

**日本セーリング連盟**

**中長期重点戦略**

**公益財団法人 日本セーリング連盟**

**令和3年5月**

## 目次

(1)	戦略策定の背景 .....	3
(2)	戦略の目的 .....	3
(3)	策定の経緯 .....	4
(4)	戦略の計画期間 .....	4
I	中長期普及・マーケティング戦略の概要 .....	5
(1)	セーリングの提供価値・体験 .....	5
(2)	ビジョンと提供価値の関係 .....	6
(3)	戦略の構成 .....	7
(4)	中長期戦略の全体像 .....	8
II	3つの柱の普及・マーケティング戦略 .....	11
1.	もっと身近になる Easy Access .....	11
(1)	現状 .....	12
(2)	課題 .....	12
(3)	中期目標 .....	13
(4)	中長期戦略 .....	14
(5)	具体的施策 .....	15
2.	関わり続ける Open Community .....	18
(1)	現状 .....	19
(2)	課題 .....	19
(3)	中期目標 .....	20
(4)	中長期戦略 .....	21
(5)	具体的施策 .....	22
3.	もっと強くなる High Performance .....	25
(1)	現状 .....	25
(2)	課題 .....	25
(3)	中期目標 .....	26
(4)	中長期戦略 .....	26
(5)	具体的施策 .....	27

はじめに

## (1) 戦略策定の背景

公益財団法人日本セーリング連盟は、セーリング競技の国内統括団体として競技の普及・啓発に努めてきた。今後の活動の展開のために「JSAFビジョン」を策定したところである。

特に、スポーツ関連予算が縮小していく環境下でセーリングならびに当団体の活動のより一層の発展のためには、社会への価値創造を通じた普及ならびに、企業・自治体等のステークホルダーからの資金調達などの収益力向上が必須になってきており、幅広い普及・マーケティング活動を推進する必要性が生じている。また、当団体は令和2年度より会員数増加を図る「会員増強プロジェクト」と財政基盤改善のための「財政健全化プロジェクト」を実施しており、普及・マーケティング活動と一体的に推進する必要性が生じている。

さらに、スポーツ庁は中央競技団体の収益力強化を図るため、「中央競技団体による中長期普及・マーケティング戦略策定・実行に向けた手引き」を策定し、普及・マーケティング戦略の策定を促進している。

しかしながら、当団体では普及・マーケティングを含めたビジョン実現のための中長期の重点戦略が立案されておらず、各事業を所管する委員会を横断する包括的な施策・事業の推進が難しい状況である。

## (2) 戦略の目的

当団体の長期ビジョンである「JSAF 方針案」（令和2年策定）に基づき、公益財団法人として競技者に留まらない社会におけるセーリングスポーツの意義を発信し、多様な人材・資金などの資源を活用しながら団体の活動を持続的なものとし、競技の国際的地位の向上のための強化等を推進するため、収益力向上に不可欠な普及・マーケティングを含めた重点戦略を策定するものである。

### <JSAF 方針>

**セーリングをもっと楽しく**  
Maximize fun of sailing

 もっと身近になる Easy Access	 関わり続ける Open Community	 もっと強くなる High Performance
--	---	---

	認知	普及	強化	社会連携
もっと身近になる Easy Access	(1)-1. 一般の認知・関心の向上	○	○	○
	(1)-2. 気軽に始められるモデルづくり	○	○	○
	(1)-3. ファン拡大を通じたJSAF会…	○	○	○
関わり続ける Open Community	(2)-1. より健全な文化づくり	○	○	○
	(2)-2. 海洋教育やマリンスポーツと…	○	○	○
	(2)-3. 普及や強化を図る所属団体の…	○	○	○
もっと強くなる High Performance	(3)-1. ジュニア世代からの連続性の…	○	○	○
	(3)-2. 世界トップレベルの選手の輩出	○	○	○
	(3)-3. 選手を知り、応援しつづける…	○	○	○

### **(3) 策定の経緯**

戦略策定に当たっては、若手世代の検討チームが中心となり、現場の大学セーラーからアンケートなどの情報収集を行って戦略案を立案し、会員増強プロジェクト、財政健全化プロジェクトにて確認し、理事会に付議し、承認された。

### **(4) 重点戦略の計画期間**

計画期間は令和3年度～令和6年度の4年間とする。実施期間においては、施策・事業及び目標・KPIの達成状況についてモニタリング・評価を毎年度実施し、適宜改善・見直しを行うこととする。

# I 中長期重点戦略の概要

## (1) セーリングの提供価値・体験

・重点戦略のうち、普及・マーケティングにおける「する」「みる」「ささえる」ターゲットとセーリングの提供価値・体験については、下記の通りに整理した。

### <普及・マーケティングのターゲット・提供価値>

ターゲット		提供価値・体験
するひと	愛好家	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自然を体験することができる</li> <li>・海洋・沿岸環境を理解し、環境保全に貢献できる</li> <li>・水辺の危機管理・チームマネジメントを会得できる</li> <li>・ファミリー、友人、コミュニティとの交流を楽しめる</li> <li>・レースやクルージングに加え、他の水上アクティビティ、ハーバーで過ごす時間など、多様な仕方で余暇を楽しめる</li> <li>・生涯を通じて、年齢に応じた関わり方で、楽しみ続けることができる</li> </ul>
	競技者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・体格差に応じて艇種を選んで楽しめる</li> <li>・障がい者と健常者、老若男女のインクルーシブな競技で平等な価値観を醸成できる</li> <li>・多様な、変化する競技環境の中で、予測やリスクマネジメント、対応に関する思考方法を身に着けられる</li> <li>・競技中に外部の援助が得られないため、「自ら考え、自ら行動する」力がつく</li> </ul>
みるひと	ファン	<ul style="list-style-type: none"> <li>・景観として写真映える（フォトジェニック）</li> <li>・一緒に映り込める（インスタ映え）</li> <li>・観戦やイベントを楽しむことができる</li> <li>・SDGs など、セーリングの社会的価値に、コミットメントできる（海洋環境保全、海洋教育やジェンダー平等）</li> </ul>
ささえるひと		<ul style="list-style-type: none"> <li>・特定の選手の応援を楽しむことができる</li> </ul>
	スポンサー企業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SDGs への取組と連動しやすい。</li> <li>・実施者の高額所得者比率の高さ、幅広さ（ジュニアからシニア、ファミリーまで）が、ビジネスチャンスにつながる</li> <li>・自治体との結びつきが強く、ビジネスチャンスにつながる</li> <li>・スポンサー企業同士の交流機会が得られる</li> </ul>
	オフィシャルズ コーチ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・若い選手の育成やレースに関われる</li> <li>・セーリングに関わりながら自らのスキルを磨ける</li> <li>・選手と対峙し、お互いの成長を感じられる</li> <li>・SDGs など、セーリングの社会的価値に、コミットメントできる</li> </ul>
	自治体	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大会が複数日おこなわれるため、スポーツツーリズムなどによる地域活性化につながる</li> <li>・セーリングを特色とした観光客招致や、地域コミュニティの活性化につながる</li> <li>・SDGs への取組と連動しやすい。</li> <li>・水辺の安全や海洋環境保全などの自然教育の実現につながる</li> </ul>

