社団法人 電子情報通信学会
THE INSTITUTE OF ELECTRONICS,
INFORMATION AND COMMUNICATION ENGINEERS

信学技報
IEICE Technical Report

# 3x3 競技におけるプロバスケットボールクラブのシステムの提案

岡田 忠† 飯尾 淳‡ 中祖 嘉人†

†一般社団法人アルボラーダ ‡中央大学

E-mail: †{okada,nakaso}@alborada.jp, ‡iiojun@tamacc.chuo-u.ac.jp

**あらまし** 3x3 競技は，できたばかりの競技である．2020 東京オリンピックに採択されて正式種目となった．世界中で競技への取り組みが始まり，国際大会も多く開催されるようになった．我が国では， 3x3.EXE PREMIER と言うトップリーグが生まれ，開催されている．このような環境から 3x3 に参戦するプロ球団も生まれている．我々のアルボラーダも国内トップリーグに参戦している球団の一つである．しかし，トップリーグとして「3x3」の3 人制バスケットボール競技は，まだまだ歴史が短く，他の競技や 5 人制バスケットボールの B リーグのようなトップリーグとは違い，3x3 のトップリーグは，球団の権利が他の競技のトップリーグと比べてるとリーグによっては低く設定されている．「3x3」のプロ球団は，他の競技とは違う仕組みで運営していることから「3x3」のプロ球団に合ったシステムが必要となる．そこで，基本的な機能をシステム化して「3x3」のプロ球団に必要なシステムの最低限の構成を考察し提案を行う．

**キーワード** バスケットボール, 3x3, プロ球団, 事業部, スポーツ，情報分析, システム

# Proposal of a system for 3x3 professional basketball club

Tadashi OKADA† Jun IIO‡ Yoshihito NAKASO†

†Alborada ‡Chuo Univ.

E-mail: †{okada,nakaso}@alborada.jp, ‡iiojun@tamacc.chuo-u.ac.jp

**Abstract** “3x3” competition is sports event recently proposed. It has been officially adopted as the 2020 Tokyo olympic games. Several initiatives for the competition have been started all over the world, and many international conventions are held in these days. In Japan, a top league called 3x3.EXE PREMIER has been administrated. From this premier league, some professional teams of “3x3” are also emerged. Our Alborada is also one of the teams who participate in the domestic top league. However, the top league, “3x3” three-player basketball game, has still short history. Unlike top leagues like B-league of five-player basketball, in the “3x3” top league, the rights of the team are set lower by the league, as compared to those of other competitions. Since operation mechanisms for the “3x3” professional teams are different from those for other competitions, a system suitable for the “3x3” professional team is required. Therefore, under the assumption of common basic functions, minimum configurations of the system necessary for “3x3” professional team should be considered and proposed.

**Keyword** Basketball, 3x3, professional team, business department, sports, information analysis, system

## 1. はじめに

3x3 競技は，できたばかりの競技である．国際バスケットボール連盟（以降，FIBA）によって，それぞれ世界中で行われているストリートボールの 3on3（3 人制）のバスケットボール．その 3on3 のルールを集め，研究して統一ルールを制定した．この制定したルールは，競技制を高めた 3 人制のバスケットボール「3x3」（正式名は，スリーエックススリー，我が国ではスリーバイスリーという）競技を作った．「3x3」は，2020 東京オリンピックに採択されて正式種目となった世界中で競技への取り組みが始まり，国際大会も多く開催されるようになった．我が国では， 3x3.EXE PREMIER と言うトップリーグが生まれ，開催されている．日本バスケットボール協会（以降，JBA）も同様に 3x3 日本代表選考となる JAPAN TOUR を開催するようになった．このような環境から 3x3 に参戦するプロ球団も生まれている．我々のアルボラーダも国内トップリーグに参戦している球団の一つである．しかし，トップリーグとして「3x3」の3 人制バスケットボール競技は，まだまだ歴史が短く，他の競技や 5 人制バスケットボールの B リーグのようなトップリーグとは違い， 3x3 のトップリーグは，球団の権利が他の競技のトップリーグと比べてるとリーグによっては低く設定されている．「3x3」のプロ球団は，他の競技とは違う仕組みで運営していることから「3x3」のプロ球団にあったシステムが必要となる．そこで，基本的な機能をシステム化して,「3x3」のプロ球団に必要なシステムの最低限の構成を考察し提案を行う．

