スポーツ庁　経済産業省

持続可能なまちづくりの基盤となる スポーツコンプレックス 表彰要綱について

令和８年９月

スポーツ庁・経済産業省

「スタジアム・アリーナ改革」から「スポーツコンプレックスの推進」へ

スタジアム・アリーナ改革

- スタジアム・アリーナ改革は、スポーツの成長産業化の大きな柱
- これまでの、コストセンターであったスポーツをするための施設ではなく、観るスポーツのためのスタジアム・アリーナの整備を進めることにより、定期的に数千人、数万人の人々を集客する、プロフィットセンターへの変革を進め、地域活性化・街づくりの起爆剤となる施設とすることを目指したもの
- 「多様な世代の交流拠点としてしてのスタジアム・アリーナ選定要綱」を策定し、令和2年度から令和7年度にかけて、**21拠点を選定**

<スタジアム・アリーナ改革のイメージ>

従来		目指す姿
単機能型	→	**多機能型**
行政主導	→	**民間活力導入**
郊外立地	→	**街なか立地**
低収益性	→	**収益性改善**



「スマート・ベニュー® 」
（株）日本政策投資銀行

「スポーツコンプレックス推進」への発展

スタジアム・アリーナを施設単体で整備・運営するのではなく、他の施設やインフラ等とあわせて、これまで以上に周辺エリア全体のマネジメントに焦点を当てることを目的に、新たな概念として「スポーツコンプレックス」を提示

- 「スポーツコンプレックス」とは、その地域ならではのまちづくりにおいて、核となるスポーツ施設の価値を最大化することを目的に、当該施設の有する集客力、交流創出力または日常利用機能を活用しつつ、周辺のインフラや施設等と面的に連携して形成される一体的なエリア
- スタジアム・アリーナをスポーツの潜在力を最大限発揮する舞台としながら、スポーツに閉じない多様な人々・企業等の交流機会を創り出し、年間を通じて多くの人々が集うまちなかでの賑わいの核とすることで、地域経済の活性化や都市のコンパクト化、地域への愛着・コミュニティ意識等の醸成、その他の地域・社会が直面する課題解決につなげていく。

<スポーツコンプレックスのイメージ>



スポーツコンプレックス表彰の概要

表彰の目的

スポーツコンプレックスの表彰は、国内におけるその概念の理解を促進するとともに、まちづくりの一つの選択肢として広く検討されることを目的として、参考となるスポーツコンプレックスを表彰するため、スポーツ庁及び経済産業省が実施する

表彰の候補

表彰の候補となる案件は、以下とする。

- **申請者により応募のあったスポーツコンプレックス（以下、「公募案件」という）**
- **公開情報その他の資料に基づきスポーツ庁及び経済産業省が把握した案件のうち、一定の基準により調査の対象として適当と認められたスポーツコンプレックス（以下、「推薦案件」という）**

上記の表彰候補になることができるのは、以下の二つの条件をいずれも満たすスポーツコンプレックスとする。

- ✓ スタジアム・アリーナ改革指針が公表された平成28（2016）年11月以降に、新設、建替又は大規模改修等※されたスタジアム・アリーナ等を中核とするスポーツコンプレックス
- ✓ 中核施設の新設、建替又は大規模改修等後、おおむね2年以上が経過し、一定の運営実績を有するスポーツコンプレックス

※ 「大規模改修等」には、中核施設の改修に限らず、当該スポーツコンプレックスを形成する一体的なエリアにおいて、機能又は付加価値の向上に資する改修、施設・設備の導入等を実施した場合を含む

表彰対象の決定方法

- 表彰対象の決定にあたっては、本事業実施主体であるスポーツ庁及び経済産業省が、外部有識者からなる審査委員会を設置する
- 当該委員会における審査結果に基づき、スポーツ庁及び経済産業省が決定する

スポーツコンプレックス表彰の流れ

公募開始から表彰までの流れ

本事業は、以下の手順で実施する。

① スポーツ庁及び経済産業省は、スポーツコンプレックス表彰要綱及び募集要項をはじめとする公募書類を公表する。

② 公募案件の応募者は、参加表明書等を提出する。推薦案件については、表彰事業事務局より、当該案件に係る者（事業推進主体を想定）に対し、調査への協力を依頼する。当該案件に係る者は、協力に同意した場合において、参加同意書を提出する。

