



JBCF CONFERENCE 2018 Winter

中長期方針の評価と今後の方針

2021.6



2019年計画と実績

何を目指し、何を実現したか

MISSION 使命

JBCFのミッション

新しい自転車の文化及びサイクルロードレース・トラックレースを通じた人々の心身の健康と日本・地域の繁栄。

ミッション実現の為の3つの活動領域

1 競技力向上・
大会運営



2 新しい自転車文化
・モビリティ



3 世界への挑戦



1：競技力向上・大会運営



① 全カテゴリーの強化・競技力向上

JPTの
高強度レース

エリート
強化

若手・女性
育成

2in1の原則廃止 / 長距離レースの設定 / カテゴリー混合の強化・交流レースの設定 / ユース・女性育成

② 裾野の拡大と普及

市民参加
レース

eバイク
レース

社会的
メッセージ

実施出来ない

市民レースの開催・共同開催 / eバイク関連 イベント実施 / 社会的メッセージ

③ 観戦者向けの大会運営

大会装飾の
メリハリ
実施

地域の
食・特産品

イベント連携
・参加型

実施出来ない

大会別の制作コストのメリハリ / 食・特産品等の充実 / イベントとの連携・参加型

2.新しい自転車文化・モビリティ

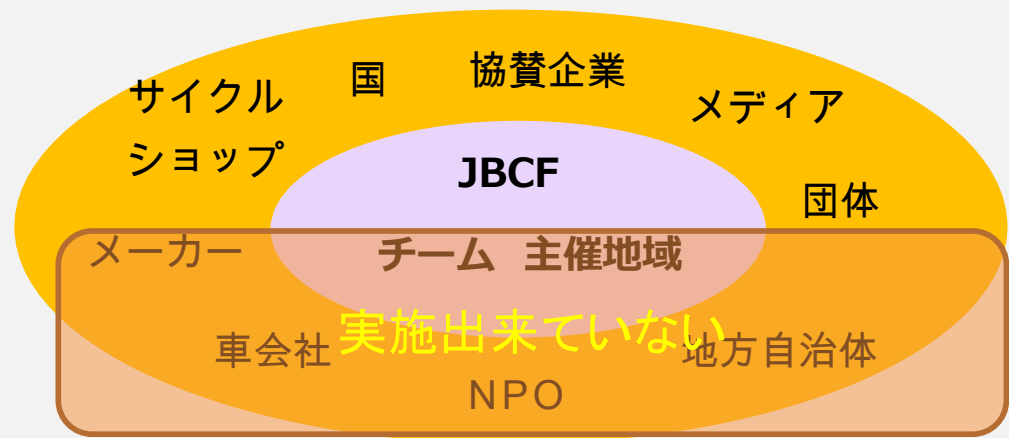
- ・ 急激に進む「eバイク」を活用した競技レースの開催
- ・ 自転車に関わる関係者一丸となった「新しい自転車文化」とJBCF大会運営でのイベント実施

① eバイク競技普及



eバイクを利用した競技レースの開催・イベント実施 / eバイク普及関連施策

② サイクルアクティベーションプログラム



自転車界のネットワーク化 / JBCF大会でのイベント実施 / 各種告知関連連携 / 各種プロジェクト

『自転車大国：日本』、世界へ

世界で活躍するチーム・選手を生み出し続けるJBCFへ
強い選手・スタッフ・支援体制

実施出来ていない



大会運営・イベント実施における改善方針

- 会場ゾーニング・ベニユー全体の総合大会制作の質の向上
(会場装飾・テント・照明・MC・演出・音楽等)
- 自転車ルール&ライド教室
- 交流パレードラン
- 観光サイクリング
- 食・特産品
- グッズ・観戦グッズ
- 観客向けサービスの向上
- 観戦バスツアー
- 有料チケット/VIP・チケット (一部大会)

