

コロナ禍におけるスポーツのありかたとは？

古谷 悠晴

大宮国際中等教育学校

要旨

今回の私の探究テーマは「コロナ禍におけるスポーツのありかた」である。新型コロナウイルス感染症が流行し思い通りにスポーツを観に行けないこのご時世において、スポーツはどのようにあるべきなのか。また、ただ勝敗を気にして応援するだけではなく、チームとサポーターがともにあるべきともいわれている今のスポーツにおいて何が大切かについて考えていく。

キーワード:

無観客試合・人数制限・デジタル化

1. はじめに

新型コロナウイルス感染症が爆発的に流行している昨今、日常生活のありとあらゆる場面において制限がかけられている。スポーツもそのうちのひとつだ。まだまだコロナ前に戻すには時間がかかりそうだが、少しずつ戻ってきているのも事実である。このレポートでは、「コロナ禍におけるスポーツのありかた」について「観ること」に重きを置いて考えていこうと思う。

2. コロナが生んだ変化

2.1 失われた当たり前、変わり果てたスタジアム

2020年、突如として世界で爆発的な流行が始まった新型コロナウイルス感染症。2年たった今なお勢いが収まることはなく、多くの人類の命を奪ってきた。これに伴い、日常生活のありとあらゆる場面で制限がかけられた。スポーツもそのうちのひとつだ。

筆者が住む埼玉県には「埼玉西武ライオンズ」というプロ野球チームが本拠地を構えている。コロナ前の2019年にはリーグ連覇を果たした強豪チームだ。2019年には年間約70試合ほどの主催試合で約182万人の観客動員を記録したが、2020年は約30万人に激減。経営に大きなダメージを与えた。



2019年のメットライフドーム



2020年のメットライフドーム

上記の画像を比較するとわかるように、コロナ前の2019年は多くのお客さんが集い応援しているが、2020年はお客さんのいない(声がない)静まり返った球場でプレーしている様子を読み取れる。この埼玉西武ライオンズのケースはあくまでも一例だが、ほかの野球をはじめとする多くのスポーツチームも同様に新型コロナウイルス感染症の影響で観客数は激減。「満員のスタジアム」は当たり前ではなくなってしまったのだ。

2.2 加速したデジタル化、いつでも楽しめる時代に

新型コロナウイルス感染症によって様々な制限が起きた一方、様々なサービスの「デジタル化」が加速していった。 コロナ前から多くのスポーツチームがデジタルなサービスを提供していたが、あまり定着しきっていないのが現状だった。ただ、新型コロナウイルス感染症の流行によって今まで対面で実施されていた多くのサービスが提供できなくなり、デジタルへの移行を余儀なくされた。



大宮アルディージャチケット発売サイト



埼玉西武ライオンズ公式チケットリセール「チケ流」

多くのサービスがデジタルに移行していったが、代表的な例は「チケット発売」である。コロナ前はコンビニでの購入や、スタジアム窓口での購入などが一般的だった。ただ、新型コロナウイルス感染症によってそのような形での購入が難しくなり、ほとんどのスポーツチームがオンライン上でも購入ができるようなシステムを普及させていった。左の画像は大宮アルディージャのチケット発売サイトの画像である。試合日と対戦相手のロゴが記載されており、誰もが簡単に購入することができる。老若男女問わずだれでも使えるデジタルサービスの普及という点は、チームを応援してもらううえで重要である。右の画像は埼玉西武ライオンズの公式チケットリセールサービスの画像である。「行こうと思っていただけなくなってしまった」そんな人が欲しい人にチケットを売るサービスだ。新型コロナウイルス感染症により入場制限が当たり前になった今、チケットがすぐに売り切れてしまうことも珍しくない。そんな時、本当に必要な人にチケットが行き渡るようなサービスがあるのはとても大事だといえるのではないかな。

3. 大宮アルディージャスペシャルインタビュー

3.1 まずはじめに、コロナ前とコロナ禍で起きた変化はありますか？

ありますね。まず 2020 年に J リーグが中断し、各チームも活動停止を余儀なくされました。再開したのは 6 月頃でしたが、日程変更をせざるを得ませんでした。いざ再開しても無観客試合や観客数の制限をしながらの実施となりました。もともとは 1 週間に 1 試合だったもの 2 試合になり、レギュレーション(試合方式)も変わりました。

