

# 「国際スポーツビジネス会議」参加者が語る海外スポーツ ビジネストレンドと今後の日本スポーツ産業

JSPINネットワーキングカンファレンス  
第1部パネルディスカッション

---



## 参加会議 概要

- 【名称】Leaders Week London 2022
- 【期間】2022年9月26日 - 29日
- 【場所】ロンドン/トゥイックナム・スタジアム
- 【来場者数】約3,000人
- 【参加者層】コンテンツホルダー、テクノロジー企業、メディア企業、NF、コンサル企業など
- 【主なテーマ】「リーダーシップ」「収益化」「デジタルカルチャー」「ファンダム」「DE & I」など
- 【主な講演】イングランドサッカー女子スーパーリーグチェアが語るリーグビジネス、米PEファンドの創業者が語るスポーツの価値





3000

Attendees in Person



1500

Digital Attendees



50+

International Speakers



70+

Countries Represented



72%

Director level & up



70:30

Buyer: Seller Ratio



260

Teams



50+

Brands



52

Sports

# 参加会議 Leaders Week London 2022 構成

## ①登壇者セッション



## ②ネットワーキング



## ③ブース出展





## 土倉幸司 | Koji Tsuchikura

株式会社PLATZ 代表取締役  
スポーツビジネスコンサルタント



### 【専門領域】

- ・プロスポーツリーグ/クラブ経営戦略、マーケティング戦略
- ・スポーツテクノロジー事業開発

### 【主な経歴】

#### ■ スポーツビジネス

- ・Jリーグ、鹿島アントラーズFC（事業戦略、マーケティング）
- ・デロイトトーマツグループ（スポーツ事業開発、経営戦略）

#### ■ プロダクトマネジメント

- ・ソニー株式会社（Audio & Visualプロダクト）
- ・エクサウィザーズ株式会社（DX戦略策定、AI画像解析）

## 参加会議概要

項目	内容
名称	■Sportel Monaco 2022
内容	■スポーツ・メディア・ライツとスポーツテック業界に主眼を置いたグローバルコンベンション
日程	■2022/10/24～26
場所	■モナコ Grimaldi Forum lan Monaco
参加者	■出展企業：92社 ■参加者数：約2,000人
	■プロスポーツリーグ、団体 ■メディア企業 ■スポーツテクノロジー企業 ■スポーツ産業関係者 (コンサルティング、マーケティング、投資)

# 自己紹介 長谷川 乃亜 NOA HASEGAWA

## 【専門領域】

マーケティング：End to End マーケティング (インターナショナル)

## 【経歴】

- 株式会社モルテン ブランドマーケティング責任者 2021年～  
女性のスポーツ継続イニチアチブ 国内外 #KeepPlaying project立ち上げ
- DANONE JAPAN CO.,LTD. : 世界№1 ブランドの日本のマーケティング責任者
- 株式会社Mizkan Holdings : マーケティングマネージャー (日本・イギリス・アメリカ)
- A.C. Leon, Petroleros de Salamanca ほか サッカー競技経験



## 参加会議概要

項目		内容
名称		The International Working Group (IWG) on Women & Sport
内容	概要	『Change inspires change』をキーメッセージに、女性スポーツを取り巻くテーマに対しセッション、フィールドワークを通じ、行動を促す。
	テーマ	①リーダーシップ②社会変革③アクティブ・ライフ④ハイパフォーマンス⑤可視性と声
	視点	①先住民族②テクノロジー・データ・イノベーション③健康と福祉④システム・資源・投資⑤環境・サステナビリティ⑥人権⑦インテグリティ
日程		2022/11/14～17
場所		オークランド NZ
主な参加者		1,600人 (60カ国以上 + オンライン)
		IOCなど国際競技団体 上記テーマの専門家、活動組織 オーストラリア・ニュージーランドのスポーツ関係者
その他		次回は2026年バーミンガムにて開催予定 日本企業スポンサーは今回なし。



## 自己紹介 & ISPO Munich概要



スポーツ庁 参事官（国際担当）付  
大津 康弘（おおつ やすひろ）

- ・ 2022年11月28～30日の3日間@ドイツ・ミュンヘン
- ・ スポーツ産業の見本市としては老舗。
- ・ 2020年、2021年はコロナにより中止。
- ・ 過去は1月に開催、今回は11月開催。
- ・ アウトドアブランド、スポーツファッション、革新技術、テキスタイルやマニファクチャ等、の分野に分かれて展示。
- ・ 今回初の試みとして『Future Lab』と銘打ったスペースを設け、イノベーション、小売、DX、サステナビリティ等のプレゼンやディスカッションが行われた。
- ・ Face-to-Faceでの商談が行われ、ビジネス機会やコネクションが創出される。
- ・ スポーツ業界における最新のトレンド、先端技術、新規素材に接する機会となる。

# デジタル・テクノロジーを活用した収益源拡大

# デジタル・テクノロジーを活用した収益源拡大

## 【登壇企業】

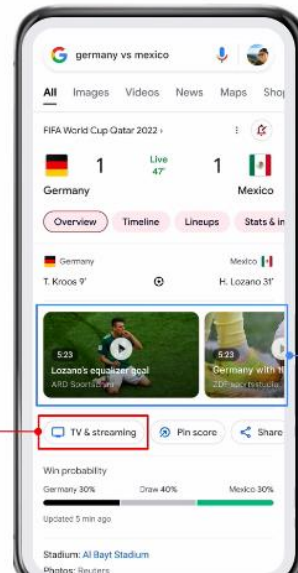
DAZN×Google×WSC Sports (AIクリッピングサービス提供会社)

