資料3-1

2020年に向けた社会全体のICT化推進に関する懇談会　幹事会
スポーツ×ICTWG（第3回）

競技人口・ファン拡大について
日本バレーボール協会の取り組み

公益財団法人日本バレーボール協会

業務執行理事・事務局長　林　孝彦

2016年2月24日

会場：総務省内会議室（11階　第3特別会議室）

JVAの概要

JVAの宣言

バレーボール2015宣言
『JVAはバレーボールの“つなぐ力”を世界に育みます』

ボールを落とさずに“つなぐ”スポーツ。

決してひとりではできません。
チームメイトとネットの向こうの相手がいるから、できるのです。

チームメイトとともに力を合わせ、
次にボールに触れるチームメイトや相手に思いをめぐらせ、
勇気を持ってあきらめずボールを追いかけて“つなぐ”――。

みんながつなげた時に生まれる、見えない力。
その力には、ひとりではできないことができる力があります。
夢をかなえる力があります。
希望を実現する力があります。

この力をわたしたちは“つなぐ力”とよびます。
さあみんなで“つなぐ力”を体験しましょう。

子どもから生涯にわたって“つなぐ力”を楽しむスポーツ。
それが、バレーボール。

このスポーツは、つながっている。

バレーボールの“つなぐ力”は、
自分のからだとこころの“つながり”
自分とひととの“つながり”
ひととひととの“つながり”
を大切にするひとを育みます。

公益財団法人 日本バレーボール協会

自分のからだとこころの“つながり”を大切にするひと

自分に正面から向き合えるひと
- 自分とむきあい、打ち克つこころで粘り強く取り組むひと
- 気力に満ちた元気なからだとこころで、能力を惜しまず発揮するひと
- 勇気と情熱あるこころで、自分の目標や夢にむけて努力するひと

自分とひととの“つながり”を大切にするひと

心と心のつながりを大切にするひと
- ひとを尊重し、誠実さと思いやりでひとと向き合うひと
- ひとを理解し、喜びも悲しみも分かち合う心を持ったひと
- ひとを大切にし、感謝する心を持っているひと

ひととひととの“つながり”を大切にするひと

家族・職場・地域社会とのつながり
- ひととひとをつなぎ、知恵を出会わせ、笑顔あふれるコミュニティーを創るひと

日本・世界とのつながり
- ひとの多様性を受け入れて、世界中の仲間との交流の輪を創るひと

過去から未来の時間のつながり
- 社会・文化の過去と現在を理解し、未来をともに創るひと

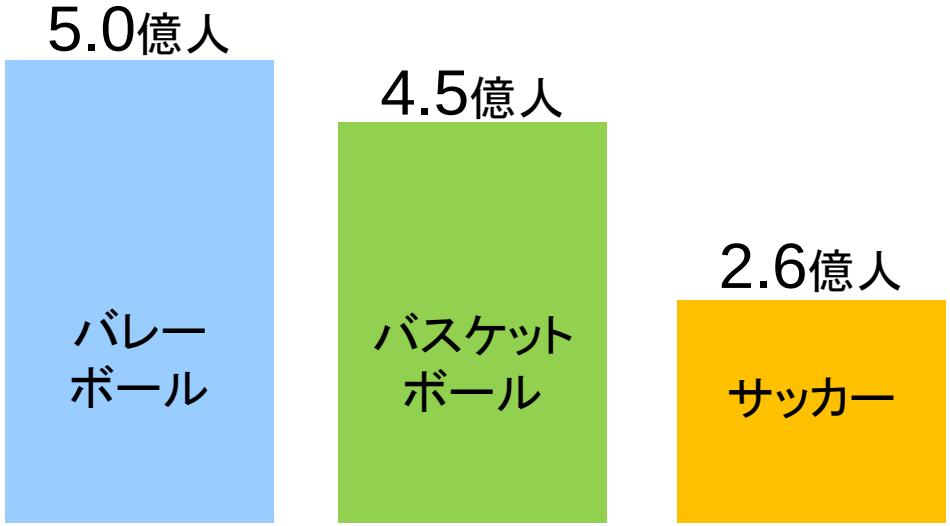
http://www.jva.or.jp/jva/declaration.html

バレーボールのポテンシャル　競技人口

・全世界での競技者人口バレーボールが世界1位

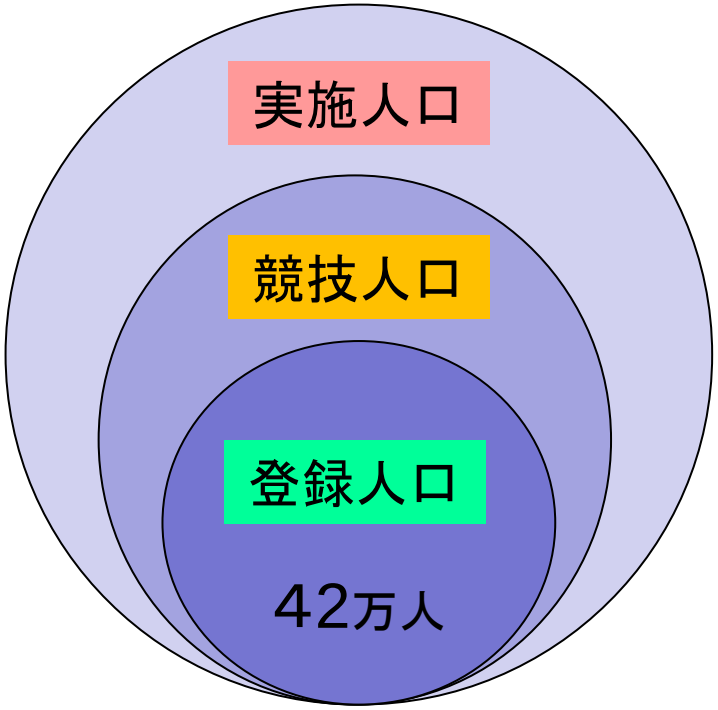
・日本での競技者登録人口は3位

全世界での競技者人口
（男女合計）



【出典】FIBA/FIFA/FIVB

国内での人口
（男女合計）



【出典】笹川スポーツ財団

オリンピック歴代メダル獲得数

鈴木長官が示した競技別の「通信簿」と歴代メダル数

夏季五輪競技	金	銀	銅	計
柔道	36	18	18	72
体操	29	33	33	95
レスリング	28	17	17	62
水泳	20	28	37	85
陸上	7	7	9	23
重量挙げ	2	3	8	13
ボクシング	2		3	5
射撃	1	2	3	6
馬術	1			1
アーチェリー		3	2	5
フェンシング		2		2
テニス		2		2
自転車		1	3	4
セーリング		1	1	2
バドミントン		1		1
卓球		1		1
テコンドー			1	1
バレーボール	3	3	3	9
ソフトボール	1	1	1	3
野球		1	2	3
サッカー		1	1	2
ホッケー		1		1
ボート				0
近代5種				0
カヌー				0
トライアスロン				0
バスケットボール				0
ハンドボール				0
計	130	126	142	398

