業経験

- ・海外のレースチームやエンジニアと英語での流暢ではないが、基本的なやり取りが可能
- ・海外メーカーの車両テストやコーチング業務を通じて国際的な経験を積んでいる
- ・「海外メーカーやサプライヤーとのコミュニケーションが取れるレーシングドライバーは日本国内ではまだ少ない」

「海外のレース文化・環境を経験」

- ・ドイツのニュルブルクリンクでの走行経験（レーシングカーを借りて走行）
- ・海外のレースサーキット特有の走行特性を理解し、今後の国際レース参戦に向けた準備を進めている
- ・海外のレーシングカーやF1など現地のモータースポーツ文化を体験

「海外メーカー・サプライヤーとの連携の可能性」

- ・BMW / MINIでのアンバサダー経験を活かし「海外の自動車メーカーとのコラボレーションやPR活動が可能」

例：海外メーカーが日本市場向けにプロモーションを行う際、日本のドライバーとしてPR活動に協力

- ・「海外のモータースポーツ関連企業とのビジネスネットワーク構築」

例：タイヤメーカーやパーツメーカーとのテストドライバー活動

- ・「日本市場向けの欧州ブランドのPR活動」

例：海外メーカーが日本市場向けにモータースポーツ関連のマーケティングを行う際に協力。

BMW Japan

Freude am Fahren



BOSCH



シミュレーター技術とリアルレースの融合戦略

「シミュレーション×リアルレースの相乗効果」

✓ シミュレーターを活用したレース活動

- Assetto Corsa EvoやiRacingなどのシミュレーターソフトを活用し、実際のレース活動とリンクさせたプロモーションを展開
- リアルレース環境を再現しながら、スポンサーのロゴやブランドをデジタルでも露出

✓ バーチャル×リアルの境界を超えたレースプロモーション

- シミュレーターのトレーニングを通じて、実際のサーキットでのパフォーマンス向上を図る
- バーチャルレースのデータを活用し、リアルレースでのセットアップや走行戦略に反映

「TikTok・YouTubeでのライブ配信戦略」

✓ ライブ配信によるファン層の拡大

- 「ライブ配信では平均100人以上が視聴」「シミュレーターイベントでは1回につき20人以上が参加」
- TikTokやYouTubeで定期的にライブ配信を実施し、スポンサーのブランド露出を最大化
- シミュレーターを活用し、リアルレースと連動したコンテンツ

✓ スポンサーとファンのエンゲージメント向上

- ライブ配信中にスポンサーのPRを組み込み、視聴者と直接コミュニケーション
- 視聴者とのリアルタイム対話（Q&Aコーナー、シミュレーター対戦イベント）

「ゲリラライブ的シミュレーターイベント」

✓ 駅前やショッピングモールでの「レーシングシミュレーターライブ」

- ミュージシャンのゲリラライブのように、シミュレーターを屋外に設置し、迫力ある演出で注目
- 光と音の演出を組み合わせ、視覚・聴覚を刺激するプロモーションを展開

