

目指すべき姿（ビジョン・コンセプト）

■ 「『県都とくしま』のまちづくりの核となるアリーナの実現ビジョンに据え、「目指すべきアリーナ」のコンセプトを以下のように設定しました。

「本物」を“体感”し、徳島に新たな豊かさを生むアリーナ

■徳島に新たなスポーツ「体感」機会を創出

- 全国大会等のトップアマチュア利用の受け皿としてのみならず、新B.LEAGUEやS.V.LEAGUEをはじめとした、新たな時代・次の時代のプロスポーツの価値を最大限に“体感”でき、徳島に新たなスポーツ体験機会を創出可能な機能を備えたアリーナ。

■徳島の生活に多様な「非日常」を創出

- 民間のノウハウの最大限活用や、団体間連携を通じ、県内既存施設では展開ができなかった多様なエンターテインメントコンテンツを実践・提供し、徳島の生活に新たな余暇・レジャー機会を創出するアリーナ。

徳島のまちに新たな賑わいと活力をもたらす“エンジン”

■中心市街地の地域経済・活力再活性化の起爆剤

- 県内既存施設では実現できない新たな非日常的なスポーツ・文化体験シーン等の創出を通じ、域内外からの交流人口の増加をもたらす、徳島のまちに新たな賑わいをもたらすアリーナ。
- 来訪者に対し、アリーナ内外で徳島ならではの「モノ・コト・トキ」消費体験を促し、周辺地域経済への還元と活性化に貢献するアリーナ。

■アリーナを核とした経済の好循環の創出

- 新たな「広域誘客拠点」としてのアリーナの整備・位置づけ・運営を通じ、周辺地域への投資の呼び込みや雇用創出を促し、徳島の持続的成長を支えるアリーナ。

県民に愛される徳島のまちの“シンボル”

■アリーナを核とした団体間連携・協働の場

- アリーナやその周辺地域をフィールドに、クラブ、運営事業者、スポーツコミッション、行政、企業、団体、県民などとの団体間連携・協働を通じた、様々な事業実践の核となるアリーナ。

■徳島への愛着・誇りを育む場

- 「徳島ガンバロウズ」のホームアリーナとして、「徳島ガンバロウズ」をはじめとするプロスポーツチームとの触れ合いのみならず、県民とアリーナの様々な接点の創出を通じ、県民のアイデンティティの醸成と愛着の向上（シビックプライドの育み）に貢献するアリーナ。

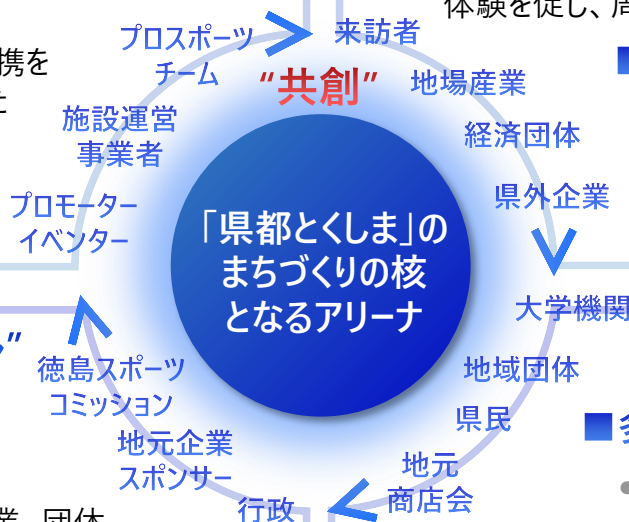
県民の豊かな日常を支える“拠点”

■多様な滞在・体験を促す“居場所”空間

- 附帯機能やオープンスペースの積極的な活用等により、試合・興行日以外でも県民が気軽に来訪でき、様々な憩い・集いや、気軽な「する」スポーツなどの機会を生み出す、“居場所”としてのアリーナ。