## (2) ビジョンと提供価値の関係

・ビジョンと普及・マーケティングのターゲット・提供価値の関係については、下記の通りに整理した。

### <ビジョンと普及・マーケティングのターゲット・提供価値の関係>

	する	みる	ささえる	目標
もっと身近になる	<p>自然体験</p> <p>インスタ映え</p> <p>ファミリー交流</p>		<p>選手応援</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Start Sailing拡大 (経験者や友人に誘われて、子供体験を家族一緒に)</li> <li>疑似体験機会の創出</li> <li>インクルーシブセーリングの普及</li> <li>記念撮影、およびお気に入り選手写真のSNSアップ数拡大</li> </ul>
関わり続ける	<p>地域振興/社会貢献</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>ファミリーイベントの拡大</li> <li>セーラー(含むファン、オフィシャル)継続期間の伸長</li> <li>海洋環境保全への取組</li> <li>コミュニティの維持拡大</li> </ul>
もっと強くなる		<p>選手応援</p> <p>スポーツ観戦</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>観戦体験機会の創出</li> <li>国内レースの質向上</li> <li>見て楽しいレース(ツール/フォーマット)の開発</li> </ul>

### (3) 重点戦略の構成

重点戦略は「JSAF 方針案」の3つの柱「もっと身近になる」「関わり続ける」「もっと強くなる」を軸として立案しながら、特に重点的に実施すべき施策について、普及・マーケティングを含めて、横断的に検討を行った。各ビジョンにおける構成は以下のとおりとする。なお、毎年度戦略のすべての項目について見直しを行い、活動の改善に活用する。

#### ○現状

・当団体の状況や、置かれている社会環境についての分析をおこないとりまとめた。

#### ○課題

・ビジョンを達成するにあたっての当団体・社会環境に関する課題や原因の分析をおこないとりまとめた。

#### ○中期目標

・ビジョンの達成に向けて、重点戦略に関する中期目標を設定した。  
・普及・マーケティングの視点から、外部資源との関わりやインパクトが不可欠であることから、KPI（重要業績指標）についてはアウトプット指標<sup>1</sup>に加え、アウトカム指標<sup>2</sup>を計画期間の毎年度に設定した。  
・定量指標は網羅的な設定が難しいため、戦略や課題解決を代表すると考えられる定性的な目標も組み合わせて定めた。

#### ○重点戦略

・現状・課題・中長期目標を踏まえて、必要な重点戦略をとりまとめた。

#### ○具体的施策

・中長期重点戦略及び中長期目標を達成するために必要な施策についてとりまとめた。なお、具体的な実施事業については、加盟団体等と連携しながら予算化を図り実施するものとする。  
・なお、予算化など重点化する施策・事業については【重点】と明示する。

#### ○マーケティング施策

・重点戦略のうち、戦略及び中長期目標を達成するために必要なマーケティング施策が求められる施策について、マーケティング施策をとりまとめた。なお、具体的なスポンサー活動等については、具体的施策と組み合わせ、加盟団体等と連携しながら予算化を図り実施するものとする。  
・なお、予算化など重点化する施策・事業については【重点】と明示する。

<sup>1</sup> 団体内部の基礎指標（会員数、財政）や活動指標（イベント回数）など

<sup>2</sup> 団体自身ではなく、外部人材・環境の変化、与えたインパクトを示すもの（市民の認知度、参加者の満足度など）など

## (4) 中長期重点戦略の全体像

・中長期重点戦略について、JSAFビジョンに基づく目標と戦略の全体像は以下の通りに整理した。

### <中長期重点戦略の全体像>

JSAFビジョンとその内容	定性的目標	アウトカム指標	戦略
一般の認知・関心の向上	セーリングを知っている人が増えている	民間認知調査アンケートで全競技中62位→30番台（回答者の90%が	露出回数を増やすため、広報戦略に基づくコンテンツとしての魅力アップ、発信、メディアとの良好な関係構築やSNSコミュニティとの関係強化等を行う。
	セーリングに関心を持つ人が増えている	フォロワー・いいね・ツイート数・youtubeチャンネル登録数 記念撮影数	マーケティングに基づく広報戦略を立案し、競技に留まらないセーリングの多様な楽しみ方を、親和性の高いターゲットに、適切な情報チャンネルで発信する。広報力の強化に加え、魅力的なコンテンツとなる人物やイベントの発掘・連携・育成を行う。
セーリングを気軽に始められる	気軽に始められる環境がある	start sailing参加者数	子供のいるヤングファミリー層や、D&I・SDGsに関心のある層等、セーリングへの親和性や波及効果に基づくターゲット選定を行い、Start Sailingイベントを開催する。マーケティングに基づくターゲットの満足度向上を図り、SNSや口コミを通じた自発的な発信を促進することで、二次的な波及を狙う。加えて、適切な広告を行う事で、参加人数を増やし、地域やイベントスポンサーにとっての魅力を高める。
	セーリングできる環境が、誰にとってもインクルーシブに存在する。	女性、障がい者、高齢者のstart sailing参加者数	
	どこで始められるか知られている	情報提供サイト（JSAFが連携する既存外部プラットフォームを含む）へのアクセス数	
	体験した人が増えている	新規に実際乗った人の数start sailing認定証の発行数 体験者のSNS投稿数	
ファン拡大を通じた普及・マーケティング	観戦するファンがいる	Youtubeアクセス数 来場者数	ファンのセグメントごとのニーズに応じた、セーリングの魅力育て、それを楽しんでいただける環境を整える。楽しんだことを発信したくなる仕組みを構築し自発的波及を促したり、ファンとしての楽しみ方をセーリングの魅力として広報することで、ファンを拡大する。多様なファン層と親和性の高い企業にとっての、魅力を高める
	特定の選手を応援するファンがいる	選手のSNSフォロワー数	
	撮影を楽しむファンがいる	SNSアップ数 映え情報掲載数	
	ファン（みるひと、支えるひと）がセーリングをするひとになる	ファンの乗艇回数	Start Sailingを、ファン会員の会員特典やイベント・選手のファンサービスの一環として位置付けるなど、ファンをセーリングする人に変えていく仕組みを構築する。
	ファン（みるひと、支えるひと）が会員になる	ファン会員数	競技者やセーリングするひとだけではなく、ファンへの価値提供をJSAFが促進する仕組みを構築し、ファン会員を増加させる
	支える企業がいる	イベントスポンサー企業数	競技成績や、イベントの広告効果に加え、BtoBの交流の促進や、SDGsへの取り組みの場の提供等で、企業にとってのセーリングやセーリングイベントの価値を高める



