

バスケットボールプラザ

Basketball Plaza

No:36



ホームページ用
抜粋版

2008年2月

NPO法人 日本バスケットボール振興会



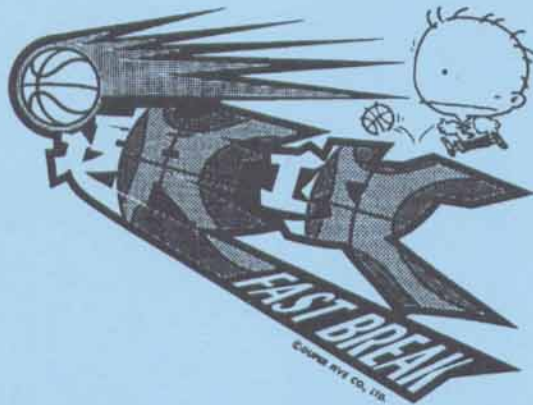
TEAM



WORK

ONE for ALL ALL for ONE

©DUPER FIVE CO., LTD.

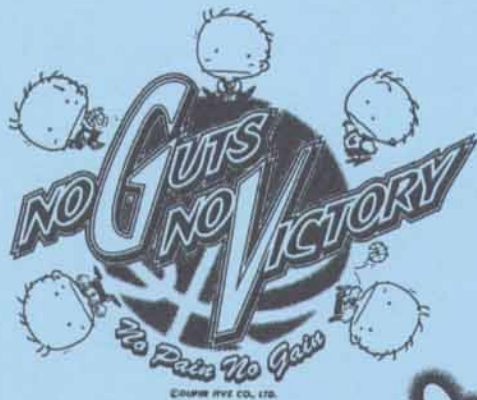


©DUPER FIVE CO., LTD.

DEFENSE FOOTWORK



©DUPER FIVE CO., LTD.



©DUPER FIVE CO., LTD.



DUPER.

表現の自由人。



©DUPER FIVE CO., LTD.

文武両道



DUPER.®

デューパーファイブ株式会社
〒130-0023 東京都墨田区立川3-3-5
TEL . (03)3632-7045 (代表)
FAX . (03)3632-8327

URL : <http://www.duper.co.jp>

E-mail: info@duper.co.jp



手にとった瞬間、キミは驚くはず。
その翼のような軽さとしなやかさに。
1gでも軽くするために、あらゆる素材を
厳選し構造を何度も検証し
そして遂に、軽量でありながら
優れたクッション性と包み込む
ようなフィット感を実現させた。

夢は必ず叶うと信じるための1足。
ウエーブホープネオ
希望という名の翼、新登場。

WAVE HOPE NEO



キミに翼を。

NPO法人として社会貢献活動を推進

スペシャルオリンピックス日本の活動支援

愛知新聞社 谷上 豊彦 氏 宛

[編集部]

振興会が昨年NPO法人の認可を得てから社会的に貢献する活動が望まれていたが、このほど知的障害者のスポーツを推進している認定NPO団体「スペシャルオリンピックス日本・東京」に対して、支援を開始した。昨年10月に中国上海市において、4年に一度のスペシャルオリンピックス世界大会が開催されたが、この大会に出場するバスケットボール選手団に対していささかの寄付を行った。

この寄付に対してスペシャルオリンピックス日本・東京の池田理事長から下記のようなお礼状が届けられているので原文のまま紹介する。

スペシャルオリンピックス日本・東京は知的発達障害者のスポーツ全般を推進している認定NPO団体だが、日本において知的発達障害者のバスケットボールを専門にやっているFIDという団体もある。

振興会では、昨年秋に開催された秋季懇親会の前に、日ごろからスペシャルオリンピックスの活動に参加している当会上谷富彦理事を講師に迎え、知的障害者のスポーツについて理解を深めるために講演会を開催した。(講演概要後述)

NPO法人日本バスケットボール振興会

会長 愛知 和男 様

認定NPO法人スペシャルオリンピックス日本・東京

理事長 池田 朝彦

謹啓 時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。平素はスペシャルオリンピックス日本・東京（SON東京）の活動にご支援、ご協力を賜り誠にありがとうございます。

