

事業名：「JAAF REFORM推進事業」

事業立案の背景・課題

2022年2月に発表した本連盟中長期計画「JAAF REFORM」の陸上界のあるべき姿として『**未来に輝く人材育成と感動体験の提供**』を掲げています。
「**陸上**」が**社会に良い影響を与えられるよう、もっと身近で幅広い「陸上」に親しんでもらうこと**を理想としており、本事業助成を通じて「実現したい未来」に近づけるような事業を展開することを背景としています。

また、これまで重視してきた競技力向上のみならず、**ウェルネス陸上の実現**や「陸上」に関わってよかったと思えるような**環境整備・人材育成**を充実させていくこと、そして**先進的に事業を展開し、本連盟として成長し続けること**も含め、今後の課題として挙げられます。



事業・取組内容

JAAF PROTEIN 大会エントリー/記録情報プラットフォーム構築

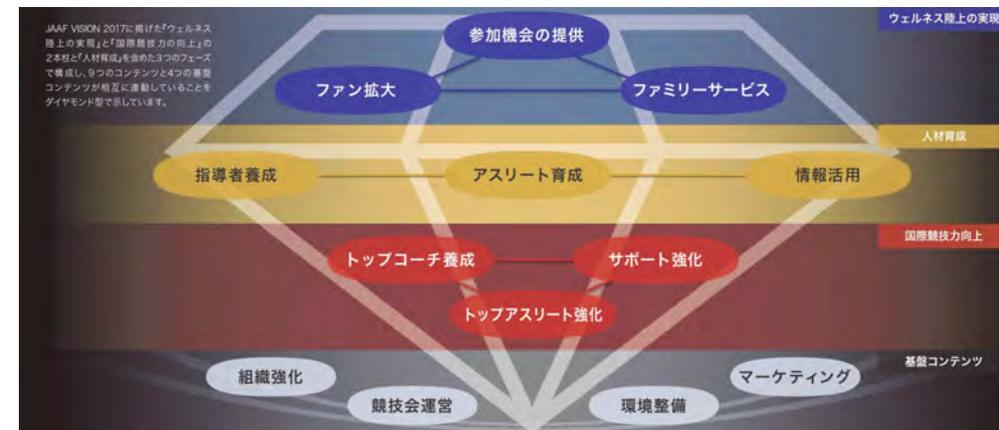
- 会員管理サービスシステムを一新し、登録会員と記録・ライフログを紐づけし、大会エントリーシステムのプラットフォームを構築することにより、大会管理や講習会イベント管理・募集をシステム化する。

JAAFオフィシャルライブ配信/映像制作

- 陸上ファンが選手のパフォーマンスを観戦できるライブ感を味わうことができ、観ている人に感動や心を動かすコンテンツになるよう、臨場感や迫力のある映像配信を行う。

キッズデカスロンチャレンジ普及事業

- 陸上の多種目コンテンツを生かし、アスレティック要素を楽しむことができる「キッズデカスロンチャレンジ」イベントを実施し、体を動かす楽しさや、スポーツに興味を持ってもらうきっかけづくりを行う。



◇今年度の成果と課題

<成果>

- 2023年度から導入する新しい会員管理サービスの準備と共に、会員情報を基にした大会エントリーと競技記録の紐づけが出来るよう「陸上」の特性に合わせたカスタマイズができた。
- 各大会や事業のライブ配信やイベント・企画の映像制作を行い、「陸上」の魅力を発信することができた。
- 大会でのデカスロンブースで、子ども達に「陸上」の楽しさを肌で感じてもらうことができた。

<課題>

- 会員管理サービスを有効活用した収益化を進めていく必要。
- アスレティックファミリー拡大するための方法とアプローチを工夫し、充実させることが必要。
- 開催しやすいイベント事業や人材育成が必要。

◆生じた課題に対する対応策

<対応策>

- 会員管理システムのログイン情報を活用した会員向けサービスを充実させ、配信動画視聴層のデータ活用やサービスコンテンツの有料化、チケットやグッズの販売等、収益化に繋げていく。
- より「陸上」に興味を持ってもらえるよう、する人・みる人・支える人や「陸上」をつくる人・つなぐ人など、それぞれの立場で必要としている情報を随時提供し、する人がみる人に、みる人がささえる人になるような発展性を生み出せるよう、継続的に「陸上」に関われる環境を整備する。

◇◆来年度に向けて

社会情勢の変化や陸上界の期待・要望・課題などに対し、軸を持ちながら柔軟に対応できる組織を目指します。また、財政基盤やガバナンス力を維持向上し続け、日本の陸上界が大きく社会に貢献できる体制を整え、高い信頼性の保持と、組織の成長をし続けられるよう、組織力向上を推進します。

本年度準備を進めてきた会員管理事業について、来年度運用を開始し、映像配信やイベント開催・管理等を一元化し、サービス拡充やマーケティングに活用していくことで、先進的事业やアスレティックファミリー拡大に繋げていきたい。

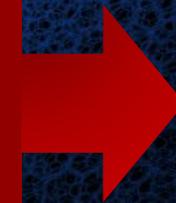
日本陸上競技連盟中長期計画「JAAF REFORM」で目指すもの

中長期計画の
目指すもの



未来に輝く人材育成と、
感動体験の提供を目指して

- ★「陸上」を通じて、社会に良い影響を与えたい！
- ★多くの人に感動体験を提供したい！
- ★競技力のみならず、社会で幅広く貢献できる人材を輩出したい！
- ★もっと身近で幅広い「陸上」に親しんでもらいたい！



社会的価値向上



『アスレティックファミリー拡大』を目指した事業

本助成事業ではJAAF VISIONである『アスレティックファミリー拡大』を目指した事業を実施。

より身近で気軽に「陸上」に触れる機会の提供や、多くの感動体験を通じて、前向きで充実した生活を継続できる環境づくりをしていきます。

アスレティックファミリーのためのプラットフォームを構築し、ライフログ蓄積や情報提供サービス充実を目指します。

本助成実施事業

JAAF PROTEIN 大会エントリー/記録情報プラットフォーム構築

JAAFオフィシャルライブ配信/映像制作

キッズデカスロンチャレンジ普及事業

JAAF REFORMを通じ、JAAF VISION 2017を具体化する

2017年に発表した「JAAF VISION 2017」において、国際競技力の向上「トップアスリートが活躍し、国民に夢と希望を与える」、ウェルネス陸上の実現「すべての人がすべてのライフステージにおいて陸上競技を楽しめる環境をつくる」というミッションを掲げ、下記のビジョンを定めました。

