

JLA ブランドデザインパートナー構想 概要

2020年8月19日

一般社団法人 日本ラクロス協会

マーケティング委員会

Lacrosse as a life.

ラクロスは単なる競技じゃない。

ラクロスは自己表現であり、文化であり、

コミュニティであり、私たちの生き方そのものだ。

日本のラクロスから、世界へ。

最高にかっこいい生き方をデザインしよう。

目的

日本及び世界における、ラクロス用品/アパレルの市場を拡大・活性化を行い、新たに生まれた収益を日本ラクロスの発展に再投資するエコシステムを構築することを目的としています。

両者のメリット

パートナーメリット：

- ・ラクロス関連用品及びアパレルの市場創出と、シェア獲得
- ・日本のラクロス発展への強い関与

JLAメリット：

- ・日本のラクロスを発展させるための資金の獲得
- ・未来のマーケティング活動と一緒にを行うパートナーの獲得

※本パートナーシップは、日本ラクロス協会が今後進めて行く「市場創出型のパートナーシップ戦略」のモデルケースとなります。

※パートナー企業には、「日本のラクロスの発展を支える」という経営レベルの指針を持っていることを想定しています。

パートナー

- ・日本のラクロスの価値を高めるための、代表チームのブランドマーケティング
- ・代表チームのユニフォーム及びアパレルの無償提供（上代上限設定）
- ・協賛金拠出
- ・JLAが行うブランドマーケティング戦略の支援

JLA

- ・代表等含む協会主催行事や活動に、パートナー製品を優先的に採用
- ・HPや各種印刷物、公式戦放送や協会制作番組など、JLAが管理する全てのメディアでパートナーロゴ&情報を表示
- ・主催行事において、パートナー専用ブースの設置・提供
- ・代表選手の肖像権の提供

概要

- ・ 募集パートナーは、男女それぞれ1社。重複も可。
- ・ 契約期間は、2020年10月頭（予定）～2024年末まで（※約4.5年間）

パートナー要件

- ・ 日本資本で、経営方針としてラクロスの市場拡大に投資をする意思を持っている企業
- ・ 代理店ではなく、自社でマーケティング・デザイン・制作までを行うことができる企業（制作は外注でも構いません）
- ・ 日本代表のユニフォームを提供可能/協賛金を拠出可能（最大1,000万円分/年を想定。応相談）

その他

●マーケティング担当者の設置

このブランドデザインパートナーシップは「アパレルデザイン」の範疇を超え、「代表チームを通じた日本ラクロスのブランディングに関する戦略構築」がミッションとなります。そのためマーケティング担当者をパートナー企業内部に配置していただきたいと思います。