

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

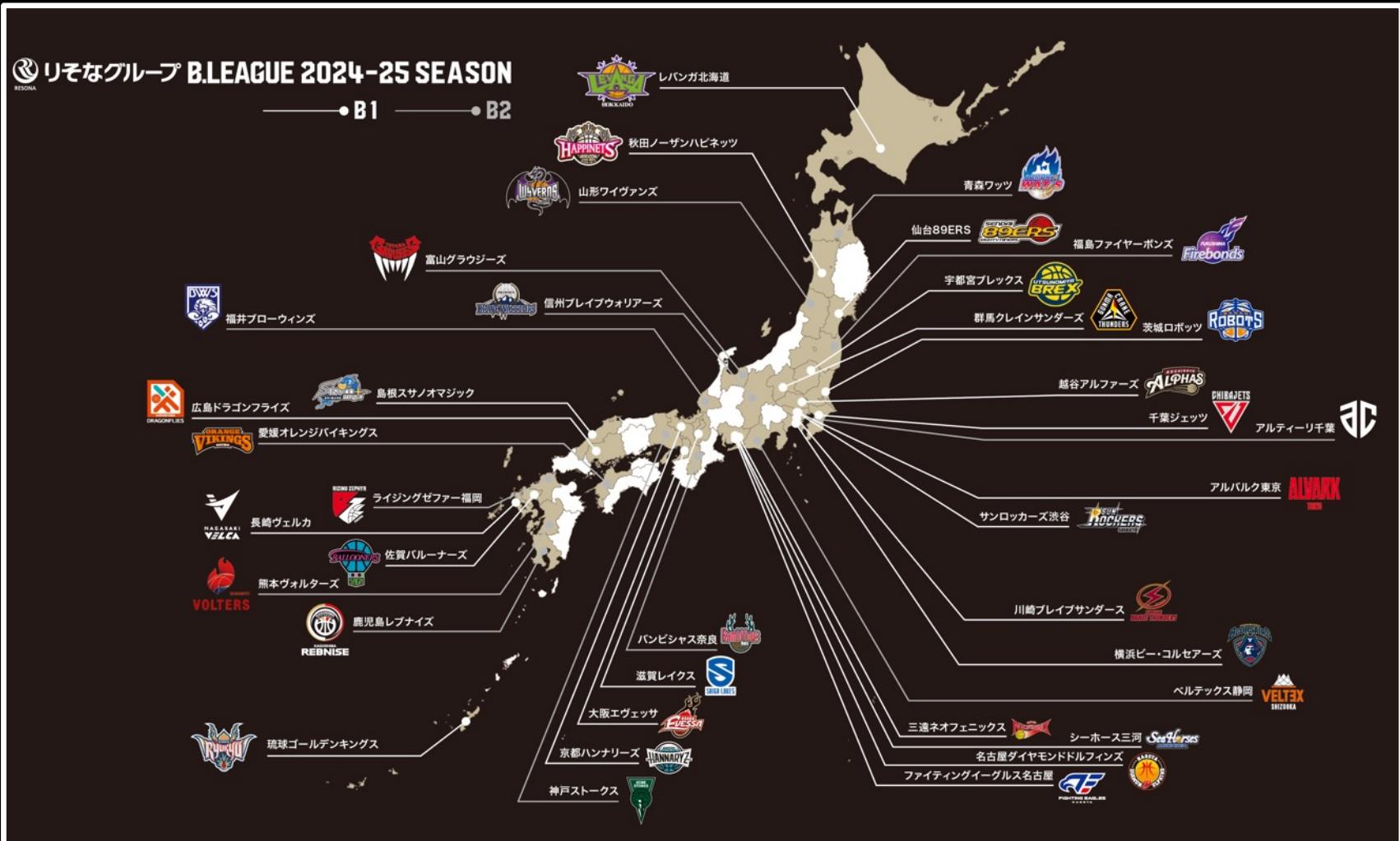
# 急成長を遂げるB.LEAGUE

# ゴゴ<sup>ト</sup>たさる。



# 全国に広がるクラブ

41都道府県  
55クラブ\*



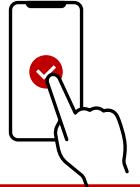
\*B1、B2で38クラブ、別組織のB3で17クラブ(B.LEAGUE調べ)

