

パナソニックスタジアム吹田の 整備及び管理運営 ～寄附による新たな官民連携の形～



株式会社ガンバ大阪
施設運営課
岡本光司・前田将太

本日のアジェンダ

- (1) スタジアムの建設をスタートした動機**
- (2) 募金スキーム**
- (3) 完成後の活用**
- (4) スタジアム建設で得た効果と課題**



(1)スタジアム建設をスタートした動機

Jリーグのスタジアム

- ・ **陸上競技兼用**スタジアムが多く、サッカーを楽しむためにできていない
- ・ **自治体が建設**したスタジアムが多く、Jリーグクラブの要望が反映されていない
- ・ FIFA・日本サッカー協会の**新基準を満たしていない**（屋根・動線等）
- ・ 規模が適切でない（大きすぎ・小さすぎ）
- ・ 建設費・維持管理費が大きい
- ・ 環境配慮・防災対応が不足

ガンバ大阪のホームスタジアム

- ・ **陸上競技兼用**
（万博記念機構の所有・管理）
- ・ 観客席の大部分に**屋根がない**
- ・ **老朽化**（1972年開場）
- ・ **収容人数が少ない**（2万人）
- ・ **自前の建替資金がない**



4万人収容のサッカー専用スタジアムが欲しい！



□建築面積：24,713㎡

□延床面積：66,355㎡

□高さ：40.33m

□地上6階建

□収容人数：40,000人

□主な仕上

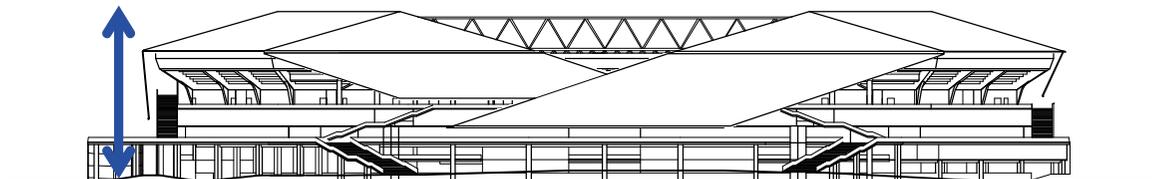
