



スポーツ庁委託事業
令和5年度スポーツオープンイノベーション推進事業
「スポーツオープンイノベーションプラットフォーム(SOIP)の基盤形成」

事例集



2024.03.31

本報告書は、スポーツ庁の令和5年度 スポーツ産業の
成長促進委託事業として、株式会社スクラムスタジオが
実施した令和5年度スポーツオープンイノベーション推進事業
「スポーツオープンイノベーションプラットフォーム(SOIP)の
基盤形成」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。

目次

1.SPORTS INNOVATION STUDIOについて

SOIP事業の目標と得られる成果	・ ・ ・ ・ ・ 4
SPORTS INNOVATION STUDIO実施サマリー	・ ・ ・ ・ ・ 5

2.OPEN INNOVATION 事例紹介

OPEN INNOVATION コンセプト	・ ・ ・ ・ ・ 7
コラボレーションパートナー紹介	・ ・ ・ ・ ・ 8
採択企業紹介	・ ・ ・ ・ ・ 9
Fリーグ 採択企業の取り組み	
株式会社and.d	・ ・ ・ ・ ・ 10
株式会社Ascenders	・ ・ ・ ・ ・ 12
一般社団法人 One Smile Foundation	・ ・ ・ ・ ・ 14
SOLTILO Knows 株式会社	・ ・ ・ ・ ・ 16
JAF 採択企業の取り組み	
AMATELUS株式会社	・ ・ ・ ・ ・ 18
株式会社テレビ東京	・ ・ ・ ・ ・ 20
株式会社LUUP	・ ・ ・ ・ ・ 22
株式会社Virtual Motorsport Lab	・ ・ ・ ・ ・ 24

3.CONTEST 受賞事例紹介

CONTEST コンセプト	・ ・ ・ ・ ・ 27
賞のカテゴリ	・ ・ ・ ・ ・ 28
審査結果	・ ・ ・ ・ ・ 29
スポーツオープンイノベーション大賞	・ ・ ・ ・ ・ 30
ソーシャル・インパクト賞	・ ・ ・ ・ ・ 32
パイオニア賞	・ ・ ・ ・ ・ 34

SOIP事業の目標と得られる成果

事業の目標

プログラムに参画した方々が各種リソースの活用により、スポーツ/スポーツビジネスの価値高度化、産業拡張、社会課題の推進につながる重要な機会や支援、関係性を得る基盤となっていく。またスポーツ領域を起点・ハブとした新たな取り組みへのアワード授与や、スポーツに関わる様々な団体、企業、アカデミアなどのネットワークを進める活動を行い、継続的なイノベーション、エコシステム創出を推進する。

① スポーツオープンイノベーションの更なる普及・浸透・拡大 (SOIP)

- スタートアップ、大企業を問わず、スポーツ領域に新たな価値創造につながる企業の応募促進
- スポーツを起点とした産業拡張につながるビジネスやイノベーション、課題解決につなげる
- 幅広く情報を発信し、スポーツおよびスポーツ産業のネットワークの強化に貢献

② スポーツ/スポーツビジネスの課題解決とイノベーション支援 (OPEN INNOVATION)

- 協会関係者が競技やファンとの関係性の価値向上に貢献する企業と、新たな関係性を得たと実感する
- 協会関係者が常時の活動では得づらいナレッジやテクノロジーへの理解を深められたと感じること

③ スポーツオープンイノベーション、産業拡張、社会課題解決の有望事例の顕彰 (CONTEST)

- スポーツと他産業の融合の有望事例や価値高度化、社会課題解決事例などの顕彰により、取り組みの加速化を支援

得られる成果の設定

スタートアップ、大企業を問わず
産業拡張につながる (SOIP)

応募件数50件以上

スポーツ関連企業/スタートアップに限らず、意図的に他産業の企業群を誘引。本プログラムを有する可能性も拡張。

スポーツ/スポーツビジネスの
課題解決につながる新事業共創
の有望事例となる (SOIP)

採択企業全社の共創実現

単なる協業に留まらず、各企業/プロジェクトの将来価値を形成し得る共創を実現する。各インキュベーターが牽引。

オープンイノベーションや
産業拡張、社会課題解決などの
有望事例となる (SOIC)

応募総数100件

スポーツを触媒とした施策は増加傾向であるため、ネットワークやステークホルダーを巻き込み、SOICを洗練化。

得られた成果

応募件数：22件

採択企業8社の新事業共創を実現。

詳細は後ページにて。

応募総数：72件

OPNE INNOVATION

オープンイノベーション

スポーツ×ビジネスを拡張させる

- ・日本フットサルトップリーグ（Fリーグ）または日本自動車連盟（JAF）との事業共創にチャレンジする企業や団体を募集。
- ・IT技術によるスポーツビジネス拡張を狙う企業を中心に22件の応募が集まった。
- ・本年度は各団体4社ずつ、合計8社を採択した。
- ・新たな収益源確保、新規ファンや利用者とのタッチポイント創出、IT技術導入による競技力向上 ネットゼロカーボンへ向けての検証、大手メディアへの露出獲得などの成果を得た。

【Fリーグ採択者】



【JAF採択者】



CONTEST

コンテスト

スポーツの新しい可能性に光を当てる

- ・「スポーツオープンイノベーション大賞」、「ビジネス・グロース賞」、「ソーシャル・インパクト賞」、「パイオニア賞」の4賞を実施
- ・応募件数は72件
- ・テクノロジー活用による収益源確保、現役アスリートによる貧困課題解決、新たな競技や大会の立ち上げと事業化、環境配慮やSDGsに対する取り組み、学生部活へのテクノロジー導入による課題解決などの挑戦から選定を行った。

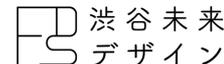
【スポーツオープンイノベーション大賞】
【ビジネス・グロース賞】



【ソーシャル・インパクト大賞】



【パイオニア賞】





OPEN INNOVATION事例紹介

OPEN INNOVATION オープンイノベーション

スポーツ×ビジネスを拡張させる

SPORTS INNOVATION STUDIO オープンイノベーションは、スポーツ領域に限らない、最先端のテクノロジーやサービス・プロダクトと、スポーツ協会/団体が持つ課題やアセットを掛け合わせることで新たなビジネスを創出し、スポーツ産業の拡張を目指します。

