



バレーボール学会・第8回研究大会 「日本バレーボール再建へのシナリオ」

平成15年3月23日(日)第8回研究大会が、東京・明治学院大学にて開催された。低迷する日本バレーボール界の復活のため、な
にが必要なのか、堺ブレイザーズの監督「ゴードン・メイフォース」氏、マスメディアの立場で強力なバックアップ体制をとろ
うとするフジテレビ・スポーツ局制作担当部長「川口哲生」氏、日本のバレーボールを統括する日本バレーボール協会専務理事
(現副会長)「砂田孝士」氏を迎え、活発な意見交換が行われた。(後藤浩史：愛知産業大学・本誌編集委員)

「日本と世界のバレーボールおよび そのコーチングの差異について」

ゴードン・メイフォース (堺ブレイ
ザーズ・バレーボールチーム監督)

「時代に追いつこう」

1970年代、日本は世界の中で強い
チームでしたが、それは反復練習で個
人の技能を高めた結果でした。1980
年代、アメリカと中国女子が台頭して
きました。反復練習に加えて6対6の
実践形式の練習が導入されたのが理由
です。1970年代、1980年代はそれほ
ど大きな進歩ではありませんでした
が、1990年代のプロの台頭は、バレー
ボールを根本的に変えた大きな進歩
でした。1990年代の中頃、イタリア、
ブラジルを中心とするプロ選手の台頭
が、バレーボールに大きなエネルギー
を与えました。2000年シドニー五輪
にて、ユーゴスラビアが金メダルをと
った例でもわかるように、6人の優秀
な選手がイタリアのプロリーグで活躍
し、そのメンバーを中心に金メダルを
とることができたのです。

1970年代では世界で5チームくら
いだった優秀なチームが、今では20
位から25位くらいのチームまでが星
をつぶし合うように競り合っています。

「日本のバレーボール界のためには
全日本が強くならなければならない」
といわれますが、ナショナルチームが

強くなるためには、Vリーグがブラジ
ルやイタリアと肩を並べるリーグにな
らなければなりません。

年間を通じて高い競技レベルと、国
際的な指導者や選手との切磋琢磨がな
ければ強くなるでしょう。

「アメリカと日本の トレーニングの違い」

ブレイザーズで行っているト練習方
法はアメリカのナショナルチームでも行
われているものです(表1)。

日本に来てまず気がついたことは、

10%	ウォームアップ 10分～15分がアップの時間
30%	個人練習 (スパイク・ブロック・レシーブ)
30%	コンビ練習等の部分練習
30%	6対6形式の練習

表1 練習の割合

日本の選手はウォームアップに長い時
間をかけがちだということです。ウォ
ームアップが足りないのであれば、練
習開始前に個々にすべきです。

多くの日本の方々は、アメリカでは
6対6のゲーム形式の練習ばかりをや
っていると思われるかもしれませんが、
そんなことはありません。個人
練習に30%ほどの時間を割きます。

次の30%は、部分練習、実際のゲー
ムの中から、点を取るために必要なス
キルの練習。5対5,4対4では、必要
な部分・状況を抽出したような練習を
行います。残りの30%は6対6の練

習を行います。

バレーボールで重要なことの1つに
サーブがありますが、スピードガンを
使ってサーブの練習を行っています。
ブレイザーズでは、コートの特定の場
所に、何回か連続してサーブを打ち、
決められたある一定以上のスピードの
サーブが打つことができるまで終わら
ないという練習をやっています。

統計データに基づく練習形態

練習をどのように組み立てるか、ラ
リーポイント制になってからの300試合
以上の統計データをとって、何が勝つ
原因になっているのかを分析しました。

昨年のVリーグの例では、勝ったチ
ームは、51%のスパイク決定率、負
けたチームは48%のスパイク決定率
でした。そこで51%のスパイク決定率
を目指すための練習方法を考えます。
こうして毎年、何に着眼して練習を行
ったのかを検証し、翌年の練習形態を
組みたてます。

ある大会に優勝することが目的であ
れば、優勝するためには何が必要な
かをはっきりさせることが大切です。
そのためには指導者がデータから勝つ
ための要素をクリアにしなければなり
ません。25点を取るために、それぞれ
のスキルでどのくらい点を取らなけれ
ばならないのかも重要な要素です。

