

2025.09
No.84

特集

スタジアム・アリーナと まちづくり



総論

スタジアム・アリーナ整備の動向と効果
舟橋 弘晃

特集テーマ論文

Park-PFIを活用した街なかスタジアムパーク
岡本 篤佳 桑原 誠
海に囲まれたGLION ARENA KOBEの挑戦
～アリーナを軸としたスマートシティモデル～
渋谷 勝
長崎スタジアムシティにかける想い
～長崎に感動と誇りあふれる今を届ける為に～
株式会社ジャパネットホールディングス
クリエイティブ本部 スポーツ・地域創生広報課
第20回アジア競技大会及び第5回アジアパラ競技大会を
契機として名古屋市の目指す姿
～瑞穂公園陸上競技場の改築～
名古屋市総務局アジア・アジアパラ競技大会推進課
スポーツ市民局スポーツ施設課
健康福祉局障害企画課

名古屋発

熱田神宮周辺まちづくりの推進
名古屋市住宅都市局まちづくり企画課

名古屋都市センター事業報告

まちづくりセミナー
先進事例から学ぶ名古屋の水辺創造について
～“Frogs FARM ATMOSPHERE”(淡路島)と“葛西臨海公園”
(江戸川区)の取組紹介～

調査研究

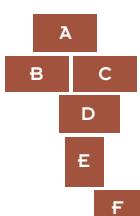
人口減少・超高齢社会におけるまちづくりに関する研究
～名古屋市の交通環境に着目して～
前田 翼

人口減少・超高齢社会におけるまちづくりに関する研究
～名古屋市の居住に着目して～
中野 優



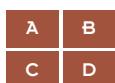
特集 スタジアム・アリーナとまちづくり

2025.09 No. 84



- A. 広島サッカースタジアム等整備事業
公募対象公園施設・特定公園施設
- B. 長崎スタジアムシティ配置図
- C. TOTTEI 烟瞰写真
- D. 瑞穂陸上競技場煙瞰イメージ
- E. 旧旅籠屋 伊勢久
- F. 七里の渡し

表紙



- A. GLION ARENA KOBE
- B. 商業施設と
広島サッカースタジアム・芝生ひろば
- C. 長崎スタジアムシティ煙瞰
- D. 瑞穂陸上競技場外観イメージ



特集

スタジアム・アリーナとまちづくり

総論 スタジアム・アリーナ整備の動向と効果

中京大学 准教授 舟橋 弘晃

5

1 Park-PFIを活用した街なかスタジアムパーク

NTT都市開発株式会社 中国支店 広島プロジェクト推進室

部門長 岡本 篤佳
担当課長 桑原 誠

11

2 海に囲まれた GLION ARENA KOBE の挑戦

～アリーナを軸としたスマートシティモデル～

株式会社 One Bright KOBE

ペニユーマネジメント Division / イベント統括 Division · Division Manager

渋谷 樹

20

3 長崎スタジアムシティにかける想い

～長崎に感動と誇りあふれる今を届ける為に～

株式会社ジャバネットホールディングス

クリエイティブ本部 スポーツ・地域創生広報課

27

4 第20回アジア競技大会及び第5回アジアパラ競技大会を契機として**名古屋市の目指す姿**

～瑞穂公園陸上競技場の改築～

名古屋市総務局アジア・アジアパラ競技大会推進部アジア・アジアパラ競技大会推進課

スポーツ市民局スポーツ推進部スポーツ施設課

健康福祉局障害福祉部障害企画課

32

名古屋発

熱田神宮周辺まちづくりの推進

名古屋市住宅都市局まちづくり企画部まちづくり企画課

41

名古屋都市センター事業報告

まちづくりセミナー

先進事例から学ぶ名古屋の水辺創造について

～“Frogs FARM ATMOSPHERE”（淡路島）と

“葛西臨海公園”（江戸川区）の取組紹介～

51

調査研究（令和6年度 名古屋都市センター研究報告）

人口減少・超高齢社会におけるまちづくりに関する研究

～名古屋市の交通環境に着目して～

名古屋都市センター 調査課 前田 翼

62

人口減少・超高齢社会におけるまちづくりに関する研究

～名古屋市の居住に着目して～

元名古屋都市センター 調査課 中野 優

69

はじめに

多様な世代が集う交流拠点やプロスポーツチームの本拠地として、国内外でスタジアム・アリーナの計画・整備が進められています。

そこで、本号では、スタジアム・アリーナを核としたまちづくりや地域活性化の潮流について特集します。

2025.09
No.84



• アーバン・アドバンス

[特集] スタジアム・アリーナとまちづくり

総論

スタジアム・アリーナ整備の動向と効果

中京大学 准教授 舟橋 弘晃

1 はじめに

近年、全国各地でスタジアムやアリーナの整備計画が相次いでおり、その動きは一種のブームの様相を呈している。スポーツ庁によれば、2025年1月時点での全国においてスタジアム34件、アリーナ45件の整備計画が進行中である。また2021年6月に閣議決定された「成長戦略フォローアップ」では、「全国のスタジアム・アリーナについて、多様な世代が集う交流拠点として、2017年から2025年までに20拠点を実現する」と明記されており、国としてもこの潮流を後押ししている。本稿では、こうしたスタジアム・アリーナの整備および運営に関する近年の動向と、それに伴う整備効果について概説し、今後の展望と課題を論じる。

2 スタジアム・アリーナ整備・運営の動向

(1) 進化するスタジアム・アリーナ

近年、日本のスタジアム・アリーナを取り巻く潮流は大きく変化している。この変化を象徴するのが、エスコンフィールドHOKKAIDO、PEACE STADIUM Connected by SoftBank、ジーライオンアリーナ神戸、IGアリーナといった次世代型スタジアム・アリーナである。いずれもそのホームクラブが以前使用していた、大和ハウス プレミストドーム、トランスクスモースタジアム長崎、西宮市立中央体育館、ドルフィンズアリーナとは対照的な成り立ちを持つ（表1）。

こうした新旧施設を対比すると、スタジア

ム・アリーナの整備目的や社会的役割が大きく転換していることがわかる。従来、スタジアムは国民体育大会といった大規模スポーツイベントの開催を契機に公共主導で整備され、体育館は市民のスポーツ参加を促すことが主な目的とされてきた。一方、近年の施設整備は、スタジアムやアリーナを核として、エリア全体のにぎわい創出や都市内の回遊性向上、多様な人々の交流を通じた地域コミュニティの育成といった中長期的な地域課題の解決を見据えたものが主流となっている。もちろん、ホームクラブが新たな拠点を必要としているという事情もあるが、その背後には、地域の未来を見据えた戦略的なビジョンが存在する。

こうしたビジョンの転換は、施設整備の担い手や手法にも表れている。従来は自治体が中心となって公共整備を行うことが一般的だったが、近年ではクラブや民間企業が主体的に関与し、官民連携や民設民営といった形態が拡がっている。これは、スタジアムやアリーナが「まちづくり」という公益性の高い目標を担う一方で、その実現には柔軟かつ機動的な事業運営や投資判断が不可欠であり、民間のノウハウや資金力が大きな役割を果たすようになっている



舟橋 弘晃

ふなはし ひろあき

1986年名古屋市生まれ。中京大学スポーツ科学部スポーツマネジメント学科准教授。博士（スポーツ科学）。専門はスポーツ経済学。早稲田大学大学院スポーツ科学研究科博士後期課程を修了後、同大学講師などを経て、2021年より現職。主な著書に「スマート・ペニューハンドブック」（分担執筆）など。

ためである。実際、民間が一定のリスクを引き受けながら開発に参画し、施設単体にとどまらず、周辺エリアを含めた都市開発が一体的に進める事例が増えている。

施設の機能面でも、こうした変化は明確である。従来の施設が競技大会など限られた用途に特化していたのに対し、現在のスタジアム・アリーナはスポーツ以外のコンサート、展示会、地域イベントなどにも対応し、訪れる人のニーズに応じた段階的なホスピタリティ（スイートルームやラウンジ、多様な観戦席）を備える。さらに、非試合日の活用を前提に、飲食・商業施設、宿泊施設、温浴施設といった機能が併設

され、日常的なぎわいを生み出す複合施設として設計されている。

立地戦略にも変化が見られる。従来は、大規模スポーツイベントに間に合わせるため、また都市公園整備の補助金の要件に対応するため、スタジアムは郊外の公園内に建設されるケースが多かった。近年は、都市中心部や主要駅周辺といった高アクセスのエリアへの立地が進み、交通利便性や都市内の回遊性が重視されている。これにより、スタジアム・アリーナは日常的に人々が行き交う都市空間の一部として組み込まれつつある。

こうした変化を総合的に見ると、日本のスタ

表1 新旧スタジアム・アリーナの比較

都道府県	施設名(開業年)	建設契機・目的	事業手法	立地	主な用途・機能	ホスピタリティ施設	主な付帯施設	エリア開発
北海道	エスコンフィールドHOKKAIDO(2023)	北海道のシンボルとなる空間の創造	公地民設民営	JR 北広島駅 徒歩約19分 (2028年新駅開業予定)	プロ野球、コンサート、展示会	スイートルーム、ラウンジ、バラエティシート	飲食・商業施設、ホテル、温泉ほか	「北海道ボールパークFビレッジ」としてエリア開発
	大和ハウスプレミストドーム(2001)	2002FIFAW杯の開催	公共整備、指定管理制度	東豊線福住駅 徒歩約10分	Jリーグ、コンサート、展示会	ラウンジ、貴賓室	キッズパーク、トレーニングルーム、スケートボードエリアほか	—
愛知県	IGアリーナ(2025)	2026アジア大会の開催	BTコンセッション、指定管理者制度	地下鉄名城公園駅徒歩約0分	Bリーグ、大相撲、コンサート	スイートルーム、ラウンジ	—	—
	ドルフィンズアリーナ(1964)	スポーツ振興	公共整備、指定管理制度	地下鉄名古屋城駅徒歩5分	市民スポーツ大会、セレモニー、コンサート	貴賓室	レストラン、プール、トレーニング場ほか	—
兵庫県	ジーライオンアリーナ神戸(2005)	アリーナを中心としたウォーターフロンの再開発	公地民設民営	JR 三ノ宮駅 徒歩約20分	Bリーグ、コンサート、展示会	スイートルーム、ラウンジ	飲食・商業施設、屋外パークエリア	「TOTTEI」としてエリア開発
	西宮市立中央体育館(1965)	スポーツ振興	公共整備、指定管理制度	JR 西宮駅徒歩約20分	市民スポーツ大会	—	—	—
長崎県	P E A C E STADIUM Connected by SoftBank(2024)	スタジアムを中心とした街づくり	民地民設民営	JR 長崎駅徒歩約10分	Jリーグ、レザーショー、コンサート	スイートルーム、ラウンジ、バラエティシート	アリーナ、ホテル、飲食・商業施設ほか	「長崎スタジアムシティ」としてエリア開発
	トランスクスモスマススタジアム長崎(2013)	国民体育大会の開催	公共整備、指定管理制度	JR 諫早駅徒歩約30分	市民スポーツ大会	来賓室	—	—

(注) 表中の施設名称は2025年6月時点での名称を使用している。

ジアム・アリーナは、「公共主導・郊外立地・体育施設単機能型」から、「民間活力導入・街なか立地・多機能複合型」へと進化しつつあると言える。収益性の追求にとどまらず、地域に根ざした日常的なぎわいの創出を通じて、人々の暮らしを豊かにし、持続可能な地域拠点を構築することが、新たなスタジアム・アリーナに求められている役割である。

(2) 「スマート・ベニュー」とその誕生背景

こうした変化の背景には、2013年に日本政策投資銀行（DBJ）が提唱した「スマート・ベニュー」^{注(1)}という概念の誕生が大きく関与している。DBJの調査によれば、国内でスポーツ興行に利用される施設は593か所に上るが、うち収益性が確保されている施設はわずか13.8%にとどまる¹⁾。収益性の低さの要因としては、施設運営がスポーツイベントへの「貸館」に依存している点、ならびに郊外立地によるアクセス面での不利が挙げられる。

一方で、収益性が高いと評価された施設には、共通する4つの特徴が見られた。すなわち、(1) 利用料に加えて飲食・物販、広告、命名権など多様な収入源を確保していること、(2) スポーツ興行を積極的に誘致し、一般利用よりも多くの収益を上げていること、(3) コンサートなど文化的イベントを含む多用途利用が図られていること、(4) 最寄駅から徒歩5分圏内に立地するなど、高い利便性を備えていることである。これらの施設は、高稼働率と多様な収益源を確保することで、従来の貸館型とは異なる持続的な収益モデルを確立していた。

こうした成功要因と既存施設の課題を踏まえ、DBJは、従来の単機能・郊外立地型のスタジアム・アリーナから転換を図り、「周辺のエリアマネジメントを含む、複合的な機能を有するサステナブルな交流拠点」として、スマート・ベニューという新たな施設像を提示した。スマート・ベニューは、少子高齢化、中心市街地の空洞化、国や自治体の財政制約に伴う住民

サービスの低下といった社会課題に対し、地域の交流と経済活動を促進する中核拠点として機能することが期待されている。

DBJによるこの提案は、国の経済政策にも大きな影響を及ぼした。2016年に政府が公表した「日本再興戦略2016」では、「スポーツの成長産業化」の柱として「スタジアム・アリーナ改革」が位置づけられ、その中心概念としてスマート・ベニューが明記された。その後も、政府の成長戦略においてスタジアム・アリーナ改革が毎年のように取り上げられ、地方自治体や民間事業者の間で改革の機運が高まった。

加えて、プロスポーツ界の動きもこの変革を後押ししている。Jリーグは2013年にクラブライセンス制度を導入し、施設に関する基準を明確化した。さらに、Bリーグにおいては、2026年から始まる「B.革新」構想のもと、新アリーナ建設への強いニーズが示され、観戦環境の向上や施設機能の高度化が全国のクラブに求められるようになった。こうした流れのなかで、「観るスポーツ」の視点からスタジアム・アリーナの新設・改修が各地で進展している。

このようにして、2013年の概念提唱から10年の歳月を経て、次世代型スタジアム・アリーナとしてのスマート・ベニューが、全国各地で現実のものとなりつつある。

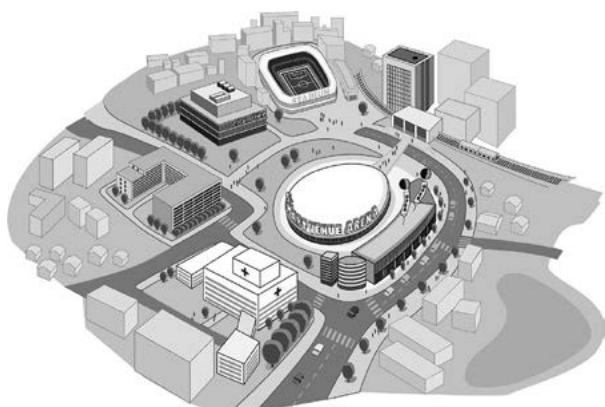


図1 スマート・ベニューの概念イメージ

3 スタジアム・アリーナの整備効果

スマート・バニユーの整備により創出される価値は、大きく「経済効果」と「社会的便益」に分類される^{注(2)}。経済効果には、都市中心部という立地特性を活かした域外からの来訪者の誘致や、それに伴う地域内での消費拡大が含まれ、地域経済の活性化や税収の増加が期待される。一方、社会的便益には、施設が地域住民の交流拠点となることによる青少年の健全育成や健康増進、防災機能の強化など、幅広い社会的機能の補完が含まれる。

このような効果への期待が政策的関心を集め一方で、スタジアム・アリーナ整備が地域にもたらす実際の影響について、どのような学術的知見が蓄積されているのだろうか。スポーツ経済学分野では、主にアメリカの事例を中心に豊富な研究が行われてきた。以下では、それらの知見を「経済効果」、「社会的便益」、「社会的費用」に分けて整理し、これまでに明らかにされてきた点を検討する。

(1) 経済効果

スタジアムやアリーナの建設計画に際しては、しばしば数百億から数千億円規模にのぼる経済波及効果が試算され、メディアを通じて広く報道される。こうした試算は、施設建設やプロスポーツの興行によって地域経済が潤うというイメージを喚起し、政策決定にも影響を与えていている。

しかし、スポーツ経済学における実証研究を参考すると、これらの経済効果に対する評価は大きく異なる。複数の包括的な文献レビューは、スタジアム・アリーナの整備が地域経済全体にもたらす純粋な経済的利益は、ゼロあるいは極めて小さいと結論づけている²⁾³⁾。その主因は「代替効果」にある。スタジアム来訪者の多くが地元在住者である場合、彼らの支出は地域内の他の消費（飲食や娯楽など）からの振り

替えにすぎず、地域全体の支出総量が増加するわけではない。

実際、スタジアム・アリーナ整備が地域全体に有意な経済成長をもたらすことを示した学術論文は、現時点では存在しない。一方で、施設の周辺、すなわち半径5キロメートル程度のエリアに限定すれば、飲食・宿泊・小売業などにおいて売上や雇用の増加が観察されている事例もある。とはいえ、これらの局所的な効果は、しばしば他地域や他部門における減少によって相殺される。すなわち、スタジアム・アリーナは新たな経済価値を「創出」するというよりも、既存の経済活動の「再分配」を促す装置であると捉える方が、学術的には妥当である。

また、スタジアム整備によって最も直接的な恩恵を受けるのは、ホームチームである。新設スタジアムの開業直後には、観客動員数や収益が一時的に上昇する現象が繰り返し確認されており、これは「ハネムーン効果」または「ノベルティ効果」として知られている。

以上のように、スタジアム・アリーナ整備がもたらす経済効果は限定的かつ局所的である。政策的な期待とは対照的に、地域全体の所得や雇用を持続的に押し上げる手段とはなりにくいというのが、現時点での学術的コンセンサスである。

(2) 社会的便益

スタジアム・アリーナが地域全体にもたらす経済効果は限定的であるとの見解が広まりつつある一方で、経済指標に表れにくいものの、市民の効用（満足や幸福感）に関わる多様な「社会的便益」の存在も指摘されている。

たとえば、スタジアムに足を運ばずとも、地元チームの活躍に一喜一憂したり、街なかでその話題を共有したりする行為には、満足感や誇りが伴う。また、スポーツチームやその本拠地の存在が都市の象徴として機能することで、市民の帰属意識や地域への愛着を育む「シビック・プライド」の源となり、社会的結束を促進する

効果も期待される。

さらに、将来的に試合やコンサートなどのイベントに参加できる「選択肢」が地域に存在すること自体が、実際に参加するかどうかにかかわらず効用をもたらす「オプション価値」として評価される場合もある。こうした施設は、都市生活における娯楽の選択肢を提供するだけでなく、歩行環境の整備や、にぎわいを生む商業空間の形成といった周辺開発をもたらし、住民の生活の質を高める可能性がある。また、施設の存在は都市のイメージ向上や「プロスポーツの街」としてのブランド力強化にも寄与し、新たな居住者や企業の誘致を促す効果も期待される。

これらの便益は市場で直接取引されるものではなく、金銭的支出を伴わずに享受されるため、従来の経済効果分析では十分に評価しきれない価値である。こうした社会的便益を定量化するには、スポーツ経済学の分野で主に二つの手法が用いられてきた。第一に、仮想市場法を用いて、住民がスポーツチームや施設の存在に対してどれほどの支払意思を持つかを調査し、その金額から社会的便益を推計する方法である。第二に、ヘドニック価格法を用いて、スタジアムやアリーナの立地が周辺の不動産価値に与える影響を分析し、施設の存在による外部効果を間接的に測定する手法である。

これらの手法を用いた研究成果を総合すると、プロスポーツチームやその本拠地の存在が一定の社会的便益を生み出すことは認められるものの、その価値は新たな施設建設に投入される多額の公的資金を正当化するには至っていないというのが、現時点での学術的な見解である。仮想市場法による調査では、算出される便益がスタジアムへの補助金額を大きく下回るケースが多数報告されている。不動産価値への影響については、正の効果を示す例が多い一方で、負の影響を指摘する報告も散見され、結果は一貫していない。

研究は増加傾向にあるものの、スタジアムが周辺の不動産価格に変化をもたらすメカニズム

や、施設の特性に関する理解は未だ十分とは言えず、今後これらの点を含めたさらなる検証が求められている。日本の文脈においては、公の施設は「住民の福祉を増進する目的をもつてその利用に供するための施設」と位置づけられていることから、特に公共が積極的に関与する案件では、施設が住民のウェルビーイングや生活の質にどのような影響を及ぼしたのかについて、質の高いエビデンスの蓄積が強く求められている。

(3) 社会的費用

スタジアム・アリーナの整備やスポーツイベントの開催には、経済効果や社会的便益といった正の側面だけでなく、しばしば見過ごされる負の外部性、すなわち社会的費用が伴う可能性がある。これらの費用は通常の経済指標に表れにくいものの、地域住民の生活環境や都市の持続的な運営に対して実質的な影響を及ぼし得る。

たとえば、試合日には特定のエリアに観客が集中し、周辺の交通渋滞、騒音、大気汚染といった問題が生じることがある。また、大規模イベントの開催により、一時的な犯罪の増加やそれに対応する治安維持コストの増大が問題となる場合もある。これらの負の影響は、スタジアム整備に関する政策議論の中で十分に取り上げられない傾向があるのが実情である。

こうした外部不経済に関しては、近年、スポーツ経済学の分野でも実証的な研究が蓄積されつつある。特に、スポーツイベントの開催と犯罪件数の増加との間に有意な関係があることは、複数の研究により示されている。また、イベントによる交通混雑やそれに起因する大気環境の悪化が、地域住民の生活の質や健康に影響を及ぼす可能性も指摘されている。ただし、これらの知見の多くはアメリカを対象としたものであり、日本の都市構造や社会状況にそのまま当てはまるとは限らない点には留意が必要である。

こうした状況を踏まえると、スタジアム・アリーナの整備に関する政策判断においては、期

待される経済効果や社会的便益だけでなく、こうした負の外部性による社会的費用についても十分に評価し、全体としてのバランスを踏まえて慎重に検討することが求められる。

4 おわりに

本稿では、近年注目が集まるスタジアム・アリーナ整備の動向と、それに伴う整備効果に関する学術的知見を整理した。2013年に提唱された「スマート・ベニュー」の概念は、次世代型施設のあり方として各地で実装が進められており、地域における都市アメニティや交流拠点としての役割が期待されている。整備効果の面では、地域全体に及ぼす経済効果は限定的である一方、市民の満足度や生活の質の向上に資する社会的便益については、一定の価値がスポーツ経済学の知見から示されている。

今後は、スタジアムやアリーナを「スポーツ振興」という狭い枠組みではなく、より広い「まちづくり」の視点からその意義と必要性を見直し、市民の生活の質を高めるためにそもそも整備が必要か、必要ならどのような整備が求められるかを根本から問い合わせるべきである。もし最高のサッカーや野球が観られることだけで大半の市民が満足し、幸福感を得られるなら、その整備だけで十分であろう。しかし現実はそこまで単純ではない。事業性を支える興行主の声を踏まえつつも、何より市民の声に耳を傾け、市民の幸福度を最大限に高める整備内容を検討していくことが求められる。

加えて、施設やクラブが地域にもたらす社会的便益を客観的に測定し、その結果を政策や投資の判断に反映させる手法を整備することも必要である。単なる「スポーツのチカラ」といった抽象的な言説では、実効的な整備や持続可能な運営には結びつかない。その意味で、最新のスタジアム・アリーナの効果検証を着実に進め、スマート・ベニューの理念がどの程度の社会的価値を生み出しているのかを客観的に分析し、

今後の整備計画における貴重な知見を蓄積していくことが極めて重要である。

補注

- (1) 「スマート・ベニュー」は株式会社日本政策投資銀行の登録商標（商標登録第5665393号）である。
- (2) 報告書の原文では、「経済的価値」と「機能的価値」という用語が使われている。

参考文献

- 1) 日本政策投資銀行 地域企画部 スマート・ベニュー研究会 (2013) :「スポーツを核とした街づくりを担う『スマート・ベニュー®』：地域の交流空間としての多機能複合型施設」
- 2) 舟橋弘晃、菅文彦、桂田隆行、間野義之 (2020) :「スタジアム・アリーナの整備効果：実証研究のシステムティック・マッピングレビュー」、スポーツマネジメント研究、12 (2)、pp. 3-32
- 3) Bradbury, J. C., Coates, D., & Humphreys, B. R. (2023). The impact of professional sports franchises and venues on local economies: A comprehensive survey. Journal of Economic Surveys, 37(4), pp. 1389-1431.

