

スポーツ未来開拓会議（第4回）
「スポーツDXについて」

2023年3月22日

中村武彦

Blue United Corporation

アジェンダ

- DXによる世界の放映権ビジネスの動向を踏まえた日本のスポーツ団体の放送・配信ビジネスの方向性とは？（放映権料を世界の潮流に合わせる≡国内リーグの国際化は必須？）
- 日本のスポーツがスポーツDXで稼ぎを生み出すエコシステムの可能性はあるか？
 - ファンタジースポーツ等のゲーム、NFTやトークンによるビジネスはスポーツ産業における新しい収益になるか？
 - デジタルマーケティングやチケットマーケティングなど、既存ビジネスのDX化をさらに加速させるためにできることはあるか？
 - DXの導入や利活用に関する諸課題ならびに官民で取り組むべきソリューションについて

デジタルトランスフォーメーションとは

- 企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。

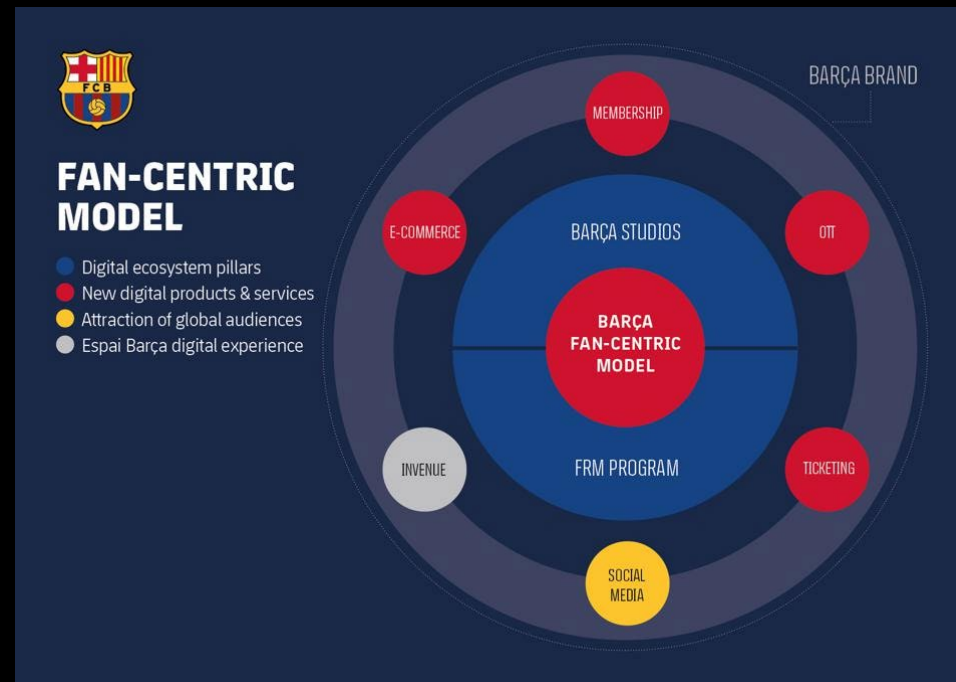
— 経済産業省

- “Doing digital” is not enough: They will have to embed digital in every aspect of the business, transforming people, processes, and technology.

— Deloitte (<https://www2.deloitte.com/us/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/digital-transformation-and-future-changes-in-sports-industry.html>)

ライバルは レアル・マドリーではない

- FCバルセロナも2020年に自身のデジタルプラットフォーム「Barça TV+」に投資し、「コンテンツメディア企業」と称している。
- 2018年のインタビューで、FCバルセロナのCCOであるフランチェスコ・カルヴォ氏は、クラブが「世界中のファンにアクセスするためにデジタル技術を利用するグローバルなコンテンツメディア企業」にフォーカスを移行しているとコメント。
- FCバルセロナが自社のストリーミングプラットフォームを含むデジタルコンテンツと技術に積極的に投資していること、ファンがクラブや選手とより多くの関わり方をするために、これらのプラットフォームを提供していることを説明。また、ファンの行動分析を行い、その情報を元にコンテンツやマーケティング戦略を調整するために、データ分析の重要性を強調。
- FCバルセロナのみならず、デジタルコンテンツや技術に力を入れることは、スポーツ産業全体において、より多くのチームやリーグがデジタルメディアや技術に投資するという大きなトレンドを反映している。



“競合はもはやサッカーをするクラブだけではありません。NetflixやYouTube、FortniteやMinecraftなど、10年前には予想もしなかったような新しいプレーヤーがいます” – Board Member Didac Lee

主な2022/2023デジタルトレンド・事例



2023注目のデジタルトレンド

1. WEB3
2. AIテクノロジー
3. NFT
4. Metaverse
5. Blockchain
6. Phygital マーチャンダイジング
7. AR /VRミックス観戦体験
8. 新型ストリーミング
9. 暗号通貨・DeFi（分散型金融）
10. Environmental, Social, and Governance (ESG)
11. 3D immersive content

各論の話ではなく総論（業界シフト）

消費者の行動変化：ますます多くの消費者がデジタルチャンネルを通じてコンテンツにアクセスするようになるにつれ、プロスポーツリーグは、変化する消費者の行動に対応し、ファンにデジタルアクセスを提供する必要がある。

新しい収益機会：デジタル技術は、プロスポーツリーグに対して、デジタル広告、スポンサーシップ、デジタルコンテンツのサブスクリプションなど、新しい収益機会を提供。

ファンエンゲージメント：デジタル技術によって、ファンがお気に入りのスポーツチームや選手と関わる新しい方法が提供され、ソーシャルメディア、オンラインフォーラム、インタラクティブなアプリやゲームなどの登場。

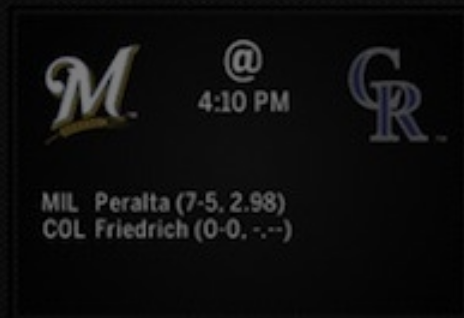
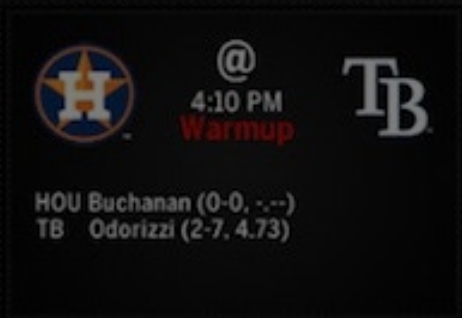
データ分析：デジタル技術によって、プロスポーツリーグはファンの行動に関するデータを収集し分析することができ、ファン体験を改善し、ビジネス上の意思決定を改善するために活用することが可能に。

グローバルな到達範囲：デジタル技術によって、プロスポーツリーグは、地理的な障壁を取り払い、世界中のファンにアクセスすることができ、観客を拡大することも可能に。



【事例】

ダイレクト・トゥ・コンシューマー
(DTC) ストリーミング



「MLS、Apple TV+」の年間US\$250M契約（10年）

- MLBは、自社のDTCストリーミングサービスである「MLB.TV」を提供。このサービスでは、全てのMLBの試合をライブストリーミングで視聴することが可能。MLBは、このDTCサービスを通じて、新しい視聴者を獲得し、視聴者数を拡大することに成功。

「NBA League Pass」は、ケーブルテレビや衛星放送の契約が必要なく、デジタルデバイスでNBAのライブやオンデマンドの試合を視聴できる定額制のストリーミングサービス。NBAリーグパスを通じて、ファンはフルシーズン、月額、または個々の試合パスを含むさまざまなサブスクリプションオプションから選択し、NBAのモバイルアプリ、ウェブサイト、またはスマートテレビを介して試合にアクセスが可能。試合中のハイライト、ライブスタッツ、アーカイブされた試合などの追加機能も提供。このサービスはグローバルリーチを可能とし、ファンの行動や好みに関する貴重なデータを収集し、リーグのマーケティング戦略やコンテンツ戦略の改善に役立っている。