各競技団体への辛口通信簿

メダル数はスポーツ庁の資料による

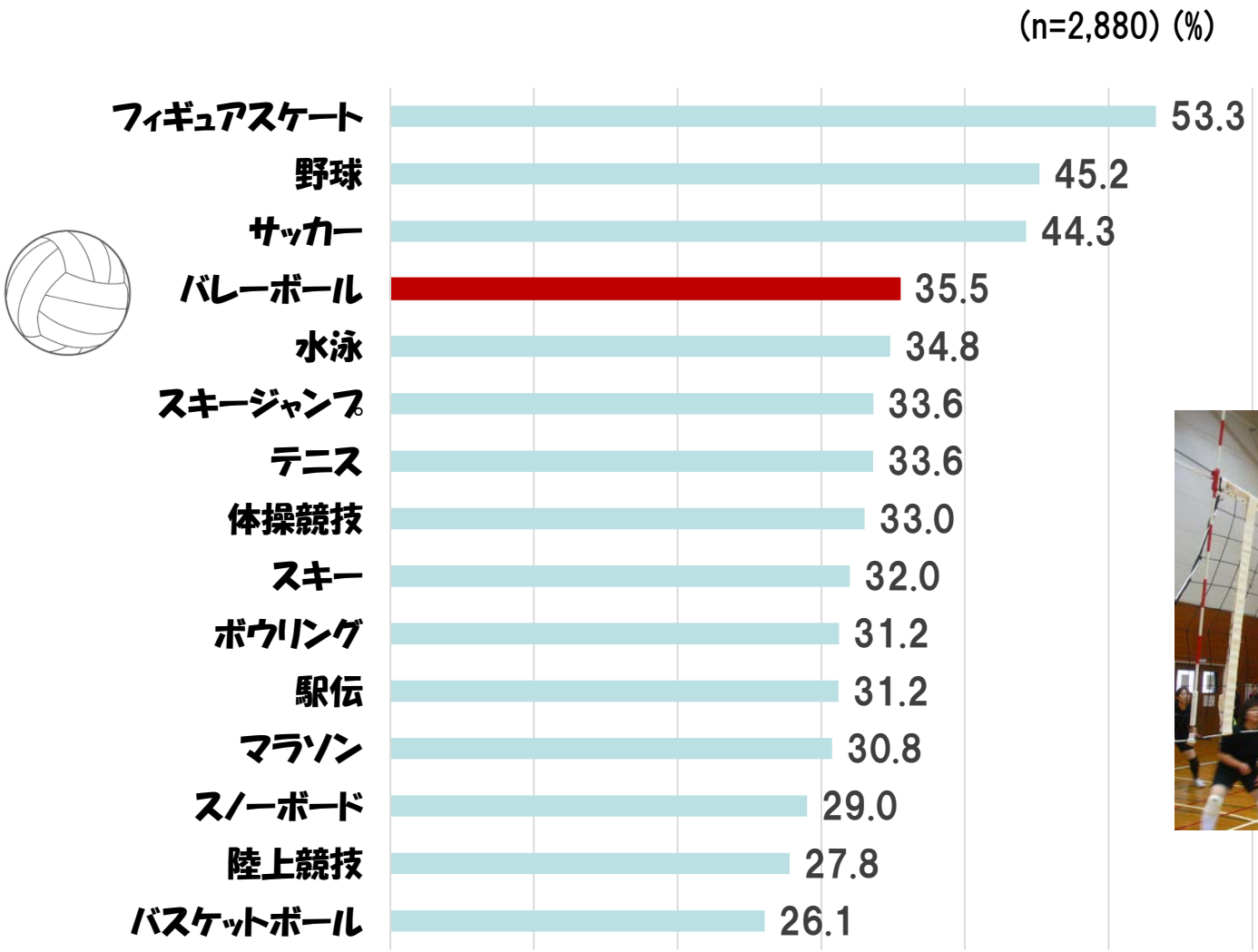
鈴木長官が示した競技別の「通信簿」と歴代メダル数

2020東京　メダル獲得!!

ビーチバレー
男女各2

インドアバレー
男女各1

スポーツ興味度（TOP15）



*興味がある＝ Top-2-Box:「とても興味がある」「まあ興味がある」

Q.次のそれぞれのスポーツ競技について、あなたの興味・関心の度合いをお知らせください。ご自身が参加される場合、試合などを観戦される場合も含めて総合的にお考えください。

【出典】Repucom （レピュコムジャパン）インターネット定量調査2014年3月31日～4月4日

スポーツ競技の印象（TOP10）

(n=2,880)(%)

