



スポーツ庁参事官(民間スポーツ担当) 御中

令和7年度スポーツ産業の成長促進事業「スポーツホスピタリティ推進事業」
恒常的なスポーツホスピタリティの取組に関する実態調査

Jtb
Communication
Design

■1. 調査概要	
• 調査方法・期間・対象	P4
• 調査設問	P5
■2. 全体サマリー	
• 全体サマリー	P7
■3. 設問別集計・考察	
• 回答団体の所属リーグ・ホームゲーム数	P11
• 拠点ベニューとの関係	P12
• 必要なスペースや設備等の配備状況	P13
• スポーツホスピタリティの実施経験	P24
• (実施経験者のみ)実施頻度・対象としている試合	P26
• (実施経験者のみ)購入層・スペース創出方法	P27
• (実施経験者のみ)販売価格・クラブ収益への貢献	P28
• (実施経験者のみ)サービスごとの実施状況	P29
• (実施経験者のみ)地域性の活用、外部委託・連携有無	P30
• 課題・阻害要因	P31
• 課題・阻害要因の具体的な内容	P34
• 今後の実施意向	P46
• スポーツホスピタリティ用施設・設備の非試合日活用	P48



1. 調査概要

- 調査方法 WEBフォーム(Microsoft Forms)による回答
- 調査期間 2025年8月29日(金)～11月21日(金)
- 調査対象
 - ①プロスポーツクラブ向けアンケート :182団体 (スポーツ庁より各リーグを通じて回答依頼)
 - ※プロ野球は、セ・パ両リーグの全12球団及び、ファームリーグの全14球団を対象とした。
 - ※Bリーグは、B1～B3の全クラブを対象とした。
 - ※Wリーグは、「Wリーグプレミア」、「Wリーグフューチャー」の全クラブを対象とした。
 - ※SVリーグ・Vリーグは、両リーグの全クラブを対象とした。
 - ※JリーグはJ1～J3の全クラブを対象とした。
 - ※WEリーグ・なでしこリーグは、WEリーグ・なでしこリーグ1部・なでしこリーグ2部の全クラブを対象とした。
 - ※リーグワンはディビジョン1～3の全クラブを対象とした。

【回答クラブ内訳】

プロ野球	Bリーグ	Wリーグ	SVリーグ・Vリーグ	Jリーグ	WEリーグ・なでしこリーグ	Tリーグ	リーグH	リーグワン
15	46	12	46	18	13	6	19	7

②リーグ向けアンケート :8団体(スポーツ庁より直接回答依頼)

③NF等組織向けアンケート :3団体(スポーツ庁より直接回答依頼)

プロスポーツクラブを対象とした調査設問

青字部(Q6~14)は、Q5において「実施したことがある」と回答した団体団体のみを対象とした

- Q1 貴クラブの所属リーグを教えてください。
- Q2 貴クラブの2025年シーズン「ホームゲーム数」を教えてください。
- Q3 貴クラブと拠点となるベニユーの関係を教えてください。
- Q4 貴クラブの拠点となるベニユーにおいて、スポーツホスピタリティを実施するために必要なスペースや設備等の配備状況を教えてください。
→〔VIPルーム等のスペース(1団体ごとに利用可能な個室空間)／ファンクションルーム等のスペース(ゲストが一堂に集い交流できるラウンジ的スペース)／トンネルラウンジ等の特別観覧スペース(選手入場やインタビュー等を特別に観覧できるスペース)／ホスピタリティゲスト専用の駐車場／ホスピタリティゲスト専用のエントランス／ホスピタリティゲスト専用の館内動線／【バックヤード】キッチン／【バックヤード】パントリー／【バックヤード】サービス提供動線／【バックヤード】ホスピタリティ事務局スペース／【バックヤード】ホスピタリティスタッフ控室〕
- Q5 過去5年の間に、有料で販売を行うスポーツホスピタリティの取組を実施したことがありますか？
- Q6 スポーツホスピタリティサービスは、どの程度の頻度で実施していますか？
- Q7 どのような試合を対象に、スポーツホスピタリティサービスを実施していますか？
- Q8 スポーツホスピタリティサービスを購入されているのは、どのような方々ですか？
- Q9 スポーツホスピタリティを実施の際、拠点ベニユー内・外でどのようにスペースを創出しましたか？
- Q10 スポーツホスピタリティはどのくらいの価格帯で販売されていますか？(※観戦チケット代を含む、1試合・1名あたりの金額でお選びください)
- Q11 スポーツホスピタリティを実施することは、貴クラブに収益をもたらすことに繋がっていますか？
- Q12 以下はスポーツホスピタリティを構成する7種のサービス分類となります。それぞれの実施状況を教えてください
→〔好位置の観戦席／飲食サービス／エンターテインメントの提供／ゲストのコミュニケーションスペース／特別なギフトの提供／専用の入退場動線／スタジアム・アリーナ外のサービス〕
- Q13 スポーツホスピタリティの実施において、自地域ならではの特色(飲食・文化・工芸等)を活用されていますか？
- Q14 スポーツホスピタリティの企画・販売・準備・運営・事後評価等、一連の展開で、外部企業等と委託・連携を行っていますか？
- Q15 スポーツホスピタリティに取り組むうえでの課題について、以下の項目から該当するものを全てお選びください
※現在実施中または実施経験がある方は直面している課題を、未実施の方は実施にあたっての阻害要因をお選びください。
- Q16 前問で選択された課題や阻害要因について、具体的な内容を簡潔に記載ください。
- Q17 今後のスポーツホスピタリティの実施意向を教えてください。
- Q18 (本設問はスポーツホスピタリティに限定しない質問です)
スポーツ庁では、スタジアムやアリーナのVIPルームやファンクションルームなどのスポーツホスピタリティ向け施設・設備を「非試合開催日に多目的活用し、収益を上げている事例」を収集しています(例:ファンクションルームを企業の会議スペースとして有償で貸出、VIPルームを地域住民のパーティスペースとして有償で貸出など)貴クラブの拠点ベニユーでは、このようなビジネス展開を行っていますか？



2. 全体サマリー

■全体サマリー

緑枠

: 全員回答設問

オレンジ枠

: スポーツホスピタリティ実施経験者向け設問

拠点となる
ベニューとの関係
(Q3/P12)

- 全体の約80%が、拠点となるベニューを公共または民間の施設を借用して使用している状況であるが、プロ野球・Jリーグにおいては「クラブまたはグループ会社が所有」+「チームまたはグループ会社が運営管理を行っている」が半数以上となっている。

必要なスペースや
設備等の配備状況
(Q4/P13～)

【フロント・オブ・ハウス】

- 全体的に、各スペース・設備等について「十分な数量のスペースや整備が整っており、利用目的を満たす」と回答した層はごく一部であるが、プロ野球・Jリーグにおいては、他リーグに比べ一定レベルの環境が整えられているクラブが比較的多い。
- VIPルーム、ファンクションルーム、ゲスト専用の駐車場、ゲスト専用のエントランス、ゲスト専用の館内動線については、回答者の半数以上が「スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)」以上のレベルと回答しており、一定の対応が可能な状況となっている。
- 半面、「トンネルラウンジ等の特別観覧スペース」を配備しているベニューは少なく、「スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)」以上のレベルと回答したのは全体の3割程度。

【バック・オブ・ハウス】

- キッチン・パントリーについて、「スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)」以上のレベルと回答したのは全体の3割弱であったが、プロ野球・Jリーグにおいては、他リーグに比べ、一定レベルの環境が整えられているクラブが比較的多い。
- バックヤード動線について、「スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)」以上のレベルと回答したのは全体の4割弱であったが、Jリーグでは6割強となっている。
- 事務局スペース、控室スペースについては、全体の半数強が「スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)」以上のレベルと回答。

スポーツホスピタリティ
の実施経験
(Q5/P24～)

- 有料で販売を行うスポーツホスピタリティの実施を経験したことがあるクラブは全体の3割弱。
- 経験率が最も高いのはJリーグ(約67%)、次いでプロ野球(約47%)となり、Bリーグ、SV・Vリーグとは大きな差があるが、Bリーグ、SV・Vリーグクラブの半数以上が「今後取り組む予定がある」と回答。
- 拠点ベニューを「クラブまたはグループ会社が所有」・「チームまたはグループ会社が運営管理を行っている」と回答したクラブの方が実施経験率は高く、約47%となっている。

■全体サマリー

緑枠

: 全員回答設問

オレンジ枠

: スポーツホスピタリティ実施経験者向け設問

実施頻度・ 対象としている試合 (Q6・7/P26)

- ・ 約半数が、ホームゲーム数の75～100%と回答しており、スポーツホスピタリティを実施している層は、比較的高頻度で実施している。
- ・ 対象となる試合は、レギュラーシーズンのゲームが大多数。

購入層 (Q8/P27)

- ・ 最も多いのは「スポンサー企業」、これに次ぐのが「コアファン・ファンクラブ会員」となっており、法人・個人を問わず恒常的にクラブを支援・応援している層が主たる対象となっている。

ホスピタリティスペース の創出方法 (Q9/P27)

- ・ 「拠点ベニューのホスピタリティ用スペース」、「拠点ベニュー内の別用途のスペースを、ホスピタリティ用にアレンジ」が圧倒的に多い。
- ・ ベニュー内で完結させる形が多く、外部スペースのレンタルや仮設まで行っているケースは少ない。

販売価格帯 (Q10/P28)

- ・ 販売価格帯として最も多いのは「～10,000円」、これに次ぐのが「10,001～20,000円」の低価格帯になっているが、「50,000円以下」の価格帯までは約2割のクラブが販売経験がある。
- ・ 一方で100,000円以上の高価格商品にも、一定の販売経験が見られ、「500,000円以上」の分類まで経験度合いに大きな差はない。

クラブ収益への貢献 (Q11/P28)

- ・ 3割弱のクラブが「単体で直接的な収益を得ている」と回答している。
- ・ 最も多いのは「スポーツホスピタリティを通じて、スポンサー増加や投資獲得など間接的に収益に繋がっている」(約36%)。
- ・ 間接的な効果まで含めると全体の3/4近くが、スポーツホスピタリティの実施が、クラブに収益をもたらすことに繋がっていると回答。

サービスごとの 実施状況 (Q12/P29)

- ・ サービス別の実施状況としては、「好位置の観戦席(75.5%)」、「飲食サービス(64.1%)」の2項目の実施率が高い。
- ・ 「実施できる環境やアセットがなく、実施ができない」の回答が多いのは「スタジアム・アリーナ外のサービス(66.7%)」、「専用の入退場動線(30.2%)」の2項目。

■全体サマリー

緑枠

: 全員回答設問

オレンジ枠

: スポーツホスピタリティ実施経験者向け設問

地域性の活用・
外部委託や連携の有無
(Q13・14/P30)

- 自地域ならではの特色を最も活用しているのは「食事」分野であり、全体の半数以上が活用している。
- 回答クラブの75%が、「飲食提供」、「サービス人財関連」を外部企業等への委託・連携している。
- これに次ぐのが「装飾・制作物関連」(41.7%)であるが、これら以外の項目については外部企業等への委託・連携が25%以下となっており、クラブ内の自前での実施項目が多いと想定される。

課題・阻害要因
(Q15・16/P31~)

- スポーツホスピタリティに取り組む上での課題や阻害要因については「ハード環境」、「人材不足」、「マンパワー不足」の3つが全体及びどのリーグでも最上位となっており、これに次ぐのが「資金・財政面」。
- 拠点ベニューとの関係性を「クラブまたはグループ会社が所有」、「チームまたはグループ会社が運営管理を行っている」と回答したクラブの方が、全課題項目で選択率が低くなっており、特に「資金・財政面」、「人材不足」の選択率が大幅に低くなっている。

今後の実施意向
(Q17/P46~)

- 回答者全体の実施意向(「積極的に実施したい」+「実施したい」)は約69%。
- リーグ別に比較すると「Jリーグ」、「Bリーグ」において特に高く、80%以上となっている。
- ホームとするベニューとの関係性から分類・比較してみたが、顕著な差異は見られなかった。

スポーツホスピタリティ
用施設・設備の
非試合日活用
(Q18/P48~)

- スポーツホスピタリティ用施設・設備の非試合日における活用については、回答者全体での実施率(「様々な用途で実施」+「一部用途で実施」)は約18%に留まっている。
- ただし、拠点ベニューを「クラブまたはグループ会社が所有」、「チームまたはグループ会社が運営管理を行っている」と回答したクラブについては、実施率が約40%となっており、非試合日における活用には拠点ベニューとの関係性が大きく影響すると想定できる。



3. 設問別集計・考察

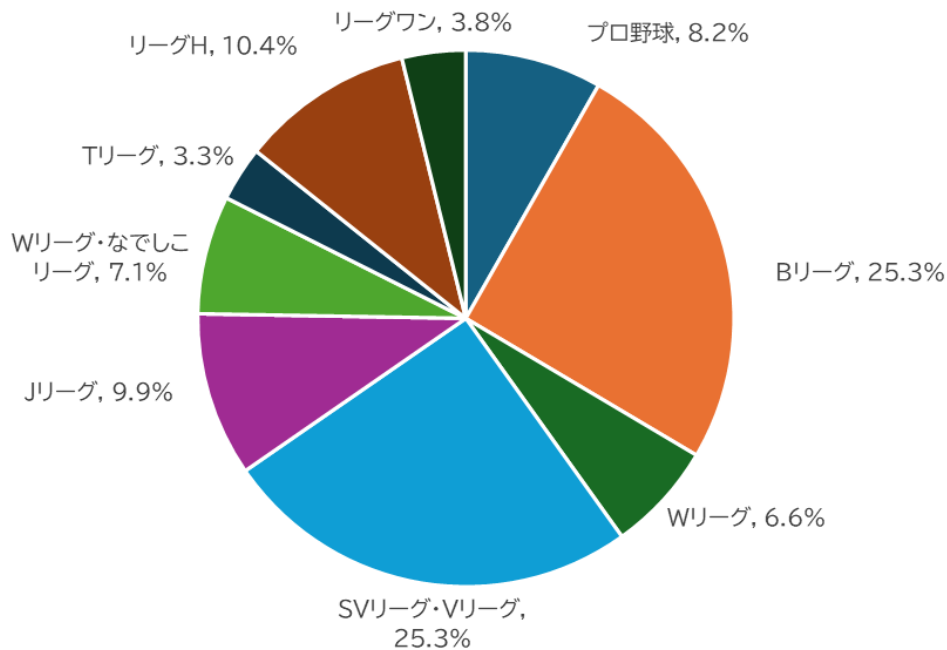
【Q1】:貴クラブの所属リーグ名を教えてください。

【Q2】:貴クラブの2025年シーズンの「ホームゲーム数」を教えてください。

回答クラブの所属リーグ

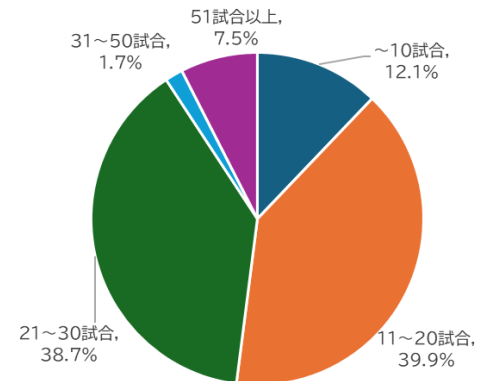
【回答クラブ数:計182】

プロ野球	Bリーグ	Wリーグ	SVリーグ・Vリーグ	Jリーグ	Wリーグ・なでしこリーグ	Tリーグ	リーグH	リーグワン
15	46	12	46	18	13	6	19	7

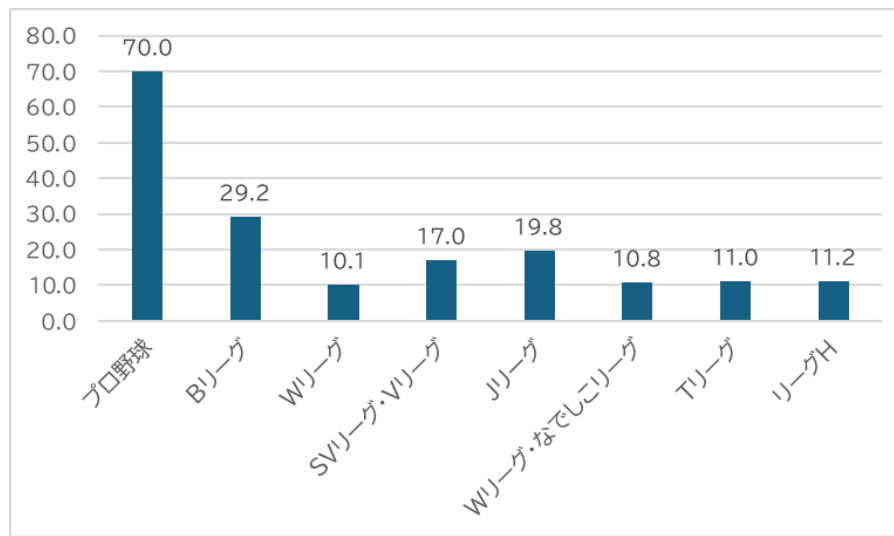


年間のホームゲーム数(全体 n-182)

【全体 n=182】



【リーグ別平均】

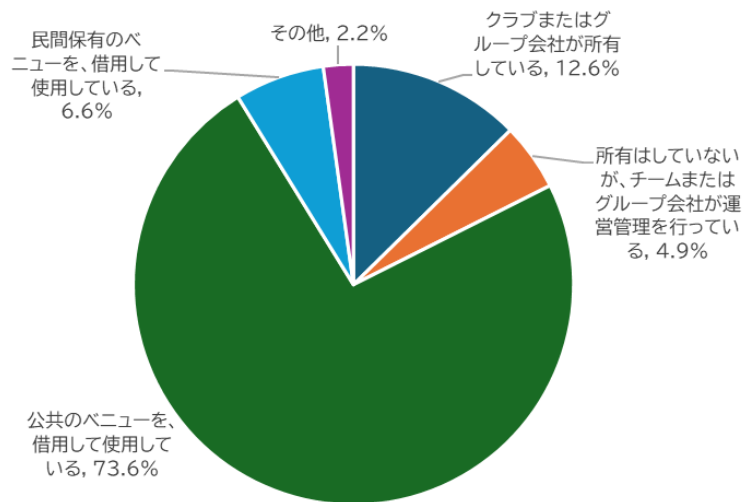


■拠点ベニューとの関係

【Q3】:貴クラブと拠点となるベニューとの関係を教えてください。

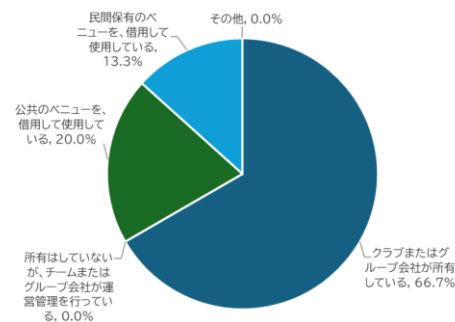
- 回答団体のうち、プロ野球・Jリーグは「クラブまたはグループ会社が所有」・「チームまたはグループ会社が運営管理を行っている」の合計が半数以上となっているが、Bリーグ、SV・Vリーグについては大半が「公共のベニューの借用」となっている。

拠点となるベニューとの関係
(全体 n=182)

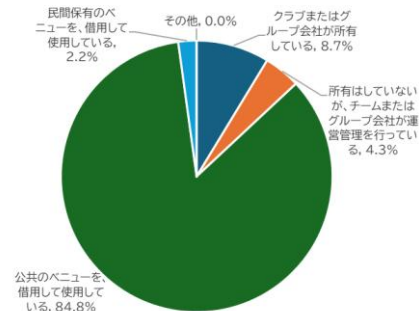


拠点となるベニューとの関係
(所属リーグ別)

