

第1回アリーナ基本計画検討委員会 議事概要

〈開催概要〉

日 時：令和8年3月27日（金）10時00分～11時45分

場 所：徳島県庁9階 901会議室

出席委員：千葉委員、信江委員、長井委員、牛尾委員、臼木委員、相原委員、山中委員、
里委員、吉長委員

〈会議次第〉

- 1 開会
- 2 議題
 - (1) 委員長の選任について
 - (2) アリーナに関する意見交換
- 3 閉会

〈配布資料〉

資料1 アリーナ基本計画検討委員会設置要綱

資料2 第1回検討委員会の論点

資料3 検討に係る基礎資料

1. 開会

(事務局)

委員紹介ほか（省略）

2. 議題

(1) 委員長の選任について

(事務局)

委員長は、資料 1、アリーナ基本計画検討委員会設置要綱、第 4 条第 1 項にありますように、委員の互選により定めることとなっております。どなたか立候補、またはご推薦いただける方はございませんでしょうか。

(相原委員)

山中委員にお願いしたいと思いますが、いかがでございますか。

(事務局)

ただいま山中委員を委員長にとご推薦がありました。いかがでしょうか。

(委員一同)

異議なし。

(事務局)

ありがとうございます。それでは、山中委員が委員長に選任されました。これからの議事の進行は山中委員長にお願いいたします。

(山中委員長)

徳島大学大学院の山中でございます。決してこういう分野の専門家ではありませんが、委員各位の御協力を賜りますよう、よろしく願いいたします。それでは会議を進行します。

まず、要綱第 4 条第 3 項で「委員長に事故等があるときは、あらかじめ委員長の指定する委員がその職務を代理する」こととなっておりますので、「指名」をさせていただきます。「相原委員」にお願いしたいと思います。

(相原委員)

相原です。よろしく願いいたします。

(2) アリーナに関する意見交換

(山中委員長)

それでは、次第のとおり、「基本フレーム」についての議事を進めたいと思います。まずは、資料 2、資料 3 について事務局から説明をお願いいたします。

(事務局)

資料 2・3 について説明 (省略)

(山中委員長)

それでは皆さんから、どちらからでも結構です。ご意見や資料についてのご質問等お願いいたします。

(里委員)

このアリーナは、ガンバロウズのチームができた時から B.LEAGUE PREMIER に行くことを支援する、というのが計画の発端だと認識しています。ガンバロウズが想定している時間軸はどのようなものですか。例えば、観客数の基準はどの時点で達成しないといけないなど教えていただけますか。

(臼木委員)

ガンバロウズは 2022 年に運営法人ができ、23 年から B.LEAGUE に参入して今 3 シーズン目を迎えています。最短で B.LEAGUE PREMIER に上がることを目指してきましたが、1 年目はあと 1 勝足りず B3 継続となりました。当初のスケジュールでは厳しいと感じているため、最短でアリーナができることを見越して B.LEAGUE PREMIER に上がる算段をします。来シーズンは B.LEAGUE ONE という、1 つ上のカテゴリ、旧 B2 に上がります。そこから B.LEAGUE PREMIER に上がるためには、9 億円 (売上高) と 3,000 人 (平均入場者数) を達成しないといけません。今期の数字でみると、来年には近いところまでいけるといいます。来年からはアスティとくしまを数多く使わせていただいて、席の作り方も変えます。床材も自分たちで購入しました。3,000 人という基準をクリアする準備が来シーズンには整います。9 億円と 3,000 人は見えてきたというのが現在地です。仮に、アリーナが 5 年後にできるというのであれば、そのタイミングで B.LEAGUE PREMIER に上げられるように、アスティとくしま、関係パートナー、株主と連携し売り上げを作る土台ができたらと思います。ただ、B.LEAGUE PREMIER の審査を通過しても、5,000 席以上のアリーナと平均 4,000 人の入場者数がないと継続所属できません。新アリーナが無ければ数字を作っても B.LEAGUE PREMIER には上げられません。結論として、早ければ早いほど良い状況です。

(里委員)

以前、ある程度の期間を区切って B.LEAGUE PREMIER の認定は終了するというような発言があったと記憶していますが、基準を満たせば今後も B.LEAGUE PREMIER は増えていくのですか。

(臼木委員)

はい、その通りです。

(長井委員)

アスティとくしまは施設の老朽化が深刻ですが、継続利用する場合、既存施設の改修等も並行して検討していますか。

(事務局)

既存施設については資料に 3 件の例を挙げました。県有施設として、当然の空調設備の改修や機能向上は進めています。先ほど県の計画も例示資料にもありましたが、アスティとくしまは文化芸術やスポー

ツ、その他経済観光すべてに関わる施設になっていますので、今現在は県として維持していくことを示しています。

アリーナの検討にあたっては、単体ではなく、コストや時間があればマルチタスクな施設もあり得ますが、検討を進めていく中で、時間やランニングコスト等も考えた上で、どういう形にしていくのか、具体化を少しでも早くということで、周辺施設等のお話をさせていただきました。アリーナ検討の具体化、方向性が見えてくれば、並行して既存施設の機能強化、もしくは集約化といった話が出てくるかもしれません。現時点では、どの施設を長寿命化、機能を特化させるかといった検討はされていません。本委員会の議論の中で、徳島県のアリーナのあり方が見えてくると、周辺施設の今後のあり方も変えていくことになると思います。

