リーグ・競技団体×民間企業による
スポーツデータの活用事例集

スポーツ庁
令和5年　3月

目次

はじめに 3

第１章　スポーツデータの活用により期待される効果

１．対象となるスポーツデータ 5

２．リーグ・競技団体において期待される効果 6

３．企業において期待される効果 7

第２章　スポーツデータの利活用に向けて

１．利活用までのプロセス 10

２．スポーツデータを取り巻く商流 12

第３章　国内外の先行事例

１．事例の構成 13

２．国内における先行事例 14

３．海外における先行事例 25

はじめに

- 2022年3月に策定された第3期「スポーツ基本計画」の中で、政策目標として“スポーツ界にデータ・テクノロジー等DXを導入することでスポーツを「する」「みる」「ささえる」の実効性を高める”ことが掲げられています。スポーツは、競技者のパフォーマンス向上という観点からも、観客のファンエンゲージメントを高めるという観点からも、データ・テクノロジーとの親和性が高い分野であるといえ、スポーツ活動にデータを取り入れることで、新たなスポーツの「する」「みる」「ささえる」を実現するため手だてを掲げることが求められています。
- 欧米では、スポーツデータが様々な形で活用されており、例えばファン向けの試合スタッツデータや試合経過データ、NFT 等デジタルデータで直接マネタイズしているケースや、ベッティング向けのデータ提供の商流が存在しており、スポーツの試合から収集されたデータがリーグ、ファン、関連企業間で取引されていることで一種の経済圏が成立しはじめています。
- 日本でもリーグや中央競技団体が保有するスポーツデータを活用したビジネスを生み出していくことが求められており、実際にスポーツデータを競技者のパフォーマンス、ファンエンゲージメント向上に活用するサービス提供事業者の萌芽事例が確認され始めています。一方で、デジタル技術を活用した効率的なデータ取得、データ分析のための統一的なデータ管理基盤、データ活用促進のためのノウハウ・効果の共有知化等の観点から、取組の活性化に向けては課題がある状況です。
- 本事例集は、先行してリーグ・競技団体と民間企業の連携によりスポーツデータの活用を進めている先行事例紹介を交えながら、データの商流、データ活用により創出された価値について詳細に整理しています。本事例集が、今後スポーツデータの活用を検討するリーグ・競技団体及び企業関係者の御参考となり、スポーツデータ活用促進の一助になれば幸いです。

はじめに

本事例集の想定読者

- 本事例集の読者は、今後のデータ利活用を検討している**リーグ・競技団体担当者**に加え、スポーツデータの活用に関心を持っている**企業の担当者**（経営企画、事業開発、マーケティング、営業・広報）を想定しております。
- リーグ・競技団体担当者には、スポーツデータ活用のために必要となる取組や企業側の活用ニーズについて把握いただき、データ活用推進の手掛かりを得ていただくことを期待しています。
- 企業担当者には、活用が期待されるスポーツデータ及び活用により期待されるメリットについて認識いただき、利活用のイメージやポイントを掴み、その第一歩を踏み出した頂く事を目的としています。

本事例集の構成

- 本事例集の前半（第 1 章、第 2 章）は、対象とするスポーツデータの概要や商流について紹介しています。また、スポーツデータの活用により期待される効果についてもとりまとめております。
- 第3章の事例編では、リーグ・競技団体や企業へのヒアリングに基づいた事例を紹介しております。各事例の中では、データの商流や活用により創出された価値、データ利活用プロセスおける特徴的な取組等を記載しています。

第１章　スポーツデータの活用により期待される効果

１．対象となるスポーツデータ

- 本事例集では、リーグ・中央競技団体が保有するスポーツデータを、*バイタルデータ/競技データ/ファンデータ*の3つの大カテゴリのもと整理しています。データ詳細及び各データの主な活用イメージについては以下参照ください。

カテゴリ	詳細		主な活用イメージ（例）
バイタル データ	バイタルデータ	➢ 心拍数、消費エネルギー、体表温度等	• フィジカル、メンタル両面での健康状態、コンディション管理
競技 データ	試合データ/選手データ	➢ 試合スタッツ、成績/入場者データ ➢ 試合映像データ ➢ 選手肖像権	• デジタル観戦に係るファンエンゲージメント向上 • ベッティング、ファンタジースポーツサービスの提供
	パフォーマンスデータ	➢ 選手のプレー情報、個人スタッツ（運動フォーム、ボール回転数等）	• プレー分析によるパフォーマンス向上 • デジタル観戦に係るファンエンゲージメント向上
	デジタルデータ	➢ 記念アイテム等のNFT ➢ チームが発行するファン向けトークン	• ファンエンゲージメント向上（特別体験提供）
ファン データ	ﾃﾞﾓｸﾞﾗﾌｨｯｸデータ	➢ ファンクラブ登録者等の個人情報（年齢、性別、ファン歴、ランク等）	• ファンマーケティングによるToC収益向上 • ファンエンゲージメント向上（パーソナライズドされた体験の提供）
	行動情報	➢ イベント参加履歴 ➢ 会場/オンライン観戦履歴	
	購買情報	➢ チケット購入履歴 ➢ グッズ購入履歴	

２．リーグ・競技団体において期待される効果

- 近年、リーグや競技団体においてもスポーツデータを活用してスポーツを「する」「みる」価値を高める取組が進められています。例えば、プレー中の選手データを活用した競技パフォーマンス向上やコンディション管理などの取組が挙げられます。また、ファンに対しても、様々な行動データを収集・分析することでパーソナライズドされた体験を提供し、ファンエンゲージメント向上施策が実施されているケースもあります。
- なお、スポーツデータはこれらのようにスポーツの「する」「みる」の付加価値を高めるだけでなく、リーグ・競技団体の収益源確保の観点からも期待が高まってきている。

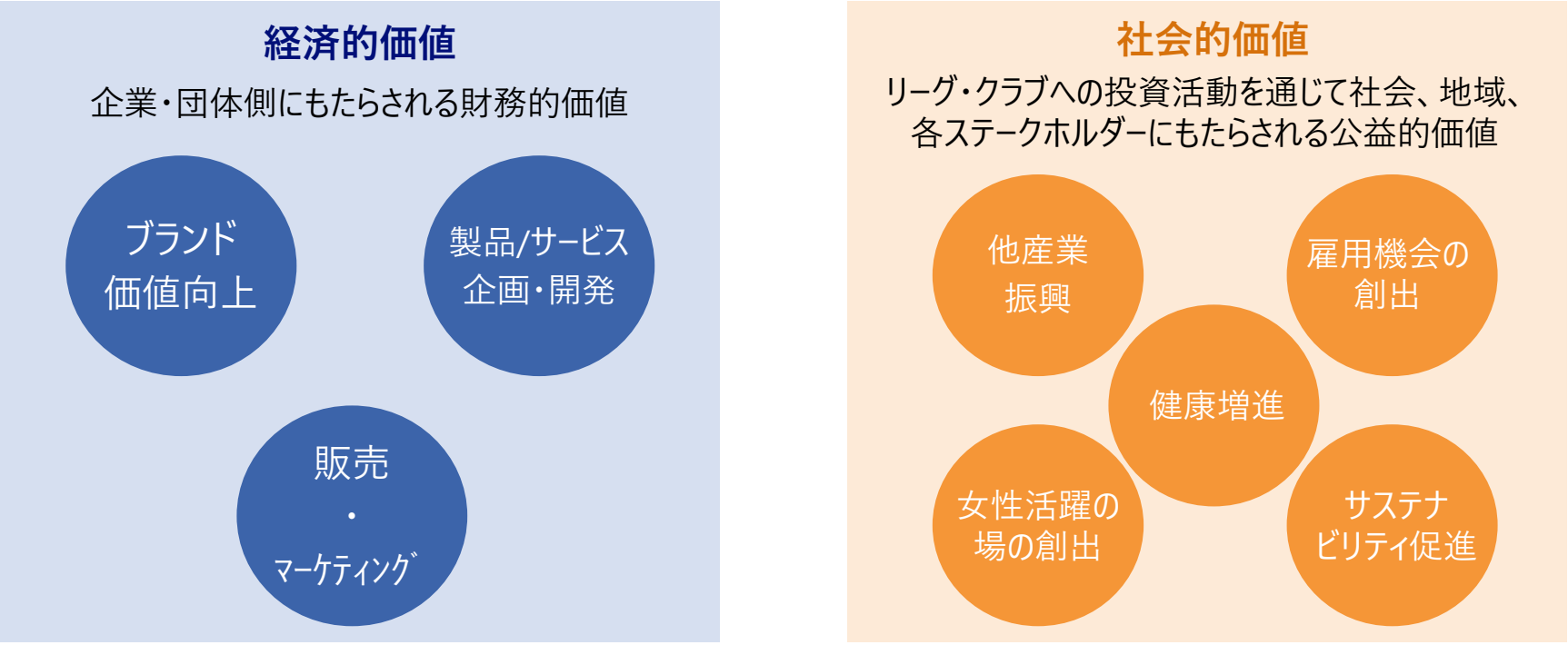
リーグ・競技団体の収益源確保の観点からのスポーツデータ活用にかかる期待

to B	スポンサー収入	**スポンサーアクティベーション向上**　☛取組事例は第3章p29~34参照 • データ活用によるマーケティング施策実施等スポンサーアクティベーションの向上を通じて新規のスポンサー/パートナーシップ契約の締結、既存メニューの充実化によるスポンサー収入向上 • データの商用利用権を企業に販売することによるライセンスフィーの受取
	放映権収入	**観戦・視聴体験価値向上** • 試合映像の質を高め観戦価値向上を通じたファンエンゲージメントを実現することを目的に、メディアや配信サービス事業者に対しスタッツデータ等を販売
to C	チケット収入・大会参加費収入	**顧客体験・顧客行動を重視したパーソナライズド体験の提供** • ファンデータ活用により、個々の行動や趣向に沿ったパーソナライズされた体験を提供することが可能 結果としてロイヤリティの向上、ひいてはToC収益の向上への寄与が期待
	物販収入	**顧客体験・顧客行動を重視したターゲットマーケティング** • ファン/会員データやオンラインショップ（EC）顧客データを一元管理することで売り上げ分析からプロモーションまでを一気通貫で実施し、物販収入の向上に係る施策の検討に活用

３．企業において期待される効果

- 企業がスポーツデータを活用することにより創出が期待される効果は「**経済的価値**」「**社会的価値**」のそれぞれから整理されます。
- 経済的価値は、スポーツデータ活用を通じた認知度向上などから生み出される財務面での効果です。
- 社会的価値は、スポーツデータを活用した活動等を通じて、社会、地域や他産業等へのステークホルダーにもたらされる、公益的価値です。近年は、社会的価値の創出を目的としたスポーツ分野への投資事例も増えてきています。

スポーツデータの活用通じて創出される価値



第１章　スポーツデータの活用により期待される効果

- 企業による経済的価値の創出についてみると、例えば企業の事業活動における**「企画・開発～製造」**、**「販売・マーケティング」**フェーズでの活用が期待されます。
- 前者は具体的には、バイタルデータを活用した健康食品や医薬品の開発、コンディション管理サービス開発など、幅広い分野での活用が期待されます。後者についてはファンデータの分析によるターゲットマーケティングへの活用が想定されます。
  これらも製造業、卸売・小売業以外にも金融・保険や宿泊・飲食サービス分野等多岐にわたる分野での活用が期待されています。

スポーツデータの活用を通じて創出される価値

	企画・開発～製造	販売・マーケティング
活用イメージ	**サプリメントやスポーツ用品、コンディション管理サービスの企画開発・製造**	**自社製品のPR・ターゲットマーケティング**
活用の具体例	• 運動プログラム、健康管理コンディション管理サービスの開発 • サプリメントの開発・製造 • アスリートと連携した製品・サービスの効果検証 ☛取組事例は第3章p19~22参照	• 自社製品のコアターゲット層となる顧客の特定、ターゲットマーケティング ☛取組事例は第3章p17~18,p29~32参照
想定活用データ	**バイタル**データ/**競技**データ	**ファン**データ
特に活用が期待される業種	● 製造業 ● 学術研究、専門・技術サービス業 ● 情報通信業 ● 医療、福祉 ● 生活関連サービス業、娯楽業　等	● 製造業 ● 卸売・小売業 ● 金融業・保険業 ● 宿泊業・飲食サービス業 ● 生活関連サービス業、娯楽業　等

第１章　スポーツデータの活用により期待される効果

- スポーツを通じた社会的価値の創出については、国際連合「持続可能な開発のための2030アジェンダ」やコモンウェルス「Enhancing the Contributuion of Sport to the sustainable Development Goals」などでも記載があるように、SDGs目標達成に貢献するということが示されています。
- スポーツデータは、これらスポーツを通じた社会的価値の創出に係る取組の活性化や効果検証において重要な役割を果たすことが期待されています。

