

サッカースタジアム先行事例調査報告書



2022年3月15日

Contents

1	IAIスタジアム日本平の現状	
	(1) 施設概要	4
	(2) 現状の課題	8
2	国やリーグが求めるスタジアム整備の動向	
	(1) スタジアム整備の動向	10
	(2) 有識者インタビュー	12
3	スタジアム事例調査	
	(1) 国内事例	22
	(2) 海外事例	40
4	スタジアム先行事例調査結果の整理	
	(1) 調査結果の整理	56
	(2) 国内のスタジアム事例の整備・管理運営スキーム	59

1 I A I スタジアム日本平の現状

(1) 施設概要①

IAIスタジアム日本平

人口約70万人
(静岡市)

1991年、静岡市（旧清水市）に清水市日本平運動公園球技場として開場し、当初は13,216人収容であった。施設は静岡市が所有し、静岡スポーツスクエア共同事業体（公益財団法人静岡市まちづくり公社・（株）エスパルス）が指定管理者として運営管理を行なっている。

基礎情報

1. 施設所有者 静岡市
2. 指定管理運営者 静岡スポーツスクエア共同事業体
(公益財団法人静岡市まちづくり公社と株式会社エスパルスによる共同事業体)
3. 所在地 静岡市清水区村松3880-1 (地図参照)
4. 施設概要
 - 開場年 1991年開業
 - 収容人数 20,299席

沿革

- 清水日本平運動公園球技場は、1991年6月に「サッカーのまち清水」のシンボリックな競技施設として完成し、同年、静岡県で行われた全国高等学校総合体育大会サッカー競技のメイン会場として使用された。
- 全国高校総体等における清水勢の活躍、1993年（平成5年）に華々しく開幕したJリーグに対応するため、清水エスパルスの本拠地として1995年3月に収容能力約20,000人の本格的球技場として生まれ変わった。

出所：IAIスタジアム日本平HP

位置情報



Googleマップより引用。©2022 Google

- 清水駅から約20分（シャトルバス）
- 日本平運動公園入口バス停から徒歩約10分
- 東名高速道路清水ICから約15分
- スタジアム周辺に7か所の駐車場を用意

建築物情報

- メインスタンドは建築から30年、バックスタンド・東西サイドスタンドは26年を経過している。（法定耐用年数：45年）
- 耐震性は「I b」であり、耐震性能が良い建物に分類されている。

資金調達等

- 命名権：株式会社アイエイアイとネーミングライツ契約を締結し、2013年3月1日より、『IAIスタジアム日本平』となっている。

(1) 施設概要②

Jリーグスタジアム基準

J1・J2に残留または昇格することができる基準として、以下のような内容がスタジアムに必ず具備しなければならない条件として定められている。2021年9月時点で、I A Iスタジアム日本平は、この条件のうち、「屋根のカバー率が不足している」と判定されている。

Jリーグスタジアム基準[2022年度用]

名称	必要とされる設備	具備が必要とされている条件（例）
I. スタジアム規模等	スタジアム形状	フットボールスタジアムであること
	車椅子席	介助者の椅子を備えること/観戦の際の安全が確保されており、特に前列の観客により視野を妨げられないように設置すること
	観客席	どの座席からも、ピッチ全体が見渡せること。各スタンドは、異なるセクターに分離できること
	VIP席	メインスタンド中央部でスタジアム全体が見渡せる位置に屋根付きで個室を設置すること
	屋根	観客席の3分の1以上が覆われていること (新設又は大規模改修は原則すべての観客席を覆うこと)
II. 競技用設備	ピッチの寸法	105m×68m
	天然芝もしくはJリーグが認めたハイブリッド芝	平坦であること/常緑であること/水はけがよいこと
III. 諸室・スペース	看板関連	看板設置により、観客席の視界を妨げないこと/看板設置面が平坦であり、看板類が設置できないほど傾斜を急にしないこと
IV. アクセス関係	駐車場	公共交通機関が充実していない場所では、入場可能数に見合う台数の駐車場を確保すること
	シャトルバス乗降所	シャトルバスを運行する場合は、バスの行先別に待機列スペースがある乗降所を設置すること
V. 観客用設備	入場券売場	入場ゲート付近に窓口を設置すること/販売するチケットの席種、料金を掲示できること
	入場待機スペース	外周全体は夜間でも安全が確保できる照明を設置すること
	入場ゲート	観戦エリアに応じた入場ゲートを設置すること（ビジターサポーターの分離）
	トイレ	どの席からもアクセスが容易な場所に、男女別のトイレ設備を十分に設置すること

※未充足
(約26%)

(1) 施設概要③

スタジアム整備・改修の変遷

年月	整備・改修内容
1991年	13,216人収容のサッカー専用スタジアムとして整備 同年、全国高等学校体育大会サッカー競技の主会場として使用
1995年	Jリーグに参戦した清水エスパルスのホームスタジアムとして、収容能力約20,000人の本格的な球技場にリニューアル (バックスタンド、東西スタンドの増築、照明、電光掲示板、芝の張替え、放送室・VIPルーム等の新設)
2003年	ピッチの芝生全面張替え
2007年	大型映像装置の新設 同年、スタジアムの大規模改修 (クラック補修、ゴムピッチ張替え、スタンド床補修等)
2009年	エレベーターを新設
2012年	Jリーグがクラブライセンス制度創設(2013年から「新設又は大規模改修は原則すべての観客席を覆うこと」が基準となる)
2014年	スタジアム基準に適合していないことから、制裁としてスタジアム名を公表される (スタジアムの屋根カバー率の不足、洋式トイレ等の不足)
2019年～	トイレの改修工事を開始 (スタジアム基準の60%を充足するとともに、改修工事を続けることを前提に様式トイレに関する項目は制裁対象から除外)

スタジアムの利用実績 (ピッチ利用)

年度	利用件数 (うち土日利用)	内訳				その他 (会議室利用)	備考
		エスパルス (試合)	エスパルス (練習等)	エスパルス以外の サッカー利用	指定管理者 自主事業		
2017	57件 (36)	25件	4件	18件	7件	83件	
2018	51件 (28)	20件	4件	17件	7件	89件	
2019	58件 (29)	19件	7件	22件	8件	80件	
2020	36件 (28)	20件	5件	8件	1件	61件	※新型コロナウイルス感染症の影響により、利用件数が減少
2021	42件 (22)	26件	5件	6件	3件	80件	

(1) 施設概要④

他の J 1 クラブホームスタジアムとの比較

スタジアム名	クラブ名	所在地	所有者	運用者 (指定管理者)	開業年	規模	ホームチーム 平均来場者数	総工費	スタジアム基準 適合状況
札幌ドーム	北海道コンサドーレ札幌	北海道札幌市	札幌市	株式会社札幌ドーム	2001年	41,566人	20,851人	537億円	基準達成
県立カシマサッカースタジアム	鹿島アントラーズ	茨城県鹿嶋市	茨城県	株式会社鹿島アントラーズF.C.	2001年	40,003人	20,569人	建設74億円 改修193億円	基準達成
埼玉スタジアム2002	浦和レッドダイヤモンズ	埼玉県さいたま市	埼玉県	埼玉スタジアム2002公園 マネジメントネットワーク	2001年	63,700人	34,184人	356億円	基準達成
三協フロンテア柏スタジアム	柏レイソル	千葉県柏市	(株)日立柏レイソル	株式会社日立柏レイソル	1985年	15,109人	11,402人	非公表	屋根カバー率不足
味の素スタジアム	FC東京	東京都調布市	東京都	株式会社東京スタジアム	2001年	48,013人	31,540人	307億円	基準達成
等々力陸上競技場	川崎フロンターレ	神奈川県川崎市	川崎市	公益財団法人川崎市公園緑地協会	1962年	26,827人	23,272人	59億円	基準達成
日産スタジアム	横浜F・マリノス	神奈川県横浜市	横浜市	横浜市スポーツ協会・管理JV共同事業体	1998年	72,327人	32,936人	603億円	基準達成
レモンガススタジアム平塚	湘南ベルマーレ	神奈川県平塚市	平塚市	平塚市	1986年	15,380人	12,848人	建設19億円 改修36億円	屋根カバー率不足
I A I スタジアム日本平	清水エスパルス	静岡県静岡市	静岡市	静岡スポーツスクエア共同事業体	1991年	20,299人	15,043人	建設23億円 改修42億円	屋根カバー率不足
ヤマハスタジアム	ジュビロ磐田	静岡県磐田市	ヤマハ発動機(株)	ヤマハ発動機株式会社	1978年	15,165人	12,768人	非公表	屋根カバー率不足
豊田スタジアム	名古屋グランパス	愛知県豊田市	豊田市	株式会社豊田スタジアム	2001年	44,380人	34,193人	451億円	基準達成
サンガスタジアム by KYOCERA	京都サンガF.C.	京都府亀岡市	京都府	合同会社ビバ&サンガ	2019年	21,600人	7,850人 ※注1	154億円	基準達成
パナソニック スタジアム 吹田	ガンバ大阪	大阪府吹田市	吹田市	株式会社ガンバ大阪	2015年	40,000人	27,708人	141億円	基準達成
ヨドコウ桜スタジアム	セレッソ大阪	大阪府大阪市	大阪市	一般社団法人セレッソ大阪スポーツクラブ	1987年	24,665人	21,518人	建設48億円 改修66億円	基準達成
ノエビアスタジアム神戸	ヴィッセル神戸	兵庫県神戸市	神戸市	楽天ヴィッセル神戸株式会社	2001年	30,132人	21,491人	230億円	基準達成
エディオンスタジアム広島	サンフレッチェ広島	広島県広島市	広島市	公益財団法人広島市スポーツ協会	1992年	45,000人	13,886人	83億円	屋根カバー率不足
ベスト電器スタジアム	アビスパ福岡	福岡県福岡市	福岡市	公益財団法人福岡市緑のまちづくり協会	1995年	21,562人	12,857人	100億円	基準達成
駅前不動産スタジアム	サガン鳥栖	佐賀県鳥栖市	鳥栖市	鳥栖市	1996年	24,130人	15,050人	67億円	基準達成

※ホームとするチームの平均来場者数については、新型コロナウイルスの影響を受ける前の2019年の J 1 リーグ戦を記載。2019シーズン J 2 であったチームについては J 1 でシーズンを過ごした年のものを記載。
 ※注 1 サンガスタジアムについては、2019年にスタジアムを整備していることから J 2 ではあったが、2019年の数値を記載。

(2) 現状の課題

施設管理者へのインタビューから見た課題

【指定管理者】

静岡スポーツスクエア共同事業体
(公益財団法人静岡市まちづくり公社と株式会社エスパルスによる共同事業体)

利用状況

- J1リーグ及び天皇杯・ルヴァンカップの利用は、年間25日程度であり、高校生や一般のサッカー利用を含めても40～50日程度の稼働である。
- サッカー以外の興行利用実績はほぼなく、収益源は限られている。

設備

- スタジアム建設から30年以上経過しており、施設としての魅力が乏しい。
 - ✓ 増築した関係もあり、コンコースが狭隘。
 - ✓ 和式トイレの割合が高い。
 - ✓ 屋根の専有面積が不足している。
 - ✓ 座席スペースが狭く、ドリンクホルダーがない。
 - ✓ 背もたれ席がバックスタンドの1,600席しか無い。
 - ✓ 平椅子が1列あたり20席設置されており、トイレに行きづらい。
 - ✓ VIPルームの数が少ない。
- モバイル通信について、ハーフタイムにつながらないケースがままある。

実施日

2021年11月17日

立地





- JR静岡駅およびJR清水駅からシャトルバスが出ているが、仕事が終わってからの来場となると、キックオフに間に合わない方が多くいる。
- JR清水駅からバスで20分かかるなど、公共交通でのアクセスに課題がある。また、一般利用者駐車場は700台。
- 住宅地近隣にあるので、音や夜間の光についても留意する必要がある。

2 国やリーグが求めるスタジアム整備の動向

(1) スタジアム整備の動向①

日本プロサッカーリーグ（Jリーグ）

Jリーグは「Jリーグ規約」の中で、理想のスタジアムとして、以下の4つの要件を掲げている。

-  ■ アクセス性に優れていること（※）
-  ■ すべての観客席が屋根で覆われていること
-  ■ 複数のビジネスラウンジやスカイボックス、大容量高速通信設備（高密度Wi-Fi）を備えていること
-  ■ フットボールスタジアム（サッカー専用スタジアム）であること

