



# エンタメ・クリエイティブ政策研究会【みるスポーツ】 SV.LEAGUE 発表用資料

公開用資料

2026年3月13日

公益社団法人SVリーグ

# 2025年度のSVリーグの取り組み

海外展開の推進に人気漫画「ハイキュー!!」を活用  
初めてのリーグ公式の海外興行をタイ・バンコクで開催！

海外展開の推進



IP・ファンダムの活用



# 2025年度のSVリーグの取り組み

## 海外展開の推進



クラブ主導の自主興行から、リーグ公式の海外プレシーズンマッチへ発展。試合開催にとどまらず日本の魅力を発信。

- 大阪ブルテオン・サントリーサンバーズ大阪・ウルフドッグス名古屋が、2023年より取り組んできたタイでのプレシーズンマッチを引継ぎ開催。
  - 今シーズンよりSVLの国際戦略の一環と位置づけ、SVLとクラブとの共同主催で実施。
  - 日本からは大阪ブルテオンと東レアローズ静岡の2クラブが参加。
  - バレーボール観戦だけでなく、バレーボール教室や、日本の食・文化・ライフスタイルを体験していただける場を提供。
- 
- 大会名：Panasonic ENERGY presents SV.LEAGUE World Tour 2025 in Thailand
  - 主催・主管：公益社団法人SVリーグ、パナソニックスポーツ株式会社、東レアローズ株式会社
  - 協力：タイ王国バレーボール協会（TVA）、(株)ITPアジア
  - 協賛：パナソニックエナジー株式会社 ほか
  - 試合開催日：2025年9月13日（土）、14日（日）

# 2025年度のSVリーグの取り組み

## 海外展開の推進

プロモーションでは「日本博」を活用し記者会見を実施。  
現地大手広告会社を用いてネット連動型の街頭広告も展開。

[ 事前イベント ]



日本の文化を紹介する日本博で記者会見と  
トークショーを実施。  
大阪Bからは西田選手も参加してもらった。

[ 街頭広告展開 ]



WEBサイトへ誘導できるOOHを市内に2週間展開。  
基準を15%上回る429,479人が接触。  
78%が女性。25-34歳が75%を占めた。

# 2025年度のSVリーグの取り組み

## 海外展開の推進

現地に進出している日系企業のブース出展。  
日本からの観戦ツアーも実施し選手との交流を楽しんだ。

[ 企業ブース ]



現地の高島屋をハブに出展者を募り、  
場外イベント広場に日本の食や文化を紹介  
するブースが多数出展した。

[ 日本からの観戦ツアー ]



日本からの応援ツアーをJTBと協業。  
選手とバレー体験会やサイン会など  
特別な体験を付加したこともあり完売。

# 2025年度のSVリーグの取り組み

## IP・ファンダムの活用

場外イベント広場に「ハイキュー!!スクウェア」を設置。  
会場にはコスプレをしたファンも来場。



ハイキュー!!スクウェアと銘打ち、  
場外のイベントスペースで  
フォトスポットや物販を実施。



コスプレをした熱心なファンが  
来場し楽しむ様子が伺えた。



主人公の日向選手を再現した  
現地のファンの方は試合も観戦。

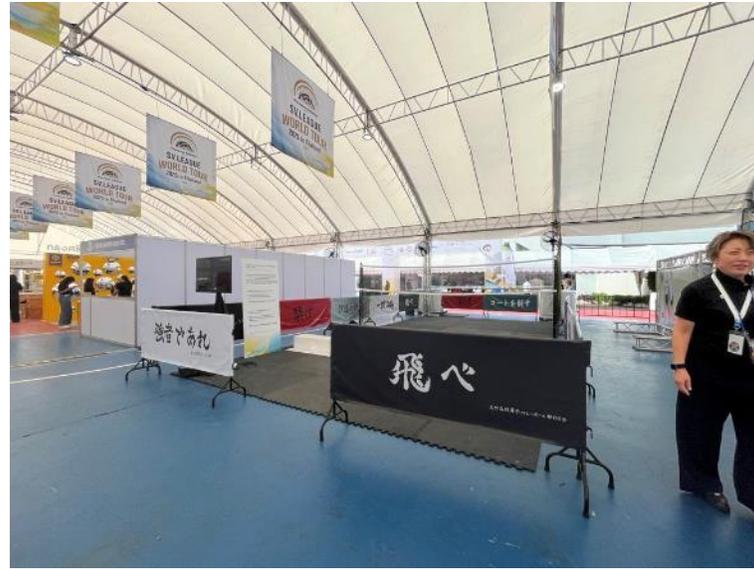
# 2025年度のSVリーグの取り組み

IP・ファンダムの活用

物販だけではなく、フォトスポットや  
バレーボールを楽しめるアトラクションも設置した。



現地のアニメイトに協力いただき、  
ハイキュー!!グッズを販売。  
今回限りの限定商品も制作。



作中に登場する各校の横断幕で  
装飾された身にコートを作成。  
サーブ体験ができるアトラクション。



多様なフォトスポットを設置。  
データは日本で作成し、  
印刷や施工は現地で対応。

# 2025年度のSVリーグの取り組み

## 助成金の活用

タイ語のSNSアカウントを積極運用中。  
大会期間中だけではなく、シーズン中も配信を行っている。



### 活動実施内容：再生回数の推移

#### ■再生回数推移（媒体別）

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
Instagram	5,097,000	8,618,300	13,582,600	15,019,600	7,780,739	7,040,372	14,556,444	34,889,686
TikTok	178,000	330,000	2,400,000	1,800,000	628,000	354,000	222,000	2,200,000
X	52,300	310,200	1,100,000	224,400	271,200	412,900	599,300	292,600

- ・オールスター西田選手スライディング土下座の動画は合計1,357万回再生
- ・その他タイで実施された興行での投稿も490.6万回再生を記録