スポーツデータの活用通じて創出が期待される社会的価値（一部抜粋）

健康増進

地域住民の健康と福祉の実現

☛取組事例は第3章 p19~22参照

- バイタルデータを活用した効果検証を通じた健康促進に係る商品・サービスの開発
- バイタルデータ、コンディションデータを活用した運動プログラムの提案を通じた個人の運動習慣作り、スポーツ健康まちづくりの実現
- スポーツ医学、スポーツヘルス分野の研究の発展

地域の経済成長

イノベーション創出 周辺産業活性化

- データやスタジアム等リーグのアセットを活用したアクセラレーションプログラムの実施を通じたイノベーション創出に係る機運醸成
- 新技術の実証の場としての試合/大会の活用やファン・会員へのアプローチによる周辺産業の振興

サステナビリティ促進

サステナビリティムーブメントの創出

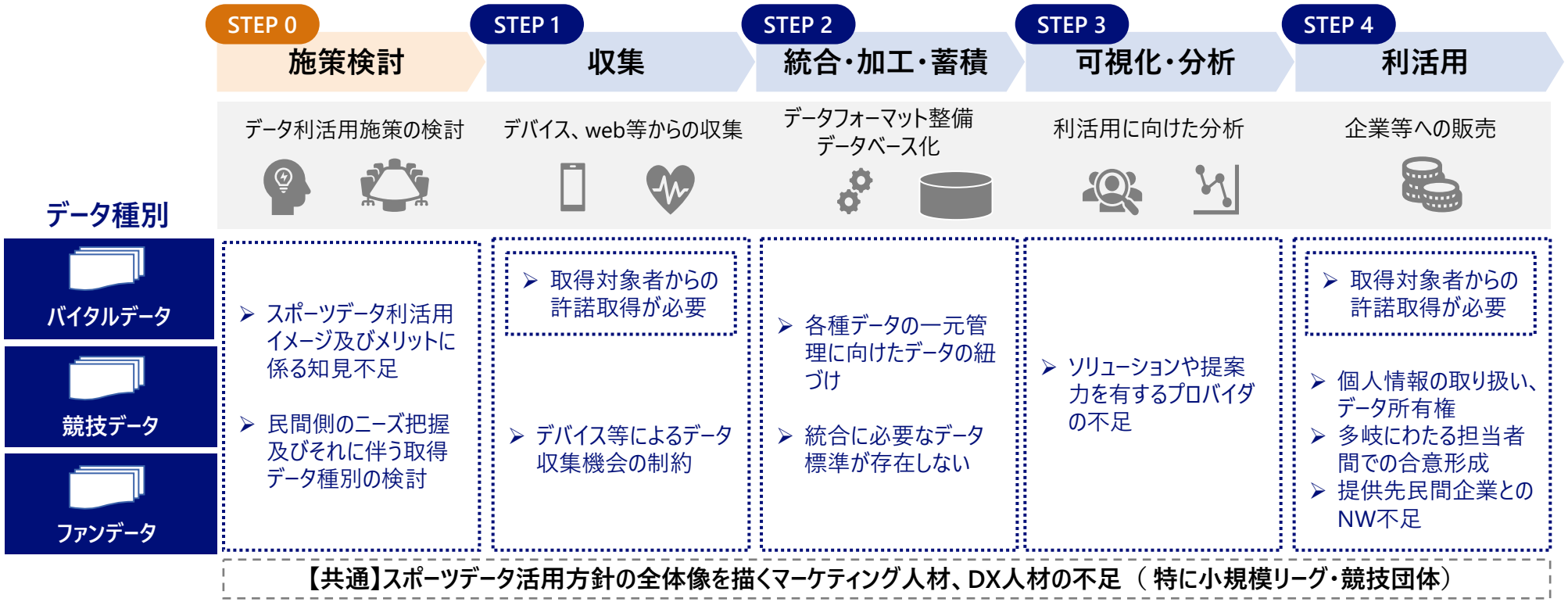
☛取組事例は第3章 p15~16参照

- データ活用によるサステナビリティ促進に係る取組・施策効果の定量化を通じた意識醸成、ムーブメントの創出

１．利活用までのプロセス

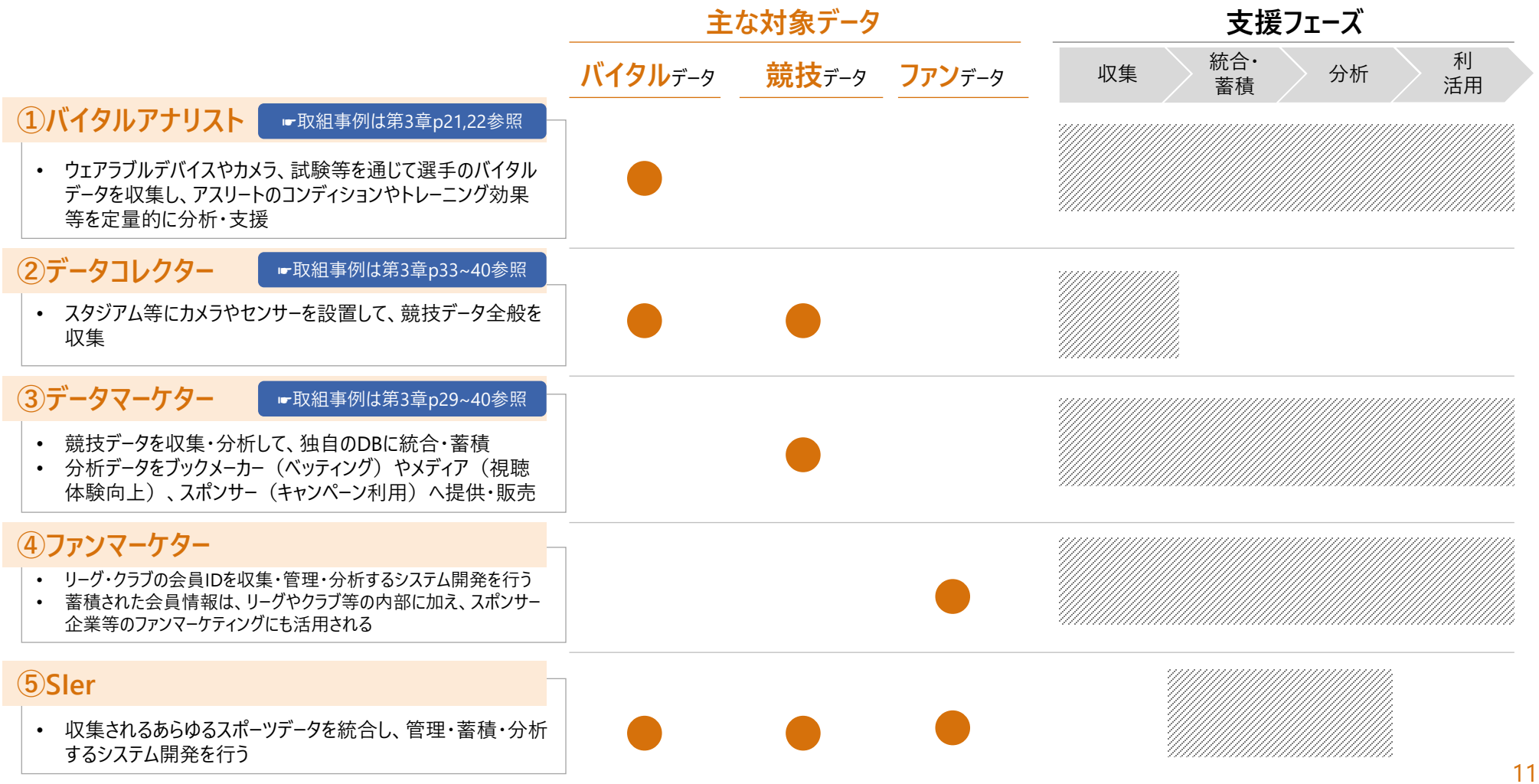
- リーグ、競技団体によるスポーツデータ利活用のプロセスは「施策検討」「収集」「統合・加工・蓄積」「可視化・分析」「利活用」にて整理されます。特に国内ではまだ活用事例が少ないということもあり、スポーツデータ利活用イメージ及びメリットに係る知見が不足していること、また民間側のニーズ把握が難しいことは、データ活用促進に向けて大きな課題となっています。
- また、取組推進に向けては各ステップにおける人材確保も重要なポイントとなります。内部での体制確保が難しい場合はパートナー企業やソリューションプロバイダ（次頁）との連携も重要となります。

スポーツデータの利活用プロセス及び想定される課題



- 本事例集では、リーグ・競技団体と連携してスポーツデータの収集～統合・管理～分析・利活用を支援する企業を「**ソリューションプロバイダ**」として定義しています。ソリューションプロバイダは、リーグ・競技団体がスポーツデータの活用を進めていく中で重要な役割を担うことが期待されています。

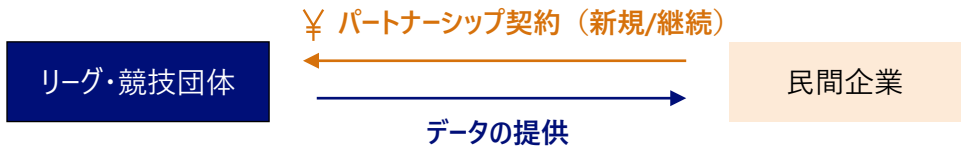
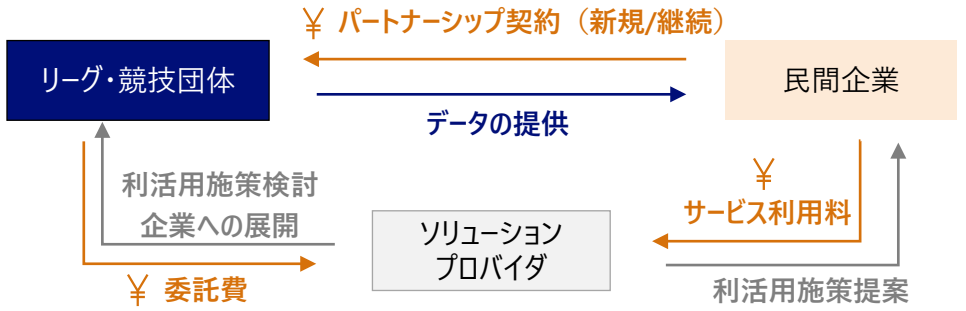
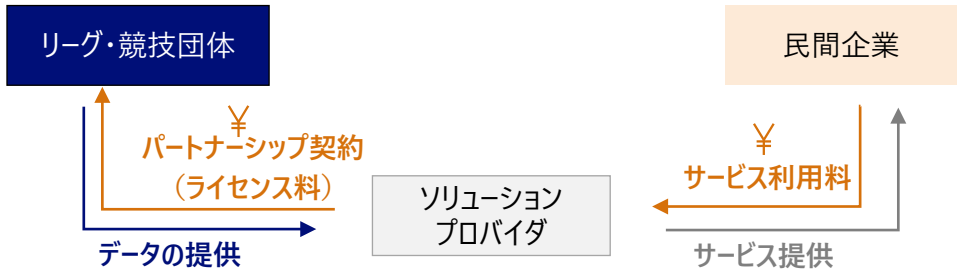
ソリューションプロバイダの役割、支援内容等



２．スポーツデータを取り巻く商流

- リーグ・競技団体の収益源確保に資するスポーツデータの主な商流パターンは以下の図に示す通りとなっております。
- リーグ・競技団体と企業が直接的にデータ活用の取組を進めていくパターン（Ⅰ）もあれば、ソリューションプロバイダが間に入り、データの収集管理や利活用施策の検討を行い、団体の既存収益源強化に繋げているパターン（Ⅱ、Ⅲ）も確認されます。

