

スポーツ界向けのWEBマーケティングツール& スターを誕生させるファンエンタテインメントサービス 『スポスタ』

自分で作れる
オウンドメディア

フリーミアム
利用無料



資金調達機能
ファン/スポンサー
の獲得に

決済インフラ
カード決済装備
スマホ対応

スポーツは競技からエンタテインメントへ



ファンの集客・関係性のCMS型WEBサービス
ファンからファンへ拡散する集客機能

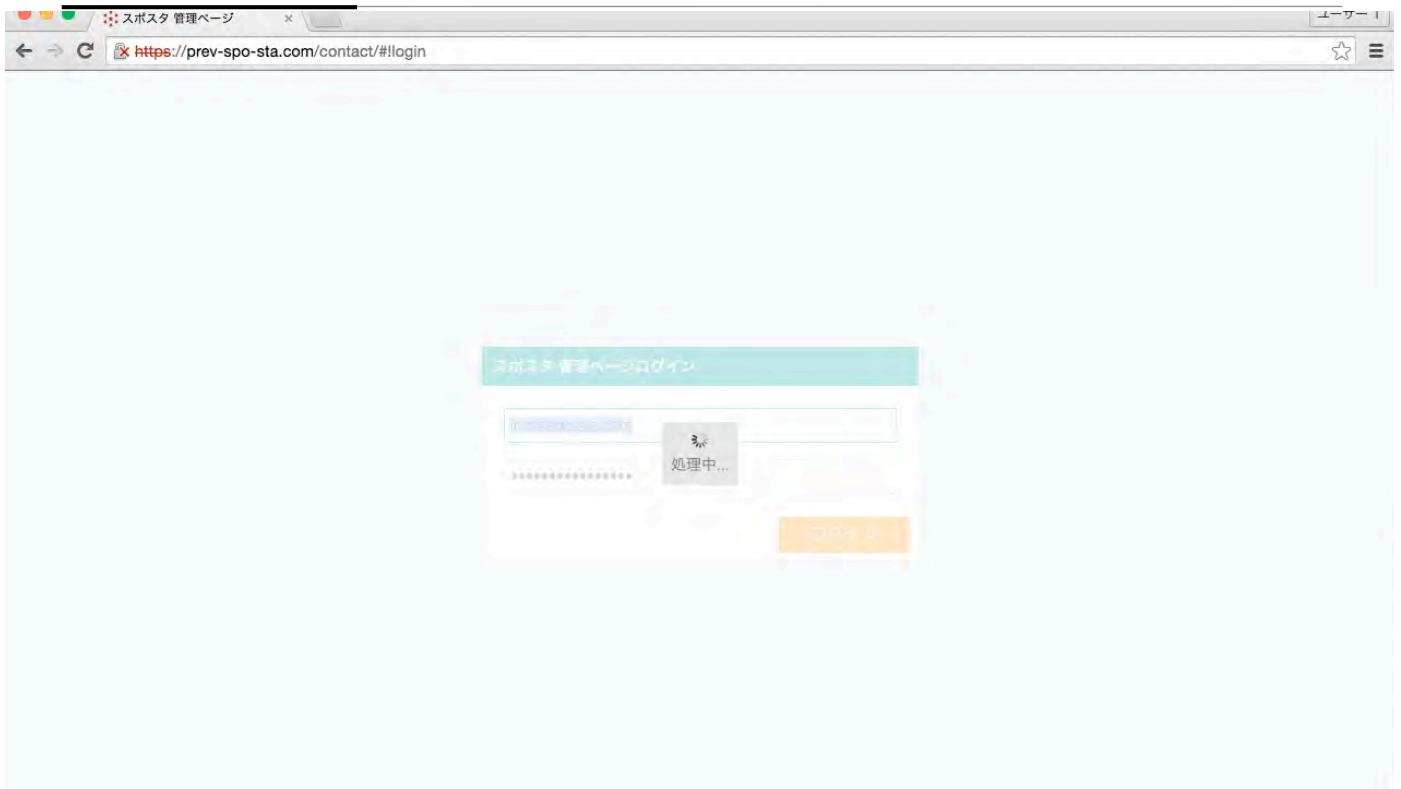


スポンサー獲得・ファンクラブ・ショップ運営
収益機能を使ってファン・企業から資金調達



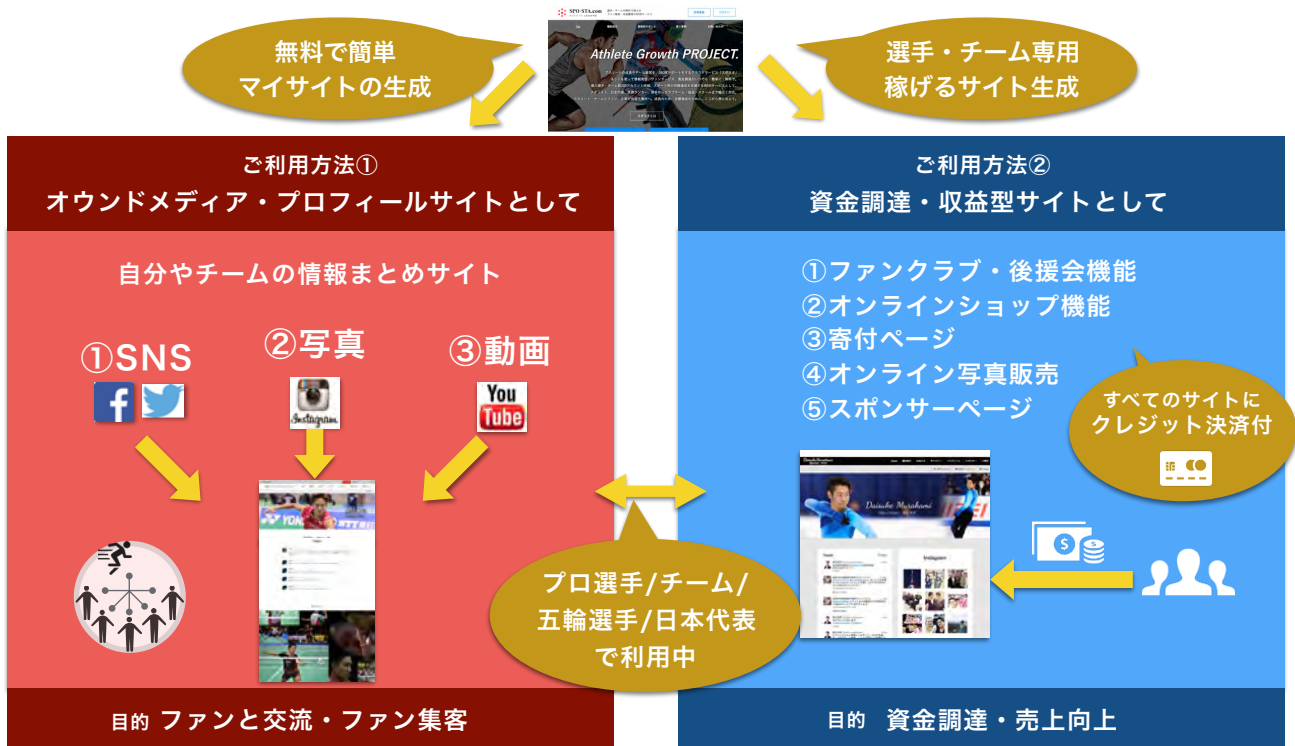
スポンサー獲得・ファンクラブ・ショップ運営
マッチング・ヘルプデスクの事務局サポート

