

KEIO "SPORTS X" CONFERENCE 2016

セッション報告

全体報告

挨拶

「第1回 KEIO"SPORTS X"CONFERENCE 2016」 382 名の来場者を迎え、盛況のうちに終了。次回開催への期待が高まる。

2016年10月11日火曜日、9時のセッションが始まる頃にはすでに 200名以上の来場者がお越しになりました。Opening Remarksの慶應義塾大学SDM研究科委員長前野隆司教授の挨拶に始まり、 Keynote は経済産業省商務情報政策局サービス政策課課長佐々木啓介氏より、「我が国スポーツ産業活性化に向けて」と題しスピーチをいただきました。その後、4トラック合計21セッションを実施。参加者による事後アンケートからは内容が多彩であり、それぞれ各業界の先頭を走っている登壇者のプレゼンテーションは非常に魅力的であったと好評をいただきました。 興味のあるセッションが重なることもあり、すべてのセッションに参加したかったという声も多くいただきました。 聴講希望者があふれ、立ち見が出た会場も多数ありました。 教室のキャパシティに限界はありますが、次回以降は改善していきたいと考えています。

スポーツをシステムとして捉え、多様性ある人がそれぞれの専門性を持ち寄りながら、interdisciplinary なチームを組んで新たな価値創出に向けて取り組んでいく、そのためのきっかけとなるような「場」に今後の"SPORTS X Conference"がなっていければ、と主催者は願っています。

なお、次回の開催日程は 2017 年 7 月 27 日~28 日の 2 日間に決定いたしました。2 days となり、さらに充実した内容を目指してまいります。また、カンファレンスに留まらず、スポーツ産業活性化に向け様々なチャレンジを行ってまいります。今後も SPORTS X の活動にご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。



慶應義塾大学SDM研究科委員長 前野隆司教授

Keynoteスピーチ



経済産業省商務情報政策局 サービス政策課 課長 佐々木 啓介氏 「我が国スポーツ産業活性化に向けて」 2020年に向けて、スポーツ、またそれに関係 するサービスをどう作るか。GDP600兆円をど う実現していくか、語っていただきました。

■実施概要

日程: 2016年10月11日(火) 9:00~18:00

会場: 慶應義塾大学日吉キャンパス協生館 藤原洋記念ホール、多目的室1~3

日吉駅(東急東横線、東急目黒線/横浜市営地下鉄グリーンライン)徒歩1分

概要: 「スポーツ×〇〇」のさまざまなイシューを取り上げるパネルディスカッション、講演など

内容: ①「スポーツ産業活性化(含むテクノロジー)」

②「スポーツマネジメント人材育成」

③「チームマネジメント/強化」

セッション数: 4会場で合計 21 セッションを実施

参加費: 無料

主催: 慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科

スポンサー: 株式会社ゴールドウイン 日本アイ・ビー・エム株式会社 湧永製薬株式会社 株式会社ドール

株式会社電通国際情報サービス 株式会社 Liquid 株式会社ニコン

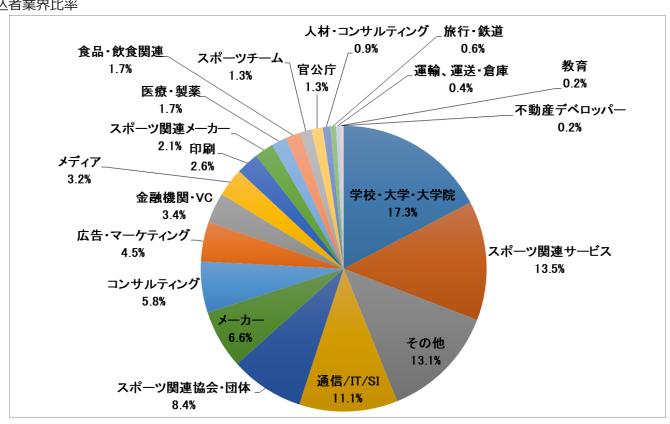
株式会社 博報堂 D Y メディアパートナーズ NTT コミュニケーションズ株式会社

協力メディア: 日経BP社

後 援: 経産省 スポーツ庁

■参加者数 381名(各セッション参加人数は次頁を参照ください)

■申込者業界比率



全体スケジュールおよび各セッション参加者数

時間	Main Room (藤原ホール)	多目的教室 #1	多目的教室 #2	多目的教室 #3
8:30-	door open			
9:00-9:15	opening remarks 【参加者数:230名】			
	前野隆司 (慶應義塾大学SDM研究科委員長)			
	「KEIO SDM SPORTS X 〜なぜ慶應SDM x スポーツか〜」 慶應義塾大学SDM研究所 スポーツシステムデザイン・ マネジメントラボ代表 日本スポーツ振興センター・ ハイパフォーマンス戦略部マネージャー 神武 直彦			
9:15-9:45	Keynote Speech 【参加者数:250名】 「我が国スポーツ産業活性化に向けて」 経済産業省 商務情報政策局 サービス政策課 課長 佐々木 啓介 氏			
10:00-10:45	講演【参加者数:85名】	講演【参加者数:52名】	講演【参加者数:32名】	講演【参加者数:82名】
	「スポーツにおける顧客体験デザインと テクノロジーの活用」	「スポーツにおける ウェアラブルセンシングの現状」	「はかるを軸としたスポーツ栄養と その展開 – サッカーの現場で得たこと―」	「スポーツを中核とした街づくりについて」
	日本アイ・ビー・エム株式会社	株式会社ゴールドウイン テクニカルセンター 開発部長	株式会社タニタ 企画開発室	株式会社ディー・エヌ・エー スポーツ事業部 副事業部長
	インタラクティブエクスペリエンス/ コグニティブビジネス推進室 シニアマネージングコンサルタント 岡田 明 氏	中村 研二 氏	小澤 智子 氏	西谷 義久 氏
11:00-12:00	講演【参加者数:71名】	講演【参加者数: 56名】	Panel Discussion 【参加者数:94名】	講演【参加者数:40名】
	「Can You Really Predict Athletic Injuries?」	「国際的なスポーツマネジメント人材の 育成について -TIASを始めてわかったこと-」	「国内スポーツベンチャーの挑戦」 株式会社スポーツセンシング	「Think Ahead 〜日本トップスポーツ強化における プロジェクト思考〜」 日本スポーツ振興センター
	SPARTA SCIENCE CEO		代表取締役社長 澤田 泰輔 氏	ハイパフォーマンス戦略部長/ 専修大学 教授
	フィル・ワグナー博士	筑波大学准 教授 高橋 義雄 氏	株式会社SPLYZA 代表取締役社長 土井 寛之 氏 CLIMB Factory株式会社 代表取締役 馬渕 浩幸 氏	久木留 毅 氏
		筑波大学主任 研究員 塚本 拓也 氏	慶應SDM研究科特任講師/ 株式会社ユーフォリア代表取締役 橋口 寛	
13:30-14:30	講演【参加者数:80名】	講演【参加者数:54】	講演【参加者数:103】	講演 40 三国
	「変えることが難しいことを変える ~日本ラグビーの強化~」	「コリークを世界に売り込む」	「スタジアムの未来像 -コミュニティボールパーク構想-」	「ラグビー 日本代表チームにおけるストレングス」
	日本ラグビー協会理事/日本代表GM	Jリーグ 国際部部長 山下 修作 氏	株式会社横浜DeNAベイスターズ 経営・IT戦略部	早稲田大学ラグビー蹴球部 ハイパフォーマンスコーディネーター
	岩渕 健輔 氏	山 l letf 以	部長 木村 洋太 氏	村上 貴弘 氏
	このコマのみ13:45-14:45		オンデザインパートナーズ 代表取締役社長 西田 司 氏	