■有事への対応に備えた“コミュニティ”空間

- 災害時の避難所拠点としての機能を具備し、有事に対応できる施設として位置づけるとともに、県民の日常に溶け込む様々な来訪シーンを促すことで、平時からの防災・減災の取組に貢献するアリーナ。



想定される主要事業・利活用シーン

■「目指すべきアリーナ」のコンセプトの実現のため、以下の主要事業・利活用シーンの展開・創出を目指します。

1 新たなスポーツ体験シーンの創出

“新たな時代”・“次の時代”のプロスポーツを『体感』

■屋内スポーツの国内主要トップリーグの最高水準への対応による、県内・四国圏随一の「スポーツエンターテインメント空間」としての活用

- B. LEAGUE PREMIER（「新B1」）／S.V. LEAGUE（「新V1」）等

■県ゆかりのプロスポーツを間近で「みる」「触れ合える」機会の創出

- 「徳島ガンバロウズ」（現B3）や「ジェイテクトSTINGS」（現V1）のホームゲーム開催地として、県民が間近で徳島ゆかりのプロスポーツを「みる」機会や、プロスポーツ選手と「触れ合える」機会を創出し、県内外からの交流・関係人口の創発に寄与します。

▼徳島ガンバロウズホームゲーム@アスティとくしま



(出所)徳島ガンバロウズHP



(出所)徳島新聞記事

▼ファン・地域住民との交流事業



(出所)徳島新聞記事

ジェイテクトSTINGSホームゲーム @とくぎんトモアリーナ▲

■各種プロスポーツ興行の誘致による「みる」スポーツ文化のアップデート

- 国内各種トップリーグマッチや国際的なスポーツイベント等を誘致・開催に取り組み、これまでにない新たな「スポーツエンターテインメント」としての県民の「みる」スポーツ機会の提供・アップデートを目指します。

▼T. LEAGUE（卓球）



(出所) (株) 卓球王国HP

▼F. LEAGUE（フットサル）



(出所)F. LEAGUE公式サイト

▼B. LEAGUE連携先海外リーグ



県スポーツ推進の“核”となるトップアマチュアの『ハレ』の場

■四国・全国大会等の広域大会の誘致・開催による、新たなアマチュアスポーツシーンの創出

- 競技団体との連携を通じ、県内既存施設では誘致が難しい各種屋内競技（武道を含む）の広域大会の誘致・開催を目指します。
- 引き続き市民・県民の重要な日常的なスポーツ活動拠点としての役割を果たす県内既存体育施設との適切な役割分担を図ります。

▼（例）ハンドボール全日本選手権@カメイアリーナ仙台



(出所)読売新聞記事

▼（例）四国高校新人大会



(出所)四国新聞記事

（例）全日本学生剣道優勝大会@Asueアリーナ大阪▲

■県スポーツ推進の「シンボル」・県内アスリートの「憧れの舞台」として

- 県予選の会場等にも供用し、県内既存体育施設の補完機能を果たすとともに、中高生などの県内アスリートにとって“憧れ”の舞台（聖地）として「スポーツエンターテインメント空間」を提供し、県アスリートの競技力・モチベーションの更なる向上とスポーツ人口増を目指します。

▼ハンドボール全国選抜予選



(出所)徳島新聞記事

▼中学総合体育大会徳島県予選



(出所)徳島新聞記事

想定される主要事業・利活用シーン

■「目指すべきアリーナ」のコンセプトの実現のため、以下の主要事業・利活用シーンの展開・創出を目指します。

2 多様な「非日常」エンターテインメントシーンの“共創”

「徳島ならではの」エンターテインメント発信拠点

■県内企業・団体間連携による多様な文化エンターテインメントの展開

- 徳島のもつ豊かな「資源」（伝統／観光／産業／歴史／食／デジタル／市民協働 等）を活かしつつ、県内外のニーズを把握しながら、企業・団体・行政・県民間連携を通じ、「徳島ならではの」魅力ある新たなエンターテインメントコンテンツの企画・造成に取り組み、新たな余暇・レジャーを体感できる、新たな“ユニークベニュー”としての活用を目指します。

