



公益社団法人SVリーグ 2025年度定時社員総会後 メディア報告会

2025. 9. 30

公益社団法人SVリーグ

本日のアジェンダ

1. 2024年度決算 および 2025年度予算について
2. SVリーグ中期経営計画（REBORN II）について
3. 2025-26シーズンからの主なレギュレーション変更について
4. Q&A

1. 2024年度決算 および 2025年度予算について

1 (1) 2024年度決算 (正味財産増減計算書)

(単位：円)

科目	当年度	前年度	増減
I. 一般正味財産増減の部			
1. 経常増減の部			
(1) 経常収益			
①受取入会費	240,000,000	0	240,000,000
②受取会費	484,830,000	215,000,000	269,830,000
③事業収益	2,826,128,391	638,809,106	2,187,319,285
④受取補助金等	23,076,119	90,257,000	△67,180,881
⑤受取寄付金	0	0	0
⑥雑収益	1,638,082	374	1,637,708
経常収益計	3,575,672,592	944,066,480	2,631,606,112
(2) 経常費用			
①事業費	2,772,306,788	630,100,822	2,142,205,966
②管理費	405,582,051	276,747,317	128,834,734
経常費用計	3,177,888,839	906,848,139	2,271,040,700
当期経常増減額	397,783,753	37,218,341	360,565,412
2. 経常外増減の部			
(1) 経常外費用			
固定資産除却損	2,241,658	0	2,241,658
雑損失	9,800,000	11,026,647	△1,226,647
経常外費用計	12,041,658	11,026,647	1,015,011
当期経常外増減額	△12,041,658	△11,026,647	△1,015,011
税引前当期一般正味財産増減額	385,742,095	26,191,694	359,550,401
法人税、住民税及び事業税	64,100	70,000	△5,900
当期一般正味財産増減額	385,677,995	26,121,694	359,556,301
一般正味財産期首残高	△34,419,685	△60,541,379	26,121,694
一般正味財産期末残高	351,258,310	△34,419,685	381,677,995
II. 基金増減の部			
当期基金増減額	△34,500,000	2,000,000	△36,500,000
基金期首残高	34,500,000	32,500,000	2,000,000
基金期末残高	0	34,500,000	△34,500,000
III. 正味財産期末残高	351,258,310	80,315	351,177,995

1 (2) 2025年度 修正予算

(単位：千円)

科目	当年度	前年度	増減
I. 一般正味財産増減の部			
1. 経常増減の部			
(1) 経常収益			
①受取入会費	0	240,000	△240,000
②受取会費	485,000	484,830	170
③事業収益	2,769,060	2,826,128	△57,068
④受取補助金等	53,746	23,076	30,670
⑤受取寄付金	0	0	0
⑥雑収益	33,300	1,638	31,662
経常収益計	3,341,106	3,575,672	△234,566
(2) 経常費用			
①事業費	2,918,969	2,772,306	146,663
②管理費	422,067	405,582	16,485
経常費用計	3,341,036	3,177,888	△397,714
当期経常増減額	70	397,784	△397,714
2. 経常外増減の部			
(1) 経常外収益	0	0	0
(2) 経常外費用計	0	12,041	△12,041
当期経常外増減額	0	△12,041	12,041
税引前当期一般正味財産増減額	70	385,742	△385,672
法人税等	64	64	0
当期一般正味財産増減額	6	385,677	△385,671
一般正味財産期首残高	351,258	△34,419	385,677
一般正味財産期末残高	351,264	351,258	6
II. 正味財産期末残高	351,264	351,258	6

