

第 2 回 「新アリーナの実現に向けた協議会」の開催概要について

1 要旨・目的

一般社団法人広島イベント事業振興協会（以下「イベント協会」という。）及び株式会社広島ドラゴンフライズ（以下「ドラフラ」という。）が発起人となり、新アリーナ建設の方向性を取りまとめるための「新アリーナの実現に向けた協議会」（以下「協議会」という。）第 2 回が開催されたので、概要を報告する。

2 現状・背景

令和 8 年 7 月 7 日、第 1 回協議会を開催し、新アリーナの必要性・意義、候補地等については大筋の確認ができたが、事業計画、事業手法やコンサート需要、利活用等については引き続き議論が必要であり、ワーキングチームでの検討を踏まえて、第 2 回の協議会を開催することとなった。

3 協議会の概要

(1) 開催日時・場所

日 時：令和 8 年 10 月 1 日（木）18:00～20:00

場 所：広島コンベンションホール 1 階広島テレビホール

(2) 出席者（敬称略・順不同）

広島県知事

横田美香

広島市副市長

戸田祐二（代理出席）

広島商工会議所会頭

松藤研介

西日本旅客鉄道(株)広島支社長

飯田稔督

福山市立大学都市経営学部長

渡邊一成

(一社)広島イベント事業振興協会理事長

松本朋憲

(株)広島ドラゴンフライズ代表取締役社長

浦 伸嘉

(3) 協議会の設立目的

「オール広島」で新アリーナを実現するため、まちづくりの観点も配慮しつつ、「新アリーナ建設の方向性」を取りまとめる。

4 第 2 回協議会での主な議題

(1) 新アリーナに関する民間提案について（資料 1）

（施設概要、マーケット調査、事業計画、事業スキーム、新アリーナ実現に向けた課題、波及効果最大化に向けた取組）

(2) アリーナ級ライブ・コンサート需要について（資料 2）、

新アリーナと広島グリーンアリーナとの 2 館体制による相乗効果について

（資料 3～4）

(3) 新アリーナ整備に向けた事業手法について（資料 5）

(4) 新アリーナを契機とした周辺まちづくりについて（資料 6）

(5) 新アリーナの実現に向けた機運醸成シンポジウムでの参加者の声について

（資料 7）

5 第2回協議会における議論の概要

(1) 各委員の主な説明・意見

各委員から資料の説明が行われ、次のとおり意見が交わされた。

議題	主な説明・意見
新アリーナに関する民間提案について	○<u>J R 西日本広島支社長</u>から資料1に基づき、アリーナ施設の概要、マーケット調査、他のアリーナ事例を参考とした事業計画及び事業スキーム、課題、波及効果最大化に向けた取組等について民間提案が行われた。 ○民間提案に対し、<u>知事</u>は、「広島グリーンアリーナとの2館体制の中で新アリーナの年間集客目標160万人が達成されれば、都心の賑わい創出効果、経済効果へのインパクトが大きく期待できる」、「渋滞混雑対策については、適切な対応をとるため関係者と様々な議論をする必要がある」、「J R 西日本の強みを活かした県内周遊を促す取組については県全体の活性化に寄与するものと考えられる」等の意見を述べた。 ○<u>広島市副市長</u>からは、「新アリーナが中四国地方の中核として活力と賑わいを生み出す中心的な役割を担う施設になる」ことへの期待と、「県市で策定した『ひろしま都心活性化プラン』に沿ったまちづくりに資するものである」との評価が示され、また、「障害の有無等に関わらず様々な方々が楽しめる施設となるような配慮」について要望が述べられた。 ○<u>広島商工会議所会頭</u>からは、「新アリーナの実現による地域経済の活性化への期待とともに、建設費の高騰や渋滞対策などの課題にオール広島で取り組むことの必要性」等について意見が示された。
アリーナ級ライブ・コンサート需要について、新アリーナと広島グリーンアリーナの2館体制による相乗効果について	○<u>知事</u>から資料2に基づき、県によるコンサート等の需要予測の説明を行い、「十分な需要がない場合の誘致策や新アリーナと広島グリーンアリーナで需要の取りこぼしを最小限にする仕掛けの検討等が必要」との意見を示した。 ○知事の意見に対し、<u>ドラフラ浦社長、イベント協会松本理事長、オブザーバーとして出席した中国地区コンサートプロモーターズ連絡協議会の大山氏</u>からは、資料3及び資料4により、2館体制での相乗効果を活かした誘致策等の取組についての提案があり、<u>J R 西日本広島支社長</u>もこの取組に協力する意向が示された。
新アリーナ整備に向けた事業手法について	○<u>広島市副市長</u>から資料5に基づき、全国のアリーナ事例を調査し、事業手法を検討した結果の報告が次のとおり行われた。 ・ドラフラ等から提案のあった負担付寄附の事業手法については、新アリーナの実現性や持続性を高める手法として、検討に値するのではないかと受け止めている。 ・アリーナ施設整備に係る行政側と民間側の役割分担のほか、引き続き事業費の精査等を進め、協議会の場で、最適な事業手法について結論を出していく必要がある。 ○<u>広島商工会議所会頭</u>からは、「民間によって整備された施設が行政に寄附されることにより、公益性・公共性が担保されるのであれば、広島商工会議所として応援していける事業手法ではないか」との意見が示された。

議題	主な説明・意見
新アリーナを契機とした周辺まちづくりについて	○<u>広島市副市長</u>から資料6に基づき、新アリーナを契機とした広島駅周辺地区におけるまちづくりの課題整理状況の説明が次のとおり行われた。 ・広島駅周辺地区のまちづくりの課題として、「幹線道路等における交通混雑」、「生活道路への影響」、「歩行環境の安全性」の3つに分類・整理し、今後対策を検討し、関係者とまちづくりに取り組んでいく。 ○<u>オブザーバーとして出席した尾長地区連合町内会長及びエキキタまちづくり会議会長</u>からは、「新アリーナ構想に期待するとともに賑わいを新アリーナ周辺に広げることが重要である」、「交通・ゴミ・夜間の騒音等、地域への影響について関係者で連携して考えていく必要がある」等の意見が示された。
機運醸成シンポジウムでの参加者の声について	○<u>イベント協会松本理事長</u>から資料7に基づき、3月及び6月に開催された新アリーナ実現に向けた機運醸成シンポジウムの参加者概要、参加者アンケートの結果、参加者の新アリーナへの期待の声等について説明が行われた。

6 第2回協議会のまとめ

- 他のアリーナ事例を用いて事業計画、事業スキームの説明が行われた。また、広島のアリーナクラスのコンサート需要、新アリーナと広島グリーンアリーナの連携の可能性、新アリーナの事業スキーム、周辺まちづくり等について議論を深めることができた。
- 今後、事業の実現可能性をより具体的にしていくためには、概算事業費の算出、財源確保の手法、行政の関与の在り方など、更に整理が必要な論点も確認された。
- こうした論点について、ワーキングチームでの検討を踏まえて、次回の協議会を開催することとなった。

7 予算

—

新アリーナに関する民間提案

1. 施設概要
2. マーケット調査
3. 事業計画
4. 事業スキーム
5. 新アリーナ実現に向けた課題
6. 波及効果最大化に向けた取組み

2026年10月

西日本旅客鉄道株式会社・株式会社広島ドラゴンフライズ

新アリーナが、新たな「まちの心臓」となり、 人々の心を動かし、まちを躍動させる。

基本方針

世界中から人が集い、広島らしさを体感できるアリーナ

アリーナを起点に「交流」と「共創」を促し、広島の都市格向上に寄与する

達成のためのファクト

最高のコンサート・スポーツ体験 を実現する空間機能

- ・**プロスペック適合**：広島ドラゴンフライズのホームアリーナ規格に対応。
- ・**圧巻の臨場感**：コンサート、Bリーグのステージを間近に感じる席、様々な演出に対応可能な音響・映像・照明。
- ・**最高峰の空間演出**：VIPボックスやプレミアムラウンジ、最先端演出設備の整備を想定。

興行主・主催者に選ばれる 高効率な運用機能

- ・**1万人規模のキャパ**：アリーナツアーや大型展示に対応可能なスペック。
- ・**効率的な搬入出導線**：大型トラックが直接アプローチ可能な導線で設営・撤去コストを削減。
- ・**汎用性/拡張性**：MICEへの柔軟な転用機能やICT拡張性を備える。

日常の賑わいと都市防災を 担う地域共生機能

- ・**駅直結アクセス**：広島駅新幹線口ペDESTリアンデッキ直結のアクセス。
- ・**日常利用できる空間設計**：非興行日も常設広場等、市民が集えるオープンな憩いの場を創出。
- ・**都市防災**：アリーナを活用し地域災害対応拠点、帰宅困難者の一時避難拠点として活用。

1. 施設概要__新アリーナ整備の考え方（基準階レベル）

2

■ 2F平面イメージ

街区公園



アリーナと街区公園の
一体的な利用

観戦体験



Bプレミア基準を満たし、
観戦体験を高める施設整備

音響・演出



高品質な音響設備の整備に
よる最高の音楽体験

県新病院

街区公園

コンコース

アリーナ吹抜

賑わい・交流
ゾーン

メインエントランス

1階へ
ペデ・滞留
ゾーン

広島駅

- 来場者動線
- 歩行者動線
- 計画動線

賑わい・交流ゾーン



アリーナの体験価値を高め、
非興行時には県民・市民の
交流拠点として賑わいを創出

ペデ・滞留ゾーン



アリーナ来場者の滞留空間と安全
・快適な歩行者ネットワークを形成

※各画像はAIにより生成したイメージ画像です
計画は設計深度化により変更の可能性があります

1. 施設概要__新アリーナ整備の考え方（1階レベル）

3

■ 1F平面イメージ

県新病院

- 来場者動線
- 歩行者動線
- 搬入車両

駐車場

バックヤード

アリーナ面

駐車場・荷捌き

コンコース

サブエントランス

2階へ

約130m

約100m

広島駅

※各画像はAIにより生成したイメージ画像です
計画は設計深度化により変更の可能性があります

雨天時でも作業可能な
荷捌きスペースを整備

ウイング車の開閉に対応した
十分な天井高を確保

大型トラックがアリーナ面まで
直接進入可能な土間床整備

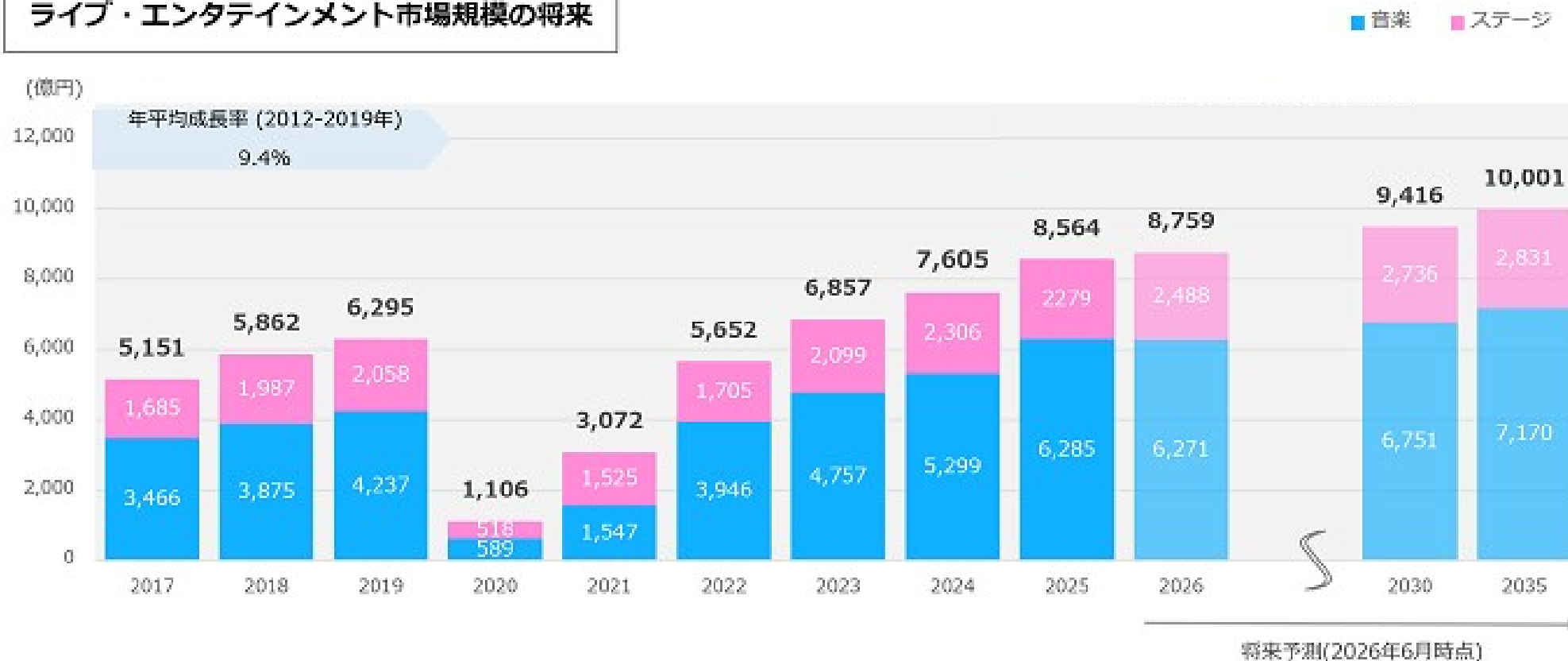
道路に接続する複数の
搬入出動線・駐車場を確保

※二葉通りへの接続はガイドライン上、
搬入時間・誘導體制等要調整

2. マーケット調査_ライブ・エンタメ市場規模

- 「モノ」から「コト」への消費シフトを背景に、**ライブ・エンタメ市場規模は2017年から2025年にかけて約1.7倍に拡大**
- ライブ・エンターテインメント市場は増加傾向にあり、今後もライブ・エンターテインメント参加意欲が衰えず、新たに国内各地で新設されるアリーナが安定稼働すれば、**2035年には約1兆円まで市場規模が拡大すると予測される**
- **広島における1万人規模のアリーナ公演回数についても、直近で年4~6%の成長しており堅調に推移している**

ライブ・エンタテインメント市場規模の将来



都道府県別ライブ・エンタメ市場規模(2022年)