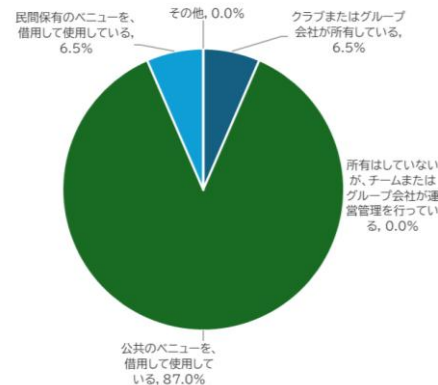
【プロ野球 n=15】



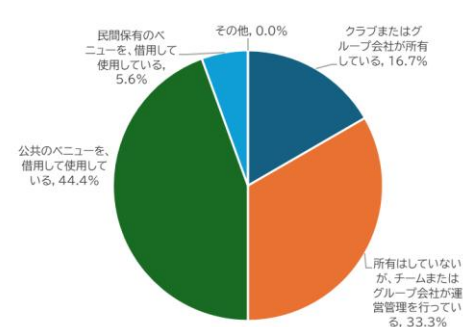
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】

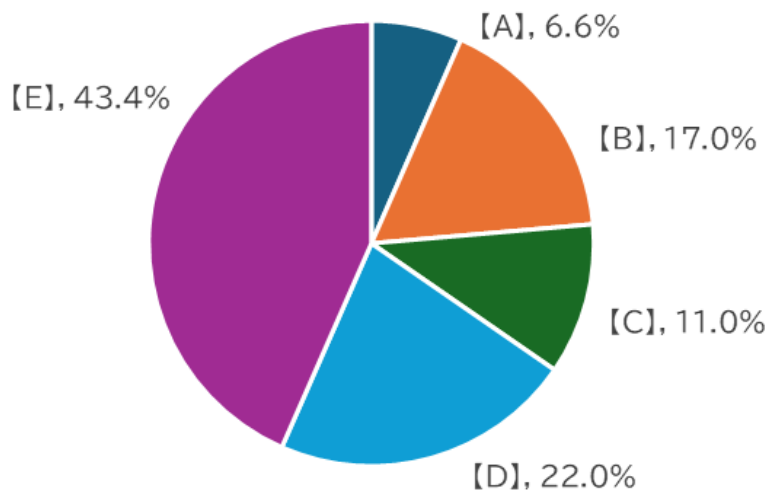


■必要なスペースや設備等の配備状況

【Q4】:貴クラブの拠点となるベン्यूにおいて、スポーツホスピタリティを実施するために必要なスペースや設備等の配備状況を教えてください。〔VIPルーム等のスペース(1団体ごとに利用可能な個室空間)〕

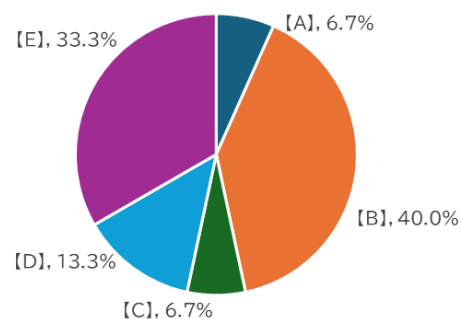
- 「最低限の利用が可能」以上のスペース環境を備えているのは回答者全体の半数程度であった。
- 「十分な数量のスペースや設備が整っている」比率はリーグ間の差は小さいが、「簡易的なスペースや設備は整っている」以上の比率はスタジアムをホームとするプロ野球・Jリーグにおいて比較的高い。

VIPルーム等のスペースの配備状況
(全体 n=182)

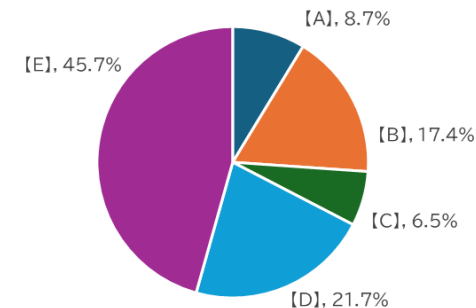


VIPルーム等のスペースの配備状況
(リーグ別)

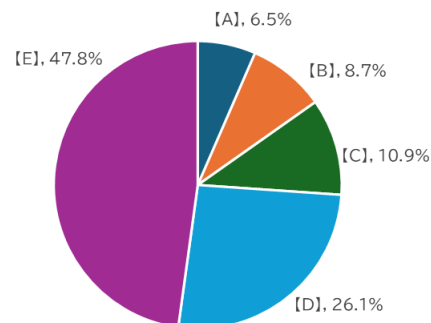
【プロ野球 n=15】



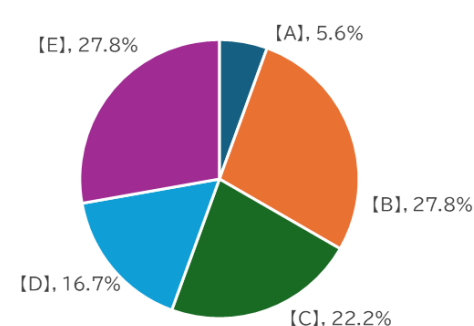
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】



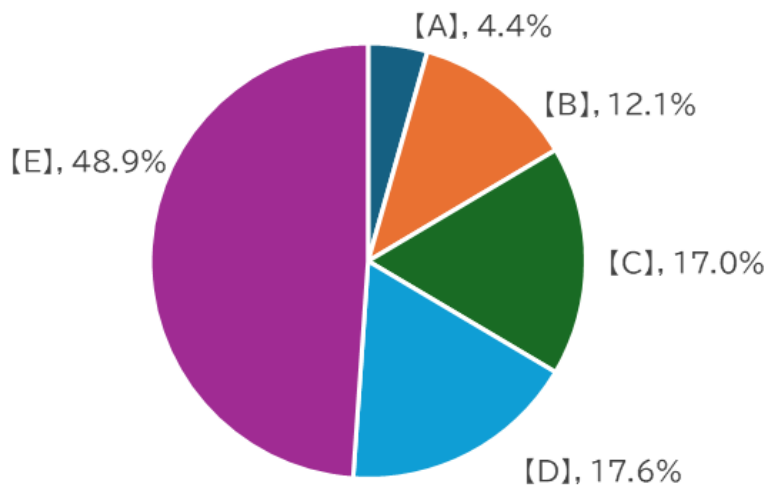
- 【A】:十分な数量のスペースや整備が整っており、利用目的を満たす。
 【B】:必要なスペースや整備が整っているが部分的に制約がある。
 (例:数の不足や機能がやや限定的)
 【C】:簡易的なスペースや設備は整っているが、数や用途に大きな制限がある。
 【D】:スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)。
 【E】:スペースや設備が全くない。

■必要なスペースや設備等の配備状況

【Q4】:貴クラブの拠点となるベンチャーにおいて、スポーツホスピタリティを実施するために必要なスペースや設備等の配備状況を教えてください。【ファンクションルーム等のスペース(ゲストが一堂に集い交流できるラウンジ的スペース)】

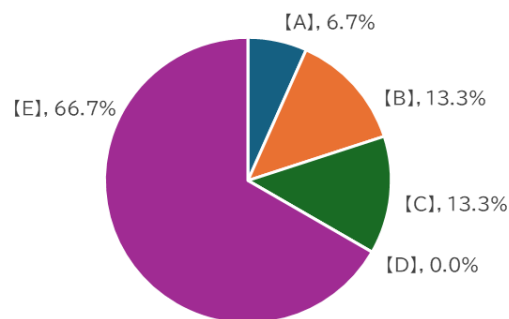
- 「最低限の利用が可能」以上のスペース環境を備えているのは回答者全体の半数程度であった。
- 「簡易的なスペースや設備」以上の比率はJリーグにおいて比較的高い。Bリーグ、SV・Vリーグにおいては「スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)」が多い。

ファンクションルーム等スペースの配備状況
(全体 n=182)

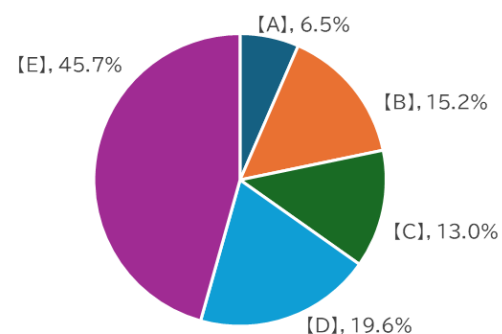


ファンクションルーム等スペースの配備状況
(リーグ別)

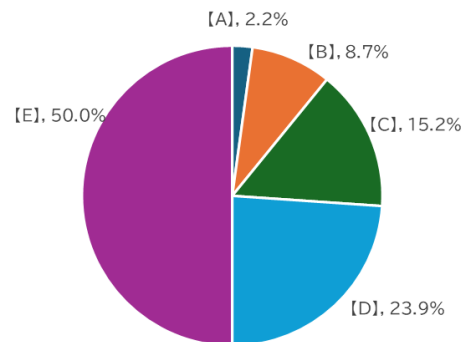
【プロ野球 n=15】



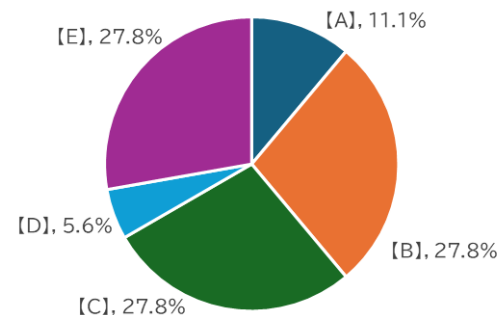
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】



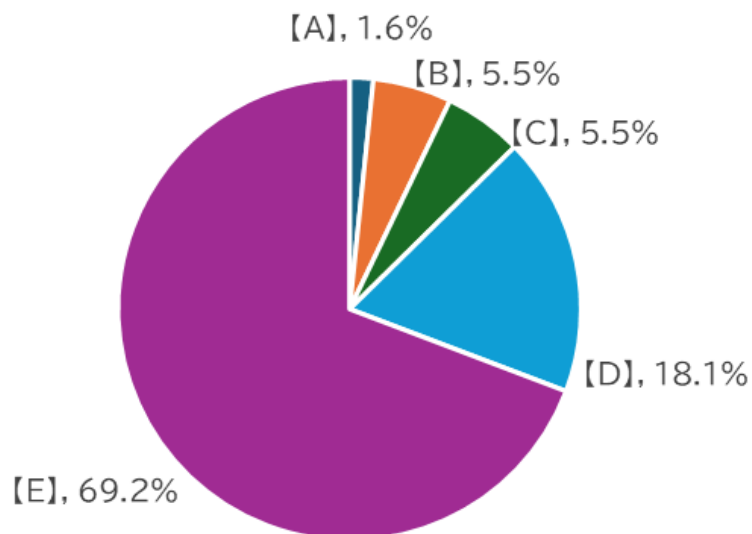
- 【A】:十分な数量のスペースや整備が整っており、利用目的を満たす。
 【B】:必要なスペースや整備が整っているが部分的に制約がある。
 (例:数の不足や機能がやや限定的)
 【C】:簡易的なスペースや設備は整っているが、数や用途に大きな制限がある。
 【D】:スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)。
 【E】:スペースや設備が全くない。

■必要なスペースや設備等の配備状況

【Q4】:貴クラブの拠点となるベン्यूにおいて、スポーツホスピタリティを実施するために必要なスペースや設備等の配備状況を教えてください。【トンネルラウンジ等の特別観覧スペース(選手入場やインタビュー等を特別に観覧できるスペース)】

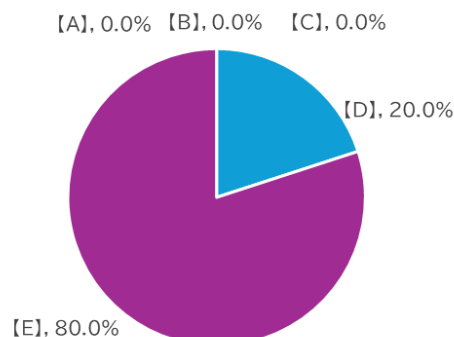
- 回答者全体の約70%が「全くない」と回答しており、配備や代替手段が用意できている団体は少ない。
- Jリーグにおいては「十分な数量のスペースや整備が整っている」層が10%程度存在し、Bリーグにおいては「最低限の利用が可能」な層が40%近く存在している。

トンネルラウンジ等の特別観覧スペースの配備状況
(全体 n=182)

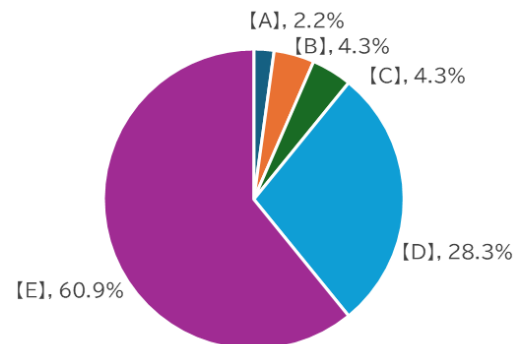


トンネルラウンジ等の特別観覧スペースの配備状況
(リーグ別)

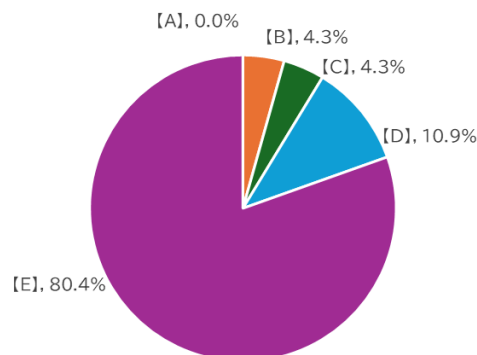
【プロ野球 n=15】



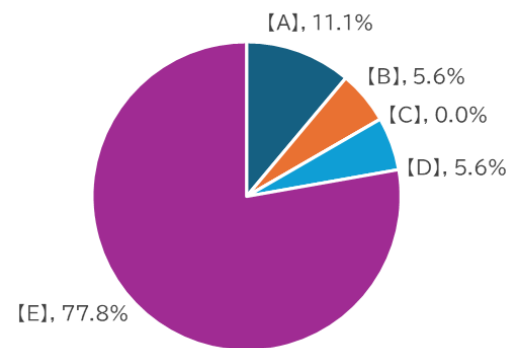
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】



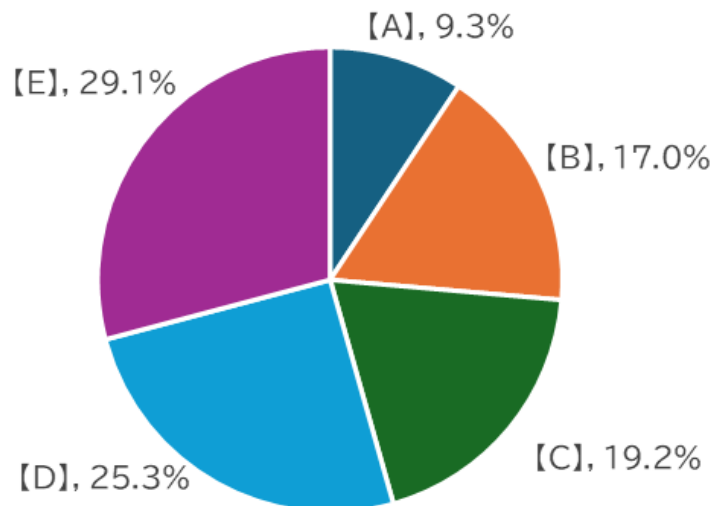
- 【A】:十分な数量のスペースや整備が整っており、利用目的を満たす。
 【B】:必要なスペースや整備が整っているが部分的に制約がある。
 (例:数の不足や機能がやや限定的)
 【C】:簡易的なスペースや設備は整っているが、数や用途に大きな制限がある。
 【D】:スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)。
 【E】:スペースや設備が全くない。

■必要なスペースや設備等の配備状況

【Q4】:貴クラブの拠点となるベニューにおいて、スポーツホスピタリティを実施するために必要なスペースや設備等の配備状況を教えてください。【ホスピタリティゲスト専用の駐車場】

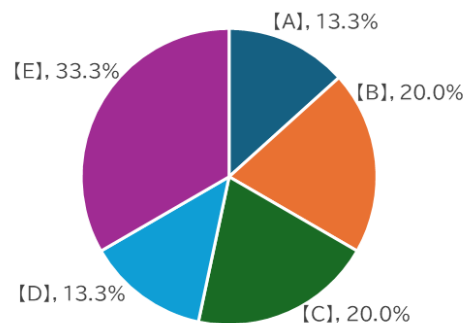
- 全体の約70%が「スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)」以上の回答をしており、臨時設置等も含めれば、他の項目と比べ比較的配備・対応が可能となっていると言える。

ホスピタリティゲスト専用の駐車場の配備状況(全体)

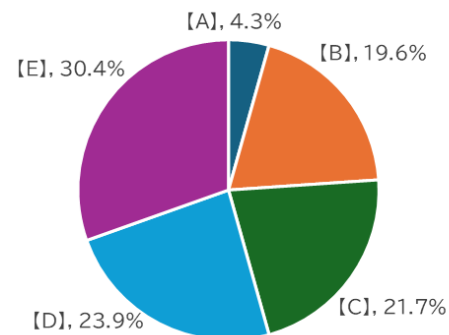


ホスピタリティゲスト専用の駐車場の配備状況(リーグ別)

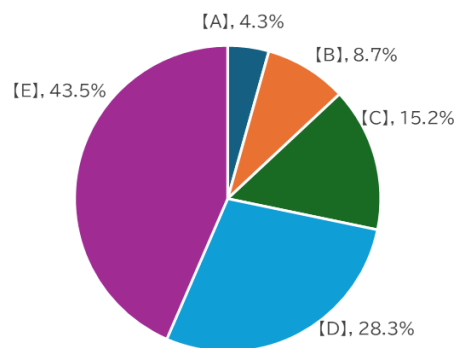
【プロ野球 n=15】



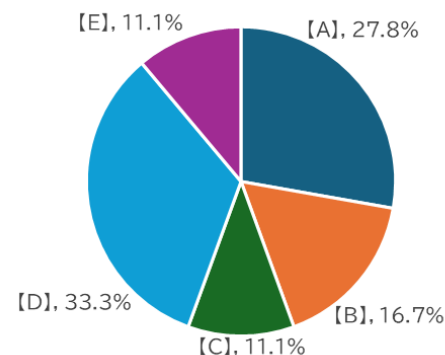
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】



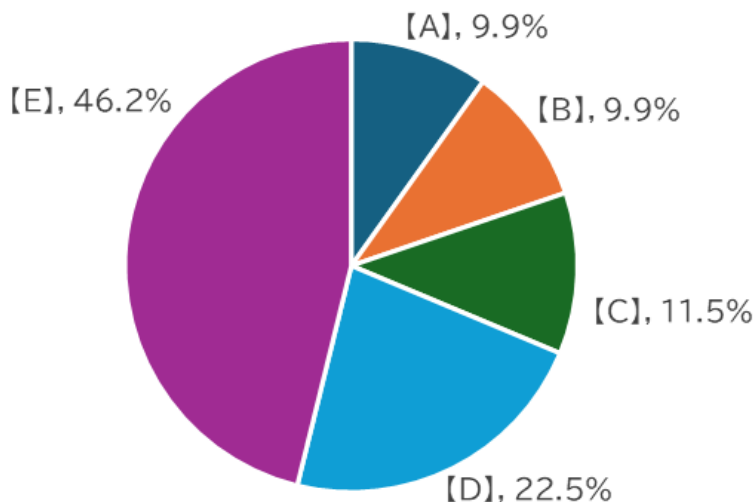
- 【A】:十分な数量のスペースや整備が整っており、利用目的を満たす。
 【B】:必要なスペースや整備が整っているが部分的に制約がある。
 (例:数の不足や機能がやや限定的)
 【C】:簡易的なスペースや設備は整っているが、数や用途に大きな制限がある。
 【D】:スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)。
 【E】:スペースや設備が全くない。

