テクノロジー活用によるスポーツ事業創発プラットフォーム

SPORTS-TECH & BUSINESS LAB

スポーツにおけるテクノロジーの活用について

株式会社NTTデータ経営研究所　河本敏夫

© 2018 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

本日のご説明内容

1. スポーツテック＆ビジネスラボのコンソーシアムについて

2. eスポーツについて

3. スポーツにおけるテクノロジーの活用による人と人のつながりの創出について

© 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

自己紹介

© 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

自己紹介（河本敏夫）

Toshio Kawamoto

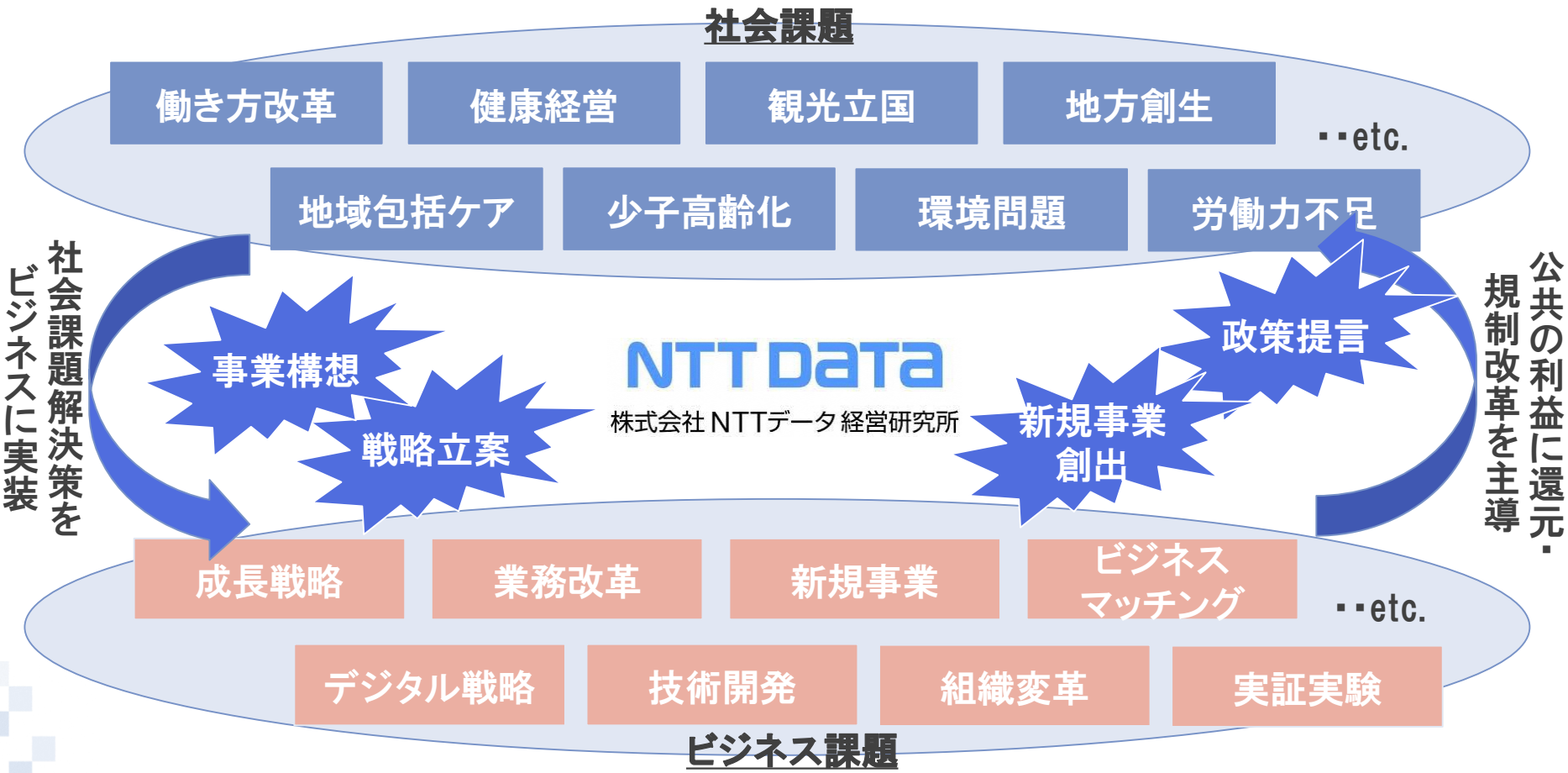
株式会社NTTデータ経営研究所
情報戦略事業本部
ビジネストランスフォーメーションユニット
シニアマネージャー
早稲田大学スポーツビジネス研究所招聘研究員

- ✓ **総務省**を経て 2007年より現職
- ✓ 入社以来、**一貫して新規事業開発と成長戦略策定**を手がける
- ✓ 不動産、インバウンド、スポーツ、メディア、通信、教育、など幅広い業界が守備範囲
- ✓ **異業種間アライアンス、伝統的なリアルビジネスのデジタル化**を強みとする
- ✓ Sports-tech & Business Lab発起人・事務局長

© 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

NTTデータ経営研究所とは？

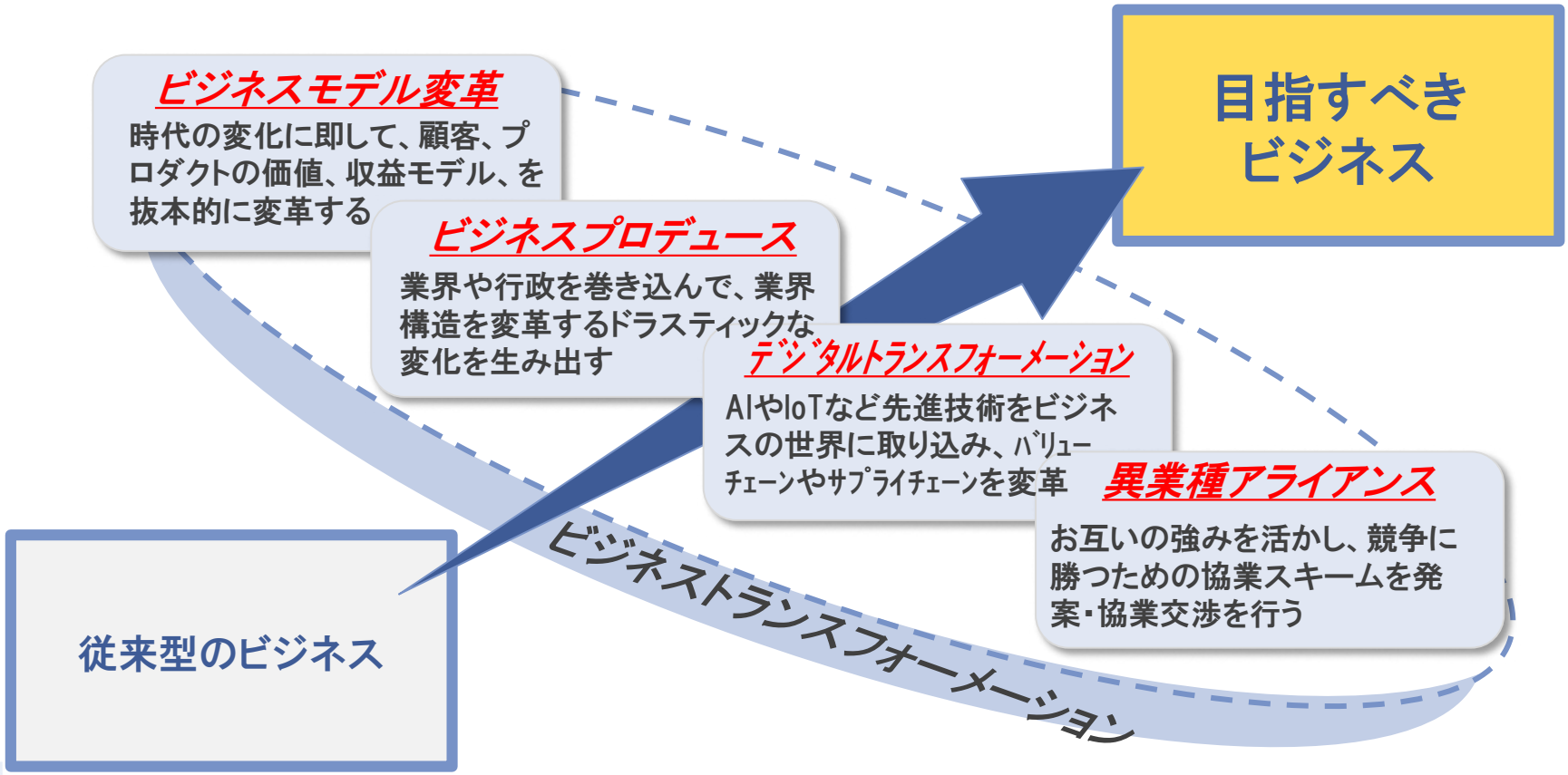
社会的意義の創出とビジネスの変革を両輪を回し、クライアントと共に価値を創造するパートナーとして、課題解決を行う戦略コンサルティングファームです。



© 2018 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

【ミッション】:産業エコシステムを生み出すこと

デジタル化時代における競争環境の変化を捉えて、企業のビジネスモデル変革・新規事業創出・オープンイノベーション等を推進する役割を担っています。



© 2018 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

事業や業界の将来を構想し、実現するビジネスプロデュース

事業構想デザイン～パートナー探索～事業化推進に至るまでのお客様の課題に即して、「革新性のあるビジネス」を「具体的に実現する」ためのお手伝いをさせていただいております。

興す

トライアル推進・マーケティング戦略

- ✓ 効果や実現性を早期に見極めるため、トライアルを企画し、検証する。
- ✓ C向け、B向け、G向けそれぞれの特性に応じたマーケティング戦略を立て、実行を支援する

つなぐ

パートナー探索・アライアンス推進

- ✓ ビジネス企画を実現するためのパートナーを探し当て、協業を働きかける。
- ✓ 相手企業とWin-Winになるビジネススキームを設計し、アライアンスを成功させる

企てる

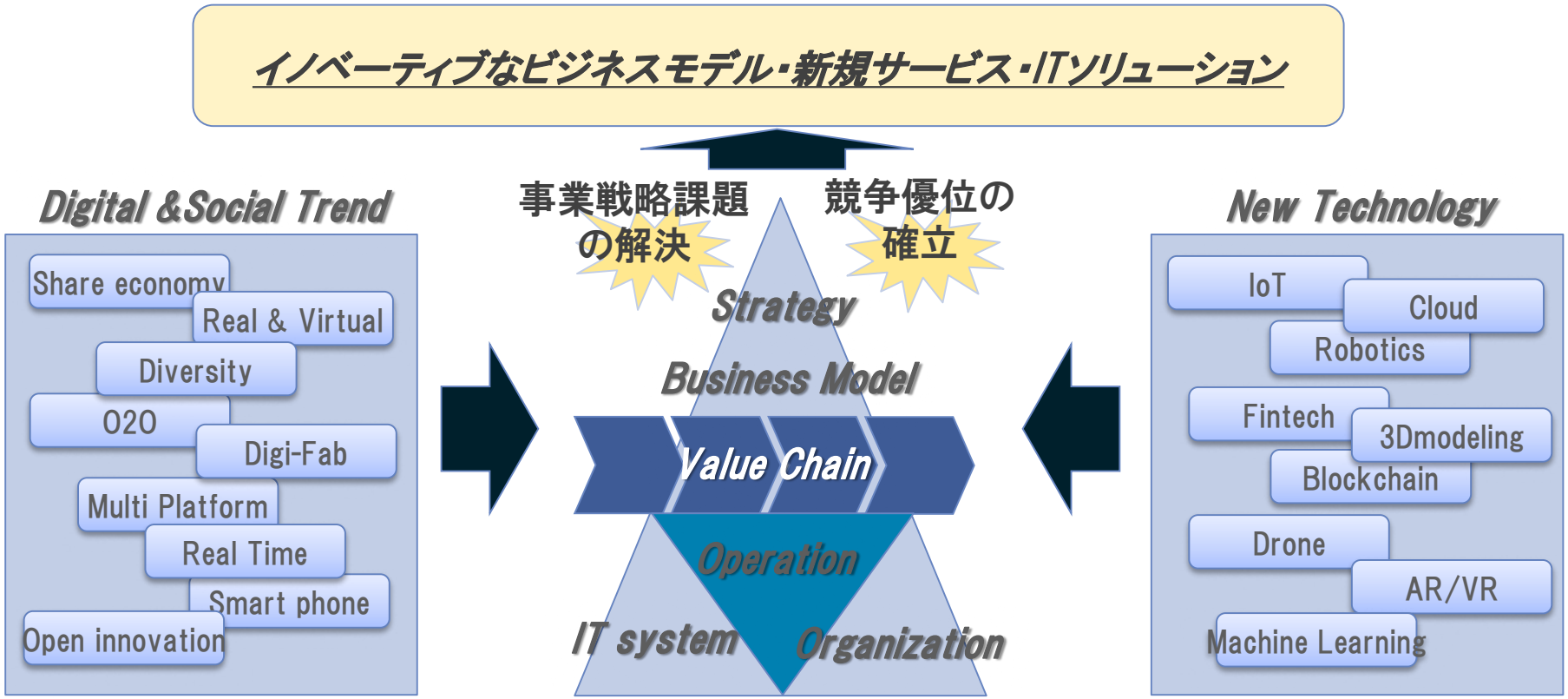
事業構想デザイン・ビジネス企画立案

- ✓ アイデア、人、技術など緩やかなパーツを組み合わせて、革新性とリアリティを備えた「ビジネスのエコシステム」を描く。
- ✓ 自社がその中で、どういう役割を担い、どう稼ぐかを設計する。

© 2018 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

先進テクノロジーを起点としたデジタルトランスフォーメーション

情報社会トレンドと技術トレンドの双方を捉えることで、事業課題と技術の結節点を見出し、先進テクノロジーによるイノベーション創出を行う。



競争優位を確立するためのビジネスモデル変革支援

ダイナミックな競争ルールの変化が予測される市場において、将来の競争市場の変化を予測し、「業態」や「事業ドメイン」レベルで戦略オプションを見直すことで、陳腐化した競争優位を再構築することができる。

視る

”将来の競争市場”を予測

- ✓ 顧客/消費行動の変化
- ✓ 付加価値の軸の変化
- ✓ 競争ルールの変化
- ✓ 主要プレイヤーの変化
- ✓ テクノロジーの変化

図る

自社の採りうる”戦略オプション”の立案

- ✓ 「業態」の見極め
- ✓ 「事業ドメイン」の選択
- ✓ 「対象マーケット」の特定
- ✓ 「強み/ポジショニング」の検討
- ✓ 「顧客との関係性」の定義
- ✓ 「稼ぎ方」 の発見

