

See Sports実現に向けた 収益化方法の検討結果

2024年3月29日

スカイライト コンサルティング株式会社



**EVOLVING
SPORTS
INTO
INDUSTRY**

SKYLIGHT
Sports

目次

- See Sports実現にむけた収益化方法の検討が目指すゴール
- See Sports実現にむけた収益化方法の方向性
- See Sports実現へのステップイメージ

See Sports実現にむけた
収益化方法の検討が目指すゴール

**EVOLVING
SPORTS
INTO
INDUSTRY**

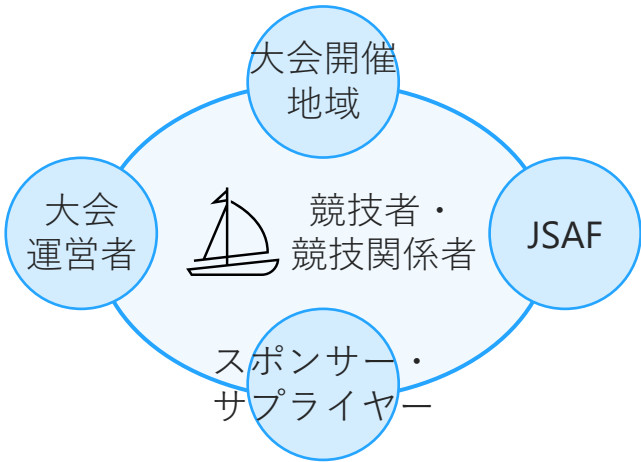
SKYLIGHT
Sports

セーリングの新しい価値「See Sports」の意義

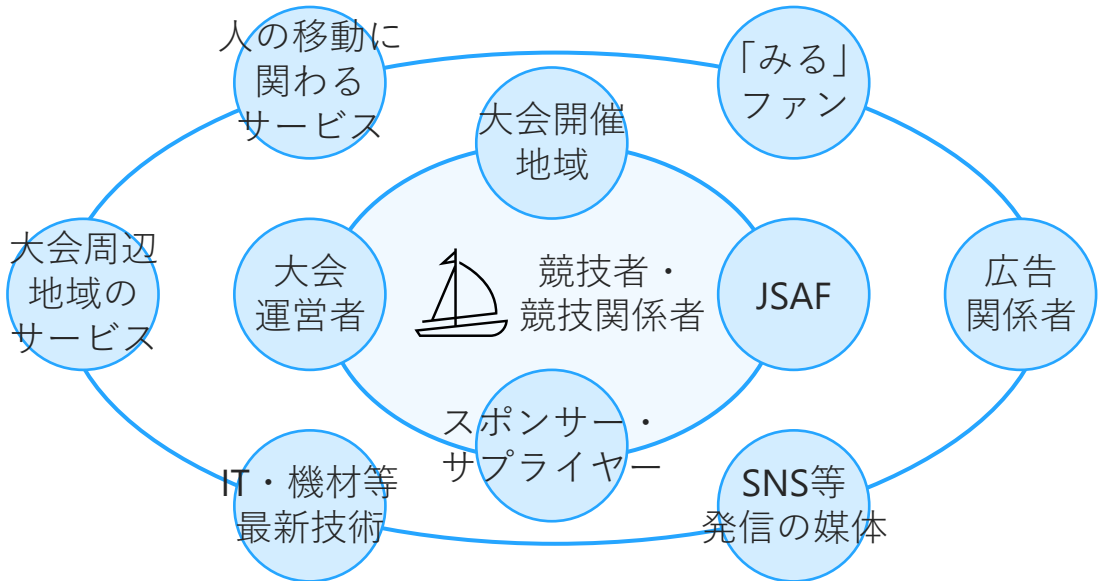
セーリング競技が社会に提供する新しい価値「See Sports」

これまでのセーリングの普及活動は、「する」スポーツとして競技者をはじめとする競技関係者の増加がおもな取り組みであった。これからの将来に向けては、マリンスポーツの楽しさ・爽快感、海・自然との一体感、競技のフィールドである自然環境の保全への意識醸成といった、セーリングが本来持つ価値を観戦者としてセーリングに関わりたい興味関心層に向けて発信し、セーリングを「みる」スポーツの領域へ拡大することで、セーリングの価値を広く社会に広めていきたいと考えている。これが新たに提唱する「See Sports」という概念であり、これを実現する具体的な枠組み・仕組み（=See Sports プラットフォーム）の検討として本プロジェクトに取り組むこととした。

