千葉マリンスタジアム再整備基本構想

幕張の「海・風・空」を感じ　まちとつながる　エンターテインメントスタジアムの実現へ

2025年9月

千葉市
CHIBA CITY

目 次

1. スタジアム再整備の方向性 1

（１）再整備の考え方
（２）建設予定地
（３）幕張メッセ駐車場に新設する理由
（４）屋外型スタジアムとする理由
（５）スタジアム再整備を契機とした幕張新都心のまちづくり
（６）新たなスタジアムを核とした豊砂地区のまちづくり
（７）目指すべき新たなスタジアムの姿
（８）導入を想定する機能
（９）概算事業費
（10）再整備による効果

2. 事業実現に向けて 20

（１）事業スキームの考え方
（２）財源の考え方
（３）収益性向上の考え方

3. 今後の進め方・想定スケジュール 23

（１）今後の進め方
（２）想定スケジュール
（３）今後検討すべき事項

【参考資料】

1. 現スタジアムの概要 25

（１）現スタジアムの概要
（２）現スタジアムが抱える課題

2. 幕張新都心の概要 28

（１）幕張新都心の概要
（２）豊砂地区の概要

3. スタジアム・アリーナのトレンド 34

（１）スタジアム・アリーナ改革
（２）プロ野球のホームスタジアム

(1)再整備の考え方

■幕張新都心・現スタジアムの現状

- 1989年(平成元年)幕張メッセのオープンでスタートした幕張新都心は、「職・住・学・遊」の複合機能を備えた未来型の国際業務都市として発展してきており、就業者・居住者・就学者及び来訪者を合わせると日々約23万人の人々が活動する街として発展を遂げてきています。
- そうした中で、現スタジアムは市内外から年間200万人超の人々が訪れる、幕張新都心の賑わい創出の原動力のひとつとなっています。
- また、豊砂地区では2023年(令和5年)に千葉県内で25年ぶり、幕張新都心内では2つ目の駅として幕張豊砂駅が設置され、都市機能の強化や交通機能の分散化などの効果を生み出し、交通利便性やまちの回遊性を向上させることが期待されています。

■幕張新都心・現スタジアムの課題

- 幕張新都心では、将来にわたる持続的な成長に向けて、単一機能に特化した街の配置や各施設間での回遊性の向上、公共空間の有効活用、アフターコンベンションの充実、スポーツ観戦・体験の機会の拡充といった課題があります。
- 豊砂地区では、広域からの集客力を有する大規模商業施設が立地していますが、海浜幕張駅周辺との往来の活性化や豊砂地区自体への来訪目的の多様化が課題となっています。
- また、現スタジアムは1990年(平成2年)の開設以来35年が経過し、老朽化への対応や機能面の更新といった課題が生じています。

■今後の方向性

- 幕張新都心の「第2のまちびらき」となる幕張豊砂駅の開業を大きな転換点として、駅に近接し、周辺の大規模商業施設や幕張メッセとの相乗効果を生み出すことができる**幕張メッセ駐車場に、幕張新都心の新たなまちづくりの拠点となる屋外型スタジアムを再構築**することで、千葉ロッテマリーンズの本拠地として定着している野球ファンに加え、新たな若年世代を豊砂地区に誘引するとともに、幕張新都心のさらなる魅力向上を目指します。

(2)建設予定地

- 建設予定地は、**幕張メッセ駐車場(約16.8ha)のうち、JR幕張豊砂駅寄りの約11ha**を想定しています。

※幕張新都心において千葉ロッテマリーンズの本拠地としてブランド化されたマリンスタジアムに空白期間を生じさせないため、現スタジアムの利用を継続しながら再整備を進めます。

(3)幕張メッセ駐車場に新設する理由

■ 十分な敷地面積

- 建設予定地として必要な約11haのまとまった敷地が確保できるため、多くの人が滞在・交流し、賑わいを創出できる機能も兼ね備えた365日楽しめるスタジアムの整備が可能となります。

■ 交通アクセス

- JR幕張豊砂駅から500m程度の距離にあり、公共交通機関の利用を促進できることに加え、ウォーカブル(歩きたくなる)なまちづくりを推進できます。

■ 周辺施設との連携

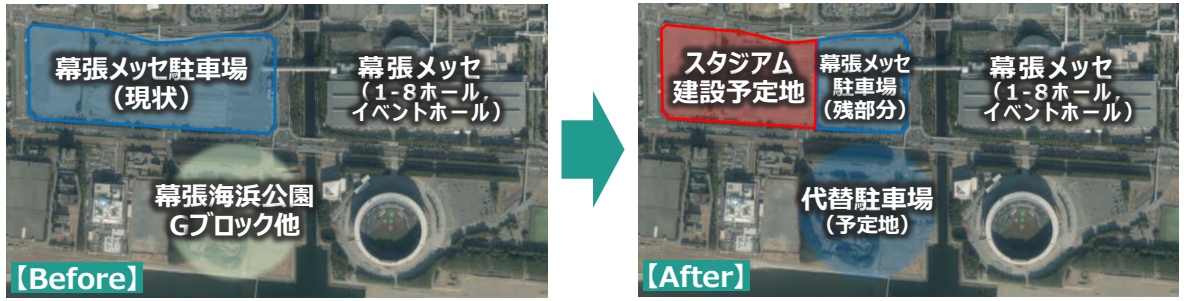
- 近接する既存の大規模商業施設や幕張メッセ、豊砂公園などと連携することで、魅力的な拠点形成が可能となり、豊砂地区にとどまらない幕張新都心の新たな価値創出が期待できます。

まちのポテンシャルを発揮できる「幕張メッセ駐車場」を選択

上記の条件を兼ね備えた幕張メッセ駐車場に新たなまちづくりの拠点となるスタジアムを再構築することで、新たなスタジアムを中心に多くの交流を生み、幕張新都心のポテンシャルを最大限に引き出すことができると考えています。

<代替駐車場について>

幕張メッセ駐車場のうちスタジアム立地に伴い減少する部分(約11ha)については、県立幕張海浜公園Gブロックの位置に同程度の面積・機能・利便性を有する代替駐車場を整備する方向で、県及び関係機関と協議を進めます。



(4)屋外型スタジアムとする理由

■ 地域資源の活用・歴史の継承

- 幕張新都心の地域資源(海が近く、潮風が心地よい、青空が広がる立地)の活用や、現スタジアムの歴史(これまでの35年間で多くの人々に刻まれた五感の記憶)の継承の観点から、幕張の「海・風・空」を感じられるスタジアムを目指します。

■ スタジアム経営の観点

- 市税を充当できる範囲は公共施設として市民利用が可能な部分に限られ、それを超える部分は民間投資により整備することになります(※)。
- 会場規模30,000人以上の音楽イベント公演数は全体の1%未満に留まっており、大規模会場でのイベント需要は極めて限られるため、ドーム型にした場合でも多くのコンサート需要は見込めません。
- 「海・風・空」の地域資源を活かす開閉式ドームの整備には1,000億円超を要する可能性があり、イニシャル・ランニングコストの回収が困難と判断しています。

■ イベント等での機能分担

- 幕張メッセやBリーグ・アルティーリ千葉新アリーナ(民間事業者により県立幕張海浜公園Aブロック内に検討中)等の屋内型施設と棲み分けることで、幕張新都心全体として多様なイベントに対応することが可能となります。

「屋外型スタジアム」を選択

今後は、屋外型ならではの体験機会の提供等についても検討を進め、千葉市ならでは、幕張新都心ならではの屋外型スタジアムの実現を目指します。

※市民球場としての機能を超える部分として、民間投資によるドーム化の可能性を排除しているものではありません。

＜会場規模別の音楽イベント公演数の推移＞

	2018年(平成30年)	2019年(令和元年)	2020年(令和2年)	2021年(令和3年)	2022年(令和4年)	2023年(令和5年)
30,000人未満	58,484	59,834	16,283	29,380	37,078	40,814
30,000人以上	353 (全体の0.59%)	392 (全体の0.64%)	64 (全体の0.38%)	115 (全体の0.39%)	293 (全体の0.77%)	334 (全体の0.80%)
無定量会場 (※会場の最大収容人数が公演によって変動するもの)	841	842	147	231	583	635
合計	59,678	61,068	16,494	29,726	37,954	41,783

(出典:ぴあ総研「ライブ・エンタメ白書」をもとに作成)

＜幕張新都心における音楽イベント開催可能施設の配置＞

(5)スタジアム再整備を契機とした幕張新都心のまちづくり

- 新たなスタジアムは、幕張メッセ、JFA夢フィールドなどの施設の立地が進む幕張海浜公園、新たなスタジアムに近接する豊砂公園や浜田川沿いの緑地などとともに、緑と水辺によるネットワーク化を検討し、これを軸に**「スポーツ・文化」**をテーマに幕張新都心全体をつなぎ、**幕張新都心の回遊性・滞在快適性向上**を目指します。
- また、新たなスタジアムが**まちの各機能と連携し相乗効果を発揮する**ことで、幕張新都心の魅力の一つである「遊」の機能をさらに向上させ、機能強化の核となる施設となることを目指します。

(6)新たなスタジアムを核とした豊砂地区のまちづくり

- 新たなスタジアムを核とした豊砂地区のまちづくりの方向性として、以下の3つの方針を掲げます。
今後はこの方針をもとに官民が連携し、ハード・ソフトの両面から同地区のまちづくりを進め、幕張新都心の成長を牽引する魅力あるエリアとして更なる成長・発展を目指します。

■豊砂地区のまちづくりの方向性

- ✓ 「遊」の機能の拠点形成にふさわしい商業系機能を備えた、**エリア全体がエンターテインメント性にあふれる、新たな楽しさや魅力に出会えるまち**を目指します。
- ✓ 幕張豊砂駅からアクセス性の良い立地を生かし、**既存の大規模商業施設や幕張メッセと連携した拠点づくり**に取り組み、まちの賑わいや回遊性などのさらなる向上を目指します。
- ✓ 官民のパブリック空間がシームレスにつながり、域内外の多様な人々の交流が生まれる**ウォーカブル(歩きたくなる)なまち**を目指します。

出典：https://www.gephyro.com/news/2018/7/23/texas-live

【参考イメージ】グローブライフ・フィールド(米国・テキサス州アーリントン：2020年からテキサス・レンジャーズの本拠地)
・グローブライフ・フィールド周辺は、スポーツ・観光・ビジネスが融合した都市型スポーツコンプレックスの事例。
・周辺には、AT&Tスタジアム(NFLダラス・カウボーイズの本拠地)、テキサス・ライブ！(飲食・エンタメ施設)、ロウズアーリントンホテル＆コンベンションセンター(高級ホテル・会議施設)などが立地。

