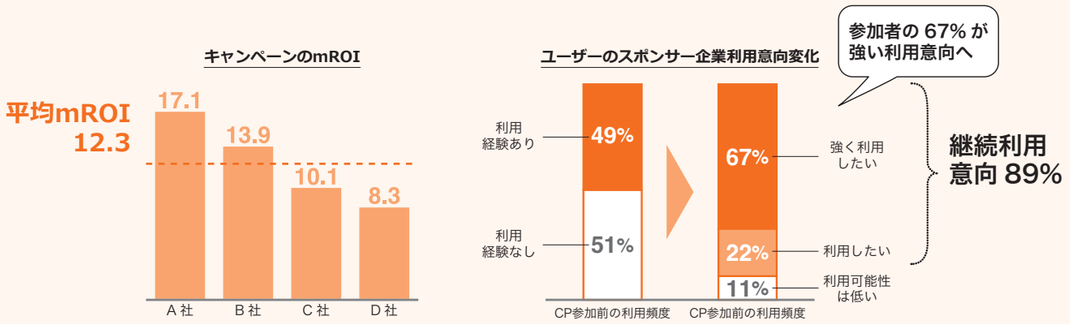
エンゲートスポンサーシップモデルの効果(POC)

Effectiveness of the Engaged Sponsorship Model

- スポンサー企業への効果:平均mROI =12.3 と非常に ROIの高い取組み
- 参加ユーザーの約67%がスポンサー企業のサービスを継続的に強く利用する意向へ
- 参加ユーザーの属性 チームファン基点の取り組みにより、老若男女幅広く利用頂ける仕組みに
- 参加ユーザーの約96%が次回も利用したいと回答



エンゲート　サービス概要

Overview of Engate Services

エンゲートは選手とファンをつなぐスポーツギフティングサービス

ファンから支援いただいたギフティングはチームや選手に還元され、参画チーム140以上、登録選手5000名以上の日本最大級のサービスです。

チーム

EVENT
イベントって何？

イベントに参加してギフティングすると、リワードがもらえたりします。

シーズンイベント
- シーズン前　新規加入選手
- シーズン中　順位・試合結果連動
- シーズン後　ファン感謝祭など

毎月開催イベント
- 誕生日イベント
- 記録達成イベント
- メッセージ動画プレゼント

試合連動イベント
- 試合会場で観戦しながら
- Engate ギフティングタイムと連動

LIVE
ライブ配信機能って？

エンゲートではyoutubeやvimeoを連携させることでLIVE配信を行うことができます。

- 新体制発表会 LIVE 配信
- キャンプ LIVE 配信
- 試合連動イベント
- 副音声 LIVE 配信
- 引退会見 LIVE
- ファン感謝祭 LIVE 配信

REPLY
選手返信とは？

個別のメッセージ機能はなく、エンゲート内でオープンで健全な選手・チームとファンのコミュニケーションが行なわれています。

元三遠ネオフェニックス
川嶋　勇人選手

試合連動イベント エンゲートギフティングタイム

エンゲートギフティングタイムとは試合会場のビジョンにリアルタイムでギフティングが投影される試合会場一体型のイベントです。

エンゲートスポンサーシップモデル活用事例

2023年3月22日開催の横浜ビー・コルセアーズvsシーホース三河戦では約80万PTSのギフティング（内、スポンサー提供ポイント分が約50%）付与対象者の約35%が試合会場に来場しギフティング

企業

イベントの内容にスポンサーのマーケティング目的を盛り込み、ファンへ直接的に
ブランド価値の向上、認知向上、商品・サービスの販売促進、顧客獲得などをPRできます。

お問い合わせ　エンゲートスポンサーシップモデルに関するお問い合わせはチーム担当者までお問い合わせください。

Engate

2023年5月

ポイントを活用した
全く新しいスポーツスポンサーの形！

エンゲート スポンサーシップモデル

特許出願中

— スポーツスポンサーシップROIの見える化へ —

エンゲートスポンサーシップモデルは
スポーツギフティングサービスEngateを活用し、
企業とファンが一体となりチームを支援する
新しい方向性のスポンサーシップです。

これまでのスポンサーシップでは、企業がチームにスポンサーフィーを提供し、
ファンはロゴ掲載などによる間接的な認知にとどまっていました。
エンゲートスポンサーシップモデルでは、スポンサーがファンを通じて支援することで、
スポンサーとファンの関係性を直接的に構築することができるようになります。

エンゲート Engate は

選手とファンの皆さまをつなぐスポーツギフティングサービスです

「ギフティング」という形でファンの応援する気持ちをチーム・選手に届け、
特別なグッズや体験・お礼返信などの「リワード」という形でチーム・選手の感謝の気持ちファンに届けます。
ご支援いただいたギフティングはチーム選手に還元されます。
参画チーム140チーム以上、登録選手5000名以上。

エンゲートスポンサーシップモデルの特徴

Features of the Engate Sponsorship Model

- 明確なROI（投資利益率）
- ファンとの直接的な関係性構築（十分なユーザーデータの獲得・商品購買）
- ユーザー動機：チームを応援するために「同志」である企業に協力する（ボイ活ではない）
- スポーツファンという老若男女幅広いユーザーへリーチできる（限定的なボイ活ユーザーではない）
- ポイント付与率へのユーザー期待値が相対的に低く抑えられる
- 純粋な応援の気持ちを形にする活動であり、社会性も高く導入しやすい

