事業者提案における集客目標とその工夫

別　紙　２

サッカースタジアム等整備事業

整備コンセプト

1 開かれた回遊型スタジアムパーク

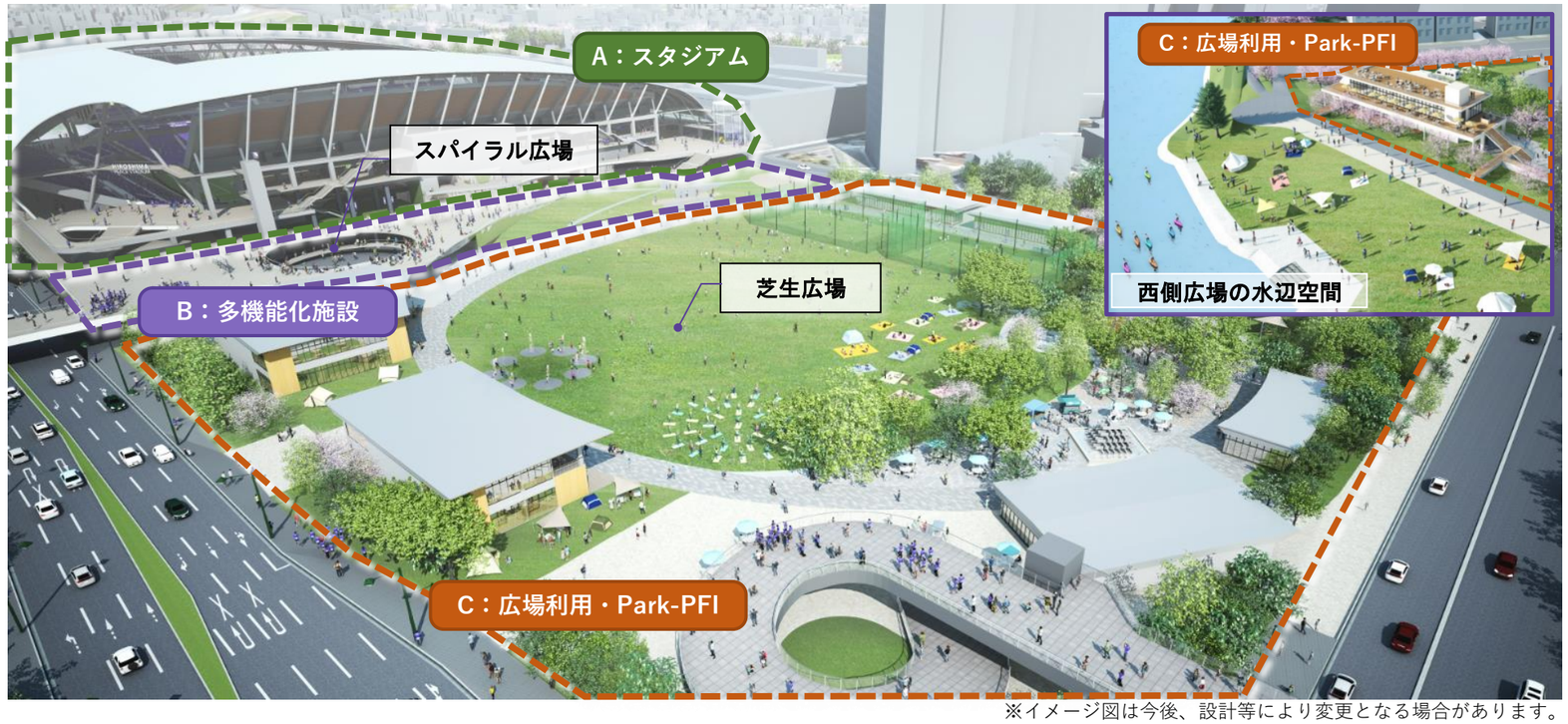
中央公園全体の空間づくりとして、広島城や旧広島市民球場跡地とペデストリアンデッキでつながり、本川（旧太田川）の水辺空間との連携を行うことで、新たな回遊空間を生み出し、紙屋町・八丁堀地区ともつながる、にぎわいのある開かれた「街なかスタジアム」を実現する。

2 スタジアムパークがつなぐ『交歓の環』

スタジアムの多機能化と広場エリアの複合化との連携を図り、多様な世代・属性の方が新たに集う場となることで、『交歓の環』を広げ、「みんなでつくるサッカースタジアム」を実現する。