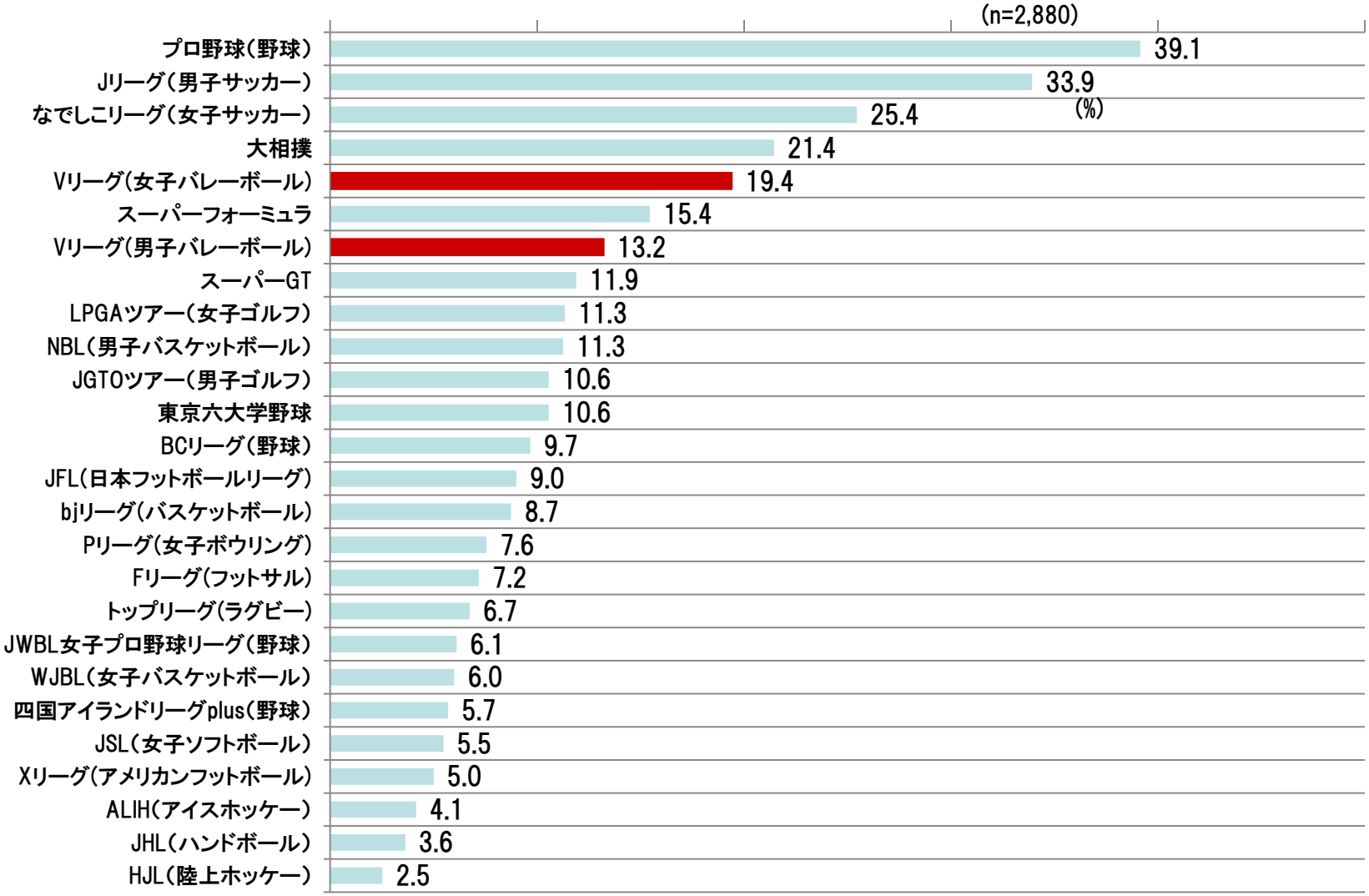
	戦略的	洗練された	ダイナミック/ワイルドな	元気がある	華やかな感じがする	落ち着いた 感じがする	楽しい	合計%ポイント
フィギュアスケート	5.0	30.8	7.5	6.2	66.4	8.1	14.3	138.3
サッカー	35.8	5.9	20.9	31.7	17.5	1.6	20.0	133.4
野球	37.2	6.8	12.3	22.9	11.5	4.3	22.5	117.5
テニス	17.9	16.5	9.6	15.9	29.2	5.4	16.6	111.0
バスケットボール	21.2	5.5	22.6	28.0	11.1	1.1	15.5	104.9
アメフト	21.6	3.0	45.6	19.6	6.4	1.0	4.1	101.2
体操競技	2.9	22.9	16.4	11.5	32.0	9.3	6.1	101.0
スノーボード	1.6	7.5	29.8	21.2	19.5	1.3	19.2	100.0
バレーボール	**26.1**	**3.9**	**12.6**	**28.4**	**9.5**	**2.1**	**16.2**	**98.9**
ラグビー	17.0	1.7	45.3	24.2	2.5	1.2	2.8	94.6
ゴルフ	19.2	17.0	2.5	2.8	11.5	34.1	6.6	93.7
ボクシング	13.5	4.3	46.3	16.7	3.8	1.5	3.9	90.0
スキージャンプ	4.1	9.1	40.9	10.1	11.2	4.2	6.9	86.5
柔道	12.8	7.2	33.8	17.0	1.5	10.1	3.1	85.5
相撲	7.5	7.3	33.7	12.1	3.1	13.7	4.0	81.4

Q:次のそれぞれの屋外スポーツ競技について、あなたのイメージをお知らせください。（いくつでも）

【出典】Repucom （レピュコムジャパン）インターネット定量調査2014年3月31日～4月4日

各リーグ試合観戦への興味度

Q:次のそれぞれのリーグや試合を観戦することついて、あなたの興味・関心の度合いをお知らせください。
TVやラジオ、インターネット、試合会場での観戦など、観戦する場所や方法はどのようでも構いません。



