



DAY 2

SESSION 3

過去3年で入場者数2倍！ ファンの熱狂を生むB.LEAGUEの未来と 顧客体験DX



SPEAKER

寺山 健太郎

LINEヤフー株式会社

コーポレートビジネスカンパニー

ビジネスデザイン統括本部

メディア・エンタメ 推進本部 本部長



SPEAKER

島田 慎二 氏

公益社団法人

ジャパン・プロフェッショナル・

バスケットボールリーグ

B.LEAGUE チェアマン



THEME1

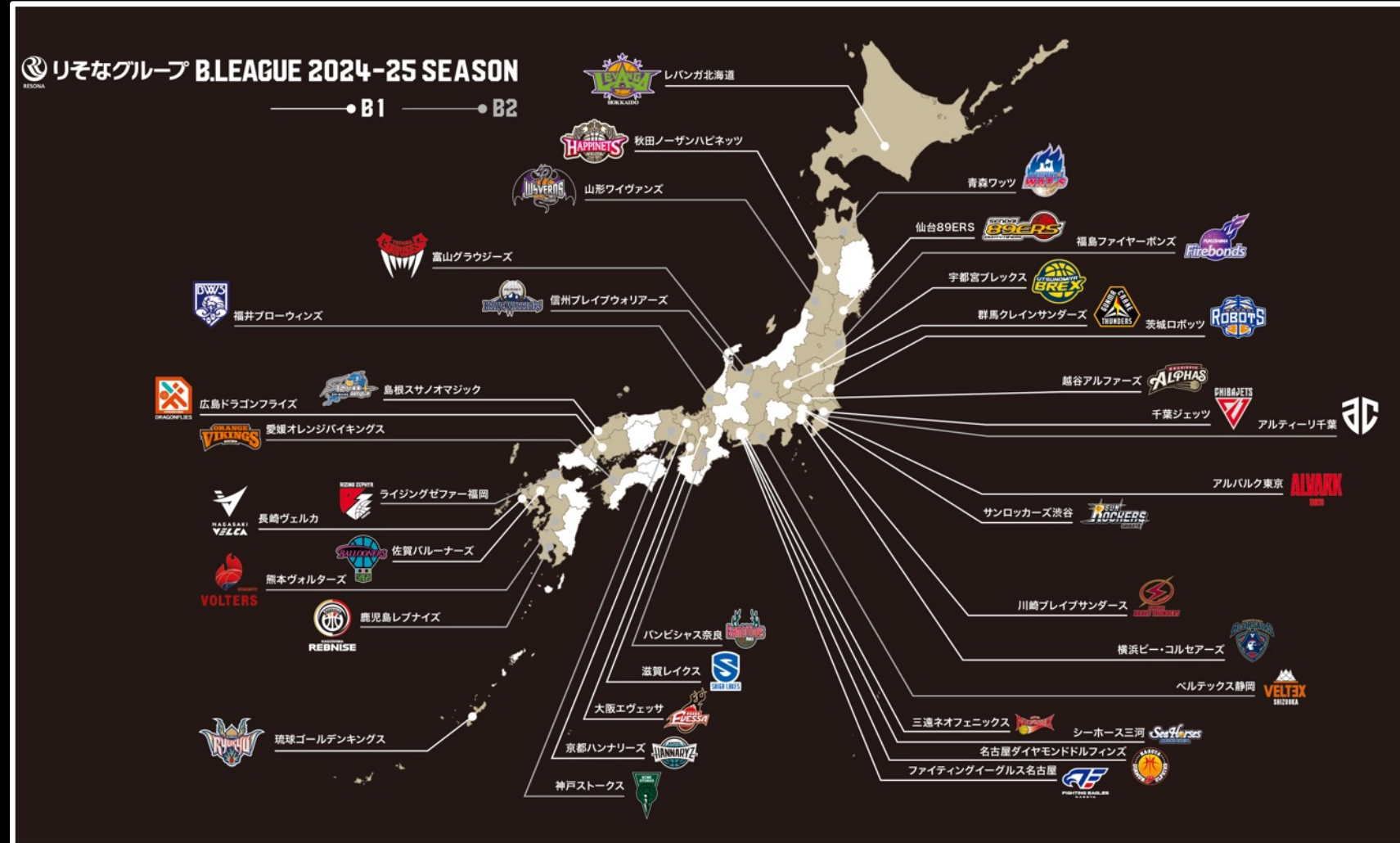
急成長を遂げるB.LEAGUE



コロナ、たぎる。

全国に広がるクラブ

41都道府県
55クラブ※



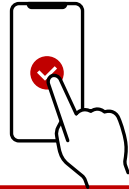
※B1、B2で38クラブ、別組織のB3で17クラブ(B.LEAGUE調べ)