## 2. 関連研究

大野らは日本ハムファイターズの戦略的な組織の形成は，戦略的なチャレンジを行う組織から個人の自立性が生まれ形成し，個人の自立性のした組織には持続的な競争優位をもたらす可能性がるとして，導出された概念や結論は，プロスポーツビジネスの実務に役立つとしている．参考になる論文ではあるが，フロントのシステム化や組織とステークホルダと必要なシステムについては取り上げられていない．

西崎は英国のプロスポーツとしてプロサッカークラブのスタジアムのスポーツを行うスタジアムという視点でなく多面的な関連する地域共有資源としてスポーツをビジネスに昇華させる英国プロサッカーを調査研究している．現在スマートアベニューとして我が国でも検討や取り組みを進められているが，スポーツから地域共有資源のビジネスとした視点は大切な視点でもあり参考となるが，ここでのステークホルダや収益は入場料と観戦者について触れられているが，クラブそのものの収益とフロントが必要とするシステムには触れられていない．

平田らは浦和レッズダイヤモンドの経営と親会社との県連およびプロスポーツクラブのクラブ単体の視点から経営を論じている．クラブ単体の経営含め施策をいれた論文は少なく参考となるが，こおでもフロントのシステムについて触れられていない．

## 3. 球団の組織

通常プロ球団の組織は，大きく 2 つの柱を両輪としてチームを統括する強化部配下のチーム・ユースと球団の業務に関わるフロントの事業部に分けた構成になる．この両輪が機能して，球団が活動している．

(1) チーム部

ゲームに関わる選手，監督，外国人選手，ユース，チームスタッフで構成している．ゲームに直接影響のある勝負の世界である．チームの運営，強化，スカウト，育成，普及・地域活動，スクールがチーム部になる．

(2)事業部

チーム部は直接的な，ゲームの現場であるが，事業部は競技の運営，営業（スポンサ営業，ファンクラブ，チケット販売，商品企画販売），広報，著作管理，分析（BtoB，BtoC）

(3)基幹機能部門

チーム部と事業部とは別に組織に絶対に必要な総務，人事，経理がここに当たる．事業部に組み込まれている場合と組織の基幹機能として総務部，人事部，経理部が設置されている場合がある．

基幹機能としての部門は，どの会社でも同じ部門機能であるため，本稿では，割愛する．

球団の組織の設置は，２つの方法が考えられる．映像や広報など機能別に組織を作るか，ファンクラブ，競技の運営などの事業ごとに組織を構成するかである．機能別に部門を設置する方法の場合には，各機能の配下の業務は他の機能別に設置した部門間と重複する事業の形態になる．

事業ごとに部門を設置した場合の業務は，各機能別に設置するようになる．アルボラーダでは，事業部の配下に機能別の担当を設置して組織を構成した．また網羅できているわけではないが，都度必要があれば業務に関して判断を事業部にて行っていく．

