第7回 地域×スポーツクラブ産業研究会

○日時：2021年2月10日（水） 15:00～17:00

○場所：経済産業省本館17階第1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
- 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

- 朝倉 博美 独立行政法人日本スポーツ振興センター 学校安全部長
- 太田垣 大将 東京海上日動火災保険株式会社 公務第二部次長兼文教公務室長
- 海鉦 勇司 東京海上日動火災保険株式会社 公務第二部文教公務室
- 平地 大樹 プラスクラス・スポーツ・インキュベーション株式会社

・ 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
- 勝田 隆 独立行政法人日本スポーツ振興センター 理事
- 文部科学省
- スポーツ庁

【コメント】

- 日本スポーツ振興センターでは、学校管理下における安全に関する災害共済給付を既に持っている。また、学校管理下外については、スポーツ安全保険として既存制度がある。今後運動部活動を地域スポーツに移管していくことにした場合、子どもたちの保険をどう取り扱うかは非常に重要な課題。既に災害共済給付とスポーツ安全保険の両者が存在する中で、両者の位置づけを変えるということはスポーツ庁では今のところ考えていない。既に外縁が定まっている部分であり、ここはそのままだろうと思う。
- 休日の部活動を地域に移した場合に、部活動ではできたのに、地域になるとできないとなるのが一番よくなくて、そのギャップをどう埋めるかが論点だと思っている。このギャップを埋めるときに、仕組みは既にあるので、どこがギャップとして生じるのかと考えると、経済的に困窮している家庭のお子様たちが、移行に際して安全面の部分でしわ寄せが生じてくる部分だと思う。今日発表いただくスポーツ安全保険については、掛金は高いものではなく非常にリーズナブルに抑えていただいているものの、 $+α$ で支出することに抵抗を感じる経済的困窮家庭のお子様たちもいるかもしれない。そこをどう助けるかがおそらく課題になってきて、基本は、今後は地域スポーツになり受益者負担となっていくものをどう支えていくのか、経済的困窮家庭のお子様を対象にした支援制度、そのようなものを我々官の立場としては考えなくてはいけないところだと思っている。
- この話に付随して、日本スポーツ振興センターでは過去の事件・事故・ケガに関しては非常に大きなデータ、事例を持っている。地域スポーツに移行した場合でも、そのような過去の知恵・蓄積をいかに伝達していくのが重要だと思う。それらも論点だと思っている。

(コメント)

- 日本スポーツ振興センターが持つ過去のビッグデータを分析することで、ケガの予防や、保険料・保険金の計算に役立つのではないかとのご示唆をいただいた。

【発表】

- 本日は、地域スポーツの現場で事故が起きたときの補償となるスポーツ安全保険制度についてご説明いただくことが中心だと伺っている。その前に、部活動をはじめとした学校の管理下ではどのような制度になっているのか、災害共済給付制度の概要と現状を簡単に説明する。
- 日本スポーツ振興センター（JSC）の紹介。スポーツ関係者は国立競技場をはじめ、スポーツ振興くじ、西が丘にあるナショナルトレーニングセンター、国立スポーツ科学センターは、既に良くご承知かと思う。このほかに、富山県立山町にある国立登山研修所の運営も行っている。また、JSCには学校安全部があり災害共済給付業務と安全支援業務を行っている。
- JSC、特に学校安全部の沿革について、説明する。災害共済給付の成り立ちについて少し細かく説明した方が、スポーツ安全保険との違いも含めて理解できるのではないかと思う。スポーツを振興する

センターがなぜ学校安全に関する事業を行っているのかという疑問もお持ちかもしれないので、それも含めて説明する。

- JSC はこれまで何回もの統合を重ねて現在の日本スポーツ振興センターとなっている。学校安全部の前身は日本学校安全会であり、昭和 35 年 3 月に設立された。この日本学校安全会の設立には背景がある。昭和 30 年頃に学校教育の現場で集团的災害が多数発生している。昭和 29 年 10 月には東京の麻布中学校の生徒が遠足で相模湖に行き、遊覧船に乗った。定員の 4 倍以上乗船しており、重さに耐えきれず沈没し生徒 22 名が亡くなった。また、昭和 30 年 5 月には、香川県高松港において、780 名ほど乗船していた大型船が濃霧の影響で他の船と衝突し、168 名が亡くなった。そのうち 100 名が修学旅行中の小中学校の児童・生徒。さらに、その 2 か月後の昭和 30 年 7 月には、三重県の津海岸において水泳訓練中の中学校の女子生徒 36 名が溺れて亡くなるという事故が発生した。これらの事故について、どこからも何の補償もなかった。これらの災害を受けて、各地において、災害補償についての検討がされた。学校安全共済の法制化について検討が行われ、国に陳情された。その陳情を基に、昭和 34 年 12 月に「日本学校安全会法」という法律を作り、昭和 35 年 3 月に日本学校安全会ができたという経緯がある。
- そのあとの経緯については、昭和 57 年 7 月には日本学校安全会と日本学校給食会が統合され日本学校健康会となり、昭和 61 年 3 月には日本学校健康会と国立競技場が統合され、日本体育・学校健康センターとなった。名前に「学校健康」と入っており、体育と学校健康を行うということは見取れるが、平成 15 年 10 月には同センターの事業を継承して独立行政法人となり、今ある日本スポーツ振興センターになったという経緯がある。そのようなことから、学校安全部は日本学校安全会の業務を継承している。
- 災害共済給付の説明。災害共済給付とは、JSC と学校設置者との契約により、児童生徒等の負傷、疾病、障害等に対して災害共済給付、具体的には医療費、障害見舞金、死亡見舞金を支払う。その運営に関する経費を国、学校設置者、保護者の三者で負担する互助共済制度となっている。参考までに令和元年度の実績は、加入者は 1,647 万人、加入率は 95%。義務教育である小中学校はほぼ 100%。幼稚園・保育所等が 80%であり、全体では 95%である。災害発生件数については年間約 96 万件で、給付金額は約 177 億円となっている。
- 災害共済給付の対象となる学校と掛金の金額。義務教育諸学校である小学校・中学校については 920 円、高等学校全日制については 2150 円、幼稚園については 270 円、保育所等については 350 円、括弧書きについては沖縄県の共済金額となっている。
- 給付の対象となる災害と給付の金額。負傷・疾病については、医療費を給付している。通常窓口では 3 割負担だが、それに 1 割足して 4 割給付としている。障害見舞金については、学校の管理下の負傷・疾病等が治った後に残った障害に対して障害見舞金 1 級～14 級として 1 級は 4,000 万円、14 級は 88 万円と段階的に金額が定められている。死亡については、学校の管理下において死亡した場合は、3,000 万円となっている。死亡の中では突然死が多い。特に部活動は突然死が多い。突然死につ

いては、運動などの行為に起因するものは3,000万円、運動などに関連のないものは半額の1,500万円になっている。医療費については約96万件、障害見舞金については363件、死亡見舞金は56件となっている。

