

# 都市におけるスタジアム/アリーナの機能と意味 ( I )

## -モダンからポスト・モダンへ-

橋本純一

信州大学学術研究院総合人間科学系

Function & Meaning of Stadium/Arena in the City I

-Its Change from Modern Society to Postmodern Society-

Junichi HASHIMOTO

School of Humanities and Social Sciences, Shinshu University

キーワード：スタジアム、都市、多機能、アイデンティティ、消費、ポスト・モダン

Keywords: Stadium, City, Multi-Function, Identity, Consumption, Postmodern

### 1. はじめに

筆者は一連の論稿（橋本，2010，2014，2017，2018a，2018b，2019）においてポピュラー・スポーツ（特にサッカーや野球）の観戦環境（スタジアム/アリーナ）は、時代の潮流や社会や社会関係と同調あるいはネゴシエーションをしながら新設または改修が行われてきたこと、そしてその際、スポーツ観戦空間は、経済的パワー、政治的パワー、文化的パワーの重層的な交渉状況によってさまざまな様態を現わすこと、さらにはスポーツ先進国におけるスタジアムはいかなるヴィジョンと目的の下に建造されてきたかなどをクリティカルに検討してきた。そこでは主に日本及びドイツのスポーツ観戦空間が複雑なパワー・ネットワーク（ハーグリブス，1993）に関わる少数のエージェントが、巧妙な戦略に基づいてヘゲモニーを行使するさま、あるいはトポフィリアとテクノロジカルな革新との融合の必要性などを考察してきた。

本稿では、現代社会の都市（ここではおおよそ50万人以上の中都市・大都市を念頭に置いている）におけるスタジアム/アリーナの機能と意味を、人文社会科学のかつマクロなパースペクティヴから再検討し、都市の再活性化、地域創生（または再生）の議論の礎を提供することを目的とする。

### 2. モダン・スタジアム/アリーナの機能と意味

「モダン」という言葉は19世紀後半のヨーロッパで発生した「モダニティ」から派生し、そ

れは一般に、1945年、遅くとも1980年代末の「ベルリンの壁」崩壊の時期までとする歴史的期間を指している。

その時期（20世紀初頭）に、英国で最もポピュラーであったサッカーのスタジアム建築における第一人者として活躍していた人物はアーチボルド・リーチ（Archibald Leitch）である。スコットランド人のリーチは生まれ故郷であるグラスゴーのレンジヤースをはじめ、ロンドンのチェルシー、フルハム、トットナム・ホットスパーズ、アーセナル、またマンチェスター・ユナイテッドとマンチェスター・シティ、さらにはリバプールのエバートンとリバプール、バーミンガムのアストン・ヴィラなど、主な英国都市における有名クラブのスタジアム・デザインを手がけている（図1）。その数はイングランド1部リーグ22クラブのうち16クラブのスタジアムに及んだ。彼のスタジアム・デザインの特徴は、機能的であることとコストパフォーマンス（低予算で最大の利益を得る）を意識したことであった（Brocklehurst, 2019）。その理由として挙げられるのが、当時の大方のクラブ・オーナーであるエスタブリッシュメントは、非常に保守的であり、スタジアム・デザインに冒険や独創性を求めなかったからである。「美」「エレガンス」「快適」等に関わる価値よりも、モダン（近代）産業社会における価値/イデオロギーである「合理主義」「機能主義」「効率主義」が色濃く反映されていたともいえよう。ここでは、産業革命後、急増した大都市工場労働

者の土曜午後のお楽しみとして集まる万単位のサポーターを、低予算で建設したスタジアムに可能な限り収容することが最優先だったのである。実際、マンチェスター・シティのメインロード・スタジアムは、1934年のFAカップ、対ストーク・シティ戦で84569人というイングランド最多観衆記録を記録している。この観客収容至上主義は、当然のことながら、観戦者のための駐車スペース等を設けることはなかった。これら都市の観客/サポーター(その多くはいわゆる労働者階級に属する)にとって、試合に行くという経験は、スタジアムそのものだけでなく、周辺の場所やスタジアムに通じる道路沿いの空間(パブや居酒屋、テイクアウトの売店、賭け屋、フードスタンド、路地や目抜き通り等)を経験することでもあったことを理解することが重要である(Kelsall, 2000)。このような試合日のルーティンは、その空間的实践やパフォーマンスを伴って、感覚的には特別なランドスケープを、数十年かけて形成した。そしてそれらはサポーター、路上販売員、警察、役人等を通じて、独特のリズムと意味を作り出していたと考えられる。