実施

実施出来ていない

実施

大会会場装飾のイメージ

デザイン検討中



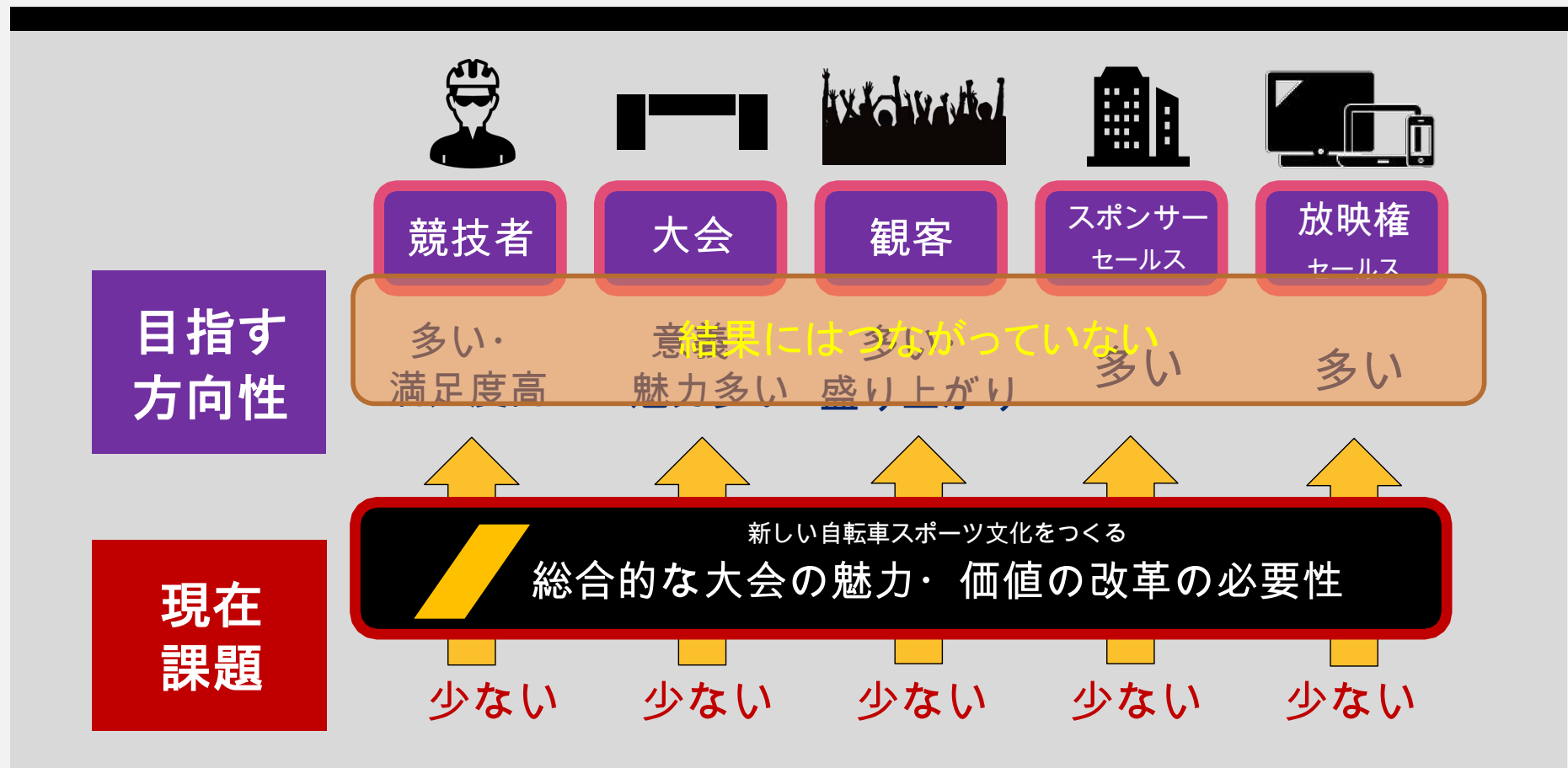
大会広報活動方針

- 全ラウンドインターネット配信（共通制作による質の向上）
- 公式ツアーサイトのリニューアル
- シーズンカレンダーポスタ実施自転車ショップでの展開
- ガイドブック・レースプログラムのWEB連動
- 公式SNSの運営、映像・音声コンテンツシリーズ

