



OFFICIAL SPONSORSHIP

はじめに

読売巨人軍は、1934年に創設され、本拠地・東京を舞台に、これまでリーグ優勝47回、日本一22回を重ねてきました。85年あまり続く日本プロ野球界をけん引し、その試合とスター選手の存在を通じて、多くのファンの方々の生活の一部として、親から子、孫の世代にわたり、それぞれの人生に寄り添って参りました。そして2024年は球団創設から90周年の節目のシーズンとなります。東京、日本にとどまることなく世界を代表し、社会から望まれるチームをつくっていきます。

読売新聞社は、ベーブ・ルースら往年のMLBスター選手が来日した1934年日米野球を主催して以降、読売巨人軍発足後も、プロ野球の魅力をあますことなく発信して参りました。コロナ前の2019年レギュラーシーズン期間中の入場者数は、302万7682人を動員するなど、世界でもトップクラスの集客力を誇るスポーツコンテンツを生み出しています。

東京ドームは、2022年に世界トップクラスのスタジアムを目指した大規模改修を行い、大型ビジョンを国内最大級の縦7.5m×横125.6mの全面LEDとするほか、最高クラスのラグジュアリーシートの新設、デジタルトランスフォーメーション（DX）施策等を実施しました。今後も巨人戦のバリューアップを図るべく、多様なニーズに応える施設を作って参ります。

日本で最も長い歴史を持つプロ野球チーム



日本シリーズ優勝

22回 (最多)



リーグ優勝

47回 (最多)



通算勝利数

6266回 (最多)



永久欠番

6つ (最多)



野球殿堂入り

45人 (最多)



名球会メンバー

22人 (最多)



基礎データ

※2023年シーズン

- 年間主催試合数 : **71試合**
- ※東京ドーム開催 : **65試合** (+地方開催: 6試合)
- 主催試合年間入場者数 : **2,708,315人** (+前年比: 390,013人)
- 1試合あたり平均入場者数 : **38,145人**
- ※東京ドーム平均入場者数 : **39,887人**

放映・配信

※2023年シーズン

テレビ放送

- 地上波放送
- 日本テレビ : **20試合**
- NHK : **2試合**
- BS放送
- BS日テレ : **62試合**
- NHKBS : **7試合**
- CS放送
- 日テレG+ : **71試合**

インターネット配信

- DAZN : **71試合**
- Hulu : **71試合**
- GIANTS TV : **71試合**

公式SNS

※2023年12月時点、球団公式のみ

 X (旧Twitter)
736,000人

 Instagram
569,000人

 YouTube
622,000人

 TikTok
205,000人

 Facebook
290,000人

 LINE
459,000人

チームスポンサー

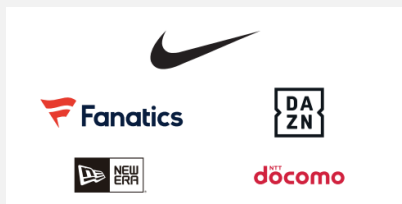
ジャイアンツのコンテンツカを活用したい方におすすめ!

■ カテゴリー

オフィシャルスポンサー/
サポーターリングカンパニー

■ 権益

巨人軍各種媒体へのロゴ掲出、
チケットを使用した販促CP、
巨人戦での各種イベント実施 他



ゲームデースポンサー

短期的にインパクトのあるPRをしたい方におすすめ!

■ カテゴリー

冠スポンサー/
イベントスポンサー

■ 権益

サンプリング、招待券のご提供、
チケットを使用した販促CP、
各種媒体へのロゴ・CM掲出 他

■ 特色

【冠】
1日を通してあらゆるタッチポイントをつくることが可能

【イベント】
橙魂シリーズ等の人気イベントへのスポンサーメニュー。女性や学生等、ターゲットを絞ってPRが可能



ビッグボード

東京ドーム来場者に広く認知してもらおうなら!

■ 特色

シーズン中、試合中の広告の差し替えが可能
広告への注目度を高める演出連動企画の実施



その他広告企画

予算やターゲットに合わせて効果的に宣伝したい方におすすめ!

■ カテゴリー

演出連動広告/
ネーミングライツ/
東京ドーム場内広告

■ 掲出例

ホームラン演出時ロゴ掲出/
バックネットやダグアウトへの広告・ロゴ掲出





オフィシャルスポンサー
サポーターリングカンパニー

オフィシャルスポンサー/サポーターティングカンパニー



オフィシャルスポンサーは、インタビューバックボードやダグアウト内表示など、テレビ放送やネット配信での露出がパッケージに含まれています。
サポーターティングカンパニーは、呼称権や肖像などを活用した独自のPR活動に予算を割きやすいパッケージです。
※ニーズにあわせてカスタマイズのご相談も承っております。

オフィシャルスポンサー →

サポーターティングカンパニー →

権益

呼称権

活用
イメージ



アイダ設計は、読売ジャイアンツのオフィシャルスポンサーです。

詳細

「〇〇は読売巨人軍を応援しています」などの呼称権が得られます。

権益

観戦チケットのキャンペーン利用

活用
イメージ



詳細

※キャンペーン内容については、主催者へ事前のご連絡をお願いいたします。
※事前に原稿を確認させていただきます。

巨人軍商標の使用



巨人軍のプライマリーマーク・マスコット等の商標をプロモーションにご使用いただけます。

選手集合肖像の使用



選手の集合肖像（5人以上同時）をプロモーションにご使用いただけます。

ノベルティグッズの製作



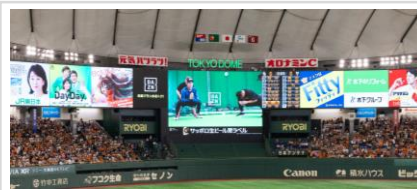
巨人軍が製作・配布するノベルティグッズに、ロゴを掲出することができます。

※アイテムやロゴの掲出方法は、ご相談の上で決定させていただきます。
※アイテムによっては製作実費のご負担があります。

権益

メインビジョンでの告知

活用
イメージ



詳細

■オフィシャルスポンサー
試合前3回のCM放送(15秒)／試合前1回、試合中1回のオフィシャルスポンサー告知
■サポーターティングカンパニー
試合前2回のCM放送(15秒)

※いずれも東京ドームでの主催試合のみ(63~64試合)

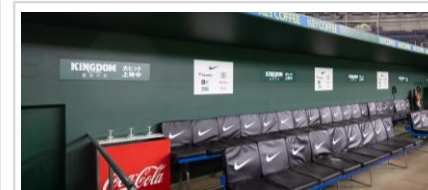
ヒーローインタビュー
バックボードへのロゴ掲出



主催試合で、インタビューバックボードにロゴを掲出します。

※割合は調整されます。

1塁側ダグアウト内へのロゴ掲出



1塁側（巨人側）ダグアウト内にロゴを掲出します。

オフィシャルスポンサー/サポーターティングカンパニー



オフィシャルスポンサーは、インタビューバックボードやダグアウト内表示など、テレビ放送やネット配信での露出がパッケージに含まれています。
 サポーターティングカンパニーは、呼称権や肖像などを活用した独自のPR活動に予算を割きやすいパッケージです。
 ※ニーズにあわせてカスタマイズのご相談も承っております。