B.LEAGUEの変革



競技

環境の基盤整備し
国際競争力拡大



体験

アリーナでの
新たな体験
ファンの質と
人口の変化



地域

スポーツを超えた
地域との取り組み

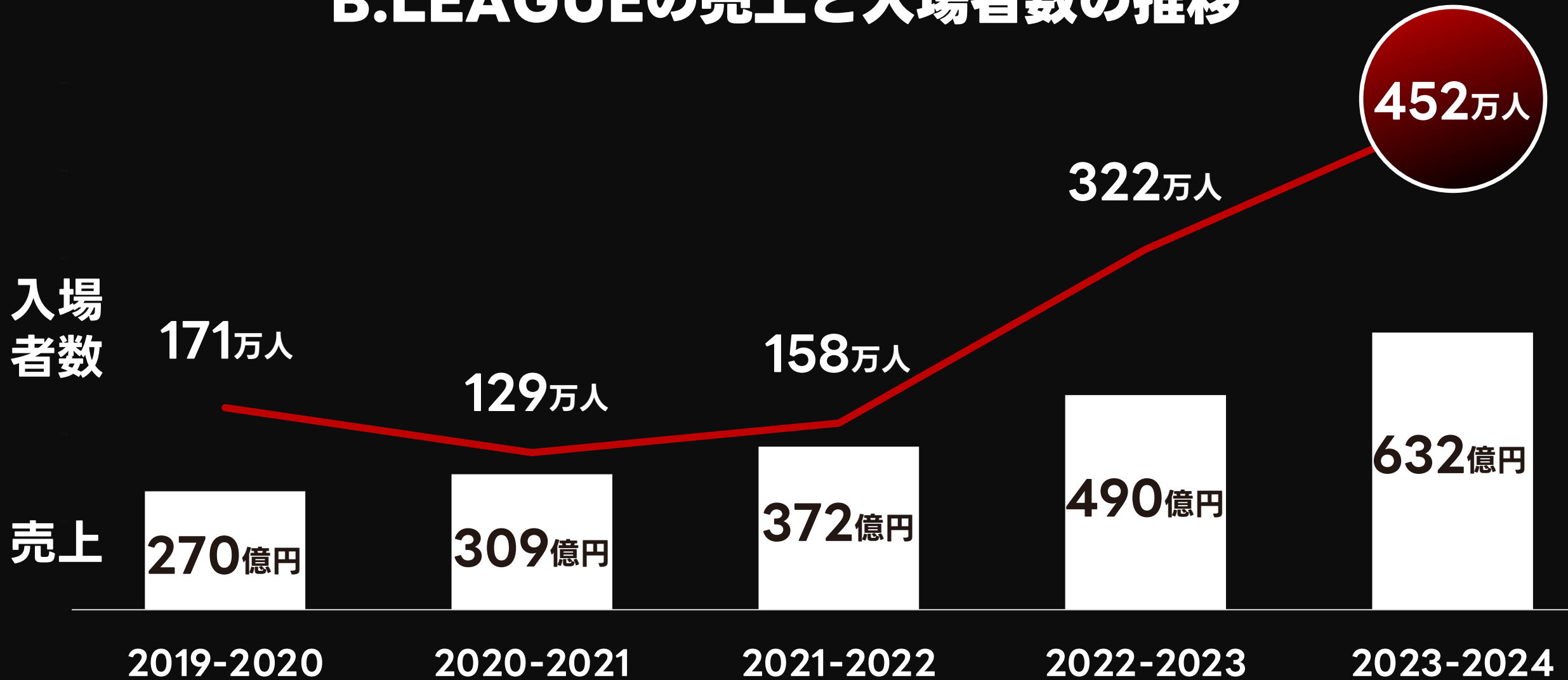


共創

スポーツを**企業**の
実証実験の場へ

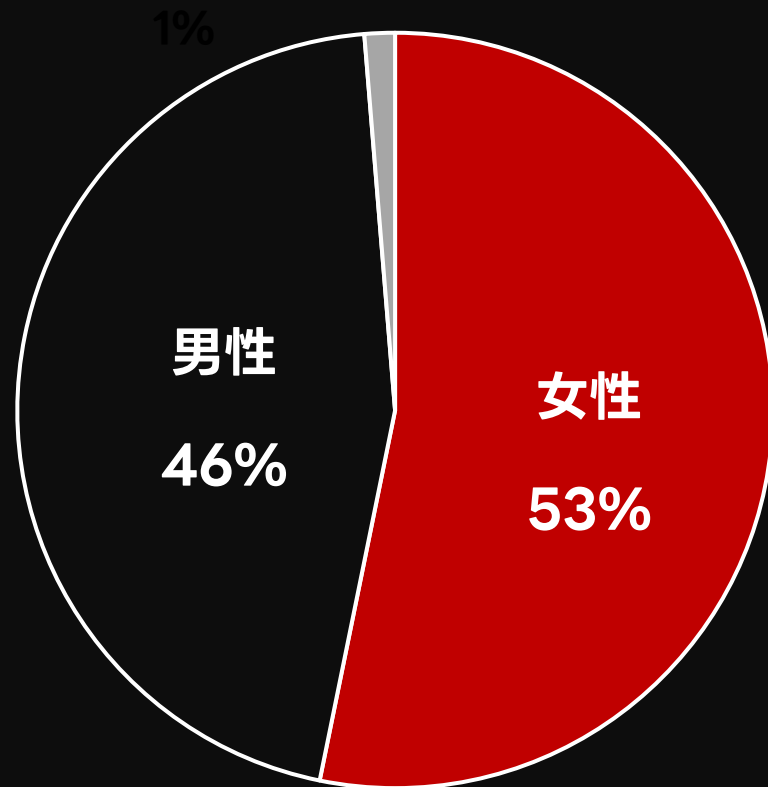
人材・仕組み：プロ経営人材/クラブ支援
風土：イノベーション思考

B.LEAGUEの売上と入場者数の推移

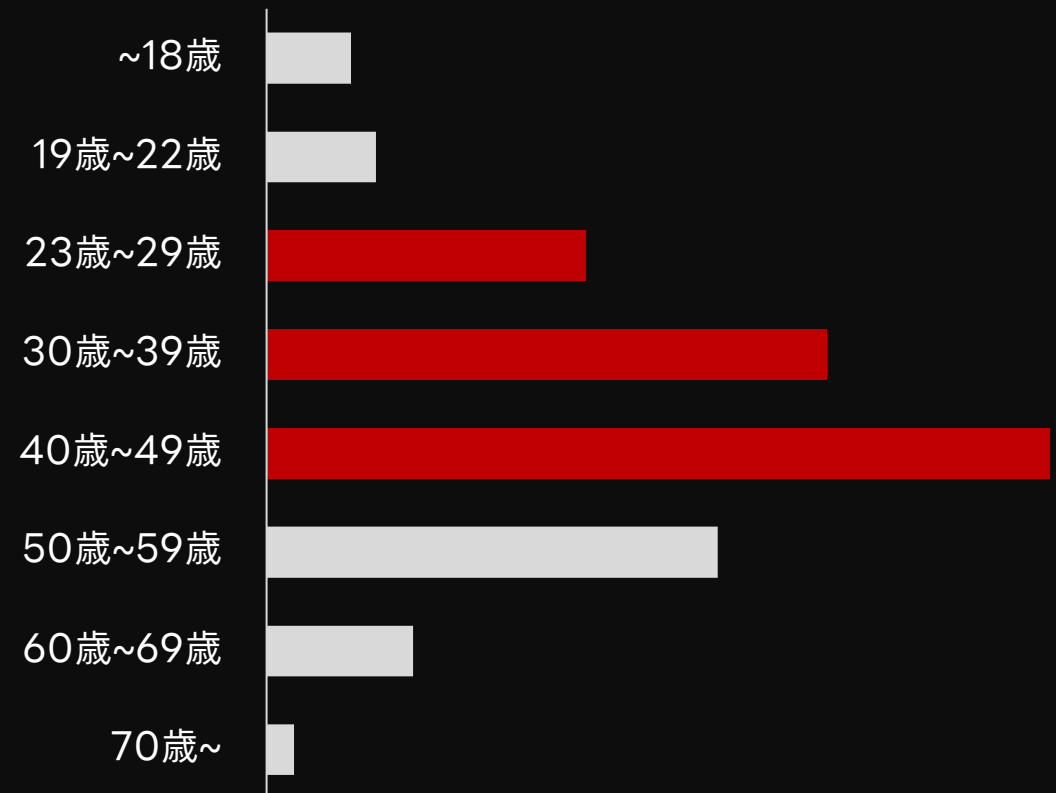


若者・女性に支持される特徴的なファン層

男女比



年齢分布



※B.LEAGUE調べ(2025年4月)

世界一型破りな
ライブスポーツエンタメ

B.革新

B.LEAGUE PREMIER

世界レベルの競技力を誇り、あらゆる体験を極める最先端のリーグ。世界に先駆けた「至高」「精鋭」「最先端」、オンザコートの自由度を高め、人種や国籍を問わず、ハイブリッドで国際的な日本の選手が生まれる環境を創出することで、世界と対峙し勝利を掴み取る。そのアリーナを舞台に、B.LEAGUEの全クラブが盛り上がるような、世界に類例のないゲームを展開する。

B.LEAGUE ONE

現B1を継承し、日本バスケの発展を遂げる唯一のリーグ。各クラブが、B.LEAGUE PREMIERの戦野を広げていくのがその使命。各クラブが、B.LEAGUE PREMIERの戦野を広げていくのがその使命。各クラブが、B.LEAGUE PREMIERの戦野を広げていくのがその使命。

B.LEAGUE NEXT