観戦・集客広報活動方針

- eバイクライフスタイル活動
- 女性目線の観戦・自転車スタイル活動（キャンパスラボと連携）
- キャンピング・アウトドア観戦スタイル活動
- 自転車ショップ等と連携した「週末は自転車」啓蒙活動等の推進

各ステークホルダーの目線での満足度向上が課題




自転車新リーグ構想の検討について

2018.12.1発表

すべてのサイクリストのための
自転車新リーグ構想を検討開始

2019.3

自転車新リーグ
構想概要・ロードマップ発表



すべてのサイクリスト
のための
自転車新リーグへ

自転車新リーグの構想概要構築に向けて

自転車界内の様々な意見

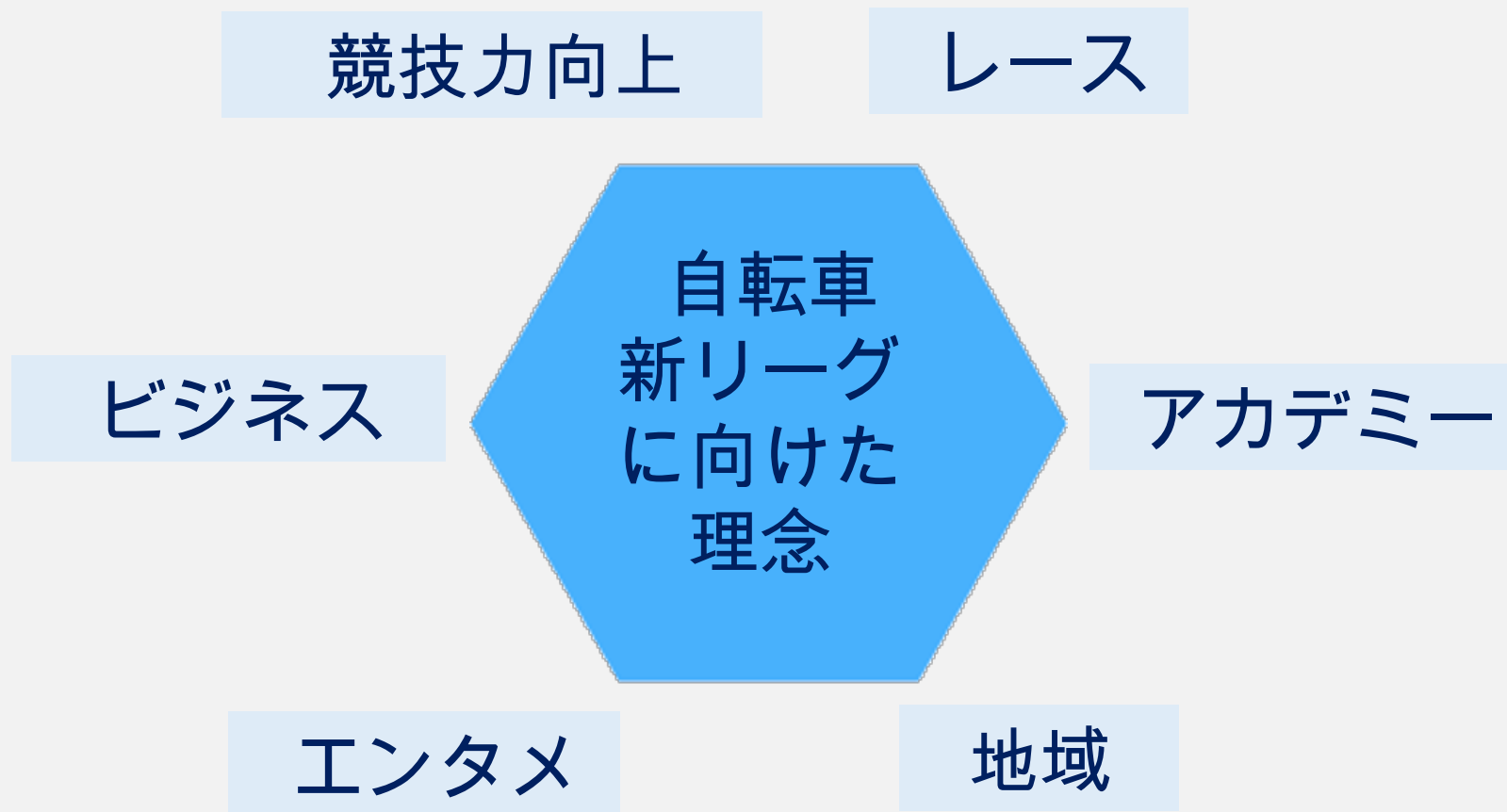
チーム（プロ・アマ・ホビー）
選手（プロ・アマ・女性）
観戦者（コア・一般）
審判・各種スタッフ