JSAFビジョンとその内容		定性的目標	アウトカム指標	戦略
関わり続ける	より健全な文化	セーリングの多様な魅力をセーラーが知っている	ヨット遊びアンバサダー数	ジュニアから大学卒業までに、競技に偏らない、セーリングの多様な楽しみ方の体験を促進することで、競技引退後もセーリングを楽しめる、また、周囲にセーリングの楽しさを発信できるセーラーを育てる。個人や人生のステップごとの、多様な楽しみ方を受容し、多様なニーズを満たせるコミュニティを構築する。セーラーを取り巻く、非セーラーも重要なステークスホルダーと捉え、満足度を向上する価値提供を行う、
		家族や友人・知人を誘いたくなるコミュニティがある	ファミリーイベント来場者数	
		セーリングをしない人達でも居心地の良いコミュニティがある	ファミリーイベントに参加した非セーラー数 非セーラーのファミリーイベント参加回数、SNS投稿数	
	社会貢献	D&I、ジェンダー平等のための取組がされ、多様な価値観を受け入れられている	障がい者、健常者、老若男女が集うインクルーシブイベントの開催 NT選手が障がい者や老人施設との接点を持つ数	SDGs、D&I、地域貢献、水辺の安全やメタ認知教育など、セーリングの社会貢献を明確に定義し、それを推進・発信する。教育ツール、地域振興、企業CSRなど親和性の高いニーズを満たすプログラムやイベントを提供する。取組事例を発信することで、同様のニーズを持つ他のステークホルダーへの波及を狙い、セーリングの社会的価値を高める。
		地球温暖化対応や海洋環境保全などに貢献している	海洋環境保全への取組の参加数 NT選手の環境保全イベントへの出席数	
		学校教育に、セーリングが役立っている	セーリングを（部活ではなく）教育活動として取り入れている学校の数	
		自治体や地元企業、地域コミュニティに貢献している	共同主催イベントの開催数 地域イベントへのセーラーの参加数	
	所属団体支援	所属団体がセーラーの普及と強化に専念できている	所属団体加盟人数の拡大 所属団体による普及イベント開催数 レースオフィシャルズ/コーチの育成数	JSAFプラットフォームの整備等を通じて、所属団体が普及や強化など本来の活動にリソースを割けるようにする。  所属団体の社会貢献取組事例等を収集し、それを広く発信することで、当該事例のスポンサー企業にとっての価値を高める。また他の所属団体に同様の取り組みが広がる。これによりセーリング自体の価値を広く知らしめる。
		所属団体の取り組みが収益に繋がったり、他の団体に広がったりする	所属団体活動へのスポンサー企業数や共催数	

※D&I : Diversity & Inclusion、SDGs : Sustainable Development Goals

JSAFビジョンとその内容		定性的目標	アウトカム指標	戦略
もっと強くなる	連続性のある強化	競技力のみならず、社会的価値・企業にとっての価値のあるアスリートを育成する	セーリングを応援する市町村数	SDGs、D&Iや、地域貢献の教育を、全ての育成段階で取り入れる。社会や、子供にセーリングをさせる親にとってのセーリングの価値を高めることで、普及につなげる。また、企業にとっての価値の高い選手を育成することで、スポンサー企業獲得につなげる。また、多様性を受容できるコミュニティを醸成する。
		ファンサービスできる選手を育てる	ユース選手のファンサービスイベントの出口アンケート	ファンサービス力や情報発信力の育成を、強化の一環として取り入れ、ファン拡大による普及と、選手のスポンサー獲得につなげる。
		メディア・SNS・イベント等での発信ができる選手を育てる	ユース選手の戦略に沿った発信数と、SNS上での評価	
		競技のみでなく、ファンセーリングの楽しさを知っていて、それを発信できる選手を育てる	ヨット遊びアンバサダー数	競技に偏らない、多様なセーリングの楽しみ方の体験を、全ての育成段階で取り入れることで、生涯にわたってセーリングに関り続け、セーリングの楽しさを周囲に発信できるセーラーを育成する。
	世界レベルの選手の輩出	選手が、競技成績以外にも、社会に価値を提供する	メディアやイベント露出回数	トップ選手のプロモーションを、JSAFが戦略的に行う事で、世界レベルの有名アスリートに準じた、普及・マーケティング価値のある選手を作り出す。
		選手が、競技成績以外にも、ファンに価値を提供する	選手のファン数	
		選手が、競技成績以外にも、企業に価値提供する	スポンサーフィー総額 スポンサーオファー数 所属企業内での評価	
		選手が、競技成績以外にも、セーリングに価値提供する	その選手を目標にするセーラーの数	
	応援したくなる環境づくり	セーリング競技を分かりやすくする	レース観戦ツールの画像/映像を見て感動や興奮、興味を持つファンの増加	セーリング競技の弱点である、分かりにくさ、伝わりにくさを解消するため、最新技術を用いた視覚化の開発や、解説者の育成を行う。
		セーリング競技が分からなくても応援したくなる	非セーラーの応援者数	選手のアスリートとしての魅力や、社会的に価値のある行動など、セーリング競技が理解できていなくても応援したくなるポイントを見極め、戦略的に育て、発信する。
		応援自体を楽しめる	イベントのSNS発信数や、口コミ評価 イベント来場者数	応援者のコミュニティ作りや、イベントとしての楽しさを提供する。

# II3 つの柱の重点戦略

## 1. もっと身近になる Easy Access



### もっと身近になる Easy Access

セーリングを知る機会が増える  
→一般の認知・関心の向上

より多くの人々がセーリングに接点を持つ  
→気軽に始められるモデルづくり

より多くの人々が自分も競技を始めようと思う  
→ファン拡大を通じたJSAF会員数増加

より多くの人々が、セーリングに接する機会を増やし、身近に感じられる

#### 背景・意図

セーリングを知り、興味を持つ機会は極めて少ない。仮に知っていても、体験する機会は限られ、その魅力を感じることは簡単ではない。セーリング経験のある親でさえ、速く・高く・面倒だと感じて、子供に経験させることは少ない。興味を持った人がいても、体験や意欲を高める機会を用意できていない。

