

NOU CAMP NOU から見た 米国 MLS スタジアム設計思想の変遷についての研究

トップスポーツマネジメントコース
5017A309 - 6 小堀 徹

研究指導教員：平田 竹男 教授

【1. 背景】

ピッチの周囲をスタンドが取り囲むヨーロッパのスタジアムと比較すると、アメリカのサッカースタジアムは異なる独自のスタイルがあり、実に多彩である。

Toyota Stadium (テキサス州フリスコ市) はコンサートステージ用屋根を常設し、Avaya Stadium (カリフォルニア州サンノゼ市) は屋外バーや芝生広場などユニークな例が多い。また、Red Bull Arena (ニュージャージー州ハリソン市) は欧州的なオーバル型スタジアムであり、Century Link Field (ワシントン州シアトル市) はNFLとの兼用、Yankee Stadium (NY市) はMLBとの兼用スタジアムである。

この多様さはサッカーの本場といわれる欧州ではとても考えられない。アメリカならではの状況があると考えるべきで、それぞれのスタジアムにはそれぞれの設計思想があるに違いない。

筆者は現在バルセロナ・カンプノウの設計に関わっているが、カンプノウの設計にあたって、前例のないスタジアムを目指した。特に重視したことは街と人のつながりで、スタジアムを単なるスポーツ施設ではなく、市民の空間、パブリックスペースと見なして「開放」を大切にしたいと考え、それを具体的に形にできたことがコンペを勝ち抜けた原因だと自負している。このほかにも、臨場感を生むためのピッチとの距離感や音、振動と効果といった「熱狂」的な場になることを重視した。さらに、今回のカンプノウ設計は、既存スタジアムの改修であり、どこをどのように「改修・増築」するかは大いに議論をした点である。

欧州のサッカースタジアムの発展については、社会・政治・経済からの影響があると分析した金森 (2005 年) の研究があるが、MLS の各スタジアムの設計思想に関する研究はほとんどない。

本研究では設計思想の中でも、特に、今回我々がカンプノウ設計で大切にしたい「開放」、「熱狂」、「改修・増築」という NOU CAMP NOU のコンセプトに注目し、MLS スタジアムを分析する。

【2. 研究目的】

カンプノウの中心的設計思想である「開放」、「熱狂」、「改修・増築」の観点から、MLS スタジアム設計思想の変遷を明らかにすることを目的とする。

【3. 研究方法】

文献調査により、1996 年から 2017 年までに

MLS に所属したチームのスタジアムと Expansion 候補チームのスタジアムの収容人数、構造、増改築による変化、建設年、改修年、スタジアムのオーナー、付帯設備や試合時の座席利用状況等を調査する。現地調査により Avaya Stadium (San Jose)、Toyota Stadium (Frisco)、Red Bull Arena (New Jersey)、CenturyLink Field (Seattle) の構造、距離感、音や振動に等に関する資料収集をする。これらの調査結果を NOU CAMP NOU のコンセプト「開放」、「熱狂」、「改修・増築」の視点で整理し、MLS スタジアムの変遷をたどる。

【4. 結果】

1) スタジアム概要

2017 年シーズンの 22 チーム、過去に離脱した 3 チーム、2018 年以降に参入候補の 5 チームの計 30 チームのスタジアムを対象とする。22 チーム中 15 チームがサッカー専用スタジアム (以下専用) を使い、6 チームが NFL、CFL のスタジアム、1 チームが MLB スタジアムを兼用している。NFL スタジアム兼用のうち 2 つは既に別に専用の工事が進んでいる。

96 年リーグ設立時の 10 チームはフットボール用 (他スポーツのスタジアム) の使用が容認されたが、専用の建設が推奨された結果、1999 年にコロンバスが初めての専用を完成させ、2007 年には Expansion チームが初めて専用とともに参入した。その後 2008 年から 2017 年までに 9 つの専用 (うち 3 つは加入時に使用) と 3 つの NFL、CFL 兼用が新設・改修された。

2) 現地調査

(1) Toyota Stadium (Frisco)

2005 年完成 20,500 人収容、一面のサイド席にコンサート用スペース、ステージ屋根を常設

(2) CenturyLink Field (Seattle)

2002 年完成 2009 年 MLS 加入、69,000 人収容。MLS の際には一部の席にシートをかけ収容数を調整

(3) Red Bull Arena (New Jersey)

2010 年完成 25,000 人収容、ピッチを 4 面のスタンドと屋根が取り囲む欧州型

(4) Avaya Stadium (San Jose)

2015 年完成 18,000 人収容、一面のサイド側を開放し、開放部分にはバーや芝生スペースを設け、スタンド一階はすべて VIP 席。

3) スタジアムの分類

実地調査以外の18のスタジアムを現地視察したものと比較すると、前項の(1)型が5、(2)型が3、(3)型が6、(4)型が4(Expansion候補にこのタイプが多い)に分類できた。

4) 観客動員数、チーム数

一試合平均観客数は創設年の後すぐに減少、低迷したが、2007年にやや持ち直し、2010年からは毎年上昇、2015年からは20,000人を越えている。チーム数は2006年まで10~12で増減を繰り返すが、2007年から毎年増加し、2017年には22チームへと推移する。さらにExpansionを控えている。