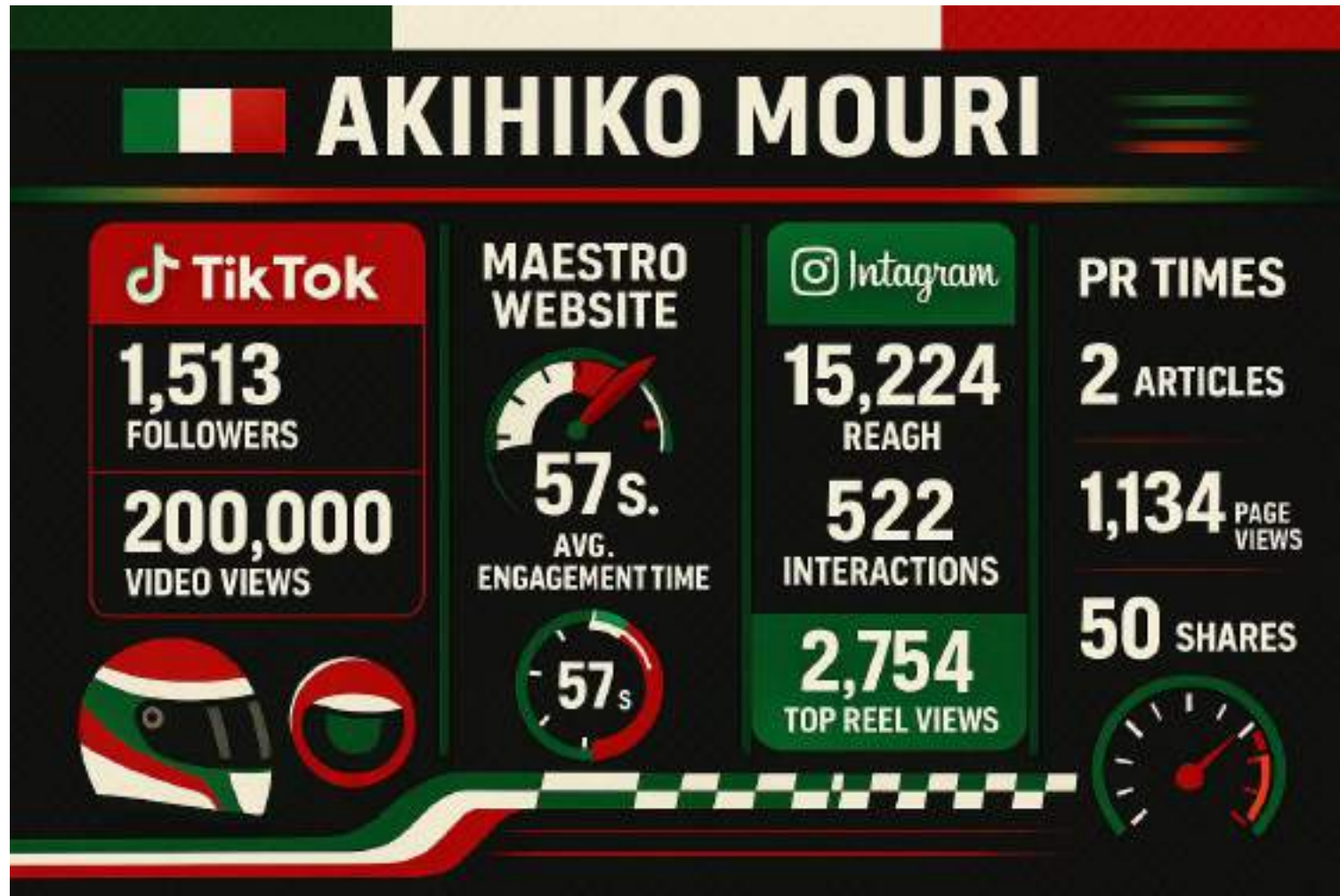
✓ スポンサーのブランディングチャンス

- イベント会場にスポンサーのロゴを掲出し、集まった観客にPR
- SNSと連携し、その場のイベントをライブ配信することで拡散



SNS / Web / メディア 実績サマリー

- TikTok 約20万再生 / Instagramリーチ15,224
- Webサイト年間訪問者339人 / PR TIMES記事PV合計1,134



PR TIMES リリース効果



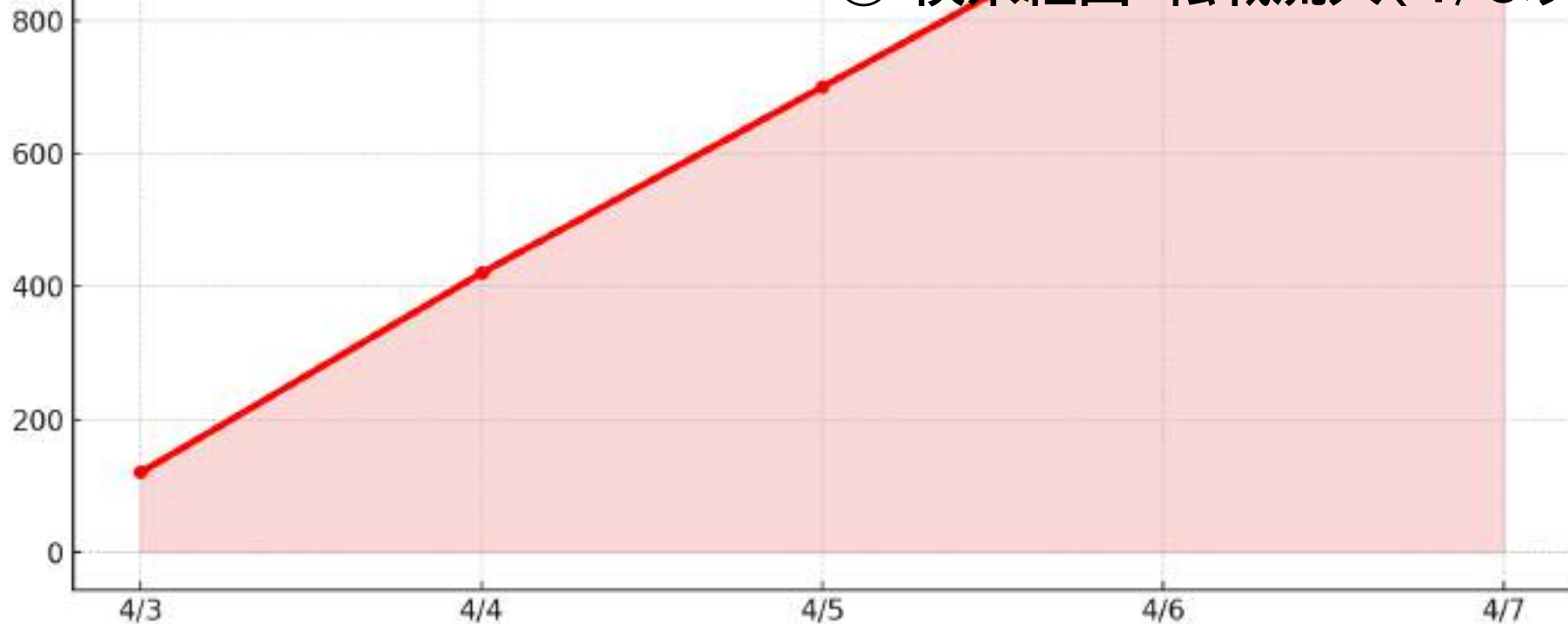
PR TIMES掲載実績と反響データ分析

■ 実績ハイライト

- ・掲載記事数: 2本
- ・合計PV: 1,134 (掲載後3週間)
- ・ユニーク閲覧者: 1,132
- ・拡散(転送)サイト数: 50以上
- ・閲覧デバイス: PC 95%以上(法人層中心)

■ SNS～PR連携(拡散フロー)

- ① PR TIMESリリース公開(4/3・4/4)
- ② Instagramストーリーズ投稿(4/4)
- ③ 24時間以内にPVの7割達成
- ④ TikTokライブ誘導(4/5)
- ⑤ 検索経由・転載流入(4/6以降)

