

2017年1月16日
メットライフ生命保険株式会社
株式会社西武ライオンズ

メットライフ生命、西武ドームネーミングライツ(命名権)を取得 西武ドームは「メットライフドーム」に名称を変更

メットライフ生命保険株式会社(本社:東京都墨田区、代表執行役 会長 社長 サシン・N・シャー)と、株式会社西武ライオンズ(所在地:埼玉県所沢市、代表取締役社長:居郷肇)は、西武ライオンズが運営する「西武ドーム」のネーミングライツ(命名権)をメットライフ生命が5年間取得することについてこの度合意し、契約を締結しました。これにより、西武ドーム(球場名)は、2017年3月1日からメットライフ生命の名称(“メットライフ”)を冠し、「メットライフドーム」となります。

メットライフが日本において、ネーミングライツを取得するのは初めてとなります。また、メットライフ生命は、振り付けなどで活躍するKABA.ちゃんに依頼し、ラジオ体操の現代版とも言えるエクササイズを開発しました。このエクササイズは「メットライフ・エクササイズ」と呼び、そのルーツはメットライフの中核会社であるメロポリタン・ライフ・インシュアランス・カンパニー(メロポリタン生命保険)が1920年代に考案しラジオ放送をした体操に遡ります。メットライフドームで開催されるプロ野球公式戦の埼玉西武ライオンズ主催試合のインニング間や社会貢献活動のイベント、メットライフ生命で主催するイベントなどで実施される予定です。

「私たちは西武ライオンズとのパートナーシップを大変嬉しく思います。日本の大手外資系保険会社の一つとして、当社のブランドをさらに高める象徴的な施設とのパートナーシップを望んでいました。このパートナーシップは、お客さまのより健康で豊かな生活をサポートするわれわれの取り組みと最高のスポーツとエンターテイメントがおこなわれる施設を結びつける架け橋となり、当社のブランドを新たな次元に高めると確信しています」とメットライフ生命 代表執行役 会長 社長 サシン・N・シャーは述べています。

埼玉西武ライオンズの本拠地、西武ドームは日本の主要な野球場の一つであり、スポーツイベントに加え、ライブなどで頻繁に利用され、毎年200万人以上の観客動員数があります。「メットライフドームに名称変更をすることでエキサイティングな新時代が始まるとともに、ここメットライフドームで迎える野球シーズンの到来を心待ちにしております。また、多彩な保険商品やサービスを提供し、信頼されているグローバル企業とのパートナーシップを歓迎し親密に協力していきたい」と株式会社西武ライオンズの代表取締役社長居郷肇は述べています。

メットライフ生命は、このネーミングライツ取得に加え球場施設内外でのブランディングの権利を有する埼玉西武ライオンズのオフィシャルスポンサーとなります。契約内容には、球場正面と球場内バックスクリーン上の大型ビジョン(Lビジョン)上部での大型看板の設置、テレビ、ラジオ、印刷物、オンライン・メディアの利用などが含まれます。

メットライフは昨年、グローバルブランド戦略を刷新し、ブランドロゴを新しくすると共に、新しいタイプの保険会社になることを表した新たなタグラインを「いい明日へ、ともに進んでゆく。」と決めました。メットライフにとって、このグローバルブランドの刷新は、この30年でもっとも大きなもので、この新しいブランド戦略では、ブランドの役割を「変わりゆく世界をともにあゆむ、お客さまが心から信頼できるパートナーであり続けること」としています。5年間のネーミングライツは、メットライフ生命の、人々が長い人生をより健康に送ることができるようにお手伝いをするといった長期にわたるコミットメントを表したものとなります。

メットライフ生命について

メットライフ生命は、日本初の外資系生命保険会社として 1973 年に営業を開始し、多様な販売チャネルを通して、個人・法人のお客さまに革新的かつ幅広いリスクに対応できる商品を提供してまいりました。現在は日本法人「メットライフ生命保険株式会社」として、お客さまに常に寄り添い、お客さま自らが自信を持って最適な保障を選ぶお手伝いをし続けることに努めています。当社は、約 50 カ国で 1 億人のお客さまに生命保険、年金、従業員福利厚生、資産運用サービスを子会社および関連会社を通して提供する世界最大級の生命保険グループ、メットライフの一員です。

メットライフについて

メットライフは 1868 年に設立し、約 50 カ国で 1 億人のお客さまに生命保険、年金、従業員福利厚生、資産運用サービスを提供する世界最大級の生命保険グループ会社です。子会社および関連会社を通して、米国、日本、中南米、アジア、ヨーロッパ、中東においてマーケットリーダーとして事業を展開しています。詳しくは www.metlife.com をご覧ください。

