

【スポーツ未来開拓会議】

スタジアム・アリーナを起点とした
持続可能な地域・社会づくり

スタジアム・アリーナ改革の現状

01

- スタジアム・アリーナの効果創出における構造と海外事例の傾向
 - 国内スタジアム・アリーナの現状と課題
-

目指すべきスタジアム・アリーナの日本型モデル

02

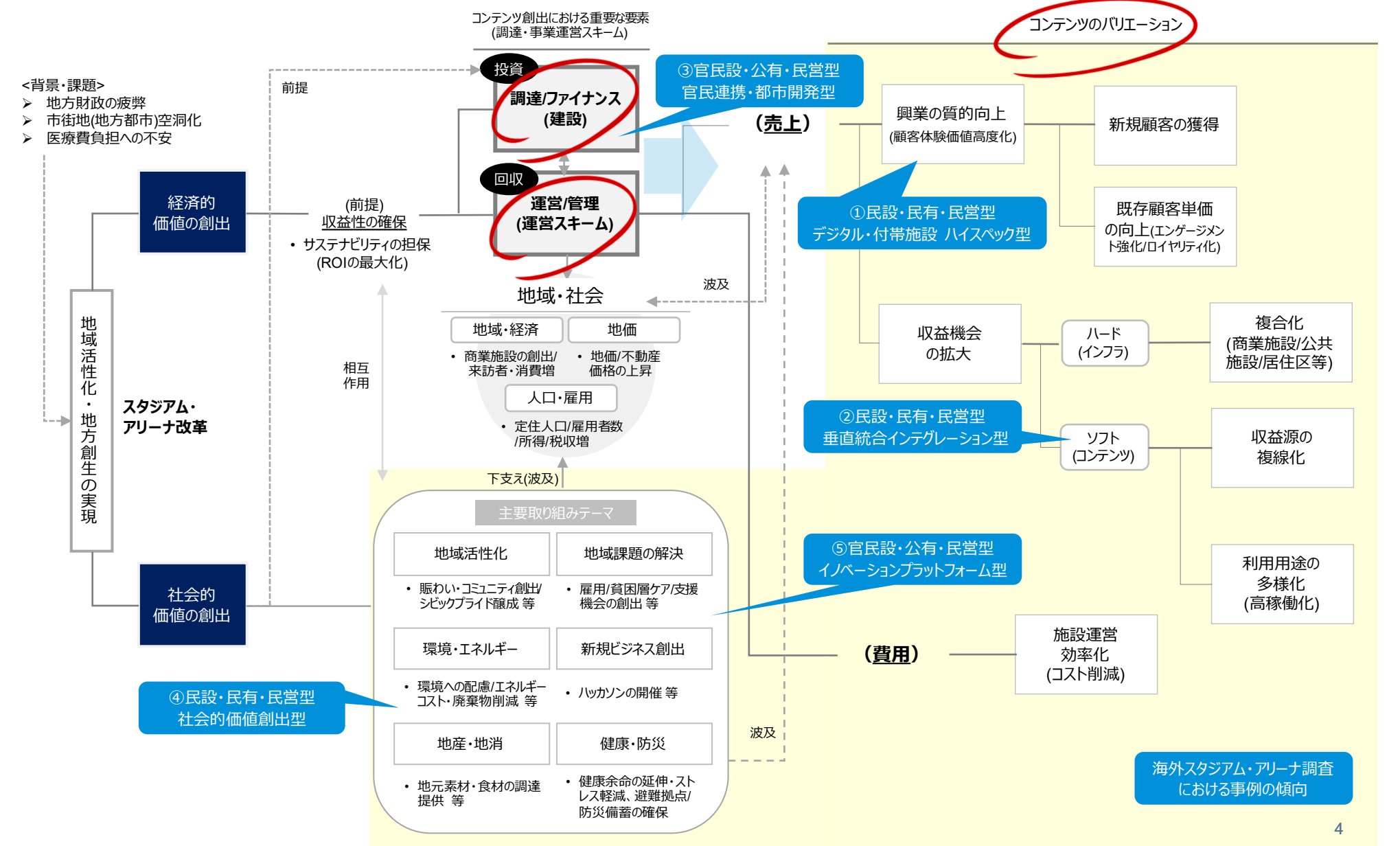
- 今後の日本型スタジアム・アリーナモデル像とは
-

※本資料はスポーツ庁の令和4年度「スポーツ産業の成長促進事業 スタジアム・アリーナ改革推進事業（コンテンツの事例集作成等）」において作成

01 スタジアム・アリーナ改革の現状

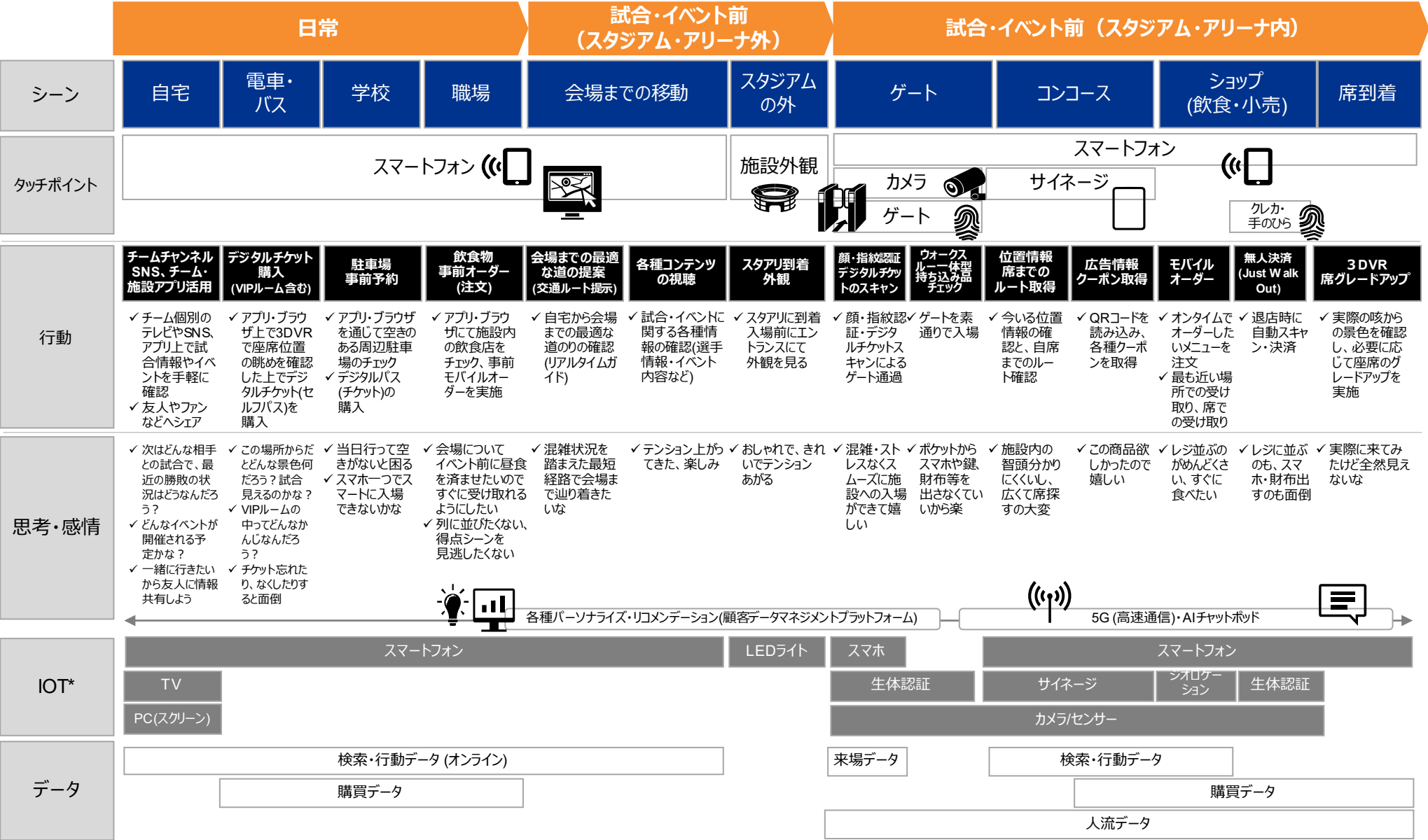
スタジアム・アリーナ効果創出における構造マップ

下記はスタジアム・アリーナの効果創出の要素を構造化したマップである。主要な観点として、ファイナンス、運営/管理スキーム、創出ソフトコンテンツが挙げられる。



顧客体験価値高度化 ～カスタマージャーニーイメージ (1/3)～

抽出した各事例から、現状のデジタル技術をフル活用した場合のスタジアム・アリーナ内/外での顧客体験は下記のようなイメージとなります。



*主なものを概要レベルで記載

顧客体験価値高度化 ～カスタマージャーニーイメージ (2/3)～

抽出した各事例から、現状のデジタル技術をフル活用した場合のスタジアム・アリーナ内/外での顧客体験は下記のようなイメージとなります。

	試合・イベント前（スタジアム・アリーナ内）				試合中・イベント中			ハーフタイム・休憩中		
シーン	トイレ	ファンズ ステーション	メインピッチ・ ステージ	ベッティング バー	自席 / 会場外			メインピッチ・ステージ		
タッチポイント	スマホ 	ファンズステーション インタラクティブ ターミナル ミュージアム(ホログラム) 	ビジュアル スクリーン 音響・照明 		スマートフォン 大型スクリーン 			ビジュアルスクリーン 音響・照明 		
行動	トイレの効率的 活用	エンタメ体験	スタア演出 (ショー)	スポーツ ベッティング	即時リプレイ映像 選手パフォーマンス 統計確認	3D映像の視聴 (3次元仮想現実空間)	ライブストリーミング	ライブコマース キャッシュレス決済 (ECプラットフォーム連携)	メッセージ配信 サービスの利用	スタア演出 (ショー)