例）伝統文化の発信の場として

▼佐賀県伝承芸能祭@SAGAアリーナ



▼阿波踊りイベント@アスティとくしま



例）産業・技術・デジタルの発信の場として

▼広島輸入車ショウ2023@広島グリーンアリーナ



全日本高校eスポーツ選手権▲

例）観光・賑わいコンテンツの場として

▼オクトーバーフェスト@アオーレ長岡



▼中四国フードコンベンション@エ・パルク岡山



徳島のエンターテインメントコンテンツの強化・魅力化

■県内既存施設では取り込めなかった音楽・文化エンターテインメントコンテンツの誘致・開催

- 「アスティとくしま」をはじめとする県内既存施設では誘致・開催が困難な各種音楽・文化エンターテインメントコンテンツの誘致・開催を目指し、本県に新たな余暇・レジャーコンテンツの提供を企図することで、県外からのより多くの来訪・滞在を呼び起こす、「広域誘客拠点」としての更なるポテンシャル向上を目指します。

誘致・開催が考えられる音楽・文化エンターテインメントコンテンツ例

※周辺の競合環境等から、本県におけるアリーナ運営の基幹事業としては現段階で位置づけられないものの、開催ニーズに適切に対応可能とすることを検討する。

▼有名アーティストによるアリーナコンサート



(写真)三代目 J Soul Brothers from EXILE TRIBE



(写真)JO1

▼多様な文化系エンタメコンテンツ



(写真)松平健・コロジマエンタメ魂 スペシャル
@沖縄アリーナの様子

▼見本市・展示会利用



(写真)広島グリーンアリーナにおける展示会の様子

“団体間協働”

運営事業者

イベンター
プロモーター

観光協会

中間組織
(スポーツコミッション
等)

県内企業
関連企業

行政

地域住民
県民

自発的・主体的・発意的なコンテンツの造成（※誘致）

想定される主要事業・利活用シーン

■「目指すべきアリーナ」のコンセプトの実現のため、以下の主要事業・利活用シーンの展開・創出を目指します。

3 県民の日常を「彩る」様々な滞在・体験シーンの創出

多世代の来訪・滞在・交流をいざなう“場所”の創出（「プレイスメイキング」*）

*：単なる空間としての場（「スペース」）を、来訪者にとってより居心地がよく、賑わいが生まれ、周辺地域も含む空間の価値や生活の質が向上する「場」（プレイス）とするための取組のこと

■気軽に身体を動かすことができる空間の有効活用

- 県民が気軽にアリーナを訪れ、軽スポーツやレクリエーションなど、様々なアクティビティ・プレイ（遊び）に親しむことができ、日常的・余暇的な「する」スポーツの活動拠点として、また、興行日以外の人の交流を創出できるような空間の有効活用を目指します。

アリーナ空間のデザイン・有効活用例

▼3on3等の軽スポーツがプレイ可能なオープンスペース ▼子どもの遊び場（プレイグラウンド）



(写真)オープンハウスアリーナ太田



(写真)大浜体育館隣接の遊び場

▼オープンスペースを活用した賑わい創出イベント



(写真)FLAT HACHINOHE

▼興行/非興行日を問わず利用可能なサブアリーナ機能



(写真)SAGAアリーナ

■様々な滞在目的に対応した附帯・付加価値機能・スペース活用

- オープンスペースの積極活用、エリアマネジメント事業、飲食・物販機能等を展開し、身体を動かすだけではなく、県民の様々な憩い・集いを促すことができる機能付加・スペース活用を目指します。
- 特に、観光・産業／教育・福祉／コミュニティ／防災など、関連政策分野との連動・連携や、地域課題解決の場としての活用など、多面的なアリーナ空間の活用を目指します。