【事例】 VR、AR

STRIVRとNFL : STRIVRは、ダラス・カウボーイズ、サンフランシスコ49s、ニューイングランド・ペトリオッツを含む、いくつかのNFLチームによって使用されているVRトレーニングプラットフォーム。STRIVRにより、選手は安全かつ管理された環境で、ゲームの状況をシミュレートし、プレーを練習することが可能となる。

NBAとNextVR : NextVRは、NBAと提携し、ライブゲームのVR放送を提供。VRヘッドセットを使用したファンは、360度の視野で、コートサイドに座っているかのようにゲームを体験することができる。

FCバルセロナとインテル : インテルは、ファンがチームのスタジアムを探索し、バーチャルな選手を間近で見ることができるARを開発するためにFCバルセロナと提携。この体験は、インテルのRealSense深度センシング技術を使用して、現実的で没入感のある環境を創出。

F1とTata Communications : Tata Communicationsは、F1ファン向けにARアプリを開発し、レースのポジションやドライバーの状態などのリアルタイム情報を提供。アプリはARを使用して、トラック上の車の位置やドライバーの状態などの情報を提供もする。



【事例】 Eスポーツ

- 2020年を契機に70~80ものプロサッカーリーグがeスポーツチームを保有。この目的は様々である。
 - 新規収益源（スポンサー、優勝賞金、グッズ販売など）（スポーツビジネスと同じビジネスモデル）
 - アクセス権（eスポーツを通してのアクセスが可能な新規分野の開拓）
 - 新規ファン獲得（既存のファンとは異なるセグメントのファンへのリーチの創出）

eMLS :

- グローバルリーチのあるゲーム
- ロングセラーなゲーム
- 非暴力・非戦闘・非殺傷なゲーム

History of NBA data

Box Era

Data

Full box: OREB, DREB, REB%, Team TOV

Play-by-

Individual TOV

Complete game logs

Seasonal Plus-Minus

71

74

78

83

94

97

Reb%

BPM

Box Creation

RAPM

【事例】 データ分析

- ヒューストン・ロケッツは、NBAで最もデータ活用型のチームの1つとして長年にわたり有名。専門のデータ分析スタッフを雇用する最初のチームの1つであり、選手獲得から試合中の戦略まで、あらゆる決定にデータとテクノロジーを積極的に活用。
- ヒューストン・ロケッツが特に成功した分野の1つは、チケット販売におけるデータ分析の活用。相手チーム、曜日、時間帯、天候条件など、様々な要素を考慮した洗練された価格設定モデルを開発。このモデルにより、需要に基づいてチケット価格を動的に調整することができ、収益を最大化しながらスタジアムを満員にすることが可能に。
- また、データ分析を活用して観客の体験を向上させる取り組みにも注力。モバイルアプリを開発し、観客が座席から飲食物を注文できるようにし、行列に並ぶ必要を削減。また、アプリは過去の注文や嗜好を分析し、売上を促進し、顧客満足度を向上。



【事例】

ソーシャルメディアと
インフルエンサーマーケティング

DOLPHIN DANCE

EASY TUTORIAL

- 2021年、NFLマイアミ・ドルフィンズはTikTokと提携し、**#FinsUpDanceChallenge**キャンペーンを開始。チームの応援歌に合わせたダンスをファンに作成・共有することを奨励し、参加者に試合チケットやグッズなどの賞品を提供。
- ドルフィンズは、Charli D'Amelioなどの人気TikTokクリエイターと協力し、彼らが自分自身のダンスを投稿し、自分のフォロワーに参加するよう促進。
- 2021年に、NFLタンパベイ・バッカニアーズは「**Squad Lens**」というキャンペーンを開始。SnapchatのARレンズを使用して、チームの公式スーパーボウル優勝リングを仮想的に試着して共有することを可能に。
- キャンペーンの宣伝に、「Dude Perfect」グループを含むいくつかの人気のあるSnapchatクリエイターと協力。クリエイターたちは「Squad Lens」を使用したコンテンツを作成し、フォロワーにレンズを使用して写真や動画を共有するよう促進。

STEVENAGE CHALLENGE

THE SEASON THAT BURGER KING SIGNED
THE BEST PLAYERS IN THE WORLD.

【事例】 スティーブニッジ チャレンジ

- バーガーキングは2018年、リーグ2（イングランド4部）の**スティーブニッジFCとスポンサー契約**を締結。イングランドのプロリーグとしては最下層であるが、バーガーキングはロゴをユニフォームの胸に掲出した。
- サッカーゲーム『FIFA』は、英4部までクラブチームを収録しているため、スティーブニッジFCもゲームに登場。バーガーキングは「スティーブニッジ・チャレンジ」とし、『FIFA』でのゴール動画をSNSで拡散すると、ハンバーガーなどの特典がつくというキャンペーンを開始。結果、キャリアモードで最も使用されるチームとなった。
- バーガーキングはゲーム映像の中でロゴが再三映ることで、大きな広告効果を得ることに。世界からクラブに注目が集まったことで、**クラブの公式ショップではユニフォームが売り切れ**とまでなる。
- バーガーキングは「このクラブのことは聞いたことがありませんよね？私達もありませんでした。彼らはイングランド4部の最下位にも関わらず、高額な選手たちと同じゲームに出ていることに気づきました。それがスポンサーになることを決めたきっかけです。世界中のゲーマーがスティーブニッジを使い、このニュースがゲームコミュニティに嵐を巻き起こしました」



PRIME ORIGINALS

ALL OR NOTHING

MANCHESTER CITY

prime video



【事例】

ファンエンゲージメント
とゲーミフィケーション

- NHLは「NHL Huddle」と呼ばれる新しいファンエンゲージメントプラットフォームを開始。このプラットフォームでは、ファンがデジタル選手カードを収集・取引したり、インタラクティブなゲームに参加したり、NHLのコンテンツに参加することでポイントを獲得することが可能。
- また、NHLは各チームと提携し、舞台裏や選手のインタビューなど、チーム独自のコンテンツを同プラットフォーム用に制作。
- アマゾンプライムによる「All or Nothing」シリーズ（新しい入り口）

KEY ACCESS

DISTANCE SEATING

Consider distance between seats, angles, riser heights and more to create a unique seating strategy that's effective if guidelines change.

ENTRY RATE MONITORING

Keep an eye on the entry flow of your event to stay on top of things.

【事例】

デジタルチケットティング

TICKET TRANSFER

Every fan can have their own individual ticket making entry quicker and safer.

CONTACTLESS BOX OFF

Provides the ability to handle all ticket support and transactions, reducing the need for physical interaction between fans.

- NFLのボルティモア・レイブンズは TicketmasterのPresenceテクノロジーを導入し、ファンはモバイルチケットを使ってスタジアムに入場し、物理的なチケットやスタッフとの接触の必要性を削減。
- Presenceテクノロジーには、SafeTixと呼ばれる機能も含まれており、数秒ごとに更新される独自のバーコードを使用して、偽造チケットを防止。加えてCOVID-19が発生した場合のコンタクトトレースも可能。
- Ticketmaster社のSmartEventプラットフォームも活用し、ファンの行動やスタジアムの収容人数に関するデータをリアルタイムで提供することで、ファンが安全かつ効率的に体験できるよう調整。

01
RANK82.46
SCORE

【事例】

FOOTBALL MANI

暗号通貨・ブロックチェーン
・ NFT など

1,408 XP

5,000 C

02
81.76

STOKRY86 ✓

1,408 XP

03
80.25

SUPERSMAIL

1,408 XP

- ファンエンゲージメント、チケットング、スポンサー、投資、コレクションなど様々なスポーツビジネスにおける要素を新しい方法で可能とする新テクノロジー
- 技術のことを前面に出すことが逆に障害になることも。いかにアクセスしやすいものであるかの啓蒙も必要
 - Crypto.comがスポーツ界のスポンサーになる目的は、暗号通貨をよく知らない人や、暗号通貨に懐疑的な人を含む、大規模かつ多様な人々にアプローチ。スポーツのスポンサーになることで、Crypto.comは金融業界の主流プレイヤーとしての地位を確立し、従来の支払い方法に代わる有力な選択肢として暗号通貨の可能性を示すことを目的とする。
 - THE FOOTBALL CLUB (<https://www.thefootballclub.com/>) は技術の話をほとんど出さずに人気を博しているゲーム。メタバース上の世界中のファンとプレイしてつながるためのサッカーのバーチャルゲーム。

