

見るスポーツから観るスポーツへ
—プロスポーツの直接観戦者数増加に向けた提言—

東海大学 萩ゼミ B

○井戸 梓 鷹丸 知香 手塚 萌子 中原 啓吾

1. はじめに

「スポーツライフ・データ 2012」の調査結果によると、テレビによるスポーツ観戦率は93.5%であり、スポーツ観戦に興味を持っている人はとても多いことが分かる。それに対して、日本における直接スポーツ観戦率^{注 1}は全体で31.7%しかなく、直接会場に足を運んで観戦している人は少ない。しかし、スポーツ観戦希望率は72.1%であることから、直接観戦することに興味はないわけではなく、何らかの理由があつて観戦に行けない人が40%以上である。そこで私たちは、この差を埋めるために、聞き込み調査や文献を通して原因を突き止め、解決策を考えた。その中でもここでは、直接観戦希望率の高い野球に焦点をあて、常に多くの人に足を運んでもらえる球場モデルを提案する。

2. 日本のスポーツ直接観戦率低迷の原因

「スポーツ産業論」によると、日本のプロ野球の観戦動機には、10要素あり、その中で「エンターテインメント」が最も重要視されている。また、その他のスポーツ観戦でも、共通して「スポーツ観戦をエンターテインメント（娯楽）として単純に楽しむ」ことが主な観戦動機であることが分っている。しかし、現在の日本の球場は、観戦応援以外の楽しみ方が少ないというのが現状である。それは日本の球場が「応援するため」「野球を見る」ことを目的として発展し、観客もそれに合わせた観戦をしてきたためである。その結果、観客の本当のニーズも応援と野球を見ることだけであると捉え、日本の野球はここまで発展してきたのである。つまり、観客がスポーツ観戦に求めている要素と実際の現場で満たされている要素とでは大きなズレが生じている。結果として、直接観戦に行きたい気持ちはあっても、時間や金銭を考慮すると、それほど価値を感じられず、間接的にテレビなどで観戦するにとどまっている人が多くなっているのではないかと考えた。

3. アメリカと日本の球場の違い

私たちは、実習の一環として、日本よりも観戦型スポーツとしての文化が根付いているアメリカで実際にいくつかの種目のスポーツ観戦をした。そこでは日本と違い、観戦をするためではなく、球場全体がテーマパークのようなエンターテインメント性があり、より非日常の雰囲気を感じた。2で述べたように、直接観戦の動機として「エンターテインメント」は特に求められている要素だ。直接観戦率と直接観戦希望率の差を埋めるためには、従来の日本の観戦スタイルを残しつつも、アメリカのような高いエンターテインメント性を持つ

た球場づくりが必要であると考えた。

4. 複合型球場モデルの提案

上記のように、日本でより球場に足を運んでもらうための強烈な動機を、人々に与えるためには、より「エンターテインメント性」を高めた空間にしなければならない。そこで私たちは、複合型球場を作ることを提案する。

4.1. 複合型球場とは

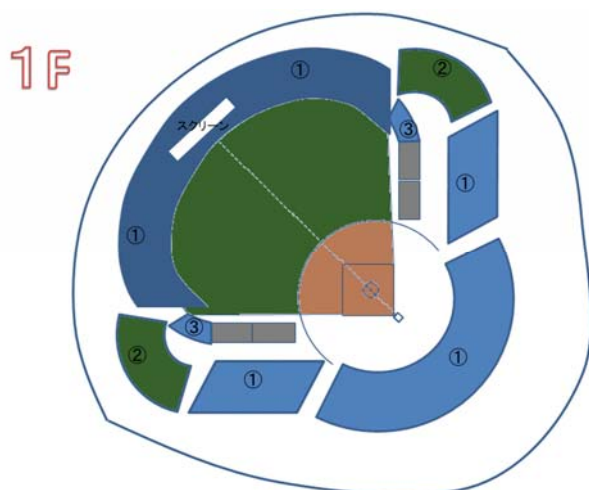
球場を「観戦する」「雰囲気味わえる」以外の付加価値を持った空間にするためのエンターテインメント性を持つさまざまな設備を取り入れたものをここでは、「複合型球場」と定義する。

4.2. なぜ複合型球場が必要なのか

聞き込み調査によって、会場へ足を運ばない理由として、時間がない、テレビで見られる、お金がないという声が多かった。例年、余暇活動の上位には、国内観光旅行や外食が挙がる。つまり、「スポーツ観戦」を一つの商品として考えた場合、どちらも時間・金銭消費型レジャーである。これらは今まで競争相手となっていたが、競うのではなく共存するための一つの例として、この複合型球場が必要だと考える。

4.3. 具体例

まず、前提としてこの複合型球場では、従来の球場に比べ30%程度座席数を減らす。これは、ここ数年のプロ野球での球場の稼働率を見ると70%を下回る球場が多いためだ。この方法によって多様な設備を作るための場所を確保できると同時に、空席を減らし満員に近い状態を保つことで、テレビで観戦している者にも、より場内の熱気や興奮が伝わるからである。