	✓ トイレの場所、 混雑状況、 空きトイレへの ルートの確認	✓ 様々な技術を具備した ミュージアムでビデオ、 クイズ、インタラクティブな デジタルゲームを通じて クラブの歴史・価値観を 楽しみながら感じる ✓ 仮想現実美での選手との 写真撮影、競技体験等	✓ 試合・イベント前に、 会場を盛り上げる 演出ショーの鑑賞	✓ スポーツの 結果を予測し、 その結果に 賭ける	✓ 見逃したプレーや 自席からでは見え にくいシーンをスマ ホや大型ビジョンで 明確かつ高クオリ ティで確認できる	✓ リアルが3D化され メタバース上で視 聴することができる ことで、自身が見た い様々なアングル でプレーを楽しむ	✓ リアルタイムで試合 やイベントの実況 中継を視聴する	✓ 試合・イベント中 関連する商品(限 定品等)をECサイ トから購入する	✓ 結婚のプロポーズ、 謝辞などをサブライ ズで伝える	✓ ハーフタイム、休憩 中に会場を盛り 上げる演出ショー の鑑賞
思考・感情	✓ トイレはどこに あるんだろう、 混雑しているこ ろに長時間 並びたくない ✓ 試合が始まっ てしまう	✓ 試合までまだ時間ある し、子供や友達と楽し める場所はないかな ✓ もっとこのチームのこと について知りたいな	✓ 試合・イベント前 にテンションあがる	✓ 予想当たったら 嬉しい、試合の 結果が楽しみ	✓ さっきのシーンもう 一度見たい、よく 見えなかった	✓ リアルよりも更に没 入感をもってプレー を視聴したいな	✓ やっぱ素人には実 況があった方がよ り楽しめるかもしれ ない	✓ ちょうどこの商品欲 しかったのだよね、 限定品ならさっそく 今買ってしまう	✓ セっかくなのでサプライズ して相手を驚かせたい、 いい思い出を作りたい	後半戦が待ち遠 しい、合間の時間 でテンションが下 がらないような催しを してもらえて嬉しい
IOT*	スマホ	タッチスクリーン VR RFID	プロジェクションマッピング LEDディスプレイ 3Dアニメーション リボンディスプレイ	ベッティング システム	HDカメラ・ディスプレイ ビデオボード	メタバースPF	スマートフォン	ビジュアルスクリーン	プロジェクションマッピング LEDディスプレイ 3Dアニメーション リボンディスプレイ	
データ	検索・行動データ(オンライン)	利用履歴・計測データ		購買データ	検索・行動データ (オンライン)			視聴履歴	購買データ	人流データ

*主なものを概要レベルで記載

顧客体験価値高度化 ～カスタマージャーニーイメージ (3/3)～

抽出した各事例から、現状のデジタル技術をフル活用した場合のスタジアム・アリーナ内/外での顧客体験は下記のようなイメージとなります。

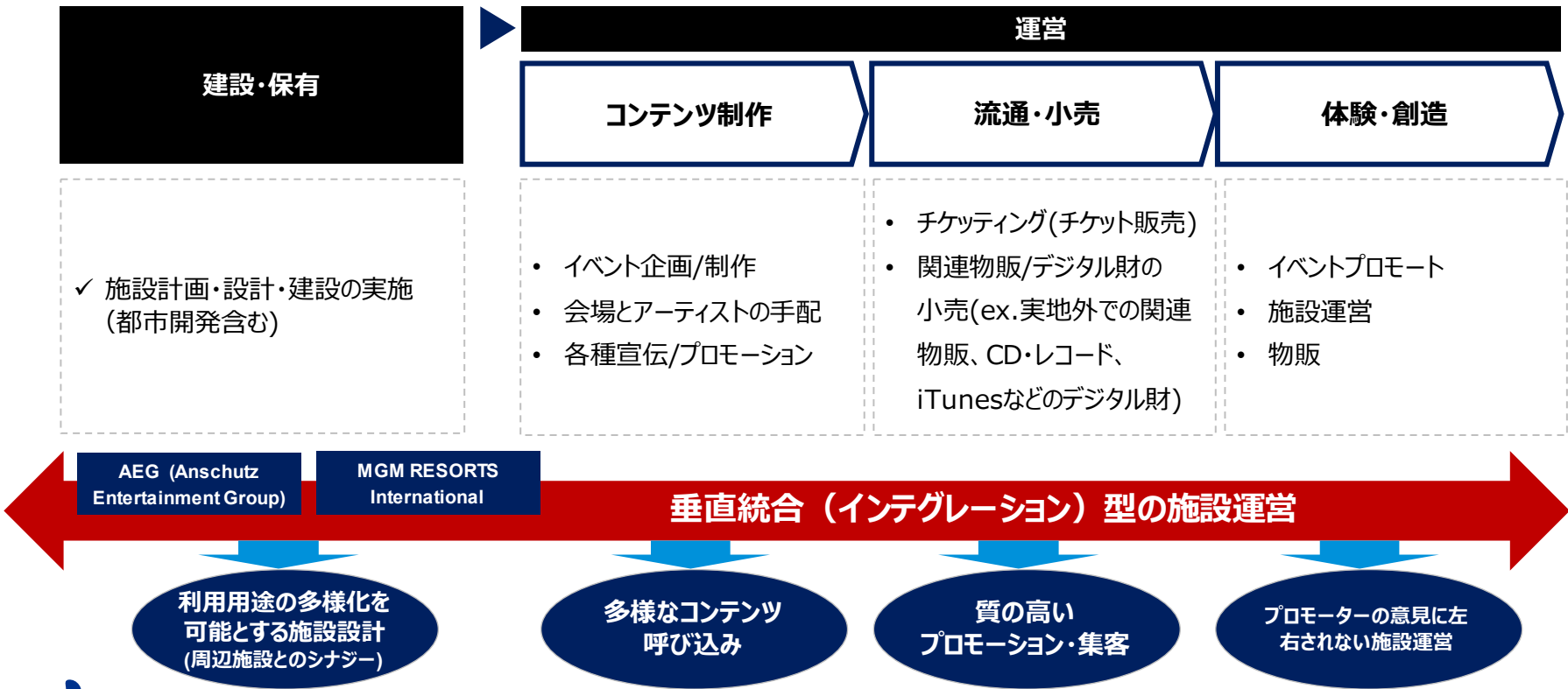


*主なものを概要レベルで記載

利用用途の多様化 ～垂直統合（インテグレーション）型の施設運営～

海外事例として、T-MobileアリーナではJVとして設立したLas Vegas Arena Companyを中心に垂直統合（インテグレーション）型の施設運営を実現している。施設運営上関わるステークホルダーを内包化することで、スピード感と柔軟性、クオリティを担保した施設運営を可能としている。

