

令和5年度スポーツDX促進事業（スポーツ団体の収益拡大に向けたDX推進実証事業）

事業実施報告書

2023年度

playground

Web3とエンタメの本質に向き合い 次のWeb3 x ファンリレーションの当たり前に挑戦したいと考えています

近年、仮想通貨、ファントークン、NFTアート、DAO、メタバースといったブロックチェーン技術の発明に端を発したブームが生まれては過ぎ去っていきました。このようなブームは当初エバンジェリストやメディアで語られたものよりも遥かにきらびやかさに欠ける、場合によっては平凡にも見えてしまうような形で、しかし、社会に本質的な前進をもたらすものとして定着していくことは歴史が証明してきました。

スポーツシーンでもファントークンやトレカ型のNFTが20-21年にかけて大きなブームとなり、ほぼ全てのスポーツクラブが何かしらのプロジェクトに参加しました。これらの取り組みは周知の通り、一時的に投機マネーの流入を生み出して各クラブに実力以上の収益をもたらすことに成功しました。しかしながら我々は、このようなWeb3で注目されている「金が儲かるからファン活動をする」というモチベーションを喚起するような取り組みは従来のファンがスポーツチームを応援する理由とは正反対のものであり、その活性化はむしろ従来の純粋なファンたちに「冷め」を与えるリスクすらあるものと考えています。実際、投機マネーが落ち着いた現在では収支があわないものとして、最低限の売上だけを残し、過去のものとなりつつあります。

Web3技術はデジタルの世界に「価値の貯蔵と流通」という機能をもたらします。

この機能は次のスポーツシーンのファンリレーションに於いて大きな変化をもたらすことは間違いありません。

今回の実証事業を通じ、時代の変化の兆しを捉えられたのではないかと考えております。

ヴォレアス北海道、北海道コンサドーレ札幌を取り巻くステークホルダーの皆様とあわせて、今回の事業の場を設定頂いたことに改めて感謝を申し上げます。

引き続きこれまでの背景を踏まえ、短期的に収益があがったりわかりやすく新しいものではなく、3-5年後、スポーツ団体とファンのリレーションの基礎を作るような取り組みを実現していきたいと考えています。

目次

- 全体サマリ
- プロジェクトの方向性
- プロジェクト名称
- プロジェクトで実施した内容
- プロジェクトの体制・役割
- プロジェクトスケジュール
- 実施結果
 - 北海道コンサドーレ札幌
 - ヴォレアス北海道
- 生成型AI活用実証
- 有識者会議

全体サマリ

- 背景
 - スポーツクラブの収益性向上に向けて、ファンとの新しい関係性を構築するため、「応援証明」というサービスの可能性を検証
 - 新たなデジタル技術の活用可能性。今回の実証でフォーカスしたのはNFT（発行）と画像生成AI
- 具体的な課題
 - 「応援証明」がファンに与える価値（試合以外の企画の楽しみ、選手画像を記録する楽しみ等）や効果が不明
 - ブロックチェーンウォレット準備、暗号資産の煩雑さ
 - コンテンツ生成のための工数過多
- 解決に向けた仮説
 - 試合時にファンに対して「応援証明」を提供し、ファンが感じる「応援証明」の価値や与える効果を検証
 - 独自のシステムを用いたNFT発行
 - AIなどを活用したビジネス効率化
- 実証内容、結果
 - 北海道コンサドーレ札幌、ヴォレアス北海道での応援証明・ファンダム証明書（どちらもNFT）のコレクション企画
 - 両チームあわせて全16試合で企画を実施
- 今後の展望
 - プライベートチェーンからパブリックチェーンへの移管
 - NFT発行方法の多様化
 - 他地域への展開

プロジェクトの方向性

- 「新しいサービス」で「収益を拡大する」
 - 売上を上げる、プロジェクトの過程で、様々な課題を洗い出す
- Z世代を中心に拡大している「推し属性」（推し活を行う人、また推す対象を潜在的に探している人）をターゲットに「推し対象」と「推せる機会」を提供することで新規ファン獲得と既存ファンのLTV向上を目指す

提案書 – 3. 事業内容・方法等

デジタル技術を活用し、スポーツコンテンツホルダーの収益拡大を目指すにあたっての課題を解決するための取組であって、既存のビジネスモデルにはない以下のいずれかの取組を対象とする。

- ① データやデジタル技術を活用し、試合日における収益拡大に資する取組（チケット収入の拡大、スタジアム・アリーナ内での顧客単価向上等）
- ② 新たな収益源となりうるデータやデジタル技術を活用した新たなサービスの創出・普及展開に資する取組（NFTやファントークンなどのブロックチェーン技術を活用した新たなサービス等）

提案で選択する取り組み

クラブの課題

施策

プロジェクトで実施した内容

- 体験や感動を「応援証明（＝ファンダム証明書）」として保存し、ファンと興行の新しい関係性構築と収益向上に寄与するサービス「推し活3.0」の実証を行う

Web3.0時代のファン・コミュニティ・ニーズに応える

推し活証明（NFT）を軸とした、情緒的な「推し活3.0」

① 体験や感動を「応援証明」として保存

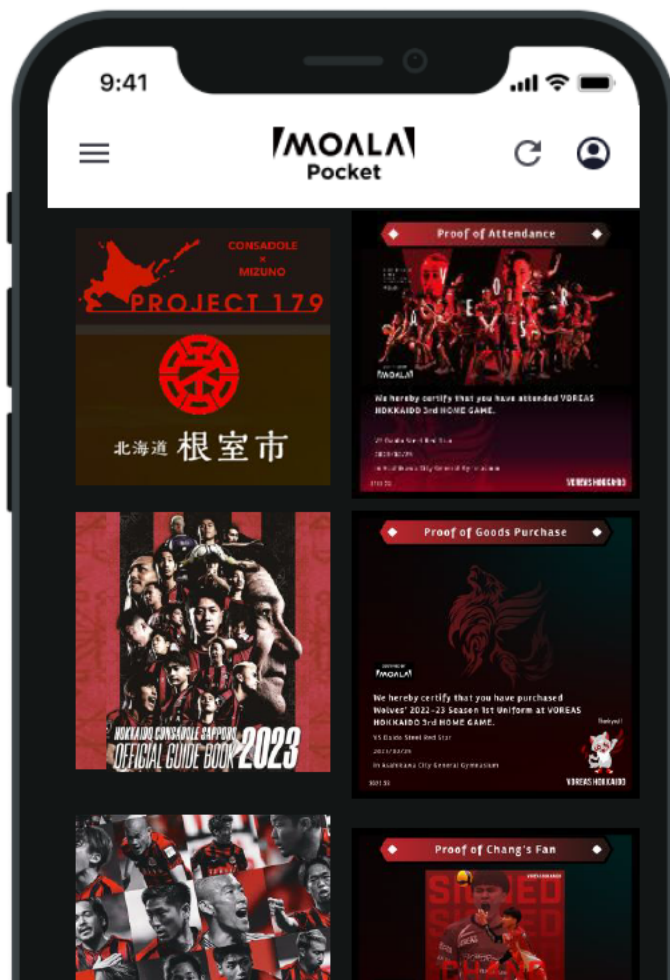
- イベント内における体験や感動をデジタルの「証明」として保存
- チケット購入、入場、グッズ購入、配信視聴、スポンサーブース立ち寄り、スタッフ遭遇など、アイディア次第で様々な企画に活用

② アルバムし、未永く楽しむ

- 証明は取得日時とともに記録され、保有日数がカウントされ続け、保管され続ける
- 一度取得した証明は、アルバム内で未永く楽しむ

③ +αの権利でさらなる価値提供

- 各証明には、さまざまな権利も付与
- 例えば「課金することでアップグレードする権利」「ガチャを引く権利」「限定イベントに参加する権利」など



プロジェクトで実施した内容

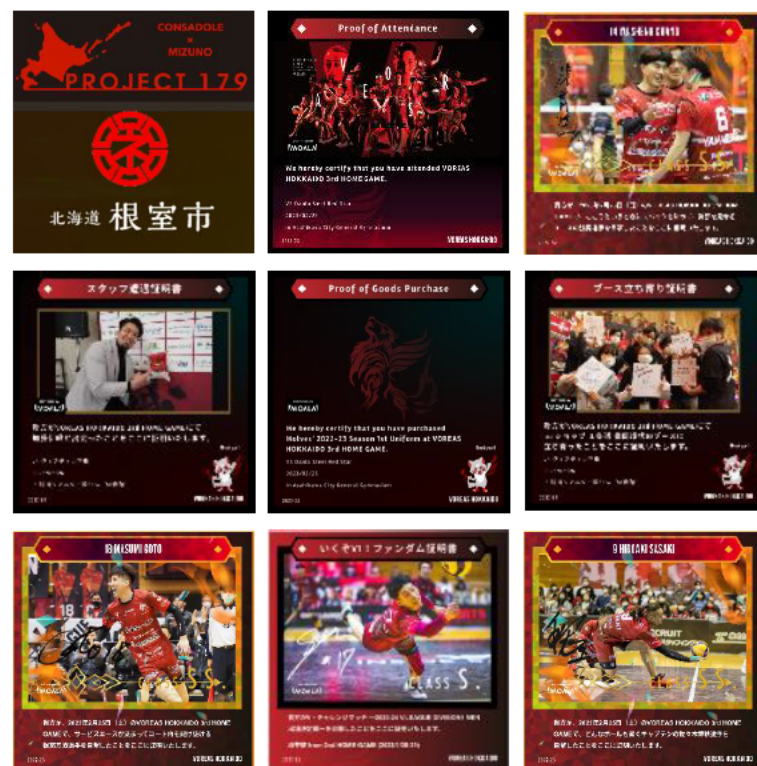
- スポーツクラブの収益性向上に向けて、ファンとの新しい関係性を構築するため、NFTを使った「応援証明」というサービスの可能性を検証
- NFTを付与する画像/動画コンテンツの生成について、AIによる自動化を検証
- AIを活用したIP制作業務のノウハウを実証し発信することで、他領域での活用・促進・活性化に寄与

あらゆるファン行動を保管

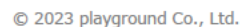


新しい方法でIP商材を生産

生成型AIサービスなどを活用



敬称略



役割

playground

プロジェクトマネジメント
ヴォレアス施策推進・支援
コンサドーレ施策推進・支援

北海道21世紀総研

PMO
・進捗管理支援
・課題管理支援
・コミュニケーション管理支援

北海道コンサドーレ札幌

施策実施相談窓口

社内担当
クリエイティブ制作

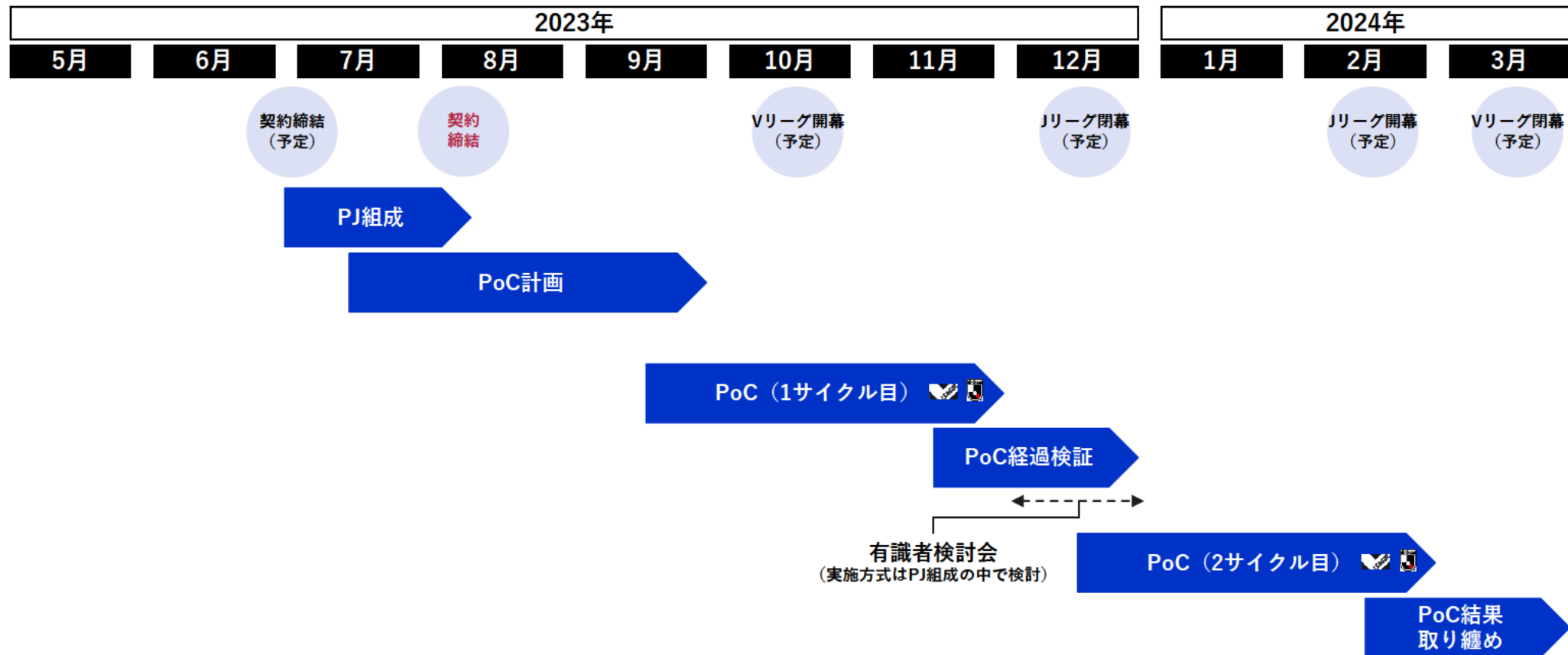
ヴォレアス北海道

クリエイティブ制作支援

Yourmoon
クリエイティブ制作

プロジェクトスケジュール

- 地域版SOIPで構築したリレーションも活用し、短期間でプロジェクトを立ち上げ、実証のサイクルを回す
- 実証期間中は、外部有識者の協力を仰ぎ有識者検討会を実施
- 実証期間終了後（2024年3月8日以降）、Jリーグは新シーズン開幕、Vリーグはシーズン・クライマックスを迎えるため、実証で構築した仕組みやノウハウを使い、引き続き新技術を活用したクラブの収益最大化を目指す



実施試合

- 合計16試合で企画を実施

日程	会場	対戦カード
9/2	札幌ドーム	vs G大阪
9/16	札幌ドーム	vs 湘南
9/30	札幌ドーム	vs 柏
10/28	札幌ドーム	vs 横浜FC
11/11	札幌ドーム	vs 広島
12/3	札幌ドーム	vs 浦和

(証明書は、「応援証明」という表現を使用)

日程	会場	対戦カード
10/28	旭川市リアルター 夢りんご体育館	vs 東京GB
10/29	旭川市リアルター 夢りんご体育館	vs 東京GB
11/11	旭川市リアルター 夢りんご体育館	vs JT広島
11/12	旭川市リアルター 夢りんご体育館	vs JT広島
11/17	旭川市リアルター 夢りんご体育館	vs ジェイテクト
11/18	旭川市リアルター 夢りんご体育館	vs ジェイテクト
12/2	北海きたえーる	vs VC長野
12/3	北海きたえーる	vs VC長野
1/5	旭川市リアルター 夢りんご体育館	vs サントリー
1/6	旭川市リアルター 夢りんご体育館	vs サントリー

(証明書は、過去も使用していたため「ファンダム証明書」、という表現を踏襲)

コンサドーレ) 札幌ドームで毎試合4パターンの「応援証明」を配布

- ・ 証明 1 : チラシのQRコードor会場内のポスターからQRを読み込み獲得する
- ・ 証明 2 : 特設ブースでQRを読み獲得する
- ・ 証明 3 : スポンサーブースでQRを読み獲得する
- ・ 証明 4 : イベントブースでQRを読み獲得する
- ・ 実証を通じて、合計3281名が何らかの応援証明を獲得

