

スポーツ観戦環境の設計(Ⅲ)

-変容するスポーツ・ベニューとその未来-

橋本純一

信州大学学術研究院総合人間科学系

Design on Spectator Sport Environment III

-Changing Nature of Sport Venue and its Future-

Junichi HASHIMOTO

School of Humanities and Social Sciences, Shinshu University

キーワード：スポーツ観戦環境、スポーツ・ベニュー、スタジアム建設

Keywords: Spectator Sports Environment, Sport Venue, Stadium Construction

1. はじめに

これまで筆者は一連の論稿(橋本, 2010, 2014, 2017, 2018a, 2018b)においてポピュラー・スポーツ(特にサッカーや野球)の観戦環境(スタジアム/アリーナ)は、時代の潮流や社会や社会関係と同調あるいはネゴシエーションをしながら新設または改修が行われてきたこと、そしてその際、スポーツ観戦空間は、経済的パワー、政治的パワー、文化的パワーの重層的な交渉状況によってさまざまな様態を現わすことを検証してきた。そこでは主に日本及びドイツのスポーツ観戦空間が複雑なパワー・ネットワーク(ハーグリーブス, 1993)に関わる少数のエージェントが、巧妙な戦略に基づいてヘゲモニーを行使するさまが明らかにされた。

本稿では、まずスポーツ観戦空間(特にここでは観戦会場=スポーツ・ベニューとその周辺)の意味により深く迫るため、伝統的なスポーツ・ベニューの意味を検証する。次に、それを踏まえた上で、変容する現代スポーツ・ベニューの実態を今課題で訪れたベニューを中心に詳述し、最後に、未来のスポーツ・ベニューの行方について、どのように発展/進化してゆくのか、或いはどのようなポジティブな発展が考えられるのかをクリティカルに検討する。

2. 伝統的スポーツ・ベニューとその意味

筆者は前号(橋本, 2018b)において、イングランドのサッカー・サポーターが、伝統的にい

かに彼らの支援する地元サッカー・クラブとグラウンド(スタジアム)に深い意味と感情的重要性を持っているかについてトポフィリア(場所愛)の概念を援用しつつ論じた。そこでここでは、まずイングランドの伝統的スポーツ・ベニューの意味を補足的にレビューした後、アメリカの国民的娯楽・ベースボールの伝統的スタジアムの意味について考察する。

英国の伝統的スポーツ・ベニュー、特にサッカー・スタジアムの設計におけるプライオリティは、とにかく多くの人がスタジアムに入りゲームを見ることを可能にすることであった(Sheard, 2005)。当時、英国におけるスタジアムの多くはスコットランドの建築家 Archibald Leitch によって設計されたもので、マンチェスター・シティーのメインロード・スタジアム(1923年竣工)は1934年のFA杯のストーク・シティーとのホームゲームで84,569人という最多来場観客数記録を作っている。大観衆を収容できるこのようなスタジアムは車社会が到来する前に建造されたこともあり、駐車スペースがほとんどなく、サポーターにとって試合に行くということは、スタジアムの周辺空間(パブ、ファストフード店、賭け屋、露店、路地や目抜き通り)に焦点を当てるということであった(Kelsall, 2000)。つまりスタジアムへの(またはスタジアム帰りの)行程における経験が大切なものであったのである。数十年間、あるいは(クラブによっては)半世紀以上を通して、確立された試

合の日のルーティンは、サッカーのサポーター、路上販売員、騎馬警官、その他大勢が共同して実践、パフォーマンスを繰り広げ、感覚的に独特のカーニバル的雰囲気を作り上げていた。そしてそれらは強度と意味において強弱はあったが、周期的に生み出されていたのである。

