資料６

事務局資料

スタジアム・アリーナの活用等について

スタジアム・アリーナ改革とは

○スタジアム・アリーナ改革は、スポーツの成長産業化の大きな柱。
○これまでの、コストセンターであったスポーツをするための施設ではなく、観るスポーツのためのスタジアム・アリーナの整備を進めることにより、定期的に数千人、数万人の人々を集客する、プロフィットセンターへの変革を進め、地域活性化・街づくりの起爆剤となる施設とすることを目指す。

現状

単機能型	→	多機能型
行政主導	→	民間活力導入
郊外立地	→	街なか立地
低収益性	→	収益性改善

目指す姿

「スマート・ベニュー®」
（株）日本政策投資銀行

スタジアム・アリーナの定義

- 数千人から数万人の観客を収容する集客施設
- スポーツを観ることを主な目的とした施設

コストセンターからプロフィットセンターへ

- 地域住民がスポーツをする施設とスタジアム・アリーナを区別。観客の利便性やチームの営業活動を重視。
- 施設の収益性の向上による公的負担の軽減
- にぎわいの創出や持続可能なまちづくりの実現等、投資以上の効果を地域にもたらすことがプロフィットセンター
- 事業方式や資金調達の検討を通じ、施設・サービスの充実・向上

スタジアム・アリーナ改革による地域への効果

- 地域のシンボル
  - ・民間ノウハウの活用と収益性の確保
  - ・サステナブルな施設として長期的に存続
- 新たな産業集積の創出
  - ・周辺産業への波及を含む経済効果、雇用創出
  - ・スポーツチームがあればより継続的に
- 地域への波及効果を活用したまちづくり
  - ・まちの賑わいの創出
  - ・地域住民のスポーツ機会の増加
  - ・社会貢献活動や啓発等の社会問題の解決
- 地域の持続的成長
  - ・地域のアイデンティティの醸成
  - ・地域の不動産価値の向上

1．スタジアム・アリーナ改革の進展

- スタジアム・アリーナ改革をスポーツ庁・経産省で進めているところ、我が国でもエンターテイメントやビジネス、住民の日常的な集いの拠点となることも意識された、地域のシンボルとなり得るスタジアム・アリーナの整備が進められてきている。

＜各地で進んでいるスタジアム・アリーナの例＞

ES CON FIELD HOKKAIDO

所在地：北海道北広島市
（きたひろしま総合運動公園）
ホームチーム：北海道日本ハムファイターズ
（野球）
開業：2023年3月開業

●サウナや温泉から試合観戦が可能

●北海道名物を中心に飲食店が充実

（出典：北海道日本ハムファイターズ公式サイト）

SAGAアリーナ

所在地：JR佐賀駅から徒歩15分
ホームチーム：佐賀バルーナーズ
（バスケットボール）
久光スプリングス
（Vリーグ）
開業：2023年5月開業

●地元の素材を使い、地元出身のアーティストがデザインしたバリエーション豊富なVIPルームを整備

（画像：スポーツ庁撮影）

沖縄アリーナ

所在地：沖縄市コザ運動公園内
スポーツ：琉球ゴールデンキングス
（バスケットボール）
開業：2021年4月開業

●世界レベルのエンターテインメント空間を実現するため、どの席からも観やすいよう観客席をすり鉢状にし、巨大なセンタービジョンを整備
2023年バスケットボールW杯開催

（出典：（上）琉球ゴールデンキングス・（下）月刊バスケットボールウェブ）

2. スタジアム・アリーナの意義と現状

- みるスポーツの観戦の舞台となるスタジアム・アリーナは、個々のクラブの収益拡大にとって重要なことはもちろん、周辺の地域・産業を活性化させ、またスポンサー・パートナーの獲得・共創においても重要な役割を果たし、さらにファンの熱狂や感動を高めることで、中長期的には放送・配信サービスの拡大につながることが期待されることから、スポーツ市場拡大のキードライバーとして、重要な役割。

- スタジアム・アリーナ改革のモデル拠点たる「多様な世代が集う交流拠点としてのスタジアム・アリーナ」の選定先は着実に増加（2023年度までに17拠点実現。目標2025年までに20拠点）。
  選定外のものも含め、各地で稼ぐことを念頭に置いたスタジアム・アリーナの整備が進みつつある。

- 新たなスタジアム・アリーナにより、クラブの観客数や営業収入が顕著に伸びるとともに、他産業との共創や、域外客の増加、周辺地域の不動産価値の上昇にも寄与する事例、また街の新たなシンボル・ランドマークとなろうとする事例も出てきている。

- 今後のスタジアム・アリーナの整備・改修計画も、全国に90程度存在しており、今後も当面、Bリーグの2026年プレミアリーグ発足の動きもあり、整備が進むことが期待されるが、一方で建設費の高騰等により、特に周辺人口の大きくない地方都市になるほどハードルは高くなりつつある、との見方もある。

