

## サッカースタジアム、広場エリアの整備に係る取組状況について

〔令和3年2月10日〕  
都市圏魅力づくり推進課

### 1 概 要

中央公園広場におけるサッカースタジアム、広場エリアの整備についての取組状況を報告する。

### 2 「4者が期待する中央公園広場の整備の方向性」の取りまとめ

サッカースタジアム建設推進会議に係る関係4者において、集客目標や求められる機能等について議論し、4者が期待する整備の方向性（以下、「整備の方向性」という。）を、別紙1のとおり取りまとめた。

#### （1）位置付け

事業者の公募（サッカースタジアム等の整備事業者、広場エリアの賑わい施設整備事業者）に当たり、本エリアをどのように発展させていきたいかについて、4者が期待する「整備の方向性」としてまとめたもの。

民間事業者からは、より自由な発想により、本資料が示す方向性を基に、具体的で、実現可能性が高く、かつ魅力あふれる提案を期待する。

※ 実際に導入される機能やイベント等については、令和3年度以降に予定されている広場エリアの賑わい施設整備事業者やサッカースタジアムの指定管理者の決定を受けて、確定。

#### （2）県意見の反映状況

##### ○ 集客目標

広島市域のみならず、県内外から広く集客すること（マツダスタジアムと同等以上の集客）〔要求水準書〕  
→ 中央公園広場全体 220万人/年（8～10頁）

##### ○ 施設の機能（主なもの）

##### ア 中四国全域を始め、広域から集客が期待できる機能

【Aゾーン】スタジアムと公園をシームレスに繋ぎ、連携する機能（12頁）

（例：体験型ミュージアム 等）

【Eゾーン】旧太田川に接する親水環境・眺望を活かしたウェルネスコミュニティ機能（16頁）

（例：魅力的なランドスケープ／水辺を利用した様々なイベント 等）

【スタジアムゾーン】世界に誇れるサッカースタジアム機能を核とし、多目的かつ多機能化した都心交流型スタジアム（17～20頁）

（例：映像・音響・照明装置やAR等の一体的運用による迫力と臨場感／多様な観戦スタイル／体験型コンテンツでエキサイティングな非日常体験を提供するスタジアムツアー／イベント会場／コンコースやスタンドを活用した魅力ある集客イベント 等）

##### イ 広島の魅力を発信・体験できる機能（飲食、観光、文化、産業、県産材の活用など）

【Aゾーン】スタジアムと公園をシームレスに繋ぎ、連携する機能（12頁）

（例：オンリーワンものづくり＋バーチャル体験 等）

【Cゾーン】広島のようなモノやコトを体験・購入できる場所（14頁）

（例：広島の美味しいモノグルメ体験／産直マルシェ 等）

##### ウ 各種イベントの実施（広域の集客が期待できるものや23市町が参画できるものなど）

【イベント活用例】（24, 25頁）

（例：県内各地域の祭りと連動したイベント／地域振興型グルメフェス／産業フェスタ／パブリックビューイング／光の祭／スポーツフェスティバル 等）

### 3 サッカースタジアム建設推進会議の開催

サッカースタジアム建設推進会議を開催し、関係者で取組状況等を共有した。

#### (1) 開催日時

令和3年1月25日（月）

#### (2) 開催場所

JMSアステールプラザ

#### (3) 出席者

広島市長、広島県知事、広島商工会議所会頭

サンフレッチェ広島会長（オブザーバー）、広島県サッカー協会会長（オブザーバー）

※ 今後、具体的な設計等の作業に入るに当たり、国際試合やアマチュア利用の観点からの意見を取り入れるため、今回から、広島県サッカー協会がオブザーバーとして参加

#### (4) 会議内容

- 取組の進捗状況を確認し、令和6年開業を目指す事業スケジュールについて認識を共有するとともに、資金調達について、各者の取組状況について報告を行い、引き続き連携して取り組んでいくことを確認した。
- 会議資料は以下のとおり。
  - ・【別紙1】中央公園広場 4者の期待する整備の方向性
  - ・【別紙2】サッカースタジアム整備等の取組状況等について
  - ・【別紙3】中央公園広場エリア等整備・管理運営事業 公募設置等指針（素案）の概要

#### (5) 各出席者の主な発言要旨

##### 〔サンフレッチェ広島会長〕

- ・2024年のJリーグ開幕戦がスタジアムパークで開催できるよう、当初の事業スケジュールを確実に実行していただきたい。色々な面でしっかり協力させていただきたい。
- ・エディオンとして30億円の寄附を実施しており、本年度末の寄附金の累計は12億円になる予定。

##### 〔広島県サッカー協会会長〕

- ・2024年は、県サッカー協会創立100周年という記念すべき年。
- ・是非スケジュールどおり進めていただきたい。

##### 〔広島商工会議所会頭〕

- ・令和6年開業に向けて、スケジュールどおりスピード感を持って進めていただきたい。
- ・地元経済界としては、総額10億円の目標を立て、昨年10月以降活動を始めており、大変良い感触を得ている状況。

##### 〔広島県知事〕

- ・スケジュールについて、基本計画にあるとおり、令和6年の開業を目指す事業スケジュールは最大限努力すべきだと考えている。
- ・資金調達について、県としても、基本計画に基づき、県議会の承認を得た上ではあるが、応分の負担をする考えである。
- ・その前提ではあるが、これまで一貫して申し上げてきたとおり、県の費用負担については、具体的な姿を描く中で議論していくことが必要であると考えている。
- ・DB（デザイン・ビルド）方式が採用されたことにより、手順として、具体的な姿が分かるのは事業者選定の後になる。
- ・現時点では、県民の皆様や県議会に対して説明できるような、実現可能な具体案がまだなく、費用負担について判断できないため、県の令和3年度当初予算計上は難しいと考えている。

##### 〔広島市長〕

- ・広島商工会議所会頭、サンフレッチェ広島会長の御協力もあり、目標に向けて着実に資金確保が進んでいることを確認できたので、市としてもそれを前提に予算化すべく説明していきたい。
- ・事業実施主体として非常に責任が重いという意識に至っている。市議会の了解を得るべく努力し、皆さんの御期待に必ず応えられるよう、スケジュールに沿って進めていきたい。

## 中央公園広場 4 者が期待する整備の方向性

2021.1.19

## 目 次

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| (1) 本資料の位置づけ .....                    | 1  |
| (2) 中央公園及び周辺地域を含めた空間づくりの方向性 .....     | 2  |
| (3) 中央公園広場再整備に関するランドデザイン .....        | 4  |
| (4) 中央公園広場再整備に関するランドデザインを実現する発注方式 ... | 7  |
| (5) 集客目標 .....                        | 8  |
| (6) 中央公園広場のゾーニングと活用イメージ .....         | 11 |
| (7) 各ゾーンのイメージ .....                   | 12 |
| (8) スタジアムパークへのアプローチイメージ .....         | 22 |
| (9) イベント活用イメージ .....                  | 23 |
| (10) 防災計画イメージ .....                   | 26 |