(長井委員)

新たに施設を作るとなると、少なくとも足かけ5年程度はかかると思います。徳島県の人口構成も5年で変わります。臼木委員とも話しましたが、今後想定されているアカデミーの創設など5年で裾野が広がってくると、既存施設との使い分けも重要になると思います。この期間の中で、それらも踏まえコンパクトに論点を整理して検討できたら良いと思いました。

5年あれば、中学3年生が高校を卒業します。他県の大学に行く、または他県に行った大学生が戻ってくるのが想像できます。県民市民の方々のライフジャーニーを考えながら検討いただけたらと思います。

他県から来た者としては、徳島県は気候が良く、食事も美味しく大変良いところです。そういう魅力を発信するツールにもなれたらと思います。

(信江委員)

信江と申します。よろしく申し上げます。私は株式会社サンフレッチェ広島で、サッカースタジアム建設推進プロジェクトの総責任者を務めました。現在のエディオンピースウイング広島の構想段階から建設、開業までの全工程に携わり、開業後は施設の総責任者として運営体制の構築と安定化を主導しました。運営が安定化した後にサンフレッチェを離れ、現在は各地のスタジアムやアリーナの整備・運営に関する委員会等でお話をさせていただいています。

今回の論点である「アリーナの役割はどうあるべきか」について申し上げますと、スポーツ庁の「スタジアム・アリーナ改革ガイドブック第3版」では、スタジアムやアリーナを、競技をするための施設と、みるための施設として捉えています。私はそれに、地域のシンボルとして年間を通じてにぎわう施設という視点を加えて、カテゴリは3つあると考えています。

第1は、競技を行うための施設です。市民スポーツの拠点とするのか、公式記録を伴う試合や国際大会を行うのかによって、満たすべき要件が異なります。

第2は、観戦を楽しむ施設です。試合をみるだけでなく、観客の視点で楽しい観戦体験ができるからです。家のテレビで見ている時とは違う体験が、施設に行けばできるという設備や仕様が必要になります。ここまでは、試合観戦です。KPIは、試合日に施設を常時満員にすることです。それが実現すれば成功です。

第3は、第1と第2を押さえた上で、試合がない時も地域のシンボルとして年間を通じてにぎわう施設です。今回、交流拠点整備という言葉が使われていますが、交流拠点という考え方は、近年、スタジアム・アリーナの整備検討の際によく使われます。改革ガイドブック第3版の中でも重要な概念として、交流

拠点という言葉が用いられています。大事な点は、交流拠点にすることによって、試合の有無に関わらずにぎわいが生まれるということです。ただし、そのにぎわいをどのような価値として捉えるのが重要です。改革ガイドブック第2版のときには、経済価値に重点が置かれる傾向があったために、地方ではなかなか成立が難しい場合があるという課題が出ました。そこで第3版では、経済価値だけでなく社会価値という考え方が重視されています。そもそも初めから経済価値が十分に見込めるのであれば、民設民営で民間だけでできます。一方で、公共施設として整備するのであれば、社会価値が重要です。プロフィットセンターでありながら、社会価値も併せ持つことによって、経済価値、社会価値の総和が施設自体の価値ということになります。

そうした中で、徳島県のアリーナが、これら3つのうちのどのカテゴリを目指していくのかをまず明確にする必要があると思います。この点を曖昧なまま整備計画を進めると、後でミスマッチがおきます。単なる競技施設の仕様のみで、年間を通じてにぎわう地域のシンボルにすることは難しいです。年間を通じてにぎわいを生み出す施設とするのであれば、それに見合った仕様や要件が必要です。また、第3のカテゴリでは、第1や第2のカテゴリの条件を満たした上で、非試合日ににぎわいを生む要件が必要です。まず、どのカテゴリを目指すのかしっかり決める必要があります。言葉の上では「常時満員」、「観戦を楽しむ」、「年間365日にぎわう施設」という表現を盛り込みたくなりますが、そうではなく、本当に何をを目指すのか、目指すものによって、具体的かつ技術的なレベルで仕様が変わってきます。

第1、第2のカテゴリでは、外観や立地は決定的な要因にはなりにくいですが、第3のカテゴリでは外観・立地が非常に重要になります。第2のカテゴリは交通インフラが整っていれば郊外でも成立します。そういった具体的な仕様要件の設定が必要なため、どのカテゴリを目指すのか、言語化していただくことが重要と考えます。

(相原委員)

相原と申します。よろしくお願ひいたします。私は徳島県パラスポーツ協会です。愛されるアリーナとするには、誰もが観戦、アクセスできるインクルーシブな視点からの観念を持ていただきたいです。例えば、身体、精神、知的とそれぞれ障がいの方の特性に応じ、車椅子でアクセスできるように、また視覚障がいの方が音声でアクセスできるように、聴覚障がいの方への情報保障、知的障がいのある方などへのわかりやすいサイン、誰もがアクセスできて、交流ができます。安心・安全に外へ出かけることができるよう、そういう観念もお含みいただけたらなと思います。