屋根・覆い壁：ガルバリウム鋼板折板葺

外装：押出成形セメント板

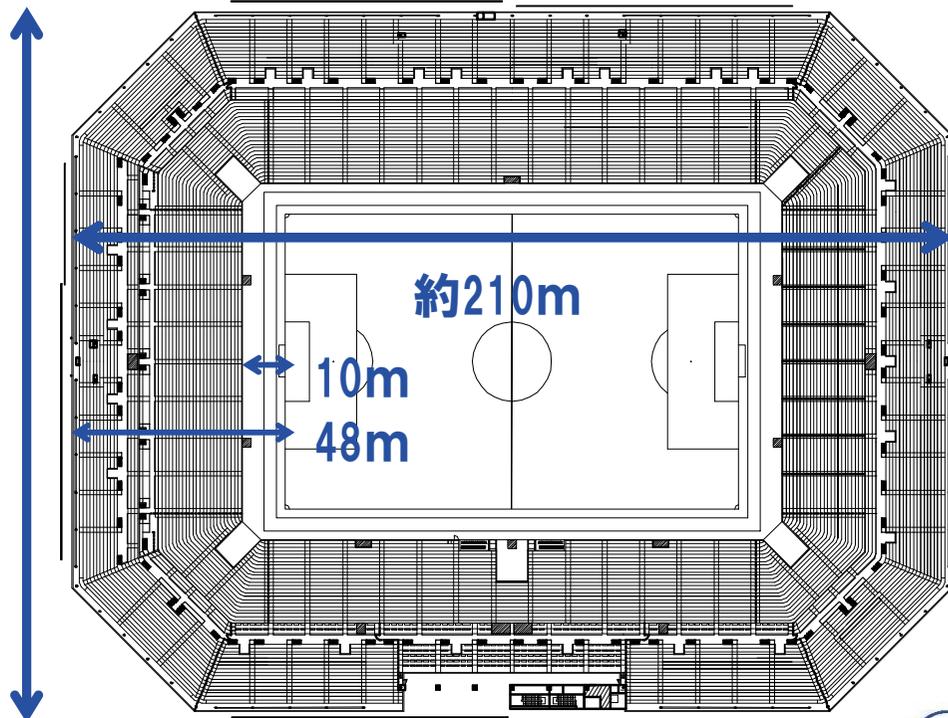
開口部：アルミ製建具、スチール製建具

観客席：プレキャストコンクリート段床

約40m



立面図



約160m

平面図





(2)建設・募金スキーム

自治体に頼らない資金集め

ガンバ大阪のホームスタジアム



万博記念機構が建設

ガンバ大阪の新ホームスタジアム



民間の資金で建設

大阪の夢を語り企業・個人からの賛同を得る

①地域の笑顔をつくる

スポーツで笑顔を創造するフィールドをみんなで作る
有事に地域の人々を守るセーフティーゾーンになる

②次世代の文化をつくる

1970年大阪万博は日本中を明るい希望で満たした
大阪から日本を動かす新しい文化のムーブメントを起こす

③大阪の活力をつくる

官に頼らず民間が一体となって自ら大阪を活気づけてゆく
大阪経済の活気ある未来を目指した日本初のプロジェクト

スタジアム建設のしくみ 衆知を集める

2010年 本格的に活動開始

日本初の募金 でつくるスタジアム



スタジアム建設のしくみ

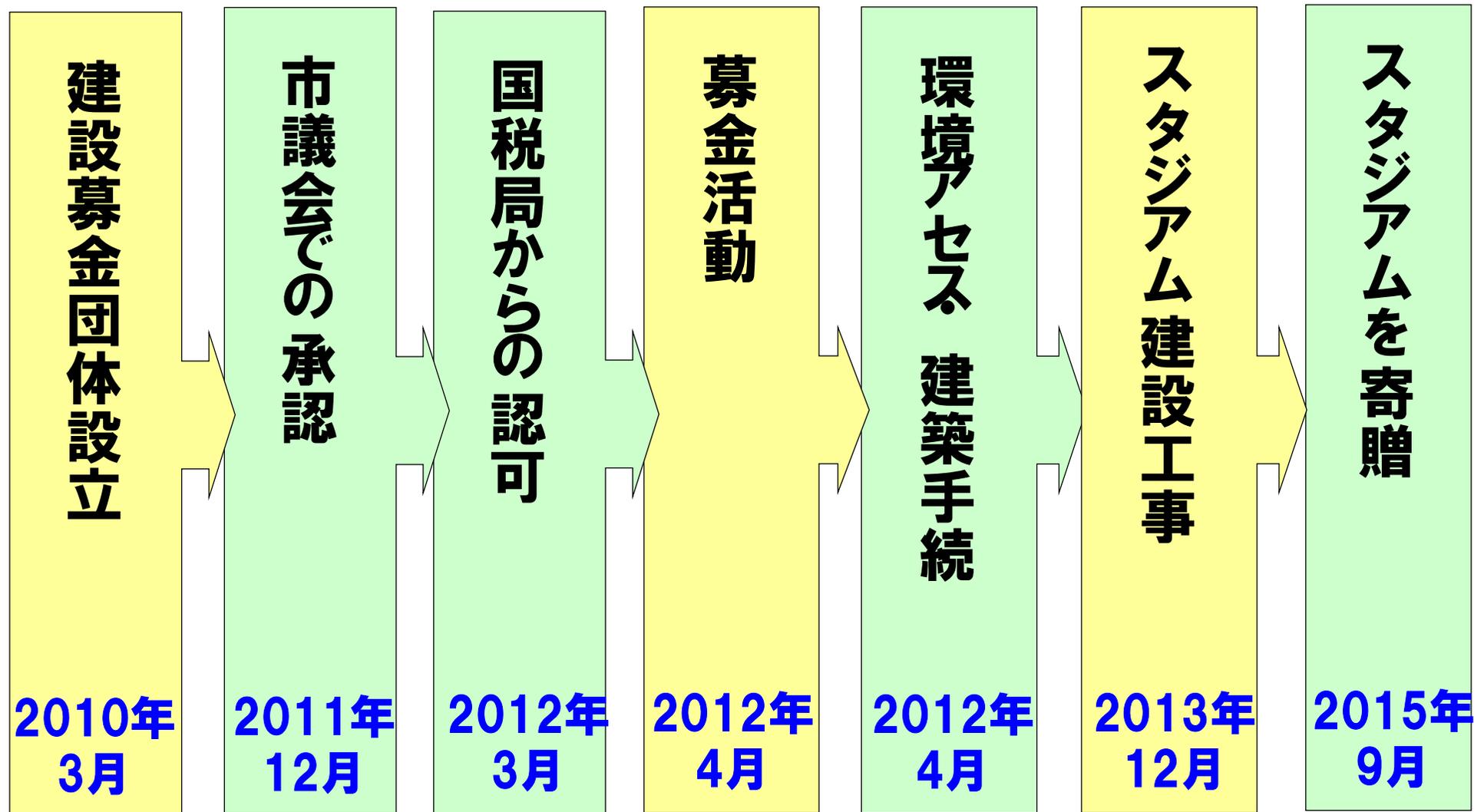
官・民共存共栄

	従来の方法	今回の計画
建設地	自治体	自治体
建設主体	自治体	スタジアム建設 募金団体
建設費	税金	寄付 (個人・民間企業)
所有者	自治体	自治体 (公共施設)
維持管理	自治体	指定管理者 (ガンバ大阪)