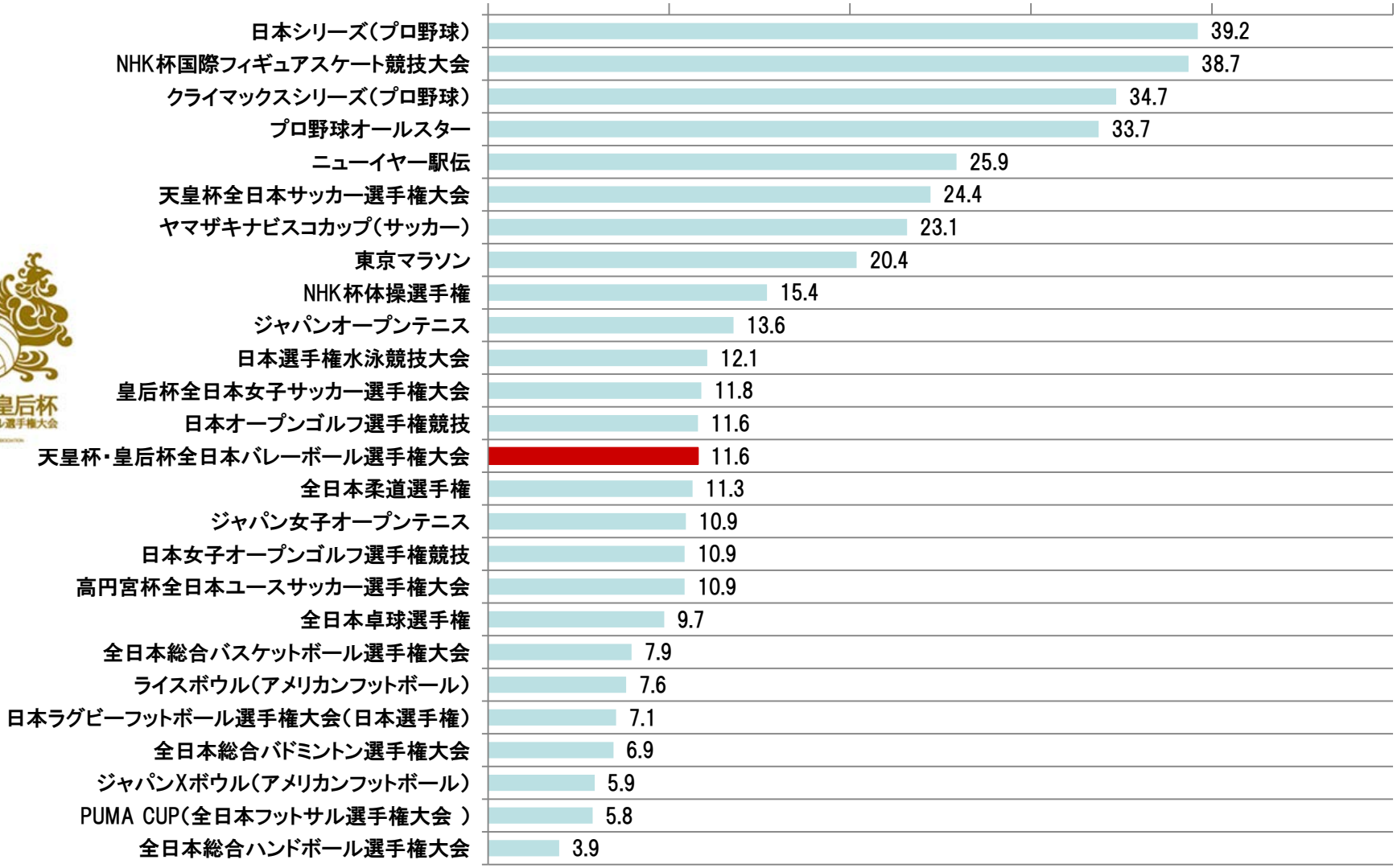
*興味がある＝ Top-2-Box:「とても興味がある」「まあ興味がある」

【出典】Repucom （レピュコムジャパン）インターネット定量調査2014年3月31日～4月4日

国内イベント観戦への興味度 – 一般

Q:次のそれぞれの国内イベントを観戦することついて、あなたの興味・関心の度合いをお知らせください。
TVやラジオ、インターネット、試合会場での観戦など、観戦する場所や方法はどのようでも構いません。

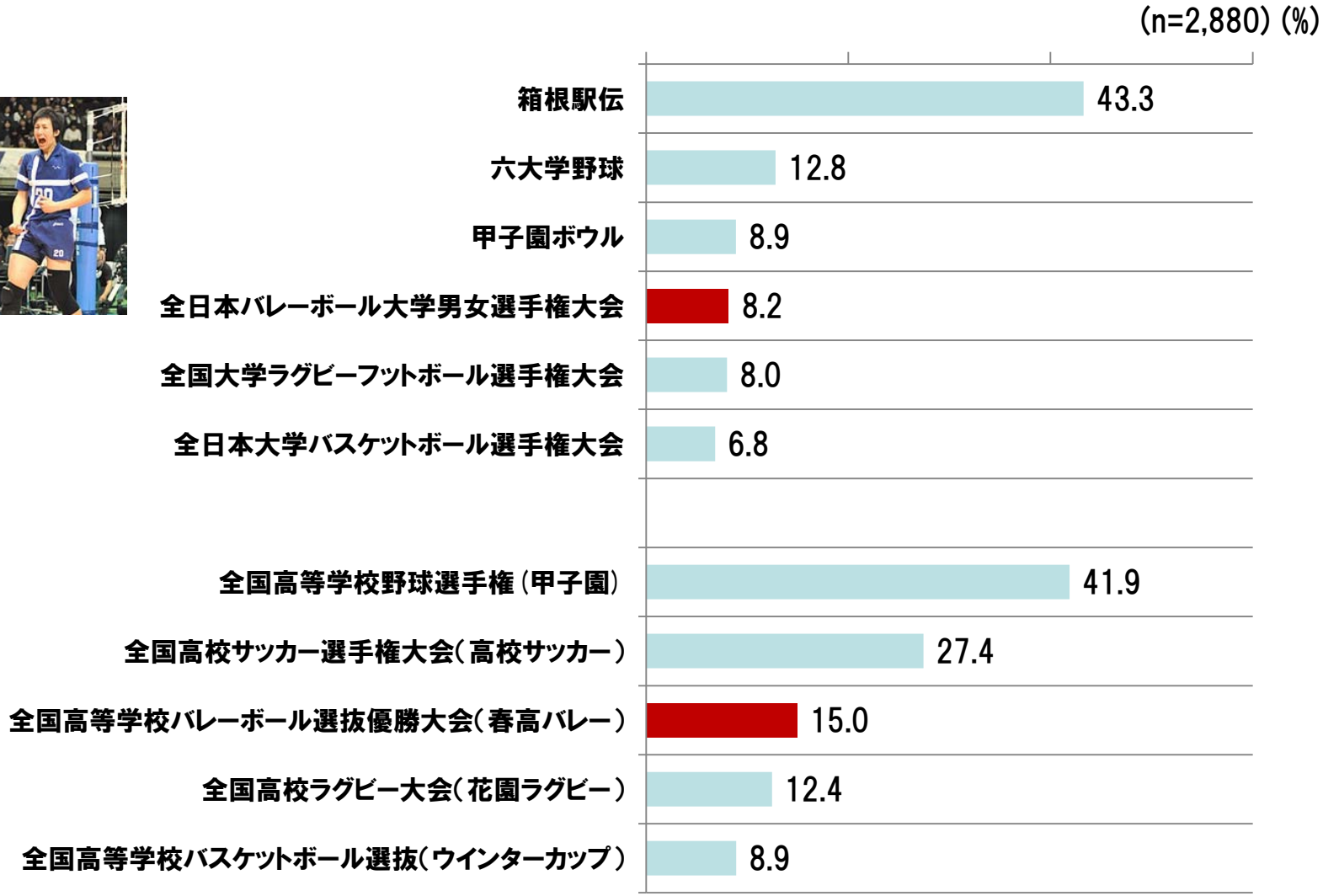
(n=2880) (%)



*興味がある= Top-2-Box:「とても興味がある」「まあ興味がある」

【出典】Repucom （レピュコムジャパン）インターネット定量調査2014年3月31日～4月4日

国内イベント観戦への興味度 – 大学・高校



*興味がある＝ Top-2-Box：「とても興味がある」「まあ興味がある」

Q:次のそれぞれの国内大学スポーツイベント、及び、国内高校スポーツイベントを観戦することついて、あなたの興味・関心の度合いをお知らせください。TVやラジオ、インターネット、試合会場での観戦など、観戦する場所や方法はどのようでも構いません。

【出典】Repucom （レピュコムジャパン） インターネット定量調査2014年3月31日～4月4日

Vリーグについて

47都道府県に1つは Vリーグチームを・・・

Vリーグチームのホームタウンがある県
23県/47県（準加盟内定含む）

- ■ 2014/15V・プレミアリーグ男子チーム
- ■ 2014/15V・プレミアリーグ女子チーム
- ● 2014/15V・チャレンジリーグ男子チーム
- ● 2014/15V・チャレンジリーグ女子チーム
- ▲ 男子準加盟加入内定チーム
- ▲ 女子準加盟加入内定チーム