オフィシャルスポンサー →

サポーターティングカンパニー →

権益

巨人戦の告知媒体への社名またはロゴ掲出

活用イメージ



詳細

■ **オフィシャルスポンサー**
 「協賛」として社名またはロゴを掲出します。
 読売新聞社告/チケット券面/ポスター・チラシ/公式サイト 他

■ **サポーターティングカンパニー**
 公式サイトへ社名またはロゴを掲出します。

ジャイアンツガイドへの広告掲載



1Pカラー（A5サイズ）の広告を掲載します。

ゲームデー協賛の実施



■ **オフィシャルスポンサー**
 年間最大3試合実施いただけます。

■ **サポーターティングカンパニー**
 年間1試合実施いただけます。

招待券のご提供



■ **オフィシャルスポンサー**
 스위트ルーム1試合/プレミアムラウンジ（最大10名）3試合/S2枚（主催全71~72試合）

■ **サポーターティングカンパニー**
 プレミアムラウンジ（最大10名）1試合/A2枚（主催全71~72試合）

※協賛試合日のみ追加でS10枚をご提供します。

権益

観戦チケットの優先購入権

活用イメージ



詳細

優先的に観戦チケットをご案内いたします。

オンユアマークスへの参加



子どもたちが各守備位置で1回表の守備につき巨人の選手を出迎え、投手役・捕手役の参加者はそのまま始球式を行います。

※小学校高学年。中学生限定で、原則9名。
 ※マストバイキャンペーンでの参加者募集は不可となります。
 ※協賛試合日のみ実施いただけます。

ラッキーカードの実施



来場者全員にラッキーカード（抽選券）を配布し、貴社商品をプレゼントすることが可能です。

※協賛試合日のみ実施いただけます。

グラウンド上へのマスコット登場/紹介



試合前や試合中に貴社のマスコットにグラウンド上へ登場いただき、ご紹介することが可能です。

※協賛試合日のみ実施いただけます。



ゲームデースポンサー

ゲームデースポンサー

1 試合単位でプロモーションを実施いただけるゲームデースポンサーのメニューとなります。露出、キャンペーン、ホスピタリティと様々な活用が可能です。



権益	ノベルティグッズの製作	サンプリングの実施	オンユアマークスへの参加
活用イメージ			
詳細	<p>巨人軍が製作・配布するノベルティグッズに、ロゴを掲出することができます。</p> <p>※アイテムやロゴの掲出方法は、ご相談の上で決定させていただきます。</p> <p>※アイテムによっては製作実費のご負担があります。</p>	<p>来場者に対し、サンプリングの実施が可能です。</p> <p>※ 内容・数量はご相談ください。</p> <p>※ サンプリング配布費用のご負担があります。</p>	<p>子どもたちが各守備位置で1回表の守備につく巨人の選手を出迎え、投手役・捕手役の参加者はそのまま始球式を行います。</p> <p>※小学校高学年。中学生限定で、原則9名。</p> <p>※ マストバイキャンペーンでの参加者募集は不可となります。</p>
権益	PRブースの設置 ポスター・のぼり掲出	グラウンド上へのマスコット 登場/紹介	場内アナウンスによる協賛告知
活用イメージ			
詳細	<p>東京ドーム場外にPRブースを設置し、ポスター・のぼりを掲出いただくことが可能です。</p> <p>※ポスター・のぼりはPRブースを出展された場合のみ、ブースへの掲出が可能です。枚数・本数はご相談ください。</p>	<p>試合前や試合中に貴社のマスコットにグラウンド上へ登場いただき、ご紹介することが可能です。</p>	<p>試合前や試合中に場内アナウンスにて、スポンサーデーのご紹介をいたします。</p>

ゲームデースポンサー

1試合単位でプロモーションを実施いただけるゲームデースポンサーのメニューとなります。露出、キャンペーン、ホスピタリティと様々な活用が可能です。



<p>権益</p>	<p>メインビジョンでのCM放映</p>	<p>場外サイネージによる協賛告知</p>	<p>場内サイネージによる協賛告知またはCM放映</p>						
<p>活用イメージ</p>									
<p>詳細</p>	<p>東京ドームのメインビジョンにて、CM（15秒）を試合前3回、試合中1回放映いたします。</p>	<p>東京ドーム正面22ゲート前のサイネージに、スポンサー名を掲出いたします。</p>	<p>東京ドーム正面22ゲート内壁面サイネージと25ゲート内サイネージに、スポンサー名を掲出またはCMを放映いたします。</p>						
<p>権益</p>	<p>巨人軍公式サイトでの協賛概要紹介</p>	<p>観戦チケットのキャンペーン利用</p>	<p>招待券のご提供</p>						
<p>活用イメージ</p>		<table border="1"> <thead> <tr> <th>阪神</th> <th>広島</th> <th>DeNA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6:30 18:00~</td> <td>7:15 18:00~</td> <td>8:12 14:00~</td> </tr> </tbody> </table>	阪神	広島	DeNA	6:30 18:00~	7:15 18:00~	8:12 14:00~	
阪神	広島	DeNA							
6:30 18:00~	7:15 18:00~	8:12 14:00~							
<p>詳細</p>	<p>試合開催前に、公式サイトでスポンサーのご案内をいたします。</p>	<p>指定席C（内野2階席）に100組200名をご招待できます。 ※キャンペーン内容については、主催者へ事前のご連絡をお願いいたします。 ※事前に原稿を確認させていただきます。 ※選手肖像はご使用いただけません。</p>	<p>指定席S×10枚/指定席C×100組200枚の招待券をご提供します。 ※指定席Cは観戦チケットのキャンペーン利用分です。 ※追加でチケットをご希望の場合、主催者で用意が可能な場合は別途購入いただくことができます。</p>						



OUR BIGBOARD SPONSORS

panasonic Panasonic
RYOBI
日本アンテナ
Canon 積水ハウス

ビッグボード広告



ビッグボード/大型広告

東京ドームは2022年シーズン開幕前に大規模改修を行い、メインビジョンは両翼のビッグボード看板を含めて全面LEDにリニューアルされました。中央のスコアボード部分と合わせた横幅は125.6mとなり、国内最大級を誇ります。



両翼の新ビッグボードエリアには、1枠あたり縦7.5m×横9mの広告枠を10枠設置しています。

全面LEDとなったことで試合中でも広告の切り替えが可能になったほか、試合展開やイニング間イベントに連動して広告の注目度を高める演出も実施しています。

番号	広告名称
①～⑩	ビッグボード広告
⑪	バックスクリーン広告
⑫	ライブ・リプレイ広告
⑬	時計広告
⑭	スピードガン広告

ビッグボード広告



メリット	広告原稿の差し替え	2種類の広告原稿の掲出	メインビジョンでのCM放映
詳細	<p>シーズン中の広告原稿の差し替えが可能です。1試合単位で差し替えができるため、PR時期に合わせた広告を掲出可能です。</p> <p>※静止画、動画ともに変更可能です。</p>	<p>試合の中で2種類の広告原稿を切り替えながら掲出することができます。</p> <p>※切り替えタイミングは、試合中はインニングの表/裏、試合前は3回、試合後は1回となります。</p>	<p>東京ドームの主催試合にて、CM（15秒）を試合前1回放映いたします。</p> <p>※放映サイズはメインビジョン中央の16:9となります。</p>
メリット	メインビジョン全画面でのCM放映		アウトカウント連動広告の放映
詳細	<p>メインビジョン全画面（縦7.5m×横125.6m）にて、CMを放映することができます。来場者に向けて、強く広告を印象付けることが可能です。</p> <p>※別途、有料でご案内いたします。</p>		<p>アウトカウントの演出に連動した映像を広告枠で掲出し、動きを付けることで広告に繰り返し目を引く効果を生み出します。</p> <p>※スコアボードの両サイドの広告枠限定のメニューです。</p>
メリット	メインビジョンによる広告紹介		ビッグボード賞
詳細	<p>試合前と試合中に各1回、メインビジョン全画面を使用して広告を紹介する演出を行い、広告への注目度を高めます。</p> 		<p>東京ドームの主催試合を対象に、広告枠に打球が当たった際に設定される「ビッグボード賞」を設けています。</p> <p>贈呈式を実施いただくことで、メディア露出を通じて、貴社の広告枠や商品等のPRが期待できます。</p> 