スポーティング（強化）でもDX

FCポルト：移籍戦略の成功で知られ、選手の売却で大きな利益を獲得。クラブには専門のスカウトチームがあり、データ分析を駆使して市場で過小評価されている選手を見つけ出し、国内およびヨーロッパの大会で戦えるチーム強化を。

アヤックス・アムステルダム：選手のリクルートと育成に対するデータ活用のアプローチ。データ分析を駆使した高度なスカウティングシステムで、世界中から若い才能を発掘し、トップクラスの選手に育成。

RBライプツィヒ：比較的新しいクラブながら、選手獲得におけるデータ主導のアプローチで急速に知られるように。同クラブのスカウトチームは、様々なデータソースを用いて、世界中から若い才能を発掘。RBライプツィヒは、ナビー・ケイタを5275万ポンドでリヴァプールに移籍させるなど、選手売却で大きな利益を獲得。

ベンフィカ、セビージャFC、フローニンゲンFCなど

MLS：シアトル・サウンダーズは、選手の評価や、選手の獲得や育成に関する情報に基づいた意思決定に、データ分析を活用。2018年、同クラブはリサーチ部長をマイクロソフトより採用し、データ分析およびテクノロジーにおけるチームの取り組みを統括。アトランタ・ユナイテッドもデータ分析に多額の投資。同クラブには専門のデータ分析部門があり、高度な分析を用いて選手のパフォーマンスを評価し、契約候補者をスカウトし、選手育成やゲームプランニングに関連する戦略的な意思決定を実施。2019年、アトランタ・ユナイテッドのデータ分析の活用は、チームが創設2年目にしてMLSカップを獲得することに貢献したと評価されている。2022年の移籍ウィンドウにリーグ全体として33名を売却（**最高額は約20億円**）。

テクノロジー＝グローバル
戦略的アライアンス

KEY INFORMATION

DAY ONE – WEDNESDAY 22 MARCH

START
8:30

LUNCH
12:30 – 14:00 (LEVEL 2)

DRINKS RECEPTION
17:30 – 19:00 (LEVEL 2)

LATE NIGHT DRINKS, FOOD AND NETWORKING
19:00 – 21:00 (LEVEL 9)
Debit card/credit card only

CONFERENCES

Broadcast and OTT in Sports

Sports Digital

Brands in Sport

Sports Integrity

Sports Events and Tourism

Women in Sport

ADDITIONAL

NETWORKING
All day

MASTERCLASSES
See Conference Programme

COFFEE BAR
All day

JOIN THE CONVERSATION

#ISCLONDON

Follow us on twitter
@IscBiz

DAY TWO – THURSDAY 23 MARCH

START
8:45

LUNCH
12:30 – 14:00 (LEVEL 2)

CLOSE
17:15

CONFERENCES

Sports Digital

Sports Events and Tourism

Sports Integrity

Brands in Sport

Growth, Development and Commercialisation of Women's Football

ADDITIONAL

NETWORKING
All day

COFFEE BAR
All day

戦略的なテクノロジーパートナーシップ

- 現状は、ほとんどのケースがそれぞれのテクノロジー会社とパートナーシップを結び、サービス提供を行っている。パートナーシップの方法もスポンサーシップ契約に内包をするか、それとも開発の委託契約かにも分かれる。
- 自社で内製を行なっているスポーツ団体はまだ少数派。100%内製化しているスポーツ団体は皆無といえる。
- 1点、欧米が優位であるのは、英語またはスペイン語対応可能である点。世界の主流なテクノロジー会社たちは言語でマーケット狭めることなく、ボーダーを超えてスポーツ団体と戦略的な提携を結んでいる。
- 毎年世界各国で開催されるスポーツxテクノロジーカンファレンスでの最新動向に関する発表会へ国際ビジネスの専門家約3,000名以上が集い、そこで常連になることも重要なファクターである (Leaders in Sports、World Football Summit、Sports Business Journal/CAA Congress、International Sports Convensionなど)

CONFERENCE PROGRAMME

BROADCAST AND OTT IN SPORT CONFERENCE DAY 1 - MARCH 22, 2023

TIME	SUBJECT - ROOM	NAME - POSITION	ORGANISATION
11:00 - 11:45	Live Sports Streaming at Scale ROOM THE RESIDENCY	Thomas Drexoux, Head of Sport, EMEA & APAC	HARMONIC
11:45 - 2:30 BREAK, NETWORKING, LUNCH			
14:30 - 15:30	Broadcasting and OTT - Rights holder innovation ROOM MAIN STAGE	Ralph Straus, CCO Clare Briegal, CEO	FEI World Netball
		Steffen Merkl, Executive Vice President Audiovisual Rights Francois Verpont, Marketing and Communications Director	DFL Deutsche Fußball Liga European Professional Club Rugby (EPCR)
15:30 - 16:00 BREAK, NETWORKING			
16:00 - 17:00	Opportunities and challenges in the broadcast and media sector ROOM MAIN STAGE	Anna Chanduvi, Lead, Sports and Entertainment partnerships Itai Epstein, Head of EMEA & China Pierre-Olivier Bouché, Media Director / Chief Content Officer Matt Stagg, Mobile and Immersive Director	Meta WSC Sports Tottenham Hotspur FC BT Sport

CONFERENCE PROGRAMME

BRANDS IN SPORT CONFERENCE DAY 1 - MARCH 22, 2023

TIME	SUBJECT - ROOM	NAME - POSITION	ORGANISATION
9:10 - 10:00	The Unilever interview ROOM NFL LOCKER ROOM	Chris Barron, General Manager Personal Care UKH / VP Deodorants Europe	Unilever
11:45 - 12:30	30 years and counting - Carlsberg and Liverpool partnership ROOM MAIN STAGE	Louise Bach, Global Sponsorship Director	Carlsberg
12:30 - 14:15 BREAK, NETWORKING, LUNCH			
14:15 - 14:45	BNP Paribas Bank Polska and Tennis (A national case study) ROOM NFL LOCKER ROOM	Darek Maciolek, Chief Marketing Officer	BNP Paribas Bank Polska SA
15:00 - 16:00	CMO Panel - Why we sponsor and what we are looking for? ROOM NFL LOCKER ROOM	Jem Maidment, Chief Marketing Officer Michael Cottrell, Product, Partnership and International Marketing Director	Utilita Energy Octopus Energy
16:00 - 17:00	Driving social impact through the power of sport ROOM NFL LOCKER ROOM	Henry Utiku, Senior Director of Basketball Operations, Europe and Middle East Shahab Uddin, Director of Legal and Olympic Relations Anna Scott-Marshall, Director of Communications and Social Impact Kathryn McCol, Director of Marketing, Strategy and Impact	National Basketball Association (NBA) British Olympic Association (BOA) British Paralympic Association (BPA) EVERFI



Blue United Corpor
無断転載禁止

CONFERENCE PROGRAMME

EVENTS AND TOURISM CONFERENCE DAY 1 - MARCH 22, 2023

TIME	SUBJECT - ROOM	NAME - POSITION	ORGANISATION
10:00 - 10:45	Hosting major international events in New Zealand and how the New Zealand Government works in partnership with organisers and rights holders to deliver successful major event experiences for all. ROOM THE RESIDENCY	Kylie Hawker-Green, Manager	New Zealand Major Events

CONFERENCE PROGRAMME

MASTERCLASSES DAY 1 - MARCH 22, 2023

TIME	SUBJECT - ROOM	NAME - POSITION	ORGANISATION
14:30 - 15:15	Sustainable Development Goals and Sport ROOM THE RESIDENCY	Laura Da Silva, Director Katerina Biloruska, Chairwoman Greg Baker, Chief Executive Officer	Silverfish Parimatch Fourn / or Saints Foundation (The charity of Southampton Football Club)
		Aled Lewis, Head of Facility Investment and Operations	Cymru Football Foundation
15:30 - 16:20	Backlight Streaming Masterclass ROOM THE RESIDENCY	Matt Lorellie, CMO	Backlight Streaming
16:30 - 17:30	Women in Sport ROOM THE RESIDENCY	Sabrina Ibanez, Secretary General / CEO and President of the Association for Paralympic Sports Organisations (APSO) Stephanie Hilborne, CEO Megan Smith, Sales Manager (Enterprise Partnerships)	Federation Equestre Internationale (FEI) Paralympic Sports Organisations (APSO) Women in Sport EVERFI