※「アクセス性に優れる」とは、次の各号のいずれかを充足していることを指している。

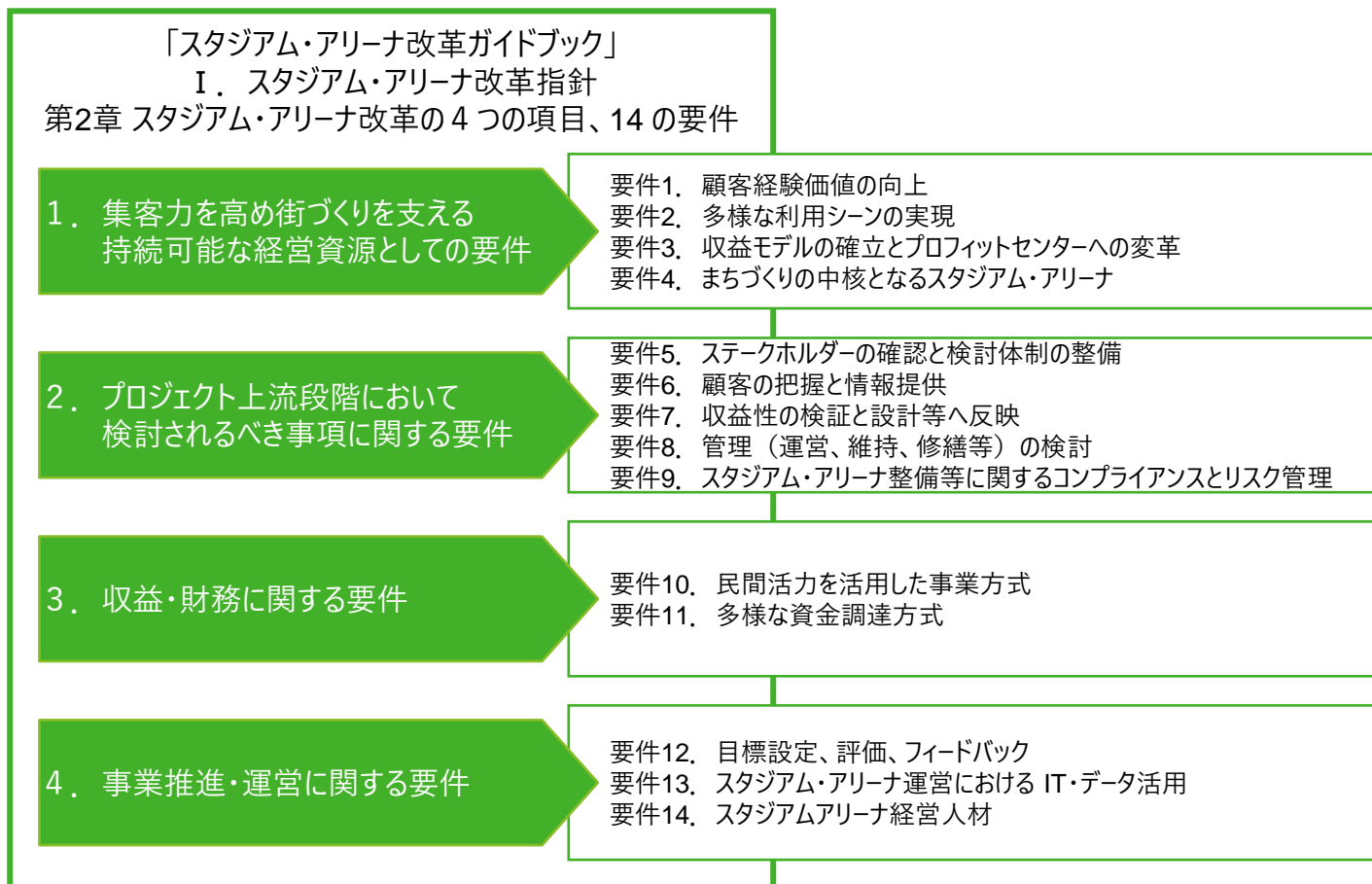
- ①ホームタウンの中心市街地よりおおむね20分以内で、スタジアムから徒歩圏内にある電車の駅、バス（臨時運行を除く）の停留所または大型駐車場のいずれかに到達可能または近い将来に到達可能となる具体的な計画があること
- ②交流人口の多い施設（大型商業施設等）に隣接していること
- ③前各号のほか、観客の視点からアクセス性に優れていると認められること

出所：「Jリーグ規約」第4章競技 第1節スタジアム 第34条理想のスタジアム

(1) スタジアム整備の動向②

スポーツ庁

スポーツ庁は「スタジアム・アリーナ改革ガイドブック」の中で、スタジアム・アリーナ改革に向けて、特に重点すべき項目として、以下の14の要件を掲げている。



(2) 有識者インタビュー①-1

インタビュー議事録

上林 功氏

追手門学院大学社会学部
スポーツ文化学専攻 准教授
株式会社スポーツファシリティ研究所
代表取締役

2021年11月22日

インタビュー観点



インタビュー結果サマリ

■ スポーツと地域はどのように関わるのがよいか？

- 社会課題解決にスポーツが関わるという流れが主流になっている
- 地域によって抱える課題は様々であり、自然環境保護や代替エネルギー等が代表的なテーマであるが、ダイバーシティやマイノリティ（身体障害者・知的障害者・女性・子供等）に関する課題も多く存在する
- SDGsに関連した施策を実施したいが何をすればよいのかわからない自治体・企業に対して、スポーツチームが施策を企画・担当するという役割分担ができつつある
- 地域課題解決の1つの方策としてスタジアム建設・改修をきっかけとした取り組みの形があり、その場合、関係してくる企業の選別が可能になるので、行政も安心する

■ 収益性を高めるためのポイントは何か？

- 試合そのもので収益を上げることはもとより、スタジアム内外で細かなビジネスを集めて全体で経済効果を生むという方向性になってきている
- スタジアムにおけるチケットからの収益は意外と少ない場合もあり、スポンサーやVIPルームからの収益が大きい
- 年間約20試合しか主催が無いサッカーのためだけにスタジアムを建設・改修するという考え方は、収益面を考えれば現実的に厳しい
- ホームゲームがない時にどれだけ賑わいを作るかが重要である
- コンサート・ライブを行なうとすると、天然芝をどう守るかという課題にぶつかるが、最近の海外事例を見ていると、ピッチ上ではなく周りの建屋を活用するケースが見受けられる

■ 収益性と集客性は同様なものか？

- チケット収入の収益に占める割合が低い場合も多く、全く別物と考えている
- 一方で、NPBにおいて当初無観客が検討された際に、それならばスポンサーを降りるという話があったようで、これは賑わいが無いと広告価値が無いと捉える話であり、スポンサー獲得（収益性）のために、集客が必要という考え方もあるとは感じた

(2) 有識者インタビュー①-2

インタビュー議事録

上林 功氏

インタビュー観点



インタビュー結果サマリ

■ 集客において留意すべきポイントは何か？

- ・ 『京都サンガスタジアム』の事例からは、一斉退場した際に改札が捌ききれない等、公共交通との距離が近いことが必ずしも良いことばかりではないことがわかった
- ・ 一方で、このようなケースの場合、遅く退場してくれた人には居酒屋クーポンをプレゼントして、周辺店舗への来店を促す等、マイナスをプラスに変えていく方法があるとは考えている

■ 発展可能性という視点から注目している事例はあるか？

- ・ 国内
 - 『ES CON FIELD HOKKAIDO (北広島市)』や『長崎スタジアムシティ (長崎市)』は、まちづくりの一環として進められている
 - 『里山スタジアム (今治市)』は、周囲の自然環境との連携が重視されている
 - 『神戸アリーナ (神戸市)』はまちづくりに加え、「SDGsアリーナ」というコンセプトを明確に打ち出している
- ・ 海外
 - 『タンピネス・ハブ (シンガポール)』は、公共施設、スポーツ施設、商業施設等が併設された複合施設となっている

■ 資金調達におけるポイントは何か？

- ・ 『市立吹田サッカースタジアム (吹田市)』のような「負担付き寄附方式」は優れた仕組みではあるが、パナソニックのように大きな負担を負ってくれる企業がいないと現実的には難しい
- ・ 『ES CON FIELD HOKKAIDO』やその他、上流で民間パートナーシップを組んで、民設民営で行なっていく事例が出てきている
- ・ 行政の立場としては、固定資産税の協力をしたり、地区計画について連携したりということが考えられる
- ・ 一方で、昨今の状況から行政の持ち出しを前提とした計画は実現が難しいと捉えている

(2) 有識者インタビュー②-1

インタビュー議事録

桂田 隆行氏	
役職	株式会社日本政策投資銀行 地域企画部 課長
実施日	2021年12月2日

インタビュー観点



インタビュー結果サマリ

■ 静岡市という土地にどのようなスタジアムがあるとよいと考えるか？

- ・ 静岡市民、とくに高齢者や障がい者、子供達等、健康プログラムを享受する方々が運動する場になるとよい
- ・ 例えば、複数の学校における部活動を一つにまとめ、周辺スポーツ施設との一体運営を行なうのもよいのではないか
- ・ また、Jリーグクラブのファン層の平均年齢も上がっていると聞くので、若年層・ライト層に受け入れられやすいスタジアムであることも重要になる

■ 収益性を高める上でエンターテインメントの要素はどの程度影響するか？

- ・ 屋根のないスタジアムにおいて、コンサート・ライブ等のエンターテインメントに収益性を偏らせた収支予想をするのは難しい
- ・ エンターテインメントのニーズは一定数あると思うが、大規模コンサートの静岡エリアでの開催はエコパアリーナで事足りていると思われ、更に今後、全国各地で20,000人クラスのアリーナが増えていく中で、スタジアムでコンサートを実施するメリットは減っていくと予想される

■ 集客性を高めるためのポイントは何か？

- ・ 山の中にスタジアムを作るのであれば、尖ったコンセプト設定も考えなければならないのではないかと
- ・ 海外の事例で言えば、路面電車をスタジアムの近くまでつなぐ等の施策がよく見られる
- ・ もちろん、公共交通から近い立地の方がよいのは間違いないが、スタジアムが駅からいくら近くとも、住まいから最寄り駅までが遠ければ、必然的に車の利用が多くなる
- ・ NPBやBリーグと違い、Jリーグは週末での試合開催が基本であるので、クラブにコンテンツがあればスタジアムが駅から遠くて不便でも、一定程度お客さんは来ると思っている
- ・ スタジアムの中の遊び心という点では、『京都サンガスタジアム』のスポーツライミング施設等が参考になるのではないかと
- ・ DXを活用したライト層へのデジタルマーケティングも重要である

(2) 有識者インタビュー②-2

インタビュー議事録

インタビュー観点



桂田 隆行氏

インタビュー結果サマリ

■ スタジアム周辺で面的な開発を行なっている事例はあるか？

- 複合開発の事例は山ほどあるが、どのような複合施設ががよいか一概には言い切れない
- 個人的には、学校や行政サービス機能、もしくは生鮮食品スーパーのような日常機能があれば、集客性が高まるのではないかと考える
- ただし、日常機能であれば何でもよいわけではなく、例えば以前『RCDEスタジアム（バルセロナ）』を訪問したことがあるが、スタジアムにショッピングモールが併設されているものの、客層が合っておらず、一体感が全く感じられなかった
- 米国では、アリーナとMICEを複合化しているケースもよく見られる

■ 発展可能性を考慮する上でのポイントは何か？

- スタジアムの拡張可能性という点からは、席数は少しずつ増やしていく方が、事業リスクも少なく経営的に安定する
- 『里山スタジアム』のように常に成長し続けるというコンセプトがよいのではないか
- 複合開発における面白い取り組みとしては、スタジアム事例ではないが、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンを再生させた森岡毅氏が手掛けた『ネスタリゾート神戸』が参考になるのではないか

■ 新築と改修ではどちらがよいか？

- サッカースタジアムの改修は、通常は新設よりも建設費が低くなると思うものの、現状のスタジアム基準に適合したスタジアムに改修した場合のトータルコストと新築した場合の建設費はあまり差が出ないケースもあり、建設費の精査は必須である

(2) 有識者インタビュー②-3

インタビュー議事録

インタビュー観点



桂田 隆行氏

インタビュー結果サマリ

■ 資金調達におけるポイントは何か？

- 民間資金で賄う場合、低金利での金融機関借入が自己資金の次に安く資金を調達できる方策となるが、借入に際しては、長期での収入の確保、建設時の費用だけでなく運用時の収益性も金融機関から見られる
- 金融機関からの借入が期待できるスキームとしては、ゼビオグループが建築・運営する『FLAT HACHINOHE（八戸市）』が参考になる
- スタジアムやアリーナ単体でのプロジェクトファイナンスでの借入を検討する場合、スタジアムやアリーナ単体での利回りで見えてしまうことがある
- 資金調達における自治体の役割としては、建設資金や運営段階での長期安定収入を確保するためのサポートを行なっていくことが望まれる

(2) 有識者インタビュー③-1

インタビュー議事録

神谷 猛士氏	
役職	HKS, Inc. プリンシパル 都市デザイングローバルディレクター
実施日	2021年11月30日

インタビュー観点

1	地域性
2	収益性
3	集客性
	発展可能性
	その他

インタビュー結果サマリ

■ 収益性を高めるポイントは何か？

- 最も大事なものは、ユーティライゼーションであり、興行やエンターテインメントに限らず市民利用も含め、なるべく沢山使用される施設にすることである
- そのためには、施設のフレキシビリティを高めることがポイントである
- 『アメリカン・エアラインズ・センター（ダラス）』はNBAとNHLそれぞれの本拠地として使用されているが、アイスホッケーのリンクとバスケットボールのコートを2時間半で入れ替えることができる
- Jリーグにおいては、天然芝も考慮する必要があるが、『FCダラス・スタジアム（ダラス）』では、ある意味割り切って芝生の上に板を引いてコンサートを行っていたりもする
- 野球では人工芝もいいものがあり、『グローブ・ライフ・フィールド（テキサス）』は、当初天然芝を施設する方針であったが、人工芝に変更した
- 『チェイス・フィールド（アリゾナ）』も、最近、天然芝から人工芝に変更している
- スポンサーシップも非常に重要であるが、海外の事例では、官側でスポンサー獲得に動くというケースは聞いたことが無く、一部チーム自らが行なっているところもあるが、グローバルなブランドコンサルティング会社が担っているのが一般的である

■ 収益性と集客性の関係は？

- 静岡市という立地において、スタジアムの収容数が20,000席であっても大き過ぎるというような印象は受けない
- 一般論だが、一般席からの売り上げはたかが知れているので全体としての収容数は減らす傾向にあり、その分プレミアムプロダクトに注力している。
- 『USバンク・スタジアム（ミネソタ）』は200部屋ぐらいのスイートルームを設置しており、8割の収益をプレミアムプロダクトからあげている。
- 投資対効果が全然高い。
- 収益性と集客性は同じものではなく、どこからどのように収益を上げていくか、考えていく必要がある。