## (1) 本資料の位置づけ

本資料は、今後のスタジアムDB発注、Park-PFI発注の実施に当たり  
本エリアをどのように発展させていきたいか、  
「中央公園サッカースタジアム（仮称）基本計画」を基に  
これまでに議論を重ねてきた4者が期待する「整備の方向性」としてまとめた  
資料である。

中央公園広場の立地特性を最大限活かし、  
市内のみならず、県内外からの集客効果・波及効果が期待できる場所となる  
ことを目標としている。

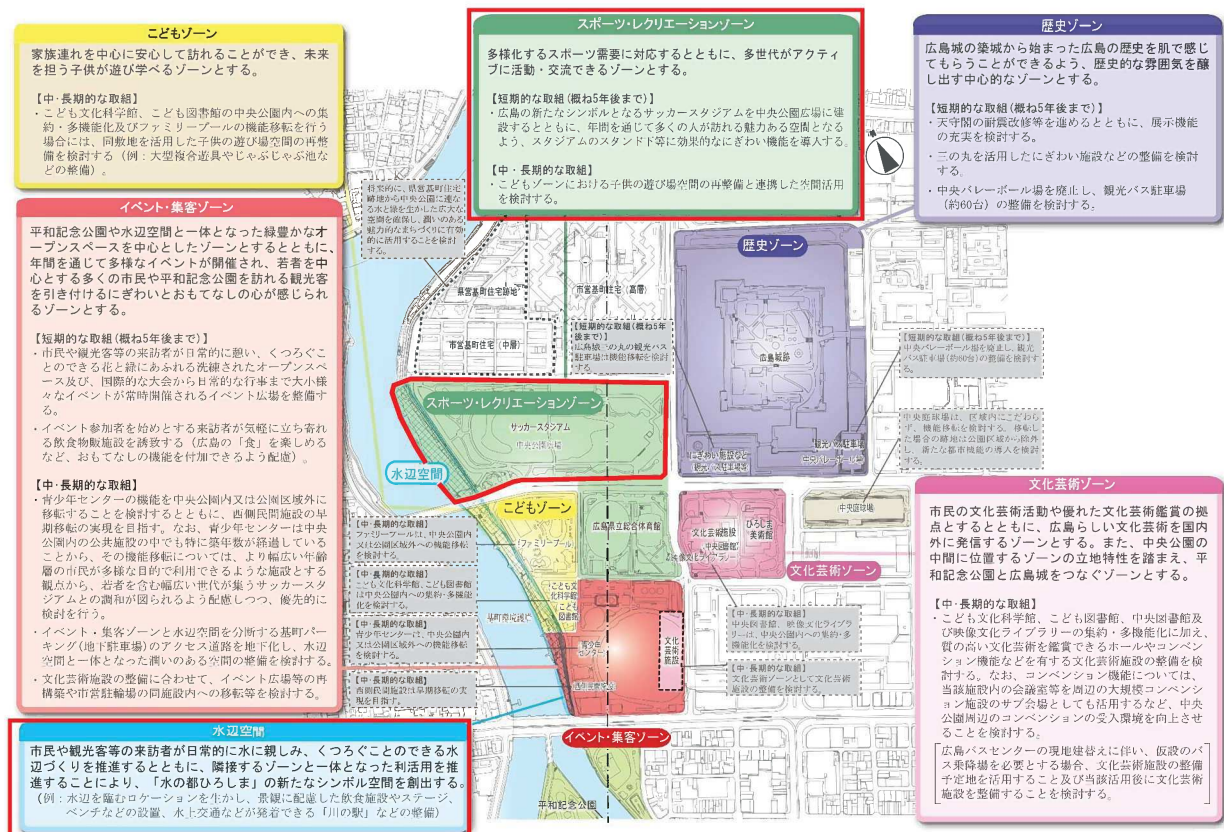
これまでの議論を踏まえて、本資料は、ゾーンの設定、ゾーンごとに具備する  
機能の方向性を示したものであるが、  
提案に参加する民間事業者においては、より自由な発想により  
この資料が示す方向性を基に  
具体的で、実現可能性が高く、かつ魅力あふれる提案を期待するものである。

