

地域のスポーツ文化を支える

バスケットボール プロ ショップ BUZZER BEATER



▲BUZZER BEATERの頭文字「BB」の看板が目印のショップ



▲BUZZER BEATERの店内

スポーツショップの倒産件数は2023年までに増加傾向にあります。小規模なショップは、豊富な品ぞろえやジャンルの幅広さなどで大手のスポーツショップに押されていたところに、コロナ禍の影響で売上が減少し、多くの店舗が経営難に陥りました。現在もその影響は続いており、全国的に小規模なショップが厳しい経営状況に直面しています。そのような中、時代や地域のニーズに合わせた新しいサービスを提供することで、リピーターやお店のファンを増やし、経営を安定させている企業があります。株式会社春日井スポーツのBUZZER BEATER店長・中谷啓さんにお話を伺いました。

愛知県の春日井市にある「BUZZER BEATER」は、バスケットボールに特化したスポーツ用品の小売店であり、同時にアマチュアバスケットボールリーグを主催している全国的にも珍しいお店です。

お客様の接客から、リーグ運営まで一手に引き受けるのは、敏腕店長の中谷啓さんです。中谷さんは、中学1年生までバスケ

トボール部に所属していましたが、引越を機にいったんバスケットボールから離れたそうです。再び始めたのは22歳のときで、きっかけはBUZZER BEATERにアルバイトで入ってきた高校生たちとの出会いでした。

「もともと2005年の19歳のころからBUZZER BEATERでアルバイトをして

いました。22歳で店長に、24歳で株式会社春日井スポーツBUZZER BEATER店に入社しました。アルバイトはバスケットボール経験者が多く、店長になったくらいから、高校生バイトたちの練習に参加させてもらうようになりました。かつてはチームでキャプテンを務めていたこともあって自信はありましたが、練習で高校生に全くついていけない自分にガッカリして、体育館を借りて毎週励みましたね」(中谷さん)

日本のバスケットボールの競技人口は約405万人。約500万人の野球、約440万人のサッカーと比べても引けを取らない人気のスポーツで、特に若年層や女性に人気があります。愛知県は、古くからバスケットボールが盛んな地域であり、学生・社会人のチームも多く、バスケットボールのプロリーグである「Bリーグ」では同県出身の多くのプロ選手が活躍しています。

春日井市にも多くのバスケットボールチームが存在しており、現在の春日井スポーツの社長(当時はマネージャー)が「せっかくなたくさんチームがあるならもっと試合ができた方がいい」と、2001年に「リーガ春日井」という私設リーグを当時のスタッフと立ち上げました。バスケットボールをもっと活性化させたいという地域ニーズもあったため、「リーガ春日井」の発足は成功する自信がありました。

バスケットボール専門店で舵を切る

株式会社春日井スポーツは、1972年創立の会社です。高度経済成長期に設立し、もともとはバスケットボールに限らず、ス

ポーツ用品全般を取り扱うお店でした。その後、1990年代にバブル経済が崩壊しましたが、しばらくは、スポーツ用品小売市場は順調に需要が伸びていました。その後、市場に陰りがさしてきた2000年頃から、会社として大きな決断を次々と実行していきます。

まず、2001年にアマチュアバスケットボールリーグである「リーガ春日井」を発足させます。続いて、翌年にバスケットボール専門店として、同じ春日井市内にBUZZER BEATERをオープンしました。そして2006年に(株)春日井スポーツでの他のスポーツ商品の取り扱いをやめて、(株)春日井スポーツにBUZZER BEATERを吸収し、バスケットボールに特化した専門店にします。お店の名前も春日井スポーツの名前を残しつつ、バスケットボールの専門店とパッと見てわかるように「BUZZER BEATER」の名前を押し出す形にしました。BUZZER BEATERとは、試合終了のブザーが鳴る直前に放たれたシュートが入ることです。同じタイトルでバスケットボールを題材にした人気漫画もあります(『SLAM DUNK』の作者・井上雄彦の漫画作品で1996年5月より発表)。



お話してくれた中谷啓さん



左：リーグの様子。基本的なことは運営側がやるが、選手たちが撮影したり、タイマーを設定したり、協力する。
右：リーグ優勝者に渡されるバスケットボール

野球やゴルフ専門店というお店は比較적입니다、バスケットボール専門店は珍しく、また、私設リーグの運営についても経営上の心配はなかったのでしょうか。

「社長はBUZZER BEATER創業には不安はなかったようです。春日井市は小学生（ミニバス）からバスケットが盛んでしたし、もともと地域にあったバスケットボール文化をもっと醸成させたい、地域のスポーツ全般を担ってきたお店としてできることは何かということを考え続けたら答えが出たのだと思います」（中谷さん）