CONFERENCE PROGRAMME

SPORTS INTEGRITY CONFERENCE DAY 2 - MARCH 23, 2023

TIME	SUBJECT - ROOM	NAME - POSITION	ORGANISATION
9:50 - 10:00	Introductory Remarks ROOM STADIUM BRIEFING ROOM	Adam Garside, Director	Control Risks
10:00 - 11:00	Prevailing compliance issues in sport - Panel Discussion ROOM STADIUM BRIEFING ROOM	Adam Garside, Director Torsten Wolf, Principal Richard Davies, Senior Associate Barbara Lustenberger, Director Legal & Compliance	Control Risks Control Risks Charles Russell Speechlys LLP Infront Sports & Media
11:00 - 11:15 BREAK, NETWORKING			
11:15 - 12:15	How has match manipulation evolved in racket sports and what is being done to mitigate this - Panel Discussion ROOM STADIUM BRIEFING ROOM	Jake Marsh, Global Head of Integrity	Stats Perform
		Daniel Stuk, Director of Integrity & Compliance Andy Hines-Randle, Head of Integrity Nick Iliffe, Director of Intelligence	Tennis Australia Badminton World Federation International Tennis Integrity Agency (ITIA)
12:30 - 14:15 LUNCH, NETWORKING			
14:15 - 15:15	Governance: A fan led approach to ownership and fan engagement ROOM STADIUM BRIEFING ROOM	Peter Clennell, Trustee Vice-Chair, Board Member Chris Ewing, Owner Niall Couper, CEO Tony Simpson, Partner Dr. Jan Lehmann, ex CFO/CCO	Gateshead FC. The Peoples Football Association Caledonian Braves Fair Game UK Oliver Wyman 1. FSV Mainz 05

CONFERENCE PROGRAMME

SPORTS EVENTS AND TOURISM CONFERENCE DAY 2 - MARCH 23, 2023

TIME	SUBJECT - ROOM	NAME - POSITION	ORGANISATION
11:00 - 11:45	Innovation in Sports Events ROOM NFL PRESS ROOM	Jorgen Pettersson, Chairman Lisa Knights, Group Director of Communications Liese Abill, Vice President of Sports Development	The Internatic Games Assoc Bristol Sport Florida Sports
14:15 - 15:15	Sports Events - The Future ROOM NFL PRESS ROOM	Gökrem Dönmez, General Manager Brendan Williams, Chairman Kamel Badawy, Business Management and Intelligence Director Keith Bruce, President	Gloria Sports Commonwealth Games Federation (CGF) Athletes Advisory Commission (AAC) Aspire Zone Foundation Quint Events

GROWTH, DEVELOPMENT AND COMMERCIALISATION OF WOMEN'S FOOTBALL DAY 2 - MARCH 23, 2023

TIME	SUBJECT	NAME - POSITION	ORGANISATION
14:15 - 15:15	Women in Football ROOM MAIN STAGE	Yvonne Harrison, CEO Heidi Pellerano, Chief Commercial Officer Monika Staab, Womens National Team (Former) Coach and Technical Director Alex Zurita, General Manager Tottenham Hotspur Women	Women in Football Concacaf Saudi Arabia Football Federation (SAFF) Tottenham Hotspur Football Club



CONFERENCE PROGRAMME

BRANDS IN SPORT CONFERENCE DAY 2 - MARCH 23, 2023

TIME	SUBJECT - ROOM	NAME - POSITION	ORGANISATION
10:15 - 10:45	The future of sponsorship - How Hyundai brought impact to the world's biggest stage ROOM THE RESIDENCY	Clara Ilgen, Strategy Director	JvM Sports
		Felix Umbach, Creative Director	JvM Sports
		Alexander Riggers, Co-Founder	RAWR by Webrepublic
		Karim Teufel, Lead Strategist	RAWR by Webrepublic
11:00 - 12:00	Reputation, Integrity and Value: striking the right balance with sponsorship and advertising in sport ROOM THE RESIDENCY	Jonny Gray, Senior Managing Director	Ankura
		Lorynn Demetriades, Senior Managing Director	Ankura
		Todd Kline, Chief Commercial Officer and Board Member	Tottenham Hotspur Football Club
		Nevena Vukašinović, Lead on influence	BCW
12:00 - 12:50	Athlete Partnerships and Brands ROOM THE RESIDENCY	Tim Edwards, Public Figures - Sports and Athletes	TikTok
		Matt Riches, Head of Partnerships	Lucozade Ribena Suntory
		Lucy Englander, Group Partnerships Director	Saracens Rugby
15:30 - 16:30	Brand Partnerships ROOM THE RESIDENCY	Sarah Batters, Director of Partnerships & Marketing	Southampton FC
		Anthony Douglass, Legal Director, Intellectual Property, Data Protection, Marketing & Digital Strategy	Specsavers
		Richard Barnwell, Head of Partnerships	Yolo group (sportsbet.io)

CONFERENCE PROGRAMME

SPORTS DIGITAL CONFERENCE DAY 2 - MARCH 23, 2023

TIME	SUBJECT - ROOM	NAME - POSITION	ORGANISATION
9:15 - 9:45	Developing the Digital and Physical Footprint of NFL ROOM NFL LOCKER ROOM	Henry Hodgson, General Manager	NFL UK
9:45 - 10:15	Formula 1 and Fan Engagement ROOM NFL LOCKER ROOM	Fabio Calamosca, Head of Fan Strategy and Planning	F1
10:15 - 11:30	BREAK, NETWORKING		
11:30 - 12:30	Digital Innovation ROOM NFL LOCKER ROOM	Rüdiger Müller, Head of Digital Content Products	FIFA
		Juli Ferre Nadal, Managing Director EMEA	Tally Technology
		Kahlen Macaulay, Sports Partnerships	Snapchat
		Matt Stagg, Mobile and Immersive Director	BT Sport
12:30 - 14:15	LUNCH, NETWORKING		
14:15 - 15:15	Digital Excellence Panel ROOM NFL LOCKER ROOM	Cristian Livadiotti, CEO	Backlight Streaming
		Guillaume Postaire, Media Factory Director	France Télévisions
		Sébastien Audoux, Former Head of Sports Digital Content	Canal+
		Johannes Franken, Director of Digital	Host Broadcast Services (HBS)
15:30 - 16:30	Fan Engagement - What next? ROOM MAIN STAGE	Will Pithers, Strategic Partner Manager Sports Partnership	Meta
		Sergio Friede, Head of Marketing and Growth	NBA
		Tom McDonnell, Co-founder CEO	Monterosa
		Satpal Ghatrora, Head of Product	Sky Betting and Gaming



(c) Blue United Corporation
無断転載禁止



CONFERENCE PROGRAMME

SPORTS INTEGRITY CONFERENCE DAY 2 - MARCH 23, 2023

TIME	SUBJECT - ROOM	NAME - POSITION	ORGANISATION
9:50 - 10:00	Introductory Remarks ROOM STADIUM BRIEFING ROOM	Adam Garside, Director	Control Risks
10:00 - 11:00	Prevailing compliance issues in sport - Panel Discussion ROOM STADIUM BRIEFING ROOM	Adam Garside, Director	Control Risks
		Torsten Wolf, Principal	Control Risks
		Richard Davies, Senior Associate	Charles Russell Speechys LLP
		Barbara Lustenberger, Director Legal & Compliance	Infront Sports & Media
11:00 - 11:15	BREAK, NETWORKING		
11:15 - 12:15	How has match manipulation evolved in racket sports and what is being done to mitigate this - Panel Discussion ROOM STADIUM BRIEFING ROOM	Jake Marsh, Global Head of Integrity	Stats Perform
		Daniel Stuk, Director of Integrity & Compliance	Tennis Australia
		Andy Hines-Randle, Head of Integrity	Badminton World Federation
		Nick Iliffe, Director of Intelligence	International Tennis Integrity Agency (ITIA)
12:30 - 14:15	LUNCH, NETWORKING		
14:15 - 15:15	Governance: A fan led approach to ownership and fan engagement ROOM STADIUM BRIEFING ROOM	Peter Clennell, Trustee	Gateshead FC.
		Vice-Chair, Board Member	The Peoples Football Association
		Chris Ewing, Owner	Caledonian Braves
		Niall Couper, CEO	Fair Game UK
		Tony Simpson, Partner	Oliver Wyman
		Dr. Jan Lehmann, ex CFO/CCO	1. FSV Mainz 05