5) 建設コスト、資金源

建設費は近年ほど高額化の傾向にある。専用の運営はチームかチーム関連会社が行っていて、所有権も当初は公的組織が主であったが、2008年以降は民間組織中心となっていた。

6) カンプノウコンセプトの関連

MLSスタジアムは、1999年のコロンバスの新設以降、スタンド上部に屋根も少ない安価作りで、伝統的なロの字型から始まり、2000年代にはBBQスペースやステージ等を常設するなど、サッカー以外の用途も可能な多目的要素をもつコの字型(コの字型多目的)の「開放」スタジアムが登場するようになった。次に登場したのは、2008年のリオ・ティント・スタジアムのような伝統的な欧州タイプのロの字型スタジアムで、サッカー観戦をメインとした「熱狂」を重視したスタジアム(伝統的専用)の建築がMSLでも開始された。さらに、2010年以降にはシンボル性や街とのつながりを重視する市民から愛されるスタジアムを目指す「開放」の傾向が強まり、スタンド形状は「非ロの字型」とでも表現すべき多様なものへと変化、またMLSの観客数の増加の影響により、「増築」する例がでてきている。(非ロの字型・増築型・専用)。また、近年はサッカー観戦を設計時から考慮したNFLスタジアムも増えている(兼用スタジアム)。

【5. 考察】

MLSスタジアムはNFLとの兼用で始まったが、これは1970~80年代のリーグ失敗の影響を

うけ、建設コストという大きな負担を強いにスタートしたMSLの意向が反映された結果である。

2007年の特別選手指定制度の採用やその後のアメリカ経済の回復とともに、MLSビジネスが安定し、集客力への確信が得られ、観戦重視のロの字型へ変化したと推察される。さらに、その後2000年代後半はMLSスタジアムが家族で楽しむ場として観戦の多様性を持つスタジアムや「開放」を重視したものへと変化した。これはMLBはスタジアムボールパーク化傾向強めており、このコンセプトの影響を受けと考えられる。

その後、Expansion争いが激化し、リーグへの投資価値が上がるとともに登録料も150億円超と高騰した。スタジアム提案の内容は重要な選定要因であることから、様々なアイデアが盛り込まれるようになった。他のプロスポーツのオーナーも巻き込んだNFLスタジアムの積極的利用の一方で、そこでは「熱狂」、「開放」のほか収容力増大のための拡張性(「増築」)なども重要なテーマとなり、「非ロの字」のスタジアムが増えている。

このようにアメリカが20数年の変遷をかけて展開してきたスタジアム設計思想には、NOU CAMP NOUとの共通点がみられる。

【6. 結論】

MLSスタジアムの建築思想はリーグビジネスの発展と関連しほぼ10年単位で発展段階を上っている。96年設立当初からは安価なロの字型が主流であったが、コンサートなどの誘致を目的としたコの字型が生まれた。

2007年に特別指定選手制度を採用後は観客数、チーム数などが続伸。観戦重視のロの字型が数を増やしていき、さらにそれが観客増に貢献するという相乗効果を生んだ。さらに、MLBスタジアムのボールパーク化を受け、観戦の多様性を持つスタジアムとなった。サッカーが野球の影響を受けたという点で、アメリカならではの特徴である。

近年MLSチームの価値があがり登録料も高騰すると、MLSスタジアムにも「開放」、「改修・増築」が見られ、非ロの字型へと向かっている。MLSスタジアムの設計思想にはNOU CAMP NOU設計コンセプトとの共通点が見られる。

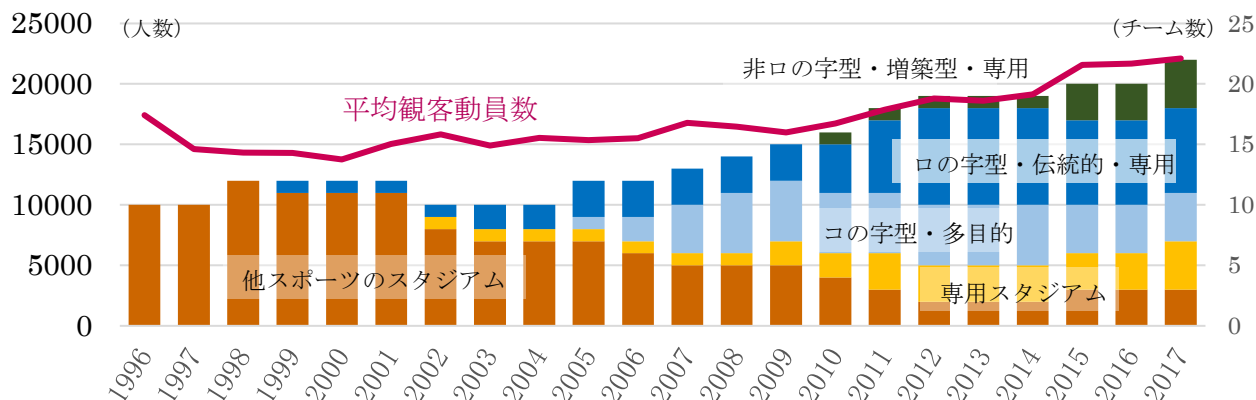


図1 MLSスタジアムの変遷と観客動員数平均