イベント開催までのバリューチェーン



バリューチェーン統合化により、取引・時間コストの低減し、価値創造プロセスの迅速かつ、柔軟なコントロールが可能としている

国内スタジアム・アリーナの現状と課題認識

現在の国内スタジアム・アリーナを鑑みた時に、クオリティの高いコンテンツを創出を阻害している3つの大きな課題は下記のとおりである。

国内スタジアム・アリーナ

【現状】

- ❑ 既存のスタジアム・アリーナの多くはスポーツ振興や公共の福祉の増進という公共サービスを市民に提供するという意味合いから、その多くが公園内に併設されている。
- ❑ 指定管理者制度が進んだとはいえ、約5割~7割の運営は公の色合いが強い公益財団・一般社団法人等が担っている状況であり、コンテンツホルダーであるホームチームが単体で運営を担っているケースは2割を下回っている。
- ❑ 民間所有はごく僅かであり、公園内施設であることもあいまって自治体側との協定上の制約、公園条例・景観法、共同事業体他企業との力関係等もあることから、スタジアム・アリーナ単体での自由な運営が制限されている。



海外スタジアム・アリーナ(最先端事例)の傾向

- ✓ 収益性、多目的利用を見越した、コンテンツホルダー(ホームチーム)を含む民間企業の積極的な建設(立地選定・出資・設計)への関与
- ✓ コンテンツホルダー(ホームチーム)もしくは、民間企業の積極的な所有、公所有であっても自由度の高い運営の担保(独立採算制等)
- ✓ コンテンツホルダー又は、大手エンタメ会社/大手スポーツ施設運営会社等による垂直統合型施設運営(もしくはパートナーシップ契約での積極的な関与)

課題認識

施設立地の特殊性と多目的活用が難しい施設設計

- そもそも公による建設時の運営目的(市民の健康増進が主)が異なるため、多目的利用に対応しておらず、海外に比べ低スペック(コスト抑制)。
- 公園内設置により、運動施設の敷地面積の上限/広告宣伝についての細かな制限(顧客快適性の向上難/キャッシュ獲得の抑制)。

運営者の構造的なインセンティブ・ノウハウの欠如

- 運営の多くに公益財団・一般社団法人等が絡んでいるが、あくまで快適な公共サービスを市民に提供するという名目の下、公園全体の管理に目を向けているため、スタアリ単体で集客性を上げ収益性を担保していくというインセンティブが働かず。
- また、例え実行に移そうとしても、クオリティの高いコンテンツを生み出すノウハウやスキル・ネットワーク等を保持していないこと、そもそも立地・施設条件が良くないことから、協力パートナーが現れない。

公所有による運営自由度の低さと指定管理者のモチベーションの低下

- 一定の日数を地域住民利用向けに開放することが求められる興行日数の制限により、コンサート他 様々なイベントを企画する際のスケジュール調整が難しいことや、実施可能な自主事業の内容・範囲に制限が発生、所有者である自治体(市議会等)に様々な観点で都度承認を受ける必要がある。
- 一般的には指定管理の契約年数が3-5年と短い場合が多く、設備投資、周辺エリアの開発を含む長期的な投資インセンティブが生まれにくい。
- イベント等の開催により売上の向上や、黒字化を実現した場合、補助金や指定管理料を減額されるケースや、広告収入等新たな売上を獲得した場合に所有者への支払いが発生するケースなど、リスクとコストをかけてコンテンツを創出するメリットが見出しにくい。(非独立採算制による自由度の低下)

国内スタジアム・アリーナにおける課題における6つのポイント

スタジアム・アリーナキャパシティ

- 立地(都心部・地方)関わらず一定
- J1(15,000人以上)、J2(10,000人以上)
- B1(5,000人以上)、B2(3,000人以上)

自己資金、立地特性を背景
とした自立経営の限界

運営主体(事業スキーム)

- 自治体所有前提による自由度の低下
- 指定管理料享受、自主事業収益(非独立採算)納付義務によるコンテンツ創出インセンティブの低下
- 共同事業体構成における公派生の公益財団・一般社団法人による運営(公園内管理)
※官民連携等のスキームであっても、施設立地が好立地の場合は上記の限りではない

運営者・自治体の関係性

- 指定管理制度の制度設計上の問題というよりも、自治体、運営者の主従関係、自治体担当者による解釈上のGAP(ガイドライン等の必要性)
- 自治体内(文化・スポーツ/環境/税関連部)における一貫性の欠如、セクショナリズムの横行(結果運営者側の過度な負担)

資金調達(ファイナンス)

- 官民連携(税投入)の場合、その施設(チーム)があることで何が起こるのか、一貫性のあるミッション・ビジョンを描くことが難しく、投資を呼び込みづらい(公共施設の意味合いが抜けない)
- 企業版ふるさと納税について、税務当局への申請・承認プロセスが非常複雑かつ煩雑、大きな負担
- TIF(Tax Increment Financing)やBID(Business Improvement District)などのまちづくり融資の法的実現困難性
- ESG・SDGs投資(融資)など、民間・善意の第三者を引き込む仕掛け(ex.サステナビリティリンクローン、援助を行った企業は社会貢献事業として減税するなど)の検討
- 社会的価値の明確(指標)化を前提とした、ソーシャルインパクトボンド(SIB)の更なる活用

法制面/税制面(建築・運営時)

- 税制面など民間企業が建設・保有する前提となっていない
- <建設時>
 - ・ オーバースペック(スタジアムはホールなど完全室内空間の大型施設と同じ基準 ex.消防法スプリンクラー設置基準等)
 - ・ 大店立地法による駐車場設置義務(膨大な量の常設義務)
 - ・ 寄附、ふるさと納税等で調達した資金の事務費利用の制約(あくまで建築費のみに厳格に適用、その他の用途は使用不可、調達側に特種の減免措置等なし)
- <運営時>
 - ・ 修繕費の積立について損金算入でまず税金(35~40%)の対象としているため、大規模修繕費として積み上げられない
 - ・ 建築基準法において、建築後から新規付帯施設の建設が困難(仮設型テントでも常設建築物に対する建築基準法が同様に適用、また自治体ごとに条例基準異なる)
 - ・ 公園条例、野外広告物条例、景観条例等に伴う掲載広告の規制(協賛ハードルが高くなる)

