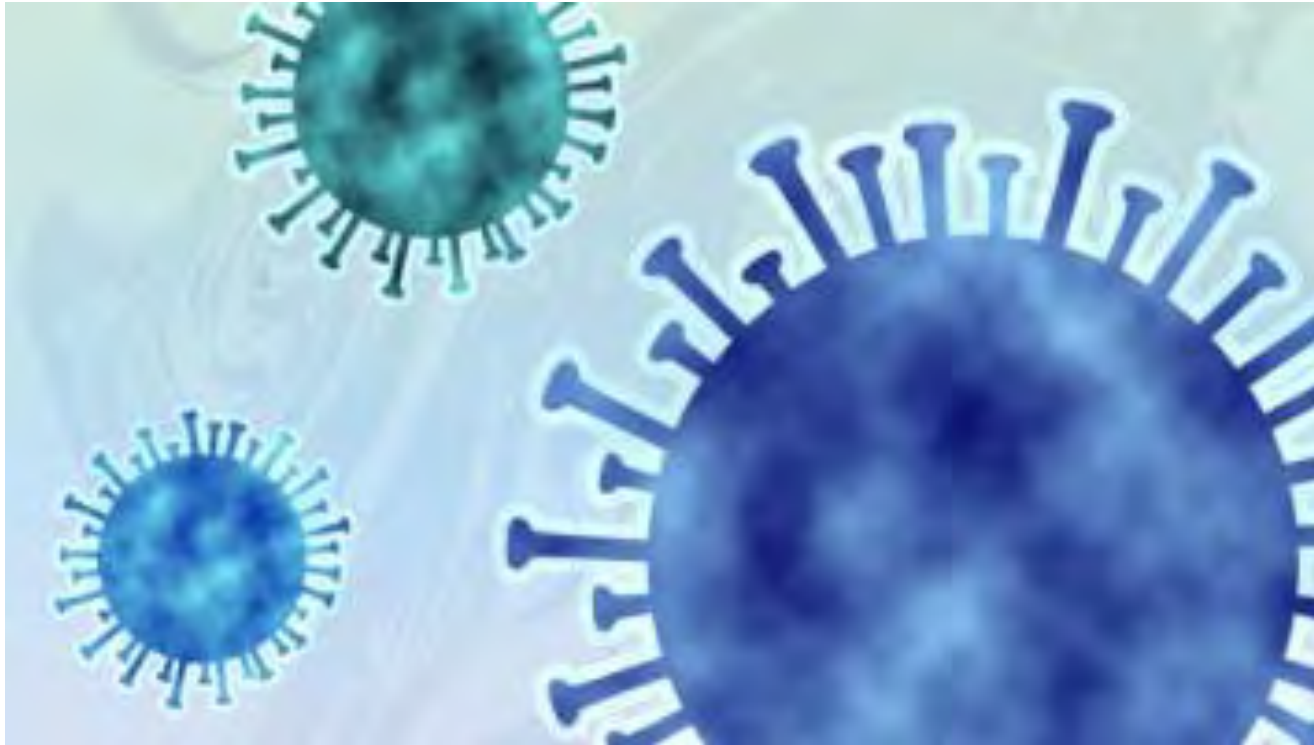


ウィズ&ポスト・コロナ時代における スタジアム・アリーナイベントの展望



イベント学会スタジアム・アリーナ活用研究会

小松 史郎 (集客都市研究所)
岩崎 博 (SCプランニング・オフィス)

■研究の背景

2020年初めに突然始まった新型コロナウイルス感染症の拡大は、オリンピックをはじめとするスポーツイベントやエンターテインメントイベントの延期や中止などの危機的状況をもたらした。

この状況はイベント業界のみならず社会的にも深刻な影響を及ぼしているばかりではなく、大型イベントの存在意義そのものが問われる事態まで及んでいる。

これに対して大型イベントの開催の場であるスタジアム・アリーナにおいては、社会的要請を受けて3密を避けソーシャルディスタンスを確保するためのような様々な対応を講じてきたが、今なお厳しい経営状況が続いており、かつ将来に対する確かな展望が抱けない状況にある。

■研究の目的

本研究は、最初にコロナ感染症の拡大期であるウィズ・コロナ期におけるスポーツ業界およびエンタメ業界の最新状況を見た上で、スタジアム・アリーナにおけるリアルイベント事業への対応動向を明らかにする。

次にワクチンや治療薬等が普及し一定の落ち着きを見せるポスト・コロナ期においてスタジアム・アリーナイベントがどうなっていくのかを、今回のコロナ禍を機に目覚ましい発展を見せているDX*技術を活用したデジタルイベントの動向も踏まえて展望する。

