

令和7年10月16日

課名 地域政策局都市圏魅力づくり推進課

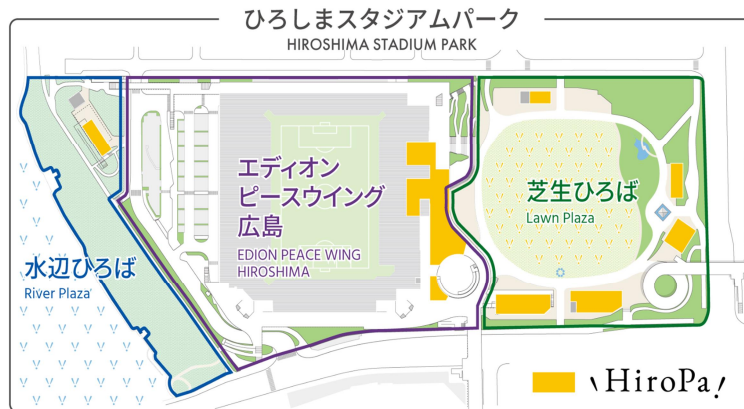
担当者 担当課長（都市機能調整担当）吉田

内線 2564

「ひろしまスタジアムパーク」開業後1年間の状況等について

1 要旨・目的

「ひろしまスタジアムパーク」の全面開業（令和6年8月1日）から1年が経過したところであり、この間の利用状況等について、人流データやアンケート結果等を踏まえて報告する。



ひろしまスタジアムパーク

サッカースタジアム（エディオンピースウイング広島）と、その両側に広がる広場エリア等の一帯エリアを示す通称

2 現状・背景（経緯）

- ・令和6年2月1日 サッカースタジアム供用開始
- ・令和6年8月1日 広場エリア供用開始（「ひろしまスタジアムパーク」として全面開業）

3 スタジアムパークの集客状況等

(1) スタジアムパークの来場者数（事業者集計値）

- ・全面開業から令和7年7月末までの1年間で、サッカースタジアム約124万人、広場エリア約185万人で合計約309万人が来場しており、概ね目標値の集客となっている。
- ・サッカースタジアム来場者数の内訳は、Jリーグ等が約65万人、その他（会議室利用等）が約59万人となっており、試合日以外にも多くの集客がある。

【表1】来場者数（開業R6.8.1～R7.7.31の1年間）

目標	実績	内訳		
310万人	309万人	サッカースタジアム	約124万人	Jリーグ等 ^{※1} 約65万人 その他 ^{※2} 約59万人
		広場エリア	約185万人	—

