



【詳細版】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（DX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

デロイト トーマツ コンサルティング合同会社
2024年3月28日



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

0. エグゼクティブサマリ

1. 実証事業全体像

1-1. 背景

1-2. 実証事業概要

1-3. 活用テクノロジー

2. アカデミーでの新規サービス創出

2-1. アカデミー実証概要・仮説

2-2. 現状分析

2-3. 実証内容

2-4. 効果測定

2-5. 自走化・横展開に向けた課題と展望

3. 部活動指導サービス創設による地域社会貢献・選手収入源の創出

3-1. 部活動地域移行実証概要・仮説

3-2. 現状分析

3-3. 実証内容

3-4. 効果測定

3-5. 自走化・横展開に向けた課題と展望

4. イベントによるファン獲得

4-1. ファン化イベント実証概要・仮説

4-2. 現状分析

4-3. 実証内容

4-4. 効果測定

4-5. 自走化・横展開に向けた課題と展望

5. 地域社会貢献及び先進技術によるスポンサー獲得

5-1. スポンサー意向調査概要・仮説

5-2. 現状分析

5-3. 実証内容

5-4. 効果測定

5-5. 自走化・横展開に向けた課題と展望

6. 総括

6-1. 実証事業概要（再掲）

6-2. 実証事業結果

6-3. 自走化・横展開に向けた課題と展望

6-4. 最終総括

0-1. エグゼクティブサマリ

当事業ではVRを活用したアカデミー・部活動委託事業・イベント運営を行い、それらが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、スポンサー獲得に繋がる可能性を実証した

背景	■ 当実証事業を行った独立リーグ球団の売上構成は<u>スポンサーとその他収入</u>が大半を占めることが多い ■ スポンサー・その他収入を安定させる勝機は、多くの球団が理念の一つとして掲げてもいる“<u>地域社会貢献</u>”にあるのではないか ■ <u>地域ニーズに即した事業で地域社会に貢献</u>し、それらをきっかけに地域住民・企業をファンにし、地域社会貢献きっかけでスポンサーを獲得し球団経営を安定させ、さらなる地域社会貢献を行う<u>好循環の確立</u>を独立リーグ球団の目指す姿の一つと仮定する ■ 当事業では地域社会貢献方法のなかでも、全国的にニーズが高く事業可能性も見込める<u>スクール事業</u>に着目。スクール事業は場所・時間の制約で事業拡大が困難になることもあるが、VR打撃練習技術を活用した指導で時間・場所に捉われない<u>事業拡大の可能性・子どもたちのスポーツ環境高度化</u>を探った
目的	■ VRを活用した<u>アカデミー・部活動地域移行委託事業（総称スクール事業）</u>、さらに同<u>VRでの選手との対戦イベント</u>を通じて、独立リーグ球団における<u>新たな収益源創出・ファン獲得・地域社会貢献可能性</u>、活動をきっかけにした<u>スポンサー獲得可能性</u>を探ること
成果	■ スクール事業（アカデミー・部活動）において<u>新たな収益源（その他収入）創出可能性が確認</u>できたほか、アカデミー・部活動の取り組みならびにVRでの選手との対戦体験イベントを通じて<u>地域住民のファン化</u>も確認できた。複数企業にアカデミー・部活動・イベント事業への<u>スポンサー意向</u>をヒアリングし、前向きな意向も確認した ■ 事業の売上・費用も算出し、<u>収益面でも成立</u>することを確認した ■ 各取り組みの成果サマリは以下の通り ➢ アカデミー：VR打撃練習技術利用サービス新設による月謝増額可能性が示された。生徒・保護者のファン化が示された ➢ 部活動：VR打撃練習技術を活用した部活動地域移行のスキームが形成された。生徒・教員のファン化が示された ➢ イベント：VR打撃練習技術を新たな接点として地域住民に球団への興味を醸成できることが示された ➢ スポンサー：アカデミー・部活動・イベント事業に共感し、スポンサー意向を示す企業が確認できた
課題と展望	■ 自走化に向けた致命的な課題はなく、アカデミーは事業化も仮決定している ■ 当実証事業結果は他球団でも展開可能と想定している

0-2-1. 実証事業概要 - 取り組み事項概要

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

循環との関連 #地域社会貢献 #地域接点増加・ファン獲得

- VR打撃練習技術で測定した打撃データを分析し、課題克服のアドバイスを実施。月謝創出可能性を調査
- VRデータ連携育成ゲームアプリでエンゲージメント向上効果を調査

VR上で実際の
選手と対戦



データに基づいた
指導

地域社会貢献

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 #選手待遇改善

- 部活動地域移行検討校にオフシーズンの球団選手がVR打撃練習技術を通じたりリモート指導を提供
- 球団が部活動地域移行の担い手となり子どもたちのスポーツ地域格差解消に貢献する可能性/オフシーズン選手の収益源創出可能性を調査

遠隔
指導



過疎地域でもハイレベルな指導を受けられ、地域格差解消に貢献

地域社会貢献で
チーム強化を目指す好循環

地域接点増加・
ファン獲得

地域社会貢献
きっかけ
でのスポンサー獲得

球団経営 &
選手待遇改善

③：イベントを通じた新規ファン獲得

循環との関連

#地域社会貢献 #地域接点増加・ファン獲得

- VRでの選手との対戦体験イベントでの来場意向形成を調査



④：スポンサー意向調査

循環との関連

#地域社会貢献きっかけでのスポンサー獲得

- 地域に根差した活動や盛り上がりでスポンサーを新規獲得する可能性を調査



0-2-2. 実証事業概要 - 実証事業スケジュール・概要

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

	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
VR打撃練習技術準備	コンテンツ準備						
アカデミー指導		対象選定・説明・準備			使用・指導		
部活動指導		対象選定・説明・準備			使用・指導		
ファン化イベント				イベント（2回）			
スポンサー意向ヒアリング						ヒアリング	

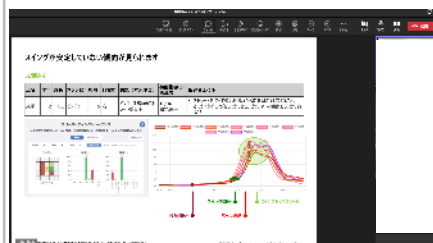
アカデミー指導

- ・ 球団グループ会社運営アカデミー中3対象
- ・ VR打撃練習の定期利用 & 指導への活用による効果を実証
- ・ VR打撃練習連動アプリによりモチベーション向上・ファン化に起用するかも実証



部活動

- ・ 公立中学校野球部員対象
- ・ 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



ファン化イベント

- ・ 一般の方向けに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



スポンサー意向ヒアリング

- ・ アカデミー・部活動・イベントへのVR/アプリ活用事業を企業に紹介し、スポンサーに意義を感じるか、スポンサーにあたり必要な条件をヒアリングし、スポンサー獲得可能性を実証



0-3-1. 実証事業結果 - 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
		■ 野球関連でも他競技イベントでも、体験を通じ球団の認知拡大・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

0-3-2 . 実証事業結果 – アカデミー詳細

生徒・保護者からも評価を受けており、指導者からも前向きな意見をいただき、アカデミー運営責任者も月謝設定含め事業化が可能と判断した

実証結果

市場調査 (想定月謝分析)		■ 他社事例に鑑みると既存アカデミーにVR打撃練習追加：14,000円/月（4,000円増額）、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	技術向上	■ 全員が上達したことをデータ上確認 ■ 全員が技術力向上を実感
	モチベーション	■ 全員がVR打撃練習を楽しいと回答 ■ 全員が事業継続意向も示した
	ファン化	■ 全員がVR打撃練習を通じ球団・選手への興味が深まったと回答・観戦意向を示した
保護者	見解	■ 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 ■ VR打撃練習導入の月謝想定はいずれのサービスも妥当と評価
指導者	見解	■ 指導高度化・効率化・均質化を実感 ■ 分析担当者は指導者以外を希望
運営	見解	■ 想定月謝・体制など含め事業化に前向きな意向を示した

仮説への考察

仮説①	■ VR打撃練習技術を活用することでアカデミーの月謝収益を向上させられるのではないかと
考察	■ 事業化前に必要なステップとして以下を想定しており、それぞれクリアできた。事業化によりアカデミーの月謝収益向上が期待できる 1. 想定月謝・運営スキームが整理されていること ➢ デスクトップ調査・実証から整理済 2. 生徒・保護者が満足していること ➢ 生徒からの高い継続意向・保護者からもデータ可視化・活用の価値を評価された 3. アカデミー運営者が運営・月謝設計に納得し、事業化に向けた課題・解決策が明確であること ➢ データ分析者の設置が課題だが解決の目途可能見込（詳細次頁）
仮説②	■ VR打撃練習技術・アプリを活用することで、生徒・保護者を一層球団のファンにすることができるのではないかと
考察	■ 事業を通じ生徒の愛着増加が確認できた ■ 保護者としては、子どもがやりたいこと、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われる

0-3-3 . 実証事業結果 – 部活動地域移行委託詳細

生徒・教育委員会・教員・球団選手全てから前向きな声があがった。当スキームを活用することで技術指導が可能な人材の確保が難しい地域でも部活動を完全移行することが可能となる

実証結果

生徒	技術向上	■ 全員が定量的に技術力向上 ■ 定性的な技術力向上は7割
	モチベーション	■ 全員が練習を楽しいと回答 ■ VR継続は9割、選手指導は全員継続希望
	ファン化	■ 9割が球団試合への観戦意向を示した
教育委員会	見解	■ 事業は評価する一方で部活動地域移行計画が具体化されておらず、想定委託金は回答を得られなかった
教員	見解	■ 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が形成された
球団選手	見解	■ 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	考察	■ VR打撃練習技術活用により技術指導可能な人材の確保が難しい郊外地域でも部活動地域移行が可能になるのではないか
	考察	■ リモート指導で高い満足度を得られたこと、技術向上が見られ、VR活用は技術指導に有用だと言える ■ 地域人材による技術指導は不要となり、基本指導や安全管理を担えば野球未経験者でもよい
仮説②	考察	■ 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
	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	考察	■ 部活動指導を通じて、教員・生徒を一層球団のファンにすることができるのではないか
	考察	■ 生徒・教員ともに観戦意向形成が確認できた

0-3-4 . 実証事業結果 – イベント詳細

同競技イベント、競技間イベントのどちらにおいても認知・関心向上効果が確認され、競技間連携イベント体験者の来場検討率も高かった

実証結果

体験人数	■ 地域一体型同競技イベント（野球イベント）の方が多かった 85人 18人 同競技イベント 他競技間イベント
体験満足度	■ 両イベントとも非常に高い満足度だった 同競技イベント 競技間イベント 66 17 2 12 6 ■ 大変満足した ■ やや満足した ■ あまり満足できなかった
興味関心	■ 競技間イベントの方が興味醸成がやや低かった 同競技イベント 競技間イベント 80 3 2 13 5 ■ 興味を持った ■ 興味を持たなかった ■ 未回答
来場検討率	■ 競技間イベント体験者の内67%が来場検討している 競技間イベント 12 6 ■ 行きたい ■ 行きたくない * 競技間イベントのみの設問
イベント担当者コメント	■ 来場者の反応もよかった ■ VR自体が目新しいので集客力があつた ■ ストラックアウトよりも集客力があるかもしれない

仮説への考察

仮説①	■ VR体験イベントは、潜在顧客層（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ために効果的な顧客接点である
考察	■ 体験者アンケートからVR体験による球団、球団選手への関心醸成効果が確認された（興味醸成率94%） ■ 球団イベント担当からもストラックアウト以上に集客力があるとコメントがあり、効果的な顧客接点であるといえる
仮説②	■ スポーツ関連イベントへのVR出展であれば野球関連でも他競技でも認知拡大・興味醸成が図れるのではないかと
考察	■ VR体験者は、どちらのイベントでも一定数の興味醸成が図れた ■ 一方、そもそもの体験希望者数は同競技イベントの方が多かったことから、同一出展費用の場合は同競技イベントへの出展優先でよいのではないかと

0-3-5 . 実証事業結果 – スポンサー詳細

ヒアリング結果及び企業規模と広告宣伝費の関係性を踏まえると、以下の大きく4つの要件を満たす企業がスポンサー候補であり、実際に要件を満たしたヒアリング先はスポンサー意向を示した

実証結果

スポンサー 基準	■ 全社が社会貢献性を重視すると回答した ■ 経済効果は将来的に求めないしは、スポンサード目的を経済効果と社会貢献に分け、支援団体自体を分けていると回答した
当事業の スポンサー 価値	■ アカデミー・部活動は全社から社会価値・先進性への共感を確認した ■ イベントは経済効果が主なりターンにみえ、イベント参加者が自社ターゲットと合致する場合共感すると回答あり
金額妥当性	■ アカデミー・部活動提示金額は50万円だったが、100万円でも出資検討すると回答あり ■ イベントは250万円提示に対し平均150万円程度が妥当との回答だった。自社ターゲットとの合致度に応じ、金額は増減すること
スポンサー 条件	■ 社会貢献性を評価したスポンサードの場合、経済効果を狙ったスポンサードよりも社内合意形成の難易度があがる ■ 競技や地域への必然性も問われるため、それらへの説明はスポーツクラブ側の支援が必要
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

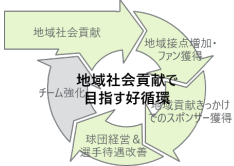
仮説	■ スポンサーにあたり社会的価値創出への共感を重視する企業は、当事業に対し前向きなスポンサー意向を示す
考察	■ 社会的価値創出への共感は一要素。以下4つの要件を満たす企業であればスポンサー意向を示す ➢ 社会的価値創出への期待 ✓ 経済的価値がスポンサー料を下回っても、社会的価値創出が創出されるならスポンサーを検討しうる ➢ 創出される価値への共感・合致性 ✓ 創出される社会的価値が、企業理念・方向性、将来の経済的価値創出に繋がると望ましい ➢ 地域的親和性 ✓ 創業地・支社/工場がある等、企業に関係ある地域であればスポンサー意向が高まる（地域親和性には取引先がその地域に多いことも含まれる） ➢ 企業規模 ※デスクトップ調査から考察 ✓ 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 ✓ 当事業で想定するスポンサー候補はアカデミー・部活動であれば売上高1億円、イベントであれば3億円以上の企業

0-3-6. 実証事業結果 - 独立リーグ球団の目指す姿への貢献

当事業では、独立リーグ球団の目指す姿の一つとして地域社会貢献で好循環を成立させることを提示した。実証事業における各取り組みは目指す姿（好循環）の成立に貢献することが実証された

独立リーグ球団の目指す姿

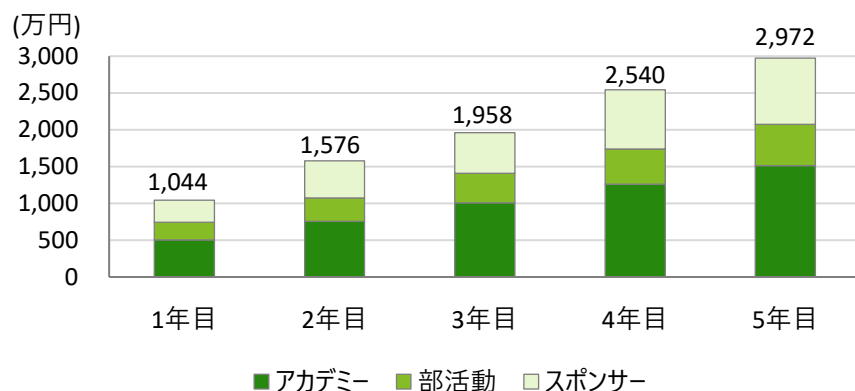
実証事業を通じた目指す姿への貢献

目指す姿	■ 地域社会貢献をきっかけにした好循環の確立 	■ 地域社会貢献事業スキーム（アカデミー・部活動事業）を確立し、ファンの増加、地域社会貢献きっかけでのスポンサー獲得、球団経営と選手待遇改善の可能性を示した
地域社会貢献	■ 地域社会貢献を通じて<u>地域に根差した存在</u>になる ■ <u>地域社会貢献自体を事業</u>（その他収入）にすることで持続可能にする	■ スクール事業（アカデミー・部活動）を通じ、子どもたちによりよいスポーツ環境を提供する、部活動地域移行の担い手となるという地域社会貢献ができた ■ 事業単体で収益が成立する、持続可能な貢献スキームができた
地域接点増加・ファン獲得	■ 地域社会貢献により地域住民から好印象を持たれることで、球団を応援する雰囲気醸成され、まちをあげてファンにしていく ■ 企業や団体の支援者・ファンも増やしていく	■ スクール事業で接点をもった子どもや教員の球団に対する好感や興味を高めることができた ■ 地域イベントでのVR打撃練習技術体験ブースの設置で地域住民に球団への興味を醸成することができた
地域社会貢献きっかけでのスポンサー獲得	■ 広告露出機会が限定的な独立リーグでは、<u>広告露出効果のみでのスポンサー獲得には限界あり</u> ■ 独立リーグの<u>地域密着性・貢献性が高まることで自治体・企業にとってもより魅力的なスポンサー先</u>に	■ 企業にスポンサー可能性をヒアリングし、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、地域的親和性、（+企業規模）を満たせば当事業へのスポンサー獲得可能性が高いこと、実際にスポンサー意向を示す企業があることを確認できた
球団経営 & 選手待遇改善	■ 現状独立リーグ球団選手の年棒は平均300万円といわれ、オフシーズンにはアルバイトも通例 ■ 球団経営改善により<u>選手待遇改善 + オフシーズンも野球関連収入を得る手段を確保</u>する	■ 当事業により、球団のその他収入・来場収入・スポンサー収入増加が期待できる ■ また、部活動地域移行の担い手に球団選手がなれば、オフシーズンでも野球に関連した仕事を得られ、モチベーション向上につながる

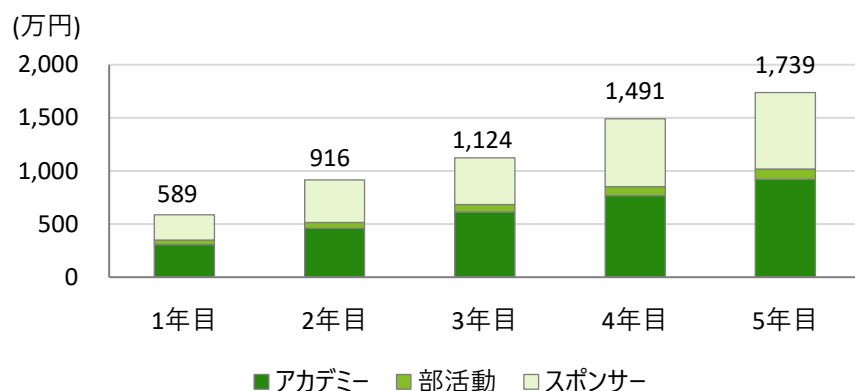
0-4-1. 課題と展望 - 事業化後の売上・利益予測

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*1

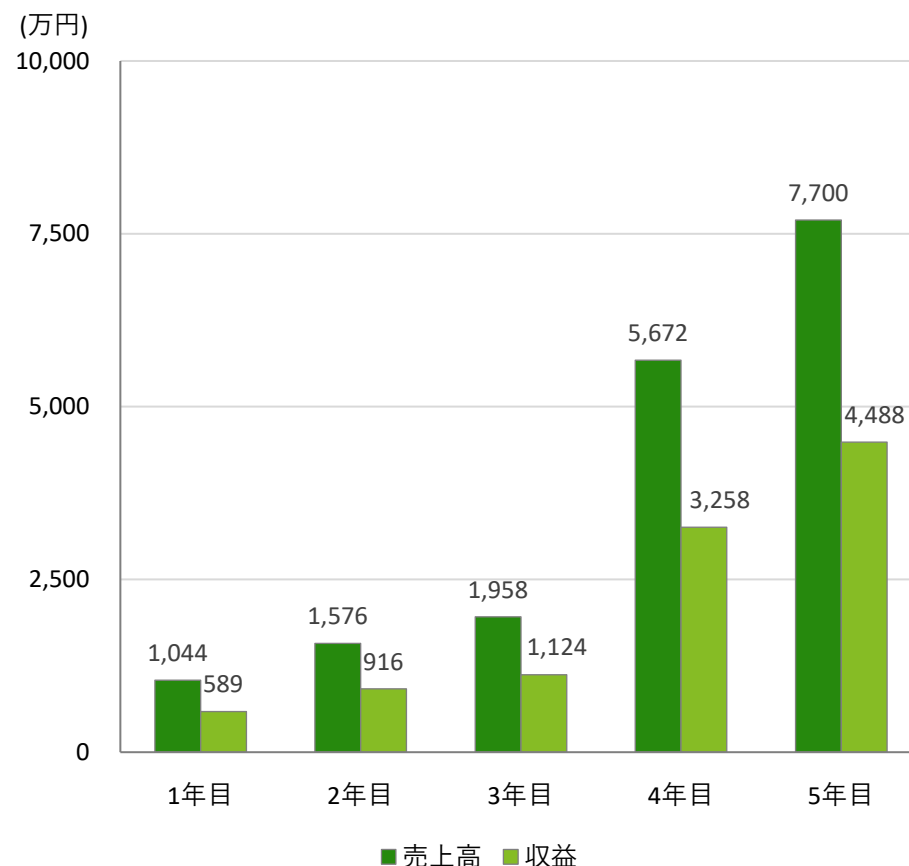


実証事業先（1球団）における想定利益*1



*1：売上・利益の詳細は各章参照

他球団に横展開した場合の想定売上高利益*2, 3



*2：4年目から独立リーグに所属する3球団が参画することを想定

*3：展開先球団でも実証事業先と同様の売上・費用・利益と想定

0-4-2. 課題と展望 - 自走化に向けた課題と展望

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
	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
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
		予算確保	■ VR機器・V-BALLER利用料をだれが負担するか
	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
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
スポンサー	需要	候補選定・営業	■ 当事業にスポンサード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
			■ 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
			■ 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
			■ 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
			■ 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
			■ 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
			■ 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
			■ 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

0-5. 最終総括

テクノロジーを活用したスクール事業・イベントにより、独立リーグ球団において収益源創出・ファン獲得・地域社会貢献ができる事、取り組みをきっかけにしたスポンサー獲得が可能である事が実証できた

事業の目的	■ VR・アプリ（テクノロジー）を活用したアカデミー・部活動地域移行・イベントの実証を通じて、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ること
実証結果 (成果)	■ アカデミー・部活動において新たな収益源創出可能性が確認できたほか、アカデミー・部活動の取り組みならびにVRでの選手との対戦体験イベントを通じて地域住民のファン化も確認できた。複数企業にアカデミー・部活動・イベント事業へのスポンサー意向をヒアリングし、前向きな意向も確認した。アカデミーでは事業化も仮決定した ➢ アカデミー：VR打撃練習技術利用サービス新設による月謝増額可能性が示された。生徒・保護者のファン化が示された ➢ 部活動：VR打撃練習技術を活用した部活動地域移行のスキームが形成された。生徒・教員のファン化が示された ➢ イベント：VR打撃練習技術を新たな接点として地域住民に球団への興味を醸成できることが示された ➢ スポンサー：社会的価値創出への期待・共感・地域親和性・企業規模が合致すればスポンサーとなりうることを示された ■ 本実証が独立リーグ球団の目指す姿“地域社会貢献をきっかけにした好循環の確立”に貢献することを確認した
課題と展望 (収益予測)	■ 当実証が事業として収益面で成立することが示された ➢ 事業化し、アカデミー・部活動の対象生徒数・対象地域を毎年拡大した場合、実証事業先では5年間で累計売上10,090万円を見込む ➢ 取り組みが広まり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
課題と展望 (自走化)	■ 自走化に向けた各取り組みの課題は以下の通りだが致命的な課題はない ➢ アカデミー：データ分析者の確保。社員が担当する目途がたっており、'24年6月より事業化予定である ➢ 部活動：自治体の判断。全国では部活動地域移行にVR打撃練習を活用する事例も生まれており広がり期待 ➢ イベント：特になし。効率よく効果を得るには県内野球イベントを中心に出展することを推奨 ➢ スポンサー：特になし。スポンサー候補企業要件は整理され、県内にも候補企業は複数いるため自走化可能と想定する
課題と展望 (他球団導入)	■ 他球団での導入時は、まずは球団の意思決定で事業が開始できるアカデミー・イベントに取り組むことを推奨する（同時にスポンサー営業も開始） ■ 部活動は、アカデミーの実績をもとに自治体との部活動地域移行検討を開始する進め方にとすると実現性が高いのではないかと