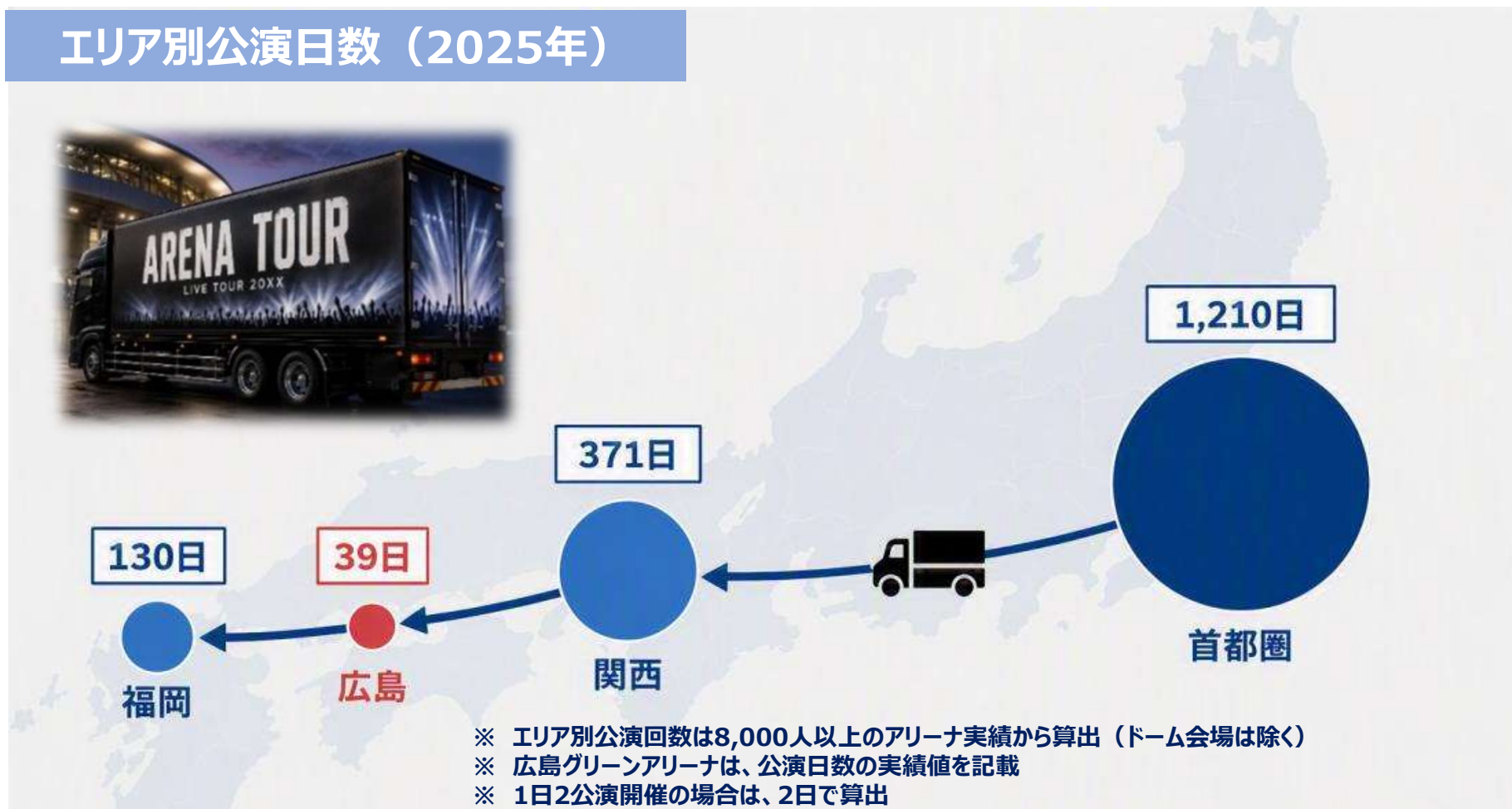
都道府県別ライブ・エンタメ市場規模(2022年)												億円
①東京	②大阪	③神奈川	④愛知	⑤埼玉	⑥福岡	⑦千葉	⑧兵庫	⑨北海道	⑩宮城	⑪広島	⑫静岡	全国計
2,187	862	403	379	325	250	212	162	130	85	81	80	5,652
38.7%	15.3%	7.1%	6.7%	5.8%	4.4%	3.8%	2.9%	2.3%	1.5%	1.4%	1.4%	100%

(出所)びあ総研

2. マーケット調査_ライブ・エンタメ需要予測

- アリーナ公演日数は、広島では広島グリーンアリーナの利用制限等により**39日の開催に留まるが、福岡までの全国主要都市を回るライブ・コンサートは年間130日**となっており、ライブ・コンサート需要の取りこぼしが発生していると考えられる。
- 「広島グリーンアリーナの有効利用に係る意見交換会（令和7年6月開催）」においてプロモーターより、「少なくとも年間10組（20公演）のコンサートが出来ておらず、さらに多くの潜在ニーズがあると考えられる」旨が発言されている。

エリア別公演日数（2025年）



会場別
公演日数
(2025年)

マリンメッセ福岡A館

102日

広島グリーンアリーナ

39日

大阪城ホール

202日

2. マーケット調査_広島における興行需要予測

	算出根拠	興行需要日数	新アリーナ興行需要
イベント・コンサート	2024年度に広島グリーンアリーナで開催されたイベント（興行）の日数ベース	イベント 23日	新アリーナ興行 想定稼働日数 232日
	- イベント・ヒアリングでは少なくとも年間80日程度の需要が存在。 - 更に、今後のマーケット拡大も勘案すれば、年間100日程度の需要を見込むことができる。 1公演：準備2日本番2日	ライブ・コンサート 200日	
スポーツ	- 広島ドラゴンフライズ2027-28シーズンのカレンダーベース（準備25日＋本番30日） - クライマックスシリーズ(CS) 日数（準備14日＋本番14日）	広島ドラゴンフライズ 83日	興行需要残数 128日
	- 広島サンダーズの2025-26シーズンのカレンダーベース（準備22日＋本番22日） - CS日数(準備4日＋本番6日)	広島サンダーズ 54日	
		合計360日	

2施設の連携により更なる興行需要の獲得を図る

3. 事業計画_新アリーナ事業収支（民設民営想定）

7

- アリーナ事業は利用料・ネーミングライツ等が期待できる一方、**コスト負担が大きいことから、民設民営での実現は困難**
- 地域経済の活性化、防災機能等の公益性・公共性も有する**アリーナの実現にはオール広島での取り組みが不可欠**

■ 年間日数・集客目標

平日：55%

+

休日：80%

=

合計：63%

	想定稼働日数 (うち、本番日)	集客目標	内訳 ※ 広島市内除く		
			広島市内	広島県内 ※	県外
スポーツ(CS含む)	83日(44日)	24万人	14万人	6万人	4万人
コンサート・イベント	149日(81日)	81万人	27万人	20万人	34万人
賑わいゾーン	—	55万人	27万人	14万人	14万人
アリーナ 合計	232日(63%)	160万人	69万人	40万人	51万人

■ 事業収支

		金額	備考
売上高		20.5億円	
	施設利用料	9.9億円	1万人規模の他新設アリーナ事例から算出
	付属設備、VIP利用料	6.0億円	Bプレミアム基準を満たすVIPエリア（5%）を想定
	ネーミングライツ・エリアライツ	2.2億円	マツダスタジアムのネーミングライツから算出
	飲食売上 他	2.4億円	ピースウィングスタジアムと同程度の店舗数を想定
運営費		9.2億円	
	施設維持管理費	5.5億円	R7.広島グリーンアリーナ運営関連経費：6億円
	人件費、一般管理費 他	3.7億円	20人程度の運営体制を想定
固定費		18～23億円	
	減価償却費	8～10億円	類似事例(※)を物騰補正の上、事業費を算出
	固都税、借地料、長期修繕積立	10～13億円	固都税は事業費、適正地代は路線価から算出
営業利益		▲11.7～▲6.7億円	別途、借入等の資金調達コストも考慮が必要

※ 静岡アリーナ【1万人収容、2030年開業：363億円(税込)】公表資料を参考に算出

4. 事業スキーム__官民連携スキーム比較

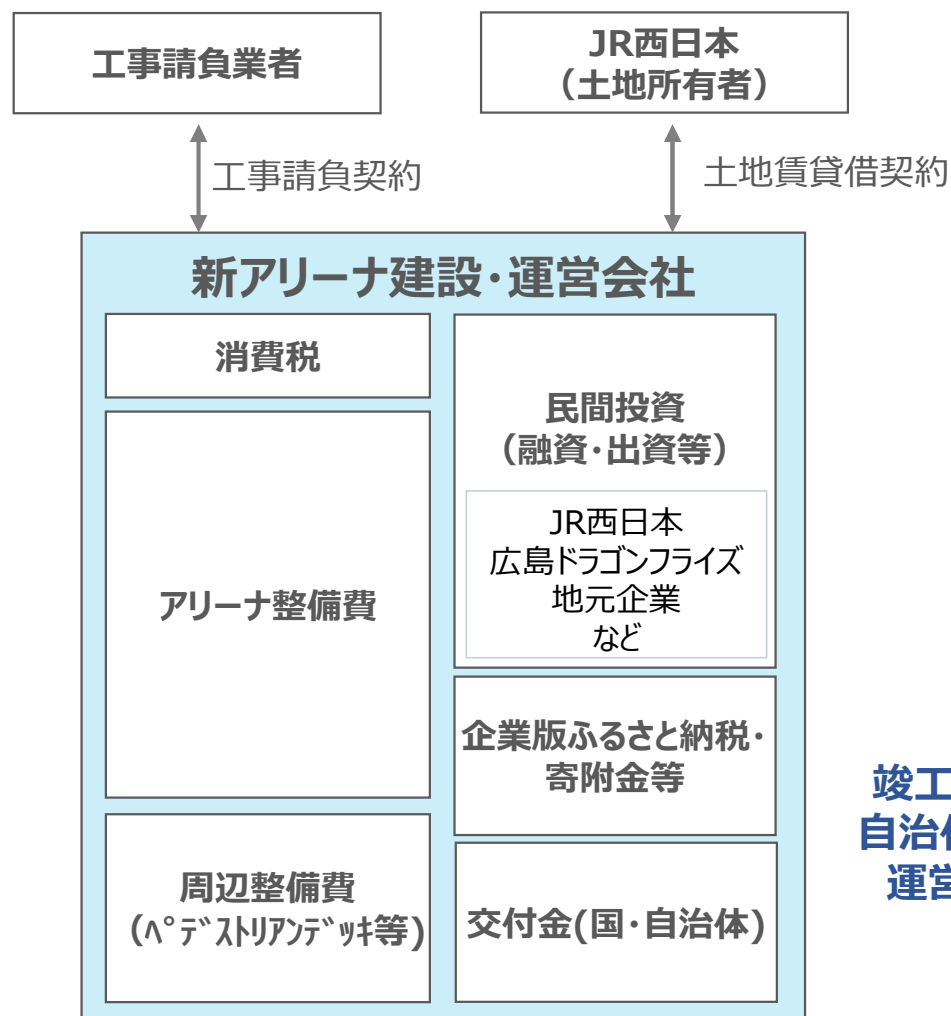
- 「オール広島」でのアリーナ実現においては、施設を行政に寄附し、公共性・公益性を担保した上で、ピースウイングスタジアム同様、県内外からの寄附支援を得て実現を目指す、「**負担付寄附**」スキームが有効である

		＜参考＞ PFI(BTO方式)	負担付寄附(指定管理・コンセッション)	民設民営＋行政支援
スキーム図				
スキーム概要		民間のノウハウを活用し、公共施設を開発、運営	民間で開発後、施設の管理・運営を行うことを条件に、施設を行政に寄附	民間が実施する事業に行政が交付金・利用枠購入等で部分的に支援
官民連携		公共主体		民間主体
事業化		遅い		早い
所有		公共施設		民間施設
行政	メリット	・公共事業に民間ノウハウを活用	・資金計画によっては、一定の資金負担は生じるが、事業リスクは民間負担	・一定の資金負担は生じるが、事業リスクは民間
	デメリット	・民間用地での公共事業は事業判断等一定のハードルがある ・行政が事業主体となり負担が増大	・建物所有者としての責任が発生	・行政関与は限定的
民間	メリット	・事業費増高等のリスクが限定的	・開発、運営の自由度が高い ・経済界からの支援が期待できる	・開発、運営の自由度が高い
	デメリット	・運営権対価を負担	・事業リスクは民間が負担する	・民間事業となり経済界の支援困難
先行事例		・有明アリーナ、あなぶきアリーナ香川 ・(仮)京都アリーナ、(仮)静岡アリーナ	・横浜アリーナ ・(仮)三河安城アリーナ、(仮)幕張アリーナ	・(仮)福井アリーナ

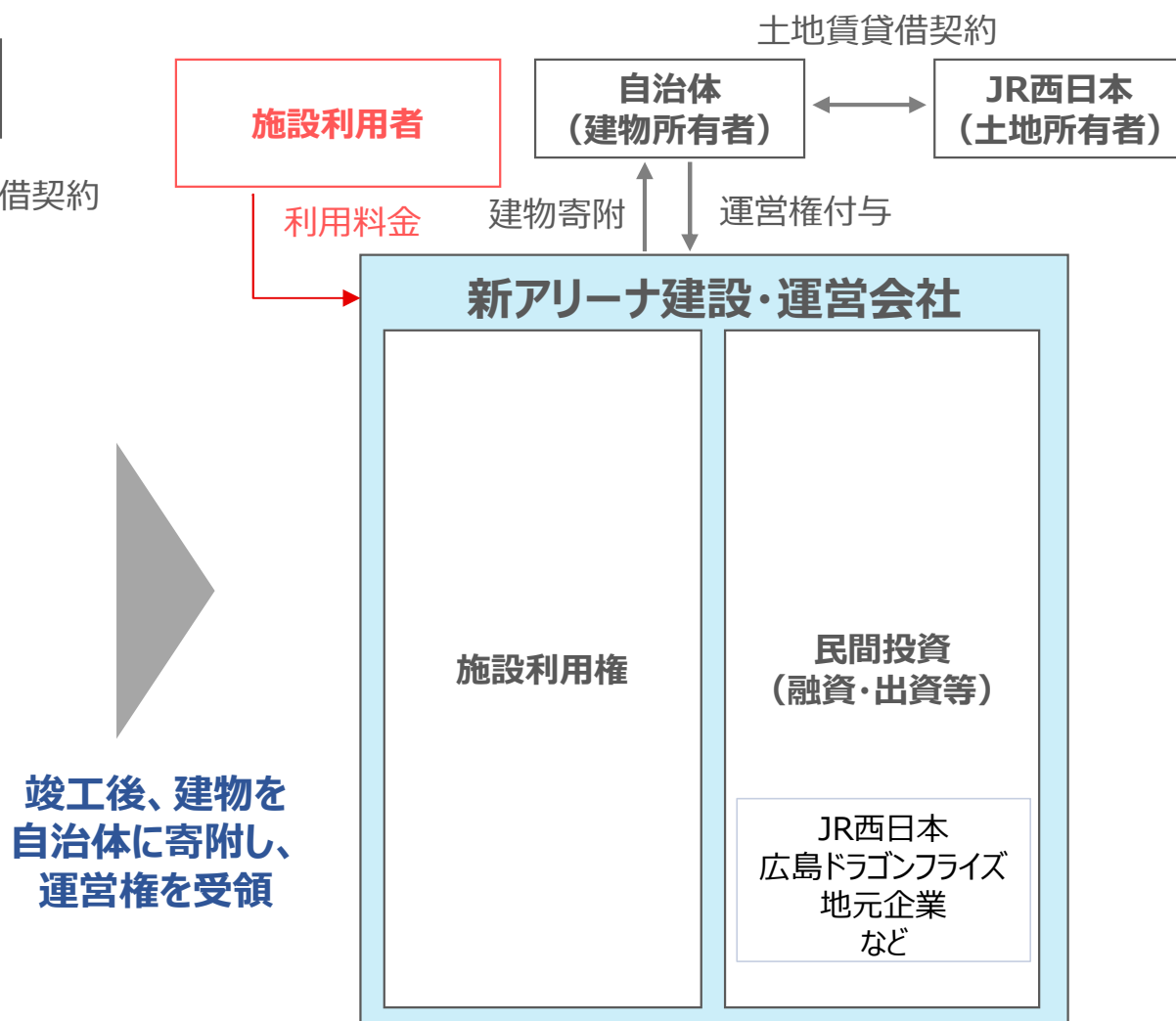
4. 事業スキーム_負担付寄附スキーム

- 本件事業スキームは、事業会社で資金調達を行った上でアリーナを開発後、建物を自治体に寄附するとともに、その対価として運営権を受領する横浜アリーナと同様のスキームで検討
- 資金調達については、民間投資に加え、寄附金や交付金など「**オール広島**」で**建設資金を確保**。**アリーナ運営は民間事業者での運営を前提とし**、運営不調による追加資金拠出・施設の更新投資などは民間が責任を持って行い、**自治体は運営に際して原則資金負担を行わない**