Park-PFIを活用した街なかスタジアムパーク

NTT都市開発株式会社 中国支店 広島プロジェクト推進室

部門長

岡本 篤佳

担当課長

桑原 誠

1 はじめに

近年、世界的に豊かな都市空間の在り方について様々な取り組みがなされており、わが国においても街路・公園・民間空地等の使い方が見直されている。特に都市公園については、1956年に制定された都市公園法により設置管理に関する方針が整備され拡大してきたが（図1）、人口減少・少子高齢化といった社会構造の変化や多様化する生活習慣に対してその役割も変化してきたため、民間の力を活用して公園の魅力を向上させるべく2017年の都市公園法の改正で「公募設置管理制度」（以下、「Park-PFI」という。）が創設された。

スタジアムについては、スポーツ庁が「スタジアム・アリーナ改革」を推進し全国各地で新設が進んでいる。従来の箱もの施設から脱却し、周辺地域に経済波及効果をもたらすべく、運営面での工夫や周辺施設との連携など、様々な取り組みがはじまっている。広島市においては2013年にサッカースタジアムの建設に向けた検討が開始され、2019年に策定された「サッカースタジアム建設の基本方針」において建設

場所を中央公園広場とすることが決定された。

本稿では、広島市が公募を行ったサッカースタジアムとその周辺の広場エリアの基盤を整備する「広島サッカースタジアム等整備事業」（以下、「スタジアム事業」という。）及びサッカースタジアムと一体化した賑わいを創出し中央公園広場の拠点性を高めることを目的とした「中央公園広場エリア等整備・管理運営事業」（以下、「本事業」という。）を事例として、Park-PFIを活用したスタジアムと公園が一体となった取り組みや周辺地域へもたらす効果等について論ずるものである。

2 広島市の街づくり

（1）街の概要と変遷

本事業敷地が所在する広島市中区基町は「広島開基の地」に因んで基町と名付けられたとさ

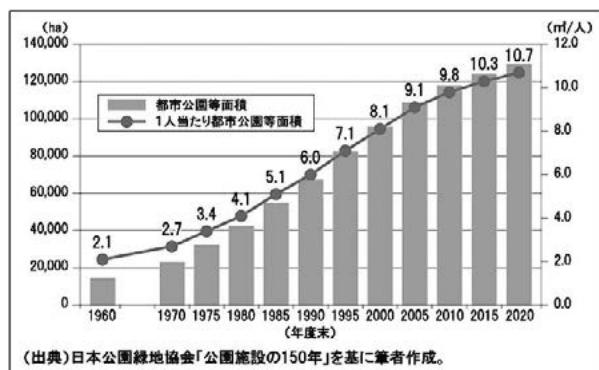


図1 1人あたりの都市公園等面積の推移



岡本 篤佳

おかもと あつよし

1983年兵庫県生まれ千葉育ち。千葉大学大学院建築・都市科学修士課程修了後、2009年NTT都市開発に入社。広島プロジェクト推進室部門長（本誌寄稿時点）。都市計画視点から、具体的な開発コンセプトづくり・建築計画・実行が得意。一级建築士。



桑原 誠

くわばら まこと

1986年長野市生まれ。京都大学卒、同大学院修了。2012年NTT都市開発株式会社入社。中国支店開発担当課長（本誌寄稿時点）。2021年よりPark-PFI事業（球場跡地事業及び本事業）、市街地再開発事業、大規模商業施設リニューアル事業等を担当。2024年度グッドデザイン賞受賞。一级建築士、再開発プランナー。

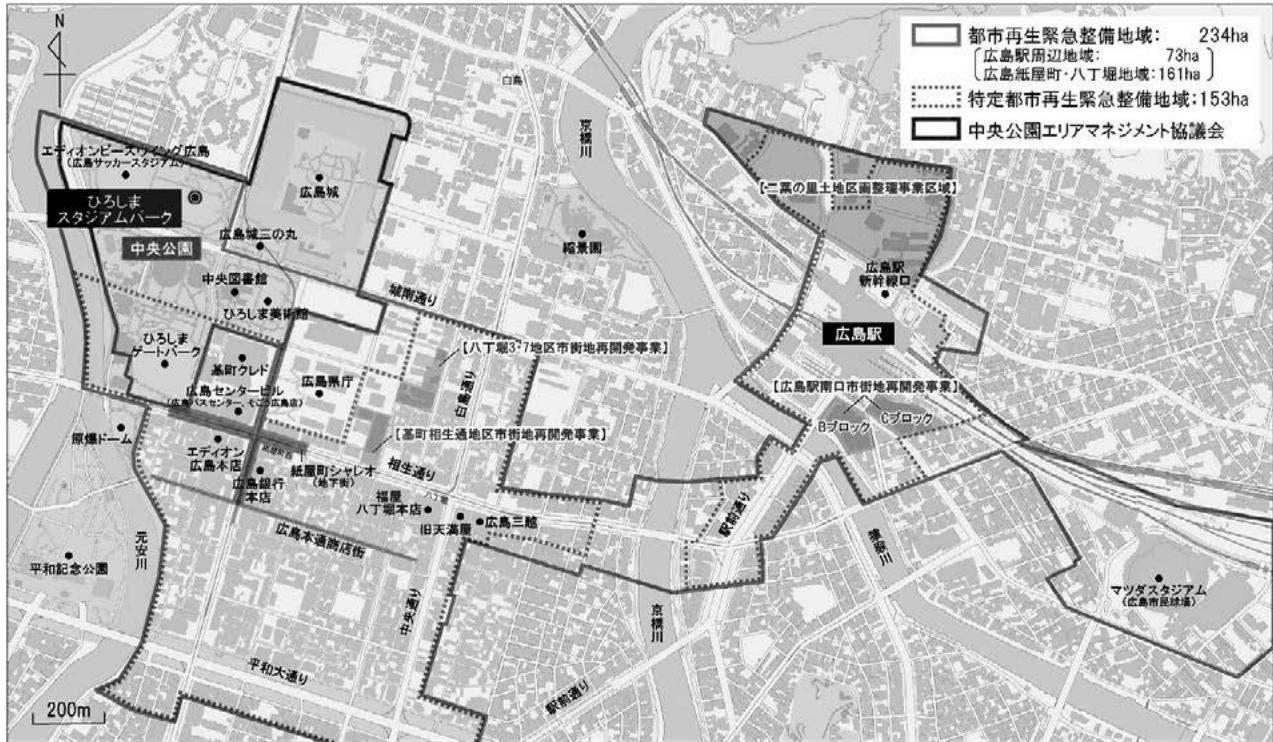


図2 広島都心部における主要施設等

れている。広島城の城下町として栄えた後、戦中は軍都広島の中心拠点の役割を担い、戦後は多くの市民のために応急的な住宅地としての機能を果たすことになり、その後、公営住宅が建設され現在多くの住民が住んでいる。

基町に隣接する紙屋町・八丁堀地区を含めた広島市都心部の西側エリアでは、紙屋町と八丁堀を結ぶ相生通りの南側に、江戸時代に広島の発展を支えた西国街道の一部でもある「広島本通商店街」が中国エリア最大の商店街として復興。また紙屋町交差点周辺では1955年に交通拠点である広島バスセンターが開業し、その後1974年に商業施設の広島センター街・百貨店との複合ビルとして広島センタービルが誕生。その他にも基町クレドや大手家電量販店本店、地下街の紙屋町シャレオといった商業施設が集積。さらに八丁堀交差点周辺には複数の百貨店が開業するなど、広島の賑わいの中心地として発展してきたエリアとなっている。(図2)

しかし近年は、施設の老朽化が進むとともに郊外型の大型ショッピングモールの開業や旧広島市民球場の移転等により、特に紙屋町交差点

周辺では旧来の商業エリアとしての賑わいが陰りをみせていた。

一方、広島市都心部の東側にあるJR広島駅周辺では2003年に都市再生緊急整備地域として「広島駅周辺地域」が指定されると、二葉の里土地区画整理事業を中心に広島駅新幹線口を含む基盤整備が進んだ。また、2009年には旧広島市民球場がJR貨物ヤード跡地へ移転すると、広島駅南口再開発計画が整備され、新たな賑わいを生み出した。2025年にはJR広島駅ビルの建替えが完了し多数の商業施設が新たに開業するなど、広島駅を中心とした大規模な開発が進んでいく。

(2) 広島市都心部における「東西の核」形成

こうした状況を踏まえ、2017年に広島市は広島県と連携して都心部の中枢拠点性の向上を図るべく、「ひろしま都心活性化プラン」を策定した。この中で、広島駅周辺地区と紙屋町・八丁堀地区を広島市都心部の「東西の核」として位置づけた「橿円形の都心づくり」をめざし、2つの核を中心に地域資源を廻る「都心回廊づくり」を示している。(図3)

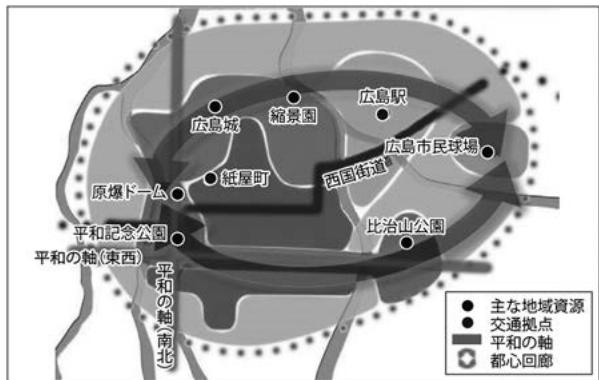


図3 ひろしま都心活性化プラン
「都心回廊づくり」のイメージ

本事業敷地を含む基町は「西の核」エリアに位置しており、2018年に指定された都市再生緊急整備地域にも含まれている。

3 事業概要

(1) 公募条件

本事業は広島市により2021年4月に公募が開始され、公募設置等指針（以下、「公募指針」という。）において「サッカースタジアムと一体化した賑わいの創出」が事業の目的として示された。中央公園広場（約85,600m²）及び基町環境護岸（約11,800m²）を事業区域として、その中でスタジアム事業と本事業が並行する事業スキームとなっている（図4）。

本事業は他都市のPark-PFI事業と同様に都市公園法に基づくPark-PFIと地方自治法に基づく指定管理者制度を併用した公募であったが、スタジアム事業の中で整備される広場エリアの敷地上に重ねて本事業のPark-PFIが設定された。従って、スタジアム事業と足並みを揃えた事業推進が必要となり、綿密な関係者間調整を要する点が本事業の特徴の1つである。

なお、本事業の指定管理業務にはスタジアム事業で整備する広場エリアの管理も含まれており、供用開始後はサッカースタジアムの指定管理者との連携も重要な要素となっている。そのため公募指針において、サッカースタジアムと広場エリアの一体的な運営に資するべく、サッ

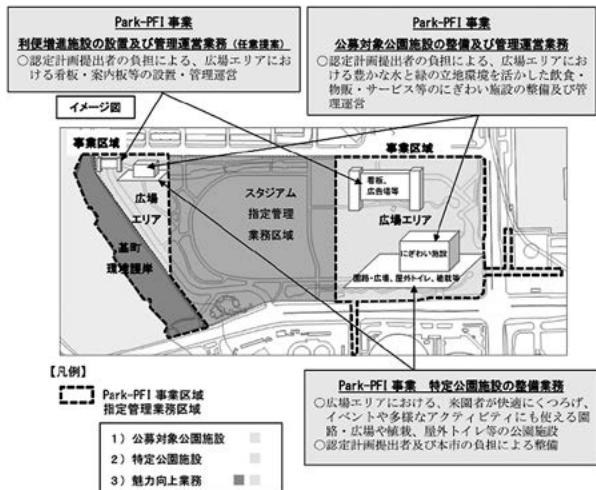


図4 事業区域と各事業の範囲（公募指針抜粋）

カースタジアム指定管理者と特定目的会社または有限責任事業組合（LLP : Limited Liability Partnership）もしくはLLPと同等以上の共同企業体を設立することが求められた。

また（表1）のとおり、中央公園内ではほぼ同時期に3件のPark-PFI事業が計画されていた。中央公園内の施設が大きく変わることを踏まえ、広島市は中央公園全体の魅力向上を図るべく、先行する旧広島市民球場跡地整備等事業（2023年3月に「ひろしまゲートパーク」（以下、「HGP」という。）として供用開始）の公募指針において認定計画提出者に対し、園内のエリアマネジメントを担う協議体（2022年7月に「広島市中央公園エリアマネジメント協議会」（以下、「エリマネ協議会」という。）として発足）の設立を求めており、本事業の公募指針においても、本事業の認定計画提出者は当該協議体の構成員として参画することを要件とした。その他にも、サッカースタジアムの指定管理者及び広島城三の丸整備等事業の認定計画提出者に対しても構成員としての参画を求めた。

表1 中央公園におけるPark-PFI事業

事業名	公募スケジュール	供用開始
① 旧広島市民球場跡地整備等事業	2021年3月公募 2021年8月選定	2023年3月
② 中央公園広場エリア等整備・管理運営事業	2021年4月公募 2021年8月選定	2024年8月
③ 広島城三の丸整備等事業	2022年7月公募 2022年12月選定	2025年3月 (第1期)

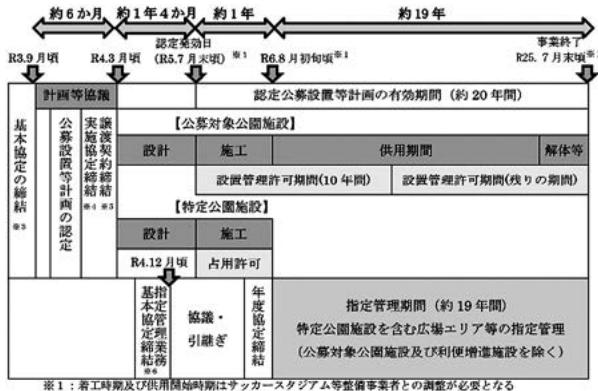


図5 事業内容とスケジュール（公募指針抜粋）

なお、本事業の公募指針において具体的に求められた内容と事業スケジュールは（図5）のとおりであり、設置管理許可期間において約1年での施工と約19年の運営管理を鑑みた事業の立案が求められた。

1) 公募対象公園施設^{注(1)}に関する与件

公募対象公園施設については、「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、近県の方々、国内外の観光客が楽しめる空間づくりを目指すもの」という方針が示された。具体的には、芝生広場や本川（旧太田川）護岸沿いの特性を活かした憩える都心のオアシスとなる空間や、広島県内23市町の魅力をアピールする機能が求められた。

加えて、賑わいづくりとともに静かに落ち着いて過ごしたい来園者への配慮や、近隣の生活環境に配慮した機能の導入なども求められており、近隣に大規模な住居地域がある立地特性を踏まえた計画が必要であった。

なお制度上、公募対象公園施設は20年の事業期間内に解体・更地返還することが本事業でも条件となっている。

2) 特定公園施設^{注(2)}に関する与件

公園の恒久的施設となる特定公園施設については、園路・広場・植栽・屋外トイレ及び無料公衆無線LAN（Free Wi-Fi）の整備が求められた。特に園路や広場については、サッカース

タジアムの観客による混雑時を想定した安全配慮が求められており、本事業の特性が反映された与件であった。

また、公募対象公園施設の計画に応じた遊具等の遊戯施設（使用料無料）の設置について、特定公園施設の一部としての提案が認められた。

(2) 事業体の組成と事業体制

応募に際しては、サッカースタジアムにも深く関わる全国区の大手家電小売企業、本事業に高い関心をもつ地元企業とともに共同事業体を組成し、後述する事業提案コンセプトを踏まえ「ACTIVE COMMUNITY PARK（以下、「本事業者」という。）」という事業体名で応募した。

広島市やスタジアム事業に係る関係者も含み、最終的に本事業の推進には様々なプレイヤーが関与する事業体制となっている（図6）。

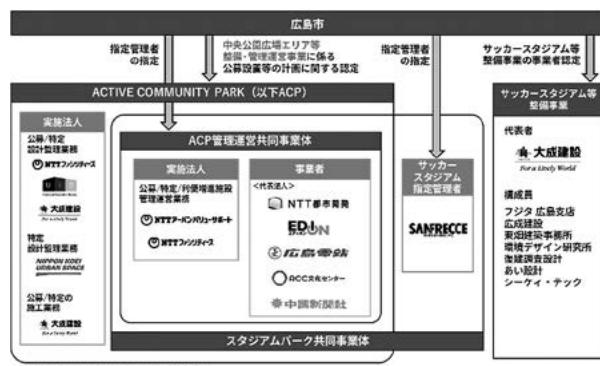


図6 事業体制

(3) 審査結果と評価

選定審議会では内容評価（満点80点）及び価格評価（満点20点）の合算による提案内容重視の総合評価（満点100点）で審査された。

内容評価の配点を見ると、「多様な利用者」、「広島県下23市町を含む広島らしさ」、「サッカースタジアムとの一体性」等を考慮した提案が期待されていたことが伺える。

2グループからの応募があり、審査結果は本事業者が63.760点（次点者62.256点）で選定された。特に内容評価点で高評価を得ており、本

事業者が広島を熟知した地元企業やサッカースタジアムとの円滑な連携を期待できる企業を含む事業体を組成して各企業の得意分野を活かした蓋然性の高い計画を提案できた結果であると捉えている。また、審査講評にて「公園内でのアクティビティがイメージしやすい」と評価されたことからも、開発コンセプトが明確な提案であったと分析される。

4 計画概要

(1) 開発コンセプト

サッカースタジアム（命名権取得者により、「エディオンピースウイング広島」と命名）を挟んで両側に緑や川辺が広がる貴重な空間を思い浮かべ、利用者の憩いの場となるよう、広島市民のみならず県内外・海外からの来訪者含め、多様な「活動（ACTIVE）」を創り出すことで、新たな「交流（COMMUNITY）」を形成し、日常的な賑わいと憩いのシーンを生み出す、未来志向のスタジアムパークを実現したい、との想

いを込めた「ACTIVE COMMUNITY PARK」を開発コンセプトとした。コンセプト実現のための計画上のポイントは以下の3点（図7）。

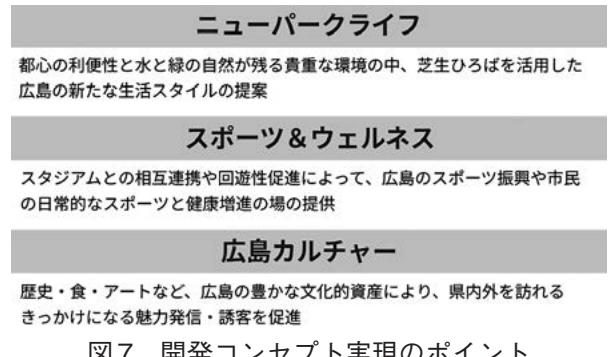


図7 開発コンセプト実現のポイント

(2) 公募対象公園施設の計画

公募対象公園施設はスタジアム事業で整備される「芝生ひろば」を囲む円形園路に沿って商業施設5棟を分散配置し、公園内外の回遊性と視認性を高める計画とした。配棟位置は「平和軸^{注(3)}」の考えを継承し、本事業敷地の中でも軸線を認識できるように配慮した（図8）。

建築計画としては、平和・翼を象徴する広場

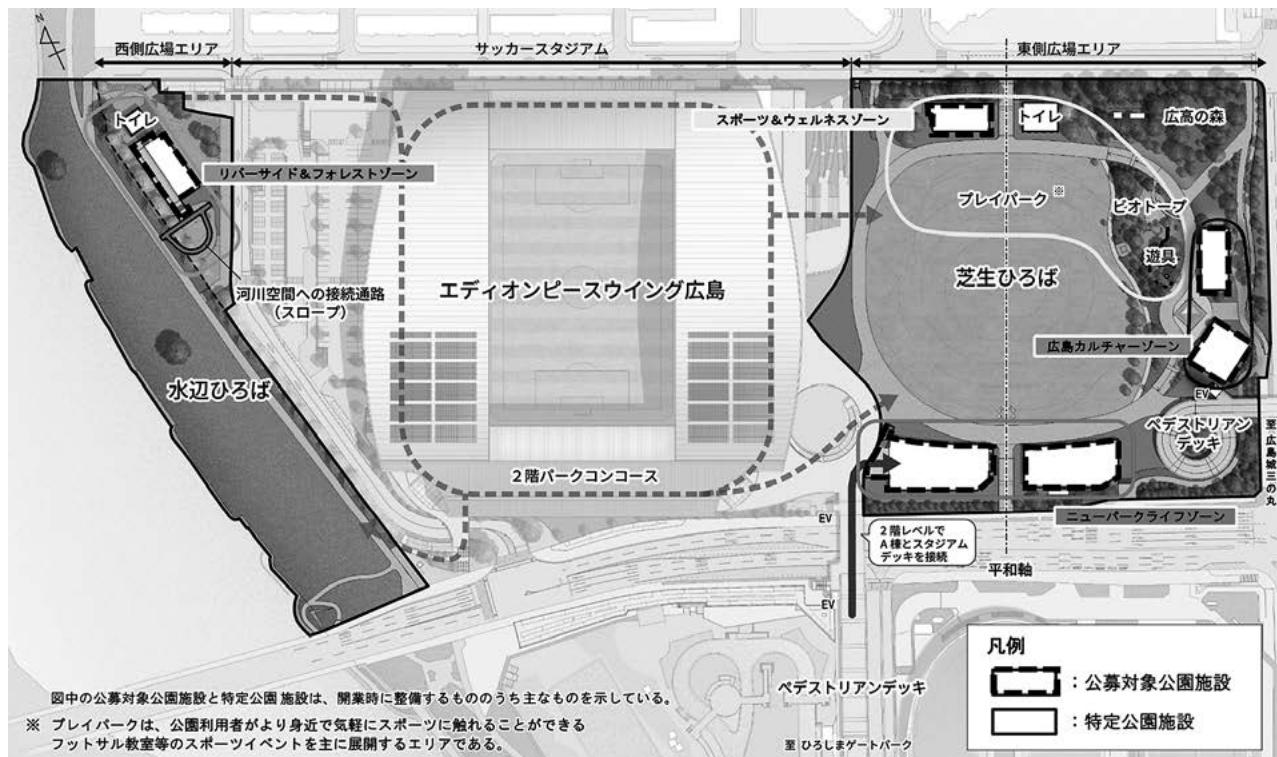


図8 公募対象公園施設・特定公園施設の範囲

とスタジアムに対して、羽根に見立てた軒を基調とする建築がやさしく包み込むデザインすることで、周囲の景観・環境と調和し「スタジアム」「広場」「商業施設」の異なるボリュームの施設群に一体感を生み出す設計とした。なお軒裏は一部に県産材を使用するとともに、木部の色を使い分けることでそれぞれに違った賑わいの雰囲気と変化を創り出した（写真1）。

護岸側の「水辺ひろば」には、水辺と桜並木を見渡す環境と一体化する屋上テラスを設けた商業施設を1棟計画した（写真2）。

さらに各棟に芝生空間と一体的につながる屋外空間（「YARD」と呼称）を設け、憩うだけでなく小規模イベントやワークショップ・飲食・展示などにも利用できる中間領域を計画した。

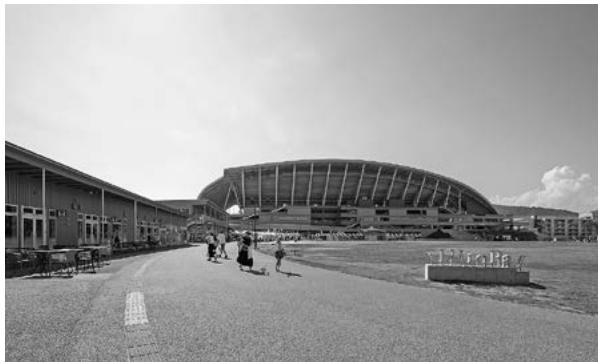


写真1 商業施設とスタジアム・芝生ひろば^{注(4)}



写真2 水辺ひろばの商業施設（写真中央）^{注(4)}

(3) 特定公園施設の計画

スタジアムを挟んで東側の「芝生ひろば」と西側の「水辺ひろば」の2か所に屋外トイレを整備。男女別トイレだけでなく、車いす利用者トイレ・男女共用トイレ・子どもトイレ・ペッ

ト用トイレを設置し、障がいを持つ方、高齢者、乳幼児連れの方など、多様な利用者に対応した計画とした。

加えて、森の巣を想起させるシンボリックな複合遊具（「Mori no Sumika」と呼称）の他、複数のインクルーシブ遊具を設置し、誰もが安全に楽しく過ごせる遊び場を計画（写真3）。



写真3 複合遊具「Mori no Sumika」^{注(4)}

(4) 管理運営計画

1) 全体ゾーニングと名称

本事業ではスタジアムを挟む形で広大な面積の公園を管理運営する必要があることから、スタジアムを含めた公園全体を利用者に分かり易く認知してもらうため、ゾーンごとに（図9）のとおり名称を設定した。サッカースタジアムは命名権公募により「エディオンピースウイング広島」に決定。その東西エリアは環境特性を踏まえ「水辺ひろば」と「芝生ひろば」、公園全体を総称して「ひろしまスタジアムパーク」と呼称することとした。

さらに、園内及びスタジアム内に点在する店舗については統一して「HiroPa（ヒロパ）」という商業施設名称を用いている。これにより、運営主体が異なる本事業とスタジアム事業においても、利用者からは一体的な商業施設として認知してもらうとともに、共同で効率的な販促活動を実施し易くする効果も狙っている。

また、芝生ひろばに面した店舗区画の一部には内装・厨房設備を予め整備した小型店舗区画「HiroPa Base（ヒロパベース）」を設け、広島

市内で飲食店の開業をめざす方々に対して期間限定での貸出を行い、事業チャレンジの機会を提供している。



図9 公園内各ゾーンの名称

2) 公園サービス

開発コンセプト「多様な活動（ACTIVE）の創出」及び「新たな交流（COMMUNITY）の形成」を促進するため、民間事業者ならではの様々な公園サービスを実装している。

例えば、公園を手ぶらでもっと楽しめるように「パークアイテム」のレンタルサービスを提供している。持つて来るのが面倒なテント等の大型アイテムや、ちょっと遊びたい時に欲しいスポーツアイテムなど、様々なバリエーションのアイテムを備える。大型の有料アイテムは公園HPやLINEから簡単に予約可能なシステムになっており、無料アイテムは自由に出し入れして使えるようになっている（写真4）。