図1 20世紀初頭にリーチが設計したトットナム・ホットスパーズのホワイト・ハート・レーンの様子(ロンドン)

イングリスは「私はスポーツを愛するのと同じくらいにスタジアムを愛している」と述べつつ、「スタジアムは特別なもので、それはスポーツと同様にシンプルな感情である」と言う(Inglist, 2001:85)。その特別感はスポーツ・ベニューにおける「雰囲気」であり、イベントに参加することによって刺激される感情であり、多くのファンがライブ・スポーツに参加する主要な理由にあげるものである。

実際、ジウリアノッティ(Giulianotti, 1999:69)はサッカー生観戦について「雰囲気張り詰められるほどに試合はより楽しくなる」と述べ、クロフォードら(Crawford, G. and Gosling V.K., 2004)の英国アイスホッケー・ファン700名への調査でも、回答者の72%が開催アリーナに足を運ぶ理由として会場の「雰囲気」をあげているのである。

英国人ジャーナリストでリーズ出身のフィリップス(Phillips, 2001)は、ニューヨーク在住期間に恋焦がれたイングランドに関するものは、新聞やテレビではなく、ビールでもなく、リーズ・ユナイテッドFCのホーム・スタジアムであるエランド・ロードであった。

私はスタジアムに近づいてゆき、その大きなスタンドが目飛び込んでくることを思い出す。そして親友のジョンに「ほら、大聖堂(訳注:スタジアムを指すと思われる)が見えた」と語りかけていたことが懐かしい。その日のプログラムを読むこと、ボヴリル(訳注:Bovrilは英国でポピュラーなビーフ・エキス飲料。原材料はビーフのストック、イーストエキス、塩、ナイアシン、ビタミンB1、ビタミンB12、ビタミンB2、葉酸等)を飲みながら誰が先発で誰が負傷欠場かを予想した後、直ぐさまページをめくり、順位表を見て、我々がどこに位置しているのかを正確に確認していたことが懐かしい。私が隣に来ているかどうかいつも確かめていた老人と話をしたことが懐かしい。わたしが唯一父と観戦した試合(リーズ・ユナイテッド5:0ダービー・カウンティ)で応援した場所を見渡すことが懐かしい。父はスタジアムからの帰路で「ブルーマーはダイナモだ」と呟いた。その通り。しかし彼は二度と足を運ばなかった。今でもクリケットに夢中だから(ibid.:301)。

イングリス、ジウリアノッティ、クロフォード、フィリップスらの言及は、個人にとって特定のロケーションの持つ意味と重要性の代表的な事例であろう。ただ、特定のロケーションに関して抱く愛着や感情は多様であり、それをすべて理解することは不可能である。バーン

(Byrne, 2001) も「社会的な意味において、建築環境の構成要素は（その堅牢さにもかかわらず）固定的でもなければ実体的なものでもない」と述べている。そのような構成要素はむしろ、特定のコンテキストにおける解釈の上に立った行動を通じて意味を生ずるといえる。

サポーターやファンにとってのスタジアムの意味と重要性については、英国の人文地理学者・ベイル (Bale, 1993) が興味深い解釈を示している。スタジアムは4つの意味で重要だとしていた。「宗教的聖地」、「我が家」、「レガシー」、「スクーリング（教育）の場」のメタファーである。これらのメタファーのうち、前者3項目については拙稿（橋本, 2018b, 2019）で検討しているので、ここでは最後の項目「スクーリング（教育）の場」について若干の検討を加えておきたい。

ベイルはこの著書において、スポーツ・ベニューはヘゲモニー的スクーリングに都合のいい場所の象徴だと主張している。また、スポーツ・ベニューにおいて観戦者は、身体的卓越（達成）の価値や、模倣すべき役割を教化されるという。スポーツは新しい大衆のアヘンであり、スポーツを通じて表現される労働者階級内の対立は、階級間闘争から目をそらす機能があるとする。各都市を代表するクラブ相互の対抗戦は、事実上、各都市の労働者相互の対立でもあることからすれば、それは十分理解可能である。この点に関してハーグリーブスも「各都市で同じように搾取されている若年労働者の集団は、自らの属するコミュニティを象徴するクラブチームを応援・支持する。それは、彼らが所属する場所（都市）に対する支持が、彼らの社会階級やその認識を曖昧にすることに機能している (Hargeaves, 1986:44)」とし、当時の英国におけるスタジアムのイデオロギー的スクーリング機能を解説している。