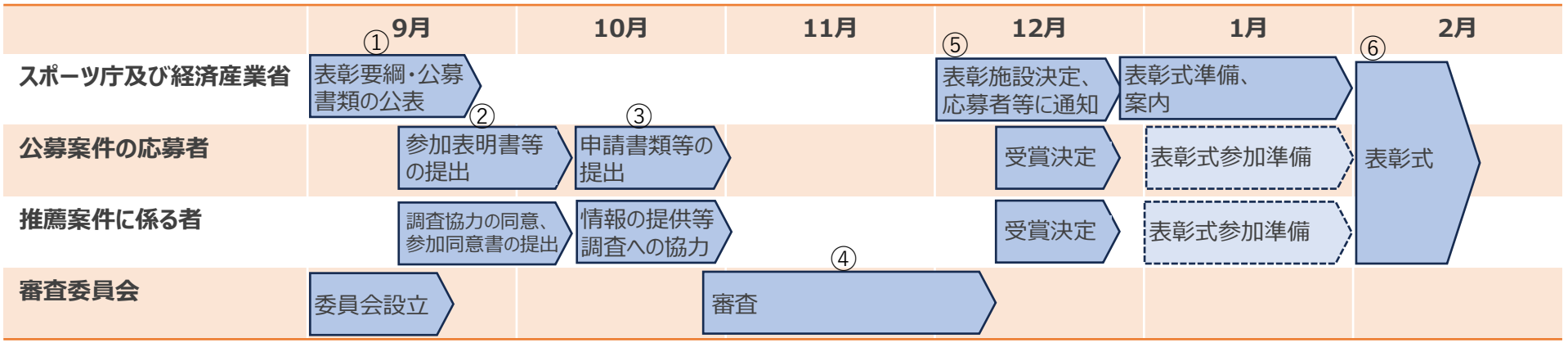
③ 公募案件の応募者は、②に続き、必要な書類（申請書類等）を提出する。推薦案件に係る者は、審査に必要な情報の提供及び資料の作成について表彰事業事務局に協力する。

④ スポーツ庁及び経済産業省は、審査対象となるスポーツコンプレックスについて、提出された審査書類を、審査委員会に共有し、当該委員会において公正に審査する。

⑤ 審査委員会の審査結果に基づき、スポーツ庁及び経済産業省は当該年度の表彰対象を決定する。

⑥ スポーツ庁及び経済産業省は、決定した表彰対象の表彰式を執り行う。

＜全体スケジュール＞



- 上記のスケジュールは初年度（令和8年度）のものであり、令和9年度以降、スケジュールを更新することを予定。

表彰のために評価する内容

評価にあたっては、スポーツコンプレックスに求められる10の要件のそれぞれについて設定した以下の評価項目に基づき、案件の充足状況を確認することとする。

要件	評価項目
①商圏規模を勘案した適切な施設・投資規模であること	• 需要予測・収益予測及び各種リスクといった事項について、適切な考え方や根拠と共に示されている • 収益源の複線化策が講じられている
②アクセス性を確保していること	• 立地条件等に応じ、適切なアクセス手段を確保している 例：（都心部型）公共交通を利用する、複数手段、複数路線による好アクセス （地方拠点型）市街地から遠すぎないこと、及び自家用車のみによらない公共交通手段等の確保
③スポーツ施設を活用したまちづくりビジョンを有していること	• スポーツ施設を中核に位置付けたまちづくり・エリアビジョンが策定され、広く共有されている
④エリアマネジメント等を通じて、まちづくりビジョン実現に必要な組織連携が効率的に行われていること	• エリアマネジメント体制またはそれに類する組織体制が構築されている • 推進体制（実績ある経営人材の登用や、ステークホルダーを巻き込んだ関与の構造）への工夫がある
⑤まちづくりビジョン実現に必要な機能が設計され、施設に付帯・隣接されていること	• ビジョンに整合する必要機能が特定されている • 経済的価値・社会的価値の創出に資する機能が充足している
⑥プロクラブが推進体制に参画する等、スポーツの価値活用に努めていること	• プロクラブをはじめとする中核となるスポーツコンテンツ又はその運営主体その他の関係主体が主体的に関与し、スポーツの価値活用に主導性を発揮している
⑦スポーツ施設の集客・人流促進機能を地域活性化に利活用すること	• 周辺との連続性・回遊性を考慮した動線設計となっている • 来訪者増・人流増とこれを活かした周辺地域連携・活性化の取組がなされている
⑧定期的な効果検証を通じて、エリアの運営改善を行っていること	• 定期的な効果検証を実施している • 検証結果を踏まえ、実際に環境等の改善に反映している
⑨事業の持続性（サステナビリティ）及び将来発展性が認められること	• 高い顧客経験価値を提供するための機能や取組がある • 不動産価値上昇・投資誘発が発現やその他エリア価値向上に資する変化が認められる • 事業の持続、発展に向けた行政による支援や民間資金活用、その他パートナーシップの関係性等がある • 長期事業を見据えた将来対応力を備えている
⑩社会的効果創出のための取組及び効果が認められること	• ハード、ソフトの事業を通じて、社会課題・地域課題解決に貢献している • ハード、ソフトの事業を通じて、多様性を尊重したインクルーシブなスポーツコンプレックスとなっている