1. 事業部
   - a. グッズ・著作・商標権
     - −キャラクター，ユニフォーム，Ｔシャツ・タオル，靴，応援グッズ，プロパティ，選手の肖像
   - b. デザイン
   - c. 物販・販売
     - −Web，店舗，クリニック指導教材（DVD・本）
   - d. 警備
     - −ゲーム，交通導線，選手アテンド，応援席管理，場外管理，コート監視，遊撃，入場口，業者搬入口
   - e. 交通・駐車場
     - −交通導線，駐車場，看板
   - f. スポンサー
     - −広告代理店，協力者
   - g. ゲーム・イベント
     - −音響・照明，美術，映像，DJ，MC，ディレクション，会場設営
   - h. 広報
     - −イベント（ファン交流，地域イベント），媒体対応，ラ・テ，Web，新聞・雑誌
   - i. ファンクラブ・会員管理
     - −イヤーズブック，ファンクラブ会員管理，特典会員専用窓口，ファン感謝デー，会報紙
   - j. 環境・保安
     - −災害，テロ対策，過激派対策，暴力団・愚連隊対策，防諜，法関連（労働安全衛生法消防法，各法機関への申請），社員・選手に対する管理，サイバー，損害保険（イベント保険，各必要な保険），BCP
   - k. 応援
     - −チア管理，応援団管理，着ぐるみ
   - l. ボランティア
     - −警備，ゲーム，ファンクラブ有料会員席，アテンド，応援席，入場口・チケット
   - m. 育成組織のカウンターパート
     - −中体連，高体連，学連，地域クラブ，ミニバス，指導者関係，関連スポーツ・施設など
   - n. 行政・地域
     - −試合会場，市区町村，各法人・団体，議会など
   - o. チケット・販売
     - −サポート，委託会社
   - p. Web
     - −カート，ファンクラブ会員，販売サービス，信販会社
   - q. SOMECITY IBARAKI
     - −参加チーム，DJ/MC，レフリー，スタッフ（ボランティア，募集管理），物販，入場・チケット管理，映像・配信
   - r. 研究・開発
     - −分析，商品開発，共同研究
   - s. 写真・映像
     - −カメラ，映像・配信
   - t. 分析
     - −Web 分析，BtoB，BtoC，チーム分析
2. チーム
   - a. チームマネージ
     - −マネジメント，選手のプライベート管理（素行，マナー教育）寮，ゲーム管理（遠征交通，スケジュール管理，会場管理），コーチング，選手管理（ヘルス，トレーニング），バスケットボールコーチ
   - b. 物品管理
     - −ウェア関連（ユニフォーム，靴），道具（ボール，トレージング用品，医療関連，タイマー）
   - c. リクルート
3. 基幹
   - a. 総務
   - b. 経理
   - c. 環境・保安
   - d. 情報システム（事業部の範囲で現在実施）

### 3.1. ステークホルダ

3x3 は，他競技のトップリーグの球団の権利と比較しても利益を確保する方法が確立されていない．しかし，他競技のステイクホルダは同様のステイクホルダであり，プロ球団は多様なステイクホルダが存在する．ほとんどの球団は株式会社であるため株式会社として，下記にステイクホルダの例を記載する．

1.株主
2.経営者
3.従業員
4.選手，外国人選手
5.監督（ヘッドコーチ）
6.コーチなどのチームスタッフ
7.ジュニア，ユース選手及び保護者
8.外部協力者
9.観客
10.ファン
11.スポンサー
12.自治体
13.地域社会
14.リーグ機構や大会主催者
15.他のクラブチーム

参考:プロスポーツクラブマネジメント，武藤泰明，東洋経済

プロスポーツの場合には，多くのステークホルダが存在する．そのため業務の多様化と煩雑化になりやすい．これらの関連する対応業務に関して，人を投入して資源を消費することになる．その消費を極力抑えるためにも業務のシステム化することによって資源の消費を抑え，サービスの向上化をおこなう必要がある．

## 4. システム化に必要な機能の検討

システム化するためには，収益を上げている機能（業務）に人などの資源を投入することになる．収益の柱をシステム化することで人件費など押さえる必要がある．また収益とは

別に手間のかかる部分で必ず業務に必要なものもシステム化する必要がある．それとは対象に，あまり稼働率の無いものに対してシステム化しても運用や投資効果が見込めないものもある．これらを踏まえ，必要な最低限のシステムを検討する．

### 4.1. トップチームの収益

システムに必要な機能を検討する前に，事業部のどの部分をシステム化する必要があるのかを検討する．「3x3」と同じバスケットボールである 5 人制の B リーグの 2017-18 シーズンの B1 球団の営業収益の平均を下記に記載する．

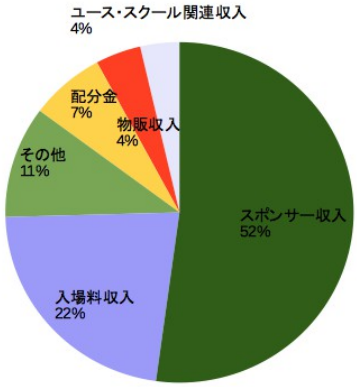


*図 1: B リーグ 2017-18 シーズンの B1 球団営業収益平均（出典：B.LEAGUE 2016-17 シーズン(2016 年度) クラブ決算概要 B1 クラブ）*

営業収入は，スポンサー収入 52%が過半数を占める．その次に入場収入 22%である．営業収入 74%をスポンサー収入と入場料収入で球団は賄われている．その他には，ファンクラブ有料会員やグッズの収入，選手や球団の著作に関する商標やイベントなどの収入がその他に入る．