## 【内容】

- ・AI技術で**短尺動画ハイライト**を制作し、配信プラットフォームSNSに投稿
- ・Google Search 'One Box'を活用し、短尺動画からフルライブ視聴プラットフォームへの導線
- ・Webサーチしたユーザーに「短尺動画」を切り口にフルライブ視聴を強く促す

Google Search 'OneBox' opportunities for official rights holders

**Live stream links**  
Before and during the game, link to the live stream of the game on your digital platform



**Game highlights**  
Surface game highlights before (previews), during (in-game) and after (recaps) the game

# デジタル・テクノロジーを活用した収益源拡大

## 【登壇企業】

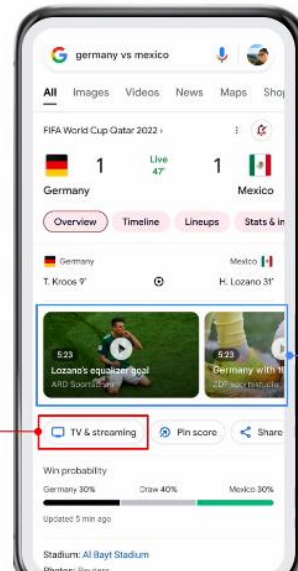
DAZN×Google×WSC Sports (AIクリッピングサービス提供会社)

## 【内容】

- ・AI技術で**短尺動画ハイライト**を制作し、配信プラットフォームSNSに投稿
- ・Google Search 'One Box'を活用し、短尺動画からフルライブ視聴プラットフォームへの導線
- ・Webサーチしたユーザーに「短尺動画」を切り口にフルライブ視聴を強く促す

Google Search 'OneBox' opportunities for official rights holders

**Live stream links**  
Before and during the game, link to the live stream of the game on your digital platform



**Game highlights**  
Surface game highlights before (previews), during (in-game) and after (recaps) the game

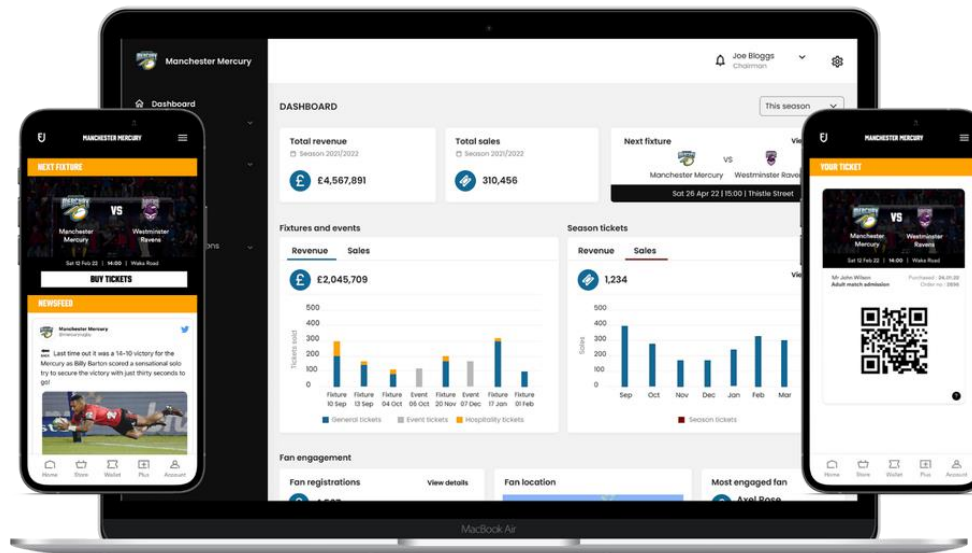
# デジタル・テクノロジーを活用した収益源拡大

## 【登壇企業】

Microsoft × Fanbase × Netball Scotland (スポーツコンテンツホルダー)