直す

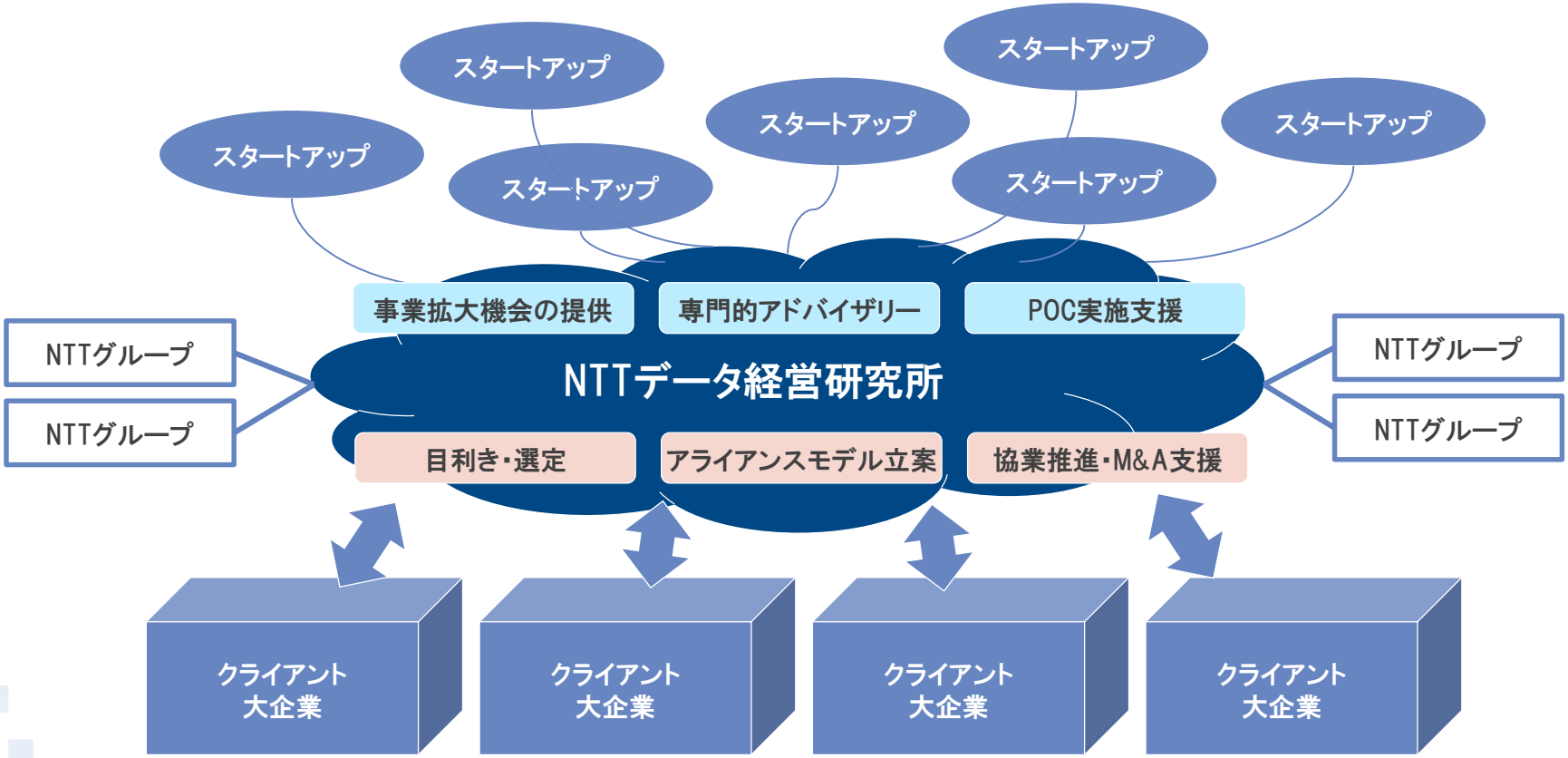
あるべき”ビジネスモデル”の具体化

- ✓ ターゲット顧客
- ✓ 提供価値/サービス
- ✓ 収益モデル
- ✓ 販売戦略
- ✓ 座組み

将来の競争ルールの変化を見据えて新たな事業モデルを提案

グローバル・ベンチャー・アライアンス・サポート

大企業と国内外のスタートアップの協業による事業創出を支援するためのトータルソリューションを提供しています。



スポーツと私

© 2018 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

NTTデータ経営研究所のスポーツ関連コンサルティング

構想～戦略立案～事業への落とし込みまで幅広いサービスを提供。

【コンサルティングメニュー(例)】

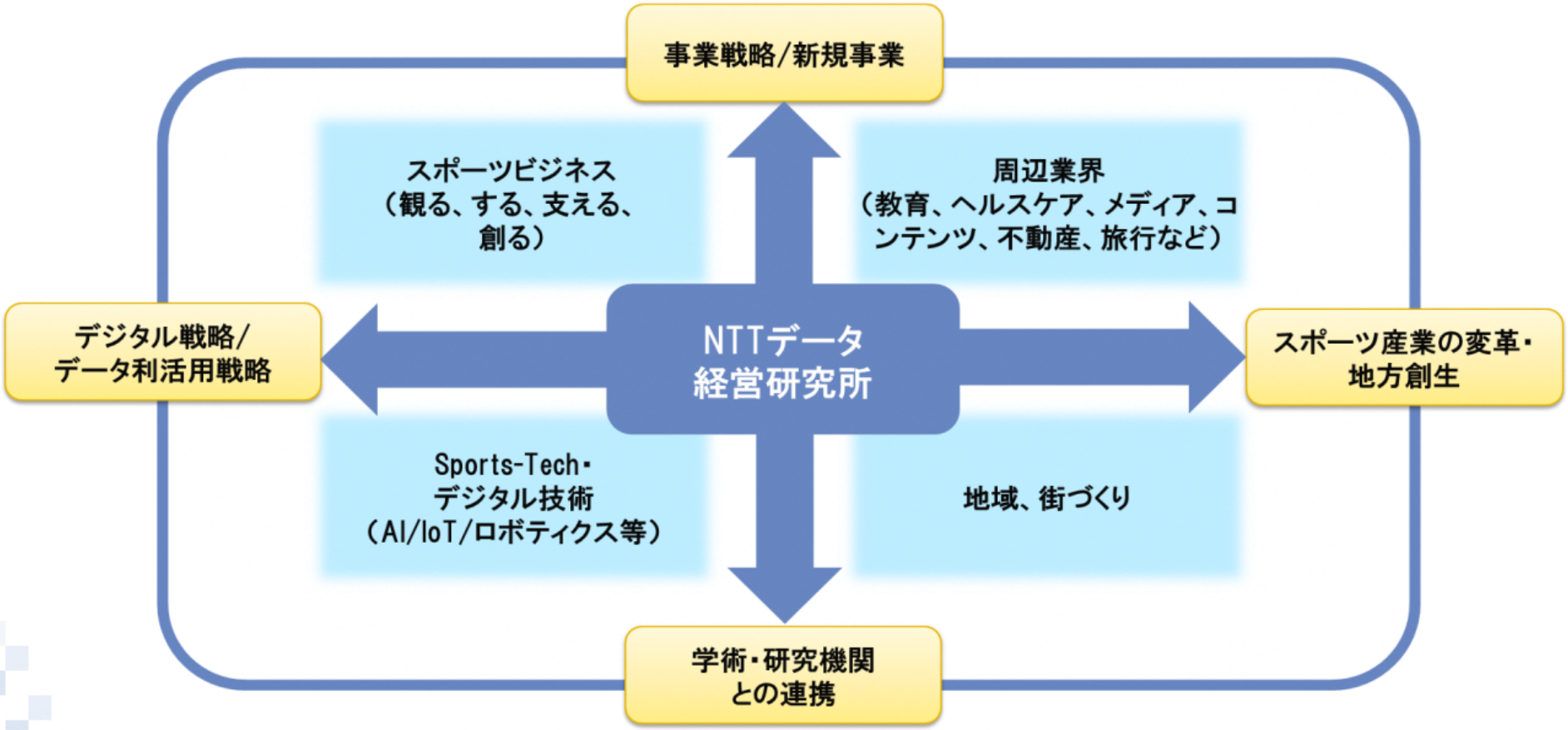
- スポーツに関する新規事業の企画・開発
- スポーツビジネスにおける事業戦略立案(放映権、ライセンス、販売戦略、プラットフォーム戦略含む)
- スポーツにおけるデジタル技術(AI・IoT含む)の導入戦略立案
- スポーツデータの利活用に関する戦略立案
- スポーツを軸にした「まちづくり」や「産業創出」
- スポーツビジネスと他業界とのアライアンス戦略
- スポーツによる企業の課題解決(健康経営、働き方改革など)
- スポーツに関する産官学連携プロジェクトの組成・運営　など

© 2018 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

NTTデータ経営研究所のスポーツ関連コンサルティング

領域横断型のコンサルティングを強みとしています。

NTTデータ経営研究所の“ハイブリッド型”スポーツビジネスコンサルティング



© 2018 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

1. スポーツテック＆ビジネスラボのコンソーシアムについて

Copyright © 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

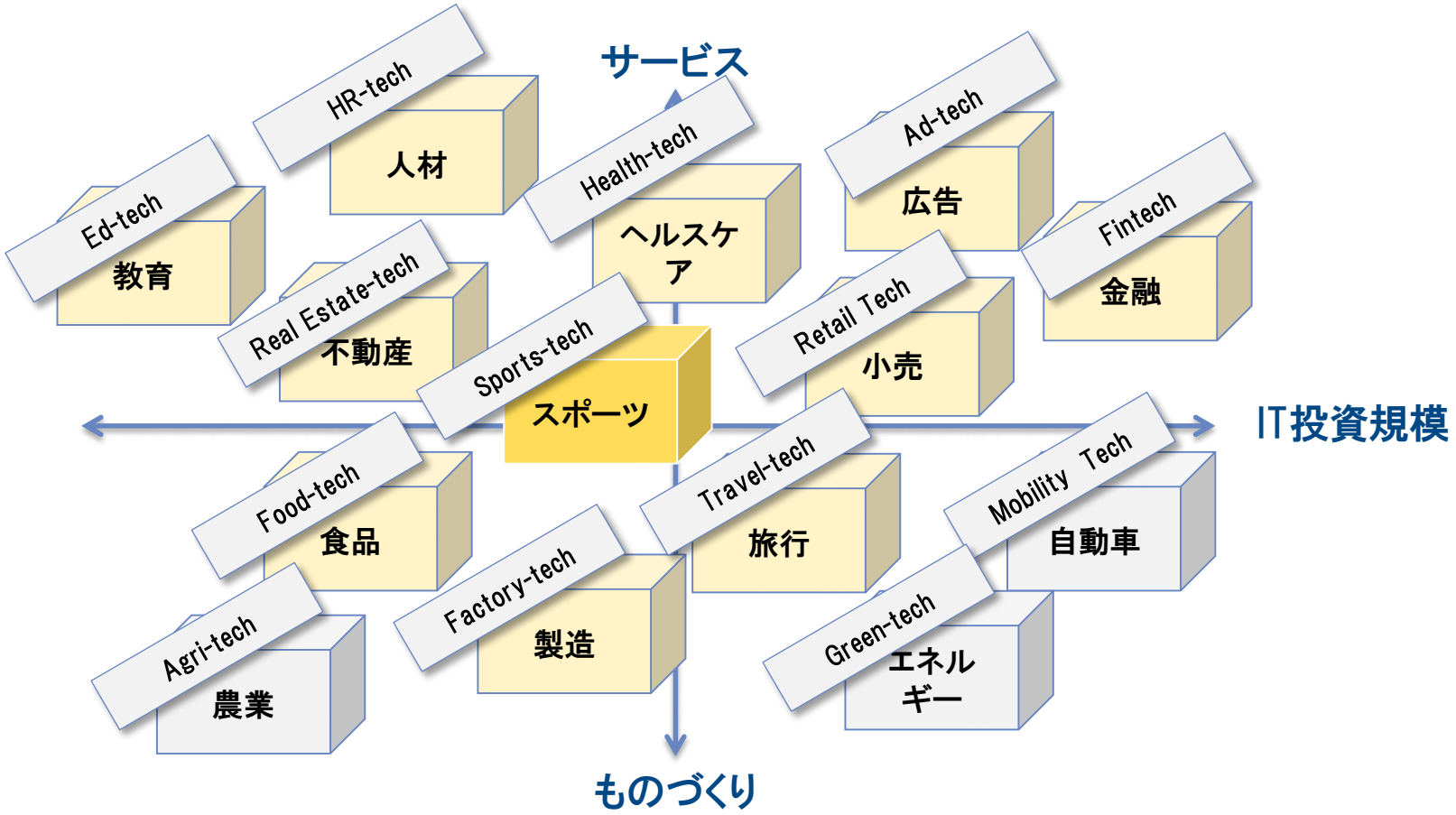
「スポーツテック」は、メディアでも注目の新領域

テレビ東京「ワールドビジネスサテライト」 スポーツテック特集（2018/4/6）

日本経済新聞「スポーツテック「臨場感の波状攻撃」」（2018/1/18）

金融はFintech、スポーツはSports-Tech

Fintechのみならず、不動産、教育、ヘルスケアなど従来テクノロジーが入り込んでこなかった領域でも技術系ベンチャー等が参入し、業界構造やビジネスモデルを変えるような動きがみられる。



Sports-Techは、そのうちの1つに数えられる。

米国のSports vendor landscape

スポーツテックを生業とする企業が、これだけ存在する。

（1） Media Production & distribution

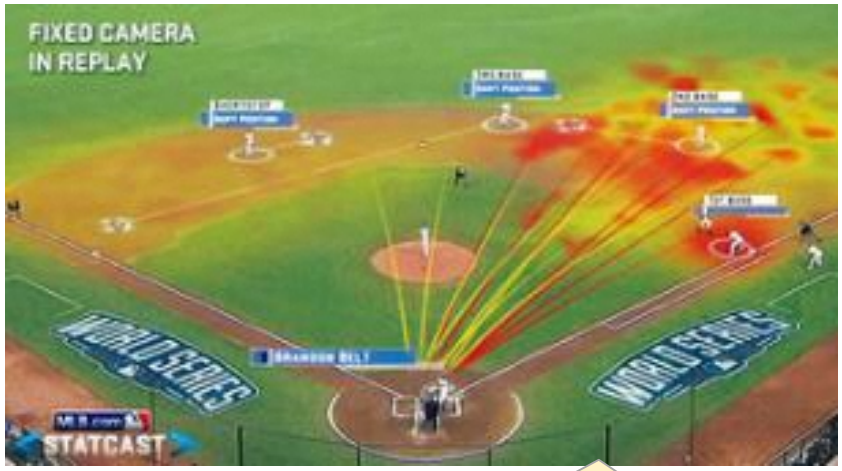
米LiveLike社は、スポーツ放送事業者のFOX社と提携して、VRによるスポーツ観戦体験を提供している

出典：当該企業の公表資料より

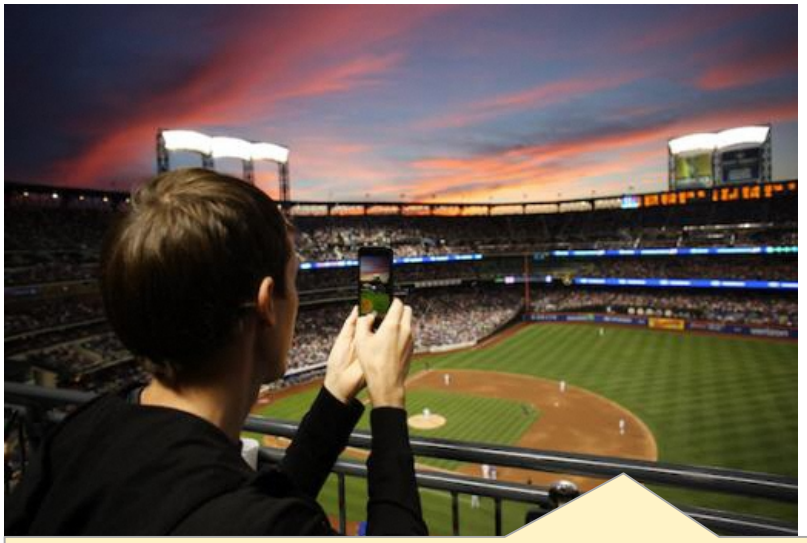
© 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

（1） Media Production & distribution

MLBは、2015年より選手やボールの動きを数値化・可視化し、映像へ提供するスタットキャストを提供。



従来軍事用に開発されたカメラやレーダーを使ってホームランの飛距離や弾道、ボールの回転数、外野手がフライの落下点に入るまでの効率などをリアルタイムでファンに提供



球場で専用アプリを起動した
スマホをグラウンドに向けることで選手データが視覚化
すでにいくつかのスタジアムでテスト導入されており、
2018年にMLB公式アプリに搭載される見込