多様な世代が集う交流拠点としてのスタジアム・アリーナ選定先一覧

スポーツ庁

Ⅰ．構想・計画策定段階（2件）
Ⅱ．設計・建設段階（10件）
Ⅲ．運営・管理段階（7件）

北海道
● ES CON FIELD HOKKAIDO(令和2年度選定・Ⅱ)（北広島市）

沖縄県
●沖縄アリーナ（令和4年度選定・Ⅲ）（沖縄市）

福岡県
●ミクニワールドスタジアム北九州（令和2年度選定・Ⅲ）（北九州市）

佐賀県
● SAGAアリーナ（令和2年度選定・Ⅱ）（佐賀市）

長崎県
●長崎スタジアムシティプロジェクト(令和5年度選定・Ⅱ)（長崎市）

愛媛県
● 今治里山スタジアム（令和2年度選定・Ⅱ）（今治市）

兵庫県
●ノエビアスタジアム神戸(令和2年度選定・Ⅲ)（神戸市）
●神戸アリーナ（仮称）（令和3年度選定・Ⅰ）（神戸市）

大阪府
●ヨドコウ桜スタジアム(令和2年度選定・Ⅲ)（大阪市）
●大阪花園ラグビー場(令和2年度選定・Ⅲ)（東大阪市）

京都府
●サンガスタジアム(令和3年度選定・Ⅲ)（亀岡市）

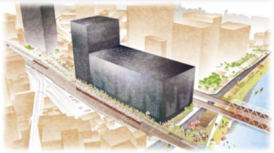
愛知県
●アイシンアリーナ（令和2年度選定・Ⅰ）（安城市）
●愛知国際アリーナ（愛知県新体育館）（令和3年度選定・Ⅱ）（名古屋市）

青森県
●FLATHACHINOHE(令和2年度選定・Ⅲ)（八戸市）

群馬県
●オープンハウスアリーナ太田（太田市総合体育館）（令和4年度選定・Ⅱ）（太田市）

東京都
●TOKYO A-ARENA（仮称）（令和4年度選定・Ⅱ）（江東区）

神奈川県
●横浜BUNTAI＋横浜武道館（横浜文化体育館）（令和2年度選定・Ⅱ）（横浜市）
●川崎新アリーナ（仮称）（令和5年度選定・Ⅱ）（川崎市）
●等々力緑地 球技専用スタジアム、新等々力アリーナ（令和5年度選定・Ⅱ）（川崎市）

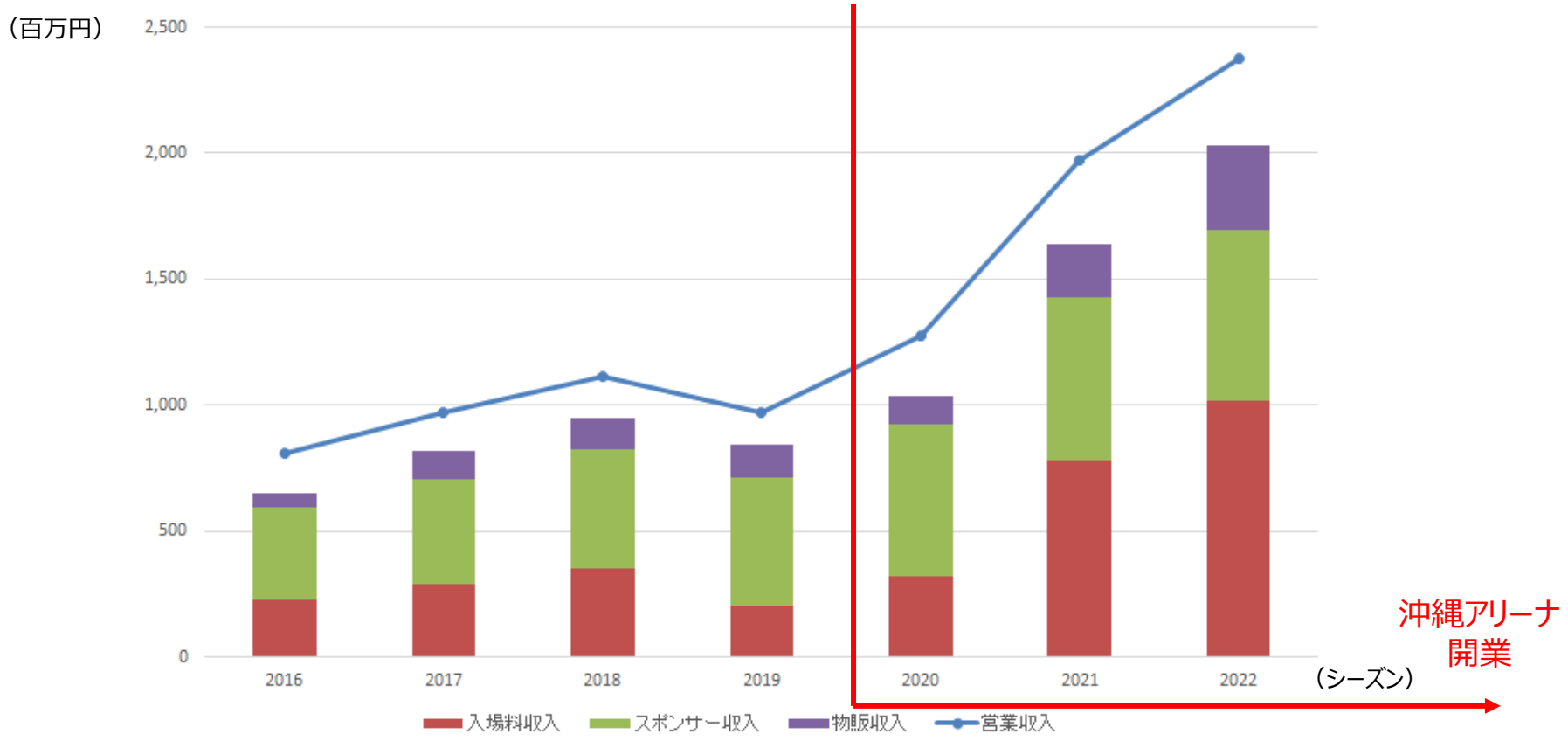


沖縄アリーナの事例

- **「観る」ことを重視**し、**スポーツのみならず**、ライブコンサートなどの**エンタメイベント**や、**MICE**といった**ビジネスイベントへの活用**も念頭におき整備・運営がなされた多目的アリーナ。
- 最大1万人を収容し、**臨場感にあふれる観戦体験**を楽しめ、また、**VIPルームなどのホスピタリティエリアも充実。ビジネス交流の拡大**や、**まちづくりへの効果も期待**される。
- 2021年開業し、**2023年にはバスケットボールW杯も開催。**
- 新アリーナ効果により、**ホームチームである琉球ゴールデンキングスの売上も大きく成長。**
2022-23シーズンは、**入場料収入**は約10億円超、**ホームゲーム総観客数**が20万人超となり、**ともにB1全体で1位。**