第3者有識者・外部

経済界・スポンサー
公共・交通セクター
放送・メディア
有識者

意見交換会等の実施を~~行い~~、~~実施できていない~~新リーグ理念・概要検討

自転車新リーグの理念の方向性 (検討中)



今後の流れ



1967年	3月	全日本実業団自転車競技連盟創立
1968年	3月	通産大臣旗大会の開催（現・経産大臣旗）
2011年	1月	一般社団法人設立
2017年	3月	連盟創立50周年
2018年	8月	連盟戦略室設置
	12月	JBCFカンファレンスにて自転車新リーグ構想検討開始
2019年	1-2月	自転車新リーグ検討のヒアリング・意見交換会等の実施
	3月	自転車新リーグ構想概要・ロードマップ発表 / JBCFカンファレンス2019Spring

結果の評価

費用と実績例 2019年第1/2戦修善寺



配信コスト(固定費を除く) 約200万円

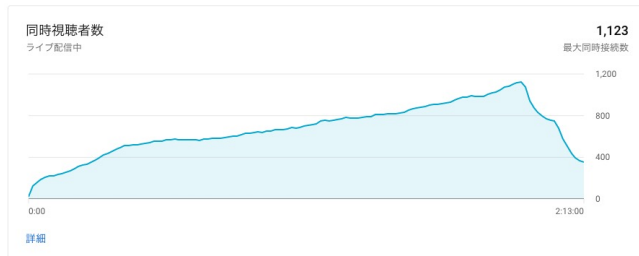
ライブ最大視聴者 1450人

再生回数 1.2万回

ダイジェスト再生回数
1.9万回

第1戦

ライブ配信の視聴者数の動向

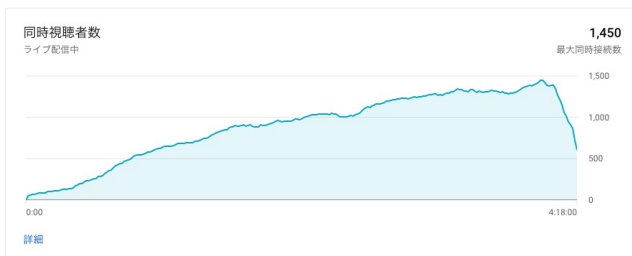


この動画を公開してからの視聴回数は12,126回です



第2戦

ライブ配信の視聴者数の動向



その後も1年を通して視聴者数や観戦者数に大きな伸びは無く推移
放映権やスポンサーメリットを論じるにはあまりに少なく、且つ高コスト

協賛の推移



2019年

■■■■■万 (■■■■社)