開発期間



アリーナ運営期間



竣工後、建物を
自治体に寄附し、
運営権を受領

	課題	対策案
アリーナ	建設費の高騰	民間ノウハウを活用した経営努力 交付金・経済界からの寄附金の活用 (= 負担付寄附スキームの採択)
	平日の稼働率	地域イベントの開催 官民連携したMICE誘致
	広島グリーンアリーナとの共存のあり方	2館での連携・協力
周辺影響	経済波及効果の最大化	交通事業者・観光事業者・行政による地域をまたいだ連携強化
	渋滞・混雑対策	公共交通利用の促進 ペDESTリアンデッキの整備
	騒音・振動対策	遮音・防振設計 地域対話による運営ルール構築

上記課題を解決し、新アリーナを実現するためには「**オール広島**」での取り組みが不可欠



アリーナ級ライブ・コンサート需要について (広島県による試算)

令和8年10月

広島県

アリーナ級ライブ・コンサート需要の推計方法

次の2つの推計方法を試みた。

(1) 近年、2館目として1万人規模アリーナを建設した都市の実績からの推計
(兵庫県をベンチマーク)

(2) 広島県へのこれまでのオフアースでの推計
(宮城県をベンチマーク)

(1) 2 館目建設都市実績からの推計①

- GLION ARENA KOBEは2025年4月開業（民設民営）
 - 神戸ワールド記念ホールは公設のスポーツ施設
- ⇒ 広島グリーンアリーナと新アリーナとの関係に類似しているため、推計の参考とする。

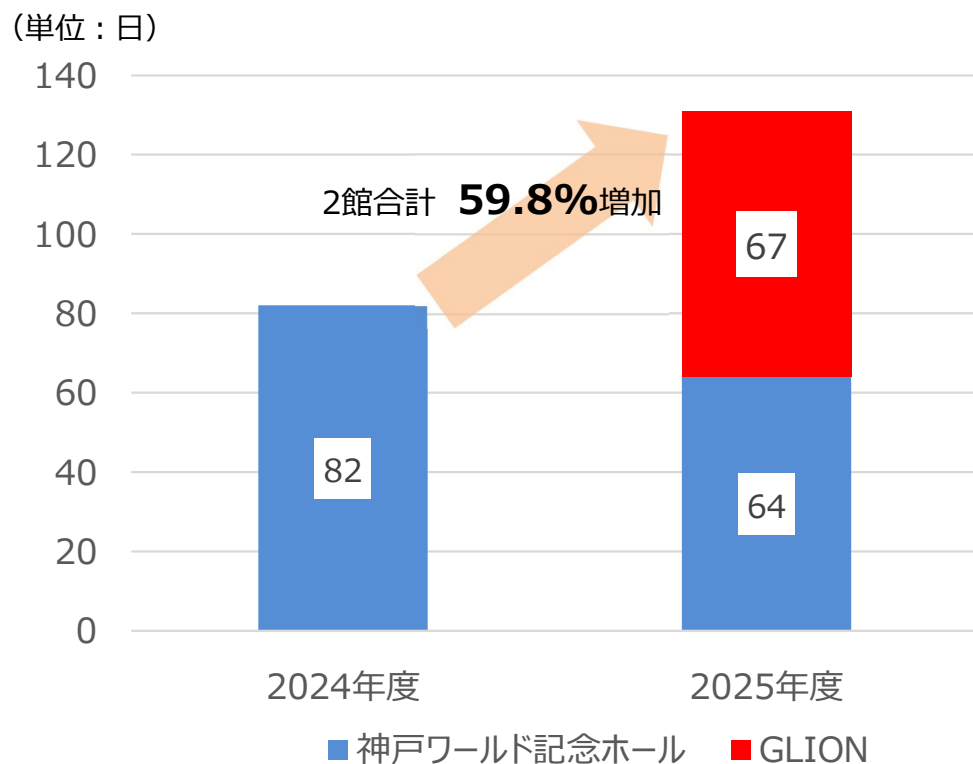
都道府県	市町村	施設名	開業	最大収容人数	所有・運営
兵庫県	神戸市	GLION ARENA KOBE	2025年4月	11,000	土地所有者：神戸市 建物所有者：NTT都市開発（株） 運営：（株）One Bridge KOBE
兵庫県	神戸市	神戸ワールド記念ホール	1984年	8,000	所有：神戸市 運営：指定管理者

(1) 2館目建設都市実績からの推計②

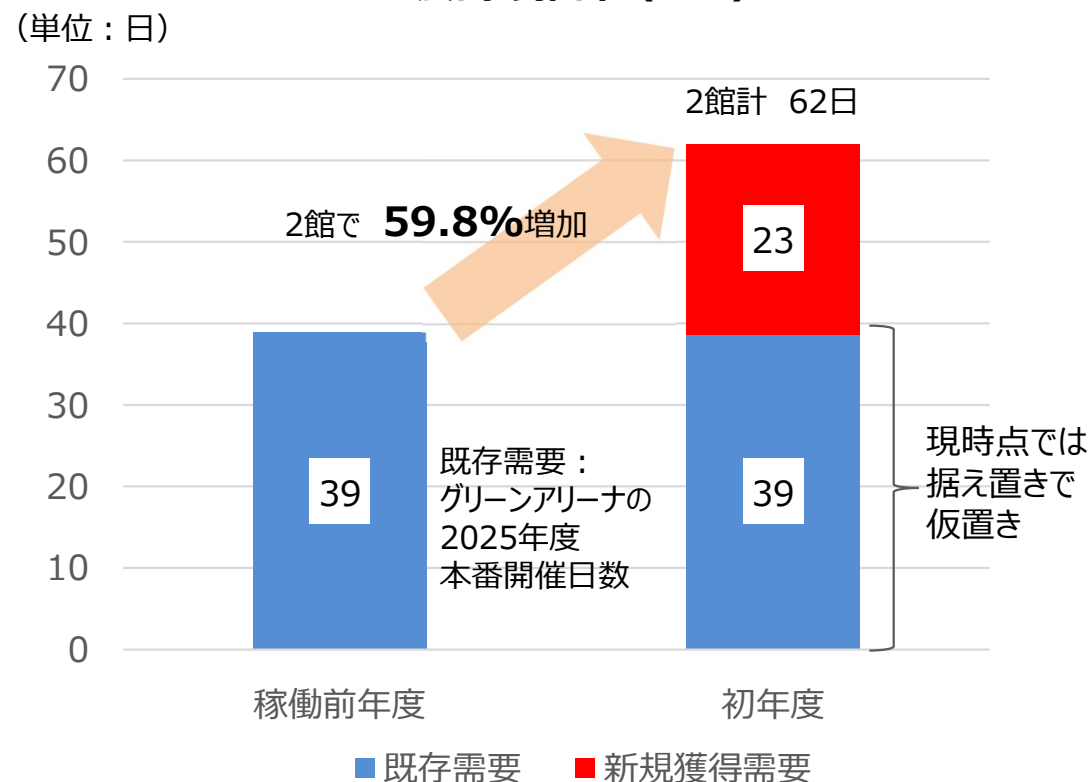
- GLION ARENA KOBE開業後、ライブ・コンサートの開催日数について、**1年目は2館で59.8%増加**（2024年度比）
- 兵庫の実績を参考とすると、初年度は $39日 \times 0.598 \div 23日$
⇒ **実績ベースで固く試算した当該推計を、需要予測の下限值とする。**
（※ ただし、兵庫より市場規模が小さい場合は下ぶれる可能性もある。）

<本番日>

兵庫の実績



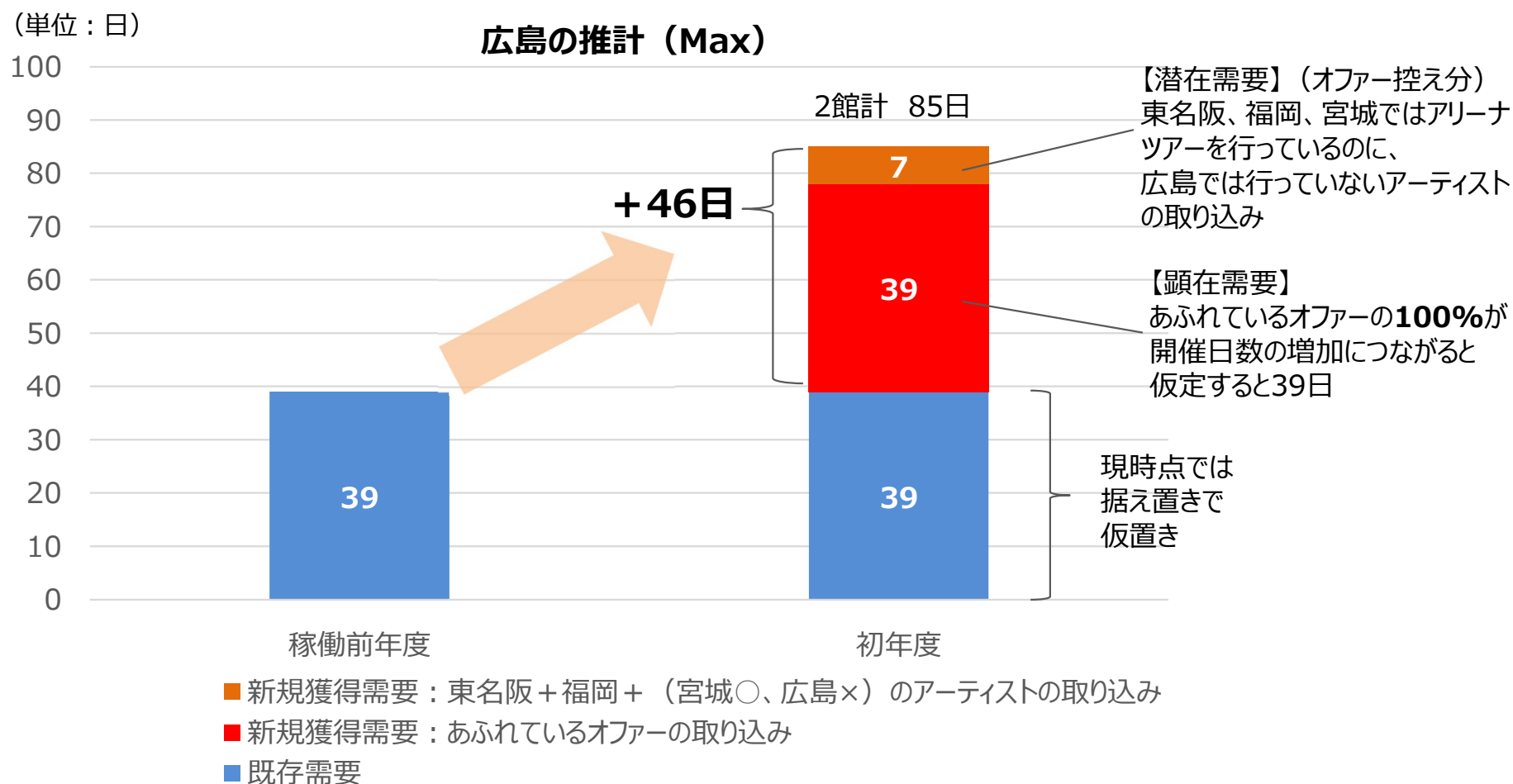
広島の推計 (Min)



(2) オファーベースでの推計①

- 県内プロモーターへのヒアリングによると、2025のグリーンアリーナの日数（39日）に対して、開催数の倍のオファーがあるため、これを100%獲得できると仮定すると、新規に獲得できる開催日数のベースとなる顕在需要として、**39日**が見込まれる。
 - 東名阪、福岡、宮城ではアリーナツアーを行っているのに、広島では行っていないアーティストの取り込み分が**7日**見込まれる（後述）。
- ⇒ **本県への顕在・潜在オファーを最大限取り込む仮定の当該推計を、需要予測の最大値とする。**

<本番日>



(参考) 全国の1万人以上ライブ会場

【エリア別】 1万人以上ライブ会場
(関東圏及びドームや球場、公園等の野外は除く)
収容人数、会場名、
年平均開催日数 (2023~2025)

<福岡県>
15,000人 マリンメッセ福岡 (77)
10,000人 福岡国際センター (14)
<熊本県>
10,000人 グランメッセ熊本 (4)

<愛知県>
20,000人 ポートメッセなごや (37)
17,000人 IGアリーナ(2025開業)
10,000人 日本ガイシホール (39)
<長野県>
20,000人 長野市エムウェーブ (1)
<新潟県>
10,000人 朱鷺メッセ (22)
<静岡県>
10,000人 静岡エコパアリーナ(35)

<北海道>
10,024人 真駒内セキスイハイムアイスアリーナ (33)
10,000人 北海きたえーる (20)

<宮城県>
10,000人 宮城セキスイハイムスーパーアリーナ(51)

<広島県>
10,000人 広島グリーンアリーナ(35)

<香川県>
10,000人 あなぶきアリーナ香川(2025開業)

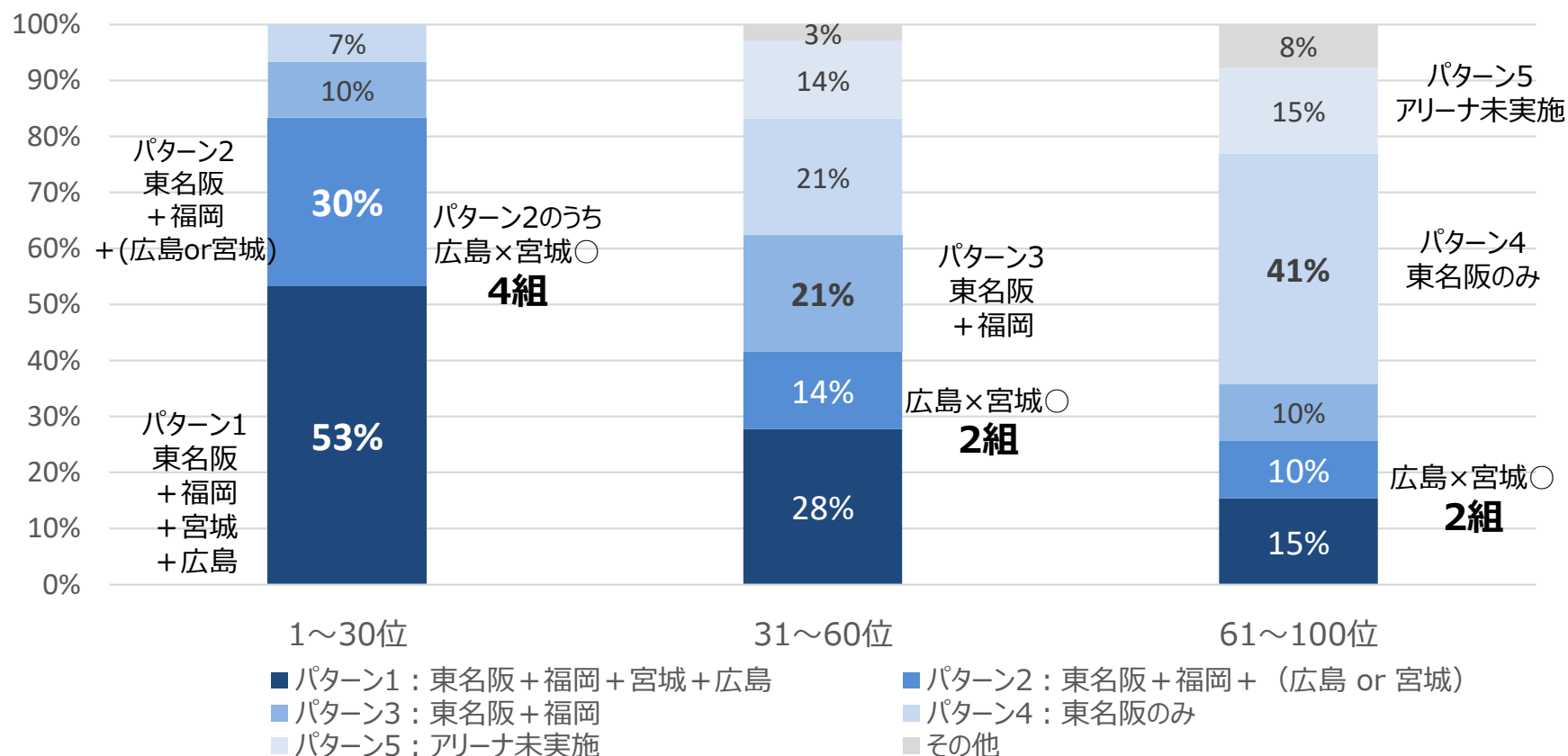
<沖縄県>
10,000人 沖縄アリーナ(6)

