

令和6年度 スタジアム・アリーナ改革推進事業

（経済的価値・社会的価値の可視化・定量化に係る調査及び実証）

エディオンピースウイング広島及び広島市中央公園広場エリアにおける実証結果報告書

2025/3/27

Contents

	Page
I 本実証報告書の概要	3
実証報告書の目的・アジェンダ	4
実証作業概要	6
実証先の概要・選定理由	7
実証結果サマリー	14
II 施設が創出する価値の可視化	15
可視化実施のための事前作業	16
社会価値テーマ・成果の可視化	20
III 施設が創出する価値の測定方法検討	26
測定指標の検討	27
指標取得方法の検討	28
IV 施設が創出する価値の定量化	32
価値定量化の手法概要と定量化に向けた実施作業	33
社会価値の定量化	38
指標外の価値定量化	52
財務価値の定量化	54
V 施設が創出する価値の活用	55
可視化・定量化結果の確認及び活用方向性の検討	56
本実証における成果・今後の課題	58
Appendix	59
ロジックモデル	60
実証において実施したアンケート設問	68
他施設との価値比較結果	75
作業実施体制	77

01. 本実証報告書の概要

本実証報告書の目的・アジェンダ

- 本実証報告書は、実在するスタジアム・アリーナの価値の可視化・定量化・活用の実証を行うことにより、全国のスタジアム・アリーナ事業者や自治体が、各施設の価値の可視化・定量化・活用を行いやすくなることで、各施設の価値のステークホルダーへの認知や価値そのものを高めることを目指している。

実証目的

スタジアム・アリーナが創出する価値の可視化・定量化・活用が今後広く実施されるために、他事業者にとって参考となる、実際のスタジアム・アリーナを用いた事例を創出するため。

本実証においては、エディオンピースウイング広島のメインユーザーであり指定管理者であるサンフレッチェ広島を主体としたケースにおける実証を行うものである。

本実証報告書のアジェンダ

01

本実証報告書の概要

実証報告書の目次（本ページ）、実証先であるエディオンピースウイング広島、中央公園広場エリアの概要及び実証結果概要について記載。



02

施設が創出する価値の可視化

事前準備として必要な価値の活用目的検討、及び可視化ステップで必要な社会価値テーマ・成果選定、ロジックモデルの作成結果を記載。



03

施設が創出する価値の測定方法検討

価値を測定するための指標の検討、及びその指標の取得方法の検討結果について記載。



04

施設が創出する価値の定量化

検討した測定方法に従って、実施した価値の定量化過程、及びその定量化結果について記載。



05

施設が創出する価値の活用

可視化・定量化の結果を運営主体内で確認した上で、検討した今後の活用方向性について記載。



06

Appendix.

各テーマにおけるロジックモデルや、実施したアンケート調査内容詳細、他施設との価値比較結果等を記載。



(参考) スタジアム・アリーナが創出する価値のアプローチと本実証報告書のアジェンダ

- 本実証報告書アジェンダは以下の「スタジアム・アリーナが創出する価値のアプローチ」に沿って設定されている。

凡例：

本実証報告書の章タイトル

05 施設が創出する価値の活用

02 施設が創出する価値の可視化

03 施設が創出する価値の測定方法検討

04 施設が創出する価値の定量化

④スタジアム・アリーナ運営主体内での現状把握と施策検討

⑤ステークホルダーとの対話

⑥施策の実行による効果的な価値向上

事前作業

①価値の可視化

②可視化した価値の測定方法検討

③スタジアム・アリーナの価値の定量化

スタジアム・アリーナのビジョン（ありたい姿）策定や社会価値の活用目的の検討を実施する

スポーツの成長産業化やスポーツを通じた地域活性化に資するため、スタジアム・アリーナが生み出す価値を具体的に定義

定義したスタジアム・アリーナの価値を測るための指標と、定量的に算定するためのモデルを検討

算定モデルを利用して、スタジアム・アリーナの財務価値と社会価値をそれぞれ定量化

運営主体内にて、可視化・定量化した価値から施設の現状を把握し、その価値の普及、及び最大化のための施策を検討する

特定したステークホルダー（地域・他産業）が抱える課題や目標に対して、スタジアム・アリーナの価値がどのように役立つのかを対話し、価値最大化のための施策を再検討

財務価値と社会価値を総合的に高めるとともに、ステークホルダーの課題解決や目標達成に資するための施策を実行することで、効果的に施設の価値を向上

財務価値・社会価値の可視化・定量化

財務価値・社会価値の可視化・定量化結果の活用

実証作業内容

- エディオンピースウイング広島においては、隣接する広島市中央公園広場エリアとともに価値を創出することが重要であるため、両施設を対象に以下作業に基づき実証を実施した。基本的にはエディオンピースウイング広島及び広島市中央公園広場エリアの運営事業者と共に、「スタジアム・アリーナが創出する価値のアプローチ」に沿って実証を実施した。
- 本実証報告書では下記作業を通じた結果を記載している。

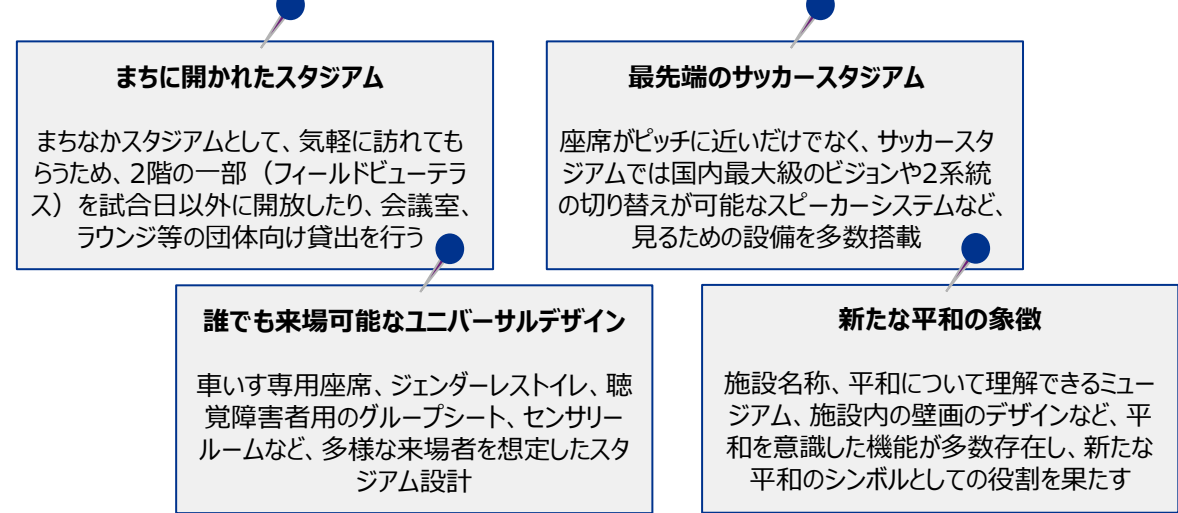
① 事業実施にかかる 事前作業	② 価値の可視化	③ 可視化した価値の 測定方法検討	④ 価値の定量化	⑤ スタジアム・アリーナ運営 主体内での現状把握と 施策検討
a. 施設が創出する価値の活用目的検討 内部・外部環境分析や課題感の確認結果から、施設が創出する価値の活用目的についてステークホルダーを意識しながら検討	a. 社会価値テーマ・成果設定 エディオンピースウイング広島、広島市中央公園広場エリアにおいて重視する社会価値テーマ、及びテーマに紐づく成果を検討 b. ロジックモデル作成 各社会価値テーマごとに、成果とそれに紐づく活動についてロジックモデルの形で可視化	a. 指標検討 主要成果を評価する結果指標、及び活動やアウトカムを評価するプロセス指標を検討 b. 指標の取得方法検討 結果指標・プロセス指標の取得方法検討	a. 定量化に向けた事前作業 アンケート設計や算定モデルの整理など、定量化に向けた事前作業の実施 b. データの取得 アンケート実施や公開情報の参照等、指標定量化の元となるデータを取得 c. 価値の定量化 財務価値及び各社会価値テーマで設定した指標の値について、算定モデル等も用いながら定量化	a. 運営主体内部での検討 エディオンピースウイング広島、広島市中央公園広場エリアの施設管理担当と、今後当該施設の価値を向上させるにあたり、どのように本事業における実証結果を活用していくかの検討を実施

実証先：エディオンピースウイング広島の概要

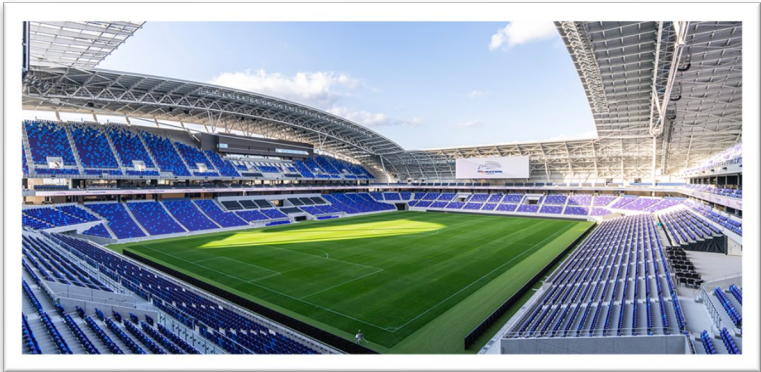
- 2024年に開業したエディオンピースウイング広島は2つの男女のプロサッカーチームがホームスタジアムとして利用するサッカースタジアムである。
- まちなかにある立地特性を生かし、まちに開かれ、多くの人々に愛される施設となるべく整備されている。

エディオンピースウイング広島の概要	
ホームチーム	Jリーグ：サンフレッチェ広島 WEリーグ：サンフレッチェ広島レジーナ
所有者・指定管理者	所有者：広島市 指定管理者：サンフレッチェ広島
収容人数	約28,500人
整備費	約272億1,000万円
資金調達詳細	「都市構造再編集集中支援事業」、「防災・安全交付金」など国からの補助金 - スタジアム指定管理者からの市への納付金などを償還財源とする市債 - 広島県の補助金、広島市の負担 - 個人寄付金及び、企業や団体からの寄付金
整備概要	- 世界基準のサッカースタジアム - キッズルーム・キッズスペース・センサリールーム - VIPラウンジやスカイボックス等のホスピタリティエリア
防災関連施設	- 指定緊急避難場所（洪水、土砂災害、高潮、地震、津波） - スタジアム内に防災備蓄倉庫を整備
その他	- 大きくまちに開かれたスタジアムとして、南東、南西側に大きな開口を持ち、周囲に開く形態となっている。 - 次世代観戦環境を実現する設備として、指向性の高いスピーカーによる音響環境や国際水準の均斉度を誇る照明を具備。

■施設の特徴



■施設の内観



© 2024 S.F.C

実証先： 広島市中央公園広場エリアの概要

- 広島市中央公園広場エリアとは、サッカースタジアムであるエディオンピースウイング広島と隣接するエリアを指し、芝生広場等からなる東側広場エリアと川沿いの基町環境護岸等からなる西側広場エリアにより構成されている。
- 年間を通じて子供から大人まで幅広い世代の人々が楽しめ、憩える都会のオアシスとなるようにエディオンピースウイング広島とともに広島のにぎわいの創出に寄与することを目的としている。

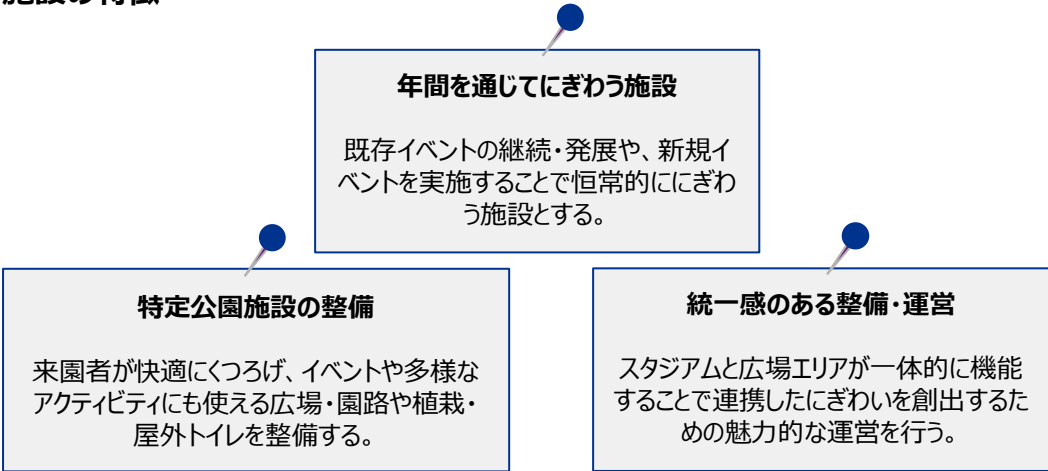
広島市中央公園広場エリアの概要	
所在地	広島県広島市中区基町15（広島市中央公園内）
指定管理者	指定管理者：ACTIVE COMMUNITY PARK管理運営共同事業体（代表法人：NTT都市開発株式会社）
整備手法	Park-PFI（公募設置管理制度）の活用 ・ 広場エリアのにぎわい施設整備などをPark-PFIで実施
アクセス	広島電鉄 紙屋町西電停、原爆ドーム前電停から徒歩10分 JR 新白島駅から徒歩15分、広島駅から徒歩約30分
防災関連施設	指定緊急避難場所（地震、大規模な火事、津波）
施設概要	広島の新たなにぎわいと憩いの場として施設を整備（右上図参照） ● 東側広場エリア：芝生や周辺の遊具でのんびり過ごすだけでなく、14の商業施設が並ぶ“HiroPa”で飲食や買い物が可能 ● 西側広場エリア：水上アクティビティ、川沿いでバーベキュー、ピクニック等が可能
その他	景観計画重点地区として指定

■施設イメージ



Copyright © 2016 NTT Urban Development All Rights Reserved.

■施設の特徴



サッカースタジアム整備の基本方針（背景・目的）

- サッカースタジアム（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して広域的な集客効果を高め、広島市・広島県全体の活性化につなげ、さらに、サッカーを通じた国際交流が期待できる中で、建設場所の中央公園広場と平和記念公園が一体となった平和発信の拠点として整備された。
- 都心部の更なる活性化に寄与するためにサッカーだけでなく、多機能化・複合化・エリアマネジメントの観点を含め検討されているが、周辺住民の生活環境を確保するなど周辺住民の配慮がなされて整備された施設となっている。



スタジアム整備の基本的姿勢

地域の経済活性化と平和発信の拠点

- サッカースタジアムは、広島の新たなシンボルとして広域的な集客効果を高めるなど、広島市ひいては広島県全体の活性化につながるものである。
- さらに、サッカーを通じた国際交流が期待できる中で、その建設場所である中央公園広場と平和記念公園が一体となった平和発信の拠点となることを目指す。

サッカーだけに留まらない都心部再生の起爆剤としての期待

- サッカースタジアムは、サッカーのための施設にとどまらず、都心部の更なる活性化に寄与することが期待され、スタジアムが都心部の再生の起爆剤となるよう、スタンド下を活用した賑わい機能の導入を進めるなど多機能化・複合化を図り、年間を通じて人が集まるスタジアムとしていくとともに、若者を含む幅広い世代が楽しめるような施設とする。

中央公園全体としてのエリアマネジメント

- 旧広島市民球場跡地を含む中央公園全体の空間づくりなどを進めることで、平和記念公園から旧広島市民球場跡地、サッカースタジアム、広島城、ひいては紙屋町周辺に至る、中央公園全体を使った大きな周遊ルートの形成につなげ、この一帯が、中四国地方の発展を牽引する広島の新たな賑わいの拠点となるように取り組む。



スタジアム整備における留意事項

スタジアムの多機能化と広場の再整備による魅力ある空間づくり

- 中央公園広場が、都心にふさわしい、年間を通じて多くの人が訪れる魅力ある空間となるよう、県民・市民等から幅広く意見を聞きながら効果的な賑わい機能の導入について検討を行う。

スタジアム建設と連携した紙屋町・八丁堀地区の賑わいの創出

- スタジアム建設と連携した旧広島市民球場跡地を含む中央公園全体の空間づくりや紙屋町エリアの賑わいづくりを進め、都市再生緊急整備地域に指定された紙屋町・八丁堀地区における民間投資の促進などにつなげる。

広場機能、防災機能の維持

- 憩いの場や各種行事の開催場所などとしての機能や、地震、津波及び大規模な火災の際の指定緊急避難場所としての防災機能などを維持するため、県営基町住宅跡地も含めて一定のオープンスペースを確保する。
- スタジアム自体が防災拠点となるよう、備蓄倉庫等を整備するほか、近隣の方の避難場所や帰宅困難者一時滞留施設として活用することなどについて検討する。

周辺住民への配慮

- 周辺住民の意見を聞きながら、騒音、渋滞、ごみ問題など地域の生活環境を確保するために必要な対策について具体的に検討する。

サッカースタジアム及び中央公園広場エリアの整備事業概要

- サッカースタジアム整備の基本方針にある通り、都心部の更なる活性化に寄与するためにサッカーだけでなく、多機能化・複合化・エリアマネジメントの観点が必要であるため、サッカースタジアム等整備事業にて、スタジアム部分と広場部分、ペDESTリアンデッキ部分をDB方式で整備（以下①）した上で、Park-PFI方式を活用し、広場部分のにぎわい創出のために、中央公園広場エリア整備・管理運営事業（以下②）を実施している。

1

サッカースタジアム等整備事業

● 事業の目的

- 中央公園広場にサッカースタジアムを建設するとともに、効果的なにぎわい機能の導入などにより、中央公園広場全体が一体的に機能するような広場エリアの再整備を行うこと

● 事業の概要

- 中央公園広場における一連の事業のうち、サッカースタジアム新築、広場エリアの整備及びペDESTリアンデッキ新設を行うもの

● 事業方式・事業実施主体

- DB方式（設計施工一括発注方式）
- 大成・フジタ・広成・東畑・EDI・復建・あい・シーケイ共同企業体

2

中央公園広場エリア整備・管理運営事業

● 事業の目的

- Park-PFIを活用し、広場エリア及び旧太田川に面した基町環境護岸を対象とし、年間を通じて子供から大人まで幅広い世代の市民や県民、さらには観光客が楽しめ、憩える都会のオアシスとなるようにサッカースタジアムと一体となったにぎわいを創出することで、広場の拠点性を最大限高めること

● 事業の概要

- Park-PFI事業：広場エリアのにぎわい創出業務、サッカースタジアム及び広場エリアの一体的運営業務、中央公園全体のエリアマネジメント業務に関する事項等
- 指定管理業務：広場エリアや中央公園全体の案内、イベント等の主催者からの行為許可申請の受付、公園施設の維持管理等

中央公園広場のビジョン・コンセプト（サッカースタジアム基本計画より）

- 前述の基本方針を踏まえ、広島市は中央公園サッカースタジアム（仮称）基本計画の中で、中央公園広場全体の整備方針、目指す姿（ビジョン）、サッカースタジアムの目標像（コンセプト）、広場エリアの目標像（コンセプト）を定めている。

整備の基本的な考え

■「街なかスタジアム」の実現

- ✓ 中央公園全体の空間づくりや紙屋町・八丁堀地区のにぎわい創出及び回遊性の向上などまちづくりの視点をもって整備する。
- ✓ 全国に稀に見る都心に立地する「街なかスタジアム」という特性をいかし、サッカースタジアムの多目的化と多機能化及び広場エリアの複合化による年中にぎわいのあるサッカースタジアムを実現する。

■ みんなでつくるサッカースタジアムの実現

- ✓ 県民・市民だけでなく、日本中に存在するサンフレッチェ広島サポーター、さらには様々な分野の方々から幅広く意見を聴く。
- ✓ 地元企業や県民・市民等の個人から幅広く寄附を募ることにより、サッカースタジアム建設の気運の醸成を図る。

■ 広島らしさの発信

- ✓ 中央公園の緑と太田川の水という広島ならではの水と緑豊かな空間をいかした魅力あるにぎわいと憩いの空間を創出する。
- ✓ サッカーを通じた国際交流だけでなく、平和や広島のスポーツの歴史などについても世界中へ発信できるような施設を目指す。

ビジョン・コンセプト

中央公園広場全体の目指す姿（ビジョン）

～みんなが集まる“わくわく”スタジアムパーク～

- 平和のまちを象徴し、開かれ、公園と一体となったスタジアムパーク
- 多くの市民・県民に親しまれ、多世代が楽しめる多目的スタジアムパーク
- 世界中の人々が訪れ、広島の魅力を発信するスタジアムパーク

サッカースタジアムの目標像（コンセプト）

世界に誇れるサッカースタジアム機能を核とし、多目的かつ多機能化した都心交流型スタジアム

広場エリアの目標像（コンセプト）

子供から大人まで多様な利用者が年間を通じて集い・交流できる拠点性の高い空間

エディオンピースウイング広島・中央公園広場エリアの選定理由

- エディオンピースウイング広島及び中央公園広場エリアは、2024年に開業した先進的な施設というだけでなく、広場エリアとの一体整備により、興行日だけでなく日常的な効果を生み出している施設として、財務価値だけでなく社会価値の創出も期待される施設であるため、実証先として選定。

実証先選定基準		エディオンピースウイング広島	中央公園広場エリア
1	官民共同での推進 民間活力の積極的な投入や自治体の方が社会価値の説明責任が大きいと、スキーム観点だと、公設民営のスタジアム・アリーナが望ましい。	- 公設民営（ホームチーム関連運営） - 広島市が所有し、スタジアムはホームチームであるサンフレッチェ広島が9年間の指定管理者となる	- Park-PFIによる整備+指定管理による運営 - NTT都市開発を代表法人とする共同企業体が広場エリアのにぎわい施設等の整備と共に、約20年の運営管理を行う。
2	エリアマネジメントの推進 地方創生やまちづくりのために、スポーツ施設を総合的・複合的に活用し、スタジアム・アリーナ単体ではなくエリア全体でのマネジメントを推進する概念を有していることが望ましい。	広場エリアとの一体整備やペDESTリアンデッキの整備など、市内中心部との回遊性を意識して、街全体の活性化を目指す	エディオンピースウイング広島に隣接（左記のとおり）
3	他スタジアム・アリーナへの横展開容易性 多くの事業者や自治体に参考となる情報とするため、都市部だけでなく、地方のスタジアム・アリーナでも参考となるような、横展開容易な要素を有することが望ましい。	- 開業2024年のサッカースタジアム及び広場エリア - DB方式を採用した、スタジアムと広場エリアの一体整備により、一体感のある整備を実現 - ペDESTリアンデッキ等の整備も同時に実施することで周辺地域との回遊性も意識	
4	先進的な施設 他事業者、自治体からの注目度を上げるため、また、今後さらに魅力的なスタジアム・アリーナを新設していくため、近年整備された、最先端なスタジアム・アリーナが望ましい。	- 全国初の「ZEB Ready*」を達成するエコスタジアム - 隣接地域に商業施設を含めた広場エリアがあり、回遊性を意識して街全体の活性化を目指す	全世代の県民・市民の憩い場となるように、広場エリアだけでなく、川も利用した施設、コンテンツを提供する