2023年度の共創パートナーは、
一般社団法人日本フットサルトップリーグ（Fリーグ）と一般社団法人日本自動車連盟（JAF）です。

審査を通過した採択企業・団体の皆様には、約4-5ヶ間の共創期間で、ビジネスアイデアをブラッシュアップさせ、実証・実装まで推進し、2024年2月に開催されたデモデイで成果やプロセスの発表を行いました。



コラボレーションパートナーの紹介

最終採択企業のテクノロジーやビジネスアイデアの実証を行うコラボレーションパートナーは一般社団法人日本フットサルトップリーグ（Fリーグ）と一般社団法人日本自動車連盟（JAF）の2団体。

一般社団法人日本フットサルトップリーグ （Fリーグ）



THEME

ファンエンゲージメントを通じた収益源の拡大

OUTPUT

- ・既存のコンテンツを活用・応用した収益源を拡大するための仕組みやサービス
- ・ファンが選手やクラブ、リーグとの距離を縮め、気軽に推し活ができる、推し活を身近なものにできるアプリやサービス
- ・Fリーグファンのエンゲージメントを高めロイヤル化を図ると共に、新規ファンの巻き込みを促す仕組みやサービス
- ・Fリーグの収益源となりうる新たな視聴・観戦体験コンテンツの開発・提供、テクノロジーの活用

一般社団法人日本自動車連盟 （JAF）



THEME

モータースポーツの興奮をより近く

OUTPUT

- ・モータースポーツの新たな楽しみ方やサーキット・フィールドの特性を生かした体験づくり
- ・より身近なモータースポーツの体験の場作り
- ・来場時の新たな購買体験/観戦体験の提供
- ・イベント来場時の環境に配慮した行動を促すアプリ、サービス、テクノロジー

一般社団法人日本フットサルトップリーグ（Fリーグ）と連携



Ascenders

オリジナル映像コンテンツ
の企画/制作



and d

AIチャットボットを活用し
たファンコミュニティ運営

One Smile
Foundation



One Smile Foundation

笑顔を寄付に変える
サービス開発・提供

Knows

SOLTILO Knows

運動を数値化する
屋内利用可能な
ウェアラブルセンサーの
開発・提供



テレビ東京

新規事業創出・
映像コンテンツ開発

AMATELUS

AMATELUS

自由視点映像
ソフトウェア開発

VML

Virtual Motorsport Lab

プログラミングによる
バーチャルモータースポーツ
大会運営とプログラミング教育



LUUP

電動マイクロモビリティの
シェアリングサービス



D2CやDXにおける豊富なノウハウと高い技術を活かして、コンサルティングからeコマース構築、ビジネスの協業、アプリケーションの開発などに取り組む。Jリーグ・横浜FCに対して「JリーグIDと連携したクラブチームに特化したオンラインストアの構築」支援を行っている。

採択の背景及び課題

・競技団体が顧客対応に割くことのできるリソースの不足

スポーツ業界の現場は人材不足であるケースが多い一方で、ファン・顧客対応は極めて重要なタスクであるため運営に負荷がかかっている。Fリーグにおいては、ホームページ他でお問い合わせフォームを設けておらず、顧客対応に課題を感じながらも着手できていない。

・試合以外でファンがフットサルに触れ、楽しむことのできるコンテンツや話題の不足（ファンエンゲージメント）

試合観戦の前後や試合日以外でファンがフットサルを知り、楽しむことのできるコンテンツや周辺情報の提供が不足している。

実証内容

競技団体の人材不足の解消とファンエンゲージメントの向上に寄与することを目的として、Fリーグ公式「AI観戦アシスタントボット」を開発。2024年2月中旬に実施された「ディビジョン1-2 入替戦」に際して、人の手を介さずにAIチャットボットが対応する形で1千のファン・サポーターとの会話を生み出すことに成功。3月19日に開催されたFリーグオールスターゲームではAIチャットボットの上位互換となるAIマッチデープログラムをローンチ。



「ディビジョン1-2 入替戦」にてAIチャットボットをテスト導入。SNS上で多くの反響を得た。



オールスターゲームではAIチャットボットの基盤を活用したAIマッチデープログラムをローンチ。チーム情報やタイムスケジュール、イベント情報他の様々なコンテンツを掲載した。

設定したKPIと結果

KPI①	3月19日開催Fリーグオールスターゲームにて 体験人数：1,000ユーザーの獲得	➡	結果①	体験人数 243ユーザーの獲得
KPI②	3月19日開催Fリーグオールスターゲームにて チャットボット中で生じる会話数：2,000	➡	結果②	723回
KPI③	チャットボット正答数：75%以上	➡	結果③	81%

今後の展望

- ・ マッチデープログラム一体型のAIチャットボットを開発し、スポーツマッチデープログラムのDXを進める
- ・ DX化による紙の利用を減らすことで環境配慮を実現
- ・ グッズ販売やチケット販売とのシステム連携を行い、収益性向上に直結するビジネスモデルを構築
- ・ 競技団体のSNS (X、Instagram) とのシステム連携を行い、問い合わせや質問に対してAIチャットボットが自動でメッセージを返信することができる顧客対応システムを構築



プロダクトの今後の展開 スポーツを起点に、地域を支えるメディアポータルに成長させる



Fリーグのみならず、スポーツチームやスポーツイベントが都度作成・印刷しているマッチデープログラムをDX化することで、データ制作の労力と紙の削減を実現。場内スクリーンで告知を行ったが、事前告知及び会場での周知方法は今後の課題。

AIマッチデープログラムを通じて、グッズ・チケットの販売や会場周辺情報が提供できるワンストップサービスへ。

Ascenders 株式会社Ascenders

Ascenders（アセンダーズ）はスポーツで夢を叶えたい人たちにとって、なくてはならない存在『スポーツ界のインフラになる』というミッションを掲げ、スポーツで働く人々とスポーツ事業をしている企業のサポートをするサービスを提供しているスタートアップ企業。