- 新たなスタジアム予定地については、「緑と海と街が魅力的に融合するシティパーク」をテーマに市内外の多くの方々から親しまれている幕張海浜公園や、近接することとなる豊砂公園、浜田川沿いの緑地などとともに、緑と水辺のネットワーク化を図るため、県と**都市公園化**に向けた協議を進めていきます。

スタジアム再整備の方向性

- JR幕張豊砂駅開業を契機に周辺企業等で実行委員会を組成し進められている官民連携まちづくりの取組み（幕張豊砂ウォーカブル推進社会実験）を発展させ、エリアマネジメント組織による持続的な活動を通じて、車中心から「ひと中心」のまちへの転換を目指します。

【参考イメージ1】市道豊砂701号線（イオンモール幕張新都心ペットモール前）に滞留空間として整備された人工芝とベンチ

【参考イメージ2】JR幕張豊砂駅開業を契機に周辺企業等で組成された「Walkable TOYOSUNA実行委員会」による社会実験(滞留空間の創出)の様子

【参考イメージ3】「Walkable TOYOSUNA実行委員会」主催によるイベントの様子

- また千葉ロッテマリーンズの本拠地として、官民のパブリック空間を活用し、試合がある日も無い日もマリーンズが感じられる空間づくりを進めます。エリア全体の装飾により、試合日には来訪者へのおもてなしや、試合前後の高揚感や余韻を演出することにもつながります。

【参考イメージ1】JR海浜幕張駅周辺のスカイウェイデッキの柱部分に施された柱巻きバナー装飾（球団スローガンや主要選手の写真）

【参考イメージ2】現スタジアム内コンコース壁面への装飾（球団の歴史や歴代の名選手の一覧）

【参考イメージ3】広島駅からマツダスタジアムまでの歩道空間に設置された、カープ坊やのデザインマンホール

【参考イメージ4】仙台駅から楽天モバイルパーク宮城までの歩道空間に設置された、スタジアム内で使用していたベンチ

(7)目指すべき新たなスタジアムの姿

- 本市が目指す新たなスタジアムの姿として、**まちとシームレスにつながるエンターテインメントスタジアム**を掲げます。
- 新たなスタジアムは、様々な機能を包含しながらも同一のコンセプトに基づく一体的な建築物として、市民利用が可能な公共施設としての**ベース機能**に加え、収益施設や誰もが楽しめる施設からなる**拡張機能**の導入を目指します。

■**新たなスタジアムの姿（概念図）**

※背景については生成AIで作成した画像であり、あくまでイメージとなります。

スタジアム再整備の方向性

- また、新たなスタジアムに期待される役割として5つの基本方針を掲げます。新たなスタジアムは豊砂地区・幕張新都心のさらなる発展に寄与するだけでなく、交流人口の増加などの波及効果を本市全域、さらには県全体にも広げていくことを目指します。

■新たなスタジアムの基本方針

幕張新都心の新たなシンボル	・すでに国際的な知名度を有し幕張新都心のシンボルとなっている幕張メッセとともに、市内外の人々から認知されることはもとより、地域住民や就業・就学者などまちに関わるすべての人から愛され誇りに思える、**幕張新都心のブランディングやシビックプライドにつながる存在**を目指します
まちの社交場	・域内外の多様な人々の出会いや交流が生まれる、**まちのネットワークの中心に存在するハブ機能**となることを目指します
「日常」と「非日常」の同居	・プロ野球やイベントなどの**非日常のエンターテインメントが体感できる場所**であるだけでなく、**あらゆる人々が日常的に訪れ、滞在する場所**を目指します
チャレンジングな取組みの拠点	・「未来を追い求めてチャレンジを繰り返し、ここにしかない新しさが生まれるまち」を目指す幕張新都心を体現する、**先頭を切って常に“新しさ”に挑むリードオフマン**としての役割を担います
地域防災・脱炭素社会への貢献	・防災拠点としての機能も有することで、**災害に強いまちづくり**の実現に貢献します ・脱炭素先行地域（グリーン・MICEエリア）として、**環境にやさしいスタジアム**を目指します

(8)導入を想定する機能

①ベース機能

- 新たなスタジアムは、現スタジアムと同様にアマチュア野球等の市民利用(するスポーツ)が可能な「公共施設」としての機能をベースとしつつ、プロ野球興行(みるスポーツ)やコンサートなど多様なイベントの開催を可能とする「収益施設」としての機能も併せ持つ施設を目指します。
- 大型ビジョンやスピーカー等の演出装置などの導入や、VIPルーム等のホスピタリティ機能の充実により、来場者の体験価値と収益の最大化の実現を目指します。
- また、ユニバーサルデザインに配慮し、年齢や性別、身体の状況に関わらず、誰もが快適で安全に利用可能な施設とするほか、災害時に備えた防災機能の導入や環境負荷低減にも配慮した施設とすることを目指します。

野球場・イベント機能①

■屋根の有無、芝生の仕様

- 幕張の「海・風・空」を感じられる屋外型スタジアムを目指します
- 近年の気候変動を踏まえ、観客を直射日光から守る観客席上部への屋根やミストシャワー等の設置を検討します
- グラウンドは人工芝とすることで、野球に限らず、コンサート等の多様な用途での利用を想定します

【参考イメージ1】国立競技場の観客席上部に設置されている屋根

【参考イメージ2】Mazda Zoom-Zoomスタジアム広島に設置されているミストシャワー

【参考イメージ3】現スタジアムにおける「SUMMER SONIC」の様子

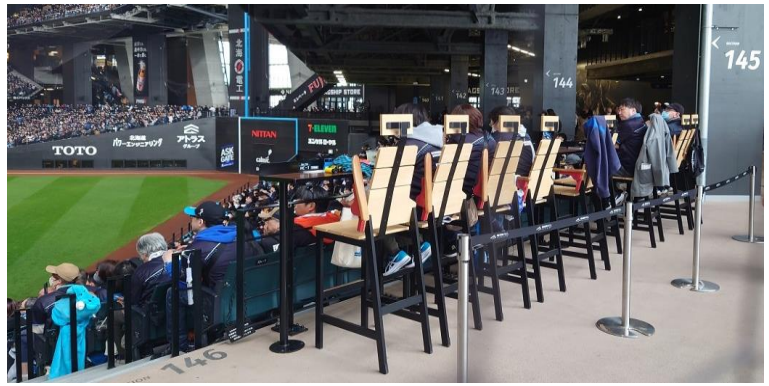
野球場・イベント機能②

■観客席

- 現スタジアムの収容人数を最低限としつつ、概ね1割程度の拡張を検討します（3.3万人前後を想定）
- 多様なニーズに対応するバラエティシートの設置や、ゆとりを持った座席間隔の確保により、観客の観戦満足度向上を目指します

【参考イメージ1】Mazda Zoom-Zoomスタジアム広島の「びっくりテラス」

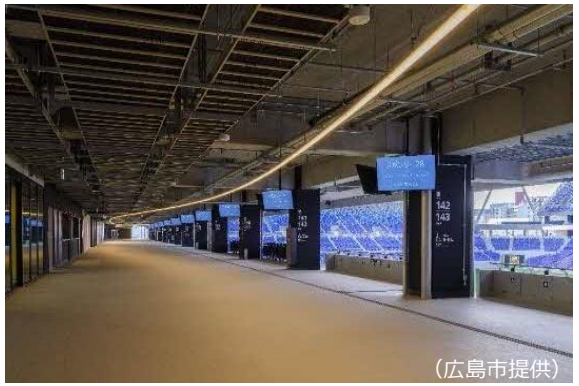
【参考イメージ2】エスコンフィールドHOKKAIDOのセンターバックスクリーン下に設けられた「バッターズアイラウンジ」



【参考イメージ3】エスコンフィールドHOKKAIDOの外野席に設けられた「ビックボスシート」

■コンコース、飲食・物販

- 360度回遊でき、どの場所からも試合の状況を確認できるゆとりあるオープンコンコースを整備し、多様な機能をシームレスにつなぐ、日常的に開放された「まちのストリート」のような存在を目指します
- コンコース沿いに設ける飲食・物販店舗は規模を拡充し、バラエティに富む店舗を誘致します



【参考イメージ1】エディオンピースウイング広島のオープンコンコース

【参考イメージ2】Mazda Zoom-Zoomスタジアム広島のオープンコンコース

【参考イメージ3】エスコンフィールドHOKKAIDOのオープンコンコース

【参考イメージ4】エスコンフィールドHOKKAIDO内飲食ゾーン「七つ星横丁」

野球場・イベント機能③

■ホスピタリティ

- 特別感が感じられる上質な空間やサービスを提供し、来場者の体験価値と収益の最大化を目指します
- ビジネス利用(会議や懇親会)やイベント等の多様な利用も想定し、社交の場としての役割を担います

【参考イメージ1】エスコンフィールドHOKKAIDOのVIPルーム

【参考イメージ2】PEACE STADIUM Connected by SoftBank (長崎スタジアムシティ内)のラウンジ

【参考イメージ3】エディオンピースウイング広島のビジネスラウンジ

■演出装置、ICT設備

- 大型ビジョンやリボンビジョン、スピーカー等、プロ野球興行やコンサート等における臨場感を演出するような大型映像設備や音響設備の設置を検討します
- 高密度Wi-Fi、生体認証・顔認証によるチケットレス・キャッシュレスサービス等のICT設備の導入も検討します

【参考イメージ1】エディオンピースウイング広島の大型映像設備

【参考イメージ2】ペトコ・パーク(米国・カリフォルニア州サンディエゴ)に隣接する公園（スタジアムの外側の芝生エリアでも試合観戦が可能）

スタジアム再整備の方向性

防災機能

- 災害時には、周辺滞留者等の一時的な受入や物資の集積が可能な防災機能を備えることを検討します
- 災害時にも使用可能なトイレ・シャワー等機能や、食事を提供する炊き出し機能などの導入を検討します