演出連動広告

演出連動広告 試合開始前



メニュー	1 開場前練習見学時 広告枠	2 スタジアムMC LIVE時 広告枠	3 レジェンズシート 広告枠
詳細	開場前に実施している巨人の打撃練習見学時に社名・ロゴ等の掲出を行います。	試合開始前に、当日行われる注目イベントをスタジアムMCがLIVEで紹介します。その際に静止画広告の掲出を行います。	OBによる試合解説付きの特別シート「レジェンズシート」へのスポンサーです。試合開始前に当日担当するOBを紹介する際に静止画広告の掲出を行います。また、レジェンズシート受付、特設サイト等へのロゴ掲出も可能です。
掲出イメージ			
備考	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1試合あたりの平均掲出回数：1回 1試合あたりの平均掲出時間：15分 シーズン合計の掲出回数：64回 シーズン合計の掲出時間：960分 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1試合あたりの平均掲出回数：1回 1試合あたりの平均掲出時間：2分17秒 シーズン合計の掲出回数：64回 シーズン合計の掲出時間：146分8秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1試合あたりの平均掲出回数：1回 1試合あたりの平均掲出時間：2分24秒 シーズン合計の掲出回数：64回 シーズン合計の掲出時間：153分36秒
メニュー	4 スタメン発表時 広告枠	5 IGNITION TIME 広告枠	6 試合前ヴィーナスパフォーマンス タイム 広告枠
詳細	試合開始前に実施している巨人のスタメン発表時に社名・ロゴ等の掲出を行います。	試合開始前に、来場者向けに応援の練習タイムを設けて、球場内を盛り上げるイベントを実施します。その際に社名・ロゴ等の掲出を行います。	巨人軍の公式マスコットガール「ヴィーナス」が試合前にダンスパフォーマンスを行う際に静止画広告の掲出を行います。 ※社名・ロゴ等の掲出に変更になる可能性があります。
掲出イメージ			
備考	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1試合あたりの平均掲出回数：1回 1試合あたりの平均掲出時間：1分05秒 シーズン合計の掲出回数：64回 シーズン合計の掲出時間：69分20秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1試合あたりの平均掲出回数：1回 1試合あたりの平均掲出時間：5分46秒 シーズン合計の掲出回数：64回 シーズン合計の掲出時間：369分4秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1試合あたりの平均掲出回数：1回 1試合あたりの平均掲出時間：1分55秒 シーズン合計の掲出回数：64回 シーズン合計の掲出時間：122分40秒

演出連動広告 試合開始前



メニュー	7 メンバー表交換時 広告枠	8 PLAY BALL KIDS 広告枠	9 デジタル時計下 広告枠
詳細	試合前に両チーム監督がメンバー表交換を行う際に静止画広告の掲出を行います。	試合開始直前に子どもがプレイボールをコールするイベントを実施します。その際に静止画広告の掲出を行います。	開場から試合開始までの時間帯に、ビジョン中央左脇に表示されるデジタル時計の下に、社名広告の掲出を行います。
掲出イメージ			
備考	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1 試合あたりの平均掲出回数：1回 1 試合あたりの平均掲出時間：37秒 シーズン合計の掲出回数：64回 シーズン合計の掲出時間：39分28秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1 試合あたりの想定掲出回数：1回 1 試合あたりの想定掲出時間：約1分 シーズン合計の想定掲出回数：64回 シーズン合計の想定掲出時間：約64分 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出時間 1 試合あたりの平均掲出時間：約93分 シーズン合計の掲出時間：約99時間12分 ※演出等で全画面を使用する際や、中央部分でスポンサーCMを放映する際など、一時的にデジタル時計とともに非表示なる時間帯があります。

演出連動広告 試合中



メニュー	10 リプレー/ライブ映像放映時 広告枠	11 リクエスト検証時 広告枠	12 得点 (FULL SWING TIME) 時 広告枠
詳細	試合中、巨人選手のリプレー映像時（ヒットや得点、好守備、奪三振など）や、投手交代時、ピッチャー打者登場時（各イニング冒頭）等に、静止画広告の掲出を行います。1イニングごとの広告枠として掲出を行います。	試合中にリクエスト検証が行われる際に、リプレー映像放映中、静止画広告の掲出を行います。2022年に実施した分析調査では、試合中に来場者が最もビジョンに注目するタイミングという結果が出ています。	巨人の得点時に社名・ロゴ等の掲出を行います。
掲出イメージ			
備考	<ul style="list-style-type: none"> ■掲出回数・掲出時間 1イニング（表裏）あたりの平均掲出回数：13.44回 1イニング（表裏）あたりの平均掲出時間：2分24秒 1回あたりの平均掲出時間：約11秒 シーズン合計の掲出回数：860.16回 シーズン合計の掲出時間：153分36秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■掲出回数・掲出時間 1試合あたりの平均掲出回数：約0.6回 1試合あたりの平均掲出時間：1分7秒 シーズン合計の掲出回数：約40回 シーズン合計の掲出時間：約44分40秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■掲出回数・掲出時間 1試合あたりの平均掲出回数：1.67回 1試合あたりの平均掲出時間：22.83秒 シーズン合計の掲出回数：106.67回 シーズン合計の掲出時間：24分21秒
メニュー	13 裏イニング開始時 広告枠	14 ファールボール注意喚起時 広告枠	15 ホームラン時 広告枠
詳細	巨人の攻撃イニング開始時に、ビジョン全画面に映し出す演出CG映像「BOTTOM」に、社名・ロゴ等の掲出を行います。	試合中に両チームのファールボールが客席に飛び込んだ際、注意喚起表示に社名・ロゴ等の掲出を行います。	巨人の選手がホームランを放った際に、ビジョン全画面に映し出す演出CG映像「HOMERUN」に、社名・ロゴ等の掲出を行います。
掲出イメージ			
備考	<ul style="list-style-type: none"> ■掲出回数・掲出時間 1試合あたりの想定掲出回数：8.33回 1試合あたりの想定掲出時間：1分28秒 シーズン合計の想定掲出回数：533.34回 シーズン合計の想定掲出時間：93分52秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■掲出回数・掲出時間 1試合あたりの想定掲出回数：25.33回 1試合あたりの想定掲出時間：1分52秒 シーズン合計の想定掲出回数：1621.13回 シーズン合計の想定掲出時間：119分28秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■掲出回数・掲出時間 1試合あたりの想定掲出回数：2.33回 1試合あたりの想定掲出時間：22秒 シーズン合計の想定掲出回数：149.33回 シーズン合計の想定掲出時間：23分28秒