次に，J リーグの J1 の 2016 シーズンの J1 球団の営業収益の平均を下記に記載する．

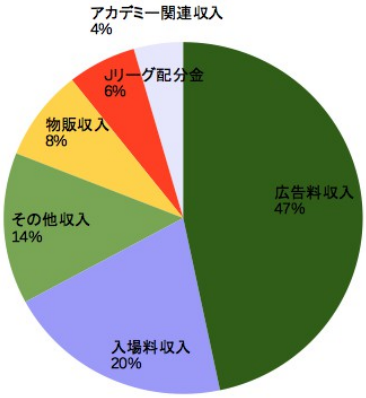


*図 2: J クラブ個別経営情報開示資料（平成 28 年度）の J1 球団営業収益平均（出典：J.LEAGUE 2016 年度（平成 28 年度） J クラブ個別情報開示資料 J1 クラブ）*

収益の大きな柱として，他競技のトップチームの J リーグの収益も同様にスポンサー収入と入場料収入が大きな柱である．競技やリーグ機構によっては，放映権も大きな収入源である．野球についてはリーグよりオフィシャルな情報開示がないが，同じような構図であると考える．大相撲は仕組みが違うためここでは検討からは外している．

### 4.2. 「3x3」トップチームの収益構造

B リーグや J リーグとは違い，「3x3」の国内トップリーグ機構である 3x3E.EXE PREMIER（以降，PREMIER）は，他競技のトップリーグ機構の球団の権利と比較しても，参入球団は利益を産むため球団権利が他のトップリーグと比べ少ない．

選手が球団と契約を行うが商標などの球団の権利は無く PREMIER に権利がある．更に，スポンサーを確保するにはスポンサーメリットを提示するため広告掲示を提示する必要がある．しかし会場内の広告掲示はユニフォームに掲示しているオフィシャルスポンサーと試合中の選手のベンチに掲示する看板表示しかできない．さらに入場料は無料であり，有料座席も PREMIER から各球団に支払いがあるわけではない．さらにリーグスポンサーによる分配金が他競技のトップリーグ機構ではあるが，企業が運営している PREMIER では，リーグスポンサーによる分配金は存在していない．先述のグラフでもわかるように球団の 74%の収入源である入場料収入が無く，スポンサー収入の確保が難しい状態である．

また PREMIER には，広告やユニフォーム縛りがあり，スポンサー収入が得づらく，入場料収入が無い仕組みがある．またリーグ分配金もないことから球団の権利というものがあまりないリーグ機構でもあるが「3x3」の現時点の国内トップリーグは 3x3.EXE PREMIER であるため，各球団それぞれで試行錯誤している現状がある．リーグは 2016 年から開幕しているため今季 3 年目ということもあり，今後も改善する必要がある．昨年までの状況でのスポンサー収入を確保するのは難しかった．しかし，球団は収益を確保しなければならないため，各球団は独自で知恵を絞り工夫をこらしている．

## 5. システム化する業務

各球団は，バックオフィス機能を含め「3x3」の業務にて活用する専門のシステムがあるわけでは無い．チーム部で活用するスタッツなども「3x3」の専用のものはない．同様にフロントの事業部が使用するためのシステムも存在していない，そのため収益から機能別にシステムを検討する．

球団は，参戦するだけでなく「3x3」の主催大会を運営して収益を上げることを含めて考えても下記の収益は，通常どのトップ競技にも存在する．

1.スポンサー収入
2.観戦収入
3.グッズ販売収入
4.ファンクラブ有料会員収入

スポーツ球団の収益を考えると他業種の産業に比べ，多岐にわたる．それは他の業種のとは違い，ステイクホルダが多いことにもある．そのため各ステイクホルダの対応や業務の量を考えるとプロ球団は多くの人員である資源が必要となる．収益を考えるとできる限り，バックオフィス機能や収益の柱に対して，業務軽減を行い人件費を軽減するためにもシステム化して運営していく必要がある．

実際には，収益の柱である 4 項目に業務は集中することを考慮して，「スポンサー収入」,「観戦収入」，「グッズ販売収入」,「ファンクラブ有料会員収入」この4 項目を「3x3」のプロ球団に必要な関連するシステムを最低限の機能構成として検討する．