最後に改めてポスト・コロナ期においてもスタジアム・アリーナイベントが存在する意義があることを再確認する。

* DX(デジタルトランスフォーメーション)とは、5G、ホログラム、VR(仮想現実)、AR(拡張現実)等のデジタル技術を活用して組織やビジネスモデルを変革し、価値提供の方法を抜本的に変えること

（１）スポーツ・エンタメ系イベントの中止・延期の状況

- 新型コロナウイルス感染症拡大により、東京オリンピックの延期をはじめとする主なスポーツ・エンタメ系イベントが中止・延期になっている。

分野		変更区分	概要
スポーツ	オリンピック・パラリンピック	延期	東京大会 2020年→2021年へ、延期は史上初
	高校野球	中止	春夏との中止は史上初
	インターハイ	中止	2020年全種目中止
（プロ系スポーツ）	プロ野球	中止/再開	中止されていた公式戦が6月に再開
	Jリーグ(サッカー)	延期/再開	延期されていた公式戦が6月から再開
	トップリーグ(ラグビー)	中断/中止	2月に中断されていた今期大会を中止
	Bリーグ(バスケット)	中止/再開	2月に中断されていた公式戦を中断10月に再開
	大相撲	中止/再開	5月場所中止、9月場所再開
エンタメ （音楽系）	嵐 新国立ライブ	延期	例年5月開催が10月に延期(無観客)
	EXILE 大阪ドーム公演	中止/延期	2月～3月の全公演
	ゆず コンサート	中止/延期	4月のピアアリーナMMこけら落としイベント
	フジロック・フェスティバル	中止	2020年は中止
（演劇系）	歌舞伎	中止/再開	3月～7月歌舞伎座公演、8月再開
	宝塚歌劇	中止/再開	6月まで中止されていた公演を7月から再開
（祭り系）	東北3大祭り	中止	青森ねぶた、秋田竿灯、仙台七夕、山形花笠
	東京三社祭	延期	5月が10月に延期、3日間から2日間に縮小
	隅田川花火大会	中止	7月11日予定の日本最古の花火大会中止
	東京ドームふるさと祭東京	中止	2021年1月の中止決定

(3) 新型コロナによるライブエンターティメント業界への影響

- ・野村総研推計によると今年2月から来年1月までの1年間に中止または延期になるライブエンターティメントは43万2千件で、入場できなくなった観客数は2億2900万人。
- ・それによる損失金額は6,900億円、これは2019年のライブエンターティメント市場規模の77%に相当する。

	すでに発生した推計値 (2～5月)	今後追加で見込まれる推計値 (6月～来年1月)	合計推計値 (2月～来年1月の1年間)
①. 中止・延期により売り上げがゼロ もしくは減少した公演・試合	121,500件	234,000件	432,000件
②. ①によって入場できなくなった観客数	1億2,100万人	1億8,000万人	2億2,900万人
③. ①による入場料金の損失総額	3,615億円	3,200億円	6,900億円
④. 年間市場規模9,000億円に対する 損失割合	41%	36%	77%

(出所) ぴあ総研調べよりNRI(野村総合研究所) 作成

■ 本研究の内容

1. 新型コロナウイルス感染拡大による大型イベントの影響

- (1) スポーツ・エンタメ系イベントの中止・延期の状況
- (2) 新型コロナ感染拡大による大型イベントの経済損失効果
- (3) 新型コロナ感染拡大によるライブエンターティメント業界への影響
- (4) 新型コロナ感染拡大によるスタジアム・アリーナへの影響

2. ウィズ・コロナ期におけるリアルイベントの動向

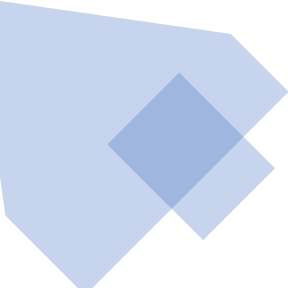
- (1) ウィズ・コロナ期の国の対応
- (2) ウィズ・コロナ期のスポーツ業界の動向
- (3) ウィズ・コロナ期のエンタメ業界の動向
- (4) ウィズ・コロナ期の医療機関等との連携の動向

3. ポスト・コロナ期に向けたデジタルイベントの動向

- (1) DX型スポーツ観戦スタイルの登場
- (2) DX型スポーツ観戦スタイルの動向
- (3) DX技術を活用した新型スポーツエンタメの動向
- (4) DX技術を活用した新しい音楽エンタメの動向

4. スタジアム・アリーナイベントの将来展望

- (1) コロナ禍で問われるスタジアム・アリーナの存在意義
- (2) リアルイベントとデジタルイベントへの両立
- (3) スタジアム・アリーナ側の今後の対応
- (4) 結論：スタジアム・アリーナイベントの将来展望



■ 研究結果の要約



1. ウィズ・コロナ期においてはスタジアム・アリーナイベントは社会的要請に依拠して、イベントの自粛*や3密回避やソーシャルディスタンス確保等の感染対策を基本とする様々な工夫による運営**が行われている。