メニュー	16 ヒット・ダブルヒット トリプルヒット時 広告枠	17 フォアボール・盗塁時 広告枠	18 三振時 広告枠
詳細	巨人の選手がヒットを放った際に、ビジョン全画面に映し出す演出CG映像「HIT」に、社名・ロゴ等の掲出を行います。	巨人の選手がフォアボールや盗塁で出塁・進塁した際に、ビジョン全画面に映し出す演出CG映像「GOOD JOB」に、社名・ロゴ等の掲出を行います。	巨人の投手が三振でアウトを奪った際に、ビジョン全画面に映し出す演出CG映像「STRIKE OUT」に、社名・ロゴ等の掲出を行います（その三振で当該回が三者凡退となった場合を除きます）。
掲出イメージ			
備考	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1試合あたりの平均掲出回数：4.6回 1試合あたりの平均掲出時間：41秒 シーズン合計の掲出回数：294.4回 シーズン合計の掲出時間：43分44秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1試合あたりの想定掲出回数：1.33回 1試合あたりの想定掲出時間：8秒 シーズン合計の想定掲出回数：85.33回 シーズン合計の想定掲出時間：8分32秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1試合あたりの想定掲出回数：7回 1試合あたりの想定掲出時間：32秒 シーズン合計の想定掲出回数：448回 シーズン合計の想定掲出時間：34分8秒
メニュー	19 ファインプレー時 広告枠	20 三者凡退時 広告枠	21 ホームランデータ 広告枠
詳細	巨人の選手がファインプレー（美技）をした際に、ビジョン全画面に映し出す演出CG映像「AWESOME」や「BIG PLAY」に、社名・ロゴ等の掲出を行います。	巨人の選手が三者凡退でアウトを奪った際に、ビジョン全画面に映し出す演出CG映像「ONE TWO THREE」に、社名・ロゴ等の掲出を行います。	試合中、巨人の選手がホームランを放った際、リプレー映像とともにホームランの打球データを表示します。そのデータ表示の下部に社名・ロゴ等の掲出を行います。
掲出イメージ			
備考	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1試合あたりの平均掲出回数：1.33回 1試合あたりの平均掲出時間：8.67秒 シーズン合計の掲出回数：85.33回 シーズン合計の掲出時間：9分15秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1試合あたりの平均掲出回数：1.67回 1試合あたりの平均掲出時間：10秒 シーズン合計の掲出回数：106.67回 シーズン合計の掲出時間：10分40秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1試合あたりの平均掲出回数：1.55回 1試合あたりの平均掲出時間：約31秒 シーズン合計の掲出回数：93回 シーズン合計の掲出時間：約31分

演出連動広告 試合中



メニュー	22 イニング間 客席LIVE時 広告枠	23 イニング間 闘魂こめて時 広告枠
詳細	イニング間に客席をカメラで抜いて盛り上げる際に、静止画広告の掲出を行います。	7回の巨人攻撃直前のイニング間に、応援歌「闘魂こめて」を放送し、場内を盛り上げる演出を行います。その際に静止画広告の掲出を行います。
掲出イメージ		
備考	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1試合あたりの平均掲出回数：3回 1試合あたりの平均掲出時間：1分59秒 シーズン合計の掲出回数：192回 シーズン合計の掲出時間：126分56秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1試合あたりの平均掲出回数：1回 1試合あたりの平均掲出時間：1分21秒 シーズン合計の掲出回数：64回 シーズン合計の掲出時間：86分24秒

演出連動広告 試合後



メニュー	24 勝利時 広告枠	25 ヒーローインタビュー時 広告枠	26 THANKS 広告枠
詳細	巨人が勝利した際に、ビジョン全画面に映し出す演出CG映像「GIANTS WIN」に、社名・ロゴ等の掲出を行います。	巨人が勝利した際のヒーローインタビューの際に、静止画広告の掲出を行います。	試合終了後に、ビジョンに「THANKS」映像を放映します。その際に社名・ロゴ等の掲出を行います。
掲出イメージ			
備考	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1 試合あたりの平均掲出回数：0.48回 1 試合あたりの平均掲出時間：12秒 シーズン合計の掲出回数：30.72回 シーズン合計の掲出時間：6分12秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1 試合あたりの平均掲出回数：0.48回 1 試合あたりの平均掲出時間：3分09秒 シーズン合計の掲出回数：30.72回 シーズン合計の掲出時間：201分36秒 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 掲出回数・掲出時間 1 試合あたりの平均掲出回数：1回 1 試合あたりの平均掲出時間：14分40秒 シーズン合計の掲出回数：64回 シーズン合計の掲出時間：938分40秒



東京ドーム場内広告

バックネット広告

テレビでの試合中継（地上波・BS・CS）のほか、インターネットでの試合配信（DAZN、Hulu、TVer、GIANTS TV）、テレビやネットなどの各種スポーツニュース映像などで幅広い露出が期待できる広告枠で、プロモーション活動において高い露出効果が見込めます。

掲出イメージ



広告サイズ

広告枠	広告サイズ
広告A	天地740mm×左右2180mm
広告B	天地850mm×左右150mm
広告C	天地750mm×左右150mm
広告D	天地150mm×左右2180mm
広告E	天地150mm×左右2180mm
広告F	天地500mm×左右500mm

中継内での掲出例



- 掲出試合
 - ・ 契約期間に開催されるNPB関連試合、社会人野球等
- 掲出上の注意事項
 - ・ 試合中継時、テレビ画面上で視認できないサイズの文字・ロゴ等は掲出できません。
 - ・ 試合中、ファールボール等により汚れ、破れ等が発生する可能性があります。

ダグアウト広告

両チームの監督、コーチ、選手、スタッフが試合中待機するダグアウト（ベンチ）の広告スペースです。バックネット広告同様、テレビ中継やインターネット配信、ニュースを通じて、高い露出効果を得やすい位置となりますので、広告宣伝、プロモーション活動に効果が期待できます。

掲出イメージ



広告サイズ

広告枠	広告サイズ
広告G（3塁側）	天地190mm×左右900mm
広告H（3塁側）	天地190mm×左右900mm
広告I（1・3塁側）	次項別記
広告J（1・3塁側）	天地105mm×左右470mm
広告K（1・3塁側）	天地900mm×左右1100mm

■ 掲出試合

- ・ 契約期間に読売新聞社が主催し、東京ドームで開催される読売巨人軍ホームゲーム（セントラルリーグ公式戦、セ・パ交流戦、オープン戦、地方試合の振替日、クライマックスシリーズ）、ファンフェスタなどの巨人軍イベント

※上記掲出試合の内、実施されない試合が発生する場合があります。

ダグアウト広告（広告I 電話機広告）

両チームの監督が映る際や投手交代時など、ダグアウト内の中でもテレビ中継やインターネット配信で露出効果が高い広告枠となります。

※各広告枠とも2台×1・3塁側で掲出します。

掲出イメージ



中継内での掲出例



広告サイズ

広告枠	広告サイズ
壁面（1・3塁側）	天地120mm×左右800mm
受話器（1・3塁側）	天地190mm×左右45mm
電話機（1・3塁側）	天地120mm×左右80mm

■ 掲出上の注意事項

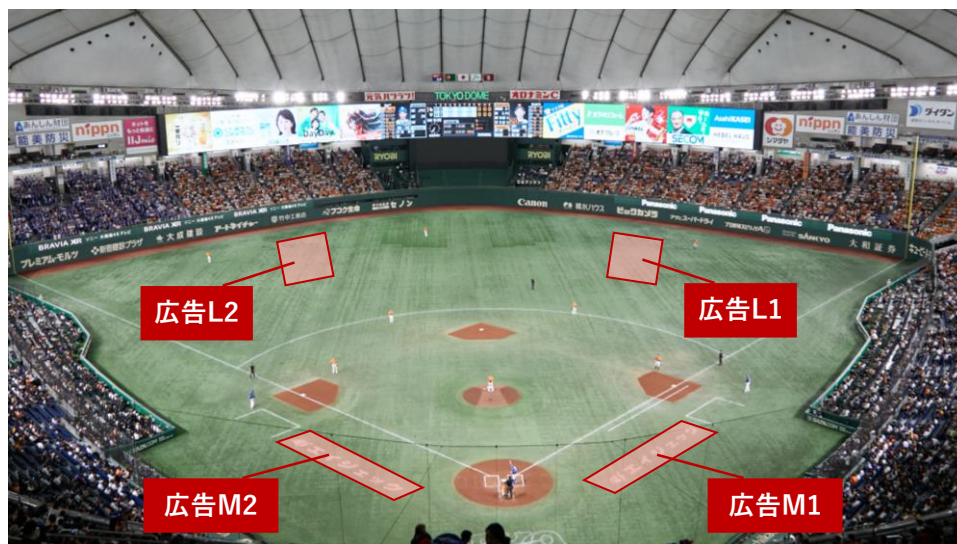
- ・右側の壁面広告は指定単色（カラー不可）となります。
- ・左側の受話器・電話機ともにエアブラシ塗装・単色となります。
- ・塗装は、調色による近似色となります。
- ・電話機は予備2台を別途作成します。