ここまでモダン（近代）社会におけるスタジアムの機能と意味について検討してきたが、ポスト・モダン社会、あるいは後期資本主義社会において新しく建設されたスポーツ・ベニューにおいては上述の機能、意味、重要性が必ずしも当てはまらなくなっている兆候もみられるので次節ではその状況について検討していく。

### 3. ポスト・モダン社会における文明化

ノルベルト・エリアス（1977）によれば、人間社会は構造化されている。またその社会は時間の経過とともに変化することが核となっている。そして彼の研究におけるキーターム「文明化」という言葉の使用する場合、どちらかと言えば静的な意味よりも経過的な意味であり、絶対的な意味では「文明化」していないが、時とともに「次第に開花して」してきた社会、あるいは集団を指す。そしてダニングとシェアード (Dunnig, E & K Sheard, 1979) はエリアスの「文明化の過程」を以下のように特徴づけている。

- (1) 社会的基準の綿密な記述と洗練化
- (2) 市民の自制心を求める社会的圧力の増大
- (3) 目立たない直接的影響力を使用しつつ、より巧妙かつ隔々に行き届く監視体制の発展

スポーツ競技場における初期の文明化は、イングランドで近世までポピュラーであった選手と観客の区別がないモブ・フットボールが、それぞれの存在領域に境界が設けられる状態に変化してゆく過程に典型される。このような場所の領域化を伴う劇場的なイベントとしてのスポーツの成立は近代化の産物（＝文明化）と捉えられる。

その後、先に検討したような「合理化（あるいは効率化）」の波が押し寄せ、英国では1980年代まで継続したといえる。米国においては種目や変容実体が若干異なるが、少なくとも国民的娯楽である野球のボールパークにおいてはほぼ英国と同様の時期に同様の傾向が認められる。

今日、サッカーや野球は、より「文明化」された環境で行われている。攻撃欲の制限に関する規制や振る舞いの洗練化（文明化）に関しては以下の英米の以下の事例が代表的なものである。現在、英国では、多くのファンやサポーターは監視カメラで監視され、テイラー・レポート (Taylor, 1990) 発表以降、観客は座って観戦するようになって安全性の確保に繋がっている注1)。危険物の持込チェックの他、全ての携行品を可視化するために透明バッグ以外のバッグの持ち込みを制限するスタジアムも増加している注2)。また米国では、車社会到来に対応して（換言すると裕福な中産階級白人層の要求に合わせて）、スタジアムは、ごちゃごちゃした

薄汚れた都心から、清潔でスッキリした都市郊外に建設されるようになった(図2及び図3)。



図2 大駐車場を伴いロサンゼルス郊外に建設されたMLB・LAドジャースの球場、ドジャー・スタジアム(1962年竣工)の鳥瞰と内観

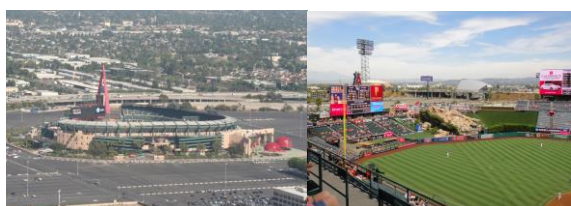


図3 大駐車場を伴いロサンゼルス郊外に建設されたMLB・LAエンジェルス(1966年竣工)の球場、エンジェル・スタジアムの鳥瞰と内観

合理化と効率という価値は、一時期(1960年～1980年代)、複数種目兼用スタジアムの増大を導く。大陸ヨーロッパや日本での陸上競技トラック付きスタジアムの増加、米国でのドーム型スタジアムの増加である。前者はサッカーと陸上競技で稼働させる目的から、後者は野球とアメリカン・フットボールの両種目(さらにはコンサート)で使用することを主眼としていた。日本やイタリアでは、この種の(陸上競技用トラック付)スタジアム建設には政府や自治体から補助金が支給されることで、この時期の新築スタジアムは、ほとんどすべてが陸上競技・サッカー兼用となった。

