



お問い合わせはパシフィックリーグマーケティング株式会社 マーケティング室
TEL: 03-5408-7800 Email: pr@plm-baseball.co.jp



パシフィックリーグマーケティングが仕掛ける 企業のスポーツ活用プロモーション、 新たな可能性



この印刷物は「宣伝会議」2017年6月号に掲載された記事のプリント版です。

スポンサーだけに留まらない!

パシフィックリーグマーケティングが仕掛ける 企業のスポーツ活用プロモーション、新たな可能性

パ・リーグ6球団とパシフィックリーグマーケティングは、パ・リーグ6球団共同で企画したスマートフォン向け健康管理アプリ「パ・リーグ ウォーク」の提供を開始した。このアプリを仕掛けた、パシフィックリーグマーケティングはスポーツの価値を生かした、新たな事業開発に積極的に取り組んでいる。



スポーツの力を使い 社会課題の解決を目指す

パ・リーグの市場拡大を目的に、2007年に設立されたパシフィックリーグマーケティング (PLM)。近年はパ・リーグに属する全国6球団の活性のみならず、国民の健康増進など、野球そしてスポーツというコンテンツが持つ力を活用した社会課題の解決も見据えた活動を展開している。

こうした展開のひとつに、2016年3月下旬からスタートしたスマートフォン向けアプリ「パ・リーグ ウォーク」がある。無料のアプリをダウンロード



「パ・リーグ ウォーク」は一人ひとりの歩数を記録し、その結果の合計で試合当日に対戦相手のチームと競い合えるゲームの要素を盛り込んでおり、楽しみながら歩き、健康になってもらおうという狙いがある。

したスマートフォンを携帯すると、毎日の歩数が記録され、かつ各チームのファンの歩数合計で、試合日には相手チームと合計値を競い合うことができるというもの。

「パ・リーグ ウォーク」の仕掛け人である、根岸友喜氏 (PLM 執行役員 COO/CMO) は「健康管理アプリは多いが、年間リーグ合計で429試合というリアルなイベントと連携をしている点。1200万人を超えと言われるパ・リーグファンを対象としたスケール感で、これまではない価値を提供している」と話す。

地域に根差した活動で、エリアマーケティングのノウハウを蓄積してきたパ・リーグ各球団。その各球団をマーケティングでサポートする、同社に期待される役割とはナショナルマーケティングの企画と遂行だ。中でも力を入れているのがデジタルの活用。公式サイト運営など、各球団の広報・プロモーション支援はもちろん、プロ野球という日本有数のビッグコンテンツを活用したデジタル領域での新事業開発も積極的に仕掛けている。特に有名なのが6球団の各種権利を取りまとめ、パ・リーグ全試合のライブ動画配信サービスを行う「パ・リーグTV」だ。

現在、その動画再生回数は年間約3億回を誇り、有料会員は約7万人となっている。

また、最近ではスマートフォンアプリに着目。今回サービスを開始した「パ・リーグ ウォーク」に先立ち、一昨年3月にはプロ野球のホームラン競争をモチーフに子どもの計算力を伸ばす、知育アプリ「パ・リーグ さんすうホームラン」もリリースしている。「サービス開発の起点にあるのはパ・リーグ、プロ野球、さらにはスポーツが持つ価値で解決できる社会課題がないか、という視点」と根岸氏は構想を語る。

今回、リリースされた「パ・リーグ ウォーク」にも、超高齢化社会における、日本人の健康に貢献したいという強い思いがある。それだけに「パ・リーグのマーケティング活動」というレベルにとどまるものではなく、ハーバード公衆衛生大学院イチロー・カワチ教授が主宰する「ソサエティアンドヘルスラボ」が共同企画と学術研究に関わり、昨年は経済産業省が後援につくなど、産官学連携の壮大な取り組みになっている。

「パ・リーグ ウォーク」の基盤となるのが、人の様々な行動から得られる活動情報をクラウド上に収集・保存し、

多岐に渡る、PLMの事業ポートフォリオ

ITサービス

- 公式ライブ動画配信サービス「パ・リーグTV」の企画・運用・管理
- 公式ライブ動画携帯配信サービス「プロ野球24」の企画・運用・管理
- パ・リーグ6球団公式サイト「パ・リーグ」の企画・運用・管理
- スマートフォンアプリの企画・運用・管理
- プロ野球以外のスポーツ競技ITサービスの企画・運用・管理
- その他、各種ITサービスの企画・運用・管理

