

【2014年シーズン】

阪神タイガース戦 at 阪神甲子園球場

冠協賛のご案内

2014.1

関西エリアでは、圧倒的に支持される阪神タイガースコンテンツを利用したPR！
阪神タイガースブランドが加わることにより、さらなる認知の向上が期待できます！
また、“冠協賛”を核としたキャンペーン実施についても
ご検討いただくことができますのでご相談ください。

『冠協賛試合への招待チケットが当たる！』など、
チケットを利用したキャンペーンの実施も
ご検討いただけます。

キャンペーンの実施

知名度のアップ

貴社ご提供のノベルティなど、来場者への
プレゼント実施等はさらなる知名度の
アップにつながることを期待できます。



好感度のアップ

“スポーツ振興・地域貢献している企業”
というイメージをアピールすることにより
好感度のアップが期待できます。

購買意欲の促進

冠協賛を活用した販売促進キャンペーン等を
企画することにより、商品・サービスの売上増加に
寄与することが期待できます。

2014年度 冠協賛メニュー		阪神タイガース主催公式戦 -甲子園球場開催分-
告知	冠呼称	貴社名や商品名等をつけた冠試合タイトルの命名
	メインビジョン&アナウンスでの冠告知	貴社の協賛であることを告知する“冠ナイタービジュアル”をメインビジョンに表示し、アナウンスでも告知
	NEW 球団公式サイトでの紹介	協賛日での実施概要について事前に告知
基本パッケージ	横断幕掲出	球場外正面へ、冠試合タイトルをデザインした横断幕を掲出 <1面> ※データ支給。制作料は、協賛料金に含む
	のぼり設置	球場周辺へ“のぼり”を設置 <20本> ※のぼりは支給願います。別途料金にて弊社での制作も可
	場内ポスター掲出	球場内ポスター枠へB1ポスターを掲出 <15枚> ※ポスターは支給願います。別途料金にて弊社での制作も可
	メインビジョンCM放映	メインビジョンでのCM放映 <30秒×2チャンス> ※放送素材支給願います
	ライナービジョン告知	企業ロゴやテキストを利用した告知 <インニング間/:30秒×2チャンス(横スライドや縦スクロール可)> <インニング中/:2チャンス(静止画のみ可)> ※ロゴ等のデータ支給願います
	NEW 企業キャラクター紹介	貴社マスコット等をインニング間にグラウンドでPR ※実施内容、登場タイミング、場所等は要相談
	NEW ヒーローインタビュー時のメインビジョンでの冠告知 <※勝利時のみ実施>	勝利時のヒーローインタビューの様子を写すメインビジョン下部へ冠試合タイトルを帯表示 ※横断幕データを流用
	販促	入場門サンプリング

2014年度 冠協賛メニュー		阪神タイガース主催公式戦 -甲子園球場開催分-
イベント参加	始球式	貴社の代表者として実施
	贈呈式	貴社の代表者として両チームの代表へ贈呈
基本パッケージ	NEW インニング間イベント	3回裏終了時に行われるお子様限定グラウンドイベント“キッズ・ハッスルタイム”の参加権のキャンペーン利用 ※インナーでのご利用可
	ホスピタリティ ご招待席	バックネット裏ご招待席 <4席>
	NEW マスコットとの記念撮影	球場内インタビューバックパネル前での阪神タイガースマスコットとの記念撮影 ※撮影時間の指定あり
商標	NEW 商標利用	イベント参加権や観戦チケット、タイガースグッズプレゼントを景品とした販促キャンペーンの実施 <キャンペーン期間:最大1か月間、店舗数制限等 諸条件あり> ※観戦チケット、タイガースグッズは別途購入願います

2014年度のパッケージはさらにお得にリニューアル！
基本パッケージに ニーズの多かった“キャンペーン権”(商標利用)を加えました。
是非、冠協賛日を貴社プロモーションの大きな山場にご活用いただけますようお願いいたします。