## 6. 必要システムの検討

「3x3」の競技に必要な最低限 4 項目のシステムを実現するために各 4 項目に何を行うのかを検討する．

### 6.1. スポンサー

スポンサーは主に，下記の 2 つの利用である。

1. 自社名や商品を宣伝する
2. 球団の名称や商標などを自社の広報に活用することで広告の効果を狙った利用

スポンサーの分類として，スポンサーの営業形態が BtoC，BtoB なのかによって球団に求める役割が変わる．

BtoC の場合のスポンサーに対しては，スポンサーメリットとしての観戦のための来場者に対する広告なのか，ユニフォームなどの露出，ユニフォームを使ったメディアを介した露出による広告などがある． BtoB の場合には，BtoC とは違い消費者をターゲットにするのではなく，顧客は企業に対しての取引であるため，来場者などの個人の消費者への宣伝と言うよりは，製品を企業が採用すると言うものである．

スポンサーが消費者や取引先の企業より選択される企業，商品になるためには，スポンサーになっているチームが持つイメージを重視する傾向がある．いすれにしても，スポンサーを獲得すると言うことは，チームの姿勢，球団がどんな方針なのかが鍵となる．

それはスポンサーの企業がもつ経営方針とスポンサーになることでチームの姿勢がそのスポンサーの姿勢であることの代弁にもなるからである．例えば，アルボラーダであれば，小さい日本人や若い選手達が，屈強な外国人のチームや熟練したチームに果敢にチャレンジしているといったイメージが持たれている．

スポンサーになることで，試合を見た方がその企業のイメージにチャレンジする，挑戦するといったイメージをもたれることになる．一方，某大学のアメリカンフットボール部やボクシングの 3 兄弟のプロ選手がおこしたスポーツマンとしての不正行為やイメージは，そのままスポンサーのイメージとなる．不正を行う球団をスポンサーしてしまうことは企業としては大きなダメージとなる．このようにスポンサーになってクラブを利用する場合には，2 つの利用がある．

球団の外部への情報発信として、企業やユーザは，球団の Web サイトを訪問して確認したりする．それは Web サイトが必要であることは言うまでも無いが，それだけではなく Web サイトに訪問している企業やユーザの属性からどのような属性を持つ企業やユーザが訪れているのか、何を見ているのか分析する必要がある．下記を考慮する必要がある．

1. Web サイトに方針と選手，球団がどんな活動を行っているかを掲示する
2. 訪問者に対して，属性からどのような人から注目があるのかなど分析を行う
3. ファンクラブの CRM データ活用とアドレサブル広告の分析を考慮した Web のシステム設計
4. スポンサの商品購買を行ったファンクラブ会員の情報を持つ会員の関連項目とグッズの購買情報を掛け合わせた属性を持つ別サービスの類似ユーザに対する別サービスに対しての広報（商品の購買からスポンサーの効果追求と新規ユーザの獲得）
5. スポンサの商品購買を行ったファンクラブ会員と関心選手の情報を持つ会員との関連項目を掛け合わせた属性を持つ別サービスの類似ユーザに対する別サービスに対しての広報

これらを踏まえた形で Web サービスを考慮したシステムを構築する必要がある．会員数が少ないときには， CRM の代わりに EC サイトの会員管理を利用する方法もあるがセキュリティを考慮する必要があり，一長一短でもある．

### 6.2. 観戦

「3x3」の競技に必要な観戦に対する来場管理およびチケット管理システムを実現するために検討する

1. イベント管理サービスおよびシステムを活用したチケット管理および来場者管理
2. グッズの場内販売の管理
3. 映像配信
4. 来場者へのサンプル提供などの管理
5. プレスリリース管理
6. ファンクラブの CRM データ活用とアドレサブル広告の分析を考慮した Web のシステム設計

観戦には，チケットの販売管理および顧客情報としての CRM の情報， SNS などの情報と連携してアドレサブル広告ができるようにして，さらなる新規会員の獲得や観戦者を増やす必要がある．

