

福岡ソフトバンクホークス株式会社



一步足を踏み入れた時から始まる非日常 リアルな一体感で魅せる新しいスタジアム



製品 & サービス

- ・ Cisco Vision Dynamic Signage

課題

- ・ プロ野球の感動と興奮を増幅させ、非日常を味わえる新たな顧客体験を提供したい
- ・ 場所によってタイムラグが発生していた中継映像をリアルタイムに配信したい
- ・ デジタルサイネージを利用した広告で地域経済の活性化も支援したい

ソリューション

- ・ 試合の中継映像を多数のディスプレイにほぼリアルタイムに配信できる
- ・ 1つのディスプレイに中継映像と広告コンテンツを連動させるなど、多彩な演出が可能
- ・ 全てのディスプレイへのコンテンツ配信を集中制御できる上、管理画面も直感的で使いやすい
- ・ 北米のスタジアムで実績豊富なシスコのノウハウに期待

結果～今後

- ・ 従来の中継映像で発生していた遅延を解消。コンコースにいても時間差なしで試合の中継映像を見ることができるよう
- ・ タカポイント会員のアンケート調査では「非日常感が向上した」という評価が昨年に比べて 120% アップ
- ・ 多彩な表現で来場者の目に留まりやすい広告出稿が可能に。広告収益の拡大や地域経済への貢献が期待できる
- ・ 飲食店と連動してホームランをきっかけにしたタイムセールを行うなど、新しい施策にチャレンジできる下地が整った

プロ野球パシフィック・リーグに所属する福岡ソフトバンクホークスの本拠地「福岡 ヤフオク!ドーム」では、スポーツ観戦の新たな顧客体験の提供を目指して、コンコースに多数のデジタルサイネージを増設。シスコのスタジアム向けソリューションを活用して、多彩な表現のコンテンツ提示、球場内の大型モニターとリアルタイムに連動させた演出などを実現してスタジアムの「非日常」感を高めることで、お客様の満足度を向上させることに成功しました。

野球の感動と興奮を膨らませ、非日常を楽しめるエンターテインメント空間を実現したい。映像の表現力を最大限に引き出すことで、今までにない広告展開も可能になります。お客様やスポンサー様に喜んでいただける新しいスタジアムを実現できました。

—— 福岡ソフトバンクホークス株式会社 執行役員 事業統括本部 マーケティング本部 本部長 白川 隆志氏

日本のプロ野球における屈指の人気チーム、福岡ソフトバンクホークス。観客動員数を実数発表となった 2005 年以降、主催試合の年間観客動員数は 15 年連続でパ・リーグ最多を誇ります。2019 年シーズンには 3 年連続 10 度目（ソフトバンクとして 6 度目）となる日本一に輝きました。

課題

野球を知らなくても楽しめる「非日常」を提供したい

ホークスの本拠地となっているのが福岡市中央区にある福岡 ヤフオク!ドームです。日本初の開閉式屋根を備えた国内 2 番目のドーム球場として開業。最大収容人員は 4 万人を超えます。ヤフオクドームでは、試合だけでなく様々なイベントでファンを盛り上げていますが、近年は野球以外のプロスポーツの人気も高まっており、スポーツ観戦の楽しみ方も多様化しています。そうした中で、いかにこれまでより多くの観客にヤフオクドームに足を運んでもらうかは球団にとって大きなテーマです。

「その場にはいないと味わえない迫力と臨場感を膨らませて観戦の魅力を伝える。さらには野球を知らない人にも『ヤフオクドームに行けば楽しいことがある』と感じていただく。選手たちのプレーだけでなく、ドーム全体を使って『非日常』を提供し、それを実現したいと考えています」と福岡ソフトバンクホークスの白川 隆志氏は話します。

そこで 2019 年シーズンから取り入れたのが、大型モニターやサイネージを活用した大規模な



福岡ソフトバンクホークス株式会社
執行役員
事業統括本部 マーケティング本部 本部長
白川 隆志 氏



福岡ソフトバンクホークス株式会社
ブランド推進本部
マーケティング・コミュニケーション部 部長
兼 コミュニケーション推進課 課長
福島 真 氏

新演出です。

外野席の上部にはジャンボジェット機約 3 機分の長さにもなる 5 画面構成の「ホークスビジョン」、バックネット裏の屋根にも吊り下げ式の大ビジョン「スカイスクリーン」を据えて、選手紹介、プレー VTR、チャンスやホームランの際に流れるムービーなどで試合を盛り上げます。

また、飲食店やグッズ売り場などが並び、観客席への通路となるコンコースにもデジタルサイネージを大量に配置することを決定。「コンコースは、インングの合間に食べ物や飲み物を買に行ったり、トイレに行ったりする時に通る場所ですが、スタジアムのどこにいても、いつでもリアルタイムに感動と興奮を味わえ、楽しめる空間を作りたいと考えたのがきっかけです」と白川氏は続けます。ヤフオクドームには、プロ野球の試合だけでも年間約 300 万人が来場しますが、それ以外にもコンサートや産業イベントなどでも利用され、それらを含めると年間来場者数は 400 万人超となります。デジタルサイネージをそれらのイベントでも活用できれば、ヤフオクドームのイベント会場としての価値も高まります。