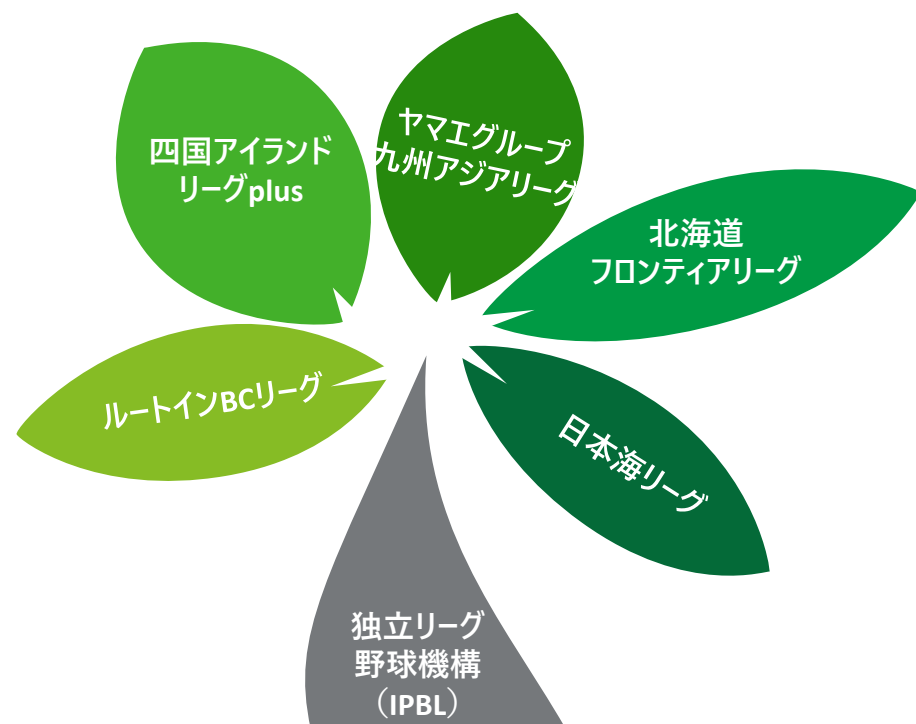
1. 実証事業全体像

1-1-1. 背景 - 実証事業先説明【プロ野球独立リーグとは】

当事業は独立リーグ球団にて実施した。プロ野球独立リーグはNPBと異なる団体が運営するリーグである。人材育成・地域社会貢献・スポーツの発展を主な理念に掲げている

独立リーグとは

- NPBとは異なる団体が運営するプロ野球リーグである
- プロ野球独立リーグの代表団体である一般社団法人 日本独立リーグ野球機構（IPBL）には現在5つの加盟リーグが存在する
- 上記のほかに関西独立リーグ、バイサイドリーグ、北海道ベースボールリーグというIPBLに所属していないリーグも存在する



出所：IPBL公式サイト、[IPBL Japan \(ipbl-japan.com\)](https://ipbl-japan.com), 2024/2/29閲覧

独立リーグの理念

- 共通して、“地域社会貢献”、“野球の発展”、“人材育成”を掲げている

ルートインBCリーグ

- ふるさとの全力プロ野球
- 野球を通じて、地域の方々に夢と感動を与える

四国アイランドリーグplus

- 人材育成
- 野球界・スポーツ界の裾野拡大
- 地域社会貢献

ヤマエグループ九州アジアリーグ

- 「夢」
- 選手の夢、従業員の夢、地域の皆さんの夢、企業の夢

北海道フロンティアリーグ

- 北海道への移住・定住を促進します
- まちの賑わいを創出します
- 社会に貢献できる人材を育成します
- 子ども達に野球の魅力を伝えます
- 地域の人々の健康増進に努めます

日本海リーグ

- 野球界をより発展させ、地域のスポーツ文化醸成や活性化に少しでも貢献する

出所：ルートインBCリーグ公式サイト、<https://www.bc-l.jp/>, 2024/2/29閲覧

四国アイランドリーグPlus公式サイト、<https://www.iblj.co.jp/>, 2024/2/29閲覧

九州アジアリーグ公式サイト、<https://kabl.co.jp/about/>, 2024/2/29閲覧

北海道フロンティアリーグ、<https://hfl-bb.com/>, 2024/2/29閲覧

日本海リーグ、<https://n-l-b.jp/>, 2024/2/29閲覧

1-1-2. 背景 - 実証事業先説明【栃木ゴールデンブレーブスとは】

当事業を行った独立リーグ球団『栃木ゴールデンブレーブス（以降、栃木GB）』も、子どもたちに夢と感動を与えること、地域への貢献、選手の育成を理念として様々な活動を行っている

実証事業先（栃木ゴールデンブレーブス）とは

チーム名	■ 栃木ゴールデンブレーブス
運営法人	■ 株式会社栃木県民球団
ホームタウン	■ 栃木県全域
所属	■ ルートインBCリーグ
チーム理念	■ <u>栃木県民がひとつになれる熱い球団</u>を目指し、<u>未来を担う子どもたちへ夢と感動</u>を与えます ■ 地域のオンリーワンコンテンツとして、<u>魅力ある地域の発展に関与します</u> ■ 地域社会に生かされている意味を知り、<u>社会人としての人間形成の場</u>を作り続けます
ファン層	年代別 男女別 地域別
成績	■ 23シーズン南地区2位

理念に根差した活動例

- 理念を体現し、子どもたちへの野球教室、地域ボランティアなどを積極的に実施している

2023活動内容

地域貢献活動(野球教室)

開催回数：13回
総参加者数：396人

開催月	参加人数
4月	58人
5月	90人
6月	51人
7月	77人
8月	93人
9月	27人



2023活動内容

地域貢献活動

4月4日 小山運動公園周辺ゴミ拾い&のぼり設置



7月8日 鬼怒川クリーン大作戦 ゴミ拾い



7月29日 わくわくボールパーク（栃木県野球協議会主催@宇都宮清原球場）



出所：栃木ゴールデンブレーブス公式サイト,tochigi-braves.jp,2024/1/31閲覧、栃木ゴールデンブレーブス提供資料,2024/1/31閲覧

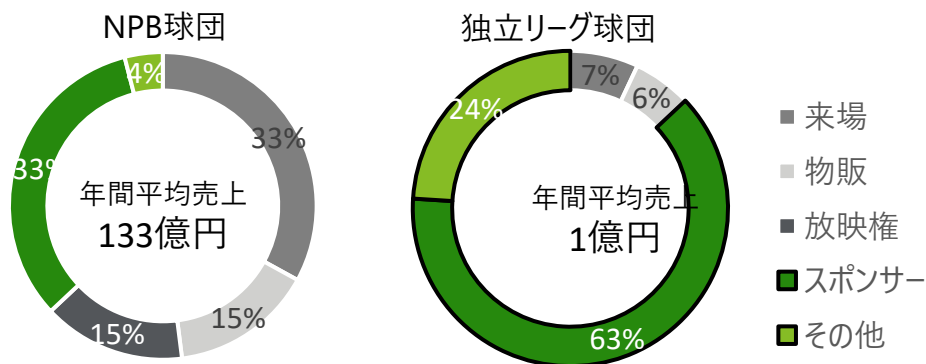
1-1-3. 背景 - 独立リーグ球団の売上構成・収益安定に向けた勝機

独立リーグ球団の売上構成はスポンサーとその他収入が大半を占める。“地域社会貢献”を通じ、地域密着でファンを増やすことがスポンサー・その他収入の安定的確保につながる

独立リーグ球団の売上構成

- 独立リーグ球団の売上構成は、NPB球団と比較し放映・来場・物販の割合が少なくスポンサーとその他収入で9割を占める（事業先球団も比率は非公開だが近い構成）
- NPBとは規模が異なる独立リーグが放映・来場・物販の売上割合を引き上げることには限界があるなかで、いかにスポンサーとその他収入を安定的に確保がするかが重要となる

NPB球団と独立リーグ球団の平均年間売上・売上構成比



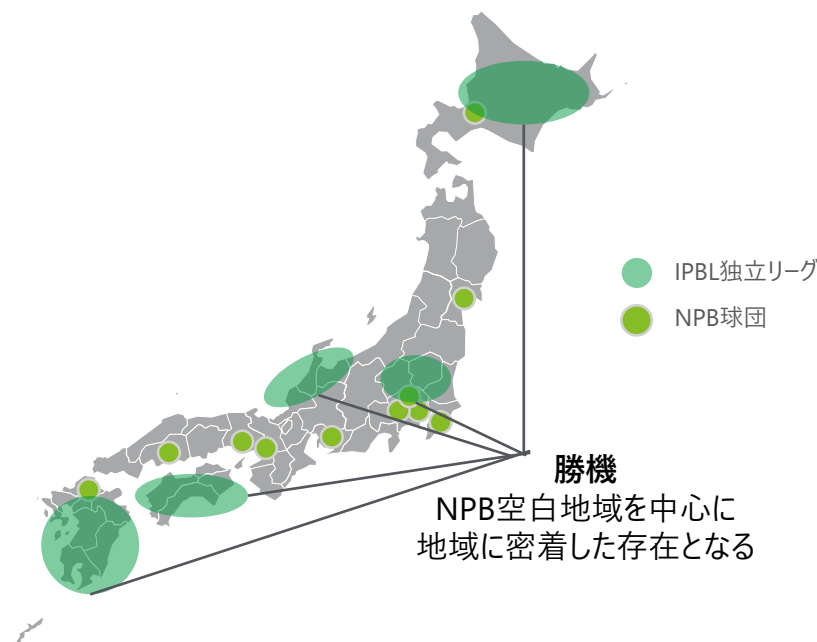
NPB球団と独立リーグ球団の1試合あたり平均来場数



独立リーグ球団における収益拡大の勝機

- NPBは12球団しかなく空白地帯もある。独立リーグ球団はNPB空白地域にあることも多く、そうした地域では、独立リーグ球団が地域社会に密着・貢献することで、愛されるチームとなれる可能性がある
- 地域に密着し、地場スポンサーの獲得・地域ニーズに即した事業を通じたその他収入拡大が勝機となるのではないか

NPB球団と独立リーグ（IPBL）の所在地



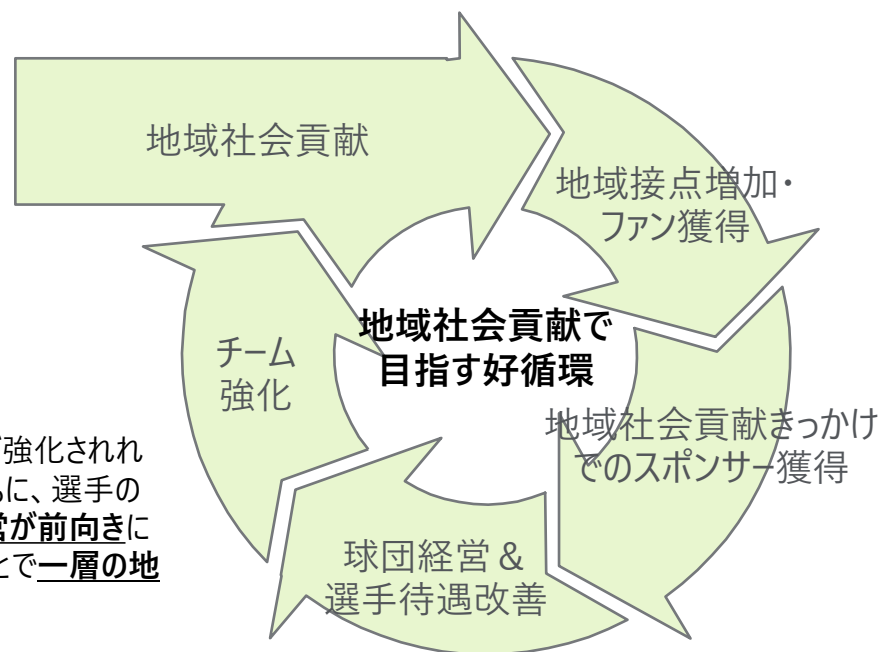
出所：プロ野球「NPBと独立リーグ」収益源で決定的な差, 東洋経済, <https://toyokeizai.net/articles/-/644431>, 2024/1/31閲覧

1-1-4. 背景 - 地域社会貢献により目指す姿

地域社会貢献をきっかけにファン増加→活動への共感 + 地域の盛り上がりでスポンサー増加→球団経営・選手待遇改善→チームが強化→一層地域が盛り上がるという好循環が目指す姿の一つである

- 地域社会貢献を通じて地域に根差した存在になる
- 地域社会貢献自体を事業（その他収入）にすることで持続可能にする（施設活用、スクール事業など）

- 選手待遇が改善され、チームが強化されれば一層地域が盛り上がりとともに、選手のNPB契約金も加わり球団経営が前向きに
- 球団経営に余裕が生まれることで一層の地域社会貢献が可能に



- 地域社会貢献により地域住民から好印象を持たれることで、球団を応援する雰囲気醸成され、まちをあげてファンにしていく
- 個人からの応援だけでなく企業や団体の支援者・ファンも増やしていく

- 広告露出機会が限定的な独立リーグでは、広告露出効果のみでのスポンサー獲得には限界あり
- 独立リーグの地域密着性・貢献性が高まることで自治体・企業にとってもより魅力的なスポンサー先に

- 現状独立リーグ球団選手の年俸は平均300万円といわれ、オフシーズンにはアルバイトも通例
- 球団経営改善により選手待遇改善 + オフシーズンも野球関連収入を得る手段を確保する

1-1-5. 背景 - 当事業における地域社会貢献の方向性【スクール事業】

地域社会貢献方法は複数あるが、当事業では主に、球団の強化したい若年層ファンとの接点増加にも繋がり横展開も期待しやすい、“**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
- 国としてもその担い手として地域スポーツクラブの可能性が検討されており、地方のスポーツクラブの重要な存在意義の一つになりうる

社会的ニーズ



スクール事業
取り組み理由

- 球団は若年層・ファミリー層ファン拡大を狙っており、スクール事業はそうしたファン層との接点増加が期待できる

獲得したいファン層との重なり

横展開可能性

- どのスポーツクラブであっても選手・指導者といったアセットを持っていること、子どもたちのスポーツ環境は全国的な課題であることから横展開が期待できる

事業可能性

- 総務省のデータでは、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にあり、単価の上昇が期待できる
- バスケットボールクラブ（B1）ではスクール事業収入の売上・比率が上向きというデータ^{*1}もあることから、単なるボランティアではなく事業として地域社会貢献が成立する可能性が期待できる

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

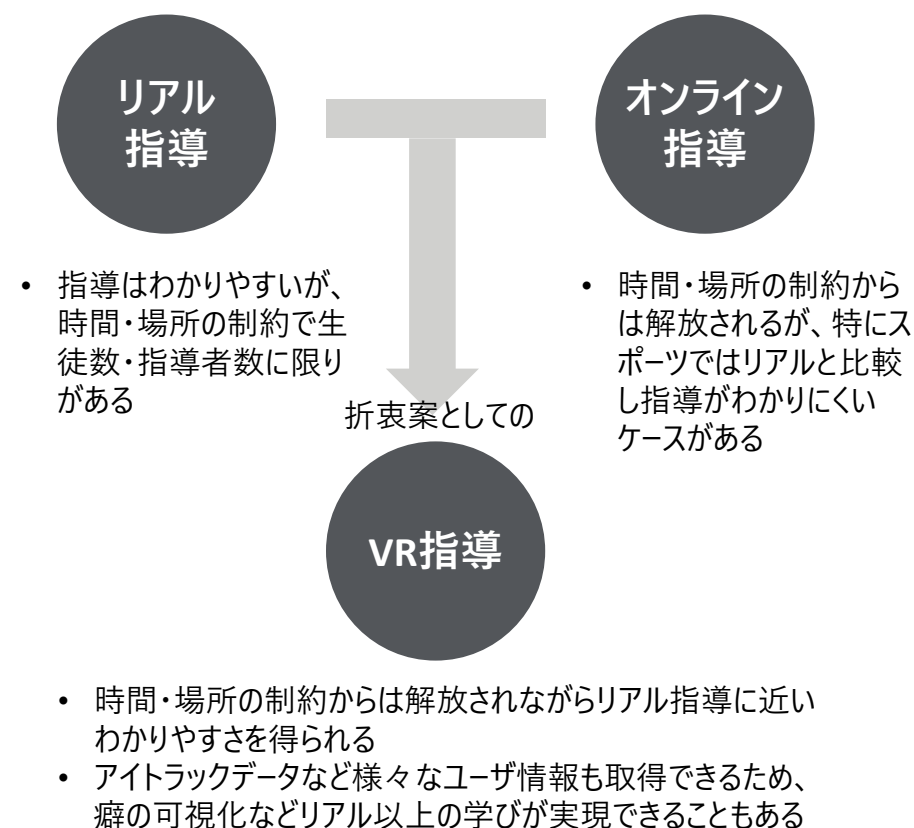
(^{*1}) 地域×スポーツクラブ研究会,経済産業省,meti.go.jp,2024/3/5閲覧

1-1-6. 背景 - スクール事業におけるテクノロジー活用の可能性

スクール事業は、時間・場所の制約で事業拡大が課題になることも少なくないが、オンライン指導は難しい面もあった。仮想空間（VR）技術活用は両者の弱点を補う新たな指導手段として期待できる

リアル指導・オンライン指導・VR指導の特徴

- リアル指導・オンライン指導の弱点を補うかたちとしてVR指導がある



VRの教育・スポーツ活用例

- 教育現場でVRを活用した授業が行われているほか、複数スポーツでVRを競技技術向上に活用する取り組みが進んでいる

教育	社会科	- 愛知県公立中学校 - VRでアジア州の映像を閲覧することで興味関心を引き立て主体的な取り組みを引き出す
	地学	- 東京都私立高校 - VRで津波発生のメカニズムを学ぶ
スポーツ	ゴルフ	手、足、頭などに特殊なバンドを装着し自分のスイングフォームをVR上に表現して確認 - フォームの悪いところを教えることができる
	ゴルフ	バーチャルコースをプレイするゴルフリーグが存在
	ボウリングなど	VR空間でボウリング、バスケットボール、ボクシングなどをプレイできる

出所：JOLLY GOOD,<https://jolic.jollygood.co.jp/column/1472/>,2024/2/28閲覧
 My Swing Golf,[My Swingcloud](https://myswingcloud.com/),2024/2/28閲覧
 TGLゴルフ.jp,[TGLgolf](https://tglgolf.jp/),2024/2/28閲覧
 STEAM,[VR SUPER SPORTS](https://vr.super.sports/),2024/2/28閲覧

1-2-1. 実証事業概要 - 取り組み事項概要

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

循環との関連 #地域社会貢献 #地域接点増加・ファン獲得

- VR打撃練習技術で測定した打撃データを分析し、課題克服のアドバイスを実施。月謝創出可能性を調査
- VRデータ連携育成ゲームアプリでエンゲージメント向上効果を調査

VR上で実際の
選手と対戦



データに基づいた
指導

地域社会貢献

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 #選手待遇改善

- 部活動地域移行検討校にオフシーズンの球団選手がVR打撃練習技術を通じたりモット指導を提供
- 球団が部活動地域移行の担い手となり子どもたちのスポーツ地域格差解消に貢献する可能性/オフシーズン選手の収益源創出可能性を調査

遠隔
指導

地域接点増加・
ファン獲得

過疎地域でもハイレベルな指導を
受けられ、地域格差解消に貢献

地域社会貢献で

チーム強化

目指す好循環

地域社会貢献きっ
かけ
でのスポンサー獲得

球団経営 &
選手待遇改善

③：イベントを通じた新規ファン獲得

循環との関連

#地域社会貢献 #地域接点増加・ファン獲得

- VRでの選手との対戦体験イベントでの来場意向形成を調査



④：スポンサー意向調査

循環との関連

#地域社会貢献きっかけでのスポンサー獲得

- 地域に根差した活動や盛り上がりでスポンサーを新規獲得する可能性を調査



1-2-2. 実証事業概要 - 実証事業を通じて創出を期待する直接収益と間接収益

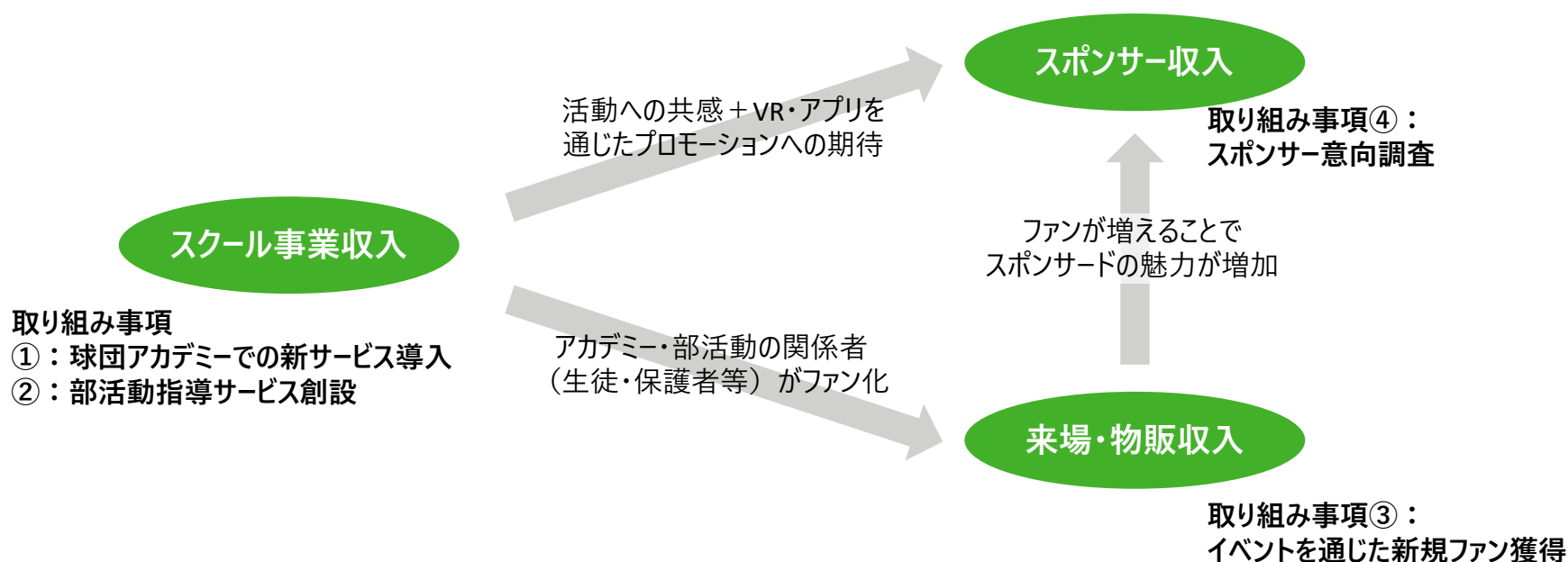
当事業で創出しうる直接収益は指導収入だが、事業を起点にファン・施策パートナーを増加させ、スポンサー収益や興行・物販収益を間接的に拡大する効果（間接収益）も期待される