【参考イメージ1】エディオンピースウイング広島の施設内に整備された防災備蓄倉庫

【参考イメージ2】ひろしまスタジアムパークに整備されたマンホールトイレ

【参考イメージ3】ひろしまスタジアムパークに整備されたかまどベンチ

屋内練習場

- 試合前後での練習効率を考慮し、スタジアムに接続する形での整備を検討します
- 市民利用も想定した施設を目指します

【参考イメージ1】現スタジアムに隣接する千葉ロッテマリーンズ屋内練習場の外観

【参考イメージ2】現スタジアムに隣接する千葉ロッテマリーンズ屋内練習場の内観

その他の機能・設備

■ユニバーサルデザイン
- 車いす席や多目的トイレ・ベビー休憩室の充実等、誰もが使いやすい施設を目指します

■環境配慮
- 高効率空調機器や省エネルギー効果の高い照明機器の導入、再生可能エネルギーの活用等について検討します

■主催者の利便性を高める機能
- 主催者向け諸室の充実やセキュリティ動線への配慮等により、主催者にとって使いやすい施設を目指します

■スタジアム駐車場
- 公共交通機関でのアクセス性向上に伴い、関係者用・身障者用駐車場を除く一般駐車場の確保は最小限に留めます

周遊デッキ

- 周辺の大規模商業施設との接続による利便性・回遊性向上や、歩車分離の観点から、2階レベルでの周遊デッキの整備を目指します

【参考イメージ1】エディオンピースウイング広島周辺に設置された2階レベルのデッキ

【参考イメージ2】エディオンピースウイング広島周辺(2階レベルデッキ)に接続するペデストリアンデッキ

【参考イメージ3】Mazda Zoom-Zoomスタジアム広島周辺に設置された2階レベルのデッキ（西蟹屋プロムナード）

②拡張機能

- 本市が目指す新たなスタジアムの姿を実現するため、非日常感を満喫することができる商業・エンタメ機能等の誘導を目指します。
- また、非興行日も含めた定常的な賑わい創出に寄与する滞在機能や、誰もが気軽に利用できる広場機能等も併せて誘導することにより、365日楽しめるスタジアムの実現を目指します。

商業・エンタメ機能

- スタジアムと一体化している特徴を生かした特色のある商業機能や、アーバンスポーツなど様々なエンターテインメントやコンテンツを楽しめる施設を誘導します

【参考イメージ1】みずほPayPayドーム福岡に隣接する複合エンターテインメント施設「BOSS E・ZO FUKUOKA」

【参考イメージ2】Mazda Zoom-Zoomスタジアム広島に隣接して整備されたスポーツジム（ジムの3階がグッズショップとしてスタジアムに接続しておりコンコースから出入り可能）

【参考イメージ3】長崎スタジアムシティにおいてサッカースタジアムと一体的に整備された商業棟「STADIUM CITY SOUTH」（画像手前）

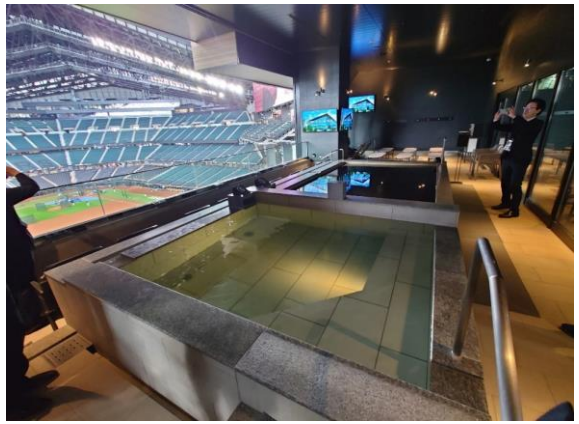
【参考イメージ4】オリオール・パーク・アット・カムデン・ヤーズ(米国・メリーランド州ボルチモア)に隣接する「Baltimore & Ohio Warehouse」（画像右）

スタジアム再整備の方向性

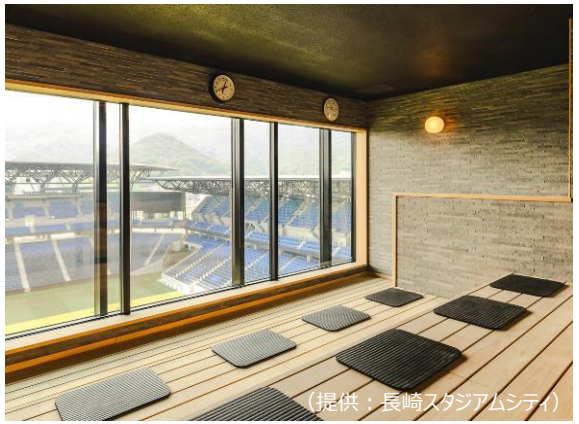
滞在機能

- スタジアムを感じながら滞在可能な、特別感・非日常感を味わうことのできる空間を目指し、非試合日の定常的な賑わい創出に寄与します

【参考イメージ1】エスコンフィールドHOKKAIDO内「TOWER11」のホテル客室


【参考イメージ2】エスコンフィールドHOKKAIDO内「TOWER11」の温浴施設

【参考イメージ3】長崎スタジアムシティ内「スタジアムシティホテル長崎」の客室



【参考イメージ4】長崎スタジアムシティ内「スタジアムシティホテル長崎」にあるサウナ

広場機能

- 誰もが気軽に立ち寄れ、スタジアムを感じながら家族や友人と集い憩える空間を目指します

【参考イメージ1】国立競技場脇にPark-PFIで整備された都立明治公園

【参考イメージ2】Park-PFIで整備された千葉公園の賑わいエリア「芝庭」

【参考イメージ3】エディオンピースウイング広島に隣接して整備された「ひろしまスタジアムパーク」

(9)概算事業費

- 2023年(令和5年)7月に公表した「ZOZOマリンスタジアム(千葉マリンスタジアム)のあり方検討基礎調査」においては、屋外型スタジアムを建て替える場合の概算事業費を約256～312億円と試算していましたが、建設にかかる物価の高騰や導入機能の精査等により、現時点（2025年2月時点）ではスタジアム整備費(ベース機能のみ) として約600億円と試算しています。また、スタジアム用地の外構費を含む周辺インフラ整備費として約50億円を見込んでいます。
  ※**スタジアム整備費は公的資金と民間資金等を組み合わせていく**ものであり、この費用すべてを本市が負担するものではありません。
- なお、建設物価の高騰は現在も続いており事業費は今後さらに上昇することも想定されるため、引き続き物価高騰の動向を注視しながら、今後策定する基本計画においても事業費の精査を行います。

■概算事業費

項目	概算事業費（税込）	備考
スタジアム整備費（ベース機能のみ）	約600億円	・「(8)導入を想定する機能」で示したベース機能を想定
周辺インフラ整備費等	約50億円	・スタジアム用地の外構費のほか、幕張メッセ駐車場の代替機能確保や道路改良(交差点改良)などを想定
合計	約650億円	

※上記費用のすべてを本市が負担するのではなく、民間資金等を活用し、本市の財政負担の縮減を図ります。
※上記費用には、民間事業者の投資による整備を想定する「拡張機能」は含んでいません。また、民間提案を想定する「2階レベルの周遊デッキ」についても含んでいません。
※現スタジアムの解体には、別途費用が発生します。

(10)再整備による効果

①経済的価値の創出

- 初期投資額（施設整備費）591億円(税抜)に対し、施設整備・管理運営・来場者支出を含む本市への経済波及効果（30年間）は合計約1兆2,400億円（県全域だと約1兆6,300億円）と、高い経済波及効果が見込まれます。
- また、千葉市内での雇用誘発者数は施設整備段階で8,270人、運営段階で4,253人/年が見込まれ、本市への税収効果（個人市民税及び法人市民税）は、施設整備期間と運営期間（30年）の合計で約145億円が見込まれます。

■本市への経済波及効果（30年間）

	①総支出額	②直接効果	③一次波及効果	④二次波及効果	②+③+④経済波及効果	合計
施設整備	591億円	591億円	197億円	155億円	943億円	施設整備に伴う経済波及効果 約943億円
管理運営	(現スタジアム) 21億円/年	(現スタジアム) 15億円/年	(現スタジアム) 4億円/年	(現スタジアム) 4億円/年	(現スタジアム) 24億円/年	運営に伴う経済波及効果 約1兆1,500億円
	(新スタジアム) 29億円/年	(新スタジアム) 21億円/年	(新スタジアム) 6億円/年	(新スタジアム) 5億円/年	(新スタジアム) 33億円/年	(現スタジアムからの増分) 約2,200億円
来場者支出	(現スタジアム) 242億円/年	(現スタジアム) 181億円/年	(現スタジアム) 65億円/年	(現スタジアム) 40億円/年	(現スタジアム) 286億円/年	※運営期間30年間の合計
	(新スタジアム) 297億円/年	(新スタジアム) 221億円/年	(新スタジアム) 80億円/年	(新スタジアム) 49億円/年	(新スタジアム) 350億円/年	

直接効果：当初生じた最終需要の増加
一次波及効果：直接効果として発生した生産をまかなうために必要な、原材料等の生産の誘発
二次波及効果：生産が増えたことで増加する雇用者所得が、消費に回ることで誘発される効果

※経済波及効果の算出においては税を含まず税抜の金額で算出

②社会的価値の創出

- 多くの人が集まるスタジアムには、経済的価値のみならず社会的価値の創出も期待されます。スポーツ庁の調査報告書によると、国内58のスタジアム・アリーナを対象に調査したところ、様々な社会的価値が創出されていることが確認されており、新たなスタジアムも以下のような社会的価値の創出が期待できます。

■スタジアム・アリーナが創出する社会的価値の例

地域経済の活性化	・興行実施による周辺地域の事業者への収益 ・非興行日を中心にスタジアム・アリーナやその付帯施設が生み出す経済効果	《事例》 ・併設される商業施設、宿泊施設の運営
健康促進	・スタジアム・アリーナの施設を地域住民が一般利用出来るように開放し、運動の機会を提供する	《事例》 ・施設の一般利用開放
防災体制の強化	・災害時にスタジアム・アリーナやその付帯施設の各機能を活かした活動を行う ・災害時に周辺滞留者等の一斉帰宅による混乱を防止する	《事例》 ・災害時の活動拠点施設としての活用 ・帰宅困難者の一時滞在場所の提供、食料等の備蓄
ビジネス・イノベーション	・企業や個人に定常的な働く「場所」を提供する ・集客価値を活かし、パートナー企業と先端技術の実証実験を行う	《事例》 ・オフィス、コワーキングスペースの提供 ・パートナー企業との実証実験、企業誘致
地域コミュニティの強化	・スタジアム・アリーナを起点に企業やワーカー、地域住民など多様な人々の交流を促す場所の提供や、定常的なイベントを開催する	《事例》 ・催し物広場の提供 ・ボランティア活動の募集

様々な施策により醸成される社会的価値

地域への愛着・誇り	地域の多様な人々が、まちへの誇りや愛着、共感を持ち、自ら積極的に関わっていこうとする感情 地域への愛着・誇りが醸成されることで、定住率が上がるなどの効果が期待される	都市のブランドイメージ	域内外の多様な人々がまちに対して持つポジティブなイメージを持つことで、交流人口の増加や移住率の向上などの効果が期待される