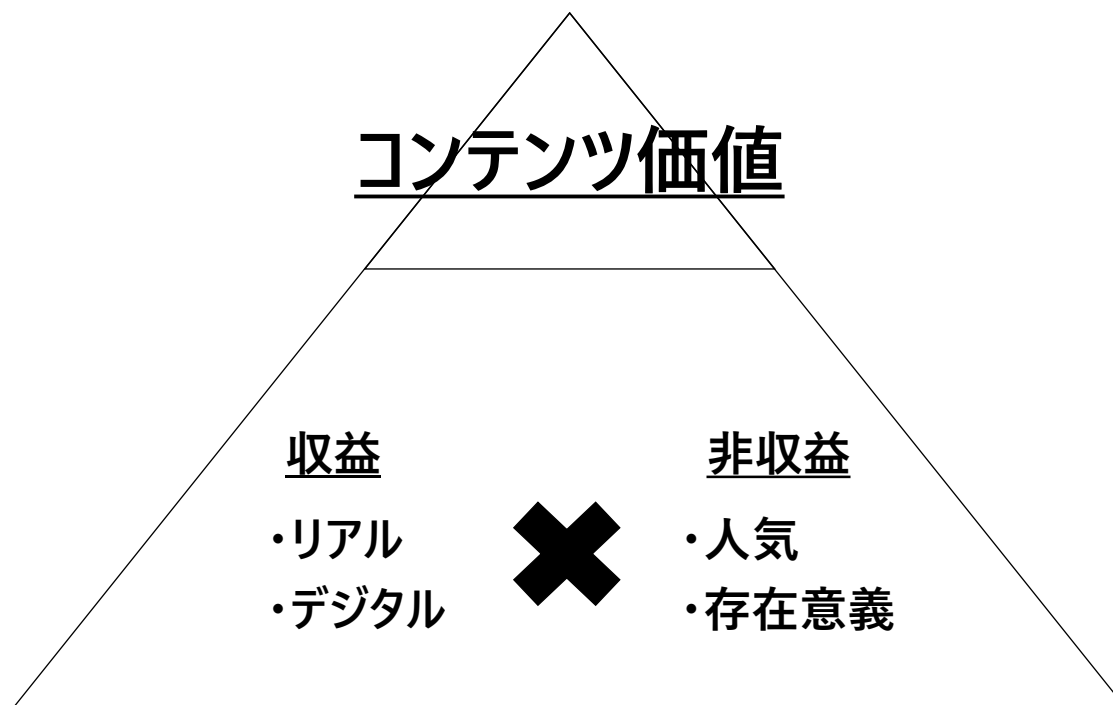
## 【内容】

- ・ファンエンゲージメントとは「関係性」を創出すること。
- ・ファンエンゲージメントにはデータ戦略が重要。
- ・どのようなデータが必要で、誰から得て、得る理由を素直にファンに伝えることが重要
- ・部署をまたがって、どのようなファンエクスペリエンスを提供するのか計画を立てることが重要



## 【収益源拡大とは？】

- ・企業価値の向上に必要な収益領域と非収益領域から成る「コンテンツ価値」を拡大すること



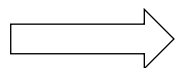
# デジタル・テクノロジーを活用した収益源拡大

## 【なぜデジタル・テクノロジーを活用するのか？】

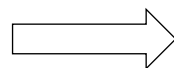
- ・BS/LTV思考で将来的な資産価値を生み、持続可能な成長・発展
- ・非収益領域の向上に最適なコミュニケーションツール

### ▼メディアの変遷

テレビ  
マスメディア



Web  
オウンドメディア  
・リーグ  
・チーム/配信企業



SNS  
個人メディア  
・選手

### ▼コンテンツ価値向上サイクル

①非収益領域  
向上

②コンテンツ価値向上



④コンテンツ  
価値向上

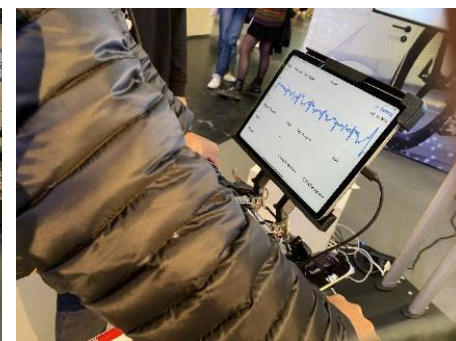
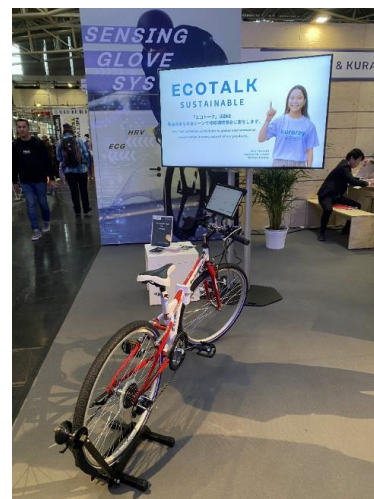
③収益領域  
向上



## デジタル・テクノロジーを活用した収益源拡大

### 株式会社クラレ

- ・AI SILKと合同で導電性繊維を活用した手袋（自転車のバー）を通じて心拍数などを図れる自転車を展示。（体験可）
- ・サングラスに心電図を映すこともでき、その場合、タブレットは不要になる。
- ・ビジネスとして販売を見据えたものではなく、最新技術のPRに重きを置いていた。



