

# 「競技場で見えるか、パソコンで見えるか」 スポーツ振興の裏にインターネット

実戸 周夫／(株)テラメディア

スポーツの世界でもインターネットは欠かせない存在になってきた。たとえば、先日行われたサッカーのワールドカップ・フランス大会では、公式Webサイトに1日当たり過去最高の7,300万のアクセスがあったという。こうした世界的スポーツ・イベントへのヒット率は急激に増加しており、システムを担当するメーカは大規模なサーバを分散配置するなど万全の対策をとるようになっている。スポーツ・イベントの情報システムはコンピュータ会社の総合的なシステム構築・運用力の見せ場ともなってきた。

## ■ 増加するインターネット観戦 ■

サッカー・ワールドカップ(W杯)フランス大会では、せっかく現地に赴きながらも入場券が入手できず、会場近くでスクリーン観戦した人が多く出た。特に初出場を果たした日本ではW杯への関心が高く、そのぶんこうした悲劇的な日本人サポーターの姿も目だった。

しかし、何も現地に出かけなくてもW杯を見ることはできる。たとえばテレビ。実際、W杯フランス大会では世界中で延べ370億人もの人がテレビ観戦をしたという。今回は250万人分の入場券が発売されたというから、競技場で実際に観戦できる人は関係者を加えてもこの数を大きく上回することは不可能。しかし、テレビは観客制限がない。1994年のW杯アメリカ大会の317億人を大きく上回った。

さらに、数ではテレビには及ばないものの、“インターネット観戦者”の伸び率はテレビのそれを大きく上回っている。今回のW杯では、オリンピックなども含めた世界的スポーツ・イベントでは初めて公式Webサイトへの総アクセス数が10億ヒットを超えた。会期中の6月30日には、1日に7,300万ヒットがあったという。

この1日当たり7,300万ヒットというのはもちろん世界記録だ。これまでの記録は、長野オリンピック(1998年3月)の5,680万ヒット(16日間の会期中の総ヒット数は6億4,630万ヒット)。1996年のアトランタ・オリンピックでは1日に最大1,700万ヒット(総ヒット数は1億8,700万ヒット)だったから、この2年間

でこうした世界的イベントの公式Webサイトにアクセスする人(1日当たり)は330%以上に膨れ上がったということになる。ベースとなる数字は異なるが、テレビ観戦が1994年と1998年のW杯ではわずか17%しか増加していないことと比べると、インターネットの普及率の高さが分かる。

ちなみに、アメリカの調査会社であるeマーカー社によると、1998年半ばの世界のインターネット利用者数は6,000万人。計算上では、6月30日にインターネット利用者のすべての人が1回以上W杯公式Webサイトにアクセスしたことになる。

## ■ 公式スポンサーの腕の見せ場 ■

インターネット観戦人口の増大に伴い、最近のこうした世界的イベントでは、公式サイトの準備も相当なものである。アトランタ・オリンピックと長野オリンピックの情報システムを担当したのはIBM。アトランタでは最大1,000万ヒットを予測していたが、結果はそれを大きく上回り、関係者が慌てふためくというシーンもあった。それだけに長野では相当準備に力を入れた。日本側の関係者が、オリンピック直前にシステムが期間中問題なく作動するか心配していた姿を思い出す。長野オリンピックでは、公式Webサイトのサーバだけに合計13台のRS/6000(合計143ノード)を日本とアメリカに分散配置し、万全を期した。

冬季オリンピックという環境対策についても「アルペン競技会場の暖房を停止する施設では、電気毛布をコンピュータ関連機器にかけ保護した」(IBM)という苦労話もある。大会期間中、長野地方は2度の吹雪と2度の雷雨、また1度の地震に見舞われたが、システムは会期中24時間フル稼働したそうだ。

W杯フランス大会では、情報システム全般のメインサイトはシステムを担当したEDSの本拠地、米テキサス州ダラスに置いた。管理のしやすさを考えてのことである。外部向け公式Webサイトのメインサイトはフランスに1カ所、他にアメリカに3カ所のミラーサイトを置き、アクセスしてきたユーザには最も空いているサイトが対応するようにした。1日当たり最大1億7,500万ヒットを想定してシステムを設計したそうだ。