ベースボールが形を整えて広く普及していくのは19世紀後半から20世紀初頭におけるアメリカ合衆国の目覚ましい経済成長と歩調を合わせている(杉本,1990)。19世紀後半においてはベースボールの発展の担い手はアメリカのスマールタウンの支配層である小規模な銀行家、商人、製造業者等のミドルクラスであった。しかし20世紀に入ると社会経済的な構造に変化が生じ、大規模な製造業、ナショナルマーケット、大法人企業、金融資本主義といった要素がいくつかの大都市にその経済的なパワーを集中していく。そこで台頭してくるのがそれらに依存するホワイトカラー/新しい中間層である。彼らは町の隣人たりの評判より、産業社会や組織における仕事によって自分たちの生き方をアイデンティファイさせようとした人々である。プロのベースボールもまずは10の大都市で隆盛した。そのプロセスにおいてスマールタウンの幻像とそこでの倫理的な肉体の理想像「男らしさ(男らしい肉体)」を、大都市のスタジアムに浮かび上がらせ、懐かしい故郷を想起させる意味を持っていた。そこはスマールタウンの緑の芝のフィールドを再現した夢の舞台であった。例えば、株式取引所関係者や官僚らのホワイトカラーは午後2時~3時に仕事を終え、3時~4時開始の試合を楽しんでいた。それは大都市に生きる人間のアルカディア幻想、換言すれば大自然の風景に囲まれた生活に一種のユートピアを求める幻想を具現化する仕掛けとしての意味合いがあったのである(内田,2007)。このような新中間層が高度大衆消費社会(後期資本主義社会)の訪れとともに、スタジアムにおける興奮と熱狂の快楽を志向する群衆のひとりと化するのに時間を要した。その象徴が米国消費社会のアイコン、ベブルース(lipsky,1981)と「ルースの建てた家」とよばれるヤンキースタジアムであった。大規模スタジアムの中で、新中間層と呼ばれる人々は、家庭の規範や生活基準、あるいは組織の行動基準、換言すれば「禁

欲」から離れて、他の階層や人種や性と混ざり合い、消費主義における「快楽中心の肉体」の理想像を追っていたといえる。

3. 現代スポーツ・ベニューの変容

伝統的スポーツ・ベニューにおけるスペクテイターの主な客層こそ違っていた(英国サッカーはいわゆるワーキングクラス、米国ベースボールではアッパー・ミドルクラス)が、器的特徴的には「巨大で観客の収容力を重視」という点では同類であった。

しかし後期資本主義の社会構造、雇用形態、社会階級等における著しい変容が、スポーツやレジャーのあり様にも大きな影響を与えてきた。

多くの現代ポピュラースポーツとそのベニューの歩調を合わせた発展は世界中の先進資本主義国にみられる。例えば、グルノー(Gruneau and Whitson, 1993)は戦後カナダで隆盛する都市化とそれに伴う労働者の大都市または地方中核都市への移動の注目している。この両者は「都市近郊の高級住宅地化」と「フランチャイズ化したショッピングモールの激増を促し、多くのスマールタウンにおける公営アイスホッケー場の閉鎖や地方中核都市におけるメジャーリーグホッケー・ベニューの開設へ導いた。また、ニールソン(Neilson, 1995)は戦後の社会的・経済的変化は北アメリカの現代ベースボールに影響を与えてきたとし、次のように続ける。「1950年代までに多くの北米の野球場は築40年を超えて、アメリカのミドルクラスの富裕化と自動車保有の増加に伴い、車社会化と郊外化が進展し、多くの野球チームが郊外にそのホーム・ベニューを移転させた。アメリカのミドルクラスの人々は過密な街中を飛び出た上に、レジャーやエンターテインメントのために町の中心部に出かけることも気乗りではなかった」と。果たして、郊外ショッピングモールの発展に伴い、北アメリカのスポーツ・スタジアムは街中から離れた幹線道路網上の立地を選び始め、それは他の娯楽施設やエンターテインメント施設と近距離に建造されてゆく。1960年代になると50年代から本格的に普及したテレビ放送の影響を受け、生観戦の客足が減少傾向になったこともこの郊外化の傾向を加速させた。そこでは風雨にさらされず、テレビ同様の映像と音響が体感