* 中止、延期、開催数縮小 **無観客、観客数制限（予約、市松模様）、大声禁止、アルコール禁止、マスク着用、体温検査、ソーシャルディスタンス確保、手洗い励行、消毒

①国のイベント開催制限

- ・2月26日：全国的スポーツ・文化イベント等大規模イベントの自粛要請
- ・3月24日：東京オリンピック延期決定
- ・4月7日：緊急事態宣言
- ・5月4日：専門家会議から「新しい生活様式」の提言、
接触確認アプリ「COCOA」提案
- ・5月25日：ステップ1 イベント開催制限
- ・6月19日：ステップ2 イベント開催制限
- ・7月10日：ステップ3 イベント開催制限
- ・9月19日：ステップ4 イベント開催制限（緩和）

■ イベント等…収容率と人数上限でどちらか小さいほうを限度（両方の条件を満たす必要）

→国事務連絡【別紙8】参照

収容率		人数上限
歓声等なし(クラシックコンサート等)	歓声等ありうる(ロックコンサート等)	①収容人数10,000人超 →収容人数の50%以下 ②収容人数10,000人以下 →5,000人
100%以内 ※席がない場合は 適切な間隔を確保	原則50%以内 ただし、同一グループ（5人以内）内では 座席間隔を空けなくともよく、 50%以上もありうる。 ※席がない場合は十分な間隔(1m)を確保	

