Sports Business Japan 2020 企画提言コンペ
 スポーツ庁長官賞受賞論文

ドライブシアター新設によるプロスポーツの活性化[†]

小 塚 天 眞* 清 水 亮 佑* 深 谷 駿 希*
 長谷川 葉 月* 草 薙 健 太*

Revitalization of Professional Sports by Establishing a New Drive Theater[†]

Tenma KOZUKA*, Ryosuke SHIMIZU*, Shunki FUKAYA*,
 Hazuki HASEGAWA* and Kenta KUSANAGI*

1. は じ め に

新型コロナウイルス感染症により、東京オリンピック・パラリンピックの開催が延期されたことをはじめ、プロスポーツが開催できない、または開催できても感染予防のために無観客での開催などの影響から、宮本¹⁾は、スポーツ業界において甚大な経済的被害を被る可能性について言及している。さらに、新型コロナウイルス感染症は、スポーツを愛する人々や、次世代を担う子供たちのスポーツ環境に多大な影響を与え、スポーツをする事に制限があるだけでなく、スポーツ観戦に足を運ぶことさえ叶わぬ現状が続いている。このような現状は、スポーツに触れる機会自体の減少だけでなく、スポーツ文化の衰退を助長する可能性も否定できない。

これらの状況を省み、日本スポーツ産業学会は、「ポスト・オリパラにむけたビジネスプラン」および「スポーツ界が新型コロナウイルス感染症に対応するためのアイデア」を募集することで、各種スポーツ産業活性化ならびにスポーツ市場規模拡大、スポーツ界発展に向けた貢献を目的にアイデアコンペを開催した。

本報告は、日本スポーツ産業学会が主催したアイデアコンペにおいて、スポーツ庁長官賞を受賞した①「ドライブシアター」創出の経緯と②コロナ禍におけるスポーツ産業活性化に繋がるドライブシアターの開催方法と③ドライブシアターが生み出す経済収益増加効果の推察についてまとめることとする。

2. ドライブシアター創出の経緯

2.1 アイデア創出の経緯

経済産業省²⁾は、2020年3月および4月、5月のプロスポーツ興行が含まれる第3次産業活動指数の業種別指数推移が新型コロナウイルス感染症の影響によって大きく落ち込んでいると報告している。第3次産業活動指数については、直接プロスポーツ業界の指数推移を示すものではないものの、様々なメディアでも話題になっていたとおり、数多くのプロスポーツチームが大きな損失を被る可能性が言及されていた。実際、日本を代表するプロスポーツであるプロ野球やJリーグは、新型コロナウイルス感染症の拡大を防ぐため、6月中旬までリーグを開催せず、リーグ再開後も無観客開催としていた。

[†] 原稿受付 2020年11月25日 原稿受諾 2020年12月1日

* 中京大学スポーツ科学部 〒470-0393 愛知県豊田市貝津町床立101

* Health and Sport Sciences, Chukyo University, 101, Tokodachi, Kaizu-cho, Toyota, Aichi, Japan (470-0393)

図1 ドライブシアターの概念図

これらの状況は、西崎³⁾が報告した、プロスポーツ業界における4つの経済的収益である、入場料収入・放映権収入・物販収入・広告収入の減少を招くと共に、スポーツを愛する人々や、次世代を担う子供たちのスポーツ離れを助長する可能性がないとは言い切れない。

よって、著者らは、コロナ禍においても、厚生労働省⁴⁾が示した、集団感染防止のために避けるべきとされる密閉・密集・密接（以下3密とする）を守りつつも、プロスポーツの試合観戦を行える方法の構築を目指すことで、プロスポーツ業界における4つの経済的収益の減少を抑えることを目的にアイデア創出を目指すこととした。

2.2 ドライブシアター創出の経緯

近年、大規模駐車場等を用いた会場内に、大型のスクリーンを設置し、指定されたエリアの中で、ラジオから音声を流し、車の中から映画を鑑賞する「ドライブインシアター（イオンシネマ）」が全国で開催されている。著者らは、この「ドライブインシアター」から、細谷⁵⁾が新たな思考法の一つとして示した、構造的に類推・類比、類似した他の事柄に当てはめて考える思考法であるアナロジー思考を用いて、3密を避けつつも、プロスポーツの試合観戦が行

える方法として「ドライブインシアター」を応用するアイデアを創出した。

なお、「ドライブインシアター」ではなく、「ドライブシアター」と表記名を差別化した経緯は、ドライブインシアターでは、車での来場者のみが映画鑑賞できるシステムを用いているために限られた入場料しか得られず、経済的収益の増加は見込めない。これらの問題解決を図る為には、車を所有していない人や免許を取得していない人もプロスポーツ観戦に参加できるようなシステムの構築が求められる。よって、ドライブシアターにおいては、事前に配置した車にて、多くの人々が3密を回避しプロスポーツ観戦を行えるシステムを採用することで、入場料収益の増収が望めることから、ドライブインシアターとの差別化として、ドライブシアターとした。

ドライブシアターの概念図については、図1に示した。

3. ドライブシアターの開催方法

ドライブシアターの開催は、3密を極力避けた状態で新たなプロスポーツ観戦をする機会を創出することで、プロスポーツ業界における4つの経済的収益の減少を抑えることを目的としている。よって、ドライブシアターの開催方法