エディオンピースウイング広島と中央公園広場エリアの運営事業者が掲げるビジョン・コンセプト

- エディオンピースウイング広島と中央公園広場エリア*1のそれぞれの指定管理者は、エディオンピースウイング広島と中央公園広場エリアを総称して「ひろしまスタジアムパーク」と呼称している。
- ひろしまスタジアムパークは目指すべき姿として、「ワクワク、まいにち、まちなかスタジアム」を掲げており、中央公園広場全体の目指す姿（ビジョン）である「みんなが集まる“わくわく”スタジアムパーク」に沿った形で整理されていると考えられる。

ひろしまスタジアムパークがめざす姿

ワクワク、まいにち、まちなかスタジアム

年間を通じて子どもから大人まで幅広い世代の市民や県民、観光客が楽しみ、憩える都会のオアシスに、賑わいや熱狂を加えた、ここにしかない唯一無二の場を創出し、広島の街の魅力を向上させることをめざします。

<ステートメント>

広島の良いところ、いっぱい集めた公園をつくろう。
わいわい楽しい、大きな芝生。のびのび過ごせる、豊かな水辺。
ワクワク、ドキドキ、スタジアム。もぐもぐおいしい、色んなグルメ。

目的なんか、なくてもいい。
広島の真ん中に生まれた、みんなの居場所。
ここはひろしまスタジアムパーク。

ひろしまスタジアムパーク全体図



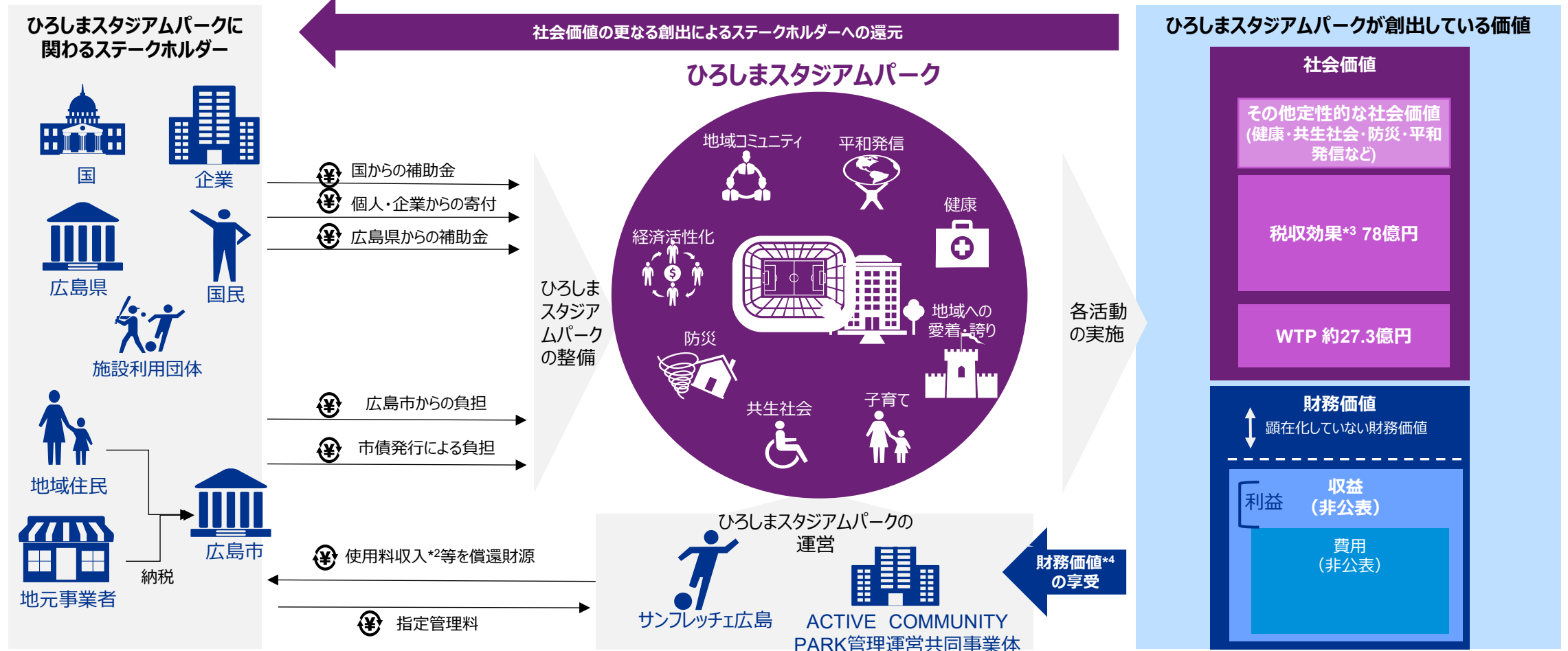
© HIROSHIMA STADIUM PARK All Rights Reserved.

実証結果のサマリー

金銭換算された社会価値

金銭換算されていない定性的な社会価値

- 実証の結果として、金銭換算すると県の税収効果が78億円、WTP*1（市基準）が約27.3億円創出されており、加えて、共生社会の実現に向けた意識の向上など、定性的な社会価値が創出されていることが分かった。
- ひろしまスタジアムパークは国・広島県からの補助金、自治体の負担や企業・個人からの寄付等、多様なステークホルダーからの出資によって整備された施設であるため、更に社会価値を創出し、各ステークホルダーに還元していくことが望ましい。



*1 WTPとは支払意思額を指す、詳細は3章を参照。

*2 サンフレッチェ広島が管理するエディオンピースウイング広島の使用料収入を指す。

*4 公表前であるため、本実証報告では財務価値の記載は省略。

*3 出所：広島県地域政策局都市圏魅力づくり推進課「[中央公園広場におけるサッカースタジアムと広場エリアの整備について](#)」また、これは建設時及び開業後20年間で生じる広島県への税収効果である。

02. 施設が創出する価値の可視化

アプローチ実施前の事前作業

- ・ ひろしまスタジアムパークは運営事業者により既にビジョン（ありたい姿）が定められているため、（1）の作業は実施せず、（2）施設が創出する価値の活用目的検討のみ実施した。
- ・ 社会価値活用の目的検討のための必須作業ではないものの、現状把握のために、内部・外部環境分析を実施した。

(1). スタジアム・アリーナのビジョン（ありたい姿）策定

a. 現状分析の実施

- 内部環境分析

- スタジアム・アリーナの推進主体（例：スポーツ興行のホームチーム）が保持する強みや活動内容について洗い出しを行う。

- 外部環境分析

- スタジアム・アリーナは多様なステークホルダーに影響するため、スタジアム・アリーナの建設予定地の上位計画や抱える課題など、外部の状況について理解する。

ビジョン（ありたい姿）策定済みのため実施は不要

b. ステークホルダーとの対話

- ステークホルダーの検討

- スタジアム・アリーナの整備推進、及びその後の持続的な運営にあたり、関連する重要なステークホルダーを特定し、必要に応じて、検討のプロセスに参加してもらう。

- ワークショップ等実施による対話

- スタジアム・アリーナが持つべき強みや実施したい活動を対話する中で、スタジアム・アリーナが叶えたい未来や施設自体のなりたい姿をステークホルダー間で共有する。

ビジョン（ありたい姿）の制定

(2). 施設が創出する価値の活用目的検討

- 施設整備・運営における課題感の確認

- スタジアム・アリーナのビジョン（ありたい姿）、及び達成のための課題を確認した上で、社会価値を活用することで、スタジアム・アリーナの整備事業、またはスタジアム・アリーナそのものに対してどのようなメリットを生じさせたいのか検討する。

- 社会価値の対話相手確認

- 社会価値活用の目的を達成するために、施設が持つ社会価値を誰に対して普及していく必要があるのか整理する。

社会価値活用の目的検討

施設が創出する価値の活用目的検討 — 活用目的検討

- 運営企業が抱える課題感をヒアリングしたところ、まちなか施設として、周辺事業者への経済効果や周辺住民への影響度（ネガティブな影響含め）を把握し伝達できていないことに関して課題感を感じていることが分かった。
- 内部・外部環境分析結果、及び上記課題感の確認により、施設が創出する価値の活用目的を「地域住民・来場者・自治体に対して、まちなか施設としての価値を理解してもらうこと」とした。本目的はひろしまスタジアムパークの目指すべき姿にも整合している。

現状分析から明らかになった課題感

内部・外部環境分析結果 (次ページ詳細記載)

- ✓ 365日のにぎわい必要性
- ✓ 少子高齢化といった社会課題への対応



運営企業が抱える課題感 のヒアリング

- ✓ 周辺事業者への経済効果
 - まちなかにある外から人を呼べる施設として、どれだけ周辺の飲食事業者や観光施設に影響があるか不明瞭。
- ✓ 周辺住民への影響
 - まちなか、かつ周辺にも住宅が存在する施設が及ぼす周辺住民へのネガティブ面も含めた影響が気になる。
- ✓ スポーツ振興
 - スタジアムを保有しているものの、地域住民に対するスポーツ振興があまりできていない。

施設が創出する価値の活用目的

街なかスタジアムの大きな価値である、スタジアムから周辺地域・商店街への影響度合いを調査することで、ひろしまスタジアムパークが創出する価値を住民、来場者や自治体に理解していただく。



整合

ひろしまスタジアムパーク の目指すべき姿

ワクワク、まいにち、まちな かスタジアム

- 年間を通じて子どもから大人まで幅広い世代の市民や県民、観光客が楽しみ、憩える都会のオアシス。
- さらに、にぎわいや熱狂を加えた、ここにしかない唯一無二の場の創出。

施設が創出する価値の活用目的検討－内部・外部環境分析（SWOT）

- SWOT分析を用いることで、ひろしまスタジアムパークが持つ強み・弱みといった要素と、ひろしまスタジアムパークに影響を及ぼす外的要因について確認。
- 立地条件や機能面、興行面としての強みがある一方、自治体が抱える人口減少や限定的なサッカーの興行日といった影響も想定されるため、365日のにぎわいを創出できるかが、ひろしまスタジアムパークの目指すべき姿実現のためのカギとなる。

内部環境分析

強み

Strength

- 市中心部や観光地に近い、まちなかに所在する立地の良さ
- スタジアムと都市公園が一体となることで、興行日以外でもイベント開催・テナントによる集客が可能
- 地域コミュニティをはぐくむサークルの募集やコミュニティスペースの設置
- 高機能設備（キッズルーム、VIPルーム、センサリールーム、大型映像装置など）を持つサッカースタジアム（ラグビーにも対応可能）
- 複数チームかつ、人気サッカークラブがホームチームとして構える

弱み

Weakness

- 天然芝であるため、日常的な利用が困難
- 男子・女子、ユース、代表戦などを含めても限定的なサッカー興行日の開催数

外部環境分析

機会

Opportunity

- 観光需要の再燃による広島への来訪者増
- 広島市の中心部（本通、八丁堀等）で進む再開発
- 広場エリアの事業者であるACTIVE COMMUNITY PARK管理運営共同事業体とサンフレッチェ広島の協業
- バスケットボールや野球など他スポーツ施設・チームとの相乗効果による来場客増加

脅威

Threat

- 広島県全体としての人口減少
- 広島×エンターテインメントの認知の低さ
- リーグ戦の秋春制移行による夏場の興行誘致
- 広島市の中心部再開発や他スポーツの発展による、相対的なひろしまスタジアムパークのブランド力低下

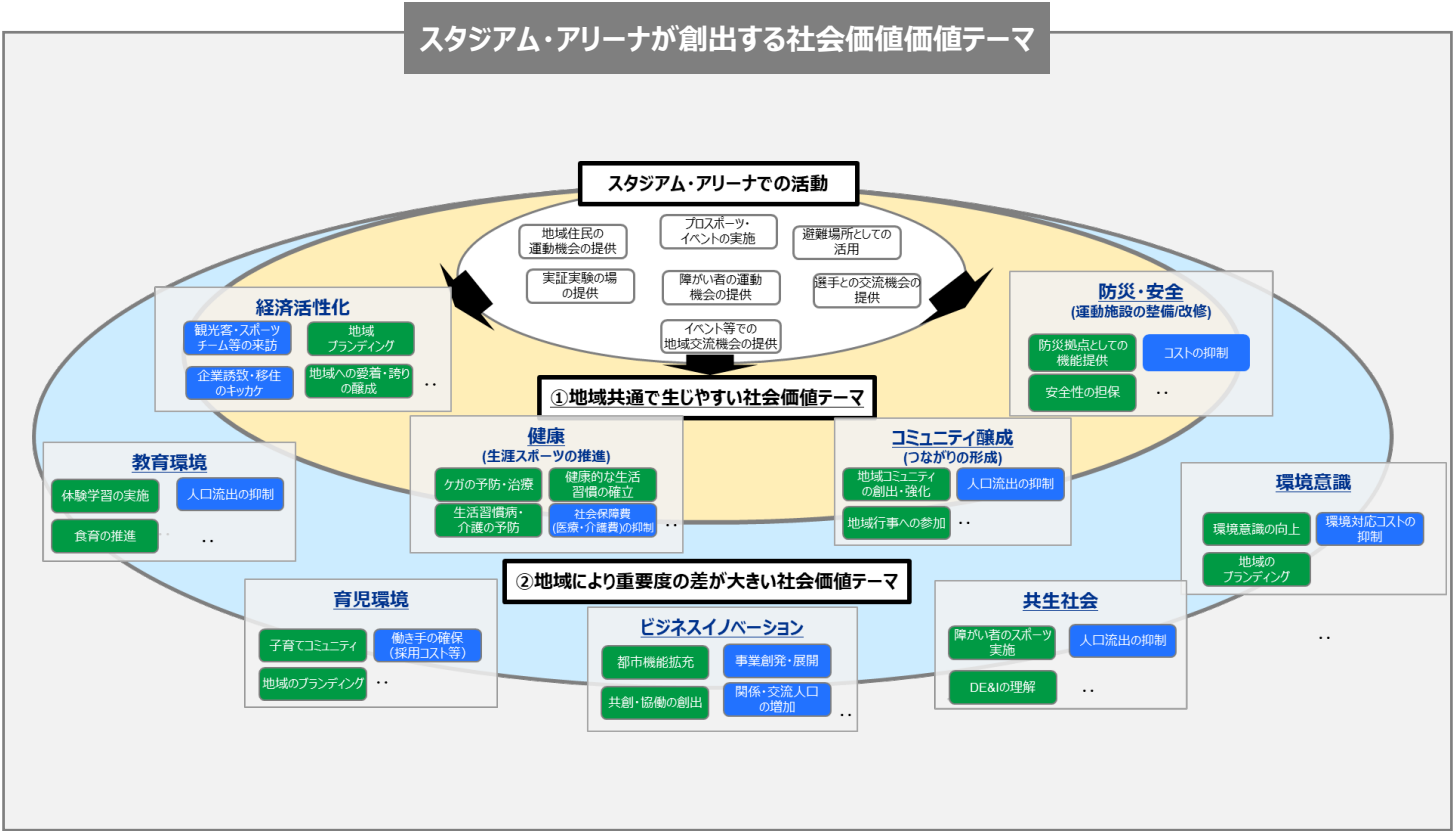
重視するステークホルダー

- 施設が創出する価値の活用目的に沿うと、以下、ひろしまスタジアムパークに関わるステークホルダーの中でも、地域住民・地元事業者、及び自治体を重視して、価値の可視化・定量化・活用を推進していく必要がある。



重視するテーマの選定

- スタジアム・アリーナが創出する9つの社会価値テーマから、施設のビジョン（ありたい姿）や実施活動量、施設が創出する価値の活用目的等を意識しながら、可視化・定量化したい社会価値テーマについて検討を実施した。検討結果については次ページに記載。



■ 重視する社会価値テーマの検討ポイント

POINT

施設のビジョン・価値の活用目的

- 施設が持つビジョン（ありたい姿）や前ステップで定めた施設が創出する価値の活用目的に沿っている社会価値テーマの優先度を高くする。

POINT

実施活動量

- 各社会価値テーマに関連する活動を施設で多く実施している場合、当該社会価値テーマの優先度を高くする。

価値の可視化 — 重視するテーマの選定

- 実施している活動量や今後強化していきたい観点を踏まえ、重視する可視化・定量化・活用したい社会価値テーマを制定した。結果として、9つの社会価値テーマの中から**4つの重視して実証すべきテーマ（重要度高）**、**3つの優先度が低い実証テーマ（重要度中）**の合計**7テーマ**を選定した。
- 「教育水準の向上」に関しては、広島という立地特性、施設の目指すべき姿を踏まえ、「平和発信」にテーマ名称を変更している。

凡例：施設にて実施している活動
黒字：エディオンピースウイング広島での活動
青字：広場エリアでの活動
赤字：両施設共通の活動

重要度
高：活動が十分にあり、活用目的にも準拠したテーマ
中：活動が少ない、または活動が多いが活用目的に直結しないテーマ
低：活動を実施していない、または活用目的に沿わないテーマ

社会価値テーマ	テーマの概要	施設にて実施している活動	重要度	分類理由
地域経済活性化	- 興行実施による、スタジアム周辺事業者への収益 - 非興行日を中心に、直接生み出される経済効果 - スタジアムを起点とした地域の再開発	- 最先端のサッカースタジアム整備 - 商業施設を併設した日常利用可能な広場整備 - イベント等実施による非興行日のにぎわい創出	高	街なかスタジアムを有する施設として、周辺地域の経済への影響を重視するため。
健康促進	- スタジアムの一般開放による、運動機会の提供 - 各種スクールやフィットネスジム、クリニックを展開し、技術の向上や健康づくりに寄与	- 最高峰の観戦体験の提供による、するスポーツへの効果 - メインコンコースのランニングコースとしてのイベント利用 - 運動実施関連のイベント - サウナ・フィットネス施設の整備	中	現状、スタジアム側として、活動は少ないが、今後重点的に価値を提供していきたいため。
地域コミュニティの強化	スタジアム・アリーナを起点に地域住民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	- 地域住民への観戦機会の提供 - 書斎ラウンジ、カフェ、ダイニング施設の整備 - ワークショップスペースの整備、住民参加型サークルの募集	高	特に広場エリアの存在が地域コミュニティの強化に寄与していると考えられるため。
防災体制の強化	- スタジアムを災害時の避難場所や遊水地、また、災害時用の備品・食料等の備蓄施設として活用 - スタジアムを起点に周辺住民の防災意識を高める	- 防災備蓄倉庫の整備・物資の集積拠点としての活用 - 指定緊急避難場所としての活用 - 自家発電・耐震性貯水槽、かまどベンチ、マンホールトイレの整備	中	防災公園としての役割を保持しているが活用目的には直結しないため。
教育水準の向上 平和発信	スタジアムそのものを、体験学習等、地域学生の教育に活用したり、一部を民間企業に貸し出し、教育事業を展開する	- サッカーミュージアム内での平和に関する展示 - 平和の重要性を伝える常設の壁画 - PEACE WEEK、ピースマッチなど平和関連イベントの実施	中	設備・活動は少ないものの、立地上、平和発信は重視していきたいため。
育児水準の向上	スタジアムの場所を活用し、子どもを預けるための保育園やこども園などの運営を行ったり、有料・無料の子どもの遊び場を提供する	- キッズスペースの整備 - 広場エリアへの遊具設置による子ども達の日常的な利用 - キッズプレイパークの整備	高	育児水準の向上に繋がる特徴的な設備を有しているため。
ビジネス・イノベーション	- 立地を活かした企業や個人の働く「場所」を提供 - スタジアムの集客価値を活かした、先端技術の実証実験やイノベーションエコシステムの構築	—	低	特に活動が実施されていないため。
共生社会への貢献	- スタジアムその付帯施設で障がい者支援の施設展開や共生社会の意識に関する活動を行う - 障がい者がスタジアムでスポーツを見たり、実施する	- センサリールーム、車いす対応コンセント付き座席や集団補聴システム付き座席等バリアフリー設備整備 - ユニバーサルに利用可能な駐車場設置 - インクルーシブ遊具・バリアフリートイレの設置	高	特にスタジアムにおいて共生社会に貢献するバリアフリー設備を多数有しているため。
環境意識への貢献	- スタジアムを起点として自然環境を整え、地域住民や来場者に環境意識の向上を促す - スタジアムで地域の環境活動イベントを行う	- 再生可能エネルギー、省エネルギー設備の導入 「Zeb Ready」,「BELS★5」の取得	低	環境性能の高い施設設計としているが、今回の活用目的には沿わない面もあるため。

重要度が高い社会価値テーマにおける主な実施活動（1/2）

- 「地域経済活性化」では、最先端のサッカースタジアムを商業施設（HiroPa）と併設してまちなかに整備することで、より多くの来場者を呼び寄せ、高い経済効果を上げることが出来ている。
- 「地域コミュニティの強化」では、地域住民へのサッカーの観戦機会、市民の憩いの場となるスペースや有志が気楽に集うサークル活動などが地域住民のコミュニティ意識を高める活動となっている。

テーマ：地域経済活性化

- 最先端のサッカースタジアムだけでなく、オフィシャルグッズショップ、商業施設HiroPaを複合的にまちなかに整備し、より多くの来場者に来てもらうことで、高い経済効果を創出
- イベント等も積極的に実施することで、非試合日のにぎわいも創出している

エディオンピースウイング広島内ラウンジ



© 2024 S.FC

商業施設（HiroPa）



© HIROSHIMA STADIUM PARK All Rights Reserved.

テーマ：地域コミュニティの強化

- エディオンピースウイング広島で地域住民がサッカー観戦を行うことは、地域コミュニティの醸成にも繋がっている
- 広場エリアでは、書斎ラウンジ、カフェ、ダイニング施設といったコミュニティ意識をはぐくむ施設の他に、住民参加型サークルを募集し、広場エリアで活動をしている

サークル活動（ヨガサークル）



© HIROSHIMA STADIUM PARK All Rights Reserved.

サッカー観戦



© 2024 S.FC

重要度が高い社会価値テーマにおける主な実施活動（2/2）

- 「育児水準の向上」では、スタジアム内、及び広場エリアのテナント部分にも子どもが利用できるスペースが整備されている。
- 「共生社会への貢献」では、スタジアム内に多様な利用者を想定した観戦設備があるだけでなく、広場エリアにも多様な人々が利用してもらうことを前提に置いた設備が数多く設置されている。

テーマ：育児水準の向上

- エディオンピースウイング広島内には試合観戦中に親子で利用が可能である、「キッズスペース」が整備される
- 広場エリアでは、HiroPaの1階にOpenした、実際に木に触れて遊んだり、体験することで木や自然の大切さを感じることができる「キッズプレイパーク（kiondひろしま）」が存在

キッズスペース



© 2024 S.FC

キッズプレイパーク（kiondひろしま）



© HIROSHIMA STADIUM PARK All Rights Reserved.