2020年

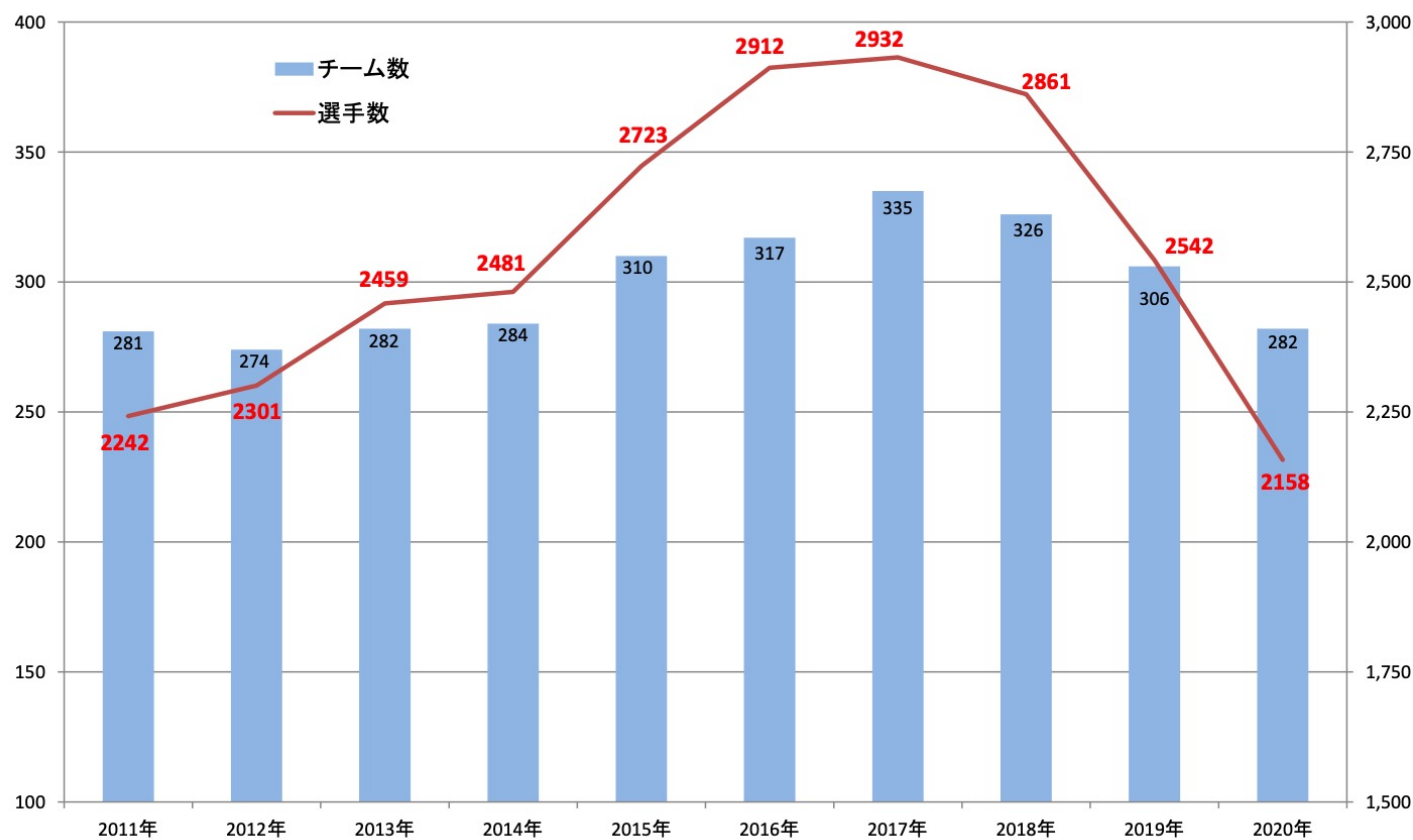
■■■■■万 (■■■■社)

実質変化無し

*非公開情報につき、記載は控えさせていただきます。

登録の推移

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
チーム数	281	274	282	284	310	317	335	326	306	282
選手数	2,242	2,301	2,459	2,481	2,723	2,912	2,932	2,861	2,542	2,158



