

**W**



**LEAGUE**

## 2023-24シーズン 総括の件

---

## 理念

女子サッカー・スポーツを通じて、**夢や生き方の多様性**にあふれ、  
**一人ひとりが輝く社会**の実現・発展に貢献する。

### VISION 01：サッカー事業

世界一の女子サッカーを。

- ・世界トップ水準の競技力を維持し世界のトップ、選手が集うリーグとなる。
- ・世界最高水準の選手・スタッフを輩出する。
- ・日本全国で女子サッカーの競技力のボトムアップを実現する。
- ・日本各地に女子がサッカーを楽しめる場を広げる。

### VISION 02：社会事業

世界一アクティブな女性コミュニティへ。

- ・女性が起点となり、社会全体に前向きな変化を生み出す原動力になる。
- ・スポーツの枠を超えて、さまざまな個人、団体、企業の集まるプラットフォームとなる。

**WE** LEAGUE

### VISION 03：組織・事業基盤

世界一のリーグ価値を

- ・社会面、競技面の発展を支える、リーグ基盤（財政・組織）を確固たるものとする。
- ・リーグの本質的価値を事業成果としてあらわす。
- ・多種多様な働き方を内包した、社会のロールモデルとなる組織を実現する。

 **WE  
ACTION**

# 2023-24シーズン総括 | EXECUTIVE SUMMARY

リーグ開始3年目を迎えた23-24シーズンは、新たにセレッソ大阪ヤンマーレディースが加わり12クラブ体制でリーグを運営。全体的な競技力向上、より拮抗したリーグを目指すとともに、トップレベルのフットボールを軸に興行規模の拡大を目指し各種施策を実施した。社会事業においては、全クラブが一堂に会するALL WE ACTION DAYを連携協定を締結した渋谷で開催し、新たに作成した社会価値創造ストーリーを発表するなど広く情報を発信。またマーケティング分野では、ファン拡大の施策としてマスコットの制作、アプリのリリース、情報発信拠点の開設などに取り組んだ。

## VISION 01：サッカー事業



- ・ リーグ戦・カップ戦規模の拡大、入場者数増加
- ・ 全般的な競技力の向上
- ・ 代表活動への貢献
- ・ 日本での国際大会開催、WEクラブの優勝
- ・ 育成・競技力向上を目的とした新規取り組み（アカデミー大会・フィジカルフィットネスPJ）



- ・ 新たな国際大会やIW変更への対応
- ・ カップ戦ノックアウトステージを新設
- ・ 競技力向上施策の継続・本格化
- ・ 海外リーグとの連携強化
- ・ 海外移籍への対応

## VISION 02：社会事業



- ・ ALL WE ACTION DAYの開催
- ・ 理念推進活動の発信（社会価値創造ストーリーの策定）
- ・ 外部との連携（KPMG・渋谷区）
- ・ 海外団体との連携・情報共有の機会（Women's Leagues Forum）
- ・ Access for ALL宣言への参画



- ・ 渋谷区との取り組みの強化
- ・ 他団体との連携の強化
- ・ ALL WE ACTION DAY、社会価値創造ストーリー他、各種取り組みのさらなる発信

## VISION 03：組織・事業基盤



- ・ リーグ全体のファン拡大（マスコット制作・アプリリリース・渋谷情報発信拠点の開設）
- ・ マーケティング体制の見直し
- ・ 相談窓口の開設
- ・ リーグ事務局の体制強化（なでしこリーグとの連携）



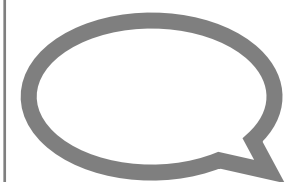
- ・ 戦略的な営業活動（新規パートナーの獲得・既存パートナーのアクティベーション強化）
- ・ ファンベースの拡大とエンゲージメントの強化
- ・ リーグ構造の継続的な検討



## 「世界一の女子サッカーを」

- ・世界トップ水準の競技力を維持し 世界のトップ、選手が集うリーグとなる。
- ・世界最高水準の選手・スタッフを輩出する。

- ・日本全国で女子サッカーの競技力のボトムアップを実現する。
- ・日本各地に女子がサッカーを楽しめる場を広げる。



### TOPICS

#### ✓ C大阪加入により12クラブ体制に。 平均入場者数は1,723人に増加。

リーグ戦は132試合となり、1試合平均入場者数は昨年比23%増の1723人、総入場者数は約23万人。4クラブが平均2000人以上を集めた一方、1000人未満のクラブもあり、クラブ間の差が広がった

