

## アジアにおけるボールパークデザインと地域文化との結びつき

井原 摩子 | シニア・プリンシパル

スポーツは人々を結びつけ、国境を超えるものです。スポーツのルールは、世界中どこにおいても共通の言語のような役割を果たします。しかし、スポーツにおける競技用フィールドのサイズは国際基準で統一されている一方で、ファンのエクスペリエンスは必ずしも同じではありません。特にアジアでは、POPULOUS が野球などのグローバルなスポーツを展開する場所において、各地域に根ざした独自のエクスペリエンスを提供しています。

この記事は、アジアの野球場が新しい世代の選手やファンにどのように影響を与えているかを探る三部作シリーズの第二部です。第 1 部では、アソシエイト・プリンシパルの Seung-ho Lim が、スタジアムデザインがファンの期待にどのように応えているか、そして過去 20 年間に大規模なボールパークのアップグレードが行われた米国市場からどのようにインスピレーションを得ているかについて議論しました。しかし、Lim が指摘したように、米国のメジャーリーグベースボール（MLB）と日本のプロ野球（NPB：日本野球機構）リーグなどのアジアのプロリーグには類似点がありますが、北米モデルをそのままこの地域の会場に適用することはできません。

日本では、野球の起源は高校やアマチュアの競技にあります。100 年以上の歴史を持つ阪神甲子園球場のような会場は、地元でのゲームの精神を 1 世紀にわたって形作ってきました。日本の選手にとって、その場所でプレーすることは名誉であり、単なるゲーム以上の意味を持ちます。長い歴史を刻んできた会場は、人々が集まり、卓越の精神と友情を育む場となっています。



昌原 NC パーク（韓国）

## 地域に根ざした真のファン体験を創り出すこと

アジアの多くのファンにとって、野球は単なるスポーツ以上のものであり、国ごとに異なる社会的・文化的な現象です。私たちがボールパークを設計する際には、これらの違いを認識し、次世代のアジアのボールパークを意図的に設計する必要があります。

私にとって、子供の頃から野球の試合に通っていたので、野球場は安全で居心地の良い場所です。一人で行くこともできますが、何千人もの他の人々とつながっていると感じることもできる場所です。選手やファンにとって、明治神宮野球場のようなスタジアムは特別な場所です。東京・新宿にある明治神宮野球場は 1926 年に開場し、スポーツ好きなら一度は訪れるべき場所でした。

大学生の時、私はその球場でチケット販売やゲストサービスのアルバイトをしていました。そこで働くことで、場所を創造するデザインの力や、それが熱狂的なファンでなくても場所の雰囲気にもどのように影響するかを学びました。試合がない日でも、人々が静かなひとときを求めて球場周辺を訪れるのを見かけました。明治神宮野球場のような場所での思い出は永遠に残ります。ひとつとして同じ瞬間がないその魅力を追い求めて、昨年のシーズンだけでも、東京都内では明治神宮野球場で 30 試合、東京ドームでさらに多くの試合を観戦しました。

日本や台湾、韓国などの「野球狂」の国々、さらにはアジア諸国と北米の間で、ファンの応援スタイルや試合の楽しみ方に明確な文化的違いがあるのは驚くことではありません。私たちのデザインは、ファンがどのように試合を楽しむかを考慮し、子供の頃から感じてきた楽しさを体感出来るように、スタジアムが最高のエクスペリエンスを提供できるようにしています。

例えば、韓国ではソウル市政府と協力して、アジア初の野球ドームである[蚕室ドーム](#)を設計しています。このドームは 2 つのプロチームの本拠地となります。私たちは、北米モデルの良さを取り入れつつ、地元の野球文化と融合させ、より大きなホームチームファンのスタンドや、地元の試合での人々の動きを考慮し近接した通路を設けるなど、独自のデザインを作り上げました。

アジアでは、ホームファンの応援セクションは通常外野に配置されており、このエリアの収容能力を増やす必要があります。これは米国のボールパークでは必ずしも見られない特徴です。

通路の数を増やすことで、スタジアムの混雑したセクションでの人々の移動が容易になります。特に日本では、試合中に他の人に席を立ってもらうのは失礼だと思われたくない人が多く見受けられます。私もその一人で、試合中に飲み物を買に行ったり、試合が始まってから席を探したりする時にそう感じます。

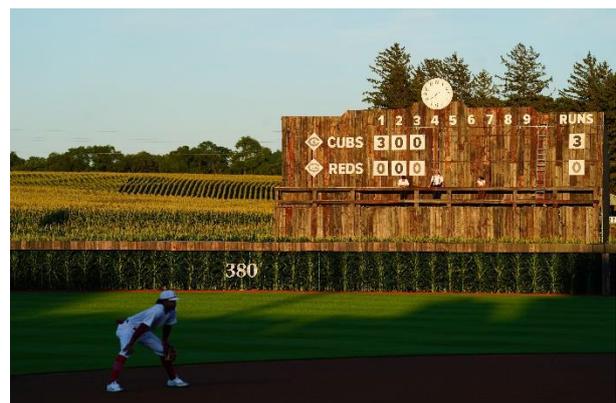
## 集団的なコミュニティの関与

私が世界各地で見た野球ファンのエクスペリエンスの最大の違いは、試合に対する集団的な反応にあります。北米では個々のエクスペリエンスや小さなグループのエクスペリエンスが重視されるのに対し、アジアではフィールド上のアクションに対するコミュニティの反応が重要です。夕日や花火、さらには雨の中でも、アジアでは異なるファンが創出するエネルギーを感じます。

