

2024年11月22日

## Mastercard とメジャーリーグベースボール（MLB）が MLB 東京シリーズを記念して、パートナーシップの延長を発表

- 2025年3月18日～19日、ロサンゼルス・ドジャース対シカゴ・カブスが対戦するレギュラーシーズンの開幕2連戦を東京ドームで開催
- 日本のMastercard会員限定で12月6日（金）午後6時より2日間、東京シリーズのチケット先行販売を実施

Mastercard とメジャーリーグベースボール（MLB）は、2025年シーズンの開幕戦として東京で開催される「MLB Tokyo Series presented by Guggenheim」において、2024年11月22日（金）に長年にわたるビジネスパートナーシップを延長し、Mastercard がスポンサーとして参画することを発表しました。本パートナーシップは、Mastercard が25年以上にわたって行ってきたメジャーリーグとのスポンサーシップに基づくもので、Mastercard はMLBのプラットフォームを通じて、球場内のみならず世界中の野球ファンに数々の priceless（プライスレス）な体験とイノベーションを提供してきました。

このパートナーシップの一環として、日本のMastercard 会員限定で、12月6日（金）午後6時より2日間、東京シリーズ2試合分のチケット先行販売（先着順）を実施いたします。Mastercard 会員の皆様は、1試合につき最大4枚のチケットをローソンチケットにて購入いただけます。後日、チケット一般販売を予定しています。



オフィシャルペイメントパートナー

「Tokyo Series presented by Guggenheim」では、2025年3月18日（火）および3月19日（水）にロサンゼルス・ドジャースとシカゴ・カブスが東京ドームで対戦し、2025年シーズンの開幕を飾ります。2024年のロースター（出場選手登録）に名を連ねた両チームの日本人選手4名が出場予定であり、ロサンゼルス・ドジャースからは岩手県奥州市出身の大谷翔平選手、岡山県備前市出身の山本由伸選手、またシカゴ・カブスからは福岡県北九州市出身の今永昇太選手、東京都荒川区出身の鈴木誠也選手が出場し、日本のファンに特別な試合をお届けします。

この度の東京シリーズは、MLB が東京でレギュラーシーズンを開幕する6回目の機会となり、2000年にシカゴ・カブスとニューヨーク・メッツが日本で初のレギュラーシーズン公式戦を開催してから25周年の節目を迎えます。

2024年のMLBシーズン「The 2024 World Series presented by Capital One」では、ロサンゼルス・ドジャースがニューヨーク・ヤンキースを破り、8度目のワールドシリーズ制覇を成し遂げ、歴史的な形で幕を閉じました。米国と日本で合計平均視聴者数 2,790 万人を記録し、多くのファンが注目する大きなイベントとなりました。また、大谷翔平選手と山本由伸選手がポストシーズンに初出場し、日本国内での平均視聴者数が 1,210 万人となり、史上最多の視聴数を記録しました。シリーズ中には日本のポストシーズン歴代最多視聴者数を誇る試合も含まれ（第2戦：1,590 万人、第1戦：1,440 万人）、さらに平日開催のMLB試合としては歴代最多視聴者数を更新しました（第3戦：1,010 万人、第4戦・第5戦の視聴数は後日発表予定）。日本国内での放映はフジテレビ、NHK BS、J Sports を通じて行われました。

Mastercard と MLB は、MLB 東京シリーズを通じて、日本の顧客や野球ファンへ特別な体験をお届けできるよう引き続き協力して参ります。フィールドからのバッティング練習の観覧や限定特典、特別なアクセス権など、ファンの皆様が自宅からでも現地からでも野球の魅力をより身近に楽しめるようご用意しております。

Mastercard 北東アジア地区 ヴァイスプレジデント マーケティング&コミュニケーション 朴景珍（パク・キョンジン）は、次のように述べています。

「Mastercard と MLB の 20 年以上にわたる協力関係を基盤に、日本の野球ファンの皆さまに MLB 東京シリーズを体験していただけることを大変嬉しく思います。オフィシャルパートナーとして、カード発行会社や加盟店のパートナーと協力し、カード会員や顧客の皆さまにとって貴重な機会を提供することで、コミュニティとの絆を強化しながら、ビジネス成長を促進していきたいと考えています。」

1997 年、Mastercard は MLB と初めて提携し、野球観戦を楽しむ父と息子のシーンを通じて家族の絆の大切さを訴えかける“priceless”キャンペーンを開始し、大きな反響を呼びました。本キャンペーンは、Mastercard が提供する「体験の価値」を強調する形で進化を続け、現在も展開されています。

世界で最もエキサイティングなスポーツやエンターテインメントのスポンサーを務める Mastercard は、スポンサーシップ主導の [Priceless プラットフォーム](#) を通じて、チケットの先行販売、ホスピタリティ・イベント・パッケージ、一流アーティストやアスリートとの特別な交流の機会、ユニークな旅行など、顧客やカード会員へ特別な体験をお届けしています。

## Mastercard について

Mastercard は、決済業界におけるグローバルなテクノロジー企業として、世界 200 以上の国と地域で経済の活性化と人々の生活の利便性向上に貢献しています。お客様と共に、誰もが繁栄できる持続可能な社会の実現を目指し、安全でシンプル、スマート、そして使いやすい多様なデジタル決済手段を提供しています。また、最先端のテクノロジーとイノベーション、

パートナーシップとネットワークを活用して、人々、企業、そして政府が最大限の可能性を  
発揮できるよう支援するプロダクトとサービスをお届けします。

[www.mastercard.co.jp](http://www.mastercard.co.jp)