しかしながらこのように合理性・効率の見地から建てられたスタジアムは、観客のみならず選手からも歓迎されなかった。陸上競技・サッカー兼用スタジアムは、稼働率で圧倒的なサッカーのファンから「プレーや選手が遠く小さく見える」「臨場感に欠ける」と敬遠され、ドーム型スタジアムは、同様の批判の他、(人工芝を使用せざるを得ないため)プレーヤーから「疲労が蓄積し、怪我も多くなっている」と批判され、その御衰退する運命を辿ったのである。

ネオ・マルクス主義的地理学者の視点からデビッド・ハーベイ(Harvey, 1985)は「資本家階級は労働者階級を規律で縛ろうとする・・・なぜなら、労働に影響するすべてを支配するためである。つまり生活のあらゆる側面である。ここでは資本家にとって必須の『職業の倫理』『ブルジョワの価値』が求められ、強要される」

(ibid.:57)と主張している。彼の主張に照らし合わせると、スポーツ観戦環境における改善も「職場における自発的な協働と効率に繋がる充足感や満足感」(ibid.:56)を提供する装置とも捉えられる。この解釈において、スポーツ環境の改善はまさにすべての労働者を幸福にする「パンとサーカス」イデオロギーの一翼を担っているといえる。モダン社会までのスタジアム/アリーナは「サーカス(=選手のパフォーマンス)」の提供という単一機能に留まっていたが、ポスト・モダン社会では広い意味での「パン」の領域を重視し変容している点に注目する必要がある。「パン」は食物そのものだけではなく、食事の提供空間とそこでのサービス、クラブ(チーム)に纏わるグッズ等、その他消費できるすべてと捉えられる。今日、スタジアム/アリーナは以前より裕福な消費者をターゲットにしたマーケット志向になっている。そこはまた、消費者がリラックスして金を使い、再来したくなる「安全」かつファミリー向けの環境となってきたことが重要である。特に先進国では消費社会と社会的規制という視点から核家族化が焦点化されている。ファミリー・チケット(図4)、ファミリー向け食品、ファミリー・パックのような商品は、この消費社会における基礎的単位(=核家族)に向けて益々増加傾向である。他のエンターテインメント産業と同様、家庭とそれ以外の場所の両方において、多数のスポーツとそのベニューが「ファミリー」マーケット志向になっているのである。



図4 札幌ドーム(左)と日産スタジアム(右)のファミリー・シートとチケット案内

現代スポーツ・ベニューにおけるファミリー



数の増大の意義は、それまでより広範囲の社会的統制が期待できることである。ファミリーの存在は、サポーター/ファンに対して、より広範囲かつ一定水準の統制を求める。家族向きの環境を維持するにあたって、彼らとその規律をただ単に受容するのではなく、自ら進んで受け入れられるようになることにファミリーの存在意味が見い出せるのである。それゆえに、ファミリーという単位は、広範囲の規律内面化に寄与しているといえる。確かに家族は、お互いにその行動を注視して、時に制裁も加えるので、望ましい行動様式を内面化するにはとても効果的な単位といえるだろう。ただ、このように観客が規律を内面化し、推奨される行動を自ら進んで受容をするようになるにつれて、イデオロギー的・社会的統制は見えにくくなっていることを理解しておかねばならない。

#### 4. 正当性（忠誠心）の危機と都市アイデンティティ（シビック・プライド）の象徴としてのスタジアム/アリーナ

ハーバーマス（1979: 73-74）は後期資本主義の特徴として「合理性の危機」の問題と同時に「正当化（忠誠心）の危機」の問題が浮上していると主張している。本節では後者の問題に絡めて、ポスト・モダン社会の都市におけるスポーツ・ベニューの役割（意味）について検討する。

欧州、特にスペイン、イタリア、ポルトガルでは、多くの大規模スタジアムが、各国の為政者（特に独裁者）が自己（の都市）の権威を内外に刻印・宣伝するために建てられた。スペインでは1947年にフランコ将軍がマドリッドにサンティアゴ・ベルナベウ・スタジアムを、イタリアでは1937年にムッソリーニがローマにスタジオ・オリムピコを、さらにポルトガルでは1954年にサラザールがリスボンにエスタジオ・デ・ルースを建てている。