するスポーツとしての輪のイメージ



みるスポーツとして輪が広がるイメージ



See Sports実現にむけた収益化方法の検討が目指すゴール

本プロジェクト発足の背景とこれまでの取り組み

リアルタイム動画配信の実証実験により「**See Sports**」の需要が見込めることを確認した。

- セーリングは競技時間が長い・海上競技のため近くで観戦することができないという競技の特性により、観戦者が大会・レースを**最初から最後まで観戦することが難しい**・競技を「みる」体験において会場の臨場感や一体感を体験することが難しい状態となっている。
- 上記の課題を踏まえ、See Sportsとしてセーリングというスポーツの楽しみ・感動を普及するため、**新しいレースフォーマットの開発や、スポーツ庁の助成金を活用してドローン等の最新技術を活用した大会・レースのリアルタイム動画配信の実証実験を実施**しており、R5年度の実証実験により、**See Sportsの需要がある程度見込めると確認**された。

See Sports実現における課題

各種大会単体では、See Sportsの提供を維持することは難しい。

- ある程度の需要見込みがみえた一方、大会・レースのリアルタイム動画配信には多大な費用が発生するため、現状のセーリング大会開催の構造では、JASAFを含む各種大会開催者が**大会単位でSee Sportsの提供を実現・維持することは難しく、自立してサステナブルにSee Sportsを提供するためには、See Sports全体での経済的な基盤構築すなわち新たな収益化方法の確保が必要不可欠**となっている。

本プロジェクトが目指すゴール

以上の背景・課題を踏まえ、大会運営者が自立してサステナブルにSee Sportsの提供を実現・維持することを目指し、**See Sports全体での新しい収益化方法の検討を実施**した。

将来的には一定規模の大会の配信をシリーズ化し、「JSAF Sailing Live Series（仮称）」としてSee Sportsプラットフォーム運営の収益と費用の効率最大化を図ることが望ましいと考えています。そして、その実現に向けて各種関係者を巻き込み、リードしていく役割を担うことが、セーリング連盟（JSAF）が果たすべき大きな役割であると認識しています。