JAAF VISION

2028年に 世界のトップ8	2040年に 世界のトップ3 (アジアのNO.1)
--------------------------	--

入賞の得点合計で争うレーシングテーブルで、日本は2016年リオオリンピックでは25位。2028年に世界のトップ8、2040年に世界のトップ3（アジアのNo.1）を目指して、アスリートの育成・強化を推進します。

2028年に アスレティック ファミリー 150万人	2040年に アスレティック ファミリー 300万人
--	--

陸上競技・ファンニングを楽しんでいる人口を2040年に2,000万人にすることを目標とします。そのために、アスレティックファミリー（競技会参加者、審判、指導者）を2028年に150万人に、2040年には300万人に拡大させることを目標とします。

このJAAF VISION 2017をより具体化するため、JAAF REFORMプロジェクトを通じて、新たなステージで挑戦するための中長期計画を策定しました。今後未来に向かって輝き続ける日本の陸上界を持続的に発展していくため、より具体的なアクションプランを掲げ、「未来に輝く人材育成と感動体験の提供」を目指します。



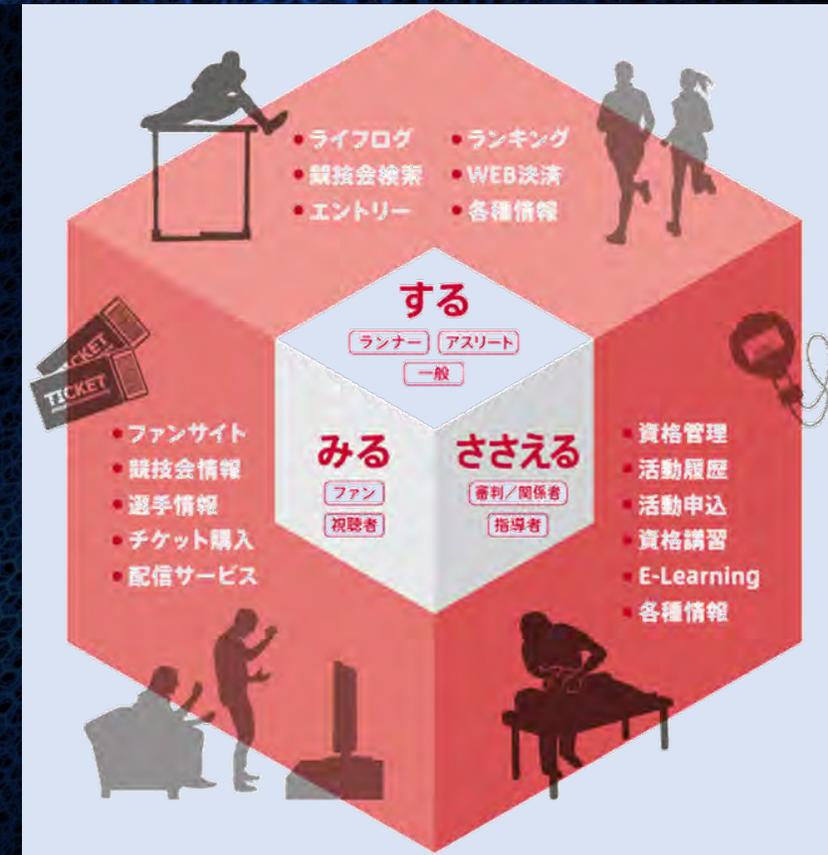
JAAF PROTEIN 大会エントリー/記録情報プラットフォーム構築

本連盟は2023年度から新しい登録管理システム導入と共に、**登録情報に基づいた大会エントリーと記録情報の蓄積**を行い、会員のライフログとして提供します。

このプラットフォーム構築を *Promotion of Technological Innovation* の頭文字で、**JAAF PROTEIN**と呼んでいます。

JAAF PROTEINの構築・充実させることにより、大会管理や講習会・イベントなどの各種募集をシステム化し、登録会員情報との連動による参加資格や資格審査の自動化、決済システムによる入金処理など、**スムーズな運営が可能になり**、都道府県協会の業務改善を行います。

また、大会チケットや商品の販売、動画配信等、**様々なサービス**を展開し、各種情報を基にした**マーケティング活動**を展開予定。



Keep Challenging to the

Next Stage



JAAF PROTEIN 大会エントリー/記録情報プラットフォーム構築

大会運営支援・記録管理システム

会員/団体向け機能

競技者/団体向け マイページ	競技会/記録 検索照会
競技会エントリー 参加費支払	審判活動履歴

競技会管理・運営支援

競技場/大会公認 申請・承認	競技会情報/結果 登録・更新・追加
出場選手管理 参加費入金確認	審判派遣調整
出場選手情報連携	記録登録連携

記録管理

World Athletics 記録連携	記録申請・承認
ランキングサービス	マイページ連動

記録
データ

審判活動
データ

競技会
データ

競技会
エントリーデータ

競技場
データ

参加費入金
データ

API連携

会員・団体
DB

登録管理システム

会員/団体登録管理

登録申請・承認	登録料決済
資格管理	登録情報 権限管理

サービスコンテンツ

マイページ	電子チケット
メール配信	イベント・講習会 管理
E-Learning	物販



【事業実績】

- 大会エントリーシステム:(株)スポーツエンターテイメントアソシエイツとphase1要件定義_2023年3月システム開発完了予定。
- 登録会員システム:大日本印刷(株)の登録会員システム基盤を本連盟用にカスタマイズ_2023年2月にカスタマイズ完了予定。
- その他記録情報サービス/ポイントランキング作成(第68回全日本中学校通信大会/2022年全国高校リモート陸上大会)



JAAFオフィシャルライブ配信/映像制作

コロナ禍で観戦が出来なかった時期の影響も踏まえ、少しでも選手のパフォーマンスをライブで観戦でき、観ている皆様に**“感動体験の提供”**ができるよう、心を動かすコンテンツ、**臨場感・迫力ある映像配信**を目指しています。

この配信を通じて、**新たな「陸上」ファンの獲得**や**会員サービスの充実**、さらには**配信権利の販売**などによる**収益事業化**も生み出していき、今後、**会員情報と連動**させた収益事業化に向けて、本年度の取り組みからステップアップしていきます。



第106回 **日本陸上競技選手権大会**
JAAF Athletics Championships
第38回 JUDO 日本陸上競技選手権大会 第 オレゴン2022世界選手権20km競歩日本代表選手選考競技会

OSAKA 2022
#ナンバーワンしかいない

2022.6.9^{Thu}-12^{Sun} その日、決まる。その日、始まる。

1日目 ライブ配信実施! ㊿

メインチャンネルの配信予定

6月9日(木)	競技開始～18:00頃まで
6月10日(金)	競技開始～18:30頃まで
6月11日(土)	競技開始～15:30頃まで
6月12日(日)	競技開始～15:30頃まで

