

共創するスポーツ・パートナーシップの推進にむけて

Splat Inc.

Pursuing the Core, Catalyzing Societal Evolution

齊藤 恵理称, Ph.D.
Splat Inc. CSO & Co-Founder
びわこ成蹊スポーツ大学教授

はじめに

スポーツはグローバルビジネス。
世界中のあらゆるコミュニティに影響を及ぼしているスポーツ。
スポーツの世界的な影響力をこれまで以上に理解し、活用することが、
人や社会の進化につながると考えています。

International Sport Communication

社会の変革や成長のドライバーとなる
スポーツの本質的な力を世界の多くの人に届けることを目指して
活動、研究をしています。

はじめに

スポーツビジネスの成長機会～コミュニケーションの視点から～

- 1) メディア環境の変化とストリーミングサービス市場の台頭
DTC のスポーツ消費新時代
- 2) 投資価値を最大化するファン軸のコンテンツ
生成AIとデータによるファンのパーソナライゼーション
エンゲージメントを高めるスポーツの魅力を最大化するストーリー
- 3) ステークホルダーの行動を促す共創型のスポーツビジネス
スタジアム複合施設のエンターテインメントエリアの拡充
- 4) スポーツの社会における役割とパーパスドリブンの取り組み
女子スポーツの成長機会、カーボンニュートラル、インクルーシブな社会にむけた行動促進
- 5) 積極的な傾聴とレピュテーションマネジメント
グローバルの反響を捉える

