

第6回 地域×スポーツクラブ産業研究会

○日時：2021年1月26日（火） 10:00～12:00

○場所：経済産業省本館 17階第3特別会議室（オンライン参加：WebEx オンライン会議室）

○出席者

・ 委員

- 間野 義之 早稲田大学スポーツビジネス研究所 所長 （研究会座長）
- 有坂 順一 コナミスポーツ株式会社 代表取締役社長
- 池田 めぐみ 公益財団法人山形県スポーツ協会 スポーツ指導員
- 石塚 大輔 スポーツデータバンク株式会社 代表取締役社長
- 伊藤 清隆 リーフラス株式会社 代表取締役社長
- 桂田 隆行 株式会社日本政策投資銀行 地域企画部 課長
- 清宮 克幸 公益財団法人日本ラグビーフットボール協会 副会長
一般社団法人アザレアスポーツクラブ 代表理事
- 榊原 孝彦 NPO法人ソシオ成岩スポーツクラブ マネージングダイレクター
- 立石 敬之 シント＝トロイデン VV NV CEO(取締役社長)
公益社団法人日本プロサッカーリーグ 理事
アビスパ福岡 顧問
- 為末 大 株式会社Deportare Partners 代表取締役CEO
- 二宮 清純 株式会社スポーツコミュニケーションズ 代表取締役
中国5県プロスポーツネットワーク 統括マネージャー
- 諸橋 寛子 一般財団法人UNITED SPORTS FOUNDATION 代表理事

・ ゲストスピーカー

- 木村 弘毅 株式会社ミクシィ 代表取締役社長
- 川崎 大 デジタルソリューション事業第一部 部長代理

・ 経済産業省

- 畠山 陽二郎 商務・サービス審議官
- 山本 和徳 商務・サービス政策統括調整官

・ オブザーバー

- 泉 正文 公益財団法人日本スポーツ協会 副会長 兼 専務理事

- 文部科学省
- スポーツ庁

【スポーツ庁説明】

- 2001年にスポーツ振興くじの販売が開始され、その後、実は存続の危機に陥ったこともあった。
- 現在は、約1,000億の売上がある。現在9種類の商品があるが、売上の大部分は非予想系の商品。この非予想系の商品をどのような人たちが購入しているのかというと、中高年層の男性がメインのターゲット層。必ずしもスポーツファンが買っているわけではなく、宝くじファンが買っている。
- 予想系の商品もある。メイン商品は、非予想系はBIG、予想系はtoto。BIGについては14試合の勝敗・引き分けが当たらないといけない、3択の14乗なので約1/480万の確率になります。totoについても13試合を当てなくてはならず、非常に当たりにくいというのが現状。当たりにくいことが分かっているので、1回の購入金額も相対して額は出ません。年間の購入の平均を見ると、98%が1回あたり3,000円以下の購入額に過ぎない状況です。ここに課題がある。
- 昨年の臨時国会で成立したtoto法案。主な改正事項の1. スポーツ振興助成の対象拡大の一つに、地域における青少年スポーツ活動（部活動改革）とあるが、これまでもこの部分は対象となっているものではあるものの、今回の法改正の趣旨で先生方からも、部活動改革・教員の働き方改革と合わせて、地域の受け皿となるスポーツ振興をさらに強化すべしと言われている。
- より地域の方が使いやすいような、空調、ナイター設備の整備や、これまでも支援の対象となっていたアスリートのセカンドキャリアについても、改めて明記し、強化すべしということが言われる。それを達成するために3つの新商品が認められた。
- 1つは、現在サッカーだけのものをバスケットボールに広げるといこと。つまりBリーグを対象にすること。
- もう2つはこれまでは必ずしもスポーツファンではなく宝くじファン、当てるには13・14試合当てなくてはならないものだったが、今回認められたのは、単一の試合だけでくじを購入できるというもの。順位予想くじ。これは、例えばワールドカップでどこの国が優勝するのかなどを予想するくじ。これ自体は既に交付・施行されており、実際の商品の販売については、2022年の秋ごろになる。システムの関係でそれくらいの時間がかかる見込み。
- 民間のシンクタンクを使って法改正後の売上の予想をしたが、見ている試合でくじが当たったかどうか分かる、そういう分かり易さ、参加し易さがあり、だいたい500億を超える売上増になるのではないか。くじのファンではなくスポーツのファンがターゲットになる。ターゲットとなる層が変わるので、この程度は伸びるだろう。助成金額で見ると、だいたい100億程度の助成金額増になるだろう。
- くじの新商品の狙いは、くじと試合観戦を掛け合わせると試合観戦が何倍も楽しくなるという事実。これはれっきとした事実でありながら、覆い隠されていた部分である。今のくじの購入層がスポーツ振興くじでありながらスポーツファンが購入しているのではなく、宝くじファンが購入しているという事実。本当のスポーツファンが買うくじとは何だろうということを考えて、この新しいくじに至った。

- どういう効果があるのかというと、分かりやすいくじ、参加しやすいくじが存在することでスタジアム観戦の魅力が高まる。スタジアム観戦の魅力が高まれば、コンテンツの魅力が高まって、広告、スポンサーの価値が高まる。くじの結果が見ている試合で分かるため、試合配信を視聴します。テレビというより、携帯での確認が多くなる。視聴が多くなれば、広告、スポンサー、映像配信、データ配信の産業が動いてくる。
- スタジアムについても、スタジアム観戦の魅力が高まれば、入場料、飲食、グッズ、放映権、展示、広告、スポンサーの産業が動いてくる。テレビ・スマホの視聴が高まって、試合が面白くなるから、さらにくじが買われる、スタジアム観戦が面白いからくじが買われる、くじが当たるから試合観戦が楽しくなる。
- 売上については、例えばジュニアの育成とかスタジアムの環境整備等に回されることで、競技力がアップして、またスポーツ観戦が楽しくなる。このような正のスパイラルを回す起爆剤として、このスポーツ振興くじが使っていけるのではないか。特にスポーツファンに刺さるようなくじということで、今回単一試合くじと順位予想くじを認めていただいた。
- 色々な産業の起爆剤となって正のスパイラルを回すということとともに、スポーツ観戦に触発されて、国民の健康づくり、病気予防、健康寿命が促進される。さらにスポーツ振興については、国民の税金だけではなくて、スポーツを楽しんだ人の受益者負担により更なるスポーツ振興を図れる。このようなことを達成していきたい。

(コメント)

ようやくこのような単一試合も含めたくじができるようになった。20年前に議論していたが、当時はPTAを含めて大反対の中、なんとか立ち上げたという経緯があるが、何に使うのか、そのための財源づくりであるということで、もう一度原点に戻る必要があると思う。

■ゲストスピーカープレゼン

(プレゼン1)

