

高知県オープンイノベーションプラットフォーム 課題概要書

分野	スポーツ
テーマ	スポーツ興行のためのマーケティングデータ取得とデータを生かしたマネタイズ検討手段の提供
課題提供者	高知ユナイテッドスポーツクラブ（サッカークラブ・2020年にJFL昇格） 高知ファイティングドッグス（プロ野球チーム・独立リーグ四国アイランドリーグplus）
課題概要	安定的なチーム運営のため競技力向上に加えて、チケット、スポンサー、グッズ販売の収益改善が急務だが、限られたスタッフ人員ではデータ取得、販売強化が難しい状態。最小限の人員で来場者情報を取得するとともに、取得した情報を元にマーケティング設計を実施できるようにしたい。
解決の方向性	来場者のデータ取得、マーケティング強化を想定 ① 画像認識、タッチパネルなどを用いて来場者セグメントを把握 ② 来場者データに基づき、マーケティング施策を検討 ③ 来場者データに基づいたグッズ開発や集客施策を実行

【参考画像】



コロナ環境下での野球場の入場口の様子



野球場入口で検温カメラが稼働中



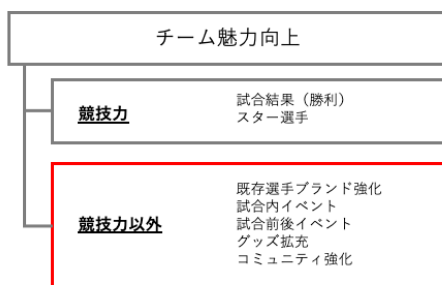
オフィシャルラインナップの一例

(<https://store.shopping.yahoo.co.jp/kochi-usc/>)

スポーツマーケティング施策の概要

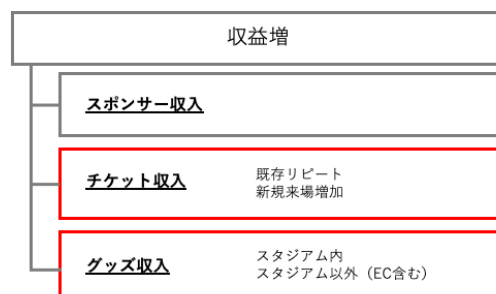
ポイント1

安定的に収益を得るためには、競技力向上以外に、チームの魅力を高め伝えることが重要。



ポイント2

収益力向上のためには、チケット・スポンサー収益以外にグッズ販売、スタジアム以外での収益化が重要。



1. 背景

近年コト消費が注目される中でスポーツの振興には大きな期待が寄せられているとともに、多くのチャンスが生まれている。事例として、横浜ベイスターズが親会社 DeNA の知見を生かし 2012 年から 7 年連続で観客数を増員。また、2019 年は鹿島アントラーズの経営権がメルカリに移り、同社の持つテクノロジーを運営に活用し、ファン獲得、運営強化を目指している。これらの動きは大規模なクラブに限ったものではなく、サッカー J2 のモンテディオ山形はアビームコンサルティングと、J3 の FC 今治はデロイトトーマツグループと連携した収益化に取り組んでいる。

2. 現状と課題

高知ファイティングドッグス、高知ユナイテッドは共に収益改善が重要なテーマであるが、特に、高知ユナイテッドにおいては JFL 昇格に伴い、これまで以上の運営資金が必要となっている。具体的な手段としては既存顧客の単価向上（来場回数 UP&グッズ販売）、新規顧客の獲得、スポンサー獲得がある。スポーツマーケティングのセオリーで言えば、スポンサー獲得が重要かつ緊急である。しかし、スポンサー獲得は対面でのコミュニケーション改善がポイントとなるため、本 OIP ではファン獲得を通じたチケット、グッズでの収益改善に着目する（前頁スポーツマーケティング概要図参照）。これらファン向けの集客施策・グッズ開発を行う際、現状のファン層を把握した上での施策設計が重要となるが、同社においてはチーム運営スタッフは最小限に抑えられており、多くの試合でボランティアスタッフの手も借りながら運営している状態であり、データ取得、分析、打ち手の実行まで設計ができていない現状がある。このプロセス全体の改善のためにデジタル技術を活用し、より効果的なマーケティング、マネタイズが行えるようにしたい。

3. 解決の方向性

「現状の把握」「マネタイズ施策の策定」の 2 ステップを想定。

「現状の把握」は運用面を考慮すると、競技場入り口にて来場者の映像を取得し、機械学習を用いた映像分析をするという方向性と、確実性や費用対効果を考慮してタブレットを用いたタッチパネル入力での来場者情報を取得する 2 つの方向性が考えられる。

続いて、取得した来場者データを踏まえた「マネタイズ施策」を検討、実行する必要がある。マネタイズの手段としてはグッズ開発、イベント企画、EC 販売強化が想定されるが、あくまで「現状の把握」で得たデータが元となる。本課題解決においては、データ取得→分析→開発・販売と実施事項が複合的になるため、複数の企業の協働も検討したい。

4. 市場性

スポーツ分野への注目は年々高まっており、2015 年にはスポーツ庁が設置され、スポーツ庁により現状 5.5 兆円の市場は 2025 年に 15.2 兆円規模に拡大すると試算されている。

また、本件は地方スポーツリーグの共通の課題であるファン獲得&収益化を実現するものであり、J2、J3 で 40 チーム、野球に独立リーグ団体 22 球団以上が顧客候補と言える。またテナントを伴うショッピングセンターなども、来場者分析を必要とする領域と言える。

5. 参考情報

- ・他社 AI カメラサービスイメージ（株式会社アイリスオーヤマ）
(<https://www.irisohyama.co.jp/b2b/iot/products/ai-camera/>)
- ・EC 強化によりグッズ関連利益を伸ばしている J3 ガイナーレ鳥取

2018年2,800万円が、2019年3,500万円（※）

(<https://www.gainare.co.jp/special/2020/yajin-project20summer/index/>)

(<https://www.gainare.co.jp/shibafull/>)

- ・パートナーであるGMOペパボのサポートもあり、主にECにてグッズ関連利益を伸ばしたJ3鹿児島ユナイテッドFC（※）。2018年1,400万円が2019年2,800万円。

(<https://store.jleague.jp/club/kagoshima/>)

※出典：Jリーグマネジメントカップ2019（デロイトトーマツグループ）

6. 課題説明会

日 時：2020年10月21日（水）9:00～12:00

場 所：高知会館 3階 飛鳥（高知県高知市本町5-6-42）、オンライン

申し込み：<https://kochi-oip.jp/event/20201006/1021/>