

報告

令和 7 年度 事業報告

一般社団法人日本キャップ野球協会

令和 7 年度事業報告

(令和 7 年 4 月 1 日から令和 8 年 3 月 31 日まで)

事業活動

【公益目的事業の内容】

日本及び周辺国でのキャップ野球の普及・振興を通じた、スポーツ文化の創出・人材の育成・地域社会の発展および国際親善の促進を実現するための活動。

【事業の内容】

1. 理事会

本年度は4回の通常理事会が開催された。開催日はそれぞれ第16回令和7年4月13日、第17回令和7年7月12日、第18回令和7年10月11日、第19回令和8年1月10日である。すべてWeb会議にて開催された。

また、通常理事会に合わせて「キックオフ」を開催し、当法人の理念である「キャップ野球という競技の確立」に向け、各委員会の活動方針、全体戦略の進捗を共有し、競技の持続的な発展と拡大に向けて組織一丸となる基盤を構築した。また、顕著な挑戦のあった社員に対して表彰を行い、より挑戦が促進される風土を醸成した。

2. 委員会活動

各業務別に6つの委員会を設置し、それぞれが定例会を開催した。

(1) 企画委員会

東西主催大会の統括と参加者数の集計

- 令和7年度の年間東西合計参加者数は**1,629**名を記録(年間定量目標として掲げていた1,900名には届かなかったものの、大規模な大会運営を維持)。

新人戦の企画・運営と規模拡大

- 関東新人戦: 参加団体の入れ替わりが見られる中、増加傾向を維持(近年は伸びが緩やかになりつつある点が課題)。
- 関西新人戦: 参加者数**91**名を記録(2022年51名、2023年60名、2024年74名と例年右肩上がりで成長しており、近年は関東を超える規模に拡大)。

シャッフル大会(交流大会)の開催

- 関東・関西シャッフル: 参加者上限が設けられる中、2022年度の開始以来、東西ともに非常に高い人気と満員状態を維持して開催。

全国大会「蓋ノ陣」の開催

- 関東からの遠征参加も含め、協会最大規模の大会として企画・運営を実行(全体規模は非常に大きいものの、成長スピードは緩やかになりつつある)。

大学選手権の地方開催と傾向分析

- 大学選手権関東(参加者**50**名): 熱海での地方開催となったことで、前回大会(東京近辺開催:64名)より参加者が減少。関東圏は参加団体の入れ替わりが激しい傾向を観測。
- 大学選手権関西(参加者**74**名): 前回大会(48名)から大幅に増加。前年の参加団体がすべて継続した上で新規参入チームも見られ、関西圏の定着と拡大に成功。

関西新年、如月大会の運営

- チーム数制限を設けつつ、定常的な大会機会として安定した運営を継続
- どちらも非常に高い人気を誇り、大規模に開催することができた。

東西統一蓋祭の運営

- 関東、関西ともに参加者数が増加しており、多くの競技者が熱意をもって参加していることが分かる。

(2) リーグ運営委員会

概要:競技者帯のレベル向上や参加者の増加を加味し、全競技者向けに門戸は開きつつも、新規参入層と上級者層への試合機会の創出を図り、競技者1人1人に合わせたレベルアップの場を提供する。各地域に合わせた試合機会を定期的に提供することにより、各地域における競技発展と活性化に寄与する。

①関東リーグ運営委員会

【大会実績】

・2025年度春季関東キャップリーグ

今季リーグから競技レベルに応じて1部2部リーグの棲み分けを行い、1部リーグに6チーム、2部リーグに11チームが参加した。2部リーグは2つのブロックに分け、それぞれの優勝チームにより順位決定戦を行い、勝者に来季1部リーグへの昇格権を与えた。また、1部6位チームは自動降格とし、1部5位チームと2部順位決定戦の敗者により入れ替えプレーオフを実施し、勝者に来季1部リーグへの昇格権を与えた。

開催日:2025年5月3日～2025年8月30日

参加人数:206名

試合数:82試合(入れ替え戦含む)

1部優勝:湘南薔処 2部A優勝:明治大学 2部B優勝:三田品川連合

・2025年度秋季関東キャップリーグ

春リーグの順位を参考にしつつ2部リーグを3ブロックに分けて行った。また、初級者向けの試合機会の増加を目的としてフレッシュリーグを新設した。1部リーグに6チーム、2部リーグに18チーム、フレッシュリーグに3チームが参加し、加えてフレッシュリーグの試合数増加を目的に個人単位での参加を認めた。2部リーグ各ブロックの優勝チームに来季1部リーグへの昇格権を与えた。また、1部6位チームは自動降格とし、1部5位チームと2部リーグ各ブロックの2位チームにより入れ替え戦を行い、入れ替え戦優勝チームに来季1部リーグへの昇格権を与えた。これにより、来季は1部リーグ参加チーム数が8に増加する。