(信江委員)

今のお話はとても大事です。私も一つ付け加えたいと思います。施設の中だけでなく、施設に行くまでのアクセスも重要です。障がいのある方にとっては、施設まで来ること自体が大きな負担となる場合があります。施設に行き帰るまで、安心して、楽しく過ごせることが非常に大事です。施設の中の仕様と併せて、施設に至るまでの動線をしっかり確保すること、その両方が大事だと思います。

(事務局)

沖縄アリーナを作った時は、他に大きなアリーナがなかったため、当時の沖縄市長と話し、ベンチマークにしたのがMAZDA Zoom-Zoom スタジアム 広島でした。広島カープは沖縄市がキャンプ地でした。元市長は、MAZDA Zoom-Zoom スタジアム 広島から広島駅まで歩く人の流れを沖縄に持ってきてほしいという

話をされ、そこで元市長の作りたいアリーナのイメージがつかめました。一方で、物理的な制約はあります。沖縄アリーナはアクセスが良くないため、町中への回遊性は実現できなかったと思っています。今は、シャトルバスを増やし、当時から比べると緩和されていると思いますが、そういった工夫は必要になります。

候補地の徳島東工業高校跡地においても、制約は結構多いです。実際にそのベニューの中でのインクルーシブ的な考え方は実現できるかもしれませんが、そこに行くまでのところ、まちづくり全体については、国、県、委員のみなさまと協力関係をしっかりつけて考えないと、課題としては非常に難しいです。緩和や工夫など解決策を考える必要があります。

(山中委員長)

MAZDA Zoom-Zoom スタジアム の前の広島市民球場は近くに飲み屋街があり、観戦後は飲みに行くというファンの文化が新球場でもあるように思います。今回徳島の候補地は住宅地を通る場所になるためどういう形になるかも検討が必要です。

(長井委員)

ハードとしての施設のありようも大事ですが、コンテンツというか、ソフトの部分も大事です。スタジアムは少し郊外になるため車利用が多いです。ある Jクラブの例ですが、地域のコミュニティ FM と連携し、試合終了後は車中でラジオつけてもらえるように選手のインタビューを放送しました。要は、試合の勝敗に関わらず、また来たいと思わせる体験価値をソフトの部分でも補っています。そういうところはいろんな発想があると思います。それを積み上げていけたら良いと思います。

(山中委員長)

余韻文化と言いますが、余韻が楽しめるようになると良いと思います。

(千葉委員)

千葉と申します。よろしく願いいたします。私は今 B.LEAGUE や SV.LEAGUE などに関わっています。B.LEAGUE PREMIER を目指したアリーナづくりはこの 3, 4 年全国で進んでいます。最初が沖縄アリーナでした。アリーナを作ることで、実測値としてわかってきたことは、経済の活性化です。それと同時に社会課題の見える化、この課題にクラブやリーグで取組みも始めています。

徳島から近いプロジェクトとしては、GLION ARENA KOBE です。民設民営でありながら運営主体と神戸市との連携が密接に行われています。行きづらい立地のため、三ノ宮駅からアリーナまでの 20 分をどう楽しく歩けるまちづくりをするか、行政との連携が非常に大切です。レギュレーションをパスするためのアリーナをつくることを目的とせず、官民で連携したまちづくりの検討が重要になっています。アリーナをハブにしながら、地域経済活性化や社会課題の解決に努めていく視点が必要です。

東京や世界からコンテンツを持ってきて、その瞬間だけはにぎわってもそれ以外のタイミングは寂しい、というような施設にならないようにすることが大切で、常に県民でにぎわう施設づくりが大切で、それが市民にとってもこれまでにない新しいライフスタイルが芽生え、経済活性化のハブ、プラットフォームのような場所にして行くような観点で議論すると良いのではないかと思います。

(臼木委員)

アリーナはもちろん必要ですが、ガンバロウズがやりたいことは、徳島への貢献です。私は徳島出身で、

東京で10年過ごし徳島に戻ってきました。東京で徳島の地方創生に関わる活動をしていた時、皆さん「徳島は何もない」と言いました。僕にはすごく違和感があり「めっちゃあるじゃん」とずっと感じていました。いざ徳島に帰って思ったのは「何もない」という謙虚な県民性がとても良いのかもしれないとも思っています。選手たちにも「徳島は人が良い」と言ってもらえています。

もう一点、徳島県民はお金を使わないとも言われました。でも違います。B3の中でもグッズの購入はトップクラスに多く、アウェイに行く人も徳島はかなり多いです。県民にとって楽しいこと、誇りになることはもってあっても良いと思います。その中で僕らはバスケットをやるだけだと思っています。

アリーナにおいては、沖縄など、全国のアリーナを見る中で、ホスピタリティは本当に大事です。2回3回と行きたいと思った時、ちょっとしたホスピタリティの差で大きく変わると思います。ホスピタリティは徹底的に追求したいです。ただバスケット観戦のための場所というよりも、遊びに行きたくなる場所という設計が大事だと思います。