沖縄アリーナの開業効果

- 沖縄アリーナの開業以来、ホームアリーナとする琉球ゴールデンキングスの営業収入は大きく増加。入場料収入は10億円を超え、J1トップクラスと肩を並べている。
- 営業収入の中でも、入場料収入と物販収入に大きな伸びがみられる。
- なお、親会社の沖縄バスケットボールグループは、プロバスケットボールのみならず、沖縄アリーナの運営事業と沖縄スポーツアカデミーの運営事業でも売上が伸び、連結売上高は過去最高となったと発表。



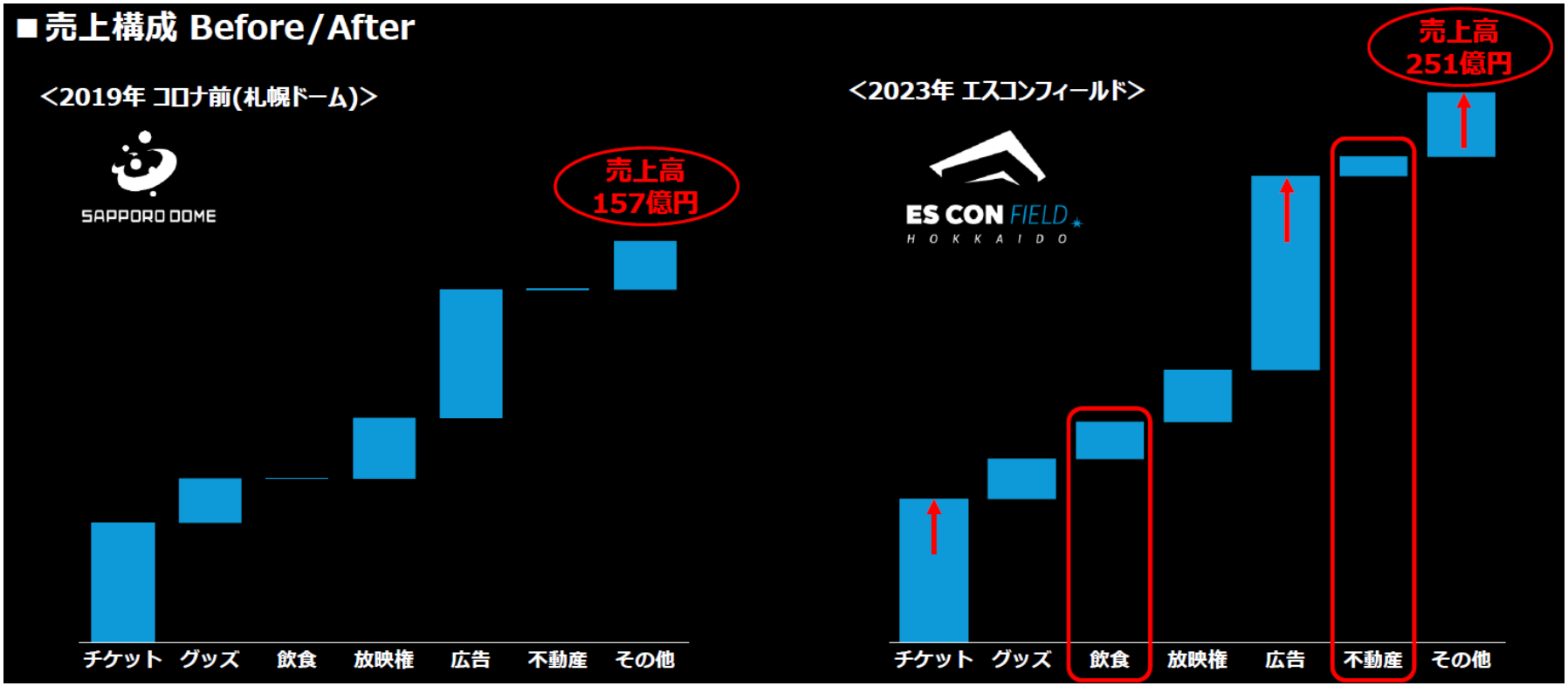
【出所】Bリーグ発表各シーズン「クラブ決算概要」及び
沖縄バスケットボール株式会社「2023年第17期実績に関するご報告」より作成

ES CON FIELD HOKKAIDO（北海道ボールパーク F ビレッジ）

- 札幌市中心部・新千歳空港からともに40分程度の北広島市に新設された、**これまでにない観戦体験・臨場感**にこだわった球場。
- 開業から1年で総来場者数は約350万人、**野球観戦以外の目的でも約150万人が来訪**。
- スタジアムのみならず、商業施設や宿泊施設、飲食施設、子どもの遊び場、学習施設などが整備されている。
- 今後、JR新駅新設や大学移転等も予定。
- 単なる**スポーツ観戦にとどまらない、試合のない日も楽しめる行楽地**から、さらに**多くの人が集い、ともに夢や理想を実現していく、新たな街づくり**を目指している。

