



Women's Football Strategy 2026-2031

JFA成長戦略2026-2031 女子全体戦略



女子サッカーを次のステージへ

いま、女子サッカーは世界で大きな成長期の只中にあります。欧州や北米をはじめ、各国でリーグのプロ化が進み、育成年代への投資も加速しています。私自身、海外の試合会場に足を運ぶたびに、スタンドを埋める観客の熱気や、配信を通じて世界中に新しいファンが生まれていく実感に驚かされます。女子サッカーは競技としての魅力だけでなく、社会を動かす力を持つ存在になりつつあると感じています。

この変化の中で、日本も立ち止まってはいただけません。2011年のFIFA女子ワールドカップ優勝は、この国の女子サッカーへの関心を大きく押し上げてくれました。WEリーグの開幕をはじめ、選手を取り巻く環境も一步步前へ進んできたと思います。ただ、地域に女子がプレーできる環境や場所が足りない、女性の指導者や審判、運営を担う人がまだ十分ではない—そうした課題が残っていることも、私たちは正直に受け止めなければなりません。

だからこそ、代表チームの強化だけを見るのではなく、普及・育成、女性指導者や審判の養成、国内リーグの発展、ファンやパートナーの拡大までを一つのものとして捉えたいと考えました。この「女子全体戦略」は、それぞれの団体が個別に頑張るためのものではありません。サッカーを始める入り口から、続けること、世界へ挑戦すること、そしてその後も多様な立場に関わり続けられること—その道のり全体をつなぐ、私たちの共通の指針です。

女子サッカーの成長は、サッカー界のためだけにあるのではないと思っています。性別や年齢にかかわらず、誰もが自分の可能性を信じて挑戦できる社会をつくる。その力がこの競技にはあるはずです。

『次のステージ』へ、女子サッカーに関わるすべての皆様と力を合わせて進んでいきましょう。



日本サッカー協会
会長 宮本 恒靖

未来の子どもたちが、 夢に向かって挑戦できる社会へ



元なでしこジャパン
澤 穂希

私がサッカーを始めた頃、女子サッカーは今のように注目される存在ではありませんでした。練習環境も十分ではなく、女子がサッカーを続けること自体が当たり前ではない時代でした。進学や就職のタイミングで競技を諦める仲間もたくさんいましたし、「女の子なのにサッカーをするの?」と言われることも珍しくありませんでした。それでも私たちは、ただサッカーが好きで、もっとうまくなりたくて、夢中でボールを追いかけていました。そして、その道のりの中でたくさんの仲間や指導者、家族、支えて下さる方々と出会い、ずっと続けることができました。

2011年のワールドカップ優勝は、私たちにとって大きな喜びでした。でも振り返って一番嬉しかったのは、その結果を通じて多くの方々に女子サッカーを知っていただき、応援していただけるようになったことだったように思います。あの時から女子サッカーを取り巻く環境は少しずつ前進してきました。WEリーグが誕生し、将来の夢として女子サッカー選手を思い描ける時代になってきています。

一方で、まだ十分とは言えません。サッカーを始めたいと思う女の子がどこでもプレーできること。好きなサッカーを続けたいと思ったときに続けられること。そして選手だけでなく、指導者や審判、運営に携わる人が活躍できること。そんな環境をさらに広げていくことが、これからの私たちに求められていることだと思います。私自身、普及のイベントで子どもたちとプレーする機会がありますが、ボールを追いかける子どもたちの笑顔を見るたびに、サッカーには人を前向きにし、新しい一步を踏み出す勇気を与えてくれる力があると改めて感じます。だからこそ、この戦略には大きな意味があると思っています。私たちの世代が切り拓いてきた道を、次の世代にはもっと自然に、もっと大きく歩んでほしい。そして未来の子どもたちが、「女子だからできない、諦める」ではなく、「自分は何に挑戦したいか」を自由に考えられる社会の中で育ってほしいと思っています。