もう一点、スピードは大事です。徳島県の人口は約67万人、もうすぐ50万人が見えてきている中で、課題を検討し過ぎて遅れ、そこから盛り返すことはさらに大変な状況になると思います。少しでもスピード感を持ち、まちのシンボルとなるようなコンテンツが欲しいと考えています。

もう一点、立地の問題と、コンセプトにもよりますが、できれば尖りたい。徳島にしかないものを明確に打ち出したいなと思っています。県民利用、コンサート、バスケット、スポーツなどいろんな選択肢の中で、いろんなものを取りすぎると、どれも中途半端になってしまうと思っています。アスティとくしま、市立体育館など他にも体育館はあるため、役割分担は明確にした上で、徳島アリーナはこういうアリーナだと、県外の人が明確に感じ取ってもらえるアリーナが良いと思います。

(牛尾委員)

牛尾です。私は千葉ジェッツと、三遠ネオフェニックスでアリーナに関わりました。ファンは、価値があれば歩いてでも必ず行きます。どう価値をつけてコンテンツをつくるか、最初の設計段階で信江委員が指摘した3つのカテゴリの中でどれを選ぶかが重要です。エンタメに振り切ると、スポーツ側は使いづらいといった指摘があとから出てくるような事例もあります。TOYOTA ARENA TOKYOは、最初は完全にバスケット専用で、一瞬音楽に振りながら、もう1回スポーツに戻しました。現在大変見やすい形になっていました。最初の設計を間違えると、根本的にブレてしまい、ファン、演者双方使いづらくなり継続して利用しなくなります。

また、応援の文化次第では揺れ、騒音など近隣からクレームがあるため、揺れや防音対策が必要です。

社会的な部分で、最大5mの浸水が想定されるなかで、防災拠点としては、車いすの方たちが車いすで上まで登れるのか、どういう動線を作るべきかなど、最初の設計で、地盤の不安や防災対策などを踏まえつつ、尖がらせていくことになります。

音楽のエンタメで、徳島まで来てもらうために、アーティストが喜ぶようなものはどうするか。例えば、愛知のIGアリーナではカーテンにした結果、暗転が難しくなったとアーティストから聞きました。完全暗転を重視するか、オープンにして使いやすくするのかなど、最初の設計でブレると中途半端になるため、いろいろと話しながら進めていきたいと思っています。

(里委員)

徳島県民の経済状況は、所得は全国平均よりもやや高く、支出はやや低い、貯蓄は多めです。平均

消費性向は、全国で下から2番目でした。稼いで貯めているけど使わない傾向でしたが、臼木委員の話から、使い道ができた、文化を変える存在であると強く感じたところです。若い方々だけでなく、私の周りでは60代がかなり熱心にガンバロウズを応援しています。全ての年齢層の県民が動いていると実感しています。

(事務局)

県庁の女性職員が、一人で観戦に行き、ファンになってずっと継続的に通っています。臼木委員の話の通り、金の使い道や使いたいコンテンツがあると良いと感じました。徳島の方は県外に行って買い物しているとも聞きます。最近推し活という言葉がありますが、阿波おどりのように阿波藍で稼いだお金を文化に使う歴史もあります。恐らく徳島で根づいている気質かもしれません。スポーツに投資していただきやすい環境をつくれたら良いと思います。

(千葉委員)

地域社会の共創によって、心身共に健康になり、コミュニティが豊かになることがあります。これは徳島だけでなく全国的に共通しています。年配の方々も足を運んでくださっています。シーズンシートを買って、新たなコミュニティを築くような事例も見えています。核家族化していく社会の中で、心身共に健康でいられる、健康寿命に寄与しています。これを定量化して評価することは難しいですが、アリーナの立地的にもこういう視点は必要と思います。プロフィット化を目指すことは重要ですが、にぎわいの生まれる場所を目指していけば、気づけばプロフィット化もついてくるという考え方が良いと思います。

(長井委員)

私自身はテレビ局出身ですが、日本のエンターテインメント、スポーツエンターテインメント産業の盛り上がりは、ここ30～40年くらいです。団塊世代と団塊ジュニア世代が担ってきたと捉えています。関東圏のJリーグクラブの方の話では、試合運営のボランティアを30年以上続けておられる方がいるそうです。Jリーグファンで子供時代に地域でボランティアを始め、楽しいから辞めないそうです。

先ほどの話で一人観戦の方も、さらにもう一人連れて来てもらって裾野を広げてもらいたいです。生活習慣化することが大事です。そのうえで、アイコン、シンボルとしてのアリーナになると思います。

(臼木委員)

今の話は個人的にも同じ思いがあります。ガンバロウズの来場者は若い世代が少なく、高齢者が多くなっています。60代がリーグ平均6%に対して12%、50代はリーグ平均18%に対して29%。徳島県の年代別人口分布と似ています。SNS広告をしていないため、20代が少ないです。