- 次に、部活動中の災害を含め、災害発生の現状について説明する。平成30年の体育活動中の災害の実態。体育活動中というのは、部活動中だけでなく、体育の授業やソフトボール大会や運動会なども含めたもの。中学校・高校等で57万件あるが、そのうち78%については体育活動中の事故である。その体育活動中45万件のうち76%は球技による事故、次に陸上、武道、器械体操・新体操となっている。あえて競技名は記載していないが、球技の中ではバスケ、サッカー、バレー、野球等の順となっている。球技については接触系・コンタクト系のスポーツが多いということと、そもそも部活動の加入者数が多いということも要因として考えられる。
- 学校の管理下における災害の場合別発生割合。中学校・高校等において、課外指導中が中学校50%、高校60%となっている。ただし、課外指導＝部活動ではなく、部活動のほかに林間学校やプール指導を含むが、ほとんどが部活動だと認識いただいてよい。また、部活動の中でも運動部と文化部とあるが、文化部は1～2%にすぎず、ほとんどが運動部活動である。
- 部活動中の災害の種類別発生割合は、骨折、捻挫、打撲が多くなっている。
- 障害見舞金の障害種別割合。障害見舞金については平成17年からオンライン化してデータベース化しており、これまでの14年分をまとめたものになる。ケガをしたときに痕が残る醜状障害が一番多くて24%、次いで眼の障害、歯の障害となっている。
- 障害見舞金の学校種別・障害種別の給付状況で、令和元年度の中学校・高校等ではそれぞれ68件、226件となっている。障害見舞金の363件のうち課外指導は145件で約40%を占めている。
- 死亡見舞金の給付状況。令和元年度は全体で56件あったが、中学校が20件、高校が23件となっている。突然死が56件中25件で44%を占めている。
- 死亡見舞金の発生の場合別の給付状況。56件のうち課外指導が10件と、中学校・高校等がそれぞれ6件、4件となっている。
- JSCには年間100万件の災害データが蓄積されている。平成17年度からオンラインシステムを設けているので、これらのビッグデータを単純に給付だけでなく学校安全支援につながるような取り組みを行っている。災害共済給付データについて、外部の有識者からなる委員会を立ち上げて、調査研究を行っている。災害事例や統計データ、実地調査を基に、情報の収集・整理・分析を行い、最終的には学校現場等に学校安全Webに事故事例や教材カード、映像資料を掲載、学校に資料を配布して学校安全支援に努めている。学校安全Webはセンターの学校安全に関するホームページである。
- 今年度、事故防止ハンドブックを改訂し、事故が起きたときにどのような流れになるかということをつらなチャート版にしたものとそれを解説したものなど、学校現場でより使いやすいように資料の作成等を行っている。

- 最後になるが、重大事故の発生の傾向はだいたい似通っている。過去の事故事例や統計データを知ることにより、今後の事故防止につながるのではないか。JSC では、今後も災害共済給付業務を通じて学校安全の支援の取組を進めていきたい。

【プレゼン1】

- 学校の管理下外の補償としてスポーツ安全保険について説明する。
- スポーツ安全保険は約 50 年にわたり皆様に親しまれてきた保険。公益財団法人のスポーツ安全協会が運営する保険で、共同保険会社 8 社で引き受けをしている。我々は幹事保険会社として対応していることもあり、本日説明をさせていただく。
- 地域部活動を下支えする補償制度について、説明する。
- 日本における補償制度は、部活動を含む生徒のケガなどの補償としては、学校の管理下での活動については健康保険などの公的医療保険のほかに公的な補償制度として災害共済給付制度が存在する。その他、民間各社の保険制度や共済制度がある。一方、学校の管理下外とされる地域でのスポーツ活動については、公的医療保険と民間の保険制度や共済制度の間に位置付けられる制度としてスポーツ安全保険が存在する。スポーツ安全保険は営利活動を目的としない公益財団法人スポーツ安全協会が契約者となる日本最大規模の団体保険制度で、スポーツ活動及び社会教育活動の振興を下支えする公共性の高い補償制度として存在している。また、スポーツ安全保険は学校の管理下を対象外としており、学校の管理下を対象とする災害共済給付制度と重複せず住み分けが図られている。
- スポーツ安全保険が日本のスポーツ活動及び社会教育活動を下支えする補償制度とされる背景を簡単に紹介する。昭和 39 年、アジア初となる東京オリンピックが開催され日本においてもスポーツへの関心が高まるとともに、地域におけるスポーツ活動が活発化してきた。同時に、スポーツ活動に伴う傷害事故も比例的に増加し、これに対する対応が当時社会問題化した。当時の国民体育大会での重大事故の発生について記載をしている。日本のスポーツ振興を図る上で、まず下支えする補償制度が必要とされたことから、昭和 44 年に当時の日本体育協会が文部省に対し、スポーツ障害補償制度の早期整備を要望された。翌 45 年に文部省で補償制度の整備に向けた具体的な検討が開始され、弊社（当時の東京海上）に補償制度の試案作成を委嘱、日本体育協会に加盟競技団体の意向の取りまとめを依頼された。その後協議が行われ、「掛金はできるだけ低額にする」、「補償はできるだけ厚くする」、「加入手続きは簡便にする」という 3 つの要件を踏まえた補償制度として、昭和 46 年 2 月にスポーツ安全協会傷害保険、現在のスポーツ安全保険として制度が発足した。その前年の昭和 45 年には当補償制度の立て付けとしてスポーツ安全協会が契約者となり、当時の全損害保険会社 (20 社) と一括契約することが決まり、スポーツ安全協会が設立された。余談だが、当時大蔵省の認可を得てスポーツ安全保険が発足したのが昭和 46 年の 2 月 10 日であり、本日でちょうど 50 年になる。日本のスポーツ振興を下支えする目的から発足された補償制度であり、公益財団法人スポーツ安全協会を契約者とする立て付けから、弊社をはじめ民間個社の保険制度とは性質が異なり、公共性が高い。