採択の背景及び課題

・新規ファンの獲得機会が不足していること

フットサルの競技認知率は約98%と高い状況だが、トップリーグであるFリーグの認知度は低い状況にある。

既存のコアファンの熱量は非常に高いものがあるが、新規ファンの認知獲得機会が十分にでないため、ファン層が広がっていかない課題がある。

・SNSで配信するデジタルコンテンツの量・質ともに不足していること

新規ファンの獲得を目指す際にSNSを通じたコンテンツの配信は有効な手段であるが、リソース不足の観点からFリーグは情報発信に注力できずにいた状況がある。

SNSを通じて、ライトファンにもFリーグの魅力やフットサルの競技の迫力を広く知ってもらう必要がある。

実証内容

新規ファン獲得を目的としたオリジナル映像コンテンツ「Fリーグ挑戦記」の企画/制作。Fリーグは既存ファン層の熱量は高いが、新規ファン層との接点が限られている点が長らく課題であった。人気サッカー系YouTuber LISEMのTAKAさんをアサインしてドキュメンタリー映像「Fリーグ挑戦記」を制作し、Fリーグ公式YouTubeチャンネルにて配信を行った



■ストーリー構成（全5話）

1. TAKA選手のフットサル挑戦記 第1話
2. 「全国レベルの壁」 LISEM TAKAのフットサル挑戦記 第2話
3. 「元日本代表」 LISEM TAKAのフットサル挑戦記 第3話
4. 「確かな手応え」 LISEM TAKAのフットサル挑戦記 第4話
5. 「Fリーグからの審判」 LISEM TAKAのフットサル挑戦記 第5話



湘南ベルマーレフットサルクラブ・元フットサル日本代表キャプテン 星翔太さん
元Fリーガーの中井健介選手・ZOTT早稲田フットサルクラブ等に協力いただき、
フットサルへのリアルな挑戦を描いた

設定したKPIと結果

KPI①	Fリーグ公式YouTubeチャンネルの登録者：1.5万増	➡	結果①	+2,803人増
KPI②	再生回数：合計30万再生（全5話配信）	➡	結果②	合計31.3万再生

Fリーグの通常コンテンツの約100倍の再生回数を記録

※期間：2024年2月3日～2024年3月25日 14時時点にて計測

今後の展望

- ・サッカー界からFリーグへ挑戦する登竜門的な定番企画として「Fリーグ挑戦記」を継続～定着させること
- ・オリジナルコンテンツ「Fリーグ挑戦記」を起点に、Fリーグに挑戦したい人を集めたセレクションやオフラインイベントなど、体験・集客までワンストップで行うことができる接点・機会を設け、「Fリーグ挑戦記」と連動した新たな収益源を創出
- ・一定以上の視聴者数が担保されたオリジナルコンテンツをスポンサー商品化することによって、競技団体の新たな収益源創出



あしぎろFCの参戦が決定！Fリーグオールスターゲーム2024でエキシビジョンマッチを開催、松井大輔、LISEMのTAKAも登場！フットサル

3/12(K) 15:44 配信



Fリーグは3月11日、「Fリーグオールスターゲーム2024 TOKYO ～Fun For Fan Futsal Festa～」におけるエキシビジョンマッチの開催を発表。イベント情報第一弾として、あしぎろFCと松井大輔氏、サッカー系YouTuber「LISEM」のTAKA氏の参戦も決定した。

松井大輔、あしぎろFC、「LISEM」のTAKA



好評を得たドキュメンタリー企画を経て3月29日に開催したオールスターゲームのエキシビジョンマッチにTAKAさんが出場。オンラインとオフラインの融合に取り組んだ。このようなスペシャルマッチでの新規スポンサー獲得や来場者数増加から収益確保を目指す

横浜F・マリノスのチーム密着ドキュメンタリーシリーズ『The DAY presented by WIND AND SEA』のように、価値の高いオリジナルコンテンツをスポンサー商品化していく

One Smile Foundation 1 一般社団法人 One Smile Foundation

笑顔が寄付に変わる「スマイラル！」事業を行っており、スマートシティを中心に街中に設置された防犯カメラなどのITセンサーデバイスに笑顔認証機能を搭載私たちの笑顔が計測される度に「1笑顔 = 1円」の寄付が発生するシステムを開発・提供している

採択の背景及び課題

- ・ 来場者向けに、試合以外で楽しむことができるコンテンツが不足していること
予算不足・リソース不足もあり、試合以外で来場者が楽しむことができるコンテンツが用意できていない現状を受け、ハーフタイムや試合前後で、来場者が参加できるコンテンツをFリーグは求めていた。
- ・ 競技団体としてCSR活動により積極的に取り組む必要があると考えていたこと
Fリーグとしてこれまでも様々なCSR活動に取り組んできたものの、公共性の高いスポーツの競技団体としてよりポジティブに参加したくなるような社会貢献活動の在り方を模索していた。

実証内容

2月中旬に実施された「ディビジョン1-2 入替戦」に際しては、オールスター選手「スマイル」ファン投票を実施し、特に試合後のタイミングで多くの来場者が体験。3月19日開催のオールスターゲームでは、試合前後やハーフタイムに会場内の大型スクリーンと連動した場内施策を実施し好評を得た。2月29日に実施したデモデイではBリーグの某チームより早速引き合いもあり、今後は他競技含めた「笑顔x社会貢献活動」の広がりを予定している。



「ディビジョン1-2 入替戦」に際して実施したオールスター選手「スマイル」ファン投票の様子



オールスターゲームではエキシビジョンマッチと併せて、2度のハーフタイムで「スマイラル！」の施策を実施。試合後の選手たちにデバイスを渡し、笑顔検知を行うトライアルも実施した

設定したKPIと結果

KPI①	3月19日開催オールスターゲームにて2,000笑顔の獲得	➡	結果①	462笑顔の獲得
				※3月19日開催オールスターゲーム 来場者数1009人
KPI②	寄付スポンサーの獲得：1社以上	➡	結果②	株式会社LIFULLと契約