「勝つためのポイント」というダ
グ・ビル氏のレポート(400頁)があ



ります。それとほとんど同じ構成です。

実際に今年のVリーグでは、ブロックポイントはセットあたり3点と少なかったです。イタリアリーグはもっと多く、ブラジルリーグは逆に少なかったという報告があります。

次にサーブミスの数です。勝つ時には相手のサーブミスが2.8点よりも多いということがいえます。さらにチームのアタックミスの場合、ブレイザーズの問題はここにあるのですが、セットあたりのアタックミスが3点から4点ありました。サーブミスもセットあたり3.5点から4点くらいありましたので、セットあたりのサーブミスとアタックミスを合計すると、7、8点ほど相手チームに献上していたことになります。したがって黒鷲旗に向けてサーブミス、アタックミスの割合を低くするためにチームの練習の焦点をあてるつもりです。

次にトスの配球を見てみると、Aカットの時レフトに30%、クイックに40%、ライトには12%ですが、第8回Vリーグで、サントリーの場合ジルソン選手へのトスの配球は44.5%でした。今年の後半戦に関していえば、ジルソン選手は60%以上打っていると思います。

選手への指導方法

今後の日本のバレーボールを考えたときに、まず指導者から始まらなければなりません。それは選手にもっと考えさせることだと思います。ブレイザーズの選手を見ていても、私がやれといったことをそのままやるといった反応で、それが日本の慣習なのだと感じます。今、実際に間違ったことをわざと言って、選手が「いや、それは間違

っている」と言ってくるのを待つことを時々やります。

イタリア、ブラジルが1990年代にしてきたことで、もっともすばらしいことは、プロのリーグに、ヴェラスコ氏、ダグ・ビル氏を始め、世界のトップ指導者を招いたことだと思います。彼らは、それまでのイタリアのバレーボールにはなかった方法論で、選手とコミュニケーションを取りながら考えるトレーニングをさせました。

中学校、高校ではなかなか難しいことかもしれませんが、大学レベル程度では変わっていかなければいけませんし、プロの選手に至っては、当然自分の意見が言えるように、人間として育っていかなければなりません。

「日本バレーボール再建への マスメディアの貢献について」

川口哲生 (フジテレビジョン・スポーツ局制作担当部長)

バレーボール界は普及を底辺、強化を頂点とする大きな山があり、この底辺の部分、インフラに当たる部分から組みあがって、頂点である日の丸を背負って戦う全日本の存在のトップにつながっています。

ビジネス界では頂点に、文化・芸術活動に企業が関わる企業メセナ、企業アイデンティティがあります。かつては広報活動の一環として、文化や芸術にも理解を示していることを社会にアピールしてきました。今は株主に対して、これだけ社会貢献をしているからとアピールする形になってきています。

底辺の部分では、マーチャダイジング、すなわちVリーグに関わった企業がグッズを作って売るとか、マーケティング、Vリーグに来るお客さんに対し

て、いろいろな製品の宣伝をしていくというようなことが行われています。

福利厚生・広報宣伝という部分は、Vリーグチームを持つことで、企業の一休感を得るとか、バレーボールを応援する会社という、企業のイメージを高めていこうということです。

全日本が強かったときには、ビジネス界と、バレー界というのは一つの大きな山でした。ナショナルチームが強い時期は火山が大噴火するように、ビジネス界という山をのみこむような形で、大きな三角形を形成して、その中でいろいろな利益が発生する可能性がありました。このような構造をかつて日本のバレー界は持っていたのです。今、その両者の間に距離が生まれつつあります。テレビ界はその間で何ができるのかを常に考えています。

フジテレビ・スポーツ局には中核となっている5大ソフトと呼ばれるものがあります。この5つのソフトは2つに大別できます。プロ野球、サッカーは競合型ソフトといわれ、各局で争奪戦があるような優良ソフトです。もうひとつは、モータースポーツ、格闘技、バレーボールの育成型ソフトです。バレーボールは、十数年前までは競合型ソフトで、各局で非常に高い値段で争奪戦が行われていました。

現在は各局でうまく棲み分けができていて共存共栄している形ですが、育成型ソフトはお金がかかって、回収もおぼつきません。私共はもう一度かつてのような競合型ソフトに転換させなければいけないという使命感を痛切に感じています。