出典：当該企業の公表資料より

データをARに活用することで、より観戦を楽しんでもらう仕組みを構築している

© 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

（2）Optimizing Stadium operation & fan engagement

サンフランシスコ・49ersの本拠地であるリーバイススタジアムでは、ファンの全ての行動をアプリで把握することできめ細かいマーケティングを行い、客単価を向上させている。

概要

アプリを通じてきめ細かいマーケティングを実施し、客単価を向上させる

出典：当該企業の公表資料より

- Eチケットの購入や、オンデマンドリプレイやスタッツを配信する専用のアプリを用意。
- **Beaconと組み合わせることで、トイレや売店までのルート案内や自席までのフードデリバリーが可能。**
- チケットや売店の購買データと入場時間やスタジアム内での回遊経路などの行動データを収集・蓄積することで、個人単位でマーケティングを最適化している。

© 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

（3） Voice of the fan and marketing

企業ロゴの広告露出をAIで測定。
NFLセインツ、NBAペリカンズとパートナーシップ契約を締結。

大きさ・位置・発声の数など、Media Value Percentage (MVP)と名付けた独自の指標で算出される

出典：当該企業の公表資料より

© 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

（4）Athletes, Coaches, Analytics Community,

ZEPPは、センサーデバイスを用いたアスリートの運動解析のアプリケーションを提供している。ゴルフスイング、テニス、ソフトボールなどに対応。ビデオ分析機能、3Dローテーション分析機能を用いた「スマートトレーニング」サービスを提供している。

価格は2万円程度

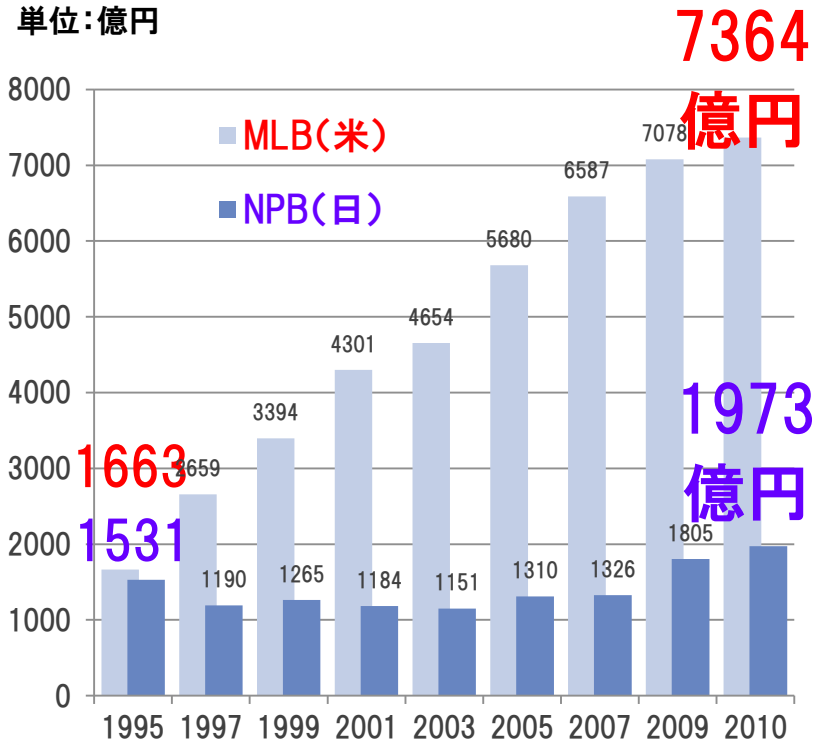
日本でもAmazonから買える。

出典：当該企業の公表資料より

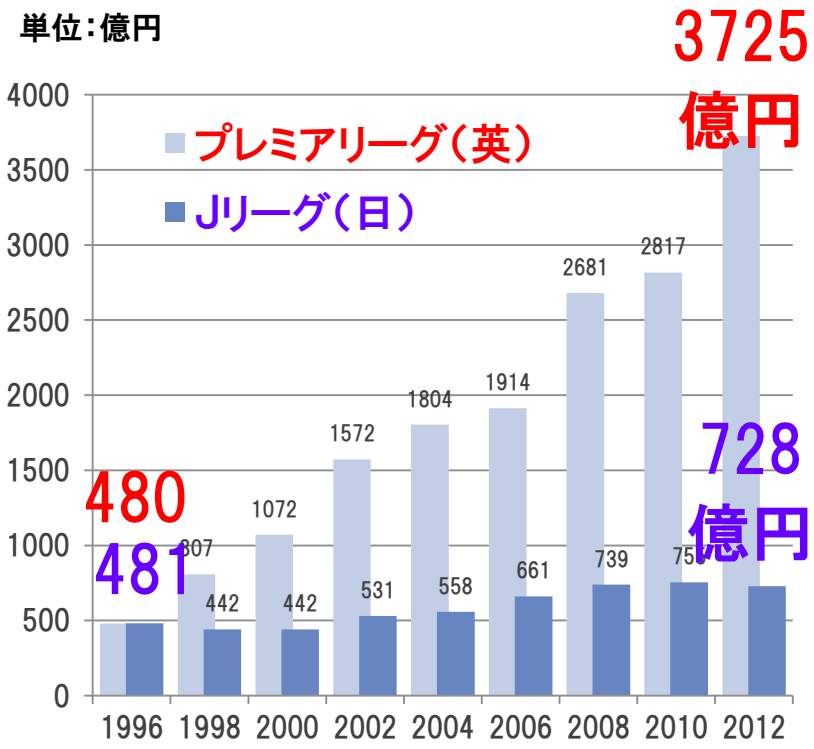
© 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

20年間で差がついた日本と海外のスポーツ産業

日米のプロ野球の市場規模



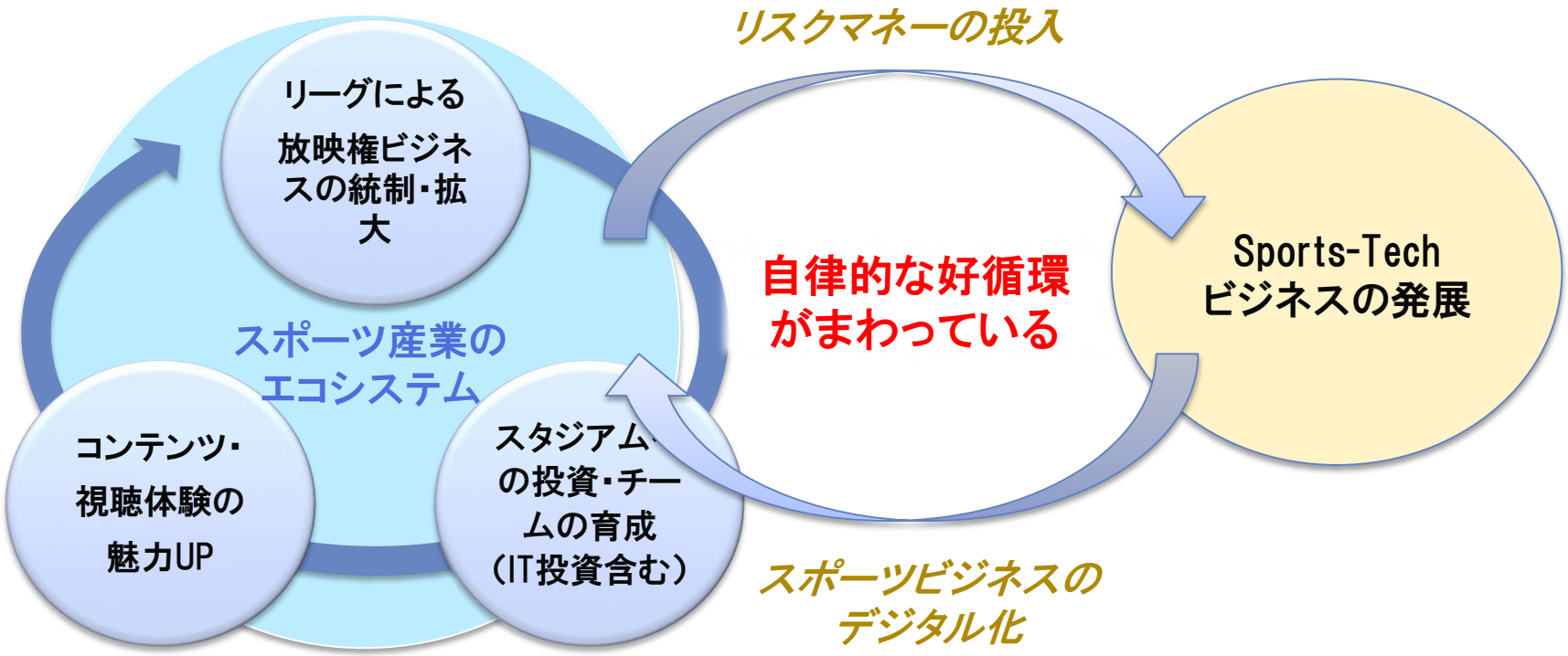
日英のプロサッカーの市場規模



- （出所）スポーツ庁・経済産業省「スポーツ未来開拓会議中間報告～スポーツ産業ビジョンの策定に向けて～」(2016年6月)

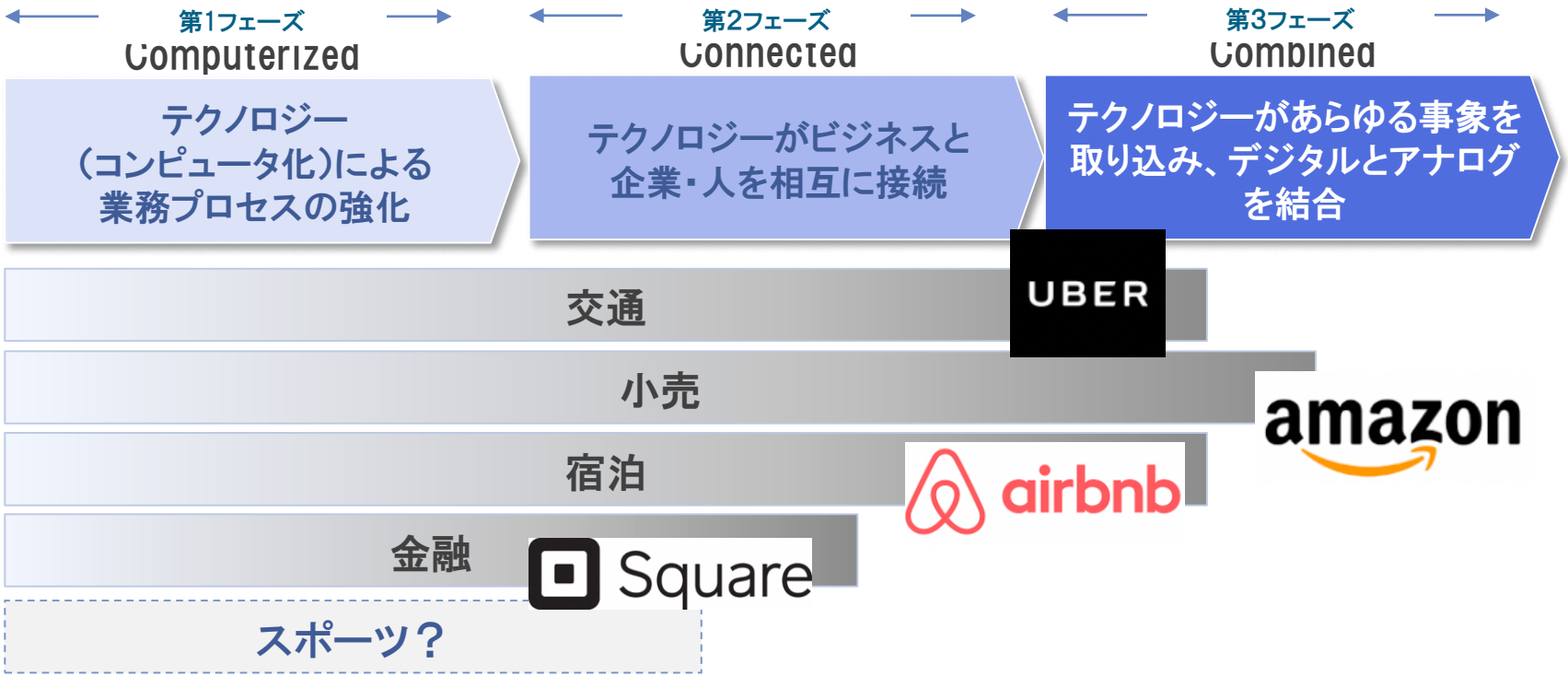
背景にあるスポーツテック(IT活用)の違い

米国MLBや英国プレミアリーグでは、ビジネスとしての好循環がまわっている。
→IT投資とビジネスの成功との相互連携がうまくいっている。



社会潮流としてのデジタル･トランスフォーメーション

産業機器メーカー、自動車メーカー、製薬メーカー、家電メーカー、衣料メーカー、金融機関など、すでに非常に多くのグローバル企業CEOが、自社の競争優位性を確立するためにデジタルトランスフォーメーションを戦略の中心に位置付けることを公表している。



スポーツ業界もその例外ではないと考えられる。

スポーツビジネスの
“デジタルトランスフォーメーション”が
起こる !!

Sports-Tech Landscape 2018 第1版

観る

- 今までにない観戦体験
- スポーツ観戦をより身近に

Media

パシフィックリーグマーケティング, Oceans, NTT, J Sports, PERFORM, SoftBank, YAHOO! JAPAN, Glad Cube, rtv, KDDI, ookami, Nextremer

Entertainment & Contents

CANON, Dentsu Lab Tokyo, Sports ai, SEIKO EPSON, Rhizomatiks, FUJITSU, Panasonic, NTT DATA

Fan engagement

アイリッジ, パシフィックリーグマーケティング, NTT, SAP, テックノウス, SHARP, FUJITSU, Jリーグデジタル, Touchcard

Facility management

IBM, SAP, NEC, NTT, トヨタ紡織, HITACHI, Panasonic, YAHOO! JAPAN, FUJITSU, 清水建設

支える

- 個人やチームのパフォーマンスを最大化
- 観る人・する人の活動環境を整える

Ticketing & Operation support

EMTG, Touchcard, SAP, playground, 三井物産, FUJITSU, フロムスクラッチ

Player condition & Team management

HITACHI, Empath, catapult, Panasonic, EUPHORIA, 凸版印刷, LINK SPORTS, SPOLABo, MTI CLIMB Factory スポーツITカンパニー

Tactics support

FITNESS APOLLO JAPAN, NEXT BASE, Automagi, LIGHTz, SPLYZA, BrainPad, infoteria, SAP, Spot inc, NTT DATA, Data Stadium, WaterFowl

Data aggregation

SKY ROBOT, スポーツセンシング, YAMAHA, OptiTrack, ジャイロテクノロジー, nac, oncept

Funding & Matching

ライフスポーツ, JMS, ABEVO, ACT NOW, Kプロデュース, ジョインハンズスポーツ, スポスタ, LIFULL, MAGNORIA, プレイヤーズファースト, アプロード, Spportunity

する

- スポーツをもっと楽しく
- 誰でも楽しめるように

Fun & Training

LifeFitness, アルプス電気, アサップシステム, SONY, FEELCONNECTION, OMRON, Fun life, Runtrip, 電通国際情報サービス, CASIO, シェアトレ, シスコシステムズ, SPLYZA, BONX, TECHNOGYM, Panasonic, SkyBall, 愛知製鋼, FITNESS APOLLO JAPAN, だんきち, NTTレゾナント, asics, FUJITSU