（2015年6月30日現在）

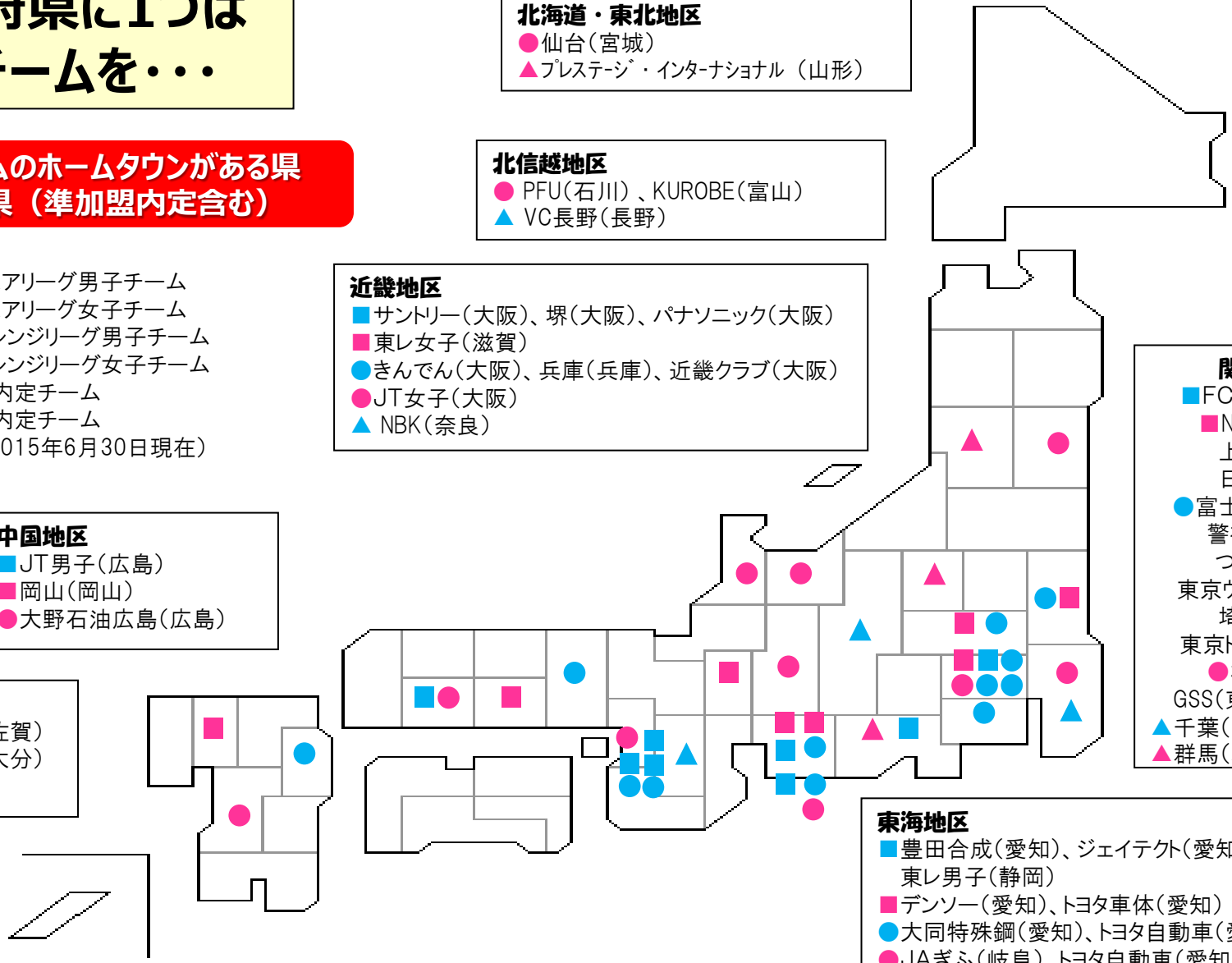
北海道・東北地区
●仙台（宮城）
▲ﾌﾟﾚｽﾃｰｼﾞ・ｲﾝﾀｰﾅｼｮﾅﾙ（山形）

北信越地区
● PFU（石川）、KUROBE（富山）
▲ VC長野（長野）

近畿地区
■サントリー（大阪）、堺（大阪）、パナソニック（大阪）
■東レ女子（滋賀）
●きんでん（大阪）、兵庫（兵庫）、近畿クラブ（大阪）
●JT女子（大阪）
▲ NBK（奈良）