建設までの工程

募金団体設立から完成まで5年半

地域のみなさん・自治体との連携によって実現



税控除のしくみ

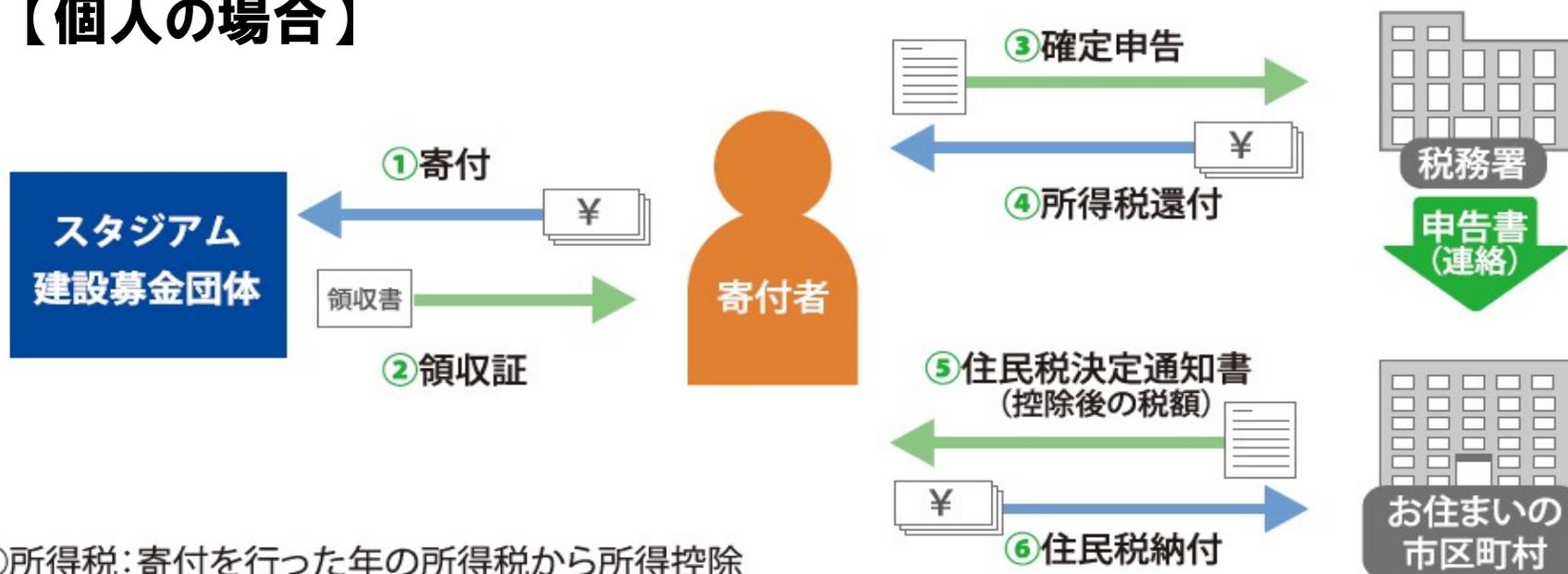
個人

ふるさと寄付金の扱い
(所得税と住民税から寄付金控除)

法人

全額 損金算入の扱い(法人税控除)

【個人の場合】



④所得税: 寄付を行った年の所得税から所得控除

⑤住民税: 寄付を行った翌年度の住民税から税額控除

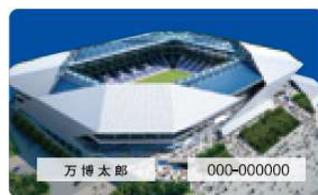
寄付特典

特典①

メモリアルカードの発行

お名前とシリアル番号の入った
メモリアルカードのプレゼント

【対象】ご寄付いただいた皆様



特典②

寄付者名の顕彰

完成したスタジアムへの
ネームプレートの掲出

【対象】1申込5万円以上
ご寄付いただいた方



掲出イメージ



ネームプレートイメージ

※画像はイメージです。デザインは変更になる場合があります。

募金活動 最終結果

	金 額	参加数
法人	99億5019万	721社
個人	6億2215万	34627名
助成金	35億1333万	—
合計	140億8567万	—

※助成金内訳：スポーツ振興くじ助成、国土交通省助成、環境省助成を

2013年12月着工



2014年6月



2014年12月



2015年4月



2015年9月



2015年10月竣工式





(3)完成後の活用

完成後の活用 ～国際大会を誘致～

招致予定の大会

- ・ Jリーグ・ACL
- ・ 日本代表戦
- ・ 天皇杯決勝
- ・ クラブワールドカップ戦
- ・ 高円宮杯全日本ユース
- ・ 高校生・中学生年代の全国大会決勝
- ・ 全国シニアサッカー大会