<大阪府>
16,000人 大阪城ホール (174)
13,000人 インテックス大阪 (19)
10,000人 大阪府中央体育館 (17)
<兵庫県>
10,000人 GLION ARENA KOBE(2025開業)
<三重県>
11,000人 三重県営サンアリーナ (6)

(2) オファーベースでの推計②

- 東名阪、福岡、宮城ではアリーナツアーを行っているのに、広島では行っていないアーティストはBillboard上位100組中 8 組
⇒ この 8 組分について、「広島は予約を取りにくい」との評判等を踏まえて広島公演のオファーを控えていたと仮定して試算
- 101位以下（非公表）になると、当該パターンのアーティストはさらに減ることが見込まれるため、101～140位は61～100位の半分の確率（1/40）、以降40位ごとに半減と試算
⇒ **1～100位：8組、101位以下：2組（試算） 10組×2日（土日開催）×1/3（3年に1回） ≒ 7日**

Billboard JAPAN 2025年 Artist100 ランキング区分別の開催パターン構成比

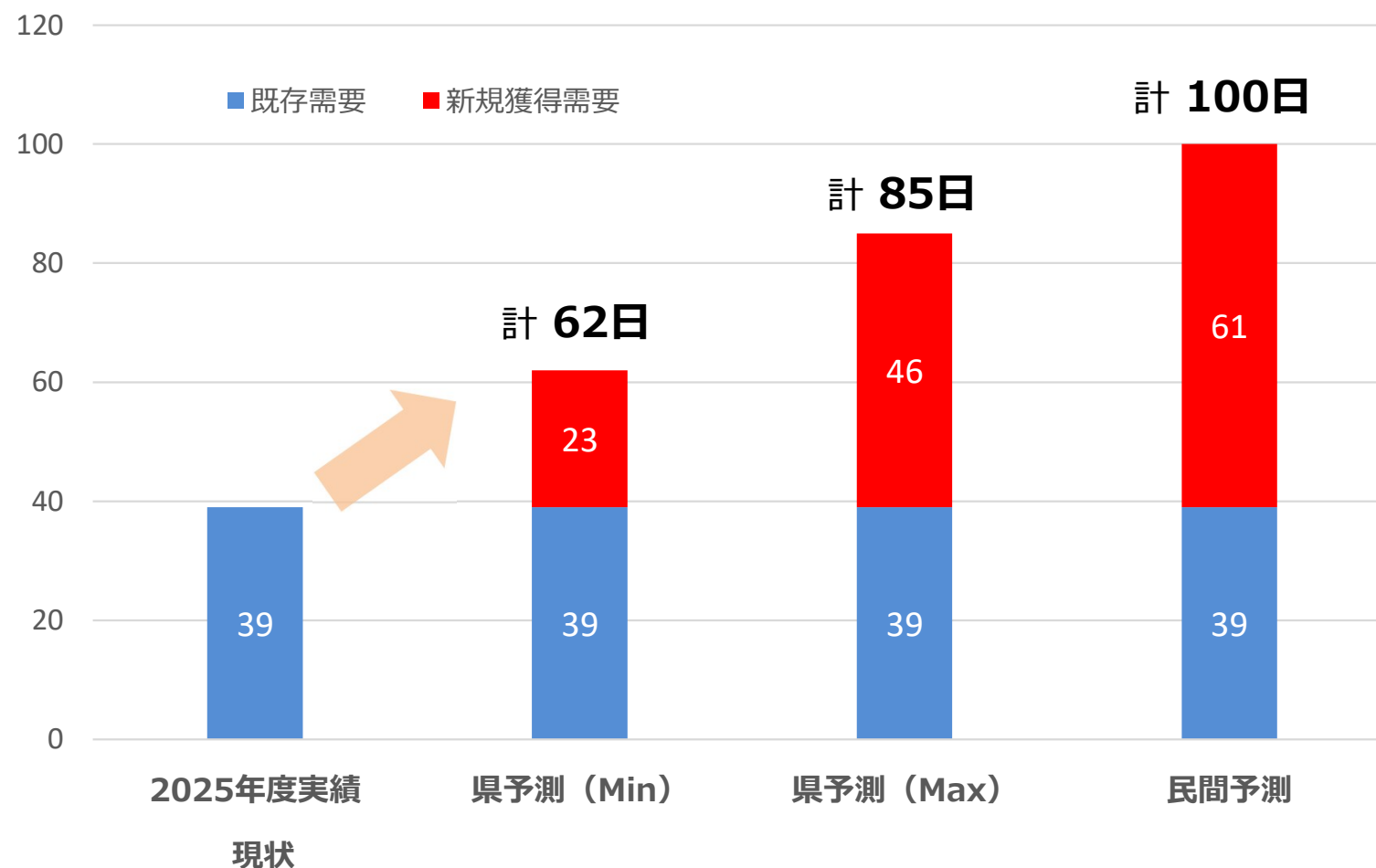


◆ 推計のまとめ①

- 広島グリーンアリーナでの2025年度実績を現状とし、将来予測との差を比較。＜本番日＞
- 広島におけるアリーナ級ライブ・コンサート需要は、**現状+23日～+46日、下限値62日～最大値85日**と予測する。

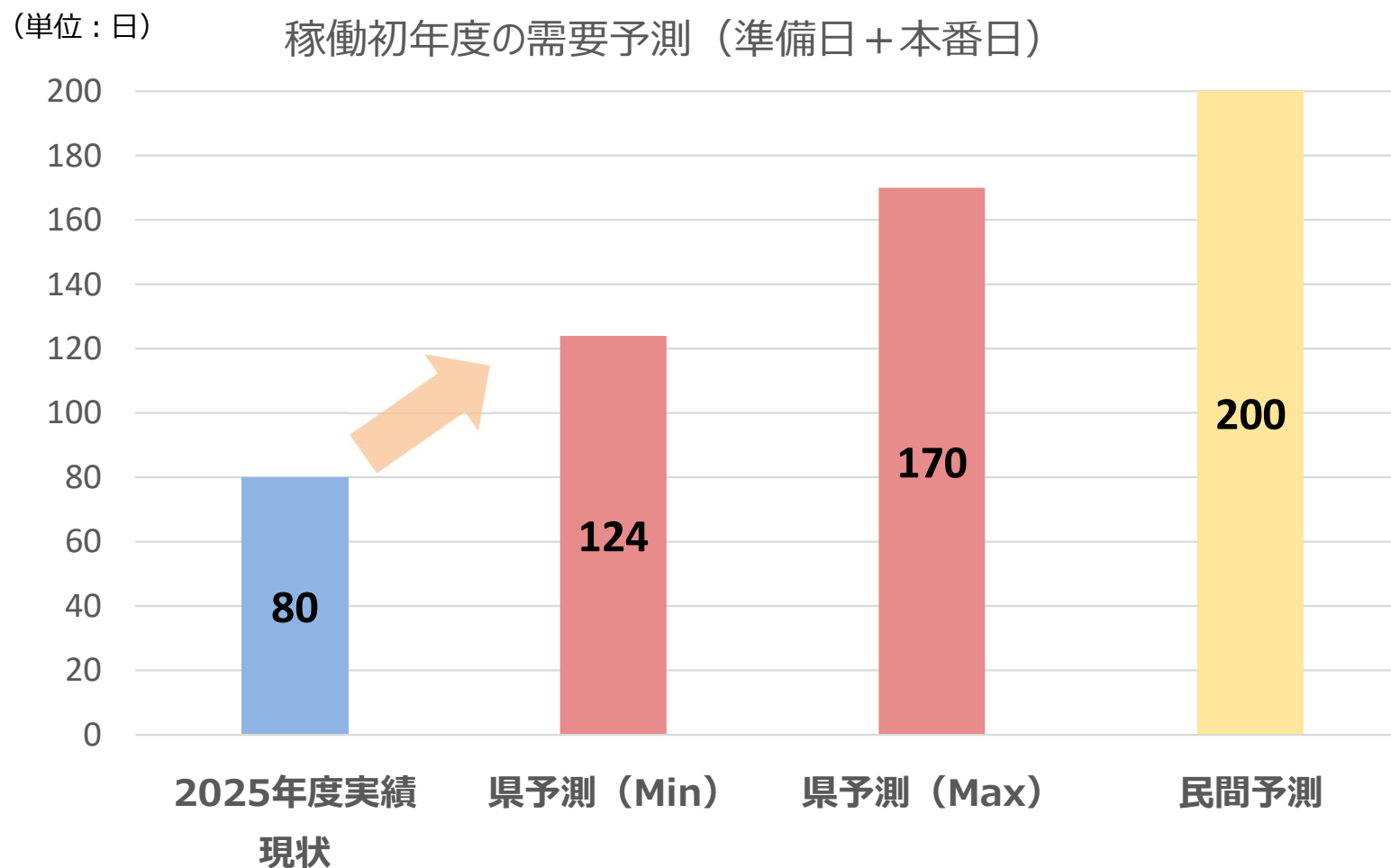
(単位：日)

稼働初年度の試算（本番日）



◆ 推計のまとめ②

- 広島グリーンアリーナでの2025年度実績を現状とし、将来予測との差を比較。＜準備日＋本番日＞
- 準備日を含めた需要日数は本番日数の倍として、**下限値124日～最大値170日**と予測する。



◆ 推計のまとめ③

十分な開催需要が
ある場合



- ・ 需要の取りこぼしを最小限にするような仕掛け

十分な開催需要が
ない場合



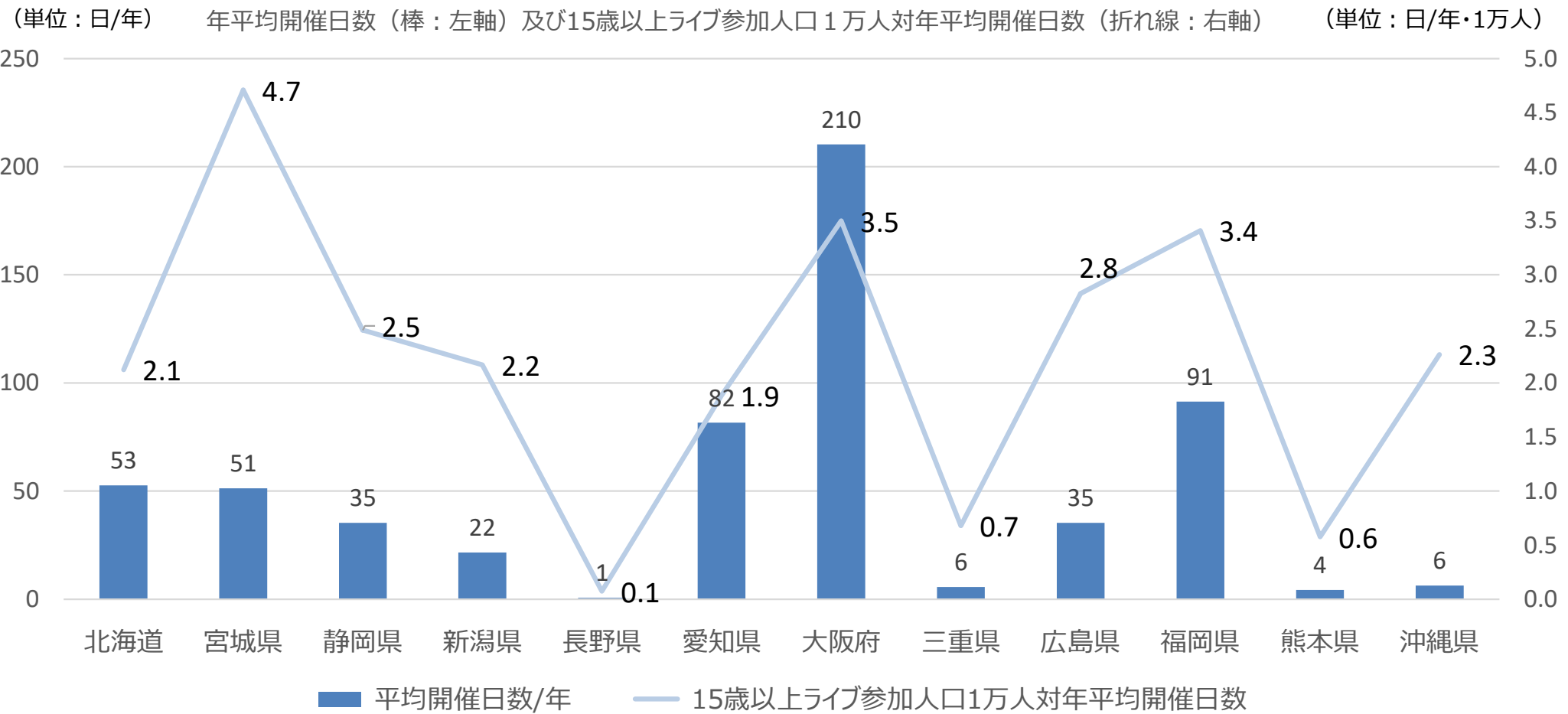
- ・ 広島での開催需要の総量が増えるような取組
- ・ 2館体制でこそ実現できるような大型イベントの誘致

Appendix

(参考) Billboard JAPAN 2025年 Artist100

順位	アーティスト名	順位	アーティスト名	順位	アーティスト名	順位	アーティスト名	順位	アーティスト名
1	Mrs.GREEN APPLE	21	サカナクション	41	SEVENTEEN	61	ORANGE RANGE	81	乃木坂46
2	back number	22	aespa	42	JO1	62	=LOVE	82	□ゼ
3	米津玄師	23	マカロニえんぴつ	43	BABYMONSTER	63	NiziU	83	LANA
4	Vaundy	24	スピッツ	44	Omoionotake	64	TREASURE	84	LiSA
5	HANA	25	CUTIE STREET	45	幾田りら	65	平井大	85	Superfly
6	Snow Man	26	FRUITS ZIPPER	46	XG	66	ZEROBASEONE	86	嵐
7	Official髭男dism	27	サザンオールスターズ	47	Novelbright	67	ENHYPEN	87	椎名林檎
8	藤井風	28	LE SSERAFIM	48	TOMORROW X TOGETHER	68	CANDY TUNE	88	Travis Japan
9	YOASOBI	29	timelesz	49	Mr.Children	69	BOYNEXTDOOR	89	超ときめき♡宣伝部
10	ちゃんみな	30	BAD HOP	50	星野源	70	INI	90	米津玄師, 宇多田ヒカル
11	あいみょん	31	Da-iCE	51	IVE	71	GReeeeen	91	ポルノグラフィティ
12	Number_i	32	Stray Kids	52	緑黄色社会	72	なにわ男子	92	KinKi Kids
13	Creepy Nuts	33	ILLIT	53	SEKAI NO OWARI	73	HY	93	JIMIN
14	King Gnu	34	□ゼ & ブルーノ・マーズ	54	aiko	74	アイナ・ジ・エンド	94	JENNIE
15	RADWIMPS	35	Saucy Dog	55	宇多田ヒカル	75	Tani Yuuki	95	エド・シーラン
16	BE:FIRST	36	清水翔太	56	SixTONES	76	Aimer	96	M!LK
17	ONE OK ROCK	37	tuki.	57	AKASAKI	77	いきものがかり	97	星街すいせい
18	優里	38	&TEAM	58	JIN	78	クリープハイプ	98	MISAMO
19	Ado	39	King & Prince	59	櫻坂46	79	菅田将暉	99	MONGOL800
20	ヨルシカ	40	TWICE	60	こっちのけんと	80	NewJeans	100	なとり

