



PLUS CLASS
SPORTS
INCUBATION

地域×スポーツ産業 研究会

01

会社紹介

【代表メッセージ】

起業の走りである株式会社プラスクラスでは、起業のキッカケになったスポーツを仕事にするコトを我慢し続け、まずは人材面におけるチーム創りや提供するサービスの質を安定させるために一般企業向けにウェブコンサルティングサービスを提供してきました。

創立当初より言い続けてきた通り、4期目から満を持して社内でスポーツ事業を事業部化し、1年で見通しが立ったため、2016年にプラスクラス・スポーツ・インキュベーション株式会社（以下PSI）を設立しました。スポーツに関わる全てのビジネスにおいてインキュベーターであることを目指し、PSIという社名にしました。プラスクラスと同じく強みを展開し、ウェブコンサルティング事業を軸にスポーツ界にウェブ活用をインキュベートしていく役割を担い、スポーツ団体支援企業として初の上場企業を目指して日々業務に取り組んでいます。

スポーツ産業が伸びている各国はGDPも伸びると言われ、ここ日本でも国を主体としてスポーツ産業の成長戦略が描かれています。2020年には10兆円、2025年には15兆円と見立てる中、PSIも産業の発展と共に必要とされ、成長していけると革新しています。スポーツで稼ぐ、それは大きな夢だと今は言われるかもしれませんが、夢は見るものではなく、叶えるものだ確信しています。この大きな夢は、皆様のご協力なくしては実現できません。今後とも熱い、厚いご協力ご声援のほど、何卒よろしくお願い致します。ともに日本が熱狂や感動で溢れる日々を演出しましょう！

【代表略歴】

- 2004年、大学卒業後、プロバスケ選手としてカリフォルニアへ渡米。
- 2004年、帰国後、渋谷のアパレルショップにて販売員ならびに海外輸入、WEBショップの担当。
 - 入社3ヶ月で売上の約65%を占めるほどのトップセールスマンに。その後毎月営業トップ。
 - 海外の独自ブランドの日本総代理店契約を3ブランドと結び、大きく利益率増加に貢献。
 - WEBショップ担当として、売上チャネルの増加に貢献。
- 2006年、再度プロバスケ選手としてプロストリートボールリーグ「LEGEND」に参戦。
また、営業としてリーグならびに選手のスポンサーの獲得営業も担当。
- 2007年、引退を機に、独立を決意し、必要なスキルを得るために転職活動。
- 2007年、組織人事コンサル会社にて人材コンサルタントを担当。約25社の組織のコンサルと人材斡旋を実施。
また、自社WEBサイトの担当も兼任。
- 2008年、上記の会社の事業縮小（リストラ）を機に、WEB系会社に就職。
 - SEO業界No.1のアイイクス株式会社にて技術を学び、投資先ジョイントベンチャーへ技術統括として出向。
 - 約半年で売上トップとなり、その後毎月営業トップに。コンサルティング経験はのべ約500社。
 - 約3年間で代理店売上シェアが10%弱から40%強に伸ばす。
 - 営業活動をする傍ら、技術部門の部長となり、8名の技術者を統括。
 - 企業成長のため、新商材の開発を一人で担当し、SEO会社からコンサル会社への成長に大きく貢献。
 - 功績が認められ、宣伝会議での講演やセミナーでの講演から、専門学校での講師まで担当。
- 2011年12月1日、株式会社プラスクラスを渋谷にて設立。
- 2015年、スポーツ事業を開始し、北海道コンサドーレ札幌公式アドバイザー、日本バレーボール協会本部員に就任。
- 2016年2月3日、プラスクラス・スポーツ・インキュベーション株式会社を設立。
- 2017年、様々なデジタル系カンファレンスでスポーツ×デジタルの内容で登壇。
- 2018年9月4日、マーケター向け専門メディア『マーケジン』にてスポーツ×デジタルで担当コラムを開始。
- 2018年10月17日、自社開発のiOSアプリSpogramをリリース。
- 2020年2月8日、スポンサー代理サービスを提供開始。
- 2021年3月、スポンサーのマッチングサービス、コミュニティサイト『パートナーズシップ』を提供予定。





PLUSCLASS
SPORTS
INCUBATION



社名

プラスクラス・スポーツ・インキュベーション株式会社

設立

2016年2月3日（現在5期目）

住所

東京都千代田区永田町2-17-3 来栖ビル4F 株式会社プラスクラス内

電話

03-6206-6788

URL

<https://plusclass-sports-incubation.co.jp>

強力なアドバイザーも業務に積極的に参加



事業戦略参与
中村武彦氏

Blue United Corporation代表。
鹿島アントラーズ・グローバルストラテジーオフィサー、MLS Players and International Relationsコンサルタント、大宮アルディージャ・グローバル強化担当、パシフィックリーグマーケティング国際事業開発担当・スペシャルキャリアアドバイザー、エンゲート株式会社グローバルパートナーなども務める。2012年にはFIFAマッチエージェントライセンスも取得し、2018年にパシフィックリムカップを創設。同年プロスポーツチームの「Blue United eFC」も立ち上げ。

2017年より青山学院大学地球社会共生学部の非常勤講師を務める。著書：「MLSから学ぶスポーツマネジメント～躍進するアメリカサッカーを読み解く（東洋館出版）」。受賞等：2019年サッカー本大賞、2015年UMASS「Alumni on the rise Award」、2017年東京ニュービジネス協議会「国際アントレプレナー賞」、2018年及び、2019年SPIAアジア「年間最優秀国際スポーツイベント賞ファイナリスト」など。



データマーケティングコーディネーター
森野誠之氏

運営堂代表である森野氏は、Web制作会社の営業など数社を経て2006年に独立後、中小企業のWeb運用を支援してきました。Googleアナリティクスなどのアクセス解析ツールに精通し、豊富な社会・業務経験と独立系コンサルタントのポジションを活かして、柔軟で客観的な改善提案を顧客に行っています。運営堂ブログや毎日堂メルマガはデジタルマーケティング業界では良く知られており、豊富な知識や実践ぶりがそこからも伺えます。また、運営堂での活動以外では、アナリティクスアソシエーションのセミナー編成委員であり、愛知大学非常勤講師も務めています。

