

DAY 2

SESSION 1

過去最高の年間1,350万人が来場！
デジタルで構築する、
Jリーグのファンマーケティング



DAY 2

SESSION 1

橋本 久嗣

LINEヤフー株式会社

OA・MINIセールスSBU

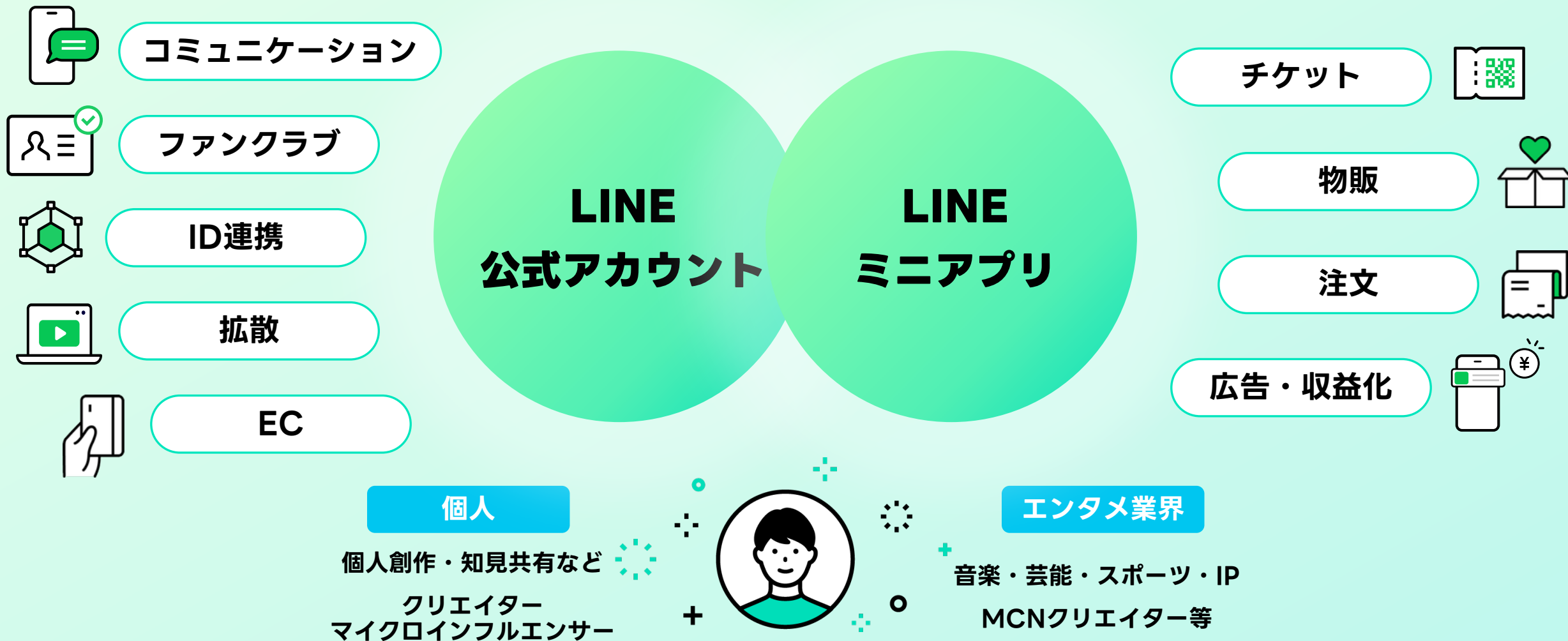
ソリューション推進ユニット

ユニットリード



クリエイターエコノミー構想

LINE公式アカウントを中心にエンタメ業界・クリエイターの参加を後押しする機能を提供し、クリエイター経済圏の構築を目指す



事例のご紹介

パートナー
シップ

チケット販売

物販

オフラインDX

A close-up photograph of two individuals shaking hands. The person on the left is wearing a light-colored, long-sleeved shirt and blue jeans. The person on the right is wearing a light blue, long-sleeved button-down shirt and dark pants. The background is dark with a grid of glowing blue lights, creating a bokeh effect. The overall mood is professional and collaborative.