# 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

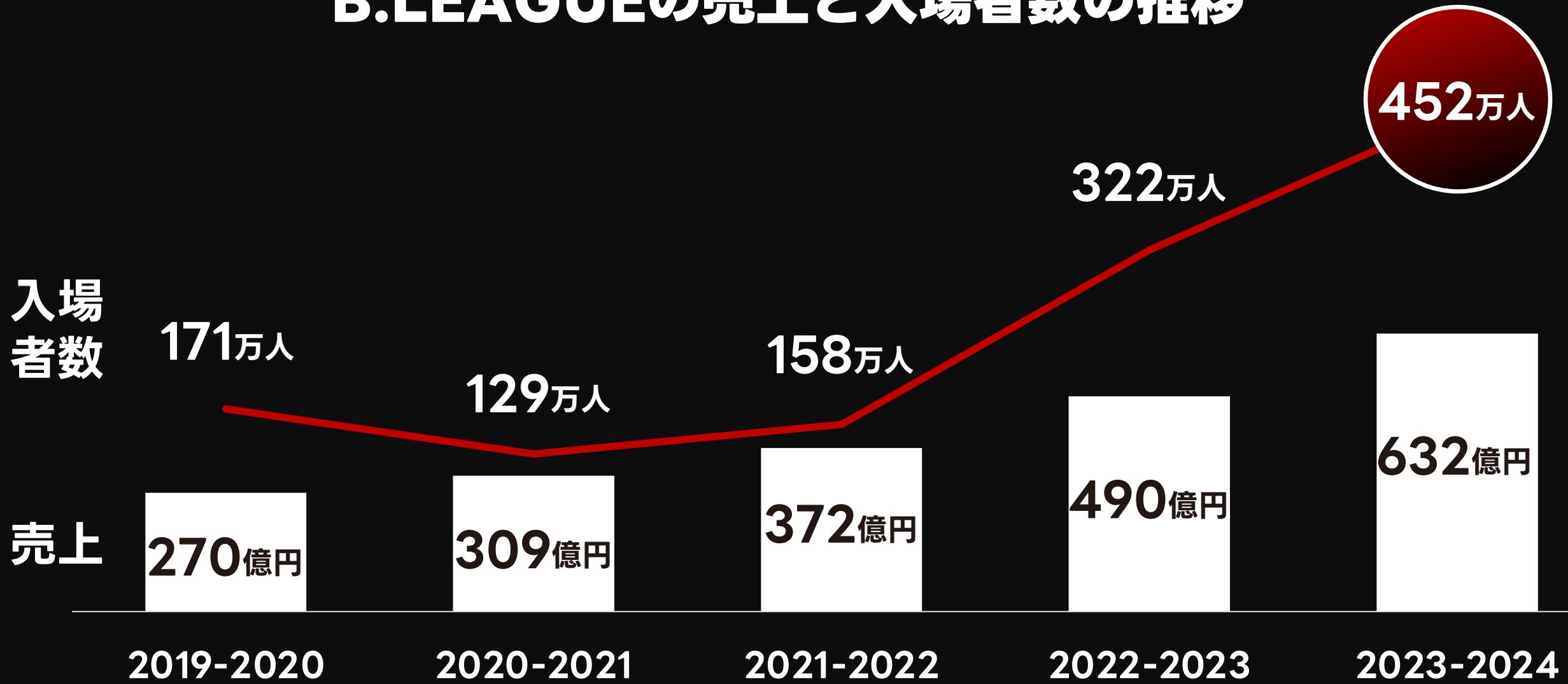


## 共創

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

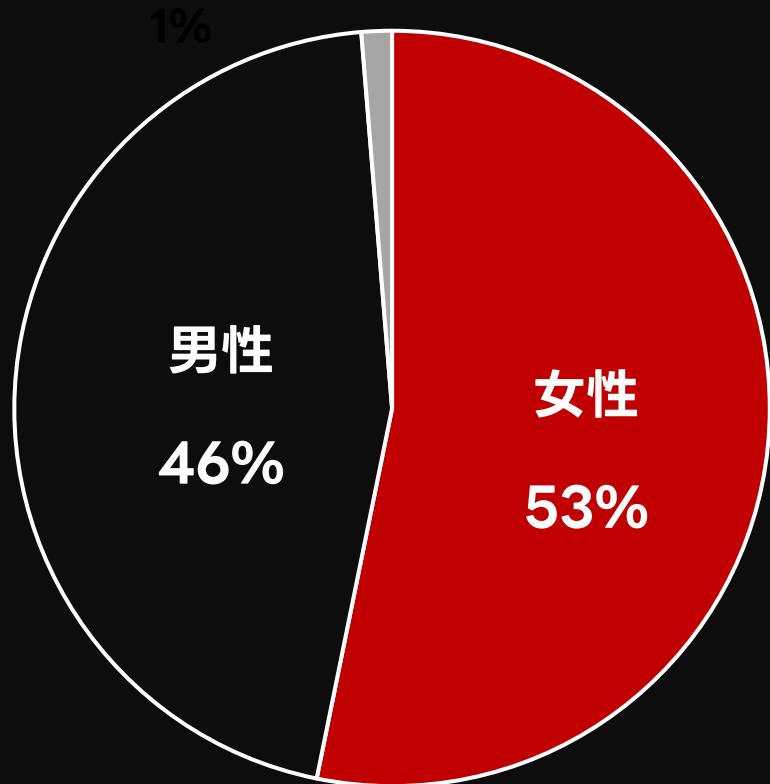
# B.LEAGUEの売上と入場者数の推移



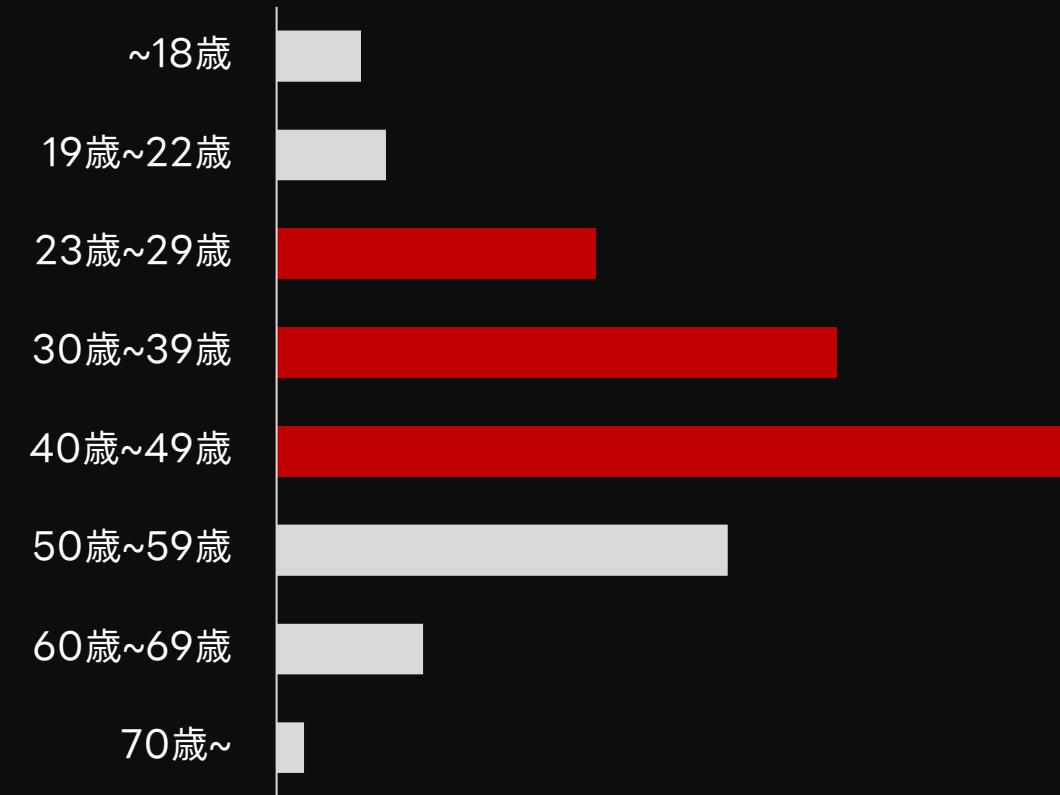
※B.LEAGUE クラブ決算概要よりLINEヤフー社にて作成

# 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.新規

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高級のリーグ。日本と世界で競り合う「至高」「精緻」「最先端」。オンサコートの自由度を高め、人種や国籍を問わずハンガリーで国際戦力の高い日本選手が生まれる環境を創出することで、世界と対等に競り合える環境を実現する。「夢のアリーナ」を舞台に、B.LEAGUE の全クラブが国境をくぐるよう競争と連携を図りながら、新たなゲームを展開する。

B.LEAGUE 1

現 B1 を継承し、日本バスケの発展を牽引する唯一のリーグ。B.LEAGUE の未来を支える可能性のリーグ。プロフェッショナルの视野を広げていくのがその使命。各クラブが B.LEAGUE の舞台で競争し、競争が充満したマリーナでスリリングなゲームを実現。「出世」をめざす日本選手の実力と、日本選手の安全的な出場機会を創出することで、日本バスケの実力をボトムアップ。また、B.LEAGUE の全クラブが国境をくぐるよう競争と連携を図りながら、新たなゲームを展開する。

B.LEAGUE NEXT

現 B1 を継承し、日本バスケの発展を牽引する唯一のリーグ。B.LEAGUE の未来を支える可能性のリーグ。プロフェッショナルの视野を広げていくのがその使命。各クラブが B.LEAGUE の舞台で競争し、競争が充満したマリーナでスリリングなゲームを実現。「出世」をめざす日本選手の実力と、日本選手の安全的な出場機会を創出することで、日本バスケの実力をボトムアップ。また、B.LEAGUE の全クラブが国境をくぐるよう競争と連携を図りながら、新たなゲームを展開する。