Smart apparel

ゴールドウイン, Spiber, ミツフジ, GUNZE, Xenoma, AI SILK, 帝人フロンティア

Health care

TANITA, 伊藤超短波, HEALTHLAB INC, FiNC, neos, docomo HEALTHCARE, fitbit, 豊田通商, NTT docomo, ソニーモバイルコミュニケーションズ, MedVigilance, DeNA, Panasonic

創る

- 従来の定義を超えたスポーツを生み出す

Augmentation & Sportification

Xiborg, 電玉, アカツキ, 1→10, 超人スポーツ協会, meleap

eSports

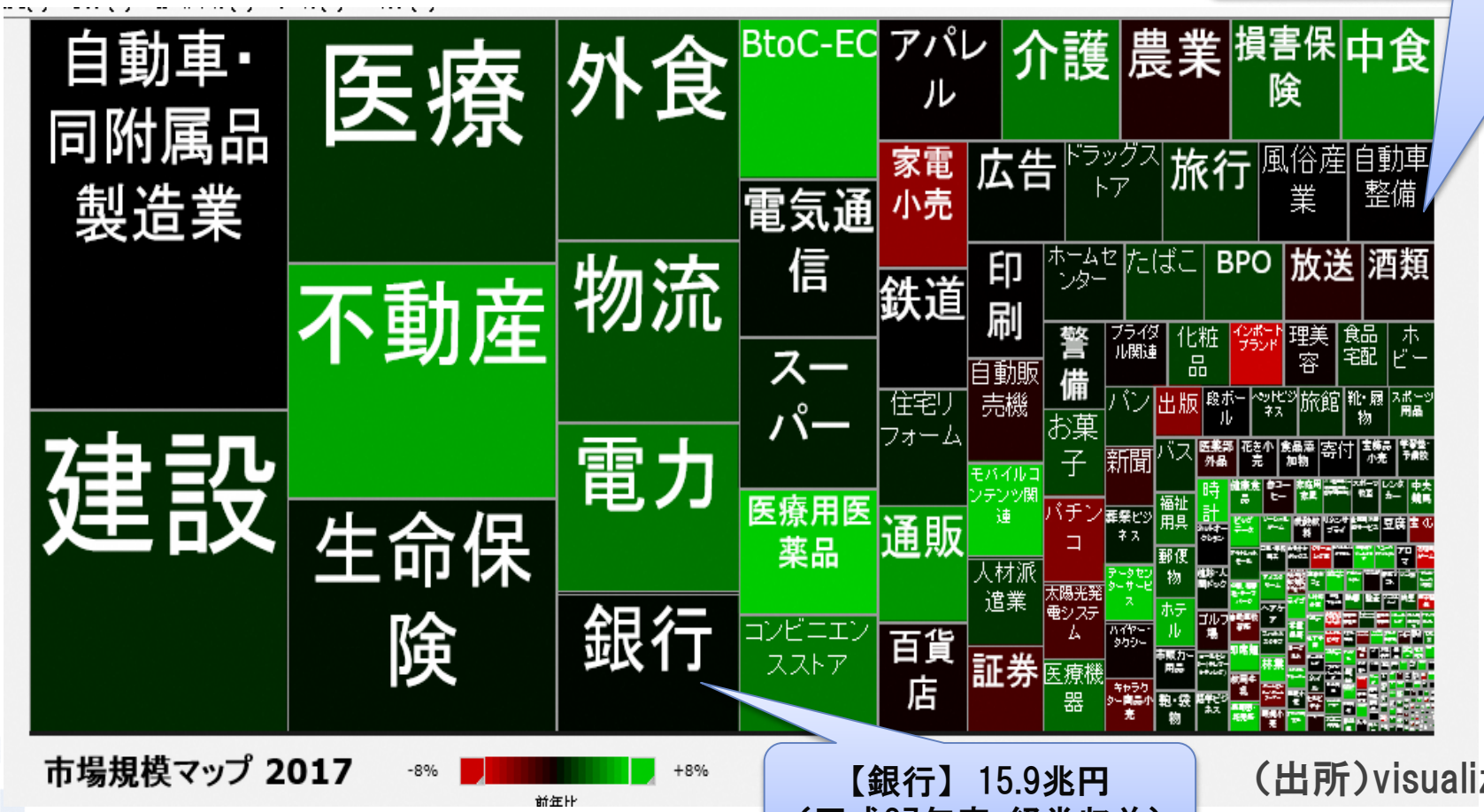
カヤック, ワンダーリーグ, CyberZ, ティーピーリンクジャパン, JCG, NTT DATA

©株式会社NTTデータ経営研究所 2018

スポーツ産業の市場規模の現在位置

15兆円市場を目指すとは、「銀行業界」と同等になるということ。

【自動車整備】 5.5兆円
（平成26年度：総売上高）

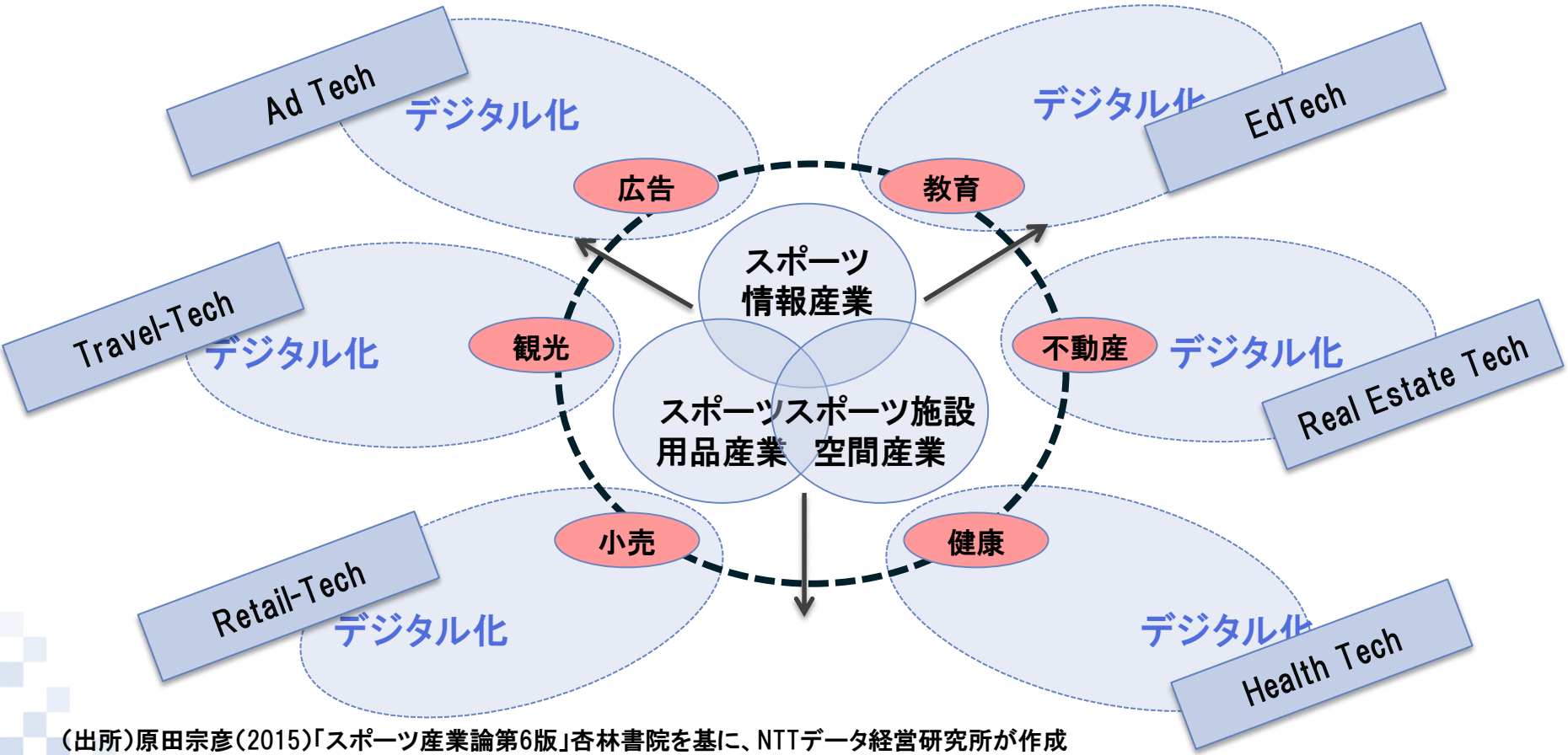


【銀行】 15.9兆円
（平成27年度：経常収益）

（出所）visualizing.info

異業種との“コラボレーション”が鍵

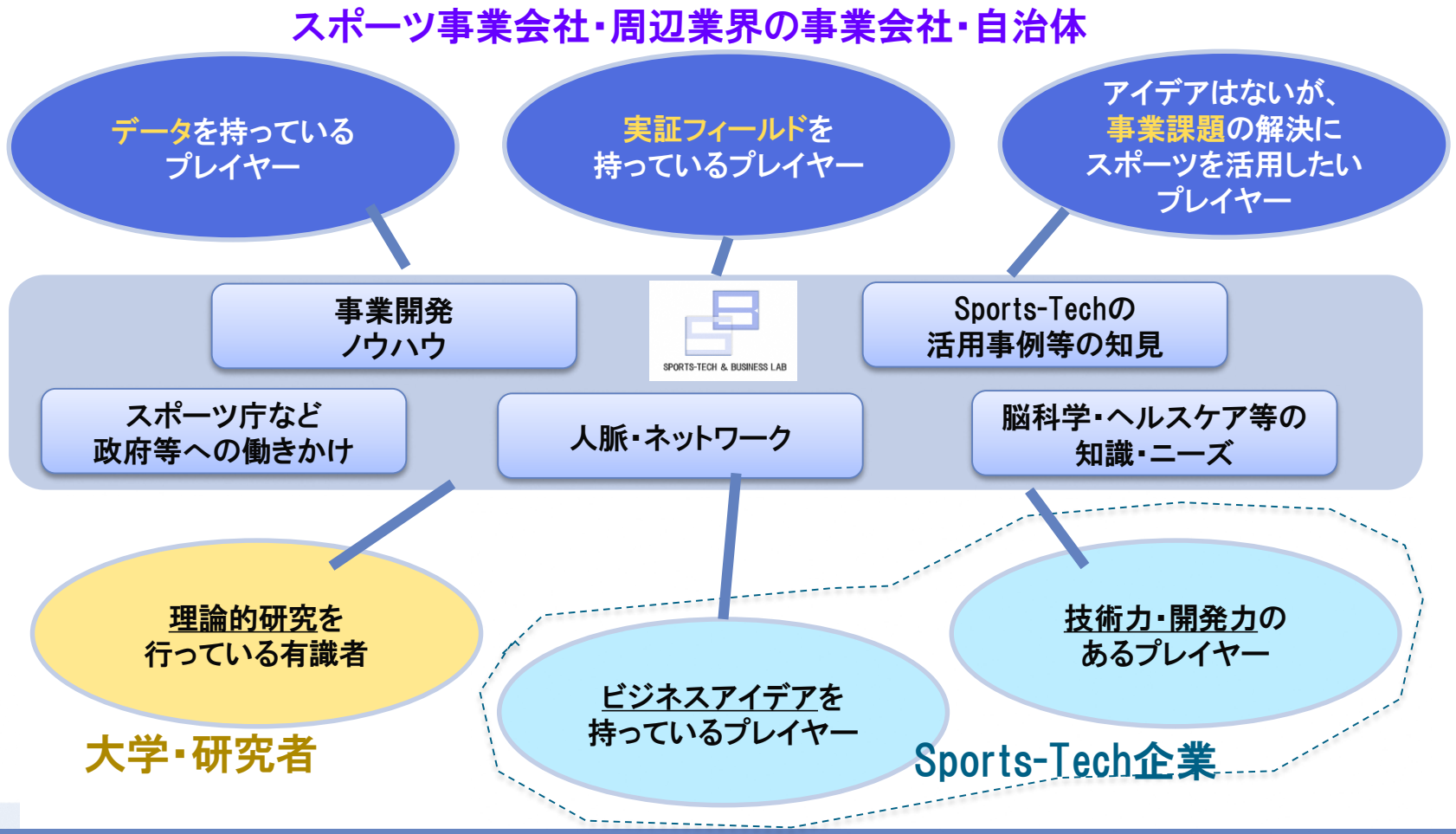
スポーツは、本来「不動産」「教育」「健康」「旅行」などに幅広く関わる領域。
→業際分野におけるデジタル化、テクノロジー活用も有望。



（出所）原田宗彦（2015）「スポーツ産業論第6版」杏林書院を基に、NTTデータ経営研究所が作成

データ共有とオープンイノベーションが必要

イノベーションのハブとなり、足りないパーツを埋めるプラットフォームの役割を担う。



Sports-Tech & Business Labとは

異分野・異業種の連携、産官学の知見・技術の融合により、デジタル化時代に即した次世代スポーツビジネス、周辺産業や地域と連携したスポーツビジネスエコシステムの創出を目指す会員組織（コンソーシアム）

Sports-Tech & Business Labの事業創発プラットフォーム

①異分野・異業種の連携

- スポーツビジネス
- テクノロジー（ICT）
- 周辺産業（旅行・不動産・メディア・教育・ヘルスケアなど）
- 地域・街づくり

②産官学の知見・技術の融合

- 民間企業
- 大学・研究機関
- 自治体・公的機関

国内外動向研究 → 先端技術・事業企画 → ビジネス機会発掘 → 実証実験・事業化推進

政府や自治体への働きかけ

生み出したい成果

- デジタル化時代に即した次世代スポーツビジネス
- 周辺産業や地域と連携したスポーツビジネスエコシステム

我が国スポーツ産業の成長産業化・成熟化・国際競争力強化

今後の展望

STBLは
「スポーツ事業創発プラットフォーム」
となる

興す

スポーツ産業エコシステムの構築

- ✓ 事業展開スキームの組成
- ✓ 産業振興、海外輸出
- ✓ コミュニティの拡大

創る

技術実証、社会実証

- ✓ プロトタイプの開発、リサーチ
- ✓ 実フィールドでのサービス実証
- ✓ データの取得・分析

企てる

産業構想デザイン・ビジネス企画立案

- ✓ あるべきスポーツ産業の姿を構想
- ✓ 課題解決に向けたアイデア・仮説を練る
- ✓ 事業推進に向けたルール作り

- *街づくり、都市計画におけるコンテンツの実装*
- *スポーツ政策への提言・反映*
- *商品、コンテンツ、サービスの開発*
- *チーム・クラブ・リーグとの連携*
- *大学・研究機関との連携強化*
- *データ共有等のルール作り、権利関係の整理*
- *スポーツ×テクノロジーの未来構想*
- *異業種・異分野の技術・知見の融合*
- *課題(イシュー)の特定と、技術的解決方法の検討*
- *アイデアソン・ハッカソン*