18:30-20:30

時間	Main Room (藤原ホール)	多目的教室 #1	多目的教室 #2	多目的教室 #3
15:00-16:00	講演【参加者数:89】	Panel Discussion 【参加者数:72】	対談【参加者数:85】	
	「ニューヨーク大学大学院の スポーツ経営人材育成事例」	「スポーツ x 地域創生	ΓLife with Sports:	
	New York University, School of Professional Studies	〜白馬トレイル/東北風土マラソン/ ツールド東北事例より〜」	アスリートの人生を支援する システムのデザインとマネジメント」	
	Tisch Institute for Sports Management, Media and Business	株式会社ユーフォリア 共同代表/ Co-founder 宮田 誠 氏	慶應義塾大学SDM研究所 スポーツシステムデザイン・ マネジメントラボ代表	
	Clinical Assistant Professor	株式会社ラストワンマイル代表取締役 田中 直史 氏	日本スポーツ振興センター・ ハイパフォーマンス戦略部マネージャー	
	Ms. Cameron Myler	ヤフー株式会社 コーポレート統括本部 プロデューサー 須永 浩一 氏	神武 直彦	
		ヤフー株式会社 公共サービス事業本部 本部長 石田 幸央 氏	慶應義塾大学SDM研究科博士課程/ ソウル五輪シンクロデュエット銅メダリスト	
			田中 ウルヴェ 京	
16:30-17:15	講演【参加者数:114】 「JFA Youth & Development Programme (JYD): サッカー日本代表に続く マーケティングシステムデザインへの挑戦」 日本サッカー協会マーケティング部 部長代理 斎藤 聡氏 日本サッカー協会マーケティング部 林 鉄朗 氏 慶應義塾大学SDM研究所 スポーツシステムデザイン・ マネジメントラボ代表 日本スポーツ振興センター・ ハイパフォーマンス戦略部マネージャー 神武 直彦	講演【参加者数:32】 「アナリストの役割と 日本スポーツアナリスト協会の活動」 日本スポーツアナリスト協会理事 独立行政法人日本スポーツ振興 センター パフォーマンス分析スタッフ 千葉 洋平 氏	講演【参加者数:76】 「米国スポーツ産業視察報告 ~なぜSPORTS X Conferenceを始めようと考えたのか〜」 慶應義塾大学SDM研究科特任講師 冨田和 慶應義塾大学SDM研究科特任講師 橋口 寛	
17:30-18:00	closing 「第一回KEIO SDM SPORTS X Conferenceを終えて」 慶應義塾大学SDM研究科 准教授 白坂成功			

After Party @ 協生館1階HUB

スポーツ界に貢献していきたい。

「KEIO SDM SPORTS X ~なぜ慶應 SDM x スポーツか~」 慶應義塾大学 SDM 研究所 スポーツシステムデザイン・マネジメントラボ代表 日本スポーツ振興センター・ハイパフォーマンス戦略部マネージャー 神武 直彦

慶應SDMが提唱しているシステムデザイン・マネジメントは、技術システムの設計から社 会システムの構想提言まで、大規模・複雑で不確定要素の多いあらゆるシステムを創 造的にデザインし、確実にマネジメントするための学問体系およびその実践だ。 日本は、要素技術は優れているがシステムとしては必ずしも一流ではない。今回のテー マである「慶應SDM×スポーツ」において慶應SDMでは、方法論によるスポーツ価値の 向上に取り組んでいく。アスリート育成支援システムとして、競技機会、トレーニング、コ ーチング、健康な生活などをフォローしていきたい。先端テクノロジー面では、2014FIFA ワールドカップのヒートマップ分析やラグビー代表のGPSセンサー分析などの世界的に有 名な事例が挙げられる。慶應でも先端テクノロジーの活用は行っている。最近で言えば、 ラグビーの慶應大vs筑波大が代表例である。慶應ラグビー部ではドローンによる動画撮 影+GPSセンサーによる解析に取り組んでいるが、筑波戦の勝利はその成果も大きいと 思う。また、今年の9月11日~10月10日には、公益財団法人日本サッカー協会 (JFA)と共同開催でシステム×デザイン思考を適用したアイデアソンやハッカソンなどを 行う「JYDデザインキャンプ」を実施した。第1回のテーマは「Football for Family」とし、 家族のために、仲間のために、地域のために、サッカーが出来る事をあらゆる視点から約 50名の方々と一緒に考え抜いた。このような学内外での活動を通じて、今後より一層





「我が国スポーツ産業活性化に向けて」 経済産業省 商務情報政策局 サービス政策課 課長 佐々木 啓介 氏

2020年に向けて、スポーツ、またそれに関係するサービスを国家として産業としてどう作るか。

日本再興戦略2016では、GDP600兆円の実現に向けた多様な戦略が練られている。600兆円に向けた「官民戦略プロジェクト10(仮称)」の中にはスポーツ



の成長産業化も挙げられ、スポーツ産業の活性化は我が国において重要視されているテーマの一つだ。主要国におけるスポーツ産業の市場規模は、日本はGDP比率1%、アメリカ2.9%、中国2.8%、韓国2.2%(金額に直すと日本5.51兆円、アメリカ49.6兆円、中国28.5兆円、韓国3.7兆円)となっており、日本は劣勢である。現在、米国はスポーツ産業が自動車産業を上



回る規模だが、プロ野球に関して言えば1995年時点でアメリカと日本の市場規模に差はあまりなかった。しかし今は3倍強の開きになってしまっている。プロサッカーも1996年時点ではアメリカと日本の市場規模に差はあまりなかったが、今は4倍以上の開きとなった。アメリカで伸びたスポーツ産業は日本でも伸びしろがあると考えられ、具体的にはスポーツ産業で15兆円を目指していく方針。日本のGDPの3/4がサービス産業で算出されている。将来的に600兆円を実現するにはサービス業で90兆円の増長が必要なこと、それをサービス産業の生産性の底上げ、新たなサービス・プロンティア創出、国際展開、この3つの基盤整備で実現する。