埼玉西武ライオンズについて

1950 年福岡県で西鉄クリッパースとして球団を創設。以降、西鉄ライオンズ、太平洋クラブライオンズ、クラウンライターライオンズを経て、1978 年に西武ライオンズとして埼玉県所沢市に本拠地を移転。移転後 30 周年を迎えた 2008 年にチーム名を「埼玉西武ライオンズ」と改め、地域密着とファンから愛される球団を目指し新たなスタートを切りました。前身の西鉄時代を含め、21 度のパシフィック・リーグ優勝、3 度のプレーオフ優勝(1982 年前後期制の優勝・2008 年のクライマックスシリーズ優勝含む)、13 度の日本シリーズ優勝など、その輝かしい成績は球史に刻まれています。

【本件の詳細】

(1)新名称

ドーム名	日本語表記 :「メットライフドーム」
	英語表記 :「MetLife Dome」
	略称表記 :「メットライフ」

(2)契約期間

2017 年 3 月 1 日(水)から 2022 年 2 月 28 日(月)までの 5 年間

(3)主な名称表示場所:

球場正面入り口看板
球場内バックスクリーン上の大型ビジョン(L ビジョン)上部大型看板 他

(4)「メットライフ・エクササイズ」の開発について

メットライフは、スポーツを支援し、健康で充実した生活を推進する、保険会社としての役割を超えた長い歴史があります。メットライフはフィットネスやエクササイズへの意識を高めることを目的に、早くも 1925 年にニューヨーク本社の本スタジオからラジオ体操の放送を開始しました。それ以降、メットライフはヘルス&ウェルネスの指導的提唱者であり、こうした初期のラジオ体操の放送に触発され、日本でもラジオ体操が広まりました。

また「メットライフ・ドーム」に加えて、メットライフもニューヨーク・ジャイアンツとニューヨーク・ジェッツの本拠地であるメットライフ・スタジアムにネーミングライツを取得しています。

メットライフ生命は、保険商品で経済リスクのカバーを提供するだけでなく、お客さまが健康で充実した生活を送れるよう、「ヘルス&ウェルネス」施策を「健康生活ダイアル24」、「ベストホスピタルネットワーク／受診手配・紹介サービス」、「乳がん検診コンシェルジュ」など様々なかたちで推進しております。そして今回は高齢化社会を迎える現代日本において高まる健康意識に応えるべく、運動不足の解消や、血行改善などを研究している専門家からアドバイスを受け、「メットライフ・エクササイズ」を開発いたします。

エクササイズの振り付けは、TBS「UTAGE！」の振り付けなどで活躍するKABA.ちゃんに依頼しました。球場では、5回裏の後に実施し、これまで球場で流れていたダンス曲、「コットンアイジョー」にのせながら、お子さまから高齢者の方まで、ファン一体型で楽しめるエクササイズとなる予定です。また放映するダンス動画には、埼玉西武ライオンズの公式パフォーマンスチームの「ブルーレジェンズ」や公式マスコットの「レオ」「ライナ」も登場予定で、エクササイズを一層盛り上げます。3月中旬からホームページなどで内容を一部公開する他、4月4日のホーム開幕戦で披露する予定にしておりますのでご期待ください。

METLIFE JAPAN ACQUIRES NAMING RIGHTS TO SEIBU DOME Seibu Dome to be renamed “MetLife Dome”

Tokyo, January 16, 2017 – MetLife Insurance K.K. (“MetLife Japan”) is delighted to announce it has reached an agreement with Seibu Lions, Inc. to be the exclusive naming partner of the Seibu Dome for a five year period. The stadium will be renamed and branded as “MetLife Dome” from March 1, 2017.

This marks the first time for MetLife to obtain the naming rights of a sports and entertainment venue in Japan. MetLife Japan also is also pleased to announce that it is working with celebrity choreographer, Miss KABA.chan to develop a modern version of radio taiso, which traces its roots back to The Metropolitan Life Insurance Company’s daily radio exercise broadcasts in the 1920’s, and will be called the “MetLife Exercise”. The modern adaption of radio taiso will be performed at the stadium during matches and at community events.

MetLife Japan’s Representative Statutory Executive Officer, Chairman, and President, Sachin N. Shah said of the announcement, “We’re very excited to establish this relationship with the Seibu Lions. As one of the largest foreign insurers in Japan, we wanted to partner with a leading venue that extends the reach of our brand to new levels. This is a great opportunity to integrate our efforts in helping the general public lead healthier and more satisfying lives with a premier sports and entertainment venue. I am confident that this partnership will further strengthen our brand.”