また、公園内には「レンタルルーム」を大小2部屋備えている。大部屋はセミナーや展示会等に、ミニキッチンも備える小部屋は簡単なパーティなど地域のコミュニティ活動等にも利用でき、いずれも公園HP等からWeb予約が可能。

さらに、公園で活動したいサークルを応援する「登録サークル制度」を導入している。スタジアムパークで活動するサークルの情報発信やメンバー募集を公園HP等でサポートするなど、新たなコミュニティ形成を後押ししている。



写真4 パークアイテム（無料アイテム例）

3) 周辺施設との連携

本事業者はサッカースタジアム指定管理者と「スタジアムパーク共同企業体」を設立し、情報発信や販促等の様々な活動において連携している。公募指針の与件でもある当該組織によって定期的な連携を図り、スタジアムパーク全体を円滑に管理運営できる体制を整えている。

また、より広域的な連携としてはエリマネ協議会が橋渡し役となり、中央公園内の各施設を繋いでいる。

5 整備効果と今後の展望

（1）整備効果

スタジアム事業は2024年2月1日より供用開始、本事業は同年8月1日に供用開始を迎えた。サッカーリーグの試合時には3万人を超える（スタジアム収容人数は28,520人）来園者が訪れ、大きな賑わいを見せているほか、サッカーの試合日以外でも、子供連れの方が店舗や芝生ひろばでくつろぐ様子や、気候の良い日には水辺ひろばでSUPやBBQで楽しむ姿も見られる。なお、本事業の供用開始後から2025年3月末までの8ヵ月間で、目標の120万人を超える来園者^{注(5)}（サッカースタジアム除く）が公園を訪れており、日常・非日常を問わず、多様な賑わいを創出していると言える。

また、本事業に伴いスタジアムパークはペデストリアンデッキによってHGP及び広島城三の丸と接続したため、中央公園内を回遊して過

ごす利用者も増加した。これにより、観光視点では平和記念資料館や原爆ドームだけでなく広島城方面にも足を延ばしてもらうきっかけとなり、広島市都心部で過ごす時間を拡張する効果も期待できる。広島では原爆ドームと宮島（厳島神社）の2つの世界遺産を見た後、日帰りで他都市へ移動してしまうという長年の課題があつたが、広島市都心部の魅力を向上・発信することで滞在時間を増やし、宿泊客やリピーターの獲得にも繋げていくことが期待されている。

(2) 今後の展望

本事業の供用開始からまだ1年を経過していないが、いくつかの課題点も見えてきている。最も大きな課題として、屋外空間を活かした公園の特性上、来園者数が雨天や猛暑など気候の影響を大きく受け易い点がある。HiroPaにはカフェ・レストランの他にもキッズスペースやフィットネスジム等、多様な店舗が出店しているため色々な時間の過ごし方が可能であり、加えてテントを含むパークアイテムのレンタルもあって屋外に日陰をつくって過ごすこともできるので、今後は効果的な情報発信手段を模索し認知度を向上させていきたい。

また、夏場は涼しくなる夕方に屋外イベント（ヨガ等）を開催して誘客するなど、時季に応じて過ごし易い時間帯に合わせた施策の展開も検討している。



写真5 夕方の賑わい例（芝生ヨガイベント）

これまでの活動を通じて一定のノウハウも積み上がってきているので、子供から大人まで多様な利用者が年間を通じて集い・交流できる場とすべく、引き続き取組んでいく。

6 おわりに

本稿で取り上げた「ひろしまスタジアムパーク」は全国でも稀な“街なか”にあるスタジアムを中心として整備された公園である。話題性も高く広島市都心部の活性化に資しており、官民連携事業としては好事例と言える。一方、20年の事業期間を踏まえると行政側と民間側の関わり方や役割については今後一層の工夫・改善を続けていく必要がある。少子高齢化・人口減少の中、地方都市においては都市間競争の様相を呈しているが、都市の魅力を語る上で都市公園が果たせる役割は大きなものであると考える。

広島市ではPark-PFI事業の他、複数の市街地再開発事業の計画が進んでいる。今後も官民が連携し広島市都心部がさらに活性化するとともに、これらが他都市にとって良い都市再生モデルとなり発展していくことを望んでやまない。

補注

- (1) 都市公園法第5条の2第1項に規定される、飲食店、売店等の公園施設であって、法園の利用者の利便の一層の向上に寄与すると認められるもの。
- (2) 都市公園法第5条の2第2項第5号に規定される、園路や広場等の公園施設であって、法第5条第1項の許可の申請を行う事ができる者を公募により決定することが、公園施設の設置又は管理を行う者の公平な選定を図るとともに、都市公園の利用者の利便の向上を図る上で特に有効であると認められるもの（例：カフェ、レストラン、売店、屋内子供遊び場など）。
- (3) 平和記念公園の設計者である丹下健三氏らの構想

に基づく、原爆死没者慰靈碑から原爆ドームを見通したときの南北の軸線は「平和の軸線(平和軸)」と呼称されており、周辺施設等においても平和軸を意識した意匠が施されている。

- (4) 写真提供：ACTIVE COMMUNITY PARK
- (5) 来園者数等の情報は株式会社データワイズが提供する Datawise Area Marketerにより算出した推計値に基づく。

参考文献

- 1) 日本公園緑地協会：公園施設の150年、2023年
- 2) 広島県・広島市：ひろしま都心活性化プラン、2017年
- 3) 広島市：中央公園の今後の活用に係る基本方針、2020年
- 4) 広島市：旧広島市民球場跡地整備等事業公募設置等指針、2021年
- 5) 広島市：サッカースタジアム等整備事業募集要項、2020年
- 6) 広島市：中央公園広場エリア等整備・運営管理事業公募設置等指針、2021年

海に囲まれた GLION ARENA KOBE の挑戦

～アリーナを軸としたスマートシティモデル～

株式会社 One Bright KOBE

ベニューマネジメント Division／イベント統括 Division・Division Manager

渋谷 樹

1 はじめに

神戸市は、阪神・淡路大震災以降、持続的な都市再生と魅力的な都市空間の創出を重要な政策課題として位置づけてきた。その中で、新港突堤地区を中心とするウォーターフロントの再開発は、神戸市の都市戦略における重要な柱の一つである。特に新港第2突堤の再開発にあたっては、港湾機能の再編のみならず、文化・スポーツ・観光の多様な要素を融合した賑わいづくりが求められていた。このような背景のもと、新たな多機能アリーナを中心とするプロジェクトが構想され、誕生したのが「GLION ARENA KOBE（ジーライオンアリーナ神戸）」である。2025年4月4日（金）に開業した民設民営の本施設は多目的アリーナとして観戦体験の向上、自主・共催を含む多様なイベント開催、災害時の対応機能や観光資源としての活用など、全国的にも先進的なモデルである。また、新港第2突堤全体のエリア愛称を、「TOTTEI（トッティ）」と名付け、神戸の発展を100年以上支えた突堤としての名前を継承し、港としての文化交流がその上で活発的に行われた歴史を、エンターテインメントという新しい形で実



図1 TOTTEI 鳥瞰写真

現する思いを込めている。

アリーナの整備により、神戸市全体の回遊性・集客力の強化が期待されている。従来の中心市街地（三宮・元町エリア）との連携はもとより、観光地であるハーバーランド、ポートアイランド、さらには臨海部のクルーズ船乗り場などとのネットワーク形成においても大きな役割を果たす。

都市開発においては「ハード」整備のみに目が向けられがちだが、本プロジェクトでは「ソフト」面、すなわち地域共創、情報技術の利活用、民間主導による持続可能な運営モデルの確立が重視されている。そのような観点からも、GLION ARENA KOBEは、これからの中核づくりにおいて多くの示唆を与える存在であるといえる。

本稿では、プロジェクトの発端から施設の具体的な概要、運営体制、地域・企業との連携、最新の開業状況、そして将来的な展望に至るまでを包括的に述べる。



渋谷 樹

しぶや たつき

1994年大阪府堺市生まれ。法政大学卒。新卒でワークスアプリケーションズへ入社し、国内大手向けERPセールスに従事。ヨーロッパ留学を経て、神戸アリーナプロジェクト開始のタイミングでジョイン。アリーナのコンセプト設計から、建築、パークマネジメント設計、スマートシティ構想等、5年間で開業まで推進責任者として横断的に管理。

2 神戸アリーナプロジェクトについて

(1) 神戸ウォーターフロント

神戸のウォーターフロントでは、これまで港湾物流の拠点として長く活用されてきた港西地区を中心に、世界に誇れる海辺のまちを創出すべく、神戸市が主体となって再開発を進めている¹⁾。2015年に開業した『神戸みなと温泉 蓼』を皮切りに、2021年には大手通信販売会社(株)フェリシモ、自動車ディーラーや飲食店等を運営するGLION Groupの本社オフィスビルの新築に続き、劇場型アクアリウム『átoa（アトア）』を含む複合エンターテインメント施設『神戸ポートミュージアム』が開業している。住友不動産（株）のタワーマンション『ベイシティタワーズ神戸EAST』や、GLION ARENA KOBEの開業に伴い、神戸ウォーターフロントはさらなる賑わいを見せている。

(2) 神戸アリーナプロジェクト

神戸アリーナプロジェクトは、2021年に神戸市が公募した新港突堤西地区（第2突堤）再開発事業に伴う、民設民営のアリーナ創出プロジェクトである。クラウドサービスを軸に行政のデジタル化やスマートシティなどを手掛ける株式会社スマートバリュー（本社：大阪府大阪市、代表取締役社長 渋谷順）と、株式会社NTTドコモ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 前田義晃）が主要株主となり設立した株式会社One Bright KOBE（本社：兵庫県神戸市、取締役兼代表執行役社長 渋谷順）が運営を担う。そしてNTT都市開発株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 池田康）が開発を担当する。GLION ARENA KOBEはこの3社による企業コンソーシアムによって誕生した、日本初となる270度海に囲まれた水辺のアリーナである。

施設名称は、関西を拠点とする自動車グループ「GLION（ジーライオン）」がネーミング

ライツを取得し、2024年に「GLION ARENA KOBE」と正式発表した。アリーナを基点としてエリア名称である「TOTTEI（トップティ）」も発表し、アリーナ単体ではなく、周辺公共空間やアプリ、パークとの連携を重視した地域ブランド形成の一環として機能している。また、B.LEAGUE所属のプロバスケットボールクラブ「神戸ストークス」のホームアリーナとしての位置づけを持つ。

今まで西宮を拠点にしていたストークスは2023年に神戸へ本拠地移転し、名称を「神戸ストークス」へ改称した。B.LEAGUE新基準「B.LEAGUE PREMIER」参入要件に必要な施設面・来場者数をクリアし、持続可能なクラブ運営体制の構築を推進している。

同施設は、神戸港という歴史的かつ観光的価値の高い立地において、文化・スポーツ・経済の交流拠点となることを目指して設計・開発された。施設は鉄骨・鉄筋コンクリート造の7階建てで、延床面積は約31,800m²。観客最大収容人数は1万人規模であり、バスケットボールなどのスポーツの試合や音楽ライブ、eスポーツ、国際会議・展示会（MICE）まで幅広い用途に対応可能な構造を有している。可動席を含めた柔軟な会場レイアウト、高天井構造、最高水準の音響・照明・映像設備の導入により、世界標準のイベントにも対応可能な性能が確保されている。また、神戸市の持続可能な都市開発方針に沿い、省エネルギー設備や雨水利用システムも導入されており、次世代型施設としての要素を兼ね備えている。



図2 GLION ARENA KOBE

TOTTEI南側（海側）には「TOTTEI PARK」と呼ばれる公共空間が整備され、飲食店や芝生エリア、憩いのスペースが設けられている。これによりイベント開催時のみならず、日常的な市民の利用も促進され、エリア全体のにぎわい創出につながっている。

GLION ARENA KOBEは、単なる箱ではなく、地域・観光・経済の結節点として機能する「都市装置」として位置づけられており、全国の自治体や民間企業からも注目を集めている。

主要ターミナルである三宮各駅から徒歩圏内に位置し、神戸空港や新幹線（新神戸駅）からのアクセスにも優れる。さらに、神戸を代表するメリケンパークや神戸ポートタワーにも近接する立地である。国内外を見渡しても、これほど海との距離が近い1万人規模のアリーナは他に類を見ないと言える。

阪神・淡路大震災から30年の節目に開業を迎えた本アリーナの外観デザインは、「神戸から感動と興奮を発信し、世界へ羽ばたく姿」を表現している。4月4日（金）の開業後は、1万人収容の次世代アリーナとして、神戸ストークスの本拠地としてホームゲームが行われた。4月20日（日）の試合では、B2リーグ史上最多記録となる10,062人の来場を記録した。その他にも、国内外のアーティストによる音楽ライブやプロスポーツのパブリックビューイングが開催された。今後も音楽興行や神戸ストークスの試合以外にも、eスポーツ、格闘技、MICEなど、多様なイベントの開催が予定されている。2026年1月にはバレーボールSVリーグ、2028年にはB.LEAGUEのオールスターゲームの開催地に決定していることから、最新の会場としての能力を買われている。

また、アリーナイベントがない日も日常的ににぎわいを生み出すよう、オープンテラスを備えた10の飲食店、神戸ストークスグッズや様々なブランドとコラボレーションした商品を展開するショップも毎日営業している。



図3 TOTTEI INDIES STORE

(3) みなと緑地PPPの活用

アリーナ周辺の港湾緑地については、2024年2月に神戸市より「港湾環境整備計画制度（みなと緑地PPP）」の国内第一号認定を受け、アリーナ周辺エリアの賑わい創出に向けた運営を行っている。神戸アリーナプロジェクトにおいては、イベントが開催されない日にも日常的な賑わいを生み出せるかどうかが課題であった。海に囲まれた心地よい空間であるものの、新たな人流を生み出すには一定の課題も存在した。加えて、突堤という立地上、建設における様々な制約や、港湾緑地およびふ頭用地としての利用制限も存在していた。これらの課題を解決する手段として、プロジェクトの進行中に誕生した「みなと緑地PPP」の活用があった。

この制度の特徴は、事業者が設置する収益施設から得られる収益を港湾緑地の整備や維持管理に還元することを条件に、港湾緑地を最大30年間の長期にわたり借り受けることが可能となる点である。現在、突堤の先端部にはTOTTEI PARKという自由に出入りできるパークエリアが誕生している。

TOTTEI PARK内に4月25日（金）に「緑の丘」と呼ばれる建築物が竣工した。高さ約11メートルにおよぶ丘の屋根に登ることで神戸の山並みと神戸港をパノラマビューで見渡すことが可能であり、屋外イベント時には観客席としても利用できる。そして、建物内には全天候型のイベントスペースや商業機能を備える。これらにより、「神戸の新たなエンターテインメントの最先端エリア」の創出を目指し、アリーナのイベント有無にかかわらず、日常的なにぎわいづ



図4 緑の丘から望む神戸の海

くりに取り組んでいる。

このように、「みなと緑地PPP」の活用によって、利用上の手続きや制限の緩和が実現し、運営事業の幅が広がった。特に海沿いにある港湾緑地は、地盤や区画形状の関係で開発に適さないケースも多いが、「みなと緑地PPP」によって、それぞれの土地に応じた事業や賑わい創出が行いやすくなると感じている。

(4) モデルケースとしたニューヨークの水際開発

ニューヨークにおいても、市が旗振り役を担い、長期的な計画に基づいて開発が進められていた。とくに水際エリアに重点を置いて視察を行ったが、神戸の新港第二突堤と同規模の突堤上には、森のような公園やビーチ、商業施設などが整備されており、平日であるにもかかわらず、多くの人々がそれぞれの空間で多様な過ごし方をしていた。



図5 ガンズポート・ペニンシュラ



図6 リトルアイランド

この事例では、立地ごとにアクセスや周辺開発が並行して考慮されており、「生活活動線上」「散歩の場」「お出かけ先」といった形で、水際空間が周囲とどのような関係性を持つかが明確に整理されていた。緑地を中心に行なうことで、周辺エリアを含めた水際の魅力と価値を高めるというグランドデザインに、深い感銘を受けた。特に参考になったのは、緑地内に多くのイベントスペースが整備されていた点である。ステージの設計においては、その背景に土地を象徴する景観が映り込むように計画されていた。たとえば、自由の女神が正面に見えるよう設計された公園などがあり、水際の魅力を最大限に活かしていた。

この考え方は、今回のプロジェクトにも反映されている。「緑の丘」に登ることで、ステージの背後には神戸を象徴する神戸ポートタワーや海洋博物館を望むことができる設計となっている。

ニューヨークでの視察内容を踏まえ、我々はアリーナが立地する新港第二突堤全体を一つのエンターテインメントエリアとして推進していくと考えている。アリーナにおいては、貸館事業だけでなくイベントの主催も可能な弊社が、屋内外のスペースを活用しながら多彩なイベントの企画・運営を行っている。

屋外においても「緑の丘」内部にはオリジナルビールブランドのTOTTEI Breweryが営業し、BBQレストランの開業も予定している。これらの建築を中心としたパーク空間で、国際貿易港として文化交流が活発に行なわれてきた神

戸の歴史を、エンターテインメントという新たな形で受け継ぎ、実現したいと考えている。

3 開業後30日について

(1) レポート概要

弊社は4月4日（金）～5月3日（土）の期間を「新たな船出を祝う30Days」として、オープニング月間「Turning point 30 presented by GLION」において様々なイベントを開催し、来場者分析を実施した。以下にそのレポートを公開する。TOTTEIでは、アリーナを起点としたスマートシティモデルの推進を掲げ、「Commons Tech KOBE（コモンズテックコウベ）」を複数の事業者と共に推進しており、蓄積データを活用して、イベント開催に伴う回遊性向上策に取り組んでいる。

期間中、延べ247,025人がTOTTEIに来場した。全体の来場者の男女比は女性（55.5%）がやや多いが、バランスよく来場が見られた。アリーナでのイベント種別により来場者属性や年齢層が大きく変化するため、イベントごとの需要予測を行うことで、フードロス削減や販売促進につなげていく。公式アプリを活用したデジタルスタンプラリーでは、アプリダウンロード者の25%以上が参加した。チェックイン履歴を活用することで地域内の移動傾向の可視化に成功し、イベント前後における回遊性に手応えを得た事例となった。公式アプリ使用者のうち63.7%は神戸市内からの来場者であり、県外在住者は14.7%、そのうち約2割は関西圏以外からの来場であった。神戸ストークスの試合時には県内からの来場が最も多く、音楽コンサート時には神戸市以外からの来場が増加する傾向がみられた。

これらのデータにより、アリーナ周辺イベントと関連したマーケティング施策が有効であることが示された。今後も付随イベントの企画やマーケティング施策を通じて、回遊性向上および地域活性化に取り組む所存である。

(2) TOTTEI来場者について

1万人収容のアリーナに対し、TOTTEIでは、イベント開催日に1万人を超える来場を記録している。特に「TREASURE」のライブコンサートが1日に2公演開催された4月24日（木）や、「あいみょん」のライブが行われた5月3日（土）には、来場者は2万人を超えた。これはTOTTEI PARKでのイベント利用者を含む数値であるが、音楽コンサート来場者に関しては、「イベント前からパークイベントを楽しみ、オフィシャルグッズを購入し、周辺を回遊する」といった動きが観察された。アリーナイベントがない日でも平均約2,000人がTOTTEIに来場し、アリーナ内の飲食店やストアの利用、「緑の丘」やTOTTEI PARKの散策を楽しんだ様子が確認された。

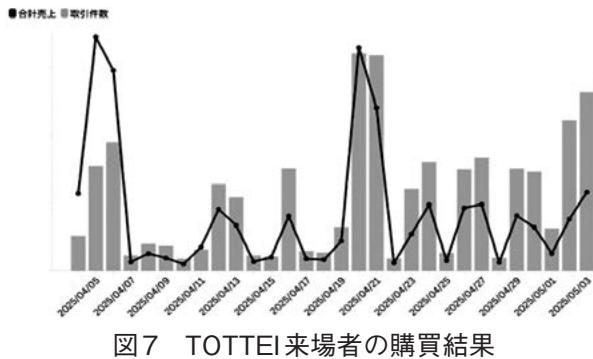


図7 TOTTEI来場者の購買結果

アリーナイベント開催日には、来場者数に比例してTOTTEI内の購買金額や利用回数が増加した。特に神戸ストークスの試合時には、他の興行に比べ約2倍の購買活動が行われ、クラブの勢いを感じられる結果となった。

アリーナ開業前の神戸ストークスの平均観客動員数は会場サイズの都合上約2,000人であったが、開業後は4試合で平均約8,700人と、約4.3倍の動員を記録した。4月20日（日）の試合では、B2リーグ史上最多となる10,062人の来場を記録し、B.LEAGUEクラブ全体でも歴代5番目に高い最多入場者数となった。また、グッズ売上もアリーナでの常設店舗新設により約5.6倍に増加した。

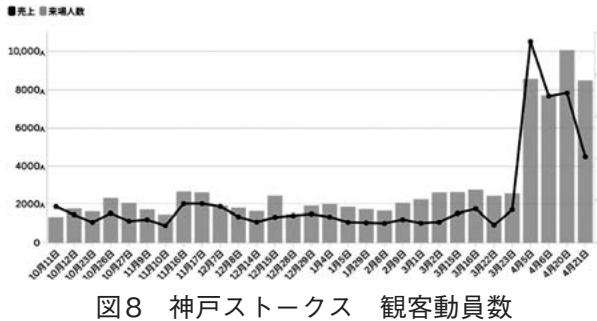


图8 神戸ストークス 観客動員数

TOTTEI公式アプリのダウンロード者の約25%（県外在住者を含む）が参加したデジタルスタンプラリーでは、チェックイン履歴により移動傾向の可視化に成功した。これにより、アプリを通じた地域内回遊促進や、履歴データを活用したエリアマーケティング施策展開の可能性が示された。

图9 TOTTEI来場者の回遊傾向
※地理院タイルを加工して作成

今後は、TOTTEIに来場する人々に神戸市内の回遊を促すクーポンの提供など、イベント種別と購買傾向を掛け合わせた施策を展開し、回遊性向上および滞在時間の長期化を図る。TOTTEIを起点に、まち全体へと賑わいが波及するマーケティング活動にも注力していく方針である。

4 今後の展開

GLION ARENA KOBE およびTOTTEIの開業は、単なる施設整備にとどまらず、都市全体の価値を再構築しうる契機である。本プロジェクトが提示する将来像は、「アリーナ単体の成功」ではなく、「都市と人の関係性を再設計すること」である。港町・神戸が持つ地理的特性や歴史的文脈をふまえ、エンターテインメント、観光、地域交流、デジタル活用を融合させた都市運営モデルの形成が求められる。

今後の展望として第一に挙げられるのは、「スマートシティの神戸モデル」の進化である。TOTTEIでは、複数の事業者と連携しながら「Commons Tech KOBE」と題した都市データ連携基盤を構築しており、来場者の属性、回遊傾向、購買行動といったビッグデータを蓄積・分析している。これにより、イベント開催時の需要予測、交通混雑緩和、周辺商業施設との連動施策など、都市の課題解決に資するデータドリブンな都市運営が可能となる。また、TOTTEI公式アプリなどのプラットフォームを介して、クーポン配布など、来訪者へのサービス高度化も進められている。コンテンツ開発、データ利活用によるサービス向上など、多様なイノベーションの場としてアリーナを活用する動きが期待される。これは将来的なスマートシティ政策とも親和性が高く、リアルタイムに人流を把握し、地域事業者を巻き込んだエリアマーケティングの基盤となることを目指している。

第二に、都市空間としての柔軟性と多機能性の活用が鍵となる。TOTTEIは、アリーナとTOTTEI PARK、商業施設が連動した複合都市空間として構成されており、日常利用と非日常イベントの両立を可能にしている。イベントのない日でも平均2,000人程度の来訪があることは、地元住民や観光客にとって日常的な憩いの場として機能していることを示している。今後は、地元の大学や事業者と協業した

地域連携イベント、季節ごとのマーケット開催、地域芸術とのコラボレーションなど、地域コミュニティと密接に結びついた運営手法が求められる。都市における賑わいは一時的な盛り上がりではなく、持続的な参加と共創によって育まれるものであり、それを実現する場としてTOTTEIが機能することが望まれる。

第三に、広域的な観光振興との連動である。アリーナへの来場者には、県外や関西圏以外からの来訪者が一定数を占めている。国際的なイベント誘致の拡大が視野に入っている現状で、神戸のブランド力を国内外に向けて高め、地域経済のさらなる活性化を狙うことが重要である。また、今後は多言語対応やバリアフリー設備の強化により、インバウンド需要の取り込みも一層推進される。

そのうえで、神戸港・神戸空港・三宮駅・新神戸駅といったハブとスムーズに接続する都市交通との連携・整備が不可欠である。アリーナ周辺から三宮・旧居留地・北野などへの観光導線を創出することは、神戸市全体の都市回遊性を高め、滞在時間の延長や観光消費拡大にも資するだろう。