#### 課題・方向性

##### 1. 一般の認知・関心の向上

- ✓ 一般への広報・PRに力を入れ、広報の強化とWebを活用して競技の魅力を伝え続ける
- ✓ 大会やイベントの盛り上げ、スター選手の輩出などを通してメディアに取り上げられやすくする

##### 2. 気軽に始められるモデルづくり

- ✓ 興味を持ったら近く・安く・簡単に試乗できる、家族と一緒に体験できるなど、さまざまなニーズに応じてセーリングを始められる環境（人・道具・場所）をつくる

##### 3. ファン拡大を通じたJSAF会員数増加

- ✓ 継続的なコミュニケーションによって、継続的にファンを獲得する
- ✓ ファン自身が競技を始められるような機会を作り、結果として会員数増加を目指す

## (1) 現状

### ① 新規会員登録者数の減少

- ・会員登録数の傾向では、新規登録者が減少している状況である。他の競技団体と同様に、ほとんどがジュニア、高校生、大学生の競技大会参加者の新規登録のみで、社会人の新規登録は少なく、少子高齢化等の影響もあり、各年代の新規登録者数も減少が進んでいる。
- ・一方で、コロナ禍の影響もあり、ボート免許取得数などは増加傾向にあるが、マリンスポーツの普及が進む中で、セーリングへの新規流入を呼び込めていない。

### ② 認知・関心を持つファン層の未創出

- ・ヨット・クルージングなどのレジャー領域では認知度が高いが、スポーツとしてのセーリングは認知・関心が低く、セーリング競技参加か競技運営・応援しか関わり方が無かった。また、ファミリー体験・交流や、観戦イベントやスポーツツーリズム、写真や映像などのコンテンツ・SNS 投稿を楽しんだりするなど、多様なファン層の創出を試みてこなかった。

## (2) 課題

### ① 認知・関心を高めるターゲットを絞った戦略的広報ができていない

- ・世の中ではセーリングスポーツのメディア露出が殆どなく、日常に海に接点がないので、街で暮らす社会人にとっては身近なスポーツではない。また、レジャー時間の創出を考える子育ての年代である30~40代には、自分たちには関係のない世界だと感じられているだけでなく、子供の習い事としても認知されていない。
- ・広報機能が競技者向けのセーリング競技の大会情報等を発信するにとどまっており、認知・関心を高めるターゲットを絞った、コンテンツ・ストーリーを重視した戦略的広報ができていない。

### ② 気軽に始めて続けるための情報・環境が提供されていない

- ・これまでジュニア~大学生の競技者の継続を中心とした会員構成だったため、社会人・ファミリー層などが気軽に始めて続けるための情報・環境が提供されていなかった。各地のヨットクラブの運営人員・予算が減少していることから、近年レース指向性に偏り、ファミリーレースのような初心者が参加できるイベントが減少している。また、体験について発信する機会を促すこともしていなかった。

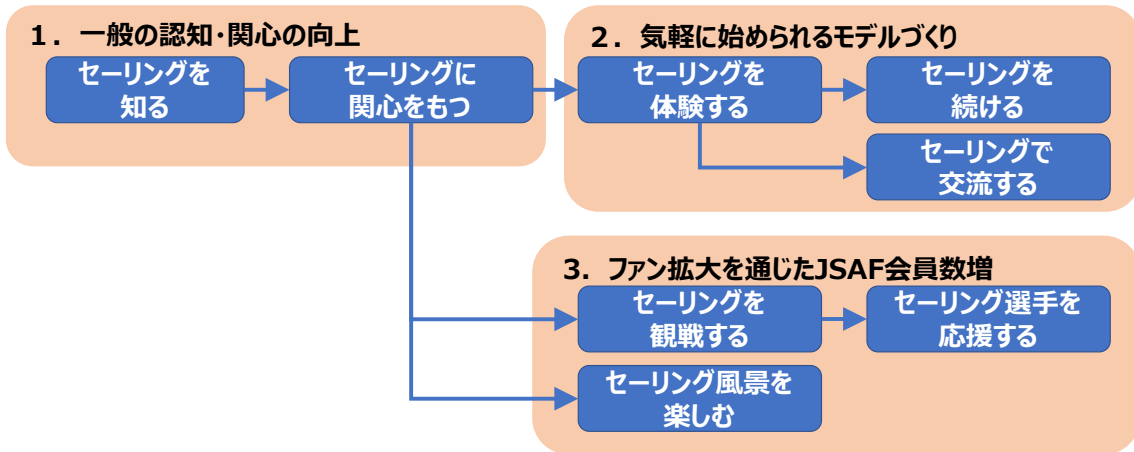
### ③ ファン層の創出

- ・競技者向けの観戦環境は提供できていたが、一般市民向けの観戦イベントや、スポーツツーリズム、エンターテインメントにつながる体験の提供、選手とのコミュニケーションの創出について、取組が行われていなかった。これらについて収益向上を図るマーケティング活動も行われていなかった。

### (3) 中期目標

・一般のセーリング・セーリングライフに関する認知・関心を向上させ、その後ジュニアを持つヤングファミリー中心にセーリング体験・継続者の増加を実現させ、かつファンを拡大してセーリングを観戦、応援、ツアーリズム等として楽しむ機会を提供して、マーケティングを図ることとする。

#### <「もっと身近になる」のロジックモデル>



#### <「もっと身近になる」の KPI>

分野	指標	令和6年度目標
1. 一般の認知・関心の向上	セーリングの認知度	民間認知度調査アンケートで 62位→30位台（回答者の 90%が認知）
2. 気軽に始められるモデルづくり	Start Sailing（セーリング体験プログラム）参加者数	累計2万人 （5,000人×4年間）
3. ファン拡大を通じた普及・マーケティング	ファン（SNS閲覧・再生数・イベント来場者数を基に算出） スポーツマーケティング調査を活用予定	累計40万人 （10万人×4年間）

## (4) 中長期戦略

### ① 一般の認知・関心の向上

- ・広報が競技者向けの情報提供に留まっていたが、セーリングについて、ターゲットごとに認知・関心を高められるよう、SNS等を活用した広報戦略の立案と、必要な人材育成を行う。

### ② 気軽に始められるモデルづくり

- ・ジュニアを持つヤングファミリー等にターゲットを絞り、体験イベント開催するとともに、関心を持つ層が情報を得やすいように、既存のアウトドア情報提供サイトや、連盟のウェブサイトでの情報集約・提供を行う。また、加盟団体が体験者向けのイベント企画をしやすいような備品・環境の提供を支援する。
- ・さらに体験者の満足度を高めたり、体験のストーリーを発信したりしてもらえるようなプラットフォームの構築などを行う。