### 6.3. グッズ販売

球団に必要なグッズ販売のための販売のシステムを実現するために検討する

1. EC サイトの利活用
2. 観戦のための来場者のグッズ購買支援
3. ファンクラブの CRM データ活用とアドレサブル広告の分析を考慮した Web のシステム設計

グッズの購買層と購入者の属性から新たなファン獲得のための分析が行えるようにすることと，新規の商品開発に生かすようにする必要がある．

### 6.4. ファンクラブ有料会員

チームや選手のファンに対して情報提供や特典やファンクラブの管理のシステムを実現するために検討する

1. 新規会員の獲得
2. 会員特典の管理
3. 会員の会費徴収
4. 会員の更新管理
5. 会報誌，グッズなどの商品の発送管理
6. チケットおよび来場管理
7. ファンクラブの CRM データ活用とアドレサブル広告の分析を考慮した Web のシステム設計

ファンクラブの CRM 情報からアドレサブル広告を利用した新たなファン獲得のための分析が行えるようにすることと，観戦に足を運んでもらうための分析，ファンクラブの継続をできるような分析を行う必要がある．

## 7.システムに必要な機能

「スポンサー収入」,「観戦収入」， グッズ販売収入」,「ファンクラブ有料会員収入」の 4 項目を以降の部門が活用するシステムに反映して対応する．

### 7.1. 広報

Web サイトによる広報活動および SNS の活動，分析による広報活動が必要になってくる．

そのため，下記の機能がシステムやサービスが必要になる．

1. Web のオフィシャルサイト
2. 動画配信サービスのチャンネル
3. 分析を行うためのツールおよびサービス

### 7.2.ファンクラブ

ファンクラブのサイトを構築するには， Web サイトと連動する必要がある．また会員情報から分析や外部のサービスの会員情報との連携から分析を行い提案が行えるようにする．ファンクラブのサービスは，アーティストなどのサービスなどサービスを行う事業者がある．提供している事業者のサービスはシステムを販売しているものからサービスを提供する事業者がある．会員管理として CRM を活用するのが会員情報を生かしたサービスを行うことができる．しかし，会報誌，会員特典などの必要な機能は各球団それぞれが必要か必要じゃないのかといった差がある．そのためシステムの選択は単なる名簿レベルから CRM までの差がある．会員数が多い場合には CRM となる会員管理を行う必要があるので会員数が多い，少ないで検討するのもよい．

会員数が少ないときには，CRM の代わりに EC サイトの会員管理を利用する方法もあるがセキュリティを考慮する必要があり，一長一短でもある．下記の機能を持つ CRM か代替になるサービスを選択する必要がある．

1. Web サイトによるファンクラブサイト
2. CRM/EC サイトを活用した会員管理
3. 会員特典の情報（動画，商品案内など）配信
4. 分析を行うためのツールおよびサービス

### 7.3.グッズ販売

グッズ販売は，球団の宣伝やスポンサーの宣伝としても有効な機能でもある．ファンにとっては自分のアイデンティティであり地域社会においては，プライドである．そのため多くの人に販売したり，情報が届くことが大切である．アンテナショップでの販売だけでなく， Web サービスで販売ができることが重要である．

1. EC サイト
2. 会員管理のサービス連携（CRM/EC サイト）
3. カートサービス
4. オフィシャルサイト，会員サイト， SNS，動画サービスとの連携

## 8. 考察

「3x3」のPREMIERに参戦したプロ球団は，昨年まで16チームから今年36チームに増えたが，どの球団も経営や事業部の設計で苦労している．それはPREMIERのリーグ機構のシステムが他の競技のトップリーグ機構とは別の仕組みと球団の権利というものが収益の柱になる「スポンサー収入」，「観戦収入」，グッズ販売収入」，「ファンクラブ有料会員収入」の4項目の構築ができないことに主因がある．各球団は，経営や運営するために必要なシステムを構築できずにいるのが現状である．しかし，プロ球団が生き残るためにも4項目は必須条件であることから，事業部はこの4項目であるスポンサー，入場料，ファンクラブ会員，グッズ販売を低コストでシステム化して人件費を軽減していけなければいけない．そのためにはプロスポーツの世界は新規技術や ITによる技術などの研鑽は避けて通れない．プロ球団の世界は勝負の世界でもあるため，チーム部である分析などに焦点が当てられやすいが，フロントである事業部などが球団を維持するために新しい戦略を施策して実施していかなければ，球団自体が崩壊してしまう．この両輪ともに，それぞれの分析が必要であるが本稿では，まずはフロントに基本となる事業部システムを考察し，提案することで必要なシステムと球団の事業部の役割にどんな機能を持つシステムがあればよいのかを考えると，下記が必要となる．