### ICAROS/イカロス

- ・スポーツ映像のVRを使い、体感を鍛える器具を販売。
- ・リハビリテーションにも応用が図られている。





## スポーツ用品視点：デジタル・テクノロジーの活用

- スポーツを支える、みる人のスポーツへの更なる関与  
スポーツを取り巻く環境変化によるテクノロジー浸透にハードウェアがどう関与し、スポーツに貢献できるか

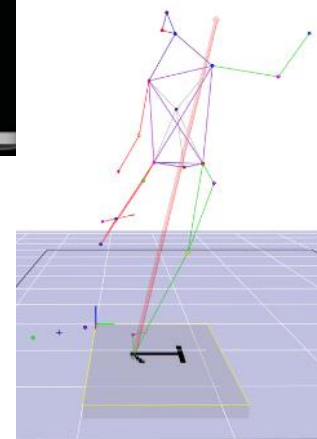
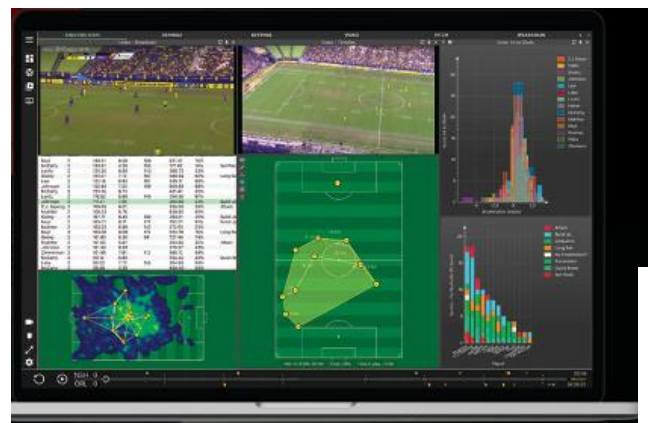
### ゲームの公平性

FIFAがカタールワールドカップ2022導入した  
VAR ホークアイや慣性計測装置(IMU)



### チームマネジメント

エントリーレベルからアスリートまで  
パフォーマンス計測、基本動作(部活の社会移行)

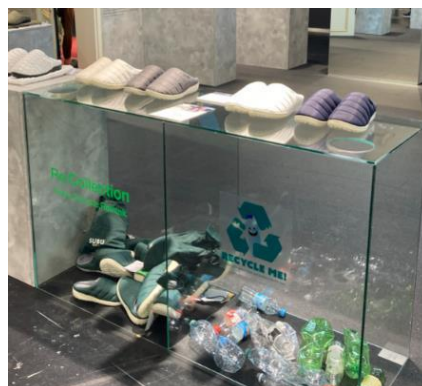


出典) Photo by AMA/Corbis via Getty Images

# スポーツを通じた社会価値創出・ サステナビリティ貢献

## スポーツを通じた社会価値創出・サステナビリティ貢献

- 主要なテーマはサステイナブル、エコフレンドリー、リサイクル。ヨーロッパは環境に対する意識が高く、価格にも転嫁できている状況。リサイクル素材（釣網、ペットボトル、ユーズドアパレル、廃材等）を取り入れる企業が数多く見られた。



