



【概要版】令和 5 年度スポーツ産業の成長促進事業「スポーツ×テクノロジー活用推進事業（D X 推進及びデータ活用支援事業）」委託成果報告書
独立リーグ球団でのVRを活用した指導収益・ファン・スポンサー創出

免責事項

- 本報告書は、スポーツ庁の委託事業として、デロイト トーマツ コンサルティング合同会社が実施した令和5年度スポーツ産業の成長促進事業「スポーツ×テクノロジー活用推進事業」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。
- デロイト トーマツ グループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザリー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザリー、税務、法務等を提供しています。また、国内約30都市に約2万人の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループWebサイト、www.deloitte.com/jpをご覧ください。
- Deloitte（デロイト）とは、デロイト トウシュートーマツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイトネットワーク”）のひとつまたは複数を指します。DTTL（または“Deloitte Global”）ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTLおよびDTTLの各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTLはクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。
デロイト アジア パシフィック リミテッドはDTTLのメンバーファームであり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィックにおける100を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ベンガルール、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、ムンバイ、ニューデリー、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。
- Deloitte（デロイト）は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザリー、リスクアドバイザリー、税務・法務などに関連する最先端のサービスを、Fortune Global 500®の約9割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来175年余りの歴史を有し、150を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの45万人超の人材の活動の詳細については、www.deloitte.com をご覧ください。
- 本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、デロイト トウシュートーマツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人が本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。皆様の財務または事業に影響を与えるような意思決定または行動をされる前に、適切な専門家にご相談ください。本資料における情報の正確性や完全性に関して、いかなる表明、保証または確約（明示・黙示を問いません）をするものではありません。またDTTL、そのメンバーファーム、関係法人、社員・職員または代理人のいずれも、本資料に依拠した人に関係して直接または間接に発生したいかなる損失および損害に対して責任を負いません。DTTLならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。

目次

1. 事業テーマ

2. 事業背景

1. 独立リーグ球団の売上構成と目指す姿
 2. 地域社会貢献のかたち
 3. 活用テクノロジー概要
 4. スクール事業におけるVR活用可能性
-

3. 事業概要

1. 全体像
 2. 目的と仮説
 3. 事業詳細
-

4. 事業成果

1. アカデミー
 2. 部活動
 3. イベント
 4. スポンサー
-

5. 総括

1. 仮説実証結果
 2. 独立リーグ球団の目指す姿への貢献
 3. 事業化後の売上・利益予測
 4. 事業化に向けた課題
 5. 他球団での導入時の推奨ステップ
 6. 最終ゴール
-

1. 事業テーマ

テーマ

■VR野球打撃練習技術を活用したスクール事業・部活動地域移行委託事業を通じた地域社会貢献・新たな収益創出、アカデミー・部活動ならびにVRを活用したイベント出展を通じたファン・スポンサー獲得を目的とした実証事業

実証事業先

■独立リーグ球団『栃木ゴールデンブレーブス』

主な事業体制



エイジェックススポーツマネジメント

- ・ 事業へのアドバイス・協力
- ・ 実証事業場（アカデミー）提供
- ・ 部活動指導者供出

Deloitte.

デロイトトーマツ

- ・ 事業主体
- ・ 企画・推進
- ・ アプリ開発（再委託先として株式会社USD）
- ・ 全体とりまとめ

協力関係

NTT DATA

- ・ V-BALLER技術提供
（VR野球打撃練習技術・後述）

2-1. 事業背景 - 独立リーグ球団の売上構成と目指す姿

地域ニーズに即した事業を通じ地域社会貢献・その他収益を獲得しつつ、地域ファン・スポンサーも獲得し球団経営改善、更なる地域社会貢献を実現という好循環の確立を目指す姿の一つと定義する

独立リーグ

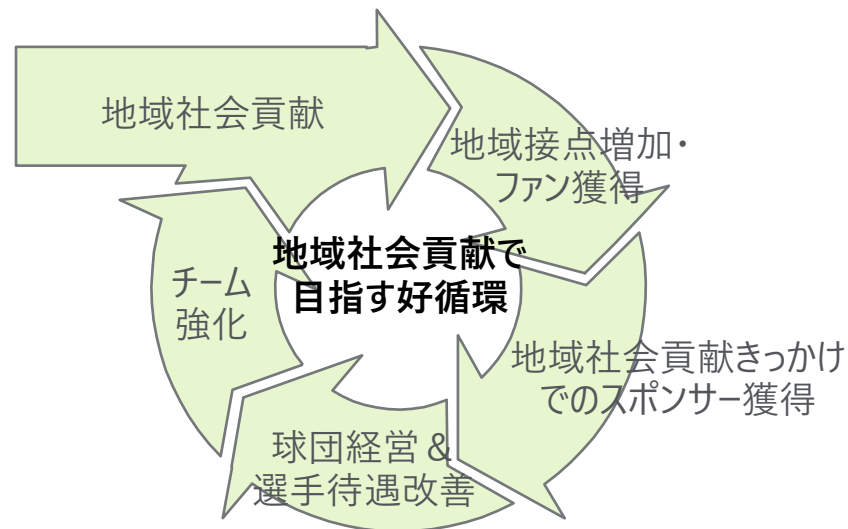
■ NPBとは異なる団体が運営するプロ野球リーグ

独立リーグ 球団の 売上構成

■ NPB球団と比較し4大収入のうち放映・来場・物販の割合が少なくスポンサーとその他収入が過半数を占めることが多い（その他収入：施設活用、スクール、移籍金収入など）
■ いかにスポンサーとその他収入を安定的に確保するかが重要となる

目指す姿

■ スポンサー・その他収入を安定的に確保するキーワードは“地域社会貢献”にある
➢ どのリーグも地域社会貢献が理念であり、設立理由の一つ
➢ NPB球団空白地帯に本拠地を構える球団も多く、地の利もあり



2-2. 事業背景 - 地域社会貢献のかたち

地域社会貢献方法は複数あるが、当事業では主に、アカデミー事業・部活動地域移行委託事業（総称して**スクール事業**）を通じた子どもたちのスポーツ環境高度化に取り組む