■必要なスペースや設備等の配備状況

【Q4】:貴クラブの拠点となるベニューにおいて、スポーツホスピタリティを実施するために必要なスペースや設備等の配備状況を教えてください。【ホスピタリティゲスト専用のエントランス】

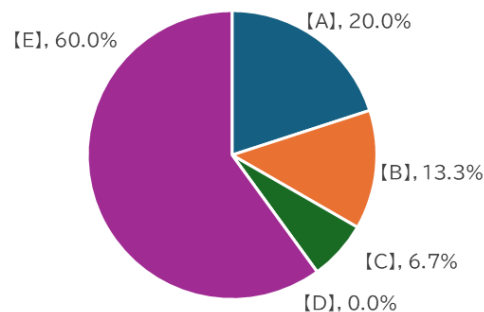
- 「最低限の利用が可能」以上のスペース環境を備えているのは回答者全体の半数程度であった。
- 「十分な数量のスペースや整備が整っている」比率はJリーグ・プロ野球が20%以上となっており、Jリーグでは80%以上が「最低限の利用が可能」以上となっている。

ゲスト専用のエントランスの配備状況
(全体 n=182)

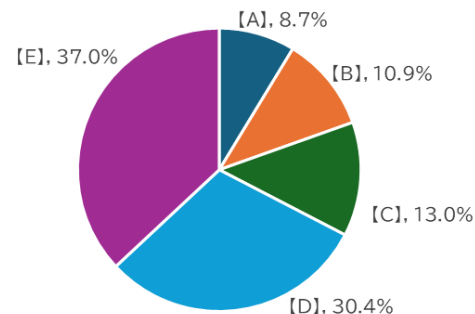


ゲスト専用のエントランスの配備状況
(リーグ別)

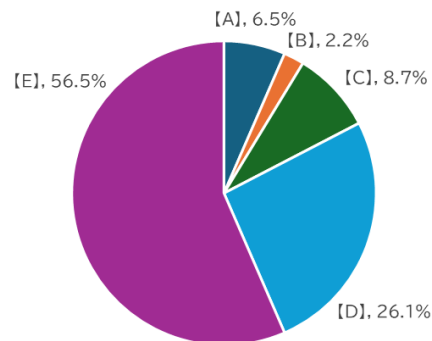
【プロ野球 n=15】



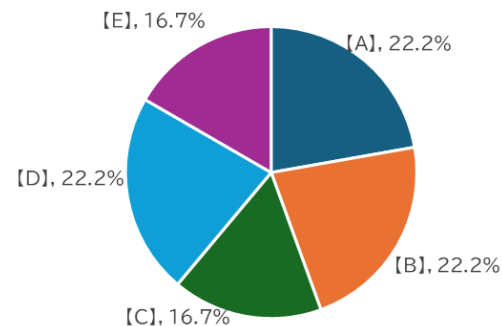
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】



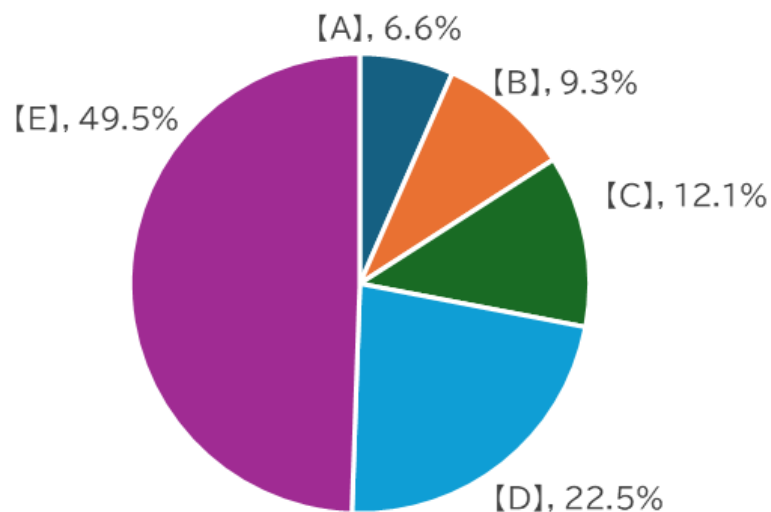
- 【A】:十分な数量のスペースや整備が整っており、利用目的を満たす。
 【B】:必要なスペースや整備が整っているが部分的に制約がある。
 (例:数の不足や機能性がやや限定的)
 【C】:簡易的なスペースや設備は整っているが、数や用途に大きな制限がある。
 【D】:スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)。
 【E】:スペースや設備が全くない。

■必要なスペースや設備等の配備状況

【Q4】:貴クラブの拠点となるベニューにおいて、スポーツホスピタリティを実施するために必要なスペースや設備等の配備状況を教えてください。【ホスピタリティゲスト専用の館内動線】

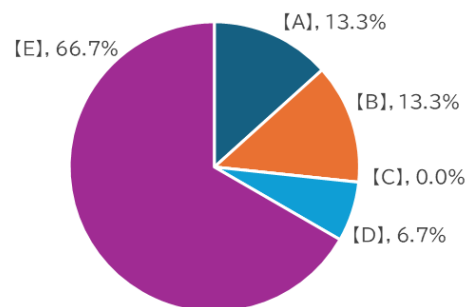
- 「最低限の利用が可能」なスペース環境を備えているのは回答者全体の半数程度であった。
- 「簡易的なスペースや設備」以上の比率はJリーグにおいて比較的高い。また、Bリーグ・SVリーグにおいては「スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)」が多いなど、比較的法ランクションルームと似た傾向となっている。

ゲスト専用の館内動線の配備状況
(全体 n=182)

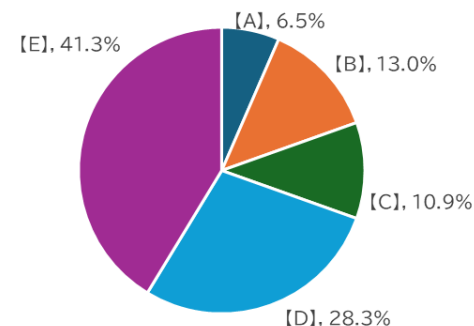


ゲスト専用の館内動線の配備状況
(リーグ別)

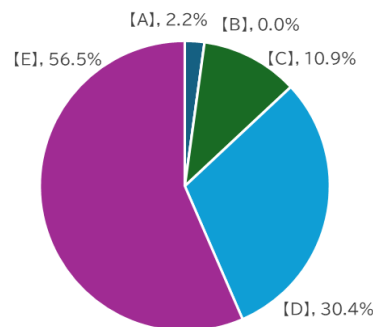
【プロ野球 n=15】



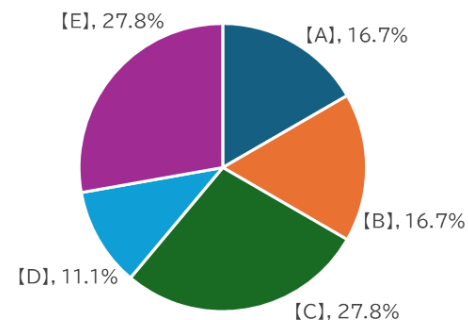
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】



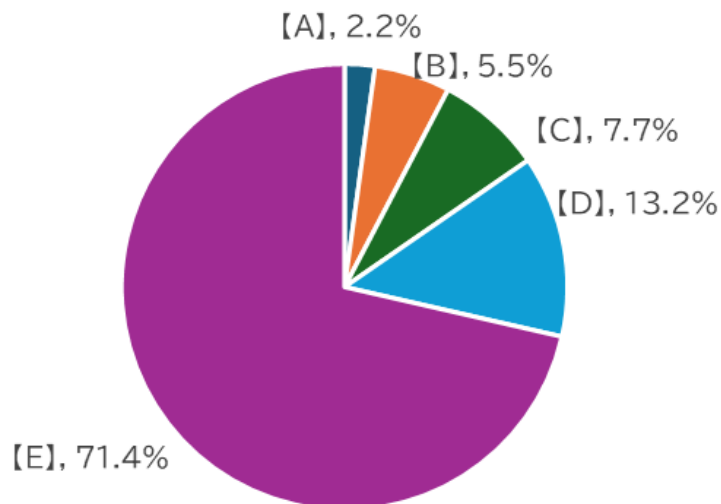
- 【A】:十分な数量のスペースや整備が整っており、利用目的を満たす。
 【B】:必要なスペースや整備が整っているが部分的に制約がある。
 (例:数の不足や機能がやや限定的)
 【C】:簡易的なスペースや設備は整っているが、数や用途に大きな制限がある。
 【D】:スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)。
 【E】:スペースや設備が全くない。

■必要なスペースや設備等の配備状況

【Q4】:貴クラブの拠点となるベニューにおいて、スポーツホスピタリティを実施するために必要なスペースや設備等の配備状況を教えてください。【【バックヤード】キッチン】

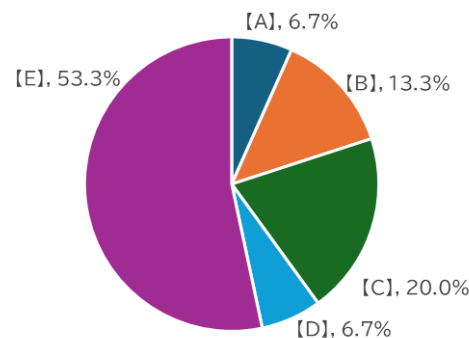
- 回答者全体の70%以上が「全くない」と回答しており、配備や代替手段が用意できている団体は少ないが、プロ野球においては約半数が「最低限の利用が可能」以上の回答となっている。

【バックヤード】キッチンの配備状況
(全体 n=182)

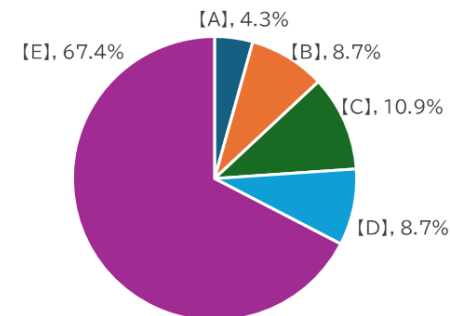


【バックヤード】キッチンの配備状況
(リーグ別)

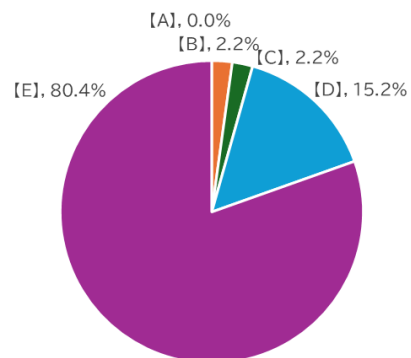
【プロ野球 n=15】



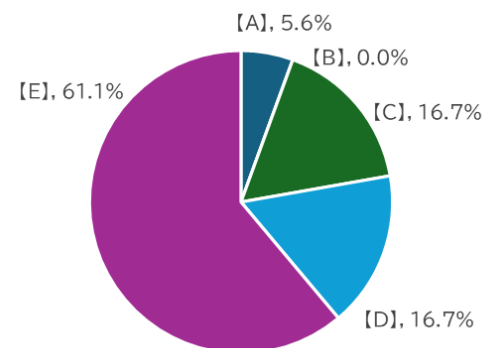
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】



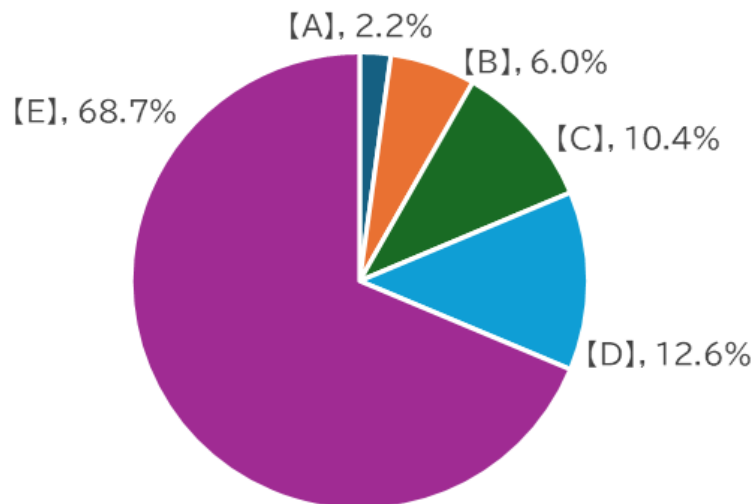
- 【A】:十分な数量のスペースや整備が整っており、利用目的を満たす。
 【B】:必要なスペースや整備が整っているが部分的に制約がある。
 (例:数の不足や機能がやや限定的)
 【C】:簡易的なスペースや設備は整っているが、数や用途に大きな制限がある。
 【D】:スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)。
 【E】:スペースや設備が全くない。

■必要なスペースや設備等の配備状況

【Q4】:貴クラブの拠点となるベニューにおいて、スポーツホスピタリティを実施するために必要なスペースや設備等の配備状況を教えてください。【【バックヤード】パントリー】

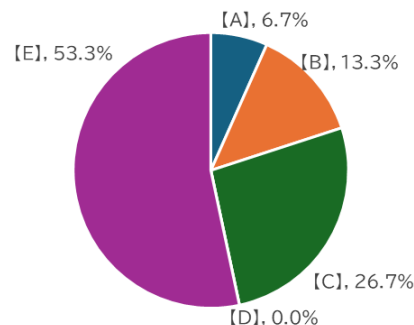
- 回答者全体の70%弱が「全くない」と回答しており、配備や代替手段が用意できている団体は少ないが、スタジアムをホームとするJリーグ・プロ野球においては約半数が「簡易的なスペースや設備は整っている」以上の回答となっている。

【バックヤード】パントリーの配備状況
(全体 n=182)

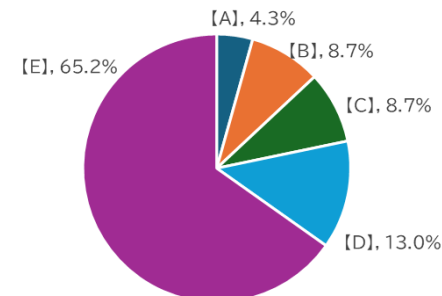


【バックヤード】パントリーの配備状況
(リーグ別)

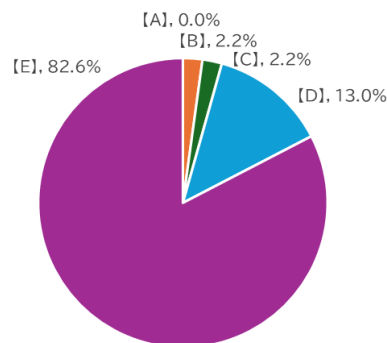
【プロ野球 n=15】



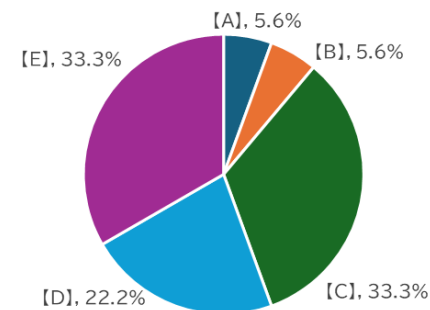
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】



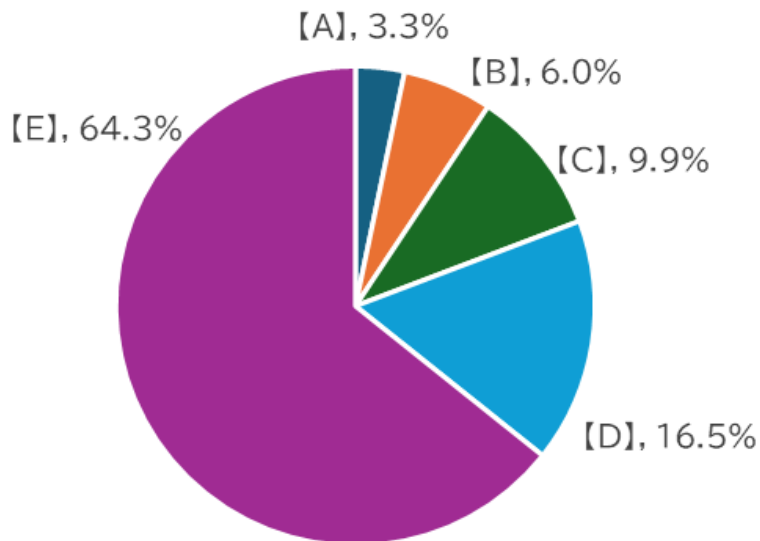
- 【A】:十分な数量のスペースや整備が整っており、利用目的を満たす。
 【B】:必要なスペースや整備が整っているが部分的に制約がある。
 (例:数の不足や機能がやや限定的)
 【C】:簡易的なスペースや設備は整っているが、数や用途に大きな制限がある。
 【D】:スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)。
 【E】:スペースや設備が全くない。

■必要なスペースや設備等の配備状況

【Q4】:貴クラブの拠点となるベン्यूにおいて、スポーツホスピタリティを実施するために必要なスペースや設備等の配備状況を教えてください。【【バックヤード】サービス提供動線】

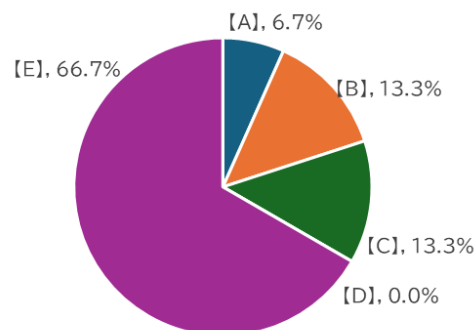
- 回答者全体の約64%が「全くない」と回答しており、配備や代替手段が用意できている団体は少ない。
- Jリーグにおいては60%以上が「最低限の利用が可能」以上の回答となっており、Bリーグ、SV・Vリーグにおいては「スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)」が多い。

【バックヤード】サービス提供動線の配備状況
(全体 n=182)

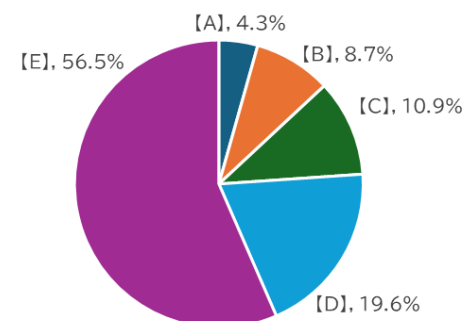


【バックヤード】サービス提供動線の配備状況
(リーグ別)

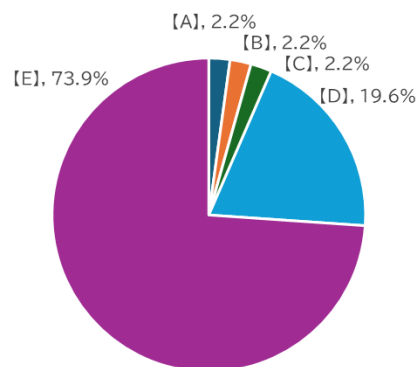
【プロ野球 n=15】



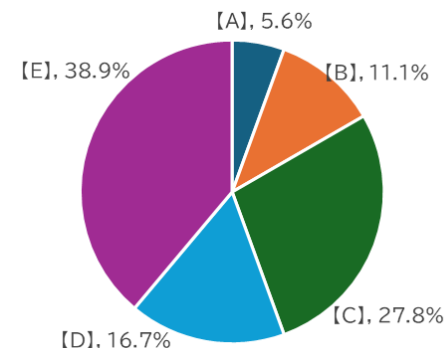
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】



