

## 公民連携プラットフォーム・京都スタジアム（仮称）分科会（第2回）開催概要

場所：京都銀行 金融大学校 桂川キャンパス

日時：平成30年2月28日（水）14:00～17:00（懇親会：17:30～）

第2回テーマ：『京都スタジアムの活用方策～新たなスタジアムを目指して』

### <プログラム>

#### ■開会あいさつ

#### 第1部

##### ■「スタジアム・アリーナ改革」について

スポーツ庁参事官（民間スポーツ担当）付 参事官補佐 悴田康征 氏

##### ■京都スタジアムでの試合興行

株式会社京都パープルサンガ 代表取締役社長 山中大輔 氏

##### ■eスポーツの現状と今後

日本eスポーツ連合 事務局長 笥誠一郎 氏

##### ■国内外のスタジアム活用事例

PwC アドバイザリー合同会社 ディレクター 片山竜

#### 第2部

##### ■パネルディスカッション

「京都スタジアムの活用方策について」

#### パネリスト

スポーツ庁参事官（民間スポーツ担当）付 参事官補佐 悴田康征 氏

株式会社 京都パープルサンガ 代表取締役社長 山中大輔 氏

日本eスポーツ連合 事務局長 笥誠一郎 氏

シスコシステムズ合同会社 シニアマネージャー 赤西治 氏

コーディネーター

PwC アドバイザリー合同会社 ディレクター 片山竜

## <開催結果>

平成 30 年 2 月 28 日に京都銀行 金融大学校 桂川キャンパス（京都府京都市）で、公民連携プラットフォーム・京都スタジアム（仮称）分科会（第 2 回）を開催いたしました。当日は、約 73 企業・団体より 107 名、行政関係者等 31 名の合計 138 名が参加されました。

第 1 部のプレゼンテーションにおいては、はじめに、スポーツ庁の悴田参事官補佐より、スタジアム・アリーナ改革のねらいや概要について、京都スタジアム事業への期待、国として支援すること等について説明いただきました。また、コストセンターからプロフィットセンターへ変革する取り組みについて、国内外の事例を交えながら、ご紹介いただきました。

続いて、京都パープルサンガの山中社長から、「京都スタジアムでの試合興行」と題しまして、京都スタジアムにおいて、いかに魅力的な試合を生み出し集客するかのアイデアをお伝えいただくとともに、ホスピタリティシートでの VIP 対応等も含めたファンのニーズに答える多様なサービス提供のアイデアについて、事例も交えながらご紹介いただきました。

「e スポーツの現状と今後」として、日本 e スポーツ連合寛事務局長より、e スポーツの現状やポテンシャルをご紹介いただくとともに、国内外の大会開催例を交えながら、e スポーツとフィジカルスポーツの融合についてお話しいただきました。

「スタジアム活用事例」として、PwC アドバイザリー合同会社の片山より、多機能・複合型、ユニークな活用、多様な収入源の観点から、世界の先進的なスタジアムの事例紹介を行いました。

第 2 部は「京都スタジアムの活用方策について」をテーマとして、パネルディスカッションをおこないました。

まず、話題提供として、シスコシステムズ合同会社の赤西シニアマネージャーに、京都スタジアムでのスマートスタジアム構想を通じて想定されるサービスや、ICT を活用した、サービスの具体的な活用の方法例等についてご紹介いただきました。

その後、①現在のスタジアム利用のトレンドや動向とその背景、②将来のスタジアム像・使い方、③京都スタジアムに期待するもの等のトピックについてパネルディスカッションを行いました。

(主な意見)