テーマ：共生社会への貢献

- エディオンピースウイング広島では、感覚過敏のある人向けのセンサリールームや車いす対応コンセントや集団補聴システムなどバリアフリーに対応した設備が常設
- 広場エリアでも、車いすの子どもでも遊べるインクルーシブ遊具、誰でも使いやすいユニバーサルデザイントイレが配置

センサリールーム



インクルーシブ遊具



© HIROSHIMA STADIUM PARK All Rights Reserved.

車いす利用者トイレ



© HIROSHIMA STADIUM PARK All Rights Reserved.

創出したい成果の確認

- 各テーマにおける創出したい主要成果は「スタジアム・アリーナにおける社会価値活用の手引き*1」を参考にしながら、施設の現状を考慮し定義した。
- ひろしまスタジアムパークは整備後間もないため、十分に発現していない可能性もあるものの、地域のシンボルとしての施設を目指しているため、創出したい成果として含めている。

社会価値テーマ		実施している活動	創出したい主要成果とその受益者	
重要度…高	a 地域経済活性化	- 最先端のサッカースタジアム整備 - 商業施設を併設した日常利用可能な広場整備 - イベント等実施による非興行日のにぎわい創出	自治体	自治体の税収（住民税・固定資産税等）が上昇すること
	b 地域コミュニティの強化	- 地域住民への観戦機会の提供 - 書斎ラウンジ、カフェ、ダイニング施設の整備 - ワークショップスペースの整備、住民参加型サークルの募集	地域住民（周辺事業者）	周辺地域における事業者の売上が上昇し、雇用が促進されること
	c 育児水準の向上	- キッズスペースの整備 - 広場エリアへの遊具設置による子ども達の日常的な利用 - キッズプレイパークの整備	地域住民（子育て世代住民）	世代や国を超えて地域コミュニティが醸成されることで地域への意識が高まったり、地域活動への参加者が増えること
	d 共生社会への貢献	- センサリールーム、車いす対応コンセント付き座席や集団補聴システム付き座席等バリアフリー設備整備 - ユニバーサルに利用可能な駐車場設置 - インクルーシブ遊具・バリアフリースイートの設置	地域住民（障がい者）	他住民の共生社会に対する意識が向上することで、環境面でのバリアフリーも促進されること
重要度…中	e 平和発信	- サッカーミュージアム内での平和に関する展示 - 平和の重要性を伝える常設の壁画 - PEACE WEEK、ピースマッチなど平和関連イベントの実施	地域住民や訪問者	- 平和への意識を高めるとともに、広島というまちの歴史を知ること、広島への愛着を高める - 広島における活動を知ることにより、平和の重要性を改めて国内外に周知すること
	f 健康促進	- 最高峰の観戦体験の提供による、するスポーツへの効果 - メインコンコースのランニングコースとしてのイベント利用 - 運動実施関連のイベント - サウナ・フィットネス施設の整備	地域住民	地域住民の健康寿命が延伸すること
	g 防災体制の強化	- 防災備蓄倉庫の整備・物資の集積拠点としての活用 - 指定緊急避難場所としての活用 - 自家発電・耐震性貯水槽、かまどベンチ、マンホールトイレの整備	自治体	防災拠点としての利用により、自治体の歳出が抑制されること
	h 地域への愛着・誇り（二次的成果）	—	地域住民	地域住民の防災意識が向上し、防災につながる行動を起こしていること
二次的成果	地域への愛着・誇り（二次的成果）	—	地域住民/自治体	地域住民自身が、スポーツ施設のハード面・ソフト面を通じて、広島市・広島県への愛着・誇りを実感すること

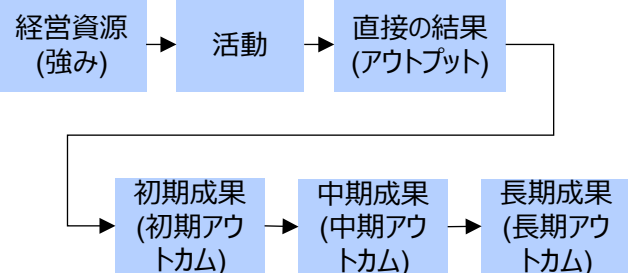
*1 スポーツ庁「令和5年度 スタジアム・アリーナが周辺地域に及ぼす経済効果の調査等」を参照

ロジックモデルの作成（例：育児水準の向上）

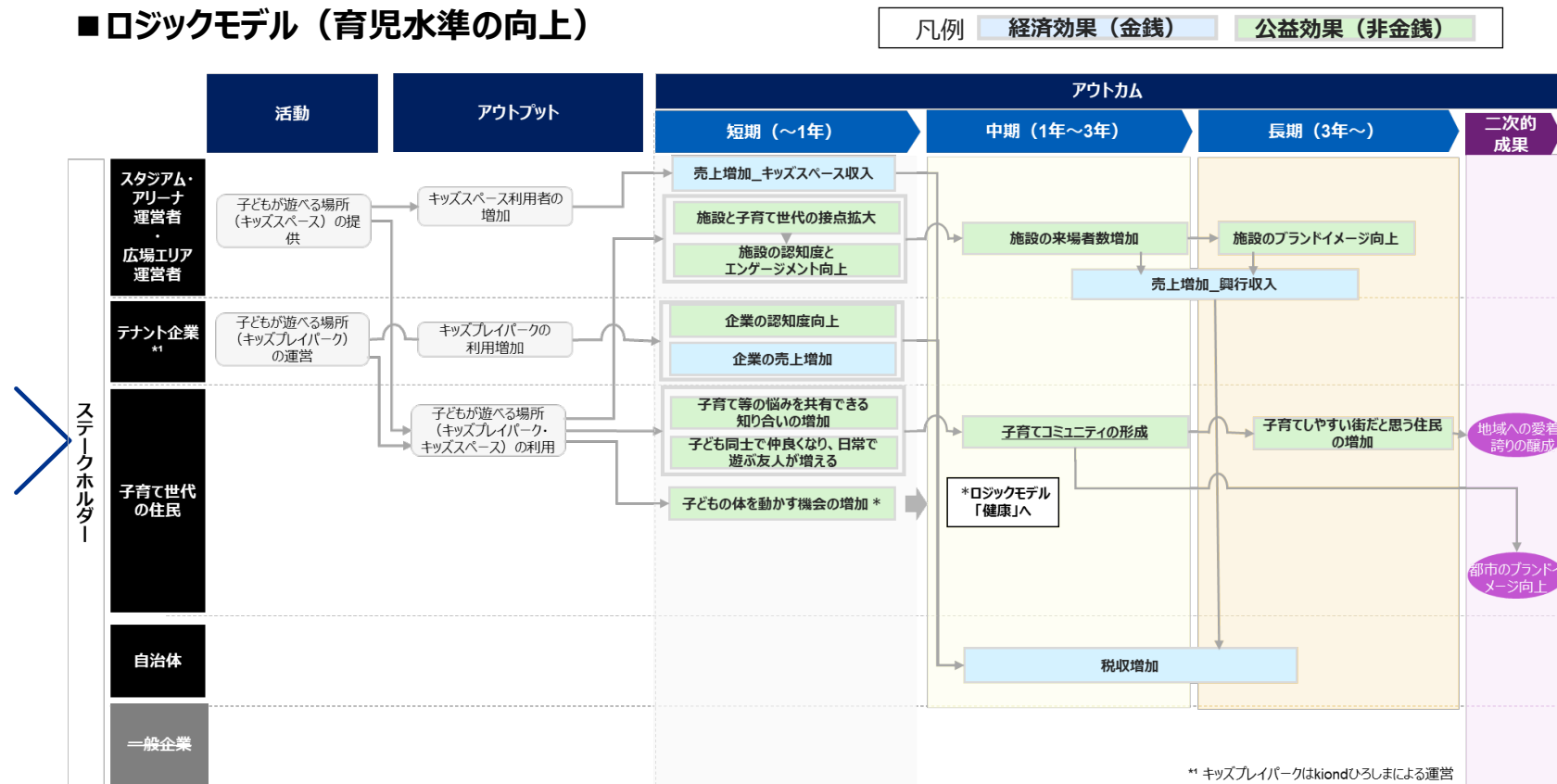
- 各社会価値テーマの成果と、実施している活動内容を基に、各テーマにおけるロジックモデルを以下の通り作成している。以下のようにロジックモデルを作成し、共通認識を測ることで、後続作業である目指すべき指標の選定も進めやすい上、新たに実施していきたい活動のブラッシュアップ等にも活用することが出来る。（各テーマのロジックモデルはAppendixを参照すること）

ロジックモデルの定義

- ロジックモデルとは、「もし~こうならば、こうなるだろう」という仮説のもと、資源、活動、直接の結果、成果を繋ぎ合わせたもので、事業が成果を上げるために必要な要素を体系的に図式化したものである。それぞれのロジックは十分な蓋然性を持つものとして作成される。
- 社会価値の可視化フェーズにおいては、定めたアウトカムの候補の中から紐づく活動や資源を体系化することで現在の活動状況を可視化する。



ロジックモデル（育児水準の向上）



03. 施設が創出する価値の測定方法 検討

指標の選定

- 「スタジアム・アリーナにおける社会価値活用の手引き*1」に記載のテンプレートを参考にした上で、創出したい主要成果、実施している活動等を踏まえ、各テーマの主要成果に対する、結果指標、及びプロセス指標を制定した。
- 結果指標は効果が創出されるまでに、一定程度の期間を必要とするものもあるため、一部指標に関しては本実証における定量化対象外としている。

社会価値テーマ	結果指標	プロセス指標
A：優先度高	a 地域経済活性化	- 施設来場者数 - 地価の上昇割合
	b 地域コミュニティの強化	- 地元地域外からの来場者数 - 周辺地域における消費金額、観光客数・滞留人口量
	c 育児水準の向上	- 地域住民の来場者数・割合・滞在時間 - 登録サークル数・参加者数・認知度
	d 共生社会への貢献	- 施設を日常的に利用する子どもの数 - 子育て関連設備の利用者数・認知度 - 親子を対象にしたイベントの参加者数 - 施設利用者の共生社会への意識 - 地域のバリアフリー設備充実度 - バリアフリー関連設備の利用者数・認知度

社会価値テーマ	結果指標	プロセス指標
B：優先度低	e 平和発信	- 広島県民・市民の平和への意識向上 - ミュージアムへの訪問者数 - 平和関連イベントへの参加者 - サッカー興行観戦者数 - 訪問者/参加者/観戦者の意識の変容
	f 健康促進	- スポーツ実施率の向上 - 観戦者数 - 運動プログラム参加者数 - 観戦によるスポーツ実施への影響
	g 防災体制の強化	- 自治体が抑制可能な歳出 - N/A - 地域住民の防災イベント（避難訓練含む）への参加者数 - 施設利用者の防災への意識 - 防災公園としての機能の認知度
	h 二次的 成果 地域への愛着・誇り	- 地域への愛着・誇り - 独自アンケートの実施

*1 スポーツ庁「令和5年度 スタジアム・アリーナが周辺地域に及ぼす経済効果の調査等」を参照

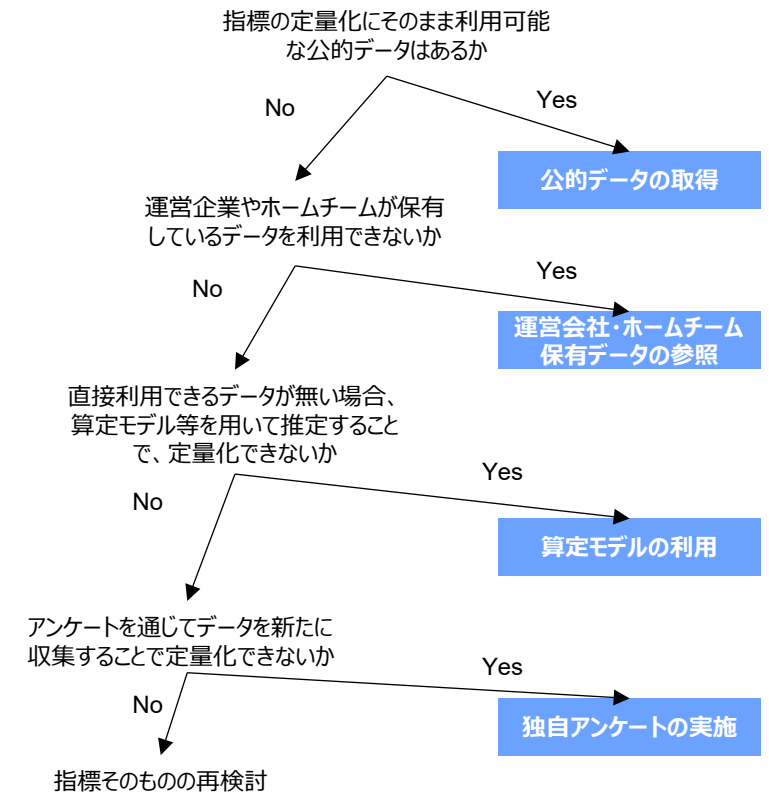
指標の取得方法検討時の考え方

- 今回の実証事業においては、十分な回答が見込まれる来場者との接点チャネルやアンケート調査を行うためのリソースを有していることが確認できたため、公的データや自組織保有データのみで十分ではない場合、アンケートを柔軟に用いて指標を取得する方針としている。^{*1}

■ 指標の取得方法検討にあたり必要な確認観点

 保有リソースの確認観点	 確認結果
ヒト 各ステークホルダーの人的リソース把握 - 自組織の人的リソースをどれだけ社会価値の可視化・定量化・活用に投入できるか。 - 対応者以外にも、自組織や周辺のステークホルダーにどれだけ協力してもらえる見込みがある人があるか。	- 基本的の実証推進主体側で作業を実施し、適宜確認などを会議・メールベースで実施。 - スタジアム運営事業者、及び広場エリア運営事業者の協力は得ることが出来る。
モノ 自組織で保有する情報の確認 - 自組織で保有している基礎データの内容やそれらを基に、どのようなものが予測推測できそうかの確認。 - 過去に実施した同様の調査の有無の確認	- ホームチームのメールマガジンに会員が多数登録されており、アンケートの実施実績もある。 - 広場エリア側はHPやInstagram、LINEといったSNSツールで利用者へのリーチが可能。 - 運営企業側で所有する、人流解析ツールの結果が利用できる可能性がある。
カネ 投下可能予算の見極め 社会価値の可視化・定量化・活用を行うことにどれだけの予算が存在しているか。	アンケートを外部委託する際の予算のみ決定し、大体1アンケートで質問できる量が30問程度が上限と確認。

■ 指標の取得方法選択の考え方



^{*1} アンケート実施における検討観点はP33に記載。

指標の定量化手法ごとの取得対象指標

- 各指標の取得方法を以下4つの定量化手法ごとに整理すると以下の通り。

定量化手法 (指標の算出方法)		概要	本実証で取得を行う指標（一部抜粋）	留意事項
1	公的データの取得	各省庁や調査機関がインターネット上に開示している、公的データの活用。	（地域経済活性化）地価の上昇 （健康）スポーツ実施率	- あくまで過去集計データを参照する手段であるため、状況が最新でない可能性 - 対象としたい地域のデータでない可能性（市のデータが欲しいが、県のデータしかない）
2	運営会社・ホームチーム保有データの参照	運営会社やホームチーム興行主が持っている施設に関するデータの活用。	（健康）スタジアム・アリーナの観戦者数 （地域コミュニティ）登録サークル数 （平和発信）ミュージアムへの来場者数	- 運営会社・ホームチームとの協力が必要 - 整備前の段階ではこのやり方は実施不可
3	独自アンケートの実施	自組織保有のプラットフォームや外部の調査会社を活用した、アンケートを実施することによる、施設来場者や地域住民からの意見の活用。	（防災）地域住民の防災意識の向上 （地域コミュニティ）ソーシャルキャピタル （共生社会）地域住民の共生社会への意識の向上	施設来場者や地域住民の現状を反映しやすいものの、実施には多くの工数、及び場合によっては高い金銭コストが発生
↓ 上記①～③の手法で取得したデータをインプットとして以下を実施				
4	算定モデルの利用	上記①～③の手法で取得したデータをインプットとして、指標定量化のために検討した数式（算定モデル）に当て込む。	（防災）自治体が抑制可能な歳出	算定モデル作成の前提となる考え方やモデルの作成など、多くの工数が発生

社会価値に関する各指標の取得方法（1/2）

- 各指標の取得方法検討方針に従い、各指標の取得方法を以下の通り定めた。
- 本実証では利用していないが、広場エリアの来場者数や、来場者による消費活動の状況については、今後GPSデータを用いた人流データ活用を見込んでいる。（以下*1）そのため、本年の実証では、人流データの活用による取得が望まれた広場エリアの子ども数に関しては測定対象外としている。
- 地元事業者売上や雇用増加に関しては、効果の波及、及びその効果の公表は時間を要すものであるため、本年の実証では定量対象外とする。

社会価値テーマ	結果指標	結果指標取得方法	プロセス指標	プロセス指標取得方法
優先度…高	a 地域経済活性化	広島市における税收増加	- 施設来場者数 - 地価の上昇割合	- 運営会社管理データの確認、人流データの活用*1 - 国土交通省が公表する公示価格の参照
		地元事業者売上/雇用増加	- 地元地域外からの来場者数 - 周辺地域における消費金額、観光客数・滞留人口量	- 運営会社管理データの確認、人流データの活用*1 - 自治体公表資料の参照、独自アンケートの実施、人流データの活用*1
	b 地域コミュニティの強化	ソーシャルキャピタル数値	- 地域住民の来場者数・割合・滞留時間 - 登録サークル数・参加者数・認知度	- 運営会社管理データの確認、人流データの活用*1 - 運営会社管理データの確認 - 独自アンケートの実施（認知度）
	c 育児水準の向上	子育てコミュニティの形成	- 施設を日常的に利用する子どもの数 - 子育て関連設備の利用者数・認知度 - 親子を対象にしたイベントの参加者数	- 人流データの活用*1 - 運営会社管理データの確認 - 独自アンケートの実施（認知度） - イベント参加者数の集計

社会価値に関する各指標の取得方法（2/2）

- 「共生社会への貢献」、「平和発信」テーマに関する結果指標は開業してから、効果が発現し、定量化及び開業前との比較が可能になるまで時間を要する指標であるため、開業一年目である、このタイミングでの定量化は割愛する。

社会価値テーマ		結果指標	結果指標測定方法	プロセス指標	プロセス指標測定方法
優先度…高	d 共生社会への貢献	- 地域住民の共生社会への意識の向上 - 地域のバリアフリー設備充実度	- 独自アンケートの実施 - 広島市 障害福祉等に関するアンケート調査の参照	- 施設利用者の共生社会への意識 - バリアフリー関連設備（センサリールーム・集団補聴対応座席）の利用者数・認知度	- 独自アンケートの実施 - 運営会社管理データの確認 - 独自アンケートの実施（認知度）
	e 平和発信	広島県民・市民の平和への意識向上	広島市市民意識調査－平和都市に関する設問の参照	- ミュージアムへの訪問者数 - 平和関連イベントへの参加者 - サッカー興行観戦者数 - 訪問者/参加者/観戦者の意識の変容*	- 運営会社管理データの確認（ミュージアムへの訪問者数、イベントへの参加者数、サッカー興行観戦者数） - 独自アンケートの実施（訪問者等の意識の変容）
優先度低	f 健康促進	スポーツ実施率の向上	広島県・広島市による調査	- 観戦者数 - ひろしまスタジアムパークでの運動プログラム参加者数 - 観戦によるスポーツ実施への影響	- 運営会社管理データの確認（観戦者数、運動プログラム参加者数） - 独自アンケートの実施（観戦によるスポーツ実施への影響）
	g 防災体制の強化	- 自治体が抑制可能な歳出 - 地域住民の防災意識の向上（例：食料・飲料水を備蓄する住民の割合、訓練等参加者率）	- 避難所として利用した場合の金銭代理指標の計算 - 独自アンケートの実施	- N/A - 地域住民の防災イベント（避難訓練含む）への参加者数 - 施設利用者の防災への意識 - 防災公園としての機能の認知度	- N/A - 運営会社管理データの確認 - 独自アンケートの実施 - 独自アンケートの実施
	h 二次的 成果 地域への愛着・誇り	地域への愛着・誇り	独自アンケートの実施	—	—

04. 施設が創出する価値の定量化

独自アンケート実施に向けた検討事項と本実証における方向性

- どのような質問を誰に対して、どのような方法でアンケートを実施すべきか検討するために、以下論点について運営企業と共に検討を実施した。
- 運営企業が持つリソースを用いながら施設来場者へアンケートを実施するだけでなく、調査会社と協力し、地域住民向けのアンケートも実施した。

🔍 検討カテゴリ	 主な論点	 本実証における方向性
1 質問対象者	• 施設来場者のみか、地域住民にも聞かなく、誰の意見を収集すべきか。 • アンケートの信頼性を担保するために何人分の回答が必要か。	• 施設来場者の中でも主にスタジアムに来場する人と、広場エリアに来場する人の両方に質問 • 施設に来場したことが無い周辺住民も対象
2 実施方法	• アンケートを効率的に回収するために、SNSやメールマガジンなど利用可能な顧客基盤は存在しないか。 • 人流データやAIなどテクノロジーの活用による、効率的な定量化手法が存在しないか。 • 自治体や興行主など、アンケート回収に協力できるステークホルダーはいないか。	• 主にスタジアムに来場する人から回答を受領するために、サンフレッチェ広島メールマガジンを利用 • 広場エリア来場者向けに、ひろしまスタジアムパークの公式SNSを利用したアンケート発信を行う
3 質問内容	• 定めている指標の中で、どの指標を計測するために、質問を実施すべきか。 • 定めている指標以外でも、周辺ステークホルダーの利益につながるような質問事項は存在しないか。	• 取得方法としてアンケート実施が望ましい指標に関して質問 • 指標以外にも消費金額や来場者のペルソナ等に関する質問を行う
4 外部委託必要性	• アンケートが実施できるリソースが自組織に存在するか。 • 外部委託する場合の金銭面の負担は問題ないか。	• 来場未経験の住民にリーチするために、調査会社が持つ顧客基盤を利用 • 予算都合で、30問を質問上限として設定
5 回答者数増加施策	• 回答者に対するインセンティブを付与すべきか。（回答者に対するプレゼント等）	• 横展開の可能性を考慮し、今回はインセンティブなどは付与せず実施

独自アンケート実施概要

- エディオンピースウイング広島、広場エリアそれぞれへの来場者、また、施設に来場したことが無い方も含めた、地域住民から意見を収集するために、以下3つのアンケートを実施する。（質問の大枠は同じだが、質問数制限などにより多少質問は異なる。）
- 広場エリア来場者はSNSでの発信のため目標回答数は100とするが、それ以外の2つは回答信頼度95%となる400を目標回答数としている。

