

あなたのカードが応援の証。

ORICAL
オリカル

Copyright ©ventus Inc., All rights reserved.

第125回 かわさき起業家オーディション
「かわさき起業家優秀賞」受賞

電子トレカ® を用いた 「デジタルグッズ×ファンエンゲージメント」 サービス ORICAL



株式会社ventus

代表取締役CEO
梅澤 優太

「ORICAL」は、ファンが電子トレカ®（電子トレーディングカード）をコレクションしながら、自らの「応援」や「推し」を可視化して発信できる「デジタルグッズ×ファンエンゲージメント」サービスです。

これまでの興行主とファンにおけるコミュニケーションは、ファンクラブの設置やグッズ販売など、興行主が大衆に向けて一方的に発信するばかりで、個別化やファンを認知する活動は多くありませんでした。「ORICAL」は、「自分がどんなファンか示したい」というファンの思いを反映し、興行主に対して個人がファン活動の軌跡を示すことを可能にしました。

ファンは、購入や応援活動でもらえる限定トレカを収集することで、ユーザーランキング等から熱心さや嗜好を示すことができます。また、電子トレカ®にはモーションや音声などデジタルならではの表現があり、収集には従来のトレカと違った楽しみもあります。自社開発のため、原価・在庫ゼロで運用でき、これまで実現できなかったニーズへの対応も可能。潜在ニーズを引き出し、ファン満足度を向上することが期待できます。

■ ビジネスに至った経緯

「興行主とファンの新しい関わり方を作りたい」という思いを持ったのが始まりです。私自身も幼い頃からサッカーに勤しみ、スポーツやエンターテインメントの分野でファン活動をしてきました。ファンたちは、好きなものを周りに伝えたかったり、ずっと応援していることに価値を見出していたり、活動も様々です。この活動をファンたちは、少なからず誰かに知ってほしいと思っています。ファン活動は自分のアイデンティティの一つだからです。それを自己発信だけではなく、他のファンや興行主が認識できるツールにできないかと考え、生まれたのがサービスのコンセプトでした。

最初のプロダクトは、複数の興行主が共通のプラットフォーム内で電子トレカ®を発行するものです。参画団体も増えて順調に進んでいきましたが、運用していく中で気づいたのは「よりコアなファンであるほど自分の好きなものしか見ず、プラットフォームには関心がない」ということでした。また、今の時代はSNSや動画配信サービスなど、無料で見ることができるコンテンツが増えていきます。その中でお金を払ってもらうには、コンテンツに高いクオリティが求められます。当時は多くの団体に対応できるリソースがなく、変化が必要でした。

これらの課題から発展させたのが「ORICAL」です。役割をベースシステムに絞り、他コンテンツとは干渉しない、独立した公式コンテンツを作れるシステムとしてリリースしました。ご縁があって埼玉西武ライオンズが参画してくださることになり、まずは一団体に絞ってクオリティの向上を狙いました。コンテンツは、ユーザーインタビューやヒアリングを繰り返し、期待の選手や人気がどの点にあるのかなど、ファンの関心を調べ尽くして制作しています。

リリースから半年間で発行したトレカは1000枚以上。約12万人いる西武ファンのうち、10%以上を獲得しました。課金ユーザーの月単価は2万円にもなります。サービス利用によってできたファン同士のコミュニケーションもあり、新たなファンの楽しみを作ることができたと感じています。

■ サービスの特徴

電子トレカ®の特徴は、既存のグッズにはなかったデジタルの表現とその活用方法にあります。例えば、記念ホームラントレカの場合、従来の紙トレカでは写真だけです。電子トレカ®であれば、バッテリーボックスで打った瞬間や打音を動くトレカとして表現できます。紙トレカでは制作や印刷などで時間がかかる場所、電子トレカ®ならサヨナラ勝ちなど劇的な試合の後、興奮冷めやらぬうちにファンへ届けることができます。スマートフォンで利用できる本サービスは、トレカをゲームアプリのような「ガチャ形式」で購入可能。排出確率によってレア度の違いもあり、トレカ取得時のガチャ演出にも新しいUXを生み出しています。

デジタルの強みは購入履歴など、データの蓄積にもあります。ユーザー行動のデータをもとに、ファンの嗜好を読み取り、企画を立案。選手の人気等によるレア度の設定、使用する選手写真の選定、色使いやデザインの細部に至るまで、高速にPDCAを回し、よりファンが楽しめるコンテンツを作り続けることができます。システム、企画、コンテンツ制作までを全て自社で行っているため、

ファンの心をわかっているリッチなコンテンツを作ることが可能です。公式コンテンツとなるため、写真の権利等もクリアでき、即座にデータを共有いただければ、タイムリーな発行もできます。自社開発とデジタルの強みがある電子トレカ®では、既存のグッズ販売で課題となる、原価もゼロ。在庫の不安からも解放され、全選手のトレカを種類豊富に作るができます。

また、「ORICAL」の大きな魅力は、ファン活動を可視化できることにあります。限定トレカは「現地観戦10回」「ファンクラブ加入」「SNSで応援」などファン活動に紐付いており、保有していることでファン度を示すことができます。活躍前や若手選手のトレカを集めて活躍を期待したり、毎試合のトレカを集めたり、自分の保有しているトレカの特徴がファン自身の軌跡にもなります。さらに、サービス内には限定トレカやガチャ購入で集めたレアトレカの保有数によって決まるユーザーランキングがあり、誰にでもファンとしての熱心が伝わります。

チームの公式コンテンツは選手たちも見ているようで、1500奪三振のシーンを収めたトレカは選手に好評をいただきました。これまで以上に、ファンとデジタルでの接点を意識しなくてはならない中で、このプロダクトは貢献できると確信しています。

■ 今後の展開

2020年は電子トレカ®の価値や集める楽しさを示したプロダクトでしたが、2021年からはより機能の拡充をしていきます。実際の試合との連動やトレカのトレード、対戦や予想するコンテンツなどを配信予定です。限定トレカについてもファン活動への紐付けを強化し、球場での飲食やグッズ購入、埼玉西武ライオンズであれば百貨店や鉄道など西武グループのアクティベーションを含めて、サービスを発展させていきます。

本オーディションの受賞によって、川崎フロンターレなど川崎市のスポーツ・エンタメに親和性のある方々に、当社のことを知っていただけたと思います。今後は参画団体も少しずつ増やしていく方針で、直近では新たに日本相撲協会とのサービスをリリースしました。リソースを確保しながら、2021年中には6~7コンテンツと提携し、年間2~3億円の流通システムとなることを狙います。さらにここから一気に広げ、市場にどれだけのインパクトを出せるかが勝負です。

ファンエンゲージメントの難しさは、ファン自身が潜在的なニーズに気づきづらいことにあります。ファンは常にコンテンツが与えられるからです。しかし、ファンはそれを受け取り熱心に活動の一方で、喪失感に襲われることがあります。私はそれをなくしたい。

ファンの思いが応援するチームに伝わっている実感があるかどうかで、ファンの満足度は違えます。「何が好きか」が大事になるこれからの時代に、好きなことがその人の誇りとなり、アイデンティティになるように、興行主とファンの橋渡しを作るのが私たちです。

会社名：株式会社ventus

住所：〒113-0034

東京都文京区湯島3丁目35-5

ラレーブ湯島（矢沢ビル）201

ホームページ：https://ventus-inc.com/