**17年以降の減少基調は変わらず
参加者には響いていない**

財務状態



正味財産増減計算書(損益計算書)
自令和2年1月1日 至令和2年12月31日

科 目	当年度	前年度	増減
(単位:円)			
I. 一般正味財産増減の部			
1. 経常増減の部			
(1)経常収益			
①受取入会金	0	0	0
②受取会費	21,210,156	13,328,200	7,881,956
③事業収益	96,887,526	127,050,509	-30,162,983
④受取補助金等	0	20,939,516	-20,939,516
⑤受取寄付金	0	2,880,000	-2,880,000
⑥雑収入	114,233	248,637	-134,404
経常収益計	118,211,915	164,446,862	-46,234,947
(2)経常費用			
①事業費	90,841,982	132,226,930	-41,384,948
②管理費	31,871,931	39,509,058	-7,637,127
経常費用計	122,713,913	171,735,988	-49,022,075
当期経常増減額	-4,501,998	-7,289,126	2,787,128
2. 経常外増減の部			
(1)経常外収益	2,582,161	0	2,582,161
(2)経常外費用	1,964,339	2,895,520	-931,181
当期経常外増減額	617,822	-2,895,520	3,513,342
税引前当期一般正味財産増減額	-3,884,176	-10,184,646	6,300,470
法人税、住民税及び事業税等	75,745	345,000	-269,255
当期一般正味財産増減額	-3,959,921	-10,529,646	6,569,725
一般正味財産期首残高	19,983,741	30,513,387	-10,529,646
一般正味財産期末残高	16,023,820	19,983,741	-3,959,921
II. 指定正味財産増減の部			
当期指定正味財産増減額	0	0	0
指定正味財産期首残高	0	0	0
指定正味財産期末残高	0	0	0
III. 正味財産期末残高	16,023,820	19,983,741	-3,959,921

正味財産増減計算書(損益計算書)
自平成31年1月1日 至令和1年12月31日

科 目	当年度	前年度	増減
(単位:円)			
I. 一般正味財産増減の部			
1. 経常増減の部			
(1)経常収益			
①受取入会金	0	0	0
②受取会費	13,328,200	20,373,116	-7,044,916
③事業収益	127,050,509	132,163,341	-5,112,832
④受取補助金等	20,939,516	3,450,000	17,489,516
⑤受取寄付金	2,880,000	120,000	2,760,000
⑥雑収入	248,637	830,079	-581,442
経常収益計	164,446,862	156,936,536	7,510,326
(2)経常費用			
①事業費	132,226,930	107,033,375	25,193,555
②管理費	39,509,058	48,448,828	-8,939,770
経常費用計	171,735,988	155,482,203	16,253,785
当期経常増減額	-7,289,126	1,454,333	-8,743,459
2. 経常外増減の部			
(1)経常外収益	0	0	0
(2)経常外費用	2,895,520	0	2,895,520
当期経常外増減額	-2,895,520	0	-2,895,520
税引前当期一般正味財産増減額	-10,184,646	1,454,333	-11,638,979
法人税、住民税及び事業税等	345,000	161,041	183,959
当期一般正味財産増減額	-10,529,646	1,293,292	-11,822,938
一般正味財産期首残高	30,513,387	29,220,095	1,293,292
一般正味財産期末残高	19,983,741	30,513,387	-10,529,646
II. 指定正味財産増減の部			
当期指定正味財産増減額	0	0	0
指定正味財産期首残高	0	0	0
指定正味財産期末残高	0	0	0
III. 正味財産期末残高	19,983,741	30,513,387	-10,529,646

正味財産増減計算書(損益計算書)
自平成30年1月1日 至平成30年12月31日

科 目	当年度	前年度	増減
(単位:円)			
I. 一般正味財産増減の部			
1. 経常増減の部			
(1)経常収益			
①受取入会金	0	0	0
②受取会費	20,373,116	21,979,085	-1,605,969
③事業収益	132,163,341	125,899,865	6,263,476
④受取補助金等	3,450,000	11,523,280	-8,073,280
⑤受取寄付金	120,000	0	120,000
⑥雑収入	830,079	758,706	71,373
経常収益計	156,936,536	160,160,936	-3,224,400
(2)経常費用			
①事業費	107,033,375	109,016,586	-1,983,211
②管理費	48,448,828	46,370,944	2,077,884
経常費用計	155,482,203	155,387,530	94,673
当期経常増減額	1,454,333	4,773,406	-3,319,073
2. 経常外増減の部			
(1)経常外収益	0	2,051,852	-2,051,852
(2)経常外費用	0	0	0
当期経常外増減額	0	2,051,852	-2,051,852
税引前当期一般正味財産増減額	1,454,333	6,825,258	-5,370,925
法人税、住民税及び事業税等	161,041	686,136	-525,095
当期一般正味財産増減額	1,293,292	6,139,122	-4,845,830
一般正味財産期首残高	29,220,095	23,080,973	6,139,122
一般正味財産期末残高	30,513,387	29,220,095	1,293,292
II. 指定正味財産増減の部			
当期指定正味財産増減額	0	0	0
指定正味財産期首残高	0	0	0
指定正味財産期末残高	0	0	0
III. 正味財産期末残高	30,513,387	29,220,095	1,293,292