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



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



## 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

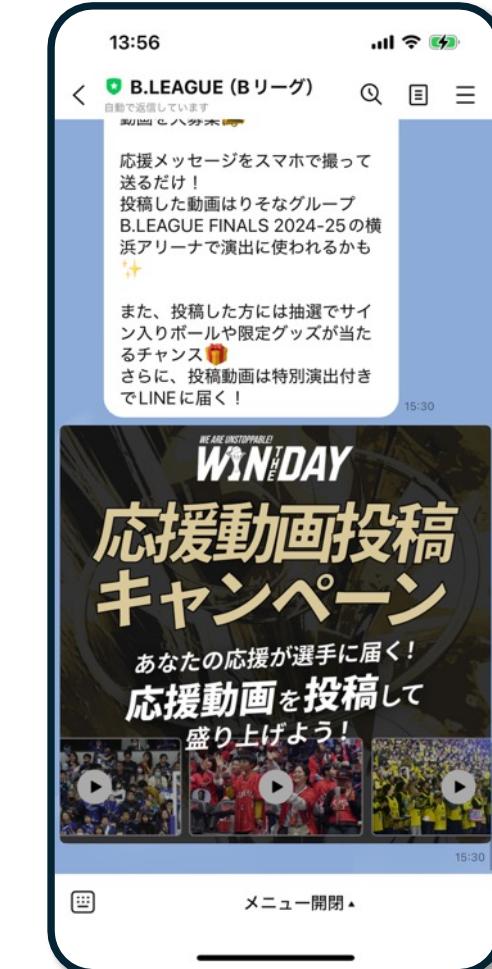
## B.LEAGUE 主幹試合の告知



## 