- ミクシィという会社が何を目指している会社なのかというと、コミュニケーションを通して世の中を豊かにしていきたい、それをミッションにしている会社。SNSで友人同士をつなげたり、モンスターストライクのようなゲームで友達と集まってワイワイ楽しむ空間を提供したり、そのようなことで収益を大きく伸ばしてきた。
- 私たちが今この世の中をもっと豊かなコミュニケーションで満たすことのできるテーマとして掲げているのがスポーツ。バスケットでは千葉ジェッツのオーナーであり、チームとアリーナの統合経営を目指して、人々が集う豊かな空間を届けるというようなことをやっている。
- スポーツで大きな収益を上げているのが、競馬・競輪の事業。今までと違って一人で賭けるのではなく、プラットフォームを提供することで、非常に若い方たちに親しんでいただいている。

- コミュニケーションを豊かにしていきたい、スポーツにチャレンジしている。個人的には、間野先生もいらっしゃる早稲田大学に通っており、スポーツ科学科で学んでいる。論文のテーマとして掲げているのが、アメリカのスポーツベッティングでもある。
- 「今日から、スポーツベットの話しよう」とある。PTAの問題云々等もあり、非常に腰の重い話ではあるが、ちょっとでもその話の腰が軽くなるような話ができるといい。ポイントは3つあり、海外ではどうなっているのか、様々な課題があるけれどもそこに対する不安の対象は何があるのか、仮に日本でスポーツベットをやった時にどの程度のポテンシャルがあるのか。
- 海外のスポーツベットがどのようなものがあるかをお話したい。大きく分けて、サッカーや野球などのプロスポーツ競技と、日本でもお馴染みの競馬やドッグレースなどのレース系のコンテンツの大きく2種類がある。その中で、日本で合法化されているのは、公営競技と言われる競馬・競輪・オートレース・競艇の4種目と、サッカーや今後はバスケットを対象として賭けることのできる toto がある。
- アメリカでのスポーツベットの歴史を参考までに話すと、必ずしもアメリカでもみんなが賛成ではなかった。実は、賛否両論がある中で、今かなり合法化が進んでいる。1992年にPASPAというプロ・アマスポーツ保護法が定められ、プロスポーツに賭けると公正な勝敗に影響を与えるのではないかという議論があった。日本でもそうだが、八百長などのため。ここ最近になり、そもそも各州・自治体がスポーツベッティングできないのは憲法違反である、その需要を奪うことはすべきではないなどの議論がある中、今合法化が進んでいる。どうして合法化が進んでいるのかは、後で話しをする。
- アメリカにおいて、州ごとの自治体によって合法・非合法が決められており、合法の州と非合法の州とに分けられるが、合法化して事業を開始している州が既に20州ある。合法化してこれから事業を開始していこうという州が6州、合法化計画が進んでいるのが20州、合法化するかどうかわからないところが5州ある。ただ、2023年くらいに向けて、ほとんどの州が合法化していくのではないかと。そうなった時の市場がどの程度の規模になるかということ、色々な予想があるが、2030年くらいに11兆円くらいの市場規模になるのではないかとされている。統計の仕方によっては17兆円くらい行くのではないかと、今の toto の1000億からすると100倍以上の資金を生み出していくのが、我が国の競合、アメリカでは産業として立ち上がっていく。その中身を少し分解してみたいと思う。
- 米国のスポーツベッティングのオンラインとオフラインの成長率のグラフだが、成長を牽引しているのがオンラインベッティングである。オフライン、スポーツのスタジアムやバーで賭けられるものも年平均36.5%成長しているが、それを大きく上回って142.8%成長というところでオンラインが伸びている。
- どのようなプレーヤーが今活躍しているかというと、従来のカジノでベッティングサービス・ギャンブルサービスを提供していたプレーヤーも新しい収益源としてスポーツベッティングを提供しているが、特筆すべきは、FANDUEL社とDRAFT KINGS社というIT企業がそのシェアを大きく伸ばし成長をけん引している。この2社はファンタジースポーツという、グレーゾーンでベッティングのようなこ

とをやっていたが、1,000万人近い会員をそもそもファンタジースポーツで抱えていて、スポーツベッティングが合法化したタイミングで成長のコアとなっている。2社とも、時価総額で言うと2兆円を超えるような企業になってきている。これは、アメリカのマーケットでスポーツベッティングが大きく伸びてくるだろうということもあり、非常にマーケットからの資金調達というところも莫大な額となっている状況。

- 合法化からまだ2年くらいだが、まだまだ税収としては多くないが、だいたい200億円以上の税収を上げるようになってきている。さらに伸びていくと、もっと大きな税収につながっていく。
- スポーツベッティングに関わるプレーヤーのバリューチェーンのようなものだが、一番左にスポーツコンテンツを提供するNFLやNBAなどのスポーツリーグなどがある。そのスポーツコンテンツのデータを取り扱うSTATSなどのデータプロバイダ、そしてオッズメーカーなどを行っているバックエンドシステムの開発があり、スマートフォンやPCなどでベッティングサービスを提供しているベッティングオペレーター、先ほど言った大きく成長しているFANDUELやDRAFT KINGSが該当する。これらが、バリューチェーンとしてある。大きな収益を挙げている・大きく成長しているベッティングオペレーターが、スポーツリーグなどのスポーツ団体に対しても資金還元をしている。税収とは別にスポンサーという形で、一番大きいところだとDRAFT KINGSで14団体、これ以外にもスポーツメディアにもスポンサーをしてお金を落としている。このような形で、スポーツチームの貴重な財源として切っても切り離せない存在になってきている。
- スポーツベッティングオペレーターはそれだけではなく、アリーナ施設への資金還元をしている。NHLのPENGUINSのアリーナだが、そこに対してVIP向けのベッティングを楽しめるエリアなどにお金を投下して施設を充実させていく、このようなことを民間企業がやっている。
- アメリカは大学スポーツのビジネスが進んでいるという背景がありながら、大学スポーツに対しても還元をしている。州によっては大学スポーツもベッティングの対象にしている。日本だと学生スポーツに賭けていいのだろうか。高校野球に賭けたいということが大変なことになる。アメリカならではのところがあるが、もしかしたら学生スポーツの産業化という話はいくつかあるので、子どもたちへの商売の教育、スポーツも産業の一部ということを教育していく、スポーツでお金を稼ぐことが悪ではない、それによって成長していくということをやってもいいのではないかな。様々な問題は抱えているだろう、何かしらの解決案は無いのだろうか、そこを海外にヒントを得たいと思う。
- アメリカの市場で起こっていたベッティングにまつわる問題がある。そもそもアメリカではアンダーグラウンドでスポーツに対しベッティングをする文化がある国。海外のベッティングオペレーターがサービス提供することで、資金が海外に流出していた。これは日本のスポーツに対してもイギリスなどで勝手に賭けられてしまうということがあるが、ヨーロッパとアメリカだと距離も近いところもあり、資金が海外に流れていってしまった。また、反社会的勢力に資金が還流していたとしても、トレーサビリティが全く無いので、追うことができなかった。誰が賭けて誰がどのくらい儲かっているかが見えないので、税収の面でも追えていなかった等が問題としてあった。

