



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)

Triathlon

成果報告書

2021年3月 公益社団法人 日本トライアスロン連合

本報告書は、スポーツ庁の委託事業として、《公益社団法人日本トライアスロン連合》が実施した令和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）の成果を取りまとめたものです。

従って、本報告書の複製、転載、引用等にはスポーツ庁の承認手続きが必要です。

1. 事業実施背景

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せ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。
- ・本事業での支援も受け、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、競技団体の成功事例としてのロールモデルとなること目指す。

ミッション・ビジョン・中長期戦略

<Mission> 使命 (=目的) 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

<Vision> 役割 (=目標) **[組織]** スポーツ界をリードする信頼されるグローバルな組織の確立 (トライアスロンの社会的価値創出、安全・安心な競技環境整備)

[強化] 継続性のあるアスリートの育成強化 (オリパラでのメダル獲得、トップレベルの選手・指導者の強化、育成システム確立)

[普及] 社会に調和と融合するトライアスロンの普及活動の推進 (会員登録数、競技愛好者数、国内大会数の増加)

<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

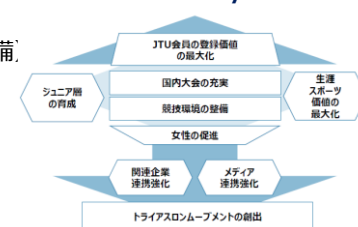
【戦略・実行計画策定】

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。

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)

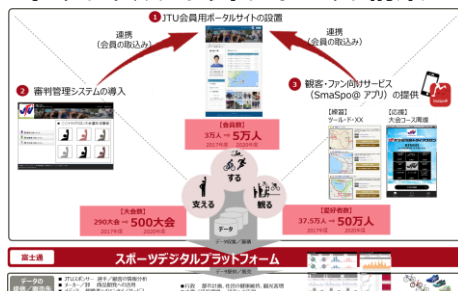
* 図 : Activity 活動



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。

アクションプラン

1) デジタルプラットフォームの構築



2019年度スポーツ産業の成長促進事業「スポーツ団体経営力強化推進事業」対象事業 (実施内容・機能の要件定義)

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「マイページ」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。

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。

1. 事業実施背景

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。

1. 事業実施背景

JTUが保有する事業類



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

1. 事業実施背景

全体のステークホルダー



1. 事業実施背景

事業実施のポイント

「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

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



2

テラーメイド

ひとりひとりにテラーメイ
ド化されたトレーニング環境
の提供（健康増進）



3

SDGs

SDGsの観点から設計する
大会運営や事業の再構築



4

新生活様式

ウィズコロナ時代における
新しい様式での
大会運営や事業の構成



5

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
DEVELOPMENT GOALS

1. 事業実施背景

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

【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。

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)



➡ 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せ、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。

1. 事業実施背景

本事業をとおして目指すもの



健康スポーツ・トライアスロンが、より良い世界をつくる



トライアスロンによるイノベーションで、社会を良くする

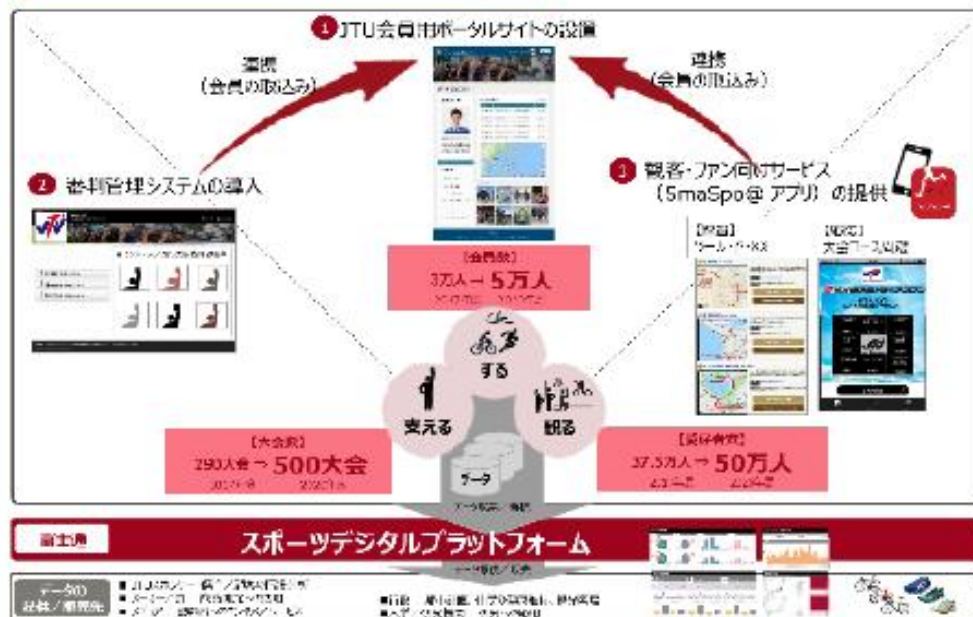


リアルとデジタルの融合により、生活を良くする

本事業の3つのアクションプラン

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。

2. 事業実施スケジュール

事業スケジュール

実施時期	事業項目			
	(1) デジタルプラットフォームの構築	(2) 動画サービス	(3) バーチャル サービス	(4) 契約・報告書
8月				契約締結 (8月27日)
9月	キックオフMTG	キックオフMTG ・定例MTG ・各種コンテンツ配信 (適宜) ・メディア実態調査 (定期調査)	キックオフMTG ・実証テスト開始 (既存サービス)	
10月	機能開発着手 (第一次)	↓	・オリジナルコンテンツの作成検討	
11月		↓		
12月	会員登録あり方アンケートの実施	↓	レビュー	
1月		↓		
2月	機能開発デモサイト (第一次)	↓		
3月	レビュー	レビュー	レビュー	完了報告書提出 成果報告書提出

(1) デジタルプラットフォームの構築

・2020年9月：開発着手 ・2020年9月～2021年1月：開発スケジュール検討、認証連携検討、インフラ・非機能要件検討 ・2021年2月：画面設計およびデザイン制作・Webアプリケーションデモ