直接収益（アカデミー・部活動での指導収益）

- アカデミーでの月謝（取り組み事項①）、部活動の委託料（取り組み事項②）を直接収益と定義し、デスクトップ調査で想定月謝を算出したうえで＋事業関係者へのヒアリングから妥当性を評価

間接収益（スポーツクラブ4大収入への正の影響）

- （前提）一般的なスポーツクラブの4大収益は、来場（チケット）、物販、放映、スポンサー。来場・物販の増加にはファン数増加が必須
- 来場・物販：アカデミー・部活動関係者の球団エンゲージメントを向上させること（前頁取組事項①②）、イベントで潜在顧客との接点を持つこと（前頁取組事項③）での増加可能性を調査
- スポンサー：アカデミー・部活動・イベント活動への賛同によるスポンサー新規獲得可能性を調査



1-2-3. 実証事業概要 - 実証事業スケジュール・概要

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

	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
VR打撃練習技術準備	コンテンツ準備						
アカデミー指導		対象選定・説明・準備			使用・指導		
部活動指導		対象選定・説明・準備			使用・指導		
ファン化イベント				イベント（2回）			
スポンサー意向ヒアリング						ヒアリング	

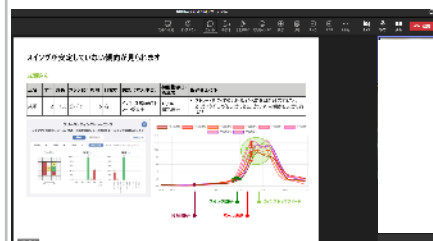
アカデミー指導

- 球団グループ会社運営アカデミー中3対象
- VR打撃練習の定期利用 & 指導への活用による効果を実証
- VR打撃練習連動アプリによりモチベーション向上・ファン化に起用するかも実証



部活動

- 公立中学校野球部員対象
- 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



ファン化イベント

- 一般の方向けに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



スポンサー意向ヒアリング

- アカデミー・部活動・イベントへのVR/アプリ活用事業を企業に紹介し、スポンサーに意義を感じるか、スポンサーにあたり必要な条件をヒアリングし、スポンサー獲得可能性を実証



1-3-1. 活用テクノロジー - VR打撃練習技術概要

当事業で活用したテクノロジーは主に2つ。一つ目はVRで軌跡、スピードともに実試合での投球を再現した打撃練習を可能とするVR打撃練習技術“V-BALLER”である

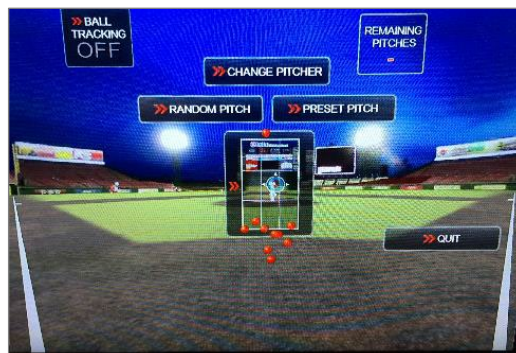
装着イメージ

- 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

- VR打撃練習技術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

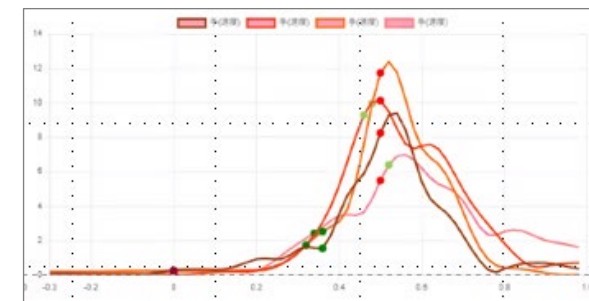
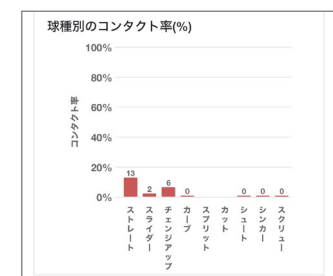


データ蓄積イメージ

- VR打撃練習技術でのプレイデータ（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	-
-	-	-	-	-



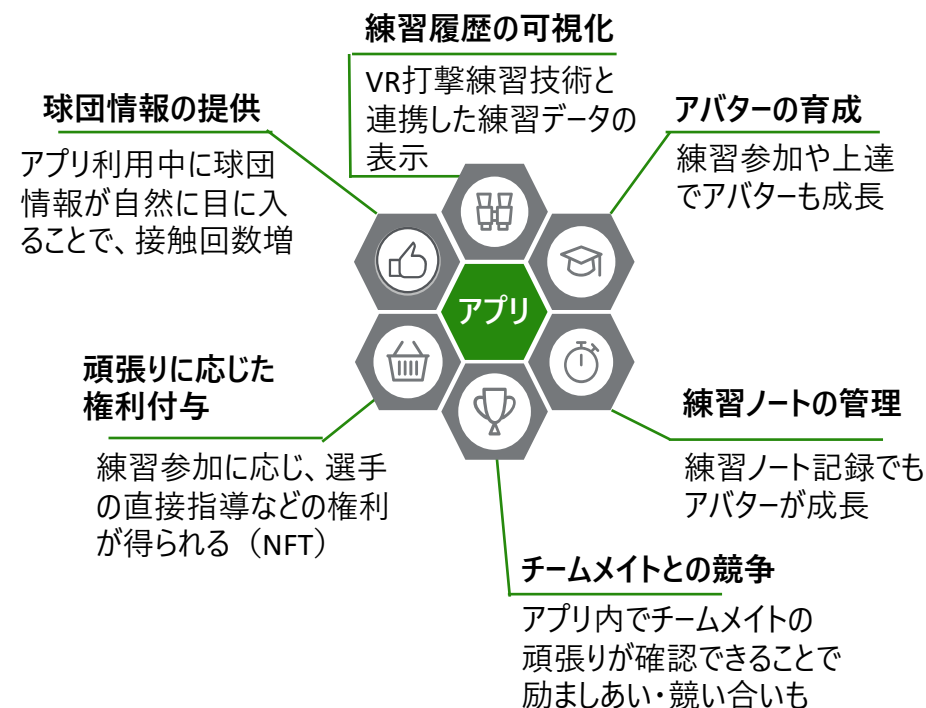
1-3-2. 活用テクノロジー - アプリ概要

2つ目のテクノロジーはアプリ（NFT）。アプリを介して生徒・保護者がアカデミーと球団に対するエンゲージメントを深めるアプリを開発・実証した

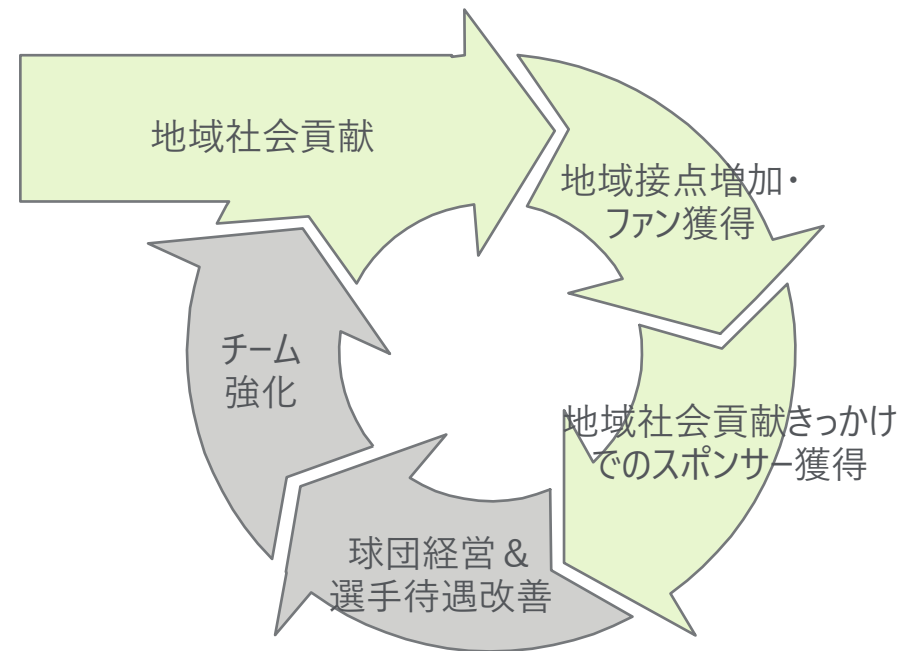
アプリコンセプト・想定利用メリット

アプリ名	■ ベスログ（Baseball Log） ■ 練習記録をする、ベスト記録を作る意味の造語	
コンセプト	■ デジタルを活用した生徒・保護者のアカデミーと球団に対するエンゲージメント深化	
利用 メリット	保護者	■ 子どもの頑張りがわかる ■ アカデミーへの信頼感 ■ 親子のコミュニケーション増加
	生徒	■ データを活かしたさらなる上達 ■ 頑張りや上達が見えることでのモチベーション維持・向上 ■ 頑張りに応じた権利付与でモチベーションの維持・向上
	球団	■ アカデミー評判向上 ■ アカデミーを活かしたファン増加

アプリコア機能



2. アカデミーでの新規サービス創出



2-1. アカデミー活動実証概要・仮説

アカデミーでは、VR打撃練習技術を活用し指導品質を高度化・均質化することによる月謝収益拡大可能性、VR打撃練習技術・アプリを通じた生徒・保護者のエンゲージメント向上可能性を実証した

アカデミー実証概要

Why (前提・目的)	■ アカデミーはスポーツクラブの4大収入ではないものの、サッカーなどの他競技では活発に運営されており、その目的としては月謝だけでなく地域との接点を強化することも重視されている ■ 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、<u>一層の月謝収益創出・子ども/保護者のファン化に貢献する</u>
What (調査内容)	■ VR打撃練習技術を活用したアカデミー運営方法（スキーム）を整理する ■ サービスを事業化する場合の想定月謝（売上）・費用を調査する
How (調査方法)	■ スキーム：球団グループ会社運営アカデミー生徒に、アカデミーの時間内外でVR打撃練習技術に基づく指導を実施し、運営方法を整理する ■ 売上：市場・競合をデスクトップ調査し想定月謝を算出し、アカデミー生徒数を乗じる※月謝の妥当性は、生徒・保護者による当事業の満足度・運営事業者からのヒアリングで判断する ■ 費用：実証事業で生じた費用をもとに算出する

仮説

- VR打撃練習技術を活用することで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・アプリを活用することで、生徒・保護者を一層球団のファンにできるのではないか

想定効果



子どもたち

- VR打撃練習技術を使うことでの技術力の向上
- ハイレベル指導を受けられることでのモチベーション向上



保護者

- 子どもの頑張りがデータとして可視化されることでの安心感・信頼感



指導者

- 指導の高度化・均質化・効率化
- データに基づくコミュニケーションによる生徒との認識齟齬軽減



運営

- スクール事業の一層の収益化
- 保護者・生徒たちの一層のファン化

2-2-1. 現状分析 - アカデミー概要

実証事業を行った野球アカデミーの生徒総数は約150名。県外から通学する生徒がいるほど評判は高いが、事業の更なる拡大に向け指導の高度化・均質化・効率化を目指している

アカデミー概要

事業概要	事業内容	■ 小学1年生～中学3年生を対象にベースボールアカデミーを小山市、佐野市、宇都宮市で3校を運営
	生徒数	■ 約150名（実証事業対象クラスは約30名）
	月謝	■ 10,000円（実証事業クラス。地域・学年変動）
	特徴	■ スタッフ陣は元プロ野球選手を中心に構成 ■ 食育や栄養指導を行うなど、徹底した体調管理
生徒概要	通学目的	■ 高校での野球継続に向けた準備、引退後の野球場所確保 ■ リトル・シニア・部活で野球をしている前提で、さらなる上達を目指して通学するケースが多い
	生徒層（居住）	■ アカデミーのある小山市、佐野市、宇都宮市からの通学が中心だが、埼玉県等遠方からの通学者も存在

アカデミーが抱える課題

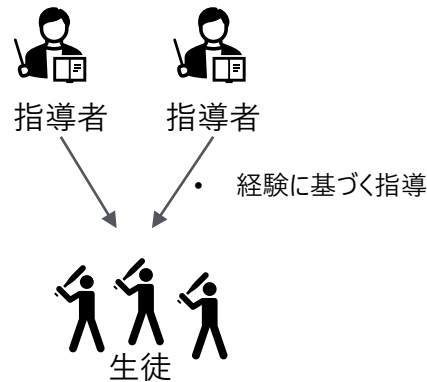
アカデミー運営上の課題	入塾	導線の確保 ■ 現状は口コミや生徒・保護者のリサーチによるアカデミー加入が多いが、その他の導線創出が必要 他アカデミーとの差別化 ■ プロによる指導や指導内容を強みに評判は高く、口コミで生徒を獲得できているが、今後の更なる拡大には差別化要素がさらにあるとよい
	継続	指導内容の高度化・均質化 ■ 元プロによる高度な指導が評判ではあるものの、拡大を目指すうえでは指導者依存の指導を一定程度均質化する必要がある 指導の効率化 ■ 今後一層の拡大を目指すためには指導の効率化も必要である
球団の課題	ファン化	生徒・保護者のファン化 ■ 家族層のファンを増加させるため、アカデミーにおけるターゲット層（生徒・保護者）との接点をさらに有効活用したい

2-2-2. 現状分析 - 従来のアカデミーと当事業の比較

当事業ではVR技術を用いた指導を新たなサービスを、ビジネススキームとしてアカデミーに組み込めないかを模索した

現状のアカデミー指導

■ N対Nの対面集団指導



入塾

他アカデミーとの差別化

- 主な差別化要素は指導者の経歴

継続

指導の質

- これまでの野球経験に基づく指導を行うため、指導者によって**指導内容の不均衡**が生じる

指導の効率化

- 生徒の癖や傾向を理解するには一定期間対面で生徒を指導する必要があるため、指導人数に限りがある

ファン化

球団との接点

- 招待券の配布は行うが**継続的な接点**はなかった

今回実証するビジネススキーム

既存サービスへの追加

- 現アカデミーにVR打撃練習・蓄積データに基づく指導を追加



指導者



生徒

- ・ 経験 + データに基づく指導
- ・ VRを活用した練習

新サービス

- 自宅でのVR打撃練習と月1回の対面指導



指導者



生徒

- ・ 経験 + データに基づく指導（月次程度）
- ・ VRを活用した**リモート**練習

- 指導者の経歴に最新テクノロジーを活用した指導という強みが追加され、一層の差別化に繋がる

- 客観的なデータに基づくことで、**指導が均質化・高度化**される

- 生徒の癖や傾向は**VR打撃練習技術で可視化**されるため、より短期間で生徒の理解・指導が可能になる

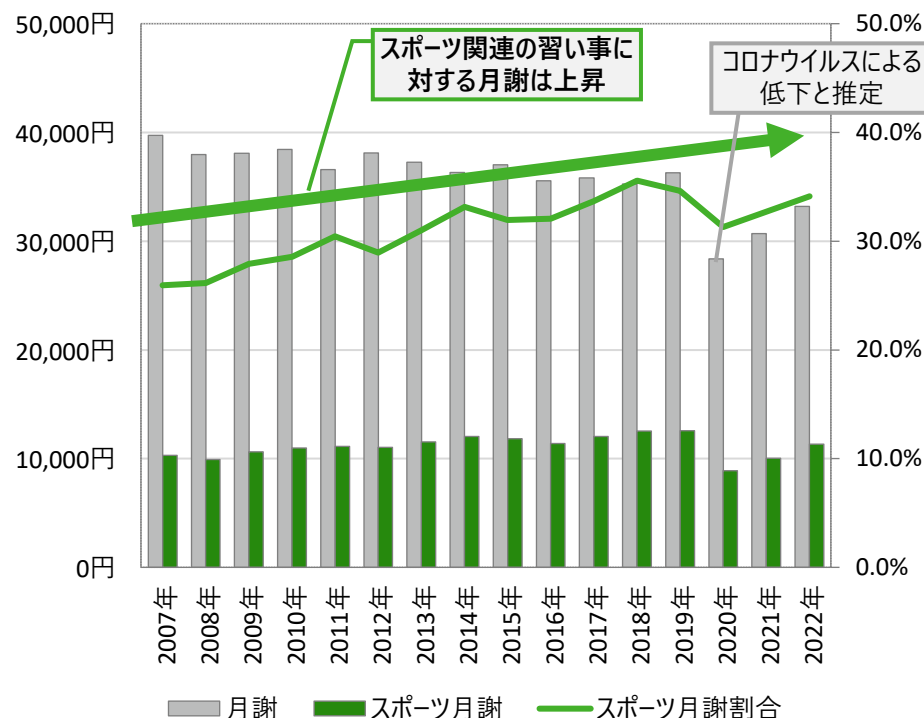
- **VR打撃練習技術で球団選手の対戦**したり、アプリで球団情報が目に入ることで、日常的に球団との接点が提供→ファン化が促進される

2-2-3. 現状分析 - 市場・競合分析結果

全国的にスポーツ関連の習い事に対する月謝は上昇傾向。スポーツスクールはプロ・元プロによる指導かつ先進技術を活用する場合（当事業が該当する）に月謝が高額化する傾向にある

全国の平均月謝およびスポーツ月謝の割合

- 全国の1世帯あたりにおける月謝支出の内、スポーツ月謝割合は上昇傾向にあり、'22年のスポーツ月謝平均は11,326円/月である
- コロナ禍で月謝支出に減少が見られたが、**今後も各家庭のスポーツ月謝の割合が上昇**していくと考えられ、10,000円以上が見込まれる



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

指導者属性と先端技術活用による月謝の傾向

- スポーツスクールを指導者属性、先端技術活用の軸で4象限に分類すると、先進技術あり・プロ指導 > 先進技術あり・アマ指導 ≒ 先進技術なし・プロ指導 > 先進技術なし・アマ指導という傾向になる（事例詳細は次頁）
- 当事業は現アカデミーが売りにしているプロ・元プロによる指導を活かしつつ、先端技術活用（VR打撃練習技術）で更なる差別化をし、月謝増額を狙う

		指導者属性	
		プロ・元プロ経験者	アマチュア
先端技術活用	活用あり	当事業 ゴルフスクール中心に 高価格帯月謝事例複数あり 野球は事例ほぼなし	野球事例はあまり多くないが、 先進技術を駆使することでアマチュアであってもプロ指導と同等ないしはそれ以上の高価格帯月謝を実現
	活用なし	現状のアカデミー 元プロによる指導を売りに 先端技術活用と同等の高価格帯月謝を実現	先端技術活用あり、プロ指導のいずれか・両方を持つスクールと比較し安価の傾向

出所：デスクトップ調査よりデロイトがマッピング, 2024/1/29閲覧

2-2-4. 現状分析 - 想定月謝案

現アカデミーの月謝は10,000円。先端技術活用・指導者属性別の月謝事例に鑑みると既存アカデミーにVRを追加した場合14,000円/月程度に月謝を変更（増額）可能と想定する

指導者属性と先端技術活用別の月謝事例

VR活用アカデミーの想定月謝考察

先進技術	指導者属性	競技	価格	内容	
活用なし	プロ・元プロ	野球	11,000~17,600円/月	■ 実戦練習を積みながら、大会参戦	■ 競技経験者（プロ）指導は10,000円～/月が妥当。 現アカデミーは元プロ指導で月謝10,000円でやや安価 。現状からVRで付加価値をつけて 月謝増額は現実的 ■ アマチュア指導だと10,000円以下 ■ 現アカデミー・当実証いずれも該当しないパターン ■ デスクトップ調査では野球事例は見つからず、先進技術×プロ指導は 強力な差別化要素 になる ■ ゴルフでは 20,000円弱 の月謝事例もあり。 競技層の違いでやや割引いて考えるべきか （ゴルフは大人も多いため） ■ 調査で見つかった野球スクール事例は1件・都内のみ。事例は2種技術を使用しているため、VR打撃練習技術のみの場合は半額とし、 15,000円/月 と仮定
		野球	19,000~20,000円/月	■ 打撃、守備練習をメイン	
		野球	8,000~15,000円/月	■ 少人数で打撃や守備練習	
	アマチュア	野球	8,290円/月	■ 野球の楽しさを学ぶ	
		野球	9,900円/月	■ 打撃や守備練習がメイン	
活用あり	プロ・元プロ	ゴルフ	11,678円/月	■ 回転軸・回転数測定、飛距離推測	
		ゴルフ	19,600円/月	■ 飛距離推測・スイング解析	
	アマチュア	野球	30,000~55,000円/月	■ 動作解析ソフトを利用した打撃練習 ■ 球筋判定ソフトを利用した投球練習	

- 現アカデミーにVR打撃練習技術追加：現状から4,000円/月増額し、**14,000円の月謝でも妥当と想定（都内でないこと踏まえ、やや安価に）**
- VR打撃練習技術在宅利用＋定期FB：アマチュアの先進技術活用スクールが高月謝であることに鑑みると**10,000円/月でも妥当と想定**

出所：デスクトップ調査よりデロイトがマッピング,2024/1/29閲覧

2-3. 実証内容 - 実証事業概要

アカデミー生徒約10名を対象に、VR打撃練習技術での練習・指導を合わせて4か月間実施した。
アプリによる生徒・保護者自身による練習データ確認・練習ノートの記入は1か月実施した

実施概要

- アカデミーの練習日の前後1時間程度で、VR打撃練習技術を使用した打撃練習・指導を実施
- 2月から1か月間、一部生徒がVR打撃練習技術を自宅に持ち帰り自主練使用を実施（自宅利用サービスの可能性実証）
- 2月から生徒・保護者が使用できるアプリを配布し、アプリでのVR打撃練習技術練習データ可視化、データに応じたアバターの成長・景品の付与など生徒のモチベーション向上効果を測定
- 随時インタビューやアンケートで指導者・生徒への継続意思のヒアリングを行い、効果測定を実施

スケジュール

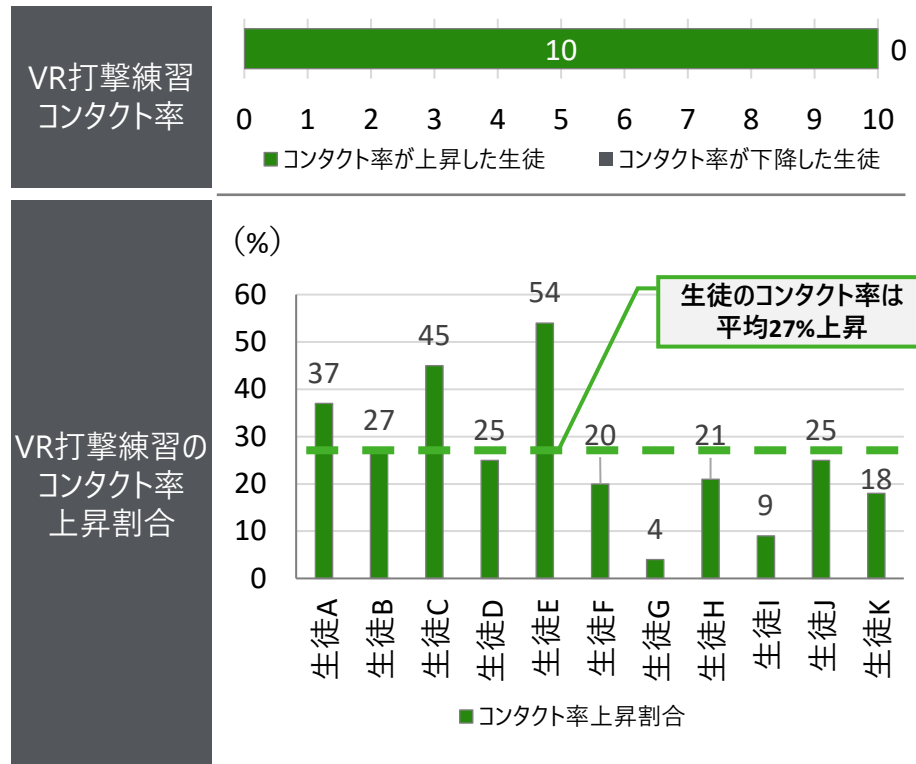
		9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
マイルストーン		▼指導開始				▼アプリリリース ▼指導終了		
データ取得期間 (1か月間)	- データ蓄積期間で指導なし - アカデミー内で実施	1か月間						
アカデミー指導 (3か月間)	データに基づくアカデミー内指導・練習（内1か月はアプリ併用指導）	3か月間						
アプリの使用 (1か月間)	アプリの使用							1か月
アカデミー外自主練 使用(1か月間)	希望者のみ							1か月
効果測定 (技術)	随時DTCがデータ分析・報告に使用					随時		
効果測定（インタビュー・アンケート）	指導者・生徒への継続意向などのヒアリング	随時						