グラウンドペインティング広告

年間通じて掲出いただく、テレビでの試合中継において露出効果の高い媒体です。

また、選手が躍動するグラウンド上の広告のため、来場者からもより注目が集められます。

掲出イメージ



広告サイズ

広告枠	広告サイズ
広告L1	天地10m×左右10m
広告L2	天地10m×左右10m
広告M1	天地1.5m×左右15m
広告M2	天地1.5m×左右15m

■ 掲出試合

・ 契約期間に開催されるプロ野球、社会人野球など

※プロ野球巨人戦以外のイベントについては、当該媒体が非可視状態となる場合があります。

ブルペン広告

年間通じて掲出いただく、試合中継において露出効果の高い媒体です。

試合中盤から終盤にかけて、投手交代の前ぶれを紹介する際に露出が期待される新規媒体です。

中継内での掲出例



広告サイズ

広告枠	広告サイズ
広告O	天地1m×左右4m
広告P	天地1m×左右5.2m

■ 掲出試合

- ・ 契約期間に開催されるプロ野球、社会人野球など

※対戦相手によって、3塁側（ビジター側）のブルペン映像を放映できない場合があります。

※当該媒体が非可視状態となる場合があります。

■ 掲出上の留意事項（共通）

- 原稿は、企業名、商品名、サービス名、ブランド名またはそれらの組合せを使用する必要があります。
- 原稿は、文字・ロゴに限ります。内容によって商品写真は使用できますが、メッセージやコピー等、人物写真は不可となる場合があります。
- 応募告知やキャンペーン告知を掲出希望の場合は、日付・期間・問合せ先など、内容を精査した上で承認される場合があります。求人広告は一切不可となります。
- 試合中継時、広告露出を常時保証するものではありません。広告が画角に入らない、または一部入らない、テロップ等が重複、選手等が重複する等のケースがあります。
- 原稿は、読売新聞及び東京ドームへの事前承認が必要です。



ネーミングライツ

座席へのネーミング権



座席へ企業名等の名称をお付けいただけます。

※事前の主催者確認が必要になります。
※巨人軍主催試合/イベントのみのネーミングライツとなります。

各種製作物への座席名記載



シーズンシートを紹介する各種製作物に座席名を記載します。

座席付帯のタブレットでの商品販売



飲食デリバリーや試合中継視聴用のタブレット内に貴社商品をラインアップし、販売いただけます。

※主催者との調整により実施可否が決まります。

サンプリング



対象座席来場者に対し、サンプリングの実施が可能です。

※内容・数量はご相談ください。
※サンプリング配布費用のご負担があります。

※各種情勢によって実施できない場合もございます。

ネーミングライツ (MASU SUITE / MASU CABANA)



座席へのネーミング権



座席へ企業名等の名称をお付けいただけます。

※事前の主催者確認が必要になります。
※巨人軍主催試合/イベントのみのネーミングライツとなります。

各種製作物への座席名記載



シーズンシートを紹介する各種製作物に座席名を記載します。

座席付帯のタブレットでの商品販売



飲食デリバリーや試合映像視聴用のタブレット内に貴社商品をラインアップし、販売いただけます。

※主催者との調整により実施可否が決まります。

サンプリング

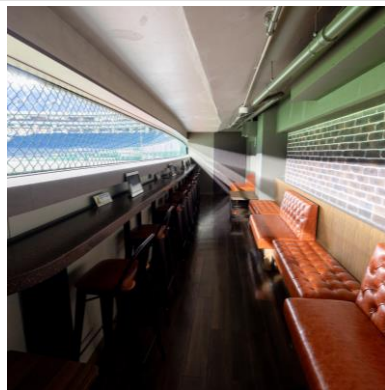


対象座席来場者に対し、サンプリングの実施が可能です。

※内容・数量はご相談ください。
※サンプリング配布費用のご負担があります。

※各種情勢によって実施できない場合もございます。

座席へのネーミング権



座席へ企業名等の名称をお付けいただけます。

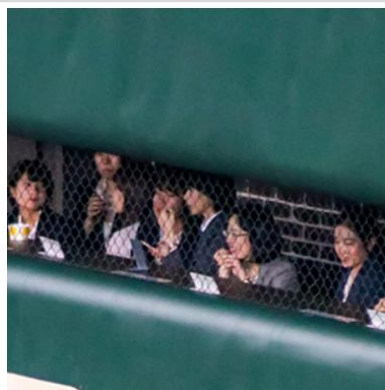
※事前の主催者確認が必要になります。
※巨人軍主催試合/イベントのみのネーミングライツとなります。

各種製作物への座席名記載



シーズンシートを紹介する各種製作物に座席名を記載します。

対象座席の利用権



5試合分の優先購入権をお渡しします。

※別途有料となります。
※決定時期によっては購入できない場合もあります。

サンプリング



対象座席来場者に対し、サンプリングの実施が可能です。

※内容・数量はご相談ください。
※サンプリング配布費用のご負担があります。

※各種情勢によって実施できない場合もございます。

ネーミングライツ（キッズエリア）



1階1塁側コンコース奥のキッズスペース、4階ジャビットの部屋、1階授乳室、場外ベビーカー預り所が対象となります。

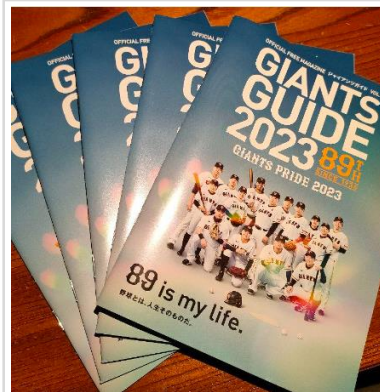
エリアへのネーミング権



エリアへ企業名等の名称をお付けいただけます。

※事前の主催者確認が必要になります。

各種製作物への座席名記載



各種製作物に座席名を記載します。

商品の設置



エリア内に貴社商品を設置したり、利用者に体験してもらうことが可能です。

※商品内容によって実施できない場合があります。

サンプリング



キッズエリア使用者に対し、サンプリングの実施が可能です。

※内容・数量はご相談ください。
※サンプリング配布費用のご負担があります。

※各種情勢によって実施できない場合もございます。



イベント協賛

広告バナーへの社名またはロゴ掲出



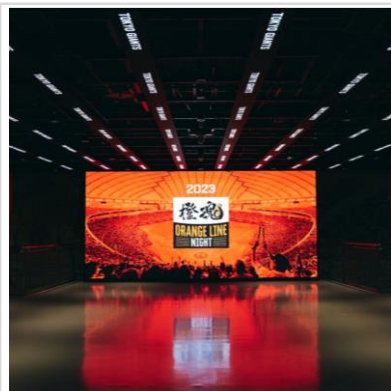
公式サイトやSNS、ネット広告等で配信する広告バナーに社名またはロゴを掲出します。

場内アナウンスによる協賛告知



試合前や試合中に場内アナウンスにて、イベント協賛のご紹介をいたします。

イベントKVへの社名またはロゴ掲出



イベントのキービジュアルに社名またはロゴを掲出します。

招待券のご提供



指定席S×10枚
のご招待券を提供いたします。

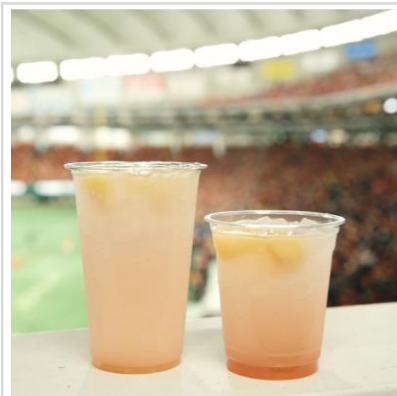
※追加でチケットをご希望の場合、主催者で用意が可能な場合は別途購入いただくことができます。