【出典】スポーツ庁：スタジアム・アリーナにおける社会価値活用の手引き（令和5年度）より抜粋し一部加工

(1)事業スキームの考え方

- 新たなスタジアムは、現スタジアムと同様に市民利用が可能な「公共施設」としての機能をベースとする一方、定常的な賑わい創出や高い経済効果を発揮する「365日楽しめるスタジアム」の実現のためには、千葉ロッテマリーンズをはじめとする民間事業者のノウハウや資金の活用が不可欠であることから、本市主導で**「官民連携」**による事業化に向けた検討を進めていきます。
- 今後策定する基本計画において、整備効果を最大化できる事業手法を検討します。

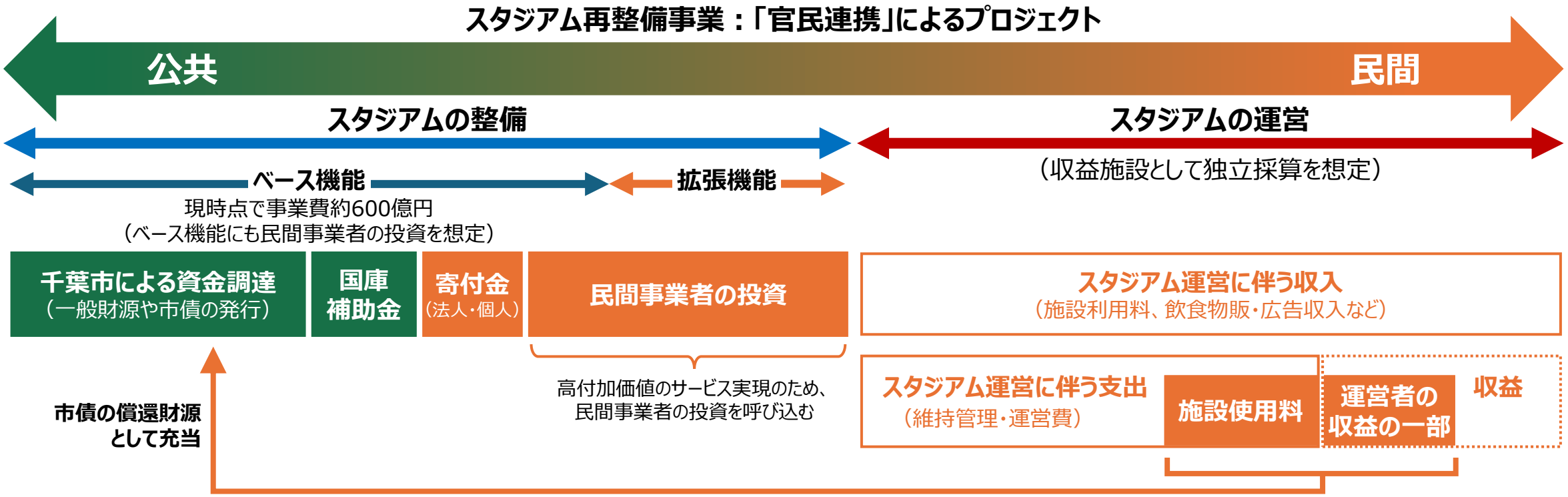
■想定される事業手法

2023年7月に公表した「ZOZOマリンスタジアム(千葉マリンスタジアム)のあり方検討基礎調査」においては、考えられる事業手法として以下９つのパターンを挙げましたが、民間事業者へのサウンディング等を通じて、現時点で想定される事業手法は①～⑥と考えています。

事業手法		①従来整備 →指定管理者制度	②従来整備 →貸付方式	③従来整備 →コンセッション	④DB方式 →指定管理者制度	⑤BTO方式 +指定管理者制度	⑥BT +コンセッション	⑦負担付寄附 +指定管理者制度	⑧負担付寄附 +コンセッション (+貸付方式)	⑨民設民営	
土地所有		公共	公共	公共	公共	公共	公共	公共	公共	公共	民間
施設所有		公共	公共	公共	公共	公共	公共	公共	公共	民間	
施設整備	設計	公共	公共	公共	公共	民間	民間	民間	民間	民間	
	建設	公共	公共	公共	公共	民間	民間	民間	民間	民間	
	資金調達	公共	公共	公共	公共	民間	民間	民間	民間	民間	
管理運営	維持管理	民間	民間	民間	民間	民間	民間	民間	民間	民間	
	運営	民間	民間	民間	民間	民間	民間	民間	民間	民間	
	更新投資	公共	公共	民間	公共	公共	民間	公共	民間	民間	

(2)財源の考え方

- 魅力あるスタジアムを実現するためには、「公共施設」としての機能をベースとしつつ、「収益施設」としての機能を併せ持つことが重要であり、本市だけでなく**民間事業者による投資（費用負担）が不可欠**です。
- 民間事業者の投資により自由度の高い施設整備・施設運営を行うことで、利用者の満足度向上にもつなげていきます。
- 今後は、民間事業者の投資の呼び込みを図りつつ、本市の財政負担を可能な限り縮減するために、国庫補助金や寄付金、施設使用料、施設運営者の収益の一部を充当する等の様々な資金調達を検討していきます。



(3)収益性向上の考え方

- 前頁に記載した通り、事業費の財源に運営者の収益の一部を充当することを想定していることから、スタジアムの収益性向上が重要となります。スタジアムの収益性が向上することは、利用者満足度の向上にもつながるほか、施設への継続的な投資やまちづくりへの還元等も期待できます。
- そのため、スタジアムの収益性の向上の実現に向けて、収益が最大化できるような施設整備・管理運営を目指します。

■スタジアムの主な収入源と収益最大化に向けた工夫の例

主な収入源	収益最大化に向けた工夫の例
施設利用料	• より多くの観客を収容できるようにするとともにバリエーション豊かな席種を設けることにより、付加価値を高め主催者のチケット収入を増やす • 多様なイベント等の利用拡大を図って稼働率を高める • 非興行日のイベント開催や、周辺のまちづくりと連携した企画を実施する
広告収入・ネーミングライツ収入	• スタジアム全体に加えて、エリアやゲート、座席のブロックなど、広告スペースを小分けにして販売できるようにする • より人の目に触れる場所や大きさの看板・サイネージ等を設置することで、販売単価を高める • VIPルームの権利とのセット販売等の工夫により、販売単価を高める • 施設開業前(設計・建設時点)からのネーミングライツを導入する
飲食・物販収入	• 非興行日にも営業できるよう、外部に面した位置にも計画する • 来場者が何度も訪れたくなるような、魅力ある飲食・物販テナントを誘致する • 観客が試合中にもアクセスしやすいように、座席間隔や横並びの座席数に配慮する
ホスピタリティ収入(VIPルーム等)	• 高価格での販売に見合う観戦体験が可能な位置に配置するとともに、高グレードの諸室の提供や専用駐車場、動線の確保などによりラグジュアリーな空間演出を行う • 地元の食材を使った出来立ての料理の提供など、高付加価値のサービスを提供する
その他の収入	• 運営者による自主興行等、新たなビジネスを行う

今後の進め方・想定スケジュール

(1)今後の進め方

- 構想の実現のためには、民間事業者のノウハウや資金の活用が不可欠であることから、今後、事業協力者を募集し、官民連携による事業化に向けた検討を進めていきます。
- 事業協力者とともに官民連携のうえで基本計画に着手するなど、下表のスケジュールで事業を推進し、概ね2034年(令和16年)頃の開業を目指します。
- 事業の成立に重大な懸念・影響が生じるような状況が発生した場合は、構想の必要な見直しを行うこととします。

※なお、本構想上の市民球場としての機能を超える部分について、現状の想定を上回る民間投資による整備(例えばドーム化なども含む。)の可能性が生じた場合には、イニシャルコストおよび運営時の収支を踏まえた、持続的な施設運営の実現可能性について、事業協力者等とともに協議を行うこととします。

(2)想定スケジュール

2025年(令和7年)９月	基本構想の策定
2025～2026年(令和7～8年)頃	事業協力者の募集・決定、基本計画の検討、事業実施の判断
2027～2033年(令和9～15年)頃	事業者選定、基本設計、実施設計、建設工事
2034年(令和16年)頃	開業

(3)今後検討すべき事項

- 官民連携のうえで検討に着手する基本計画においては、今後具体的な設計段階に移行するため、「ベース機能」と「拡張機能」が一体となった建物の配置・動線計画や、平面・断面計画、建築物として必要とされる機能・性能など、技術的な検討に入ります。また、スタジアム再構築に伴い、スタジアム周辺ひいては幕張新都心全体の交通ネットワークに影響が生じないよう、関係者と交通に係る検討を進めます。
- 並行して、事業費の精査、事業収支シミュレーション、財源・費用負担の整理、事業スキームの決定など、事業実施判断に向けた各種項目についても検討を進めます。

■主な検討事項

- エンターテインメントスタジアムの計画
- 交通・周辺インフラ整備
- 事業費
- 事業スキーム
- 事業収支
- 財源・費用負担
- 事業スケジュール

(1)現スタジアムの概要

- ZOZOマリンスタジアム（千葉マリンスタジアム）は、本市が県立幕張海浜公園内に整備した、約3万人を収容できる大型の多目的野球場です。幕張新都心のまちびらきの翌年の1990年(平成2年)2月に竣工し、同年4月に供用を開始しました。
- 1992年(平成4年)からはプロ野球千葉ロッテマリーンズのホームスタジアムとして利用されています。

■位置・アクセス

© C.L.M.