会場 ヤンマースタジアム長居(大阪)

【ライブ配信】第106回日本選手権・1日目(メインチャンネル)
日本陸上競技連盟(日本陸連、JAAF) 登録済み

第106回 日本陸上競技選手権大会・35km競歩 第61回 全日本競歩輪走大会

優勝 **園田 世玲奈 NTN**

35km男子 Finish		35km女子	33km通過時点	20km 男子Finish/女子Finish	
1	8川野 将虎 2:26:40	1	51 園田 世玲奈	男子1	31 池田 向希 1:18:53
2	5 松永 大介 2:27:09	2		男子2	32 高橋 英輝 1:19:16
3	6 野田 明宏 2:27:18	3		男子3	33 藤方 元郁 1:23:46
4	1 丸尾 知司 2:29:19	4		女子1	61 藤井 菜々子 1:29:29
5	3 勝木 隼人 2:30:41	5		女子2	62 岡田 久美子 1:29:31

TIME 2:45:51

★ライブ配信★【第106回日本陸上競技選手権大会・35km競歩】～オレゴン2022世界選手権20km競歩日本代表選手選考競技会～
日本陸上競技連盟(日本陸連、JAAF) 登録済み

【事業実績】

- 第106回日本陸上競技選手権大会 ライブ配信(2022年6月9～12日) 合計再生回数1,089,060回
- 第106回日本陸上競技選手権・混成競技 ライブ配信(2022年6月4～5日) 合計再生回数 127,472回
- 第106回日本陸上競技選手権大会・35km競歩 ライブ配信(2022年4月17日) 合計再生回数 16,595回



キッズデカスロンチャレンジ普及事業

本連盟中長期計画「JAAF REFORM」で掲げた
誰でも楽しめる『参加機会の提供』として、
「陸上」の魅力に触れる機会や楽しさを提供することで、
身体を動かすことに充実感があるスポーツ活動を通じ、
様々な立場で関わり続ける“入り口”を意識しています。

アスレチックファミリーとして、大人になっても「陸上」に関わり、
「陸上」の楽しさを繋げていく“きっかけ”になるような
普及事業を展開しています。



【事業実績】

- セイコーゴールデングランプリ陸上2022東京(2022年5月8日)
- 第106回日本陸上競技選手権(2022年6月9～12日)
- みんなでつなごうリレーフェスティバル2022(2022年10月1～2日)



今年度の成果・課題と来年度に向けて

今年度の成果

新しい会員管理サービスの準備と共に、
会員情報を基にし、「陸上」の特性に合わせた
大会エントリー・記録サービスの開発ができた。

ライブ配信やイベント、企画の映像制作を行い、「陸上」の魅力を発信することができた。
大会ブースで、子ども達に「陸上」の楽しさを肌で感じてもらうことができた。

今後の課題

構築したエントリー記録サービス・会員管理サービスを有効活用した収益化、
アスレチックファミリー拡大のためのアプローチの工夫、
開催しやすいイベント事業の充実と人材育成。

来年度に向けて

構築したエントリー記録サービス・会員管理サービスについて来年度運用を開始し、
会員情報を基にした大会エントリーや各種サービスの一元化を目指します。

また、サービス拡充やマーケティングに活用し、
具体的にはライブ配信や映像の権利販売等で収益化を目指します。

今後、先進的事業や更なるアスレチックファミリー拡大に繋げていきます。



Storage

事業立案の背景・課題

- 現状、ステークホルダーに提示するサッカーの価値が、日本代表コンテンツや広告等によるブランド露出、視聴率等の項目に頼る形となっており、**本来スポーツが有するであろう普及や育成の事業実施による社会に対する効果や価値については主に定性的な表現でしか示すことができていない**
- 加えて、競技面においては、東京オリンピック、FIFAワールドカップ共に目標に届かず、JFAが掲げる2050年までのワールドカップ優勝の実現に向けては、**データ活用による育成強化は依然として大きな課題**となっている。
- 今回、普及・育成領域の各種事業について、データの蓄積・収集・分析を行い、サッカーの持つ**社会的価値（社会的インパクト）の可視化**や、**DXによる育成領域におけるデータ分析品質の向上**を通じて、社会的側面及び競技的側面の観点から、**新たな価値を創造することで、持続可能なサッカー・スポーツ界の実現を目指す**

取り組み①社会的インパクト評価事業（SROI測定）

事業・取組状況

SROIによる社会的インパクト分析の概要 | サマリー

社会的価値分析の概要

- **社会的投資収益率法（Social Return on Investment）とは**
 - ✓ ステークホルダー参加型評価手法であり、**事業実施により生じる社会的・経済的・環境的变化を、市場価値に当てはめて変化の価値を定量的に可視化**するもの
- **分析目的**
 - ✓ JFAの主要事業に加え、特にこれまで定量的な価値の提示ができていなかった普及領域の事業について、今回SROI分析を通じてその効果を定量化し、投資対効果の把握を行う
 - ✓ 分析結果は、団体としての活動改善のための参考や、関連ステークホルダーへの説明責任履行のための資料として活用する
- **分析対象期間**
 - ✓ 2022年度の活動実績を分析対象とした
- **分析対象事業**
 - ✓ JFAで行う主要な事業を対象とし、以下の5つを選定した
 - 普及事業（以下の3つの活動を含む）
 - 巡回指導
 - フェスティバル
 - ウォーキングフットボール
 - グリーンプロジェクト（施設整備、天然芝広場整備）
 - 日本代表戦
 - 女子競技会（高校選手権）
 - U10-12リーグ・全日本選手権

留意事項

- アンケート未実施であるため、可視化できていないアウトカムは分析結果に含まれていない
- 今回データ取得が困難であったアウトカムは分析から除外している

社会的価値分析のプロセス（イメージ次項）

1 評価対象者・ステークホルダーの確定	事業の実施目的が明確で評価実行可能性を認めた後、評価対象者(影響を受ける人)や、事業に関与するステークホルダーを確定
2 ロジックモデルの作成	インプット、アクティビティ、アウトカム、インパクトから成るロジックモデルを作成し、アウトカムの測定方法を設定
3 データの分析・評価	アンケートやテスト等より収集したデータを分析し、アウトカムの量を測定
4 インパクトの確定	事業が行われなくても生じた変化や、外的要因によって生じた変化を排除し、実際に事業によって生じた純粋な変化を測定
5 SROIの計測	総便益を総費用で割り、SROIの数値を計測
6 報告	分析した結果に基づき事業改善や、ステークホルダー間での共有、外部への共有を行い、発見や課題を活用