#### ✓ WEリーグカップ新王者の誕生

S広島Rがチーム創設3シーズンで初タイトル獲得

#### ✓ ハイプレッシャーで、最後まで目が離せないゲーム

「Wyscout」のデータによると、PPDAの数値が低くなり、ディフェンス強度が高まった。全得点のうちラスト15分間での得点の割合も上昇

#### ✓ 国際大会の日本開催、WEクラブ優勝

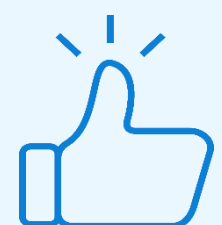
女子ACLの前哨戦となるアジア女子クラブ選手権が開催され、JFA・WEリーグ・浦和の3者協働により決勝戦を日本で実施。浦和が見事に優勝を飾った

#### ✓ アカデミーフェスティバルの創設

U-18アカデミーフェスティバルを初開催し、約300名の選手が参加。試合のみならず、選手・指導者それぞれに向けたセミナーも実施

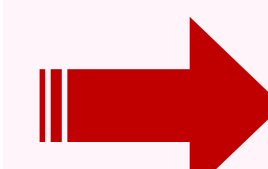
#### ✓ フィジカルフィットネスプロジェクトの開始

統一種目によるフィットネステストを実施。リーグ全体の課題を発見することができた



### GOOD

- ・入場者数が昨年より増加。5000人を越える試合が3試合あった
- ・より拮抗した内容の試合が増加。全体的な競技力向上が見られた。カップ戦・リーグ戦・皇后杯はすべて異なるクラブが優勝
- ・スタッツを活用し、様々な選手の魅力を発信
- ・WEリーグから多くの選手が代表チームに選出（U-20WC：13名、2023WWC：14名、2024OP：7名）
- ・Jクラブ・なでしこリーグクラブとの共催試合を実施（5試合）
- ・選手会とのコミュニケーションの場として「WE DIALOG」を開催
- ・今シーズンを以て、全クラブで「C級コーチライセンス講習会」受講完了
- ・外国籍選手が増加
- ・海外リーグとの連携の一環として、WSL（イングランド）の勉強会を開催

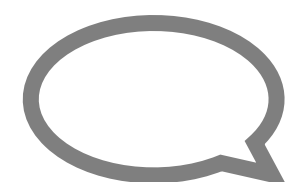


### NEXT

- ・クラブ単位の新たな国際大会（FIFA・AFC）開催やIW変更への対応、JFAと連携した競技スケジュールの調整
- ・カップ戦はノックアウトステージを新設しより魅力的な大会へ
- ・競技力向上に向けて、より効果的な支援制度の検討
- ・統一したフィジカルフィットネステストの指標を選手育成と強化に活用。フィジカルコーチへのスキルアップ機会の提供
- ・国際プレゼンスのさらなる向上（海外リーグとの連携強化など）
- ・アカデミー大会の最適な方式の検討
- ・海外移籍への対応（移籍金等）に関するリーグ内での情報共有
- ・「WE DIALOG」での要望の具現化

「世界一アクティブな女性コミュニティへ」

- ・女性が起点となり、社会全体に前向きな変化を生み出す原動力になる。
- ・スポーツの枠を超えて、さまざまな個人、団体、企業の集まるプラットフォームとなる。



TOPICS

## ✓ 渋谷区との連携/取り組みの実施

昨年、渋谷区とリーグの拠点が渋谷区に移転したことを機に包括連携協定を締結。渋谷区内で女性のためのサッカー教室を実施するなどの取り組みを実施

## ✓ 「ALL WE ACTION DAY」の開催

渋谷に全12クラブの選手が一堂に会する「ALL WE ACTION DAY」を開催  
同時に各クラブでもWE ACTION DAYを実施

## ✓ 「社会価値創造ストーリー」策定

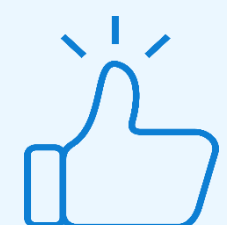
ソーシャルインパクトパートナーであるKPMGコンサルティングとともに、WEリーグが創りたい世界を一枚絵で表現した「社会価値創造ストーリー」を発表

## ✓ 「Access for ALL」共同宣言に参画

JFAが主催する「Access for ALL」宣言に参画。今後様々な取り組みを共同で実施する

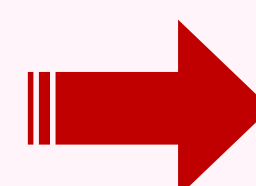
## ✓ 「Women's Leagues Forum」参画

世界の女子サッカーリーグ関係者が集うWomen's Leagues Forumの理事にチェアが就任。世界の動きを知ると同時に、WEリーグの取り組みを発信する機会にもなっている



