

サッカースタジアム、広場エリアの整備に係る取組状況について

令和 2 年 1 月 1 9 日
都市圏魅力づくり推進課

1 概要

中央公園広場におけるサッカースタジアム、広場エリアの整備について、サッカースタジアム建設推進会議に係る関係 4 者による「期待する整備の方向性」の検討状況を報告する。

2 4 者が期待する中央公園広場の整備の方向性（素案）

事業者の公募（サッカースタジアム等の整備事業者、広場エリアのにぎわい施設整備事業者）に当たり、本エリアをどのように発展させていきたいかについて、4 者が期待する「整備の方向性」としてまとめるもの。

民間事業者からは、より自由な発想により、本資料が示す方向性を基に、具体的で、実現可能性が高く、かつ魅力あふれる提案を期待する。

詳細は別紙のとおり。

※ 実際に導入される機能やイベント等については、令和 3 年度以降に予定されている広場エリアの賑わい施設整備事業者やスタジアムの指定管理者の決定を受けて、確定。

3 県意見の反映状況

（1）集客目標

広島市域のみならず、県内外から広く集客すること（マツダスタジアムと同等以上の集客）〔要求水準書〕
→中央公園広場全体 220 万人/年（8 頁）

（2）施設の機能（主なもの）

ア 中四国全域を始め、広域から集客が期待できる機能

→【Aゾーン】スタジアムと公園をシームレスに繋ぎ、連携する機能（10 頁）
（例：体験型スタジアムミュージアム 等）

【Eゾーン】旧太田川に接する親水環境・眺望を活かしたウェルネスコミュニティ機能（14 頁）
（例：魅力的なランドスケープ/水辺を利用した様々なイベント 等）

【スタジアムゾーン】世界に誇れるサッカースタジアム機能を核とし、多目的かつ多機能化した都心交流型スタジアム（15, 16 頁）
（例：映像・音響・照明装置やAR等の一体的運用による迫力と臨場感/多様な観戦スタイル 等）

イ 広島魅力を発信・体験できる機能（飲食、観光、文化、産業、県産材の活用など）

→【Aゾーン】スタジアムと公園をシームレスに繋ぎ、連携する機能（10 頁）
（例：オンリーワンものづくり+バーチャル体験 等）

【Cゾーン】広島様々なモノやコトを体験・購入できる場所（12 頁）
（例：広島美味しいモノグルメ体験/産直マルシェ 等）

ウ 各種イベントの実施（広域の集客が期待できるものや 23 市町が参画できるものなど）

→【イベント活用例】（20, 21 頁）
（例：県内各地域の祭りや連動したイベント/地域振興型グルメフェス/産業フェスタ/
パブリックビューイング/光の祭/スポーツフェスティバル 等）

4 今後の進め方

令和 3 年 1 月を目途に内容をまとめ、広島市が行う事業者選定に資するものとしていく。

- ・令和 3 年 2 月中旬 設計施工の事業者の技術提案書提出期限
- ・令和 3 年 3 月末（予定） 優先交渉権者の選定
- ・令和 3 年度以降 広場エリアのにぎわい施設整備事業者の公募