(2) 有識者インタビュー③-2

インタビュー議事録

神谷 猛士氏

インタビュー観点



インタビュー結果サマリ

■ 周辺開発の検討におけるポイントは何か？

- アメリカでは、建設資金回収の可能性を考慮して、スタジアム単体で建設することはなく、周辺開発を含めるのがほとんどである
- 周辺開発を検討するにあたり、全ての土地を自治体が提供するケースもあれば、周辺地域の開発は民間にゆだねるというケースもある
- どちらのケースにしる、スタジアムを作ることによって周辺の価値が上がり税金が増えることが自治体にとって望ましい
- アメリカのプロジェクトは、ほぼ官民連携で行なわれるケースである
- 日本と決定的に違うのは、特に野球はスポーツチームの力が強く、官側は口を出さず、スポーツチームの思い通りのものを作る点にある
- アメリカでは、チームが街に残るのか、出ていくのかという議論から始まる
- チームが作りたい施設や行きたい周辺開発がその街でできないのであれば、他の街への移転を検討することになる
- その意味で、行政との連携はかなり上流から始まることになる
- 日本とは状況が異なるので、アメリカと同じやり方をする必要は無いが、公共が出資するとしても、インフラ等場所の価値を高めることにより、民間が投資したくなる環境を作ることは重要である

(2) 有識者インタビュー③-3

インタビュー議事録

インタビュー観点



神谷 猛士氏

インタビュー結果サマリ

■ ES CON FIELD HOKKAIDO建設におけるポイントは何か？

- このプロジェクトは日本ハムファイターズが「街づくりをしたい」というところから始まっている
- 計画の構想段階では、サイトが決まっていなかった
- 彼らに街づくりをしたいというビジョンがあって、見合うためのサイトを探し、5~7か所を検討した
- その中で、エリアの広さがあることと、北広島市が協力的だったことからサイトを決定した
- 街づくりという観点において、スタジアム建設と同時に周辺開発を行ない、できるだけ長く滞在してもらうことを意図していた
- また、日本ハムファイターズの本拠地ではあるが、野球に興味がない人も楽しんでもらう環境を作り意識した
- 拡張可能性という点では、最初から全てを作れるわけではなく、最寄り駅は2027年に完成予定となっている
- 周辺開発を徐々に行ないながらプロジェクトは進んでいき、駅からスタジアムまで最終的に全ての開発が終わるのは、10年になるのか20年になるのか現時点ではわからない
- 当プロジェクトは少し特殊で、600億円ぐらいのプロジェクト資金のほとんどを日本ハムが拠出している
- 日本ハムファイターズのプロジェクト担当者が、スポンサーの獲得や周辺開発のディベロップメントを自らの力で行っており、世界でも例を見ないようなビジネスモデルを作り上げている

(2) 有識者インタビューまとめ

インタビュー結果の整理

有識者インタビューを整理すると、将来のスタジアムに求められる要素として、以下のポイントが挙げられる。

ポイント	目的
1 地域性	<ul style="list-style-type: none">社会課題解決にスポーツが関わるという流れが主流になっており、スタジアムでは、地域におけるコミュニティの形成やSDG'sの目標を実現することが重要こうしたスタジアムに係る地域的な取組を通じて、様々な企業による関与が見込まれるとともに、幅広い施設利用者の参画、清水エスパルスの多様なサポーターの発掘が実現可能となる
2 収益性	<ul style="list-style-type: none">興行やエンターテイメントに限らず、市民利用を含めてスタジアムの幅広い利用を促すことが重要で、イベント利用での利用料金収入のみならず、スタジアムの集客力を活かしたスタジアム内外での様々な収益事業を細かく実施することが収益性のカギとなる欧米のスタジアム・アリーナでは、収益性を確保するため、VIPシートやスイート等、プレミアムプロダクトに注力している
3 集客性	<ul style="list-style-type: none">スタジアムの集客力が企業スポンサーシップと直結する可能性があり、収益性に直結しない集客性であっても、間接的に収益性に寄与しうるイベントの行われていない日でも日常機能と組み合わせることで、常時スタジアム周辺ににぎわいを創出することが重要集客力を高めるためには、公共交通とのアクセスがよい方が望ましい
4 発展可能性	<ul style="list-style-type: none">欧米のスタジアムでは、近年、スタジアム単体で計画されることは少なく、周辺を含めた一体的な開発として位置づけ、スタジアムを核とした地域価値の向上が企図されることが一般的スタジアム単体で見た場合にも、将来の状況に合わせて拡張できるような柔軟性がある方がよい

3 スタジアム事例調査

(1) 国内事例

調査事例一覧 (国内)

#	事例概要						参考ポイント			
	名称	形態	所在地 (人口)	収容人数	ホームチーム	スポーツ	地域性	収益性	集客性	発展可能性
1	札幌ドーム	スタジアム	北海道札幌市 (約190万人)	41,566人	北海道日本ハムファイターズ 北海道コンサドーレ札幌	野球 サッカー			●	
2	ES CON FIELD HOKKAIDO	スタジアム	北海道北広島市 (約6万人)	35,000人	北海道日本ハムファイターズ	野球		●		●
3	埼玉スタジアム2002	スタジアム	埼玉県さいたま市 (約120万人)	63,700人	浦和レッドダイヤモンズ	サッカー	●			
4	サンガスタジアム by KYOCERA	スタジアム	京都府亀岡市 (約9万人)	21,600人	京都サンガF.C.	サッカー	●			
5	Panasonic Stadium Suita	スタジアム	大阪府吹田市 (約36万人)	40,000人	ガンバ大阪	サッカー		●		
6	MAZDA Zoom-Zoom スタジアム広島	スタジアム	広島県広島市 (約119万人)	33,000人	広島東洋カープ	野球		●		
7	里山スタジアム	スタジアム	愛媛県今治市 (約15万人)	6,000人	FC今治	サッカー	●			●
8	ミクニワールドスタジアム 北九州	スタジアム	福岡県北九州市 (約93万人)	15,000人	ギラヴァンツ北九州	サッカー	●			

【北海道日本ハムファイターズ・北海道コンサドーレ札幌】

札幌ドーム（札幌市）

参考ポイント			
地域性	収益性	集客性	発展可能性

札幌ドーム（1/2）

人口約190万人
（札幌市）

札幌ドームは、2001年に開業した北海道最大、そして日本最北の全天候型ドームであり、施設は札幌市が所有し、札幌市と道内財界各社が出資する第三セクター「株式会社札幌ドーム」が指定管理者として運営管理を行っている。

基礎情報

1. 施設所有者 札幌市
2. 指定管理運営者 株式会社札幌ドーム
（札幌市と道内財界各社が出資する第三セクター）
3. 所在地 札幌市豊平区羊ヶ丘1番地（地図参照）
4. 総工費 537億円
（建設費用：422億円、土地代：115億円）
5. 施設概要
 - 開場年 2001年開業
 - 収容人数 41,566席（固定客席数）
53,820人（最大収容人数）
42,065人（サッカー時収容人数）
42,274人（野球時収容人数）

位置情報



札幌ドームHPより引用

- さっぽろ駅から30分以内
（地下鉄及び徒歩またはタクシー）
- 新千歳空港から約45分
（空港連絡バス）
- 大規模イベント開催時にはシャトルバス運行

資金調達

- 537億円（調達方法の詳細については不明）
（内訳）建設費用：422億円、土地代：115億円
- 初期投資は行政が負担するにしても、ランニングコストは利用者に負担してもらって、市の持ち出しが無いようにする考えの下に建設されている

出所：札幌ドームHP

運営・管理手法等

- 指定管理：株式会社札幌ドーム
- 2021年3月期（第23期）決算の概要

売上高	18億69百万円
経常損失	77百万円
当期純損失	82百万円
- 命名権：過去に募集を計画したが実施せず

【北海道日本ハムファイターズ・北海道コンサドーレ札幌】 札幌ドーム（札幌市）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

札幌ドーム（2/2）

人口約190万人
（札幌市）

札幌ドームは、天然芝サッカー場移動方式「ホヴァリングサッカーステージ」を採用することで、日本で唯一の完全屋内天然芝サッカースタジアムを実現している。

スタジアムの機能

サッカー・野球以外にも様々なイベントの開催

- ノルディックスキー大会
- トヨタ・ビッグ・エア（スノーボード）
- 音楽コンサート
- 企業イベント就職フェア 等



その他の機能・サービス

- スタジアムグルメ（通年営業）
- グッズショップ（通年営業）
- 展望台
- メモリアルコーナー
- トレーニングルーム（大人1回500円）
- 運動教室
- ドーム内ランニングコースの解放
- アートグローブ（アーティストの作品を展示するスペース）



ホヴァリングサッカーステージ



本頁の画像は、いずれも札幌ドームHPより引用

- 縦120m、横85m、重さ8,300tの巨大な天然芝のステージが、空気圧によって7.5cm浮上し、34個の車輪を使い分速4mで移動する。ドーム内に入り、屋内でのサッカー試合を可能としている。試合の無い時は、屋外のオープンアリーナで良好な芝を育成している。

【北海道日本ハムファイターズ】

ES CON FIELD HOKKAIDO（北海道・北広島市）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

ES CON FIELD HOKKAIDO（1/2）

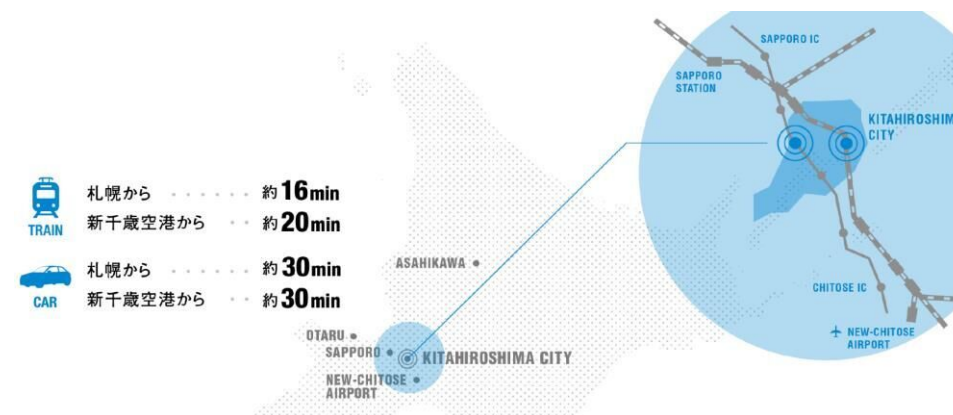
人口約6万人
（北広島市）

スポーツ観戦に興味のない人も家族・友人と共に楽しめる場を提供するために多種多様な飲食サービスを展開しており、また、球場内にホテル・宿泊施設や世界初の天然温泉のあるといった点が特徴的なスタジアムである。

基礎情報

1. 所有者 株式会社 ファイターズ スポーツ&エンターテインメント
2. 運営会社 同上
3. 所在地 北海道北広島市共栄
4. 総工費 約600億円（周辺整備費用含む）
5. 施設概要
 - 開場年 2023年3月開業予定
 - 収容人数 約30,000席
約35,000人

位置情報



背景、建設にかかる理念

- 2023年3月、北海道日本ハムファイターズの新球場（ES CON FIELD HOKKAIDO）を含めたエリア、HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGEが誕生する。
- “Sports Community”を球団理念として野球を観戦するための施設ではなく、パートナー、ファン、地元の皆様と一緒に、地域社会の活性化や社会への貢献につながる“共同創造空間”を目指す。
- 約32ヘクタールという広大な敷地面積の中で、自然と共存する次世代ライブエンターテインメントや心身を育むウェルネスソリューション、文化交流が活発な街づくりを目指す、まったく新しいクリエイティブなコミュニティスペースである。



本頁の画像は、いずれも北海道ボールパーク: HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE HPより引用

【北海道日本ハムファイターズ】 ES CON FIELD HOKKAIDO（北海道・北広島市）

参考ポイント			
地域性	収益性	集客性	発展可能性

ES CON FIELD HOKKAIDO（2/2）

人口約6万人
（北広島市）

ES CON FIELD HOKKAIDOは掘り込み式フィールドから地上4階まで観客エリアが広がる。周辺環境との調和を第一に考え、建物中層部にテラスを複数造る等、地域に溶け込むデザインを採用している。

スタジアムの機能

360度回遊型コンコース

- 球場内はバリアフリー。広いコンコースは360度回遊型でフィールドビューが途切れることなく、歩いているだけで楽しいスペースに。



通年で楽しめるTOWER11

- レフト側の5階層ビルは、これまでの球場にはない既成概念を打ち破る配置と外観で、新球場のランドマークに。



世界最大級の大型ビジョン

- 世界最大級の大型ビジョンを1塁側と3塁側の各スタンド上に2台設置。最新鋭の映像と音響による演出で球場全体を盛り上げる。



日本最大級の遊び場

- 全国で数多くの遊具施設を展開するポーネルドと共に、球場内・外に、幅広い年齢の子供たちが安心・安全に楽しめるようゾーン別に区分した「遊び場」エリアを展開。



手が届きそうな最前列

- 選手のプレーを間近に見られるフィールドレベルの客席は、1塁・3塁側の2カ所に。臨場感あふれる観戦に加え、ピュッフスタイルのレストラン等、コンコースとはまた一味違ったグルメを好みのスタイルで堪能できる。



プレミアムな観戦体験

- 上質なサービスを提供するVIPルームやラウンジスペースは、非日常的な時間を過ごすことができる場所。観戦に、グルメに、より上質な体験を楽しみたい方向けのエリアになっている。