今後のスケジュール

必要手続	2023年							
	2月				3月			
	1	2	3	4	1	2	3	4
アンケートの実施	配布・回収							
アンケート結果の集計				集計				
SROI分析への反映				SROI値の分析				
報告書作成						報告		

最終報告

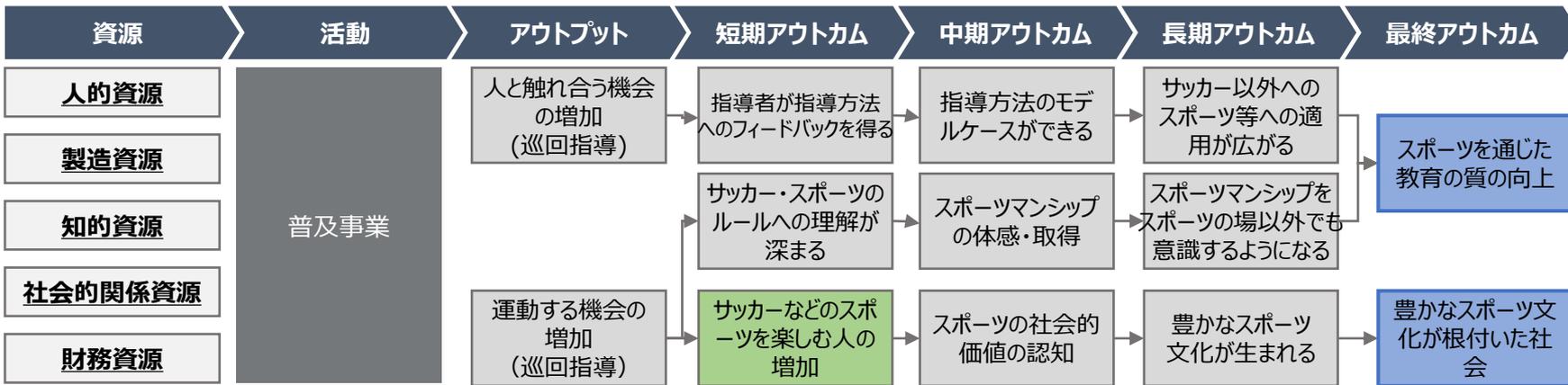
取り組み①社会的インパクト評価事業（SROI測定）

事業・取組状況

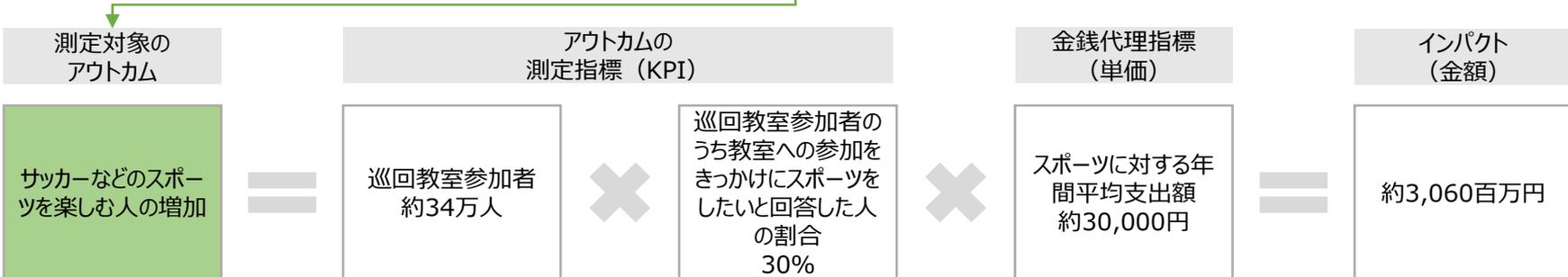
SROIによる社会的インパクト分析の概要 | SROI分析のイメージ

- 社会的価値分析を通じて作成されるロジックモデルと、それに対応したインパクトの定量化のイメージは下記の通り。

ロジックモデル（巡回指導※のケース） ※指導者が幼稚園や保育園等を訪問し、ボールを使ったエクササイズを行うことで外遊びや体を動かす楽しさを体験してもらう事業



社会的価値分析の計算プロセス（例）



留意事項

- 上記ロジックモデルについては策定途中のものであり、最終的に各項目の内容等が変更になる可能性がある
- 実際の計算に当たっては、活動から発生したアウトカムのみを測定するため、寄与率や反事実等の調整を行う

事業・取組状況

① 成果と課題

- 主要事業や普及事業の**ロジックモデル策定**に着手
- 評価結果の信頼度向上に向けた**現状把握されていないデータの収集・整理**

② 生じた課題に対する対応策

- 直近事業を活用した必要情報の収集（大会参加選手へのアンケートの実施等）
- 既存事業で得られないデータについては登録者などへのアンケート等を別途実施することで収集

③ 来年度に向けて

- **ロジックモデルの精緻化**及び評価において必要となる**定量/定性データ収集の強化**
- 評価結果を踏まえた**事業改善サイクルの実行**
- **間接的、波及的な効果に対する評価の実施**（評価対象の拡大）
- スポーツ界全体の（特に普及領域事業の）価値の可視化に向けた**取組の横展開**