5 おわりに

結論として、GLION ARENA KOBEおよびTOTTEIの開発は、神戸という都市が抱える課題——すなわち少子高齢化、都市インフラの老朽化、地域経済の空洞化——に対して「人の流れ」と「場の魅力」で補完しうる都市戦略の要となる。アリーナというハードの整備に加え、デジタルとリアルを横断したソフト面での取り組みが着実に成果を見せつつあると言える。また、本プロジェクトは他都市への応用可能性を持つモデルケースである。ウォーターフロントを再生の起点とし、民間資本を活用しつつ市民と共に創するプロセスは、地方都市が抱える課題解決においても有効な手法となる。民設民営であるTOTTEIは、地域と深く連携しな

がら次なるステージに進化していくことが求められるだろう。

TOTTEIの歩みは、単なる施設整備の成功にとどまらず、「都市そのものが成長し続ける」ための道筋を示すものである。これからの都市はただの場所ではなく、人と時間が交わる価値の創出装置でなければならない。GLION ARENA KOBEおよびTOTTEIがその象徴として、今後の神戸の未来にどのようなインパクトを与えるのか、引き続き注視していく必要がある。

防災面においても都市のレジリエンス向上に資する取り組みとして全国の自治体に波及効果をもたらすことが期待されている。GLION ARENA KOBEの開業後の動向は、同様の地域密着のアリーナの建設を目指す自治体が注目している。特に人口減少や地域経済の停滞に直面する地方都市においては、本プロジェクトのモデルは、地域活性化や若年層の定住促進に向けた有効な手段とみなされている。今後は、設計・運営ノウハウの共有、ICTプラットフォームの展開支援、官民連携スキームの普及などを通じて、全国的なネットワーク化が進むことが予想される。

総じて、GLION ARENA KOBEおよびTOTTEIは、単一の都市施設にとどまらず、持続可能な都市づくりのための「社会インフラ」としての位置づけを確立するモデルとなりうる。今後も時代の変化に柔軟に対応しながら、地域社会の価値創造に寄与し続けることが強く期待されている。

参考文献

- 1) 神戸市：「KOBE VISION waterfront」
https://www.city.kobe.lg.jp/a55197/kobe_vision_waterfront.html

長崎スタジアムシティにかける想い

～長崎に感動と誇りあふれる今を届ける為に～

株式会社ジャパネットホールディングス

クリエイティブ本部 スポーツ・地域創生広報課



図1 長崎スタジアムシティ鳥瞰

1 ジャパネットグループと地域創生

ジャパネットグループは、通信販売事業とスポーツ・地域創生事業の2つの軸で事業を進めています。私たちは2017年より長崎のプロサッカークラブ「V・ファーレン長崎」の経営を開始したことをきっかけに、長崎を盛り上げていきたいという想いが強くなりました。通信販売のみならず、スポーツや地域創生においても、私たちが事業方針として掲げてきた「見つける」「磨く」「伝える」を活かすことができるのではないかと考えるようになりました。通信

販売事業と同様、地域の魅力的な資源を見つけ、それを徹底的に磨き上げ、全国各地へと伝えていくことで長崎の活性化に貢献できると考え、民間主導のプロジェクトとして、サッカースタジアムを核としたまち「長崎スタジアムシティ」を、2024年10月14日に開業いたしました（図1）。

株式会社ジャパネットホールディングスクリエイティブ本部 スポーツ・地域創生広報課はジャパネットグループが2024年10月に開業した長崎スタジアムシティの広報業務を担う。

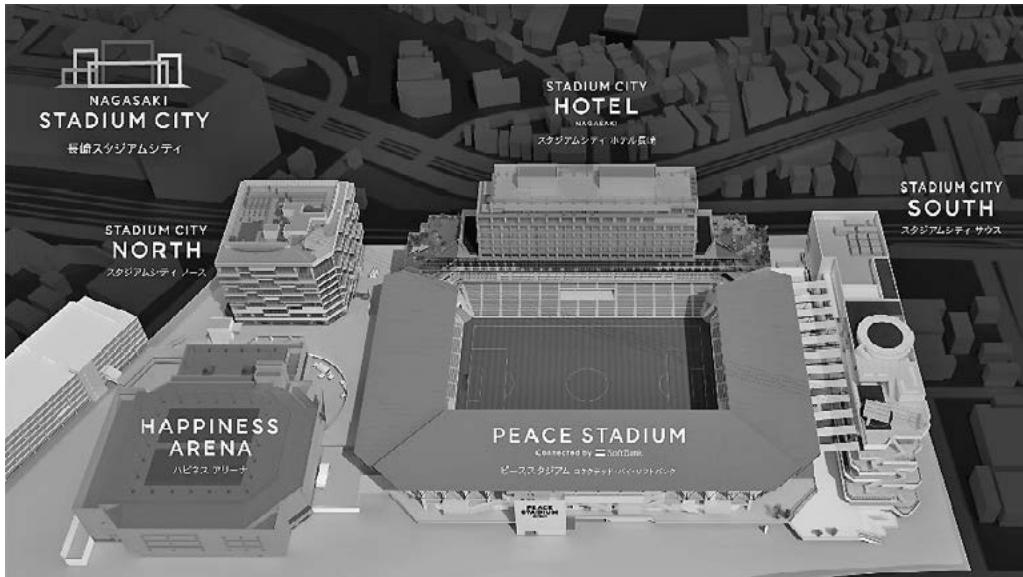


図2 長崎スタジアムシティ配置図

2 長崎スタジアムシティ

長崎駅から徒歩約10分の場所に約7.5ha・東京ドーム1.5個分の敷地に位置し、プロサッカーチーム「V・ファーレン長崎」の本拠地となるサッカー専用スタジアム（PEACE STADIUM Connected by SoftBank）（図2、3）をはじめ、Bリーグ史上最短でのB1昇格を果たしたプロ

バスケットボールクラブ「長崎ヴェルカ」の本拠地となるアリーナ（HAPPINESS ARENA）（図4）、日本初のサッカースタジアムビューホテル（STADIUMCITY HOTEL NAGASAKI）（図5）、長崎県内最大級の総賃貸面積を誇るオフィス（STADIUMCITY NORTH）（図6）、長崎初出店のショップや温浴施設（図7）、屋内型エンターテインメント施設などが入る商業



図3 PEACE STADIUM Connected by SoftBank



図4 HAPPINESS ARENA

施設を含む大型複合施設です（図8）。長崎を訪れる観光客だけでなく、長崎に暮らす子育て中の家族やご年配の方が公園のように気軽に来ることができ、そして長崎の若者がいきいきと働く場所として、幅広い年代の方々に365日楽しんでいただける場所を目指して企画・運営を

進めています。サッカーやバスケットボールの試合が無い日にも、音楽コンサートや自主興行のイベントなどを開催することで、活気ある空間を維持することを目指しています。



図5 STADIUMCITY HOTEL NAGASAKI



図6 STADIUMCITY NORTH

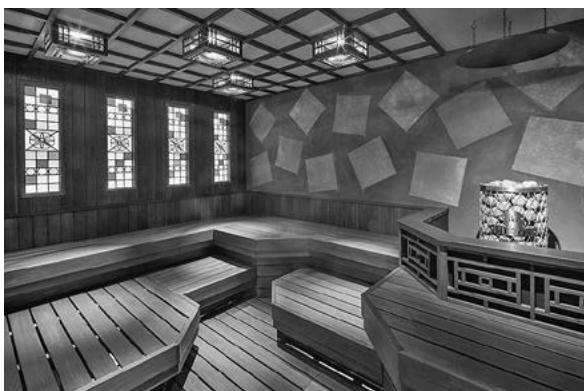


図7 湯浴施設 (ONSEN & SAUNA YUKULU)



図8 屋内型エンターテインメント施設

3 スポーツを通して感動を届ける

長崎スタジアムシティは、多様な世代が交流し、活気あふれる空間を目指しています。その実現のためには、V・ファーレン長崎と長崎ヴェルカの活躍は必須です。昨シーズン、J1昇格をあと一歩で逃したV・ファーレン長崎。その悔しさは、選手、サポーター、そして長崎県民の心に深く刻まれています。J1昇格という目標に向かって、選手たちがどんな困難にも立ち向かう姿、そしてサポーターの熱い声援は、まさに「感動」そのものです。一方、最短でB1昇格を果たしたものの苦戦を強いられている長崎ヴェルカですが、順位という結果だけでなく、選手たちの努力、チームワーク、コート上で繰り広げられる迫力あるプレー、そしてブースターの声援にこそ感動が詰まっています。スポーツを通じて感じるこの感動を長崎スタジアムシティから、より多くの人々に届け、共有できる場となっていくことが重要です。

4 地元に愛される施設へ

ジャパネットグループが民間主導で長崎スタジアムシティを建設した背景には、「感動とビジネスの両立」という明確なビジョンがあります。民間主導のプロジェクトである以上、開業後の持続可能性が最大の課題ですが、集客や運営、そして財政状況の安定化は、長崎スタジアムシティの未来を左右する重要な要素となります。そのためには、スポーツだけでなく多様なイベントの開催、地域住民との連携強化、そして魅力的な施設運営が必要です。

転出超過が深刻な長崎において、若い世代が故郷に誇りを持ち、未来を描き続けられる環境を作ることはとても重要で、長崎スタジアムシティは単にスポーツを楽しむ場所として存在するだけではなく、長崎出身の若者たちが、ここで働く、交流する、そして将来長崎で生活をする未来を想像できる場となることを目指しています。この長崎スタジアムシティを通して、長崎の若者が「自分の街を好きになれる」「誇りに思える」、そんな場所にすることができるれば大変嬉しく思います。

第20回アジア競技大会及び第5回アジアパラ競技大会を契機として名古屋市の目指す姿 ～瑞穂公園陸上競技場の改築～

名古屋市総務局アジア・アジアパラ競技大会推進部アジア・アジアパラ競技大会推進課
スポーツ市民局スポーツ推進部スポーツ施設課
健康福祉局障害福祉部障害企画課

1 はじめに

令和8（2026）年9月19日（土）の第20回アジア競技大会、同年10月18日（日）の第5回アジアパラ競技大会の開催に向け、名古屋市では大会組織委員会や愛知県と協力しながら、各競技会場をはじめとして市内各所で大会準備を進めています。

大会準備にあたっては、大会を一過性のイベントに終わらせることのないよう、各施策を未来の名古屋のまちづくりにつなげ、レガシーを残すことを意識しています。

本稿では、瑞穂公園陸上競技場の改築及び瑞穂公園陸上競技場地区のバリアフリー化を事例に、第20回アジア競技大会及び第5回アジアパラ競技大会を契機とした名古屋市の目指す姿について述べたいと思います。

2 招致の背景・開催意義

（1）招致の背景

平成28（2016）年5月13日、本市及び愛知県は、日本オリンピック委員会（JOC）が実施した第20回アジア競技大会の国内立候補都市の公募に立候補しました。

同年7月7日に、地元経済団体やスポーツ関係団体などの協力を得て、アジア競技大会愛知・名古屋招致委員会を設立し、9月25日には、ベトナム・ダナンで開催された第35回OCA総会において、愛知・名古屋が開催都市に決定されました。



図1 開催都市決定の様子

（2）開催意義

第20回アジア競技大会は、選手団や観客など約150万人の当地域への来訪が見込まれる、大規模な国際総合スポーツ大会であり、スポーツ界にとっても東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の次なる大きな目標となる、大変意義のある大会です。

本市では、第20回アジア競技大会及び第5回アジアパラ競技大会を一過性のスポーツイベントに終わらせることなく、大会の開催効果を、スポーツの振興をはじめ、国際交流の促進、共生社会の実現、国際競争力の強化、都市環境整備の促進など、さまざまな分野につなげていく必要があるとの考えのもと、「2026アジア・アジアパラ競技大会NAGOYA ビジョン」を策定しています（以下、「NAGOYA ビジョン」）。

NAGOYA ビジョンでは「健康・地域活力」、「魅力・誇り」、「国際交流・多様性」、「イノベーション・持続可能性」の4つを、大会の開催を契機に本市がめざすまちの姿として掲げており、施策を進めるにあたっては、未来の名古屋のまちづくりに着実につなげ、しっかりとレガシーを残すことを意識しています。

次に第3章及び第4章では、瑞穂公園陸上競技場の改築及び瑞穂公園陸上競技場地区のバリアフリー化を事例に、本市がめざすまちの姿を具体的に紹介します。

3 瑞穂公園陸上競技場の改築

(1) 改築までの経緯

瑞穂公園は名古屋市の南東に位置し、自然と文化に触れることのできる総面積約24haの運動公園です。昭和16（1941）年に完成した瑞穂公園陸上競技場は、この運動公園の中にあります。令和8（2026）年に開催される、第20回アジア競技大会及び第5回アジアパラ競技大会のメイン会場となるのをきっかけに、施設の老朽化、機能不足などが指摘されていた陸上競技場の建替が決まりました。

この建替計画は、民間資金を活用したPFI事業（BTO方式）が採用されました。これは民間事業者が施設などを建設し、施設完成後、公共に所有権を移転し、民間事業者が維持管理及び運営を行うというものです。陸上競技場の改築工事に関しては令和5（2023）年4月に始まり、令和8（2026）年3月完成予定として進められています。

(2) 新しい瑞穂公園のコンセプト

新しい陸上競技場を含む瑞穂公園について、スポーツをもっと自由に楽しくみんなのものにする「LifeSports-OurOwnPark（LOOP）」をコンセプトに「観る」「競う」から「遊ぶ」「リフレッシュ」までスポーツのスタイルを多彩に



図2 瑞穂公園コンセプト

広げ、日常のとなりで、こころとからだに活力や安らぎを生み出す公園として生まれ変わります。

その公園の中で、新しい陸上競技場はまちと公園をシームレスにつなぐランドマークとして位置づけられます。この陸上競技場では、陸上競技はもとよりサッカーのプロリーグなど様々な競技大会を開催し、熱狂と感動を生み出すとともに、平常時は市民に開放された運動と憩いのスペースとなります。

新しい陸上競技場の外観デザインは「空と森と大地のスタジアム～公園の風景に溶け込む陸上競技場」をコンセプトとしています。「雲」のような白い膜屋根を配置し、「森」のような木格子を付した外観、「大地」のような段丘状のデッキをアプローチすることで、自然や公園と一体感を感じができるものとなっています。伸びやかな空の下に広がる住宅街に建つ陸上競技場として、土地の風景と調和し、地域の象徴となる姿を目指します。



図3 陸上競技場外観イメージ

(3) 新しい陸上競技場の建物概要

構造	：鉄筋コンクリート及び一部鉄骨造
建築面積	：約28,600m ²
延床面積	：約61,500m ²
階数	：地上6階建て
高さ	：約31メートル
観客席	：約30,000席

(4) 公園と一体の活動空間となる陸上競技場

1) 公園に潜在する価値をつなぐ仕組み

陸上競技場は大規模スポーツイベントが開催される際は主会場として機能します。一方、スポーツイベントが開催されていない平常時は、新しい陸上競技場の3階コンコースは公園と同様、だれでも利用できるように解放され、公園とシームレスな活動空間として機能を発揮します。陸上競技場の3階コンコースと隣接するクリエーション広場に新設される外周デッキが、連続的な8の字ループと呼ばれる回遊路を形成し、公園各所の魅力的な場を繋ぎます。この8の字のループは約1kmにわたり、安全で快適なランニング・ウォーキングコースとなり、また、気軽に立ち寄れる散歩道や休憩所としても活用されます。これにより新しい陸上競技場を含む瑞穂公園全体がまさに「遊ぶ」「リフレッシュ」する空間として市民に活用されることを目指します。



図4 鳥観イメージ



図5 陸上競技場3階コンコースイメージ

2) 競技場と公園をつなぐ「木々のシンボル」

陸上競技場の外観デザインにも採用されている木格子は「木々のシンボル」として豊かな緑を抽象化したシンプルな形態を公園全体のデザインコードとして展開しています。8の字ループの架構、公園内のファニチャーといった公園全体に「木々のシンボル」を展開することで競技場と公園をシームレスに繋ぐとともに「LOOP」を体現します。

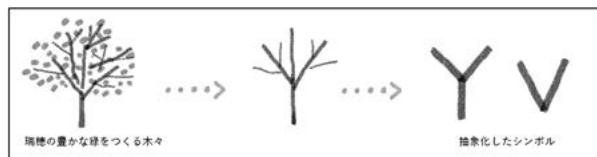


図6 デザインコードイメージ

3) 豊かな自然を生かした快適な観戦環境

開放的な3階コンコースにより内側の観客席に風を送り込みます。小梁を渦巻き形にすることでプレースを兼用した架構の膜屋根は、すべての観客を覆いながら雲のような膜屋根により自然光をやわらかく取り込みます。豊かな自然を最大限に生かす技術により、快適な観戦環境を生み出します。

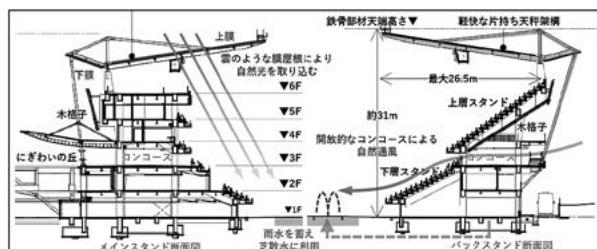


図7 陸上競技場断面イメージ



図8 観戦環境イメージ

(5) 縄文時代の史跡展示

瑞穂公園敷地内にある国指定史跡「大曲輪（おおぐるわ）貝塚」をより身近に感じられるように貝塚位置を「大曲輪広場」として整備します。陸上競技場1階には史跡展示室を計画し室内には大曲輪貝塚での出土品や復元模型を展示し現代から縄文時代当時の情景へタイムスリップした印象を演出します。また屋外には陸上競技場外壁を用いての出土品を時期毎に展示した展示ウォールを整備します。



図9 史跡を身近に感じられる「大曲輪広場」

(6) おわりに

令和8（2026）年の第20回アジア競技大会及び第5回アジアパラ競技大会のメイン会場となる瑞穂公園陸上競技場は周辺の公園とともに整備改築されます。

これにより、瑞穂公園陸上競技場はスポーツ観戦をする場であると同時に、市民が日常的な運動をすることでスポーツによるにぎわいを創出する場になります。また、四季を楽しみながら歩くことができる市民の交流・憩いの場であり、緑を感じることができる自然環境の保全と活用を行う場でもあり、史跡により名古屋の歴史に触れることができる場ともなります。

瑞穂公園陸上競技場が、市民のこころとからだに活力ややすらぎを与える場所になることを目指していきます。

©2021株式会社瑞穂L O O P – P F I
※画像はイメージ

4 瑞穂公園陸上競技場地区バリアフリー基本構想の策定及び整備内容

(1) 基本構想策定の背景と目的

バリアフリー基本構想は、「高齢者、障害者の移動等の円滑化の促進に関する法律（バリアフリー法）」に基づくもので、旅客施設を中心とした地区や、高齢者、障害者等が利用する施設が集まった地区（重点整備地区）において、公共交通機関、建築物、道路、路外駐車場、都市公園、信号機等のバリアフリー化を重点的かつ一体的に推進するために策定するものです。本市では、これまで、金山駅地区、名古屋駅地区、栄・久屋大通駅地区等において、基本構想を策定してきました。

令和8（2026）年に開催する第20回アジア競技大会及び第5回アジアパラ競技大会のメイン会場である瑞穂公園陸上競技場の周辺には公共交通機関の旅客施設が多く設置されています。また、障害者団体より各旅客施設から瑞穂公園陸上競技場へのアクセスについての現地調査結果とともに、瑞穂公園陸上競技場へのアクセスの向上に関する要望書が提出されました。

これらのことから、本市では、瑞穂公園陸上競技場への各旅客施設からの経路等のバリアフリー化を重点的・一体的に進めていくことは、両大会の円滑な開催にも資するため、令和4（2022）年に瑞穂公園陸上競技場地区をバリアフリー法に基づく重点整備地区に選定し、両大会の開催年にあたる令和8（2026）年を事業完了の目標年次とする「瑞穂公園陸上競技場地区バリアフリー基本構想」を策定しました。

(2) 策定の体制及び経過

基本構想の策定にあたっては、市民の意見を反映するとともに関係事業者との協議を進めるために、「名古屋市バリアフリー基本構想策定会議」及び「瑞穂公園陸上競技場地区バリアフリー基本構想策定調整会議」を設置し、検討を行いました。

まず、障害者団体から提出された瑞穂公園陸上競技場へのアクセスの向上に関する要望書をうけ、地元市民代表者や高齢者・障害者・子育て家庭の代表者等が参加する基本構想策定調整会議において、重点整備地区内の生活関連施設、生活関連経路などについて現地調査を実施しました。現地調査は、各種整備基準に合致しているかどうかという視点だけではなく、利用者が利用しやすいかどうかという視点からも実施し、幅広く意見や要望が出されました。

この調査結果等をもとに、基本構想策定会議において、各整備計画を協議しました。



図10 現地調査の様子

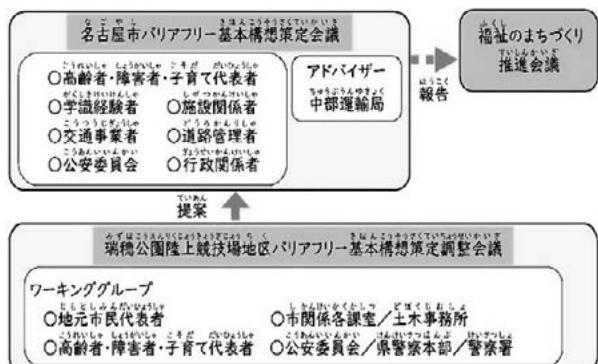


図11 策定体制

(3) 重点整備地区及び生活関連施設・生活関連経路の設定

この地域の主要な施設である瑞穂公園陸上競技場、瑞穂図書館、瑞穂文化小劇場と各施設から徒歩圏内にある旅客施設を中心として設定を行いました。

行いました。

○重点整備地区

- ・生活関連施設と生活関連経路を網羅したエリア

○生活関連施設

- ・瑞穂公園陸上競技場、瑞穂図書館、瑞穂文化小劇場、及び、それらの施設から徒歩圏内にある旅客施設（瑞穂運動場東駅、瑞穂運動場西駅、新瑞橋駅）

○生活関連経路

- ・各旅客施設と瑞穂公園陸上競技場、瑞穂図書館、瑞穂文化小劇場を結ぶ経路

○準生活関連経路

- ・生活関連経路との連携を図ることにより、円滑な移動が可能となる経路

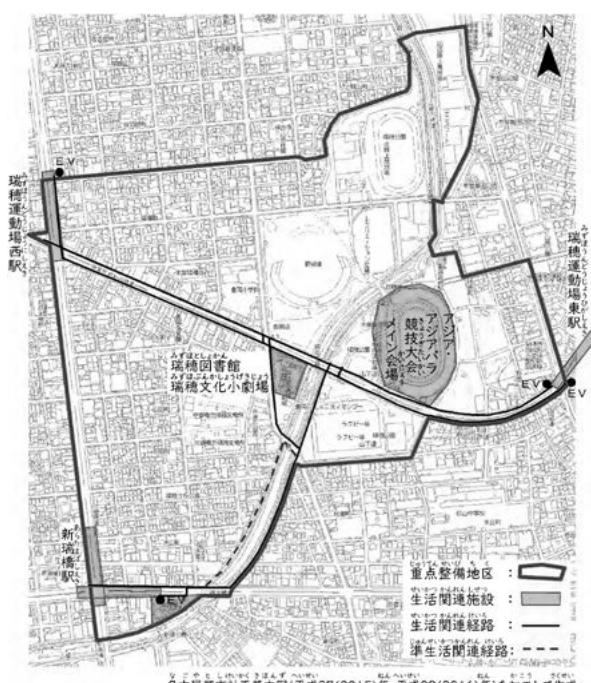


図12 重点整備地区及び生活関連施設・生活関連経路

(4) 整備内容

瑞穂公園陸上競技場地区の生活関連施設や生活関連経路等について、令和8（2026）年までを目標に以下の整備等を行うことしました。

基本構想策定後、関係事業者において、この基本構想に沿って特定事業計画を作成し、相互に協調して整備を進めています。

【公共交通特定事業（名古屋市）】
○地下鉄瑞穂運動場東駅、瑞穂運動場西駅、新瑞橋駅の整備 ・一般トイレ、バリアフリートイレの改修 ・わかりやすいサインの整備 ・エレベーター2基目の建設 等
○市バスターミナルの階段のすべり止め対策の実施
【道路特定事業等（名古屋市）】
○歩道を、よりバリアフリーに配慮した舗装に更新、視覚障害者誘導用ブロックの改善（瑞穂運動場西駅～瑞穂運動場東駅）等
【交通安全特定事業（公安委員会）】
○エスコートゾーンの設置及び補修
【建築物特定事業（名古屋市）】
○瑞穂図書館におけるバリアフリートイレの改修、屋外案内標識の改修
○瑞穂文化小劇場におけるバリアフリー設備の案内表示等の改修、屋外案内標識の改修
【その他の事業（名古屋市）】
○意識のバリアフリーに関する広報・啓発活動
○安全に通行することができるようボランティア等の配置を検討（大会開催時）等

表1 主な整備内容

会の価値であると考えています。

本市としては、前述のようなめざすまちの姿を実現するために、大会に向けた取り組みをさまざまな分野につなげてまいりたいと考えています。

5 終わりに

第20回アジア競技大会及び第5回アジアパラ競技大会については、大会期間中、数多くのアジアトップレベルのアスリート達の躍動する姿に直接触れることで、人々に深い感動や気づきの機会をもたらし、日常では味わうことのできない高揚感で本市全体を包みこむ力があります。