1 (3) 2025-26シーズンに向けた目標・改善点

課題	目標
①入場者数目標	<p>集客強化に加え、アリーナの前広な確保によってさらに多くのファン来場をめざす</p> <p>WOMEN : 1,500人 (昨季対比 +263名 / +21.3%) MEN : 3,300人 (昨季対比 +175名 / +5.6%) 総入場者数 : 125万人 (昨季対比 +127,290人 / +11.3%)</p> <p>※レギュラーシーズン+チャンピオンシップ</p> 
②女子プロジェクトの遂行	<p>デンソーエアービーズをモデルケースに選定し、クラブのプロ化・集客強化の先行事例として確立</p> <p>マーケティング、営業、自治体との連携、地域活動、メディアプロモートなど、様々な領域でサポート</p> 
③海外戦略の強化	<p>リーグ主管としては初となる海外（タイ）でのプレシーズンマッチを開催、来シーズン以降の公式戦開催を目指す</p> <p>欧州リーグとの連携を模索し、「世界最高峰」に向けた取り組みを強化</p> <p>SVL事務局内に国際グループを立ち上げ、さらなる海外戦略の推進をはかる</p> 

2. SVリーグ中期経営計画（REBORN II）について

- (1) 「V.LEAGUE REBORN」の振り返り
- (2) 経営の軸
- (3) リーグ構造の再編（2026-27～）
- (4) KPI・KGIの設定

- (1) 「V.LEAGUE REBORN」の振り返り**
- (2) 経営の軸
- (3) リーグ構造の再編 (2026-27~)
- (4) KPI・KGIの設定

2 (1) 「V.LEAGUE REBORN」の振り返り

- ✓ 2023年「V.LEAGUE REBORN」を策定、発表
- ✓ 初年度時点で未解決の課題もあるものの、大きな成果を上げることができている

ミッション		達成すべき目標	24-25進捗	成果	課題
強く	リーグガバナンスの再構築	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 透明性・公平性・規律性の担保、組織体の健全化 ◆ 人材育成・インテグリティ ◆ クラブライセンス制度の質向上 	○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 規約・規定類や事務局体制整備 ✓ SVライセンスの制定、運用 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リーグ事務局の更なる人員強化 ✓ 選手会の整備
	世界最高品質のゲーム提供	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 試合開催期間（10～5月中旬）の確保 ◆ リーグ戦40-50試合程度実施、プレーオフの充実 ◆ 選手の躍動 ◆ ファンファーストの空間創出 	○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リーグ戦試合数増加（44試合） ✓ 興行のエンタメ化の進行 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 更なる試合増の検討 ✓ 平日開催の検討 ✓ 選手登録数の上限設定
	事業規模の非連続な成長	<ul style="list-style-type: none"> ◆ リーグ収益目標:30億円、クラブ収益目標:200億円 ◆ マーケティング戦略の高度化 ◆ チケットシステム、ファンDBの再構築 ◆ Vリーグ主催の国際的カップ戦実施検討 	◎	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リーグ協賛、放映権料が大きく拡大 ✓ クラブ収益もKPIを大きく超過 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 統一顧客DBの構築、運用
広く	入場者数の飛躍的な拡大	<ul style="list-style-type: none"> ◆ ホーム&アウェイの定着、試合数増加による入場者数確保 ◆ 総入場者数目標:150万人以上 	○	<ul style="list-style-type: none"> ✓ SV男子は平均3,000人超で着地 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ホームアリーナの確保 ✓ SV女子の集客促進、盛り上げ
	新規ファン層の掘り起こし	<ul style="list-style-type: none"> ◆ SNS戦略の加速度UP ◆ 代表・人気選手を活用したプロモーションの徹底 ◆ 海外・アジアマーケット（タイ・フィリピン等）の開拓 	△	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アジアでの交流、活動の開始 ✓ VolleyballWorldでの世界配信決定 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ SNSを活用したプロモーション ✓ 代表活動との連動
	次世代の育成	<ul style="list-style-type: none"> ◆ U15（ジュニアチーム）保有の義務化 ◆ U18保有の検討 ◆ Vリーグユース世代の大会活性化 	△	<ul style="list-style-type: none"> ✓ U15保有必須化 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ U18保有は検討継続 ✓ 大会の魅力向上、育成方針
社会とつなぐ	ホームタウン活動の活性化	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 教育機関との連携、介護予防・健康増進、まちづくりなどをテーマに活動強化 ◆ 選手・クラブとホームタウンの距離感短縮 	△	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ホームタウンの設定 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各クラブと自治体の連携をより強固に ✓ ホームタウン活動の充実
	社会連携へのチャレンジ	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 自治体・企業・住民を巻き込んだ社会課題の解決 ◆ Vリーグクラブの存在感UP ◆ 親企業から見たSR活動の推進 	△	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リーグパートナーと連携した社会貢献活動の開始 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地域におけるクラブの存在感UP
	国際人材の輩出	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 国際人材の育成・発掘 ◆ 国際発言力の獲得・強化 	△	<ul style="list-style-type: none"> ✓ KOVOとの提携を締結 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リーグ人材の育成