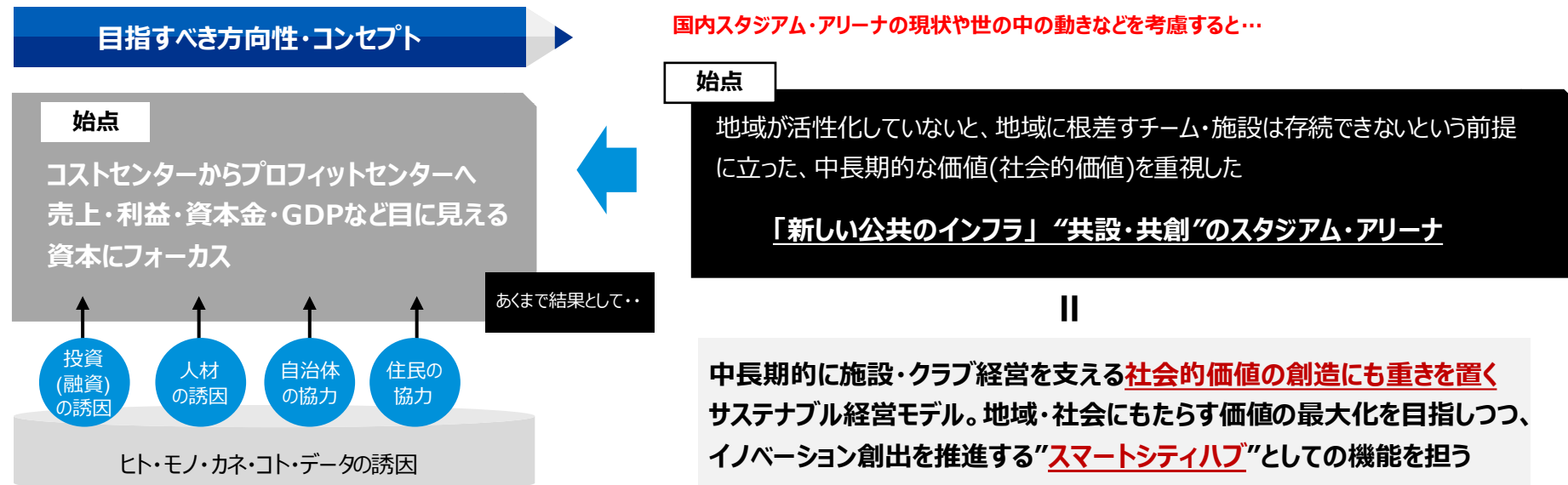
人材・ケイパビリティ

- 自治職員のローテーション等によるナレッジ・ノウハウの蓄積が上手く進んでいない
- 施設の整備、運営・マーケティング・財務管理(ファイナンス)・契約等を包括的且つ専門的にマネジメントできる知見を持った人材の欠如(自治体職員、ホームチーム施設管理担当者)

02 目指すべきスタジアム・アリーナの 日本型モデル

スタジアム・アリーナの日本型モデルの方向性・コンセプト

「施設を収益化するためにどうするか」が始点ではなく、あくまで「中長期的な社会的価値の創造」に重きを置き、自立自営が可能なキャパシティにて一貫性のある経営を推進することこそが、サステナブル且つ、結果的にヒト・モノ・カネの集積とプロフィットセンター化の実現に近づく考え方である。それを実現していくために、資金調達面での選択肢拡充・法制面・税制面での規制緩和・税制優遇等を更に推し進めていく必要がある。

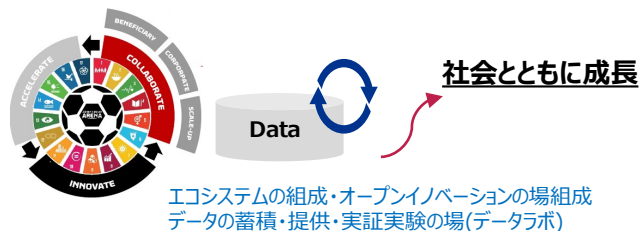


 今後のスタジアム・アリーナのあるべき方向性とは、スポーツを中心に動かすのではなく、その地域がこれまで行ってきたこと、必要として
いることと関連付けることで共感してもらえるヒト・企業を増やし、その地域にとってなくてはならない”インフラ”になることを目指すべき。

 自立・自営を前提とした、一貫通貫性のあるビジョン・ミッションにもとづき、現在の収益より、ステークホルダーからの信頼を大切にす
ることが、結果として経済的利益に繋がる最短の道。ただスタジアム・アリーナを建設したら活性化するという考え方ではなく、その地域の
住民、企業、自治体に向けどれだけ共感を得られるか、自分達がいることで、地域にとって何が起きるかを経済的価値と社会的価値の
双方の観点を変えて説明していく必要がある。

サステナブル且つ成長性のあるスタジアム・アリーナの在り方

今後、地域特性(人口規模・立地)に左右されず、サステナブル且つ成長性が見込めるスタジアム・アリーナ運営を実現させていくためには、経済的価値のみならず、如何にその地域・社会にとって、そのチーム・施設がなくてはならないものになれるかが非常に重要になってくる。

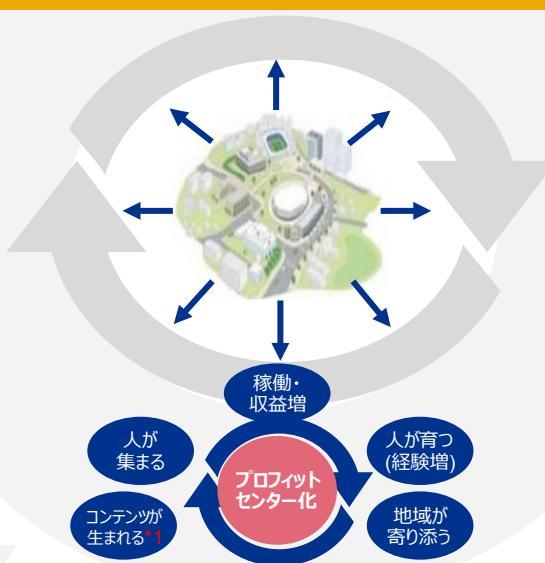


地域の成長 = チーム・施設の成長(プロフィット化)

スポーツを中心に置き“稼ぐ”ことよりも、地域特性にもとづき、**社会的価値**(SDGs観点：ex.健康・環境・医療・教育等)の創出に軸足を置いた**ミッション・ビジョン**の保持

+α 草の根活動

地域規模に左右されないサステナブル成長モデル



地域の成長 = チーム・施設の成長(プロフィット化)

チーム(コンテンツホルダー)のミッション・ビジョンにもとづき、チーム・スタジアムを基軸にした賑わい、社会課題等にアクセスする優良コンテンツのスピード感を持った創出