- ここを、いま述べているオンラインベッティングであれば、すべてのお金の流れ、その人がどういう人かであるかを追うことができるので、税収としても取りはぐれがない、非常にエレガントなシステム。
- オンラインベッティングと切っても切り離せないのが依存症対策である。どう未然に防いでいくのかは、海外にヒントがある。まず、身分証の確認。公営競技で車券販売などもやっているが、全て免許証などの個人情報を取って、必ず成人の方しか遊べないなど、日本でも同じ。
- それから、ユーザー自身が限度額を設定することができる。セーフガードができるよう、あるいはこちらからセーブできるようにしている。そして、ユーザーは取引履歴から自分がどれだけ使ったか、どれだけ勝ったかを含め、きちんと知ることができるなどを徹底してやっている。パチンコ屋でいくら使ったか、いくら勝ったかで、「勝ち越している」と皆さんおっしゃるが、皆さんが言うということは何か間違っていると思うが、そのようなこともあやふやにせず、全部データとして提供することができるようになると感じる。
- 日本にスポーツベッティングを持ってきたときに、どの程度のポテンシャルがあるのかというところに議論を移していきたい。海外のスポーツベットと日本の toto などとの大きな違いは、主には賭け方の違いである。1 試合単位でそのチームが勝つか負けるかを賭けるというものと、所謂インプレイベッティングという試合中にあのシュートが入るか入らないか、次にホームランを打つか打たないかを賭けられるというところが、大きなトランザクション回数の違いになっている。決済するタイミングが多ければ多いほど、収益の規模は上がっていくので、主にはそのような違いがある。
- 例えばサッカーの人気国イギリスと日本の toto のマーケット規模を比較した時に、サッカーだけでも 1.4 兆円くらいの収益がイギリスのスポーツベッティングではある。スポーツ全体で言うと 3~4 兆円くらいある。
- 日本ではサッカー、バスケだが、さらに多くのスポーツ、プロスポーツでは日本で一番人気があるスポーツである野球。それらを加えていくと、賭け式の違い、コンテンツの違いで更なる大きな収益をスポーツ界、あるいはそのスポーツチームを持っている自治体の税収として入ることが考えられる。
- 日本国民は本当にベッティングをする国民なのかを考えていきたい。スポーツ振興くじの toto は現在 1,000 億くらいですが、公営競技のマーケットは 5.8 兆くらいある。競輪・競馬・オートレース・競艇で 5.8 兆円の資金を作り出し、自治体に納税している。さらに、日本国民が楽しんでいる、ギャンブルとして定義されていないのでギャンブルといえないというのはあるかもしれないが、パチンコ・パチスロは最盛期で 39 兆円くらいと非常に大きい産業。ただ、ここにも先ほど言った課題、資金還流がトレースできない、税収の取りはぐれなどもあり、そのような中で非常に規制が強く、どんどんマーケットがシュリンクさせられている状態である。足元で言うと、今は 10 兆円台くらいに落ち込んできているという状況。ただ元来、きちんと健全であれば、そのくらいの消費をしてくれる文

化がある国だと思っていて、みんなが盛り上がるスポーツコンテンツを対象に健全にベッティングをしていき、税収として地方自治体あるいは国に落とすことができればいい。

- 諸外国を見れば大きな収益を上げているものなので、是非皆さんと、今日からスポーツベットの話をしていきたい。そのポイントとしては、海外では収益を上げている、必ず不安を解消する方法というのはテクノロジーによってもたらされる、これは海外でもそう。そして日本でも大きな収益を上げられるマーケットが存在する、このようなところを論点として話していけたらいい。

(コメント)

- 成長産業の重要な要素です。

【質疑応答】

(質問)

- 国内の toto くじで得られる収益のうち、現在何%がスポーツ教育に割り振られていて、今後何%がこれから割り振られる予定なのかを、それがここで議論される地域スポーツクラブの話になると思うがどうか。

(回答)

- スポーツに回されるのが 25%程度。売上の半分が払い戻しとして当選者に対して当選金として支払われる。それ以外に事後の経費があり、それを差し引いたものになる。収益が約 1,000 億ですので約 250 億円。それは年度ごとに変動するものですが、そのくらいの見通し。

(質問)

- JSC に行っているものも多いが、その中で具体的に地域クラブ、先生等に払うものになると思うが何%くらいを想定していればいいのか。

(回答)

- 手元にデータが無いので正確なところは言えないが、助成全体で見るとおそらく 1 割くらい。現在 toto 助成は、JSC に申請がくる形になっている。地域のスポーツ活動は単価が安いので、件数は多いが金額はそう高くはならない。実際に単価があって金額が大きくなるのは施設の方。施設整備で金額が大きくなっていて、結果金額でみると約 10%。

(質問)

- アメリカのスポーツベッティングの市場が 2019 年で約 1 兆 5,000 億あると拝察したが、政府の税収は年平均 123 億円となっている。アメリカでは 1 兆円くらいのスポーツベッティングの市場の中で、官に回るのは 123 億円程度で残りは全部民の中で回し合っているという理解でよろしいのか。日本の場合は toto ということで全部官の財源になっていると思うが、官と民の資金の取り分の考え方を知りたい。

(回答)

- ビジネスモデルに大きな違いがあると思っていて、資金の還元率で言うと海外では9割近くをお客様に還元するというモデルになっている。totoの場合、50%還元。なぜ9割になっているのかは、資金の回転率。お戻りする額が多いほど、よりスポーツベッティングにお金を賭けてくれる。各民間企業が競い合っているのが、オッズの払い戻し率の競走をしている。これが、fixed odds方式と、日本国内のparimutuel方式と方式が多少違うが、還元率で民間が競っているのが、マーケット自体が先行して大きくなっているが税金はまだこの程度しかないという考え方。
- ちょっと派生して、parimutuel方式で公営競技をやっているが、ここからかなり高い税金を得ている。オッズメイクを海外みたいに民間に委ねず官がやる方式でも、日本のスポーツベットの場合はいける。現在公営競技でどのように還元率を上げているかという、実は民間がポイントバックとして返している。お客様から頂いた利益の中から何%かは民間がユーザーに返している。そこで回転率を高めているので、parimutuel方式だけれども大きな規模に育っていているのがあるのでparimutuelなのかトランザクション回数なのか、還元率なのかというのは議論を受けてやっていければいい。

(質問)

- totoは現在50%いただいているものを、ペイバックで戻すことはできるか。そうするとトランザクション回数が増えていき、還元率実質9割、頂いた中から返す。それができれば、現行法の中でも還元率を上げて、トランザクション回数を増やすこともできるのではないか。競輪・競馬はできているので、totoはどうなのか。