サイト作成ムービー ⇒⇒⇒ <https://youtu.be/4glf0piTL94>





設立1年経過時、400アカウント超え
2020年に向けて成長資金・スポンサー獲得への需要の高まり



手軽にかつ無料でファンやスポンサーから資金調達ができる
選手・チーム向けのファンマーケティングツール&サービスとして開発



日本代表後援会オフィシャルサイト

WEB開発,事務局運営 業務委託

2012年より受託 スポスタの原点

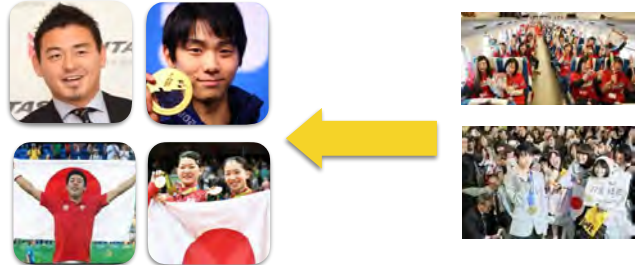
同システムを
ベースに
開発された
スポスタ



日本最大の会費売上を保有するファンクラブ

嵐のファンクラブ182万人 会費(4000円)=¥72億8千万円

ファン数を増やすことがスポーツ市場・各競技の成長には必須



各界でスターが誕生

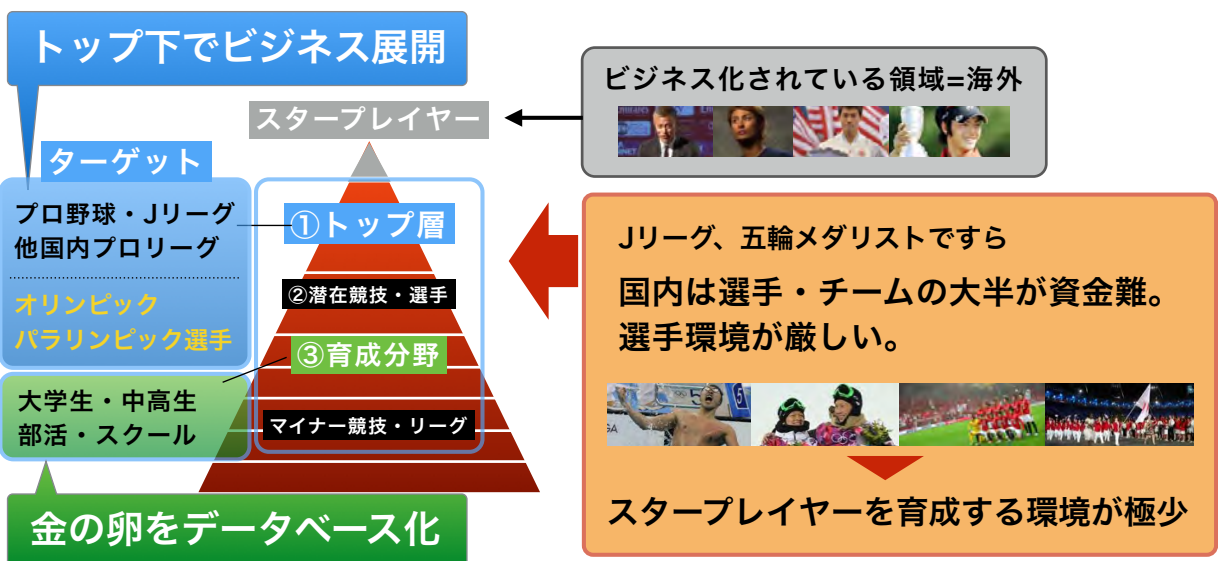
女子ファンの出現

「競技の市場規模=ファン数」 ← スターの存在が重要

ファンマーケティングがスポーツ界の課題

スポスタ=スター誕生のスポーツ版。スターを誕生させるITプラットフォーム

世界のスポーツは今、
競技からエンタテインメントへ



若年世代も年々と育成資金の投資の時代。
選手・チーム側の資金ニーズは特に高く、緊急性も高い。

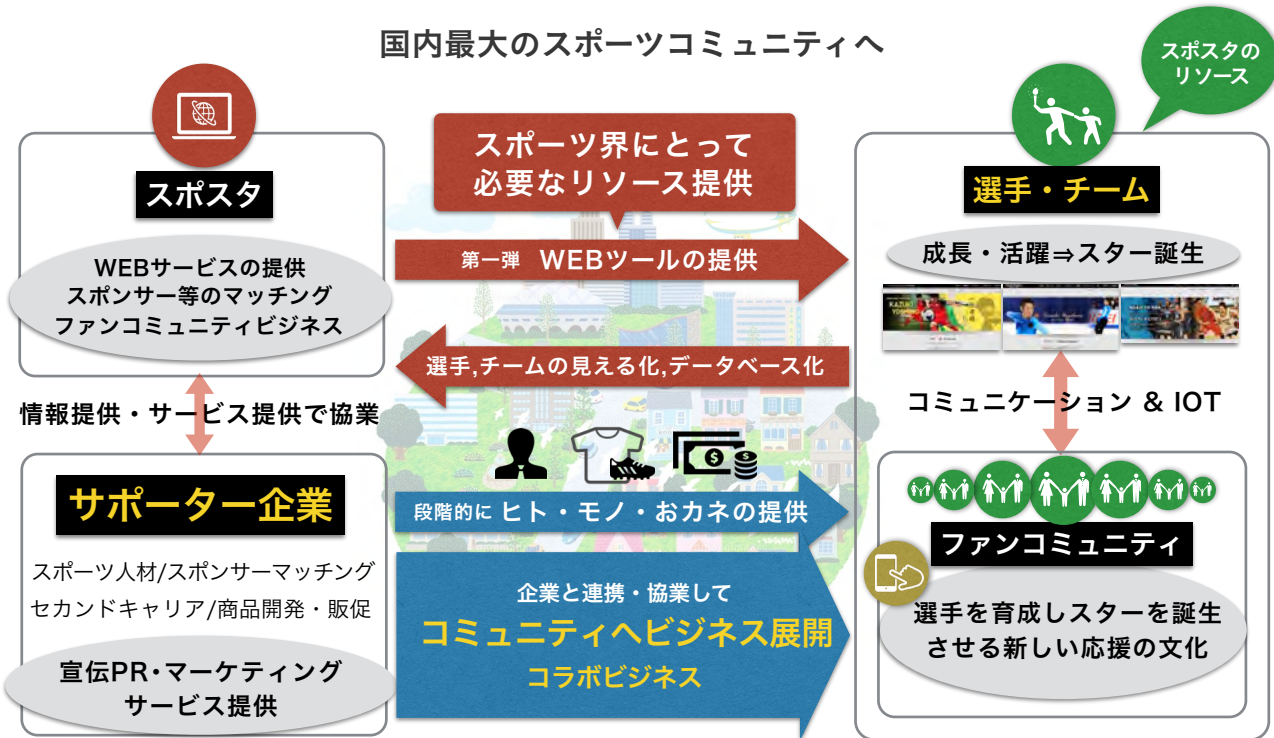
運用もグッズ制作もスポスタ事務局でサポート。代行すれば手放しでOK。

The image displays a collection of service cards categorized into four main areas:

- 代行サポート (Agency Support):** Includes services like 'スポスタ作成サポート' (50,000円), 'カスタマーサポート事務局代行サービス' (30,000円), and '後援会まるごと代行サービス' (10% fee).
- 後援会代行/ショップ代行 (Sponsorship/Shop Agency Support):** Includes 'スポーツタオル製作サービス' (100枚 100,000円) and 'オリジナルTシャツ製作サービス' (1枚 3,000円).
- 制作サポート (Production Support):** Includes 'ステッカー製作サービス' (100枚 12,000円).
- ライフサポート (Life Support):** Includes 'スポンサーマッチング', 'トレーナーマッチング', '法務相談', '税務相談', '資産運用', and 'アスリート就職支援'.

ノウハウ・リソースを最大限に活用し、選手、チームを事務局でサポート。

スポスタのビジネスモデル



選手とファンを軸・リソースに、ファンビジネス・物販・BtoBとシナジー事業を展開。

スポーツ界ではビッグビジネス化が勃興しているが海外の一部であり、国内のトップスポーツ選手、クラブチームが、2020年東京五輪を筆頭に選手育成、競技成長の機会を欲している。IT化の環境が未整備のスポーツ市場の中でもファン市場がスポスタの事業ドメインです。

コラボ事例

スポーツを活用した事例とご提案

<h3>協賛・スポンサーマッチング</h3>  <p>双方のニーズ強。 選手/チーム側から</p>	<h3>企業コラボ</h3>  <p>光コラボレーションとは？</p> <p>これまで NTT → お客様</p> <p>光コラボ NTT → お客様</p> <p>事業者 セット割など 独自サービスも追加 料金を引き下げ</p> <p>e design lab</p> <p>カテゴリの コンテンツ共同制作</p>
<h3>自治体と</h3>  <p>地域創生・アスリート発掘プロジェクト 若年アスリートの育成支援</p>	<h3>開催・出演</h3>  <p>メーカー商品・サービスの新規事業・販路開発</p> <p>ショッピングモール・商業施設で イベント開催・出演</p> <p>お台場 みんなの 夢大陸 2016</p>

インド/中国プロジェクト・地域創生・Jリーグチーム開発・熊本チャリティイベント・新規事業開発など…



MATSUYA
GINZA
銀座松屋

×
Presents

SPO-STA.com
ROAD TO LEGEND
株式会社スポスタ

イベント概要

場所：渋谷区のカフェ

顧客：女性120名（超満席）

料金：①トークショー参加と握手券

10,000円×20枚

数時間で売切れ

②トークショーのみ

4,500円×100枚

②は5日間で完売



30分のために
関東圏以外に
福岡、大阪から

ショーの間は
写真撮影の
オンパレード

限定グッズも
衝動買い
売り切れ

- ✓ 本人Twitterで告知宣伝するだけ
- ✓ ファンの口コミ力・拡散力が強力。
- ✓ イベント中もfacebook, Twitterでファンが積極的に情報拡散。

イベントで収益獲得。この会はアスリート<アイドルと捉える層がターゲット。
選手、チームごとに、ファンとのエンゲージを高める目的で選手との接点を増やしファン化を促進。