スポーツビジネスの安定的な成長の鍵となるのは、企業と共創するスポーツ・パートナーシップ

はじめに

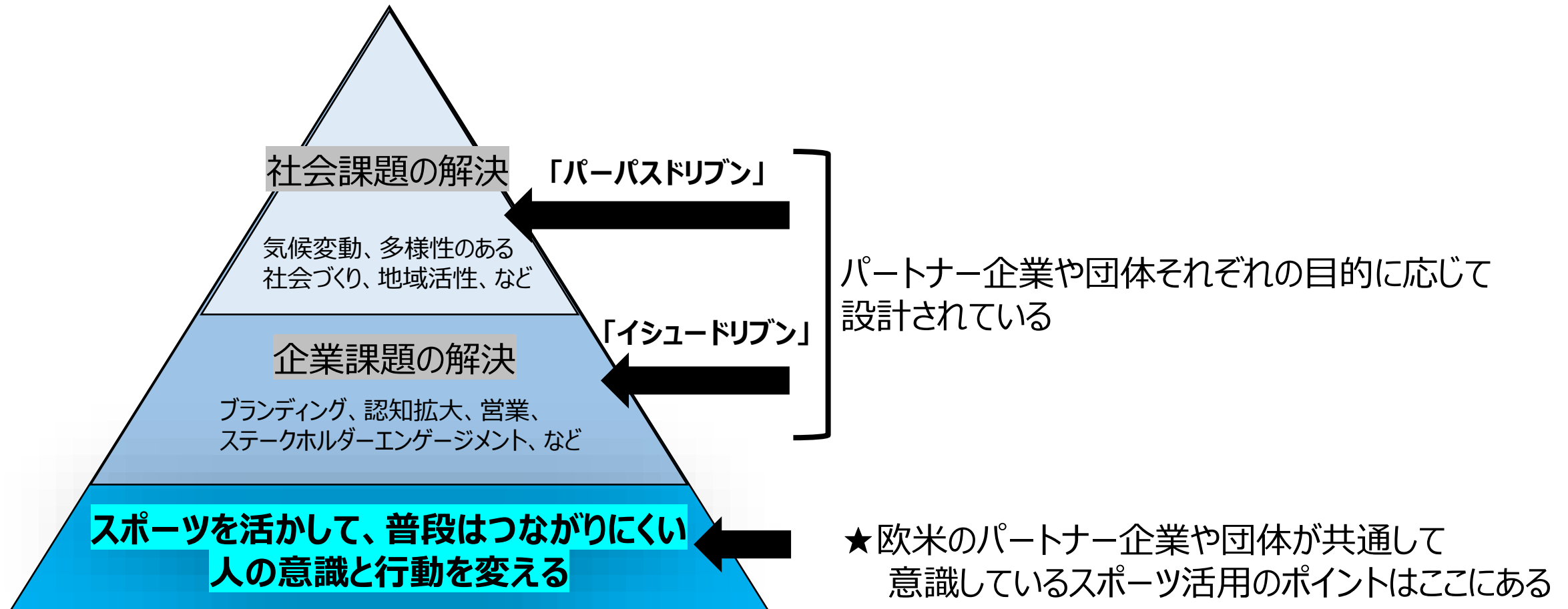
スポーツ・パートナーシップの推進にむけて

なぜチーム・リーグと組むのか
なぜ企業と組むのか

Partners, Not Sponsors

スポーツ・パートナーシップの目的

欧米の主戦場は、「メディアドリブン」から「イシュードリブン」、「パーパストリブン」へ
権利の販売にとどまらず、アクティベーションの設計、成果の評価への取り組みが求められる

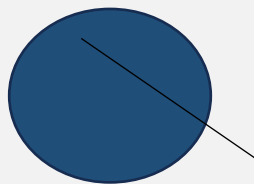


共創型パートナーシップの実現の鍵 人の意識と行動の変化を促すパーパス起点の“ストーリー”

パートナーシップの企画で重要になるのが、人を引き込み、聞き手に影響を及ぼす“ストーリー”です。
“ストーリー”の開発は、自社の視点で独りよがりな話になりがちですが、それでは共感する人の範囲が限られてしまいます。
共創型パートナーシップの実現には、多様なステークホルダーを動かすことが求められますが、社会的な存在意義（パーパス）を起点としたストーリーには、多様な人の共感を醸成し、目指す方向へ行動を促す力があります。

＜ストーリーの影響範囲のイメージ＞

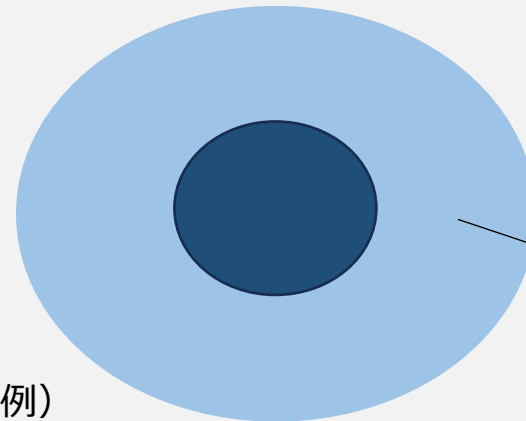
主観的なストーリー （“I”の視点）



団体や企業の
ファンや共感者が中心
単発の一過性の影響
になりがち

アクション例)
広告やOOHなど

パーパス起点のストーリー （客観的な“We”の視点）



パーパスに共感する
より多くの層を巻き込み
持続的な関係構築
につながる

アクション例)
共創型アクティベーションなど

パーパス起点の“ストーリー”は、客観視点、未来視点が多くの人の共感を醸成し、多様なステークホルダーとの持続的な関係構築、企業や組織の課題となる、経済価値、社会価値向上の両側面に資する取り組みにつながる。

欧米のスポーツ・パートナーシップの設計

成果を最大化する企画の3本柱

世界時価総額ランキング上位の企業は、スポーツを企業の経済価値、社会価値向上に活用している。
スポーツパートナーシップの設計は、企業やブランドの成長に資する設計を行なっている。

BUILD BUSINESS

事業の目的や目標
に資する設計

PROTECT REPUTATION

評判の形成と
マネジメント

CONNECT AUDIENCES

ステークホルダー
エンゲージメント

スポーツ・パートナーシップとは
ブランドや企業がスポンサーシップを通じて、ビジネスを構築し、レピュテーションを守り、
どの過程においてもステークホルダーとつながる機会を得るということ。