- スポーツ安全保険の概要について説明する。スポーツ安全保険は先ほどの背景にもあるように、国民誰もが安心してスポーツや文化などの団体活動に参加するために作られた保険制度。団体やグループでの活動を支援することを趣旨としており、団体で加入、その団体の構成員を被保険者とする。そのため、個人での加入はすることができない。スポーツ活動、地域活動、文化活動を行う全国の子供から大人、高齢者など、約 27 万団体 860 万人が加入している。先ほど、創設時は国内損保 20 社とあったが、現在は合併などの動きもあり、国内損保 8 社で共同引受をしている。
- スポーツ安全保険の補償内容について説明する。加入対象となる団体・グループだが、スポーツ活動、文化活動、レクリエーションを行う 4 名以上のアマチュアの団体・グループが加入できる。加入できる団体の例としては、スポーツ少年団、地域のママさんバレーチーム、総合型地域スポーツクラブ、会員制スポーツクラブ。会員制スポーツクラブは、その会員、参加者を対象にしている。企業・大学のクラブ活動、ボランティアサークルなど多くの団体・グループ活動で利用できる。学校の管理下外とされる地域部活動も本保険の対象となる。制度の趣旨として、地域の社会教育活動を支援するために作られた制度なので、家族での活動やプロスポーツ、営利活動をメインで行う団体は加入できない。
- 続いて補償については、傷害保険、賠償責任保険、突然死葬祭費用保険が完備されている。団体活動中のケガや熱中症への補償、活動中に他人をケガさせたり、他人の物を壊したりしたことによる法律上の賠償責任への補償、活動中の心不全や脳内出血などの急な体調変化による突然死の葬祭費用などをカバーする内容になっている。団体活動中の事故に加えて、団体が指定する集合・解散場所と自宅との経路往復中の事故についても補償の対象としている。
- 補償制度を創設する際に示された要件である、小さな掛金と大きな補償について説明する。スポーツ安全保険は、加入者の年齢や活動によって加入区分が決められている。子ども（中学生以下）は A1 区分がメインの加入区分となっており、掛金は年間 1 人当たり 800 円。スポーツ安全保険は毎年 4 月 1 日から翌年の 3 月 31 日までの補償で、制度として保険期間が決まっており、期の途中からの加入であっても、A1 区分であれば年間 800 円の掛金を適用する。次に、大きな補償の部分。子ども A1 区分であれば、傷害保険の死亡保険は 2,000 万円、後遺障害は 1 級の場合 3,000 万円、入院日額 4,000 円、通院日額 1,500 円でいずれも 1 日目から補償の対象となる。治療の実費ではなく、定額が支払われる内容になっている。賠償責任保険は、対人・対物賠償合算で 1 事故 5 億円、ただし対人賠償は 1 人 1 億円という条件がある。突然死葬祭費用保険は 180 万円を上限に支払限度になっている。参考に弊社の類似商品での掛金を記載している。傷害補償だけでの計算になるが、年間 1 人当たり約 29,000 円の掛金となる。このスポーツ安全保険が、いかに小さな掛金大きな補償かということが分かると思う。
- 6 ページは大人（高校生以上）のスポーツを行う方や、スポーツの指導者の方が加入される区分になる。大人は年齢 64 歳以下、65 歳以上によって区分が分かれ、掛金と補償額が若干異なる。64 歳以下の C 区分の掛金は年間 1 人当たり 1,850 円の掛金であり、先ほどの A1 区分に比べると 1,000 円くら

い上がるが、それでも民間個社の保険商品に比べかなり低廉な掛金になっている。約 27 万団体 860 万人という国内最大規模の加入ボリュームが、低廉な掛金を維持している要因の一つ。

- 加入手続きと事故対応について説明する。現在スポーツ安全保険はインターネットと紙での加入手続きが可能。インターネットでの加入手続きの場合、団体や団体の必要事項を入力し、コンビニで掛金を支払い、加入手続きが完了する。インターネットと紙のどちらにおいても、団体の必要な情報は氏名、年齢、性別、加入区分のみで必要最低限な情報に限られている。制度創設の際のもう一つの要件である「簡便な手続」を実現している制度になっている。また、47 都道府県にそれぞれ 1 か所スポーツ安全協会の支部を設け、紙での加入手続きなど加入の取りまとめ業務を行っている。この支部業務を各都道府県のスポーツ協会に担ってもらっているところが多くあり、地域のスポーツ競技団体との繋がりが強いこともスポーツ安全保険に加入しやすい仕組みにつながっている。
- 続いて、事故時の対応について。傷害保険、突然死葬祭費用保険の事故通知は、スマホ、インターネット、紙（専用はがき）のいずれかでの事故通知になる。賠償責任保険の場合は、相手のケガや物損の事故時の詳細な状況確認が必要になるので、電話での事故通知としている。スマホでの事故通知の導入をはじめ、AI を活用したはがきの読み取りなどインフラも整えており、また弊社内にスポーツ安全保険専門の損害対応部署を設けており、860 万人の事故に迅速に対応が図られる体制が構築されている。
- スポーツ安全保険の加入団体について。加入団体を 27 の区分に分けている。加入の多い団体は、上から地域スポーツクラブ。地域住民や仲間内で組織された大人のスポーツ団体が約 23%。続いて少年スポーツクラブ。スポーツ活動を行う子供たちの団体が約 19%。続いてスポーツ少年団が約 11%となっている。この 3 つの団体区分で加入者の半数以上を占めることから、地域でスポーツ活動を行う上で、多くの団体に利用いただいている。
- スポーツ安全保険の事故件数と年齢別事故発生件数を記載している。スポーツ安全協会が取りまとめをしている統計データの資料。傷害保険については、集計上 4 月から 12 月までの 9 か月の件数となっており、1 年間で見ると約 20 万件的傷害事故が発生している。1 日当たり約 550 件の事故が発生している。多くは通院保険金の支払いだが、死亡事故や後遺障害を負う重大事故も年間で 500 件前後発生している。また、活動中に他人にけがをさせたり、他人の物を壊したりすることによる、法律上の賠償責任を負う事故は年間で 6,500 件前後発生している。賠償事故においては高額な支払保険金に至る事故も多く、安心して活動を行うためには、自身のケガの備えである傷害保険だけでなく、賠償責任保険の補償がセットが必要であると考えられる。また、突然死葬祭費用の事故は年間で 50 件ほど発生している。近年では、健康増進に向けスポーツをされる高齢者も増えており、活動中に急性心不全や脳内出血など、活動中の体調不良による事故も発生している。続いて、年齢別の事故発生件数については、10 代が最も多く、次いで 0-9 歳が多い。母数として子ども（中学生以下）の団体区分の加入が多いという事実もあるが、体が完成しておらず、体調などの自己管理の不十分な子どもは事故が発生しやすい。