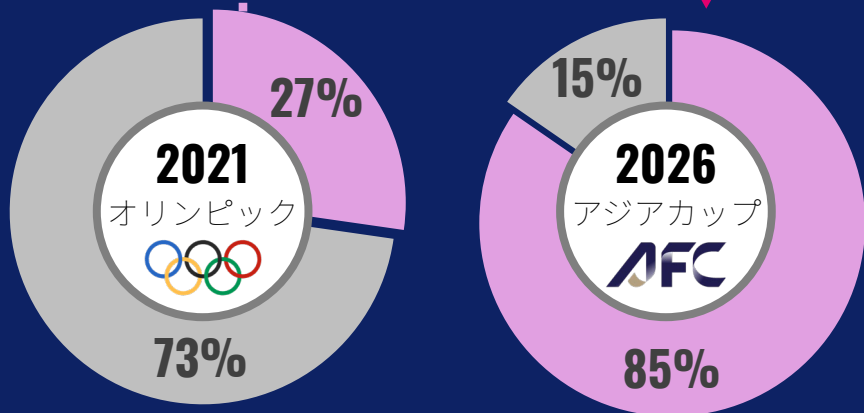
未来の子どもたちが、自分の可能性を信じ、夢に向かって挑戦できる社会へ。
この戦略がより多くの仲間を増やし、より多くの夢を育てる大きな一步になることを心から期待しています。

なでしこジャパンの海外組比率

■：海外組
■：国内組

5年間で

約3.2倍

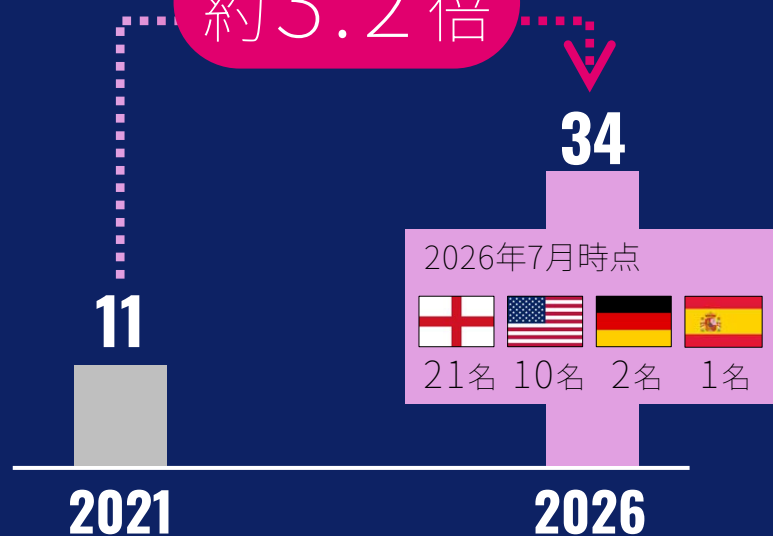


招集組の在籍割合

(人)

5年間で

約3.2倍



海外主要リーグの在籍人数

女子FIFAランキングの推移



※：FIFAによる女子公式世界ランキングを使用、2026年の順位は6月16日時点のもの

女子登録選手比較 (vs 海外強豪国)

FIFA ランキング (女子) (2026年6月)		女子登録者 ^{※1} (万人)	女性人口 ^{※2} (万人)	人口比	
1	 Spain	8.5	1,984	0.4 %	← 約4倍
2	 USA	172.0	14,465	1.2 %	← 約12倍
3	 Germany	18.7	3,370	0.6 %	← 約6倍
4	 England	20.1	2,185	0.9 %	← 約9倍
5	 Japan	5.1	4,514	0.1 %	