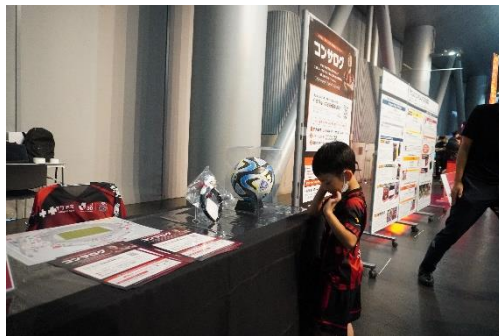
応援証明1

QRの記載されたチラシを
入場ゲートで配布



応援証明2

特設ブースにQRコードを設置



応援証明3

スポンサーブースにQRコーを
設置



応援証明4

イベントブースにQRコードを
設置



全4パターンの応援証明を集めたファンは無料オンラインくじに参加できる

景品例

- ・ A賞 : 選手サイン色紙 (5名様)
- ・ B賞 : グッズ商品券 (10名様)
- ・ C賞 : 応援証明画像



コンサドーレ) 取得した「応援証明」をアルバムでコレクション

- ウェブ上または専用アプリでコレクションをいつでも、どこでも見返せる
- それぞれの応援証明の取得日時、保有日数がわかる

ウェブサイト



専用アプリ



応援証明詳細ページ



北海道コンサドーレ札幌 来場者限定コレクション

コンサログ

会場内の複数箇所に設置されている
二次元コードを読み込んで様々な選手の応援証明画像を
毎試合無料でコレクションしよう！

2023シーズン9月以降のリーグ公式戦@札幌ドーム全試合で実施予定



まずはこのチラシの二次元コードを読み込んで
菅野 孝憲選手の応援証明画像を取得！

※取得にはGoogle IDまたはApple IDの入力が必須となります。
※MOALA Pocketのアプリをダウンロードし、アプリのマイページからMOALA NFT Marketに
連携させると取得したコンテンツがコレクションとして保存されます。

CERTIFIED BY
MOALA

▼ 菅野選手の応援証明画像



9/30 柏レイソル戦 その他のQRコード設置場所

- 1 ルーカス フェルナンデス選手 >> Hokkaido Adventure Club PRブース (北ゲート3奥)
- 2 大森 真吾選手 >> EZOCAブース (北ゲート1横)
- 3 深井 一希選手 >> コンサログブース (2Fコンコース北側※ホームゴール裏側)

上記4選手全ての応援証明画像を取得した方限定！

コンサログブースにて無料オンラインくじ実施中

[A賞] 1名様 小野伸二選手サイン入り 2023 公式試合球 | [B賞] 10名様 札幌ドーム商品券 3,000 円分 | [C賞] 100名様 ドーレくん&青木選手と浅野選手のコンサログ限定画像

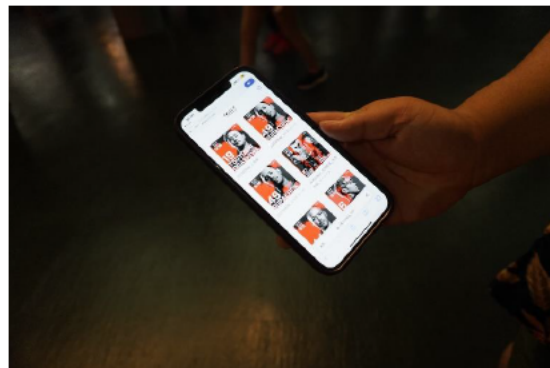
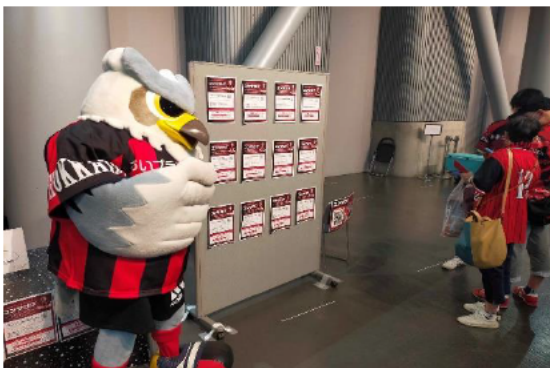
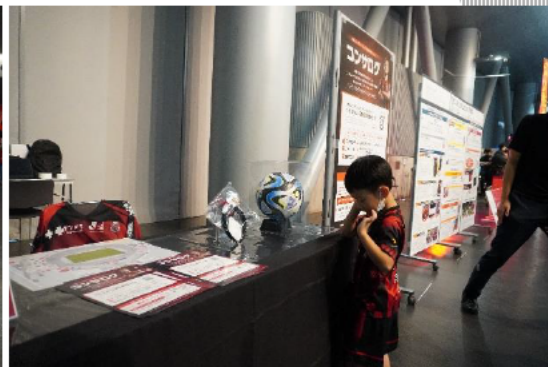
コンサログブースで、スタッフに4選手全て取得した画面を
ご提示ください。

無料オンラインくじのQRコードを
読み込んでご参加いただけます。

▶ 景品お渡しは本日15時30分まで 参加は本日15時20分まで

当選された方は、コンサログ特設ブース (北側2Fコンコース) にて当選画面をスタッフへご提示ください。景品をお渡します。

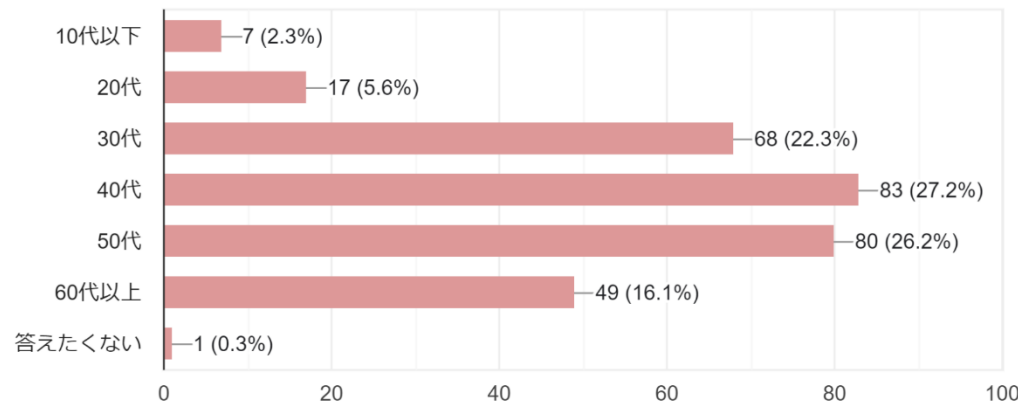
本事業は、令和5年度「スポーツDX促進事業(スポーツ団体の収益拡大に向けたDX推進実証事業)」の一環で実施しています。



コンサドーレ アンケート

- 【目的】試合来場者に対して、応援証明を取得した人の属性や、感じる価値、影響を把握するためのアンケートを実施
- 【回答者】会場内に設置したQRコードから、合計305人がアンケートに回答
- 【備考】40代以上の参加者が70%を占める、20代以下は8%

年齢
305 件の回答



クラブ会員ではない参加者
年代層データ（全70人）

10代： 4人（6%）

20代： 6人（8%）

30代： 20人（29%）

40代： 25人（36%）

50代： 12人（17%）

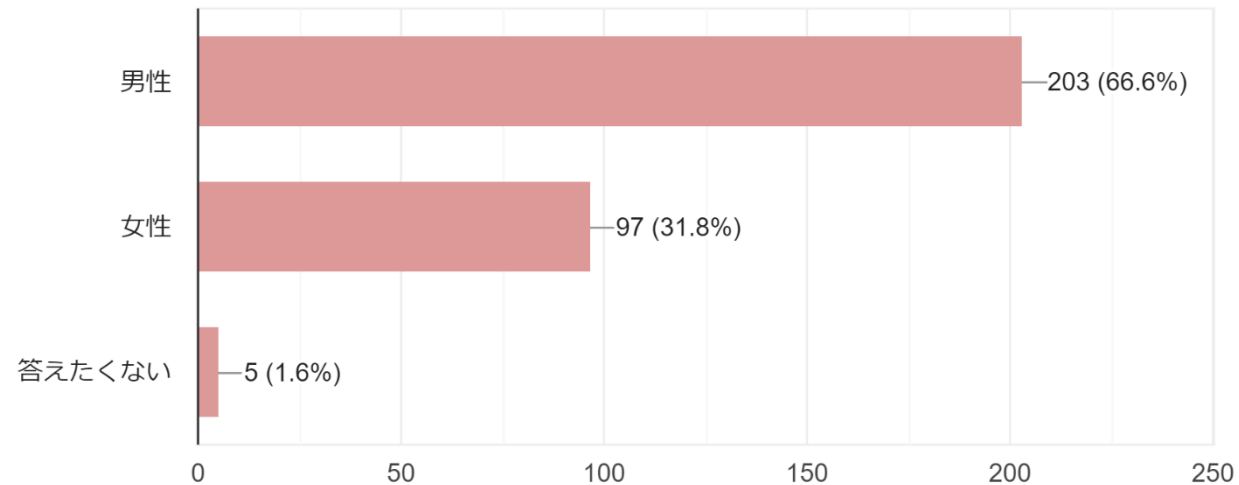
60代： 3人（4%）

コンサドーレ アンケート

- 参加者の男女比は 2 : 1

性別

305 件の回答



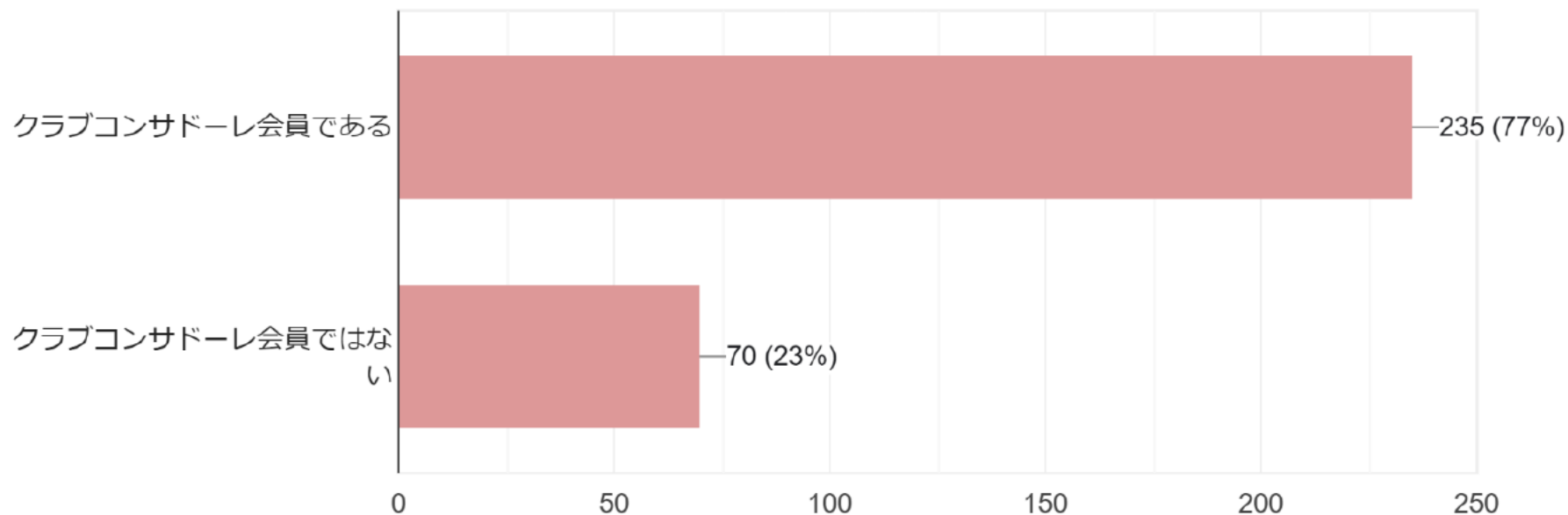
20代以下に限定した場合の男女比も 2 : 1
ファンクラブ非会員に限定した場合の男女比もほぼ同じ

