

2020 年 事業方針（案）

COVID-19 の影響で、スポーツ業界のみならず世界中の経済活動が危機的な状況に追い込まれています。JLA では、2 月初から官邸や各大学の動向をモニターしつつ会員に注意喚起を行い、2 月 27 日に主催活動、会員（大学・クラブ）の活動全般を制限する全国統一の基本方針を打ち出し、早期に選手/審判/指導者/スタッフの安全確保、そして社会への協力姿勢を打ち出してきました。国際関連でも、日本代表の英国豪州遠征、国際親善試合、男子 U19WC 等主要事業が中止/延期されました。足許、JLA は、あすなる等の 3～5 月の主催事業の中止/延期を決定していますが、五輪延期等スポーツ界全般の事業が後ろ倒し日程を余儀なくされています。JLA としては、外部環境を慎重に見極め、安全性を確認しつつ、2020 年下期のリーグ戦開催を、柔軟な日程で企画検討している状況です。

新歓（新 1 年生リクルーティング）も、入学式・講義日程が後ろずれしています。大学から始める選手が多く、社会人もパラレルキャリア中心のラクロスは、新しい仲間を増やす物理的な接点がなくなり困難を極めています。その一方で、昨年立ち上げた WEB や SNS 等のメディア機能をフルに活用し、学連/地区/所属チームが変化に対応しながら新歓新企画等に取り組んでいます。メディア・パートナーシップ機能は、逆風下での新しい戦略として、中長期的なラクロスの価値向上に資するものです。年初に、メディア担当理事（ベンチャー企業経営者）を事務局にフルタイムで招聘し、短期的には JLA の組織・財務構造の改革を推進しながら、会費以外の収入多様化を戦略的に図って参ります。その第一弾として、新歓支援を目的とした JLA 初の「クラウドファンディング」を実施、多くの方にご協力を賜りました。厚く御礼申し上げます。会員と約 10 万人の OBG コミュニティーが、この難局に対して一つになることこそが重要だと考えています。また、若年層の普及プランも重点施策として、外部環境に留意しながらスタートします。ラクロス経験者・指導者が、子供向けラクロス教室を立ち上げていく過程で、JLA ともコラボレーションする仕組みを創出していきます

2020 年は、不透明な活動制約の中で、守りと攻めの JLA の執行力（事務局体制）の強化を推進していく方針です。本部地区の会議を全面リモートワークに移行済ですが、結果的に交通費等の実費が削減され、働き方改革も加速しています。また、ゼロベースでの費用構造（固定費の変動費化）にも取り組む方針です。2020 年予算は、COVID-19 対応としての準備金を引き当て、収入約 3 億 9500 万円（前年実績比▲20%）に対して、経費 4 億 3700 万円（前年実績比▲16%）となる一時的な緊急の赤字収支予算▲3950 万円を組み、更なる下振れ（リスクシナリオ）も想定しつつ、内部留保を取り崩します。JLA 特有の、事業に経費が連動しやすい収支構造をコントロールしつつ、2021 年以降の収支改善のため、ゼロベースを念頭にしたコスト構造のダウンサイジングも進め、将来の環境変化に機動的に対応できる財務体質の構築を目指して参ります。

1980 年代後半、日本のラクロスは本当に何も無い所から始まりました。逆境と困難こそ、若い日本のラクロスコミュニティーが一番フロンティア精神を発揮する場所です。約 10 万人の OBG と会員の皆様とが一つになって、この難局を乗り越えていきたいと思えます。そして、世界中が国境を封鎖している今だからこそ、私たちは、国や政治という枠を超えて世界中のラクロスコミュニティーと一致団結し、～Lacrosse Makes Friends～ の「創業理念」を更に高く掲げていきたいと考えています。