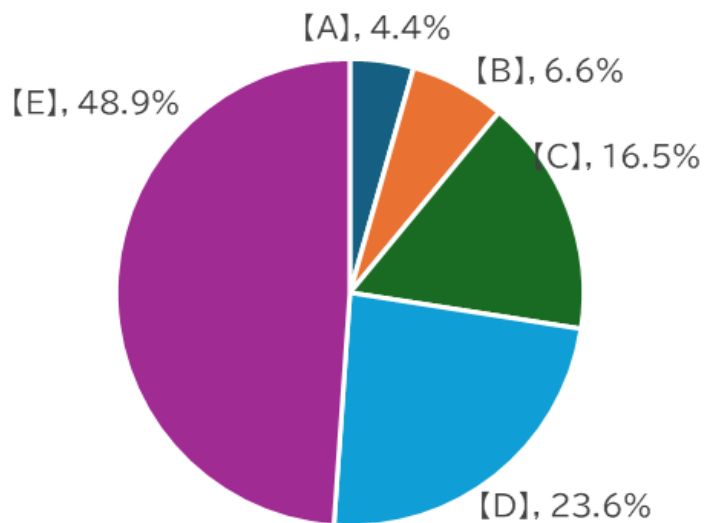
- 【A】:十分な数量のスペースや整備が整っており、利用目的を満たす。
 【B】:必要なスペースや整備が整っているが部分的に制約がある。
 (例:数の不足や機能がやや限定的)
 【C】:簡易的なスペースや設備は整っているが、数や用途に大きな制限がある。
 【D】:スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)。
 【E】:スペースや設備が全くない。

■必要なスペースや設備等の配備状況

【Q4】:貴クラブの拠点となるベン्यूにおいて、スポーツホスピタリティを実施するために必要なスペースや設備等の配備状況を教えてください。【【バックヤード】ホスピタリティ事務局スペース】

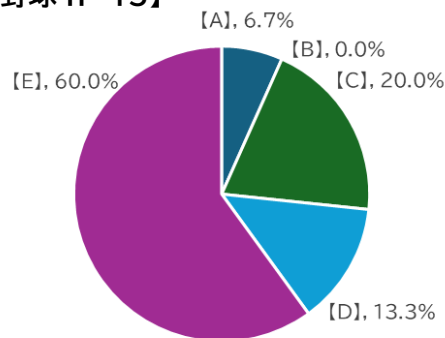
- 「最低限の利用が可能」以上のスペース環境を備えているのは回答者全体の半数程度となっており、Bリーグ・Jリーグにおいて比較的高い。

【バックヤード】事務局スペースの配備状況
(全体 n=182)

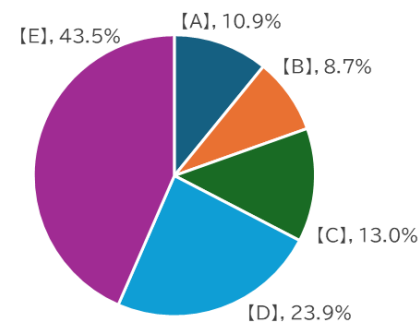


【バックヤード】事務局スペースの配備状況
(リーグ別)

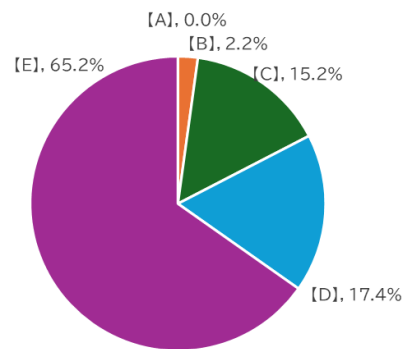
【プロ野球 n=15】



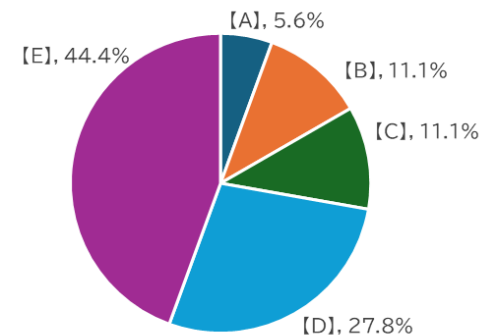
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】



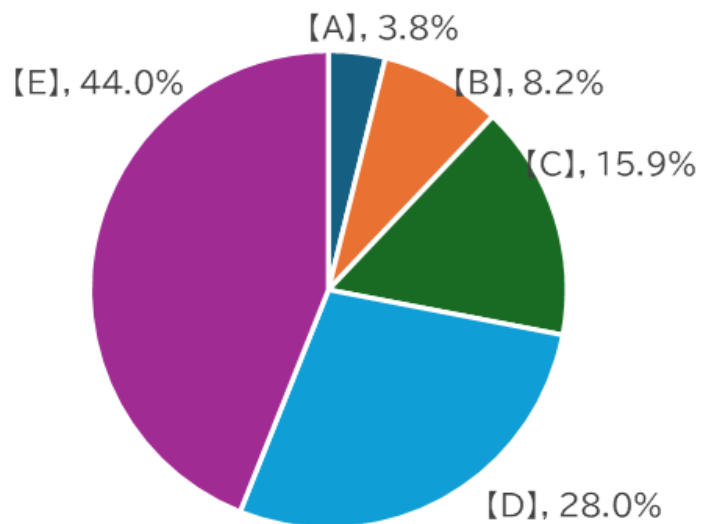
- 【A】:十分な数量のスペースや整備が整っており、利用目的を満たす。
 【B】:必要なスペースや整備が整っているが部分的に制約がある。
 (例:数の不足や機能がやや限定的)
 【C】:簡易的なスペースや設備は整っているが、数や用途に大きな制限がある。
 【D】:スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)。
 【E】:スペースや設備が全くない。

■必要なスペースや設備等の配備状況

【Q4】:貴クラブの拠点となるベニューにおいて、スポーツホスピタリティを実施するために必要なスペースや設備等の配備状況を教えてください。【【バックヤード】ホスピタリティスタッフ控室】

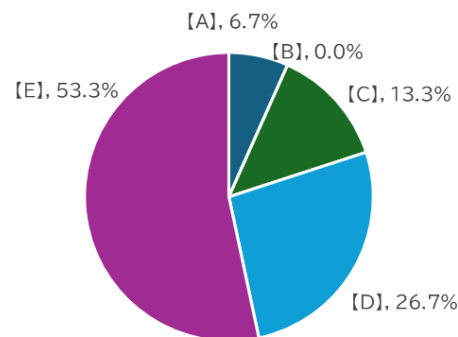
- 「最低限の利用が可能」以上のスペース環境を備えているのは回答者全体の半数程度となっており、Bリーグ・Jリーグにおいて比較的高くなっているなど、事務局スペースと同様の傾向が見られる。
- 各リーグ共に、他項目と比べ「スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)」の比率が高い。

【バックヤード】スタッフ控室の配備状況
(全体 n=182)

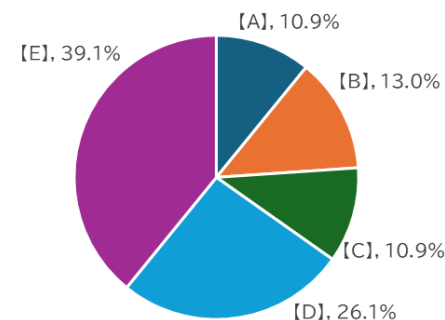


【バックヤード】スタッフ控室の配備状況
(リーグ別)

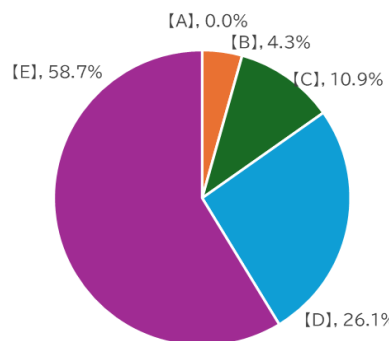
【プロ野球 n=15】



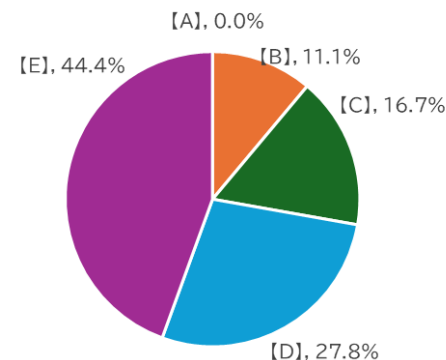
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】



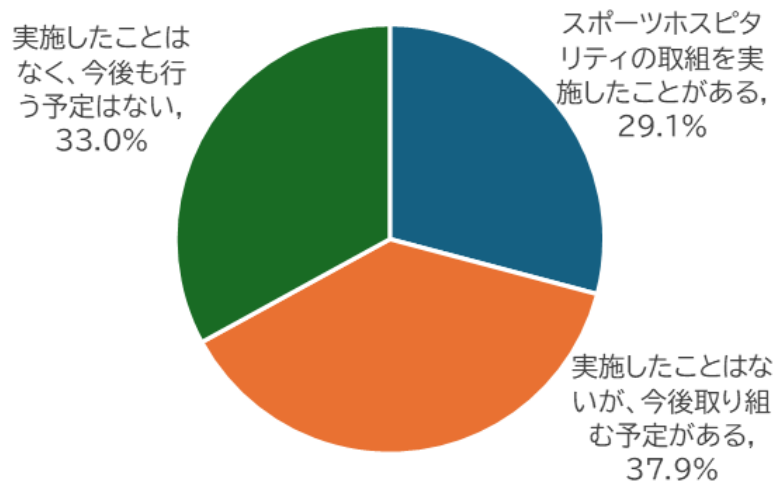
- 【A】:十分な数量のスペースや整備が整っており、利用目的を満たす。
 【B】:必要なスペースや整備が整っているが部分的に制約がある。
 (例:数の不足や機能がやや限定的)
 【C】:簡易的なスペースや設備は整っているが、数や用途に大きな制限がある。
 【D】:スペースや設備はほぼないが最低限の利用が可能(仮設対応など)。
 【E】:スペースや設備が全くない。

■スポーツホスピタリティの実施経験

【Q5】:過去5年の間に、有料で販売を行うスポーツホスピタリティの取組を実施したことがありますか？

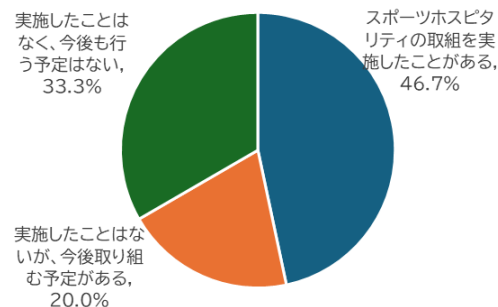
- 過去5年間における「有料で販売を行うスポーツホスピタリティ」の実施率は約30%であった。
- 経験率が最も高いのはJリーグ(約67%)、これに次ぐのがプロ野球(約47%)となり、Bリーグ、SV・Vリーグとは大きな差があるが、Bリーグ、SV・Vリーグにおいては全体の50%以上が「今後取り組む予定がある」と回答している。

スポーツホスピタリティの実施経験
(全体 n-182)

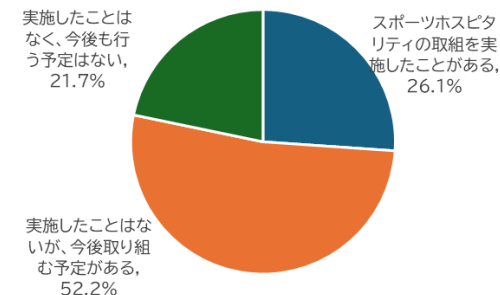


スポーツホスピタリティの実施経験
(リーグ別)

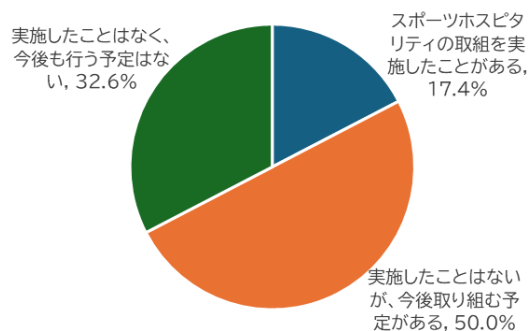
【プロ野球 n=15】



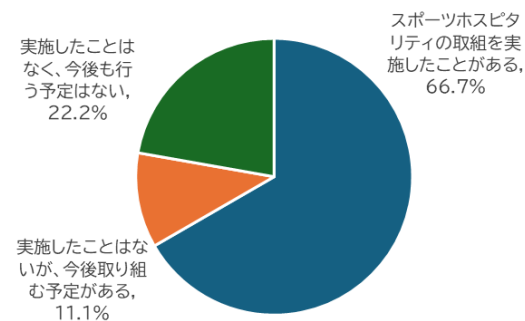
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】

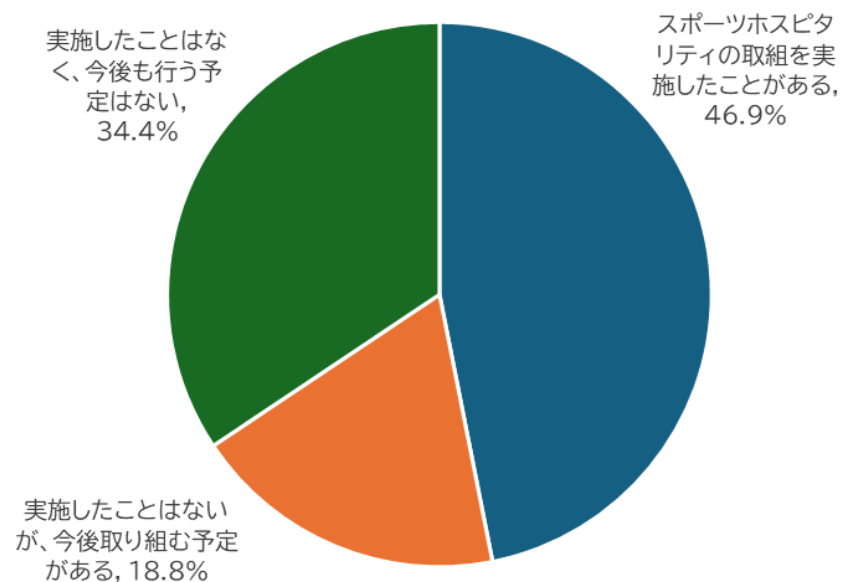


■スポーツホスピタリティの実施経験

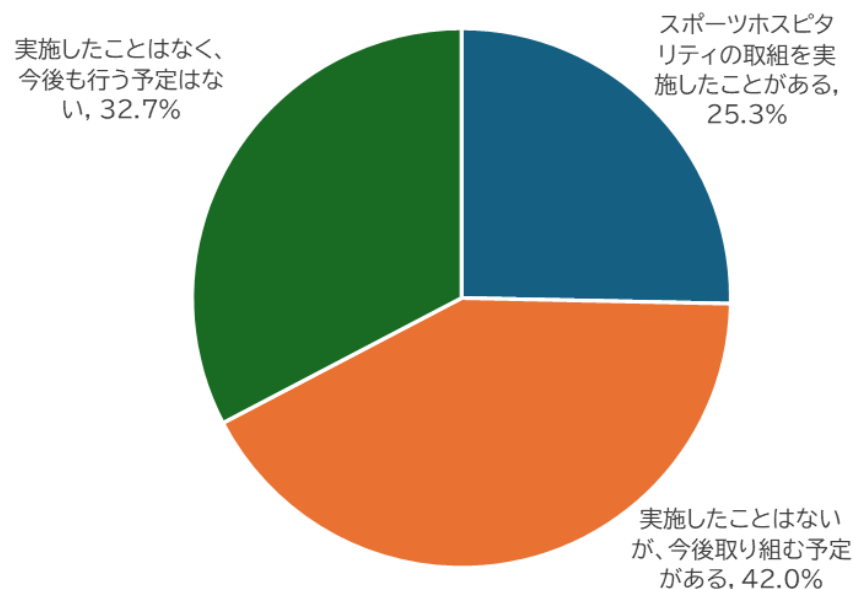
【Q5】:過去5年の間に、有料で販売を行うスポーツホスピタリティの取組を実施したことがありますか？

- 「有料で販売を行うスポーツホスピタリティ」の実施率を、拠点とするベニューとの関係性から分類・比較してみると、「拠点ベニューをクラブまたはグループ会社が保有または運営管理を行っている」層は約47%、「公共もしくは民間のベニューを借用して使用している」層は約25%となっており、大きな差が見られる。
- しかしながら「実施経験あり」+「取組意向あり」の合計では大きな差異は見られない。

実施経験
(拠点となるベニューをクラブまたはグループ会社が保有または運営管理を行っている n=32)



実施経験
(公共もしくは民間のベニューを借用して使用している n=150)



■(実施経験者のみ)実施頻度・対象としている試合

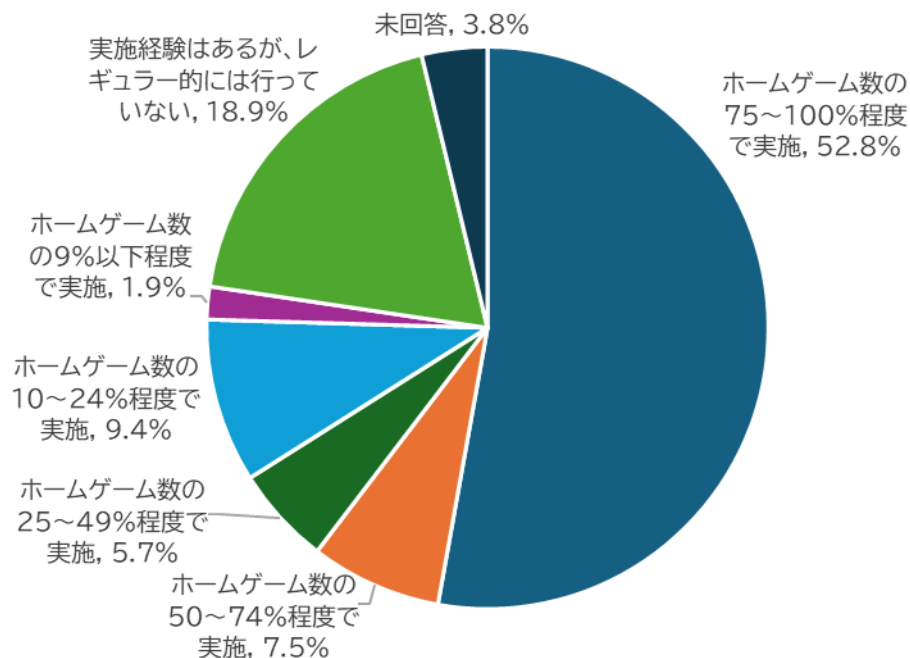
【Q6】:スポーツホスピタリティサービスは、
どの程度の頻度で実施していますか？

- 約半数が、ホームゲーム数の75～100%と回答しており、スポーツホスピタリティを実施している層は、比較的高頻度で実施している。
- 一方で2割弱の層は、レギュラー的な実施を行っていない。

