令和2年度スポーツ産業の成長促進事業 「中央競技団体の経営力強化推進事業(戦略的普及・マーケティングの実施)」

経営力強化に繋がる

NFマーケティング戦略策定と実行について

2021年1月21日



NFマーケティングを取り組むべき重要性

NFの普及・マーケテイングとは……

「する」「する」「支える」人・団体 (→顧客) を拡大 (→普及) し、 収益の拡大 (→マーケティング) を図ること。

少子高齢化による人口減や趣味嗜好の多様化、2020オリパラ以降のスポンサー費や補助金減少など、

外部環境が変化する中、NFが持続的に発展するためには、当該スポーツを「する」「みる」「支える」人・

団体(=顧客)を拡大する(→普及)とともに、収益の拡大(→マーケティング)を図り、より多くの人・団体

が当該スポーツの価値を享受する社会の実現を図る事が重要です。

また、従来の「する」「みる」「支える」に加えて、スポーツが持つ価値を「活用する」事により、NF自身又は 社会課題の解決に貢献し、収益やブランド価値の向上を図ることができます。

普及・マーケティングが持つ必要性

競技力強化に偏重した組織運営を見直し、収益基盤の安定(普及・マーケティング)や組織のガバナンス強化に取り組むことが重要。



岩城ミッション(2013年策定)

日本トライアスロン連合(JTU)

国ニッポン一の

実現をめざり

各地で開かれる大会や都道

選手と組織の強化が命題

把えた布除を敷いています 単行して、19歳以下の日・19、15歳以下 プログラムに取り組んでいます。 ピックでのメダル獲得を目指して、 ムを選手雑化の「1つのエンジン」を軽なり 等しています。私たちはこの4つのチ 那監督が男子を、女子を内山勇監督が前 年シドニー・オリンピック出場の福井英 恋庭以下が対象のU・20では、2000 と山根英紀監督がそれぞれ男子 過去にオリンピックでナショナルチーム ン連合の取り組みを聞かせてください リンピックに向けた、日本トライアスロ 020年東京オリンピック・パラリン ヘッドコーチを締めた飯高僧一郎監督 2020年東京オリンピック・バラ ・ほといった次世代も中山使行り ト選手の強化には

トレーニング環境の整備も進んでい

娘化合宿や大会開係地でもあるリゾ

ハワイアンズ」のような施設を有し

拍攝散も乗っている素晴らしい立地環境 が、問もなくトライアスロンのナショ ょう。今後は、アジア各国の合宿も受け としてはこれ以上ない環境といえるでし トレーニングを行える、選手機化の拠点 です。気候の面から見ても年間を適じて 辺も自然に恵まれ、さらに交通の便や相 る子定です。目の前には誰が広がり、 ルトレーニングセンター (NTC) にな

・組織の強化はいかがでしょう?

った東京オリンピック・パラリンピック事務局へ被遣し、グローバルな視点に立 持、糸機皆理、倫理保持原勢、そして築 システムを展開しています。加えて、ガ 2名を国際トライアスロン連合(ITU) 急通権総口の設置などにも努めています。 パナンスの強化、コンプライアンスの雌 4年度はあどもの事務局員

競技人口増加の助きも活発です。

ト施設の宮崎シーガイア(宮崎県宮崎市)

「岩城ミッション」の実現

ジグループの皆さんの適足度を高めてい 増やし、大会の内容も光実させて、 うような状況ですから、大会数を大幅に たちまちエントリーが定員に達して は増加の一途をたどり、大会によっては 勢力を続けています。そうしたなかで、 好者的双力5000人を図万人へ増やす 会員数を現在の約3万人から5万人へ、 働きかけているところでもあります 全国の高校にトライアスロン部の創設を (インターハイ)での競技採用も目指して 体)に続き、全国高等学校総合体育大会 年から正式競技になる国民体育大会(国 かなくてはなりません。また、 エイジグループと呼ばれる一般選手の数 大会教約290大会を500大会へ、 加製団体の協力や自治体の反応は?