各都市のコンサート開催実績比較（1万人以上ライブ会場（関東圏及びドームや球場、公園等の野外は除く））



参照元：「ライブ・エンタテインメント白書」（ぴあ総研）の2023～2025年データから1万人以上規模の屋内会場における開催日数を基に、暦年で作成。ただし、関東を除く。ライブ参加人口は、令和3年社会生活基本調査より。 13

新アリーナ・グリーンアリーナの2館体制の相乗効果①

資料3



国際大会の誘致

メインの試合会場を新アリーナで実施

練習や運営の会場としてグリーンアリーナを使用し運営



※画像は生成AIによるイメージです

新アリーナ・グリーンアリーナの2館体制の相乗効果②



アジア国際カップの開催

新アリーナとグリーンアリーナの2会場でアジアカップを企画・実施
日本、韓国、台湾、中国の4カ国、8チーム程度でカップ戦を実施

グリーンアリーナはアジア圏で人気の高いスラムダンクの聖地のため、観光面を含めた企画で広島をアピールすることが出来る。



※画像は生成AIによるイメージです

現状

グリーンアリーナ

有料興行の利用制限によりアーティストのコンサート、大型展示会等で特定日が確保しずらく開催が困難

「広島飛ばし」というワードが聞かれるようになった

新アリーナ実現

グリーンアリーナ + 新アリーナ

多目的に使える体育館と多目的を前提とした新アリーナ
大規模会場が2館あることから興行に制限なく屋内イベント、大型コンサートが可能な限り開催できる。

「広島は飛ばせ(外せ)ない」都市に転化

2 館体制であることによって可能になるイベント展開

1

アーティストコンサートが増える

- ☆広島でのコンサート本数が増える
- ☆県外からの来場者が増える

参考: アリーナ、ドーム、スタジアム等で
単独ライブで動員できるアーティスト
の招聘海外アーティストの招聘など

2

2施設を利用した地域回遊型の
大型音楽フェス、MICE事業(展示会)、
屋内イベントなどが可能になる
☆地域内でのインフラ範囲が広がる
☆県外、国外からの来場者が増える

参考: ※コンサート・展示会
COUNTDOWN JAPAN(千葉県) 5日: 20万人
WILD BUNCH FEST. (山口県) 3日: 8万人(2025年)
ONE PARK FESTIVAL(福井県) 2日: 2万7千人
BARI-SHIP(愛媛県) 3日: 1万9千人

3

広島の地で
異なる大型興行が同時に実施可能になる
☆スポーツ、コンサート、展示会、学会など
異なる興行が同時期開催する
☆個性多様な来場者がある
☆広島が寛容的なイメージになる

グリーンアリーナ	新アリーナ
スポーツ	コンサート
コンサート	展示会
食のイベント	コンサート

【コンサートにおける県外からの来場者】
コンサートでは6割が県外来場者
グリーンアリーナでのコンサート動員平均を6,800と設定
 $6,800 \times 60\% = \text{約}4,000 \text{人}$
☞ 1公演あたり約4,000人の県外客を広島に呼び込んでいることになる

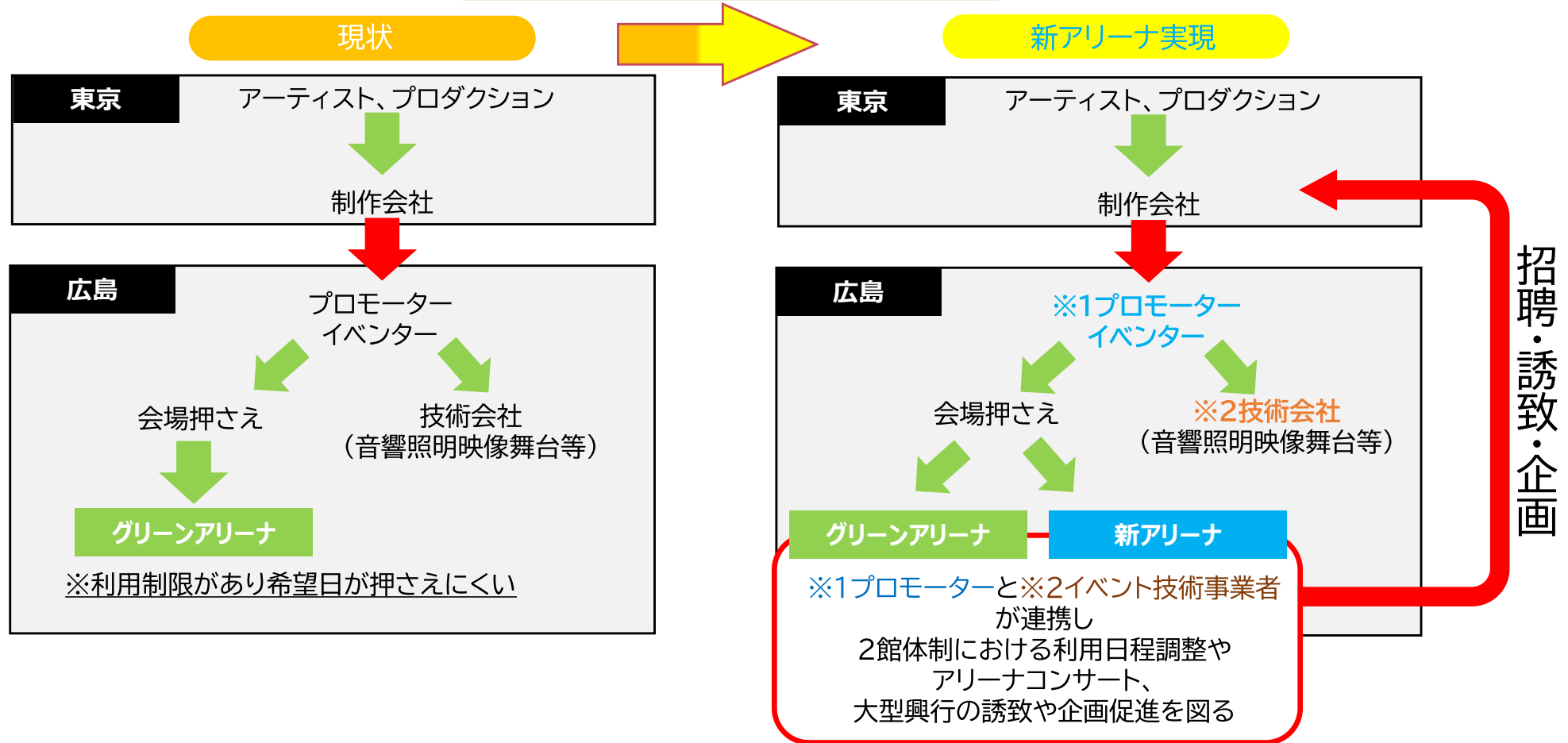
グリーンアリーナ
 $6,800 \text{人} \times 60\% = \text{約}4,000 \text{人}$
新アリーナ
 $10,000 \text{人} \times 60\% = \text{約}6,000 \text{人}$
☞ 1日で約10,000人の県外客を広島に呼び込めることになる

【期待できる経済効果】 交通(移動、輸送)、宿泊、観光、飲食、雇用、若者の関心、誘致活動活発化など

新アリーナは利用用途を広げるだけでなく、2施設が存在することでより経済を押し上げ、存在価値高める

どのように実現していくか

コンサート・イベント業務受注の流れ



**イベンター・プロモート事業者 と イベント技術事業者が連携を図り、
両施設の日程調整や大型コンサート、大型興行の誘致や企画立案を促進していきます**

イベントは同じ目的に集ったものが感情を共有するだけではなく情報の交換や未来を創造する場であり、これは経済だけでなく文化振興に不可欠なものである。新アリーナの実現で広島が平和とともに活力の発信源になるよう進めていきたい。

新アリーナ整備に向けた事業手法について

背景

- ✓ 第1回の本協議会において、新アリーナが有する公共性・公益性が確認されるとともに、浦社長から、その事業手法として、「負担付き寄附」が広島にふさわしいのではないかと御提案があった。
- ✓ 本市としては、二葉の里地区におけるまちづくりを推進する立場から、まちづくりの起爆剤となりうる新アリーナの実現に向けて、全国のアリーナ事例における事業手法を調査し、「オール広島」で取り組む上で効果的な事業手法の検討を行っている。

民間主導のアリーナ整備・検討事例

民設民営

GLION ARENA KOBE

所在地:神戸市中央区
開 業:2025年4月
整備費:非公開
収容人数:約1万1千人

所有者

土地:神戸市、建物:NTT都市開発(株)
実施主体
整備: NTT都市開発(株)
運営管理:(株)One Bright KOBE



民設民営+行政支援

福井アリーナ(仮称)

所在地:福井県福井市
開 業:2028年秋頃
整備費:約150億円
収容人数:最大約5千人

所有者

土地:福井市、建物:(株)福井アリーナ
実施主体
整備:(株)福井アリーナ
運営管理:(株)Fプライマル



負担付き寄附(コンセッション+指定管理)

(仮称)幕張アリーナ

所在地:千葉市美浜区
開 業:2030年9月(目標)
整備費:不明
収容人数:約2万人

所有者

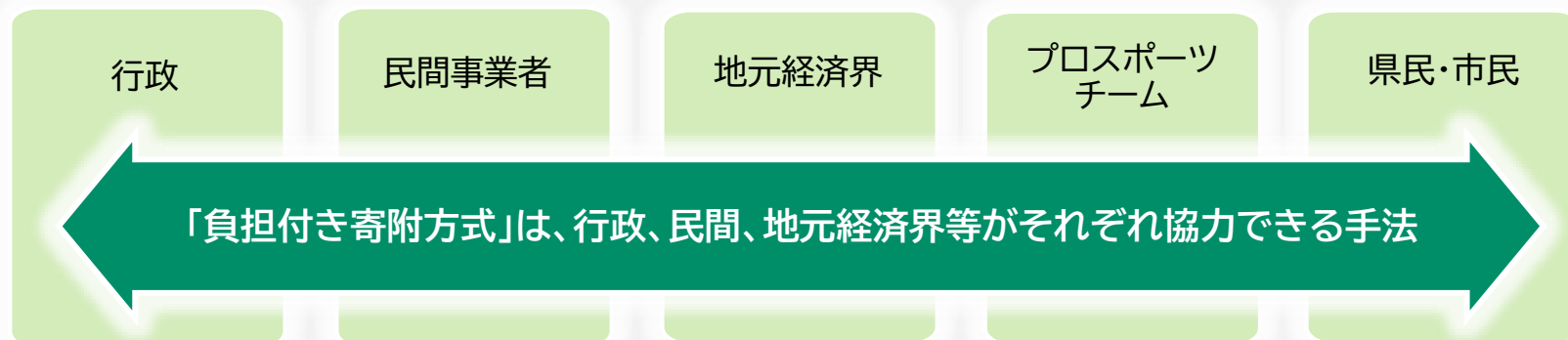
土地:千葉県、建物:千葉市
整備:ヒューリック(株)
運営管理:ヒューリック(株)を中心とする民間事業者



オール広島に適した事業手法

他事例を調査した結果、「負担付き寄附方式」は、

- ✓ 施設を民間から行政に寄附し、行政所有となることで、公共性・公益性を持続的に担保できるとともに、地元経済界を含めた「オール広島」の推進体制の構築が可能となる。
- ✓ 運営時において公共施設等運営権(コンセッション)や指定管理者制度を導入することで、民間ノウハウを活用することが可能となる。



行政が新アリーナに期待する公共性・公益性

- ✓ ひろしま都心活性化プランの実現による広島の更なる発展
- ✓ 良質な鑑賞・体感機能の提供による県民・市民生活の質の向上
- ✓ 地域の防災機能の向上 など

今後の検討ポイント

- ✓ アリーナ施設整備に係る行政側と民間側の役割分担
- ✓ 事業費総額を踏まえた整備・運営に係る効果及び資金計画の妥当性

新アリーナを契機とした周辺まちづくりについて

活力とにぎわい + 静謐さ・日常生活 = まちづくりの更なる推進

今後、新アリーナの整備などに伴い、歩行者や自動車交通の流れなどが大きく変化することが見込まれるため、エリア全体のまちづくりの視点に立ち、以下の課題への対応を検討していく必要がある。

幹線道路等における交通混雑

主要交差点を中心とした渋滞の発生



生活道路への影響

通過交通の流入による交通事故リスク



歩行環境の安全性

歩行者と車両の交錯リスク



広島駅新幹線口ロータリーの混雑



路上駐停車による混雑



鉄道横断部における安全性



※画像は現況写真をもとにAIでイラスト化したイメージ図であり、実際の景観とは一部異なる場合があります。

新アリーナの実現に向けた機運醸成シンポジウム (第3回:2026年3月12日、第4回:2026年6月6日) での参加者(県民・市民等)の声

**2026年10月
一般社団法人広島イベント事業振興協会**

アンケートの概要(第3回シンポジウム)

実施日：2026年3月12日(木)

アンケート実施場所：広島国際会議場 地下2階 ヒマワリ

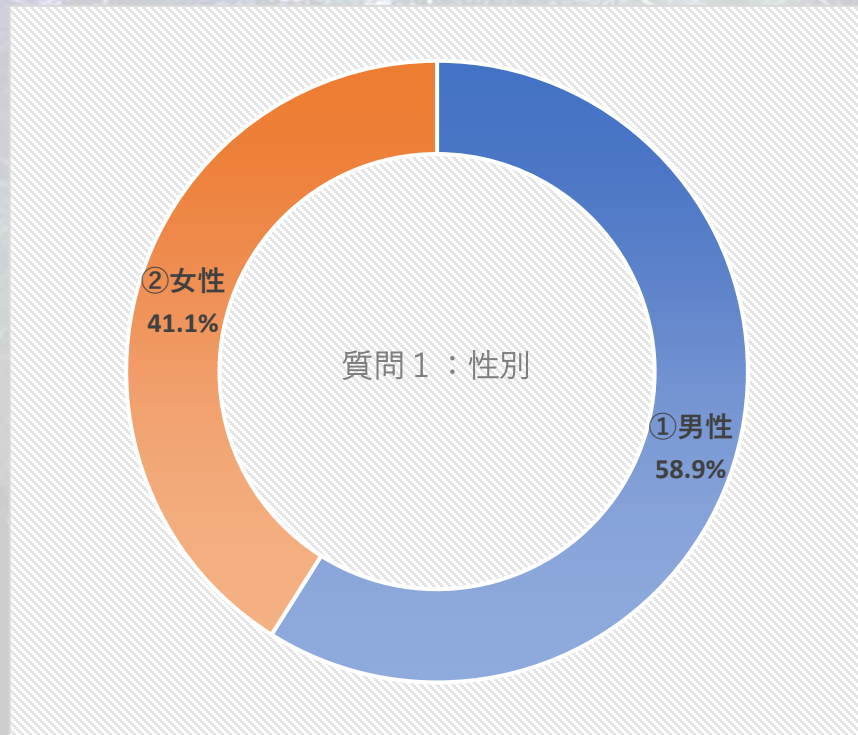
実施方法：紙アンケート

有効回答：207人(シンポジウム参加者 約300人)