そのために、スタジアムアリーナ改革(コストセンターからプロフィットセンターへの転換)、スポーツコンテンツホルダーの経営力の強化、スポーツ経営人材の育成・確保、ITを含めた他産業との融合を行っていきたい。特に、スポーツ関連産業の融合化(食やファッションなども含めた融合)は欠かせない観点と考えている。さらに、大学スポーツの潜在力を活かした施策に関しても今後の仕組みづくりを検討していく。全体の底上げ面では、IoTの使用により、供給の効率化だけでなく、付加価値の向上による結果的な生産性アップを目指していく。サービスの拡充では、主要国に比べてスポーツ産業のGDP比率が低いことが挙げられ、主要国との差を埋めて産業の成長を図るために、関連産業の融合化を図る。同時に、補助金の充実化も図る。国家戦略としては、二国間以上でのスポーツサービス産業の連携を増やして、連携のグローバル化を促進する。政策の拡充のために、スポーツ未来開拓会議を実施し、スポーツ経営人材の確保や他産業との連携、持続可能な収益モデルを有するスタジアムの充実化などが紹介された。具体的にはスポーツ産業政策についての対話などを各国首脳陣が行うことを目指す。



スポーツ産業15兆円に向けては様々なハードルもあるだろうが、産学官が連携し達成したい。

「スポーツにおける顧客体験デザインとテクノロジーの活用」 日本アイ・ビー・エム株式会社 インタラクティブエクスペリエンス/コグニティブビジネス推進室 シニアマネージングコンサルタント 岡田 明 氏

IBMがなぜスポーツなのかをケーススタディの紹介とそのノウハウのスポーツへの応用方法を通して紹介した。IBMがスポーツに提供する価値はデザイン、ビジネス、テクノロジー。IBMは、①ファンエンゲージメント、②チームパフォーマンス、③スタジアム



オプティマイゼーション領域に携わり価値を提供する。テニス4大大会では、クラウドトラッカーとスラムトラッカーというIBMソリューションが採用された。クラウドトラッカーは、ソーシャルデータ(Twitter)を視覚化し会場の観客に魅せる、あるいはスタッフの配置の適正化に活かす技術である。スラムトラッカーは、試合進行と同時に試合統計(サーブ速度やウイニングショット数など)や試合内容分



析がウェブサイトに更新されるほか、過去のグランドスラム大会のデータを掘り起こすことで、選手達の直接対決記録や、特定の選手らが勝つために必要な要素をピックアップする技術だ。

加えて、IBMのWatsonを活用することで、Watsonに質問をすると過去に起きたもしくは今起きている統計的な知識の答えと一般的な質問の答えを利用者は得ることができる。このようなIBMソリューションは主に①ファンエーゲンジメント領域で需要があり、ゴルフのマスターズ・トーナメントやイングランドのラグビー・フットボール・ユニオンでも一部採用されている。②チームパフォーマンス領域では、Twitter上のつぶやきをもとに性格診断ができるソリュー

ション「IBM Watson Personality Insights Survey」をネットで無償公開しているため試してみてほしい。これはNBAのトロント・ラプターズにも採用されているものだ。③スタジアムオプティマイゼーション領域では、アトランタで建設中のメルセデス・ベンツ・スタジアムやアトランタ・ファルコンズをIBMがサポートしている。顧客体験やビジネスを作る上で必要なデザイン思考と技術革新を行っており、社外秘もあるため細かな内容はまだ話せないが、興味のある方は個別に適宜やり取りさせていただきたいと結ぶ。

「スポーツにおけるウェアラブルセンシングの現状」 株式会社ゴールドウインテクニカルセンター 開発部長 中村 研二 氏

ゴールドウインでは多彩な独自ブランドを持ち合わせている。その中で今回強調して述べていたのが、スポーツとウェアラブルを掛け合わせた、着るウエアラブルセンサー「C3fit IN-pulse」についてである。この製品は従来のリストバンド型やメガネ型とは機能性が違う。「C3fit IN-pulse」は、ウエア型のため、長時間のトレーニング





時の着用でも違和感やセンサー位置のズレが少なく、正確に心拍数が計測できるので、効果的なトレーニング、戦略的なレース、体調管理など目的に合わせた使用が可能となる。(株)NTTドコモと共同したアプリとの連携も行っており、日常からスポーツ時まで活用できる。また、ゴールドウインは心拍に関しての理解を深めるための活動を行っており、運動目的に合わせて心拍数を活用する知識をより多くの方に提供している。さらに、チームユースとしては、個人の科学的根拠に基づいたトレーニングや戦術を得ることができる。以上のことから、今後、スポーツにおいてウェアラブルは多くの場面で活用されると予測される。

「はかるを軸としたスポーツ栄養とその展開 – サッカーの現場で得たこと―」 株式会社タニタ 企画開発室 小澤 智子 氏

タニタでは「測ることが健康をつくる」に着目し、食事・運動・休養の測定を勧めている。 サッカー選手をサポートする業務では、U15~U23、および、A 代表の選手の体組成(身長・体重・筋肉量など)を測定し、データの分析結果を試合やトレーニング、ケガをした時のリハビリテーションに活用できるよう、それぞれのチームにアド





バイスをしている。本講演では、測定の概要の説明と年代ごとのデータの変化がグラフで示された。また、育成年代に対する栄養サポート業務では、成長期であるため大人とは異なる食事が必要になることのほか、試合前後の食事や水分補給、サプリメントに対する考え方などのポイントの説明があった。実際の取り組みについては「いつも疲れていて、モチベーションが低かった子どもに、食事と身体計測を指導した結果、食事内容が変化しただけでなく、心理面でも前向きにがんばれるようになった」事例が紹介された。さらに、「スポーツ栄養について小学校の部活でも教育すると、子どもは生活に対する意識が変わる」と提案があった。



株式会社ディー・エヌ・エー スポーツ事業部 副事業部長 西谷 義久 氏

株式会社ディー・エヌ・エーが携わる野球事業である横浜ベイスターズにおけるボールパーク構想の現状と構想を中心に C S R 活動の紹介及び横浜における野球が中核となるスポーツタウン構想における、街づくり事業への参画の構想紹介。



DeNA が野球球団の経営に携わり 5 年が過ぎた。経営している「横浜 DeNA ベイスターズ」は今年初めてクライマックスシリーズ出場の快挙を達成し、観客数も初年度の 117 万人から今年度は 190 万人まで大きく躍進した。球場の稼働率も 90%を超えるなど、チケットの取りにくい球団に成長することができた。バーカウンター付きのシートやファミリー向けのシートを設けたり、と様々な取り組みを進めつつ、2020 年までには本拠地球場の改修も行う予定。