エスコンフィールドHOKKAIDO（北海道ボールパークFビレッジ）の開業効果

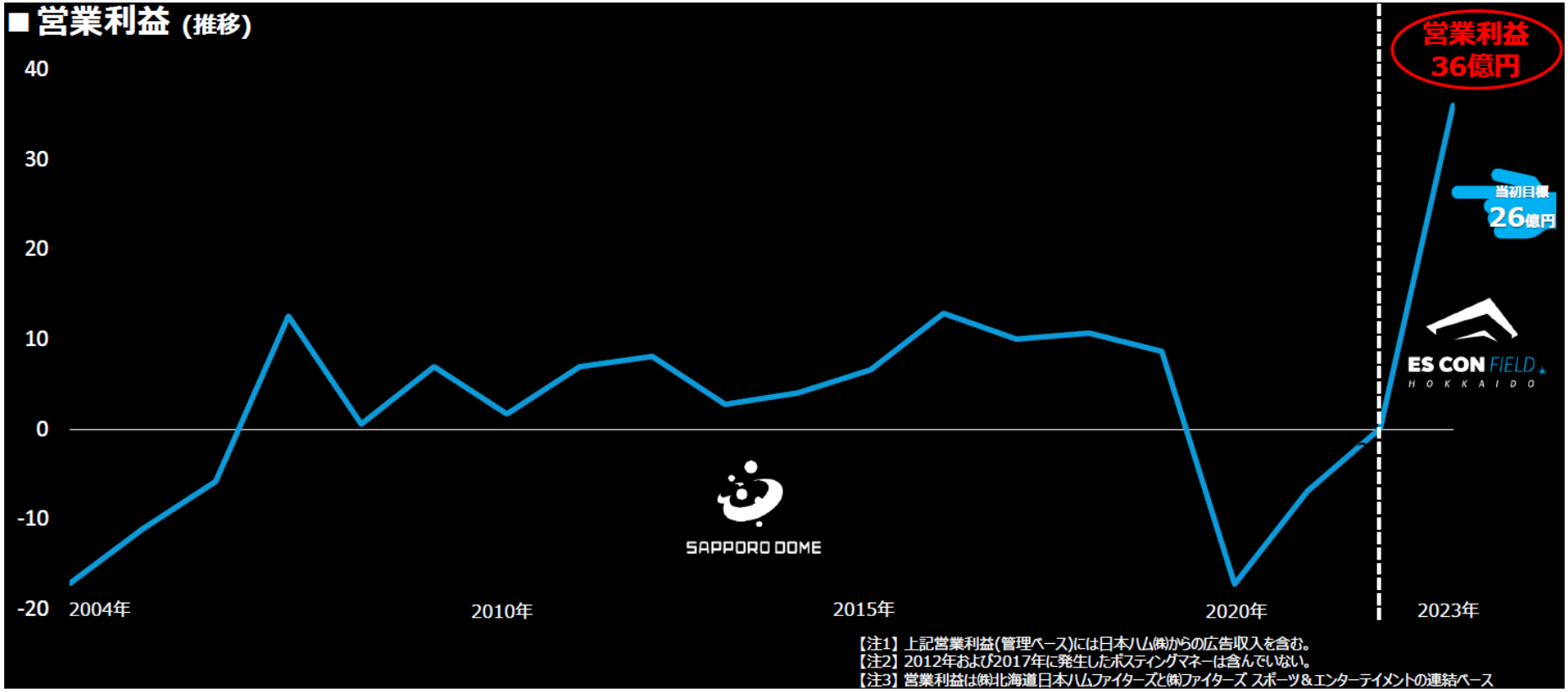
- エスコンフィールドHOKKAIDOを中心とする北海道ボールパークFビレッジの開業により、ファイターズ スポーツ＆エンターテイメントの売上は、開業前の157億円から251億円と大幅増加（約1.6倍）
- コロナ前2019年との比較では増収の要因として広告収入（約1.8倍）、チケット収入（約1.5倍）が大きく伸びたのみならず、従来札幌ドーム時代はゼロであった飲食収入、不動産収入も加わっているとの発表。



【出所】日本ハム株式会社　IRイベント資料　2024年3月期　IR DAY（2024年2月28日）
第2部　北海道日本ハムファイターズ ～ボールパークプロジェクト～
https://www.nipponham.co.jp/ir/library/events_materials/pdf/20240228_02.pdf

エスコンフィールドHOKKAIDO（北海道ボールパークFビレッジ）の開業効果

- 営業利益は札幌ドーム時代と比べ大幅に増加。当初想定26億円を大幅に上回ったとの発表。利益率の高い広告収入のほか、非試合日の来場人数が、グッズ・飲食等の収入と営業利益を押し上げたとのこと。
- 2023年の総来場者数約350万人のうち、道外からの来場者は約3割（海外からの来場者も）。試合のない日も含めて人を集める「行楽地化」しているとの分析。



【出所】日本ハム株式会社　IRイベント資料　2024年3月期　IR DAY（2024年2月28日）
第2部　北海道日本ハムファイターズ ～ボールパークプロジェクト～

https://www.nipponham.co.jp/ir/library/events_materials/pdf/20240228_02.pdf

北海道ボールパーク F ビレッジによってもたらされる統合的価値の分析事例

- 三菱UFJリサーチ&コンサルティングが、三菱UFJ銀行、株式会社ファイターズ スポーツ&エンターテイメント、北広島市の協力を受けて作成した北海道ボールパークFビレッジが地域や北海道・関連するステークホルダーに対してもたらす統合的価値に関するレポートでは、開業の結果、経済効果は周辺地域（北広島市）のみならず、北海道全域にもたらされ、また事業参画パートナーへのビジネス創出機会が生まれていることに加え、様々な社会的価値も創出されている、との分析が示されている。