世界に先駆けた「至高」「精鋭」「最先端」、オンザコートの自由度を高め、人種や国籍を問わず、ハイブリッドで国際的な日本の選手が生まれる環境を創出することで、世界と対峙し勝利を掴み取る。そのアリーナを舞台に、B.LEAGUEの全クラブが盛り上がるような、世界に類例のないゲームを展開する。



B.LEAGUE

2026 TIP OFF

THEME2

B.LEAGUEでのLINE活用の取り組み

B.LEAGUEの取り組み



新たなファンの層



多くの方が利用しているから

平均年齢約35歳

半数が女性
ファミリー層も多い

積極的なSNS発信



アリーナライブ エンターテインメント



光と音の演出

初心者でも楽しめる
応援スタイル

グルメイベントなど
多く開催



デジタル活用



ショート動画
スマホファースト

統一ファン
プラットフォーム基盤

LINE公式アカウント
LINEミニアプリの活用

B.LEAGUEでのLINE活用の取り組み

リーグとクラブの
LINE公式アカウント
の活用

マスコットの
LINE公式アカウント
の活用

地域活性化へ
ALLSTAR GAME
スタンプラリー

アリーナ体験の
DX化

B.LEAGUEでのLINE活用の取り組み

リーグとクラブの
LINE公式アカウント
の活用

マスコットの
LINE公式アカウント
の活用

地域活性化へ
ALLSTAR GAME
スタンプラリー

アリーナ体験の
DX化

B.LEAGUEでのLINE活用の取り組み

B.LEAGUEのLINE公式アカウント



友だち数
836万人※1

クラブのLINE公式アカウント



B1-B3の
総友だち数
167万人※2

※1,2 LINEヤフー社調べ(2025年5月時点)

