

事業	目的	概要
マーケティング	ラクロス価値向上のための戦略策定と推進	ラクロス特有の価値＝「先進性と開拓者精神」、文化＝「自主性×Lacrosse Makes Friends×デュアルキャリア」に共感してくれる企業とのパートナーシップを進めてラクロスの未来を創っていきます。2021年にJLAは、①ビジョンドリブンパートナーの「Simplex」、②ビジュアルエクスペリエンスパートナーの「アドビ」、③ブランドデザインパートナーの「VASALLO・LENACOS」、④Player!の「ookami」、⑤Mushaプログラム提供・協力の「リクルート・データスタジアム・アドビ」とパートナーシップを結びました。また、「Lacrosse as a Life.」を具現化する Japan Lacrosse Founders 制度を新設し、現会員の外側に向けたラクロスサポーター制度を立ち上げました。2022年はこうしたパートナーシップ、社会との繋がりを強化する施策の着実な定着と、未来のラクロスへの投資原資を得るための更なる戦略的な施策を進めていきます。
安全対策	医科学委員会・アンチドーピング委員会の定着	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めるよう安全対策を推進します。2021年に、継続的な医科学セミナーを開催しコロナ下の活動についての啓蒙活動を実施、またアンチ・ドーピング委員会を新設し、2022年度内にJADAへの加盟を予定しております。2022年は、科学的根拠に基づいて情報を整理し、Medical 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きます。また、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予定です。
大会運営	大会運営のスタンダード向上	コロナ禍における公式戦開催で培った経験をベースに、公式大会の更なる運営力向上を目指します。2021年は、Live配信文化の定着、オンラインチケット制度導入などを行うことで、安心・安全な環境を整備しながらも、各地区リーグ戦でも数々の工夫が生まれ、2年ぶりの全国大会を有観客で開催することができました。2022年は、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、with/afterコロナという環境でも、安全かつ充実した公式戦運営を目指します。既存および新規（SIXES等）の公式行事において適切な開催時期の検討も行う予定です。
普及	ジュニアを中心としたU-18世代への更なる普及	ジュニア世代の更なる普及戦略として、2021年12月には2年ぶりに関東ジュニア大会を開催。その勢いはそのままに、2022年、関東地区ではジュニアラクロスも通年で公式試合・大会を行う「シーズン制」をスタートします。ジュニア世代のラクロスにおいてこうした試合・大会による「①頂点の引き上げ」とともに、ラクロスを楽しむきっかけとなる体験会を増やして「②裾野の拡大」も進め、この両輪の回転を加速していきます。また、審判部とも連携した審判育成、強化部/JLAアカデミーと連携した指導者育成の体系づくりやジュニア向けラクロススクール事業の検討・立ち上げ・支援も視野に注力していきます。中高連との連携・準加盟化も検討を進め、協会として18歳以下世代へのラクロス普及を推進していきます。

事業	目的	概要
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します。2021年のコロナ下では、公式WEB・SNS情報発信の強化、リーグ戦・全国大会のYouTube/SNSオンラインライブ配信の定着、OTT動画配信サービス開設によりラクロスの認知度向上に貢献することができました。2022年は、地域や事業ごとの情報発信体制を整備し、更なるコミュニティの活性化を推進します。情報発信の体制強化・ガイドライン整備を進め、再開する日本代表の情報発信を拡充していく方針です。
ガバナンス	公益法人化を踏まえた実効性のある基盤構築	「クローズからオープンへ」－ 会員の為の組織から社会全体へ開かれたコミュニティとなるべく、公益法人化を推進します。そのためにオペレーション・ガバナンス体制の更なる高度化を図って参ります。2021年は、EY(新日本監査法人)と専門家と主たる論点を検討の上、内閣府への公益認定申請を行い、定款変更等の協議を進めました。更なる規程の整備、経理能力の向上、法令遵守、内部管理体制強化を進め、2022年中の公益認定を目指します。
戦略企画	中長期事業戦略の策定	理念とVISIONの実現に向けた持続可能な価値創造を目指し、中長期事業戦略を策定します。今後10年の外部環境の仮説をベースに各事業分野に最適な戦略を立案し、収入源の多様化・拡張性のある組織基盤の構築を進めていきます。構造改革による一定の効果を踏まえ、守りを固めながら、選択と集中を意識しつつ各事業の資源配賦を定めた上で、成長戦略を策定し先行投資を実行していきます。
日本代表	世界大会での日本のプレゼンス向上	女子フル代表、男女SIXES代表、男子U21代表の合計4代表を2022年の世界大会にそれぞれ派遣すべく、トップ層の強化に取り組みます。本大会では、日本ラクロスの技術・文化・マインドを世界に発信し、日本のプレゼンス向上に取り組みます。同時に、世界に照らして日本の位置を測ることで、コロナ禍における3年間の活動をレビューし、次の4年・8年に向けたプランニングを行います。マーケティング委員会や広報部等と協業し、会員への価値還元に取り組みます。
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します。また、JLA独自の視点でアジアラクロスの発展を支援します。国際親善試合の位置付けの再考とリニューアルも検討します。WL(国際ラクロス連盟)主催の2026女子・2027男子ワールドチャンピオンシップの日本招致を見据え、体制の構築とプロフェッショナル人材の育成も行います。