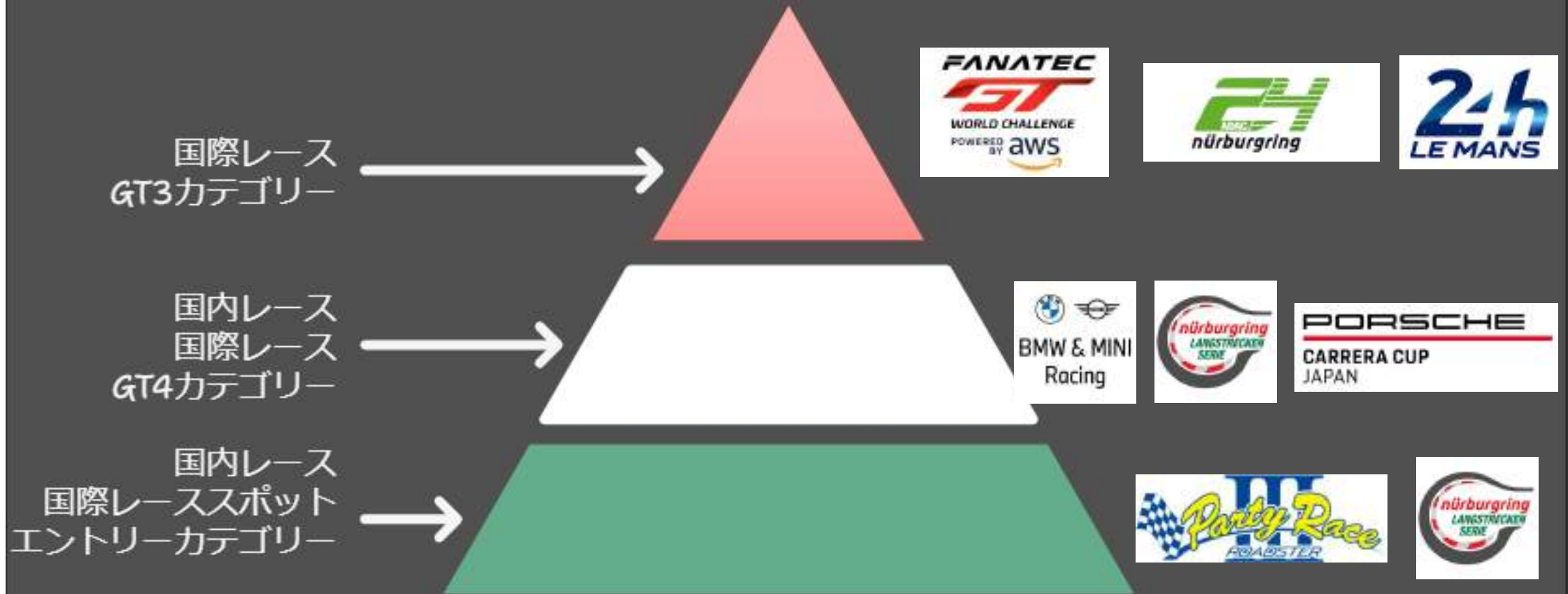


Ⅲ. 今後の目標とロードマップ

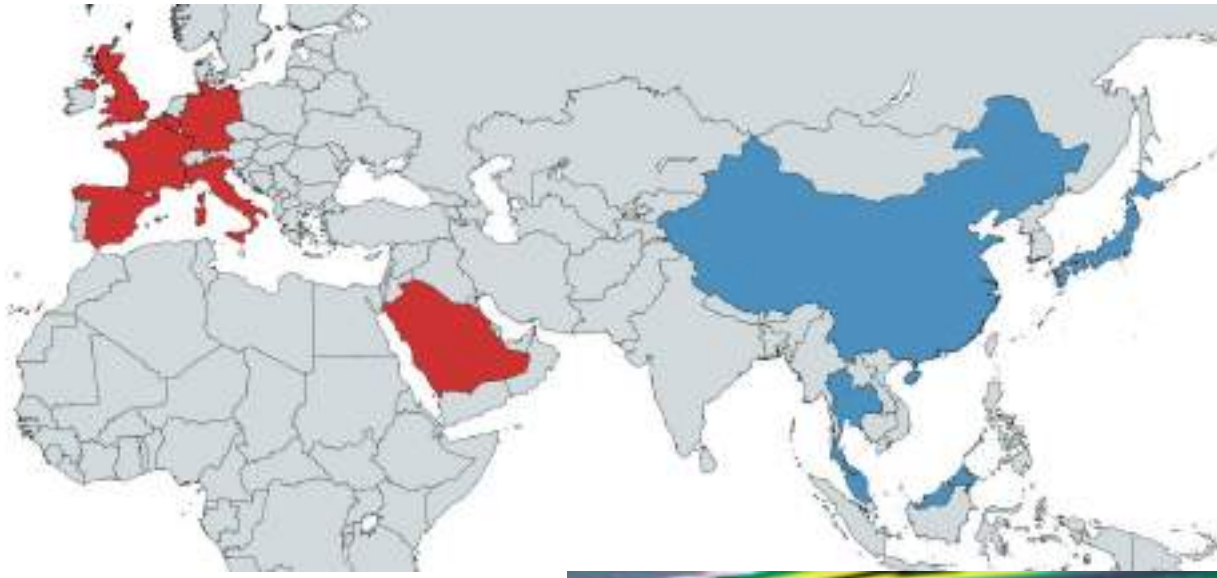


Road Map to GT3 Racing

レース参戦計画の階層



Road Map to GT3 Racing



GT World

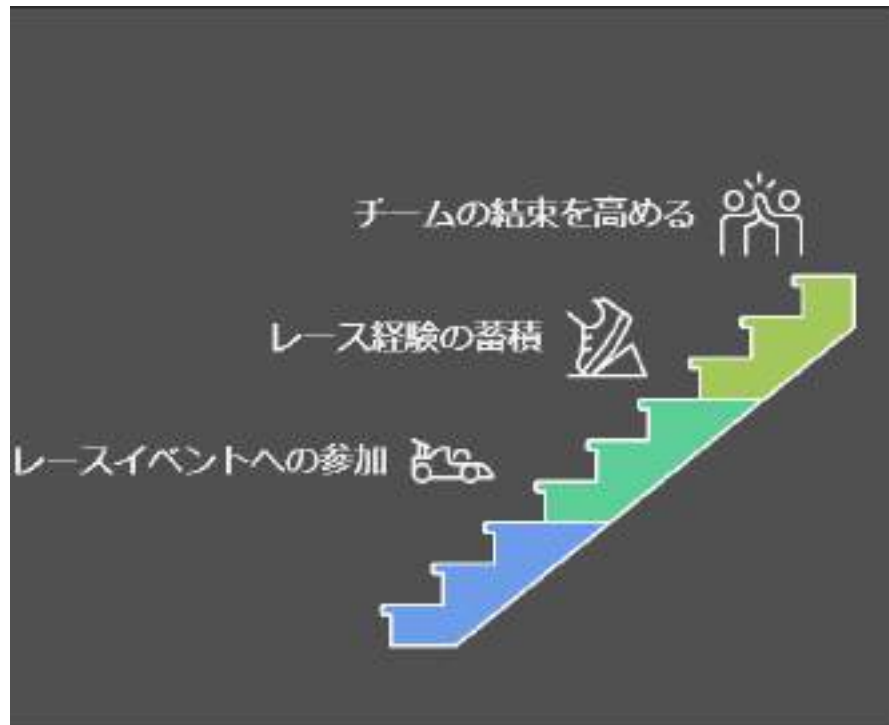
-  GT World Challenge EU
-  GT World Challenge Asia



目標段階

第一段階:

- **レース内容:** マツダロードスターのワイメイクレース*やニュルブルクリンク耐久レース*へのスポット参戦
- **目的:** 国内外のレース経験を積むことと、チームの結束を高める
- **予算:** 年間600万円～



*ROADSTER Party Race
<https://www.party-race.com/>



*ADAC Nürburgring Langstrecken-Serie
<https://www.nuerburgring-langstrecken-serie.de/en/startseite-en/>

第二段階:国内レース、国際レース参戦

- レース内容:
 - BMW M2 CSレーシング、MINI Challengeへの参戦
 - ニュルブルクリンクGT4カテゴリーへの参戦
- 予算: 年間1000万円～
- 目的: 英語でのコミュニケーションを取りながらより競争の激しい環境での経験を得ること。



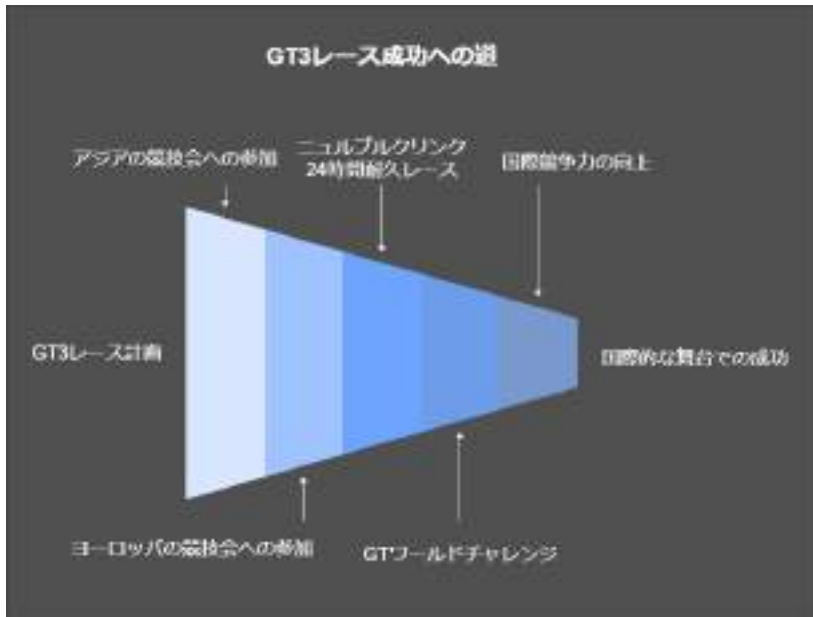
ADAC Nürburgring Langstrecken-Serie
•<https://www.nuerburgring-langstrecken-serie.de/en/startseite-en/>



BMW & MINI Racing
•<https://bmwminiracing.jp/>

第三段階:国際GT3レース参戦(最終目標)

- レース内容:
 - ドイツニュルブルクリンクやGTワールドチャレンジでのGT3マシンを使用した最高潮のレース
- 目的: ヨーロッパ各国、アジア各国で行われているGTワールドチャレンジ、GT3カテゴリーへの参戦を目指す。
- 予算: 年間3000万円～
- 目的: 国際的な舞台で最高潮のカテゴリーでの競争力を身に着ける。



ADAC RAVENOL 24h Nürburgring

<https://www.24h-rennen.de/en/home/>



Fanatec GT World Challenge

<https://www.gt-world-challenge-asia.com/>

IV. 資金計画とサポート方法



資金計画とサポート方法

資金計画とサポート方法

部分協賛プラン

全額スポンサーシップ

最大限のプロモーションとリターンを提供するために全費用をカバーします。

特定の費用を対象にし、柔軟性と焦点を提供します。

プロモーション特化プラン

レース費用には関与せず、マーケティング活動に焦点を当てます。



資金計画とサポート方法

プラン名	内容	想定価格帯	特典・リターン
プラチナスポンサー	フルサポート (全額スポンサーシップ)	1,000万円～	・レースカー・スーツ・ヘルメットへのロゴ掲出 ・VIP体験（ピットアクセス・サーキット同乗） ・企業向けプロモーション協力（CM出演など）
ゴールドスポンサー	部分協賛 (主要な費用をカバー)	600万円～	・スーツ・ヘルメットにロゴ掲出 ・SNSや動画コンテンツでの露出 ・レースイベントへのVIP招待
シルバースポンサー	レース参戦費用の一部支援	300万円～	・SNSやYouTubeでのPR協力 ・企業イベントでのシミュレーター体験会実施
ブロンズスポンサー	プロモーション特化プラン	100万円～	・SNS投稿やライブ配信でのタグ付け・PR ・スポンサー企業のロゴをプレスリリースへ掲載