一方で、人口減少社会が到来する日本において、大都市が抱える様々な社会課題を解決し、住みよいまちをつくるための「触媒」としての力も、この大会には備わっていると認識しており、それらが合わさった複合的な力が、この大

2025.09
No.84



U.A. アーバン・アドバンス

名古屋発

熱田神宮周辺まちづくりの推進

名古屋市住宅都市局まちづくり企画部まちづくり企画課

1 はじめに

熱田神宮には年間約700万人の参拝者が来訪し、その周辺には七里の渡しをはじめとした様々な歴史的資産が集積しています。こうした熱田神宮周辺エリアが持つポテンシャルを活かしたまちづくりを進めるため、「熱田神宮周辺エリアプラットフォーム」が令和7年1月29日に設立され、官民連携によるまちづくりがスタートしました。

今回は、本市も参画する「熱田神宮周辺エリアプラットフォーム」が、まちづくりの方針や将来像等を取りまとめた「熱田神宮周辺まちづくり未来ビジョン¹⁾」について紹介します。

2 背景

近年、複数の地域まちづくり団体によるまちづくり活動の活発化や、鉄道駅周辺等における民間開発事業の進展により、熱田神宮周辺エリアにおけるまちづくりの機運は上昇しています。

まちづくりの盛り上がりが見られる一方、各主体の取り組みは個別・局所的であるため、多様な主体が同じ目標を目指して協働し、相乗的



図1 未来ビジョン対象エリア

に効果を発揮できるよう、まちの将来像や取組みの方向性を共有することを目的として、「熱田神宮周辺まちづくり未来ビジョン」をとりまとめることになりました。

3 位置づけ

「熱田神宮周辺まちづくり未来ビジョン」は、熱田神宮周辺エリアのまちづくりに関わる産官学民の多様な主体が参加する勉強会を開催して、内容を検討しました。この勉強会の参加者



図2 官民連携まちなか再生推進事業による支援制度（国土交通省都市局）

表1 エリアプラットフォーム参画メンバー

エリアプラットフォーム参画メンバー (50音順・敬称略)
熱田神宮駅前地区まちづくり協議会
熱田湊まちづくり協議会
あつた宮宿エリアマネジメント株式会社
あつた宮宿会
株式会社M T G
東海旅客鉄道株式会社
独立行政法人 都市再生機構 中部支社
学校法人 名古屋学院大学
公益財団法人 名古屋観光コンベンションビューロー
名古屋市
名古屋商工会議所
名古屋鉄道株式会社
N P O 法人 堀川まちネット
水辺とまちの入口 A C T 株式会社

を中心として設立された「熱田神宮周辺エリアプラットフォーム」により、国土交通省が所管する「官民連携まちなか再生推進事業²⁾」制度に基づく「未来ビジョン」に位置づけられるものとして、とりまとめられています。

4 まちづくりの合言葉「共に紡ごう、熱田の想いを」

熱田神宮の周辺エリアに住む人たち・働く人たち、そして縁を持つ人々は、それぞれ「熱田」に寄せる想いを持っています。

熱田神宮周辺エリアならではの「まちの楽しさ」「歴史の厚み」「文化の奥深さ」「人々の優しさ」「水辺の心地よさ」「豊かな緑」への誇り、憧れ、愛着、懐かしさ…熱田に関わる人がそれぞれに自分の心の内に持っている「想い」をお互いに共鳴させながら、新たなまちの物語を紡ぎ、次の世代へ伝えていきたい。そのような想いを込めて〈共に紡ごう、熱田の想いを〉を熱田神宮周辺まちづくり未来ビジョンの合言葉にしました。

この合言葉をまちづくりに関わる全ての人たちと共に共有しながら、「オンリーワンの魅力で日本の『熱田』・世界の『ATSUTA』として輝くまち」「悠久の歴史と文化が地域の誇りとして

あふれ出ているまち」「古さと新しさが共存し、いろいろなワクワク感を味わえるまち」「訪れてもよし、住んでもよし、働いてもよし、寛容で心地よいまち」の実現を目指しています。

5 まちの現状

(1) 热田のまちの概況

熱田のまちは、シンボルである熱田神宮を中心に、名古屋城の築城以前から重要な拠点でした。熱田台地の南端に位置し、東海地方最大の断夫山古墳が築かれるなど古くから人々の活動が盛んで、熱田神宮では、今も伝統的な神事が連綿と続けられ、悠久の歴史を伝えています。

熱田神宮の門前町、東海道一の賑わいを見せた宿場町、漁師町・湊町など様々な性格をあわせ持ったまちとして、独自の歴史を重ね、名古屋城下町とともに現在の名古屋の基盤となった地域です。

まちの発展過程や戦災によって市街地の多くが消失したこともあり、かつての姿を今に伝える有形の歴史資源は少なくなってしまいましたが、それでも東海道の道筋をたどることができ、東海道唯一の海路であった宮の渡し船着場と水辺があり、歴史的価値の高い旅籠跡が残るなど、日本の歴史を語る上で欠くことのできない地域となっています。



図3 旧旅籠屋 伊勢久

一方で、都々逸や祭り、神事など、無形の歴史資源も今に多く伝わっており、地域独自の文化として継承され続けています。

生活面では、名鉄、JR及び市営地下鉄の各駅、市営バスの運行拠点があるなど、交通利便性の高い地域であるとともに、区役所や図書館、文化小劇場など行政、生活利便施設が集積する地域拠点にも位置づけられています。



図4 七里の渡し

6 まちづくりの視点

未来ビジョンに基づく熱田神宮周辺エリアのまちづくりは、図5の視点を前提にして進めていきます。

熱田のまちの生活、観光はともに歴史・文化が土台となり、その上で成り立っています。

「来訪者視点からのまちづくり」と「生活者視点からのまちづくり」は相互に補完し合う関係にあります。

地域の人々のなりわいや生活があるからこそ、シビックプライドが醸成され、観光まちづくりの推進につながります。

観光まちづくりが進むことで、地域の担い手を惹きつけるプランディングが進展し、地域のなりわいが活性化します。

エリアマネジメントへ取組むことにより、まちづくり活動の持続的な展開につながります。

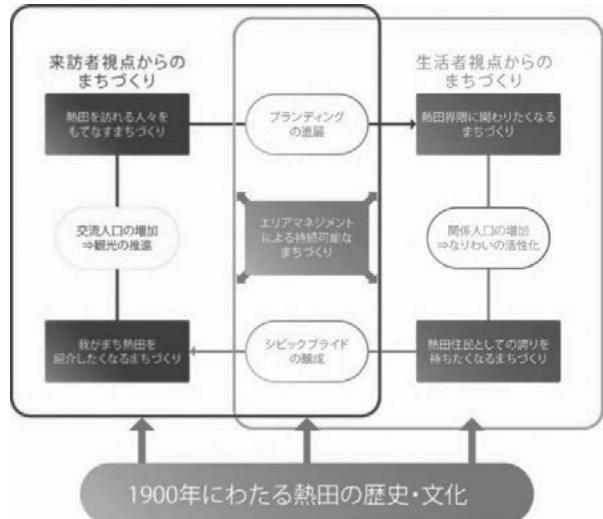


図5 まちづくりの視点

7 まちづくりの方針

(1) 方針1 歴史と文化を体感する熱田神宮を中心とした観光まちづくりの推進

1) 方針1の将来像

将来像としては、熱田神宮を訪れる参拝客がそのまま周辺地域へと足を延ばし、文化体験や史跡散策、公園や駅前広場でのイベント、水辺アクティビティなど多様な活動を楽しむ姿を描いています。また、次世代モビリティや水上バスなどを活用した快適な交通ネットワークにより、エリア内外の施設との円滑な連携も期待されます。さらに、熱田の魅力が様々なメディアを通じて発信され、「熱田ブランド」として国内外から多くの人々を惹きつける地域となることを目指しています。



図6 都々逸

2) 方針1の将来像実現に向けた取組みの方向性

この将来像の実現に向け、以下のような取り組みを目指します。まず、空き家や空き店舗のリノベーション、景観デザインコードの設定、建築ルールの見直しなどにより、「熱田らしさ」を感じられる市街地の整備を目指します。また、スムーズな歩行者動線の整備や案内誘導機能の強化などにより、誰もが移動しやすい回遊ネットワークを形成します。さらに、歴史・文化、芸能、祭り、食などを活用した観光コンテンツの開発を通じて、熱田ならではの観光・交流資源の魅力向上を図ります。そして、歴史・文化資源のアーカイブ化やシティプロモーションの展開による戦略的な情報発信も進めます。



図7 社会実験（グリーンスローモビリティ）

(2) 方針2 人々をもてなし多様な交流を促進する現代の門前町・宿場町の形成

1) 方針2の将来像

将来像としては、駅前空間の再開発を通じて、多彩で便利な都市機能を集積させ、熱田神宮への来訪者や地域住民、駅利用者による賑わいを創出することを目指します。まちなかのオープンスペースでは多様なイベントや地域活動が行われ、世代や立場を超えた交流が生まれるような環境を描いています。あわせて、駅前のまち並みも、熱田神宮の門前にふさわしい風格ある空間へと形成し、境内の豊かな緑と調和した景観づくりを目指します。



図8 あつた nagAya

2) 方針2の将来像実現に向けた取組みの方向性

この将来像に向け、駅周辺再開発の展開による導入機能の例として、駅前における観光バスの乗降場や熱田の雰囲気を感じる商業施設などの整備を掲げています。また補助金や税制優遇措置などを活用した民間投資の誘導を行います。さらに、オープンスペースでのイベント開催や名古屋国際会議場の来訪者向けサービスなどを通じて、多様な人材が交わる仕掛けづくりを行い、まちの活気と魅力の創出を図ります。



図9 駅前空間イメージ

(3) 方針3 過去から未来へと人の営みをつなげ育むエリアマネジメントの展開

1) 方針3の将来像

将来像としては、熱田神宮周辺エリアプラットフォームを中心に、各主体が連携・協働し、地域全体の価値向上に向けた取り組みを展開していきます。名古屋市内外のエリアマネジメント団体やスタートアップとの連携によって人材育成や協働ネットワークの強化を図り、地域内

での起業や学びの機会の提供なども積極的に推進します。まちづくりの取組み等で得た収益を、更なるまちづくりや地域の暮らしに再投資するなど、自走・持続可能なエリアマネジメント仕組みの構築を目指します。



図10 あつた紙芝居

2) 方針3の将来像実現に向けた取組みの方向性

この将来像に向け、まちづくり活動で得た収益を地域の暮らしに還元する「再投資型」の持続可能なエリアマネジメントの構築も視野に入れています。その一環として、地域まちづくり団体の法人化や都市再生整備計画の提案など、まちづくり会社による本格的な事業展開を後押しします。また、公共空間（宮の渡し公園や堀川・新堀川など）を活用した市民の憩いと活動の場づくりや、地域の子どもたちを対象とした啓発活動などを通じて、地域の未来を支える人材づくりにも取り組んでいきます。



図11 水辺の利活用イメージ

8 エリア・ゾーンごとのまちづくり

取組みを進めるにあたり、地域特性に応じて、熱田神宮周辺エリア内を、「熱田神宮・駅前ゾーン」、「旧宿場町・七里の渡し跡ゾーン」

「古墳・社寺集積ゾーン」に分けて、それぞれに将来像と取組みを設定し、特色あるまちづくりを進めます。

また、白鳥公園、白鳥庭園、白鳥プロムナード、中央卸売市場本場等の周辺施設と連携して名古屋国際会議場のMICE会場としての魅力を高める取組みを進める「白鳥エリア」と連携を目指します。これらエリア・ゾーンごとに取組みを進めることで、エリア全体の価値を高めていきます。

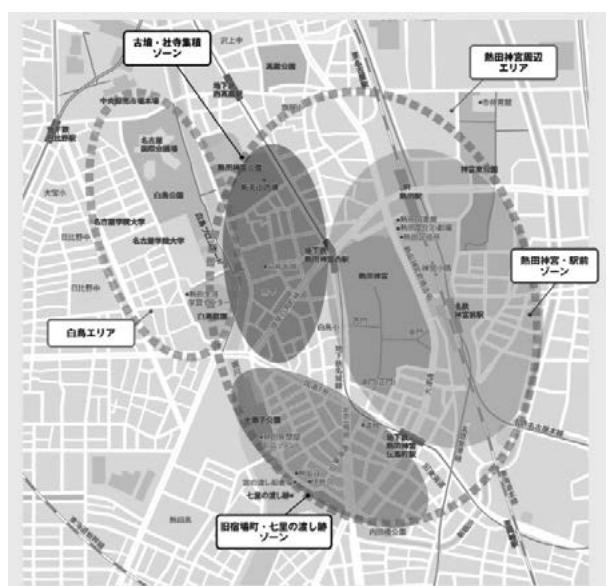


図12 ゾーニング図

(1) 热田神宮・駅前ゾーン

1) ゾーンの特性

このゾーンは熱田神宮を中心に、年間700万人超の参拝者を迎える地域の玄関口にあたります。名鉄・JR・地下鉄の各駅やバス拠点が集中する交通結節点であり、観光や散策の起終点となる重要な回遊拠点でもあります。

2) ゾーンの将来像イメージ

将来像としては、神宮前駅西側には熱田ならではの老舗飲食店や多様な店舗が集まり、門前町にふさわしい風格とおもてなしの雰囲気があふれるまち並みが形成されていることを目指します。また、駅前空間にはモビリティ・ハブの整備を目指し、観光客は熱田神宮のみならず周辺地域へも足を運ぶことを促します。加えて、広場や公共空間を活用したイベントなどにより、地域住民と来訪者が交流する賑わいのある空間づくりを目指します。

3) ゾーンの取組みイメージ

これらを実現するために、市街地再開発事業等を通じて、商業・交流・居住・宿泊などの都市機能を集積させ、快適な都市空間を形成します。インセンティブ制度を活用し、民間開発との連携によるまちづくりを推進するほか、シェアサイクルやグリーンスローモビリティなどの周遊交通サービスの導入を目指します。また、駅構内へのサイネージ設置や、滞留・イベントに活用できる広場など公共空間の創出・利活用の仕組みづくりも目指します。

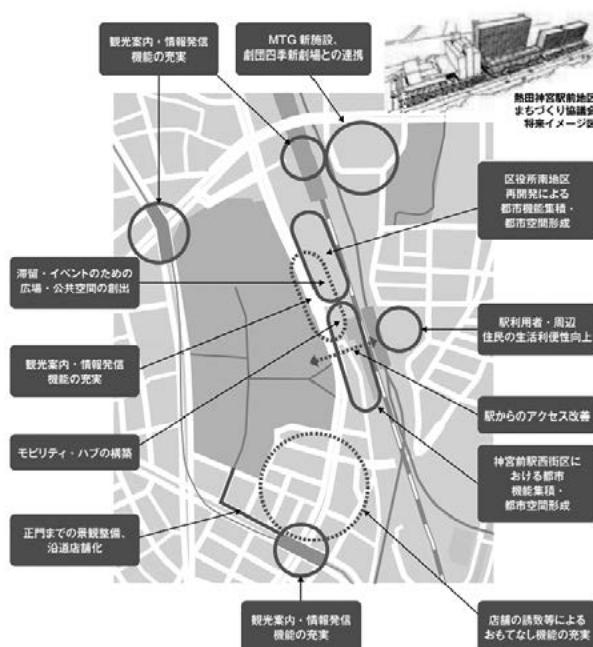


図13 熱田神宮駅前ゾーン

(2) 旧宿場町・七里の渡し跡ゾーン

1) ゾーンの特性

このゾーンは、門前町・宿場町・湊町・漁師町として栄えた歴史的資源の集積地であり、堀川・新堀川沿いには宮の渡し公園や内田橋公園などの水辺空間が立地します。現在では少子高齢化が進み、日常の買い物の困難化なども課題とされています。

2) ゾーンの将来像イメージ

将来像としては、宮の渡し公園や大瀬子公園を中心とした観光交流の拠点が整備され、熱田神宮や駅前に並ぶ新たな集客拠点となることを目指しています。周遊交通によって他ゾーンからのアクセス性が高まり、水上交通によって名古屋城や都心部との連携も進みます。水辺に面した飲食店やアクティビティ、ゲストハウスや物販店などが共存することで、観光と生活が自然に溶け合う空間の形成を目指します。

3) ゾーンの取組みイメージ

取組みイメージとしては、水辺空間の活用や歴史文化を活かした景観整備、歩行者動線の連続性強化、旧東海道沿いのアクセス性の改善と景観形成が挙げられます。また、古民家等を活

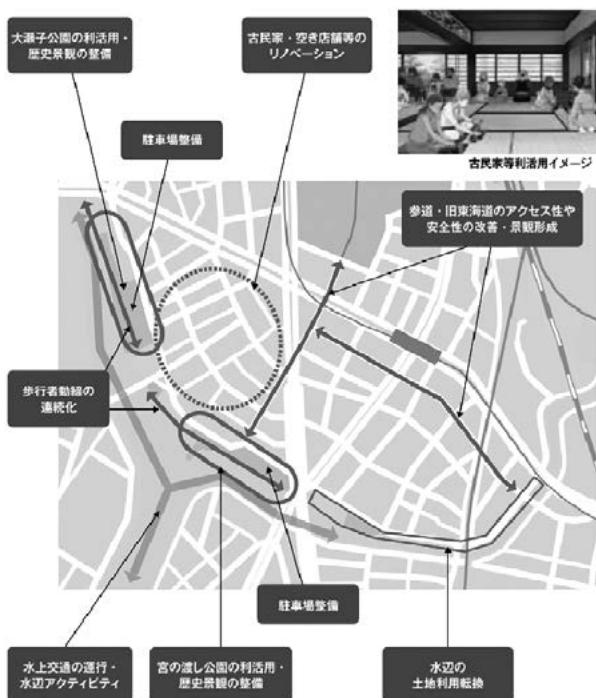


図14 旧宿場町・七里の渡し跡ゾーン

用したまち宿の整備や観光プログラムの導入、買い物支援のための送迎サービス、周遊交通の充実といった生活支援策も考えられます。

(3) 古墳・社寺集積ゾーン

1) ゾーンの特性

このゾーンは、熱田神宮の繁栄とともに形成された社寺や断夫山古墳や白鳥古墳などが集積する地域で、小中学校が立地し、住居中心の閑静な雰囲気が特徴です。

2) ゾーンの将来像イメージ

将来像としては、社寺巡りや古墳散策、お寺での体験、隠れ家的なカフェでのんびり過ごすといった、落ち着いた時間が流れるまちが想定されます。地域住民とのふれあいや、花や緑に彩られた環境、安全・安心な暮らしやすさもこのゾーンの魅力となります。

3) ゾーンの取組みイメージ

具体的な取組みイメージとしては、まち歩きルートの整備や寺院での体験プログラムの開発、地域イベントの開催、白鳥公園の利活用、熱田神宮西駅からの案内誘導の整備が挙げられます。また、愛知県が策定予定の断夫山古墳保存活用計画との連携も図り、歴史資源の一層の活用を目指します。

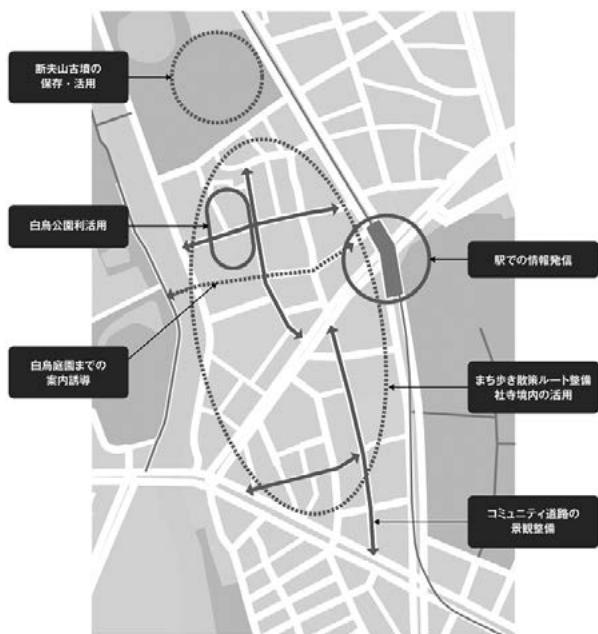


図15 古墳・社寺集積ゾーン

9 将来像実現に向けた実施体制

(1) エリアマネジメント組織の事業・役割・運営

エリアマネジメント組織を中心に行政や民間企業等と連携して、未来ビジョンの実現に向けた実施体制を築いていきます。

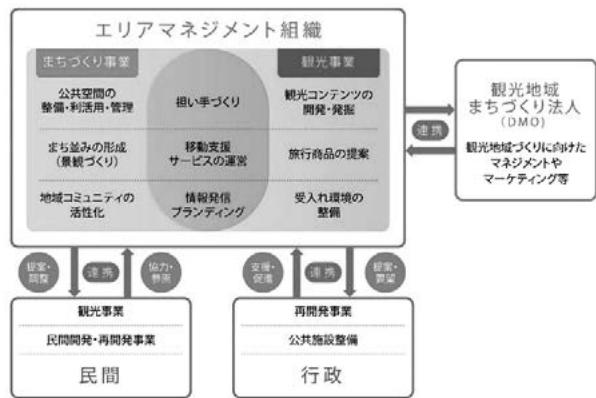


図16 実施体制イメージ

(2) 推進体制のステップアップ

エリアマネジメント組織は安定的な取組みの継続のため、まちづくり事業を実施しつつ、財源を確保して、都市再生推進法人へのステップアップを目指していきます。

■推進体制（エリアマネジメント組織）のステップ

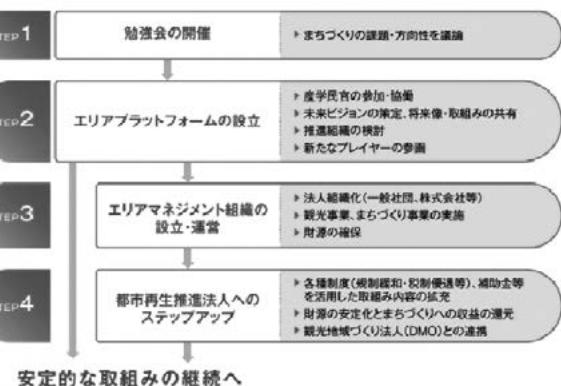


図17 ステップアップイメージ

10 ロードマップ

未来ビジョンに基づく主な取組みのロードマップは図18のとおりになります。各取組み

の具体的な内容、実施主体等を定めるアクションプログラムを今年度作成予定です。



参考文献

- 1) 热田神宮周辺エリアプラットフォーム：「热田神宮周辺まちづくり未来ビジョン」
- 2) 国土交通省－官民連携まちづくりポータルサイト
<https://www.mlit.go.jp/toshi/system/#kanminsaisei>

11 おわりに

熱田神宮周辺エリアは、熱田神宮をはじめ、断夫山古墳や白鳥古墳、七里の渡し跡などの歴史資源、都々逸や熱田神戸節などの伝統文化が数多く継承されており、神話の時代から、古墳時代、戦国時代、そして東海道最大の宿場町として賑わった江戸時代まで、実に1900年以上の悠久の歴史と文化の蓄積がある地域です。これらの歴史・文化の魅力を活かした観光の推進や、地域住民や駅利用者などの生活利便性の向上に資するまちづくりを進めるために、熱田神宮周辺エリアプラットフォームは未来ビジョンの実現に向けた取組みを進めていきます。

2025.09
No.84



• アーバン・アドバンス

名古屋都市センター事業報告

先進事例から学ぶ名古屋の水辺創造について ～“Frogs FARM ATMOSPHERE”（淡路島）と “葛西臨海公園”（江戸川区）の取組紹介～

日時：2025年1月8日（水）13:00～15:00

場所：名古屋都市センター 11階ホール

事例紹介『Frogs FARM ATMOSPHERE（淡路島）の取組み』

佐藤 裕久 氏（株式会社バルニバービ 代表取締役会長）

今日は、港へつながっていく中川運河、その空間を開発していく皆さまが参加されているということで、非常に関心を持ってやってまいりました。僕は生まれが京都で、鴨川は生活のベース、ランニングするのも、散歩するのも、デートするのも鴨川みたいな、生活のセンターだったので、東京に来てここまで川が虐げられているのかと驚きました。中川運河でもできるだけ残せるもの、現行法の問題で壊さざるを得ないこともありますが、使えるものはできるだけ使いたいと思っています。それは建物のストーリーが残せるということです。人の営みの中で一番悲しいのは、お金さえかけたらドンといいものが出てくる、新しいものができるという誤謬です。最も高価で得がたいものは時間であり、歴史です。なので名古屋城は、もちろん何度か消失しているでしょうけど、大切にされるのは当然のことです。歴史、時間は買えないんです。



淡路の人たちは地震でやられたけど、橋が開通したら街が良くなり人口が増えると思ったんです。事実、博覧会もやり、ホテルやいろんな施設ができました。でも人はどんどん出ていったんです。人口は減る一方です。

2019年の春に、この青い屋根、シラスを釜揚げする西浦水産の工場横に店を出しました。野原の何もないところです（図1及び2）。

08 淡路島 西海岸【兵庫】 | ガーブ コスタ オレンジ www.garboita-orange.com | 改装前



図1 ガーブコスタオレンジ（改装前）

08 淡路島 西海岸【兵庫】 | ガーブ コスタ オレンジ www.garboita-orange.com | 改装後



図2 ガーブコスタオレンジ（改装後）

再生だけでも、創生だけでもダメ

ここから淡路島の話をします。1995年1月17日、阪神淡路大震災が起こりました。そして1998年に神戸市と淡路島をつなぐ世界最大の吊り橋が開通しました。明石海峡大橋。その時、

