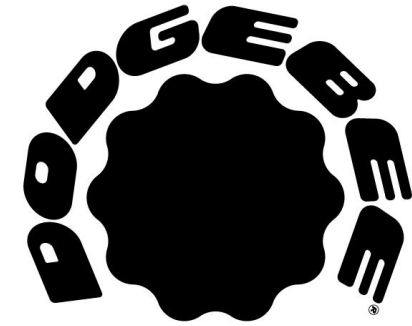


外へ出よう、体と気持ちを動かそう！



ドッジビー概要

2021年版

日本ドッジビー協会



ドッチビーとは

今、現在、ドッチ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。

ドッチビーは競技／用具ともに日本が発祥です。

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！

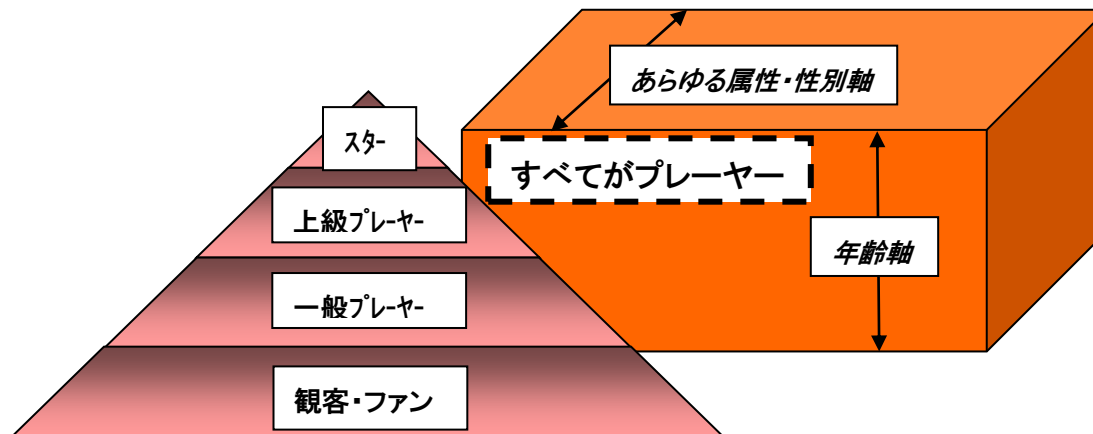
2019年3月、アジアの5地域の代表(日本、台湾、香港、澳門、深圳)が日本に集まり会議をおこなって、アジアドッチビー連盟(ADF)の発足を決議しました。

<Japan Original DODGEBEE>



ドッチビーの特長

- 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(男のコと女のコと一緒に)／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。



日本ドッチビー協会の普及方針・基本理念
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。

ドッチビーディスクの推移

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 スポーツウオリティ、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 トイザらス、ジャスコなど
- ③ 玩具チェーン・電器チェーン店 トイザらス、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
学校関係の比率 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「ドッチと言えは=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>