CONFERENCE PROGRAMME

SPORTS EVENTS AND TOURISM CONFERENCE DAY 2 - MARCH 23, 2023

TIME	SUBJECT - ROOM	NAME - POSITION	ORGANISATION
11:00 - 11:45	Innovation in Sports Events ROOM NFL PRESS ROOM	Jørgen Pettersson, Chairman	The International Island Games Association
		Lisa Knights, Group Director of Communications	Bristol Sport
		Liese Abill, Vice President of Sports Development	Florida Sports Foundation
14:15 - 15:15	Sports Events - The Future ROOM NFL PRESS ROOM	Gökrem Donmez, General Manager	Gloria Sports
		Brendan Williams, Chairman	Commonwealth Games Federation (CGF) Athletes Advisory Commission (AAC)
		Kamel Badawy, Business Management and Intelligence Director	Aspire Zone Foundation
		Keith Bruce, President	Quint Events

GROWTH, DEVELOPMENT AND COMMERCIALISATION OF WOMEN'S FOOTBALL DAY 2 - MARCH 23, 2023

TIME	SUBJECT	NAME - POSITION	ORGANISATION
14:15 - 15:15	Women In Football ROOM MAIN STAGE	Yvonne Harrison, CEO	Women In Football
		Heidi Pellerano, Chief Commercial Officer	Concacaf
		Monika Staab, Womens National Team (Former) Coach and Technical Director	Saudi Arabia Football Federation (SAFF)
		Alex Zurita, General Manager Tottenham Hotspur Women	Tottenham Hotspur Football Club

欧米でのデジタル戦略担当者の採用の潮流

テクノロジー関連 人材への需要上昇

- 2020年～2030年：スポーツデータアナリスト
ポジション数の増加予想：33%
- 年間給与中央値\$93,290
- トップ10%給与平均値：\$150,840

The screenshot displays a video player interface for a video titled "Sports Data Analyst". The video content includes the following information:

- Sports Data Analyst**
- 33% Projected Job Growth 2020-2030***
- \$93,290 Median Annual Wage**
- Top 10% Make \$150,840+**
- Education Requirements:**
 - Bachelors Degree minimum
 - Masters or PhD recommended

A text overlay at the bottom of the video frame reads: "projections and a nearly six-figure median salary only sweeten the deal. While entry-level roles may".

At the bottom of the video player, there is a progress bar showing 3:48 / 4:25, a volume icon, and the YouTube logo.

デジタル戦略担当者の採用の潮流



Eintracht

- 多くのスポーツチームや組織が、強力なデジタルプレゼンスを持つことの重要性を認識し、**デジタル戦略の立案と実行を支援する専門家を採用**。アイントラハト・フランクフルトなどはアイントラハトテックを創設し、CEOを採用。
- NBAのサクラメント・キングスがチームのデジタル戦略を主導する戦略・分析担当のVPを新たに採用
- NHLのアリゾナ・コヨーテズはチームのデジタルとソーシャルメディアの取り組みを統括するチーフ・デジタル・オフィサーを採用
- さらに、多くのスポーツ団体が、デジタルメディア担当ディレクター、ソーシャルメディア担当ディレクター、チーフ・イノベーション・オフィサーなど、デジタル戦略やイノベーションに注力するための役職を新設。

EintrachtTech, Eintracht Frankfurt

MLS アトランタ・ユナイテッド求人票

DATA ANALYST

職務概要

- ・ アトランタ・ユナイテッド・フットボール・クラブでは、細部にこだわり、理路整然とした、協調性のあるデータアナリストを成長中のチームに加えたいと考えています。**データアナリストとして、当クラブの情報を整理・管理する上で重要な役割を担っていただきます。主な目標は、データを活用し、その結果を伝えることで、データに裏打ちされたよりスマートなパフォーマンスの意思決定を支援することです。**真に統合されたハイパフォーマンス・チームの一員となることを望む方を求めています。このポジションはジョージア州マリエッタを拠点とし、最小限の国内出張が必要ですが、時折、海外出張の機会もあります。データアナリストは、**スポーツサイエンス担当ディレクターの直属の部下**です。

役割と責任

- ・ データストレージ構造、データマイニング、データクレンジングに関する専門知識を提供する責任を負う
- ・ 数字や事実を変換し、戦略的なパフォーマンスに関する意思決定を提示する。
- ・ 試合内容の分析（フィジカル、テクニカル）
- ・ ワークロードデータを分析し、プレイヤーのパフォーマンスを判断する
- ・ 部門の効率的なプロセスを作成する
- ・ データの完全性を保ちつつ、機密を保持する

資格・学歴要件

- ・ 関連分野の学部卒 - 大学院卒が望ましい。

統計学、機械学習、エコノメトリクスのいずれかの経験

必要なスキル

- ・ 強い分析力と定量的スキル
- ・ 統計ソフトウェア（R、STATAなど）でのデータ管理・分析に精通していること。
- ・ Python、R、SASなどの統計言語の使用経験
- ・ Tableau、Power BI、QlikViewなどのデータ可視化ソフトの使用経験がある。
- ・ Excelの上級スキル（ピボットテーブル、VBA、マクロなど）
- ・ SQLデータベースのクエリができる
- ・ コミュニケーション能力の高さ
- ・ 問題解決とトラブルシューティング
- ・ パターンおよびトレンドの識別
- ・ データマイニング、データQA
- ・ データベースの設計と管理
- ・ SharePoint、Microsoft Excelの高度な機能

MLS アトランタ・ユナイテッド求人票

BUSINESS SYSTEMS ANALYST

職務概要

- AMB Sports & Entertainment (AMBSE), LLCは、主にメルセデス・ベンツ・スタジアムに導入されているシステムを含む、組織内のビジネスアプリケーションの管理とサポートを担当するビジネスシステムアナリスト (BSA) を募集します。このポジションは、**ビジネスシステム担当ITマネージャーの直属で、ビジネスとITの間を取り持つ重要な役割を担い、ビジネス&スタジアムシステム担当ディレクターをサポートします。ビジネスエリアとプロセスに関する深い知識を持ち、ビジネスパートナーが戦略的目標を達成し、エンドユーザー体験を向上させるための革新的なソリューションを特定・展開することで、価値向上を支援します。BSAは、社内外のチームと密接に連携し、検討、開発、調達、導入されるすべてのシステムが、当社のニーズを満たし、または上回ることを保証します。**

役割と責任

- ビジネスチャンスをサポートするためのビジネスシステムおよびアプリケーションの調査、評価、推奨
- 社内外のチームが世界最高水準のソリューションを提供するために活用する詳細なビジネス要件を定義し、記述するプロセスを会議の進行役として主導する。
- 主要な利害関係者と緊密に連携し、重要なシステム統合のためのビジネスおよび技術要件を文書化する。
- 包括的なテストケースとプランを作成し、ユーザー受け入れテストプロセスをリードする
- アプリケーションのアップデート、リリース等の実施を支援する。
- 全スタジアムシステムのソフトウェア開発ロードマップの管理を支援する。
- 当社の第三者システムプロバイダーとの協力関係の維持・管理
- エンドユーザー向けシステムドキュメントの作成・維持
- システムトレーニングの監督および/または提供
- 最新の技術動向を常に把握し、AMBSEの組織内外の新技術についてソートリーダーシップを発揮する。
- 部門の業績目標およびKPIを設定し、監視し、報告する。
- プロジェクトが期限内、品質、予算内で納品されるよう、チームと活動を調整する。

資格・学歴要件

コンピュータサイエンス、経営情報システム、または関連分野の理学士号取得者

- 5年~8年以上の関連するビジネスまたはシステムアナリストの経験
- 詳細なビジネスまたは技術要件の定義、作成、実装の経験

必要なスキル

- 優れた対人関係能力を有し、上級管理職を含む社内顧客と容易かつ効果的に対話、相談、サポート、教育することができる。
- 優れた口頭および書面によるコミュニケーション能力
- 問題解決、トラブルシューティング、リサーチ、実装のスキルがあること。
- 世界最高水準のカスタマーサービスを提供し、組織内のあらゆるレベルで強固な関係を構築する能力がある。
- 自発的で、プロジェクトをリードし、少ない監督で複数のワークストリームを管理する能力を実証している。
- チーム中心の環境で優れた能力を発揮する実証済みの能力
- テクニカルスキルを常に最新に保つ意欲
- 他者と協調し、他者を通じて卓越した成果を上げることができる能力