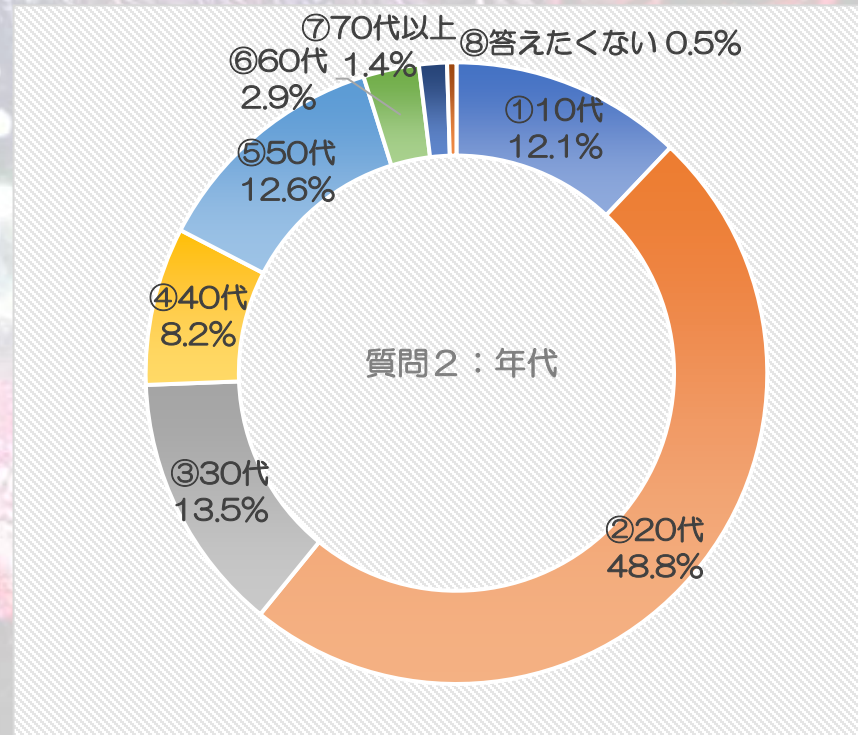
アンケート内容

- 質問1：性別 ①男性 ②女性 ③答えたくない
- 質問2：年代 ①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上 ⑨答えたくない
- 質問3：お住いの場所はどこですか。
①広島市内 ②広島県内(広島市除く) ③中国地方(広島県内除く) ④四国地方
⑤北海道地方 ⑥東北地方 ⑦関東地方 ⑧中部地方 ⑨近畿地方 ⑩九州・沖縄地方
⑪その他()
- 質問4：本日のシンポジウムの参加に当たり、質問3のお住いの場所から会場までの主要な交通手段は何ですか。
①路面電車 ②バス ③JR在来線 ④JR新幹線 ⑤飛行機 ⑥タクシー ⑦自家用車
⑧自動二輪・バイク ⑨自転車 ⑩徒歩 ⑪その他()
- 質問5：1年間にどのくらいコンサートに行きますか。
①1～3回 ②4～6回 ③7回～10回 ④11回以上 ⑤その他()
- 質問6：コンサートやイベントの開催前や終了後、飲食やショッピングに行くことがありますか。
①必ず行く ②時々行く ③ほとんど行かない ④行かない ⑤その他()
- 質問7：お住いの場所以外で開催されるコンサートやイベントに参加した際に、現地で観光をされますか。
①必ずする ②時々する ③ほとんどしない ④しない ⑤その他()
- 質問8：コンサートの広島飛ばし解消のために、新アリーナは必要と思いますか。
①必要である ②どちらかといえば必要である ③どちらかといえば必要ではない
④必要ではない ⑤わからない
- 質問9：新アリーナができるとしたら、どのようなアリーナがいいですか。ご自由にご記載ください。
- 質問10：その他ご意見がありましたら、ご自由にご記載ください。

参加者アンケート(性別、年代)

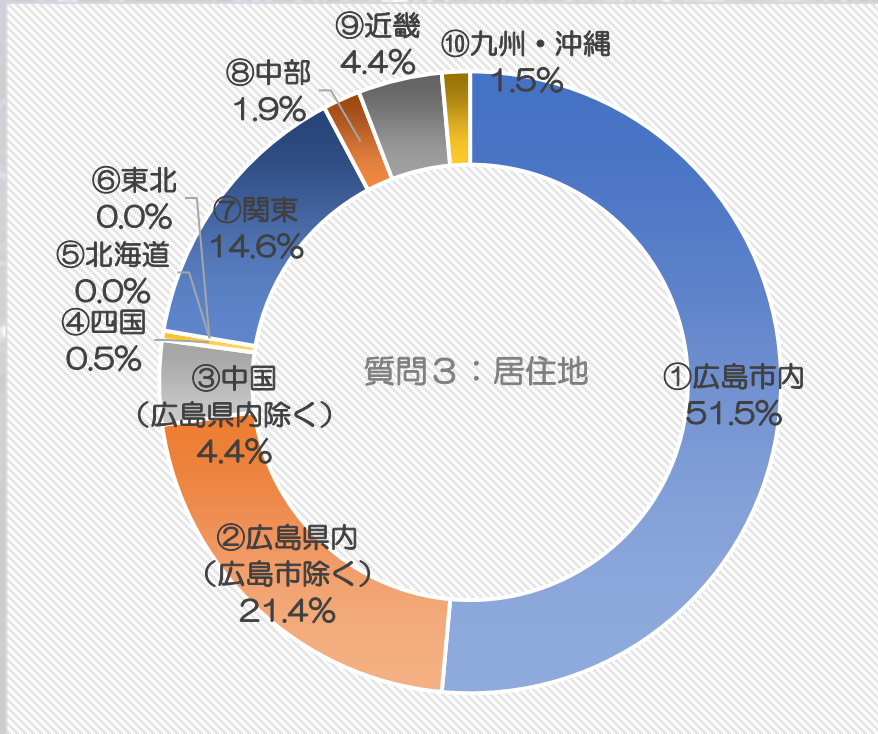


参加者の男女構成は、男性が約59%、女性が約41%であり、男性が多かった。

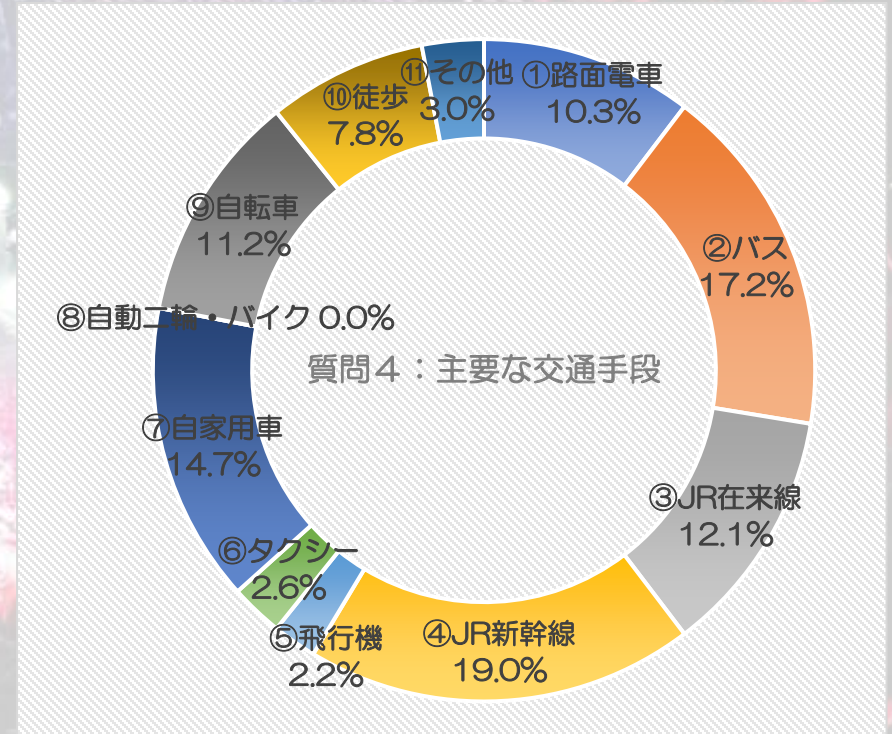


本シンポジウムは、若者の人口流出が多いという広島の社会課題への対応の視点を加え、若者へ訴求する内容とした。参加者は、20代が約49%と一番多く、10代~30代で約74%となり、企画意図を反映した年齢構成となった。

参加者アンケート(居住地、交通手段)

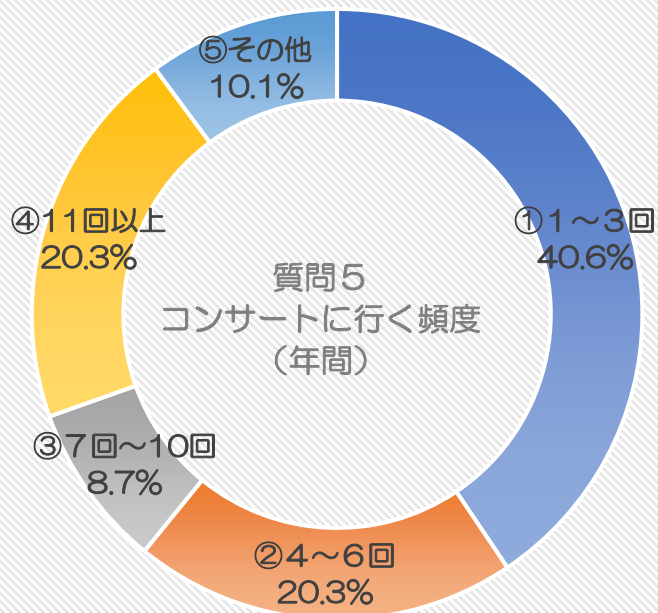


参加者の居住地は、広島市内が約52%で一番多く、次いで広島県内（広島市除く）が約21%、広島県内が約73%であった。広島県以外では、関東地方が約15%と一番多く、次いで近畿地方・中国地方（広島県内除く）であり、「推し」のイベントには遠方からでも来訪することが分かった。

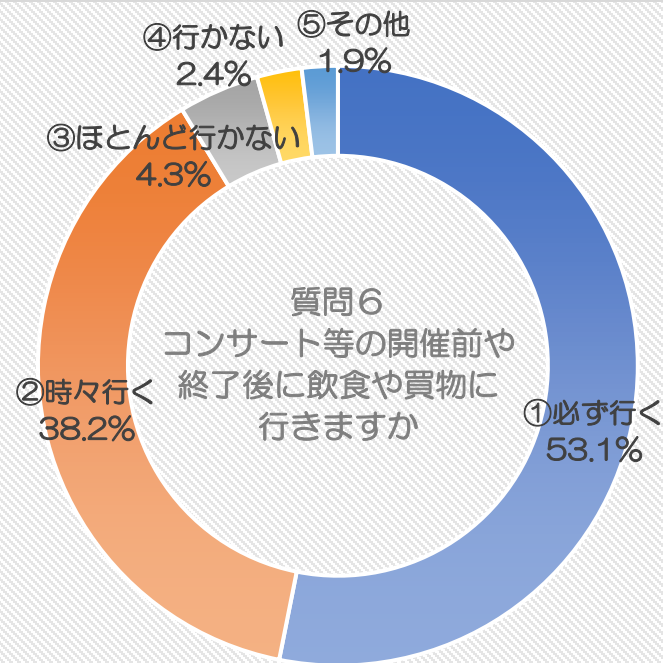


主要な交通手段は、JR新幹線が19%と一番多く、次いでバス約17%、自家用車約15%、JR在来線12%と続き、若者の参加が多かったせいか、公共交通機関の利用が多かった。

参加者アンケート(コンサートに行く頻度等)

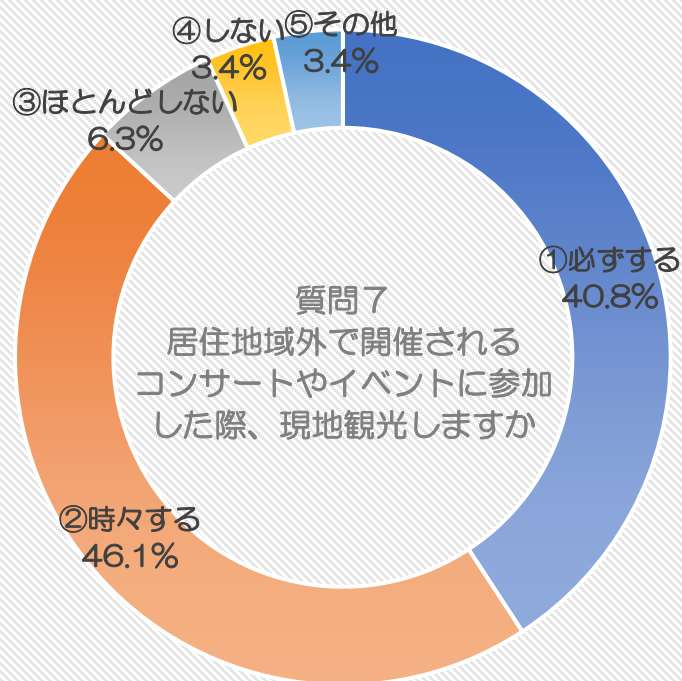


年間でコンサートに行く回数は、「1～3回」が約41%と一番多く、次いで、「4～6回」及び「11回以上」であった。11回以上行くというコンサートのコアファンが約2割いることも分かった。

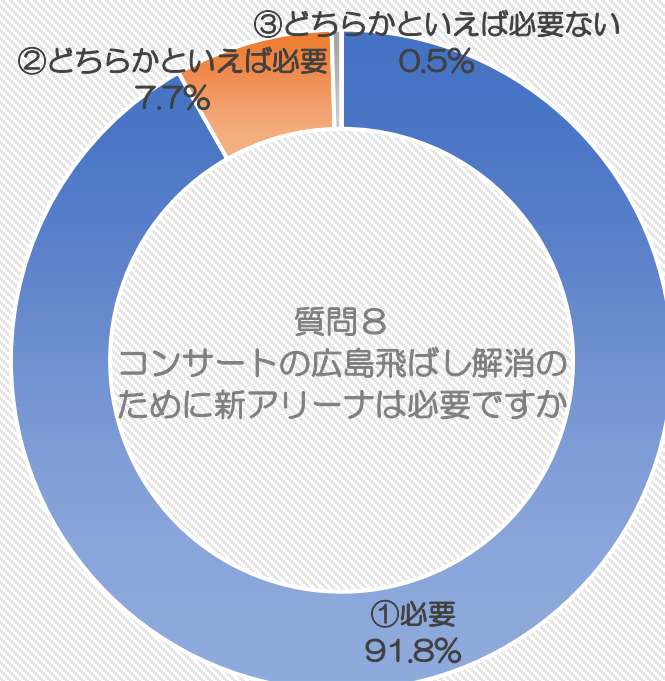


コンサート等の開催前や終了後の行動について、「①飲食や買物に必ず行く」が約53%と一番多く、次いで「②時々行く」が約38%であった。①と②を合わせると約9割の人が飲食や買物といった行動をしており、コンサート等の開催により、地域への経済波及効果があることが分かった。

参加者アンケート(現地観光等)



居住地域外のコンサートやイベントに参加した際の現地観光について、「②時々する」が約46%と一番多く、次いで、「①必ずする」が約41%であった。コンサート等で居住地域外へ出かけた際、観光という行動に結び付きやすいということが分かった。



コンサートの広島飛ばし解消のため、「①新アリーナは必要」が91.8%と高く、「②どちらかといえば必要」が7.7%、①と②でほぼ100%という結果で、③は実数で1人であった。本シンポジウムは、新アリーナの実現に向けた機運醸成が目的であり、アリーナの必要性に対する参加者の意識が高いことが分かる。

参加者アンケート(求めるアリーナ:自由記述)