スポスタの主なサービス

スポスタは

選手・チームの資金的な課題、PR面の課題、つまりマーケティング課題に対し、

ファン、企業と協力し、選手・チームの成長、活躍を加速的、かつ効率的にするサービスです。

■ 対選手/チーム

- ・ 選手/チーム向けのWEBサービスの提供
- ・ 選手/チーム運営の各種代行サポート
- ・ 選手/チームのマネジメント関連業務

企業、行政、自治体、競技連盟/協会とも協業し、

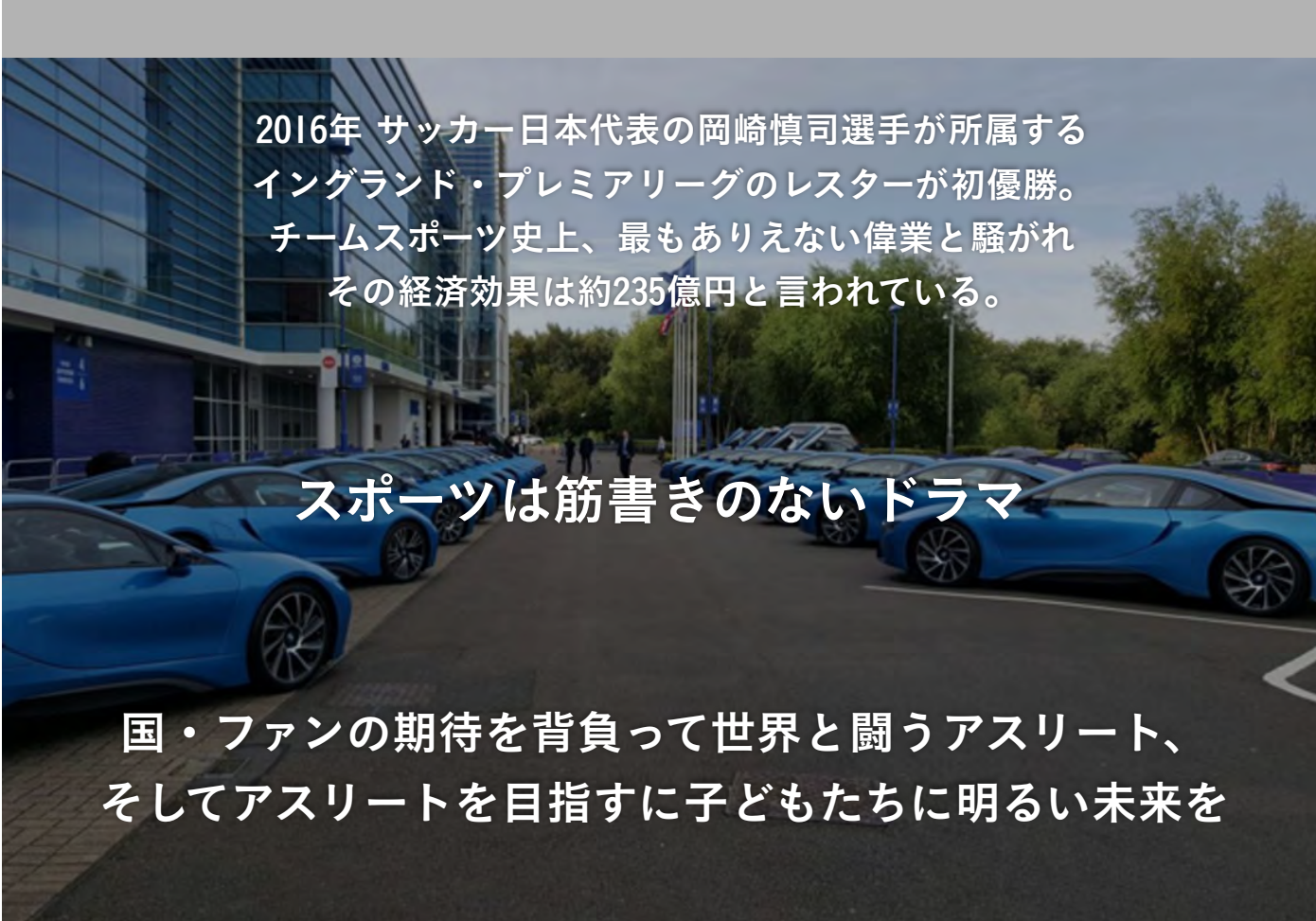
各セクションの課題を解決するプロジェクトも推進しています。

■ 対サポーター企業/団体

- ・ 企業との合同プロジェクト開発
- ・ 企業/自治体との地域創生プロジェクトへの参画
- ・ 選手/チーム/協会連盟と競技のPR/普及活動



1. スポスタの紹介
2. 始まっているスポーツ界のビジネス化
3. スポーツ界の未来
4. 最高峰はスポーツの祭典オリンピック
5. 2020年に向けて誰がサポートする？
6. スポスタが考える21世紀型のスポーツ界



2016年 サッカー日本代表の岡崎慎司選手が所属する
イングランド・プレミアリーグのレスターが初優勝。
チームスポーツ史上、最もありえない偉業と騒がれ
その経済効果は約235億円と言われている。

スポーツは筋書きのないドラマ

国・ファンの期待を背負って世界と闘うアスリート、
そしてアスリートを目指す子どもたちに明るい未来を

始まっているスポーツ界のビジネス化

スポーツ産業として、経済的発展と競合の激化

SPO-STA.com
ROAD TO LEGEND

エンタテインメント化

テニス界はいま革新し続けている

NEWS PICKS

新規登録 or ログイン

<< 総合トップに戻る

女子テニス界を変えるステイシー・アラスターの経営戦略

NewsPicks編集部
2014年10月31日

今、女子テニス界を圧倒的な存在感で改革しているパワフル・ウーマンがいる。WTA（女子テニス協会）のステイシー・アラスターCEOだ。今年からWTAファイナルをシンガポールで開催するなど、次々に「新...

続きを読む

この記事に登場するユーザー

馬場 渉
SAP バイスプレジデント Chief Innovation Officer
2014年10月31日

ちなみにこないだウィンブルドンに行きましたが、ここでもずっと「カネ」や「ビジネスモデル」の話でした。私向けではなく「聖地」を見学する一般の老夫婦向けの話が、です。

NewsPicks ユーザーのコメント

スポーツ・イノベーション 連載一覧 >>

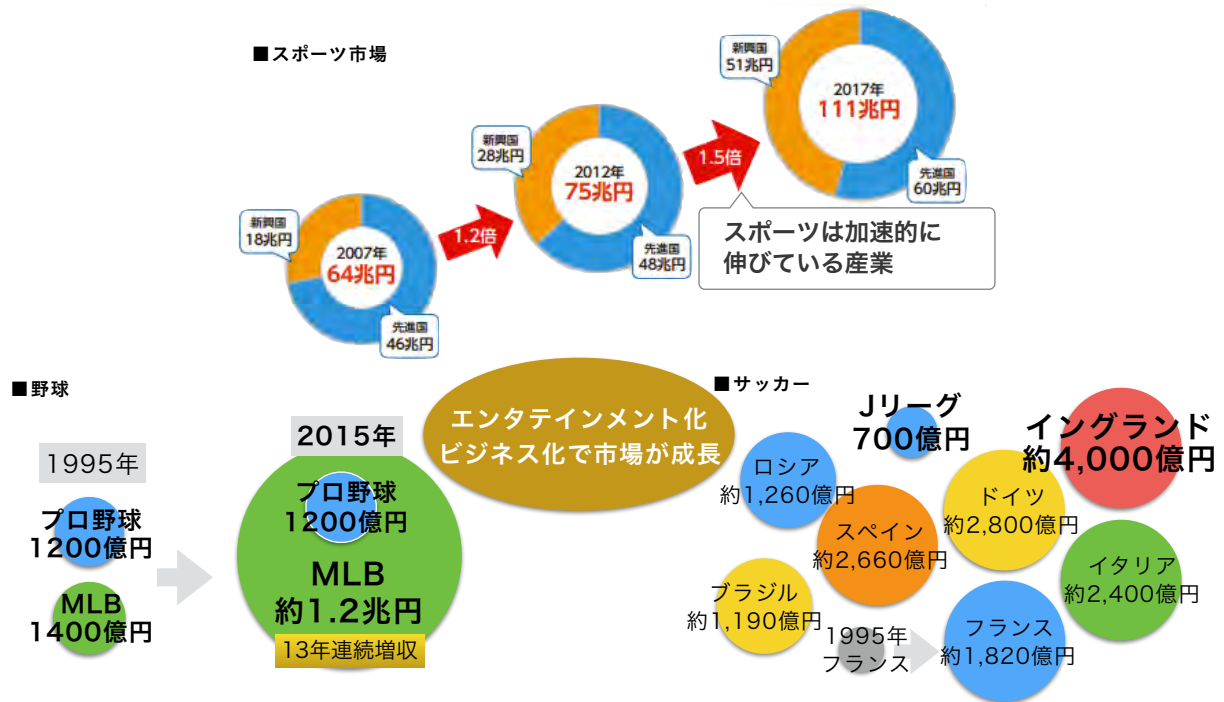
連載企画 Last updated: 2015/04/02 09:38:14

- 深刻なホテル不足。「Airbnb」はリオ五輪の...
7時間前 NewsPicks編集部
- 女性アスリートは経営者に向いているのか？
9時間前 NewsPicks編集部
- 直感的な表面の見てくれにだまされてはいけない
9時間前 NewsPicks編集部
- もしも自分がハンバーガー屋さんの店長になった...
一度の姿を変えるしよう
9時間前 NewsPicks編集部
- うまい選手であえてカウンターを狙うという新戦術
15時間前 NewsPicks編集部

経営のプロが重視するのはスポーツのエンタテインメント化

単位：千円

ますます開く世界との差



世界との差は5~10倍とかなり大きい=伸びしろ

近いうちに日本のスポーツは中国に勝てなくなる!?