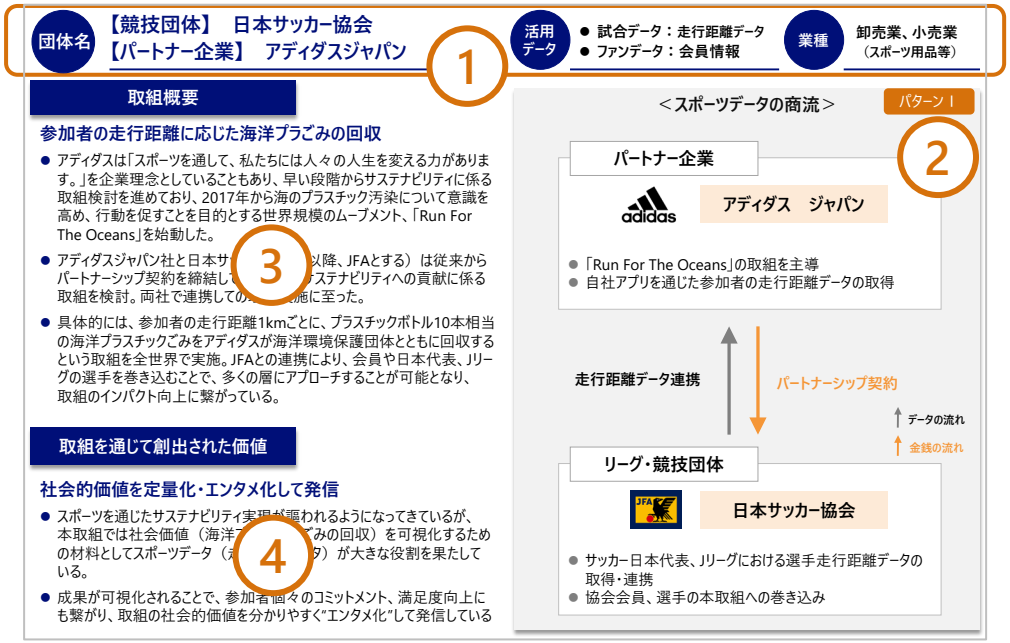
スポーツデータをとりまく商流

パターン	商流	ポイント
パターンⅠ パートナー企業 直接投資型		■ データ活用による質の高いパートナーシップアクティベーションを実現。新規のパートナーシップ契約の締結、既存メニューの充実化によるスポンサー収入向上
パターンⅡ ソリューション プロバイダ支援型		■ ソリューションプロバイダがリーグ・競技団体のデータ収集や管理、利活用施策検討を支援。 ■ 利活用施策の実施により、既存収益源（スポンサー収入/放映権収入/チケット収入/マーチャンダイジング）を強化
パターンⅢ ソリューション プロバイダ 直接投資型		■ ソリューションプロバイダがリーグ・中央競技団体が保有するデータのライセンスフィーを買い取り。 ■ 海外では、ベッティング向けのライセンス契約等で確認されるスキーム。

１．事例の構成

- 本事例集では、取組事例ごとに以下のフォーマットで整理を行っています。

事例の構成



①	基礎情報	•	団体名、活用データ種別、対象企業業種
②	データ商流	•	スポーツデータを取り巻く商流 • 民間投資パターン名（※p11参照）
③	取組概要	•	取組実施の経緯、具体的な取組内容
④	創出価値	•	取組を通じて創出された経済的価値/社会的価値
⑤	活用プロセスにおける取組	•	データ利活用プロセスにおける取組及び各団体の役割
⑥	取組のポイント	•	取組のポイント

２．国内における先行事例

団体名	パターン	活用データ	対象業種	創出価値概要	参照
【リーグ/競技団体】日本サッカー協会 【企業】アディダスジャパン	パターンⅠ	競技データ ファンデータ	卸売業、小売業（スポーツ用品等）	社会的価値（サステナビリティ促進）の定量化、ムーブメント創出	P15
【リーグ/競技団体】Jリーグ 【企業】ドコモ	パターンⅠ	ファンデータ	情報・通信業	会員基盤データ連携によるデジタルマーケティング	P17
【リーグ/競技団体】トライアスロン連合 【企業】味の素	パターンⅠ	バイタルデータ ファンデータ	製造業（食料品）	大会参加者への運動プログラム提供を通じた健康増進	P19
【リーグ/競技団体】 日本ラグビーフットボール協会等 【ソリューションプロバイダ】ユーフォリア 【企業】コクヨ等	パターンⅡ	バイタルデータ	製造業（食料品、健康機器、事務機器）	アスリートのバイタルデータを活用したヘルスケア系商品開発、フィールドワーカーのケガ予防、健康維持のサポート	P21
【リーグ/競技団体】日本野球機構 【ソリューションプロバイダ】ライブリッツ	パターンⅡ	競技データ ファンデータ	大学・研究機関 情報・通信業	大学の授業・研究への活用	p23

団体名

【競技団体】　日本サッカー協会
【パートナー企業】　アディダスジャパン

活用データ

- 試合データ：走行距離データ
- ファンデータ：会員情報

業種

卸売業、小売業（スポーツ用品等）

取組概要

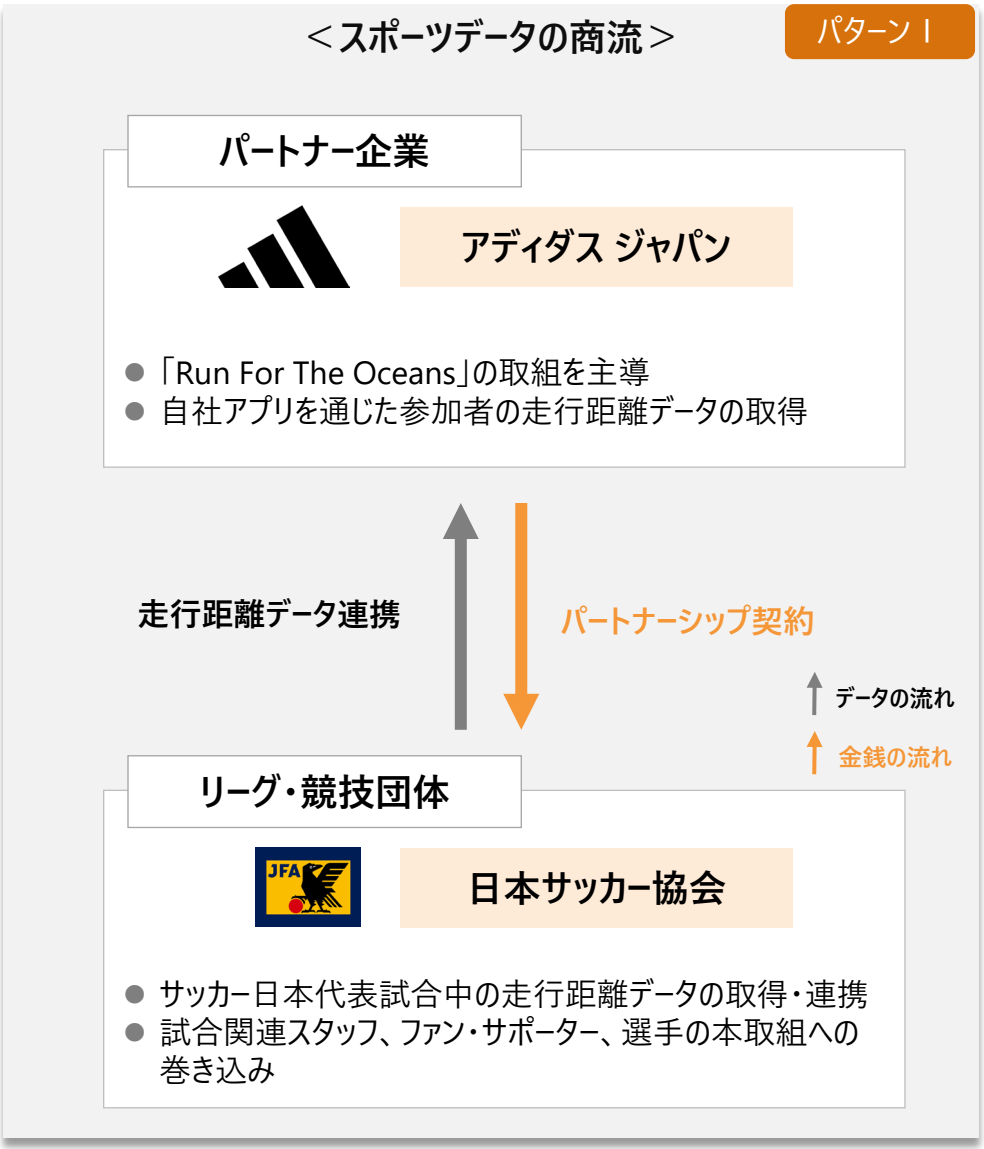
参加者の走行距離に応じた海洋プラごみの回収

- アディダスは「スポーツを通して、私たちには人々の人生を変える力があります。」を企業理念としていることもあり、早い段階からサステナビリティに係る取組検討を進めており、2017年から海のプラスチック汚染について意識を高め、行動を促すことを目的とする世界規模のムーブメント、「Run For The Oceans」を始動した。
- アディダスジャパン社と日本サッカー協会（以降、JFAとする）は従来からパートナーシップ契約を締結していた中で、サステナビリティへの貢献に係る取組を検討。両社で連携しての取組実施に至った。
- 具体的には、(2021年の例として)参加者のランニング走行距離1kmごとに、プラスチックボトル10本相当の海洋プラスチックごみをアディダスが海洋環境保護団体とともに回収するという取組を全世界で実施。JFAとの連携により、会員や日本代表、Jリーグの選手を巻き込むことで、多くの層にアプローチすることが可能となり、取組のインパクト向上に繋がっている。

取組を通じて創出された価値

社会的価値を定量化・エンタメ化して発信

- スポーツを通じたサステナビリティ実現が謳われるようになってきているが、本取組では社会価値（海洋プラスチックごみの回収）を可視化するための材料としてスポーツデータ（走行距離データ）が大きな役割を果たしている。
- 成果が可視化されることで、参加者個々のコミットメント、満足度向上にも繋がり、取組の社会的価値を分かりやすく“エンタメ化”して発信している



データ活用における取組詳細

取得

- 一般参加者やスタッフ等の走行距離データはアディダス社のアプリを通じて取得
- 日本代表選手の試合中の走行距離については、JFAが取得した公式記録データを取得しアディダス社に提供・連携

管理・分析

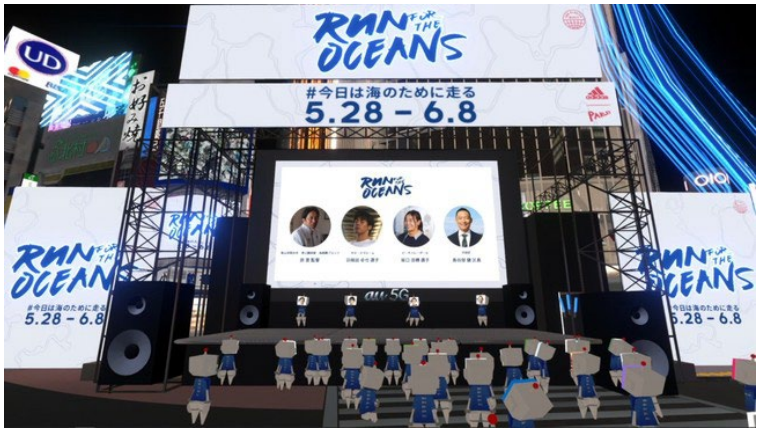
- JFAからの連携データはアディダス ジャパン社にてアプリデータと統合して自社で管理
- 参加者データから走行距離を集計。開催期間中の選手、サポーターやスタッフの走行距離を合わせて合計2,521.7kmを記録。

利活用

- JFAと連携した「JFA 2021 CHALLENGE」取組の成果として、ペットボトル約25,217本分の海洋プラスチックごみ回収への貢献。
- 海洋環境保全、プラスチックごみゼロの未来実現に向けて、全世界に対してサステナブルな活動を発信

本取組のポイント

- リーグ・競技団体が保有しているスポーツデータ（走行距離データ）が、使い方ひとつで競技力向上以外の形で社会価値創出の形で価値あるものとして活用されている。スポーツデータを活用することで定量化・エンタメ化したうえでサステナビリティへの貢献といった社会的価値を発信している点はこの取組のポイントといえる。



団体名

【リーグ】　Ｊリーグ
【パートナー企業】　NTTドコモ

活用データ

- ファンデータ：会員情報、チケット/グッズ購買履歴

業種

情報・通信業

取組概要

Jリーグ会員データと連携したドコモ決済サービスの利用促進

- JリーグとNTTドコモは2017年よりトップパートナー契約を締結し、互いの強みを活かしたデジタル分野での協業を展開。パートナーシップに係る取組の一環として、会員によるチケット購入等、スポーツ観戦を通じた顧客とのタッチポイントを最大限活用し、ドコモのdポイントやd払いといった決済サービスの利用を促進。
- また、Ｊリーグの持つ会員ID（Ｊリーグ ID）基盤とドコモの会員基盤データを突合（※1）することでＪリーグ関心層、試合来訪層、チケット購入層等の予兆モデルを構築し、ドコモメディアを通じてアプローチを行う新たなマーケティング施策の実施ことが検討されている。具体的には、ドコモスポーツくじ「WINNER」（試合結果を予想するスポーツくじ）の利用者拡大に向けたマーケティング等が検討されている。