コンサドーレ アンケート

- コンサログ参加者の23%は非ファンクラブ会員

ファンクラブ会員か否か

305 件の回答



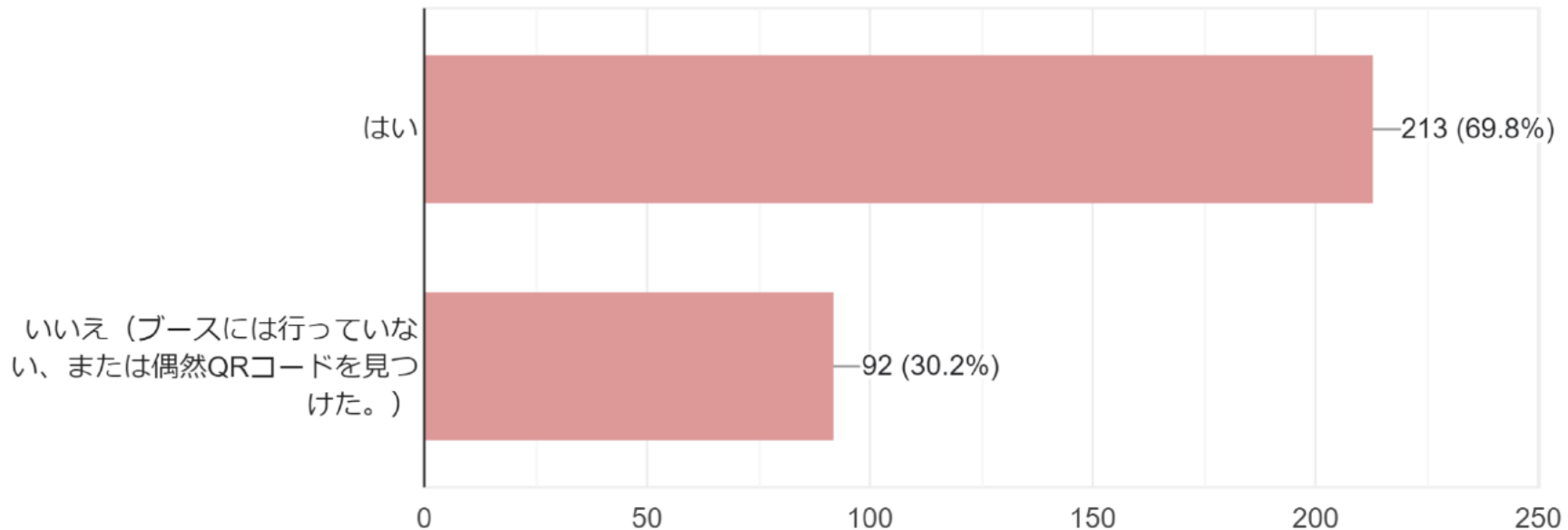
20代以下に限定した場合は60%がクラブ会員で40%が非会員

コンサドーレ アンケート

- 応援証明を取得する目的でブースを訪れている方が70%

応援証明画像を取得する目的でQRコードが設置されているブースを訪れた。

305 件の回答



20代以下に限定した場合：80%がはい

ファンクラブ非会員に限定した場合：70%がはい

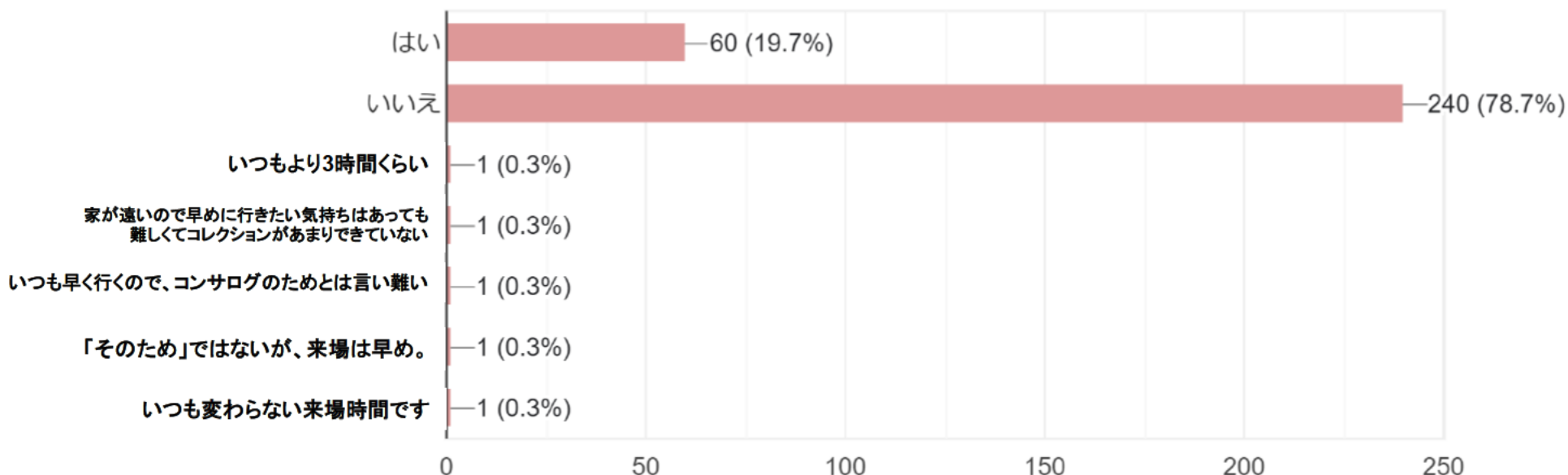
若年層の参加者はNFT取得の目的でブースを訪れている割合が平均より高い

コンサドーレ アンケート

- 20%のファンが応援証明をコレクションするために来場時間を早めている

応援証明画像をコレクションするため、来場時間を少し早めている。

305 件の回答



20代以下に限定した場合：54%がはい

ファンクラブ非会員に限定した場合：36%がはい

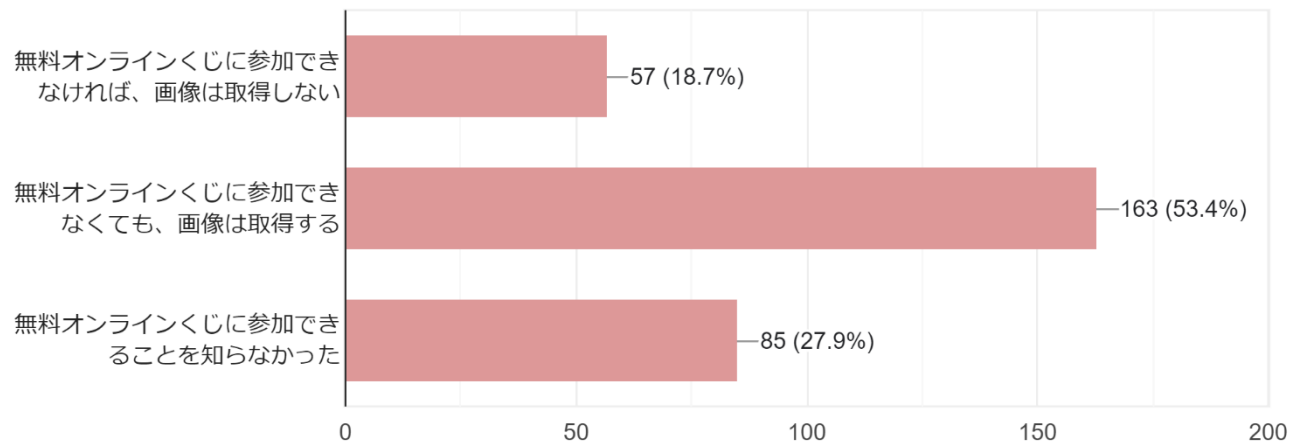
多くの若年層のファンに試合以外の面で来場する楽しさを与えられている

コンサドーレ アンケート

- オンラインくじ目当ての企画への参加は20%以下
- 80%の参加者は応援証明を取得する目的で企画に参加している

無料オンラインくじに参加できなくても応援証明画像を取得したか？

305 件の回答



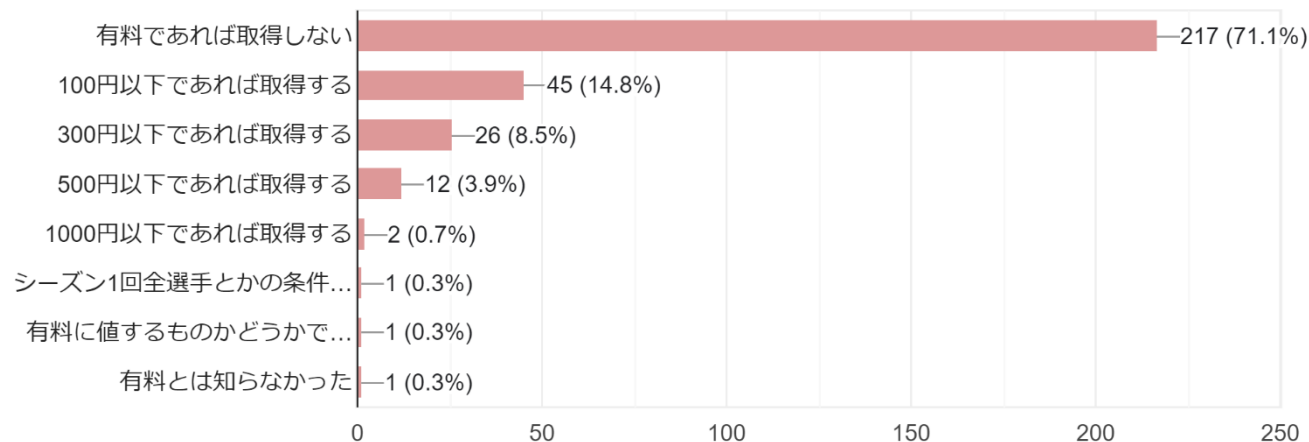
20代以下に限定した場合：くじがないと参加しないは25%

ファンクラブ非会員に限定した場合：くじがないと参加しないは22%

コンサドーレ アンケート

- 70%は有料だった場合、参加しないと回答
- 有料でも取得すると回答した30%のファンの平均支払い価格は約240円

応援証明画像が有料だった場合、お金を払ってでも推し選手の応援証明画像を取得するか？
305 件の回答



20代以下に限定した場合：有料の場合は取得しないは66%

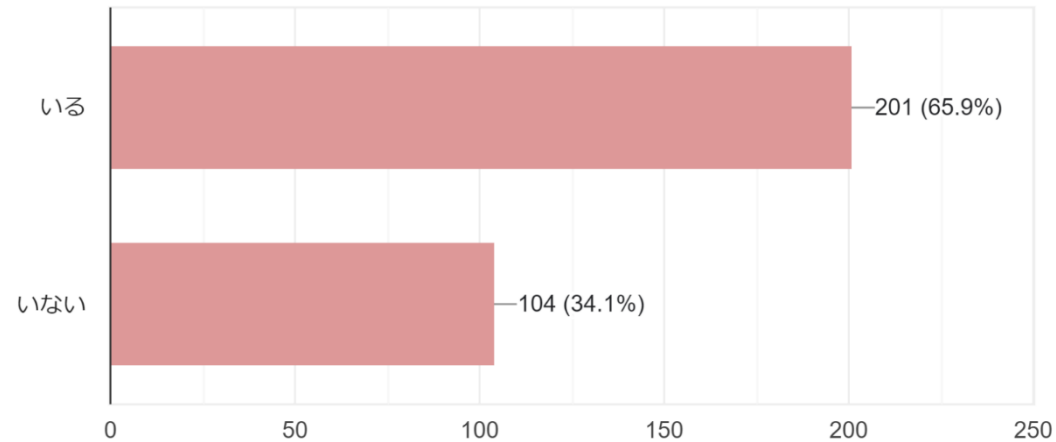
ファンクラブ非会員に限定した場合：有料の場合は取得しないは64%

コンサドーレ アンケート

- 3分の2のファンは推し選手がいる

特定の応援している選手はいるか？

305 件の回答



20代以下に限定した場合：推し選手がいるは79%

ファンクラブ非会員に限定した場合：推し選手がいるは60%

若年層は推し選手がいる可能性が非常に高い

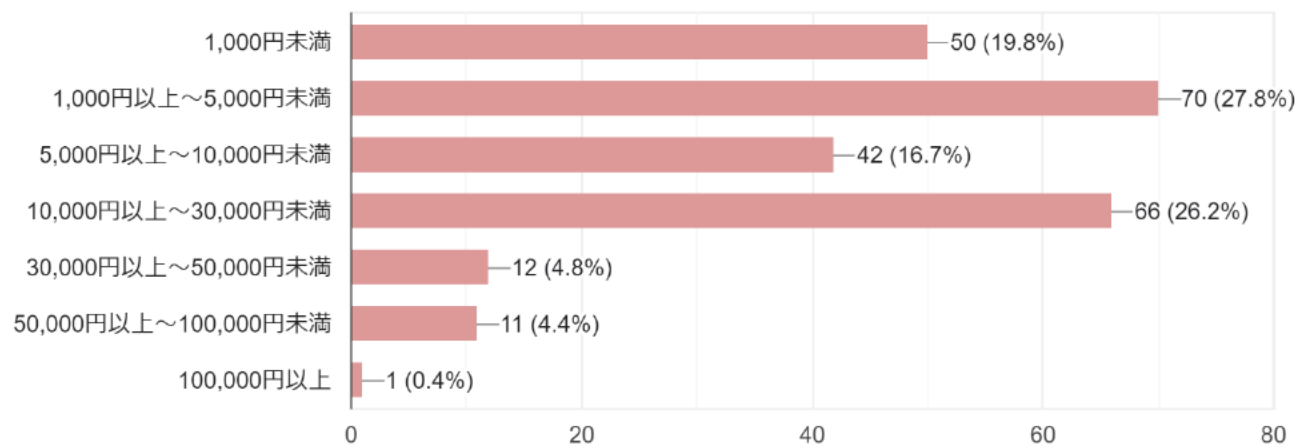
コンサドーレ アンケート

- ファンがグッズ購入に費やす平均総額は年間で約18,000円

応援している選手がいる場合、その選手のグッズや特典の購入に年間どのくらいお金を消費しているか？

応援している選手がいる場合、その選手のグッズ...の購入に年間どのくらいお金を消費しているか？

252 件の回答



20代以下に限定した場合： 推し選手のグッズ購入に費やす平均総額は年間で約25,000円

ファンクラブ非会員に限定した場合： 推し選手のグッズ購入に費やす平均総額は年間で約11,000円

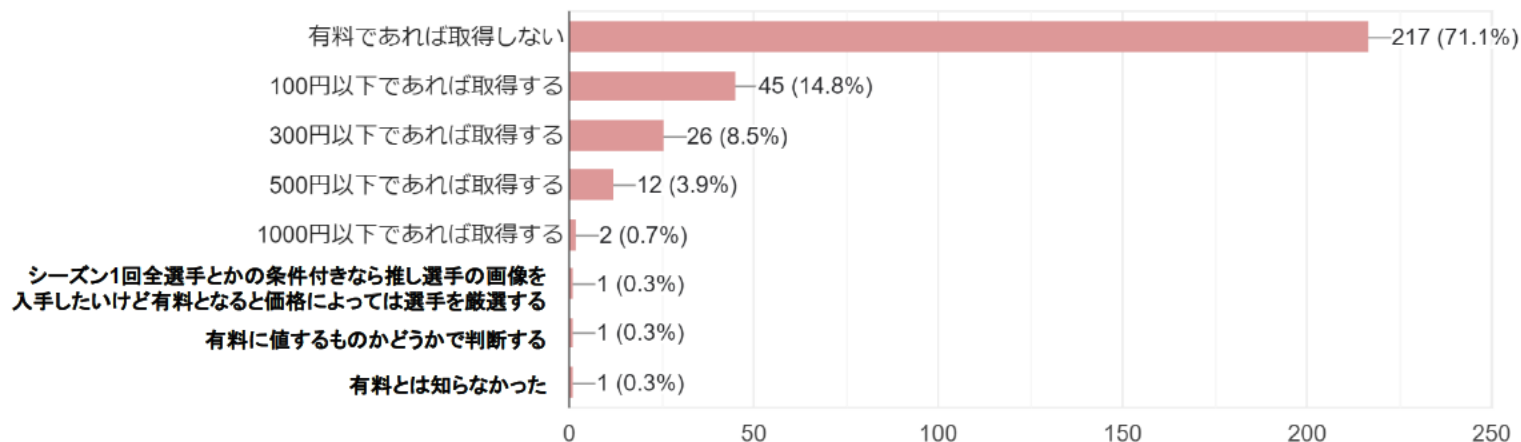
若年層の推し選手へのグッズ出費が全体平均の1.4倍

コンサドーレ アンケート

- 70%は有料だった場合、参加しないと回答
- 有料でも取得すると回答した30%のファンの平均支払い価格は約240円

応援証明画像が有料だった場合、お金を払ってでも推し選手の応援証明画像を取得するか？

305 件の回答



20代以下に限定した場合：有料の場合は取得しないは66%

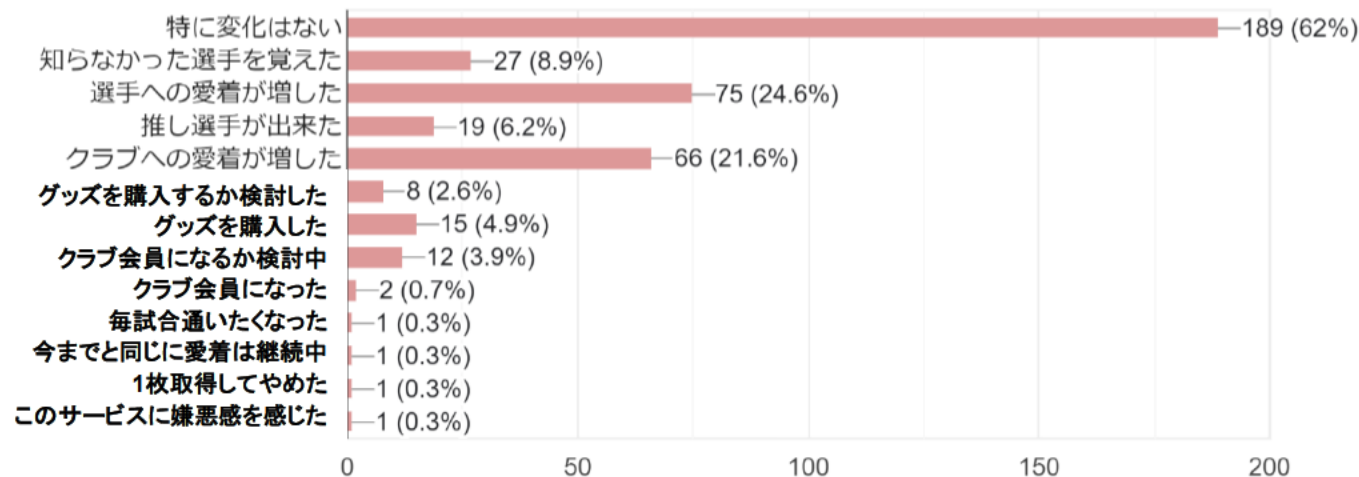
ファンクラブ非会員に限定した場合：有料の場合は取得しないは64%

コンサドーレ アンケート

- 企画を通じて約40%近くの方に意識の変化を与えられている
- グッズ購入を検討した方や、グッズを購入した方は合わせて7.5%
- クラブ会員になるか検討中、またはクラブ会員になった方は合わせて4.6%

選手の応援証明画像を取得したことで、クラブや選手に対して意識や行動に変化はあったか？

305 件の回答



20代以下に限定した場合：特に変化はないが50%

ファンクラブ非会員に限定した場合：73%が何かしらの変化を感じている

(多くの非クラブ会員に何かしらポジティブな心理的变化を与えられている)

コンサドーレ アンケート

• 良いコメント

- 来シーズンもやって欲しい
- 毎試合楽しみにしている
- 観戦証明になる
- 会場内を回れていい運動になる
- スタンプラリーみたいで面白かった
- 列に並ぶ必要もなく自分のペースで参加できていい
- 試合前の暇つぶしになる
- オンラインくじに参加できるのも毎回楽しみ

10代のファンのコメント

個サポがかなり増えていると思うので、選手個人のグッズやInstagramでの人気ペアの投稿などの需要が高まっているかと思います。

個人のグッズであれば個人タオルのバリエーションを増やすと応援の際に活用できて良いかと思います。

• 改善余地

- くじが当たらない
- QRの場所を探すのが難しい
- 会場回るの大変
- 集めたらどうなるの？
- スマホ操作苦手
- 通信環境が悪い時がある
- 画像を印刷してほしい
- 試合中の画像が欲しい