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

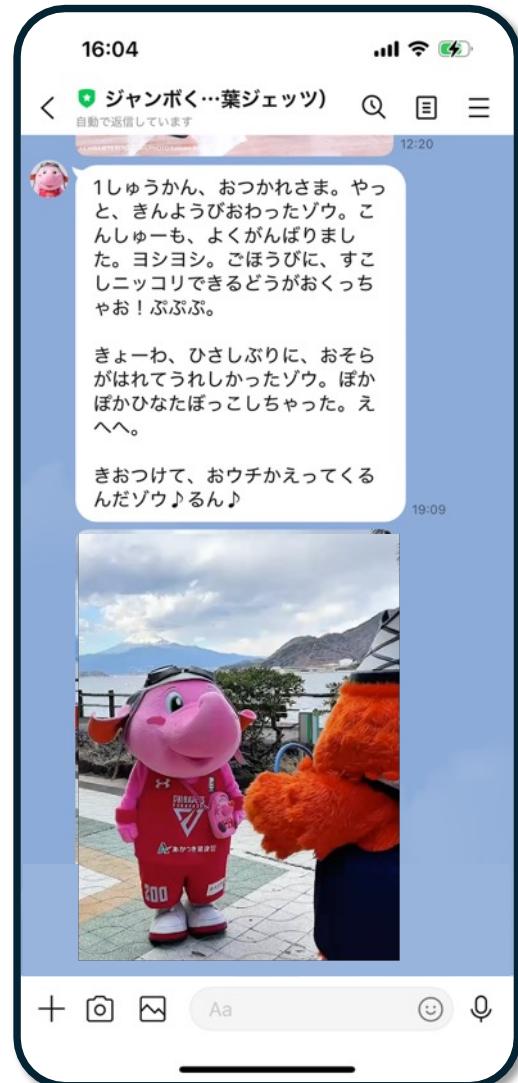
リーグとクラブの  
LINE公式アカウント  
の活用

マスコットの  
LINE公式アカウント  
の活用

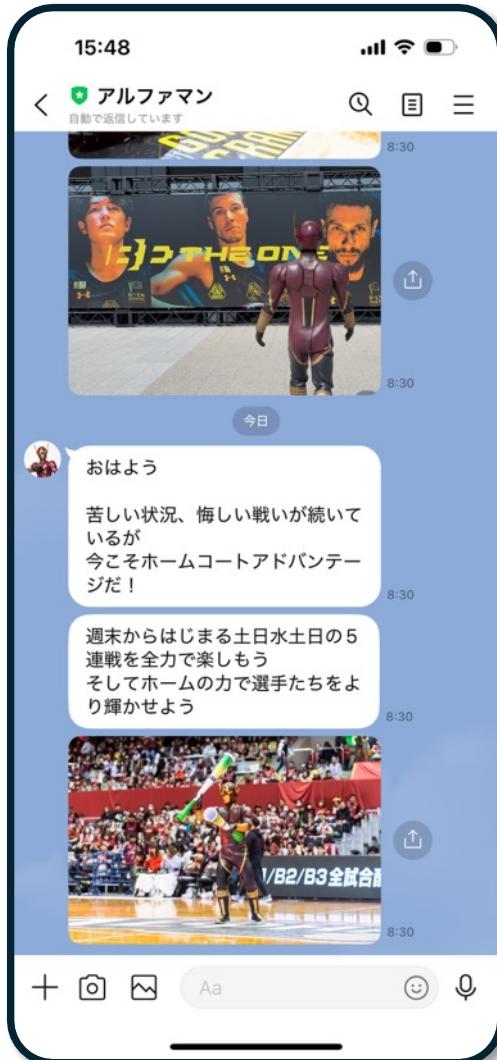
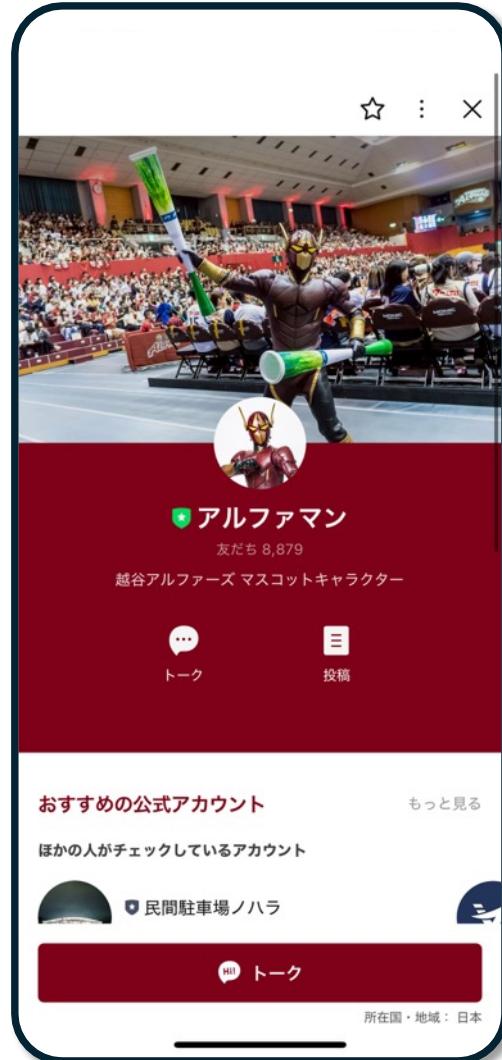
地域活性化へ  
ALLSTAR GAME  
スタンプラリー