その他、ワールドカップやオリンピックも開催可能。
また、公共施設として地域スポーツ大会に利用。

Jリーグ・日本代表戦を開催



地域のスポーツ大会でも活用



完成後の活用

～スタジアム事業の柱である自主事業～



スタジアムツアー



フリーマーケット



結婚式



健康講座

サッカー協会
連携

万博公園
連携

吹田市
連携



日本代表戦



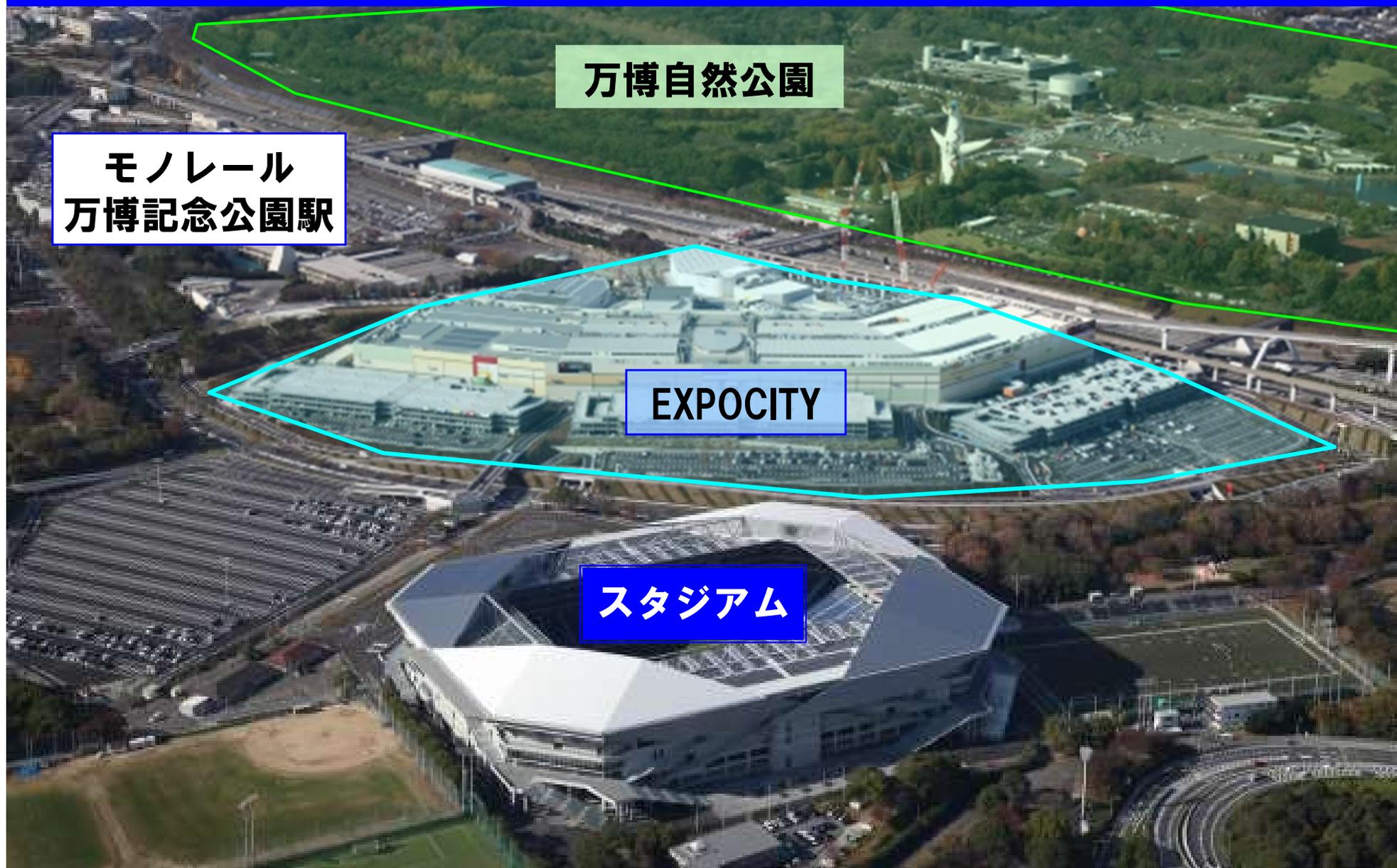
共同集客施策



ふれあい活動 / 遠足

隣接のエキスポシティと共に地域の活性化

国内外からの集客が見込める魅力的なエリアへ