■スポーツ国家予算

中国：500億円/年間平均 ※約3,021億円/2004年 ※約3兆9800億円/2008
日本：324億円/2016年度 約3,290億円/2020年



■スポーツ市場

中国は2025年にスポーツ市場を100兆円を目標に（中国国務院）
日本は15.2兆円（スポーツ庁・経済産業省）

■中国の施策

最近15ヶ月で2,433億円 中国企業、中国チームによる海外サッカーへの投資額。政府、地方政府の投資も始まっている。

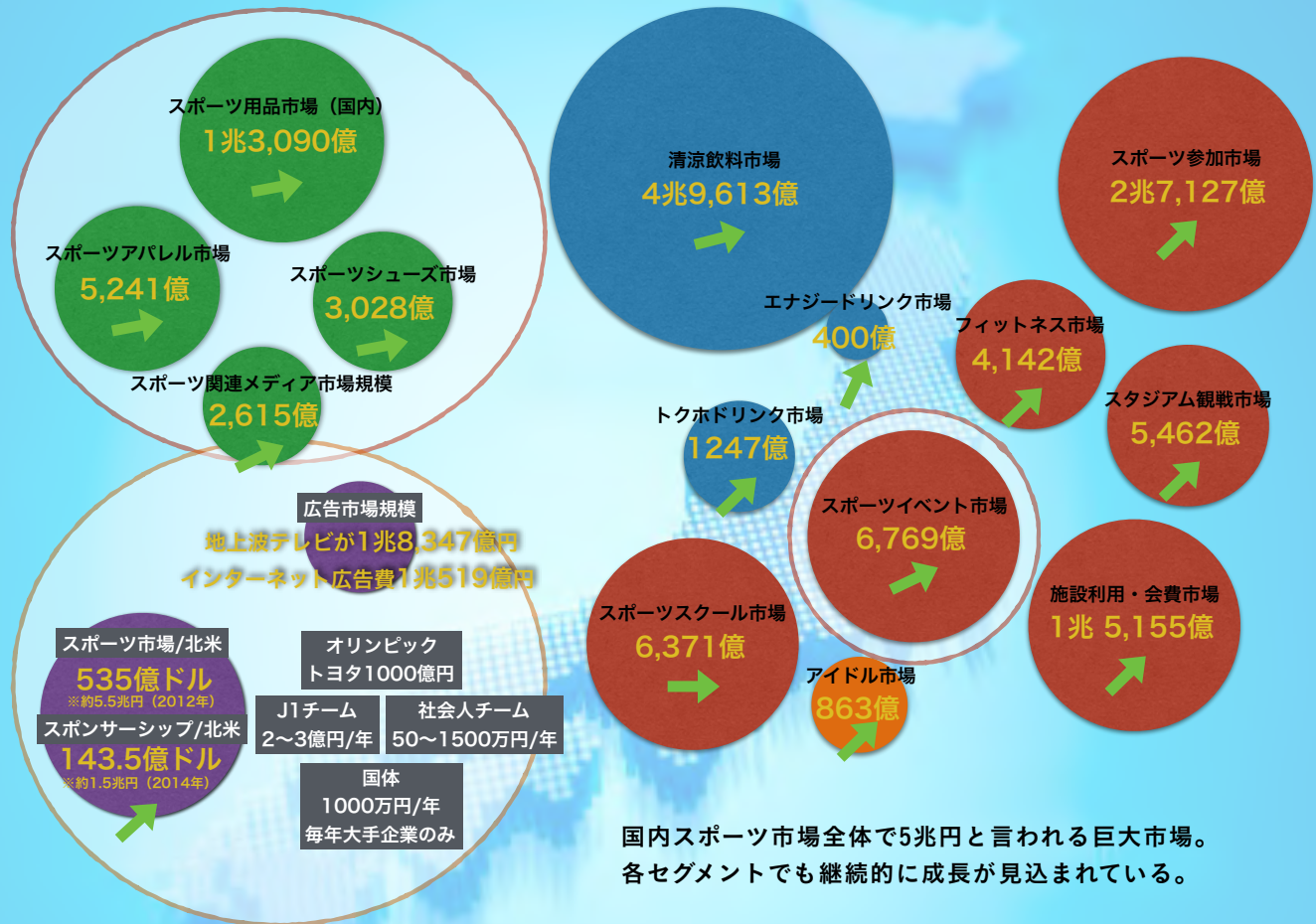
国家を背景とするメディアCMCが、中国スーパーリーグの放送権を5年1,500億円（300億円/年）で購入。

※Jリーグは英国DAZN(ダ・ゾーン)と2017年より10年間、放映権を10年約2,100億円（210億円/年）の契約締結。



**富豪がスポーツを娯楽として投資、
国家と大企業がスポーツをビジネスとして投資し市場は加速。**

セグメント別国内スポーツ市場



国内のトップリーグ

国内のトップリーグ				
<p>野球</p> <p>プロリーグ</p>	<p>サッカー</p> <p>プロリーグ</p>	<p>フットサル</p> <p>プロ/アマ混合リーグ</p>	<p>サッカー女子</p> <p>プロ/アマ混合リーグ</p>	<p>サッカー</p> <p>プロ/実業団リーグ</p>
<p>バスケットボール男子</p> <p>プロリーグ</p>	<p>バスケットボール女子</p> <p>プロ/実業団リーグ</p>	<p>ラグビー</p> <p>実業団リーグ</p>	<p>バレーボール</p> <p>プロ/実業団リーグ</p>	<p>アメフト</p> <p>アマチュアリーグ</p>
<p>プロ野球女子</p> <p>プロリーグ</p>	<p>ソフトボール女子</p> <p>実業団リーグ</p>	<p>ハンドボール</p> <p>実業団リーグ</p>	<p>フィールドホッケー</p> <p>アマチュアリーグ</p>	<p>アイスホッケー</p> <p>プロ/実業団リーグ</p>

+ フィギュアスケート・陸上・卓球・バド・水泳・体操・格闘技… (個人競技)

スポーツ産業は各競技のファン獲得競争が激化しスポーツ界の戦国時代へ

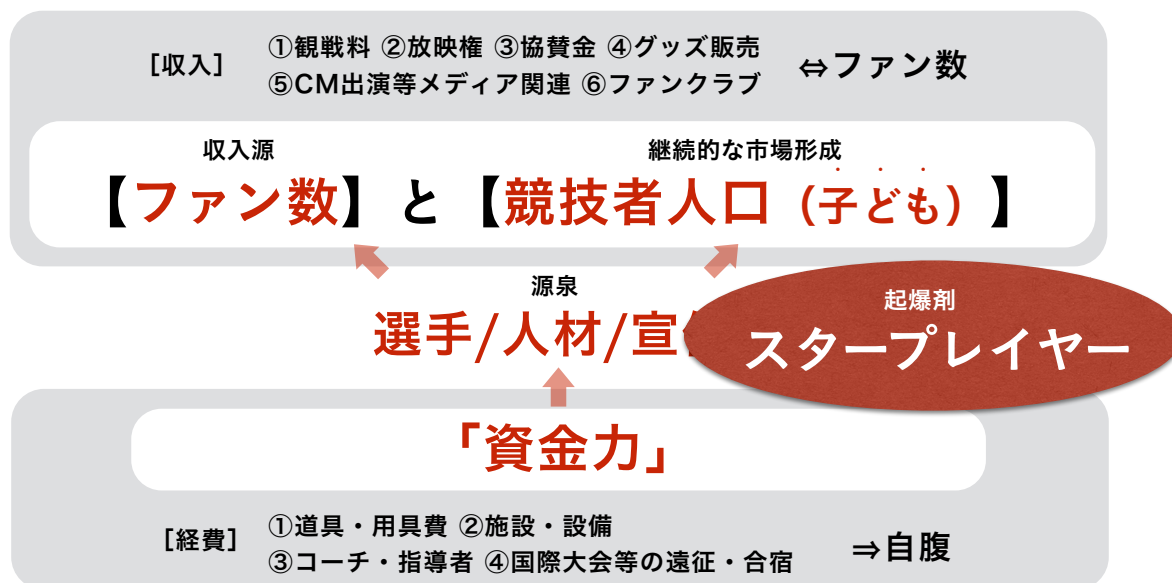
ビジネス	スポーツ
モノ・サービス	選手・競技環境（リーグ/設備）
顧客数	ファン数
従業員	ビジネス人材・競技人口
資金力	資金力

ビジネスと同じ資金力が成長の起点。
クラブチーム、協会連盟でも、資金ニーズが非常に高い。

31

スポーツ界の成長要因

スポーツ界で収入を構成する要素は？



補助金は強い競技/人気選手に大きく偏っている。
成長段階にこそ必要な資金。特に若年世代の資金調達は環境が未熟。

32

スポーツ界に必要なものはビジネス化

世界のスポーツはエンタテインメント化され
超ビッグビジネスになっています。

- 資金力の強化
- 優秀な人材、選手の育成
- マーケティング強化
(試合演出、PR/広告宣伝、イベント=ブランディング)