※1 Jリーグ等（Jリーグ、ルヴァンカップ、ACL2、WEリーグ等）

※2 その他（スタジアムショップ、ミュージアム、会議室等利用、イベント利用、スタジアムツアー等）

※3 令和6年度の年度実績は、スタジアム約123万人、広場エリア約126万人（開業後8ヶ月間）

(2) サッカーの試合・イベント開催の状況

ア サッカーの試合開催状況（開業R6.8.1～R7.7.31の1年間で主なもの）

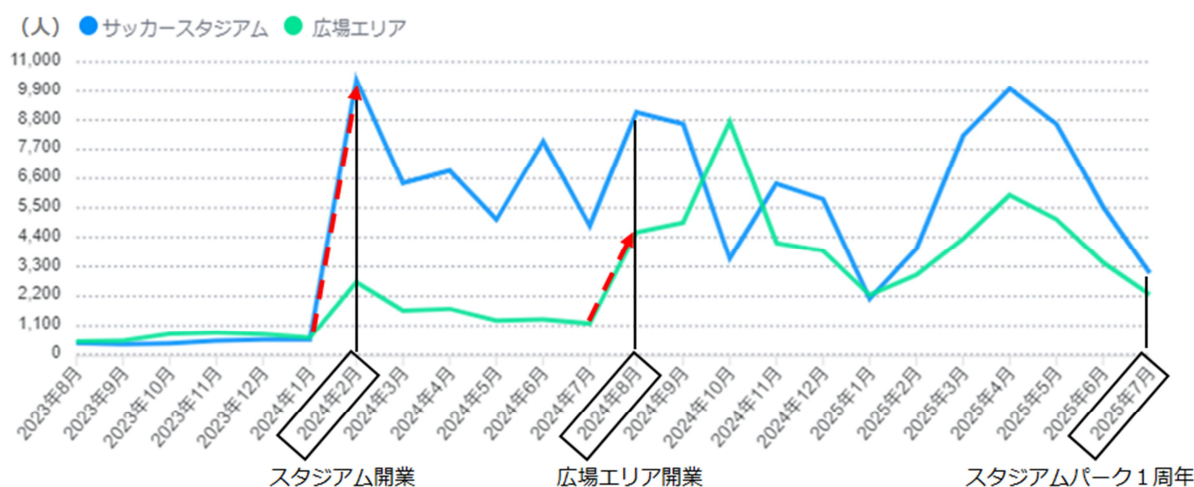
・サンフレッチェ広島のリーグ戦	18 試合
・サンフレッチェ広島レジーナのリーグ戦	11 試合
・Jリーグのカップ戦等	11 試合
・全国高校サッカー選手権大会広島県大会決勝	外

イ イベントの開催状況（開業R6.8.1～R7.7.31の1年間で主なもの）

・「ひろしまフードフェスティバル」など1万人を超える大型イベント	5回開催
・県内市町が特産品のブース出店等で参加したイベント	6回開催
・子ども向けのイベント、地域スポーツイベント	外

（3）開業前後の人流変化（GPS人流データ）

- ・ 令和6年(2024年)2月のスタジアム開業、同年8月の広場エリア開業に伴い「ひろしまスタジアムパーク」区域への来場者数が、大幅に増加している。
- ・ サッカースタジアムへの来場者数は、Jリーグ等の試合開催状況に影響されており、隣接する広場エリアにもその影響が濃く反映されたデータとなっている。
- ・ 広場エリアの来場者数は、試合開催状況の他、イベント等の開催状況に影響を受けており、令和6年10月が多いのは、ひろしまフードフェスティバル等の影響と考えられる。

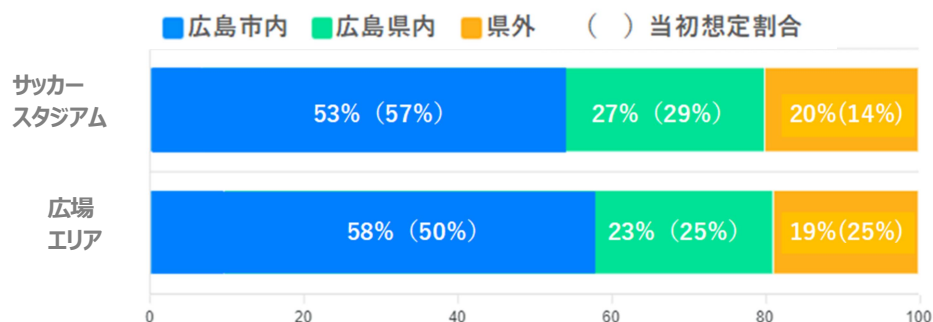


【図1】開業前後の人流変化（出所：株式会社Agoop「マチレポ」人流データ）

※ 月別来場者数（休日1日当たりの平均値）、15分以上の滞在者を集計

（4）来場者の居住地割合（GPS人流データ）

- ・ サッカースタジアム及び広場エリアの来場者の約2割は県外客となっている。
- ・ 広島市を除く県内市町からも多くの人が訪れているようであり、このデータによると、概ね当初想定と一致している。