B.LEAGUEのLINE公式アカウント

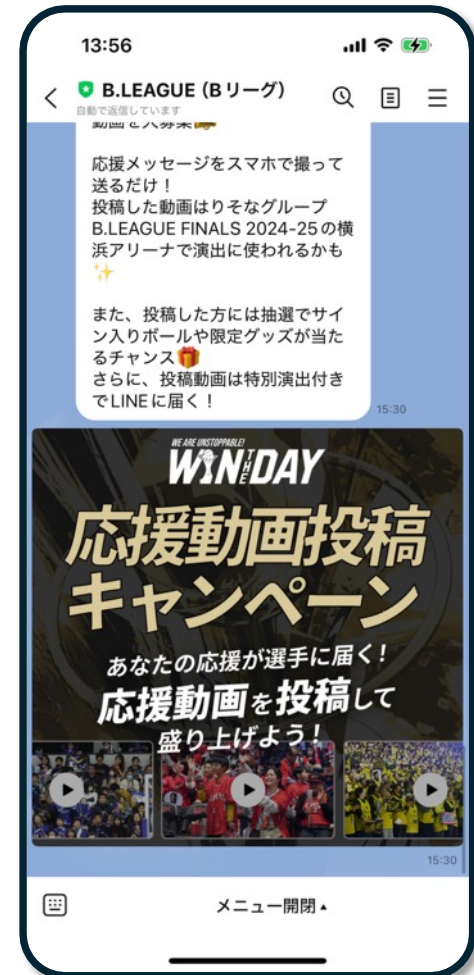
B.LEAGUE 主幹試合の告知



オフィシャルグッズの紹介



キャンペーンの告知



各クラブのLINE公式アカウント

自クラブの試合の告知



アリーナ周辺情報の案内



キャンペーンの告知



B.LEAGUEでのLINE活用の取り組み

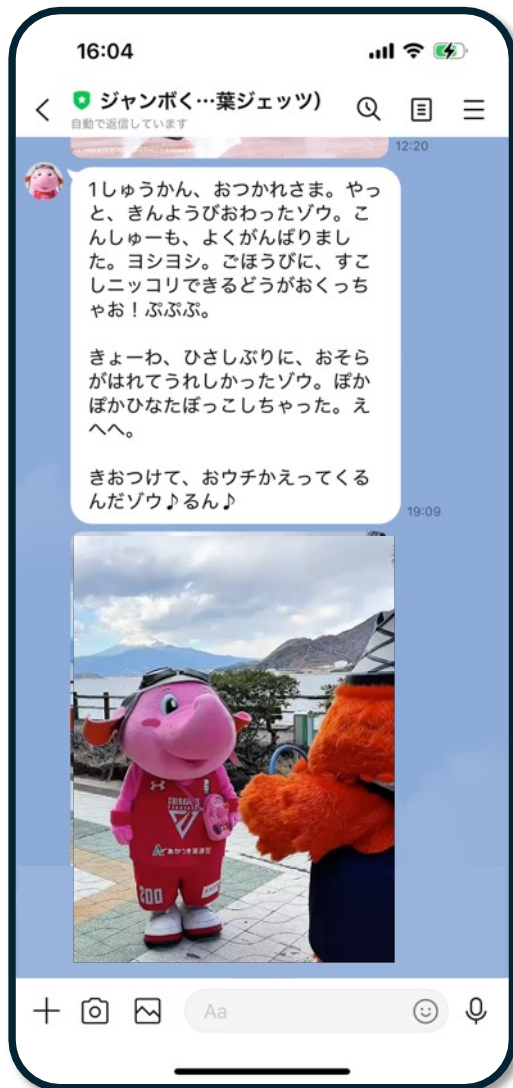
リーグとクラブの
LINE公式アカウント
の活用

マスコットの
LINE公式アカウント
の活用

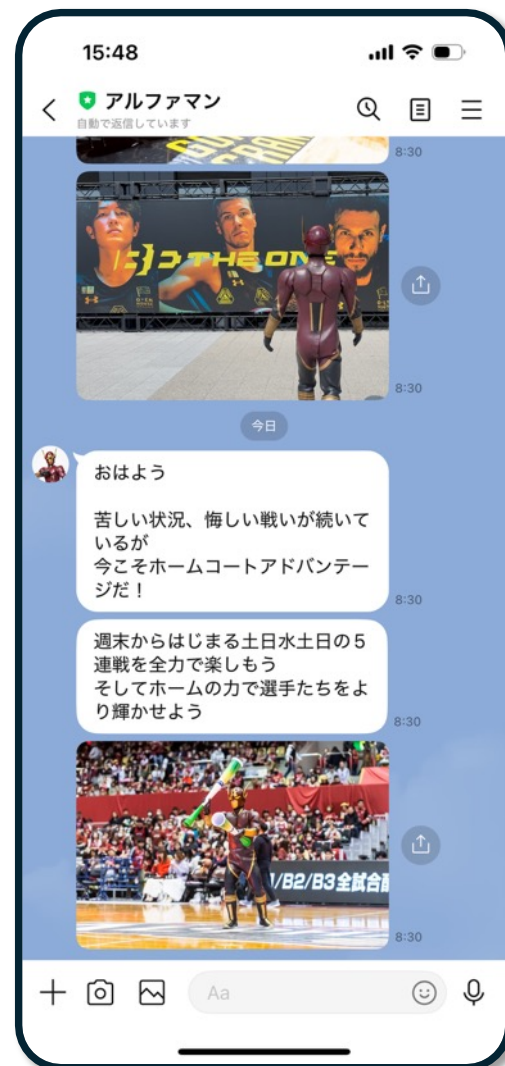
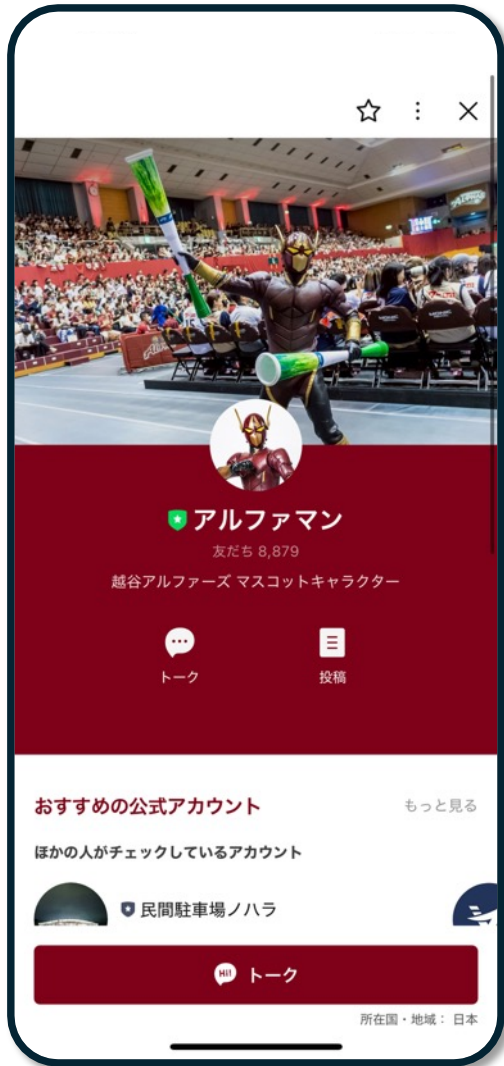
地域活性化へ
ALLSTAR GAME
スタンプラリー