- 事故の事例を一部記載している。上のブルーの表は傷害保険の支払い事例。試合や練習中に接触や転倒・転落によって重大事故が発生している。また、近年は熱中症による事故や活動場所に向かう途中での事故も少なくない。下のグリーンの表は賠償責任保険の支払い事例。スポーツ活動に伴い周囲の建物や車、借りている体育館など施設を破損する事故が発生している。賠償責任についても、活動場所と自宅の経路往復中で、自転車で歩行者と衝突し、後遺障害を負わせてしまう等の高額な保険金支払いになる事故が発生している事例もある。徹底した事故防止対策から事故を減らすということができるが、事故を0にするということにはできないので、万一のセーフティネットとして保険での備えが必要である。
- まとめとして、今後の地域部活動での補償を手当てする際に押さえるべき5つのポイントを記載した。死亡や後遺障害の補償は学校の管理下の補償（公的制度）と比べ大きく劣後しないこと。特に生徒においてはこの先長い人生がありますので、後遺障害の厚い補償が必要だと考えている。また、熱中症の補償がついていること。傷害保険には熱中症の補償が担保されていないことが多くあるので、スポーツ活動を行う上で熱中症の補償がついているかの確認が必要。次に、賠償責任保険がセットされているか、指導者だけでなく生徒同士の事故により法律上の賠償責任が生じたときにも補償される内容になっているのか、確認が必要と考えている。そして、特に大切なのが、活動中の補償として、全員が抜け漏れなく同じ補償に加入していること。この生徒は加入しているが別の生徒は加入していない、また生徒によって補償が相違するということでは、安心して活動ができない。必ず活動する団体で、同じ補償に全員が加入している必要がある。また、活動中だけでなく活動場所への往復途上での事故が起こりやすい、被害者だけでなく加害者になる可能性もあるということから、往復途上についても補償されることが望まれる。
- まとめになるが、前述のとおり地域でのスポーツ活動や社会教育活動においては、歴史の中で、日本のスポーツ振興を目的として作り上げられたスポーツ安全保険制度が存在する。民間個社の保険に比べ公共性が高く、小さな掛金で大きな補償が得られるとともに、加入手続きも簡便である。今後、休日の部活動が地域に移行される場合にも、学校の管理下と同様に、子どもたちが安全で安心な環境の下で活動を行える必要があると思ひ、団体単位で全員が同じ補償に加入する点からも、スポーツ安全保険の活用は有効であると考えている。
- なお、データ資料にはスポーツ安全保険のあらましも掲載させていただいているので、紹介をさせていただく。

【質疑応答】

(質問)

- 災害共済給付の掛金の最終的な負担者は保護者なのか、設置者なのか、全国で色々な形態があると思うが、その割合のデータは持っているか。

(回答)

- 災害共済給付の負担割合については、設置者と保護者の間で約4~6割で調整することになっている。設置者が保護者に負担を求める場合においても、折半ではないが、半々で実施するところが多い。義務教育であれば920円の半分を学校の設置者が負担するので、半分は保護者にお願いするという言い方をしているところが多い。ただ、4割~6割で若干は泳げるような形になっている。

(質問)

- 徴収は学校で保護者から集めており、その他は自治体の予算が投入されるということか。

(回答)

- 学校で保護者から集めている。設置者負担分と保護者負担分を設置者がセンターに振り込んでいる。

(質問)

- 自治体予算の部分と保護者からの徴収が半々になっているということか。

(回答)

- そのとおり。

(質問)

- 弊行で、スポーツ庁様と経済産業省様に監修いただき、わが国のスポーツ産業の経済規模を毎年推計している。その中で、イギリスと日本のスポーツ産業の経済規模を比較したことがあったが、スポーツ産業における保険分野の数値が日本はイギリスに比べ数字が小さい。民間のスポーツ産業分野や学校の地域部活動への保険の経済規模が、日本は海外に比べて小さいということなのかと推察した。海外において地域や学校に対する保険が民間で賄われているのか、保険の掛金や支払の経済規模が日本は小さいのか、といったところをお教えいただきたい。

(質問)

- 国際的に見て保険というものがどういう位置づけなのかということだと思う。

(回答)

- そのようなデータは持ち合わせておらず、憶測で発言するのは控えさせていただきたい。学校の管理下であれば災害共済給付制度があり、それ以外はスポーツ安全保険が一番大きいと認識しているが、他国と比べて日本が少ないというデータを持ち合わせていないため、コメントは差し控させていただく。

(質問)

- なぜ保険の話論点に入れたかというところ、学校部活動が地域に移行した場合にこの保険の立て付けはこのままなのかというところ。スポ庁さんでは制度の見直しを考えていないという発言だったが、「考えていない」とはどういうことか、やや疑問なところはある。部活動が学校から切り離されていくと災害共済給付でカバーすべきリスクが減ることなので、当然ながら掛金は減っていく。一方で民間の保険でカバーすべきリスクが増えていくので、現在の両社の立て付けに変化が生じるのが普通だろうと思うが、そのあたりを日本スポーツ振興センターさんと東京海上さんがどう見通されているのか、地域部活動や地域スポーツクラブという話題に対して保険はどう対応されるのか、どのような感触を持っているか。
- また、クラブの経営をされている皆さんとしても、これから保険をかけていく立場としてこれからどのような変化があるのか、留意点や気になっている点など、委員からもしましたらお知らせいただければと思う。

(回答)

- この議論については、当然あり得ると思っている。
- まず、これまでの制度改正のやり方について説明させていただく。共済掛金については、数年に一度改定してきた。それはなぜかというところ、収入と支出のバランスが保たれなくなった場合に掛金改定を行っている。収入というのは加入者による掛金の収入である。支出は給付金の支払金額である。収入よりも支出が多くなってしまうと給付金が足りなくなるため、数年に1回、掛金を上げてきた経緯がある。直近で言うと、令和元年度に改訂を行ったが、義務教育諸学校は据え置きとした。高校での事故が多いこともあり、1840円を2150円に改定した。
- 過去は今説明した通りであるが、今回は大きな流れが出てくるのではないかと考える。中学校の災害の約5割が部活動、高校においては約6割が部活動での災害である。1週間の7日のうちの土日2日間、極端な話、7分の2、又はそれ以上にも活動時間が増えることも考えられる。その部分が地域に移ったと考えた場合、これまでに学校の管理下の中に占めていた部活動の災害発生件数も給付金額も減ると思われる。そういうことであれば、もしかしたら、収入よりも支出の方が抑えられて、その部分については共済掛金の金額を減らせるのではないかと、という議論も出てくるのではないかと考える。
- ただ、こういう共済掛金を設定するときには見通しで掛金を設定するのではなく、直近3か年や5か年の実績を見た上で、3年間の平均で今まで100だったものが80になったということであれば、今後この状態が続いた時でも80であれば足りるということで、その収入

と支出であれば、収入がそこまでなくても良いだろうという検討ができると思う。その際においては下げるということも一つの例として考えられるのではないかと思う。

- もう一つは、これまで掛金改定の際、掛金を上げるだけでは中々難しいと思うので、それに併せて給付改善を行ってきた。具体的には、令和元年度になるが、死亡見舞金2800万円を3000万円に、障害見舞金1級3770万円を4000万円に上げるなど（掛金改定と給付改善を）セットでやってきた。

ただ、今までの考え方が通じるかどうかについては、今後、部活動の改革で地域に移行されることによって、学校の管理下の災害の件数、給付金額の両方が大幅に減るということであれば、それも論点になるかと思う。

- 先ほど、今泉課長からもありました通り、昨年9月1日付けで地方公共団体に出された部活動の移行に関する通知においても、令和5年度以降、段階的に地域に移していくということから、今この段階では令和5年度になったらいくら減ったとは言えない状況のため、今後、実績を踏まえながら、だいたい今まで100あったものが80ということであれば、掛金の下げ改定も含めて検討はあり得るのではないかと考える。
- ただし、（掛金改定は文部科学省で行うことであり）私は決定権者ではないため、そういうこともあり得るのではないかとということで説明させていただいた。