できるような機能を備えたスタジアムが次々と誕生した。それらはどれも特徴のないすり鉢形の外観、人工芝、多種目対応等、同じような機能を保持し、その無機質で味気ない佇まいから、コンクリート・ドーナツ、あるいはクッキー・カッター・スタジアム（敢えて日本語にすると「金太郎飴スタジアム」）と揶揄されていた。同時期にはヒューストンのアストロドーム（図1）を先駆けとしてドーム型スタジアムも多く建設された。その流れに乗り遅れること20年以上、日本でも東京ドームや福岡ドーム＝現ヤフオクドーム（図2）等も造られている。これらは、屋根による風雨の悩み解消、大スクリーンによるテレビに似た映像の楽しさを提供したが、一方で、（人工芝による）選手の体への負担増加、ファウルゾーンが拡大されたことに起因する臨場感の減少、狭いコンコースと席サイズ、数少ないトイレ等、多くの低評価をもたらした。



図1 アストロドーム

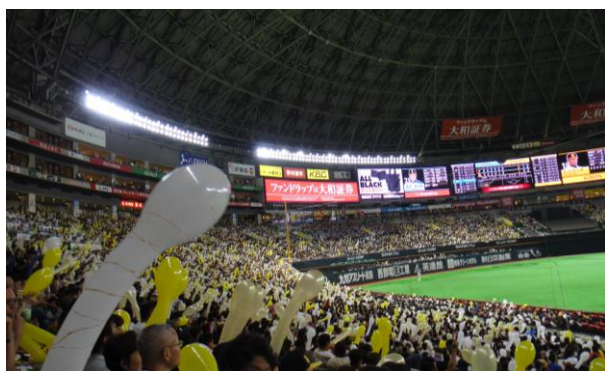


図2 福岡ドーム（2018年9月時点：ヤフオクドーム）

その後のヨーロッパのサッカー・スタジアムや北米の野球場に押し寄せた改革の波の概要に

ついては本年報第39号（橋本，2017）において時代背景とともに記したので、ここではそれらの有する特徴の実態について具体的に示してゆくことにしたい。

まずは自然環境的な意味でのサステナビリティである。1976年、第12回冬季オリンピック開催予定のアメリカ・デンバー市が環境保護団体の強力な抗議活動に遭い、大会を返上した後、スポーツ・ベニュー建築も折に触れ、同様の抗議活動に遭遇することとなっている。英国ブライトン郊外のファルマー・コミュニティ・スタジアムは周辺のイングランドらしい自然景観を損ねる危惧を抱いた人々の抵抗（Barrett, 2007）にあい、建築反対派との14年に及ぶネゴシエーションの末に2011年ようやく完成にこぎ着けた。本年報第40号で取り上げたドイツ・フライブルグの事例（橋本，2018）では約10年、日本でも、2020年に竣工予定の京都スタジアム〔仮称〕（図3）も新設計画が具体化してくる2006年頃からやはり10年以上に亘り、自然環境、あるいは美しい自然景観とどう折り合いをつけるかをめぐってネゴシエーションが繰り返られていた。



図3 JR亀岡駅に隣接して建設が進む京都スタジアム〔仮称〕（2019年3月時点）

エコ仕様という点においても様々な工夫がみられる。オーストラリア・メルボルンのAAMIパーク（図4-1、図4-2）のユニークで美しい外壁はその代表例である。その素材はアルミとガラスの2種類の三角パネルとバイオフレームと呼ばれる全長21kmに及ぶ雨樋で構成されている。屋根全体に張り巡らされた雨樋は

8000 m³もの雨水を地下に溜め込むことができ、水洗トイレと天然芝への散水に利用されている。またその主な素材をアルミとガラスにしたことによって、スチール使用量を従来比で50%削減したという。さらにLEDの特殊な照明システムも従来の投光照明に比して1/10の電力で済み、様々な局面において環境に優しいものとしている（AAMI Park, 2019）。



