

経済同志会シープクラブ 創立 45 周年記念講演会【概要】

本講演では、長崎ヴェルカの代表取締役社長兼 GM である伊藤拓摩氏が、クラブ設立の経緯、その根底にある理念、ブランディング戦略、そして5年でBリーグ首位に立つまでの軌跡を語る。ヴェルカが単なるスポーツクラブではなく、「エンターテインメントを通して地域創生を実現する」ことを目指し、どのようにゼロからクラブを構築していったかを具体的に解説。明確な理念と戦略のもと、コアファンだけでなくライト層も楽しめるエンターテインメントを追求し、選手やスタッフの「成長」を最優先する文化を醸成したことが、クラブの発展に大きく貢献したと説明される。また、スポーツビジネスの本質を「コンテンツビジネス」と定義し、試合というコアコンテンツを強化し、ファンを増やし、収益化し、再投資するという好循環（サイクル）を回すことの重要性も強調された。

知識点

1. 講師の経歴と長崎ヴェルカへの参画

- 講師の自己紹介
 - 三重県鈴鹿市出身。小学校からバスケットボールを始め、中学校卒業後、NBA 選手を目指して渡米。
 - プロ選手としての道を諦め、コーチの道へ。
 - 2009 年に帰国し、B リーグのアルバルク東京でアシスタントコーチ、ヘッドコーチを歴任。2018 年に再度渡米し、NBA 等で学ぶ。
- 長崎ヴェルカへの参画経緯
 - 2020 年、新型コロナウイルスの影響で帰国を考えていた際に、ジャパネットから連絡を受ける。
 - ジャパネットが推進する「長崎スタジアムシティ」プロジェクトの一環として、ゼロからクラブを作れる魅力と、長崎を盛り上げたいという強い思いに共感し、2020 年 9 月に長崎へ移住した。

2. 長崎ヴェルカの理念とビジョン

- ゼロからのクラブビルディング
 - 2020 年 9 月の着任当初は「バスケットボール準備室」という名称で、社員は伊藤氏一人のみ。クラブ名、ロゴ、選手、コーチが全く存在しない状態からスタートした。
 - クラブ名やスタイルよりも先に「何のために長崎にバスケットボールクラブが存在するのか」という理念（存在意義）を最優先で確立した。
- 理念とミッション
 - **理念:** 「バスケットを通して長崎、そして世界に今を生きる楽しさを広げていく」。これはジャパネットグループの理念「今を生きる楽しさ」を共有するもので、「エンターテインメントを通して地域創生を実現すること」と定義される。

- **地域創生の定義:** 県民の QOL (クオリティ・オブ・ライフ) を少しでも向上させること。クラブの存在が、県民の日常にワクワクや楽しみを増やすことを目指す。
- **4つのミッション:**
 1. **長崎に人の流れを作り、長崎を活性化する:** 経済貢献や雇用創出を目指す。
 2. **長崎に今までなかったエンターテインメントを作り、発信する:** 日本に誇れるエンターテインメントを目指す。
 3. **長崎ならではの世界に平和のメッセージを届ける:** いじめ、差別、貧困といった身近な課題に貢献し、人々の日常を少しでも平和にすることを目指す。
 4. **ヴェルカがバスケットボール界、スポーツ界を引っ張る存在になる:** 業界をリードする「イノベティブ」な存在を目指す。

3. バスケットボールのスタイルとクラブ戦略

- **バスケットボールのスタイル「V-STYLE (HAS IT !)」**
 - 理念とミッションを体現するスタイルとして「V-STYLE (ヴェルカスタイル)」を確立。特別なものを持つという意味の「has it」をコンセプトとし、5つのキーワードの頭文字から構成される。
 - **H (Hard):** 何よりも選手が一生懸命プレーする。
 - **A (Aggressive):** 攻守ともに積極的にプレーする。
 - **S (Speedy):** どのチームよりも速い展開で初心者にも面白さを感じてもらう。
 - **I (Innovative):** 革新的であること。
 - **T (Together):** 選手だけでなく、事業部、パートナー、ファン、県民全体を巻き込んだ一体感を創出する。
- **ターゲット戦略とエンターテインメント性**
 - 多くのクラブがコアファンから増やすのに対し、ヴェルカは最初に「ライト層」をターゲットに設定。「どんな人でも楽しめる」ことを目指し、バスケットのルールを知らない人でも楽しめるコンテンツを企画している。
- **各シーズンのスローガンと戦略**
 - **1年目 (B3): "0 to 1" WITH YOU, WITH US!** - 理念・ミッションの浸透に注力し、B3 優勝・B2 昇格。
 - **2年目 (B2): "NEXT LEVEL"** - 全ての基準を上げ、「唯一無二の存在」を目指す、B1 昇格。
 - **3年目 (B1): "THIS IS VELCA"** - 「これがヴェルカだ」というユニークな存在感を打ち出し、他クラブとの差別化を図る。
 - **4年目 (B1): "TOGETHER WE RISE"** - スタジアムシティ開業の年。結果