（回答）

- 私共は、スポーツ安全協会が運営するスポーツ安全保険を引き受けているという立場なので、我々が今後どうしていきたいということを申し上げられる立場にないが、今後そのような声が出てくれば、スポーツ安全協会や監督官庁である文部科学省・スポーツ庁とも議論して検討していくことになるだろう。小さな掛金で大きな補償を提供していくということがスポーツ安全保険の成り立ちであり、それに見合った形でどうすればよいかを協議していきたいと思う。

（質問）

- 色々な所属をしていて、スポーツ少年団や地域スポーツなど、都度スポーツ安全保険に入る。ここでも払って、別でも払ってということがいろんな場面で見られるが、今後重複を避けるようなことは可能性として考えられるのか、掛金が多少増額しても重複を避けるということが考えられるのか、意見をお聞かせいただければと思う。

（回答）

- 制度の趣旨として団体管理下での活動をカバーするものであり、個人の活動をカバーする趣旨にないので低廉金額を維持できているということがございます。また団体活動ごとに加入いただく制度であ

り、重複はしない仕組みとなっています。団体活動ごとに加入いただく点は当制度の根幹でもあり、そこをどうこうするという事は難しいと考えている。

【プレゼン2】

- 我々がやってきた取組を通して、プロクラブが産業としてどういう風に成長していこうかというところをお伝えできればと思う。その後、地域総合型スポーツクラブの現状などについて、感じている部分、そこにプロクラブがどう関わっていけるか考えた部分があるので、そちらをお話しできればと思う。
- まず、簡単にプラスクラス・スポーツ・インキュベーションの紹介をする。私が代表をしているが、私は27歳までプロのバスケット選手として活動していた。引退後、セカンドキャリアの支援をやりたいと思って人材会社に行き、そこで鬱になりリストラされ、拾ってもらったのがWebの会社。28歳くらいからWebの会社で働き、31歳で起業し、現在はWebの会社とスポーツに特化したプラスクラス・スポーツ・インキュベーション株式会社で代表をしている。
- 現在、プラスクラス・スポーツ・インキュベーション（PSI）は5期目を終了し6期目に入っている。約30人の会社。永田町駅と赤坂見附駅のちょうど真ん中、メキシコ大使館のある場所。今日のような迷彩の服を着ているので、時折警察官に止められながら出勤している。我々の会社のメンバーだけではなく、中村武彦さんや、データ関連で有名な森野さんにアドバイザーとして来ていただき、一緒に取り組んでいる。
- PSIのミッションとしての取組を紹介する。「日本のスポーツ全会場を満員にする」というミッションを持って取り組んでいる。そこにどういうアプローチができるかと考えている。
- どうすれば満員の会場にできるかというところで、大切なポイントが4つある。1つは戦えるチーム。これは勝てなくてもよく、「戦えるチーム」と伝えている。また、「運営組織」という部分で人が非常に重要になる。そこを広げていくためにマーケティング・ブランディングが必要になってきて、最後にというよりはどちらかというと最初にファシリティと言われるスタジアム・アリーナが非常に重要になる。資料左側3つが球団経営で右側が休場経営になる。この4つが一体になると満員を作り出せるいいチームになると感じている。そこに我々としては施策面、人の面、お金の面でサポートしている。
- この5年間重きを置いて取り組んできたのが、to Cと言われる領域で、とにかくまずチケットングを伸ばすということで会場に来ていただける人を増やすということをやってきた。現状、動員50%という形でコロナ禍における運営がなされている。それでも50%に達しないクラブが非常に多く、そのようなクラブの集客支援も引き続き行っている。現在集客が減っていることから、顧客の単価をより上げていかないとスポーツチームもマネタイズできなくなっていくので、より単価を上げるためにグッズをもっと売っていく、ファンクラブに入っただけ、+αでいただくようなオンラインサロ

ンを運営していく等の形で、色々な所で1人のお客様からよりお金をいただけるようにデジタルマーケティングを通してサポートしている。

- 左側の to B の領域、プロスポーツチームを運営する上でスポンサー・パートナー企業が非常に重要になるので、そちらの売上を増やすという面でもデジタルマーケティングを通してサポートしている。マーケティングにおいてもこれまで Web やデジタルを使うということがあまり行われてきていなかったところを、我々がサービスを提供する中で非常に伸びてきた部分があるが、スポンサーについてもまだまだデジタルの活用というのがなされていなくて、基本的には地元企業のリストを作って社長さんに会いに行ってお願いをするという活動が未だに行われている。ここをもう少しイノベーションしていく必要があるということで、デジタルでリストを集めという話や、スポンサー企業に対してクラブが持っているデジタルアセット（Web サイト、SNS 等）を活用してより投資対効果を上げようという話をしている。アクティベーションと言われる領域は、そのようなことをしている。
- また、今までは法人営業の方々が、スポンサーA社とスポンサーB社を併せたらうまくいきそうと行っているビジネスマッチングの領域を、我々がシステムを開発してウェブ上でまずビジネスマッチングができるようにしよう、そこから会場で商談をしてもらい、スポンサーになったことでより収益を上げていくという仕組みを開発している。やりながらデータを貯めていき、ゆくゆくはAIを活用することにより、200社くらいスポンサーがいるクラブに新しいスポンサーが入ろうとするときにその仕組みを使うことで、どういった会社とマッチングできてスポンサーになることでどの程度の収益が見込めるかの試算をできるような仕組みを提供したいと思っており、開発を進めて4月にリリースするような状態にある。to B の最後に代理店機能と言われる、クラブと企業の間到我々が入る。大手代理店が良くやっているが、大手の場合は看板や枠を販売する形になっており、現在ではそれは企業にほぼ求められない状態になっている。そうではなく、アクティベーションというライン等からしっかり回収できるようなスポンサーの形にしようということで我々が間に入り、投資対効果を最大化できるようなことをサポートしている。
- to C、to B でやっているところと、もともと引退後にやりたかったアスリートのキャリア支援も会社としてサポートしている。よくある、引退したから一般企業に就職するというやり方だとなかなか難しい。たくさんの人たちをサポートすることはまだできないが、引退したアスリートを我々が採用して、マーケター、クリエイター、アナリスト、エンジニアに育てていき、そこから我々がサポートしているクラブに人を出していくという形で支援している。アスリート出身者が、自身がやっていたスポーツの内側に入っていきというようなキャリアの持ち方をできるといいと思っており、実際になでこでサッカーをやっていた選手が引退して3年ほど当社で勉強をし、東北のチームに常駐しクラブの広報担当として仕事をしている。このようなケースを増やしていきたいと取り組んでいる。これら3点でスポーツチームに向き合わせていただいている。
- どのようなチームと取り組んでいるかということ、国内のプロスポーツチームと言われるところで約70を超えるチームをご支援しています。団体・リーグでは、Jリーグ、Bリーグ、Tリーグとご一緒