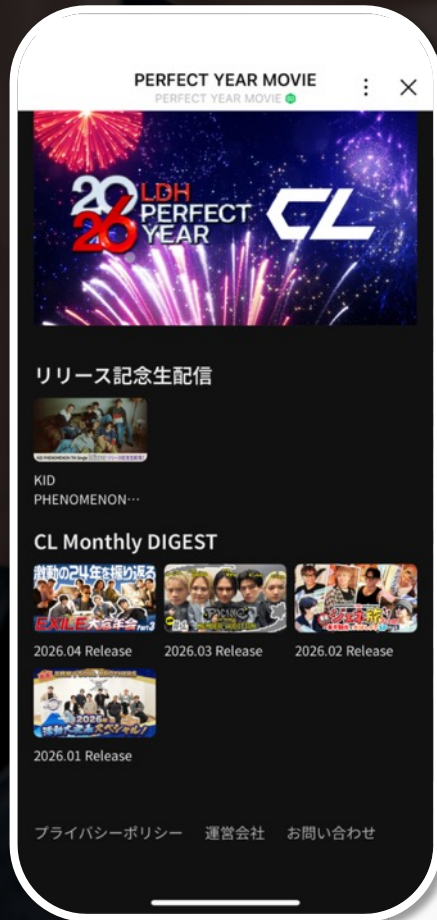
パートナーシップ

パートナーシップ



LDH JAPAN

HYBE



LDH PERFECT YEAR 2026の更なる加速

HYBE所属アーティストの活動支援

著作権の都合により非表示となります

チケット販売



チケット販売

いきものがかり



販売チケット数
配信対象の
約3割

日本バスケットボール協会



着券率を可視化
↓
以前より満席に

物販



物販



オリンピック/インフルエンサー **荒井 陸**

テレビ東京



購入完了まで
低い離脱率で実施

限定グッズ販売の
LINEミニアプリを
6月リリース予定

著作権の都合により
非表示となります

オフラインDX

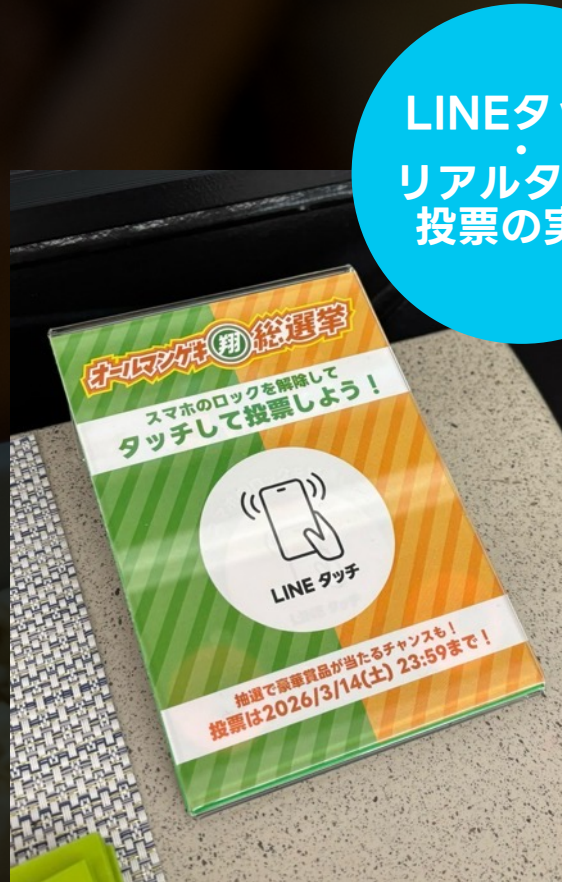


オフラインDX

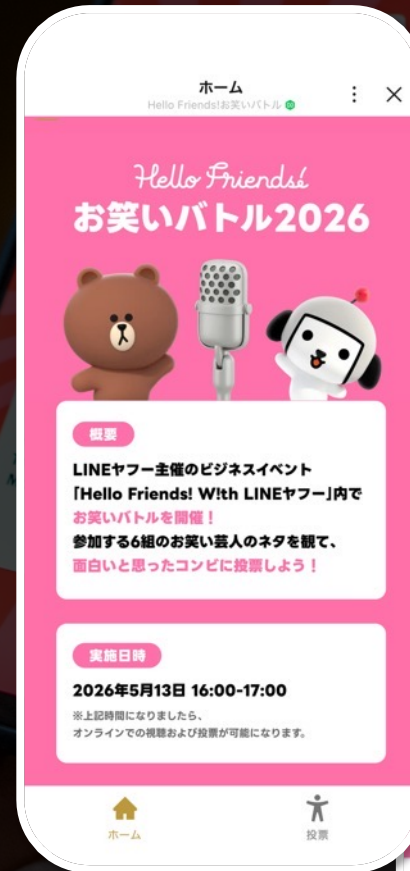
吉本興業

オールマンゲキ翔総選挙 投票

Hello Friends! お笑いバトル2026 投票



LINEタッチ
リアルタイム
投票の実施



本日16:00～
お笑いバトル
を開催

DAY 2

SESSION 1

鈴木 章吾氏

公益社団法人日本プロサッカーリーグ (Jリーグ)

執行役員 (マーケティング事業担当) 兼

マーケティング事業本部 本部長



Jリーグの近況



A wide-angle, high-angle shot of a large stadium at night. The stadium is filled with spectators, and the field is illuminated by bright lights. A large Japanese flag is visible on the field. The text is overlaid on the image.