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



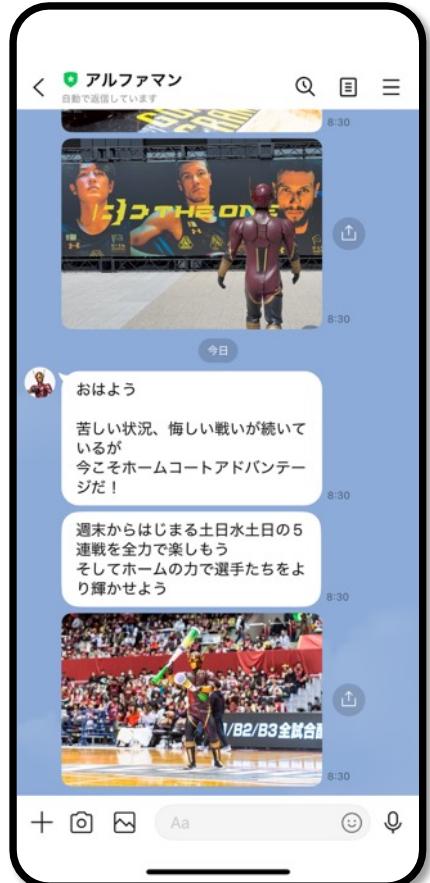
1日1回の  
配信+  
自動応答

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



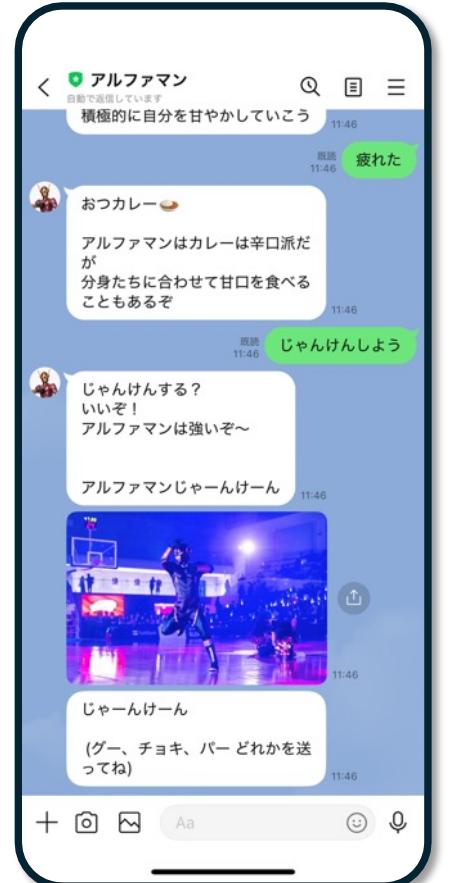
## グッズ紹介



## 日常のコメント



## マスコットとの会話

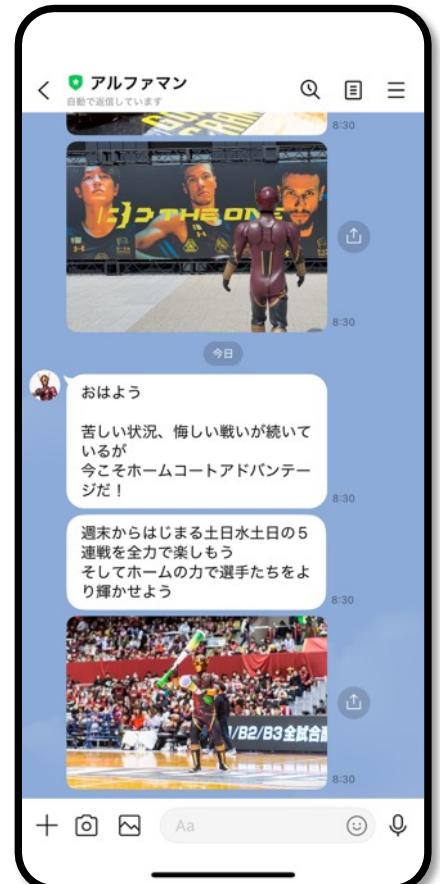
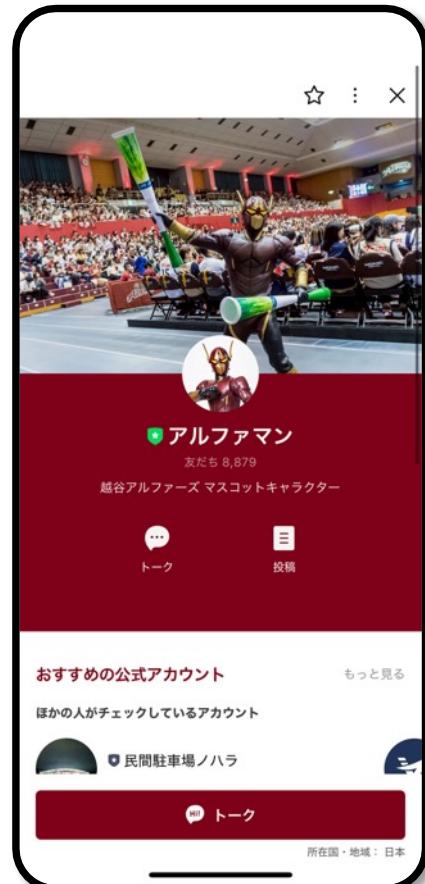


# クラブとマスコットのLINE公式アカウントの違い

## 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



## マスコットのLINE公式アカウント



# 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

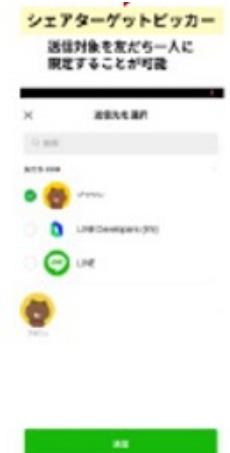


## ② 招待状フロー (投票後に作成が可能) (1アカウント何度でも、どのマスコットでも利用可能)

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)