進捗…◎：超過達成 ○：達成、進捗良好 △：途中段階、進行中

2 (1) 「V.LEAGUE REBORN」の振り返り

✓ 2023年時点で設定のKPIは、特に収益分野で24-25シーズン時点で想定を大きく上回る進捗

KPI	2024-25 実績見込み		2024-25 設定値	2027-28 設定値	(参照) 23-24実績
SVリーグ参加クラブ数 (男女)	男子10/女子14	○	12クラブ以上	14クラブ以上	V1 男子10/女子12
SVリーグレギュラーシーズン年間 試合数 (クラブあたり)	44試合	○	44試合以上	44試合以上	V1 男子36試合/女子22試合
リーグ収益	36億円	◎	20億円	30億円	9.4億円
協賛額	16億円	○	12億円	20億円	1.4億円
V.LEAGUE fan club会員数	— ※実施なし	—	100万人	150万人	—
V.TV会員数	数倍以上で超過 (非公開) ※J SPORTS会員数を代用	◎	1.8万人	2.4万人	1.1万人
SVクラブ収益	213億円	◎	110億円	200億円	157億円
チケット販売額 (リーグ+クラブ)	26億円	○	24億円	44億円	13億円
総入場者数	112万人	△	120万人	190万人	54万人
リーグSNSフォロワー数	14万人 ※25年6月時点	×	80万人	120万人	約35万人 ※ [V.LEAGUE] のアカウント

◎ : 27-28KPI達成 ○ : 24-25KPI達成 △ : 24-25KPI未達成 (80%超達成) × : 24-25KPI未達成 (80%未満)

- (1) 「V.LEAGUE REBORN」の振り返り
- (2) 経営の軸**
- (3) リーグ構造の再編 (2026-27～)
- (4) KPI・KGIの設定

2 (2) ① 経営の軸

- ✓ SVリーグ：「世界最高峰のリーグ」を目指すバレーボール国内トップリーグ
- ✓ S=Strong (強く) ・Spread (広く) ・Society (社会)

ミッション／果たすべき使命
成し遂げたい目標・存在意義

強く・広く・社会とつなぐ

ビジョン／目指すべき姿
目指す将来の姿・理想像

世界最高峰のリーグ
～GO FOR 2030～

バリュー／やるべきこと
社会に提供する価値

GATHER
～「価値のあるつながり」の源泉となる～

2 (2) ② ミッション (果たすべき使命)

強く、広く、社会とつなぐ



2 (2) ② ミッション (果たすべき使命)

強く

競技・ビジネス・ガバナンスの「強い」組織となり、グローバルでプレゼンスを高める

【強く】のために	達成すべき目標
①リーグガバナンスの再構築	<ul style="list-style-type: none">- 透明性・公平性・規律性の担保、組織体の健全化- 人材育成・インテグリティ- クラブライセンス制度の質向上
②事業規模の非連続な成長	<ul style="list-style-type: none">- リーグ収益目標:80億円、クラブ収益目標:420億円- マーケティング戦略の高度化- チケットシステム、ファンDBの再構築
③新規ビジネスへのチャレンジ	<ul style="list-style-type: none">- コンテンツホルダーの外側にあるビジネスへの投資- 他産業とのアライアンス
④世界最高品質のゲーム提供	<ul style="list-style-type: none">- 試合開催期間の確保- リーグ戦、プレーオフの充実- 選手の躍動- ファンファーストの空間創出