2-4-1. 効果測定 - 生徒の技術向上（定量）

全生徒の技術的向上を観測。また、使用した生徒全員が技術的向上を体感。球速・球種への対応、タイミングの安定といった効果のほか、データを通じ課題が明確になったと全員が回答した

VR打撃練習で観測された野球技術向上効果（定量）*1

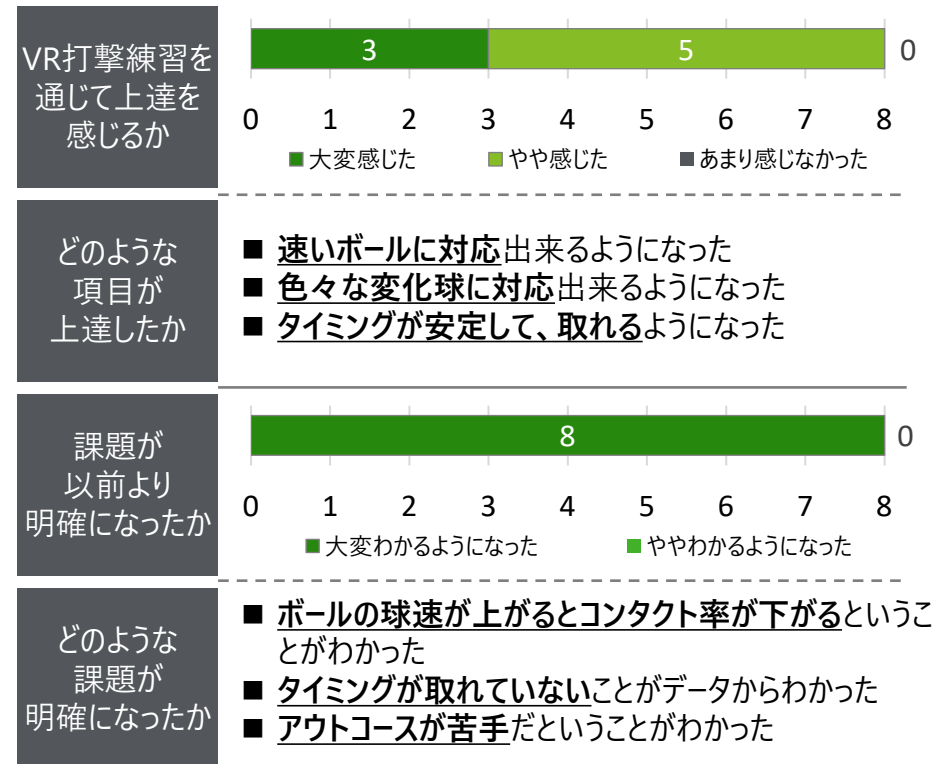
- 実証事業期間を通じて20球以上VR打撃練習をした生徒全員にコンタクト率の上昇が見られた
- 生徒ごとのコンタクト率は平均して、27%上昇している



*1：20球以上の練習履歴があった生徒を対象に分析

当事業（VR打撃練習＋指導）に対する技術向上効果（定性）

- VR打撃練習を通じて、生徒全員が上達を感じ、以前より課題が明確になったと感じた

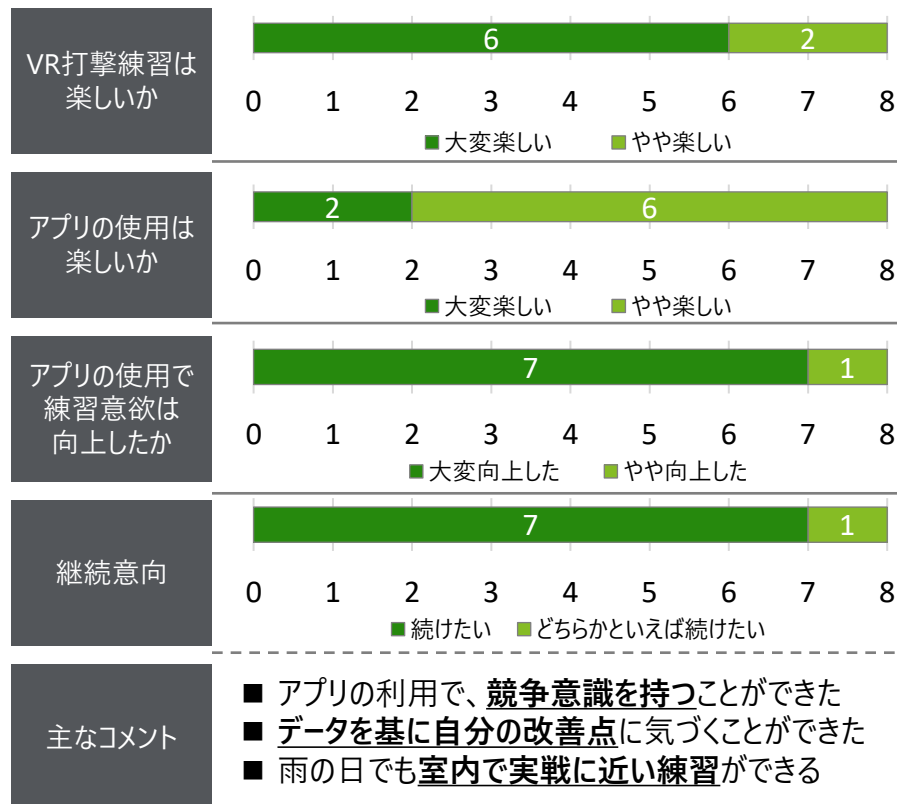


2-4-2. 効果測定 - 生徒の技術向上（定性）及びモチベーション・ファン化

VR打撃練習技術・アプリを用いた練習・指導において練習のモチベーション向上効果、球団への愛着が増加したとの声を確認した

VR打撃練習・アプリ利用を通じたモチベーションへの効果

- VR打撃練習技術を通じた練習・アプリの使用は全員が楽しかったと回答。アプリ使用により、全員の練習意欲が高まり、継続意向も醸成できた



VR打撃練習・アプリを通じた球団への愛着形成効果（ファン化）

- 元々全員がブルースを認知し、8割の生徒が観戦経験もあったが、VR打撃練習技術利用やアプリを通じ一層球団や選手に興味を持ち、観戦意向形成ができた



2-4-3. 効果測定 - VR打撃練習技術自宅利用に関する生徒・保護者の見解

VR打撃練習技術自宅利用者全員が自宅利用に前向きな感想を抱いた。利用は練習場所の確保が前提となることが最大のネック

VR自宅練習生徒と保護者による見解（ヒアリング結果）



生徒



保護者

- VR打撃練習技術を自宅で利用した生徒・保護者（3名）、自宅では利用しなかった生徒・保護者（3名）それぞれにヒアリングを実施した

カテゴリ		回答
自宅利用者	良かった点	■ セットアップに慣れてしまえば、1人でも<u>簡単に実践練習</u>をすることが出来た [生徒] ■ バッティングセンターでは変化球の練習は出来ないが、VR打撃練習技術なら<u>簡単に練習</u>が可能 [生徒] ■ 1セット10球が5分くらいで練習出来るので、<u>子どもが自主的に練習時間を作る</u>という習慣を生み出した [保護者]
	改善要望	■ VRゴーグルを装着すると周りが一切見えなくなるので、練習中に<u>家の備品を壊してしまいそうで不安</u>だった [生徒] ■ データをすぐ見る事が出来るのは良いが、<u>子どもが見方を理解しているか不明</u>である [保護者]
非自宅利用者	非自宅利用理由	■ スイングできる<u>練習場所が自宅にない</u> [生徒] ■ 1人で練習させるのは<u>安全面で不安</u>がある [保護者]
	改善要望	■ すぐに苦手を改善できるので、<u>練習場所さえ確保</u>できれば自宅で利用したかった [生徒] [保護者] ■ 子どもの意思是尊重したいが、<u>安全は確保</u>したい [保護者]

サマリ・考察

- 時間・場所を問わずに自分の苦手な球種や速度の練習が出来るという点が好評だった
- 一方、練習場所や安全面の課題をクリアする必要がある

考察

- 自宅で簡単に実践練習が出来るという点が好評であった
- VR打撃練習技術自宅利用で自主練習を後押しすることができる

- 安全確保できる練習場所が自宅にあることが利用の前提となるため、都市部よりは郊外の方が自宅面積が広いことも多く、ニーズを獲得しやすいか
- 生徒向けにデータ説明マニュアルを配布することで、自宅練習の効果が上がると考える

- 練習場所への考察は上述の通り
- 練習場所さえあれば安全面に問題はないが、保護者の不安を解消するよう、事故防止方法を利用前に説明する

- 練習場所の解決は現状のVR技術では難しいため、事業としては練習場所を確保できる家庭をターゲットに行う
- バット不使用での練習メニューを検討できれば、ターゲットをさらに拡大できるのではないかと（選球眼トレーニングなど）

2-4-4. 効果測定 - 保護者による見解

VR打撃練習技術でデータが可視化されること・データに基づく指導・子どもが楽しんでいたことなどに高い評価を得た。想定月謝額も妥当であり、当事業を他の保護者にも推奨したいという声があがった

保護者による見解（ヒアリング結果）



- アカデミー生の保護者（5名）にVR打撃練習技術・アプリの利用価値、月謝の妥当性、サービスの推奨度をヒアリングした

保護者

カテゴリ		回答
サービスに感じる価値	VR打撃練習技術	■ VRを用いることで、子どもの実力・傾向がよくわかった ■ <u>子ども自身も成長を実感</u>できてよい ■ データを見ることで、<u>子どもから野球の話の聞けなくても成長が伺えてうれしい</u>
	アプリ	■ 子どもが楽しんでいた（景品、友達との競争） ■ 練習ノート機能は、子どもにとっては紙媒体より記録しやすく、親にとってはデータを確認できてよい
月謝の妥当性	既存サービス*1	■ データに基づいた指導が加わるのであれば、 <u>+4,000円（現在は10,000円）という金額はリーズナブル</u> だと感じる
	新サービス*2	■ <u>データ蓄積</u> に加えて、 <u>元プロ選手の指導</u> も定期的に受けられるのであるならば、妥当であると考えている
サービスの推奨		■ VR機器のフィット感に個人差はあるだろうが、データに基づいた指導を求める生徒、保護者は多いと考えるので推奨したい

*1：既存スクールにVR打撃練習技術を利用した練習を追加する。想定月謝は14,000円。

*2：自宅でVR打撃練習技術を利用し、アカデミーで月1回程度データ解析・アドバイスを受講。想定月謝は10,000円。

サマリ・考察

- 保護者はVR打撃練習技術・アプリの利用を通じた練習履歴の可視化・練習記録の管理に価値を感じる
- 保護者は想定月謝を妥当と感じている

考察

- 自分の苦手をすぐに改善することが可能であり、記録が残るのでモチベーションが向上しやすいと考える
- データが見えることで、親子間のコミュニケーションが少なくなる年代でも子どもの成長を見守ることが出来る
- 気軽にデータを見ることが出来る、記録をつけることが出来るという点に魅力を感じていた
- 想定月謝14,000円は妥当（～17,000円との声もあり）
- 想定月謝10,000円は妥当
- データに基づいた指導に魅力を感じて頂けた

2-4-5. 効果測定 - 指導者による見解

アカデミー指導者2名にヒアリングを実施。VR打撃練習技術活用により指導の高度化・効率化・均質化が期待できる旨が確認できた

指導者による見解（ヒアリング結果）



指導者

- アカデミー指導者（2名）にVR打撃練習技術を通じた指導の高度化・効率化・均質化効果、指導負荷・改善要望をヒアリングした

カテゴリ	回答
指導高度化	■ 自分の経験・感覚での判断に<u>客観的データが加わることでよりよい指導</u>ができる ■ <u>長期的にVR打撃練習技術</u>でデータを蓄積するとより活用できるだろう ■ データを提示することで<u>生徒の納得感</u>もあがる
指導効率化	■ <u>限られた練習時間</u>でもデータから<u>新しい発見</u>ができる
指導均質化	■ 対面指導のみだと傾向がつかみやすい生徒とつかみにくい生徒がどうしても生まれてしまうことがあるが、データがあれば<u>全ての生徒を均質に理解</u>し、指導できる
指導負荷	■ 指導者が<u>データ分析業務まで担うのは負荷</u> ■ データ分析は<u>運営職員などで実施</u>し、指導者はデータからみえる傾向をもとに指導を行うという分担がよい
改善要望	■ <u>データ分析担当</u>を設けた方がよい
活用可能性	■ （実証事業クラスでは）楽しく硬式野球に慣れることを目指していた。VR打撃練習技術はデータ分析だけでなく、慣れる・楽しむためにも意義がある

サマリ・考察

- VR打撃練習技術活用により期待していた指導の高度化・効率化・均質化効果いずれも確認ができた
- 事業化にはデータ分析担当の選定・トレーニングが必要

考察

- 指導の高度化への効果を確認できた
 - VR打撃練習技術利用期間がもっと長ければより指導に活用できたとの意見もあり、継続的な利用が望ましい
-
- 指導効率化への効果を確認できた
 - 指導の均質化への効果を確認できた
 - 指導者間の指導のばらつきを当初課題として想定していたが、同じ指導者であっても生徒毎に指導にばらつきが生じてしまうという課題もあると認識。
 - その上で、その課題をデータ活用が解決することを確認した
-
- 事業化課題として分析担当者の選出・トレーニングが必要であると判明した
 - 事業化に向けた主な課題も分析業務をだれが行うのかという点だった
-
- VR打撃練習技術の楽しさ・怪我のリスクが低い点は事業化にあたり魅力的なPR材料となりうる

2-4-6. 効果測定 - 運営者による見解

運営責任者からは現アカデミーでのVR打撃練習技術追加、VR打撃練習技術自宅利用サービスともに事業化に前向きな声を獲得した

運営者による見解（ヒアリング結果）



■ 運営責任者（1名）に事業への評価・事業化可能性をヒアリングした

カテゴリ	回答
総評	■ 生徒からも好評・指導の質も向上したことに魅力を感じており、ぜひ事業化したい
体制・負荷（ヒト）	■ データ分析者の確保が課題だが、社員をトレーニングすることで充当可能と想定 ■ 収益予測にて仮定した生徒数も問題なく受け入れられる
提供サービス（モノ）	■ U-15以外含む既存アカデミーでのVR打撃練習技術追加ならびに自宅利用＋データFB両サービスの提供を検討したい
収益性（カネ）	■ 現アカデミーにVR打撃練習を追加し、月謝を4,000円増額し14,000円/月とすることは妥当 ■ 自宅でVR打撃練習を行い定期的にデータのFBを受けるプランを新設し、月謝を10,000円とすることも妥当と評価する
事業化に向けた改善点	■ （上述の通り）データ分析人材の育成
その他（利用可能性）	■ 試合中に打席に立つ直前にVR打撃練習をすることで高度なイムトレができ、生徒からも好評だった ■ VR打撃練習技術活用でリモート指導が可能になると、受入生徒数を増加できるだけでなく、遠方のハイレベルな指導者からオンラインで指導を受けられる可能性があり、生徒の満足度向上にも期待できる

考察

■ 現アカデミーへのVR打撃練習追加、自宅でのVR打撃練習新サービス双方とも**事業化に前向きな意向**を確認できた

考察
■ VR打撃練習技術の活用意義を理解され、事業化に前向きな声を獲得できた
■ トレーニングさえできればデータ分析は社員で運営可能である旨が確認できており、体制面のハードルは乗り越えられる ■ 収益予測に記載した拡大計画は体制面では実現可能
■ 実証した両サービスとも事業化に前向きである
■ 実証した両サービスともデスクトップ調査から想定した月謝の妥当性を確認できた
■ データ分析人材の育成が最重要課題だが、グラフの見方自体は数時間のトレーニングで理解可能な見込
■ VR打撃練習をイムトレ・場慣れの練習としても利用できる点は事業化にあたり魅力的なPR材料となりうる ■ 場所の制約から解放されることで優秀な指導者を獲得できれば地方の子どもたちのスポーツ格差解消・アカデミーにとっては差別化に繋がる

2-4-7. 効果測定 - 実証結果

生徒・保護者からも評価を受けており、指導者からも前向きな意見をいただき、アカデミー運営責任者も月謝設定含め事業化が可能と判断した

実証結果

市場調査 (想定月謝分析)		■ 他社事例に鑑みると既存アカデミーにVR打撃練習追加：14,000円/月（4,000円増額）、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	技術向上	■ 全員が上達したことをデータ上確認 ■ 全員が技術力向上を実感
	モチベーション	■ 全員がVR打撃練習を楽しいと回答 ■ 全員が事業継続意向も示した
	ファン化	■ 全員がVR打撃練習を通じ球団・選手への興味が深まったと回答・観戦意向を示した
保護者	見解	■ 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 ■ VR打撃練習導入の月謝想定はいずれのサービスも妥当と評価
指導者	見解	■ 指導高度化・効率化・均質化を実感 ■ 分析担当者は指導者以外を希望
運営	見解	■ 想定月謝・体制など含め事業化に前向きな意向を示した

仮説への考察

仮説①	■ VR打撃練習技術を活用することでアカデミーの月謝収益を向上させられるのではないかと
考察	■ 事業化前に必要なステップとして以下を想定しており、それぞれクリアできた。事業化によりアカデミーの月謝収益向上が期待できる 1. 想定月謝・運営スキームが整理されていること ➢ デスクトップ調査・実証から整理済 2. 生徒・保護者が満足していること ➢ 生徒からの高い継続意向・保護者からもデータ可視化・活用の価値を評価された 3. アカデミー運営者が運営・月謝設計に納得し、事業化に向けた課題・解決策が明確であること ➢ データ分析者の設置が課題だが解決の目途可能見込（詳細次頁）
仮説②	■ VR打撃練習技術・アプリを活用することで、生徒・保護者を一層球団のファンにすることができるのではないかと
考察	■ 事業を通じ生徒の愛着増加が確認できた ■ 保護者としては、子どもがやりたいこと、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われる

2-4-8. 効果測定 - 収益予測

初年度に既存アカデミーへの追加サービスを30人、新サービスを30人に展開し、以降順調に生徒数を増やしていった場合、売上高累計は5年目には5,040万円、利益は3,078万円となる見込である

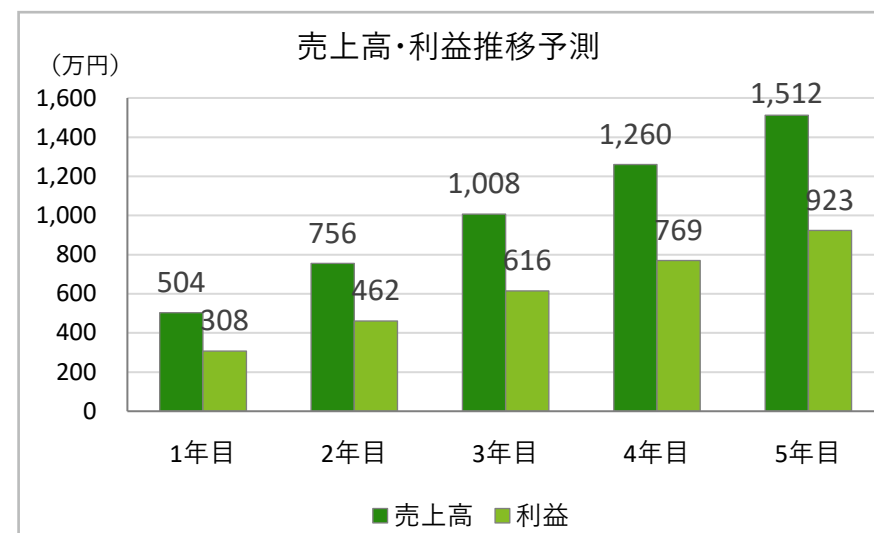
アカデミー実証事業における初年度の収益試算

- アカデミーのクラスでVR打撃練習を導入することによる月謝増額、自宅利用サービス追加により初年度で3,077,600円の利益が想定される

区分	年間金額	算出根拠
売上	5,040,000円	直接売上 + 間接売上
既存アカデミー	1,440,000円	月会費追加 (4,000円/月) × 生徒数 (30人)
新サービス	3,600,000円	月会費追加 (10,000円/月) × 生徒数 (30人)
費用	1,962,400円	VR機器 + V-BALLER利用料
費用 (VR機器)	42,400円	4台53,000円を5年減価償却
費用 (V-BALLER利用料)	1,920,000円	アカウント費 (40,000円前後) × アカウント数 (4個)
利益	3,077,600円	売上 - 費用

売上高・利益推移予測

- 事業化1年目で既存アカデミーへの追加サービスを生徒30人、新サービスを生徒30人にサービス提供、毎年生徒数を各15人増やすことで、5年目の売上は単年1,512万円、利益は923万円を見込む
- 累計では売上5,040万円、利益は3,078万円となる見込である



※生徒数

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
既存アカデミー	30	45	60	75	90
新サービス	30	45	60	75	90

2-5-1. 自走化・横展開に向けた課題と展望

自走化・横展開に向けては、生徒集客（需要）と、データ分析人材の育成・生徒数拡大に備えた指導者の確保（供給）が必要であるが、いずれもクリアできる見込である

課題

- 指導者が技術データを読み取り指導する習熟の課題があった
- 自走化に向けては計画策定の上、予算・人材確保が必要

分類			内容
実証時発生課題	ハード	機材操作	■ 生徒・運営ともにVR機器の操作に苦戦し、初期の利用を妨げていた
	ソフト	指導時間	■ 試合や練習メニューによってアカデミー内でVR打撃練習時間が確保できない日もあった
		データ分析 負荷	■ データ分析業務を指導者が担うには負荷が高い（生徒10人あたり週1時間程度だが、指導者は指導時間で契約しているため）
自走化・横展開課題	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
	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 ■ 生徒増加に対し指導者を確保できるか

対策・展望

- 実証事業時に発生した運営上の課題は実証事業期間内で解決した
- 自走化・横展開課題は指導者の習熟度向上及び実施計画等の実施である

実証事業における対策

- 現地で追加説明実施・マニュアルの更新
- 練習前後、自宅でのVR打撃練習で練習時間を捻出することで解決
- データ分析はデロイトが行い指導者に毎週データ分析結果を伝える運用とした

事業化に向けた今後の対策

- 初期は運営者とは別でVR機器の立ち上げ要員を用意し、利用ハードルを下げる
- アカデミーでVR打撃練習をする場合は予め時間割にその時間を設ける
- アカデミー運営スタッフ（社員）にデータ分析方法をトレーニングし、定型業務とする

