

## I. 要 旨

- 調査に回答いただいた 77 団体の 8 割にあたる 68 団体には、競技者またはチームの登録制度がある。(p.4)
- 個人登録者が最も多いのは剣道の 202 万 2,939 人で、以下、サッカー(86 万 898 人)、軟式野球(72 万 7,858 人)、バスケットボール(55 万 1,720 人)、バレーボール(40 万 301 人)、陸上競技(39 万 9,826 人)の順であった。(p.5)
- 77 団体の役職員の合計は 4,308 人であり、役員数(理事および監事)が 1,679 人、正規雇用者および契約/嘱託職員の数が 912 人であった。正規職員数は 0 人の団体から 190 を超える団体まで幅広く分布していた。(p.11)
- 団体の中長期的な経営戦略を策定していたのは 76 団体中 35 団体、普及・マーケティング戦略を策定していたのは 16 団体であった。(p.18, p.19)
- 2021 年度以降、スポンサー企業(協賛社)の契約社数は「増減なし」が 32 団体と最も多い。26 団体が減少し、13 団体が増加したと回答した。(p.20)
- スポンサー企業(協賛社)が団体を支援する目的は、「代表チーム・選手の競技力向上」が 60.3%と最も多い。(p.21)
- 社会貢献活動に取り組む団体は 41 団体(53.9%)、「現在は取り組んでいないが、今後は取り組む予定」の 10 団体(13.2%)と合わせると、6 割の団体が社会貢献活動を推進・検討している。(p.22)
- 社会貢献活動に取り組む 41 団体のうち、活動を通じて解決を目指す社会課題で最も多いのは「環境保全」(65.9%)であった。次いで「健康増進」(53.7%)、「教育」(51.2%)と続く。(p.23)
- デジタルトランスフォーメーションの取り組みについては、「取り組んでいる」が 67.6%、「取り組みを検討している」が 13.5%であり、8 割を超える団体で推進・検討されている。(p.26)
- デジタルトランスフォーメーションの具体的な取り組みでは、「会議のオンライン化」が 96.0%と最も多い。次いで「SNS の活用」(84.0%)、「登録競技者データの一元管理」(76.0%)の順であった。(p.27)
- 公式ソーシャルメディアを開設済みの 66 団体が使用するプラットフォームは、「Facebook」が 61 団体で最も多い。(p.30)
- 団体の予算(収入)は、予算書を取得できた 71 団体の合計で 711 億 7,900 万円であった。分析対象団体がすべて同一でない点に留意が必要であるが、前回(2020 年度)の調査結果と比較すると、総収入の合計が約 20 億円の減少となっている。(p.38)
- 団体の予算の収入構成をみると、「事業収入」の割合が最も高く(63.4%)、次いで「補助金・助成金」の 17.5%、「競技者・団体からの収入」の 16.5%である。総収入が多い団体ほど、事業収入の割合が高い傾向がみられた。(p.39)