このたびは、ご寄付を賜りまして厚く御礼申し上げます。頂きましたご厚志は、当会の事業のために大切に活用させていただきます。

おかげさまで、SON東京も、本年NPO法人4年目を迎え、登録アスリートは900名を超え、スポーツプログラムも15種目にまで増えてきました。これもひとえに、貴法人をはじめ、多くの皆様のご支援の賜物と心より感謝いたしております。どうぞ今後ともご支援、ご指導賜りますようお願い申し上げます。

末筆ではございますが、貴法人のご隆盛をお祈り申し上げます。

敬具

知的発達障害者のスポーツ（バスケットボール）について

上谷富彦氏講演概要

講演を始める前に、この度スペシャルオリンピックスに対しましてご寄付をいただき誠にありがとうございました。この場をお借りして厚くお礼申し上げます。

最初に知的発達障害についてお話しします。知的発達障害とは俗に言う「知恵遅れ」の状態の人をいい、俗に言う「ダウン症」で脳が発達する過程においてなんらかの障害が生じ、大人になっても2～3歳程度の知能状態のままで、その原因はわかっておりません。男女の比率で見ると男性に発症する率が高く、だいたい女性の4倍程度の率となっています。

原因がはっきりしないため治療方法も確立しておらず、対症療法的な対応となっていますが、これらの人達にスポーツをさせることによって、自立と社会参加への道を拓こうという運動が1960年代に始まりました。それがスペシャルオリンピックスの活動で、日常的なスポーツトレーニングプログラムの成果を発表する機会として各種の競技会が開かれています。

歴史的に見ますとスペシャルオリンピックスは、1963年にアメリカ・ケネディ大統領の妹ユニス・シュライバーさんによって始められました。現在も国際本部はワシントンにあり、世界中160カ国以上の国でスペシャルオリンピックスの活動が展開されています。オリンピックという名称は、世界的にIOCの許可がなければ使用できませんが、知的障害がある人のスポーツが、自立と社会参加する上で成果があるという観点からスペシャルオリンピックスという名称を使うことが許されています。

スペシャルオリンピックスでは知的障害のある人を「アスリート」と呼んでいます。世界では100万人以上いると言われています。

次にアスリートのバスケットボールについてお話いたします。

ご承知のとおりバスケットボールは5人对5人の競技で、チームの得点によって勝ち負けが決まります。したがってチームとしては如何に多くの得点を挙げ、如何にして相手の得点を阻止するかが原点です。そこには積極性や協調性がより強く求められますが、彼等アスリートたちにとっては、ディフェンスがおろそかになってノーマークになっている味方にパスをしてチームとして得点を挙げることへの理解が苦手なのです。

したがって最初のうちは、ボールを持てばがむしゃらにゴールに向かっていくという動作が繰り返されます。つまり味方5人で得点を挙げるという協調性がないのです。これも練習を重ねることによって徐々に協調性が養われて、やがてはよりよいパスをして得点を挙げられるようになります。

また、味方がシュートに失敗したボールを取りに行くリバウンドの動作も、積極性を養うという観点から見れば役立っております。

現代社会において協調性や積極性は必須条件ですが、バスケットボールは彼等アスリートが自立して社会参加する上で、これらが高めるためのスポーツとして推奨されています。

しかしながらアスリートだけでは彼らのスポーツは成立しません。スポーツを教えるコーチ、日常の細かなことまで面倒を見るマネージャー役、そして保護者と、どのスポーツでも三位一体となって成り立っていますが、スペシャルオリンピックスはこれらの方々を合わせて構成されています。

そして取り組んでいるスポーツの種目も15種目になりました。日本におけるバスケットボ

ールは年間を3期に分けて活動しています。1月から4月、5月から7月、10月から12月の間に毎週1回、主として土曜日曜に練習を行っています。参加するアスリートにはそれぞれ差があり、やっどドリブルができる人や、シュートをしてリングにとどかない人など千差万別です。また、ゲーム中ボールを保持しても、どちらの方向へ攻めればよいのかとっさに判断できないなど、バスケットボールの基本的な面で障害にぶつかったりしています。