Cisco Vision は運用管理がシンプルな点も大きな特徴。北米における実績も豊富で、培った知見を提供してもらえるというメリットも期待しました

ソリューション

中継映像をほぼリアルタイムに伝送し、多彩な表現にも対応

この新演出のためにホークスが導入したのがシスコのスタジアム向けソリューション Cisco Vision Dynamic Signage です。

Cisco Vision は、スタジアムやエンターテインメント施設向けに開発された映像/デジタルコンテンツ配信ソリューション。エンコーダーやレシーバーから取り込んだ映像ソースを IP マルチキャスト・ストリーミング方式でネットワーク配信し、複数のディスプレイを集中制御することができます。まず評価したのがネットワーク遅延の少なさです。

「コンコースにいる時にホームランやファインプレーが飛び出しても見逃すことのないよう、ドームでは自分たちで中継映像を制作しています。しかし、従来は球場内とコンコースでは 2 ～ 3 秒程度のずれがありました。一方、Cisco Vision は低遅延でほぼリアルタイムな配信が可能です」と福島 真氏は評価します。

また、多層レイヤー表示によって、ディスプレイを最大 5 つのエリアに区切って異なるコンテンツを表示し、多彩な表現ができる点も評価しました。例えば、中継映像を囲むように L 字型のスペースを作って、そこにスポンサーの広告を表示したりできます。

コンテンツを管理する画面も使いやすく、多層レイヤー表示のレイアウト、コンテンツ配信パターンの登録、スケジューリングなどを直感的に行えます。

「慣れれば本当に簡単。どのタイミングで、どこに、どのコンテンツを展開するかを選ぶだけでダイナミックな演出を簡単に実現できます」と福島氏は語ります。

実際、コンコースのデジタルサイネージの運用人員は 2.5 人。ホークスビジョンやスカイスクリーンの運用人員を含めても 5 人体制で運用しています。少ない人員でドーム全体の映像演出をコントロールできるのは大きなメリットとなっています。

このような設備を持つ次世代スタジアムの取り組みは北米が先行していますが、Cisco Vision は、その北米でも多数の実績を持っています。実際に、導入前には、同社の担当者がシスコの案内を受けて、野球、アメリカンフットボールなどの様々なスタジアムを視察しました。「お客様に新しい体験を提供し、新たなファンの獲得や収益機会の拡大に成功していることを目の当たりにして、これをホークスも実現したいという思いが強くなったと担当者は言います。成功事例を数多く持つシスコと協業することで、ディスプレイの配置といったシステム面だけでなく、コンテンツ制作のポイントや配信プランの立て方などに関するノウハウの提供も期待できると感じました」と白川氏は述べます。

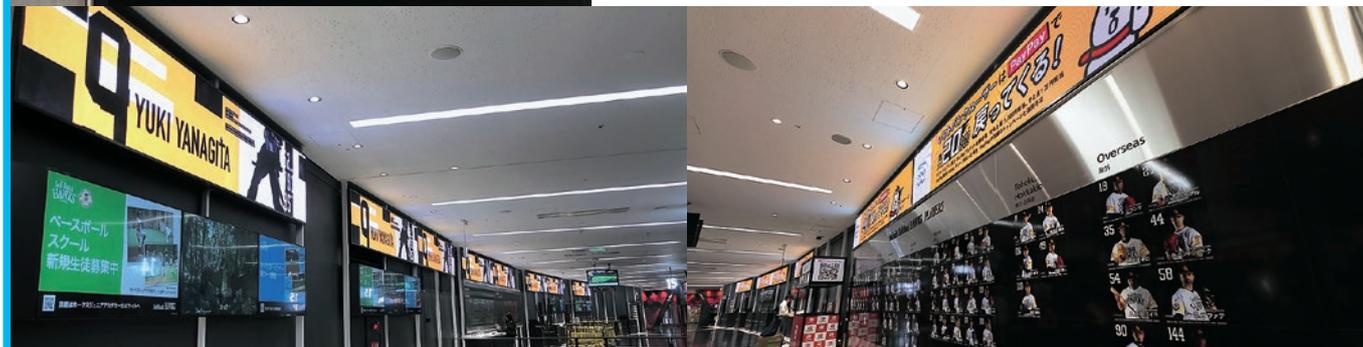
スタジアムからコンコースまで球場全体で非日常を演出



ホークスビジョン

GATE3 入り口の丸型モニター

コンコースの壁付けモニター



結果～今後

会員アンケート調査で「非日常感が向上」の評価が 120 %アップ

現在、ヤフオクドームのコンコースには、サークル型ビジョンや LED / LCD ビジョンなど計約 400 枚のモニターパネルが設置されています。以前は紙のポスターで貼られていたスポンサーの広告なども全てデジタルサイネージを使ったデジタルコンテンツに切り替わっています。