F VILLAGE がもたらす統合的価値

	経済的価値		社会的価値	
地域に	①経済活性化	北広島市への経済直接効果 **年間500億円超**	⑤居住地としての魅力向上	F VILLAGEでの生活基盤整備や周辺の住宅整備による **人口減少トレンドの反転**
			⑥観光地・行楽地としての魅力向上	道内から北広島市への来訪者数 **年間約250万人**
	②不動産価値上昇	周辺地価の上昇率 **最大150%以上**		道外から北広島市への来訪者数 **年間約100万人**
北海道に	③経済活性化	北海道への経済効果 **年間約1,000億円**	⑦観光業振興	自治体連携・周遊型企画による北海道全域の **観光客数底上げ**
			⑧産業・イノベーション促進	キャッシュレス・モバイルオーダーなどの新たな **ソリューションの実証**
ステークホルダーに	④ビジネス機会創出	パートナーシップに基づく **多様な施設開発**	⑨スポーツ産業におけるモデルケース	F VILLAGEビジネスモデルの **他地域・施設への波及**

【出所】三菱UFJリサーチ＆コンサルティング「北海道ボールパークFビレッジによってもたらされる総合的価値評価レポート」

北海道ボールパークFビレッジが共創により目指す、経済的価値にとどまらない社会的価値の創出

- 北海道ボールパークFビレッジは、産官学との様々なパートナーシップにより、運営会社の利益にとどまらない社会的価値の創出に取り組み、「持続可能なまちづくり」を目指している。
- また2023年12月には、運営会社ファイターズ スポーツ＆エンターテイメントは、不動産デベロッパーの日本エスコン、デジタル領域中心に活躍するDeNAとともに新会社を設立。Fビレッジの開発含め、スポーツ・エンタメを活用した「まちづくり事業」に従事していくと発表。

Fビレッジは、プロジェクトに賛同する産官学様々な「パートナーシップ」による「持続可能なまちづくり」を目指す。特に、将来を担う「子供」の多様な選択肢と成長に寄与する活動に注力していく！

- **小学生以下のエスコンフィールド入場無料化**
- 様々な年齢の子供が安全に遊べるエリアを球場内外に設置、育成プログラムも整備
- 地域社会課題を学ぶ場や職業体験の場（球団事業、試合運営の疑似体験など）の提供
- 様々な食育活動　など

- **有事の際の防災拠点、地域の広域避難場所としての機能保有**
- 子供から大人まで、あらゆる世代の人々が集い交流する空間、コミュニティ育成の場の整備
- EVバスを活用した拠点間輸送の整備
- 施設内作業車両にEVを積極導入

- **行政機関・圏域自治体・企業・学識経験者が一体となった「オール北海道ボールパーク連携協議会」のテーマ別分科会による課題解決推進**
- 産官学隔たりなく、連携・協業し、汎用型価値創出を目指した事業の推進

・多様性を尊重した雇用の創出
・柔軟な働き方の実践
・効率的なエネルギーの活用
・Fビレッジ内全エリアでの分煙　ほか　様々な取組みを模索

【出所】日本ハム株式会社　IRイベント資料　2024年3月期　IR DAY（2024年2月28日）
第2部　北海道日本ハムファイターズ ～ボールパークプロジェクト～
https://www.nipponham.co.jp/ir/library/events_materials/pdf/20240228_02.pdf

最近のスタジアム・アリーナをめぐる動き

- 東京都が募集していた「築地地区まちづくり事業」においても、大規模スタジアムを中心としたプロジェクトが選定。

◎計画のポイント

- **５万人収容の大規模集客・交流施設（マルチスタジアム）を中心に、健康長寿社会に向けた「ウェルネスイノベーション」「食・体験・にぎわい」「迎賓・ホスピタリティ」の３つの主要機能を導入し、東京の国際競争力を強化**
- 日本が世界に誇る食や文化・芸術を継承・発展させ、築地の歴史と特性を生かした観光都市としての東京の魅力を向上
- 浜離宮恩賜庭園や隅田川といった周辺資源を生かした合計約 10 万㎡の都内有数のオープンスペースを整備し、こどもからお年寄りまで多くの人が集い、寛ぎ、様々なアクティビティを楽しめる空間を整備
- 陸・海・空のモビリティが乗り入れ可能な広域交通結節点を整備し、築地場外市場と連動したにぎわいと交流を促進
- 最先端の環境技術を活用したカーボンニュートラルの達成、多様な環境配慮の取り組み
- ＜風の道、太陽光発電、緑化（緑被率約 40%）、水素ステーション、バイオガス発電等＞

◎基本事項

所在地：東京都中央区築地五丁目及び築地六丁目各地内
活用都有地面積：約 19 万㎡
総延床面積：約 117 万㎡
総事業費：約 9,000 億円
開業時期：2030 年代前半以降（一部施設は 29 年度に先行開業）
主要建物：**大規模集客・交流施設（マルチスタジアム）**、ライフサイエンス・商業複合棟、MICE・ホテル・レジデンス棟、舟運・シアターホール複合棟など合計 9 棟
陸・海・空を結ぶ次世代型交通拠点
・東京駅と臨海部を結ぶ臨海地下鉄の新駅、首都高晴海線出口と接続
・空飛ぶクルマの実用化を見据えたポート
・隅田川沿いに、観光・通勤の舟運ネットワークの拠点となる舟運施設
・次世代モビリティやバス、タクシー等が乗り入れる交通ターミナル

① 大規模集客・交流施設（マルチスタジアム）
世界屈指の可変性と多機能性を備えた約 5 万人（用途に応じて 2 万～5 万 7000 席に可変）
収容の屋内全天候型施設

＜超可変性＞可動席と仮設席を活用し、**用途に応じてフィールドと客席が形を変え、スタジアム、アリーナ、劇場、展示場へと専用化する超多機能施設（想定イベント：ラグビー、野球、サッカー、バスケットボール、ｅスポーツ、MICE、音楽ライブ、コンサート、演劇等）**