See Sports実現にむけた
収益化方法の方向性



**EVOLVING
SPORTS
INTO
INDUSTRY**

SKYLIGHT
Sports

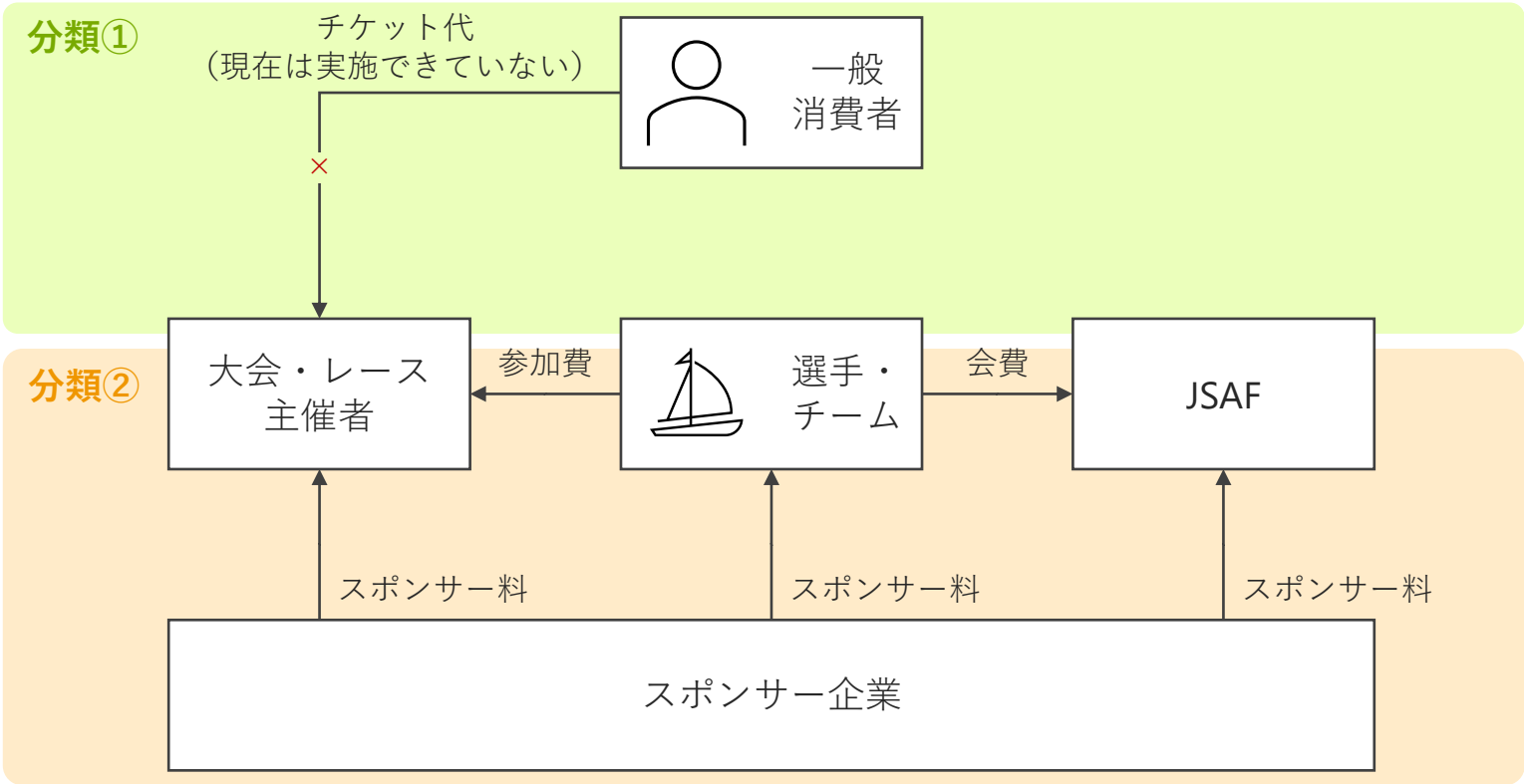
収益化方法の大分類

本プロジェクトでは収益化の方法を下記2つの大分類に分けて検討しました。

分類①：一般消費者向けのサービス提供による収益化

分類②：企業・自治体・関連団体等の法人格に対してサービス提供・権利販売等を行う事による収益化

【大会開催時のお金の流れ（現在）のイメージと大分類】 → ：お金の流れ



分類①：一般消費者向けサービスによる収益化案とその評価

See Sportsとしての浸透、ファンコミュニティの形成が十分ではない現段階においては、スモールスタートかつファンが楽しめるコンテンツとして導入可能な案を検討する方針です。

赤枠：直近で導入の検討が可能な案

No.	収益化案	収益化の概要 (売上の構成要素)	導入の負荷	ファンエンゲージメントへの影響	案の実現性
1	ライブ配信の有料化	動画配信の視聴有料化 (視聴料×視聴者数×大会数)	• 既存配信プラットフォームを活用して有料の動画配信が可能	• 短期的にはファンの離脱が懸念される	短期的な収益が見込めるが、ファン層拡大前の離脱が懸念される。See Sportsとしてのファン定着後に導入検討が可能となる。
2	ベッティング風ゲーム	アプリ内ポイントをベッティングして景品と交換可能なポイントを得るゲーム (ポイント購入額/人×視聴者数×利用率×大会数)	• アプリ開発・景品の検討や用意にかかる負荷が高い	• 順位等の予想に伴うファン同士の交流が期待できる • 結果予想や景品の獲得によるファンの楽しみが増える	導入に伴う投資が大きくなるため、一定の収益確保が実現した後に導入検討が可能となる。
3	NFT販売	NFTの発行・販売 (NFT発行数×単価×購入率×手数料)	• NFT発行のシステム・アプリ等、初期投資が大きい	• 選手の顔が隠れる競技ではNFTを集める楽しみがあまり期待できない	導入に伴う投資が大きい上、ファンエンゲージメントの向上の期待値が低いため、現段階では積極的な導入検討はできない。
4	投げ銭PFの提供	各種大会の投げ銭PFを提供 (投げ銭額/人×視聴者数×投銭実施率×大会数)	• 既存プラットフォームの利用により法規制を担保して実施可能	• チーム・個人を直接応援することが可能であり、ファンの満足度向上が期待できる	既存プラットフォームを活用※2し、スモールスタートでファンが楽しむコンテンツとして導入可能。
5	ライブコマース	ライブ配信中 or 終了後に、チーム・協会のグッズ/大会の廃品※1をライブコマースで販売 (商品単価×商品販売数×大会数)	• 既存プラットフォームの利用により法規制を担保して実施可能 • 既存の連盟グッズの活用が可能	• レア商品の出品によるファンの満足度向上が期待できる	既存のグッズ、プラットフォームを活用※2し、スモールスタートでファンが楽しむコンテンツとして導入可能。また、廃品利用によるSDG sの取組としても実施可能。

