

<PR アワードグランプリ 2024 エントリーシート>

【エントリー名】 睡眠計量 e-SPORTS CUP「SLEEP FIGHTER」

【事業主体】 エスエス製薬「ドリエル」

【実施期間】 2024年8月1日～31日

エントリー案件に関わるキーワードがあれば✓してください。✓の有無や数は評価に関係ありません。（複数可）

コーポレート・コミュニケーション コーポレートブランド インターナルコミュニケーション リスクコミュニケーション マーケティング・コミュニケーション
 新商品コミュニケーション ロングセラーコミュニケーション ソーシャルグッド グローバル 新手法開発 自社コンテンツ開発（著作）

パブリックリレーションズとしての視点： Why Public Relations ?

【e-SPORTS 業界の睡眠不足という課題設定】【睡眠計量/SLEEP FIGHTERというネーミングの流通】

「睡眠は大切」ということは近年盛んに語られているが、e-SPORTS という業界では、その特性上、これまで語られることが少なかった。

一方で睡眠不足による e-SPORTS プレーヤーの死亡事件が発生するなど、課題は明らかに表面化してきていた。

ドリエルはその問題に、世界でもいち早く目を付け、世の中ごと化することに成功。

さらに、格闘技の体重計量の考え方を e-SPORTS に取り入れた「睡眠計量」という新しいルールを作り、

「SLEEP FIGHTER」という日本人でもわかるノンバーバルなネーミングを作ることによって国内外での大きな話題を創発した。

解決すべき課題： Challenges

【e-SPORTS プレーヤーの睡眠不足問題】

夜遅くまで配信や練習を続ける e-SPORTS プレーヤー。その睡眠不足はとても深刻であり、生配信中に意識を失う事例や死亡事例が発生するなど、

e-SPORTS プレーヤーの睡眠不足による健康被害は深刻な問題になっていた。

積極的に睡眠を取ることで、日常を、人生をより豊かにする「能動睡眠」を提唱している睡眠改善薬ブランド「ドリエル」は、

e-SPORTS 業界全体の睡眠意識を変えるために本施策を実施した。

課題解決のための戦略： Strategy & Research

【e-SPORTS 業界全体の睡眠意識の改善】

e-SPORTS プレーヤーの睡眠不足は、配信視聴者の睡眠不足にもつながっているため、プレーヤーのみならず視聴者までをも含んだ、業界全体への睡眠意識の改善が必要だった。ドリエルは、1 日限定の e-SPORTS 大会の開催ではなく、大会 1 週間前から参加プレーヤーの練習を毎日生配信。

e-SPORTS 業界の睡眠不足問題をプレーヤーから発話、ちゃんと寝ている姿を見せることで業界全体に課題を浸透させることを狙った。

【特定コミュニティに集中&同時多発的に情報を展開】

世の中への情報流通を高めるために、e-SPORTS 業界をプロゲーマー、ストリーマー、Vtuber という3つのコミュニティに分類。

各コミュニティから大会参加プレーヤーも集めることで、視聴者数と発話量を最大まで高めることに成功した。

課題解決のための独創性あるアイデア： Idea

【睡眠計量というルールメイキング】【睡眠計量 e-SPORTS CUP「SLEEP FIGHTER」】

e-sports プレーヤーの睡眠不足問題に警鐘を鳴らすため、

世界初となる「睡眠計量」というルールを取り入れた e-SPORTS CUP「SLEEP FIGHTER」を開催。

大会参加者は大会の 1 週間前からスマートウォッチによって睡眠時間を計測。

既定の睡眠時間を下回ると「減点」となるため、参加者は睡眠時間を確保しながら大会に向けてコンディション調整する必要があった。

また、本大会では世界的大人気ゲームである「STREET FIGHTER」を競技種目に採用。

「STREET FIGHTER」を「SLEEP FIGHTER」に変えた分かりやすいネーミングのおかげで、日本のみならず世界でも話題となった。

活動内容の専門性または完成度： Execution

【リアル観覧とオンライン視聴（Youtube/Twitch/大会参加者のオウンド生配信）のハイブリッド開催】

大会当日は 100 名のリアル観覧とオンライン視聴をハイブリッドで実現。

リアル観覧者には限定アイテム配布やフォトブースを作ることで解像度の高い情報発信を促し、

オンライン視聴も接触媒体を公式 Youtube だけでなく、

公式 Twitch、大会参加者のオウンド生配信と複数作ることによって多角的に情報を拡散させた。

目標に対する直接的・間接的な成果・評価： Results

【総配信視聴数 4,794,430 回】【imp 数 59,455,448 回】【狙った文脈での長尺テレビ露出】

事前配信や事後配信も含めた総配信視聴数は合計 470 万回超え、SNS でのインプレッションは 5900 万回を超えたことで、プロモーションを含んだ e-SPORTS 大会では国内一位の記録を達成。またキー局にて「能動睡眠」に関して 5 分以上の特集がされるなど、狙った文脈での正しい露出がなされた。

【大会参加者の睡眠時間と質の向上】

大会までの 1 週間の間で大会参加者の平均睡眠時間は 140%まで改善、また睡眠の質も 105%まで改善した。

また大会の決勝戦では、睡眠時間をきちんと確保していたプレーヤーが勝利したおかげで「睡眠は大事」といコメントが多数発話された。