

**SPORTS OPEN INNOVATION
BUSINESS BUILD**

DEMODAY

**「スポーツ×他産業」が
地域に根差した新しい価値を示す1日**

2024/3/21 (Thu) @TOKYO



令和5年度 地域版SOIP 事例集

本事例集は、令和5年度スポーツ庁委託事業として、
株式会社eiiconが実施したスポーツ産業の成長促進事業
「スポーツオープンイノベーション推進事業(地域版SOIPの先進事例形成)」
の成果を取りまとめたものです。

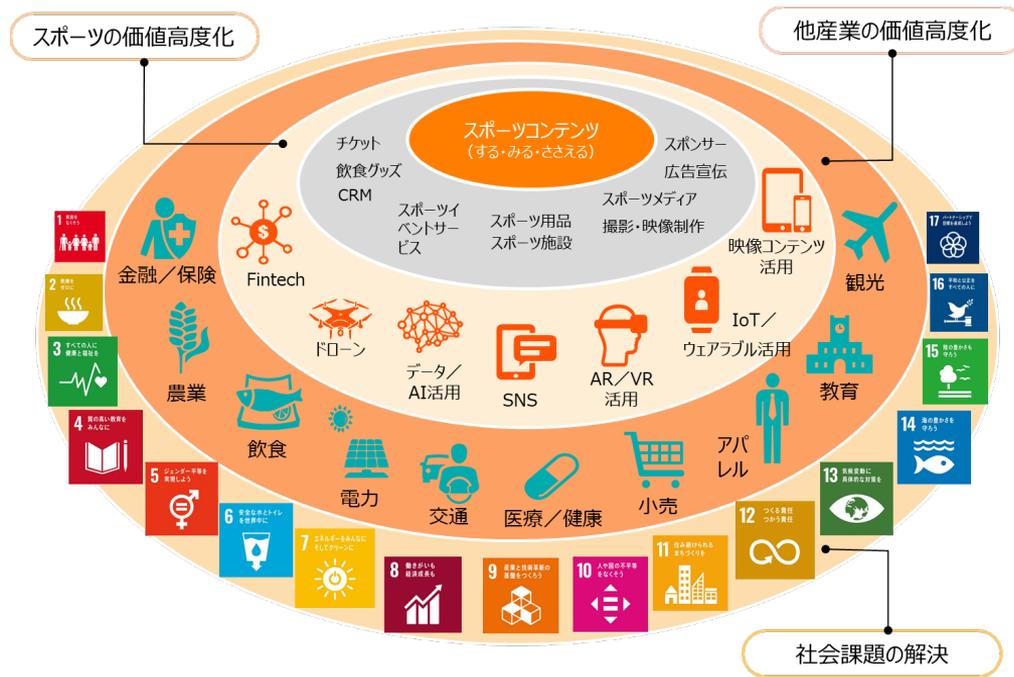
従って、本報告書の複製、転載、引用等にはスポーツ庁の承認手続きが必要です。

#1 地域版SOIPの概要

SOIPとは

スポーツが持つ「価値」を生かし、他産業と融合することで
2025年までにスポーツ市場規模15兆円をめざす

Sports Open Innovation Platform



地域版SOIPとは

各地域のスポーツチームと全国のスタートアップ・事業会社が
共創(オープンイノベーション)の手法で、
各地の地場企業・自治体等によるサポートを受けながら、地域から
「スポーツ×●●」の**新しいビジネスの創出と社会実装を目指すプログラム。**