ホームタウンである横浜市において、「横浜に根付き、横浜と共に歩む」「スポーツが人や街をつなぐ」をキーワードに野球事業の飛躍、及びスポーツ全

般への事業展開を視野に入れた地域密着の街づくりへの展開を検討している。

行政やパートナー企業と組み、オリンピック・パラリンピックなどをきっかけとして、スポーツ産業を「生み出し」「根付かせ」、球場から広げて、最終的にスポーツ産業を文化として根付かせることが目的。具体的には、球場外の商業施設運営、スポーツ人材の育成、スポーツビジネス「横浜モデル」の輸出などを検討している。

「Can You Really Predict Athletic Injuries?」 SPARTA SCIENCE CEO フィル・ワグナー博士

SPARTA SCIENCE 社は、約7年前にスタンフォード大学出身者を中心にシリコンバレーで創業したスポーツ関連ベンチャー企業である。本セッションでは、同社 CEO のフィル・ワグナー博士が「スポーツにおける怪我の予測は本当に可能か」という観点での知見、ケーススタディを紹介した。

アスリートの怪我をビッグデータ活用により予防する取り組みが世界で進められてい

る。SPARTA SCIENCE 社の顧客は MLB、NFL、NBA、Super Rugby に所属するチームなど多岐にわたる。代表的な実績としては、MLB で 99 件の怪我発生を防止した事例がある。



メジャーリーガーの怪我は、本人の選手寿命に影響するだけではなく、球団の運営にも大きなインパクトを与える。かつては、アスリートにとって怪我はつきものであり、一定の割合で発生することは避けられないとする考え方が主流だった。しかし今は、怪我は防止できるという考え方へと変わってきている。なぜなら、経験則や目視だけでは判断しきれない怪我の原因をビッグデータ解析で導き出せるようになってきたからだ。例えばテスティングという手法の例として、ジャンプテストとバランステストが挙げられる。ジャンプテストは、専用の板の上で選手に垂直跳びをさせ、その時の重心の移動や力の伝わり度合

いから怪我のリスク増大を発見するという手法だ。

一方バランステストは、体の左右のバランスが崩れている時に怪我の発生確率が上がることに着目し、左右の重心バランスを定期測定するという手法だ。どちらの手法も、平時のデータとシーズン中のデータを定期的に測定比較していくことでスコアの乖離が分かり、怪我をしやすいコンディションの際にはアラートを出し怪我を予防する。このようにビッグデータを活用すれば、かなりの怪我を防止できる。さらに選手のコンディションのデータ、練習のデータ、既往歴のデータなどを掛け合わせていくことでより優れた予測モデルが構築されていくと考えられる。



「国際的なスポーツマネジメント人材の育成について-TIAS を始めてわかったこと-」 筑波大学准 教授 高橋 義雄 氏



筑波大学主任 研究員 塚本 拓也 氏

日本初の国際スポーツアカデミーTIAS(Tsukuba International Academy for Sport studies)は、日本政府が推進する「Sport for Tomorrow」の一環として 2015 年に開設された。国際的スポーツマネジメント人材を育成すべく、全ての授業を英語で実施し、グローバルな環境にて教育を行い、修了後に修士学位を与える。冒頭、高橋氏から、初年度の実験的取り組みとして、AISTS(IOC 創設の大学院- International Academy of Sports Science and Technology)との共同セミナーであるショートプログラムの紹介があった。TIAS の強みの一つである海外とのネットワーク構築事例として、修好 50 周年のシンガポー



ルでの教育プログラム事例の紹介があり鈴木スポーツ庁長官も参加したことが紹介された。最後に自身が委員を務めた「スポーツ未来開拓会議」の中間報告における TIAS の位置づけ、今後の取り組みとしての「スポーツ経営人材プラットフォーム協議会」を紹介があった。

続いて、日本における数少ない AISTS 修了生の 一人、塚本氏から TIAS を始めてわ

かった「成果と課題」として、発表があった。まず、AISTS と TIAS 提携の経緯(双方デマンドの合致)と、TIAS が掲げた 3 つの目標(KPI)と現状の課題認識について。次に、参考とする海外大学院プログラム(AISTS、FIFA マスター、MEMOS、MESGO)の概要まとめ、組織体制、創設パタ



ーン分析を紹介。続いて欧州の AISTS では、1)関係グループを「場」に乗せ、2)マッチング、集客等の機能を提供、3)検索、コストを減らし外部ネットワーク効果を創造する、ことが、IOC が 10 年かけて構築した強力なプラットフォームとして実現されているスポーツ経営人材プラットフォームの実例として、紹介された。最後に TIAS として「大学院の運営組織と修了生が奏でる大きなネットワーク」を構築し、アジア初のスポーツ経営人材プラットフォームとしたい、との希望を述べられた。

「国内スポーツベンチャーの挑戦」 株式会社スポーツセンシング 代表取締役社長 澤田 泰輔 氏 株式会社 SPLYZA 代表取締役社長 土井 寛之 氏 CLIMB Factory 株式会社 代表取締役 馬渕 浩幸 氏 慶應 SDM 研究科特任講師/株式会社ユーフォリア代表取締役 橋口 寛





パネラーの4社は、スポーツ産業に新しい価値をもたらす取り組みにチャレンジしている。クライムファクトリー(株)では、おもにトレーニング効果や選手の生活状況を可視化する事業を、(株)スプライザではスポーツ×動画のアプリケーションを開発し、競技力向上やコミュニケーションを促進に取り組んでいる。また、(株)スポーツセンシングでは、スポーツや病院のリハビリテーション分野が必要とする身体運動や生体信号の計測、および、動作分析や映像分析を、(株)ユーフォリアでは、アスリートのストレングス&コンディショニングサポートからパフォーマンス向上につなげるさまざまな取り組みについてクラウドサービスを用いて提供する。本セッションでは、このようなキープレイヤーが集まり、スポー

ツ産業界の現状を振り返りながら、国の目標である 15 兆円産業に市場が拡大するためのアイデアや意見が出された。このほか、「スポーツ産業を取り巻く環境の変化」「スポーツ産業に関わる人材開発と育成」「スポーツ界の I T 化に必要なこと」などが活発に話し合われた。

「Think Ahead ~日本トップスポーツ強化におけるプロジェクト思考~」 日本スポーツ振興センター ハイパフォーマンス戦略部長/専修大学 教授 久木留 毅 氏

本来スポーツは、スポーツを行うアスリート及びその指導者そして、実際にそれを行う場所さえあれば、成り立つ。しかし、国際大会においてのスポーツは進化が止まることを知らない。その進化は高速度化、高強度化、高品質化そして目的とした試合において最大のパフォーマンスの発揮をするための焦点化までクリアしなければ勝利を得ることは難しくなっ