02

プロスポーツチーム のマネタイズ



日本の
スポーツ
全会場を
満員にする

満員こそが最高のエンタテイメント PSIがどう価値提供するか？

PSIが考える満員を創り出す“4大要素”とPSIの提供できるもの



サービス全体像

PSIの提供するサービス全体像

企業

- ② ・ スポンサー
マーケティング
- ② ・ アクティベーション
- ② ・ ビジネスマッチング
- ② ・ 代理店機能

クラブ

金

人

施策



スタジアム
アリーナ

- ・ チケット ①
- ・ グッズ ①
- ・ スクール
- ・ ファンクラブ ①
- ・ サイト運用 ①

- ③ ・ アスリートのキャリア支援
↳ セカンドキャリア
↳ デュアルキャリア

- ・ マーケター ③
- ・ クリエイター ③
- ・ アナリスト ③

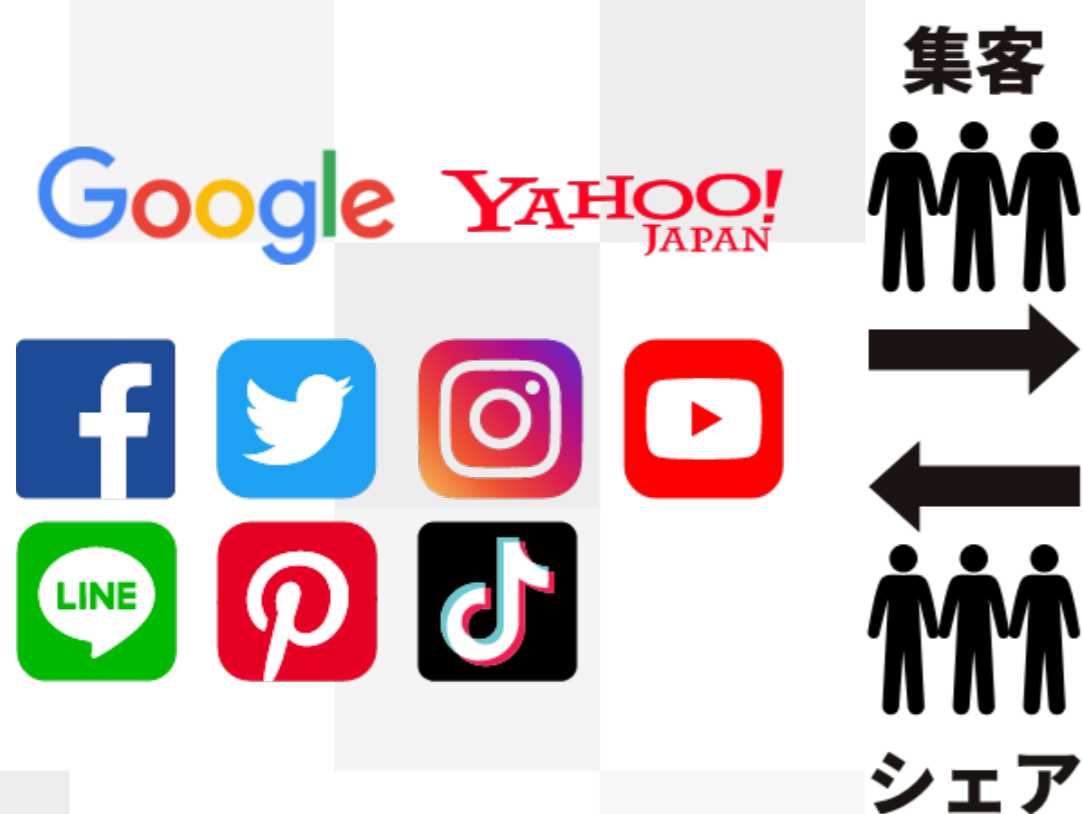
to **B**

to **C**

PSIの母体となる株式会社プラスクラスは、集客や売上増加にコミットしなくてはならない一般企業へ向けたマーケティング領域で結果を出し続け、求められ続け、営業活動一切ナシで今まで来ています。特にWeb業界ではありがちなソリューションごとの縦割りに違和感を感じ、自社にてすべてを一気通貫でサービス提供している点で珍しく、大手上場企業も顧客に持っています。



この考えをスポーツに！という想いでPSIはコンサルティングしています。未だにWeb化、IT化が進んでいない日本のスポーツ業界をReinventしていく気概でお客様に向き合っています。アメリカメジャーの40年前、と言われなくても、小さなところからWebを実践しましょう。





- ・観客動員数を2倍にしたい！
- ・新規の顧客を増やしたい！
- ・まずは見やすい、買いやすいサイトに改善していきたい！

シーズンを通して数百万円の広告ご予算をいただき、観客動員数を120%~130%増に貢献しました。実施したLP制作と広告運用の結果として、チケットでの売上効果で想定約4,500万円の効果を出しました。札幌市民のみに広告を配信し、公式サイトではチケットが購入しづらいので、LPを制作し、わかりやすくチケットサイトへ行ける導線を設置したことで効果が最大化しました。



- ・平均観客動員数を1,900人→2,200人にしたい！
- ・船橋／千葉エリアにファンを増やしたい！
- ・Bリーグ開幕に向けてバスケット業界でSNSにおいて存在感No.1になりたい！

サイト制作も含めて、シーズンを通して1千万円規模の広告ご予算をいただき、平均観客動員数を3,600人にすることに貢献しました。実施したSNSの強化では、Facebookページがいいね！数20,000（開始時は約7,000）に達し、SNS経由でのチケット売上も大幅増加しました。平均観客動員数もバスケット界で1位になり、SNS含め、チーム経営としては名実ともにNo.1になりました。



- ・とにかく集客数を伸ばしたい！
- ・会場で非日常空間を創り上げたい！
- ・初めての人にも優しいクラブでありたい！
- ・選手の魅力も伝えていきたい！



スポンサー営業用の映像制作から始まり、ウェブコンテンツの制作はもちろん、SNS用映像の制作、街頭ビジョン用映像の制作、会場におけるオープニング映像まで幅広く制作において支援しています。Bリーグ設立2年目にはチームの勝敗に関わらずリーグ2位の観客動員を実現し、リーグ内でも運営において注目されるクラブになりました。リーグ1位の集客を目指し支援しています。



- ・苫小牧をスポーツの町としてアピールしたい！
- ・インバウンドや合宿誘致をしたい！
- ・自然豊かなコースを魅力的に伝えたい！
- ・町の代表ホッケーチームもアピールしたい！