▼例）キッチンカー出店等によるマルシェ・野外飲食フェスの開催



(写真)オープンハウスアリーナ太田



(写真)FLAT HACHINOHE

▼例）飲食・物販機能（例：ホームチームグッズショップ）の併設による新たな滞在シーンの創出



(写真)SAGAアリーナ



(写真)沖縄アリーナ

想定される主要事業・利活用シーン

■「目指すべきアリーナ」のコンセプトの実現のため、以下の主要事業・利活用シーンの展開・創出を目指します。

4 アリーナを核としたビジネス・投資の拡大と企業・団体間協働の核

アリーナの安定運営に資する民間投資の呼び込み

■VIP・ホスピタリティエリアの積極活用を通じたビジネスシーンの創出

- 高質な観戦体験環境としてのVIPルーム・ホスピタリティエリア（ラウンジ・スカイボックス）のポテンシャルを活かし、プロスポーツチームのスポンサーや県内企業とアリーナとの接点をつなぎ、深めることで、ビジネスフィールドとしてのアリーナへの投資を促すことを目指します。
 - 企業主催イベント・会議、交流会、商談会場／福利厚生・エンゲージメント強化活用／観光商材（地場産品等）とタイアップした高付加価値観戦パッケージ（「スポーツホスピタリティ」）等

■アクティベーションフィールドとしてのアリーナ活用

- プロスポーツ興行における基本的なスポンサーシップマーケティング（広告宣伝価値の提供）のみならず、R&D（実証実験／データ活用／新商品開発等）やアウトターマーケティング（プロダクト宣伝）など、スポンサー権の有効活用による事業展開（「アクティベーション」）の場としてのアリーナ活用の可能性を検討し、これまでのアリーナにはみられない、新たな民間投資を促すことを目指します。