アリーナ体験の
DX化

各チームのマスコットによるメッセージ配信



アルファマンのLINE公式アカウント



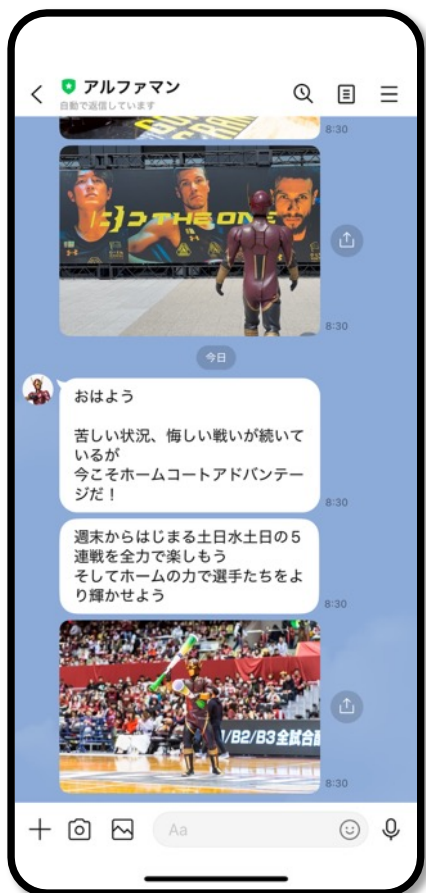
1日1回の
配信+
自動応答

1日30分の
運用

アルファマンのLINE公式アカウントの配信内容

通常のメッセージ配信だけでなく、自動応答のメッセージによってアルファマンと会話ができる

試合の告知



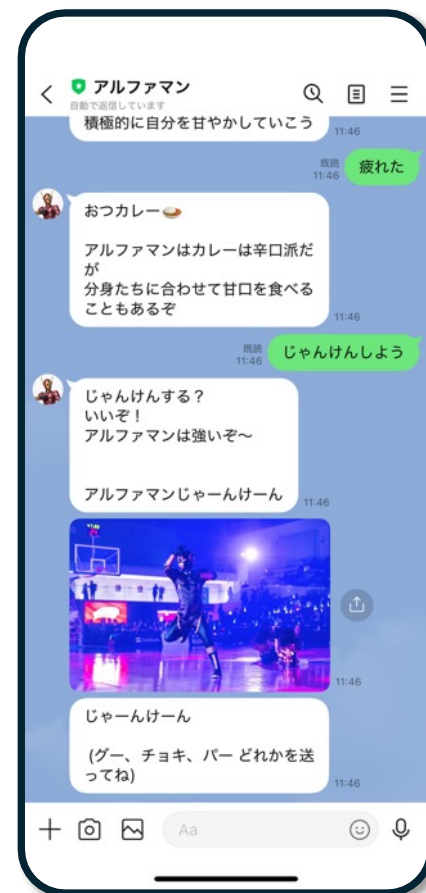
グッズ紹介



日常のコメント



マスコットとの会話

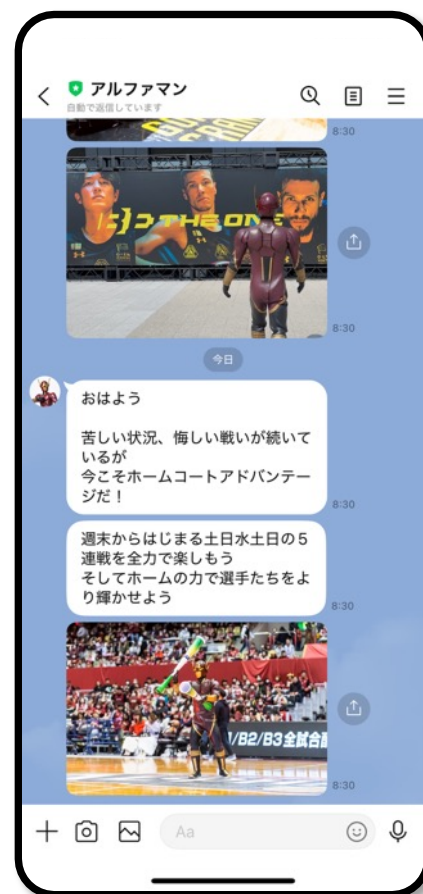
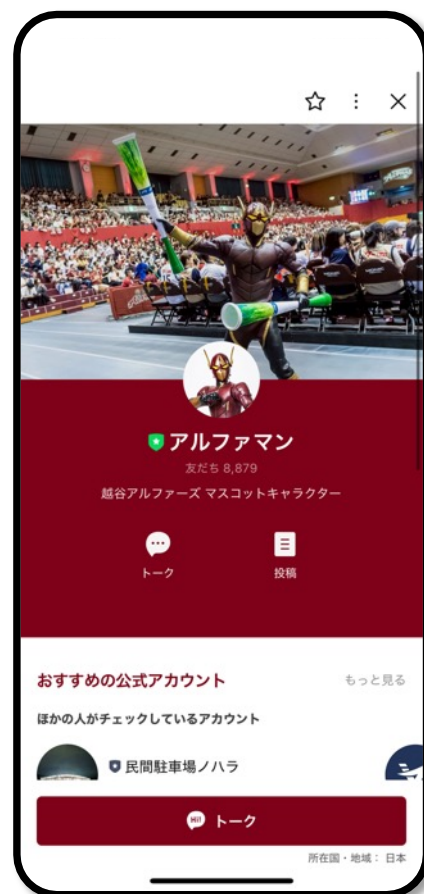