今後の展望

- ・ Fリーグのセールス資料内にOne Smile Foundationと連携したCSRスポンサーの枠を新しく設け、Fリーグの収益拡大に貢献する
- ・ Fリーグとの実証実験を経て構築したシステム及び実績をもって、他の競技団体やチームへ「スマイルル！」を波及させることでファンエンゲージメントの向上と、スポーツ界全体のCSR活動推進に寄与する
- ・ 場内スクリーン活用が盛んなメジャーリーグやNBAなど、グローバルへの展開も模索



フットサル選手たちに笑顔検知デバイスを渡し、笑顔検知を行うトライアルを実施。映像機材の手配等のコストがかからず、臨場感溢れる「スマイルル！」コンテンツを生成することに成功した。Fリーグへの本格導入を目指して、LIFULLとの契約継続及び新規スポンサー獲得を目指す。

スクリーン活用に積極的なアリーナスポーツを中心に新規導入を目指す
ハーフタイムイベントを楽しみ、その笑顔が寄付にかわる仕組みとして提案を検討

Knows SOLTILO Knows株式会社

「テクノロジーがスポーツを進化させる。」という本田圭佑選手の考えのもと、スポーツの新常識「見える化」の浸透・普及を実現する最先端ウェアラブルセンサー「Knows(ノウズ)」を提供している。

採択の背景及び課題

・日本フットサル界全体でデータ活用が遅れていること

屋内競技に関しては屋外競技とは異なりGPSを利用することができないことに加え、ウェアラブルデバイスの導入には一定以上のコストがかかる点も相まりこれまで日本フットサル界ではデータ活用がなかなか進まない状況にあった

・フットサルの魅力を分かりやすく伝える手法や視点が不足していること

フットサルの競技自体の認知率は約98%と高いが、競技のルールや見どころなどを理解している人はごくわずかに留まっている結果、新規でFリーグの試合を観戦する人の数が増えない現状がある。従ってフットサルの魅力や迫力を、分かりやすく伝える手法が求められていると考えている

実証内容

Fリーグ所蔵の8チームにKnows indoorを導入。チーム関係者からは「データの観点から、明確な基準ができ可視化されることで選手に伝わりやすい」と好評を得た。またオールスターゲームではKnowsを通じて得られるデータを活用したファンエンゲージメント施策を実施。具体的にはKnowsで計測した選手たちのバイタルデータを場内スクリーンや実況・中継、配信画面にて紹介。また走行距離を予想する来場者参加型のクイズ企画を実施した。



オールスターゲームのハーフタイムに、試合中に取得したデータを場内スクリーンに投影



リアルタイムに計測できる選手データを、場内MCより分かりやすく来場者へお伝えする他、F League TVの実況・解説、配信チームと連携して配信映像の中で計測データを紹介

設定したKPIと結果

KPI①	Knowsと連動した観戦体験を視聴する人数：3000人 (来場者2,000人、配信視聴者1,000人)	結果①	総視聴人数：1555人 (来場者1,009人、配信視聴者546人)
KPI②	フットサル選手のKnows新規体験選手数：100名	結果②	140名 (Fリーグ8チーム+オールスター出場全選手が体験)
KPI③	Fリーグのチームを対象にKnowsの新規契約数：3社	結果③	3社

今後の展望

- ・ KnowsをFリーグの公式戦で全チームに着用いただく
- ・ 映像配信を行う事業者や会場MCとの連携を深め、Fリーグの競技力向上及び試合の観戦体験向上に貢献
- ・ 「する」「支える」に加えて、スポーツの「見る」にアプローチし、データxスポーツの観戦体験の領域で、Knowsの活用を他競技でも広げることができないか、更に模索を進める。



体験を行った8クラブからは高い評価を得た。「スピードや加減速を計測したい」という現場の声に応じて、アップデートを予定している

Jリーグのようにデータを活用した観戦体験やコンテンツ開発を進める

AMATELUS AMATELUS株式会社

自由視点映像及びマルチアングル映像の撮影から配信が可能なシステム「SwipeVideo」の開発提供を行う。

採択の背景及び課題

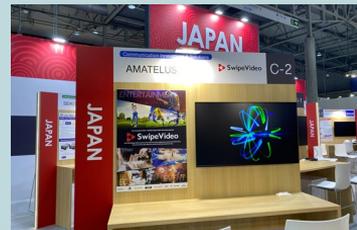
- ・ **マルチアングル有料配信によるモータースポーツの収益拡大への挑戦**
特定チーム視点、ピット映像、レーサー視点などの需要及び潜在需要の掘り起こしによる収益拡大を狙う
- ・ **マルチアングル有料配信による人気レース（F1・SUPER GT）以外の収益化**
スーパー耐久やジムカーナなどのレースの収益化に課題。現状は無料放送が主
- ・ **モータースポーツファンのエンゲージメント向上**
1アングルのみの配信では、トップ争いの1アングルのみの配信になりやすい。
マルチアングル配信の導入により、特定チーム・レーサーファンの熱量（エンゲージメント）を高めることが狙える

実証内容

世界初となるモータースポーツのマルチアングル配信として四輪自動車レース「スーパー耐久シリーズ」の運営を行うスーパー耐久機構（STO）と配信協業を実施。2024年3月30日-31日にスポーツランドSUGOにて開催される「スーパー耐久シリーズ 公式テスト」でスワイプビデオの撮影配信のテストを実施する。



昨年撮影したレースをスワイプビデオへテスト実装。
全20アングル以上のアングルをノーバッファリングで切替可能。
レーサー視点や特定チーム専用の視点などあらゆる観戦体験需要を満たす。



MWC Barcelona 2024にてスーパー耐久との取り組みをプレゼンテーション。
国内のみならず世界への配信も狙う。

設定したKPIと結果

KPI①	有料視聴者数：コア層で600人	結果①	2023年度中の有料配信は実施なし。 過去映像を使用したスワイプビデオへのテスト実装のみ実施
KPI②	モータースポーツへの訴求と導入 導入レース種別数 2023年度中に1レース	結果②	2024年から1レースに導入（スーパー耐久） スーパー耐久の他、SUPER FOMULAやSUPER GTへも提案を実施