2期連続の赤字
値上げにも関わらず売り上げ伸びず

結論

多くの事を実施しようとしたが、収益モデルの検討を含め確立できていない

参加者のニーズにあったサービスが提供出来ていない

コスト管理を含むマネジメント体制が確立できていない

やるべき事をやる



演出に力をいれる興業モデルによる収益化を軸とした新リーグ構想を一旦保留

原点に戻って育成や参加者にとっての魅力を増す施策に注力する

JPT重視からJPT・JET・JFTそれぞれをしっかりと実施

開かれた透明性の高い運営体制を確立する

JBCFの使命

新しい自転車の文化及びサイクルロードレース・トラックレースを通じた人々の心身の健康と日本・地域の繁栄。

- ミッション実現の為に3つの活動領域 -

1 世界への挑戦



2 競技力の向上



3 満足度向上



2021大会運営思想



①強化・競技力向上

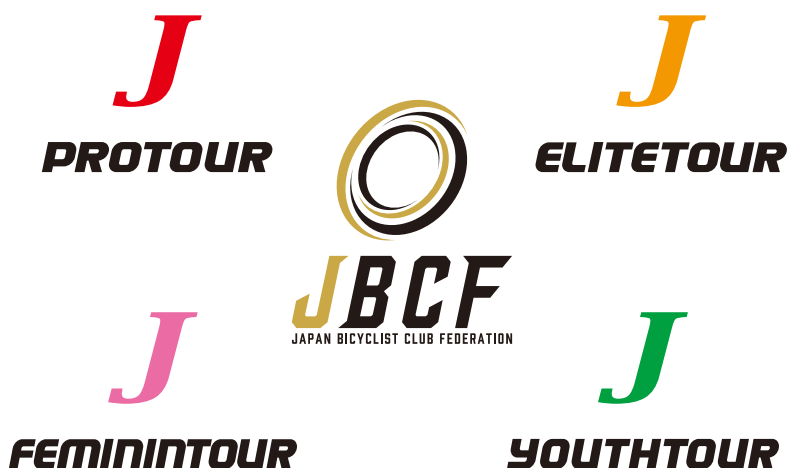
レース強度のデザイン

- ・ロードレースは3～4hで行い、最初と最後の強度が高くなるような工夫、逃げグループのペースが速くなる、スピードアップ時間が長くなるための工夫(変則周回コースや展開誘導など)
- ・定期的なタイムトライアルの実施
- ・2～3日間のステージレースの実施(木祖村のような構成が理想的)
- ・短いサーキットでは1日2レース制(今年の播磨のような)

UCIカレンダーと連動したスケジュールの設定

- ・9月末の世界選手権と同日開催のJBCFチャンピオンシップを頂点とし、3月～10月のレースカレンダーを国際カレンダーのレース傾向に合わせて考える。
- ・ジュニアやU23選手がUCIネーションズカップに最低限の準備できるスケジュールとレース強度
- ・身体準備と日本の気候に合わせたレース配分(春はヴォリューム、夏は質、クリテリウムや高地ヒルクライム等)

②全カテゴリー重視



③参加関係者の満足度向上

利便性の向上

- ・キッチンカーやショップなどの展開
- ・地域の特産物等の販売
- ・ラジオツール等やライブ配信での情報提供
- ・安全講習等による事故の抑制
- ・都市型やトラックを活用したこれまでとは違う新しい発想でのレースの設計

国内最高峰シリーズに相応しい競技環境

- 各カテゴリー(JPT / JET / JFT)の参加人数規模に合わせたレース構成
- カテゴリー混在の強化・交流レースの設定
- 技術・安全講習の義務化と選手資格の設定
- チームアテンダント等、大会参加資格要件の適正化
- 選手強化につながるレース強度のデザイン

運営体制紹介



理事長 安原 昌弘

1982年、19歳で全日本選手権個人抜き優勝。1986年から9年連続で世界選手権出場、1991年にプロ転向。1996年アトランタオリンピック出場。ポイントレースで決勝進出し、15位に。2006年実業団チーム「マトリックス・パワータグ」を設立。