市との共創事業により、王子ホテルと王子イーグルスの魅力をアピールする実証事業を取り組みました。王子ホテルにおいては自然豊かな魅力的なランコースを映像にすることで、オリンピック選手の大会直前の合宿地として採択もされました。王子イーグルスでは年平均を100人増加させ、ホッケーリーグの中ではビジネスサイドで結果を出したチームとして表彰されました。



- ・ スポンサー企業候補にアピールしやすい映像が欲しい！
- ・ 現地の盛り上がりとクラブの情報を適切に表現することで営業しやすくしたい！

クラブの魅力が伝わるような映像をまずベースとして制作し、その後クラブの情報が適切に伝わるようにインフォグラフィックを活用してスポンサー営業用映像として完成させました。営業活動に活用されるのはこれから、ということですが、クラブの営業担当の方々からの評価は非常に高く、この映像を武器に営業活動を進めていく、というコメントをいただいています。



- ・ ファンクラブの登録者数を伸ばしたい！
- ・ クリエイティブの統一感がないことが悩み！
- ・ 既存の制作会社の動きに満足していない！
- ・ オンラインとオフラインで施策を展開したい！

(東京ヤクルトスワローズの事例) 野球において、スポーツにおいて、ファンクラブの登録者数は安定的な収入に繋がるため、非常に重要です。その集客のため、オンラインとオフラインにて対策を実施しました。オフラインではDMをつば九郎の形にし、SNSでのUGCも狙い、オンラインのわかりやすいLPに落とし込むような流れをつくりました。現地ではLPのKVをあしらったTシャツをスタッフに着せ込み、オンオフどちらもクリエイティブを統一させ、すぐにファンクラブ登録ブースだと認識してもらえるように設計しました。

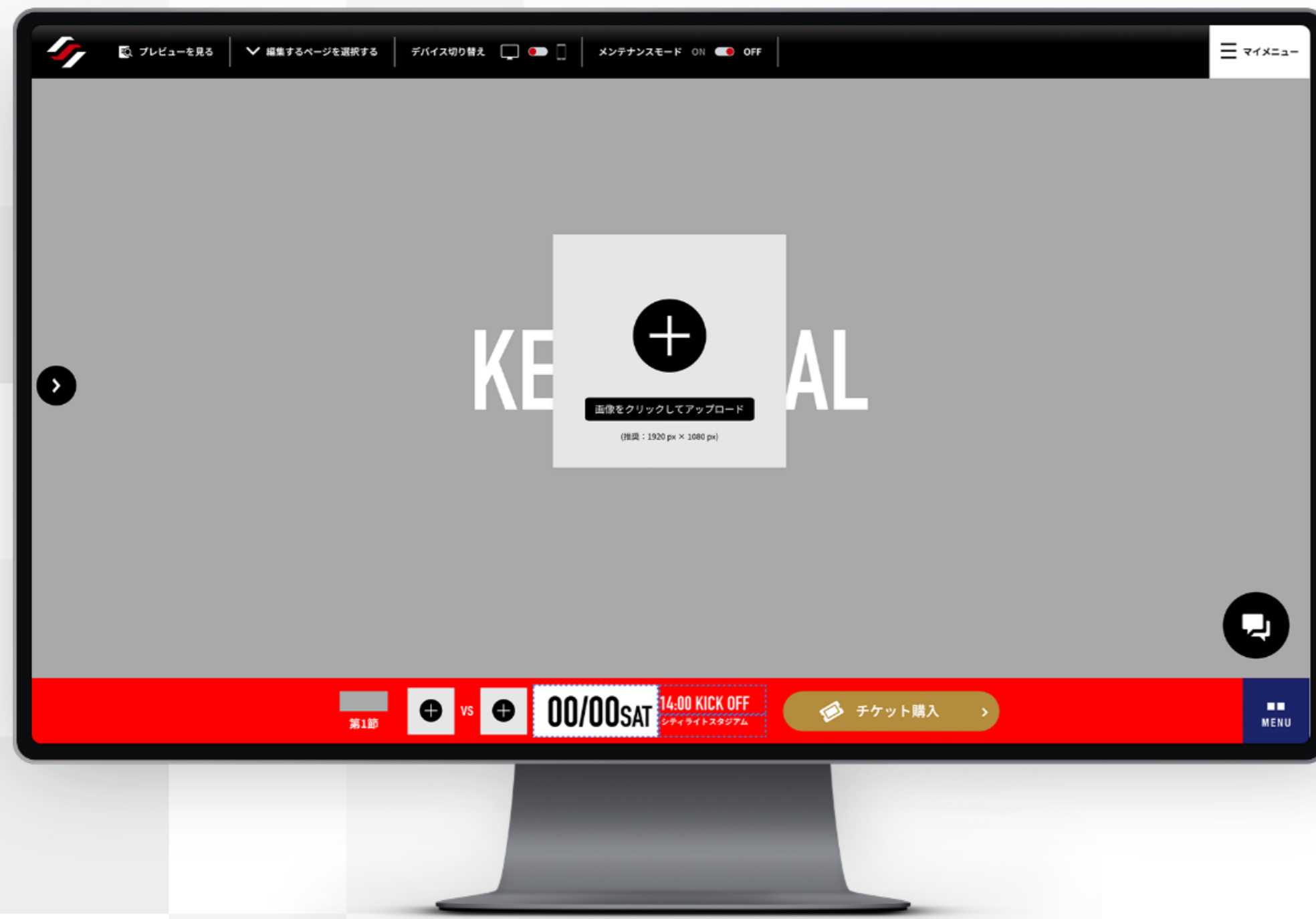


Spogram

Photoshop不要の画像加工アプリSpogram（スポグラム）は、PSIが現場で直面したチームの課題を解決してくれるツールです。スポーツチームはリソース不足、人材不足に苦しんでいます。試合の進行中に、ゆっくりと机に座ってデザインソフトを開き、画像を加工してからSNSにアップする、なんてことは今までリソース不足で出来ていませんでした。

そこで、PSIは複数用意したフレームを付けた状態でアプリをスポーツチームに提供し、画像さえはめ込んでくれたら下図のような画像が簡単に作成できたら喜んでもらえるんじゃないか？そう確信し、開発しました。SNSにアップする画像は、撮影した“そのまま”の画像よりも、“ひと手間凝っている”画像を“すぐ”の方が反応が良くなります。やりたくてもやれなかった、、、そんな現実を解決するために、Spogramを提供しています。