スポーツ界の未来

今後のスポーツ界・2020年の東京をイメージしてみましょう

2018

サッカーワールドカップ/ロシア



2019

ラグビーワールドカップ/日本



2020

東京オリンピック・パラリンピック



▶ 海外の動き



サッカー・テニス・五輪等
世界的スポーツ競技の
ビッグビジネス化



MLB・NFL・NBA
MLS/サッカーの
アメリカ国内リーグの巨大化



スポーツビジネスも急成長
スポーツに夢を求める
アジア・新興国

施設



スポーツ科学
スポーツテック



VR・AR



この2項目は必須。鉄板ネタであり今後も需要は増加する見込み。
一方で競合も多く他地域/民間施設/家庭でも導入が進むと想定されます
=差別化困難

スポーツデータセンター



データの調査分析・インキュベーション



大手企業～スタートアップが集い
ITを軸とした新事業の開発センター

パラテックランド



パラリンピック競技・先進器具の体験



車いすテニス
対応コートは
非常に少ない

スポスタ最年少ユーザー坂口竜太君
小5全日本チャンピオン
スポンサー募集と車いすテニスの普及活動中

Newスポーツラボ



ニュースポーツの体験・発祥



ロボカップは2050年までに
人間のW杯サッカー優勝チームに勝つ目標で活動

会員になることで、色々なユニバーサルスポーツを体験

ドローン撮影・ドローン宅配（スタジアム内など屋外での受取）



スマートフォンで注文、GPSで注文者の場所まで届けるなど
ドローンが一般化されていく時代へ

近隣の駅と舞洲の交通はIT化/無人化



自動運転ハイヤー



自動運転シャトル



アプリで配車（呼び出し・決済）



大手企業同士で市場加速化

Google Apple レクサス 日産 メルセデス BMW テスラ ソフトバンク Docomo DeNA

間もなく到来するUberで自動運転ハイヤーを呼ぶ時代。
コスト軽減が大きく、料金も大衆化されていく時代へ

敷地内・施設内の移動



様々な最新セグウェイ、テック系乗り物体験
リスク対策は当然必須。

アスリート向けゲストハウス&シェアハウス

観光客
インバウンド
海外から遠征

ファンとの
触れ合いと
仕事ができる
環境

- スポーツ施設が隣接
- 女性アスリートの需要は高い
- 海外アスリートの宿泊も

カフェ・レストラン



- アスリート食の提供
- ヘルシーメニュー
- ヘルシー素材



●アスリート用ジム



●グラウンド/アリーナ

アスリートにとって家賃は大きな負担。
ゲストハウス&シェアハウスでアスリートの国際交流の場。
運営は選手で行えればアスリート雇用やセカンドキャリアにつながる。

アマチュアスポーツにとって

最高峰はスポーツの祭典オリンピック

アスリートの現状とあの時のトップアスリートの今

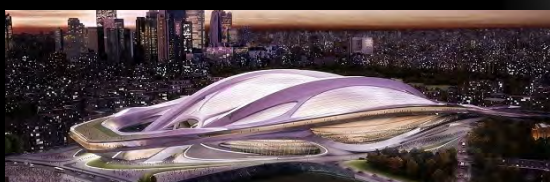
SPO-STA.com
ROAD TO LEGEND

市場

なぜスポーツ？（経済的要因）

2020年東京オリンピック開催を目前にスポーツ界は第二の幕開け。

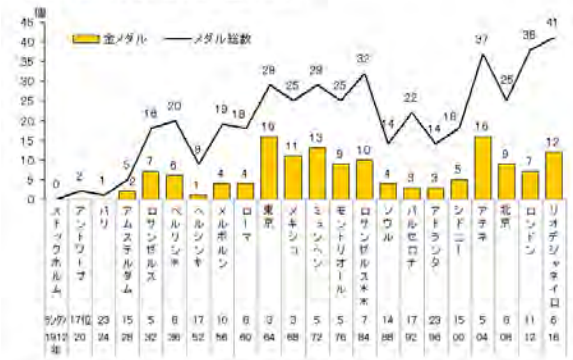
競技発展の最大要因となる
ファン集客がビジネス化される



- 市民 ▶ 待望の祭典、**情報収集**が活発化
参加や関わりへ**ニーズ**高まり
- 国家 ▶ **国家戦略**として決定、**予算化**
スポーツ庁や**委員会**の**設置**、**成功義務**
- 経済 ▶ 総売上は**1兆円**、**経済効果**は**3兆円**
建設・**観光**・**関連メーカー**等の**収益機会**
- 地域 ▶ **観光客**の誘致・**インフラ整備**
地元選手への**期待**・**育成**
- 生活 ▶ **健康ブーム**・**子供の体力低下**・
予防医療としての**スポーツ**の**発展**
- 選手 ▶ **出場**に向けて**練習**・**成長**
成長のための**資金力**が**課題**
- 競技 ▶ **開催国**としての**メダル獲得**の**責任**
選手育成・**ファン**/**競技人口**増加が**課題**

今後5年で市場動向が活発化・急成長する。
五輪による経済効果は20兆円とも予想されている。

オリンピックにおける日本のメダル数(金メダル数)



(注) 1916年ベルリン、44年ロンドンは中止、40年東京は退上、同年ヘルシンキは中止、48年ロンドン、90年モスクワは日本不参加。1936年ベルリンのメダル数20には芸術競技数を含む。ランクは金銀銅の順の優先ランキング。*朝鮮半島出身の孫基博選手(マラソン)の金メダルを含む。**東側諸国不参加
 (資料)毎日新聞、フィクベディア(「日本選手団」2016.8.20)

金メダルの男女別獲得数



(注)同上 (資料)JOCのIP(男女参加選手)、東京新聞2016.8.27(男女金メダル数)ほか

メダル獲得数の増加と女性アスリートの近年の活躍。
 金メダル数は「世界3位」を目標に掲げ、25~30個を目指す。

・体操 激しい報奨金

体操協会の規定で金50万円、銀30万円、銅20万円。内村航平が個人総合と団体で2個の金メダルを取っても協会から支給されるのは100万円だけ。内村は所属先のコナミから特別ボーナスを期待するしかない。

世界 JUMPING 2016 AMONEY

五輪2連覇と世界選手権を含め8連覇の偉業に二木英徳会長が私費で400万円を上乗せし特別報奨金1000万円を贈る。

・柔道は報奨金なし

柔道にはJOCが支給する以外の報奨金はない。女子48キロ級の福見友子を筆頭に「最低7個の金メダル」(全日本柔道連盟の吉村強化委員長)の公約を掲げているが、五輪で活躍しても報われない。ボーナスは所属企業だけが頼りだ。

出身 東京都 選手 AMONEY

スポーツ ニュース

全柔連、27人が総額3620万円不正受給

全日本柔道連盟(全柔連)による日本スポーツ振興センター(JSC)からの国庫助成金は試合後の不正受給問題で第三者委員会(JSC強化委員長)が提議

ライフ・スポーツ
イノベーション
オリジナル
有料記事

NEWS PICKS

日本のスポーツ団体のガバナンスを問う
バスケット問題が映す、日本のスポーツ団体の老朽化

2015/5/21

東京五輪に向けて、日本スポーツ界が抱える課題のひとつがガバナンスの欠如だ。しがらみと利権に縛られ、国際基準を満たさない団体が多く、問題が表面化しつつある。日本のスポーツ団体はどう変わるべきなのか。(文・スポーツライター 増島もどり)

BLEAGUE
2016秋開幕

オリンピック出場選手はもちろん、メダリストでも金銭的なメリットは小さい。組織構造の問題等で、集客や発展に消極的な協会連盟も一部存在。



日本記録で1億円!?

低迷する日本マラソン界は、2020年東京五輪に向けて日本マラソン界を活気づける施策。



石川佳純はこの大会で賞金約1180万円獲得、ダブルス伊藤平野/14歳は賞金が約500万円。

マレーシアバドミントン協会の会長が、私的に5000万円の金塊、政府から2500万円の金塊

選手のモチベーションを上げる**経済的な施策**が始まっている。

金メダル獲得後のその関連のイベント収入、広告収入が得られる期間は平均約1年



実際にメダル獲得後もその実績を活かした人生を過ごせているか。



トップアスリートですら現役引退後は、社会的立場もなく、金銭的にも厳しい生活を送っている。

スポーツだけをやってきたアスリートにとっては、社会人としてのノンキャリア、ハンディは非常に大きい。

すでに実績のあるトップアスリート以外、
若手育成選手は（2016年：12歳～22歳 ⇒ 2020年：16歳～26歳）

2020年に向けて誰がサポートする？

国・自治体・学校・連盟・企業・ファン

SPO-STA.com
ROAD TO LEGEND

選手の成長環境

現代の選手は**良い指導者、練習の質向上、海外経験**が求められる。

外部環境の変化 ⇒ 資金力が選手の成長に影響を与える時代へ

従来は
根性で成長

アメリカ
巨大市場

ヨーロッパ
巨大市場

アジア・アフリカ
成長投資

世界は技術・戦術・テクノロジー
科学トレーニング・育成環境

東京
オリンピック
1964

TOUR OUR
VIRTUAL CAMPUS

EXPLORE

日本も選手育成に投資が必要



メダル獲得の可能性が高い選手以外は
金銭的サポートはないに等しい。

スポーツ界の課題

～華やかな舞台の裏にある選手・競技の資金難～

募金活動を行うJリーグや日本代表



湘南ベルマーレ、
栃木、熊本、滋賀
など多数

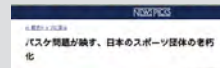


松田丈志/水泳
村主章枝/フィギュア



ロンドン五輪時
NHK、選手本人
が募金を呼びかけ

競技全体を運営する協会のねじれ



世界一になった日本代表とはいえ
なでしこJAPAN



選手は年収200万円代…
なでしこリーグは財政難、
代表チームの移動も
エコノミークラス。
待遇・環境がまだまだ
厳しい女子サッカー界

マイナースポーツ・障がい者スポーツ
車いすテニス世界ランク1位



パラリンピック出場時、
スポンサーが見つかず
知人や地元住民が募金箱や
facebookで資金調達。
4,608,718円の調達し
無事に出場を果たす。

資金豊富なトップスポーツでも起こり得る
F1レーサー／佐藤可夢偉



企業スポンサー不足で
自分で資金調達。
自身のホームページで
1億8千万円を獲得するが、
及ばず13シーズン断念。



世界一になった日本代表とはいえ
ソフトボール女子
男子ソフトボールもある



五輪除外



2012年
300万円

五輪採用

95%カットされた強化費

1部リーグに所属する某チームの選手は、
大半が契約社員。手当などはなく、傷害
保険などは自腹で賄っている。社員とし
て採用されても給与体系は高卒女子の一
般職員並み。手取りで14万～15万円
程度。日本リーグ2部もある。