全国行都道府県の加製団体と敦固な信 大会の開催に関心を寄せ

要なので、地域のパックアップなくしてボランティアなどのスタッフも相当数多 イアスロンはコースが広域に及びますし、 てくださる自給体も増えています。

「岩域ミッション」と銘打ったプロジェ 接音さんと意見交換をしながら、現場の 府県ならびに各プロックの撃会、連絡会 各方面に支援を募っていく考えです。 が、よりよい環境で載技に励めるよう ています。今後も選手や愛好者の皆さ の属員がトライアスロンを応接してくれ が2009年に会長となり、現在約60人 ーツ行政に精通した橋本堂子参議院議員 派のトライアスロン議員連盟では、スポ も不可欠で、2006年に結成した趙炎 配金式具などにできるだけ足を選び、直 ライアスロンの普及発展には国の支援

で技の魅力にとりつかれて と自身がトライアスロンを始めたき

っかけをお聞かせください。

て、思い立ったのです。当時のいわき 行政間の調整に告労していることも知っ ンのコースは複数の市町村にまたがり、 を見たのがきっかけです。トライアスロ あるときテレビのドキュメンタリ 何歳でいわき市長に就任しましたが、

ピック・パラリンピックを楽しみに、歳ですけれども、2020年東京オリ けられる、実は年配者にも優しいスポー 燃やして切磋琢磨しています。私自身店 ツだと思うんですね。実験、エイジダル ければランをやめて、パイクやスイムで コンディションに応じて、例えば膝が指 塊にも意識が向きます。トレ 歳まで続けるつもりでいます。 していまして、選手同士、ライバル心を 験に負担の小さい練習をするなどパリー のずと自己管理能力が表われて、体調管 ーションが豊富なので、マイペースで統 -ブではの代や70代のカテゴリ ス当日の準備などにも 夫が必要。

日本をトライアスロン大国に

て、やめられなくなりました(笑)。 という見出しで記事が載ったこと

ライアスロンの魅力とは?

めて大会に出て完定することできたので りと悲戦が隠しましたが、妬歳のとき初 ルの順載をちょっとずつ延ばしていった もはピンディングシューズがうまく取げ て自己派で練習を始めました。初めのう に挑戦してみようと、早速パイクを買っ と。それにはまず自分がトライアスロン これは大金剛催にもってこいじゃないか 営舞ハワイアンセンター(現スパリゾ は日本一の血積を誇っていて、毎があり

そのときの感動といったら、

転倒したり、25mしか泳げないクロ

んでしたね。翌日の釈聞に「鉄人市長

機道の繰り上げには何が必要だとお

全国各地で行われる大会を、地域の活

びなど、挙げればキリがありません。ま したときの遠域感、人から広接される真

> は今後も、キッズの大会をより増やして 挙げて選手を応援する新たな施れが生ま ングを積んで育っていますから、地っています。彼らは行、地域でトレ うちからトライアスロン一本という選手 は除上競技や水泳競技からの転向組が中 いく計画です。 れるはずです。そのためにも、丁丁 も世界のひのき舞台に立ってほしいと願 パラリンピックでは、そういう後代から 心だったトライアスロンも、今や子 広げ、特に子供たちにトライアスロンに もらうことだと思います。後要

ましたね。 2015年度は新たなテーマも殴け

は多くのボランティアに支えられて Family」というフレーズが模づいており 「the home of triathlan」です。トライアスロン界には以前から「Triathlan トライアスロンに関わる人々は皆、家族

抱負をお聞かせください 2020年とその先の未来に向けて

な理由の一つです

やすい。子供たちにトライアスロンに観

ではできません。そう

は個人競技ではありますが、決して一人 にも支えられています。 切磋琢磨する仲間がいて、家族やコー スができますし、普段は共に助まし合い

しんではしいというのも、その点が大き 人に感謝する気持ちや仲間登職が身生え

理解を深めていただきたい。そしてという競技の魅力を味わっていただき、 ライアスロン大国ニッポン」です。 むは「v ライアスロン大国という位置づけを目指 世代に裾野を広げ、世界でも指折りのト は多くの国民の皆さんにトライアスロ 次世代の選手並化はもちろん、その下の 2023年にはインタ 東京オリンピック・パラリンピックで これが私どもの人きな目標です。 ハイに参人を日



JTU中長期経営戦略

2017年 9月 : 理事会にてJTU経営戦略の策定骨子の承認

2017年12月 : 戦略計画アンケート実施(対象:JTU理事)

