

アジアにおける複合空間開発・アクティベーションを通じて、野球ファンや訪れる人々のための多様な体験を創造する

ニコラス マリヨン | Head of Baseball Design – APAC

野球の試合がマイクロブルワリーへの旅行であり、セレクトショップでの買い物が野球の試合に足を運ぶ目的になるとしたら？それは未来のスポーツのためにデザインされたアジアのボールパークでのことです。

この記事は、アジアの野球場がどのように新しい世代の選手やファンにインスピレーションを与えているかを探る3部作シリーズの最終章です。第1部では、[アソシエイト・プリンシパルの Seungho Lim](#) がソウルで、[スタジアムのデザインがファンの期待にどう応えているか](#)を論じ、第2部では、[シニア・プリンシパルの井原摩子](#) が、[地元文化がボールパークのデザインに与える影響](#)について考察しました。井原が指摘したように、このアプローチの一部は、ファンを物理的および感情的に体験に強くひきつけ、スポーツとエンターテインメントの境界がしばしば曖昧になることを含んでいます。

ここでは、このコンセプトをさらに一歩進め、球場がより広域な地域の拠点となり、試合当日の興奮と多様な楽しみがシームレスに融合し、活気あふれるエンターテインメントと地域社会の交流の拠点を作り出しているのかを見ていきます。

場所に関係なく、野球は単なる試合以上の存在であり、エンターテインメントの体験です。ボールパークとその周辺区域は、ファンや地域の人々も楽しめるよう、体験の多様化に対応しています。

国際的なキャリアを通じて、私はさまざまな経験を蓄積し、体系化することで、優れたスポーツインフラのデザインがどのようにユーザー体験に影響を与えるか、また、適切にデザインされたスポーツインフラと人々の関わり合いがユーザー体験にどのような影響を与えるかを考察してきました。この、会場が試合そのものを超え

る興奮を作り出す引力と、会場がより包括的で地域に焦点を当てた体験を作り出す力は、次世代のアジアの野球ファンが求めている場所であり、クラブや球場のオーナーがファン以外の人々にアプローチするための手段でもあります。

シドニーで育った私は、5歳頃に野球を始めました。当時、オーストラリアではあまり一般的ではありませんでしたが、私は野球が大好きでした。土の匂い、バットがボールを捕らえたときの音、私は夢中になり、長い間野球を続けてきました。

建築のキャリア初期には、アメリカに移住し、MLB、マイナーリーグ、大学球場のプロジェクトに携わるという素晴らしい機会に恵まれ、アトランタ・ブレーブスのトゥルーイスト・パーク、シカゴ・カブスのリグレー・フィールド、サンディエゴ・パドレスのペトコ・パークなど、世界で最も象徴的なボールパークのいくつかを手がける機会を得ました。



トゥルーイストパーク（米国 アトランタ）

しかし最近では、アジアで POPULOUS のローカルデザインチームとして、ソウルの蚕室スポーツ MICE 複合施設に携わる中で、異なる文化がゲームデー（試合日）をどのように体験するかを目の当たりにしました。北米のテールゲートパーティ（アメリカンフットボール（NFL）の試合前に、スタジアムの駐車場で行われる観客同士の集い）から日本の応援団、そしてオーストラリアの郊外クラブのスタイル

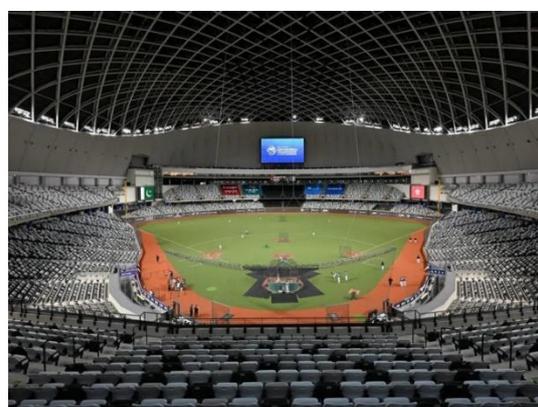
に至るまで、野球がその本質において「コミュニティスポーツ」であることに間違いはありません。

競技の枠を超えて広がる体験

アジアの一部では、ドーム型スタジアム内で野球をすることが一般的です。これは典型的な米国の球場ではあまり一般的ではありませんが、地域の気候、厳しい天候条件、さらには経済的な利点から、多目的屋内施設の建設ニーズが高まっています。このように、ボールパークと野球場／スタジアムの違いは、アジア太平洋地域でますます見られるトレンドです。

POPULOUS がデザインした台湾初のスポーツと商業の複合空間開発である台北ドームは、首都台北市の中心部に位置する、屋内型野球アリーナです。ドームには、4万人収容の屋内野球場と、20万平方メートルを超える複合型商業施設、オフィス、住居、そして史跡に建てられたホテルが含まれています。この球場からは、旧松山煙草工場を見渡せる位置にあり、この施設全体の一部として重要な役割を果たしています。

スポーツが会場に人々を引き寄せる主な魅力であることはもちろんですが、このドーム施設は地下直結のバスターミナルと隣接する地下鉄の駅を利用し、市内各地からのアクセスも良好です。さらに、施設では様々なアクティビティを楽しめるため、試合観戦に訪れた人々は一日中ユニークな体験を満喫することができます。



台北ドーム（台湾 台北）

アメリカ南部のホスピタリティーとアジアのコミュニティ文化が調和する

トゥルーイスト・パークは球場周辺地域開発の完璧な例であり、アトランタのダウンタウンから30分の距離にある新しい地区「バッテリー・アトランタ」開発の中心的な存在となっています。60軒のバー、レストラン、ショッピングエリア、ホテル、3,600席を有するLive Nationが手掛けるコンサートホールを備えた一大スポットです。POPULOUSはこの開発のマスタープランナーと密接に連携し、球場が周囲の建物とシームレスに統合されるように設計し、アメリカの球場周辺地域開発の基準となるようなファン体験を作り上げました。