スポーツ選手の経費

1. 道具・用具費

年間50万～1千万



2. 施設・設備

年間30万～1千万



3. コーチ・指導者

年間100万～3千万



4. 国際大会・遠征・合宿

年間100万～1千万



例えば国内プロゴルファーでも年間経費は1000万円～、テニス500万円～が必要になります。
選手を続けるだけでも費用は大きな課題。

最も好きなスポーツ選手

色分け凡例: 野球 サッカー フィギュア 相撲 ゴルフ テニス その他

年	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	10位
2016年	イチロー	錦織圭	浅田真央	大谷翔平	長嶋茂雄	羽生結弦	/白鵬	稀勢の里	内村航平	松山英樹	
2015年	錦織圭	イチロー	浅田真央	羽生結弦	長嶋茂雄	澤穂希	大谷翔平	本田圭佑	王貞治	松山英樹	
2014年	浅田真央	イチロー	田中将大	羽生結弦	本田圭佑	長嶋茂雄	香川真司	阿部慎之助	錦織圭	石川遼	/松井秀喜
2013年	イチロー	本田圭佑	浅田真央	長嶋茂雄	香川真司	松井秀喜	石川遼	王貞治	錦織圭	白鵬	/三浦知良
2012年	イチロー	石川遼	大谷翔平	香川真司	白鵬	澤穂希	浅田真央	長嶋茂雄	/王貞治	北島康介	/松井秀喜
2011年	イチロー	石川遼	長友祐都	白鵬	長嶋茂雄	浅田真央	王貞治	魁皇	松井秀喜	澤穂希	
2010年	イチロー	浅田真央	石川遼	松井秀喜	長嶋茂雄	金本知憲	王貞治	/高橋大輔	原辰徳	白鵬	
2009年	イチロー	石川遼	長嶋茂雄	松井秀喜	王貞治	浅田真央	金本知憲	中村俊輔	丸山伊達公子	田中将大	
2008年	イチロー	松井秀喜	長嶋茂雄	中田英寿	中村俊輔	金本知憲	北島康介	浅田真央	王貞治	丸山伊達公子	
2007年	イチロー	松井秀喜	長嶋茂雄	松坂大輔	王貞治	中村俊輔	浅田真央	金本知憲	/宮里藍	福原愛	
2006年	イチロー	松井秀喜	荒川静香	長嶋茂雄	王貞治	宮里藍	金本知憲	/中田英寿	中村俊輔	新庄剛志	/板東/原辰徳
2005年	イチロー	松井秀喜	長嶋茂雄	宮里藍	清原和博	中田英寿	/新庄剛志	福原愛	王貞治	/高橋尚子	/古田敦也
2004年	松井秀喜	長嶋茂雄	イチロー	中田英寿	清原和博	貴乃花	谷(田村)英子	王貞治	高橋尚子	高橋由伸	
2003年	松井秀喜	イチロー	長嶋茂雄	中田英寿	野茂英雄	貴乃花	清原和博	ベッカム	/高橋尚子	田村亮子	
2002年	イチロー	長嶋茂雄	松井秀喜	中田英寿	新庄剛志	星野仙一	貴乃花	高橋尚子	王貞治	高橋由伸	
2001年	イチロー	松井秀喜	長嶋茂雄	中田英寿	高橋尚子	/野茂英雄	貴乃花	新庄剛志	王貞治	/田村亮子	
2000年	長嶋茂雄	松井秀喜	貴乃花	中田英寿	イチロー	若乃花	松坂大輔	王貞治	/高橋由伸	上原浩治	/田村亮子
1999年	長嶋茂雄	高橋由伸	イチロー	/松坂大輔	松井秀喜	中田英寿	若乃花	野茂英雄	王貞治	/貴乃花	
1998年	長嶋茂雄	松井秀喜	若乃花	貴乃花	イチロー	野茂英雄	高橋由伸	王貞治	/中山雅史	三浦知良	/原田雅彦
1997年	長嶋茂雄	イチロー	貴乃花	野茂英雄	松井秀喜	有森裕子	尾崎将司	王貞治	若乃花	清原和博	
1996年	イチロー	野茂英雄	長嶋茂雄	貴乃花	若乃花	王貞治	松井秀喜	千代/富士	田村亮子	霧島	
1995年	長嶋茂雄	貴乃花	若乃花	イチロー	王貞治	松井秀喜	清原和博	三浦知良	曙	尾崎将司	/落合博満
1994年	若乃花	長嶋茂雄	三浦知良	貴乃花	松井秀喜	王貞治	伊達公子	智ノ花	荻原健司	落合博満	/舞の海

(注) 毎年春に無作為に選んだ全国20歳以上男女を対象に個別面接聴取法で行われている調査の結果(2016年回答者数1,201人、7月8～18日実施)。設問は「プロ・アマ、現役・引退、国内・国外を問わず、あなたが好きなスポーツ選手を1人だけ、何の選手かもあわせて教えてください。」(自由回答)。「/」は左欄と同じ順位であることを示す。

(資料) 一般社団法人中央調査社「人気スポーツ」調査

野球、相撲の時代からサッカー、フィギュア、テニスと時代のスターによって人気競技のシフトと多様化。

■中学生のなりたい職業ランキング (出典:「第1回子ども生活実態基本調査」)

1位	野球選手
2位	サッカー選手
3位	学校の先生
4位	医師
5位	公務員
6位	技術者・エンジニア・整備士
7位	車の整備士・カーデザイナー
8位	ゲームクリエイター・ゲームプログラマー
8位	芸能人(歌手・声優・お笑いタレント)
10位	法律家(弁護士・裁判官・検察官)
11位	研究者・大学教員
11位	調理師・コック
13位	プログラマー・システムエンジニア
14位	サラリーマン
15位	警察官
15位	消防士(レスキュー・救急救命士)
15位	電車(鉄道運転士・車掌)
19位	バスケット選手
20位	建築家

■新小学1年生男子が将来就きたい

職業ランキング (データ出典:クラレ)

将来就きたい職業 <男の子編>	
1	スポーツ選手 24.2%
2	警察官 12.5%
3	運転士・運転手 8.6%
4	TV・アニメキャラクター 6.5%
5	消防・レスキュー隊 6.1%
6	研究者 4.1%
7	ケーキ屋・パン屋 3.6%
8	医師 3.0%
9	大工・職人 2.8%
10	自営業 2.4%

■新小学1年生女子

将来就きたい職業 <女の子編>	
1	ケーキ・パン屋 32.6%
2	芸能人・歌手・モデル 12.7%
3	花屋 5.5%
4	教員 4.9%
5	看護師 4.2%
6	保育士 4.0%
7	医師 3.9%
8	アイスクリーム屋 2.8%
9	警察官 2.4%
9	デザイナー 2.4%

スポーツ選手は子どもの憧れ 将来の夢

2020年と向き合う 選手の心境

期待

自国開催
千載一遇

スターになるチャンス

悩み

体のピーク年齢

成長する資金

持続する資金

遅れるセカンドキャリア

- ①活躍に燃えたぎる選手=若年世代・若手
- ②不安を抱える選手たち=現在ピークの選手

引退しにくい雰囲気
引退できない心境

東京オリンピック・パラリンピック招致ポスター

今、ニッポンには
この夢の力が必要だ。

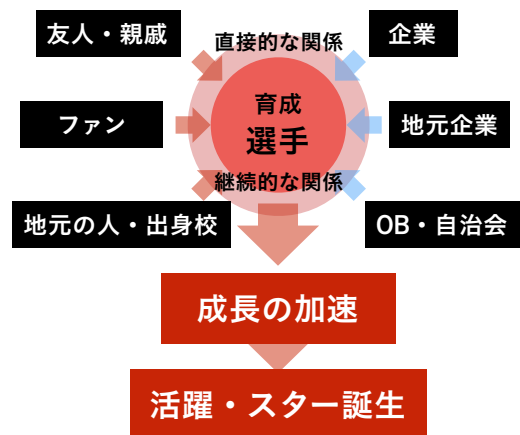
オリンピック・パラリンピックは夢をくれる。夢は力をくれる。力は未来をつくる。私たちには今、この力が必要だ。ひとつになるために。強くなるために。ニッポンの強さを世界に伝えよう。それが世界の勇気になるはずだから。

さあ、オリンピック・パラリンピックを日本で!