個人的な話となり恐縮ですが、祖父の兄弟7人いたのですが、地方で一人暮らしとなり、孤独死した方もいます。祖母は現在一人暮らしで、行動を促しても疲れるからと断られます。個人的には、高齢者の外出するきっかけが欲しいと思っています。

ガンバロウズで一番嬉しかったことがあります。親子三世代でずっと来てくれるファンがいます。娘に子供ができて会う機会が減り1人の時間が増えていたところ、バスケットをきっかけに一緒にまた集まる機会ができたそうです。これはコンサートでも何でも良いと思います。

また、アリーナの中は歩くところも多いです。アリーナという場所は人が集まるきっかけにもれば、健康効

果も期待できます。箱物のセンターの価値は高いと強く思っています。

(長井委員)

スタジアムでも外周のコンコースを舗装して利用できるとか、スタンドの下にボルダリング施設を作るなどいろんな工夫があります。

(信江委員)

健康寿命の延伸に資する施設を目指すことは非常に大事な視点だと思います。

ところで、Jリーグができて30年以上、B.LEAGUEができて約10年ですから、Jリーグの観客の平均年齢よりB.LEAGUEの観客の平均年齢は低いです。しかし一方で、日本の平均年齢はすでに50歳近くになっていますので、平均年齢だけを比較してもあまり意味がありません。平均年齢よりも地域の年齢別人口分布との比較が大事です。差異があれば、そこに問題意識を持つ必要があります。

高齢者層、若年者層、どちらをターゲットにするという選択ではなく、どの年代も楽しめることが大事です。これまで継続的に観戦を楽しんでいたのに、60歳になったからバスケット観戦はやめようという人はいないでしょう。20代でバスケット観戦を始めたら、40代以降も60代以降も、継続的にバスケット観戦をしていく可能性が高いです。世代による分断はなく、続けて見ていく、繋がっているという視点が重要です。

先ほど3,000人ベースで5,000人を目指していくという話がありましたが、B.LEAGUE PREMIERを見据えた5,000人規模の施設を基準に考えるということでしょうか。

(臼木委員)

最低ラインの基準値は、5,000席以上の箱で平均4,000人集客できれば良いです。ただ、検討する上では、B.LEAGUEのホームゲームは年間30試合で波があるということと、バスケットだけの箱ではないところを踏まえる必要があると思っています。コンサート等を想定したとき、アスティとくしまがあり、その最大収容人数5,000人で同じ規模となってしまいます。

(信江委員)

先ほど申し上げた第2のカテゴリで、試合観戦を楽しむ施設のKPIは、常時満員です。そのため、収容率の設定は重要です。収容率80%を超えてくると、人気の試合ではチケットが買にくい状況が発生します。全く買えない状況は機会損失となり問題ですが、一方で、一定程度チケットが入手にくい状況があることで、試合観戦に対する希少性や特別感が生まれます。

どのくらいの施設規模にすれば良いのか、今のその集客能力とは異なるかもしれませんが、例えば1万人のアリーナをつくるとして、もし現状の集客は3,000人だと仮定すると、あと7,000人必要となります。現状の3,000人の方は、新しい施設になれば喜んで来ていただけるはずですが、どういうターゲットであとの7,000人を埋めていくのかをまず決めていく必要があります。

問題は、どれほど人気のあるスポーツやチームであっても、関心を持たない人の方が多いケースが少なくないということです。その関心の薄い人たちに関心を持っていただく大きなきっかけの一つが、新しい施設ができたタイミングです。「1度行ってみよう」と思っていただけの方はきっと多いでしょう。その方々にリピートしてもらうことが重要です。事前に、その方々がどういうターゲットで、どの年代で、どういう人達なのかを突き詰めて考え、具体的なペルソナ像を描く必要があります。それが満員のスタジアムを作っていくことにつなが

ります。

試合で満員にすることに加えて、コンサートやイベントでの活用、さらに市民が使いやすい防災拠点としての機能も重要です。防災拠点として整備すれば、結果として、近隣の方々にとって逃げ込みやすい場所になります。これは周辺地域の方々に大変喜んでいただける点です。

あとは、社会的貢献という意味で、コミュニティづくりも大切です。こうした観点から、第3のカテゴリの要件を詰めていきます。ここは一括りにせず、それぞれを分けて考えることが重要です。

このように個々の要素を理詰め考え、図面に落としていけば、必ず目指す施設ができます。この理詰めを怠ると実現が難しくなります。

(事務局)

沖縄アリーナでもそのようにしてきました。

今、ガンバロウズの平均集客は1,600人くらいですか。

(臼木委員)

今は1,800人くらいです。市立体育館では1,600人超えると立ち見になります。那賀町では1,000人しか入りません。美馬市は1,100人となっており、平均より下回っているため、来年はアスティとくしまの利用回数を増やします。

ガンバロウズの集客規模でもユニークユーザーは変わりません。長崎も今年新しくできて常時満員ですが、ユニークユーザーは増えず、リピーターで埋まっているそうです。そういう意味では徳島の場合、徳島ヴォルティスというJリーグがあり、7,000人ぐらいの集客規模でJ2です。多い時は15,000人入っています。この集客状況を加味しつつどう収容率を80%にするか。現状でも85%を超えるとクレームに繋がっています。バランスを取っていきたいです。