# スポーツを通じた社会価値創出・サステナビリティ貢献

## 【登壇企業】

UNESCO× Nielsen

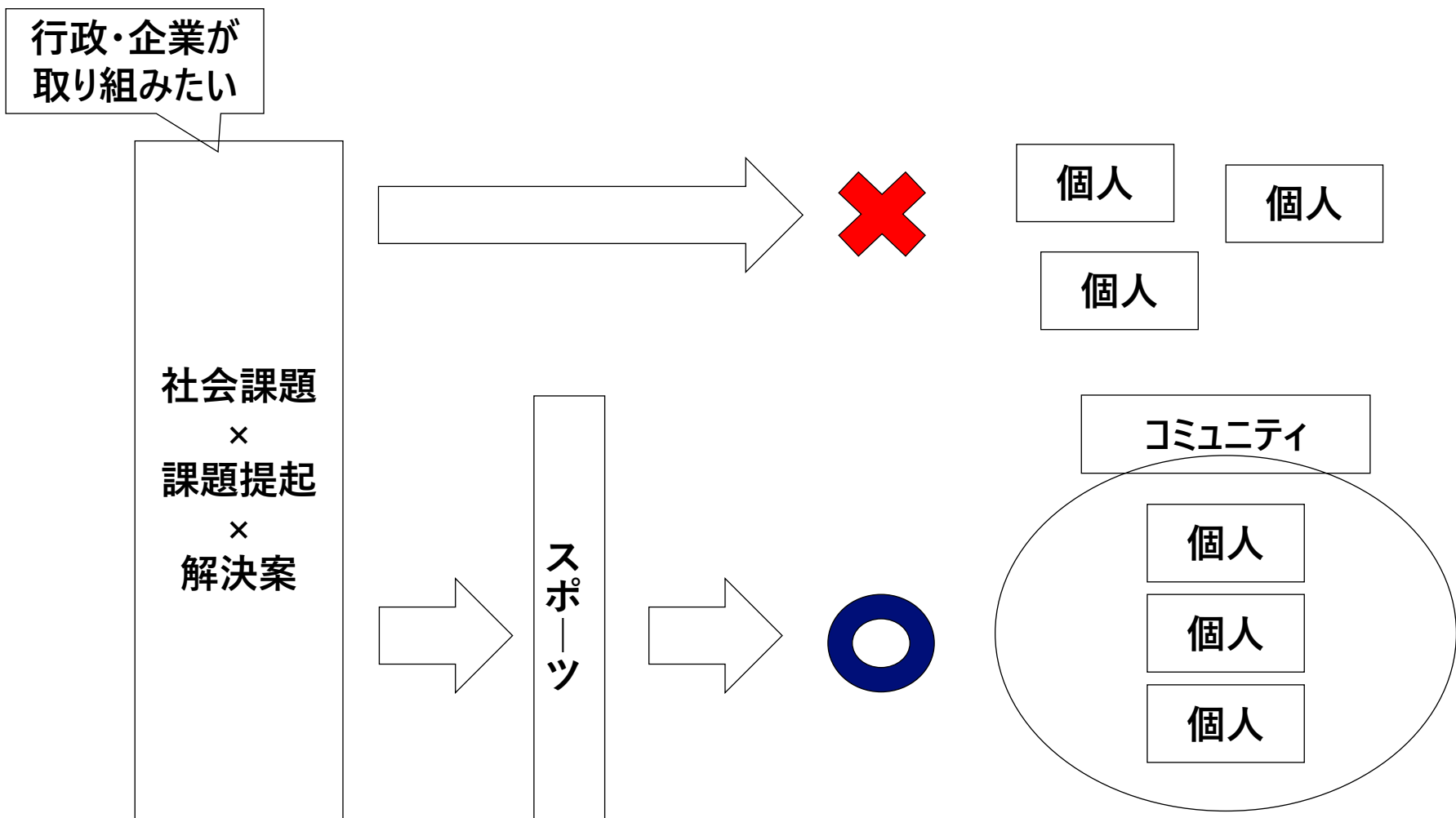
## 【内容】

- ・50%の消費者はパーパス型キャンペーンを行うブランドに強く興味があり、支持する
- ・75%のスポーツファンはパーパス型キャンペーンを支持（※一般より10%高い）
- ・社会価値創出のために重要な3点
  - ・行政とビジネスがバリュープロポジションについて議論
  - ・活動・プログラムをデザインするデータを事前に提供
  - ・各ステイクホルダーの投資と効果測定・データを組み合わせること

# スポーツを通じた社会価値創出・サステナビリティ貢献

## 【なぜスポーツを通じてなのか？】

・スポーツには”人”と”人”を繋ぐ力があり、スポーツファンはパーパス型キャンペーンを支持する



## スポーツを通じた社会価値創出・サステナビリティ貢献

### 【なぜスポーツは社会価値が創出できるのか？】

- ・行政も企業も共通のアジェンダを抱える
- ・行政は企業よりもイノベーションを起こしにくい環境にいる
- ・スポーツは各ステイクホルダーの投資や手法を組み合わせ、コミュニケーションパートナーになれる

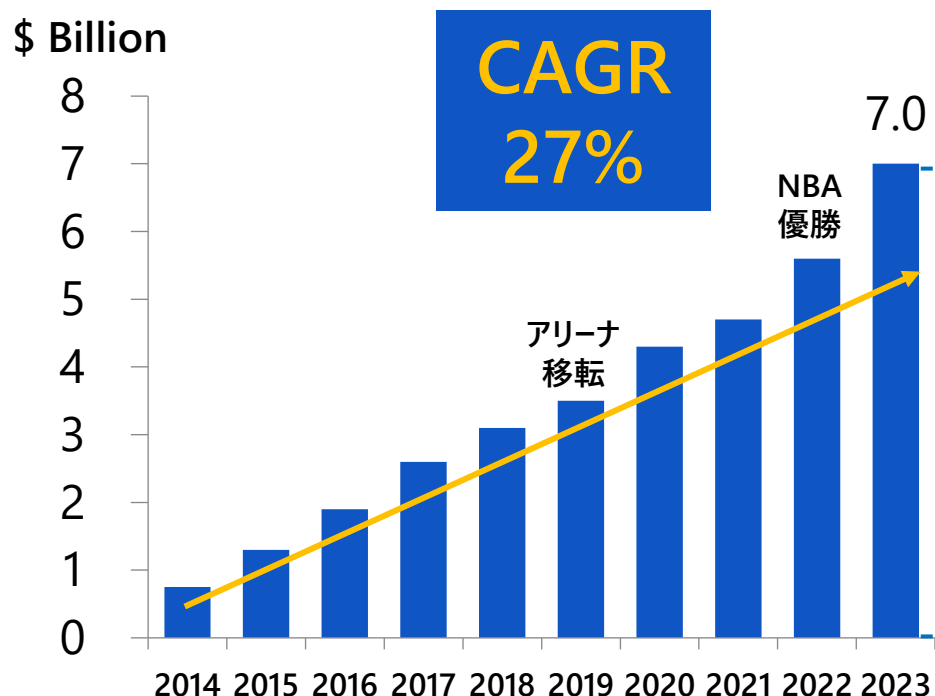


# 中長期の資産価値向上を念頭に、スポーツ投資を実行している

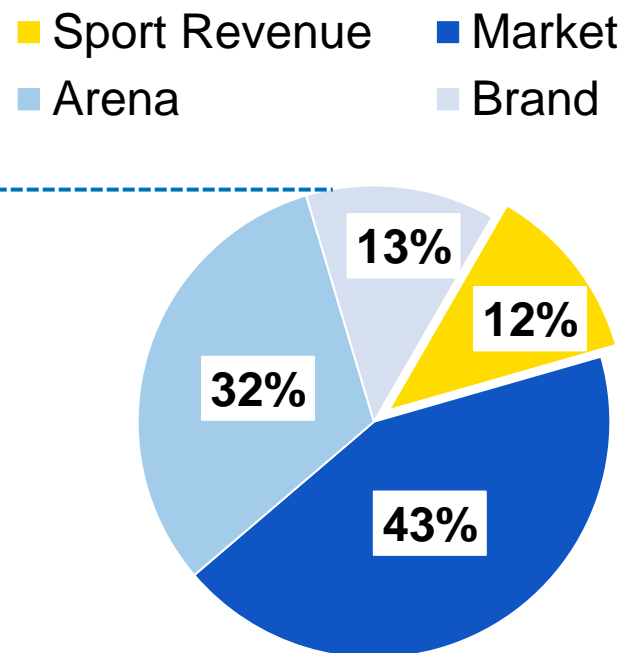
(Sportel Monaco, Private equity investing in sportセッションでのPEファンドコメント)