3.2 先ほど起きた変化によって受けた影響などはありますか？

先ほども述べたように観客数が制限されたので最初は無観客試合、その後は行政からの要請に応じて収容人数を変更していきました。また当時は県を跨ぐ移動を良しとしていませんでした。年間で 20 チーム総当たり(ホーム 1 試合・アウェイ 1 試合)のリーグ戦を行います、アウェイゲームの応援にアルディージャサポーターがいけなくなってしまいました。

次にスタジアム内での制限ですが声出しして歌を歌ったり、マスクを外せないことからアルコールの提供ができない(飲食が難しい)などが起きました。

もう一つはスポンサーです。クラブにもよりますが、収入全体の 7~8 割はスポンサー収入です。ですが試合ができなかったり、お客さんが来れなかったりしたことによって広告価値が下がったり、スポンサーの経営難による費用削減によって我々の広告協賛に当たる場合もありました。

A: また選手がイベントに参加できなくなったり、サポーターが選手の練習見学に参加できなくなってしまうのも大きな影響です。

まとめると、「観客数が減った」「収入が減った」「注目度が下がった」に分けられます。

3.3 先ほどアルディージャサポーターがアウェイの球場に行けなくなったとおっしゃっていましたが、例えばチケットを購入してもアウェイゲームだと収益はアウェイ側に行くと思うのですが、アルディージャへの直接的な影響はあるのでしょうか？

まず単純にアルディージャサポーターがアウェイゲームに行くことでアウェイ側が儲かります。逆にアルディージャのスタジアムにアウェイチームのサポーターが来てくれればこちらも儲かります。も

う一つは、アウェイサポーターが訪れることによって地域も喜んでくれます。例えば企画のためにお金を出したり、移動のための新幹線にお金が払われるなどがあげられます。

3.4 コロナ禍において、様々な活動が制限されてしまったと思いますが、その中で新たに始めた取り組みなどはありますか？

一言でいえばオンライン化です。たとえばオンライン上でサポーター同士と一緒に試合を観れるようなサービスを提供し、お互いに応援を楽しめるようにしました。もう一つはサイン会です。コロナ前は対面でできていましたが感染拡大によってできなくなってしまいました。そのかわりに ZOOM で行い、サインだけでなく選手とお話できるサービスを提供したりしました。

またコロナによって始めた取り組みではありませんが、「チケットの電子化」や「リセール」を定着させていきました。今まで以上にお客さんの予定が立ちづらく、変わりやすくなった中でこれらのサービスを有効活用していきました。年間チケットを「買っているけど使わない」人にとってリセールは効果的でしたね。

また今まで来場者に紙で配布していたプログラム(選手の情報等が記載されている)をデジタル化したり、デジタル上に出すスポンサー広告の要素を強めたりもしました。

あとはTwitterアカウントを増加させました。具体的にはチームのアカウント、マスコットのアカウント、地域活動のアカウント、グッズ担当のアカウントなどアルディージャが取り組む様々な活動を発信できるようにしました。

最後に、これは少し視点が変わりますがデジタルを通した招待施策です。もし今後コロナが収まったとして全員のお客さんに戻ってくることは無いと思います。そうすると新しいお客さんをどんどんつかんでいかなければならない、そうなったときにどのような人が来るかという「サッカーが安全であることを理解したうえで少しはデジタルに強い」人だと考えます。コロナ前は常連さんが毎試合席を買ってしまっていたため、新たなお客さんを招待する枠を確保するのが難しい現状がありました。コロナが流行したことによって決して良いこととは言えませんが、そのような枠も多少は確保できるようになってきて、この枠からリピーターも出てきました。最近はや若い人が増えている傾向がありますね。

3.5 それらの活動はどれくらい効果がありましたか？

先ほど話したオンラインのサービスは収入を「増やす」というよりかは「維持する」という形に近いです。効果でいえば「収入を安定に維持できる」ということです。またこれらのオンラインサービス

はいずれ振らなければいけないところだったので今回のコロナ禍によって振り切れたという点は大きいです。若い人が増えているという話もしましたが、これはオンラインだからこそ獲得できた新規層だと考えています。

3.6 これから新たに始めようとしている取り組みはありますか？

正直、コロナが関係なくなってきた部分はありますがやはりオンライン上でいかにお金を稼げるようにするかというのはクラブ全体として考えています。また、先ほど SNS アカウントを増やした話をしましたが TikTok のアカウントをクラブとして持とうだったりそのようなアプローチをしようという話は出ています。

3.7 これからも続くであろうウィズコロナの時代において大宮アルディージャ様が目指す場所は？

最初はどうしても「コロナのせいで…」という考え方になってしまう。もちろん、ネガティブな点もあったがポジティブな点もありました。ですが結局これらすべての変化は【きっかけ】に過ぎない。