デジタルのための専門部隊

- ・ 欧米のスポーツビジネスにおいてDXは急進してきているものの、他の業界同様に一朝一夕に成り立ったものではない。
- ・ 20年近く「人材（専門部隊）」などへの投資の歴史。

リーグ	デジタル部隊	創設	従業員数（推定）
Major League Baseball	MLB Advanced Media	2000	1,477名
National Basketball Association	NBA Digital	2005	非公開
National Football League	NFL Digital Media	2007	260名 (西海岸のみで)
National Hockey League	NHL Network	2007	約200名弱
Major League Soccer	MLS Digital Properties MLS Productions	2009	80名

MLS DIGITAL

“振り返ると、ラジオが野球を、テレビがアメフトやバスケットボールの人気拡大に一役買ってきたことがわかる。MLSはデジタルが当たり前の世界で生まれ、プラットフォームが進化するのと同じように、MLSも新しいことに迅速に挑戦しています。”

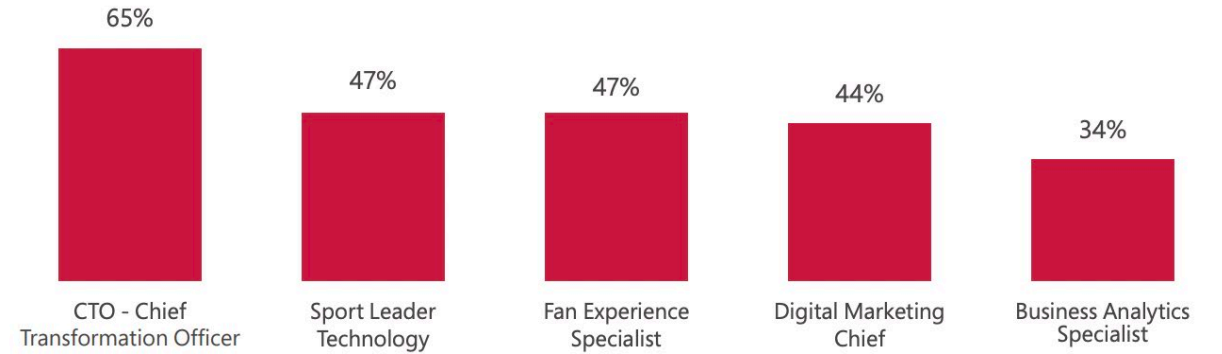
—MLSデジタル

スポーツDXポジション

Global Sports Innovation Center powered by microsoft調べによると、スポーツビジネスにおけるDXで最近重要な5つのポジションは右記の通り。

SPORTS INDUSTRY TALENT POOL

1.Sport digital transformation positions



SPORTS BUSINESS JOURNAL

2023 SPORTS BUSINESS AWARDS: TECH

Best In Athlete Performance Technology

- Nextiles
- Nix Biosensors
- Noah Basketball
- Orreco
- Proteus Motion
- Rapsodo

Best In Extended Reality

- Nextiles
- Augmented Reality Initiative on SRX and SEC by CBS Sports
- ONE Championship VR Experience on Meta Worlds
- Prime Vision by Amazon
- Quintar
- The Famous Group

Best In Fan Experience

- ClipperVision
- Digital Seat Media
- IMG Arena
- NASCAR Drive
- NBA App
- Vixi Live by The Famous Group

Best In Web3

- Candy Digital
- Digital Truist Park by the Atlanta Braves
- Forever Experience Action Tokens by The BIG3
- My Cavs Locker NFT Program by the Cleveland Cavaliers
- Premier Pass NFT by the Premier Lacrosse League
- Sorare
- The AUROCHS NFT Project on Coinbase by the Chicago Bulls

Technology Collaboration Of The Year

- FIFA x Hawk-Eye x Kinexon x Adidas
- Fox Sports x ActionStreamer
- Maple Leaf Sports & Entertainment x Amazon Web Services
- NHL x SMT
- Pac-12 x Opendorse x Twitter x Tempus Ex
- Phoenix Suns x Verizon 5G

Technology Executive Of The Year

- Sameer Ahuja, President, GameChanger
- Seth Bacon, Executive Vice President, Media, Major League Soccer
- Daniel Brusilovsky, Vice President, Technology, Golden State Warriors and Chase Center
- Marie Donoghue, Vice President, Global Sports Video, Prime Video, Amazon
- Johannes Holzmuller, Director, Football Technology and Innovation, FIFA
- David Lehanski, Executive Vice President, Business Development and Innovation, National Hockey League

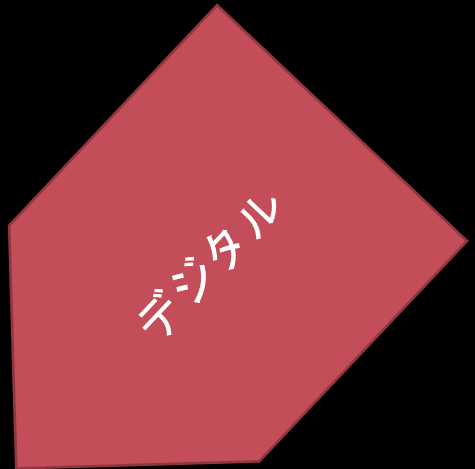
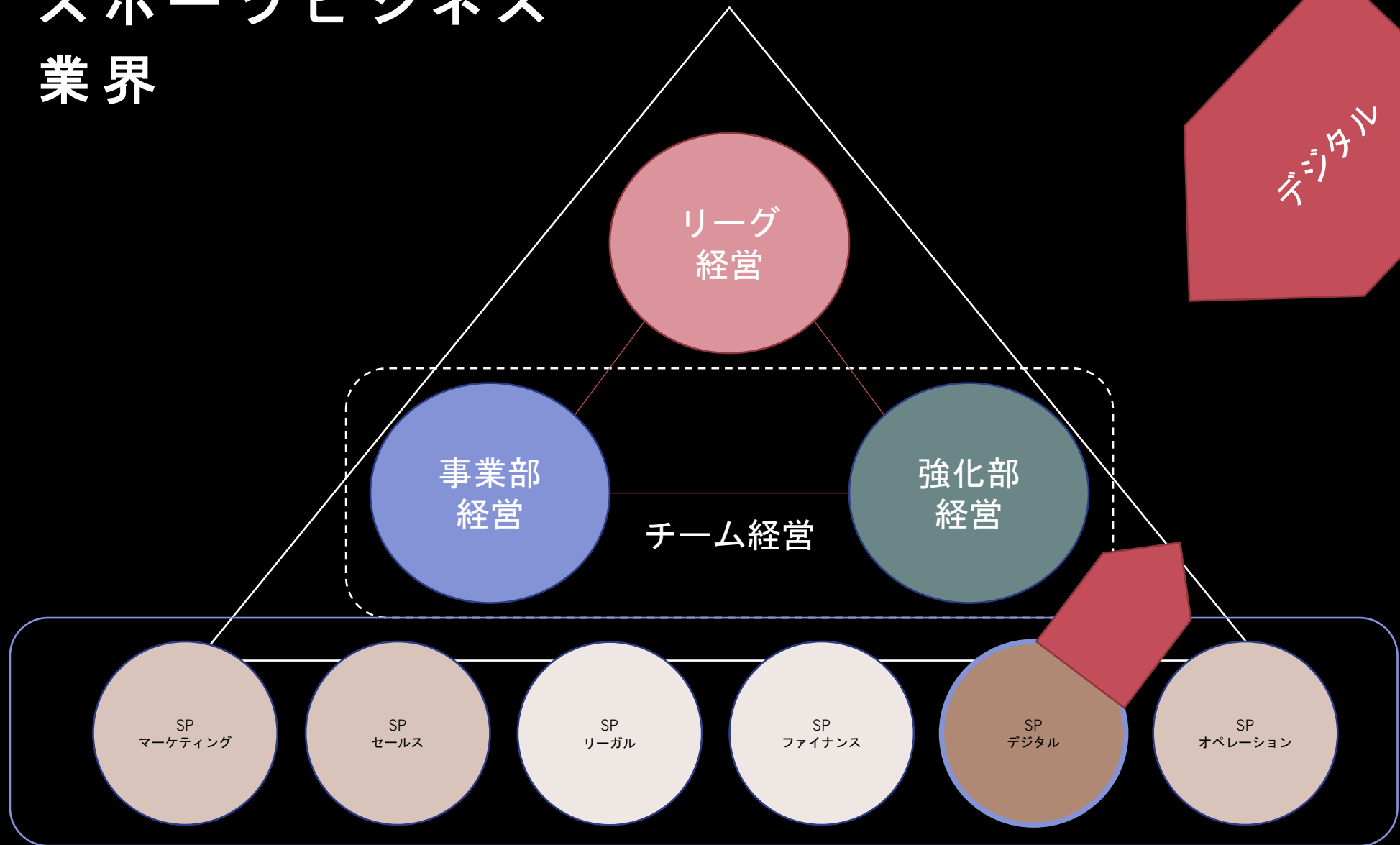
Venue Operations Technology Of The Year