	 サンフレッチェ広島メルマガ会員向けアンケート （略称：サンフレッチェアンケート）	 広場エリア来場者向けアンケート （略称：広場エリアアンケート）	 地域住民向けアンケート （略称：地域住民アンケート）
協力組織	株式会社サンフレッチェ広島	NTT都市開発株式会社 （ACTIVE COMMUNITY PARK管理運営共同事業体）	外部調査会社
アンケート周知方法	サンフレッチェ広島が行うメルマガジンを利用したアンケート周知	HPやInstagramでのアンケート周知	調査会社による、モニターへのアンケート発信
主な回答者属性	エディオンピースウイング広島来場者	広場エリア来場者	広島市民（ひろしまスタジアムパークへの来場未経験者も多く含む）
目標回答数	400	100	400
アンケート内容*	1. 来場者属性 2. 施設への来場状況 3. 整備による健康への効果 4. 整備による共生社会への効果 5. 整備による平和発信への効果 6. 整備によるソーシャルキャピタルへの効果 7. 整備による地域への愛着・誇りへの効果	1. 来場者属性 2. 施設への来場状況 3. 整備による健康への効果 4. 整備による子育てへの効果 5. 整備による防災への効果 6. 整備によるソーシャルキャピタルへの効果 7. 整備による地域への愛着・誇りへの効果	1. 来場者属性 2. 施設への来場状況 3. 整備による健康への効果 4. 整備による共生社会への効果 5. 整備による防災への効果 6. 整備によるソーシャルキャピタルへの効果 7. 整備による地域への愛着・誇りへの効果 8. 整備に関する全体的な満足度

*質問数にも限りがあるため、同じタイトルであっても質問内容はそれぞれのアンケートでも一部異なる。

独自アンケートにおける質問内容

- アンケートにおける質問内容としては、本実証で設定している指標を取得するための質問（以下①）に加えて、運営企業として、日々の運営を通じて明らかにしたい内容（以下②）についても広く聞く質問構成とした。

01

本実証で設定している指標の取得

- 本実証で設定している指標の中で**アンケートによる取得が望ましいとしている指標**があるため、それらを取得する。（以下例）
 - （地域経済活性化）地元地域外からの来場者数
 - （地域コミュニティ）ソーシャルキャピタル数値
 - （共生社会）共生社会文脈の施設機能の認知度
 - （共生社会）地域住民の共生社会への意識
 - （防災）地域住民の防災への意識
 - （健康推進）観戦によるスポーツ実施への影響
 - （二次的成果）地域への愛着・誇り

02

施設運営の中で明らかにしたいものの取得

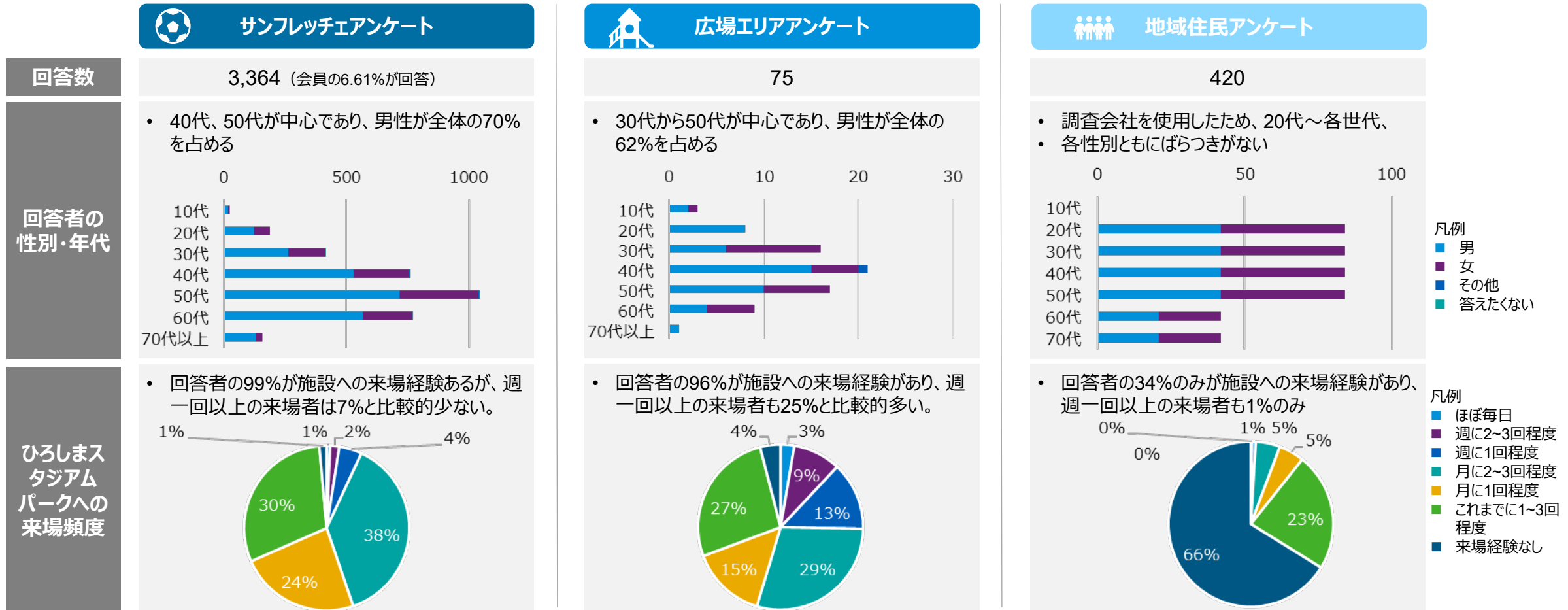
- **周辺住民へのネガティブな影響が想定されるもの*1（以下例）**
 - 周辺地域住民が感じる渋滞への影響
 - 周辺地域住民が感じる騒音への影響
- **施設来場者のペルソナ・来場時の行動**
 - 来場時間帯
 - 滞在時間
 - 消費金額
- **施設整備による全体的な満足度**
- **施設の金銭的な価値（WTP*2）**

*1 スポーツ庁「令和5年度 スタジアム・アリーナが周辺地域に及ぼす経済効果の調査等事業報告書」のP79~P85にネガティブ影響の詳細については記載されているため要参照

*2 WTPとはWillingness to Payの略で日本語では、支払意思額と訳される。意味としては、顧客が商品やサービスに対して、「この金額までなら払える」と感じる金額のことである

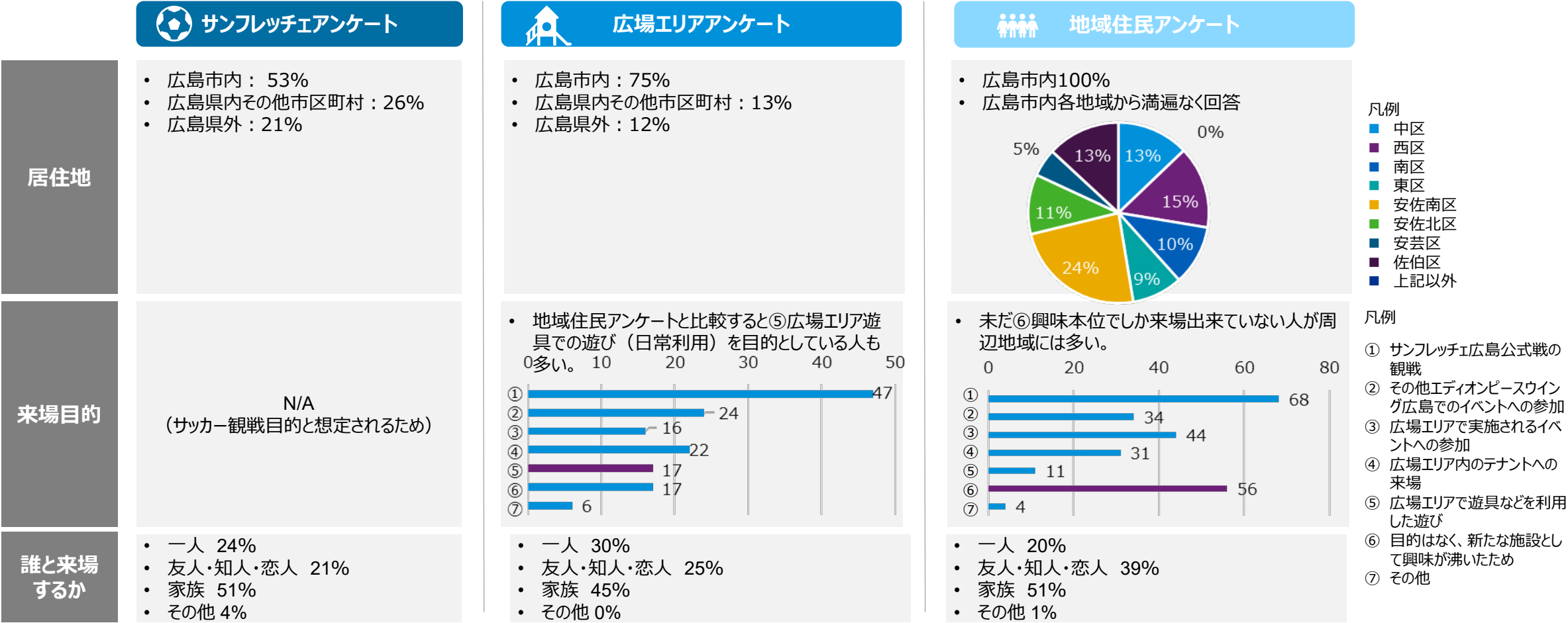
アンケートの実施結果概要（1/2）

- ・ サンプルチェアンケートはチームのメールマガジン会員が回答するため、サッカー観戦者と同じボリュームゾーンとなっており、月に数回来場する人が多い。
- ・ 広場エリアアンケートはサンプルチェアンケートと比較すると女性や30代が多く、子育て世代がより多く回答している。
- ・ 地域住民アンケートは調査会社を利用したため、性別・年代に偏りがなく、回答者の2/3はひろしまスタジアムパークに来場したことが無い。



アンケートの実施結果概要（2/2）

- 広場エリアアンケートは広場エリア利用者からの回答を想定していたため、広島市内在住者の割合はサンフレッチェアンケートよりも高い。また、広場エリアアンケートの結果は地域住民アンケート結果よりも、広場エリアの遊具で遊ぶなど、日常利用を念頭に置いた来場目的の人が多い。
- 地域住民アンケートの回答者は広島市内各地に居住しているが、興味本位での来場も多く、今後そのような来場者を固定客にしていく必要がある。



a. 地域経済活性化 – 各指標の定量化

- 地元事業者の収益増加、周辺地域の消費量増加、雇用増加、さらには自治体の税収増加を見込み、最先端のサッカースタジアムだけでなく、商業施設、広場を併設することで、興行日・非興行日を問わず、経済効果を上げる施設となっている。
- 整備後の効果として、実際に市内を周遊する人々は増加しているため、それが事業者の売上や税収に影響しているか今後確認していく必要がある。



地域経済活性化
テーマの活動・指標

- 主な活動
- 最先端のサッカースタジアム整備
 - 商業施設を併設した日常利用可能な公園整備
 - イベント等実施による非興行日のにぎわい創出

最先端のサッカースタジアム



© 2024 S.FC

イベント実施の様子



© HIROSHIMA STADIUM PARK All Rights Reserved.

試合前後に、市内を回遊する人が整備前と比較し、
試合前で約**4.6**倍増
試合後約**1.58**倍増

一人当たりの消費金額は、
1000円～5000円
がボリュームゾーン
周辺地域における消費金額・観光客数・滞在人口量

- サンフレッチェ広島が過去メルマガ会員に対して実施したアンケート*1より、試合開催日における消費行動について確認

プロセス指標

令和5年度と比較して、
令和6年度は
5.5%
周辺地価が上昇

地価の上昇割合

- 広島市の公表資料*2より、ひろしまスタジアムパークから直線2km以内の観測拠点(住宅地・商業地合わせて7か所)における、地価の対前年比変動率の平均を計算

プロセス指標

施設来場者数
約**118.3**万人
上記うち、広島県外からの来場者数
約**23.7**万人

施設来場者数・地元
地域外来場者数

- 施設来場者数はエディオンピースウイング広島における2024年2月～2024年11月末までの数値*1
- 地元地域外（広島県外）からの来場者数は運営会社保有の統計より、施設来場者数全体の20%で推計

プロセス指標

約**78**億円の
税収効果

広島県における
税収増加額

- 開業前に広島市が実施した、広島県の経済波及効果計算結果より、税収効果を確認（詳細次ページ記載）

結果指標

出所：*1 広島県地域政策局都市圏魅力づくり推進課「ひろしまスタジアムパーク」の開業後の状況等について」
：*2 広島市「令和6年度 地価の動向」

a. 地域経済活性化 – 経済波及効果計算を用いた税収増加額の予測

- 広島市が実施した経済波及効果の計算を行ったところ、ひろしまスタジアムパークの建設及び開業後20年間の経済波及効果は6,760億円であり、当該効果によって、発生見込みの県の税収は78億円であると算出している。上記数値はひろしまスタジアムパークの年間来場者数310万人を目標とした計算であり、エディオンピースウイング広島の来場者数自体は目標数（110万人）を上回っていることから、更なる経済波及効果が見込まれる。
- 今後、経済波及効果算出の前提となる数値（例：入場者数など）が明らかになることで、より精緻な税収増加額を計算することが可能になる。

	概要	効果発生期間	経済効果	税収効果*1
建設投資による効果	建設を行うことで、主に設計会社や建築会社に対して行う支出によって生じる、経済効果	単年（令和5年度）	460億円	4.7億円
開業後の効果	開業後、来場客が訪れ、飲食・宿泊・移動などの消費活動を行うことで生じる、経済効果	開業後20年間	6,300億円	73.3億円

*1 個人県民税、法人県民税など県税のみを対象

b. 地域コミュニティ – 各指標の定量化

- ・ 住民参加型サークルの募集や地域住民が集えるスペースの存在は地域コミュニティの醸成に寄与していると考えられる。
- ・ 結果として、ひろしまスタジアムパーク（スタジアム・広場エリア両方）に来場する人の方がしない人に比べて、「ソーシャルキャピタル」という社会とのつながりに関する質問において最大、2.5倍程度肯定的な回答を行っている。



地域コミュニティテーマ の活動・指標

■ 主な活動

- ・ 地域住民への観戦機会の提供
- ・ 書斎ラウンジ、カフェ、ダイニング施設の整備
- ・ ワークショップスペースの整備、住民参加型サークルの募集

試合日におけるにぎわい



© HIROSHIMA STADIUM PARK All Rights Reserved.

モルックサークルの活動



© HIROSHIMA STADIUM PARK All Rights Reserved.

9つのサークルが
現在活動中

認知度は**31%**

ひろしまスタジアム パーク登録サークル

- ・ サークル数は2024年3月時点の数*1であり、参加者数は管理していないため、算定対象外とする
- ・ 認知度は広場エリア来場者アンケートより、施設への来場経験がある人の認知度を確認

プロセス指標

広島市在住の**34%**
がこれまで施設に来場

地域住民の来場

- ・ 地域住民アンケート回答結果より、広島市内在住の人々のひろしまスタジアムパークへの来場割合を確認

プロセス指標

ソーシャルキャピタルの各構成要素に関する質問に対して、施設来場者の方が、非来場者と比較して最大、

2.5倍肯定的
な回答を行っている

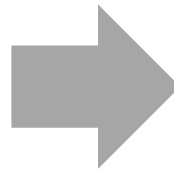
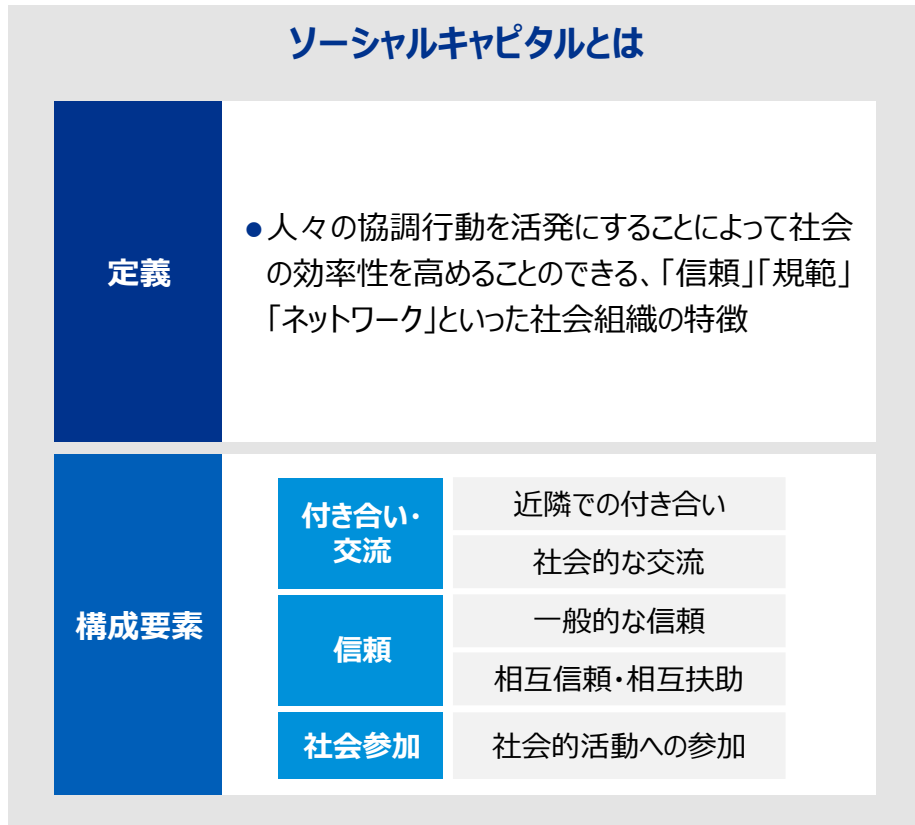
ソーシャルキャピタル数値

- ・ 各アンケートにて、ソーシャルキャピタルに関する質問を実施（詳細に関しては次ページ以降に記載）

結果指標

b. 地域コミュニティ – ソーシャルキャピタル数値

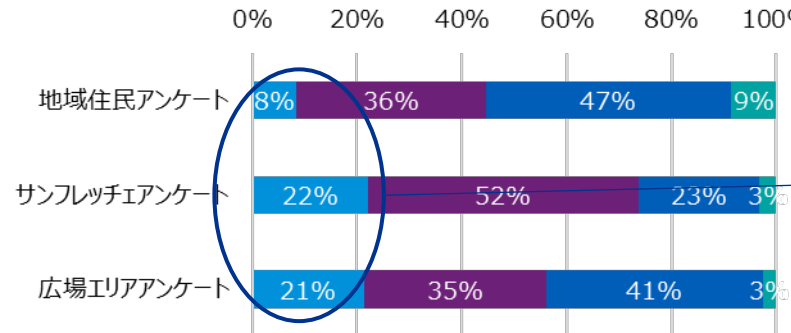
- 本事業では、広島における地域コミュニティの強さを表す指標として「ソーシャルキャピタル」という社会関係資本とも呼ばれる指標を採用している。
- ソーシャルキャピタルの各要素に関してアンケートを実施することで、地域住民アンケートよりサンフレッチェアンケート、広場エリアアンケートの方がよりポジティブな回答が多い、すなわち、施設に来場したことがある人の方が来場経験がない人と比べて、総じてポジティブな回答をしていることが分かった。



アンケートにおいて、各構成要素に関する質問を実施

【一般的な信頼】

Q:一般的に人は信頼できると思いますか。最もあてはまるものをお選びください。



地域住民アンケートの結果より、サンフレッチェアンケートや広場エリアアンケートでの回答者の方が2.5倍ポジティブな回答をしている。

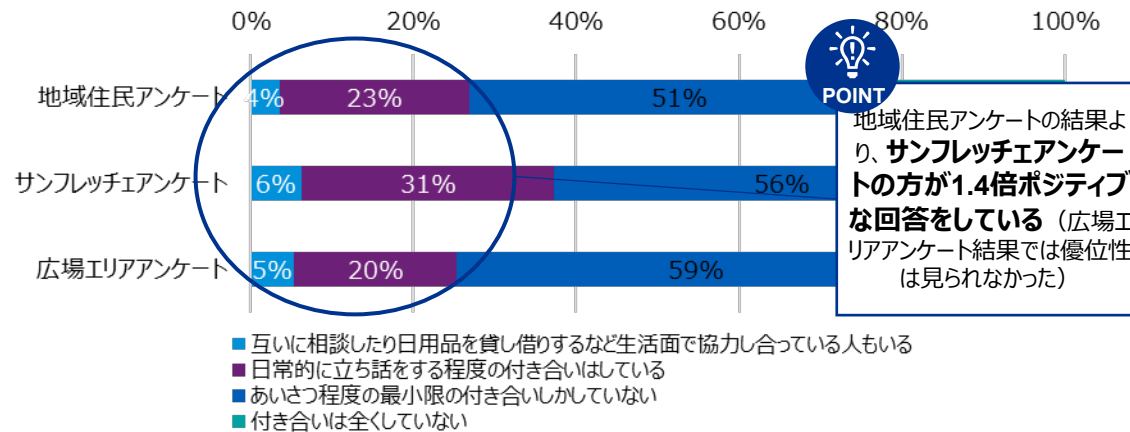
他の質問の回答は次ページに記載

(参考) b. 地域コミュニティ – ソーシャルキャピタルに関する定量結果

- 他4つの質問に関しても、地域住民アンケートより来場者アンケートの方がよりポジティブな回答が多い、すなわち、施設に来場したことがある人の方が来場経験がない人と比べて、総じてポジティブな回答をしていることが分かった。