※1：「FIFA MEMBER ASSOCIATIONS SURVEY REPORT 2023」より各国協会の20歳以上と20歳未満の登録人数を合算して算出

※2：世界銀行人口データより各国の2023年度女性人口を5~64歳に絞って記載

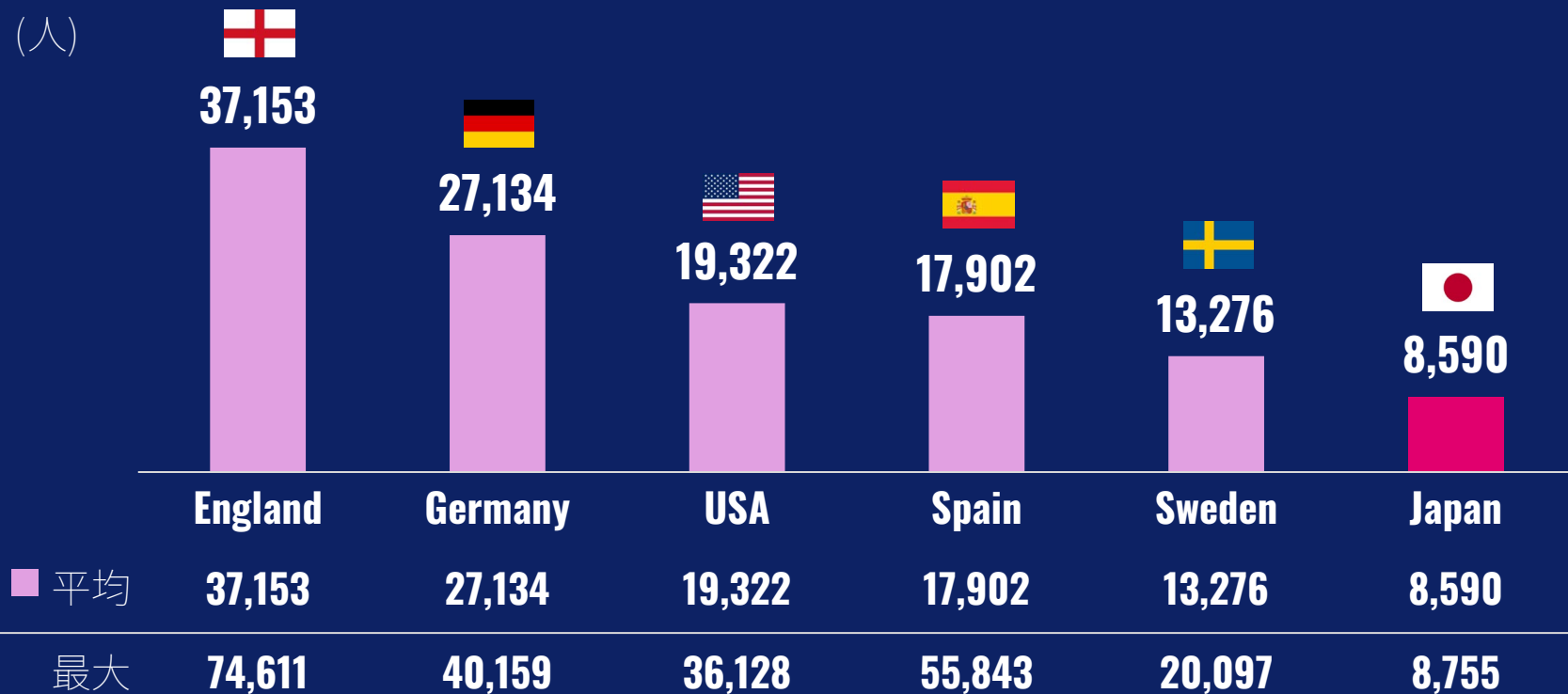
女子登録選手比較 (vs 国内球技種目※)

(人)		2021	...	2025	
	バレーボール	243,925	...	271,999	約5.3倍
	バスケットボール	230,583	...	232,408	約4.5倍
	卓球	106,790	...	99,411	約1.9倍
	テニス	70,753	...	67,680	約1.3倍
	サッカー	50,519	...	51,688	

※：各スポーツ協会の公表データ／バレーボールはスタッフ数を含む

観客者数比較 (vs 国際AマッチHOME戦※)

(人)



※：2025年1月1日~2026年7月15日の期間に実施されたA代表ホームマッチより算出

観客者数比較 (vs 国内リーグ※)

(人)