図 4-1 メルボルン AAMI パークの外観/昼



図 4-2 AAMI パークの外観/夜：メルボルン・ヴィクトリーFCのクラブカラー・紫

また現代スポーツ・ベニューは経済的サステナビリティも問われている。1年365日のうち、プロ野球場では280日、サッカー・スタジアムでは300日以上は試合がなく、ほぼ収益が上がらないため、その改善が積極的に行なわれている。まずベニュー・デザインにおいてクラブシートやエグゼクティブ・スイート・ボックス（あるいはスカイボックス）と呼ばれる特別観覧室等を設けて高額支出する企業顧客をターゲットに置く戦略が普及してきている（図5）。通常、このような部屋を30室—50室備え、さらにクラブラウンジ（図6、図7、図8）もパーティ・会議用に日常的に貸し出し稼働させることによって億単位での収益が見込まれるようになっている。



図 5 AAMI パークのエグゼクティブ・スイート・ボックス



図 6 ロッド・レーバー・アリーナ（メルボルン）のVIPラウンジ



図 7 BBVA COMPASS スタジアム（ヒューストン）のゴール裏クラブラウンジ

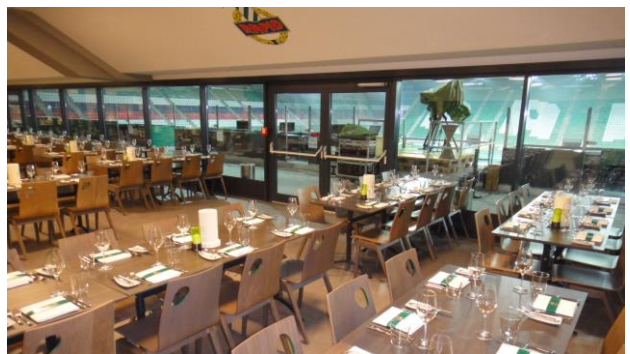


図 8 アリアンツ・スタディオン（ウィーン）のクラブラウンジ（最大2000名収容）

アイデンティティやプライドを喚起するための工夫が様々な様式で表現されてきていることも現代スポーツ・ベニューの大きな特徴といえよう。前出の AAMI パークは、古代ギリシャから勝者に授けられてきた月桂樹の冠をイメージさせる外観を誇り、2012 世界スタジアム会議において「最もアイコンックで文化的価値あるデザイン賞」を受賞している (AAMI Park, 2019)。

近年はグッズや席やグルメ (図 9) だけでなく、ベニューのあらゆるパーツにクラブカラーを配して、ファンのアイデンティティを刺激・アピールする傾向にある (図 4-2、図 10)。

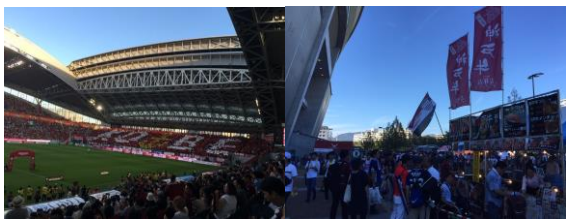


図 9 ノエビアスタジアム神戸の観覧席とスタジアム・グルメ

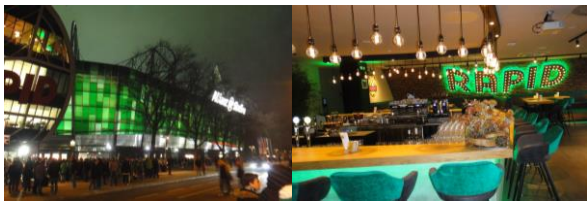


図 10 緑を駆使したラピッド・ウィーンのアリアンツ・スタディオンの外壁と常設バー

外観だけでなくインテリアや着席した時に開ける景色/景観に配慮するスタイルも増加している。敢えて客席数を縮小して、各都市が自慢の自然、名所、高層ビル群等が客席から楽しめるようにするものである (図 11、図 12)。ただし、この借景を用いる手法については (特にサッカーにおいては) 非日常的で一体感のある劇場空間の創出には不適切という考え方の下、敢えてスタジアム周辺を見えないようにする手法も顕在化していて、二極分化しているといえる。