開催日:2025年10月5日～2026年2月22日

参加人数:252名

試合数:146試合(入れ替え戦含む)

1部優勝:東京世田谷キャツパーズ 2部α優勝:東京大学A

2部β優勝:Charles de Julaus. 2部γ優勝:東京薔楡

・セタカップ/セタ新人カップ

リーグ戦とは異なる形式・チームで試合を行うことにより、選手間の交流を深めるためにセタカップを開催し、リーグ戦とは違う形式で試合を行うことによる新入生の試合機会確保並びに新入生同士の交流の促進、また審判やスコアブックの実践練習を行うためにセタ新人カップを開催した。

開催日:2025年7月5日6日

参加人数:83名

試合数:25試合

セタカップ優勝:Eチーム セタ新人カップ優勝:Bチーム

・リーグフェスタ/タイブレーク杯

リーグ戦進行の末に生じた余剰コートの消化と参加者同士の交流促進を目的に開催した。

開催日:2025年7月13日、2026年1月18日、2026年3月7日9日

参加人数:190名

試合数:64試合

②関西リーグ運営委員会

【概要】

関西地域におけるキャップ野球の健全な普及と競技レベルの向上、ならびに加盟チーム・選手間の交流深化を目的として活動を行った。令和7年度(2025年度)は、年間を通じた公式リーグ(春季・秋季)の安定的な運営に加え、他委員会や地方自治体との連携による競技人口の拡大などに注力した。

【大会実績】

・2025年度春季関西キャップリーグ

昨季の2部制から、今季は各団体1チームのみのAリーグ、新入生もしくはチーム内の控え選手を主に対象としたBリーグとリーグを二つに分けて開催した。これにより、選手間のレベルに応じた試合が展開され、より競技性のある試合となった。特にAリーグにおいては各チーム内の最高戦力が集結し、関西圏における選手能力の向上につながった。これらにより、関西地域における最高峰の戦いとして、参加チームによる総当たり戦を開催した。各チームとも実力が拮抗し、全日程を通じて白熱した試合が展開された。なお今季よりAリーグ内1部2部入替戦が実施され、春季においては、2部2位近畿大学が1部5位大阪大学に勝利し1部参加資格を獲得した。

開催期間:2025年5月1日～8月30日

参加人数:220名(18チーム)

試合数:90試合

Aリーグ1部優勝:京都大学

・2025年度秋季関西キャップリーグ

春季リーグの結果や運営上の反省点を踏まえ、より円滑な大会運営を目指して開催した。新規参入チームの台頭もあり、関西圏における競技層の広がりレベルの底上げが実感される大会となった。なお今季より、昨季のCSの反省を踏まえ、運営上の都合と選手間の東西統一蓋祭直前に試合をすることによる不利益を減らすため

CSを廃止した。秋季においては、1部5位近畿大学が2部2位同志社大学に勝利し2部降格を回避した。

開催期間:2025年10月1日～2026年1月31日

参加人数:216名(21チーム)

試合数:91試合

Aリーグ1部優勝:龍谷大学

・各種交流戦・練習試合の運営

企画委員会と共同で、地域における競技普及と選手間の交流深化を目的としたイベントを企画・運営した。特に芦屋市との交流事業をはじめとする練習試合の実施は、既存選手のみならず、地域社会や新規層へのキャップ野球の認知度拡大に大きく寄与した。

開催日:11月22日

参加人数:約35名

試合数:16試合

(3) 広報委員会

概要:広報委員会では、キャップ野球の認知度向上、競技者の増加、支援者の増加を目的として、SNS・Webサイト等を活用した広報活動を行った。大会やリーグ戦に関する情報発信に加え、試合動画、短尺動画、大会PV、生配信、ポスター制作などを通じて、競技者・視聴者・新規層に向けた多面的な発信を実施した。

○実施した広報活動と成果

①関東リーグ広報

YouTubeチャンネル「キャップ野球TV」を中心に、関東リーグの試合コンテンツを継続的に投稿した。従来から実施していた「リーグニュース」形式の動画を継続・改善するとともに、印象的なプレーを取り上げたShorts動画を新たに制作し、試合の魅力を短尺でも伝えられる体制を整えた。

また、Googleドライブを用いた試合動画共有システムを導入し、撮影された試合映像を広報活動に活用しやすい形で管理した。これにより、長尺動画・短尺動画の制作に必要な素材共有の効率化を図った。