また、キャンペーンとしてご利用いただけるイベント参加枠もご用意いたしました。
是非とも、冠当日のチケットやタイガースグッズとともにご活用ください。



2014年度 ご協賛基本料金（税別）

2,500,000円 ~ 3,500,000円

※上記料金には、基本パッケージ内の“横断幕”の制作・作業費
及びビジョンCMのデータ変換費も含まれます。

+

ファンサービス品のご提供
(貴社商品や試供品、販促ツール 等)

- 2014年シーズン公式戦日程及び、販売対象日、各日程のご協賛料金については次ページ参照願います。
※一部、販売対象外の日程がございます。ご了承ください。

月日	カード	球場	協賛料金 ランク
4月	1 (火) ナイター	中日	No Sales
	2 (水) ナイター		A
	3 (木) ナイター		A
	8 (火) ナイター	DeNA	A
	9 (水) ナイター		A
	10 (木) ナイター		A
	11 (金) ナイター	巨人	AAA
	12 (土) デー		AAA
	13 (日) デー		AAA
	18 (金) ナイター	ヤクルト	A
19 (土) デー	AA		
20 (日) デー	AA		
29 (祝) デー	広島	AA	
30 (水) ナイター		A	
5月	1 (木) ナイター	甲子園	A
	9 (金) ナイター		AAA
	10 (土) ナイター		AAA
	11 (日) デー		AAA
	16 (金) ナイター		A
	17 (土) デー		AA
	18 (日) デー		AA
	25 (日) デー		AA
	26 (月) ナイター		A
	28 (水) ナイター		A
29 (木) ナイター	A		

月日	カード	球場	協賛料金 ランク
6月	6 (金) ナイター	オリックス	A
	7 (土) デー		AA
	8 (日) デー	ソフトバンク	AA
	9 (月) ナイター		A
	17 (火) ナイター	日本ハム	A
	18 (水) ナイター		A
	21 (土) ナイター	楽天	AA
	22 (日) デー		AA
	27 (金) ナイター	中日	A
	28 (土) デー		AA
29 (日) デー	AA		
7月	1 (火) ナイター	ヤクルト	倉敷 -
	2 (水) ナイター		甲子園 A
	3 (木) ナイター	広島	A
	8 (火) ナイター		A
	9 (水) ナイター		A
	10 (木) ナイター	巨人	A
	21 (祝) ナイター		AAA
	22 (火) ナイター		AAA
	23 (水) ナイター	ヤクルト	AAA
	29 (火) ナイター		AA
30 (水) ナイター	AA		
31 (木) ナイター	AA		

月日	カード	球場	協賛料金 ランク
8月	1 (金) ナイター	DeNA	AAA
	2 (土) ナイター		AAA
	3 (日) ナイター		AAA
	8 (金) ナイター	広島	A
	9 (土) デー		AA
	10 (日) デー		AA
	19 (火) ナイター	中日	A
	20 (水) ナイター		A
	21 (木) ナイター		A
	29 (金) ナイター	ヤクルト	A
30 (土) ナイター	AAA		
31 (日) ナイター	AAA		
9月	2 (火) ナイター	DeNA	A
	3 (水) ナイター		A
	4 (木) ナイター		A
	9 (火) ナイター	巨人	AAA
	10 (水) ナイター		AAA
	11 (木) ナイター		AAA
	12 (金) ナイター	広島	A
	13 (土) デー		AA
	14 (日) デー		AA
	19 (金) ナイター	中日	A
20 (土) デー	AA		
21 (日) デー	No Sales		

対象	協賛料金(税別)
【AAA】 プレミアム ・巨人戦 ・夏休み期間の 土日祝日 ・ 土日祝日他 特別イベント 対象日	3,500,000円
【AA】 レギュラー ・ 土日祝日 ・ 平日の特別 イベント対象日	3,000,000円
【A】 レギュラー ・ 平日	2,500,000円