直感的に編集が可能なUI



まずは3種のテンプレートを提供

htmlやcssの知識は必要なし、ツールのダウンロードも必要なし、直感的にLPの編集が可能なCMSを提供します。

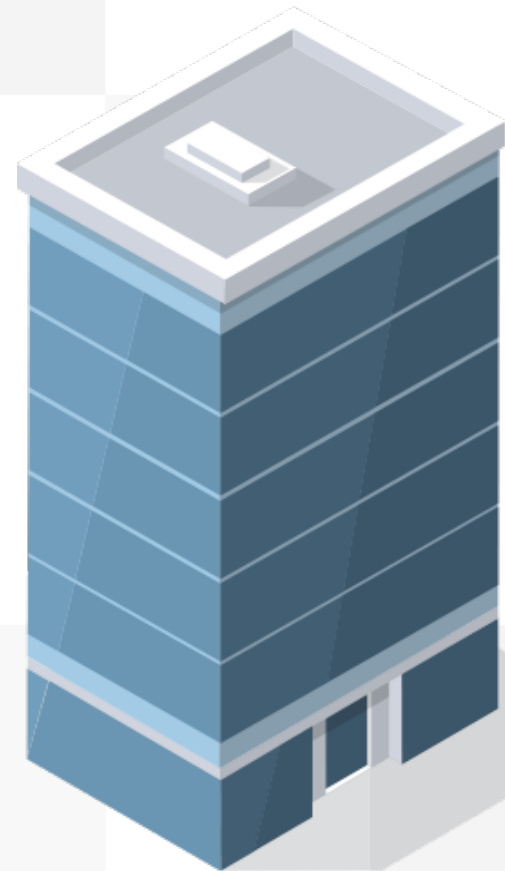
多くの実績があるPSIだからこそそのノウハウをたっぷり詰め込んだ、テンプレートを用意しているので、導入当日から効果的な施策を実施できます。

スポンサーマーケティング = BtoBマーケティング



未だにITの導入が進んでいないプロスポーツチームが多く、昨今ではファンの集客や醸成にはデジタルマーケティングや最新のIT技術が活用される中、企業に対するスポンサーを促す営業活動においては未だにアナログな部分が多いです。プロスポーツチームを運営するいち企業として、スポンサーをしてもらう企業への営業活動はBtoBのセールス活動とほぼ同様で、その営業活動を支援するマーケティング活動はBtoBマーケティングと同様の性質を持つ、とPSIは考えます。

スポーツを
どう活用したら
いいのかわからない



スポンサー
候補企業A

目標



課題解決法を模索



予算を分配

予算を分配

予算を分配

クラブA



☆マッチ度が高い

300万円を投資して、
200万権利、
100万アクティベーション

※目標達成に有効

PSIが適切に活用

クラブB



☆リーチを見込めそう

150万円を投資して、
キャンペーン拡散へ

※観客動員が多い

クラブC



☆フレキシブルにプランニングできる

150万円を投資して、
話題性をつくる！

※割安でイベントも仕込めそう

ただの 代理営業 ではない

地方クラブは関東圏（+海外）に営業部隊を持てる

スポーツを活かしたプロモーションをしたい！に答えられる

課題を把握して”適切な”クラブをリストすることができる
→広告代理店のメディアプランニングのように

企業のニーズは1社を応援したい！ではなく課題解決

ビジネスカンファレンスを開催できるコネクションがある



1

PSIだから
知ってる
各クラブ事情

2

PSIだから知ってる
各クラブのファンの
熱量や定量データ

3

PSIだからできる
各クラブとの連携
(アロケーション)

4

PSIだからできる
デジタルを活用した
アクティベーション

5

複数のクラブを
活用して目標を
達成できるように
プランニング可能

EXAMPLE 1

関東圏の飲食チェーンが
東北をもっと攻めたい



- ・東北エリアのバスケ・サッカークラブを活用して東北エリアの新店舗に誘客
- ・会場内で出店かサンプリングをすることでテストマーケ（出店計画データ調査）も可能

EXAMPLE 2

ASMR音アプリZOWAの
アプリDL/利用を促進したい



- ・熱狂的なファンが多いバスケクラブを活用して音声コンテンツ制作とWEB CMを制作してインストールを促進



まずは宇都宮ブレックスから始めて、
順次広げていく

EXAMPLE 3

大手家電量販店の販促に
アスリート起用したい



- ・影響力のあるアスリート/話題になりそうなアスリートが所属するクラブを選定



- 家電アスリートのコンテンツを制作して店舗誘客/ブランディング（今欲しい家電TOP5!とかでも）
- 店舗でのトークイベントを実施し、誘客（クーポン配るなどで促進）
- 各アスリートのSNSでもしっかり訴求してもらおう→クラブ公式もRT必須