■ 地域の行事…引き続き開催可能。

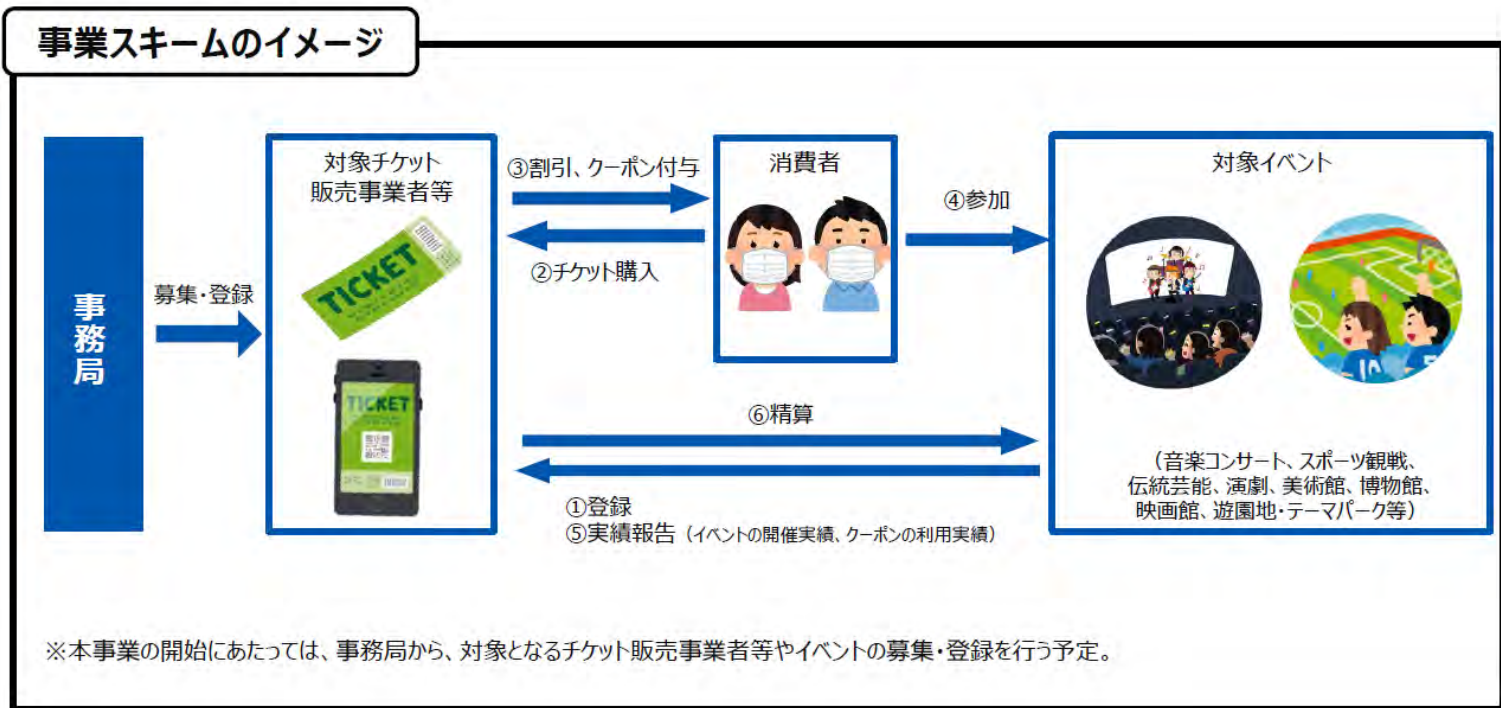
■ 全国的又は広域的な人の移動が見込まれるもの（花火大会、野外フェス等）

…中止を含めて慎重に判断したうえ、人と人との間隔を十分（1m）確保できるなら、**開催可能。**

②GOTOイベント政策

- ・ 経産省は、2020年9月に感染拡大防止と文化芸術やスポーツに関するイベントの需要喚起の両立を図る制度を創設した。
- ・ 対象は、チケット販売業者等と消費者で、今年度予算規模は1,200億円と少ない（GO TO トラベルは1兆3,500億円）

事業スキームのイメージ



(2) ウィズ・コロナ期のスポーツ業界の動向

①Jリーグのウィズ・コロナ対応

- ・ 週2回の公式戦(水+土日)
- ・ 無観客→5000人制限→収容50%以下
- ・ 全席予約、チケットのオンライン販売
- ・ 一抔模様配席(ソーシャルディスタンス確保)
- ・ マスク着用、大声禁止、肩組禁止
- ・ 鳴り物禁止(10月以降緩和、クラブ任せ)
- ・ 入場時の連絡先の記入(コロナ発生の場合の対応)



②プロ野球のウィズ・コロナ対応

- ・開幕を3月20日→6月19日
- ・無観客→1,000人制限→5,000人制限→10,000人、50%収容制限
- ・年間143試合→120試合(セパ交流戦、オールスター戦なし)
- ・延長10回打ち切り、引き分け再試合なし
- ・一抔模様配席(ソーシャルディスタンス確保)
- ・マスク着用、大声禁止、鳴り物禁止
- ・入場時の連絡先の記入(コロナ発生の場合の対応)



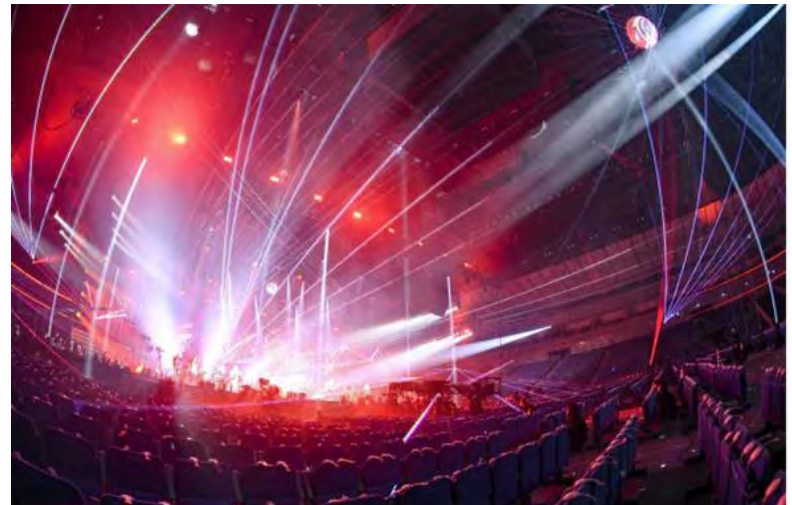
(2) ウィズ・コロナ期のエンタメ業界の動向

①在宅型無観客配信ライブコンサートの急増

- ウィズコロナ期に入ってコンサートの中止や延期が続く中で、アーティストたちの配信ライブコンサートが急増している。
- わが国でそのきっかけとなったのが3月8日にミューザ川崎シンフォニーホールで行われた東響の「観客のいない音楽会」。
- この流れを決定的にしたのが6月24日に横浜アリーナで行った有料無観客ライブ「サザンオールスターズ特別ライブ2000『Keep Smilin』」。
- 3600円のチケット購入者約18万人、視聴者は約50万人。
- 6月以降は観客数制限付き有料ライブコンサートが始まりその在宅型視聴スタイルが急増している。



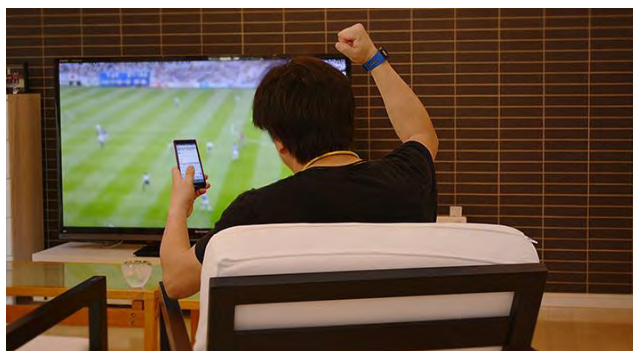
東響の「観客のいない音楽会」



2. ウィズコロナ期はリアルイベントよりはデジタルイベントが主流となる。在宅型の有料配信*イベントの割合がますます高くなることが特徴である。

*無観客有料イベント、投げ銭イベント

- ウィズ・コロナ期に入って6月以降徐々に無観客試合や観客数制限試合が始まるとともに、試合会場に行けないファンが在宅での有料テレビ配信やインターネット配信による観戦スタイルが急増した。
- 以前との違いは、スポーツバーや居酒屋、カラオケボックス等で友人や仲間と一緒に騒ぎながら観戦する機会が減ったことである。