スポーツホスピタリティを高めるVIPルームの活用



(写真)SAGAアリーナ



(写真)ウェンブリースタジアム（英国）

アクティベーションフィールドとしての活用



(写真)ウェンブリースタジアム（英国）

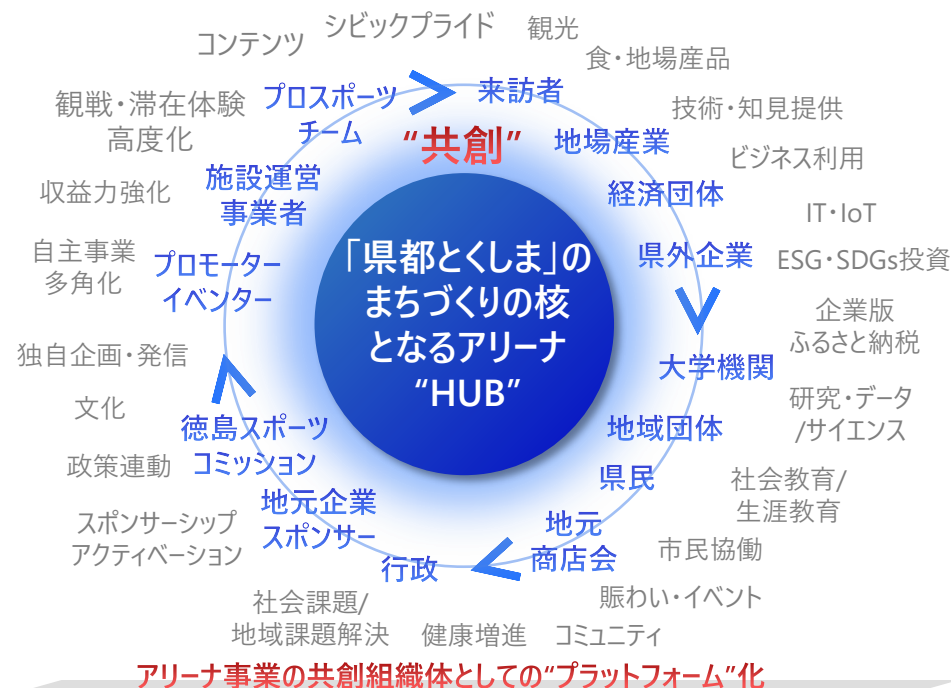


(写真)沖縄アリーナ

アリーナ事業の協働・共創シーンの創出

■アリーナ事業を構成する様々な主体間による連携を強化し、「徳島ならではの」アリーナ像を共に創り上げる

- コンテンツホルダー（プロモーター・イベンター／プロスポーツチーム／その他興行主）やスポンサー、県内外企業、観光・商工、経済団体、中間組織（スポーツコミッション）、大学、行政、住民団体、県民など、アリーナにおける様々な事業を展開しうる主体間の連携・ネットワークを強化し、「徳島ならではの」アリーナ事業を展開し、より多くの共感を得られるアリーナ像の「共創」を目指します。



期待される機能と必要な施設・諸室・設備要件

■ 主要事業・利活用シーンの展開・創出のため、以下の機能とそれに基づく施設・諸室・設備等の要件を検討します。

期待される機能	必要な施設・諸室・設備と主要要件
【基幹機能】 「スポーツエンターテインメント空間」としてのアリーナ機能	全体規模 ✓ 建築面積：最低10,000㎡～15,000㎡程度 + αを想定（※ボリュームスタディの精査が必要）
	メインアリーナ ✓ バスケットボール・バレーボールの国際大会基準を満たした面積及び天井高を設定 ● 例）オープンハウスアリーナ太田：2,140㎡・12.5m／ゼビオアリーナ仙台：2,170㎡・20m ✓ より臨場感を感じられるような「すり鉢状」の客席構造・勾配
	観客席・収容人数 ✓ 少なくとも「新B1」（B.LEAGUE PREMIER）基準の下限である5,000人以上収容を想定 ✓ コンサート・ライブ等利用時を想定した最大収容人数を設定。現時点では、10,000人を最大とし、想定需要・市場ポテンシャル、候補地との適性等を考慮し適正規模を検討
	ホスピタリティ ✓ スイート（VIPルーム・スカイボックスシート）及びラウンジを設置し、飲食の提供を可能とする ● 試合観戦前後の非日常体験を提供する「スポーツホスピタリティ」への活用にも対応する ✓ 「新B1」基準に基づいた席数・収容数を設定（入場可能数の2%・5%をスイート席） ✓ アリーナ来訪者を対象に飲食の提供が可能な専用スペースを設置
	床仕様 ✓ コンサート・ライブ等の利用可能性も想定しつつ、一定重量の搬出入への耐性を確保 ● 例）コンクリート床 + スポーツ利用（B.LEAGUE等）に対応可能なポータブルフロアの具備 ● 例）ゼビオアリーナ仙台・SAGAアリーナ・沖縄アリーナ：11tトラックが直接搬出入可能
	映像・情報開示 / 照明・音響等 【映像・情報開示】 ✓ 360°対応センタービジョン、リボン・壁面ビジョンなど、演出効果を高める設備の適切配置を検討 ✓ 場内各所にデジタルサイネージを設置し、試合状況や混雑状況等を伝達可能 【照明・音響等】 ✓ B.LEAGUE基準の示す平均照度（1,400ルクス～2,000ルクス以上）や音響設備を確保 ✓ その他、コンサート・ライブ等エンターテインメント利用に必要な水準を備えた設備（吊物設備等） ✓ コンサート・ライブ利用等の各種エンターテインメント利用を想定し、搬出入口を確保
	諸室 ✓ 興行利用に備えた必要数・必要規模の諸室を整備 ● 会議室／更衣室（ロッカー）／控室／多目的室／ドーピングコントロール室／審判控室／各種設備調整室（映像・照明・音響・電気・通信回線等）／救護室／チケット販売／器具庫 等 ✓ 観客席・収容人数に対して適切規模のトイレ収容を設備 ● B.LEAGUEホームアリーナ検査要項：入場可能数に対して、5,000人までは3%、5,000人を超える人数には推奨2.5%、必須2%の数のトイレを整備