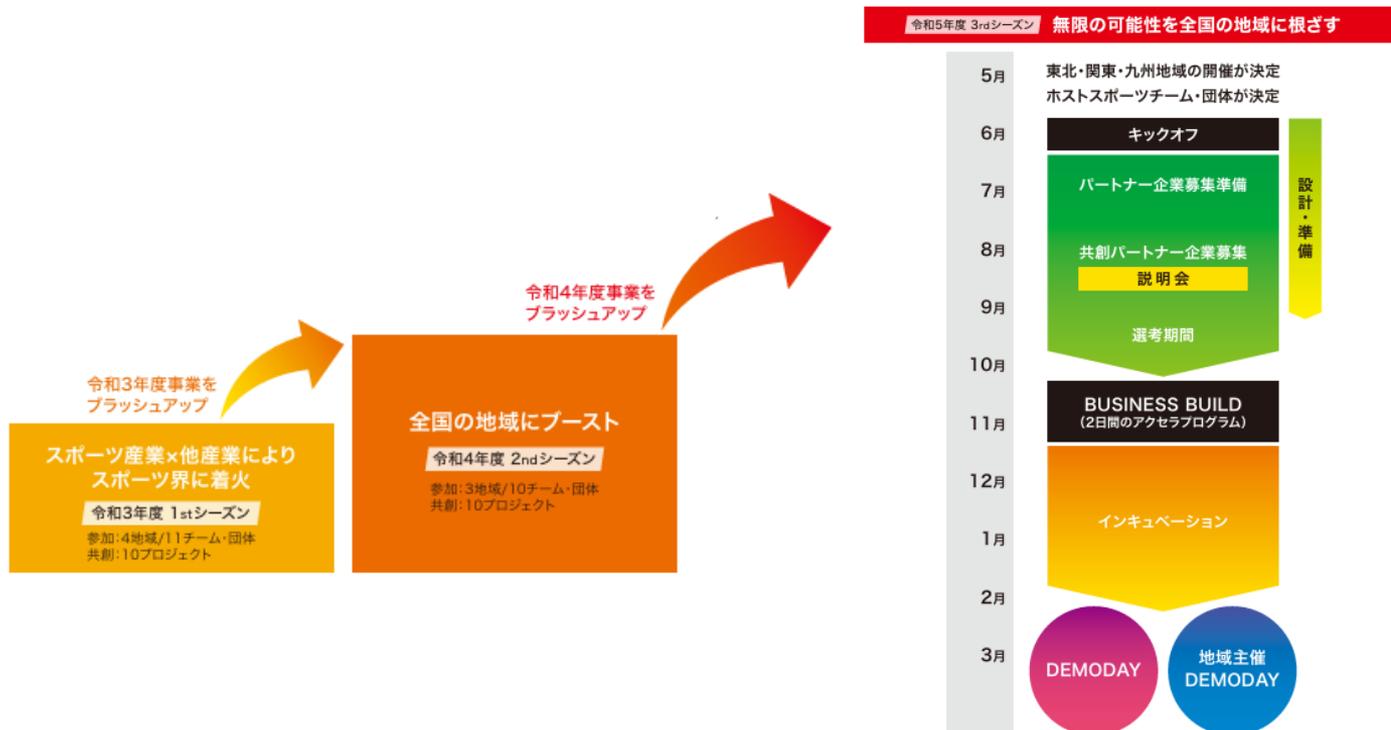
スポーツを核とした
地域活性化を目指す



※スポーツ庁事業である令和5年度スポーツ産業の成長促進事業「スポーツオープンイノベーション推進事業(地域版SOIPの先進事例形成)」の一環として実施したアクセラレーションプログラム

地域版SOIPの3年間の取組

地域版SOIPは初年度は着火。
 次年度は取組を他地域に拡大し、2年間で6つの地域で20の共創事例を創出。
 3年目となる今年は、より深く地域に根差しスポーツ市場、地域にとって新たな価値の創出を目指す。



今年度の地域版SOIP

今年度は東北・関東・九州の3エリアから10のスポーツチーム・団体が参画し
 パートナー企業と共に社会実装に向けた実証実験に取り組んだ。
 本資料はその成果を纏めたものである。



#2 10の共創プロジェクトの事例集



株式会社仙台89ERS / 株式会社ナビタイムジャパン

NAVITIME

クラブ、来場者、住民、地域事業者 みんなで創るバスケの街

取り組みもうとした背景

- 『バスケットボールを通じて、豊かな社会づくり・元気な仙台の街づくりに貢献する』理念のもと、地域の皆様に愛され、地域の誇りとなるようなクラブに成長したい。
- B.プレミア参加条件をクリアするために、入場者数・売上を維持・拡大したい。
- 長町への来訪ついでに試合観戦があるよう、地域の魅力を見つけ・まとめ・高めたい。

企業の提案内容

- スポーツ観戦におけるお役立ち&お楽しみ情報が閲覧・投稿できる“新しい地図型SNS”を構築し、地図上に情報を載せることで、“行きたい”から“行ける”まで提供。
- 試合前後の時間を地域で過ごし、消費することで、経済の活性化をはかる。
- 利用データの分析により、新たな取り組みの示唆を得ながら、地域との連携を強化。

2社で取り組むサービス・ソリューション内容

仙台89ERSと太白区・長町に特化した

ローカルコミュニティマップを構築し、
地域を盛り上げる好循環を生み出す。

Before

試合観戦者が
アリーナに集まる
※直行直帰

地域の情報が
観戦者に届く



ローカルコミュニティマップ

ローカル&魅力的
な情報が集まる

After

地域に人が流れ
消費が促進される

新しい店舗/商品/
イベントが生まれ、
地域の魅力向上

新たな層が興味を
持つ、誘い誘われ
が増加する

スポーツチームのアセット

Team & Sponsor	選手、チア、スタッフと、地域に根付き、チーム運営に取り組む人材と、それを応援する団体。
Yellow Project	長町をナインズイェローに染める取り組みや、SDGs文脈ではボール寄贈やゴール設置等の取り組みを実施。
Club NINERS	ファンクラブ会員約3,000人およびLINE35,000人、SNS総フォロワー約90,000人規模のコミュニティを保有。

パートナー企業のアセット

Digital Map	20年以上の運用実績を誇り、年間5000万UUのアクセスにも耐える日本全国の地図サービスを構築。
Database	観光地・駐車場など様々なカテゴリの約900万件の施設・交通データを収集/蓄積、更新できる体制を構築。
Passion	地域に眠る魅力を発掘し、その地域を盛り上げ、スポーツを地域に根付かせたいという思い。



株式会社仙台89ERS / 株式会社ナビタイムジャパン

NAVITIME

試合観戦者の地域回遊が実現し、新しいお店の発見になったとの声が多数！
ビジネス化に向け、太白区・仙台市・宮城県と連携に向けた協議を進行中

PoCのターゲット

- 3/2(土)、3/3(日)の試合日: CLUB NINERSメンバー
- 3/6(水)の試合日: 試合観戦者

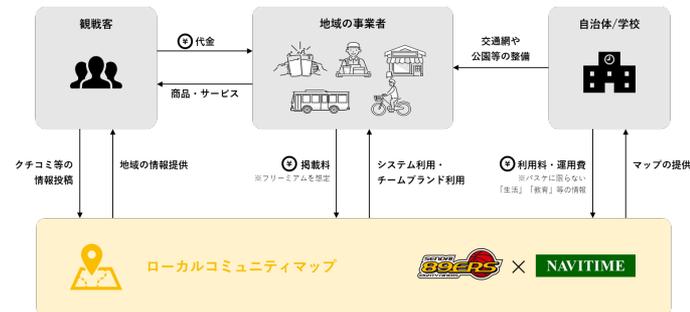
PoCの取組

- 構築したコミュニティマップ上で以下を実施
 - グルメやアクセス等の情報収集・掲載
 - モデルコースの作成・掲載
 - クチコミ投稿キャンペーン実施
 - スタンプラリーイベント実施
- 3日間での成果
 - 参加者 : 369人
 - 景品交換者 : 143人
 - クチコミ投稿 : 51件
 - スタンプ獲得 : 1,662個



ビジネスモデル

- 3フェーズの時間軸で検討。以下には3rdフェーズ時を記載



中長期のビジョン

いま
プロバスケットチーム
「点」の盛り上げ役

短期目標
地域を盛り上げる
起爆剤

試合観戦客による「面」の盛り上げが期待される

中長期目標
地域に根付いた
インフラ・資源

日常から盛り上がっている街の中の1つの「コンテンツ」



秋田ノーザンハピネット / 株式会社エーエスピー



秋田の「お米」をベースにした 新しい元氣食品「ローカルヘルシーフード」開発

取り組みもうとした背景

- ・ チームが子ども食堂を運営する中でも余っているお米などの農産物があり、食堂だけでは活用しきれず、もったいない状況にあった。
- ・ 秋田県の米のうち約140万トンが流通していない可能性がある。