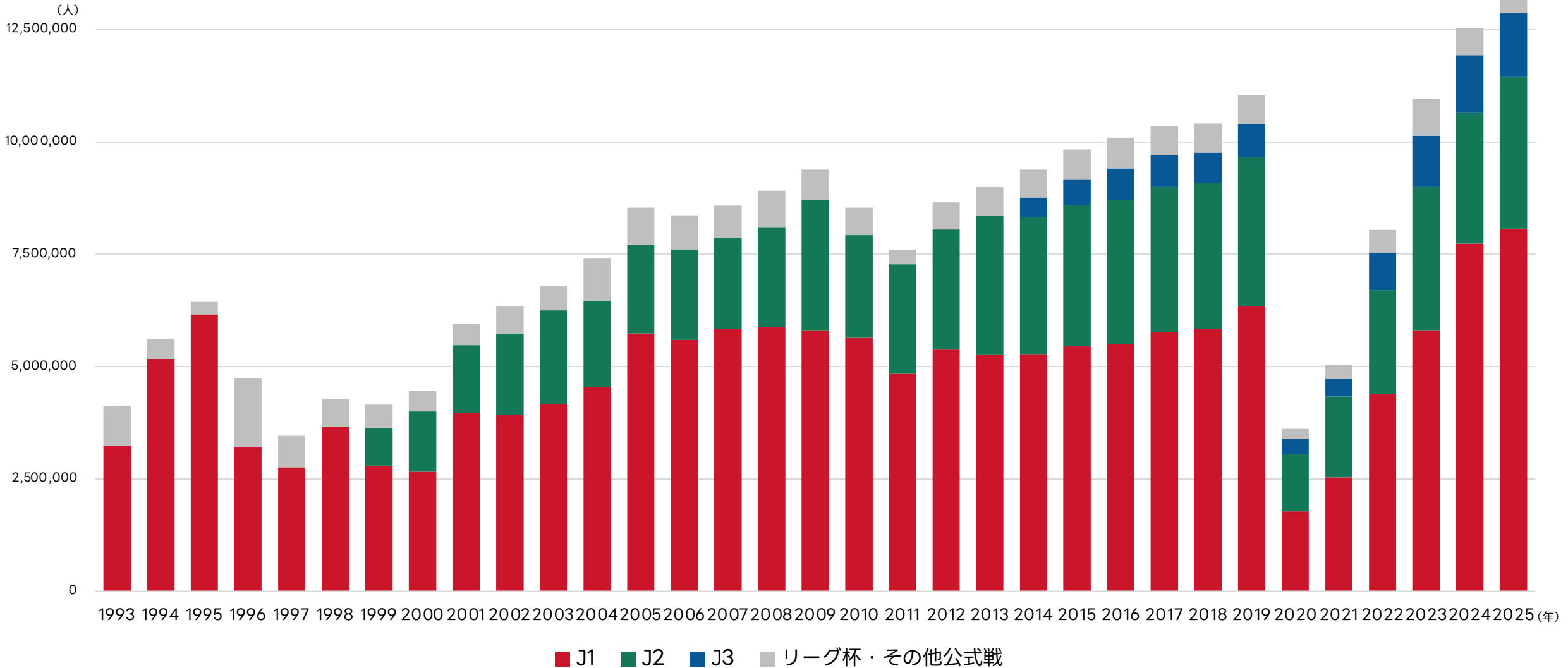
1993年5月15日

**日本初のプロサッカーリーグとして、Jリーグが開幕
2026年8月7日(金)、シーズン移行という大変革を迎える**

年間総入場者数が過去最高に！

1350万の史上最高の来場者を達成！

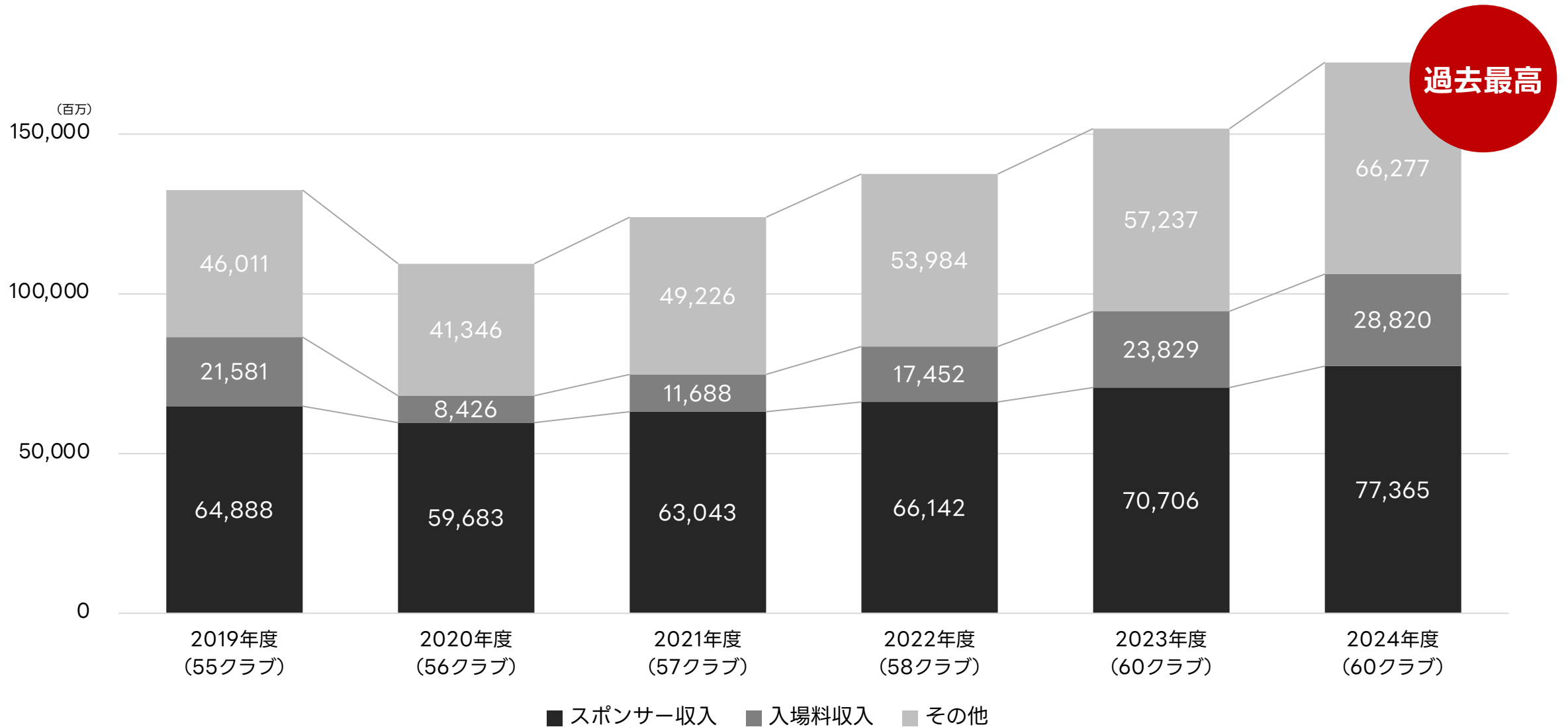
1350万人



※2025年12月時点：Jリーグ調べ

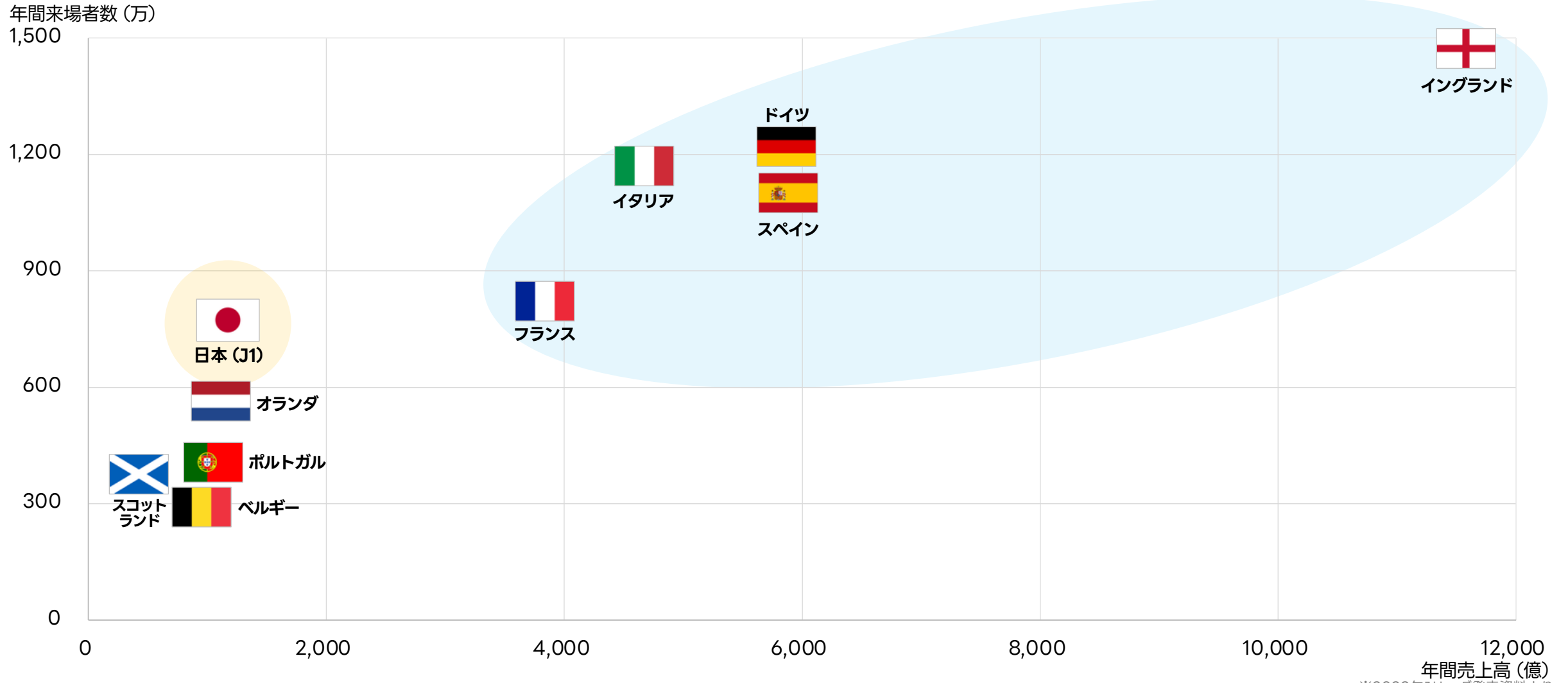
売上も過去最高を記録

クラブ全体の売上高は1,900億円を超え、世界5大リーグを目指すフェーズに突入



Jリーグの世界での立ち位置

2023年に発表した次の10年の戦略は、欧州の5大リーグに追いつくレベルに成長すること



※出展元：UEFA 2024 "The European Club Finance and Investment Landscape" "The European Club Talent and Competition Landscape"
※三菱UFJリサーチ&コンサルティング 外国為替相場情報 2024年 ユーロ 年間平均TTBより*1ユーロ=162円*で算出