は伴わなかったが、クラブの基礎強化の課題を発見。

- **5年目(今シーズン): "WE THE VELCA"** - 「原点回帰」をテーマに理念に立ち返る。現在リーグ全体1位の成績。"**WE THE Nagasaki**"

4. クラブビルディングと人材育成

- 「成長」を最優先する文化

- ヴェルカは「人が成長し続けられるクラブ」であることを誇りとし、選手やスタッフの育成に最も力を入れている。
- クラブ内で常に「競争(Compete)」「楽しむ(Enjoy)」「成長(Get Better)」の3つを意識させ、結果ではなく「成長」に目を向けるよう指導している。

- プロセス主義のマインドセット

- 選手採用においても、結果に一喜一憂する「結果主義」ではなく、過程を重視し、成功や失敗の原因を分析して次に繋げる「プロセス主義」のマインドセットを持つ人材を重視。この思考は、コーチとヘッドコーチが最も大切にし、クラブ文化として醸成している。

- 人材育成への投資

- 理念の一つに「プロフェッショナルを育成し、日本のバスケットボール・スポーツ界に貢献する」を掲げる。
- 日本トップクラスの練習施設を整備し、著名なトレーナーを招聘。「長崎に行けばうまくなれる」というブランディングを確立し、初年度からB1レベルの選手獲得に成功した。

- 主体性を引き出すコーチング

- 一方的に教えるのではなく、本人が気づき、自分ごととして捉えられるように導く「コーチング」を重視。『スラムダンク』の山王戦で安西監督が桜木花道に自ら気づかせた例を挙げ、その重要性を説いた。

- 採用面接での見極め

- 面接では以下の3点を見極める。
 1. **ライフプラン/キャリアプラン:** 価値観やモチベーションの源泉を深掘りする。
 2. **主体性:** 物事がうまくいかない時に他責にせず、自分ごととして考えられるかを探る。
 3. **成長への意欲:** 過去の困難な経験から何を学び、どう考え方が変わったかを聞き、学ぶ姿勢を見極める。

5. スポーツビジネスの構造とヴェルカの戦略

- スポーツビジネスの本質とサイクル

- スポーツビジネスは「コンテンツビジネス」であり、「試合」が最も重要なコンテンツ。

- 成功の鍵は以下のサイクルを回すこと。
 1. **コンテンツの魅力向上**（強いクラブ作り、アリーナ体験向上）
 2. **ファン増加**
 3. **収益増加**（チケット、グッズ、スポンサー）
 4. **コンテンツへの再投資**（より良い選手獲得など）
- **ヴェルカの今シーズンの戦略**
 - **コンテンツ強化**: 7 名の新選手加入によるクラブ強化、新アリーナでの体験価値向上。
 - **ファン層の拡大**: これまでの「試合に来る人」に加え、「試合に来れなくても興味を持ってくれる人」もファンと再定義。長崎市に集中するファン層を県内全域へ拡大することを目指す。
 - **収益化（マネタイズ）**: ビジネス継続のため、チケット価格の 10% 値上げや、ファンクラブの月額サブスクリプション型への変更など、収益モデルの改定に取り組んでいる。目標売上は 25 億円。
- **スローガン「WE THE NAGASAKI」**
 - シーズン当初の「WE THE VELCA」から、2026 年 3 月 21 日よりプレーオフに向けて「WE THE NAGASAKI」に変更。クラブだけでなく県民全体の応援で勝ち抜くというメッセージを込めている。

6. B リーグの構造と地域との繋がり

- **B リーグの仕組みとヴェルカの現在地**
 - レギュラーシーズンは上位 8 クラブによるトーナメント（CS：チャンピオンシップ）のシード順を決めるためのもの。この CS 優勝チームが年間チャンピオンとなる。
 - 現在ヴェルカは 35 勝 9 敗でリーグ全体 1 位。CS 出場が確実視され、有利なシード獲得を目指している。
- **地域との関係性**
 - 創設当初、長崎ではバスケ熱は高くなかったが、県や市町村、バスケットボール協会の協力的な姿勢が追い風となった。
 - 最初の 3 年間は佐世保市を拠点とし、選手も在住。佐世保の企業や市民の支援に深い感謝の念を持っている。
 - ヴェルカが存在が、地域の子供たちがプロを目指すきっかけとなり、もともと素地があったミニバスの盛り上がりをさらに加速させている。