それでもスポーツがしたいというアスリートたちの願望に応えるため、ドリブル10メートルのみとか、ゴール下のシュートだけといった種目も用意しています。

アスリートたちはジャンプが大変苦手で、ランニングジャンプで行うランニングシュートができるようになるまで大変な努力が必要になります。ダウン症の人はあの大きいボールを怖がりますし、ましてや相手のボールを奪い取るといったディフェンスは苦手です。それでも各々に目的を持って練習に参加することにより、自立や社会参加ができるという彼らの自信につながるのです。

日常の練習でボランティアの方々にも助けられて上達した後、その成果を発表する場として各種競技会があります。4年に1度開催される世界大会から各地域における大会など、さまざまな発表の場がありますが、いずれにおいてもディビジョンという制度があり、その人の能力に応じて分けられて競技に参加します。バスケットボールについて言えばドリブルだけとか、ゴール下のシュートだけを行うディビジョンから、本格的なゲームを行うディビジョンまでがあって、アスリートたちは自分に適応するディビジョンで成果を発表します。

このディビジョン制度は、自分の意思があれば何らかのかたちでそのスポーツに参加できるという、“参加することに意義あり”の精神で、オリンピックという名称を使用できるゆえんではないかと思っております。

振興会の皆さんが知的障害者のスポーツに関心を持っていただくことをお願いし、そのひとつの種目であるバスケットボールが、知的障害者の方の自立と社会参加に役立っているということについてご理解を深めていただければ幸いです。

[編集部]



大会場

—— b j リーグ昨今 ——

河内コミッショナーに聞く

担当：編集部会

平成16年に6チームで発足したb j リーグだが、現在は10チーム編成となり全国各地でリーグ戦を展開している。ご覧になった方も多いと思われるが、その会場に行くと楽しみながらバスケットが観戦できるという言葉を目にする。

地域密着型の興行が板についてきたb j リーグの様子について、東京田町の事務所を訪問し、河内敏光コミッショナーに突っ込んだ話を聞いてみた。

そこにはアマチュアスポーツにはない斬新さと、株式会社を経営するという厳しい経営感覚が感じられた。



河内敏光コミッショナー

昭和29年東京都出身、京北高校から明治大学に進み、卒業後三井生命に入り約10年間日本リーグで活躍、引退後は指導者としても活躍し、平成5年から平成7年まで男子全日本代表チームのヘッドコーチ、平成7年のアジア選手権で代表チームを3位に導く。
平成12年(株)新潟スポーツプロモーション代表取締役、平成17年に発足した株式会社b j リーグのコミッショナー兼代表取締役。
平成19年b j リーグコミッショナー専任。

—— 現在コミッショナーという仕事をされていますが、その仕事の内容についてご紹介ください。b j リーグ発足当初は社長という立場でしたが、社長との違いはなんですか？

日本のスポーツ界において、プロ野球を除いてはコミッショナーという立場があまりはっきりしていないのが現状です。しかしながら世界のメジャースポーツにおいては、例えばNBAのスターンさんのように必ずコミッショナーという立場の人がいて、そのスポーツまたはスポーツ団体の発展のために専門的な知識を持って活躍しているのが実情です。

バスケットボールというスポーツが日本でもメジャースポーツとして発展していくためにも、コミッショナーをおいてスポーツ現場でおきるあらゆる問題を的確に解決していくことが求められていると思います。

そんなわけでNBAを見習った形で、社長とコミッショナーはそれぞれ別の業務を担当していくことにしました。

—— b j リーグ発足当初は社長として活躍されていましたが、現在の社長はどなたがやっておられるのでしょうか？

現在b j リーグ社長は、(株)新潟スポーツプロモーション元代表取締役の中野秀光です。

b j リーグが発展していくには、チーム会社とリーグ会社がそれぞれ伸びていくことが求められます。

発足当初はそれこそ何もない状況で、金集めから人集め、企画から運営まですべてやらなければなりませんでしたので、バスケットボールを興行に結びつける専門的なことだけをやる余裕もありませんでした。そんなわけでそのころはコミッショナーという立場の人をおくなどということは考えられませんでした。