期待される機能と必要な施設・諸室・設備要件

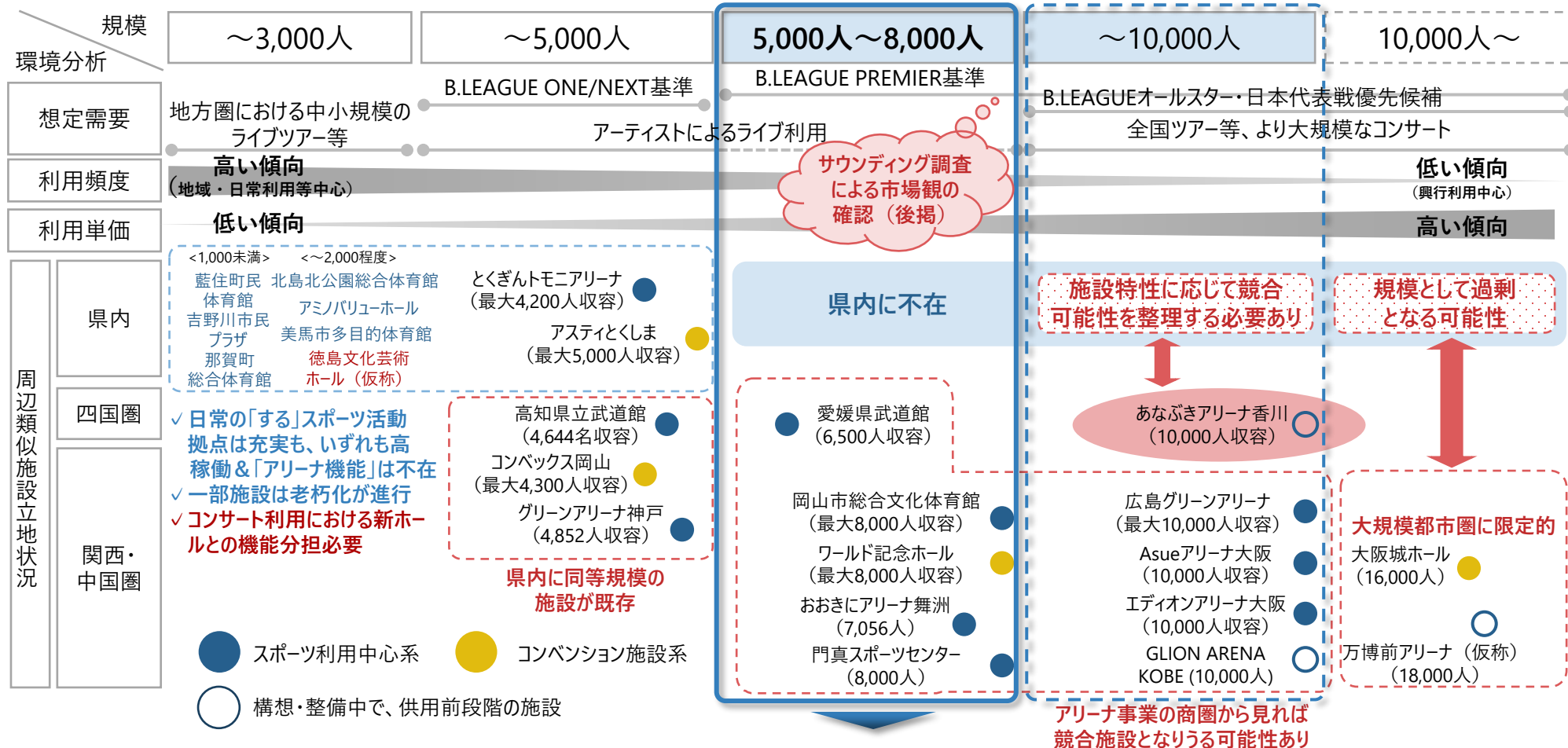
■ 主要事業・利活用シーンの展開・創出のため、以下の機能とそれに基づく施設・諸室・設備等の要件を検討します。