1. 全額スポンサーシップ

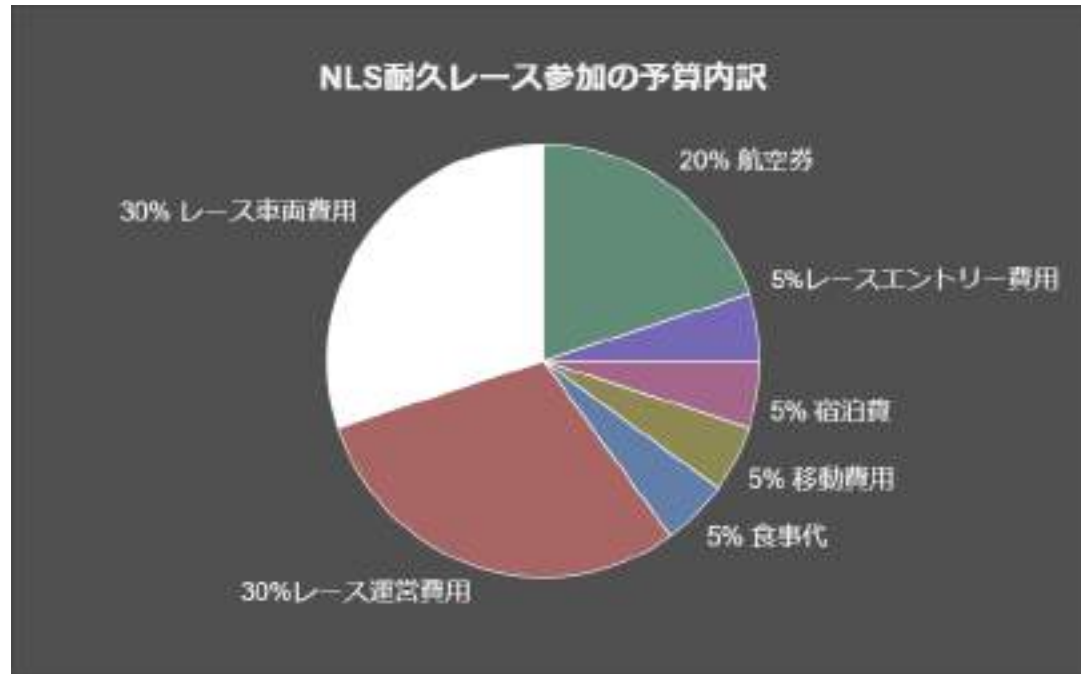
スポンサーシップの利点を強化する要因



2. 部分協賛プラン/レース参戦費用の概要

ドイツ・ニュルブルクリンクNLS耐久レースにGT4マシンでスポット参戦する際、1戦（全9戦）の予算は以下の通りです。

目安費用：300万円～

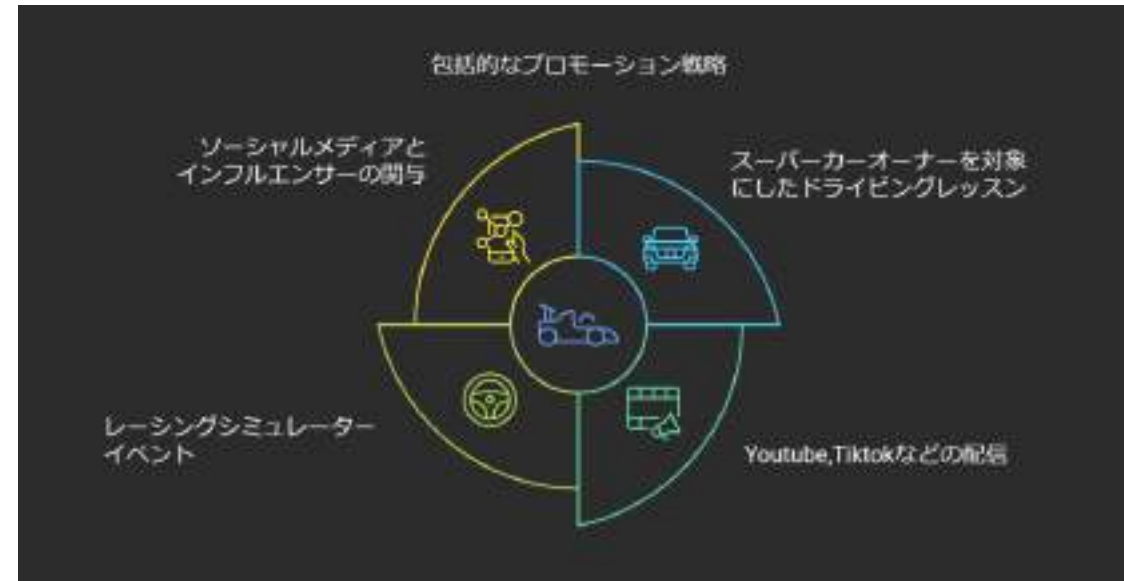


・ 内訳

- ・ **航空券**（ドライバー・メカニック・関係者）
- ・ **宿泊費**（ホテル滞在）
- ・ **移動費用**（レンタカー・現地移動手段）
- ・ **食事代**（スタッフ・チームメンバーの食事）
- ・ **レースエントリー費用**
- ・ **レース車両費用**（マシンレンタルまたは購入）
- ・ **レース運営費用**
 - ・ 相耗品（タイヤ・ブレーキパッドなど）
 - ・ 燃料代
 - ・ メカニック費用
- ・ **コーディネート費用**（現地での手配や調整を含む）

3. プロモーション特化プラン

- 企業向けイベントでのレースカー展示・体験会
- レースで実際に使用する車両を企業様のイベント会場に展示し、
- 来場者に試乗体験や写真撮影の機会を提供します。
 - 試乗体験（安全対策完備の場合）
 - レーシングシミュレーター体験
- 製品・サービスの広告塔としての活用
- PR活動への従事
 - レース参戦を通じて、スポンサー様の製品・サービスを広告塔として活用します。
 - レース会場での企業製品やサービスのプロモーション
 - レース中のライブ配信やSNS投稿を通じた製品紹介
- 毛利章彦のイベント・PR広告への参加
- 企業様のイベントやPR活動にドライバー毛利章彦が参加
 - 社内イベントでのゲスト講演やインタビュー
 - PR広告やキャンペーンでの起用（写真や動画撮影など）
 - SNS投稿やインフルエンサーマーケティングへの協力



3. プロモーション特化プラン/ブランド認知度の向上

ライブ配信を用いたデジタルマーケティング全般

課題:

SNS活用が十分でなく、ターゲット層へのリーチが限定的だった。

解決策:

TikTokやTwitch、Instagramを活用した動画配信戦略を立案・実施。

さらに、レーシングシミュレーターのライブ配信を導入し、ファン層の拡大を図った。

成果:

フォロワー数とエンゲージメント率が大幅に向上。

ターゲット層への認知度を効果的に拡大し、1,000以上の「いいね」を達成。

「ライブ配信では平均100人以上が視聴」「シミュレーターイベントでは1回につき20人以上が参加」

KAM SIMULATOR STUDIOとの技術協力によるシミュレーター活用

SuperGTやSuperformulaなどで実績のあるKAM SIMULATOR STUDIO様の技術協力を得たドライビングシミュレーターを活用し、技術向上やファン交流を実現しています。