※1 突合データはＪリーグIDの全量ではなく、ユーザー許諾が取れている一部データが対象

取組を通じて創出された価値

ドコモ決済サービスの利用増加による収益源確保

- チケット購入時等にドコモ決済サービスの利用を促すことにより、手数料として収益を得ている。
- また、チケット購入の見込みがある消費者に販促活動を行うことで、手数料の収益を得ている。

＜スポーツデータの商流＞

パターンⅠ

データ活用における取組詳細

取得

- Jリーグ側のデータは会員による「JリーグID」の登録を通じて収集
- ドコモ側のデータは従来より保有しているdポイントの会員基盤を活用

管理・分析

- Jリーグ側の会員データの統合・加工・蓄積はクラウドデータプラットフォームを利用して実施。可視化及び分析にはBIツールを活用してJリーグにて実施。
- ドコモによるデータ利活用のため、ユーザーの許諾を取得した上で、Jリーグデータとドコモデータを突合して利活用に向けた基盤を構築。

利活用

- 会員によるチケット購入等、スポーツ観戦を通じた顧客とのタッチポイントを最大限活用し、ドコモのdポイントやd払いといった決済サービスの利用を促進。

本取組のポイント

- パートナー企業であるドコモ社が持つ顧客IDとリーグが有する会員IDを突合することで、属性情報を詳細化したうえで最適な広告発信を行う等効率的なデジタルマーケティング施策を展開
- チケット購入、グッズ購入等が見込める“スポーツ観戦”において顧客接点を持ち、決済サービスの利用を促進することでビジネスメリットを創出

団体名 【競技団体】 日本トライアスロン連合
【パートナー企業】 味の素

活用データ
- バイタルデータ：検査結果
- ファンデータ：会員情報

業種 製造業（食料品）

取組概要

大会参加者を対象としたアミノインデックス検査を実施し、参加者向け運動メニュー体験機会を創出

- トライアスロン連合の主催大会期間中、テストイベントとして大会参加者に対して味の素社のアミノインデックス検査*を実施。
  *血液中のアミノ酸濃度バランスから、さまざまな疾病リスクを1 回の採血で評価。その結果に基づき生活習慣に起因する疾病の発見や予防の機会創出をサポートし、健康寿命の延伸に貢献
- 検査結果を元に、大学やスポーツジムと連携し、参加者一人ひとりに合った運動メニューを体験できる実践型プログラムを実施し、参加者自身の健康促進に向けた無理のない運動メニューの体験機会を創出。

取組を通じて創出された価値

大会開催地域における住民の健康増進

- 大会開催を契機に、参加者（地元住民）に対して健康促進のための運動プログラム提供を行い、その後の継続した運動習慣への意識と行動変容を促進。ひいては地域全体の健康づくりへの貢献を目指し、大会開催地域への社会的価値創出を目指している。

データ活用における取組詳細

取得

- トライアスロン連合が会員を対象に大会開催情報を発信し、参加者を募集
- 大会開催時に、参加者に対して、アミノインデックス検査を実施し、直接バイタルデータ等を収集

管理・分析

- 味の素と大学・研究機関等の連携によりアミノインデックス検査結果を分析し、生活習慣に起因する疾病リスク等を評価

利活用

- 分析結果を元に、スポーツジムと共同で個々人にカスタマイズされた運動プログラムを検討・提案
- トレーナーが運動サポートを実施し、運動習慣・食生活習慣の改善を通じて健康寿命の延伸に貢献

本取組のポイント

- 競技団体、パートナー企業、大学、スポーツジム等が連携してパートナー企業の有する知見・ノウハウを活かし、スポーツデータを個人の運動習慣づくり、健康寿命の延伸に向けて利活用
- 今後は自治体との連携も強化し、大会開催地域全体の健康増進への貢献等、さらなる社会的価値の創出も期待

団体名

【競技団体】 ラグビー、サッカー、バレーボール等
【パートナー企業】 コクヨ等
【ソリューションプロバイダ】ユーフォリア

活用データ

- バイタルデータ：アスリートのコンディション、トレーニングデータ

業種

製造業（食料品、健康機器、事務機器等）

取組概要

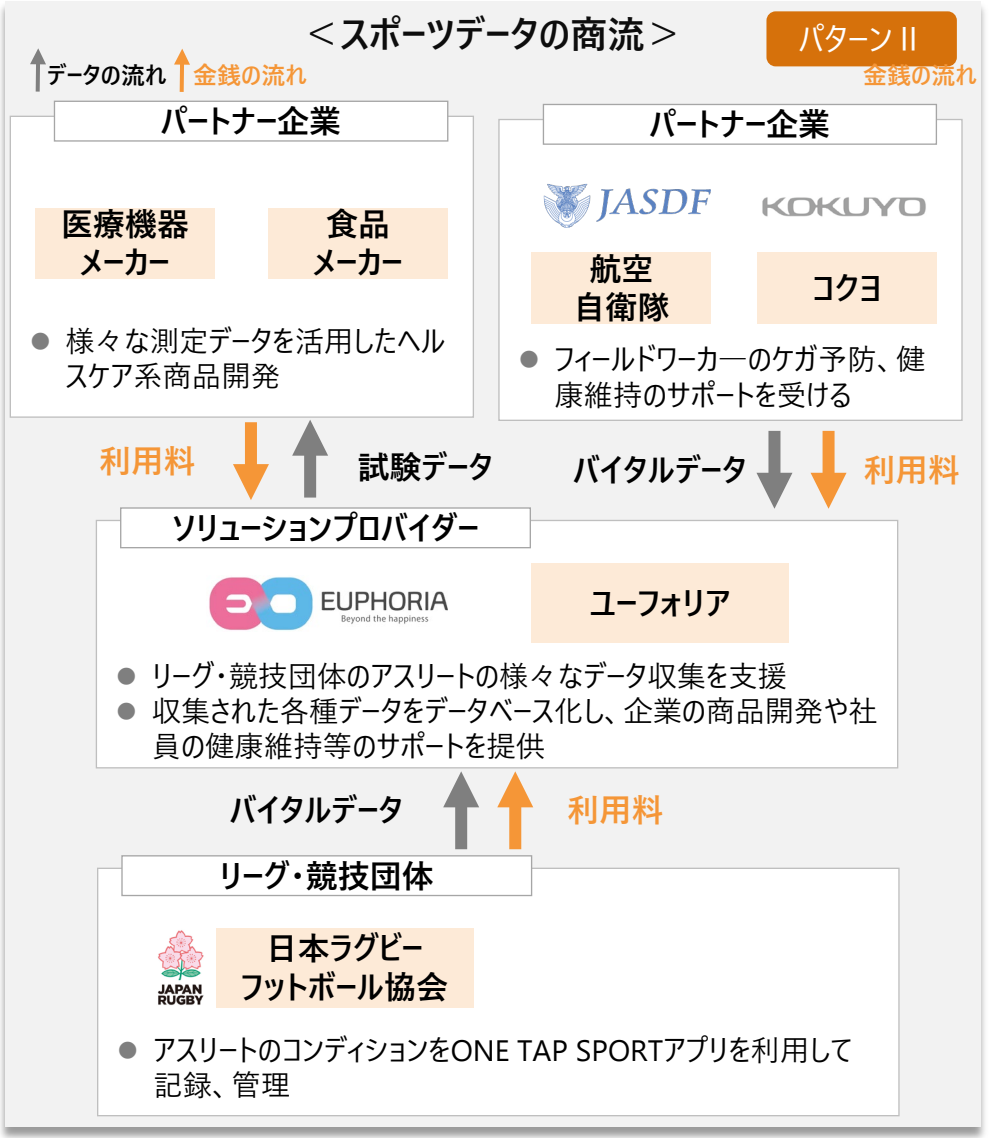
アスリートのコンディション管理で収集されたデータ・ノウハウを軸に、企業の商品開発支援や健康維持サポートへ事業を拡大

- ユーフォリアの事業の柱は、三つに分けることができる。根幹にあるのは、2012年にラグビー日本代表向けに開始したアスリートのコンディション管理を支援するONE TAP SPORTS事業である。2015年からサッカー、バレーボール等様々な競技に展開し、現在約1,700のチームにサービスが使われている。Jリーグ、Bリーグ、リーグ・ワンなどのプロリーグでは、80%に占めるチームが使うサービスとなっている。
- それに付随する形で、構築されたアスリートとのネットワークやデータ基盤を活用し、企業の栄養関連の製品、用品用具、テックデバイス商品の効果効能の検証を支援するスポーツデータマネジメント事業が存在する。
- 上記2つの事業のノウハウを横展開する形で、インダストリーアスリート（工場勤務者）やタクティカルアスリート（防衛・警察・消防等従事者）の怪我予防、健康維持をサポートするウェルネス事業を行っている。

取組を通じて創出された社会価値

様々な社会的価値を有する他産業のR&Dをスポーツで支える

- スポーツは、高負荷の環境下でも厳然たる結果がわかる、プロセスが短期で繰り返し行うことができるという特徴があり、検証実験を行うことに適す
- ワールドカップが4年間に一度にあるように、スポーツは基準となる試合や大会がある一定期間ごとにある。その試合や大会では、結果も明確にわかるため、検証の場として向いている
- 様々な社会的価値を有する他産業の企業のR&Dをスポーツの場を通じて実現していくことがスポーツが提供できる価値



データ活用における取組詳細

取得

- スポーツ団体に対して、アスリートのコンディション管理ソフトONE TAP SPORTSを提供
- 監督・トレーナー・選手等のユーザーは、体調やコンディション、トレーニング結果、食事記録などをONE TAP SPORTSへ入力

管理・分析

- 収集されたデータを蓄積・分析し、アスリートのコンディション状況やトレーニング負荷、怪我予測等をデータに基づいて見える化

利活用

- 構築されたアスリートとのネットワークやデータ基盤を活用し、企業の栄養関連の製品、用品用具、テックデバイス商品の効果効能の検証を支援
- また、スポーツデータやコンディション管理のノウハウを活用し、インダストリアルアスリート（工場勤務者）やタクティカルアスリート（防衛・警察・消防等従事者）の健康維持や健康状態の管理支援も提供

本取組のポイント

- メインとなるONE TAP SPORTS事業で収集したアスリートのバイタルデータやノウハウを、更なる事業拡大として、企業の商品開発に向けた商品の効果効能の検証（スポーツデータマネジメント事業）や、インダストリアルアスリートやタクティカルアスリートの健康維持や健康状態の管理サポート（ウェルネス事業）へと繋げている。
- データ収集だけに留まらず、収集されたデータを利活用しノウハウ化や新規試験データの取得を行うことで新規の収入源を生み出している点が、本取組のポイントと言える。

団体名

【リーグ】　日本野球機構
【ソリューションプロバイダ】　ライブリッツ

活用データ

- 競技データ：試合データ（成績、入場者データ）
- ファンデータ：会員情報

業種

大学・研究機関
情報・通信業

取組概要

試合データの配信（NPB BIP）

- ライブリッツは、日本野球機構（以降、NPBとする）と事業を行い、成績データを研究機関、大学などに販売する事業を行っている。
- ゲーム、開発、研究でデータを活用したい企業・研究機関のニーズを満たすべく、プロ野球の結果を配信する「NPB BIP」のシステム運用をNPBより受託。NPBが保有する公式データを受領し、使用しやすいようカスタムしたデータを配信している。収益はNPBからシステム利用料を徴収。