今、春高バレーで熱戦が繰り広げられていますが、春高バレーの会場では、選手だけではなく観客の熱さまで含め



て、バレーボールの面白さ、可能性が凝縮されているような気がします。

動員も過去最高、高校生の試合も感動を呼び覚ましてくれるような熱き戦いが繰り広げられています。今後、このようなシンポジウムを開催される際には、春高バレーの時期をはずしていただくか、もしくは春高バレーの熱気が伝わる会場内で開催していただければ、明るいバレーの未来があるのではないかと感じます。

テレビ界の図は、先ほどのバレー界、ビジネス界の2つと違って、逆三角形になっていますが、テレビ界ではジャーナリズムがトップにあって、夢を求めるエンターティメントは低レベル層にあるという構造です。最近の国際情勢によりイラク関連報道が多くなりますと、すべてのバラエティ番組が中断されます。ジャーナリズムというのは、バラエティの上部に位置するのです。

バレーボールを報道として考えた時に、他の競技に比べるとどこの局でも報道として取り上げてもらえる頻度はかなり少ないというのが現状です。そういった中で何をすればいいのか、報道にこだわるのではなく下位層にある夢のあるエンターティメントとしてのソフト、バラエティやドラマを含めたソフトとして使えないかと考えています。

崇高なスポーツをバラエティやドラマに使うことに抵抗感がある、というのは私自身も感じていますが、バレーボール界、ビジネス界の距離感の隙間に、何かを当てはめなければなりません。当てはめることができれば、大きな台形になります。その台形の上に、もう一つ、大きな頂点ができる可能性が生まれます。だからこそバレーボール界とビジネス界の距離を埋める、欠

けたパズルのところを埋める作業を考えていかなければならないのです。これについて、かなりのこだわりと信念を持って取り組んでいることをご理解戴きたいのです。

バレーボールを神聖なものとして捉えている皆さんの中には、今年のワールドカップの会場で「またジャニーズか、この黄色い歓声の中でバレーを観なければならぬのか」という思いを抱く方もいるかと思えます。しかしそこで初めてバレーボールを見る若いジャニーズのファンが、バレーボールの素晴らしさや選手の魅力に触れてもらって、バレーボールの虜になっていくような試みをしていきたいのです。

強化が進めば、普及という裾野も溶岩が流れ出すように大きくなると思います。その助っ人役をするのが我々マスメディアの役目だと思います。小石を積み上げていくような地味な努力も大切だと思いますが、派手に明るくお祭り騒ぎをするという、テレビ局の得意な分野で、お手伝いをしていきたいと考えているわけです。

そのためにも全日本は強くなければいけないし、Vリーグには沢山お客さんが入っていただかなければならないのです。そういう問題も自分たちの問題として真摯に受け止めています。

「フジテレビは、今年、ワールドカップにいくら使うのか？」

今年、フジテレビはプロ野球に権利料含めて年間38億円かけます。26本の放送を予定していますので、1本、1億5千万円くらいです。

ワールドカップバレーは11月の1ヶ月間で、ゴールデンタイムに22本

放送します。プロモーション含めて40億円、権利料だけで36億円、1日1億6千万円かけるわけです。さらに、向こう8年間、2011年までワールドカップバレーをフジテレビで独占中継することを決定しています。

この1億6千万円をどぶに捨てるわけにはいかないの、エースの山本君には頑張ってもらわなければなりませんし、田中監督には是非立ち上がって激を飛ばしてほしいとお願いしました。なぜここまでお金をかけるのかといえば、フジテレビはバレーボールが好きなんです。バレーボールはそれだけの魅力があるのです。

バレーボールは死んでいません。廃れてもいないし、周囲から見放されてもいません。これだけのお金を回収するという覚悟で臨む。フジテレビの社運がかかっているというのは、疑うことのない事実です。

マスメディアとして、やれるだけのことをやって、再びバレーボール界が注目されるよう、皆様と頑張りたいと考えています。

バレーボールの強化・普及に関わる組織・システムについて

砂田孝士（日本バレーボール協会専務理事（現副会長））

1997年度以降、ワールドカップに対して100億以上の資金を、フジテレビさんに提供していただいています。さらに2011年度までご支援いただくということで、単なるパートナーというレベルではなく、運命共同体としてご協力いただいていることを非常に重く捉えています。

その上で、とにかく強いチーム、勝つチームを作ることが我々の使



命だと強く感じた次第です。法人としては、強化と普及を両輪として展開することを義務づけられているわけですが、まずはなによりも強化が重要だという強い意志が生まれたわけです。