(出典:産地へのヒアリング)

企業の提案内容

- ・ 未活用農水産物を活用した原料開発や商品開発のノウハウと大学などと開発を進めているアスリート食開発の知見をもとに保存性の高い地産の食品を開発し、廃棄の削減と雇用創出につなげる。

2社で取り組むサービス・ソリューション内容

秋田の銘産であるお米を活用した伝統食品「きりたんぼ」から米の新市場を創出する

- ・ 安心な食品で健康をサポート
- ・ プロスポーツ選手も食べる食品を提供
- ・ 隠れフードロスの削減

コンセプト

秋田の名産きりたんぼをベースにした
新しい元氣食品「ローカルヘルシーフード」第1弾



商品名

「お米プロテインバー」

- ・ 無添加かつ高たんぱく
- ・ 馴染みのある味
- ・ 手軽にあたたく

プロテインが取れる商品のポジショニング



スポーツチームのアセット

- ・ 県民球団宣言と熱烈なサポーターの協力
- ・ 秋田県内の企業との多様なネットワーク
- ・ 食事に対する意見が聞けるプロバスケット選手、トレーナー

パートナー企業のアセット

- ・ 未活用農水産物のアップサイクルノウハウ
- ・ 未活用農水産物タンパク原料の開発と保有
- ・ 食品開発のノウハウとネットワーク



秋田ノーザンハピネッツ / 株式会社エーエスピー



PoCのアンケートで80%が味が美味しい／40%が子どもに食べさせたいと回答 新会社を設立し、商品化と全国的な販売を目指す

PoCのターゲット

- スポーツに取り組む子どもを持つ保護者がメインターゲット

課題意識

- 無添加で健康的で
- 腹持ちして
- 手軽に食べられるものが欲しい。

子どもの成長期の身体作りに貢献

PoCの取組

- 2月10日のホームの試合の前に試食アンケートを実施。
- 3つの味と3つの見た目のタイプ分け試作品で、コンセプト、外観、味、利用シーンなどを検証
- 50名を目標に実施し、あっという間に**55名の試食結果**が得られた。
- どのタイプも**約80%の人が美味しい**と評価。利用シーンや食べ方も問題なく、商品化の手ごたえがあった。



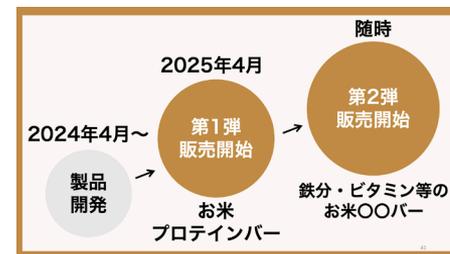
ビジネスモデル

- 秋田ノーザンハピネッツ、エーエスピー、JA秋田しんせいでの新会社の設立を検討。秋田県内のネットワーク、販路などを活かして県民への販売。県外の小売との販路開拓と、スポーツチームや学校などの連携を活かした、全国的な販売を目指す。



中長期のビジョン

- 商品ラインナップの拡充を段階的に行っていく。
- 地域の工場稼働率の向上と雇用創出を進めながら、ラインアップを拡充していく。





株式会社モンテディオ山形 / 株式会社ボイスクリエーションシュクル

Voice Creation

Sucre

ボイスクリエーションシュクル

O-60 モンテディオやまびこ「声」のチカラを起点に高齢者が輝き活躍する地域へ

取り組みもうとした背景

- ・ スポーツチーム:高齢化が全国で5番目に進んでいる山形だからこそ、高齢者の健康課題解決に取り組み、高齢化がイキイキと活躍する場所をつくりたい。
- ・ パートナー企業:「声・喉」の改善を行うトレーニング「声磨き®」を行い、高齢者の健康課題を解決する取り組みを広めたい。

企業の提案内容

- ・ 高齢者をターゲットに「声・喉」を起点としたトレーニングを行い、高齢者が抱えるあらゆる健康課題を解決しながら、いくつになっても学び・支えあえる仲間ができるコミュニティを形成し、イキイキと活躍する場を提供する。

2社で取り組むサービス・ソリューション内容

- ・ 高齢者の心身の課題を「声のチカラ」を起点としたコミュニティによって解決する。
O-60モンテディオやまびこ(コミュニティ)の運営
 - ①声磨き®トレーニングの実施(健康課題を解決)
 - ②やまびこ体操(声の体操)
 - ③スタジアムでのやまびこ挨拶隊(活躍の機会)
 - ④フォローコンテンツ(反復学習教材)



スポーツチームのアセット

- ・ モンテディオ山形のファン・サポーター(IDベースで60歳以上1,200件)
- ・ クラブが運営する公園の自主事業参加者(52クラス、10,000人)
- ・ 山形県内の自治体ネットワーク(35市町村の自治体)

パートナー企業のアセット

- ・ 「声・喉」の改善を行うトレーニング「声磨き®」を行い、シニア層の健康課題を解決する取り組みの実績。
- ・ 全国各地にインストラクターを備え、約4万人の会員に向けた声・話し方の講座を展開している実績。



株式会社モンテディオ山形 / 株式会社ボイスクリエーションシュクル

Voice Creation

Sucre

ボイスクリエーションシュクル

約4か月に渡るPoCを実施！モニター参加者全員が声や心身の変化を実感！
本サービス同様の金額設定1ヶ月1,000円で20名の枠が完売

PoCのターゲット

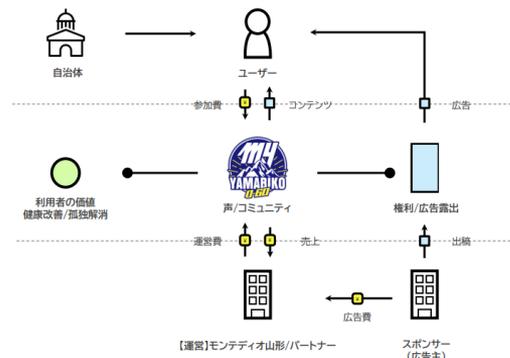
- ・モンテディオ山形のファン・サポーター
- ・スタジアム周辺市町村の老人クラブ・婦人会