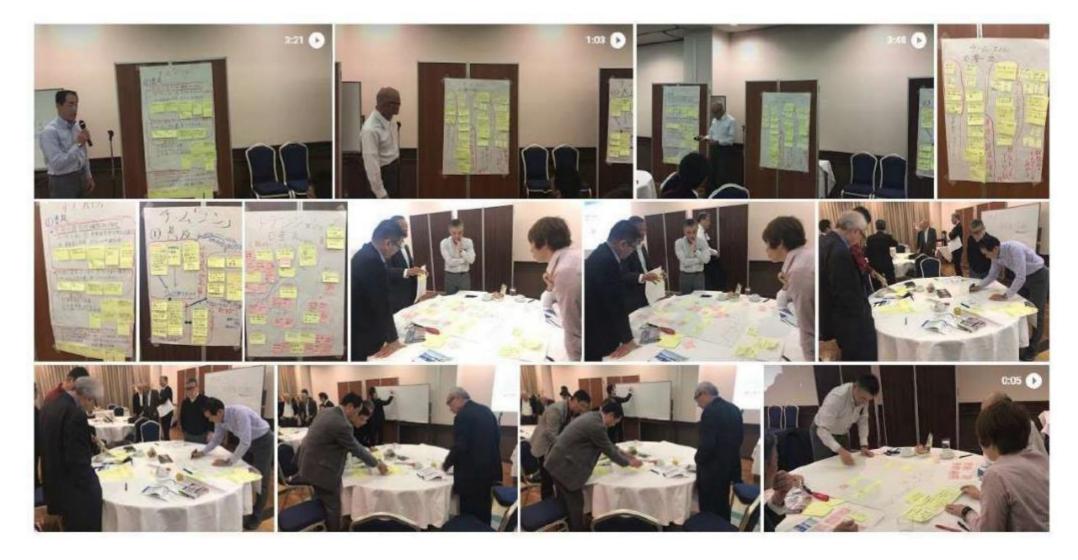
2018年 3月: 経営戦略ワークショップ開催(対象:JTU理事)

2018年 5月 : 理事会でJTU経営戦略骨子の方針の確認

2018年 6月: JTU経営戦略方針骨子の報告(定時社員総会)

2018年 7月: JTU戦略方針の発表(HP及び冊子等)

JTU中長期経営戦略



JTU中長期経営戦略

MISSION (使命) ・トライアスロン競技の更なる強化・普及を図り、健全な心身の発達に 努め、競技団体としての社会的地位向上を図る ・他競技に比し、卓越した国際基準・国内基準を定め、トライアスロン競技をグローバルに成長させる

=目的

VISION (役割) 【普及】Keyword:

*会員登録数5万人

*競技愛好者数50万人

*国内大会数500大会の推進

【強化】Keyword:

*2020年:女子メダル、男子トップ16

*2024年:女子メダル、男子トップ8

*オリンピック・パラリンピック・マルチ

スポーツにおける国際トップレベルの選

手・指導者の強化

*ジュニア層・高校生年代の育成システ

ムの確立

【組織】Keyword:

*トライアスロンの社会的価値の創出

*安全・安心な競技環境の整備

=目標

ACTIVITY (活動)

本ワークショップでは目的・目標を達成するための 「手段」について議論を行います。 =手段



NFマーケティングの実施ポイント



NFマーケティングの実施ポイント

Moving Forward Together! 2 第3回オリ パートナーと一緒に創る、トライアスロンの未来 第37回オリンピック(11度目) 第38回オリンピック(12度目) 第50回ジャバンランキング 次の新たな時代を創造 ラリンピック(8度目) 第35回 第24回アジア競技大会 シピッ 第25アジア競技大会 リサンゼル オリンピック(9度目) 2 13 第22回アジア競技大会 第23回アジア競技大会 第19回アジア競技大会(中国・杭州) 東京パラリンピック(2度目) 第2回アジア競技大会(愛知) 度目 リバラリンピック(3 度目) リ・オリンピック(7 ス・オリンビッ ルドマスターズゲ ス横浜大会 2040 2042 2044 2046 2048 30回日本選手 高校総体への参画 競技人口推移 ンランキング 2(8 2(4 サーキット(全国基础構築)誕生50周年イベント ムズ関西 2044 第50回日本トライアスロン選手権記念大会 度目 度度 度目) 2046 ジャパンランキング50周年記念イベントの開催 2034 第40回日本トライアスロン選手権記念大会 2036 ジャパンランキング40周年記念イベントの開催 2020 2021 2022 2023 2039 第30回世界シリーズ横浜大会の開催 2024 第30回日本トライアスロン選手権記念大会 2026 ジャパンランキング30周年記念イベントの開催 2040年代 2020年代 2030年代 2050~ 強化戦略へのAl/loT技術活用(Road to 2014 Paris) IOWNによるトライアスロン競技の単新と創造 *国民体育大会少年の部への参加 *オリンピック・パラリンピックでのメダル常連個へ *役員選挙制度の採用 *健康スポーツとしての位置確立 *JTU加盟団体法人化/全国7ブロックへの統合 *アカデミー制度・トレーニングセンターの確立 *学校教育への参加 *JTUガバナンスコードの順守(女性理事40%他) +国際コーチの養成 *国際的リーダーの育成(世界・アジア) *男女50%同比率の競技人口確立 *JTU組織強化(国際化・財務・マーケティング・人材・ガバナンス・法務) *世界選手権の誘致 *ウインタートライアスロンの冬季オリンピック正式競技化