2 (2) ② ミッション (果たすべき使命)

広く 競技者・ファンのすそ野を広げ、バレーボールの価値をより「広く」届ける

【広く】のために	達成すべき目標
⑤入場者数の飛躍的な拡大	<ul style="list-style-type: none">- ホーム&アウェイの定着- 総入場者数目標:250万人以上 (2030-31)
⑥新規ファン層の掘り起こし	<ul style="list-style-type: none">- SNS戦略の強化・推進- 代表・選手を活用したプロモーションの徹底
⑦次世代の育成	<ul style="list-style-type: none">- U15 (ジュニアチーム) 保有の義務化- U18保有の検討- リーグユース世代の大会活性化
⑧海外戦略の推進	<ul style="list-style-type: none">- 海外・アジアマーケット (タイ・フィリピン等) の開拓- 海外での事業展開- 海外での公式戦実施検討- 欧州有力リーグとの提携

2 (2) ② ミッション (果たすべき使命)

社会とつなぐ

SV.LEAGUEを通じて人と社会を「つなぎ」、社会課題を解決する

【社会とつなぐ】のために	達成すべき目標
⑨ホームタウン活動の活性化	<ul style="list-style-type: none">- 教育機関との連携、介護予防・健康増進、まちづくりなどをテーマに活動強化- 選手・クラブとホームタウンの関係強化
⑩社会連携へのチャレンジ	<ul style="list-style-type: none">- 自治体・企業・住民を巻き込んだ社会課題の解決- SVリーグ・クラブの存在感UP
⑪国際競争力の向上	<ul style="list-style-type: none">- 国際的人材の発掘・育成- 国際的発言力の獲得・強化

2 (2) ③ ビジョン (目指すべき姿)

世界最高峰のリーグ

~GO FOR 2030~

経営力 × 影響力 × 競技力で
世界のバレーボールをリードする存在になる

2 (2) ③ ビジョン (目指すべき姿)

