

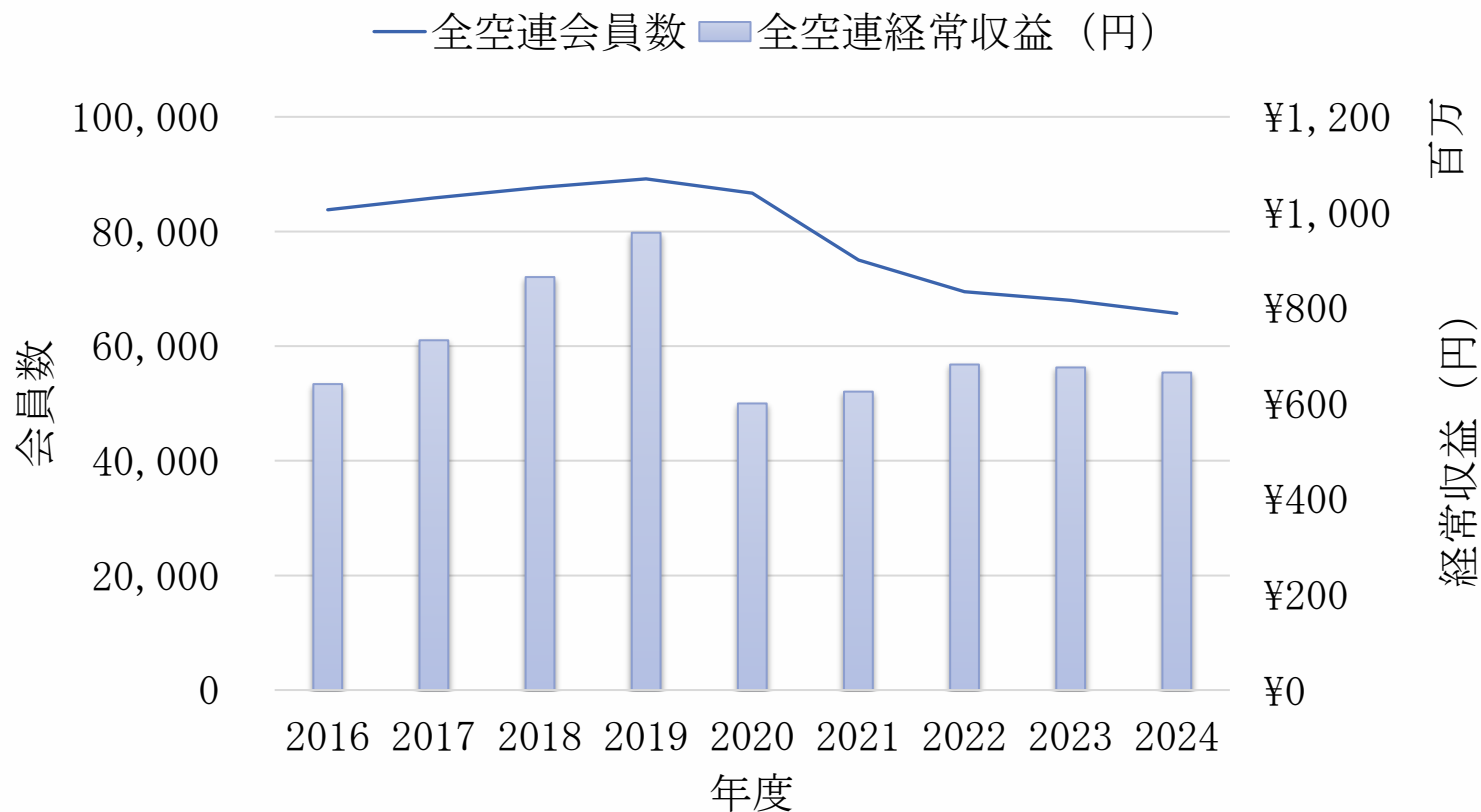


組織基盤強化支援事業助成経営基盤強化プラン報告2022~2024年度

良い団体で最高のNFを目指して

公益財団法人 全日本空手道連盟

■ 事業実施の背景・課題、目標



全空連会員数と経常収益の推移（2016～2024）

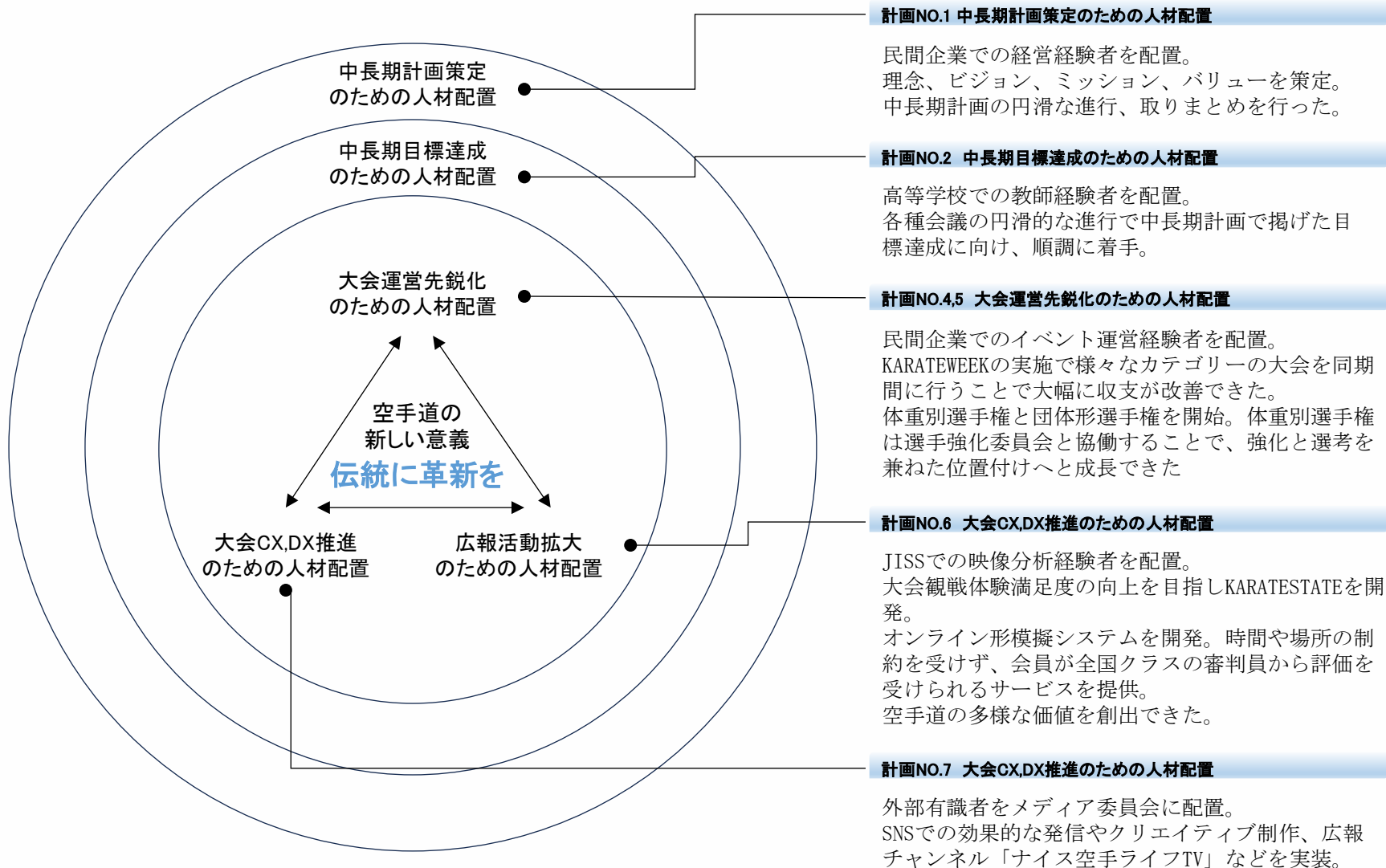
コロナ禍以降、会員減少による収益減少が課題であった。

【良い団体で最高のNF】を目指し、空手道の社会的意義を再定義することで、会員数に非依存的な経営基盤の強化が必要であった。

会員減少にも関わらず2020年以降の経常収益は安定しており、本プランが機能していると考えられる。

■ 本事業における具体的な取組内容

各レイヤーに配置したマネジメント人材が、中長期計画で策定した「伝統に革新を」をスローガンとして着実に成果を出すことで、経営基盤強化の好循環が生まれている。



令和6年度の取組内容

事業開始からの施作をそれぞれ着実に伸ばすための取組を行なった。

【取組み1：空手CX強化事業】

YouTube「JKF Channel」を有効な情報発信媒体として確立、発展させる。

【取組み2：空手DX強化事業】

「オンライン形模擬」システムの運用効率化。ユーザー対応の体制を強化し、トラブルの軽減を図る。

【取組み3：Karate Week事業】

昨年度洗い出した「100の課題」の解決施作提案。

社会貢献としての空手道の魅力を発信する様々な企画を発案し、空手道の普及と推進を目指す。

【取組み4：マネジメント人材の活用】

- ・ 昨年以上に他団体との交流も増やし、経営基盤強化や課題解決のヒントを得る。
- ・ 今年度新設したステップアップキャンプの企画、運営に関り、成功を収める。
- ・ SNSでの効果的な発信やクリエイティブ制作のクオリティ向上。
- ・ 空手スタッズデータ分析を国内ランキングへ活かす施作を実施。

令和6年度の取組の進捗・成果・課題

スタッフの相互作用もあり全体として順調だが、コスト面が課題。

【取組み1】問題なく計画通り配信。空手界の中ではなくてはならない存在として確立された。再生広告収入が昨年度の約1.7倍の308万円となり、ここ数年間で確実な収入源へと成長した。インフレに伴う人件費、旅費の増加が課題。