中国地区
■JT男子（広島）
■岡山（岡山）
●大野石油広島（広島）

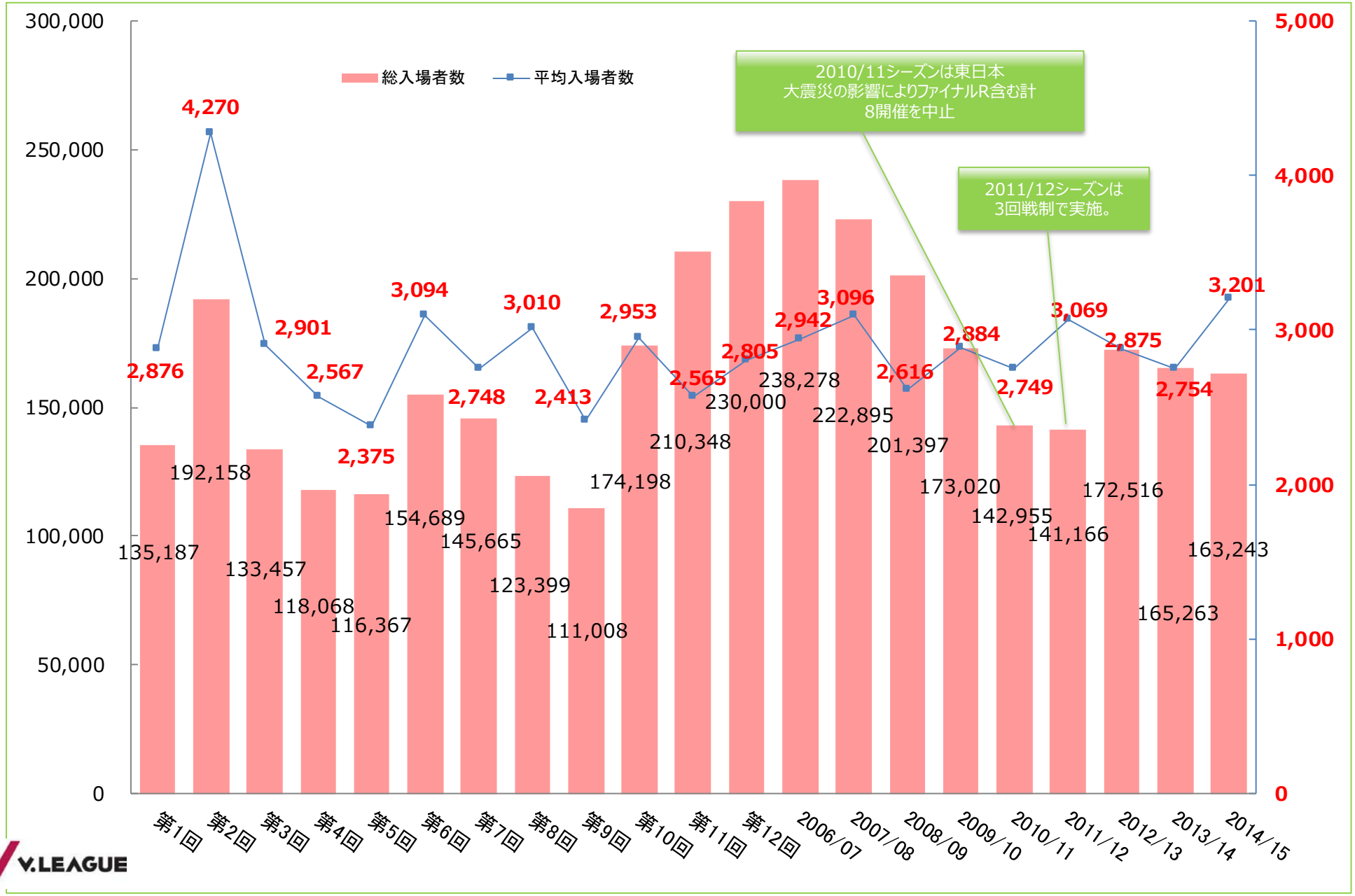
九州地区
■久光製薬（佐賀）
●大分三好（大分）
●熊本（熊本）



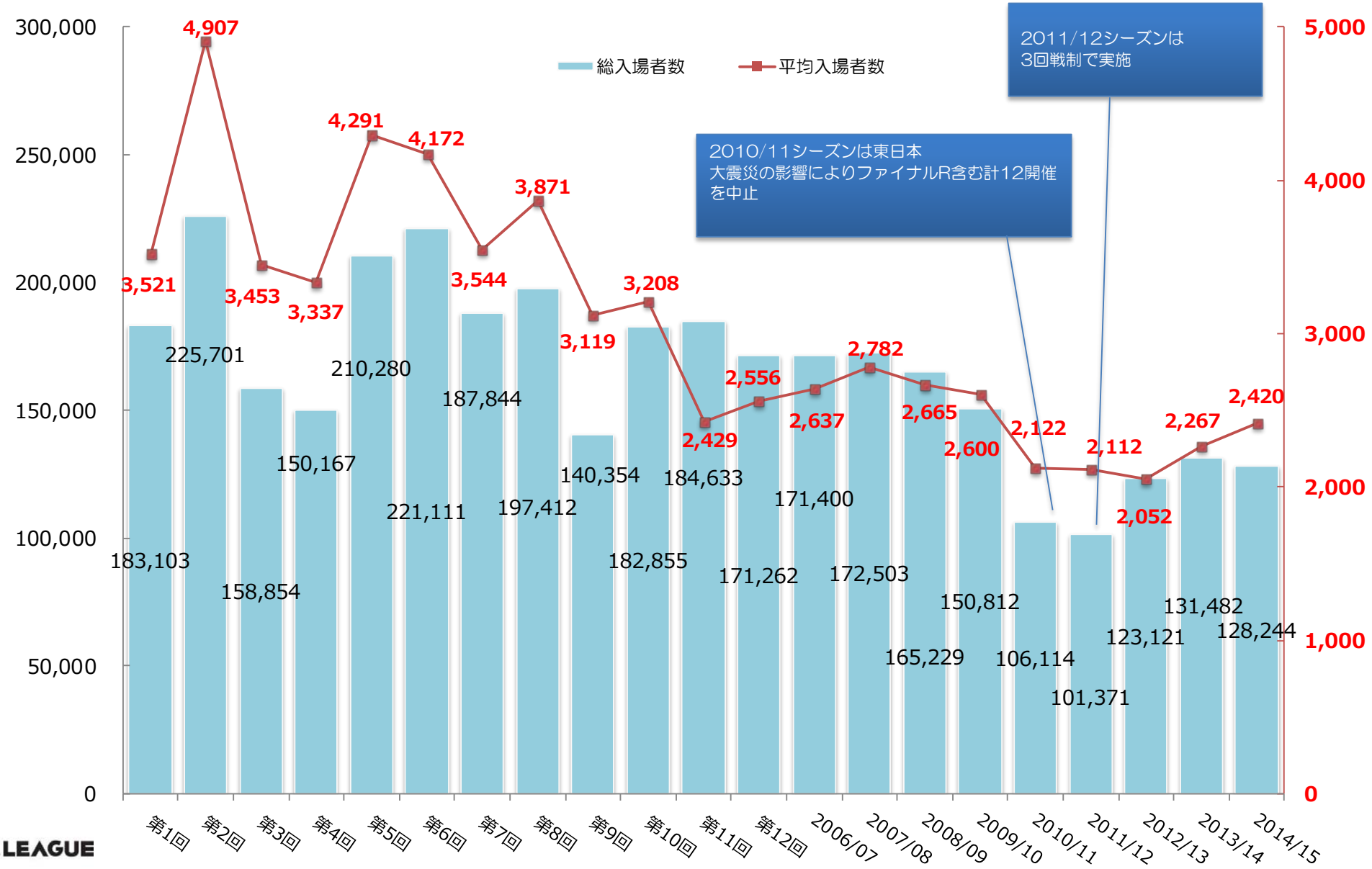
関東地区
■FC東京（東京）
■NEC（東京）
上尾（埼玉）
日立（茨城）
●富士通（神奈川）
警視庁（東京）
つくば（茨城）
東京ヴェルディ（東京）
埼玉（埼玉）
東京トヨペット（東京）
●柏（千葉）
GSS（東京）
▲千葉（千葉）
▲群馬（群馬）

東海地区
■豊田合成（愛知）、ジェイテクト（愛知）
東レ男子（静岡）
■デンソー（愛知）、トヨタ車体（愛知）
●大同特殊鋼（愛知）、トヨタ自動車（愛知）
●JAぎふ（岐阜）、トヨタ自動車（愛知）
▲ ブレス浜松（静岡）