②全国大会・東西統一蓋祭に関する広報

蓋ノ陣in京都・第七回東西統一蓋祭に向けて、予選展望、大会PV、前回大会決勝動画、生配信などを実施した。予選展望では、キャップ野球情報局のデータを用いて各チームの戦力を分析し、選手や視聴者が大会をより深く楽しめるような情報発信を行った。

また、大会に先立ってPVを制作・公開し、大会への期待感を高めるとともに、大会全体の熱量向上とブランディング強化に貢献した。さらに、第六回東西統一蓋祭の決勝動画を公開し、前回大会の熱気や感動を選手・視聴者へ届けた。

③生配信の実施

キャップ野球TVおよび協会TikTokにて、東西統一蓋祭や関東リーグ入替戦などの生配信を実施した。配信では同時接続者数が600人を超える回もあり、既存競技者だけでなく、キャップ野球を知らない新規視聴者への認知拡大にもつながった。

④TikTok運用・短尺動画制作

TikTokにおいて短尺動画の制作・投稿を行い、継続的に新規視聴者の獲得を図った。特に、龍谷大学対京阪神ジェネシスのゲーム風動画は90万回再生を記録し、新規フォロワー700人増加につながった。

また、短尺動画の投稿や生配信を継続的行った結果、半年間でフォロワーが13,000人増加するなど、キャップ野球の認知拡大に寄与した。

⑤協会広報・他部署との連携

協会主催大会に関する情報を各種SNSで発信し、競技者向け、動画視聴者向け、ライトファン向けなど、情報の内容に応じて媒体を使い分けた広報を行った。

また、企画委員会と連携し、大会ポスターを制作した。各大会ごとにポスターを作成し、大会の盛り上げに貢献したほか、蓋ノ陣では会場に実物ポスターを設置した。マーケティング委員会との連携では、中高生体験会についてInstagramやYouTubeコミュニティで告知を行い、合計17人の参加につなげた。参加者の中にはチーム所属が決まる者もあり、広報活動が実際の競技参加にも結びついた。

⑥関西エリア広報

関西エリアにおいても、一部領域においてリーグ戦ハイライトや選手に焦点を当てた短尺動画の制作を行った。関西シャッフルに関する動画はXで大きな反響を得て、フォロワー800人増加につながった。地域ごとの特色ある広報展開を進める第一歩を実行した。

⑦情報局・スコアブック関連のアップデート

キャップ野球情報局およびスコアブックに関するアップデートも実施した。スコア入力と連動するSBO表示機能を開発し、生配信時にスコアブック操作と連動して表示を行える仕組みを整備した。

また、キャップ野球の技術面に関する読み物コンテンツの集約や、投球軌道を可視化する軌道解析の実装を行い、競技者・視聴者の双方がキャップ野球をより深く楽しめる環境づくりに取り組んだ。

(4) マーケティング委員会

概要: 令和6年度は、企業協賛や公式用品の開発に向けた活動を継続するとともに、新たに一社とのプロジェクトを開始した。現在は定例会を実施しながら、今後の展開に向けた構想の精査を進めている。

また、日本山村硝子株式会社様との協業では、ペットボトルキャップのリサイクル促進プロジェクト(REBORN CAP PROJECT)を軸とし、環境負荷の低減と競技普及の両立を目指した活動を展開した。

さらに、野球用具メーカー様と共同で、新バット開発プロジェクトを開始した。複数の大会において試験運用と改良を重ね、実験期間を終了したため、現在は導入フェーズへの移行を進めている。

加えて、サンテレビジョン様をはじめとした各種メディアへの出演を通じ、キャップ野球の認知拡大に取り組んだ。全国大会(蓋ノ陣)では、昨年度に引き続きYouTubeライブ配信を実施し、競技の魅力発信に努めた。

①大規模な大会でのペットボトルキャップ回収

6月に開催された「関東・関西新人戦」及び、8月開催の全国大会「蓋ノ陣」において、参加する競技者を対象にペットボトルキャップの回収を呼びかけた。両大会を通じて、合計約40,000個のペットボトルキャップを回収することができた。

②全国大会生配信

昨年度に引き続き、全国大会(蓋ノ陣)において、準決勝・決勝・エキシビションマッチのYouTubeライブ配信を実施した。複数画角を用いた配信を行うことで、競技の臨場感や魅力をより多くの視聴者へ届けることができた。

また、株式会社サンテレビジョン様の協力のもと、プロフェッショナルな映像配信を継続的に実施し、競技認知の拡大につながった。

③メディア出演

サンテレビジョン様をはじめとした各種メディアへの出演を通じ、キャップ野球の認知拡大に取り組んだ。競技の特徴や活動内容を広く発信することで、新たな層へのアプローチにつながった。

