

< 抜 粋 >

京都スタジアム（仮称）を核としたにぎわいと
施設運営について（案）

平成25年12月

京 都 府

2 京都スタジアム(仮称)を核としたにぎわいについて(1)

(1) まちづくりの状況について

京都スタジアム(仮称)の建設が予定されている亀岡市都市計画公園には、隣接して、南側には「亀岡駅北土地区画整理事業」による新市街地が、東側には桂川の河川改修事業で整備される高水敷や堤防を活用した「保津川かわまちづくり計画」の整備予定区域が広がっているという大きな特徴がある。

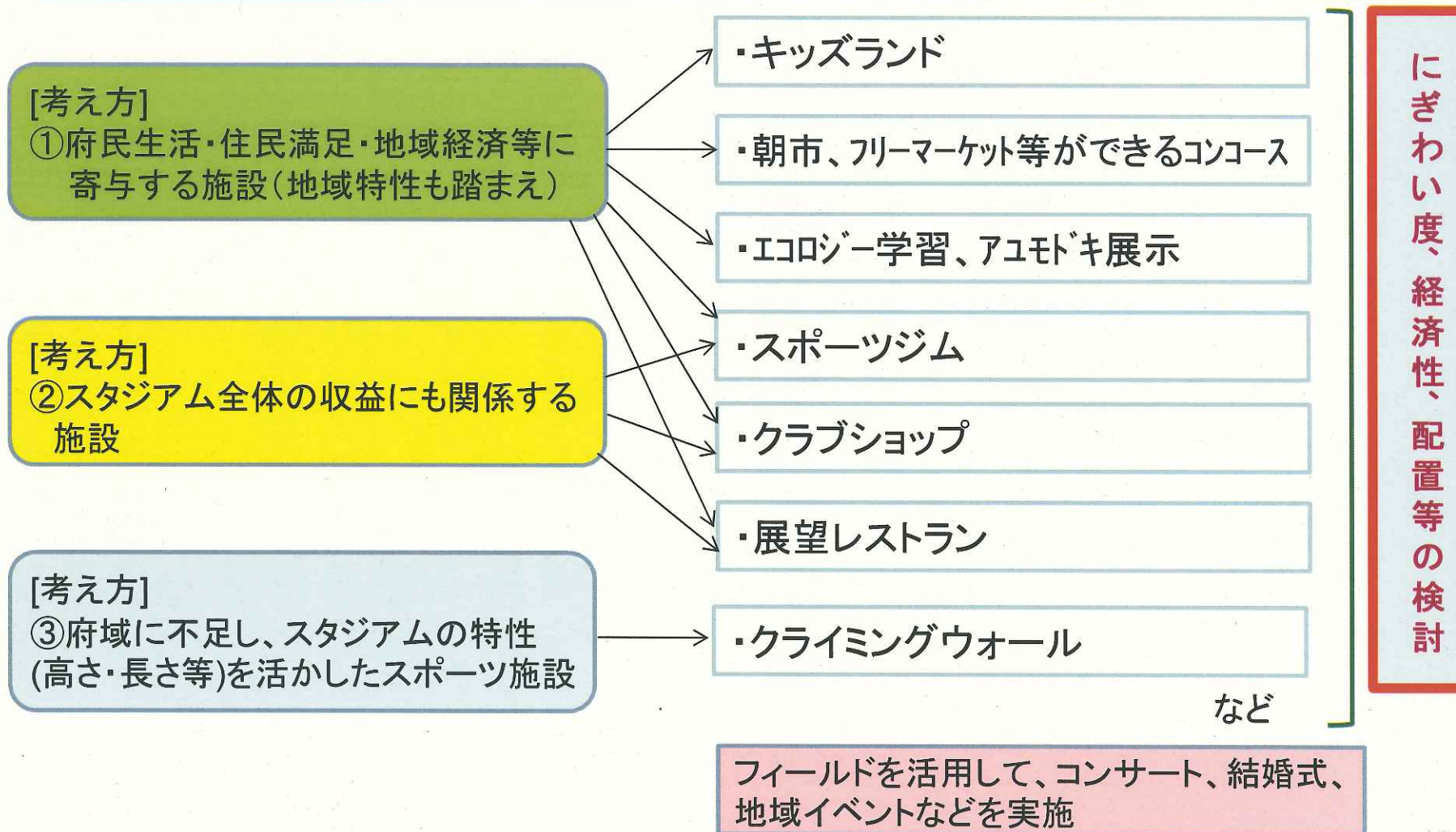


2 京都スタジアム(仮称)を核としたにぎわいについて(3)

(3) 「にぎわい施設」の必要性と収益性のあり方(バランス)について

にぎわい施設の必要性について、以下の3つの考え方に分類。

今後、以下の施設を基本に、スタジアム特有の構造・機能等から導かれる効率的な施設配置や来場者動線を踏まえた上で、いくつかの施設配置パターンを検討することとする。併せて、亀岡駅北土地地区画整理事業の商業ゾーンとの連携も考慮しながら、にぎわい施設の配置や経済性も検討していくこととする。



2 収益が上がるスタジアムとするためには

スタジアムの観客数・利用者数を多くし、収入を多くしていく方策は次のとおり。
これらの方策について、スタジアムの設計段階から、管理運営を考慮して入念に検討していくこととする。

観客数・利用者数を多く

① 使用料収入を多く
(チケット販売歩合料を多く)

[良質な観戦環境]

- ・ゼロタッチ、急傾斜のスタンド → 臨場感
- ・全観客席に屋根 → 快適性
- ・個席+テラス・ボックス席 → ゆったり感
- ・大型映像装置 → 楽しみ倍増
- ・良好な天然芝(日照・通風)

- ・京都サンガFCの好試合
- ・人気の高い試合の誘致

[良好なアクセス性]

- ・公共交通からのアクセスの良さ・柔軟なダイヤ等
- ・駐車場、臨時駐車場、パークアンドライド、直通バス他

② 売店収入を多く
(飲食・グッズ販売歩合料を多く)

- [おいしい・温かい料理] [人気の高いグッズ]
- ・常設ブース、ケータリングカー

③ 広告料収入を多く
(スポンサーを多く)

- [多様な広告設置スペース]
- ・常設看板
- ・仮設看板
- ・LED看板

④ にぎわい施設収入を多く

- [にぎわい施設]
- ・展望レストラン、スポーツジム、エコロジー学習展示など

⑤ 駐車場収入を多く

- [柔軟な駐車場料金設定]
- ・試合の日と他の日で区分、パークアンドライドで活用等

設計段階から管理運営を考慮して入念に検討

4 スタジアムに「京都らしさ」をつくる

スタジアムには、ハード・ソフトの両面にわたり、「京都らしさ」をつくっていく。

京都らしいスタジアム

外観等のデザイン

- ← 京都の歴史・伝統・文化などを感じさせる外観等のデザイン
- ← 府内産木材等を活用した温かみのある内外装等
- ← 京都サンガFCのシンボルカラーであり、京都を象徴する色として使われてきた「京紫」を観客席をはじめ随所に配色 など

「おもてなし」・人に優しい

- ← 障害者や高齢者、女性、子ども連れ、外国の方など、誰もが観戦しやすいユニバーサルデザインに配慮した施設
- ← ワンランク上のホスピタリティを目指した観客席、テラスシートやボックスシート等
- ← 京野菜など地元食材を使ったおいしい料理の提供 など

自然との共生・環境に優しい

- ← 太陽光発電、雨水利用、LED照明、透水性舗装等、エコのシンボルとなる施設
- ← アユモドキ保護の拠点など自然と共生する施設 など