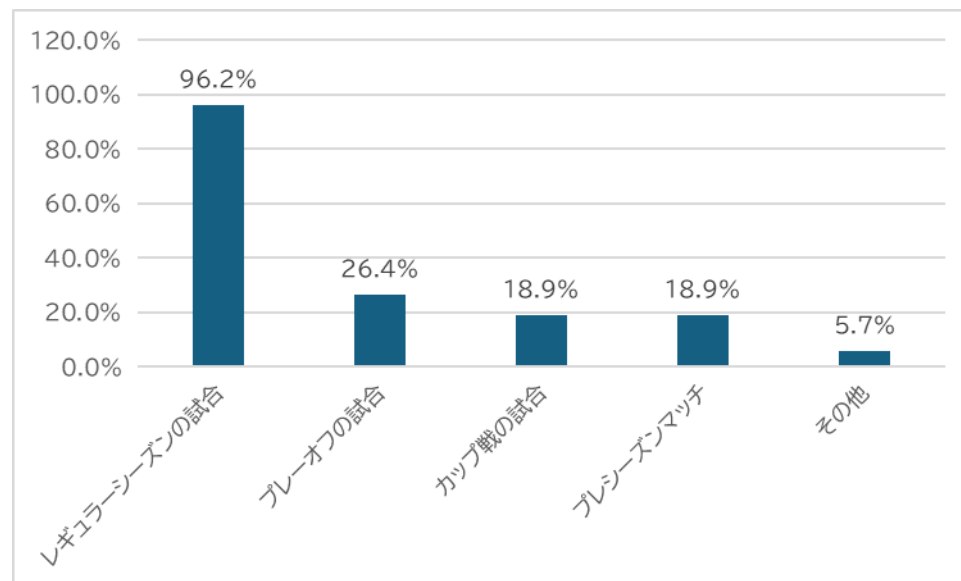
【Q7】:どのような試合を対象に、スポーツ
ホスピタリティサービスを実施していますか？

- レギュラーシーズンの試合での実施が圧倒的に多く、その他の試合での実施は20%前後となっている。

ホームゲームにおける実施頻度 (n=53)



対象としている試合(n=53)



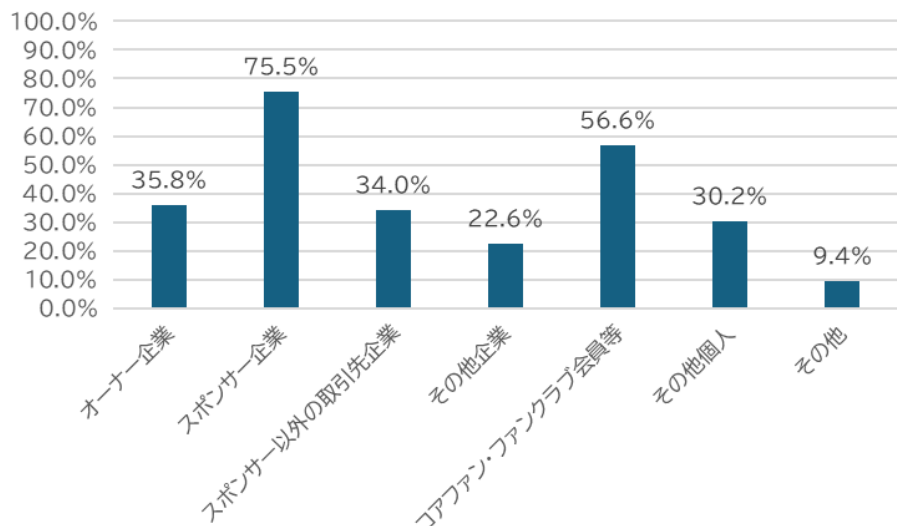
【その他の回答内容】
協賛試合、特別チャリティーマッチ、過去実証実験で一度実施

■(実施経験者のみ)購入層・スペース創出方法

【Q8】:スポーツホスピタリティサービスを
購入されているのは、どのような方々ですか？

- 最も多いのは「スポンサー企業」、これに次ぐのが「コアファン・ファンクラブ会員」となっており、法人・個人を問わず恒常的にクラブに支援を行っている層が対象となっている。

購入者層(n=53)



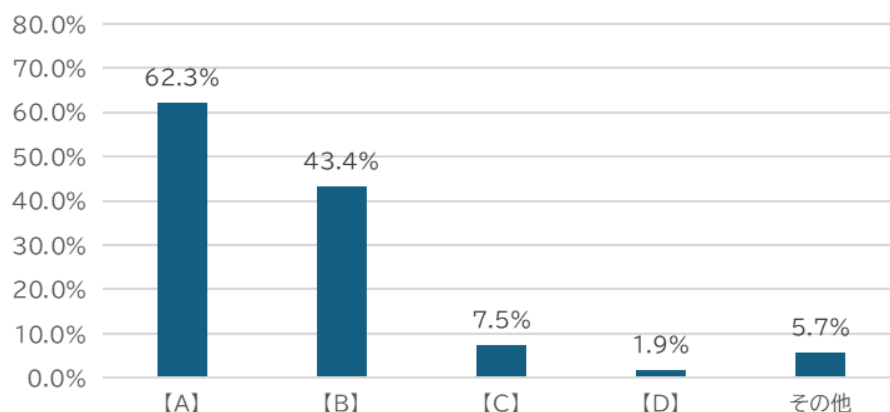
〔その他の回答内容〕

ホーム戦観戦者、サッカー関係者、単一企画の個人スポンサー、インバウンド、コートサイドの高価格帯の席の購入者

【Q9】:スポーツホスピタリティを実施の際、拠点ベニュー内・外でどのようにスペースを創出しましたか？

- 「拠点ベニューのホスピタリティ用スペース」、「拠点ベニュー内の別用途のスペースを、ホスピタリティ用にアレンジ」が圧倒的に多く、ベニュー内で完結させる形が多く、外部スペースのレンタルや仮設まで行っているケースは少ない。

スペース創出方法(n=53)



- 【A】:拠点ベニューのホスピタリティ用スペースで行った。
- 【B】:拠点ベニュー内の別用途のスペースを、ホスピタリティ用にアレンジした(会議室・応接室・コンコースなど)。
- 【C】:拠点ベニューの近隣のスペースを借用した(ホテルバンケット・レストランなど)。
- 【D】:拠点ベニューの近隣に仮設のホスピタリティスペースを設置した。

〔その他の回答内容〕

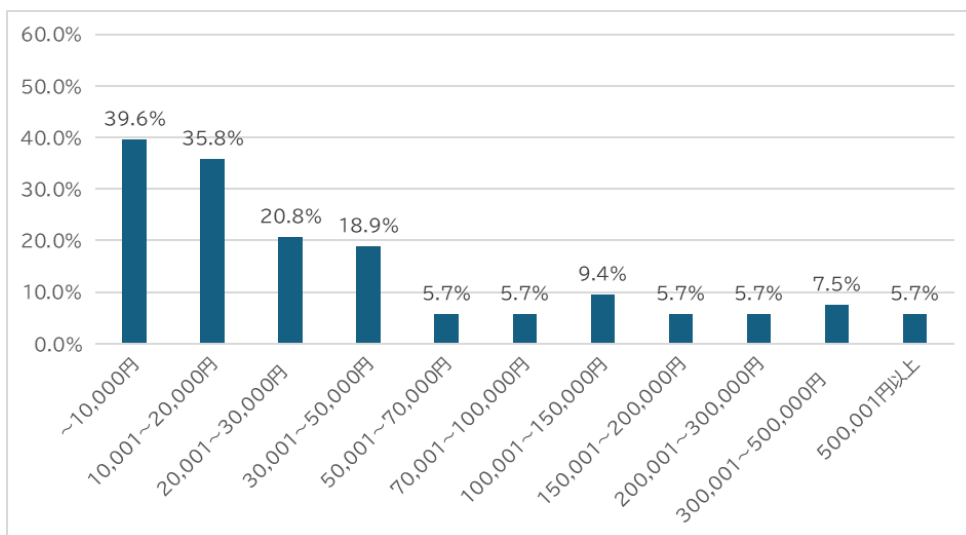
車椅子観覧席をVIPルームとして活用、自社が経営するゲストハウスを活用、拠点以外のアリーナにて実施

■(実施経験者のみ)販売価格・クラブ収益への貢献

【Q10】:スポーツホスピタリティはどのくらいの価格帯で販売されていますか？(※観戦チケット代を含む、1試合・1名あたりの金額でお選びください)

- 最も多いのは「～10,000円」、これに次ぐのが「10,001～20,000円」となっており、50,000円以下の価格帯までは約2割の層が販売経験がある。
- 一方で100,000円以上の高価格商品にも、一定の販売経験層が存在している。

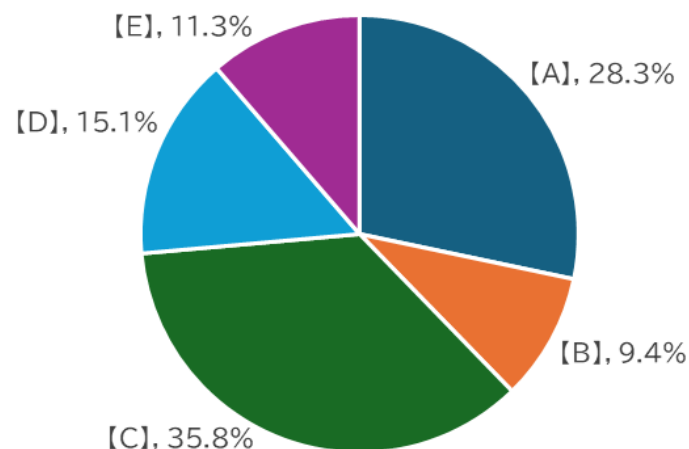
販売価格(n=53)



【Q11】:スポーツホスピタリティを実施することは、貴クラブに収益をもたらすことに繋がっていますか？

- 「単体で直接的な収益を得ている」と回答したのは、実施経験者全体の3割弱。最も多いのは「スポーツホスピタリティを通じて、スポンサー増加や投資獲得など間接的に収益に繋がっている」であり、間接的な効果まで含めると全体の3/4近くが収益をもたらすことに繋がっていると回答。

クラブ収益への貢献(n=53)



- 【A】:スポーツホスピタリティ単体で直接的な収益を得ている。
- 【B】:スポーツホスピタリティ単体での収益は測定できないが、クラブ経営全体に収益に寄与している。
- 【C】:スポーツホスピタリティを通じて、スポンサー増加や投資獲得など間接的に収益に繋がっている。
- 【D】:スポーツホスピタリティは収益に繋がっていない。
- 【E】:わからない

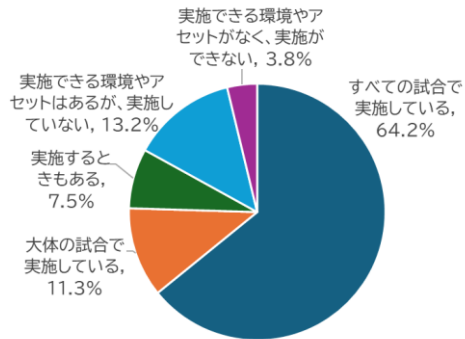
■(実施経験者のみ)サービスごとの実施状況

【Q12】:スポーツホスピタリティを構成する7種のサービス分類のうちそれぞれの実施状況を教えてください。

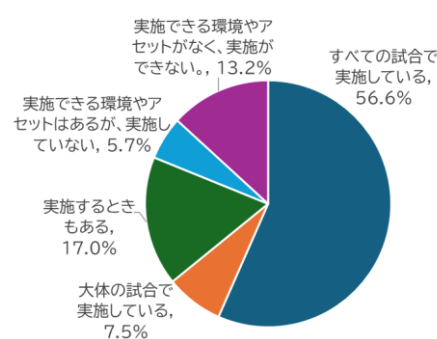
- 比較的頻度が高く実施されている(全ての試合で+大体の試合で)のは、「好位置の観戦席(75.5%)」、「飲食サービス(64.1%)」の2項目となっており、「ゲストのコミュニケーションスペース」、「専用の入退場動線」も半数程度が比較的高頻度で実施している。
- 「実施できる環境やアセットがなく、実施ができない」の回答が多いのは「スタジアム・アリーナ外のサービス(66.7%)」、「専用の入退場動線(30.2%)」の2項目となっている。

(全て n=53)

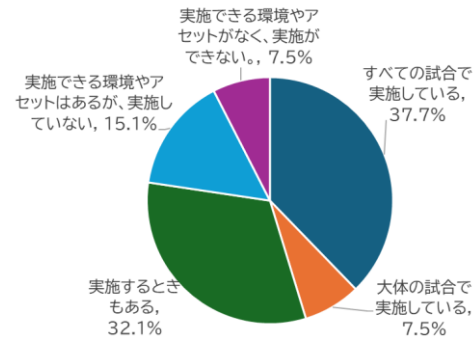
好位置の観戦席



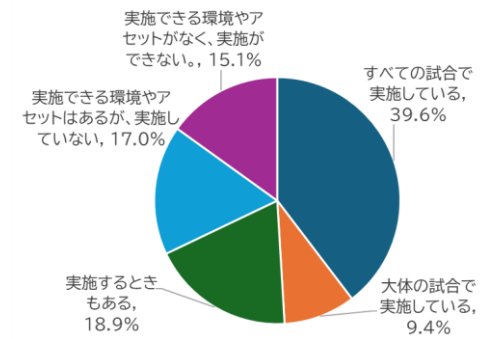
飲食サービス



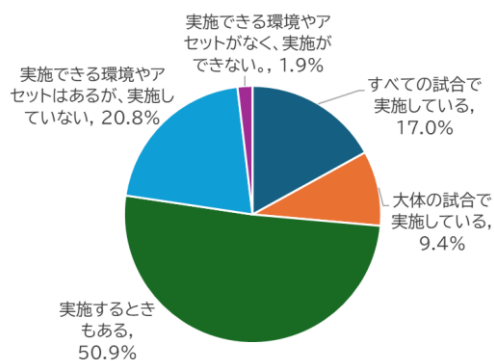
エンターテインメントの提供



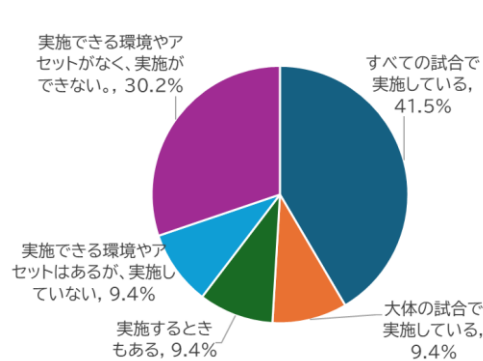
ゲストのコミュニケーションスペース



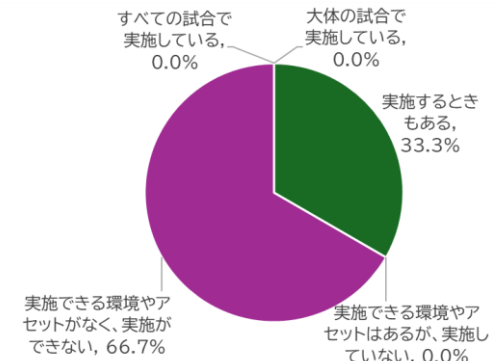
特別なギフトの提供



専用の入退場動線



スタジアム・アリーナ外のサービス

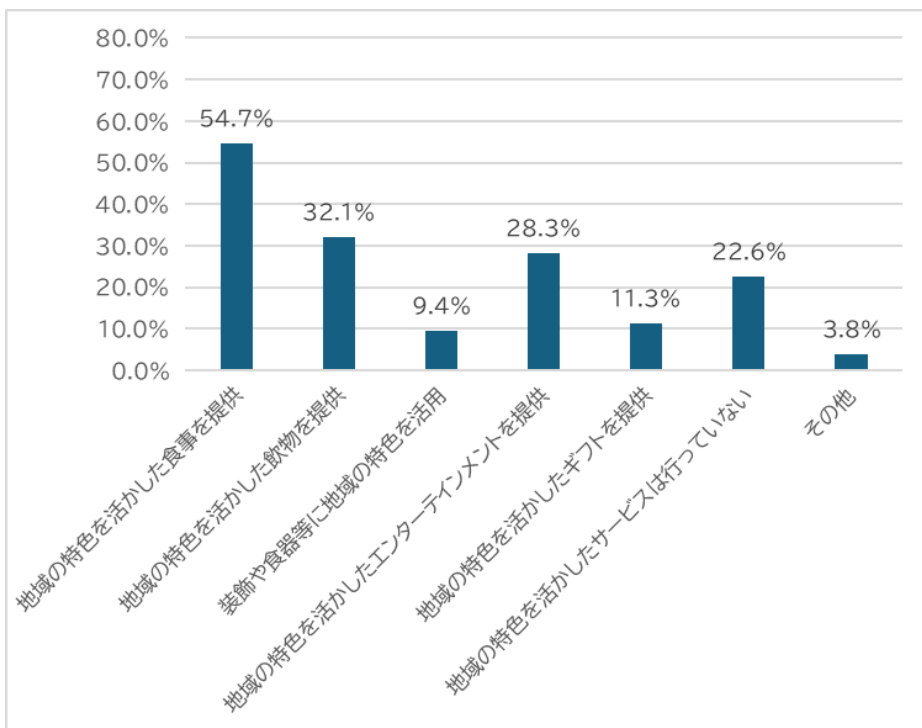


■(実施経験者のみ)地域性の活用、外部委託・連携有無

【Q13】:スポーツホスピタリティの実施において、
自地域ならではの特色(飲食・文化・工芸等)を
活用されていますか？

- 地域の特色を最も活用しているのは「食事」となっており、これに次ぐのが「飲物」、「エンターテイメント」となっている。

自地域の特色の活用(n=53)

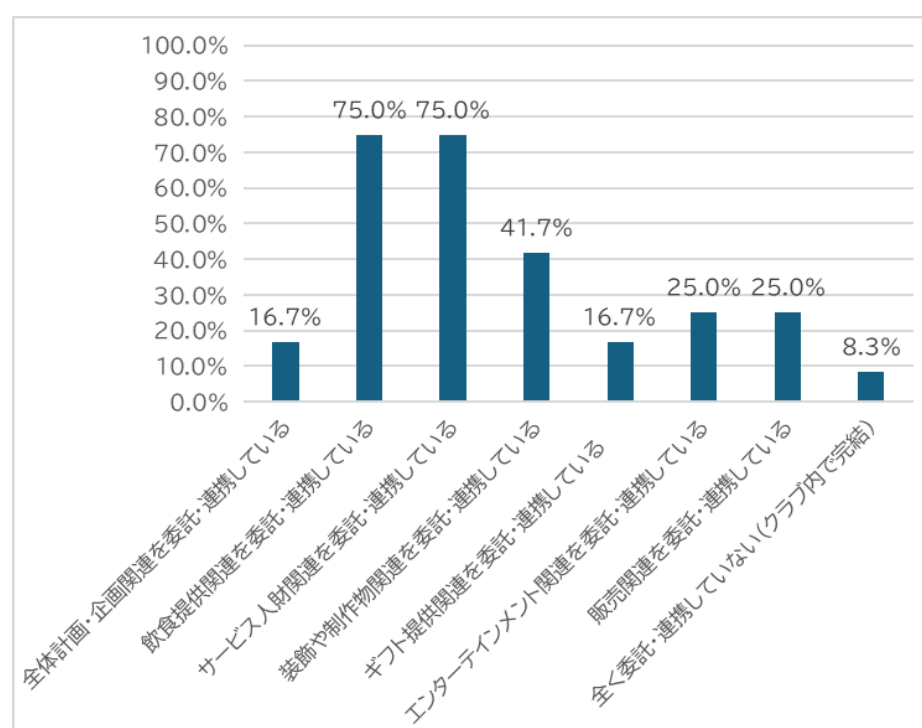


【その他の回答内容】:観光ツアーを企画運営

【Q14】:スポーツホスピタリティの企画・販売・準備・運営・
事後評価等、一連の展開で、外部企業等と委託・
連携を行っていますか？

- 外部企業等との委託・連携については「飲食提供」、「サービス人財関連」の2項目が圧倒的に多い。

外部企業との委託・連携(n=53)