＜本物の臨場感と高揚感＞場面転換によって最適な観戦・体験環境を整え、最先端のデジタル技術と音響・演出装置によって、最高の臨場感、高揚感、没入感を提供

＜迎賓・ホスピタリティ＞多様な VIP ルーム、国内最大規模のラウンジによるワールドクラスの迎賓機能

＜ユニバーサル＞性別、年齢、障がいの有無を問わない「感動体験の共有」を基本理念に、多数の常設車イス席、視覚・聴覚障がい者向け音声・文字情報サービス、センサリールーム、クールダウン室等を導入

② ライフサイエンス・商業複合棟

③ MICE・ホテル・レジデンス棟

④ 舟運・シアターホール複合棟

⑤ ⑥ホテル棟

⑦ レジデンス棟

⑧ オフィス・レジデンス棟

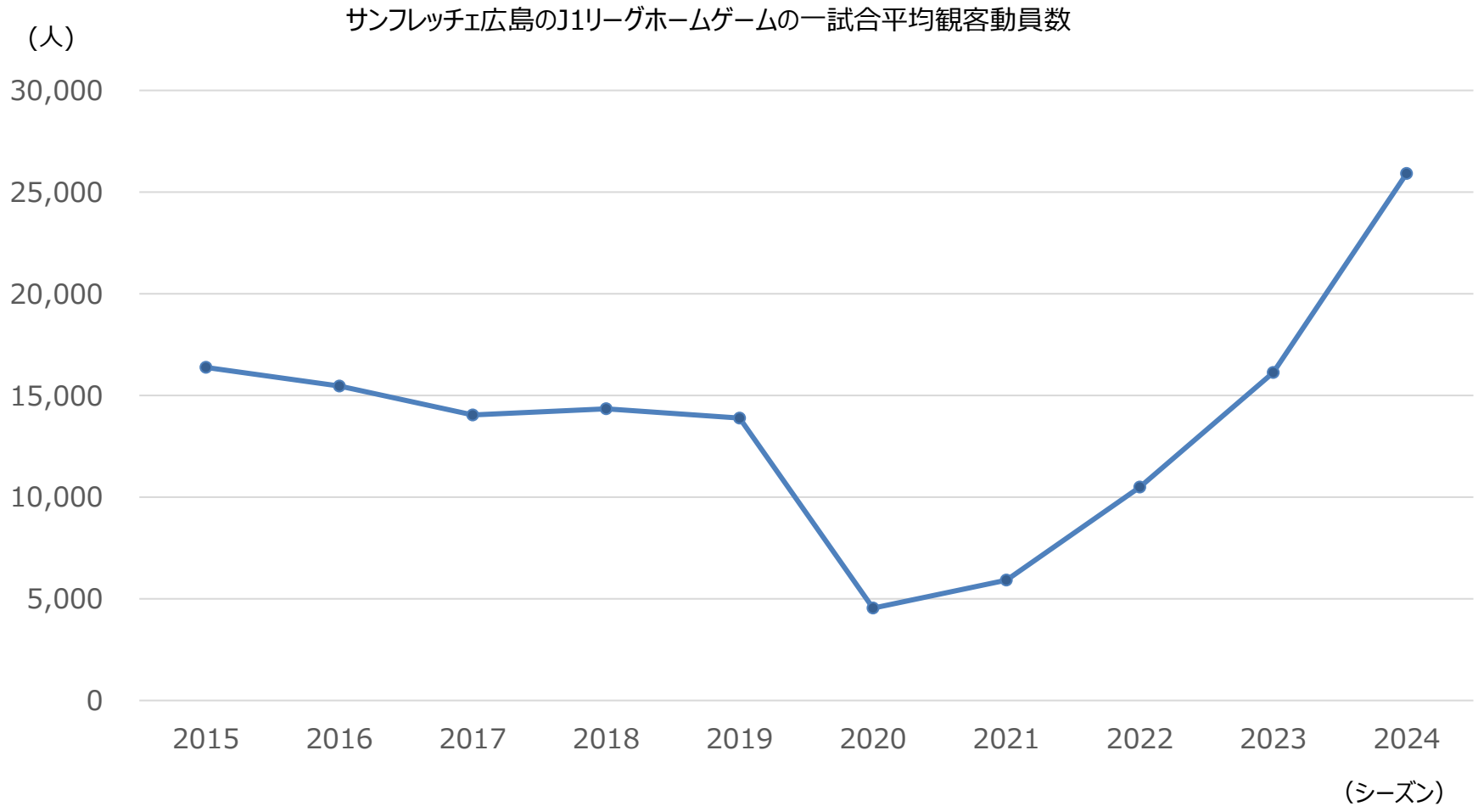
⑨ オフィス棟

【出所】2024 年 4 月 22 日　三井不動産・トヨタ不動産・読売新聞グループ本社『東京都が募集する「築地地区まちづくり事業」の事業予定者に選定』

最近のスタジアム・アリーナをめぐる動き

まちなかスタジアムであるエディオンピースウィング広島の開業効果

J1サンフレッチェ広島のホームゲームの一試合平均観客動員数は、コロナ前は概ね１万５千人前後であったが、本年２月の広島市中心部にある新スタジアム開業以来、2024年シーズンは現在のところ約2万6千人となっており、観客動員数は大きく増加している。



【出所】J. League Data Site (j-league.or.jp)