(回答)

払い戻し5割以外のところが事務費と助成金額となるのですが、そこを購入者に返すということか。

(質問)

- 利益として積み上げている分を何%かペイバックすることで、還元率実質8割などに見かけ上見えるような商品設計ができると、現行法でもさらに回転率を上げることができるのではないか。公営競技ではペイバックをやっているの。

(回答)

- 今は法律の中で払い戻し率5割未満となっている。例えばそれを8割以下などに法改正できれば、木村さんが仰っていることの達成になるのか。

(コメント)

- 法改正をしまえば、それに越したことはない

(質問)

- 法改正をしなくても、助成金の中で新しく個人に還元するような個人助成みたいなものを作ることで、実質還元率を上げることができるのではないか。

(回答)

- 購入者と toto 助成を受けている人は必ずしも同じではないが、払い戻し部分+助成がある形になる。

(コメント)

- 助成対象は限定列挙されている。そこに払っている人は大正ではない。

(コメント)

- 私の理解では、この議論は、利益が出ていればその利益剰余金をどうするかという議論になると思うのですが、現時点では、この残りの5割は経費と助成金で全部使っているため利益がない。そのため還元率を高めるのであれば、事務経費を減らそうという話が出てくるが、助成金を減らすという議論になってしまうので、必ずしも回転率を上げる話とストレートに結びつかないかなと感じた。

(コメント)

- お金の半分がゼロサムの中でやっており、今の話だと助成金を減る形になるので、そもそも存在意義自体に関わってきてしまう。お金の回転を回したいという話であれば、払い戻し割合を上げるという方が、より趣旨に合致する。

(コメント)

- どのみち、グロースマーケットを大きくしていかなければならない。還元率を法律上上げると言っても助成金を削るという話になり、paypay みたいにペイバックで民間が実質戻しているというようにしたとしても、原資を得られるボリュームは上げていかなければならない。上げるためには還元率を上げる方法をとるべきだと思っていて、それを法改正なくやるテクニックはあるのではないか。

(質問)

- toto は素晴らしいスキームで、一方で制約もある。経営戦略コンサルティングの仕事をしており、民間的な感想を言うと、そもそも市場を大きくしない限りにおいては大きくならない、大きくする過程においては、還元率を高めるということで大きくしてしまえば、そのあとトータルの助成金は5年・10年で考えると多くなるという発想はあると思う。
- toto とファンタジースポーツというものは両立するものなのか、ファンタジースポーツというものが導入されると toto が小さくなってしまってトレードオフになってしまうものなのか。規模として完全トレードオフではないとしても駆逐されてしまうものなのか。どう位置付ければよいかは今後最終的にそこからの収益金を助成に回して行って、我々が議論しているサイクルを回していくエンジンにするとしたときに、ファンタジースポーツは大事だと思ったが、toto との関係性についてはどこかで区切りをつける必要がある。

(回答)

- 端的に言うと共存しうる。大きく分けて予想系と非予想系があり、今の toto の法律でやっている以上は、非予想系の宝くじ方式。宝くじに興味のある方が購入する。海外のスポーツベッティングは基本的には予想型のものが収益を伸ばしている。スポーツベッティングとファンタジースポーツは別の

物だと定義しているが、どのみち予想して楽しむもの。専ら還元率が高くて予想系コンテンツがスポーツベット。宝くじ方式で運を天に任せてというものを楽しみたい方、しかもスポーツ産業の貢献になっているから宝くじではなくてスポーツくじを買うという方、その両方みたいなものはあるかもしれない。ただ、予想系のもも伸ばしていくべきという議論がある中で、そのあたりがどうなのかという議論はある。

(回答)

- 2つ話をさせていただきたい。ファンタジースポーツに関して言えば、多分購入層が重ならない、そのカニバリズム、共食いは起こらない。一定は起きるかもしれないが、気にするところは、スポーツ団体側の反応の方。
- もう一つ、規模の話はその通り。助成は約25%と申しましたが、例えば、1,000円の売上だと250円、これが1兆の売上があると2,500億。1兆の売上があるときに助成の配分割合を5%としても500億で現在の倍増になる。その分払い戻し割合が高まることにより、よりくじが買われるので規模が拡大していく。助成配分割合は少なくなるが、規模が拡大することによって助成金額自体は多くなる。今の仕組みはそうになってないので、どうすればその仕組みが構築できるかはまた勉強させていただきたい。何に使うか次第だと思う。そして依存症対策、不正防止対策、反社対策がしっかり取られているということとセットだと思う。

(プレゼン2)

- 私からは、現在取り組んでいる事業の説明をさせていただく。部活動向けプラットフォーム BUKATOOL というもの。昨年度は経産省の「未来の教室」、本年度はスポーツ庁の「運動部活動改革プラン」に採択された。住友商事は2018年度から社内起業プログラムを暗中模索でやっており、その1期生としての案件で現在事業化にチャレンジしている。
- 名前の通り、BUKATOOLは部活をテーマにしたもの。日本の大きな文化だと思っており、ほとんどの方が経験をされて、色々な思い出が詰まっているところ。この部活を、スポーツ、文化というものに触れるだけではなく、人間成長の場として非常に日本の大事なシステム。第4次産業革命が起きている世の中において、部活動は子どもの頃からあまり変わっていないと感じている。新型コロナによっていよいよ学校のICT化というのが本格化してきており、ここに、部活動にデジタル革命を起こせるチャンスが訪れたと考えている。我々の大義としては、部活動の環境改革をしていくということは、若者の成長を最大化して日本の未来につながっていくという、そういう大義があると考えている。
- 現在住友商事に勤務しており、選手・監督・事業開発という経験3つを活かして取り組んでいる。大学は立教大学という弱小校で、その後社会人アマチュアクラブを立ち上げ、メンバーにも恵まれて日本一を経験し、トップの選手ということを知った。その後住友商事に勤務しながら、立教大学のラグビー部の監督を4年ほどやっていた。ちょうど清宮委員が大学ラグ

ビーに革命を起こした後の世代で、まさにそれを勉強した。私のような無免許でもできてしまう状況はどうなのかなと自問自答しながらやっており、非常に大変な仕事だと認識した。自分がもし今やるとしたら、あるいは10年後に携わる人がいたらこんな世界になっていればいい、その思いを住友商事での仕事の経験も生かして事業開発に取り組んでいる。