コンソーシアムの検討対象範囲

スポーツ産業が直面する課題(イシュー)を幅広く対象とする。

スポーツ文化の成熟化

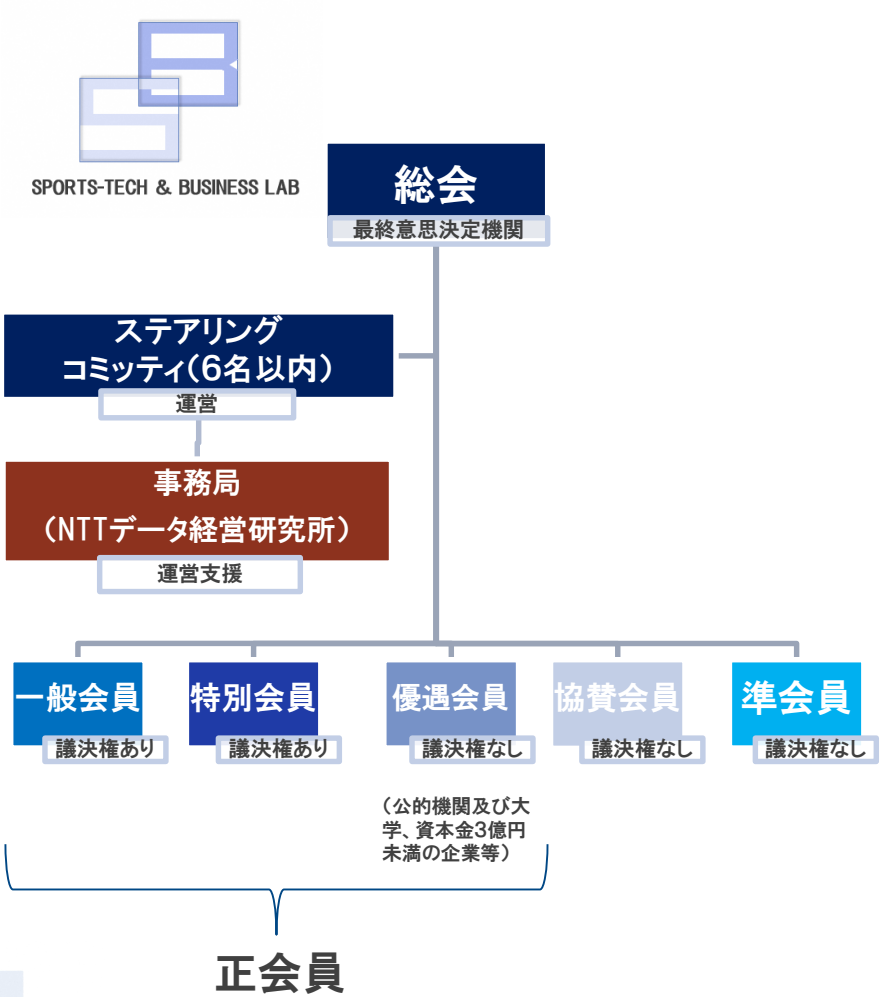
- スポーツ参加人口拡大
- 地域を軸としたスポーツタウンの開発
- eスポーツ、超人スポーツ等の新たなスポーツの開発・普及
- スポーツ実施率向上
- マイナースポーツの人気拡大
- スタジアム外も含む魅力的なスポーツ体験の創出
- スポーツ施設・指導者不足の解消
- 部活動の環境整備
- 大学スポーツ強化(日本版NCAA創設)
- 運動状態の把握
- 選手のセカンドキャリア整備
- 魅力的なスタジアムの設計
- 集客・視聴者増(デジタルマーケティング)
- 競技力・チーム力の強化
- メディア・コンテンツの充実

マネタイズ・市場創造

- 放映権の価値向上
- 客単価(LTV)の拡大
- スポーツツーリズムの拡大
- スターアスリートの発掘・育成
- スポーツによる企業課題の解決
- マネジメント人材不足の解消・HRマネジメント
- スタジアム/アリーナの有効活用
- ファンエンゲージメントの強化・定量化
- セカンダリー市場整備
- スポーツデータの集約・収益活用
- 資金調達手法の多様化
- 顧客ニーズの徹底的理解

スポーツ産業の活性化

運営体制および活動内容



① Sports-Tech研究会
「Sports-Tech」の基礎知識から国内外の最先端の知見にいたる専門的知見を有する研究者や起業家、技術者、法人・公的機関の従業員等の有識者を講師として招聘し、事業創発・産業育成という観点からSports-Techを体系的・網羅的に学ぶ活動

② 意見交換会
Sports-Techによる新たなビジネス機会の発掘、新商品・新サービスの案出、ビジネスエコシステムの構築に関する意見交換活動

③ワーキンググループ(WG)
テーマ別にメンバーをグループ分けし、異業種の民間企業と異分野の研究者が共同で、具体的な事業創発を実現するための各種の活動(フィールド調査、アイデアソン、ハッカソン、技術的実現方法検討など)

④事業化推進プロジェクト(BP)
WGよりもさらに特化した企業・大学による新たな商品化・事業化に向けたプロトタイピング、実証実験、マーケティング調査等を行うためのプロジェクトの組成

⑤各種の政策提言、調査研究事業、他団体との連携及び交流等
上記目的に資する各種の活動

運営メンバー①

発起人共同代表、議長、ステアリングコミッティ委員長

早稲田大学スポーツ科学学術院　教授
早稲田大学スポーツビジネス研究所　所長
間野　義之

1991年3月、東京大学大学院教育学研究科修士課程修了。1991年4月、株式会社三菱総合研究所に入社。2002年3月、同社を退職。4月に早稲田大学人間科学部助教授。翌2003年4月、早稲田大学スポーツ科学部助教授。2009年4月、早稲田大学スポーツ科学学術院教授に就任。東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織会参与、スポーツ未来開拓会議（経済産業省、スポーツ庁）座長、日本バスケットボール協会理事、スタジアム・アリーナ推進官民連携協議会（スポーツ庁）幹事など、数多くのスポーツ関連組織の代表、委員を務める。

ステアリング・コミッティ委員

超人スポーツ協会　発起人　共同代表
慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授。
中村　伊知哉

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授。1984年ロックバンド「少年ナイフ」のディレクターを経て郵政省入省。通信・放送規制改革、中央省庁再編などのプロジェクトに参画後、渡米。1998年 MITメディアラボ客員教授。2002年スタンフォード日本センター研究所長。2006年より慶應義塾大学教授。融合研究所　所長、CiPP（コンテンツ流通プラットフォーム）協議会議長、デジタルサイネージ推進協議会　理事など、を歴任。2017年に、ICT専門の大学「i大」を設立し、初代学長に就任。

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科准教授
南澤　孝太

2005 年東京大学工学部計数工学科卒業。2010 年同大学院情報理工学系研究科博士課程修了。博士（情報理工学）。同年メディアデザイン研究科特任助教、特任講師を経て2013 年より現職。
日本バーチャルリアリティ学会理事、リアリティメディア研究機構理事、超人スポーツ協会理事を兼務。触覚・身体運動・3D 映像を統合した身体性メディアの研究開発を行い、SIGGRAPH Emerging Technologies を中心に多くのプロジェクトを出展している。

運営メンバー②

ステアリング・コミッティ委員

追手門学院大学社会学部　准教授
上林　功

京都工芸繊維大学大学院工芸科学研究科修了、修士(工学)。早稲田大学大学院スポーツ科学研究科修了、博士(スポーツ科学)Ph.D.。環境デザイン研究所にて主にスポーツ施設の設計・監理を担当。主な担当作品として「広島市民球場(Mazda Zoom-Zoom スタジアム広島)」など。2014年に株式会社スポーツファシリティ研究所設立。主な研究内容「スポーツ消費者行動とスタジアム観客席の構造」「スポーツファシリティマネジメント」。日本政策投資銀行スマートベニュー研究会委員、スポーツ庁 スタジアム・ アリーナ改革推進のための施設ガイドライン作成ワーキンググループメンバー、経済産業省 魅力あるスタジアム・アリーナを核としたまちづくりに関する計画策定等事業選定委員。日本サッカー協会ナショナルフットボールセンター準備室ファシリティ&ボールパーク創生アドバイザー。

株式会社ユーフォリア
Co-Founder & CEO /代表取締役
橋口 寛

早稲田大学教育学部卒業。米ダートマス大経営大学院修了(MBA)。アクセンチュア戦略グループ・企業再生等を経て現職。株式会社ユーフォリアでは、スポーツ選手のコンディション管理システム「ONE TAP SPORTS」シリーズを、ラグビー日本代表をはじめとする多くのトップチームに展開している。慶應義塾大学大学院SDM研究科特任講師。熊本大学大学院特任教授。
『KEIO SDM Sports X Conference』の主催・運営。米国のMIT Sloan Sports Analytics Conferenceにインスパイアして、立ち上げたスポーツ産業活性化のためのカンファレンス。経産省、スポーツ庁の後援を受けている。

事務局長、ステアリングコミッティ副委員長

株式会社NTTデータ経営研究所
情報戦略事業本部
ビジネストランスフォーメーションユニット
シニアマネージャー
河本　敏夫
スポーツ＆クリエイショングループリーダー

総務省を経て、NTTデータ経営研究所に参画。中長期の成長戦略立案、新規事業開発、事業構造改革を得意とする。スポーツだけでなく、通信・メディア・コンテンツ・不動産・教育・エレクトロニクスなど幅広い領域が守備範囲。業界を問わず、世の中にない新しいテーマの発掘・解決に挑戦し、異業種間アライアンスによる成長戦略と次世代テクノロジーによるイノベーション創出を多く手掛ける。著書に『マイナンバー　社会保障・税番号制度－課題と展望』、『ソーシャルメディア時代の企業戦略と実践』(ともに、金融財政事情研究会)など。2017年より、早稲田大学スポーツビジネス研究所　招聘研究員。スポーツテックとアライアンスを主題としたイベント「Sports-Techの未来　-成長産業化への道筋-」を主宰するなど、Sports-Tech業界の発展に貢献。

主要会員

スポーツ事業・スポーツ関連団体

超人スポーツ協会
日本スポーツアナリスト協会
アルバルク東京（Bリーグ）
西武ホールディングス
オージースポーツ　ほか

周辺産業

ANAホールディングス
毎日新聞社
グリー　など

大学・研究者

早稲田大学スポーツビジネス研究所
慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
追手門学院大学社会学部
青山学院大学スポーツキャリアプログラム
岡山大学

大手IT企業

NTTコミュニケーションズ
NTTドコモ
東芝デジタルソリューションズ　など

Sports-Techスタートアップ

ユーフォリア
ookami
LINKSPORTS
SPLYZA
コンセプト
Fun Life
ウフル
データスタジアム　など

自治体・地域団体

横浜市役所
沖縄市役所
さいたま市役所　など

WGでの議論の様子

会員同士の闊達な議論で、オープンイノベーションを促進。

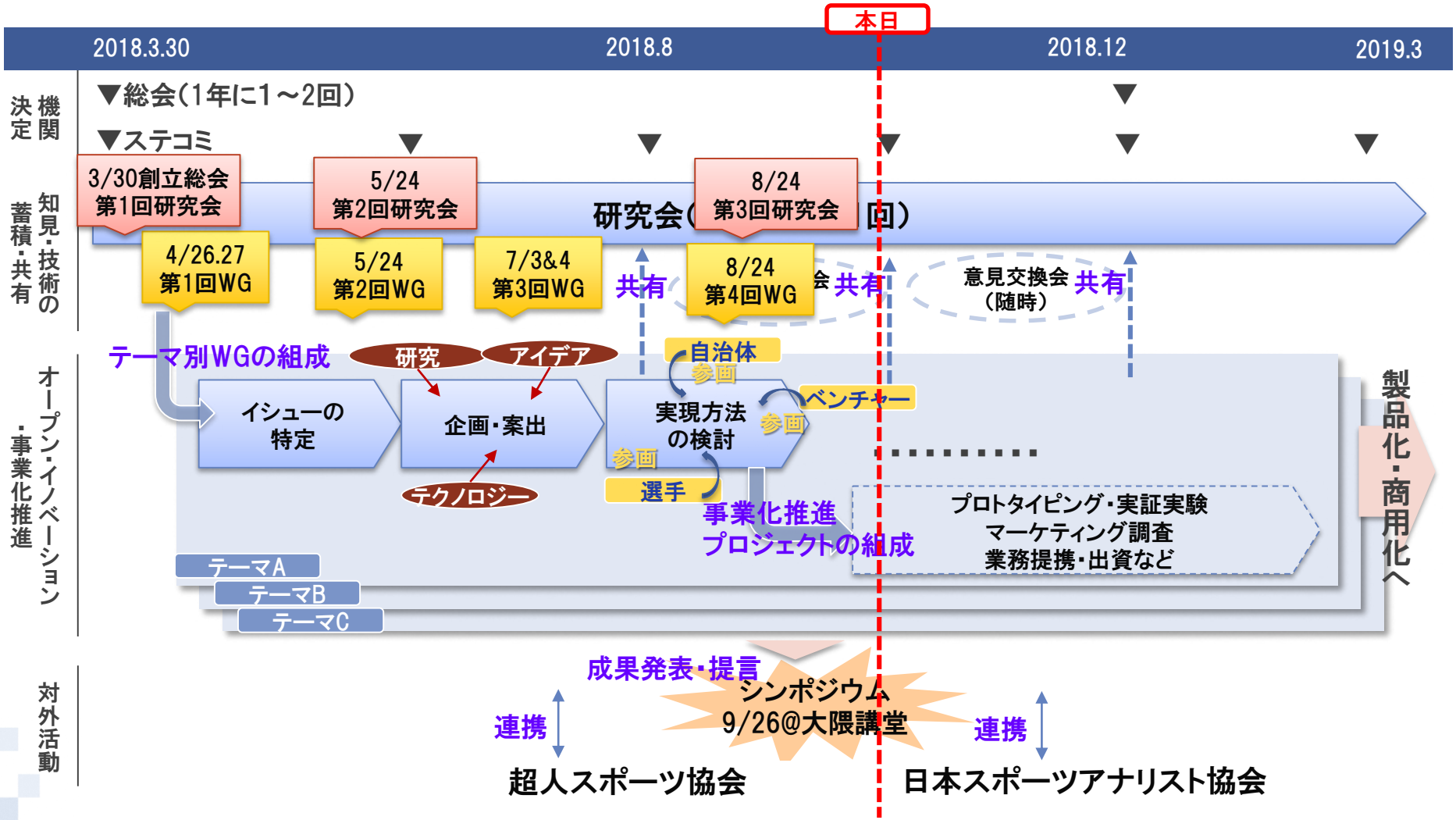
スポーツ庁・経済産業省
・総務省もオブザーバー参加

プロジェクションマッピング技術による新たなスポーツ体験の創造についてプレゼン

Sports-Techベンチャー企業とのコラボプロジェクトの企画検討中

活動予定

2～3ヶ月に1回の研究会開催と、月1回程度のテーマ別WGを開催している。



Sports-Tech & Business Labの検討テーマ・設置WG

すでに運用中のテーマ

A 地域を軸とした デジタル・スポーツタウンの 開発

B スポーツデータ分析の 共通基盤の構築・ トップスポーツの知見の 応用・企業課題の解決

C 「楽しさ・ファンエンゲージメント」の見える化と、 新たなスポーツ体験の開発

＋

新たに立ち上げるテーマ

D テクノロジーによる 部活動改革 New!

E 次世代eスポーツ ビジネスエコシステム New!

N スポーツ脳科学 応用研究会 New!