クラブとマスコットのLINE公式アカウントの違い

クラブのLINE公式アカウント



マスコットのLINE公式アカウント



クラブとマスコットのLINE公式アカウントの違い

クラブのLINE公式アカウント

クラブ・運営側の目線

5/24のゲーム
チケット
発売開始！

マスコットのLINE公式アカウント

ファン・応援側の目線

5/24のゲームを
一緒に応援しよう！

B.LEAGUE MASCOT OF THE YEAR 2024-25

ファンの活性化施策としてマスコット総選挙を開催、LINEでの投票も可能に

① MASCOT OF THE YEAR投票フロー (1アカウント1回のみの投票)

LP

TOP3を選択

投票完了

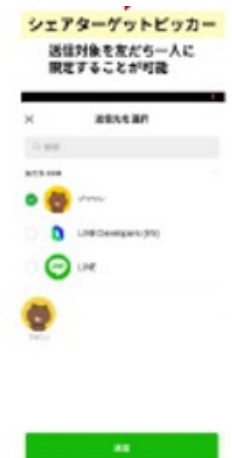


② 招待状フロー (投票後に作成が可能) (1アカウント何度でも、どのマスコットでも利用可能)

招待状作成

プレビュー

招待状送付



マスコットのLINE公式アカウントの活用の成果

マスコット総選挙の結果

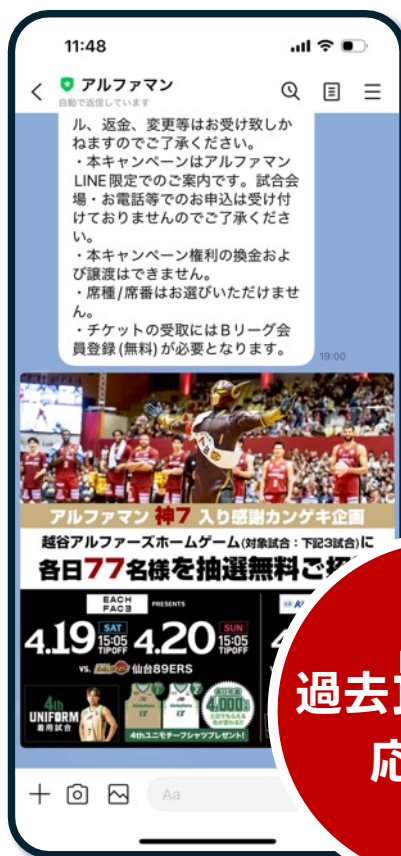
7位

(2023-24では
22位)

投票で2位に
選んだ方が

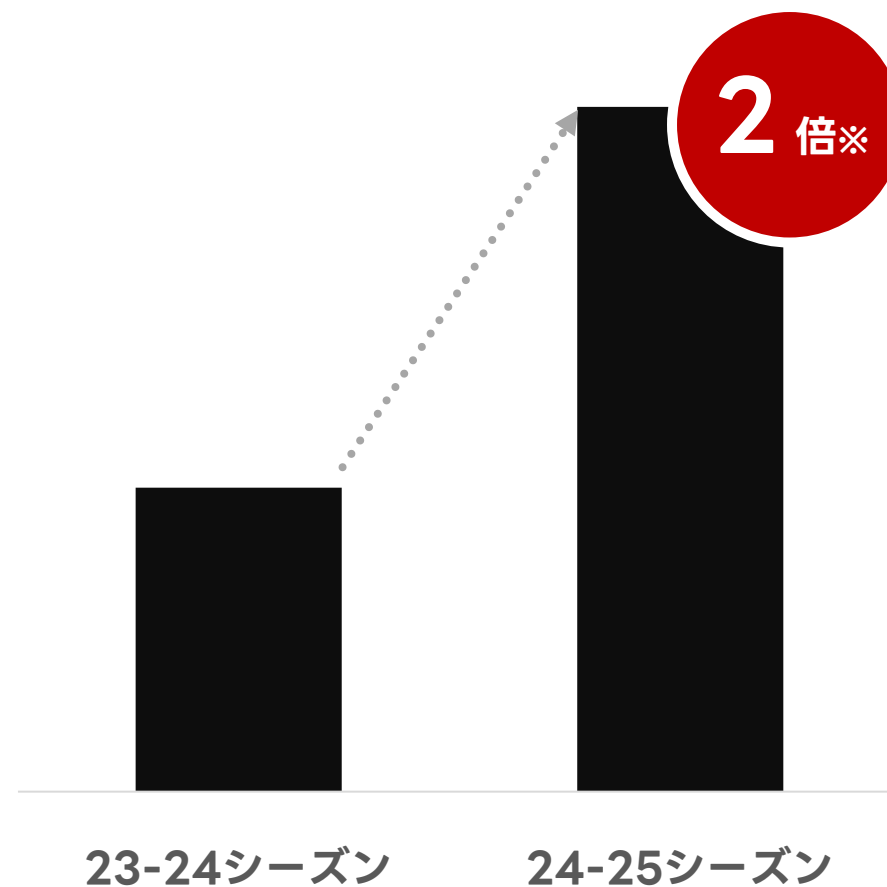
最多

神7記念！ 招待キャンペーン



過去最大の
応募数

アルファマングッズの売り上げの変化



※越谷アルファーズ調べ(2025年3月)