させていただいている。ラグビーワールドカップもグッズの販売については、我々でデジタルマーケティングをさせていただき、ジャージがたくさん売れた記憶がある。Jリーグでは、クラブからデジタルマーケティングの相談がリーグ本体にいくと、我々の方にお話をいただいて進めていくという関係性で取り組んでいる。

- 実際どのようなことをご提供しているかという点、デジタルマーケティングなので、Web を活用した集客、集客をした後にしっかりと物を買ってもらう、チケットを買ってもらう、会場に来てもらうというところを分かりやすくするための政策・クリエイティブ、Web ではデータが全て取れるので PDCA を回すために解析をしている。スポーツチームとやり取りする際にはスピード感が非常に重要になるので、全てインハウスで人を抱えて、この3点において PDCA を回しながら事業を実施している。
- 例えば、チケットでサポートさせていただいている Jリーグのコンサドーレ札幌や千葉ジェッツなどたくさんのチームをサポートしている。資料にこの2チームを掲載しているのは、コンサドーレ札幌が我々の最初の集客支援のお客様であったということ、その結果を出して千葉ジェッツに話して採用いただき、NBL の時代にサポートさせていただき、千葉ジェッツが素晴らしい成績を残したことで他のチームからもお話をいただいて、現在たくさんのクラブにご愛顧いただいているという状況。
- 映像でもたくさんのクラブを支援させていただいている。デジタルマーケティングという話をしたが、リアルな映像も我々で作らせてもらい、オンライン・オフライン、会場とデジタル（SNS）の両方で同じようなテイストでクリエイティブが出てきて、ファンの方々が見たときに「あ、これがこのチームだよ」というように思ってもらえるようにクリエイティブの統一も支援させてもらっている。
- 地方創生の面でもスポーツを活用したいというお話をたくさんいただく中で、陸上競技選手を集客したいということで苦小牧市と一緒にさせてもらっている。実際に、昨年オリンピックが実施されていた場合はイタリアの陸上選手が映像を見て合宿地を苦小牧に決めていたり、毎年8団体が地元のホテルに夏合宿で来ていたそうだが、昨年においては16~17の部活動が映像を見て合宿に来てくれたりとクリエイティブをよくすることで地方創生もできると感じている。
- to Bとして、スポンサーセールスにプラスになるようなセールスプロモーションキットを作っている。DM や映像の作成をさせていただいている。これらをメールで事前に送付できると早い段階で興味を持っていただき、お会いした段階でホットな状態でお話を進めることができるという状態になるので、これらも力を入れてサポートしている。
- また、スポーツチームは人が足りないということも課題としてあるので、広報の方々が SNS にかっこいい画像を簡単にアップできるというアプリケーションの開発もしている。
- タクシー広告やテレビ CM で b→dash がノーコードで SQL が書けるといったエンジニアがいなくても解析や分析ができるというツールがあるという宣伝をしているが、それと同じような形で全く Web サ

イトの裏側が分からなくても表側さえわかればサイトの更新ができるというような、コンテンツマネジメントシステムを開発したりしている。

- スポーツチームの to B でのデジタル活用の具体的取組としては、スポンサーのマーケティングは B to B のマーケティングになるので、デジタルが大いに活用できる領域というお話をして、DX 化していこうと色々な面でデジタル化をしているところ。
- また、我々が代理店として入ってやるという話をしている。通常あるスポンサーとクラブの関係は 1 対 1 だったりするが、実際に企業が解決したい課題は 1 クラブを活用して必ずしも成功するというわけではないので、複数クラブを活用して課題解決をしてみませんかという話の間に我々が入っているという形になっている。70 クラブくらいお付き合いのあるクラブがあるので、その中で適切なクラブを選んで一緒にしてもらおうという形のサービスを提供させてもらっている。
- マッチングサービスではパートナーシップというサービスを作っている。よくある B to B のリストサイトというものがあるが、それと似たようなものをクラブごとにクローズドな状態で作るということをしている。スポンサーになっていただいたら、このサイトにログインできる情報がもらえて、ログインしたら他のスポンサーの情報が見られるもの。その中で、こんなことがやりたい、これを他のスポンサーに解決してもらえないかななどをアピールできるようになっており、そこに対して解決できるスポンサーが手を上げることができるという仕組みを開発している。その開発は 3 段階考えていて、まずマッチングができるようにしてあげて、その後法人営業側を含む人手不足を IT で解決しようという形でスポンサーにきちんとメッセージを送ることができるようにしたり、3~5 万円から 1 億円単位のスポンサーまでいて全てのスポンサーを等しく回することは難しいので、廉価な金額のスポンサーにはクラウド上でサインをすれば継続できたりというサービスをつけていこうと思っている。その後スポンサーを管理できる CRM のツールにしていくということを考えている。これらができるクラブやスポンサーで解決できることはこのシステム上で解決できる、スポンサー間で解決できることもこのマッチングの中でできる、そういった中でお金が生まれていく。それでも解決できない問題、課題、悩み、ニーズ・ウォンツが出てくると思っており、それらをこのツールを導入することで吸い上げることができるので、その吸い上げた課題を解決するような会社をパートナーとして連れてくることで、スポンサーの課題を解決するようなサービスを提供する。クラブが代理店として入ることにより、チケット、スポンサーフィー、グッズ、スクール、放映権からプラス α で収益を得られるような組織にしていくということを見せてもらっている。
- このような事業をして、プロスポーツチームとデジタルを活用して収益を上げていこうというお話を常日頃して現在 70 クラブと取引をする中で、2 クラブ（サッカー 1 クラブ、バスケット 1 クラブ）で経営の再建も一緒にさせていただくような仕事を昨年末から行っている。組織を作るということから一緒にするようなことも最近も行っている。
- ここまで取り組んだ中で総合型地域スポーツクラブにどうにか入り込んでいけないかということもあり、考えてみたので話をしたいと思う。私の一番上の息子は中学 2 年生で、部活も入っていて地元の

プロスポーツチームのユースでバスケットをプレーしているので、実際の私の感覚もありながら、ITの活用が見込めるポイント等のお話をさせていただければと思う。部活が学校外になったらというところだと、場所の問題と誰が教えるかという問題が非常に大きいと感じている。お金も無償から有償になってしまうという部分や、移動の問題も大きいと感じている。ユースの息子の送迎もこんなに親がしなければいけないのだと思ったり、長野で大会があるとなったら長野まで車で送迎が必要という話だったり、そのようなことが当たり前起きるので非常に大変なことが多いと感じている中で、場所の不足、人手の不足（指導）、金銭の不足、人手の不足（送迎）があると感じている。ただ、中でも場所の不足については行政の持ち物だったり学校の体育館だったり、空いているところもあるので、一律ですべての施設が見られるようになったらいい。私も長男がミニバスをやっていた時に、体育館の場所とりなど非常に苦労したという経験があるが、これが部活をしている人たちが外部に出て場所を探すとなると、カオスなくらい申し込みが大変になると思っており、このような整理にITの活用が必要だと思っている。色々な人が出入りする中で、鍵の管理などもIT化したらいいのと思う。鍵を渡すだけに管理人がずっといたりということがよく起きたりするので、会社の経営をしている人間としては、とても非効率だと思う。そういったところにもっとITを活用できたらいいのではないか。