【浦和レッドダイヤモンド】 埼玉スタジアム2002（さいたま市）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

埼玉スタジアム2002（1/2）

人口約120万人
（さいたま市）

埼玉スタジアム2002は、2002年に開催されたワールドカップのために作られたスタジアムであり、2001年に開場した。日本国内の球技専用競技場としては最大規模を誇り、サッカー日本代表の国際Aマッチ等でも使用されている。

基礎情報

1. 施設所有者 埼玉県
2. 指定管理運営者 埼玉スタジアム2002公園マネジメントネットワーク
3. 建設地 埼玉県さいたま市緑区美園2-1
4. 事業費用 356億円
（用地費等含む公園整備総額766億円）
5. 施設概要
 - 開場年 2001年
 - 収容人数 63,700人

位置情報



埼玉スタジアム2002HPより引用

- 浦和美園駅から埼玉スタジアムへは、歩行者専用道路で1.2kmあり、徒歩15分
- また、東京駅からは約45分、大宮駅から約40分、浦和駅から約30分
- また、スタジアムの周辺には、サブグラウンド3面、フットサルコート2面のほか、親子で楽しめるちびっこ広場、もみの木広場等の公園施設が併設されている。

出所：埼玉スタジアム2002HP

建設に係る理念や現在の使用状況

【基本理念】

- (1)21世紀を担う青少年に夢と希望を与える。(2)サッカー王国・埼玉をサッカーのメッカにする。(3)防災支援機能を備えた公園とする。の3つの基本理念のもとに建設された。

【日本代表のホームスタジアム】

- 埼玉スタジアム2002は、2002年に開催されたFIFAワールドカップのために作られたサッカースタジアムであり、2001年10月に開場した。日本国内の球技専用競技場としては最大規模を誇り、サッカー日本代表の国際Aマッチ等でも使用されている。

経済的波及効果

【埼玉県内への経済波及効果】

- 埼玉スタジアムが開場10周年を迎えた2011年度に、これまで埼玉県内へもたらした経済波及効果を試算したところ、埼玉スタジアムを舞台に行われる経済活動を消費面からとらえると、その直接効果は、埼玉スタジアム建設時の建設投資535億円と、2001年度の開業から2011年度までの埼玉スタジアム利用による消費支出の累計589億円を合わせ、合計で約1,124億円となり、これに伴う経済波及効果（直接効果を含む）は約1,674億円に上っている。

出所：ぶぎん地域経済研究所ぶぎんレポートNo.153 2012年3月号

【浦和レッドダイヤモンドズ】 埼玉スタジアム2002（さいたま市）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

埼玉スタジアム2002（2/2）

人口約120万人
（さいたま市）

最新技術を用いた大型映像装置により選手紹介やゴールシーンにおいて躍動感ある映像の演出や、ホームゲーム終了後のAfter Game Reds Barで混雑の軽減をしているほか、備蓄倉庫や浄水器を備えた防災支援機能も有している。

スタジアムの機能

防災機能の充実

- ▶ スタジアムの屋根に降った雨水は、3,250トンもの容量を有する地下の貯水槽に溜め、普段はピッチの散水、トイレの洗浄用として利用されているほか、災害時には3,000人が1か月避難可能な浄水として利用することが可能となっている。
- ▶ また、スタンド下の2,200平方メートルの備蓄倉庫に食料品や生活用品を備蓄することができ、有事の際の防災拠点として埼玉県地域防災計画に盛り込まれている。
- ▶ 来場者6万人が13分間で避難できる計画も策定されている。

ホームゲーム後のReds Barによる帰路の混雑緩和

- ▶ ホームゲーム終了後、スタジアムに隣接している南広場にて、After Game Reds Barとして、観戦客やサポーターが試合の余韻を楽しみながら友達や仲間たちと共にレッズを語りあえる場所を提供している。イスやテーブルを設置し、ドリンクや食事の販売も行っている。



浦和レッドダイヤモンドズHPより引用

観客目線のスタジアム観戦環境

- ▶ 「オーロラビジョン」や「オーロラリボン」と呼ばれる、大型映像装置により選手紹介やゴールシーンにおいて躍動感ある映像の演出が可能となっている。



いずれも三菱電機HPより引用

- ▶ スタジアム場内のほぼ全ての女子トイレにオムツ替え用のベッドが設置されている。また、場内13カ所の男子トイレにも、オムツ交換用ベットがあり、快適さを追求したトイレとなっている。
- ▶ バリアフリーにも配慮されており、車椅子席はメインスタンド・バックスタンドに各75席ずつ、計150席ある。また、オストメイトトイレが3カ所設置されている。



車椅子でお出かけバリアフリーマップHPより引用

【京都サンガF.C.】 サンガスタジアム by KYOCERA（亀岡市）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

サンガスタジアム by KYOCERA（1/2）

人口約9万人
（亀岡市）

サンガスタジアム by KYOCERAは京都サンガF.C.の本拠地であり、条例上の名称は「京都府立京都スタジアム」である。地元企業である京セラ株式会社が命名権を取得し、地域発展のため京都のプロサッカークラブでありホームスタジアムとして活用していく「サンガ」の名前を冠につけている。

基礎情報

1. 所有者 京都府
2. 指定管理者 合同会社ビバ&サンガ
3. 所在地 京都府亀岡市追分町
4. 総工費 154億円
5. 施設概要
 - 開場年 2019年完成
 - 収容人数 21,600人

背景

- 京都府におけるスポーツ及び文化の振興を図るとともに、地域のにぎわい創出に資する施設として設置された。
- 京都サンガF.C.のホームスタジアムとして活用されるほか、サッカーやラグビー等の国際試合が開催可能なスポーツ施設である。音楽や地域振興の催し物等、府内最大級のイベント会場としても利用されている。
- スタジアムの設置趣旨に賛同した地元企業の京セラ株式会社が、ネーミングライツパートナーとなった。

出所：サンガスタジアムHP

位置情報



Googleマップより引用。©2022 Google

- 京都駅から亀岡駅までJR嵯峨野線（快速約20分、普通30分）
- JR亀岡駅からすぐ
- 阪急桂駅から約40分（京阪京都交通バス）



サンガスタジアムHPより引用

【京都サンガF.C.】 サンガスタジアム by KYOCERA（亀岡市）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

サンガスタジアム by KYOCERA（2/2）

人口約9万人
（亀岡市）

京都府内唯一の球技専用複合型スタジアムであり、観客席の最前列より2メートル前へ張り出す屋根が特徴で、ピッチとスタンドとはわずか1.2メートルの高低差である。また、環境への配慮のための太陽電池設備や様々な付帯施設を有している。

スタジアムの機能

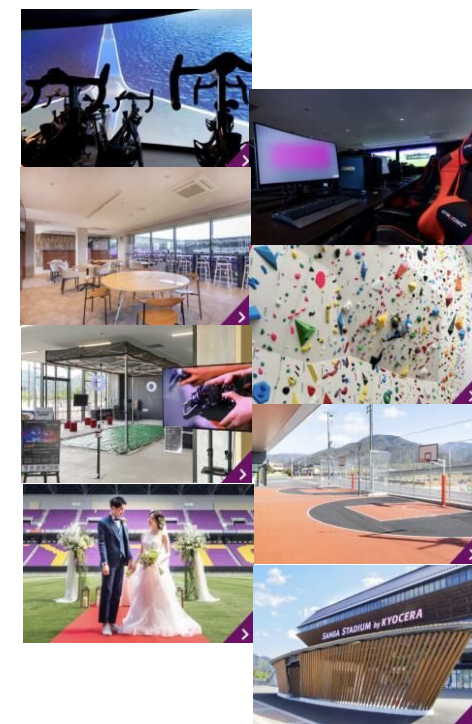
環境への配慮と集う人々へ感動を

- 屋根に約1MWの太陽電池が搭載されており、環境配慮型のスタジアムとなっている。また蓄電システム（12kWh）1台（京セラ(株)寄贈）も設置されており、有事の場合には電源供給が可能である。
- スタジアム外の敷地に設置されているLED街路灯のうち、メイン通路（正面入り口側）の8本（京セラ(株)寄贈）は、音と光で演出可能になっている。



付帯施設

- VR/フィットネスゾーン
- eスポーツゾーン
- コワーキングゾーン
- スポーツライミング
- ドローンサッカー
- 3×3バスケットボールコート
- スタジアムウェディング
- 足湯
- ひばっこ保育園
- フードコート



本頁の画像は、いずれもサンガスタジアムHPより引用

【ガンバ大阪】

Panasonic Stadium Suita（吹田市）

参考ポイント			
地域性	収益性	集客性	発展可能性

Panasonic Stadium Suita（市立吹田サッカースタジアム）（1/2）

人口約36万人
（吹田市）

ガンバ大阪のホームスタジアムとして使用することを前提に、ガンバ大阪が主体となった任意団体（スタジアム建設募金団体）が建設したサッカー専用スタジアムであり、完成後に寄付によって吹田市が施設を所有している。

基礎情報

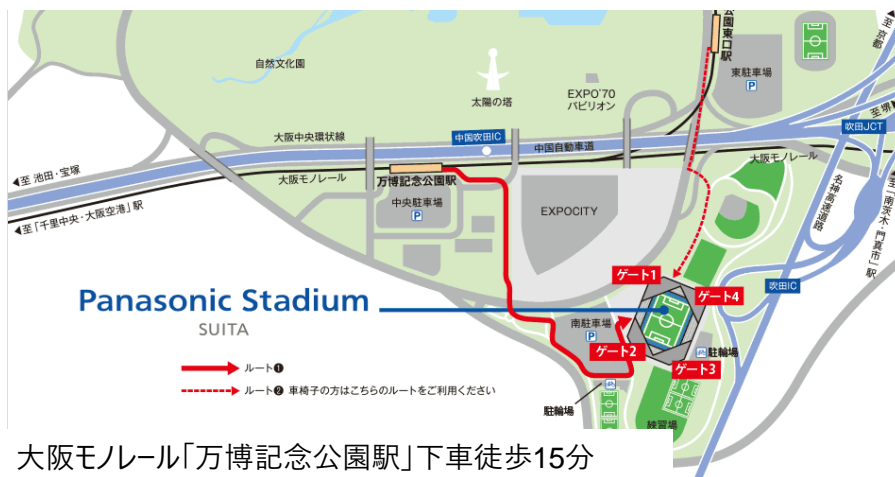
- 所有者 吹田市
- 指定管理運営者 株式会社ガンバ大阪
- 所在地 吹田市千里万博公園3番3号
- 総工費 約140億円
- 施設概要
 - 開場年 2016年（全面開場）
 - 収容人数 40,000人

資金調達／運営・管理手法等

- スタジアム建設募金団体が3万人以上の個人、700社以上の企業から集めた募金と、スポーツ振興くじ（toto）の助成金等を活用して建設された。
（内訳）
 - 法人からの寄付金 : 約99億円
 - 個人からの寄付金 : 約6億円
 - 助成金等 : 約35億円
- 公共施設を民間資金（寄付金等）で建設し、完成後は指定管理に委ねるといった官民連携事業（PPP）の先駆的事例である。
- パナソニック株式会社とネーミングライツ契約を締結し、2018年1月1日から、愛称が『Panasonic Stadium Suita』となっている。

出所：Panasonic Stadium Suita HP

位置情報



大阪モノレール「万博記念公園駅」下車徒歩15分

Panasonic Stadium Suita HPより引用



吹田市HPより引用

【ガンバ大阪】

Panasonic Stadium Suita（吹田市）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

Panasonic Stadium Suita（市立吹田サッカースタジアム）（2/2）

人口約36万人
（吹田市）

ピッチとスタンドまでの距離が近く、スタンドも全席屋根で覆われている等、臨場感と快適性に優れたスタジアムとなっており観客・サポーターからの満足度も非常に高いスタジアムとして注目されている。

スタジアムの機能

最短7mの臨場感（「見る」「楽しむ」ためのスタジアム）

- ▶ 観客席からタッチラインまでの距離は国内で最も近い7m、ゴールラインまでは10m、最前列とピッチレベルの高低差も1.5mであり、目の前で選手の白熱したプレーを堪能できる「臨場感」を最大の売りとしている。



web Sportivaより引用



パナソニックHPより引用

- ▶ また、スタジアムの照明がLED照明となり、夜の試合では、このLED照明を活かした演出も楽しめる等、「見る」「楽しむ」ことを意識したスタジアムの作りとなっている。
- ▶ スタジアム内外においては、大阪の「食」を集めたスタジアムグルメを提供している。

VIPラウンジ／VIPルームの販売

- ▶ 観客席は下層フロア・VIPフロア・上層フロアの3層構造となっており、ビジネス利用を想定したVIPルームが用意されている。
- ▶ VIPルームにはラウンジと個室（バックスタンド側16室：20人部屋）が用意されており、ラウンジ・個室両方共にスタンドに出られるテラス席となっており、そこでサッカー観戦が可能になっている。



いずれもガンバ大阪HPより引用

近隣には大型のショッピングモール

- ▶ スタジアムと道を挟んだ側には、大型のショッピングモール（エキスポシティ）が立地している。今後、集客やまちの活性化という観点から吹田スタジアムとショッピングモールの連携が期待されている。

【広島東洋カープ】

MAZDA Zoom-Zoomスタジアム広島（広島市）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

MAZDA Zoom-Zoomスタジアム広島（1/2）

人口約119万人
（広島市）

MAZDA Zoom-Zoomスタジアム広島は、旧広島市民球場の老朽化により、2009年に開業した。広島駅から徒歩10分程度の好立地で、球場隣接地はデベロッパー主導で式場、スポーツジム、住宅等が整備されている。