(2) 動画サービス

・2020年9月：キックオフMTG ・SNSディレクターとPJ進行アシスタントディレクターの配置・新様式に応じたコンテンツ事例調査・コンテンツ配信方針の決定「# Withコロナ # 社会貢献 # 健康スポーツ」

・2020年9月～2021年3月：コンテンツ配信、週1回の定例MTGによる進行管理 ・2021年3月：評価検証MTG

(3) バーチャルサービス

・2020年9月：既存サービスの実施利用テスト (サンプル競技者にてテスト) ・2020年10月～：国内デモコースの登録検証 ・2021年3月：評価検証MTG

事業趣旨・目的

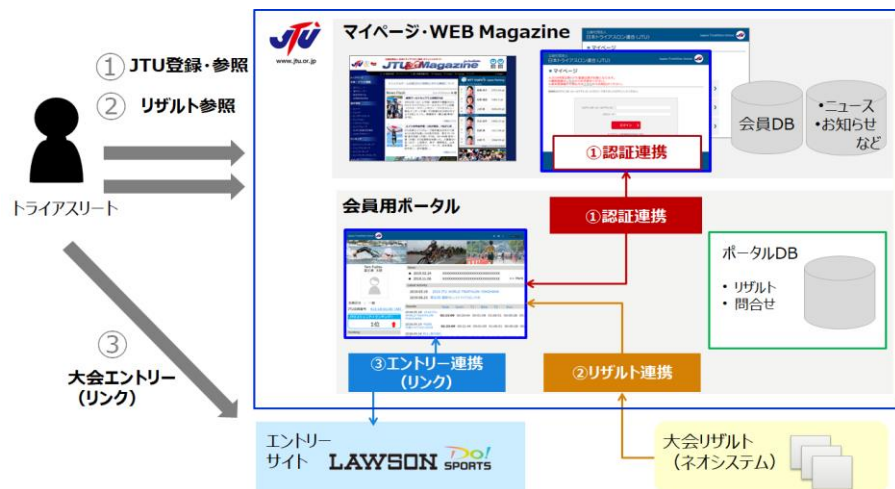
2019年度スポーツ産業の成長促進事業「スポーツ団体経営力強化推進事業」中央競技団体による普及・マーケティングに係るモデル形成支援事業において要件定義を実施。要件定義内容を軸に、本事業において構築の推進を行う。現在分散管理されている、選手の大会エントリー情報やリザルト・練習記録・写真などの情報を集約。選手の活動データをプラットフォーム上に一元管理・ビックデータ化することで、選手に対するサービス向上だけでなく、安心安全な大会運営に役立てるほか、将来的には関連企業や団体へデータを提供し、新サービス・商品の開発や販売促進に活用を行う。

実施内容と体制

- ・2019年度に実施の要件定義を軸に「マイポータル」サービスの機能構築を行う。令和2年度はリザルト表示機能・お知らせ機能の構築と会員システムの連携を行う。

■ 実施体制イメージ

公益社団法人日本トライアスロン連合（JTU）・役割：全体進行管理



NTTグループ（ソフトクリエイティブ株式会社） ・役割：既存の会員登録システム管理

- ・実施事項1：マイポータルDBとの連携にかかる専門スタッフ・ディレクターの配置
→富士通とのシステム連携実装にあたりスケジュール機能要件の確認
進行管理のため専門的知見を有する人材を配置。
- ・実施事項2：マイポータルDBとのシステム連携・拡張開発
→既存の会員登録システムはNTTグループにて開発管理。
システム連携のためセキュリティ含めた連携と機能拡張を実施。

富士通株式会社 ・役割：マイポータルシステム開発

- ・実施事項：画面設計およびデザイン制作とWEBアプリケーションデモページの実装
→2019年に要件定義したフェーズ1 画面デザインを基にWeb画面の設計およびデザイン制作を実施。作成したデザインをWEBアプリ化しテスト環境に公開し、関係者でデモ確認を行う。