## NBAウォリアーズのFranchise Valuation事例

### 価値推移



### 価値の構成要素



## テーマ② スポーツを通じた社会価値創出・サステナビリティ貢献

“ ”

ジェンダーと同じくらい環境問題に目を向けるべきだ。欧州のフィールドは2050年までに常に水に浸かるリスクにさらされ、2060年には使えない状態になるとも言われている。

女性スポーツイベントがキャンセルになるリスクもある

- Dr. Madeleine Orr *Loughborough University* -



Source : European Environment Agency

Cat 3	Cat 2	Cat 1	Activity Guidelines
< 82.0°F < 27.8°C	< 79.7°F < 26.5°C	< 76.1°F < 24.5°C	Normal Activities – Provide at least three separate rest breaks each hour with a minimum duration of 3 min each during the workout.
82.2 - 86.9°F 27.9-30.5°C	79.9 - 84.6°F 26.6-29.2°C	76.3 - 81.0°F 24.6-27.2°C	Use discretion for intense or prolonged exercise; Provide at least three separate rest breaks each hour with a minimum duration of 4 min each.
87.1 - 90.0°F 30.6-32.2°C	84.7 - 87.6°F 29.3-30.9°C	81.1 - 84.0°F 27.3-28.9°C	Maximum practice time is 2 h. <u>For Football</u> : players are restricted to helmet, shoulder pads, and shorts during practice. If the WBGT rises to this level during practice, players may continue to work out wearing football pants without changing to shorts. <u>For All Sports</u> : Provide at least four separate rest breaks each hour with a minimum duration of 4 min each.
90.1 - 91.9°F 32.2-33.3°C	87.8 - 89.6°F 31.0-32.0°C	84.2 - 86.0°F 29.0-30.0°C	Maximum practice time is 1 h. <u>For Football</u> : No protective equipment may be worn during practice, and there may be no conditioning activities. <u>For All Sports</u> : There must be 20 min of rest breaks distributed throughout the hour of practice.
≥ 92.1°F ≥ 33.4°C	≥ 89.8°F ≥ 32.1°C	≥ 86.2°F ≥ 30.1°C	No outdoor workouts. Delay practice until a cooler WBGT is reached.

Source : Exertional Heat Illness Policy & Procedures Korey Stringer, WBGT: Wet Bulb Globe Temperature



# 女性スポーツ市場の拡大・ マネタイズの活性化

## テーマ③ 女性スポーツ市場 IWGでのディスカッション内容と示唆

女性スポーツがその高いポテンシャルを発揮する為に、強化・普及の課題を集団・個人レベルで特定し、それぞれが取り組まなければならない

### 普及 ソーシャルスポーツ



#### 課題

- 実態把握・理解
- エンパワーメント(リーダーシップ)
- セーフガーディング・ポリシー整備
- コーチへのサポート：メンター、継続性、ネットワーク、プレイヤーへの自由度

### 強化 国・リーグ・クラブ



#### 課題

- ビジビリティ：スケジュール、メディアカバレッジ
- スポンサーシップ
- ロールモデル
- 予算配分
- ガバナンス：組織、組織風土、文化差異

## テーマ③ 女性スポーツ市場 ポテンシャル

“ ”

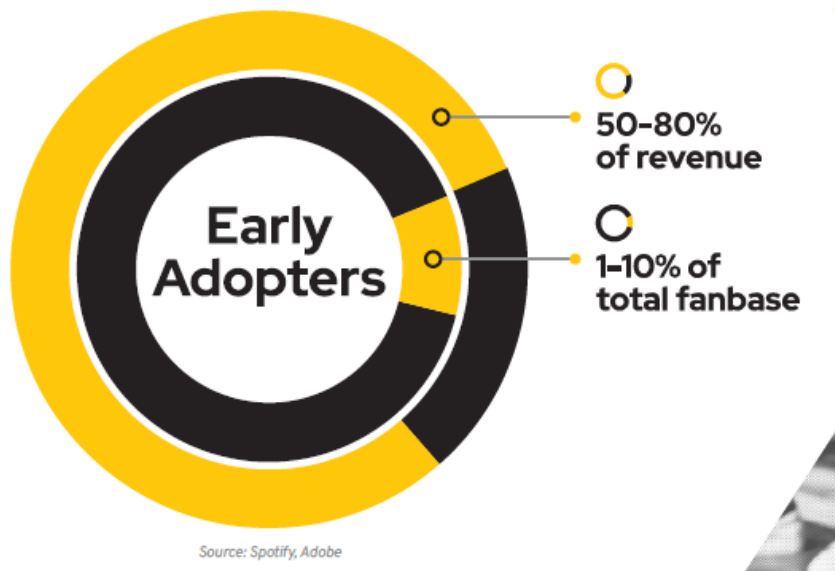
スポーツを今後大きく動かす流動的なファンはアーリーアダプターであり、デジタル嗜好・社会に対するパーパスブランドを重視、アスリートへの共感・投資しやすい。