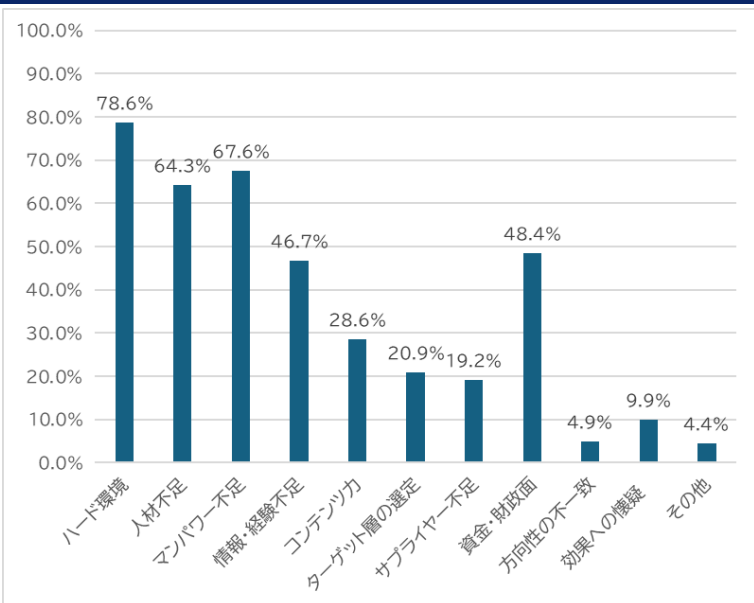
課題・阻害要因

【Q15】:スポーツホスピタリティに取り組むうえでの課題について、該当するものを全てお選びください

※現在実施中または実施経験がある方は直面している課題を、未実施の方は実施にあたっての阻害要因をお選びください。

- スポーツホスピタリティに取り組む上での課題や阻害要因については「ハード環境」、「人材不足」、「マンパワー不足」の3つが全体及びどのリーグでも最上位となっており、これに次ぐのが「資金・財政面」となっている。
- プロ野球においては「資金・財政面」が他リーグと比べ低い、他3リーグはほぼ同様の傾向となっている。

課題・阻害要因(全体 n=182)

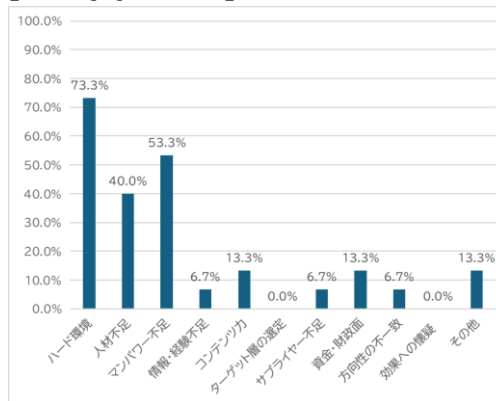


【その他の回答内容】:クラブ内の理解、インバウンドへのアプローチ

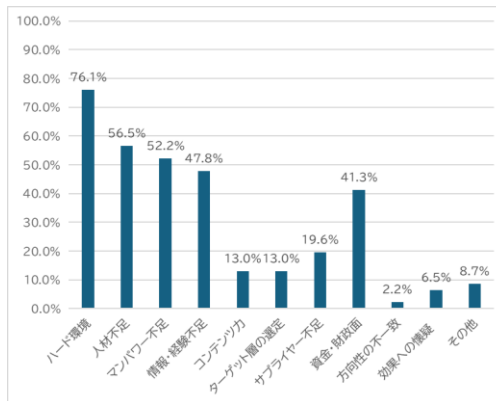
- 【ハード環境】:拠点ベニューにスポーツホスピタリティに適した環境がない。
- 【人材不足】:スポーツホスピタリティを企画・運営できる人材が不足。
- 【マンパワー不足】:スポーツホスピタリティに割けるスタッフや時間が不足。
- 【情報・経験不足】:実施に必要な知識や経験が足りない。
- 【コンテンツ力】:対象となる試合やイベントのコンテンツ力に自信がない。
- 【ターゲット層の選定】:高価格商品を購入する可能性のある層がわからない、または周囲に存在しない。
- 【サプライヤー不足】:連携すべきサプライヤーがわからない、または周囲に存在しない。
- 【資金・財政面】:新たな取組に着手することが財政的に難しい
- 【方向性の不一致】:スポーツホスピタリティがクラブの目指す方向性と異なる。
- 【効果への懸念】:スポーツホスピタリティの実施効果に疑問がある。

課題・阻害要因(所属リーグ別)

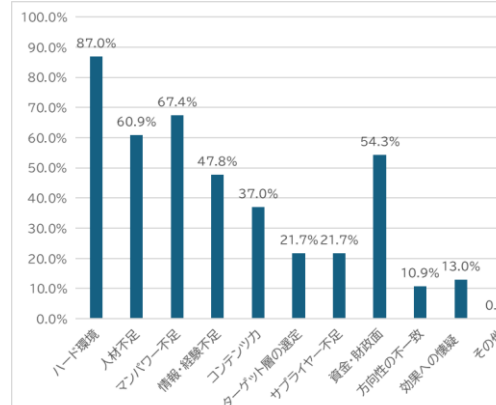
【プロ野球 n=15】



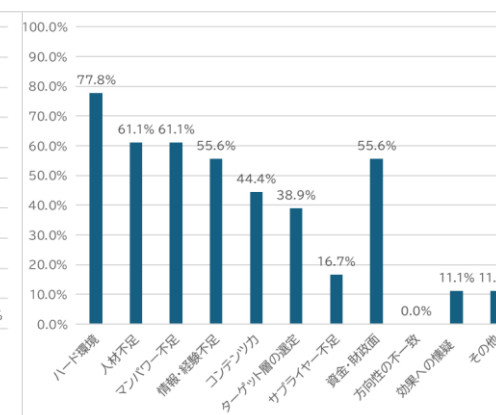
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】



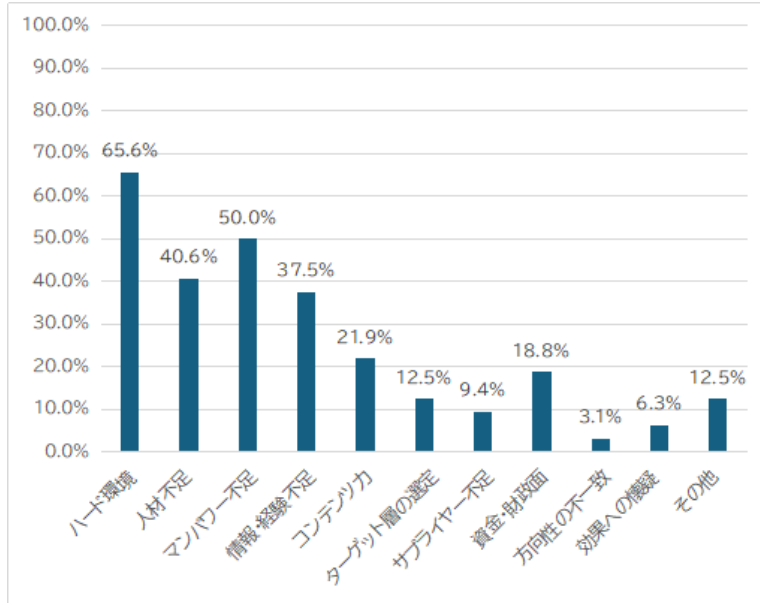
■課題・阻害要因

【Q15】:スポーツホスピタリティに取り組むうえでの課題について、該当するものを全てお選びください

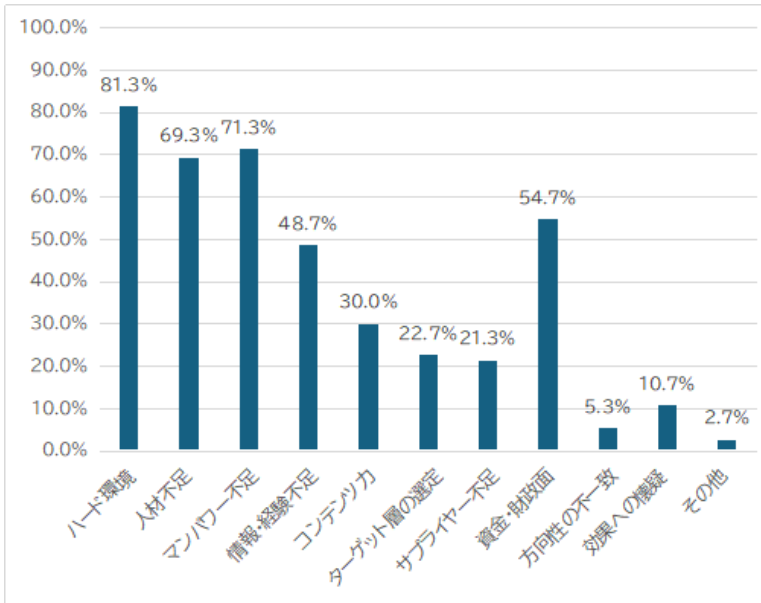
※現在実施中または実施経験がある方は直面している課題を、未実施の方は実施にあたっての阻害要因をお選びください。

- スポーツホスピタリティに取り組む上での課題や阻害要因を、拠点とするベニューとの関係性から分類・比較してみると、拠点ベニューをクラブまたはグループ会社が保有または運営管理を行っている層の方が、全項目で選択率が低くなっており、特に「資金・財政面」、「人材不足」の選択率が大幅に低くなっている。

拠点となるベニューをクラブまたはグループ会社が保有
または運営管理を行っている(n=32)



公共もしくは民間のベニューを借用して使用している
(n=150)



- 「人材不足」の解決のためにはノウハウや成功事例の吸収、「ハード環境」に課題がある場合は、代替できるスペースの活用やソフトサービスに重きを置いた付加価値創出等が有用と想定される。
- 「マンパワー不足」状況の場合は、外部企業・団体等との連携や委託、または負荷がかかりすぎないレベルのサービスやクラブ特有のリソースを活用した比較的着手しやすく独自性の高いサービス等を、小人数規模からのトライアルからスタートし、ノウハウの構築や実施体制を整えながら取組をレベルアップさせていくことが有用と考えられる。

■ 課題・阻害要因の具体的な内容(クラブ)

【Q16】:前問で選択された課題や阻害要因について、具体的な内容を簡潔に記載ください。

プロ野球(n=15)

種別	ハード環境	人材不足	マンパワー不足	情報・経験不足	コンテンツ	ターゲット層の選定	サプライヤー不足	資金・財政面	方向性の不一致	効果への懐疑	その他	選択された課題や阻害要因についての具体的な内容。
プロ野球	○	○	○		○			○				当球団ではホスピタリティの実施に向けて、マンパワー、予算、施設の問題など課題が多く、実施できていないのが現状でございます。施設に関しては、当球団の専用球場ではないため諸室も足りない状況です。また、球団スタッフも最小限で運営をしているため、ホスピタリティのための人材は現状確保できていません。それにかかる予算というところも捻出する、もしくは協賛をとるところには至っておりません。
プロ野球	○											公共施設の球場では、ハード面の環境整備が難しい(球場改修含む)
プロ野球	○		○									2軍なのでハード面とマンパワー不足の問題で実施は難しい。
プロ野球	○								○			・スイートルームの部屋数に限りがある ・ビジネス交流より観戦目的のニーズが強いため
プロ野球					○		○					2030年に2軍本拠地の移転を予定している。移転後は興行を行う予定だが、交通の便が悪く、そもそも2軍戦なので人が集まらない可能性がある。
プロ野球	○	○										30年以上前に作られたハードでは、現代に合わせたホスピタリティ実現には物理的に対応できない。また、ソフトにおいてはホテル事業者の知見を頼ることが多く、一定程度のクオリティあるもののスポーツの要素に合わせた運用は手探りである。
プロ野球	○		○	○								記入した通り
プロ野球	○	○	○					○				グラウンドが河川敷のため、設備建設の制約がある。
プロ野球	○	○	○									部屋、スペースがないことや、導線確保もかなり難しい状況です。
プロ野球	○	○	○									・改修等で環境を改善してきたが拡張性に限界を迎えている ・パートナー企業の選択肢が少ない
プロ野球	○	○	○									拠点のベニューはあくまで練習場であり、試合観戦環境が整っていないためスポーツホスピタリティの実現が叶わない
プロ野球											○	特になし
プロ野球	○											施設面で十分な環境が無い
プロ野球			○									委託先スタッフを含めた人員の慢性的な不足
プロ野球											○	特になし

■課題・阻害要因の具体的な内容(クラブ)

【Q16】:前問で選択された課題や阻害要因について、具体的な内容を簡潔に記載ください。

Bリーグ(n=46)

(1/3)

種別	ハード環境	人材不足	マンパワー不足	情報・経験不足	コンテンツ	ターゲット層の選定	サプライヤー不足	資金・財政面	方向性の不一致	効果への懷疑	その他	選択された課題や阻害要因についての具体的な内容。
Bリーグ	○											自治体の体育館を借用しているため
Bリーグ											○	特になし
Bリーグ	○	○	○	○	○		○					クラブの成長するためのパワーをまだそこに注げない
Bリーグ	○											場所がない
Bリーグ	○			○			○					高付加価値を付けた高額サービスに関して、地域企業やクラブの認識がまだまだ薄い点。
Bリーグ		○		○								資金不足、人材の育成ができていない
Bリーグ	○	○	○				○	○				施設状況
Bリーグ	○	○	○	○				○				選択肢の通りで恐縮ですが、ハード面、ソフト面、資金面、いずれもリソースが不足しております。
Bリーグ	○											特になし
Bリーグ	○											アリーナの設備
Bリーグ	○							○				常設できない状況と給排水や裸火含めた設備がないことによるハードの課題と仮設による割高なコスト
Bリーグ	○	○	○					○	○	○		クラブ内での温度差は大きい。目先の利益が投資的な取り組みか。社内の人的リソースや能力の課題がある中においても取り組むことの価値を社会的に、数字的に後押しができる仕掛けは必要と考える。特に弊社は飲食店事業、ゲストハウス事業、イベント事業（ラジオ局経営）などを組み合わせた事業展開を行っており、地元の旅行会社との連携も進めているなかにおいてホスピタリティビジネスの組成は必須と考えており、そのためまちづくり子会社を立ち上げているが事業を回していくためのハードソフトの整備は再構築しなければならないと考えている。
Bリーグ	○	○	○	○								ハード面の設備がないため、継続的にスポーツホスピタリティを提供できる環境がない。
Bリーグ	○	○	○	○								実施したことが無いので経験値が無い、実施できる物理的なスペースがない
Bリーグ		○		○			○	○				取り組んだ実績がなく、費用感などが見えてこない為。
Bリーグ	○		○					○		○		ハードが整っていないので、費用対効果が見合わない。
Bリーグ	○											施設の老朽化が著しい
Bリーグ		○	○					○				人材および資金面に難あり
Bリーグ	○											体育館では難しい
Bリーグ	○	○	○	○	○			○				クラブの成長、ノウハウの獲得
Bリーグ	○							○				現体育館は1982年6月に建設され、体育館としての機能(収容人員4,000名)は備えているものの、トイレをはじめとしたスペース狭隘化が顕著かつ、VIPルームをはじめとしたスペースが取れない状態にある。また専有ではないため、他スポーツ(バドミントン、バレーボール)との共存で、毎シーズン(15節30試合)中、他施設(県内市町村体育館)での開催(2節4試合)もある。老朽化が著しく市内外への移転、新設について、ここ数年幾度となく検討を重ねてきたが、2025/9/02に新施設の概要、具体案が発表された。建設費が高騰する中、資金面の問題はまだ山積しているが、2030シーズンのBプレミア参入に向け、新アリーナ建設に向けた動きが始まっている。

■課題・阻害要因の具体的な内容(クラブ)

【Q16】:前問で選択された課題や阻害要因について、具体的な内容を簡潔に記載ください。

Bリーグ(n=46)

(2/3)

種別	ハード環境	人材不足	マンパワー不足	情報・経験不足	コンテンツカ	ターゲット層の選定	サプライヤー不足	資金・財政面	方向性の不一致	効果への懷疑	その他	選択された課題や阻害要因についての具体的な内容。
Bリーグ	○	○	○	○				○				新規事業で見通せる収益が明確でない中、リソースを割いていくことが難しい。純粋にハード面で満足できるサービスの提供が難しい。
Bリーグ		○	○									やろうと思えるほどの人数もない、企画する余裕がないのが現状です。
Bリーグ											○	特になし
Bリーグ	○											ハード面の不足
Bリーグ	○	○	○	○			○	○				人材不足
Bリーグ	○	○	○	○								マンパワー不足
Bリーグ	○											公共施設のため、設備や利用条件に制限があること
Bリーグ	○	○		○				○				みるスポーツとしてのスポーツファシリティへの自治体の理解不足、県民市民のスポーツ施設でのホスピタリティ体験不足が著しい。
Bリーグ	○	○	○					○				現在は1990年代開館の公共施設（体育館）を使用し試合会場としているため、あくまでも競技者向け、大会向けの施設となっている。諸室、動線も余裕がなくハード面でホスピタリティを実践することが困難。今後2028年からはハードが充実した新設アリーナで積極的かつ高い優先順で実践し売上と顧客満足の両方をしっかり獲得していきたい。また、2026年からのBプレミア開幕からソフト・サービス面でのトライアルに取り組みたい。
Bリーグ	○	○	○	○		○	○	○				正社員が5名程度でリソースが足りない 公共施設を利用しておりホスピタリティ利用については食事の提供等、調整が必要
Bリーグ	○	○	○	○				○				一番課題感を感じているのはサービスを設計する人材と運営人的工数の不足。そもそも適したスペース（場所）がない
Bリーグ	○	○	○	○			○	○				経営基盤の構築がまだできていないため
Bリーグ		○	○	○		○						通常の興行も最小人員で対応しており、人材の不足感があるほか、実施に向けた情報も不足していると感じる。
Bリーグ	○			○		○						
Bリーグ	○	○	○					○				特になし
Bリーグ	○	○	○	○	○	○	○	○				スポーツホスピタリティ導入にあたっては、会場に適した環境が整っていないことや、企画・運営を担える人材・スタッフ・時間の不足、さらに知識や経験の不足が課題となっています。加えて、試合やイベント自体のコンテンツ力や、高価格帯商品の購入層の特定が難しい点、連携できるサプライヤーの不足、そして財政的な制約も大きな要因となっています。
Bリーグ											○	新しい施設なので大きな課題は幸い出ていませんが、今後質を維持する、満足度あげて値上げをする戦略は継続して検討していく予定
Bリーグ	○											只今体育館を改修中ですので、今後実施予定です。

■課題・阻害要因の具体的な内容(クラブ)

【Q16】:前問で選択された課題や阻害要因について、具体的な内容を簡潔に記載ください。

Bリーグ(n=46)

(3/3)

種別	ハード環境	人材不足	マンパワー不足	情報・経験不足	コンテンツカ	ターゲット層の選定	サプライヤー不足	資金・財政面	方向性の不一致	効果への懐疑	その他	選択された課題や阻害要因についての具体的な内容。
Bリーグ		○	○			○						現状のVIPルームは、パートナー企業や行政の首長などを招く場として使っており、ホスピタリティとしての販売は、ニーズはあると思うが、動線や対応スタッフ、コンテンツなど企画や運営の負担が大きい。
Bリーグ	○	○		○			○	○				アリーナがないことが一番の要因
Bリーグ	○			○								メインアリーナ改修中のためハード面の環境が整っていません。また、これまで実施経験が乏しいため、今後運用していくにあたりソフト面での対応が課題となります。
Bリーグ	○	○	○	○								体育館の利用であるということ、クラブスタッフ数
Bリーグ					○	○					○	アリーナ事業者との連携が必須につき（基本はアリーナ事業者主体）、協業意向は双方あるが立場論が生じるため制約がかかる。
Bリーグ	○		○		○					○		やっても利益にならない。
Bリーグ		○	○	○	○							適切な人材が不足していると感じる。