ライブ配信を通じてファン層を拡大し、スポンサー様のPR効果を最大化。革新的な取り組みで価値提供に努めています。



プラン別御社ロゴ露出例

サンプル

OMP CUSTOMER: _____ TEAM: _____ DRIVER NAME: _____

CUSTOMIZED SUIT CONFIGURATOR



DATE: _____ REV. _____

© OMP RACING S.p.A. - ALL RIGHTS RESERVED

メインスポンサー様

参考費用：¥10,000,000～

メインスポンサーとして露出度の高い表・背中の中心エリアへ御社ロゴを掲出させていただきます。

セカンドスポンサー様

参考費用：¥5,000,000～

セカンドスポンサーとして、スペースを大きく取れる両足外側エリアを含む複数箇所へ御社ロゴを掲出させていただきます。

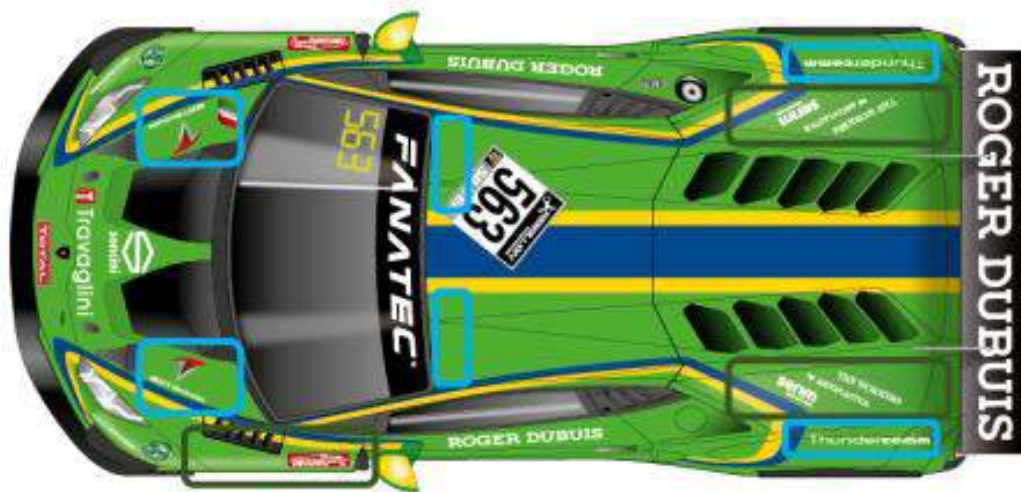
ジェネラルスポンサー様

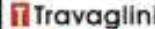
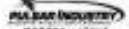
参考費用：¥2,500,000～

小ロゴを表及び左腕へ御社ロゴを二カ所掲出させていただきます。

※全てのプランで弊社発行のプレスリリースへの御社ロゴ掲出、また各種SNS投稿時御社SNSタグ付けorハッシュタグ掲出をさせていただきます。





		race number 563
		GT3 - GTWCE - 2022
PILOTI:		SPONSOR
28 / 12 / 2020 GRAFICA  		     ROGER DUBUIS
		     THE WORKERS s.r.l. 
nota    FAV HOTEL  		



エントリースポンサー様

参考費用：¥1,000,000~

毛利が参戦時使用するヘルメットへ御社ロゴを掲出させていただきます。スーツやマシンへ割当スペースが確保できた場合には掲出させていただきます。

個人・少額スポンサー様

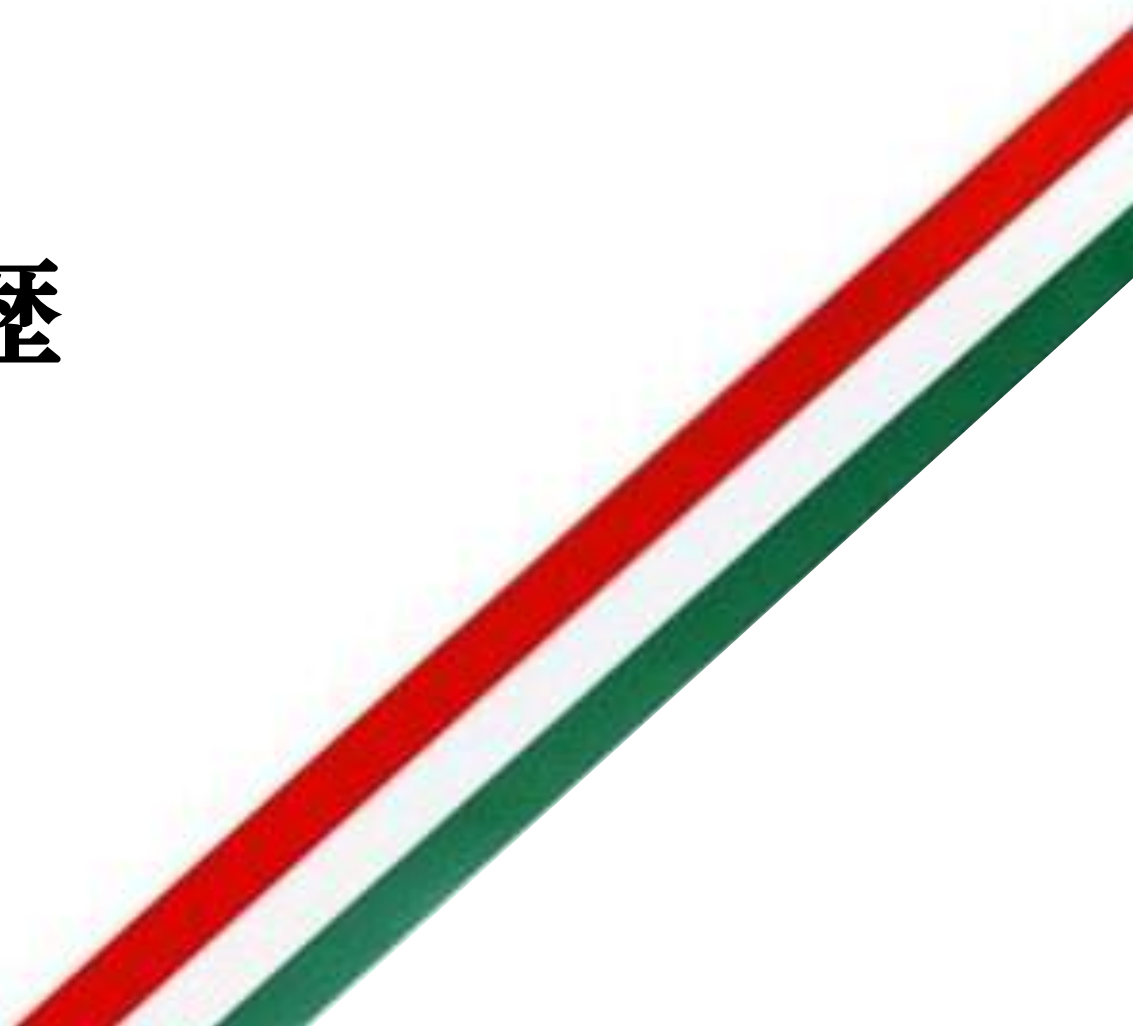
参考費用：¥100,000~¥1,000,000

ロゴ掲出は難しいのですが、弊社発行のプレスリリースへの御社ロゴ掲出、また各種SNS投稿時御社SNSタグ付けorハッシュタグ掲出をさせていただきます。

*全てのプランで弊社発行のプレスリリースへの御社ロゴ掲出、また各種SNS投稿時御社SNSタグ付けorハッシュタグ掲出をさせていただきます。

*ヘルメットロゴの位置・サイズは弊社にて調整させていただきます。

V. 経歴



TikTok実績：SUPER GT × レースアンバサダー動画で約20万再生を達成

【課題】

- モータースポーツイベントの「空気感」や「華やかさ」をSNS上で視覚的に伝えることが難しい
- レースクイーンやレースアンバサダーの魅力が単なる“記録映像”として終わってしまいがち
- 若年層や新規層へのリーチが限定的になっていた

