

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DEST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、「みんなで作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、広島市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、日常的に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観点から創出する。

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
B 多機能化施設	25万人	14万人	6万人	5万人
C 広場利用・Park-PFI	200万人	100万人	50万人	50万人
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	施設名	年間来場者数
※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 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 年間33,000人 郊外スタジアム併設

■ 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
	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
	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
	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
	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。

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

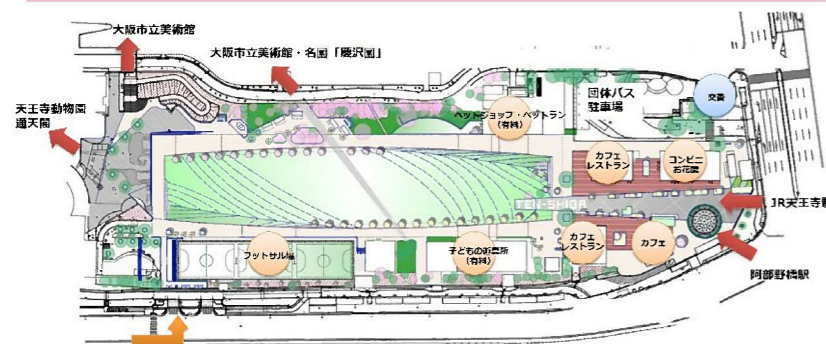


23市町の特産を楽しむ産直マルシェ

【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



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