3 みんなのシンボルとなる『希望の環』

スタジアムを柔らかく包み込むような「翼」をモチーフにした大屋根と、広島の歴史ある都市景観に配慮し、水平線を強調したファサードによる、新たな「広島らしさ」を発信する。



※イメージ図は今後、設計等により変更となる場合があります。

中央公園広場エリア等整備・管理運営事業（Park-PFI 事業）

整備コンセプト

1 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、日常的なにぎわいを創出する。

2 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する。

3 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・誘客を促進する。

1　想定している集客目標

～みんなが集まる“わくわく”スタジアムパーク～

スタジアムと広場が一体となったスタジアムパークとして整備することにより、市内のみならず、県内、県外から幅広い集客を目指す。

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地化

■ 来場者想定　合計

区　分	想定来場者数	左記の内訳			
		広島市内	県内（広島市除く）	県外	
A スタジアム	８５万人	４９万人	２６万人	１０万人	※1
B 多機能化施設	２５万人	１４万人	６万人	５万人	※2
C 広場利用・Park-PFI	２００万人	１００万人	５０万人	５０万人	※3
合　計	３１０万人	１６３万人	８２万人	６５万人	

※　A、B、C 各施設の来場者想定は各施設・イベント毎に積み上げており、重複を考慮していない。
※1：サンフレッチェ広島主催試合の来場者データ等から、市内 49 万人（58%）、県内 26 万人（30%）、県外 10 万人（12%）と見込む
※2：観光客等をターゲットとした広域的な集客力のある店舗等であることから、※1の割合を参考として県外からの来場者を若干多めに設定し、市内 14 万人（55%）、県内 6 万人（25%）、県外 5 万人（20%）と見込む
※3：他事例における来園者の割合等を参考とし、市内 100 万人（50%）、県内 50 万人（25%）、県外 50 万人（25%）と見込む。

2　各集客区分の内訳

■A　フィールドを使ったスポーツイベントでのスタジアム集客想定

試合カテゴリ-	使用日数(日)	試合数	試合時間(h)	総試合時間(h)	1 試合あたり平均来場者数(人)	来場者合計(人)	備考
Ｊリーグ	２９	２９	1.6	４６.４	２２,５００	６５２,５００	平均 75%の入場を想定
女子リーグ	１２	１２	1.6	１９.２	２,０００	２４,０００	なでしこリーグの目標平均入場者数 2,000 人を想定
社・U-18	１７	２４	1.4	３３.６	２６０	６,２４０	チームあたり選手を 30 名と想定 保護者/関係者を@2 名で想定 一般観客を 200 名と想定
U12	２０	９８	0.6	５８.８	２６０	２５,４８０	チームあたり選手を 30 名と想定 保護者/関係者を@2 名で想定 一般観客を 200 名と想定
ラグビー	６	６	1.6	９.６	１１,５００	６９,０００	トップリーグ来場者平均は約 11,500 人と想定
その他	１６	１６	2.0	３２.０	５,０００	８０,０００	イベント１回あたり 5,000 人と想定
合　計	１００	１８５	―	１９９.６	―	８５７,２２０	

A　約８５万人

■B　多機能化施設入場者想定

	営業日数(日)	想定平均入場者(人)	来場者数(人)
ミュージアム	３００	２５０	７５,０００
チームショップ	３００	５００	１５０,０００
スタジアムツアー	５０	５０	２,５００
カフェ･レストラン	３００	１００	３０,０００
合　計			２５７,５００

B　約２５万人

事例 ※算定にあたっての参考	日本サッカーミュージアム	10 年で 450,000 人来場 年間 45,000 人 都心だが駅遠
	カシマサッカーミュージアム	３年で 100,000 人来場 年間 33,000 人 郊外ｽﾀｼﾞｱﾑ併設

