

# スポーツ分野における ICT の利活用について

## 濱村 文久氏

日本電信電話株式会社

新ビジネス推進室サービス戦略担当 主査

パネルディスカッションに先立ち、スポーツ分野における ICT の利活用について事例紹介がありました。

皆様おはようございます。NTT の濱村と申します。本日は NTT がスポーツ分野においてどのような活動をしているか、事例を示しながら紹介いたします。

日本は世界に比べるとまだスポーツがビジネスの場となる面では遅れています。しかし、言い方を変えますとまだ伸びしろがあるわけで、2020 年までに ICT を使っていかに右肩上がりに持っていくか、我々が課題として取り組んでいるところです。では、スポーツの分野で ICT がどう活用されているのかですが、1 つ目がスポーツ競技そのものにおいてです。

競技そのもののデータですね。勝った負けたとか何分で走ったみたいなデータだけではなく、フィールドの選手全員のトラッキングデータとか、あるいはハートビートみたいな心拍数のようなバイタルデータですね、こういったものを活用してフィジカルそのものの強化に生かす。また、選手のチームの戦略みたいなところに活用がかなり広がってまいります。こういうものがまず競技そのものです。

続きましてスポーツ大会ということになりますと、関係者というのは一気に広がるかと思えます。皆さんもそうかなと思うのですが、大会そのものの運営の方、観客の方はもちろんのこと、その施設とか地域に受け入れられる関係者の方々が、非常に関係してまいります。大会期間中のデータの映像とか情報だけでなく、チケットングですとか、大会が終わった後にどう地域を回遊して頂くかみたいなどころ。こういったところに分析データというものが非常に活躍してまいります。本日はこの部分について事例を使っ

て紹介させていただきます。

NTT グループの会社を前に並べてありますが、今日ご紹介させて頂きたいのは、ちょっと皆さんに馴染みのない docomo の左隣にある緑色の所にあるディメンション・データという会社をご紹介したいと思います。こちらは 2010 年 7 月に M & A によって我々 NTT グループに参加した会社です。元々はネットワークの会社ではあるのですが、この会社は実はツール・フランスの本家のオフィシャル・テクニカルスポンサーになっておりまして、データのトラッキングみたいな情報を持ちながら映像に重畳して新しい価値を提供している会社です。1 分ほどのプロモーションのような動画があるのでご覧ください。

(映像)

今は世界の話になりましたが、今度は日本において我々がお手伝いした事例をご紹介します。これは先月に新潟県の苗場スキー場でアルペンスキーのワールドカップが開催されました。苗場では 40 年ぶりという事ですが、こちらは我々 NTT が ICT を使ったサポートした紹介です。1 つ目としては映像の配信です。こういうオーロラビジョンにテレビで放映されている NHK の動画を会場でも見せるところをやりました。会場は広いので遠くの選手はなかなか見えづらいというのが現地での声です。そういったテレビ映像を借りて会場で流すという事をやりました。

もう 1 つはちょっと限定的にはなるのですが、VIP ラウンジのような所ではスマートフォンやタブレットのようなデバイスで 1 人ひとりが見たい映像を見ながら

実際の現地で大会を楽しむということを見せて頂きました。放映権の問題もありますが、大会前にこういう話をきちんとしておくと、こういう新しいエクスペリエンスみたいところを提供できると思います。

2つ目ですが公式のスマートフォンアプリを提供いたしました。大会そのものではなく、大会の会場やそこまでのアクセスをスマートフォンですと皆さんが見やすいということもあって、若年層の方々には特にご利用頂きました。あと、大会終了後にこういった美しい所があるとか、温泉はいかがですかのような情報をセットで提供することもいたしました。

こういうものを提供しますと、どういう人がページを見たかというログが溜まってきます。それをヒートマップにしたのがこの図です。横軸が時間軸、縦が日にちです。下に行く수록行くほど、大会期間に近づくほど赤くなってすぐに分かるかと思っています。あと、イベントのタイムラインと重畳させることによって、どうしてこんなに見られたかが分かってきます。初日の前の日ですと、滑走リストが発表された時間帯に集中しているとか、やはり初日のレースの開始時間にトータルで最も多く見られたことが分かります。

もう1つ面白かったのが大会2日目の朝7時位です。ここでかなり利用率が上がりましたが、上位8位メニューについて折れ線グラフにしたものです。大会前は出場選手情報がよく見られているのが分かります。大会が始まると滑走の結果速報というのがよく見られています。全ページの「？」はニュースというメニューです。右下、緑色で出ているのがそれで、日刊スポーツ提供の号外記事を配信しています。やはり情報を出すにしても一番見られる所に、最適な時間に出すというのが重要かと思っています。こういうものを活用すると最も有効的な情報配信が出来ます。

アフターイベントで回遊の促進というのもやってみました。これはアンケートです。紙ではなくスマート

フォンを使ったアンケートをやりまして、回答してもらおうとクーポンを差し上げて温泉の割引を受けられますというようなことをやってみました。会場から15分くらいだったのですが、開始3時間ほどで当初予定の200名を超えて300名くらい集まりました。この内3分の1の方はその場まで足を運んで頂き、回遊が促進されたという見方ができるかと思っています。

もう1つ重要なポイントとしましては、このアンケート自体にはオペレーションの費用はかかっていません。人も立てていませんし、クーポンを紙で発行することでもしていません。アプリにはお金がかかりますが、一旦作ってしまうとお金をかけずにICTを使って人を動かすことも十分出来るかと思っています。

その他の活用事例を挙げますときりがありません。今日、皆様にお伝えしたかったのはやはりデータを貯めて分析をかけるというところが次のPPSサイクルを回すところで非常に意味があるかなと思っております。データを分析するというとかなりハードルが高いというイメージがありますが、本当にエクセルでグラフを作るだけでもかなりいろんな事が見えてきます。

スポーツにおけるICTという所の我々の位置づけとしましては、やはり新しい視聴体験を提供できるかと思っております。2つ目は効率的な大会運営をサポートできるのもまたICTの力かなと思っております。ここにおられる皆様のミッションであると思いますが、大会だけではなく開催地そのものを活性化させる、主役は皆様や地元住民という話もありましたが、そういうものを我々のICTツールを使って支援することが出来るかと思っておりまして、2020年のオリンピック、パラリンピックに向けてこういう活動をしているというのが我々の状況になります。

短い時間でしたがありがとうございました。