マーケティングサービス

- 自社メディア「パ・リーグインサイト」の運営
- 6球団共同イベントの企画・実施管理
- 6球団海外放映権の販売
- 6球団海外でのプロモーション活動 (広報・PR・イベント・来場促進)
- 広報・PR活動

- 各種リサーチ活動 (顧客満足度・顧客行動・海外事例等)
- その他サービス活動 (チケット・球場・ファンサービス・MD等)

コンサルティングサービス

- プロ野球ノウハウを活用した、スポーツビジネスのコンサルティング
- プロ野球ノウハウを活用した、スポーツマーケティングのコンサルティング
- 各種協賛・スポンサーの企画・販売代理業務

共同権利の協賛・ライセンスサービス

- リーグスポンサーの企画・販売・実施管理
- プロパティライセンスの企画・販売業務
- その他、各種協賛・スポンサーの企画・販売・実施管理等

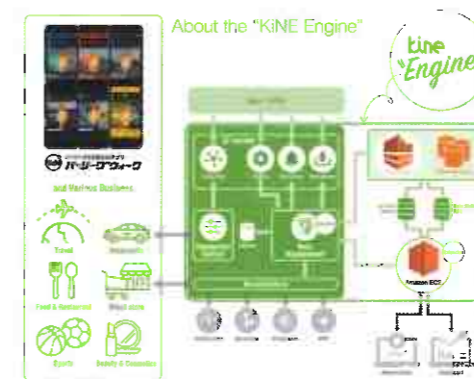
統計化や分析が行える独自開発のプラットフォーム「KiNE Engine (カイン・エンジン)」だ。実は、この開発を手掛けた、大阪に拠点を置くスノービン・代表取締役CEOである平山太郎氏は、PLMのCTOも兼務する。各球団のWebサイト構築・運用に、

ライブ動画配信サイト「パ・リーグTV」、さらにアプリとPLMの活動には、技術開発力が不可欠だ。実はPLMのオフィス内にはワンフロアを使いシステム開発や各種、ライブ配信メディアの運用を担う専門人材が配備された、オペレーションルームも設置さ

れている。パ・リーグのデジタル活用をバックエンドで支えてきたPLMだけに、その技術力には定評がある。そこで最近、増えているのがこのPLMの強力な技術基盤や人材を活用してほしいという相談。「例えばパ・リーグの試合がない日に『パ・リーグTV』の動画配信の仕組みを、ゴルフなどの他の競技に提供する取り組みなどが始まっている」(根岸氏) という。

PLMは企業に対してパ・リーグ球団のプロパティライセンスやスポンサー企画の販売も担っているが、根岸氏は「私たちが企業に対して提供できる価値は、もっと広がりがあると考えている。野球やスポーツといったコンテンツが持つ価値、さらに近年力を入れてきたシステム開発の技術や他社も使用可能なプラットフォームなど、企業のマーケティング活動に貢献できる資産が多くあるからだ。「プロ野球とのタイアップと聞くと、球場での看板掲出といったイメージがまだ強い。PLMと、何かコラボできないかと考える企業があれば、ぜひ気軽に相談してもらえれば」と根岸氏は話している。

「KiNE Engine」の概念図



「パ・リーグウォーク」の基盤になる、「KiNE Engine」の概念図。「パ・リーグウォーク」ではスマートフォンと連携させているが、「KiNE Engine」自体は人の活動量を捕捉できる、各種のウェアラブルデバイスと接続が可能だ。「活動量を捕捉できるデバイスは各種出回っているが、その大容量のデータを一元的に収集・集約し、分析できる点に『KiNE Engine』の強みがある。人の活動すべてを把握・蓄積できるプラットフォームなので歩数に応じたクーポン配信など、『KiNE Engine』を使って、人の活動量をプロモーションに活用する新しい手法を提案していけないか、と考えている」(平山氏)。