【取組み2】形模擬システムの仕組みをほぼ自動化。参加者数が回数を追うごとに減ってきており、費用対効果の点が課題。

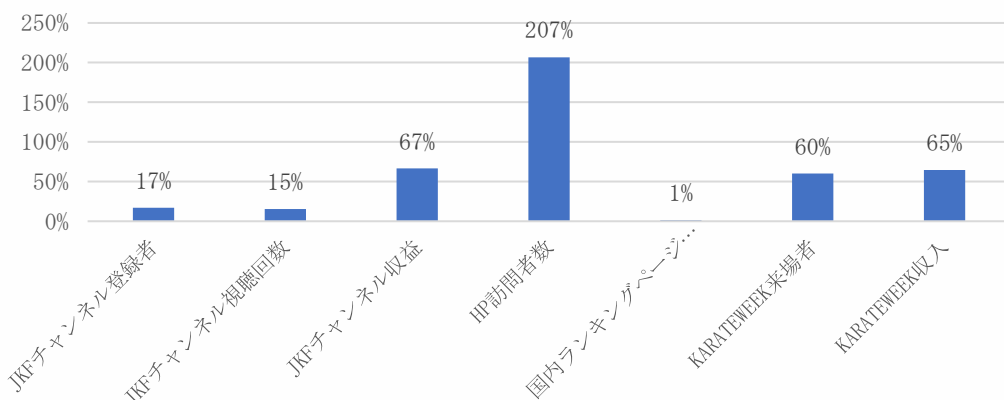
【取組み3】入場者が約12,000人、出場者2,586名、出店料収入が725万円（昨対比106.4%増）。スポーツナビ主催のスポーツPRアワードのコミュニティ賞を受賞した。昨年度洗い出した「100の課題」のうち約7割を改善。今後も空手界からスポーツ界ならびに社会全般にメッセージを発信する重要な位置づけとなる事業に成長。

【取組み4】外部人材の知見を業務に反映することで、内部人材の成長を即す好循環が生まれている。



■ 本事業の成果目標・KPIの達成状況

今年度の実施した施作のKPIはほぼ達成できた



定量KPI達成率 公式HP訪問者数が想定以上の増加。広報の中心として機能していると考えられる



空手CX(顧客体験)強化事業

目標 将来的なYoutubeの運営費を会費収入増で賄う道筋をつけること

KPI	JKF Channel チャンネル登録者数：8万人 (2024年3月時点 約6.5万人)	→93,696人 (2025年3月31日)
	JKF Channel 視聴回数：750万再生回数 (2024年3月時点 約645万)	→8,646,016回 (2024年4月1日~2025年3月31日)
	JKF Channel 収益：180万円 (2024年3月時点 約170万円)	→約300万円
	HP訪問者数：24万人	→735,895人 (2024年4月1日~2025年3月31日)
	国内ランキングページ訪問者数：8,000人 (2024年3月時点 6,600人)	→8,092人 (2024年4月1日~2025年3月31日)
	新KVいいね数 (インスタ)：500	→実施なし
	「YouはなぜKarate?」再生回数：5,000回	→計3,562回

空手DX強化事業

目標 視聴者や競技者が空手データにより関心を深めることを目標とする

KPI	【コラム】 コラム件数：3コラム	→3コラム
	【Facebook掲載時】 コメント：合計45件いいね数：合計60件	→いいね数：計191件
	【会員システム改修】 競技規定オンライン化による会費収入増	→会員システム改修済み、2025年度会費収入として反映

Karate Week事業

目標 「大会改善チーム」で立案した効率的な大会運営体勢を実践する。

KPI	【Karate Week】 来場者合計：7,500人 収入：3,000万円	→来場者合計：12,000人 収入：4,940万円
	【大会改善チーム】 昨年度比10%削減 (人員数、人件費では無い)	→18.7%削減

■ 本事業を通じて感じた成果、課題等

過去3年で「挑戦→飛躍→地固め」のステップを踏んだ。これまでの取り組みを「周知・浸透」させ「持続可能な体制と強固な経営基盤を確立」させることができた。

- ①空手CX（顧客体験）強化事業：過去3年間で、「空手界にとってJKF Channelをなくてはならない媒体」となった。今後は、YouTube継続の為に会員年会費を増額し（例：1会員、500円増で年間約3250万円増）連盟の継続的な収益向上へ繋げる。
- ②空手DX強化事業：その他競技と同様に、空手がよりデータを活用するようになれば視聴体験・強化・メディアへの説得材料などの効果が見込まれる。
- ③Karate Week事業：Karate Weekを通して、各大会の比較・分析→自立可能な大会の把握→分析に基づいた大会改善→連盟全体としての戦略的大会強化を行うことができた。
- ④マネジメント人材：実行委員会や外部人材を組織体制に取り込む事により、事業目的に即した中長期的な組織・人材強化を実現できた。

■ 本事業を踏まえた将来的な構想



良い団体で最高のNFを目指して

NFとして経営基盤は強化されている。今後、地区や都道府県連盟の人材問題が懸念される。大会の統合や同日開催を段階的に増やしていく事により、現場に合うスケジュールへシフトする。蓄積された経験則を積極的に共有し、地方から経営力弱体化が起きないように努力をしていく。また、社内規定を現在のライフスタイルなどに合わせ改善を行う。