トライアスロン競技の発展と成長のイメージ(30年構想)

NFマーケティングの実施ポイント

NFマーケティングが収入確保のために必要なこと

グッドガバナンス

組織規範、組織統治、財務会計=自立

ステークホルダー

コーポレートガバナンス(企業統治)

プロパティ

権利や財産の発掘・見直し・保護

オリジナリティ

独自のシステム/プログラム=唯一性



NFマーケティングが取り組むべき戦略が見えてくる。

経営力強化に向けたJTUの取り組み

ミッション・ビジョン・中長期戦略

- <Activity> 活動(=手段)
 - ・JTU会員登録価値の最大化 ・国内大会の充実
 - ・関連企業・メディア連携強化
- ・生涯スポーツとしての価値の最大化
- •競技環境の整備
- ・トライアスロンムーブメントの創出

Visionの中の具体的な目標 「555計画」(普及のみ数値目標設定)

①会員登録数の増加:5万人(2019年:3万人) ②競技愛好者数:50万人(2019年:37.5万人) ③国内大会数:500大会(2019年:290大会)



【戦略·実行計画策定】

目標達成(現状とのギャップを埋める)に向け、会員登録や大会参加価値を高める施策を推進。



上記を推進するために「トライアスロン=健康スポーツ計画」を掲げ本事業の実施を推進していく。

事業趣旨·目的

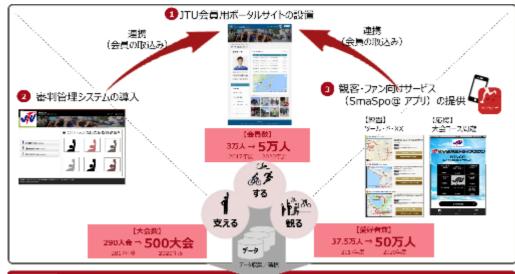
IT技術等を活用した「トライアスロン=健康スポーツ計画」の推進

- ・社会課題であるスポーツを通じた健康増進について、中央競技団体として競技団体が持つ権利と会員基盤DBとITU技術・他産業サービスを掛け合わし、 健康スポーツを切り口としたサービスを展開し、競技者の満足度の向上・競技者数の拡大を図り、「トライアスロンの健康スポーツ」として立ち位置の確立 させる。
- ・NF自らが保有する権利・資産をNF自身で戦略的に活用し、自立した経営を推進することで、スポーツ競技団体の成功事例としてロールモデルとなり、更に将来的な「スポーツマイレージ(仮称)」の構築による国内新産業の発展の基礎となる事を目指す。

経営力強化に向けたJTUの取り組み

アクションプラン

(1)デジタルプラットフォームの構築





JTU会員登録の価値最大化及びトライアスロンムーブメントの創出に向けて、JTU会員向け「マイポータル」を充実させ、JTU会員の満足度向上・大会参加数増加に繋げる。

(2)動画関連サービスの拡充



登録会員や関係者とのコミュニケーションツールとして動画を用いた サービスの展開を推進するため、専門チームを立ち上げ、動画サービス の収益化を図る。

(3)「健康スポーツ=トライアスロン」 リアル×バーチャルサービスの推進



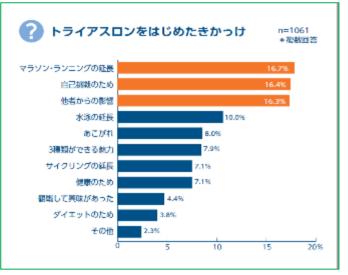
バーチャルバイクアプリを活用したトレーニングサービス、オンライントレーニングサポートサービス、IoT端末・ウェアラブル端末を活用した大会運営サービスなど、健康を機軸にリアルとバーチャルを融合したサービスを展開する。