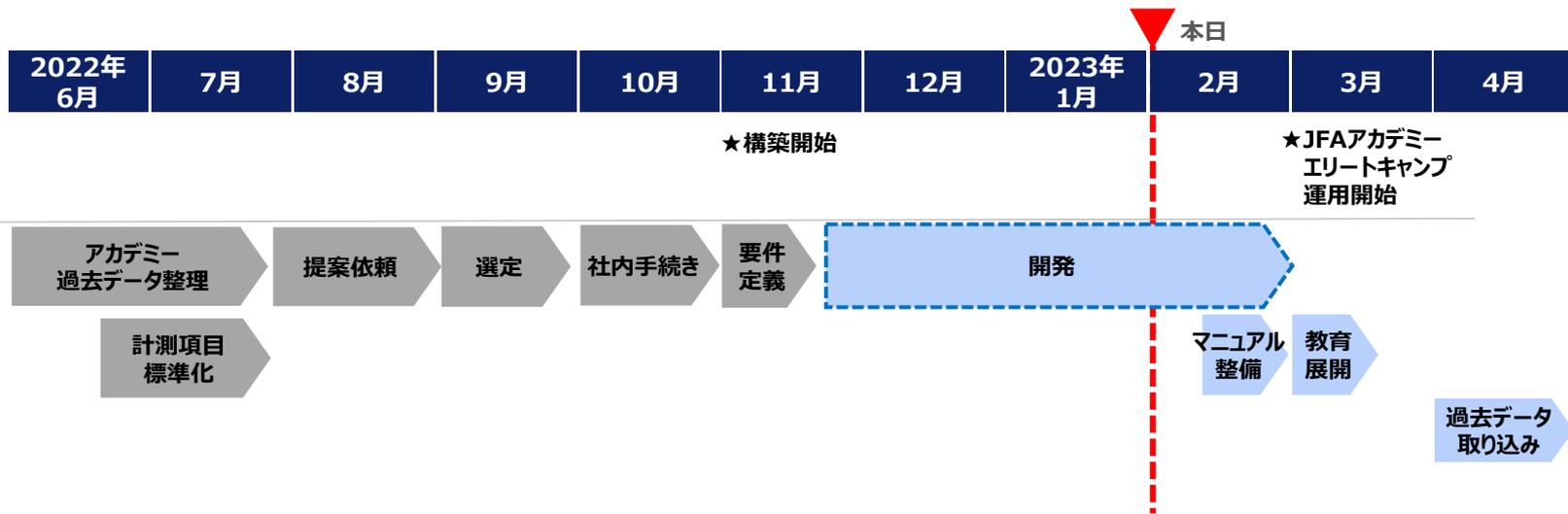
事業名：「普及・育成事業領域の価値向上基盤整備事業」

団体名：公益財団法人日本サッカー協会

取り組み②選手活動データの統合的集約、及び分析活用事業

事業・取組状況

- データの一元管理を実現する管理システム構築、展開
- 現場での直接入力を支援し、負荷の無いデータ投入を実現するためのスマートデバイス対応
- JFAアカデミーの集積データ(10年分)のクレンジング、計測項目の標準化
- システム改善サイクルを継続的に図り続ける内製体制の構築



◆今年度の成果と課題

- ・計測者によりバラつきがあり分析に向かなかった管理項目の標準化に着手
- ・内製開発力を持つDX人材開発に着手。請負開発の外部委託により生じる要件定義不足、認識相違、品質劣化とコスト高の改善。

◆生じた課題に対する対応策

- ・JFAアカデミー過去集積データ(10年分)のクレンジングを通じた計測項目・方法の標準化
- ・内製化支援体制の構築、作り上げたアプリの作り方レクチャーを踏まえた契約締結

◆来年度に向けて

- ・JFAアカデミー及びJFA主催エリート育成での計測で実行性検証、改善
- ・使い易さを追求するアプリ改善サイクルを実施

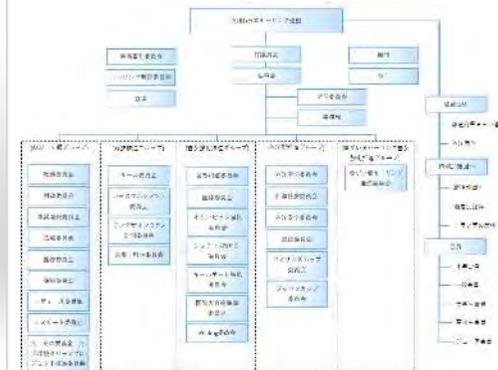
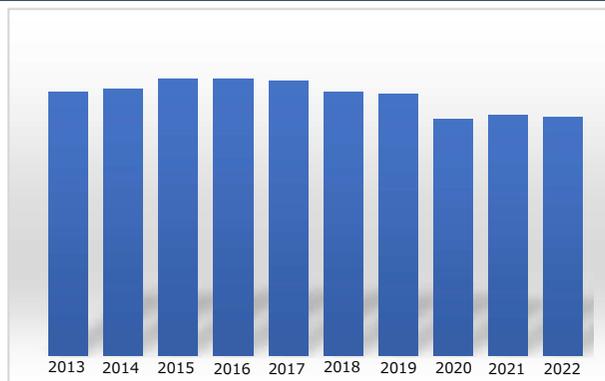
令和4年度競技団体の組織基盤強化事業

「人材活用・情報プラットフォーム構築・マーケティング能力向上による組織基盤強化」

公益財団法人日本セーリング連盟

事業立案の背景・課題

1. 会員数が減少している
2. 加盟団体に対する統括機能・ガバナンスが働いていない。
3. 逆ピラミッド構造で事務局機能が脆弱性である
4. 強化予算に依拠していた財政基盤が脆弱である
5. MVVが未整備でマーケティング能力が脆弱である。
6. 組織基盤の脆弱性



事業・取組内容

- ① ビジョン・中長期戦略の改訂のための基礎調査(会員アンケートの実施)
- ② 組織情報プラットフォームの構築
- ③ 最新技術を活用した新たな観戦体験の提供
- ④ サステナビリティ協働型アクティベーションの調査・トライアル
- ⑤ DEI企業研修に関するアクティベーションの調査・トライアル
- ⑥ 管理・専門人材の採用・活用 (プロジェクトマネジメント・広報・マーケティング・セールス)



◆今年度の成果と課題

- ① 回答率向上(対前年3倍)と納期短縮
- ② 構築企業の妥当な選定
- ③ 海上からの動画転送技術の変更
- ④ アプリの全国版仕様移行(費用対効果)
- ⑤ 協働アクティベーションの他社調査不十分
- ⑥ 当年度スポンサー獲得できず

◆生じた課題に対する対応策

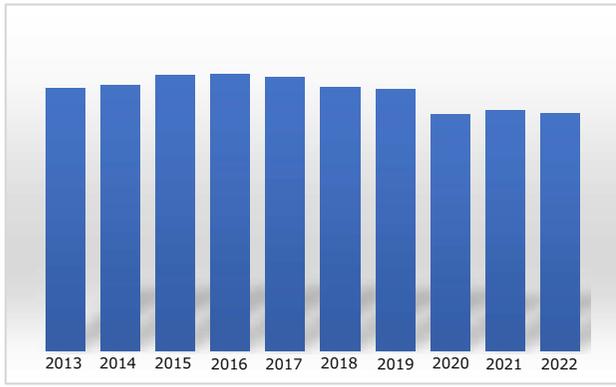
- ① 設問の見直しと専用アプリ選択
- ② 会員内公募IT専門人材による評価
- ③ 新しい情報転送方法技術的検証
- ④ 実現するゴールの再設定
- ⑤ 紹介用映像などの制作
- ⑥ アタックリスト整備による順位付

◆◆来年度に向けて

- ① MVV制定委員会設置
- ② 選定企業による詳細設計
- ③ 主要大会での実施検証
- ④ アプリ普及に向けた制度設計
- ⑤ 具体的協働先の確保
- ⑥ 新規獲得に向けた体制整備