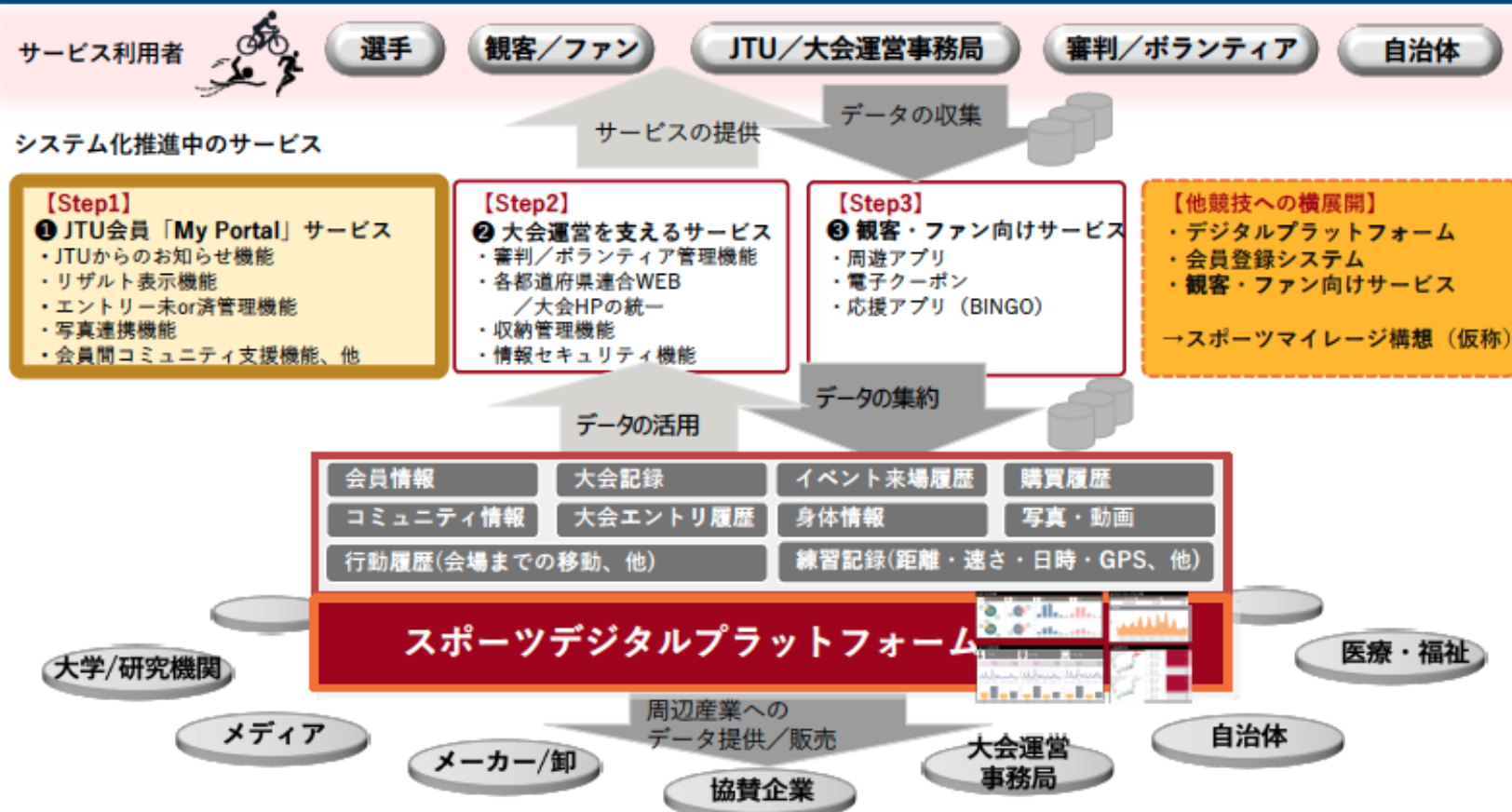
成果と課題

- ・成果物：ポータルサイトフェーズ1（リザルト表示機能とお知らせ機能）の各画面設計およびデザインデモページ
- ・課題：
 - ・令和2年度は約6ヶ月の制作期間の中でデモページの制作まで完了予定
 - ・令和3年度中に本番環境リリースと会員の利用実態評価まで実施することを目指す

3. ①トライアスロンデジタルプラットフォームの構築の推進

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。



2020年度はStep1のテスト環境の開発を行い、2021年度本番環境の実装と会員満足度調査を実施する。

3. ①トライアスロンデジタルプラットフォームの構築の推進

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

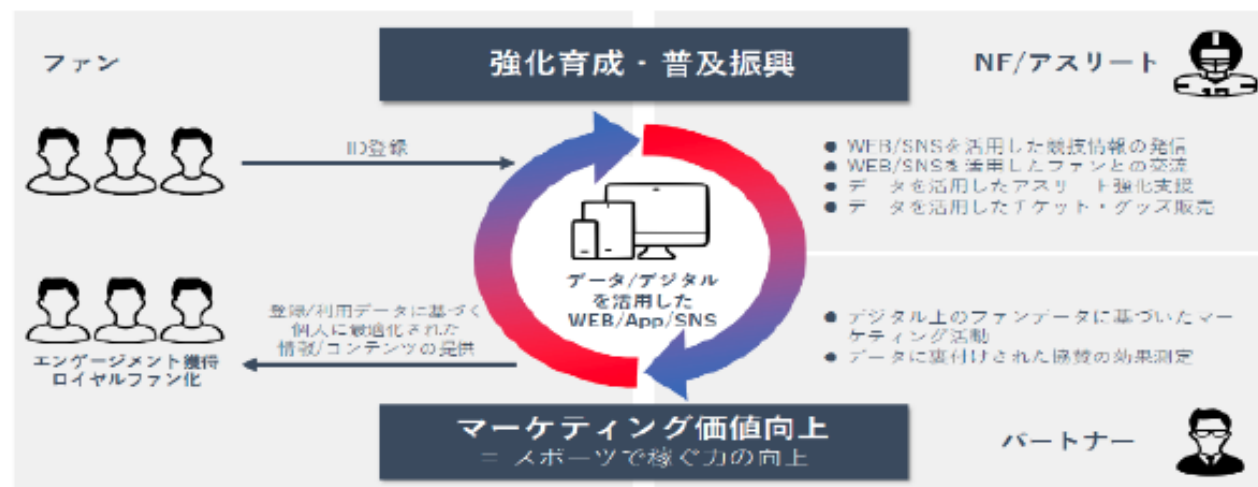
「JTU登録会員デジタルプラットフォーム」を構築することで、会員ロイヤリティの向上と、ガバナンス強化、普及拡大の基盤を形成し、持続的な収益構造の確立を推進する。現在分散管理されている、選手の大会エントリー情報やリザルト・練習記録・写真などの情報を集約。選手の活動データをプラットフォーム上に一元管理・ビックデータ化をすることで、選手に対するサービス向上だけでなく、安心安全な大会運営に役立てるほか、将来的には関連企業や団体へデータを提供し、新サービス・商品の開発や販売促進に活用を行う。



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

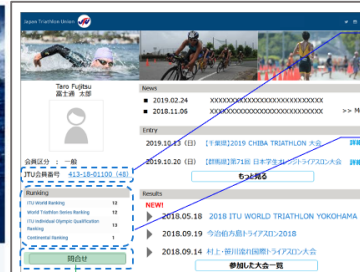
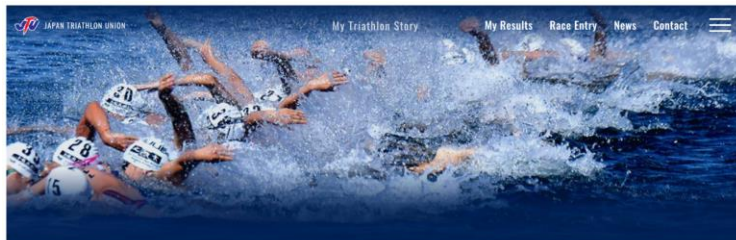
デジタル&データを活用することで、スポーツファンの「する」・「みる」・「支える」が活性化し、アスリート、ファン、スポンサー、NFにとって



- ✓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

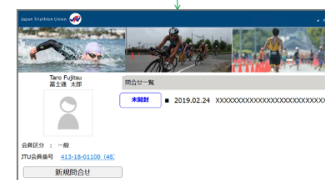
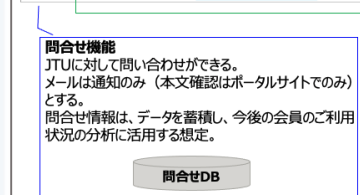
3. ①トライアスロンデジタルプラットフォームの構築の推進