Jリーグを世界と戦う舞台へ



Jリーグを世界と戦う舞台へ



ALCシーズンとの一致

欧州の移籍
マーケットとの一致

猛暑での試合数減少

選手が
良いプレーを
できる環境

フットボール
水準向上

ACL優勝
・
クラブW杯出場

代表選手の
増加

移籍金収益
拡大

国際大会の
賞金獲得

放映権など
リーグ売上の
拡大

ファン・サポーター
の熱気

パートナー・メディア
への価値提供

地域への貢献

2026年 Jリーグの変革の起点

これからの10年のJリーグを目指す上で特に重要な期間

百年構想リーグ

2026/27シーズン

地域ごとでのリーグ戦

J1優勝クラブはACLE出場権を獲得
PK戦による完全決着
隣接エリア・ダービーによる盛り上げ
賞金・特別助成金・配分金：総額25.2億円

Jリーグを世界と戦う舞台へ

フットボールの水準向上
リーグ・クラブ経営規模・収益の拡大
総合エンターテインメントとしての進化

一度限りの特別なシーズン

新たなJリーグの開幕

toC領域においてJリーグが目指すところ

今までの Jリーグらしさの進化

地域密着・安心の観戦環境・
子供達の夢・多様な応援スタイル・
サステナビリティ・
スタジアムグルメ・
インバウンド

フットボール 水準の向上

アジアで勝つクラブ・
世界と戦うクラブ・
日本代表選手・スター選手・
インテンシティー・戦術

エンターテイメント の進化

アーティストライブ・
多様な演出・視聴体験・
ホスピタリティー・IPコラボ・
メディア露出

Jリーグのマーケティング戦略



Main Mission

toCマーケティングによる
サッカー関心層・来場者数・売上の最大化



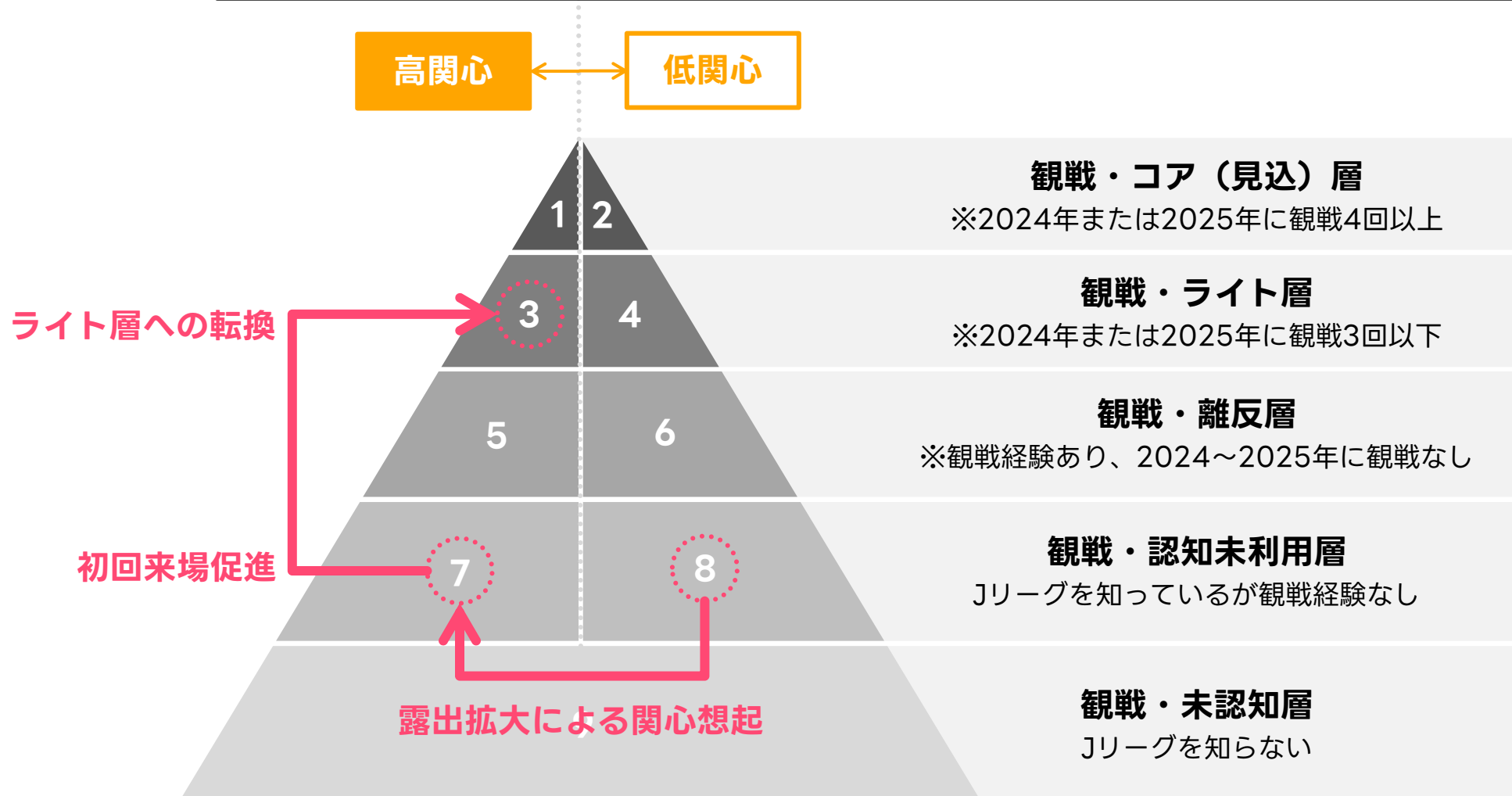
ファンベースの拡大

スポーツビジネスにおけるtoCマーケティングの意義



toCマーケティングの重点セグメント（9segs）

1年以内にスタジアムでJリーグを観戦したいですか？

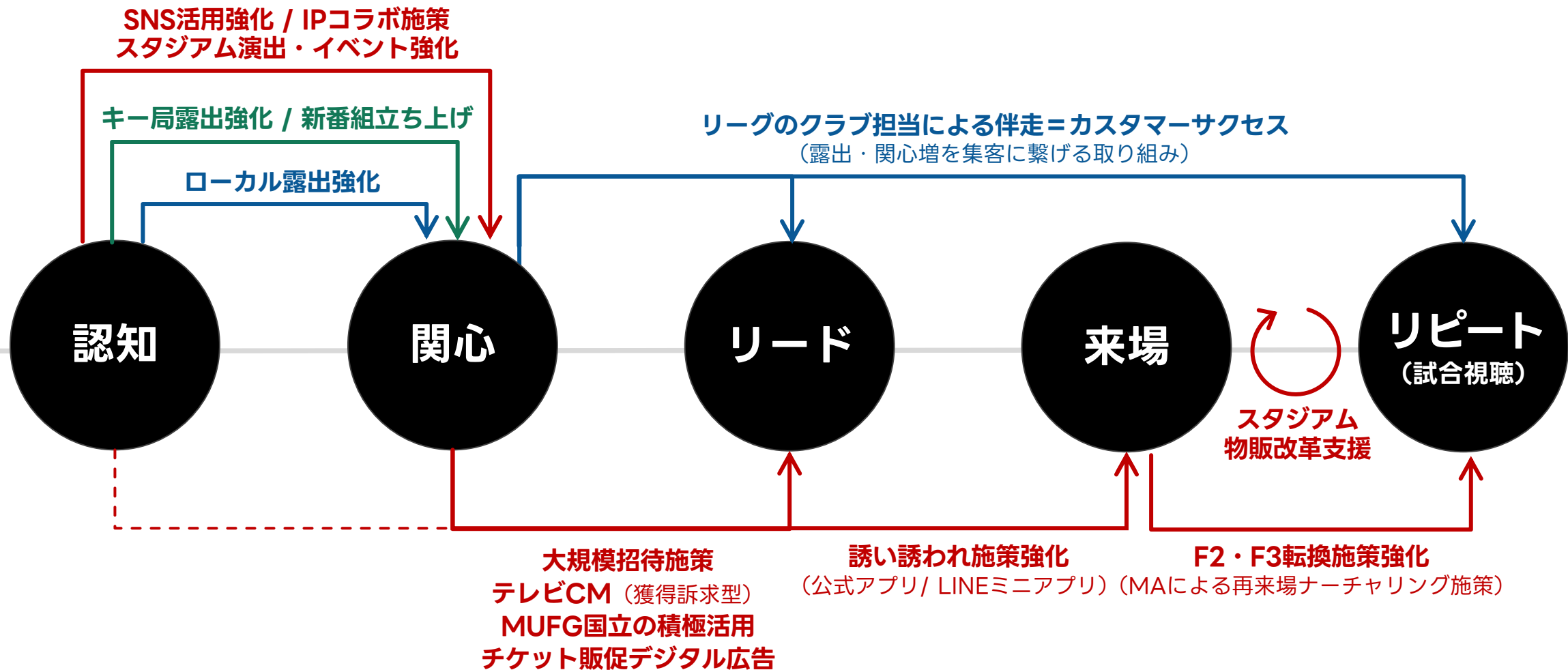


toCマーケティングの全体像