今後の展望

- ・スーパー耐久での、スワイプビデオ配信及び有料配信による収益化を実現
- ・スーパー耐久を成功事例とした他のレースへの展開
- ・鈴鹿サーキットや富士スピードウェイなどのサーキット場へのカメラ常設によるマルチアングル配信の標準化
- ・上記の達成によるモータースポーツファン獲得・エンゲージメント向上



レース会場のコーナーやパドックなどの各所にカメラ常設の交渉
AMATELUSはライブハウスに「Swipevideo」用カメラを常設している



SUPER FOMULAやSUPER GTなど既に一定の収益を上げているレースだけでなく、ラリーやジムカーナなど収益が不足しているレースへの導入も検討



株式会社テレビ東京

関東広域圏を放送対象地域としてテレビジョン放送事業を行う日本の特定地上基幹放送事業者であり、TXNネットワークのキー局。

採択の背景及び課題

・テレビ東京制作番組との連携によるモータースポーツファン拡大

テレビ東京が制作するモビリティ系やeスポーツ系の番組との連携を期待
スポーツ系番組、テレビ東京YouTubeチャンネル「テレ東スポーツ」と連携した恒常的な露出獲得

・若者のモータースポーツ離れ解消

JAFモータースポーツ部が発給するカートライセンスにて、若年層の取得者数は年々減少傾向
テレビ東京の強みである子どもを対象としたコンテンツづくりをモータースポーツ界に踏襲することを目指す

実証内容

テレビ東京は、SNSやインターネット映像サービスの普及によってテレビ離れが止まらない昨今、テレビ東京ファンの声や熱量に寄り添った番組制作やIP活用を行うことで収益を作ってきた。今回のJAFとの取り組みでは、モータースポーツ離れに対する課題に対するアプローチとして、テレビ東京の映像制作やIPビジネスを転用することによる解決を目指し、JAFの公認団体であるeモータースポーツリーグ「UNIZONE」（一般社団法人eモータースポーツ機構）と連携
YouTubeでの映像配信を足掛けに、長期的なファンコミュニティ醸成・イベントや大会開催を目指す。



2024年2月に群馬県前橋市で開催されたUNIZONEエキシビジョンマッチに
タレント 平子祐希さん（アルコ&ピース）とテレビ東京アナウンサー 池谷実悠さん
を派遣し、映像撮影。会場での盛り上がりにも寄与した



YouTubeチャンネル「テレ東スポーツ」チャンネル登録者数：30.4万
（2024年3月14日時点）にてダイジェスト版の番組を3本配信
UNIZONE YouTubeチャンネルでは、ロングバージョンを公開

設定したKPIと結果

KPI①	YouTube制作本数：5本	→	結果①	合計6本：テレ東スポーツ 3本 / UNIZONE 3本
KPI②	YouTube総視聴回数 25,000回	→	結果②	1178回

※期間：2024年3月20日～2024年3月25日 17時時点にて計測

今後の展望

- ・ 継続的な映像制作によるファン拡大
- ・ リアルのモータースポーツとの接続
- ・ 育成したファンコミュニティを活用した大会開催



テレ東ファン支局のようなコミュニティ形成を目指す。テレ東ファン支局では、過去に支局員とのオンラインミーティングや、社内見学ツアー、社員のトークショーなどのイベントを開催している

キッズドライバー育成企画や芸能人を起用したカート体験企画など実車に触れる映像企画を制作を検討

LUUP 株式会社LUUP

電動・小型・一人乗りのマイクロモビリティのシェアリングサービスを通して、街じゅうを「駅前化」する新しい短距離移動インフラをつくることを目指している

採択の背景及び課題

・モータースポーツ界の脱炭素に対するソリューションとして「LUUP」導入を目指す

近年モータースポーツ界は世界的な取り組みとして、二酸化炭素排出量を極力減らすことを目指している

この二酸化炭素排出量はレーシングカーの走行のみでなく、興業を行う上で発生するレーシングカーや機材の輸送や来場者（観客やメディアなど）の移動も含むことから自動車やバスなどを使った移動は非推奨

また脱炭素への取り組みに積極的でないレース会場は、F1の誘致が難化するという背景も

実証内容

LUUPの提供による会場来場促進、アクセス性の改善、CO2排出量の削減を目指す。JAFやモータースポーツ界は排気ガス規制の煽りを受け、競技のみならず大会やイベント来場者による排気ガス量への対策も求められている。本年度の事業では、JAFが主催するイベント「モータースポーツジャパン」への来場方法の一つとして、来場者にLUUPを提案。来場者のみができる60分×2回のクーポンを配布し、合計約300回のライドを記録した。また電動キックボードの安全性向上を目的に、会場では電動キックボード講習を開催。これまで利用経験がない方々を中心に約70回の講習を開催

JAF MOTOR SPORT JAPAN 2024
先行編 行き帰り限定
60分×2回無料クーポン
クーポンコード LFCJAFMSJ
合計約300回の乗場クーポンライドによる減排を実現

お会場の会場までの移動手段としてLUUPを活用する方を対象に60分×2回分の無料クーポンを配布。自宅から最寄り駅、会場から会場最寄り駅、会場周辺観光など用途は多岐に渡った。300回以上のライドを記録。アプリでは削減したCO2排出量も確認可能。



電動キックボード講習に加えて、パネル・ガイドブックを使った安全講習会を開催。これまで利用したことがないユーザーを中心に参加者が集まった。二日目は荒天により集客が伸びず。

設定したKPIと結果

KPI①	体験会参加者数：115人（実稼働率80%）	→	結果①	70名 雨天の影響を強く受け、未達
KPI②	クーポン利用回数：115回以上	→	結果②	300回

今後の展望

- ・モータースポーツの普及、交通安全啓発、環境負荷低減、地域貢献等をキーワードに今後の更なる事業共創を検討
- ・LUUPとJAFによる相互送客
- ・レース会場周辺へのLUUP導入



JAFは自家用車で参加できるモータースポーツ「オートテスト」を全国各地の大型商業施設やJAF施設内で開催している。この会場内で、LUUPの市場体験や交通安全講習を行い、相互送客や地方へのLUUP普及を検討。