PoCの取組

- ・PoC1期:技術検証「声磨き®のコンテンツでサービスが成立するか？」
-無料で6名のモニターが参加
-声磨き®トレーニング3回実施
-クラブイベントにてお披露目会を実施(2,000名来場)
→全ての参加者が心身に関わる改善を実感/PoC2期への引き上げ6名
- ・PoC2期:ビジネスモデル検証「1か月1000円のサブスクリプションモデルでの金額設計をした時に集客ができるか？」
-声磨き®トレーニング3回実施+試合会場にて挨拶運動を実施
→定員**20名**の枠が**完売**



ビジネスモデル



中長期のビジョン

ステップ.1

- ・自治体との連携でサービス体験者を増やす(初年度は10自治体連携を目指す)/BtoG向け
- ・サブスクコミュニティの運営開始/BtoC向け
- ・ドリル、マイスター制度の開発/BtoC向け

ステップ.2

- ・出張型、BtoB向けサービス/広告モデルの開始



三菱重工浦和レッズレディース / 株式会社ユーフォリア



ミライのために、イマできること。 私たちはスポーツをとおして 女性のコンディショニングと本気で向き合い 科学します

取り組みもうとした背景

- スポーツチーム:部活動をはじめとするグラスルーツのスポーツ環境では、未だに過去の経験則からの指導が行われており、痛みを抱えながらスポーツを続けている選手が多い。その中で女性アスリート特有のコンディショニングの知識や重要性が選手・指導者・保護者に浸透していない。

企業の提案内容

- アスリートのコンディションを可視化するアプリを活用し、育成年代の女性アスリートの月経に関するコンディションに関するデータ収集および分析を行うとともに、セルフコンディショニングシステムを開発し、地域の中高生にレッズレディースとしてコンディショニングの啓発活動を行う

2社で取り組むサービス・ソリューション内容

- 育成年代の女性アスリートのセルフコンディショニングシステムの開発
 1. 月経とコンディションデータの蓄積
 2. 月経とコンディション相関データ分析および月経の症状ごと16タイプ分け
 3. フィードバックレポートの精度向上
 4. フィードバックレポートによるセルフコンディショニングの理解と実践
- さいたま市内の中高生への訴求・啓発活動



スポーツチームのアセット

- クラブに所属する中学生・高校生の選手のコンディションデータ
- コンディション管理アプリ「ONE TAP SPORTS」に習熟したスタッフ陣
- フィードバックレポートに対する選手・指導者・保護者からの知見

パートナー企業のアセット

- コンディション管理アプリ「ONE TAP SPORTS」、そのシステム開発
- 収集したデータの分析とそのノウハウ
- 女性アスリートの研究者をはじめ専門知識を有するスタッフ



三菱重工浦和レッズレディース / 株式会社ユーフォリア



2024年2月からレッズレディースの中学生・高校生50名のコンディショニングデータの取得を開始 今後1年間データを蓄積しながらセルフコンディショニングシステムを開発する

PoCのターゲット

- レッズレディース中学生・高校生の選手(各30名)
- 上記選手の指導者・保護者

PoCの取組

【啓発】2月11日にレッズレディース中学生・高校生の選手に月経とコンディションに関する基礎知識及びデータ蓄積に関する説明会を実施

【データ蓄積】コンディションデータ蓄積(基礎体温・月経・かた症状・ココ症状等、10項目)

<約1月計測の暫定結果>

- **継続的データ入力:50名**
- 内)生理あり:34名、**生理なし:16名、月経前・月経中に症状あり:59%**

【レポートニング】

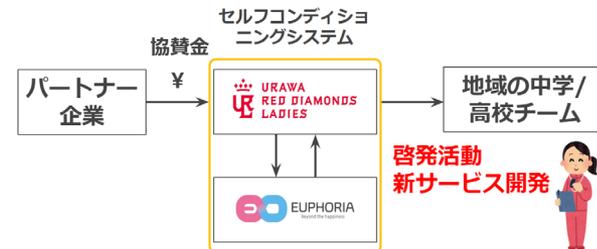
- 選手個別に対してフィードバックレポート作成(一部自動システム化)
- 月経とコンディションとの相関、16のコンディションタイプ分け
- フィードバックレポートの精度向上(選手・指導者・保護者から知見をもらう)

コンディションタイプ分類 (16タイプ)	
月経前	月経中
症状なし	症状なし
カラダに症状あり	カラダに症状あり
ココロに症状あり	ココロに症状あり
カラダとココロに症状あり	カラダとココロに症状あり



ビジネスモデル

- レッズレディース中学生・高校生の選手から1年間、月経とコンディションデータを収集し、女性特有のセルフコンディショニングシステムを開発する



中長期のビジョン

- 開発セルフコンディショニングシステムを、さいたま市内の中高生に訴求・啓発活動を行う。
- スポーツスポンサーシップや、新サービス開発として企業と連携を図る。





大宮アルディージャVENTUS / eatas株式会社

eat+

女子サッカー選手が考案！楽しく食べながら体も心も成長する『進化ごはん』

取り組みもうとした背景

- 女性アスリートの選手の怪我や集客に課題があり、栄養管理をしてパフォーマンスをアップすることで、集客に繋げる仕組みをつくる
- アスリートへの取組を起点に成長期の子どものためのエネルギー不足を回避する

企業の提案内容

- 管理栄養士によるマンツーマンのパーソナル食事指導を提供しており、栄養面から選手のパフォーマンスアップに貢献できる
- 食事指導用のアプリ・システムも開発しておりデータに基づく分析や指導ができる

2社で取り組むサービス・ソリューション内容

さいたまモデル(トップチームから子どもたちへ)