基礎情報

- 所有者 広島市
- 運営会社 株式会社広島東洋カープ
- 所在地 広島県広島市南区南蟹屋2-3-1
- 総工費 約90億円
- 施設概要
 - 開場年 2009年開業
 - 収容人数 33,000人

背景

- 旧広島市民球場は開設後50年余りが経過し、老朽化や狭い観客席等のサービス面、ロッカールーム等の諸室等の機能で多くの課題があった。
- 官民組織「新球場建設促進会議」が、約4万㎡の球場を90億円で建設する方向性を決定し、その後2009年に開業。
- 広島市が所有し、株式会社広島東洋カープが指定管理者として管理運営。
- 隣接地の土地建物を民間に売却し、市は売却益を建設費の一部に充当。隣接地は三井不動産（株）主導で式場やスポーツジム、住宅等が整備されている。

出所：MAZDA Zoom-Zoomスタジアム広島HP、スタジアム・アリーナ改革ガイドブック<第2版>、広島東洋カープ公式サイト

位置情報



MAZDA Zoom-Zoomスタジアム広島HPより引用



スタジアム・アリーナ改革ガイドブック<第2版>より引用

【広島東洋カープ】

MAZDA Zoom-Zoomスタジアム広島（広島市）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

MAZDA Zoom-Zoomスタジアム広島（2/2）

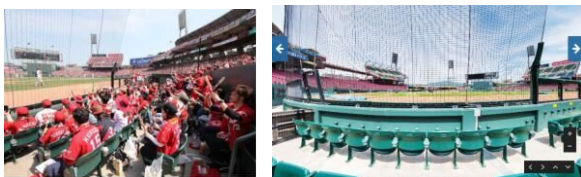
人口約119万人
（広島市）

多種多様でユニークな座席が特色であり、観戦客を飽きさせない工夫が各所に施されているスタジアムである。企業のエリアネーミングライツが設定されている座席が多いことも特徴的である。

多種多様でユニークな座席

正面砂かぶり席

- 最前列かつグラウンドレベルの視点で、最高の臨場感を味わえる座席。内野、外野にもそれぞれ砂かぶり席が設けられている。



コカ・コーラテラスシート

- 2階席に設けられたパーティー感覚で観戦できる座席。5～7人掛けの座席がそれぞれ用意されている。



セブン-イレブンシート寝ソベリア

- 外野席に設けられた、その名のとおり寝そべりながら観戦できるシート。



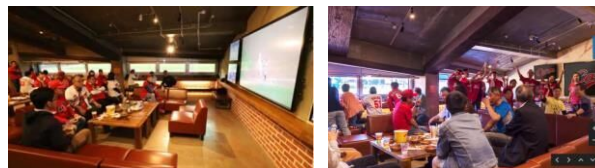
広島PARCOパーティーベランダ

- レフト側の外野席の一面に設けられた、最大150名まで利用可能なパーティースペース。フードプランとセットで販売。



アサヒスーパードライスポーツバー

- 最大40名まで利用可能。窓からグラウンドが見渡せるほか、パブリックビューイングの映像機器も完備。フードプランとセットで販売。



エバラ黄金の味びっくりテラス

- ライト側の外野席の一面に設けられた、BBQを楽しみながら観戦できるシート。フードプランとセットで販売。



本頁の画像は、いずれも広島東洋カープ公式サイトより引用

【FC今治】 里山スタジアム（今治市）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

里山スタジアム（1/2）

人口約15万人
（今治市）

地域や自然環境との連携や循環の中で成長し続ける「里山スタジアム」は、今後、何世代にもわたって愛され、まちのシンボルとなっていくことを目指している。

基礎情報

- | | |
|---------|----------------|
| 1. 所有者 | 株式会社今治.夢ビレッジ |
| 2. 運営会社 | 同上 |
| 3. 所在地 | 愛媛県今治市高橋ふれあいの丘 |
| 4. 総事業費 | 約40億円（見込み） |
| 5. 施設概要 | |
| ➢ 開場年 | 2023年完成予定 |
| ➢ 収容人数 | 約6,000人 |

資金調達

- 株式会社今治.夢スポーツは里山スタジアム建設のための資金調達として第三者割当増資の実施(13.1億)と金融機関からの融資契約（サステナビリティ・リンク・ローン）（14億）を締結
- ふるさと納税制度を用いた寄付のほか、里山プレート※の購入の受け等を実施
※スタジアム内地面への埋め込みされるメッセージ入りプレート

出所：里山スタジアムHP、FC今治HP

位置情報



Googleマップより引用。©2022 Google

- JR予讃線「今治駅」よりバスで15分
- せとうちバス「イオンモール今治新都市」より徒歩10分
- 西瀬戸自動車道「今治I.C.」より車で5分
- 松山自動車道「今治湯ノ浦I.C.」より25分



里山スタジアムHPより引用

【FC今治】 里山スタジアム（今治市）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

里山スタジアム（2/2）

人口約15万人
（今治市）

里山スタジアムは、臨場感あるピッチに近い観戦環境、VIPルームや多様な観戦環境を生み出す里山ボックス、スマートテクノロジーの導入等、試合をより楽しめる最先端を特徴としたスタジアムである。

スタジアムの機能

新スタジアムプロジェクトのコンセプトは「里山スタジアム」

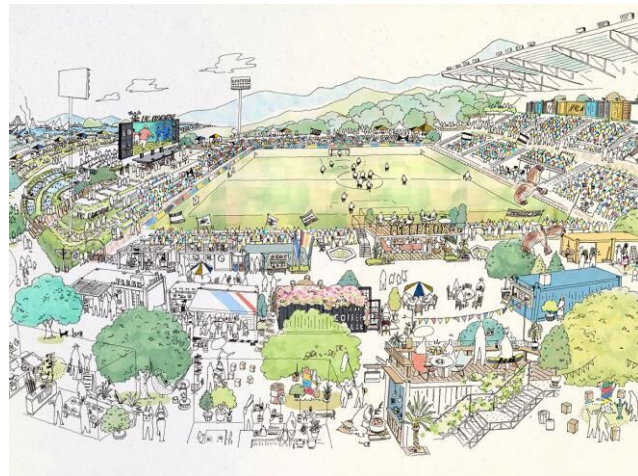
- サッカースタジアムを核に、地域とヒトをつなぎ、人々の感性を呼びおこす、次世代文化・交流拠点を目指している。
- ヒト、モノ、コトが集積し、自然・景観と共生しながら、今治の魅力を再発見するみんなの居場所をつくる。
- 人々のリアルな交流や感動を生みだし、子どもからお年寄りまで多世代に渡って訪れる人々を元気にする新スタジアムを核とした地方創生に取り組んでいる。

<里山スタジアム>を形成する仕掛けづくり

- 試合のない日も訪れる人々が関わり合いながらゆっくりと憩え、様々なアクティビティも体験できる開かれたスタジアムを目指している。

< SATOYAMA ACTIVITIES >

- 里山アトリエ 里山を創り続ける制作拠点
- 里山プラザ こどおから大人まで多世代が思い思いに過ごせる芝生広場
- 里山プロムナード スタジアムを囲むように設置されるプロムナード
- 里山ジャルダン アート作品を眺めて楽しめる広場空間



いずれもスポーツ庁HPより引用

【ギラヴァンツ北九州】

ミクニワールドスタジアム北九州（北九州市）

参考ポイント			
地域性	収益性	集客性	発展可能性

ミクニワールドスタジアム北九州（1/2）

人口約93万人
(北九州市)

ミクニワールドスタジアム北九州は、日本初のPFI手法で整備されたスタジアムである。

基礎情報

- 所有者 北九州市
- 運営会社 株式会社ウインドシップ北九州
(九電工を代表企業とするPFI事業者)
- 所在地 福岡県北九州市小倉北区浅野3-9-33
- 総工費 約100億円
- 施設概要
 - 開場年 2017年開業
 - 収容人数 15,000人（将来的に2万人まで拡張可）

背景

- PFI手法で整備されたスタジアム。2000年代からJ1規格を満たすスタジアム建設の必要性が議論され、2010年代に入り、方針策定、事業計画策定等具体的な進捗が図られた。
- 新幹線停車駅でもあるJR小倉駅から徒歩7分の好立地。
- 最前列の観客席とタッチラインとの距離は8m、高低差65cmで、選手と同じ目線で観戦できる等臨場感のあるスタジアムとなっている。

出所：北九州市HP、ミクニワールドスタジアム北九州HP、スタジアム・アリーナ改革ガイドブック＜第2版＞

位置情報



Googleマップより引用。©2022 Google



ミクニワールドスタジアム北九州HPより引用

【ギラヴァンツ北九州】

ミクニワールドスタジアム北九州（北九州市）

参考ポイント			
地域性	収益性	集客性	発展可能性

ミクニワールドスタジアム北九州（2/2）

人口約93万人
(北九州市)

海沿いに面するスタジアムであることから、屋根、大型ビジョン、音響機器、照明機器等全般にわたって塩害対策が施されている。

主な塩害対策

屋根

- 塩害対策のため、施工には錆の元となる現場溶接をなくすべく、無溶接の製品を使用している。



サンウルブズHPより引用



北九州市 時と風の博物館HPより引用

- 屋根仕様

【メインスタンド】

丸馳折版 I 型 フッ素樹脂ガルバリウム鋼板（両面フッ素） t=1.0mm 3,353㎡

【北サイドスタンド】

丸馳折版 I 型 フッ素樹脂ガルバリウム鋼板（両面フッ素） t=1.0mm 1,885㎡

【南サイドスタンド】

丸馳折版 I 型 フッ素樹脂ガルバリウム鋼板（両面フッ素） t=1.0mm 1,885㎡

出所：三晃金属工業(株)資料、パナソニック(株)資料、TOA(株)HP

照明

- Jリーグ基準のピッチ内照度1,500lx以上をクリアし、全店等では平均照度2,300lx以上、さらに、Ra80という高演色性を確保。また、臨海部であることから投光器は重耐塩害仕様としている。



いずれもパナソニック(株)資料より引用

音響

- スタジアム内各所に設置されたスピーカーや監視カメラ等は、塩害対策として防滴性能のスピーカーや取付金具に耐塩塗装を施し、耐候性・耐久性を向上している。



いずれもTOA(株)HPより引用

その他の整備が計画されているスタジアム

長崎スタジアムシティプロジェクト

民間企業が主体となりスタジアム・アリーナや商業施設、オフィス、ホテルによる複合開発を推進している事例。

所在地	長崎県長崎市幸町
ホームチーム	V・ファーレン長崎
客席数	約20,000席
事業主体	(株)ジャパネットホールディングス (株)リージョナルクリエーション長崎
事業スキーム	(株)ジャパネットホールディングスが土地の取得、整備及び施設を所有し、同社のグループ会社である(株)リージョナルクリエーション長崎が、維持管理・運営をおこなう。
整備者	(株)ジャパネットホールディングス
管理運営者	(株)リージョナルクリエーション長崎
整備完了時期	2024年を予定
整備費/運営費	非公開
交通アクセス	JR長崎駅、JR浦上駅から徒歩10分
完成イメージ	



NAGASAKISTADIUMCITYPROJECT HPより引用

広島スタジアムパークプロジェクト

県や市、民間企業、市民等からの寄附等による財源で、整備が予定されている事例。(2022年2月着工)

所在地	広島県広島市中区基町
ホームチーム	サンフレッチェ広島
客席数	約30,000席
事業主体	広島市
事業スキーム	広島県・広島市、民間企業、市民などからの寄付を財源として、広島市が主体となり整備する。
整備者	広島市
管理運営者	広島市
整備完了時期	2024年を予定
整備費/運営費	約270億円
交通アクセス	JR新白島駅から徒歩15分、広島電鉄最寄駅から徒歩10分
完成イメージ	



広島市HPより引用

(3) 海外事例

調査事例一覧（海外）

#	事例概要						参考ポイント			
	名称	形態	所在地（人口）	収容人数	ホームチーム	スポーツ	地域性	収益性	集客性	発展可能性
1	アバイア・スタジアム	スタジアム	アメリカ・サンノゼ （約103万人）	18,000人	サンノゼ・アースウェイクス	サッカー		●		
2	リーバイス・スタジアム	スタジアム	アメリカ・サンタクララ （約13万人）	68,500人	49ers	アメリカン フットボール		●	●	
3	ユヴェントス・スタジアム	スタジアム	イタリア・トリノ （約89万人）	41,000人	ユヴェントスFC	サッカー		●		●
4	リコー・アリーナ	スタジアム	イギリス・コヴェントリー （約36万人）	32,000人	コヴェントリー・シティFC	サッカー			●	●
5	スタッド・ヴェロドローム	スタジアム	フランス・マルセイユ （約86万人）	67,000人	オリンピック・マルセイユ	サッカー				●
6	スタッド・ピエール＝モーロワ	スタジアム	フランス・リール （約6万人）	50,186人	LOSCリール・メトロポール	サッカー			●	●
7	ザンクト・ヤコブ・パーク	スタジアム	スイス・バーゼル （約17万人）	38,512人	FCバーゼル	サッカー			●	●

【サンノゼ・アースクエイクス】 アバイア・スタジアム（米国）

参考ポイント			
地域性	収益性	集客性	発展可能性

アバイア・スタジアム（1/2）

人口約103万人
（サンノゼ市）

アバイア・スタジアムは、サンノゼ国際空港の西側に隣接しているサンノゼ・アースクエイクスのホームスタジアムである。メジャーリーグサッカー初のクラウド環境を有し、現在は世界で最も技術先進的に進んだスタジアムとして知られている。