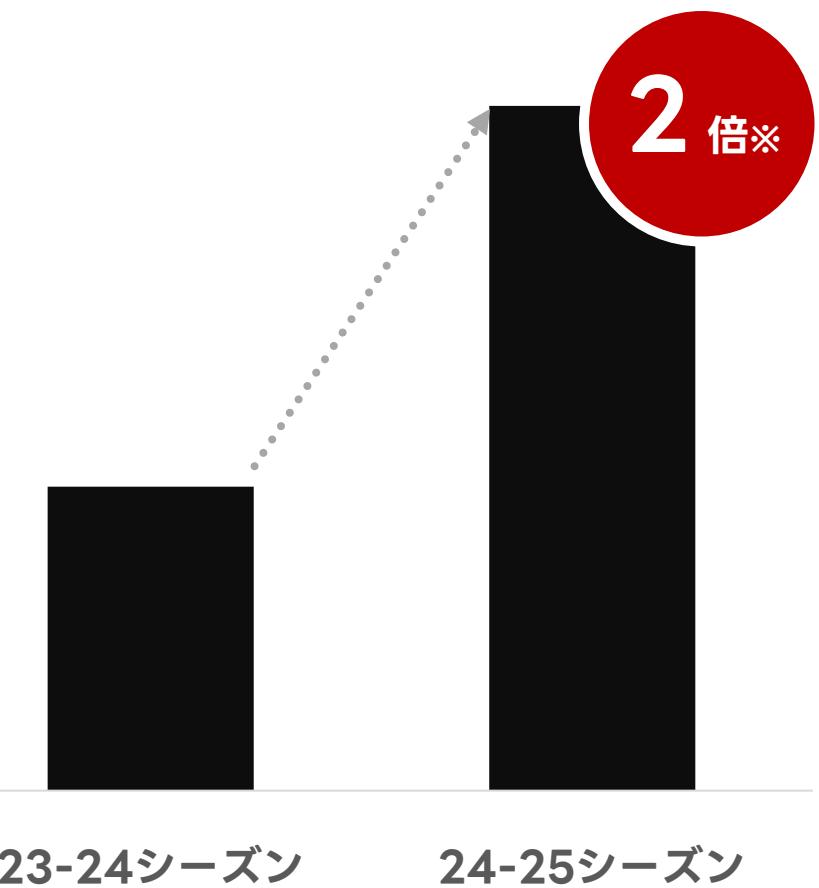
投票で2位に  
選んだ方が  
**最多**

## 神7記念！ 招待キャンペーン



## アルファマングッズの売り上げの変化

2倍※



過去最大の  
応募数

23-24シーズン

24-25シーズン

※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

# B.LEAGUE ALL STAR GAME WEEKEND 2025



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

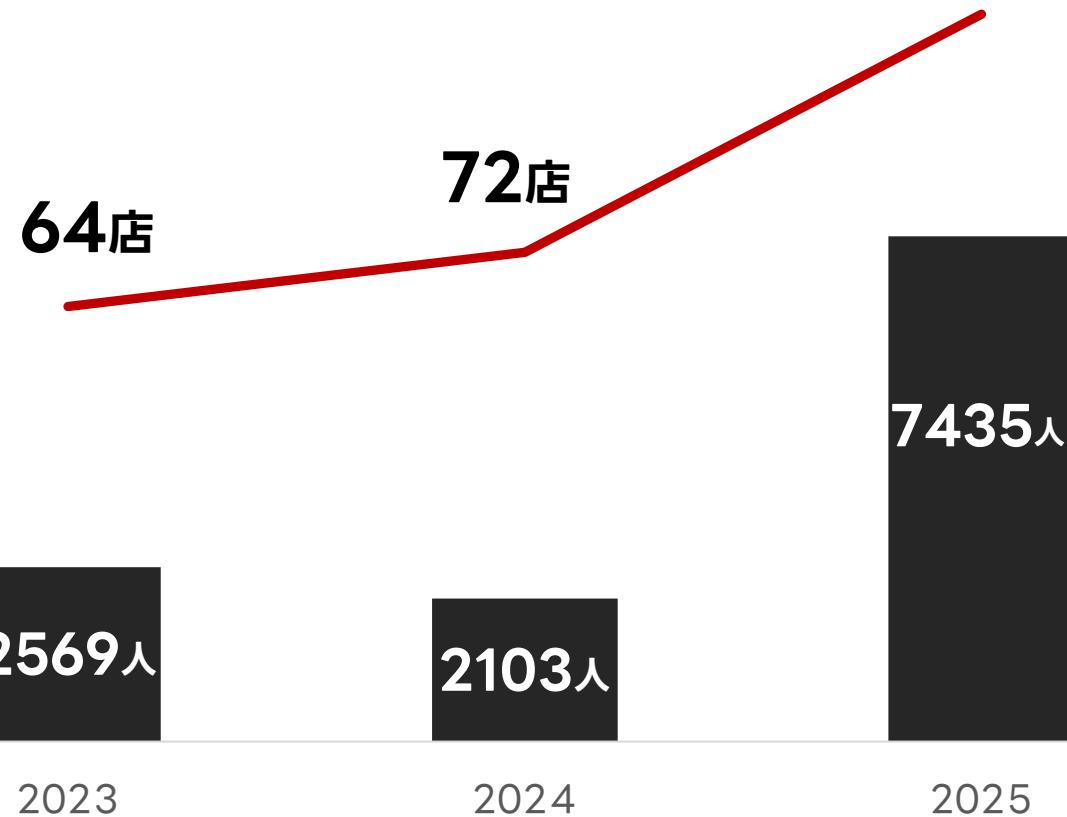
LINEミニアプリで参加可能

## 開催期間

2025年1月10日～1月19日

# 参加者・参加店舗とともに年々増加している

108店



■ 参加者数 — 参加店舗

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

※ B.LEAGUE調べ(2025年3月)