「デジタルサイネージに表示されるコンテンツは、事前に設定したスケジュールに沿って自動配信されますが、ホームランやファインプレーが飛び出した際には、球場内のホークスビジョンと連動したコンテンツが自動で一斉に流れるようになっています。中継映像のタイムラグもなくなり、いつでも、どこにいても試合の臨場感を体感できます」(福島氏)。

売店やトイレがある通路という印象だったかつてのコンコースの面影はなく、スタジアム全体で野球を感じられる環境を実現。毎年恒例のイベント「タカガールデー」の際には、例年、スタジアムをピンク色に装飾していますが、Cisco Vision によって、より自由かつ柔軟に印象的なピンク色の演出を行うことができるようになり、イベントの盛り上がりにも華を添えました。

「福岡ソフトバンクホークスのタカポイント会員のアンケート調査では『非日常感が向上した』という評価が昨年に比べて 120 %アップしています」と白川氏は満足感を示します。

広告効果の向上にスポンサーからも大きな期待

チケット販売と並ぶ大きな収入源である広告収入についても大きな期待が寄せられています。紙のポスターではなく、動的な表現が可能な広告コンテンツ、さらには中継映像と並べて表示することで、広告接触率の向上といった成果が期待できるからです。「広告効果の向上は、私たちの広告収入だけでなく、地域経済の活性化にもつながります。ありがたいことに、全出稿枠が埋まる状態が毎年続いています。デジタルサイネージを利用することで新しい広告メニューを提案することが可能になります」(白川氏)。

また、これまでは、ポスターの貼り替え作業などは全て手作業で行っていましたが、これからはCisco Visionの管理画面を通じてコンテンツを差し替えるだけ。大幅な業務の効率化が見込めます。

コンコースの飲食店にもサイネージを導入し楽しさを倍増させたい

このような成果を受けて、Cisco Visionを活用した様々なアイデアも生まれています。

「例えば、テナントとして入居している飲食店様と協力し、メニュー看板もデジタルサイネージ化していきたいですね。そうすれば、ホームランが出たら直後の10分間はビールを割引提供する、というように状況に合わせてフレキシブルにキャンペーンを展開できるようになるでしょう」と白川氏は展望を述べます。「優勝争いが佳境を迎えるペナントレース後半には、特別なコンテンツを制作して配信し、ファンの一体感を醸成しながら、チームを後押しすることもできます」と福島氏は続けます。

Cisco Visionを導入し、新たなエンターテインメント空間に生まれ変わった福岡 ヤフオク!ドーム。ダイナミックな映像演出を容易に実現できるメリットを活かし、今後も感動と興奮をより高める顧客体験の提供と、地域経済の活性化に貢献する広告展開を進め、次世代スタジアムのデジタルマーケティングをリードしていく考えです。

「チームとスタジアム運営部門、スポンサー、そしてお客様とも協力しながら、非日常でより魅力的なスタジアムに育てていく。導入前から現在まで、シスコには様々なアドバイスと支援をもらいましたが、今後も協力を仰ぎながら“新鮮な驚き”を継続して提供していきたいですね」と白川氏は強調しました。

福岡ソフトバンクホークス株式会社



所在地 福岡市中央区地行浜 2-2-2
設立 1969年3月

URL <http://softbankhawks.co.jp/>

プロ野球球団・福岡ソフトバンクホークスの運営企業。球団の経営、本拠地である福岡 ヤフオク!ドームの運営・管理や広告事業、チケットやグッズの販売

事業、ファンクラブの運営、各種メディアを利用した映像・音声・データのコンテンツ配信サービスなどを展開する。

シスコ コンタクトセンター

自社導入をご検討されているお客様へのお問い合わせ窓口です。
製品に関して | サービスに関して | 各種キャンペーンに関して | お見積依頼 | 一般的なご質問

お問い合わせ先

お電話での問い合わせ

平日10:00-12:00, 13:00-17:00

0120-092-255

お問い合わせウェブフォーム

http://www.cisco.com/jp/go/vdc_contact



©2019 Cisco Systems, Inc. All rights reserved.

Cisco, Cisco Systems, およびCisco Systemsロゴは、Cisco Systems, Inc. またはその関連会社の米国およびその他の一定の国における登録商標または商標です。

本書類またはウェブサイトに掲載されているその他の商標はそれぞれの権利者の財産です。

「パートナー」または「partner」という用語の使用はCiscoと他社との間のパートナーシップ関係を意味するものではありません。(1502R)

この資料の記載内容は2019年11月現在のものです。

この資料に記載された仕様は予告なく変更する場合があります。



シスコシステムズ合同会社

〒107-6227 東京都港区赤坂9-7-1 ミッドタウン・タワー

<http://www.cisco.com/jp>