■：全国共通施策 ■：主にローカルクラブ施策 ■：主に関東クラブ施策

関心想起型施策

獲得型施策



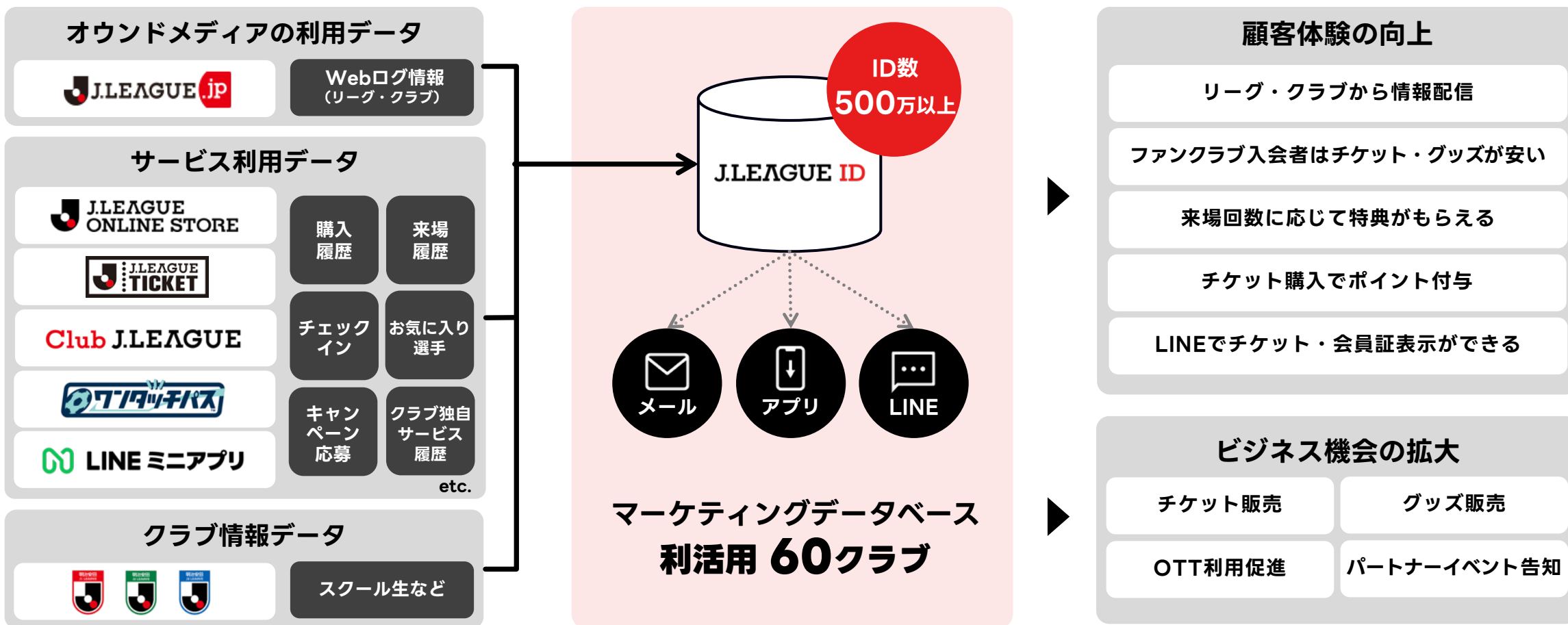
Jリーグのマーケティングプラットフォーム

共通したデジタル基盤を活用することで、マーケティング活動のインフラが整備されている

顧客データ収集・サービス基盤整備

一括管理・分析・活用支援

サービス提供・利活用



ストック型・フロー型の両立でビジネス成長を加速

ブランド



明治安田 J.LEAGUE
百年構想リーグ



MUFG
THE
国立DAY
特別な場所で、特別な興奮を。

サービス・プロダクト



プロジェクト（施策）



ストック型（継続的成長）

ベースを強くするもの

フロー型（非継続的成長）

山をつくるもの

A group of people are gathered in a cafe, all focused on their smartphones. In the foreground, a woman in a blue patterned top holds a black smartphone. Behind her, a man in a white shirt and a woman in a red top are also looking at their phones. To the left, two women are seated at a table with coffee cups, one holding a white smartphone. The background shows a modern cafe interior with large windows and warm lighting.

なぜLINE活用を推進するのか

なぜLINE活用を推進するのか

**JリーグIDだけではタッチできない
ライトユーザーへのアプローチが可能**

ライトユーザーへのアプローチが可能

コミュニケーション
プラットフォームとして
確立している

LINE 国内月間利用者数
1億ユーザー突破!