WG：A「地域を軸としたデジタル・スポーツタウンの開発」の狙い

デジタル×スポーツの力で、地域における新たなスポーツ体験・スポーツビジネスを創造し、
様々なスポーツコンテンツや地域内消費と連携したデジタル・スポーツタウンの実現を目指す。

イシュー

地域の課題

解決方法

デジタルの力

＋

スポーツの力

×

地域のフィールド

期待成果

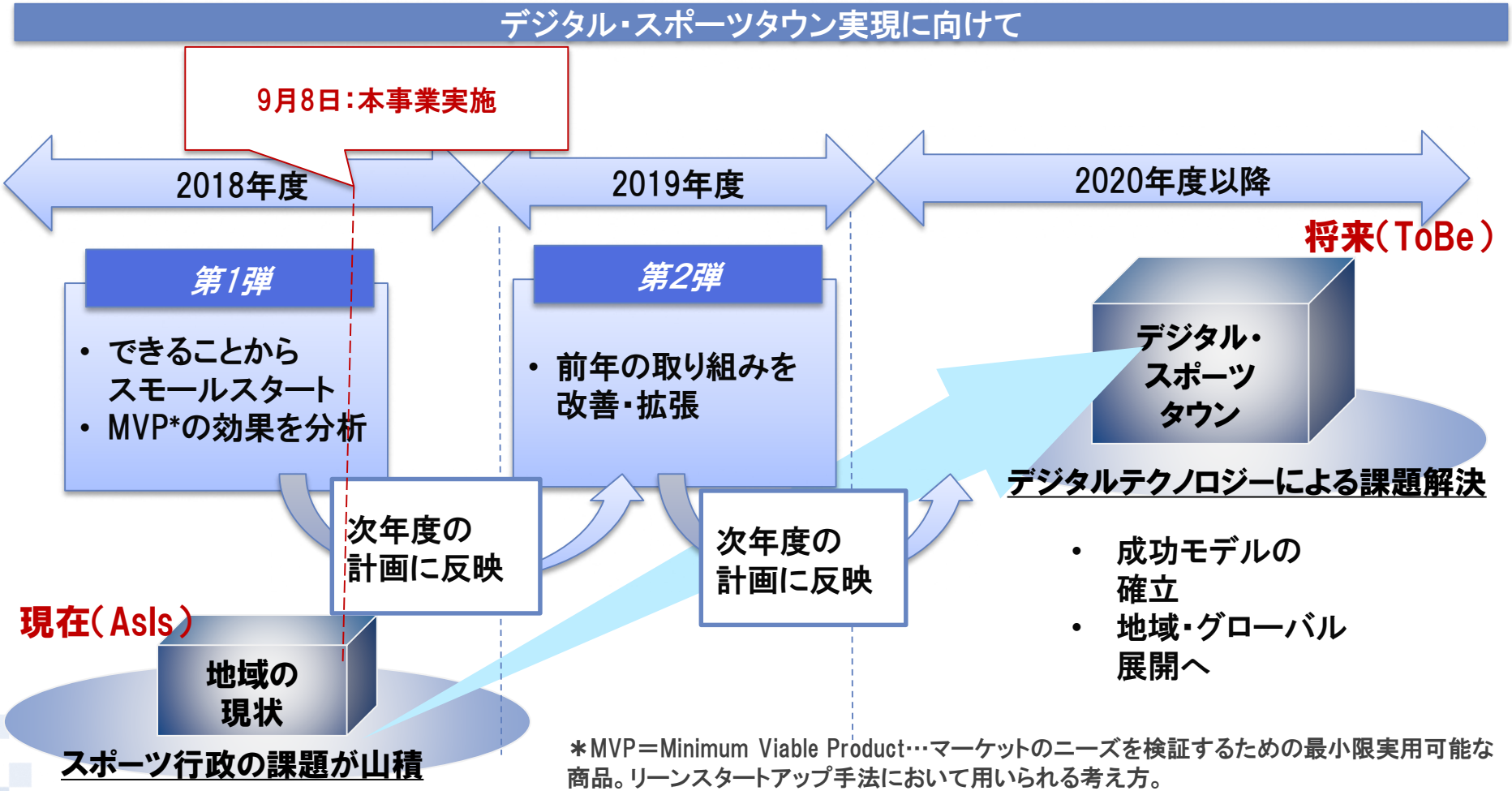
地域における新たなスポーツ体験・スポーツビジネスを創造

スポーツコンテンツや地域内消費と連携した<u>デジタル・スポーツタウンの実現</u>

地域と、民間企業・大学・研究者とのコラボレーションを推進

（参考）本コンソーシアムの当面の目的・ゴールと本事業の位置づけ

長期的なゴールとして、ITを活用し、地域を軸にした「デジタル・スポーツタウン」の実現を目指しています。そのうちの1つの取り組みとして本事業を置いており、次年度以降改善・拡張を繰り返していきます。



＊MVP＝Minimum Viable Product…マーケットのニーズを検証するための最小限実用可能な商品。リーンスタートアップ手法において用いられる考え方。

～「スポーツテック未来会議2018」の模様から～

Copyright © 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

スポーツテック未来会議（2018. 9. 26）

スポーツテック＆ビジネスラボ事業創発シンポジウム

「スポーツテック未来会議2018」
～テクノロジーがもたらすスポーツ産業の未来～

2018年9月26日（水）
13:00-18:00（12:00受付開始）
場所： 早稲田大学大隈記念講堂
後援： スポーツ庁

開会挨拶　13:00～13:10

間野　義之（まの　よしゆき）
早稲田大学スポーツビジネス研究所　所長
スポーツテック＆ビジネスラボ委員長

早稲田大学スポーツ科学学術院　教授。東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委参与、スポーツ未来開拓会議（経済産業省、スポーツ庁）座長、日本バスケットボール協会理事、スタジアム・アリーナ推進官民連携協議会（スポーツ庁）幹事など、数多くのスポーツ関連組織の代表、委員を務める。

基調講演　13:10～13:30

齋藤　福栄（さいとう ふくえい）
スポーツ庁　スポーツ総括官

昭和61年4月文部省入省。京大施設・環境部長、京大施設環境部長（併）環境安全衛生部長、文部科学省官房付（カルフォルニア大学ビジティングスカラー）、官房付文教施設企画部参事官、国立教育政策研究所文教施設研究センター長、舞鶴高専校長などを歴任し、平成30年 4月 スポーツ庁 スポーツ総括官

第1部　Sports-Tech & Business Labにおける実証研究の企画、推進状況の共有
13:30～14:50

What ‘s Sports-tech&Business Lab？

河本　敏夫（かわもと　としお）
株式会社NTTデータ経営研究所情報戦略事業本部
ビジネストランスフォーメーションユニット
シニアマネージャー

早稲田大学スポーツビジネス研究所招聘研究員
総務省を経て、現職。中長期の成長戦略立案、新規事業開発を得意とする。スポーツだけでなく、通信・メディア・コンテンツ・不動産・教育・エレクトロニクスなど幅広い領域が守備範囲。Sports-Tech Landscapeを発表。Sports-Tech& Business Lab発起人・事務局長

A:　地域を軸としたデジタルスポーツタウン　～横浜市での水中VR実証実験～

西川　隼矢（にしがわ　じゅんや）
株式会社Rockin’Pool　CEO
プール専門のプロフォトグラファー

鹿屋体育大学 体育学部卒　アテネオリンピック代表選考会出場
広告写真家の登竜門APAアワードで広告部門、作品部門、W入賞の快挙達成。プール×テクノロジーで新しい水中体験を創造する日本で唯一のプールスタートアップ株式会社Rockin’Poolを設立。

B:　スポーツの教育的効果の実証プロジェクト　～部活動改革に向けて～

土井　寛之（どい　ひろゆき）
株式会社SPLYZA
代表取締役

学生時代は数学や物理にはまり、大学卒業後ソフトウェア開発を行う。浜名湖でウインドサーフィンの「正解の無い問題」を解いていく面白さにはまり、30歳で仕事を辞めてオーストラリアへ。帰国後株式会社SPLYZA設立し、スポーツの教育的価値を向上すべく、中高生部活向けに選手自ら考える映像分析ツールSPLYZA Teamsを提供中。

C:　スポーツファンのエンゲージメントの見える化～アリーナでのIoT観戦者調査プロジェクト～

上林　功（うえばやし　いさお）
追手門学院大学社会学部
准教授

京都工芸繊維大学大学院修了、修士（工学）。早稲田大学大学院スポーツ科学研究科修了、博士（スポーツ科学）Ph.D。環境デザイン研究所にて主にスポーツ施設の設計・監理を担当。2014年に株式会社スポーツファシリティ研究所設立。日本政策投資銀行スマートベニュー研究会委員、スポーツ庁 スタジアム・アリーナ改革推進のための施設ガイドライン作成ワーキンググループメンバー、などを歴任。

第2部　Sports-tech事業者のピッチ
14:50～15:50

鈴木　肇（すずき　はじめ）
株式会社ワイアードゲート
代表取締役社長

元プロテニスプレーヤー。12歳～24歳までベルギーに在住。2014年に㈱ワイアードゲートを設立。海外ベンチャー製品の国内総代理店事業の傍ら、国際技術移転プラットフォーム、スマートインソールのデータ解析プラットフォーム等も並行して進める。2018年からは岡山県の吉備高原都市にて、イノベーション拠点創設プロジェクトをローンチ。

梅澤　優太（うめさわ　ゆうた）
株式会社ventus
取締役COO

東京大学経済学部3年在学中。3歳からサッカーに打ち込み、スポーツ/エンタメビジネスの道を志す。大学2年次に株式会社ventusを友人らと創業、為末大氏らを株主に揃え、スポーツチームやアスリートがファンから資金調達できる「電子トレカ」売買サービス、whoooplを開発。2018年10月にはJリーグクラブを含め、数十チームへの展開を予定。

引地　耕太（ひきち　こうた）
株式会社ワントゥーテン
クリエイティブディレクター/アーティスト

東京を拠点に活動するアーティスト/クリエイティブディレクター/アートディレクター/映像作家/演出家。NIKEやBOSE、TOYOTAなどグローバルブランドのクリエイティブディレクション、市川海老蔵出演作の映像演出を含め活動は多岐にわたる。国内外の賞を多数受賞。東京2020オリンピック・パラリンピック組織委員会クリエイティブディレクター。

テクノロジー活用によるスポーツ事業創発プラットフォーム
SPORTS-TECH & BUSINESS LAB

ご紹介プロジェクト＆チーム

A 地域を軸とした
デジタル・スポーツタウンの
開発

B スポーツデータ分析の
共通基盤の構築・
トップスポーツの知見の
応用・企業課題の解決

C 「楽しさ・ファンエンゲージメント」の見える化と、
新たなスポーツ体験の開発

- Rockin’ Pool
- ANA
- TIS
- 慶應義塾大学メディアデザイン研究科
- 横浜市
- 横浜市立上菅田小学校
- NTTデータ経営研究所

VR技術等を活用した水中障がい者スポーツの振興（1/2）

目的

1） 映像技術を活用し、障がい者が障がい者であることを自覚することなく、スポーツを楽しめる環境を作ることで、スポーツ参加意欲を高め、障がい者スポーツを振興する
2） 子供が新しいテクノロジーを体験する機会を創出する
3） プールや水泳が苦手な子どもに水の中の浮遊体験を提供し、苦手意識をなくしてもらう

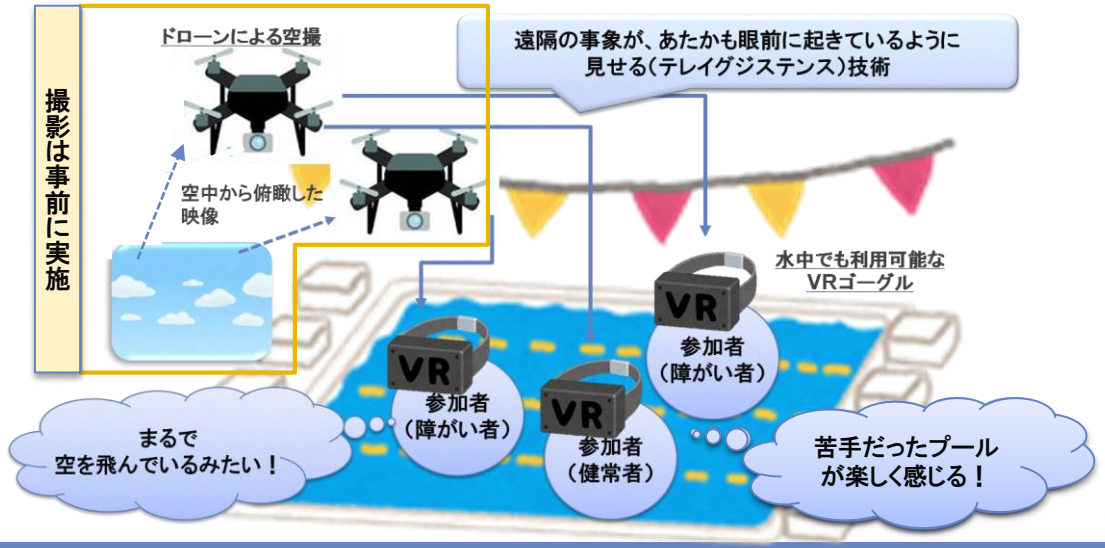
実施内容

1. ドローン空撮を活用して、事前に下記のような映像を撮影
   - プールから上空へ上がり学校全体を見渡す
   - 校舎の窓付近や屋上など、校舎全体をぐるっと一周する
   - 校庭の地面すれすれを高速移動する
2. 参加者に、水中でも利用可能なVRゴーグルを装着してもらい、撮影した映像コンテンツを視聴しながら水中を遊泳する体験を提供。（水中VR）
3. 「普段通っている学校の周りを空中散歩している感覚」や、「空飛ぶヒーローになった感覚」を演出する。
4. 参加者は、ワクワクする、楽しい体験を通じて、スポーツをすることのモチベーションを高めることが出来る。

実施場所： 横浜市 （公立学校内プール）
事前撮影日：2018年8月21日（予備日：8月22日※）
体験実施日：2018年9月8日（予備日：9月15日※）
参加者 ： 横浜市内の障がい者・健常者
参加人数： 同時10人（入れ替わり3部制、合計30人）
※当日、悪天候時等で実施が困難だった場合、予備日に実施

実施体制

役割	主体
• 全体統括・運営管理	• ㈱NTTデータ経営研究所
• VRコンテンツ制作、プールでの水中イベントの企画	• ㈱Rockin’ Pool
• ドローン機材提供、ドローン操縦	• ANAホールディングス㈱
• 障がい者スポーツ支援、テレイグシステンス技術協力、監修	• 慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科



© 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

NTT DATA

VR技術等を活用した水中障がい者スポーツの振興 （2/2）

児童が参加する場であることを踏まえて、綿密に計画を立て、安全管理対策を十分に行う。

8月21日（火）
事前撮影日実施スケジュール

9:00　スタッフ準備開始

10:00 撮影機器設営完了、撮影開始

11:00 撮影終了、撤収

撮影場所：　プール、校舎の周辺、校庭
スタッフ人数：5名
※予備日（22日）に実施する場合は、
　9：30～11：30の時間で実施

9月8日（土）
体験日実施スケジュール（予定）

12:00　運営スタッフ準備開始

13:00　参加者受付開始

13:20　参加者全員で練習開始

13:45　体験開始（1回目：10人）～14:15　1回目終了

14:30　体験開始（2回目：10人）～15:00　2回目終了

15:15　体験開始（3回目：10人）～15:45　3回目終了

16:15　参加者インタビュー、集合写真

16:40　終了

17:00　運営スタッフ撤収

学校側にご協力いただきたいこと

- 水泳プールの貸切利用（更衣室含む）
- 撮影・録画することの承認（各種web記事や総務省報告等への活用）
- 医務室等の医務体制のご協力

学校内での空撮プロセス

1. 国交相の無人航空機飛行に関するドローン包括申請の実施
2. 許可を受けた操縦士と安全運航管理者が立ち会って空撮する

安全管理上の対策

1. ドローン安全対策

- ✓ 小学生が学校内にいない時に事前に撮影する
- ✓ 門を施錠し、監視要員を設け、外部からの立入りを監視・禁止する
- ✓ ドローンでの撮影時は監視要員を設け、万一ドローンが落下しても人間に直撃しない環境を厳守する
- ✓ 会場内にいる方々の住所氏名・連絡先は把握する

2. 遊泳時安全管理

- ✓ 水中でサポートする専属スタッフの配置（参加者1名につき1名、計10名）
- ✓ プールサイドで監視するスタッフの配置（3名）
- ✓ 救命用具の備え付け

3. 緊急連絡体制（警察・消防等）の確保

© 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

目指したい社会の姿

今回の『体験会』を通じて、効果が実証されれば地域全体に普及させることで、地域の「デジタルリテラシーの向上」「フラットな社会の創造」「スポーツ実施率の向上」に寄与する。

今回の取り組み	目指す社会の姿
小学校での『体験会』の実施	**教育現場を中心とした『デジタルスポーツタウン』の実現**

地域の子どもが、新しいテクノロジーを体験する機会

地域の子どもと、障がい者が触れあう機会

プールや水泳が苦手な子どもや障がい者がプールを楽しむ機会

テクノロジーを当たり前のものとして生活や学習に取り入れていく**「デジタルリテラシー」の向上**

多様性を受けいれる**フラットな社会**の創造

健康長寿社会実現に向けた児童の**スポーツ実施率の向上**

本取り組みは、次代の人材を育てる教育的価値、児童の健康的発育に資する意義が大きい

© 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

NTT DATA

ご紹介プロジェクト＆チーム

A
地域を軸とした
デジタルスポーツタウン

B
スポーツデータ分析の
共通基盤の構築・
トップスポーツの知見の
応用・企業課題の解決

C
「楽しさ・ファンエンゲージメント」の見える化と、
新たなスポーツ体験の開発

- SPLYZA
- ウフル
- さいたま市
- さいたま市立浦和南高等学校
- 早稲田大学スポーツ科学学術院
- NTTデータ経営研究所

スポーツの教育的価値の見える化プロジェクト

目的

分析（合理的な振り返り）を生徒自ら行うことによって、将来にどのような影響があるかを可視化したい。

内容

テスト設計

✓ 部活動を行うことによる変化を計測するための**項目やテストを設計**する

プログラム実施

✓ 部活にSPLYZA Teamsを導入

結果測定・分析

✓ 計測結果とその分析結果から、**部活動を分析的に行うことによる教育的価値**を可視化する

ご紹介プロジェクト＆チーム

A 地域を軸とした
デジタルスポーツタウン

B スポーツデータ分析の
共通基盤の構築・
トップスポーツの知見の
応用・企業課題の解決

C 「楽しさ・ファンエンゲージメント」の見える化と、
新たなスポーツ体験の開発

- 追手門学院大学　上林准教授
- ウフル
- アルバルク東京
- NTTデータ経営研究所

ファンエンゲージメントの見える化プロジェクト

楽しさ、興奮度、ファンエンゲージメントを高める仕組みを解明し、
顧客の行動変容をもたらす顧客体験の設計に反映する

主観データ

・集中度
・興奮度
・満足度
・一体感
・・・etc.