基礎情報

- 所有者 サンノゼ・アースクエイクス
- 運営会社 サンノゼ・アースクエイクス
- 所在地 アメリカ合衆国・カリフォルニア州サンノゼ
- 総工費 約115億円（1億米ドル）
全額クラブ（オーナー等）の負担で建設
- 施設概要
 - 開場年 2015年
 - 収容人数 18,000人

建設の背景

【官への依存ゼロのスタジアム建設】

- 当初は、サンノゼ市がスタジアム建設を主導する計画であったが、最終的には、サンノゼ・アースクエイクスのオーナーであり、メジャーリーグベースボール（MLB）のオークランド・アスレチックスも保有するルイス・ウォルフ氏が、サンノゼ市から260,000平方メートル（65エーカー）の土地を約102億円（8,900万米ドル）で購入し、建設費総額約115億円（1億米ドル）をかけてスタジアムを建設した。

出所：アバイア・スタジアムHP

位置情報

- スタジアムは、サンノゼ国際空港の西側に位置しており、サンノゼ市街地から5km程度の距離にある。また、試合開催日においては、試合開始2時間前～試合終了1時間後まで、サンタクララバレー交通局（VTA）が運営するライトレールが運航している。



Googleマップより引用。©2022 Google

IT企業との連携

【命名権（ネーミングライツ）の導入】

- サンノゼ市の隣接するサンタクララ市に拠点を置く、通信・ネットワーク機器メーカーのAvayaが、2015年から10年間の権利を約23億円（2,000万米ドル）で購入した。

【サンノゼ・アースクエイクス】 アバイア・スタジアム（米国）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

アバイア・スタジアム（2/2）

人口約103万人
（サンノゼ市）

アバイア・スタジアムにおいて特筆すべき機能は、「Avaya Stadium App」と呼ばれるスマートフォンアプリである。スタジアムには安定したWi-Fi環境を整備し、アプリによって試合前、試合中、試合後に”共有型”体験を提供している。

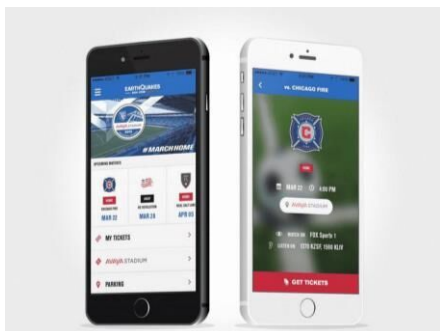
スタジアムの機能

Avaya Stadium App：スマートフォンアプリの提供

- アバイア・スタジアムは、メジャーリーグサッカー初のクラウド対応スタジアムとして知られている。これは、サンノゼ・アースクエイクスの試合や通常のビジネスにおいて使用するアプリケーションが、スタジアム命名権を購入した、通信・ネットワーク機器メーカーのAvayaが提供するAvaya Fabric Connect環境のネットワーク上で作動することを指す。
- ファンの視点では、試合における”共有型”の体験創出がある。スタジアムには、全米でも2番目の幅の長さを有する大型LEDスクリーンがあるが、スタジアムのWi-Fi環境を使用し、ソーシャルメディアでハッシュタグを付けた投稿をすると、この大型スクリーンにそのメッセージが表示することもできる。



- また、「Avaya Stadium App」と呼ばれるスマートフォンアプリでは、駐車料金をオンラインで前もって支払ったり、電話のバーコード式eチケットを使用して各ゲームを観戦することができる。さらに、同アプリを使って、選手情報の確認や、座席からのフードオーダー、プレーからわずか数分後にビデオのリプレーをチェックすることも可能になっている。
- クラブ事務局においては、クラブのオフィスとスタジアムの特別室の1つで、Avaya Videoというソフトウェアを使用したライブビデオカンファレンスを開催できる。これにより、クラブ職員がパートナーと会議を持つほか、外国人選手は本国の家族とビデオカンファレンスで連絡を取っている。
- このAvaya Stadium Appの導入により、観戦客やサポーターがスタジアムに来る回数が増加しており、アバイア・スタジアムでの最初のシーズンのチケット販売数は、その2年前の倍以上を記録している。



本頁の画像は、いずれもアバイア・スタジアムHPより引用

【49ers】

リーバイス・スタジアム（米国）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

リーバイス・スタジアム（1/2）

人口約13万人
(サンタクララ市)

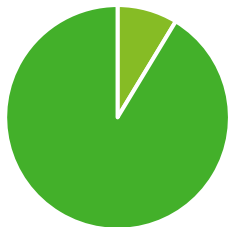
カリフォルニア州サンタクララに存在するリーバイス・スタジアムは、”世界一のスマートスタジアム”として有名な競技場であり、州所属の49ersのホームコートである。公設公営の巨大スタジアムだが、ナショナル・フットボール・リーグやリーバイスと連携し運営を行っている。

基礎情報

1. 施設所有者 カリフォルニア州 サンタクララ市
2. 運営者 サンタクララ (stadium authority board)
3. 建設地 4900 Marie P DeBartolo Way,
4. 事業費用 約1,545億円
5. 施設概要
 - 開場年 2014年
 - 収容人数 68,500人

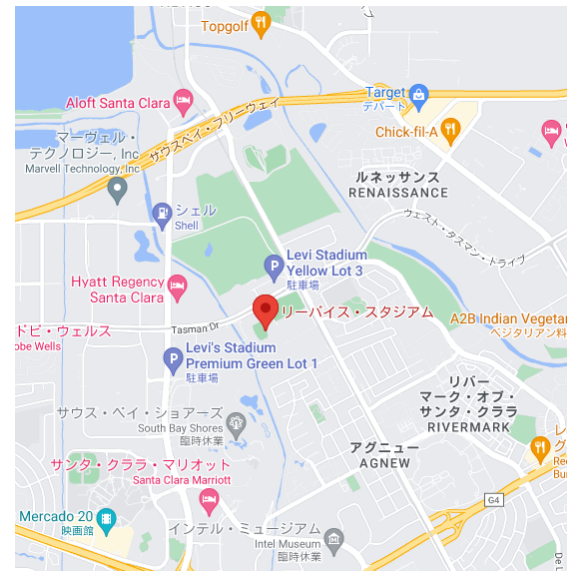
資金調達情報

建設費用概要



- 公的資金134億円 (市、シリコンバレー、特別税等) 出所：リーバイス・スタジアムHP
- 民間資金1,411億円 (49ers、NFL、銀行融資、シートライセンス)

位置情報



- 広大な商業エリアの中心地に立地
- 多くショッピングセンターやホテルが近接

Googleマップより引用。©2022 Google



Visit Californiaより引用

【49ers】

リーバイス・スタジアム（米国）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

リーバイス・スタジアム（2/2）

人口約13万人
(サンタクララ市)

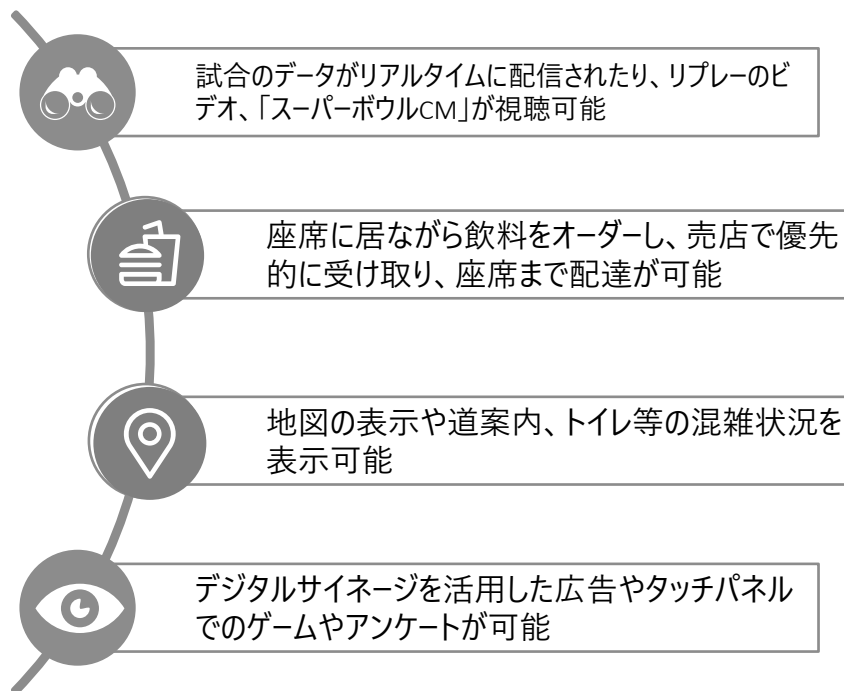
SAPや米yahoo等と連携して建設したスマートスタジアムで、スマホ一つでハイライトのリプレイ観戦や駐車場の予約、トイレの空き情報確認、食品等の注文が可能である。また、アメフト以外のイベントも開催し稼働率を向上させている。

スタジアムの機能

スタジアム内では「SB50FREE」という無料Wi-Fiとスタジアム専用のスマートフォン（スマホ）アプリ「Super Bowl Stadium App」提供し、接続することで様々なサービスを提供。

【その1】

Super Bowl Stadium App



【その2】

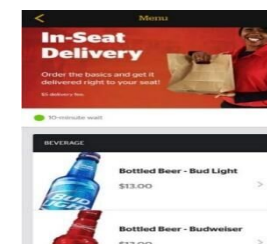
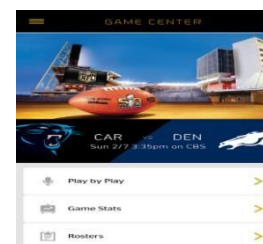
稼働率向上のためのイベント

- アメフト以外での利用
NFL以外に、サッカー/MonsterJAM/音楽ツアー/ビールフェス等を開催し稼働日を増やしている。

EVENTS CALENDAR

FEB 25		BACON AND BEER CLASSIC	BUY TICKETS
APR 22		MONSTER JAM	BUY TICKETS
OCT 04		COLDPLAY - A HEAD FULL OF DREAMS TOUR	BUY TICKETS

リーバイス・スタジアムHPより引用



いずれもSuper Bowl Stadium Appより引用

【ユヴェントスFC】 ユヴェントス・スタジアム（イタリア）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

ユヴェントス・スタジアム（1/2）

人口約89万人
（トリノ市）

ユヴェントス・スタジアムは、ユヴェントスFCのホームスタジアムであり、イタリア初のクラブ所有の独自スタジアムである。元々は陸上トラックを有するデッレ・アルビ・スタジアムであったが、これをクラブが購入して改修し現在に至る。

基礎情報

- | | |
|----------|----------------------|
| 1. 施設所有者 | ユヴェントスFC |
| 2. 運営者 | ユヴェントスFC |
| 3. 建設地 | イタリア・トリノ |
| 4. 事業費用 | 約1億5,500万ユーロ（約190億円） |
| 5. 施設概要 | |
| ➤ 開場年 | 2011年 |
| ➤ 収容人数 | 41,507人 |

位置情報



Googleマップより引用。©2022 Google

- トリノ市街地から7km
- 試合開催日にのみ特別運行する路面電車あり
- 市街地からのバスでは所要40分程度

建設（改修）の背景等

- 2003年、ユヴェントスが、デッレ・アルビ・スタジアムをトリノ市から約2,500万ユーロ（約32億5,000万円）で購入。
- スタジアムを担保としてスポーツ関連インフラの資金調達を支援するために設立されたスポーツ信用銀行（イタリアの国有銀行）と12年の借入契約を締結している。
- また、スタジアムに隣接する予定の商業用地を売却し、イタリアの大手食品会社（ノルディコナドグループ）が周辺エリアと一体化した商業施設を建設する契約を2,025万ユーロ（約26億3,250円）で締結。なお、この契約にはノルディコナドがトリノ市に対してすべてのインフラ費用を支払うという条件が付いている。

出所：ユヴェントス・スタジアムHP



いずれもユヴェントス・スタジアムHPより引用

【ユヴェントスFC】 ユヴェントス・スタジアム（イタリア）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

ユヴェントス・スタジアム（2/2）

人口約89万人
（トリノ市）

スタンドとの距離が近い「ブリティッシュスタイル」を採用し、ピッチから最も近い席で7.5m、最も遠い席で49mしか離れていない。また、バーやレストラン等の60を超えるテナントが入居するショッピングセンターがスタジアムに隣接している。

スタジアムの機能

【その1】

充実したホスピタリティースペース

- 地域にとって重要な社交の場であるスタジアムは、3,600のプレミアムシートと64もの個室Sky Boxを備えている。Sky Boxは試合開催日のみならず、通年で予約可能であり、ミーティングルームとしても使用されている。



いずれもユヴェントス・スタジアムHPより引用

【その2】

スタジアムに隣接したショッピングセンター「Area 12」



充実したショッピング施設の整備

バーやレストラン等の60を超えるテナントが入っている大型ショッピングセンターがスタジアムに隣接して所在している。



Mole 24（左・中央）、Area 12ショッピングセンターHP（右）より引用

【その3】

客席からピッチの距離の近さ

- スタンドとの距離が非常に近い「ブリティッシュスタイル」を採用し、ピッチから最も近い席で7.5m、最も遠い席で49mしか離れていない。
- 改修後のスタジアム規模は、ツェル・アルピ・スタジアムの約7万人よりも少ない41,000人になったものの、ユヴェントスのスタジアム収入は、移転直前のシーズン（トリノと同じスタディオ・オリンピコを使用）の1,100万ユーロから2014-15シーズンは5,100万ユーロに達したとの情報もある。



