

公益財団法人 日本自転車競技連盟

中長期事業計画

(概要版)

2023年4月1日

JCFのMission及びVision

全ての種目をまとめる日本における自転車競技の中央統括団体及び世界へ羽ばたく選手をささえる競技団体として、次のMission及びVisionを設定した。



JCF MISSION

サイクリングというスポーツをより魅力的にし、普及・振興に努めることで、文化を醸成する

JCF VISION

サイクリングというスポーツを楽しむ全ての人に、したい、みたい、ささえたいと思える環境を提供する

7つの取り組むべき重点領域

重点領域① 方向性と役割の明確化

重点領域② 組織・体制

重点領域③ 関連団体との関係性構築

重点領域④ 普及・自転車競技文化の醸成

重点領域⑤ 強化

重点領域⑥ マーケティング

重点領域⑦ 財源

重点領域① 方向性と役割の明確化

現在JCFの存在意義・活動ベースとなる方向性が明確になっておらず、各種活動の目標とすべき軸が欠けている。そのためまず国内外に対する方向性、さらには「する」「みる」「ささえる」に対してJCFが担うべき役割及び目指す姿の明確化を行う。

方向性と役割の明確化	各活動の指針となるよう、団体としての方向性を明確にする	UCI・ACCにおいてJCFがめざすポジションの明確化
		国内においてJCFがめざすポジションの明確化
		JCFの国内自転車競技者（「する人」）に対する貢献と役割の明確化
		「みる」人に対するJCFの貢献の方向性と役割の明確化
		「ささえる」人に対するJCFの貢献と役割の明確化
		上記各項目に対する具体的施策の検討及び優先順位付け

重点領域② 組織・体制

現在の組織・体制がうまく回っていないこと、そしてそれがもたらす不信感や不協和音が明らかになっており、評議員・理事さらには事務局の組織及び体制の見直しを根本的に実施する必要がある。

組織・体制の 見直し	ステークホルダーそれぞれの役割を明確にした上で 中長期計画を実行に移すための体制の 見直し	役員制度の見直し
		役員（会長、副会長、理事）の役割の明確化
		事務局体制の見直し
		評議員制度の見直し
		役員と事務局との連携体制の整理

重点領域③ 関連団体との関係性構築

関連団体（種目別団体、加盟団体、県車連など）との連携がとれていないことが強化、普及をはじめ、さまざまな活動に影響を与えている現状がある。今後自転車競技の価値向上を共に成し遂げていくために、最大限のシナジーを生み出すためには、関連団体との関係性改善・構築が何より望まれる。

関連団体との 関係性構築	関連団体との連携を構築・強化することで、国際競技力の向上だけでなく、自転車競技の価値向上につなげる	各種目別団体に対するJCFの役割の明確化、連携強化のための方策の明確化
		加盟団体に対するJCFの役割の明確化、連携強化のための方策の明確化
		地方車連に対するJCFの役割の明確化、連携強化のための方策の明確化
		その他関連団体に対するJCFの役割の明確化、連携強化のための方策の明確化

重点領域④ 普及・自転車競技文化の醸成

日本における自転車使用率は高いが、競技としての自転車文化というものはまだまだ根付いていない。そのため、各種目の魅力を活用しながら、種目別だけではなく自転車競技一丸となり、日本における自転車競技文化を醸成し、団体及び競技としての価値を向上させることが求められる。

普及・自転車 競技文化の 醸成	自転車競技文化を醸成することで、JCFとしての価値向上及び競技の普及を推進するだけでなく、新たな資金源獲得に際し鍵となるバリューを作る	自転車競技の価値の明確化
		自転車競技の価値向上施策の検討
		自転車競技の価値向上施策、普及活動を競技横断的に実施するための体制構築
		自転車文化の醸成の一環としての普及活動の具体策の検討・実施

重点領域⑤ 強化

現在各種団体がそれぞれ独自の強化を実施しているが、一丸となって自転車の国際競技力向上を目指すために、まずJCFとして全種目の強化にどのように向き合うべきなのかを洗い出し、その上で全体戦略ともいえるパスウェイの構築を行い、関連団体とそれを実行すべく連携していくというプロセスを経て、結果、国際競技力の向上に努める。

強化	多種目の統括団体として、強化パスウェイの構築及びそれに沿ったサポート体制の構築を行い、国内及び国際競技力の向上に努める	各種目における強化パスウェイ（資金、サポート体制を含む）の構築
		JCFの「自転車競技」としての全体戦略の構築（パスウェイの構築）
		強化策の関連団体との共有及びスムーズな連携体制の構築
		国際競技力向上に資する全日本選手権大会の開催

重点領域⑥ マーケティング

さまざまな取り組みを行うことと同時に、それを対外的に発信していくことで、既存及び新規となりうるスポンサー企業に対しアピールすることが可能となり、JCF及び自転車競技団体としての価値の向上を図ることができる。また対内的にも取り組みを発信していくことで、内部での協力者を獲得し、団体の内部からの活性化も行う。

マーケティング	JCF及び自転車競技の価値向上につながるブランディング・マーケティング戦略の実施	JCFとしてのブランディング価値の明確化
		自転車競技の周辺、つまり自転車全体の巻き込んだマーケティング戦略の構築・実施
		対外的に自転車競技の価値を伝えるキャンペーンの検討・実施
		対内的にJCFの価値向上を行うためのキャンペーンの検討・実施

重点領域⑦ 財源

新たな取り組みなどを行うためには自由度高く使える資金源が求められている。そのためにはスポンサーの更新・獲得が必須となってくるが、事務局内で営業の役割を担うことが難しい場合は、外部の副業兼業人材や代理店の関与についても検討し、実行体制も併せて整えていく。

財源	より自由度高く活動を行うための、財源の多様化	既存スポンサー拡充策の検討と実行
		新規スポンサー獲得策の検討と実行
		資金不足のために停滞している事業の見直しと財源確保策の立案
		財務管理業務体制の構築