万博自然公園

モノレール
万博記念公園駅

EXPOCITY

スタジアム

大阪の新観光名所 & スポーツ・ツーリズム

既存
観光施設



新規
観光施設



スポーツ
ツーリズム



完成後の活用 ～拠点地域の防災点～

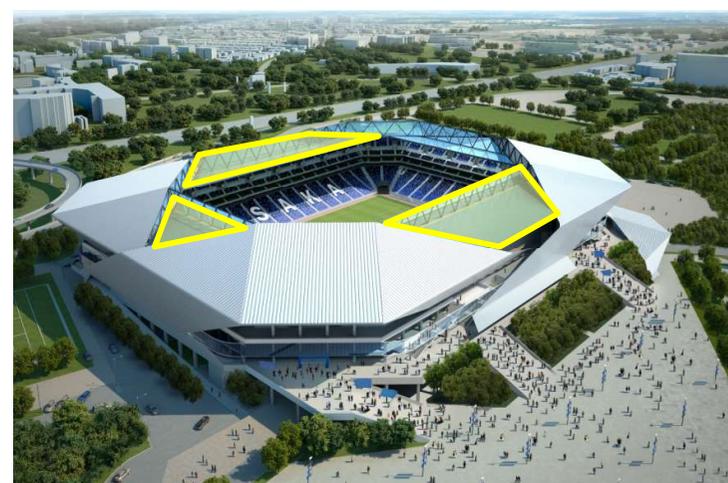
- ・災害対策本部のバックアップ機能
- ・救援物資配送センター
- ・太陽光発電による電気確保
- ・生活用水の確保（飲み水、シャワー、手洗い用）
- ・災害用備蓄倉庫の設置
- ・避難所 長期：300人が1ヶ月滞在
短期：800人が10日滞在