いずれもユヴェントス・スタジアムHPより引用

【コヴェントリー・シティFC】 リコー・アリーナ（英国）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

リコー・アリーナ（1/2）

人口約36万人
（コヴェントリー市）

リコー・アリーナは、2005年に開場したイングランド ウェスト・ミッドランズ州コヴェントリーにあるスタジアムであり、市の再開発計画の一環として整備された。

基礎情報

- 所有者 コヴェントリー市
- 運営会社 ARENA COVENTRY LIMITED
- 所在地 Phoenix Way, Rowleys Green, Coventry, England CV6 6GE)
- 総工費 約163億円
- 施設概要
 - 開場年 2005年開業
 - 収容人数 32,000人

背景

- 1899年から106年間、コヴェントリー・シティFCの本拠地だったハイフィールド・ロードの老朽化に伴い、新スタジアムを建設、2005年に開場した。
- コヴェントリー北部の再開発として市が主導し、建設された。スタジアム、ファンショップの他、ショッピングセンター、カジノやホテル、フィットネスクラブ、市内に不足していたコンベンションセンターやカンファレンスルーム等が併設された。
- 「複合型スタジアム」の代表例の一つとして有名である。

出所：リコー・アリーナHP

位置情報



Googleマップより引用。©2022 Google

- Coventry Arena Stationが隣接
- 近隣にショッピングセンターやコンベンションセンターが立地



株式会社リコーHPより引用

【コヴェントリー・シティFC】 リコー・アリーナ（英国）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

リコー・アリーナ（2/2）

人口約36万人
（コヴェントリー市）

スタジアム、ファンショップの他、ショッピングセンター、カジノやホテル、フィットネスクラブ、市内に不足していたコンベンションセンターやカンファレンスルーム等を併設した複合型スタジアムとして有名である。

スタジアムの機能

コンベンションセンター

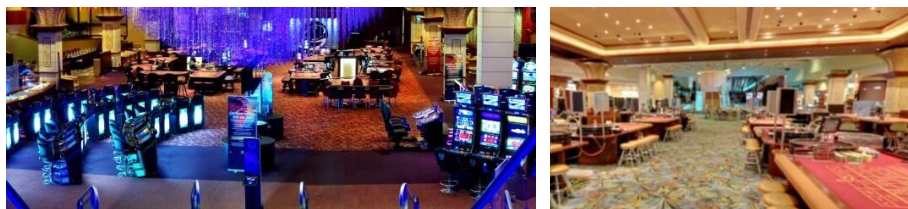
- 施設内に様々な規模のホールを整備しており、大企業の会議、コンサート等に利用されている。各施設にはすべてネーミングライツが導入され、地元企業名がついている。



いずれもリコー・アリーナHPより引用

カジノ

- リコー・アリーナにはイングランド最大のカジノがテナントとして入居（運営は別会社）しており、集客や収益に大きく貢献している。



いずれもリコー・アリーナHPより引用

ホテル

- VIPルームは試合がない時には、ホテルの客室として利用されている。フィールドに面していない部屋はホテル専用として整備されている。（運営はヒルトン社）



- VIPルームから客室への切り替えは数分でできるように工夫されている。
- コンベンション利用を見据えて100室を超える客室が整備されている。

DoubleTree by Hilton Coventry Building Society Arena
HPより引用

【収益構造について】

- 施設の運営はカジノ等のテナント収入やホールや会議室等の貸し出しが主な収入源となっている。
- リコー・アリーナの収益構造は、ビジネス利用への施設貸し出しが80%、サッカー利用が18%、コンサートが1~2%とされており、サッカースタジアムとしての知名度よりも、コンベンション施設としてのイメージを強化していきたいという意向がある。

【オリンピック・マルセイユ】 スタッド・ヴェロドローム（フランス）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

スタッド・ヴェロドローム（1/2）

人口約86万人
（マルセイユ市）

スタッド・ヴェロドロームは、官民連携（PPP）事業により改修が行われたスタジアムで、事業範囲には周辺開発も含まれる。ネーミングライツが設定されているほか、2019年にはクラブがPPP事業者から運営権を取得したことも特徴的である。

基礎情報

- 所有者 マルセイユ市
- 運営会社 オリピック・マルセイユ
- 所在地 3 Boulevard Michelet, 13008 CS
90072 Marseille Cedex 08
- 総工費 約2億6,800万ユーロ（約389億円）
- 施設概要
 - 開場年 2014年開業（改修）
 - 収容人数 67,000人（うちVIP席6,000席）

背景

- オレンジ・ヴェロドローム（正式名称「スタッド・ヴェロドローム」）は、2016年にフランスで開催されたEURO（UEFA欧州選手権）会場の一つであり、マルセイユ市と民間コンソーシアム「アレマ（Arema）」の官民連携（PPP）事業として改修された。
- 事業範囲にはオフィス、ショッピングセンター、ホテル、その他レジャー施設の開発等も含まれる。
- クラブ（オリピック・マルセイユ）がアレマから運営権を獲得し、2019年よりスタジアムを運営。

位置情報



Googleマップより引用。©2022 Google



スタッド・ヴェロドロームHPより引用

【オリンピック・マルセイユ】 スタッド・ヴェロドローム（フランス）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

スタッド・ヴェロドローム（2/2）

人口約86万人
（マルセイユ市）

スタジアム利用と改修工事が並行して実施され、スタジアム本体から屋根が切り離された構造となっている。

プロジェクトの特徴

スタジアム利用を継続しながらの改修工事

- 改修完了までの3年間、並行してスタジアム利用は続けられ、安全性や快適性を保ちながら最大42,000人の観客動員を実現



改修工事紹介動画より引用

<https://www.youtube.com/watch?v=Wta6NHxfW7E>

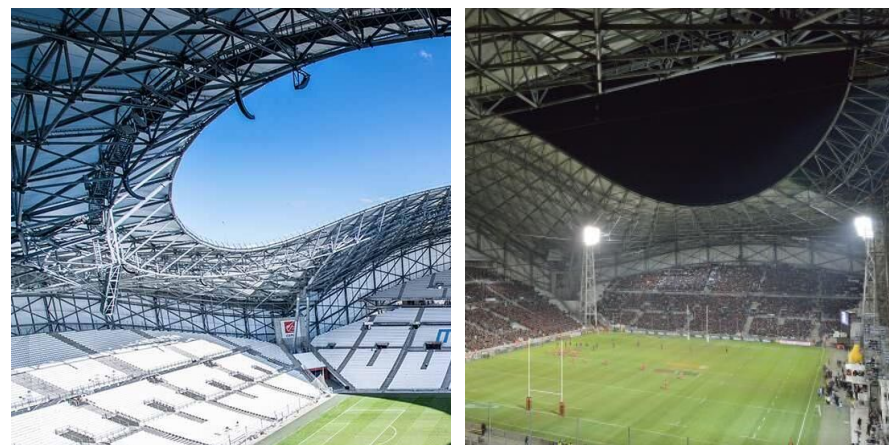
出所： Bouygues Construction HP

複合開発

- スタジアムの改修に加え、隣接するラグビースタジアムの再構築、スタジアム周辺10万㎡の不動産開発（600戸の住宅、オフィス、ホテル、ショッピングセンター等）が一体となった事業

スタジアム本体から切り離された屋根

- 6,000トンもの鉄鋼からなる屋根は構造上、スタジアム本体から切り離されており、光は透過するが風や雨をしのぐとともに、騒音を防止する役割も果たしている



スタッド・ヴェロドロームHP（左）、Bouygues Construction HP（右）より引用

【LOSCリール・メトロポール】 スタッド・ピエール＝モーロワ（フランス）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

スタッド・ピエール＝モーロワ（1/2）

人口約6万人
(ヴィルヌーブ＝ダスク)

スタッド・ピエール＝モーロワは、フランス1部リーグLOSCリール・メトロポールの本拠地であり、開閉式屋根やピッチ転換システムの採用により、多用途にわたる利用が可能である点が特徴的なスタジアムである。

基礎情報

- 所有者 ELISA（Eiffage子会社。事業期間終了後にリール都市共同体へ譲渡予定）
- 運営会社 ELISA（Eiffage子会社）
- 所在地 261 Boulevard de Tournai, 59650 Villeneuve-d'Ascq
- 総工費 約3億2,400万ユーロ（約324億円）
※うちスタジアム建設費用
約2億6,300万ユーロ（約263億円）
- 施設概要
 - 開場年 2012年
 - 収容人数 50,186人

背景

- 2008年にリール市共同体とEiffage社により締結されたPPP事業契約に基づき建設され、2012年に開場した。
- 開閉式屋根を備えるほか、ピッチを1/2に分断し劇場型施設に会場様式を変更可能。サッカーやラグビーのほか、大型コンサートやバスケットボール等の他の球技、スイミングプールへの転換が可能な点が特徴的である。
- 周辺開発として約7千台分の駐車場、住宅棟、ホテルを整備。商業施設は既に地域最大のショッピングモールが近隣にあったため断念した。

出所：日本政策投資銀行資料、スタッド・ピエール＝モーロワHP、Eiffage HP

位置情報



Googleマップより引用。©2022 Google



Stadiony.net HPより引用

【LOSCリール・メトロポール】 スタッド・ピエール＝モーロワ（フランス）

参考ポイント			
地域性	収益性	集客性	発展可能性

スタッド・ピエール＝モーロワ（2/2）

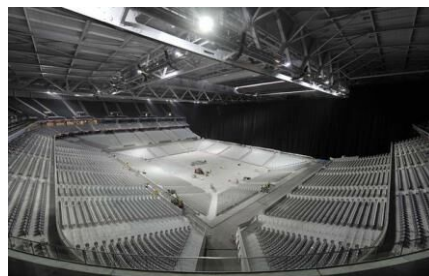
人口約6万人
(ヴィルヌーブ＝ダスク)

可動式の屋根や芝の持ち上げシステムを完備しており、サッカースタジアムのほか、スポーツアリーナやコンサートホール/アリーナとしても利用可能であり、有名アーティストの公演での利用実績も豊富である。

施設の特徴

可動式屋根とスタジアムからアリーナへの転換

- ▶ ピッチ半分を持ち上げ、もう一方のピッチ上に重ねて格納するシステムにより、24時間でスタジアムからアリーナへ転換可能
- ▶ 可動式の屋根は30分で開閉が可能



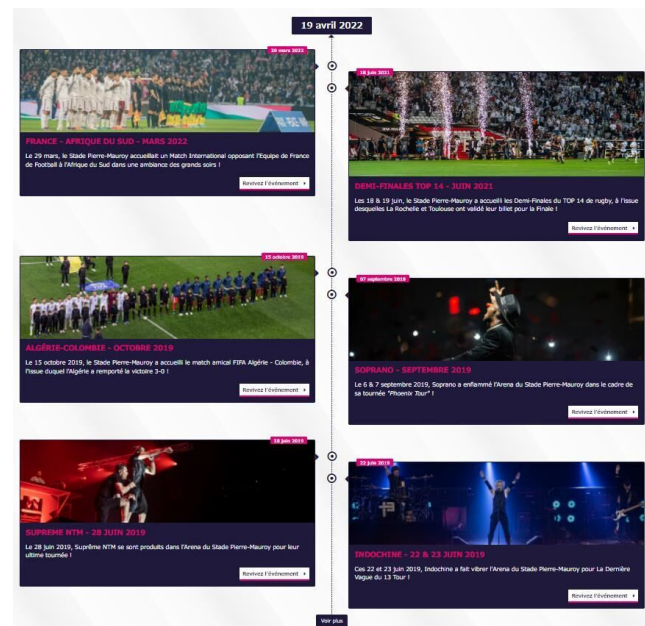
LEMONITEUR HPより引用



スタッド・ピエール＝モーロワHPより引用

多様な利用実績

- ▶ サッカースタジアム、ラグビースタジアム、スポーツアリーナ、コンサートホール/アリーナとしての利用が可能
- ▶ 屋内スポーツや有名アーティストの公演でも多数の利用実績



いずれもスタッド・ピエール＝モーロワHPより引用

【FCバーゼル】

ザンクト・ヤコブ・パルク（スイス）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

ザンクト・ヤコブ・パルク（1/2）

人口約17万人
（バーゼル市）

スイスのバーゼルにあるサッカー専用競技場であり、収容人数はスイス国内最大規模を誇る。以前のスタジアムの老朽化に伴って新設された2001年、スイス初の複合型スタジアムとして開業された。

基礎情報

- 所有者 Genossenschaft Stadion St. Jakob-Park（共同組合）
- 運営会社 バーゼル・ユナイテッド株式会社
- 所在地 St. Jakobs-Strasse 395, 4052 Basel, Switzerland
- 総工費 約CHF2.5億（約284億円）
- 施設概要
 - 開場年 2001年開業
 - 収容人数 38,512人

背景

- ザンクト・ヤコブ・パルクは1954年にスイス・ワールドカップが開催された歴史あるスタジアムであったが、老朽化に伴い解体され、2001年に同じ敷地に現在のスタジアムが新設された。
- スタジアム開設当時の収容人数は33,433人であったが、EURO 2008開催のため42,000人収容に拡張された後に現在の38,512人収容へと改修された。

出所： <http://www.fcb.ch/en-US/Stadium/Facts-Figures?ext=>

位置情報

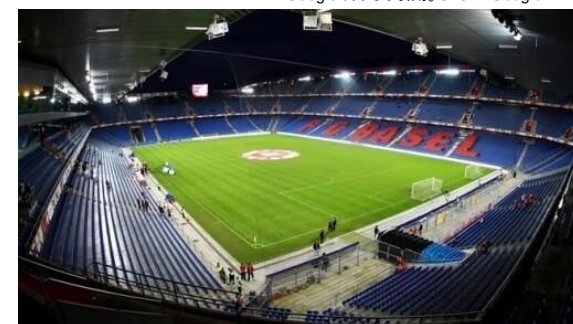
- スタジアムは、バーゼル市の運動公園内に位置しており、他に市の所有である市民体育館やアイスホッケー場、陸上競技場、テニスコートが存在する。



