

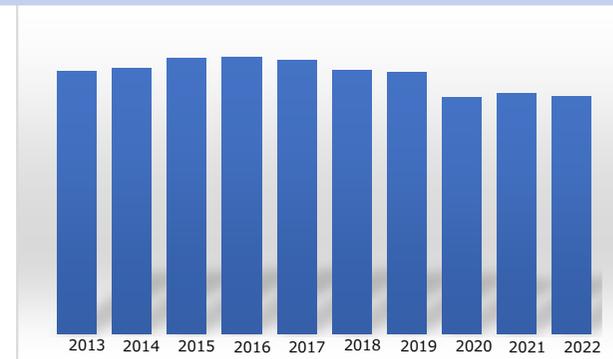
# 事業名：「人材活用・情報プラットフォーム構築・マーケティング能力向上による組織基盤強化」

団体名：  
公益財団法人日本セーリング連盟

## 事業実施の背景・課題、目標

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が不完全でマーケティング能力が脆弱である
6. 組織基盤が脆弱である

3・4・5は「お金がない」ことが原因（東京2020後、スポンサー収入は10分の1以下）  
2・6は要するに「ガバナンスが不十分」  
→ 結果として1に対する打開策を打ち出せない



## 本事業における具体的な取組内容

- 計画①：ビジョン・中長期戦略の改訂のための基礎調査（会員アンケート等のニーズ調査）
- 計画②：組織情報プラットフォームの構築
- 計画③：最新技術を活用した新たな観戦体験の提供（ライブ配信）
- 計画④：サステナビリティに関するスポンサーアクティベーションの調査・トライアル
- 計画⑤：DEI企業研修に関するスポンサーアクティベーションの調査・トライアル
- 計画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）

計画① ビジョン・中長期戦略の改訂のための活動

- ・ MVVの完成に必要なパーツや検討手法に関する調査・分析を実施

計画② 組織情報プラットフォームの構築

- ・ ステークホルダー（加盟団体や専門委員会）へのニーズ調査を行い、課題把握を実施
- ・ アルファ版をリリースし、ベータ版開発中

計画③ 観戦体験の調査設計及び大会でのトライアル

- ・ 大規模大会における観戦体験の効果検証を実施

計画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

- ・ 参加者の環境貢献およびCO2削減をポイント化したSDGs貢献アプリの開発完了
- ・ 実際に全日本レベルの4大会でSDGsアプリを試用

計画⑤ DEIの協働型アクティベーションのリサーチ・トライアル

- ・ DEIの協働型アクティベーション企画として、外資系企業の社員向け多様性研修を実施
- ・ スポンサー営業のための素材を作成し、スポンサー営業を実施
- ・ ボランティアアプリを作成し、活用中

計画⑥ 管理・専門人材の採用・活用

- ・ 標準セールスシート作成、候補先企業の優先順位付け等を完了、スポンサーアプローチを開始
- ・ アスリート向け情報発信セミナー等を実施

### 計画① ビジョン・中長期戦略の改訂のための活動

- 定期的な会員アンケートによらない、より効果的な基礎情報収集・アイデアづくり・合意形成の手法の見直し

### 計画② 組織情報プラットフォームの構築

- ステークホルダーとのコミュニケーションにおいて、効率的かつ実効的な方法の確立
- 設計構築ノウハウを持った人材の補完

### 計画③ 観戦体験の調査設計及び大会でのトライアル

- 1大会あたりのコスト削減・収益創出のためのビジネスモデル構築（機材の保有・リース、観戦サブスク等）

### 計画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

- SDGsアプリをダウンロードして使ってくれる協力者が限定的であり、今後どのように広く展開していき、環境貢献へ効果的につなげていくか

### 計画⑤ DEIの協働型アクティベーションのリサーチ・トライアル

- 組織として自発的な事業提案や、スポンサー獲得を模索するマインドセットが未定着

### 計画⑥ 管理・専門人材の採用・活用

- 専門人材確保を計画していなかった領域でも、確保の必要が発生
- 専門人材の雇用ベースでの確保がNFの支払能力や、連盟の他の事務局職員との処遇面でのバランスから困難であることが判明

まとめ：

②⑥ 専門人材が不足

④⑤ 組織カルチャーの変化が必要

### ■期待される成果（計画時）

補助金の活用により、組織基盤強化のための基礎調査、専門人材採用、情報プラットフォーム構築、最新技術を活用した観戦体験提供、協働型アクティベーション立案・トライアルが実施され、今後の組織基盤強化のブラッシュアップ、パートナーの継続獲得ができるマーケティングノウハウの蓄積、組織運営機能の向上が成果として期待される。

### ■達成状況（現時点）

各計画に基づく基礎調査や、情報プラットフォームの構築、観戦体験の提供、協働型アクティベーションプランの立案・トライアル等は順調に進んでいる。

他方で、事業を進める中で、組織基盤や運営機能の脆弱性を再認識したり、計画時には把握していなかった新たな課題を認識し、次年度に積み残した。もっとも、様々な課題を解決する中でガバナンス強化の着実な手ごたえを感じており、次年度は定量評価によって「見える化」を予定。

また、マーケティング活動の不足により、新たな大口スポンサー獲得は1件のみであるものの、次年度の獲得の確度は向上しており、来年度はさらなる獲得を見込む。

## 計画① ビジョン・中長期戦略の改訂のための活動

- ・ バリュエーションのために、**ワークショップ**など細かいニーズ・意向を拾える手法を活用して合意形成し、事業の推進を図る

## 計画② 組織情報プラットフォームの構築

- ・ 組織ガバナンスを効果的に強化するための機能の検討
- ・ 情報プラットフォームの**正式版リリース**

## 計画③ 観戦体験の調査設計及び大会でのトライアル

- ・ 収益化のための**ビジネスモデル構築**（機器保有・リース、観戦サブスク化等）
- ・ 観戦プラットフォームを活用する「みるスポーツ」のレースフォーマット開発

## 計画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

- ・ SDGsアプリをどのように広く効果的に展開していくか、**スポンサーとの繋ぎ、企業との協働**に向けスポーツマーケティングの専門家のアドバイスも受け、再検討する

## 計画⑤ DEIの協働型アクティベーションのリサーチ・トライアル

- ・ 外部委託先をあらためて設定し、**積極的な企業への接触**を展開する

## 計画⑥ 管理・専門人材の採用・活用

- ・ 管理・専門人材は、分野によっては業務委託ベース等での確保を早期に確保し、各領域において専門人材のノウハウを提供してもらい、NF内に**ノウハウを蓄積**する