1

## (2) 中央公園及び周辺地域を含めた空間づくりの方向性

### ① ゾーニング及び施設の再配置等に関する取組

※「中央公園の今後の活用に係る基本方針」(R2.3)より抜粋



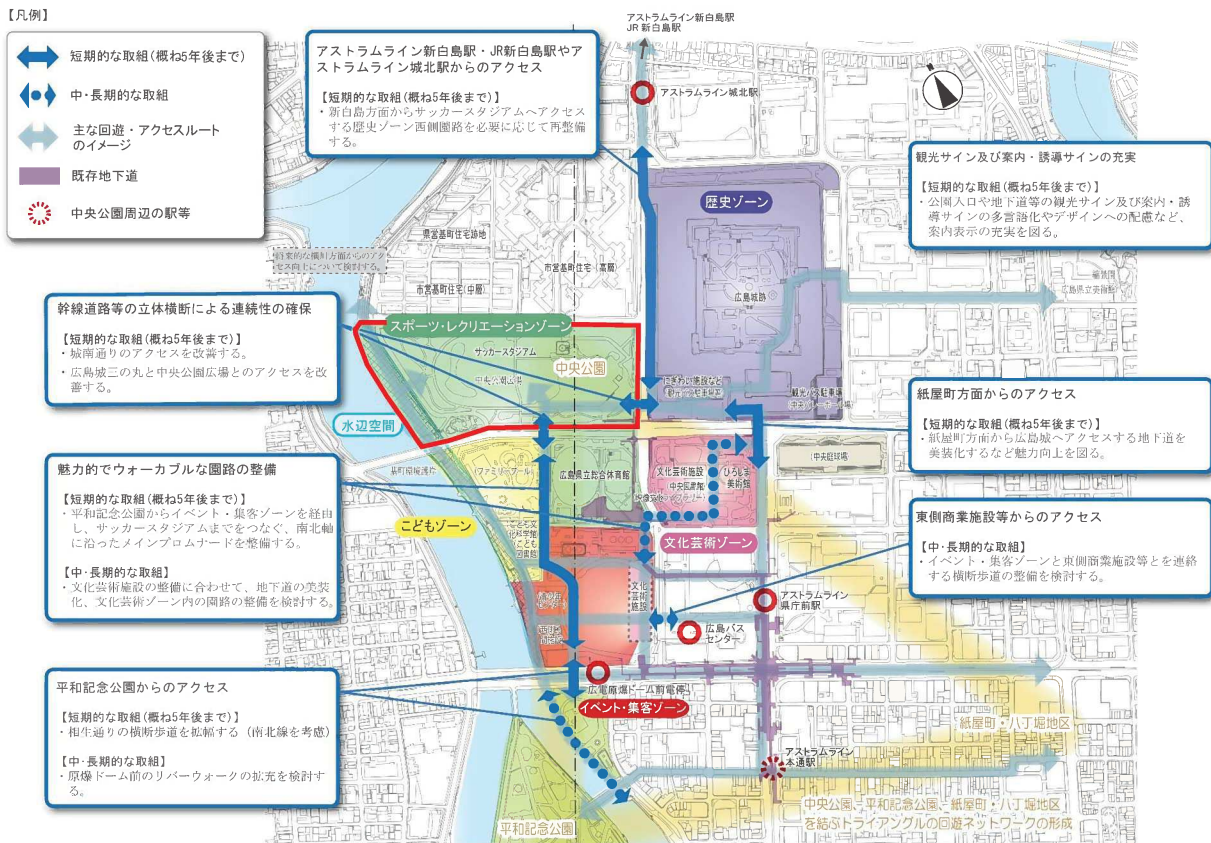
2



## (2) 中央公園及び周辺地域を含めた空間づくりの方向性

### ② 回遊性・アクセスに関する取組

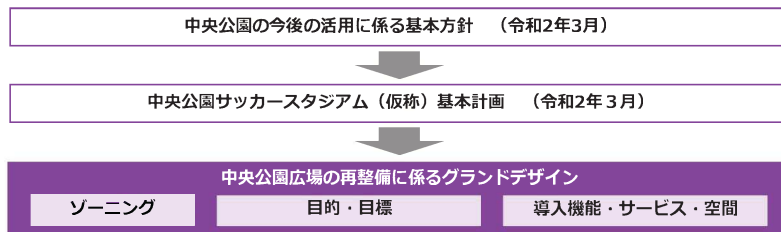
※「中央公園の今後の活用に係る基本方針」(R2.3)より抜粋



3

## (3) 中央公園広場再整備に関するランドデザイン

### ① グランドデザインの位置づけ



### ■ 各計画の要点

「中央公園の今後の活用に係る基本方針」(令和2年3月、広島市)

#### ◆ 活用に当たっての基本的な考え方

##### 【にぎわいの空間】

若者を中心とする多くの市民や平和記念公園を訪れる観光客を引き付ける、魅力あるにぎわいの空間

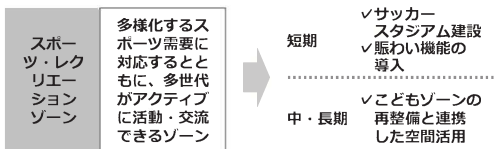
##### 【くつろぎの空間】

広島の特徴である「水」と「緑」を生かしながら、都心における花と緑にあふれたくつろぎの空間

##### 【文化を醸し出す空間】

国際平和文化都市の顔として、広島の歴史を踏まえつつ、質の高い文化・芸術・スポーツを満喫することができる、また発信する空間

#### ◆ 空間づくりの方向性(中央公園広場)



「中央公園サッカースタジアム(仮称)基本計画」(令和2年3月、広島市)

#### ◆ 整備方針

「街なかスタジアム」の実現

みんなで作るサッカースタジアムの実現

広島らしさの発信

◆ 中央公園広場全体の目指す姿(ビジョン)  
～みんなが集まる“わくわく”スタジアムパーク～

- ・ 平和のまちを象徴し、開かれ、公園と一体となったスタジアムパーク
- ・ 多くの市民・県民に親しまれ、多世代が楽しめる多目的スタジアムパーク
- ・ 世界中の人々が訪れ、広島の魅力を発信するスタジアムパーク

#### ◆ サッカースタジアムの目標像

世界に誇れるサッカースタジアム機能を核とし、多目的かつ多機能化した都心交流型スタジアム

#### ◆ 広場エリアの目標像

子供から大人まで多様な利用者が年間を通じて集い・交流できる拠点性の高い空間

4

### (3) 中央公園広場再整備に関するランドデザイン

#### ② 機能配置のポイント・広域ゾーニングイメージ

中央公園内の  
2つのエリアの役割分け

【中央公園広場エリア】  
スポーツ交流を中心に広域からの  
集客のマグネットになりうる  
目的性の高い施設

【旧市民球場跡地エリア】  
スタジアムや周辺エリアの  
エントランス、相生通からの  
接点として、新たな賑わいを  
創出



両エリアで賑わいを創出し、  
良い相乗効果が生まれるよう、  
連携



5

### (3) 中央公園広場再整備に関するランドデザイン

#### ③ 365日賑わうスタジアムパーク実現のために



- 1 広島初 都心で青空と広大な芝生空間を満喫
- 2 フットサルコート、プレイランド（体験施設）や飲食店が並ぶ、年代を問わず多くの人で賑わう上質な公園空間
- 3 スポーツと健康に支えられた新たな都市生活の提案
- 4 日常的に「楽しい」に出会える魅力的なイベント開催
- 5 周辺のランドマーク施設と至便な交通アクセスに恵まれたポテンシャルの高い立地特性を活かす
- 6 紙屋町・本通り等の既存商業エリアとの連携
- 7 周辺観光地を訪れる国内外の観光客を誘引する広島らしさの提供や体験