鈴鹿サーキットの最寄り駅である白子駅周辺へのLUUP導入を目指し、ホンダモビリティランド、三重交通と議論を行った引き続き、2024年以降の導入を目指して議論を行う

VML 株式会社Virtual Motorsport Lab

自動運転テクノロジーを競うeSportレースプラットフォームを提供。参加者は自動運転レーシングカーの開発を通して、自動車制御やAI技術の基礎を学ぶことができる

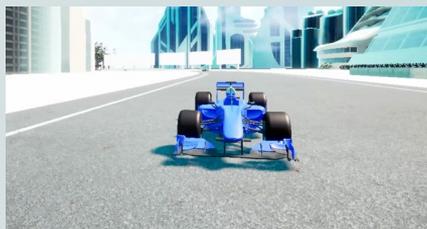
採択の背景及び課題

・自動車業界のIT人材不足

プログラミングを中心とするIT技術を有する人材が恒常的に不足する自動車業界の課題解決を狙う
レーシングカーの開発には、プログラミングなどの技術が必須であり、レーシングカー用に開発された技術を一般車向けにチューンし実装されるケースも多い
レーシングカーの開発人材を増やすことで、モータースポーツのみならず、自動車業界の収益拡大にも期待できる

実証内容

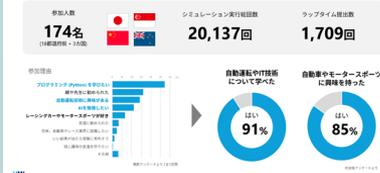
Virtual Motorsport Labが提供する自動運転技術を競うe-Motorsportプラットフォームサービスは、誰でも簡単に自動運転レーシングカーを開発できることが特徴。この開発を通して、自動運転・AI・プログラミングなどに技術に加え、モータースポーツの普及を狙う。
JAFとの協業では、小中高生向け大規模大会の開催と大会開催による若年層へのモータースポーツへの興味を促すことを目指した。



レースプラットフォーム上で、規定のコードを編集することで、レーシングカーがシミュレーション走行
プログラミング初心者向けの講習会やチャットベースでの質疑応答などを行い、参加ハードルを下げた



VML自動運転レース中高生大会：実施結果



世界4カ国174名が参加、シミュレーション実行回数は20,137回を記録した。
また「自動車やモータースポーツに興味を持った」という質問への回答は85%が「はい」と答えた

設定したKPIと結果

KPI①	中高生向けの大会開催: 参加人数: 100人	→	結果①	174名
KPI②	予選でのシミュレーター総試行回数目標: 11,900回	→	結果②	20,137回
KPI②	収益源であるスポンサーの確保: 1社	→	結果②	事務局の仲介にてインテル株式会社を獲得

今後の展望

- ・ JAFと連携した継続的な大会開催と収益拡大
- ・ 2024年夏に世界大会の開催
- ・ 大会開催によるIT人材の育成と輩出

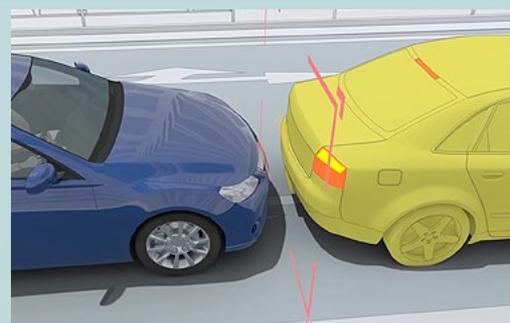
VML自動運転レース 中学生大会

最速の自動運転レーシングカーをプログラミングで開発しよう!

参加登録 (先着100名)

後援: 一般社団法人 日本自動車連盟 (JAF)

VML自動運転レース中学生大会2023のパートナー



2023年度に開催した中学生大会の世界大会開催を2024年夏に予定。協賛・協力パートナーの増加を図る

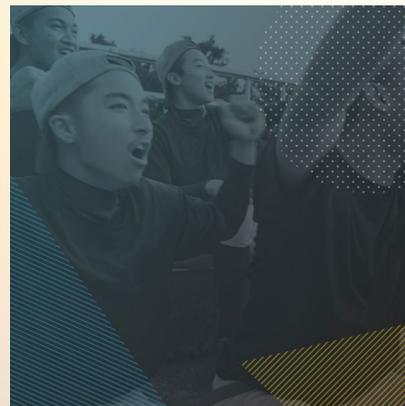
スマートモビリティ社会や自動運転技術などの需要が高まるエンジニア不足解消に向け、大手自動車メーカーへプレゼンを予定



CONTEST受賞事例紹介

CONTEST コンテスト

スポーツの新しい可能性に光を当てる



スポーツはビジネスや社会課題、テクノロジーやコミュニティなど様々な領域と掛け合わさり、世の中に新しい価値を生み出すことができるセンターピン。SPORTS INNOVATION STUDIO コンテストは産業拡張につながるイノベーティブな取り組みや経済成長・社会変革を今まさに起こそうとする取り組みをたたえ、広く世の中に届けます。

最もイノベーティブな取り組みをたたえる「スポーツオープンイノベーション大賞」をはじめ「ビジネス・グロース賞」「ソーシャル・インパクト賞」「パイオニア賞」と4つの賞区分から成る日本最大級のスポーツのコンテストです。

国内に拠点を置く企業、競技団体・チーム・NPO・NGO・地方自治体など、スポーツに関わる方々から合計72件の応募をいただきました。

Sports Innovation of The Year!!