そのため、今まで以上に応援してもらえたり地域に愛されるチームを目指していきたいです。

具体的に言うと「唯一無二」の存在。ほかのクラブと同じような取り組みをしても「自分たちがやる意味って？」となってしまう。大宮アルディージャだからこそできること、大宮にいるからこそできることを考え自分たちの色を出していきたいなと思います。

3.8 「唯一無二の存在に」という言葉があったが、それはサポーターあつてのチームだからということですか？

これにもいろいろな見方があると思います。J リーグには 50 以上のチームがあつてどのチームも 1 位を目指します。ですが、最終的に 1 位をとれるのは 1 チームだけであり、たとえすべて同じ戦力だったとしても最下位は出てしまいます。単純に「勝つこと」を求めているのなら僕たち以外の強いチームを応援するだろうし、世界最高峰のサッカーを観ると思います。その中でアルディージャを応援してくれる理由はなんだろう、アルディージャじゃないとできないことって何だろうと考えて強みとしてとらえ、自分たちならではの「色」を出せると良いなと思います。。

4. おわりに

いかがだったでしょうか。コロナ禍におけるスポーツのありかたについて少しでも知ることができただろうか。私は今回の探究活動を通して、スポーツのありかたにこたえはないのではないかと考えた。今では当たり前のように行っているオンライン観戦も数年前では当たり前ではなかった。逆に、数年前まで当たり前だった声出し応援は今となっては当たり前ではなく、非日常となってしまった。

このようにスポーツのありかたはめまぐるしく変化していく。もしかしたら数年後には今では思いつかない方法でスポーツが楽しまれているかもしれない。またはコロナ前の応援の様子に戻っているかもしれない。どんな形であれ、自分の愛するスポーツ・競技が観ているものを魅了するものであってほしいと私は思う。

参考文献

朝日新聞. (2020, April 23). 無観客試合、高いハードル 「国民の理解もらわないと」 : 朝日新聞デジタル. 朝日新聞デジタル. <https://www.asahi.com/articles/ASN4R6S6MN4RUTQP01F.html> (2022年8月21日)

マイナビ学生の窓口 (n. d.). | フレッシュヤーズなぜ? 住んでいる場所「以外」のスポーツチームを応援する人 | フレッシュヤーズ. <https://gakumado.mynavi.jp/freshers/articles/12132> (2022年8月21日)

スポニチアネックス. (2019, August 2). メットライフドーム 来シーズンから新シート導入 - スポニチ Sponichi Annex 野球. スポニチ Sponichi Annex.

<https://www.sponichi.co.jp/baseball/news/2019/08/02/kiji/20190802s00001173309000c.html> (2020年8月21日)

WikiPedia(2018, October 15). 2019年の埼玉西武ライオンズ. Wikipedia.org; ウィキメディア財団.

<https://ja.wikipedia.org/wiki/2019%E5%B9%B4%E3%81%AE%E5%9F%BC%E7%8E%89%E8%A5%BF%E6%AD%A6%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%82%AA%E3%83%B3%E3%82%BA> (2022年8月21日)

毎日新聞. (2020, June 19). プロ野球開幕戦 西武ー日本ハム 埼玉・メットライフドーム [写真特集 7/20]. 毎日新聞. <https://mainichi.jp/graphs/20200619/hpj/00m/050/003000g/7> (2022年8月21日)

ベースボールキング. (2020, January 22). 進むスマートスタジアム化! 楽天が楽天生命パーク宮城の改修を発表 | BASEBALL KING. BASEBALL KING. <https://baseballking.jp/ns/215565> (2022年8月21日)

JS, P. (n. d.). 新型コロナウイルス対応関連特集サイト. Www. japan-Sports.or. jp. <https://www.japan-sports.or.jp/tabid1282.html> (2022年8月21日)

大宮アルディージャ. (n. d.). Jリーグチケット. 2022, from <https://www.jleague-ticket.jp/club/oa/> (2022年8月21日)

【NACK5 スタジアム大宮 (さいたま市大宮公園サッカー場) / 株式会社 巴コーポレーション】. (n. d.). 株式会社 巴コーポレーション. 2022, from <https://www.tomoe-corporation.co.jp/space-structure/works/details/05-19.html> (2022年8月21日)

takaris. (2018, December 2). NACK5 スタジアム大宮の特徴、アクセス、おすすめの座席とは?. タリサカ【Jリーグ観戦情報】. <https://tarisoccer.com/entry/nack5/> (2020年8月21日)