期待される機能	必要な施設・諸室・設備と主要要件	
【付加価値機能】 プレイスメイキング機能	サブアリーナ	✓ プロスポーツ利用時のアップ会場や武道等の全国大会等の開催時サブ会場、地域利用を想定した適正規模を検討 ● 例) オープンハウスアリーナ太田：約630㎡／沖縄アリーナ：約860㎡
	飲食・物販施設 ※常設可否要検討	✓ 地元の飲食物等が体験可能なカフェテリア施設との複合 ✓ プロスポーツチームの公式グッズの購入や地元産品等購入が可能な物販施設との複合
	IT・IoTインフラ	✓ 高速Wi-Fi環境の整備ほか、ホスピタリティやスポーツ観戦体験向上等に資するICT設備の導入
	エントランス オープンスペース	✓ マルシェ・フリーマーケット等の賑わい創出に資するイベント開催が可能な規模のスペース確保 ✓ 3 on 3、子どもの遊び場、ランニング・ウォーキングコース等来訪者が自由に滞在できるデザイン/等
	防災機能	✓ 地震・風水害時の避難拠点として十分対応が可能な構造（耐震安全性等） ✓ 災害時備蓄庫機能／非常時電源・発電設備等の確保
	その他	【環境配慮】 ✓ ZEBの各種認証（Nearly/Ready/Oriented）等の環境負荷軽減への配慮 【ユニバーサルデザインへの配慮】 ✓ スポーツ庁「スポーツ施設のユニバーサルデザイン化ガイドブック」等を参照し、主要事項に配慮 ● 勾配・サイン・デザイン・スペース確保・多目的トイレ・車いす席・補助犬同伴席の確保 等

徳島県内及び近隣自治体におけるアリーナ等の状況

- 本県内外における周辺類似施設の立地状況や、各施設の想定商圏・本県とのアクセシビリティ等を考慮すると、5,000人～10,000人収容のアリーナを検討範囲とし、想定需要・市場ポテンシャル等を加味しつつ、県内既存施設では受容できなかった各種アリーナ需要を取り込み、新たな賑わいのシーンと交流人口増をもたらすことができる、適正規模のアリーナが求められます。

徳島県内及び近隣自治体におけるアリーナ等の状況からみる「目指すべきアリーナ」のターゲット



● 本県が「目指すべきアリーナ」のターゲット

- ✓ 5,000人～10,000人程度を収容可能なアリーナを検討範囲
- ✓ アスティとくしま(最大5,000人収容)をはじめとする県内既存施設では受容できなかった各種アリーナ需要を取り込める規模・機能・設備

「目指すべきアリーナ」の具体像検討に関するヒアリング調査結果

- 新たなアリーナの整備にあたり、適当な施設規模や求められる機能、事業参画の可能性等について把握するため、民間事業者や関連団体23者を対象にヒアリング（一部書面回答）を実施しました。主な意見は以下の通りです。

主な意見（主要なものを抜粋）

徳島県における各種アリーナ需要

- プロスポーツ利用
 - ✓ プロスポーツ仕様のアリーナと音楽興行利用・MICE利用を主に想定したアリーナは両立が難しい。（複数事業者）
- 音楽系エンターテインメントコンテンツ
 - ✓ プロスポーツのホームとなっているアリーナをコンサート・ライブに利用することはハードルが高く使いにくい。会場選定において優先度が下がる。（複数事業者）
 - ✓ 音楽系エンターテインメントの売り上げの5割が東京、2割が関西圏、1割が名古屋であり、残りの1割を地方で割っている状況で、そもそも地方のマーケットは小さい。（音楽系コンテンツ関連事業者）
 - ✓ 関西圏に10,000人超を収容できる施設が既に存在しており、中四国圏でもアリーナの検討・整備が進み、競合環境の激化が想定される中で、徳島県でどの程度需要を取り込めるのか懐疑的である。（複数事業者）
- MICE利用
 - ✓ 興行主からすれば、スポーツ仕様のアリーナではなく、MICE利用に特化した施設を最優先で選択する。「アスティとくしま」では受け皿として不十分であった需要を引き込める可能性はある。（MICE関連事業者）