最近になって全体的にもどうにか軌道に乗り、経営の方も当初のプラン通りに発展してきましたので、経営とバスケットボールのことを専門的に扱う分野を分けた方が良いという結論に達し、社長とコミッショナーを分離しました。その結果、経営の方は中野社長にお願いし、私がコミッショナー業務に専念できるようになりました。

—— 当初のプラン通りに発展しつつあるということですが、観客動員についてもプラン通りに進んでいるのでしょうか？

順調に進んではいますが、正直言って当初描いていた構想と比較するとまだ物足りなさを感じています。これについては各チーム会社とリーグ会社の努力がまだ不足しているのではないかと認識しています。

観客動員数がプラン通りにいかない原因はさまざまですが、一番大きいことは体育館の問題です。それぞれのチーム会社が毎試合常時3,000人以上を収容できる会場を確保できれば、もっと早く観客動員数を計画通り達成できたと思いますが、地域によって体育館の確保が難しいところもあり悩みの種です。

現在どのチーム会社も地域密着型で興行する方式で活動していますが、とりわけ体育館の確保は他のバスケットボール団体と競合したり、他のスポーツ団体と競合したりして、年間の確保が困難な地域もあります。もっと公共の施設が多ければよいのですが、現状ではまだまだ不足しているといっているでしょう。

そんな環境の中でも今年は平均入場者数を1会場あたり3,000人にする目標を掲げて努力しております。

—— 全体の収支についてはいかがですか？

株式会社ですので、いつまでも赤字というわけにはいきません。当初の目標としては3年で単年度黒字というビジネス計画を立てましたが、現状では達成可能なチーム会社とそうでないところがあります。新潟や大阪は単年度黒字が見えてきていますが、新規に参入したチーム会社や、地域によっては今年度の黒字は難しそうです。

—— 東京アパッチは？

東京は観客的にはかなりの動員数となっていますが、体育館がコスト高の場所しか確保できないので、今年度黒字は困難と見ています。黒字化にはもう少し時間がかかるでしょう。

—— 東京アパッチというチームは若い人、特に中学生に人気があるそうですね。

いままで観戦していただいた方々を分析してみると、その65%から70%がバスケットボール未経験者でした。日本でバスケットボールをやっているミニ、中学生、高校生までを含めて、その殆どは土曜日曜には部活などで練習をしています。b j リーグの日程か

らして、土曜日曜の開催が多いですので、普段バスケットボールをやっている人たちだけをターゲットにしても観客数は伸びないと判断しました。それゆえ如何にして普段バスケットボールをやっていない、あるいは部活をしていない子供たちに会場へ足を運んでもらうかが観客動員の鍵となります。

一度会場に足を運んでいただいたとき、楽しかったと思って帰ってもらえれば必ずその観客のリピーター化につながりますので、試合もさることながら会場で楽しく過ごしていただくイベントなどは常に工夫しています。

一方では入場料金の問題もあります。映画や他のスポーツ観戦を調べてみると、大体どこも1,500円から2,000円くらいで約2時間楽しめます。私たちもこのことを基準にして各会場の入場料を設定していますが、これ以上高いとやはり敬遠される要因になってしまいますので入場料金についても注意しています。

—— 昔、私たちも観客動員に頭を悩ませた時期がありました。バスケットボールの部活をやっていない子供たちを、ある程度ターゲットにしたヒントは何だったのでしょうか？

日本のアマチュアバスケットを振り返ってみると、どこの団体もそれなりに観客動員の努力はしてきたと思います。しかしながらバスケットボール関係者だけをターゲットにしていたのでは所詮行き詰ってしまうのです。かつてサッカーのJリーグはプロ野球を見習って観客動員数を伸ばしてきましたが、私たち後発のプロスポーツにおいては先発プロスポーツの良いところはどしどし見習って、取り入れていくことがポイントではないでしょうか。各チーム会社が如何にして地域に密着した活動をやるかということは、観客動員においても大きな要因のひとつですし、普段の地道な地域活動がものをいいます。特に地域におけるクリニックなどの社会奉仕的な活動は評価されるようです。