### ③ ファン拡大を通じた JSAF 会員数増加

- ・SNS等に親和性の高い10~20代ファンや、スポーツ観戦、スポーツツーリズム・ファミリー交流に需要のある30~40代のファンが情報交換できるようなプラットフォームを構築する。
- ・ファン層を将来的には会員制度のなかで位置付けて、継続的コミュニケーションの構築と仕組みづくりを行う。

## (5) 具体的施策

### ① 一般の認知・関心の向上

#### 1) 積極的な PR 戦略の実施〈広報委員会と連携〉

##### ■ 事業内容

・加盟団体・委員会による事業の広報を展開する機能から、ターゲティング・マーケティングを主眼においた SNS 等でのコンテンツの発信を行い、フォロワー等とインタラクティブ・シームレスなプラットフォームを構築し、マーケティング情報収集にも活用する。

##### ■ 収益機会

従来の競技者と異なる、ファミリー層や若年層などの SNS フォロワー等の確保により、ライフスタイルや教育事業に関連する企業等の訴求コミュニティを形成することで、広告等による収益機会を得る。

##### ■ 専門家との連携

戦略的広報に向けた、専門家のコンサルタントによる具体的施策の検討。

## ② 気軽に始められるモデルづくり

### 1) 初心者体験会 Start Sailing <普及指導委員会と連携>【重点施策】

#### ■ 事業内容

キッズやジュニア、ファミリー層など初心者のセーリング体験者向けのイベントを加盟団体（ディングー・クルーザー問わず）と連携して開催する。参加者には「Start Sailing 認定証」を発行し、その後のセーリングの継続や、観戦・応援、撮影などの多様なファンシーンにおいてプライドをもって進んでもらえるようにする。イベントはマリナ等での通常のセーリング体験会のほか、ランドヨット、プール等でのサーフヨット、ラジコンヨットなどの、場所・時間帯を広く受け入れられるようツールを用いる。また、競技ヨットレース以外のゲームフォーマット（ファミリーレーレース、アヒル集め、鬼ごっこ、スポンジ投げ）の要素も取り入れ、遊びながら体験できるようにする。

#### ■ 収益機会

従来の競技者と異なる、ファミリー層や若年層などの SNS フォロワー等の確保により、ライフスタイルや教育事業に関連する企業等の訴求コミュニティを形成することで、広告等による収益機会を得る。

### 2) 既存プラットフォームにおける体験情報提供 <広報委員会と連携>

#### ■ 事業内容

既存の各種アウトドアアクティビティの予約サイト・雑誌等に加盟団体の体験会等の情報提供ができるようにする。独自のプラットフォームを構築せずに、近接する志向をもつファミリー層等にコンテンツを提供することで、訴求する企業の分析を行ったうえでマーケティングができる。

#### ■ 収益機会

セーリングより広いアウトドアアクティビティ関連企業とのコラボレーション・広告などで収益機会を得る。

### 3) 加盟団体のセーリング体験会マッピング <普及指導委員会と連携>

#### ■ 事業内容（普及指導委員会で実施中）

加盟団体等のセーリング体験のマッピング（Fun Sailing 体験セーリングマップ）に、SNS と連携した投稿機能やコンテンツ紹介機能を付与して、体験者の顔の見える PR コンテンツとする。

#### ■ 収益機会

周辺の施設・飲食店等のコラボレーションによる広告等の収益機会を得る。

### 4) 先進団体の専門家のコンサルティング・招聘 <国際委員会・普及指導委員会と連携>

#### ■ 事業内容

先進団体であるワールドセーリングや英国ヨットクラブ（Royal Yacht Association）などのマーケティング担当・専門家のコンサルティング支援を受けて、普及・マーケティングの戦略および施策についてアドバイスをもらう。



### ③ ファン拡大を通じた JSAF 会員数増加

---

#### 1) SNS を活用したファンコミュニティの構築 <広報委員会と連携>

---

##### ■ 事業内容

スポーツ参加・観戦等へのニーズが多様化しているため、ポータルなどの文字情報・掲示で取りまとめず、既存の SNS で動画・写真の視覚情報を中心として投稿・メンション、ハッシュタグでのキャンペーン実施などを通じて、ボトムアップでファンが交流し自然的にコミュニティを形成できるようにする。また、セーリング選手も顔が見える形で身近に接することができるようにコンテンツを整備する。さらに、選手以外の SNS インフルエンサーを養成して、ファンの訴求を内発的に行えるようにする。

#### 2) リアルでわかりやすい観戦体験の提供 <広報・レースマネジメント委員会と連携>【重点施策】

---

##### ■ 事業内容

観戦が難しかったセーリングレースにおいて、トラッキングシステム・アプリ、ドローンによる簡易な海面撮影、オンボードカメラと VR/AR 体験を駆使して視覚的にわかりやすいレース観戦プラットフォームを構築する。また、実況等のコンテンツ発信者も養成し、わかりやすい観戦・イベント体験を提供する。

##### ■ 収益機会

エキサイティングなスポーツ体験や新たな切り口での洗練されたコンテンツ提供により、観戦自体をイベント化することで、技術を持った IoT 企業等の広告等による収益機会を得る。

#### 3) ラグジュアリー層の観戦船 <事業開発委員会・レースマネジメント委員会と連携>

---

##### ■ 事業内容

海外のスポンサーレースに見られるように、オンサイトにおける BtoB 交流ラウンジ機能として、ヨットオーナーや高年収所得層を対象としたラグジュアリー観戦艇を提供する。

##### ■ 収益機会

ラウンジ機能の魅力を高め、観戦者からのチケット収入を収益機会とする。

## 2. 関わり続ける Open Community



### 関わり続ける Open Community

誰もが気軽に参加できるコミュニティがある  
→より健全なセーリング文化の醸成

セーリングを楽しむために海洋環境を守る  
→海洋教育やマリンスポーツと連携した社会貢献

より多くの人々がセーリングを続けやすい環境がある  
→普及や強化を担う所属団体の支援

### 多様な人々が関わり、生涯を通じてセーリングを楽しみ続けられる

#### 背景・意図

既存のコミュニティと文化に起因して、セーリングと距離を置くことを選択する人が一定数いる（多様性への不寛容やハラスメント感覚欠如など）。多くの団体において組織の運営・維持は大きな負担となっている。生涯スポーツとしてセーリングを楽しみ、活動を継続することを、支援・指導する人材が全国的に不足している。他のマリンスポーツや地域社会などの連携を通じた自然体験や海洋教育の可能性を活かしきれていない。