- 少子化などで子どもたちのスポーツ環境維持は社会課題に（部活動地域移行も全国的課題に）

社会的ニーズ

- 球団が狙っている若年層・ファミリー層ファン拡大にも期待

獲得したいファン層との重なり

スクール事業
取り組み理由

他スポーツクラブでの横展開可能性

- どのスポーツクラブでも選手・指導者がおり、事業として開始しやすい

事業可能性

- 1世帯あたりの月謝支出のうちスポーツ関連の習い事が占める割合は上昇傾向
- 他競技ではスクール事業収入の売上・比率上向き

出所：総務省_家計調査_品目別消費DL, e-stat.go.jp, 2024/1/15閲覧

(*1) 地域×スポーツクラブ研究会, 経済産業省, meti.go.jp, 2024/3/5閲覧

© 2024. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

2-3. 事業背景 - 活用テクノロジー（V-BALLER）概要

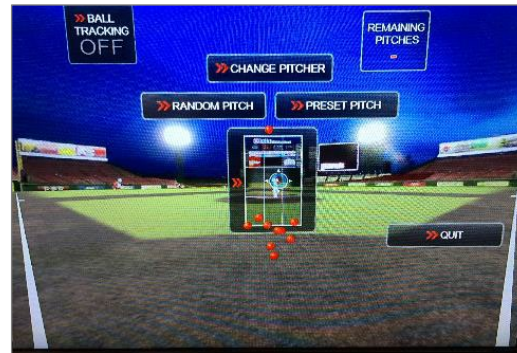
装着イメージ

- VR機器を頭に、コントローラーをバットに装着



VRイメージ

- V-BALLERを起動するとバーチャルで球場が広がり、ピッチャーが出現する

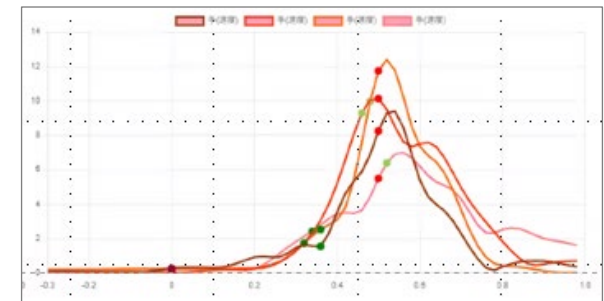
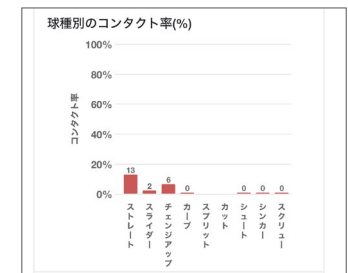


データ蓄積イメージ

- V-BALLERでのプレイデータ（軌道・タイミング等）が蓄積され、傾向が明らかになる

コース ①

-	-	-	-	-
-	16	-	-	-
-	33	50	50	-
-	50	33	50	-
-	-	-	-	-



2-4. 事業背景 - スクール事業におけるテクノロジー活用の可能性

VR指導はリアル指導とオンライン指導のハイブリットとして、時にはリアル指導以上の学びを提供しながら、時間・場所の制約から解放されるため事業拡大をしやすいという特色を持つ

指導はわかりやすいが、時間・場所の制約で生徒数・指導者数に限りがある

リアル
指導

オンライン
指導

時間・場所の制約からは解放されるが、特にスポーツではリアルと比較し指導がわかりにくいケースがある

ハイブリット

VR指導

- 時間・場所の制約からは解放されながらリアル指導に近いわかりやすさを得られる
- VRから目線・身体の動きなど様々なユーザ情報も取得できるため、癖の可視化などリアル以上の学びが実現できることもある

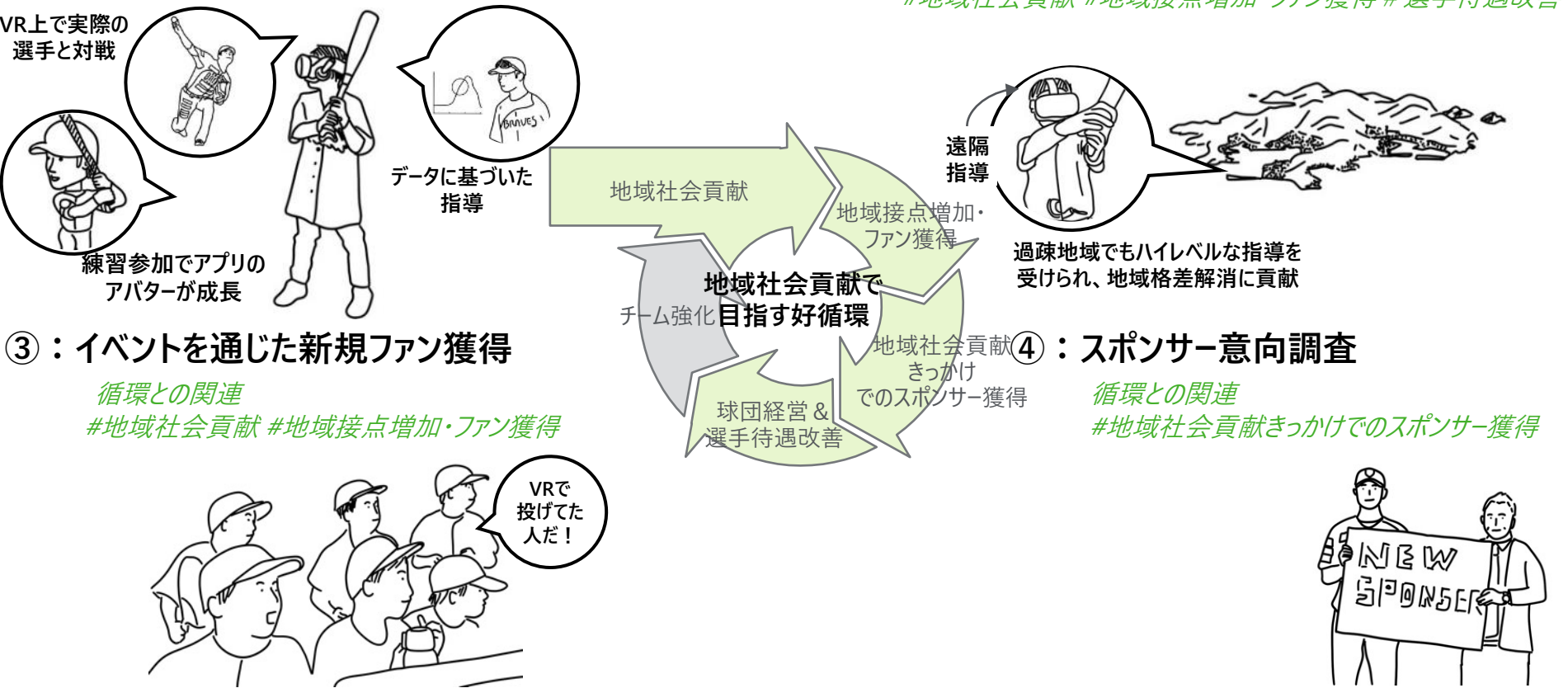
3-1. 事業概要 - 全体像

当事業はVR・アプリを活用した主に4つの取り組みを通じて、独立リーグ球団における新たな収益源創出・ファン獲得・地域社会貢献可能性並びに活動をきっかけにしたスポンサー獲得可能性を探った