質問9：どのようなアリーナがいいですか（自由記述）

主な意見

【アクセス・立地】

「広島駅から近い」「直通バス運行」
「空港からのアクセスが良い」

【施設内容】

「多目的・スポーツ」「コンサート優先」「会議」
「公演がない日も行きたくなる」「365日稼働」
「平和の発信」「広島の文化を伝える」

【観戦・鑑賞環境】

「どの席からも見やすい」「大型ビジョン」
「快適な座席スペース」「多様な席種」
「客席とステージの近さ」

【規模】

「1万人以上」「広島らしくそれほど多くない規模」
「大きなアリーナ」

【動線・混雑対策】

「入退場がスムーズ」「濡れない動線」

【デザイン・外観】

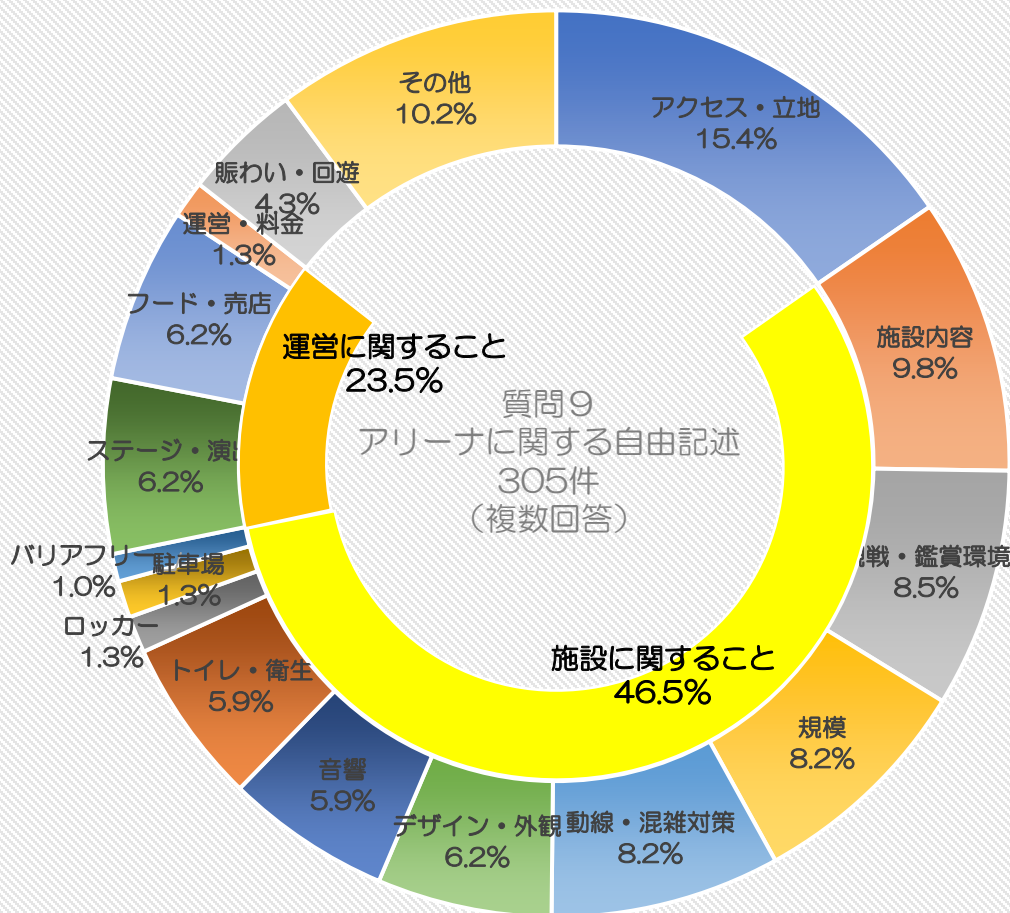
「広島らしい外観」「まちのシンボル」

【音響】

「音の響きが良い」「上層階でも明瞭な音響」

【トイレ】

「トイレの待ち時間が少ない」「女性トイレ多め」



「どのようなアリーナがいいですか」の自由記述305件（複数回答）において、アクセス・立地が約15.4%と一番多く、それ以外は「施設」と「運営」に大別できる。施設に関することは約47%（施設内容、観戦・鑑賞環境、規模、動線、デザイン、音響、トイレ等）、運営に関することは約24%（ステージ演出、売店等）で、商業施設併設など販わい・回遊を求める意見もあった。

参加者アンケート(その他自由記述)

質問10：その他意見（自由記述）

主な意見

【応援・期待】

「楽しみ」「頑張ってもらいたい」

【イベントの企画・運営】

「呼べる仕組み・告知・集客強化」「良いコンテンツが最重要」「ライブ優先がうれしい」

【アクセス・交通】

「九州・関西から来やすい」「駅近」
「交通利便性が良い場所」

【広島らしさ】

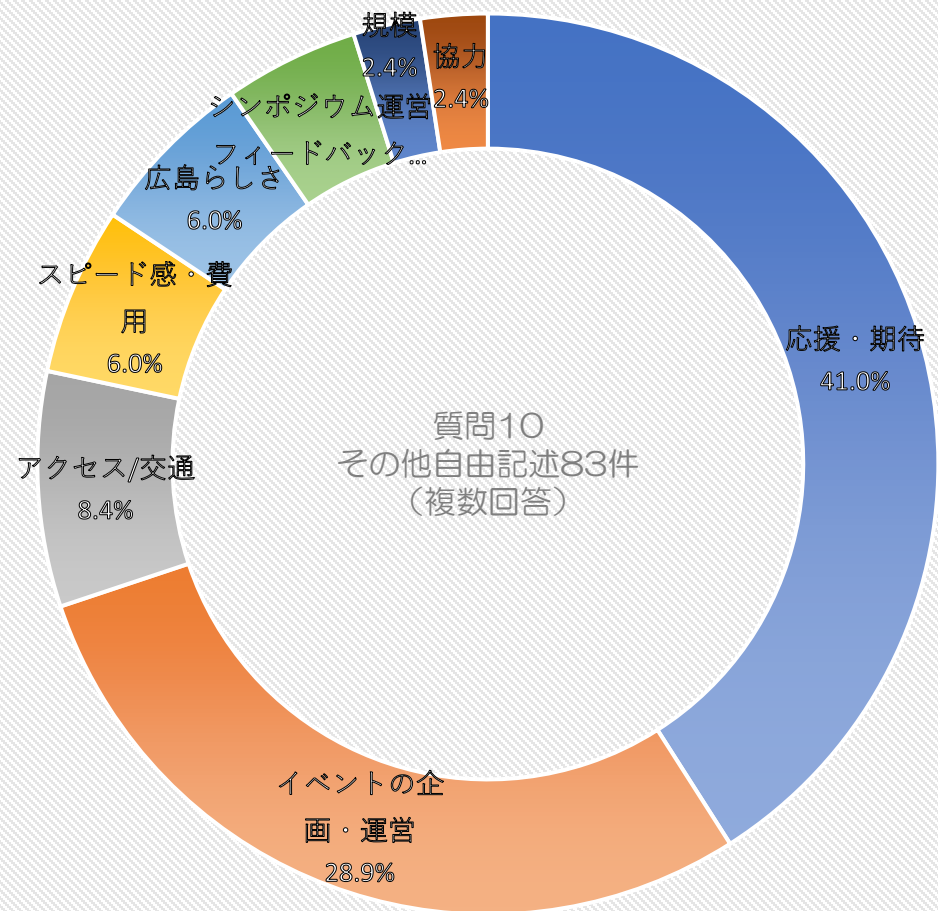
「シンボル性」「広島らしい平和の象徴に」

【スピード感】

「前に進んでいない」「早期に決定してほしい」
「建設・運営の責任主体を明確に」

【協力】

「寄付で協力したい」



その他意見の自由記述83件（複数回答）では、新アリーナの実現について応援や期待する声が一番多く41%、次いで、イベントの企画・運営、アクセスに関する意見が続いた。その他では、広島らしさを求める意見、寄附で協力したいといった意見もあった。

参加者アンケートまとめ

総括

- ➡ シンポジウム参加者の全ての属性（性別、年代、居住地）において、**コンサートの広島飛ばし解消のために「新アリーナが必要」との意見が圧倒的多数であった。**
- ➡ **コンサートやイベントの前後に飲食や買物をしたり、居住地域外で開催されるコンサートやイベントに参加する際、現地観光することについては、性別や年代による差は多少あるものの、概して、飲食や買物、現地観光する割合が高いことが分かった。**
中国地区コンサートプロモーターズ連絡協議会によると、広島でコンサートが行われる場合、来場者の約6割が県外からの来訪者であることも踏まえると、**新アリーナが整備されれば、周辺の飲食店や商業施設、観光産業等への経済波及効果は大きく、広島地域の活性化につながると考えられる。**
- ➡ アンケートの自由記述で、新アリーナについて特に意見が多かったのは、「駅から近い交通アクセス」「多目的・スポーツ・ライブ」「見やすさや快適な座席など良好な観戦・鑑賞環境」「1万人以上の収容人員」「音響のよさ」「スムーズな入退場」「広島のシンボル」「待ち時間が少なく快適に使えるトイレ」などであり、これらは具体性があり、シンポジウム参加者による新アリーナへの熱意が伝わる内容である。
また、**その他意見の自由記述では、新アリーナへの期待や応援の声が多く寄せられるとともに、アリーナの企画・運営面で、著名なアーティストを招聘する仕組みなどソフト面の工夫の必要性についても意見があった。**また、「スピード感を持って取り組んでほしい」「広島らしさを求める」「寄付で協力したい」といった声も寄せられた。

アンケートの概要(第4回シンポジウム)

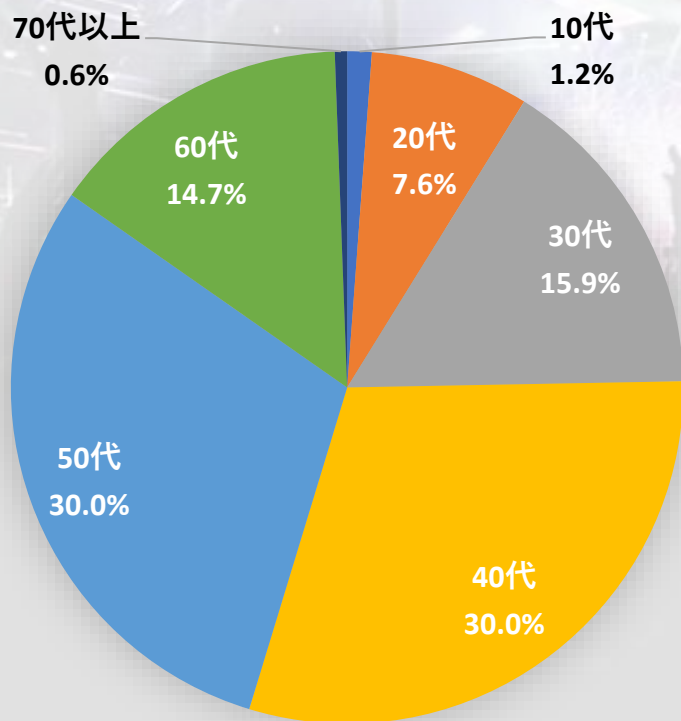
シンポジウム開催日:令和8年6月6日(土)

シンポジウム開催場所:広島コンベンションホール

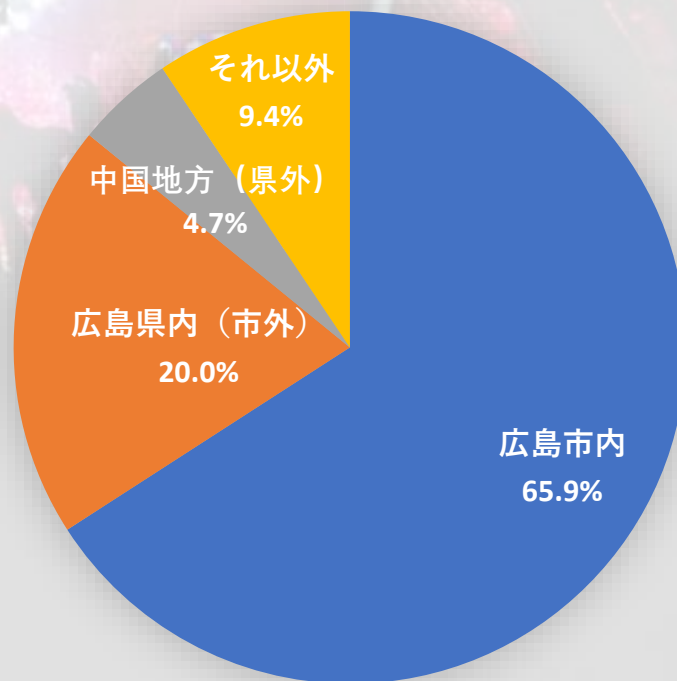
回答数:170(事前申込時のアンケート記載による)

設問数:4(居住地、年代、広島らしさを感じるアリーナとは、新アリーナが広島にもたらす効果・影響)

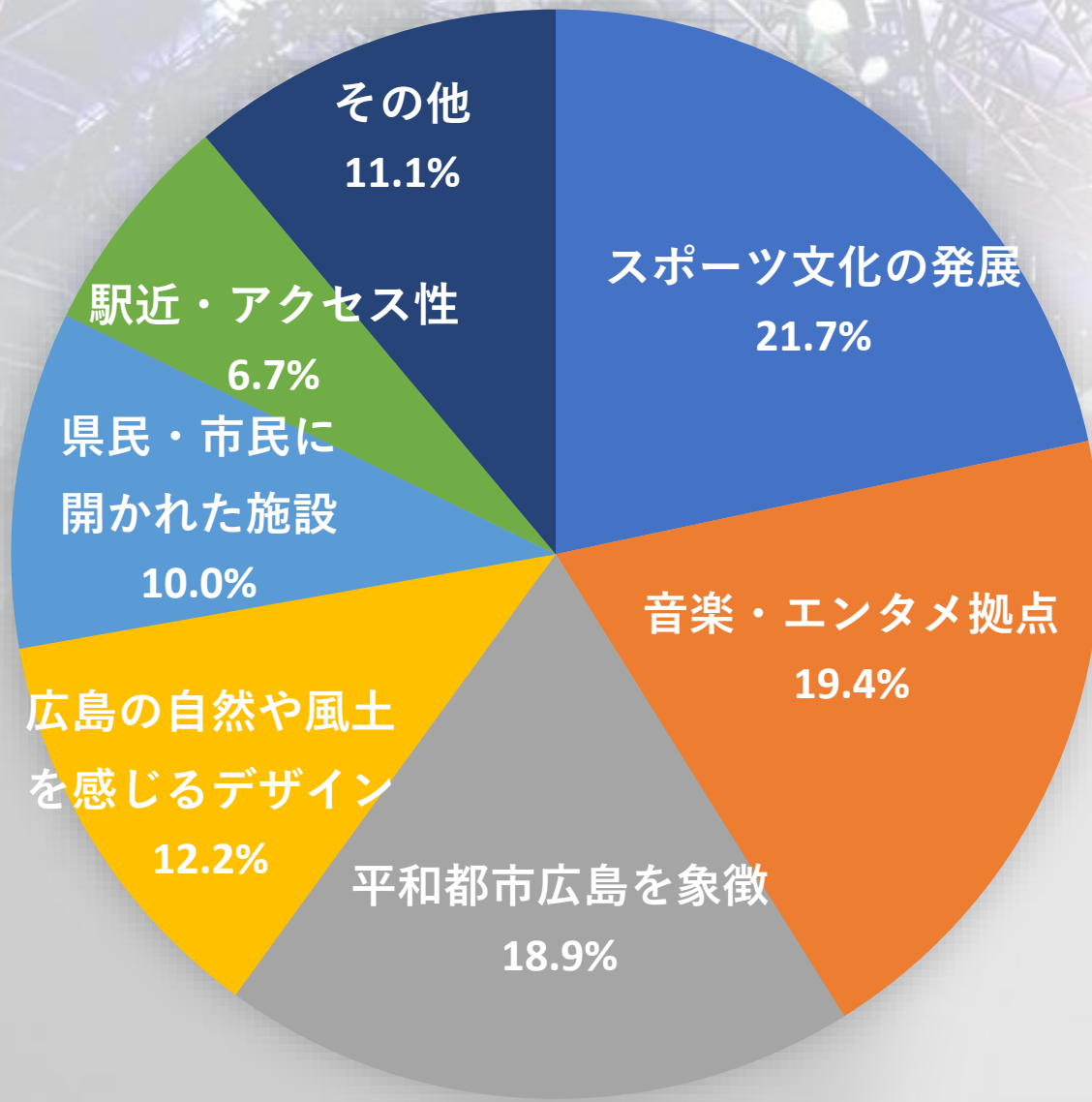
年代



居住地



①広島らしさを感じるアリーナとは



- ・最も多かったのは「**スポーツ文化の発展**」であり、広島ドラゴンフライズや広島サンダーズをはじめとした**広島地域のスポーツを支える新たな拠点として、期待**されている。スポーツ観戦の臨場感向上や次世代へのスポーツ文化継承への期待も大きい。
- ・「**音楽・エンタメ拠点**」への期待も高く、コンサートやライブ開催による新たな都市魅力の創出を求める声が多数を占めた。
- ・アリーナには**スポーツとエンタメの両立**が期待されている。
- ・「**平和都市広島を象徴**」という意見も多く、平和文化、折り鶴、原爆ドームなど広島固有の歴史や価値観を反映した施設が求められている。
- ・「**自然や風土**」では瀬戸内海、川、もみじ、牡蠣、レモンなど**広島らしい景観や特産品をデザインに取り入れてほしい**という声が目立った。
- ・「**駅近・アクセス性**」では広島駅直結や**交通利便性を重視する意見**があり、集客力向上の重要条件として捉えられている。