トライアスロンデジタルプラットフォームの構築推進(各画面イメージ／インフラ構成)



既存機能との連携
会員登録ダウンロードなど今ある機能は、マイページに表示する。

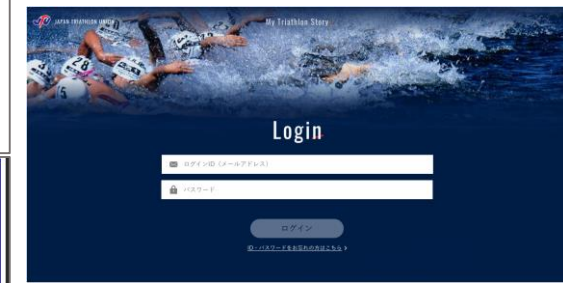
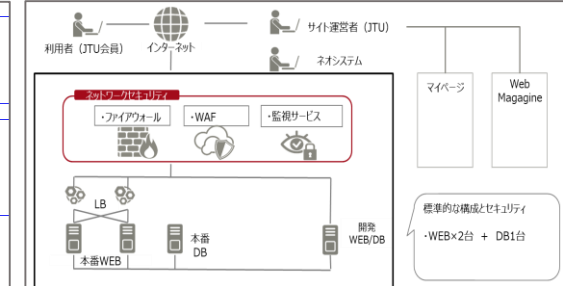
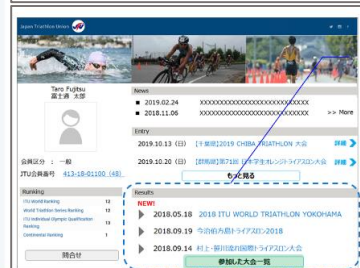
ランキング連携
フェーズ1では、ランキング情報を連携する。データのない会員の場合、この枠は非表示とする。



リザルト連携
フェーズ1では、自分の大会リザルトを閲覧できる。
・フィルター機能(「ALL」「Triathlon」「Duathlon」「Aquathlon」等)
・グラフ表示
・PDF表示、印刷、Excel表示機能
・ソート機能

→フィルター機能で洗い出した大会に対して、(毎年のタイム(S,T1,B,T2,R,Tそれぞれ)をグラフ化し、年代別順位比較できるようにする

→https://www.triathlon.org/results の、大会リザルトにある機能と同程度を想定。



4. ② SNS（動画含む）関連サービスの推進（ステークホルダー連携）

事業趣旨・目的

競技団体が保有するコンテンツ（権利・資産）を活用したコミュニケーション手法が、収益化（広告効果）、情報の伝達力などの観点から非常に重要となる。動画を含むコンテンツの管理運用の内制化の推進を行い、自社メディアとしての動画活用の推進を図る。令和2年度は継続して新型コロナウイルス感染拡大防止に向けた対応に迫られ、多くの大会や事業が延期・中止を余儀なくされた。そのような状況からも、新様式での生活様式に応じたコンテンツ配信、パートナー企業など関連ステークホルダーのアクティビティの開発を軸に、コンテンツの配信を行った。

実施内容と体制

1) マーケティング事業局を中心とした、プロジェクト推進チームの立ち上げ

■実施体制

公益社団法人日本トライアスロン連合（JTU）

Triathlon

- ・マーケティング事業局（新設）事業局長（責任者／常勤職員）
- ・事務局：広報担当（常勤職員）

・SNS推進ディレクター（本事業配置）

- ・役割：全体進行管理・動画・SNSコンテンツの制作

・PJ進行アシスタントディレクター（本事業配置）

- ・マーケティング事業局長全般サポートと社会貢献事業の進行管理

ニールセンスポーツ



役割：外部専門スキルアドバイザー

実施事項：

- ・新様式に応じたコンテンツ事例調査
- ・メディア実態調査（定期調査）

■新型コロナ コンテンツ事例調査



→Withコロナの環境下の中、各スポーツのコロナ渦中におけるコンテンツ事例の調査分析をニールセンスポーツと連携し実施。競技団体の持つ権利・資産の中でどのような打ち手が効果的であるかの検証を行い、事務局内に設置したマーケティング事業局を中心に、SNSおよびPJ推進のアシスタントディレクターを配置し、コンテンツの制作と配信を行なった。

実施時期

- ・2020年9月：キックオフMTG
- ・SNSディレクターとPJ進行アシスタントディレクターの配置。
- ・新様式に応じたコンテンツ事例調査。
- ・コンテンツ配信方針の決定「# Withコロナ # 社会貢献 # 健康スポーツ」
- ・2020年9月～2021年3月：コンテンツ配信、週1回の定例MTGによる進行管理
- ・2021年3月：評価検証MTG

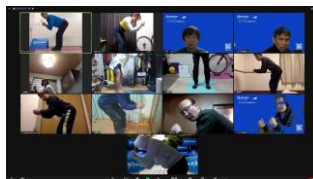
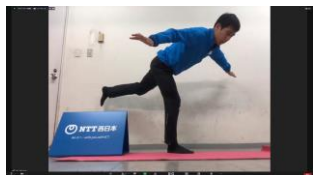
4. ② SNS (動画含む) 関連サービスの推進 (ステークホルダー連携)

する

1) NTT東日本・NTT西日本社会貢献事業

「バーチャルトレーニング」

「オンラインセミナー」



アドボードを設置したオンライントレーニング

NF会議室に配信・制作用のスタジオを設置

新生活様式に並び「今、トライアスロンが出来ることを」をキャッチコピーに社会貢献事業としてトップパートナーのNTT東日本・NTT西日本と連携を行い、都道府県加盟団体を中心に実施される事業の支援プログラムを実施。オンラインセミナー、バーチャルトレーニング、をSNS上で集約し、支援企業のアクティビティとしてトライアスロンファミリーに訴求。多くの大会が延期・中止となったなか、オンラインを中心にパートナー企業とスポーツ・トライアスロン競技を通じて、競技者、競技関係他、社会と連帯感を情勢することができた。