エンゲートスポンサーシップモデルの流れ

Flow of the Engage Sponsorship Model

チーム

❺エンゲートを活用したプロモーション

ポイント付与条件 イベント参加条件など自由に設定可能
試合・大会会場でのエンゲートギフティングタイムにおける企業名・ブランドなどのPR

❹リワード

ファンは選手からのお礼返信やお礼の品等のリワードが貰える

❸デジタルギフト

配布されたチーム限定ポイントを使って、ファンはチームや所属選手へ自分の好きなデジタルギフトを贈る（応援コメントもつけること可能）

❷応援原資の提供

条件クリアしたファンに応援原資となるチーム限定ポイントを配布

企業

ファン

同じチームを応援する「同志」

❶スポンサー企業様が求めるアクション

スポンサー商品購買情報提供など
企業が設定した企業支援アクションをファンがクリア

スポンサー企業様が求めるアクションの設定例

エンゲートスポンサーシップモデルでは企業が目的に応じてアクション・ポイント付与のタイミングを自由に設定できます。

リアル（店舗試合会場等）での条件クリア

即時付与OKな商材・条件		後日付与する商材・条件	オンライン上での条件クリア
店頭付与	試合会場付与	企業側の確認後に付与	
・スポンサー店舗での購入「お会計XXX 円以上」「来店でもれなく」など	・試合来場者全員 ・スタジアム飲食など ・会場でのスポンサー商品購買 ・スポンサー ID登録	・会場ブースでのクレカ申込など ・条件クリア後企業側の承認後（EngateIDの確認）ポイント付与	・アンケート回答 ・オンラインクレカ申込など ・エンゲート内キャンペーンページ

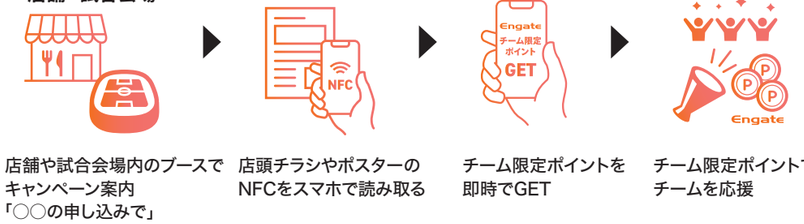
エンゲートスポンサーシップモデルの活用事例

Examples of Engage Sponsorship Model

店舗や試合会場での即時ポイント付与、オンラインキャンペーンページで指定した条件をクリアで後日ポイント付与。
また、店舗で商品を購入することでポイント付与など目的に応じて設定可能です。

Case1 店舗・試合会場来場者がポイント付与条件をクリア後、NFC※1を読み取ることで、即時でチーム限定ポイントを付与する

店舗・試合会場



店舗や試合会場内のブースでキャンペーン案内「○○の申し込みで」
店頭チラシやポスターのNFCをスマホで読み取る
チーム限定ポイントを即時でGET
チーム限定ポイントでチームを応援

横浜市の味奈登庵の全店舗にNFCを設置。
来店で300PTS付与を実施。

Case2 イベント参加条件にスポンサー企業の店舗来店を組み込むことも可能 来店だけでなく店舗での商品購入をトリガーにした施策を実施

店舗・試合会場

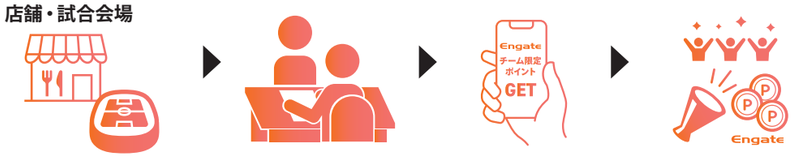
店舗や試合会場内で来場者限定イベントの告知「××のお店に来た人だけが参加できる・・・」
店頭チラシやポスターのNFCをスマホで読み取る
チーム限定ポイントを即時でGET
チーム限定ポイントでチームを応援

店舗に来店して条件をクリアしたユーザーのみ参加可能イベント= スポンサーにとって協力なフックに

横浜市のAOKIの全店舗にNFCを2種類設置。来店でのポイント付与と1万円以上の購入でのポイント付与。

Case3 店舗・試合会場来場者がポイント付与条件をクリア後、企業側の承認（EngateIDの確認）を受けることで、後日チーム限定 ポイントを付与する

店舗・試合会場



店舗や試合会場内のブースでキャンペーン案内「○○の申し込みで」
ポイント付与条件のアクションを実行（ EngateIDを確認）
チーム限定ポイントを後日付与
チーム限定ポイントでチームを応援

Case4 お客様がエンゲート内キャンペーンページに記載されたポイント付与条件をクリア後、企業側の承認（EngateIDの確認）を受けることで、後日チーム限定ポイントを付与する

Engate内のキャンペーンページで詳細を確認
オンライン購入・アンケート・クレカ申込等
ポイント付与条件のアクションを実行（EngateIDを確認）
チーム限定ポイントを後日付与
チーム限定ポイントでチームを応援

※1 NFC とは、スマホをかざすだけで特定のアクションができる近距離無線通信技術です。