- BUKATOOL で何を提供するかについて、大きく3つあります。まず初めにデジタルコーチ。デジタルコーチは、指導方法に悩む顧問の方、上達方法に悩む部員の方、この方々に基礎が学べるコンテンツの配信、さらに応用編が吸収できるスキルシェアのマーケットを提供する。コンテンツの配信では、心・技・体、これを網羅的に基礎が学べる動画と資料を提供。
- 部活動は今、コロナに伴って指導動画とオンラインで百花繚乱となっておりますが、ピース、ピースになっていて部活動の現場でどのようにアジャストしていくかが結構難しい。それを情報の非対称性を外して基礎が学べるものを網羅的に提供していく。それでも個別の課題というものは解決できません。もしくは基礎が習得しきれない、そのような方々に対して、様々なトップコーチをマッチングしていくことを考えている。
- 次にマネジメント。マネジメントでは部活動の活動を効率的・効果的にサポートできる機能を提供していく。まず初めにスケジューラー。ビジネスをされている方にするとスケジューラーなど五万とあるが、部活動の現場というのはスーパーアナログで、頑張ってExcel、まだまだハードで、手書きでスケジュールを共有している。いきわたるスピード、変更も大きくは難しい。これを我々はデジタル化します。BUKATOOL が目指しているところは、部活をしている人だけではなくて、見る人・支える人にも共有をすることを考えております。
- 次にトレーニング計画。部活動はやってみると、無限に時間がありそうだが実は非常に限られていて、特に今の子供たちは受験を控え塾の時間に忙しい、趣味もあるという中で時短部活、これを実現するためにスケジューラーと連動して自分たちの行動が何にどれくらい使われているのか、また予定されている行動からこういったものにフォーカスしているのかということでPDCAサイクルの質を高めていく。
- 次にコミュニティ。足元では活動日誌とグループチャットの提供を考えている。活動日誌をノートで交換していたアナログをデジタル化するだけではなく、スケジューラーと連動する形で、振り返る機会に実際に自分が何をしたのかということで、事実に基づいた振り返りをする。それによりレビューとフィードバックの質を高めて、課題解決力の向上を果たしていきたい。
- ユーザーが広がっていく段階では、今つながっていない部活同士のコミュニティにもつなげていき、部活動の悩みにぶつかっている顧問や部員の方々をつなげていきたい。
- 3つ目はエンタテイメント。こちらはビジネスの領域になっていくが、オンラインショップと部活動メディア。オンラインショップでは部費還元型通販というものを考えており、メーカーから直接部品をする人、見る人、支える人に提供していく。メーカーから直接仕入れるので、競争力がある価格で提供しつつ、一部購入金額を寄付に回すということで、行動経済学をヒントにやっている。

- ふるさと納税にヒントを得た。私も大学のOB会や高校のOB会に年会費を払い続けているが、何の対価もない。見返りもないのに払い続けている、有償のサブスクリプションと呼んでいるが、こうなると熱量のある人しか払わない、かつ熱量のある人が追いかけないと払わない。もっと気軽に応援できる仕組みを提供していくということに取り組んでいる。
- 次は部活動メディア。これは活動の様態、練習や試合動画をシェアする。今、YouTubeや地方局、ケーブルテレビも普及してきて、公式戦はメディア化されてきているが、練習や活動を見ていくと、ほんの1~2割がデジタル化になっている。このつながっていない動画を共有することで、人と人を集めてくるという価値があるのではないかと考えている。
- 私の母校の立教大学は去年まで2部組織にりましたが、YouTubeで限定的にリンクしてパスワード保護し、OB会費を払っている人だけに公開したところ、視聴率50%ほど増えている。実証先の狛江高校のラグビー部でも練習試合の動画が出ると部員の倍の視聴数が出てきている。なかなかYouTubeという大海の中に公告を出しても見てもらえないという世の中において、ターゲティングができた広告を打つことができるのではないかと考えている。
- ビジネスのモデルのまとめだが、私共としてはまず有償から入り少なくともちょっとはお金をいただく。なぜかと言うと、それくらい価値のあるコンテンツだということを理解いただいてご利用いただく。そうすると、ステークホルダーである父母やOBにも見える化ができていく。見える化ができていく中で、エンタテインメントの領域で応援シェアが活性化していくとパートナーたちが広がっていき、うまくいけば元手が取れていく、あわよくばそれ以上の収入につながっていく、部活動の悩みの一つである活動費の問題を解決する手立てになるのではないかと考えている。現在足元で開発している状況。
- まずラグビーからということで、知見の効く領域からスタートしている。日本一のチームである神戸製鋼から、ラグビーの技術的なスキルコンテンツの提供をいただいている。ラグビーは因数分解するとセットプレーとフェーズプレーに分かれ、セットプレーの中がリスタートからスクラム、フェーズプレーの中がアタックとディフェンスに分かれて、資料上の白抜きのスキルセットになっている。これらがラグビーに必要な大まかなスキルセット。その身に着け方を動画と資料をこちらから提供しており、これがあれば指導経験のない顧問の方でも部活での指導ができ、顧問がいない部活でも自分たちで練習を組み立てていくことができる。
- 次に体。元オリンピック強化指定選手であった秋元真吾さん。現在はスプリントコーチをされている。秋元さんは、陸上選手出身の中で様々なフィールド競技の指導実績がある。ソフトバンクの石川選手をはじめ、サッカーの槇野選手、宇賀神選手も長年指導されています。ラグビー以外にも広がる形として、フィールド競技に共通する走り方、このコンテンツを今月より配信予定。
- また、心も非常に重要。アスリート向けにJOCのプログラムなどで非常に指導実績の豊富なホープスと連携し、先生が是非ここを学ばせたいと思っても見様見真似ではできない、プロのコンテンツを提供している。

- ラグビーで言うとマスを目指しており、全国クラス未満のところの皆さんの悩みを解決するという
ことで、このゾーンをターゲットとして開発を進めている。
- デジタルコーチのコンテンツも運動部活動改革プランに採択いただいて取り組んでいる。
- 実際に10月から始めている状況を説明。幸いにも色々な学校にご紹介いただきまして全国で10校
200名ほどの部員の方に利用いただいている。若干部員の方が少ないのは、登録手続きが終わって
いないとか、コロナの影響で承諾書が取れないとか、そのような影響がある。ラグビーが多いです
が、野球部でも利用が開始されている。学校全体他というところで検討中その他1というのは、ス
ポーツデータバンクの指導者派遣先の方で、このアプリを使って指導者の確保をサポートする取組
を協業で連携させていただいている。
- ユーザーの主な評価としては、概ね顧問に刺さっている。顧問が自分で教えきれないコンテンツを
吸収できる、さらには生徒と同じコンテンツを見て一緒のフォーマットで勉強できる。部員の方
は、正直先生に言われてやっているという領域をまだ出していない。これからは部員たちが熱狂して
いく仕組みが必要。父母やOB・OGからも評価はいただいているが、コロナで活動制限がある中で
本当の声というのはまだ探れていない。
- 評価のポイントは、一番大きなところとしては指導のコンテンツです。今の部活動改革プランでは
50本までコンテンツを広げており、本年度中には90本までコンテンツが揃う予定。先ほど野球部
が3校あり取り組んでみたのですが、技の部分がなくても心の部分だけでも十分に価値がある。野
球は自分で教えることができるけれども、心の部分は教えることができないということで、3校に
利用いただいている。部員という人間と向き合うところが、一番大事だと認識した。
- マネジメントのところ活動予定の登録というところにとどまっている。この機能を拡充していくと
部員の方が積極的に日々利用いただけるのではないかと。エンタテインメントのところでは、最初は動
画を持って様々な機能をもったのですが、まず1つ目は、YouTubeで限定リンク。リンクを知っ
ている人たちだけが見ることができる共有から始めた。
- そうすると2つの反応があった。1つは自分たちがやった試合をそれぞれが限定リンクに集めて共
有し、共有機能があるのだなということが1つ。もう1つは、自分たちでこういう動画を見て学ば
うとか、こういうのを共有したほうがいいところを、このリンクで共有するという反応が部
員の中で出てきている。非常に、部員たちが共有する術を求めている。
- ユーザーの局面意外に協議の広がりというところも生まれており、ラグビーで提供を始めてきたと
ころ、野球でも流れに乗るといふ方が出ている。
- ラクロスも今年度中に入ってくる。2028年のオリンピックに採択されることもあり、競技人口を若
くしたい。背景としては、AOYAMA TRAINING LABという神戸のパーソナルトレーニングの事務が、1
か所でやっていて営業チャンネルが限られている、ただ自分の腕には自信がある、もっと知ってもら
いたい、コロナで人も減り拠点運営を拡大していくのは難しい。