2014年8月1日は
阪神甲子園球場
90周年記念日となります。



<参考>2013シーズンの
来場者プレゼント
ジャージ

※2013.11.23現在の発表日程・時間です。
 ※上記料金には、基本商品構成内の“横断幕”の制作・作業費及びビジョン
 広告のデータ変換費が含まれます。
 ※本企画書の冠協賛の販売対象試合は、阪神甲子園球場で行われる試合のみ
 となります。
 ※売り止め日程以外にも、興行上の都合により販売不可となる場合がございます。
 あらかじめご了承ください。
 ※京セラドーム大阪で行われる主催試合へのご協賛については別途、お問い
 合わせください。

ウル虎の夏 2014

7/29～8/3の6試合は、特別イベント対象日！

昨シーズンに引き続き“ウル虎の夏2014”と題し虎戦士達がイベント
 ユニフォームをまとい戦います。
 また、対象の6試合は来場者へのプレゼントとしてオリジナルジャージ
 の配布も行われます。
 当期間のご協賛については別途ご案内させていただきます。

“冠協賛”商品紹介



冠呼称・メインビジョン&アナウンスでの冠告知

貴社名、商品(サービス)名を冠とした試合名をつけることができます。冠名をつけることにより知名度・イメージの向上につながります。

以下の制限内で試合名を付けることができます。

貴社名

or

商品名
(キャラクター名)

+

ナイター
デー
ゲーム



冠協賛タイトルを、試合開始前やイニング間に、メインビジョンとアナウンスにて告知いたします。

※試合前:1チャンス、イニング間:1チャンスの計2回を最低保障

●“冠協賛告知”基本アナウンス

『お客様にお知らせいたします。

本日の対**戦は『●●●●協賛 “●●●●ナイター(デー)”として行われます(行われています)。』

※赤字部分がスポンサー様により変わります。

コピーなど入れる場合はご相談ください。

球団公式サイトでの紹介

NEW

協賛日での展開内容について、阪神タイガース公式サイト(PC版)で協賛日の実施概要を事前にご紹介いたします。



【主な記載事項】

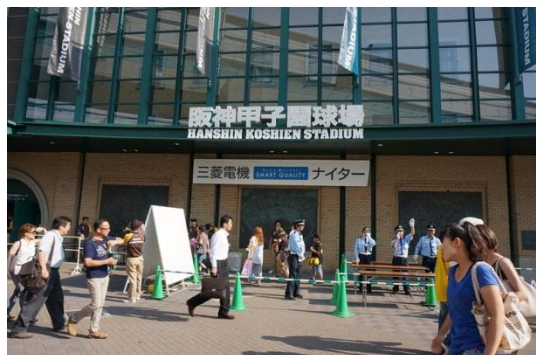
- 冠協賛タイトル
- 実施日
- 実施概要
 - ・スポンサー紹介
 - ・入場門で配布されるファンサービス品
 - ・スポンサーイベント

他

※掲載内容は、事前に審査・確認が必要です。

横断幕掲出・のぼり設置・場内ポスター掲出

冠協賛名入りの横断幕や、のぼり、B1ポスターを球場内外に掲出。
※ポスター、のぼりについては貴社よりご支給願います。



阪神甲子園駅から阪神甲子園球場を直線で結ぶ球場正面へ
 貴社ご協賛の“冠ナイター”である証を横断幕で掲示
 <横断幕×1面(H880×W6,570^{mm})>



球場外周囲へ
 <のぼり×20本>
 (H1,800×W600^{mm})



球場内コンコース、入口付近他へ
 <B1×15枚>

メインビジョンCM放映・ライナービジョン告知

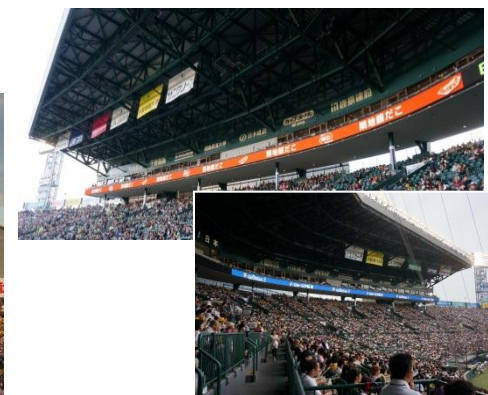
メインビジョンでのCM放映と、ライナービジョンによる告知で、
 貴社名や商品(サービス)の案内など、場内全体に向けてPR。

