

地方創生 バスケットで日本を盛り上げる

Bリーグ チェアマン

しまだ しんじ
島田 慎二



聞き手
むらたて いさお
室舘 勲
(株式会社潮流社
代表取締役社長)



島田 慎二 氏

——東京オリンピックではバスケットボール競技にて男女の活躍もあり、プロバスケットボールリーグへの注目も一段と増しました。島田さんはBリーグにて「千葉ジェッツ」を常勝クラブに導き、退任後にBリーグチェアマンに就任されて一年以上が経ちました。日本におけるプロバスケットボールリーグの立ち位置など、様々お話を伺いたいと思います。まず島田さんのこれまでの歩みをお話いただ

けますか。

島田 私は新潟県生まれで、高校から山形に出生しました。大学で東京に出て、卒業後に就職です。やはり若い頃は東京に対するあこがれがあって「東京で勝負してみたい」そういった漠然とした野心のような気持ちがあり、上京しました。

——大学卒業後はどういったお仕事をされましたか。

島田 卒業後は旅行会社に就職しました。三年ほど勤めた後、一九九五年、二十五歳で仲間と起業し、二〇〇一年に退任して、旅行会社を個人で起業しました。八年ほど経営をして、二〇一〇年に売却。そこから二年半くらいは気ままに旅人をしていました。そこにとあるご縁からお声掛けいただき、千葉ジェッツのクラブ経営に関わるようになりました。

——それが千葉ジェッツ、バスケットボールとの出会いだっただけですね。バスケットの競技経験はありましたか。

島田 バスケット経験はほとんどありませんでした。バスケットの本格的な出会いは、千葉ジェッツと出会ったときでした。当時、Bリーグはまだなくて、その前身の「bjリーグ」と「JBL」という旧リーグが二つ存在していた時代に、bjリーグに千葉ジェッツが立ち上がっていました。ですが経営不振もあり二〇一一年ごろからピンチヒッターとして経営に関わり始めました。当時のクラブの財政状況はボロボロで、観客席もガラガラでした。いまでこそバスケットの注目度や認知度は高いですが、当時のバスケット界には明るい未来は想像し難かったのが正直な感想です。

——どのような形で経営のバトンを渡された

のですか。

島田 千葉ジェッツのオーナーは、起業した際に出資して下さって、お世話になった方でした。ご恩もありましたので「手伝ってくれ」と声をかけられたときに、アドバイザーとしてであればと思って、お受けしました。初めは週一、二回程度の関わりだったのですが、気づいたら週五回関わるようになりました。ただ、今まで経営してきた経験からも、少しアドバイスしてどうにかなるような状況ではないことがわかりました。そのときに「社長を替わってくれないか？」と打診を受けました。そうでなければクラブを解散して清算する状況でした。私が経営を引き継いだとしても、当時の見通しでは回復は想像できません。そんな状況でも、とにかくやるしかなくなって、そこからは本気でやりました。

も潤って好循環が生まれました。そうやって常勝クラブになって、今の地位を獲得できたかなと思います。一つ一つの勝負の決断と、成功するための努力が実って、運良く成功できたなと思います。

——異業種からクラブ経営を任されて、感じられたことは何でしたか。

島田 私は経営者として「自分たちが扱う商品は最高のものを扱いたい。良いプロモーションをして、良いスタッフが良いモチベーションで仕事して成長していきたい」と思っています。やはり経営の根幹は商品だと思っています。

しかしbjリーグの各クラブは当時「弱くても、お客さん入ってなくても、頑張っ地域に貢献していれば良い」という考え方が先行していたと思います。でも理想は、魅力的

スタッフも次々と辞め、スポンサーも少ない、お客様も少ない、銀行はお金を貸してくれない。八方塞がりの状況でした。

——そこからクラブを立て直していった。

島田 クラブを立て直せたのは結果的に運が良かったからだと思います。もともとは弱くても、資金力もなく、お客様もスポンサーもいなかった。でもbjリーグからJBLの後継リーグであるNBLへとリーグの移籍、富樫選手の獲得。そしてbjリーグとJBLが並立していた状態が解消され統一リーグ「Bリーグ」が発足し、その初年度、天皇杯で優勝と、何度もクラブの限界ギリギリの勝負をした結果、運良く成功してきました。少しずつ成功を重ねる中で、プロモーションも強化していき、チームへの投資も増やして、おかげで入場者数は日本一をキープ、チケット収入

なチームで、魅力的なエンターテインメントで、魅力的なホスピタリティ、お客様も含めた空間の一体感がある、その空気こそが商品だと思います。プレーが上手くてエンターテインメントもあり、観客がたくさん入って、選手も日本代表になって、国際舞台でも勝てるような状況。そうあるべきだと思いました。そういった信念を持って、千葉ジェッツのスタッフにはずっと「我々が発展しなければ、バスケット界は発展しない。我々が失敗したらバスケット界は失敗する」と言ってきました。するとスタッフも、仕事を単にこなすのではなく、迫力を持って仕事をしてくれた。

——現状に妥協するのではなく、理想を追求したのですか。

島田 バスケット素人の私がバスケットの試合を見たとき、映画に似ていると思いました。二時間



となって応援する空気や、エンターテインメント性。それらをプロデュースすることを、映画に見立てました。ヒット映画を作るためには、主演俳優にあたるスター選手の人気も必要ですし、監督にあたるヘッドコーチも大事です。シナリオにあたるチームコンセプトがなければファンに理解されない。ビッグヒットをするなら、相応のキャスティングが求められると思って、取り組みました。