※各種情勢によって実施できない場合もございます。

イベント協賛（橙魂シリーズ）



オリジナルグルメへの社名またはロゴ掲出



イベント日限定で販売するオリジナルグルメの容器に社名またはロゴを掲出します。

※容器の納入方法などをご相談となります。
※販売は一部店舗となります。

橙魂レプリカユニホームへのロゴ掲出



来場者に無償配布する橙魂レプリカユニホームの袖にロゴを掲出します。

※ご協賛決定のタイミングで実施できない場合もございます。

橙魂レプリカユニホームのプレゼント



橙魂レプリカユニホーム100枚をプレゼントします。販促等にご使用いただけます。

橙魂ロゴの使用



橙魂シリーズオリジナルのロゴを貴社公式サイト等でご使用いただけます。

※各種情勢によって実施できない場合もございます。

オリジナルグルメへの社名またはロゴ掲出



イベント日限定で販売するオリジナルグルメの容器に社名またはロゴを掲出します。

※容器の納入方法などをご相談となります。

※販売は一部店舗となります。

3rdレプリカユニホームのプレゼント



3rdレプリカユニホーム100枚をプレゼントします。販促等にご使用いただけます。

イベント日限定グッズへの社名またはロゴ掲出



場内を「黒く染める」イベント日限定のグッズに社名またはロゴを掲出します。

※ご協賛決定のタイミングで実施できない場合もございます。

※各種情勢によって実施できない場合もございます。

サンプリング、PR実施



GIANTS-Campus Ticket購入者がブースに来た際に、サンプリングや対象者向けPRの実施が可能です。

※内容・数量はご相談ください。
※対象者は大学生・専門学生・短大生・大学校生・大学院生となります。
※サンプリング配布費用のご負担があります。

イニング間アトラクションの実施



GIANTS-Campus Fes.の日に大学生らを対象にしたイニング間アトラクションを実施し、ビジョンに社名またはロゴを掲出します。

チケット券面への社名またはロゴ掲出



GIANTS-Campus Ticket限定券面に社名またはロゴを掲出します。

※各種情勢によって実施できない場合もございます。

サンプリング、PR実施



特別シート購入者がブースに来た際に、サンプリングや対象者向けPRの実施が可能です。

※内容・数量はご相談ください。
※サンプリング配布費用のご負担があります。

イニング間アトラクションの実施



女性を対象にしたイニング間アトラクションを実施し、ビジョンに社名またはロゴを掲出します。

※各種情勢によって実施できない場合もございます。

イベント協賛（未就学児～小学生向け施策）



サンプリング、PR実施



対象者がブースに来た際に、サンプリングや対象者向けPRの実施が可能です。

※内容・数量はご相談ください。
※サンプリング配布費用のご負担があります。

チラシへの広告掲載



対象者に配布するチラシに広告を掲載いただけます。

※本紙：4Pカラー（B5サイズ）
広告掲載面：表4 1Pカラー
※30,000部印刷(予定)