現 同チーム監督

副理事長 今中 大介

大分大学で工学修士過程修了後、シマノに入社。31歳の時に渡欧し、イタリアの名門プロチーム「チーム・ポルティ」に所属し活躍。1996年、日本人として初の近代ツール・ド・フランス出場を果たす。1997年に現役引退し、株式会社インターマックス設立。

現 同社取締役

副理事長 栗村 修

1996年シマノレーシング加入、1998年ポーランドのプロチーム「ムロズ」と契約。2001年に引退後は、チームミヤタ監督やシマノレーシングスポーツディレクターを経て、2013年まで宇都宮ブリッツェン監督に。解説者として、Jスポーツ等の番組出演多数。

現 ツアー・オブ・ジャパン大会ディレクター

理事 浅田 顕

実業団チームでの国内競技活動を経て、その後7年間欧州を中心に競技活動を行い本場のロードレースを学ぶ。引退後は欧州での経験を活かしチーム運営と選手育成に従事する中、常に「世界で活躍できる日本人ロードレーサーの輩出」をモットーに選手強化に取り組んでいる。

2016年リオ五輪より各国際大会で日本代表監督を務める。

現 (公財)日本自転車競技連盟 強化コーチ

理事 加地 邦彦

ホビーサイクリストとして実業団チームでの国内競技活動を経て、LEOMO社代表

理事 小島 裕樹

理事 佐藤 成彦

選手活動を経て2001年から若手育成を主眼としたチーム運営を開始、今まで数多くのプロロードレーサーを輩出。2012~2014 UCIコンチネンタルチーム「C PROJECT」監督兼ゼネラルマネージャー、2015 Jプロツアーチーム「championsystem」監督兼ゼネラルマネージャー、2016~「弱虫ペダル サイクリングチーム」ゼネラルマネージャー。

理事 田中 真美子

理事 丸田 貴之

地域活性型マーケティング会社にて、マーケティングプロモーション領域を15年経験。2012年より「ツアーオブジャパン」の大会運営に携わる事をきっかけに、「ジャパンカップサイクルロードレース」「ツールドとちぎ」「ツールドおきなわ」「大分アーバンクラシック」などのUCIレースのオーガナイザーサポートを中心に活動。2015年からJプロツアーゼネラルマネージャーとして、「魅せるレースの情報発信」に注力してきた。

理事 村上 嘉之

1986年から自転車競技生活をスタートしインターハイや国体出場経験あり。1996年で選手からサポート側にまわり、MAVICでニュートラルサービスマネージャーとして国内UCIレースなどに参加。今なお、レースコンボイの中に身を置きレースサポートを続けている。

現 マヴィックジャパン ビジネスマネージャー兼スペシャルコースディレクター(SSC)

2021追加された施策



- 1. ACA委員会**
アマチュアアスリートの意見を積極的に採用することで、JETレースの魅力の向上を目指す
- 2.トラック委員会**
安定した環境であり、且つ全国に点在するトラック競技場(競輪場含む)を活用する事で、強化育成につなげる
- 3. ナショナルチームの参戦**
JCF強化指定選抜チームがJPTやフェミニンのレースに参加。大会レベルが上がることによって、JBCF加盟登録選手とナショナルチーム選手双方にとってのプラスに
- 4. Youth Tourの強化**
「弱虫ペダル」をツアースポンサーに迎えて「弱虫ペダル presents J Youth Tour」の名称となり、U17選手対象のツアーとして生まれ変わった。年間開催レース数も13戦を予定
- 5. 広報委員会テクニカルアドバイザーの招聘**
参加者メリットのある動画配信の最適な形を模索
- 6. 理事会の強化**
専門エリアを持つ理事を中心としてしっかりと進める体制の強化
- 7. ラジオツールの提供**
会場にいる関係社への情報の提供(チームカー導入に向けた準備)
- 8. 通年でのレースディレクターの固定**
一貫したレース運営の確立
- 9. JCAとの連携**
各関係者の安全意識の向上及び各地域との連携強化