施設(チーム)の存在意義と協働意識の発現

自治体・住民・地場企業等のステークホルダーとの関係性の構築、**共感・共創の機運醸成**

SDGs/ESG投資(融資)・スポンサーシップの誘因
自治体との有機的結合・良好なリレーションシップ

<必要要件>

- ←スタジアム・アリーナに関するリーグ基準の改定の検討
- ←スポーツチームの資金調達を選択肢の拡大

独立採算 = 事業運営の自由度を担保

自立・自営を前提とした**地域特性(人口動態等)に応じた規模**の可変性のあるスタジアム・アリーナ建設

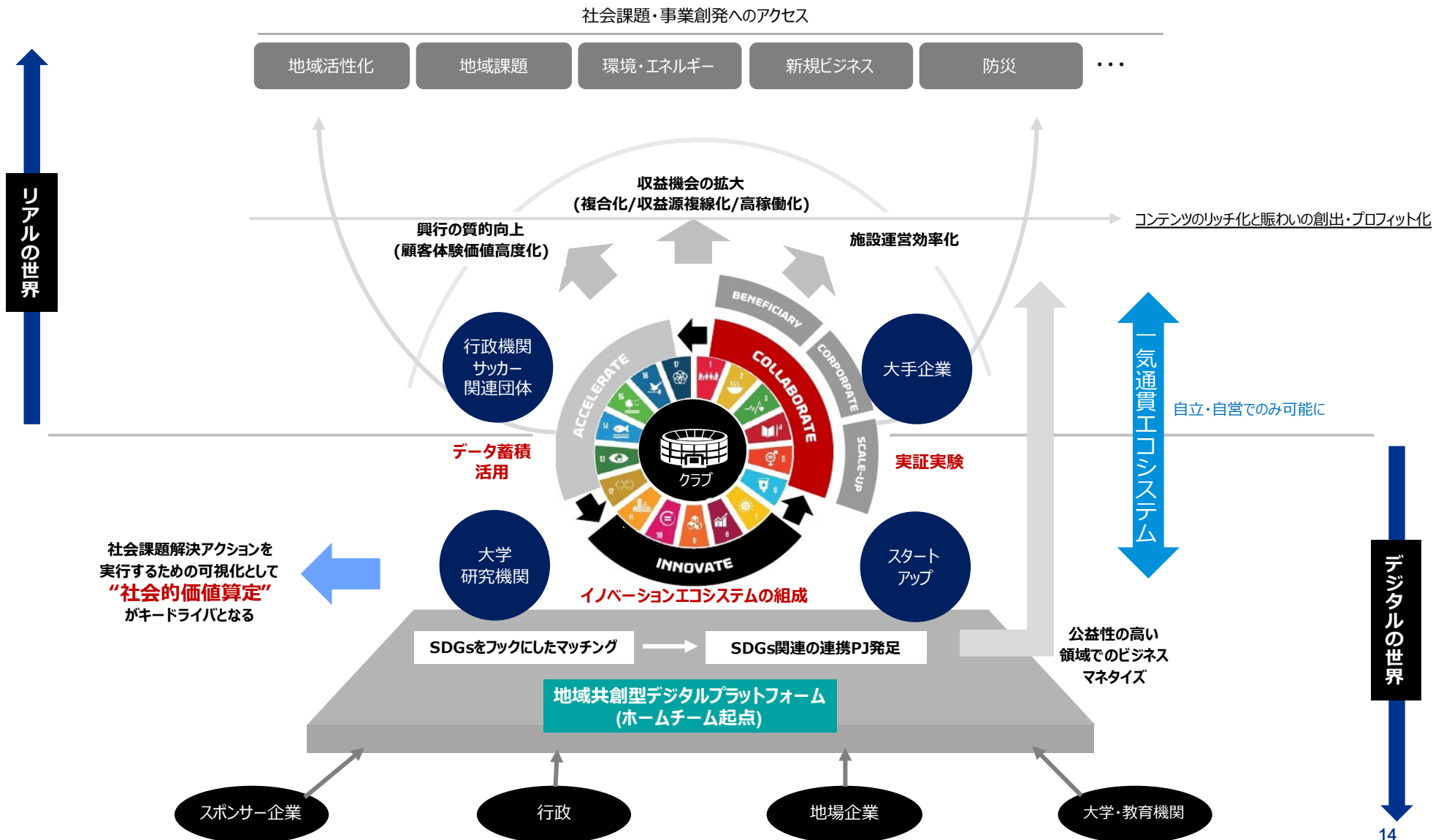
<必要要件>

- ←運営時の税減免・補助金等の検討

投資・スポンサーの更なる誘因

次世代型スタジアム・アリーナ 自立経営スマートシティハブモデル

プロフィットセンター化には限界があるため、その部分のみに目を向けるのではなく、地域・社会課題の解決を核に、その施設(チーム)を基盤に、様々なステークホルダーを中立的に巻き込み、経済性と社会性を兼ね備えた事業創造・連携をリアルとデジタルを掛け合わせた世界で実現していく。



地域共創型デジタルプラットフォーム

下記は、湘南ベルマーレにおいて“SDGsを共に推進しよう”を御旗に、パートナー企業がいつでもアクセスして出会い、企画や情報を得られるデジタルプラットフォームの事例である。「集まる・繋がる」⇒「コンテンツを生み出す」⇒「プロジェクトを実行」⇒「価値を測定する」⇒「発信する」一連の流れをデジタル上で実践することができる機能を具備している。

地域共創型プラットフォームが具備する5つのコア機能

デジタル実装

湘南がひとつに。
SDGsで動き出す。



コアバリュー

価値算定機能



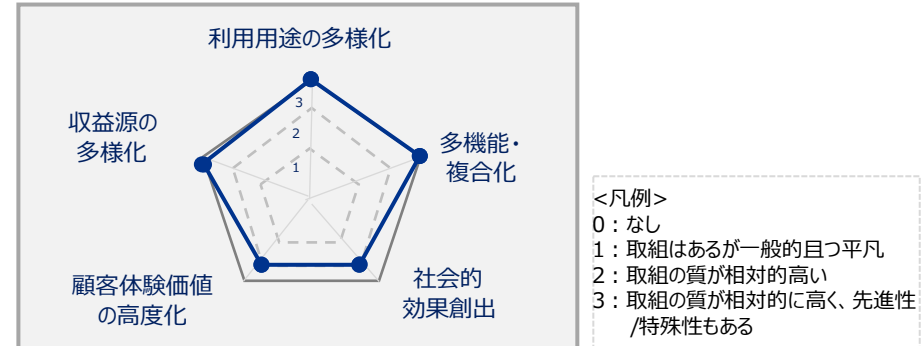
価値算定プロセス&フレームワークに基づき活動のインパクトを定量評価
(企業の「統合報告」・「サステナビリティレポート」等へ情報活用)

Johan Cruijff ArenA (ヨハン・クライフ・アリーナ)

サッカー及びコンサート等の興行収入により安定的な収入を確保すると共に、業界や領域を超えた協業を推進するイノベーションハブとなることで新しい価値を創出しているスタジアム

基礎情報

施設及び事業の概要	
所在地	オランダ アムステルダム
収容人数	56,120人
開場年	1996年
ホームチーム	AFC Ajax
所有者	アムステルダム市
運営者	Johan Cruijff ArenA
建設資金	1 億 4,000 万ユーロ
資金調達	公的資金：38百万ユーロ (アムステルダム市：87%、政府：13%) 民間資金：89百万ユーロ (Ajax：10%、その他複数民間企業90%)
受賞歴	UEFAによってカテゴリ 4認定
立地条件	オランダ最大の都市アムステルダムに位置し、中心地より電車にて15分アクセス可能。 スタジアムのすぐそばに駅がある。



© Johan Cruijff ArenA

イノベーションエコシステムの概要

多様なメンバーが集まり協業することでイノベーションを目指すエコシステムは、官民間問わず多くのステイクホルダーを抱えるスタジアムによって運用されることでもたらされるメリットは大きいと言える。

イノベーションエコシステムの定義*

産官学にわたる多様な組織が相互に協働、競争を続け、イノベーションを誘発するように働くシステムである。基礎研究を始めとする科学的知識を新しい製品・サービスや新しい市場に転換し、経済社会的価値を増大させ、より良い社会を形成する。そのために、情報、人材、資金、制度が自由かつオープンに交流し、結び付く場の仕組みを指す。

イノベーションエコシステムがもたらすシナジー

- 自社だけが持つアセット（技術、知識、資本力、ネットワーク）だけでなく、他社の力を活用することで、単体では成しえないより大きなイノベーション、そして経済的かつ社会的なインパクトを実現する。

スタジアムがイノベーションエコシステムを運営するメリット

- 本来は活用方法がないスタジアムのアセットを活用
 - ✓ スタジアムを建設、運営していくなかで、官民間問わず多くのステイクホルダーの協力のもと成り立っているため、多方面に広がるネットワークを活かすことができる。
 - ✓ スタジアムは規模が大きくロケーションも良いため(多くの観客・データが集まる)、一定の再現性のある環境下で実証実験を実施することができる。
- イノベーションのスタジアム内における適用
 - ✓ 顧客体験、セキュリティ向上に繋がるテクノロジーの導入に繋がる。
- 地域への貢献
 - ✓ スタジアム単体では成しえない規模での社会的価値の創造が可能になる。
 - ✓ 地域住民やローカルビジネスを巻き込み、地域活性化につなげることが可能になる。

Johan Cruiff ArenAにおけるイノベーションエコシステム



- Johan Cruiff ArenAでは、スタジアムを中心に国連が定める持続可能な開発目標（SDGs）を基盤として、顧客体験向上、セキュリティ向上、都市開発の実現、サステナビリティの向上等、様々なテーマをもって、協業を促進し、当エコシステムを「**Living Lab**」＝「**生きたラボ**」と称している。