てきている。それは現代スポーツにおいて勝つためには、システム化された組織がハイパフォーマンスパートナとして彼らを支えることが必須であるということである。そしてこの組織は、スポーツ界の枠に捉われることなく、ビッグデーターや IoT、GPS などの他の先進的なテクノロジーとインテグレート(結合)することこそが必要なのである。



日本は4年後にオリンピックを迎える。この大会において勝利をすることは日本のその後のスポーツ界の高揚に不可欠である。欧州の強豪国もそれぞれが長期的かつ科学的な見地から国家を挙げて勝利を目論んでいる。日本においても各分野の総力を結してこれらに勝利していかなければならない。その結果としてスポーツの勝利があらゆる分野における発展へと昇華し国益へと還元される。ハイパーマンスセンターはその中核を担うつもりである。

「変えることが難しいことを変え 〜日本ラグビーの強化〜」 日本ラグビー協会理事/日本代表 GM 岩渕 健輔 氏

ラグビーW 杯南アフリカ戦の勝利「ブライトンの衝撃」は偶然か必然か。リオデジャネイロ五輪では7人制ラグビーで強豪ニュージーランドを破る大金星もあげた。過



去に17対145で大敗したニュージーランド戦「ブルームフォンテーンの惨劇」から日本ラグビーは何が変わったのか。

本セッションでは日本ラグビーの強化について、岩渕 GM の取り組みが明らかにされた。GM の業務内容はチーム強化の方向性を 決め、それを実現するための強化プラン(人事・予算編成含む)を推進することだ。岩渕 GM の掲げた目標は、全代表の世界トップカテゴリ入りを達成すること(2012 年時点の世界ランキングで日本は 15 位)。目標達成に向けて 5 つの取り組みを行った。 それは「①世界一のスタッフ」「②世界一の強化プログラム」「③世界一のトレーニング」「④世界一の準備」「⑤世界一のマインドセット」だ。①世界一のスタッフは、エディ・ジョーンズを筆頭とした最高の人事編成を実現したこと。②世界一の強化プログラムは、例



していく。

年85日間程の代表合宿を114日にしたこととTier1(ラグビー伝統国に分類される10カ国)とのテストマッチを年間1回から最大4回にしたこと。③世界一のトレーニングは、世界一過酷なトレーニングスケジュールで特に筋力増強に重点を置いたこと。④世界一の準備は、ドローンまで活用した徹底的な試合分析(レフェリーの癖までも分析対象)を行ったこと。⑤世界一のマインドセットは、チーム全員が真のキャプテンシー及びチームへの献身性を持つことである。5つの取り組み結果として、ジャイアントキリングが起き、世界ランキングでも一時的にはトップ10入りを果たした。今後日本ラグビーが迎える正念場として、ラグビーワールドカップ2019、東京2020オリンピック・パラリンピックがあるが、引き続き日本ラグビーの強化に全力を尽く

「Jリーグを世界に売り込む」 Jリーグ 国際部部長 山下 修作 氏

アジア各国のサッカーリーグとどのような連携戦略をとりながら日本企業を売り込んだのかを、多数の事例を挙げながら紹介いただいた。

1993年に発足した Jリーグは 10 チームから始まり、J1からJ3までで、現在では 56 チームにまで広がっている。ただし、地域に根ざしたチームを増やすことによる 拡大戦略の将来性の疑問を感じ、アジアをターゲットに Jリーグのノウハウを売り込むビジネスプランがアジア戦略の始まりだった。かつて日本はアジアの中でもサッカー





弱小国であった。しかし、今や日本代表はワールドカップ 5 回連続出場、オリンピックは 2020 年の東京オリンピックを含め、7 回連続出場するまでに成長した。アジアにはサッカーが人気スポーツにも関わらず、自国の代表がワールドカップやオリンピックに出場することのできない国が多数ある。

アジアの各国リーグでは、政財界の要人や王族がリーグの主要なポストを占めている、またはクラブチームのオーナーであることが多い。

自身が熱心なサッカーファンであり、また自国民に対してサッカーが持つ影響力について十分に理解をしている人たちである。

彼らに J リーグ及び各チームが持つ運営・育成ノウハウを伝えアジア各国の サッカーリーグ及びチームと連携することにより、それぞれの国の企業と J リー

グに関わる日本企業がビジネス面で結びつき、結果として企業や地方行政と各国がダイレクトに連携することが可能となった。

Jリーグのクラブチーム名には必ず地域の名称が入っているため、地元自治体が直接お金をかけることなく海外での知名度を上げることが可能となった。アジア各国のスター選手がJリーグのチームに加入することや練習に参加することが、自国での報道やスター選手自身の発信力・影響力により、所属チームだけではなく、所属チームの属する地域(「札幌」や「甲府」)まで、選手を応援する自国民に急速に浸透していく。実例として、ベトナム人選手のコンサドーレ札幌加入した際のコンサドーレファンの歓迎によって、ベトナムにおける「札幌」の認知度が上がったことがサッポロビールのベトナム進出を後押しし、現地において一気に欧米ブランドと並びプレミアムビールとなった。

また、水戸ホーリーホックに加入したベトナムのスター選手により、ベトナム航空によるホーリーホックの背中スポンサーや茨城空港への直行便の決定などが決まった事例もある。

結果として、サッカーチームが属する地域だけではなく、国までもが世界がマーケットになりうることが出来た。

アジア全体のサッカーを底上げしてゆくことで、スポーツのコストセンターからプロフィットセンターへの転換により、日本の経済の活性化に繋げてゆくことができる。

そのための一つのコンテンツとしていかに J リーグを活用してゆくか、というのが、J リーグを海外に売り込むための戦略であり、これから さらに政府・行政とのタグを強化し推進してゆくものである。

「スタジアムの未来像 -コミュニティボールパーク構想-」 株式会社横浜 DeNA ベイスターズ 経営・IT 戦略部 部長 木村 洋太 氏 オンデザインパートナーズ 代表取締役社長 西田 司 氏

横浜 DeNA ベイスターズは、2012 年度から横浜スタジアム全体をエンターテイメントスペースにする「コミュニティボールパーク」化構想に取り組んでいる。コンセプトは「市民が家族や会社の同僚と気軽に立ち寄れ、楽しめる場所づくり」。木村氏は「ライバルはジャイアンツの試合でなく、中華街や横浜公園、ディズニーランド」と言う。例えば、家族向けには



子どもが寝ころんで観戦できる「リビング BOX シート」、三塁側内野席の最上部にはビールと夜景もセットになったバーカウンターを



設置し、野球がよく見えなくても、仲間が宴会を楽しめるスペースをつくった、などの事例が具体的に紹介された。花火やプロジェクションマッピングで幻想的な空間も演出しているという。その結果、5年目の現在は、一試合平均の観客動員数が1.6倍、稼働率9割を維持する結果となった。さらに、来年は「横浜市の街づくり」をより強く意識し、街の重要文化財を活用しながら、「日常にスポーツがあるコミュニティづくり」を仕掛けていくという抱負が語られた。