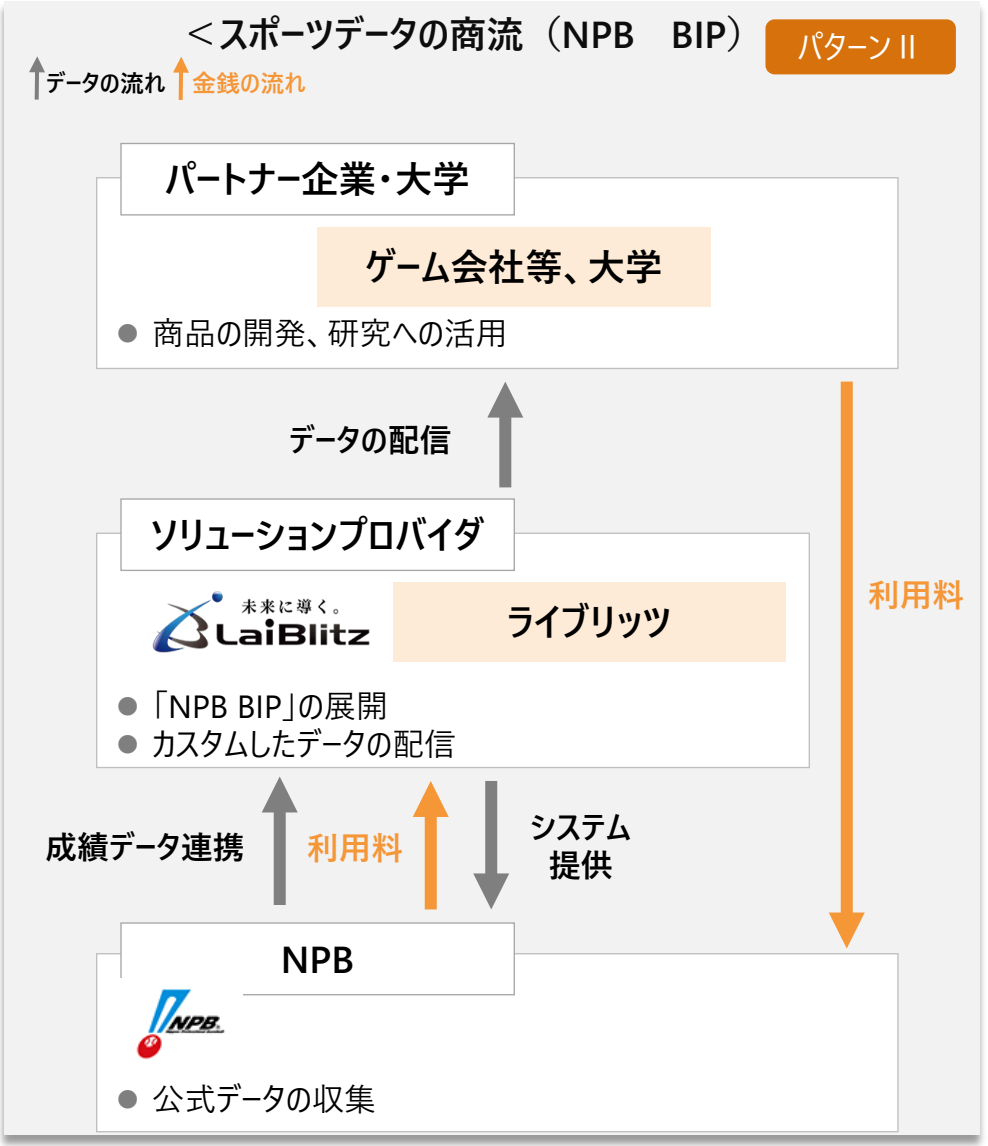
ファンサービス戦略の一元化（Fast Biz）

- ライブリッツは、EC、ファンクラブ、ポイントサービス、チケット等複数のシステムを統合して運用できる「Fast Biz」を展開している。
- 独立したシステムで利用されることが多いこれらのシステムを統合することにより、球団にとってファンデータの収集・管理の効率化が図られる。

取組を通じて創出された社会価値

大学での教育活動に貢献

- 入場者数とチームの成績との相関等、大学の授業・研究の材料データとして使用されることがある。
- 企業活動だけではなく、大学での教育活動に貢献することで、将来のデータ人材の育成に貢献している。



データ活用における取組詳細

取得

NPB ＋各球団

- ポイントサービスやチケットに関するファンデータを球団が取得
- また、NPBが球種や成績データ等の公式データを収集

管理・分析

未来に導く。LaiBlitz

- ファンデータを効率的に収集・管理するシステムをライブリッツが展開（Fast Biz）
- 公式データを一部カスタムし、ゲーム等でデータを活用したい企業向けにライブリッツが配信（NPB BIP）

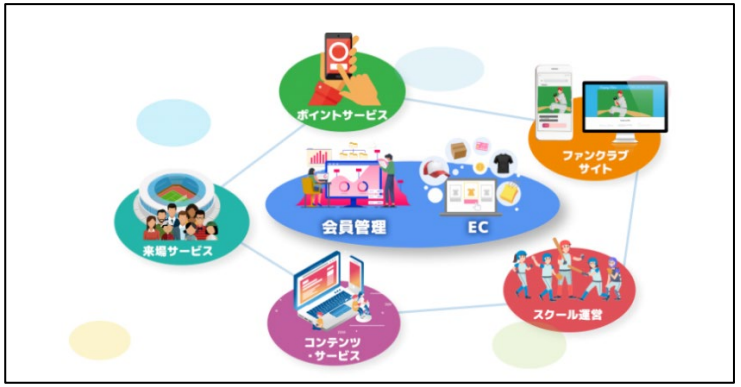
利活用

NPB 未来に導く。LaiBlitz ＋各球団

- 球団が効率的にファンデータの収集・管理を行うことにより、球団のオンラインショップ等が売上増加
- また、NPBが取得した公式データをライブリッツが配信し、企業がゲーム、開発、研究に活用

本取組のポイント

- NPBが保有しているスポーツデータ（入場者データ）が、大学等の教育機関の活動に貢献しており、競技力向上以外の形で社会価値創出の形で価値あるものとして活用されている。また、データの効率的な収集・管理を実現している点もこの取組のポイントといえる。



３．海外における先行事例

団体名	パターン	活用データ	対象業種	創出価値概要	参照
【リーグ/競技団体】NFL、MLB、MLS等 【ソリューションプロバイダ】One team partners	パターンⅠ	競技データ	情報・通信業 製造業　等	複数競技の選手会の選手のライセンスをワンストップで提供することで、企業側のデータ利活用を促進	P27
【リーグ/競技団体】 UEFA Champions League 【ソリューションプロバイダ】Stats Perform 【パートナー企業】Mastercard	パターンⅠ	競技データ	金融・保険業等	競技データの利活用によるパートナー企業のブランドイメージ確立、スポンサーアクティベーション高度化	P29
【リーグ/競技団体】NFL、NHL 【ソリューションプロバイダ】Stats Perform 【パートナー企業】ANHEUSER-BUSCH	パターンⅠ	競技データ	飲料品等	競技データの利活用により、ファンエンゲージメントの向上とグローバルでのブランドアクティベーションを実現	P31

３．海外における先行事例

団体名	パターン	活用データ	対象業種	創出価値概要	参照
【リーグ/競技団体】MLR 【ソリューションプロバイダ】 Mobii, Catapult, Teamworks,PumpJack 【パートナー企業】RTIC	パターンII	競技データ ファンデータ	情報・通信業 製造業　等	既存パートナーに対して、付加価値を付けたサービスを提供し、スポンサーシップアクティベーション向上や放映権の価値向上を実現	P33
【リーグ/競技団体】Premier League 【ソリューションプロバイダ】 Stats Perform, Genius Sports	パターンIII	競技データ ファンデータ	情報・通信業 製造業　等	データ活用を通じたファンエンゲージメント向上、メディアへの販売を通じた観戦体験向上、民間企業によるデジタルマーケティング等多岐にわたる価値創出を実現	P35
【リーグ/競技団体】Handball Bundesliga 【ソリューションプロバイダ】Kinexon, Sportradar 【パートナー企業】DKB Bank	パターンIII	競技データ ファンデータ	金融・保険業 情報・通信業	スポーツデータ活用取組推進を通じたパートナー企業のDXブランドイメージの創出	P37
【リーグ/競技団体】AFL 【ソリューションプロバイダ】 Champion Data, Catapult Sports	パターンII パターンIII	競技データ ファンデータ	情報・通信業 製造業　等	データ活用を通じたファンエンゲージメント向上、メディアへの販売を通じた観戦体験向上、民間企業によるデジタルマーケティング等多岐にわたる価値創出を実現	p39

団体名 【リーグ】NFL、MLB、MLS等
【パートナー企業】(多数)
【プロバイダー】One Team Partners

活用データ ● 競技データ：
選手データ（肖像権）

業種 情報・通信業
製造業　等

取組概要

選手会に代わってライセンス契約に関する業務を執り行う

- 選手のライセンス（肖像権）を活用した収益拡大を目的に、2019年にMLB選手会とNFL選手会等のJVとして「one team partners（以下OTPとする）」を設立。NFL、MLB、MLS、WNBA等複数の選手会と連携し、複数の選手会のライセンス供与を代理で行うことで市場交渉力を高め、選手や企業への提供価値を高めることが目指されている。
- OTPは、選手会の代理人として企業とライセンス契約に関する交渉を行っている。また、選手の肖像権の活用に関して、自ら企業に営業し、活用プランについて提案することもある。
- ライセンス契約料は企業から選手会（リーグ・競技団体）に支払われ、成約金額に応じた手数料が選手会からOTPに支払われるスキーム。

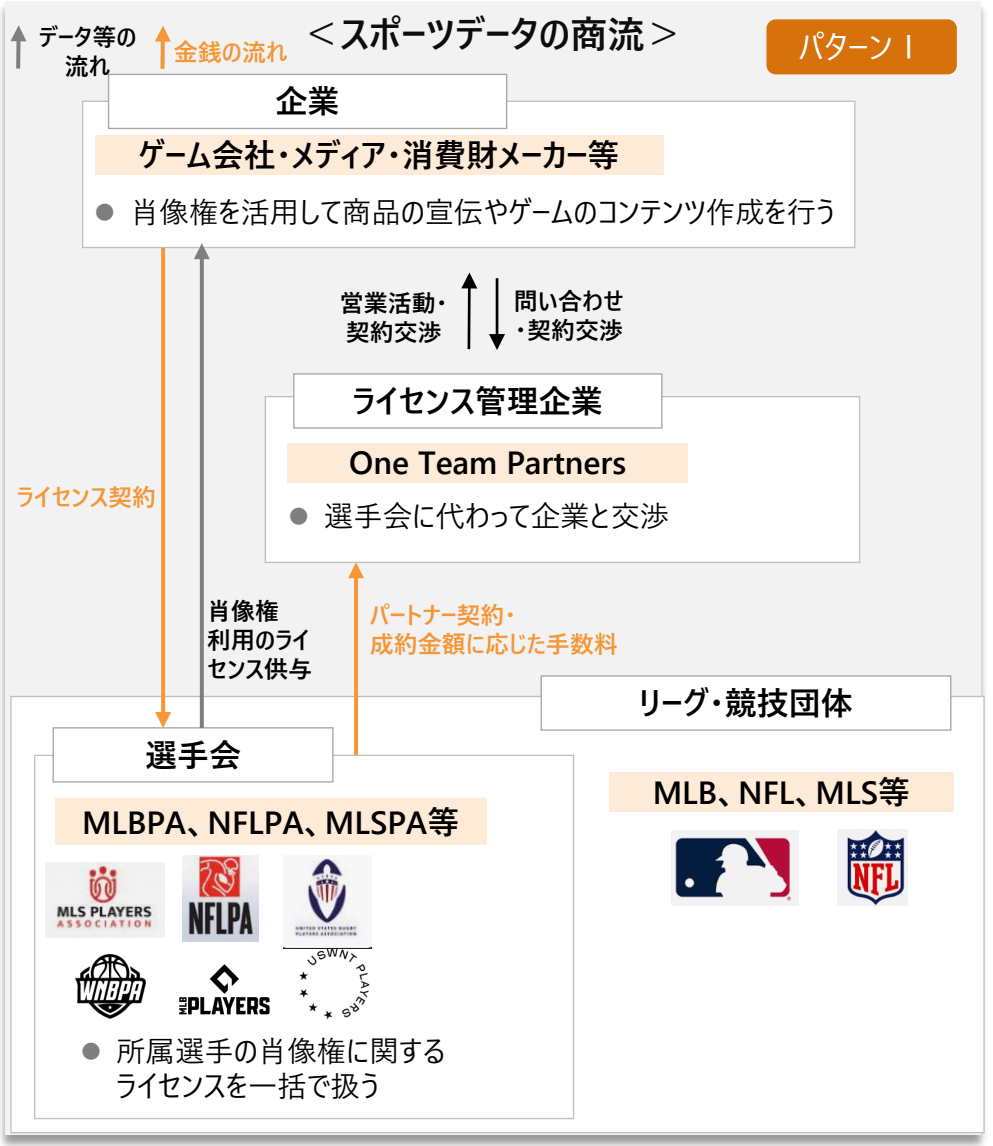
取組を通じて創出された価値

ライセンス契約に関するノウハウを集約することで、選手会の利益を最大化

複数の選手会のライセンスをまとめて取り扱うため、ライセンス契約の相場、ノウハウについて熟知しており、選手会単体での管理よりも、より多くの利益を企業から引き出すことができる。

複数競技の選手会の選手のライセンスをワンストップで提供することで企業の利便性を向上

企業側はOne Team Partnersを通じて、複数の選手会に所属する多くの選手のライセンスにアクセスすることが可能となるため、肖像権を活かして、より大きな付加価値を生み出すことができる。