ポスト・モダン社会でも、サッカーのワールドカップ、欧州選手権、そしてオリンピックのようなメガ・スポーツイベントでは、国家のアイデンティティを具現化するために重要視されるのはスタジアム/アリーナである。この数十年間でこれにあたるメガ・スポーツ・イベントが開催されたフランス、日本、英国、中国、南ア

フリカ、ブラジル、ロシアなどでは国家の建築技術の先進性をグローバルにアピールするため、様々な場所に多様なスタジアム/アリーナが建築された。それらのひとつひとつのデザイナー——スタッド・ド・フランス（図5: パリ）、ウェンブリー・スタジアム（ロンドン）、北京国家体育場（通称・鳥の巣: 図5）、新国立競技場（東京）等々——は国家的象徴として世界に示す役割が込められている。



図5 スタッド・ド・フランス（左：1997年竣工）と北京国家体育場（右：2007年竣工）

国際的に優れた競技場として認められるか、あるいは不適格と烙印を押されるかは、開催国の選手/チームのパフォーマンス以上に重要視されてきている。

同様に、各都市のスポーツ競技空間における建築とそのデザインは、その都市のアイデンティティを醸成し伝達するパワーを持たせるよう、様々な工夫とテクノロジーが駆使されている。それはモダン社会における競技場建築のコンセプトとは明らかに異なっている。一般的に、モダニズムからポストモダニズムにおける建築変容の特徴は、直線→曲線、合理主義/機能主義→象徴主義/ラディカルな折衷主義、単一（単体）→ハイブリッド（混成）、シンプル→装飾主義、などと表現されるが、スタジアム・アリーナ建築もこのコンセプトの流れの中にあるといえる（図6、図7）。



図6 赤レンガ装飾を施したニューヨーク・メッツのホーム・スタジアム「シティ・フィールド」正面入口の外観と内装（2009年竣工）



図7 荘厳な大聖堂を彷彿させる三代目ヤンキー・スタジアム（左：2008年竣工）と、地元漁業に使用されてきた帆船をモチーフにしたカタールのアル・ジャノブ・スタジアム（右：2019年竣工）

リアルによれば、ポスト・モダニズムはモダニズムの「過剰」への反動、思いがけない組み合わせによるバステージュ（混ぜこぜ）、グランド・ナラティヴ（大きな物語）の崩壊、サイエンスや進歩という信念への社会的合意の揺らぎ、現実と仮想現実との区別の曖昧化であり、顕示的消費の倫理、快楽主義、相対主義、私生活主義等によって定義付けられるという（Real, 1996）。

バステージュ化の魁は超高層ビルで、スタジアムにも影響を及ぼしている。超高層ビルは21世紀を迎えるまでは、そのほとんどがホワイトカラー向けオフィス（単一機能）であった。

ポスト・モダン社会は、そこに病院、ホテル、賃貸マンション、宴会場、レストラン、そしてスイミング・プール、スケートリンク等をも組み込み始めた。シカゴのジョン・ハンコック・センターはその先駆けである（図8）。この潮流

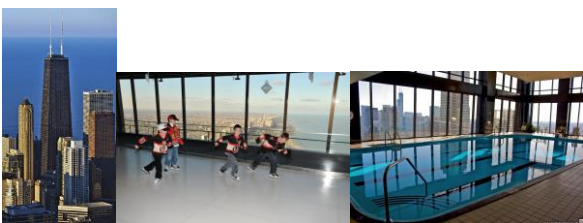


図8 ジョン・ハンコック・センターの外観（左）と高層階のスケート場（中）とスイミング・プール（右）

は逆に、スタジアムにおいて非スポーツ的施設を付帯させるあり方にも示される。ダブリンのエイピア・スタジアムにおけるカンファレンス会場、ロンドンの新スパズ・スタジアムにおけるホテル、ウィーンのアリアンツ・スタディオンにおける礼拝室（橋本，2017:5）、コリンチャンス、シャルケ、バルセロナが設けているファン用墓地等の新しいスタジアム付帯施設に