コンサドーレ 示唆

- アンケート全体を通して、本実証で着目している「推し属性」（ファンや、ファンになる可能性のある人）への働きかけは、応援証明の配布を通じて変化を起こせたといえる
- 選手の画像などを使った応援証明の有料化のハードルは高いが、新しい企画への関心が高い層（当実証事業の応援証明取得者）の母数が形成できたため、そのパイに対して今後新しい企画を提案していく余地はある
 - 7割は有料であれば参加しないと回答
 - 当実証事業によって、3281名が応援証明を取得
- 多くのファンクラブ非会員（コアファンでない参加者）に対して、選手やクラブに対する何かしらのポジティブな心理的变化を与えることができた
 - ファンクラブ非会員のうち73%が、クラブや選手に対して何かしら意識・行動に変化があったと回答
 - 意識や行動の変化としては「選手への愛着が増した」「推し選手ができた」「会員になることを検討した／会員になった」等
- 他年齢層と比較して、試合時の企画への参加率が低い若年層（10代～20代のZ世代のファン）に対して、試合観戦以外の楽しさを与えることができた
 - 20代のファンの半数以上が、応援証明を取得するために来場時間を早めていると回答しており、応援証明が彼らの新しい楽しみに繋がっていると思慮

ヴォレアス) 実施概要

- ファンダム（※ 1）への貢献を証明する「ファンダム証明書」（※ 2）を集めて、ヴォレアス北海道を応援した思い出を楽しむコレクションサービス、DIG！VOREAS（ディグ！ヴォレアス）を実施
- ファンダム証明書を取得した参加者にアンケートを実施し、ファンダム証明書取得によって新規ファン獲得、既存ファンのLTV向上に繋がったかどうかについて検証

会場図

DIG！VOREASとは

DIG！VOREAS（ディグ！ヴォレアス）とは、ファンダム（※）への貢献を証明する「ファンダム証明書」を集めて、ヴォレアス北海道を応援した思い出を楽しむコレクションサービスです。

(※)ファンダム・・・ファンのコミュニティ

来場者限定のファンダム証明書(無料)をコレクション

ファンダム証明書



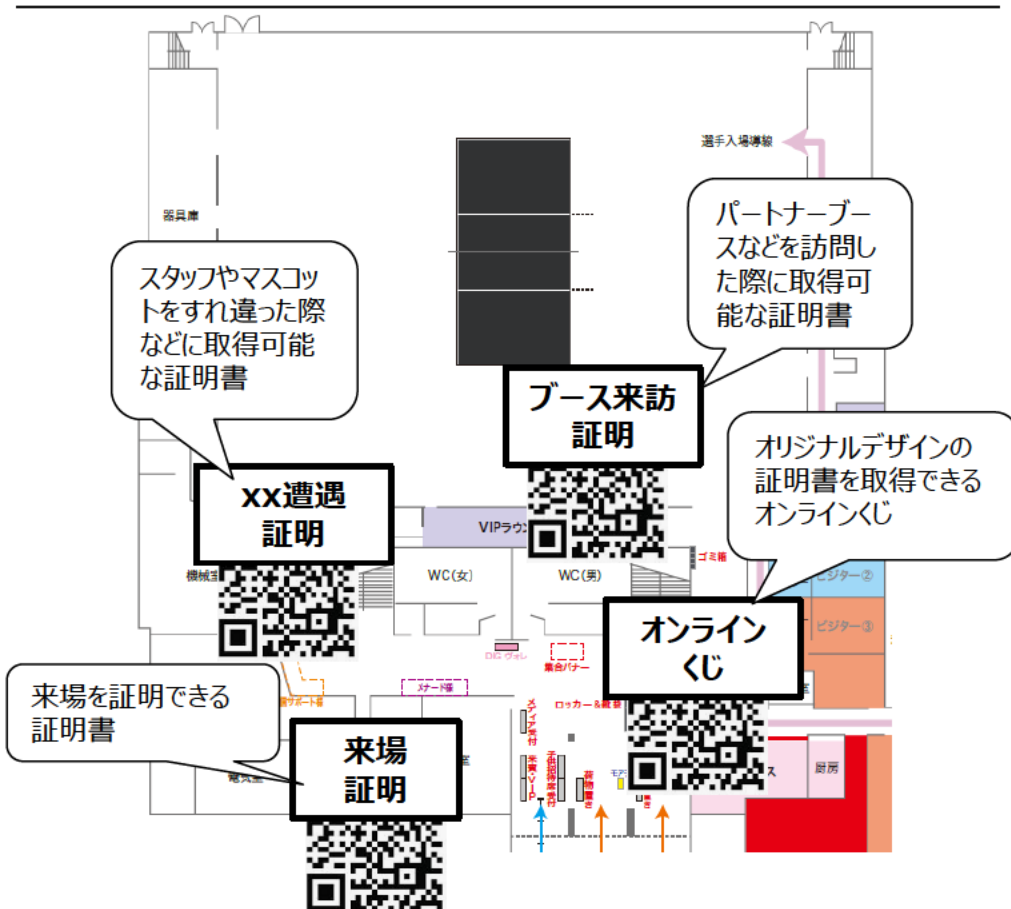
・試合のチケットを購入して、来場する
・会場でフライヤーやQRコードからファンダム証明書を取得する

ファンダム証明書 (無料) の詳細はこちら

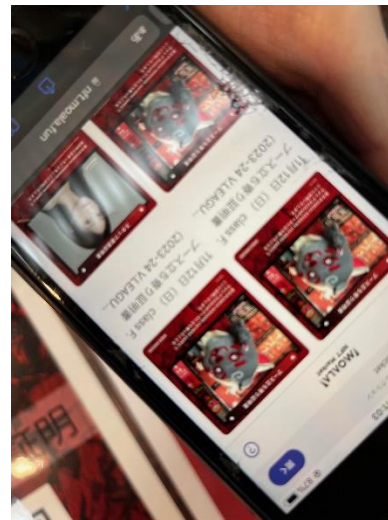


※ 1 ファンダム・・・ファンのコミュニティ

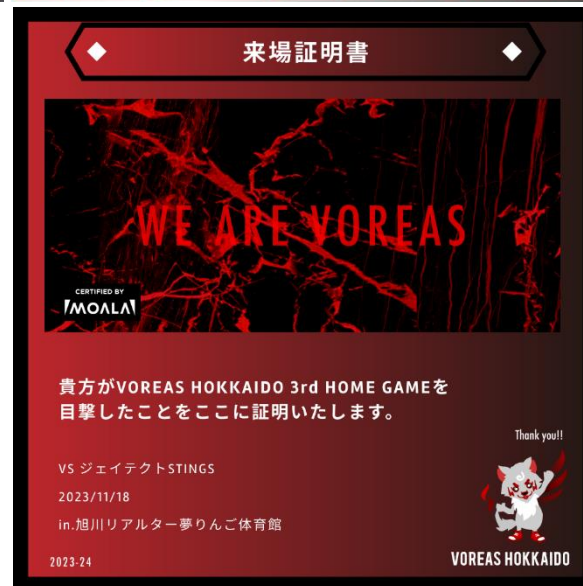
※ 2 ファンダム証明書・・・コンサドーレ札幌の実証事業における「応援証明」と同じサービス



ヴォレアス) 実施概要



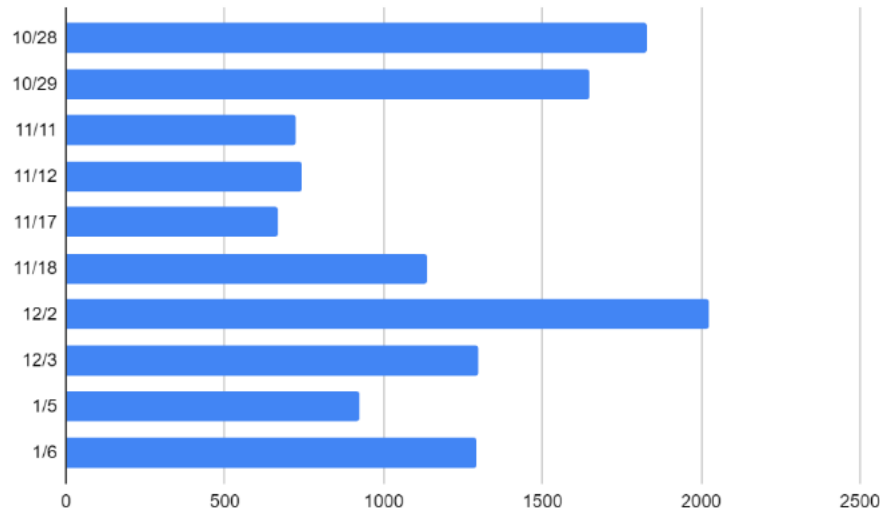
ヴォレアス) ファンダム証明書デザイン例



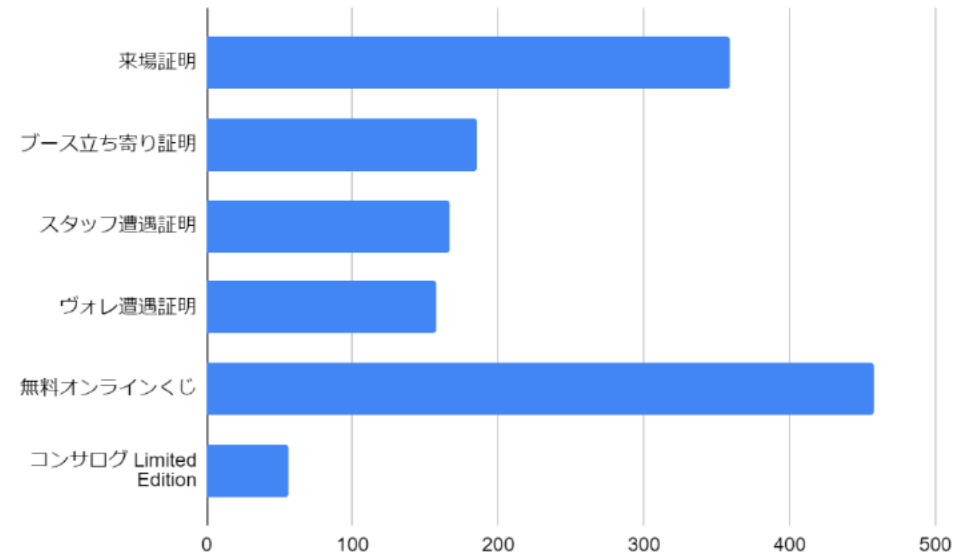
ヴォレアス) ファンダム証明書mint数集計

- 実証期間中（10月28日-1月6日）、延べ集客12,284人のうち、延べ1,381枚のファンダム証明書がmint※された

延べ集客：12,284人



延べmint数：1,381件

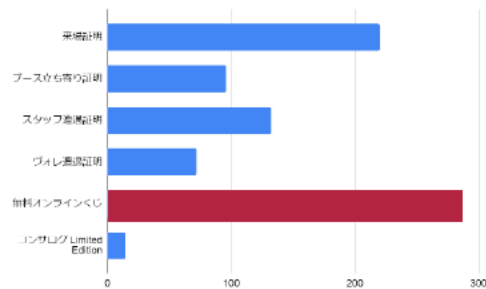


※mint・・・NFTの発行

ヴォレアス) オンラインくじの効果

- 様々な方法（来場証明書、ブース立ち寄り証明書、スタッフ遭遇証明書、無料オンラインくじに参加して得られる証明書）で証明書の取得機会を提供したところ、無料オンラインくじに参加して取得できる証明書が、他証明書と比較し最も多く取得されており、「限定」「ランダム」という要素はフックになっているといえる

証明書取得数



無料オンラインくじを取得する際に読み込むQRコード先の画面



2023-24 DIG！VOREASアンケート

- 【目的】ヴォレアスメガストア※会員に対して、DIG！VOREASの認知、ファンダム証明を取得した人の属性や、感じる価値、影響を把握するためのアンケートを実施
- 【回答者】合計174人がアンケートに回答

3 セクション中 1 個目のセクション

(2023-24 SEASON) 推し活企画「DIG！
VOREAS」に関するアンケート

リーグ公式戦で実施している、来場者証明書やブース立ち寄り証明書をコレクションできる《DIG！VOREAS》について、アンケートを実施させていただきます。

皆様からのフィードバックをもとに、今後の企画運営の参考にさせていただきたいと考えております。
つきましては、2024年1月26日（金）までにアンケートにご回答をお願いします。
（回答は匿名で集計されます）

運営：playground株式会社 協力：株式会社VOREAS

メールアドレス*

有効なメールアドレス

このフォームではメールアドレスが収集されます。 [設定を変更](#)

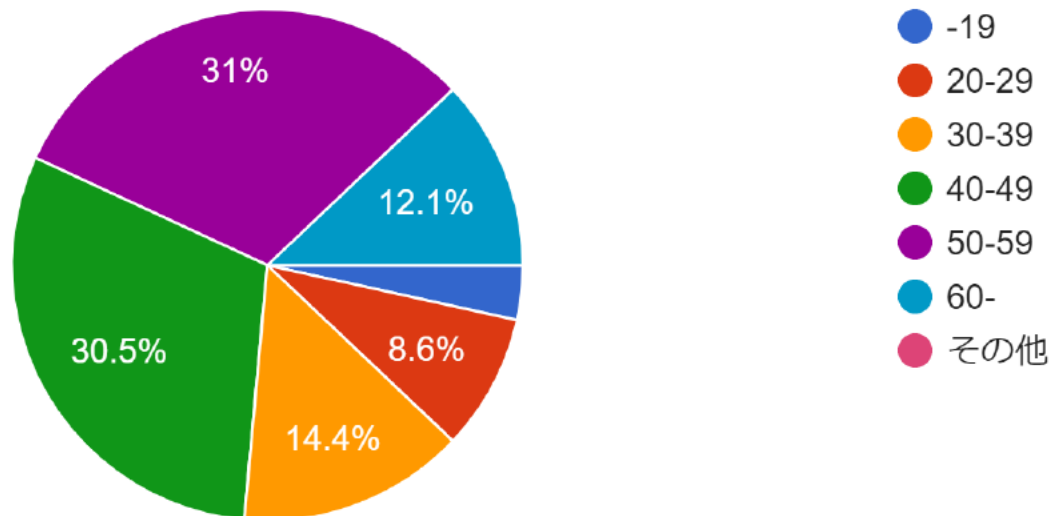
※ヴォレアスメガストア・・・ヴォレアス北海道のD2F（Direct to Fan）オンラインサービス（≒ECサイト）

