

事業実施の背景・課題、目標

背景 ・課題

パラリンピック実施競技9団体の共通した特徴：

- ・自己資金が獲得できておらず、財政基盤が脆弱で、会員数・支援者が少なく、広報活動やスポンサー獲得活動が十分にできていないを集める活動ができていない。
- ・全体的に組織運営の余力がなく、事務員が不足なため事務作業が非効率。

目的 ・目標

一つ一つの団体が不十分であったプロモーション、マーケティング（スポンサー募集）、事務作業の効率化 等を、9団体が協働することで、各競技団体の「経営基盤の強化」を3年の期間で戦略的、計画的に行うもの。

- ・9競技の認知度を高め、9競技団体の参加者・支援者の増加（SNSフォロワー数・閲覧数 等）
- ・競技団体自己財源の獲得（協賛企業獲得、年間1000万円以上の協賛）
- ・事務作業効率化（将来的には9競技団体の事務を1～2名で実施）

本事業における具体的な取組内容

3年間の位置づけは、1年目：協働プロジェクト稼働一年目、組織運営体制、コミュニケーションツール整備などの基盤構築、2年目：活動本格化、3年目：各団体での自立化に向けた最後の仕上げ、プロジェクトの新たな可能性を模索 を行う

計画	実施期間	取組み内容
No 1	令和5年 ～7年	9競技団体協働 価値創出事業 専門家による助言を受けながら、デジタル（SNS、WEB）とリアル（イベント、競技応援会）の組み合わせによるコスト効率よいプロモーション（広報活動全般）を通じ、当該プロジェクトのみならず9競技団体及び競技を幅広く認知させ、の価値向上やサステナブルな競技支援活動につなげる。
No 2	令和5年 ～7年	9競技団体協働 事務作業クラウド化事業 「10アカウント以上」など少人数の競技団体で利用できなかった外部サービスの利用や、データ情報（選手戦歴・成績、企業情報）等の共同クラウド化による事務作業効率化を実施
No 3	令和5年 ～7年	9競技団体協働 マーケティング事業 パラスポーツで初のジョイントマーケティングプログラムにて、新たな市場価値を示し、民間資金を獲得する仕組みづくり、企業への新たなスポンサープログラムのセールスと運用を行う。
No 4	令和7年	9競技団体協働プロジェクトの継続化検討 各競技団体の自立化に向け協働事業を通じた知見、を各団体に落とし込むのに加え、新たなステージを目指した協働プロジェクトのあり方を検討する。

令和5年度の取組内容

3年間の各年度の位置づけの通り、協働プロジェクトの1年目として下記取り組みを実施。

- **組織運営体制や仕組みの基盤構築**（プロジェクトのガバナンス、執行体制、会議運営、専門家）
- **興味・関心をもってもらう仲間づくりを行うためのコミュニケーションツール整備と実行化**
 - ・WEB、SNS（FB、X、Instagram）アカウント整備と情報発信
 - ・メディアとの関係構築（メディア向け発表会）
- **事務作業等の効率化・協働化**（ファイルサーバー、サービス活用 他）
- **マーケティング活動開始**（セールスシート完成、協賛企業アプローチ）

令和5年度の取組の進捗・成果・課題

- 組織運営体制においては何度か試行し、PDCAを回すことで10月に固めることができ、この体制のもと現在はプロジェクトを進捗できているものの体制構築に予定以上に時間を費やしたことが反省点。
- そのためにコミュニケーションツール整備と実行化が遅れたものの、当初計画通り実施の見通し
 - ・WEB：23年/8月に開設
 - ・SNS（FB、X、Instagram）：23年/12月にアカウント獲得、24年/1月より発信（現時点で計約200件のフォロワー獲得）
 - ・メディア向け発表会：23年/8月に実施 19社26名のメディア参加、日経、東京新聞他で11件の紙面、50のWEBで記事掲載確認
 - ・イベント企画：
 - 2024年1/26・27 愛知県碧南市で日本モーターボート選手会と小学生向け競技体験会実施（80名）
 - 2024年3/22・23 横浜ランドマークタワーにて競技体験会実施
- 事務作業等の効率化・協働化（ファイルサーバー・サービス活用、コミュニケーションツール）は計画通り導入し、活用中。どの程度の事務作業効率化につながったかの定量評価できていないものの、ファイルやりとりなどスムーズにできているとの理解。
- マーケティング活動については、外部の専門家によりセールスシートを完成させ、セールス活動を開始し早速2件のスポンサー（日本モーターボート選手会と第一情報システム）を獲得できた。

本事業の成果目標・KPIの達成状況

計画	実施期間	取り組み内容	成果目標・KPI	達成状況
No 1	令和5年 ～7年	9競技団体協働 価値創出事業	目標: 認知度を高め、参加者・支援者増 KPI: 各競技団体のSNSフォロワー数・閲覧数を1.5倍や各競技団体の会員数（支援者・賛助会員等）の10%増加	WEB、SNSは稼働したばかりで今後各競技団体のフォロワー数増加に期待
No 2	令和5年 ～7年	9競技団体協働 事務作業クラウド化事業	目標: 事務作業効率化 KPI: 将来的に9競技団体の事務を1～2名で実施できるレベル	システム活用したばかりで定量的な効果は表れていないもののPDCAサイクルを回していく
No 3	令和5年 ～7年	9競技団体協働 マーケティング事業	目標: スポンサー企業獲得 KPI: 年1000万円以上の協賛獲得	令和5年度は達成
No 4	令和7年	9競技団体協働プロジェクトの継続化検討	目標: 9競技団体の自立化支援 KPI: 令和7年度中に決定	今期は活動なし

令和6年度の実施予定

方針：コミュニケーションツールを有効に活用し協働プロジェクトのさらなる認知拡大、価値を高める活動を実施、本格的なセールス活動を開始する。また2024年のパリパラ大会までの機運醸成の活用と大会後の機運を考慮した取り組みを実施。

< 価値創出 >

- ・メディアとの関係強化を継続
-少なくともパリ大会前と後の2度の記者会見を実施（プロジェクト結成2年目の取り組み報告など）
- ・SNS/WEBによる継続的な情報発信
-SNSは最低週に一度の発信実施（9団体大会/イベントのシェア・Reポスト等含む）
-YOUTUBEやSNSを活用し、構成団体の「競技を見せる・魅せる」仕組みやツールにもトライ
- ・体験会のとどまらない活動を企画し積極的PRする（共生・労働環境・街づくりなどへの貢献）
- ・イベントは独自開催を東京近郊もしくは地方で1回実施⇒ 2024パリ大会後、相乗りイベント⇒ パリまでの社会機運醸成を活用、東京都等のイベントに参画）

< マーケティング >

- ・既存スポンサーの関係維持のための企画提案（ボート選手会、第一情報システムとの体験会など）
- ・戦略的な新規スポンサー獲得アプローチ（データドリブン、PDCAサイクル）