- VR打撃練習利用メリットはデータによる課題の見える化だけでなく、楽しさ・場慣れなど複数あること周知する、体験会を実施することで獲得可能と想定

- データ分析を社員にトレーニングする（基本的なグラフの読み取りができれば習得可能）
- 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検討）

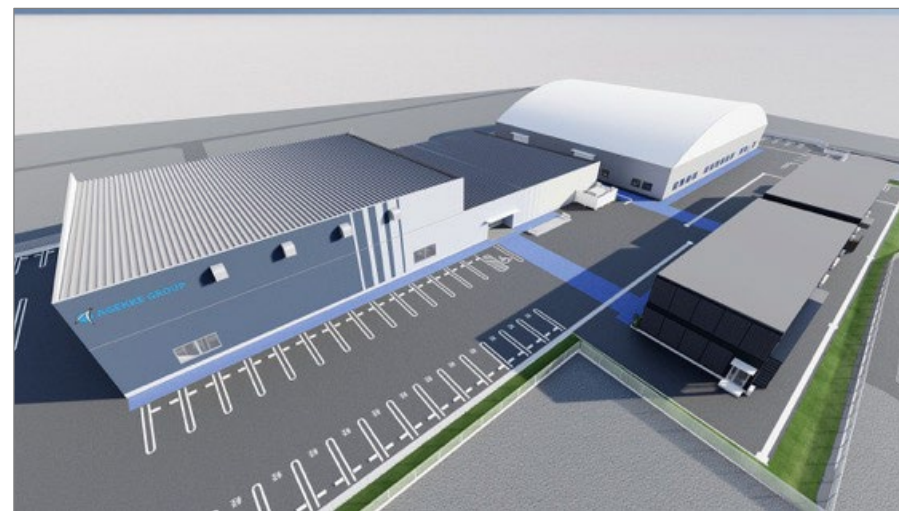
2-5-2. 自走化・横展開に向けた課題と展望- 自走化予定

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

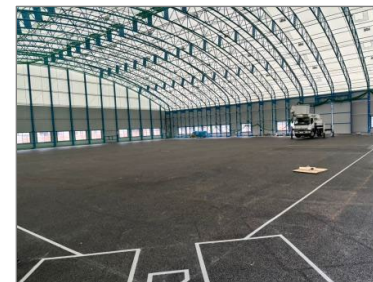
実証事業先におけるVR打撃練習導入予定

開始時期	■ '24年6月～
VR打撃練習 導入対象・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・球団グループ会社は、中学・高校・一般（プロ・アマ双方）のビジター指導を実施予定選手のトレーニングでも活用を検討している ➢ そのなかでの活用を検討中
VR打撃練習 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

イメージ（6月よりオープンするエイジェックサイエンス施設）



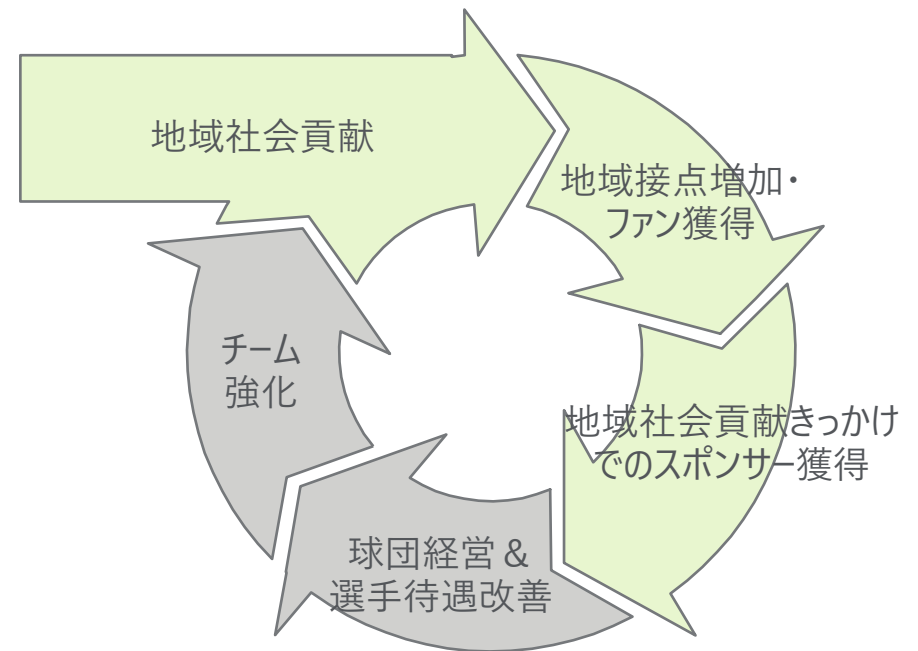
VR活用アカデミー施設 正面



アカデミー施設（室内）

*1：24年3月時点の予定であり、今後変動しうる

3. 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



3-1. 部活動実証概要・仮説

部活動指導では、VR打撃練習技術活用により部活動地域移行の担い手となりうるか、オフシーズンの球団選手にとっての収入源となりうるかを調査した

部活動指導実証概要

Why (前提・目的)	■ 部活動の地域移行は、少子化・教員業務負荷の観点で重視されているが、<u>スポーツクラブや指導者と学校の連携・協働が課題</u>の一つとされている ■ VR打撃練習技術はデータが蓄積される特性上、<u>リモート指導に活用</u>しやすい ■ VR打撃練習技術を活用し部活動地域移行を行うスキームを確立し<u>地域社会貢献</u>、生徒・教員の<u>ファン化</u>に貢献する
What (調査内容)	■ VR打撃練習技術を活用して<u>球団が部活動地域移行の担い手となる方法（スキーム）</u>を整理する ■ 当事業による<u>地域社会貢献・子どもたちのスポーツ格差解消</u>への貢献可能性、オフシーズンの球団選手を指導者とすることでの<u>選手の収入源創出</u>可能性を実証する
How (調査方法)	■ 球団拠点地域の公立部活動において、球団選手からVR打撃練習に基づく指導を実施し、スキーム（5w1h）整理、コスト算出を行う ■ 他自治体の部活動地域移行事例と実証事業地域のスクール事業委託料から想定委託料を算出する ■ 部活動教員・生徒へのヒアリングから満足度・球団への愛着形成度を調査する

仮説

- VR打撃練習技術活用により技術指導可能な人材の確保が難しい郊外地域で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
- 部活動指導を通じて、教員・生徒を一層球団のファンにすることができるのではないか

想定効果



子どもたち



教員



球団選手



球団

- VR打撃練習を通じた技術力の向上
- ハイレベル指導を受けられることでのモチベーション向上
- 部活動指導における技術指導負荷の軽減
- 安全管理負荷の軽減
- 野球関連の仕事ができることでのオフシーズンのモチベーションの向上
- 野球関連収入源の創出
- 野球指導者としてセカンドキャリアを歩む場合の経験
- 地域の子どもたちとの接点増加によるファン獲得
- 自治体との関係構築

3-2-1. 現状分析 - 部活動地域移行の状況と主な課題

部活動の地域移行化には多様な形があるが、組織文化的な課題、実務的な課題があるとされている
当事業では実務課題の解消（指導者・場所の確保、採算構造）が主な実証課題となる

部活動地域移行の主な受け皿

- 自治体の規模により主力となる担い手にばらつきはあるが、地域スポーツクラブ、教育委員会、スポーツ協会、民間スポーツ事業者、競技団体など受け皿は多岐にわたる

	計	政令市	市区	町村
①地域スポーツクラブ (総合型クラブ、競技別クラブ等)	41 (40%)	3 (25%)	22 (37%)	16 (53%)
②教育委員会等	24 (24%)	3 (25%)	14 (23%)	7 (23%)
③体育（スポーツ）協会	7 (7%)	0	5 (8%)	2 (7%)
④民間スポーツ事業者	7 (7%)	4 (33%)	4 (7%)	0
⑤競技団体 (陸上協会、サッカー協会等)	6 (6%)	1 (8%)	3 (5%)	2 (7%)
⑥その他 (保護者会、地域学校協議本部等)	17 (17%)	2 (8%)	12 (20%)	3 (10%)
合 計	102 (100%)	12 (100%)	60 (100%)	30 (100%)

※「市区」には、県立学校での取組を含む

地域移行における主な課題

- 地域×スポーツクラブ産業研究会では地域移行における主な課題として実務的課題・組織文化的な課題をあげている
- 当実証事業では、**実務的課題が解消されるようなスキーム**が構築できるかを主な取り組み事項とする

「未来のバカッ」FS事業全体から浮き彫りになった構造的な課題

- FS事業を通じて、部活動改革は、様々な社会システムが絡み合った複雑な社会問題だと再認識。
- その上で、FS事業から明らかになったのは、**そもそも「何を実現するための部活動の地域移行なのか」「最終的にはどうなるイメージなのか」**という点に得心ができないスポーツ関係者や学校関係者の心の内や、関係者のコミュニケーションや意思決定のプロセスにかかる**構造的な課題**。

実務的な課題

- 1 **自然体では「不採算」、採算を追えば「家計所得による機会格差」に**
 - ・ 受益者負担の許容度は、2～3,000円/月が多数であるが、事業者側が部活動指導のみでは不採算
 - ・ 事業活動である以上何らかの方法(受益者負担・派生事業収入・公的補助等)によって、運営資金確保の見通しが立たなければ、持続可能性はない
 - ・ 新たな収入源の模索が必要
- 2 **活動場所・移動手段・コーチング機会の確保に向けた「柔軟な対応」**
 - ・ 現状では、全学校/競技の地域移行を受け入れられるような受け皿は存在しない
 - ・ 多くのプレイヤーが参入する魅力的な市場の創出
 - ・ 実効性のある教員の兼職兼業環境
 - ・ 学校施設の融通によるリソース完備
 - ・ 特に地方都市における、移動手段問題の解決

組織文化的な課題

- 3 **ファースト・ペンギンは避けたい「地方自治体の心理」への対応**
 - ・ 課題認識している場合も、「国(文科省)の明確で具体的なメッセージがないと動きをとりづらい」「他の自治体の動きを見てから決めたい」という結論が多い
 - ・ そもそも「行政サービスの改善」に映りかねないイシューであることから、「期待する保護者の反応」「声の大きい教員の反対」を気にして慎重になりがち
- 4 **合意に向けた関係者間での「議論のラリー」が止まりやすい**
 - ・ 学校にとって、部活動は「あって当たり前」のものであり、それを変えようという際に「問い直し」を避けてしまい、議論が途中で止まる現象が多発
 - ・ 多くの教員にとって部活動の存在は大きい中、思い入れをリスペクトしつつも、「そもそも論」から問い直すための「議論のラリーの材料」を現場に届けていくことが必要

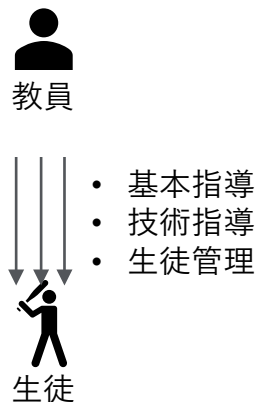
実務課題が
実証事業での主な実証課題

出所：スポーツ庁、運動部活動の地域移行に係る先行事例、mext.go.jp,2024/3/5閲覧
経済産業省地域×スポーツクラブ産業研究会、「未来のバカッ」ビジョン（概要版）, meti.go.jp,2024/3/5閲覧

3-2-2. 現状分析 - 当事業で取り組む部活動地域移行のかたち

当事業ではVR技術でリモートを併用した指導を可能とすることで、コストを抑えながら民間の質の高い人材に部活動地域移行の一端を担わせるスキームを模索した

現状の部活動指導



教員の
負担

- 部活動に出席の上、**基本指導、技術指導、生徒の安全管理など全ての責任**を担い大きな業務負担となっている
- **経験のない競技の指導は特に負担大**

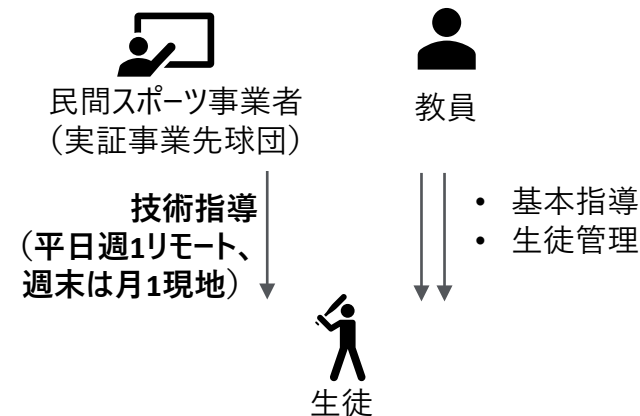
コスト

- 外部委託費用はない
(教員負担によるため、必ずしも正ではないため△)

指導の
質

- 生徒を理解している教員が対応するため**安心感はあるが、競技経験のない教員が指導にあたることもある**

今回実証するスキーム



- 部活動に出席の上、基本指導と安全管理を行う
- **技術指導の役割が民間に移行される分、負荷は軽減、競技経験がなくても指導が可能に。また、VR練習は怪我の恐れがないため、安全管理負荷も軽減** (一方で完全移行ではないため△)

- リモート指導を併用することで**コストを抑えられる**
- 移動コストが抑えられることで**スポーツクラブのない地域の子どもたちにも指導が可能に** (一方で、地域人材派遣よりは高額となる想定のため△)

- アスリートやプロの指導者が指導にあたるため**レベルの高い指導が受けられる**
- VRでデータが蓄積されることで、**単発で月1回現地指導をするよりも生徒理解に基づく質の高い指導が可能に**

3-3-1. 実証内容 - 市場分析

他自治体の部活動地域移行事例から指導者謝金は2,500円/時間程度が期待できる。また、事例を平均すると指導者委託金は委託料全体の3割程度であることから年間委託料は80万円を想定する

他自治体における部活動地域移行事例謝礼金相場

- 他自治体事例より想定部活動指導者謝金は**2,500円/時**と算定
 - 地域人材が指導を担う場合**1,500円前後/時間**
 - プロ・実業団が担う場合、**2,200円～5,000円/時間**になる

エリア	市	委託先	指導者	対象	謝礼/h
栃木県	A市	地域スポーツクラブ	地域人材	中学校	1,400円
栃木県	B市	地域スポーツクラブ	地域人材	中学校	1,500円
大分県	C市	地域スポーツクラブ	地域人材	中学校	1,600円
東京都	D市	民間事業者	実業団	中学校	2,252円
東京都	E区	民間事業者	プロ	高校	5,000円

出所：
スポーツ庁,運動部活動の地域移行等に関する実践研究事例集,
https://www.mext.go.jp/sports/content/20230919-spt_oripara-000028259_01.pdf,2024/3/5閲覧
栃木県教育委員会実践研究成果報告,tochigi.lg.jp,2024/3/5閲覧
スポーツデータバンクグループ,【部活動コーチングプロ派遣】事業のご案内,
s-databank.com,2024/3/5閲覧
教育新聞,部活動の地域移行の実践事例を公表,kyobun.co.jp,2024/3/5閲覧

他自治体における部活動地域委託金相場

- 自治体により部活動委託金額は大きく異なるが、平均すると指導者への謝礼金は、委託料全体の3割程度を占めている
- 仮に、2,500円/時の指導委託料を支払うのであれば、**委託料8,300円/時、月8回の指導で年間80万円程度**を期待できるのではないかと

委託金額 の内訳

- 委託金内訳や指導者謝礼金が公表されていないケースもあるが公開されている自治体においては、平均で委託金額の31%が指導者謝金である（最低1%～最大83%）

参考： 委託総額/ 一部活動

- 委託規模が公表されていないケースもあるが、公開されている自治体においては、平均90万円が委託総額である（最低3万4千円～最高3,648万円）

出所：
スポーツ庁,運動部活動の地域移行等に関する実践研究事例集,
https://www.mext.go.jp/sports/content/20230919-spt_oripara-000028259_01.pdf,2024/3/5閲覧

3-3-2. 実証内容 - 実証事業概要

球団拠点地域の公立中学校の野球部員13名を対象に、VR機器での練習・指導を合わせて4か月間実施した

対象者	■ 球団拠点地域の公立中学校野球部13名		
事業概要	■ VR打撃練習技術を活用し、民間によるリモート・現地併用指導による教員負荷軽減の実証 ➢ VR打撃練習技術を活用したバッティング練習 ➢ VR打撃練習技術とオンライン会議ツールを活用したリモートでのバッティング指導 ➢ 現地での打撃指導		
実施期間	■ 2023年11月～2024年2月(約4ヵ月)※11月はVR使用のみ、12月、2月に指導		
指導要領/ 実施期間詳細		実施時期・期間	実施要領
	①VR打撃 練習期間	11月中旬～ 2月下旬 (1.5ヵ月)	・ 週に2回(生徒1回1人あたり10分)VR打撃練習を行い、打撃データを蓄積した
	②リモート 指導日	①12月初旬～中旬 (3W・週次・計3回) ②2月	・ 生徒一人あたり週に1回オンライン会議ツールを活用し、VRに蓄積されたデータに基づきオフシーズンの球団選手が打撃指導を行った
	③現地 指導日	12月下旬(計1回)	・ 実証期間中の休日に1回、オフシーズンの球団選手が現地にてVRに蓄積されたデータ・VR打撃練習技術を活用した打撃指導を行った

3-3-3. 実証内容 - 指導概要：部活動練習・指導の様子

VR打撃練習は自主練習に近い形で運用でき教員の管理負荷が軽減されていた。

球団選手は初対面かつリモートでもデータに基づき生徒毎の傾向を理解した上で指導ができていた

VR打撃練習の様子

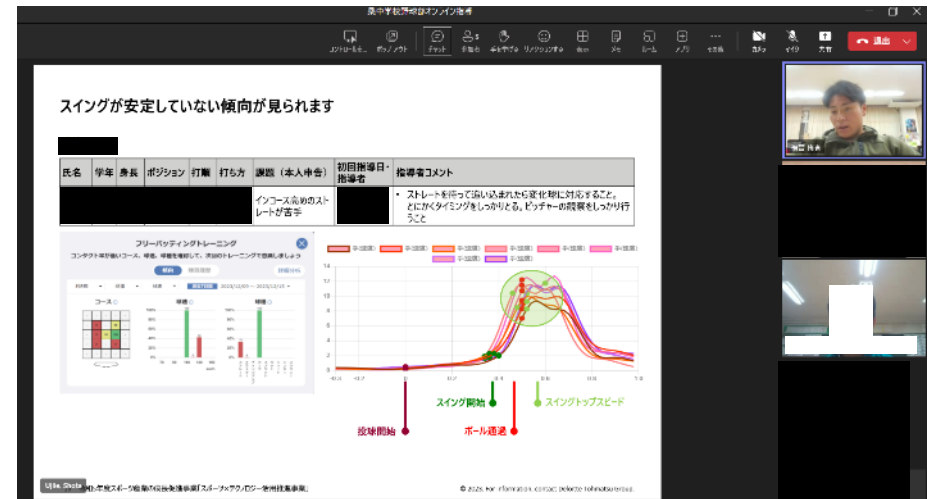
- 生徒が操作を覚え、生徒同士で声を掛け合いながらVR機器で練習している（自主練に近い状態で、先生の目を離すことができる）



VR打撃練習を行う様子

VR打撃練習蓄積データを活用した指導の様子

- 生徒自身の課題を鵜呑みにするのではなく、生徒自身も気が付かなかったような傾向をデータから発見し、指導に繋げることができていた



3-3-3. 実証内容 - 指導概要：現地指導の様子

現地指導日は、選手とのバッティング対決・選手との質疑応答の時間を設けることで球団への愛着形成を図った

現地指導の流れ

- 球団への愛着形成を強化するため現地指導も実施
- 現地指導では愛着形成を目的に選手とのバッティング対決・質疑応答などコミュニケーションも重視した
- バッティング指導時にはVR打撃練習技術で蓄積されたデータ傾向も参考にアドバイスした

現地指導スケジュール

8:00	集合
8:00-8:30	生徒のアップ補助
8:30	キャッチボール
8:45	ノック
9:05	走塁
9:20	休憩
9:30	ティー打撃（VR蓄積データを参照しアドバイス）
9:45	フリー打撃（VR蓄積データを参照しアドバイス）
10:10-10:30	バッティング対決（中学校代表生徒に対し、選手から投球）
10:30-11:00	教室に移動し選手とお話・サイン会
11:00	終了