- ①：球団アカデミーでの新サービス導入による
収益創出可能性調査
- ②：部活動指導サービス創設による地域社会貢献・
選手の収入源創出

循環との関連 #地域社会貢献 #地域接点増加・ファン獲得

循環との関連
#地域社会貢献 #地域接点増加・ファン獲得 #選手待遇改善



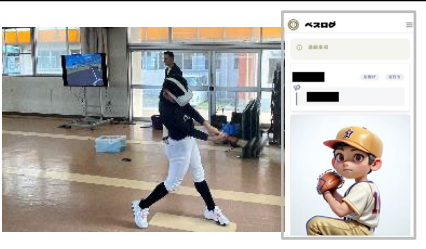
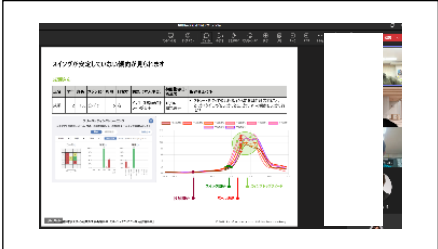
3-2. 事業概要 - 目的と仮説

カテゴリごとに目的・仮説を立てたうえで事業を行った

カテゴリ	目的	仮説
アカデミー	■ 従前から球団グループ会社が運営しているアカデミーにてVR打撃練習技術を活用することで、一層の月謝<u>収益創出</u>・生徒/保護者の<u>ファン化</u>に貢献する	■ VR打撃練習技術活用によりアカデミーの月謝収益を向上できるのではないか ■ VR打撃練習技術・アプリ活用により、生徒・保護者の球団への愛着が深まるのではないか
部活動	■ VR打撃練習技術を活用した部活動地域移行スキームを確立することで<u>地域社会に貢献</u>する ■ 生徒・教員の<u>ファン化に貢献</u>する ■ 独立リーグ球団選手のオフシーズンにおける新たな収益源を創出する	■ VR打撃練習技術活用により郊外地域であっても部活動地域移行が可能になるのではないか ■ 部活動地域移行の担い手となることは球団選手のモチベーション・収入源としても魅力的ではないか ■ 教員・生徒の球団への愛着が深まるのではないか
イベント	■ VR打撃練習技術を地域住民との接点として活用することで、<u>新たなファンを獲得する可能性</u>を実証する	■ VRでの対戦イベントは、地域住民に球団への興味を醸成する効果的な顧客接点ではないか ■ 出展先が野球関連でも他競技イベントでも、体験を通じ球団への興味醸成が図れるのではないか
スポンサー	■ <u>活動に対する新規スポンサー獲可能性</u>を実証することで、テクノロジーを活用した<u>収益創出効果</u>を<u>最大化</u>する	■ スポンサー先に社会的価値創出への共感を重視する企業であれば、当事業に前向きなスポンサー意向を示すのではないか

3-3. 事業概要 - 詳細

2023/9-2024/3を実証事業期間とし、アカデミー指導、部活動指導、ファン化イベント、スポンサー意向ヒアリングを行った

	アカデミー指導	部活動	イベント	スポンサー
対象	球団グループ会社運営アカデミー中学3年生	球団拠点地域の公立中学校野球部員	球団拠点地域住民	スポーツクラブへのスポンサー経験のある企業
事業概要	- VR打撃練習の定期利用＆指導への活用効果を実証 - VR打撃練習連動アプリがモチベーション向上・ファン化に寄与するかも実証 - デスクトップ調査	- VR打撃練習の定期利用＆オフシーズンの球団選手によるリモート・現地指導を通じた部活動地域移行の実現性を実証 - 部活動地域移行状況・デスクトップ調査	地域イベント（野球イベント、他競技イベント）においてVRで球団選手と対戦体験を提供することで、球団の認知拡大・興味醸成効果を実証	- 当事業（アカデミー・部活動・イベント）へのスポンサー意向・スポンサーに必要な条件等をヒアリングし、スポンサー獲得可能性を実証 - デスクトップ調査
測定方法	- VR打撃練習履歴 - 生徒・保護者・指導者・運営者への満足度・月謝妥当性等ヒアリング	- VR打撃練習履歴 - 生徒、教員、指導にあたった球団選手へのヒアリング	- イベント参加者へのアンケート - 球団イベント責任者へのヒアリング	企業へのヒアリング
イメージ				

4-1-1. 事業成果 - アカデミー

生徒の満足度は高く、保護者からも月謝増額含め前向きな声をいただいた。指導者の負担含めクリティカルな課題はなく、運営責任者は事業化可能と判断している

実証結果

想定月謝	■ 既存アカデミー＋VR練習：14,000円/月（4,000円増額が可能） ■ 自宅でのVR打撃練習＋定期FB新サービス10,000円/月が妥当
生徒	■ 全員の到達を練習履歴で確認 ■ 課題がわかった、アプリでの景品が楽しい、友達との競争が楽しい→全員継続意向 ■ 球団への興味も高まった
保護者	■ データにより子どもの頑張りや上達が可視化されることに価値を感じたと評価 ■ VR打撃練習導入の月謝想定は妥当
指導者	■ 指導高度化・効率化・均質化を実感
運営	■ 想定月謝・体制など含め事業化に前向き

仮説への考察

仮説①	■ VR打撃練習技術活用でアカデミー月謝収益向上
考察	■ 想定月謝は保護者・運営からも妥当と判断。事業化によりアカデミーの月謝収益向上が期待できる
仮説②	■ VR打撃練習・アプリを通じた生徒・保護者のファン化
考察	■ 事業を通じ生徒のファン化確認 ■ 保護者は、子どもが好きなことを応援したいという意見があり、子どもが球団に愛着を深めることで親にも波及していくと思料

事業化に向けた主な課題

■ データ分析者の設置が課題だが、社員をトレーニングすることで解消可能な見込 ■ クリティカルな課題がなく事業化が仮決定している
--

4-1-2. 事業成果 - アカデミーにおける事業化予定

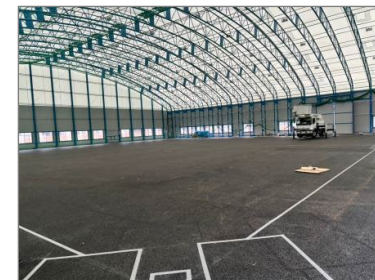
実証事業先アカデミーでは24年6月よりVR打撃練習技術の導入が仮決定^{*1}している