女性スポーツファンコミュニティは拡大傾向。獲得 + 保持率は一般スポーツファンの2倍

- Angela Ruggiero Sports innovation lab -

アーリーアダプターは売上を生み出す

10%で全体の50-80%をカバー(エンタメ産業)

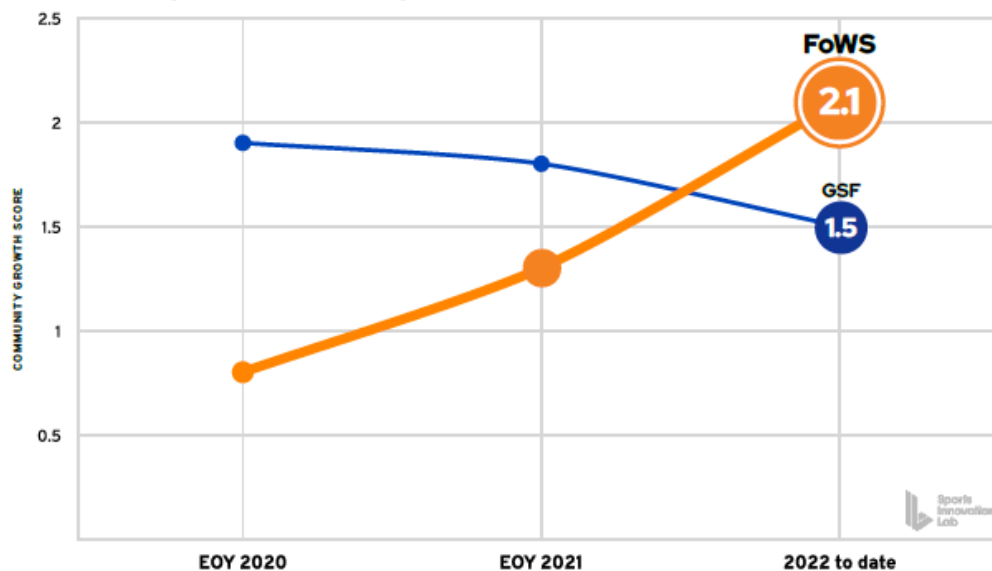


女性スポーツのコミュニティ成長率は大きく上昇

一般のスポーツファンコミュニティより40%高い。

Community Growth Score:  
Women's Sports vs General Sports

FoWS: Fans of Women's Sports  
GSF: General Sports Fans





“ ”

試合に勝つチームを作るだけでなく、情熱的で忠誠心の高いファン層を獲得し、ロスアンゼルス若者のスポーツへのアクセスを拡大し、コミュニティにも実質的な影響を与えたい

1) 選手へ持続可能な報酬 2) クラブゲームで観客満員に 3) LakersやDallasを超える

- Kara Nortman co-founder of Angel City -

## レベニュー創出

全米男子チーム1/3よりも大きなクラブ規模  
(ユニフォーム収入除く)



従来型スポーツスポンサー以外からも獲得

個人投資家から資金調達 (セリーナ・ウィリアムズなど)



強い年間シート販売 (LAのバスケット、ホッケー同等)

選手拡散による入場者増 (収入の1%を選手へ還元)

## ステークホルダーとの関係構築



メディアミックスによってストーリーテリングを最大化

インスタグラムによって投資家からキャピタル獲得



地域の社会貢献活動 (エッセンシャル、エクイティ、エデュケーション)

## テーマ③ 女性スポーツ市場 トレンドーソーシャルスポーツ

『競技 ≠ スポーツ』 競技力向上だけがスポーツではない。  
スポーツをツールとして関係性・コミュニティを構築しエンパワーメントを図る



- スポーツイングランドが調査をベースとした女性のスポーツ参加、活動を促したキャンペーン
- 大規模なコミュニケーションによって話題化。それを歯車に地域への課題解決として定着
- This Girl Canのコンセプトに触発され、ニュージーランドで#ItsMyMove キャンペーン開始



- 地域・コミュニティベースのアプローチ  
社会的に十分サービス享受できていない女性に対して、メンタリングだけでなく、スポーツをツールとしたリクリエーションの実施
- ユース年代のデベロップメント  
スポーツを1つのツールに集団啓発プログラムによって次世代のリーダーとして個人をエンパワー