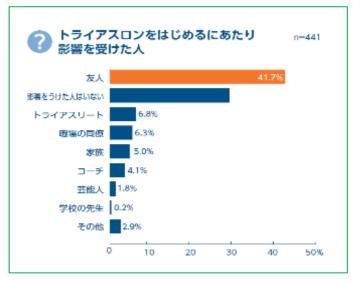


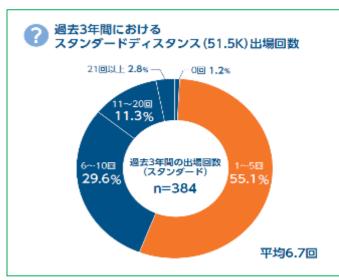
トライアスロン自体のコンテンツ分析

ひとつでも多くの「財産」となる種を探すこと。



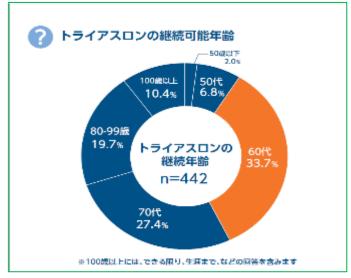


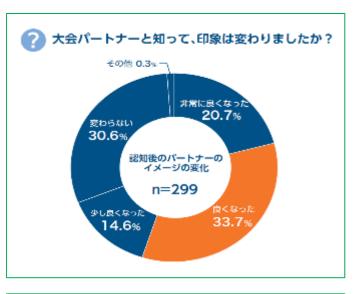


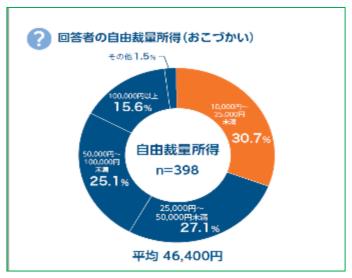


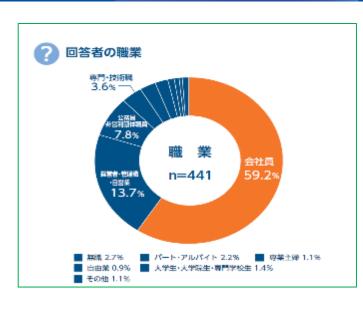


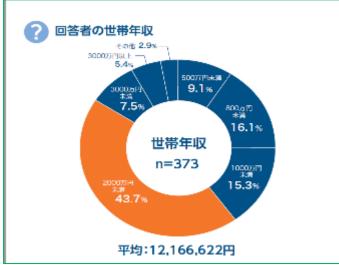












「トライアスロン」がもつコンテンツとしての主な特徴

- 男女比率は、8:2。 年齢構成は、40歳~50歳代で全体の65%。
- 経営者・管理者層が約14%。 会社員比率はマラソンと殆ど同値。
- 世帯年収平均が約1,200万円。使えるお小遣いも約5万円。
- 一人当たり年間で約45万円の消費額。 大会に出場したら約5万円の出費。
- 出費はあるけど、生涯スポーツとして続けたい。なんと現役最年長は87歳。
- スポンサー企業への印象は良くなっているけど、「変わらない」も約30%。



トライアスロン ~企業リレーション×CSV~

「健康=トライアスロン」

日本国民の健康寿命増進のための、スポーツ×社会文化の創造



Triathlon Innovation

1

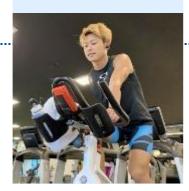
ライフシフト ラ

人生戦略における スポーツやトライアスロンの 位置付けの向上



テーラーメイド

ひとりひとりにテーラーメイド 化されたトレーニング環境の 提供(健康増進)