開始時期

■'24年6月～^{*1}

主な用途

- 中学生向けアカデミーでの練習・指導への活用
 - 実証事業同様に生徒への練習・指導の一環として使用する
- 球団選手のトレーニングへの活用
 - 球団選手のトレーニングでも活用を検討中
- 外部チームの練習請負事業での活用
 - 球団・球団グループ会社が検討する中学・高校・一般（プロ・アマ双方）のビジター指導サービスでの活用検討中



アカデミー施設（室内）

導入理由

- スポーツにおけるデータ活用の重要性と事業性はかねてから感じていたが、当実証事業での生徒・保護者の評価から改めて可能性を感じた
- 実証事業を通じ、運営負荷も許容範囲内であるため導入に踏み切った

^{*1}：24年3月時点の予定であり、今後変動しうる

4-2-1. 事業成果 - 部活動地域移行

生徒の満足度は高く、教員からも前向きな声をいただいた。事業化に向けては自治体の決断が必須であるため、まずは球団が近隣自治体とモデルケースを作ることを推奨する

実証結果

生徒	■ 全員の到達を練習履歴で確認 ■ 継続意向9割（全員が楽しいと回答） ■ 球団試合観戦意向形成率9割
教員	■ 指導経験がなくても技術指導ができると評価 ■ 教員の部活動における主な役割（基本指導・技術指導・安全管理）のうち技術指導の移行可能性はみえた ■ ブレーブス観戦意向形成も確認（部活動の一環として）
球団選手	■ 部活動指導はモチベーション・収入源としても魅力的と回答 ■ 指導者観点ではVR打撃練習技術活用による部活動地域移行は可能である

仮説への考察

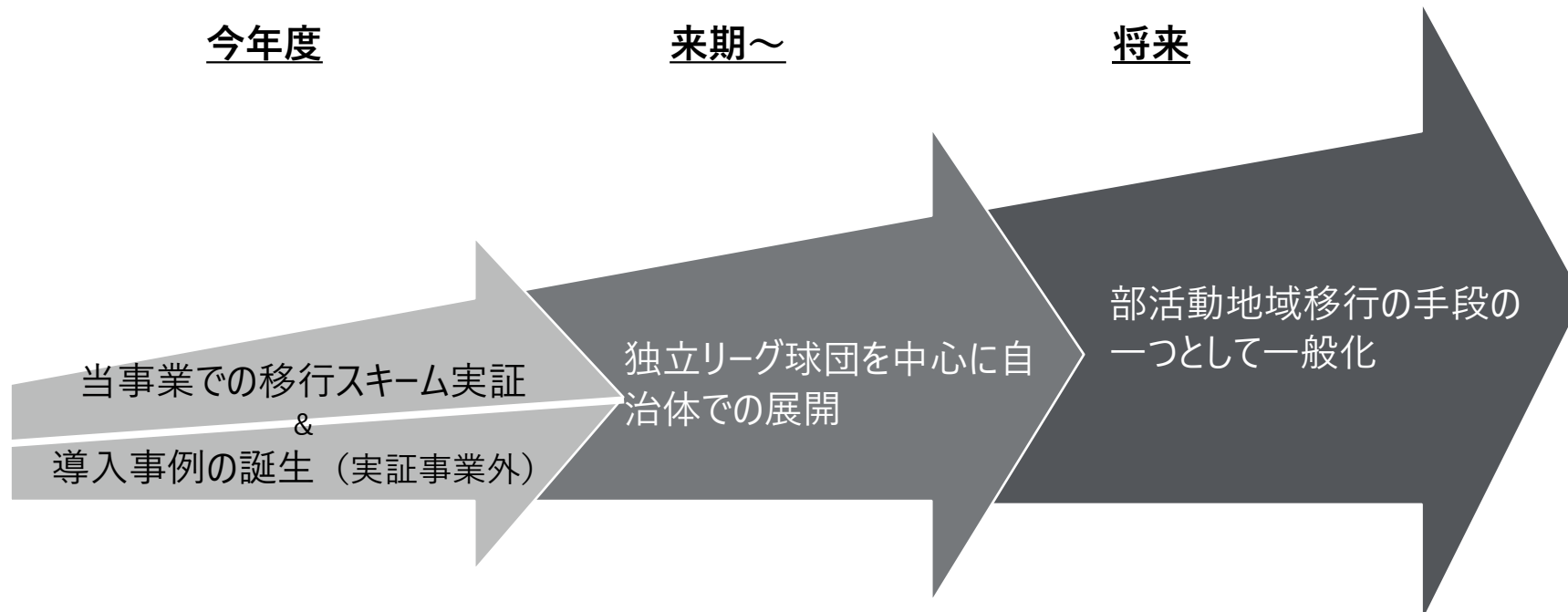
仮説①	■ 技術指導可能な人材の確保が難しい郊外でも部活動地域移行ができる
考察	■ リモート指導でも高い満足度、技術向上ができたことから、VR活用は技術指導の地域移行に有用である
仮説②	■ 部活動地域移行の担い手となることは球団選手にとっても魅力的
考察	■ 内容・想定謝礼金ともに球団選手から魅力的と回答を得た
仮説③	■ 部活動を通じた教員・生徒のファン化
考察	■ 生徒・教員ともに観戦意向形成が確認できた

事業化に向けた主な課題

- 前例がないため自治体が決断しにくい→まずは地域移行に前向きな近隣自治体とモデルケースを作り、球団がハブとなって他自治体に展開する

4-2-2. 事業成果 - 部活動地域移行における今後の展望

当実証事業のように、VR打撃練習技術を部活動地域移行手段として活用する事例は生まれている。独立リーグ球団が他自治体にも展開することで各地の球団が指導の担い手になれるのではないか



- ・ 当事業でVR打撃練習を活用した移行スキームが実証された
- ・ VR打撃練習技術を保有するNTTデータが、他地域で同技術を活用した部活動地域移行事例を誕生させた※
※実証事業外かつ独立リーグ球団指導ではない
- ・ 一般的な自治体心理として前例のない取り組みは決断が難しいが、当事業スキームや今年度生まれた事例を**独立リーグ球団が中心**となって関係性を構築できている**自治体に対して展開**していくことで前例を積み上げる
- ・ 打撃練習技術を活かすには指導者も必要であり、当事業で実証した通り独立リーグ球団は指導を担える
- ・ **部活動地域移行手段の一つとして当事業のスキーム**（VR打撃練習＋独立リーグ球団選手の指導）が**一般化**することが期待される

4-3-1. 事業成果 - イベント

イベント体験者の満足・球団への興味関心醸成率ともに高く、球団イベント担当者からも前向きな声をいただいた。事業化に向けて大きな課題はなく、県内野球イベントの出展などで効果が期待される