1 会員が減少している

2016年以降、会員数が減少している。この状況を看過せず、会員の期待に応えられていない点の明確化と具体的な対策が必要である。



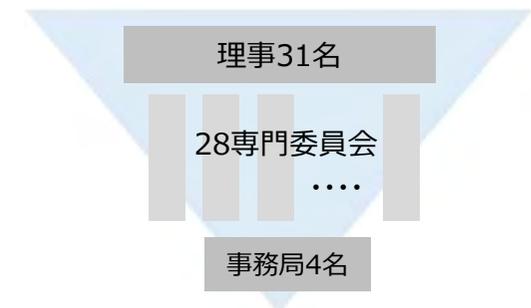
2 加盟団体に対する統括機能・ガバナンスが働いていない。

JSAFは地域団体のみならず多くの種目別団体を包括する組織で、非常に多くの加盟団体（140）が存在し、大会も個別に開催されているため、ガバナンスが効きにくいという大きな課題がある。



3 逆ピラミッド構造で事務局機能が脆弱である

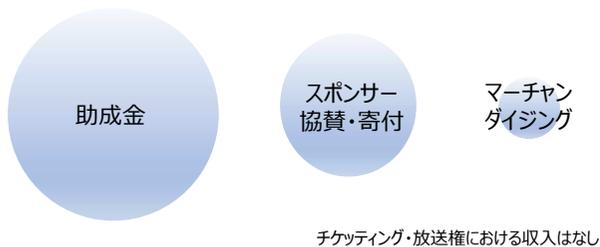
組織の運営を28の専門委員会と31名の理事と事務局で行なっている。多くの委員、理事が存在すること自体はプラスの面もあるが、現状では事務局員が少ないため必然的に会計処理が主業務となり、実務の担い手が圧倒的に不足している。



4 強化予算に依拠していた財政基盤が脆弱である

オリンピック開催までは強化補助金の収入やオリンピック機運による事業収入が見込めていたが、終わった今、大きく落ち込んでいる。

補助金や助成金が減少しても、自律できる体制を構築するために新たな財源の確保が必要である。



5 MVVが未整備でマーケティング能力が脆弱である。

アクティベーションを中心とした、ブランドに付加価値をもたらす共創型の協賛プログラムが求められている昨今、セーリングの特性を生かしたサステナビリティ・DEI関連施策を推進する必要性が生じている。また同時に、セーリング競技の長年の課題といえる「観るスポーツとしてのバリューアップ」にも取り組みが必要である。



6 組織基盤の脆弱性

現在、常勤有給職員が事務局員4名のみと、無償ボランティアによる活動が主となっており、1～5の課題解決施策の遂行や連盟全体の事業規模から見ても限界といえる。この状況を打開するためには外部からの専門人材や内部人材の育成が急務である。



事業・取組内容

課題		事業	取組内容	達成度
1	会員数が減少している	1 ビジョン・中長期戦略の改訂のための基礎調査(会員アンケートの実施)	全会員を対象にアンケート調査を実施し結果多面的に分析。MVV立案、会員への取組み施策、マーケティング用プロフィール作成等に活用する。	50%
2	加盟団体に対する統括機能・ガバナンスが働いていない。	2 情報プラットフォームの構築	会員情報やスタッフなどを一元管理することで、会員に対するメリットを大きく向上させると同時に、加盟団体の情報統括機能の円滑化・業務補助の面でも貢献し、ガバナンス強化につなげる。	60%
3	逆ピラミッド構造で事務局機能が脆弱である	3 最新技術を活用した新たな観戦体験の提供	洋上スポーツの弱みでもある「観る」スポーツとしての価値向上に向け、デジタルを利用した新たな観戦体験の構築を図る。	60%
4	強化予算に依拠していた財政基盤が脆弱である	4 サステナビリティに関するアクティベーションの調査・トライアル	CO2削減に寄与するサステナビリティの貢献度を競うSDGsアプリを開発し、環境保全活動を連盟内部に浸透させると同時に、スポンサーとの協働開発プログラムへ繋げる。	70%
5	MVVが未整備でマーケティング能力が脆弱である	5 DEI企業研修に関するアクティベーションの調査・トライアル	ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンという方針に基づき、パラ競技の体験を通じた企業のDEI研修プログラムなどを構築し、スポンサーとの協働開発プログラムへ繋げる。	70%
6	組織基盤の脆弱性	6 管理・専門人材の採用・活用(プロジェクトマネジメント・広報・マーケティング・セールス)	5つの事業を支える専門ノウハウを持った人材を、内外から募集、配置する。	50%

今年度の成果と今後の対応

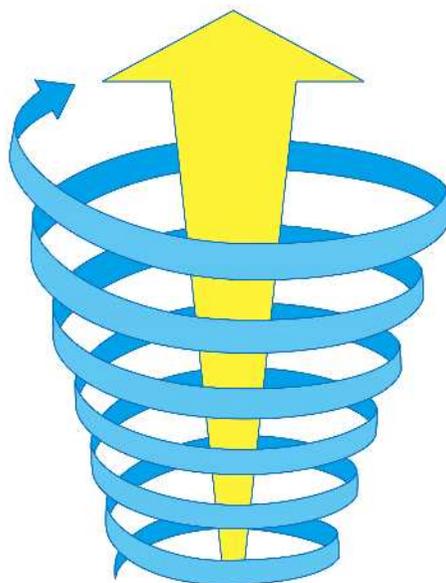
取組み	達成度	具体的な成果	今後
1 ビジョン・中長期戦略の改訂のための基礎調査(会員アンケートの実施)	50%	21年度に実施したアンケートのフィードバックと項目の見直しを行い、さらに効果的なアンケート内容、方式へ改善できた。今後の事業展開に様々な形で活用を見込む。	ビジョン・中長期戦略（MVV）の改訂に向けた体制の整備
2 情報プラットフォームの構築	60%	会員内公募の実施によって組織内の優秀な人材発掘と活用を実現し、設計構築フェーズに必要なリソースを確保するとともに、公正かつ適切な業者選定を実施できた。	22年度内に実施する内容（主要要件）の検証と決定。 23年度実現範囲の計画を立案。
3 最新技術を活用した新たな観戦体験の提供	60%	映像伝送技術の情報を収集し、低価格で高品質な最適技術を確認。これにより、活用できる大会や、実際の競技における活用範囲を想定することができた。	統合型観戦システムの大会トライアル実施と、その有料化に向けた課題抽出。 23年10月のシステムの完成を目指す。
4 サステナビリティに関するアクティベーションの調査・トライアル	70%	サステナビリティへの取組みを可視化するとともに、これを社会に訴求する方法としてアプリケーションを開発、実装した。連盟内だけでなく、スポーツ団体関連領域において高い関心・評価を集めた。	SDGsアプリの開発を完了。 主要大会でのアプリの活用。 スポンサー企業との、サステナビリティに関する協働アクティベーションの実施。
5 DEI企業研修に関するアクティベーションの調査・トライアル	70%	インクルーシブの協働アクティベーションについて高い評価を受けることができた。 パラ選手を支援するDEIボランティア育成ノウハウについて多くの経験値が得られ、組織力が高まった。	動画などを利用してセーリングのインクルーシブ性を積極的に発信。 DEIボランティアの認定制度の拡充。
6 管理・専門人材の採用・活用（プロジェクトマネジメント・広報・マーケティング・セールス）	50%	連盟内外から多様な専門人材を確保し、今までになかったノウハウを獲得できた。 また、人事評価ツールの活用により、公平で納得性のある人事評価を実現。人材のサステナブル化に繋げていく。	22年度体制をさらに整備し、専門人材の積極的な起用による各事業の進捗度を向上。 既雇用者に対する評価ツールを活用。