更なる成長とビジョン達成のために、「3つの力」で世界最高峰をめざす



成長の最大のドライバー

ガバナンスを強化し、リーグ運営基盤の整備と新規事業立ち上げ、デジタルマーケティング分野への投資を進めることで、世界の事業規模・経済圏を実現する



社会とつながり巻き込む

リーグの事業活動や社会連携の活動を通して、日本・世界を巻き込み、人々のところや経済を動かす存在となる



才能が集い、夢が育つ舞台に

制度整備、各国リーグ・協会との連携を強化し、国内外の最高峰の人材が集うリーグ、「プロバレーボール選手」を夢見る国内外の人材が成長できるリーグを実現する

目指す姿

- 世界一ガバナンス力が高いリーグ
- 世界一事業規模の大きいリーグ
- 世界一來場者数の多いリーグ

- 地域に愛される社会インフラ化
- 地域貢献、社会課題解決の推進
- アジア圏を含めた海外への事業展開

- 世界一各国代表選手が所属するリーグ
- 世界クラブ選手権で常時ベスト4クラブを輩出するリーグ

2 (2) ④ バリュー（やるべきこと）

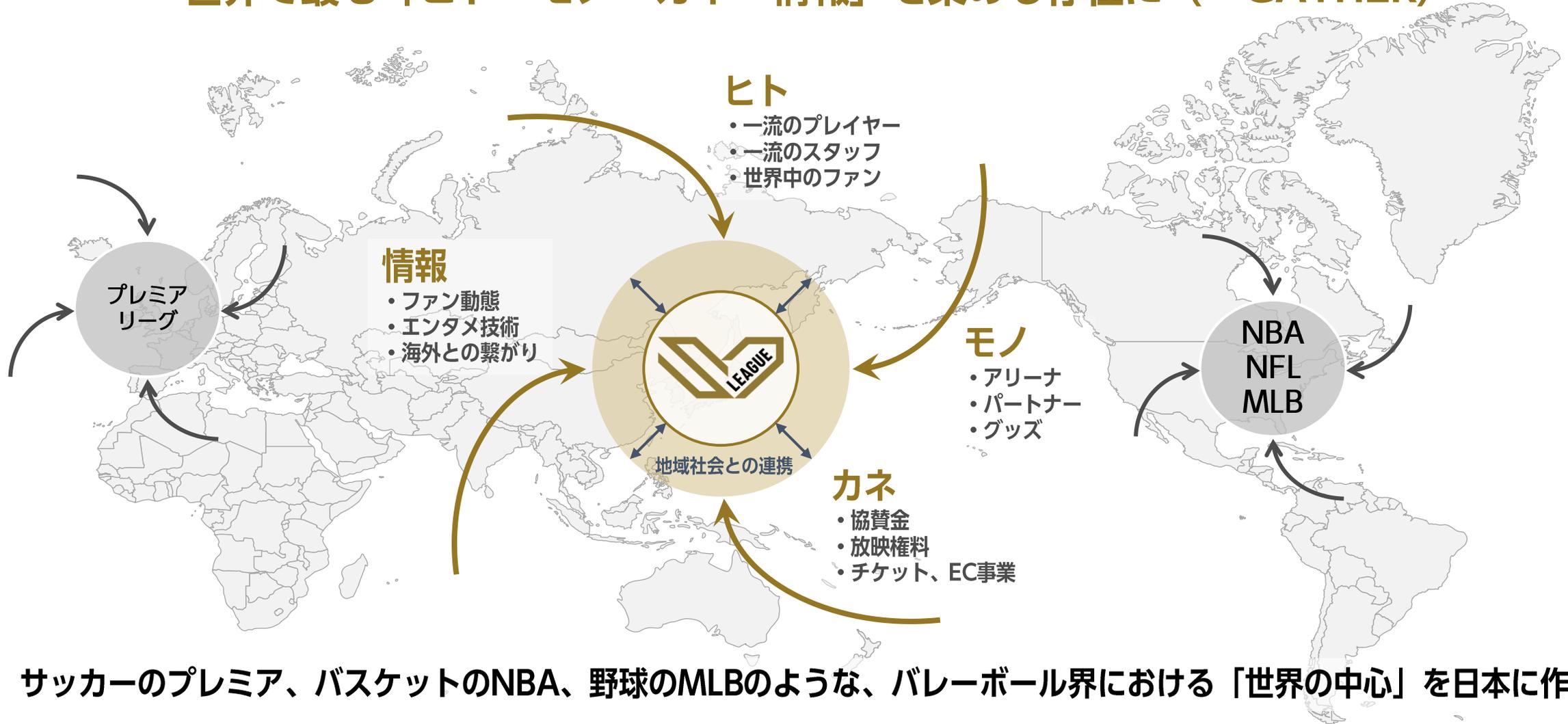


GATHER

～ 「価値のあるつながり」の源泉となる～

2 (2) ④ バリュー (やるべきこと)

世界で最も「ヒト・モノ・カネ・情報」を集める存在に (=GATHER)



サッカーのプレミア、バスケットのNBA、野球のMLBのような、バレーボール界における「世界の中心」を日本に作る

2 (2) ⑤ 体験指針

体験指針

ミッション/ビジョン/バリューを実現するために、SV.LEAGUEがどのような姿勢で、
どのような体験を提供していくかを定めたコミットメント

ATTACK THE TOP

頂点への挑戦

- プレイヤーのポテンシャルを最大限に高める挑戦
- 勇気と感動を生み出し続ける挑戦
- チーム・ファン・地域をつなげ、より良い社会へと導く挑戦
- 世界を歓喜と熱狂に巻き込む挑戦