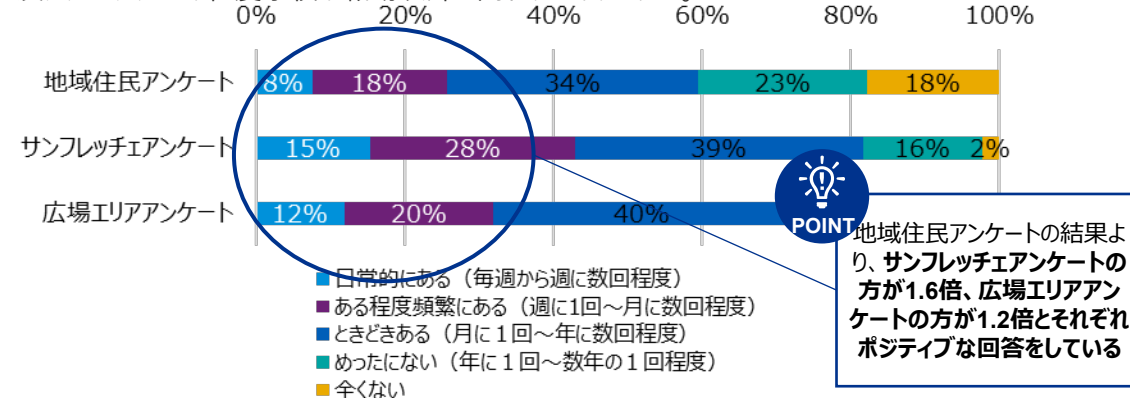
【近隣での付き合い】

ご近所の方との程度付き合いをしていますか。



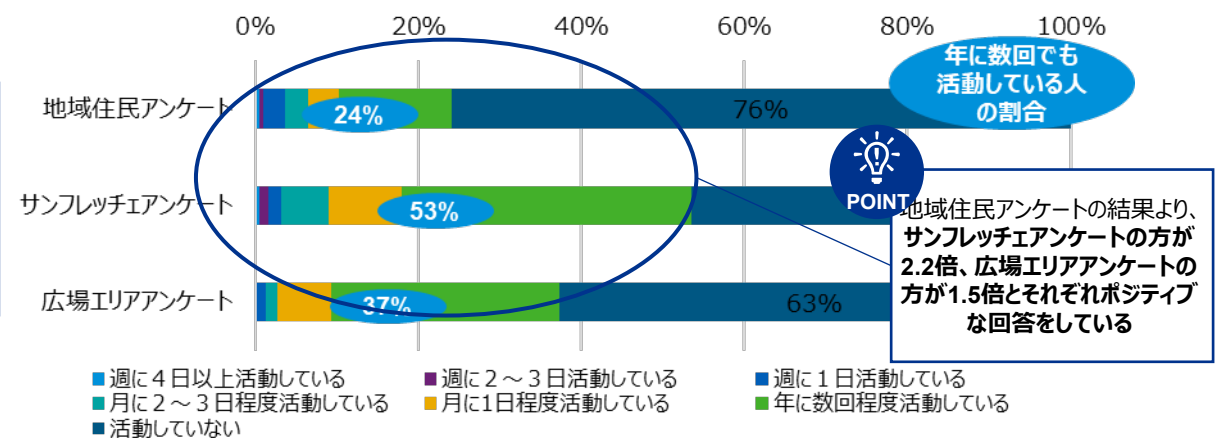
【社会的な交流】

友人・知人との程度学校や職場以外で関わりがありますか。



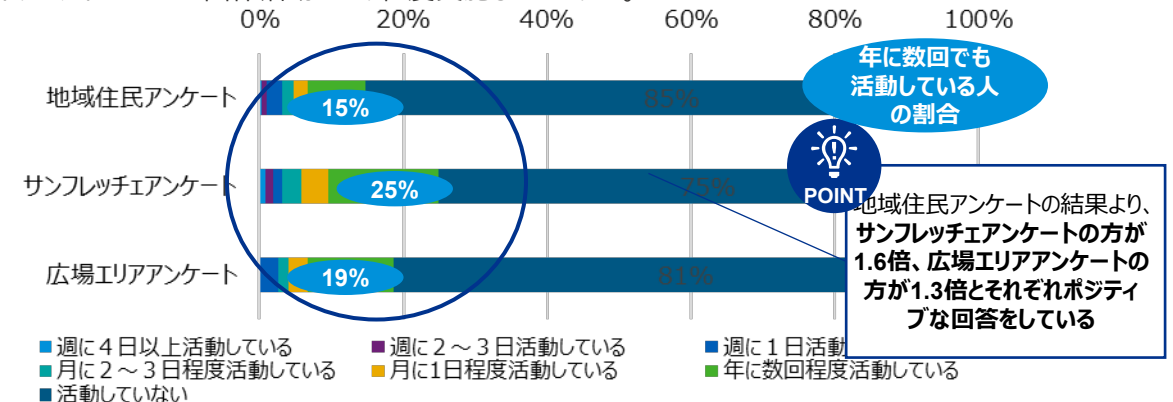
【社会的活動への参加】

地縁的な活動（自治会・町内会など）をどの程度実施していますか。



【社会的活動への参加】

ボランティア・NPO・団体活動をどの程度実施していますか。



c. 育児水準の向上 – 各指標の定量化

- サッカー興行観戦時のキッズスペースや、広場エリアでもkiondひろしま内のプレイパーク、日常的に利用できる遊具、そこで生まれるコミュニティの存在は、ひろしまスタジアムパーク近隣の住民を中心に、広島市における育児水準の向上に寄与していると考えられる。
- 施設整備により、子育て実施者の89%が育児水準の向上を実感していることが分かったため、更なる利用促進を行うことで、今後は施設利用者の増加が確認できるとより望ましい。



育児水準向上テーマの 活動・指標

■ 主な活動

- キッズスペースの整備
- 広場エリアへの遊具設置による子ども達の日常的な利用
- キッズプレイパークの整備

遊具で遊ぶ子供たち



© HIROSHIMA STADIUM PARK All Rights Reserved.

kiondひろしま内の様子



© HIROSHIMA STADIUM PARK All Rights Reserved.

イベント実施数
2回

イベント参加者
400人

子供向け（親子向け）イベント

- 集計対象は2024年に2度実施された、子供向けの遊び場創出事業である、“もとまち自遊ひろば”

プロセス指標

キッズスペース
利用者 1,702人
認知度 89%

kiondひろしま
認知度 92%

子育て関連施設 利用者

- キッズスペース利用者数は2024年2月～2024年9月末の利用者数
- 認知度は広場エリアアンケートより、ひろしまスタジアムパークへの来場経験がある人の認知度を確認
- kiondひろしまの利用者数は測定対象外とする

プロセス指標

子育て実施者の
89%が
施設整備による育児環境
向上を実感

子育てコミュニティの 形成

- 広場エリアアンケートにて、施設整備による育児環境への影響を子育てに関与している方々を対象に質問することで確認*1

結果指標

*1「エディオンピースウイング広島、ひろしまスタジアムパークができたことによる育児環境は向上したと思いますか」という質問に対し、“大きく向上した”、“少し向上した”と回答した人の割合

d. 共生社会への貢献 – 各指標の定量化

- スタジアムにおけるセンサリールームや広場エリアにおけるインクルーシブ遊具等バリアフリーに対応した設備は、共生社会の実現に貢献している。
- センサリールームの高い認知度等は、共生社会の理解・共感に繋がっていることがアンケートから確認できたため、機能利用の促進や更なる情報発信を広く地域住民に対して行っていくことで、今後も地域住民の共生社会に対する意識にも好影響を与えていくことが出来ると考えられる。



共生社会への貢献テーマの活動・指標

■ 主な活動

- センサリールーム、車いす対応コンセント付き座席や集団補聴システム付き座席等バリアフリー設備整備
- ユニバーサルに利用可能な駐車場設置
- インクルーシブ遊具・バリアフリーストイルの設置

センサリールームからの観戦



© 2024 S.FC

インクルーシブ遊具



© HIROSHIMA STADIUM PARK All Rights Reserved.

センサリールーム利用者
297人

スタジアム来場者のバリアフリー設備認知度
75%

スタジアムにおけるバリアフリー関連設備

- センサリールーム利用者は同行者含む、J、WEリーグ興行による2024年2月～2024年9月末までの利用者数
- サンフレッチェアンケートにて、バリアフリー関連設備の認知度と認知のきっかけを確認^{*1}

プロセス指標

スタジアム来場者の
92%が
共生社会の定義・考えを認識^{*1}し、そのうち
98%が
共生社会の考え^{*2}に共感

施設利用者の共生社会に対する意識

- サンフレッチェアンケートにて、共生社会の定義、及び共生社会への共感について質問を実施

プロセス指標

地域住民の
67%が
共生社会の定義・考えを認識^{*1}し、そのうち
86%が
共生社会の考え^{*2}に共感

地域住民の共生社会に対する意識

- 地域住民アンケートにて、サンフレッチェアンケートと同様に共生社会の定義、及び共生社会への共感について質問を実施

結果指標

^{*1} 「あなたは、バリアフリー設備の導入などが施策の一つである、障害有無や年齢・性別・国籍の違いなどに関わらず、誰もが社会の一員としてお互いを尊重し、支え合って暮らすことを目指す「共生社会」という考え方を知っていますか。」という質問に対して、「知っている」、「言葉だけは聞いたことがある」と回答した人々の割合

^{*2} 「あなたは、「障害のある人が身近で普通に生活しているのが当たり前だ」という共生社会の考え方について、どう思いますか。」という質問に対して、「当たり前だと思う」、「どちらかといえば当たり前だと思う」と回答した人々の割合

e. 平和発信 – 各指標の定量化

- ひろしまスタジアムパーク自体が平和記念資料館から原爆ドームに伸びる平和の軸線上にあるという立地上の特性に加えて、ミュージアム、壁画、平和関連のイベントが平和の理解に効果を与えている。また、壁画に関しては、2025シーズン開始前に新たにDream Wallを設置した。
- 特に県外からの来場者や10代～20代の来場者はスタジアムへの来場前後において、平和に対する考え・理解が深まった人がより多いことも判明したため、活動の継続によって、地域全体、ひいては国全体での平和への意識向上に貢献しているとも考えられる。



平和発信テーマの
活動・指標

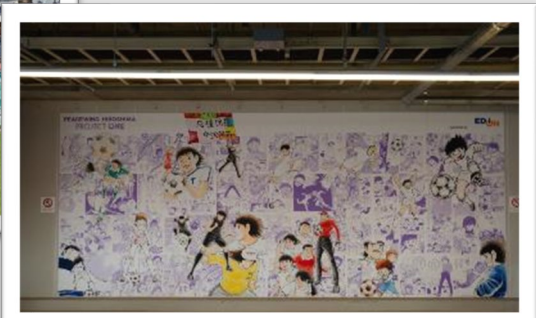
- 主な活動
- サッカーミュージアム内での平和に関する展示
 - 平和の重要性を伝える常設の壁画
 - PEACE WEEK、ピースマッチなど平和関連イベントの実施

ピースマッチ時の黙とうの様子



© 2024 S.FC

Dream Wall



© 2024 S.FC

630,762人 サッカー興行 来場者 2024年2月～2025年1月末におけるサッカー興行（Jリーグ、WEリーグ、リーグ戦以外含む）へのスタジアム来場者数 プロセス指標	29,256人 ミュージアムの 訪問者数 2024年2月～2025年1月末におけるミュージアムの訪問者数（試合開催日を除く） プロセス指標	22,853人 (うち、ピースマッチ来場者20,026人) 平和関連 イベント参加者数 集計対象はピースマッチ、ピースウィーク平和記念展、平和記念試合（2試合）、市長平和宣言動画撮影、ピースマラソン プロセス指標	来場者全体の68%、 県外居住者の77%、 20代までの88%が 来場前後における平和 に対する考え・理解の深 まりを実感 平和に関する 意識変容 - サンフレッチェアンケートにて、来場者に対して、来場前後における平和への意識の高まりを確認^{*1} - 来場者の中でも県外居住者や若者世代の影響が大きい プロセス指標
--	--	---	--

出所：エディオンピースウィング広島公式HP（画像引用）

^{*1}「エディオンピースウィング広島では、スタジアムの壁画やミュージアムを通した平和発信をしています。来場前と比較すると、来場後において、広島における平和に対する考え・理解は深まりましたか。」という質問に対し、「平和について理解が深まった」、「平和について多少理解するようになった」と回答した人の割合

f. 健康促進 – 各指標の定量化

- スタジアムにおける最高の観戦体験が及ぼす、するスポーツへの影響や、芝生広場で実施されているヨガ・グラウンドゴルフといった運動イベントはスポーツ実施率向上に寄与していると考えられる。
- 実際に試合観戦者の56%がスポーツ実施へのポジティブな影響を実感したり、試合観戦者の3%が新たに運動を始めているため、現状の活動に加え、定期的な運動プログラムなども提供していくことで、スポーツ実施率向上に更に貢献できると想定される。



健康推進テーマの 活動・指標

■ 主な活動

- 最高峰の観戦体験の提供による、するスポーツへの効果
- メインコンコースのランニングコースとしてのイベント利用
- 運動実施関連のイベント
- サウナ・フィットネス施設の整備

第30回広島YMCAインターナショナル・ チャリティーラン2024



© HIROSHIMA STADIUM PARK All Rights Reserved.

最高峰の観戦体験



© 2024 S.FC

630,762人

サッカー興行 来場者

- サッカー興行（Jリーグ、WEリーグ、リーグ戦以外含む）における開業～2025年1月末までのスタジアム来場者数

プロセス指標

イベント数 7回
参加者 590人

運動実施に関する イベント

- 集計対象はスタジアムヨガ、ウォーキングフットボール、グラウンドゴルフなど開業後、2025年2月末までに、主に広場エリアで実施された7つのイベント

プロセス指標

試合観戦者の**56%***¹
が観戦によるスポーツ実施
へのポジティブ影響を実感

試合観戦者の**3%***¹が
新たにスポーツを始めた
（ネット観戦者数に換算
すると1,541人）

試合観戦によるス ポーツ実施への影響

- 割合はサンフレッチェアンケート結果より算出
- 新たにスポーツを始めた人数は、サンフレッチェ広島ホーム戦のネット観戦者のうち3%と仮定
- ネット観戦者は過去調査より総来場者の9%と推定

プロセス指標

53.7%
(R5・広島県)

スポーツ実施率

- 広島県スポーツ推進計画に記載されている、広島県における令和5年度のスポーツ実施率

結果指標

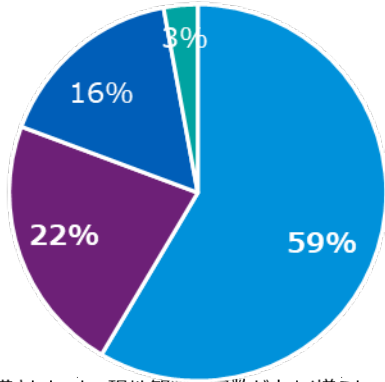
f. 健康促進 – スポーツ観戦によるスポーツ実施以外への効果（指標外の内容）

- まちなかにエディオンピースウイング広島が整備され、スポーツ観戦がより身近になったことで、スポーツを見る、支えるという行動にどのような効果があったか、サンフレッチェアンケートより確認を実施した。
- 結果として、施設が整備されたことで、現地観戦、オンライン観戦が増えたり、スポーツを支える活動の時間が増えたと回答する人々が多数いた。スポーツ観戦が身近になることは想定されたが、支える活動の増加要因に関しては、今後深掘りしていく必要があると考える。

施設整備によるスポーツを見る活動（プロスポーツ観戦等）への影響

現地観戦

Q:施設が整備されたことで、スポーツの現地観戦回数にどのような影響を与えたと考えますか。

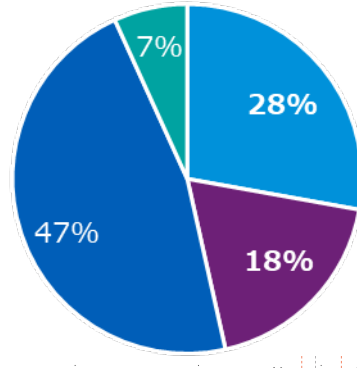


- 整備されたことで現地観戦の回数が大きく増えた
- 整備されたことで現地観戦の回数が少し増えた
- 整備されたことで現地観戦の回数は変わらなかった
- 整備されたことで現地観戦の回数は減った

81%が現地観戦の回数が増えたと回答

オンライン観戦

Q:施設が整備されたことで、スポーツをテレビやインターネットを通じて観戦する回数にどのような影響を与えたと考えますか。



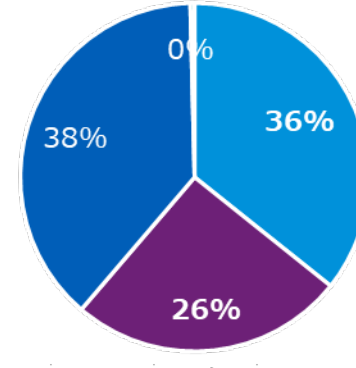
- 整備されたことでオンライン観戦の回数が大きく増えた
- 整備されたことでオンライン観戦の回数が少し増えた
- 整備されたことでオンライン観戦の回数は変わらなかった
- 整備されたことでオンライン観戦の回数は減った

46%がオンライン観戦の回数が増えたと回答

施設整備によるスポーツを支える活動への影響

支える活動

Q:施設が整備されたことで、スポーツを「支える」ことに対して、どのような影響を与えたと考えますか。



- 整備されたことで運動・スポーツを支える時間が大きく増えた
- 整備されたことで運動・スポーツを支える時間が少し増えた
- 整備されたことで運動・スポーツを支える時間は変わらなかった
- 整備されたことで運動・スポーツを支える時間は減った

61%がスポーツを支える時間が増えたと回答

g. 防災体制の強化 – 各指標の定量化

- ひろしまスタジアムパークでは防災発生時の指定緊急避難場所に設定されていることもあり、災害時に役立つ機能が多く設置されているだけでなく、数としては現時点では多くないものの、避難訓練といった、防災に関するイベントが実施されている。
- 災害時に利用できる機能の一部を金銭換算したところ、ひろしまスタジアムパーク内に機能を設置することで、機能を設置しない場合と比較して、10.12億円程度の費用を抑制できることが分かった。

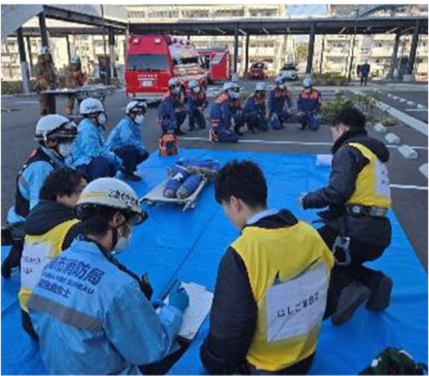


防災体制の強化テーマ の活動・指標

■ 主な活動

- 防災備蓄倉庫の整備・物資の集積拠点としての活用
- 指定緊急避難場所としての活用
- 自家発電・耐震性貯水槽、かまどベンチ、マンホールトイレの整備

避難訓練の様子



かまどベンチ



© HIROSHIMA STADIUM PARK
All Rights Reserved.

© 2024 S.F.C

来場者の**50%**が
防災公園としての機能
の存在を認知

防災機能認知度

- 広場エリアアンケートにて、ひろしまスタジアムパーク来場者に対して防災公園としての機能の認知度を確認

プロセス指標

参加者 **107名**

防災に関する イベント

- 令和5年度に実施された、施設運営者やホームチーム、関連企業、消防救急の合同避難訓練の参加者数

プロセス指標

地域住民の**18%**が
災害発生を想定した準備
が出来ている*1

地域住民の**14%**
が地域防災への取り組み
に参加出来ている*2

地域住民の防災 に対する意識

- 地域住民アンケートにて、防災意識に関する質問を実施

結果指標

物資の備蓄機能による効果は約**10億円**

災害対策機能（貯水槽）による効果は
1,200万円

抑制可能な歳出額

- 防災機能の中でも、平常時でも当該機能が稼働していると言える、「物資の備蓄機能」、「災害対策機能」の金銭的な効果を試算

結果指標

*1 「地震や風水害といった自然災害に対応するために、指定避難場所の確認や防災グッズの用意等、自分のできることを実施できていますか。」という質問に対して、“防災グッズの用意などをした上で、災害発生時における行動を想定できている”と回答した人の割合

*2 「防災訓練への参加など、防災に強い地域づくりのための取り組みに参加できていますか。」という質問に対して、“参加出来ている”と回答した人の割合

指標対象
指標対象外

g. 防災体制の強化 – 各指標の定量化

- 防災発生時の歳出抑制効果を定量化するにあたり、ひろしまスタジアムパークが保有している3つの機能に関して、金銭的な効果を定量化した。なお、定量化は困難ではあるが、「災害発生時の支援物資の集積機能^{*3}」についても有している。
- 指標の対象として、「避難所機能」が設置されている場所はサッカー興行の中で利用されている場所であり、防災機能専用の場所ではないため参考とし、**災害発生時ではない場合においても稼働している機能である「物資の備蓄機能」と「災害対策機能」を指標の対象とした。**
- なお、防災拠点としての価値は下記のような単純な算定のみならず、金銭換算できない多様な価値があることに留意が必要である。

各防災機能・その定量化内容		計算の各種前提	定量化結果
1	● 物資の備蓄機能 エディオンピースウイング広島内に物資の備蓄拠点を設けることで、新たに物資の備蓄拠点を設ける場合と比較して、どれだけの歳出抑制効果があるか。	– 使用面積は620m ² ^{*2} – 地価は150万円/m ² – 建設費単価は43.5万円/坪	約10億円
2	● 災害対策機能 耐震性貯水槽、かまどベンチ、マンホールトイレなど、有事に活用できる機能を持つことにより、その代替消費と比較して、どれだけの歳出抑制効果があるか。 (今回は耐震性貯水槽を利用することで、水を購入する場合と比較して、どれだけ臨時の出費を抑制できるか確認)	– 耐震性貯水槽の容量100m ³ (100,000L) – 1L当たり水120円と仮定	1,200万円
3	● 避難所機能 ひろしまスタジアムパークが指定緊急避難所として機能することにより、避難時にホテルに宿泊する場合と比較することで、どれだけの歳出抑制効果があるか。	– 避難場所はコンコース – 想定避難人数は762人 ^{*1} – 平均宿泊数は1泊 – ホテル利用時の出費差額は3,500円	(参考) 267万円

^{*1} MS&ADインターリスク総研株式会社「[自然災害時の避難に関する実態と意識についての調査](#)」より参照した避難率36.3%を中区基町の人口の半分（2,100人）に乗算（基町小学校も避難先として指定されているため。）