SPONSORS-SHIP

スポンサーとスポンサーを
つなぐシステム



Aクラブ専用
スポンサーズシップ

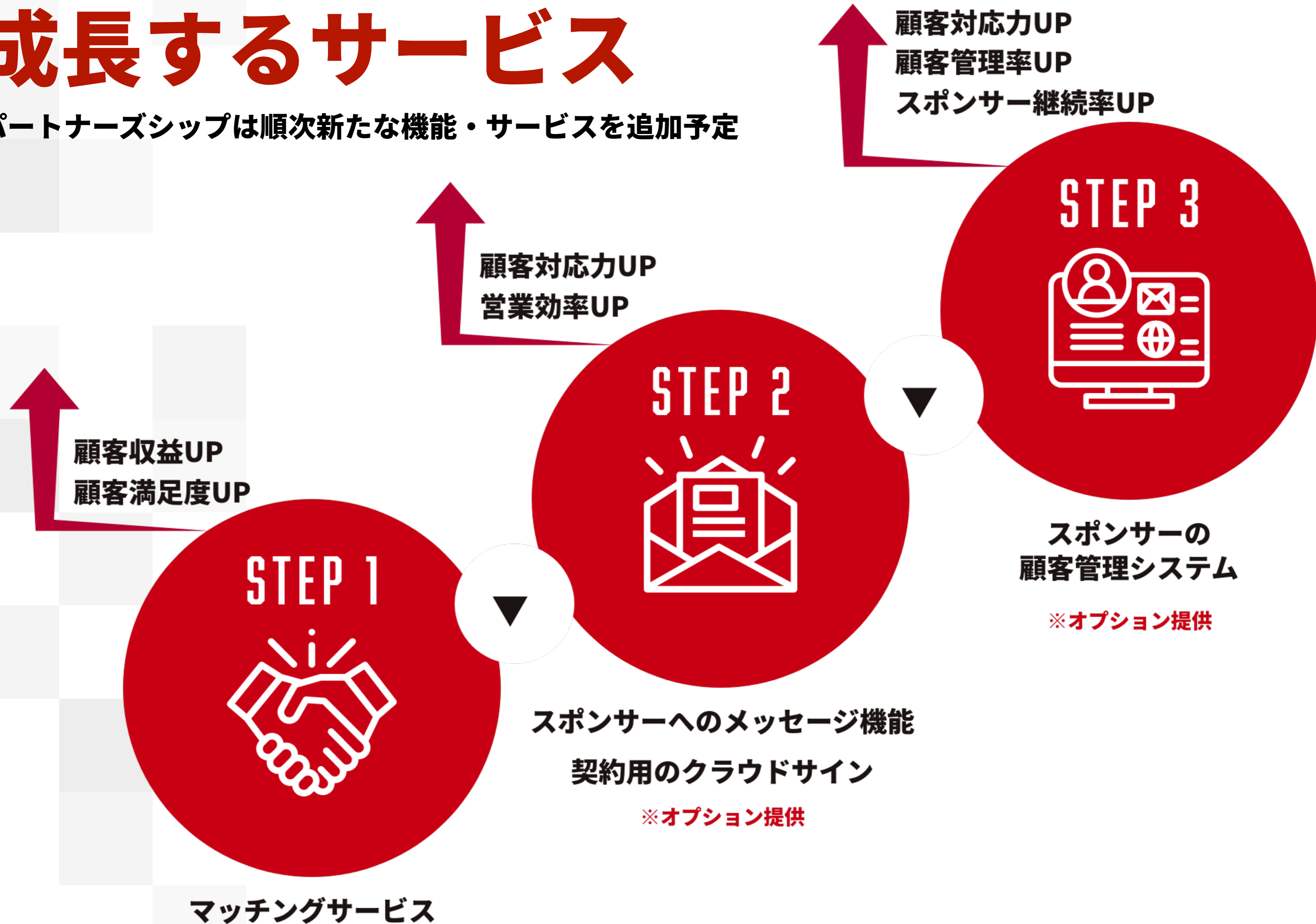
Bクラブ専用
スポンサーズシップ



- ①スポンサー同士のマッチングがスポンサー主導で行われる！
- ②スポンサーの課題全てを把握できる！
- ③スポンサーに求められる経営課題の解決=売上向上のハブにクラブになる！