みる

2) リアルとバーチャルを融合した観戦スタイルの構築

「日本選手権オンラインライブ配信」



2020年11月に東京・台場で実施された日本選手権をテストケースとし、オンラインライブ配信を実施。本大会はメインエリアを感染対策の一貫から、完全無観客での開催を行った。また、トライアスロン競技は屋外路上観戦型の競技であることから、路上観戦の場合、全レースの模様を把握することができない。オンライン中継を活用することで、例えば密にならないデッキの上から「リアル」の競技を俯瞰して眺め、手元ではインターネット中継で観戦するなど「ライブ感」を活かしながらの観戦スタイルをテストすることができた。

ささえる

3) 競技団体のマーケティング戦略をパートナー企業の公式チャンネルと連携し浸透・推進



【SPORTS BIZ・スポーツBiz公式チャンネル】との連携

スポーツマネジメント会社の株式会社スポーツBizと連携を行い、マーケティング事業局長が自ら競技団体のマーケティング戦略を発信するコンテンツを制作。「トライアスロン＝健康スポーツ計画」実現に向けた短中長期計画の策定ポイントやパートナー/サポート企業とのマーケティング推進の状況を発信。競技の内容や結果、トレーニング方法などではない切り口で、競技団体の「マーケティング活動」そのものをコンテンツとした。

成果と課題

- SNSのフォロワー数は約10%増、Youtubeのチャンネル登録数には約50%増という効果が見られた(2020/12月末時点)。
- 第26回日本トライアスロン選手権(2020/12/22時点で2.8万回視聴)をはじめとし、動画でトライアスロンを楽しむ人口が増加し、動画視聴者から「現地で応援に行けないけれど、WEBで配信してくれて嬉しい」「気軽に観戦できる」などの声を頂いた
- Withコロナの中、「トライアスロン＝健康スポーツ」のNFの中長期目標に向け、「地域との連帯」と「ステークホルダーとの共通価値の創造」を軸にオンラインを活用し、マーケティング連携を実施。結果、パートナー/サポート企業との継続契約に繋がっている。令和3年度以降はさらにコンテンツを拡充し、トライアスロンファミリーが望むコンテンツはもちろんのこと、競技団体の価値を高めるための情報配信など行っていく必要がある。

4. ② SNS（動画含む）関連サービスの推進（ステークホルダー連携）

キックオフMTG

SNS・ウェブ分析

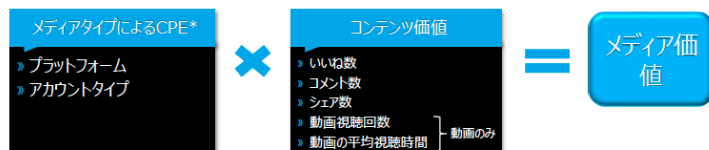
換算手法

オンライン・SNSともに、メディアタイプとコンテンツ価値を掛け合わせて換算

オンライン:



SNS(Facebook):



CPT (Cost Per Thousand) : デジタル広告において、1,000インプレッション（露出回数）を稼ぐのにかかるコスト
CPE (Cost Per Engagement) : 特定のエンゲージメントタイプにより、価値が決定されます 例: Facebook "like" = £0.XX CPE

PRTIMESの露出に関して



ニールセンの露出換算においては「トライアスロン」のワード検索により、トライアスロン関連の露出記事に関してはカバーが可能。

PRタイムス、それに伴う付随する他メディアでの露出もトラッキングが可能です。

・2020年9月に外部専門スキルアドバイザーとして委託をしたニールセンスポーツジャパンと、NF内に配置したSNSディレクターとPJ進行アシスタントディレクターなども交えNFマーケティング事業局を中心にキックオフMTGを実施。オンライン・SNSのコンテンツ価値の向上に向けた方針を固めていったほか、新様式に応じたコンテンツ事例調査を進めていくこととした。

4. ② SNS (動画含む) 関連サービスの推進 (ステークホルダー連携)

新様式に応じたコンテンツ事例調査

レポート概要

コロナレポート (COVID-19 REPORT) 概要

ニールセンスポーツは、コロナ禍におけるライツホルダー (チーム、クラブ、協会、大会)、企業 (スポンサー、パートナー、ブランド)、地域 (官庁連携) の活動について、オンライン記事を抽出し、6つの目的に分けて報告いたします。

当レポートには、以下の基準で情報を抽出しています。

媒体: NPB、Jリーグ、Bリーグ、各協会のHPとTwitter、海外情報、PR TIMES (スポーツカテゴリ)

目的: 感染予防、寄付、運動、商品開発、メッセージ、ホスピタリティ

【対象】

NPB: セーリーグ全団 (6球団)、パリーグ全団 (6球団)
Jリーグ: J1全チーム (18クラブ)、J2 (東京V、FC町田Z、A新潟 etc.)
Bリーグ: B1全チーム (20チーム)、B2 (RZ福岡 etc.)
協会、リーグ: JFA、NPB、Jリーグ、Bリーグ、JVA、JTU、Tリーグ、JABA、Xリーグ、JLA
※PR TIMES掲載記事のライツホルダーや個人を含む。

【対象期間】

2020年3月6日~12月21日まで

【補足】

オンライン記事を用いているため、場合によって期限切れによって確認できない場合があります。

アクティベーションにおける6つの目的

感染予防

<定義>
アクティベーションを通して感染症の対策を啓発。

<取組事例>

- ・ 手洗い動画
- ・ オリジナルマスク製作
- ・ RH内の感染予防
- ・ 会場における感染予防
- ・ オンライン (感染予防を目的とした活動)