## 女性スポーツ市場の拡大、マネタイズの活性化



**BREAKING  
BARRIERS**

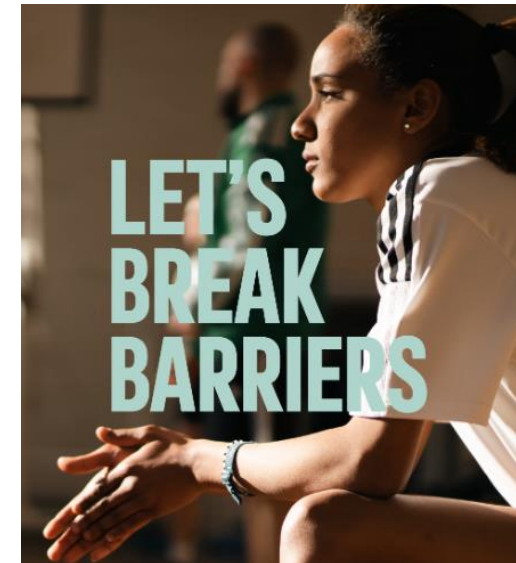
- “The Breaking Barriers Academy”というオンラインの教育プラットフォームを創設（ヨーロッパ限定）
- プラットフォームを通じて、スポーツ関連のNGO、影響力のある地域のリーダーやコーチ達と直接取り組み、様々なコンテンツやツールが提供されている。



■ **In the organizations:** リーダーシップ・文化・考え方といった側面を計測し、組織における男女平等とインクルージョンのレベルを導き出す。

■ **On the sidelines:** 個人レベルで、リーダーシップ、男女平等、コーチングに的を絞った能力の育成（ロールモデル）。

■ **On the pitch:** できるだけ多くの女性を取り込み、機会を提供し、彼女たちが満足できる環境でスポーツに参加でき、そしてつなぎとめるかを学ぶ。

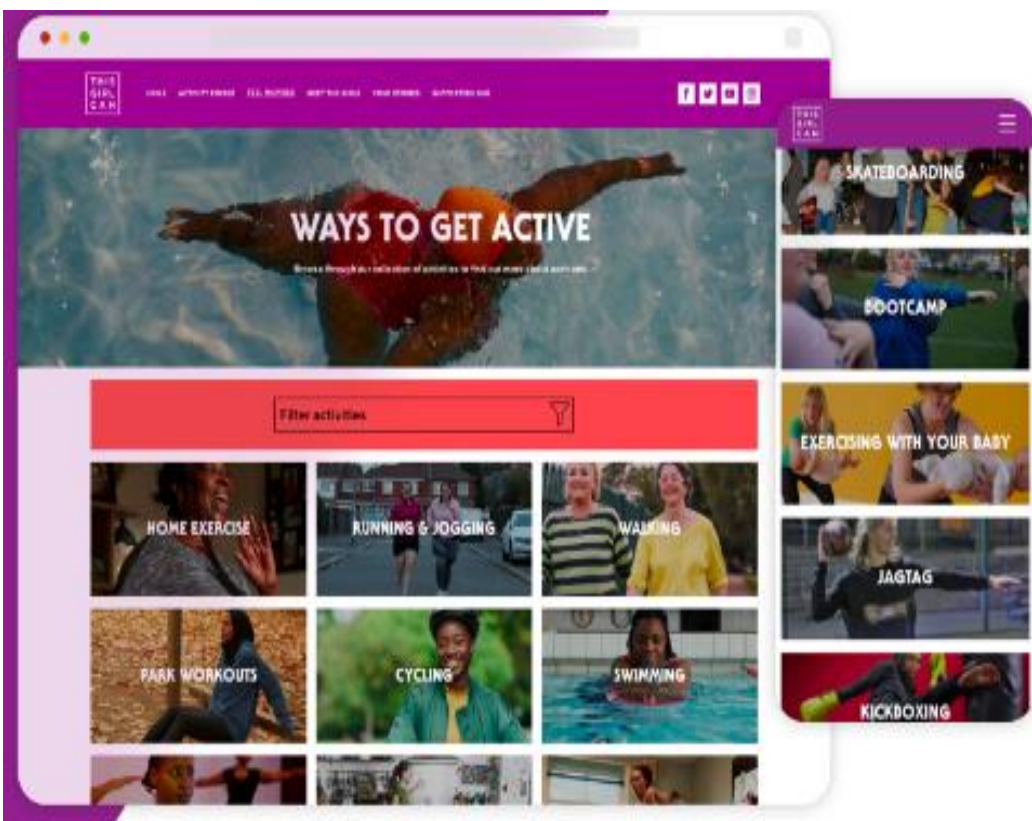


# 今後のスポーツ産業

## 基盤となるプラットフォーム：日本版“*This Girl Can*” 立ち上げによる注目認知 & 興味喚起

女性スポーツに対する流行り(キャズム)を超えた自分ゴト・世の中ゴトへ。

実態調査によって抽出された心理的・身体的なインサイトからつくられたコンテンツ・プログラムを様々な活動がプラグインできるプラットフォームとして提供



⇒ 地域活動へ投資



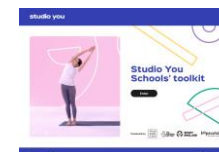
⇒ 個人・団体・企業の活動を包括  
多方向から女性スポーツの課題へアプローチ



例)メンタルヘルス、競技継続

⇒ 女性スポーツを取り巻くテーマ  
部活の地域移行や12歳の壁など

studio  
you



スポーツイングランドは国営宝くじ(National Lottery)から財源を得ている

# 今後のスポーツ産業

## 女性スポーツ普及～強化のエコシステム：KeepPlayingプロジェクト開始