成長するサービス

パートナーズシップは順次新たな機能・サービスを追加予定



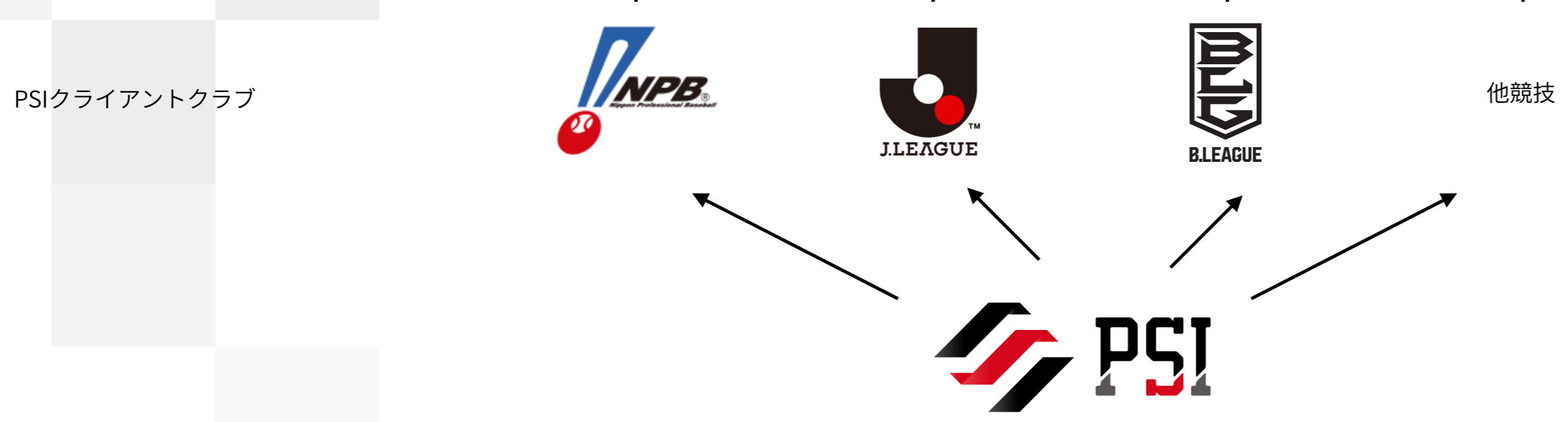
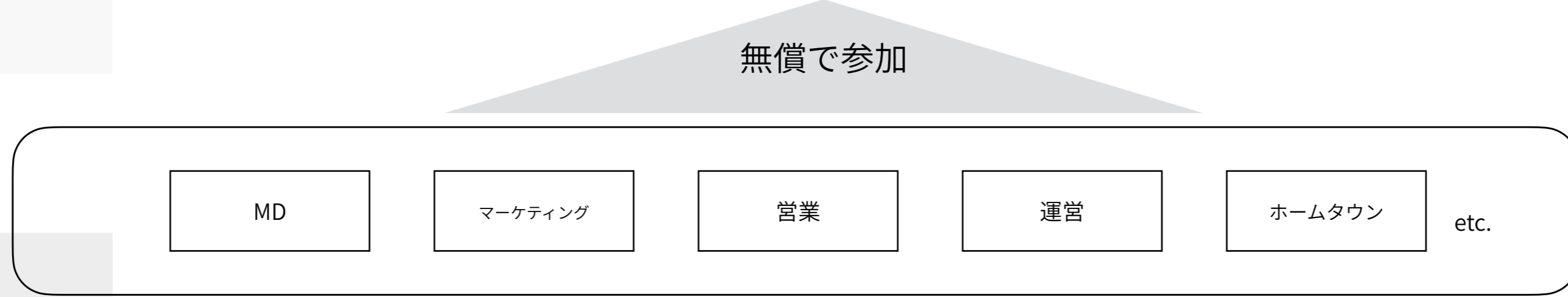
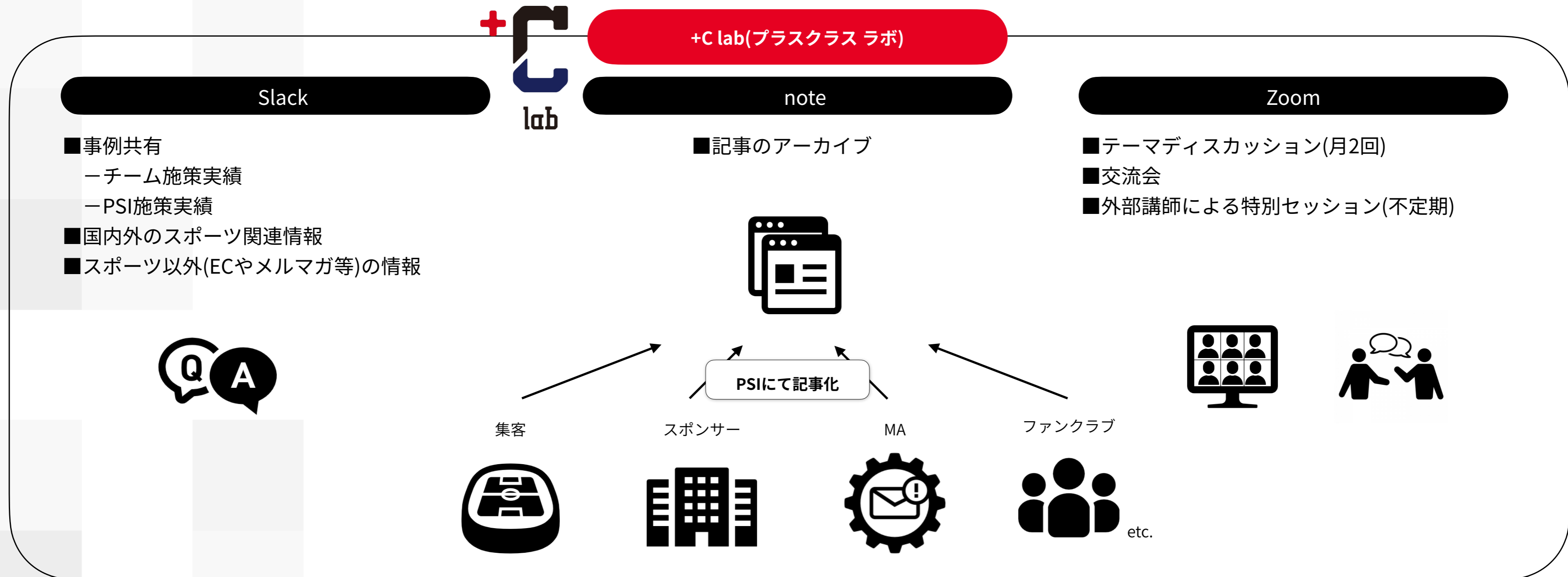
クラブと連携してマッチングを促進する

ただ、スポンサー間で解決できないこともある



ポイント

クラブが代理店となり新たな収益軸を得ることができる
PSIがクラブのハウスエージェンシーとなり企画する



- やりたいと思ってること
 - ・サロンメンバーでの知の共有
 - ・サロンメンバーによるグループ発注での業者ディスカウント
 - ・サロンメンバーによるスポンサー共有
 - ・新技術や新サービスのファーストペンギン募集 (ディスカウント対応など)
 - ・気軽な相談ルーム



現役デザイナーが教える

スポーツ × デザイン

スクール開校。

+C design

オンライン講座 未経験者OK 社会人OK 大学生OK

まずは基礎講座からの開講となり、デザイン業務やデザインソフトの未経験者でも参加可能な講座になります。学生でも社会人でも参加は可能で、実際に現役で案件に携わっているPSI所属のデザイナーとマーケターが講師となり、オンラインで講義が展開されます。

カリキュラム

- +C design by PSIで学べること -

カリキュラム

Adobe Photoshop・Illustrator入門講座 (10回)

スポーツグラフィック・ポスター制作

- ・Photoshop基本操作
画像切り抜き/画像補正/画像加工など
- ・バナー制作実践
- ・Illustrator基本操作
- ・ポスター制作実践
印刷会社へのデータ入稿方法など

スポーツマーケティング入門講座 (2回)

- スポーツビジネスの基本を理解する
- ・スポーツ一般企業でのマーケティングの違いを理解しよう！
- 実践的なマーケティング施策の事例を学ぶ
- ・提案資料作成基礎を学ぼう！

Adobe XD入門講座 (5回)

LP (ランディングページ) 制作

- ・WEB超基礎知識
- ・XD基本操作
- ・LP制作実践

+C marketing

スポーツ × マーケティング

スポーツに特化して“実践的”に
デジタルマーケティングを学べる
オンラインスクール開講！！

スポーツ業界で圧倒的に不足している
『実際に動ける若手人材』を育てる

高校生～大学生～社会人3年目までの若手におすすめ！

第一期生の募集は終了しました。



plusclab.plusclass-sports-incubation.co.jp



2021年に注目しているスポーツビジネスのマネタイズ手法
+C lab by PSI

さて、本題に入りたいと思います。平地が2021年にしっかり取り組んでおきたい！と考えている注目のマネタイズ手法をご紹介します。激動のスポーツビジネス2021年を生き抜くために少しでも参考になれば幸いです。

▼ 目次

スポーツクラブの今までのマネタイズ

チケットの規模が限られる中で求められるマネタイズの多角化

eスポーツは新しい収益軸になりえるか？

投げ銭やクラファンに未来はあるか？

大きな可能性を秘めているファントークン

もっと強化すべき外資（特にアジア）マネーの獲得

コロナ禍で改めて分かったクラブの存在価値

ネット配信という閉じた世界でのスポーツ観戦

メディア化するクラブ

クラブとアリーナ/スタジアムの一体経営の重要性

2022年以降の流れは？

100%集客OKとなった時に

👍 57 +





MADISON SQUARE GARDEN

PLAYER	F	A	2PT	3PT	FT
1 Ariza	1	2	1	1	1
3 Anderson	1	1	1	1	1
10 Gordon	1	1	1	1	1
13 Harden	1	1	1	1	1
18 Capela	1	1	1	1	1