データ活用における取組詳細

取得

ONETEAM NFLPA

- 選手データ(肖像権)：選手会が選手を代表して、肖像権に関する権利を有する。

管理・分析

ONETEAM NFLPA

- 選手データ(肖像権)：選手会のライセンス契約の交渉をOne Team Partners に委託し、One Team Partners はその内容に基づいて、肖像権の活用方法を企業に提案、交渉する。

利活用

ONETEAM NFLPA

- 選手データ(肖像権)：選手会とライセンス契約を結ぶ企業は肖像権を活用して、ゲームコンテンツの開発、カードゲームの製造、製品の宣伝広告等を実施し、利益拡大につなげる。

本取組のポイント

- 肖像権のライセンス契約を競技横断の組織が一元管理し、かつ各分野にわたる専門家を取り入れることにより、選手会（リーグ）側の市場交渉力を強化し、選手や企業への提供価値を高めている。
- 企業にとっても、OTPを利用することで多岐にわたるリーグの選手ライセンスの取得がワンストップで可能となる点でメリットを享受。

団体名 【リーグ】UEFA Champions League
【パートナー企業】Mastercard
【プロバイダー】】Stats Perform

活用データ ● 競技データ：試合データ（映像等）

業種 金融・保険業

取組概要

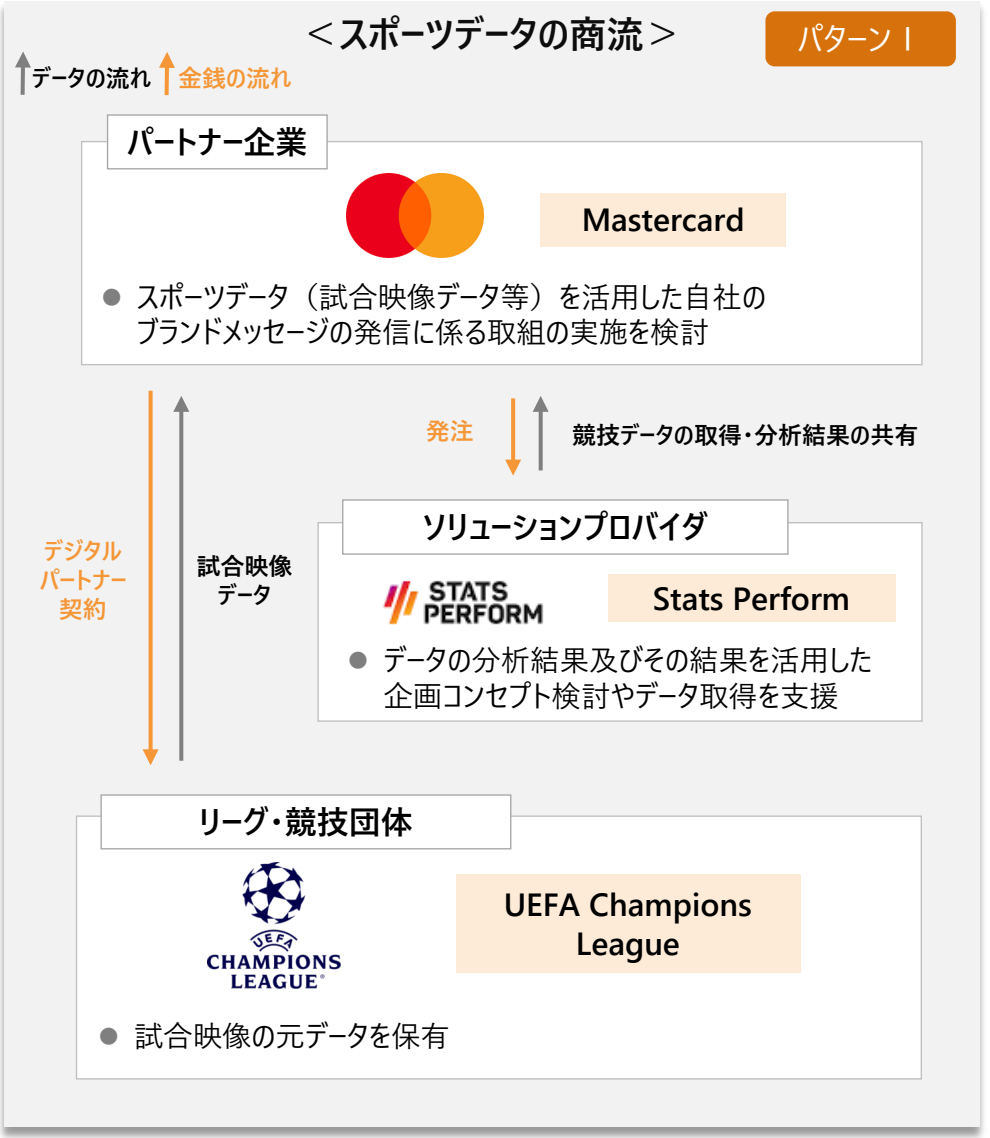
スポーツデータを活用したブランドメッセージの発信・ファン向けキャンペーンの実施

- UEFA Champions League（欧州サッカー連盟（UEFA)の主催で毎年9月から翌年の5月にかけて行われるクラブチームによるサッカー大陸選手権大会、以下UCL）のスポンサーであるMasetercard（クレジットカードブランドの運営）はUCLの過去データを活用したファン向けのブランドメッセージ発信に係る取組を検討し、Stats Performにキャンペーンの作成を委任。
- Stats PerformはAIによる予測指標の開発等を行い、UCLにおける大逆転試合映像に勝率を重ね合わせた映像を用いて、「Hope is priceless」をコンセプトとしたファン向けキャンペーンを企画し、発信することでブランドイメージ向上、ファンエンゲージメントの向上に繋げている。
- Stats Performは現地エージェンシーと連携して企画コンセプトの検討やそれに伴うデータ取得・分析を支援し、企業による効果的なデータ活用施策の実施に寄与。

取組を通じて創出された価値

競技データの利活用によるパートナー企業のブランドイメージ確立、スポンサーアクティベーションの高度化

- ロゴ掲出といった知名度向上に留まらず、スポーツデータを効果的に活用することでパートナー企業であるMastercard社がファン向けにキャッチーなブランドメッセージ発信を行い、スポンサーシップアクティベーションの高度化に繋げている。



データ活用における取組詳細

取得

- UCLが有する試合映像データ等を活用してスタッツデータ等を取得
- 分析により追加的にデータ取得が必要な場合はStatsperformが映像から取得

管理・分析

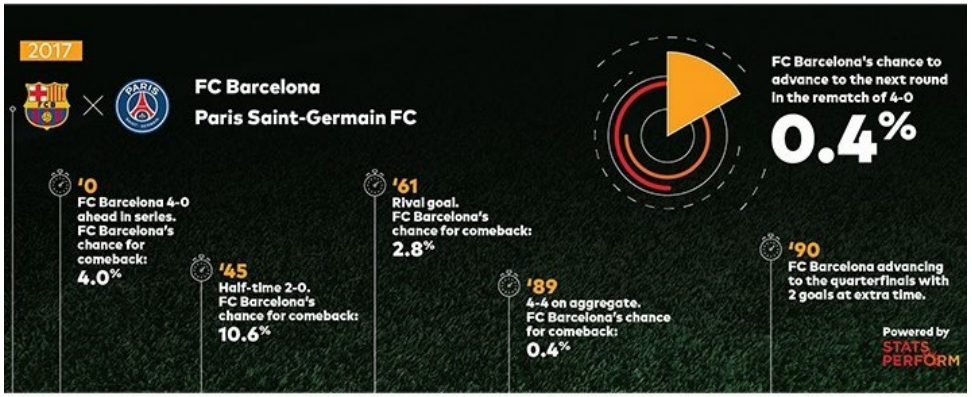
- ソリューションプロバイダであるStats Performがキャンペーンのストーリー構築に必要な各種データ（大逆転劇が起きた試合、各試合のシーン別の勝率計算）を実施

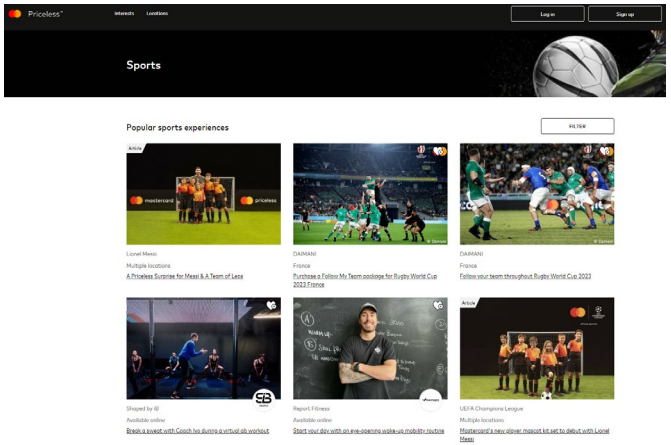
利活用

- UCLのスポンサーであるMasetercardはUCLの過去データを活用したファン向けのブランドメッセージ発信に係る取組を検討し、Stats Performにキャンペーンの作成を委任。
- Stats Performは現地エージェンシーと連携して企画コンセプトの検討を支援

本取組のポイント

- スポーツデータを情報としてではなく、“ストーリーの一部”として位置付け、活用する目線を持つことで、企業のブランドメッセージに取り込んでファン向けに発信効果的なファンマーケティング、スポンサーアクティベーションの強化に繋げている。
- ソリューションプロバイダであるStats Peroform社が関与することで、スポーツデータを活用した効果的なブランドメッセージ発信方策の検討およびそれに伴うデータ分析を実施支援を行い、施策効果を最大化。





団体名 【リーグ】NFL、NHL
【パートナー企業】ANHEUSER-BUSCH
【プロバイダー】】Stats Perform

活用データ ● 競技データ：試合データ（試合スタッツ、成績等）

業種 飲料品製造・販売

取組概要

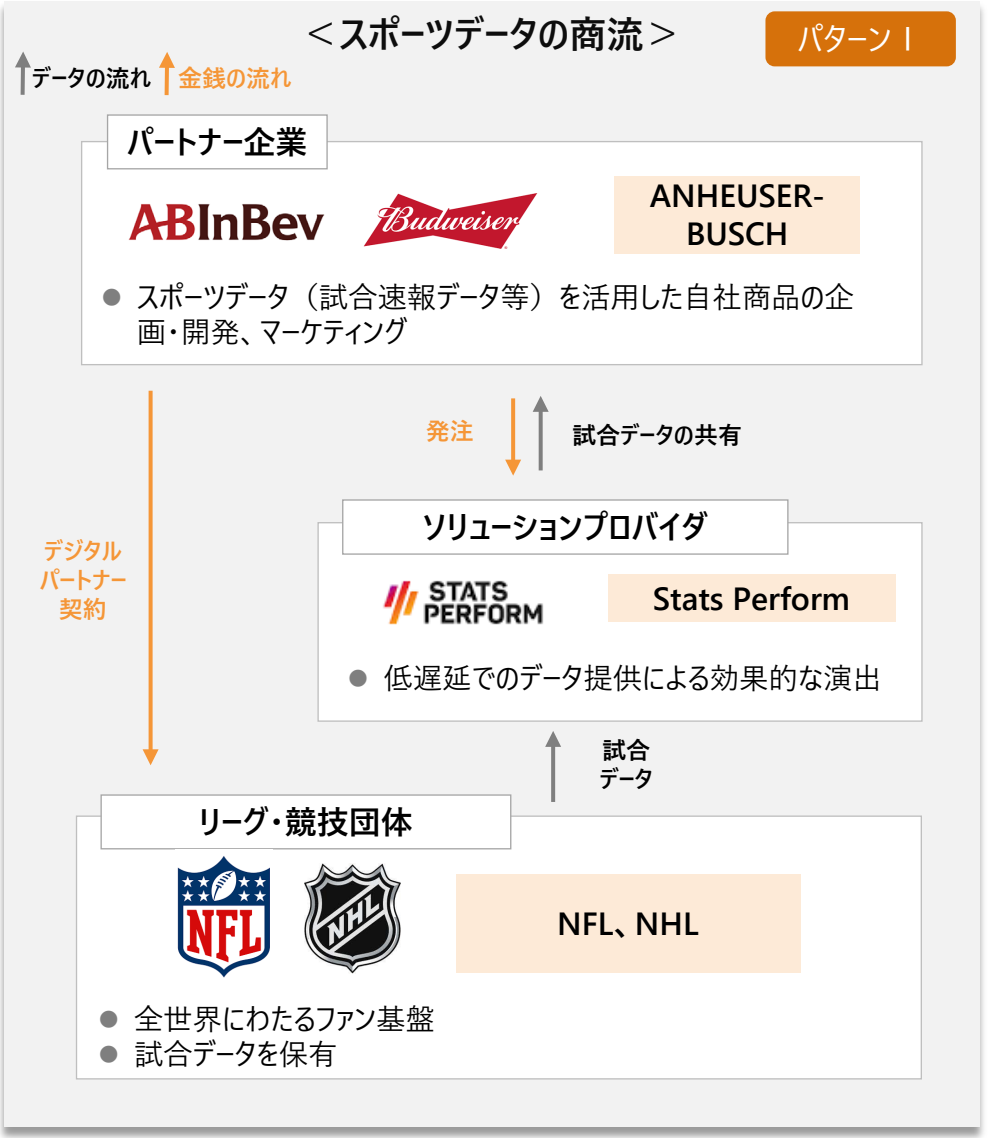
スポーツデータを活用したファン向け商品の企画開発

- NFL、NHLのパートナー企業であるANHEUSER-BUSCH社（「バドワイザー」や「コロナ」などのビールブランドを持つ）は、スポーツデータを活用したファン向けの商品「Goal-Synced Glasses」を開発。
- 具体的には、応援チームが得点を決めたタイミングでグラスが赤く発光し、ビールを飲むことを促進する商品である。また、NFL及び全国のバーやレストランと連携し、同様に得点を決めたタイミングで店内に設置されているビールタップにビールが注がれる、という取組を実施。
- ソリューションプロバイダであるStats Perform社が、低遅延の試合データの提供を行うことで効果的な演出が可能となっている。
- 本取組を通じて、75,000個のグラス販売、1千万ドルの売上を計上。