2023-24 DIG ! VOREASアンケート

- アンケート回答者年齢分布
 - 50歳以上の方も4割以上回答

年齢

174 件の回答

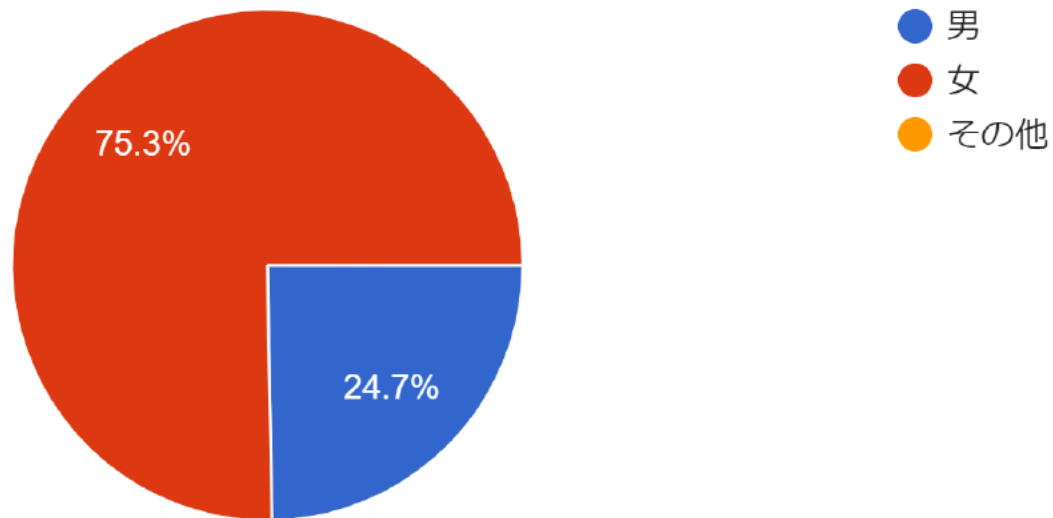


2023-24 DIG ! VOREASアンケート

- 75パーセントの回答者が女性

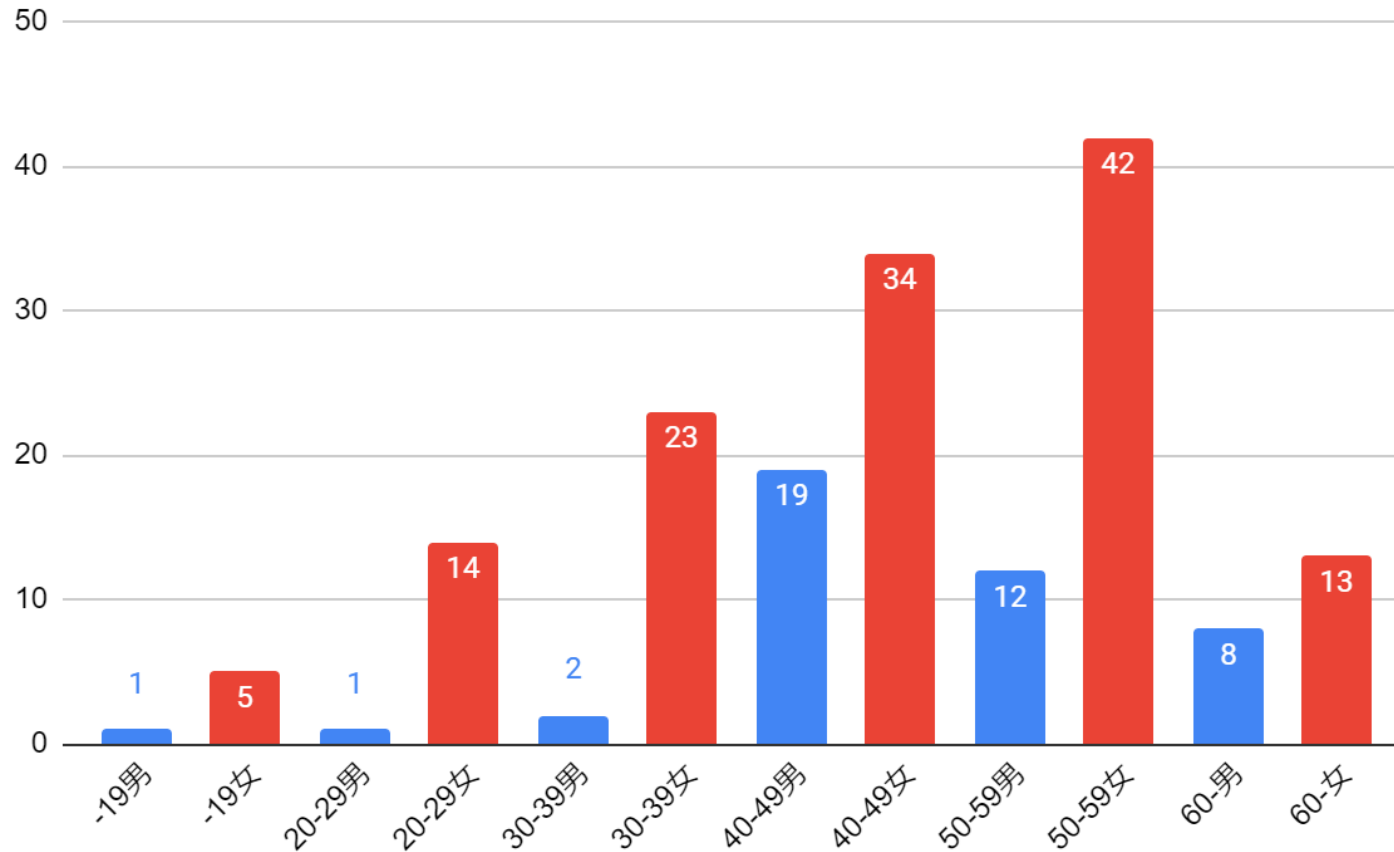
性別

174 件の回答



2023-24 DIG ! VOREASアンケート

- 参考) 年代x性別

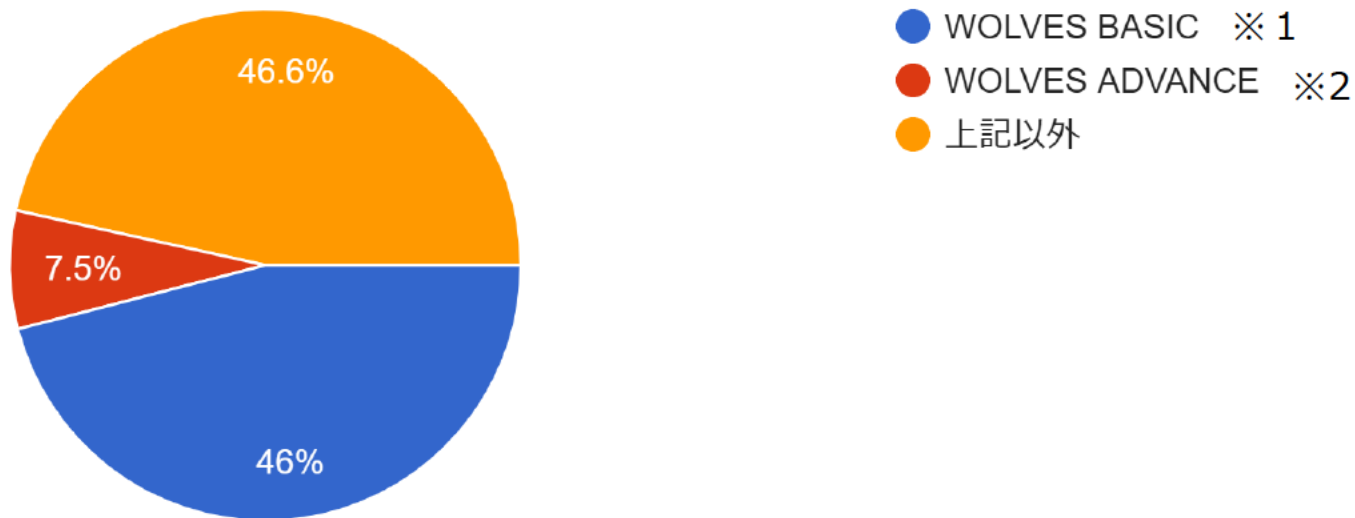


2023-24 DIG ! VOREASアンケート

- 会員/非会員がおおむね半分ずつ回答

会員種別

174 件の回答

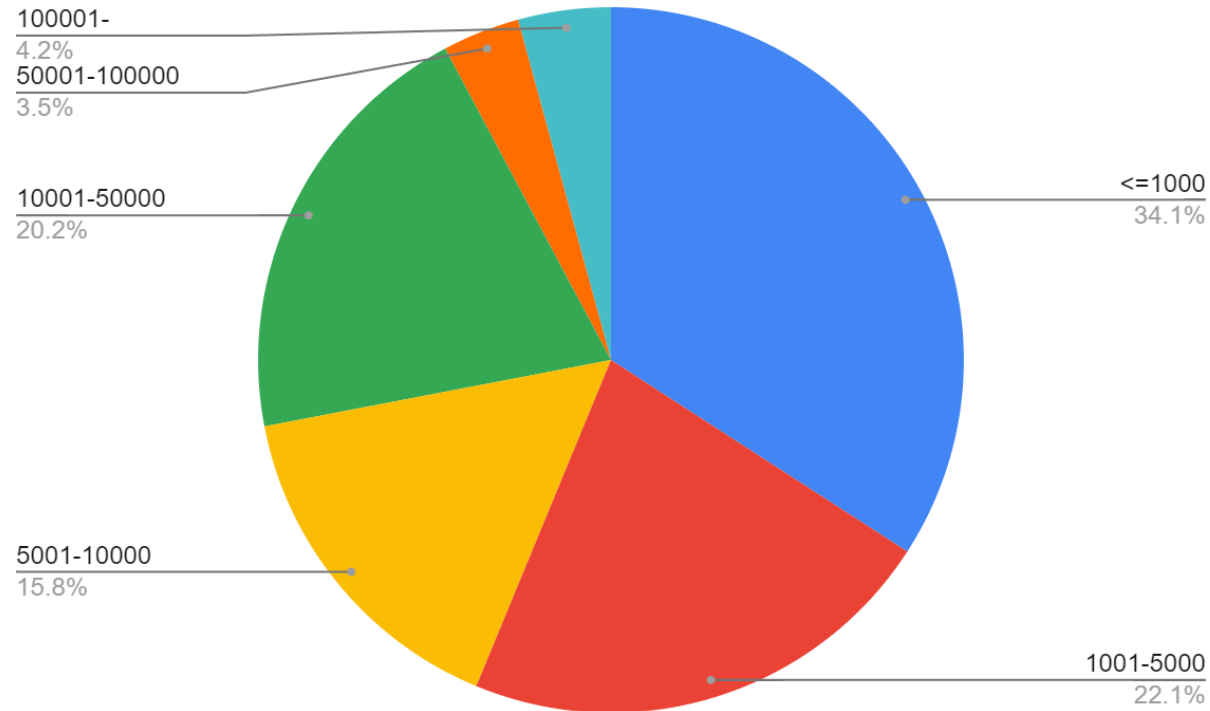


※1 WOLVES BASIC・・・月額580円の有償メンバーシップサービス

※2 WOLVES ADVANCE・・・月額2,200円の有償メンバーシップサービス

2023-24 DIG ! VOREASアンケート

- アンケート回答者のヴォレアスメガストア稼働以降（2021年頃～現在）の累計支出額（単位：円）

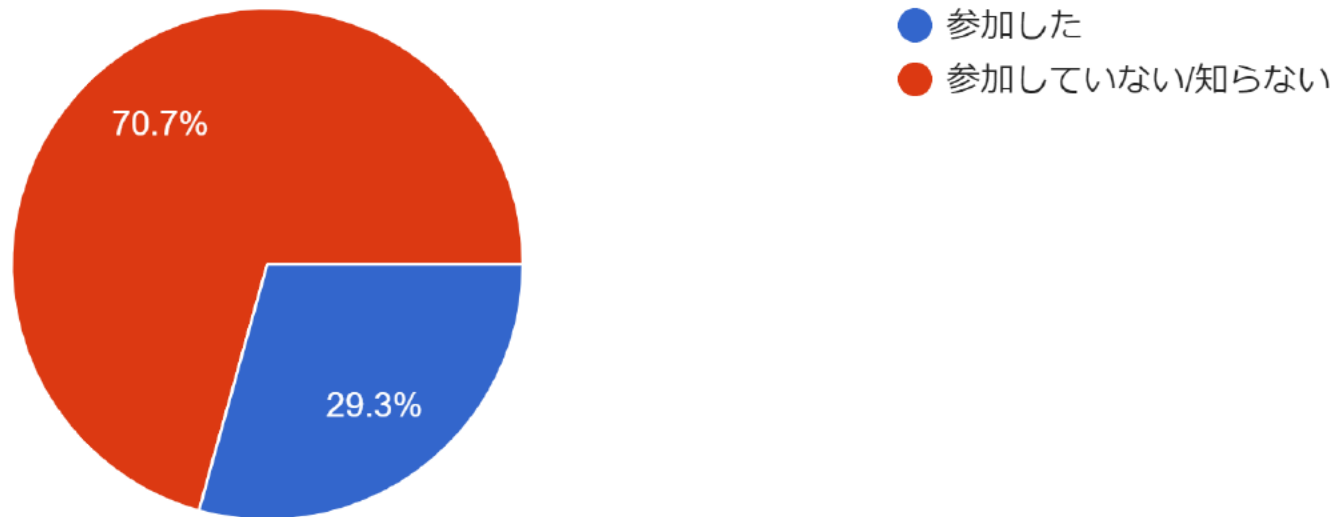


2023-24 DIG ! VOREASアンケート

- ヴォレアスメガストア会員でアンケートに答えて頂いた回答者のうち、約3割が企画に参加

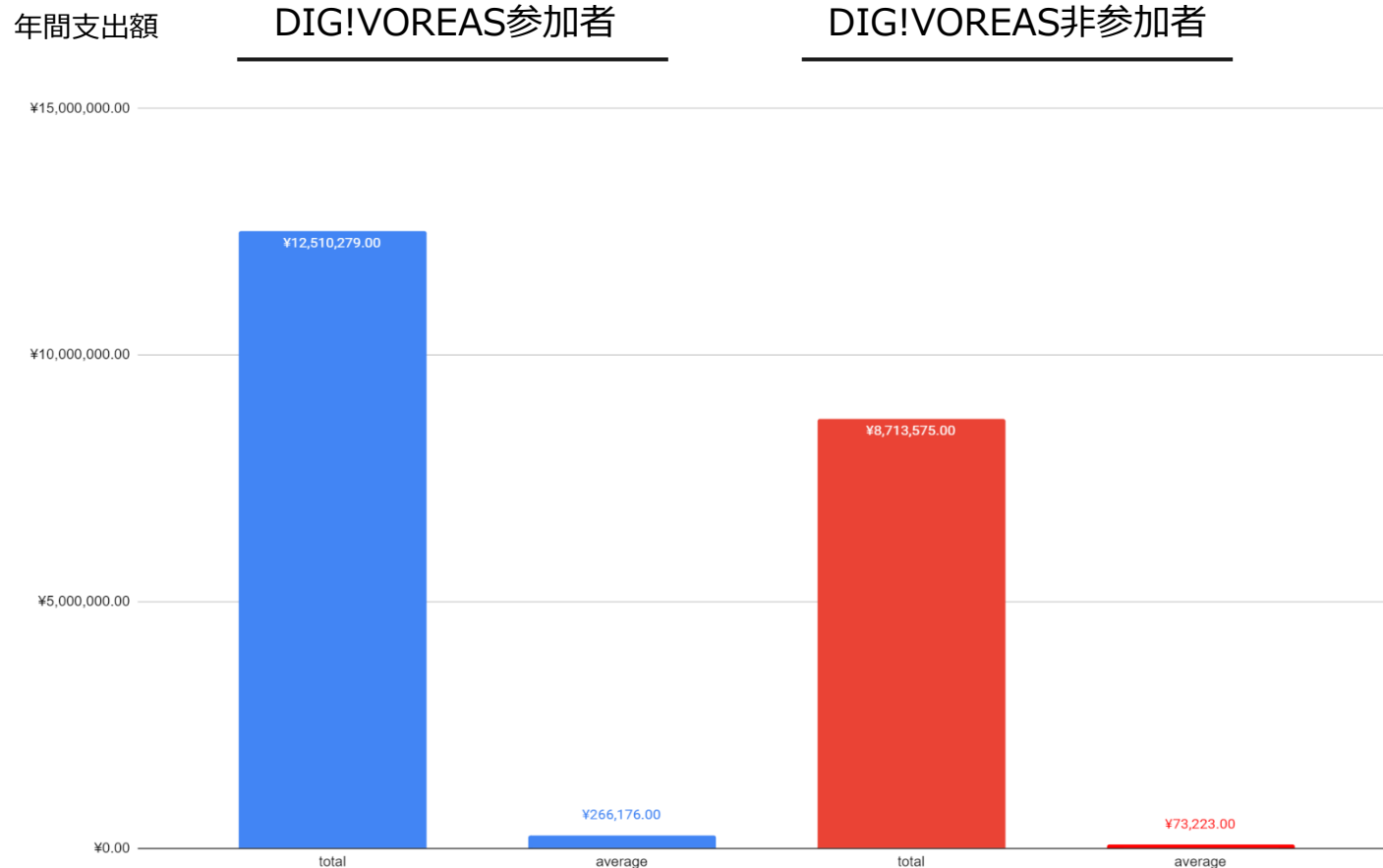
「DIG ! VOREAS」の一連の企画に参加しましたか？

174 件の回答



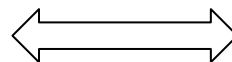
2023-24 DIG ! VOREASアンケート

- DIG ! VOREASに参加した人のほうが、チケット、飲食、グッズ購入などにおける総支出額・平均支出額ともに大きかった



最大値は約100万
の差があり

最大1,693,221円
最小1,200円



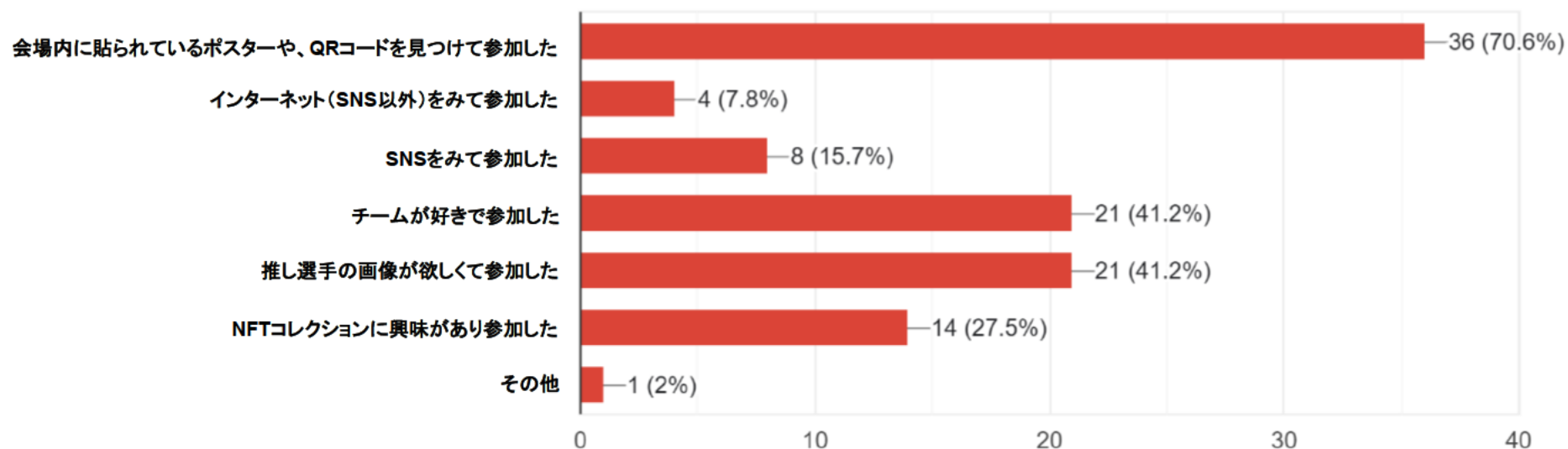
最大693,805円
最小1,000円

2023-24 DIG ! VOREASアンケート

- 約7割の回答者が会場内の掲示物で企画を認知したと回答

QRコードを読み込んで応援証明を取得したきっかけを教えてください。複数選択可

51件の回答

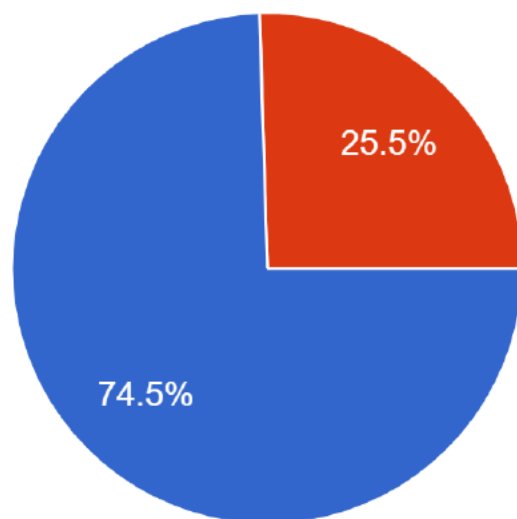


2023-24 DIG ! VOREASアンケート

- 74.5%の回答者がブースを来訪
 - Before/Afterの比較、ABテストまでは行えていないため、今後検証の余地がある

ファンダム証明書を取得する目的でQRコードが設置されているブースを訪れた。

51 件の回答



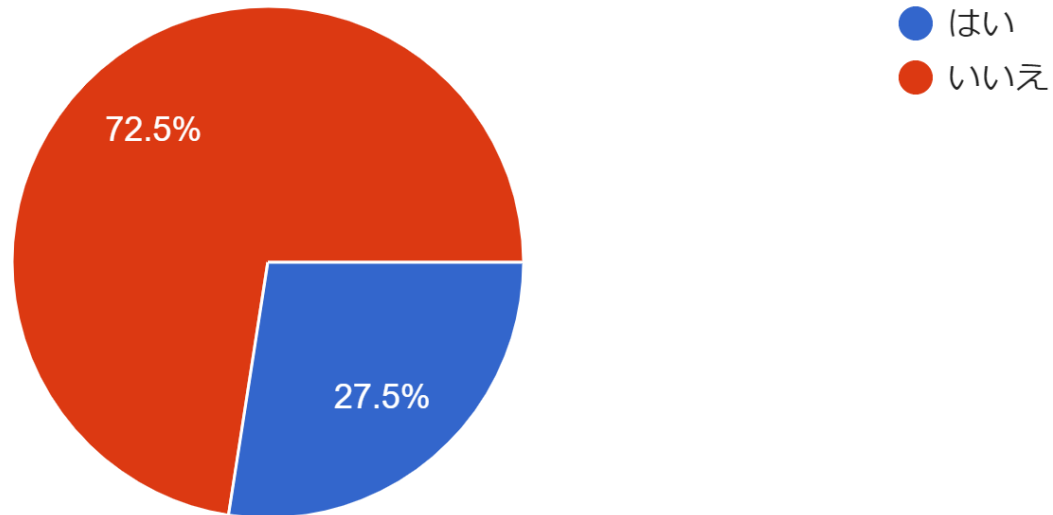
- はい
- いいえ（ブースには行っていない、または偶然QRコードを見つけた。）

2023-24 DIG ! VOREASアンケート

- 約3割の回答者が来場時間をはやめたと回答
 - 企画、滞在時間増のヒント

ファンダム証明書をコレクションするため、来場時間を少し早めた。

51 件の回答