3PT% 57 FG% 67 FT% 67

7 Anthony 1 1 1 1 1
28 Rose 1 1 1 1 1
42 Thomas 1 1 1 1 1

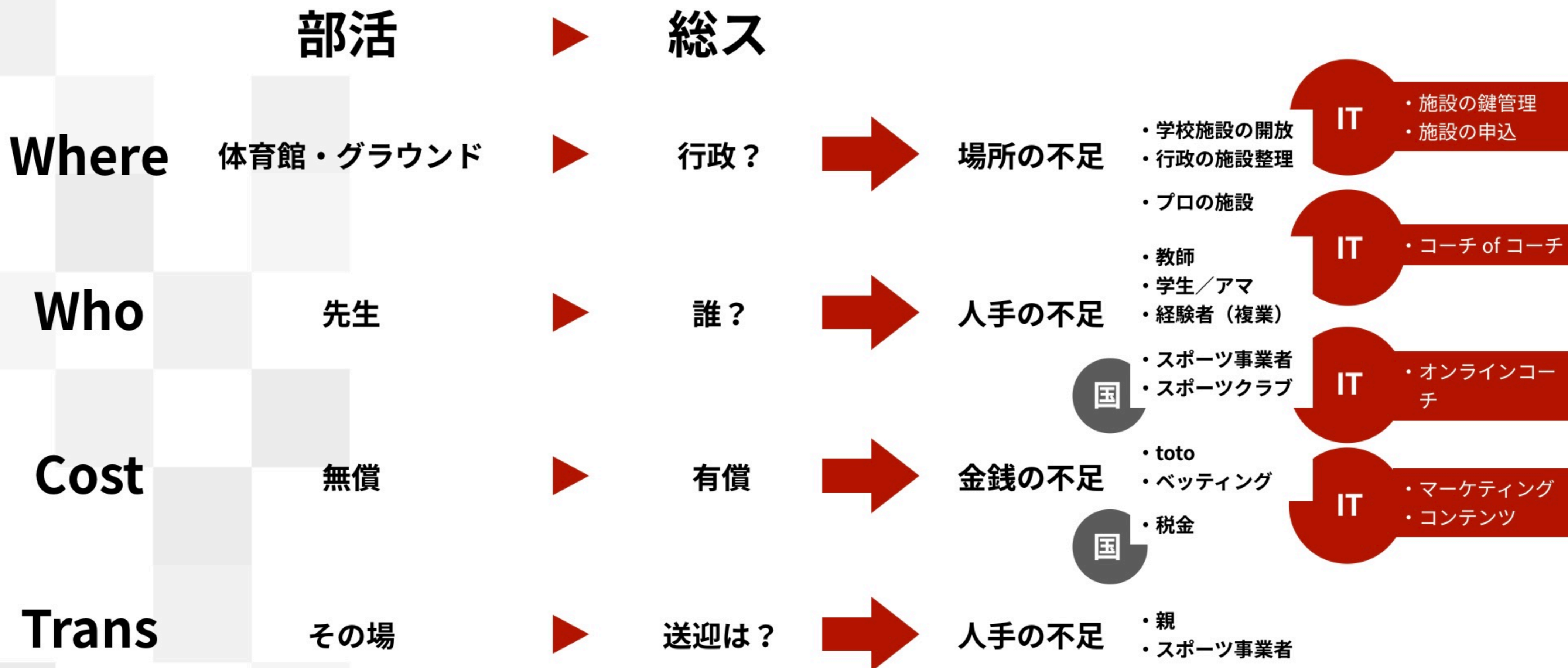
3PT% 0 FG% 50 FT% 100

LET'S MAKE **IT** HAPPEN

03

プロスポーツチーム と部活動

実際に土佐町や苫小牧市で見ている範囲で、すでに皆さんにも周知の事実だと思えますが、解決しなければいけない課題は多いです。特に場所の問題と人手の問題は大きいです。しかし、なんとかITを駆使して解決できることもありそうです。過去リクルートや電通と共同開発しようとしたオンラインスポーツ教育システムは、iPadを通して知識を教えることはできましたが、生徒が正しく実践できているかのチェックに難点がありました。人の動きを線で捉え、iPadで撮影した自身の線データが教えてくれている線データと同様なのかを比較できる仕組みを導入することで解決しようとしていました。



球団



ホームゲーム 7試合



待ちに待った新アリーナでの琉球ゴールデンキングスのホームゲーム！4月10日(土)のシーホース三河戦から4月ホーム全7試合を沖縄アリーナで開催致します。先端技術を備えたアリーナでの試合観戦はこれまでと違った体験となること間違いなし！

開催日程

4.10 土 18:05 vs SeaHorses MIKAWA
4.11 日 13:05
シーホース三河

球場



ABOUT OPENING SERIES

沖縄アリーナが いよいよ始動します。



沖縄アリーナ始動！SPECIAL MOVIE (7分25秒フルバージョン)

