

〈1〉 デジタルジャパンカップの開催 ーコロナ禍でファンとの距離を 縮める試みー

都市魅力創造課 係長 中村 賢児

1 はじめに

宇都宮市（以下「本市」という）では、全国に先駆け自転車に注目し、平成14年に「自転車利用・活用基本計画」を、平成22年度には「自転車のまち推進計画」を策定したところであり、自転車走行空間の確保をはじめとした様々な取組を通じて、「自転車のまち宇都宮」の実現を目指してきた。このような中において、本市が「自転車のまち」として全国から認知されるうえで重要な役割を果たすとともに、市民としての誇りの醸成にも寄与してきた自転車のまちの象徴が「ジャパンカップサイクルロードレース（以下「ジャパンカップ」という）」である。（写真1）

ジャパンカップの起源は、平成2年に宇都宮市森林公園周辺を舞台としてアジアで初めて開催された世界選手権自転車競技大会に遡る。

当時、世界選手権開催に携わった市民の方々のご協力もいただきながら、2年後の平成4年に世界選手権のメモリアルレースとして第1回のジャパンカップが開催され、以来28年、現在に至るまで大会が続くこととなる。



写真1 ジャパンカップサイクルロードレース

宇都宮市撮影

当初、国際自転車競技連合（以下「UCI」という）のレースカテゴリー「クラス2」でスタートしたジャパンカップは、平成17年に「クラス1」へ、平成20年には「オークラス」へ昇格し、アジアにおいて最高位のワンデイロードレースとなった。

また、平成22年からは、多くの観戦客で賑わう大会の魅力を中心市街地の活性化へ結びつけるため、国内で初めて市街地中心部をコースとする周回レース「クリテリウム」（写真2）を市内大通りにおいて開催した。翌年以降には、中心市街地の商店街に様々なサイクルメーカーなどのブースが立ち並びジャパンカップストリートや、全選手がレース前にファンと触れ合えるパレードランなど様々な取組を実施し、宇都宮の街なか全体が自転車一色に染まる景色が毎年10月の風物詩ともなっている。

さらに、平成30年には、UCI競技規則の改定によりロードレースの出場選手が大幅に増加、令和2年に、これまでの大陸別のシリーズから世界を舞台としたシリーズとなるワールドツアーに次ぐカテゴリー「UCIプロシリーズ」へ昇格した。



写真2 ジャパンカップクリテリウム

宇都宮市撮影

このようにジャパンカップの歴史を積み重ねる中で、高質なロードレースとして、あるいは街なかに賑わいをもたらすフェスティバルとして、毎年着実に発展を続けてきたことが、現在、本市を代表する国際スポーツイベントに成りえた要因と言えよう。

2 デジタルジャパンカップ開催までの経緯

(1) 新型コロナウイルス感染症の影響

ツール・ド・フランスに参戦するワールドチームや有名選手が出場するジャパンカップは、国内外から多くの観戦客が集まり、ロードレースとクリテリウムの2日間あわせて13万人以上が本市を訪れ、その経済効果は約28億円にも上る。

このような大規模な国際スポーツイベントの運営には、レース中の事故や観戦客の傷病への対応、台風など悪天候への備えなどが欠かせない。

これまで、全国から集まる立哨員やボランティア、警察や消防などを含め1,400名以上の大会従事者とともに安心安全なジャパンカップを実現してきたが、令和2年については、新型コロナウイルス感染症（以下「感染症」という。）の影響により、3月からUCI公認レースがすべて停止され、ジャパンカップの開催も根本から見直さざるを得ない状況となった。

(2) 大会の中止と新たな取組

感染症が世界で拡大し、東京2020オリンピック・パラリンピック（以下「東京オリンピック」という）の令和3年夏に延期されることが決まる中、本市においてもジャパンカップをはじめとした様々なイベントの開催可否の検討が開始された。

ジャパンカップ開催の検討にあたっては、大

会を実現するために不可欠な要素として、「10万人を超える観客や運営スタッフ等に感染予防対策を講じ、感染症の発生・拡大が生じない安全性を確保できるか」、「UCIプロシリーズの開催要件に沿った海外チームや、大会ブランド力に関わるワールドチームが招聘できるか」という点を判断基準とした。

まず「観客・スタッフの安全確保」については、来場者の行動抑制や感染予防対策の徹底が難しく、安全性の担保は困難であり、また、「チーム・選手の招聘」については、入国拒否や検疫強化により海外選手の参加が難しい状況であり、更にワールドチームは、延期されたワールドツアーとジャパンカップの日程が重複することから、海外からの招聘も困難であると判断した。

これらの基準に基づき検討した結果から、ジャパンカップの歴史の中で初の中止という結論に至ることとなった。

しかしながら本市としては、このような状況の中であっても、これまで築き上げてきたジャパンカップのブランド力を維持していくため、ファンがジャパンカップを肌で感じられる機会や、国内外にジャパンカップの魅力を広く発信していくことが必要であると考え、世界的に注目を集めはじめていたオンラインによるバーチャルロードレースに着目したところである。

次章から、令和2年10月17日（土）に本市として初の試みとなった「デジタルジャパンカップ サイクルロードレースうつのみや（以下「デジタ



写真3 仮想のジャパンカップコース

宇都宮市撮影



写真4 オリオンスクエアでのパブリックビューイング

宇都宮市撮影

ルジャパンカップ」という)」の概要を解説するとともに、開催結果から得られた効果の検証を行っていく。

会場では、観客の目の前で宇都宮ブリッツェンの選手が参戦するとともに、コメンテーターによるわかりやすいレース解説を行った。（表1）

表1 大会プログラム

タイム スケジュール	15:00 開場
	16:00 オープンレース（一般）
	17:20 グランドオープニング
	18:00 レース（プロチーム）
	19:00 閉会
出演者	解説：若杉厚仁氏（那須ブラーゼン社長） 実況：スポーツ MC アリー（Team REAL） ゲスト：宇都宮ブリッツェン 那須ブラーゼン出場選手
参加料／入場条件	無料／事前申込制・栃木県内在住者限定