スタジアム管理者とPark-PFI事業者（広場管理者）が  
緊密に連携（運営協議会、LLPもしくはSPC等の一体的枠組み）

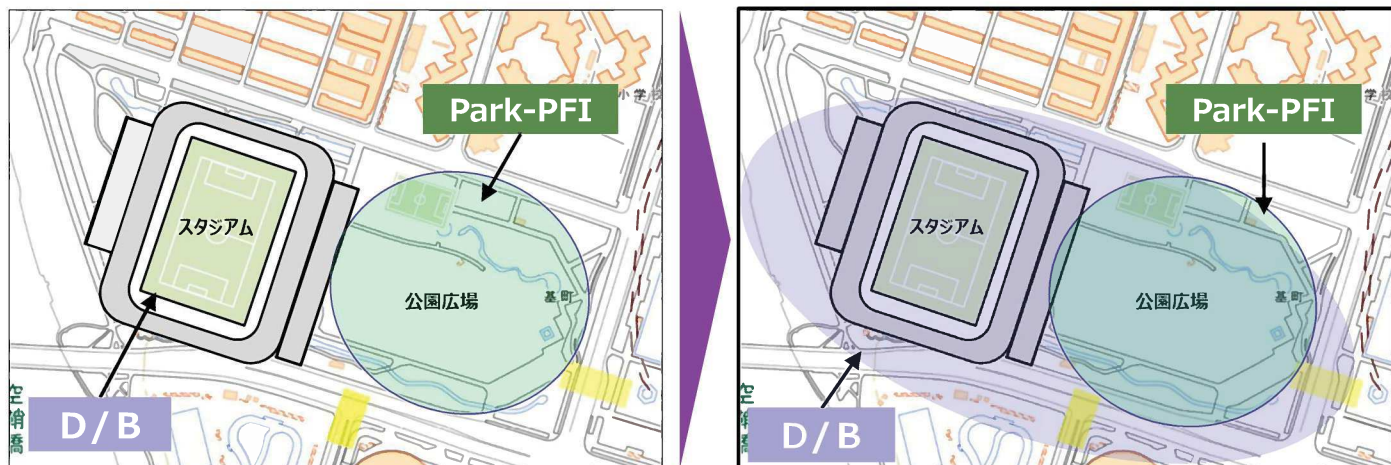
遊びに行きたい・働きたい・住みたい・暮らしたい  
広島の魅力発信の契機とする

6



## (4) 中央公園広場再整備に関するランドデザインを実現する発注方式

スタジアムと公園広場の設計コンセプトの一体性、統一された世界観の実現

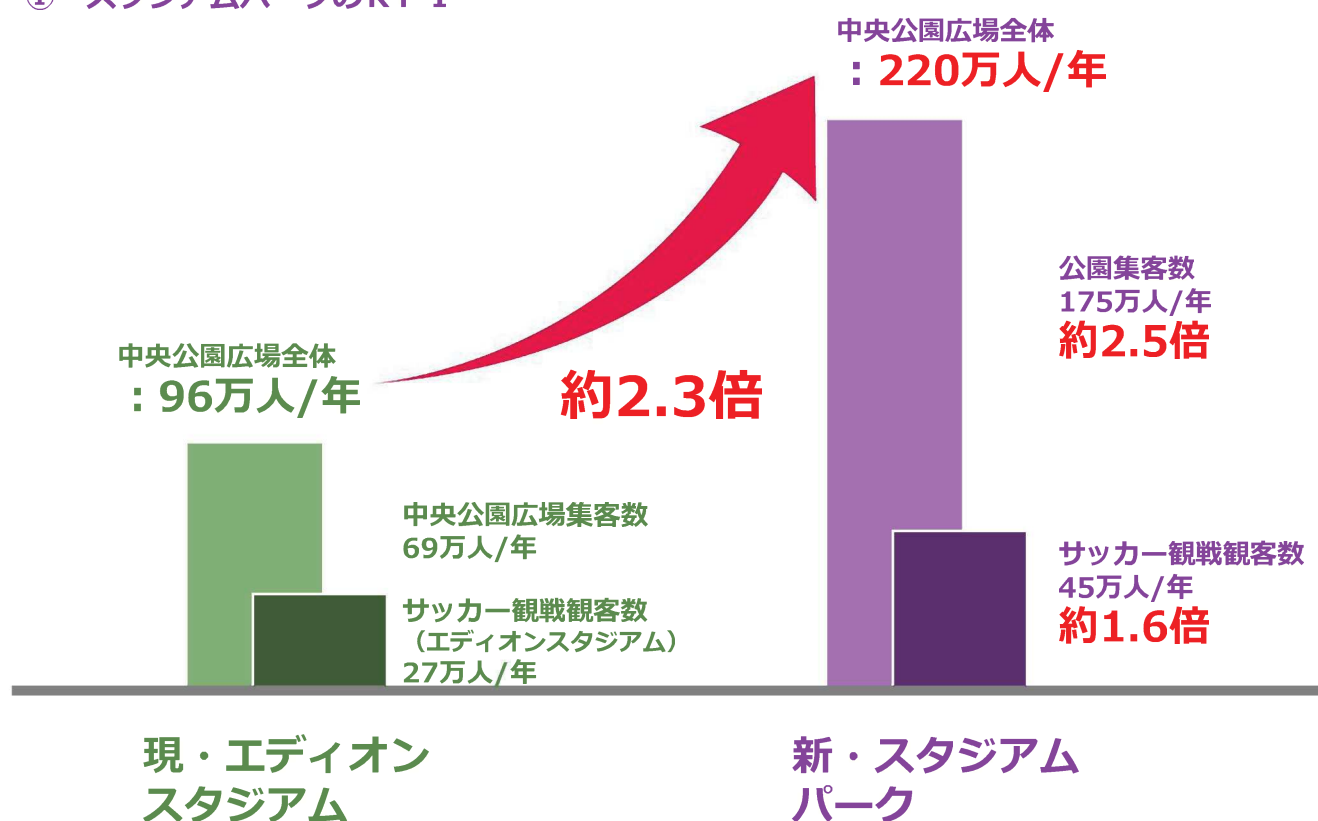


スタジアムと公園の基本部分はデザインビルド方式で整備、  
そのうえで広場部分をPark-PFIで整備し、コンセプトの一体性を確保  
⇒ DB事業の優先交渉権者の提案に基づき、  
Park-PFI事業者がデザインを展開することで統一された世界観を実現