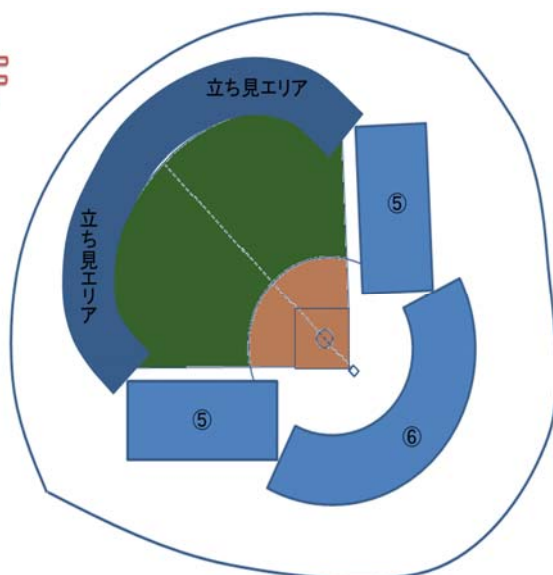


①「振動力発電」を導入した応援席

応援が分からず、球場に行きづらいという声が多かったため、従来の応援スタイルは特定のスペースを設ける。ここには応援の足踏みによる振動力発電^{注2}を利用した、応援システムを導入する。これにより、発電量をバロメーターとして、どれぐらい会場が盛り上がっているかを数値化することが出来る。この発電方法を利用して、観戦者の盛り上がりのきつ

かけづくりにする。このシステムを導入することで、今まで球場に足を運びづらかった人や初めての人でも気軽に応援を楽しむことができ、会場の盛り上がりも一緒に体感できる。そして発電量ログを解析することで、どのシーンに観客が盛りあがるのかが一目でわかり、球団の広報戦略に役立つ。

2F



②家族を対象にした人口芝エリア

人工芝エリアでは、リラックスした状態での観戦が可能である。

③子供を対象にした kid' s サプライズシート

Kid' s サプライズシートはブルペン横に設置しており、間近で選手の凄さを子供たちに体感してもらうことができる。それによって、子供たちに幼少期の頃から球場は楽しい場所であり、野球は身近なスポーツという印象を持ってもらいたいと考える。

④フードコート

野球を観戦しながら食事を楽しめるスペース。従来と異なり、テーブルやイスを完備。さらに、居酒屋方式のスペースも導入。

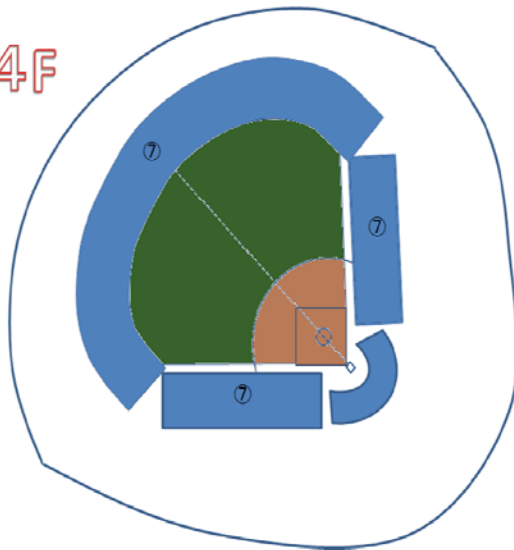
⑤ジムエリア

バックネット裏の2階部分に設置し、試合を見ながらジムで体を鍛えることができるようにする。最近のジムには、トレーニングをしながら音楽を聴いたり、テレビを見たりする人が増えていることから、直接観戦をしながらトレーニングができる環境は需要があると考えられる。

⑥個人利用スペース

3階から4階は、試合観戦ができる部屋が複数用意する。ここは宿泊施設としての利用も可能。室内にはテレビ、ソファ、テーブルなどを用意し、リラックスして試合を楽しめるような部屋づくりをする。

3~4F



実際聞き込み調査の中でも「公共機関が試合によって混雑する」「試合時間が伸びてしまい、終電に合わせて途中で帰るまたは、終電を逃してしまう」と話す人が多かった。そのため、球場と宿泊施設を融合させることは、移動や時間に縛られることなくスポーツ観戦を可能にし、遠方からも観戦に来やすい環境を作れる。

6 考察

これまで、日本の球場は野球を観ること以外の楽しみ方が少なく、エンターテインメント性に欠けていた。そのため観戦者のニーズと球場のつくりでズレが生じていた。この複合型球場を実現させた場合、人々が共有するものは「野球を観る」ということであり、それ以外の要素はできる限り自由に選択ができることで、野球だけではない楽しみが生まれ気軽に足を運べると考える。さらに、今までは勝敗や選手の記録やプレーだけに注目が集まっていたが、振動力発電を利用して数値化するシステムを導入することによって、球場のボルテージという新たなエンターテインメント要素が生まれることが期待される。そして、このシステムは、野球のみならず、多様なスポーツでも導入できる可能性を秘めている。

このモデルが球場のスタンダードになれば、日本における直接観戦率を 50%まで増加させることが可能である。

注 1) 体育館・スタジアム等へ足を運んで、直接スポーツを観戦する人のこと。

注 2) 振動により振動面に発生する圧力を電力に変換する発電方法である。

6. 参考文献

- 笹川スポーツ財団(2012) スポーツ・ライフデータ 2012
- 原田宗彦 スポーツ産業論 第5版
- 藤本淳也・松岡宏高 プロスポーツの観戦動機に関する研究Ⅱ
レジャー白書 2013 公益財団法人日本生産性本部
- 武藤泰明(2013) プロスポーツクラブのマネジメント【第2版】