同システムには、公式テクノロジーサプライヤーとしてのEDSの他、公式サプライヤーとしてHP、サイ



ベース、フランス・テレコムが参加。HPがハードウェア・メーカとして選定された背景には、フランスの各地にくまなく営業拠点を網羅しているという実績があった。HPはフランスではきわめてメジャーなコンピュータ・メーカである。

さて、こうした公式Webサイトへのヒット数の増加を見ても、スポーツ観戦の手段として、インターネットはなくてはならない存在になってきたことが分かる。それには、インターネットならではの特徴があるからだ。たとえば、テレビでのスポーツ観戦は週末に集中する傾向にあるが、インターネットでは反対に平日に集中する。実際、W杯フランス大会では平日のアクセスが週末のアクセスの平均して2倍あった。会社で仕事中に、または帰宅前に試合結果を知ろうというビジネスマンが多いためだとみられている。テレビを見ることができない状況の中でインターネットを利用しているのだ。

もちろん、インターネットとテレビは媒体特性が異なる。W杯の公式サイトで提供していたのはHTML文書と動画のファイルだけで、音声データはない。データ量ではとてもテレビにかなわない。しかし、インターネットは好きなときに結果を見ることが可能だ。双方向通信という利点を生かして、自分が関心のある情報を好きな時間に得ることができる。インターネットではアメリカにいても日本のプロ野球の結果をすぐ知ることができるが、テレビでは無理である。放映されることはまずない。

#### インターネットがなければ成り立たないスポーツ

スポーツ・イベントとインターネットの関わりは、W杯やオリンピックだけではない。USオープンやマスターズといった大きなゴルフ・トーナメントでも、それぞれ2,500万以上のヒットを記録している。ゴルフ好きな人はアメリカはもちろん、世界中にいるのである。

スポーツとインターネットの関係で、さらに進んだ例がある。日本ではあまりなじみがないが、約半年をかけて行われる世界一周の外洋ヨットレース「ウィットブレッド (Whitbread)」がそれだ。これもサッカーW杯と同様4年に一度行われるレースで、最も新しいのは1997年9月にイギリスのサザンプトンをスター

トし、南アメリカのケープタウン、アメリカのフォート・ローダーデールなどを経由し、1998年5月にサザンプトンに戻るというレースがあった。

これは常に外洋で行われているレースのため、当然サッカーや野球のようにスタジアムでその成り行きを見ることができない。テレビ得意の中継放送もほとんど不可能である。「観客」はインターネットを経由してレースの成り行きを見るしかない。そのためか、公式Webサイトへのヒット数はレース中に10億を超えた。

Whitbreadではレースを行っている競技者自身も、インターネット経由で気象情報やライバルの状況などあらゆる情報を得ている。レース参加の各艇にはパソコンが設置されており、衛星通信を通じてインターネットのサーバにつながる。各艇は自分の現在位置、風速、水温のデータなどを情報としてインターネット経由で6時間ごとにレース本部に報告する義務がある。レースをするための情報もインターネット経由で送られているのである。インターネットがなくては、レース自体が成立しなくなっている。そのインフラは旧タンデムコンピュータズの超並列サーバ「Himalaya」とコンパックのPCサーバ「ProLiant」の組み合わせで実現しているが、これは世界最大のインターネット/イントラネットといわれている。インターネットはこうした世界的スポーツ・イベントで、信頼性と拡張性の実験を行っているといっても過言ではない。

ところで筆者は、今回のW杯フランス大会を現地で見ることがあった。6月20日にフランスの西のはずれにある都市、ナントで行われた日本対クロアチア戦である。ただ、開催地ナントまでたどり着くのが容易ではなかった。世界中から人が集まるせいか、直接パリに入る飛行機がとれない。そこでロンドンに向かい、ロンドンからはドーバー海峡の下を通る鉄道「Eurostar」でパリ、パリからはバスで延々揺られてナント近郊のサンナザーレという港町の小さなホテルに着いた。目的地にたどり着く時間だけを単純加算しても丸1日が過ぎていた。

しかし幸いにしてチケットも手に入り、真夏のような太陽が照りつける競技場で試合を見ることができた。ここで目の当たりにしたクロアチア戦は、テレビやインターネットでは決して味わえない感動を筆者に与えてくれたことはいうまでもない。

(平成10年8月7日受付)