アリーナが 目指すべき コンセプト・ビジョン

- プロスポーツ利用
 - ✓ アリーナスポーツに特化した施設とした方がよいのではないか。スポーツ・コンサート・MICEとどれも狙うと整備も運営も難しくなる。スポーツ利用は音楽系興行やMICE利用等に比べて安定したニーズが見込めるため、運営事業者も取り組める事業が広がるのではないかと。（スポーツ施設運営事業者）
 - ✓ プロ利用と県民市民利用の両方を想定すると、中途半端な設えになってしまう。市民利用はあまり想定せず、プロに特化したアリーナとして聖地化し、それを県民・市民が使えることを付加価値化した方がよい。（複数事業者）
- その他のコンテンツ
 - ✓ 他のアリーナとの差や特徴を感じない。徳島らしさを盛り込んだ方がよいのではないか。（スポーツ施設運営事業者）
 - ✓ 中高生の各種県大会決勝のほか、アーバンスポーツや新体操、フットサルなども開催可能ではないか。eスポーツは大会を実施できる会場が国内に少ない中で、特徴を出せる一つの可能性ではないか。（複数事業者）

「目指すべきアリーナ」の具体像検討に関するヒアリング調査結果

- 新たなアリーナの整備にあたり、適当な施設規模や求められる機能、事業参画の可能性等について把握するため、民間事業者や関連団体23者を対象にヒアリング（一部書面回答）を実施しました。主な意見は以下の通りです。

主な意見（主要なものを抜粋）

収容人数 規模

- 5,000～8,000人規模について
 - ✓ プロリーグでの参入要件の観点から、5,000人以上の規模は確保してほしい。（プロスポーツチーム運営企業）
 - ✓ 中小規模のライブ利用では、むしろ2,000人程度のホールが好まれるため、プロスポーツ利用を想定したアリーナの収容規模（5,000～8,000人）はスポーツ以外の興行利用ニーズは高まらない可能性。（複数事業者）
- 8,000人以上規模について
 - ✓ 5,000人規模では特徴のある良いアリーナは難しく、8,000人規模が最も望ましい。新B1基準は5,000人以上だが、将来的には8,000人が基準となる可能性もある。（スポーツ推進に関連する団体）
 - ✓ 採算が見込めるだけの集客力のあるコンテンツを定期的に誘致できるか疑問である。（スポーツ施設運営企業）
 - ✓ 集客力を冷静に想定し、適切な席数を設定すべき。1席増やすのに整備単価で200万円ほどかかる。本来の集客力から数千席広げるなら、その分をアリーナの価値向上に投資した方がよい。（スポーツ推進に関連する団体）

アリーナに 期待され る付加価 値的機能

- ✓ 観光産業や教育福祉、子育て支援等の他分野の政策と連携して、行政の窓口や高齢者・こどもの居場所など、普段使いされる機能の複合化することで、普段スポーツに関わりのない人をスポーツに引き込むきっかけとなるような機能の併設が望ましいのではないか。（複数事業者）
- ✓ こどもの遊び場（公園機能等）やマルシェ・フリーマーケット等のイベント利用が可能なフリースペース、アーバンスポーツ機能など、日常的に来訪・滞在できる空間が必要。ランニングやウォーキングができ、憩いの場になるような機能も魅力的ではないか。（複数事業者）

その他 懸念事項

- ✓ 車社会の徳島県では、相当収容の駐車場の整備が必須と思われる。（複数事業者）
- ✓ どこまでのコンテンツを誘致できるか不透明な中で、民間事業者の参画のハードルを下げるために、公共と民間の適切なリスク分担を検討してほしい。（スポーツ施設運営事業者）
- ✓ 民間事業者が運営に参画したからといってコストが大きく削減されるわけではないことは認識してほしい。民間事業者は機能の要否をシビアに精査するものであり、運営コストそのものが安くなるわけではない。（スポーツ施設運営事業者）