10,669



NWSL


6,841



WSL



3,592



**Frauen
Bundesliga**



2,392



WEリーグ



1,357



Liga F



937



**DAMALLSVENS
KAN**

■ 平均

10,669

6,841

3,592

2,392

1,357

937

最大

40,091

56,537

57,762

17,612

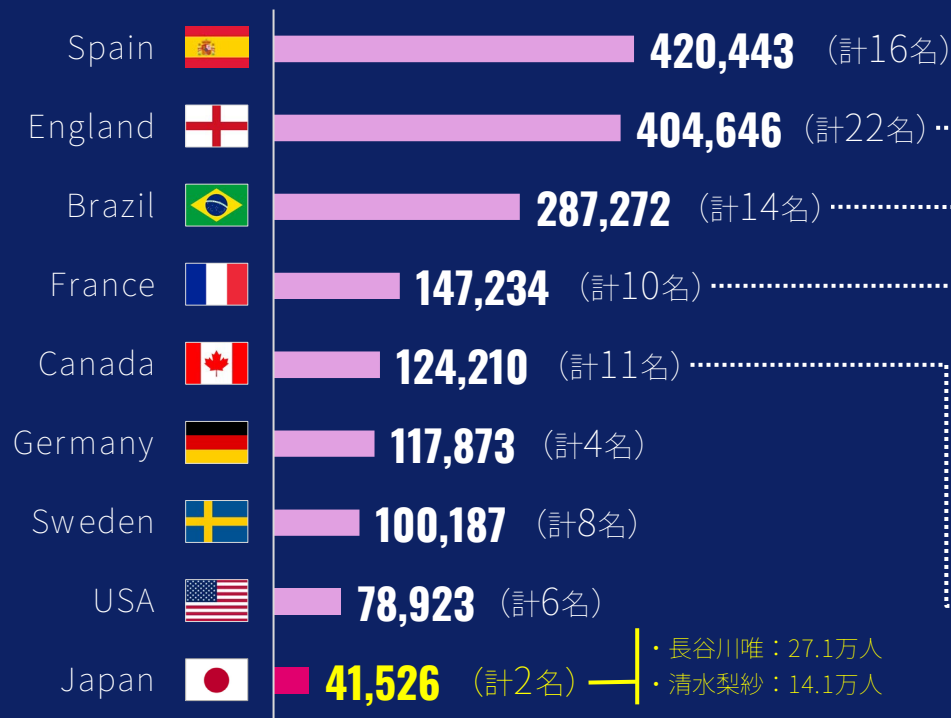
36,276

6,372

代表選手SNSフォロワー比較※

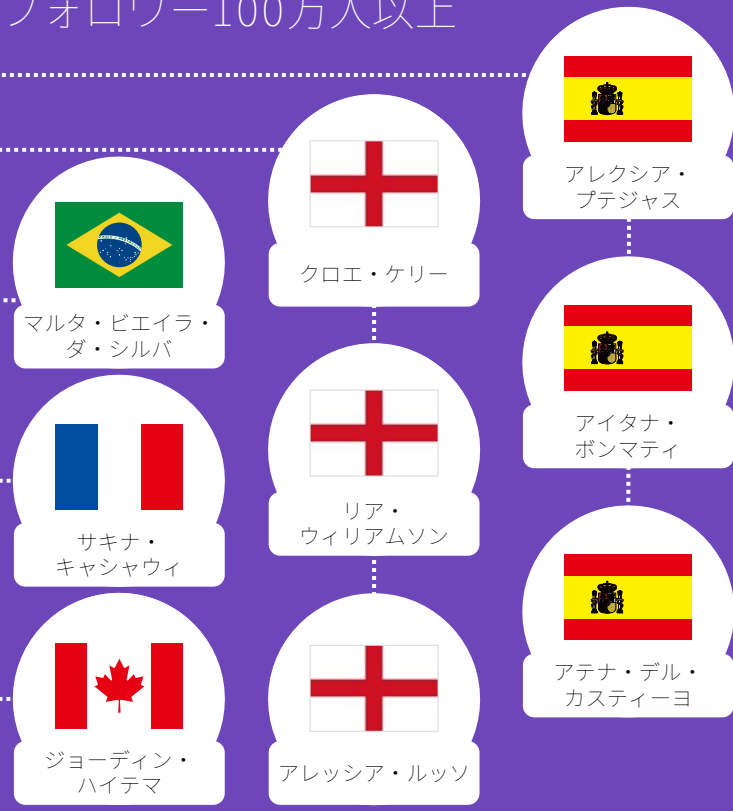