客観データ

・声量
・熱量
・脈拍
・姿勢
・・・etc.

関係を検討

アウトプット

エンゲージメントの見える化

・ビジュアル化
・グラフ化
・・・etc.

2. eスポーツについて

Copyright © 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

eスポーツとは何か

明確な定義は存在しないが、フィジカルスポーツと対比されることが多い。

「スポーツ」という言葉の定義

スポーツ(英: sport)は、人間が考案した施設や技術、ルールに則って営まれる、**遊戯・競争・肉体鍛錬の要素を含む身体や頭脳を使った行為**。

日本においては身体を使ったものが主体の「フィジカルスポーツ」だけをスポーツとみなす考えが強いが、思考力や計算力といった頭脳を主体の「マインドスポーツ」も本来はスポーツに含まれている。

(出展:ウィキペディア)

「eスポーツ」って?

「eスポーツ(e-sports)」とは、**「エレクトロニック・スポーツ」**の略で、コンピューターゲームやテレビゲームで行われる対戦型ゲーム競技のこと

1997年から、欧米で賞金のかかった大規模ゲームイベントが複数開催され、プロチームやプロリーグが多数存在していて、トッププロゲーマークラスになると賞金・契約金などで3億円越えの稼ぎをあげています。

eスポーツジャンルとプレイヤー人口推定

フィジカルスポーツと同等、もしくは、それ以上。

下記ゲームの単純計算でも世界のeスポーツ競技人口は最低でも

1億3千万人以上

◆FPS部門(シューティングゲーム)で流行っているゲーム:
「Overwatch」3000万人

◆MOBA部門(マルチオンライン)で流行っているゲーム:
「LEAGUE OF LEGENDS」1億人

◆デジタルカードゲーム部門で流行っているゲーム:
「HEARTH STONE」3000万人

◆スポーツゲーム部門 「FIFA18」2000万本

◆RTS部門(戦略ゲーム)で流行っているゲーム:
「STARCRAFT2」500万人

◆格闘ゲーム部門 「ストリートファイターV」300万本

参考: フィジカルスポーツ競技人口

◆FIFA発表によるサッカーの競技人口
: 2億6500万人以上

◆国際野球連盟発表による世界中における野球の競技人口
:3500万人

◆国際ラグビー評議会発表によるラグビーの競技人口
:260万人以上

◆国際レスリング連盟発表によるレスリングの競技人口
: 100万人

メジャーなeスポーツ大会①

3600万人が視聴し、賞金総額は5億円以上。

League of Legends World Championship

【LoL WC概要】

現在世界で最もプレイされているゲーム

・アカウント数: 7,500 万
・月間アクティブレーヤー数: 1億人
・最大同時接続数: 300万

開催日　：　2017年11月4日
場　所　：　中国・北京、北京国家体育場（通称「鳥の巣」）

大会賞金総額：＄5,070,000 （約5億3245万円）

2015年大会決勝の同時視聴者数は1400万人、合計視聴者数3600万人

大会期間累計視聴者数は3億3400万アクセス

https://www.youtube.com/watch?v=CIX9OzOgjfc

56

メジャーなeスポーツ大会②

賞金総額26億円以上で、ギネス世界記録に認定されている。

DOTA2　The International 2017

【DOTA2The International 2017概要】

開催日　：　2017年8月7日～12日
場　所　：　シアトル
優勝チーム：Team Liquid（オランダ）

賞金総額：　$24,663,529　（約26.9億円）

- 優勝賞金「$10,807,953 」（約11億7968万円）
- 本大会は「ビデオゲーム競技における最大賞金額」でギネス世界記録に認定されている

57

eスポーツとフィジカルスポーツの融合①

海外の有名スポーツチームが続々と傘下にeスポーツチームを発足

リーグ	スポーツチーム
ドイツ・ブンデスリーガ	「ヴォルフスブルグ」「シャルケ」
イングランド・プレミアリーグ	「ウエストハム」「マンチェスターシティ」
フランス・リーグアン	「パリ・サンジェルマン」
スペイン・リーガエスパニョーラ	「バレンシア」
ポルトガル・プリメーラリーガ	「スポルティング」
オランダ・エールディビジ	「アヤックス」
ポーランド・エクストラクラサ	「レギア・ワルシャワ」
トルコ・スュペルリーグ	「ベジュクタシュ」
アメリカ・NBA	「フィラデルフィア 76ers」「マイアミヒート」
フィンランド・プロアイスホッケーリーグ	「Helsingin IFK」

58

eスポーツと学術①

スウェーデンの3つの高校はeスポーツを週3時間授業に取り入れる事を決定、Dota2やCounter-Strike：Goなどを有名プレイヤーから学ぶことができ、同国最大のゲームイベントのDreamHackに出場することを目標にしている

また、ノルウェーのガーネス公立高校では、従来のスポーツプログラムの中に、eスポーツを選択科目として設置。約30人の生徒は、3年にわたり週に5時間、 eスポーツを学ぶ一方でゲームに必要な反射神経や体力向上を目指し、身体 トレーニングも行う

アメリカでは、普通大学での専攻科目に「eスポーツ」が含まれていて45大学で授業が行われている。中国では17の大学、韓国では3大学で授業が行われている

59

eスポーツと学術②

アメリカではプロeスポーツプレーヤーを輩出するため、高等教育機関が奨学金を提供し、50以上の大学で学生eスポーツアスリートを受け入れている。

カリフォルニア大学アーバイン校は、奨学金制度の他に、eスポーツ専用アリーナをはじめとしたeスポーツ環境の設備投資を行い、eスポーツによる大学プログラムの拡大を狙っている 。
トーマス・パーハム副学長は
「eスポーツには、ゲームの学術研究・競技性・地域貢献・エンターテインメントの要素がある」と語る

60

eスポーツと学術③

米国での高等学校のスポーツや　活動のためのルールを定義する、**全米高等学校連盟**は、eスポーツを競技として採択したことを発表

スポーツゲームだけでなく、格闘ゲームやMOBAなど多岐に渡り、今後、まずはアメリカの最低**15州の高校や州協会**において、eスポーツがスポーツ競技として導入される

このeスポーツ競技では、レギュラーシーズン以外にも、観客を入れて行われる州選手権もあり、その様子はストリーミング配信も行われる

61

日本の教育関係でeスポーツ採択の動きが加速

●東京アニメ・声優専門学校

2016年、日本初のeスポーツ学科を設立1、2年生合わせて100人を超える生徒が在籍。

●北海道ハイテクノロジー専門学校

2017年よりeスポーツ学科を設立北海道のeスポーツプロチーム「ナチュラルズ北海道」と提携2018年には系列の北海道メディカル・スポーツ専門学校のスポーツトレーナー学科に「eスポーツトレーナー専攻」を開設

2018年に大阪コミュニケーションアート専門学校にも設立。
2019年は札幌、仙台、名古屋、福岡にも開設予定。
東京、大阪の2つの高等学校でもeスポーツの選択科目がスタート。

62

eスポーツとフィジカルスポーツの融合

●eJ. ＬＥＡＧＵＥ

2018年、5月4日、日本初のスポーツ団体主催のeスポーツ大会が開催

決勝ラウンドは、予選ラウンド通過選手・敗者復活ラウンド通過選手・クラブ推薦選手の計 15 名により、「FIFA18 Global Series Playoffs」への出場権を懸けて、JFAハウス ヴァーチャルスタジアム内にて　行われた

Jリーグの村井チェアマンはeスポーツについて「日本では久しく、学校の体育がスポーツのベースとなってきました。だから汗をかいて体を動かすことがスポーツと考えがちです。しかし世界では、非日常で楽しむことがスポーツと定義されています」と語った。eスポーツを取り込む事で高齢化が進むJリーグファンに歯止めをかけたい意向

63

eスポーツと行政

●No Maps

2017年、札幌市が協力するイベント「No Maps」においてプロeスポーツチーム「Naturals北海道」が主催となり札幌駅前通地下歩行空間（チ・カ・ホ）にてプロゲーマーを招いたeスポーツ体験・観戦イベントを開催

●「ハチャメチャ STARJAM」eスポーツ大会

2017年、渋谷区が主催するイベント「DIVE DIVERSITY SUMMIT SHIBUYA」にて優勝賞金100万円のトーナメント大会が開催

64

eスポーツで地方活性

●岡山駅前商店街 × eスポーツ

2018年、岡山駅前商店街のアーケードにてプロeスポーツ選手を招きエキシビジョンとeスポーツ体験・観戦イベントを開催。
地元のテレビ、新聞が多数取り上げた

●「勝浦中央商店会eスポーツ大会」

2018年、「勝浦eスポーツチャレンジ第1弾・勝浦ウイイレチャンピオンシップ」（勝浦中央商店会主催）が、勝浦市で開かれた。12歳の小学生から42歳の会社員まで腕自慢のゲーム愛好家12人が対戦型サッカーゲーム「ウイニングイレブン2018」で勝敗を競った。企画した市は、若者に人気のeスポーツを「市の活性化に役立てたい」と、今後もイベントを開く意向。

65

一般社団法人 日本eスポーツ連合（JeSU）が設立

これまで複数の団体に分かれていたeスポーツに関する団体が統合し、日本eスポーツ連合（JeSU）が設立。

2018年1月22日設立

- **eスポーツ振興に関する調査、研究、啓発**
- **競技大会の普及**
- **競技大会におけるプロライセンスの発行と大会の認定**
- **選手育成に関する支援とその地位の向上**

を目指していく

会長	岡村秀樹（セガホールディングス代表取締役社長）
副会長	浜村弘一（G‘zブレイン代表取締役社長）
専務理事	平方彰（スポーツコンサルタント）
常務理事	鈴木文雄（SANKO代表取締役）
理事	辻本春弘（カプコン代表取締役社長COO）
理事	早川英樹（コナミデジタルエンタテインメント代表取締役社長）
理事	越智政人（ガンホーオンラインエンターテイメント取締役）

eスポーツと国体

「“eスポーツ in IBARAKI”実行委員会（仮称）」と日本eスポーツ連合（JeSU）は2019年秋に「都道府県対抗eスポーツ大会」を開催すると発表

●茨城国体

- 「いきいき茨城ゆめ国体（第74回国民体育大会）」と「いきいき茨城ゆめ大会（第19回全国障害者スポーツ大会）」に合わせて実施するもので、協会では都道府県対抗として実施される国民的なeスポーツ大会は全国で初めての試み

- 大会は、47都道府県の代表により競われる。2019年春より各都道府県で予選会を行い、2019年秋に茨城県内において決勝大会を行う。

- 種目は、「ウイニングイレブン」のほか、他タイトルの採用も検討中

2019年茨城国体での「eスポーツ大会」開催を発表する大井川知事

日本eスポーツリーグ

eスポーツを文化として定着させ、地域と一体となった発展を進めるために日本全国の各地域を軸としたリーグを運営

現在

eスポーツといえば東京一極集中

リーグを通じて

地方を含め、日本全国にeスポーツ文化を根付かせる
当初は東名阪九北以外は**一県1チーム制**

スター選手の育成・発掘

地域独自のスポンサーの獲得

100年後も地域に愛されるeスポーツチームを

日本eスポーツリーグの加盟地域・チーム

都市	チーム名	特徴	チームスポンサー
北海道	Naturals HOKKAIDO	サンプラザ中野くんが代表を務める 運営は音楽イベントを開催してきた㈱ミュージックファンの子会社「㈱eスポーツ北海道」	北海道ハイテクノロジー専門学校 APRIL KNIGHTS PCCS Personal Computer Customer Satisfaction
東京	東京ヴェルディ	1969年に設立されたサッカーチーム “マンチェスターシティ”（英）等がゲーミングチームを持つ流れがついに日本にも到来	Lenovo Anime TOKYO SCHOOL OF ANIME ATHLETA®
愛知	名古屋OJA	尾張名古屋の誇りをかけて参戦。 名古屋王者 ㈱が運営。	yamamori
大阪	サイクロプス大阪	電子マネーを提供するビットキャッシュ㈱が、新たにeスポーツ組織「eスポーツコネクト」を立ち上げ、リーグ戦に参戦	BitCash SAKURA internet JStream GRAPHT ウェブルート GALLERIA GAMEMASTER デイリースポーツ
福岡	iGS福岡	JeSPA公認eスポーツ施設第1号店で日々練習・対戦会を行う。 全国でネットカフェ・カラオケ事業他を手掛けるカジ・コーポレーションが運営	インターネット&コミックカフェ アイ・カフェ グループ
熊本	LeGaime熊本	運営は再春館製薬グループの再春館システムズ 熊本の絆を合言葉に大都市以外から初参戦	再春館システム株式会社 キューネット 桜十字 Sakurajyuji Group

後援：毎日新聞　／　次期、東京・富山チーム参戦　／　3種目のゲームによる総当たり戦

日本eスポーツ学生選手権大会

この一年ほどでeスポーツ学生サークルは巨大化をしており、代表的なものでは**早稲田大学eスポーツサークルは部員150人**、**慶応大学は70人**、**近畿大学は100名**となっており、学校公認サークルも続々誕生してきている

大会名称	日本eスポーツ学生選手権大会
主催	日本eスポーツ学生連盟 eスポーツコミュニケーションズ合同会社
協賛	アバーメディアテクノロジーズ株式会社 GALLERIA -Gamemaster- ビットキャッシュ株式会社 株式会社Candee(格闘ゲーム部門のみ)
開催時期	第7回決勝大会 2018年3月11日(土)パズルゲーム部門 2018年3月12(日)格闘ゲーム部門 ※第8回決勝大会 2018年9月15日、16日
参加人数/大学	• 参加大学:約25大学 • 参加人数:188人
ネット配信	ニコ生、Twitch(1927人/2日間)