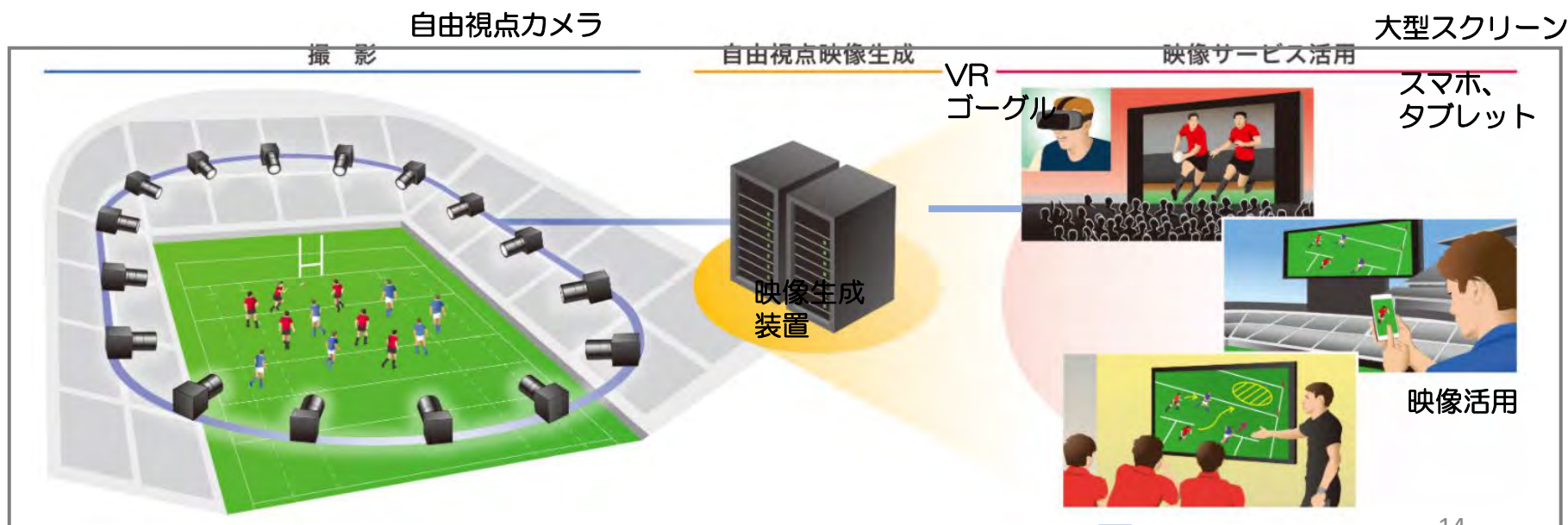
3. ウィズコロナ期において5GやDX技術を活用した在宅でライブ体験ができるデジタルイベント*の実験が始まっており、今後急速な普及・発展が見込まれる。

*VRを活用したスポーツ観戦、5GやVRを活用した新スポーツ、ホログラムを活用した音楽ライブ

(1) DX技術を活用したスポーツ業界の動向

①中核技術は5G*の自由視点映像生成システム

- ・日経トレンディの2021年ヒット商品予測で、「5K活用型スポーツライブ観戦」は総合2位にはいった。



*5Gとは第5世代移動通信システム

出所 CANON TECHNOLOGY

②スマホ、タブレット利用型観戦スタイル

- 5Kのライブ中継の配信は次のようなスマホやタブレットによってスタジアム以外の場所で受信され観戦される。

○マルチアングル機能

多視点からの試合映像をリアルタイムに視聴できる。

○リプレー機能

ナイスプレーやゴールシーンなどが多視点からリプレーできる。

○選手名鑑機能

選手の身体的特徴や能力、成績等が検索できる。

○解説機能

試合の進行にあわせて試合の解説やルール解説等の情報が入手できる。

スタジアム内にスマホが設置された座席の例



③VR型多視点スポーツ観戦スタイル

- 自宅でVRゴーグルをつけると実際にスポーツをやっている仮想空間スタジアムに自身のアバターが登場し、自由な場所の好きな視点からスポーツが観戦できる。（例）天井、ゴール前、ゴール裏、ベンチ等
- もちろんゴールシーンのリプレーや有名解説者のアバターからの試合の解説も。観客のアバター同志の声援や会話も可能。
- 実際のスタジアムのVIPルームや観客席でも有料で利用可能