今、年商で2億4千万円くらい売っています。僕たちはこの店からどんどん開発を進め、全部で19施設。これ全部、うちがやってるんですね（図3）。



図3 Frogs FARM ATMOSPHERE

このエリアの約30,000m²の土地全部を我々が所有もしくは賃借しています。しかもここは数十人の地権者がいらっしゃる土地です。当初我々は1号店の土地だけしか持っていました。でも必ずこの街に人を呼ぶという目標のもと、やっていこうと決めて、1号店オープンまでに周辺を買えるだけまず買おうとしました。当然全部買えるわけありません。なので我々は飛び地の中で事業をしていました。

僕たちが地方で、こういう街をつくっていくときに一番に目指したのは、「人が住みたくなる街」。それをしてことこそ、地方がもう一度再生し、ただし、再生するだけではダメです。創生をも行い、それを我々は地方創生と呼んでいます。創再生。再生しつつかつ新しいものを加えていく。街の中に一つの化学変化をもたらすこと。我々のようなよそ者がやることはそういうことだと思っています。

3つの「屈」を覆す

僕よく言うんですけど、地方には3つの「屈」が存在していると。「退屈」「卑屈」「窮屈」。地方創生のポイントは観光だって思っている人が多いですが、そうではありません、観光は。も

ちろん少しは役立つんですけど。基本的に観光するのは日没までです。観光地って何を指しますか？主に歴史的建造物、川、湖、海、森。全部夜が怖いところじゃないですか。もちろん京都の寺社のライトアップ、花火大会なんかありますが、基本的にはイベントでしかありません。夜楽しくなかったら、少なくとも若者は嫌だよね。来たくない、住みたくない。退屈な街なんです。僕らは絶対楽しくしようぜっていう思いをいつも持っています。

「卑屈」は、ないもの探しを始めることです。東京にあるのに自分たちの街にはないって。そんな横並びの発想で、その街の誇りや、わざわざ足を運ぶモチベーションになるわけがありません。ある意味、その街にしかない何ものかを見過ごしてしまいがちですよね。都会から見ればむしろ憧れとなるコンテンツが山ほどあることに気づけば、もしくは気づかされれば、卑屈さなんて無用です。

これは、レディー・ガガのヒールのないパンプスをデザインした世界的に有名なデザイナー、館鼻則孝さんが、世界でここだけのためにデザインした回転寿司の皿です（図4）。館鼻さんは当然、自分のワークの中にこれを入れてくれてますから、俺たちの街にはこんなのあるんだぜって言える。これなんかも卑屈さへの挑戦なんですよね。

そして「窮屈」。これポイントなんですよ。シュリンクしていく地域コミュニティは、ますますその監視や干渉が激しくなります。さらに生きにくくなる。その街に住みたいという動機が見つけにくくなる。若者や志ある人が窮屈を感じるんです。我々、19の施設をつくったこのプロジェクトに200人弱のスタッフがいるわけですが、その中にはいろんな個性があります。女装する人がいたり、めちゃめちゃロックな奴がいたり。でもみんな接客業ですから、すごく気さくな奴らです。そいつらが街に出る。一人、二人ではダメなんですよ。「あの人都会から来たけど変よ」みたいに言われるけど、こ

れだけいるとね、仕方ないかってなるんですね(笑)。そうなった瞬間から心の間口を開けてくれるわけです。そうなると、一番しんどかった窮屈がブレークスルーするんです。

僕は、退屈、卑屈、窮屈の3屈は、覆すことができる。「3クツガエシ」と言っています。そういうことをやっていくことによって、その街に対して住みたくなる感覚っていうのが出てくるんですね。



図4 淡路島 回転すし 悅三郎

この街でしかできること

新たなる地域の定番の祭りとして「サキア祭」というのを、2022年3月の春分の日から始めました。去年の秋分の日で6回開催しました。お彼岸には親族が集まったりしますよね。だからこの地域に「ずっといる人」「以前いた人」「新たにやってくる人」が集まる絶好の日となる可能性があると考えたんです。以前いた人々は、よそ者である僕たちと地元の方を多分つないでくださるんじゃないかと思ったら、案の定です。第1回の屋台の参加者はゼロでした。声かけたんですけど、そんなことできるわけないやんみたいな感じ。それがなんと第6回になると52団体が参加してくれました。今では3,000人を超える祭りになりました。

しまい込まれていたお神輿も僕らが寄付して修理しお祭りを復活させました(図5)。そうなると地元の方が完全に味方なんですよ。お前たちがいたら街がおもろなるから、お前らの言



図5 サキア祭

うことは協力したるって。どこまでかわからぬですよ。でもそうおっしゃってください。

これから皆さんを取り組んでいかれる中川運河、港の水辺空間の再生。決して大きい資本がダメだと言ってるわけじゃありません。けれどもこういう形で一個一個つくりながら、地元の方と手に手を携えながら、そして時には揉めながら、いろんな議論を交わしながら、お互い涙を流しながら、この街でしかできないこと、この名古屋でしかできないこと、それをつくっていけるならば、僕たちも名古屋に対してはよそ者ですけど、我々なりの考え方や感覚をこの街がまたいろんなふうにトリートメントしていただきて、そして10年先にそのエリアが街の財産になり、みんなが散歩したりランニングしたり、ひょっとしたら泳いでトライアスロンやったりとかできるような街になっていくと、すごく楽しい未来が広がるかなと思っています。

事例紹介『公園再生と地域の未来 葛西臨海公園の取組み』

鈴木 伸典 氏（株式会社ゼットン 代表取締役会長）

街をつくるという行為において大事なポイントは、その街の宝を見つけることです。今も昔も変わらない自然環境、例えば青い空、海の景色、とてつもなくきれいな夕日や森。それをみんなで共有する場所をつくる。共感から生まれる人々の生活、人々の時間の過ごし方、これがまず街をつくる大事なポイントじゃないか。この価値観はバルニバービの佐藤会長と共有をしていると感じています。

もう一つ、街を歩くという人々の行動への結びつきが街には大事なんじゃないか。その街の風情であったり、光、温度、気候、そういうものを感じたいと思えば、人は自然に外に出て街を歩く。そんなことを無意識のうちにやりたい。その欲求を時間とともに過ごしたいと思うのが人間なんじゃないか。人間が生活する場所をつくる、つまり住みたい街をどのようにつくるかが僕と佐藤会長との共通の価値観です。街をつくるというアプローチ、やり方、事業の組み立て方は当然違います。バルニバービ、ゼットンという同じ1995年に生まれた会社が30年の時を経て、なぜだか僕たちは街をつくる。生活者の時間というものをつくり上げたいという思いでやってきました。

店づくりから、公園づくりへ

株ゼットンは、1995年に創業者の稻本健一がレストランバー「ZETTON」1号店を名古屋の栄にオープンしたのが始まりです。2016年に僕が事業を承継しました。

僕たちがレストランターとして今まで仕事をしてきた、その仕事ってどんな要素で構成



されていたのかを考えていたときに、雑誌『BRUTAS』の「LIFE is PARK!」という特集記事に出会いました。僕はトライアスリートで、泳いだり自転車を漕いだり走ったりすることが大好きな人間で、渋谷区代官山から駒沢公園まで走っていました。そのときに仲間たちから、駒沢公園が、代々木公園があるからこの近くに住んだんだよという話を聞き、公園というものの吸引力の高さに興味を持ちました。時間を過ごしても気持ちいい、生活している人たちを見ていても美しい。公園って非常に魅力的な場所なんだと、公園は僕たちの仕事として関わることができると感じたんです。レストランと全く同じです。コンセプトをつくってそれを表現する。サービスとして人々に届けるためにわかりやすくデザインする。それを公園でやってみよう。

僕たちの一番大きな強みは、企画した後、マネタイズするためのオペレーションができるわけです。このマネタイズをすることが実は非常に重要で、ここを一気通貫する公園をつくるビジネスモデルがうまくいけば、新たなビジネスを世に発信して、駒沢公園や代々木公園に負けないブランド力を持ち、街にとって機能性があり、街にとっての色が表現できる。そんな街のシンボルをつくることが街のエリア再生事業として成立するんじゃないかなと思ったんです。

ライフチェンジを提案する

葛西臨海公園では、我々のオペレーションでコンセプトメイクしたものをデザインでまとめてマネタイズしていく。キャッシュポイントをたくさん埋め込んで、公園自体が稼ぐ場所として成立させる、そんな図式を作っていました。2017年にPark-PFIが創設され、葛西臨海公園の例はPark-PFIを具体的にマネタイズす

るためのビジネスモデルになるので、一つのエビデンスとして証明するために、公園再生事業第2弾となる横浜の山下公園に携わりました。その時に「山下公園を再開発します」とSNSに投稿したら、「私たちが住んでいる横浜の街を変えないで」というコメントがきてびっくりしました。再開発という言葉が一人歩きをして、大きな建物が建って街が変わると誤解しちゃうんですね。

僕たちレストランターはソフトウェアを駆使するプロフェッショナルなので、建物がなくても人々に喜んでもらうためには何ができるのかをサービスマンという角度から考え、お金をいただくという商売を考えます。街づくりも一旦その基本に立ち返る必要があるんじゃないかな。再開発に代わる良い表現はないのかな、もっと僕たちがやろうとしている事業がストレートに伝わる言葉がないのかなと思ったときに、再生だったんですね。佐藤会長も言われてました。地方創生だけじゃダメ、再生することが必要なんだよ。この再生という言葉が降ってきたんですよ。

葛西臨海公園の事例を紹介します。1987年につくられた、ディズニーランドの対岸に見える東京ドーム16個分の非常に大きな都市公園です（図6）。公園を見に行った日は天気が良くて、大きなヤシの木と青空に、カリフォルニアかここは、と思ったんですね。青い空の向こうに海が見える、森が見える。東京駅から中央線で15分の距離です。決して治安が良いとは言えないと聞いていた場所でした。最初にパークライフカフェというカフェをつくりました（図7）。海の手前にはクリスタルビューという谷口吉生先生という非常に有名な建築家がつくった美しい建物があるんですが、1階の無料休憩所をクリスタルカフェというテイクアウト中心のカフェに変えました。併設して新しいバーベキュー場をつくりました（図8）。また、空、海、芝生、森という大自然を使ったアウトドアウエディングをプロデュースしました（図

9）。春、秋の2シーズンだけで年間50組ぐらい利用します。お母さんがベビーカーを引いて集まる公園になる、新たな人生を送るための結婚式を挙げる場所になる。そんな街の変貌を遂げています。



図6 葛西臨海公園



図7 PARKLIFE CAFE



図8 バーベキュー広場



図9 アウトドアウエディング「Denim—デニムー」

もう一つ、葛西臨海公園には、葛西海浜公園という干潟があって、ここを一つの遊び場所としてつくり変えたいと提案をし、さらに東京湾に面するこのビーチの水質を変えようと、東京海洋大学と手を組んで水質浄化に向けた取り組みをしました。ここが都内で最も近い海水浴場になるという目標を立てることができれば、都内にいながらにして海街生活が具現化できちゃうわけです。それが不動産購入の動機になり、住民が増えて住民税や固定資産税が入ってくる。自治体自体が潤っていくわけです。

僕たちがやっている仕事は、ただ物を売ってお金儲けをするのではなく、いろいろな研究機関の知見も借りながら水辺をきれいにするとか、ライフチェンジを提案していくことで、街ってどんどん変わるんだなっていうことを、葛西臨海公園を通じて感じたわけです。

街の宝を引出し、結びつける

山下公園ではTHE WHARF HOUSE（ザ・ワーフハウス）をつくりました。カフェ、バーベキュー、お土産屋さんなどを詰め込んで、山下公園の使い方を変えようということでチャレンジしました。最も重要な街の宝は、横浜港です。横浜港をずっと見てみたいという願望に僕は駆られてしまうがなかった。そこで足湯に浸かりながら横浜港を満喫できる足湯テラスをつくりました（図10）。2022年にオープンしましたが、1年間で3万人集客します。建物を建て

て集客をしなくとも、こういう宝を活かす、そこにいたい人々の気持ちを探る、もしくは引き出すだけで動員できる。つくづく街づくりというのは、人々の意識の中に眠っているものなんだな、これをどのように事業者が引き出して、生活や人々のスタイルにしっかりと結びつけるか、そんなことが大事だなということを感じました。



図10 足湯テラス

中川運河の水辺をどのようにつくり変えていくか、考え方は同じだと思います。歴史を紐解いて、その歴史から生まれた街というものを尊重して、そのロケーションの宝って何なんだろうか。人々がずっとそこに座っていたくなる、ここで生活をしたいと思う、そんな仕掛けって何だろうか。高齢化社会、例えば老人ホームと若い世代が住む一体型のマンション、施設をつくることができれば、助け合いができる、介護の価値観が変わるんじゃないかな。そんなことも含めて中川運河の水辺をつくり変えていくべきじゃないかと考えています。街の宝と歩きたくなる街。そんなことを意識してもらえたならと思っています。

■パネルディスカッション

登 壇 者：佐藤 裕久 氏（株式会社バルニバービ 代表取締役会長）

鈴木 伸典 氏（株式会社ゼットン 代表取締役会長）

坂本 敏彦 氏（名古屋市住宅都市局 担当局長）

木村 文彦 氏（名古屋港管理組合 総合開発担当部長）

コーディネーター：加藤 義人 氏（岐阜大学客員教授、名古屋都市センター特任アドバイザー）

【加藤】ここからは中川運河と名古屋港を題材に、お二人のメガネにどのように映るかを語っていただきますが、その前に、中川運河と名古屋港ガーデンふ頭で今どんな取り組みがされているのか、それぞれのご担当からうかがいます。まず坂本さん、お願いします。



中川運河の拠点開発について

【坂本】最初に中川運河の概要をお話しします。中川運河は名古屋港と旧国鉄笛島貨物駅を結ぶ運河として、昭和7年に全線が開通しました。当時物流は堀川で担っていましたが、堀川だけでは手狭になり、その機能を堀川から松重閘門を経て中川運河に出して港に運ぶ。そうした物流の大動脈としてつくられました。昭和39年頃をピークに水運の物流が減少し、活用されなくなっていました。忘れ去られた存在になりました。しかしながら、水辺としては非常に貴重な空間ということで、これをいかに再生するか。平成24年に中川運河再生計画を策定。沿岸用地にはスポーツ施設、飲食店等が建ち、平成29年からはクルーズ名古屋の舟運も始まりました。この経過を踏まえて令和5年に中川運河再生計画の更新版を策定し、今後10年間の取組みの内容をま



とめています。リニアの開業を見据え、名古屋の新しい魅力エリアとして中川運河を活かしていくこうということで、理念としては「歴史をつなぎ、未来を創る運河」。交流・創造あるいは環境、産業、防災といったテーマで方針を掲げて再生を図るものです（図11）。



図11 中川運河再生計画の概要

この中で特に、にぎわいゾーンの再生を加速させたいということで、3つのゾーンを設定しています。都心に近接するささしまライズ24の南にある堀止エリア。珈琲元年やバーミキュラなどがすでに進出している北幹線エリア。松重閘門という歴史建築物が残されている非常に印象的な東支線エリア。それぞれのエリアの特性を踏まえにぎわいを誘導していく計画しています（図12）。具体的には各エリアでコアとなる拠点の形成を図ります。東支線、松重閘門エリアでは、松重ポンプ所、ここは毎日18万tの水を堀川に流して水の循環を行っていますが、昔のポンプが残っていて、これをうまく活用しエリア全体の賑わいの創出をめざします。社会実験として、堀止～松重クルーズを行いました。非常に好評で約900人の参加をいただきました。



図12 にぎわいゾーンの目指す姿

堀止エリアでは「NAKAGAWA CANAL DOORS」～そこに集う誰もが、新しい扉を開き、都心の賑わいと憩いの水辺空間を創出します～というコンセプトで拠点開発に着手しました。開発のイメージとしては、新しい堀止の顔となるよう大屋根を架け、飲食やカフェ、イベントなどができるコミュニティ広場、イベントビーチなど水面を利用しながら整備をしようということです。また、堀止の西側、堀止緑地では、港の港湾環境整備計画制度という新しい制度が2022年12月にできまして、この「みなと緑地PPP」の活用を視野に入れ、昼夜問わずたくさんの人々に来ていただける拠点づくりを行います。

北幹線のところでは官民による取り組みを活性化させています。期間限定のPALET.NUを開業(R6.9)し、水辺を舞台にアートと地域に根付くモノづくり文化を学び、体感・活動する協働の場と考えています。周辺ではSUPの大行進も行われ、水辺の賑わいが感じられます。

合わせて、賑わい施設をどんどん沿岸用地に立地させようと、事業者が進出しやすくするために、立地可能業種の拡充や小規模敷地への誘導、さらに倉庫利用から賑わい利用への転換ということでリノベができるようにするなど、新たな方策も検討しているところです。来年度中にこれらの制度を整理して、最初の公募を始めたいと準備を進めているところです。同時に資金支援ができるように「中川運河再生ファンド」をつくり(R5)、国庫補助などもいただいて、8億円の資金でリノベ支援や環境整備をしていきます。

ガーデンふ頭再開発

【加藤】名古屋港管理組合の木村部長には、ガーデンふ頭の取り組みのご紹介をお願いします。



【木村】ガーデンふ頭は名古屋港の北端にあります、名古屋港発祥の地となっています。そして背後地域である中部経済圏の海の玄関口として、世界とつながっているということになります。ガーデンふ頭への交通アクセスは、鉄道、高速道路、水上バスの複数の動線がありアクセス性が優れています。ささしまライブから名古屋港、約8.2キロありますが、8.2キロ下って降りたところが名古屋港ガーデンふ頭というロケーションです(図13)。



図13 ガーデンふ頭のロケーション

名古屋港は1907年に開港し、1950年代までガーデンふ頭は、物流の中枢機能を担っていましたが、1960年代には物流機能の低下に伴いガーデンふ頭に求められる役割が、物流から県民・市民の皆さんに親しまれる港づくりへと転換し、これがガーデンふ頭の再開発の出発点となりました。親しまれる施設として、ポートビル、水族館、PFI事業の名古屋港イタリア村がオープンしガーデンふ頭再開発は平成17年におおむね完了しましたが、イタリア村は3年足らずで事業破綻により閉鎖し、以降ガーデンふ頭は水族館を中心に賑わうのみで、更なるにぎ

わいと新たな魅力の創出を図ることを目的に、平成29年ガーデンふ頭再開発基本計画を策定しました。この計画では、コンセプトをにぎわい空間とくつろぎ空間の形成とし、開発力、経営力、資金力に長けた民間事業者を主体に再開発を目指すこととしました。

令和4年度に再開発の実現に向けた仕組みづくりとして、加藤先生にもご参加いただき有識者会議を活用し、助言を得ながら検討してまいりました。有識者の方々からは、更地での開発でないにもかかわらず、私ども名古屋港管理組合が再開発可能なエリアや条件を開発事業者に明示していないことが再開発を実現できない原因だということで総括されました。それを踏まえ、開発可能エリアや諸条件を設定し、計画立案段階から開発主体の誘致までを再開発に精通した民間事業者の協力を得て行う官民連携の新たな取り組みである協働事業を取りまとめました。令和5年度には新たな取り組みを行う民間事業者として、公募により、大成建設㈱と業務委託契約に至りました。ガーデンふ頭全体は面積26.4ha。そのうち約15.1haを開発可能エリアとしました（図14）。



図14 ガーデンふ頭の開発可能エリア

令和5年度、協働事業者から再開発の実現に向けた戦略や再開発方針を踏まえた事業計画素案の提案と、これに賛同する複数の開発主体候補者を確保しました。戦略としては、複数の開発主体候補者による段階整備として、まずは地元の人々がワクワク感を持てるような一過性でないにぎわいを創出することによってエリアイ

メージを一新する。そして最終的には日本だけでなく、アジアをはじめとする広域からの集客をめざすとしています。

最後に、この再開発実現に向けた課題・取り組みについてですが、私どもは港湾行政に特化した役所であり、親しまれる港づくりの取組みであるガーデンふ頭再開発については、様々な課題を解決する経験や実績も少なく、予算的にも厳しいところが現状です。そのため名古屋港の港湾管理者として、水辺の活用を踏まえた開発基本コンセプトや、現状渡しの土地貸付などの最低限の条件を提示して、あとは協働事業者に対して自由に実現性の高い計画案作成をお任せしました。一方、行政の役割として、開発主体(開発事業者)の進出意欲を高めるため、ガーデンふ頭内の国有地の購入や港湾業務機能などの移転調整、利活用できない施設などの撤去を行ない、開発可能エリア内の更地化を進めております。

先ほど先生方から「再生」という言葉があつて、非常にいい言葉だなと思いました。ガーデンふ頭を再開発ではなく再生計画という思いで日々取り組んでいきたいと思っています。

中川運河 残された「ケ」を大切に

【加藤】ここからはお二人のレジェンドにご意見をうかがいます。私は名古屋で仕事をしている外国人の方、特に欧米系の方にインタビューする機会があるのですが、名古屋の街の印象を等しく「Nagoya is boring」って言うんですよ。つまり名古屋は退屈だ。今日話題になっている中川運河、名古屋港ガーデンふ頭は、退屈な名古屋を覆す素材になり得るでしょうか。

【佐藤】僕、19歳で神戸の大学行ったんですけど、その時の神戸ってめちゃめちゃかっこ良かったんですよ。ハレとケが混在していた。例えばメリケンパーク、当時はメリケン波止場って言って、ここ船員用の怪しいバーみたいなのがあって、怪しい人たちがいる。それと新しい神戸。ポートピアっていう素晴らしいイベン

ト・ファッショントウン。過去と未来、ハレとケが混在する神戸、もう楽しくて仕方ないんですよ。

「水清ければ魚棲ます」っていう言葉ありますけど、きれいすぎる街って素晴らしいと思うかもしれないですが、人が生きるには、もしくは人がそこで生活するには、実は向いてないんじゃないかなと。口では素晴らしいと言っても、本音では、人が住むのに居心地が悪い。もしくは、なんだろう息が抜けない。そんな街になっていくんじゃないかな。それを僕は目の当たりにしたわけです。つまり1995年の地震によって、神戸のケの部分はほぼ全滅したんですね。そしてきれいなものだけにリニューアルされました。そうなった時に神戸は全然楽しくなくなつたんです。結果的に僕は神戸を捨てて東京に住むことになったんですけど。

中川運河は、いろんなケを残せている場所だと思いますですね。朽ち果てた部分もあるというか……。ポンプ所は中に入っていないのでわからないんですが、ひょっとしたら歴史の中で、きれい事ではないようなものがあるかもしれません。人が生きていくということは、美しいこともあるが、汚れることもある。淀むことを踏まえた街づくりをしていただければ、僕はこの街がより魅力的に、そして、ただお金をかけるだけの開発にならないようなものになるんじゃないかなと思います。

【加藤】確かにこの街も80年前に大空襲で焼け野原になり、戦災復興事業で今日のインフラをつくってきたので、そういう意味では、きれいにし過ぎたところがあるのかもしれないですね。

【佐藤】何かが足りない。足りないっていうのが、退屈って言われてしまう。例えばゼットンの1号店のあのエリアって、30年前はめちゃめちゃ良かったんですよ。でもあのあたりもきれいになって。中川運河ではそういう部分を頑張ってほしい。

【加藤】鈴木社長は「宝を探せ」というお話を

されました。中川運河、ガーデンふ頭には宝は潜んでいるでしょうか。

【鈴木】水辺であるこのエリアが、もうすでに宝だと思います。人々の生活ってやっぱり水に癒される習性があると思っています。ものづくりと生活が集積するあの場所をどのような生活圏にしていくのか。例えば、トラディショナルじゃなくて、ビンテージっていう一つのキーワードを軸に、リバーサイドを再生する。このライフスタイルの提案は、「食」に限ることなく、スポーツ、音楽、さまざまな文化的要素とつなげができるんじゃないかなと思うと、再生のしがいがあると思います。

【加藤】ビンテージ。確かに中川運河は生まれて100年以上経っているので、沿線地域も100年以上のものづくりの歴史を持っていて、ヒストリーとしては確かにビンテージ相当のものを持っているということだと思います。

最後に、佐藤さん、鈴木さん「ひとつ頼むよ」って言わされたら、どこから手をつけてやろうって思いますか。

【佐藤】全長10キロの中川運河の中で、どこと言えるほど経験値がないんですが、思うのは、できるだけヨレてる。何て言うんですか、朽ちてる、汚れてる。みんなが嫌がってる場所から、僕ならやります。例えばポンプ所なら、機械や部品が残っている、床にそういうのがあったら樹脂アーティストとかに固めてもらう。それが昔の歴史なんだって残せる。つまり臭いものに蓋をするのではなくて、人間が歩んできた営みだよと。そのこと自身が生きるということだと肌で感じられる場所にする。それが、名古屋駅などセンターに対抗できる唯一中川運河に残されたやり方。中川運河だけは時が止められる。もしも僕が託されたら、ヨレてるところをやりたいと思いますね。

【鈴木】ポンプ所、僕すぐ見に行きたいなって思ってたんです。天井高どれくらいあるか調べたんですよ。8メートルくらいあるんですね。天井高があって古い設備が象徴的に残っている