学校の枠を超えたコミュニティ作りとともに、
中学・高校へeスポーツ部設立を目指す。

フィジカルeスポーツ(＝テクノスポーツ)
ARスポーツ 「HADO」

プレイヤーは頭にヘッドマウントディスプレイ、腕にはアームセンサーを装着し、AR技術とモーションセンシング技術により、エナジーボールとバリアを駆使して、相手プレイヤーのライフを削りながら勝利を目指す競技。

（出所） meleap

Cyber BOCCHA

元々障がい者スポーツであった「ボッチャ」をプロジェクションマッピング技術などを用いて、エンターテインメントとして進化させたもの。スポーツバーで日常的に楽しめるコンテンツに。

（出所） ワントゥーテン

誰もが楽しめるスポーツ学習

カナダの「SAGA」社は、映像や照明と連動する次世代のスポーツ学習を提案。

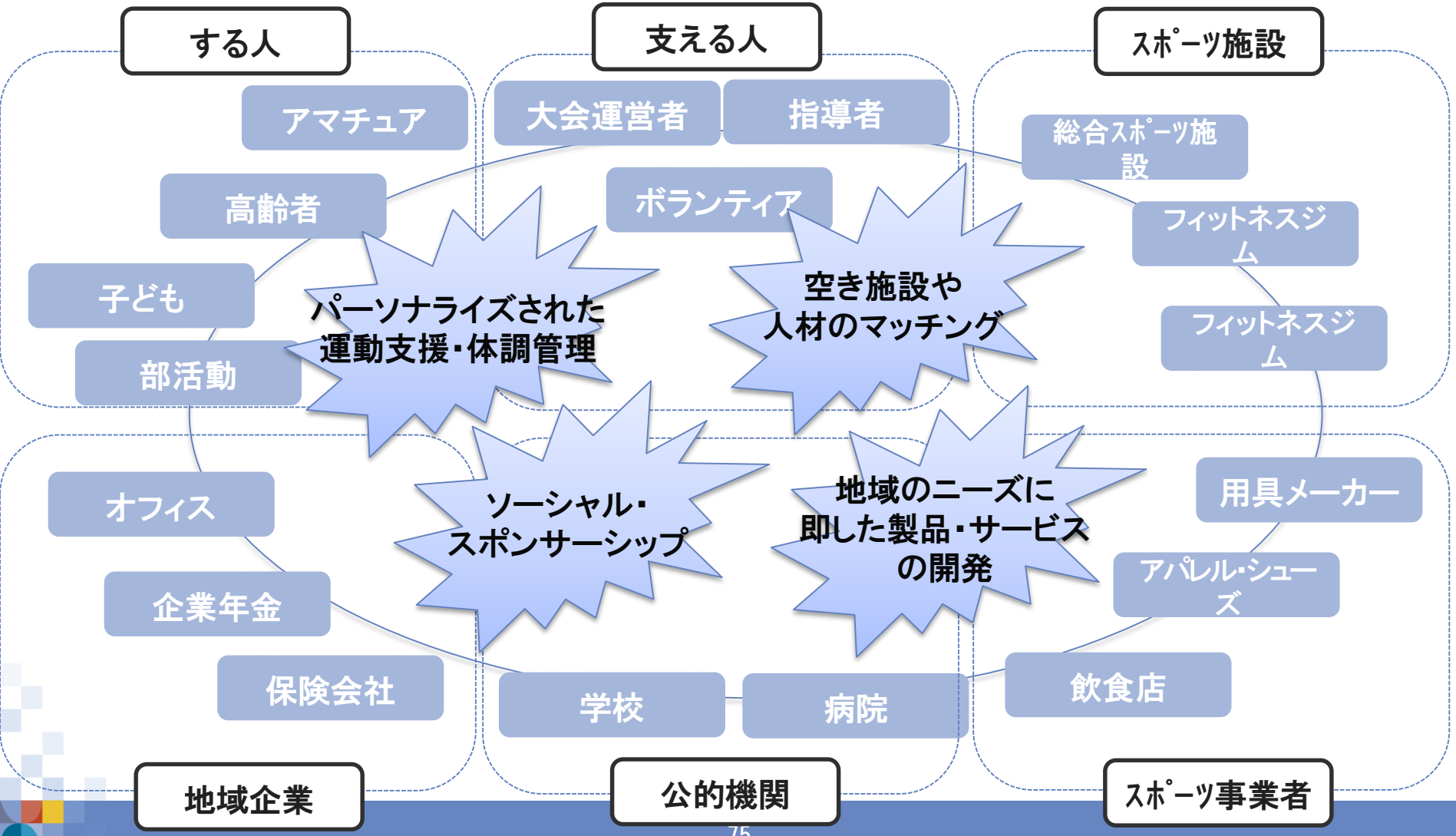
「Lü」は、3Dカメラやセンサーで人やボールの動きを追跡することで、現実とスクリーンの世界をうまく融合させている。子ども達は大きな画面でテレビゲームをするように、身体を動かしスポーツを楽しむことができる

3. スポーツにおけるテクノロジーの活用による人と人のつながりの創出について

Copyright © 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.

地域のつながり・エコシステムの創出

地域のヒトとヒト、ヒトとモノをつなげることで、個人の活動履歴の追跡（パーソナライズ）と、組織横断的なデータ連携・活用を可能にする



練習試合の相手・企業スポンサーを見つける「SHIAI」

「SHIAI」は、練習試合の相手や試合の企業スポンサーを見つけることができる部活動専用アプリ。練習試合の相手が見つからない、練習試合の相手と日程が合わない、部活動をしながらの就活への不安等の悩みを解決する。

カレンダーから練習試合の相手を約30秒で見つけることができるほか、スポンサー企業を通じて就活のチャンスを掴むことができる。スポンサー企業は、1試合あたり数万円程度の協賛金で、採用対象となる大学生との接触やマーケティング等に「SHIAI」を活用可能。

出典：当該企業の公表資料より

自分に合ったランニングコースと仲間を見つけられる「Runtrip」

Runtripは、ランニングコース検索と参加者連携・共有の場を提供するアプリ。

出典：当該企業の公表資料より

一緒にスポーツする仲間や施設を見つける「Life Sports」

初心者から上級者まで、「一緒にスポーツをする仲間・対戦チーム」や「全国のスポーツスクール・習い事」を簡単に探せるアプリ。

- スポーツ仲間もしくは対戦相手を探したい人が、スポーツの募集イベントを立てることができる。
- 開催施設は全国約30,000件以上の施設のなかから探すことができる。

出典:当該企業の公表資料より

オンラインスポーツレッスンアプリ「だんきち」

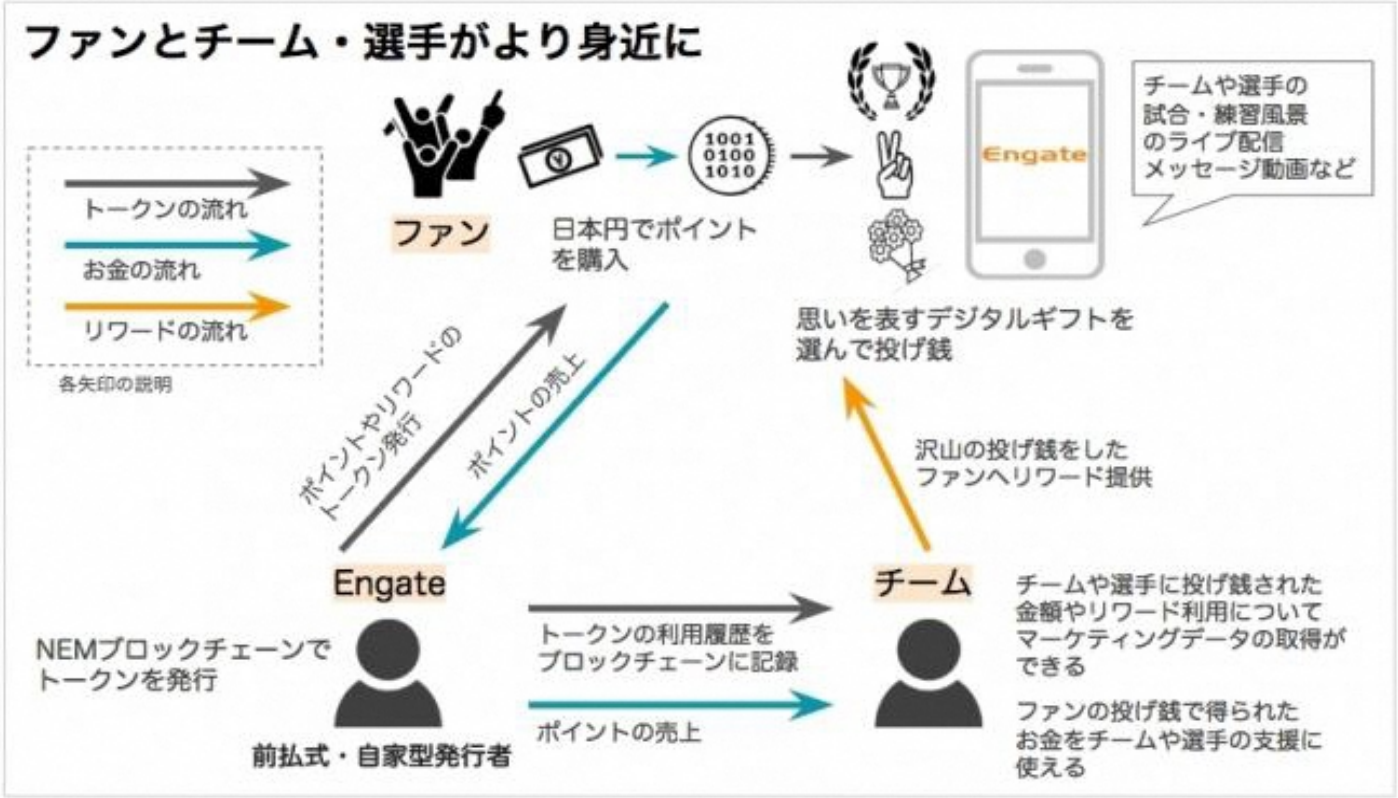
だんきちは、スマホさえあれば好きな場所で、いつでもレッスンを受講できるオンラインレッスンサービスを提供。自分のフォームやプレー動画をアップすると、プロのコーチによるフィードバックや動画を使ったフォーム指導、練習メニューのアドバイスなどをもらえる。コーチは、指導内容がよければ、新たな生徒獲得にもつながる。

- 現在だんきちが手がけるオンラインレッスンサービスは単月で約3500人が使用。
- まず、フォームが重要視されるスポーツとして「野球」「ダンス」「テニス」「ゴルフ」「陸上」の5種目に注力する。

出典：当該企業の公表資料より

エンゲート：ブロックチェーン活用したスポーツ“投げ銭コミュニティ”

ファンがチームや選手を”応援する気持ち”を”投げ銭”という行為で実施。投げ銭の履歴はチームや選手とファンとの結びつきを表すものとして、すべて改ざんできない形でブロックチェーンに記録される。

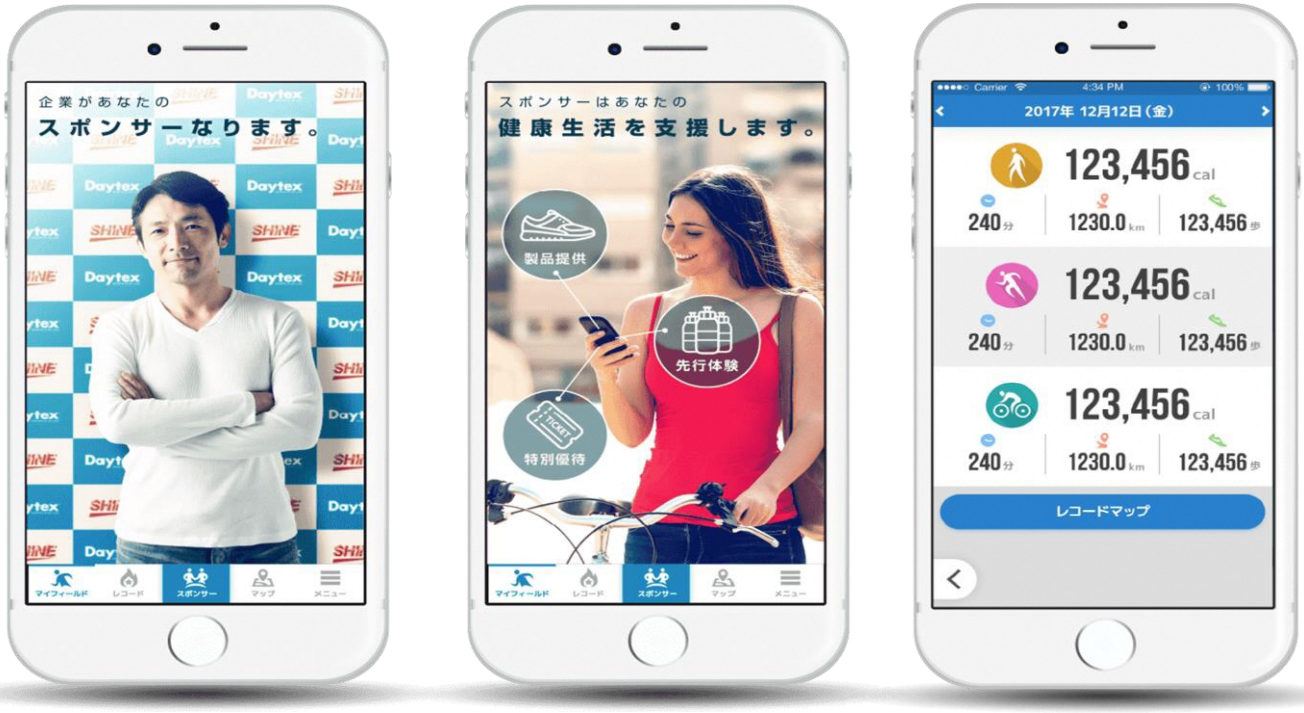


第一弾では、投げ銭コミュニティ・サービスを2018年10月にベータ版をリリース。ハンドボール、サッカー、フットサル、野球、格闘技、バスケットボール、バレーボール、ラグビーなどの8競技20チームから参加。

出典：当該企業の公表資料より

個人の運動量に応じて、企業のスポンサーがつくアプリ「SPOBY(スポビー)」

SPOBYは健康を意識している一般消費者と、企業や自治体などをマッチングする新しいサービス。一般消費者にとって、日々の活動が自動で計測され、歩く、走る、頑張るほど企業や自治体などとスポンサーシップを結ぶことができ、スポンサーから健康生活を支援する様々な特典が提供される。
一方、企業や自治体にとっては、健康を意識している一般消費者とのマッチングが可能となり、ダイレクトマーケティングのツールとして活用されることが期待されている。



現在5つの企業がサポートを提供。

- ヘルシア
- 東急電鉄
- ティップネス
- JINS
- キットカット

出典:当該企業の公表資料より

スポーツハブKANSAI

大阪商工会議所は、京都商工会議所、神戸商工会議所の共催により、関西のスポーツ産業振興プラットフォーム化を目指し、「スポーツハブKANSAI」を立ち上げ。
スポーツビジネスに取り組む、あるいは参入を目指す企業を、研究開発・実証研究・事業化・販路開拓等の支援をしている。企業・スポーツ界・アカデミア等の連携を促進し、高付加価値製品・サービスの開発を目指すマッチング事業を展開。

- スポーツ産業に特化したビジネス創出プラットフォーム。
- 関西圏だけでなく、様々な地域から計400社以上が登録。
- 製品・サービス開発を促進するビジネスマッチング事業を年3回開催。
- スポーツチームなどの団体と連携して実証研究の場の提供も実施。

出典：当該団体の公表資料より

Digital Transformation Of Sports Business

株式会社NTTデータ経営研究所

© 2017 NTT DATA INSTITUTE OF MANAGEMENT CONSULTING, Inc.