現地指導の様子

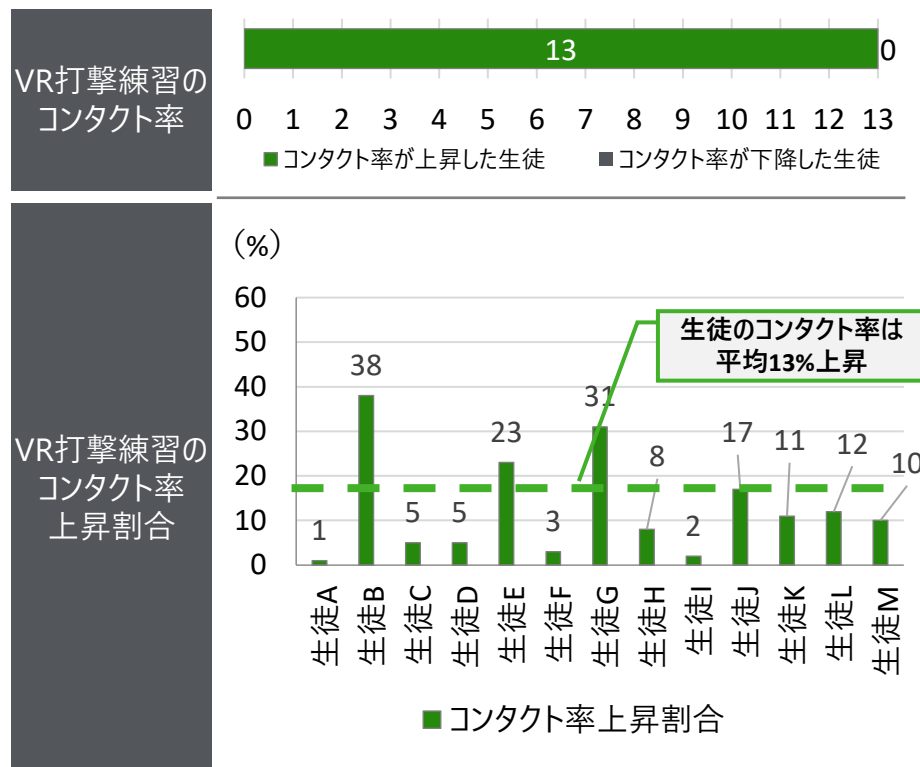


3-4-1. 効果測定 - 生徒の技術向上（定量・定性）

全生徒の技術が向上した。上達実感は7割（8人）、課題が明確になったと感じたのは8割（10人）と生徒自身も効果を実感している

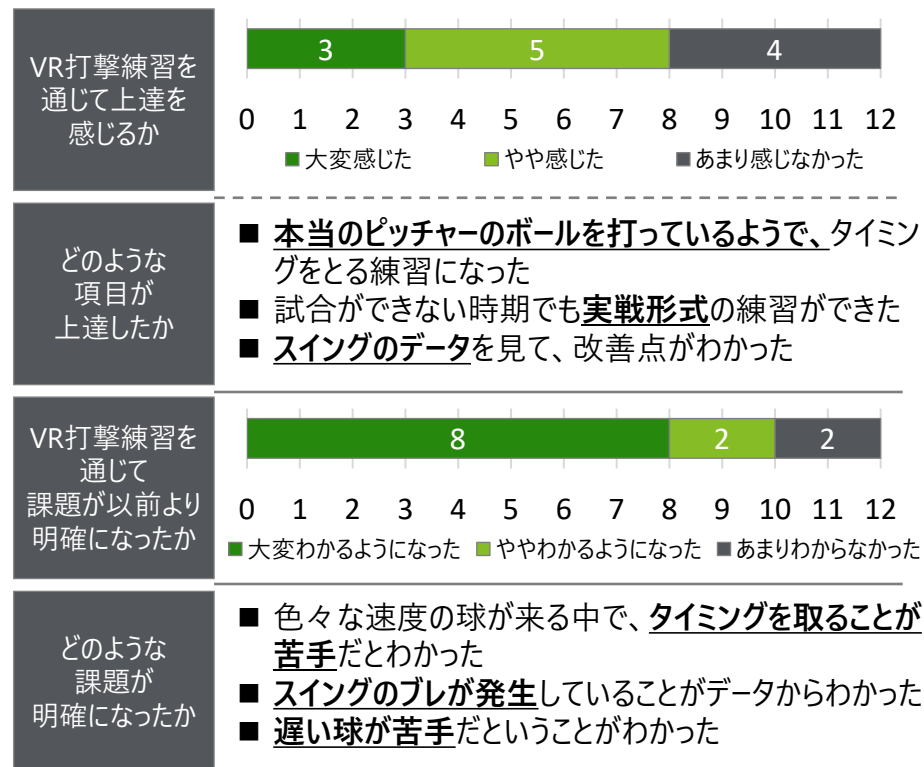
VR打撃練習で観測された野球技術向上効果（定量）

- 一定期間VR打撃練習技術を使用した生徒は全員、コンタクト率の上昇が見られた
- 生徒ごとのコンタクト率は平均して、13%上昇している



当事業（VR打撃練習＋指導）に対する技術向上効果（定性）

- VR打撃練習を通じて、上達を実感した生徒は7割。また、課題が以前より明確になったと感じた生徒は8割

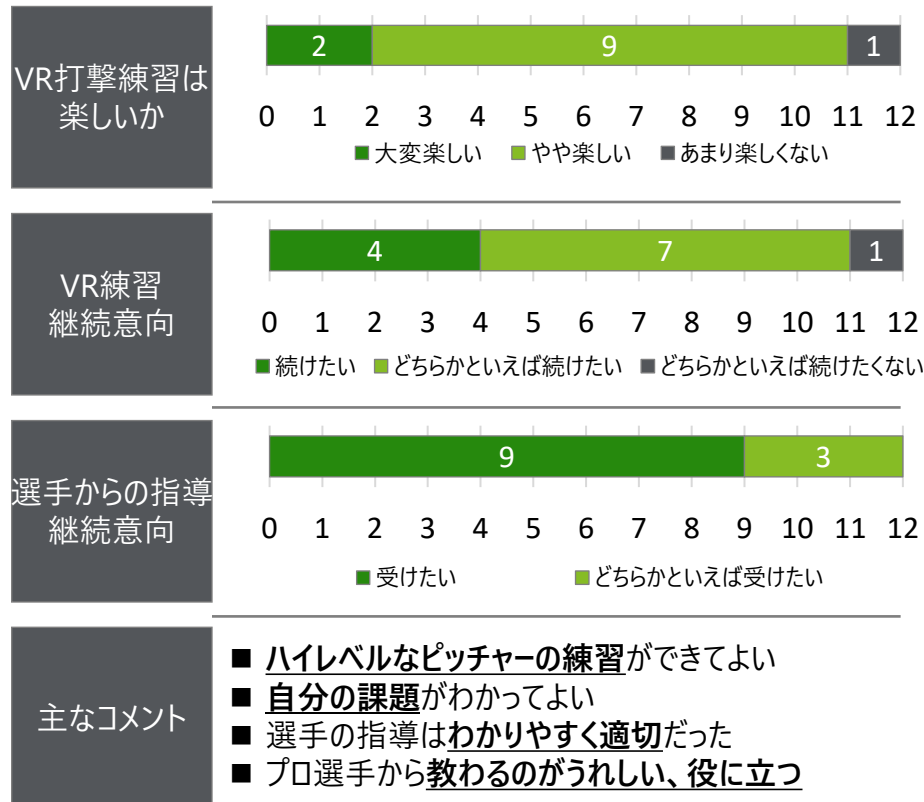


3-4-2. 効果測定 - 生徒のモチベーション・球団への愛着形成効果

9割がVR打撃練習を楽しいと回答し、継続を希望した。選手からの指導継続は全員が希望し、指導を通じ9割が球団・選手への興味が高まった、観戦に行きたいと選手・球団への愛着を示した

VR打撃練習を通じたモチベーションへの効果

- VR打撃練習は9割が楽しかったと回答。継続意向は9割、選手からの指導継続意向は全員が示した



VR打撃練習・現地指導を通じた球団への愛着形成効果（ファン化）

- 元々全員がブルースを認知し、観戦経験もあったが、指導を通じ一層球団や選手に興味を持ち、観戦意向形成ができた



3-4-3. 効果測定 - 教員による見解

部活動顧問へヒアリングを実施。想定通り、技術指導移行としての有効性は確認できた。
また、事業を通じ学校と球団接点が増えたことで生徒引率での観戦意向が確認できた

教員による見解（ヒアリング結果）

-  **基礎情報**
- 部活動顧問の教員（2名）にヒアリングを実施
 - 1名は野球経験者・1名は野球未経験者
 - 教育委員会から具体的な方針（委託先との連携や責任の所在など含）連絡は未達の前提のもと回答いただいた

大分類	中分類	回答
実証事業 への見解	総評	■ 子どもたちが興味をもって取り組んでおり、<u>部活に前向きになっている</u> ■ <u>外で練習が難しい日</u>（冬季夕方、雨天など）にもバッティング練習ができてよい ■ <u>選手と触れ合えるのはとても良い機会</u>と感じた。VR打撃練習だけでなく選手からの指導が重要 ■ <u>データを見て考えること自体</u>が良い教育機会
	教員負担軽減 効果	■ 後半は生徒が使用に慣れ、機材トラブルも<u>減り負担が軽減された。運用に問題はない</u> ■ <u>競技経験がなかった</u>のでVRでデータが蓄積されることで技術指導ができるのは助けになる
ブレーブス ファン化 効果	ブレーブス認知	■ 中学校での講話も過去にあり認知はしていた
	観戦経験有無	■ なし
	興味形成	■ 実証事業を通じ興味・ <u>好感</u> を持った
	来場意向	■ <u>部活動の一環として生徒と観戦してみたい</u>

考察

- 教員目線でも取り組みは高評価
- 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
- 球団への好感が高まり観戦意向が形成された

考察

- 豪雪地域など、季節・施設によって部活動練習機会を作りにくい地域であってもVR打撃練習によって子どもたちが野球練習の機会を得ることができるのではないかと
- 教員としては、VR打撃練習技術 + 選手からの指導に付加価値を感じている
- データを見て考えること自体が生徒にとって学び→スポーツを超えた価値提供ができています
- 技術指導移行により、部活動顧問の能力要件が緩和される効果は実証された
- 生徒がVR使用に慣れると教員としても負担なく使用可能
- VR活用で野球未経験者の地域人材でも技術指導可能
- 来場意向形成が確認できた
- 部活動指導を通じ、球団・選手と学校の連携がさらに深まることで、教員個人をファンにする以上の来場効果（在校生徒の来場促進、ファン化）が期待できる

3-4-4. 効果測定 - 独立リーグ球団選手による見解

独立リーグ球団の選手からは、指導者としてのやりがい、今後の意欲を体感いただき、かつ経済的な課題の解決にも寄与するとの声があがった

独立リーグ球団選手による見解（ヒアリング結果）



基礎情報

- 部活動指導を担ったオフシーズンの球団選手4名にヒアリングを実施
- 実証期間はオフシーズンであり、球団から依頼される有償の地域社会貢献活動のほかはアルバイトで生計を立てている

考察

- 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ある
- 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

分類	主な回答
オフシーズンの働き方希望	・ 野球のみで生計を立てたい ・ 教えることも自分の成長にもつながるため指導の仕事に興味がある ・ 野球を有償で教える仕事は魅力的
委託内容への賛同（平日1時間半、リモート指導）	・ 事業化したら携わりたい ・ リモート指導で移動がない分低負担でよい ・ データがあれば初対面でも十分に指導できる
理想の委託頻度	・ オフシーズン中は頻度問わず ・ オンシーズンは難しい
委託金の妥当性 ※1,800円を打診	・ 適切 ・ 1,500円～妥当と感じる ・ 経験に価値がる。時給が第一目的ではない
その他感想・コメント	・ 近隣1校のみであれば現地訪問指導でよいが、複数校・郊外エリア指導の場合良いスキームと感じた

■ 選手としては、委託内容自体に肯定的である ➢ オフシーズンも野球で生計を立てたい ➢ 野球指導経験を積むことでの将来準備
■ 選手としては、事業内容に肯定的である
■ 季節限定での委託となることは自治体・教員からの理解が必要
■ 選手としては、委託内容・金額ともに適切と判断している ■ 指導に携わる経験に時給以上の価値を感じている
■ 複数校や遠隔地域での指導の場合にリモートの価値あり ■ データがあることで指導者視点でも指導がしやすくなる

3-4-5. 効果測定 - 実証結果

生徒・教育委員会・教員・球団選手全てから前向きな声があがった。当スキームを活用することで技術指導が可能な人材の確保が難しい地域でも部活動を完全移行することが可能となる

実証結果

生徒	技術向上	■ 全員が定量的に技術力向上 ■ 定性的な技術力向上は7割
	モチベーション	■ 全員が練習を楽しいと回答 ■ VR継続は9割、選手指導は全員継続希望
	ファン化	■ 9割が球団試合への観戦意向を示した
教育委員会	見解	■ 事業は評価する一方で部活動地域移行計画が具体化されておらず、想定委託金は回答を得られなかった
教員	見解	■ 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が形成された
球団選手	見解	■ 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	考察	■ リモート指導で高い満足度を得られたこと、技術向上が見られ、VR活用は技術指導に有用だと言える ■ 地域人材による技術指導は不要となり、基本指導や安全管理を担えれば野球未経験者でもよい
	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②	考察	■ 部活動指導を通じて、教員・生徒を一層球団のファンにすることができるのではないかと
	考察	■ 生徒・教員ともに観戦意向形成が確認できた

3-4-6. 効果測定 - 収益予測

初年度に3校45人に展開し、以降毎年1校ずつ移行先を増やしていった場合、売上高累計は5年目には2,000万円、利益は342万円となる見込である

部活動地域移行実証事業における収益試算（1校あたり）

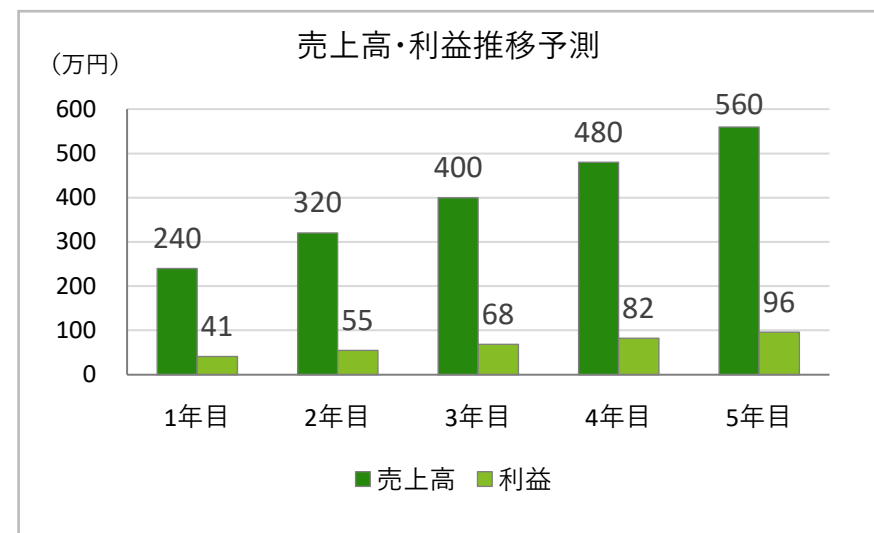
- 部活動1校あたり、年間136,600円の利益が想定される

区分	年間金額	算出根拠
売上	800,000円	他自治体事例より算出した指導委託料*1
費用	663,400円	VR機器 + V-BALLER利用料 + 人件費
費用（VR機器）	10,600円	一台53,000円を5年減価償却
費用（V-BALLER利用料）	480,000円	一アカウント40,000円前後
人件費	172,800円	月8回×12か月 選手に1,800円支払
利益	136,600円	売上-費用

*1：仮に部活動委託料が少ない場合でも、VR・V-BALLER利用料を自治体が他財源から負担する、球団がスポンサーを募り回収するといった代案が考えられる

売上高・利益推移予測

- 事業化1年目で3校の部活動指導を行い、毎年1校ずつ増えていくと、5年目の売上は単年560万円、利益は96万円を見込む
- 累計では売上2,000万円、利益は342万円となる見込である



※生徒数・校数

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
部活動数	3	4	5	6	7
生徒数	45	60	75	90	105

3-5. 自走化・横展開に向けた課題と展望

実証事業時に発生した課題は解決できており、球団が地域移行に前向きな自治体とのモデルケースを作り近隣自治体への展開のハブの役割を担うことで自走化・横展開が可能となる

課題

- 実証期間中にはネットワーク環境等のハード課題、機材操作未成熟や指導時間の設定誤りといった課題があった
- 自走化に向けては計画策定の上、予算・人材確保が必要

分類			内容
実証時発生課題	ハード	Wi-Fi・PC	■ 学校のWi-Fi、生徒タブレットを使用してリモート指導を行う予定だったが、ネットワーク不調が多発した
	ソフト	機材操作	■ VR機器、PCでのリモート会議接続操作に苦戦する場面があった
		指導時間	■ 指導時間を生徒1人当たり5分程度と想定したが、生徒・指導者双方から短いとの声があった
自走化・横展開課題	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
		予算確保	■ VR機器・V-BALLER利用料をだれが負担するか
	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

対策・展望

- 実証事業時に発生した運営上の課題は実証事業期間内で解決した
- 球団がモデルケース作りとハブの役割を担うことで自走化・横展開が可能となる

実証事業における対策

- Wi-Fi、PCを貸与して対応した

- 生徒・教員に数回説明することで解決した

- 1人当たり10分間の指導に変更し、9割の生徒から妥当と回答を得た

事業化に向けた今後の対策

- 自治体・学校主導でIT環境を改善する
- 球団から貸与する

- 事業開始前に数回の説明時間を設ける

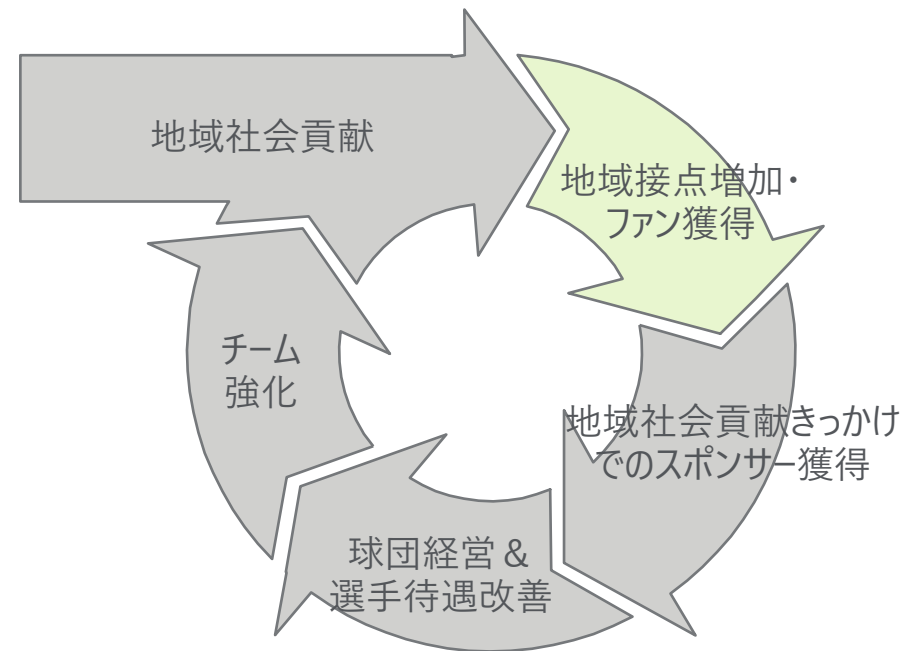
- 1人当たり10分間が妥当。事業化にあたり基準時間とする

- 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共にモデルケースを作り球団がハブとなり他自治体に展開する

- 自治体が確保する場合は、各種補助金やふるさと納税活用が案
- 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

- 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

4. イベントによるファン獲得



4-1. ファン化イベント実証概要・仮説

ファン化イベント実証では、VRでの選手との対戦体験を通じて球団の認知拡大・興味醸成が図れるかを調査した

ファン化イベント実証概要

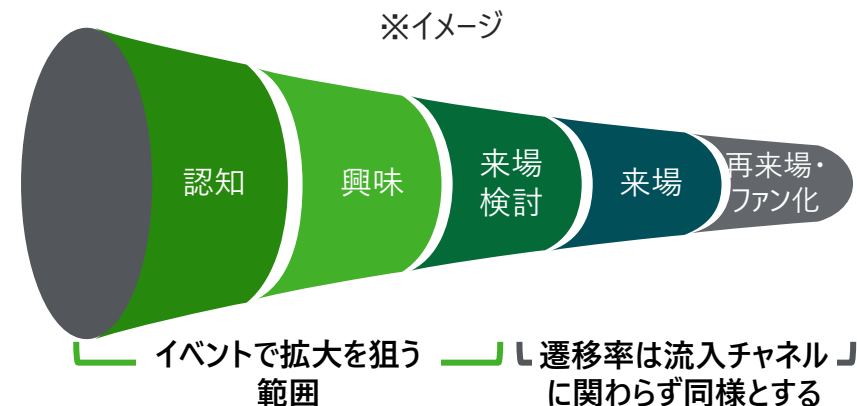
Why (前提・目的)	■ 来場料収入はスポーツクラブの<u>4大収入の1つ</u>でありより多くのファンを獲得し来場者を増加させることは<u>球団経営にとって重要</u>。ファンの存在は<u>スポンサーなど他4大収入の起点にもなる</u> ■ VR打撃練習技術を地域住民との接点（イベント）で活用することで、<u>新たなファンを獲得する可能性</u>を実証する ■ 前提として、<u>イベント実施は独立リーグ球団において宣伝・広告費の一部</u>であり、本実証においても利益の創出を第一にするものではない
What (調査内容)	■ VR打撃練習技術を活用することで、<u>地域住民の認知拡大・興味醸成につなげる可能性と方法</u>を調査する ※アカデミー・部活動を通じてのファン拡大可能性はアカデミー・部活動の章に記載
How (調査方法)	■ 球団拠点で開催される<u>スポーツイベントにVR打撃練習技術体験ブースを出展</u>し、球団選手との<u>バーチャル対戦体験</u>を提供。体験者に球団への興味・来場意向を<u>ヒアリング</u>する

仮説

- 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）の球団への興味を醸成するために効果的な接点ではないか
- スポーツ関連イベントならばイベントが野球関連か他競技かに関わらず認知拡大・興味醸成が図れるのではないか

（前提1）来場に向けた顧客行動を認知・興味・来場検討・来場と定義する。そのうえで、体験イベントは認知拡大・興味醸成を目的に実施する

（前提2）来場検討→来場への遷移率はどのチャンネルで認知・興味醸成したとしても一定とする



4-2-1. 現状分析 - 来場増加に向けた要件と必要な施策・イベントの関係

来場増加に向けては地域住民と球団の接触回数を増やし認知拡大したうえで、住民との親密度を深め興味関心を高める必要がある。イベントは親密度を深める接点として運営されている



イベントは認知拡大にも寄与するが親密度を深める有力な接点

4-2-2. 現状分析 - イベント成功の要件・VR打撃練習技術体験の可能性

イベントを通じ印象に残すには選手参加が効果的だが、全てのイベントに選手が参加するのは難しい。VRでの選手との対戦体験ならば、疑似的に選手と触れ合えるため、印象に残りやすいのではないか

球団イベント担当者ヒアリング結果と考察

- 実証事業先球団のイベント担当者にイベント運営の現状・課題をヒアリングした
- 選手参加・関与度がイベント出展自体にも、参加者の反応にも直結するなか、選手の負担とイベント運営の両立を課題としていた

カテゴリ	イベント担当コメント	考察
イベントと選手の関係	- 選手同伴でのイベントが基本 <u>シーズン中は依頼をお断りする</u>か、球団スタッフだけで運営することも	<u>認知拡大のためにも</u>可能な限り多くのイベントに出展したほうがよい - VR打撃練習技術で出展回数を増やせないか
選手参加効果	同じコンテンツであっても選手同伴の方が<u>イベント来場者の反応はよい</u>	<u>選手参加有無はイベント満足度に影響する</u>

イベントにおける選手の重要性とVR打撃練習技術体験の可能性

- 球団は複数種類のイベント出展をしているが、選手負担と印象度（興味醸成度）がトレードオフになりやすい
- VR打撃練習技術での選手対戦イベントであれば、選手の負担を下げながら印象に残りやすくなると想定

	選手参加あり	選手参加なし
選手負担	高	低
印象度（興味醸成）	高	低

VR
体験

VR打撃練習技術での選手との対戦体験

選手負担	低	<u>選手不在</u>でも体験可能
印象度（興味醸成）	高	<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

4-2-3. 現状分析 - イベント開催先の比較

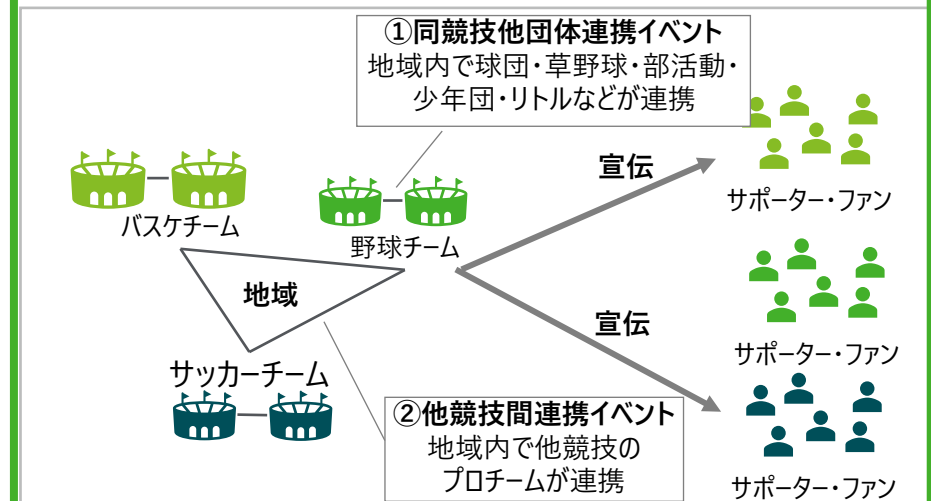
イベントは出展先も重要である。近年では複数チームで連携し地域一体型イベントを開催し相互送客・相乗効果を狙う動きが増えている。当事業も地域一体型を前提とする

スポーツクラブ単独イベント

概要	■ スポーツクラブが単独で企画するイベント
集客	■ 単独イベントとなるため集客に苦戦することもある
興味醸成効果	■ イベント来場者＝少なからずそのスポーツクラブに興味を持った方なので交流を通じた興味醸成効果は高い
イメージ	