※1：チームの横断幕や大会ポスター等、1大会で廃棄してしまうもの

※2：既存サービス事業者のプラットフォームを利用することで、法令対応を担保する前提 ©2024 SKYLIGHT CONSULTING INC. All Rights Reserved.

分類②：企業・自治体・関連団体向けサービスによる収益化案とその評価

リアルタイムの動画配信という新しい発信力を活かし、これまでになかったスポンサーへのメリットの訴求が可能な案を積極的に検討する方針です。

赤枠：直近で導入の検討が可能な案

No.	収益化案		収益化の概要 (売上の構成要素)	導入の負荷	ファンエンゲージメントの向上	案の実現性
1	スポンサー収入	A:ロゴ掲載	配信の映像にロゴを掲載 (ロゴ掲載料×ロゴ掲載数×大会数)	• R5年度に実施した配信の既存機能で対応可能	• ロゴがノイズ情報として受け取られる可能性がある	海面等、ノイズとならない場所への掲載の検討が可能である。
		B:CM放映	配信中にCMを放映 (CM放映料/枠×販売枠数×大会数)	• R5年度に実施した配信の既存機能で対応可能	• CM放映のタイミングによっては、ネガティブな印象を与える可能性がある	レース間の時間、風待ちの時間等、ある程度予測できる空き時間に短尺のCM放映が検討可能である。
		C：アクティベーション企画型	各大会にアクティベーション企画を用意してスポンサー料とセットで販売 (大会数×スポンサー料×スポンサー数)	• 従来の取組であるアクティベーション型セールスの活動と協働することが可能	• ファン・地域参加型アクティベーションの企画によって、ファンエンゲージメント向上が期待できる	スポンサーに動画配信という新しい発信力を活かしたアクティベーション企画の提案が可能である。
2	放映権の販売		各種媒体に放映権を販売 (放映料×大会数×媒体数)	• 放映権の営業/各種媒体で配信するためのシステム対応が発生	• 配信媒体が増え、観戦の機会が増える	See Sportsとしてのコンテンツ力、ファンコミュニティの定着後に検討可能である。

目的別アクティベーション案の絞り込み方針

動画配信による発信力・動画配信というコンテンツ自体の伸びしろを活かしたアクティベーションの案を検討する方針です。

	一般的なアクティベーションの目的		アクティベーションの方向性
全社視点	ブランディング	✓ スポーツと親和性のあるメッセージ 訴求によるブランドイメージの強化	✓ 動画配信による企業のブランディング向上
	採用・リテンション	✓ 認知向上と応募者の獲得 ✓ 社印満足度の向上による内外への波及効果	✓ 海関連の人材募集の発信
	社会貢献	✓ スポーツと協力した社会貢献活動や、 スポーツを通じた社会貢献活動の発信（地域活性化、福祉、SDGs等）	✓ ハーバーのある地域・大会開催会場 周辺の地域活性化、DEI・SDGs等の CSR活動の発信
事業視点	R&D	✓ スポーツのアセット（選手、データ、 場所、メソッド等）を利用すること による商品・サービス開発	✓ 動画配信機器、海上撮影機器、雨風 に強いアパレル等の機能性製品の共 同開発・発信
	プロモーション	✓ 認知度向上 ✓ メディア露出によるケイパビリティ の訴求	✓ 競技者・競技関係者に深く関係のあ る企業のサービス・商品の発信
	セールス	✓ ホスピタリティを活用した営業活動 ✓ スポンサーへの営業機会の獲得	✓ 企業・スポンサー同士のマッチング ✓ 配信時の製品販売