* CDRS（研究開発戦略センター）参照

イノベーションエコシステムのメンバー

イノベーションエコシステム内には、異なる目的及びアセットをもったメンバーが所属している。

エコシステムのメンバー分類	構成メンバー	エコシステムへの参加目的	年会費支払	メンバー（例）	メンバー数
1 受益メンバー	行政機関・サッカー関連団体（チーム・協会）	イノベーションの実現による利益を受けるため、資金や技術、コネクション等の提供による必要な支援を行う。	なし	・ アムステルダム市 ・ Ajax ・ オランダサッカー協会 ・ 欧州サッカー連盟 ・ オランダ警察	約5
2 コーポレートパートナー	大手民間企業	大手民間企業。業種は、テック、通信、金融等、多種多様である。他社との協業により、新たな製品・サービス開発を行うとともに、自社のSDGsへの貢献度を向上させる。	あり	・ Microsoft ・ HUAWEI ・ Koninklijke KPN N.V. ・ ABN-AMRO	約10
3 ネットワークパートナー	大学や研究機関	研究の更なる高度化や実社会応用の機会、研究資金の調達を得るため、専門的なスキルや技術を提供することによるイノベーションの高度化に貢献する。	なし	・ University of AMSTERDAM ・ Amsterdam University of Applied Sciences ・ media perspectives ・ INNOVATION EXCHANGE AMSTERDAM	-
4 スケールアップパートナー	スタートアップ	他社との協業により、自社製品・技術規模拡大、新たなソリューション開発を目指す。	あり	・ Azena ・ BeSite ・ Calculus ・ Live arena	約15

イノベーションエコシステムのメンバーが受けるメリット

以下の6点のメリットを提供することで、多くの企業がイノベーションエコシステムに参加をしている。

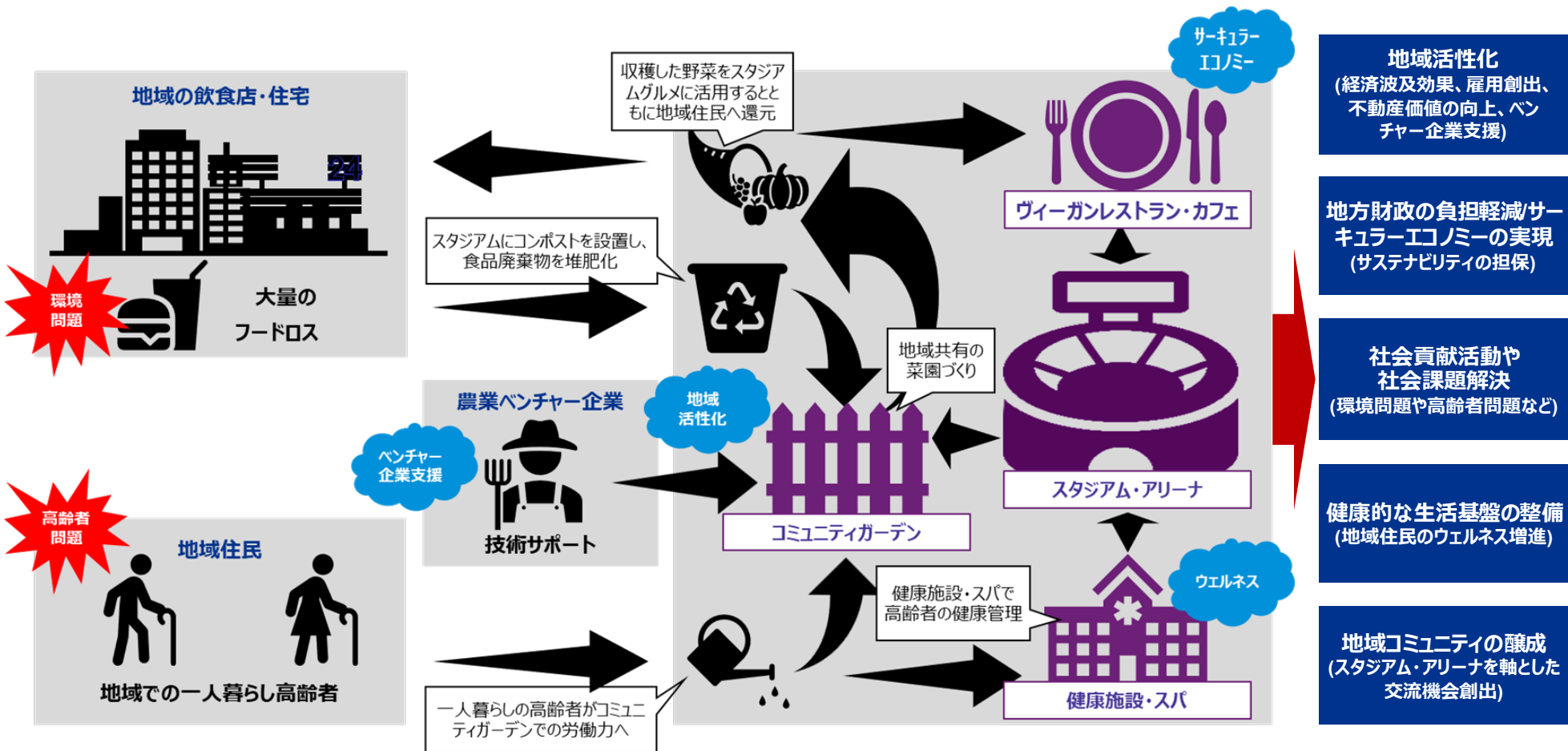
実証実験の場の活用	データの活用	ネットワークの拡大
 ■ 規模は大きいが、環境条件がコントロールされているスタジアム/スタジアム周辺を実証実験の場として活用すること ■ 1試合約5万人、年間200万人の観客を対象とした取組を実施すること	 ■ スタジアム内及び周辺エリアで収集されるリアルタイムデータを利用すること ■ カスタム化されたAPIによる自社システムへデータ連携を行うこと ■ データ分析のダッシュボードを利用すること	 ■ 年に2回開催されるメンバーが一同に会するイベントへ参加すること ■ エコシステムメンバー向けに開かれているスタジアム内のワーキングエリアを利用すること
行政との連携推進	戦略・オペレーションにおける専門家支援	ブランド認知向上
 ■ 行政機関との議論の場へ参加すること ■ 行政機関が推進しているプロジェクトにメンバーとして参加できること	 ■ 以下のポイントにおいてプロフェッショナル(Johan Cruiff ArenA、エコシステムメンバー等)からの支援を受けること ・ イノベーションプロセス ・ データガバナンス、データプライバシー ・ サステナビリティ	 ■ スタジアムウェブサイト、ニュースレターにおける企業名、活動内容の掲載されること ■ 広報/マーケティングに関する支援を受けること ■ 国際的な会合における露出を増やすこと(例：World Stadium Congress, Sports Analytics Conference)

次世代型スタジアム・アリーナ 地域循環共生圏モデル

環境問題や高齢化問題などの地域課題の解決に貢献しながら、スタジアム・アリーナに人々を集め、老若男女問わず巻き込んでいくことで地域に賑わいを創出することを目指す。地域の人びとの心の豊かにし、地域とともに作りともに成長し続けるスタジアム・アリーナとして、地域循環共生圏の核を担う。

モデルイメージ

地域創出効果

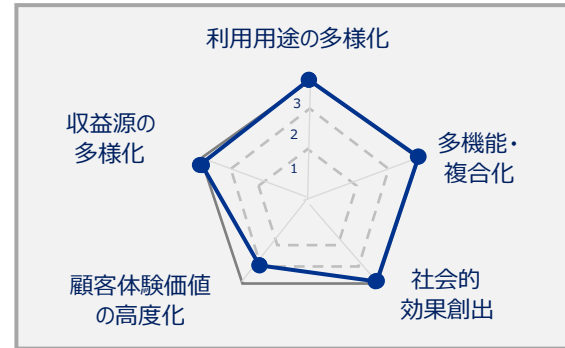


Tampines Stadium (タンピネス・スタジアム)