「ニューヨーク大学大学院のスポーツ経営人材育成事例」 New York University,School of Professional Studies Tisch Institute for Sports Management, Media and Business Clinical Assistant Professor

Ms. Cameron Myler

1831 年創立のニューヨーク大学(NYU)は、世界 13 箇所の拠点を持ち、世界中のトップクラスの学生が通う大規模大学だ。教授陣には世界的に名の通った



学者、研究者、芸術家が揃っており、質の高い教育を受けることができる。学生は約 160 の分野から約 2,500 の科目を選択することが可能。今回説明する専攻分野は NYU の School of Professional Studies の「スポーツ・マネージメント」修士課程。



ここでは、NYU オリジナルのスポーツプログラムにより、スポーツ経営学、イベントマネジメント、スポーツ法、組織マネジメント、スポーツメディアなどを学ぶことができる。最たる特徴としては、600 時間のインターンシップが必須科目となっていること。インターンシップ先は、Women's Sports Foundation、United States Tennis Association、National Broadcasting Company、Madison Square Garden、CBS Sports、Major League Baseball、New York Yankees、などを筆頭に有名企業が多数あり、座学で学んだことが実践知に昇華していく貴重な科目である。日本で気運が高まっているスポーツ・マネージメント領域に寄与できるプログラムとなっているため、進学を一度検討してみていただきた

「ラグビー 日本代表チームにおけるストレングス」 早稲田大学ラグビー蹴球部 ハイパフォーマンスコーディネーター 村上 貴弘 氏

ストレングス&コンディショニング(S&C)とは元々アメリカンフットボールにおいて選手の体力部門を専門的に鍛えるコーチとして生まれた分野である。ラグビーにおいては、ワールドラグビーが取り組むべきエリアを規定してライセンス化を行っている。特にラグビーにおける S&C のプログラム領域は、体力面(ストレングス、スピード、フィットネス)、体の準備面(アナトミカルアダプテーション)、管理面(リカバリー、



ピリオダイゼーション、モニタリング、ロードマネジメント)、栄養面(ニュートリション、リコンディショニング)で、これら領域内で PDCA を回すことが求められている。

日本代表のラグビーチームでは 2012 年に「世界 TOP8 に勝つために日本代表に必要なこと」としてアタッキングラグビー(攻撃は最大の防御)、世界一のフィットネス(リロード、常に数的優位に立つ)、セットピース、ストレングス強化(体重を増量、肉弾戦で逃げない)」という JAPAN WAY を標榜。実現のため、年単位のピリオダイゼーション(目標設定)を実施した。ストレングス強化ではヘッドスタート(朝活)が奏功したと感じている。ヘッドコーチが毎早朝に笑顔で挨拶しセッションに参加し、食、寝、訓練を繰り返す、厳しいルーティンを牽引した。エディジョーンズヘッドコーチは「常識的な取り組みからは常識的な結果しか生まれない」「スポーツはサイエンスとアートの融合」と述べ、実践した。また、S&Cコーディネーターであるジョンプライヤーは「S&Cは生理学30%、心理学70%」と考えていた。この二人の最強コンビが全体を包括管理し、最大の結果を導いたと言えるだろう。



ラグビー日本代表のハイパフォーマンスをマネジメントするために、マルチディシプリンに方向性を持って連携、対応できる学習する組織を作り上げた。テクニックではなくスキルを教えるコーチングを目指し、「今の判断は正しかったか?」と常に問いかけ Game Sense 磨く等、全てヘッドコーチのもとで有効に機能していた。

今後のハイパフォーマンスマネジメントに必要な領域として、各 S&C 分野、 戦術、メンタル、メディカル等領域をまとめて方向付けするコーディネーター (ハイパフォーマンスマネージャー) が現場に必要である。エディジョーンズの ようなコーチを好例として、今後コーチが学べる仕組みが必要だと述べた。

「スポーツ×地域創生

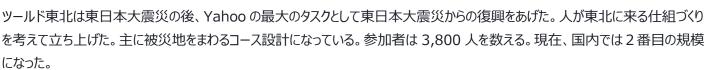
~白馬トレイル/東北風土マラソン/ツールド東北事例より~」 株式会社ユーフォリア 共同代表/Co-founder 宮田 誠 氏 株式会社ラストワンマイル代表取締役 田中 直史 氏 ヤフー株式会社 コーポレート統括本部 プロデューサー 須永 浩一 氏 ヤフー株式会社 公共サービス事業本部 本部長 石田 幸央 氏

白馬国際トレイルラン(長野県白馬村)、東北風土マラソン(宮城県登米市)、ツールド東北(宮城県広域:石巻市、女川町、南三陸町、気仙沼市)

の3つの大会を事例に、開催目的、主体となる団体や組織、ROI、参加者の県内外比率などを紹介。その後、スポーツイベントが地方創生に役立つのかを議論した。

白馬国際トレイルランは 2011 年、震災の年に立ち上げた。白馬村は人口 9,000 人、エントリー数は 2,000 人になっている。立ち上げ当初はトレイルランが何か、理解できないといわれていた。 当時は 39 個の大会しかなかったが、今は 300 以上あり、参加者の人気ランキングで現在 1 位になっている。

東北風土マラソンは震災復興を目的に開催された。4,300 人のエントリーがある。グッドデザイン賞もとっている。世界一のファンランを目指している。



共通していることは、公的な資金でスタートしたのではないことが挙げられる。現在、ツールド東北では石巻市と協力し国から大会のために地方創生に関する公的資金を得ている。これは自治体との距離が近づいたから出来たことだろう。宿泊者が増え、ペンションが満室になるなど、経済効果は上がってきている。ボランティアに関しての課題が挙げられる。仕組みにおける課題があるが、今後、県外からのボランティアに対する長時間対応へのケアとしてのシフト制の導入や県内の高齢者含む住民ボランティアへのケアを考えていきたい。



スポーツは実際に地域創生に役立つのか?

