

スタジアムの未来

「故郷」、「宝」、「プライド」、「シンボル」、
「思い出」、「出会いの場」、「戦場」…。

百年の時を経て、世界中に伝播したサッカーの舞台は、
単なる「競技場」から感動を分かち合う「劇場」へ。
地域の人々にとって、かけがえのない存在になった。

「2010年度 Jリーグ スタジアムプロジェクト 欧州視察」などで
訪れたスタジアムは、
リーグのディビジョンを問わず、
選手とファンの距離が近いサッカースタジアム、
街やクラブに見合った設計、多機能複合型、
環境への配慮、長い年月をかけてつくり上げる伝統。

どれもが、陸上競技用トラック、屋根のない観客席、
中立的なデザイン、郊外の立地など、
Jリーグの現状を振り返る正直な「鏡」であった。

みんなが満足し、街の誇りとして愛されるスタジアム。
文化的にも経済的にも地域社会に貢献するスタジアム。
プロスポーツのビジネス環境にふさわしいスタジアム。

そのような理想のスタジアムには、八つの哲学が備わる。

Jリーグ理事 傍士 銑太

街なかに森をつくる。ドレスデン(ドイツ)のルドルフ・ハルビヒ・シュタディオン

J.LEAGUE™ OFFICIAL SPONSORS

Calbee

Canon

KONAMI

AiDEM

Coca-Cola

東京エレクトロン

McDonald's

J.LEAGUE™ 100 YEAR
VISION PARTNER
朝日新聞

LEAGUE CUP SPONSOR
ヤマザキナビスコ

SUPER CUP SPONSOR
FUJI XEROX

J.LEAGUE™ OFFICIAL
EQUIPMENT PARTNER
adidas

J.LEAGUE™
OFFICIAL SUPPLIER
Johnmen-Johnmen

J.LEAGUE™ OFFICIAL
BROADCASTING PARTNER
スカパー!

SPORTS PROMOTION
PARTNER
Yodobashi Camera

1 文化として【サッカースタジアム】

Culture

もっとピッチに近く！ 陸上競技のトラックはもう要らない

わが国には、野球場や陸上競技場はあるが、サッカー場は「専用」を付けないと、一人前になれなかった。

英国やスペインでは、伝統的に「サッカースタジアム」。陸上競技場を使用してきた欧州のサッカー強豪国も、FIFAワールドカップやEURO（欧州選手権）の開催を機にサッカースタジアムへ一変した。

ドイツの強豪クラブであるバイエルン・ミュンヘンも、「ピッチに近く!」という約20万のファンクラブ会員の声に、陸上競技のトラックがあるオリンピックスタジアムに別れを告げた。

スポーツが文化と認められる舞台は、競技の専門性と感動を最大限に引き出す「劇場」スタイルでなければならない。だから、サッカースタジアムは大前提となる。



かつてのドレスデンのスタジアム。陸上競技のトラックがあり、屋根はなかった



現在のドレスデンの新スタジアム



現在の欧州では箱型の「サッカースタジアム」が主流（英国のウェストブロムウィッチ）



ゴール裏の席はネットに手が届きそうな近さ（英国のエジンバラ）

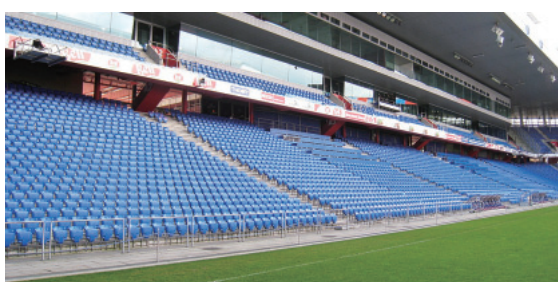


スタンドの傾斜角がピッチを近づける。最大で40度のところも（エジンバラ）

陸上競技のトラックがあると、Jリーグのスタジアムのゴール裏で最長45メートルもピッチから離れ、試合が見づらく、選手もプレーしにくい。サッカースタジアムはどの角度からも選手と観客の距離が近く、一体感が生まれる。芝生の緑、カラーコントラストの効いた両チームのユニフォーム、プレーに反応して波打つ観客、すべての臨場感が一つの画面から伝わってくる。