災害対策本部イメージ写真



災害用備蓄倉庫写真

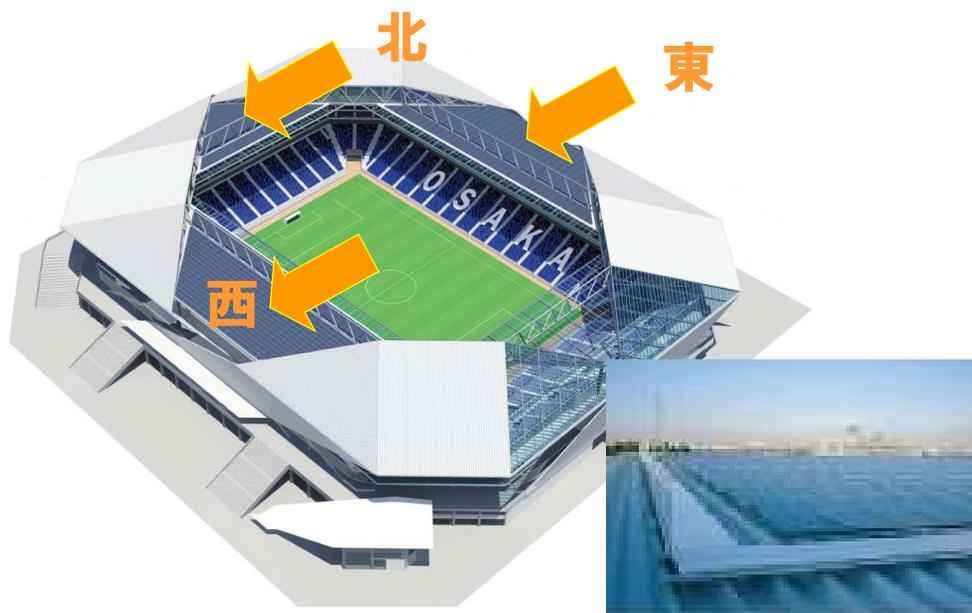


太陽光発電設置場所

クリーンな地球環境を次世代へとつなぐエコスタジアム

スタジアムでは日本初！ CASBEE Sランク達成

■太陽光発電 500kW
住宅184軒分に相当



■雨水利用 5500ton/年
トイレ洗浄水の50%をまかなう



■ナイター照明の全面LED化

CO₂換算削減量 271 ton-CO₂/年

(参考) CASBEEとは...