見られるように、運営側はクラブとスタジアムとの親密な関係を深めるためにあらゆる顧客（ファン）開拓を模索している。

ポスト・モダン社会におけるスタジアム/アリーナ内顧客層の多様化は、サポーター/ファンの性質の変容（特にバステージュ化）に繋がっている。現代は、単に試合のプレーを観て楽しむだけでなく、バラエティに富んだグルメを味わいつつ、テクノロジーを駆使した演出に合わせて抽選、クイズ、スモーク（図9）等を楽し



図9 バンカーバー・BCプレイス・スタジアムにおけるサッカー試合前のスモーク演出

む。また、マスコット・キャラクター、チア・ダンサー、特別ゲスト等の歌や踊りやおしゃべりを楽しむ。さらには様々なクラブ応援グッズを身につけ、顔や頭に加工を施し、マフラーやバナーを振り、LEDペンライトを照らし、ハイタッチやハグをし、時には楽器伴奏を伴ったスクワット・ダンスやサンバを踊りつつ大声で合唱し、カーニバル的パフォーマンスに興じているのである。そこではモダニズムの真面目で単一的な価値から解放され、新しい遊びや快楽原理に基づく行動が顕在化しているといえる。

クロフォード(Crawford, 2004)が検討しているが、これらの行動は少なからず消費を伴っていることの意味を理解しておかなければならない。特にその消費がヴェブレン(1994)のいうところの顕示的消費(conspicuous consumption)の様相をますます呈していることを注視しておく必要がある。チケットは多種のカテゴリーが設けられ、エグゼクティブ・ルームでの豪華なビュッフェ付きプレミアム・シート観戦から、専用ラウンジ付きの各種クラブ観戦、そして一般的なS席～自由席での観戦に至るまで、観戦領域が段階的に区切られ、価格もそれに準じて大きく異なっている。スタジアムグルメやマーチャンダイズ商品も価格は千差万別である。観

戦場所/観戦席の(チケット)消費、身に着けているレプリカユニフォーム/グッズ、味わうグルメ等の消費は、カテゴリー別顧客の欲望を充足させると同時に、周囲の人に自らの立ち位置をそれとなく顕示することにも繋がっているのである。換言すれば、ホームタウンの都市住民は、彷徨える忠誠心(ロイヤリティ)の置き場をこのようにバラエティに富んだ消費活動の中に求め、しいてはアイデンティティ醸成や再認識に繋げているといえる。

さらに各都市のスポーツクラブは、都市アイデンティティにアピールするような仕掛けもスタジアムに設けている。それぞれが他のどのクラブ(都市)にもない独創性(図10)を、ス



図10 独創性を謳う北海道日本ハムファイターズの新ボールパークの新聞広告(左)とその建設予定地(右:北海道・北広島市)

タジアム内のあらゆる設備や運営で意識しつつ展開している。その意味での近年のトレンドはサステナビリティである。

経営的なサステナビリティでは、まずエグゼクティブ層に対してCS(顧客満足度)を上げて収益を確保することである。企業や富裕層向けにプレミアム・シーズン・パス(年間チケット)を用意する。また、先にあげた試合日以外に、日常的に稼働させる(収益をあげる)機能・施設を設けることである。

環境(エコ)面でのサステナビリティを特徴とするベニューも増加している。ヒューストン・ダイナモ(MLS)のスタジアムは、その建材(鉄、ガラス、コンクリート、石工、石膏ボード、木材)のほとんどでリサイクル材を利用している(BBVA Stadium, 2020)。またロサンゼルスFC(MLS)のスタジアムの屋根(図11)はリサイクル可能なETFEフィルムを使用している

(Los Angeles football Club, 2020)。いずれのスタジアムも米国の環境性能認定システム

「LEED」でシルバーを獲得したと謳っている。



図11 Banc of California Stadium(ロサンゼルス FC)におけるETFEフィルムの屋根

都市やスタジアム固有の歴史/伝統/物語に基づくアイデンティティに訴求し、アイコンとして利用する事例も多く見受けられる。典型的事例としては、ニューヨークのヤンキー・スタジアムにおいて、初代スタジアムの格式を模したこと(図6)やレフトスタンド・フェンス沿いにレジェンド的選手のモニュメントが設けられたこと(図12)、東京の新国立競技場入口において、旧国立競技場内でシンボリック的存在であった壁画が移設されたこと(図12)等があげられる。