7

## (5) 集客目標

### ① スタジアムパークのK P I



8

## (5) 集客目標

### ② スタジアムパークの集客内訳

新・スタジアムパーク整備後

目的別  
内訳

サッカースタ  
ジアム試合日  
54万人

スタジアムパーク  
91万人

イベント  
75万人

プロサッカー観戦  
国際試合  
アマチュア利用等

日常的：飲食店、物販店、スタジアムツアー等  
特定目的：運動施設利用、こども遊具施設利用、  
体験型ミュージアム等

合計220万人

エリア別  
内訳

市内  
110万人

県内（除く市内）  
59万人

県外  
51万人

市内  
1.6倍

県内  
2.8倍

県外  
6.9倍

合計220万人

エリア別  
内訳

市内  
67.8万人

県内  
20.8  
万人

県外  
7.4万人

合計 96万人

2.3倍

サッカー観戦観客数（エディオンスタジアム）：27万人、中央公園広場集客数：69万人

現状  
中央公園広場

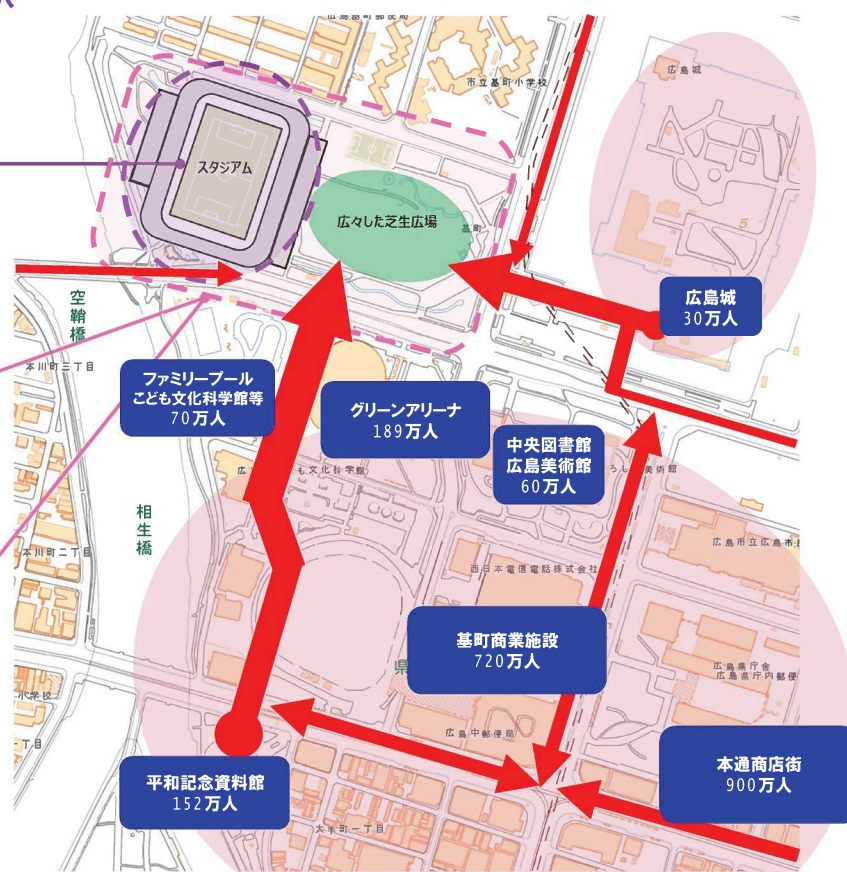
## (5) 集客目標

### ② スタジアムパークの集客内訳

サッカースタジアム  
試合日：54万人

スタジアムパーク  
：91万人

イベント  
：75万人



※青枠内の数字は、周辺に集積する集客施設等の現状



## (6) 中央公園広場のゾーニングと活用イメージ

### スタジアムゾーン

世界に誇れるサッカースタジアム機能を核とし、多目的かつ多機能化した都心交流型スタジアム

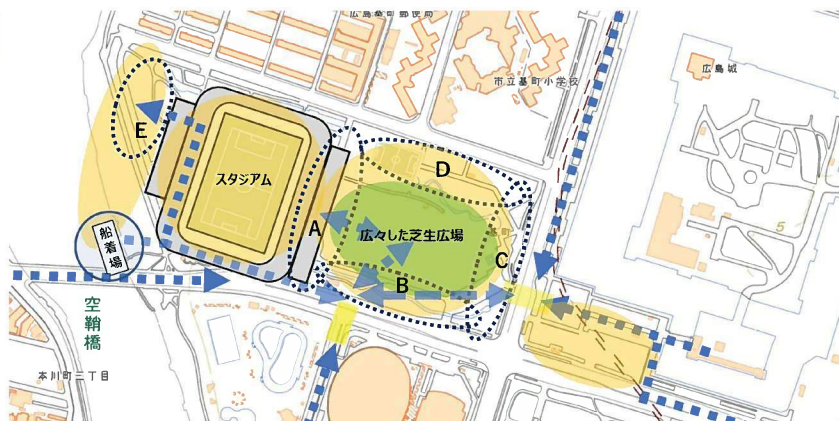
臨場感ある観客席 光・音映像の共演  
多様な観戦スタイル

周回コンコース 売店

Tottenham Hotspur Stadium



出典: alloutfootball.co.uk



### 広場ゾーン

多様なイベント会場として活用でき、都心で憩える青空と広大な芝生空間

芝生広場 多様なイベント  
南池袋公園



出典: 豊島区

### Aゾーン

~STADIUM ACCESS ZONE~

スタジアムと公園をシームレスに繋ぎ、連携する機能の配置

スポーツ ミュージアム

カフェ・レストラン

Allianz Field



### Bゾーン

~PARK LIFE-STYLE ZONE~

県民・市民に、都市の中での公園の心地よい環境を提供し、最大限に活かす機能

カフェ・レストラン

コミュニティ施設 ショップ

大阪天王寺公園“てんしば”



### Cゾーン

~HIROSHIMA STYLE ZONE~

広島のようなモノやコトを体験・購入できる場所

カフェ・レストラン

ショップ イベント

大阪城公園



出典: 大阪城公園公式HP

### Dゾーン

~SPORTS & COMMUNITY ZONE~

子供の知育、県民の体力づくり・健康寿命増進に寄与する、スポーツアクティビティ機能の配置

子どもの遊び場

屋外スポーツ施設



### Eゾーン

~RIVER SIDE & WELLNESS ZONE ~

旧太田川に接する親水環境・眺望を活かしたウェルネスコミュニティ機能

BBQ施設 キャンプ

水辺アクティビティ拠点

信濃川・ミスベリグ事業



出典: 新潟市

11

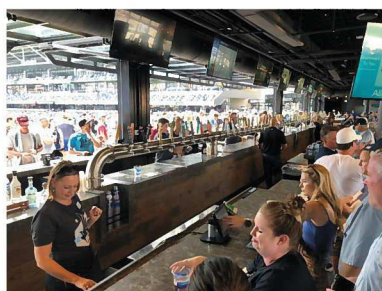
## (7) 各ゾーンのイメージ【Aゾーン】 STADIUM ACCESS ZONE