(事務局)

沖縄アリーナ着任時は2016年で、沖縄市体育館が3,000人キャパのところ3,200人入る状況で、渋滞が大変でした。消防法の問題はあると思いますが、すごく熱気があり楽しい空間で、初めて行った日に心をもっていられました。

当時の琉球ゴールデンキングス経営陣も、いきなり1万人規模のアリーナを作って自分たちで集客できるかについては、最初の段階からかなり慎重でした。ただ3,000~3,500人ぐらいの集客を3年続け、もう1年できた時に、型ができたみたいなことを言っていました。B.LEAGUEが始まり、アウェイ試合でも沖縄から来ていたという話もあったので、確信を強めたと思います。その中で、現実スペックは平均8,500人ぐらいとして、なぜ1万人規模なのかという、根拠が必要でした。

試合がない日をどうするか、アリーナツアーは絶対必要でした。コンサートプロモーターズ協会所属の方の話では、1万人規模は一つの規格ということでした。これは一つの解決案になりました。ただ、今はコロナや人口減少など、いろんな懸念要素があります。1万人という規格だけが必須なのか、他のコンテンツの作り方もあるのではないかと、これは後ほど聞きたいところでもありますが、世の中の変化と共に新しいビジネスの形があるのではないかと考えています。コンサートツアー以外にも別の使い方で集客する方法、持続的な収益構造はあるのか話を聞きたいです。

(長井委員)

コロナは一つのきっかけでしたが、メディア環境の変化はみなさまも体感されたと思います。WBC の Netflix 独占配信が端的な例です。それが、今はどうかというと、ライブの動員や需要は高まっています。音楽聞くこともサブスクリプションで安価になり、YouTube もあります。その反動でライブに行き実体験をし、体験価値を求める、これは非常に簡単に説明がつかます。

そういう環境がある中で、沖縄の件で言うとエリア特性はありますが、例えば、コンサートツアーファイナルを沖縄で迎えて、アーティストやスタッフみんなで打ち上げしようとか、ファンの方々が沖縄でファイナルだから行こうとか、そういう動きはありました。

コンサートにおける 1 万人のあり方は大仕掛けにして、10,000 人～15,000 人スタイルでしたが、今はもっと大きなスタジアムサイズのツアーがあります。ツアー巡演するよりも、外国のタレントなどは東京ドームのみです。1カ所にどどまって複数公演するようなレジデンス型になっています。

一方、今後は少子高齢化で人口構成が変わります。私の一つの仮説ですが、5,000 人規模のツアーは、アーティストによっては増える気がしています。今の徳島県民は、2 時間以内で行ける大阪城ホールや、京セラドームを利用されているかもしれませんが、これからは逆にアーティスト側が 5,000 人～7,000 人規模を選択してくる可能性もあるということです。コンサート、スポーツ競技運営、どちらも人件費などコストはかかります。それはチケット代で捻出するしかないです。そこで、供給側が仕掛けていく必要があります。観客の負担を考えて、大阪までの旅費分を、徳島で加算しても付加価値を感じてもらうようにアジャストする。今後に向けて一つのモメンタムだと思います。

試合を現地観戦する時に感じる大観衆の熱気は「また来たい」と思わせる源泉です。どれだけ経済性とともにアジャストできるかが考えどころだと思います。

(信江委員)

違う観点から一つよろしいでしょうか。ユニークベニューという考え方です。まちのシンボルになることは非常に大事です。単に形がシンボリックということだけではなくて、ユニークとは、つまり唯一無二であることが大事です。

エディオンピースウイング広島は広島の新たなシンボルとなるようにつくられました。外観は翼を広げたような形で、一見サッカースタジアムとはわからない特異な外観をしています。そうしたこともあって、サッカーの試合以外でも、「あの場所で何かをやりたい」と思っただけの施設になりました。

ユニークベニューとしての活用例としては、2024 年 6 月に開催された、日本肝胆膵外科学会学術集会があります。肝臓・胆道・膵臓領域の外科に関する学会です。広島の学会を忘れられないものにしたいと考えから、スタジアムにある 32m×9m の巨大ビジョンを使って研究発表するなど、印象深い記憶に残る学会になったそうです。

そのほかにも、企業でも、忘れない入社式にしようとか、また体育館のない専門学校が、文化センターよりも新しいアリーナでやってみようなどの活用が想定されます。普通の会場ではなくて、あのアリーナでやるんだ、あのアリーナでやりたい、と言われるようなものになれるかどうかは大事です。また、大きなイベントだけでなく小さな会議室を貸す場合も、ユニークベニューという考え方は重要です。通常の会議室や、ホテルのバンケットフロアとは違う、その場所で会議をすること自体に価値が出てくるものです。そうした価値を生み出せる空間にしておくことも、仕様の設計段階で考えておかないと後からやろうと思っても無理です。