東京スカイツリー “TREE OF HOPE”

国際スポーツイベントの機会を活用して、グローバルにおけるブランド価値、社会価値の向上につなげた事例

ストーリー

『Tree of Hope』は、国際社会が地球を考える日「アースデイ」の2021年4月22日から、世界中からの願いや希望を集め、その想いを発信していくことで人々の結束や団結、平等を願うグローバルキャンペーン『W1SH RIBBON DISCOVER & CONNECT THE WORLD』をきっかけに、このキャンペーンの趣旨に賛同いただいた世界で活躍する写真家 レスリー・キー氏のディレクションにより、東京スカイツリーが世界の希望のシンボル “木 = Tree” となるよう想いを込めて誕生しました。世界一高いタワーの天望デッキに設置した、この『Tree of Hope』に結ばれたカラフルなリボンは、一人ひとりが持つ多様性ととともに、皆さまの一番の願いが一つにつながることを表現しています。国際社会で厳しい状況が続く今、私たち東京スカイツリーの希望“HOPE”は、世界中の人々がつながり、一人でも多くの願いが叶うことです。これからも多くの方々にご参加いただき、リボンで世界が一つにつながることを願っています。

(東京スカイツリー ウェブサイトより抜粋)

<成果>

- ・大会期間中の2ヶ月間にグローバルで4,500を超えるメディアに報道され、大会後、課題であった欧米からの観光客数の増加といった**経済的価値向上への貢献**につながった。
- ・グローバルコミュニケーション機能の構築、グローバルメディアと日本のメディアの違い、ストーリーの重要性、地球規模の社会課題に対する感度、困難なチャレンジもやればできるという成功体験といった、**従業員のナレッジ習得と意識の変化は、未来の企業の成長につながる企業のアセット**になった。



スポーツ・パートナーシップの戦略的な活用は、企業や社会の成長に貢献する一石三鳥の機会になる

長瀬産業 “NAGASEカップ”

企業の成長に資するパーパス起点のストーリーとコンテンツで
企業のスポーツへの投資のきっかけを創出した事例

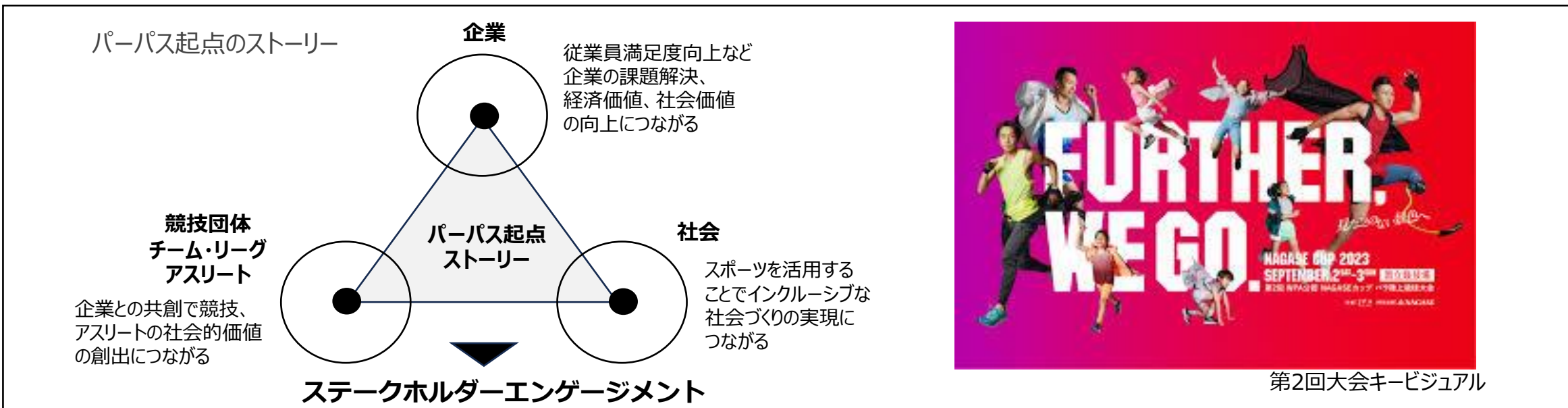
NAGASEカップとは:スポーツを通じて、インクルーシブ社会の実現を目指す健常者と障がい者の垣根を超えた陸上大会

