

世界水泳選手権大会に向けた環境整備 —新しいプールのあり方に関する提案—

田口 正公
中川 伸司
矢倉 裕
逸見 晃治

福岡大学スポーツ科学部
福岡市市民局スポーツ部
ヤマハ発動機(株)プール事業部
株式会社電通スポーツマーケティング局

〔要旨〕

本シンポジウムは21世紀の始めに福岡で開催される世界水泳選手権大会に採用される特設プールに視点をあて、そのコンセプトとメリット及び問題点を行政、設置企業、プロデュース企業の立場から提案した。行政の立場からはユニバーシアードで得られた各種スポーツ競技の運営や支援のノウハウを基盤として、「国際スポーツ都市宣言」を行い、市民のスポーツ普及振興に貢献している。その一環としての世界水泳選手権大会を実施し、新しいプールを採用した。

設置企業の立場からは、特設プールの新しい技術の開発を行い、高品質のFRPプールを短期間で施工、撤去する方法を完成し、今後多様な利用形態に応じる可能性を持っていることを提案した。

プロデュース企業の立場としてはこの特設プールがスポーツマーケティングの世界で経済的効果をもたらす可能性が大きいことを指摘した。

◆キーワード：世界水泳選手権、特設プール、FRP技術、スポーツビジネス

はじめに

2001年福岡で開催される第9回世界水泳選手権大会は新しい試みとしてメインプール、サブプールとも特設プールを採用して行われる。従来は既存のプールや固定のプールを新設しての開催であった。しかし、開催の条件となる1万人収容の室内プールになると巨額の経費を投じて運営しなければならない。今回は経費の節減や将来の利用メリットを考慮し、福岡市最大の多目的大型コンベンション施設「マリンメッセ福岡」の内部に特設の50mメインプールを設置して競技会を行うという試みである。この世界でも初めてという特設プールは水泳競技会の環境を大きく変えるとともに、今後、水泳プールのあり方の新しいコンセプトとなり、その活用法が多様になるものと考えられる。

そこで第3回水泳科学研究会は福岡市（福岡大学）で開催されることもあり、この機会にハード、ソフト面から特設プールのあり方に関してシンポジウムを行った。

競技会を主管する団体の1つである行政、プール設置する企業、大会をプロデュースしコーディネートする企業の立場から、世界水泳選手権大会の、新しい試みについて

のコンセプトを本シンポジウムで以下のように提案した。

1、行政の立場から (中川伸司)

(1) 市民スポーツの振興と世界水泳選手権大会

福岡市は4年前のユニバーシアードでハード、ソフト面での受け皿が出来ており、これを契機に「国際スポーツ都市宣言」を行ない、大会施設の有効利用、並びに世界レベルの競技観戦を通じた市民スポーツの一層の普及振興を図るため、多くの国際スポーツ大会を招致して開催してきた。2001年7月の第9回世界水泳選手権大会も、その一環として開催するものである。

(2) 施設整備と後利用

本大会のメインプールは1万人収容が条件となる。新設となると建設費、後利用などで数百億円程度がかかることだろう。また、既設プールに1万人収容は構造上の問題で無理である。

今大会は、経費節減や施設の後利用を考慮し、メイン会場（マリンメッセ福岡）に世界初の試みとなる50m特設プールを設置し実施する。この「福岡方式」は、多額の経費を要する国際水泳大会の世界各地における開催の

可能性を高めるほか、使用プールの他大会・施設への転用を通して資源の有効利用を図るものとして、世界的にも注目を集めるものである。

(参考) マリンメッセ福岡のアリーナ機能

アリーナ面積：8,000㎡

*200mトラック (6コース) 設置可能

*100m直線確保 (室内陸上公認60m)

*バレーボール、バスケットボール、体操等の国際大会開催可能 (床パネル敷設対応)

*収容人員：バレーボールコート 約12,000人、体操競技 約9,000人、陸上競技約 6,000人、サブアリーナ 3階851㎡、天井高12.5m

*大型映像装置 (7.2m×4.5m)、大型電光表示板 (8.6m×4.0m) を設置

*その他の機能

展示会、見本市機能、ホール機能、会議機能

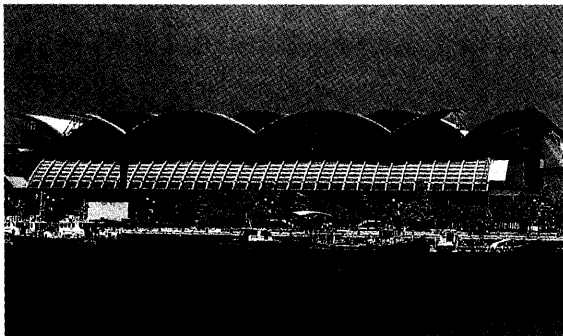


写真1 マリンメッセ福岡

2. 製作者 (企業) の立場から—特設プールの技術的背景と今後の方向性— (矢倉 裕)