(2) DX技術を活用した新型スポーツ業界の動向

① eスポーツの動向

- eスポーツは近年素晴らしい成長を遂げており、オフラインイベントは今後のアリーナイイベントとして最も期待が高い。
- 新型コロナの感染拡大により現在オフラインイベント中止や延期が続いているがポストコロナ期にはアリーナイイベントとしてV字回復が期待される。

期待が高いスポーツイベント



最近の無観客eスポーツイベント



②VR活用型未来型スポーツWARP BALL

- AVを活用した未来型スポーツのWARP BALLを体験するアトラクション
- アリーナで国際試合が開催できる。
- 遠隔地のアリーナ同志でも対戦が可能。



出所：ソフトバンク

(3) DX技術を活用したエンタメ業界の動向

(1) DX型ライブコンサートの動向

①バーチャルアイドル**初音ミク**のライブコンサート

- ・ホログラム活用したバーチャルアイドルの初音ミクと実際のアーティストがアリーナで競演するコンサート。

②ARを活用したライブコンサート

- ・AR（拡張現実）技術を活用したアーティストの立体映像で現れるロックコンサート。



■ 結 論： スタジアム・アリーナの将来展望

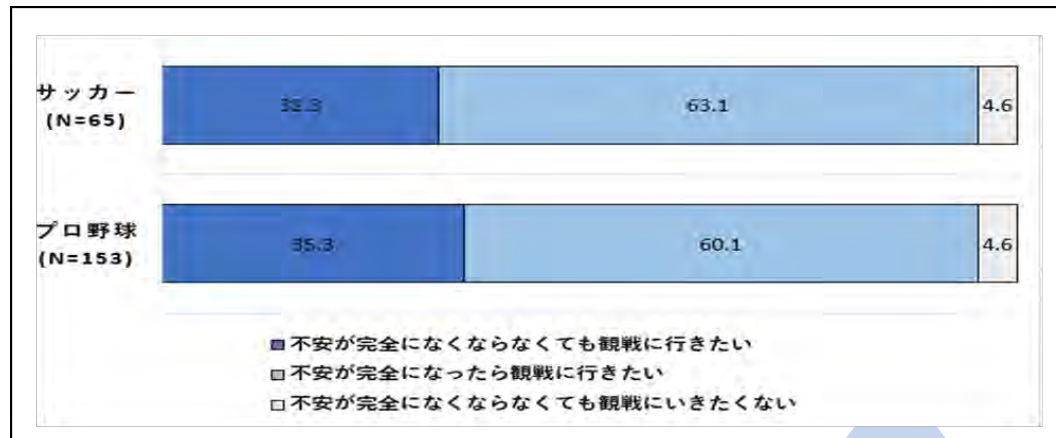
1. ポストコロナ期においてもスタジアム・アリーナの存在意義は十分ある。

【理由】 ①リアルイベントの本来的価値*は普遍性がある。

*臨場感、一体感、興奮、友人・仲間との再会、社交、確認

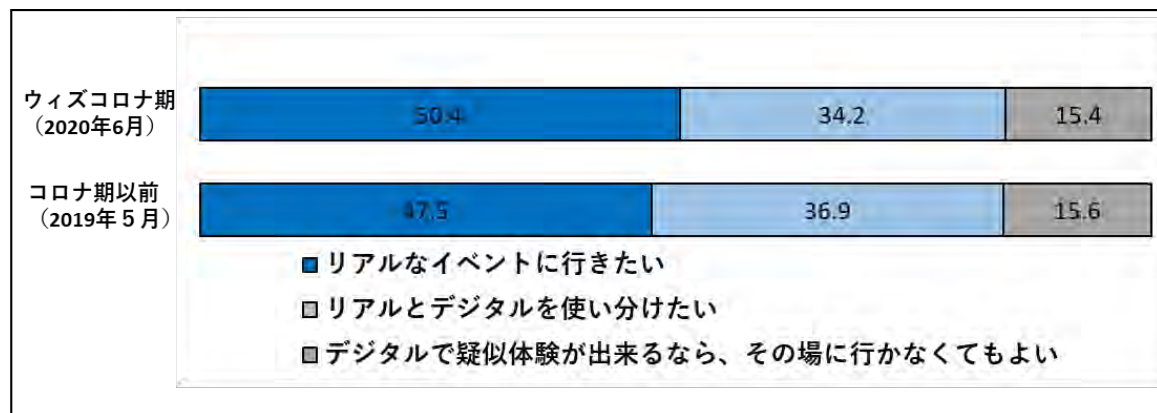


②リアルイベントへに拘るファンは確実に存在する。