今回の実証（地域一体型イベント）

- 他野球チームや他競技チームと連携し地域一体で企画するイベント
- 既に他競技や他チームに関心のある層など、単独ではリーチできなかった多くの人にリーチできる
- 他団体と比較して出展コンテンツに新規性や面白さが無いと印象に残りにくい ※VRの新規性でカバーする



4-3. 実証内容 - ファン化イベント実証事業詳細

実証事業では、地域一体型野球イベントと他競技連携イベント（他競技試合）に出展し、VRでの選手との対戦体験を提供した

地域一体型**同競技連携**イベント（とちぎ野球フェスタ）

地域一体型**競技間連携**イベント（Bリーグ試合会場）

実施日・会場		✓ 12月3日（日） ✓ 栃木総合運動公園、カンセキスタジアム（宇都宮市）	✓ 12月24日（日） ✓ 日環アリーナ（宇都宮市）																																
概要	イベント	✓ 約2,000名、栃木県内の野球に関わる子ども、保護者、チーム関係者を対象	✓ 宇都宮ブレックスのBリーグ公式戦、約5,380名来場																																
	ブース	✓ VR体験ブースを設置し、栃木ゴールデンブレーブス投手の投球をVRを通して体験																																	
ブース来場者情報		✓ ブース来場者数 約200名（保護者含） ✓ VR体験者 約100名	✓ ブース来場者・体験者数 約30名 ✓ 体験者が少ない理由として、気温、場所の対外要因あり																																
イベントの様子		 VR体験の様子  イベントの様子（カンセキスタジアム）	 VR体験の様子（1）  VR体験の様子（2）																																
アンケート回答者属性		年齢（n=103） <table><tr><td>55</td><td>30</td><td>3</td><td>14</td><td>1</td></tr><tr><td>■ ~12歳</td><td>■ 13~15歳</td><td>■ 16~18歳</td><td>■ 19歳~</td><td>■ 無回答</td></tr></table>	55	30	3	14	1	■ ~12歳	■ 13~15歳	■ 16~18歳	■ 19歳~	■ 無回答	男女比（n=103） <table><tr><td>83</td><td>19</td><td>1</td></tr><tr><td>■ 男</td><td>■ 女</td><td>■ 無回答</td></tr></table>	83	19	1	■ 男	■ 女	■ 無回答	住居*1（n=103） <table><tr><td>12</td><td>63</td><td>24</td><td>2</td><td>1</td></tr><tr><td>■ 第一商圈</td><td>■ 第二商圈</td><td>■ 第三商圈</td><td>■ その他栃木県内</td><td>■ 県外</td></tr><tr><td colspan="5">■ 無回答</td></tr></table>	12	63	24	2	1	■ 第一商圈	■ 第二商圈	■ 第三商圈	■ その他栃木県内	■ 県外	■ 無回答				
55	30	3	14	1																															
■ ~12歳	■ 13~15歳	■ 16~18歳	■ 19歳~	■ 無回答																															
83	19	1																																	
■ 男	■ 女	■ 無回答																																	
12	63	24	2	1																															
■ 第一商圈	■ 第二商圈	■ 第三商圈	■ その他栃木県内	■ 県外																															
■ 無回答																																			

*1：第一商圈：小山市、栃木市、佐野市、第二商圈：下野市、野木町、第三商圈：宇都宮市、真岡市、上三川町、壬生町、鹿沼市、足利市として集計。

4-4. 効果測定 - 実証結果

同競技イベント、競技間イベントのどちらにおいても認知・関心向上効果が確認され、競技間連携イベント体験者の来場検討率も高かった

実証結果

体験人数	■ 地域一体型同競技イベント（野球イベント）の方が多かった 85人 18人 同競技イベント 他競技間イベント
体験満足度	■ 両イベントとも非常に高い満足度だった 同競技イベント 競技間イベント 66 17 2 大変満足した やや満足した あまり満足できなかった 12 6 大変満足した やや満足した
興味関心	■ 競技間イベントの方が興味醸成がやや低かった 同競技イベント 競技間イベント 80 3 2 興味を持った 興味を持たなかった 未回答 13 5 興味を持った 興味を持たなかった
来場検討率	■ 競技間イベント体験者の内67%が来場検討している 競技間イベント 12 6 行きたい 行きたくない * 競技間イベントのみの設問
イベント担当者コメント	■ 来場者の反応もよかった ■ VR自体が目新しいので集客力があつた ■ ストラックアウトよりも集客力があるかもしれない

仮説への考察

仮説①	■ VR体験イベントは、潜在顧客層（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ために効果的な顧客接点である
考察	■ 体験者アンケートからVR体験による球団、球団選手への関心醸成効果が確認された（興味醸成率94%） ■ 球団イベント担当からもストラックアウト以上に集客力があるとコメントがあり、効果的な顧客接点であるといえる
仮説②	■ スポーツ関連イベントへのVR出展であれば野球関連でも他競技でも認知拡大・興味醸成が図れるのではないかと
考察	■ VR体験者は、どちらのイベントでも一定数の興味醸成が図れた ■ 一方、そもそもの体験希望者数は同競技イベントの方が多かったことから、同一出展費用の場合は同競技イベントへの出展優先でよいのではないかと

4-5. 自走化に向けた課題と展望

初期段階では県内の野球イベントを中心にブースの出展をすることで、新規ファン獲得に寄与できる

課題

- イベントによるブース来場率の差、来場者の回転率・（一部の参加者の）満足度が課題となった
- 自走化に向けては出展先イベントの見極めが課題となる

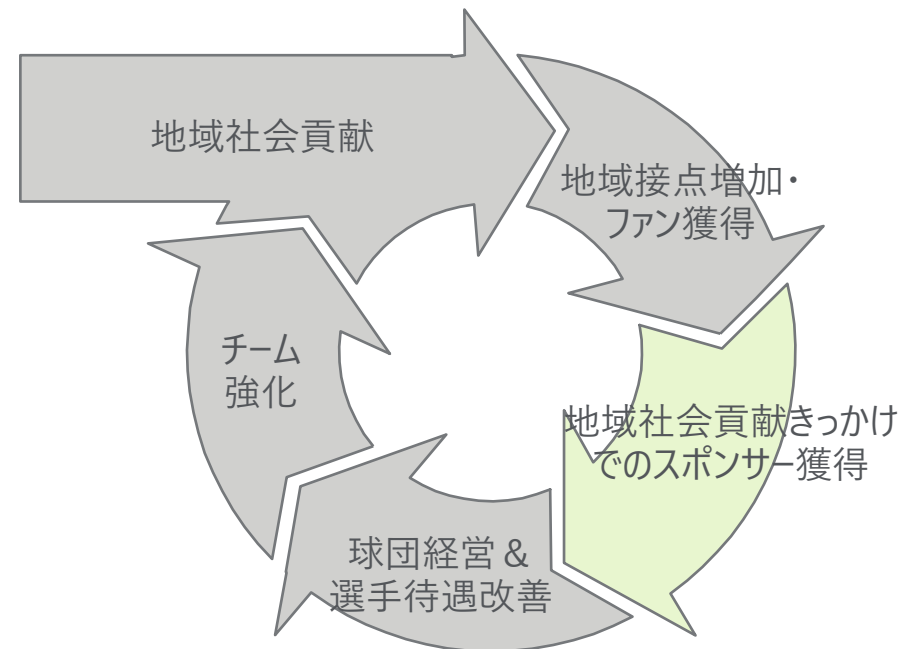
分類		内容
実証時発生課題	ブース来場率	■ 同競技連携イベントと競技間連携イベントでブース来場率に大差があった（同競技 > 競技間） ■ 球団イベント担当からはVRで何ができるか伝わりやすいとなおよいとの意見があった
	回転率	■ VR機器の操作説明に時間を要し、回転率が上がらなかった
	満足度	■ VRでのバッティングが難しかった・もっとやりたかったという理由で感想が芳しくなかった体験者が一部いた
	興味醸成	■ 競技間イベントの興味醸成率が同競技イベントよりも低かった
横展開課題	（需要）イベント選定	■ 同競技連携イベントと競技間連携イベントでブース来場率に大差があった ■ 競技間イベントの興味醸成率が同競技イベントよりも低かった ■ 来場率改善も工夫するが、出展先自体選定する必要があるのではないか

対策・展望

- 回転率・満足度はイベント運営の工夫で解消可能な見込み
- 出展先は野球関連イベントを優先することでより多くの地域住民に興味醸成できると想定する

実証事業における対策	事業化に向けた今後の対策
■ イベント来場者への呼びかけ	■ パンフレット等への事前記載、ブース協での体験イメージ動画放映による伝達 ■ 出展イベント選定自体を工夫するべきか（自走化に記載）
■ 待機列にいる参加者に事前捜査説明を実施して解決	■ 事前操作説明の実施 ■ 上記含む運営マニュアル作成
■ 待機列の長さや年齢・野球経験に応じ球数や難易度を変更した	■ イベント参加者の属性・反応に応じた球数・難易度の柔軟な変更
■ 球団のアピールを来場者に行った	■ 球団情報を合わせて提供する
■ 実証事業結果鑑み、初期は野球イベント出展を推奨 ■ 競技間連携イベントは、自治体主催のものやチーム間の連携協定が結ばれているものへの出展を優先的に進め、パンフレット等を通じ参加者への告知を十分に行うようにする	

5. 地域社会貢献きっかけでのスポンサー獲得



5-1. スポンサー意向調査概要・仮説

スポンサー意向調査では、企業が当事業が創出する社会的・経済的価値に賛同しスポンサー意向を示す可能性とスポンサー獲得に向けた課題を整理した

スポンサー意向調査概要

Why (前提・目的)	■ スポンサー収入はスポーツクラブの4大収入の1つであり、スポンサー企業は経済的価値の享受や社会的価値の創出を期待している ■ クラブによる指導活動は月謝という収入を得る手段でもあると同時に、指導活動による社会的価値創出を支援する企業によるスポンサー対象でもある ■ 当実証事業においてもアカデミー生からの直接収入に加えて、活動に対する新規スポンサーを獲得できる可能性があるか実証することで、テクノロジーを活用した収益創出効果を最大化する
What (調査内容)	■ 当実証事業（アカデミー・部活動・イベント活動）へのスポンサー獲得可能性、課題を明らかにする ➢ スポンサープランを整理する ➢ スポンサープランへのスポンサー意向を明らかにする
How (調査方法)	■ スポーツクラブへのスポンサーを行っている企業数社へのヒアリング

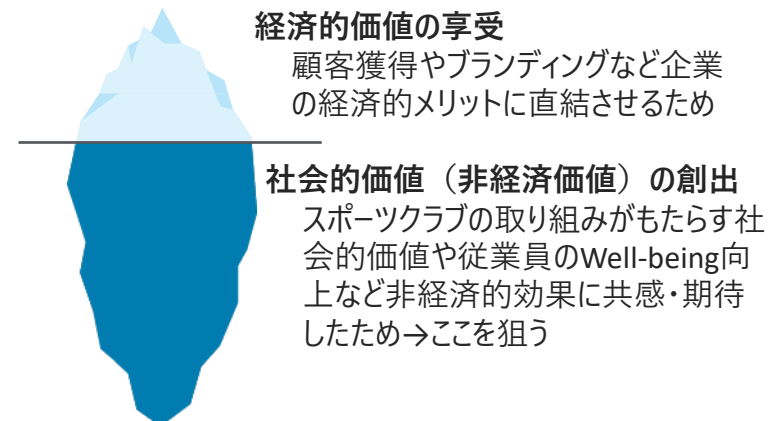
仮説

- **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のではないかと**

（前提1）企業がスポーツクラブ・アスリートのスポンサーとなる理由は社会的価値創出への共感と経済的価値享受への期待に大分される

（前提2）当実証事業は、テクノロジーを活用した先進的かつ社会的意義のある取り組みとなっている

※スポーツクラブスポンサー理由イメージ



5-2. 現状分析 - 現状の営業課題

県内を中心に順調にスポンサーを獲得している。一方、新規獲得においては県内の他競技チームと比較するとスポンサード露出による経済効果が弱い傾向にあり、他要素での差別化を必要としている

独立リーグ球団営業部の課題（ヒアリング）

- 実証事業先である独立リーグ球団の営業責任者にヒアリングを実施
- 順調にスポンサーを獲得・維持しているものの、紹介によるスポンサー獲得が主で、新規獲得時には県内他競技との差別化を課題として捉えている

質問	回答
スポンサー企業数 ・企業所在地	■ 200社以上 ■ 90%は県内企業
スポンサー理由	■ 既存スポンサーなどからの紹介 ■ 競技への共感（野球好き） ■ 県外企業は選手スポンサーが多い
スポンサー更新状況	■ 更新率は高い ■ 非更新理由は、売上・予算低下が多い ■ 選手スポンサーは選手退団に伴う終了が多い
課題感	■ 既存スポンサーに対しては、スポンサー向けのイベントができていないこと ■ 新規スポンサー獲得に対しては、県内には他競技のプロチームがあるが、それらのチームと比較してスポンサードいただいた場合の露出が少ない中でいかに差別化するかということ

考察

- 当事業のスポンサーもまずは県内企業に打診する方向か
- スポンサー理由として、社会貢献性への共感が現状メインではないならば、当事業を通じて新たなスポンサーにリーチできる可能性がある

考察
■ 県内企業が中心であり、当事業のスポンサーも県内企業をまずは打診するかたちとなるか
■ 主なスポンサー理由は野球好き・紹介であり、社会貢献はスポンサーパッケージとしては存在するがメインではない ■ 当事業の（地域）社会貢献性を理由に<u>新たなスポンサーにリーチできる可能性がある</u>のではないか
■ 当事業のパッケージならば<u>選手の在籍に依存せずに安定してスポンサー契約を継続</u>できるのではないか
■ 新規スポンサー獲得には、<u>社会貢献を訴えることで県内他競技団体との差別化</u>をしやすいのではないか ■ 例えば、経済効果だけでなく社会貢献効果も高い当事業の取り組みを通じて新規スポンサーを獲得できる可能性がある

5-3-1. 実証内容

スポーツへのスポンサー経験を有する企業に対し、スポンサー先選定時重視事項、取り組み毎（アカデミー・部活動・イベント）の支援価値・提示金額の妥当性・変更希望要素をヒアリングした

項目		内容
ヒアリング対象		■ スポーツクラブへのスポンサー経験を有する企業のマーケティング、スポーツアクティベーション担当者
ヒアリング数		■ 5社（製造業2社、運輸業2社、小売業1社）
ヒアリング方法		■ オンラインないしは対面でヒアリングを実施 ■ 当事業概要・想定リターン（※次頁参照）を説明後に以下内容をヒアリングした
ヒアリング内容	スポンサー基準	■ スポンサー選定時に何を重視しているか（経済的価値、社会的価値の詳細とその比率）
	価値・妥当性	■ アカデミーのスポンサー項目・金額想定効果に価値・妥当性を感じるか ■ 部活動のスポンサー項目・金額想定効果に価値・妥当性を感じるか ■ イベントののスポンサー項目・金額想定効果に価値・妥当性を感じるか
	変更希望要素	■ アカデミーのスポンサー検討にあたり変更希望要素はあるか ■ 部活動のスポンサー検討にあたり変更希望要素はあるか ■ イベントのスポンサー検討にあたり変更希望要素はあるか

5-3-2. 実証内容 - 提示したスポンサーパッケージ案と想定リターン

アカデミー・部活動は50万円、イベントは250万円のスポンサー価格を提示。経済的価値・社会的価値を合わせると企業による拠出金額以上の価値創出がなされる想定である

		アカデミー	部活動	イベント
スポンサー概要	アカデミー概要	アカデミー生徒・保護者をターゲットとした広告露出及びPR	部活動生徒・（教員）をターゲットとした広告露出及びPR	VR打撃練習技術を用いた野球教室等イベント参加者をターゲットとした広告露出及びPR
	初年度スポンサー価格/年	50万円	50万円	250万円
	広告・PR方法	アプリ（ベスログ） 広告露出	-	イベント命名権
		- サンプル配布 - VR打撃練習技術のヴァーチャル空間上の広告露出 - 球団メディア、SNSなどでの発信 - スポンサー企業メディアでの発信		
	その他権利	- ターゲット招待施策 - スポンサー企業従業員のボランティア参加		
想定される価値創出		120万円	110万円	270万円
経済的価値		40万円	40万円	100万円
社会的価値		80万円	70万円	170万円
経済的価値根拠		VR上の広告露出効果、SNS発信の露出効果、マーケティング効果などによる想定経済価値を基に算出		
社会的価値根拠		生徒や地域住民への機会提供、従業員のエンゲージメント向上などの社会的価値をSROIの考え方をを用いて算出		

5-4-1. 効果測定 - 実証結果

ヒアリング結果及び企業規模と広告宣伝費の関係性を踏まえると、以下の大きく4つの要件を満たす企業がスポンサー候補であり、実際に要件を満たしたヒアリング先はスポンサー意向を示した

実証結果

スポンサー 基準	■ 全社が社会貢献性を重視すると回答した ■ 経済効果は将来的に求めないしは、スポンサー目的を経済効果と社会貢献に分け、支援団体自体を分けていると回答した
当事業の スポンサー 価値	■ アカデミー・部活動は全社から社会価値・先進性への共感を確認した ■ イベントは経済効果が主なりターンにみえ、イベント参加者が自社ターゲットと合致する場合共感すると回答あり
金額妥当性	■ アカデミー・部活動提示金額は50万円だったが、100万円でも出資検討すると回答あり ■ イベントは250万円提示に対し平均150万円程度が妥当との回答だった。自社ターゲットとの合致度に応じ、金額は増減すること
スポンサー 条件	■ 社会貢献性を評価したスポンサーの場合、経済効果を狙ったスポンサーよりも社内合意形成の難易度があがる ■ 競技や地域への必然性も問われるため、それらへの説明はスポーツクラブ側の支援が必要
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は、当事業に対し前向きなスポンサー意向を示す
考察	■ 社会的価値創出への共感は一要素。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 ✓ 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スポンサーを検討しうる ➢ 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望ましい ➢ 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意向が高まる（地域親和性には取引先がその地域に多いことも含まれる） ➢ 企業規模 ※デスクトップ調査から考察 ✓ 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 ✓ 当事業で想定するスポンサー候補はアカデミー・部活動であれば売上高1億円、イベントであれば3億円以上の企業

5-4-2. 効果測定 - 収益予測

部活動・イベントスポンサーは初年度から、イベントスポンサーは2年目以降獲得する前提で、5年後には累計約3,000万円の売上増加を見込む

スポンサー獲得における収益試算

■ 初年度：部活動・アカデミーで計6社獲得した場合

区分	年間金額	算出根拠
売上	3,000,000円	アカデミー・部活動50万円×6社
費用	600,000円	10万円×6社 アクティベーション諸費用*1
利益	2,400,000円	売上-費用

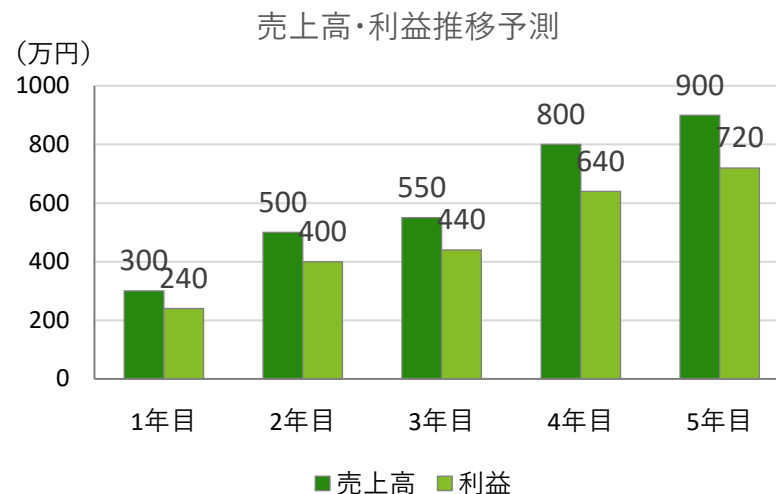
■ 2年目：部活動・アカデミーで計7社獲得し、イベント1社獲得した場合

区分	年間金額	算出根拠
売上	5,000,000円	
アカデミー・部活動	3,500,000円	50万円×7社
イベント	1,500,000円	150万円×1社
費用	1,000,000円	
アカデミー・部活動	700,000円	アクティベーション諸費用
イベント	300,000円	アクティベーション諸費用
利益	4,000,000円	売上-費用

*1：スポンサー企業の球団へのエンゲージメントを維持・深化を目的に招待券配布・イベントの企画等を行うための費用

売上高・利益推移予測

■ 事業化1年目で6社をアカデミー・部活動のスポンサーとし、2年目からはイベントスポンサーも獲得する。以降1,2社ずつ獲得すると5年目には売上累計3,050万円・利益累計2,440万円を見込む



※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

5-5. 自走化に向けた課題と展望 - 獲得に必要なステップ

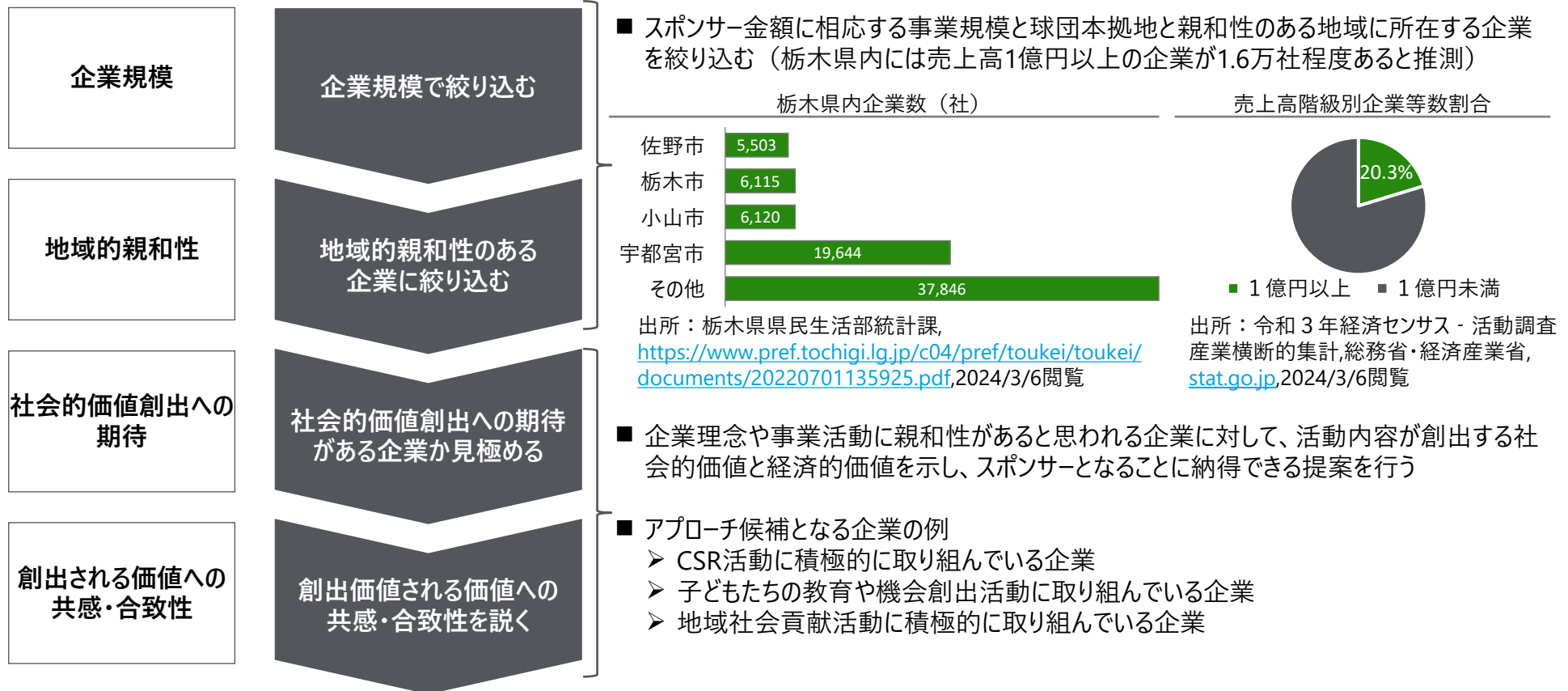
スポンサー獲得に向けては、企業規模、地域的親和性で候補企業絞り込み→スポーツを通じた社会的価値創出への期待を抱いている企業かを見極め→共感・合致性の説得というステップを推奨する