① 現在のスタジアム利用のトレンドや動向とその背景

- 最近のスタジアム利用のトレンドとしては、企業による需要が拡大しているように感じている。例えば、スポンサー企業の技術実証や、VIP 席等を活用した企業のホスピタリティの場として利用することが増えているとの印象である。また、横浜スタジアムで市民がフィールドでキャッチボールができるようになっているなど、市民開放も進んできている。(スポーツ庁：俣田参事官補佐)
- 現状の西京極スタジアムでは VIP 席はほとんどない状況であるが、京都スタジアムでは個室での VIP 席が整備される予定であり、従来とは全く異なるサービスを提供することが可能と考えている。それらのサービスについて、京都サンガのスポンサー企業やお客様のニーズは充分にあると考えている。(京都サンガ：山中社長)
- 日本 e スポーツ連合が開催している闘会議は 2 日間で 7 万人が参加いただけた。また、9 月に開催を予定している東京ゲームショーでは、4 日間で 16 万人の動員を想定している。また、チャンピオンを決めるような大会だけではなく、全員参加型の大会も世界にあり、大規模な会場も必要となる。例えば中国では、4 日間で延べ 15～6 万人が集まる e スポーツの大会も開催されるなど、まちづくりのような規模となっており、中国テンセントは e スポーツシティをつくろうという構想もある。(日本 e スポーツ連合：筧事務局長)
- なお、e スポーツの観戦のための入場料は、大体 2000～3000 円程度であるが、人気が上がってきているため、もう少し高くしてもよいのではという話もある。なお、参加する場合は、別途参加費も徴収している。(日本 e スポーツ連合：筧事務局長)
- スタジアムで開催するイベント演出としては、他のスタジアムの事例で、プロジェクションマッピングとして、演出、映像、VR 等の最新技術を駆使したものがあがるが、ICT 技術を利用して、スタジアムでの演出の制御が容易になってくると考えられる。(シスコシステムズ：赤西シニアマネージャー)
- 国内で面白い取り組みをしているスタジアム事例としては、楽天の球場が考えられる。レフトスタンドに観覧車や子供用のキッズスペースがあり、ファミリー利用を促進する取り組みをしている。また、座席の需要をデータ分析して把握し、人気がない位置のシートについてはボックスシートにすることにより、稼働率を上げる取り組みをしている。(スポーツ庁：俣田参事官補佐)
- 他のスタジアムやチームの事例をみると、意外にも地方のスタジアムのほうが、観客の入りはいい。松本市の人口は 22 万人であるが、松本山雅の試合には約 2 万人が入っている。京都スタジアムは駅前という立地も生かせるため、

亀岡市の人口 9 万人であることを鑑みると、様々な取り組みを行うことにより、9,000 人ぐらいの動員数を確保することも可能と考えている。(京都サンガ：山中社長)

- e スポーツの需要についても、地域性がある。日本国内ではこれまで e スポーツはマイナーではあったが、今では大学生や若い人の間で、PC ゲームの人気が高まっており、十分に需要はあると考える。また、やり方によっては、「e スポーツといえば亀岡」という仕掛けとすることも可能と考えている。(日本 e スポーツ連合：筧事務局長)
- また、日本国内のゲームメーカーが得意とする参加型ゲームによる e スポーツ大会に仕立てることにより、より受け入れられやすいものになると考えられる。ただ、それらのイベントを開催するとなると、通信設備等のハード面での対応も必要になる。主催側としては、それらの設備が整ったところだと開催しやすい。(日本 e スポーツ連合：筧事務局長)
- ハード面の対応としては、予めそのイベント規模を見込んでおけば、wifi 等の通信設備の対応は可能である。(シスコシステムズ：赤西シニアマネージャー)

## ② 将来のスタジアム像・使い方

- 横浜 DeNA ベイスターズはブランディングをうまくしている施設運営であると考えている。4－5年前は暗いイメージであったが、1カ月前に訪問した際は、イメージカラーも変えて、明るいイメージで、日常空間との差別化がなされていた。最近ではスポンサー企業がスポーツを通じて、幅広い顧客と接することにより、自社のブランディングを行うことに積極的な企業の方が増えているように感じている。(スポーツ庁：梶田参事官補佐)
- ここ数年、京都サンガではスタジアムグルメを充実させる取り組みにより、スタジアムでの客単価が約 2 倍になっており、今後も一層の充実を図っていききたい。以前はコンビニなどで買って来たものを持ち込んでいた観客が多かったが、屋台などを充実させることにより、試合前に早く来るようになっており、スタジアムでの滞在時間も伸びている。1000 円のハンバーガが売り切れになるような人気である。(京都サンガ：山中社長)
- 京都スタジアムでも、試合が終わった後にも、すぐ帰るのではなく、試合の余韻に浸りながら一杯飲んで帰ることができるような飲食店があれば、滞在時間はますます伸びるのではないかと考える。(京都サンガ：山中社長)

## ③ 京都スタジアムに期待するもの

- 京都スタジアムも芝の管理を誰が実施するのかという点は未定であるが、サンガは現在京都府から実証試験の委託を受け、亀岡に適した芝について調査

しているところであり、芝管理は実施できる。(京都サンガ：山中社長)

- スタジアムでの広告ニーズも高いものとする。企業による広告については、すでに固定の看板のニーズは低く、今後はデジタルサイネージでの自由度が高い広告が主体になる。スタジアムは何千人・何万人の方が目的をもって訪れる場になるため、施設側で多様な手法での広告に対応することにより、ますます広告のニーズが高まるものと考えられる。(シスコシステムズ：赤西シニアマネージャー)
- 他スタジアムで実施されているような、シート単位でのネーミングライツのように、企業ニーズに細やかに対応することにより、全体として稼ぐスタジアムになっていくものと考えられる。(スポーツ庁：悴田参事官補佐)

終了後の参加者へのアンケートにおいては、参加者からは、「京都スタジアムの取り組み、eスポーツの盛り上がり等、参考になった」などの感想をいただきました。また、分科会後には懇親会も開催され、多くの方にご参加いただき、活発な意見交換がなされました。

<会場写真>