スコットランドリーグでは毎シーズン、「最も雰囲気の良いスタジアム」が表彰される。今回、訪問したエジンバラのタインキャッスルスタジアムは、2年連続で受賞した。その理由は、スタンドとピッチの距離の近さだった。

2010年6月に開催された第11回全国ホームタウンサミットin甲府の参加者約300人によって、「最もお気に入りのJリーグホームスタジアム」に選ばれたベスト5は、すべてサッカースタジアムだった。



最前列の席はピッチと同じ目線に（スイスのバーゼル）



下からの選手入場口（ドイツのデュイスブルク）

2 シンボルとして【ホームスタジアム】

Identity

スタジアムは、街の誇り。
設計思想は、一貫して「ホームのために」

クラブカラー

クラブカラーは「ホームタウンの色」、一目で味方と対戦相手が識別できる。クラブカラー一色に染まったスタジアムから、選手は心理的優位をもらい、市民は誇りを抱く。



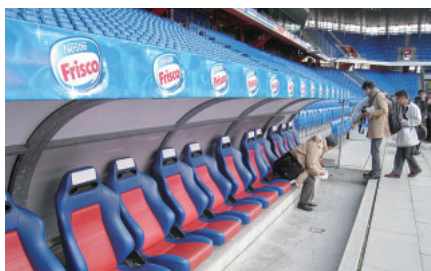
エンジと水色が外壁に。アストン・ビラのピラパーク(英国のバーミンガム)



緑にライトアップ(ドイツのヴォルフスブルク)



スタンドから階段までも(ドレスデン)



ホームチームのベンチ(バーゼル)



セルティック・パークの外壁(英国のグラスゴー)

エンブレム ユニフォームの左胸に配置されるのは、選手の心がクラブに帰属し、アイデンティティの象徴を意味する。



表札として(エジンバラ)



スタンドにも(ドレスデン)

ホームの利 ホームスタジアムの熱狂指数を最高潮にするさまざまな仕掛けがある。



左がホーム用、右がアウェイ用(ウェスト・ブロムウィッチのチーム更衣室)

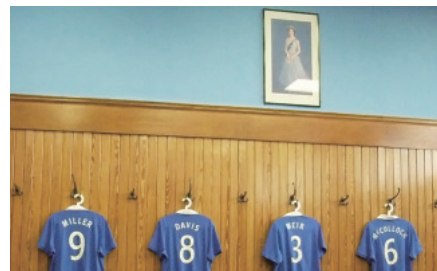
英雄・伝統 いつも、近くで、見守られている。



偉大なストライカー、ジェフ・アスルをたたえたゲート(ウェスト・ブロムウィッチ)



かつての名選手、ビル・シャンクリーの顔でホーム側とアウェイ側が仕切られるスタンド(英国のプレストン)



エリザベス女王の写真の真下はキャプテンの位置と決まっている(レンジャーズ、グラスゴー)

ファンショップ 試合がなくても足を運ぶ。



スタジアムに併設されたファンショップとミュージアム(バーゼル)

「永遠にスタジアムの一部になれる」幸せ



購入したブロックに自分の名前を彫り、外壁に張られる(レンジャーズ、グラスゴー)

Community

3 コミュニティーができる【ファミリースタジアム】

性別、年齢、ハンディを超えて、誰もが安心して楽しめる空間。
交通アクセス、屋根のある個席、ナイター照明、バリアフリー

観戦環境

競技者のスポーツ環境と同じく、観客やメディアの環境も快適でなければならない。シーズンチケットを購入し、毎試合ホームゲームの応援に、あるいは遠くアウェイのスタジアムまで足を運ぶ動機には、スタジアムの観戦環境の良さが挙げられる。