(1) 短期施工を可能にした技術

◎課題

①短期施工、短期撤去

②高度な要求品質、ハード、ソフト、水質

◎課題へのチャレンジ

①FRP技術

Fiberglass Reinforced Plastic

・軽くて強い・現地施工の簡便さ

・防水性能が高い

②機能のパッケージ化

・ろ過装置・温調装置

・有機物除去装置

③従来技術の延長線での取り組み

(2) 第9回世界水泳選手権大会プール施設

①メインプール50m×25m、水深3.0m

《競技種目：競泳・シンクロナイズドスイミング》

■世界公認基準実現のため

・長さ50,020mm -0mm +10mm

・水温 26℃±1

・測定方法・微調整機構

②サブプール50m×25m、水深3.0m

・条件はメインプールと同等

③ろ過装置6ターン/h以上、24時間運転活性炭の導入

④温調装置

ヒートポンプによる昇降温の両立

⑤高記録の実現

水深、消波、オーバーフロー処理

(3) 特設プール (テンポラリープール) の今後の展開

①公共施設での備品としてのプール

プール設置可能な施設造り

・市民ホール・公共体育館・学校

・各種競技場 (野球、サッカー、テニス)

《必要なときにプールができる》

②シーズンマッチング (夏) のプール

・街の広場 (公園) ・夏のスキー

・ビーチサイド・スケートリンク

《いろいろな場所にプールができる》

③特殊なプールのリースシステム

・水球専用・シンクロナイズドスイミング

・飛び込み競技用・イベント用

《競技会、健康増進、各種ショービジネス、etc》

(4) まとめ

プール施設の拡充を求める声は、その利用形態の広がりとともに増加し続けている、その反面、立地条件、シーズン性のかたより、コスト (イニシャル・ランニング) の問題など様々な課題が施設整備の進展を妨げているのが現状である。テンポラリープールは、そのような問題の解決に一助をなす可能性を持っている。

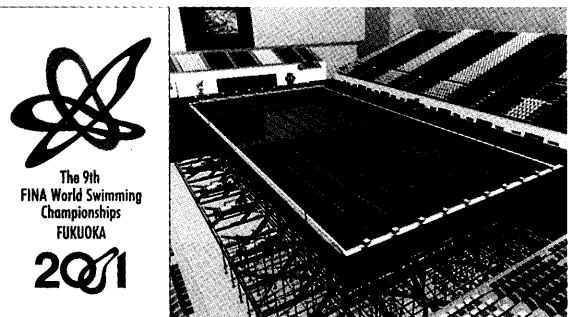


図1 マリンメッセ福岡内50m特設プール完成予想図

3.プロデュース企業の立場から—仮設プールの出現とスポーツビジネスの可能性— (逸見晃治)

(1) 過去の水泳イベントの問題点

スポンサーメリットの確保といった局面において、以下の問題点があげられる。

①スポンサー名の露出の確保を行う場合

- ・施設の現況復帰の原則から、露出スペースの確保に限界があった。
- ・開催規模の制限
(既存施設のキャパの範囲内でしか開催できない)
により、広告メディアとしての費用対効果の測定が難しかった。

②主催者または開催地の財政問題によって、新規の開催会場建設が不可能な場合が多く開催規模に制限があった。

③天候等のコンディションにより、興行的リスクがある。

(2) 仮設競技プールがもたらすメリット

開催が決まり、その時点での開催地の経済的状況、マーケットビリティをつかんだ上で、またメインスポンサーを開催前に決定したうえでの会場設営が可能。

①開催エリアのキャパシティ、ポテンシャルティによって、会場規模を変幻自在にできる

→事業収益性の効率化

→規模の拡大が可能な場合は、スポンサーメリットの向上につながる。

②スポンサー露出スペースを会場設営とともに変幻自在に創造でき、スポンサーメリットを最大限に高めることができる。

③インドアにすることにより、興行リスクを最小限にとどめることができ、また来場者によりよい観戦環境を提供し、安定したコンディションによって、よりハイレベルな競技が展開される可能性がある。

④水泳競技を想定せずに建設されたコンベンションホール、体育館などでも開催が可能となり、都市部での開催と、それによるイベントバリューの獲得が可能となる。

(3) 今後の可能性

世界最大級のスポーツビジネスF1に見られる、経済効果を期待しての開催地決定

(世界的スポンサー企業がビジネスメリットを求め、また地元企業とのシナジーを求めやすい開催地を選択し、経済効果を最大限に高めようとするF1ビジネスの場合)

〈つまり〉

- ・経済的急進地

・国家政策に基づいた招致

・世界的企業グループなどが戦略エリアとする要所

以上をかんがえてみての開催地決定が可能となり、発展途上の都市でも、またはプール建設にネガティブな都市でも開催が可能となる。

〈その結果〉

・世界経済をかんがみながらのスポーツマーケティングビジネスの立案が可能

・グローバル企業のスポンシングプロモーションがやりやすくなる

・世界各地でのスポーツビジネスとしての発展が期待できる

(各国の行政の協力を仰ぐ場合)

・発展途上地域における還元が可能

以上の可能性が考えられる

(4) まとめ

仮設プールの誕生は、スポーツマーケティングの世界において、水泳が経済効果をもたらすイベントになりうる可能性を生んだ。そして、水泳を興行イベントとしてもっと手軽に世界各地に転戦できるスポーツとして生まれ変わらせる礎とも言える存在になる可能性をもっている。

つまり、それは

地元経済の活性化＝スポンサーメリットの拡大＝興行イベントとしての成功(収益の獲得)

といった、好循環がもたらす相乗効果により、地元・スポンサー・主催者の利益の最大化につながるものと考えられる。