

Volleyball Worldと電通、日本におけるバレーボール・ネーションズリーグの さらなる成長に向けたパートナーシップを締結

ー 電通、世界最高峰のバレーボール国際大会でスポンサーシップ開発やマーケティング活動を支援 ー



Volleyball World（バレーボール・ワールド）※1と電通は、日本におけるバレーボール・ネーションズリーグ（VNL）のさらなる成長に向けたパートナーシップを締結しました。本パートナーシップのもと、電通はVNL日本ラウンドの「Commercial Growth Partner（コマーシャル・グロース・パートナー）」に就任し、2027年から2032年にかけて日本における商業権の運営を担います。スポンサーシップ開発、パートナー企業とのアクティベーション、統合的なマーケティング施策を通じて、両者は大会価値のさらなる向上と、ファン体験の一層の充実を目指します。



dentsu
tokyo / osaka / nagoya

※1 国際バレーボール連盟（FIVB）の商業部門として競技の世界的成長とファン体験の向上を担う事業会社
<https://en.volleyballworld.com/>

日本では、男子・女子日本代表チームの成長と躍進、国内リーグの盛り上がり、日本人選手の国内外での活躍に後押しされ、バレーボールの人気は高まり続けています。世界のバレーボール界においても日本は常に最大規模のテレビ視聴者数を記録しており、VNL日本ラウンドの観客動員数は2023年から2025年にかけて38%増加しました※2。2022年以降のVNL日本ラウンドで、男子・女子代表チームが出場した試合はすべて完売を記録しています。日本は、世界のバレーボール界において最も重要な市場の一つであり、最高峰の国際大会の一つとしてツアー形式で世界各地を回るVNLも、日本ラウンドを毎回開催しています。

日本市場のさらなる成長の可能性を背景に、Volleyball Worldと電通は今回のパートナーシップを締結しました。これにより、Volleyball Worldのグローバルなプラットフォームと権利ポートフォリオ、電通のスポーツマーケティングにおける豊富な専門知見・ノウハウや国内外の強力なネットワークが融合します。

本契約に基づき、電通はVNL日本ラウンドのコマーシャル・グロース・パートナーとして、スポンサーシップ開発を主導し、パートナー企業のアクティベーションを支援するとともに、メディアやデジタルプラットフォームを横断した統合マーケティング施策を展開します。Volleyball Worldと電通は協力し、ブランドやパートナー企業がVNLを通じてファンとつながる新たな機会を創出し、会場内やデジタルな接点全般を含む体験価値の向上に取り組めます。

さらに、本パートナーシップを通じて日本におけるVNLのプレゼンス向上を図るとともに、ファン、パートナー、そしてバレーボールコミュニティ全体に向けた革新的な体験の提供により、競技のさらなる発展と価値向上に貢献していきます。

Volleyball World CEO ウゴ・ヴァレンシ

「日本は、日本代表チームとVNLの双方に対する熱心な支持により、世界のバレーボールファン文化をけん引し続けています。このたび、電通をVNL日本ラウンドのCommercial Growth Partnerとして迎えられることを大変うれしく思います。電通が持つ高い専門性、日本市場への深い知見、そして日本のビジネスコミュニティとの強固なネットワークは、新たな事業機会の創出と、日本におけるバレーボールファン体験のさらなる向上に大きく貢献してくれるものと確信しています。」

株式会社電通 代表取締役 社長執行役員 松本千里

「Volleyball WorldやFIVBのグロース・パートナーとして、ネーションズリーグやバレーボール競技全体の発展に貢献できることを大変光栄に思います。これまで当社が培ってきたスポーツビジネスの知見と国内外のネットワークを生かして、ファン・企業・社会をつなぐ新たな体験価値を創出し、バレーボールによる“熱狂の醸成”を実現していきます。」

※2 Volleyball World調べ

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部

河南、竜野、永野、早川

Email : koho@dentsu.co.jp