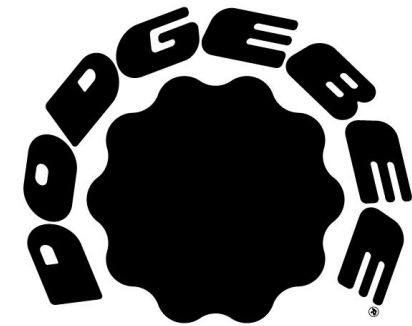


外へ出よう、体と気持ちを動かそう！



ドッジビー概要

2019年版

日本ドッジビー協会



ドッジビーの位置付け

今、現在、ドッジビーという単語を正確に説明すると、ディスクおよび、そのディスクを使用した競技の総称となります。ちなみに競技／用具ともに日本発祥です。

アジアでの普及が始まっており、ほぼ毎年、台湾・香港よりチームが本場、日本の大会に来日遠征しています！

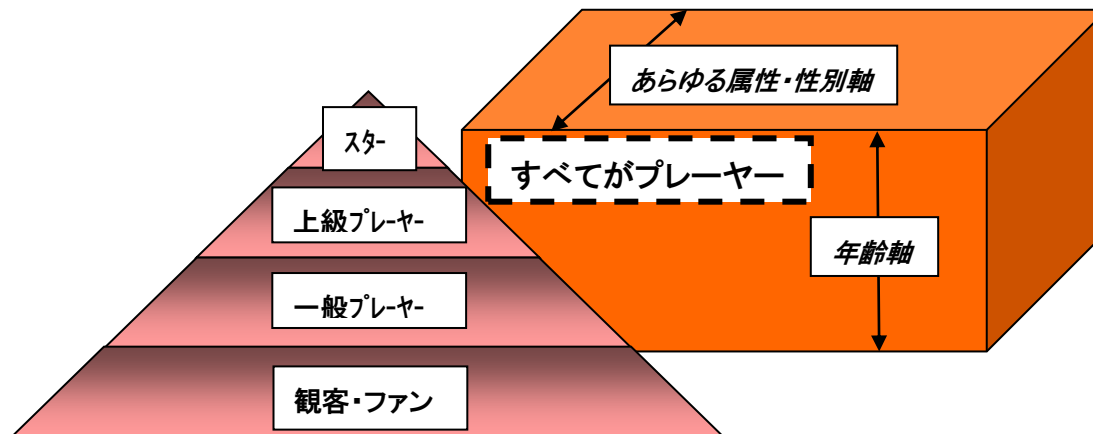
2019年3月、アジアの5地域の代表(日本、台湾、香港、澳門、深圳)が日本に集まり会議をおこなって、アジアドッジビー連盟(ADF)の発足を決議しました。

<Japan Original DODGEBEE>



ドッジビーの特長

- 自・他ともに高い安全性 ➔ 自分も、相手も、周辺のヒト・モノに対しても、安心、安全！
- 高く、広い汎用性 ➔ 体力(学年の差)／性別(男のコと女のコが一緒に)／年齢差(大人も、子どもも) なし。
- 全国で／着実な普及 ➔ 教育現場(小学校)での採用。行政(に準じる)主催大会が多数、開催される。



ドッジビーの基本理念(協会の普及方針)

年齢や性別、スキルの上下によるピラミッドではなく、今までスポーツを苦手と思っていた人たちスポーツに縁が薄かった、何処にでもいる普通の人たちを、さらには障がい者、高齢者を含めた皆さんを対象にして目指すのは全てのスポーツの入り口として機能すること。と考えています。

ドッチビー販売推移

2000年度に年間2万枚からスタート。

ベルマークポイント交換でも常に人気、上位!

児童館、スポーツセンターなどへの導入も多数。

主な販売先は以下の通り。

- ① スポーツチェーン店 スポーツウオリィ、スポーツデポ、セビオなど
- ② 大型小売チェーン店のスポーツ・玩具売場 トヨコト、ジャスコなど
- ③ 玩具チェーン・電器チェーン店 トイザラス、アガパン本舗、ビックカメラなど
- ④ バラエティ・ディスカウント店 ロフト、東急ハンズ、ドン・キホーテなど
- ⑤ 教材問屋関係
- ⑥ 通信販売関係

2016年以降、年間18~20万枚で毎年、安定した推移を示しています。

2007年度チャンネル別販売調査より	総販売数	学校関係
① スポーツ関係 (小売・問屋含む)	50,000	30,000
② ③大型チェーン関係	45,000	
④ 雑貨関係	10,000	
⑤ 教材問屋関係	25,000	25,000
⑥ 通信販売関係	10,000	3,000
43% 合計	135,000	58,000