①選手への栄養管理

トップチーム選手へのパーソナル食事サポート
 トップチーム、アカデミー選手、アカデミー選手保護者への栄養セミナー

②女子中学生への栄養講座

さいたま市が主催するサッカー応援企画「スマイルプロジェクト」に参加している女子中学生への栄養講座

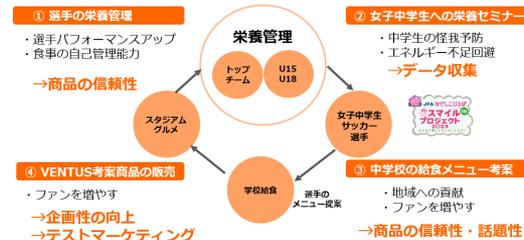
③中学校給食メニュー考案

さいたま市の中学校へ本プロジェクトで選手が考案したメニューを学校給食で提供

④商品化

学校給食メニューで提供した商品をスタジアムグルメで販売。パッケージ化させて販売を行う

商品化までの4段階モデル(さいたまモデル)



スポーツチームのアセット

トップチーム選手の協力
 ・ホームゲーム
 ・近隣中学校、街、地元企業へのアプローチ

パートナー企業のアセット

・パーソナル食事指導、食事指導用アプリの提供
 ・栄養分析、研究
 ・セミナー、レシピ開発など
 ・管理栄養士のコミュニティ

地域パートナーのアセット

・地場企業とのリレーション
 ・さいたま市内の教育委員会、小中学校とのリレーション



大宮アルディージャVENTUS / eatas株式会社

eat+

スタジアムグルメで200食が完売し、購入者の99.1%が商品化したら購入したいと回答 2024年秋に商品化を目指す

PoCのターゲット

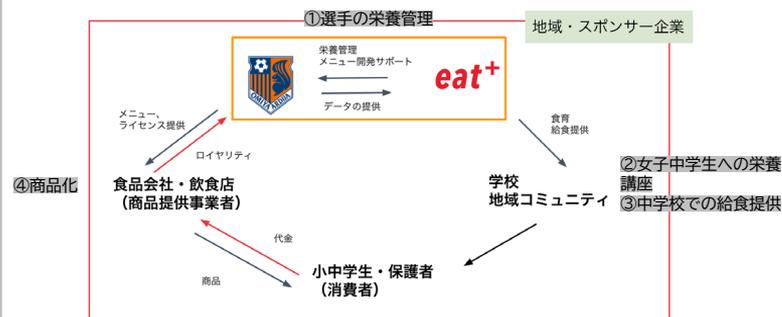
- ・成長期の子どもたち、保護者
- ・スポーツをしている子どもたち

PoCの取組

- ①選手の栄養管理
 - ・11名の選手にパーソナル食事指導を実施
 - ・セミナー実施(トップチーム 25名、アカデミー生 60名、保護者 50名参加)
- ②スマイルプロジェクトでの女子中学生への栄養講座
 - ・中学生9名、保護者8名に実施
 - ・練習後30分以内の捕食をしながら受講
- ③さいたま市中学校での給食提供
 - ・選手考案の給食をさいたま市中学校2校で実施
 - ・750名のアンケートを取得
- ④商品化 スタジアムグルメ
 - ・200食が完売し、購入者アンケートでは99.1%が商品化したら購入したいと回答



ビジネスモデル



中長期のビジョン

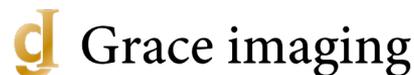
- ・2024年秋にVENTUS ナポリタンの商品化
- ・2025年以降、さいたまモデルを他地域、他スポーツでの展開

4月以降のスケジュール





さいたまマラソン / 株式会社グレースイメージング



日本一笑顔になれる！さいたまマラソン

取り組みもうとした背景

- 代表選考レースから、コロナ禍を経て市民マラソンへとリブランディング
- ①他大会との差別化 ②ランナーの満足度向上 ③持続性 がテーマ
- 「スポーツのまち さいたま」として、マラソン大会をモデル事業にしたい

企業の提案内容

- 運動中の汗に含まれる乳酸から疲労度を測る「汗乳酸センサ」を使うことで、ランナーが完走するために必要な適正速度が分かる
- ランナーの目標タイム達成、完走をサポートすることで、テーマとする満足度向上に寄与し、大会を起点とした測定サービスの拡大を狙う

2社で取り組むサービス・ソリューション内容

- 「汗乳酸測定によるマラソンカウンセリング」と題した測定会を実施
- 対象:さいたまマラソン2024 フルマラソンの部にエントリーした15000人
- 大会ウェブサイト、DMで募集告知、参加者の抽選、測定施設の確保
- 汗乳酸測定で求めたランナーの適正速度をもとに、目標達成に必要な数値やトレーニングメニューをアドバイス。自分の体力を知ること、目標タイムを見直すきっかけを作る
- 測定結果、アドバイスは専用のクラウドシステムでレポートを生成し、ランナーに提供
- 大会後は参加者へのアンケートを行い、事業化に向けたフィードバックを実施



スポーツチームのアセット

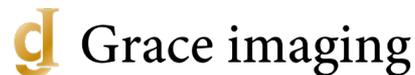
- 大会ウェブサイト、DMで汗乳酸測定会の募集告知
- さいたま市内の測定施設のスケジュール確保、人員調整
- 測定会応募者、参加者へのアンケート実施

パートナー企業のアセット

- 汗乳酸センサの提供
- 測定用アプリ、測定結果レポート生成用クラウドシステムの開発
- 測定、カウンセリングの実施



さいたまマラソン / 株式会社グレースイメーシング



汗乳酸測定会の応募倍率: **13倍** / 目標タイム達成率: **50%** / 測定会参加者のリピート希望率: **100%**

PoCのターゲット

- マラソン大会参加者、またはこれから挑戦しようと考えている市民ランナー
- 会員制フィットネスクラブ関係者・経営者、スポーツ施設運営者

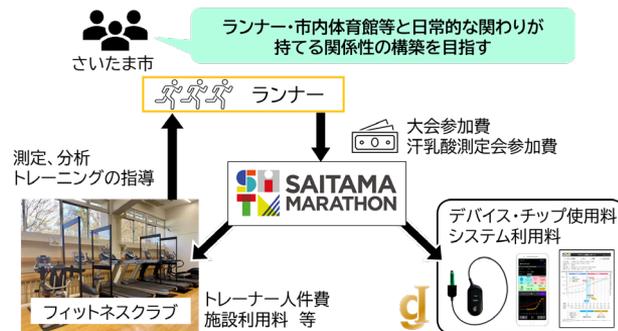
PoCの取組

- 「汗乳酸測定によるマラソンカウンセリング」をさいたま市内の体育館で開催(全2回、合計51名) 参加者へ適正速度、トレーニング方法をアドバイス
- 1回目(大会前)はニーズ検証を目的として特別価格で実施
- 2回目(大会後)は事業化を目的として、アンケート結果を元に価格を**引上げ**
- 1回目は**募集定員の13倍**、2回目も**4.2倍**の応募があり、高いニーズを確認
- 大会後のアンケートでは「**目標タイムを達成できた**」との回答が**50%**、**「次回も測定したい」**との回答が**100%**。満足度、継続性ともに高い結果を得た