実証結果

体験人数	■ 野球イベント・他競技イベントに出展したが、野球イベントの方が参加者が多かった 85人18人 野球イベント他競技イベント
体験満足度	■ 両イベントとも非常に高い満足度だった 98%100% 野球イベント他競技イベント
興味関心	■ 両イベントとも高い興味醸成率だったが野球イベントの方がより高かった 98%72% 野球イベント他競技イベント
来場検討率	■ 他競技イベントでの体験者の内67%が来場検討している（野球イベントでは未調査）
球団担当者コメント	■ 来場者の反応もよかった ■ VR自体が目新しく集客力があつた ■ ストラックアウトより集客力がありうる

仮説への考察

仮説①	■ VR体験イベントは、地域住民の球団への興味を醸成する効果的な顧客接点
考察	■ 体験者アンケートの興味醸成率（94%）、球団担当コメントから効果的と判断
仮説②	■ 出展先が野球関連でも他競技イベントでも、体験を通じ球団への興味醸成が図れるのではないか
考察	■ どちらのイベントでも興味醸成率は高かったが、体験希望者数は野球イベントの方が多かったためまずは野球イベントへの出展を推奨する

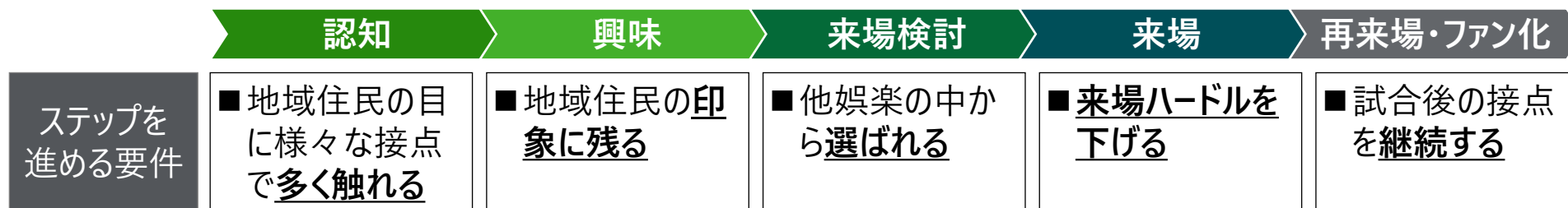
事業化に向けた主な課題

■ 大きな課題はなし ■ 仮説への考察に記載の通りまずは野球イベントへの出展を推奨する

4-3-2. 事業成果 - （補足）VRイベントの強み

ファン獲得に向けては、まずは認知拡大・興味醸成が前提。興味醸成手段の一つとしてイベントは従前から活用されていたが、VRイベントは選手不在でも興味醸成できる有力なコンテンツとなりうる

ファン化に向けたステップイメージ



イベントは主に認知拡大・興味醸成施策としてこれまでも活用

従来のイベントとVR対戦体験イベントの違い

従来のイベント	■ <u>選手参加</u>が興味醸成に<u>大きく影響</u> ■ 選手負担と興味醸成度が<u>トレードオフ</u>になりやすい
VR対戦体験イベント	・ <u>プロのすごさを体感することができ選手不在でも疑似的に選手と触れ合える</u>ことで印象に残りやすい

イメージ

	選手参加あり		選手参加なし
選手負担	高	VR体験	低
印象度（興味醸成）	高		低

4-4-1. 事業成果 - スポンサー

ヒアリングした企業5社中3社が前向きなスポンサー意向を示した

実証結果	
スポンサー基準	■ 社会貢献性を重視しつつも考察に記載の通り4要素が重要
当事業のスポンサー価値	■ 特にアカデミー・部活動は社会価値・先進性に共感
金額妥当性	■ アカデミー・部活動は倍額（100万円）でもあり ■ イベントは参加者が自社のターゲットと一致しているかで増減する
スポンサー条件	■ 社内合意形成時に支援すべき理由・ストーリーが必要。その整理はスポーツクラブが主体的に行うこと
スポンサー意向	■ 5社中3社が前向きなスポンサー意向を示した

仮説への考察	
仮説	■ スポンサーにあたり社会的価値創出への共感を重視する企業であれば、当事業に対し前向きなスポンサー意向を示す
考察	■ 以下4つの要件を満たす企業であればスポンサー意向を示す 社会的価値 創出への期待 創出価値 への共感・合致性 地域的 親和性 企業規模
事業化に向けた主な課題	
■ 大きな課題はなし ■ 県内にも一定の売上規模の企業は数多く存在するため、上記要件で選定・営業する	

4-4-2. 事業成果 - （補足）スポンサー獲得要件

スポンサー獲得には、企業規模、地域的親和性、社会的価値創出への期待、創出される価値への共感・合致性の4要件が必要であり、要件に合致する企業にアプローチすることを推奨する

スポンサー要件	スポンサー要件の説明	スポンサー獲得に向けた実施事項
企業規模	■ 他クラブ事例を見るとスポンサー料は売上の0.5%-1%程度が相場と想定（デスクトップ調査より） ■ 当事業のスポンサー候補はアカデミー・部活動は1億円、イベントは3億円以上の年間売上のある企業	■ スポンサー金額に相応する事業規模の企業を絞り込む
地域的親和性	■ 創業地・支社/工場がある等、企業に関係ある地域であればスポンサーを検討する（取引先が多いという理由も含まれる）	■ 球団本拠地と親和性のある地域に所在する企業を絞り込む
社会的価値創出への期待	■ 経済的価値がスポンサー料を下回っても、社会的価値創出が創出されるならば、スポンサーを検討する	■ 企業理念や事業活動に親和性があると思われる企業に対して、活動内容が創出する社会的価値と経済的価値を示し、スポンサーとなることに納得できる提案を行う
創出される価値への共感・合致性	■ 創出される社会的価値が、企業理念・方向性、将来の経済的価値創出に繋がるとスポンサー意向が高まる	■ アプローチ候補となる企業の例 ➢ CSR活動に積極的に取り組む企業など