イニング間アトラクションの実施



未就学児～小学生を対象にしたイニング間アトラクションを実施し、ビジョンに社名またはロゴを掲出します。

※各種情勢によって実施できない場合もございます。



ポストシーズン

JERAクライマックスシリーズ/日本シリーズ メインビジョンCM15秒

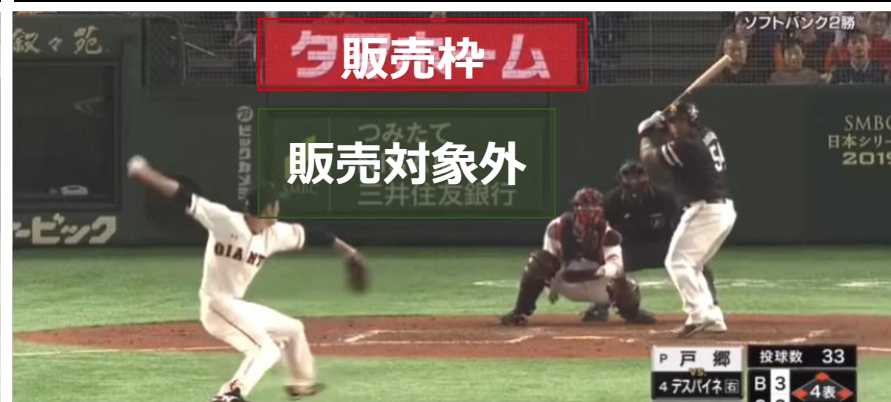


JERAクライマックスシリーズ 回転看板



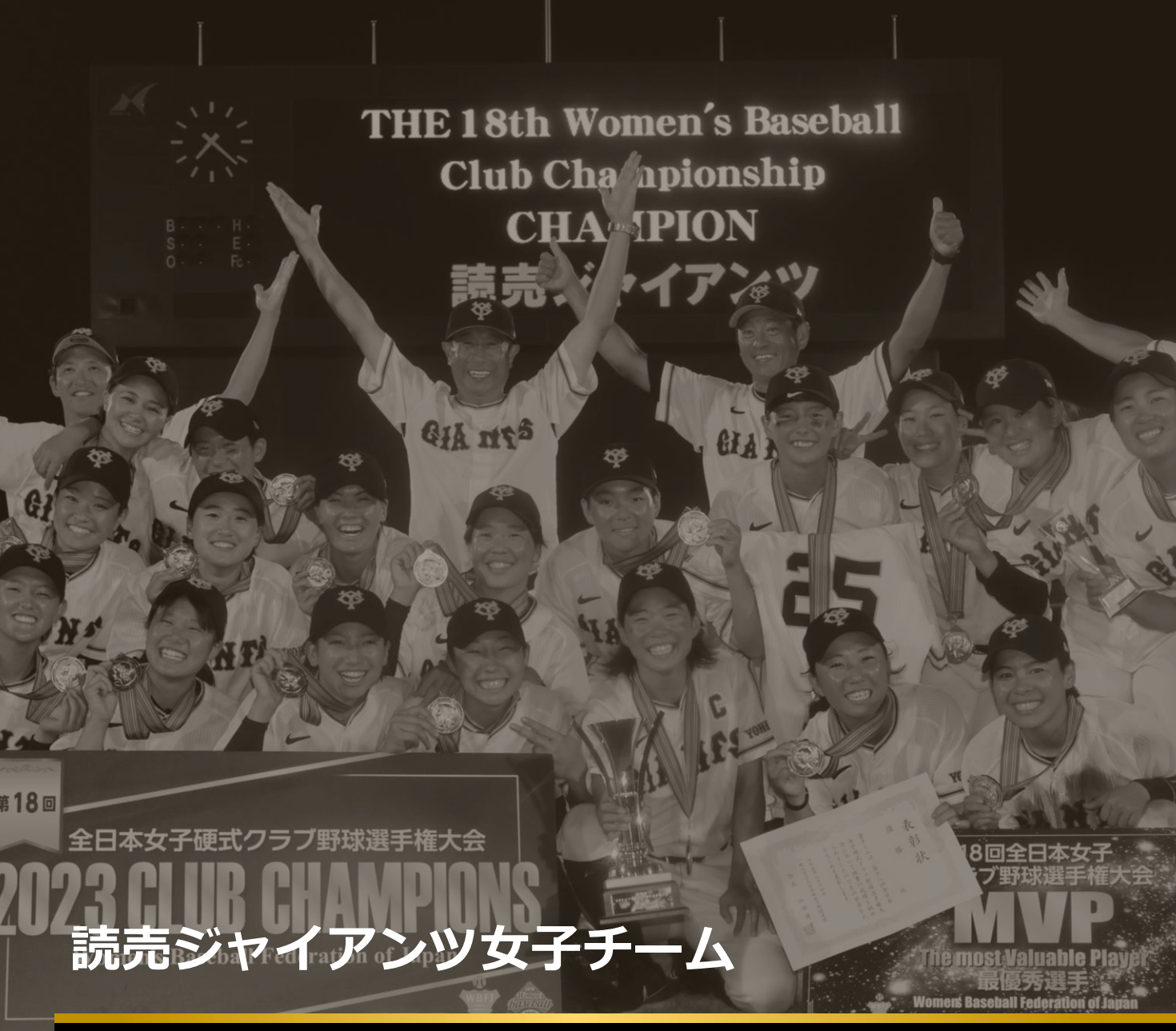
クライマックスシリーズ 最大6試合

日本シリーズ 上段LED看板



日本シリーズ 最大3試合

※東京ドームで開催される全ての試合（CS、日本シリーズ合わせて最大9試合）にご出稿いただくことが条件となります。



読売ジャイアンツ女子チーム



読売ジャイアンツ女子チームとは

読売巨人軍が運営する女子硬式野球クラブチームです。
2022年に4人、2023年は新たに16人の選手が入団し、チームとして本格始動しています。
全国大会で優勝経験のある選手や女子日本代表経験者などトップレベルの選手が多数在籍しています。
読売ジャイアンツ女子チームは今後の女子野球界をリードし、新たな女子野球の歴史を創っていきます。

※女子チームの選手はプロ野球選手ではなく、アマチュア選手として活動します。
日頃、学業や仕事などをしながら練習や試合に出場しています。

読売ジャイアンツ女子チーム



権益	呼称権	巨人軍商標、選手集合肖像の使用	野球教室へのサポート
詳細	<p>「〇〇は読売ジャイアンツ女子チームを応援しています」などの呼称権が得られます。</p>	 <p>巨人軍のプライマリーマーク・マスコット等の商標や、女子選手の集合肖像（5人以上同時）をプロモーションにご使用いただけます。</p>	 <p>会場内で貴社商品を配布することができます。 ※会場数は調整中です。</p>
権益	女子チームSNSでの貴社商品アピール		ヒーローインタビューバックボードへのロゴ掲出
詳細	<p>貴社からご提供いただいた商品やサービスを選手の使用体験写真を交え、女子チーム公式SNSより発信いたします。</p> <p>※対象SNSはXとなります（フォロワー数：約1.1万人）。 ※該当ポストは一軍公式Xでもリポストします。 ※投稿回数は要相談となります。 ※実施内容はご相談の上で決定させていただきます。</p>		 <p>ジャイアンツ女子チーム主催試合で、インタビューバックボードにロゴを掲出します。</p>
権益	選手稼働		東京ドーム1軍主催試合での紹介
詳細	 <p>シーズンオフに女子選手が出演するイベントや野球教室を開催できます。 ※別途実費のご負担があります。</p>		<p>月1回、東京ドームで開催される一軍主催試合で女子チームの様子をメインビジョンで紹介します。その際に貴社をオフィシャルスポンサーとして紹介いたします。</p>



宮崎・那覇キャンプ

宮崎・那覇キャンプ



権益	打撃ゲージ 広告枠 ■ ■	ブルペン（側面エリア） 広告枠 ■	ブルペン（投手背後エリア） 広告枠 ■ ■
掲出イメージ			
詳細	<p>※上記赤枠エリアに複数の広告主様のロゴを並列で掲出します。</p> <p>※野手が守備時にボールと広告が重なることでプレーに支障が出ないように、黒背景にアイボリー色のモノクロのロゴを掲出します。</p>	<p>※上記赤枠1枠に広告主様1社様のロゴを掲出します。</p>	<p>※捕手から見てボールと広告が重なることでプレーに支障が出ないように、黒背景にアイボリー色のモノクロのロゴを掲出します。</p> <p>※広告掲出位置が捕手から見て投手のリリースポイントと重ならないように、設置エリアが変更となる可能性があります。</p>
広告サイズ	天地250mm×左右2,400mm	1枠あたり天地900mm×左右1,800mm	1枠あたり天地450mm×左右2,400mm
権益	バックネット 広告枠 ■	招待券のご提供 ■	
掲出イメージ			宮崎キャンプ → ■ 那覇キャンプ → ■
詳細	<p>※投手から見てボールと広告が重なることでプレーに支障が出ないように、白の割合が多い広告は掲出できません。</p>	<p>※オープン戦2試合の指定SS×各日10枚の招待券をご提供いたします。</p> <p>※試合日は2月23日（金・祝）、25日（日）です。</p> <p>※追加でチケットをご希望の場合、主催者で用意が可能な場合は別途購入いただくことができます。</p>	
広告サイズ	1枠あたり 天地600mm×左右2000mm	—	

宮崎では66回目、那覇では14回目を迎える巨人軍春季キャンプには、毎年多くのファンやメディアが訪れ、球春到来として注目を集めます。キャンプの様子はCS放送日テレG+等での放映が予定されており、露出効果も期待されます。

スケジュール

日付	実施予定
2月1日（木）～14日（水）	宮崎キャンプ（ひなたサンマリンスタージアム宮崎ほか）
2月15日（木）	移動日
2月16日（金）～28日（水）	那覇キャンプ（沖縄セルラースタジアム那覇ほか）
2月23日（金・祝）	オープン戦「巨人ー阪神」
2月25日（日）	オープン戦「巨人ーヤクルト」

※日程は急遽変更になる場合があります。 ※宮崎キャンプ、那覇キャンプともに休養日あり

※広告の掲出内容や方法が本提案書から変更になる可能性があります。

※事前に貴社広告のロゴ、デザイン、表現に関する主催者のアプルーバルが必要です。

※広告原稿やデザインなど各種製作物を弊社で製作する場合は、別途、製作費が発生します。

※次年度以降継続いただく場合、その時期の状況を踏まえた上で改めて掲出条件等を提示いたします。



元気ハツラツ!

TOKYO DOME

ありなし!?
adshor!!

TVアニメ
ゆとりですがなにか
INTERNATIONAL
10.4
ON AIR.



角度 39°

打球速度 161 km/h

飛距離 111 m

YOMURI GIANTS
SEASON SEAT



Color Your Time! YEBISU
ビールの楽しさ、もっと多彩に。

データ集

フコク生命

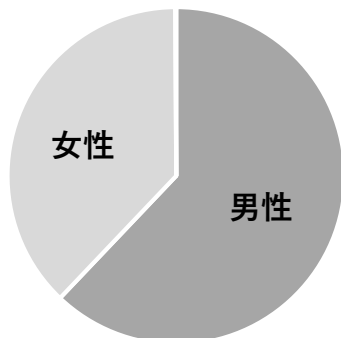
守りの名手 セノン
SENON

ビッグボード広告についてのアンケート調査 (n=9,677)

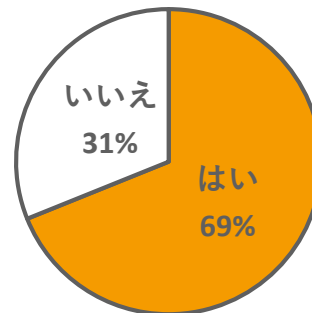
球場内のどちらの座席からも高い視認性があり、かつ印象にも強く残る広告枠となります。