- 601 Analytics
- Chase Center Mobile App
- Converged Network at SoFi Stadium by Cisco
- Evolv
- Just Walk Out and Amazon One
- Mashgin

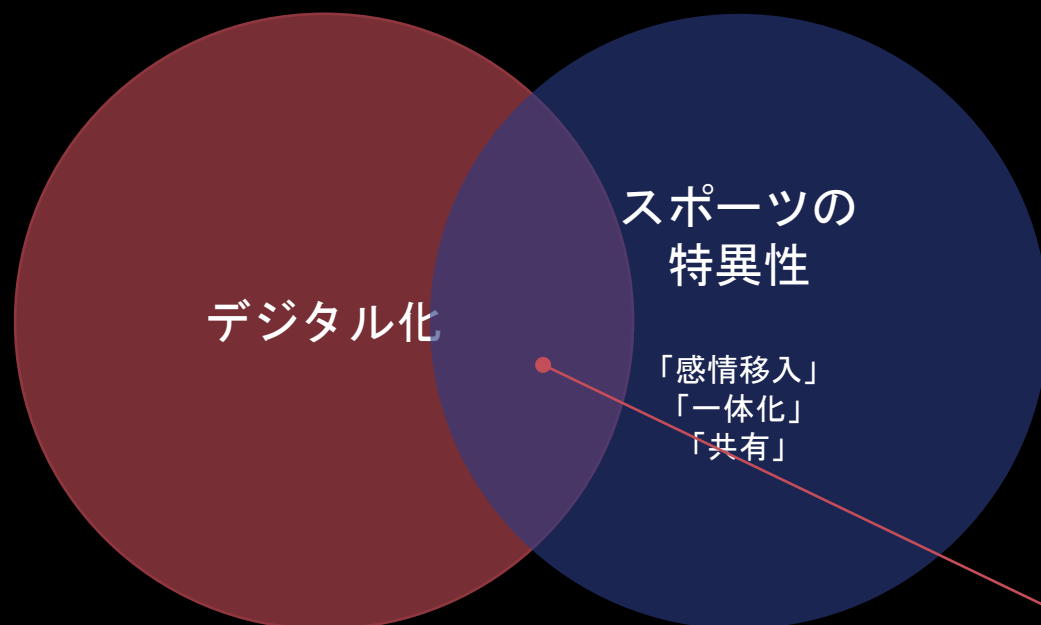
スポーツ X デジタル



スポーツビジネス 業界



スポーツビジネスの特異性・原理原則 X デジタルナレッジ



Step 1: Foundational Courses

- Intro to Sport Management
- Management
- Marketing
- Finance
- Business Law
- Accounting

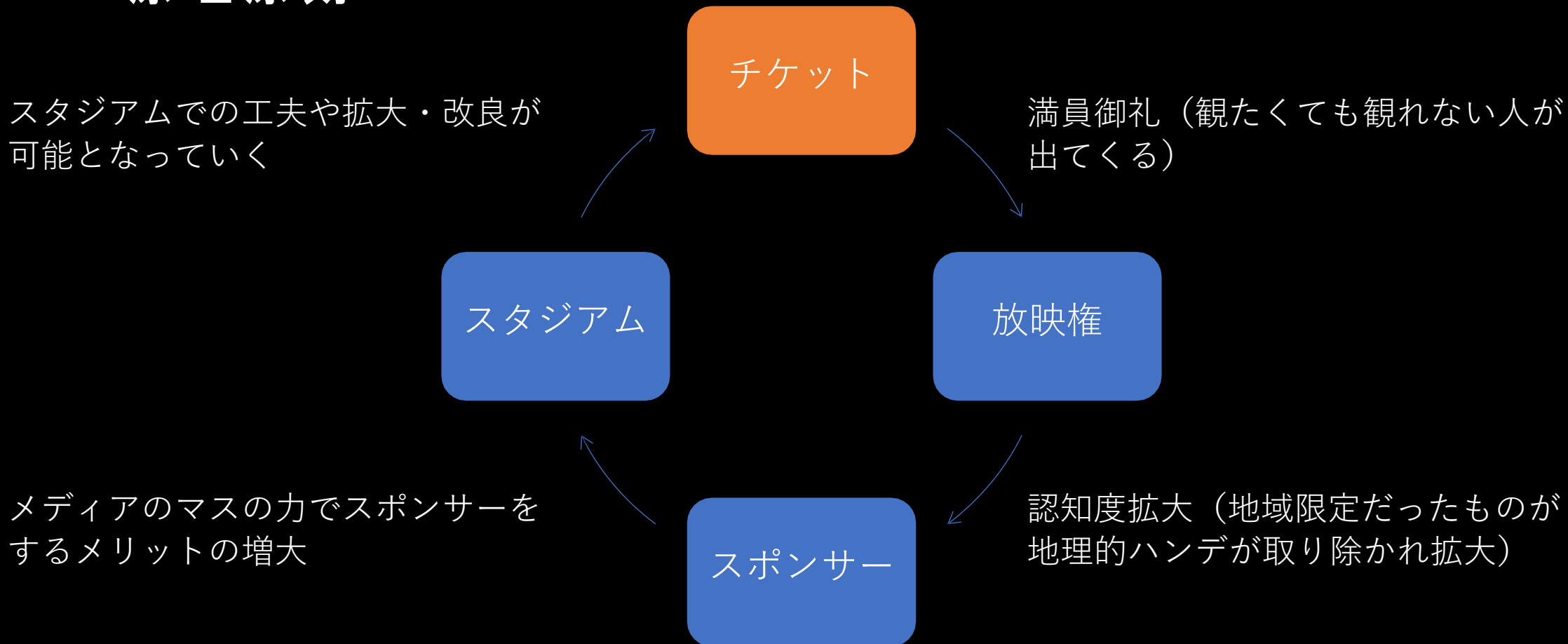
Step 2: Sport Related Courses

- Sociology of Sport
- Sport Leadership
- Sport Marketing
- Sport Finance & Business
- Sport Law
- Sport Policy (Senior Capstone Course)

Step 3: Selected Electives

- Sport Promotion & Sales
- Sport Event Management
- Sport Marketing Research
- Sport Economics
- Sport Labor Relations
- Sport Analytics

収益源サイクルの 原理原則



外的要因の発生

(この場合はコロナ)

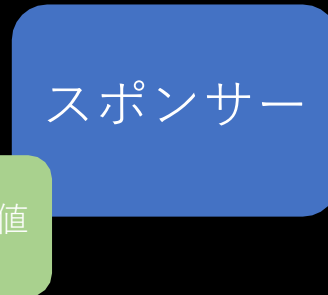
スタジアムでの工夫や拡大・改良が可能となっていく



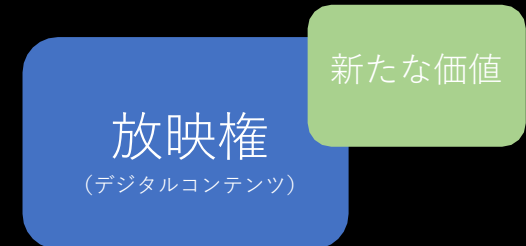
(観たくても観れない人が出てくる)



