

2025年2月27日

SCSK 株式会社

SCSK&ネットワンシステムズのロゴマークが 「MLB TOKYO SERIES presented by Guggenheim」の 公式ヘルメットに入ります！

MLB との 2 年間のオフィシャルパートナー契約ならびに
2025 年 3 月開催の MLB TOKYO SERIES のスポンサー契約を締結

SCSK 株式会社(本社:東京都江東区、代表取締役 執行役員 社長:當麻 隆昭、以下 SCSK) は、2025 年 1 月より、メジャーリーグ・ベースボール(MLB:Major League Baseball)と日本国内における 2 年間にわたるオフィシャルパートナー契約を締結しました。

今回の契約では、「MLB TOKYO SERIES presented by Guggenheim」で ChicagoCubs と Los Angeles Dodgers の両チームが着用する MLB の公式ヘルメットに、SCSK ならびに経営統合を前提として完全子会社としたネットワンシステムズ株式会社(以下、ネットワンシステムズ)のロゴマーク掲出を伴うものであり、「THE MAJOR DREAM」をキーメッセージにプロモーションを展開してまいります。



MLBとのオフィシャルパートナー契約締結の背景

SCSK グループは、コンサルティングから、システム開発、検証サービス、IT インフラ構築、IT マネジメント、IT

ハード・ソフト販売、BPO(ビジネス・プロセス・アウトソーシング)まで、ビジネスに必要なすべての IT サービスをフルラインアップで提供しています。「夢ある未来を、共に創る」を経営理念として掲げており、これまで8,000社以上のお客様の課題解決、ひいてはさまざまな社会課題の解決に貢献してきました。

このたび、世界中の野球選手にとって夢の舞台であり、そのプレーを観る人にも多くの夢を与え続けてきた世界最高峰のスポーツリーグである MLB とのオフィシャルパートナー契約締結により、SCSKとネットワンシステムズとの経営統合方針を多くの方にお伝えすべく、SCSK・ネットワンシステムズの両社ロゴマークを公式ヘルメットに掲出いたします。



契約締結にあたって 代表のコメント

SCSK 株式会社 代表取締役 執行役員 社長 當麻 隆昭

このたび、MLBのオフィシャルパートナーとして新たな一歩を踏み出せること、さらに、MLB TOKYO SERIES presented by Guggenheim の公式ヘルメットスポンサーとして、世界最高峰の舞台で戦う選手たちを支援できることを大変光栄に思います。このオフィシャルパートナー契約を経て、新たな価値を創造できるよう成長し続けるとともに、ステークホルダーの皆さまと夢ある未来を創っていきます。

今後の展開

今後、SCSKグループは、「MLB TOKYO SERIES presented by Guggenheim」のオフィシャルパートナーとして、ヘルメットサイドへの企業ロゴマーク掲出の他、MLB選手を起用したクリエイティブ制作、MLBレギュラーシーズンにおけるバックネット裏へのSCSK・ネットワンシステムズロゴのデジタル露出(放送のみ)などを通じて広くプロモーションを展開する予定です。

SCSK株式会社について

SCSK株式会社は、コンサルティングから、システム開発、検証サービス、IT インフラ構築、IT マネジメント、IT ハード・ソフト販売、BPO(ビジネス・プロセス・アウトソーシング)まで、ビジネスに必要なすべての IT サービスをフルラインアップで提供しています。また、IT を軸としたお客様や社会との共創による、さまざまな業種・業界や 社会の課題解決に取り組んでいます。

<https://www.scsk.jp/>

ネットワンシステムズ株式会社について

ネットワンシステムズ株式会社は、優れた技術力と価値を見極める能力を持ち合わせる ICT の目利き集団として、その利活用を通じ、社会価値と経済価値を創出するサービスを提供することで持続可能な社会への貢献に取り組む企業です。常に世界の最先端技術動向を見極め、その組み合わせを検証して具現化するとともに、自社内で実践することで利活用ノウハウも併せてお届けしています。

<https://www.netone.co.jp/>

メジャーリーグ・ベースボール(MLB)概要

メジャーリーグベースボール(MLB)は、最も歴史のあるプロ・スポーツリーグであり、米国とカナダにおける 30 の世界最高水準の加盟球団によって構成されています。Robert D. Manfred, Jr コミッショナー率いる MLB は、12 年ぶりに観客動員数を 2 年連続で増加させ、全体で 11%増を達成しました。また、広範囲におけるルール変更によりフィールドでのプレーの質が向上したことを受け、80%の球団が過去2シーズンでより多くのファンを迎えました。2024 年シーズンは、40 年ぶりの好タイムと 109 年ぶりの最多盗塁数を記録し、MLB の視聴率は全米のメディアパートナーを通じて増加し、国際的な視聴率は 18%増加し、MLB の新たな記録を樹立しました。140 億分以上視聴されたテレビストリーミングは、スポーツビジネスジャーナル誌と CLIOS から年間最優秀賞を受賞しました。リーグがマーケティングの取り組みを強化し、2024 年の NL 最優秀選手賞(MVP)の大谷翔平や 2024 年の AL 最優秀選手賞(MVP)のアーロン・ジャッジといったスター選手のプロモーションを強化したことで、MLB は視聴率、ソーシャルメディア、チケット購入、参加率などの指標から明らかのように、若いファン層を大幅に拡大しました。MLB は、社会貢献活動「MLB Together」を通じて、米国、カナダ、そして世界中のコミュニティにポジティブな影響を与えることに引き続き取り組んでいます。MLB ネットワークと MLB デジタルプラットフォームの継続的な成功を礎として、MLB は、ファンの皆さまがアメリカの野球とグローバルな試合を楽しむためのより革新的な手法を探し続けています。

メジャーリーグの詳細については、www.MLB.com をご覧ください。

メジャーリーグ・ベースボールの商標及び著作権は、メジャーリーグベースボールの許可に基づいて使用しています。詳しくは MLB.com を参照ください。