また海外のプロリーグの動向についても勉強するべく、昨年ヨーロッパリーグを観戦し、先方のコミッショナーとも会見して意見交換を行いました。NBAのスターンコミッショナーとも既に何度かお会いしており、今後ともこうした海外リーグとの連携を大切にしながら、bjリーグ発展の鍵を探していきたいと思っています。

—— なかなか意欲的に活動しておられるようですが、総体的に見てbjリーグ全体が発展していると感じましたが、河内さんからみてその評価は？

全チーム会社が黒字化することが理想ですが、一挙に実現することは困難です。しかしながら少しづつでも進化していれば周りの評価も上がるでしょうし、社内的にもやりがいにつながると確信しています。

私たちはプロリーグゆえに各チーム・リーグ会社が努力した結果については、ほとんど自分たちに還元されるシステムをとっていますが、これがないと運営はすぐに限界に突き当たってしまいます。また、経営者として還元することについては、いつも最大限気を配ることも必要なのです。

来年度チーム数を2チーム（浜松・東三河地域、滋賀）増やして全部で12チーム構成にしますが、それ以外にもbjリーグに参入したいという希望が複数きております。新規参入の球団にとって大体3年間くらいは赤字経営となりますので、それを支えてくれるスポンサーと地域が必要になります。特に地域性については厳しく検討し、観客動員を含めて密着した活動ができるかどうかを見極めて参入の是非を決めています。

一例ですが来年度参入する浜松・東三河は、本拠地を浜松市に置きます。浜松市は全国

の政令指定都市の中で唯一の“プロスポーツチーム”がなかった都市ですから、行政や地域の皆さんからの期待も高まっていますし、リーグとしても良好な地域性を保てると考えています。

—— 全体的なことについては良くわかりましたが、今度は各開催会場の運営についてお尋ねします。実際に観戦した方から、bjリーグ以外のバスケットボール団体はその開催運営方法など、良いところは見習うべきという意見が寄せられています。試合会場で河内さんをはじめとして運営者側が心がけていることはどんなことでしょうか？

私たちは株式会社として運営していますので、役員は常に経営者としての感覚ですべてを見なければなりません。会社にとってお客様は神様ですから、見に来てくれたお客様が満足しているかどうかを洞察することが大事です。

日本のバスケットボール会場で、コートサイドの一番上等な席が空席になっていることがよくありますが、これなどは会場の雰囲気悪くすることはあっても良くすることにはつながりませんので、私たちはこういう事態になったら臨機応変にお客様を良い席へと誘導します。

それゆえ試合中役員は、常に会場を見て回り観客の雰囲気をつかもうとしていて、試合の勝敗などは二の次です。また、観客にとってわかり難い審判の判定などについては、都度マイクを使って全体に説明するよう求めています。

—— 観客に対する各チーム会社の対応はどうですか？

毎月1回か2回、全てのチーム会社代表者を集めてさまざまな情報交換を行っています。特に観客動員については、各チーム会社とも利益につながることで、かなり敏感に詳細に検討し合っております。たとえば1会場で7,000人の観客を集められた試合があったとすると、その事前準備や宣伝方法、地域行政との連携などお互い隠さないで情報交換し、次の開催に備えるといった具合です。そういう情報はある意味では企業秘密なのですが、私たちの場合お互いが良い施策を取り入れて全体のレベルUPを図ることが先決とやってやっています。

今年比較的観客動員数が多いチーム会社をあげると、東京、大阪、高松、大分、新潟といったところです。

—— お聞きする限りでは発展が続き、これからが楽しみですね。

お陰さまでやっと一步踏み出せたという感じですが発足当初は大変でした。日本におけるバスケットボールのプロ化については、今までいろいろな方々が勉強され検討されてきましたが、最終的に実行へ踏み出せなかったというのが現実だったのだと思います。

