

中長期普及・マーケティング戦略

中央競技団体の経営力強化推進事業 (中間報告)

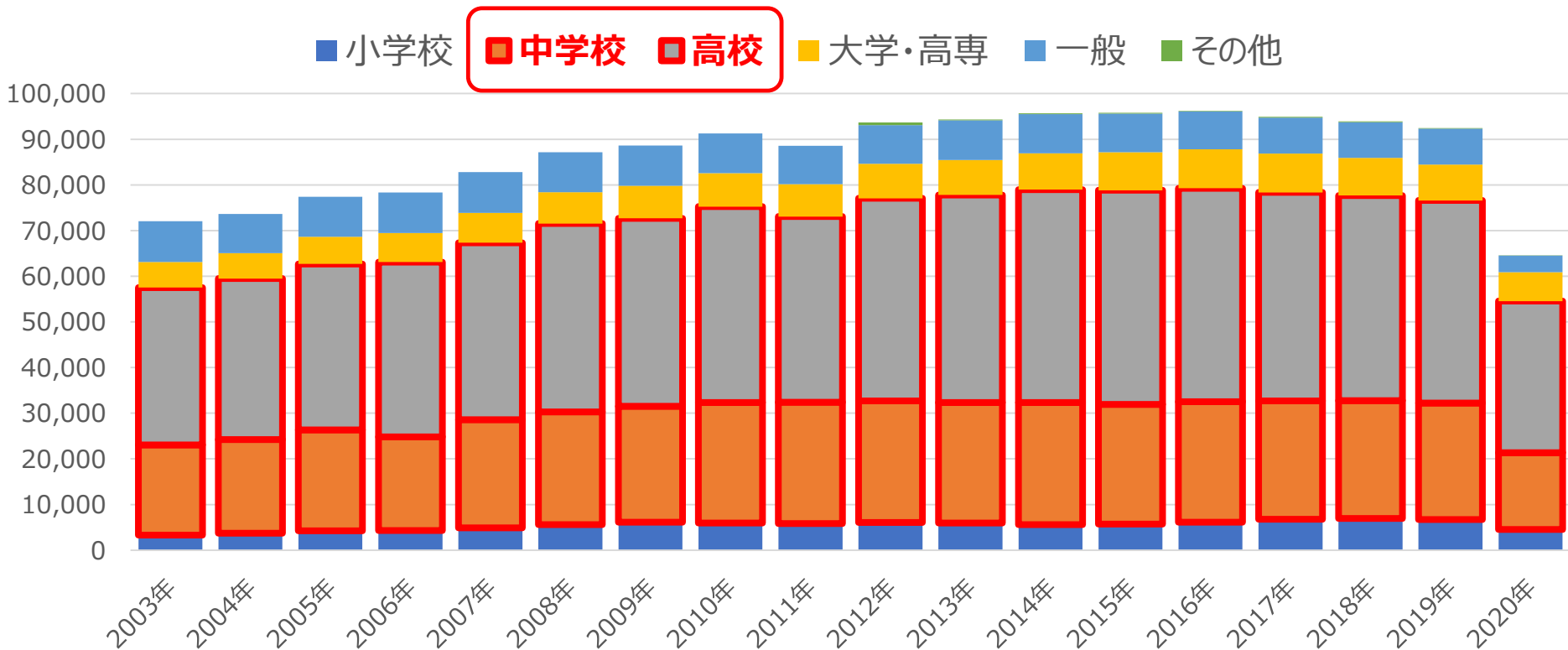
公益財団法人日本ハンドボール協会



応募背景（競技登録者の状況）と目的

- ◆ 2000年代の普及戦略 ⇒ 学校体育および学校部活動によってハンドボール愛好者を増やすこと
 - ✓ 学校教材として**学習指導要領**に「ハンドボール」を入れて、授業でハンドボールが出来るようにすること
 - ✓ 授業としてハンドボールを教えることが出来る**教員を養成**すること
 - ✓ **学校部活動**としてハンドボール部を増やすこと