全ての人々にとっての特別な体験を提供し続けることで、
人々が集い、世界を魅了する最高峰のリーグとなる。

2 (2) ⑥ エンゲージメント・スローガン

エンゲージメント・スローガン

ミッション/ビジョン/バリューを実現するために、SV.LEAGUEがどのようにステークホルダーを巻き込み、社会的価値を創発するかを定めた指針。

次の世界標準をここから。

前例や先入観の壁を超えて、自らが「次の世界標準」となり
人・世界が多様な視点や物差しをもつための起点となる

- (1) 「V.LEAGUE REBORN」の振り返り
- (2) 経営の軸
- (3) リーグ構造の再編 (2026-27～)**
- (4) KPI・KGIの設定

2 (3) ① SVリーグのプロ化

プロ化はSVリーグ成長の最大のドライバー
合わせて、オンザコートルール拡大の早期実施により国際競争力を高める

	～2025-26	2026-27～
クラブの「プロ化」		
クラブ運営法人のあり方	株式会社であること ※運営法人の独立化は求めない	<u>バレーボールを主たる事業とする運営法人（株式会社）</u> (運営法人の独立化)
リーグ実行委員の定義	代表取締役又は事業等の 専決権限を持つ者	クラブ運営法人の <u>代表権をもった取締役</u> （原則常勤とする）
クラブ決算公開化	定めなし	クラブ運営法人の <u>決算情報を公開化</u>
選手の「プロ化」		
プロ契約選手数の設定	定めなし	プロ契約選手数：1クラブあたり所属選手の <u>過半数以上</u>
競技力の向上		
オンザコートルール	オンザコート2 (外国籍2、アジア枠1)	<u>オンザコート3</u> (外国籍3、アジア枠1) ※既決定である2027-28からの外国籍枠拡大を1年前倒し

2 (3) ② 「SV.LEAGUE GROWTH」 の創設

リーグ全体の競争力の源泉となる厚い中間層の構築を目的として、
2026-27シーズンに「SV.LEAGUE GROWTH」を創設する



2 (3) ② 「SV.LEAGUE GROWTH」 の創設

2026-27シーズンより男女それぞれ大会方式を一部変更する

WOMEN

- ✓ 14クラブ・東西制に変更
- ✓ 対戦相手と平等に対戦できることを考慮しレギュラーシーズンを38試合に変更（自地区4回戦、他地区2回戦）
- ✓ チャンピオンシップは現在の方式と変更なし

SV・SVG間に入替を実施
(実施手法：入替戦)

- ✓ ライセンス取得状況を鑑み順次エクспанション
- ✓ SV昇格にはSVライセンスの保有が必須

SVリーグ

SV.GROWTH

MEN

- ✓ 12クラブ・1リーグ制で実施（各クラブと4回戦総当たり）
- ✓ 試合数は44試合を維持（将来的な試合数増加も継続検討）
- ✓ 最大16クラブまでのエクспанション実施
- ✓ チャンピオンシップは現在の方式と変更なし

16クラブにエクспанション
するまでは降格なし

- ✓ ライセンス取得状況を鑑み順次エクспанション
- ✓ SV昇格にはSVライセンスの保有が必須

2 (3) ③ リーグ拡大にあたっての課題

- ✓ SVGを含めたクラブの増加などを実現するにあたっての課題は多岐に渡る
- ✓ 下記以外の事項も含めて、継続的に課題解決を行っていく

☆SV開幕後の試合数増加に伴う課題／対応策

課題	大粒の対応策
審判・指導者の養成・確保	JVAとの連携（※1）
	自動判定導入によるラインジャッジ削減
平日開催の検討	カーディング設定
	追加費用の発生有無の精査
アリーナの確保	自治体との継続的な交渉、Bクラブとの連携
選手コンディション	トレーナー整備（人員増、コンディショニングコーチの設置必須化など）
	インジュアリー集約ツール導入（ONE TAP）、それによる分析と今後の打ち手の検討
	栄養指導、コンディショニング教育、講習会の実施