■施設概要

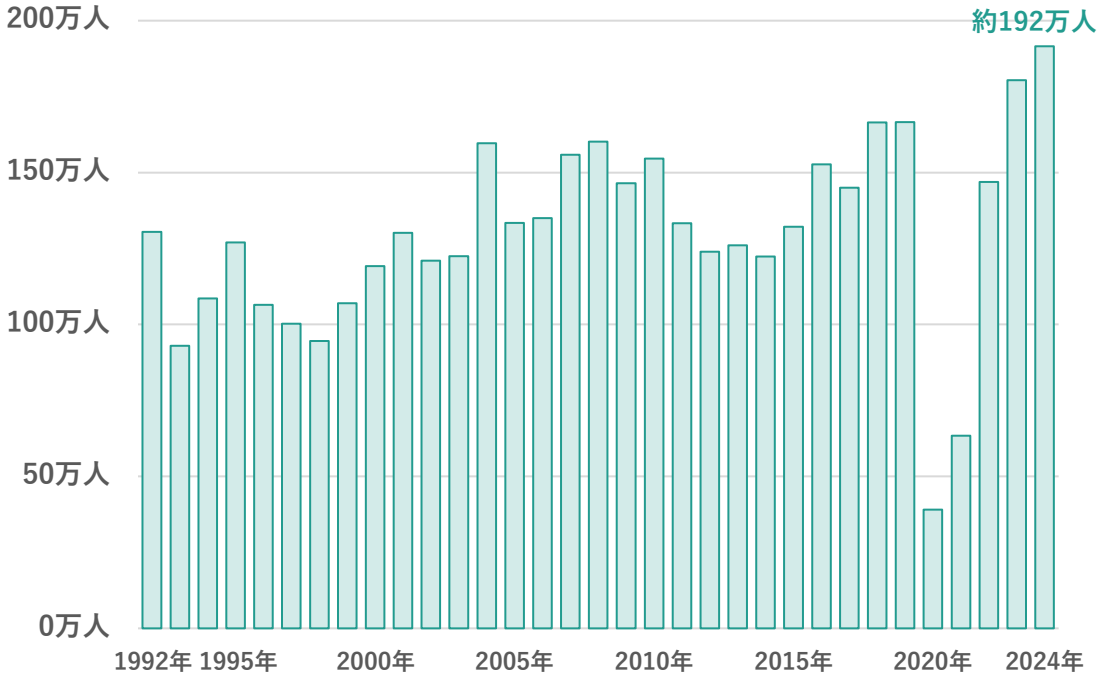
施設名称	ZOZOマリンスタジアム（千葉マリンスタジアム）
所有	千葉市
場所	千葉市美浜区美浜１番地（県立幕張海浜公園内）
アクセス	JR海浜幕張駅より徒歩約15分（約1.2km）
供用開始	1990年(平成2年)4月
延床面積	49,819.81㎡
収容人数	29,645人（プロ野球利用時）※2025年3月現在

■竣工当時（写真左）と現在（写真右）

（参考資料1）現スタジアムの概要

- 2006年(平成18年)からは指定管理者制度が導入され、市民が利用する「市民球場」と、市民が観て楽しむことができるプロ野球の「ホームスタジアム」の2つの側面の両立のための円滑な調整が期待できること等の理由から、千葉ロッテマリーンズを運営する㈱千葉ロッテマリーンズが指定管理者を担っています。
- 以来、千葉ロッテマリーンズの積極的な投資により、座席改修や飲食・物販店舗の充実、リボンビジョンの設置、球場外の「マリンひろば」の設置といったボールパーク化が推進され、プロ野球の試合日にはスタジアム周辺部も活用してイベントを開催するなど、賑わいづくりに貢献してきました。
- また、プロ野球やアマチュア野球に加え、野球の国際大会や音楽フェス等の集客力の高いイベントを誘致することで、例年、市内外から200万人超の人々が訪れる、幕張新都心の賑わい創出の原動力となっています。

■千葉ロッテマリーンズ主催試合の入場者数の推移



（出典：日本野球機構 統計データ）

■現スタジアムで開催されているイベントの例

【画像1】プロ野球興行時のスタジアム内の様子

【画像2】プロ野球興行時のスタジアム外周部の賑わい

【画像3】コンサート時のスタジアム内の様子(SUMMER SONIC)

【画像4】幕張ビーチ花火フェスタ

(2)現スタジアムが抱える課題

- 現スタジアムは、供用開始から35年が経過しており、施設の劣化が大きな課題となっています。
- ユニバーサルデザインへの対応やホスピタリティ機能・ICT機能の充実、セキュリティ動線の確保等、機能面でのアップデートも求められています。

雨漏り・水たまり

- 例：3塁側ブルペン通路球場内複数個所で発生、排水不良による座席下の水たまり

腐食

- 例：防護柵の根本の腐食、手すりの腐食、座席に潮風による錆びが発生

関係者駐車場の冠水

- 例：排水能力の低さから、大雨時に駐車場が冠水し実質使用不可となっている

コンコース、飲食・物販店舗

- 柱があることに加え、通路幅も狭く、飲食店の混雑も相まって見通しが悪い

観客席

- 通路が狭く、席への移動や飲食がしづらい

ユニバーサルデザイン

- 例：車いす席は数が足りていないことに加え、座席までの導線が悪い

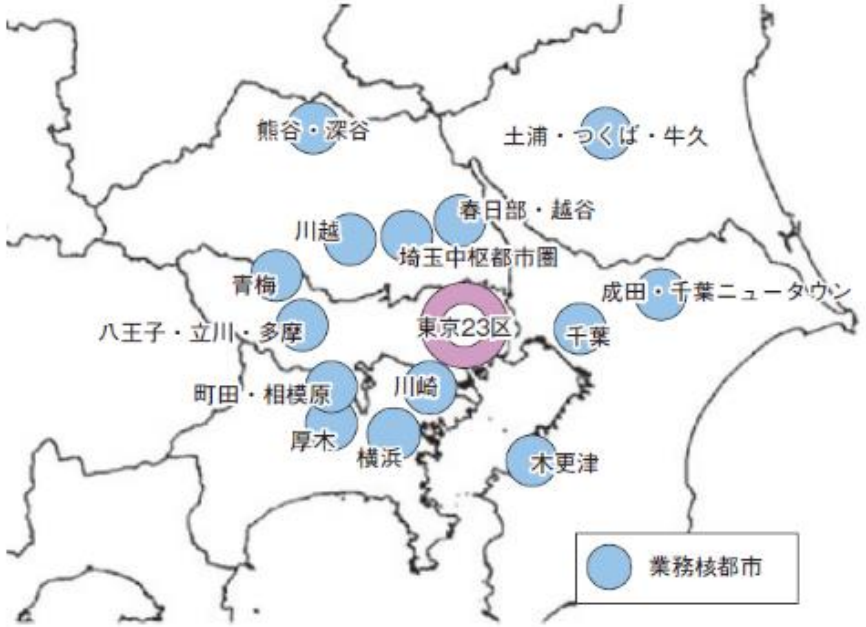
※劣化により不具合が発生した箇所については、随時修繕等を行っています。

(1)幕張新都心の概要

- 現スタジアムが立地する幕張新都心は、1973年(昭和48年)から1980年(昭和55年)にかけて埋立造成された土地に形成されたまちで、国や県が策定した計画において、広域的な拠点として位置付けられています。
- 国が策定した「首都圏基本計画（昭和61年6月）」では、本市を中心とする地域は、「千葉業務核都市」と位置付けられ、「世界に開かれた国際的業務核都市」を目指しており、その中で幕張新都心は、業務施設を集積させる「業務施設集積地区」として位置付けられています。
- 県が策定した「千葉新産業三角構想（昭和58年6月）」では、「幕張新都心構想」は、「かずさアカデミアパーク構想」「成田国際空港都市構想」と並ぶ3つの基幹プロジェクトと位置付けられ、東京と成田の中間に位置する同新都心は、業務機能の集積を核とした新都心として構想されるようになり、同年に発表された「幕張新都心事業化計画」では、その開発誘導施設として幕張メッセが位置付けられています。

■業務核都市の一覧（「第5次首都圏基本計画」より）

地域		広域連携拠点
東京都市圏西部	業務核都市	横浜、川崎、厚木、町田・相模原、八王子・立川・多摩、青梅
東京都市圏北部	業務核都市	川越、熊谷・深谷、埼玉中枢都市圏、春日部・越谷、柏、土浦・つくば・牛久
東京都市圏東部	業務核都市	成田・千葉ニュータウン、千葉、木更津
関東北部地域		水戸、宇都宮、前橋・高崎
内陸西部地域		甲府

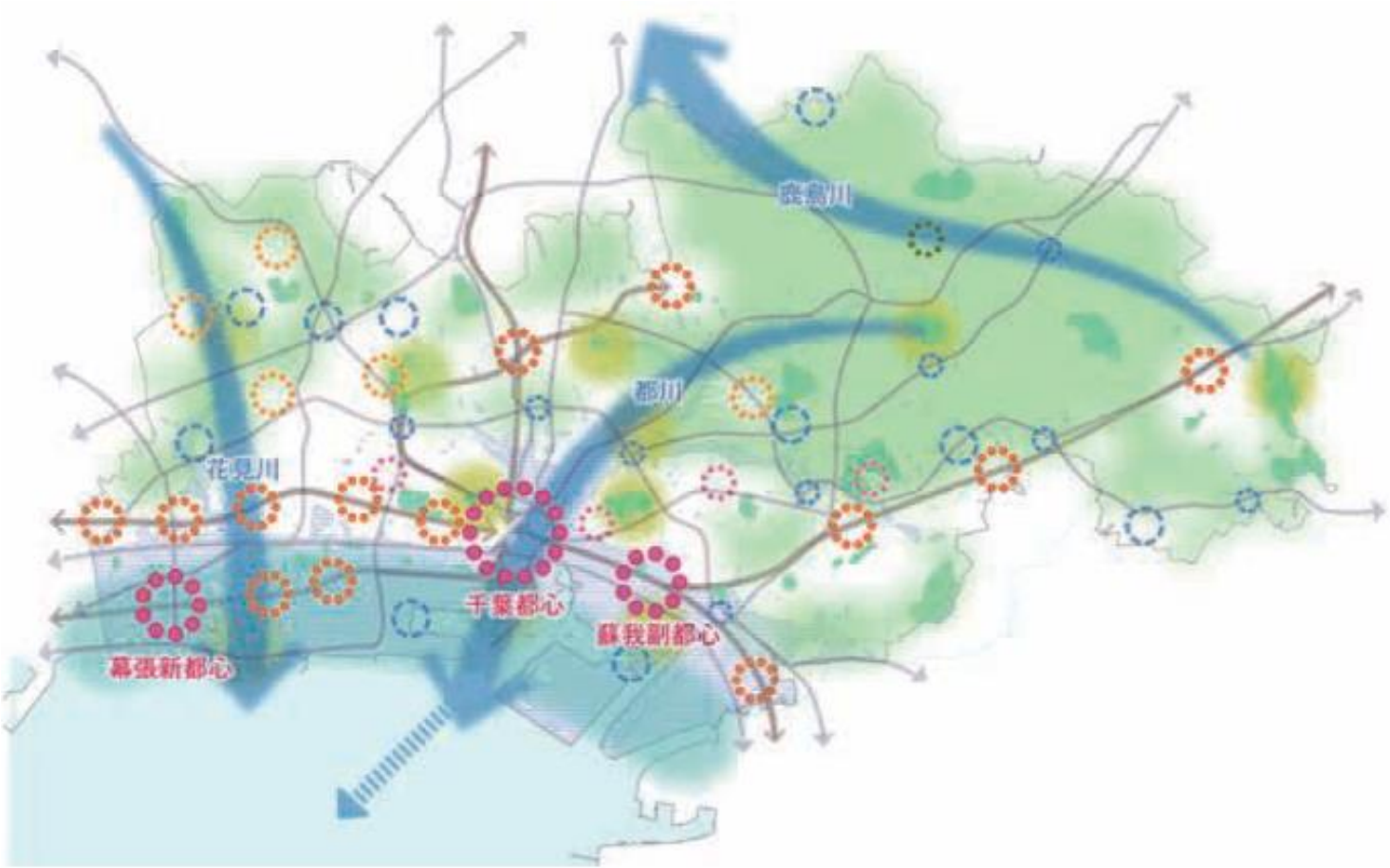


（出典：国土交通省ホームページ）

（参考資料2）幕張新都心の概要

- 幕張新都心は「ちば・ビジョン21」や「千葉市基本計画」、「ちば・まち・ビジョン」など市の計画においても、千葉都心・蘇我副都心と並ぶ「都心」として、広域的・中枢的な役割を担う地域に位置付けられています。