ただ、「リーグ春日井」は、2007年にリーグに参加していた選手に譲渡することになりました。その後、リーグ春日井は「リーグ東海」に改名し、参加チームを増やしながら現在に至っています。なぜ譲渡したのでしょうか。

「リーグ東海は、アマチュアリーグであっても競技性の高い傾向があります。社長は、誰もが楽しめるリーグ、つまり、もう少し緩く、かつ動画やスタッツなどが充実したリーグづくりを目指していて、そのあたりで運営メンバーたちと考え方が違って来たのでしょうか。2013年にリーグ春日井時代のアルバイトスタッフやその先輩、常連さんを主体にして、6チームが参加するBUZZER BEATER主催のアマチュアリーグ『BUZZER BEATER League（以下、B2L）』を発足させました」

現在では24チームが参加するまでに発展しました。B2Lでは、月に1試合程度が確保されており、参加チームが少なくとも定期的に試合ができる環境が提供されています。

スポーツ店ならではの「サービス」があるリーグ

B2Lは、バスケットボールショップが直接運営している点で、他のアマチュアリーグと一線を画しています。「全国的に見ても、ショップがリーグ運営に関わるケースは非常に稀でしょう」と中谷さん。

リーグ運営には多くの時間と労力がかかりますが、収益は限られています。

リーグの主な支出は、人件費や体育館使用料、優勝チームに与えられる景品（バスケットボールなど）です。それに対して収入はリーグ参加費で、1チームあたり1シーズン3万8,000円の参加費が主な収入源であり、企業スポンサーは存在しません。そのため、少人数での運営になり、リーグでは3人以上のスタッフが運営に関わる場合もありますが、B2Lは基本的に1人で現場をまわしています。

事務局はアルバイトを含めた店舗スタッフで、毎試合、試合中に獲得した得点やアシストした数など、5つの指標をスタッフがまとめてスタッツとして集計します。他にも、試合の動画をビデオカメラで撮るのは選手たちですが、データを回収し、編集したものをHPにアップするのはスタッフの仕事です。

「自己分析するためにも動画は必要です。動画の撮影は誰でもできますが、みんなが見られる状態にするのはひと手間かかり、それが面倒でやっていないというチームが多いので、動画編集とHPへのアップは選手やチームに好評です。スタッフは多くの業務を一手に引き受けることが求められますが、手厚い企業スポンサーのサポートは

ない分、運営の独立性が保たれています」と中谷さん。

事務局の運営方針や対応はとても大事で、リーグ全体の風土や文化に影響を与えるため、特に公正さにはこだわっているのだそうです。運営がよいと、プレイヤー間のコミュニケーションやリーグの一体感が高まるのだといいます。例えば、リーグ規約にはさまざまなルールがあり、参加チームがルールを守らない場合や、甘えや気の緩みが出た場合には、運営側がしっかりと指導を行うようにしています。この「厳しさ」と「緩さ」のバランスが、リーグの風土を形成しており、参加者からもこの点で評価されているそうです。

B2Lは痒いところに手が届くサービスを通して、各選手やチームの成績を客観的に評価し、選手のモチベーションを上げることが可能にしています。

2023年から新たに女子リーグの設立もサポートしました。男子リーグとは異なる運営上のチャレンジがありますが、女性のリーダーのもとで運営が行われています。

「今後は、年代別でプレイできるような仕組みにもしていきたいです。若い人についていけないからと、チームやリーグを離れることなく、年配の方が生涯バスケットボールを楽しめる場所を作っていきたいですね」と、年齢の高いプレイヤー層を対象としたリーグの設立を検討しています。

地域コミュニティとの関わり

実はリーグ運営によって店舗のリピーターも増えているのだといいます。

「BUZZER BEATERの店舗にはリーグ参加者が足繁く来てくれてリピーターになってくれます。お店は、バスケットボールが好きな人が集まるコミュニティにもなっていて、そこで情報交換するなどバスケットボールの話に花を咲かせています」と中谷さんは、地域に住む様々な年代を交流させるB2Lの設立に多くの意義を感じています。

顧客が満足してプレイし続ける〈リーグ〉を作り、店舗では、大型店ではカバーしきれない多様化するニーズやサービスに、豊富な専門知識を持っているスタッフが応えてくれます。アマチュアリーグを地域のスポーツ店が主催するということは、地域における「新しいサービス」の提供の一つともいえそうです。

現在、スポーツは競技として楽しむ以外にも、健康促進やコミュニケーションなど幅広い目的で、多くの人に親しまれています。モノを売るだけではない、地域のニーズに耳を傾けたサービスや、お店のあり方で生き残っていく方法を教えていただきました。



子どものうちからバスケットボールに触れる機会をリーグが作り、バスケットボールを地域の文化として醸成するのに一役買っている。