1000000000

ライトユーザーへのアプローチが可能



ダウンロード不要で
利用ハードルが低い

MAU
2,897万人
以上

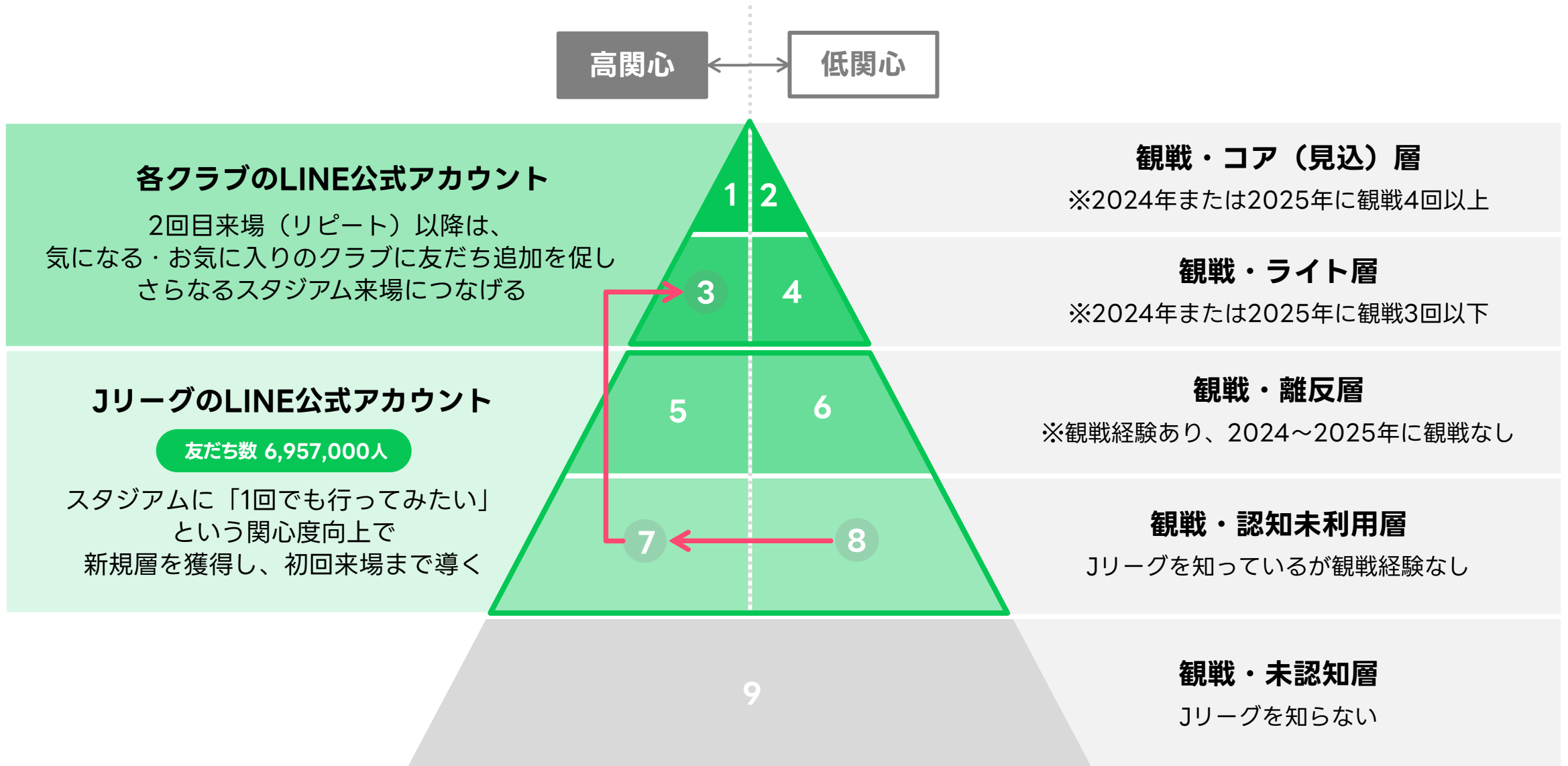


開発コストを抑えて
高度な機能を実装可能

リリース
33,000件
以上

気軽に使える LINEミニアプリ

9segsにおいてLINEはリーグ・クラブで役割分担



JリーグがLINEで提供している顧客体験

チケット購入から来場翌日までを一気通貫でサポート



チケット
購入



試合前



スタジアム



試合後



翌日



キャンペーン情報



チケット発売情報



QRチケット表示



会員証表示



デジタルペンライト



試合結果



推し選手動画

LINEを活用した施策



大規模招待



誘い誘われ



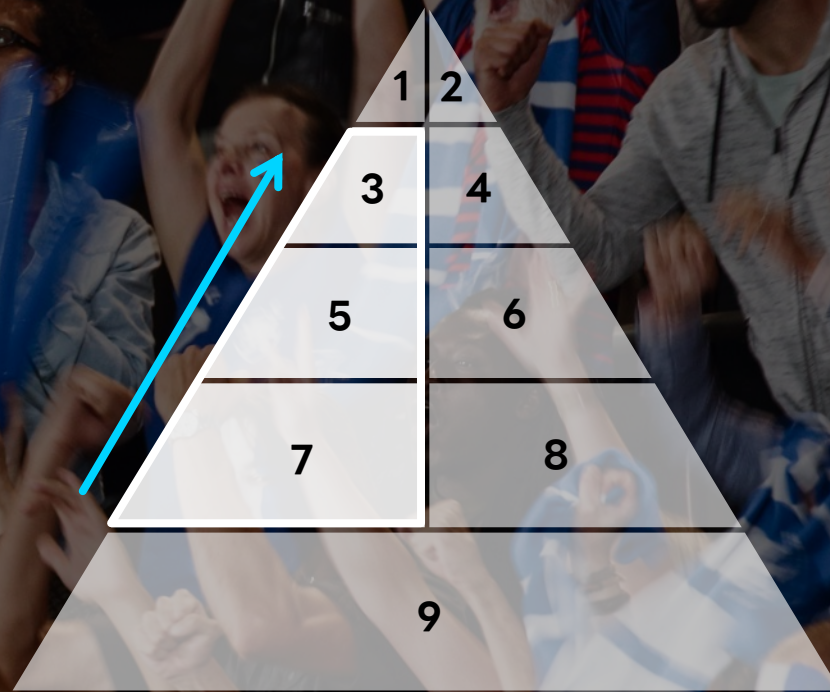
IPコラボ



推し選手動画

事例①

大規模招待施策



大規模招待施策ではデータストックができる

応募時にJリーグIDの登録を必須としているため、各クラブに招待応募ユーザーのデータが蓄積

認知・訴求

キャンペーン応募

JリーグIDを各クラブで活用

テレビCM

デジタル広告

交通広告

応援番組



特設サイト



申込数
143.5%増

新規率
253.5%増

メールと比較し
ユニークIDのため
不正防止に
大きな効果

JリーグID