年度	販売枚 (前年対比)	累計枚数
01 年度	約 33,000 (65%UP)	53,000
02 年度	約 42,000 (27%UP)	95,000
03 年度	約 52,000 (24%UP)	147,000
04 年度	約 65,000 (25%UP)	212,000
05 年度	約 70,000 (8%UP)	282,000
06 年度	約 120,000 (72%UP)	402,000
07 年度	約 135,000 (12%UP)	537,000
08 年度	約 170,000 (25%UP)	707,000
09 年度	約 185,000 (8%UP)	892,000
10 年度	約 185,000 (0%)	1,077,000
11 年度	約 200,000 (8%UP)	1,277,000
12 年度	約 200,000 (0%)	1,477,000
13 年度	約 200,000 (0%)	1,677,000
14 年度	約 210,000 (5%UP)	1,887,000
15 年度	約 185,000 (-13.5%)	2,072,000

ドッチビーの競技人口

2016年3月末時点での体験者はすでに1500万人。
(ディスクの販売数量から導いた理論値となります)

◆ ①～③に基づいた(A)～(C)の合計(数値は全て2005年度末調査当時の数値)

- ① ドッチビーディスクの累計発売数(前ページデータより) = 25万枚
- ② 全国の小学校数(文部科学省HPより) = 23,124校
- ③ 総児童数(文部科学省HPより) = 7,197,460人

- (A) 備品として導入済み小学校は2,500校以上、約10万枚
学校総数全体の10.81%となり、これを総児童数にあてはめると、約77.8万人の小学生が体験。
- (B) 小学校を除く学校系備品(幼稚園、中学校、体育施設、地域クリエイションセンター、養護学校など)は約5万枚
1枚あたり10人が遊んだものとして、約50万人が体験。
- (C) 残りとなる一般個人購入された分10万枚は、1枚あたり5人が遊んだものとして、約50万人が体験。

よって、2005年の体験者の総合計(A+B+C)は、180万人

◆2015年度(2016年3月末集計)時点での累計発売数量は207万枚(②販売推移より)

2005年調査時点との比較をすると、約8.28倍に伸張しており、その割合を当てはめると、
現在の体験者総合計は、約1500万人となる

日本ドッチビー協会

日本ドッチビー協会(DBJA)はドッチビー普及の専門組織として
2008年10月に設立されました。

普及活動の指針

- (1)一般への表記認知 / ドッチビーは<ドッチ>あえて“ヂ”と表記して「ドッチと言えバ=ディスク」の認知を目指します。
- (2)スポーツ種目として / 誘われて(すぐに)やれるスポーツ、誘いやすいスポーツ No1を目指します。
- (3)普及組織スローガン / 年齢・性別さらに学歴、
国籍や肌の色を問わず、
すべてのヒトに『笑顔』を！
『 Smile for All 』



Smile for All



—— 次世代を担う子どもたちを中心に、体力向上や異世代コミュニケーションの場をつくること を目指しています ——



日本ドッチビー協会

正式名称 : 一般社団法人日本ドッチビー協会

英文/略称 : Dodge Bee of Japan Association / DBJA

所在地 : 〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 2-46-302

TEL : 03-3264-3626

FAX : 03-3264-3627

E-Mail : support@dbja.jp

URL : <https://www.dbja.jp>

DBJAの四ヶ年計画

活動の具体的な目標として4年を1期として計画を策定し、複数年にわたる方向性を明確にして活動をしてきました。

第1期 <2008～2011年>

2008年協会設立時、草の根活動へ特化した組織としてスタートしました。

【講習会の受託】をメインとして【全国各地の地域大会の支援】支援施策として垣根の低い『認定大会』制度を導入。

➡（詳しくは別紙、『認定大会 総括レポート』をご参照ください）

第2期 <2012～2015年>

日本の首都、東京での開催となる2013年国体でのデモスポ種目への採用を照準としました。

併せて主催大会を開始することで指導・審判員の養成活動に着手するとともに大会運営のノウハウを蓄積。

➡（詳しくは別紙、『主催・主管行事』をご参照ください）

第3期 <2016～2019年>

・**一般社団法人**の登記を2016年3月(2015年度)に完了、法人格を取得してスタートした第3期。

・法人格を取得したことで日本スポーツ振興センターのtotoスポーツくじの助成を受けられることになりました。



- ・設立12年間の集大成として**2019年度内に「東京ドームで全国大会を開催」**を目標と決めました。
- ・全国大会開催に向け競技面の準備として既存種目の全面的なルール改定を2016年に実施。
- ・さらに4番目の公認推奨種目、ディスクゲッタードッチをリリース、高齢者・障がい者へ対応を本格化。
- ・2018年、障がい者向け新規イベント Unified Flyingdisc Sessionを開始。

第4期～四ヶ年計画

<2020～2023年>

第3期計画の目標とした東京ドーム全国大会の開催は最終年、2019年、秋の時点で確定できず、結果としては目標を達成することはできない状況となりました。

但し、東京ドームでの全国大会開催は諦めることなく、目標として引き続き継続して掲げて、その実現に向けたステップを含め、次期、第4期～四ヶ年計画を2020年3月までの間で開催する予定の協会通常理事会にて決定をいたします。