

B.LEAGUE アリーナホスピタリティ推奨ガイドライン

2024.12

監修：株式会社 乃村工藝社

**B.LEAGUEが目指す“夢のアリーナ”は
地域戦略の起爆剤となる可能性を持っています**

地域の“Social Innovation Hub”

街の魅力向上や社会・地域課題の解決に向けて。B.LEAGUEホームアリーナは、ファン、関係者、地域の人々が“つながり”、地域の未来をつくるイノベーションが次々と生み出され、世界を魅了する場としての大きな可能性を持っています。

**さまざまな人々を「つなぐ」場にふさわしい
アリーナづくりへのアプローチが不可欠**

人々の“こころをつなぐ”おもてなし

地域の“Social Innovation Hub”として、施設管理発想ではなく、利用者目線での独自の価値を創出・提供するためのしつらえと運用が必要です。

多様な顧客体験を提供するためには
施設の設計と運用のあり方を統合したアリーナづくりの発想と視点

ホームアリーナづくりに求められる考え方

1. 利用者一人ひとりを主役としたサービス思考

利用者一人ひとりにフォーカスしたサービスで、ここだけ、いまだけの、こころ躍る非日常の体験を提供。

2. バスケットの感動で人をつなぐ場づくりへのトライ

さまざまな人々をバスケットのこころ躍る感動でつなぎ、地域に笑顔と活力、未来へのシティプライドを育む。

3. 地域らしさがつくるホスピタリティの創出

いわゆる高級感・豪華さとは異なる、独自の“ラグジュアリー・スタイル”、地域らしさと人々のこころをもてなす、オンリーワンのホスピタリティを提供。

幅広い利用目的の方々に対し、多様な顧客体験を提供し、アリーナが地域の“Social Innovation Hub”となるためには、計画段階から施設・空間と運用のあり方を一体で捉え、具体化していくことが必要となります