^{*2} 中国新聞「[広島のカスタ、防災機能に注目 5万人一時避難、ヘリも発着可能 全国の自治体から視察](#)」

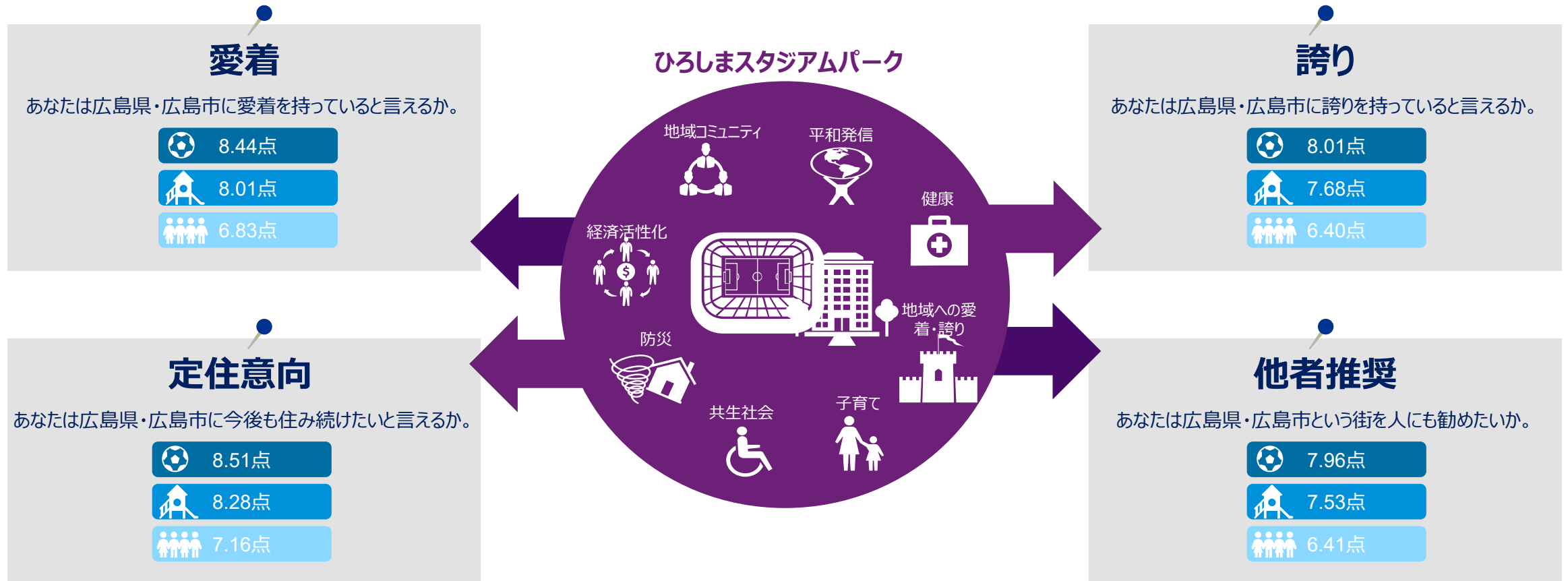
^{*3} ひろしまスタジアムパーク公式HP「[防災公園としての機能](#)」

49



h. 地域への愛着・誇り (1/2)

- 二次的成果であり、成果創出に時間を要するため、今後も定期的に観測していく必要があるが、現時点で、ひろしまスタジアムパークが創出する「地域への愛着・誇り」の大きさを明らかにするため、広島県・広島市に対する4つの感情の大きさを10段階評価（1点～10点）で質問*1したところ、施設来場者が多いサンプルチェ、広場エリアアンケートの結果の方が地域住民アンケートの結果より、ポジティブな回答になった。

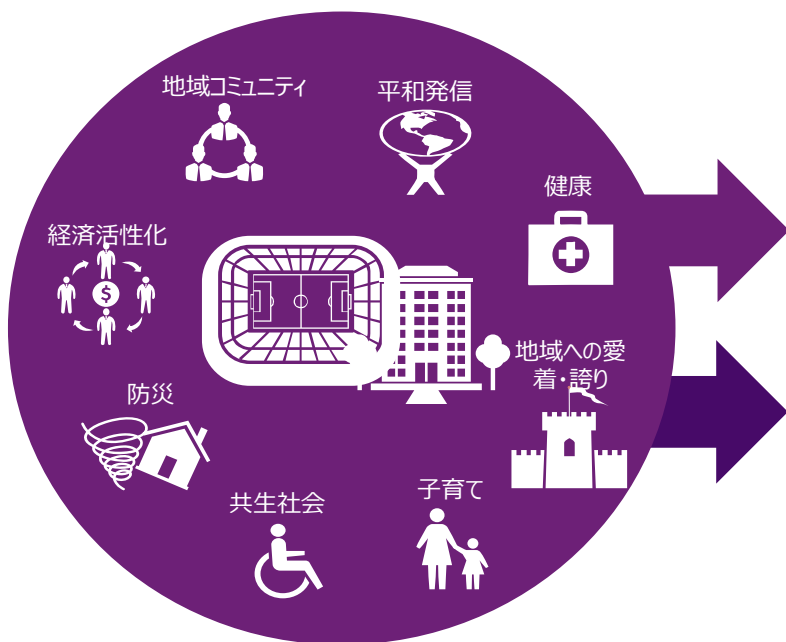


*1 各質問に対して、「1点：全くあてはまらない～10点：非常に当てはまる」の中でそれぞれの回答者が選んだ点数の平均点を記載

h. 地域への愛着・誇り (2/2)

- ひろしまスタジアムパークの存在と、地域への愛着・誇りの大きさの関係性について深掘りするために、ひろしまスタジアムパークが与える地域への愛着・誇りの寄与度について質問を行ったところ、地域への愛着・誇りに関する4つの感情の調査と同様の傾向となった。
- また、地域への愛着・誇りを感じる要因は、J1クラブのホームスタジアムであること以上に、周辺地域への経済効果があるためと回答する人が多かった。

ひろしまスタジアムパーク



ひろしまスタジアムパークが与える 地域への愛着・誇りの寄与度

新たに整備されたエディオンピースウイング広島、及びひろしまスタジアムパークの存在は、地域の愛着・誇りに関する感情に対して好影響を与えているか。(10段階評価)



8.71点



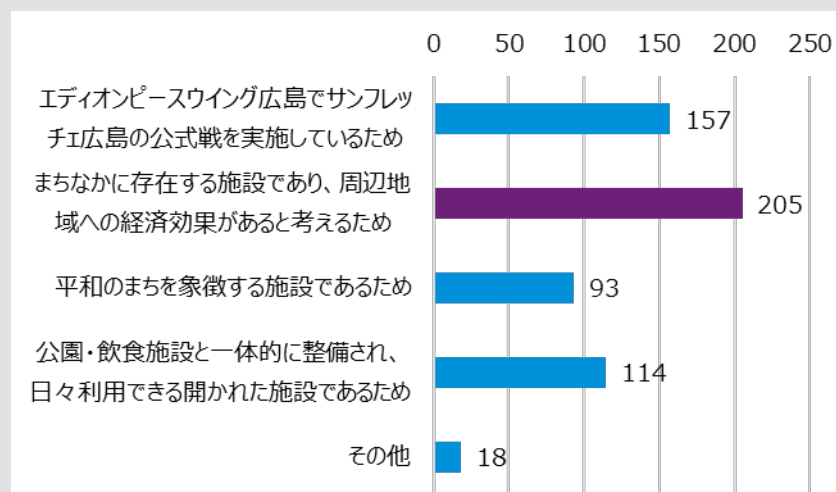
8.02点



6.02点

ひろしまスタジアムパークが 地域への愛着・誇りに好影響を与える要因*1

エディオンピースウイング広島、及びひろしまスタジアムパークが地域への愛着・誇りに好影響を与えている理由(地域住民アンケートより)

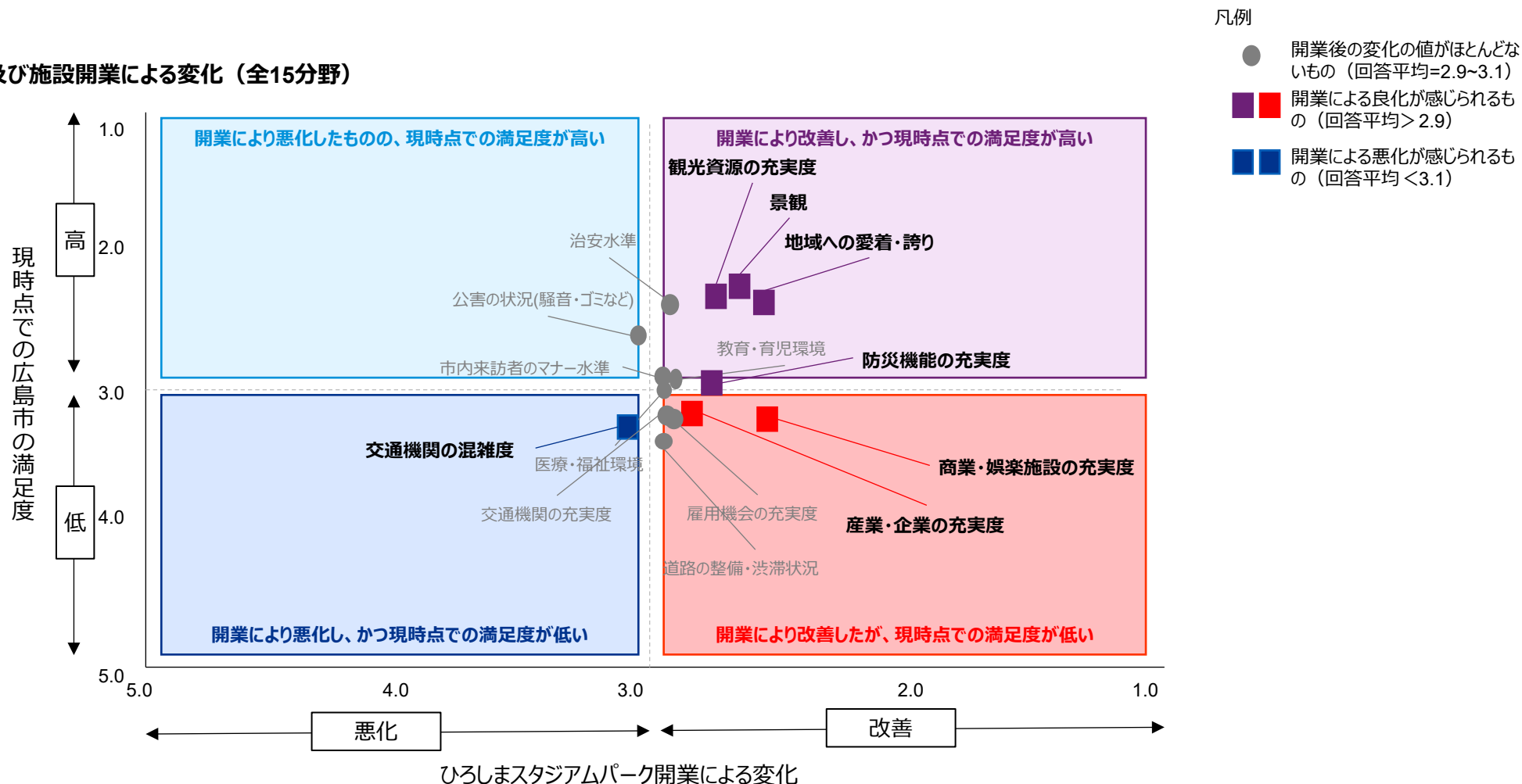


*1 本質問の意図として、二次的成果として地域への愛着・誇りを創出していくにあたり、重視すべき社会価値テーマに間違いがないか確認することも含まれている。

指標外の定量化内容① – 施設が地域住民に与える影響

- 地域住民アンケートにて、15の分野における、現時点での広島市の満足度と、ひろしまスタジアムパーク開業による変化を聞いた*1ところ、産業や観光、防災、景観、地域への愛着・誇りといった幅広い項目で開業による好影響が見られたものの、交通機関の混雑度に関しては悪化したとの回答が見られた。

■現状の広島市における満足度及び施設開業による変化（全15分野）



指標外の定量化内容② – WTP（支払意思額）

- WTP（支払い意思額）とはWillingness to Payの略であり、顧客が製品・サービスに対して支払いたいと思う額の最大値を表す。
- 正確性に関して留意点があるものの、本実証では、施設が整備されたことによって地域住民が感じる価値の大きさを金額換算する方法として、WTPを採用し、質問を行ったところ、広島市民全体としては約27.3億円となった。


WTPに関して

1 WTPの定義	Willingness to Payの略であり、顧客が製品・サービスに対して支払いたいと考える金額の最大値。
2 ひろしまスタジアムパークを題材にした時の考え方	- ひろしまスタジアムパークが整備された結果、地域住民が感じた施設に対する価値の大きさを金銭換算する。 - 金銭換算することで、自治体が資金を捻出したことの妥当性を裏付ける。
3 WTPの計算方法	アンケート調査により、一人当たりが感じる価値の大きさを把握し、それに広島市の人口を乗算する。
4 WTPの計算における留意事項	- アンケート（主観）がベースとなるため、状況により結果が左右される。 - 例えば、タイミング（良い試合の後だと高い）、アンケート相手（高所得者が多いエリアだと高い）、コンテンツの充実度等が変動要因として考えられる。

定量化内容・結果

前提

本来は施設が創出する価値と同等の価値を得るための代替金額を聞か、スタジアム・アリーナの価値が何かについては回答者によっても差がみられると考えたため、施設整備のために支払ってもよい寄付金額について質問している。

質問文

エディオンピースウイング広島、及びひろしまスタジアムパークが建設され、スポーツ観戦機会 の増加・充実や憩いの時間が生まれたことで、生活の充実感が増し、幸福度が増したのではないかと考えています。そのような幸福感を得られるということを知ったうえで、もしあなたが建設前の状況に置かれたとして、建設のために寄付を募っているとした場合、いくらまでなら支払ってもよいと思いますか？

一人当たり
WTP
2,339円

×

広島市人口
約117
万人

=

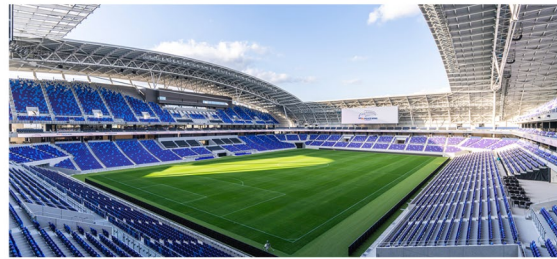
WTP
約27.3
億円

各個人が選択した金額幅の中央値を参考にして算出
令和6年末時点

(参考) エディオンピースウイング広島の収益の構成要素

- エディオンピースウイング広島の財務価値の源泉となる収益の構成要素としては、例えば下記のような要素があり、下記以外にも、スタジアムツアー、ラウンジ利用者への飲食提供等、多様な収益源を有している。
- スタジアム壁面やデジタルサイネージなどを中心とした広告設置による収益は、まちなかスタジアムとして興行日を中心に来場者数が増え、にぎわいが生まれたことで、需要が増加しているものと見込まれる。

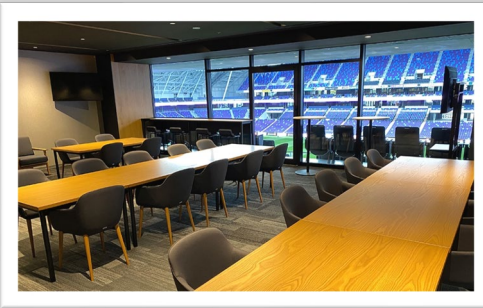
エディオンピースウイング広島の指定管理者における収益の構成要素例



© 2024 S.FC

フィールド及びスタンド利用料金*1

興行時におけるフィールド及びスタンドの利用料金。
なお、利用料金は、アマチュアかそれ以外か、平日と土日、入場料徴収の有無等で金額が異なる。



© 2024 S.FC

興行時の附属施設利用料金*1

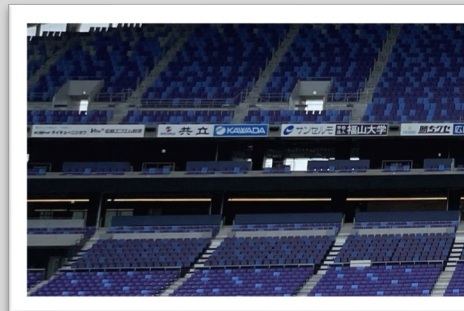
エディオンピースウイング広島は、VVIP室、VIPラウンジ、スカイボックス等多様なホスピタリティエリアを有する。
興行時におけるサンフレッチェ広島等の利用者への貸し出しだけでなく、非興行時における企業や団体が会議等に利用するための利用料金設定がある。



© 2024 S.FC

ミュージアム運営

指定管理者は自主事業で広島サッカーミュージアムの運営を実施している。
1Fのミュージアムと2Fのグッズショップを一本の紫のラインで繋ぐ事で、相互の連動と施設としての一体感を生み出している。



広告設置

エディオンピースウイング広島の壁面やデジタルサイネージ上に広告を設置することで、広告露出を対価に収益を生み出している。

*1 いずれの利用料金も広島市のサッカースタジアム条例にて上限が定められている。

05. 施設が創出する価値の活用

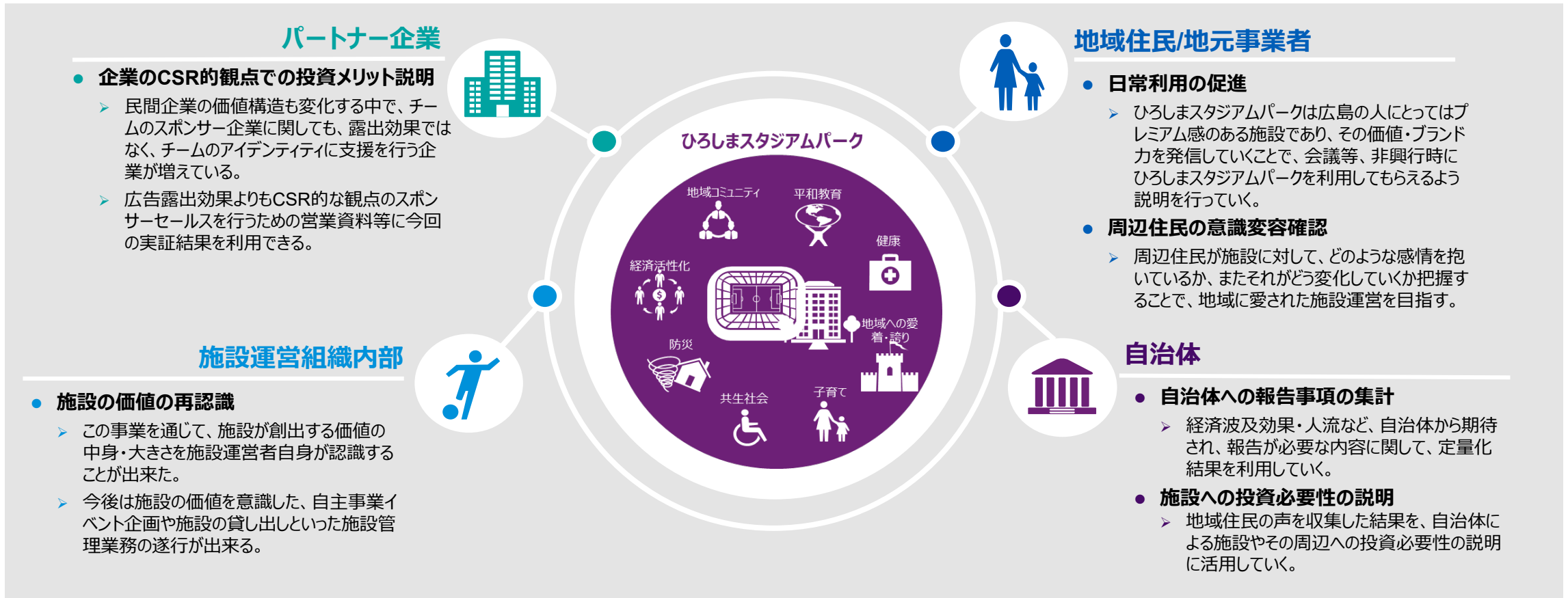
ひろしまスタジアムパークが創出する価値の活用方法検討体制

- ひろしまスタジアムパークが創出する価値の活用方法について検討するために、施設管理部門だけでなくサンフレッチェ広島ビジネス部門や広告・プロモーション事業を担う部門の責任者等と共にディスカッションを実施した。
- 各施設運営事業者/ホームチーム事業者が以下の通りの部門構成と同じとは限らないものの、ビジネス部門・広報部門を中心に、各事業部の担当者が参画し、活用方法について検討することで、想定していなかったような活用方法についても検討することが出来る。

	施設管理部門	スタジアム ビジネス部門	ビジネス部門	広報・プロモーション 部門	経営企画室
役割	• エディオンピースウイング広島の施設管理等	• エディオンピースウイング広島という施設における事業の検討・推進、及びスポンサー営業活動等	• サンフレッチェ広島の各事業の検討・推進、及びスポンサー営業活動等	• サンフレッチェ広島やエディオンピースウイング広島の広報・プロモーション等	• 中長期的な経営方針の策定等横断的な業務の推進
活用方法 検討における 巻き込みの 必要性	• 対自治体や施設利用者といった、施設運営における課題解決に向けた活用可能性の検討に必要	• 施設で行われる各活動とその営業活動観点での活用可能性の検討に必要	• クラブにおける各事業の営業活動観点での活用可能性の検討に必要	• 施設の価値公表等、実際に発信するという観点での活用可能性検討に必要	• 今後のクラブ経営の方向性との整合性の確認や、より上位レイヤーで利活用してもらうという観点での検討に必要

ひろしまスタジアムパークに関わる各ステークホルダーに対する施設の価値活用方針

- ひろしまスタジアムパークが創出する価値の可視化・定量化結果の活用方法についてサンフレッチェ広島の各部門担当者と議論したところ、各ステークホルダーに対する活用方法については以下の通り整理された。
- 価値の可視化・定量化を行うことで、パートナー企業や自治体、地域住民といった周辺のステークホルダーへの説明だけでなく、実際に施設の運営を行う組織自身も施設が創出する価値について再認識することで、価値を意識した施設運営に繋がることが分かった。



ひろしまスタジアムパークにおける実証を通じた成果・今後の課題

- ひろしまスタジアムパークで実証を実施した結果、一連のアプローチに従い、地域コミュニティや共生社会、平和発信、地域への愛着・誇り、施設が地域住民に与える影響といった金銭換算が困難なテーマについて可視化・定量化を行うことができた。
- その他にも、他スタジアム・アリーナでの実施の際にも参考となるような成果とも言える内容及び今後の課題となるような内容が下記のとおり明らかになった。

 実証目的 スタジアム・アリーナが創出する価値の可視化・定量化・活用が今後広く実施されるために、他事業者にとって参考となる、実際のスタジアム・アリーナを用いた事例を創出するため。 本実証においては、エディオンピースウイング広島のマインユーザーであり指定管理者であるサンフレッチェ広島を主体としたケースにおける実証を行うものである。	実証を通じた成果・今後の課題		
	定量化のための属性の異なる3つのアンケート実施	成果	今後の課題
	指標の金銭換算	成果	今後の課題
価値の活用に向けて	成果	今後の課題	
	- エディオンピースウイング広島来場者、広場エリア来場者、来場未経験の広島市民というそれぞれのターゲットを意識したアンケートを円滑に実施。 - 特にサンフレッチェ広島メールマガジンを活用したアンケートでは、想定以上の回答者数であったため、クラブチームが保有するリソースを有効活用できた。	- 地域コミュニティや共生社会等、もともと意識が高い人が施設に来るのか、来場により意識が変わったのかが不確かな部分があったため、来場することでの影響・変化についても深掘りしていく必要がある。 - 今回は市民向けアンケートであったため、更に対象を絞り、周辺住民の声も聞いていけると尚よい。	
	WTP（支払意思額）を用いた金銭換算を実施。	- 健康に関する取り組み数を増加させていながら、特に健康の価値については定量化していく必要がある。 - WTPに関しては、一般的に馴染みのある指標ではないため、活用側の指標に対する理解がより一層必要。 - 周辺エリアでの消費金額の算出のためには施設周辺を対象とした人流データ等を活用したデータ測定が必要。	
	- 活用方法については、ひろしまスタジアムパークの運営担当者、及びホームチーム各部署の担当者と議論することで、運営事業者、そしてホームチームの観点からの活用方法について確認を実施した。 - 可視化・定量化段階で、施設管理担当者の施設が創出する価値への理解を高めることが出来たため、活用に繋げやすくなった。	- 今後、実際に活用されることで、可視化・定量化項目もブラッシュアップされるため、継続的に活動は実施する必要がある。 - 活用に向けて、広島市といった周辺自治体と施設の価値に関して更に議論を深めることで、価値の可視化・定量化・活用の有用性が高まる。	