### スタジアムと公園をシームレスに繋ぎ、連携する機能の配置

体験型ミュージアム



スタジアムブリューホール



グッズショップ



オンリーワンのものづくり  
+バーチャル体験

スタジアム

体験

12



## (7) 各ゾーンのイメージ【Bゾーン】 PARK LIFE-STYLE ZONE

県民・市民に、都市の中の公園の心地よい環境を提供し、  
最大限に活かす機能



物販



憩い



催し



食

出典：https://www.pakutaso.com/

13

## (7) 各ゾーンのイメージ【Cゾーン】 HIROSHIMA STYLE ZONE

広島のようなモノやコトを体験・購入できる場所

広島の美味しいモノグルメ体験



産直マルシェ



物販



写真提供：広島県

食



写真提供：広島県



写真提供：広島県



写真提供：広島県



体験

- 地元広島の  
・お好み焼きフェス  
・広島ラーメンフェス  
・広島フードフェスティバル  
・広島の地酒

14



## (7) 各ゾーンのイメージ【Dゾーン】 SPORTS & COMMUNITY ZONE

子供の知育、県民の体力づくり・健康寿命増進に寄与する、スポーツアクティビティ機能の配置

ヨガ教室



フットサルやバスケットなどの球技エリア



体験型遊び施設



遊び

ボルダリングなど



15

## (7) 各ゾーンのイメージ【Eゾーン】 RIVER SIDE & WELLNESS ZONE

旧太田川に接する親水環境・眺望を活かしたウェルネスコミュニティ機能

スタジアムと川を自然に繋ぐ魅力的なランドスケープ



水に親しみながらくつろげるシンボリックなカフェ



デッキと一体となったストリートファニチャー



親水  
くつろぎ



水辺を利用した様々なイベント  
グランピング



SUPなど川を使ったスポーツイベント

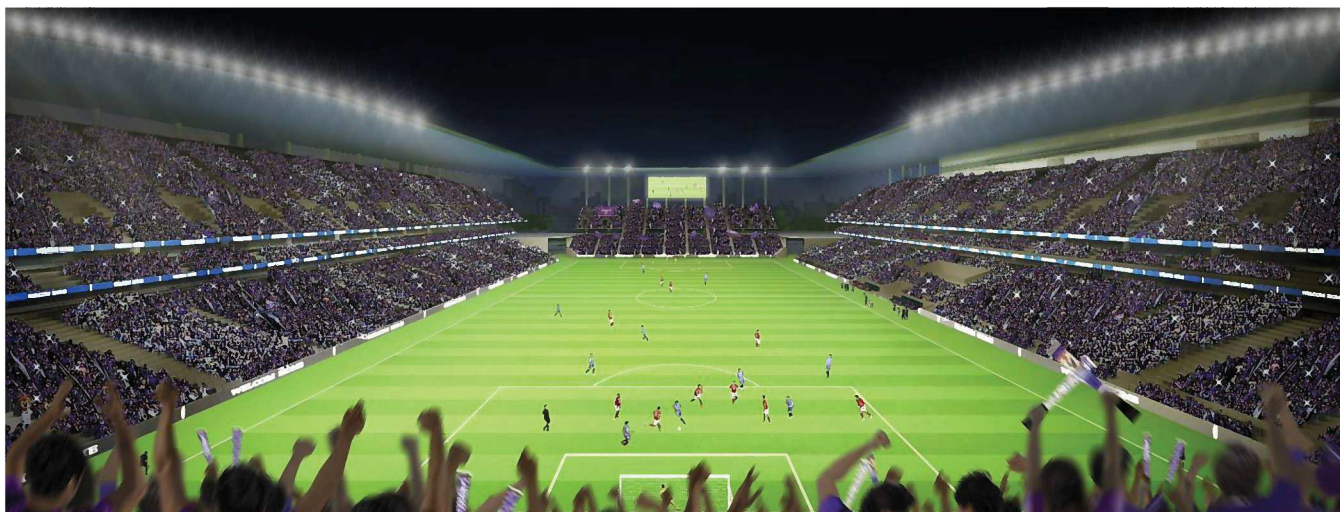


16



## (7) 各ゾーンのイメージ【スタジアムゾーン】

世界に誇れるサッカースタジアム機能を核とし、多目的かつ多機能化した都心交流型スタジアム



- ⚽ スタンドとピッチが近接し、臨場感、躍動感、一体感が感じられる観戦環境
- ⚽ 映像、音響、照明装置やAR等の一体的運用による迫力と臨場感を実現
- ⚽ 多様な観戦スタイルや、選手をより身近に感じられるシートバリエーション
- ⚽ プレイを見逃さない、ピッチへの視線が確保され、周回可能なコンコースと多数のサイネージ
- ⚽ ピッチを臨む周回コンコースには、多彩で魅力的な飲食店舗・物販店舗を配置
- ⚽ 試合のない日も稼働し、県内外からの人を惹きつける、スタジアム内の新たな集客空間

17

## (7) 各ゾーンのイメージ【スタジアムゾーン 試合開催日】

世界に誇れるサッカースタジアム機能を核とし、  
多目的かつ多機能化した都心交流型スタジアム



ゼロタッチの観客席



ピッチに近いスタンド



ピッチに面したコンコース



車椅子席



センサリールーム



コンコースには多彩で魅力的な飲食店舗を多く設置



VIPラウンジ



スイートルーム (VIP)



照明装置、音響装置、映像装置を連動したエンターテインメント演出



大型ビジョンとリボンサイネージ



多数のサイネージ

18



## (7) 各ゾーンのイメージ【スタジアムゾーン 試合開催日以外】

サッカーファン以外にも十分楽しめる、観光客にも人気のスタジアムツアーや  
VIPルーム、ラウンジ、記者会見室等の諸室の積極的活用



体験型コンテンツで、エキサイティングな非日常体験を提供するオンリーワンのスタジアムツアー



ラウンジをイベント会場(異業種交流等)として



新製品の発表や  
記者会見の会場として



スタジアム・ウェディングや  
フォトウェディング(写真のみ)として



リモートワーク対応  
コワーキングスペース  
として



諸室やVIP個室を  
貸会議室として

19

## (7) 各ゾーンのイメージ【スタジアムゾーン 試合開催日以外】

県民・市民の健康寿命延伸に寄与する機能や  
広場エリアと連動し、飲食や物販、サービスを提供する様々な施設



コンコースやスタンドを活用した魅力ある集客イベント  
(フリーマーケット・物産展・ビアガーデン・ステージ等)



県民が幅広く利用できるジムやトレーニングルーム  
(プロトレーナーによる指導)



健康



サービス



温浴施設



バリエーション豊富な飲食店

20



## (7) 各ゾーンのイメージ【広場ゾーン】

多様なイベント会場として活用でき、都心で憩える  
青空と広大な芝生空間

憩  
い



癒し

21

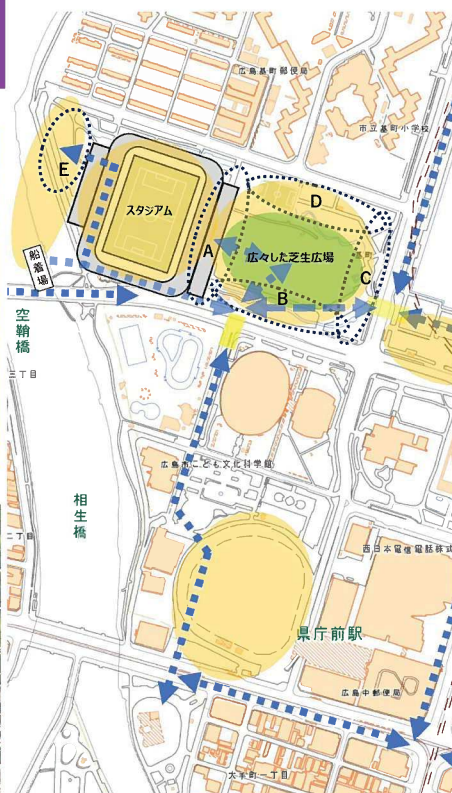
## (8) スタジアムパークへのアプローチイメージ

相生通りからスタジアムパークへ  
歩きたくなる新動線

■ 奥へと歩きたくなるしつらえ、演出



■ 人々が滞留するシーンを創るスペース、環境整備



スタジアムへの  
アプローチ・イメージ

■ サイネージやフラッグによる演出、プロモーション活用



■ チームの記念モニュメント



22



## (9) イベント活用イメージ

広島県の象徴的な場所として、広島県民が集い、  
広島県全体の活性化につながるスタジアムとして  
サッカーイベント使用の他に、「文化・エンターテインメントイベント」、「県民・市民交流の場」、  
「周辺イベントとの連携」として活用していくことで、広島市のみならず広島県全体の  
活性化につながる象徴的な空間として運用