SDGs

SDGsの観点から設計する 大会運営や事業の再構築



新生活様式

ウィズコロナ時代のおける 新しい様式での 大会運営や事業の構成



IoT

IoT等先進技術の活用と トライアスロン競技の 融合による革新



Triathlon Sustainable

SUSTAINABLE GALS

トライアスロン ~企業リレーション×CSV~













競技用具の制作や検定





(公社)日本トライアスロン連合の事業







支援活動







Triathlon Innovation

JTU地域加盟団体と関係パートナー団体・企業との協力とDXによるトライアスロン・イノベーション



トライアスロン ~企業リレーション×CSV~

お互いの目標の実現を目的とする、新たな普及および共創事業の開発・実施プログラム







「健康=トライアスロン」



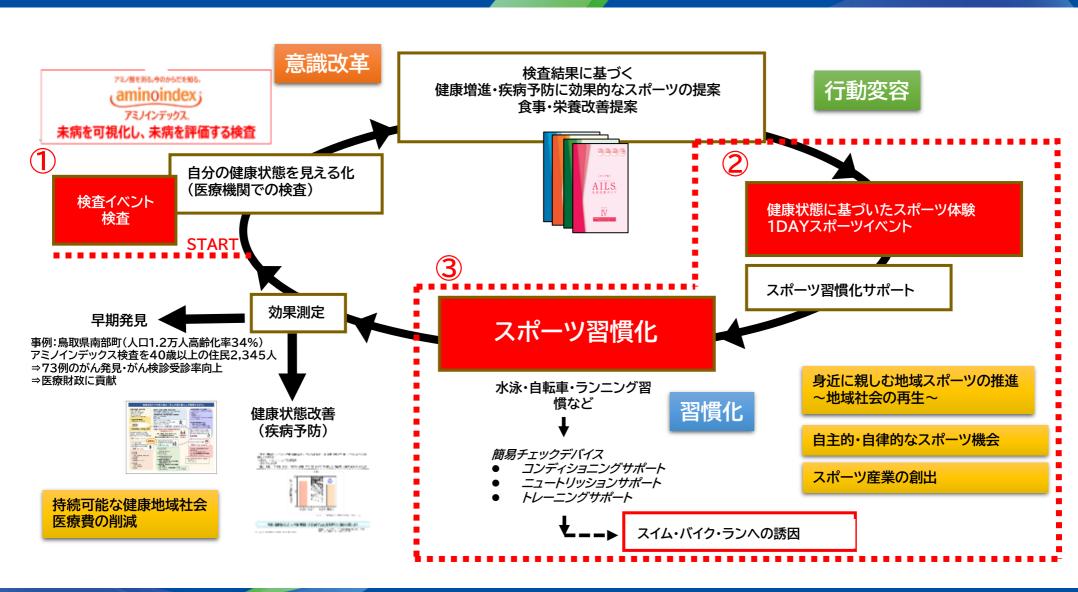


A社様×JTUによる、トライアスロンの新たな普及および共創事業の価値を創る



JTU 全国加盟団体(47都道府県)の協力

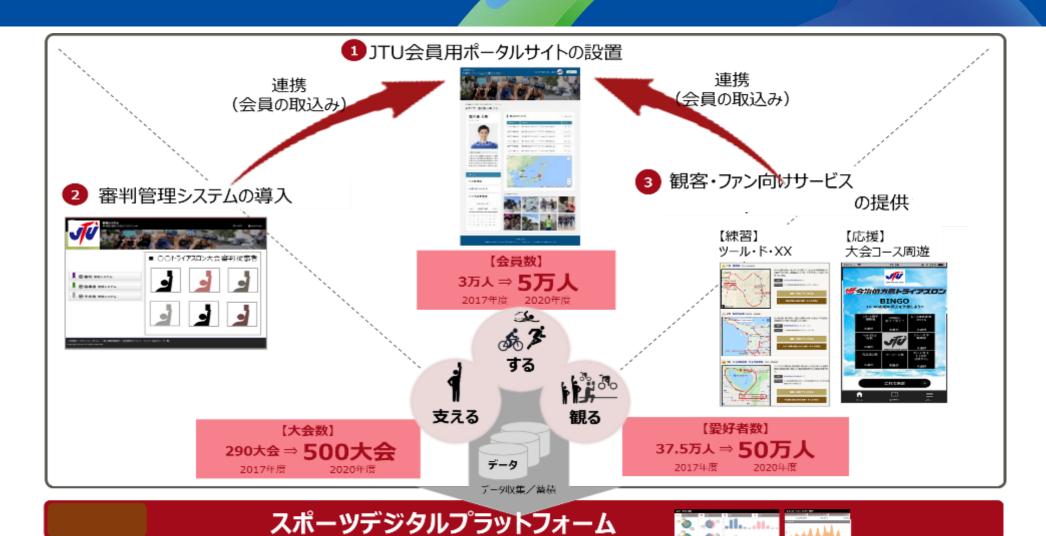
トライアスロン ~企業リレーション×CSV(味の素社との共創)~



トライアスロンデジタルプラットフォームの構築推進

■ JTUスポンリー 選手/顧客の情報分析■ メーカー/卸 商品開発への活用

■ メディア 観戦者へのエンタメ/サービス



■行政 都市計画、住民の健康維持、観光客増

■大学/研究機関 研究への応用

shows tell-way the cost

.