【解決方法】

- SUPER GTイベントで撮影したレースアンバサダー／レースクイーンの映像素材を使用
- TikTokに特化したテンポ感・音ハメ・リズム演出を設計（17.95秒構成）
- 視覚的に“惹きつける美意識”と“エモーション誘導”を重視したショート動画に編集
- 「行きたくなる／推したくなる」感覚を演出し、非フォロワーにも刺さる構成を意識

【成果】

- 投稿から6日間で再生数：191,111回／いいね数：12,000以上／新規フォロワー：652件のバズに成功
- 視聴者層は18～34歳の男性が約80%を占め、ターゲット一致率の高いリーチに成功
- コメント・保存・シェアを通じて“ファン化の入口”として機能するコンテンツに進化**
- イベント現場を「行きたい・見たい」と思わせるPR素材として再活用可能なポテンシャルを獲得



@mourinho.aki



※動画尺：17.95秒／投稿日時：2025年5月5日／完走率：約12.4%

生成AIを活用したWeb制作・業務提案支援 (単価：1時間 50,000円)

【課題】

- 企業側にWebサイトを改善・再構築したいニーズはあるが、何から手をつければ良いか分からない
- 社内に生成AI活用やWeb制作スキルがなく、外注管理にも不安を抱えていた
- ブランディング・導線・SEO・コンテンツ制作の全体像が整理されておらず非効率な状況だった



【解決方法】

- クライアントの現状課題をヒアリングし、ChatGPT・Sora・Canvaなど生成AIの活用ステップを明示
- ユーザー導線設計・SEO構成・AIによるコピー・画像生成の具体的運用フローを可視化
- 実務レベルでの構築テンプレートや「明日から使えるプロトタイプ構成案」を提示
- スライド資料・コンテンツ設計メモもその場でリアルタイム制作&納品

<https://visasq.co.jp/experts>

【成果】

- 初回1時間のコンサルティングで、Webサイト構築の方向性とAIツールの具体導入手順が明確化
- 営業資料／プロフィール／LPに落とし込める構成が整い、即日社内展開に活用
- 「最も実務に落ちた生成AIコンサルだった」とのフィードバックを受け、**単価5万円にも納得の評価を獲得**

補足：

- 実施媒体：ビザスク（ビジネス系エキスパートマッチング）
- 実施時期：2025年4月
- クライアント：上場企業系コンサルティング部門（非公開）

生成AI × SEO × アナリティクスで構築&改善したWeb制作実績

【課題】

- Webサイトを開設したが、検索流入やCVRが低く、導線設計が不明確
- コンテンツ制作やSNS連携の設計も不足しており、エンゲージメントが続かない
- Googleアナリティクス（GA）やタグマネージャー（GTM）による行動分析が未導入

【成果】

- 検索順位の上昇（競合ワードで10位圏内にランクイン）
- SNS流入のクリック率向上（前月比150%）
- GAデータに基づいた改善PDCAが可能となり、事業側の意思決定に貢献
- 月次レポートにより、施策の“見える化”と再提案が可能な体制を構築

【解決方法】

- Webサイト構成・コピーをChatGPT／Sora等の生成AIで設計・分解・再構築
- GA4＋GTMによるユーザー行動の可視化／イベントトラッキングを実装
- SEO設計では、コンテンツの構造化・メタ情報調整・UX視点の改善案を実施
- SNS×Web連動の強化：Instagram・TikTokの投稿がどのLPやCTAに流れているかを分析・改善



<https://www.maestro-racing.co.jp>



PR TIMESを活用した“ブランド・プロモーション施策の可視化”と成果分析

【課題】

- ・モータースポーツやプロドライバー活動を通じた発信の中で、企業側に向けた「信頼性ある可視化」が不足していた
- ・SNSや動画では熱量を伝えられても、ビジネス層に向けたメッセージの“着地先”が限定的だった
- ・イベント登壇や提携交渉時に、「どれだけの反響があったか」を客観的に示す必要があった

【解決アプローチ】

- ・PR TIMESにて2本のプレスリリースを戦略的に発信（4月3日・4月4日）
- ・タイトル・構成・タグ・カテゴリを最適化し、媒体への転送・検索流入を設計
- ・SNS投稿・TikTokライブ配信と連携し、“リアルタイムで話題化 → メディアに送客”という流れを構築
- ・リリースごとに1枚目：レース参戦とパートナー募集、2枚目：プレゼン・コンサル実績というコンセプトを分けた

【成果】

- ・合計ページビュー：1,190 / 訪問者（UU）：1,188 / 転送サイト：50
- ・2本ともに平均500PV超／PCアクセス率 95%以上（＝法人デバイス中心）
- ・SNSやライブで話題になった情報を**“ビジネス文脈で読まれる形”に変換**
- ・今後の営業資料・スポンサー提案・実績報告に活用できる「公式発信の信用資産」を獲得

【追加実績トピック：アドクロ掲載】

- ・PR TIMESにて配信したプレスリリースが、広告マーケティング専門メディア「アドクロ」にも掲載
- ・アドクロ掲載記事URL：<https://bizpa.net/mag/knowledge-5144/>
- ・企業の広報・広告担当者に向けての信頼形成・認知拡大に寄与
- ・PR TIMES上でのPV合計1,190件／UU1,188件に加え、二次露出でさらなる波及効果を実現



<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000158553.html>



高級フレンチレストランのブランドマーケティング

課題

- ブランドのコアメッセージが直感的に伝わりづらい
- 高価格帯市場でのポジショニング確立（グランメゾン領域での差別化）
- オープン前段階での認知拡大と予約導線の設計

解決方法

- AIによる動画生成技術を活用し、ブランド世界観を可視化したSNSコンテンツを制作
- （Instagram用ショートムービー）
- 「話題性」「希少性」を軸としたプレミアム戦略を構築（例：「予約困難」を打ち出したPR設計）
- 富裕層ターゲティング／地域メディア連携／口コミ誘導施策を組み合わせた統合的プロモーションを実施

成果

- 生成AIコンテンツが関係者内で高評価となり、ブランドの方向性の明確化に寄与
- SNS戦略の明文化と継続運用体制が整い、Instagram運用を中心にエンゲージメントを獲得
- デジタル施策が経費として正式承認され、社内的にもマーケティング投資として定着
- 富裕層マーケットを意識したブランディングにより、オープン前からの話題性・注目度の醸成に成功



フレンチレストランでのマーケティング手法は、スポンサー企業のブランドプロモーションにも応用可能

Ferrari F1 Clienti Driving coach Italy



•課題

フェラーリF1のオーナーがイタリア、モンツァサーキットでの**Corse Clienti***走行イベントに向けて、ドライビングスキルを向上させる必要がありました。特に、高性能マシンの操作には高度なテクニックが求められるため、プロフェッショナル視点からの的確なアドバイスが必要でした。一方で、私自身はGTやトップフォーミュラレースでの経験やチャンピオン歴がない中、どのように信頼を得るかが課題となりました。