プレミアリーグ女子入場者数

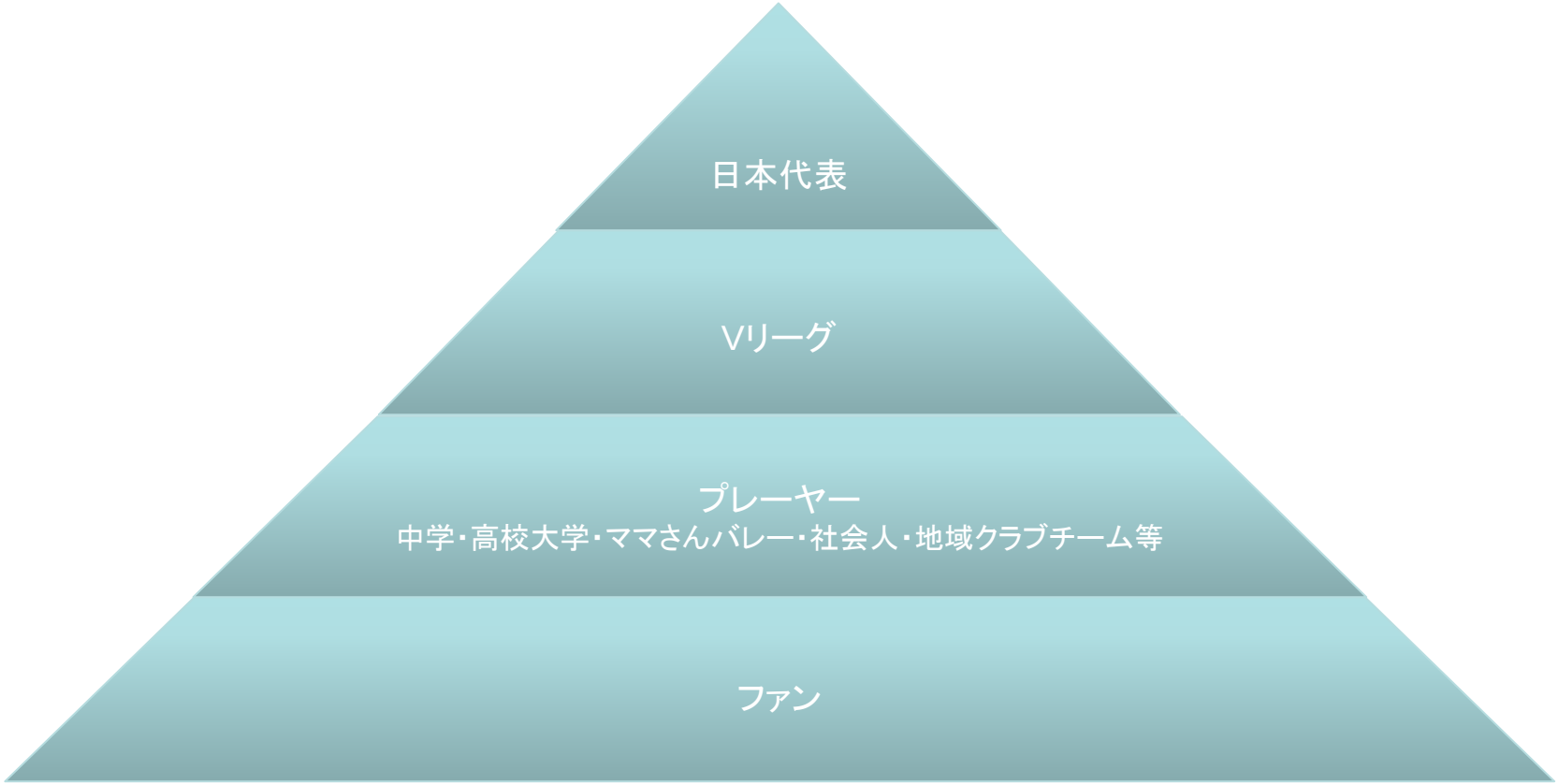


プレミアリーグ男子入場者数

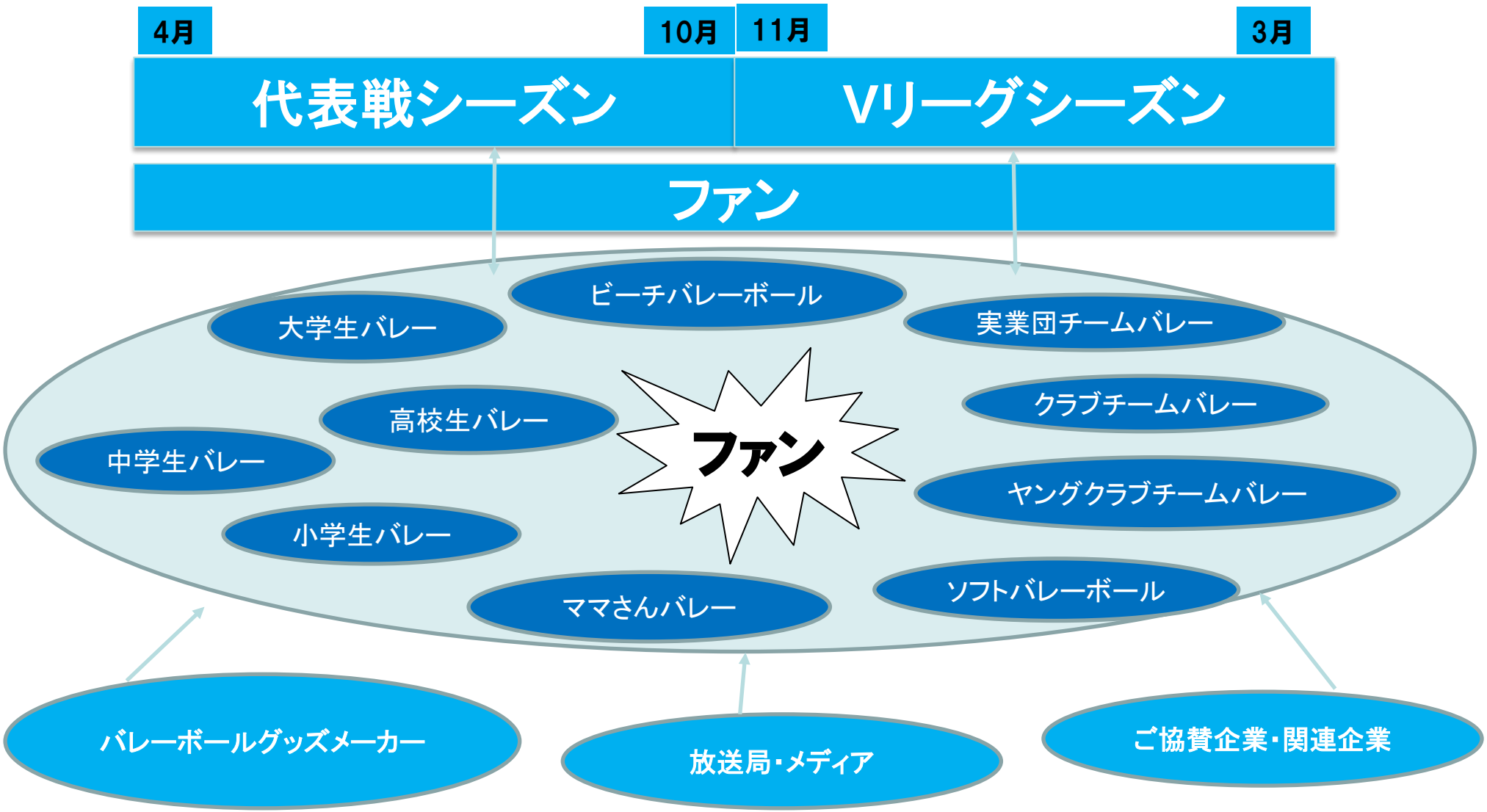


日本バレーボール協会のミッション

日本代表強化・メダル獲得
生涯スポーツとしてのバレーボールの普及



グランドデザインの必要性



バレーボール×ICT

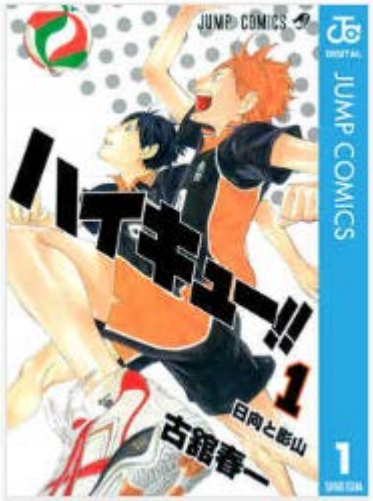
公益財団法人
日本バレーボール協会

V.LEAGUE

3C

Commitment
Communication
Complete

ICTへの期待



- ➢バレーボール経験者だがVリーグの試合を見たことがない
- ➢バレーボール部の中学生の両親
- ➢特定選手のファン