B.LEAGUEでのLINE活用の取り組み

リーグとクラブの
LINE公式アカウント
の活用

マスコットの
LINE公式アカウント
の活用

地域活性化へ
ALLSTAR GAME
スタンプラリー

アリーナ体験の
DX化

リソナグループ
RESONA B.LEAGUE

ALL STAR
GAME WEEKEND 2025
❁ FUNABASHI ❁

1年に1回開催される B.LEAGUEの祭典

ALL STAR GAME開催地でスタンプラリーを開催



概要

ALL STAR GAME開催地で
地域の店舗を含めたスタンプラリーを開催

目的

B.LEAGUE の理念となる地域活性化に対して
LINEミニアプリを利用した企画によって船橋市
内・市街観光者へ地域や街の魅力を知ってもらう

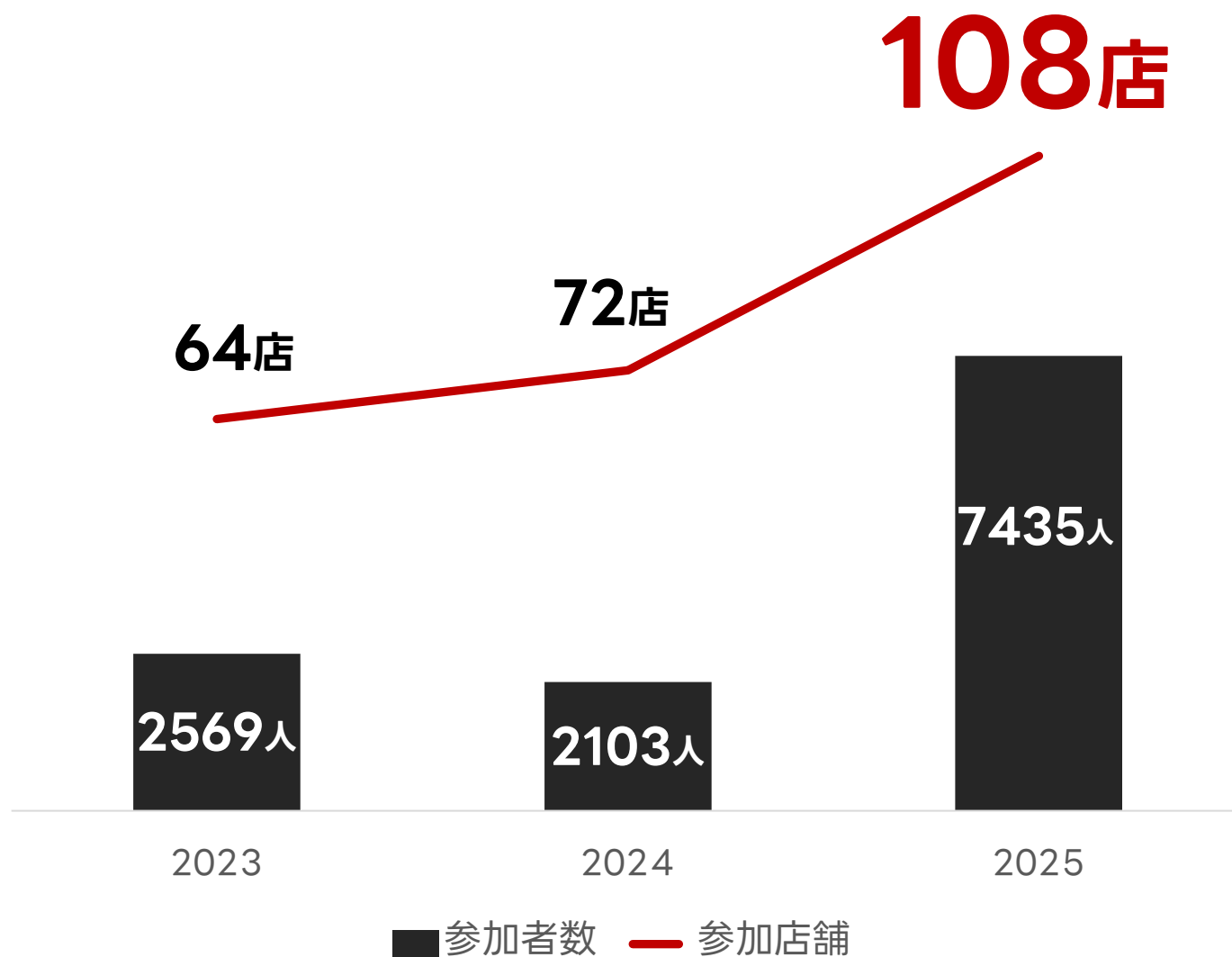
参加方法

LINEミニアプリで参加可能

開催期間

2025年1月10日～1月19日

参加者・参加店舗ともに年々増加している




開催場所	
2023年	茨城県 水戸市
2024年	沖縄県 沖縄市
2025年	千葉県 船橋市

スタンプラリーの成果




参加者の約7割が
1000円以上の
買い物を実施



会場から**2km**※
圏内を中心に
多くの人アクセス



100人以上※の
送客に成功した
有料施設も多数



地域のイメージ・
再訪意向もUP

B.LEAGUEでのLINE活用の取り組み

リーグとクラブの
LINE公式アカウント
の活用

マスコットの
LINE公式アカウント
の活用

地域活性化へ
ALLSTAR GAME
スタンプラリー

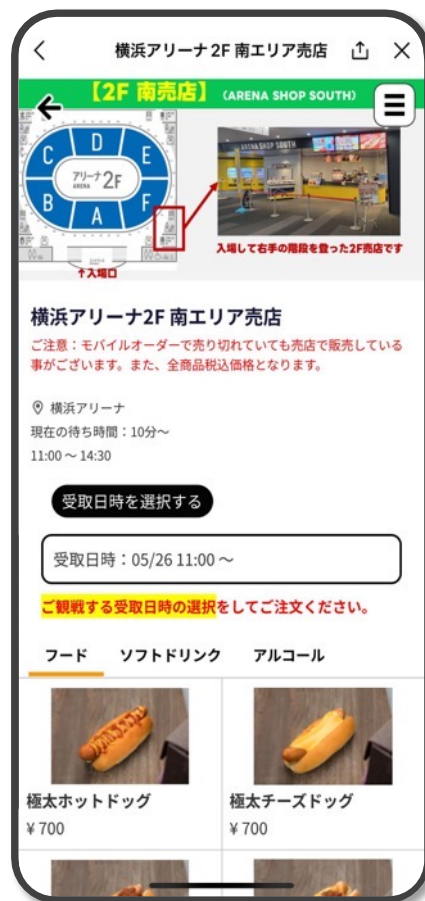
アリーナ体験の
DX化

ALL STAR・FINALでモバイルオーダー導入

リッチメニュー導線



注文内容 受取時間選択



決済



注文完了



飲食店の長蛇の列に並ぶ体験を改善

通常の注文窓口



モバイルオーダーの受取窓口



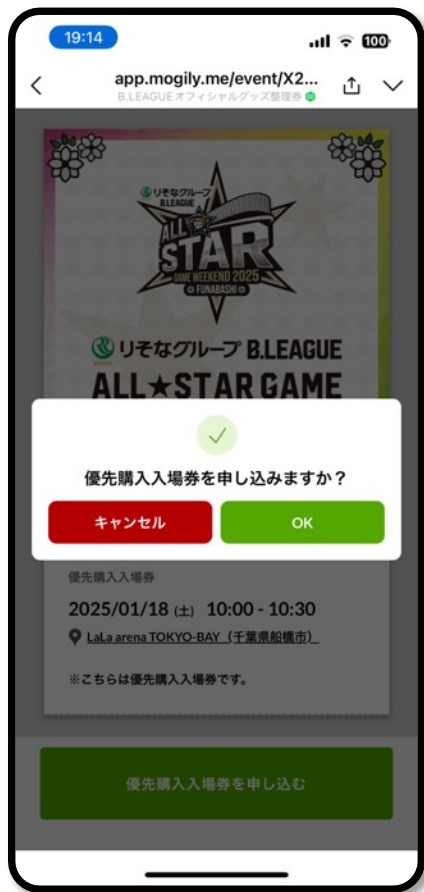
ALL STAR GAMEでのアリーナDX

グッズ販売も事前予約が可能に、長時間並ぶ必要がなくなる

事前周知



整理券申込



整理券発行



呼び出し



ALL STAR GAMEでのアリーナ体験DX

グッズ販売でのデジタル整理券の配布

一般購入列
最大**3**時間
待ち



整理券利用列
2日間で
400枚配布
利用率**93%**※