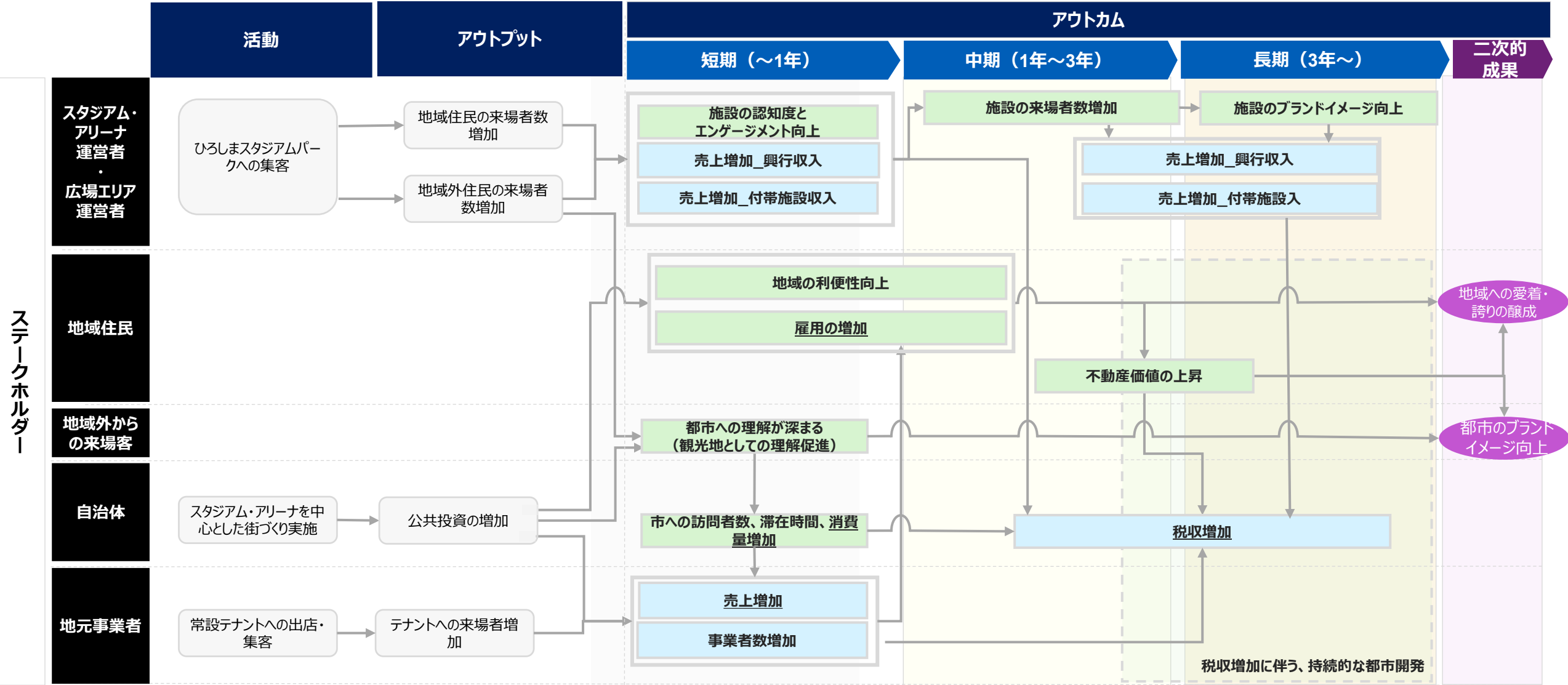
Appendix.

Appendix 1.

各社会価値テーマのロジックモデル

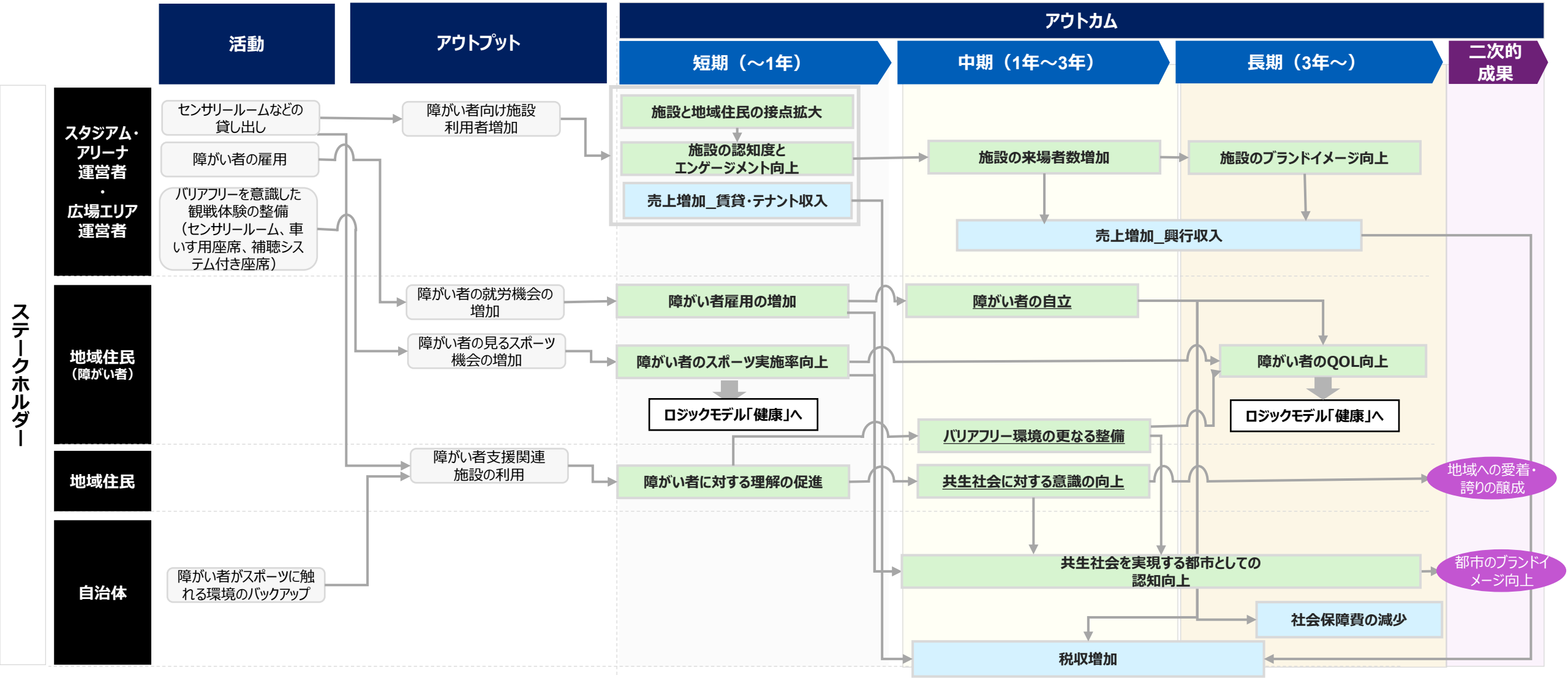
ロジックモデル_地域経済活性化

主要成果：・自治体の税収（住民税・固定資産税等）が上昇すること
・周辺地域における事業者の売り上げが上昇し、雇用が促進されること



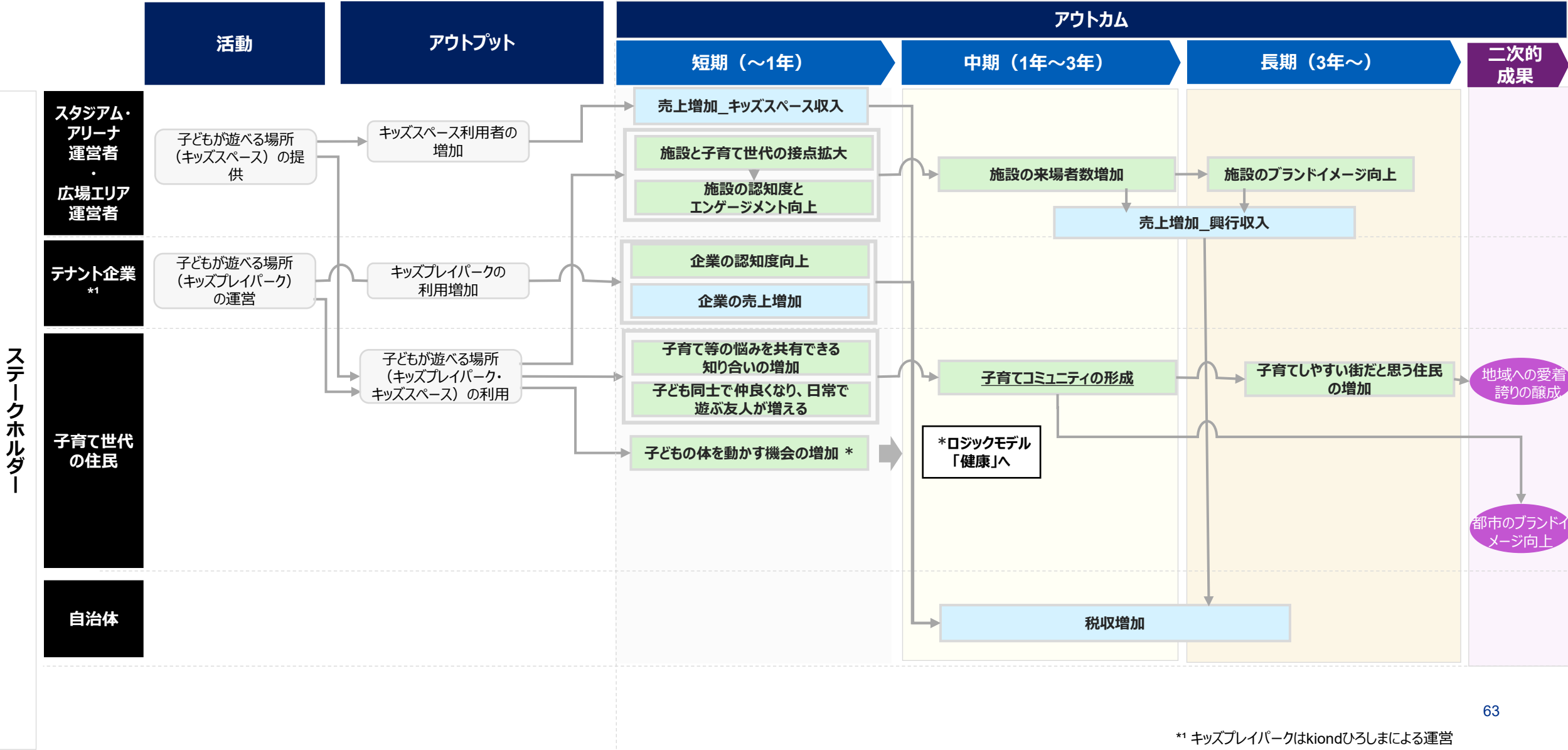
ロジックモデル_共生社会の実現

主要成果：・他住民の共生社会に対する意識が向上することで、環境面でのバリアフリーも促進されること
・障がい者が自立をすること



ロジックモデル_育児水準の向上

主要成果：・子育ての悩みを共有できる知り合いや子ども同士で友人が増えること（子育てコミュニティ形成）

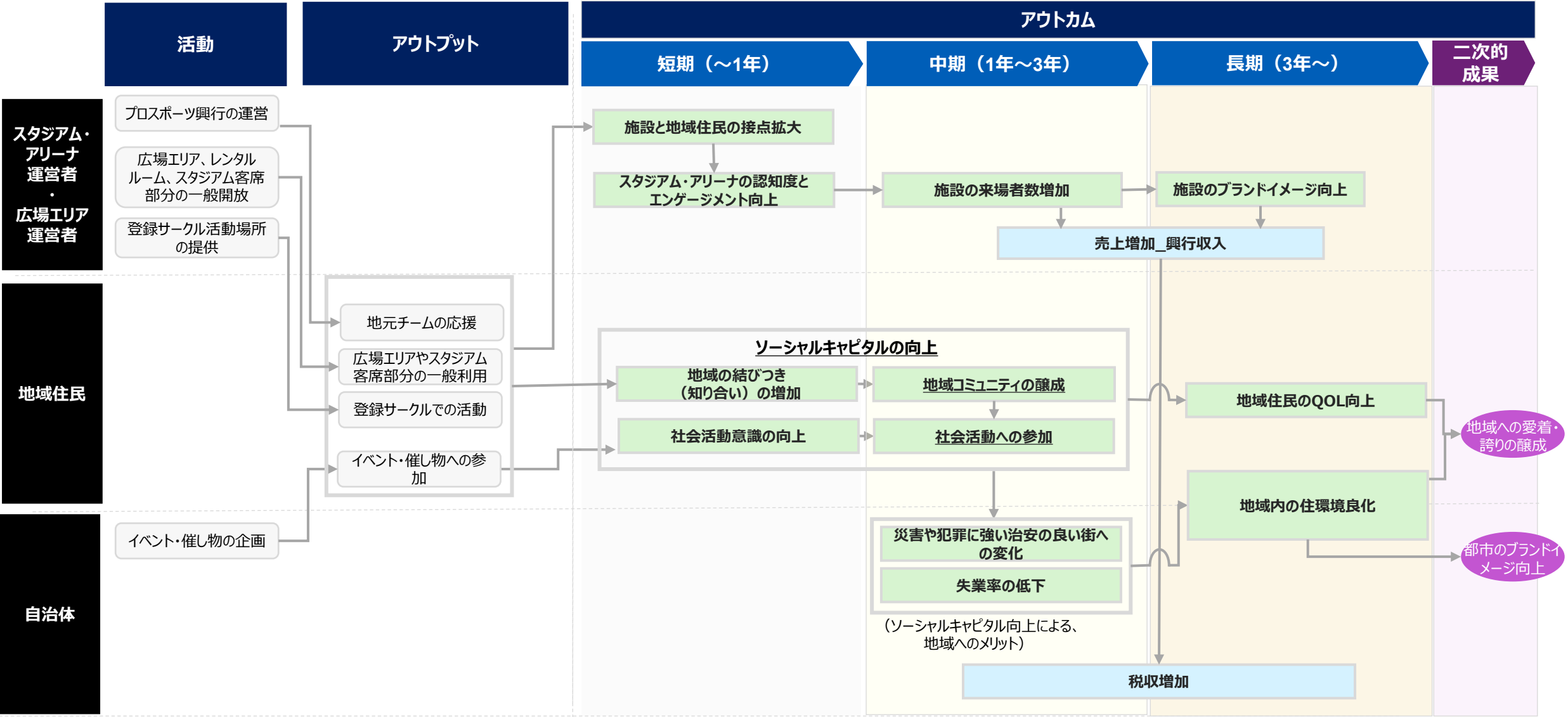


*1 キッズプレイパークはkiondひろしまによる運営

ロジックモデル_地域コミュニティの強化

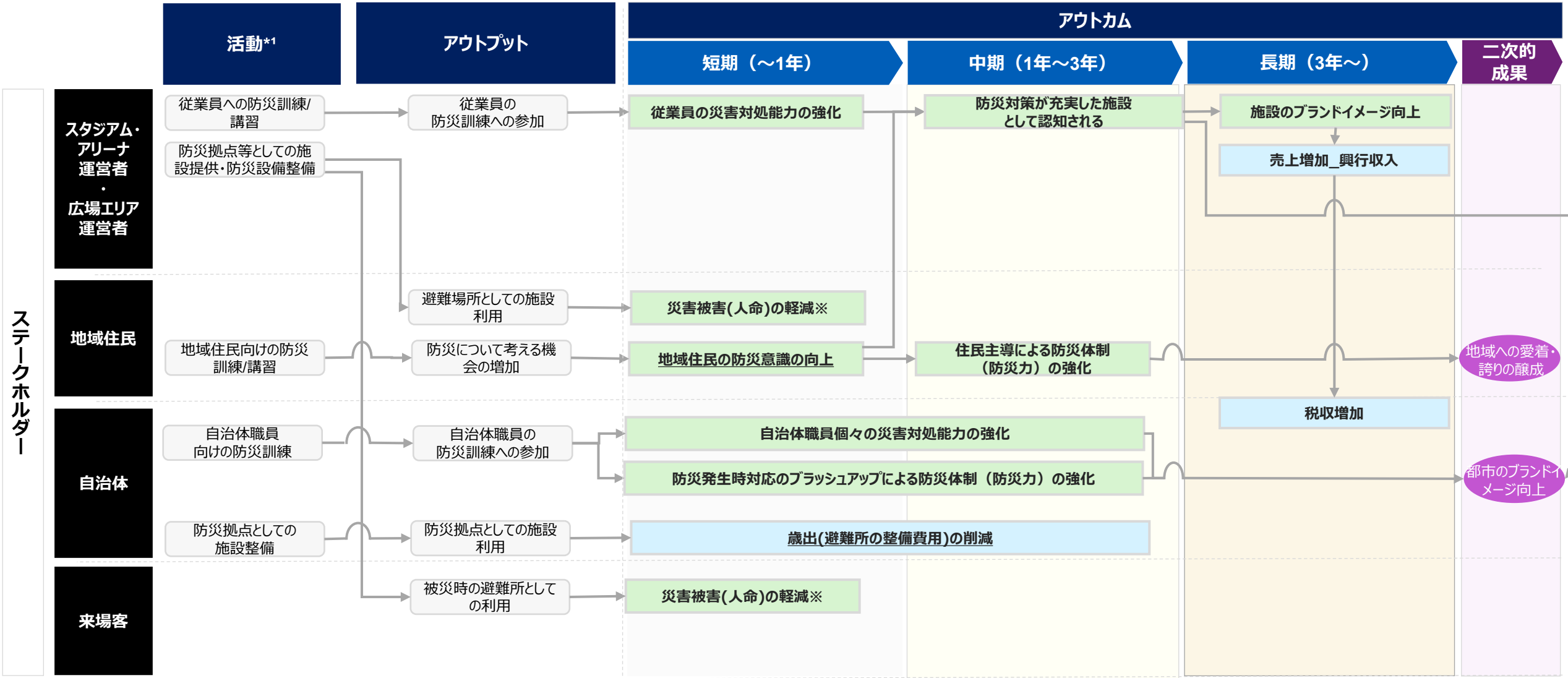
主要成果：・世代や国を超えて地域コミュニティが醸成されることで地域への意識が高まったり、地域活動への参加者が増えること

ステークホルダー



ロジックモデル_防災体制の強化

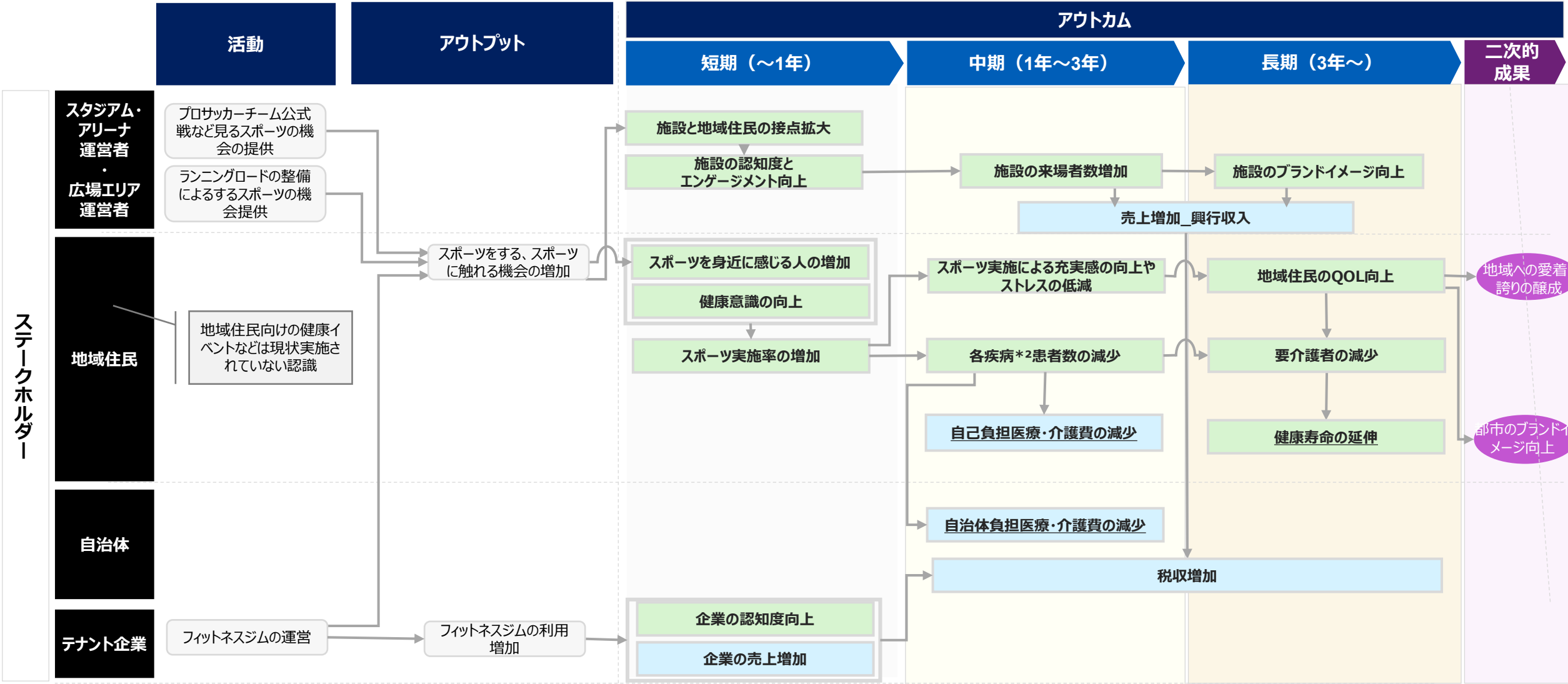
主要成果：・防災拠点としての利用により、自治体の歳出が抑制されること
・地域住民の防災意識が向上し、防災につながる行動を起こしていること