メインビジョンCM放映 (オーロラビジョン)

インニング間にCMを放映 (30秒×2チャンス)
 ※CM素材はご支給お願いいたします。<入稿媒体:HDカム>

ライナービジョン告知 (リボン状LEDボード)

インニング間及び、インニング中に貴社名、ロゴ、商品名などを放映。
 ・インニング間:30秒×2チャンス (スクロール動画 or 静止画)
 ・インニング中:2チャンス (静止画のみ可)
 ※ロゴ等のご支給願います。<イラストレータ、フォトショップ等>



ライナービジョン

企業キャラクター・マスコット紹介

NEW

試合前や試合中(インニング間)のグラウンドでキャラクターやマスコット、イメージタレントのPRをして頂けます。

※実施内容、登場タイミング、場所 等については要相談となります。



ヒーローインタビュー時 メインビジョン告知

NEW

阪神タイガース勝利時に行われるヒーローインタビューの際、来場者が注目するメインビジョン下部へ、冠タイトルを表示いたします。

※阪神タイガース勝利時のみ実施となります。



※イメージ



※イメージ

入場門サンプリング

来場者へのファンサービスとして、各入場門で貴社製品や、阪神タイガースとのオリジナルコラボノベルティ等のサンプリングを実施していただきます。プレゼントの方法は“全員プレゼント”“先着プレゼント”“抽選商品プレゼント”など選択が可能です。

※ファンサービス品のご提供は本企画の必須項目です。※事前ご相談ください。

先着プレゼント

開門時に各入場門にて先着プレゼント配布

※配布品はスポンサー様からのご提供となります。

※阪神タイガースとのオリジナルグッズの製作についてはご相談ください。



抽選商品プレゼント

入場門での配布品が高額なものとなる場合は、開門時に抽選カード等(貴社広告掲載あり)を配布し、『限定***名様に抽選で当たる!』など、抽選でのプレゼントを実施していただけます。

※抽選カード等の製作は別途料金が必要です。

デザイン等についてはご相談ください。

<例>

当選ナンバー発表は、原則パッケージ内のCM枠でメインビジョン及びアナウンスにて当選告知を行っていただけます。



【ファンサービス品(配布品)について】

・配布可能なものは下記のいずれかとなります。

a) 貴社製品

b) 阪神タイガースオリジナルグッズ(スポンサー広告入り)

貴社にてご提供いただけるノベルティ製品をお持ちでない場合は、阪神タイガースとコラボレーションしたオリジナルグッズ(下敷き、うちわ、クリアファイル、ノート類等)を制作することも可能です。オリジナルグッズはプレミア感の演出に有効です。

※制作費が別途必要です。

※オリジナルコラボグッズは、冠当日のみ使用が可能です。



オリジナルコラボグッズ



※うちわ片面には、貴社広告を掲載

・サンプリング品の個数目安 10,000個～

【品目の審査について】

※ご提供いただくノベルティ製品は、事前審査により配布ができないと判断された場合は変更していただけます。ご了承ください。

<NG例> ※試合進行の妨げになると判断されるものは不可

- ・カン・ビン類等、場内への持ち込みが禁止されているもの
- ・賞味期限の短いもの(1週間以内)や、要冷蔵のもの
- ・ステッカー、円盤型のうちわ、発光したりするもの(LEDライト等)
- ・球場内で販売しているもの(惣菜、菓子、飲料など)

始球式の実施

ご希望により、冠協賛試合を記念して試合開始直前に実施される始球式で投球していただくことができます。(ご代表者1名)
注目も高くPR効果が期待でき、貴社のイメージキャラクターやCMタレントなどでの実施も可能です。