- ➢代表選に盛り上がるがバレーのルールや技術をよく知らない
- ➢地方都市での大会開催時にそのエリアに住んでいる人
- ➢ルールや玄人好みの技術を理解することで
- ➢バレーに接点はなかったがYahooニュースで必ずバレーの記事を読む人
- ➢ ECサイトでバレーシューズを買い物かごに入れっぱなしの人

取り組み

MRS登録

（競技者・役員・有資格者登録）

広報活動

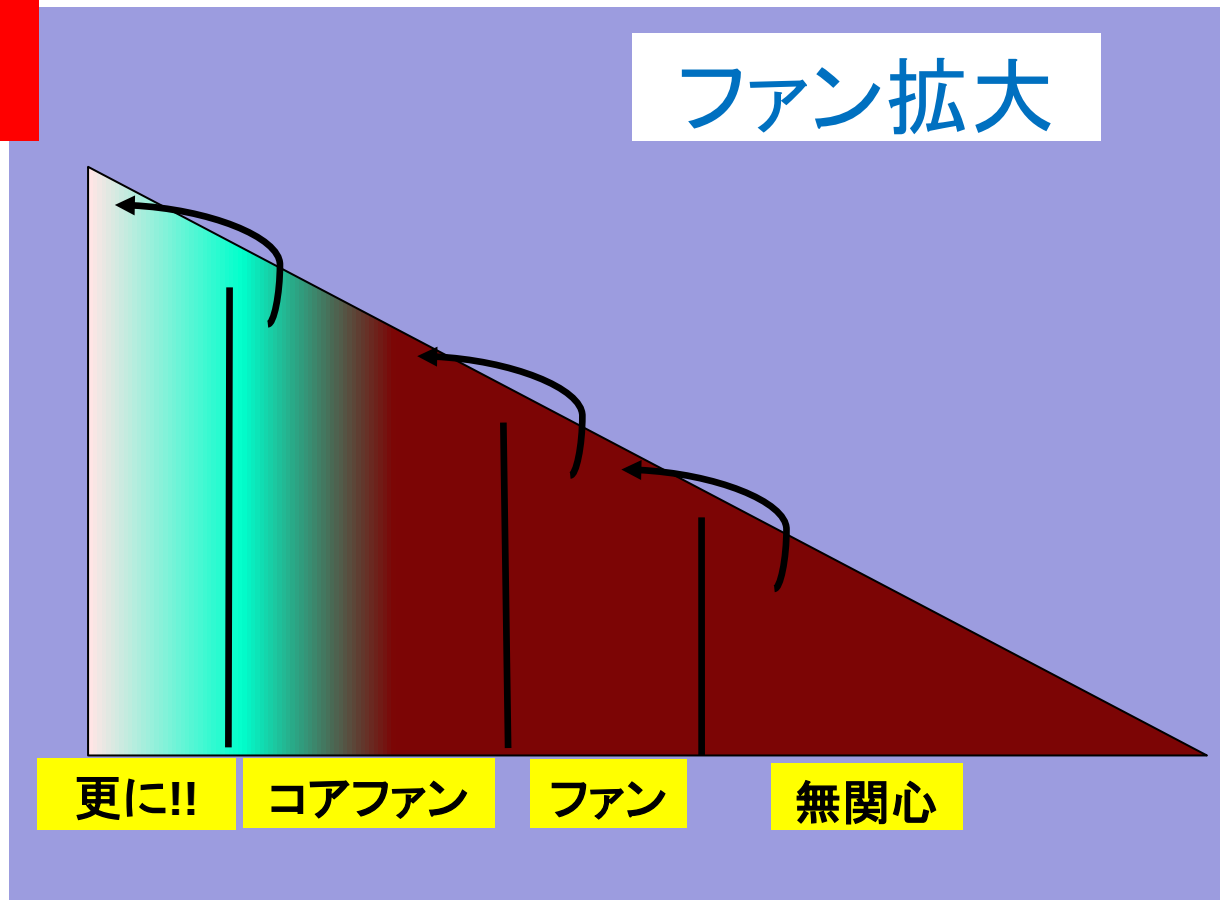
（WEBサイト・SNS・プレスリリース・メルマガ・VリーグTV）

有料サイト

（バレとも・Vバレ・Vリーグオンデマンド）

IT戦略とその課題 ⇨ 連動性

更なる競技人口・ファン拡大に向けて

- ➢ICTの知識と人材
- ➢運用ノウハウ
- ➢ IT投資費用

課題の克服