強力なコンテンツホルダー(ホームチーム)を持ってはいないが、地域住民の「健康づくり」に貢献し、地域社会においてスタジアムが 住民にとって「なくてはならない施設」とすることで、大きな成功を収めている、公設公営の最先端モデルのスポーツ複合施設

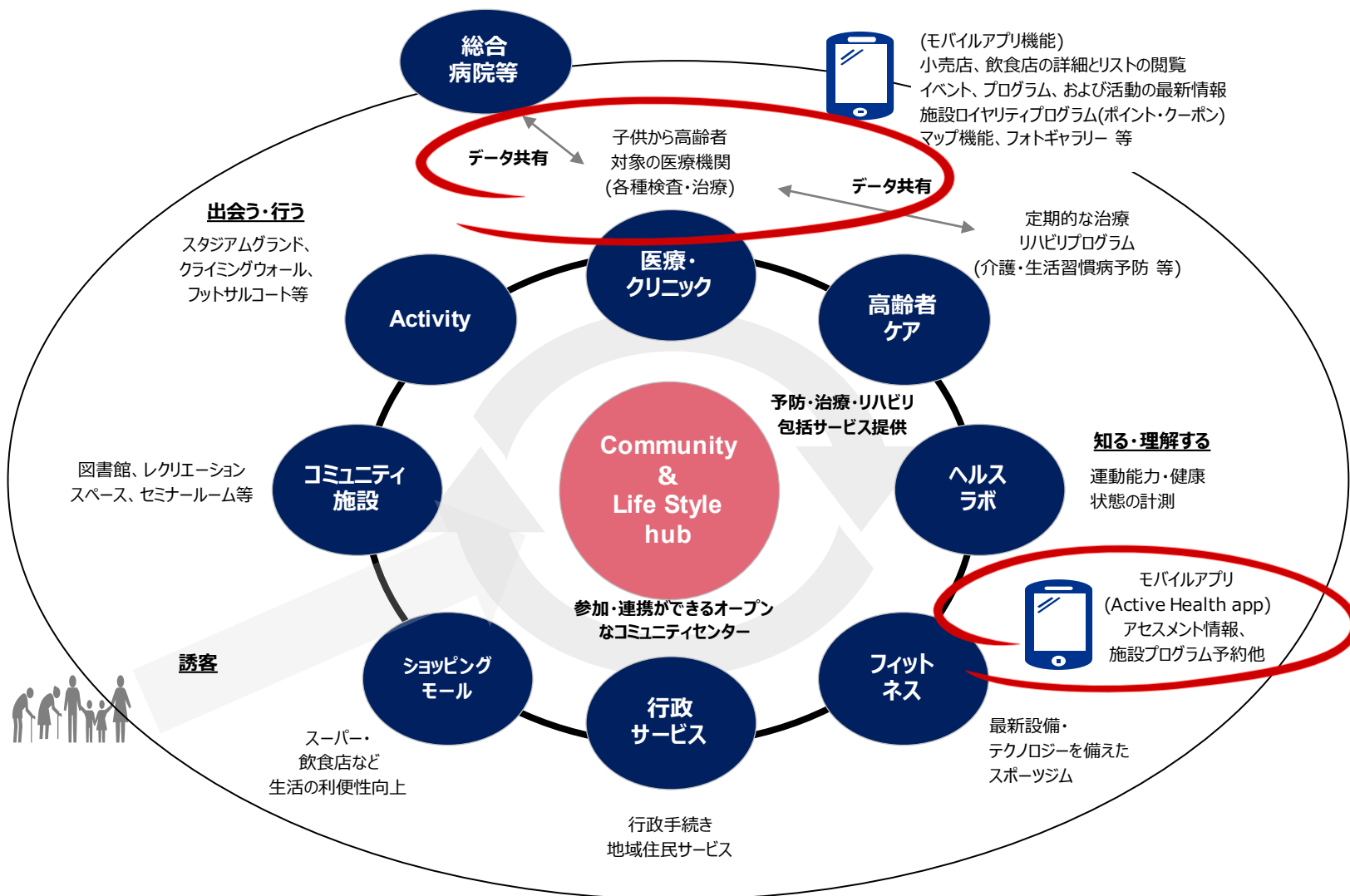
基礎情報

施設及び事業の概要	
所在地	シンガポール
収容人数	5,100人
開場年	2017年
漢字表記	淡濱尼体育场
ホームチーム	Tampines Rovers FC Geylang International FC
所有者	シンガポール政府
運営者	People's Association
建設資金	5億シンガポールドル（約400億円）
資金調達	公的資金
受賞歴	BCA Universal Design Award for community-focused design/ Global Architecture & Design Awards 2018/ 2018 London Design Awards など多数
立地条件	シンガポールの東側に位置し、チャンギ空港に近いロケーション。最寄り駅からは徒歩7分程度の立地



Our Tampines Hubが具備している機能

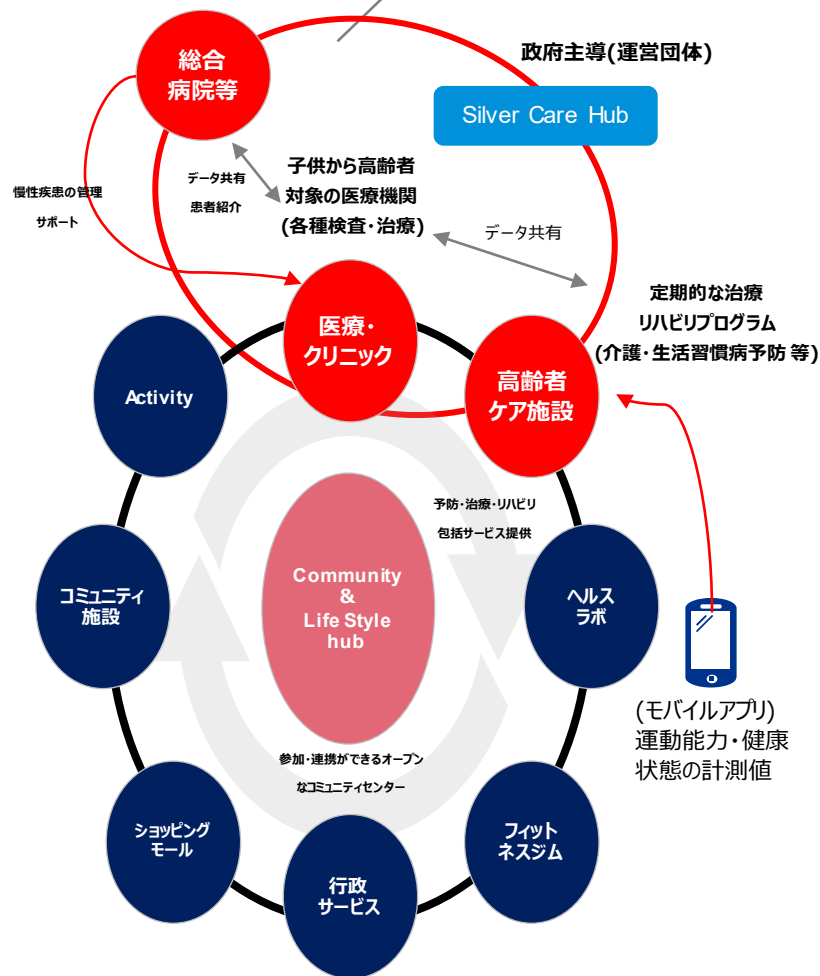
スポーツアクティビティに留まらない、データを起点とした様々なサービスプログラムの組み合わせと利便性向上によって、市民の健康づくりコミュニティ創出に寄与するスポーツ・健康増進空間を創出している。



タンピネスハブ内に組成したシルバーケアハブによる高齢者包括ケアの実現

医療機関、高齢者ケアセンター間でのぶつ切りでの高齢者ケアではなく、地域医療機関が包括統合サービスを実現することで、高齢者が地域において元気に健康に過ごせる環境を構築している。