私がトゥルーイスト・パークの計画に従事する過程において、このプロジェクトが目指したコミュニティの感覚と、アジア社会の基盤となるコミュニティ文化との多くの共通点を感じました。

この球場は、熱狂的なブレイブスファンから、晴れた日に友人とゆっくり過ごすようなカジュアルなファンまで、あらゆるタイプの野球ファンに対応するように設計されています。トゥルーイスト・パークは、ホームゲームの試合当日の恒例行事と現代の技術を織り交ぜ、他にはないファン体験を作り出しています。コアーズ・ライト・チョップ・ハウスから、Xfinity ラウンジの屋上パティオ、メジャーリーグ球場初のジップラインやクライミングタワーまで、あらゆる世代のファンが楽しめる要素が詰まっています。

試合当日の体験がすべて球場内だけで行われるわけではないことを念頭に、トゥルーイスト・パークはアメリカ南部のホスピタリティーの基準を定め、実装・展開している最新の事例のひとつです。

球場をさらに活性化し、戦略的に活用する

実際、すべての球場体験が試合当日の体験ではありません。試合がない日は球場で何が起こるのでしょうか？人口密度の高いアジアの多くの都市では、スペースに限りがあるため、会場は真の多目的施設として、年間を通じてより効率的に活用する必要があります。

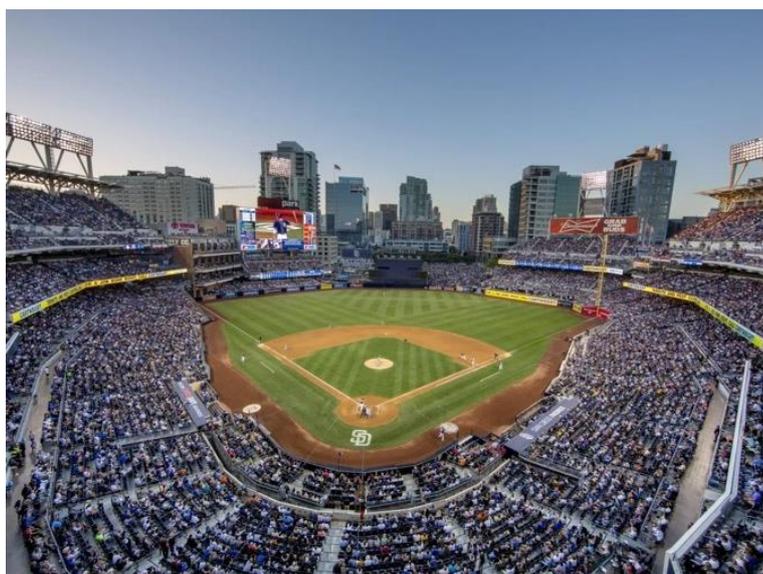
近年の傾向として、これらの施設は元々の目的である野球以外のイベントにも多様に利活用されるようになっていきます。野球用に設計された施設においても、今では

ポップコンサートやその他の音楽や舞台の公演にも対応することが求められているのです。

台北ドームの多目的デザインは、コンサートモードで58,000人の観客を収容することができ、野球試合当日の観客4万人の収容数をはるかに上回ります。[蚕室ドーム](#)も、主要利用目的としてKBOの斗山（トゥサン）ベアーズとLGツインズの2球団の本拠地球場として設計されましたが、年間を通じて多くのコンサートも開催される予定です。さらに、観客は隣接するホテルに宿泊し、客室内の窓から試合を観戦することもできます。

球場オーナーは、施設から最大限の収益を得たいと考えており、そのため、365日間、施設を活用する画期的な方法を模索しています。

POPULOUSがデザインした[ペトコ・パーク](#)は、周辺地域と強固に結びつきを形成し、コミュニティを巻き込んだ素晴らしい例です。これは「パーク・アット・ザ・パーク」コンセプトによって実現されています。この独創的なエリアには、バーやレストラン、ステージ、ウィッフル・ボール・フィールド、子供向け遊具などの設備が整っています。この活気あふれるスペースは、球場と組み合わせることで単独の会場以上のものとなり、より広域な地区の一部を形成する核となります。このエリアは、イベントのない日や試合の前後にも利用することが可能です。



ペトコ・パーク（米国 カリフォルニア）

本来、球場はチームやファン層が成長するにつれて拡大して行き、ファン層も球場とともに成長していきます。しかし、アジアの多くの球場では、こうした施設開発は、多くの場合、当初の政府からの財政支援を基に設計されたものであり、地元チームの商業的なニーズや拡大するエンターテインメント業界のニーズを考慮したものではないため、必ずしもそうはなっていません。

そのため、アジアで私たちがデザインする施設は、さまざまな季節や天候条件のもとで、あらゆる種類のスポーツやエンターテインメントに対応できるものでなければならぬと考えています。

野球そして音楽：スポーツとエンターテインメントの融合

野球のスター選手を応援するために試合を観戦するにしても、より充実したショッピングを楽しみたい場合でも、あるいはお気に入りのバンドのライブを見に行くのであっても、すべてを同じ場所で楽しむことができる未来が待っています。

アジアの球場の未来は、野球ファンだけでなく、そうでない人々も訪れる理由のある場所となるはずです。これにより球団は新しいファン層を惹きつけ、スポーツを成長させる機会を得ることができるのです。そして、ファンは年間を通じて、スポーツとエンターテインメントが融合した、幅広い体験に発展させ楽しむことが期待できるでしょう。

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

H¹O Aoyama

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

150-0001, Japan