

寄稿



PC・スマホ・タブレット視聴を進めるパ・リーグの挑戦

～ITの活用でライト層もコア層も楽しめる野球を～

パシフィックリーグマーケティング株式会社 マーケティング室室長CMO 荒井勇気

パシフィックリーグマーケティング株式会社
マーケティング室室長CMO

荒井勇気 (あらい ゆうき)

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室長CMO (最高マーケティング責任者)。同社のミッションである「プロ野球の新しいファンを増やすこと」を目指し、現場責任者としてパ・リーグ6球団で行うマーケティング活動全般を遂行する役割を担っている。

公式HP、ネット配信をリーグで一括管理

わが社は、2007年にパ・リーグ6球団の共同出資会社として、プロ野球並びにパ・リーグ全体のさらなる発展を目的として設立されました。設立以前は、パ・リーグ6球団それぞれが公式ホームページを制作・運営していましたが、それをわが社にまとめることからスタートし、その後もITを利活用しながら幅広く事業を展開してきました。

その代表的な事業が、2012年にスタートした「パ・リーグTV」です。プロ野球を視聴する方法は、無料・有料の別はありますが、地上波・BS・CS及びケーブルテレビ、そして、インターネット、また地域として国内外、と細かく分かれています。その中で、地上波やBS・CSに関しては、一般的に各球団がキー局や本拠地のテレビ局と連携して放映を行う方法を採用してきましたが、インターネットの動画配信は地域も放送局も問わないため、パ・リーグで放映権をまとめてコントロールした方がコストを削減しつつ、売り上げアップも期待できるという観点から調整が始まりました。

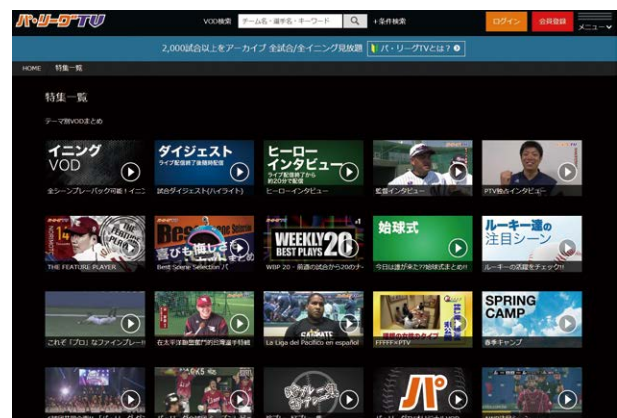
現在のパ・リーグTVには、有料コンテンツと無料コンテンツの2種類があります。有料コンテンツでは、パ・リーグ全試合のライブ配信と2012年以降の全試合のアーカイブ映像などを視聴できます。他方、無料コンテンツでは、有名選手のホームラン映像を集めた動画や、選手

の面白い仕草など、有料配信の映像を編集して、皆さんに広く興味を持ってもらえるようなコンテンツを、SNSなども含めて配信しています。

ITを活用して、さまざまな楽しみ方を提案

これまでプロ野球の試合中継は、テレビが中心的な役割を担ってきましたが、これは当然ながらテレビという限られた端末（ハードウェア）で視聴する必要があるため、視聴できる場所、時間が限定されます。一方、ネット配信では、パソコンやスマートフォン、タブレットで視聴でき、また、過去の試合（2012年以降のすべて）がクラウドにインニング単位でアーカイブ化しているため、繰り返し視聴できる、というメリットがあります。こういった、過去のデータから必要なものを選択したり、編集しやすいところも、ITを活用した強みと言っていいでしょう。

また、SNSを活用した場合、放送のように主に送り手からの一方的な送信に留まらず、視聴者との双方向性の



パ・リーグTVでは、試合のライブ視聴だけでなく、過去の試合をインニングごとに振り返ったり、名シーンやインタビューを視聴できる。

ある企画など、デジタルならではの楽しみ方もできます。

さらに、試合中にリアルタイムでホームランの場面などをFacebookやTwitterに動画でアップロードすれば、視聴していなかったファンをライブ配信に誘引するきっかけにもなります。観戦の初心者・一般の方向けには、Twitter上にパ・リーグTV Lite (@ptv_lite) というアカウントを開設して、「ゲッターって何?」「今日は何の日?」など、さまざまな角度で新たなファンを増やすための活動も行っています。

SNSには、双方向性の他に、ファンをの皆さんの反応がリアルタイムで分かるという利点があり、その反応を分析して、今後の戦略に役立てることもできます。コアなファンのみならず、新たなファンを獲得していくためには、SNSを使って新しい情報をどんどん発信して関心を広めていくことも大切だと考えています。

そして、ライブ配信や無料の動画を通じて、パ・リーグへの興味・関心を高め、球場に足を運んでもらう後押しをすることもパ・リーグTVの大切な使命の一つです。

実際に球場で観戦することで、応援の雰囲気や風の匂い、打球音など、映像では感じられないライブならではの臨場感を楽しんでいただきたいです。

とはいえ、すべての人がたびたび球場に行けるわけではありませんから、一方で、ITを活用して、いつでもどこでも手軽に、見たいときに見られる環境を整える必要もあります。

わが社のコンテンツは海外での視聴に制限をかけていないので、インターネットに接続できる場所であれば、海外でもライブ映像が見られます。実際、海外に勤務する駐在員の方が有料コンテンツ視聴に登録されていたり、台湾や中南米など、日本の球団で活躍する外国人選手の母国にもパ・リーグTVを視聴している方がいます。ネット環境さえ整えば利用する国を選ばないことも、ITを活用しているからこそできることだと思います。