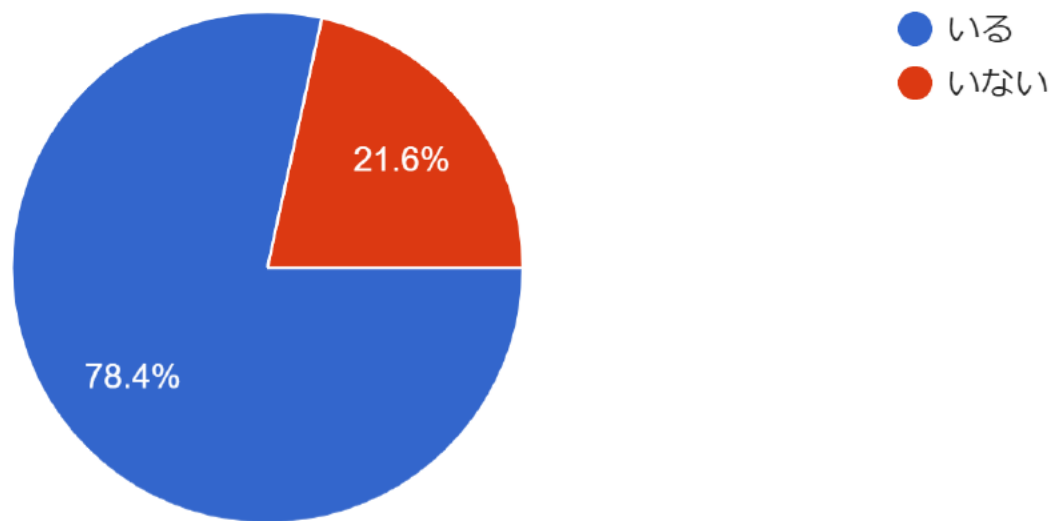


2023-24 DIG ! VOREASアンケート

- 8割近くの回答者が特定の選手を応援していると回答

特定の応援している選手はいるか？

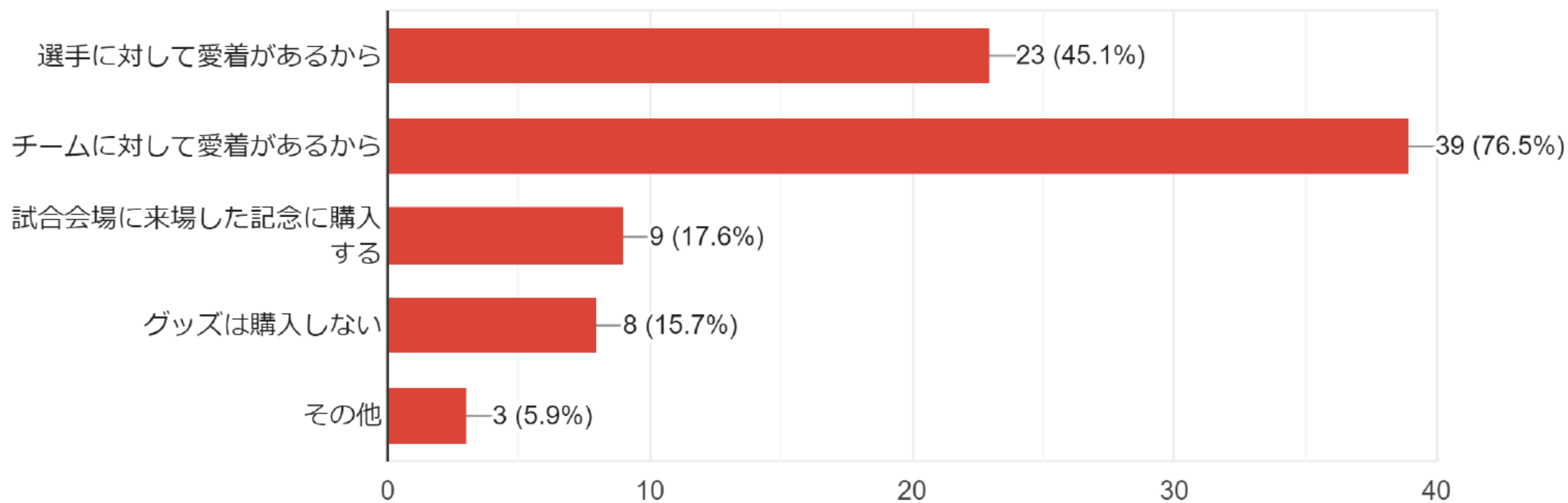
51 件の回答



2023-24 DIG ! VOREASアンケート

グッズ購入のきっかけを教えてください。

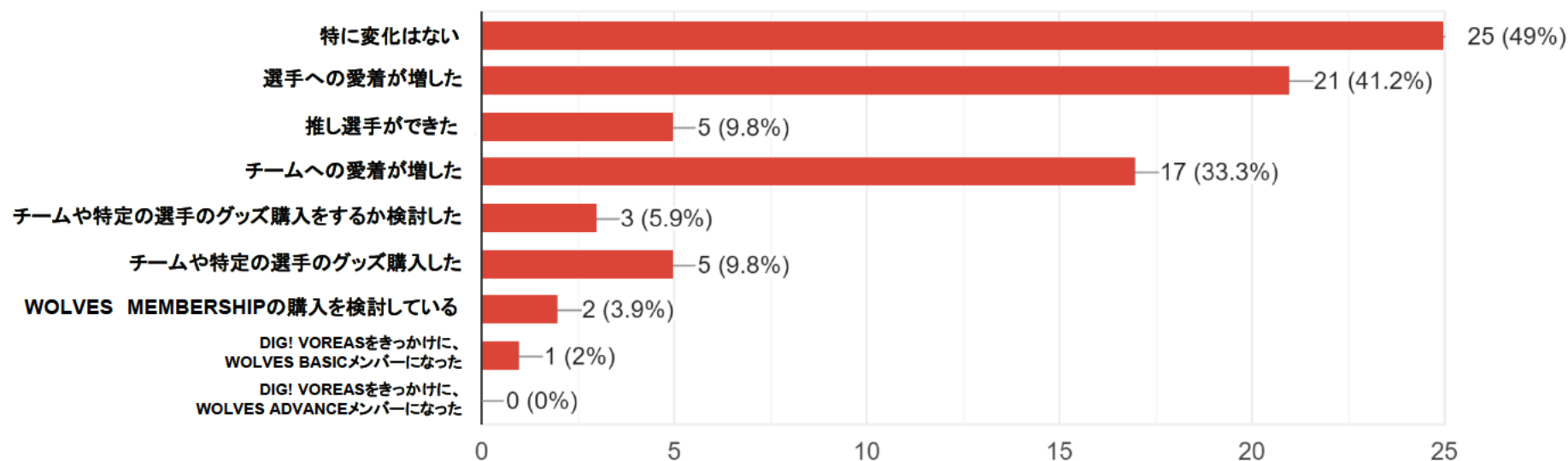
51 件の回答



2023-24 DIG ! VOREASアンケート

ファンダム証明書を取得したことで、チームや選手に対して意識や行動に変化はあったか？

51 件の回答



2023-24 DIG ! VOREASアンケート

• 良いコメント

- 一人で行くことが殆どですが、暇しない
- 観戦証明になる
- 来場証明は記念になるので楽しかった
- 開場してから試合開始までの時間に楽しんでいます
- 楽しいですし、スタッフの方々とのお話のきっかけにもなりますので、続けて欲しいと思っています
- 企画としては面白いと思うので、まだまだ宣伝して多くのサポーターに参加してもらおうのいいと思います

• 改善余地

- 選手の宣材写真とその日行った証明書が入手できるだけで、あまりメリットが無い
- 会場でも個人のグッズを売って頂きたいです！
- 企業に任せっきりでなくもっとチーム側も色々教えてあげるべきだと思った
- スタッフさんはとても忙しそうで声を掛けにくいのが現状です。もっといい方法はないのかなあという気持ちです
- 最初のうちだけやってたけど、集めて何の意味があるか分からもうやってません
- 証明をいくつ集めたら何らかのプレゼント(集めた数により内容を変える)等 楽しめる企画があったら良いかも。また、全てコンプリートは厳しい(遠方から来れない人もいる)為、その日その日で集めた数により例えばフード100円引きなどでも良いかも

2023-24 DIG ! VOREASアンケート

来場証明は記念になるので楽しかった。有料だとやらないかもしれない。スタッフの遭遇証明をもらいたかったがどの範囲のスタッフまでQRを持っているのかわかりづらかった。

開場してから試合開始までの時間に楽しんでいます。スタッフさんはとても忙しそうで声を掛けにくいのが現状です。もっといい方法はないのかなあという気持ちです。

グレバア戦のNFTを購入しましたが期限切れとのことで保存不可でした。この対応を頂けないのであれば今後無料QR読み込みしか購入しません

証明をいくつ集めたら何らかのプレゼント(集めた数により内容を変える)等 楽しめる企画があったら良いかも。また、全てコンプリートは厳しい(遠方から来れない人もいる)為、その日その日で集めた数により例えばフード100円引きなどでも良いかも。

最初のうちだけやってたけど、集めて何の意味があるか分からもうやってません

ファンダム証明書を取得してもどう活用する(される)のかが良く分からない

一人で行くことが殆どですが、暇しない

活躍を期待します。

DIG ! VOREASの目的は何ですか？ いつも新しい企画などを楽しんでいます目的やゴールがわからないまま続けています笑

2023-24 DIG ! VOREASアンケート

企画としては面白いと思うので、まだまだ宣伝して多くのサポーターに参加してもらいたいと思います。

会場でも個人のグッズを売って頂きたいです!