☆クラブの増加に伴う課題／対応策

課題	大粒の対応策
SVGクラブの成長促進	エクспанションを行う場合の実施目安設定
	SVGライセンス設計
	SVGの放送配信やマーケティング環境の整備
プロ選手の供給量の調整	エクспанションした場合、追加で日本人選手が何名必要か
	選手登録数の上限設定
	ホームグロウン制度の導入検討
地域分布（バレー空白県、地域を減らす）	レンタル移籍の活性化
	現在の地域分布状況の把握、理想的な地域分布の設定

※1 上記の事項も含めた諸課題解決について、JVAと協議・連携を今後も継続的に実施する

- (1) 「V.LEAGUE REBORN」の振り返り
- (2) 経営の軸
- (3) リーグ構造の再編 (2026-27～)
- (4) KPI・KGIの設定**

2 (4) KGI・KPIの設定

Strictly Confidential

【REBORN II】 KGI・KPI

2024-25シーズンでの進捗を踏まえて、KPI設定の項目、数値を修正する
目指すべきは“圧倒的世界一”

実現したい姿	KGI	2024-25
世界一事業規模の大きいリーグ	リーグ・クラブ総事業規模	249億円 (見込み)
世界一来場者数の多いリーグ	年間総来場者数	112万人

KGI	KPI	2024-25
リーグ・クラブ総事業規模	リーグ総収益	36億円 ※開幕特殊要因を除くと約30億円
	リーグ協賛額	16億円
	クラブ総収益	213億円
	チケット販売額 (クラブ+リーグ)	26億円
年間総来場者数	SV男子平均来場者数 (レギュラーシーズン)	3,021人
	SV女子平均来場者数 (レギュラーシーズン)	1,201人
	SVクラブ数	男子10/女子14
	リーグ・クラブSNSフォロワー数 ※対象：X・Instagram	186万人 ※25年6月時点

2027-28	2030-31
350億円	500億円
180万人	250万人

2027-28	2030-31
50億円	80億円 ※新規事業含む
25億円	40億円
300億円	420億円
45億円	80億円
4,000人	5,000人
2,000人	3,000人
男子12/女子14	男子14/女子14 ※2034-35：男子16クラブ にエクспанション検討
300万人	500万人

(参照) セリエA (伊)
約200億円 ※24-25推定、リーグ調べ
約100万人 ※24-25実績、リーグ調べ

(参照) 23-24実績
9.4億円
1.4億円
157億円
13億円
2,180人
964人 ※開催方式が異なる (集合開催実施)
V1 男子10/女子12
148万人 ※24年9月末時点

3. 2025-26シーズンからの主なレギュレーション変更について

3. 2025-26シーズンからの主なレギュレーション変更について

1) 競技ルールに関する変更

2025VNL/世界選手権で試験導入されている以下のルールを試験採用

- a) ポジショナルフォルト (レシービングチーム側)
- b) ダブルコンタクト

2) 2025-26大同生命SV.LEAGUE 試合実施要項の改正に伴う変更

- | | | |
|---------------------|--------------------------|---------------------|
| a) チャレンジ要求回数 | [Before] 1試合あたり3回まで | [After] 1セットあたり2回まで |
| b) テクニカルタイムアウト | [Before] 12点到達時に60秒間のTTO | [After] TTOは廃止 |
| c) 第2-第3セット間のインターバル | [Before] 最大15分まで延長可 | [After] 15分間 |

3) その他の変更

競技に関わる場内アナウンス

[Before] JURY [After] JURY・ファーストレフェリー・チャレンジレフェリー (ジャッジした者が説明)

4. Q&A



THANK YOU!

©2024 SV.LEAGUE