取得・連携



新規ユーザー向けコンテンツ配信

試合情報・選手情報の発信

次節試合のイベント・チケット案内

チケット優待・キャンペーン案内

ファンクラブ加入案内

グッズ新商品案内

※申込数・新規率：モンテディオ山形における2024年開幕戦（JリーグIDフォーム）・2025年開幕戦（LINEミニアプリ経由）比較
※不正防止：アルビレックス新潟におけるLINEミニアプリ導入前後の成果

大規模招待施策ではデータストックができる

応募時にJリーグIDの登録を必須としているため、各クラブに招待応募ユーザーのデータが蓄積

認知・訴求

キャンペーン応募

JリーグIDを各クラブで活用

のべ応募者数
約**282**万件

新規JリーグID獲得数
約**14.6**万ID

招待ユーザーの
再来場率
20~30%

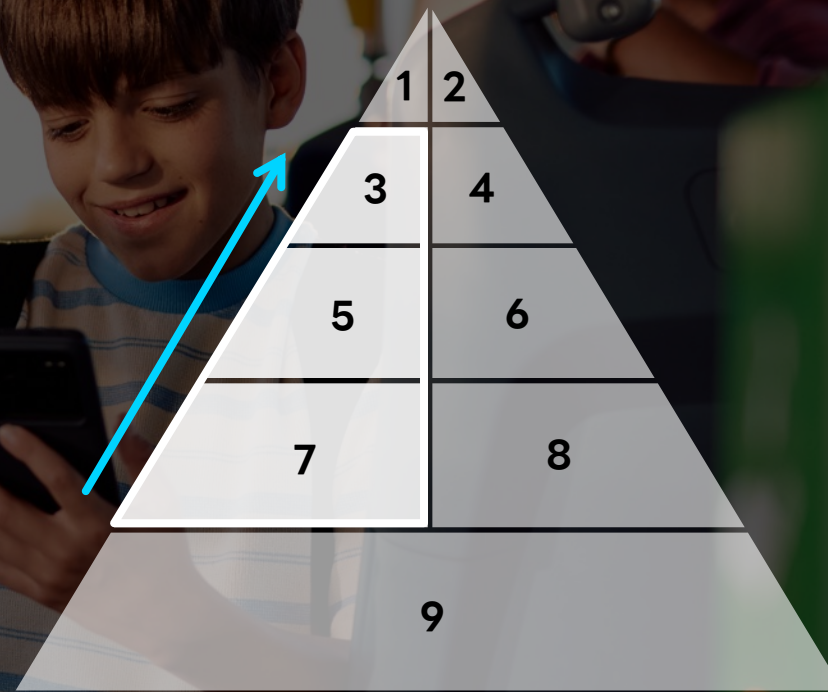
申込数
143.5%増

新規率
253.5%増

不正防止に
大きな効果

事例②

LINEで誘い誘われ



LINEで誘い誘われ

友人/恋人/家族など身近な新規層をファン・サポーターが誘うことでスタジアム来場ハードルを下げる

キャンペーンページ
にアクセス

紹介する友だちを選択

メッセージを受信

キャンペーンページ
にアクセス

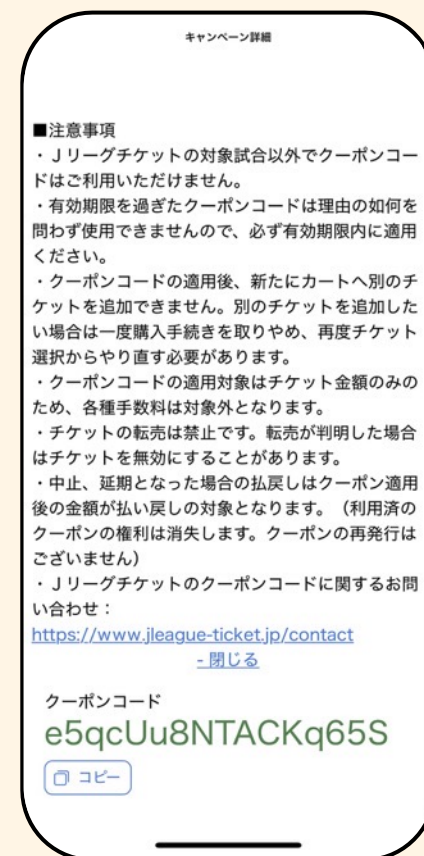
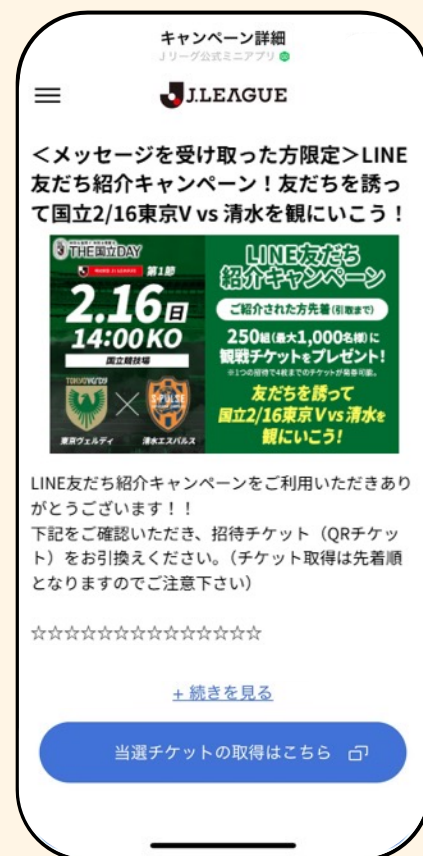
特典を受け取る