- ※雨天等の影響により試合開始が遅延となった際は、実施できない場合がございます。ご了承願います。
- ※都合により1stピッチングイベントへ変更となる場合がございます。ご了承願います。



始球式の様子は、バックスクリーンのオーロラビジョンでLIVE放映！

※イメージ



“1stピッチングイベント”とは

試合開始“直前”に行われる始球式とは異なり、
試合開始“前”に「イベント」という位置づけで行う
投球デモンストレーションです。

プロモーション要素も高くキャラクター等の参加も可能です。

贈呈式の実施

ご希望により、貴社製品を両軍代表選手に送る贈呈式を実施することができます。貴社代表のプレゼンターとしてご代表者2名までご出席いただけます。

- ※雨天等の影響により試合開始が遅延となった際は、実施できない場合がございます。ご了承願います。
- ※両球団への贈呈品については貴社よりご提供願います。(要事前審査)
- ※両球団の代表選手については、当日決定となります。

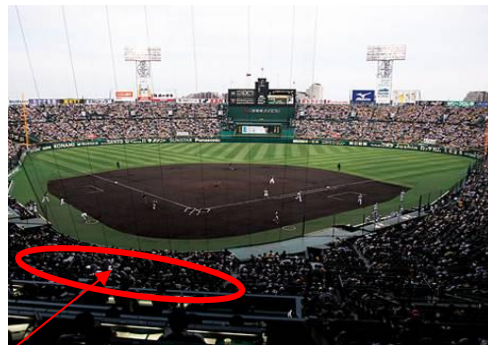
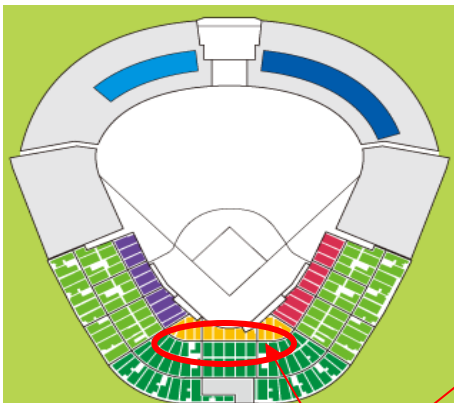


※イメージ



招待席でのご観戦

4名様分の招待席(バックネット裏)をご用意。



ご招待席(予定)



※ イメージ

バックネット裏は選手のプレーを間近で見れる最高の場所のひとつです。臨場感にあふれ、招待者もきっと、ご満足いただけると思われま。

インニング間イベント

キャンペーン
利用可能

NEW

ご希望により3回裏終了時に行われるお子様参加限定のインニング間グラウンドイベント“キッズ・ハッスルタイム”へご提供いただけます。また、当イベントの参加権を貴社の販促キャンペーンにご利用いただくことも可能です。

なお、イベント参加者には貴社商品等をプレゼントしていただきその際にメインビジョンにて商品訴求も行います。

※参加者へのプレゼント品はご提供願います。また、商品が無い場合はタイガースグッズ等を別途購入いただくことも可能です。

※雨天等の影響によりグラウンドコンディションが不良となった際は、イベントを実施できない場合がございます。あらかじめご了承ください。

- ・名 称：キッズ・ハッスルタイム
- ・実 施：3回裏終了時(約35秒間)、1塁アイビー席前 人工芝付近
- ・種 目：参加者と阪神タイガースマスコットとの対戦形式
綱引き、30m走 等 ※ご相談のうえ、参加者の年齢を考慮し決定
- ・露 出：イベントタイトルにご提供スポンサーとして貴社名を追加
例>●●●●presents キッズ・ハッスルタイム！
- ・参加者：計3名 ※4～12歳のお子様限定
- ・参加賞：貴社よりご提供 ※提供賞品をメインビジョンでの露出しPR
- ・備 考：イベント参加者用としてペア入場券をご用意いたします。
※座席は、1塁アルプス席を予定しておりますが、お申込みのタイミングにより別席となる場合がございます。