私は、勇気を持って踏み出したことによって賛同者が増え、理解してくれる観客が増えているのだと感じています。

当時、踏み出すことについては相当のパワーが必要でした。一番気にかけては参加してくれたチームを潰してはいけないということでしたので、各チームを維持存続していくためのスポンサー集めに走り回りましたね。

—— 日本におけるバスケットボールの発展という意味では、プロでもアマチュアでもメジャーになっていけばよいと思いますが。

現在日本の大学でバスケットボールをやっている人口は、4年生だけで約2,400人位いますが、これらの学生が卒業した後ほんの一部の人しかバスケットボールを続けられないのが現状です。バスケットボールを続けたいと思っても、受け入れる器がないのが現実で、能力のある選手がその能力を生かしきれいていません。世界と対等に戦うための強化ももちろん必要なことですが、全体の層が薄くなっている事態も注視しなければなりません。

良い選手がより多くバスケットボールを続ければ、全体のレベルも上がることでしょうし、そのことが普及につながり更には強化にもつながると思うのです。バスケットボールをやっていた学生が卒業した後、実業団またはプロに進むことは彼らの選択肢として自由であっていいと思います。このような観点からbjリーグは日本全国のブロック別学生大会に対して、協賛を行ってきましたし、本人の希望があれば受け入れることを阻害するつもりはまったくありません。

——これは理想論かも知れませんが、JBLの優勝チームとbjリーグの優勝チームが対戦して、プロとアマチュアの交流戦をやったら面白いと思いますがいかがですか。

大賛成ですし、そういう機会ができれば積極的に参加したいと思います。選手もそういうことは望んでいると思いますし、日本のバスケットボール発展のためにもいい考え方はないでしょうか。日本のバスケットボール界が一丸となって普及、発展に心がければ、必然的にレベル強化にもつながると思っています。

——本日はお忙しい中ありがとうございました。





速戦力。



一体性能は高速フットワークのために。ゲルバーストアップセット、発進。

ゲルバーストアップセット

NEW GELBURST® UPSET / TBF645 / ¥16,275 (本体: ¥15,500)

●カラー: 0151 ホワイト×ミッドナイトネイビー・0193 ホワイト×パールシルバー

●サイズ: 23.5~30.0・31.0・32.0cm

4月下旬新発売

アシックスで調べ

検索

<http://www.asics.co.jp/basketball/index.html>



株式会社 アシックス

★ アシックスシューズのストライプデザインはアシックスの商標であり、世界の多くの国で登録された商標です。

表示価格は消費税込みのメーカー希望小売価格です。()内は消費税抜きの価格です。

商品についてのお問い合わせは「アシックスお客様相談室」までどうぞ。関東支社: 03-3624-1814、関西支社: 06-6496-5151

アシックスはバスケットボール日本代表チームのオフィシャルサプライヤーです。

アシックスはWJBLのオフィシャルサプライヤーです。

アシックスはオリンピックのオフィシャルサプライヤーです。

アシックスはバスケットボール日本代表チームのオフィシャルサプライヤーです。

REUSE を考える

[環境の総合情報商社]