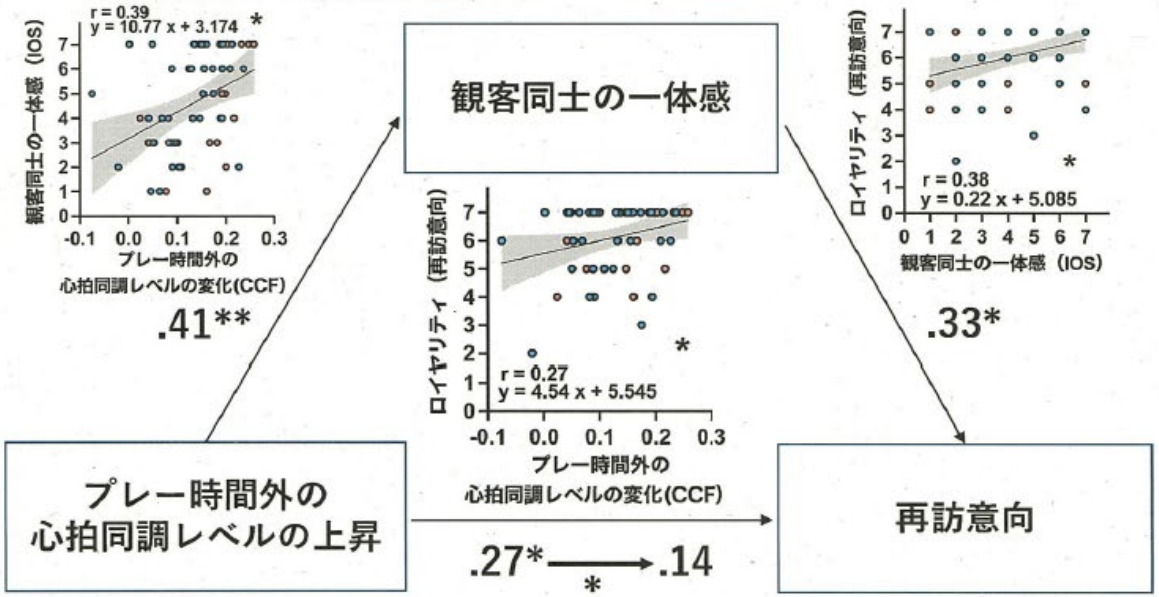
「みるスポーツ」が観客にもたらす効果に関する、最近の研究成果の例

- 最近のスポーツ庁の研究プロジェクトでは、スポーツ観戦経験が、観客同士の一体感を高め、再訪意向を促進する効果が示され、地域住民の一体感の創出や、観戦の習慣化、出かけるための身体活動の促進、ひいては心身の活力・健康増進にもつながる可能性を示唆する研究もある。

プレー時間外の心拍同調レベルは、観客同士の一体感を高め、再訪意向を促進する

「プレー時間外の心拍同調レベル上昇」、「観客同士の一体感」、「再訪意向（また来たい意欲）」3要因の媒介分析

みるスポーツ



* $p<.05$　** $p<.01$

プレー時間外の心拍同調レベルは、観客同士の一体感を高め、再訪意向を促進する。
観客同士のプレー外での交流が観戦の習慣化を生み出す主要因であるといえる。

【出所】木越清信・松井崇（2024）「スポーツ観戦が観戦者の健康増進、well-beingおよびスポーツ実施に及ぼす影響」
スポーツ庁　Sport in Life推進事業「スポーツ実施率の向上に向けた総合研究事業」コンディショニングに関する研究
(3)スポーツの価値を高めるための運動・スポーツが身体に与える影響に関する新たな研究促進と医学的知見の集積に向けた調査研究