- そうであれば BUKAT00L でそろっているユーザーに対して、自分たちの FOOT となる基礎部分のコンテンツを提供して、その後、動画の添削やオンライン指導、現場での指導につなげていこうということで、来月より取り組む予定。
- コンテンツの配信に続いて、様々なニーズに応じていくマッチングに協力いただける方がそろってきており、広がり続けたいと考えている。新たな取組としては部費還元型通販を現在準備しているが、やはり地元の用品店をケアしなければならない、既存の流通を気にするメーカーも多い。
- 野球の大手のメーカーが Direct to Consumer を目指してやっていきたいと言っているが、既存の流通の売上も大事。その中で自分たちでも SNS をやっているが中高生のユーザーに届かない。
- そのような背景から、BUKAT00L の中で商品の知識、用品の使い方、こういうことであれば広告でのサブスク、BUKAT00L で目指している使い方ができるのではないかとということで、プロモーション的に提供し、そのフィードバック・感想をもらうという流れをこれからやっていこうという話をした。
- 今後、我々としては対応種目を増やしていき、文科系にも広げていきながら、機能の拡大をしていってデータ活用をする。初期から AI など考えたが、データは量が大事で、量を集めていくという段階でデータ活用の拡大をしていきたいと考えている。
- 今後の可能性として考えていることは、1つは、我々のコンテンツを使ってアカデミーやスクールといったところを DX 化して、全国にブランド力のあるスクールやアカデミーを展開できるところを、我々が OEM 的にサポートできるのではないかと。未だに父母がコーチをしている、指導経験はないが手伝いから始めている、どのように指導したらよいか分からない、そのようなところで我々のコンテンツをうまくご利用いただいて、機能をご利用いただくことで、デジタル・トランスフォーメーションを果たすことができるのではないかと。
- また、このようなネットワークを作っていくと活動データや個人の情報が入ってくるので、各競技の団体の中で生まれたパワー・マスコットをサポートさせていただくことができる。いいコンテンツがあれば、さらにはトップアスリート向けのアカデミーでも提供できるのではないかと考えている。
- もう一つは地域のデータマーケティング。部活動の情報を取ると、おそらく今全く掴めていない行動データを取ることができる。具体的には、合同練習がある、今日は部外で練習をするなど、店の人にすれば今日は人の往来が少ない、あるいは急に人が来るなどがあると思う。
- 昔は、私は世代的にはスクールウォーズの世代ですが、梅宮達夫がやっている中華料理店がほとんど情報を取っていた。それが今はチェーン化が進み、そのようなコミュニケーションがなくなっている。この情報を商店街や小売店に提供することで、販売機会損失減や仕入れ適正化につながっていく、このような新たな地域活性につながるようなマーケティングができればいいのではないかと。
- 活動費のキャッシュレスというのは非常に根深い問題である。部活動は任意団体です。銀行では個人か法人しか講座が開けなく、任意団体はテロ組織と同じ、頑張っってハードの通帳がようやく渡さ

れる。通帳をつけに行って自分でキャッシュを管理し、エクセルで管理している間に、知らない間にどこか分からなくなったお金があって、着服ということになっている悲しいケースがいっぱいある。

- これに、部活動向けにデジタル化する、講座を開いてオンラインで手続きやって学校の先生をフリーになるという仕組みを提供する。小さな取り組みだけに、そんなに金額もない中に金融機関が熱量を出すかということになると思うが、各部員の口座があります。
- 今は現金で渡しているが、それぞれキャッシュレス化が進んできています。これを、部員に口座を作りその口座から振り替えてもらうことでキャッシュレス化を果たしている。金融機関にとっては、新卒の時にようやく手にする銀行口座を若年層から取り込むことができる。今後は、若年層はお年玉をためておくといくど金利が増すということではなく、自分で運用しなければならないという時代になってきている。金融のジェロントロジーというか、ここにも刺さる取り組みだと思う。金融がオープンになっているところで、金融機関にとっても若年層の取り込みと講座のライフタイムバリュー最大化につながるということで金融機関と話している。非常に未開拓のマーケットだと思っており、ここでもマネタイズをしていこうと考えている。
- 部活から始めて、個人・学校という領域に広げていながら、アジア展開を果たしていきたい。テクノロジーと持続可能な仕組みを創り、単なるコストのかかるシステムではなく、日本を部活に関わるだけで楽しい、そのような場所にしていきたい。とても一人では実現できないと思っており、皆さんの知恵をもらいながら、共に創らせていただきたい。

【質疑応答】

(質問)

- 部活にフォーカスされていて地域クラブも見られているが、指導者をどのように選定するかという問題がこれから大きい。各協会があまりきちんとしたライセンス制度を持っていない、しかも性犯罪の履歴があるような指導者が地域クラブの指導者に立候補してくるのをどうやって防ぐかというシステムがきちんと設けられていない中で、指導者のIDや背景を取っていくことに使える。いい指導者をどのように見つけていくかについて、ヴィジョンがあれば教えてほしい。

(質問)

- この事業を考え始めたときに指導者をマッチングすることがいいのかと思っていたが、闇雲にマッチングしても質が担保されていないと、その場は広がるかもしれないが長続きしないと考えた。一方で一流コーチの方々を広げていくと、なかなか普及はしない。そこで考えついたのが、まずシェアする部分。その部分があればシェアができるという発想になりました。指導者の選定は、まだ暗中模索な部分があると思う。