STEP 0

ホームアリーナ開発コンセプトの設定
地域としてのホームアリーナに期待する役割

STEP 1

必要施設機能の整理
※ホームアリーナ検査要項にて基準規定

STEP2,3の思考が大切

STEP 2

空間コンセプト
動線計画・空間デザイン・しつらえなど

運用コンセプトの設定
ターゲット別の利用ニーズ・期待値、提供体験価値など

STEP 3

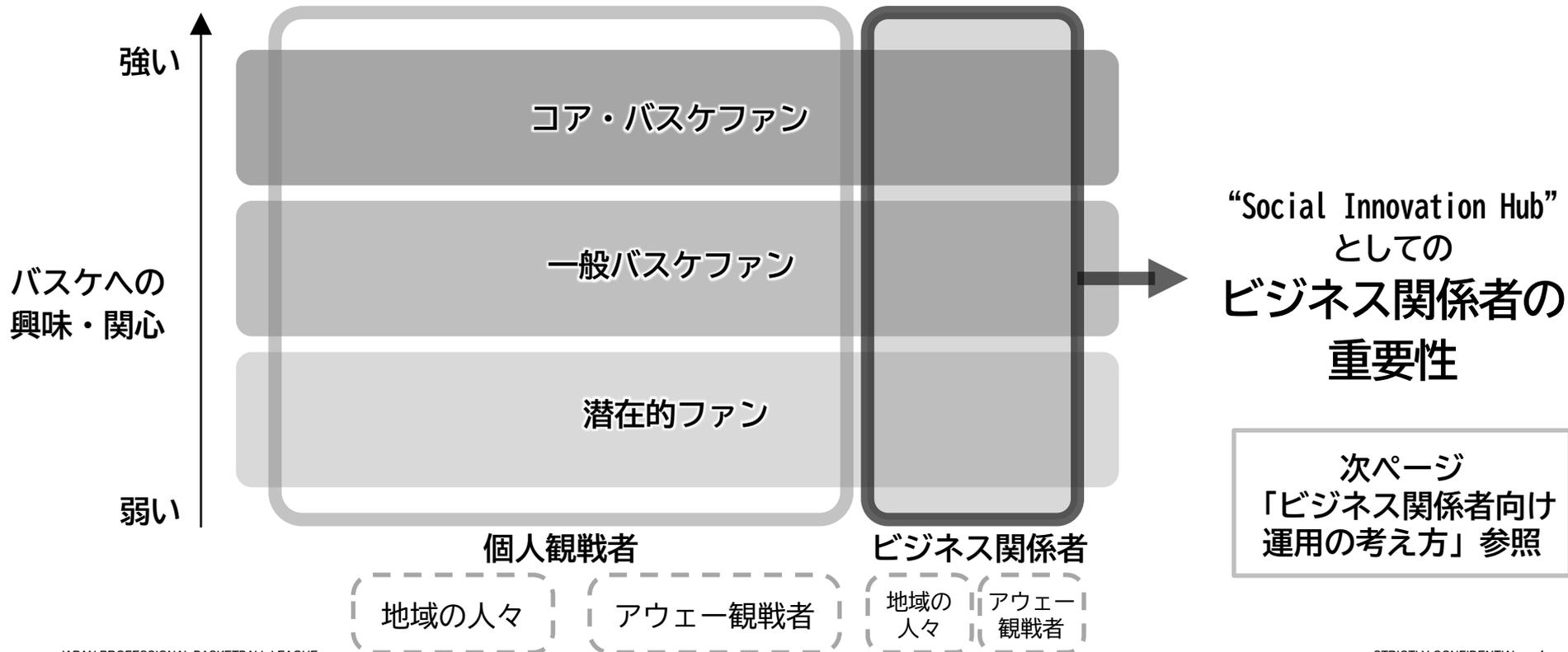
サービス設計
飲食・物販・付帯サービス内容

運営計画
接遇フロー、要員配置など

“Social Innovation Hub”としての
地域性検討

地域性・公設民設を踏まえたホームアリーナづくりの一体的展開

地域のHUBとして、コアなファンから一般の人々まで、
ビジネス関係者から個人観戦者まで、幅広い利用者が想定されます



アリーナ到着から退館まで一貫した体験ストーリーによる「いまだけ、ここだけ」のおもてなしの提供が重要

お客様を主役とした体験ストーリーに基づき空間、サービス、運営を統合して提供

	到着	試合前	試合観戦	試合後	退館
利用者意識・期待	お客様一人ひとりへの特別な対応	食と歓談、試合観戦が一体となった特別な時間への期待 (試合観戦だけではない特別な時間の楽しみ)			お客様一人ひとりへの特別な対応
体験価値提供	非日常との出会いと高揚感	試合の期待感 ドキドキ感	試合の感動と興奮 (スポーツの一体感を体験)	感動の振り返りと共有	感動を持ち帰る
専用空間	入館動線 (専用ゲート等)	スイート・ラウンジ スイートボックスおよびラウンジスペース ↔ 専用観戦座席			退館動線 (専用ゲート等)
空間性	<ul style="list-style-type: none"> 入場口付近での空間的な特別感演出 五感への演出 	<ul style="list-style-type: none"> スイートボックス、ラウンジまでの動線空間でのおもてなしの演出や装飾 	<ul style="list-style-type: none"> スイートボックス居室内、ラウンジ他にもビジネス懇談に対応した空間確保、もしくは機能的充足 専有席以外での試合観戦を想像したモニターなどの用意 	<ul style="list-style-type: none"> ラウンジなど感動の振り返りや余韻共有を行える場の用意 	<ul style="list-style-type: none"> ※到着時と異なる 入場口付近での空間的な特別感演出 五感への演出
サービス(例)	<ul style="list-style-type: none"> 専用の車寄せや駐車場手配 	<ul style="list-style-type: none"> ウェルカムサービス 試合・選手ガイダンス 一部、一般向けと異なる内容による飲食提供 	<ul style="list-style-type: none"> 個別オーダー対応などによるフリクションレスなドリンク、フード提供 試合進行に沿った提供フードの変更 	<ul style="list-style-type: none"> クラブ関係者・選手との交流 アフター飲食 	<ul style="list-style-type: none"> 記念品提供 記念撮影 誘導・見送り
運営(例)	<ul style="list-style-type: none"> 受付・案内スタッフの配置 誘導、案内 	<ul style="list-style-type: none"> お客様一人ひとりの要望に対応する“コンシェルジュ”的スタッフの配置 			<ul style="list-style-type: none"> 誘導・案内スタッフの配置

アリーナづくり 共通事項	<ul style="list-style-type: none"> ●一般来場者とともにビジネスユースもふまえ、会場設営・運営・サービス等におけるエンターテインメント性とビジネスホスピタリティー向上の両立を意識した計画の視点 ●様々なユーザーに対し、その満足度を高めるためのフリクションレス思考の視点 (スムーズな入退館、トイレ混雑の把握、ショッパの待機列やレジ対応改善 等) ●観戦前後の2時間程度の施設滞在におけるさらなるユーザー満足度向上の視点 (観戦座席の快適性向上のためのソフト・ハード見直しや改善※クッション性や着座幅・前後ピッチ、ドリンクホルダなど) ●通路ではない『人が集える』屋内コンコースや飲食ができる外部テラスなどでの共用飲食スペースの設定や工夫 等 ●地域との連携配慮、強化の視点 <ul style="list-style-type: none"> ・会場周辺への配慮 (敷地外での騒音、喫煙対策等) ・商店街、商業施設、宿泊施設など周辺施設との相互送客施策の連携(ポイント、スタンプラリー、LINE活用等) ・興行時における社会課題解決への取組(廃棄食材の堆肥化、リサイクルカップなどサーキュラーエコノミーへの取組検討) 等
-----------------	--

スイートボックス・ラウンジでのビジネス利用を意識した接遇視点の必要性

空間性	<ul style="list-style-type: none"> ・専用入退場口の設定 ・五感への演出など一般入退場口との差別化 ・専用通路の装飾や演出 ・非日常性を感じらえるスイートボックス、ラウンジ空間の装飾 <p style="text-align: right;">等</p>
サービス設計	<ul style="list-style-type: none"> ・施設事情やターゲット設定によるFB提供の検討(フルコース、ケータリング、ビュッフェ、弁当など) ・ここだけメニューの開発(限定メニューや専用カトラリー類、地元老舗とのコラボ、クラフトビールや醸造所とのコラボなど) ・専用駐車場、専用トイレの設定 ・興行後のアフターサービスの設定(クラブ関係者による解説、選手交流、アフター飲食や歓談時間確保、記念品手配など) <p style="text-align: right;">等</p>
運営計画	<ul style="list-style-type: none"> ・VIP、ビジネス利用を想定したタイムマネジメント(管理のしやすさでなく、おもてなしの発想) ・専任スタッフの手配(受付、誘導、コンセルジュなど) ・モバイルオーダーの設定 <p style="text-align: right;">等</p>
地域性検討	<ul style="list-style-type: none"> ・地域名産の飲食、物販への活用(特産食材メニュー、工芸物品コラボなど) ・地産材活用によるPR ・周辺教育機関連携(ホスピタリティサービスの就労体験、共創によるメニュー開発など) <p style="text-align: right;">等</p>