■C　広場利用・Park-PFI 来園者想定（本データについては、現時点の想定データであり、今後のテナント交渉により異なることがあります。）

ゾーニング		施設名称・業種	年間来園者数(人)	市内(人)	県内(人)	県外(人)
店舗	ニューパークライフゾーン	コンビニ、アウトドアショップ，カフェ，レストランなど	967,500	465,000	293,000	209,500
店舗	広島カルチャーゾーン	テイクアウトフード，クラフトマーケットなど	286,000	57,200	114,400	114,400
店舗	スポーツ&ウェルネスゾーン	キッズプレイパーク，ランニングステーションなど	88,000	70,400	8,800	8,800
店舗	リバーサイド&フォレストゾーン	レストラン，BBQ 貸出ショップなど	120,000	66,000	32,000	22,000
店舗利用合計			1,461,500	658,600	448,200	354,700
イベント名称			年間来園者数(人)	市内(人)	県内(人)	県外(人)
イベント	既存イベント	ひろしまフードフェスティバル	300,000	140,000	80,000	80,000
イベント	新規イベント	広島カルチャーフェスティバル，地元スポーツ交流イベント，既設イベントなど	263,000	130,000	66,500	66,500
イベント合計			563,000	270,000	146,500	146,500
一般公園利用（日常利用・遊具利用等）			200,000	200,000	0	0
合　計			2,224,500	1,128,600	594,700	501,200

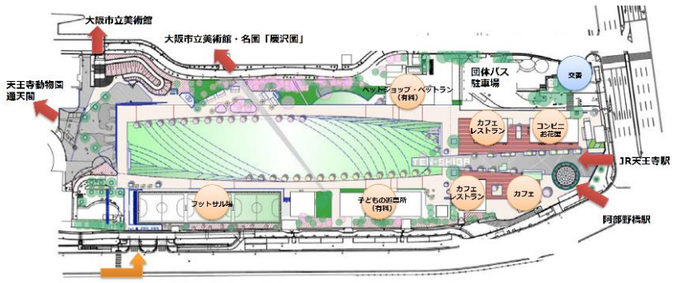
C　約２２２万人※

※　Park-PFI 事業者の提案（公表）は、一般公園利用を除く、約２００万人となっている。

【参考とする他事例とその集客実績】

Park-PFI の事例

大阪天王寺公園“てんしば”



カフェ・レストラン

アクティビティ施設　ショップ

イベント

集客実績

2019.4.1～2020.3.31

約 500 万人

出典：てんしば公式 HP

水辺のイベント事例

信濃川･ミズベリング事業

BBQ 施設　キャンプ

水辺アクティビティ拠点

集客実績

2018.7.1～2018.10.31

約 3.5 万人

出典：新潟市、国土交通省

3　広域からの集客を目指すための様々な工夫を取り込んだ計画

■Aの主な集客機能

・約30,000席を確保し、天然芝のフィールドとする。明確なエリア設定・セキュリティ機能により、Jリーグやアマチュアだけでなく国際試合の開催にも対応可能とします。ラグビーの試合やイベント等が開催できる複合的な機能を併せ持つ施設とします。

・スタジアムパーク全体をミュージアム化することで、国際大会開催時など外国人観戦者の広島県内各地への観光を促します。

・広域からの集客を可能とする県立総合体育館や旧市民球場跡地など重要な施設の運営者等と連携し、一体的なイベントの実施や、各エリアを結ぶ結節点に統一した広告スペースの設置等により、エリア全体に広がる遊環動線を形成します。

スタジアムピッチと観客席

広島県内の魅力を発信するポップアップエリア

広島神楽等のイベント会場にもなるスパイラル広場

■Bの主な集客機能

・広島サッカー文化を体感できるミュージアムショップや、映像、音響、照明等の設備を活用したスタジアムツアーなど、集客力のあるコンテンツを想定しています。

・県産品を活用した飲食店舗、23 市町の魅力的な風景写真などの掲出を通じた来場者へのＰＲなどを想定しています。

ミュージアムショップ

映像、照明設備

県産品の飲食

■Cの主な集客機能

・365 日にぎわう公園の実現を目指して、日常イベントの開催や県内大型イベントを誘致し、広島県内からの来園を促します。

・広島城など地域観光資源と連携し、多様なツーリズムの目的地化を図ることで、インバウンドを含めた広島県外からの来園を促します。

・県外、外国からのお客様に広島県産材をはじめ広島県内の製品･物産を目で見て触れる機会を作ることによって、県内各地への訪問や、県内製品の購入のきっかけをつくります。

・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・誘客を促進します。

・23 市町の食・自然・文化を体験できるイベントを検討します。

イベントで憩う広場の様子

ひろしまフードフェスティバルの様子

SUP 体験

広島クラフトマーケットやチャレンジショップなど

23 市町の特産を楽しむ産直マルシェ