5-1. 総括 - 当事業における仮説実証結果

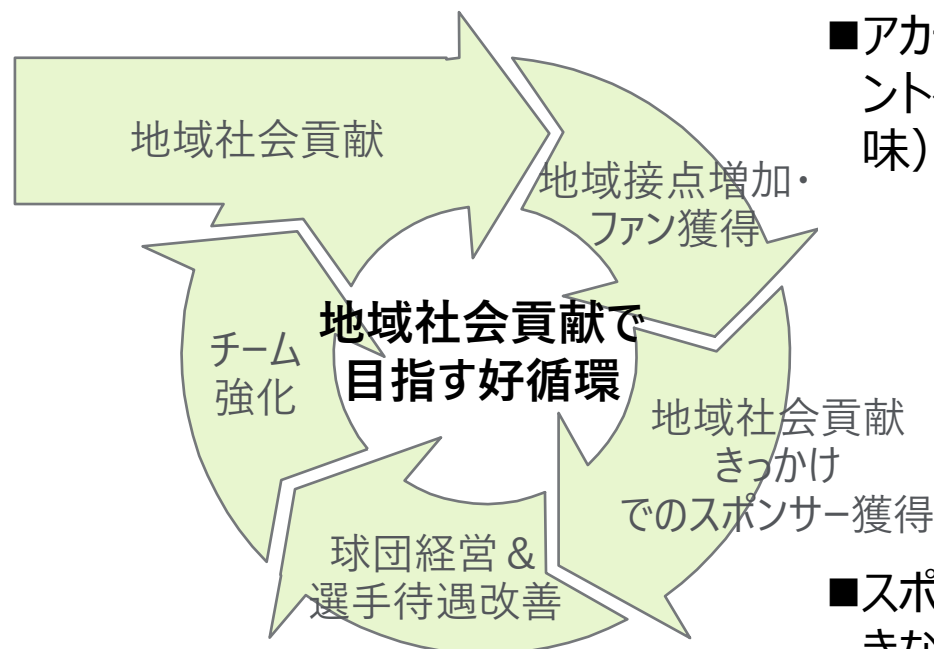
当事業を通じ新たな収益源創出・ファン獲得・地域社会貢献・スポンサー獲得可能性という目的が果たされるか各取り組みに仮説を立てていたが、それぞれの仮説が実証されることを確認した

カテゴリ	目的	仮説	実証結果
アカデミー	従前から球団グループ会社が運営しているアカデミーにてVR打撃練習技術を活用することで、一層の月謝<u>収益創出</u>・子ども/保護者の<u>ファン化</u>に貢献する	VR打撃練習技術活用によりアカデミーの月謝収益を向上できるのではないか	VR打撃練習技術活用による月謝向上可能性が確認できた
		VR打撃練習技術・アプリ活用により、生徒・保護者の球団への愛着が深まるのではないか	生徒を中心に球団への愛着深化を確認できた
部活動	VR打撃練習技術を活用し部活動地域移行に貢献することで、子ども・教員の<u>ファン化</u>、球団ミッションでもある<u>地域社会貢献・野球の裾野拡大</u>に貢献する	VR打撃練習技術活用により郊外地域であっても部活動地域移行が可能になるのではないか	実現可能なスキームを示せた（最終判断は自治体のため△）
		部活動地域移行の担い手となることは球団選手のモチベーション・収入源としても魅力的ではないか	指導にあたった球団選手から両面で高評価を得た
		教員・生徒の球団への愛着が深まるのではないか	教員・生徒ともに球団への愛着深化を確認できた
イベント	VR打撃練習技術を地域住民との接点として活用することで、<u>新たなファンを獲得する可能性</u>を実証する	VR体験イベントは、地域住民（特に球団が重点的に拡大を狙う若年層・ファミリー層）に球団への興味を醸成する効果的な顧客接点ではないか	体験を通じた興味醸成率が9割を超え、球団への興味を醸成する効果的な顧客接点であると確認できた
		出展先が野球関連でも他競技イベントでも、体験を通じ球団への興味醸成が図れるのではないか	両方で興味醸成できるが、野球イベント出展の方が効果的ではある
スポンサー	<u>活動に対する新規スポンサー獲得可能性</u>を実証することで、テクノロジーを活用した<u>収益創出効果を最大化</u>する	スポンサー先に社会的価値創出への共感を重視する企業であれば、当事業に前向きなスポンサー意向を示すのではないか	- 前向きなスポンサー意向を確認した - 社会的価値創出への期待・共感・地域親和性・企業規模が条件となる

5-2. 総括 - 独立リーグ球団の目指す姿（好循環確立）への貢献

独立リーグ球団の目指す姿として定義した地域社会貢献を通じた好循環確立に貢献した

■アカデミー・部活動地域移行事業で子どもたちのスポーツ環境高度化への貢献可能性を確認



■アカデミー・部活動・イベントを通じファン（興味）増加を確認

■スポンサーからの前向きな意向を確認

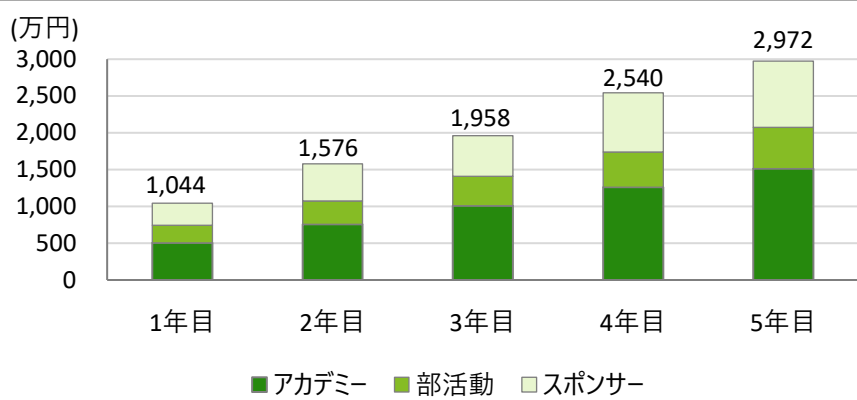
■事業化による利益創出可能性を確認

■選手のオフシーズン収入源創出可能性を確認

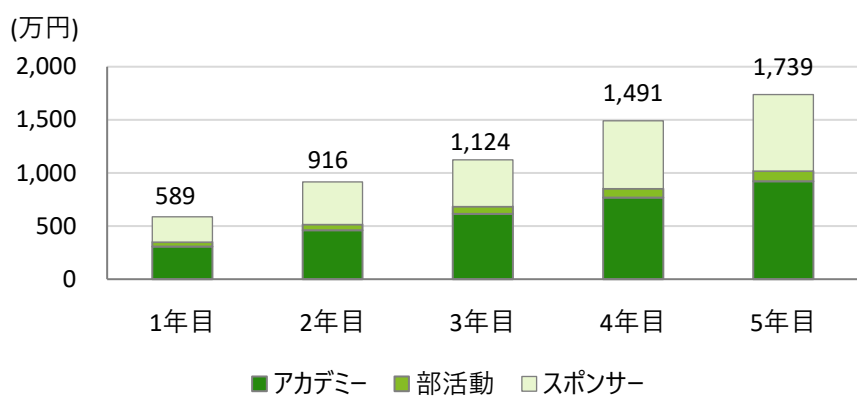
5-3. 総括 - 事業化後の売上・利益予測

当実証事業が継続・拡大した場合、実証事業先では5年間で累計売上10,090万円を見込む
取り組みが他球団にも展開されていけば、当実証事業の収益効果はさらに高まる

実証事業先（1球団）における想定売上高



実証事業先（1球団）における想定利益



アカデミー生徒数

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
アカデミー 利用	30	45	60	75	90
自宅利用	30	45	60	75	90