■：平均フォロワー数（人）
（カッコ内：フォロワー数10万人以上）



・長谷川唯：27.1万人
・清水梨紗：14.1万人

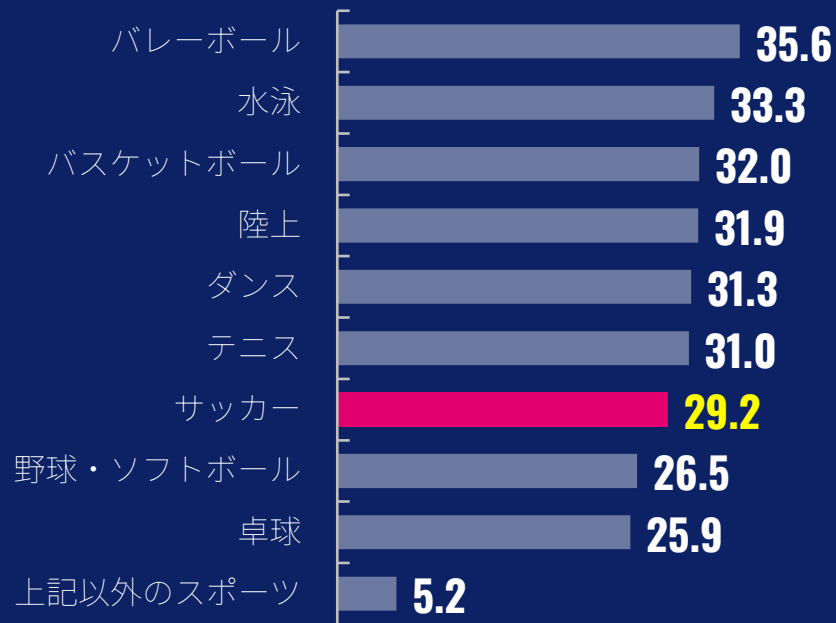
フォロワー100万人以上



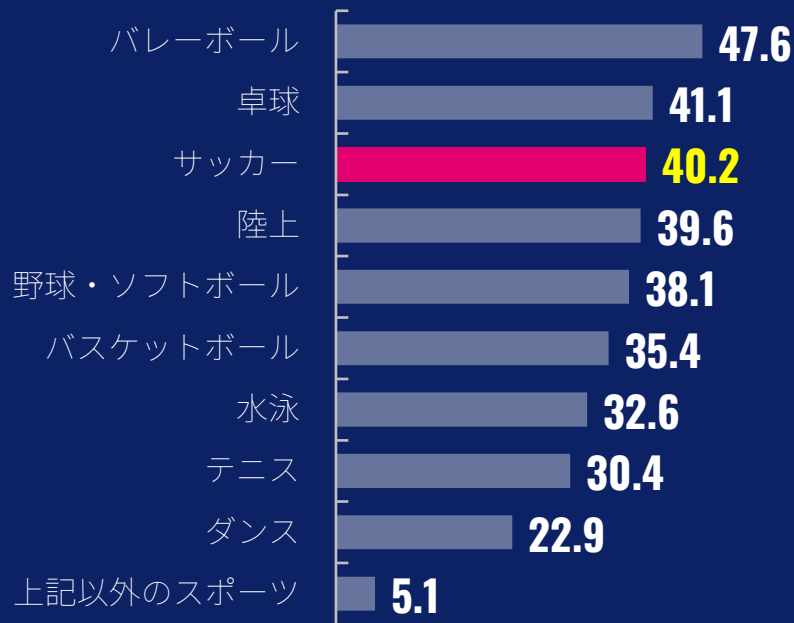
女子スポーツ推奨度調査（vs 国内球技種目）

マクロミル調査※

プレー推奨度



観戦推奨度



※：スポーツ観戦興味あり&日本代表認知者の15~60代男女対象に、それぞれ「とても勧めたい」「やや勧めたい」を評価。
「プレー推奨度」は保護者を対象にお子様への推奨度を調査。