この戦略が奏功し、少子化が進む中においても10代の登録者の増加が図れた



※ 日本ハンドボール協会登録システムより

応募背景（競技登録者の状況）と目的

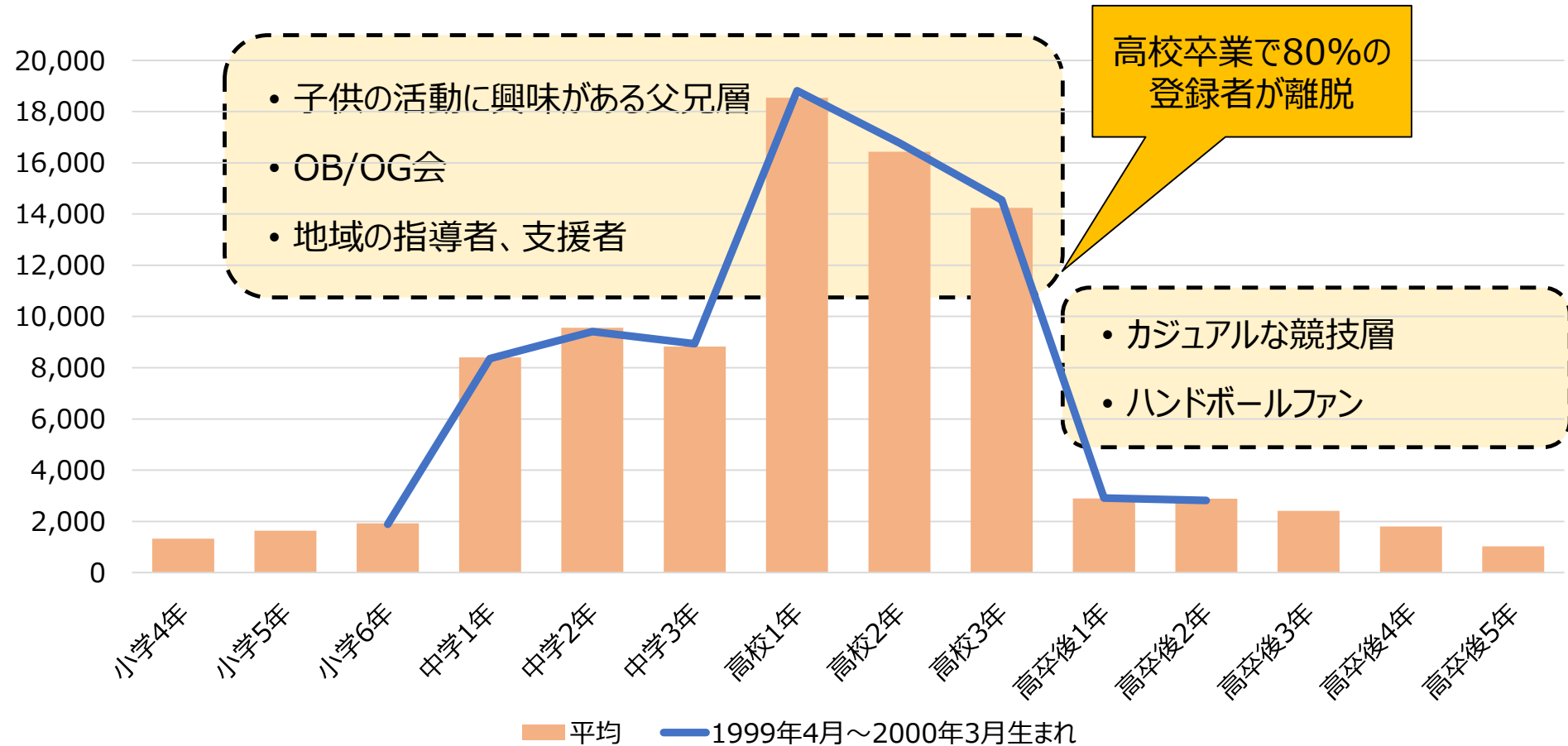
現行戦略の限界

- ✓ 少子高齢化の更なる進展や学校部活動の見直しの流れが加速
- ✓ 高校卒業と同時にハンドボール卒業



スポーツ立国戦略に沿った戦略へ

- ◆ 生涯スポーツとしてのハンドボール（マスターズ競技者の潜在需要）
- ◆ 「する人」「見る人」「支える人」の重視



応募背景（NFとしての本来業務）と目的

◆ 競技団体は全国の競技者から納めていただいている登録料で成り立っている。

1. 登録料に見合う価値を提供しているか？

各カテゴリーの代表活動など、トップ層は登録の価値を提供できているが、学校部活動が中心となる大半の競技者に対しては、大会出場資格以上の価値を提供できていない。

2020年
新型コロナウイルス感染症
の影響で大会が軒並み
中止となった

試合に出るため登録。
できれば登録したくない。

登録者が約30%減少



2. 適切な競技人口拡大が図れているか？

「国際大会での大活躍」だけに依存しない
競技人口拡大モデルが不可欠。

日本協会は何をやっているんだ。
地方協会の苦勞がわかっていない。



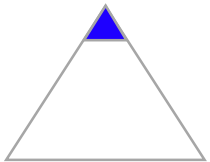
トップオフトップの集中強化

- 国際大会で優勝・メディア露出
- 憧れて競技をはじめめる子ども増加
(= 目覚ましい活躍がないとブームにならない)

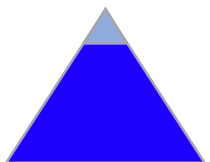
- (トップ層の強化はしつつも)
- 登録費を払っている競技者全体を意識
- 競技登録を続けるメリットをきちんと還元
- 離脱を減らし登録者数を拡大

従来型では強化に重点的に予算配賦されがちのため、地方協会のニーズとのミスマッチが生じる

従来型



目指す姿



応募背景と目的（達成したいゴール）

◆ 競技登録者増による受取会費収入の維持とハンドボールの価値向上による事業収益の増加

- ✓ 生涯スポーツとしてのハンドボール確立による受取会費収入を維持する。
- ✓ ハンドボールに関わる人の飛躍的増加により事業価値を向上させ、事業収益を倍増させる。