1. Webサイト
2. CRM（スポンサー，ファンクラブおよびグッズ購入者）
3. チケット販売・入場管理
4. グッズ販売のためのECサイト
5. 可能であればBI/各分析ツール

これらが必要である．1のWebサイトは基本として必要なものであり、これらの訪問者を分析することはどのような人や組織がクラブに興味を持っているのか，ヒートマップなどを使ってをサイトの何を見ているのか分析することは大切なことである．2のCRMは，ファンクラブの会員がどのようなものに興味を示して何を購入して，いつの試合を見に来てくれているのかなど分析し，ファンが持つ属性と外部の SNSなどのDBと連携して，新規会員を獲得するためにアドレサブル広告などを行うことは大切なことである．またこのような情報を個人が特定できない情報にして，スポンサーの関連するサービスと連携することでさらなるファンに有益な情報提示ができると良い．3のチケット販売、入場管理はプロスポーツの世界では必要なものであり、入場チケットおよび座席管理，CRMと連携してファンクラブであれば記録することで新たなサービスなど提供ができる．5については，工夫次第でWebサービスにあるサービスを利用することで代用や代替ができるが，1から4までの分析の際に必要になる．新規スポンサーや会員の獲得，新たなサービスの開発、既存のサービスの改善など分析することで見えてくるものがある．そのためにも分析を行うこと前提でシステムの開発や構築，連携を行う必要があり，収益の 4項目を考慮した 1～5までのシステムが必要であると考える．

競技の発展も衰退も，取り組むべき球団が継続して参戦できることが重要である．プロスポーツの世界では，ステークホルダが多いためシステム化していなければクラブは，人海戦術にて，業務の都度、瞬間風速的に多大な労力や資源を投入しなければ継続できない仕組みにならないように，「3x3」のプロ球団はシステム化していく必要がある．そのための必要要件は大切であるが，現状まだひな形となるシステムがないためその提案をおこなった．

## 9. まとめ

プロスポーツの収益の柱は，スポンサー収入と来場者収入は大切な柱である．「3x3」のプロ競技としてPREMIERのリーグ機構は参入している球団に対して改善していかなければいけない問題は残ったままであるが，それぞれのクラブはシステム化もまだまだ手探りの状態でもある．そのため協力して現状を改善するために収益を増やすことなどクリアしなければならない．各球団は競争フェーズではない，現在共創フェーズである．魅力ある3人制のバスケットボールが普及していかなければいけない思いもある． 2020東京オリンピックを控え，メダルを取るために日本代表のコーチを輩出して活動しているアルボラーダが技術的にも試験的にも先行して取り組んでいくことは，競技の今後を考えても，技術を取り入れたチャレンジをしていきファーストペンギンとして新たな改善や提案ができるようにして競技を盛り上げながらも背中を示していきたい．

## 10. おわりに

日本バスケットボールの世界の中に3人制の「3x3」が生まれ，2020年東京オリンピックの正式種目に採用されたことも含め，「3x3」は盛り上がってきている．プロスポーツクラブとして関係する組織，個人，スポーツを愛する方々に感謝と各関係者やこれからスポーツビジネスに参入する方々の参考となれれば幸いである．

## 文　献

[1]大野貴司,奈良堂史,「社会的構築」を中核概念とするプロスポーツクラブの戦略形成理論の構築,人文学部研究論集(23),P59-80,2010-01.
[2]西崎信男,プロ・スポーツにおけるスタジアム戦略 ~英国プロ・サッカークラブのスタジアム・マネジメント ~日本経営診断学会,日本経営診断学会論集8(0),P145-151,2008.
[3]平田竹男,佐藤峻一,浦嶋亮介,柴田尚樹, 梶川裕矢,浦和レッドダイヤモンズの自律的経営と成長要因,スポーツ産業学研究18(1),P59-77,2008
[4]涌田龍治,早川武彦,チケット販売の理論的課題:—プロスポーツクラブ運営の基本的戦略構築へ向けて,スポーツ産業学研究11(2),P1-9,2001.
[5]武藤泰明,プロスポーツクラブのマネジメント第2版,東洋経済(2013).