第**5**段階 | 成熟フェーズ 投資を生む市場
に発展・成長

文化の壁

第**4**段階 | 高成長フェーズ 価値が高まり
市場拡大中

ブランディングの壁

第**3**段階 | 中成長フェーズ 代表成績により
市場が芽吹く

成績の壁

第**2**段階 | 低成長フェーズ 男子の流れで
女子サッカーが台頭

第**1**段階 | 新興フェーズ 代表チームを組成し
国際競技に参加

第**5**段階

成熟フェーズ

投資を生む市場
に発展・成長

文化の壁

第**4**段階

高成長フェーズ

価値が高まり
市場拡大中

ブランディングの壁

第**3**段階

中成長フェーズ

代表成績により
市場が芽吹く

成績の壁

第**2**段階

低成長フェーズ

男子の流れで
女子サッカーが台頭

第**1**段階

新興フェーズ

代表チームを組成し
国際競技に参加

2031年までの
ゴールイメージ



第**2.5**段階

する
文化



代表
成績



- 女子サッカー全体戦略2026 - 2031 スローガン -

覚悟を胸に、ともに挑む。次のステージへ。

With determination, challenging together. Towards the next stage.



“ 競技成績の向上と
女子サッカーの価値向上の
両輪に関わる人を増やし、
欧米先進国に比肩する
高成長市場に到達する ”



スローガン

覚悟を胸に、ともに挑む。
次のステージへ。

競技会成績

主要国際競技会

優勝

関連人口

女子サッカー関連人口

×2 倍

ブランド価値

女子サッカー推奨度

10ポイントUP

サッカー界
ALLNADESHIKO
JAPANSAMURAI
BLUE.WE
LEAGUE

1

リーグ・育成年代の活躍
SUCCESS

2

する人の増加
PLAYER

3

女子・女性の憧れの獲得
ENGAGEMENT

4

商業価値の向上
COMMERCIAL

5

機会創出と環境整備
EMPOWERMENT

ゴール

競技会成績

主要国際競技会

優勝

関連人口

女子サッカー関連人口

× 2 倍

ブランド価値

女子サッカー推奨度

10ポイントUP



AFC女子アジアカップ
(2026/2030)



FIFA女子ワールドカップ
(2027/2031)



オリンピック 女子サッカー競技
(2028)



ゴール

競技会成績

主要国際競技会

優勝

関連人口

女子サッカー関連人口

×2倍

ブランド価値

女子サッカー推奨度

10ポイントUP

する

- 女子登録者数

支える

- 女性指導者数

- 女性審判員数

みる

- 観客者数

- 視聴率

- SNSフォロワー数



ゴール

競技会成績

主要国際競技会

優勝

関連人口

女子サッカー関連人口

× 2 倍

ブランド価値

女子サッカー推奨度

10ポイントUP

マクロミル調査※

プレー推奨度

2025年度調査

29.2 %

 1位：35.6 %



&

観戦推奨度

2025年度調査

40.2 %

 1位：47.6 %



※：スポーツ観戦興味あり&日本代表認知者である15~60代男女が対象。
なお、「プレー推奨度」は保護者を対象にお子様への推奨度を調査。

サッカー界ALLで「とも」に進める



成功要因

- ①  リーグ・育成年代の活躍
SUCCESS
- ②  する人の増加
PLAYER
- ③  女子・女性の憧れの獲得
ENGAGEMENT
- ④  商業価値の向上
COMMERCIAL
- ⑤  機会創出と環境整備
EMPOWERMENT