ユニークベニューという考え方はぜひとり入れていくべきだと思います。シンボルとしての施設を、どう価値に変えていくかということです。例えば成人式をスタジアムやアリーナで行えば、それは新成人にとって忘れられない思い出になると思います。その方々が10年、20年後に、たとえバスケットボールのファンではなくても、その施設が自分たちの思い出の中の一コマになっている、そういった施設を作っていくことは、県民の誇りにつながっていくはずです。例えば、センターディスプレイに新成人の姿が映し出されるような演出は、普通の会場ではできません。きっと、その施設が市民・県民にとっての思い出の場所になっていくと思います。そうした価値を積み重ねていくことも、非常に大事だと思います。

(千葉委員)

全国あらゆる場所で1万人規模を作ってしまうと、イベントを誘致して常に稼働させることが大変になります。箱のランニングコストは大きく、失敗に近い事例も全国でもみられつつあります。5,000～6,000人規模となると、コンテンツを持ってきてにぎわいをつくるだけでなく、自分たちで地域のコンテンツを作り出す、という発想も生まれる規模感です。スポーツに限らず、観光や食、文化など地域で磨けるコンテンツを創造することが重要です。

また、クラブスポンサーに地元金融機関の方々が多くおられますが、金融機関はATM化が進み、地域の経営者の方とのコミュニティが薄れてきたことが悩みだそうです。アリーナのラウンジやスイートルームを取引企業同士のビジネスマッチングをする機会に利用することも見受けられます。大きな興行を目的としたアリーナとして捉えるのではなく、地域のコミュニティや経済活性化のハブとして捉えていくことも重要な視点ではないかと思います。

(事務局)

沖縄アリーナでも会議室として使ってくださいと案内していました。私はスタートアップの共創室などと言っていました。沖縄チャンプルー文化、かきまぜる文化を生かし、いろいろなものをまぜていこうと話していました。

規模感に関わってきますが、ユニーク性というユニークベニューは取り入れると楽しいと思います。沖縄アリーナの場合はレガシーとなるものを作りたいということで、結果的にワールドカップ誘致ができました。県内のバスケットをしている子供たち、学生たちは沖縄アリーナで県大会をしています。ワールドカップで使われたアリーナで、日本代表が戦ったアリーナで俺たちはプレーができるというのは大きいと思います。成人式、大相撲もしています。もともと闘牛場で今もできるという説明はしています。見立てを変えればいろいろなものに転用できます。アリーナなのか、大きな箱としているような場所として使っていくのか、当時のメンバーと夜中まで話し合いました。コンテンツを詰めて多目的化し過ぎるのも良くないかもしれませんが、見立てを変える、例えばスポーツ中心として沖縄アリーナの場合はバスケット中心としながら、見立てを変えることでいろいろ使える形にしています。そういった工夫は詰め込めます。

人数については今もわからないところがあります。アリーナの形状もあり、人数＝大きさなのかがわかりません。沖縄アリーナは、ワールドカップ基準の8,000人超えが必要で8,500～10,000人程度でした。規模感としては選手がとて近見えです。他の1万人アリーナと比べ、施設の規模感はコンパクトです。施設の規模感の考え方は、収容人数で考えるのか、施設の大きさか、それによって建設費用も異なってくると思います。

当時、1万人では国際試合で使えないのではないかと、あるいは15,000人まで拡張の可能性を残す

かなど検討していました。コンパクトにしつつ収容人数は 8,500 人にすることもできると思います。ぜひご意見をいただきたいです。アメリカのオークランド・アリーナでは 2 万人入るとしながら、上の席はセンタービジョンが目前でどう見て良いかわからない状態でした。また、最近新しくできたアリーナを見ていると、ただ広く、空間の使い方が気になります。もっとコンパクトにすれば建設費を削減できたのではと感じています。

(山中委員長)

5,000 席なのか 10,000 席なのかでインパクトは大きく変化すると思われます。特に交通への影響が考えられるほか、建物の規模も大きく変わります。中でどのような使われ方をするかによって変わりますが、施設規模と敷地利用については重要なポイントになると思います。この点については丁寧なスタディが必要です。

そうした制約の中で、他県のものとは違うユニークなアリーナを作るために工夫していく必要があります。例えば席の配置を工夫するといったことが思い浮かびます。

(牛尾委員)

B1 の平均来場者数がリストにでていますが、SAGA アリーナは収容人数 8,400 人に対して 5,300 人と満席になっていません。逆に、琉球ゴールデンキングスは 8,500 人に対して 8,100 人と稼働率は満席状態で、千葉ジェッツにおいては 1 万人に対して 147 人オーバーしておりチケットが買えないと言われてます。サイズは、どこまで目指すかによって変わってきます。