スポーツオープンイノベーション大賞

スポーツの活用・拡張を通じて生まれたイノベティブな取り組みをたたえスポーツがもたらす産業拡大について、最もポテンシャルを感じさせてくれた事例を表彰します。

スポーツでビジネスを加速させる！

ビジネス・グロース賞

スポーツチームによる新規事業創出をはじめ、企業によるスポーツを活用したビジネスモデルの創出など固定概念やスキームを変革することで成し得た、ビジネスグロースの好事例を広く募集いたします。

スポーツが社会のあり方を変える！

ソーシャル・インパクト賞

地域活性化から健康寿命の伸長・医療費の低減、共生社会の実現まで日本社会が内包している不自由や不具合を、スポーツの力によって解決している先進事例を募集いたします。

常識を変えるスポーツの新たな挑戦！

パイオニア賞

開拓者は、無謀なくらいがちょうど良い。スポーツやその周辺環境が大きく変化する中で、新たな発想・新たなテクノロジーによって、これまでの常識を変えるような事業にチャレンジしているパイオニアをたたえます。

スポーツ オープンイノベーション大賞

バリュエンスジャパン株式会社／持続可能なチーム運営とファンエンゲージメントをサポートする「HATTRICK Auction」～チームにとっては不要でも、ファンにとっては宝物に～

【ファイナリスト】

株式会社resolist／奈良県全域を走る移動式子ども食堂
一般社団法人渋谷未来デザイン／AIR RACE X(エアレース エックス)

ビジネス・グロース賞

バリュエンスジャパン株式会社／持続可能なチーム運営とファンエンゲージメントをサポートする「HATTRICK Auction」～チームにとっては不要でも、ファンにとっては宝物に～

【ファイナリスト】

株式会社モルテン／MY FOOTBALL KITを通じて子ども達に教育とスポーツのきっかけを提供
株式会社Criacao／課題解決型パートナーアクティベーション

ソーシャル・インパクト賞

株式会社resolist／奈良県全域を走る移動式子ども食堂

【ファイナリスト】

株式会社名古屋グランパスエイト／名古屋グランパス SDGs アカデミー
ヒュンメル (株式会社エスエスケイ) /4クラブ協働「点字シャツ」で多様性のある社会へ

パイオニア賞

一般社団法人渋谷未来デザイン／AIR RACE X(エアレース エックス)

【ファイナリスト】

株式会社LOCAL2／世界遺産「下鴨神社」からスポーツと芸術が融合。日本らしい新たな魅力的拠点の創出
Fintertech株式会社／次世代金融×スポーツ：スポーツビジネスにおけるデュアルクラウドファンディング

バリュエンスジャパン株式会社

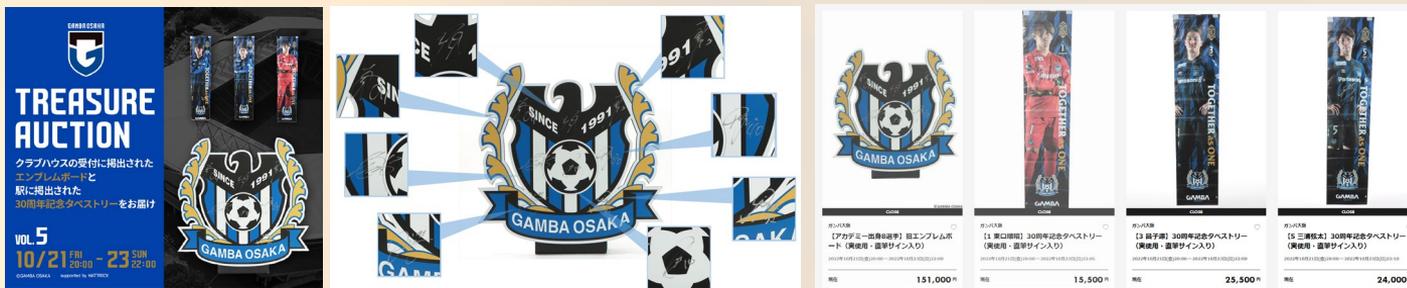
持続可能なチーム運営とファンエンゲージメントをサポートする

「HATTRICK Auction」～チームにとっては不要でも、ファンにとっては宝物に～

【プロジェクト概要】

「ともに、挑戦者の持続可能な未来をつくる。」をコンセプトに、プロスポーツチームやスポーツ団体にとっては不要になった「モノ」に付加価値を付け、ファンに届けるオークションサービス。システム・サービス提供だけでなく、ストーリーテリングや出品メニュー開発などのマーケティングサポートを行い、ともに利益を作ることで、スポーツチームからの支持を得ている。

<HATTRICK Auction PR画像・出品アイテム・オークション入札ページ>



チームエンブレムのリブランディングに伴い、不要となった旧エンブレムに関するチーム備品（エンブレムボードとのぼり）を価値化したプロジェクト

審査員コメント ※一部抜粋

- ・アスリートやチームなどの出品者が無理をせずに理想的に事業成長ができる
- ・本来廃棄物となるモノをオークションにかけることは環境配慮の面でも素晴らしい

サービス開発の背景と特徴

スポーツチームの課題

- ・シーズンユニフォームや掲示物など廃棄せざるを得なかったり保管するしかないモノに溢れている
- ・コロナ禍での収入源⇒存続のために新たな収益源が必要

バリュエンスの強み

- ・メイン事業：リユース業（ブランド品等の買取・販売）
- ・「『誰かにとっての不要』は、『違う誰かの必要』になる。」という考えのもと、価値ある品を過去から未来へとつないできた

<サービスの特徴>

- ・徹底した正規品の立証と転売抑制
アメリカの企業と連携し、物体指紋認証技術を用いた出品商品全データの登録・保管・鑑定書発行を実施。
- ・共感型のサービス展開
商品をただ出品するのではなく、オークション開催や出品商品に込められた想いやストーリーを訴求。
- ・多岐にわたる出品商品
選手着用ユニフォームや試合会場の掲示物など、チームや団体がお金をかけて制作し廃棄してきたあらゆるモノを価値のあるモノに。



マンホールやのぼりなど元来廃棄していたモノを価値化

➡ 両社の課題と強みを掛け合わせて誕生

2023年度の実績

流通取引総額

約 **4.5 億円**
(前年同期比 **168.7%**)

オークション開催数

約 **600 回**
(前年同期比 **165.5%**)

クライアント数

約 **140 社**
(前年同期比 **153.9%**)