# スタンプラリーの成果



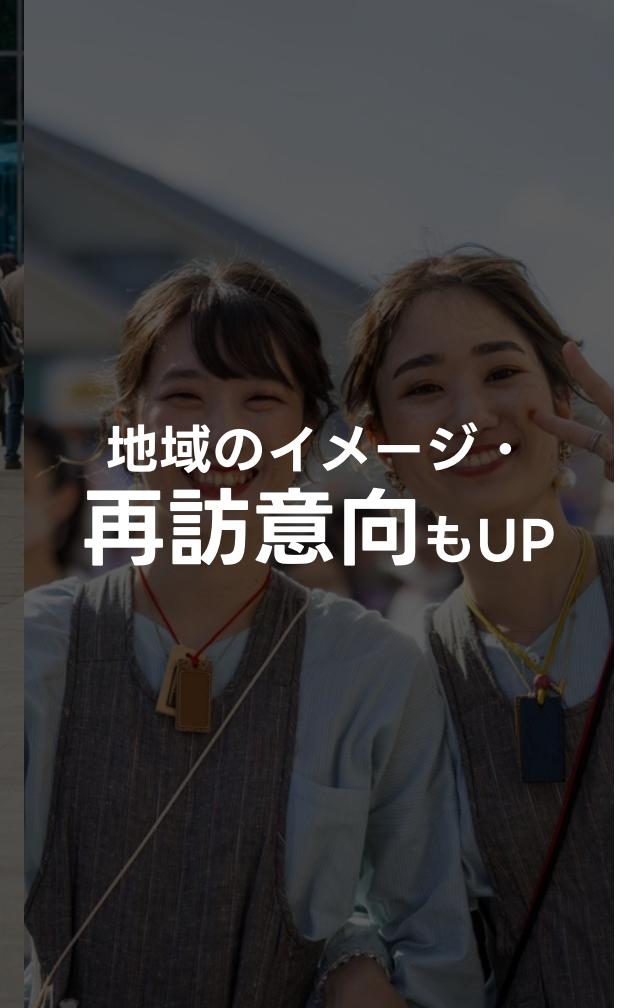
参加者の約7割が  
**1000円以上**の  
買い物を実施



会場から**2km**※  
圏内を中心に  
多くの人がアクセス



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

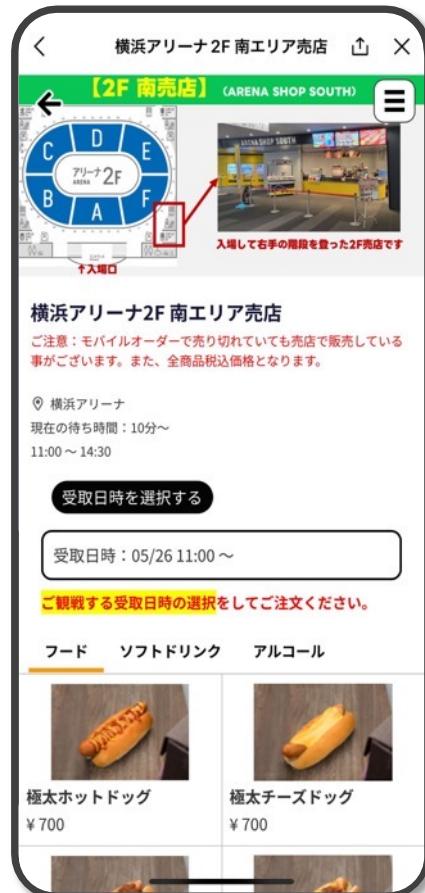
アリーナ体験の  
DX化

# 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  
繋がりの強化



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.新規

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高級のリーグ。日本と世界で競り合う「至高」「精緻」「最先端」。オンサコートの自由度を高め、人種や国籍を問わずハンガリーで国際戦力の高い日本選手が生まれる環境を創出することで、世界と対等に競り合える環境を実現する。「夢のアリーナ」を舞台に、B.LEAGUE の全クラブが国境をくぐるよう競争と連携を図りながら、新たなゲームを展開する。

B.LEAGUE 1

現 B1 を継承し、日本バスケの発展を牽引する唯一のリーグ。B.LEAGUE の未来を支える可能性のリーグ。プロフェッショナルの视野を広げていくのがその使命。各クラブが B.LEAGUE の舞台で競争し、競争が充満したマリーナでスリリングなゲームを実現。「出世」をめざす日本選手の実力と、日本選手の安全的な出場機会を創出することで、日本バスケの実力をボトムアップ。また、B.LEAGUE の全クラブが国境をくぐるよう競争と連携を図りながら、新たなゲームを展開する。

B.LEAGUE NEXT

現 B1 を継承し、日本バスケの発展を牽引する唯一のリーグ。B.LEAGUE の未来を支える可能性のリーグ。プロフェッショナルの视野を広げていくのがその使命。各クラブが B.LEAGUE の舞台で競争し、競争が充満したマリーナでスリリングなゲームを実現。「出世」をめざす日本選手の実力と、日本選手の安全的な出場機会を創出することで、日本バスケの実力をボトムアップ。また、B.LEAGUE の全クラブが国境をくぐるよう競争と連携を図りながら、新たなゲームを展開する。



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

# 集客力 強化

# 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

## ID連携

## コンテンツ リッチ化



## ユーザーに合わせた1to1のメッセージの配信



## マスコットの コミュニケーション

## ファン投票/限定動画



# 地域活性化



## スタンプラー



## 地域の店舗への集客