#### 課題・方向性

##### 1. より健全な文化づくり

- ✓ スポーツマンシップと多様な価値観を重んじる文化をつくる（ハラスメント等を排除する）
- ✓ セーラーが、家族や友人・知人を誘いたくなるコミュニティをつくる

##### 2. 海洋教育やマリンスポーツと連携した社会貢献

- ✓ 海洋環境保全やシーマンシップ教育などにより、持続可能な社会の実現に貢献する
- ✓ マリンスポーツや地域社会などとの連携を通して、多くの人々が学び、楽しめる機会をつくる

##### 3. 普及や強化を担う所属団体の支援

- ✓ 組織運営や事務手続きの効率を高めて、各団体がセーラーの普及と強化に専念しやすくする
- ✓ 社会の変化に応じて、より透明性の高い組織運営と効果的な役割分担を行う

## (1) 現状

### ① セーリングライフの継続の難しさ

- ・大学ヨット部を卒業する会員のアンケートでは、可能であれば個人・友人らとのセーリングライフを継続したいという考えが主流を占めている。しかしながら、競技中心の情報・環境提供が主要であったため、レジャーとして乗りたくても乗る艇がない、一緒に乗るメンバーがいない、楽しく出場できるレースがないなどの問題がある。
- ・2016年に10,551名だった会員数が、2020年度には9,375名と4年間で1,200名（約11%）の減少を示している。中でも、一般会員の減少が著しく、6,181名から4,896名と同期間で1,285名（21%）の減少になっている。

### ② セーリング環境の活用可能性

- ・セーリング競技は自然環境の中で実施され、リスク管理・マネジメント能力の育成も求められる。スポーツを通じた社会変革が行われている中、セーリング競技・環境はSDGsの推進や学習機会の提供を行うことができるポテンシャルを持っている。

## (2) 課題

### ① 多様なセーリングライフの提供

- ・実業団ヨット部の衰退から、大学から社会人に移行した際の会員減少が著しく、また、高齢化の影響で活動できる運営者も減少し、オープンレースが減少している。また、セーリング経験者として友人・家族を体験・レジャーに誘う機会の提供も行われてこなかった。

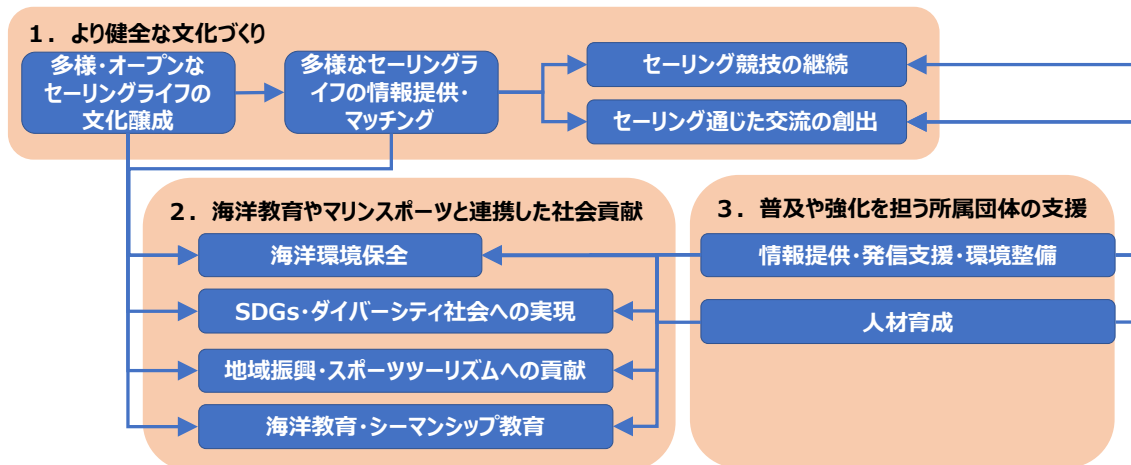
### ② セーリングを通じた社会貢献の機会の不足

- ・セーリングが海洋環境保全活動、海洋教育・シーマンシップ教育や、SDGs・ダイバーシティの実現、地域振興・スポーツツーリズムなどに多様に貢献しうる自然の中でのインクルーシブスポーツでありながら、こうした貢献を志向するセーラーのための活動機会の提供や人材育成を行ってこなかった。

### (3) 中期目標

競技セーラーが継続して多様なセーリングライフを継続できるような文化醸成とオープンな情報提供の環境を作るとともに、海洋教育やマリンスポーツなどの社会のニーズに応じた貢献活動におけるマーケティングにより企業・自治体等への価値創造を行いマーケティングを図ることとする。

#### <「関わり続ける」のロジックモデル>



#### <「関わり続ける」の KPI>

分野	指標	令和6年度目標
1. より健全な文化づくり	既存セーラーが気軽参加できるイベント参加者数	累計 16 万人 (4 万人×4 年間)
2. 海洋教育やマリンスポーツと連携した社会貢献	社会貢献（オープン・コミュニティ）の盛り上がりの評価指標はリピーター数	累計 2 万人 (5,000 人×4 年間)
3. 普及や強化を担う所属団体の支援	普及イベントのスポンサー企業数や共催団体数	1,000 件(社/団体) (50 地区×20 件)

## **(4) 中長期戦略**

### **① より健全な文化づくり**

・競技セーラーの会員継続のため、ニーズに応じたオープンな情報提供と、コミュニティの文化醸成を行う。

### **② 海洋教育やマリンスポーツと連携した社会貢献**

・海洋環境保全活動、海洋教育・シーマンシップ教育や、SDGs・ダイバーシティーの実現、地域振興・スポーツツーリズムなどに多様に貢献しうる自然の中でのインクルーシブスポーツとして取組を展開する。

### **③ 普及や強化を担う所属団体の支援**

・各地の加盟団体等がセーリング活動及び関連事業を通じて行っている社会貢献（SDGs 推進、ダイバーシティー社会の実現、海洋教育、環境保全等）の取組の情報やストーリーを可視化する。

## (5) 具体的施策

### ① より健全な文化づくり

#### 1) 既存セーラーが継続しやすいイベント実施<レースマネジメント委員会、加盟団体と連携>

##### ■ 事業内容

・会員の中心が競技セーラーであり、収益構造の見直しに当たってもベースとなる既存セーラーの取り込みが不可欠であり、既存セーラー（学生卒業セーラー）が家族や友達を連れて楽しめるイベント・ファミリーレース等を開催する。