•解決方法

1.レーシングシミュレーターを活用した事前トレーニング

- オーナーの現状のスキルを把握し、レーシングシミュレーターを使って具体的な改善ポイントを洗い出し、段階的なトレーニングを実施。
- プロの視点から、ブレーキングポイントやコーナリングライン、アクセルワークなどを詳細にアドバイス。

2.信頼構築を重視

- 技術的な指導に加え、オーナーの不安を取り除くコミュニケーションを徹底し、信頼関係を構築。
- トレーニングの進行状況を共有し、成果を逐一確認することで、安心感と信頼感を醸成。

3.イベント同行への準備

- シミュレーターでの成果を基に、モンツァサーキットでの走行プランを作成。
- サーキットの特性や注意点をオーナーに事前に説明し、現地での円滑なサポートを実現。

•成果

信頼度を高く評価していただいた結果、イタリアのモンツァサーキットでのイベントに同行し、ドライビングコーチとしてサポートを担当。

•イベント当日、オーナーは安定した走行を実現し、サーキット走行を大いに楽しんでいただきました。

•この経験は、私自身にとっても大きなターニングポイントとなり、プロフェッショナルとしてのスキルと信頼構築力の重要性を再認識する機会となりました。

*(シーズンを終えて2年以上経過したF1マシンを年間2〜3台VIP顧客へ販売し、フェラーリが管理。フェラーリのF1マシンを所有するオーナーが、サーキットで走らせることができるイタリア本国の頂点に君臨するプログラム。)

<https://www.ferrari.com/en-EN/corse-clienti>



Ferrari Challenge 2023 Racing Team support



・課題

初めてフェラーリチャレンジに参戦する**Team Rosso Scuderia***のVIP顧客は、レースの特性や戦略を熟知しておらず、適切なアドバイスやサポートが求められていました。さらに、チーム運営やレース中の迅速な判断が必要であり、信頼できるパートナーの存在が重要でした。

・解決方法

1. レース展開の戦略アドバイス

- ・レース中のセーフティカーの出現タイミングやピットストップ戦略に関する的確なアドバイスを提供。
- ・顧客のラップタイム分析を行い、改善ポイントを具体的に指摘しながら、次のセッションでの目標設定をサポート。

2. チーム運営とトップセールスのサポート

- ・レースチームの運営を補佐し、VIP顧客が快適にレースに集中できる環境を整備。
- ・トップセールスと連携し、レース以外での顧客ケアも実施。

3. 顧客との信頼構築

- ・レース前後の詳細な説明やフィードバックを通じて、顧客との信頼関係を強化。

・成果

結果として、サポートした顧客はシリーズチャンピオンを獲得し、大きな成功を収めました。

- ・この成果により、顧客およびディーラーからの信頼を得ることができ、私自身のレース運営および顧客対応スキルが高く評価されました。
- ・また、フェラーリチャレンジのような国際的なレースイベントでの経験は、プロフェッショナルとしてのキャリアにおいて重要な実績となりました。

*Rosso Scuderia 株式会社

<https://tokyo-rossoscuderia.ferraridealers.com/ja-JP>



BMW / MINI Brand Ambassador



課題

BMWディーラーにおいて、店舗に来店するお客様のニーズや関心を迅速に把握し、適切な営業対応へつなげるプロセスが課題でした。また、お客様に対するプレゼンテーションや試乗体験の質を向上させ、成約率を高める必要がありました。

解決方法

ブランドアンバサダーとして以下の取り組みを実施し、課題を解決しました。

1.お客様の目利き能力の活用。

来店されたお客様を観察し、購入意欲や興味を即座に判断。ニーズに応じた対応で営業担当に引き継ぐ仕組みを構築。

2.パーソナライズされたプレゼンテーション。

お客様の関心や背景に合わせて、車両説明や試乗アナウンスの内容を柔軟に調整。

3.トヨタ自動車のイベントで培ったインストラクターの経験を活かし、説得力のある説明を提供。

試乗体験の最適化試乗中に車両の特徴を具体的かつわかりやすく伝えることで、購入後の満足感をイメージできるプレゼンテーションを展開。

成果

お客様のニーズに即した対応により、営業担当への引き継ぎ後の成約率が大幅に向上。営業チームから高い評価を受け、チーム全体の販売目標達成に貢献しました。

また、トヨタ自動車のインストラクター経験を応用したプレゼン手法が評価され、来店顧客の満足度アンケートでも高い評価を得ることができました。

この活動は8年にわたり継続され、ブランドアンバサダーとしての役割を確立しました。

*ビー・एम・ダブリュー東京株式会社

<https://bmw-tokyo.bmw.jp/ja>



JAPAN MOBILITY SHOW 2023



課題

ジャパンモビリティショー2023*において、BMWのブランドイメージを効果的に伝えると同時に、国内外の来場者に対応できるスタッフ体制が求められていました。特に、英語でのコミュニケーションが可能なスタッフが必要とされ、ブランドのグローバルな魅力を発信することが重要な役割でした。

解決方法

BMWディーラーでの8年間のブランドアンバサダー経験を集大成として、以下の取り組みを実施しました：

1. ブースでのプレゼンテーション

BMWのブランドストーリーや新型モデルの特徴を来場者に対してわかりやすく説明。ブランドの魅力を効果的に伝えるため、事前にブース設計や製品情報を深く理解し、来場者に合わせた柔軟な説明を実施。

2. 英語対応の強化

海外からの来場者への英語対応を積極的に行い、製品説明や質疑応答をスムーズに進行。BMWのグローバルなイメージを補強。

3. 現場での顧客サポート

来場者の動線を観察し、スムーズな体験ができるようサポート。特に、関心の高い来場者を適切に営業担当へ引き継ぎ、商談機会を最大化。

成果

ジャパンモビリティショーにおけるBMWブースでのブランドアンバサダー業務を通じ、高い評価を獲得。来場者からのポジティブなフィードバックが多く、BMW本部からも「ブランドイメージの向上に大きく貢献した」との評価をいただきました。特に英語対応の能力が評価され、海外からの来場者に対する満足度向上に寄与しました。この経験は、8年間のアンバサダー業務の集大成として、ブランドへの深い理解と対応力を実証する場となりました。

*JAPAN MOBILITY SHOW
<https://www.japan-mobility-show.com/>



TOYOTA workshop training instructor /Creative Direction



TOYOTA
<https://toyota.jp/>

•課題

新型車の発売に伴い、全国の営業マンに対してモデルの特徴を的確に理解させ、競合車両と比較した際の優位性を説明できるようにする研修会が必要でした。
•特に、新型車の性能や魅力を体感的に伝える方法が求められており、実車を用いた研修内容の質が成功の鍵でした。

•解決方法

研修会では、以下の取り組みを通じて課題解決を図りました：

1.比較分析の準備

- 新型モデル、現行車、および競合車（価格、サイズ、ブランドポジションで類似）を揃え、特性を比較するプレゼンテーションを準備。
- コースレイアウトの設計を担当。これにより、参加者が最大限のパフォーマンスを発揮できる施工プランを策定し、ドライビング体験を向上させました。
- インストラクター台本を作成。自動車の個性や技術を引き立てた魅力的なストーリーを構築しました。

2.サーキット走行での実演インストラクション

- サーキットで無線を使用し、複数の営業マンを車両で引き連れながら、新型車の特性や競合車との違いをリアルタイムで解説。

3.イベントのリハーサル

- イベント前にリハーサルを繰り返し行い、シナリオや進行のスムーズさを確認。万全な準備を整え、クライアントの期待に応える。

•成果

研修会は営業マンから高評価を得て大成功を収め、トヨタ本部からも「新型車の魅力をこれ以上ない形で伝えてくれた」と称賛されました。
イベント後、参加者の理解度と満足度が飛躍的に向上し、新型車の販売促進に直結する成果が得られました。
また、イベントでの働きぶりが評価され、トヨタ自動車本部より継続的にインストラクター業務を任されることとなりました。