建築物の環境性能を総合的に評価する指標。S/A/B+/B-/Cの5段階評価。

スタジアムが描く将来像

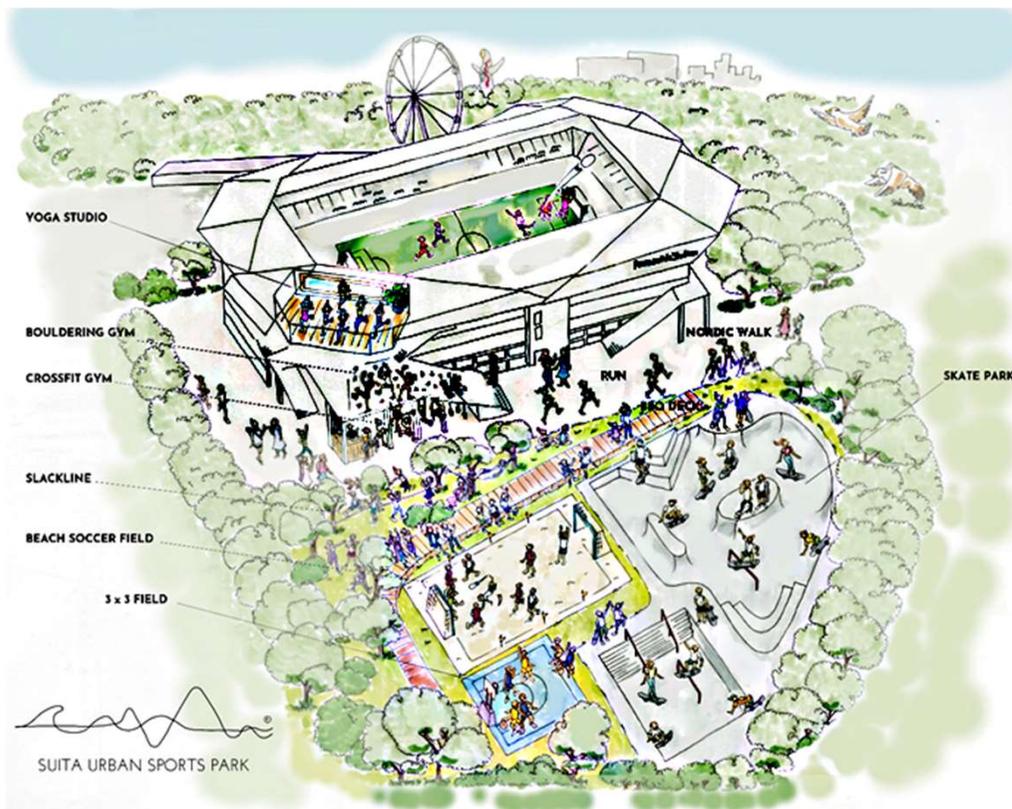


大阪府・吹田市・万博・パナソニック
などと連携し、周辺の活性化を推進
(中期課題)

新スポーツ施設

保育園

交通インフラ整備 など



★高稼働化による地域社会への貢献
地域の課題をスタジアムによって解決



★公共施設としての役割
365日みんなが楽しめる場所に



★ガンバ大阪の新規顧客創出
サッカー以外の利用者がガンバを好きになる





(4)スタジアム建設で得た効果と課題

2015→2016年 スタジアム効果

		2015年 実績	2016年 実績	前年比
試合数		26試合	23試合	
観客	総入場者	370,000人	530,000人	 1.4倍
	リーグ戦平均	16,000人	25,342人	 1.6倍
収入	入場券	790百万円	1,390百万円	 1.7倍
	グッズ <small>(※スタジアム外の売上含む)</small>	490百万円	580百万円	 1.2倍
	飲食	130百万円	360百万円	 2.8倍