メディアのマス力でスポンサーをするメリットの増大

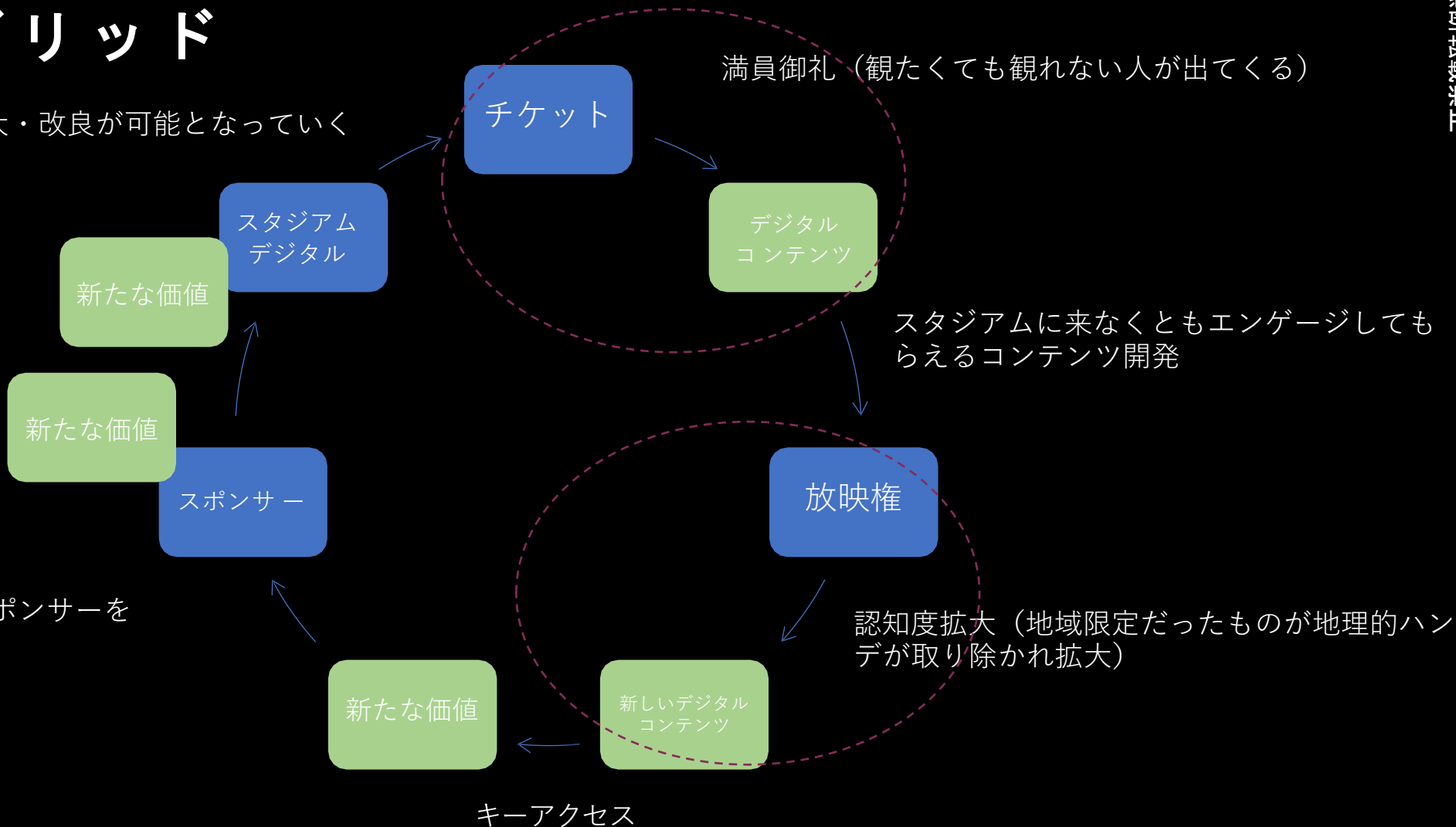


認知度拡大 (地域限定だったものが地理的ハンデが取り除かれ拡大)



ハイブリッド

スタジアムでの工夫や拡大・改良が可能となっていく



メディアのマスのかでスポンサーをするメリットの増大

【最後に】日本モデル



欧米でも歴史的背景の差異

- 欧州：コミュニティ、地域、地元、特権階級、会員制から発祥（地域の代表・勝敗）
- 北米：新大陸アメリカへ移民、異なる文化、存在しない歴史（ビジネス・エンタメ）
- 「スポーツビジネス」のアカデミックな概念の誕生：1966年

Japan Way :

■ 欧米礼讃しても意味がない

■ メソッドの昇華・世界トップレベルに



無断転載禁止

38

4/17/2023



ご参考

- PwCによるレポートによると、グローバルスポーツ市場は2023年までに1450億ドルに達すると予測されており、そのうちデジタル収益がその成長のほぼ半分を占める (<https://www.pwc.com/gx/en/industries/entertainment-media/publications/sports-outlook.html>)。
- McKinsey & Companyによる2020年のレポートによると、COVID-19パンデミック中にスポーツ産業のデジタル変革が加速し、チームや組織がデジタル能力やインフラにより多くの投資を行っている (<https://www.mckinsey.com/industries/sports-and-entertainment/our-insights/the-great-shutdown-impact-on-the-global-sports-industry#>)。
- NFLは2021年3月、Amazon Prime VideoやPeacockなどのデジタルストリーミングプラットフォームから大部分の収益が得られるとされる新しいメディアライツ契約を締結したことを発表し、その総額は1000億ドル超え (<https://www.nfl.com/news/nfl-finalizes-new-media-rights-agreements-with-distribution-partners>)。
- Deloitteによるスポーツ幹部への調査では、回答者の94%がデジタルエンゲージメントが最優先事項であると回答し、68%が次の3年間でデジタルへの投資を増やす予定であると回答 (<https://www2.deloitte.com/us/en/pages/about-deloitte/articles/press-releases/digital-engagement-prioritized-as-strategic-priority-for-sports-executives.html>)。
- Statistaによるレポートによると、グローバルデジタルスポーツコンテンツ収益は2025年に221億ドルに達すると予測されており、2020年の138億ドルから増加する見込み (<https://www.statista.com/statistics/1131041/global-digital-sports-content-revenue/>)。
- スポーツビジネスがデジタルメディア企業となることで、デジタル革命に適応していることを解説。データ分析やパーソナライズされた体験を通じて、新しい方法でファンと関わることができるようになる。しかし、デジタル変革には、テクノロジーと人材への大きな投資が必要。 <https://www.zdnet.com/article/sport-businesses-become-digital-media-companies-in-the-digital-media-revolution/>
- デジタル技術がスポーツ業界をどのように変革しているか、プロフェッショナルが成功するために必要なコンピテンシーについて論じている。ファンエンゲージメント、データ分析、メディア配信などの分野を取り上げ、テクノロジーの理解、コラボレーション、コミュニケーション、継続的な学習が重要であることを強調。 <https://sport-gsic.com/wp-content/uploads/2020/09/TalentInTheDigitalSportsIndustry-1.pdf>



中村 武彦 | Takehiko Nakamura

Blue United Corporation
President & CEO

2005年に日本人として初めてMLS（メジャーリーグサッカー）国際部入社。2008年、パンパシフィック選手権を設立し、2009年にFCバルセロナ国際部ディレクター（北米、アジア、オセアニア責任者）などを歴任後、独立し2015年にBlue United Corporationを創設。同社においてデロイト・トーマツ・コンサルティング・スポーツとのアライアンス、鹿島アントラーズ グローバル・ストラテジー・オフィサーやPLM（パシフィックリーグマーケティング）キャリアアドバイザー兼海外事業開発ディレクターなどスポーツクラブやスポーツビジネス会社のサポートをする傍ら、自社権利開発として：パシフィックリムカップの創設と運営、プロスポーツチーム(Blue United eFC)の創設、運営をマンチェスター・シティと行う。

2022年WEリーグ 国際アドバイザー、枠設計 スポーツエンターテインメントドメインアドバイザーに就任。

現在、東京大学社会戦略工学部共同研究員、青山学院大学地球社会共生学部非常勤講及び、ぴあスポーツビジネスプログラムのオフィシャルアカデミックパートナーとして常任講師も務める。著書「MLSから学ぶスポーツマネジメント（東洋館）」は、2019年「サッカー本大賞」を受賞。

青山学院大学法学部卒、米国University of Massachusetts, Amherst, Sport Management修士課程修了、マドリ-ISDE法科大学院Global Executive Master in International Sport修了