寄付

<定義>
アクティベーションを通して感染症の拡大によって生じた支援活動。

<取組事例>

- ・ チャリティ
- ・ 物資支援 (消毒液、マスク)
- ・ 食糧支援
- ・ 活動資金支援
- ・ 学習教材



アクティベーションにおける6つの目的

運動

<目的定義>
アクティベーションを通して感染症の拡大による運動不足解消を啓発。

<具体的取組>

- ・ おうちトレーニング
- ・ リレ動画
- ・ 宿題動画
- ・ チャレンジ動画



商品開発

<目的定義>
アクティベーションを通して感染症の拡大によって生じた商品やコンテンツ。

<具体的取組>

- ・ マスク、感染症対策グッズ
- ・ ギフティング
- ・ オンライン有料コンテンツ
- ・ クラウドファンディング



アクティベーションにおける6つの目的

メッセージ

<目的定義>
アクティベーションを通して感染症対策の啓発、エッセンシャル・ワーカーへの感謝、地域支援を促す活動。

<具体的取組>

- ・ ソーシャルダンス
- ・ 感染症対策啓発
- ・ フルライトアップ
- ・ 学生向け激励動画
- ・ 飲食店TAKE OUT動画



ホスピタリティ

<目的定義>
アクティベーションを通して感染症対策によって生じたファンに向けた新サービス。

<具体的取組>

- ・ オンライン交流
- ・ 新しい観戦スタイル
- ・ バーチャルスタジアム
- ・ 選手のプライベート
- ・ 試合動画



COVID-19 REPORT(2020) VOL.1-1 (スポンサー関連取組)

主な動き

- ・ 横浜FCは横浜市の協力のもと、感染症対策に関する動画を制作。
- ・ 清水エスエルは「募金百貨店プロジェクト」に参画し、寄付を目的とした洗えるマスクを発売。
- ・ サガン鳥栖、佐賀丸ノ内スの選手の選手が案内のことも食堂を訪問。

感染予防

横浜FCは横浜市の協力のもと、感染症対策に関する動画を制作。



商品開発

清水エスエルは「募金百貨店プロジェクト」に参画し、寄付を目的とした洗えるマスクを発売。



寄付、ホスピタリティ

サガン鳥栖、佐賀丸ノ内スの選手の選手が案内のことも食堂を訪問。



COVID-19 REPORT(2020) VOL.2-1

主な動き

- ・ 湘南ベルマーレは、選手企画で好評だったインスタライブを復活!
- ・ MRO北陸放送協会の協力のもと、ヴェーゲン金沢のトレーニングの様子を生配信。
- ・ 「StayHome」2020メット日本代表の試合と練習動画をすべて公開。

ホスピタリティ(1)

選手企画で好評だったインスタライブを復活!



運動、ホスピタリティ(2)

MRO北陸放送協会の協力のもと、ヴェーゲン金沢のトレーニングの様子を生配信。



ホスピタリティ(3)

日本代表の試合と練習動画をすべて公開。



・新様式に応じたコンテンツ事例調査を実施し、コロナ渦でのアクティベーションについて、ニールセンスポーツと連携の上、研究を進めた。新生活様式に応じ「今、トライアスロンが出来ることを」をキャッチコピーに社会貢献事業としてトップパートナーのNTT東日本・NTT西日本と連携を行い、都道府県加盟団体を中心に実施される事業の支援プログラムを実施。各種コンテンツの開発・推進に務めることができた。

4. ② SNS（動画含む）関連サービスの推進（ステークホルダー連携）

SNSレポート／Twitter

2019年：実績概要

Twitter	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
ツイート数	132	138	109	186	184	182	168	100	186	167	92	106
インプレッション	687,220	511,889	420,100	531,010	763,594	734,325	709,296	2,358,822	788,629	763,860	425,421	406,891
プロフィールへのアクセス	7,301	6,407	7,478	10,217	12,922	15,725	14,169	8,567	17,749	15,500	5,632	5,410
@ツイート	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	30	19	40	16	12
フォロワー (新)	4,071 (107)	4,178 (80)	4,258 (62)	4,320 (75)	4,395 (149)	4,544 (107)	4,651 (121)	4,772 (173)	4,945 (65)	5,010 (135)	5,145 (65)	5,210 (38)

ツイート数平均：145.8/月、フォロワー増加数：1,139（28.6%増）

テストイベント開催月は平均の3倍以上のインプレッションを獲得。投稿数は少なかったがフォロワー数も増加。

2020年：実績概要

Twitter	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
ツイート数	118	149	169	162	154	142	146	162	242	275	252	204
インプレッション	452,172	845,383	641,867	611,529	567,094	583,360	638,166	513,652	668,375	909,249	98,4143	651,713
プロフィールへのアクセス	3,733	6,570	5,925	6,576	5,033	4,704	4,110	3,930	6,465	17,201	14,506	8,414
@ツイート	12	13	21	10	9	23	19	29	26	14	16	16
フォロワー (新)	5,248 (71)	5,319 (67)	5,386 (44)	5,430 (56)	5,486 (66)	5,552 (46)	5,598 (21)	5,619 (36)	5,655 (47)	5,702 (105)	5,807 (48)	5,855 (8)

ツイート数平均：181.3 /月、フォロワー増加数：645（12.4%増）

大会開催のあった2月と再開した10月に多くインプレッションを獲得。10月は平均月の2倍以上のフォロワー増、アクセス数最大。インプレッションは11月が最高。フォロワー増加数は昨年度から比較して-43%。ただ、テストイベント開催都市との比較は難しいといえる。

4. ② SNS（動画含む）関連サービスの推進（ステークホルダー連携）

SNSレポート／フェイスブック

2019年：実績概要

FB	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
フォロワー (新)	13,603 (50)	13,650 (47)	13,683 (33)	13,749 (66)	13,878 (129)	13,965 (87)	14,021 (56)	14,180 (159)	14,238 (58)	14,292 (54)	14,331 (39)	14,354 (23)
いいね数	13,432	13,471	13,501	13,554	13,675	13,754	13,796	13,929	13,979	14,018	14,050	14,069
リーチ数 月最高	6,300 1/13	5,876 2/23	7,239 3/14	26,037 4/13	8,727 5/19	10,564 6/20	7,242 7/6	15,631 8/17	9,757 9/9	9,448 10/3	6,915 11/6	5,927 12/4

フォロワー増加数：801 /年 (5.9%増)

フォロワー数はWTS横浜開催の5月、テストイベントのあった8月が良好だった。最大リーチ数記事は、「Tokyo2020/パラリンピックまであと500日」の動画付き投稿。次に、テストイベントでITUが制作したハイライトエリート男子動画+コメントだった。8/9~8/18は課金投稿を実施。