プロモーションも映画のメイキングを公開

クラブに負けたくない」というメンタリティに変わっていききました。スタート時には想像できませんでしたが、絶対にできると信念を持ってやってきたら、到達できました。

——チェアマンになって一年が経ちました。オフアアは昔からあったのでしょうか。

島田 実はBリーグが立ち上がる前に、初代チェアマンのオフアアをいただいております。ただ、当時は千葉ジェッツもこれからという時期でもあったので、お断りしました。

——Bリーグの五年後、十年後のビジョンはどのようなものでしょうか。

島田 Bリーグでは、二〇二六年に向けて「将来構想」を発表しました。「平均観客数四千人以上」「売上高十二億円以上」「新設アリーナ基準充足」などの条件を満たしたクラブのみが、新Bリーグに参入できるというも

ほどで終わるところや、テンポが早くて目が離せないこととか、アリーナが一体

するような感覚で、試合の裏側、選手の裏側、運営側の目線も公開し始めました。メイキングによって映画の価値が安くなることはなく、映画により興味を持って見たくなる、より楽しめます。そうしてファンとの距離を詰めていきました。

ファンを楽しませるためには多くのキャラクターが必要です。選手だけではなく、イケメン広報社員やモップ掛けが速い女子、社長の私もみんなキャラづけをして登場させました。

——空間全体のプロデュース、プロモーションに力を入れたのですね。

島田 最低入場者数が三百五十人だったのが千人、千五百人、二千人と徐々に増えていきました。そうして平均四千人を超えてくると、社員は「これを落としてはいけない」「他の

のです。まずはこの構想を成功させることが大事です。この改革を通して、バスケットで日本を元気にすることが目的です。先述の通り、どれだけ地域活性や地方創生の想いがあったも、地域創生の担い手となるためには、クラブに力がなければ影響力はありません。ですから、B1からB3まで合わせてBリーグに属する五十を超えるクラブがすべて、もっとレベルアップして、地域に対するポジティブな影響力を高められることが大事です。その影響力をもって初めて、地元住民や地域経済に活力をもたらす、自治体に恩恵をもたらすことができます。そうした力強いクラブを育てるための構想が将来構想です。「条件が厳しすぎる」などのご意見もいただきますが、そこにたどり着いていけば、地元でのプレゼンスも上がっていて、地域が盛り上がる証拠



Bリーグはありま
す。その志のため
にも、ぜひ、ファ
ンの皆様、地域の
方々、各クラブと
ともに、バスケット
盛り上げ、日本を
盛り上げていきたく
と思います。

勝ち負けだけではなく、バスケットを通して社会
や地域、自治体にどう貢献したかが大事だと思
います。ぜひ、その貢献を最大化するため
に力をつけてほしいです。「売上が上がらな
くてもいい」「観客が入らなくてもいい」「弱
くてもいい」そんな経営では地域に還元する
ことはできません。

バスケットを通して日本社会に貢献するために、

になる。そのためにBリーグも、クラブを全
力でサポートしていく所存です。根底にある
のは、バスケットが全てではなくて、バスケットを
通じて社会に還元していくことです。バスケット
を通して日本を良くしていきたいです。
そしてさらに五年後、二〇三〇年ごろには、
日本国内でバスケットボール競技がプレゼン
スを高められた状況をつくり、ワールドカッ
プや国際大会でも結果を出せる状況を作りた
いです。国内で野球、サッカーに肩を並べる
競技、プロスポーツリーグになりたいと思
います。

——バスケットで日本を良くする。そのためにク
ラブを成長させる。

島田 私は、千葉ジェッツというクラブの経
営に携わる中で、極貧時代からリーグのトッ
プまでの歩みをすべて見てきました。だから

こそわかるのですが、応援が増えたり、メ
ディアの露出が増えたり、収入が増えたりする
都度、クラブの状況が変わり、地元住民の認
知度や地域への影響力が変わります。自治体
への貢献度合いも大きくなります。上までた
どり着いたときの収益力の高さや、世の中に
対するインパクトも、全然違います。到達し
たときの恩恵や威力もわかります。

全クラブがそこにたどり着けるかはわか
りません。しかし成長したクラブが集まったB
リーグは、日本に与える影響は大きいと思
います。長い事業計画でも必ずたどり着けると
思いますので、どのクラブにも可能性がある
と思っています。

——最後に一言、ございますか。

島田 Bリーグの精神は、地域活性化です。
リーグやクラブの運営においては、目の前の

■しまだ・しんじ

- 一九七〇年 新潟県生まれ。
- 一九九二年 日本大学卒業後、株式会社マップイ
ンターナショナル（現・株式会社エ
イチアイエス）入社。
- 一九九五年 株式会社ウエストシップを設立。
- 二〇〇一年 株式会社ハルインターナショナルを
設立。
- 二〇一〇年 株式会社リカオンを設立。
- 二〇一二年 株式会社ASPE（現・株式会社千葉
ジェッツふなばし）代表取締役就任
- 二〇一七年 Bリーグ 副理事長（バイスチエ
アマン）就任。
- 二〇一八年 一般社団法人日本トップリーグ連携
機構 理事就任。
- 二〇一九年 株式会社千葉ジェッツふなばし代
表取締役会長 就任。
- 二〇二〇年 Bリーグ チェアマン 就任。