取組を通じて創出された価値

競技データの利活用により、ファンエンゲージメントの向上とグローバルでのブランドアクティベーションを実現

- スポーツデータを効果的に活用することでパートナー企業であるANHEUSER-BUSCH社がファン向けにキャッチーな商品企画・開発を行うことで、グローバルのブランドアクティベーション向上に繋げている。



データ活用における取組詳細

取得	STATS PERFORM	● Statsperformが映像から試合速報データ（得点タイミング）を取得
管理・分析	STATS PERFORM	● Stats Perform社が、ANHEUSER-BUSCH社のデータベース連携可能な形で試合速報データを成形し、低遅延で提供
利活用	AB InBev STATS PERFORM	● Stats Perform社から連携されたデータを、ANHEUSER-BUSCH社の「Goal-Synced Glasses」システムに連携し、応援チームが得点を決めたタイミングでグラスが赤く発光

本取組のポイント

- スポーツデータをファン向けの商品企画・開発につなげることでファンエンゲージメントの向上とANHEUSER-BUSCH社のグローバルでのブランドアクティベーションを実現。
- ソリューションプロバイダであるStats Peroform社が関与することで、企業側が活用したいタイミングで必要とするデータ形式での、データ提供が可能となり、施策効果を最大化。

団体名 【リーグ】Major League Rugby
【パートナー企業】RTIC
【ソリューションプロバイダ】Mobii, Catapult, PumpJack等

活用データ
- 競技データ：試合データ等
- ファンデータ

業種 情報・通信業
製造業　等

取組概要

多様なソシューションプロバイダと連携し、各種スポーツデータの利活用体制を構築

- MLRは、各種スポーツデータをそれぞれソリューションプロバイダと連携して、利活用体制を構築している。
- 特にリーグに対する民間投資強化に繋がっているのは、ファンデータと試合データである。ファンデータは、PumpJackが収集・分析したMLRのファンデータをパートナー企業であるRTICに提供し、同社のマーケティングを支援している。これがVIK※となり、MLRのスポンサーシップの訴求力に繋がっている。
- 試合データは、mobiiがカメラで収集し自動解析する。MLRはTVなどのメディアに対して収集された試合データを販売する。規模としては大きくないが、mobii等のソリューションプロバイダがデータを第3者に販売することがあった場合には、MLRにロイヤリティが入る。
- 現在は多様なソシューションプロバイダとの連携によりデータ利活用体制を構築しているが、将来的には、社内に専門部署を設置し、内製化を図る方針である。

取組を通じて創出された価値

スポーツデータの利活用により既存パートナーとの関係深化を実現

- MLRは、スポーツデータを新たな収益源の確保にまでは活用できていない。しかし、利活用するための最低限の体制は構築した上で、RTICやメディアなどの既存パートナーに対して、付加価値を付けたサービスを提供し、彼らとの関係の深化、すなわちスポンサーシップアクティベーション向上や放映権の価値向上を実現している。

※Value In Kind：商品やサービス提供をスポンサー料に換算すること

データ活用における取組詳細

取得

- ファンデータ：MLRのHPやマーチャンダイジング、SNS、ニュースレター、スポンサープログラム等から収集
- 試合データ：mobiiが会場に設置したカメラで収集

管理・分析

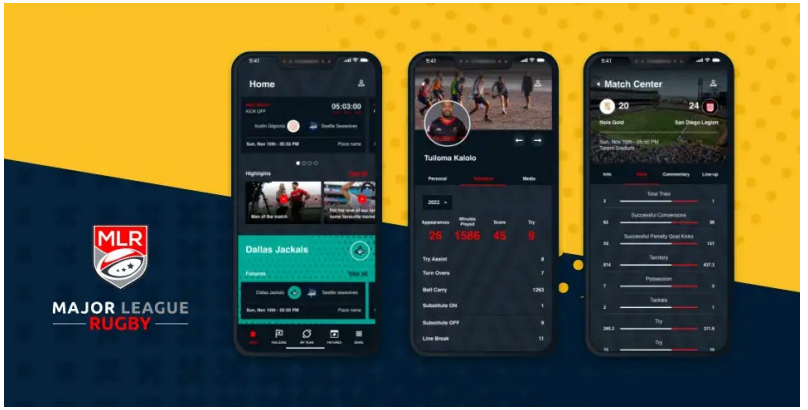
- ファンデータ：MLRの各種チャネルから収集されたデータが、PumpJackのDBに統合。PumpJackが適宜分析
- 試合データ：mobiiが収集したデータは、mobiiのシステム上に統合され、MLRやクラブが必要に応じてアクセス

利活用

- ファンデータ：MLRの内部KPIの分析に加え、パートナー企業のマーケティング支援にも活用
- 試合データ：MLRのSNSやHPに加え、メディアにも販売し、視聴体験の高付加価値化に寄与

本取組のポイント

- MLRは、米国ではTier2のプロリーグであり、スポーツデータを新たな収益源の獲得には活用していない。ソシューションプロバイダとの関係も、データ利用権を販売する（Premier League等）のではなく、委託する関係にある（日本のプロリーグと同様のスキーム）。
- 一方で、各種データの利活用基盤は多様なソリューションプロバイダと連携することで構築済みであり、既存収益源の強化（スポンサー料、放映権）は実現できている。



団体名

【リーグ】Premier League
【パートナー企業】多数
【ソリューションプロバイダ】Stats Perform, Genius Sports

活用データ

- 競技データ：試合データ等
- ファンデータ

業種

情報・通信業
製造業　等

取組概要

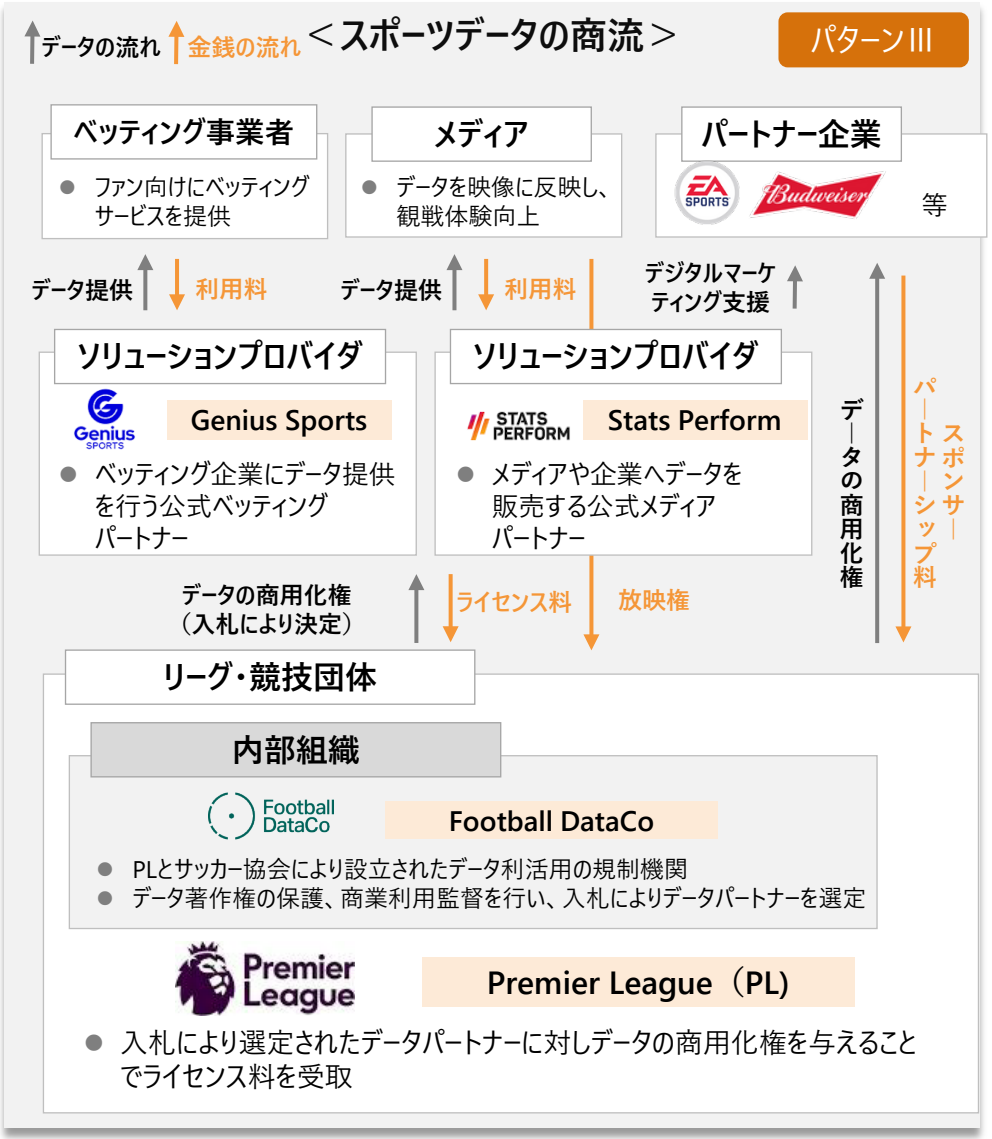
入札によりデータパートナーを選定し、ライセンス料を享受

- Premier League（以下、PL）は、2001年にサッカー協会（FA）と共同で、スポーツデータの収集・管理・商用化を管理する規制機関「Football DataCo」を設立。データの商用化権を得るデータパートナーは「DataCo」による入札により選定され、PLにライセンス料を支払うスキーム。
- データパートナーは「Genius Sports」と「Stats Perform」の2社。Genius Sportsはリーグの公式ベッティングパートナーで、ファン向けにベッティングサービスを提供する事業者にデータを販売。Stats Performはデータの収集・統合・分析を一手に担い、メディアやその他企業向けに販売。
- また、パートナー企業とのパートナーシップ契約にはデータサービスの権利に関する内容が含まれており、パートナー企業はデータに基づく分析内容を受け取ることが可能。これらの分析結果はStats Performにより提供されている。

取組を通じて創出された価値

データ利活用に係る各種規定を定める組織の立ち上げによりプロバイダ及び民間企業によるデータ活用を推進

- データの著作権やマーケティング・商業利用に係る規定を一括で規定・監督する組織を立ち上げて内製化することで、プロバイダ及び民間企業によるデータ活用を推進
- DataCoにより選定されたGenius Sports、Stats performのデータパートナー2社を通じて、ベッティング事業者によるデータ活用を通じたファンエンゲージメント向上、メディアへの販売を通じた観戦体験向上、民間企業によるデジタルマーケティング等多岐にわたる活用が進められている



データ活用における取組詳細

取得

- 競技データ：データパートナーであるStats perform、Genius Sportsがスタジアム内などで直接データ収集
- ファンデータ：ウェブサイト経由でPLが内部的に収集。一部パートナーである放送局と連携して収集

