

1 事業全体のコンセプト

ACTIVE COMMUNITY PARK [アクティブ コミュニティ パーク]



多様な「ACTIVE（活動）」を作り出す事で、新たな「COMMUNITY」を形成し、日常的な賑わいと憩いのシーンを生み出す、未来志向のスタジアムパークを実現します。

コンセプトを実現する3つのポイント

3つのポイントを軸に公園を舞台とした多様な来園目的と多様な利用シーンを創り出し、「365日にぎわう公園」を実現



ニューパークライフ

都心の利便性と水と緑の自然が残る貴重な環境のなか、芝生広場を中心に憩い・交流・食事・買物・学びなど、公園での新しい過ごし方、楽しみ方を提案・発信し、日常的ににぎわいを創出。



スポーツ&ウェルネス

サッカースタジアムに隣接する立地の強みを最大限に活かし、相互連携や回遊促進によって来園者の楽しい体験を拡張すると共に、広島県のスポーツ振興や市民の日常的な健康増進の拠点を創出。



広島カルチャー

歴史・自然・食・アート・ものづくり産業など、広島の豊かな文化的資産をコンテンツとして様々な交流・体験機会を提供するなど、市内や県内各地を訪れるきっかけになる魅力発信・誘客を促進。



2 来園者数の達成に向けた方針

(1) 魅力を高めるまちづくりで、広場エリア年間200万人以上の来園を実現

1. 広島市内来園者：周辺地域住民のリピーター化・市内広域からのまちなか来訪者の回遊創出を実現
2. 広島県内来園者：365日楽しめる日常イベント・サッカーファンエンゲージメント・県内大型イベント誘致
3. インバウンドを含めた広島県外来園者数：広島城など地域観光資源と連携・多様なツーリズムの目的化

当コンソーシアム目標KPI:年間200万人以上の来園者獲得

ターゲット	広島市内	広島県内	中国地方～全国	海外(インバウンド)
	日常的に公園を楽しむ人々 (育児ファミリー、ミドル～シニア、近隣ワーカー、友人カップル等) イベント目的の来園者	広島市内への来街者 (食事や買物+公園利用) イベント目的の来園者	広島市内への観光客 (目的地のひとつとして回遊) 公園自体を目的とする来園者 (新たな目的地として) イベント目的の来園者	広島市内への観光客 (目的地のひとつとして回遊) 公園自体を目的とする来園者 (新たな目的地として) イベント目的の来園者
目標	200万人以上			

ターゲットイメージ

(2) DXによる来園者のデータ取得・分析・改善

計測 特定公園施設でICT設備を整備し、精緻なデータを取得

- ・携帯の基地局データとGPS・Wi-Fiデータを掛け合わせた精度の高いモバイル空間統計等を活用し、「いつ、どんな人が、どこから、どこへ」の人流データを把握・分析し、PRやイベント企画に活用します。

分析 データに基づいた持続的な運営改善・DXの取組

- ・来場者の統計データを取得することにより、施策の効果測定を精緻に行い課題の抽出を行います。

来場者の統計情報

来場者情報 ・居住エリア、性別、年代 ・国、地域	公園内の位置情報	移動情報
--------------------------------	----------	------