### 展開イメージ

#### 文化・エンターテインメント活用

サッカー関連の試合の他に、各種スポーツイベントやコンサート等のエンターテインメントイベントを開催。サッカー使用以外に開放することで県民・市民の娯楽の場とし、また収益性の高いスタジアムとしていく。



#### 地域交流、県民・市民の憩いの場

様々な県民・市民イベント開催の場としての開放や日常の憩いの場としての開放等、県民・市民に開かれたスタジアムとして展開。県民・市民から親しみを感じていただける場としての運用を実施。



#### 周辺イベント・施設との連携

地域のお祭りや大型イベントと連携し、メイン及びサブ会場として活用。市内中心部に大型スペースができることで、広島の魅力を内外に発信できる大型イベント実施が可能となる。



23

## (9) イベント活用イメージ

### スタジアムゾーン

#### スタジアムの音響・照明設備や諸室を活用したイベント 広場空間と連動し、広場だけでは実現しにくいイベントの実現

HCVB：広島観光コンベンションビューロー



出典：HCVB



出典：HCVB



出典：HCVB



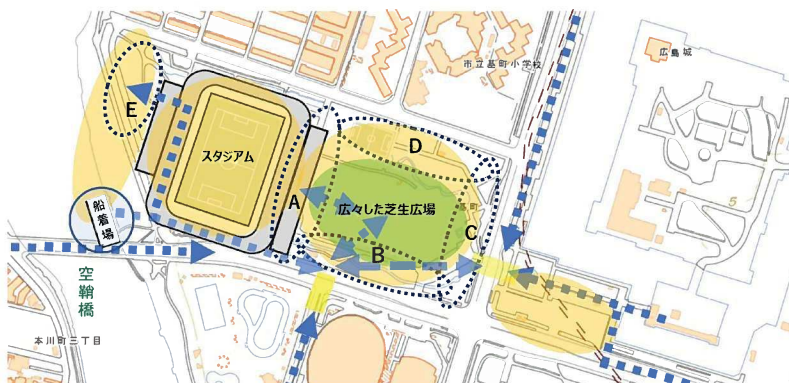
出典：和光市



出典：広島県



出典：HCVB



### A～Dゾーン（広場周辺ゾーン）

#### 広場空間を活用したイベント 広島の魅力を発信し幅広い集客



出典：広島県



出典：三原市



出典：HCVB



出典：東京都



写真提供：宮城県観光課



かき小屋



出典：関ヶ原古戦場  
グランドデザイン公式サイト



出典：神戸市

24



## (9) イベント活用イメージ

大型フードフェスティバル



マルシェ

シーズナリーイベント



ウィンターイルミネーション

企業プロモーションイベント



スポーツメーカー等 プロモーションイベント



オクトーバーフェスト



ナイトムービーフェス



産業フェスタ



グルメイベント



グランピングイベント



自動車メーカー プロモーションイベント

25

## (10) 防災計画イメージ

周辺地域・地区住民、約2万2千人を収容可能な新たな避難場所

洪水・高潮においても、垂直避難が可能な屋根付で備蓄機能も十分に備えた新たな防災拠点

観光客や帰宅困難者などを対象とした約3万人の一時避難にも対応可能



26

1 令和2年度の取組

(1) サッカースタジアム等整備（DB 事業）

- 9 月議会において、事業費に係る債務負担行為の設定に関する補正予算可決
- 10 月 22 日 事業者の公募を開始
- 12 月 1 日 参加事業者との競争的対話を実施  
⇒ 「4 者が期待する整備の方向性（素案）」を示し、提案書作成に当たって本資料の内容に配慮すること、市外、県外からどの程度の集客を見込めるかを提案内容に盛り込むことを指示
- 2 月 15・16 日 参加事業者からの提案書を受付
- 3 月 30 日 事業者選定審議会を開催し、優先交渉権者を選定

(2) 広場エリア整備（P-PFI 事業）

- 事業者の公募の資料となる公募設置等指針の素案を作成  
※ 公募設置等指針（素案）の概要は別紙 3 のとおり
- 3 月 31 日 事業者選定審議会を開催し、公募設置等指針等を審議・決定

