

スポーツマーケティングを取り巻く最新トレンド

近年のスポーツマーケティングには、テクノロジーの進歩などにより、多くの新しいトレンドが登場している。ここでは、現代のスポーツマーケティングにおける様々な新たなトレンドについて掘り下げる。

1. データドリブンマーケティングの進展

デジタル時代の到来に伴い、データの重要性が増している。スポーツマーケティングにおいても、AI技術を活用したデータ分析を駆使して効果的なキャンペーンを展開することが可能となっている。

例えば、ファンの観戦履歴やソーシャルメディアとのやりとり、ウェブサイトへの訪問、アプリの使用パターンなどの行動や嗜好データを分析し、それに基づいてターゲティングを行うことで、パーソナライズされた、より効果的な広告展開が可能となる。データに基づくアプローチは、リアルタイムでの意思決定やキャンペーンの最適化につながる。

またファンの立場からみても個々の嗜好に適した体験をすることができるため、より個人的なつながりを感じ、チームへのエンゲージメントが高まる効果がある。

2. eスポーツや新たなスポーツの成長

若年層を中心に、eスポーツやエクストリームスポーツなどの新たなスポーツが注目を集めている。

大企業の中にもこれらの分野にスポンサーシップを提供したり、人気のあるチームや選手と提携したりすることで、新しい世代のファンを獲得しようとする動きがみられる。

また、これらのスポーツはデジタルプラットフォーム上で急速に普及しており、YouTubeや

Twitchなどでのライブストリーミングや動画共有が、知名度向上に寄与している。

3. 女性スポーツへの注目

女性スポーツ市場の成長は目覚ましく、特に、サッカーやゴルフなどを中心に、メディアやスポンサーシップの関心が高まっており、アスリートへの投資が増加している。

スポーツマーケティング担当者にとって、女性視聴者を効果的に取り込むためには、スポーツ関連コンテンツを消費する際の彼女たちの嗜好を理解する必要がある。これには、インスタグラムのようなSNSの活用や、モバイルアプリやウェブサイトを通じたインタラクティブな体験の創造が含まれる。関連性のある魅力的なコンテンツを提供することで、既存のファンを引きつけるだけでなく、女子チームの応援やスポーツイベントへの参加に興味を持つ新しいファンを引きつけることもできる。

4. AR / VRによる体験価値の向上

5Gの普及により、リアルタイムで転送可能なデータの容量が増加し、高品質なライブストリーミングや視聴者との対話が容易になっている。2023年度末の全国の5G人口カバー率は98.1%であり、さらなる活用が期待される。

スポーツマーケティングは、この環境の下、新しいトレンドを迎えている。

スポーツファンに対して、リアルなスタジアム体験やトレーニングシミュレーションを提供する仮想現実（VR）や拡張現実（AR）が注目されている。実際にスタジアムで試合を観戦していなくても、VRやARを活用した体験価値の向上は、オ

オンラインでの視聴者を会場にいるかのような感覚に引き込むものとなっている。これにより、ブランドロイヤルティを高め、記憶に残る体験を作り出すことが可能となる。これらのトレンドを活用し、マーケティング戦略を調整することが、スポーツブランドやイベントの成功につながる。

■ 5G を活用した VR 試合観戦イメージ



出所：ソフトバンク HP /ソフトバンクニュース

5. 持続可能性と倫理的なマーケティング

スポーツマーケティングにおいても、持続可能性がますます重要視され、企業はその取り組みを強化している。スポーツイベントやブランドは環境に配慮した取り組みを強化しており、リサイクル・プログラムや環境に配慮したスタジアム設計などの取り組みなどが注目されている。

また、社会課題解決意識の高いアスリートやインフルエンサーとコラボすることで、ファンが共感し、ブランドに高評価を与える傾向がある。

企業が持続可能性を強調し、環境に配慮した取り組みを積極的に発信することで、環境意識の高いファン層を引き寄せることができる。同時に、倫理的なマーケティング施策が求められ、透明性や社会的な責任がブランド価値に影響を与えている。

6. ウェアラブルテクノロジーの進化

フィットネストラッカーやスマートウォッチなどのウェアラブルデバイスは、スポーツファンやアスリートの間で非常に人気が高い。これらのデバイスは、ユーザーの健康指標、パフォーマンスデータ、パーソナライズされたコーチングのヒントなどに関する貴重な洞察を提供する。

スポーツブランドは今後ウェアラブルメーカーと協力し、共同ブランド製品や特定のファン層に合わせた専用機能の開発に注力してることが予想される。(下写真は足と足首を温め、エアコンプレッションマッサージを提供するハイカットシューズ)

■ Nike x Hyperice Boot



出所：アルコインターナショナル リリース

アスリートも、SNS でのインフルエンサーマーケティング・キャンペーンを通じて、これらの製品を支持する役割を担うことになる。

また、ウェアラブルを利用したファンエンゲージメントの取り組みとして、参加者がデバイスから収集したデータに基づいてリアルタイムで好きなアスリートと競い合うバーチャルイベントなどの実施が考えられる。