■課題・阻害要因の具体的な内容(クラブ)

【Q16】:前問で選択された課題や阻害要因について、具体的な内容を簡潔に記載ください。

Wリーグ(n=12)

種別	ハード環境	人材不足	マンパワー不足	情報・経験不足	コンテンツ	ターゲット層の選定	サプライヤー不足	資金・財政面	方向性の不一致	効果への懷疑	その他	選択された課題や阻害要因についての具体的な内容。
Wリーグ	○	○	○	○	○							自主興行は2024-25シーズンに初めて実施 現時点では安全に試合を運営することで精いっぱいである
Wリーグ	○	○	○	○								今年から初参入のため、人も環境も整っていないため
Wリーグ		○	○									スタッフの人材不足
Wリーグ	○	○	○									拠点となる会場にホスピタリティ対応の設備が整っておらず、環境面での制約があるうえ、企画・運営を担える専門人材やスタッフが不足していることが大きな課題となっている。また、通常業務との兼務により時間的余裕が限られており、他チームの事例や実践ノウハウも少ないため、具体的な展開イメージを描きにくい状況にある。
Wリーグ	○	○	○	○	○	○	○	○				今後を見据え実施したいと考えたい理想であるが現状が追い付いていない
Wリーグ	○	○	○									人手不足で、興行試合として集客や競技運営を行うことで精一杯。 ホスピタリティまでマンパワーが使えない。
Wリーグ	○	○	○		○			○		○		-
Wリーグ	○	○	○	○	○	○	○	○				マンパワー不足でホームゲーム開催で手一杯の状況
Wリーグ	○	○	○	○				○				拠点となるベニューが公共施設の借用の為、十分なスポーツホスピタリティの実施が難しい為。 熱烈的ファンやスポンサー等の利用は想定できるが、ゲーム収益及びスタッフのマンパワーと使用アリーナの施設状況を考えると、対応は困難だと言わざるを得ない。スポンサー等のVIP対応等は行っているが、区の総合体育館の年間予約状況から全てのホームゲームが確保できず、ホームゲームに使用する体育館の確保だけでも大変な苦労で、VIP室などの施設対応が可能な体育館を条件とすると、公共及び民間で費用的に使用可能な体育館はないのが現状。スポンサー等のVIP対応は行っているが、アンケートまでの対応は施設面の問題が大きく、施設面をクリアしようとすると費用面で対応できない。
Wリーグ		○	○									企業チームであるため、収入を目的としていない。活動の期待は従業員の一体感の創出である。そのため、プロスポーツではないため、過度な人員は動員できない。しない。
Wリーグ		○	○									人材派遣会社に委託していたが、予算を鑑みて本年度よりスポンサー企業及びボランティアで可能か模索している。ボランティアスタッフの確保はできているが、仕事内容のレクチャーなどが必須で最初は戸惑うかもしれない。

■課題・阻害要因の具体的な内容(クラブ)

【Q16】:前問で選択された課題や阻害要因について、具体的な内容を簡潔に記載ください。

SVリーグ・Vリーグ(n=46)

(1/2)

種別	ハード環境	人材不足	マンパワー不足	情報・経験不足	コンテンツ力	ターゲット層の選定	サプライヤー不足	資金・財政面	方向性の不一致	効果への懷疑	その他	選択された課題や阻害要因についての具体的な内容。
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○	○	○	○	○	○				スポーツホスピタリティを実施するために必要なスペースや設備等の整ったアリーナが少なく確保ができない。また所有したくても資金力がない(昨今の人件費、材料費・物価高騰ではなおさら)。
SVリーグ・Vリーグ	○	○				○	○					冬季の環境により、アリーナ内の比率が高い。キッチンカーなどハードルが高い。アリーナ外での営業は顧客満足度につながらない。サッカー、バスケットと同じシーズンでのHGとなり競争。
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○					○				現状のアリーナの設備でできることが限られるため またまずは集客を上げる必要があり、一般席の販売に注力しているため
SVリーグ・Vリーグ	○											ハード環境があれば、企画及び資金を計画できるが、公共ベニューにつき、そもそもスポーツホスピタリティ観点で整備されていない。
SVリーグ・Vリーグ		○	○	○				○				ホームアリーナ自体、ラウンジエリアなど充実している施設だが、人員、費用面で事業としてまだ踏み出せていない。協業するパートナーを探して行う。
SVリーグ・Vリーグ	○			○	○	○						接待スペース・設備がほぼ皆無に等しい。VIPは、本部席横に一般テーブルを並べて観戦いただくことが多い 今までも実施していましたが、より効果があり、地域、関係団体、チームにとって魅力的な企画を提供するよう努めています。
SVリーグ・Vリーグ		○	○	○	○			○				・公共施設のため、目的に相違がある。古い施設のため、VIPのホスピタリティ向上のための設計をそもそもしていない。 ・運営に関して、予算の関係からぎりぎりの人数での人員配置である。また他の業務と兼務をしているスタッフが多数 など前問の質問項目の()で書かれている内容全てが当てはまる。
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○	○				○				アリーナ新設されれば、ホームゲーム収益も改善し、ハード面も解消するので、取り組めるし、真っ先に取り組むべきと考えている。
SVリーグ・Vリーグ	○											アリーナがコンパクトであるため、個室やトンネルラウンジなどの設定ができない。改修工事も検討したが難しい状況
SVリーグ・Vリーグ	○		○	○	○							現状では費用対効果を得られるような優先順位にホスピタリティがなく、集客やパートナー集めを優先せざるを得ない
SVリーグ・Vリーグ	○							○				スペースがない状況、またVIP動線などの確保や観覧席は施設を借用して試合運営している
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		情報や経験が不足しており、経営戦略的に推進するためのノウハウを持ち合わせていない。
SVリーグ・Vリーグ		○	○	○								適材適所を考えた場合に、人材の選定と役割の整理が必要
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○				○	○				ハード・ソフト両面での不足。それら要因の為、投資回収が不透明。
SVリーグ・Vリーグ	○											主に使用する3つのアリーナのうち、拠点アリーナでは設備が皆無である。
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○	○	○			○				そもそも既存の施設で上記対応を行える施設はほぼなく、可能にするのであれば相応の出資が必要だが、そこまでの予算はなく、また、取り仕切るリソースも現状確保できていない状況であり、知見を持った方(業者)を採用、委託する予算もない。 現在の自チームのコンテンツ力で、投資を回収できる見通しも立っていない
SVリーグ・Vリーグ	○	○		○	○			○				株式会社を立てたばかりで、ホームゲーム運営の一番である集客活動を軸にしているが、親企業を含めて何がファーストなのかという目線に立つことができない

■課題・阻害要因の具体的な内容(クラブ)

【Q16】:前問で選択された課題や阻害要因について、具体的な内容を簡潔に記載ください。

SVリーグ・Vリーグ(n=46)

(2/2)

種別	ハード環境	人材不足	マンパワー不足	情報・経験不足	コンテンツ	ターゲット層の選定	サプライヤー不足	資金・財政面	方向性の不一致	効果への懷疑	その他	選択された課題や阻害要因についての具体的な内容。
SVリーグ・Vリーグ	○							○				一番はハードに依存すると考えておりますので、2030年までにホスピタリティ環境が整ったアリーナ確保の準備を継続してまいります。
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○	○	○		○	○		○		これからなるため全くわからない状況
SVリーグ・Vリーグ	○	○		○								施設が整っていないため実施が難しいと考えている
SVリーグ・Vリーグ	○		○		○							会場に専用の個室がない クラブスタッフの人員が少ないため、工数がかからない マンパワーが足りず、企画を考えることができて実行することが難しい
SVリーグ・Vリーグ	○	○										会場を変える
SVリーグ・Vリーグ	○		○									・ホームアリーナが公共施設のため、自チームの都合で施設改修ができないこと。 ・各スタッフがホームゲーム運営の多岐に渡る業務を担当しているため。
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○	○		○						バックで業務遂行出来るスタッフが不足。
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○	○								現時点で課題認識をしていない。
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○	○	○	○		○				チームの運営に優先されるべき事柄が他にあるから
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		すべてが足りていないため、気持ちだけ持っている
SVリーグ・Vリーグ	○							○				県内にスポーツホスピタリティが実施できるアリーナが現時点でない。 ただし、今後できるように行政やその他スポーツ団体と協議していく必要があると考える。
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○	○	○							そもそもゼロからのスタート
SVリーグ・Vリーグ	○		○									拠点ベニューに適した環境がないのが一番の要因です。
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○	○	○			○				企業チームとなることから限られた活動範囲（人、物、お金）となることから範囲を広げることは厳しい
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○	○	○	○	○	○				施設が古く、築年数が浅い場合でも「体育館」であることから実施できない。
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○					○		○		施設の整備が必須になることや、それに伴う資金の調達に障壁となる
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○	○								ハード環境整備が必要
SVリーグ・Vリーグ	○		○					○				ホームアリーナが「アリーナ」ではなく「市民体育館」なので設備がない状態。
SVリーグ・Vリーグ			○					○				グッズ販売を行う場合も、人員がいない。
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○					○	○	○		実業団チームであるためエンターテインメントサービス実施には手が届きません。
SVリーグ・Vリーグ	○											施設が社会体育館ならびに市の運動公園内の立地となるため
SVリーグ・Vリーグ	○		○	○								現状のベニューでは、圧倒的に施設設備が不足しているため、今後観客動員数が増えることで大規模なベニューへの移動も考えている。
SVリーグ・Vリーグ									○			企業クラブの位置づけにあり現段階で目指す方向性がない
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○		○			○	○			行政の所有する体育館のため、クラブの意向で設備を作ることが出来ない
SVリーグ・Vリーグ	○	○	○	○	○	○	○	○		○		クラブの規模（財政状況・人員）と公共施設という特性から、現時点では実施は現実的ではないと考えております。
SVリーグ・Vリーグ	○	○					○					利用施設により設備環境が大きく異なり、公共施設においては飲食系制約、全館貸切不可の場合もある
SVリーグ・Vリーグ	○	○						○				施設を充実させるための費用・スペース等に足りない部分がある。
SVリーグ・Vリーグ			○									専門知識を持つスタッフや多くのボランティアが必要になるが、これらの人員を確保することが難しいため。

■課題・阻害要因の具体的な内容(クラブ)

【Q16】:前問で選択された課題や阻害要因について、具体的な内容を簡潔に記載ください。

Jリーグ(n=18)

種別	ハード環境	人材不足	マンパワー不足	情報・経験不足	コンテンツ	ターゲット層の選定	サプライヤー不足	資金・財政面	方向性の不一致	効果への懷疑	その他	選択された課題や阻害要因についての具体的な内容。
Jリーグ	○		○		○	○		○		○		・そもそものハード面で大きな制約がある。自由に使えないし、メニュー開発ができない。自前のスタジアムが必要。 ・日本人の特性なのか、toCにおいては高額なホスピタリティチケットに対する反応がよくない。一方でtoBにおいてはホスピタリティサービスよりもユニフォームなどのパートナー獲得のほうに優先順位が高く、販売リソースが足りない。
Jリーグ	○	○	○	○	○	○	○	○				現状限られたリソース、ターゲットの中での実施優先度が高くないため。
Jリーグ		○	○					○				指定管理権がないため都度の設置、撤去、物品の管理スペース等のマンパワー、資金力不足 また企画運営する人材の不足
Jリーグ	○	○	○	○		○		○		○		ベニューの環境が高質なホスピタリティを提供できる状況ではない。県施設のため、大幅な改修などが見込みづらい。このため単価向上につなげづらい。一方でホスピタリティサービスを提供した際の需要について、マーケティング調査が不十分であり、正確な効果を社内で把握できていない。
Jリーグ											○	インバウンドへのアプローチ
Jリーグ	○	○	○	○	○			○				マンパワーとスタッフの知識不足、財政面の問題
Jリーグ		○	○	○		○		○				特になし
Jリーグ	○	○	○	○	○	○	○	○				公式戦を行う県営スタジアムにホスピタリティアセットが乏しくクラブリソースで対応できる範囲で実施している。
Jリーグ	○	○	○	○	○							ホームスタジアムは席数が無く、パートナーの権益のみでVIPを販売することはない。 また、設備的にもホスピタリティは不可能。
Jリーグ	○			○				○				ハード面：スタジアムの作りとして、個室が少ない等が挙げられる
Jリーグ	○	○										ハード面での制約と、人材不足（特に今あるものをより良く磨いていこうとする人材の不足）が大きい
Jリーグ	○	○	○	○	○							ハード面が整っていないので、ホスピタリティビジネスに最低限しか取り組めていない。
Jリーグ	○	○	○	○		○						現時点で運用しているものは稼働率がほぼ100%に近くなっているため、新しい商品を企画したいと考えているが、企画・販売・年間運用していくにあたっての計画がまだ着手できていない。ハード面として、場所はあるものの、導線があまり良くない等の制約があるため、商品設計や販売面での難しさ有り。
Jリーグ				○								国内におけるスポーツホスピタリティの現状は、欧米などの文化と比較するとかなり遅れている印象。一方でダイナミックなことをやろうと思っても、ハード環境が欧米と全く異なるということもあり、日本版あるいは当クラブ版のスポーツホスピタリティの模索をしていかなければならないが、圧倒的にこの手のテーマにおける情報量が少ないため、より多くの情報を集めトライしていきたいが知識・経験が乏しいところが課題であると認識している。
Jリーグ	○		○		○		○	○			○	公共施設のためハード面の課題が多く、また地方の場合地元の方のホスピタリティに関する理解度・経験も低く（イメージが薄い）、事業者側では連携するサプライヤーの不足や購入者への訴求力が必要
Jリーグ	○					○						特になし
Jリーグ	○	○	○		○			○				スタジアムの運用と、実施したいサービスの提案がマッチできない時がある。
Jリーグ	○											実施できるスペースが無い

■課題・阻害要因の具体的な内容(クラブ)

【Q16】:前問で選択された課題や阻害要因について、具体的な内容を簡潔に記載ください。

WEリーグ・なでしこリーグ(n=13)

種別	ハード環境	人材不足	マンパワー不足	情報・経験不足	コンテンツ	ターゲット層の選定	サプライヤー不足	資金・財政面	方向性の不一致	効果への懐疑	その他	選択された課題や阻害要因についての具体的な内容。
WEリーグ ・なでしこリーグ			○									運営担当が総務と兼任をされており、1試合につき、ボランティアスタッフの方が10名程お手伝いをしてくださって、なんとか試合が成り立っている状況。(マンパワーが不足しがち)
WEリーグ ・なでしこリーグ	○	○										競技場の使用できる部屋の距離が離れており移動に時間がかかる。
WEリーグ ・なでしこリーグ	○		○	○								公共施設(県)を活用しているため、ホスピタリティへの意識が乏しく、そういったハードの必要性を感じない。
WEリーグ ・なでしこリーグ	○	○	○	○	○			○				民間スタジアム借用、資金不足によるマンパワー不足、魅力あるコンテンツにできていないことによる
WEリーグ ・なでしこリーグ	○	○	○	○			○			○		イメージがわからない、情報量が少ない
WEリーグ ・なでしこリーグ		○	○	○								専属的にさける人材の不足
WEリーグ ・なでしこリーグ	○											自治体の経済状況悪化。クラブの存在価値の低さ。
WEリーグ ・なでしこリーグ	○	○	○					○				限られた施設と人材にて運営をしているため+1の労力と資金の捻出の確保が難しい
WEリーグ ・なでしこリーグ	○	○		○								実施を前提とした環境が整っていない。
WEリーグ ・なでしこリーグ		○	○					○				現状人手が回らず対応ができない。 施設の老朽化、キャパシティの限界。
WEリーグ ・なでしこリーグ		○	○	○				○				内容把握が乏しい
WEリーグ ・なでしこリーグ	○							○				現状の施設では難しいが、2030年以降に新設を予定している新スタジアムにて充実したホスピタリティ環境を予定しています。
WEリーグ ・なでしこリーグ	○		○	○	○	○	○					ハード環境の制約の中で、やり方を工夫することで実現できることはあるかもしれませんが、最低限のチームスポンサーのおもてなしで精いっぱいという状況です。

■課題・阻害要因の具体的な内容(クラブ)

【Q16】:前問で選択された課題や阻害要因について、具体的な内容を簡潔に記載ください。

リーグH(n=19)

種別	ハード環境	人材不足	マンパワー不足	情報・経験不足	コンテンツ	ターゲット層の選定	サプライヤー不足	資金・財政面	方向性の不一致	効果への懐疑	その他	選択された課題や阻害要因についての具体的な内容。
リーグH	○	○	○	○	○	○	○	○		○		クラブの基盤の安定化、スポーツの価値の創出・認知など
リーグH		○	○					○		○		人数に限りがあるのでできることが限られる。効果など数値で示す方法・知識がない。
リーグH	○	○	○		○			○				ハードを整備する資金
リーグH	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		会社の方針で事務局スタッフが増やせないため、現在のメンバーでは対応できない
リーグH	○	○	○			○		○	○			3で回答したとおりの施設を使用しているため
リーグH	○	○	○		○			○				スポーツホスピタリティの企画は立てられるが、それに見合う設備やマンニングを整えられない。
リーグH	○		○		○			○				資金・財政面、集客
リーグH	○	○	○			○						ベニューについては公共施設であることから改善が困難。既存スペースでできる限りの実施はしている。また、前述のできる限りとは、施設の問題と合わせて人員不足で十分なサービスの提供ができない課題もある。
リーグH	○	○	○	○	○	○	○	○				現状取り組み計画が無い為。
リーグH	○	○	○	○						○		ハード面でいうと駐車場不足問題は大きくある
リーグH	○	○	○	○	○	○	○	○		○		最大の課題はマンパワー不足だと認識しています。
リーグH		○		○		○						実施"してみたい"という思いはありますが、まだまだ課題も多く踏み出せる状況ではありません。
リーグH				○		○						スタッフ全体の経験値が少ない、少人数での運営で委託の依存度が高い
リーグH		○	○	○	○	○		○				運営スタッフが不足しているため、場所を広げて人員を割くことが難しい。 財政的に、客引きに繋がるようなコンテンツを準備することが難しい。
リーグH	○	○	○	○				○				多方面で実施する余裕が無い。 また、専用スタジアムでもない限り実現は難しいと考える。
リーグH	○	○	○	○			○	○				場所、人、資金全てが不足
リーグH	○	○	○	○				○				これから取り組んでいくべき、課題と捉えています。
リーグH								○				資金財政
リーグH	○	○	○	○	○	○	○	○				事務局の体制が2名運営全てを2人でこなしていて厳しい。人を採用しようにも資金難で厳しい。
リーグH		○	○	○				○				人材不足、マンパワー不足からの脱却が課題であり、現状もボランティアスタッフさんによってコート設営並びにその他運営業務をサポートしてもらっている。

■課題・阻害要因の具体的な内容(クラブ)

【Q16】:前問で選択された課題や阻害要因について、具体的な内容を簡潔に記載ください。

Tリーグ(n=6)