場所って、バブつくるとめちゃくちゃかっこよくなるんですよ。古い設備自体がオブジェになる。そういうところでライブやれば、すごくお酒が飛び交いそう（笑）。レストランターという側面で見るんだったら、そんなことやってみたいなと思いました。

【加藤】経験と研ぎ澄まされた勘をお持ちのお二人のご発言であるがゆえに、我々の心に刺さるものとなりました。今日はありがとうございました。

人口減少・超高齢社会におけるまちづくりに関する研究 ～名古屋市の交通環境に着目して～

名古屋都市センター 調査課 前田 翼

1 はじめに

名古屋市は、市域全体で公共交通が広く整備されている。一方、名古屋市は政令市の中でも最も高い道路率を有しており（図1）、東京23区や大阪市と比較して高い自動車利用割合を示している（図2）。そのため、公共交通が日常的な移動実態と適合していない可能性が考えられる。

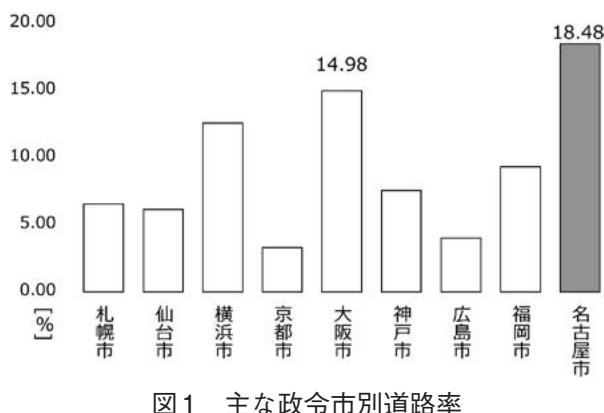


図1 主な政令市別道路率

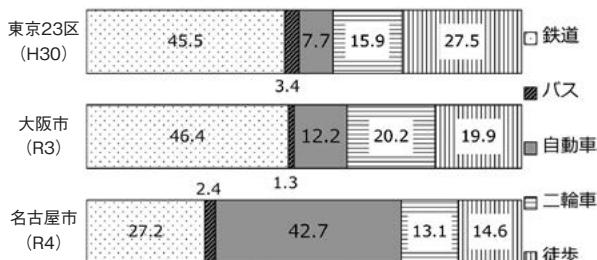


図2 代表交通手段割合

また、名古屋市内における年齢3区分別将来人口推計をみると、高齢化率は2023年の約25.5%から2040年には約30.4%へと上昇することが想定されている（表1）。

さらに、名古屋市内における世帯類型別将来世帯数推計をみると、高齢単身世帯は、2020年の約13万世帯から2040年の約22万世帯（構成比では、約11.6%から約18.8%）へと増加、

表1 名古屋市内 年齢3区分別将来人口推計

	実績値	推計値	
	令和5年	令和12年	令和22年
	2023年	2030年	2040年
合計（実数）	2,326,683	2,317,022	2,282,769
0~14歳	266,435	252,865	258,451
15~64歳	1,467,308	1,446,948	1,330,592
15~24歳	229,322	207,151	183,355
25~39歳	436,120	451,981	417,409
65歳以上	592,940	617,209	693,726
合計（割合）	100.0%	100.0%	100.0%
0~14歳	11.5%	10.9%	11.3%
15~64歳	63.1%	62.4%	58.3%
15~24歳	9.9%	8.9%	8.0%
25~39歳	18.7%	19.5%	18.3%
65歳以上	25.5%	26.6%	30.4%

表2 名古屋市内 世帯類型別将来世帯推計

	実績値	推計値	
	令和2年	令和12年	令和22年
	(2020年)	(2030年)	(2040年)
一般世帯数	1,119,847	1,168,610	1,181,348
核家族世帯数 (構成比)	550,240 (49.1)	562,287 (48.1)	561,342 (47.5)
高齢夫婦世帯数 (構成比)	109,355 (9.8)	112,074 (9.6)	125,464 (10.6)
単独世帯数 (構成比)	505,343 (45.1)	547,877 (46.9)	565,206 (47.8)
高齢単身世帯数 (構成比)	130,300 (11.6)	183,204 (15.7)	222,036 (18.8)
その他 (構成比)	59,913 (5.4)	54,095 (4.6)	50,449 (4.3)
家族類型不詳	4,351	4,351	4,351
施設等の世帯	2,256	2,256	2,256
総世帯数	1,122,103	1,170,866	1,183,604

高齢夫婦世帯は、2020年の約11万世帯から2040年の約13万世帯（構成比では、約9.8%から約10.6%）へと増加することが想定されている（表2）。

以上より、現在、自動車を利用している高齢者が自ら運転できなくなった際、従来のように家族等の送迎に頼ることが困難となる懸念がある。また、人口減少・高齢化が進行することで公共交通サービスの維持が困難になると想定される。そのため、高齢者が自ら自動車を運転できなくなっても、公共交通サービスが維持されていなければ、外出が困難となる可能性がある。

以上を踏まえ、本研究は、今後、増加すると想定される移動に困難を抱える高齢者を対象として、日常的な移動実態を明らかにするとともに、移動実態に沿った交通環境を提案することを目的とする。

なお、本研究では、免許返納者が増加する70歳以上を対象として分析を行った。

2 基礎データの整理

高齢者の外出手段について、名古屋市内の自由目的における移動時間別発生集中量をみると、自由目的の移動は、20分以内の移動が約6割と多くなっている（表3）。また、これらの移動を代表交通手段別にみると、10分以内の移動では約40%、11～20分以内の移動では約

表3 70歳以上 名古屋市内の自由目的における移動時間別発生集中量

	~10分	~20分	~30分	~60分	~120分	121分~	合計
手段計	34.5%	26.7%	16.0%	16.9%	4.9%	1.0%	100%

表4 70歳以上 名古屋市内の自由目的移動時間別代表交通手段別発生集中量

	~10分	~20分	~30分	~60分	~120分	121分~	合計
鉄道	1.3%	7.7%	24.2%	43.1%	46.6%	36.1%	16.3%
バス	1.8%	7.4%	13.2%	14.8%	6.5%	11.2%	7.6%
自動車	39.6%	46.6%	39.8%	27.0%	26.6%	37.8%	38.7%
二輪車	22.2%	13.3%	7.1%	3.7%	4.8%	4.8%	13.3%
徒歩	33.9%	24.0%	14.4%	10.6%	14.5%	8.9%	23.0%
不明	1.2%	1.0%	1.2%	0.9%	0.9%	1.1%	1.1%
手段計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

47%が自動車利用となっている（表4）。これらより、70歳以上の高齢者の自由目的の移動は、短時間移動かつ自動車利用が多い傾向を示している。

また、原付以上運転者（第1当事者）の年齢層別交通事故件数（全国）の推移をみると、ここ10年で70歳以上の事故件数割合が約11%から約18%に増加している（図3）。これは、高齢者が自動車を利用しないと満足に移動することができないため、免許返納することができず、その結果、交通事故が発生してしまっているのではと推察される。そのため、高齢者が免許返納後でも自ら自由に移動できるよう、自由目的の近距離移動に適合した交通環境が求められる。

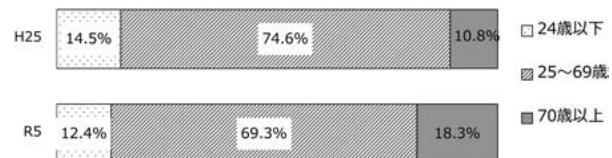


図3 原付以上運転者（第1当事者）の年齢層別交通事故件数（全国）の推移

3 アンケート調査

(1) アンケート調査の概要

名古屋市内の70歳以上の高齢者を対象として、日常的な移動実態を定量的に把握することを目的としてアンケート調査を行った。調査対象は70歳以上の運転免許を保有し、中区を除いた市内15区内に居住される方とした。インターネット調査にて、2025年1月31日から2月2日の3日間で実施し、500件のサンプルを収集した。設問数は最大28問とし、回答者の普段の生活に関する内容から具体的な平日の外出実態に関する内容まで幅広く調査項目を設定した。

(2) 外出目的・交通手段

平日の外出目的は「日常的な買い物」が約50%と最も多く（図4）、交通手段は「自家用

車（自ら運転）」が約52%となっている（図5）。交通手段選択の理由として「1番所要時間が短い」ことが約58%と最も重視され、次いで「時間通りに移動できる（遅延が少ない）」が約32%となっており、短時間で移動できることが重視されている（図6）。

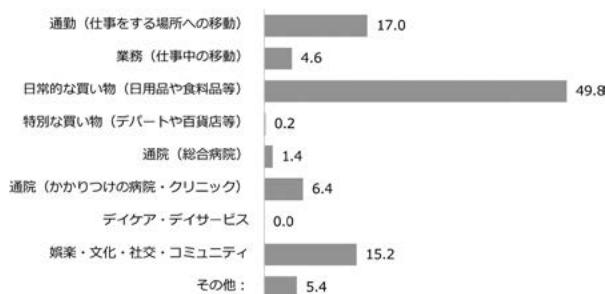


図4 外出目的

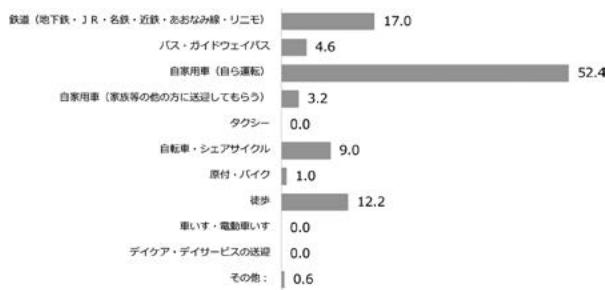


図5 外出時の交通手段



図6 交通手段の選択理由

(3) 所要時間・移動時間帯

自宅と目的地間の所要時間は、20分以内が約60%となっており、比較的短時間での移動が多いことが確認された（図7）。

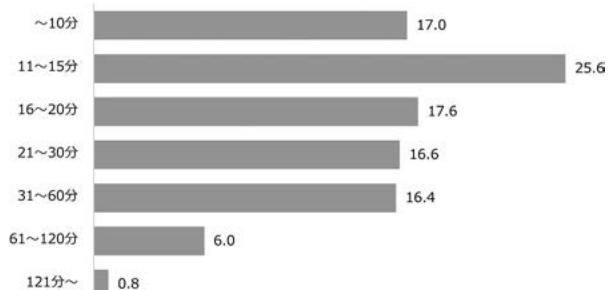


図7 自宅から目的地までの所要時間

(4) アンケート調査の抽出集計結果

前節の内容を踏まえ、アンケート調査結果を抽出集計することで、より詳細に高齢者の移動実態を明らかにする。

1) 日常的な買い物目的における移動特性

外出目的が日常的な買い物である移動に焦点を当てた抽出集計を行った。自宅から目的地までの所要時間でみると、20分以内の移動が約73%（全体500サンプルでは約60%）と大きく上回っており、日常的な買い物目的の移動がより短距離に集中していることが確認された（図8）。

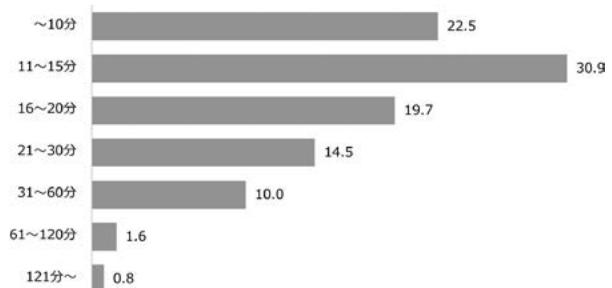


図8 自宅から目的地までの所要時間（日常的な買い物目的）

また、交通手段については、自ら自家用車を運転した移動が約59%（全体では約52%）とやや上回る一方、鉄道利用は約13%（全体では約17%）、バス利用は約4%（全体では約5%）とやや下回っている（図9）。

この結果より、日常的な買い物目的の移動において、公共交通の適合性が特に低いことを示しており、免許返納後の高齢者にとっては、日

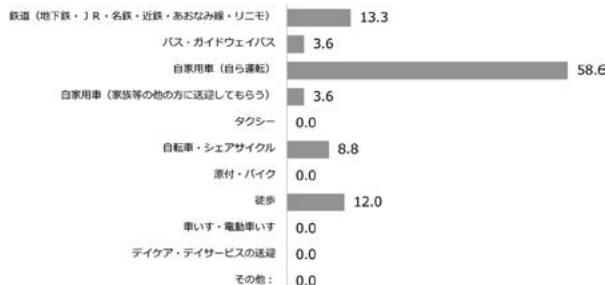


図9 外出手段（日常的な買い物目的）

常的な買い物目的での外出が困難になると想定される。買い物は生活維持に不可欠でありながら、荷物の運搬、複数店舗の巡回、天候に左右されやすいなどの特性があり、これらに対応可能な交通サービスの提供が重要と考えられる。

2) バスを週2日以上利用する方の移動特性

バスを週2日以上利用する回答者の移動特性に焦点を当てた抽出集計を行った。自宅から目的地までの所要時間でみると、20分以内の移動が約41%（全体では約60%）と低い割合が示され、バス利用者の移動がより長距離である傾向が確認された（図10）。また、目的別にみると、通勤目的の移動が約27%（全体では約17%）と高い割合を示しており、バス利用者にとっては通勤が重要な利用目的となっていることが明らかとなった（図11）。

さらに、交通手段別にみると、鉄道利用が約41%（全体では約17%）、バス利用が約22%（全体では約5%）と公共交通利用率がとても高い割合を示している（図12）。

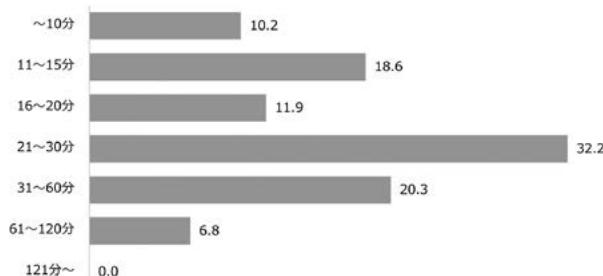


図10 自宅から目的地までの所要時間（バスを週2日以上利用）

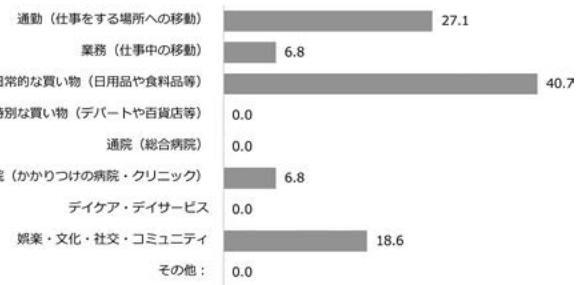


図11 外出目的（バスを週2日以上利用）

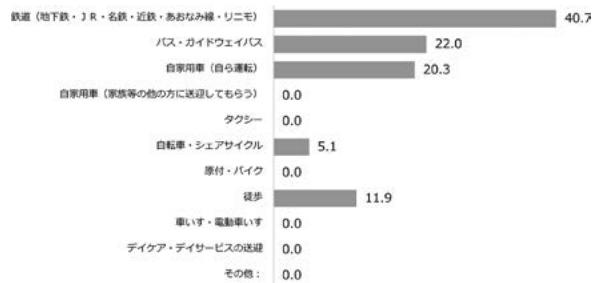


図12 外出手段（バスを週2日以上利用）

この結果は、現在のバス路線が中長距離の通勤・通学需要に最適化されており、短距離の日常的な移動にはあまり適合していないと考えられる。

3) 家族等の送迎による外出者の移動特性

家族等の送迎により外出している回答者の移動特性に焦点を当てて抽出集計を行った。この層は、歩いて移動できる距離が徒歩10分程度までと回答した割合が約19%（全体では約5%）と大きく上回っており、身体的な移動能力に制約を抱えていることが明らかとなった（図13）。

また、自宅から目的地までの所要時間についても、10分以内の移動が約25%（全体では約17%）と短距離移動の割合が高く、歩行能力の制約と移動時間の短さが相関していることが示された（図14）。

さらに、オンデマンド交通の利用意向をみると、「乗り降りする場所が自宅や目的地の近くであれば利用する」が約38%（全体では約33%）、「そのサービスの利用方法や乗り降りのやり方がわかれれば利用する」が約31%（全

体では約20%）とやや高い割合を示していることから、この層におけるオンデマンド交通の利用意向は相対的に高く、歩行能力が限定的で短距離移動が多い層にはオンデマンド交通が有効な解決策となる可能性が考えられる（図15）。

家族等の送迎に依存しているこの層は、今後の高齢単身世帯や高齢夫婦世帯の増加により、送迎を受けることが困難となる可能性が高いと



図13 歩いて移動できる距離

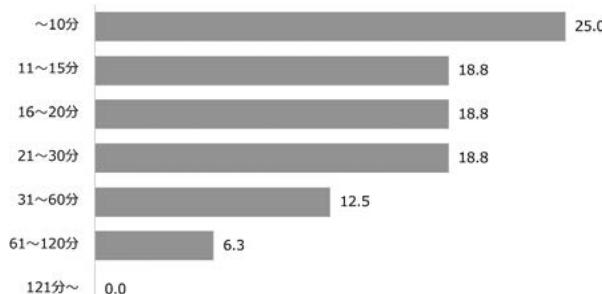


図14 自宅から目的地までの所要時間

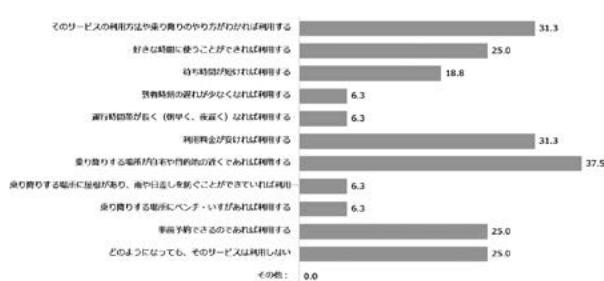


図15 オンデマンド交通の利用意向

考えられる。そのため、この層に対する適切な交通サービスを提供することは、高齢者の外出機会や社会参加の機会の創出、生活の質の維持において極めて重要であると考えられる。

4) 鉄道・バス等への転換ができない方の移動特性

「鉄道・バス等への転換不可」と回答した層の移動特定に焦点を当てて抽出集計を行った。この層は、バス停まで徒歩5分以内が100%（全体では約76%）と、全員がバス停に近い場所に居住しているが（図16）、鉄道・バス等への転換が困難である理由は、移動距離と外出目的にあると考えられる。

この層は、外出手段でみると、徒歩による外出が約34%（全体では約12%）と高くなっている（図17）。また、所要時間が10分以内の移動が約32%（全体では約17%）と短距離移動の割合が高い（図18）。これは、移動距離が短いために公共交通を利用する必要性がなく、徒歩で対応可能な範囲での移動が中心となっていることを示している。

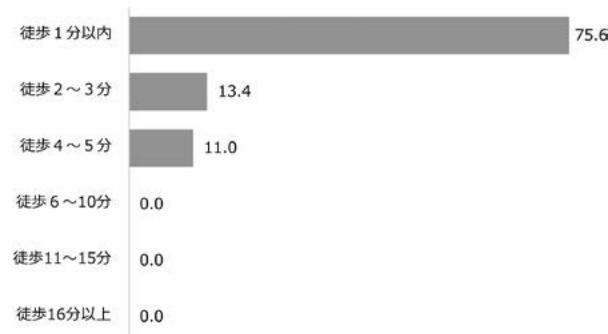


図16 自宅から最寄りバス停までの距離

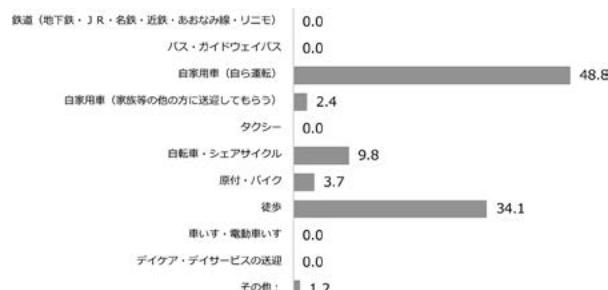


図17 平日の外出手段

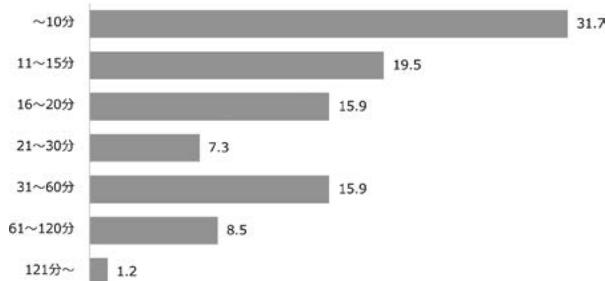


図18 自宅から目的地までの所要時間

この層については、将来的にも歩行能力を維持できれば移動に困らず自ら外出できる可能性が高いことから、健康維持や歩行支援に重点を置いた施策が有効であると考えられる。

(5) 小括

抽出集計の結果より、家族等の送迎で外出されている方は、自ら歩いて移動できる距離が短く、所要時間10分以内の移動が多い傾向が明らかとなった。そのため、近距離移動を短時間でできる手段があれば、家族等の送迎に頼らずとも自由に外出が可能となると考えられる。

また、日常的な移動において、公共交通への転換ができない方は、自宅から最寄りバス停までの距離が近いものの、所要時間10分以内の移動が多いことから、徒歩移動が多い傾向が明らかとなった。これは、バスを利用するとかえって移動時間が長くなるためと想定される。そのため、将来的にも歩いて移動できる距離は徐々に短くなっていくと想定されるが、歩く代わりに移動できる手段があれば、日常的な移動に困らず自ら外出できるようになるのではと考えられる。

5 提案

(1) オンデマンド交通の導入

現在の市バス路線網は、密集した市街地から駅や都心への輸送を担う路線が多く存在している。しかし、高齢者の日常的な移動は、近距離移動をメインとした生活圏内の移動が多いことから、生活圏内を対象エリアとするオンデマン

ド交通を導入することが考えられる。今後、免許を返納する高齢者の増加が見込まれることから、免許返納後の高齢者の移動手段としてオンデマンド交通がその役割を担うと想定される。また、朝と夕方はデイサービス施設利用者の送迎のみの専用利用とすることで、デイサービス事業者の送迎負担を軽減することが可能となり、デイサービス事業者からオンデマンド交通事業者へ送迎に係る負担金を支払うことで、オンデマンド交通事業者の収支改善にも繋がると想定される。さらに、生活圏内を運行するオンデマンド交通を導入することで、既存の路線バスの再編を行うことも考えられる（図19）。

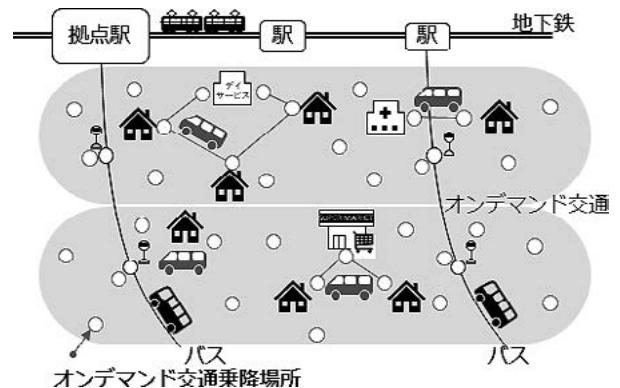


図19 オンデマンド交通の導入イメージ

(2) 歩行支援モビリティの導入

高齢者は所要時間10分以内の近距離移動が多い結果が明らかとなった。今後、加齢により、徒歩で移動できる距離が徐々に短くなることが想定されるが、そういった方々でも自ら外出可能となるよう、歩行支援モビリティの導入が考えられる。主な歩行支援モビリティとしては、スズキ自動車株式会社のセニアカー、トヨタ自動車株式会社のC+walk S、豊田鉄工株式会社のCOMOVE（コモビ）などが挙げられる。名古屋市内全域では、現在、シェアサイクルの普及が拡大しており、市内各地にシェアサイクルポートが設置されているが、今後、高齢化が更に進展することを鑑みると、自転車を運転することが困難な高齢者もいることから、歩行支援モビリティが適していると考えられる。シェア

サイクルポートの一部を、歩行支援モビリティ用ポートとして転換することで、高齢者が歩行支援モビリティを活用できるようになれば、より自ら外出しやすい環境になると考えられる。さらに、シェアリングだけでなく、自宅からの外出時に歩行支援モビリティを活用したい方もいると想定されることから、福祉施策として自宅への貸出しや購入に係る支援制度を設けることも考えられる。

6 おわりに

本調査研究では、人口減少・超高齢化社会の進展を見据え、今後増加が見込まれる移動に困難を抱える高齢者の日常的な移動実態に沿った交通環境の提案を行った。

また、日常的な移動実態に沿った交通環境として、オンデマンド交通の導入を挙げたが、オンデマンド交通は、まだ高齢者の利用が少なく、社会受容性が低い状況と考えられる。そのため、今後高齢化が進展した際に、徐々にオンデマンド交通の社会受容性が高まることを期待したい。

人口減少・超高齢社会におけるまちづくりに関する研究 ～名古屋市の居住に着目して～

元名古屋都市センター 調査課 中野 優

1 はじめに

我が国の総人口は2008年にピークとなり、2011年以降、人口が減少し続けており、また、2007年には超高齢社会（高齢化率21%以上）に突入している。2024年には日本人の出生数が70万人を切り少子化が加速するなど、人口減少・超高齢社会に対応したまちづくりが急務となっている。