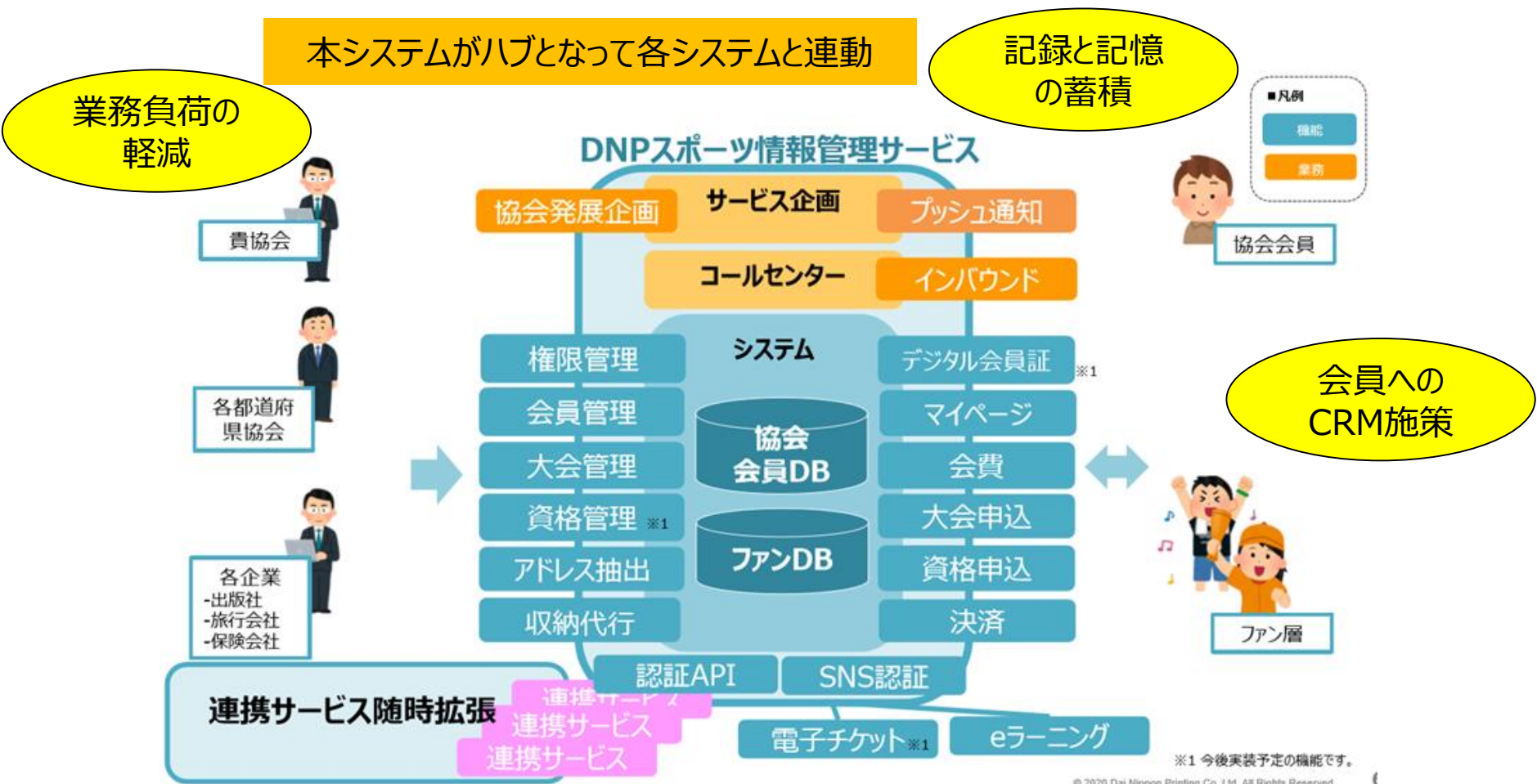


	2019年度		2021年度		2023年度
一般登録料	172,378		172,000	カジュアルなプレー機会	204,100
審判・役員等登録料	17,058		18,000		18,000
東京2020対応	93,527	強化支援金終了	0		0
その他	13,955	スポーツ庁助成金	26,000		26,000
受取会費	296,918		216,000		248,100
マーケティング・広告料収入	164,418	大口スポンサー離脱	80,000	新たな価値創出	170,000
入場料収入	13,319		13,000	観戦機会づくり	40,000
物販収入	25,097		25,000	幅広いファン獲得	40,000
賛助金収入	3,916		3,000		50,000
その他	14,888		15,000		15,000
事業収益	221,638		136,000		315,000
受取補助金	211,144	助成金削減	100,000		100,000
受取寄附金	35,800	強化支援金終了	10,000		10,000
受取負担金等	37,436		15,000	アスリート負担軽減	0
補助金等	284,380		125,000		110,000
経常収益	802,937		477,000		673,100

単位：千円

◆ JHA会員サイト（MY HANDBALL）
 大日本印刷（以下、DNP）のスポーツ情報管理サービスをベースに、審判や指導者も含めたすべてのハンドボール関係者向けの会員システムを構築する。

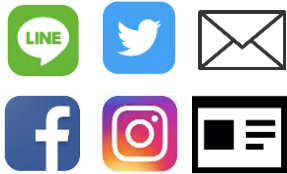
競技人口の全体像を捉え、関係者の余力を創出。様々な施策を打てる土台がついに整う。



◆ Over18

高校卒業後もカジュアルにハンドボールを続けられる機会・気運づくり。
ハンドボールに「本気～ゆるく」まで幅広く関わられる機会をつくることでハンドボール人口の向上に繋げていく。

