

京都スタジアム(仮称)運営経営専門家会議(第1回)の開催概要

- 1 開催日時 平成25年7月24日(水)午前10時から正午
- 2 開催場所 メルパルク京都「会議室D」
- 3 出席者
[委員] 門内委員(座長)、今井委員、佐藤委員、長積委員、森委員
[事務局] 中井文化環境部長、姫野副部長、中島理事、坂本スポーツ振興室長他
- 4 議 事
 - (1) 座長選任について
 - ・ 門内輝行委員(京都大学大学院工学研究科教授)を座長に選任
 - (2) 「京都スタジアム(仮称)の整備に向けて<案>」について
 - (3) スタジアムに係るにぎわい施設について
- 5 主な意見
【「京都スタジアム(仮称)の整備に向けて<案>」について】
 - ・ スタジアム整備は周辺地域の整備と相互に連動させることが重要であり、都市戦略として、まちづくり全体をどうするかというビジョンが明確に示されていると、それに向かってステークホルダーが共同していくかたちが起きる。
 - ・ 神戸市の「アスリートタウン構想」の中で神戸スタジアムも核になる施設として位置づけられている。
 - ・ 府内各地からのアクセスがよいという立地は大きな資源であり、うまく戦略を立てれば大きな発展の可能性がある。単に箱物を一つつくるという発想ではなく、スポーツ振興、文化振興の観点から総合的に考えていくことが極めて重要。
 - ・ スタジアムの設計段階からどのような事業化が展開できるかをイメージし、実際に運営する者が仕掛けが可能となるようなハード整備をしておく必要がある。
【スタジアムに係るにぎわい施設について】
 - ・ まずは、スポーツでの収入である施設使用料、駐車場収入、飲食売店収入、広告収入をしっかりと得ることを考えるべき。そのスタジアムの売店にしかないおいしい物があることや、LED全面広告ができるなど、施設整備の段階から準備しておくことが重要。
 - ・ 売店や常設看板はチームが行うのか、スタジアム運営サイドが行うのか、その仕分けも大きな問題。

- ・ にぎわい施設については、投資をしても回収できないのでは意味がない。スポーツでの収入を上げるにはJリーグの試合をどれだけ行うかが重要であり、使用するクラブチームの自由度を高くしたことによる成功例がある。
- ・ 成功しているスタジアムは半径5km圏内からの来場者が7割とのデータもある。亀岡市は周辺人口が少ないというハンデがあるが、周辺住民が何を望んでいるかを調査することも必要。
- ・ 他のスタジアムと同じことをしてもダメで、例えばアユモドキをシンボルにする地域性のある取組みや、太陽光発電を設置するだけでなく太陽光エネルギーの学習センターも併設し、子どもたちが試合がない日にも学びに来るような取組みはよい。
- ・ 公共施設としての制約はあるが、社会で不足している施設として、幼稚園、アミューズメント施設などはどうか。
- ・ 公共の施設は、ホームチームのカラーを出すのが難しいケースが多いが、チームミュージアム、ショップ、スタジアムツアー等、チームの魅力を前面に出せるスタジアムにしてほしい。
- ・ 近年は、単なる箱物設計ではなく、観客、運営者、利用者（選手）などの「経験を設計する」という考え方を重視している。より広範なエリアから集客するためにも、車での利便性、鉄道での乗換を含めた快適性をデザインすることや、強力な吸引力がある施設が複数あること、メディアを活用してそれをどれだけ発信できるかも重要である。
- ・ スタジアムに足を運ぶ理由は、そこでしか得られない体験があるからで、その施設を使って、どういうエンターテイメントを生み出していくのかをマネジメントする中核組織が非常に重要。
- ・ スタジアムの収入源や費用などの収益構造そのものを明確にし、施設を誰が経営するのがよいのかなどを考える必要がある。
- ・ 最近の傾向では、サッカーに限らず野球などでも、施設利用者（球団等）自体が指定管理者になっているケースが増えている。様々な競技が利用するので偏りがあるのは問題かもしれないが、利用者の自由度が上がり、運営がしやすくなる利点はある。