■3つの都心とその将来像（「ちば・まち・ビジョン」より）

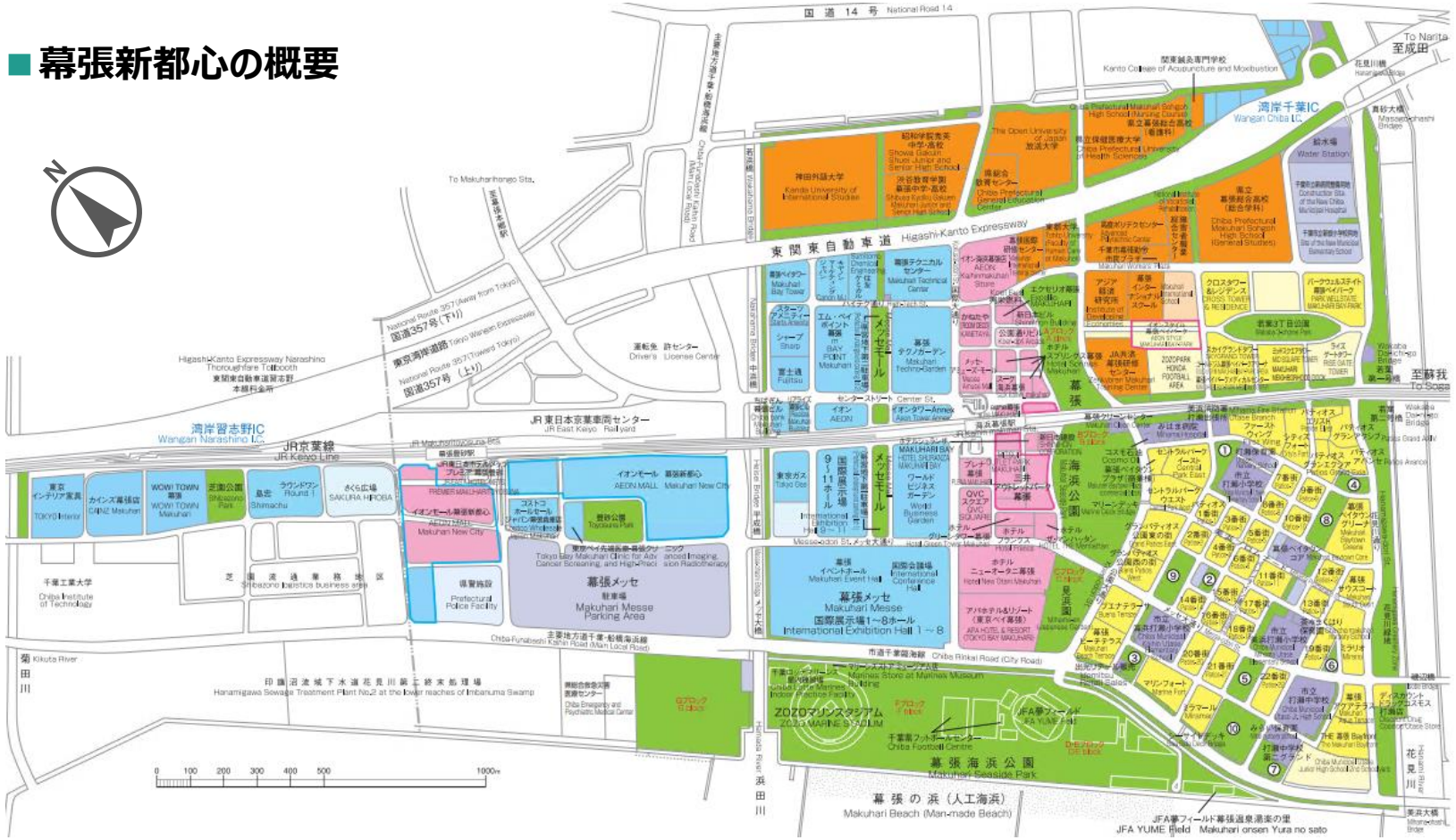


千葉都心	• 県都の都心にふさわしい広域的な商業・業務機能や文化機能などの集積を進める • 適切な居住機能の誘導を図り、多様な人々が集まる魅力と活力ある拠点の形成を目指す
幕張新都心	• 商業機能、国際交流機能、国際的業務機能、研究開発機能、文教機能、スポーツ・レクリエーション機能などの複合的な都市機能の集積を進め、魅力的で快適な居住環境の創出を図り、国際交流都市としての拠点の形成を目指す
蘇我副都心	• 商業・業務機能などの集積やスポーツ・レクリエーション機能の充実、広域的な防災機能の強化を進める • 賑わいと魅力ある海に開かれた拠点の形成を目指す

（参考資料2）幕張新都心の概要

- 幕張新都心は1989年(平成元年)のまちびらき以降、明確な土地利用計画のもと、幕張メッセをはじめ、オフィスビル、教育・研究施設やホテル・商業施設及び幕張ベイタウンや幕張ベイパークの整備の推進により、「職・住・学・遊」の複合機能の集積が進み、「未来型の国際業務都市」の形成を目指して発展してきました。
- 現在では、就業者・居住者・就学者及び新都心への来訪者を合わせると、日々約23万人の人々が活動するまちとなっています。

■幕張新都心の概要



（出典：幕張新都心オフィシャルガイド2025）

●文教地区
新しい文化を創造する学究のステージ

●タウンセンター地区
アメニティ豊かなにぎわいとふれあいのスペース

●業務研究地区
次世代産業を創出するビジネスエリア

●住宅地区
幕張ベイタウン：魅力的な都市デザインと快適な居住環境
幕張ベイパーク：輝く人と街並みが融合する国際性豊かな街づくり

●公園緑地地区
緑と海と街が魅力的に融合するシティパーク

●拡大地区（豊砂地区:千葉市、芝園地区:習志野市）
新しい魅力の創出が期待される地区

（参考資料2）幕張新都心の概要

- 2022年(令和4年)には、概ね20～30年後の将来を見据えたまちづくりの方向性として「幕張新都心まちづくり将来構想」を策定しました。
- まちづくりの理念として**「未来を追い求めてチャレンジを繰り返し、ここにしかない新しさが生まれるまち」**を掲げるとともに、7つの「まちづくりの方向性」を示し、「幕張新都心のありたい姿」の実現を目指すこととしています。

まちづくりの方向性

- 7つのまちづくりの方向性を示し、幕張新都心のありたい姿の実現を目指します
- 7つのまちづくりの方向性を踏まえ、各主体が積極的に取り組むとともに、連携・協働の好循環により取組みを推進します

■ これまで幕張新都心らしさを構成してきた「職・住・学・遊」に関する4つのまちづくりの方向性

1.「職」に関すること
まち一体となって新たなコト・モノを生み出し続ける環境をつくり、産業活動の拠点として成長する

2.「住」に関すること
ライフスタイルの多様化に対応した、魅力的な住環境を築く

3.「学」に関すること
多様な活動主体が刺激的で先端的な学びを得られる環境を創出する

4.「遊」に関すること
地域資源を磨き、人を惹きつけるまちの魅力を高める

■ これからの幕張新都心らしさをより高める「連携」に関する3つのまちづくりの方向性

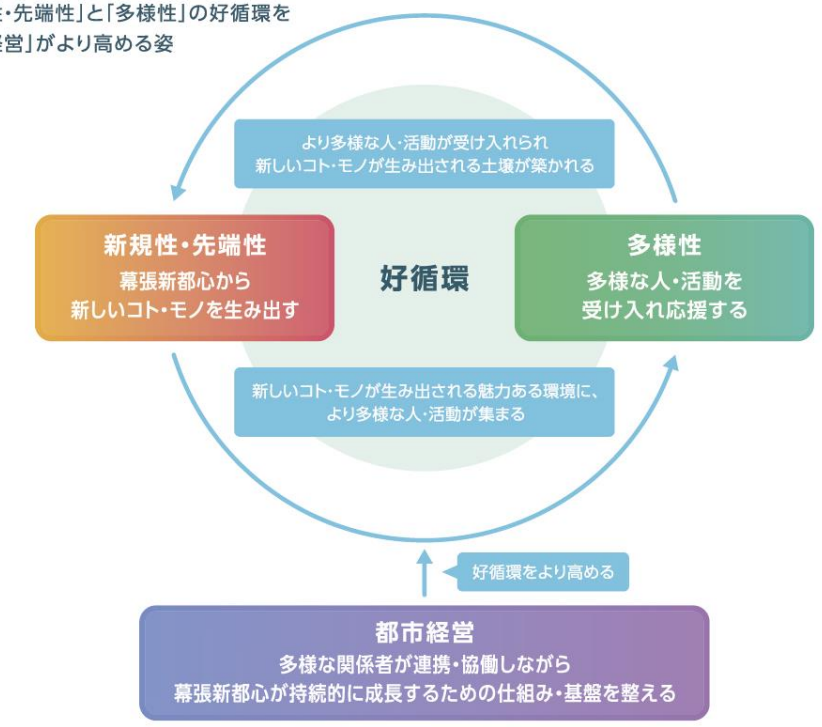
5. 柔軟な活用・回遊性に関すること
既存資源を柔軟に活かし、つなげることで、各エリアの融合を促進し一体感を醸成する