2. スタジアム・アリーナは、リアルイベントとデジタルイベントとの融合の最前線となる。

【理由】①DX技術の活用による在宅でのデジタルイベントの体験はリアルイベントの価値を高める。



出所：三菱総合研究所 2020年9月

41

②三密やソーシャルディスタンス解消のテクノロジー*やノウハウ**の発展は必ずある。

* 新しい客席構造、空調、音響、映像、消毒等の新技術

** チケットिंग、誘導、飲食サービス、警備、医療サービス

③コロナ禍を契機にスタジアム・アリーナが変わる

a.施設の多機能・複合型化

- ・ 貸館事業をメインとする収入構造を多機能・複合化への改修等によってより多くの収入源を確保する経営を目指すようになる。



SC、高齢者施設、セミナー会場併設するSt.Jakob-park(スイス)

b. ホスピタリティゾーンの拡充

- ・ 一般客よりも入場料が多少高くても実際のリアルイベントを楽しみたいという観客のために多少豪華なVIPルームやVIPラウンジ、ビジネスラウンジ等のホスピタリティゾーンを増設し、増収をめざす。



c. DX型観戦支援事業への積極的展開

■自由視点カメラの設置



■VR受信タブレット座席の設置



d. ドローンを活用した運営

■消毒、監視、配送等への活用

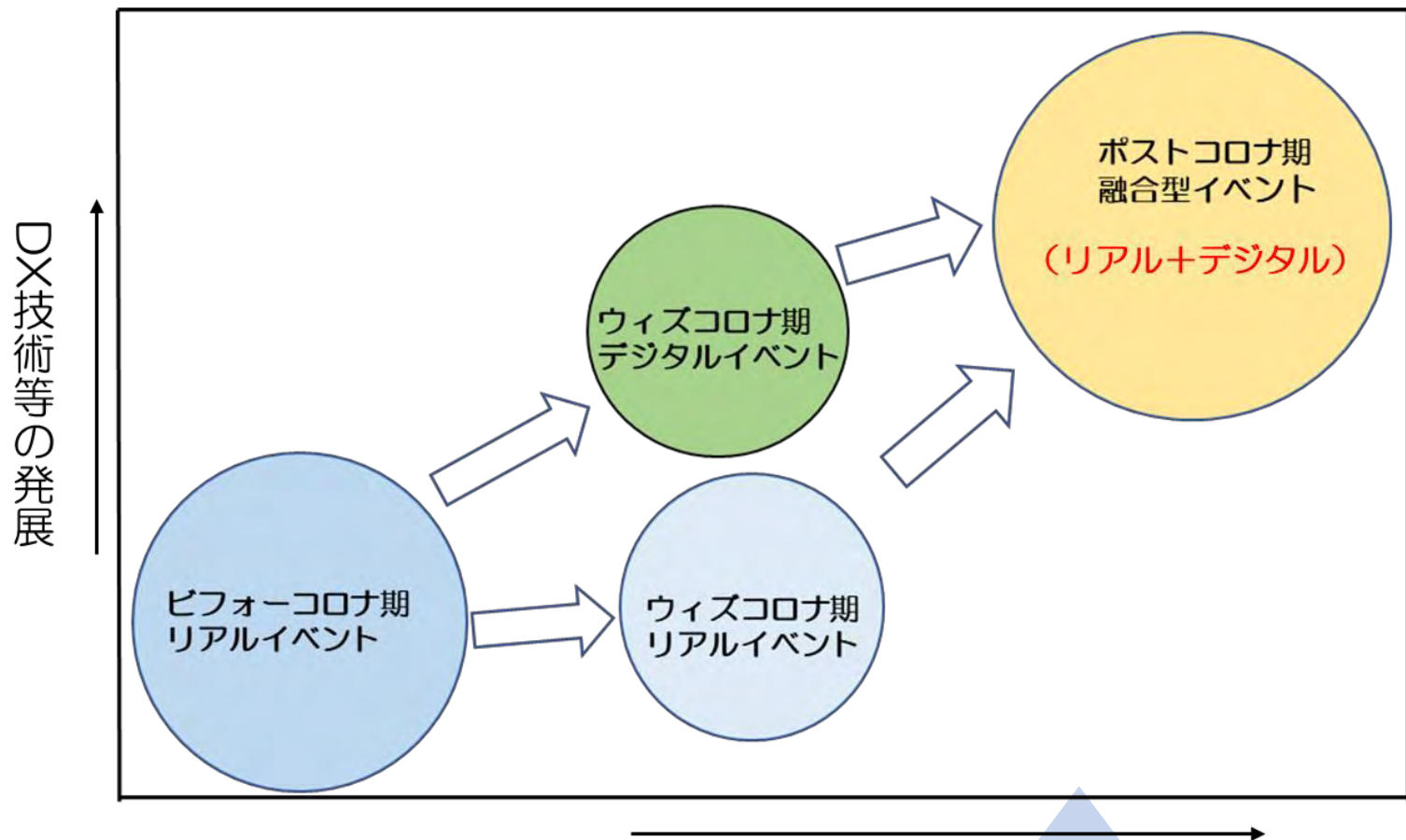


■イベントへの活用



3. ポスト・コロナ期においてはコロナ対策に対応した新たなリアルイベント市場の復活に加えてDX技術のさらなる進歩に伴うデジタルイベント市場の成長が加わるため、イベント市場はコロナ禍以前を超える発展が見込まれる。