誘う側

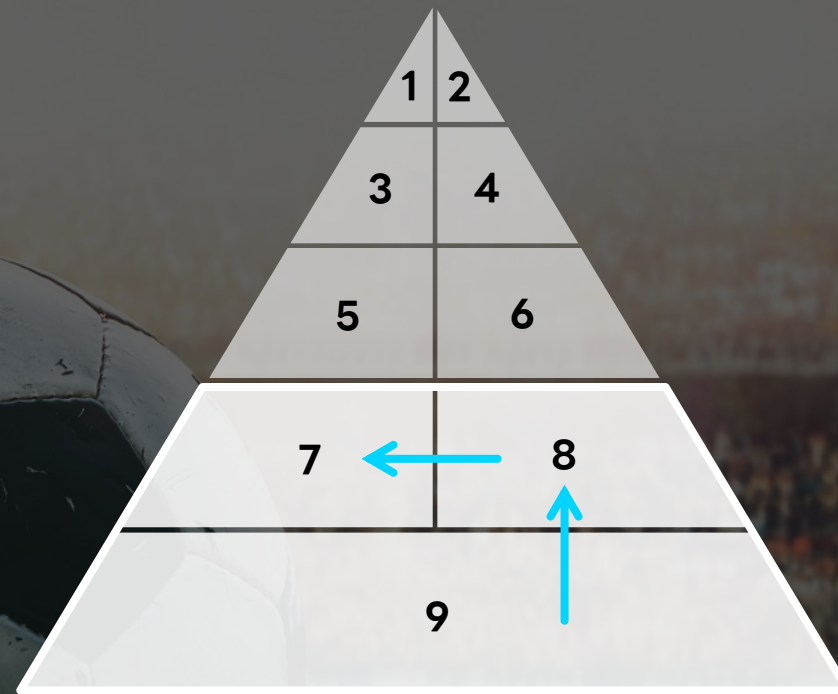


誘われる側



事例③

IPコラボ





IPコラボ

アイドルリッシュセブンに登場する4組のアイドルグループがPR大使に就任し、
2026年3月7日のTHE国立DAY FC東京 VS 横浜Fマリノス戦でコラボ試合を実施



※2026年実施の「Re:vale IDOLISH7 TRIGGER ZOOŁ × 明治安田Jリーグ百年構想リーグ」



スタンプ経由で新たなファン層とつながる

スタンプダウンロードのうち女性が約80%と、新規ユーザーの獲得に寄与

スタンプの配布

LINE公式アカウント



UGCが多く発生
一定の
ブロック抑制に



コラボ施策で約3,000名が来場

2/2～2/28には渋谷駅で大型OOHを掲出、

MUFGスタジアム（国立競技場）では等身大スタンディ展示・コラボシート設置・グッズ販売を実施

大型OOH



会場の様子



IPコラボの物販

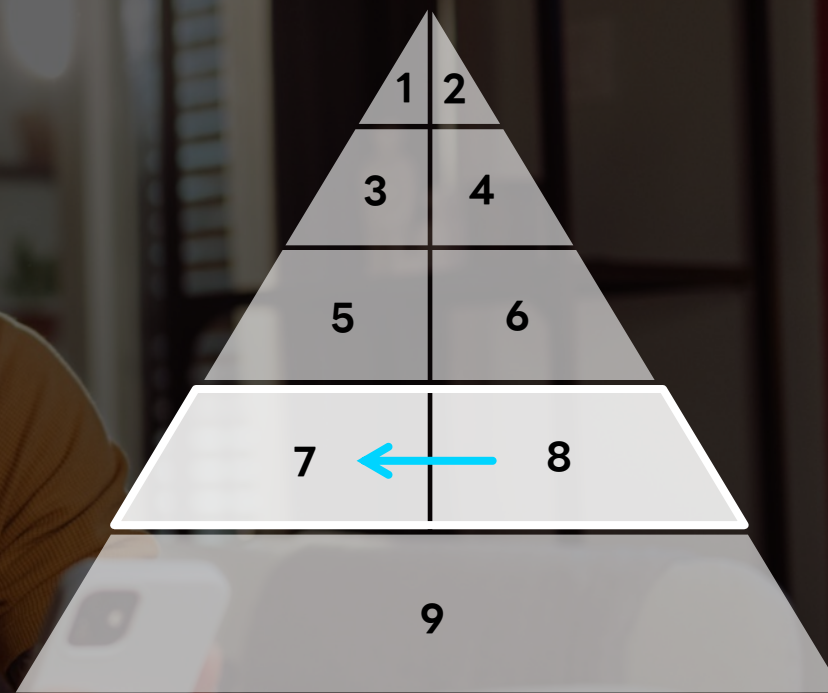
最大級の
売上を記録！



※2026年5月実績：Jリーグ調べ
※2026年実施の「Re:vale IDOLiSH7 TRIGGER ZOOŁ × 明治安田Jリーグ百年構想リーグ」

事例④

押し選手動画



推し選手動画

LINEミニアプリで登録したお気に入り選手のプレー動画や試合のダイジェストを楽しむ
Jリーグが独自開発し、AIが自動生成した動画がLINEで簡単に見られる



今後の展望



LINEで認知～ファン化に取り組む

チケット購入

試合前

スタジアム

試合後

翌日

スタジアムDX

チケット表示

会員証表示

グッズ順番待ち

2026/27シーズン
利用に向けて開発着手

先行入場

モバイルオーダー

エンターテイメント

ファン投票

デジタルペンライト

Jリーグオールスター
DAZNカップでトライアル予定

スタジアム周辺でスタンプラリー

選手・マスコットによるLINE公式アカウント活用

押し選手動画

CRM活用・その他

キャンペーン

大規模招待

関心想起のナーチャリング

LINE通知メッセージ(招待当選)

1to1コミュニケーション

誘い誘われ



Hello Friends!