サービスの展望

1 アップサイクルの強化

デザイナー・一法師拓門氏とのパートナーシップにより、アップサイクルプロジェクトを強化

2 海外への展開

日本でのオークション開催やアップサイクルのノウハウを武器に、海外のスポーツチームや団体、アスリートへの提案を強化

3 プロスポーツ以外への展開

映画やアート、アニメといったエンターテインメント業界や、学生のスポーツ大会などへの導入

株式会社resolist

奈良県全域を走る移動式子ども食堂

【プロジェクト概要】

現役Jリーガーである浅川隼人氏が運営するプロジェクト。ロアッソ熊本時代に、食の豊かさ、農家の現状、Jリーグクラブの現状を知り、地域やチームへの貢献として子ども食堂の原点となる“chabudai”を立ち上げ。貧困家庭が右肩上がりが増える現状をアスリートと地域の力を活用して解決することに加え、浅川選手をはじめとするサッカー選手とのサッカー教室やサッカー観戦チケットの贈呈などを行うことで、ひとり親家庭の子どもたちに健康と夢を与える。2023年は浅川選手が所属するサッカークラブ J2奈良クラブの所在地である奈良県にて活動。

<移動式子ども食堂 クラウドファンディング・活動の様子>



2023年6月からクラウドファンディングを開始。2023年8月23日に一回目の移動式子ども食堂を奈良県磯城郡田原本町にて開催。

審査員コメント ※一部抜粋

- ・選手という社会的影響力の大きい方が関わっているプロジェクトで選出にふさわしいと思う。現役選手という点も高評価
- ・選手個人が立ち上がって取り組んだこと、アスリートが体一つで取り組めることの価値が大きいと思う

サービス開発の背景と特徴

日本の課題

- ・こどもの7人に1人 (13.5%) が貧困 ※厚生労働省の調査

奈良の課題

- ・平成2年からの20年間でひとり親家庭が2倍に増加 ※奈良市役所の調査
- ・児童福祉施設全国43位 ※総務省の統計

スポーツチーム・アスリートの強み

- ・地域との繋がり、社会および地域での強い影響力

➤ アスリートが地域の力を活用して貧困課題解決へ

<サービスの特徴>

- ・地域で子どもの健康を支え、ともに育てる
地域企業からスポンサードを原資に、児童福祉施設や生活困窮過程に食事をお届け
- ・スポーツの活用
奈良クラブと連携し、Jリーグ観戦を開催。
加えて、浅川選手によるサッカー教室等を通じて、
こどもたちに夢を与える
- ・地産地消
可能な限り、地産地消にこだわって食事を提供
食事は日頃からアスリートを支える栄養士が監修する
また収穫体験など地域食材とつながる体験提供も行う



移動式子ども食堂の
キッチントレーラーと提供する食事

2023年度の実績

子どもへ食事提供

221名

活動に参加した親子

294名

奈良県での開催地域数

7地域

クラウドファンディング
支援総額

1,783,000円

サービスの展望

1 月2回の定期開催

売上向上と資金調達により取り組みの定期開催を目指す

2 他アスリートとの連携

奈良クラブと連携を強化し、2024年は所属選手も参加予定。より強い影響力を持った活動に

一般社団法人渋谷未来デザイン

AIR RACE X (エアレース エックス)

【プロジェクト概要】

環境問題やレース会場確保の難しさから大会が完全終了した空のF1「エアレース」をXRで再現し、世界初のXRスポーツとして復活させたプロジェクト。実際の飛行を超高精細データにて取得し、AR上で忠実に再現。

パイロットは各地の飛行ベースからリモートで参加し、大会の指示にて設定された同一コースを飛行する。大会は予選を6日間、上位4名が渋谷決勝戦に進んだ。eスポーツのような画面越しの観戦だけでなく、ARゴーグルやスマートフォンを用いた拡張現実によるレース観戦を実現。

レース開催都市 渋谷で実際にエアレースエックスを観戦できるパブリックビューイングを開催した。

<AIR RACE X 実際のレースの様子>



パイロットが実際にレースに参加する様子。実機では不可能な2機が並走するレースを実現（エアレースでは、1機ずつ飛行するタイムアタック形式であった）

審査員コメント ※一部抜粋

- ・そもそも興行を実施・成立させることが難しい中で、それなりに資金調達ができている点は高評価。今後も広がっていくプロジェクトでないか。
- ・チャレンジングな取り組みで素晴らしい。テクノロジーを活用した取り組みかつ、世界的な取り組みとして高く評価できる。

サービス開発の背景と特徴

エアレースの課題

- ・開催ハードルが極めて高い
環境問題・広大な空のエリア確保・高額な開催費用

エアレースのポテンシャル

- ・レッドブル・エアレース・ワールドチャンピオンシップ
会場来場者数：約10万人
配信観戦者全世界187カ国2.3億ユーザー

[2019年5月29日開催]

<サービスの特徴>

- ・テクノロジー活用によるエアレースの厳格な再現
高精度なAR再現と飛行データ計測のほか、改ざん防止システムやハンディキャップ自動検出など公平かつ厳格なレース運営を行う
- ・競技価値の拡張
エアレースでは不可能であった、市街地の飛行を実現
2機が並走するレース形式の実現で競技の魅力も恒常
- ・スポーツツーリズムとしての活用
観光資源の多い、市街地でのレース実現により、
スポーツツーリズムの可能性も模索。
2023年は渋谷区開催。配信を通じた都市のPRも可。



AR上で見られる映像と
ARゴーグルを活用した
パブリックビューイングの様子

➡ テクノロジー活用によるレース復活と価値の拡張へ

2023年度の実績

オフライン観戦者提供

620名

(有料観戦会場 120名)

決勝レースライブ
配信再生回数

17,906回

クラウドファンディング
支援総額

8,109,000円

サービスの展望

1 XR技術の他スポーツへの転用

エアレース同様に問題を抱えるスポーツの課題解決や価値拡張を目指す

2 地域活性化

引き続き、渋谷区と連携し、渋谷区に新たな体験価値やアセットを付与する

3 日本発のスポーツとして、世界へ進出

エアレースエクスの魅力、スポーツツーリズムを武器に世界の都市との連携を図る

本報告書は、スポーツ庁の令和5年度 スポーツ産業の
成長促進委託事業として、株式会社スクラムスタジオが
実施した令和5年度スポーツオープンイノベーション推進事業
「スポーツオープンイノベーションプラットフォーム(SOIP)の
基盤形成」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。