■ウィズ&ポスト時代のスタジアム・アリーナイベントの展望

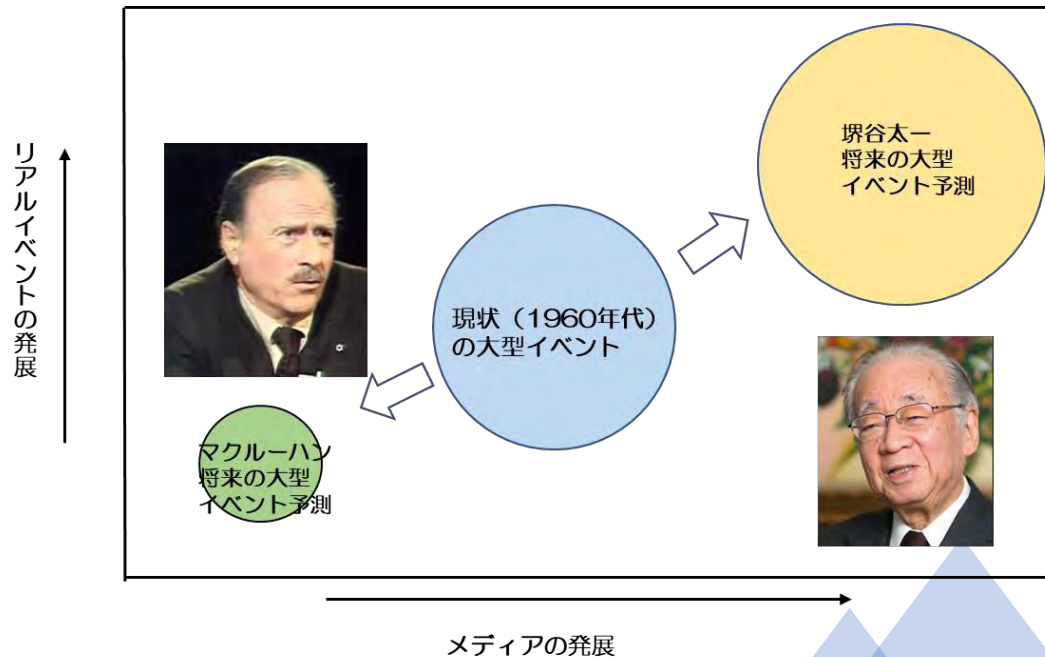


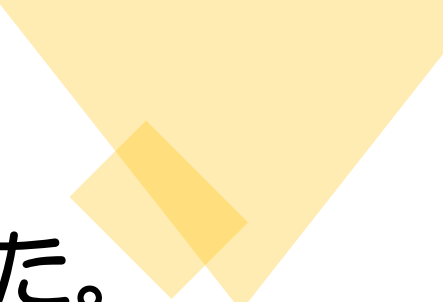
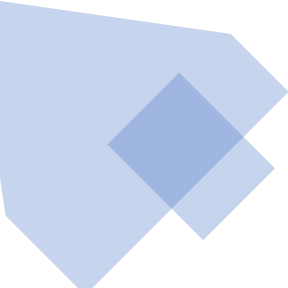
【結論の根拠】

20世期の初めにテレビが出てきた時にリアルイベントが大打撃を受けるという説が流れたが、テレビ放映と観戦イベントとリアルイベントが相乗効果をもちつつ共に発展したことでこの説が間違いであったことが証明されている。

■余談 マクルーハン&堺谷太一論争

1960年代にメディア論で一世風靡したマクルーハンはテレビをはじめとするメディアの時代では万博のような大型イベントは消滅するとの予測に対して、元イベント学会会長の堺谷太一はメディア時代と共に大型イベントも発展するすると反論し、1970年の大阪万博の成功によって自説を証明してみせた。





ご静聴ありがとうございました。

「ウィズ&ポストコロナ期におけるスタジアム・アリーナのあり方」
をテーマとする本研究は緒に就いたばかりでまだまだ先が見えない状況です。

このテーマに関心をもつ研究仲間を募集しております。
ふるって参加くださいますようお願いいたします。

イベント学会スタジアムアリーナ活用研究会