自分の足で移動すると、強烈に記憶に残る。土地に合っていると思う。ボランティアで参加する人に参加感がある。支えている参加者の顔が見える。満足しているかを肌で感じることができる。仲間感が出てくる。音楽と比較するのは乱暴だが、音楽はアイコン的な人が来て、参加者は聞いているだけ、というのとは少し違う。

自分たちで実施していると役所の人が動きだす。口も出してくる。関わり出してくる。地方を巻き込んだ大きなムーブメントとして有意義なものになってくると実感がある。スポーツをするところをサポートする、運営するためにサポー

トしていく、というのがある。それがスポーツならではの良いところだと考えている。





「Life with Sports: アスリートの人生を支援するシステムのデザインとマネジメント」 慶應義塾大学 SDM 研究所 スポーツシステムデザイン・マネジメントラボ代表 日本スポーツ振興センター・ハイパフォーマンス戦略部マネージャー 神武 直彦

慶應義塾大学 SDM 研究科博士課程/ソウル五輪シンクロデュエット銅メダリスト 田中 ウルヴェ 京氏

『Life with Sports』は前段の JSC 久木留部長の講演でも触れられた大きなテーマ。まず神武氏より、慶應 SDM においてどのような考えに基づいて本テーマに取り組んでいるかが紹介された。アスリート支援にはスキル、食事、フィジカル、メンタル等多方面の専門分野が存在するが、日本の現状は分野別でデータベースも別になっているため統合が必要となる。そのために「システム思考」という考え方を導入。「システム思考」とは例えば、「木を見て森を見る、森を見て木を見る」という考え方で、食事、フィジカル、メンタルは森に存在する木、それぞれの木がどう連鎖して大



きな森であるアスリート育成を形成するか、ということ考える取り組みである。我々慶應 SDM は「アスリートに寄与する・スポーツ価値を向上させる」ことを目的に、システム思考、デザイン思考、マネジメント、データアナリティクスの考え方を駆使して取り組んでいく。今後「スポーツシステムデザイン・マネジメントラボ(SSDM)www.sports.sdm.keio.ac.jp」においても発表し活発に議論していきたい、との抱負が語られた。最後に「システム実現・運用のための主な必要なプロセス」を紹介。この考え方がアスリート育成支援システムで適用されているかについては現在確認中だが、多くのシステムでうまくいっていない。かつてのオリンピアンでもあり SDM の学生でもある田中ウルヴェ氏から事例をもとに話してもらい議論を展開する。



ここで田中氏から、自己の略歴、経験、SDM との出会いの話から、いかに「Life with Sports」をこの場で紹介するに至ったかを紹介。自身の専門領域であるスポーツ心理の視点から「スポーツ未来開拓会議」における課題であるスポーツ人材の育成・活用セクションにおける「各団体のコンソーシアム設立によるアスリートサポートシステムの構築」に着目。現役選手向けにはJSC事例としてアスリートの成長段階と支援の関係性を示したJSCAthlete lifestyle Program & Dual Career Program、引退選手向けにはJOCのアスナビ再就職支援を例示。合わせてスポーツ心理の目線からは「引退した直後から3年ぐらいではトランジションを終えられない」と

いう課題、つまりシステムとしての不備があるのではないかと指摘。世界では IOC キャリアプログラムのような「トランジションプログラム」 事例があるが「ギャップが感じられるもの」とのコメントが述べられた。今後、システムデザイン的にどの視点から見ると(トランジションの) サポートができるのか考えたい、との考えが述べられた。

結びに再び神武氏から「これが解答という銀の弾はまだ持っていないが、考え続けることが大事。田中さんは二年後にまた研究の進捗をこの場で発表してくれる」ことを約して終えた。

「JFA Youth & Development Programme (JYD):
サッカー日本代表に続くマーケティングシステムデザインへの挑戦」
日本サッカー協会マーケティング部部長代理 斎藤 聡 氏
日本サッカー協会マーケティング部 林 鉄朗 氏
慶應義塾大学 SDM 研究所 スポーツシステムデザイン・マネジメントラボ代表
日本スポーツ振興センター・ハイパフォーマンス戦略部マネージャー 神武 直彦

JFA Youth & Development Programme (JYD) は、日本サッカーの発展ために、さらなる普及や次世代選手の育成を促進することを目的にした新規プロジェクトである。取り組み事例として、「JYD デザインキャンプ」の例が挙げられた。JYD デザインキャンプは、公益財団法人日本サッカー協会(JFA)と慶應 SDM が共同開催し、システム×デザイン思考を適用したアイデアソンやハッカソンを 2016 年 9 月 11 日から 10 月 10 日の 1 ヶ月にわたり実施したものである。日本全国から様々なバックグラウンドを持つ約 50 名の参加者が集い、熱い討論が交わされた。討論もただのアイデア



出しでは終わらず、実用化・産業化を強く意識しているため今後の活動にも期待してほしい。JYD の取り組みを通じて、サッカーの強化や人口減少に歯止めをかけるだけではなく、スポーツ産業全体の活性を目指していきたい。そのためには、年代、種別を越えたスポーツ人材のサポート体制を実現していくべきだと考えている。そして、興味や情熱を持つスポーツ人材の雇用も促進するような



活動を行っていきたい。活動フィールドは日本だけではなくアジアも視野に入れている。最後のまとめとして林氏は、する、見る、支えるという3つの視点でスポーツを活性化し、関係者と一体となってサッカー界だけではなく競技を越えて貢献していきたいと結んだ(陸上連盟や水泳連盟とは成功体験をシェアしているとの事)。斎藤氏は、若い世代がスポーツ産業の活性化には必須要件であり積極的に協力してほしいと結んだ。



「アナリストの役割と日本スポーツアナリスト協会の活動」 日本スポーツアナリスト協会理事 独立行政法人日本スポーツ振興センター パフォーマンス分析スタッフ 千葉 洋平 氏



北京オリンピック以降、アナリストとして活動しているが、その先駆けとなったフェンシング競技を通じてアナリストの役割や業務内容を紹介した。



スポーツアナリストという仕事としては、情報の活用で優位を作ることが役割であり、プロセスとしては、収集・分析・伝達が存在する。多くの情報かを収集し、分析・伝達の段階には量から質へ転化していく。分析・伝達にはシンプルに必要なことに絞り込んでいく必要があり、そのプロセスの中で常にその方法が正しいのかも検証している。

情報収集においてフェンシングの場合、年間で約11のオリンピック同等レベルの大会がある。男子フルーレのみで換算しても年間2000試合撮影。分析には、SPORTSCODEというツールを活用し、映像情報にタグ付けしその他の数値的情報も瞬時に提供できるように工夫している。伝達は選手

が納得や理解できるような形でフィードバックすることが重要。ツールとしては Pad で動作する SMART-System, Handbook, Sportstec Player というアプリを活用。選手の好みに応じて、グラフや数値で説明する。選手の経験値も需要な情報であり、ミーティングを重ねる。その中で、たとえ言語が違ったとしても数値や映像は共通の理解を得るためのコミュニケーションツールとなる。例えば、これまでは攻撃である「アタック」が防御である「カウンター」よりも得点率が高いように感じられていたが、具体的に数字化することで曖昧さをなくすと、ほぼ同じ得点率だったことが分かった。またメジャーを作ることで海外選手との比較も用意になった。「経験」「データ」「映像」は決断のために補完関係にあると言える。



タブレットやクラウドを使うことで、選手もコーチも以前よりも情報に触れる機会が増えた。また、選手とコーチと接する機会を増やすことが難しいため、選手とコーチが自身で検索抽出できる映像フィードバックシステムが必要だと考えている。