最近のアメリカのアリーナの傾向は、センターハングビジョンが徐々にサークルビジョンに変わっています。そのあたりも価値をどう作るかですが、コンサート時にセンターハングビジョンは邪魔になります。GLION ARENA KOBE では、壁に最大規模のスクリーンがありますが、センターハングビジョンとかぶり、エンド席からはスクリーンが見えないという意見を SNS でよく見かけます。どのように尖った施設をつくるか考えた時に、私はラスベガスの Sphere (スフィア) を参考にするのはどうかと思います。例えば、半面を Sphere のように LED にし、客席は全て逆側に設け、6,000~7,000 席に設定する。そうすれば、スポーツ、コンサート、学会発表等でもスクリーンを使えます。パブリックビューイングも可能になります。LED の活用という部分では、センターハングビジョンよりも、サークルまたはスフィアを参考にすると良いです。そうすることで結果的に県外からの集客もできて、方向性もユニークな部分が新しい角度になっていると思います。また、センターハングビジョンには意外と首が疲れるという問題点もあります。

(信江委員)

センターハングビジョンからサークルビジョンへの変更は、映像表示技術の進化により、曲面型の表示がしやすくなったというところも大きいと思います。

規模は箱から決めるのではなく、どれくらいの人数を集めるべきなのか、というところから考えていくべきです。例えば、現在すでに満席に近い状態であれば、より大きな規模を検討する必要があるでしょう。満席ではないが新アリーナをきっかけに もっと集客したいのか、それは例えば 7,000~8,000 人なのか、どんなターゲットかを考えます。顧客層をしっかりと決めて、まず満員にすることが大事です。満員にするためには、規模を小さくするか、集客を増やすしかないわけですが、そういうことを考慮しながら、最適な収容規模を考えるべきでしょう。

ワールドカップなどのビッグイベントを唯一の基準にするのではなく、経済性を考えて平均的な観客数で

考えることは大事です。最適な収容規模を決めて、収容率を高めていくという考え方が良いと思います。市民・県民の方に「いつも満員のスタジアムで楽しいね」と言ってもらえる方が良いのではないでしょう。徳島のアリーナ規模をどうするのかは、箱からではなく、逆引きで、どういう使い方をするのかをまず考えていくことが大事です。

(千葉委員)

関連してまちづくりの観点でよろしいでしょうか。最近では中心市街地立地型アリーナの傾向がありますが、郊外立地のアリーナでも工夫は考えられます。将来例えばガンバロウズが 5,000~6,000 人で満席、チケット買えないとなったときに、もう少し必要だった、という話が後から出てくるかもしれません。そうなれば、アメリカの COSM (コズム) が参考になると思います。スポーツバーとは少し違い、アリーナ興行と平行してパブリックビューイングができるような空間を市街地に作っている事例です。アリーナのチケットを買えなかった人でも観戦を楽しめる没入型観戦施設をつくれれば、中心市街地にもにぎわいができて更なる面的な地域経済の活性化につながります。コンテンツの成長に合わせて新たなビジネス展開・市街地展開をするという考え方もあると思います。

(長井委員)

サテライトのようなイメージですか。

(千葉委員)

その通りですが、体験価値を損なわない没入型の施設にすることが肝心です。

(山中委員長)

オンライン参加の吉長委員ご意見いかがでしょうか。

(吉長委員)

アリーナの計画にあたっては、どのように民間から調達するか、という視点を踏まえて検討を進める必要があります。今回、徳島県が B.LEAGUE と協働して地域経済の活性化を図るということだと思いますが、スペックの重要性、次の世代に対する 20、30 年を見据えた持続可能な運営・維持管理の視点が重要なポイントです。昨今の B.LEAGUE のアリーナの調達は、PPP/PFI だけでなく、民設民営も増えてきた印象があり、KPI も経済的価値が中心です。今回のように徳島県が関わる公共サービスとなる場合は、経済的価値一辺倒ではなく、それ以外の価値も KPI として検討する必要があると思います。

事業運営に関して、民間では、建設会社、設計会社に関わり、自治体では PFI で地域づくりに関与していく、各分野の方が関わってきます。誰が一番収益があるのか、リスクマネジメントはどうするか非常に多くの課題があると思います。方法論として民設民営も考えていらっしゃるという理解で良いですか。

(事務局)

民設民営も含め、官民連携を見据えていく必要があると考えています。整備主体、運営主体がどうあるべきかという問題意識に沿った形にしたいと考えており、必ず公設公営でなければならないということはないです。仮に民設民営だとしても徳島のアリーナです。徳島東工業高校跡地に作るのであれば、防災拠点としても使います。そうした公共的部分、あるいはまちづくりといった公共的部分については評価をしてい

く必要があり、恐らく一定の公的支出は考えております。そのあたりの県財政の観点もありつつ、民設民営は排除していません。

(吉長委員)

わかりました。公的サービスとしての関与をずっと保つという前提で、民間のサービスを調達すると理解して良いですか。

(事務局)

公的機能はあるだろうと思います。そこは求めていく必要があると考えています。

(山中委員長)

民設か公設かというよりは、どういう割合で議論していくか、PPP の中でどういう役割分担していくかという議論になると思います。最後リスクはどこが取るかという議論ですが、今後検討が必要になるものと思います。

これで進行を終わらせていただきます。

3. 閉会

(事務局)

山中委員長ありがとうございました。これもちまして、第1回アリーナ基本計画検討委員会を閉会いたします。また、第2回検討委員会については、事務局よりご連絡させていただきますので、よろしく願いいたします。本日は誠にありがとうございました。

以上