内外に向けた取り組みの両面からの組織強化を図る

会員、加盟団体との連携強化



業務基盤強化



連盟外部への魅力発信



マーケティング・セールス

ガバナンス

情報
プラットフォーム

戦略広報

社会共生

See Sports
実現

事業名：「ホッケー組織基盤強化支援事業」

団体名：公益社団法人
日本ホッケー協会



事業立案の背景・課題

日本ホッケー協会(JHA)は、2020年度に中長期計画である「Japan Hockey Road to 2030」を策定した。本中長期計画では、協会としての理念・ビジョンを定義するとともに、9つの重点施策を明確化し、アクションプランとタスクを明確化している。

ここ2年間はスポーツ団体ガバナンスコードに基づき、協会全体の**意思決定体制の再構築を進めることができた**。他方で、①登録競技者数の伸び悩み、②パートナーへの付加価値が示せていない、③経営人材の不足、④ノウハウの不足などが明らかとなっている。これら**組織基盤の強化に対する取り組みが重要な経営課題**となっている。

本事業では、**安定的かつ効率的に事業推進を行うことができる組織基盤作り**に加え、**テクノロジーやシステムを活用したホッケーの魅力・価値の提供、ホッケー界を担う人材育成**などに取り組むものである。



事業・取組内容

本事業において大きく分けて4つの取り組みを行った

①経理・労務業務のIT化及びアウトソーシング化による業務効率化

- 助成金の増加やスポンサーを含むパートナーの増加により財務規模が拡大したことにより、代表チームの強化・育成やホッケー競技の普及事業の数が拡大する一方で、事務局の人員補強がなされず、また、旧来のマニュアル作業による非効率業務による事務局員への負荷が増大している
- 特に経理・会計分野でこの傾向が顕著なため、**会計システムのクラウド化など効率化促進・業務改革を実施した**
- また、将来的に一部業務のアウトソーシングの実施も視野に入れ、**業務内容の可視化を行うべく、業務フローのマニュアル（手順書）化**を専門家との連携で進めた

②競技普及のためのデジタルプラットフォームを中心としたマーケティング活動の促進

- 競技普及を図り、会員収入の源なる**会員登録者数を増加させるため、デジタルマーケティングに関する取り組み**を実施。まず昨年度構築した会員登録システムの安定運用を本年度は実施した
- 来年度以降はデータベースのプラットフォームを活用した**会員向けのマーケティング施策の拡充**を行い、**会員に対する価値向上を図ることによる会員登録者数の増加を図る**（＝収入源の確保）だけでなく、**今後パートナー活動の場としての活用も検討・実施予定**

③次世代リーダーズ会議の実施による次世代の人材育成

- **Road to 2030の遂行および全国各地における求心力となり、今後ホッケー界を牽引していく人材を育成する「次世代リーダーズ会議」**を開催する（2023年3月実施予定）
- 様々な観点からホッケー界全体を盛り上げる人材をホッケー界内外より自他推薦により参加を募り、JHA参加の様々な事業に積極的にしてもらうための**若手人材育成プログラム及び事業遂行サポート**を行う

事業名：「ホッケー組織基盤強化支援事業」

団体名：公益社団法人
日本ホッケー協会



事業・取組内容（続き）

④ホッケー競技のデジタルツールを活用した価値の創出

● 競技の多様な価値創出を行うべく大きく分けて次の3つの取組みを実施：

- 1) **リアルタイムスポーツ観戦アプリSpoLiveの導入及び配信体制構築**を行い、既存の競技者に新たな観戦機会の提供、そしてホッケー未認知層へのホッケー接触機会を増やした
- 2) ホッケー関係者だけでなく、ホッケー未経験者でも楽しくわかりやすい配信を行い新規のホッケーファン層の取組みを行い、**新たなテクノロジーを活用し新たな観戦体験を提供するために解説者育成講座**を開講（2023年2月実施予定）
- 3) 最新テクノロジーを駆使することで、多面的・先進的な競技データを取得し、そのデータを戦略的な選手強化・育成に生かすべく、**スポーツアナリストの育成講座**を開講。初年度は全国の小・中・高・大・社会人チームの指導者を対象に、座学と日本リーグの最終節という重要な試合でのオンサイト・トレーニングを行う講座を実施（2023年2月実施予定）

また、これらの取組みを実施するにあたり、**全体マネジメントを行う人材の活用も行った**

⑤マネジメント人材の活用

- プロジェクトマネジメント(PM)及び全体ディレクションを行う人材：1名
 - 事業計画立案、スケジュール管理、人員管理・調整、会議開催通知及びファシリテーター等を主に担当。また、Road to 2030と本事業との連動性を確保するべくPMを実施
 - 全体ディレクションを行う上で方向性を決めるための現状把握及びKPIをトラッキングするために、年次で全国規模のアンケートを実施予定（2023年2月実施予定）
- デジタルに関わる取組全般のマネジメント及びディレクションを行う人材：1名



◇今年度の成果と課題

マネジメント人材を登用＝スムーズな取組計画・遂行

経理・労務業務のIT化及びソーシング化による業務の効率・迅速化や担当者の負担軽減

動画配信プラットフォームの導入、解説者講座、アナリスト講座を通じ「する」「みる」「ささえる」人達へのDXを通じた新たな価値を創出

会員登録システムの安定運用＋登録者の登録精度をあげ、データ精度の向上を実現 など

◆生じた課題に対する対応策

関係者アンケートを定期的実施して、現状や今後の課題を客観的にモニタリングしてゆく

その他システム導入など本年度は手探りな部分も多い。特に登録システムについては導入初年度である本年度生じた課題に対し、協会内関係者や委託業者などと定期的な話し合いを行っている