TOKYO ● 2020

選手・チームが求める支援の仕組み

各方面からの支援



選手・チームの育成への注目はまだまだ。話題になっていない現状。

2020年の満足感は代表選手・チームの活躍次第!

スポスタはアスリート、若年アスリートを支援

Message

スポスタは企業・ファンと一緒にアスリートを育てるサービスです。

 SPO-STA.com
ROAD TO LEGEND

勝てば自分ごとのように喜び、
負ければ自分ごとのように悔しい、
それがスポーツ。

ある選手の実話。

『試合の応援は嬉しい。勝ってみるみんなの笑顔はもっと嬉しい。

でも負けたら一変するんです。

天使が悪魔になって襲い掛かってきます笑

時には脅迫されることもあります。勝つか負けるか。それがスポーツの世界です。

そんな中でも試合の時以外でも応援し続けてくれる人がいる。

それが儲からない競技をやっているアスリートのモチベーションなんです。

だから苦しくても世界の頂上を目指して選手が続けられるんです。

世界の頂上に行っても大金がもらえるわけではありませんし、

一時の名誉、自己満かもしれません。笑

でもアスリートであり続けることが、なによりも応援してくれた


ファンの皆さんへの恩返しなんです。』

試合の時だけ応援する自分、喜ぶ自分、悔しがる自分がいました。

選手の成長過程から応援をして一緒に成長していく応援。

ファンが産んだスター選手。

新しいスポーツの楽しみ方、本当の喜びはきっとそこにある。

 SPO-STA.com
ROAD TO LEGEND

スポスタが考える21世紀型のスポーツ界

～ファンが世界で戦う選手を育成。日本発、地域発のスター誕生～



事業領域はファンマーケティング分野
 スポスタは企業・ファンと一緒にアスリートを育てるサービスです。

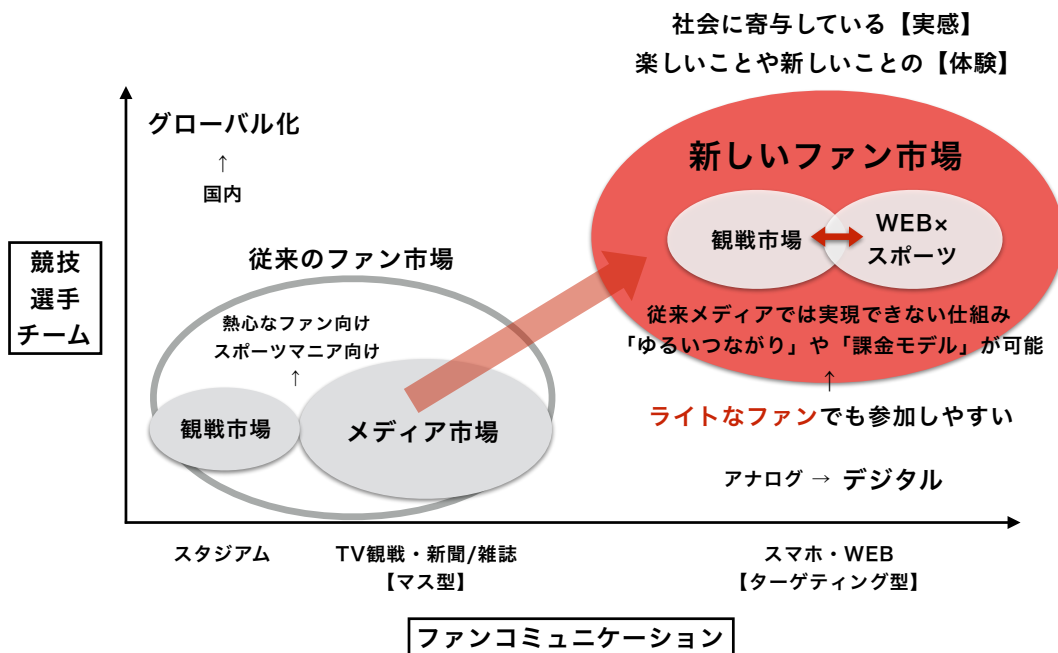


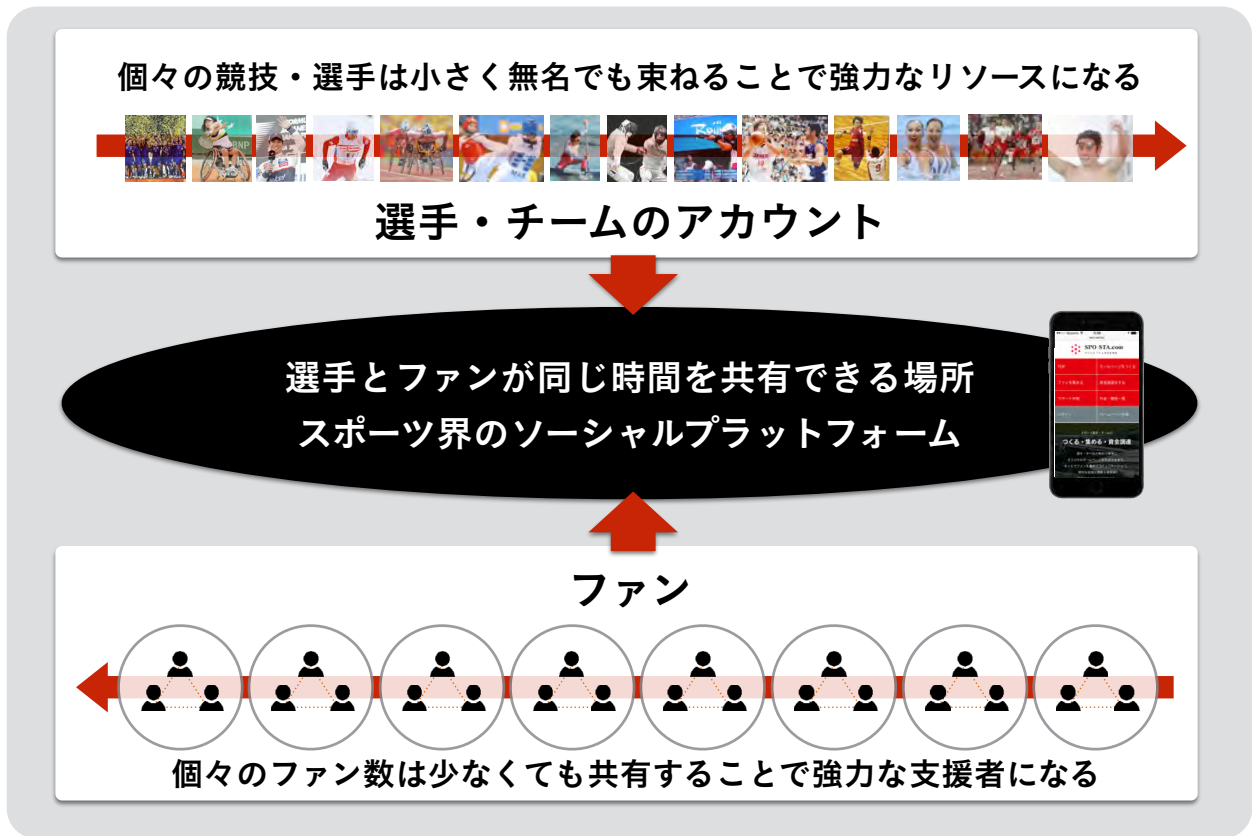
市場・事業領域

新しいカテゴリの創造

WEB・スマートフォンを媒介して「実感」と「体験」を提供

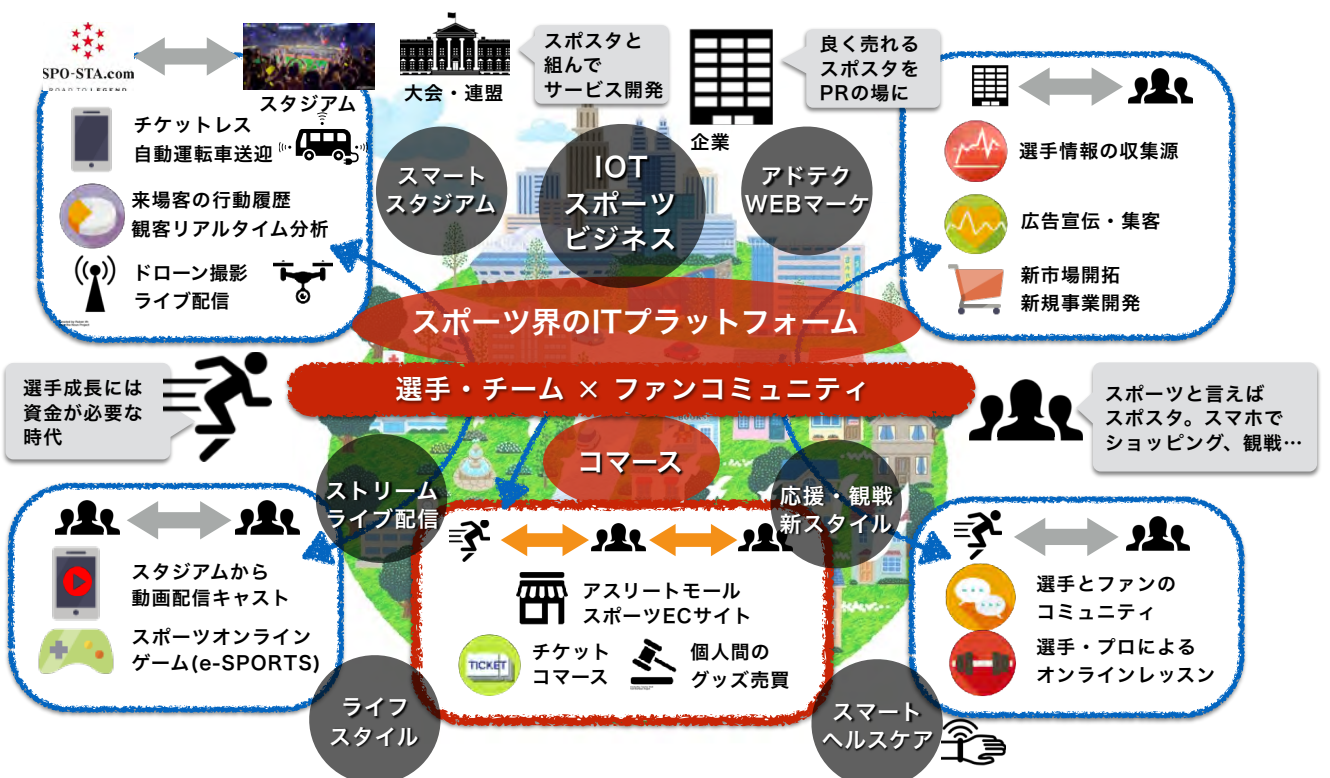
社会に貢献している【実感】、選手を応援することで生まれる新しい【体験】を
 WEB・スマホを通じて提供し、新しい市場を形成。





個人による情報発信、個人売買が一般化される近未来社会。スポーツ界もIT化が加速していく。

選手・チームとファンをリソースに、スポーツ界のITプラットフォームへ



スポスタ = スポーツ×IT

「ITによって、スポーツビジネスは劇的に変わる」

「顧客に新しい価値を創り出すことで、
新たなスポーツ関連ビジネスを創出することができる」

「スポーツは世界中の人々のエンタテインメントとして
大きく飛躍する可能性を秘めた市場である」

人々がスポーツに寄せる愛情、熱意が、
新たなスポーツ産業を育む。

SPO-STA.com
ROAD TO LEGEND

74



新しいスポーツの応援のカタチ。

今まで経験したことのない熱気、感動、歓喜を。

『ファンの力、地域の力』で

未来のメダリスト、新たなスターを誕生させるスポスタプロジェクト。



スポスタ1周年交流会 2016年3月

ご参加者は200名におよび、スポーツ界への関心度合いの高さを感じる大盛況な会になり各所新たなビジネスコラボが発生。

企業情報

株式会社スポスタ



KPIハイライト



スポーツを通じて日本全国・地域を活性化するスポスタ

会社概要

会社名	株式会社スポスタ / SPOSTA.Inc
設立	2015年3月2日
資本金	652万円（設立時500万円：資本準備金152万円）
代表取締役	櫻又 卓
所在地	〒150-0001 東京都渋谷区神宮前2丁目18-21
事業内容	WEBサイト「スポスタ」の開発・運営 カスタマーサポート事務局の運営 選手・チームのスポンサーマッチング スポーツ分野のマーケットプレイスの開発

代表取締役	櫻又 卓 ※株式会社パブリックオンサイン 代表取締役
取締役	松岡 宏満 エンジニア / CTO ※株式会社WIZ 代表取締役
主要メンバー	桑折 誠太郎 広報・CS ※ラフアンドレディ株式会社 取締役 塩屋 大介 エンジニア ※ 兼松 英理子 カスタマーサポート ※ 早川 智也 CFO / プロジェクトオーシャン 代表取締役社長

株主構成	櫻又 卓 ※日本サッカー後援会 株式会社WIZ 開発・運営メンバー ラフアンドレディ株式会社 で設立したスポスタ プロジェクトオーシャン株式会社
------	---

VISION

スポーツ界の新しい価値を作る

代表者略歴

代表取締役 櫻又 卓 2001・大阪の広告企画制作プロダクション入社。直後に制作部門が独立。倒産状態に追い込まれた制作会社で新規案件を獲得し続け再生に貢献。
2006・デザイン制作部責任者（マネージャー）に就任