GOOD

- ・ 渋谷区との包括連携協定締結により社会事業の取り組みの幅が広がった
- ・ 「ALL WE ACTION DAY」では広く社会に「WE ACTION」を発信する機会となった
- ・ 「社会価値創造ストーリー」の一枚絵をKPMGコンサルティングと共同で制作。様々な情報発信の場で活用
- ・ WE ACTION MEETINGで選手・パートナー・リーグが一体となり「女子アスリートの安心・安全な環境」について今後につながる議論ができた
- ・ 「Women's Leagues Forum」参画により世界の女子サッカー界との繋がりを作ることができた



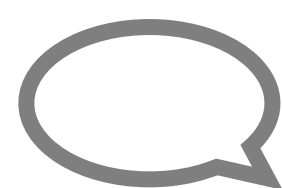
NEXT

- ・ KPMGとの「社会価値算定」のPJにより、今後WE ACTIONが社会に与える影響度を数値化。さらに算定に基づく取り組みの実施により成果の見える化を図る
- ・ 渋谷区との連携を強化し、より理念を体現する取り組みを継続
- ・ 自治体、他団体、世界の女子サッカー団体等との連携強化によるWEリーグの社会的なプレゼンス向上
- ・ WE ACTIONで継続議論している課題に対し、具体的なアクションを起こす。社会への発信の強化
- ・ 新規パートナーとのWE ACTION実施



## 「世界一のリーグ価値を」

- ・社会面、競技面の発展を支えるリーグ基盤（財政・組織）を確固たるものとする。
- ・リーグの本質的価値を事業成果としてあらわす。
- ・多種多様な働き方を内包した、社会のロールモデルとなる組織を実現する。



### TOPICS

#### ✓ 情報発信拠点（Home of .WE）の開設

女子サッカー全体の情報発信拠点となる「Home of .WE」を開設。日本の女子サッカー全体の情報を、世界に向けて発信できる拠点となっている

#### ✓ 公式マスコットの制作

WEリーグ公式マスコット「ウィーナ」が誕生。各クラブのホームゲームの他、渋谷区のイベントなどにも参加。  
子どもや女性など幅広い層のファン拡大を狙う

#### ✓ WEリーグカップの規模拡大・取り組みの充実

カップ戦決勝の入場者数は昨年比約1.6倍となる6261人。「WEリーグの楽しみを全部つめこむ」をテーマに、マスコットや全クラブの選手参加のイベントも実施

#### ✓ 公式アプリリリース

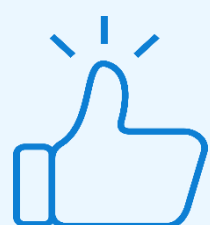
いつでもどこでもWEリーグの情報にアクセスできるよう、公式アプリをリリース

#### ✓ 「WEリーグなんでも相談窓口」の開設

安心・安全な環境の構築を目指して、選手、スタッフ、リーグ職員が利用できるコンプライアンス相談窓口を開設

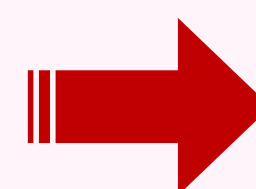
#### ✓ なでしこリーグとの連携

同じ女子サッカーのリーグとしてなでしこ・WE事務局の協働を実施



### GOOD

- ・ 情報発信拠点の開設、公式アプリのリリース、マスコットの制作等の取り組みによるファンの拡大
- ・ 女子サッカーのモーメントを確実にとらえたオウンドメディア戦略によるファンベース増加
- ・ パートナーとのアクティベーションの実施。ドキュメンタリー「WE LIFE」を9本公開。連動企画「REAL WE LIFE」でのゴールキーパー教室、託児所連携、「SHIBUYA GOOD MANNER PROJECT」等の取り組みの実施
- ・ 相談窓口の開設によるリーグ全体のコンプライアンス・ガバナンス体制強化



### NEXT

- ・ 代理店との連携強化を含む、営業体制の強化
- ・ 賛助会員の加入促進
- ・ クラブと連携したマーケティング活動の強化
- ・ メディアとの連携強化によるライトファンの獲得とマスへのリーチ拡大
- ・ 各種施策の継続的な発信
- ・ 日本の女子サッカー全体におけるリーグ構造の継続的な検討
- ・ クラブライセンス制度導入に向けてのクラブ経営の把握とサポート

# 参考 | 平均入場者数 過去2シーズンと2023-24シーズンの比較

- カップ戦決勝に進出した「新潟L」「S広島R」が大幅に来場者増
- 新規参入の「C大阪」は3,000人の平均入場者数目標を掲げ様々な施策を実施
- その他のクラブについては前年並みか微減で推移