◇◆来年度に向けて

全国サーベイの実施時期を本年度より前倒し、結果の早期展開と、早い段階で次年度以降の事業計画をよりエビデンスに沿った形で構築する

より細かいチェックポイントの機会を設け、委託業務内容の見える化を行う

経営基盤強化プラン 実施報告と今後について

(公財) 全日本空手道連盟
副会長 笹川 善弘



【取組み1】 YouTube強化事業

<実施報告>

- ・ 第58回東日本大学空手道選手権大会(5月) : 約13.9万回
- ・ 第59回西日本大学空手道連主権大会(5月) : 約10.9万回
- ・ 第66回全日本学生空手道選手権大会個人戦(6月) : 約18.8万回
- ・ 第2回全日本実業団空手道選手権大会(9月) : 約8.6万回
- ・ 第66回全日本学生空手道選手権大会団体戦(11月) : 約7万回
- ・ 第36回桃太郎杯全国高校空手道錬成大会(1月) : 約8.7万回



<今後の配信>

- ・ 第2回全日本少年少女空手道選抜大会(2月)
- ・ 第42回全国高等学校空手道選抜大会(3月)
- ・ 第17回全国中学生空手道選抜大会(3月)





【取組み1】 YouTube強化事業

<登録者の動向>

年度	Ch登録者数	年視聴回数	視聴者層
2019年	1.2万人	213.1万回	女性：13% 男性：87%
2020年	2.7万人	282.5万回	女性：18% 男性：82%
2021年	4.0万人	553.2万回	女性：28% 男性：72%
2022年 (現在)	4.96万人	577.4万回	女性：30% 男性：70%
本年度 目標	5.0万人	600万回	女性：30% 男性：70%

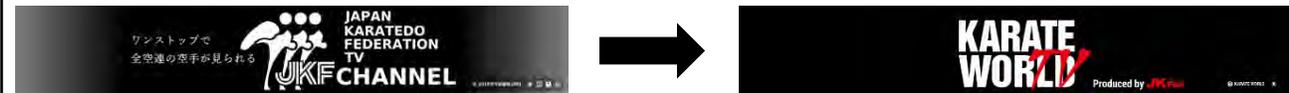
<上手くいった要因>

①配信コンテンツの選択と集中

- ・大会のlive配信（小学生～実業団の全日本クラスの大会）
- ・一番盛り上がった試合ハイライト(データによる選定)
- ・教材（自由視点映像）

②サブチャンネルとの相乗効果 KW TV（登録者数約5.4万人）

- ・過去映像
- ・企画もの（代表やアスリート委員会）
- ・空手YouTuber育成



<今後の予定>

- ・会員価値向上（ナイスカラテTV）





【取組み2】

～Karate Stats～ 空手のDX化

<参考>
プロ野球、サッカー等

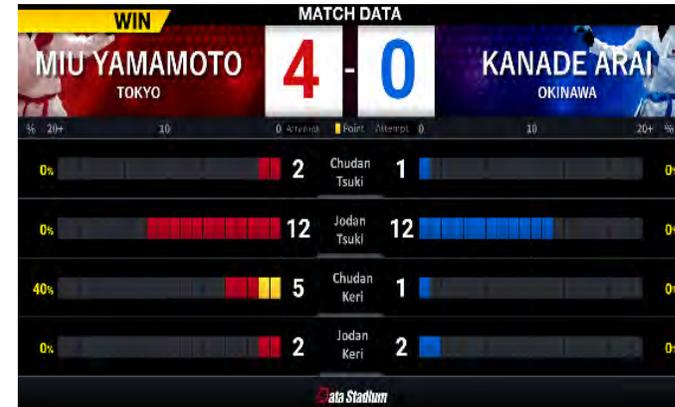
<実施報告>

- ・「Karate Stats」システム開発完了（4月）
- ・体重別選手権で導入（6月）
- ・NHK「おはよう日本」で特集され放映（6月）
- ・IFとの交渉で国際大会への導入決定（11月）
- ・全日本空手道選手権大会団体戦（12月）
- ・全日本空手道選手権大会個人戦（12月）



<上手くいった要因>

- ・ 審判委員会としっかりと連携が取れた
- ・ 空手界初の取組みだった
- ・ IFにNHKの映像を見せたことで効果的に話ができた





【取組み3】 第一回全日本空手道体重別選手権大会

<参考>
東京2020 オリンピック

<実施報告>

令和4年6月11日(土)～12日(日) 群馬県高崎アリーナ

- ・オリンピックのレガシー大会
- ・Karate Statsの初導入
- ・観客数：1,200人
- ・YouTube再生回数：44.5万回



<上手くいった要因>

- ・組織委員会経験者4人を中心に運営を行えた
- ・視聴者（ターゲット：空手愛好家）を定めたことにより大会コンセプトを効率的に決められた

<来年の取組み>

- ・各階級の上位入賞者はナショナルチーム選考会の出場権獲得（2022年12月に決定）



【取組み4】 第一回全日本空手道団体形選手権大会

<参考>
フェンシング協会

<実施報告>

令和4年6月18日(土)~19日(日)

(予選) 日本空手道会館

7月22日(金)

(決勝) ホテルメルパルク東京

・ YouTube再生回数 予選(live) : 4.1万回
決勝(録画) : 1.0万回



<上手くいった要因>

- ①演出業者の中に空手に対する理解者がいた
- ②未経験者で空手に興味をもっている方の協力があった
(空手をやっていない方の意見を聞くことができた)
- ③日本文化が好きな外国人、芸術に興味がある人、教育者をターゲットに大会コンセプト決めた

<来年に向けて>

- ・ より分かりやすい演出 (Jumpの高さの数値化等)

<https://onl.sc/FrXGHwR>



【取組み5】

マネジメント人材の活用

①【里見】

専務理事として各事業におけるマネージャー。中長期計画の立案補助、予算管理、人員管理、リスク管理、会議開催通知およびファシリテータ、対外的なやり取り等を主に担当。

②【大徳】

「Karate Stats」・「国内ランキング制度」に関わる立案補助、ナショナルチームスタッフに対するデータ活用教育を担当。

③【その他】

2018年より毎年1～2ヶ月程度の期間、学生インターンを笹川副会長の直下で採用しており長期的な人材確保（将来のボランティア・役職員など）、現職員への刺激、若者の実務経験などの効果を期待し行っている。今後も継続する予定である。

＜実績＞

2018年：慶應義塾大学大学院生（武道ツーリズム研究@本部事務所）

2019年：駒澤大学学生（国際大会運営@JSOS事務所）

2020年：慶應義塾大学学生（YouTube戦略@コロナ禍の為オンラインにて）

2021年：ロンドン大学学生（ブランディング戦略@JSOS事務所）

2022年：明治学院大学学生、2名（SNS戦略@団体形選手権大会より）

2023年：日本体育大学学生（学校武道、普及）