(再掲)

スポンサー候補要件

スポンサー獲得に向けたステップ

ステップごとの実施事項



6. 総括

6-1. [再掲]実証事業概要 - 取り組み事項概要

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

循環との関連 #地域社会貢献 #地域接点増加・ファン獲得

- VR打撃練習技術で測定した打撃データを分析し、課題克服のアドバイスを実施。月謝創出可能性を調査
- VRデータ連携育成ゲームアプリでエンゲージメント向上効果を調査

VR上で実際の
選手と対戦



練習参加でアプリの
アバターが成長

③：イベントを通じた新規ファン獲得

循環との関連

#地域社会貢献 #地域接点増加・ファン獲得

- VRでの選手との対戦体験イベントでの来場意向形成を調査



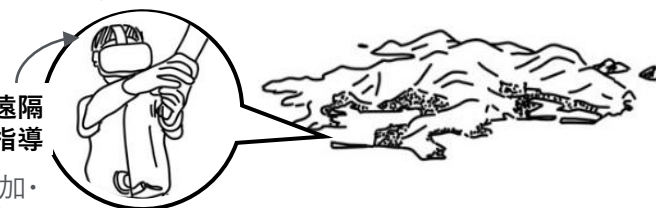
②：部活動指導サービス創設による地域社会貢献・選手の収入源創出

循環との関連

#地域社会貢献 #地域接点増加・ファン獲得 #選手待遇改善

- 部活動地域移行検討校にオフシーズンの球団選手がVR打撃練習技術を通じたりモット指導を提供
- 球団が部活動地域移行の担い手となり子どもたちのスポーツ地域格差解消に貢献する可能性/オフシーズン選手の収益源創出可能性を調査

遠隔
指導



過疎地域でもハイレベルな指導を
受けられ、地域格差解消に貢献

④：スポンサー意向調査

循環との関連

#地域社会貢献きっかけでのスポンサー獲得

- 地域に根差した活動や盛り上がりでスポンサーを新規獲得する可能性を調査



地域社会貢献

地域接点増加・
ファン獲得

地域社会貢献で
目指す好循環

チーム強化

地域社会貢献
きっかけ
でのスポンサー獲得

球団経営 &
選手待遇改善

6-2-1. 実証事業結果 - 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
		■ 野球関連でも他競技イベントでも、体験を通じ球団の認知拡大・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

6-2-2. 実証事業結果 - 独立リーグ球団の目指す姿への貢献

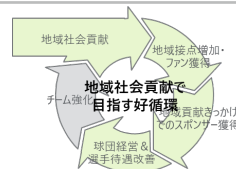
当事業では、独立リーグ球団の目指す姿の一つとして地域社会貢献で好循環を成立させることを提示した。実証事業における各取り組みは目指す姿（好循環）の成立に貢献することが実証された

独立リーグ球団の目指す姿

実証事業を通じた目指す姿への貢献

目指す姿

- 地域社会貢献をきっかけにした好循環の確立



地域社会貢献

- 地域社会貢献を通じて地域に根差した存在になる
- 地域社会貢献自体を事業（その他収入）にすることで持続可能にする

地域接点増加・ファン獲得

- 地域社会貢献により地域住民から好印象を持たれることで、球団を応援する雰囲気醸成され、まちをあげてファンにしていく
- 企業や団体の支援者・ファンも増やしていく

地域社会貢献きっかけでのスポンサー獲得

- 広告露出機会が限定的な独立リーグでは、広告露出効果のみでのスポンサー獲得には限界あり
- 独立リーグの地域密着性・貢献性が高まることで自治体・企業にとってもより魅力的なスポンサー先に

球団経営 & 選手待遇改善

- 現状独立リーグ球団選手の年棒は平均300万円といわれ、オフシーズンにはアルバイトも通例
- 球団経営改善により選手待遇改善 + オフシーズンも野球関連収入を得る手段を確保する

- 地域社会貢献事業スキーム（アカデミー・部活動事業）を確立し、ファンの増加、地域社会貢献きっかけでのスポンサー獲得、球団経営と選手待遇改善の可能性を示した

- スクール事業（アカデミー・部活動）を通じ、子どもたちによりよいスポーツ環境を提供する、部活動地域移行の担い手となるという地域社会貢献ができた
- 事業単体で収益が成立する、持続可能な貢献スキームができた

- スクール事業で接点をもった子どもや教員の球団に対する好感や興味を高めることができた
- 地域イベントでのVR打撃練習技術体験ブースの設置で地域住民に球団への興味を醸成することができた

- 企業にスポンサー可能性をヒアリングし、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、地域的親和性、（+企業規模）を満たせば当事業へのスポンサー獲得可能性が高いこと、実際にスポンサー意向を示す企業があることを確認できた

- 当事業により、球団のその他収入・来場収入・スポンサー収入増加が期待できる
- また、部活動地域移行の担い手に球団選手がなれば、オフシーズンでも野球に関連した仕事を得られ、モチベーション向上につながる

6-2-3. 実証事業結果 - 取り組みを通じた独立リーグ理念への貢献

当実証事業は独立リーグ理念である、地域社会貢献・人材育成・野球の裾野拡大を体現している

ミッション①地域社会貢献

当事業の関連性：活動を通じ子どもたちのスポーツ格差、部活動の地域移行といった社会課題に貢献できる。地域イベントでVRを通じた球団選手の投球体験を提供することでイベントの一層の盛り上げに貢献できる

ミッション②人材育成

当事業の関連性：データに基づいた野球指導経験を選手ができるようになることはオフシーズンの選手にとっても野球継続のモチベーションとなる。また、指導経験を積むことでセカンドキャリアにも繋げることができる

独立リーグミッションと 当事業の関連性

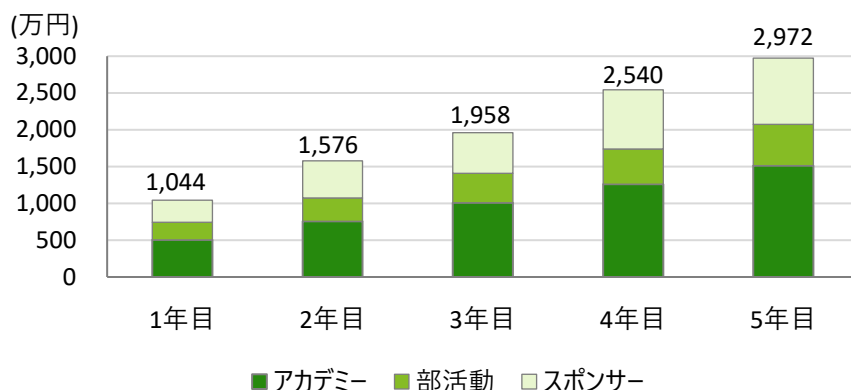
ミッション③スポーツの発展

当事業の関連性：データに基づくハイレベルな野球指導・アプリを通じて子どもたちの野球に対するモチベーション向上ができる。また、イベントでVRを通じた球団選手の投球体験を提供することで球団・野球の裾野拡大に貢献できる

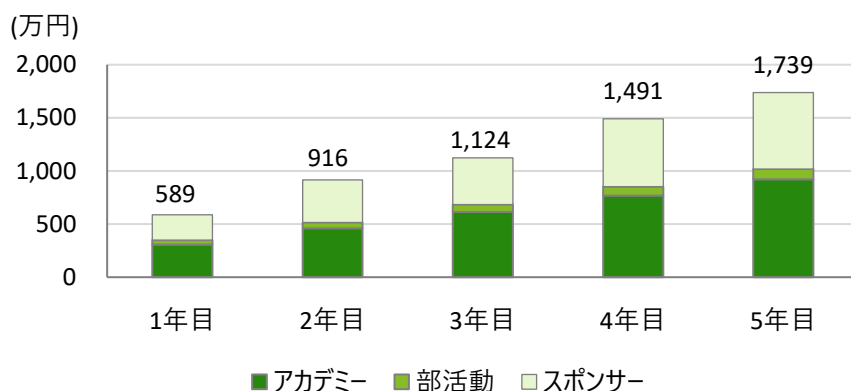
6-3-1. 課題と展望 - 事業化後の売上・利益予測

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*1

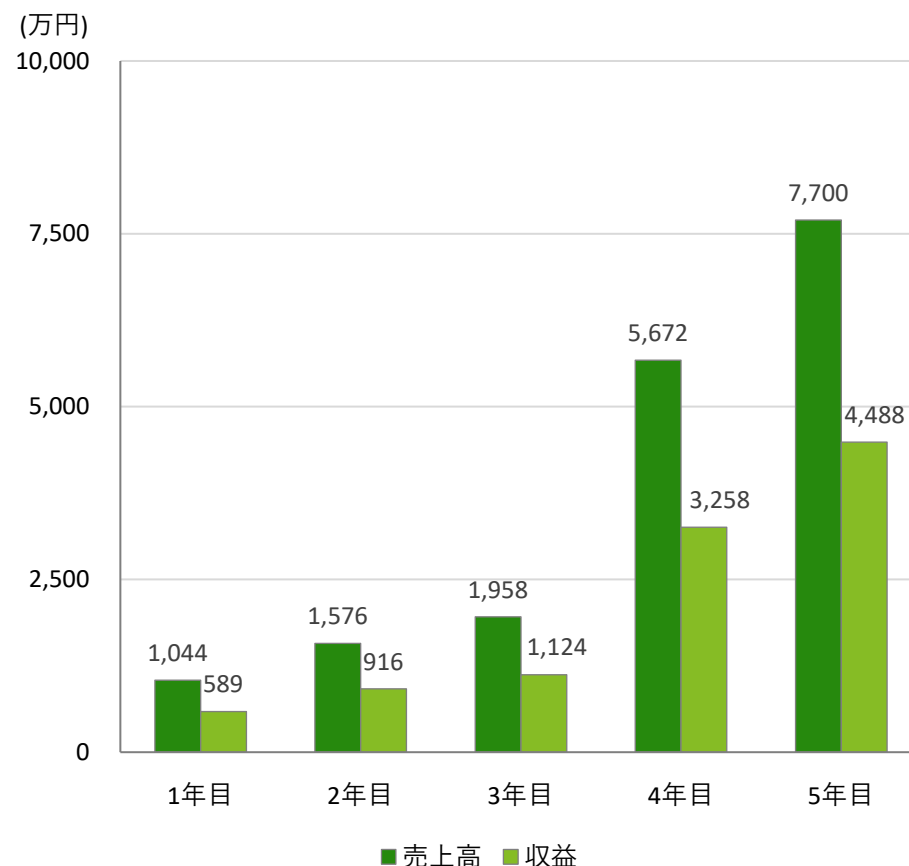


実証事業先（1球団）における想定利益*1



*1：売上・利益の詳細は次頁参照

他球団に横展開した場合の売上高・利益推移予測*2, 3



*2：4年目から独立リーグに所属する3球団が参画することを想定

*3：展開先球団でも実証事業先と同様の売上・費用・利益と想定

【参考】売上・利益予測内訳

6-3-1. 課題と展望 - 事業化後の売上・利益予測

各事業の想定拡大規模、売上高内訳（単価）、費用内訳は以下の通り

各事業想定規模

		1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
アカデミー	アカデミー利用者数	30	45	60	75	90
	自宅利用者数	30	45	60	75	90
部活動	委託学校数	3	4	5	6	7
スポンサー	アカデミー・部活動 支援企業数	6	7	8	10	12
	イベント支援企業数	0	1	1	2	2

売上高内訳（単価）

		単位	金額（万円）
アカデミー	アカデミーでの利用月謝	1人・月	1.4
	自宅での利用月謝	1人・月	1
部活動	委託料	1校・年	80
スポンサー	アカデミー・部活動スポンサー料	1社・年	100
	イベントスポンサー料	1社・年	150

費用内訳（万円）

		1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
アカデミー	VR機器	4	6	8	11	13
	V-BALLER利用料	192	288	384	480	576
	小計	196	294	392	491	589
部活動	VR機器	3	4	5	6	7
	V-BALLER利用料	144	192	240	288	336
	人件費	52	69	86	104	121
	小計	199	265	332	398	464
イベント	-	0	0	0	0	0
スポンサー (アクティ ベーション 費)	アカデミー・部活動	60	70	80	100	120
	イベント	0	30	30	60	60
	小計	60	100	110	160	180
合計		455	660	834	1,049	1,233

※費用根拠

VR機器 : 1台53,000円を5年減価償却
(アカデミー約7人で1台、部活は1校1台)

V-BALLER利用料 : 1アカウント40,000円/月、15人で1アカウント

部活動指導人件費 : 月8回×12か月（時給1,800円）

スポンサー-アクティベーション費 : スポンサー料の20%

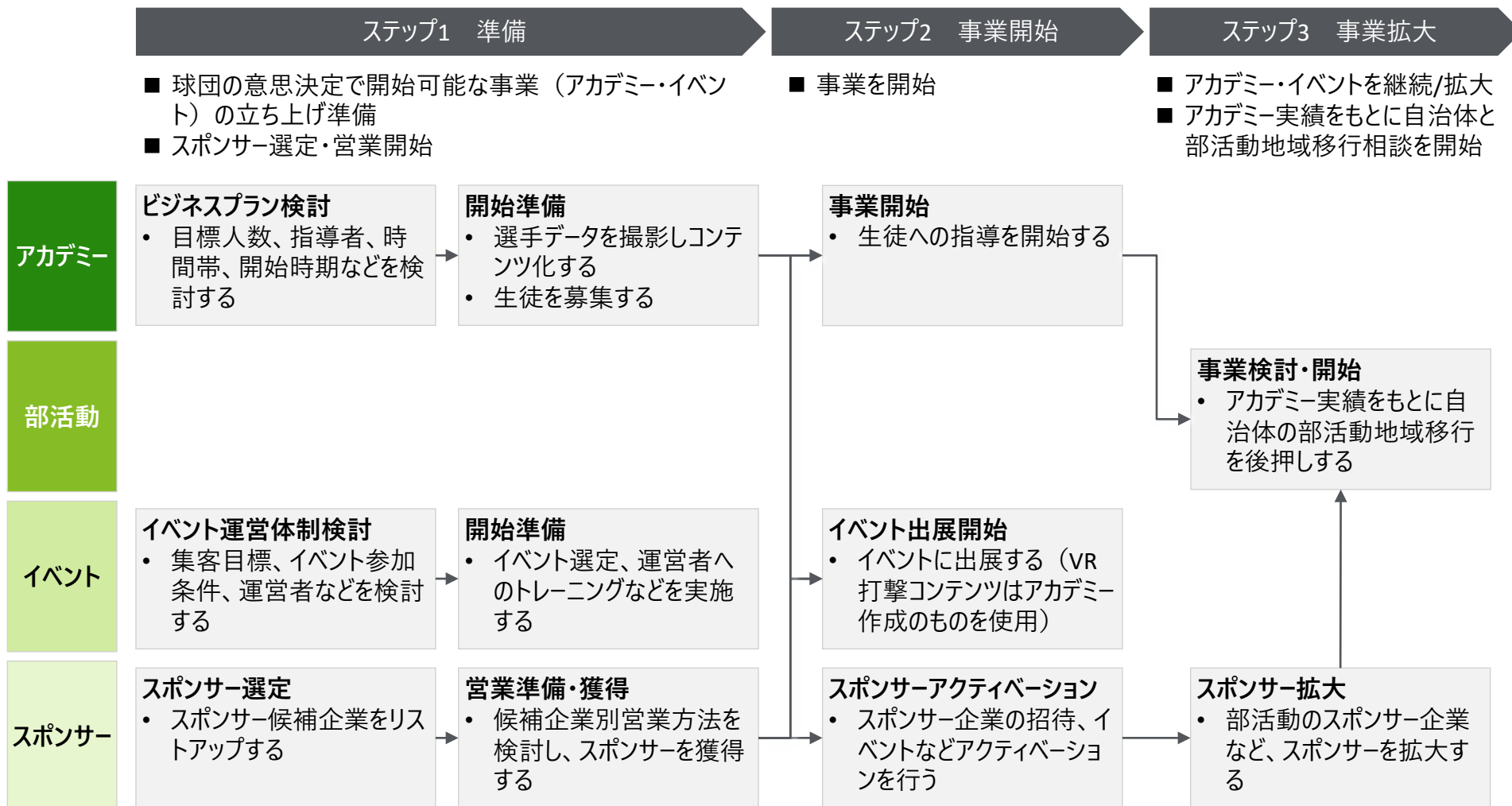
6-3-2. 課題と展望 - 自走化に向けた課題と展望

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
	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
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
	供給	予算確保	■ VR機器・V-BALLER利用料をだれが負担するか
		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
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
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
			■ 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上、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
			■ 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
			■ 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
			■ 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
			■ 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
			■ 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
			■ 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

6-3-3. 課題と展望 - 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



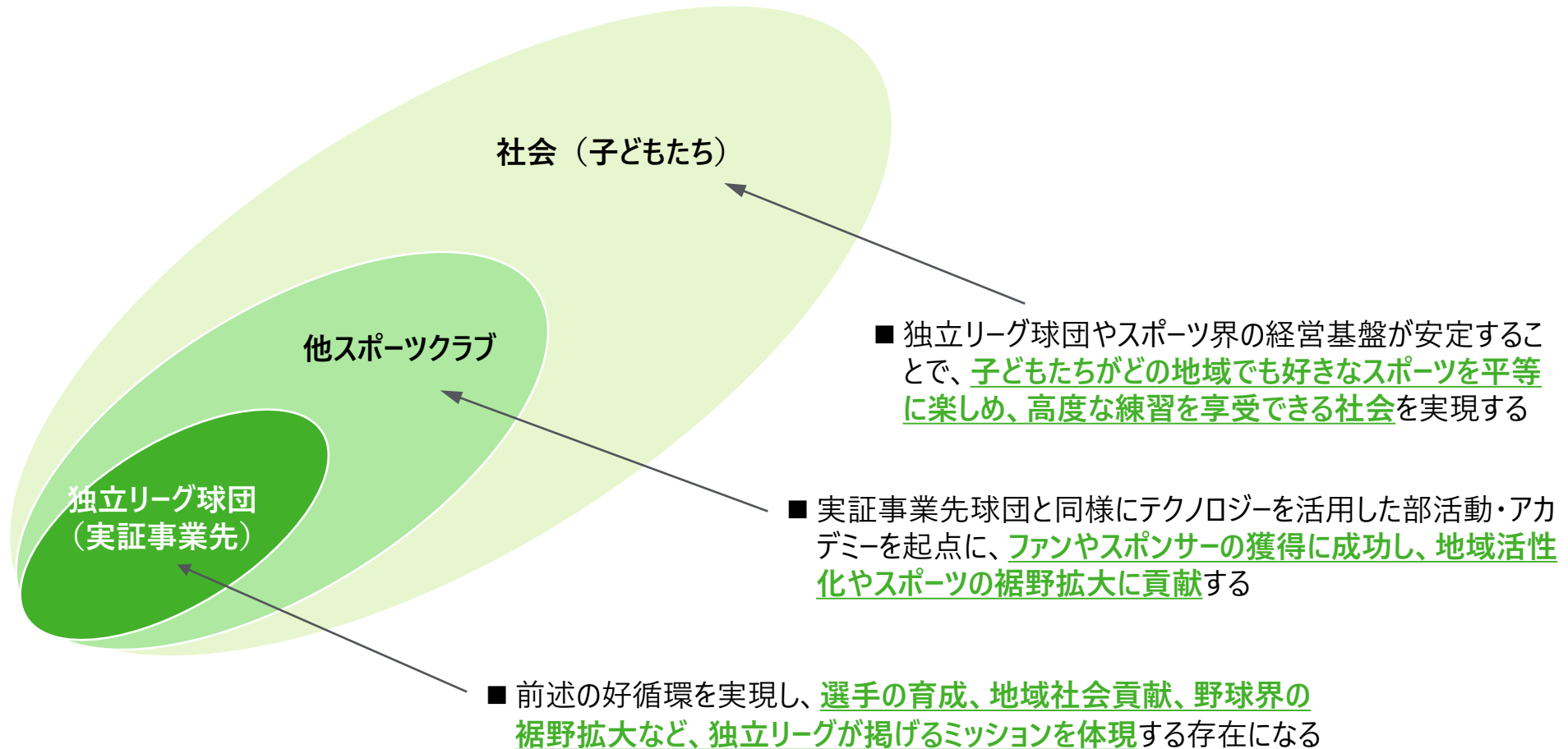
6-4-1. 最終総括

テクノロジーを活用したスクール事業・イベントにより、独立リーグ球団において収益源創出・ファン獲得・地域社会貢献ができる事、取り組みをきっかけにしたスポンサー獲得が可能である事が実証できた

事業の目的	■ VR・アプリ（テクノロジー）を活用したアカデミー・部活動地域移行・イベントの実証を通じて、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ること
実証結果 (成果)	■ アカデミー・部活動において新たな収益源創出可能性が確認できたほか、アカデミー・部活動の取り組みならびにVRでの選手との対戦体験イベントを通じて地域住民のファン化も確認できた。複数企業にアカデミー・部活動・イベント事業へのスポンサー意向をヒアリングし、前向きな意向も確認した。アカデミーでは事業化も仮決定した ➢ アカデミー：VR打撃練習技術利用サービス新設による月謝増額可能性が示された。生徒・保護者のファン化が示された ➢ 部活動：VR打撃練習技術を活用した部活動地域移行のスキームが形成された。生徒・教員のファン化が示された ➢ イベント：VR打撃練習技術を新たな接点として地域住民に球団への興味を醸成できることが示された ➢ スポンサー：社会的価値創出への期待・共感・地域親和性・企業規模が合致すればスポンサーとなりうることを示された ■ 本実証が独立リーグ球団の目指す姿“地域社会貢献をきっかけにした好循環の確立”に貢献することを確認した
課題と展望 (収益予測)	■ 当実証が事業として収益面で成立することが示された ➢ 事業化し、アカデミー・部活動の対象生徒数・対象地域を毎年拡大した場合、実証事業先では5年間で累計売上10,090万円を見込む ➢ 取り組みが広まり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
課題と展望 (自走化)	■ 自走化に向けた各取り組みの課題は以下の通りだが致命的な課題はない ➢ アカデミー：データ分析者の確保。社員が担当する目途がたっており、'24年6月より事業化予定である ➢ 部活動：自治体の判断。全国では部活動地域移行にVR打撃練習を活用する事例も生まれており広がり期待 ➢ イベント：特になし。効率よく効果を得るには県内野球イベントを中心に出展することを推奨 ➢ スポンサー：特になし。スポンサー候補企業要件は整理され、県内にも候補企業は複数いるため自走化可能と想定する
課題と展望 (他球団導入)	■ 他球団での導入時は、まずは球団の意思決定で事業が開始できるアカデミー・イベントに取り組むことを推奨する（同時にスポンサー営業も開始） ■ 部活動は、アカデミーの実績をもとに自治体との部活動地域移行検討を開始する進め方にとすると実現性が高いのではないかと

6-4-2. 最終総括 - 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