コンテンツを活用し、アプリをリニューアル

今年から、全面的に公式アプリをリニューアルし、「パ・リーグ.com」として再スタートします。パ・リーグは、アメリカのメジャーリーグ (MLB) をベンチマークにしていますが、その公式サイトと公式アプリを参考にしながらプラットフォームを整理して、今回の新規サ



FacebookやTwitterと連動して最新の野球ニュースも配信。ファン層のすそ野を広げている。

イト・アプリを立ち上げることにしました。

ここでは、ライブ映像、無料の動画、我々が制作・運営しているテキストメディア「パ・リーグインサイト」の記事、スタッツ（選手やチームのプレー内容に関する統計数値）、選手名鑑など、我々の持っているコンテンツをフルに活用していきます。例えば、選手名鑑であれば、顔写真や出身地などの基本データだけでなく、その選手の名シーン動画や記事も合わせて表示することで、ファンの皆さんがより使いやすいインターフェースになっています。

また、パ・リーグ6球団と当社が2016シーズンから開始したアプリ「パ・リーグ ウォーク」にもさらに力を入れていきます。「パ・リーグ ウォーク」は、「国民みんなの健康を実現すること」をビジョンとして掲げ、その手段として、プロ野球（パ・リーグ）ならではのゲーミフィケーションを活用したスマートフォンの歩数計アプリで、試合日に利用すると、応援する球団ごとにファンの合計歩数を競うことができます。このアプリは、歩数計アプリとしての価値以外に、B to Bの観点で、パ・リーグファンのデータを活用して収益化につなげていくという想定も行っていますので、今後もさらにアプリを盛り上げていきたいと考えています。

マルチアングル、VR構想も推進

今後の課題として、システム面では、2012年からフルスクラッチでシステムを構築してきたため、ブラックボックス化が進み、顧客管理の柔軟性など、随所に問題も出てきています。新たな試みをする際に柔軟に動けるように、システムをシンプルにしていく必要があると考

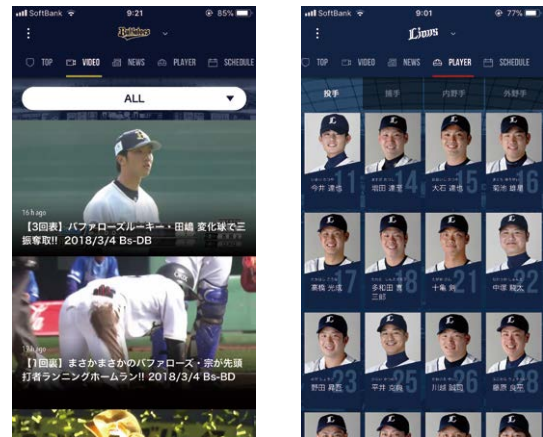
えています。システム面は、設立時から、富士通様にプロジェクトマネージャーとしてライブ配信の仕組みをゼロから構築していただくなど、パ・リーグTVの基礎を作っていただきました。時代や環境が変わって、当初の仕組みから変わっていった領域もありますが、決済関係など、絶対に間違いが許されない領域は引き続きお世話になっています。

他方、サービス面では、どれだけ有料登録に結びつけられる価値を増やしていくかが課題になっており、さまざまなトライアルを行っています。その中で、今年から、ライブ配信の価値を高めるという観点で、マルチアングル配信を予定しています。これは、ホームランなどの特徴的なシーンをライブから数分後に、ホームベース側、1塁側、3塁側など複数の方向から見られるというサービスです。それ以外にも、まだ構想段階ではありますが、VRの導入も検討しており、2017年に2回トライアルを行いました。その時は、画面の中央に通常の映像があり、右側に1塁側、左側に3塁側の映像を表示することで、球場の広がりを感じられるような画面を構成しました。これらのITを活用したさまざまな試みによって、ファンの皆さんに新たな楽しみ方を提案していければと考えています。

ITは、ファンの皆さんが楽しむさまざまな方法を提供するための重要なツールだととらえています。マルチアングルやVRによって、コアなファンに楽しんでもらえるものを提供していく。それと同時に、他のスポーツや映

画等の配信サービスと協力してクロスコンテンツ化することでも新しい価値を提供できます。ファンの皆さんが自分に合った楽しみ方、視聴スタイルを選べるのもITの醍醐味だと思いますし、魅力的なコンテンツを作って人が集まれば、収益力も高まります。ITを活用してスポーツの提供価値を最大化していくことには夢があると感じています。

今後も、リーグ公式サービスだからこそできる新たな展開を広げて、パ・リーグのコアなファンにアプローチしながら、ライト層にもプロ野球、パ・リーグの面白さを伝えていきます。その中で、ITがあるからこそ楽しい、球場ではできない楽しみ方を提案していければと考えています。



「パ・リーグ.com」では、アプリを通して、試合のダイジェスト映像や選手のプロフィールなどを確認できる（画像は開発時のもの）。

FUJITSU Human Centric AI
ジンライ
Zinrai
富士通のAI(人工知能)



「Zinrai(ジンライ)」は、人と協調する、人を中心とした富士通のAI。
人の創造力や可能性を引き出し、社会に新たな価値を創出します。