Our Tampines Hubのコア機能



高齢者のための統合ヘルスケア及びソーシャルサービスの融合の実現 (パートナーシップとコラボレーションによる統合ケアとサポート)

- ・ シルバーケアハブはタンピネスハブ内に位置する「セント・アンドリュース・シニアケアセンター(4F)」、「イースタンコミュニティ・ヘルスケアセンター(3F)」、「タンピネス・ファミリー・メディカルクリニック(3F)」の3つの施設で構成されている(施設外のチェンギ総合病院ともパートナーシップ)
- ・ それぞれが専門分野のサービス(※次ページ参照)を提供しているが、シルバーケアハブとして医療機関や地域団体と連携し、高齢者住居者とその介護者がそれぞれの状況に適したタイムリーで包括的、且つ統合的なケアを一つ屋根の下で実現(在宅介護が主流のシンガポールにおいて、**高齢者の介護ニーズを早期に把握し、適切な支援とサポートを提供することで、高齢者が安心感をもって元気に暮らせるよう支援**)。
- ・ 高齢者やその家族の同意が得られれば、介入に必要な全ての情報とケア履歴はそれぞれのパートナー間で共有され、様々な状態に対応できるチームベースのアプローチを実現している
→**複雑で高度な介護を必要とする高齢者ニーズへ対応**

※パートナーであるチェンギ総合病院はシルバーハブを通じて下記のような高齢者における慢性疾患の管理サポートも実施している

- ✓ 施設の医療従事者に必要な知識と技能を身に着けさせるための資料の提供や研修会実施
- ✓ 老年医学に精通した専門家チームによる電話によるサポート
- ✓ 複雑な症例について専門医と看護師を交えた月次協議会の実施

(ケース例)

高齢者はタンピネスハブ3Fにあるタンピネス・ファミリー・メディカルクリニックにて、慢性疾患等の状態について医師へ相談・診療(プライマリーケアサービス)を受け、3Fにあるイースタンコミュニティ・ヘルスケアセンターにて慢性疾患の相互的なケアサービス・治療を受け、4Fにあるセント・アンドリュース・シニアケアセンターにて、デイケアや地域リハビリテーションサービスを受けることができる。

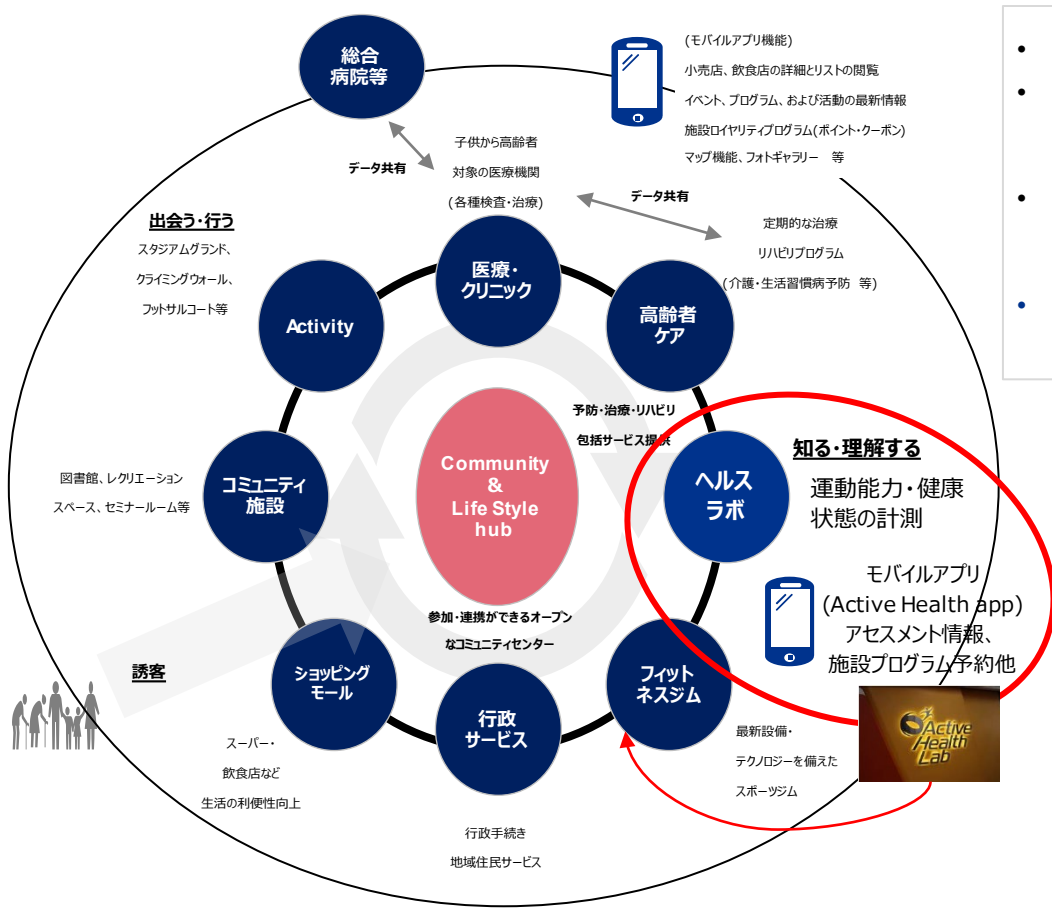
(ヘルスラボ、ジム、コミュニティガーデンでの野菜の栽培や収穫、図書館での読書、ショッピングも可能)

状態がより複雑になり、更なる専門的なサポートが必要な場合は、チェンギ総合病院を紹介し、これらパートナーの密接な連携により、地域社会における老人病や、慢性疾患の管理強化がなされている。

アクティブヘルスへの起点となるヘルスラボとモバイルアプリ

リアルな場とデジタルを掛け合わせ、人々の運動を始める上でのきっかけ作りを包括的に推進している。

Our Tampines Hubのコア機能



Active Health Lab

- 文化社会青年省のスポーツ振興部門であるスポーツシンガポール(Sports SG)が運営
- 認定された専門スタッフの下、**オンボーディングセッション**等を通して、**フィットネスアセスメント(身体の構成(脂肪・筋肉・骨など)、運動能力)の実施**、健康指標に基づいた**健康目標、トレーニングプログラム、健康的な習慣を養う方法**についてアドバイスを受けることができる
- 一過性の運動に留ることないよう、**アプリを起点に各種テーマ別クラス、ワークショップの案内**や、自身のアセスメントデータの管理、睡眠・栄養・スクリーンタイムの管理・追跡など一連の機能を提供**自身でのアクティブヘルス(自己誘導)**を促している
- チェンギ総合病院やその他ヘルスケアパートナー**とともに様々なアクティブヘルスプログラムを提供している

Active Health モバイルアプリ

<一連の機能を使用して健康を積極的に追跡・管理>

- フィットネスアセスメントの結果、安静時の心拍、睡眠の質、スクリーンタイムなど自己の健康統計値の取得と管理
- 各種プログラム、ワークショップ等の案内やそれらの予約(施設利用の予約等も含む)
- アプリ上のデータをもとに、スタッフへプログラムの受講や、ジムでのトレーニングプログラムの設計相談等も行うことができる
- バーチャルコンテンツの配信等もあり

出典：「Sports SINGAPORE」、「Active Health」Webサイト、「Jリーグシンガポール視察 2019報告書」より作成

環境の持続可能性にフォーカスした施設設計

タンピネスハブは環境の持続可能性を担保し、リソースを最適化し、廃棄物を最小限に抑える環境ソリューションとクローズドループシステムを採用している。ソーラーパネル、貯水設備、灌漑設備、緑化壁、自然換気、電気自動車駐車場と充電ソリューション、食品廃棄物を3つの副産物(非飲料水・液体植物栄養素・有機肥料)に変換する包括的な食品廃棄物管理システムを具備している。