【図2】居住地割合（出所：株式会社Agoop「マチレポ」人流データ）

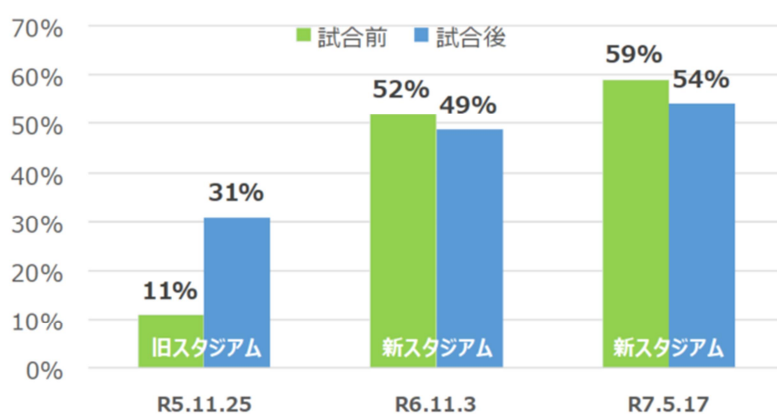
※ R7.5月の休日における属性割合、15分以上の滞在者を集計

4 広島市都心への影響

(1) サッカー観戦者の都心回遊（サンフレッチェ広島の来場者アンケート、GPS 人流データ）

- ・ サッカーの試合前後で広島市内中心部を回遊した人の割合は、試合前、試合後ともに約半数以上となっており、旧スタジアム時代よりも大幅に増え、街なかスタジアムとしての効果を発揮しているようである。
- ・ また、次のことなどがわかっており、回遊を促すキャンペーンなどの効果も含まれているものと考えられる。

- 回遊エリアとしては紙屋町・八丁堀地区、本通エリアなど近隣エリアが多い
- 消費額としては1,000～5,000 円がボリュームゾーンである
- ひろしまゲートパークなどを経由してスタジアムへ来場している
- 試合後に流川地区などへの滞在が見られる



「サッカーサポーターおもてなしキャンペーン」
観戦チケットの提示で対象店にて特典

【図3】新スタジアムと旧スタジアムの市内中心部の回遊割合の比較 n=989

(2) サッカー観戦者の宿泊比率、宿泊場所（GPS 人流データ）

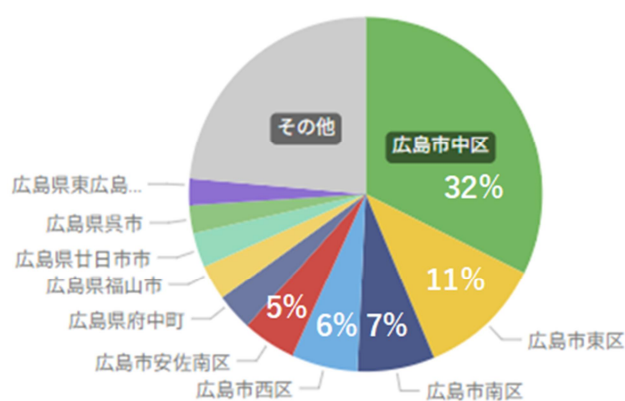
- ・ サッカースタジアムへの来場者のうち、近隣からの来場者（半径 20km 内）を除くと、約3割の人が宿泊をしているようである。
- ・ 宿泊した人のうち6割以上は、広島市内宿泊となっている。



【図4】宿泊比率

(出所:「おでかけウォッチャー」を加工)

※ 来場者の日帰り・宿泊比率
(令和7年4～5月の休日)



【図5】宿泊場所 (出所: おでかけウォッチャー)

※ 令和7年4～5月の休日における来場者の宿泊場所

5 県内波及効果

(1) 県内 23 市町の PR 等に関する取組

23 市町の食・自然・文化を体験できるイベントや、県内 23 市町の魅力（観光資源等）をアピールする仕掛け、県産品の魅力の発信や県内各地への周遊につなげる取組など、この 1 年間で、主に次の取組が実施された。