筆者作成

3 デジタルジャパンカップの開催

(1) 開催概要

1) 活用技術

「デジタルジャパンカップ」の開催にあたっては、ローラー上でロードバイクに乗り、ウェブサイト上に作成した仮想のコースを走るバーチャルサイクリングサービス「ROUVY」を活用した。（写真3）

コースは、実際にジャパンカップで使用する森林公園通りや古賀志林道を専用車両で走行・撮影し、そこへCGで作成したスタート・フィニッシュゲートやスポンサーバナーも掲出することで、実際に開催されるロードレースの雰囲気をリアルに再現することができた。

出走者は、自宅やトレーニングルームなどからオンラインで参加、環境が整っていれば世界中どこからでも参加できる。なお、レース以降も「ROUVY」上にコースは残ることから、ユーザーは年間を通じてジャパンカップコースを体感できる。

2) イベントの開催

中心市街地に位置するオリオンスクエア等において、感染症対策を行いながらパブリックビューイングを実施した。（写真4）

3) 情報発信

ジャパンカップ公式YouTubeにおいて、オリオンスクエアでのパブリックビューイングをライブ配信するとともに、JSPORTS公式YouTubeにおいて、実況・解説を付けたレースのライブ配信を行った。

(2) 開催結果

1) レース（プロチーム）

優勝者：コナー・ブラウン／NTTプロサイクリング／ニュージーランド（表2）

2) オープンレース（一般）

優勝者：OHTOMO MAMORU／日本（表3）

3) パブリックビューイング

・会場：オリオンスクエア

来場者数：151名（定員150名程度）（表4）

表2 レース参加状況

・参加者数：35人／14チーム＋スペシャルライダー
・UCIワールドチーム： ミッチェルトン・スコット EFプロサイクリング NTTプロサイクリング
・UCIプロチーム： NIPPO・デルコ・ワンプロヴァンス チーム ノボ ノルディスク
・UCI国内コンチネンタルチーム： 宇都宮ブリッツェン、那須ブラーゼン など全9チーム
・スペシャルライダー： アルベルト・コンタドール

筆者作成

表3 オープンレース参加状況

・参加者数／エントリー数： 172名（男性160名 女性12名）／248名
・国別のエントリー状況： 日本（85名）、イギリス（24名）、 アメリカ（18名）、イタリア（14名） ドイツ（13名）、フランス（12名）ほか ※日本32% 海外68%

筆者作成

表4 観戦者事前申込状況（市町村別）

宇都宮市	120人	63.49%
鹿沼市	9人	4.76%
下野市	9人	4.76%
小山市	8人	4.23%
さくら市	7人	3.70%
上三川町	7人	3.70%
真岡市	6人	3.17%
栃木市	4人	2.12%
佐野市	4人	2.12%
日光市	4人	2.12%
那須塩原市	4人	2.12%
那須烏山市	2人	1.06%
那須町	2人	1.06%
足利市	1人	0.53%
壬午町	1人	0.53%
高根沢町	1人	0.53%
合計	189人	

宇都宮市作成

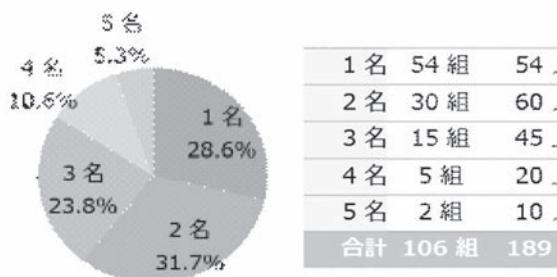


図1 観戦者事前申込状況（グループ別）

宇都宮市作成

4) 動画放映（Youtube）

視聴回数（令和3年1月29日現在）：

ジャパンカップ公式 9,265回

（ライブ6,130回、アーカイブ3,135回）

JSPORT公式 27,043回

（ライブ18,680回、アーカイブ8,363回）

計 36,308回

(3) 考察

デジタルジャパンカップでは、オンライン上におけるバーチャルレースとオリオンスクエアに観戦客を集めたリアルイベントを同時に行う新たな試みとなった。感染症対策として、入場制限を行ったことから、参加者数こそ限られたものとなったが、Youtubeで放映した動画については、視聴回数が36,000回を超えるなど多くの関心を集めた。これは、昨年度のジャパンカップにおいて、実際に行われたレースの動画視聴回数と比較して約40%にあたる規模であった。また、バーチャルレースの「いつでも」「どこからでも」参加できるという特徴が反映されたオープンレースにおいては、事前にエントリーした248名のうち、68%にあたる163名が海外からであり、ロードレースの本場であるヨーロッパから遠く離れた宇都宮で開催されるジャパンカップを気軽に知ってもらおうという点において、バーチャルレースにこれまでに無い可能性を感じたところである。

今後は、「ROUVY」上に残るジャパンカップコースの活用にあたり、実際のジャパンカップ開催時のコースを撮影し、アップロードするなど、さらに完成度を高めていながら、広く世界のロードレースファンに向けてジャパンカップや本市を知ってもらえるよう活用を模索していきたい。

東京オリンピックに向けて、5GをはじめとしたITインフラが急ピッチで整備される中、ジャパンカップは、これからも新たな技術を積極的に取り入れながら、世界に向けてジャパンカップが持つ多面的な魅力を余すことなく発信していく。