その他詳細については別途お問い合わせください。

マスコットとの記念撮影

NEW

試合前に球場内通路にあるインタビューバックパネル前で、阪神タイガースマスコットとの記念撮影ができます。

- ※トラッキー、ラッキーを予定
- ※撮影時間の指定をさせていただきます。



商標利用

NEW

イベント参加権や観戦チケット、タイガースグッズプレゼントを景品としたキャンペーンの実施

- ・キャンペーン期間:最大1か月間、
- ・規模:店頭キャンペーンの場合は100店舗程度
 <キャンペーン概要についての事前の審査あり>

注)テレビ・ラジオを活用してのキャンペーンについては別途料金が
必要となります。

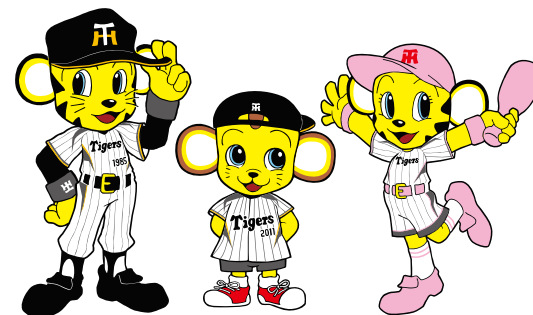
- ※観戦チケット、タイガースグッズは別途購入願います。
- ※観戦チケット付きのプランもございます。ご相談ください。

◇阪神タイガース商標一例



Tigers

Tigers



その他:オプション ※別途追加料金必要

様々なご要望にお応えするため、以下のオプションをご用意。
 観戦チケットやPRブースの設置、さらなる露出増をご希望の場合はご検討ください。
 ※下記以外のご希望の場合もご相談ください。
 ※詳細については、弊社営業担当までご連絡ください。

<p>観戦チケット (協賛社企画用)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・協賛日の内野(1・3塁)アルプス指定席を事前にご購入いただけます。 ※ご希望枚数を確認し調整(枚数によってはご希望にそえない場合がございます。ご了承ください。) ・券面への金額記載の有無が選択できます。 (金額記載を行わない“招待券”扱いとした場合は、雨天中止時の際の個人での払い戻しはできません。) <p><観戦チケットの料金について> 土日祝及び巨人戦は原則、定価販売となります。 それ以外については、枚数に応じてお得な料金を適用させていただきます。 詳細についてはお問い合わせください。</p>
<p>PRブースの設置</p>	<p>球場外ミズノスクエアでのイベント実施 【平日】 ¥150,000-/日 (税別) 【土・日・祝及び巨人戦】 ¥200,000-/日 (税別)</p>
<p>場内B1ポスター掲出 (追加掲出)</p>	<p>1試合: ¥21,000-/1枠15枚 (税別) ※最大追加枠: 2枠まで ※追加作業料はサービス</p>
<p>メインビジョンCM放映 (追加放映)</p>	<p>【1チャンス】 ¥200,000-/30秒 (税別)</p>
<p>ライナービジョン告知 (追加告知)</p>	<p>【1チャンス】 ¥200,000-/30秒 (税別)</p>