種別	ハード環境	人材不足	マンパワー不足	情報・経験不足	コンテンツカ	ターゲット層の選定	サプライヤー不足	資金・財政面	方向性の不一致	効果への懷疑	その他	選択された課題や阻害要因についての具体的な内容。
Tリーグ	○		○					○				基本的に公共施設利用の為。施設自体が市民向けの設計となっているので。資金的にも出資が難しい為。
Tリーグ			○									お金の問題などもあります
Tリーグ	○	○	○	○		○		○				卓球の観戦に特化した会場がない。そもそも資金やチームのスタッフが少ない。
Tリーグ	○	○	○					○				ホームゲーム運営時のマンパワーが足りない。
Tリーグ	○	○	○	○	○		○	○				インバウンド客（中国）向けの施策を実施したいがリソースが足りない（プロパー社員4名でチーム運営を行っている）
Tリーグ	○	○	○		○	○		○				1番は現状の集客力の低さです。

リーグワン(n=7)

種別	ハード環境	人材不足	マンパワー不足	情報・経験不足	コンテンツカ	ターゲット層の選定	サプライヤー不足	資金・財政面	方向性の不一致	効果への懷疑	その他	選択された課題や阻害要因についての具体的な内容。
リーグワン	○											競技に特化した施設であり、ホスピタリティを提供できる環境が無い。
リーグワン	○	○	○	○	○							会場にそのような施設がないため、実施が困難である。
リーグワン	○	○	○					○				リソース不足
リーグワン	○	○	○	○	○	○	○					来年度竣工予定の自社スタジアムから実施を検討したいと考えているが、現時点では実現可能な施設を確保できていない。
リーグワン	○											ハード制約が多すぎる。スタジアム設備、環境の不備
リーグワン		○	○									企画、立案を実施する上でマンパワーが不足している
リーグワン	○	○	○	○								ファンクラブゴールド会員向けの特典として実施してはいるが、有料としてはいない

■課題・阻害要因の具体的な内容(クラブ)

【Q16】:前問で選択された課題や阻害要因について、具体的な内容を簡潔に記載ください。

【団体種別の課題・阻害要因の傾向】

■ プロ野球

- ・他のリーグ等と比べ、課題ポイントの選択数は比較的少ないが、「ハード環境」、「マンパワー」を挙げる声が多い。
- ・ホスピタリティスペースがある場合も、数量不足、仕様が古い等の課題が見られる。

■ Bリーグ

- ・ハード、人材、マンパワーの他、「情報・経験不足」、「資金・財政面」を挙げる声が多い
- ・公設体育館がホームアリーナであることに起因したハード環境に関するコメントが多く、小規模組織ゆえのマンパワーに関するコメントも多い。

■ Wリーグ

- ・回答した全てのクラブが「人材不足」、「マンパワー不足」を挙げており、Bリーグ同様にマンパワー不足に関わるコメントが多い。

■ SVリーグ・Vリーグ

- ・ハード、人材、マンパワーの他、「情報・経験不足」、「資金・財政面」、「コンテンツ力に自信がない」を挙げる声が多い。
- ・特にホームアリーナの実環境・設備面の不足を課題として挙げるコメントが多い。

■ Jリーグ

- ・ハード、人材、マンパワーの他、「情報・経験不足」、「資金・財政面」を挙げる声が多い。
- ・ホスピタリティを実施するにあたってのスタッフの知識不足や、スポンサーとの兼ね合いなどターゲットに関わるコメントも多い。

■ WEリーグ・なでしこリーグ

- ・Jリーグ同様にハード、人材、マンパワーの他、「情報・経験不足」、「資金・財政面」を挙げる声が多い。
- ・ホームスタジアムの環境不足と、小規模組織ゆえのマンパワーに関するコメントが多い。

■ リーグH

- ・ハード、人材、マンパワーの他、「情報・経験不足」、「資金・財政面」を挙げる声が多く、全体的に課題ポイントの選択数が多い。
- ・小規模組織ゆえのマンパワーに関するコメントが多い。

■ Tリーグ

- ・ハード、マンパワーの他、「資金・財政面」を挙げる声も多く、資金面の課題に関わるコメントが多い。

■ リーグワン

- ・ハード、人材、マンパワーが多いが、「ハード環境」については全クラブが挙げており、ハード課題に関わるコメントが多い。

■課題・阻害要因の具体的な内容(リーグ)

【Q16】:前問で選択された課題や阻害要因について、具体的な内容を簡潔に記載ください。

各リーグからの回答

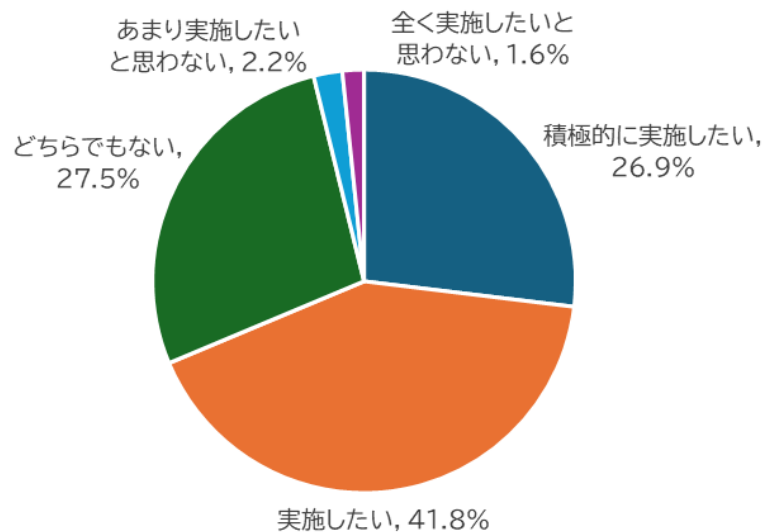
種別	ハード環境	人材不足	マンパワー不足	情報・経験不足	コンテンツ	ターゲット層の選定	サプライヤー不足	資金・財政面	方向性の不一致	効果への懷疑	その他	選択された課題や阻害要因についての具体的な内容。
リーグ1	○											自前所有の施設がなく制約制限が大きい
リーグ2		○	○									主管大会は人員が運営サイド（競技まわり、演出・チケット・グッズ、広報、選手対応など）に大幅に割かれるため、ホスピタリティまで手が回らないことが多いです。また、ホスピタリティ専用の教育をリーグ内で実施しているわけでもなく、さらに、最近では外国人のお客様も増えていますので、語学的な面でも対応人員は限られます。そのため、現状サービス要員は外部委託をしておりますが、委託費用もそれなりにかかるため、費用対効果の面で課題のひとつではあります。
リーグ3	○	○	○					○				選択した項目内容の通り
リーグ4		○	○	○	○			○				事務局員が2名と人手が足りないため、既存の法人業務で手一杯であり、新しい事業の企画や開発に人を割く余裕がない。
リーグ5	○		○					○				自前のアリーナを持っていないことで、開催する場所によってできることが限られてくると環境の整っている新しいアリーナに関しては、集客キャパや料金が見合わないケースが多い。
リーグ6	○		○	○	○		○					専用的、占有的に利用できるアリーナを保有していない、もしくは関係性をもっていない。
リーグ7	○	○	○	○	○	○	○					リーグ主催試合の開催場所に関してはスポンサーの意向も踏まえて決定するも、リーグや国際カップ戦、代表戦の日程などにも影響されるため、すべてが充足した形での実施が難しい。
リーグ8		○	○	○				○				リーグやリーグ事務局自体、小規模運営のため、基本的かつ簡易的なホスピタリティの提供しか行っていないと考えています。

■今後の実施意向

【Q17】:今後のスポーツホスピタリティの実施意向を教えてください

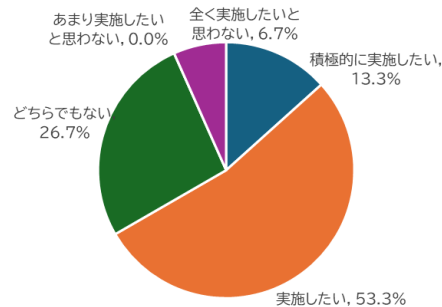
- 回答者全体の実施意向(「積極的に実施したい」+「実施したい」)は約69%であった。
- リーグ別に比較すると「Jリーグ」・「Bリーグ」において高く、80%以上となっている。

実施意向(全体 n=182)

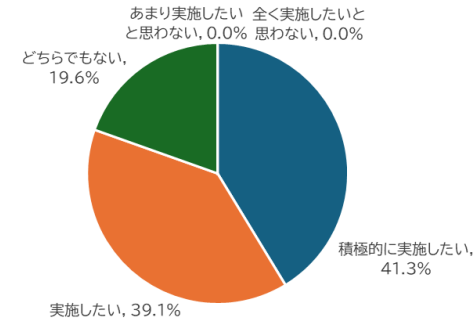


実施意向(所属リーグ別)

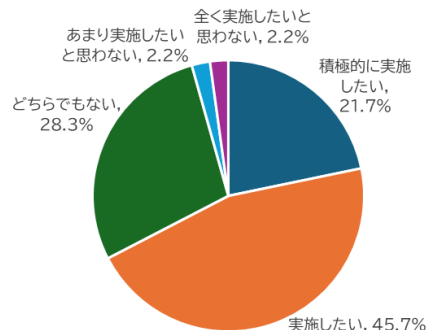
【プロ野球 n=15】



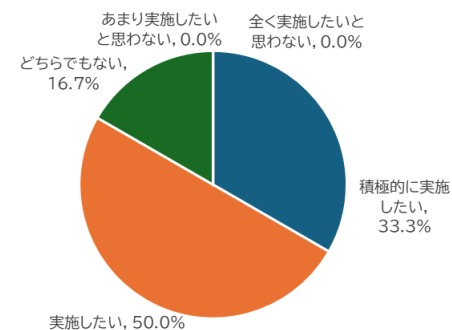
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】

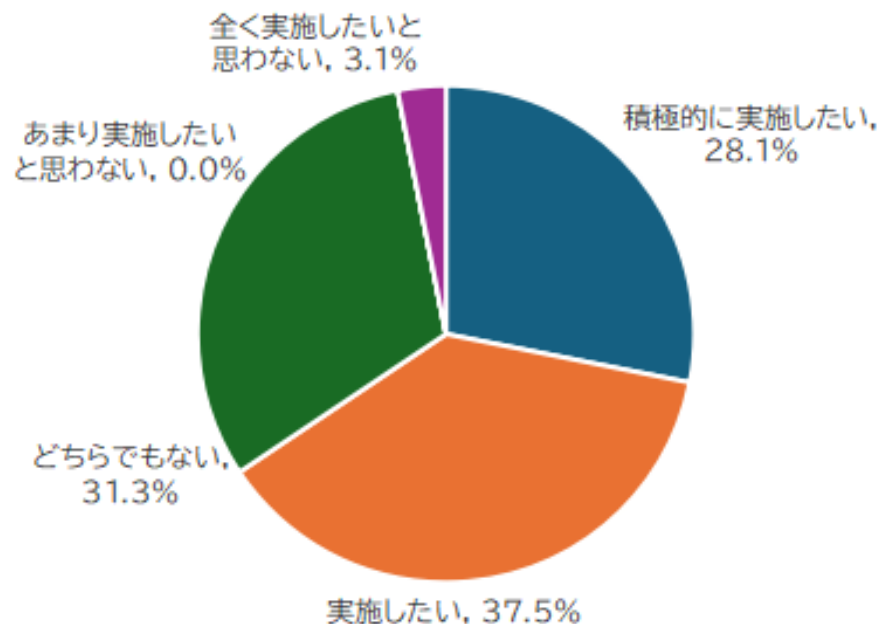


■今後の実施意向

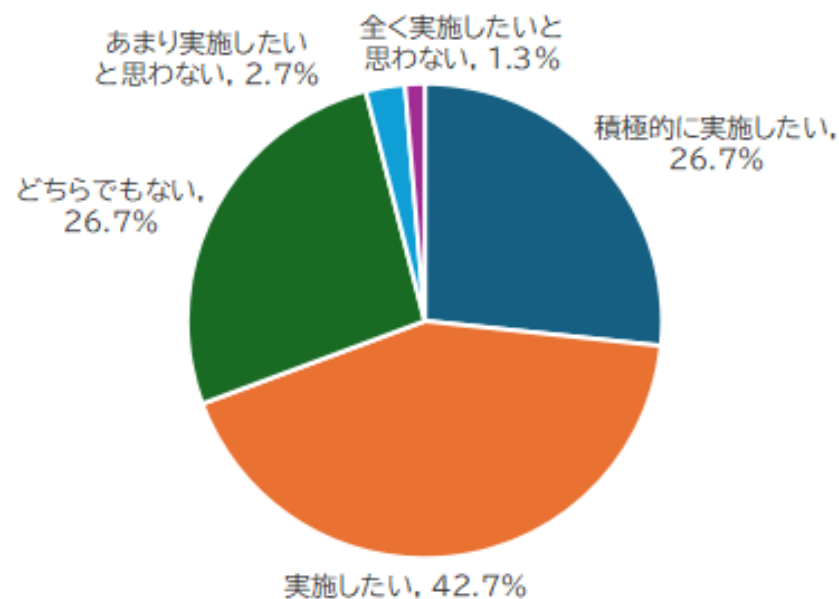
【Q17】:今後のスポーツホスピタリティの実施意向を教えてください

- 今後の実施意向を、ホームとするベンニューとの関係性から分類・比較してみたが、顕著な差異は見られなかった。

実施意向
(拠点となるベンニューをクラブまたはグループ会社が保有または運営管理を行っている n=32)



実施意向
(公共もしくは民間のベンニューを借用して使用している n=150)

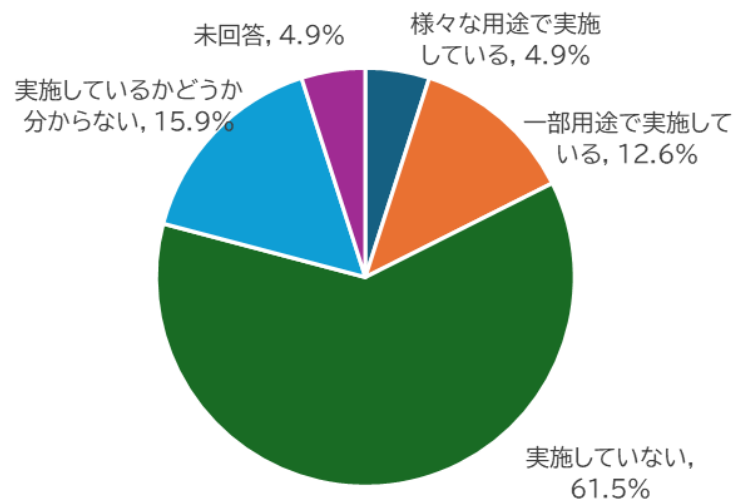


■スポーツホスピタリティ用施設・設備の非試合日活用

【Q18】:貴クラブの拠点ベニューでは、VIPルームやファンクションルームなどのスポーツホスピタリティ向け施設・設備を非試合開催日に多目的活用するようなビジネス展開を行っていますか？

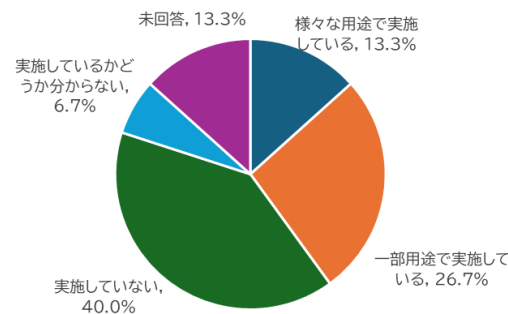
- スポーツホスピタリティ用施設・設備の非試合日における活用については、回答者全体での実施率(「様々な用途で実施」+「一部用途で実施」)は約18%であった。
- プロ野球においてのみ40%となっており、比較的非試合日における活用が行われている。

施設・設備の非試合日活用(全体 n=182)

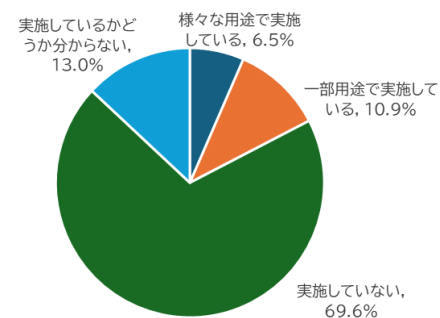


施設・設備の非試合日活用(所属リーグ別)

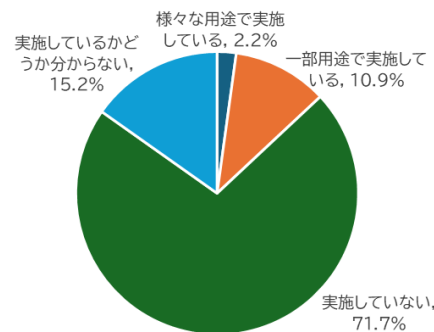
【プロ野球 n=15】



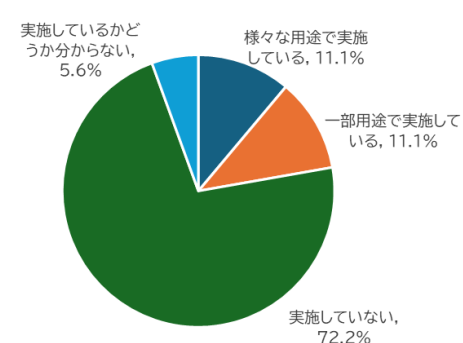
【Bリーグ n=46】



【SVリーグ・Vリーグ n=46】



【Jリーグ n=18】

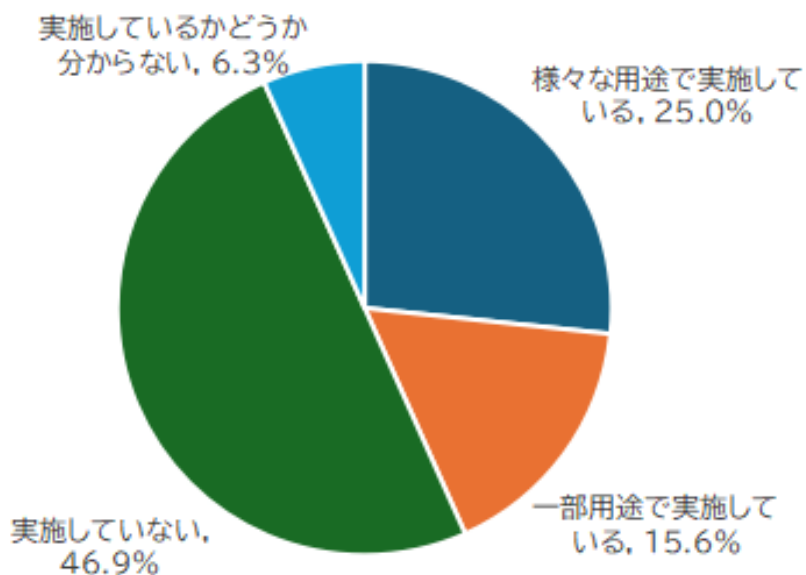


■スポーツホスピタリティ用施設・設備の非試合日活用

【Q18】:貴クラブの拠点ベニューでは、VIPルームやファンクションルームなどのスポーツホスピタリティ向け施設・設備を非試合開催日に多目的活用するようなビジネス展開を行っていますか？

- スポーツホスピタリティ用施設・設備の非試合日における活用実態を、拠点とするベニューとの関係性から分類・比較してみると、「拠点となるベニューをクラブまたはグループ会社が保有または運営管理を行っている」層の実施率が約40%となっているのに対し、「公共もしくは民間のベニューを借用して使用している」層は約13%にとどまっている。
- 特に「様々な用途で実施している」の選択率には大きな差が出ており、ベニューとの関係性は大きく影響すると想定できる。

施設・設備の非試合日活用
(拠点となるベニューをクラブまたはグループ会社が保有または運営管理を行っている n=32)



施設・設備の非試合日活用
(公共もしくは民間のベニューを借用して使用している n=150)