アンケート回答者のデモグラ属性

男性 : 女性
6 : 4



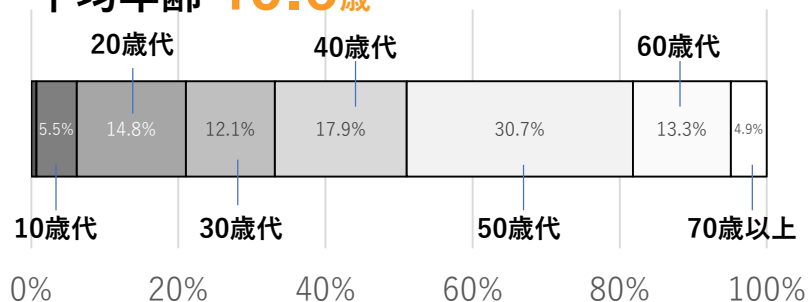
スタンド・グラウンド全体の中で座席からビッグボードが目止まったと回答



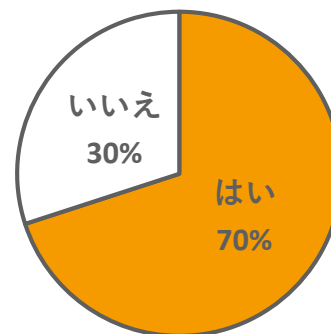
69%が目止まったと回答

※東京ドーム来場者調査2022より

平均年齢 **40.6**歳



ビッグボードに掲出された広告を見たことを覚えていると回答



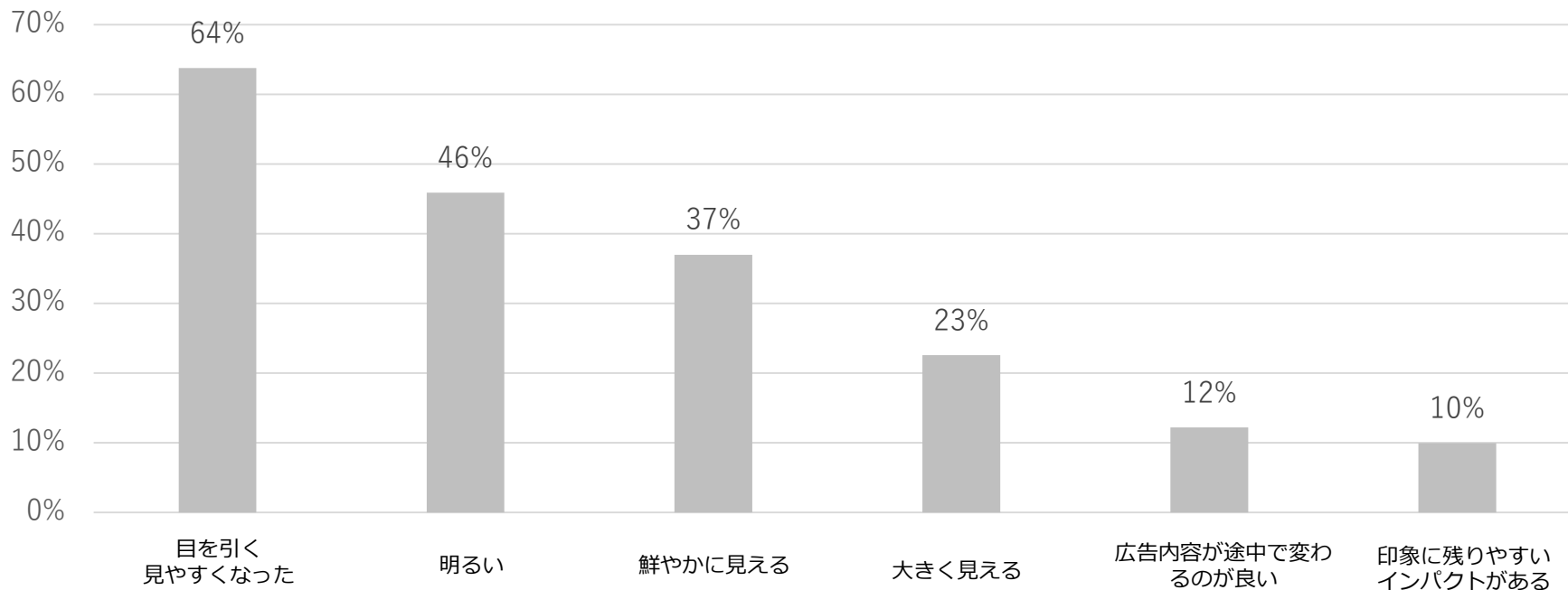
70%が覚えていると回答

※東京ドーム来場者調査2022より

ビッグボード広告についてのアンケート調査 (n=9,677)

視認性や表現について、ポジティブな印象を来場者に持っています。

ビッグボード広告に関して、来場者が持った印象（複数回答）



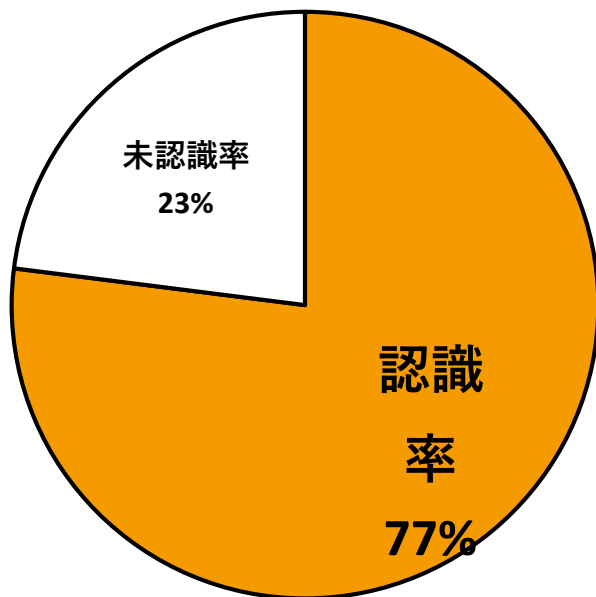
※東京ドーム来場者調査2022より

東京ドーム場内広告についてのアンケート (n=3,000)

来場者だけでなく、中継を通しての露出が期待できます。

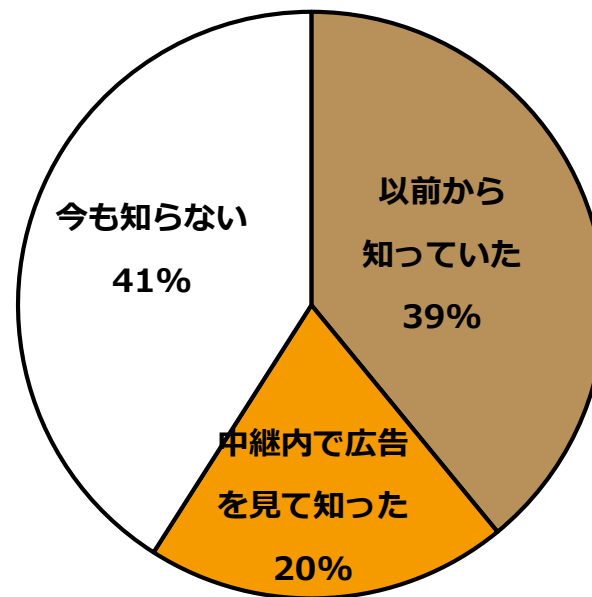
バックネットやベンチなどに掲出されている
広告の認識率

77%が認識した（見たことがある）と回答



バックネットやベンチなどに掲出されている
広告の認識率

59%が広告を認知（知っている）と回答
うち20%が中継を通して広告を認知している



※東京ドーム来場者調査2022より

海外企業様へご紹介される方
For overseas companies

[スポンサーシップメニューの英語版はこちら](#)
[Click here for the English version of this sponsorship menu](#)