球場名	平均入場者数 /1試合	入場率 /1試合	最大収容 人数	総 試合数	3-4月	5月	6月	7月	8月	9-10月	プロ野球 総入場者数	3月甲子園球場 オープン戦6試合	高校野球“春” 入場者数	高校野球“夏” 入場者数
阪神甲子園球場	40,818人	85.5%	47,757人	60試合	440,085	484,454	262,527	559,632	133,323	569,085	2,449,106人	38,759人	423,000人	854,000人
東京ドーム	44,565人	96.9%	46,000人	64試合	516,361	626,578	270,292	318,274	674,632	446,043	2,852,180人			
福岡 ヤフオク!ドーム	34,202人	88.7%	38,561人	67試合	342,830	377,011	264,487	423,934	485,030	398,264	2,291,556人			
ナゴヤドーム	28,707人	70.9%	40,500人	68試合	380,720	356,756	121,401	390,309	323,075	379,826	1,952,087人			
札幌ドーム	26,692人	63.1%	42,270人	57試合	310,294	193,731	228,149	187,273	249,740	352,238	1,521,425人			
MAZDA Zoom-Zoom スタジアム広島	22,043人	66.8%	33,000人	70試合	269,767	231,761	196,110	237,319	319,528	288,494	1,542,979人			
西武ドーム	22,364人	65.9%	33,921人	70試合	252,510	198,790	288,362	214,961	298,104	312,739	1,565,466人			
京セラドーム大阪	19,904人	55.1%	36,146人	59試合	161,341	184,030	269,198	125,752	202,825	231,168	1,174,314人			
QVCマリンフィールド	17,506人	58.2%	30,082人	72試合	211,031	163,296	236,073	119,512	249,851	280,676	1,260,439人			
ほっともっとフィールド神戸	20,319人	58.1%	35,000人	13試合	69,111	39,416	22,069	25,531	78,375	29,651	264,153人			
明治神宮野球場	20,295人	57.8%	35,133人	64試合	268,484	181,626	102,770	141,049	278,933	326,048	1,298,910人			
横浜スタジアム	19,950人	66.5%	30,000人	68試合	235,009	194,652	191,713	105,532	329,240	300,464	1,356,610人			
クリネックススタジアム宮城	17,686人	75.4%	23,451人	67試合	165,723	182,429	166,543	167,777	199,993	302,496	1,184,961人			
合計：月別入場人員					3,623,266人	3,414,530人	2,619,694人	3,016,855人	3,822,649人	4,217,192人	20,714,186人			
平均：総入場人員/月・1試合					23,995人	26,469人	25,683人	26,698人	27,700人	25,405人	—			
月間総試合数					151試合	129試合	102試合	113試合	138試合	166試合	799試合			

平均入場者数は、
約4.1万人！
強大な集客パワーをもつ
阪神甲子園球場での
プロモーションは貴社の
販促活動などに、
大きく役立てるものと
期待しております。

※入場人員は、日本野球機構オフィシャルHPより抜粋。 ※各球団のホームスタジアムでの主催試合のみの数値。(地方球場開催分の試合数及び入場人員は含まれておりません)

※参考(タイガース主催の阪神甲子園球場以外の試合)

球場名	平均入場者数 /1試合	入場率 /1試合	最大収容 人数	総 試合数	3-4月	5月	6月	7月	8月	各球場 総入場者数	総入場者数
京セラドーム大阪	29,036人	80.3%	36,146人	9試合	76,615				184,710	261,325人	322,497人
倉敷マスカットスタジアム	29,103人	95.4%	30,494人	1試合			29,103			29,103人	
沖縄セルラースタジアム那覇	16,035人	53.4%	30,000人	2試合				32,069		32,069人	
	平均入場者数 /1試合	入場率 /1試合	最大収容 人数	総 試合数	7/26(金)	7/27(土)	7/28(日)	7/30(火)	7/31(水)	8/1(木)	総入場者数
ウル虎の夏6試合 入場者数	45,700人	95.7%	47,757人	6試合	46,159	46,865	46,439	45,397	45,324	44,017	274,201人
	平均入場者数 /1試合	入場率 /1試合	最大収容 人数	総 試合数	10月12日	10月13日	10月14日	総入場者数			
クライマックスシリーズ ファーストステージ 入場者数	46,913人	98.2%	47,757人	2試合	46,923	46,902	—	93,825人			



当企画に関するお問い合わせ・ご質問等については以下までご相談ください。

株式会社 阪神コンテンツリンク (HP <http://hcl-c.com/>)

営業本部 プロモーションメディア部 営業1グループ

TEL 06-6347-6512

Mail <http://hcl-c.com/contact/sales.html>

〒553-0001

大阪市福島区海老江1丁目1番31号 阪神野田センタービル10F



H A N S H I N
C ● N T E N T S L I N K

【注】

業種によって、お申込みをお断りする場合がございますので
事前に弊社までご確認いただけますよう、よろしくお願いいたします。