

2020年9月29日

スポーツマネジメント事業を強化・拡大

コーポレート保有スポーツチームの事業化に向けた新体制を構築



パナソニック株式会社(以下、パナソニック)は、コーポレートで保有するスポーツチームを持続可能な事業にするため、2020年10月1日付でスポーツマネジメント推進室を専任組織としてコーポレート直轄下に設立し、企業スポーツの運営を強化します。本組織の取り組みを加速させることで、パナソニック全社として中長期視点でスポーツマネジメントに関連する事業の拡大を目指します。

パナソニックはプロサッカーチームのガンバ大阪をはじめバレーボールやラグビーなど、さまざまなスポーツチームの運営について主体的に携わっています。COVID-19拡大の影響によってあらゆるスポーツイベントが中止を余儀なくされましたが、2020年7月からサッカー(Jリーグ)が再開し、今後はバレーボール(Vリーグ)やラグビー(トップリーグ)のシーズン開幕を控え、さまざまなスポーツの活動が感染症対策を行いながら再始動しています。このような社会課題を抱えながら、バレーボールやラグビーにおいて持続可能で自律的な活動を目指して新リーグ発足などが検討されています。こういった背景を受け、パナソニックは2020年10月よりスポーツマネジメント事業を強化していくことを決定しました。

パナソニックがメインスポンサーを務めるガンバ大阪における9つの獲得タイトル数はJリーグ2位、またバレーボールの29という獲得タイトル数はVリーグ最多、ラグビーも9つの獲得タイトル数は国内トップクラスと好成績を誇っています※。これまでパナソニックは、ガンバ大阪と連携したデジタルマーケティングによる集客力の向上などで成果を上げてきましたが、バレーボールやラグビーなどの企業スポーツに対しては運営型事業を十分に展開できていませんでした。今回の組織発足により、新リーグ発足を控えているバレーボールとラグビーの運営型事業を強化するとともに、それに付随するコンテンツ・サービス型の事業も展開していきます。バレーボールでは10月のシーズン開幕に向けて新たにファンクラブを設立し、コアファンとの接点を強化するとともに、Webサイトでの興行チケット販売やグッズ販売も強化していきます。ラグビーは、同様の取り組みに加えて、2021年8月に埼玉県熊谷市に新たな拠点を設置し活動を強化していきます。また、自社で培った興行やデジタルマーケティングのノウハウを他チームや業界にも横展開していくことで、スポーツ業界の発展にも貢献します。

これにあわせて、これまでコーポレートとカンパニーで個別に発信を行っていたスポーツチームのホームページを見直し、パナソニックスポーツ総合サイトを新たに開設します。スポーツの垣根を越えた選手のコラボレーションによる情報発信など、ファンの皆様によりお楽しみいただけるコンテンツを提供していきます。

パナソニックは、スポーツはくらしを豊かにする世界のソーシャルエンターテインメントだと考えています。スポーツは、人々に喜びと感動・生きる勇気をもたらし、くらしをより豊かにします。国境を越えて多くの人が集まり・つながり・夢中になれるコンテンツであり、世代をつなげる数少

ないコミュニティです。そして、パナソニックの経営理念とリソースはスポーツと高い親和性があります。スポーツを通じて、人々のより良い暮らしに貢献し続けることができるよう取り組みを加速していきます。

※2020年9月29日現在

以上

プレスリリースの内容は発表時のものです。
商品の販売終了や、組織の変更等により、最新の情報と異なる場合がありますのでご了承ください。