色んな人の撮った写真が見たい

DIG!VOREASの写真席に座ったことありますが、チームと運営会社との連携が取れていなくて席が微妙、特典のチケットホルダーもヴォレアスは電子チケットなのに使い道のない特典でいらなかったし、写真も縦、横と指定もなく結果使われたのは横の写真だけで言ってくれたらそこも考慮して撮影した。企業に任せっきりではなくもっとチーム側も色々教えてあげべきだと思った。

選手の宣材写真とその日行った証明書が入手できるだけで、あまりメリットが無い。観戦のついでに毎回やっているが、正直やる必要はほぼ無い。有料で入手できるNFTを買う気は全く起こらない。

楽しいですし、スタッフの方々とのお話のきっかけにもなりますので、続けて欲しいと思っています

函館大会もやりましたか？

2023-24 DIG ! VOREASアンケート) 示唆

- 企画に参加した会員がこれまでクラブのコンテンツに消費した額は、企画に参加していなかった会員よりも高かった
 - 企画参加者は非参加者に比べて、チケット、飲食、グッズ購入などにおける総支出額は約380万円、平均支出額は約19万円大きくなった
- グッズ購入のきっかけとして、一番大きい理由はチームへの愛着が挙げられる。そして、ファンダム証明書の取得がチームへの愛着形成に寄与していることが分かった
 - グッズ購入のきっかけとして76.5%が「チームへの愛着」と回答
 - ファンダム証明書を取得した人の33%が「チームへの愛着が増した」と回答
- 今後、企画内容によってはさらなる支出も期待できると考える



参考) 海外クラブが特定の選手にフォーカスして売りだしたNFTコレクション

(<https://www.manutd.com/en/news/detail/collect-bruno-fernandes-top-10-man-utd-goals-with-tezos>)

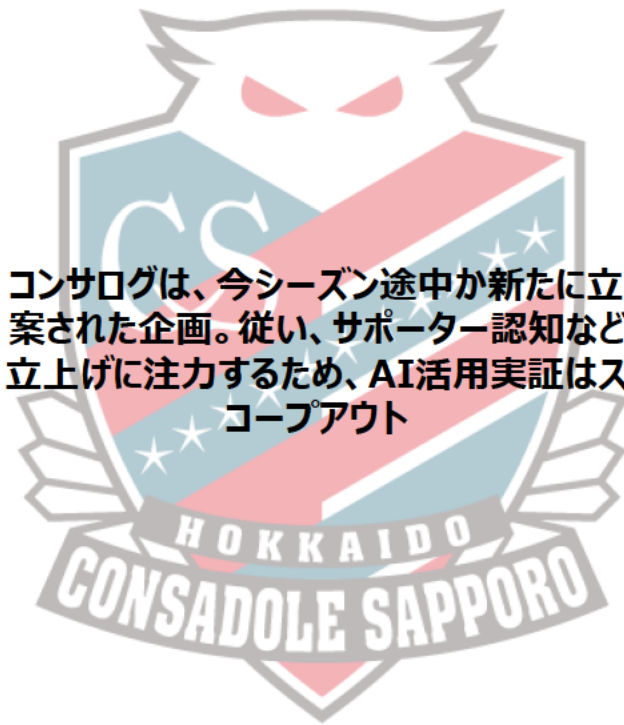
AI活用実証) 生成型AI活用実証

- AI活用実証は、ヴォレアス北海道のイベントで実施した

DIG！VOREASは、昨シーズンからの継続企画のため一定サポーターにも認知されていた。従い、さらなる企画の深化のためにAI活用可能性を実証

**VOREAS
HOKKAIDO**

コンサログは、今シーズン途中か新たに立案された企画。従い、サポーター認知など立上げに注力するため、AI活用実証はスコープアウト



AI活用実証) 生成型AI活用実証

- 生成型AIを活用し、コンテンツ生成の効率化を実証。約1割の生産性向上がみられた
- AI生成画像がスタッフ同士/サポーターとのコミュニケーションを活性化させることにも寄与した

2022-23シーズン

試合あたりmint※件数：73.75枚
(4試合で累計295枚取得)



2023-24シーズン

試合あたりmint※件数：82.67枚
(6試合で累計492枚取得)



AI活用実証) 生成型AI活用実証

- スタッフ遭遇証明のAI画像生成では、誰でもすぐに専門知識がなく使用できるため、SNOWを利用
- 今後余力があればMidjourneyなどの他サービスの利用も検証意向あり



Midjourney

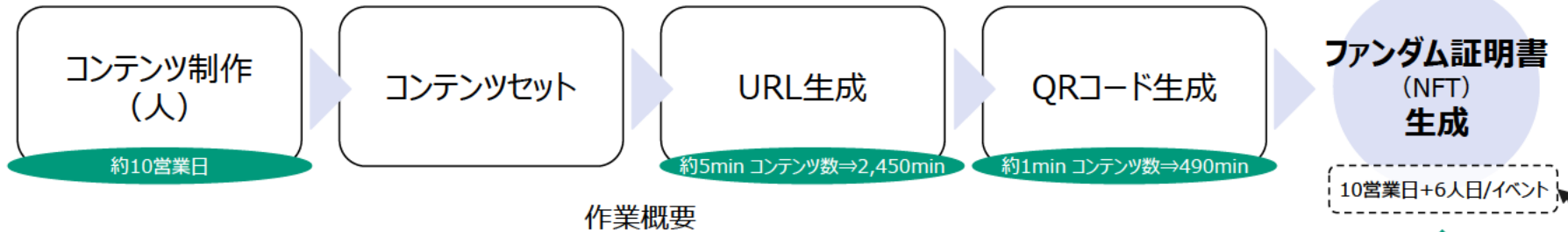
サービス利用料 : 10USD/月~

サービス利用料 : 約200JPY~/回

AI活用実証) 生成型AI活用実証

- ・ イベントにつき「10営業日+6人日」かかっていたコンテンツ制作工数が、本実証では「10分」に短縮
- ・ 生成型AIサービスを利用することで大量にコンテンツを制作しても工数には影響せず、さらに施策の内容次第でAIサービス利用前後で変わらないUXを提供できることが確認できた

Before



- ・ クラブ内あるいは外部でコンテンツを制作
- ・ 写真撮影の場合でも、必ず人の稼働が発生
- ・ クラブ内あるいは外部で制作したコンテンツをファンダム証明書のフレームにセットする
- ・ ファンダム証明書を取得できるURLを生成する。大量の証明書生成が前提ではないため、1件1件生成
- ・ ファンダム証明書を取得できるQRコードを生成する。大量の画像生成が前提ではないため、1件1件生成

After



- ・ 事前の企画は必要だが、AIで生成できる画像はAIが生成。短時間、低単価で大量に生産可能
- ※この部分は、生成AIを活用しても現状は変わらない
- ・ 複数のURLを同時に生成できるツールを作成。大量の証明書をまとめて処理が可能
- ・ 複数のQRコードを同時に生成できるツールを作成。大量の画像をまとめて処理が可能



AI活用実証) 生成型AI活用実証

生産性向上

コンテンツ制作



実証から得られた示唆 (仮説)

後続業務の生産性をツール利用で向上させられるとしても、最初のコンテンツ制作がボトルネックとなり、結局IPホルダーは、ファンダム証明書配布のような施策を実行にうつすことに二の足を踏んでしまっていた可能性がある。今回生成型AIサービスを利用し実証を行ったことで、一歩踏み出すキッカケになる可能性があると考えている

アバターパッケージ#3

2023.11.16 16:45

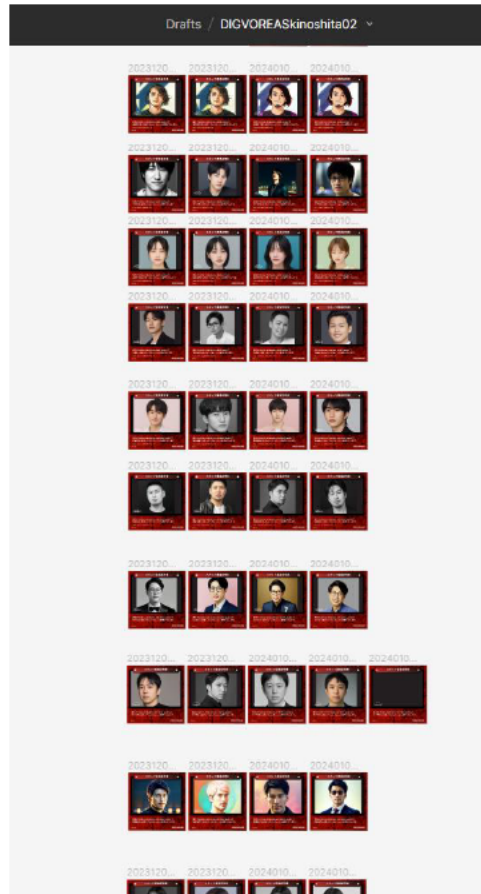
確認する

AIプロフィールパッケージ#11

2023.11.16 13:46

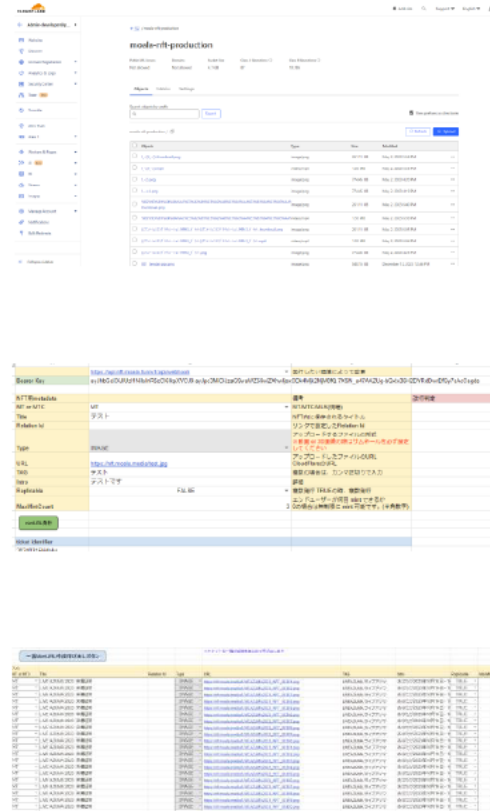
確認する

コンテンツセット



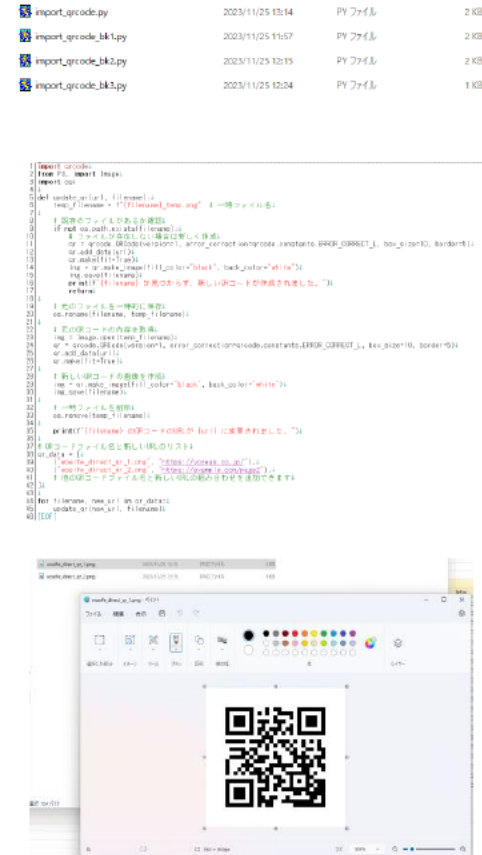
生産性向上

URL生成



生産性向上

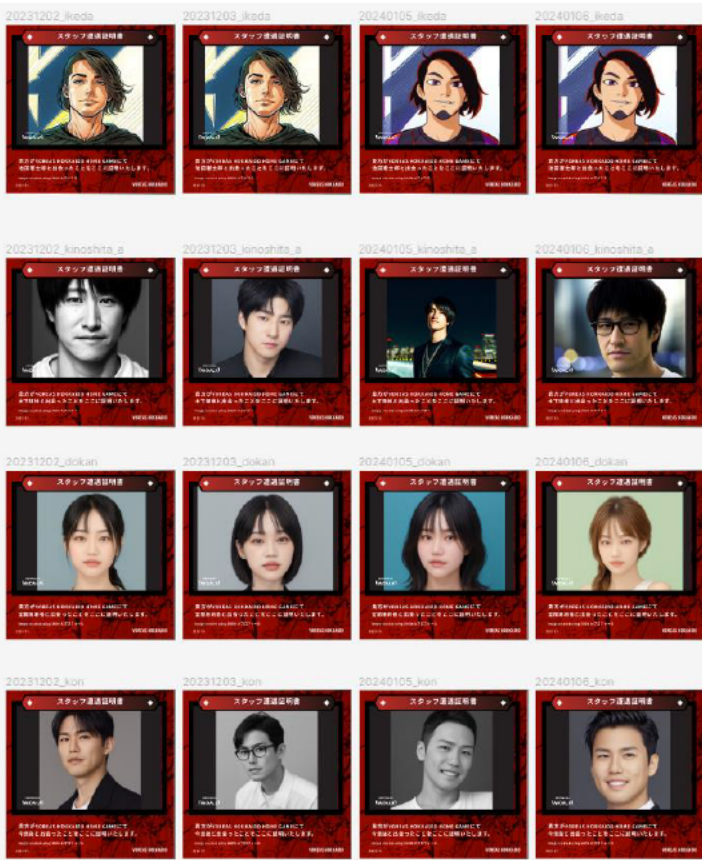
QRコード生成



AI活用実証) 生成型AI活用実証

実証から得られた示唆(仮説)

生成型AIサービスの利用がまだまだ新鮮で、クラブ内からも毎イベントの画像のできあがりを楽しみという声もあがった。社内コミュニケーション活性化の副次的な効果もみられた



実証から得られた示唆(仮説)

スタッフ遭遇証明という企画では、従来エンタメの一部と位置付けていなかったスタッフとサポーターの接点においても「AI生成画像」というコンテンツをフックにこれまでなかった楽しみを生むことができた。また、こちらも副次的な効果として、サポーターの声を拾うことにもつながった



参考) 選手肖像x生成型AI

- 選手の肖像は、それ自体がスポーツビジネスにおける本命の売り物
- 従い、生成型AIを介することのビジネス的相性は、必ずしも良いとはいえない
- 例えばあえてデフォルメ化することで、パートナーシップの価値が高まるパートナー企業を模索することなどは考えられるかもしれない



地元出身のマンガ作家とのコラボの呼び水に？



パートナー（スポンサー）営業のドアノック、アイスブレイク？

参考)

AI生成画像で制作された漫画作品「サイバーバンク桃太郎」

【著者名】Rootport



参考) AI利用に際する留意点

知的財産権の尊重:

商用利用におけるAI画像生成において極めて重要である。知的財産権は、個人や企業が作成したオリジナルな作品やアイデアを保護するための法的枠組みである。主な知的財産権には、著作権、商標権、特許権などが含まれる。

著作権: 著作権は、原作者が文学、芸術、音楽、映像などの創作物を作成した場合に自動的に発生する。商用利用におけるAI画像生成では、生成された画像が他者の著作権を侵害していないかを確認する必要がある。生成に使用されるデータやモデルが、著作権法やライセンスに適合していることを確認することが重要である。

商標権: 商標権は、商品やサービスを識別するための記号、デザイン、ロゴなどを保護する。商用利用におけるAI画像生成では、生成された画像が他者の商標権を侵害していないかを確認する必要があり、特定の商標やロゴが生成された画像に含まれていないかを確認し、侵害を避けることが重要である。

特許権: 特許権は、新規かつ非自明な発明を保護する。AI技術に関連する特許や特許出願中の技術が関与している場合、商用利用におけるAI画像生成がこれらの特許権を侵害していないかを確認する必要があり、特許権に関連する技術やアルゴリズムを使用する際には、特許の有効範囲を理解することが重要である。

商用利用におけるAI画像生成では、元となるデータやモデルが他者の知的財産権を尊重しているかを確認することが不可欠であり、著作権、商標権、特許権を適切に考慮し、侵害を回避するためには、注意深い調査と法的なアドバイスが必要である。特に、AI技術の進歩に伴い、知的財産権に関する法的な問題は複雑化しているため、専門家の助言を求めることが賢明である。

倫理的な使用:

AIを利用した画像生成において重要な側面である。AI技術の進化により、生成されたコンテンツが社会的に受け入れられるかどうかはますます注目されている。以下は、倫理的な使用に関する詳細である。

差別や偏見の排除: AIを用いた画像生成においては、差別的な表現や偏見を排除することが重要である。生成された画像が特定の人種、性別、宗教、性的指向などを侮辱したり、貶めたりするような表現を含んでいないかを確認する必要がある。

攻撃的な表現の回避: AIが生成する画像が攻撃的な表現を含んでいないかどうかを確認することが不可欠である。暴力的、過激な、または不適切な表現がないかを十分に検討する必要がある。

社会的受容性の考慮: 生成された画像が社会的に受け入れられるかどうかを考慮することが大切である。文化的な背景や倫理観に配慮し、広範な人々にとって受け入れられる内容であるかを確認する必要がある。

法的制約を超える倫理基準の設定: 法的な規制がない場合でも、倫理的な基準を設定することが重要である。法的な規制が及ばないエリアでも、倫理的な配慮を持ちながら行動することが求められる。

AIを使用した画像生成の際には、技術の進歩に伴って生じる倫理的な問題に対処するためのガイドラインを策定することが重要である。倫理的な観点から生成された画像が社会にとって受け入れられるものであり、差別や攻撃的な表現を含んでいないことを確認するために、技術者や利用者は注意深く対処する必要がある。

法的な規制の順守:

地域や産業によって異なる法的規制に従わなければならない。法的規制の例としては、以下のようなものが挙げられる。

プライバシーとデータ保護: 個人情報や機密情報を取り扱う場合は、プライバシーとデータ保護に関する法律に従う必要がある。GDPR(一般データ保護規則)やCCPA(カリフォルニア州消費者プライバシー法)などの規制は、個人データの収集、処理、保管に対する厳格な基準を設けている。