2014 年 6 月、日本スポーツアナリスト協会を設立。競技の枠組みを超えたスポーツアナリストの活動。違う種目のアナリストとの情報交換や勉強会を行う。また、外部に発信するセミナーも行う。

2 年前から実施しているスポーツアナリティクスジャパンを今年も実施予定。テクノロジーとアナリスティクスで広がる日本スポーツの可能性を広げたい。

「競争」から「共創」へという流れがあり、日本のスポーツ界を牽引していきたいと考えている。

「米国スポーツ産業視察報告

~なぜ SPORTS X Conference を始めようと考えたのか

~]

慶應義塾大学 SDM 研究科 特任講師 冨田 和慶應義塾大学 SDM 研究科 特任講師 橋口 寛

本年、3月に米国ボストンにおいて開催された MIT Sloan Sports Analytics Conference(SSAC)、および6月に米国内のスポーツマネジメント大学院ならびにスポーツ関連企業の視察に行った際に得られたインサイトを報告した。



SSAC は、大学・研究機関の研究者(データサイエンス・医科学・生化学・動作解析・マーケティングその他)、スポーツリーグ関係者、スポーツチーム関係者、スポーツベンチャー、大企業、コンサルティングファーム、学生等、幅広い参加者がいる。期間中のハッシュタグ#SSAC は全米トレンドランク 3 位となり、#SSAC をつけたツイート数 16,000 件、総インプレッション数 60,000,000 を超えた。注目度が高いことが伺える。2 日間の開催で合計、100 以上のセッションが実施され、対象分野は幅広い。多様な立場(大学研究者/スポーツチーム・リーグ/コーチ・ドクター・トレーナー/メディア/大手企業/ベンチャー企業/投資家等)が密接に関わり、スポーツ産業というひとつの産業を形成しており、そこにはエコシステムが存在している。全く異なる立場の人物がひとつのテーマ(例:アスリートの怪我予防)を共に議論できる土台を共有しており、インターディスプリナリーな議論が交わされていた。米国のスポーツ市場規模は全体で約 50 兆円だが、スポーツベンチャーに対するリスクマネー投資も非常に活発で、昨年一年間に VC がスポーツベンチャーに投資した 1000 億円超という金額は日本の全産業ベンチャー投資額と近いことに驚きを隠せなかった。また、同カンファレンスへの日本人参加者の少なさに危機感を覚えた。



6月は「①スポーツ産業活性化」「②スポーツ経営人材育成」、の2つの 視点に関して、今後の取り組みにおける有効なインサイトを得ることを目的と して、現地調査を実施した。大学スポーツやスタジアムビジネス、新しい分野 に革新的に挑んでいる企業などを訪問した。

また、北米には約 100 校の Sports Management Program が存在する(大学院/学部)。企業との結びつきも密接で、インターンシップが充実しており、就職にも直結している。それらの実態を把握し、これまでの手法や今後の展望などをヒアリングしてきた。ただし、大きくビジネスが発達しているからといって、米/欧/中の個別具体的な取り組みをそのまま日本にコピーして済

むものではない

日本には日本の文化/風土/人/歴史/コンテキストに即したスポーツ産業でなければ定着しないだろう。キーになるのは、多様な人の関わりによって成り立つ、日本ならではのスポーツ産業エコシステムの構築だと考える。

ひとつの取り組みとして、来年以降、慶應 SDM でも人材育成と交流の場を設ける予定をしており、今後の SPORTS X の活動にも注目してほしいと述べた。

「第一回 KEIO SDM SPORTS X Conference を終えて」 慶應義塾大学 SDM 研究科 准教授 白坂成功

何かに着目すると他に意識がいかなくなる。それが無意識にも起こる。人は専門性を持つとそれがバイアスとなる。SDM という研究科はそれを超えることを目指している。私はアプローチ、方法論が大切であり、メソドロジーに特化したメソドロジーラボを主催している。専門家がいるなら任せれば良い。専門性をディスプリンと呼ぶが、私たちはディスプリンを複数集めたマルチディスプリンではなく、横串にさすインターディスプリンを専門にしようとしている。機械工学、電子工学、ソフトウェア工学などのインターディスプリンで使われているシステムズエンジニアリング、そ



の上に新しく作るデザイン学やマネジメント学を乗せた。多様な人たちが集まるだけでなく、横串で繋ぎ統合していく。スポーツでも今、 まさにその必要性を感じた。



MIT Sloan Sports Analytics Conference には 320 名のアカデミックの研究者、330 名のチームやリーグ関係者、300 以上の企業が参加している。初回は 175 名だったが、現在では 3,900 人の参加者を迎える。富田、橋口が視察に行き、本日登壇していただいたワグナー博士をはじめ、講演の質・量に驚かされた。その中で日本人の参加者は 5 名だった。国際カンファレンスは、集まって共通の言語でディスカッションをする、つまり共通基盤を作る場である。共通基盤を作ることは SDM の専門なので、SDM で主導しても良いと考えた。2020 年に向け、スポーツ産業を拡大すべきこの時期に、MIT Sloan Sports Analytics Conference への日本人の参加

状況を見ると、スポーツ産業が活性化していく時に入って来るのは海外企業ばかり、となりかねない。英語の壁や文化の違いもあるので日本版をやるべきだと思った。

経産省はスポーツ産業を 5 兆円から 15 兆円に育てるためにはスポーツ人材が足らないと考えている。 95 年にはプロ野球とメジャーリーグ、 J リーグとプレミアリーグは同規模だった。 短時間で大きな開きができてしまったが、同時に成長させることができることを示してくれている。 10 兆円伸ばすことは不可能ではないだろう。

今回のカンファレンスのベースになったのは、アメリカ横断をしながら聞いた、スポーツビジネスが活性化する土台を考えた人がいたという事実だった。 統合的に、権利関係やビジネス、教育、セカンドライフ、など考えなければならない。 そのベースを作ることは SDM でも出来る部分だろう。 スポーツの専門家



ではないが、日本の様々な文脈に合わせ必要に応じた統合をする、そのためにシステムを構築する人材を作る場を作れるかもしれない。SPORTS×○○の○○には様々な項目が入る。

今回の「第一回 KEIO SDM SPORTS X Conference」は事前登録 461 名だった。参加者は 380 名。セッション数が 21、 登壇者が 30 名であり 4 つの部屋を使ってパラレルセッションを実施した。

来年の SOIRTS X カンファレンス 2017 年 7 月 27 日~28 日の 2 日間で実施を予定している。 是非、今後の活動にご期待いただきたい。

スポンサーシップ記録













Nikon



NTT コミュニケーションズ

協力メディア: スポーツイノベイターズ**Onl**ine(日経BP社)