事業	目的	概要
マーケティング	マーケティング部門の設立と戦略策定	継続的で持続可能な日本ラクロスの発展を目標として、未来の日本ラクロスへの投資原資を得るためのパートナーシップを、様々な企業と戦略的に取り組む。 2019年11月に設立した「マーケティング準備委員会」を中心に、①マーケティング部門の設立(採用を含む組織設計と実行)、②ラクロス独自のブランド価値の創出(価値創出/アセタイズ、メディア展開を含む)、③ラクロスブランドの価値交換(パートナーシップの締結)を行っていく。
安全対策	医科学委員会の発足	ジュニアから日本代表まで、全てのレベルで安全に、安心して、高品質のラクロスを楽しむよう安全対策を推進する。科学的根拠に基づいて情報を整理し、Safety Time Outの導入を見据えた各種大会運営について検討を重ねていく。さらに、より効果的な安全管理が可能となるようSG体制の効率化を図り、将来のビジョンを構築していくとともに、セミナー開催によって安全対策に対する啓発活動を行っていく。
全国大会	全国大会の運営力強化	全日本選手権の形式見直しに伴い、大学選手権及びクラブ選手権共に両選手権大会ならではの価値を創造し、更なる運営力の強化を目指す。全ての選手権大会の運営に関しては一過性のプロジェクトではなく、将来日本招致を予定している世界大会等の運営も視野に入れ、有料試合のスポーツ大会として、「安全な会場計画」「会場サービス」「ラクロスの魅力の伝え方の開発」を実現する。
普及	ジュニアへの更なる普及	強化部/JLAcademy、及び審判部と連携し、ジュニア標準ルールに準拠した指導者資格・審判資格の各体系を確立する。また、ジュニア大会の継続・拡大と共に各地区のラクロス体験会を支援する。2020年には中高連の準加盟化、2021年にはジュニアラクロス連盟の立ち上げに取り組む。2020年度ジュニア参加者数目標 延べ1800人(2019年度実績 延べ1150人)
広報	WEB事業の発信強化	情報発信の迅速性、正確性、網羅性、品質の向上を活動方針とし、ラクロス広報の基盤となる体制作りを強化する。SNS情報発信強化、JLA公認フォトグラファー制度策定・写真販売、試合映像配信の充実など、会員向けサービスを拡充する一方、ガイドラインの整理を継続する。
ガバナンス	法人基盤の強化	公益法人化の検討を踏まえ、情報共有基盤の構築と堅確な経理事務・ガバナンス体制の更なる高度化を図る。現行事業を総点検し、経理能力の向上に取り組む、また、経費精算業務、会員登録制度等のインフラ業務の更なる効率化、法務コンプライアンス体制、人事制度等の法人基盤強化を推進する。また、外部関連団体との幅広い連携や協業を推進し、柔軟で独自性のある組織基盤を構築する。
戦略企画	中長期事業計画の策定	理念とVISIONをベースに、持続可能な中長期事業戦略を策定する。今後5～10年スパンの外部環境の仮説をベースに各事業分野の事業戦略を立案し、収入源の多様化・拡張性のある組織基盤の構築を検討する。財務レバレッジも活用し、選択と集中を意識しつつ、各事業のキャピタルアロケーションを定めた上で、成長戦略のグランドデザインを策定する。また、WL(国際ラクロス連盟)とも連携し、6人制の対応や、ショットクロックの導入準備なども検討する。
日本代表	次回世界大会に向けた4年サイクル強化プランの継続推進	17年女子/18年男子を踏まえた[世界との差]を埋めることを目指して、女子代表、男子U19代表、男女全国強化指定活動を推進する。また強化部/JLAcademyと共に、トップ層強化とボトムアップの連携を強化する。
国際	国際交流事業の強化	中長期的に海外遠征者数を増やし競技レベル向上と時代に合わせた国際交流を再構築する。また、JLA独自の視点でアジアラクロスの発展を支援する。国際親善試合の位置付けの再考とリニューアル。WLの2025女子・2026男子世界大会等の日本招致を見据えた上での、環境の構築と人材育成を行う。