まちづくりの課題抽出

来場の統計情報データの取得・活用イメージ

改善 取得した統計データを基に分析・課題抽出し、施策に反映

- ・基町周辺エリア・紙屋町周辺の商店街・スタジアムとも連携し、改善データをベースとした成功体験を横展開し、エリアとしての付加価値向上につなげていきます。

3 施設計画に係る提案

(1) 周辺環境と調和した5つのゾーニング計画とする事で、滞在性・利便性を向上

リバーサイド&フォレストゾーン

旧太田川の眺望を活かしたレストラン、テントやシート・BBQセットの貸出し

スタジアムゾーン

多目的に使える広場機能

スポーツ&ウェルネスゾーン

ランニングステーションやフットサルクラブハウス、キッズプレイパークを配置

水辺の森、プレイパーク、芝生広場、平和の森、子供の遊び場、イベントスペース、城前広場、YARD

ニューパークライフゾーン

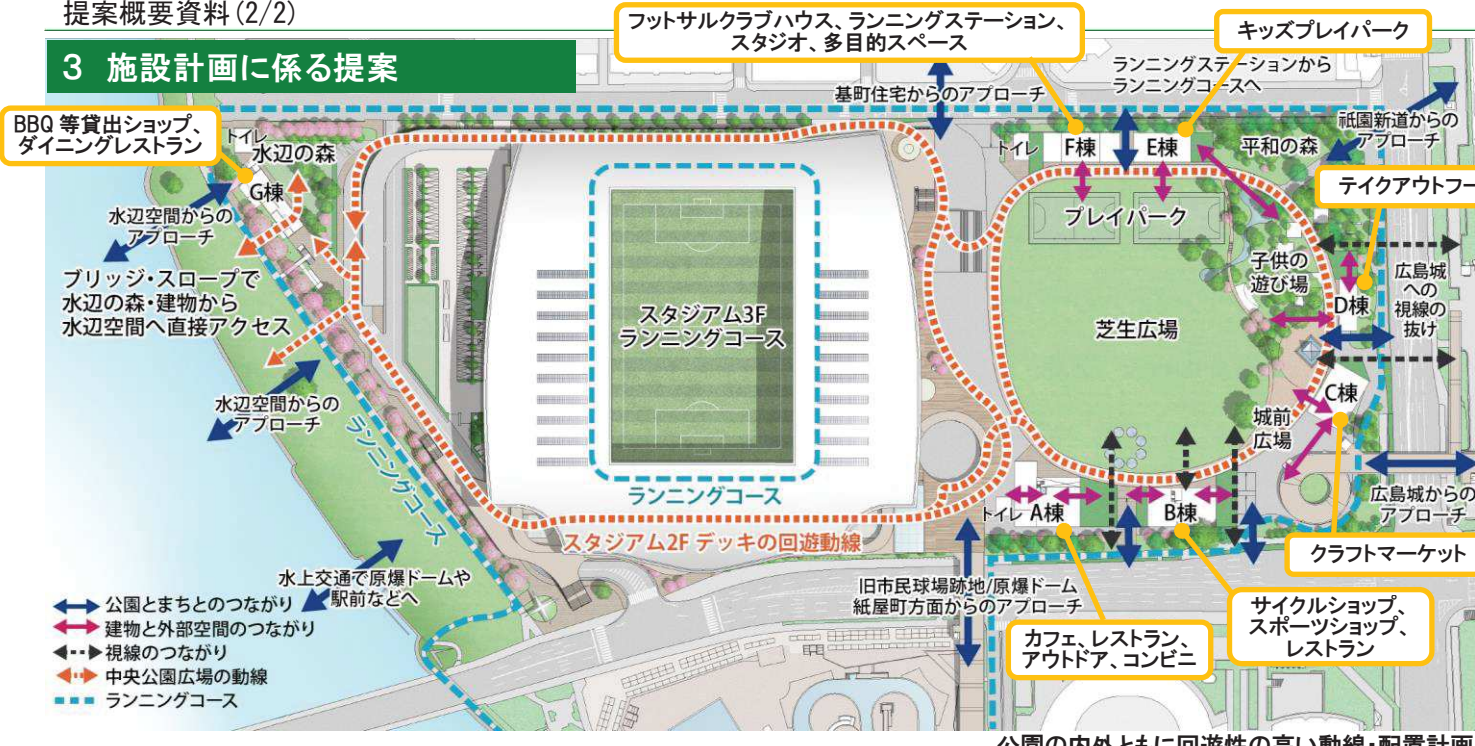
カフェやレストラン、アウトドアショップなどを配置

広島カルチャーゾーン

広島クラフトマーケットやチャレンジショップなど商品体験・コト体験を通じて、県内・県外観光客に向けて広島の文化・魅力を発信

今後、設計などにより、内容が変更となる場合があります。

3 施設計画に係る提案

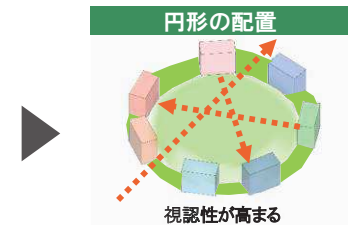
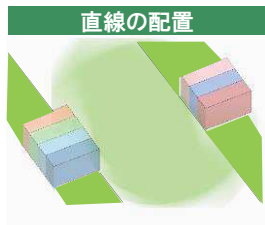


公園の内外ともに回遊性の高い動線・配置計画

② 視認性が高まる芝生広場を囲む円形・分棟型配置

1.中央公園内の回遊性を高める工夫 回遊性と視認性の高い円形の配置計画

- 東側広場は芝生広場を取り囲むようにテーマ性のあるゾーンを形成し、円形の歩行空間で各棟をつないだ回遊性の高い配置計画とします。
- コンパクトなボリュームの分棟を円形の配置とすることで、活動の視認性が高まり、様々な活動のシーンが風景として重なり、新たなアクティビティが誘発される公園をつくります。



回遊性、視認性を高める配置計画

2.公園の内外をつなげ、 賑わいを街中へつなげる配置計画

- 建物を分散して配置することで広島城や城南通りなど公園外への視線の抜けを確保し、公園の中と外がダイレクトにつながり、街中へ芝生広場や公園内各所の賑わいが伝わる配置計画とします。