委託部活動数

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
部活動	3	4	5	6	7

スポンサー企業数

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
アカデミー・ 部活動	6	7	8	10	12
イベント	0	1	1	2	2

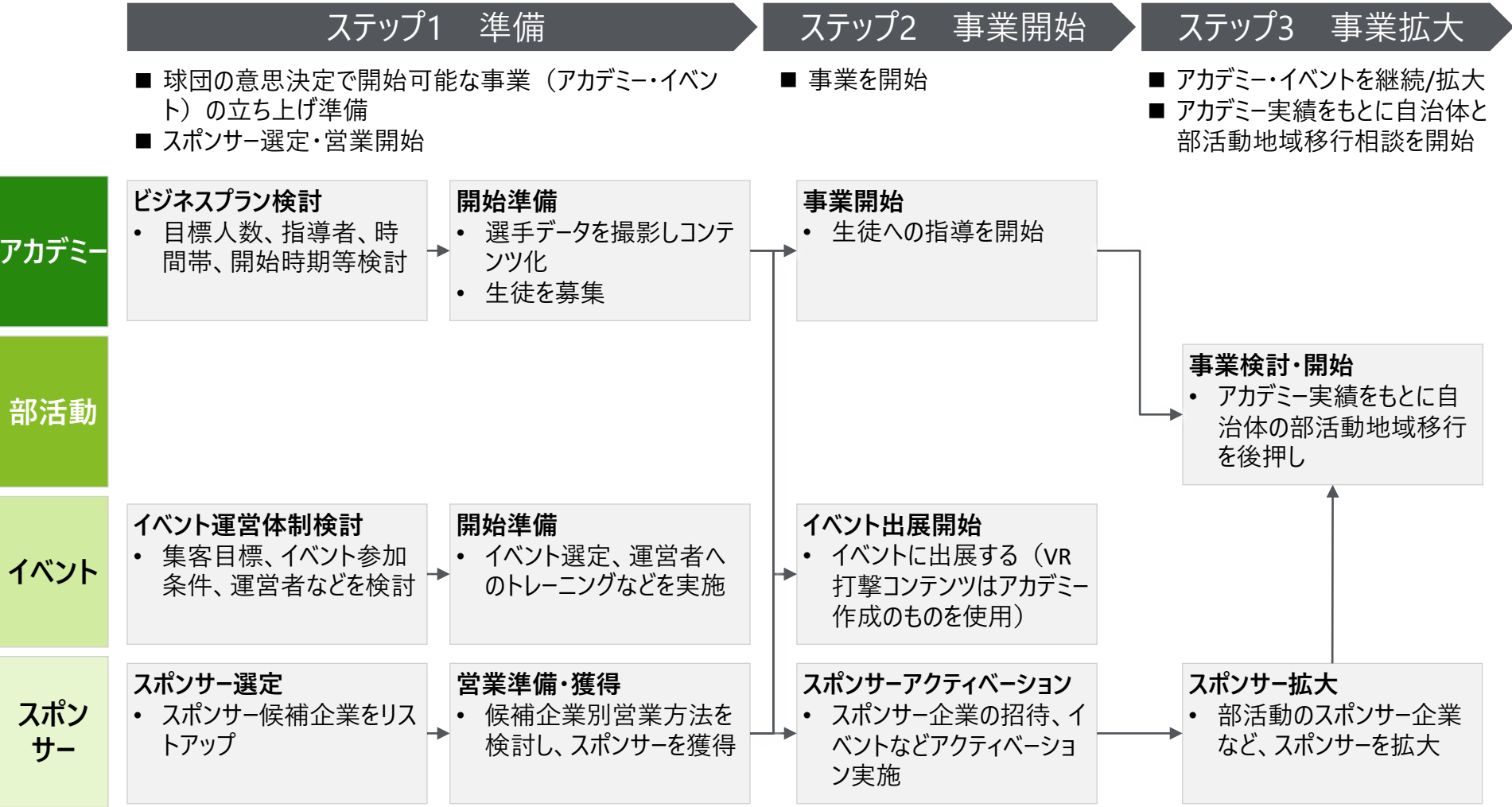
5-4. 総括 - 事業化に向けた課題

自走化に向けた重大な課題はなく、事業先アカデミーではVR打撃練習技術導入も仮決定している。部活動のみ自治体の意思決定が開始条件となるが、イベント・スポンサーはすぐに取り組み可能である

実証カテゴリ	課題（事業成立における課題が需要側か供給側か）		対策と展望
アカデミー	需要	生徒獲得 ■ アカデミー・自宅利用両サービスともに生徒を獲得できるか	■ 生徒・保護者の意見からニーズは実証されている ■ 当事業の結果を適宜活用のうえ、必要に応じ体験会を実施するといったPRを行っていくことで十分獲得可能と想定
	供給	人材確保 ■ 指導者の負荷鑑み、分析は指導者以外が行った方がよいが人員は手配できるか ■ 今後生徒増加に応じ指導者を確保できるか	■ データ分析を社員にトレーニングすることで手配可能と想定 ■ データのフィードバックはリモートでも可能なため、地域にこだわらず指導者を募る・オフシーズンの球団選手活用も視野にいれる ■ アカデミーでのVR打撃練習技術導入は仮決定している
部活動	需要	計画策定 ■ 前例がない取り組みのためモデルケースがなく自治体が計画を策定することが難しい	■ 近隣自治体との信頼関係を活かし、地域移行に前向きな自治体とモデルケースを作り球団がハブとなり自治体に展開する
		予算確保 ■ VR機器・V-BALLER利用料をだれが負担するか	■ 球団の場合はスポンサー獲得による運用が考えられる※5章で後述
	供給	人材確保 ■ 過疎地域では指導可能な地域人材候補が少ない	■ VR活用方法と合わせて、球団と自治体でマニュアル化した基本指導や安全管理の知見を地域人材に提供してサポートする
イベント	需要	イベント選定 ■ イベントによってブース来場率に大差があるため、客層など鑑みてイベント出展先を選定する必要があるのではないか	■ 初期は野球イベント出展を中心にするとともに、事前にパンフレット等への記載内容の根回しを行う、会場で体験イメージ動画を流すなど来場者に興味をもってもらえるよう工夫する
スポンサー	需要	候補選定・営業 ■ 当事業にスポンサーしてくれそうな企業をどのように選定し、営業していけばよいか	■ 売上高が一定以上かつ球団と地域親和性・企業理念・事業活動との合致がある企業に絞り込んだうえで、当事業が創出する社会的価値と経済的価値を示すことで獲得可能と想定