Seibu Dome, home of the Saitama Seibu Lions, is a stadium well-known across Japan, hosting both sporting and live entertainment events, attracting over one 2 million fans and visitors every year. Seibu Lions President Hajime Igo commented, “By renaming the stadium as MetLife Dome, we are starting an exciting new chapter and look forward to kicking off the first of many seasons at the MetLife Dome. We are pleased to partner with such a well-respected global company, and be closely associated with a leading provider of insurance products and services all over the world.”

The MetLife Dome agreement makes MetLife the official insurance company of the Saitama Seibu Lions and the stadium complex, and includes high-profile interior and exterior branding on the venue. Specific elements of the agreement include: naming rights to the stadium; branded signage at the main entrance; a large sign over the center field screen (L Vision screen); and TV, radio, print and online media opportunities.

MetLife recently launched a new global brand strategy, including a new logo and a new tagline, “MetLife. Navigating life together”, to reflect its transformation into a new type of insurance company. The rebranding, which marks the most significant change to MetLife’s global brand in over 30 years, underscores a clear commitment to being a trusted partner that helps customers navigate the twists and turns that occur throughout their lives. The five year Seibu Dome sponsorship demonstrates MetLife Japan’s long term commitment to this cause, in particular helping people to live longer and healthier lives.

About MetLife Insurance K.K.

MetLife started operations in 1973 as the first foreign life insurance company in Japan. Since then, it has provided an innovative and broad range of products through diverse distribution channels to individual and institutional customers. It currently operates as a Japanese corporation, MetLife Insurance K.K. MetLife is committed to providing trusted navigation to help people become more self-reliant and able to pursue more from life. MetLife Japan is an affiliate of MetLife, Inc., which is a leading global provider of insurance, annuities and employee benefit programs. Through its subsidiaries and affiliates, MetLife has operations in nearly 50 countries and serves 100 million customers. For more information, visit <http://www.metlife.co.jp>.

About the Seibu Lions

The team was established in 1950 in Fukuoka Prefecture as the Nishitetsu Clippers. After, the team was renamed the Nishitetsu Lions, Taiheiyo Club Lions, Crown-Lighter Lions, and in 1978 the team moved to Tokorozawa, Saitama as the Seibu Lions. In 2008, 30 years after moving, the team once again made a fresh start as the "Saitama Seibu Lions" with the goal of becoming a more fan-friendly and community-based baseball team. Including its Nishitetsu days under the ownership of Nishi-Nippon Railroad, the team has enjoyed an impressive track record in baseball history, with 21 Pacific League wins, 3 postseason playoff wins (including the 1982 split season playoffs and the 2008 Climax Series), and 13 Japan Series wins.

Details of naming rights

(1) New name: Dome name in Japanese: "メットライフドーム"; in English: "MetLife Dome"; in abbreviated name: "メットライフ"

(2) Contract period: For 5 years from March 1, 2017 through February 28, 2022

(3) Major name signage locations: Front entrance sign; large sign over the center field screen(L Visio screen); etc.

(4) About the development of "MetLife Insurance Health Exercises"

MetLife has a long history of going beyond its role as a provider of insurance to support sports and promote a healthy and productive lifestyle. As early as 1925, MetLife began broadcasting a radio calisthenics program from a studio in its New York headquarters hoping to raise awareness of fitness and exercise. Since then, MetLife has been a leading advocate of health and wellness, and these early broadcasts even inspired the popular Japanese "Radio Taiso" calisthenics program.

In addition to the MetLife Dome, MetLife also holds the naming rights to MetLife Stadium in New Jersey, USA, the home stadium for both the New York Giants and New York Jets.



For Immediate Release | Public Relations | MetLife Insurance K.K.

MetLife not only provides coverage for financial risks with their insurance products but also promotes healthy and fulfilling lives for our customers through a variety of programs and health & wellness measures, including “Healthy Life Dial 24,” “Best Hospital Network/Appointment and Introduction Service,” and “Breast Cancer Check-up Concierge.” In addition, as Japan faces the issue of a super-aging society, we have also developed the “MetLife Exercise” with advice from experts in order to reduce the problems of lack of exercise and poor blood circulation.

Miss KABA-chan, choreographer for programs such as the TBS show “UTAGE!” was asked to provide the choreography. The exercise will be performed after the 5th inning to the dance hit “Cotton Eyed Joe” as a fun exercise all fans, from children to seniors, can enjoy together. In addition, to add more excitement to the exercise, the Saitama Seibu Lions official performance team, the “Blue Legends” and the teams official mascots, Leo and Lina will appear in the instructional video broadcast. A portion of the exercise will be available for viewing online starting mid-March, and the exercise is scheduled to be performed at the opening home game on April 4th.