日本バレーボール協会の理事の理解を得て、本気で日本バレーの再建をできる場を作らなければなりません。私が専務理事になって以来、とにかく全員が意思表明をすることを出発点として組織改革を行ってきました。

バレーの幅は広いものですから、マーケティングから行う必要があります。現実論と可能性に関して十分に時間をかけた検討をし、専門家の意見を取り入れることも必要で、とにかく前向きな意見を採り入れてやってきました。2002年から採り入れてきた本部制というのがあります。いくつかの委員会の上に置かれたもので、ナショナルチームであればシニアだけではなく、ユース、ジュニアまで含めたものを一つに統合し、一貫指導的なシステムにならないかと考えて設置したわけです。ただ、本部制度というのはそのポストを強引に作ったようなもので、強化以外の本部制度はほとんど役に立ちませんでした。

男子強化委員会、女子強化委員会、ビーチ委員会、科学研究委員会、ジュニア委員会とありますが、それをどのように本部で統轄していくか、男子、女子を両方同じように関わるのが非常に難しかったのです。どちらか一方を頑張るだけでも大変ですから、システムの不適当だと判断しました。そこで、2003年度以降の構造として本部会システムを止めるということを提言しました。

また、平成14年度の予算の最終的な修正で1億6千万円の赤字予算を立

てざるを得ないという状況になりました。予算はプラスマイナス0で決算できるのが理想ですが、もしそれをする、全ての委員会の活動が停止するという判断をしたわけです。

その中で最優先の予算は強化。強化の予算は崩せない。だからといって他の部門の予算を削れば、活動できなくなります。バレーそのものが勢いを失いつつある中で、全ての機能を停止させてしまったら、一般のバレーファンへのマイナス効果が大きすぎると考えました。事業費の収益が非常に悪くて、結果的に4億円以上の大きな赤字になるような状況です。もちろん、繰越金がありますので、カバーはできますが、15年度は何とか赤字を避けた予算を組んでいます。その他に、15年度に関しては、いろいろな委員会で部会を持つという方向性があげられます。それによって専任の仕事をする人が今まで以上に中心となる組織に変わりつつあります。

理事は、バレーボールの仕事をするためにその役についている。仕事をしていない人、ポジションだけの人はやめてもらう。今の理事はそれぞれの役割で仕事をしていると判断しています。どのような組織がいいのか、それぞれの委員会で、男女とも直接的な強化に携わることが大切です。そのために技術・戦術担当者、医科学、栄養サポーター、国際情報の収集などの専門家を置きます。

日本が勝たなければいけないのは、まずはアジアです。中国、韓国を破り、アジアの中で君臨するというのが、世界で上位に進むためのポイントであると考えています。

確かな情報を得ると同時に、戦略論

の展開をみんなで議論した上で、シニア、ユース、ジュニアを戦術論の整理の上に練習を組み立てる必要があります。

医科学サポート、体力トレーニングも継続して続けますが、バレーボールに必要なトレーニングは何なのか、求められているものはどういうものなのかを明確にした上で取り組んでいきたいと思えます。バレーボールに必要なトレーニングはどんなものなのかという議論は、かつてはされていませんでした。こういう事を繰り返してきたことに現状があるわけです。ミュンヘンでなぜ勝ったのか、なぜ大松さんが勝つことができたのか、そういう部分をとりまとめて、練習の最初の日に選手に見せる。コーチングスタッフも見る。見た上で、自分がどうあるべきなのか自覚を高めてもらって、トレーニングに入ってもらうようなきっかけづくりを考えています。

平成16年から全てのチームで資格をもった公認コーチがベンチに入るという条件を託されていますが、これに対して指導普及委員会には適当な処置をとるように指示しています。しかし残念ながら進み方が遅すぎます。もっと高いレベルのコーチスキル、パフォーマンスを含めた能力を高めるためのセミナー、あるいは資格を考えた制度を作ろうということで、上級コーチ、中級コーチなどは強化委員会の役割とし、指導普及委員会は、初心者指導、普及に徹底しようとしています。上級コーチの育成、国際バレーボールコーチの育成を、管理も運用も強化委員会でやろうという機運になっています。

最後は人です。素晴らしい人によって作られた組織であれば、組織も効果的に機能します。