- また、教えるというところが非常に難しいと思う。過去にリクルートや電通から話をいただいて一緒にオンラインコーチングを開発しようとして動いたが、難しかったのが、iPad配られると仰っていたのでiPadを通して知識を得るということはおそらくできるが、教えている側が本当にできているのかのチェックが難しい。教えてもらったところをちゃんと実現できているのかをiPadを通して確認できる仕組みが必要という話をして、結局それが開発できずにすべての取組が頓挫してしまった。部活が学校から外に出て教えてくれる方が少なくなると、特に田舎の方で教えてくれる人が完全に不足すると思うので、そのような仕組みを作るには工夫が必要だと思う。オンラインコーチは絶対に必要だと思う。教師、学生、経験者が指導していくことになると、教えることに未熟な方々が対応するのは非常に大変だなと思うので、コーチ・オブ・コーチみたいなものがITを通して提供できるのではないか。
- 冒頭に話した通り、球団と球場が一体経営できているといいという話をした。今回沖縄の琉球ゴールデンキングスというチームがアリーナを行政に作ってもらい、その指定管理者に同じ会社が入って運営していくという話を聞いていて、ここがプラスになりそうと感じたものをまとめている。一体経営していく中で、データ化デジタル化が非常に重要になる。一体経営できるとスクールの事業が自分たちのアリーナでできるようになるので、今までよりもプロスポーツチームがたくさん場の提供をすることができると思っている。データ化・デジタル化の部分で言うと、スポンサーの価値を伝えられるようになるのと、スタジアム・アリーナを持っていると広告の価値というものも換算して伝えることができるようになるので、一体経営とそとのIT活用はセールスという意味でもドライブしていくと思う。

- 沖縄市でということ考えてみた。琉球ゴールデンキングスが沖縄市をホームタウンとしているので、沖縄市に沖縄アリーナがあり、琉球ゴールデンキングスが沖縄市のバスケット部の活動をサポートすると何が起きるだろうということをもとめてみた。チームからは部活動に講師としてコーチやユースのコーチを出すことができるだろうと思う。また、経産省との議論で出てきたのは前座としてプレーできる機会の創出だとか、バスケットだけでなくチアとかダンスとかをやっている方々にハーフタイムで踊ってもらうなど、出場機会の提供もできる。また、琉球ゴールデンキングスのファンの方々が沖縄市の部活動も応援するというのも、琉球ゴールデンキングス側が先導できればできるのではないかと。琉球ゴールデンキングスが沖縄市をサポートすることで、有望な人材を見つけやすくなると思う。常にファンと地元のプレイヤーが接することになるので集客にプラスになる、それらの人たちのデータの活用も集客につながると感じている。メリットの享受がそれぞれできるのではないかと考えてみた。ただ沖縄市の地域のバスケット部活動を総合型地域スポーツクラブが担うとすると、単体でマネタイズしていくために参加者のID・プロフィールをしっかりとること、それをしっかりとデータ化することが重要だと思う。データを活用することでスポンサーを取ることも等ができる。琉球ゴールデンキングスのスポンサーに対しても、データを活用して沖縄市のバスケット活動に対してもスポンサーをしてもらえないかという話もしやすくなるので、第一に参加者のデータかをしていく。学生の活動にマーケティングとして入っていくことが難しかったりするので、このような活動に参加することでマーケティングができるというのは企業にとってもプラスになり、お金が出てくるのではないかと考えている。ITの活用、データ化・デジタル化により、これらが実現できるのではないかと。最後はアイデアですが、共有させていただいた。

【質疑応答】

(質問)

- 弊社でも沖縄で部活動の支援事業をやっており、学校の体育施設の有効活用もスポーツ庁の委託をいただいている。ある自治体の部活動支援も実際に行っており、沖縄県内のプロスポーツチーム選手のセカンドキャリアも含めて検討し進めている。学校の部活動のお子様・ご家庭のデータには価値がある。学校現場はまだアナログな部分がありID取得が難しいと思っている。ただ、今後は活動における出欠席や帰宅の有無等の管理等におけるIT活用で保護者とつながるメリットも非常に大きくなると思う。より細かくお子様のデータを取得できるといいと思う。我々が実際に教育委員会や現場と向き合っている中で直面している課題。
- データ化の部だが、お子様や家庭のデータは、企業にとってどのような可能性があって、どのようなデータがあればマッチングの感度が高くなるのかを可能な範囲でお伺いできればと思う。

(回答)

- 今日のお話はアイデアだったので、実際に我々がやっているかどうかで言うと別の話になってしまうが、スポーツ選手をスポンサーすることによる活用と近い。たとえば、サプリメントの企業であれば実際に選手に飲んでもらって、前後どうだったのか、3か月飲んでどうだったのか、という話を、学校の現場、部活等の単位でもそのようなことはできると思う。商品開発やテストマーケティングに活用できるのではないかなと思うのが、一つある。もっとライトな話で言えば、1学年に何人いるかというデータが取れるだけでも、そのエリアにマーケティングをかけるときにどのような層がいるということが分かるだけで、どのようなマーケティングをやるのかかなり精緻になってくる。実際にどのようなデータがあったらよいかはまだ分からないが、1つでも2つでもデータがあることで、何もやれていないところから変わってくると思う。個人としては、商品開発等で一緒にできると、子どもの成長に合わせてどのようなものがプラスになるのか、睡眠のデータであれば、それが成長にどう影響するか、競技のプレゼンスがどう変わるかのサポートするサポートになると思うので、そのようなデータが取れるといいのではないかなと思う。

(コメント)

- 沖縄の子供は睡眠時間が短いことが課題だったりするので、そのあたりの実証などをできたらいいかなと思う。

(コメント)

- 今の話は非常にポテンシャルのある所だと思う。スポーツの産業化、15兆円の話にあまり含まれていないのがデータの活用の部分だと思う。データは難しいものではなく、一番プリミティブな属性データでもかなり使えるものがあるって、その先にスポーツだとパフォーマンスデータのような話になっていくと思う。特に、Cookieが使えなくなっていくというところで、デジタルマーケティングの観点から行くと、誰がどのようなことをやっているというのを合理的な理由で取れるということにとっても価値がある。極論すると、お子様がバスケット部に入っているとすると、保護者に「バスケットの試合が見られるdaznに入会しませんか?」「バスケットの雑誌を見ませんか?」と提示すると、500円~1000円の話であればかなりの確度で入会してくれる可能性がある。これは、闇雲に検索結果などによりCookieで色々していたというのが今までで、なおかつ出し方が紛れていて分からない部分だった。パフォーマンスデータの前のプリミティブな属性データはこのような取組をやっていると取れる話なので、これがまず一つの価値だと思う。その先のパフォーマンスデータはJSP0やJSCも色々絡んでいる話があると思う。そして指導データは、前回、川崎さんがご説明いただいたような部分にもつながっていき、オンラインで可能な範囲で指導する、安価なものでできる、部活の指導を支援するサービス化に入るといったものが、パフォーマンスデータのさらに先の話としてあると思う。代替論があっていろいろやれることがあるというようにできると非常に面白いと思った。