Googleマップより引用。©2022 Google



ザンクト・ヤコブ・パルク
Tageswocheより引用



ザンクト・ヤコブ・パルクHPより引用

【FCバーゼル】

ザンクト・ヤコブ・パルク（スイス）

参考ポイント

地域性

収益性

集客性

発展可能性

ザンクト・ヤコブ・パルク（2/2）

人口約17万人
（バーゼル市）

ザンクト・ヤコブ・パルクにおいては、1階と地下にはショッピングセンター、ブティック等の店舗が入っており、スタジアムと隣接するように高齢者用住宅やオフィスビル等が整備されている。

スタジアムの機能

高齢者用住宅

- スタジアムに隣接するかたちで近代的かつ高級な高齢者用住宅が整備されている。居住者専用の観戦ラウンジが設けられている等、ここでは居住者が集まってサッカー観戦を行うだけでなく、その家族や孫までもが入場できるようになっている。



jleaguechannelより引用

ショッピングセンター

- フィールドの地下には、この地方で最大級のショッピングセンターが運営されている。
- 食料品、衣料品等、多くのテナントが50店舗以上出店している。



Manorより引用

VIPルーム

- VIPルームについては、年間契約による地元企業への提供を行っており、飲食や試合観戦を楽しむことができるようになっている。
- 各部屋のドアには契約した企業のロゴを入れることができ、接待等に利用されている。
- VIPルームは日常的にパーティー会場として貸し出されており、多くの利用がある。



いずれも<https://www.pref.okinawa.jp/site/bunka-sports/sports/shinko/jstdium/documents/15-01.pdf>より引用

【収益構造について】

- サッカーだけの収入では施設運営は厳しく、収益はショッピングモールやオフィスのテナント料が全体の25～30%、高齢者用住宅が20%、広告収入10～15%、サッカーやVIPルームでのプライベートディナーの収入が25～30%となっている。

出所：<https://www.pref.okinawa.jp/site/bunka-sports/sports/shinko/jstdium/documents/15-01.pdf>

4 スタジアム先行事例調査結果の整理

(1) 調査結果の整理①

まとめ

1 IAIスタジアム日本平の現状と課題

- 現状のIAIスタジアム日本平は、Jリーグのスタジアム基準で定められている「観客席の屋根のカバー率が不足している」という課題がある。また、スタジアム基準外ではあるが、交通アクセスや座席等の設備の経年劣化といった課題がある。

Jリーグスタジアム基準[2022年度用]

名称	必要とされる設備	具備が必要とされている条件（例）
I. スタジアム規模等	スタジアム形状	フットボールスタジアムであること
	車椅子席	介助者の椅子を備えること/観戦の際の安全が確保されており、特に前列の観客により視野を妨げられないように設置すること
	観客席	どの座席からも、ピッチ全体が見渡せること。各スタンドは、異なるセクターに分離できること
	VIP席	メインスタンド中央部でスタジアム全体が見渡せる位置に屋根付きで個室を設置すること
	屋根	観客席の3分の1以上が覆われていること (新設又は大規模改修は原則すべての観客席を覆うこと)
II. 競技用設備	ピッチの寸法	105m×68m
	天然芝もしくはJリーグが認めたハイブリッド芝	平坦であること/常緑であること/水はけがよいこと
III. 諸室・スペース	看板関連	看板設置により、観客席の視界を妨げないこと/看板設置面が平坦であり、看板類が設置できないほど傾斜を急にしないこと
IV. アクセス関係	駐車場	公共交通機関が充実していない場所では、入場可能数に見合う台数の駐車場を確保すること
	シャトルバス乗降所	シャトルバスを運行する場合は、バスの行先別に待機列スペースがある乗降所を設置すること
	入場券売場	入場ゲート付近に窓口を設置すること/販売するチケットの席種、料金を掲示できること
V. 観客用設備	入場待機スペース	外周全体は夜間でも安全が確保できる照明を設置すること
	入場ゲート	観戦エリアに応じた入場ゲートを設置すること（ビジターサポーターの分離）
	トイレ	どの席からもアクセスが容易な場所に、男女別のトイレ設備を十分に設置すること

※未充足
(約26%)

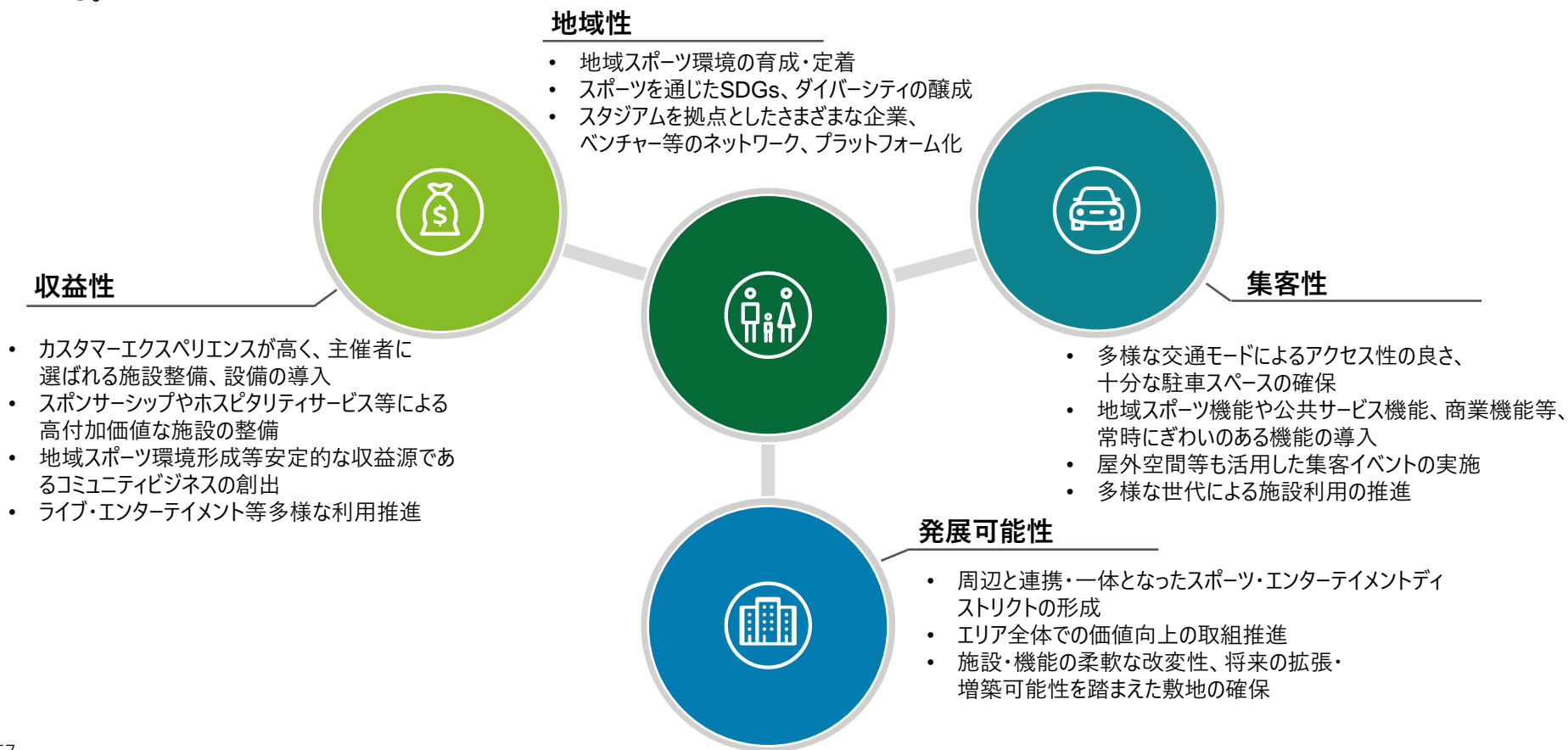
(1) 調査結果の整理②

まとめ

2 国やJリーグが求めるスタジアム整備の動向

➤ スポーツを観ることに力点を置き、観戦環境や臨場感、飲食等の来場者が満足する高い付加価値の提供や、試合の非開催時の利用を促すための施設の複合化・多機能化、アクセス性の良さによって、集客性・収益性を高めることが重要である。

また、スタジアムが持つ集客力やシンボル性活かし、周辺のまちづくりと連携させるためにも、まちなかや駅に近いといった立地が求められている。



(1) 調査結果の整理③

まとめ

3 スタジアム事例調査

< サッカー専用スタジアムの性質 >

- ▶ Jリーグの公式大会を開催できるサッカースタジアムは、Jリーグの規定により基本的に天然芝のグラウンドであることが求められるため、芝の養生等の期間を考慮すると、最大でも年間約60日（かつ、連続使用不可）の稼働が限界と言われている。そのため、人工芝でドーム球場が多いプロ野球のスタジアムと比較すると、芝生保護材を活用したとしても天候リスク等のあるサッカースタジアムは、興行的な利用が限定されてしまうという課題がある。

< 収益性 >

- ▶ 近年の様々なスタジアムの整備事例をみると、スタジアムに他の機能を併設することによって、収益化や試合の非開催時における活用について工夫している事例が見られる。

活用事例	スタジアム
スポーツジムや保育園、コワーキングスペース	サンガスタジアム by KYOCERA（京都市）
VIPルームの設置	吹田スタジアム（吹田市）、ユヴェントス・スタジアム（イタリア）
ホテル・アリーナ	長崎スタジアムシティプロジェクト（長崎市）
カジノ・コンベンションセンター	リコー・アリーナ（英国）
高齢者住宅・ショッピングセンター	ザンクト・ヤコブ・パーク（スイス）

< 集客性・発展可能性 >

- ▶ スタジアムはシンボル性の高い施設であると共に、集客力を有していることから、施設の複合化だけでなく周辺のまちづくりと一体的となって開発を進めている事例も見られる。また、スタジアムと周辺が連携することで、さらにスタジアムの集客力、魅力を高めることもできる。（ES CON FIELD HOKKAIDO）
- ▶ 民間による整備（長崎スタジアムシティプロジェクト（長崎市））、民間整備に対してふるさと納税を原資として支援した事例（里山スタジアム（今治市））、整備後に自治体へ寄付し民間が管理受託（吹田スタジアム（吹田市））する事例等、民間と行政が連携した様々な取り組みが行なわれている。

(2) 国内のスタジアム事例の整備・管理運営スキーム

スタジアム事例の整備・管理運営スキームの一覧

大

民間事業者の関り

小

	ES CON FIELD HOKKAIDO	里山スタジアム	Panasonic Stadium Suita	MAZDA Zoom-Zoom Stadium	サンガスタジアム by KYOCERA 埼玉スタジアム2002	ミクニスタジアム 北九州
概要	・民間事業者が整備、所有、管理運営	・民間事業者が整備、所有、管理運営 ・自治体が整備費の一部を補助（財源はふるさと納税）	・民間事業者が整備し、自治体に寄付。（自治体が所有） ・管理運営については独立採算で指定管理	・自治体が整備、所有。（整備費は利用者である球団が施設利用料として納付） ・管理運営は独立採算で指定管理	・自治体が整備、所有。 ・管理運営は利用料金併用制で指定管理	・自治体がPFIによって整備、所有。 ・管理運営はPFI契約を締結している特別目的会社が担う
スキーム図						
整備資金調達	・ 事業者が調達	・ 個人・企業の寄付やふるさと納税と事業者の調達の混合	・ 事業者が個人・企業による寄付によって調達	・ 広島市が整備（地方債を起債）したが、起債償還原資は事業者からの納付金で充当	・ 京都府埼玉県が整備	・ 市が地方債を起債
運営及び改修、修繕などの状況	・ 運営は事業者の独立採算 ・ 改修、修繕については、事業者が実施	（支払いスキームは検討中）	・ 運営は事業者の独立採算 ・ 改修、修繕については、事業者が長期修繕積立金を市に納付し市が基金化	・ 運営は事業者の独立採算 ・ 起債償還原資は事業者からの納付金等で充当	・ 施設整備費は市が負担 ・ 運営費を府（県）が負担	・ 施設整備費用はPFI事業者に建後支払 ・ 運営費は市がPFI事業に支払
底地権利	・ 事業者が北広島市の都市公園を無償で設置許可を受ける	・ 今治市の敷地を無償で事業者に貸付	・ 吹田市の都市公園の公園施設として整備	・ 広島市有地に行政財産（公の施設）として整備	・ 亀岡市が京都府に無償貸与（埼玉県が所有）	・ 民有地を借地
スタジアム所有	・ 事業者が所有	・ 事業者が所有	・ 吹田市が所有	・ 広島市が所有	・ 京都府埼玉県が所有	・ 北九州市が所有
スタジアム整備	・ 事業者が整備	・ 事業者が整備	・ 任意組合が整備し、市に整備後負担付寄付	・ 広島市が整備したが、設計には広島カーブが関与	・ 京都府埼玉県が整備	・ PFI事業者が設計・施工
スタジアム運営	・ 事業者が運営	・ 事業者が運営	・ 事業者が指定管理の指定を受け運営（独立採算）	・ 事業者が指定管理や各種協定を締結し運営（独立採算）	・ 京都サンガ、浦和レッズが指定管理者の指定を受け運営（混合型）	・ PFI事業者が運営（ただし、利用料金制は導入されていない）