- 今足元でやっていることは、自分自身が実際にお話してみても信頼できるかどうか最低条件、2つ目は第三者エビデンス。実際に一緒に指導を行ったことがある、指導を受けたことがある、そういう方々に賛同してもらっている。
- 3つ目は指導を受けたチームがどのようになっているかというところ。この3点で納得のいく方を1つずつ集めている。早く広げたいという思いもあるが、この3つはいずれにせよ欠かせないポイント。

(質問)

- ここまで至る資金、アプリの立ち上げや神戸製鋼の選手出演による動画作成など、結構かかっていると思うが、どのような方が今までお金を出しているのか。

(回答)

- 幸いにも指導のコンテンツであるデジタルコーチの部分、90本ほどのコンテンツについては、大半がスポーツ庁の運動部活動改革プランにサポートをもらっている。残り一部のコンテンツは、去年経産省の取組で3本ほど動画を作った経緯がある。去年やった時はコーチを学校に連れて行かないと学校の方が受け入れてくれなくて、スマホを禁止しているからと言われた。アプリですか？ということだったので現場の指導者マッチングという少しコストのかかるものを、住友商事も少し出しているが経産省からサポートいただいた。
- 現在はモデルを変えて、コンテンツ配信という形にしている。これまでのところは指導者のコンテンツはスポーツ庁の助成で、アプリはモック中のモックなので、外部に支払っているコストは500万円もしていない。今はノーコード、プログラムを書かなくても作れるアプリがあり、それを駆使して試作品を作っている状況。

(コメント)

- 土台は「未来の教室」実証事業ということで経産省の委託費で、2階建て部分をスポーツ庁からとうまい使い方をされており、施策分をうまく活用していただいている良いケースだなと思う。

(コメント)

- 住友商事も理解ある会社でバックアップしてくれていると思う。

(コメント)

- その点については、あまり理解がない。住友商事としてここまで卵を落としてもらったと思う。私自身のキャリアではこの場に立つこともできていなかったと思う。スポーツ庁や経産省にサポートいただくこともできなかった。
- ここから先は住友商事の得意な領域化というそうではないと、この半年ほど私も感じている。住友商事は重厚な産業にどっぷり入って一つずつやっていく。ただBUKATOOLのようなものはユーザーの変化もとても早く、色々な人と組みながら、場合によっては独立してやっていく必要があるのではないか。

- サステナブルかどうか、この後のコストがどうかかってくるかというところが質問の背景にあると思う。今スポーツ庁とお話させていただいているのが、今年度はコンテンツを作りどのような反応があるかということに助成をいただいている。
- 来年度以降のスポーツ庁の期待としましては、令和5年度までに BUKATOOL を商用化して BUKATOOL を使いたいというファンを地方自治体や学校に広げてほしい。その中で地方自治体や学校の方が BUKATOOL を使うことに対して運動部活動改革プランで助成をしていくような仕組みで進めていきたい。
- 私は、究極なゴールとしてはサブスクリプションも無償化していきたいというものがあって、令和5年度くらいまでにできるだけ多くの方に使っていただける良いシステムを作って、そのあと経済を回す仕組み、マッチングやエンタテインメントの領域でサステナブルにできるという仕組みまで作ってきたい。

(コメント)

- 部活動で、例えばラグビーだと合同チームだらけになっている現状があるはずで、15人のチームを組まず他校との合同でというところが多くなっている。そのようなところで使っていただくケースというのが増えていくと面白いと思う。移動が負担になるような地域で、週に1~2回しか集まらないけれども、それぞれの学校・チームでやって集まる時は集まるというような。地方に行けば行くほど、モビリティの確保がとてもネックになっていく。普段はそれぞれの学校でキャプテンがいてそれぞれがマネージして、ただオンラインで共通の画が見られていて、共通のコンセプト、共通のスケジュールでみんなが動き、集まる時には集まるという事例が作れたらと感じた。

(コメント)

- ユーザーが集まってきた段階で部活同士をつなげていくというところに2つ目的があります。1つは、顧問同士でシェアするだけでもとても助かる。先日デジタルコーチのセミナーを部員向けにやった後、顧問だけで集まるセッションをやり、情報の交換もあったが、悩みをシェアするだけでも非常に価値がある。
- もう一つが、地域クラブがいくら発展していても、学校に入ってその中でスポーツを楽しみたい、学校に所属しているというのがあるので、そこを部活同士・部員同士でコミュニティをつなげていくと、バーチャル的につながりができてくるのではないかと。もともと顧問が知り合いとか、もともと一緒に練習しているという関係がないと、外部との接点が意外とない。これが広がっていけば、すごく多様性が生まれてくると期待をしております。そのようなコミュニティは非常に重要。

(質問)

- ここまでのポテンシャルがあるプログラムということを勉強させていただきました。部活動改革はもちろんだが地域スポーツの振興、学校の保健体育にも展開できそうだなと、そのようなポテンシャルを感じた。

- その中で、2つ質問がある。1つは、コンテンツの部分で心のコンテンツがあるが、例えば適正な食、安全、アンチドーピング、公正性などのコンテンツの整備状況を教えてほしい。保健体育への発展を考えたときに心のコンテンツが結構重要なネタになると感じた。
- もう一つは、現在もスポーツ庁の委託を受けてくださっていると思うが、弱小省庁なので大した額は出ていない。コンテンツを増やすにはどの程度のさらなる投資が必要なのか。金銭的な投資もそうだが、スポーツ庁は、予算は持っていないがスポーツ団体とのネットワークは持っている。JSCがありナショナルトレーニングセンター、JISの知見、学校安全の知見も持っている。そのようなところとのつなぎをする、そういう支援もあるかなと思う。そのような必要性も教えてほしい。

(回答)

- 心・技・体の心の部分で提供しているコンテンツ。自分がどのようにキャリアを考えていったらいいとか、メンタルをどのようにしていったらいいかなど、企業での研修でも使えるようなコンテンツを提供している。女性の生理の話など健康・保健分野は非常に意義があると思う。
- 栄養の部分は、キリングループの協和発酵のスポンサーで提供いただいた管理栄養士の方に出してもらっている。我々としてコンテンツを選んで提供していく部分と、スポンサーいただく形。用品の説明を正しくしていくということと同じで、心の部分も出てくる。例えば、就職に関する話もこういうところで提供できる。有償と無償の領域があって、有償の場合になぜここが入るのかとか、どのようにバランスをとっていくかが大事だと思う。
- 2つ目の競技団体について。何でもかんでもお金で買ってそれをうまく回していくということは考えていない。この競技を広めていきたい、そもそもリーチがない、例えばラクロスがそうだが、高校になかなか部活がない。思いを持ってラクロスを始めたいと思っても、やり方が分からない。それをラクロス協会の強化部長であり、立教の女子ラクロス部のコーチで2連覇された方と、1校1校回って普及するのではなく、BUKAT00Lの中であれば部活を立ち上げられる、その代わりにコンテンツを私共にご提供いただきたい、そこからさらに個別に指導いただきたいなどのリクエストがあればマッチングをさせていただくという話をしている。
- 今回神戸製鋼に作っていただいたのは、コンテンツの中身もあるが、ラグビーを因数分解して網羅的に整えていけば見てくれる人もいなくなったと思う。同じように陸上や他の競技を載せていくという筋道を示しているのではないか。スポーツ庁のご協力をいただいて、協会の方に、例えば日本代表にこういう風になってほしいというのがあれば、それをBUKAT00Lで公開すれば文化が寄ってくる。そのような形でうまく広められればと思っていますし、出ている方の露出が増えていく。マイナー競技だと動画に出るとかも難しいと思うが、今回の神戸製鋼の動画では、技なども選手の名前を出している。その先に、この人から指導を受けたいというように、セカンドキャリアの発展にもなる。