2020年：実績概要

FB	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
フォロワー (新)	14,394 (40)	14,423 (29)	14,442 (19)	14,577 (135)	14,615 (38)	14,664 (49)	14,679 (15)	14,684 (5)	14,702 (18)	14,752 (50)	14,798 (46)	14,821 (23)
いいね数	14,099	14,123	14,127	14,227	14,245	14,277	14,279	14,278	14,289	14,312	14,343	14,348
リーチ数 月最高	9,716 1/12	10,395 2/27	12,309 3/14	33,172 4/17	8,862 5/25	9,050 6/7	8,405 7/29	7,004 8/22	5,980 9/1	7,879 10/10	8,545 11/7	6,637 12/12

フォロワー増加数：467 /年 (3.3%増)

最大リーチ数記事は、JISS発信「屋外でのランニング時に気をつけるべきソーシャルディスタンス」に関する紹介の投稿削除案内について。大会が開催された2月、COVID-19関連で休止宣言が出るまでの期間の記事に注目度が高まった。大会開催数が少なかったにもかかわらず、前年に劣らないリーチ数の高い投稿が出来た。一方で、フォロワー数の伸びは停滞。フォロワー増加数は昨年度から比較して-42%で、動きは鈍かった。

4. ② SNS (動画含む) 関連サービスの推進 (ステークホルダー連携)

SNSレポート/フェイスブック

利用者分析 : 2019年

<曜日と時間帯別>



利用者分析 : 2020年



- ファンのオンライン時間帯の分析から、朝7時～13時までの投稿は避けるべき。朝は6時台前半まで、昼は14時以降、夕方は19時以降に投稿。
- 言語は日本語を主に、英語も取り入れる。台湾とアメリカの祝日やトピックを入れても良い。
- 35～54歳エイジグループに刺さる言葉選びとコンテンツを配信する。

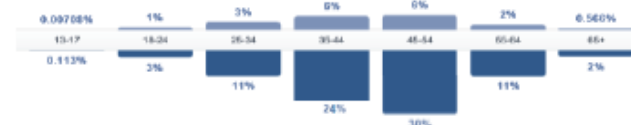
<性別、国、年、言語別>

Women

19% Your Fans

Men

80% Your Fans



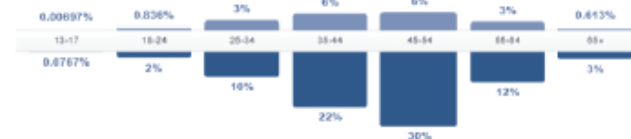
Country	Your Fans	City	Your Fans	Language	Your Fans
Japan	13,138	Setagaya-ku, Tokyo, Ja...	819	Japanese	12,613
Taiwan	137	Yokohama, Kanagawa, ...	768	English (US)	476
United States of America	97	Osaka, Japan	529	Japanese (Japan Kansai)	575
Thailand	85	Nagoya-shi, Aichi, Japan	414	English (UK)	152
Australia	88	Shibuya-ku, Tokyo, Jap...	297	Traditional Chinese (Ta...	140
Hong Kong	80	Kawasaki-shi, Kanaga...	274	Thai	49
Singapore	40	Fukuoka-shi, Fukuoka, ...	252	Portuguese (Brazil)	42
South Korea	40	Kyoto-shi, Kyoto, Japan	210	Spanish	42
Malaysia	37	Sapporo-shi, Hokkaido, ...	184	Traditional Chinese (H...	39
Philippines	25	Minato-ku, Tokyo, Japan	182	Korean	34

Women

20% Your Fans

Men

80% Your Fans



Country	Your Fans	City	Your Fans	Language	Your Fans
Japan	13,364	Yokohama, Kanagawa, ...	791	Japanese	12,784
Taiwan	138	Setagaya-ku, Tokyo, Ja...	431	English (US)	495
United States of America	91	Osaka, Japan	395	Japanese (Japan Kansai)	376
Thailand	89	Nagoya-shi, Aichi, Japan	351	Traditional Chinese (Ta...	153
Hong Kong	78	Kawasaki-shi, Kanaga...	304	English (UK)	148
Australia	78	Fukuoka-shi, Fukuoka, ...	213	Portuguese (Brazil)	52
Singapore	47	Minato-ku, Tokyo, Japan	201	Thai	51
South Korea	42	Chiba-shi, Chiba, Japan	192	Spanish	45
Malaysia	41	Kyoto-shi, Kyoto, Japan	190	Traditional Chinese (H...	40
Philippines	26	Sapporo-shi, Hokkaido, ...	168	Korean	36

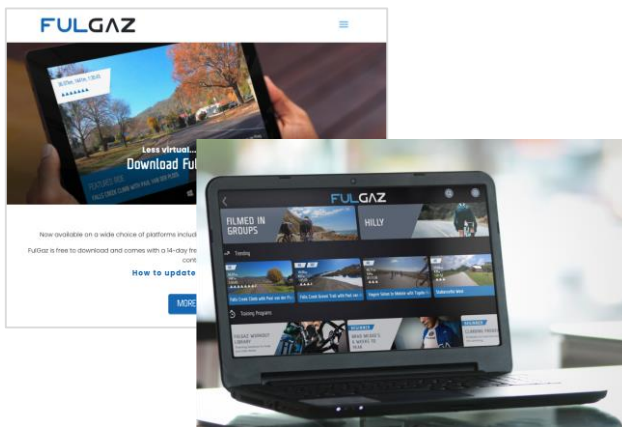
5. ③ 「健康スポーツ＝トライアスロン」リアル×バーチャル サービスの推進

事業趣旨・目的

登録会員（一般競技者）登録増に向け、「過酷」なイメージから、「健康スポーツ」へのシフトチェンジが求められている。日常的にフィットネスとして行われるスイム（プール）、バイク（自転車）、ランの活動を、IT技術の活用によりデータ化やゲーム性を持たせることで、楽しみながら、健康とスポーツをトライアスロンを通じて体験できる機会の創出を行う。

実施内容と体制

1) オンラインバイクトレーニングアプリのサービス実装検証



1) 既存のバイクトレーニングアプリと連携検証

オンラインバイクトレーニングアプリのサービスを実施するフルガス社をテスト事例として、同社の協力を受け、JTU独自サービスとしての検証を行なった。

2) エリート選手へのサービス実施利用テスト

国内エリート選手を中心に、既存の本サービスの利用テストを実施。機能として活用しに値するサービスであることの確認ができた一方で、国内の実在コースなどJTU会員に向けた独自サービスとする場合の実在するコースなど、よりリアリティを高めた「コースコンテンツ」を望む声があることがわかった。