各SNSメール、WEBサイト、
JHA会員サイトで知るきっかけづくり。

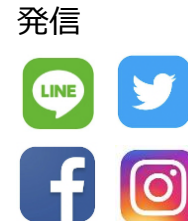


JHA会員
サイト

JHA会員
サイト

大会の個人成績やチーム成績を見たり、
プレー写真なども見て振り返ることができる。
また、その写真などを発信することで情報が広まる。

なんでもランキング (2019年度)	
XXXXXXXXXX...	1位
XXXXXXXXXX...	3位
XXXXXXXXXX...	20位



◆ 指導者・審判・競技役員サポート
最前線で競技に携わっている三者に対して、適切な研修機会や業務支援を提供する。

指導者向けサポート

技術指導の具体知識



- ✓ 他協会の事例も参考に、コンテンツを制作
- ✓ 必要な部分は動画やマンガ化し、利用しやすく

コンプライアンス研修

第1回インテグリティ委員会開催 (2019年1月28日)

JBAとしての喫緊課題「暴力暴言根絶」に向けての対応

① メッセージの発信

**クリーンバスケット、クリーンザゲーム
～暴力暴言根絶～**

○ 主題 (JBA、トップリーグ・団体共通) 「クリーンバスケット、クリーンザゲーム」
クリーンバスケット・・バスケットファミリー 全員の協力によりバスケットの価値を高める
 →**オフコートでのあり方**
クリーンザゲーム・・試合に関わる選手、コーチ、審判全ての協力で試合の価値を高める→**オンコートでのあり方**

○ 副題 (各団体で設定) JBAは「暴力暴言根絶」

会場にバナーの貼付、プログラムへの掲載

JHA会員サイトと連携により

- ✓ 受講歴の確認
- ✓ 指導年数に応じた報奨
- ✓ 指導者と指導者不足クラブのマッチング

なども可能に。

審判向けサポート



- ✓ 既存の「指導委員会Youtubeチャンネル」の資産も活用
- ✓ コンテンツをさらに拡充

競技役員向けサポート

- ✓ 大会参加者の抽出・一覧作成・結果のアップロードなど、従来のアナログ業務をJHA会員サイトで効率化

◆ 動画再活用

リーグの試合動画を再編集してPV化、横断的な露出による観戦きっかけづくり。
映像のチカラを活かして、ハンドボールを知る・興味関心が高まるきっかけをつくることで、ハンドボール人口向上を目指す。



次の戦い！



【JHLTVの改善】

撮影カメラや解説の追加、映像内での見せ方の工夫などこれまでの「ライブ配信で試合映像を流す」だけから、ユーザーが楽しめる工夫を実装していく。

【ダイジェスト番組製作】

毎週試合のダイジェストをウィークリーダイジェストなどとして、ハンドボール解説者などを交えて「わかりやすく」振り返っていく。
ハンドボール未経験者にもハンドボールの魅力を伝えることを意識した番組構成としていく。また試合以外にも選手のインタビューや密着映像などのコンテンツも入れていくことで、選手価値向上にも繋げていく。



【プロモーション映像制作】

撮影カメラを増やすことなどで映像の質向上に繋がり、様々な視点からハンドボールの魅力を映像を通して伝えやすくなる。その起点を活かし、試合ハイライトや試合告知映像を毎節制作していくことで、ユーザーにハンドボールの魅力を映像のチカラで最大限に伝えていき、興味関心を高め、ハンドボールファンの増加に繋げていく。



◆ 攻めの広報

ハンドボール自体のポジショニングを再定義。
 戦略的に特定選手(シンボルアスリート)の露出を強化。
 「ハンドボールをやってみたい」「やっていてよかった」の感情醸成。

【ハンドボールのポジショニングを再定義】

- 他競技から転向しても活躍できる可能性があるのはハンドボール
- 和気藹々と青春体験するならハンドボール

【戦略的なシンボルアスリートの輩出と露出機会づくり】



部井久アダム勇樹

現日本代表。小学生の頃はソフトボールをしていたが、タレント発掘キャラバンを機にハンドボールに転向し、高校3年生で日本代表に。



土井レミイ杏利

現日本代表。フランスリーグでプレーするなど世界も経験していきっている選手でありながら、ハンドボール以外でも注目を集め、TikTokのフォロワーは63万を超えるほどの人気。

企画内容（体制）

- ◆ 会長直下のプロジェクトチーム「戦略企画委員会」の組成
スポーツ庁の「スポーツ団体経営力強化推進事業（外部人材の流入促進）」も活用し、従来のネットワークではアプローチできなかった上級人材を好条件でメンバーに加えることができた。