(質問)

- 弊社もチームを持ったりして色々やっているが、データがあってもマッチングで使いきれない。商品開発をしている場合、具体的に目的が明確であれば使えるが、取るだけ取ったもののアウトプットを出そうとなると、なかなかそこに行きつかないという部分で、アプリ上でマッチングできるというのはニーズとウォンツを並べられるというのは素晴らしいアイデアだと思う。最近新しいところでアイデア的に紹介いただけるものは何かございますか。コーチングや商品開発で色々なものがニーズとウォンツで出てくると思うが、これとこれと結果新しいスポーツ産業が作られていくとか、については子供たちのため、地域のため、エリアのため、と経済とともに発展していくと思う。私が想定できる範囲はコーチングや商品開発などしかないが、スポーツ分野において新しいニーズ・ウォンツが対スポンサーなのか、エリアなのか、人材なのかで変わってくると思うが、何かジャンルがあれば教えていただければと思う。

(回答)

- 新しいかどうかは置いておいて、事例として非常に面白いものがある。もともとスポンサーとスポンサーをマッチングすることにもっと可能性があるのではないかということを感じさせてくれたエピソードがある。大阪のサッカークラブであるセレッソ大阪のメインスポンサーは耕運機メーカーのヤンマー。一方で卒業アルバムを作っている会社もスポンサーの中にいる。ヤンマーの営業がニンニク屋と商談をしていた際、耕運機は必要だがとにかく効率化が必要、繁忙期が一瞬だけあってすぐ閑散期になるが、この繁忙期をどう乗り越えればいいのか分からないという方が重要。人を取って来られるのか、人を取った時に閑散期はどうするのかというところをとて困っているという話を聞いて、それをセレッソ大阪経由で卒業アルバムの会社に伝わった。卒業アルバムも繁忙期と閑散期がある。その両社の繁忙期は重複していなかったため、セレッソ大阪が両社をつないだ。別の事業体を作って人をプールできるようにして、それぞれの繁忙期・閑散期で人の行き来をできるようにするという話を聞いた時に、B to Bのマッチングは想像しえないところで起きるのだろうなと感じた。最新のテクノロジーの話ではないが、そのような仕組みが作れると非常に面白いと思って、そこから着想を得て作っており、そのようなソリューションになればいいと感じている。

(コメント)

- 結局は財源をどうするかという議論になる。やりたくても財源がなくて現実は無理とか。先ほどの保険の話でも、掛金を上げるといっても誰が持つのだといったところで、やはりデジタル化をうまくマッチングさせて、スポーツが全く関係ないところで新しい産業が生まれるということを含めたところで考えられるというのは、非常に素晴らしいアイデアだと思った。

(質問)

- 今のスポンサーマッチングの話は、立石委員のシント＝トロイデンの担われているファンクションにも近いと思ったが、そのような理解でよいか。新しい財源を作っていくとか、地域スポーツクラブを回していく上でも財源づくりの一つとしてプロスポーツチームに何ができるかというファンクション。

(回答)

- セレッソ大阪も非常に柔軟な NPO を持っている。色々なことをやっている組織。我々シント＝トロイデンではノンフットボールビジネスと呼んでいるが、具体的には、食に関するビジネスとして、日本の農林水産省と JETRO と一緒に日本産食材をベルギーおよびフランスのミシュランレストラン等のシェフに紹介していたり、日本食材店や高級スーパーマーケット等で販売してもらう活動をしている。逆にベルギー産の食材を日本にご紹介させていただき活動もしており、具体的には、ベルギー産最高級白アスパラなどを有坂委員に以前ご紹介いただいて日本に入れていただいたりもしている。食に限らず、ファッション、音楽、文化等、スポーツクラブはその地域のシンボルというか文化の象徴だと思っているので、スポーツとファッション、スポーツと音楽、スポーツと芸術、スポーツと医療等、横にいくらでも広がっていきける可能性を持っている。先日もスポーツ庁のノミネーションコンクールの中で企業に対するエンゲージメントはとても話題になっていた。我々も VIP ルームがあり、そこでは 1 万円のフルコースディナーが 1 試合あたり、約 500~600 食程度、予約販売されており、その VIP ルームには、企業の社長等が多く来ているが、横のつながりを作るのは非常に難しい。そこでどのようなものを想像して作っていくかということを見たときに、今仰っていただいたアイデアだったり、企業単位で運動会をやろうとしたり、色々なありディアが出てくると思う。私はスポーツ界に育ててもらったと思っているが、スポーツと他の業界、他の文化圏の方等との連携や協業ができるスポーツ産業としての可能性が異なるものとの掛け算で最大化されるような感覚は持っている。

(コメント)

- 我々は実際に名古屋で 133 校の部活動をやっており 2000 人ほど外部指導員を登録して配置しているが、非常にアナログなやり方。そういったところに IT が活用できれば、もっと良いものになるだろうと思った。是非一度お話ししたいなど、プレゼンに魅了された。

(コメント)

- 先ほどの立石委員の話に非常に同意するところがある。スポーツを基軸にどのように事業をしていこうかと考える中で、収益を上げて事業を回していくのはなかなか難しい。また、学校施設を有効活用しながら我々がスポーツを展開していくことになると思うが、スポーツだけで完結すると事業は回らないのではないかと。例えば立石委員から出た食だとか、学校というスペースがあるのであれば学びだとか、色々なものをワンストップで色々な形で、部活動だけだと価値が限定的になるので、学校とい

うスペースをもう少し大きな意味で色々な方が集まるだとか、父兄が自身の有効な時間やアミューズがあるとか、スポーツが中心でいいがスポーツだけの議論だと広がりも発展も限定的になるのかと思う。もう少し俯瞰して事業構築することが大事。そのような意味では他業種など色々な方たちとのコラボレーションが大事になってくる。色々な方のお話を聞いて力を結集しながら事業を構築する、学校というスペースを魅力的なものにして大きくマネタイズできるということが我々の勤めかなと思う。スポーツが入口であり中核であるのは良いが、それだけではないことをやることで価値が大きくなるので、そういう視点を失わずにより魅力的な事業に育てていきたい。皆さんとの機会を活用しながらどんどん発展的な世界を作っていきたいと思う。

(コメント)

- 我々の中で、学校部活動を単に切り離して地域でということではない、新しい産業革命につなげていくというように思う。