管理・分析

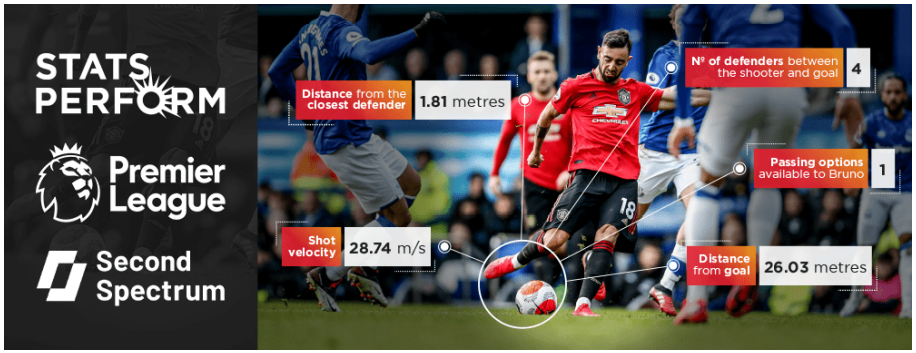
- 競技データ：データパートナーであるStats perform、Genius Sportsが収集されたデータを統合・管理
- ファンデータ：サーボパーティベンダー「Two Circles」社との連携等によりデータを統合・管理

利活用

- 競技データ：Genius Sportsはリーグの公式ベッティングパートナーで、ファン向けにベッティングサービスを提供する事業者にデータを販売。Stats Performはデータの収集・統合・分析を一手に担い、メディアやその他企業向けに販売
- ファンデータ：スタジアム内での行動など消費者行動を分析し、パートナー企業等のデジタルマーケ支援等

本取組のポイント

- リーグ主体でスポーツデータの収集・管理・商用化を管理する規制機関「Football DataCo」を設立することで、データ利活用に係る著作権の保護、商業利用等の共通ルールを管理。彼らがデータパートナーの選定を行うことで、効率的なデータ利活用体制を構築
- データパートナーに選定されているソリューションプロバイダの2社（Genius Sports、Stats Perform）がデータの収集・統合・利活用の各フェーズに関与し、PLの保有するデータの利活用を推進。



団体名

【リーグ】Handball Bundesliga
【パートナー企業】DKB Bank
【ソリューションプロバイダ】Kinexon, Sportradar

活用データ

- 競技データ：試合データ等
- ファンデータ

業種

金融・保険業
情報・通信業

取組概要

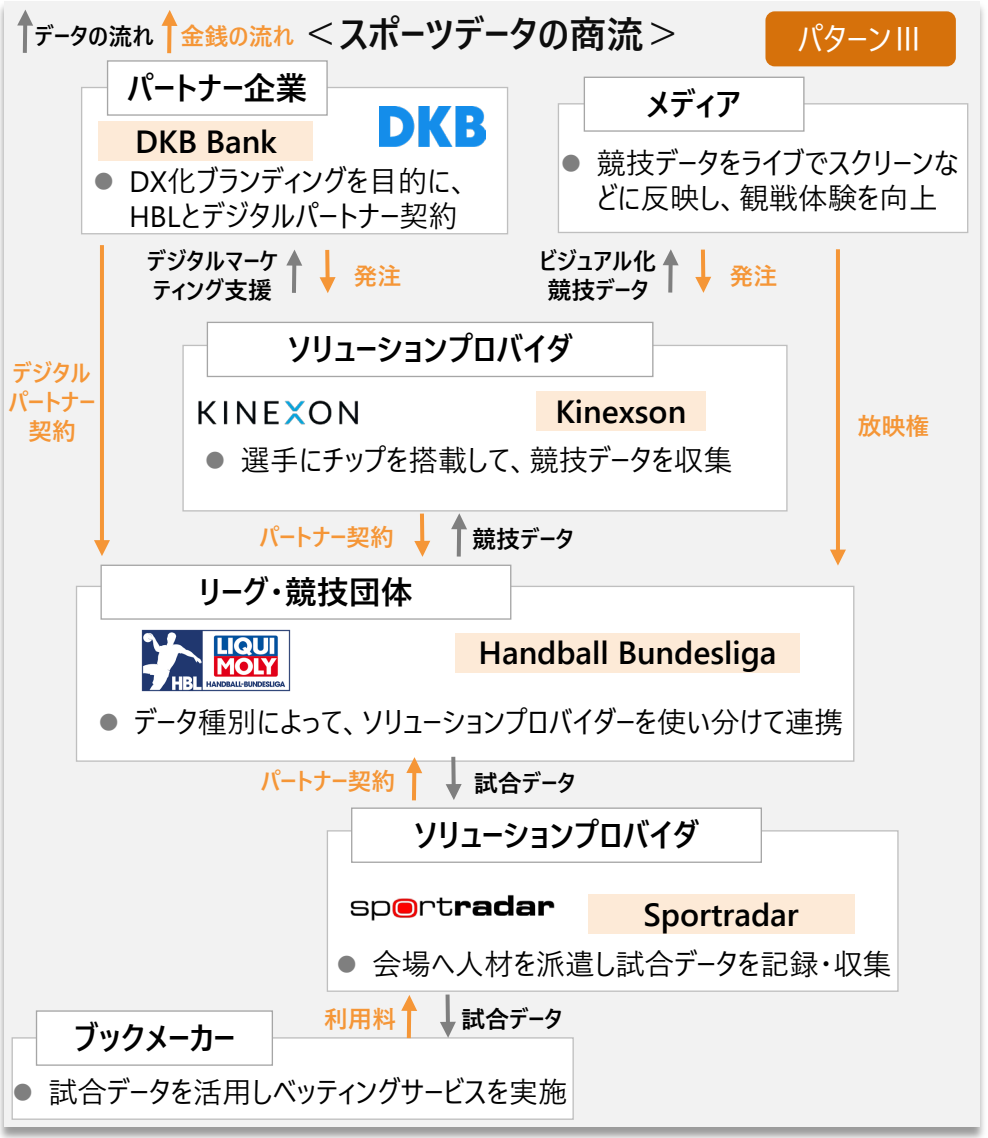
Kinexonと連携して、競技データの収集と利活用を推進

- 2016年から、Handball Bundesligaの競技データの利活用を目的にデータマーケターであるKinexonと6年のパートナーシップ契約を締結した。
- 契約締結当初、Kinexonはドイツの大学発ベンチャーであった。業界にはCatapult SportsやSwiss Timingなど他の大手企業が存在していたが、地元企業であり創業者とHBLのCEOが良い関係を築いていた他、マイナーリーグとしては、安価かつ柔軟な対応をしてくれたことが魅力的であり、長期のパートナー契約締結を決断した。
- Kinexonにより収集された競技データは、主にメディアへの放映権の価値向上に活用される。その他、新聞やSNS等へのメディアへの再販も行われている。ブックメーカーへの再販も行われているが、その元データは、別途で契約締結しているデータマーケターのSportradarによるものである。
- 放映権以外で収益化に繋がっているのは、DKB Bankとのデジタルパートナー契約である。従来よりスポンサーシップの関係にあったものの、同社のDX化のブランディング戦略の一環として、これまでデータ利活用を進めてきたHBLが活用されることとなった。

取組を通じて創出された価値

競技データの利活用による収益に加え、その取組がHBLのDXイメージを確立し、大手企業からデジタルパートナー契約を獲得

- Kinexonとの連携により、競技データの収集・利活用基盤を確立したことが放映権やメディアからの収益に繋がっていることに加え、そうしたデジタル活用のブランドイメージが、同じくDX化のブランドイメージを持ちたい大手企業の目に留まり、デジタルパートナーとしてのスポンサー契約を獲得した



データ活用における取組詳細

取得

- 競技データ：HBLがKinexonに発注し、同社のウェアラブルデバイスを選手に着用してもらうことでデータを収集
- 試合データ：HB L がSportradarに発注し、同社が試合会場へ人材を派遣することでリアルタイムに試合データを収集

管理・分析

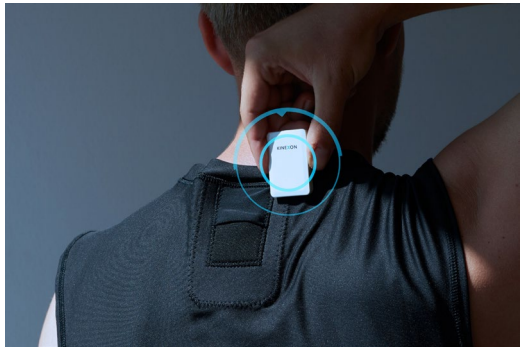
- 競技データ：Kinexonが収集したデータは、HBLの有するDBにて統合・管理される
- 試合データ：Sportradarが収集したデータは、同社のシステムのもとで統合・分析される

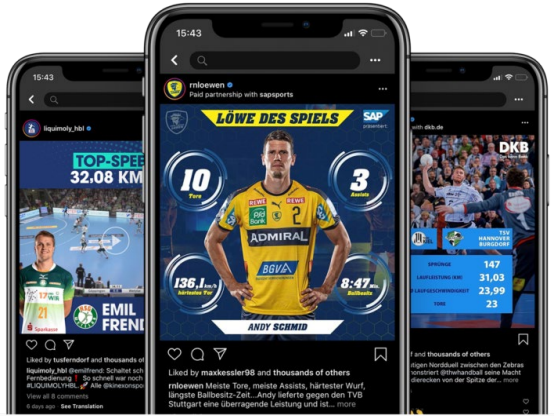
利活用

- 競技データ：Kinexonが、メディアの視聴体験向上やパートナー企業のファンエンゲージメント向上を支援
- 試合データ：Sportradarがブックメーカーへ販売し、ベッティングへ活用される

本取組のポイント

- 国内トップリーグではないHBLは、競技データの利活用パートナーとして、より安価で柔軟な対応が可能であった地元企業であるKinexonとパートナー契約を締結。共にデータ利活用を推進することでサービスと企業としての成長を実現してきた
- データ利活用による直接的な収益（主にデータの再販）に加え、Kinexonとデータの利活用に取組んできたDXのブランドイメージが、DXブランディングを推進したいDKB Bankの目に留まり、デジタルパートナーシップ契約の獲得にも繋がった





団体名

【リーグ/競技団体】Australian Football League
【パートナー企業】多数
【ソリューションプロバイダ】Champion Data,Catapult

活用データ

- 競技データ：試合データ等
- ファンデータ

業種

情報・通信業
製造業　等

取組概要

出資により自らソリューションプロバイダを育成し競技データを活用

- Australian Football League（以下、AFL）は、1999年からChampion Dataというソリューションプロバイダに49%の株式出資を行い、競技データの収集・分析・利活用におけるパートナーシップを続けてきた。AFLは、同社に対して競技データの独占使用権を与えている。
- Champion Dataは、AFLの全試合の競技データ（ライブスコア、シュート本数、ポゼッション率、選手起用状況など）を収集している。収集方法は、従来からスタジアムに人員を派遣し、記録する方法を取ってきたものの、近年はテクノロジーの活用（センサーやカメラ等）も進みつつあり、併用している状況である。
- Champion Dataは、収集した競技データをビジュアライズし、メディア（特に放送局）に販売することで主な収益を生み出している。また、AFLのパートナー企業に対し、競技データを活用したファンエンゲージメント向上の支援も提供している。

取組を通じて創出された価値

リーグ主体での推進が困難であった競技データの利活用基盤の整備を、外部機関を活用することで実現

- 当初競技データの収集や統合方法が整備されていなかったが、リーグ主体では環境整備への対応がリソース的に困難であったために、Champion Dataと連携を開始。
- 外部機関であるChampion Dataが主導することで、環境整備が実現。AFLは、投資・出資を通じてChampion Dataの支援を行った。

データ活用における取組詳細

取得

- 競技データ：AFLがChampion Dataに独占使用権を付与。同社が会場への人材派遣やテクノロジーを活用して収集
- 選手データ：AFLがリーグ包括的にCatapultに発注し、同社が各クラブの試合中の選手にGPSを搭載してデータ収集

管理・分析

- 競技データ：Champion Dataの下で収集されたデータを統合・管理
- 選手データ：Catapultのシステムに収集されたデータが蓄積され基礎的な分析が行われる

利活用

- 競技データ：Champion Dataが、メディアの視聴体験向上やパートナー企業のファンエンゲージメント向上を支援
- 選手データ：各クラブがCatapultのシステムを閲覧・利用し、競技力向上を目指す

本取組のポイント

- 当初競技データの収集や統合方法、利活用の権利範囲等が整備されていなかったために、外部機関であるChampion Dataへの投資・出資を通じて基盤環境の整備を促進。
- Champion Dataへ競技データの独占使用権を与えることで、リーグでは活動的に動くことができない商用化を活発化させ、リーグ側はライセンス料や既存収益源（主に放映権・スポンサー権）の向上を実現