

# 「トライアスロン＝健康スポーツ計画」経営基盤強化事業

## 事業実施の背景・課題、目標

競技団体の役割は「選手強化」と「大会運営」が中心とらわれがちであるが、競技の「普及」こそが重要な使命の一つである。社会課題である「運動習慣と健康的な社会」の実現に向け、日常生活の中にスポーツを親しむ環境構築の推進が社会から求められている。競技団体の持つ価値を明確にしたビジョンを策定し、DX・デジタルプラットフォームを軸とした普及カスタマーサービスを実行し、中央競技団体の組織基盤強化のロールモデルとなることを目指す。

## 本事業における具体的な取組内容



「デジタルプラットフォーム」×「地域リーグ・都道府県」を軸に「大会」×「日常習慣」を掛け合わせ、スポーツ習慣のマネタイズ（顧客基盤を活用したマーケティングセールス、大会・イベント事業収益）できる仕組み構築を目指します。

## 令和5年度の取組内容

### 【1】中長期戦略の実践と評価



#### 普及特化の戦略実行

- ・中長期計画・戦略のビジュアル化
- ・47都道府県へのミッション・ビジョンの目標・KPIの周知推進
- ・アクションプランの実行管理

### 【2】デジタルプラットフォームの開発/機能拡充



#### 顧客視点型の収益強化策

- ・会員登録DB基盤のリプレイスとアプリケーションのDBの一元化
- ・機能拡充（ランキング、保険、動画飲料・スポーツメーカー連携）



### 【3】DX業務体制の構築



#### コスト減と業務効率化

- ・ファイルストレージサービス導入
- ・会計システムの導入

## 令和5年度の取組の進捗・成果・課題

### 顧客接点機会の増

中長期戦略の「顧客特化型の地域を軸にした普及」によるアクションプランが地域に浸透。地域と連携事業機会を創出。

【コア層の引上げ】 海外で人気のあるロングディスタンスの国際大会を誘致（2024年9月北海道）。新規会員獲得と参加費収入増につなげた。

【ミドル層の拡充】 地域と連動したエイジグループNCSシリーズ参画大会：2022年45大会→2023年55大会増（+10イベント）。

### 大会参加率の向上

デジタルプラットフォームを軸とした顧客向けサービスの推進と顧客接点機会（大会）の増に伴い、一人当たりの参加率も向上。

【コア層の引上げ】 エイジNCS年間3回以上の出場人数比：2019年9%→2022年14%→2023年20%（昨年対比+6pt）

【ミドル層の拡充】 一人あたりのエイジNCS大会出場率：2019年度平均1.4大会→2022年平均1.6大会→2023年1.8大会（昨年対比128%）

【ライト層の拡大】 エイジNCS大会出場人数：2022年1.7万人→2023年2.0万人（昨年対比120%）

### 健康・マーケティング収入

【健康スポーツ＝社会貢献】健康トライアスロン＝健康スポーツ計画の推進に向け、全国地域で社会貢献事業の開催を促進。

(1) 健康事業（ゆるゆるトライアスロン） (2) こども向け事業（学校でのオリパラ授業、体験会） (3) 環境保全事業（ビーチクリーン、環境啓発など）

中長期計画策定後の2カ年で述べ 47都道府県/248事業/約1万人 参加機会を醸成。

結果、社会貢献の事業支援として協賛パートナーからマーケティング・パートナー収入が増。

## 本事業の成果目標・KPIの達成状況

「トライアスロン＝健康スポーツ計画」の推進継続

「だれもが生涯スポーツとして健康的にトライアスロンを楽しむ」世界の実現のため、社会課題である日常生活の中にスポーツ（トライアスロン）を親しむ環境構築するため、「健康スポーツ×DX×地域創生」を基本概念の元、継続して事業を推進する。

KPI: 会員登録者数 2028年 5万人 →2019年 3.0万人 →2020年 1.8万人 →2023年 2.5万人

## 令和6年度 実施予定

### 課題と対応

#### メンバーシップ制度のあり方の再考 顧客/カスタマー分析の再強化とデータベース化

＜顧客離脱要因＞

- ・大会参加への有無が登録可否行動に大きく影響  
→コロナ禍で参加機会失われ、多くの会員が離脱
- ・コミュニティへの参加有無が継続に影響  
→クラブ・スクールなどコミュニティ（仲間）が競技継続の鍵



＜基本対応策＞

- ・地域を軸とした持続的な大会・イベント機会の創出
- ・日常運動習慣のためコミュニティ（仲間）の形成・支援
- ・カスタマー分析に基づくロイヤル化と未登録層の呼び起こし



### 実施事項

#### 【1】中長期戦略に基づく地域リージョンとクラブを軸とした顧客価値向上策の推進

中長期戦略に基づき、地域リージョン/加盟団体を主体とした顧客視点型の普及事業を推進。大会参加機会増に加え、地域毎でのコミュニティ形成の支援を行う。地域クラブの活性化を目的に地域クラブのPR・ブランディング・クラブ対抗戦などのアウトプット機会のサポートを行い、クラブおよびクラブメンバー（＝登録会員）のモチベーションを向上させ、大会参加以外での帰属意識の向上、新規会員の獲得、離脱防止につなげる。また、クラブが活性化することで、「する」人だけでなく「ささえる」側の機会増も目指す。

#### 【2】デジタルプラットフォームの開発推進/機能拡充とカスタマーマーケティング

基盤DBとMyポータルAppsの同期が完了。機能拡充、ランキング連携など継続してサービス提供を行う。地域クラブコミュニティでの顧客行動情報の連携・取り込み、運営管理者・審判・ボランティアなどのささえる人材の情報の取り込みを行い、カスタマーロイヤリティ向上とアプローチ顧客の一元管理を行う。プラットフォームに集約されるデータや付帯する情報も収集し、会員属性・消費者サーベイを専門アナリスト配置し分析制度をさらに高める。実行施策の評価検証とPDCA循環マーケティング・マーケティングセールスも推進し、マネタイズできる仕組みの構築を目指す。

#### 【3】DX業務体制の構築

デジタルプラットフォーム施策と運動しシステムのバックエンド側の効率化も目指す。顧客情報以外のデータベース化、業務推進体制のコスト削減を目指す。

「デジタルプラットフォーム」を基軸に消費者属性の再抽出「大会」×「日常習慣」を掛け合わせ、  
スポーツ習慣のマネタイズ（顧客基盤を活用したマーケティングセールス、大会・イベント事業収益）できる仕組み構築を確立させる。