図 11-1 小倉の海を借景にしたミクニワールドスタジアム (北九州市)



図 11-2 小倉の海を借景にしたミクニワールドスタジアム (北九州市)



図 12 外野席を縮小し、高層ビルを借景としたサンディエゴのペトコパーク

4、スポーツ・ベニューの未来

これまで紹介した現代スポーツ・ベニューは、Ouroussoff (Ouroussoff, 2005) が「ほとんどの新スタジアムは後期資本主義の価値を映し出している・・・それらは企業向けエグゼクティブ・ボックスと多くの売店を有し・・・確固たる階級ヒエラルキーと大衆のメンタリティの奇妙なブレンドを呈している」と記した様相となっている。このような状況は、余程の社会的なパラダイム変革が生起しない限りは継続してゆくであろう。それぞれの社会体制が民主主義であろうが、中東のような世襲的君主制または独裁制であろうが、スポーツ・ベニューは都市の生成と再開発を担う世界共通のツールであり続けるだろう。日本においてもいくつかその萌芽をいくつかみることができる。

ジャパネットホールディングスの立ち上げた「長崎スタジアムシティプロジェクト」 (PRTIMES, 2018) はその代表例である。長崎駅の北側に位置する長崎スタジアムシティは、サッカースタジアムに沿ってホテル・マンション・オフィス・マーケットが配置される大型多機能複合型の都市生成・再開発構想である。長

崎市をホームタウンとするV・ファーレン長崎の親会社・ジャパネットホールディングスは2018年11月、三菱重工との間で、長崎造船所・幸町工場跡地(図13)の売買契約を正式に結び、新スタジアム構想の実現に向けて大きく舵を切った。



図13 長崎造船所・幸町工場跡地

V・ファーレン長崎のこの契約は、構想から用地取得まで異例の速さで実現したという意味で画期的である。民主導によるこのような事業スキームは、官主導に比べ優先交渉権決定から跡地のパース公表に至るまでスピード感が違う好例である。タスクフォースも早々に組織されていたと思われる。官主導は予算や手続きの都合上、「今年度中に」が決まり文句となったり、行政側に決定権がある中で、クラブや協議会と首長・当局との考え方が乖離して遅延するケースも多い。この点で前号で取り上げたフライブルク新スタジアム政策決定プロセス(橋本、2018)やサンフレッチェ広島(注1)の新スタジアム政策決定プロセスとは対照的である。

また、テクノロジー的な技術革新が進展し続ける状況において、「多様性」や「ハイブリッド化」が容易になり、キー・コンセプトになっていくであろう。シカゴのジョン・ハンコック・センターが魁となり、超高層ビルは、ここ数十年の間にオフィス(単一)機能ビルからマンション、レストラン、ショップ、病院、スイミング・プール、場合によってはアイススケートリンク等も含むものとなってきている。近年、スタジアムにもスポーツ以外の様々な機能を持たせるポテンシャルが存在することを証明する事例が出てきている。シンガポールの「アワ・タンパインズ・ハブ」(図14、図15、図16)は、スタジアム周りにショッピングモール、レストラン、劇場、多目的広場、体育館屋上コミュニ

ティ菜園、図書館、市役所等を備えた巨大施設である。そこでは専門家のみならず、スポーツ無関心層を含めた周辺居住者が設計過程で共同参画したという点で示唆に富むものである。



