

視点

新しいかたちへ ～街なかスタジアム～

日本プロサッカーリーグ(Jリーグ)理事
日本経済研究所 専務理事

ほうじ せんた
傍士 銑太



日本中の人々の心を痛めた東日本大震災の後、我々の生活スタイルの価値観は、経済優先から人を中心にした新しいかたちに、スイッチが切り替わっていくだろう。

今回、計画停電下におけるドーム球場の使用が問題になった。本場の大リーグでは、ドームで野球をする時代はすでに終焉している。その動きは、20年前にさかのぼる。人工芝から天然芝の上で、全天候型から青空や夜空の下で、車利用から徒歩や公共交通に乗って、多目的ドームから野球専用のモダンクラシクなボールパークへ。その立地は、離れた郊外から生活の場の街なかに回帰、中心市街地活性化の起爆剤になっている。

この流れは、欧州のサッカースタジアムも同じである。舞台は、単なる競技や観戦の場から、みんなが満足し街の誇りとして愛されるホームスタジアム、文化的にも経済的にも地域社会に貢献する多機能複合型スタジアム、プロスポーツのビジネス環境に相応しい専用スタジアムに進化した。こうした変化は、欧米人の生活スタイルの見直しを物語る。

スポーツは文化である。コンサートホールや美術館よろしく、大小を問わず専用施設でワクワクさせる劇場空間が舞台にふさわしい。入口正面にはホームクラブのエンブレムが表札として大きく飾られ、内外をホームカラーで彩られたデザインに、街のシンボルとして皆誇らしく胸高まる。すべてが個席で、四方が屋根に覆われ、コンコースが外気と仕切られた快適な観戦環境は、シーズンチケットを手に老若男女、家族みんなの憩いの場になる。長谷部誠選手がプレーする VfL ヴォルフス

- ブルク（ドイツ）では、スタジアム内に託児所やキッズスペースがあり、ゆりかごの時から仲間入り。ヘッドホンによる実況放送が聞ける視覚障がい者専用席や車椅子席も十分に備わる。あらゆる考え方の中心に人が在る。
- 環境にもやさしい“グリーンスタジアム”。緑（Urban Forest）に包まれ、屋根一面の太陽光発電パネルが自らの電力需要をまかなう。入場券は、当日の公共交通を利用できるコンビチケットに。飲み物を購入する際には、ゴミを削減するためにリユースコップを使う。
- もしも、大集客装置が街なかにあったら。Jリーグでは、毎週末に全国各地のホームタウン間を大勢のファンが移動する。観客数×試合前後の滞在時間＝市場規模、試合を離れた千人単位のアウェイファン＝“観光客”。そう考えると、浦和レッズのように、ホームに何万人アウェイに数千人のファンが駆けつけるチームになれば、その効果は計り知れない。試合のない日でも、欧米同様ショッピングセンター、レストラン、ホテル、ファンシヨップなどの複合機能が併設されると、人のにぎわいは絶えない。内部にある大小のビジネスラウンジは企業に貸し出され、商談やパーティに利用される。互いにホームの意識を共有しながらの“社交場”は、ビジネスチャンスの源となる。人が在っての経済である。
- わが国にも、新しいかたちの鼓動が聞こえて来た。昨年末、J2 ギラバントのホームタウン北九州市が、新幹線小倉駅の北500mに新スタジアムを建設する計画を発表した。
- 街なかにホームスタジアム。そんな人を中心にした生活スタイルの時代がやって来る。