2 令和3年度以降の取組

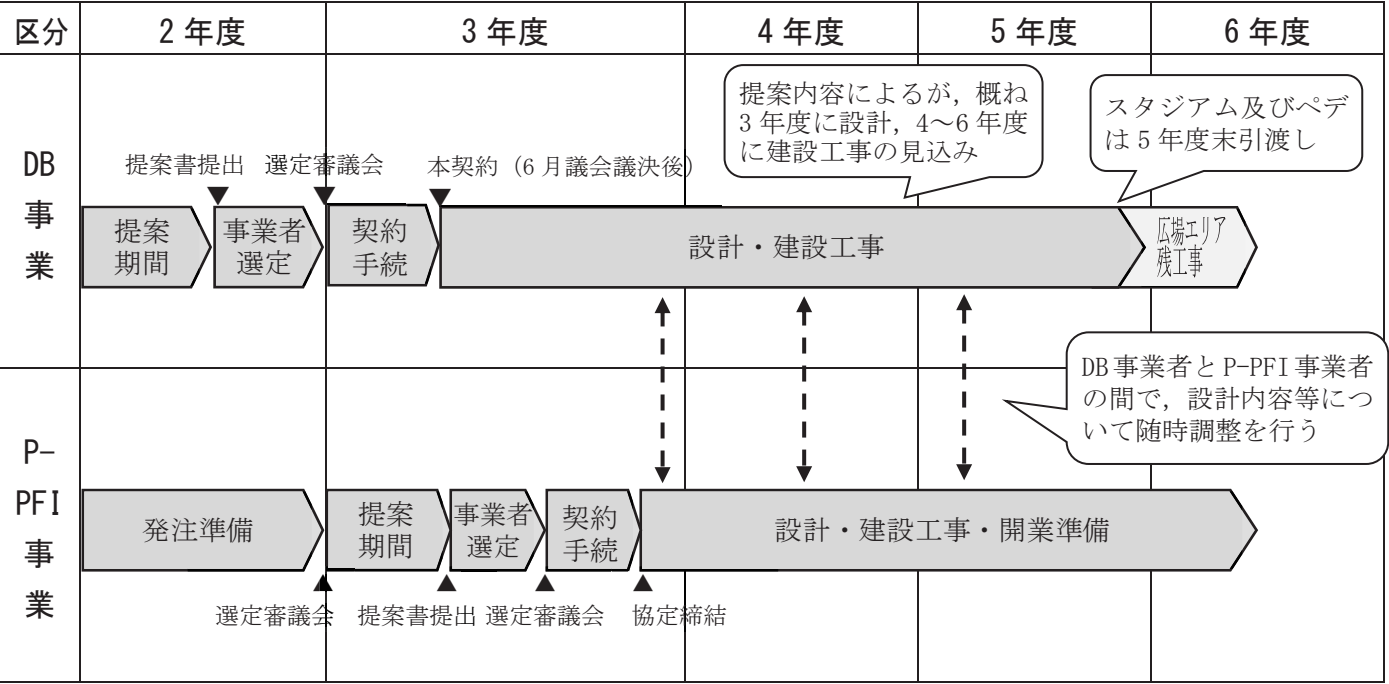
(1) サッカースタジアム等整備（DB 事業）

- 令和 3 年 4 月 優先交渉権者と仮契約を締結
- 同年 6 月 6 月議会に契約締結議案を提案  
⇒ 契約締結議案の可決後、本契約の締結
- 同年 7 月～ 基本・実施設計等
- 令和 4 年度～6 年度 建設工事，開業

(2) 広場エリア整備（P-PFI 事業）

- 令和 3 年度 事業者選定，実施協定締結
- 令和 4 年度～6 年度 設計，建設工事，開業

3 全体スケジュール



4 全体事業費及び財源内訳

- 本事業の全体事業費は，サッカースタジアム等整備，広場エリア整備，埋蔵文化財発掘調査等の事業費の総計として，270 億 9,900 万円と見込んでいる。
- この事業費に係る財源については，基本計画に示している資金調達の考え方にに基づき，全体事業費から，国庫補助金，寄附金，使用料収入等を償還財源とする市債等の見込額を差し引き，なお不足する部分については広島市及び広島県が協力して資金確保を図ることとしている。

|      |                                                                                                                                                                                      |                                                                                  |                   |                |                     |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------------|---------------------|
| 事業費  | <div>全体事業費 270.99 億円</div> <div><div>サッカースタジアム等整備（DB）257 億 400 万円</div><div>広場エリア整備（P-PFI）3 億円</div><div>埋蔵文化財発掘調査8 億 3,100 万円</div><div>コンストラクション・マネジメント業務等2 億 6,400 万円</div></div> |                                                                                  |                   |                |                     |
| 財源内訳 | 国庫補助金<br>80.15 億円                                                                                                                                                                    | 寄附金<br>63 億円<br><div>エディオン 30 億円<br/>マツダ 20 億円<br/>地元経済界 10 億円<br/>個人 3 億円</div> | 使用料収入等<br>27.1 億円 | 民間資金<br>0.3 億円 | 自治体負担分<br>100.44 億円 |



# 中央公園広場エリア等整備・管理運営事業 公募設置等指針（素案）の概要

## 1 事業の目的

本事業は、サッカースタジアム等整備事業と広場エリアのPark-PFI事業による効果的なにぎわい機能が、一体的に機能するよう再整備を行うことにより、県内外から広く集客するとともに、その効果が県内各地に波及し、年間を通じて子供から大人まで幅広い世代の県民や市民、さらには観光客が楽しめる都会のオアシスとなる新たなにぎわいを創出し、広場の拠点性を最大限高めることを目的としている。

## 2 Park-PFI事業の概要

### (1) 公募対象公園施設の整備及び管理

豊かな水と緑の立地環境を活かした飲食・物販・サービス等のにぎわい施設の整備及び管理運営

### (整備及び管理運営に関する方針)

- 年間を通じて子どもから大人まで幅広い世代の県民や市民、近県の方々、国内外の観光客が楽しめる空間づくり
- ・都心のオアシスとなるような空間、
  - ・県内各地に誘客できる機能を付加
  - ・広島らしさを感じられ、来訪者がまた来たいような施設、
  - ・旧太田川に面し、原爆ドームを望む南北軸線上にある中央公園広場の立地や環境
  - ・サッカースタジアムとの一体的なデザイン及び機能・役割分担
  - ・試合開始前及び終了後に立ち寄りたくなるような施設
  - ・機能的でわかりやすく、利用しやすい空間づくり、
  - ・平和記念公園や中央公園全体の回遊性の向上

### (2) 特定公園施設の整備

来園者が快適にくつろげ、多様なイベントやアクティビティにも活用できる園路・広場、屋外トイレ、案内板、植栽等の公園施設整備

### (3) 魅力向上業務の実施

ア 広場エリア等のイベント等によるにぎわい創出

#### (7) 恒常的なにぎわい創り

- ・恒常的なにぎわい創出のための広場エリア等の魅力向上の取組

#### (イ) イベントの企画・実施

- ・既存イベントの継続・発展実施
- ・新たなイベントの実施

#### (ウ) にぎわい創出に当たっての留意点

- ・県内外から人が訪れる魅力的なイベント等を企画
- ・統一された中央公園広場のコンセプトにふさわしいイベント等の実施
- ・県全体の観光プロモーションに繋がるイベント等の実施
- ・スポーツ・文化芸術イベント等の実施
- ・周辺地域コミュニティの形成に繋がるイベント等の実施

イ スタジアムと広場エリア及び中央公園全体のエリアマネジメント

- ・中央公園広場内のスタジアム指定管理者とPark-PFI事業者が連携するための協議体を設ける
- ・さらに、旧広島市民球場跡地のPark-PFI事業者が立ち上げる協議体の構成員として参画し、中央公園全体の魅力向上に向けて取り組む

### (4) 利用目標

- ・サッカースタジアムも含めた中央公園広場全体でマツダスタジアム以上(220万人/年)の集客目標を目指す
- ・サッカースタジアム本体や広場エリアに新たに整備する飲食・物販等の施設利用及びイベント等の集客により166万人/年以上と設定(スタジアム集客目標54万人と設定)

## 3 その他

### 指定管理業務

選定されたPark-PFI事業者を、指定管理者指定審議会での審議、議会での議決後（令和4年12月予定）、指定管理者に指定

### 感染症対策への配慮

新型コロナウイルス感染症をはじめ新興感染症に対する感染症拡大防止に努め、「新型コロナウイルス感染症対策の基本方針」及び「新しい生活様式」に配慮した施設整備及び管理運営を行うこと