評価の方法

4段階評価と総合判断

- 各評価項目について、A～Dの4段階で評価する。
- 審査委員会は、項目別評価に加え、スポーツコンプレックスの種類（次ページ参照）や、施設形態・立地条件・地域特性・事業手法といった個別事情を踏まえ、総合的に最終評価を決定する。

＜評価の基準＞

評価	基準
A	評価項目の記載事項を高い水準で満たしている
B	評価項目の記載事項をおおむね満たしている
C	評価項目の記載事項を十分には満たしていない
D	評価項目の記載事項を満たしていない

（参考）「スポーツコンプレックス」の種類

- **スポーツコンプレックスの種類については、核となる施設の規模や、そのエリアにおける興行利用の自由度によって、「高集客型」と「地域拠点型」に大きく分類できる**
- **特に「地域拠点型」については、施設単体での興行収益に限界があり、周辺エリア全体で経済的価値向上、社会的価値創出を実現する官民連携、公的関与の在り方を検討することが必要**

興行利用の自由度 → 大

核となる施設の規模 ↑ 大

A. 高集客型
（主に大型アリーナ・人工芝スタジアムを核）

- 商圏人口、クラブの集客力が高く、**興行利用における自由度が高い**
- スポーツ/非スポーツ興行を通じた収益の最大化と、興行時集客を活用した経済的・社会的価値のシナジー効果の創出を目指す
- 例）関内駅周辺エリア、長崎スタジアムシティ、HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE


↑画像提供：横浜市


↑画像提供：長崎スタジアムシティ



長崎スタジアムシティのように、大型アリーナや人工芝スタジアムを伴わずとも、多様な興行や高頻度での開催を可能にする施設設計等を行い、興行利用の自由度を高めることも可能

B. 地域拠点型

B-❷. 天然芝スタジアム型
（大型の天然芝スタジアムを核）

- 天然芝の養生が必要なため日常利用が難しく、また主に行われるサッカー・ラグビー等のホーム試合数も限られる
- その中で、プロクラブの集客力や付帯・連携施設を最大限活用して**官民連携**を図ることにより、**スポーツ興行による経済的価値の最大化や、社会的価値の創出**を目指す
- 例）広島市中央公園周辺エリア、亀岡駅周辺エリア


↑画像提供；広島市


↑画像提供；京都府

B-❸. 地域密着型
（その他の天然芝スタジアム・アリーナ等を核）

- 商圏人口が比較的少ない地域に所在する場合、施設の維持管理コストに対して、十分な収益を確保することが難しい
- そのため、**公共の支援投資を通じて、地元住民の日常利用を促進し、社会的価値の創出**を目指す
- 例）アシックス里山スタジアム、開成山エリア


↑画像提供；FC今治


↑画像提供；郡山市

B-❶. 地方アリーナ型
（中型アリーナを核）

- 地方の商圏人口、チームの集客力を踏まえ、適した規模のアリーナを整備
- 主に**地域に根差す民間企業（地場企業、ホームクラブ等）との連携による整備・運営が期待できる**
- 地方における主要な興行施設の1つとして収益の最大化を目指す
- 例）沖縄サントリーアリーナ周辺エリア、長野市南部エリア


↑画像提供；沖縄アリーナ株式会社


↑画像提供；長野市

興行利用の自由度

商圏人口や集客力等が高いと、興行戦略（興行の頻度・種類等）を柔軟に設計して価値創出に
取組むことが可能

【影響する主な要素】

- ✓ 施設の種別
- ✓ 自治体（商圏）規模
- ✓ 本拠地クラブの集客力
- ✓ シナジーを生む事業を敷地内外で実施できる区域か
- ✓ アクセスが良い立地か
- ✓ 興行誘致がしやすい施設等