〈主な実績〉大型コンペ案件の獲得、100日間会社に泊り込みチームを牽引。
2006・グロービスマネジメントスクール単科生
2007・営業部・制作部統括マネージャー（担当企業で売上2億円を突破）
〈主要取引先〉ダイハツ・パナソニック・エイベックス・島津製作所のメーカー製品パンフレット・製品サイト等の企画制作
2010・約10年務めた後、起業のため退職
2010・インドを中心にアジア渡航。IT企業、学校、スラム地域まで幅広く視察
2011・3月1日 株式会社パブリックオンサイン設立
2011・チャリティオークションサイトのリリース 東北復興支援 ～2013年末
2014・スポーツ界向けWEBサービス スポスタのリリース
2015・株式会社スポスタ設立

取締役 松岡 宏満 WEBエンジニア。受託案件でサービスサイトやスマホアプリを開発。日本サッカー後援会入会管理システムの開発者。2012年の企画段階からシステム部門を設計から開発まで行っている。株式会社WIZ代表取締役

チームメンバー 日本サッカー後援会を運営するメンバー(3社)でサービス開発後、株式会社化。
熱量の高い分野での経験と日本全国のファンサポートの事務局がナレッジ

社外取締役

杉原 海太 1996年、東京大学大学院修了後、デロイトトーマツコンサルティング（現アビームコンサルティング）入社。2003年に退職。2004年FIFAマスターに入学。2006年から8年間アジアサッカー連盟（AFC）コンサルタントとして従事。2014年に日本で唯一のFIFAコンサルタントに就任。現在、スポスタ社外取締役に就任。

初瀬 勇輔

1980年、長崎県生まれ。青雲学園中学校・高等学校を経て中央大学法学部法律学科に進学。弁護士を目指していた在学中、緑内障により視覚障害をもつ。2008年、柔道再開からの目標であった北京パラリンピック出場。2011年、障害者の雇用や社会進出により貢献するため、株式会社ユニバーサルスタイル設立。選手として活動を続けながら、講演やセミナーも精力的に行う。株式会社ユニバーサルスタイル 代表取締役・NPO法人 日本視覚障害者柔道連盟 理事・一般社団法人日本パラリンピアンズ協会 理事・一般社団法人全日本テコンドー協会 理事。現在、スポスタ社外取締役に就任。



未来へ

なぜスポスタはスポーツなのか

スポーツ国家戦略 ※内閣府

子どもに夢と感動を与える

大人に希望とバイタリティを与える

試合や大会・イベントの経済効果

地元地域の経済効果

教育という側面・青少年犯罪の抑制

健康な体づくり

青少年教育・大人の健康で強い体づくり

① 自己実現能力

② 自己創造能力

③ 健康体づくり

④ 生命力とバイタリティ

⑤ 自己制御能力/セルフコントロール能力

⑥ 極限状態での精神集中能力

⑦ 自己信頼能力

⑧ 自己表現能力

モチベーションは社会的価値

(企業にとってはイメージが良い・コラボしやすい)



子どもの体力は全年代において長期的に低下の一途

将来の社会全体への影響が懸念される 子どもの体力低下



スポーツ振興で子どもの体力向上、情操教育に

障害者スポーツと共生社会

- ・障がい者の希望
- ・残存能力の強化、合併症の予防
- ・社会復帰できるようにするためのトレーニング、リハビリ
- ・障がい者と健常者、障がい者同士の親交、**共生社会の実現**



障がい者スポーツと地域社会の共存共栄

スポーツを活用した地域おこし

長野県軽井沢町

カーリングを通じた地域おこし



スポーツを活用した**観光客誘致**、経済効果を目指し**地域活性化**

スポーツ市場の活性化がもたらす社会的効果

スポーツを観ること、やることへの需要の高まり

 <p>社会的価値 生活への好影響</p> <p>ふるさと愛</p> <p>ふるさと愛・観光振興 人々の希望と活気</p>	 <p>健康・美容</p> <p>メタボリック・高齢化 ダイエット・医療費</p>	 <p>子供の夢・希望</p> <p>青少年教育としても 大きな役割を果たす。</p>
<p>エンタメとしてのポテンシャル</p> 	<p>タレント性</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.カリスマ性 知り合いになりたい。紹介したくなる。 2.手軽さ 素人でも今日から応援できる敷居の低さ。 3.熱狂性 勝ち負けで熱くなれる。泣ける。美男美女。 4.地域性 出身校や同郷だと応援したくなる心理的効果。 5.民族性 国民が丸となれる一体感や連帯感。 <p>スポーツは知れば知るほど魅了され、より楽しめる⇒ハマる</p>	<p>波及力</p> <ul style="list-style-type: none"> 参加しやすさ 継続性 主体性 国民性 <p>コンテンツ量</p> <ul style="list-style-type: none"> 競技数 選手数 チーム数 地域 階層/年齢層

教育・健康・地域への貢献効果があり、日本を社会的側面で活性化。