FEATURE

沖縄アリーナ3つの特徴

BIGGEST EXCITEMENT

最大興奮

沖縄県内最大の収容人数とイベント床面積に加え、間近に感じられる観客客席配置によって、イベントの興奮を増大します。

SUPER COMFORT

キッズスペースの配置や...の集約化、さらにスイートやラウンジで快適な空間の提供によって、来場体験の

スケジュール

席種

スクール利用

スポンサー価値

経営効率化

マーケティング

一体経営

データ化・デジタル化

場所の貸出

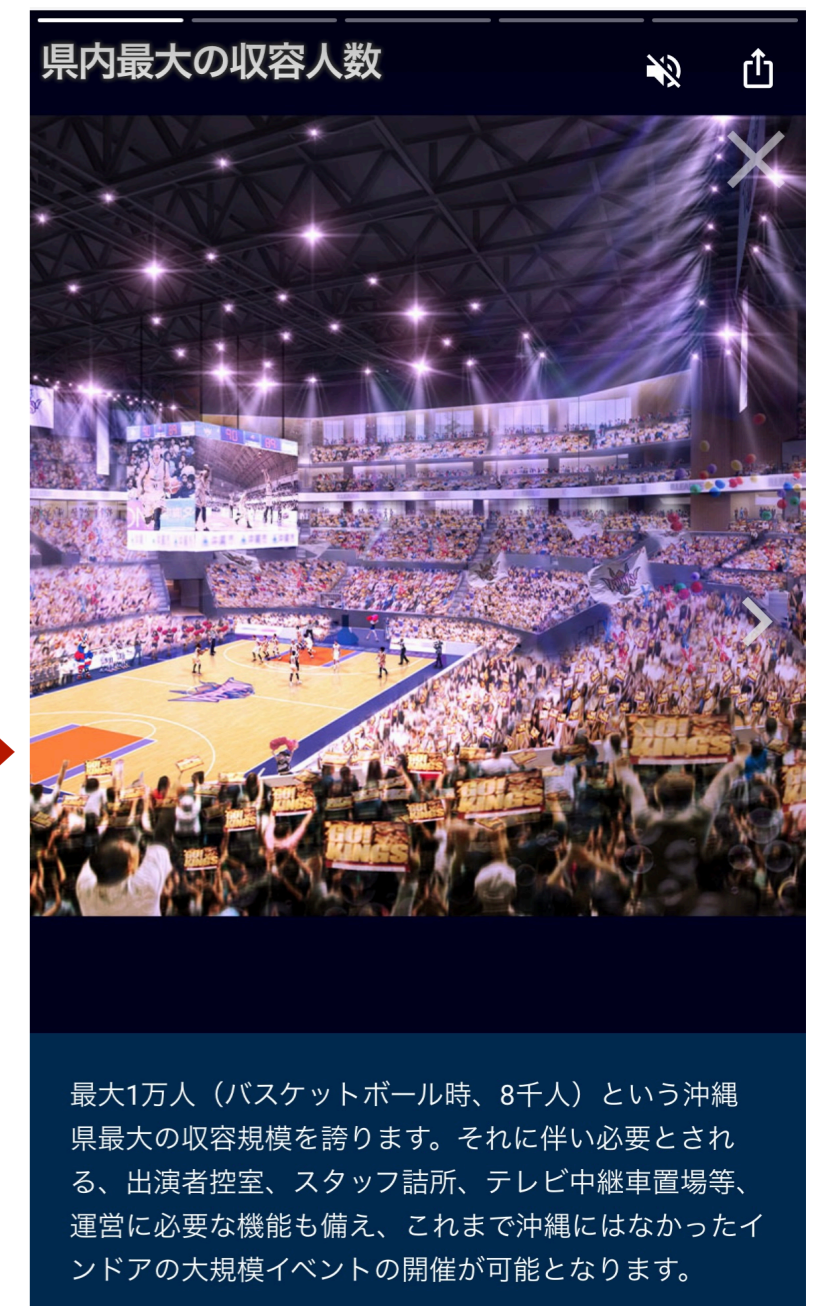
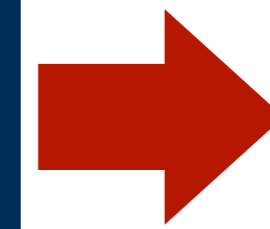
改修

広告価値

ホスピタリティ

広告価値

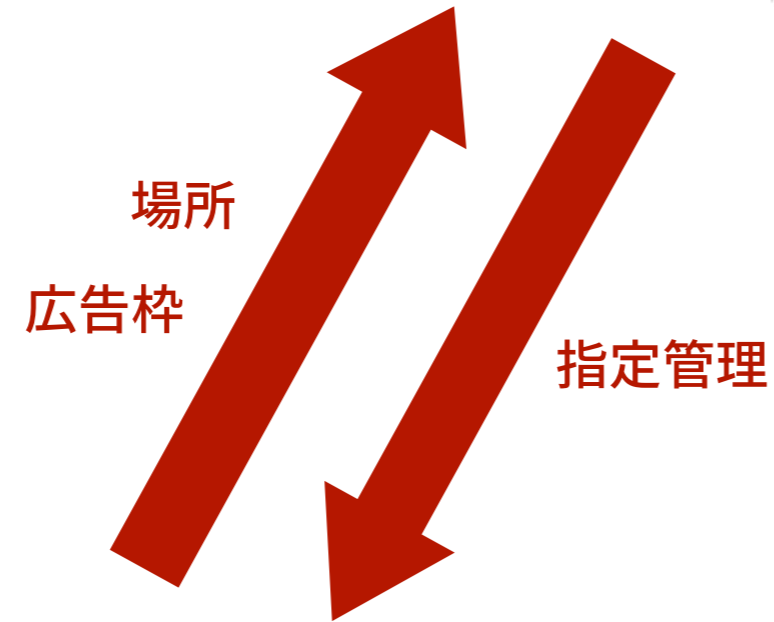
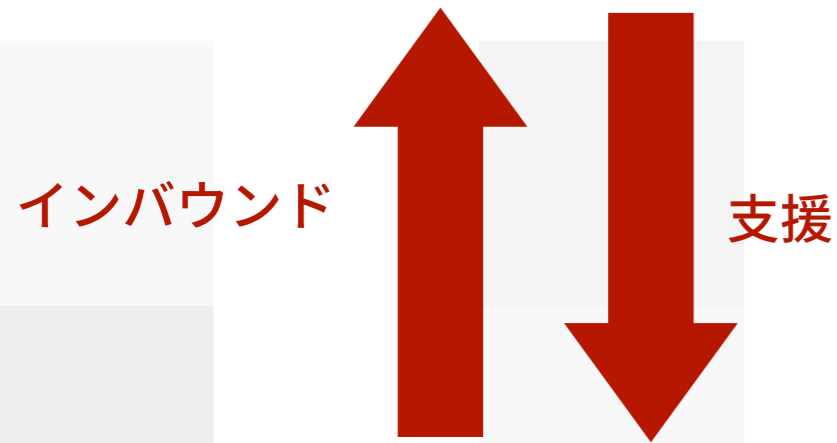
マーケティング





市

国



沖縄市
バスケ
部活動

ID取得

データ化

スポンサー
価値

地域総合型スポーツクラブ的役割

マネタイズのフック