※ B.LEAGUE調べ(2025年1月)

B.LEAGUEでのLINE活用のまとめ

リーグとクラブの
LINE公式アカウント
の活用

マスコットの
LINE公式アカウント
の活用

地域活性化へ
ALLSTAR GAME
スタンプラリー

アリーナ体験の
DX化

B.LEAGUEでのLINE活用のまとめ

リーグとクラブの
LINE公式アカウント
の活用

マスコットの
LINE公式アカウント
の活用

地域活性化へ
ALLSTAR GAME
スタンプラリー

アリーナ体験の
DX化



クラブ・リーグの
集客・売り上げ



ファンとの
繋がり強化



地域への集客/
地元の店舗の
売り上げ創出



ユーザー
体験を改善し
再来場意向UP

THEME3

B.革新とその実現に向けて

世界一型破りな
ライブスポーツエンタメ

B.革新

B.LEAGUE PREMIER

世界レベルの競技力を誇り、あらゆる体験を極める最先端のリーグ。世界に誇れる「至高」「精鋭」「最先端」。オンザコートの自由度を高め、人種や国籍を問わずにイングリで国際的な日本の選手が生まれる環境を創出することで、世界と対峙し勝利を掴み取る。そのアリーナを舞台に、B.LEAGUEの全クラブが盛り上がるような、最高のゲームを展開する。

B.LEAGUE ONE

現B1を継承し、日本バスケの発展を遂げる唯一のリーグ。各クラブが、B.LEAGUE PREMIERの戦野を広げていくのがその使命。各クラブが、B.LEAGUE PREMIERの戦野を広げていくのがその使命。各クラブが、B.LEAGUE PREMIERの戦野を広げていくのがその使命。

B.LEAGUE NEXT

世界に誇れる「至高」「精鋭」「最先端」。オンザコートの自由度を高め、人種や国籍を問わずにイングリで国際的な日本の選手が生まれる環境を創出することで、世界と対峙し勝利を掴み取る。そのアリーナを舞台に、B.LEAGUEの全クラブが盛り上がるような、最高のゲームを展開する。



B.LEAGUE

2026 TIP OFF

B. 革新のためのサイクル



B.LEAGUE×LINEヤフーで実現したいこと

夢の
アリーナ

DX



会場の
チェックイン



モバイル
オーダー



グッズ
整理券

地域
活性化



スタンプラリー



地域の店舗への集客

集客力
強化

ID連携



ユーザーに合わせた1to1のメッセージの配信

コンテンツ
リッチ化



ファン投票/限定動画



マスコットの
コミュニケーション

スポンサー獲得
地域での
プレゼンスUP

クラブの
事業成長