(コメント)

- 経産省でも、「未来の教室」実証事業等の先生方がこれだけの効果が出たということを経験の先生たちに語っていただくニュースレターを、全国 36,000 の学校に向けて今月から発信し始めたので、そのようなメディアの中でもポイントを集めていただいて、競技団体の更なる広がりということと使ってもらえる層の広がり、両方ともご協力できると思う。

(質問)

- 今回の事業を進める上では、デジタルプラットフォームというものは必ず必要になるもの。
- 3点ほどある。地域スポーツクラブを地域において自治体とやっていく中で感じるのは、多分部活動に対するニーズはある。現在弊社では 200 以上の指定管理をいただいている、部活動だけではなく小学校の課外活動とか、シニアに対する運動機会とか、ある程度パッケージで地域社会における運動不足を解消するというのが、根本的な自治体の課題です。高校の部活動だけを最優先しているように感じるが、もう少し幅を広げるような考察は可能なのかどうか。
- 2点目は、デジタル配信でしっかりとした指導を津々浦々までいきわたらせる、これは絶対必要。ただ、現場における指導員、そこにいなければいけないという指導者の品質担保を、どう評価して管理して運用していくかが重要になってくる。そのプラットフォームというものがどうしても必要になるだろう。
- 3点目は、指導のコンテンツということになると思うが、色々な形で素晴らしい取組とか色々な方の協賛をいただいていることはすごい。そのような中で、学校に指導を落としていくとなるとクラブ活動ごとに違うルートがある。大きくビジネスを展開しようとする、教員のプラットフォームなどの、例えば日本スポーツ協会はほぼすべての領域において指導を確立されているし、それらも含めてしっかりとしたアプローチをすべての競技に向けてやるようなことがあるとさらに良いと感じた。

(回答)

- 1点目の世代の広がりについては大学の方が、寄付金が多いのでいいと思った。競技人口をラグビーで調べたところ、おそらくほかでも同じかと思ったのが、結構ピークアウトしている感じがある。高校までは非常に熱量が高くて、大学からは楽しむ領域になってくる。一番熱量があるところでどの程度刺さるのかということで、1校目は高校にした。大学にも行って見て、大学生だと 90 分のコンテンツに耐えられるが高校生は耐えられない。また高校生と大学や中学生だと体のコンテンツの部分が変わってくると思う。中学校を排除するとか、小学校からやりたいといった場合にお断りするとかは全くない。

(質問)

- 最初は絞り込んで立ち上げるのは絶対なので、逆の立場でもターゲティングを行って広めるということが分かった。指導のニーズというところとをご相談しながら広がるといい。

(回答)

- 中学校・小学校は、教室なり部活動と違った部分が多い。高校から下の世代では一番マスが大きいが、すでにいっしょの地域の方、スポーツクラブの方と一緒に、B to B to Cのような形で広がっていくアプローチを、自分たちで直接全部行かずに、ということを考えている。
- 2つ目の指導者の広がりというところでは、指導者のために指導していくつながりも必要だと考えている。イメージしているのは、部員が直接学びたいと思いつつも、顧問にどう刺さるかというのが大事。その意味では地域のクラブの方にも、我々が持っているコーチ陣に、為末さんからご指摘いただいた品質を保証されているコーチの方に学んで広がっていくことをうまく作れないか、ピラミッド型的に良い指導が蔓延していくという形を作れないかと思っている。
- スプリントコーチの秋元さんとお話をさせていただいているのは、ラグビーのスタートコーチとかJリーグのライセンスでS級までであるが、陸上はないということで、ラン検定というものを始めている。秋元さんの監修されたラン検定を我々のところで受けられるような形にして、指導の現場を奪うのではなく指導の現場の品質を、BUKAT00Lを使ってサポートしていく。いい指導者がBUKAT00Lの周りに広がっていく流れを作ればいい。
- コンテンツのところは、実際に指導を受け続けたいというニーズがどういうものなのかというところをしっかりと拾いながら、各協会の方、昔から指導の現場と向き合われている皆さんと、フィードバックをしながらどのように展開していくかを、アドバイスをいただきながら作っていく必要があると。

(コメント)

- 数年前に学校の運動部活動の先生たちにアンケートをした結果、部活を見ている先生の5割は学生の時にやった種目ではない、やったことのない、実際のスキルも全く分からない。半分の先生たちが何らその種目を知らないのに、その競技の顧問をやっているわけです。この先生たちが、部活をあまりやりたくない、学校の仕事じゃない、教員の仕事じゃないといっている。もっと早くこのコンテンツがあれば、割合はもっと下がったのかなと。
- 日本スポーツ協会も指導者養成をやっているが、一番大事にしていたのは今まではスキル、技術でした。ところが、今は心の部分をしっかりとフォローしながら安心・安全にスポーツができるということが、指導者に一番大事だと思う。
- 日本スポーツ協会の立場から言うと、国民体育大会のコーチになるにはスポーツ協会の資格を持っていないといけない。スポーツ協会と60近い各競技団体と一緒にあって、資格制度を作ってライセンスを発行している。残念ながら19万人程度しかいない。ご存知の通り、令和5年度から、準備ができたところから土日の部活が地域に降りていく。中学生は320万人います。この子供たちが一斉に降りてきたときに、指導者が足りるのかということとても足りません。そういう意味では、このようなコンテンツが普及していくことは、時代の流れだなと感じました。競技団体とも連携をしっかりとりながらやっていくことが、普及にも定着にも重要と感じた。

(コメント)

- BUKATOOL は機能も拡張してますます発展していくが、制度設計する立場としてスポーツ庁・文部科学省にお願いしたいのは、児童・生徒のスマートフォン使用環境を整えてほしい。今はいたずらに使用禁止にされているので、どんなに良いコンテンツを作っても子どもが学校に持っていけない、使えないと全く意味がないので、それに対する教育委員会の理解であったり、教師の活用方法の検討であったりを、これはEdTech全体に言えることなので経済産業省とともに進めていくことが、タブレット・PCだけではなくスマホを含めた使用環境をご検討いただきたい。