①求められるアリーナ像

スポーツ文化の発展

- カープ・サンフレに続く広島の新たなスポーツシンボル
- 広島ドラゴンフライズの本拠地
- バスケット・バレー等の屋内競技の聖地
- 選手との距離が近い臨場感のある施設

- 大型アーティスト、国内外ツアーが開催できる規模
- スポーツとライブの両立
- 国際的なエンタメ拠点
- 「広島飛ばし」の解消

音楽・エンタメ拠点

①求められるアリーナ像

平和都市広島を象徴

- 平和文化を発信できる施設
- 折り鶴や原爆ドームなど広島らしいモチーフ
- スポーツや音楽を通じて平和の尊さを感じられる空間
- 「平和・鎮魂」から「平和文化」へ進化する象徴

瀬戸内



もみじ

レモン



水の都ひろしま

緑と川

海



宮島

牡蠣



感じるデザイン
広島の自然や風土を

①求められるアリーナ像

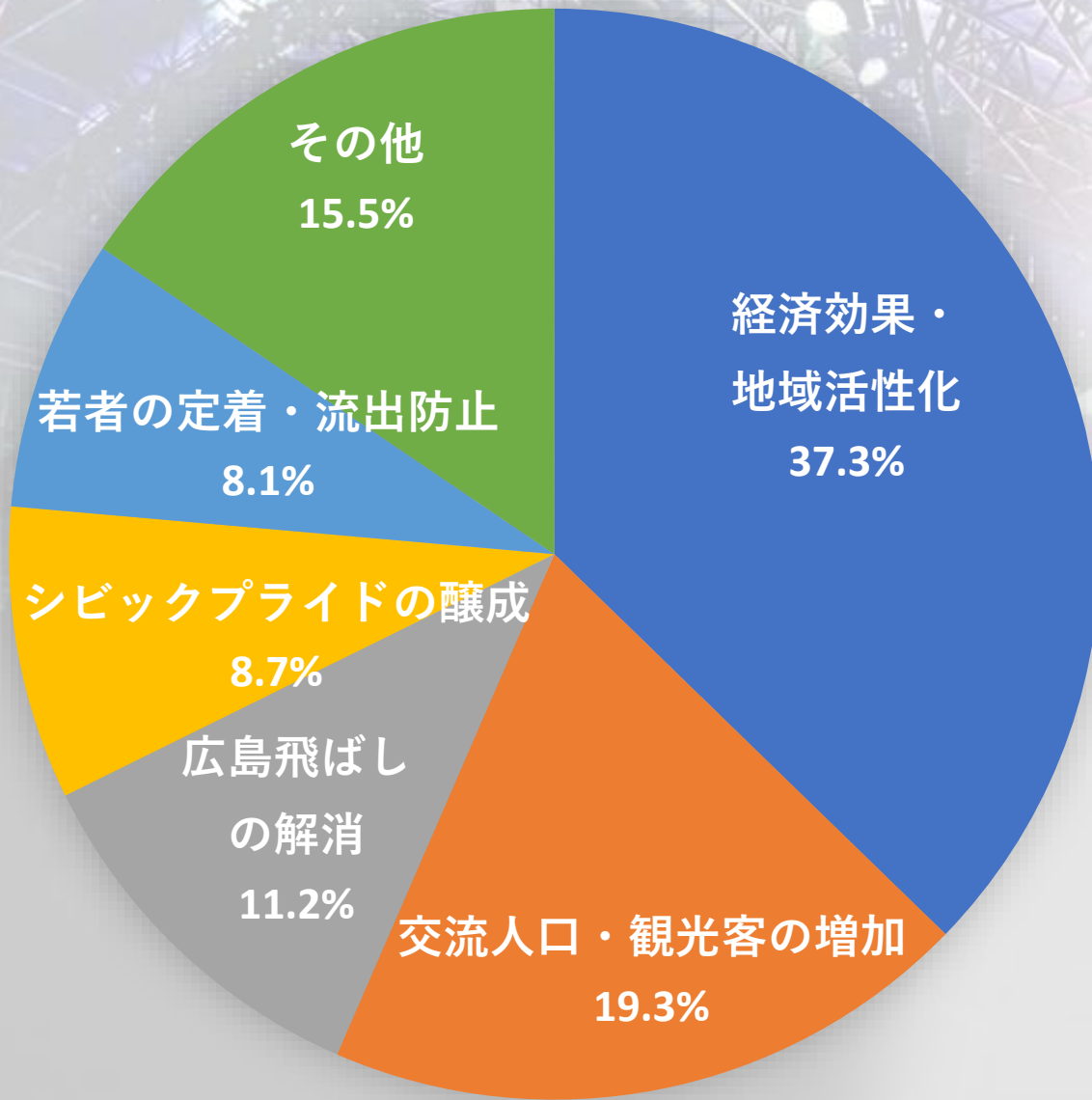
開かれた施設
県民・市民に

- ・試合やイベントがない日も、様々な人が集まる
- ・生活と繋がっている、当事者意識を持てるアリーナ
- ・誰もが集える、広く一般に開放された施設運営
- ・人々の憩いの場としての機能

- ・広島駅などに直結し利便性が高い
- ・JRや広電など公共交通との接続
- ・遠方客も利用しやすい立地
- ・混雑しにくい導線整備

駅近・アクセス性

②新アリーナが広島にもたらす効果・影響



- ・最も多いのは「経済効果・地域活性化」であり、飲食、宿泊、商業、雇用など幅広い経済波及効果への期待が強い。
- ・「交流人口・観光客の増加」も多く、全国や中四国から人を呼び込み、**広島観光と結び付ける起爆剤として期待**されている。
- ・「広島飛ばしの解消」では、ライブやコンサート誘致を通じた**エンターテインメント機会の増大により、選ばれる都市になる期待**が表れている。
- ・「シビックプライドの醸成」では、市民が誇れる**広島**の新しいシンボルや都市の**魅力向上への期待**が示された。
- ・「若者の定着・流出防止」では、魅力的なエンタメ環境が若者の定着につながるなど、**人口流出防止の一助としてアリーナが期待**されている。

②新アリーナに期待される効果・影響

経済効果・地域活性化

- ・観光消費の増加
- ・宿泊需要・飲食売上増加
- ・広島駅北口の活性化につながる
- ・地域経済の活性化、若者の雇用創出

- ・県内外から人が集まり観光客が増える
- ・観光地やホテルも含めた経済効果
- ・関係人口や交流人口の増加

交流人口・観光客の増加

②新アリーナに期待される効果・影響

- ・ライブの広島飛ばしがなくなる
- ・K-POPや海外アーティスト誘致
- ・大型アーティストのツアー対象になる
- ・エンタメ機会の増大

- ・広島の新しいシンボル
- ・市民が誇らしく感じるアリーナ
- ・都市の魅力向上

- ・若い世代が住み続けたいまちになる
- ・若者の県外転出の抑制
- ・人口流出防止につながる

「広島飛ばし」の
解消

流出防止
若者の定着

の醸成
シビックプライド

③懸念事項

交通対策

- ・周辺渋滞対策や駅構内の混雑対策が必要
- ・帰宅難民への対応
- ・公共交通アクセスの確保

- ・大きすぎない施設
- ・身の丈にあった規模・スペック
- ・中規模アリーナにも需要がある

適正規模

都市構造への 配慮

- ・広島駅周辺だけに集中させない
- ・紙屋町・八丁堀との共存

総括

参加者(県民・市民等)の意見を総括すると、機能的には
「平和を礎に、スポーツ・エンターテインメントを融合し、
広島を未来を象徴する新たな都市拠点」

スポーツ文化
の発展

経済活性化

平和文化
の発信

若者流出
の抑制

広島の新たな
シンボル形成

「広島飛ばし」
の解消

参加者の共通したメッセージを整理すると…

「県民・市民が誇れて、県内外から人を呼び込み、
未来の広島を支えるアリーナ」

広島といえば「食」 万博のためにずっと 集ま、2楽しめる場所!! (9月10日)	スポーツ×アトル 11月7日で「STU」が 「よ」出てくる!!	入口に「設置」	体育館の外観 とお祭り様々 にする!!	エンタ、スポー、食に 楽しめる （お祭り）	世界の人が 集めて、広島の人々が 日常を楽しめるアリーナに。	コンパクト Passion!! でアリーナ周辺が 広島を感じられる アリーナ。	ブルX （お祭り）	平和 花若男女集まるアリーナ
平和⇒国際、 アリーナ⇒大分市 アリーナ⇒複合施設 (お祭り、大分市) (お祭り、大分市)	アリーナグルメ (お祭り、大分市) (お祭り、大分市)	コンコース アリーナグルメ 三谷選手が来場 天井	広島市バス、アリーナ 掲げも、アリーナ 大分市、大分市 アリーナ内、大分市、大分市 選手、大分市、大分市	暖かさも感じる空間 ・優しい、優しい ・緑、自然を感じる材料 ・笑顔、笑顔、笑顔、笑顔 ・アトラクション、色んなアトラクション	やさしさ	SNS、SNS、SNS ・アリーナ、アリーナ、アリーナ ・アリーナ、アリーナ、アリーナ ・アリーナ、アリーナ、アリーナ ・アリーナ、アリーナ、アリーナ	ライブ、ライブ、ライブ ・アリーナ、アリーナ、アリーナ ・アリーナ、アリーナ、アリーナ ・アリーナ、アリーナ、アリーナ	平和 世界的知名度 700、スポーツの宝庫、 9、アリーナ、アリーナ
広島(地)愛と 新大分市の融合 ・大分市の交流、大分市 ・大分市の交流、大分市 ・大分市の交流、大分市	開島居 朱色	平和の折り鶴 ・大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市	広島平和と目指す 都市の中で、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市	スポーツが盛り上がる アリーナ、アリーナ、アリーナ ・アリーナ、アリーナ、アリーナ ・アリーナ、アリーナ、アリーナ	平和 （お祭り、大分市）	宮島、宮島、宮島 ・アリーナ、アリーナ、アリーナ ・アリーナ、アリーナ、アリーナ ・アリーナ、アリーナ、アリーナ	広島(地)愛と 新大分市の融合 ・大分市の交流、大分市 ・大分市の交流、大分市 ・大分市の交流、大分市	スポーツ、スポーツ、スポーツ ・アリーナ、アリーナ、アリーナ ・アリーナ、アリーナ、アリーナ ・アリーナ、アリーナ、アリーナ
大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市	山や川をイメージ ・大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市	平和の折り鶴 ・大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市	瀬戸内に感じる 海、食べ物、風景 の「開島居」	海外のアーティスト プレイヤーが来てくれる 国際的なアリーナ	みんなに愛されるアリーナ ・大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市	川、三角州 橋、水 デザイン	食 ・大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市	平和 ・大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市 ・大分市、大分市、大分市
平和 （お祭り、大分市）	藤崎ゆみあ アンバサダー	ひろしま （お祭り、大分市）	スポーツ王国	平和	和、平和	広島出身の有名人の、 アトスポッス	平和 （お祭り、大分市）	平和 （お祭り、大分市）

ワールドカフェ 参加者の想い

私にとって 広島は2日間のぞき 新アリーナで 大活躍する姿が見たい!!	広島らしく 平和をイメージする。 アリーナ内に折り鶴の モニュメント設置する。	平和なイメージ イメーজ出来る アリーナ	外国語、年齢を問わず 世界に誇れる お祭り、大分市、大分市、大分市 大分市、大分市、大分市、大分市 大分市、大分市、大分市、大分市 （アリーナ外でも大分市、大分市、大分市）	世界初が100個ある 世界に誇れる ライブ・スポーツ・イベント の発信拠点、双拠点、 （お祭り、大分市、大分市、大分市）	広島県民の息子 三谷様司!! 新アリーナで広島市が 食える店が並ぶイメージ CS行くと!!	朱色のアリーナ 折り鶴、アリーナ	ゆったリ~	平和 1日イメージ 外観 観る、食べ、遊ぶ、 思い、出、る、を、
上から見たら もみじまんじゅう	鳥居のアートワーク 飲食店、美術館 イベント、大分市、大分市、大分市 365日、大分市、大分市、大分市 大分市、大分市、大分市、大分市 大分市、大分市、大分市、大分市	無料でスポーツを 楽しむことができる スペースがある （ジョギングのスタート・ゴール地点 初級・上級のコース、大分市、						

ワールドカフェ(2026年6月6日) 参加者の思い ～広島らしさを感じる新アリーナに関する意見～

頻出キーワード(ワードクラウド)



※文字の大きさは出現頻度の多さを示している。

テーマ別 代表的な意見

平和

- ・折り鶴のモニュメントを設置
- ・世界の人々誰もが楽しめる

スポーツ

- ・広島ドラゴンフライズ & 広島サンダーズの拠点に
- ・スポーツがもっと盛り上がる施設
- ・広島グルメが食べられるアリーナ
- ・選手プロデュースグルメが食べたい

グルメ

- ・宮島の鳥居をイメージした外観
- ・瀬戸内や川を感じるデザイン

宮島・自然

- ・世界に誇れるライブ・コンテンツ発信拠点
- ・海外のアーティストが来てくれる。

音楽・エンタメ

- ・広島の人々が日常を楽しめるアリーナ
・365日入って楽しむ！

日常

- ✔ 「平和」「スポーツ」「グルメ」「宮島・自然」が広島らしさの主要素として挙げられた。
- ✔ スポーツとエンタメの融合施設としての期待が非常に高い。
- ✔ アリーナグルメやSNS映えなど、体験価値への関心が高い。
- ✔ 日常的に使える「県民・市民に開かれた施設」への要望も多い。
- ✔ アクセスの良さや利便性も重要なワードとして挙げられている。