「みるスポーツ」が観客にもたらす効果に関する、最近の研究成果の例

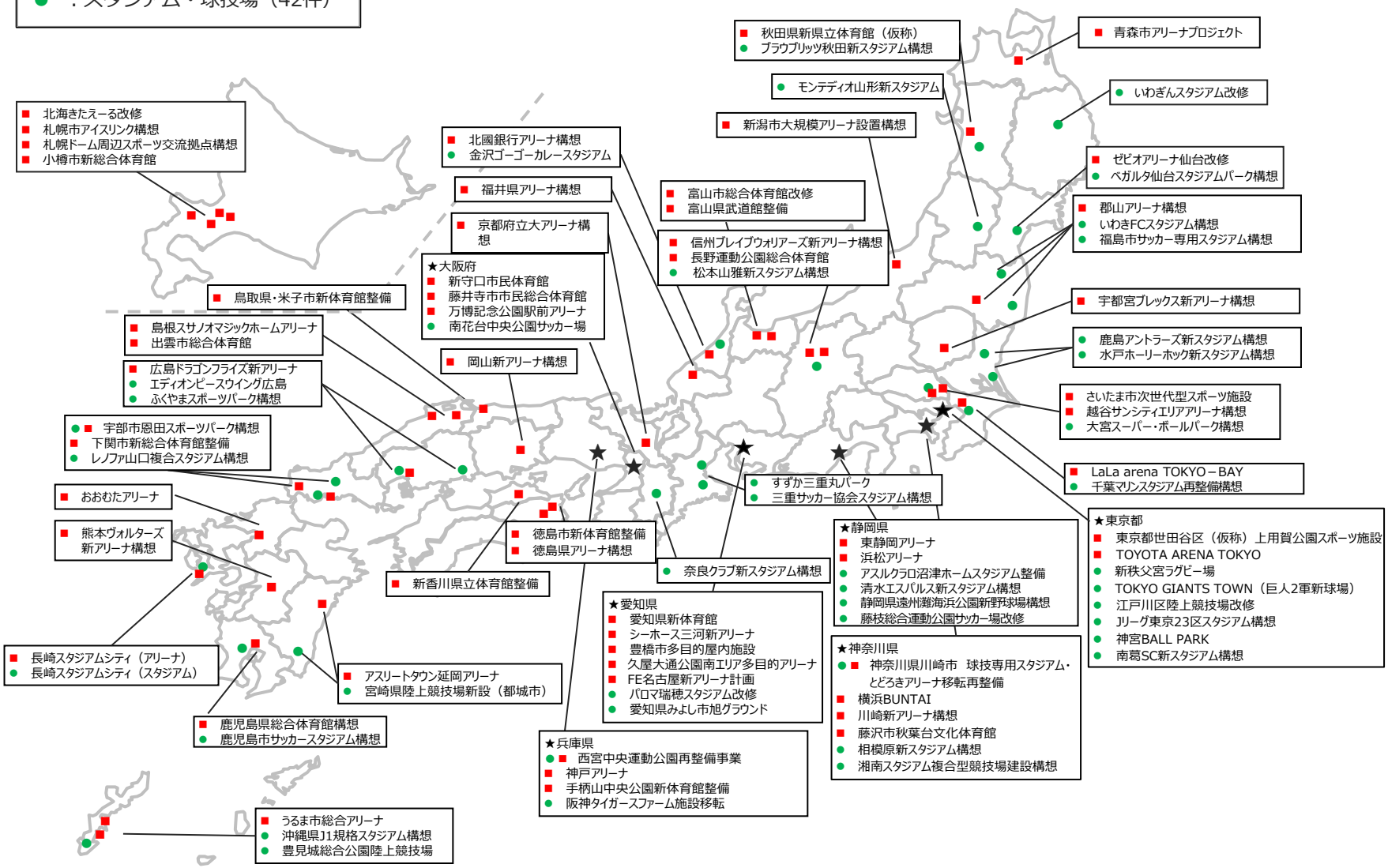
みるスポーツの効果：心拍同調と一体感を高め、面白さと再訪意向を促進する

**みるスポーツが選手や観客との絆形成を促進し、孤独解消に役立つ可能性が初めて示唆された。
また、再訪意向の高まりは、観戦の習慣化や出かけるための身体活動性を促進し、
結果的に心身の活力・健康増進に繋がる可能性もある。**

【出所】木越清信・松井崇（2024）「スポーツ観戦が観戦者の健康増進、well-beingおよびスポーツ実施に及ぼす影響」
スポーツ庁　Sport in Life推進事業「スポーツ実施率の向上に向けた総合研究事業」コンディショニングに関する研究
(3)スポーツの価値を高めるための運動・スポーツが身体に与える影響に関する新たな研究促進と医学的知見の集積に向けた調査研究

全国のスタジアム・アリーナの新設・建替構想　（2024年1月時点）

■　：アリーナ・体育館（55件）
●　：スタジアム・球技場（42件）



※各種報道資料等を基にDBJ（日本政策投資銀行）が作成した資料に、スポーツ庁が把握した情報を追加

3. スタジアム・アリーナ整備・活用における望ましい方向性・期待される役割

- 最近のスタジアム・アリーナの好事例や、今後のデジタル化、少子高齢化・人口減少等の環境変化も踏まえると、スタジアム・アリーナやそれを運営・活用する各スポーツクラブは今後、以下のような役割を果たしていくことが期待されるのではないか。

- スタジアム・アリーナは、単なるスポーツ施設ではなく、エンタメ興行やビジネス、都市住民の健康づくり、防災などの拠点としての役割も担い、**年間を通じてまちに人を集める核となる**ことが期待される。

- 住民に愛されるスポーツクラブのホームスタジアム・ホームアリーナとして、**住民の心の拠りどころとなり、住民の一体感や幸福感（ウェルビーイング）、地域への愛着を高める**一方、**まちのシンボル**として、各都市の魅力や特色、価値観などの**発信拠点**にもなり、また今後は、**デジタル技術を活用**し、リアルで集う人々の行動の分析等をも図ることができ、**定住人口や交流人口の増加**、**消費の拡大**、**ビジネス交流や共創の拡大**、**まちの価値の上昇**、**地域経済の発展**、**社会課題の解決**などにつながることが期待される。

- また、単に施設といったハードを整備するのみならず、**地元のプロスポーツと地域・企業とがまちづくり・地域活性化を意識して連携を深め、価値を共創**していくことが、スタジアム・アリーナの効果を高める上で、より一層重要であると考えられる。

4. 今後の官民による取組について（意見交換）

スタジアム・アリーナの整備、活用等については、昨年の中間報告でも、以下のような方向性・取組が示されているが、今後官民で、更にどのように取組を進めていくことが重要と考えるか。

例えば、以下のようなことが考えられるがどうか。

- スタジアム・アリーナ改革の継続、整備の推進
- スポーツ単体で稼ぐのではなく、エンタメやビジネスイベント等での多目的利用、商業・飲食・宿泊施設等の整備との連携・複合化、まちなか立地等による、スタジアム・アリーナを核としたまちづくり・地域活性化という考え方の一層の浸透
- 特に、まちづくり・地域開発や、パートナー企業等との共創によるイノベーションの創出、デジタル技術やスポーツホスピタリティの活用、インバウンド誘致等の、最新の事例、効果等の発信。関連施策との連携促進。
- スタジアム・アリーナというハードだけでなく、プロスポーツクラブ自体も、まちづくり、地域開発、地元企業や住民との交流等への一層の関与
- スタジアム・アリーナやプロスポーツクラブの活用について、スポーツ振興政策以外での位置付け強化・意義の発信（地域振興・まちづくり、観光振興、産業振興等）
- スタジアムとアリーナとの違いや、より人口の少ない地方部への整備についての考慮

昨年の中間報告の内容

〇方向性
- スタジアム・アリーナを核としたまちづくりの更なる推進
- 収益モデルの確立と多様な価値の創造
- 民間資金の活用、公民連携の促進

〇具体的な取組
- 2025年までのモデル拠点の拡大
- スタジアム・アリーナ改革ガイドブックの改訂
- スポーツを「みる」施設と「する」施設の位置付けの明確化
- 施設投資拡大のための経済的価値と社会的価値の定量化
- 制度的な仕組みづくりを含めた民間投資促進策の検討