パートナー企業の経済効果

①ガンバ大阪のパートナー企業

約70社のパートナー企業はブランドイメージ拡大
グッズ・飲食などの販売金額倍増のメリット

②スタジアム建設関連企業

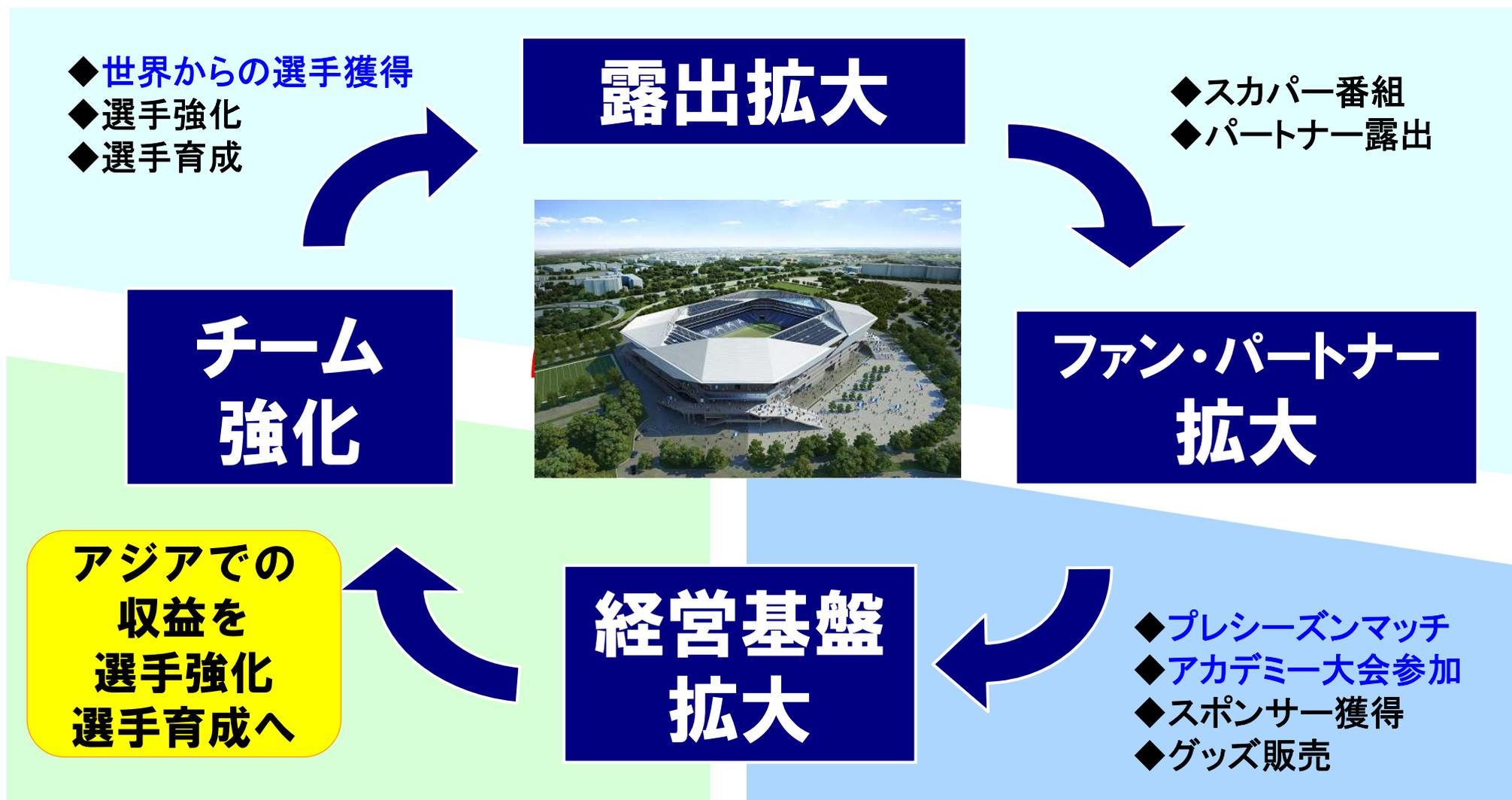
設計コンサル、ゼネコン、システム・設備企業の納入
完成後の見学者が1万人を越え、他施設に納入拡大

③地元企業への波及効果

地元企業約500社には地域の活性化効果が波及
吹田市はブランド効果増

アジアへの展開 ～成長スパイラル～

国内は建設効果大、アジアへの展開がまだ不十分！





(4)スタジアム建設で得た効果と課題

(4) パナソニックスタジアム吹田運用課題

① 最寄駅からスタジアムまでの距離



(4) パナソニックスタジアム吹田運用課題

② 暑さ対策（コンコース暑さ）

コンコースに風が通らないため熱がこもる
送風機を設置して対応



(4)パナソニックスタジアム吹田運用課題

③諸室の小ささ

有効スペースが少なく
最低限の部屋数



④芝生育成

天井が低くコンパクトな
半面、風通しが悪く
太陽光も当たりにくい

⑤スタジアム内駐車場の小ささ

スタジアム内に100台程度の駐車スペースしかない