1 リーグ・育成年代の活躍
SUCCESS

世界基準の発掘・育成で、強くなる。



2



する人の増加
PLAYER

出会い、続け、
仲間とプレーできる環境を広げる。



©JFA/©Disneys

STEP 1

選手の増加

すべての起点



「選手」を増やすことこそが
「指導者」や「審判」の
増加にもつながる

STEP 2

チームの増加

受け皿の拡大

指導者が必要

チームには指導者が必要



STEP 3

試合数の増加

実践機会の拡大

審判員が必要

試合には審判員が必要



2 する人の増加 PLAYER

特にキッズ～U-12の打ち手を強化し、
U-15前にチーム組成を促進したい。

課題（初期）

主な取組み

主な問題

課題（再設定）

エントリー層
拡大

JFA
Magical Field
inspired by **Disney**

JFA
なでしこひろば

体験後
定着率

継続機会
提供

同年代
女子同士

中学年代
受皿確保

HER TEAM

JFA×MS&AD
なでしこ つぼみ
プロジェクト

中学年代
選手確保

持続的
経営

会場確保

STEP
1

5～10歳
未経験・初心者との
接点創出

STEP
2

5～10歳
体験後の
繋ぎ止め強化

STEP
3

10～12歳
U-12女子のみの
仮チーム創出

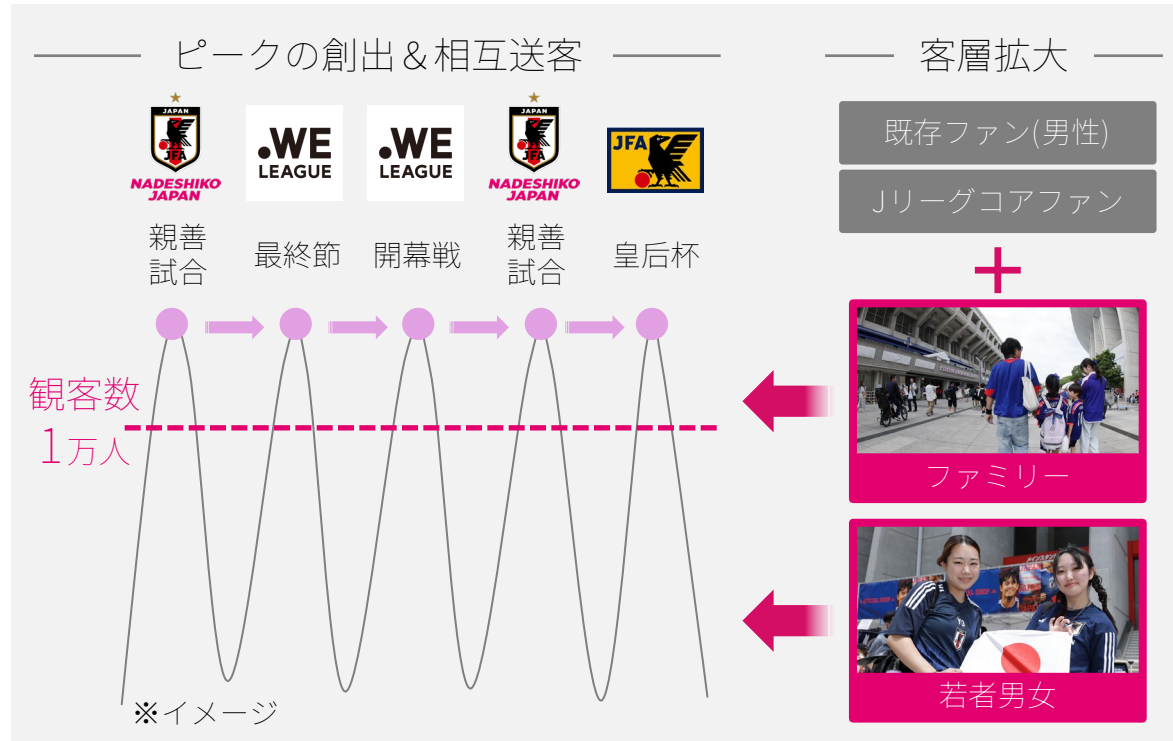
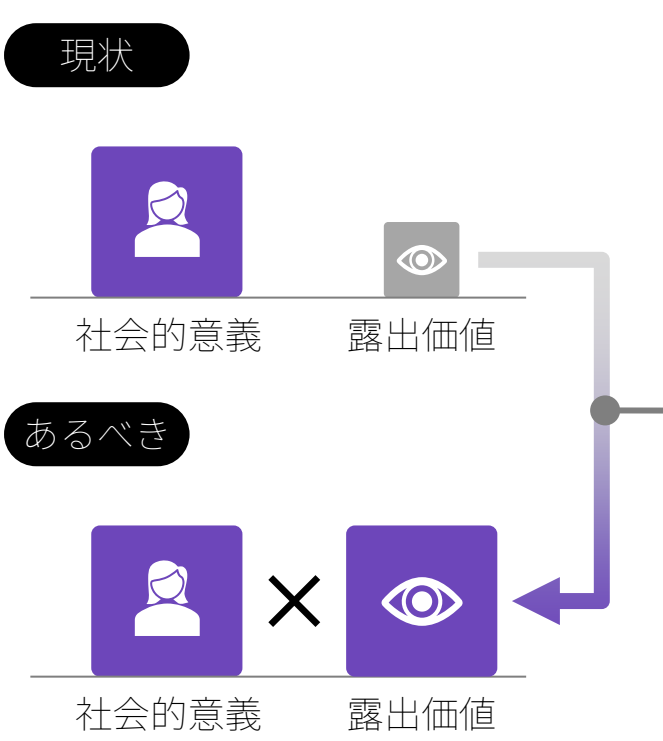
STEP
4