アクティベーションのスポンサー候補の考え方

事業・競技の両観点において、JSAFが重視する各テーマにおけるスポンサー候補を検討しました。

JSAFが重視する価値観・テーマ

スポンサー候補となる業界・企業

事業 視点	DEI		✓ DEIに関する取組を積極的に行う企業
	サステナビリティ		✓ 消費財、食品、飲料、アパレルメーカー等、消耗品を製造・販売する企業 ✓ エンジンを動力とする乗り物（船・自動車）、エネルギー関係の企業等、資源消費に関連する企業
	海・風・自然		✓ 海洋関連のエネルギー開発、船の運行、造船、海洋開発、港湾関係、商船系の大学・高専等の教育機関等、自然（特に海）に関わるサービスを提供する企業
	公共・自治体 （会場・後援）		✓ 会場となる都市の自治体、会場周辺の地場の企業、DMO団体や旅行会社、広告代理店等のイベント実施企業
競技 視点	強化	道具 （ユニフォーム、ヨット、グローブ等）	✓ 海洋系の器具、アパレルメーカー、競技用品等のサプライヤー
		IT （情報・映像技術 等）	✓ 動画配信・通信設備等、動画配信に必要な技術・サービスを提供している企業
		ヘルスケア （体・心）	✓ ワークマン、スポーツジム、サプリメント等の健康・体のパフォーマンス向上関連のサービス提供をしている企業
	育成（HOPE）		✓ ヨットのスクール・ヨットクラブ・ハーバー等、競技者育成の施設・サービスを提供している企業

動画配信における主要なアクティベーションの領域

動画配信による発信力というSee Sportsが持つ強みと、JSAFが重要視するテーマを加味し、①～③の3領域が主要なアクティベーションの領域と考えています。

		全社視点			事業視点		
		ブランディング	採用・リテンション	社会貢献	R&D	プロモーション	セールス
事業面	DEI	①従来の活動を動画で発信					
	サステナビリティ	DEI、サステナビリティ、海・風・自然、地域活性化に関連するCSR活動の様子、環境保護への貢献実績、ボランティアの募集等を動画配信時に映像で発信					
	海・風・自然					②地域活性化への貢献	
	公共・自治体					テーマ型旅行のツアー映像配信	
					周辺のホテル・施設・アクティビティの紹介映像を配信	観戦中の食事として配信時間に合わせて特産品を配達	
競技面	強化	道具			配信機材等の製品の品質実証・PR		
		IT			制作機材・通信インフラ等、動画配信に必要な物品のVIK提供を受け、配信動画内で潮風・水濡れに強い等、製品の品質を映像で発信		
		ヘルスケア			③動画配信プラットフォームの品質を発信		
	育成 (HOPE)						