TOYOTA Promotion Driver



•課題

トヨタ自動車の広告撮影およびオフィシャルYouTubeチャンネル「トヨタタイムズ*」において、車両の魅力を最大限に引き出し、視聴者の関心を集めるコンテンツ制作が求められていました。特に、開発責任者とのセッションではブランドイメージを効果的に伝えるプレゼンテーションが重要でした。

•解決方法

1.広告撮影における車両魅力の表現

- プロドライバーとしての経験を活かし、撮影現場で車両の特性を引き立てるアングルやシナリオを提案。
- 視覚的に訴求力のある映像を制作するために、具体的な演出プランを提供。

2.YouTubeチャンネルでの開発責任者とのセッション

- 開発責任者と連携し、車両の技術的特徴や設計理念をわかりやすく伝える撮影セッションを成功裏に実施。
- プロフェッショナルとしての視点を活かし、視聴者の関心を引きつける内容を展開。

3.スムーズな現場進行のサポート

- 撮影現場での円滑な進行をサポートし、予定時間内での高品質なコンテンツ制作を実現。

•成果

広告撮影では、プロの視点からのアドバイスが活かされ、視覚的に魅力的で説得力のあるコンテンツが完成。

•視聴者からの反応も良好で、トヨタ自動車のブランドイメージ向上に大きく貢献しました。

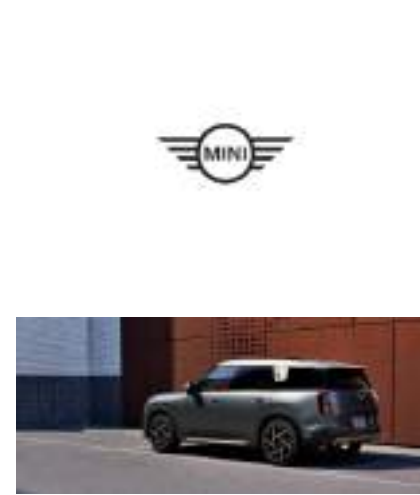
•また、YouTubeチャンネル「トヨタタイムズ」への出演を通じて、視聴者に車両の魅力や技術的な優位性を効果的に伝え、コンテンツの成功を導きました。

•この経験は、広告や映像制作の分野でも信頼される存在であることを証明するものとなりました。

*トヨタ自動車のオフィシャルYoutubeチャンネル、[「トヨタタイムズ」](#)に出演。
センチュリーの物語がここから始まる 豊田会長からマイスターへ贈る言葉 | トヨタタイムズニュース。



Brand Consultant / Training producer



•課題

Abeモータース*のBMWおよびMINIブランドディーラーでは、新入社員が現場にスムーズに適応するための教育体制が十分に整っておらず、引き継ぎ率や販売効率の向上が求められていました。また、新入社員がブランドの価値観や営業ノウハウを早期に理解し、即戦力となる仕組みが必要とされていました。

•解決方法

私の現場経験や営業への引き継ぎ実績の高さを評価していただき、Abe Motors人事部長から直々に依頼を受け、新入社員向け研修プログラムをプロデュースしました。

•以下の内容を盛り込むことで課題解決を図りました：

1.ブランド理解の深化

- MINIやBMWのブランドストーリーや価値観を伝えるセッションを実施。
- 最新テクノロジーを使用した顧客メリットの解説。

2.営業スキルの実践的トレーニング

- 販売現場でのケーススタディやロールプレイングを中心とした研修内容を設計。

3.現場適応力の強化

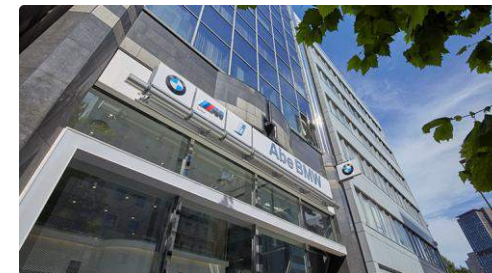
- 実際のショールームでの接客演習を取り入れ、現場での自信を育む。

•成果

研修を受けた新入社員は、ブランドの価値や販売ノウハウを迅速に吸収し、現場での適応力が向上。結果として、販売引き継ぎ率が前年比20%増加しました。

- また、受講者の満足度アンケートでは90%以上が「非常に満足」と回答し、人事部からも高い評価をいただきました。
- この研修プログラムは、翌年度以降も継続的に活用されています。

*株式会社 Abe Motors
<https://abemotors.co.jp/>



BMW Japan Engineering Division Test Driver 2013~2015



Engineer, Test driver.

At the request of BMW Japan, I was involved in the development of a new model vehicle to be launched in the Japan market.

Photo: F56 MINI under development at Fuji Speedway in 2014.



イベント実績

- 2016 ジャガー 国内販売店向け新型車研修会
- 2017 トヨタ自動車 国内外販売店向け新型車研修会
ダイハツ工業 海外向け先進安全体験研修会
- 2018 グッドイヤー 国内販売店&ジャーナリスト向けスタッドレスタイヤ研修会
グッドイヤー 国内販売店向けオールシーズンタイヤ研修会
トヨタ自動車 国内外販売店向け新型車研修会
ルポランカーズミート2018
東京モーターフェス ダイハツ工業 先進安全体験インストラクター
- 2019 BMW 新型3シリーズ(G20) 国内販売店向け新型車研修会
ルポランカーズミート2019
BMW MOTORSPORT FESTIVAL 2019
トヨタ自動車 国内外向け新型車研修会
ダイハツ工業 国内販売店向け新型車研修会
BMW 新型1シリーズ(F40) 国内販売店向け新型車研修会
東京モーターショー 2019 ルノー・アルピーヌ新型車両技術説明員
- 2020 水野和敏さんオリジナル動画コンテンツ
- 2021 トヨタ自動車 国内販売店向け新型車研修会
レクサス 国内販売店向け新型車研修会

- 2022 スーパー耐久レース LoveDriveチームサポート
AbeMotors BMW M2CS&MINI Racing レースサポート
トヨタ自動車 bz4X 試乗会
ジャガー&ランドローバー 国内販売店向け新型車研修
メルセデスベンツジャパン研修会
レクサス広告撮影ドライバー
Enjoy HONDA スーパーフォーミュラインストラクター
スバル 国内販売店向け新型車研修会
栃木トヨタ 新型クラウン 見込み客向け試乗イベント
- 2023 レクサス 国内販売店向け新型車研修会
Ferrari F1 Clienti Italia Autodromo Nazionale di Monzaドライビングコーチ 
フェラーリ正規ディーラー Rosso Scuderia株式会社 フェラーリチャレンジ サポート 
ランボルギーニ麻布、目黒店 レーシングシミュレーターインストラクター
高級賃貸ガレージハウスinCELL様 カートイベント
東京モビリティショー2023 BMW Japan BMW Genius (英語対応)
- 2024 Tesla 車両説明員 ふくしまSDGS未来博
メルセデスベンツジャパン試乗会 同乗インストラクター(英語対応)
トヨタ自動車 新型車研修会 オフロードインストラクター。(猿投アドベンチャーフィールド)
MINI 国内販売店向け新型車研修会

【本資料に関する問い合わせ先】

MAESTRO株式会社

代表取締役社長 毛利章彦

<https://www.maestro-racing.co.jp>



akihiko.mouri@maestro-racing.co.jp