日本では、ファンは組織的な応援や歓声に参加し、団結感と共有の目的を育みます。例えば、7回にスタジアムにカラフルなロケット風船を放つ伝統や、傘を開閉することで観客を一体化させる高度に連携された傘ダンスがあります。

私たちがスタジアム・アリーナを設計する際には、ボールパーク自体が人々を結びつけ、このチームの団結力を促進する方法を考えます。例えば、日本では専用のホームファンスタンドを備えたスタジアムやアリーナの設計に取り組んでいます。

日本の野球スタジアムには、いつも共感できる何かがあります。試合の裏側でさえも、毎回違う瞬間があり、その体験の一部になりたいと思わせるものがあります。私たちのスタジアムデザインでは、こうしたオフフィールドの接点を見つけ出し、それを活かして重要な瞬間をさらに盛り上げています。野球ファンとして、日本で新しいスタジアムが開発されることに大きな可能性を感じており、デザインを通じてこれらの瞬間をもっと特別なものにできることにワクワクしています。それは、文化的に日本らしく、誰もが訪れたいと思うような象徴的な場所にする必要があります。



MLB フィールドオブ・ドリームス (米国 ダイアーズビル)

世界中でスポーツやエンターテインメントの会場を設計してきたシニア・プリンシパルのブレット・ホワイトマンは、スポーツインフラが試合中にコミュニティの交流を促進し、より活性化するように設計できると考えています。

「ホームチーム専用の応援席を設置することで、ファンの熱気が一体となり、試合の中心的な存在になります。」

## ブレット・ホワイトマン / シニア・プリンシパル

ファンの一体感を高めるために、大規模なスタンドを設け、サポーターが一体となって応援を行いやすくしています。

この設計は、韓国のNCダイノスの本拠地である昌原 NC パークや、台湾の台北ドームで見ることができます。これらのアリーナは、米国のヤンキースタジアムのようにファンが縦方向に積み重なるスタンド構成の空間を楽しむ形ではなく、フィールドに向かって広がる大きくて深い地上レベルのスタンド構成となっています。



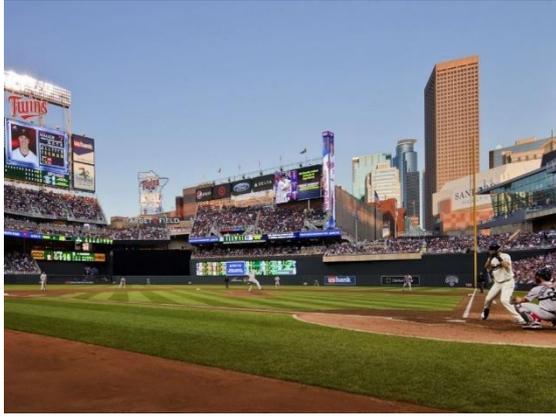
昌原 NC パーク（韓国）

### ファンを物理的にも感情的にもエクスペリエンスに引き込む

ボールパークのデザインは、エンターテインメント文化にも影響を受けます。日本では、野球や他の多くのスポーツへの関心がスタジアムから広告看板やテレビにまで広がり、人気選手は英雄視されます。このヒーロー崇拜文化の中で、試合日のエンターテインメントとコンサートなどの非試合日のエンターテインメントとの境界が曖昧になります。

米国では、試合中にチアリーダーがダンスや歌を披露することは珍しいですが、アジアではそれがショーの一部となっています。特に韓国では、K-POP 文化がスポーツ文化の一部となっており K-POP の歌手やダンサーが試合中にファンのためにパフォーマンスを行います。

韓国では、シーティングボウルの端にステージやパフォーマンスエリアを設け、ファンが試合中にパフォーマンスを楽しめるようにしています。シーティングボウルを設計する際には、観客が試合をより近くで観戦できるだけでなく、エンターテインメント体験を通じて感情的にも試合を楽しめるように考えています。これにより、そのセクションのファンに特別な体験を提供することができます。



ターゲット・フィールド (米国 ミネアポリス)

## 未来のスタジアムで交わる東西の融合

北米に固有のスポーツをアジア市場と融合させると、本当にユニークなものが生まれます。ゲームの本質は西洋と同じかもしれませんが、都市やファンがそのゲームの伝統を受け入れ、関わる方法は国ごとに大きく異なります。

例えば、日本では野球が 1 世紀以上にわたって人気があり、次世代が明治神宮野球場のような「場所」を体験し、自分たちの地元の思い出を作るための新しい機会を創出したいと考えています。これが私たちが目指すところです。

私たちのチームは、技術的な能力と文化的な理解の両方をアジアのボールパークの設計に取り入れるために、各専門領域のスタッフがそれぞれに国境を越えて、プロジェクトを支援しています。これにより、ファンが集まり、チームを応援するための特別に設計された空間を提供し、今後数十年にわたって楽しんでもらえるよう、場所の創造に取り組んでいきます。

### お問い合わせ：

井原摩子

シニア・プリンシパル | 日本事業統括代表

email: mako.ihara@populous.com

**POPULOUS**

H<sup>1</sup>O Aoyama

3-1-30 Jingumae, Shibuya-ku, Tokyo

150-0001, Japan