【表 2】主な取組実績（開業 R6. 8. 1～R7. 7. 31 の 1 年間）

23 市町の食・文化イベント	観光資源等での 23 市町 PR	県産品の販売・提供
【ひろしまカルチャーフェス】 世羅町(せらワイン、梨) 庄原市(比婆牛、地酒) 廿日市市(津田いちご) 安芸高田市、三次市、東広島市、 北広島町 から出店	【観光情報発信】 ・サンフレッチェ広島の公式サイト内で、県観光ホームページのリンクや周遊コースを掲載 ・スポーツ観戦を契機として、県内周遊を促進するため、スポーツ観戦の特設サイトを開設	【スタジアムショップ】 因島はっさくゼリー 呉海軍カレー 牡蠣缶、かき醤油 広島レモン鍋 汁なし担々麺 あなご飯の素 もみじ饅頭 など 70 種類以上の県産品・お土産などを販売
【ひろしまフードフェス】 17 市町が参加 地産地消メニューの提供	【夜神楽鑑賞会】 主催：ひろしま神楽振興推進実行委員会 スタジアム内での神楽鑑賞	【Hiropa!店舗施設】 向原農園の卵 吉浦しらす、観音ねぎ 広島和牛 広島県産の果物 などの県産食材を使用したメニューの提供等
【西村キャンプ場グルメフェス】 江田島市、東広島市、尾道市などの生産農家が出店し、生産者から直接グルメを提供	【ひろしまつながるフェスタ】 主催：広島県観光連盟 広島の観光、食、スポーツ等の魅力を発信 12 市町から出店 ゆるキャラ出演 2 市町	廿日市市(けん玉) などの特産品の販売
【スタジアムパークフェスタ】 大竹市(牡蠣) 安芸高田市(やまめ) 神石高原町(日本酒) 福山市(かき醤油) 世羅町、竹原市、三次市、庄原市、廿日市市、江田島市からも出店		



4/12(土)カルチャーフェス

(2) 取組の効果検証（サンフレッチェ広島の来場者アンケート）

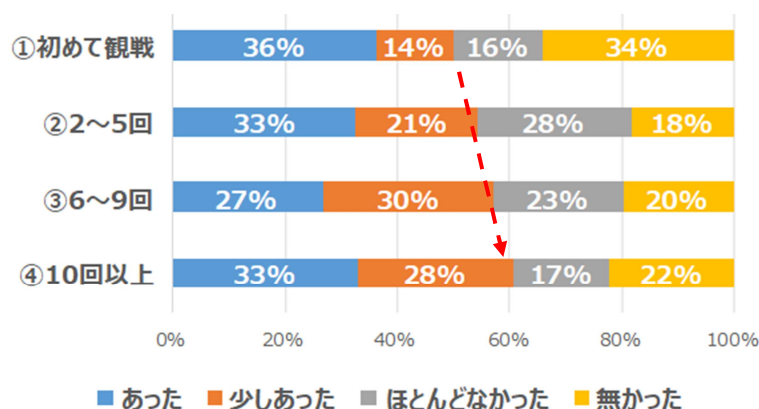
これらの取組等についての効果検証を目的に、アンケート調査を実施した。

＜アンケート対象試合＞ ・令和7年5月17日（土） 14:00～ 東京ヴェルディ 来場者数：24,837人
 ・令和7年5月31日（土） 17:30～ 川崎フロンターレ 来場者数：25,909人

※ 試合後にサンフレッチェ広島からサンフレッチェクラブ会員等に対しメールでアンケート

ア 23 市町を知る機会

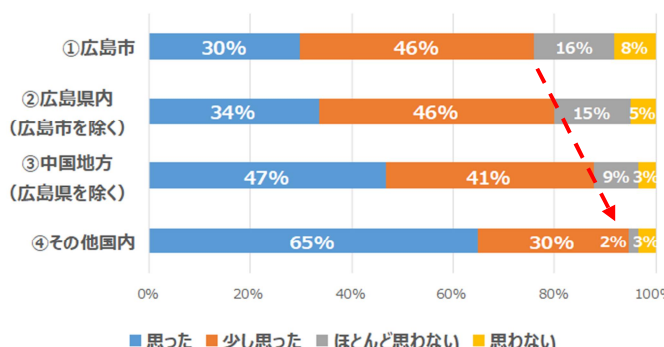
- ・ サッカースタジアムへ来場したことで、広島県の特産品や文化、観光地について、知る機会が「あった」「少しあった」と感じた人が5～6割となり、半数以上の人情報が触れていると考えられる。
- ・ また、来場回数が増えるにつれ「あった」「少しあった」の回答割合が増加する傾向にあり、繰り返し訪れることで県産品等の認知度が向上しているものと考えられる。