See Sports実現への
ステップイメージ



**EVOLVING
SPORTS
INTO
INDUSTRY**

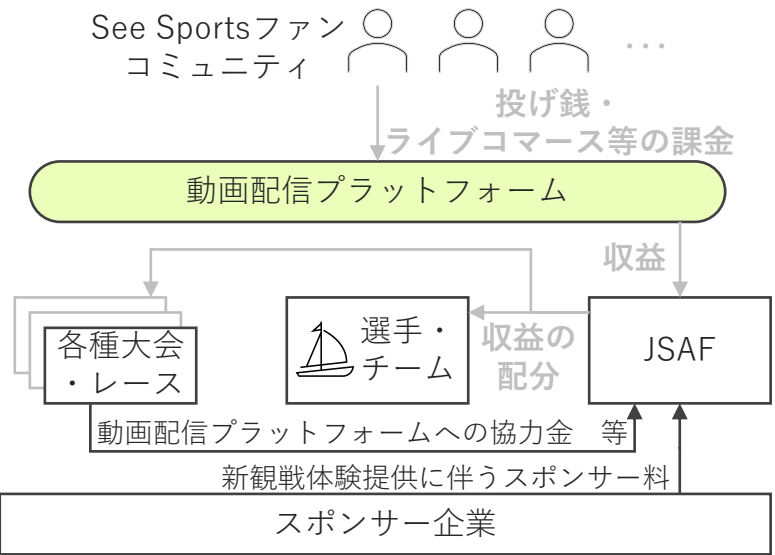
SKYLIGHT
Sports

See Sports実現へのステップイメージ

将来的に、スポンサー収入に依存しない自立したSee Sportsプラットフォームの運営を目指し、費用削減・収益増加の両輪でコンテンツの提供を推進していきます。

See Sportsファンコミュニティ形成期

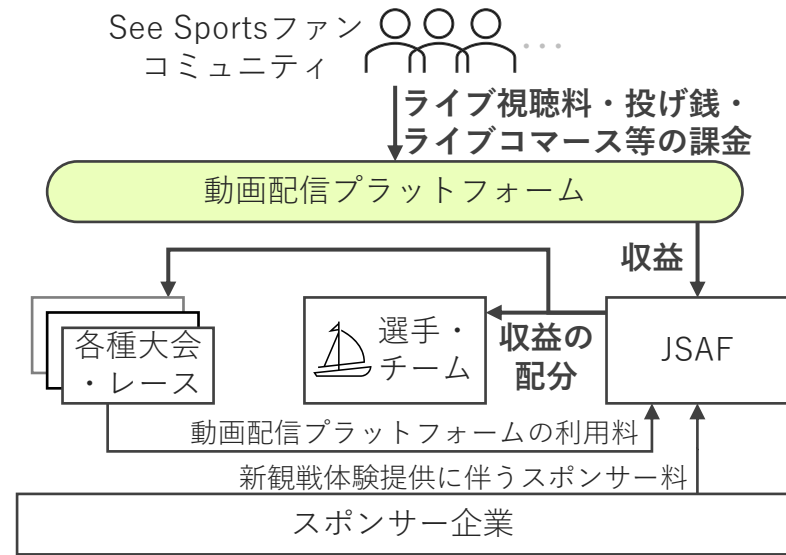
動画配信プラットフォームへのVIKを中心としたスポンサー収入・各種団体の協力により、ファンコミュニティ形成のために動画配信を提供する段階



- ✓ See Sportsのニーズが見込める一部大会でスタート
- ✓ VIK提供の交渉により、動画配信の費用削減
- ✓ SNS運用（=消費者とのタッチポイントの創出）によるファン基盤の維持・拡大

See Sportsの経済合理性形成期

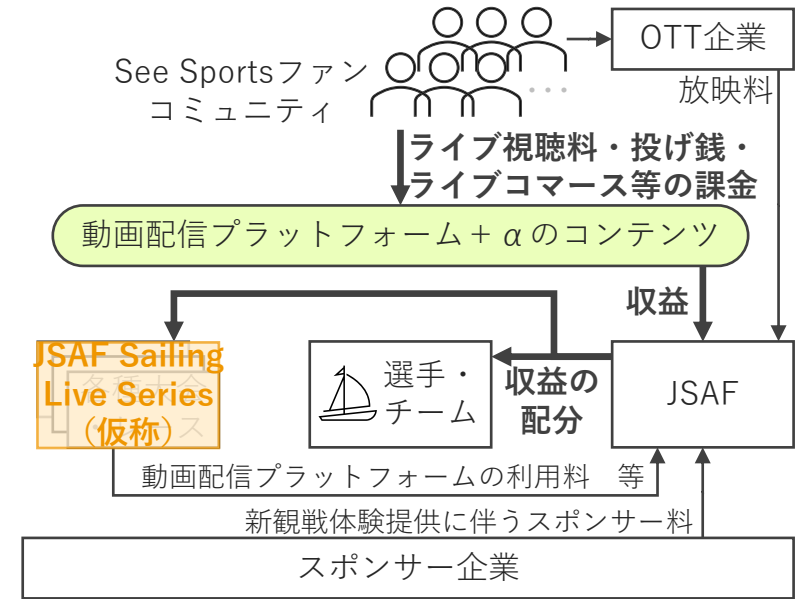
ファンコミュニティが強くなり、See Sportsファンが増え、一部大会で収益が出始めることで動画配信の対象大会が拡大可能となる段階



- ✓ 各種大会に動画配信の対象を拡大
- ✓ 少艇数大会では機材や人員を抑える等の工夫を実施

See Sportsの自立・自走期

階級で全日本大会が分かれる競技の特徴を活かし、約30の全日本大会の動画配信を全日本シリーズ化としてパッケージコンテンツ化できる段階



- ✓ パッケージ化し”全体で収益を生む”仕組みを実現
- ✓ 諸経費のボリュームディスカウントの交渉

THANK YOU



**EVOLVING
SPORTS
INTO
INDUSTRY**

スカイライト コンサルティング株式会社

〒107-0052 東京都港区赤坂2-17-7 赤坂溜池タワー

Tel. 03-3560-1480 (代表) Fax 03-5575-3580

<https://sports.skylight.co.jp/>

SKYLIGHT
Sports