*1 現在ではできていないものの、来場客向けの防災意識を高めるイベントは今後段階的に実施していく想定

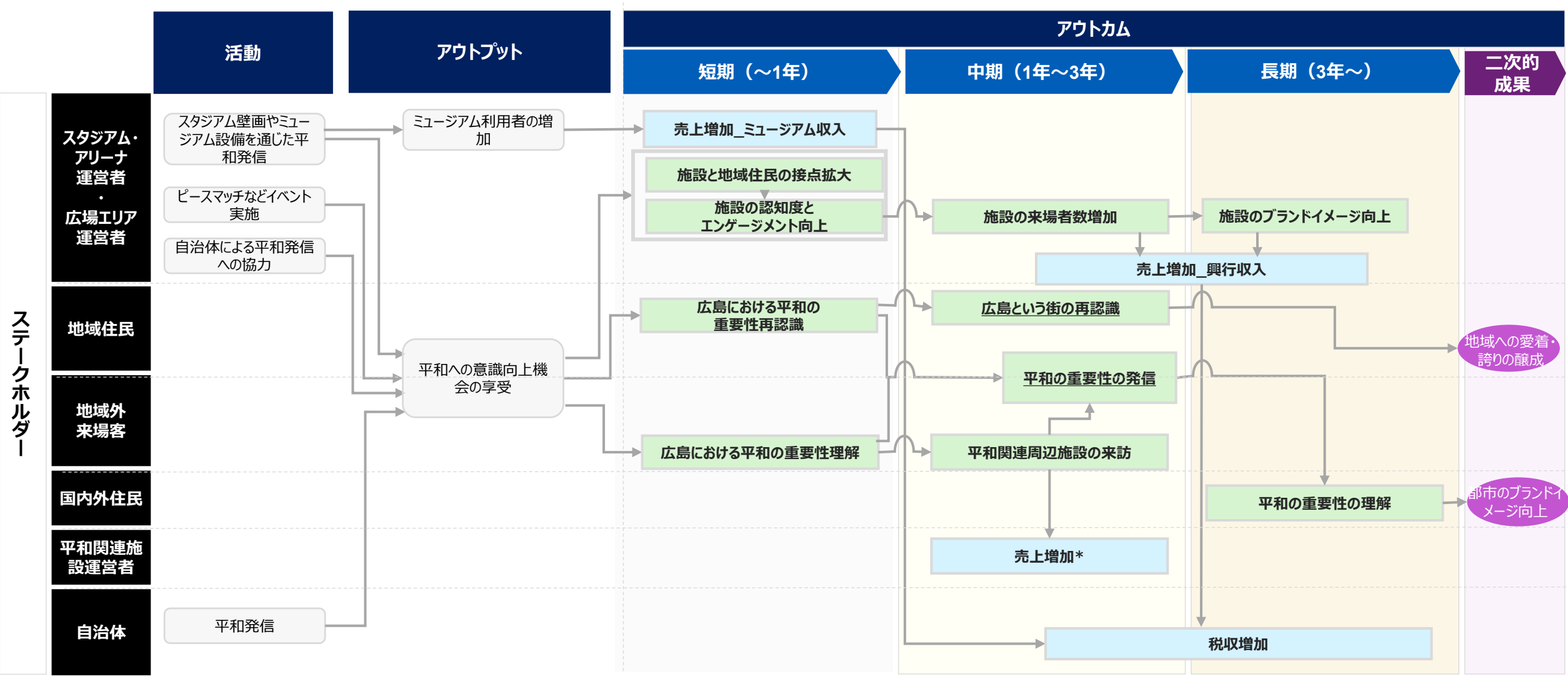
ロジックモデル_健康促進

主要成果：・地域住民の健康寿命が延伸すること
・自治体や個人が負担する医療費や介護費が削減されること



ロジックモデル_平和発信

主要成果：・平和への意識を高めるとともに、広島というまちの歴史を知ること、広島への愛着を高める
・広島における活動を知ることにより、平和の重要性を改めて国内外に周知すること



*基本的に公益財団法人による、公益目的事業としての事業であるため、法人税などは免除されている認識

Appendix 2.

実証において実施したアンケート設問

アンケート設問一覧（1/6）

カテゴリ	質問内容	回答形式	選択肢	サンフレッ チェ広島	広場 エリア	地域 住民
来場者 属性	当てはまる年代をお答えください。	単一回答	■ 10代、■ 20代、■ 30代、■ 40代、■ 50代、■ 60代、■ 70代以上	☐	☐	☐
	当てはまる性別をお答えください。	単一回答	■ 男、■ 女、■ その他、■ 答えたくない	☐	☐	☐
	お住まいの地域をご回答ください。	単一回答	■ 広島市内、■ 広島市内その他市町村、■ 広島県外	☐	☐	
	現在お住まいの広島市内の地区についてご回答ください。	単一回答	■ 中区、■ 西区、■ 南区、■ 東区、■ 安佐南区、■ 安佐北区、■ 安芸区、 ■ 佐伯区、■ 上記以外			☐
	広島市外にお住まいの方は可能であれば、お住まいの都道府県、及び市区町村をご回答ください。	自由回答	—	☐	☐	
施設への 来場状 況	普段どなたと来場することが多いですか。	単一回答	■ 一人、■ 友人・知人・恋人、■ 子ども、■ 子ども以外の家族（配偶者・ 親など）	☐	☐	☐
	これまでどれくらいの頻度でエディオンピースウイング広島、及びひろしまスタ ジアムパークに来場していますか。	単一回答	■ ほぼ毎日、■ 週に2~3回程度、■ 週に1回程度、■ 月に2~3回程度、■ 月に1回程度、■ これまでに1~3回程度、■ 来場経験なし	☐	☐	☐
	これまでどれくらいの頻度でエディオンピースウイング広島に来場したかご回 答ください。	単一回答	■ ほぼ毎日、■ 週に2~3回程度、■ 週に1回程度、■ 月に2~3回程度、■ 月に1回程度、■ これまでに1~3回程度、■ 来場経験なし			☐
	これまでどれくらいの頻度でエディオンピースウイング以外の広場エリアに来 場したかご回答ください。	単一回答	■ ほぼ毎日、■ 週に2~3回程度、■ 週に1回程度、■ 月に2~3回程度、■ 月に1回程度、■ これまでに1~3回程度、■ 来場経験なし		☐	
	エディオンピースウイング広島、及びスタジアムパークに来場する目的につい てご回答ください。	複数回答	■ サンフレッチェ広島公式戦の観戦、■ その他エディオンピースウイング広島で のイベントへの参加、■ 広場エリアで実施されるイベントへの参加、■ 広場エリ ア内のテナントへの来場、■ 広場エリアで遊具などを利用した遊び、■ 目的は なく、新たな施設として興味が沸いたため、■ その他		☐	☐
	エディオンピースウイング広島、及びひろしまスタジアムパークに来場された時 間帯を教えてください。	複数回答	■ 非試合日の平日午前、■ 非試合日の平日ランチタイム、■ 非試合日の 平日午後から夕方、■ 非試合日の平日夜、■ 非試合日の土日祝午前、 ■ 非試合日の土日祝ランチタイム、■ 非試合日の土日祝午後から夕方、■ 非試合日の土日祝夜、■ 試合日、■ イベント開催日		☐	☐
	エディオンピースウイング、及びひろしまスタジアムパークに来場された際の最 も多い、滞在時間を教えてください。	単一回答	■ 15分未満、■ 15分~30分未満、■ 30分~1時間未満、■ 1時間~2 時間未満、■ 2時間以上		☐	☐

アンケート設問一覧（2/6）

カテゴリ	質問内容	回答形式	選択肢	サンフレッチェ広島	広場エリア	地域住民
施設への来場状況	エディオンピースウイング、及びひろしまスタジアムパークに来場される際の消費意欲（使いたい・使ってもいいと思う金額）について教えてください。（金額は一人あたり）	単一回答	■ 0円（できるだけお金を使わずに時間を過ごしたい。） ■ 1～1,000円未満（軽食やおやつ、軽い娯楽程度はお店で購入したい・してもよいなど） ■ 1,000～3,000円未満（広場内で食事をしたい・してもよいなど） ■ 3,000円以上		○	○
整備による健康への効果	エディオンピースウイング広島、及びひろしまスタジアムパークが整備されたことで、サンフレッチェ広島の試合を含む、スポーツの現地観戦回数にどのような影響を与えたと考えますか。	単一回答	■ 整備されたことで現地観戦の回数が大きく増えた ■ 整備されたことで現地観戦の回数が少し増えた ■ 整備されたことで現地観戦の回数は変わらなかった ■ 整備されたことで現地観戦の回数は減った	○		○
	エディオンピースウイング広島、及びひろしまスタジアムパークが整備されたことで、サンフレッチェ広島の試合を含む、スポーツをテレビやインターネットを通じて観戦する回数にどのような影響を与えたと考えますか。	単一回答	■ 整備されたことでオンライン観戦の回数が大きく増えた ■ 整備されたことでオンライン観戦の回数が少し増えた ■ 整備されたことでオンライン観戦の回数は変わらなかった ■ 整備されたことでオンライン観戦の回数は減った	○		○
	エディオンピースウイング広島、及びひろしまスタジアムパークが整備されたことで、スポーツを「支える」ことに対して、どのような影響を与えたと考えますか。	単一回答	■ 整備されたことで運動・スポーツを支える時間が大きく増えた ■ 整備されたことで運動・スポーツを支える時間が少し増えた ■ 整備されたことで運動・スポーツを支える時間は変わらなかった ■ 整備されたことで運動・スポーツを支える時間は減った	○		
	現在、あなたは、どれくらいの頻度で運動・スポーツを実施していますか。	単一回答	■ ほぼ毎日、■ 週に2～3回程度、■ 週に1回程度、■ 月に2～3回程度、■ 月に1回程度、■ これまでに1～3回程度、■ 来場経験なし	○	○	○
	エディオンピースウイング広島でのサッカー観戦体験が運動習慣にどのような影響を与えていますか。	単一回答	■ 観戦を契機に新たに運動を始めた ■ 観戦を契機に運動の質・量にとっても良い影響を与えた ■ 観戦を契機に運動の質・量にやや良い影響を与えた ■ 観戦は運動の質・量に影響を与えていない	○		
	ひろしまスタジアムパーク広場エリア部分が整備されたことによって、運動習慣にどのような影響を与えましたか。（ジム利用や公園広場における子供との運動時間といった影響が想定される）	単一回答	■ 広場エリア部分の整備によって新たに運動を始めた ■ 広場エリア部分の整備は運動の質・量にとっても良い影響を与えた ■ 広場エリア部分の整備は運動の質・量にやや良い影響を与えた ■ 広場エリア部分の整備は運動習慣にあまり良い影響を与えていない ■ 広場エリア部分に来場したことがない		○	

アンケート設問一覧（3/6）

カテゴリ	質問内容	回答形式	選択肢	サンフレッチェ広島	広場エリア	地域住民
整備による共生社会への効果	エディオンピースウイング広島内には、センサリールーム（聴覚などの感覚に過敏である子供たち向けに、明るすぎない照度と、大きな音や声などの大音量を遮る遮音が施され、人混みや周囲の視線を避けた安心できる部屋）が存在していることを知っていますか。	単一回答	■ 知っている、■ 知らなかった	○		
	センサリールームの存在を認識したきっかけについて教えてください。	単一回答	■ インターネット（Webサイト、SNS）、■ チラシ・パンフレットなどの配布物、■ メールマガジン、■ 知人・友人・家族、■ スタジアム来場時（スタジアムツアー含む）に直接確認	○		
	エディオンピースウイング広島内には、車いす対応コンセントや集団補聴システムといったセンサリールーム以外にもバリアフリーに対応した観戦環境が存在していることを知っていますか。	単一回答	■ 知っている、■ 知らなかった	○		
	バリアフリーに対応した観戦環境の存在を認識したきっかけについて教えてください。	単一回答	■ インターネット（Webサイト、SNS）、■ チラシ・パンフレットなどの配布物、■ メールマガジン、■ 知人・友人・家族、■ スタジアム来場時（スタジアムツアー含む）に直接確認	○		
	あなたは、バリアフリー設備の導入などが施策の一つである、障害有無や年齢・性別・国籍の違いなどに関わらず、誰もが社会の一員としてお互いを尊重し、支え合って暮らすことを目指す「共生社会」という考え方を知っていますか。	単一回答	■ 知っている、■ 言葉だけは聞いたことがある、■ 知らなかった	○		○
	あなたは、「障害のある人が身近で普通に生活しているのが当たり前だ」という共生社会の考え方について、どう思いますか。	単一回答	■ 当たり前だと思う、■ どちらかといえば当たり前だと思う、■ どちらかといえば当たり前だと思わない、■ 当たり前だと思わない	○		○
整備による子育てへの効果	現在あなたは子育てに関与されていますか。	単一回答	■ はい、■ いいえ		○	
	エディオンピースウイング広島、ひろしまスタジアムパークができたことによる育児環境は向上したと思いますか、5段階でお答えください。	単一回答	■ 大きく向上した、■ 少し向上した、■ 変わらない、■ 少し低下した、■ 大きく低下した		○	
	エディオンピースウイング広島内に、試合開催時に利用できる、キッズスペースが存在していることを知っていますか。	単一回答	■ 利用したことがある、■ 設備は認識しているが、利用したことはない、■ 設備は認識していない		○	
	ひろしまスタジアムパークの広場エリア内に木育を体験できるキッズプレイパークが存在していることを知っていますか。	単一回答	■ 利用したことがある、■ 設備は認識しているが、利用したことはない、■ 設備は認識していない		○	

アンケート設問一覧（4/6）

カテゴリ	質問内容	回答形式	選択肢	サンフレッチェ広島	広場エリア	地域住民
整備による防災への効果	地震や風水害といった自然災害に対応するために、指定避難場所の確認や防災グッズの用意等、自分でできることを実施できていますか。	単一回答	■ 防災グッズの用意などをした上で、災害発生時における行動を想定できている、■ 防災グッズの用意などはしているが、災害発生時についてはイメージできていない、■ 防災グッズの用意など自分でできる災害対策はできていない		○	○
	防災訓練への参加など、防災に強い地域づくりのための取り組みに参加できていますか。	単一回答	■ 防災に強い地域づくりのために活動できている、■ 防災に強い地域づくりのために活動できていない		○	○
	災害時にかまどとしても利用できる「かまどベンチ」やマンホールの上に仮設トイレを設置することで通常の水洗トイレに近い環境で利用できる「マンホールトイレ」があるなどひろしまスタジアムパークが防災公園としての機能を持っていることを知っていますか。	単一回答	■ 知っている、■ 知らなかった		○	
整備による平和発信への効果	エディオンピースウイング広島では、スタジアムの壁画やミュージアムを通した平和教育を推進していますが、来場前と比較すると、来場後において、広島における平和に対する考え・理解は深まりましたか。	単一回答	■ 平和について深まった、■ 平和について多少意識するようになった、■ 平和についての理解・考えに変化はなかった	○		

アンケート設問一覧（5/6）

カテゴリ	質問内容	回答形式	選択肢	サンフレッチェ広島	広場エリア	地域住民
整備によるソーシャルキャピタルへの効果	一般的に人は信頼できると思いますか。	単一回答	■①ほとんどの人は信頼できる、■②①と③の間、■③注意することによ越したことはない、■④分からない	○	○	○
	ご近所の方との程度付き合いをしていますか。	単一回答	■互いに相談したり、日用品を貸し借りするなど生活面で協力し合っている人もいる、■日常的に立ち話をする程度の付き合いはしている、■あいさつ程度の最小限の付き合いしかしていない、■付き合いは全くしていない	○	○	○
	友人・知人との程度学校や職場以外で関わりがありますか。	単一回答	■日常的にある（毎週から週に数回程度）、■ある程度頻繁にある（週に1回～月に数回程度）、■ときどきある（月に1回～年に数回程度）、■めったにない（年に1回～数年の1回程度）、■全くない	○	○	○
	地縁的な活動（自治会・町内会など）をどの程度実施していますか。	単一回答	■週に4日以上、■週に2～3日、■週に1日、■月に2～3日、月に1日、■年に数回、■活動していない	○	○	○
	ボランティア・NPO・団体活動をどの程度実施していますか。	単一回答	■週に4日以上、■週に2～3日、■週に1日、■月に2～3日、月に1日、■年に数回、■活動していない	○	○	○
	新たに整備されたひろしまスタジアムパークの存在は地域コミュニティに関する上記質問への回答に対して好影響を与えていますか。	単一回答	1点：まったく影響を与えていない～10点：非常に好影響を与えている	○	○	○
	ひろしまスタジアムパークは「仲間と楽しむ、わたしの居場所」をテーマに広場エリアで活動するサークル（例：チェアリング部）を募集し、各サークルによる活動が実施されていますが、サークル活動があることを知っていますか。	単一回答	■サークル活動に参加したことがある、■サークル活動に参加したことはないが、認識はしている、■サークル活動自体認識していない		○	
整備による地域への愛着・誇りへの効果	あなたは広島県または広島市に愛着を持っているといえますか。	単一回答	1点：まったく当てはまらない～10点：非常に当てはまる	○	○	
	あなたは広島県または広島市に誇りを持っているといえますか。	単一回答	1点：まったく当てはまらない～10点：非常に当てはまる	○	○	○
	あなたは広島県または広島市に今後も住み続けたいといえますか。	単一回答	1点：まったく当てはまらない～10点：非常に当てはまる	○	○	○
	あなたは広島県または広島市という街を人にも勧めたいですか。	単一回答	1点：まったく当てはまらない～10点：非常に当てはまる	○	○	○
	新たに整備されたひろしまスタジアムパークの存在は上記、地域の愛着・誇りに関する感情に対して好影響を与えていますか。	単一回答	1点：まったく影響を与えていない～10点：非常に好影響を与えている	○	○	○
	エディオンピースウイング広島、及びひろしまスタジアムパークが地域への愛着・誇りに好影響を与えている理由として、以下のうち、どのようなものが当てはまるか最大2つまでご回答ください。	複数回答	■エディオンピースウイング広島でサンフレッチェ広島の公式戦を実施しているため、■まちなかに存在する施設であり、周辺地域への経済効果があると考えするため、■平和のまちを象徴する施設であるため、■公園・飲食施設と一体的に整備され、日々利用できる開かれた施設であるため、■その他			○

アンケート設問一覧（6/6）

カテゴリ	質問内容	回答形式	選択肢	サンフレッチェ広島	広場エリア	地域住民
整備に関する全体的な満足度	各分野における広島市の現状に対する満足度についてご回答ください。 （以下観点についてそれぞれ質問を実施） ■ 地域への愛着・誇り ■ 治安水準 ■ 公害の状況（騒音・光害・ゴミなど） ■ 景観 ■ 市内来訪者のマナー水準 ■ 教育・育児環境 ■ 防災機能の充実度 ■ 産業・企業の充実度 ■ 医療・福祉環境 ■ 雇用機会の充実度 ■ 道路の整備・渋滞状況 ■ 交通機関の混雑度 ■ 交通機関の充実度 ■ 観光資源の充実度 ■ 商業・娯楽施設の充実度	単一回答	■ 非常に満足、■ 満足、■ どちらでもない、■ 不満、■ 非常に不満、■ わからない			○
	エディオンピースウイング広島、及びひろしまスタジアムパークが整備されたことによる、各分野における広島市の変化についてご回答ください。 （観点については上記質問と同様）	単一回答	■ 非常に良くなった、■ 良くなった、■ 変わらない、■ 悪くなった、■ 非常に悪くなった、■ わからない			○
	エディオンピースウイング広島、及びひろしまスタジアムパークの存在によって生じるネガティブな影響もあると認識していますが、今後、当該施設が皆様にとってより愛される施設にするためにも、どのような改善（機能や催しなど）を期待しますか。	自由回答	－			○
	エディオンピースウイング広島、及びひろしまスタジアムパークが建設され、スポーツ観戦機会の増加・充実や憩いの時間が生まれたことで、生活の充実感が増し、幸福度が増したのではないかと考えています。そのような幸福感を得られるということを知ったうえで、もしあなたが建設前の状況に置かれたとして、建設のために寄付を募っているとした場合、いくらまでなら支払ってもよいと思いますか。	単一回答	■ ～1,000円、■ 1,001円～3,000円、■ 3,001円～5,000円、■ 5,001円～10,000円、■ 10,001円～30,000円、■ 30,001円～50,000円、■ 50,000円以上			○
	前問の回答に対する自信を1点から10点でお答えください。	単一回答	1点 回答に自信が全くない～10点 回答に非常に自信がある			○

Appendix 3.

他施設との価値比較結果

スタジアム・アリーナ以外の施設の比較方針

- 本事例を基に、仮にスタジアムを建設するのではなく、民間事業者に土地を賃貸して住宅（マンション）を建設した場合を考えると*、経済波及効果に繋がる直接効果はスタジアムの方が優位であり、税収効果は住宅建設の方が優位となった。
- 社会価値はスタジアム建設の方が多様な価値を創出すると考えられるが、社会価値の重要度は各地域が置かれている状況や建設されるエリアにおける課題、コンテンツホルダーの状況などを多面的に検討する必要があるため、一概に優劣はつけることはできない。

比較方針の概要		比較の結果	
		スタジアム建設のケース	住宅建設のケース
目的	- 各自治体が新規にスタジアム・アリーナを建設する際に、スタジアム・アリーナ以外の施設を建築した場合と比較したいとのニーズがしばしば見受けられる。 - そのため、スタジアム・アリーナ以外の施設がもたらす価値について具体的に検討を行う。		
検討内容	- スタジアム・アリーナのような大規模施設の代替となる施設として、①ショッピングモール、②オフィス、③住宅、④コンサートホール、⑤エンターテインメント施設などが考えられる。 - ひろしまスタジアムパークの特性を鑑みながら、代替施設を検討し、それぞれがもたらす財務価値と社会価値について検討を行い、それぞれのスタジアム・アリーナと選択した具体的な施設がもたらす価値の傾向について検討を行う。		
代替施設と検討手法	- スタジアムの代替施設として、広島市中区というまちなかにある場所であること等から、自治体の土地を民間企業に賃貸して不動産収入を得ることを想定する。 - 検討手法として、経済波及効果の基となる直接効果、自治体が享受する税収効果、一般市民が享受する社会価値の3点より検討を行う。		
運営時の直接効果		中国財務局資料によると、新スタジアムによる来場者数増加により、年238.2億円の直接効果の創出を見込む。	- 土地の広さや建ぺい率等の基礎データから、約1,000戸（世帯）が開発と仮定。 1世帯当たりの年間消費額を約4百万円程度と想定すると、スタジアム建設の方が優位。
税収効果		開業後20年間で73.3億円（1年約3.7億円）の効果がある。	- 周辺地価や借地料相場等を鑑み、賃貸料を5～10億円/年と推定。 - また、域外からの移住者数により、更なる税収効果を考慮すると住宅建設の方が優位。
社会価値		本実証結果のとおり、ソーシャルキャピタルやまちへの愛着や誇りの源泉となるなど、多様な社会価値を創出する。	- 人口増加により労働力確保やイノベーション創出の可能性。 - まちへの愛着や誇りには繋がらず、また、当エリアの歴史的背景から一定の反対者の可能性。

Appendix 4. 作業実施体制

(参考) 実証作業実施体制

- 実証作業を行うにあたり、運営企業及び実証推進主体が綿密に連携を行った上で、適宜、外部への依頼が必要な作業が発生した場合、協力企業と連携し本実証事業を推進した。