#### 2) セーラーのマッチング・レンタル艇配備<普及指導・外洋常任委員会、加盟団体と連携>

##### ■ 事業内容

セーラーのセーリングライフの継続と、シェアリング・エコミーの仕組みを活用するため、クルーザー・ディングーを含めてセーラーが乗艇できる艇の情報を提供したり、希望乗艇環境情報を共有したりするマッチングの仕組みを構築する。また、主要ハーバーにおいて低価格レンタル艇の配備を行う。

##### ■ 収益機会

自治体の施設使用や艇管理の支援を受ける免税措置などの仕組みづくりを検討。また、レンタル艇への広告露出によるスポンサーの確保

#### 3) eSailing を通じたセーリングの普及・強化

##### ■ 事業内容

eSailing の普及及びコミュニティ形成を行うとともに、国内外の大会開催・参加支援などによって競技力向上のための強化を推進する。また、リアルなセーリングスポーツの理解・指導にも活用するため、指導者・大学・加盟団体等での実践を推進する。強化選手などの参加による情報発信も行う。

##### ■ 収益機会

e スポーツや大会開催、デジタルコンテンツに関心のあるスポンサーの確保

## ② 海洋教育やマリンスポーツと連携した社会貢献

セーリングライフを楽しみながら、社会貢献の取組に参加できる事業について、加盟団体の取組や、企業・自治体との連携で実施されるものを包括的にインテグレートし、シームレスにした「オープン・コミュニティ」プログラムに位置づける。各種イベントへの参加によりリピーター・発信者を創出する。【重点施策】

### 1) パラスポーツを通じたインクルーシブイベント＜障がい者推進委員会、加盟団体と連携＞

#### ■事業内容

日本各地でパラセーリングを実施している団体の協力を得て、地域（地元企業）参加のインクルーシブイベントを開催する。出場選手のほかに、サポートボランティアも地域（企業）から参加してもらい、障がいを持った方のサポートの仕方などを学ぶ。

#### ■収益機会

障がいを持つセーラーと合同レースの場を設けることで企業の多様性教育の場に活用してもらう。東京では、すでに外資系金融会社2社がインクルーシブセーリングを従業員教育に活用した例がありノウハウを持つ。インクルーシブセーリング大会へのスポンサーや、ヨットのオーナー制度を導入する。ヨットオーナーの企業名はセールに印刷される。

### 2) 海洋プラスチック調査プロジェクト＜環境・外洋常任委員会、加盟団体と連携＞

#### ■事業内容

SDGs 推進の一環として、海中のマイクロプラスチックを採取するチャリティレースを開催する。専門機関と共同でコースを定めて採取をし、専門機関での分析を発表する。船を完走することで募金を募り、収益金は海洋汚染防止に役立てる。

#### ■収益機会

レースには企業スポンサーを募る。分析結果は、専門誌への掲載のほか、スポンサー企業においても公表機会を創る。また、学校教育機関との連携し、レースの様子を紹介と海洋プラスチックごみの実態について講義する機会を模索する。募金はチャリティへ、スポンサーによる収益は活動費用に充当する。

### 3) セーリングを通じた海洋教育・安全教育＜普及指導・外洋安全委員会、加盟団体と連携＞

#### ■事業内容

欧米では非認知能力の向上にセーリング教育が貢献することが評価されている。地域、もしくは学校との連携で、セーリングを通じてチームマネジメント・リスク管理に係る学びを得る機会を提供する。正しいライフジャケットのつけ方や便利なロープの結び方など、海辺に行かなくても学べる知識を、子供たちの教室や地域の集いの場で講義する。また、スポーツツーリズム、マリンレジャー振興などの重要性について海洋教育の観点で学習する機会を学校等に提供する。

#### ■ 普及機会

マネジメント・海洋教育によって、海洋・マネジメントやセーリング競技にも興味を持ってもらう

#### ■ 収益機会

海洋環境保全やスポーツリズムに関心のある企業の支援による教育教材開発やセミナーイベント開催により、企業の取組アピールを支援する

### 4) 強化拠点のマリーナを通じた地域振興<普及指導・外洋常任委員会、加盟団体と連携>

#### ■ 事業内容

各地に指定された強化拠点を中心として、イベント等でオープンな環境として活用し、スポーツリズムを喚起するとともに、周辺自治体・商店街等に対する地域振興を目的としたイベント・大会等を開催する。

#### ■ 収益機会

マリーナ周辺地域の振興に関心のある企業・自治体が、企業マーケティングや地域ブランディングの協業を実施して、地域・企業価値の向上を図れるよう支援し、収益機会とする。

### ③ 普及や強化を担う所属団体の支援

#### 1) 加盟団体等の社会貢献の取組の可視化<普及指導・外洋常任委員会、加盟団体と連携>

#### ■ 事業内容

各地の加盟団体等がセーリング活動及び関連事業を通じて行っている社会貢献（SDGs 推進、ダイバーシティ社会の実現、海洋教育、環境保全等）の取組の情報やストーリーを可視化する。JSAF が事業を実施するのではなく、各地の取組を社会貢献の視点で価値を発信する機能を果たす。

#### ■ 収益機会

社会課題の解決に関心のある企業が、JSAF のとりまとめた各地の社会貢献活動を把握して、企業マーケティングや地域ブランディングの協業を実施して、企業価値の向上を図れるよう支援し、収益機会とする。



## 3. もっと強くなる High Performance



### もっと強くなる High Performance

選手の可能性を引き出す育成システムがある  
—ジュニア世代からの連続性のある強化

より多くの選手が世界最高の舞台上で活躍する  
—世界トップレベルの選手を輩出し続ける

より多くの人が選手を応援し、喜びを共有する  
—選手を知り、応援したくなる環境づくり

### より多くの人々が、トップ選手を応援・支援し、喜びを分かち合える

#### 背景・意図

世界トップレベルの選手の輩出は、普及・強化・メディア価値の視点から不可欠である。今後は予算と人材に限られるなかで、才能ある選手の発掘と連続性をもった強化がより重要となる。また、ジュニア・高校・大学などのステージを超えて、意志のある若い選手が、キールボートを含んだ競技を続けられる支援も必要となる。

テクノロジーの進化により、競技の理解のしやすさが飛躍的に高まり、「観る」「支える」といった関わり方、楽しみ方が生まれる可能性がある。トップ選手の社会的な貢献もこれまでに以上に重要となる。

#### 課題・方向性

##### 1. ジュニア世代からの連続性のある強化

- ✓ キールボートを含むステップアップの道筋を明らかにし、一貫した競技力向上プログラムを定める
- ✓ ジュニア・ユース世代の指導者の発掘・育成と保護者を含む選手支援プログラムを定める