- ・ 交通アクセスが良い。
- ・ 芝生席やベンチシートではなく、すべてが個席で独立し、立見席はない。
- ・ 観客席は四方すべて屋根に覆われている。
- ・ コンコースは開閉式強化ガラス窓で外と仕切られ、見晴らしも良く、ラウンジやサロンとして利用できる。



四方が屋根で覆われたスタジアム(スイスのベルンの絵はがきより)



マクデブルク
(ドイツ)の親子連れ



ラウンジなどとしても利用できる快適なコンコース
(スイスのザンクトガレン)

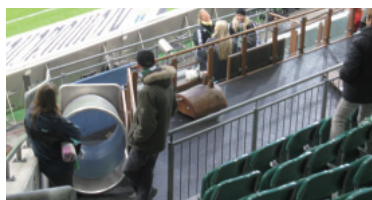
ゆりかごから…

- ・ 託児施設が併設
- ・ スポンサーの命名権の付いたファミリースタンドの設置
- ・ ファミリースタンドにつながるキッズスペース
- ・ ファンショップには、幼児向けのグッズが並び低年齢化
- ・ 高齢者

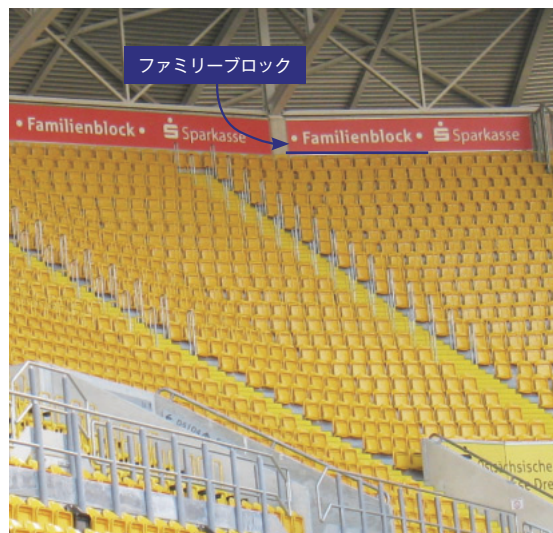
バーゼルのザンクト・ヤコブ・パルクには、107戸の介護付き高齢者用集合住宅が併設されている。居住者専用観戦ラウンジは、サッカーファンの孫や家族とのだんらんの場になっている。



スタジアム内の託児施設(ヴォルフスブルク)



保護者も安心のキッズスペース(ヴォルフスブルク)



赤い看板の下ブロックがファミリースタンド(ドレスデン)

バリアフリー

- ・ 車椅子席、専用リフト・トイレが完備
- ・ 視覚障がい者専用席でヘッドホンによる実況放送を聴くことができる。
- ・ 絵文字を利用した、分かりやすい案内表示



車椅子用の専用リフトが稼働中(マクデブルク)



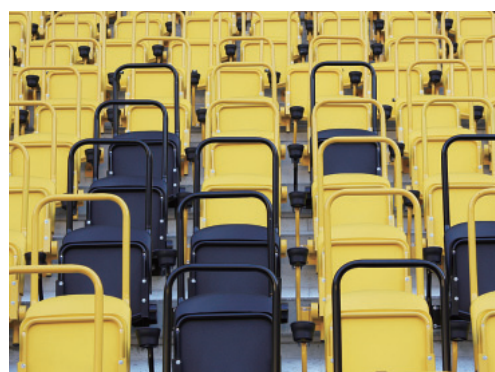
視覚障がい者のための実況放送(ヴォルフスブルク)



分かりやすいトイレの案内表示(バーゼル)

安全

- ・ ホームとアウェイのファン・サポーターが交錯することによる事故を未然に防ぐため、スタジアム入場前通路から観客席まで固定フェンスで完全分離
- ・ 警備指令室(コントロールルーム)の設置



スタンド上部座席の安全柵(ドレスデン)