“地球にやさしく” どこかで見たような聞いたような言葉。

あなたはリサイクルに関心を持っていますか？

“地球環境をこれ以上汚したくない”これが私たちの願いであるとともに、人類に課せられた大きな課題です。

当社は携帯電話やパソコンなど、鉄を除いた金属（レアメタル）の回収、再生（リサイクル）を主な業務にしている会社です。

日本のバスケットボールの振興、発展を応援します。

リユース・ビズテック 株式会社

〒333-0842

埼玉県川口市前川2-33-1

TEL 048-263-7023

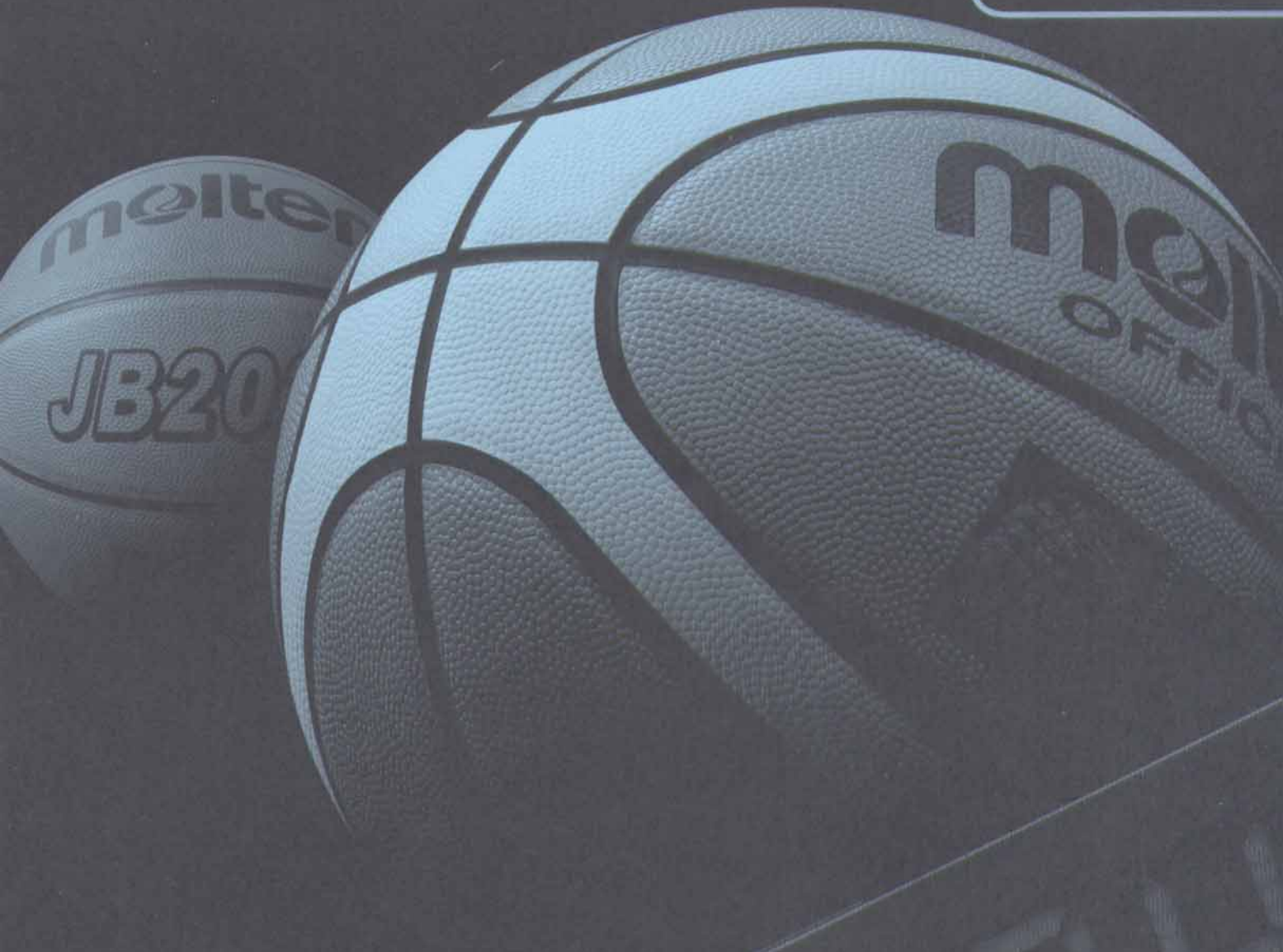
FAX 048-269-8009

代表取締役 永野 鉄洋



リユース・ビズテック

molten[®]
For the real game



For the real game

「プレイヤーの技術や意志が100%発揮される時、スポーツは本物になる」

私たちモルテン・ブランドは、この信念をもとに

世界に類のないボールと

スポーツエキップメント・メーカーとして

つねに完璧な製品づくりを目指しています。

www.molten.co.jp

株式会社 **モルテン** 東京本社 〒130-0003 東京都墨田区横川115丁目5-7

本大会唯一の公式試合球

BGL7
GL7 国際公認球 | 検定球
粘り・天然皮革・7号球