「日本陸連公認の部」と「パラ公認の部」からなる“誰もが参加できるインクルーシブな大会”をコンセプトとする国内最大規模（※）の陸上競技会で、年齢、国籍、障がいの有無など、様々な境界を越えてアスリートがレースに挑む大会。参加者数 1,424 名 うちパラアスリート450 名（第2回大会，2023年実施）

※障がいの有無に関わらずアスリートが参加できる大会において、パラ選手参加人数が最大級（長瀬産業調べ）

ストーリー

NAGASEカップを通じてアスリートの“次”への挑戦を後押しするとともに、観客、競技関係者、ボランティアや地域の皆様が新しい体験や価値観と出会う場となることで、多様性を認め合うインクルーシブな輪を社会全体に広げていくことを目指します。



スポーツの活用によりステークホルダーとの接点を増やすとともに、信頼関係を強化し企業の持続的成長につなげる

スポーツ・パートナーシップの推進にむけた提言

発信強化

伝えるから
“伝わる”へ

1. グローバルへの発信を強化する

日本のスポーツファンの実態、スポーツツーリズム、スポンサーシップ事例を、日本の強み（チームワークなど）を軸に深掘りし、グローバルの有識者の評価・コメントなどを加え、客観視点のストーリーをベースにグローバルカンファレンス、オウンドメディアなどを活用して発信する。

2. ソートリーダーシップをとる

スポーツに投資している企業の事例（経済価値、社会価値の両方を実現に寄与している、など）や実態を調査で明らかにし、企業の成長に資するスポーツの活用について、企業、スポーツ関連団体・組織のトップマネジメントへの理解を図る。

オーディエンス のインサイト 把握

積極的な傾聴

3. 企業や社会の課題、インサイトを把握できる仕組みをつくる

企業側のスポーツの捉え方や投資目的、課題などへの傾聴や関係を構築する機会や仕組みをつくり、企業とスポーツ組織・団体の双方の理解を深める。

4. スポーツや日本への関心がどう捉えられているかグローバルで把握し、戦略を設計する

どこで何に興味関心があるか、反響をトラッキング、分析し、オーディエンスの動向を把握、成果を最大化するパートナーシップの戦略設計に活用する

成果の可視化 データの活用

目的に応じた
戦略と成果

5. 目的に応じた成果を可視化し、スポーツの投資価値を最大化する

パートナーシップの目的に応じた目標となる指標や、経済価値、社会価値を可視化する指標などを設定、モニタリングし、インパクトを捉えることでスポーツの価値への理解浸透、活動の推進を図る。

6. 日本のスポーツの価値をグローバル視点から可視化し、投資機会を創出する

日本のスポーツの魅力や課題、ファンの特性や動向を可視化し、グローバル企業の投資機会を創出する。

課題

- ・ グローバルの視点で、“伝わる”発信をする戦略や、マーケティング、コンテンツ制作、運用の人材確保と体制づくり
- ・ 競技団体、企業、社会、それぞれの課題やインサイトを踏まえ、パートナーシップの設計ができる人材の育成
- ・ 企業、スポーツ団体・組織のトップマネジメントの事業成長へのスポーツの活用や投資価値の理解浸透

THANK YOU

Splat Inc.

Pursuing the Core, Catalyzing Societal Evolution

齊藤 恵理称, Ph.D.

Splat Inc. | 東京都千代田区丸の内1-3 丸の内テラス
erina.saito@splat.co.jp