産業ごとの規制: 特定の産業や分野には、それぞれ独自の規制が存在する。医療、金融、自動車などの分野では、AI技術の利用に関する特別な規制やガイドラインがある。たとえば、医療分野ではHIPAA(健康保険移行責任法)などが医療情報の保護に関する規制を定めている。

透明性と説明責任: AIシステムには透明性と説明責任が求められることがある。特に決定の根拠を説明し、説明可能性を確保することが必要とされる場合がある。

輸出規制: AI技術が特定の国や地域に輸出される場合、その国や地域の輸出規制に従う必要がある。特に技術やソフトウェアの輸出には、国際的な輸出規制が適用されることがある。

AI技術を商用利用する際には、これらの法的な規制に十分な配慮を払うことが重要である。地域や産業に応じて異なる法的要件を遵守し、法律や規制を守ることで、リスクを最小限に抑え、信頼性の高いサービスを提供することができる。専門家の助言を仰ぐことも重要だ。

利用規約の確認:

AIサービスやツールを利用する際には、提供元が設定する利用規約を理解し、遵守することが極めて重要である。以下に利用規約の確認に関する詳細を挙げる。

商用利用における制限と条件: 利用規約には商用利用に関する制限や条件が明記されている。AIサービスやツールの利用に関する特定の制約や、商用利用における料金体系、ライセンスの条件などが記載されている。これらの条件を理解し、遵守することが重要である。

使用許諾と制約: 利用規約には使用許諾に関する情報が含まれる。特定の用途や使用方法に制限がある場合があり、また商用利用に関する許可を得るための手続きや条件も記載されている。

所有権と知的財産権: 利用規約では、生成されたコンテンツの所有権や知的財産権に関する条件が定められていることがある。特にAIが生成したコンテンツの権利は、提供元の規定に従っていることを確認する必要がある。

データの取り扱い: 利用規約にはデータの取り扱いに関するポリシーが記載されている。個人情報や機密情報の取り扱いに関する条件や、データの保管、共有、セキュリティに関する規定が含まれている。

変更や更新に対する同意: 利用規約は時折変更されることがある。利用者が変更に同意する必要がある場合もある。定期的に利用規約を確認し、変更に同意するかどうかを把握することが大切である。

利用規約を十分に理解し、遵守することは、商用利用におけるAI技術の適切な利用と、法的な問題を避けるために不可欠である。利用規約の内容や変更点を把握し、それに従うことで、サービスの安定した利用が可能となる。

法的アドバイスの取得:

商用利用におけるAI技術の利用は、時に法的なリスクや不確実性を伴うことがある。そのため、専門家や法律アドバイザーから助言を求めることは重要である。以下はその詳細である。

法的リスクの評価: AI技術を商用利用する際には、法的なリスクを評価することが不可欠である。特に知的財産権の侵害、規制違反、契約違反などのリスクが存在する可能性がある。

法的アドバイスの必要性: AI技術は法的な複雑さを伴う場合が多く、法的な知識が不十分な場合、リスクを最小限に抑えるためには法的アドバイスを求めることが重要である。

コンプライアンスの確認: 専門家のアドバイスを受けることで、特定の法的規制に適合するための対策を立てることができる。プライバシーやデータ保護、知的財産権、契約条件などのコンプライアンスに焦点を当てることが重要である。

リスク管理策の構築: 専門家の助言を受けることで、リスク管理策を構築することができる。法的な問題が発生した際の対処法や予防策を専門家と協力して立案することが有益である。

契約書のレビュー: AI技術を利用する際には、契約書や利用規約を注意深くレビューすることが必要である。契約条件や法的責任、知的財産権に関する事項を把握し、不明な点やリスクを特定することが重要である。

専門家や法的アドバイザーからの助言を受けることで、法的リスクを理解し、適切な対策を講じることができる。法的な問題を最小限に抑え、商用利用におけるAI技術を安定かつ合法的に活用するために、専門家との協力は重要である。

有識者会議

- 有識者会議実施日時
 - 2023/12/6 (水) 16:00-17:00 JST
- 形式
 - オンライン
- 有識者
 - 岡 洋氏 (Spiral Innovation Partners)

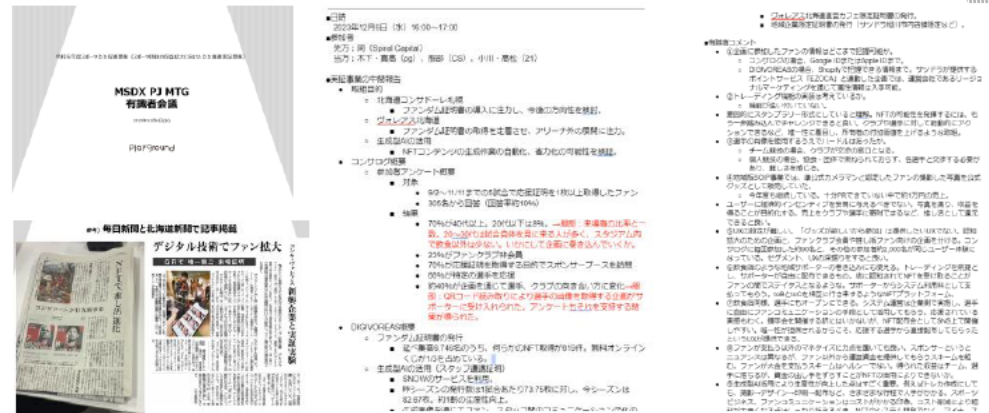
Spiral Innovation Partners



General Partner
岡 洋
HIROSHI OKA

2012年に株式会社IMJ Investment Partners (現: Spiral Ventures Pte.Ltd.) の立ち上げに参画。2015年、奥野と共にCCCグループ傘下でIMJ Investment Partners Japanの立ち上げを行い、2019年6月にSpiral Innovation Partners LLP 代表パートナーに就任。2014年頃からコーポレートベンチャリングを軸とした企業のオープンイノベーション支援を行っており、T-Venture Program、東急アクセラレートプログラム、ASICS Accelerator Program等の企画運営や、社内ベンチャー制度の企画運営、イノベーション人材の育成支援など幅広くサポート。それ以前はIMJグループにて、Webインテグレーション事業、アフィリエイトプラットフォーム事業、スマートホンアプリ事業等、複数の事業を経験。千葉大学大学院修了。福岡出身の九州男児、大学時代はダンスにのめり込む。現在の趣味はキャンプで、季節を問わず一年中キャンプを楽しんでいる。

出展: <https://spiral-cap.com/team>



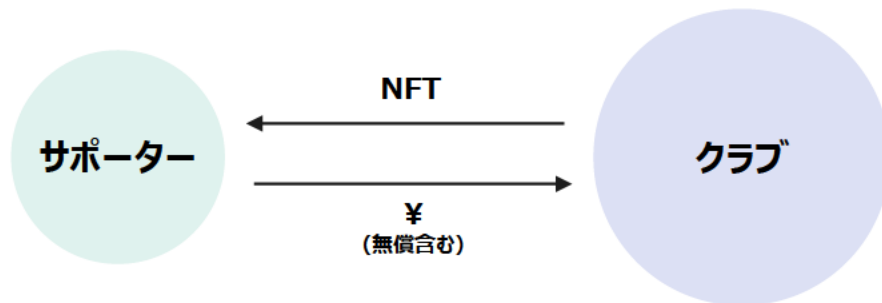
- トレーディング機能の実装
- サポーターに**経済的インセンティブを与えすぎることのリスク** (応援熱量<経済的メリットという状態になることで、コミュニティ品質 (応援が盛り上がらない) の低下したり、集客が減るなど)
- 必ずしも応援が目的化せず、**場づくりがギクシャク**してしまう事象の対応
- UX設定の重要性 (ひろくサポーターを巻き込むために難しくしないこと)
- 「グッズが欲しいから参加」は提供したいUXでないはず。**認知拡大のための企画と会員組織や推し活ファン向けの企画を分けるべき**。コンサログに毎回参加した約90名と、その他の参加者約2,000名が同じユーザー体験になっている。セグメント、UXの深掘りをするとうまい
- 飲食店のような**地域サポーターの巻き込み**可能性 (サポーターの経済活動を行う場所のを拡張する)
- 自身を推してくれているサポーターに対して特別なNFTを選手が発行できる、などの企画を立案し、**能動的に選手を巻き込む**ことができるかもしれない
- ファンが支払う以外のマネタイズに力点を置いても良い
- スポンサーというニュアンスが異なるかもしれないが、**ファン以外から運営資金を提供してもらうスキーム**を組む。ファンが大金を支払うスキームはヘルシーでない。得られた収益はチーム・選手に落ちるが、資金の出し手をズラすことがNFTの活用によりできないか
- 生成型AI活用により**生産性が向上した点**は非常に良い
- 例えばトレカ作成にしても、撮影→デザイン→印刷→配布など、さまざまな行程で人手がかかる。スポーツビジネス、ファンコミュニケーションはコストがかかる印象。**コスト削減により粗利が大きくなる点はしっかり訴えるべき**。NFTなどのシステム開発でなく、マイナースポーツも含めたプラットフォームの構築とすれば周囲も補助しやすい
- スポーツチーム間の横のつながりを利用し、**3者連携で進める**ことも考えられる

有識者会議

• 検討例)

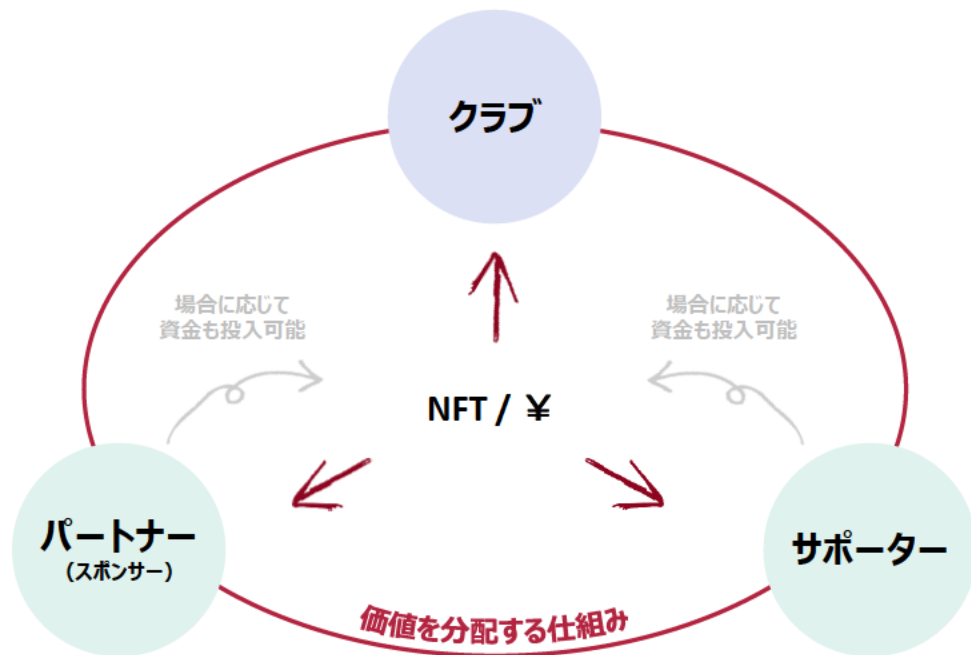
- AsIsでは、NFTコンテンツの資金の出元はサポーターに限られている
- ToBeでは、サポーターが対価を支払うということ以外のマネタイズに力点を置き、サポーター以外から運営資金を提供してもらうようなスキームを組むことで、一部のコアサポーターに依存するような売上の上げ方から脱却する

AsIs



ToBe

- トレーディング機能の実装
- サポーターに経済的インセンティブを与えすぎることのリスク（応援熱量＜経済的メリットという状態になることで、コミュニティ品質（応援が盛り上がらない）の低下したり、集客が減るなど）
- 必ずしも応援が目的化せず、場づくりがギクシャクしてしまう事象の対応
- UX設定の重要性（ひろくサポーターを巻き込むために難しくしないこと）
- 「グッズが欲しいから参加」は提供したいUXでないはず。認知拡大のための企画と会員組織や推し活ファン向けの企画を分けるべき。コンサログに毎回参加した約90名と、その他の参加者約2,000名が同じユーザー体験になっている。セグメント、UXの深掘りをするとうい
- 飲食店のような地域サポーターの巻き込み可能性（サポーターの経済活動を行う場所を拡張する）
- 自身を推してくれているサポーターに対して特別なNFTを選手が発行できる、などの企画を立案し、能動的に選手を巻き込むことができるかもしれない
- ファンが支払う以外のマネタイズに力点を置いても良い
- スポンサーというニュアンスが異なるかもしれないが、ファン以外から運営資金を提供してもらうスキームを組む。ファンが大金を支払うスキームはヘルシーでない。得られた収益はチーム・選手に落ちるが、資金の出し手をズラすことがNFTの活用によりできないか
- 生成型AI活用により生産性が向上した点は非常に良い
- 例えばトレカ作成にしても、撮影→デザイナー印刷→配布など、さまざまな行程で人手がかかる。スポーツビジネス、ファンコミュニケーションはコストがかかる印象。コスト削減により粗利が大きくなる点はしっかり訴えるべき。NFTなどのシステム開発でなく、マイナススポーツも含めたプラットフォームの構築とすれば周囲も補助しやすい
- スポーツチーム間の横のつながりを利用し、3者連携を進めることも考えられる



参考) ホームゲーム会場外での取り組み状況

- ・ コンサドーレ札幌・ヴォレアス北海道、ともにサポーターに企画が認知され、応援証明・ファンダム証明書をコレクションすることの意欲を一部サポーターに対して高めることができた
- ・ 今後、応援証明・ファンダム証明書が周辺地域への経済効果を創出する可能性も検証する。
 - － 試合にきた来場者が、応援証明・ファンダム証明書を取得することを目的に、QRコードを設置した周辺地域の店舗へ周遊することを想定
 - － ヴォレアス北海道では、周辺地域の店舗として、ヴォレアス直営カフェやサツドラを想定。また、コンサドーレ札幌とヴォレアス北海道が相互に連携し、それぞれの応援証明・ファンダム証明書を取得するQRコードをそれぞれの試合日のスタジアムに設置することも想定

双方のHG会場



ヴォレアス直営カフェ



サツドラ



コンサドーレ・ヴォレアス、ともにパートナー企業であるサツドラの店舗での実施は、実証期間中に施策実施の方向性は合意した。一方、スケジュールと人員リソースの兼ね合いで実現までは至らず

両クラブでの実証を通じて得られた示唆

- 今回、コンサドーレ、ヴォレアスともに一定量の応援証明・ファンダム証明書（以下、「NFT」とする）を発行し、それぞれのサポーターに付与することができた
- 選手ごとのNFTを配布できたため、今後は各サポーターの推し属性（≒保有NFT）に応じて顧客体験を動的に制御できる
（ただクラブのNFTを保有しているということだけではなく、特定の選手のNFTを保有することで、推し選手ごとにパーソナライズされた商品や体験を提供可能）
- まとまった量の、NFTで使用するコンテンツを制作することは、これまでクラブでも協力企業でも実施は難しかったが（人員、あるいはお金が不足するため）、生成型AIを活用することで、各領域の担当者が二の足を踏まずに施策を実施できる余力を作ることができた
- 今回、独自のWeb3の仕組みをもって、暗号資産やクリプトウォレットなどを持たなくても比較的簡単にサポーターがNFTを取得できるシステムをつくった
 - 今後はこれらのコンテンツをプライベートチェーンからパブリックチェーンにのせかえる仕組みも実装検討可能（プライベートチェーンだとしても、NFTを保有していなければそもそも乗せ換える検討も不可）
- NFTの取得者へのアンケートを通じて、NFTの取得が選手・クラブへの愛着を形成することに貢献し、それが将来的に売上拡大に繋がることが示唆として得られた。また、一定数のNFTをサポーターに配布することができたため、それらの保有状況に応じてよりの確な有償コンテンツオファーを提示できると考えている
 - さらに、企画・施策をクラブだけが考えるのではなく、NFT保有状況に応じてサポーター自身が参画・参加する権利を付与することなども考えられる
- これらの実績やノウハウは、北海道の地域特有のものではないため、他地域でも適用することが可能

EOF

playground