に際しては、(1)多くの観客を収容可能な観戦場所の確保と3密を避けた状態での物販収入を得る、(2)入場料を支払ってでもドライブシアターでのスポーツ観戦を行うだけのシステムを構築する必要性が高いと考えられる。

そこで、下記に、前述(1)(2)を実現するための開催方法についてまとめた。

(1)来場する多くの観客の収容可能な観戦場所として、①スタジアム駐車場と②商業施設の駐車場を借用することとする。①スタジアム駐車場を用いたドライブシアターのメリットは、スタジアム内のグッズ売り場からグッズを他所に運搬する費用を掛けずに物販収入が得られること、3密回避のための十分な敷地面積を有することが挙げられる。さらに②商業施設の駐車場を用いたメリットは、イオンシネマが主催するドライブインシアターなど、既にパブリックビューイングの開催実績を積んでいることが挙げられる。また、平日の試合に限定されるものの、商業施設の駐車場は空車のケースも多いと推察され、場所の確保が安易に行えると共に、商業施設内にてグッズなどを販売するコーナーを設けることは十分に可能であることが挙げられる。また、ドライブシアターは、大型のプロジェクタースクリーンを設置し、プロスポーツ試合の配信を投影するため、スタジアム駐車場と商業施設の駐車場には、その設置も容易にできると考えられる。

(2)入場料を支払ってでもドライブシアターでのスポーツ観戦を行うだけのシステムを構築する際の問題点として考えられるのは、スクリーンを通してスポーツを観戦するというスタイル自体が、自宅でのテレビ観戦と何ら変わらないと捉えられることで、ドライブシアターに集まる観客数が伸びない可能性が挙げられる。また、実際のスタジアムでのスポーツ観戦と同様に、観客自身が支持するチームや選手を一体となって応援する環境に似通ったスタイルを創出できるかが重要と考えられる。

他方、近年、スポーツバーを始めとした、各々が好きなスポーツを、プロジェクターを通して

複数のファンと観戦する事を楽しむ娯楽形態が流行している。これらの背景には、自宅における観戦よりも自身が支持するチームを複数人で一体感と臨場感を持って応援することによる心理的抑揚が影響していると考えられる。

つまり、ドライブシアターにおいても、自宅でのスポーツ観戦では体感することができない、ファン同士の一体感と臨場感を創出することができれば、自宅でのテレビ観戦と差別化を図ることが可能と言える。

よって、ドライブシアターにおいては、車同士をZoomなどの共有ツールで観客同士をつなぐことで、観戦している人同士の声が聞こえるようにし、自らが支持するチームを一体となって応援するスタイルをとることとする。このような開催方法をとることで、スポーツバーさながらの一体感と臨場感を体感することで、多くの観客を呼び込むことが可能であると推察され、ドライブシアターにおいても、スタジアムでの観戦に似通った盛り上がりを実現できると考える。

4. ドライブシアターが生み出す経済収益増加効果の推察

ソーシャルディスタンスを確保し、3密の防止をしながら、プロスポーツの観戦ができるドライブシアターによって、プロスポーツ観戦を求める人々を観客として呼び込めることから、入場料収入の増加が見込まれる。

また、パブリックビューイングとして放送する側にとっても新たな放映権収入を得られる可能性が高いと考えられる。さらに、観客数が増えることで、グッズなどの販売数が増えることによる物販収益の増加も見込まれることから、ドライブシアターによって、プロスポーツの経済的収益増加効果が推察できると共に、ドライブシアターは、スポーツ愛好家や次世代の子供達がプロスポーツに触れる機会の増加にも一役買う可能性を含んでいることから、コロナ禍におけるプロスポーツ観戦の新たな手段として定着する可能性も考えられる。

付 記

著者らが所属する草薙ゼミは、「スポーツ・スポーツ科学を通して、社会貢献できる企画や取り組みの実践と振り返り」を目的に活動している。

本年は、新型コロナウイルス感染症によって、多くのスポーツイベントなどが中止になり、大学の授業がオンラインになるなど、ゼミ活動においても多くの制限があったものの、このような状況下だからこそ、学びを止めない為に考えたアイデアが、栄えあるスポーツ庁長官賞を受賞できたことに万感の思いを得るとともに、本アイデアコンペにご協力頂いた全ての方々に、御礼申し上げます。

参 考 文 献

- 1) 宮本勝浩；新型コロナによるプロスポーツ業界の経済的損失，関西大学プレスリリース，2020年5月13日．
- 2) 経済産業省；新型コロナウイルスの影響を最も受けた「生活娯楽関連サービス」，https://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikaisetsu/hitokoto_kako/20200728hitokoto.html 2020年11月20日最終閲覧．
- 3) 西崎信男；プロ・スポーツにおけるスタジアム戦略：英国プロ・サッカークラブのスタジアム・マネジメント，日本経営診断学会論集 8, pp.145-151, 2008.
- 4) 厚生労働省；3つの密を避けるための手引き，2020.
- 5) 細谷功；アナロジー思考－「構造」と「関係性」を見抜く－，東洋経済新報社，2011.