3) 国内実在コースの登録検証

「コースコンテンツ」整備にあたり、実際のトライアスロンコースを撮影し、システムに取り組むことが必要である。トライアスロン競技のバイク競技は基本交通規制を行い、コース設定することが基本となるが、令和2年度撮影を予定していた大会が延期となり登録検証が完了していない。類似コースなどの撮影など、コンテンツ制作費用なども継続検討課題であり、次年度以降、コンテンツ登録方法など継続検討を行う必要がある。

成果と課題

・オンラインバイクトレーニングアプリについては、独自コンテンツの設定が大きなポイントとなることから、制作費用・システム運用管理費用など収支面も踏まえて継続して検証を行っていく。

6. 会員属性調査

属性分布

トライアスロン自体のコンテンツ分析

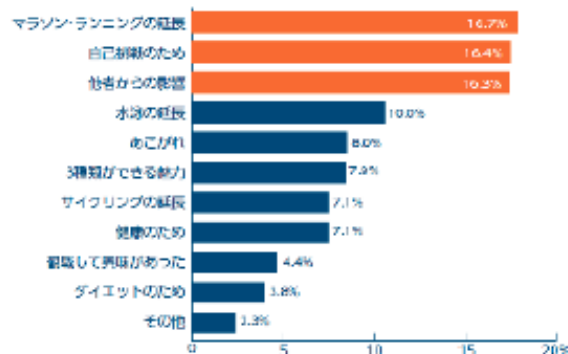
ひとつでも多くの「財産」となる種を探すこと。



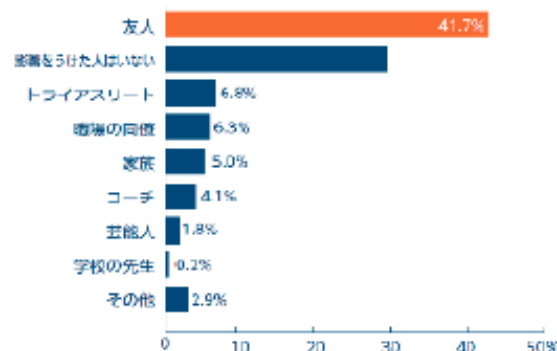
6. 会員属性調査

属性分布

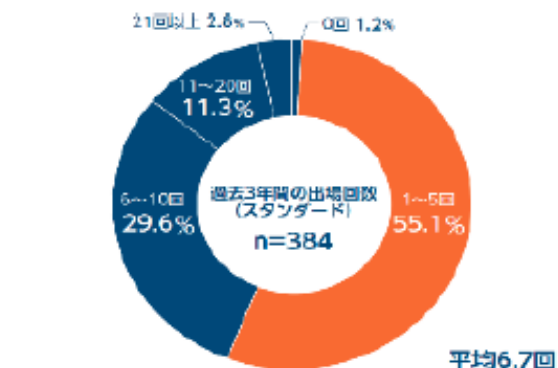
① トライアスロンをはじめたきっかけ (n=106) *複数回答



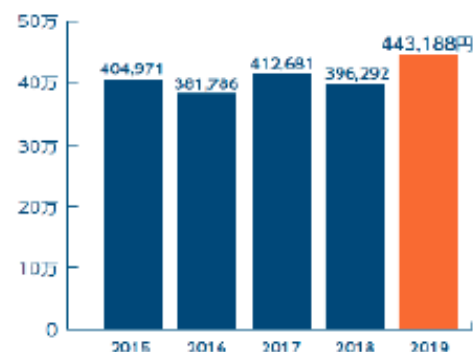
② トライアスロンをはじめるときに受けた影響 (n=441)



③ 過去3年間に於けるスタンダードディスタンス (51.5K) 出場回数 (n=384)



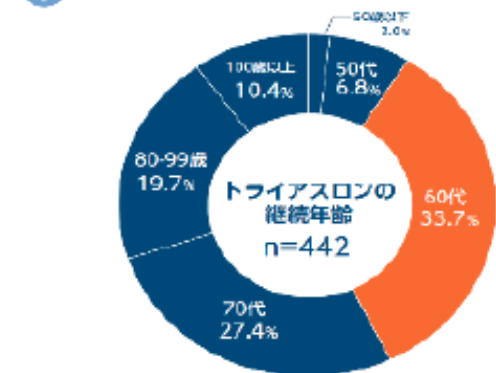
④ 1年間でトライアスロンに使用した金額 (5年間推移)



⑤ 今大会で使用した金額



⑥ トライアスロンの継続可能年齢

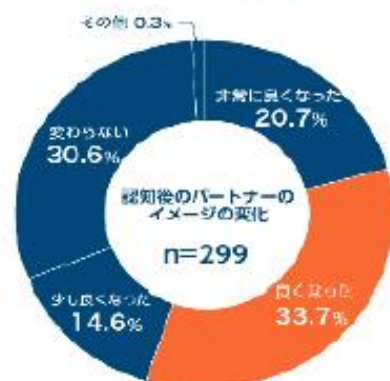


*100歳以上には、できる限り、生涯まで、おのの回答をお願いします

6. 会員属性調査

属性分布

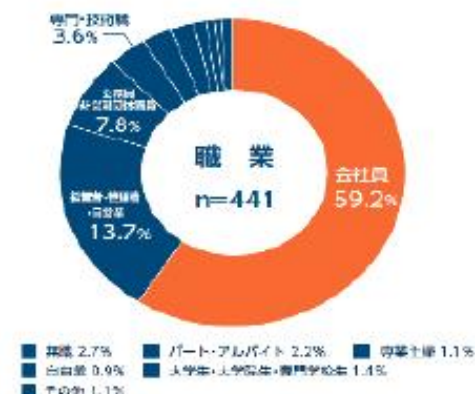
？ 大会パートナーと知って、印象は変わりましたか？



？ 回答者の自由裁量所得(おこづかい)



？ 回答者の職業



？ 回答者の世帯年収



「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%。