

#06 SportsTech (スポーツとテクノロジー)

「観る」「支える」「する」「創る」 異業種と融合し、ビジネスを支えるSportsTech

取材
協力

河本敏夫氏 株式会社NTTデータ経営研究所 ビジネストランスフォーメーションユニット
アソシエイトパートナー

①観る 今までにない観戦体験 スポーツ観戦をより身近に	Media (メディア)	Entertainment & Contents (エンターテインメント&コンテンツ)	Fan engagement (ファンエンゲージメント)	Facility management (ファンリティマネジメント)
	インターネットやスマートフォンでスポーツ観戦やニュース番組などのコンテンツを配信	VRやプロジェクションマッピング、AIなどを活用したスポーツ体験、観戦体験を提供	デジタルトレーディングカードなど、チームに対するエンゲージメントが高まるサービスやソリューション	スタジアムの座席に振動を与えて試合の臨場感を伝える体感型サービスや、ITで運営・管理を効率化するサービス
②支える 個人やチームのパフォーマンスを最大化 観る人やする人の活動環境を整える	Ticketing (チケット팅)	Operation support (オペレーションサポート)	Player condition (プレイヤーコンディション)	Tactics support (テクニクスサポート)
	電子チケットやリーセルなど、チケット팅に関するITソリューション	顔認証による入場管理システムや駐車場シェアリングシステムなど、運営支援のITソリューション	選手の食事・睡眠などのデータを分析し、コンディションを管理・向上させるITソリューション	選手のスキル・特徴・体調・成績に合った戦略支援や、ドローンを活用したITソリューションなど
③する スポーツをもっと楽しく 誰でも楽しめるように	Data aggregation (データアグリゲーション)	Team & League management (チーム&リーグマネジメント)	Matching (マッチング)	Funding (ファンディング)
	プレイヤーの動作・フォーム・打球解析や試合中の動線などのデータを収集し、分析・解析して提供	チームやリーグ運営の効率化、事務作業や管理業務を支援・向上させるためのITソリューション		スポーツをやりたい人と教える指導者を結びつけたり、仲間や対戦相手・試合のマッチングを提供
	Fun & Training (ファン&トレーニング)			Smart apparel (スマートアパレル)
Health care & Recovery (ヘルスケア&リカバリー)				
スマートウォッチなどのウェアラブル端末とアプリを連携させ、日々の活動量や健康管理アドバイスを行うサービス				
④創る 従来の定義を超えたスポーツの創出	Augmentation & Sportification (オーグメンテイション&スポティファイケーション)		eSports (イースポーツ)	
	超人スポーツ協会に代表される身体拡張技術、従来の定義・ルールに当てはまらないスポーツや種目を創出		eスポーツ分野に関わる競技運営支援・対戦映像の配信、デバイスの開発やITソリューションを提供	

出典：NTTデータ経営研究所「Sports-Tech Landscape」2020

政府が掲げる「日本再考戦略2016」では、スポーツ市場を2025年に15兆円まで拡大させる目標を打ち出している。テクノロジー活用によるスポーツにビジネス展開も拡大中だ。日本におけるスポーツビジネスの活性化とスポーツ関連のIT産業への投資促進を目的に、スポーツテック業界の俯瞰図「Sports-Tech Landscape」を毎年公表しているNTTデータ経営研究所の河本氏によれば、スポーツビジネスの基本要素は大きく「観る」「支える」「する」「創る」に分けられ、それぞれの価値を実現するソリューションやサービスを提供するビジネスが展開されているという。

「高齢化や少子化の影響でモノの消費が減る一方で、体験やコトに対する消費は伸びています。その最も代表的なコト消費がスポーツだと考えています」(河本氏)。

スポーツは多様な領域との接点があり、他のマーケットとの相乗効果が狙える。また、プロ野球チームのスポーツ

タウン事業など、地方創生や街づくりとスポーツを掛け合わせた取り組みも進んでいる。

今後のビジネス成長が期待されるスポーツテック領域ではどのようなスキルが求められるのだろうか。

「イノベーションの研究者、クレイトン・クリステンセンが提唱する『関連づける力・質問力・観察力・ネットワーク力・実験力』ですね。多様な領域のビジネスとスポーツを関連づけ、経験だけに頼らず仮説を立て、どう検証するかを考える力が必要となります」(河本氏)。

スポーツ市場と他の市場の融合が進み、テクノロジーやICTはその間を繋ぐ触媒となる。だが、技術をどう活用するのではなく、どう融合させて新しいものを生み出せるかを考える力が重要だと河本氏は強調する。

「観る・支える・する・創る」を体験できる次世代スポーツテックに期待したい。(文・馬場美由紀)