6. 市民参加に関すること
住民・企業など多様な関係者が手を取り、幕張新都心の文化を培い、誇りを醸成する

7. 基盤・持続可能性に関すること
誰もが幕張新都心で安心して暮らせるまちをつくる

幕張新都心のありたい姿

まちづくりの理念に基づき、重要となる3つの要素を「新規性・先端性」「多様性」「都市経営」とし、「新規性・先端性」と「多様性」の好循環を「都市経営」がより高める姿



幕張新都心が発展していくまちであり続けることが千葉市全域の活性化を牽引するとともに、その効果を千葉県・東京圏へ広く波及させていく

（参考資料2）幕張新都心の概要

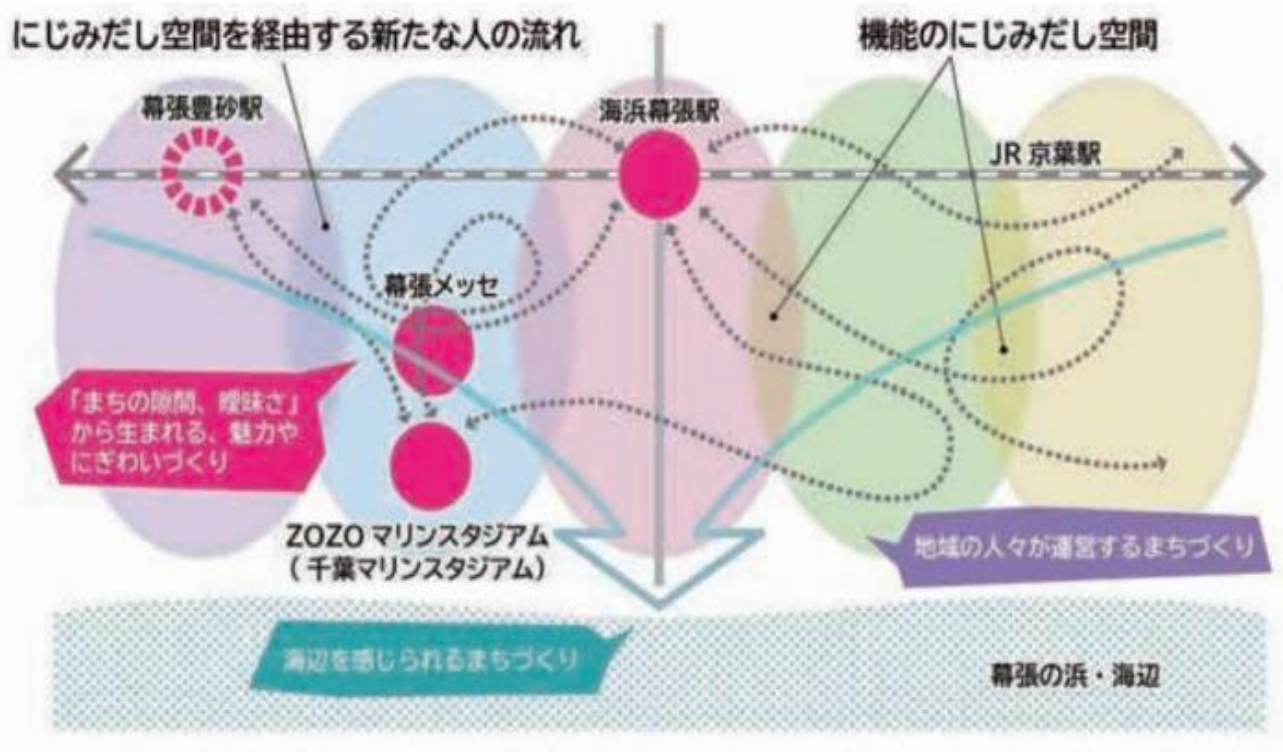
- 都市づくりやまちづくりを進めるうえでの基本的な指針である「ちば・まち・ビジョン」（2023年(令和5年)策定）では、幕張新都心エリアの将来像として**「行くたびに違う顔を見せる『幕張新都心』」**を掲げ、訪れるたびに新たな魅力に気付き、新たな出会いが見つかるまちを目指すこととしています。
- また、都市づくり・まちづくりの方向性として、以下の3つを掲げています。

✓ **「まちの隙間、曖昧さ」から生まれる、魅力や賑わいづくり**
広い公共空間やオープンスペース等の活用による新たな交流や出会いが生まれる空間づくりや、幕張豊砂駅の開業を契機にエリア内の回遊を促進する空間づくりなどを推進

✓ **海辺を感じられるまちづくり**
海を感じることができる要素をまちの中に取り込むなど、来訪者が海を身近に感じるような 、魅力ある空間づくりを推進

✓ **地域の人々が運営するまちづくり**
多様なプレイヤー（住民・企業・商業施設・ホテル等）が主体となり、エリアマネジメント活動などによる一体的なまちづくりや多世代のコミュニティ形成、国内外の交流などを推進

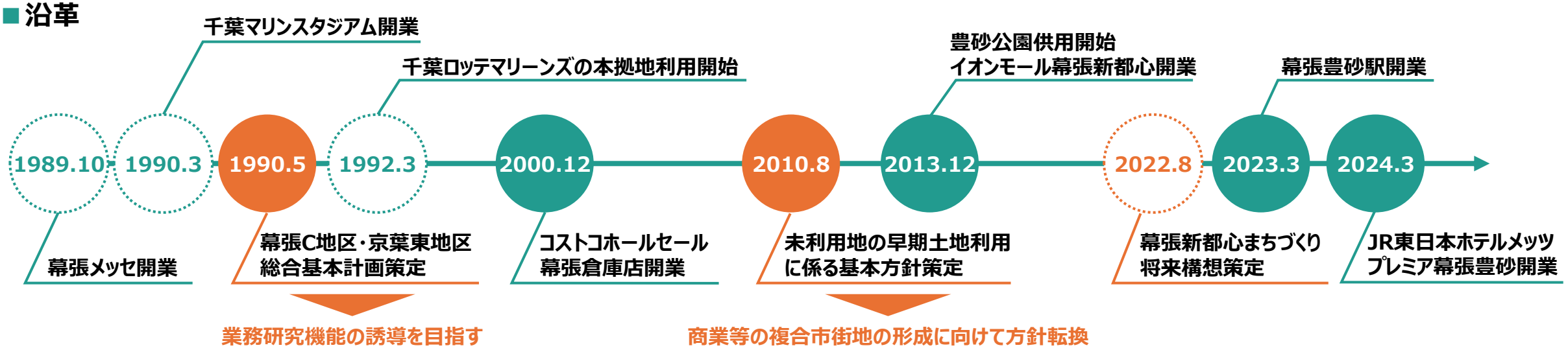
■ **幕張新都心エリアの将来像**（「ちば・まち・ビジョン」より）



(2)豊砂地区の概要

- 豊砂地区のまちづくりの最初の計画となる「幕張C地区・京葉東地区総合基本計画（平成2年5月策定）」においては、幕張新都心の拡大地区として業務研究機能を中心とした機能誘導が計画されていましたが、企業の東京都心回帰等によるオフィス需要の低迷などを背景に当初計画に沿った機能誘導が進まない状況が続いていました。
- このような背景から、2010年(平成22年)8月に県が本市と共同で「幕張新都心豊砂地区未利用地の早期土地活用に係る基本方針」を策定しました。以降はこの基本方針に基づき、商業・アミューズメント・業務の各種機能の複合化により一層の賑わいを創出し新たな魅力を発信する複合市街地の形成を目指し施設の立地誘導が進められ、大規模商業施設が立地するとともに豊砂公園でのイベント開催等により、多くの人々が訪れています。
- また、2023年(令和5年)の幕張豊砂駅開業を契機に、新たなホテルの開業や官民連携のまちづくり活動が誘発されるなど、**「幕張新都心のさらなる発展に寄与する賑わいの創出が期待されるエリア」**となっています。

■沿革



(1)スタジアム・アリーナ改革

- 政府が掲げる成長戦略である日本再興戦略2016の官民戦略プロジェクト10に「スポーツの成長産業化」が位置付けられて以降、産業としてのスポーツへの注目度が高まっています。その中で、**「みるスポーツ」のためのスタジアム・アリーナ**は、定期的に数千人、数万人の人々を集める集客施設であり、飲食、宿泊、観光等周辺産業への波及効果を生みだす地域活性化の起爆剤となる潜在力を有しています。スタジアム・アリーナは、スポーツ産業の持つ成長性を取り込みつつ、地域経済の持続的成長を実現していく施設として、その潜在力を最大限発揮することが期待されています。
- また近年、「スタジアム・アリーナ改革」の考え方をさらに発展させた**「スポーツコンプレックス(※)」**という考え方が提唱されており、政府全体の方針である「経済財政運営と改革の基本方針2024」(令和6年6月21日閣議決定)においても、スタジアム・アリーナの整備・活用に連なる内容として「スポーツコンプレックスの推進」が示されています。ここでいう「スポーツコンプレックス」とは単にスポーツ施設の集合体を意味するものではなく、以下のように多様な視点でのComplex(複合施設・複合体)としていくことが期待されます。

① スポーツ内でのComplex：異なるスポーツ種目・競技・施設の集約化と連携強化
② 異分野とのComplex：スポーツ分野と異分野との複合化及び包括的運営
③ まちづくりとのComplex：まちづくり政策との連携を明確に意識した政策

■スタジアム・アリーナがまちづくりに果たす役割

地域のシンボルとなるスタジアム・アリーナ	スタジアム・アリーナを核とした新たな産業の集積
・スタジアム・アリーナは、他の公共施設と比較して収益性の確保が期待され、サステナブルな施設として長期的に地域に存続させることが可能 ・そのため地域の住民にとって愛着のある地域のシンボルになっていく施設と捉えることができる	・スタジアム・アリーナは、施設内外に経済効果や雇用創出効果を生み出し、新たな産業集積を創り出す可能性を有している
スポーツの波及効果を活かしたまちづくり	**地域の持続的成長**
・スタジアム・アリーナは、賑わいの創出やスポーツ機会の増加等の地域への波及効果を生み出すことが期待され、これらをまちづくりにも活用することができる	・スタジアム・アリーナは、中長期的に、地域のアイデンティティの醸成や地域の不動産価値の向上等の効果を生み出す ・これらの効果は定住人口の確保等、地域の持続的成長を支えていく

（※）スポーツコンプレックス：国が進める「スポーツの成長産業化」の大きな柱である「スタジアム・アリーナ改革」を更に発展させ、スポーツ施設と他の施設等をより一層まちづくりとして総合的・複合的に整備・活用していく概念のこと。

（参考資料3）スタジアム・アリーナのトレンド

- 「スタジアム・アリーナ×まちづくり」の先進事例として、エスコンフィールドHOKKAIDOやエディオンピースウイング広島、長崎スタジアムシティ等が挙げられます。
- これらの事例は、**「複合開発」**や**「まちなか立地」**という特徴があり、非興行日も含めた賑わい創出を図っています。