ビズリーチを通じて
“ビジネスのプロ人材”を採用

4人の戦略プロデューサー（業務委託）



の中の人

デジタルマーケティング
水谷 晃毅



立ち上げに
参画

教育プログラム
森 亮人



コンシューマー向け
システム開発経験

JHA会員サイト
上村 陽子



元ボール
パーク部長

エンターテイメント
青田 竜之介



広報、経営
戦略を経験

経営戦略
小西 弘樹（現在は無償協力）

コンサルタント（無償協力）

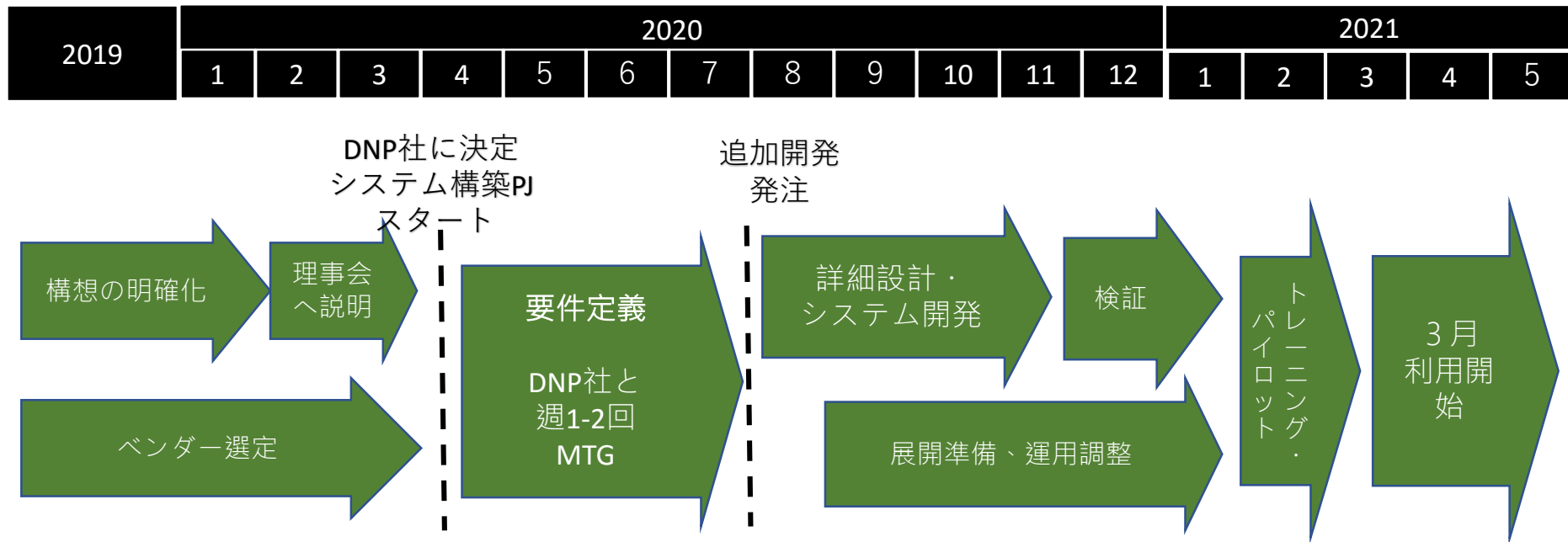


デロイト トーマツ グループ
ビジョン策定他
森松 誠二

アソシエイトディレクター
FC今治経営に参画

企画内容（スケジュール）

- ◆ すべてのプロジェクトのベースとなるJHA会員サイト（MY HANDBALL）の構築
システム開発、移行はどの業界でも難易度が極めて高い課題。
プロジェクトの構想の明確にして加盟団体トップへの説明を丁寧に行うとともに、実務レベルの理解度を高めて協力体制を構築することが極めて重要となる。



2020年12月現在、競技者関係者登録の機能を3月にスタートさせるべく準備中。