##### 2. 世界トップレベルの選手の輩出（オリンピックのメダル獲得+キールボート最高峰レース参戦）

- ✓ 選手間の相互学習、より高度なIT/データ/科学的知見の活用など、より組織的な強化を実現する
- ✓ 広報・マーケティングによりスポンサーを獲得し、強化資金を戦略的に配分する

##### 3. 選手を知り、応援したくなる環境づくり

- ✓ ファンがトップ選手を応援し、交流できる大会・イベントの企画と運営を実現する
- ✓ セーリングの発展に向けたトップ選手・指導者の役割を定め、必要な教育と支援を行う

## (1) 現状

- ・オリンピックや世界選手権等の国際大会においても活躍するトップアスリート選手が増加している。
- ・ジュニア・学生の育成に当たっては、加盟団体・クラスごとに縦割りとなっており、ディングー・クルーザーを含めた横断的なセーリング能力の育成・向上環境が無い。
- ・現状は競技面での選手育成が中心となっているが、スポーツを通じた理念・ストーリーの発信や社会貢献などのアスリートの人間的成長を促す仕組みはない。また、選手の活躍がスポーツに関わる人や社会貢献を志す人の励ましになるような仕組みづくりを連盟として行っていない。

## (2) 課題

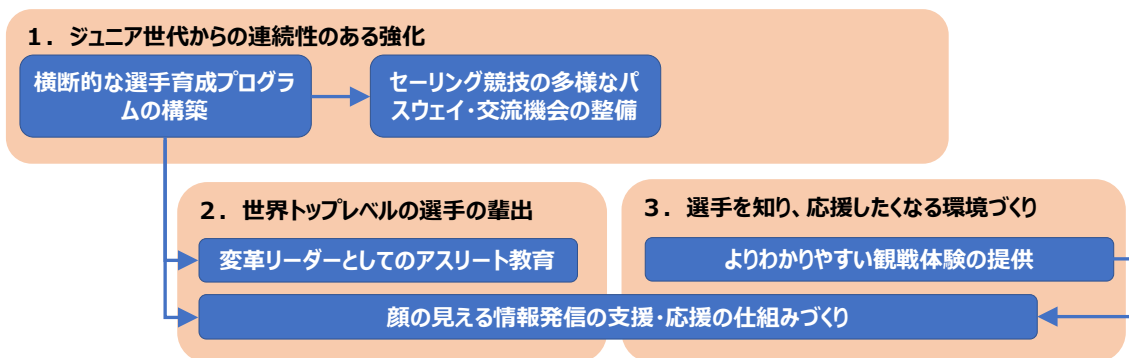
### ① 社会変革リーダーとしてのアスリートの養成

- ・アスリートを応援する接点や環境がないジュニアやユース時代には、社会貢献や地域コミュニティと接点をもつことによる、バランスの取れた人間的育成ができていない。Top アスリートでも、ファンサービスをすることに慣れておらず、結果として活動支援を受けるチャンスがとても少ない。また、Top アスリートの引退後、それまでの活躍が活かされていない。ナショナルチームに所属する際の選手との権利義務について、JSAF がマネジメントする規定になっていない。大会への参加を含めて、肖像権を含めた権利について、JSAF が殆どコントロールできていない。JSAF として、積極的に選手を紹介して、ファンづくりが推進できていない。アスリートと JSAF の関係が希薄であり、JSAF としてアスリートをアピールしたり、活用したりする仕組みを持っていない。

### (3) 中期目標

- ・艇種にかかわらず総合的なセーリング能力を育成・向上する環境整備・連携とプログラムの開発を行う。
- ・アスリートによるスポーツの魅力の発信や社会貢献の機会を提供することにより、ファン層を拡大して応援してもらうことで、セーリング競技のすそ野も広げて多様なパスウェイの実現を可能とする。またアスリートのセカンドキャリア形成を支援する。

#### <「もっと強くなる」のロジックモデル>



#### <「もっと強くなる」の KPI>

分野	指標	令和6年度目標
2. 世界トップレベルの選手の輩出	アスリートの情報発信によるメディアやイベントの露出数	構築プラットフォームを活用した発信数 400 件
3. 選手を知り、応援したくなる環境づくり	非セーラー応援者のイベントの SNS 発信数や口コミ評価数	累計 4 万人 (10,000 人×4 年間)

### (4) 中長期戦略

#### ① ジュニア世代からの連続性のある強化

(該当無し)

#### ② 世界トップレベルの選手の輩出

- ・アスリートがスポーツによって社会変革・社会貢献するモデルとなるような、発信や貢献の機会を提供していく。
- ・アスリートのセカンドキャリア形成支援を行い、セーリング・スポーツ界、その他企業活動・地域貢献などでリーダーシップを発揮できるよう、育成プログラム開発及びマッチングの提供を行う。

#### ③ 選手を知り、応援したくなる環境づくり

- ・アスリートを応援したくなるようなストーリー・コンテンツの発信や、ファンとの交流に関する支援を行う。

## (5) 具体的施策

### ① ジュニア世代からの連続性のある強化

- ・加盟団体を横断して、ディンギー（シングルハンド・ダブルハンド・フォイリング 艇）、クルーザー（ディセーラー・外洋艇）の体験や能力向上および関係構築に資するプログラムを開発する。
- ・プログラム参画を呼びかけ、加盟団体間の連携を強化する。

### ② 世界トップレベルの選手の輩出

#### 1) アスリートの情報発信・交流に関する研修・教育及び環境整備

＜広報委員会・オリンピック強化委員会と連携＞【重点施策】

##### ■ 事業内容

アスリートが SNS 等を通じた発信ができるようにブランディング等の専門家の知見を活用しながら、コンテンツの協働制作・発信を行う。JSAF は SNS コンテンツの作成・ディストリビューットの機能を担う。

##### ■ 収益機会

各層のアスリートをカテゴリー化し、強化のための支援企業を確保する。

#### 2) アスリートのセカンドキャリア形成支援

##### ■ 事業内容

- ・アスリートのセカンドキャリア形成支援として、セーリング・スポーツ界、その他企業活動・地域貢献などでリーダーシップを発揮できるよう、キャンペーン中の育成プログラム開発・実践を行う。
- ・セーリング人材としての活用及び企業・地域とのマッチングの提供、人材バンクとの連携を行う。

### ③ 選手を知り、応援したくなる環境づくり

#### 1) アスリートプロモーションの実施＜広報委員会・オリンピック強化委員会と連携＞

##### ■ 事業内容

JSAF の対外向けのプロモーション部署の設立・拡張と、法的な権限拡張を並行して行う。各加盟団体や個人任せにするより、効果的なプロモーションを、ファン・選手・所属企業に提供する。