図12 ヤンキー・スタジアムのペープ・ルースらのモニュメント(左)と新国立競技場玄関の壁画(右)

スポーツ・ベニューにはこのように多種多様な形のアイデンティティ/シビック・プライドをくすぐる仕掛けが設けられているが、それはある意味、社会学者デュルケームが「機械的連帯」(注3)とよんだ絆を形成し、社会的統合に貢献しているといえる。スタジアムで形成されたアイデンティティはあらゆるレベルで「内集団」と「外集団」を形成し、集団帰属意識を高める。基本的に、対戦クラブに対する対立関係は内集団帰属意識を高めるのに役立っている。例えば、大阪の人々は、ガンバ大阪とセレッソ大阪がダービー・マッチをする時には2つに割れるが、これら大阪のクラブが東京のクラブと試合をする時には結束する。同じように、日本人であれば、日本のどのクラブであろうと、クラブワールドカップ等で国外のクラブと対戦する時には結束/応援する。要するにスポーツの対抗的性質は、地域あるいはその他の集団の帰属意識を高



めるのに役立っており、ホーム・スタジアムやそれに付随する独自のアイコン等は、そのコンテキストにおいて、役立っているといえる。

## 5. まとめにかえて

かくして、モダン社会においてスタジアム/アリーナは、主に選手のプレーから派生する楽しみを提供することにより男性労働者のフラストレーションを放出するという「サーカス」的単一機能を担うもので留まっていた一方で、ポスト・モダン社会のそれは、客層が老若男女あらゆるカテゴリーに拡大し、ファミリーを中核にしながらの、あるいは監視というフィルターを浸透させながらの消費を通じて、多種多様な（バスタージュ化した）機能を備え、五感が刺激され共振する快楽を希求する広い意味での「パンとサーカス」の場所と化した。それはある意味「文明化の過程」において生起しているともいえよう。

ウォルト・ディズニーは1955年にカリフォルニア州アナハイムにディズニーランドを初めて開園し、ファミリー・エンターテインメントのプロトタイプを提示したといわれているが、それから半世紀あまり、後期資本主義体制下/ポスト・モダン社会のスポーツ界にもその影響が増幅されつつ及んでいる。ネオ・マルキシストのベロ・リガウアー (Rigauer, 1981) は「プレイエリアの標準化された空間的・時間的規定は、一般的職場に設けられているその種の規約と拘束を反映している」と主張している。スポーツ空間の体系化が、より大きな一般社会のモデルとして利用されうると予測していたが、昨今の公共空間のみならず私的空間への監視カメラの設置状況を鑑みると、あながち過大解釈とも言い切れないだろう。スポーツクラブのファミリー戦略を核にした消費に導かれる自主的な規律内面化と、スタジアム/アリーナにおける監視網の浸透は、テロや猟奇的事件が頻発する社会において、一定のプライバシー侵害があっても仕方ないと捉えざるを得ないのであろう。

先にあげたハーバーマスの「正当化の危機」とは、政治システムのインプット、つまり大衆の「忠誠心」に関わる危機である (野口, 2011: 74)。自由主義的資本主義においては、経済活動にともなう諸問題に対して、国家や自治体は

基本的に責任を負う必要がなかった。しかし現代の後期資本主義においては、政府や首長の無策や政策的な介入の消極性が非難され、大衆の忠誠心を損なうことがよくある。浮遊する忠誠心の停泊ツールとして登場し意味を持ち始めているのが、前節で検討したようにアイコン的なスタジアム/アリーナである。私たちは、大衆の忠誠心のつなぎとめのための積極的財政出動による「ムダ」や「バラマキ」が生起しないよう見守りつつ、都市活性化とグローバル都市のプレゼンス (シビック・プライド/アイデンティティ) 向上を伴った、真に有意なスタジアム/アリーナのあり方を模索し続けなければならない。

【付記】本研究は日本学術振興会令和元年度科学研究費助成事業の交付金助成 (課題番号: 16K01699) を受けて実施した。

### 【注】

注1) 同レポートでは、人は立位で叫ぶと攻撃性が高まると報告している。

注2) MLS ロサンゼルス FC の透明バッグ・ポリシーは図13のように案内されている (Los Angeles football Club, 2020)。

注3) 機械的連帯とは、相互に類似した成員が形成する連帯で、類似した人々は強固な共同意識をもち、その共同意識は宗教的性質を帯びるとしている。



図13 透明バッグ使用の案内 (ロサンゼルス FC)