賑わいを街中へつなげる配置計画

③ 芝生広場と一体的につながる屋外空間(YARD)による公園の新しい楽しみ方

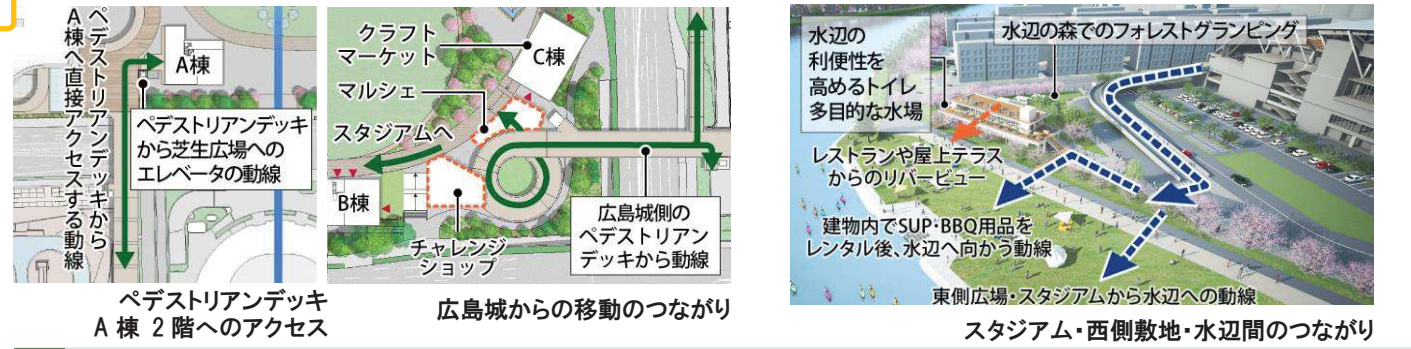
- 周辺から芝生広場の視認性を高め園内に人を呼び込む仕掛けとして、各建物に隣接した屋外に「YARD：ヤード」を設けることで、建物内部のアクティビティによる賑わいを公園全体へ広がめます。
- 「YARD」は、芝生広場と建物内部の間をつなぐ中間領域として機能し、小規模イベントやワークショップ・飲食・展示スペースなどに利用できます。晴天が多い広島をを活かした、ニューノーマル時代にふさわしい公園を具現化します。



建物内外をつなぎ賑わいを広げる「YARD」

④ 公園がひとつにつながる回遊性の高い動線計画

1.ペデストリアンデッキから広場への動線形成 2.水辺の風景を愉しむ施設計画とアクティビティによる回遊性の向上



⑤ スタジアム・周辺環境と調和する外観デザイン・景観づくり

1.スタジアム・芝生広場と有機的につながる外観デザイン 2.公園の持つ緑のオアシス機能と広島城などの周辺環境に調和した景観づくり



4 魅力向上に係る提案

多角的な提案により多様な来園者の恒常的なにぎわいを創出する広場の価値向上への取り組み

視点1 まちづくり まちづくりの視点でコミュニティ形成・にぎわいの回遊施策を提案します

- 旧市民球場跡地等を含めた周辺施設と連携した体制を作ることで、イベント誘致や周辺地域との回遊性向上に取り組みます。
- 各構成法人が持つ地元のネットワークを最大限活用し広島県内の市民団体や文化・スポーツ団体の活動を誘致します。
- 構成法人による交通事業のネットワークを活かしシェアサイクルのポート設置、将来的には電動キックボード等の次世代モビリティを導入します。

視点2 居心地づくり 多様性へ配慮し、誰にとっても居心地の良い広場を提案します

- 平和の森付近の木陰空間に子ども達のための遊具やベンチ、パーゴラを設置し、子ども達と親が長時間滞在できる心地良い空間を生み出します。
- パークアイテム貸出サービスを実施し、日影が少ない広場で活躍する持ち運び可能なテントやアウトドアチェア、子供向け遊び道具の貸出を行うことで、一日を通して手ぶらで広場を訪れ滞在できる新たなパークライフスタイルを実現します。

視点3 にぎわいづくり ターゲット(市内・県内・県外・観光客)を誘引する仕組みとイベントアイデアを提案します

- 「ひろしまフードフェスティバル」の発展を検討し、スタジアムパークのブランディングに繋がります。芝生広場を飲食スペースとし、ファミリーや大人数で訪れるイベント参加者、観光客がくつろぎながらイベントを楽しむ空間をつくります。
- 交通事業者と連携し、県内・県外・観光客向けのPR活動など様々な取組みを実施します。
- 23市町の食・自然・文化を体験できる、複合型イベント「ひろしまカルチャーフェスティバル」を開催し、県内外の人々が広島各地の魅力を感じることで地域の生産地を訪ねるきっかけにします。
- 広島各スポーツチームを応援する聖地として広場を活用します。

視点4 仕掛けづくり 恒常的なにぎわい創出のために、広場の価値が高まり続けるための戦略と仕掛けを提案します

- 広島を代表するメディア企業をはじめとした構成法人がもつ豊富なネットワーク・管理施設を活用し、幅広い世代の地域住民や国内外の観光客にPRします。