④新バット開発プロジェクト

野球用具メーカー様と共同で、新バット開発プロジェクトを開始した。複数の大会において試験運用を実施し、その都度改良・アップデートを重ねた。現在は実験期間を終了し、本格的な導入に向けたフェーズへ移行している。

⑤ 中高生への普及活動

中高生に特化した普及活動を開始した。8月に3回、12月から2月にかけても3回ほど中高生向けの体験会を実施し、多い回では15人以上の参加をいただいた。体験会内では狭義の楽しさを実感してもらうための、実践の試合機会も設けた。中高生向けの競技参加の集大成としてU-18大会とNGCS(New Generation Cap Shuffle)を実施、既存の中高生とも連携し大会を発展させた。

(5) 競技規則委員会

概要

協会の競技運営におけるルールや制度の基盤整備を担当し、大別すると規則策定、審判評価制度の試験導入、ユニフォーム公認制度の正式運用、さらには準公式戦の認定や独自大会の主催活動を行った。競技の公平性と安全性を担保しつつ、プレイヤーの利便性やエンターテインメント性を高める取り組みを展開した。最新ルールの公表に加え、次年度に向けた改定会議を定期的の実施したほか、独自の特殊ルール大会の企画・主催を通じて、競技の新たな可能性の検証にも尽力した。

① 競技規則の公表および次年度版に向けた策定会議の実施

「2025年度競技規則」の確定および公式な公表・周知を行った。さらに、現場での運用実績や課題をタイムリーに反映させるため、定期的な委員会会議を招集し、「2026年度版競技規則」の作成に向けた協議・ブラッシュアップを継続的に実施した。

② 審判評価制度の試験的導入

公式戦における審判技術の向上とジャッジの公平性を多角的に検証・担保するため、「審判評価制度」を試験的に導入した。運用を通じて現場からのフィードバックを収集し、今後の本格運用のための基盤構築に努めた。

③ ユニフォーム公認制度の正式導入・運用

競技としての統一感やマナー向上、今後のスポンサーシップ等を視野に入れ、「ユニフォーム公認制度」を正式な制度として導入した。公認申請に関する基準の策定から受付・審査体制の整備まで、一連の運用を本格的に開始した。

④ 準公式戦の認定

公式戦に準ずる規模や重要性を持つ大会や試合について、その運営体制や規則の遵守状況を審査し、「準公式戦」としての認定業務を継続して行った。

⑤ 特殊ルール大会の主催

通常規則とは異なる実験的な試みとして「第1回、第2回特殊ルール大会」を企画・主催した。10mルールや9.5mルール、新バットを試験的に導入するなどの検証を通じてルールの多様化や、新たな競技振興のアプローチを模索した

(6) 総務委員会

概要:協会運営にまつわる事務などを担当しており、大別すると会計に加え法務、人事の活動を行った。ほかの委員会の活動を裏方からサポートするため協会の事業の多くに関わっており、全体的な活動の円滑化や持続性の確保に尽力した。メールや問い合わせ対応の一環として協会所属団体からの相談や他団体・自治体との調整も行った。また会員登録制度を個人登録制度からチーム登録制度へと移行した他、協力会員の募集・振り分け体制の整備、協力会員との面談システムの構築なども行った。

①Google Workspace for Nonprofitsの導入

かねてより問題となっていた、チャットデータ保持の視点やセキュリティ上問題のあった 방식을改め、新たにGoogle Workspace for Nonprofitsの契約を行った。これに伴い、すべてのシステムをGoogle系列に統一できた他、協会の基盤となるサービスを一新できた。また、動画共有システムも一新できた。

②チーム登録制度の更新

チーム登録に使用していたファイルを更新し、より記入しやすい方式に変更した。また、次年度以降の会員番号制度導入を見据え、データの処理を継続して行った。

③キャップ野球情報局との連携

協会の選手登録状況とキャップ野球情報局(以下、情報局)との整合性をより高め、かつ一層の情報共有を図るため、情報局運営者と連携を図った。

(7) その他

台湾との連携・国際交流事業

今年度も日本と台湾の間において、双方向によるキャップ野球の交流を継続して実施した。

① 夏季全国大会「蓋ノ陣」での交流

今年度も台湾から「チーム台湾」を招へいし、夏の全国大会「蓋ノ陣」へ出場した。大会を通じて国内選手との活発な交流を図ったほか、台湾のキャップ野球独自メディアによるインタビュー取材に対応した。また、エキシビションとして開催されたホームランダービーには台湾の主砲選手が参戦し、会場を大いに盛り上げた。