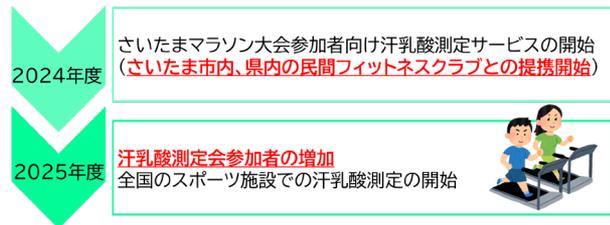


ビジネスモデル

ランナーサポートサービス(さいたまモデル)



中長期のビジョン





さいたま Broncos / 株式会社グローバルキャスト



子どものためのアントレプレナーシップ育成講座「 Broncos ひらめきラボ」

取り組みもうとした背景

- スポーツチーム：
新B2リーグ昇格に向けた集客強化・地域活動のパフォーマンス最大化
- 企業：フランチャイズ教室事業に次ぐ新規事業の模索

企業の提案内容

- 子ども向けPC教室のフランチャイズ展開より得たノウハウを活かし、スポーツチームとICT教育を絡めた新たな学びの場を創出し事業化する。

2社で取り組むサービス・ソリューション内容

- 2社の強み・ノウハウを活かした集客活動
小学校へのチラシ配布→LINE公式への誘導・囲い込み
 Broncos 公式SNSとひらめきラボ公式SNSの連動
- 提示されているミッション(試合会場を満員にせよ!)クリアのために、さいたま Broncos の情報収集が必須となり、 Broncos を知らない参加者も次第に関心を持ち始めるようなカリキュラム構成
- Broncos が子どもたちの提案実現に向けて動くことをセットとした学校教育では実現できない「実践的教育」への価値提供

	講座内容
Day 1	Broncos を分析しよう!
Day 2	Broncos の裏側を調査しよう!
Day 3	仮説を立てよう
Day 4	みんなに伝えよう
Day 5	さいたま Broncos への提案

スポーツチームのアセット

- チームの認知度
- BRO(ファン)の力
- 地域ネットワーク
- 小・中学校との連携
- スクール事業

パートナー企業のアセット

- 子ども向けPC教室事業
- 教育カリキュラム開発
- 全国対応マルチチャネルセールスネットワーク
- 統合型マーケティング
- システム開発・DX



さいたまブロンコス / 株式会社グローバルキャスト



スポーツのアプローチでない「新規層の集客」に成功！ PoCで297,000円のマネタイズを実現

PoCのターゲット

- さいたま市内在住の子育て世代



PoCの取組

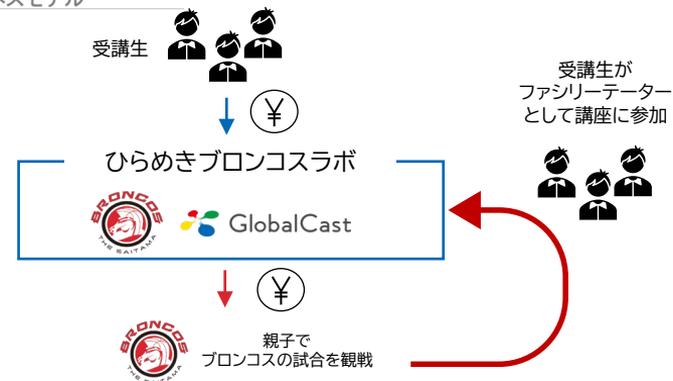
- PoCの概要: 子どものための体験型アントレプレナーシップ講座「ブロンコスひらめきラボ」の実施(全5回・29,700円(税込))
- 検証項目: ①アントレプレナーシップ教育へのニーズ検証
②有償講座事業としての収益性
③保護者の満足度 ④子どもの満足度
- PoCの実績: **参加者10名/297,000円のマネタイズ**
- 検証結果: ブロンコスを知っていた参加者20%

講座内容に興味を持ち申し込みをした参加者 80%

◎スポーツのアプローチでない新規層の集客に成功



ビジネスモデル



中長期のビジョン

- 年に2回(春・夏)の継続展開とリピーター獲得策で安定集客を実現。
- 新G2リーグ昇格に必要な売上高及び営業利益増に貢献
- 卒業生がはじめる3年後を目途に、卒業生がファミリーテーターを務め、企画運営を考える「自走する組織」化を目指し、真の「アントレプレナーシップ」を身につける事業とする。
- ブロンコスモデルをベースとし、各地での横展開を図る。



久光スプリングス / エンゲート株式会社

Engate

日本一女性が輝くチーム・街へ「佐賀県を元気にするギフトングプロジェクト」

取り組みもうとした背景

- 2023年に佐賀県に本拠地を移転し、佐賀県内でのチーム認知拡大を図るとともに、地域に根差し、地域に貢献するクラブチームを目指す。
- 女性のスポーツ界は、ビジネスの規模やアスリートキャリア等、多くの課題を感じており、久光スプリングスも例外ではない。

企業の提案内容

- これまで培ったコアファン向けのギフトング(ファンの金銭的応援機能)を活用し、既存ファン以外の佐賀県民にも広くチーム認知&ファン化を促進。地元企業も巻き込んだエコシステムを形成し、実現する。

