第四回　スポーツ経営とイノベーション

工学系研究科技術経営戦略学専攻 37-176839 田村 浩一郎

Tリーグの売上を(チーム数を変えずに)10年で3倍にする

上記の命題を解くために，今回は以下の点について考察する．

* 現状の課題整理
* 施策案

1. 現状の課題整理

ソウルオリンピックで卓球が正式種目に採択されたことを契機に日本実業団リーグが発足し，当時は学生選手の活動の場としての意義が大きかった．しかし，海外のプロ(フルタイム)の選手との競争に勝つために，トップ選手の活躍の場としてのプロリーグ，Tリーグが2018年設立された．近年では，競合の中国の選手に勝てる選手も出現し，「愛ちゃん」ブームも相まって卓球の認知・人気度が向上したことにより，目覚ましい発展を遂げている．日本において，卓球の普及や選手育成を行う仕組みづくりが整えられ，初年度には20億円の売上が見込まれている．

1. 施策案

　Tリーグが発足仕立てのリーグであるということもあるため，ある意味では革新的な仕組みを取り入れやすいと考えられる．まずは海外の卓球のプロリーグで成功している事例を真似て，データをためながらデータ・ドリブンな意思決定と改善をしていくことが期待される．

　卓球の特性として，他のスポーツに比べ年長者もプレーしやすいという特徴がある．それゆえ，お年寄りや中高齢者もターゲットにしたマーケティング戦略を行うことによって，他のスポーツでは獲得できないようなユーザーを比較的競争が少なく獲得できる可能性がある．例えば地域での卓球イベントや，選手との交流会の開催を開くことで年配者とのコミニケーションを活発化させると行ったことが考えられる．