■スタジアム・アリーナ×まちづくりの事例

エスコンフィールドHOKKAIDO

- 2023年(令和5年)3月に開業したプロ野球北海道日本ハムファイターズのホームスタジアム
- スタジアムを含む「Fビレッジ」は32haの広大な敷地に、商業施設や住宅、ホテル、メディカルモール、大学等が立地又は計画されていて、スタジアムを中心としたまちづくりが進む
- 2024年(令和6年)には約418万人(プロ野球約207万人、それ以外約211万人)が訪れ、地域に高い経済効果を生み出している

（出典：北海道ボールパークFビレッジ公式ホームページ）

エディオンピースウイング広島

- 2024年(令和6年)2月に開業したJリーグサンフレッチェ広島のホームスタジアム
- 市内中心部から徒歩10分ほどの約8.5haの広大な土地(中央公園)に、スタジアムと隣接する広場エリアからなる「ひろしまスタジアムパーク」を一体的に整備
- 2024年(令和6年)11月末までに約118万人(サッカー約62万人、それ以外56万人)が訪れ、広島の市街地に新たな人の流れを生み出している

（出典：エディオンピースウイング広島公式ホームページ）

長崎スタジアムシティ

- 2024年(令和6年)10月に開業したJリーグV・ファーレン長崎のホームスタジアムを中心とした複合施設
- 長崎駅から徒歩10分ほどの約7.5haの広大な土地に、スタジアムを中心に、アリーナやホテル、商業棟、オフィス棟等で構成される
- 開業から2ヵ月で約95万人の来場を記録(平日約1万人、スポーツの試合がある休日は2～3万人で推移)しており、長崎の市街地に新たな人の流れを生み出している

（出典：長崎スタジアムシティ公式ホームページ）

（参考資料3）スタジアム・アリーナのトレンド

- 2016年(平成28年)にスポーツ庁が公表した「スタジアム・アリーナ改革指針」では、スタジアム・アリーナ改革の要件の一つとして「収益モデルの確立とプロフィットセンターへの変革」が掲げられています。
- スタジアム・アリーナにおける興奮や一体感は、分厚いファン層や幅広い誘客を生み、来場・再来場の可能性を高めます。そのような「観る」観点からの高付加価値のサービスを提供し収益性を高めることは、結果として公共の財政負担の軽減にもつながります。
- また、地域の実情に応じて適切な投資を行い、スタジアム・アリーナを最大限活用することは、賑わいの創出やそれに伴う税収の増加等も期待されます。

■プロフィットセンター化の実現に向けて重要な要素

- 「ホスピタリティ機能の充実」や「高付加価値のサービスを提供」、「多様な利用シーンの実現」が重要な要素であり、来場者の観戦価値・体験価値を向上させることで、収益性の向上も期待できる
- 特に、Bリーグのホームアリーナや Jリーグのホームスタジアムではスイートルームやラウンジ席の設置がリーグの規定となっていることから、近年は公共施設であっても高質な空間が整備され、試合日にはホスピタリティサービスが提供されている

沖縄アリーナ

- 30室のスイートルームと4箇所のラウンジを設置

（出典：沖縄アリーナ公式ホームページ）

（出典：沖縄アリーナ公式ホームページ）

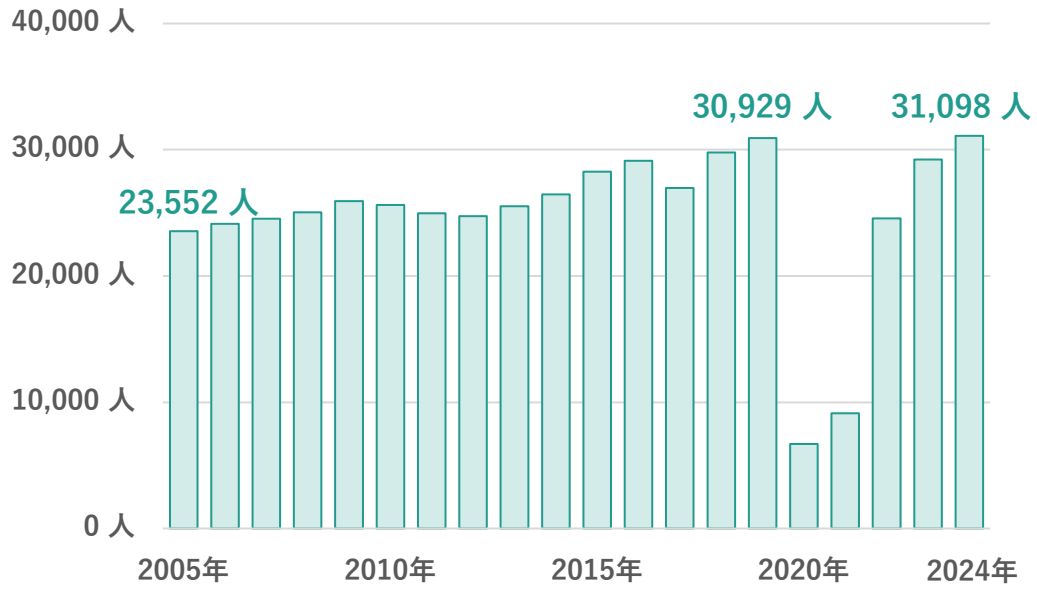
エディオンピースウイング広島

- VIPルームや、入場する選手を間近で見ることができる「トンネルラウンジ」を設置

(2)プロ野球のホームスタジアム

- 近年、プロ野球の人気はさらに高まっており、1試合あたりの平均入場者数は2005年(平成17年)シーズンの23,552人から、2024年(令和6年)シーズンには31,098人にまで伸びています。
- 現スタジアムは12球団のホームスタジアムの中で最も収容人数が少ないものの、千葉ロッテマリーンズ主催試合の入場者数も年々伸びており、2024年(令和6年)シーズンには過去最多となる約192万人の入場者を記録しました。

■プロ野球の平均入場者数の推移 （出典：日本野球機構）



■球団別入場者数（2024年シーズン公式戦） （出典：日本野球機構）

セ・リーグ球団	平均入場者数
阪神タイガース	41,801人（47,466人）
読売ジャイアンツ	39,247人（43,500人）
中日ドラゴンズ	32,951人（36,370人）
横浜DeNAベイスターズ	32,754人（34,046人）
広島東洋カープ	29,376人（33,000人）
東京ヤクルトスワローズ	28,153人（30,969人）

パ・リーグ球団	平均入場者数
福岡ソフトバンクホークス	37,862人（40,000人）
オリックス・バファローズ	30,270人（36,220人）
北海道日本ハムファイターズ	28,830人（35,000人）
千葉ロッテマリーンズ	**26,975人（29,635人）**
東北楽天ゴールデンイーグルス	23,132人（30,508人）
埼玉西武ライオンズ	21,601人（31,552人）

※カッコ内はホームスタジアムの最大収容人数（プロ野球利用時）
※千葉ロッテマリーンズの2024年シーズンの収容率は91%で12球団平均の87%を上回っており、12球団中4位である

（参考資料3）スタジアム・アリーナのトレンド

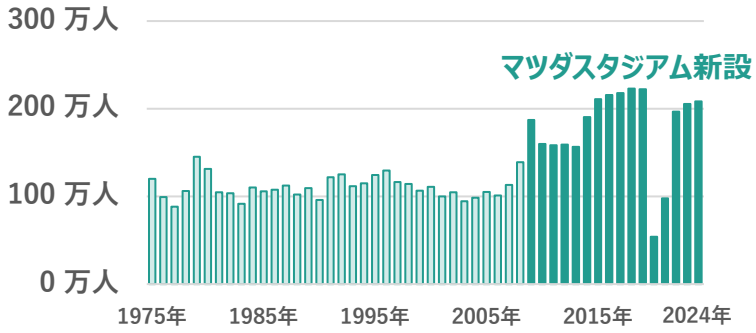
- プロ野球のホームスタジアムにおいては、近年**建て替えや改修による大型化や魅力向上**が相次いで行われています。
- また、神宮球場の建て替え等も計画されており、このような流れは今後も続いていくと考えられます。プロ野球のホームスタジアムとしての競争力の維持・向上のためには、現スタジアムも魅力向上が求められます。

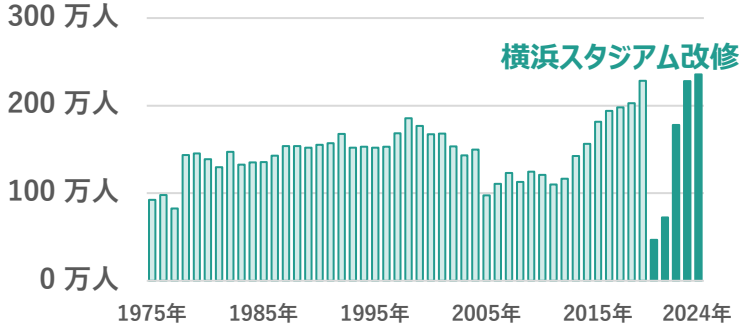
■近年のプロ野球ホームスタジアムの建替・改修の事例

年	スタジアム	建替・改修の主な内容
2009年 （平成21年）	Mazda Zoom-Zoomスタジアム広島	・スタジアムの新設
2016年 （平成28年）	楽天モバイルパーク	・VIPボックスシートの新設 ・観覧車等の公園エリアの設置
2020年 （令和2年）	横浜スタジアム	・右翼側・左翼側スタンドの増設等により6,000席増席 ・個室観覧席、屋上テラス、回遊デッキの設置
2021年 （令和3年）	ベルーナドーム	・ラウンジ付きのエキサイトシートの新設 ・飲食施設の大幅リニューアル ・隣接地に1,000㎡の大型遊戯施設を新設
2022年 （令和4年）	東京ドーム	・超大型メインビジョンの設置 ・リボンビジョン、サイネージの設置 ・スイートエリアのリニューアル
2023年 （令和5年）	エスコンフィールドHOKKAIDO	・スタジアムの新設
2026年頃 （令和8年頃）	横浜スタジアム	・スタジアムの隣接地に、球団が運営するライブビューイングアリーナ等が新設（予定）
2032年頃 （令和14年頃）	神宮球場	・スタジアムの建て替え（予定）

●広島東洋カープの入場者数の推移（出典：日本野球機構）

スタジアム新設を契機に入場者数が大幅に増加



●横浜DeNAベイスターズの入場者数の推移（出典：日本野球機構）

スタジアム改修を契機に入場者数が増加