2社で取り組むサービス・ソリューション内容

- 企業とファンが一体となりチームを支援する新しい形のスポンサーシップを活用し、久光スプリングスと共に佐賀県を盛り上げるプロジェクト



- スポンサー企業で企業支援アクションをファン/佐賀市民がクリア
- ギフトングに使える久光スプリングス応援ポイントを獲得
- イベントに参加/ギフトングで応援
- イベントにて集まった資金を地域のために活用(例:佐賀県の強化指定選手に選ばれている女性アスリートにアーナ利用権付与)

スポーツチームのアセット

- 九州唯一のVリーグ1部に所属する女子プロバレーボールチーム
- ホームアリーナは、九州最大規模の約8,400人収容可能なエンターテイメントアリーナである「SAGAアリーナ」
- 国内最高峰の練習拠点であるサロンパスアリーナ

パートナー企業のアセット

- 日本最大級スポーツ特化型ギフトングサービス「Engate」
- ギフトングで直接スポーツチーム/選手を応援
- ファンの声援を直接選手達に届ける



久光スプリングス / エンゲート株式会社

Engate

約3ヶ月の実証期間で、協賛企業を3社獲得。
HOME GAMEの2日間のイベントにて、フォロー増加率+20%に成功。

PoCのターゲット

- 久光スプリングスファン / 佐賀県民
- 地域貢献活動にニーズの高いスポンサー企業

PoCの取組

- 2月10日/11日のHOME GAMEにて会場限定イベント / 2月6日~3月31日までオンラインイベントを実施。
- スポンサー企業の利用により久光スプリングス応援ポイントを獲得し、そのポイントを活用してイベントに参加。
- 「全選手サイン入り副知事島耕作コラボシャツ」を選手からプレゼント。公式球や佐賀県コラボグッズ等の幅広い層向けのお礼の品を設定。
- 2月10日/11日のイベント参加者のうち**74%が新規ユーザー**。



「日本一女性が輝いている」チーム・地域を目指す
久光スプリングスを応援しよう

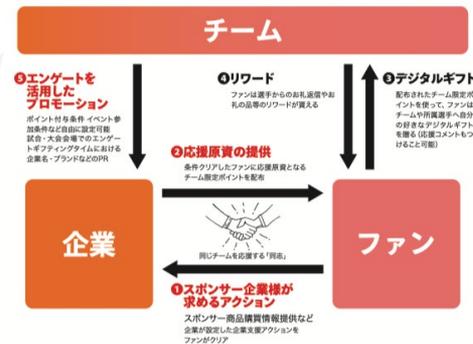
ギフトingで応援しよう
期間 2024年2月6日(水) - 3月31日(日)

500円
1,000円以上
1,500円以上
2,000円以上

久光スプリングス「SAGA杯5回戦」選手デジタルサイン入りテータ
[佐賀県コラボグッズ] 選手サイン入り公式ボールをプレゼント
全選手サイン入り公式ボールをプレゼント

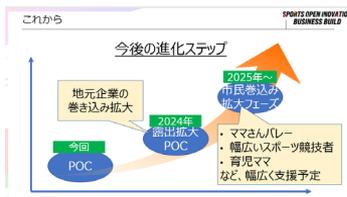
ビジネスモデル

- JR九州とも連携
「JRに乗るとスプリングスや佐賀県を応援できる！」
佐賀駅、鳥栖駅の構内に掲出



中長期のビジョン

- 久光スプリングス / 佐賀県を起点に全国のスポーツチーム / 自治体も盛り上げていく。
- スポーツチーム、自治体、企業に横展開していく。





佐賀バルナーズ / and d株式会社



バルナーズを起点に“佐賀を楽しむ”をアシストするAIチャットボット

取り組みもうとした背景

- ・ スポーツチームの課題: Bプレミアムに参加するために平均観客動員数を4,000人超えが必要。そのためにバルナーズの日常化が必須。
- ・ 地域の課題: 中心市街地の経済は衰退している

企業の提案内容

- ・ 生成AIベースのノーコードチャットビルダー「BORDERLESS」を活用して、ファンにバルナーズ観点の佐賀地域の魅力を伝えることで、地域の滞在価値を高め、ファン地域のファンにする。

2社で取り組むサービス・ソリューション内容

佐賀の魅力を発信し、佐賀バルナーズファンを地域のファンにする「AIバルたん」サービスの特徴

- ・ **チーム独自の佐賀のおすすめ情報**
- ・ 試合情報
- ・ 対戦相手を含めた、選手情報
- ・ アリーナガイド
- ・ イベント情報



スポーツチームのアセット

- ・ 大人から子供までチームを愛してくれるファン(ブースター)
- ・ 大人から子供まで愛されるマスコットキャラクター(バルたん)

パートナー企業のアセット

- ・ スポーツチームとの豊富なプロジェクト経験
- ・ 生成AIベースのノーコードチャットボットビルダー「BORDERLESS」



佐賀バルナーズ / and d株式会社



5試合のPoCの結果、1,000会話／1試合平均と利用率が12倍に向上し、ニーズを実感
今後は回答精度の向上とユーザー数の向上で地元経済への還元を目指す

PoCのターゲット

- ターゲットユーザー:バルナーズファン
- ビジネスターゲット:地元経済が衰退するとビジネスを持続できない企業

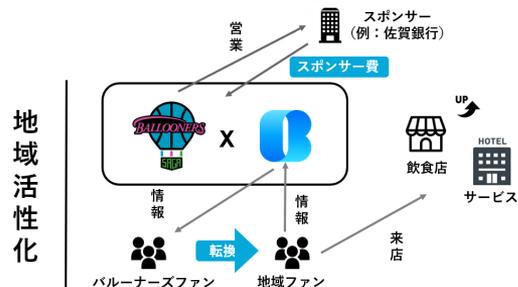
PoCの取組

- 概要:ニーズ検証と技術検証を実施。
- ニーズ検証では、そもそも使ってもらえるのか、地域の情報に興味をもってもらえるのかを検証。技術検証では、アリーナで問題なく使えるか、回答精度は問題ないかを検証。
- PoCの実績:5試合で実施。1試合あたりの平均会話数は**1,000会話**を超える。
- 利用率は初回2.2%から**24.3%**まで改善。SNSでも好反応。**飲食店**に関する会話が全体の**5.4%**発生。