② 渡航計画の変更とオンラインセミナーの開催

日本チームによる台湾遠征も計画していたが、現地の春節（旧正月）に伴う航空券高騰のあおりを受け、今年度の渡航は見送ることとなった。その代替施策として、オンラインによる合同セミナー（約3時間）を企画・開催した。同セミナーには、台湾の選手や運営関係者など50名を超える参加があり、有意義な講義の場となった。

③ 現地協会の法人化と日常的な連携体制の強化

2025年度には台湾キャップ野球協会が法人化され、組織化が進んだことで、台湾国内におけるキャップ野球の裾野はさらなる広がりを見せている。こうした現地側の発展・基盤強化を背景に、一過性のイベントに留まらず、日常的なコミュニケーションも頻繁に行っている。競技ルールの相互確認や次回大会のスケジュール調整などを密に連携しており、日台間の強固な協力関係を維持・発展させている。

会員数の推移、および定着化に向けた課題と取り組み

1. 会員数の推移と目標達成状況

2025年度における協会全体の会員数は785名となり、前年度の662名から123名（約18.6%増）の増加を記録した。新規に協会へ初登録した選手数は年間で300名を超えており、競技人口自体は着実な拡大傾向にある。

しかしながら、当年度に掲げていた協会目標である「900名（大学生600名、社会人150名、中高生150名）」に対しては115名未達という結果に終わった。新規登録者の獲得が進む一方で、既存会員の「離脱（退会・未更新）」を防ぎきれなかった点が目標未達の主たる要因である。

- **2024年度実績**：662名（大学生522名 / 社会人65名 / 中高生75名）
- **2025年度実績**：785名（大学生591名 / 社会人97名 / 中高生86名）
- **2025年度目標**：900名（大学生600名 / 社会人150名 / 中高生150名）

2. 会員離脱に関する現状分析と課題

目標達成を阻む要因を深掘りすべく、2024年度から2025年度にかけての「属性別離脱状況」を分析した。その結果、協会全体の成長における最大の壁として、「大学1年生が2年目を迎えずに離脱する割合が非常に高い」という問題が浮き彫りとなった。

分析から得られた具体的な数値および知見は以下の通りである。

- 大学1年生における継続率の低さ：大学1年生の継続率は64.96%であり、大学2年生の73.68%と比較して約10ポイント低い水準に留まっている。
- 全体に与える離脱のインパクト：大学1年生は全属性の中で最も大きな母数（234名）を占めるため、その離脱が全体に与える影響は極めて大きい。結果として、全体の離脱者のうち大学1年生だけで12.17%を占めており、他属性を圧倒している。

これまで、1年生向けのイベントや大会は点在していたものの、選手が「年間を通じてどのようにキャップ野球に熱中し、ステップアップしていくか」というロードマップが明示されていなかった。そのため、初期の熱量が持続せず、2年生進級時に離脱してしまうケースが多いことが大きな課題として識別された。この離脱問題を解決し、定着化（オンボーディング）を推進することで、キャップ野球には今後もさらに大きく伸びる余地が残されている。

3. 課題解決に向けた具体的な取り組み（2025年度下期～2026年度）

大学1年生にいかに1年間楽しんでもらい、熱中する人を増やせるかという課題に対し、当協会では2025年度下期より施策の策定に着手し、2026年度より本格的な実行フェーズへと移行している。

- 「新人パッケージ1.0」の作成によるロードマップの明示：大学1年生が2年目を迎えるための「新人パッケージ1.0」を策定した。これまで点在していた1年生向けイベントのスケジュールや位置づけを可視化することで、1年間の楽しみ方とステップアップの軌道を初めて明確に提示した。
- 「新歓バイブル」の配布と画一的な新歓支援：新入生勧誘活動を効率的かつ画一的に行えるよう、協会初の試みとして「新歓バイブル」を作成・配布した。これにより、設立されて間もない新しいチームであっても質の高い新歓活動を展開できる体制を整え、協会として本格的な新歓支援に乗り出した。

4. 今後の展望

大学1年生の離脱を確実に食い止めることで、既存会員の基盤をより強固なものとする。この基盤の上に、新歓支援による新規獲得を掛け合わせることで、競技人口の拡大をさらに加速させることが可能となる。

当協会としては、今後も「より多くの人々が競技を深く、長く楽しめる環境づくり」に注力し、離脱防止と新規獲得の両面からアプローチを続けることで、**2026**年度における会員数**1,000**人突破の達成を目指す。