### 【参考文献】

BBVA Stadium (2020) “Environmental Sustainability at BBVA Stadium”

<http://www.bbvastadium.com/stadium-information/environmental-sustainability>

(2020年3月10日閲覧)

Brocklehurst, Steven. (2019) “Archibald Leitch: The man who built Britain's football grounds”

<https://www.bbc.com/news/uk-scotland-48028660>

(2020年3月5日閲覧)



- Bale, J. (1993) *Sport, Space and the City*, Routledge. (ペイル・J、池田勝訳、1997、『サッカー・スタジアムと都市』体育施設出版)
- Byrne, D. (2001) *Understanding the Urban*, Basingstoke: Palgrave.
- Crawford, G. (2004) *Consuming Sport*, Routledge.
- Crawford, G. and Gosling V.K. (2004) 'The Myth of the "Puck Bunny?": Female Fans and Men's Ice Hockey', *Sociology*, 38(3).
- Dunning, E. and K. Sheard (1979) *Barbarians, Gentlemen, and Players : a Sociological Study of the Development of Rugby Football*, Oxford.
- エリアス・N, (1977) 『文明化の過程』法政大学出版局.
- Fishwick, N. (1989) *English football and Society 1910-1950*, Manchester: Manchester University Press.
- Giulianotti, R. (1999) *Football: A Sociology of Global Game*, Cambridge: Polity Press.
- ハーバーマス・J. (1979) 『晩期資本主義における正統化の諸問題』細谷貞雄訳、岩波書店.
- Harvey, D. (1985) *Consciousness and the Urban Experiences*, Oxford: Blackwell.
- ハーグリーブス, J. (1993) 『スポーツ・権力・文化～英国民衆スポーツの歴史社会学～』佐伯聡夫・阿部生雄訳、不昧堂出版.
- 橋本純一(2010) 「スポーツ観戦空間～そのパースペクティブ及び現在と未来～」『スポーツ観戦学』橋本純一編著、世界思想社.
- 橋本純一(2014) 「ポピュラー・スポーツとスポーツ観戦環境～近年のスタジアム/アリーナの建設政策を中心に～」, 環境科学年報第 36 号, 信州大学.
- 橋本純一(2017) 「スポーツ観戦環境の設計(Ⅰ)～モダンスタジアム・デザインの変遷と具体例～」, 環境科学年報第 39 号, 信州大学.
- 橋本純一(2018a) 「プロスポーツの観戦場所環境マネジメント～スタジアムの国際比較から～」文化資本研究 1, 文化科学高等研究院出版局.
- 橋本純一(2018b) 「スポーツ観戦環境の設計(Ⅱ)～モダンスタジアム・デザインの変遷と具体例～」, 環境科学年報第 40 号, 信州大学.
- 橋本純一(2019) 「スポーツ観戦環境の設計(Ⅲ)～変容するスポーツ・ベニューとその未来～」, 環境科学年報第 41 号, 信州大学.
- Inglis, S. (2001) *Sightlines: A Stadium Odyssey*, London: Yellow Jersey Press.
- Kelsall, G. (2000) 'From the Victoria Grounds to Britannia Stadium: Remembering and reinventing the experience and identity of place', in T. Edensor(ed.) *Rclaiming Stoke-on-Trent: Leisure, space and identity in the potteries*, Stoke-on-Trent: Staffordshire University press.
- Los Angels football Club (2020) "A-Z guide" <https://www.lafc.com/matchday/az-guide> (2020年3月10日閲覧)
- 野口雅弘(2011) 『官僚制批判の論理と心理—デモクラシーの友と敵』中公新書.
- Phillips, C. (2001) 'Leeds United, Life and Me' in *A New World Order*, London: Seckers and Warburg.
- Real, M.R. (1996) *Exploring Media Culture: A Guide*, Sage.
- Rigauer, B. (1981) *Sport and Work* (trans. A. Guttman), New York: Columbia University Press.
- Taylor, Lord Justice (1990) *The Hillsborough Stadium Disaster: Final Report*, London: HMSO
- Veblen, T. (1994) *The Theory of the leisure class*, Constable, London.

(原稿受付 2020. 3. 15)