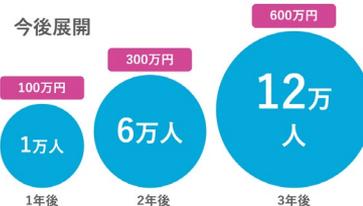
ビジネスモデル

- スポンサーモデル。地元経済が衰退するとビジネスを持続できない企業と一緒に地元経済を活性化させる。



中長期のビジョン

- バルナーズがBプレミアに入るためには、年間の観客動員数が12万人必要。
- 3年後には、12万人が地域ファンになっている世界を目指す。





佐賀山岳連盟 / 株式会社Asian Bridge



『佐賀から始めるサスティナブルな未来共創プロジェクト～リアルxデジタルによる見える化～』

取り組みもうとした背景

- ・ 競技者人口が少ない → 大会に出るトップ競技者層45人
- ・ 体験、観戦機会が少ない → 佐賀県内の協議施設が2ヶ所しかない
- ・ 不安定な収益環境 → ボランティアにより成立している面が多々

企業の提案内容

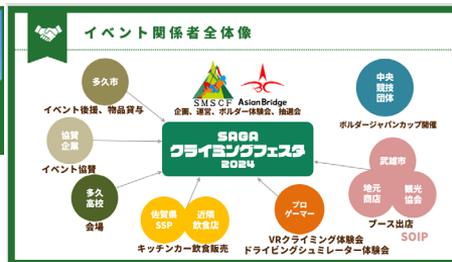
- ・ 地域と一体となったリアルなタッチポイントの機会をつくる
- ・ 企業が持つスポーツSNSアプリとデジタルのノウハウを使い情報発信を実施
- ・ 上記の、リアルとデジタルを掛け合わせた広義の「見える化」による認知向上と競技者獲得、収益機会の創出を実現する

2社で取り組むサービス・ソリューション内容

- ・ リアルな山岳体験イベント『SAGAクライミングフェスタ2024』を開催

大会に合わせたサブイベントの実施により、体験機会や興味関心の引き出し、情報配信による「見える化」を行う

- ①する: 子供達を中心としたボルダ体験
- ②みる: プロのクライマーのボルダー競技観戦、アプリによる応報配信
- ③楽しむ: VRクライミングや飲食ブースなどによるエンターテインメント提供



スポーツチームのアセット

- ・ 日本有数のクライミング施設「九州クライミングベースSAGA」の利用が可能
- ・ 有力選手を生み出す育成力
- ・ 駐豪競技団体との関係性

パートナー企業のアセット

- ・ ワンストップでのデジタルサービスの企画・開発・運用が可能な体制とナレッジ
- ・ スポーツ特化型のソーシャルコミュニティコマース『SportsBank』を運営
- ・ 地方でのイベント実施も含めた課題解決実施チーム



佐賀山岳連盟 / 株式会社Asian Bridge



PoCで120名がクライミングを体験し、2度目の体験会にはその内20名が参加 4月からは有料化した新クラブの開設が決定

PoCのターゲット

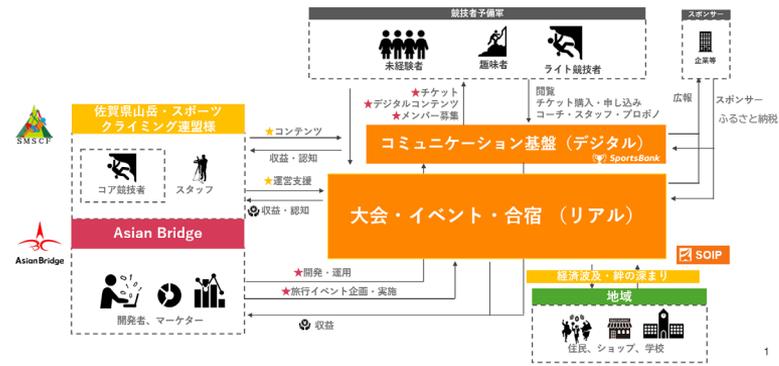
- 地域に住むサービス・ソリューションを活用してほしいターゲット
- そのそのサービスによって新たな価値を提供したいターゲット

PoCの取組

- 「する」「みる」「楽しむ」の要素を持ったクライミングフェスタを実施
- イベントによって観客数、イベント収益、情報閲覧がどのように生まれたかを検証
- 同イベント他日との比較で来場者数**240%増**、同一店舗の**売上300%増**、期間中に**WEB上で6,500アクセスを獲得(新規)**
- クライミング以外の地元関係者(飲食店・住民・メディア・自治体)との共創、関係構築が実現した(地域版SOIPの実現)
- クライミングフェスタでクライミング体験をした120名のうち20名が2度目の体験会に参加し、**4月から有料化した新クラブの開設が決定**

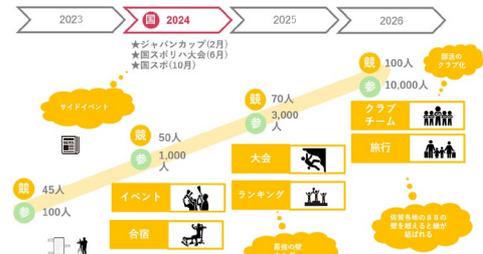


ビジネスモデル



中長期のビジョン

競技者人口=マーケットであるため、リアル×デジタルでの「みえる化」を他スポーツ、地域事業者と一体で促進し、地域スポーツマーケットの底上げを図り各課題解決へ結びつける



本事例集は、令和5年度スポーツ庁委託事業として、
株式会社eiiconが実施したスポーツ産業の成長促進事業
「スポーツオープンイノベーション推進事業(地域版SOIPの先進事例形成)」
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。

**SPORTS OPEN INNOVATION
BUSINESS BUILD**

DEMODAY

**「スポーツ×他産業」が
地域に根差した新しい価値を示す1日**

2024/3/21 (Thu) @TOKYO



【本件に関する問い合わせ】
株式会社eiicon
令和5年度 地域版SOIP運営事務局
(local-SOIP@eiicon.net)

2024年3月31日