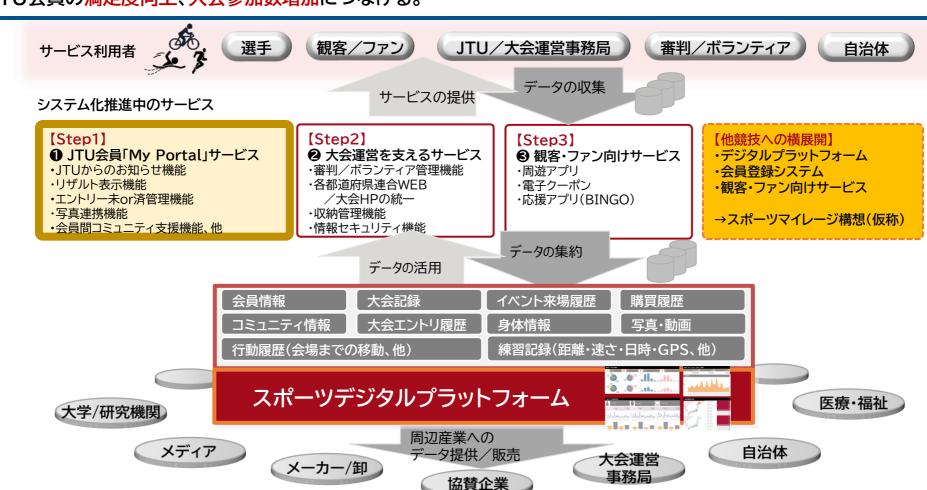


データの

提供/販売先

トライアスロンデジタルプラットフォームの構築推進

JTU会員登録の価値最大化及びトライアスロンムーブメントの創出に向けて、JTU会員向け「マイポータル」を充実させ、JTU会員の満足度向上、大会参加数増加につなげる。



トライアスロンデジタルプラットフォームの構築推進

施策目的

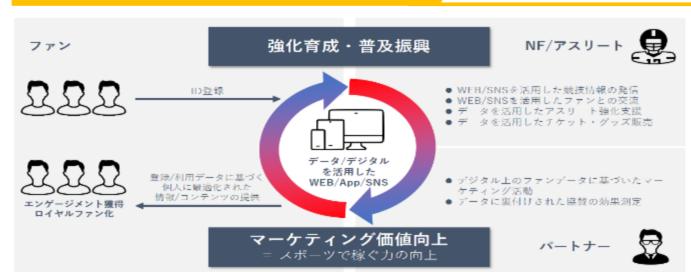
JTU登録会員用 スポーツデジタルプラットフォームを構築

「JTU登録会員デジタルプラットフォーム」を構築することで、会員ロイヤリティの向上と、ガバナンス強化、普及拡大の基盤を形成し、持続的な収益構造の確立を推進する。現在分散管理されている、選手の大会エントリー情報やリザルト・練習記録・写真などの情報を集約。選手の活動データをプラットフォーム上に一元管理・ビックデータ化をすることで、選手に対するサービス向上だけでなく、安心安全な大会運営に役立てるほか、将来的には関連企業や団体へデータを提供し、新サービス・商品の開発や販売促進に活用を行う。



IoTを活用したスポーツ界全体における将来構想「スポーツマイレージ」案

データ/デジタルを活用したプラットフォームを構築する ことで、日本スポーツ界の全てのステークホルダーの、 さらなる成長を牽引 デジタル&データを活用することで、スポーツファンの「する」・「みる」・「支える」が活性化し、アスリート、ファン、スポンサー、NFにとってのオールWINを実現する



- →日本国民全体の健康寿命促進への寄与
- ✓健康意識の醸成と行動変容の促進
- ✓ 各競技間の垣根が無いコミュニティ
- ✓ユーザ登録制による参加者自身が主導
- ✓各競技間でシェアできるポイント制
- ✓ dポイント等の主要ポイントサービスと の連携による裾野の拡がり