図14 アワ・タンパインズ・ハブのピッチに面した図書館ロビー(左)とスタジアム周り



図15 アワ・タンパインズ・ハブの多目的広場のステージ

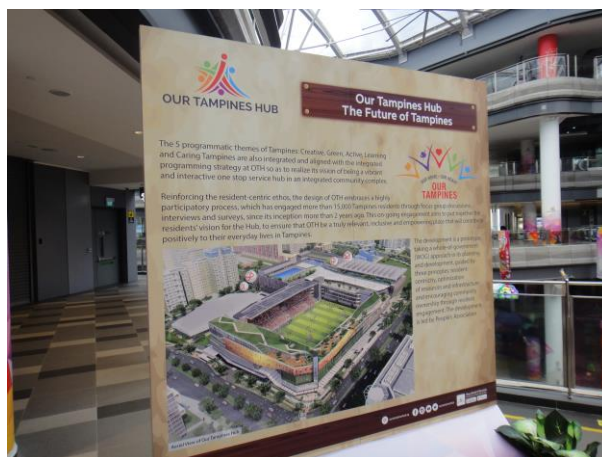


図16 アワ・タンパインズ・ハブのコンコース(ジョギングコース兼用)に設置された案内板

さらに技術革新の波は建築素材とその工法に影響を与え、新たな可能性を提供する。急速に普及し始めたポリカーボネート、熱可塑性フッ

素樹脂の PTFE (図 17) や ETFT、耐火重量木材等の先進機能性は、伝統から導きだされた経験知と融合し、新たな形状だけでなく、ライティング (照明)、音響、空調システムの進歩にも大きな影響を及ぼすであろう。人間の視覚、聴覚、触覚に訴えかけ、共振させ、楽しませる仕組みが洗練・構築されてゆくだろう。



図 17 先進ファブリック (PTFE) の屋根を降下させ臨場感・劇場感を増す仕掛があるバンクーバーの BC プレイス・スタジアム

スポーツ・ベニューはこれからも喜怒哀楽等の諸感情、政治的野望、文化社会的価値/イデオロギーを反映させながら、これまで変容させてきた諸パワーをもって、これまで以上のスピーディな工期で建造され、デザインもより洗練されて行くであろう。その際、ファンやベニューに関わる人にとって意味のある空間とは、これまで述べてきたように場所への愛着 (トポフィリア) が湧くか否か、家あるいは家族的感情、さらには神聖な感情を抱けるか否か、がポイントとなる。そこでは諸感覚 (五感) へのアピールとその共振/共鳴が重要で、この点でも新テクノロジーが大きな役割を担ってゆくであろう。

2014 年、「生まれてから死ぬまでファンでいてくれる人のために」のスローガンの下、ブラジル・コリンチャンス・フットボール・クラブは、ホーム・スタジアムのアリーナ・コリンチャンスの中に 70000 世帯用の共同埋葬スペースを備えた施設を設ける計画を表明した (Montes, 2014)。そこではウィーンでみた (橋本, 2017) スタジアム内洗礼室と合わせ、サポーター/ファンにとっての究極のクラブ/ベニューに対するアイデンティフィケーションの姿をみることができる。

以上、検証してきたように、急速に変容・進化する社会において私たちは、スポーツ・ベニューが今後ともひとつの文化として人々の生活を豊かにし続けるポジティブな存在になるべく、それをクリティカルに見守っていくスタンスが一段と重要になってくるであろう。

(注 1) サンフレッチェ広島の新スタジアム候補地は、約 10 年に亘って紆余曲折・迷走したが、2019 年 2 月 6 日時点で、候補の旧市民球場跡地、広島みなと公園、広島中央公園から、広島中央公園 (図 18) に絞り込まれているが、近隣の基町住民の反対運動もあり予断を許さない状況という (ひろすぼ!, 2019)。