12～15歳
中学年代の
受皿確保

重要課題

3 女子・女性の憧れの獲得
ENGAGEMENT

WE×JFAで客層拡大も見据えて
露出価値を高める。



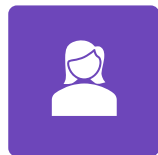
4



商業価値の向上
COMMERCIAL

パートナーの皆さまと「とも」に
女子サッカーの価値を創造していく。

現状



社会的意義



露出価値

あるべき

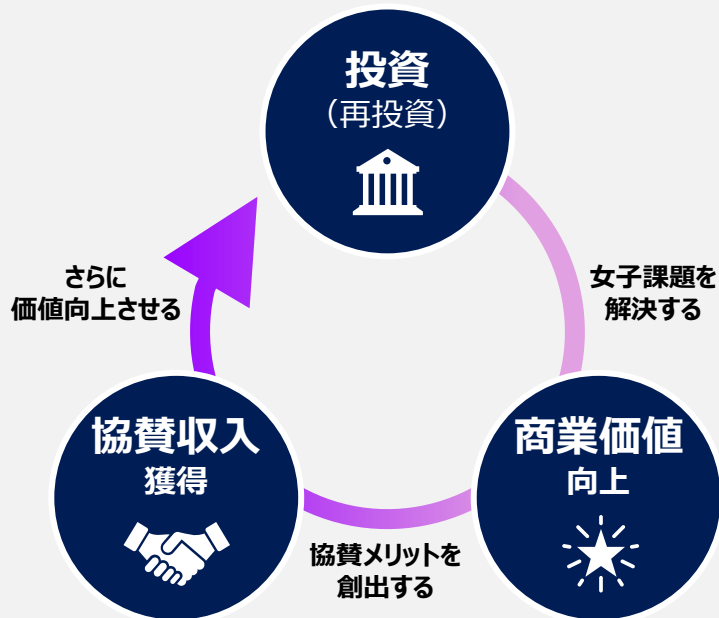


社会的意義



露出価値

投資と価値の循環



5



機会創出と環境整備
EMPOWERMENT

より良い環境を整備していくために
理解と視点を広げていく。

STEP 1



理解を
広げる

共通認識を土台に、次の行動へ

STEP 2



多様な
視点を
取り入れる

より良い意思決定を、環境整備へ

STEP 3



安心して
挑戦できる
環境を
整える

参加と継続を、価値創出へ

STEP 4



生まれた
価値を
循環させる

次の成長へつなげる



好循環の全体像

参加する、楽しむサッカー

競技としてのサッカー



選手増加を起点に
好循環を創る



リーグ・
育成年代の活躍
SUCCESS



母数・可能性が
生まれる

再投資

サッカーを
する選択へ

女子・女性の
憧れの獲得
ENGAGEMENT



再投資

協賛価値増

する人の増加
PLAYER



再投資

商業価値の向上
COMMERCIAL



再投資

機会創出と
環境整備
EMPOWERMENT



良い環境・
機会を提供