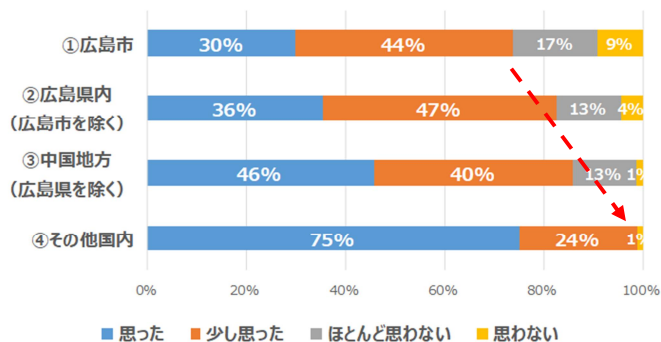
【図6】知る機会について（来場回数別） n=1,732

イ 購入意欲、観光意欲

- ・ 知る機会が「あった」「少しあった」人のうち、知ったことで、広島県の特産品を購入してみたい、県内の観光地に旅行してみたいと「思った」「少し思った」と回答した人が、いずれも8割以上となり、多くの人にとって購入意欲等につながっているようである。
- ・ その割合は、居住地が遠方な人ほど高い結果となっており、対戦相手のサポーターなどにとって、より効果的であると考えられる。



【図7】購入意欲について（居住地別） n=1,075



【図8】観光意欲について（居住地別） n=991

(3) 県内周遊の状況（GPS人流データ）

- ・ サッカースタジアム来場前後で、高速道路サービスエリアや道の駅、広島空港、鉄道駅などを経由しているようである。
- ・ スタジアム来場前に「安芸高田市サッカー公園」へ滞在している人が一定数見られる。また、安芸高田市によると、スタジアムの開業後に、練習見学等で訪れる県外客が増えた印象があるとのことである。



【来場前の滞在地】



【来場後の滞在地】

【図9】前後滞在場所（出所：おでかけウォッチャー）

※ スタジアム来場者の前後滞在場所（令和7年4～5月の休日）、市内スポットを除外

6 開業後の状況（まとめ）

- ひろしまスタジアムパーク開業から1年が経過する中、県内各地、県外を含め、これまでに多くの方々が来場し、新たな賑わい拠点となっているだけでなく、中央公園全体でも年々、多くの人々が集う場所となっており、中央公園一帯の街づくりが着実に進んでいる。
- 「街なかスタジアム」としての効果を発揮し、スタジアム来場にあわせた都心回遊が起きていることから、滞在時間の延長や多くの宿泊につながることで、広島市都心への経済効果が生じてきていると考えられる。
- サッカースタジアムへの来場が、県産品購入の端緒となっているほか、県内の特産品や観光地に関する情報に触れることで、購入意欲や観光意欲にもつながっているようであり、県内波及効果によって本県全体の活性化の後押しにもなっていると考えられる。
- サッカー観戦を目的とした県内各地からの訪問のため、備北交通㈱などでバスが増便されたことで、地域公共交通の売上にもつながっていることや、観戦にあわせた県内周遊などによって、県内全体への経済効果も生じてきていると考えられる。

7 今後の対応

ひろしまスタジアムパークが、旧そごう新館の部分開業や駅前大橋ルートの開通といった契機を捉えて、周辺施設とも相乗効果を発揮しながら、広域からの集客や県全体の活性化、中枢拠点性の向上につながる施設となるよう、引き続き、広島市やエリアマネジメント団体等と連携し、賑わいの維持・拡大に努めていく。