図 18 広島中央公園から基町高層アパート方面を望む

【付記】本研究は日本学術振興会科学研究費助成事業の交付金助成 (課題番号: 16K01699) を受けて実施した。

【謝辞】本研究では、シンガポール・ゲイラン・インターナショナル FC のジェネラルマネージャー: Andrew Ang 氏にご協力を頂きました。この場を借りて感謝申し上げます。

【参考文献】

AAMI Park, (2019) Online. Available

<https://www.aamipark.com.au/about/history/>

(2019 年 3 月 4 日閲覧)

Barrett, S. (2007) "Appeal against Falmer would be wrong say fans," *The Argus* (26th July 2007). Online. Available

https://web.archive.org/web/20081203212848/http://www.theargus.co.uk/news/indepth/falmerstadium/falmernews/display.var.1576805.0.appeal_against_falmer_would_be_wrong_say_fans.php

(2019 年 3 月 4 日閲覧)

Gruneau, R. and Whitson, D. (1993) Hockey

- Night in Canada, Toronto: Garamond Press.
- ハーグリーブス, J. (1993) 『スポーツ・権力・文化～英国民衆スポーツの歴史社会学～』 佐伯聡夫・阿部生雄訳、不昧堂出版.
- 橋本純一(2010) 「スポーツ観戦空間～そのパースペクティブ及び現在と未来～」 『スポーツ観戦学』 橋本純一編著, 世界思想社.
- 橋本純一(2014) 「ポピュラー・スポーツとスポーツ観戦環境～近年のスタジアム/アリーナの建設政策を中心に～」, 環境科学年報第 36 号, 信州大学.
- 橋本純一(2017) 「スポーツ観戦環境の設計 (I) ～モダンスタジアム・デザインの変遷と具体例～」, 環境科学年報第 39 号, 信州大学.
- 橋本純一(2018a) 「プロスポーツの観戦場所環境マネジメント～スタジアムの国際比較から～」 文化資本研究 1, 文化科学高等研究院出版局.
- 橋本純一(2018b) 「スポーツ観戦環境の設計 (II) ～モダンスタジアム・デザインの変遷と具体例～」, 環境科学年報第 40 号, 信州大学.
- ひろすぼ! (2019) 「マチナカ、スマートスタジアムにサンフレッチェ広島の久保会長が 30 億寄付表明で広島市大助かり、基町住民『静かな環境壊さないで』の声は広島市最大の難問、中央公園広場に建設場所絞り込む方針で」, ひろすぼ! 2019 年 2 月 6 日付.
<http://hirospo.com/pickup/53957.html>
(2019 年 3 月 6 日閲覧)
- Kelsall, G. (2000) 'From the Victoria Grounds to Britannia Stadium: Remembering and reinventing the experience and identity of place', in T. Edensor(ed.) Reclaiming Stoke-on-Trent: Leisure, space and identity in the potteries, Stoke-on-Trent: Staffordshire University press.
- Lipsky, R. (1981) How We Play the Game: Why Sports Dominate American Life, Beacon Press.
- Montes, E. (2014) "Corinthians Build Cemetery for Fans to Spend Eternity Alongside Stars," *The Guardian* (31 October 2014).
- Neilson, B.J. (1995) 'Baseball' in K.B. Raits (ed) *The Theatre of Sport*, Baltimore: Johns Hopkins University Press, p.50.
- Ouroussoff, N. (2005) "When the stadium Makes a Statement," *The New York Times* (19 June 2005).
- PRTIMES (2018) 「長崎・幸町工場跡地活用事業 進捗のご報告 ～大型多機能複合施設からワクワクを創出～
https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000041_000016651.html
(2019 年 3 月 6 日閲覧)
- 杉本尚次(1990) 『ベースボール・シティ～スタジアムにみる日米比較文化』 福武書店.
- 内田隆三(2007) 『ベースボールの夢～アメリカ人は何を始めたのか』 岩波書店.
- Sheard, R. (2005) Stadium: Architecture For The New Global Culture.
(原稿受付 2019. 3. 22)