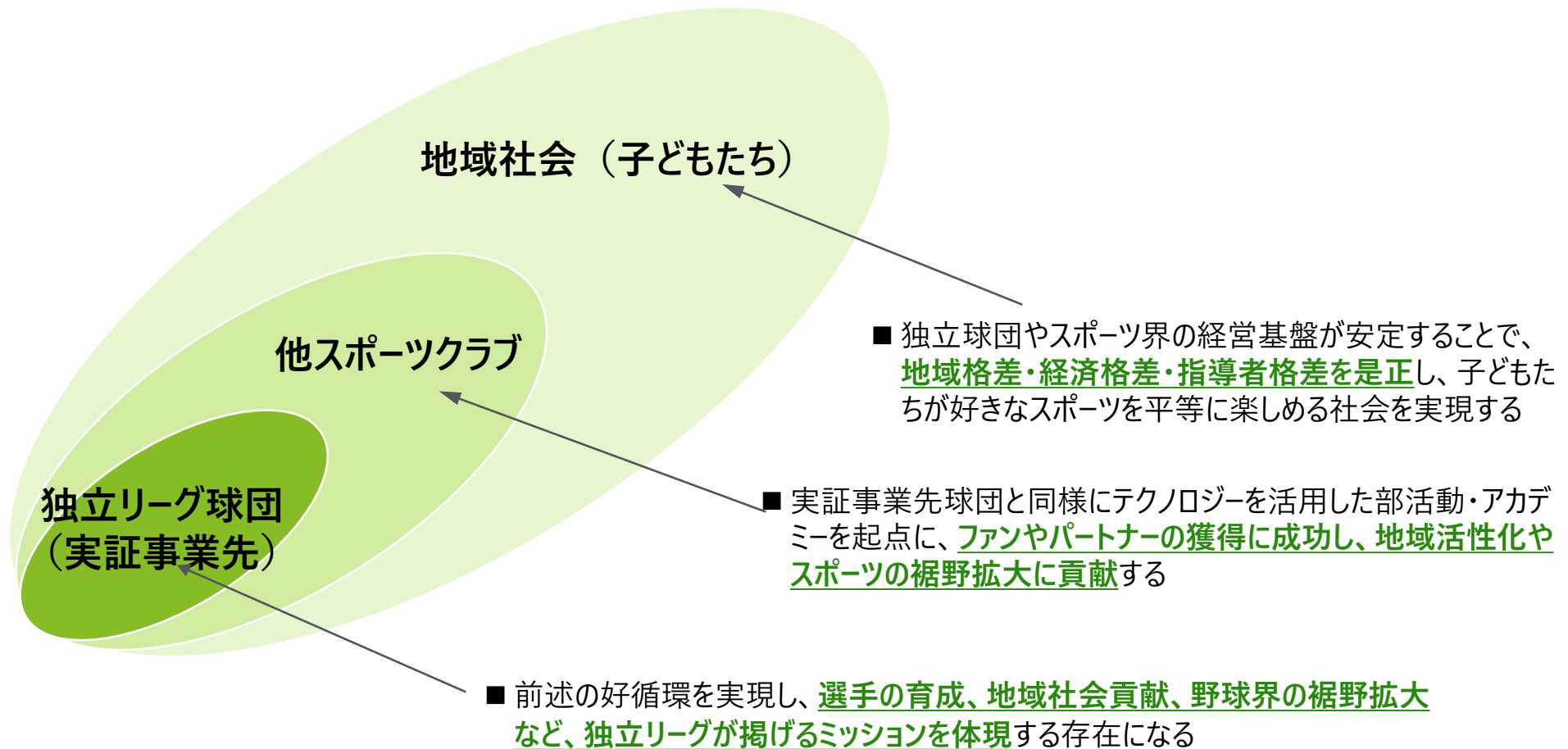
5-5. 総括 - 他球団での導入時の推奨ステップ

他球団での導入時は、球団の意思決定で事業が開始できるアカデミー・イベントにまずは取り組み、アカデミーの実績を活かし、自治体と部活動地域移行検討を開始するステップを推奨する



5-6. 総括 - 最終ゴール

独立リーグ球団・類似の課題を持つ他スポーツ競技団体の収益源創出を行うとともに、最終的には子どもたちがどの地域でもスポーツを楽しめ、高度な練習を享受できる環境を実現する



デロイト トーマツ グループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイト ネットワークのメンバーであるデロイト トーマツ 合同会社ならびにそのグループ法人（有限責任監査法人トーマツ、デロイト トーマツ リスク アドバイザリー 合同会社、デロイト トーマツ コンサルティング 合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャル アドバイザリー 合同会社、デロイト トーマツ 税理士 法人、DT 弁護士 法人およびデロイト トーマツ グループ 合同会社を含む）の総称です。デロイト トーマツ グループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスク アドバイザリー、コンサルティング、ファイナンシャル アドバイザリー、税務、法務等を提供しています。また、国内約30都市に約2万人の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト、www.deloitte.com/jpをご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、デロイト トウシュート マツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイト ネットワーク”）のひとつまたは複数指します。DTTL（または“Deloitte Global”）ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTLおよびDTTLの各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTLはクライアントへのサービス提供を行いません。詳細はwww.deloitte.com/jp/aboutをご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドはDTTLのメンバーファームであり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィック における100を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ベンガルール、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、ムンバイ、ニューデリー、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャル アドバイザリー、リスク アドバイザリー、税務・法務などに関連する最先端のサービスを、Fortune Global 500®の約9割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来175年余りの歴史を有し、150を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの45万人超の人材の活動の詳細については、www.deloitte.comをご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、デロイト トウシュート マツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人が本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。皆様の財務または事業に影響を与えるような意思決定または行動をされる前に、適切な専門家にご相談ください。本資料における情報の正確性や完全性に関して、いかなる表明、保証または確約（明示・黙示を問いません）をするものではありません。またDTTL、そのメンバーファーム、関係法人、社員・職員または代理人のいずれも、本資料に依拠した人に係りして直接または間接に発生したいかなる損失および損害に対して責任を負いません。DTTLならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。



IS 669126 / ISO 27001



BCMS 764479 / ISO 22301

IS/BCMSそれぞれの認証範囲はこちらをご覧ください

<http://www.bsigroup.com/clientDirectory>

Member of
Deloitte Touche Tohmatsu Limited