人口減少・超高齢社会における名古屋市の状況を見てみると、人口は近年横ばいで令和6年10月1日現在233万人、高齢化率は25.5%（日本の高齢化率は29.3%（令和6年9月15日現在推計））となっており、全国的に見れば名古屋市はまだ本格的な人口減少・超高齢社会に突入していないと見受けられる。ただ、人口増減数

の推移を見ると、自然増減数は年々減少数が拡大しており、社会増がそれを補う形で人口が維持されている構造となっている。また、名古屋市の人団塊の世代（令和6年時点で75～77歳）の影響で今後、自然減が進むことが見込まれる。そうなると、名古屋市においても本格的な人口減少・超高齢社会が近い将来訪れるだろう。

高齢者の死亡に伴う影響としてまず考えるのが、世帯が消滅し、これまで居住していた住宅が空き家・空き地になることである。空き家・空き地になっても次の世代に適切に更新されなければ問題はないが、人口減少・超高齢社会においては、大量に空き家が発生し、それを更新するための担い手である若年層も減っていくことから、都市のスponジ化が進行し、まちとして衰退してしまった懸念がある。

そこで本研究では、人口減少・超高齢社会におけるまちづくりとして、名古屋市の居住に着目して、統計データの整理により今後名古屋市で起こりそうな状況を概観し、その上でGISデータを用いた分析によって、都市のスponジ化の実態を明らかにすることを目的とした。研究の進め方については、はじめに、基礎データの整理として、国勢調査や住宅・土地統計調査等の統計データを用いて、今後名古屋市でどのようなことが起こりそうかのシナリオを整理した。次にGISデータを用いて空き家・空き地の発生状況を俯瞰し、現状都市のスponジ化が見られるエリアの特徴を把握したうえで、将来の都市のスponジ化の可能性があるエリアの見える化および特徴分析を行った。なお、研究の詳

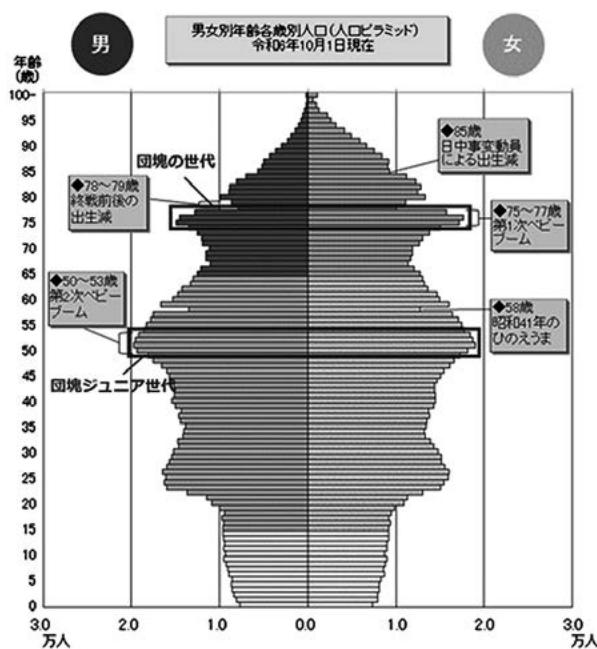


図1 名古屋市人口ピラミッド
(令和6年10月1日現在)

細については、令和6年度研究報告書（<https://www.nup.or.jp/nui/investigation/>）をご覧いただきたい。

2 基礎データの整理

人口減少・超高齢社会における名古屋市の居住に関する概観として、高齢者の死亡に伴ってどのような影響が考えられるかのシナリオを整理した（図2）。

高齢者世帯の住宅の住み方として、持ち家で戸建て住宅に住んでいる割合が高く、今後、急速に団塊の世代の死亡により世帯が消滅することを想定すると、まず世帯の消滅による「①相続」の発生が考えられる。しかし、相続する子供がないなど、すでに子供世代が持ち家を取得しており、さらにその下の孫世代の利用も想定されるが、孫世代の人口も少ないことから、相続して利活用されるケースは限定的であると考えられる。次に、一般の売買として「②

市場流通」が考えられるが、近年の社会的トレンドとして、未婚率の上昇、夫婦共働きの増加、出生数の減少等の背景から、ファミリー世帯が減少傾向にある。また、より利便性の高い分譲マンションが好まれ戸建て住宅のニーズが減少傾向にある。そのため、人口減少・超高齢社会では、特に高齢者が居住していた戸建て住宅のストックが大量に余り、空き家・空き地化が進行していくことが予想される。「③-1ポテンシャル高」のエリアであれば、適切な更新として新たな世代に住み継がれたり、他の用途への転換が考えられるが、「③-2ポテンシャル低」のエリアの場合、居住地として選ばれなかったり、他の用途への転換のニーズも限られることから、都市のスponジ化の進行が予想される。そうなることで、都市生活に欠かせない医療・福祉・商業等のサービスの縮小・撤退やインフラの維持管理の非効率化、都市活力の低下等の負のスパイクに陥り、まちとして衰退してしまう懸念がある。

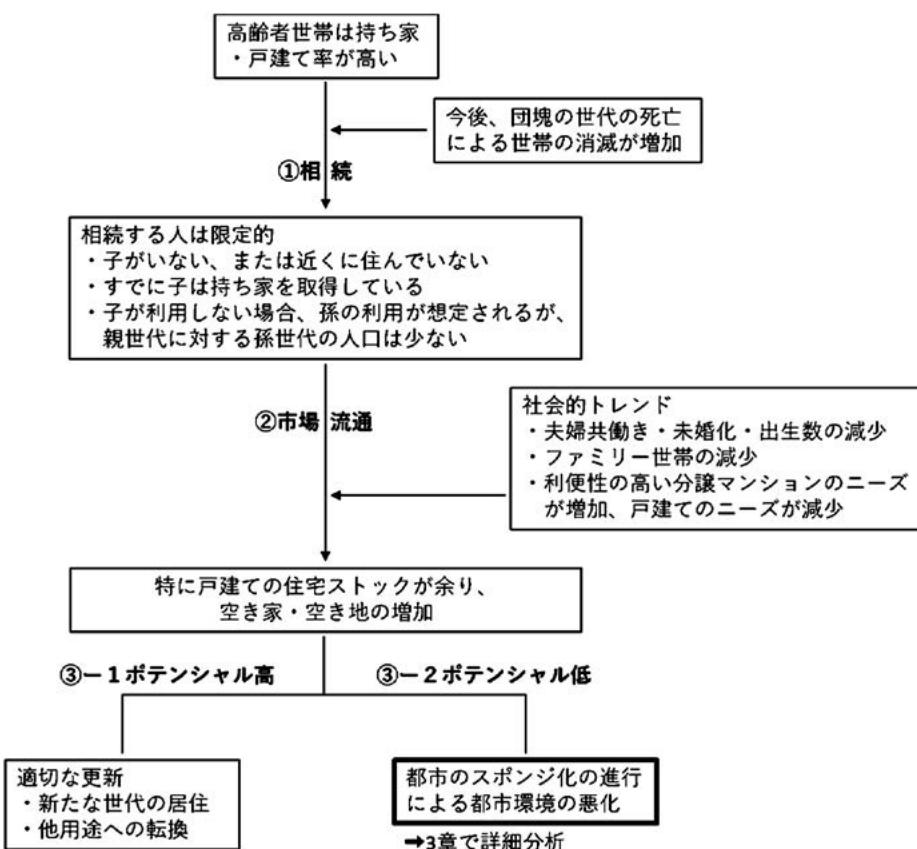


図2 人口減少・超高齢社会における名古屋市の居住に関するシナリオ

3 都市のスponジ化の分析

(1) 使用データ

今回の分析で使用した主なデータの内容およびそのデータの基準年、出典を表1に示す。本研究では、名古屋市内を対象範囲として、表1のデータを格納した250mメッシュのGISデータを作成した。なお、今回作成したGISデータの総メッシュ数は5,340である。

(2) 現状の都市のスponジ化分析

現状の空き家の状況を把握するため、2024年の空き家率（図3）、2024年と2017年の空き家増減数（図4）を示す。

図3、4のマクロ的な市域の状況を見ると、空き家率については、市域の東側よりも西側の方が空き家率が高いことが分かる。また、空き家の増減数については、相対的に都心部が空き家が減少しているメッシュが多く、郊外部が空き家が増加しているメッシュが多いことが分かる。

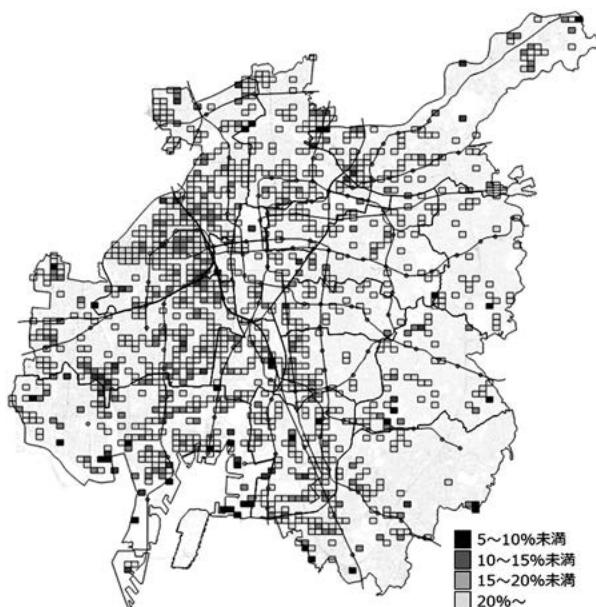


図3 2024年空き家率

表1 分析で使用したデータ（GIS）

データの内容	基準年	出典
・人口（男女、年齢別など） ・世帯数（世帯人員別、高齢者など）	2015年 2020年	国勢調査
・空き家件数 ・建物件数（用途別（住宅（戸建て、共同）、商業、業務など））	2017年 2024年	株式会社ゼンリン空家コンテンツ※ 株式会社ゼンリン建物統計データ
・空き地件数 ・空き地面積	2017年 2022年	名古屋市都市計画基礎調査 (土地利用計量調査)

※共同住宅や長屋については、すべての部屋が空き部屋と判断された際に空き家と判定されることから、今回使用したデータで空き家と判定されているのは大半が戸建て住宅である

次により詳細に現状の都市のスponジ化を把握するために、空き家率の高いメッシュおよび空き家増減数の多いメッシュを抽出して、人口に関する情報とそのメッシュが立地するエリアに関する情報の整理を行った。そこから把握した内容を以下に示す。

人口に関する特徴

空き家率の高いメッシュの特徴

- ・高齢者人口比率および高齢者世帯割合が高い
- 今後高齢者の死亡、世帯の消滅に伴い、空き家化の進行による都市のスponジ化が懸念される。

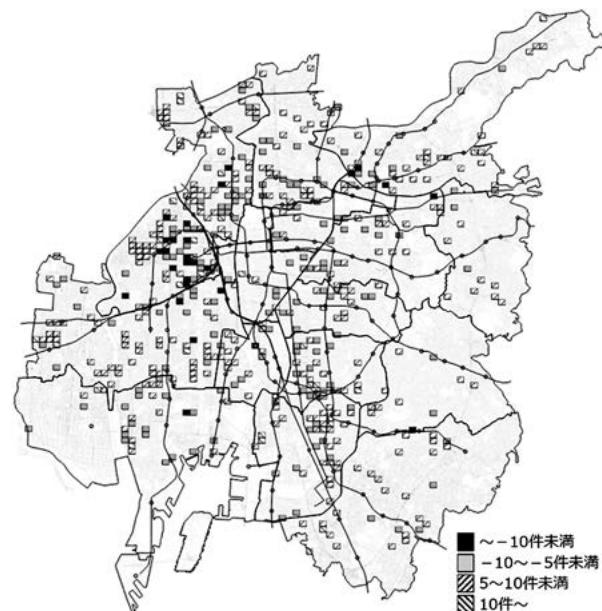


図4 2024年-2017年空き家増減数

- ・生産年齢人口比率が低く、年少人口および生産年齢人口が減少している
- 空き家の多いエリアは治安、防犯等の不安から、居住地として選ばれない地区になっている可能性が考えられる。

空き家増加数の多いメッシュの特徴

- ・高齢者人口、高齢者世帯が減少している
- 高齢者の死亡、世帯の消滅により空き家が増えていることが分かる。
- ・生産年齢人口が減少している
- 生産年齢人口から居住地として選ばれておらず、空き家が適切に住み継がれていないため、空き家が増えていることが考えられる。

エリアに関する特徴

空き家増加数の多いメッシュの特徴

- ・拠点・駅そば市街地の割合が高い

共通の特徴

- ・ハザードエリアの割合が高い
- 近年の災害の激甚化により、安全に対する意識が高まっており、ハザードエリアは居住地として選ばれていないことが考えられる。

(3) 将來の都市のスポンジ化分析

(2) では、現状の都市のスポンジ化の特徴の整理を行った。その中の1つとして、空き家率の高いメッシュの特徴として、高齢者人口比率が高く、生産年齢人口比率が低く、年少人口および生産年齢人口が減少していることが明らかとなった。高齢者人口比率が高いということは、今後高齢者の死亡、世帯の消滅により空き家が増えることが想定され、また、生産年齢人口比率が低く引き続き年少人口および生産年齢人口が減少していくと想定すると、高齢者の死亡

表2 将來の都市のスポンジ化可能性の判定基準

高齢者 人口比率	生産年齢 人口比率	60~65%未満	55~60%未満	55%未満
25~30%未満	—	—	—	小
30~35%未満	—	小	中	中
35%~	小	中	大	大

により発生する空き家が次の世代に適切に住み継がれていなかったため、都市のスポンジ化が進行していくことが想定される。

そこで、将來の都市のスポンジ化の可能性として、高齢者人口比率および生産年齢人口比率を変数として、都市のスポンジ化の可能性が大～小の判定を行った（表2）。都市のスポンジ化の可能性のあるエリアおよび特徴を把握するため、面的に都市のスポンジ化の可能性のあるエリアの抽出を行った。抽出条件として、隣接するメッシュにおいて、都市のスポンジ化の可能性大=3ポイント、可能性中=2ポイント、可能性小=1ポイントとして集計し、計10ポイント以上のエリアを対象とした（図5）。

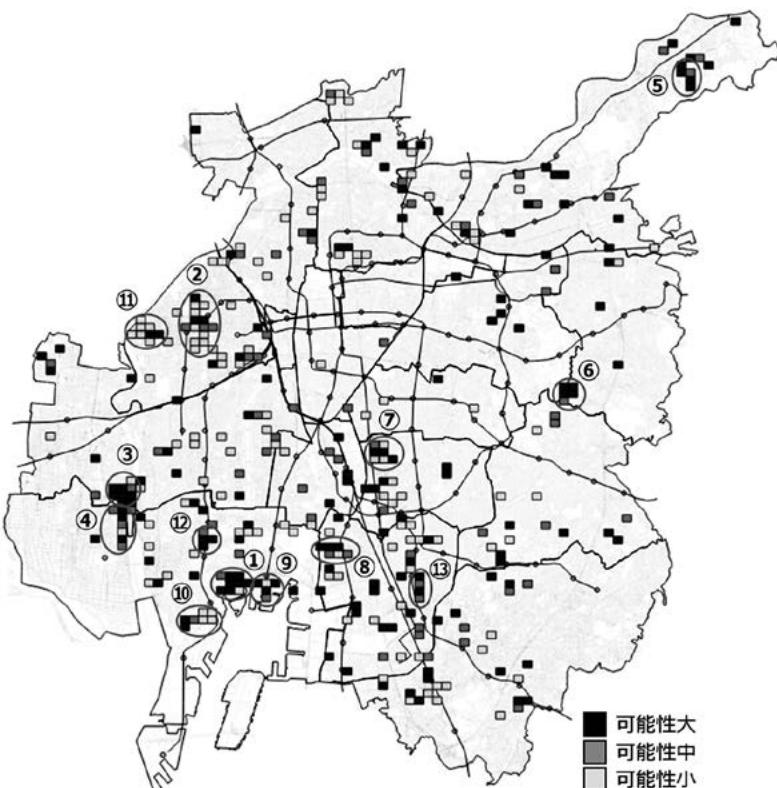


図5 将來の都市のスポンジ化可能性図

表3 将來の都市のスponジ化エリア別の特徴

	地区	拠点・駅そば市街地	土地区画整理事業	木造住宅密集地域	ハザードエリア	その他
①	港区大手学区		旧法／復興		○	・ 工業地域に隣接
②	中村日赤駅・中村公園駅周辺	○	未実施／耕地／旧法		○	
③	中川区下之一色		未実施／耕地	○	○	
④	港区船頭場		未実施／新法		○	
⑤	守山区中志段味		未実施／新法			・ 土地区画整理事業削除区域あり
⑥	名東区藤巻町		未実施			・ 都市計画公園削除区域あり
⑦	瑞穂区御劍	○	耕地	○		・ 公共交通のサービスレベルが高くない（鉄道が近くになく、基幹バスのみ）
⑧	道徳駅周辺	○	旧法／復興		○	・ 公共交通のサービスレベルが高くない（運転間隔15分程度、普通列車のみ停車） ・ 老朽化した大規模な市営住宅あり（昭和40年代建設・800戸以上） ・ 工業地域に隣接
⑨	名古屋港駅周辺	○	未実施／復興		○	・ 工業地域に隣接
⑩	稻永駅周辺	○	未実施／新法		○	・ 公共交通のサービスレベルが高くない（運転間隔15分程度） ・ 老朽化した大規模な県営・市営住宅あり（昭和50年代建設・2,000戸以上） ・ 工業地域に隣接
⑪	中村区稲葉地		旧法		○	
⑫	名古屋競馬場跡地周辺	○	旧法		○	・ 公共交通のサービスレベルが高くない（運転間隔15分程度） ・ 老朽化した大規模な市営住宅あり（昭和40年代建設・2,000戸以上） ・ 工業地域に隣接／
⑬	本笠寺駅周辺	○	未実施／耕地／旧法	○		・ 公共交通のサービスレベルが高くない（運転間隔15分程度、普通列車のみ停車）

抽出されたエリアにおける特徴の整理を行った（表3）。表3から都市のスponジ化の可能性があるエリアの特徴として、拠点・駅そば市街地にも一定程度存在することや、区画整理の未実施または耕地整理・旧法の区画整理のエリアが多いこと、ハザードエリアに多く立地していることなどが傾向として見えてきた。また、他の特徴として、工業地域に隣接したエリアや、拠点・駅そば市街地でありながらも公共交通のサービスレベルが必ずしも高くないエリア、老朽化した大規模な公営住宅が隣接したエリアなどの傾向も見られた。このような複数の要因が重なるエリアは居住地としてのポテンシャルが低いことが考えられ、今後居住地として選ばれず、都市のスponジ化が進行していくことが考えられる。

4 今後の課題

本研究では名古屋市における都市のスponジ化の実態を把握することを目的に、GISデータを活用したさまざまな分析を試みた。今回の分析を行ったうえでの今後の課題等について以下に示す。

①都市のスponジ化の要因分析

将来の都市のスponジ化の可能性として、高齢者人口比率および生産年齢人口比率を主な変数として見える化を行い、面的にスponジ化の可能性があるエリアおよびそのエリアの特徴を整理した。表3から、仮説的に都市のスponジ化の可能性があるエリアの特徴の傾向が見えてきたので、今後、これらの要素がどの程度都市のスponジ化の進行に寄与するのかを分析することが求められる。また、表3で示した要素以

外にも、例えば建物の老朽化率や開発のサイクル、スーパー・病院等の都市機能との近接性などの別の要素も都市のスポンジ化の進行には影響を与えると考えられるため、より詳細な分析が求められる。

②分析結果の実証調査

本研究では、GISによるデータ分析を行い、将来の都市のスポンジ化の可能性があるエリアの特徴を仮説的に整理したが、この分析結果や仮説がどこまで正しいのかを立証するための調査をすることが必要である。具体的には、実際に現地を訪れてどういうエリアに空き家が多数立地しているのかを確認したり、現地の人にヒアリングをして適切に空き家の更新がされているのか、されていない場合、なぜ居住地として選ばれていないのか等を把握することが考えられる。また、近年の居住地を選択する際に何を重視しているかについて、若年層へのアンケート調査を行うことなども考えられる。このような調査を行うことで、データでの分析結果の正当性を立証することが求められる。

③政策検討

①、②を踏まえて具体的な政策を検討していくことが必要である。政策の例として、他都市でも空き地を地域で利活用できるようなスキームを構築したり、空き家のマッチング促進、リノベーション支援、税制優遇などが行われている。そのような施策検討と並行しながら、根本的な市街地のあり方として、名古屋市の場合、現状、立地適正化計画（なごや集約連携型まちづくりプラン）において市域の大半を居住誘導区域に指定しているが、今後の人口減少時代における都市のスポンジ化の進行を考えると、将来的には市街地のあり方を再考することも求められる。

5 おわりに

本研究では、統計データから今後名古屋市で起こりそうなシナリオを整理し、GISのデータ分析により現状、都市のスポンジ化が見られるエリアの特徴を把握した。それをもとに将来の都市のスポンジ化の可能性があるエリアを見える化し特徴を整理した。今後の課題にも記載したように、今回の分析をより深掘りしていき、都市のスポンジ化の要因や実証的に結果を立証していくことが求められる。ただ、これまで名古屋市内の空き家に関しては区単位を最小単位としたデータしかなかったので、今回の研究では250mメッシュ単位での空き家の状況を整理することができた点に新たな可能性を感じている。

今後、名古屋市においても本格的な人口減少時代に突入し、待ったなしの状況になることが想定される。その際に適応していくためには、今の段階から将来を見据えた細かな分析を進めていくことが求められる。今回、人口減少時代のまちづくりとして「居住」に着目したが、他にも、交通、都市機能、都心部の魅力向上など、さまざまな視点で多角的に考えていく必要がある。日本の中でも名古屋市が人口減少時代のまちづくりを牽引する都市になれるように心から期待する。

今回の調査研究が今後の人口減少・超高齢社会における名古屋市のまちづくりの一助になれば幸いである。

編集後記

本号では、「スタジアム・アリーナとまちづくり」について、日本各地におけるスタジアム・アリーナの整備の動向・効果、整備事例をご紹介いただきました。整備が拡大しているスタジアム・アリーナを核としたまちづくりが今後も展開されるものと考えています。

最後になりますが、大変お忙しい中、本誌のために快く執筆いただきました皆さん方に、この場をお借りして心よりお礼申し上げます。(田中・前田)

賛助会員のご案内

これからまちづくりを進めていくには、市民、学識者、企業、行政など幅広い分野の方々の協力と参加が不可欠です。名古屋都市センターでは、諸活動を通してまちづくりを支える方々のネットワークとなる賛助会員制度を設けています。趣旨にご賛同いただきまして、ご入会いただきますようお願い申し上げます。当センターの事業内容については、ホームページ (<http://www.nup.or.jp/nui/>) をご覧下さい。

年会費 ◇個人会員…一口5,000円 ◇法人会員…一口50,000円

(期間は4月1日から翌年の3月31日までです。)

なお、当公社は税法上の「特定公益増進法人」となり、賛助会員については税制優遇措置が受けられることになりました。(ただし、確定申告が必要です。)

►アーバン・アドバンス No.84

2025年9月発行

編集・発行 公益財団法人 名古屋まちづくり公社 名古屋都市センター

〒460-0023 名古屋市中区金山町一丁目1番1号

Tel : 052-678-2208 Fax : 052-678-2209

印刷 株式会社荒川印刷

Urban Advance back issues information

アーバン・アドバンス バックナンバーのご案内

号数	発行年月	テーマ
No.70	2018.09	モノづくりとまちづくり
No.71	2019.03	交流拠点の新たなまちたち
No.72	2019.09	ICTを活用したまちづくり
No.73	2020.03	スポーツとまちづくり
No.74	2020.09	水辺を活かしたまちづくり
No.75	2021.03	パブリックスペース
No.76	2021.09	名古屋都市センター設立30周年記念特集号
No.77	2022.03	起業家×まちづくり
No.78	2022.09	地域主体のまちづくり
No.79	2023.03	3D技術でひろがるまちづくり
No.80	2023.09	歴史的資源を活かしたまちづくり
No.81	2024.03	学生が参加するまちづくり
No.82	2024.09	モビリティの動向とこれからのまちづくり
No.83	2025.03	アジアでの先進的なまちづくり

まちづくりに携わる広範な人々の論文、都市センターの研究成果、名古屋のまちづくり情報などを掲載（A4版、100ページ程度）。バックナンバーは名古屋都市センターまちづくりライブラリー、名古屋市立図書館などにて閲覧可能。

アーバン・アドバンスNo.84をご覧いただき、ありがとうございました。

アーバン・アドバンスについて、ご意見・ご感想がございましたら、

二次元コードよりご回答をお願いいたします。

期限：2026年3月末まで



次号予告

2026.03
No.85

U.A. • アーバン・アドバンス

**【特集】 新たなライフスタイルと
これからのまちづくり**

近年、社会環境や価値観の変化などにより、人々の生活様式や働き方などが変わりつつあります。次号では、新たなライフスタイルに関わるまちづくりの動向や今後の展望について特集します。

2026年3月 発行予定



Urban Advance
2025.09
No.84

定価 700円



名古屋都市センター
Nagoya Urban Institute