佐賀県総合運動場等施設整備に

関する提言書（案）

平成 28 年 11 月 16 日

佐賀県総合運動場等整備基本計画検討委員会

佐賀県総合運動場等整備基本計画検討委員会名簿

（五十音順・敬称略）

氏　名	所　属　・　役　職
有 森　　裕 子	（株）RIGHTS.　取締役 スペシャルオリンピックス日本　理事長
石 橋　　裕 子	NPO 法人佐賀県放課後児童クラブ連絡会　理事長
岸 川　　千 早	鳥栖市スポーツ推進委員
小 早 川　　武 徳	久光製薬（株）　久光製薬スプリングス　副部長
今　　昌　司	フリーランス・プランナー
坂 元　　康 成	佐賀大学文化教育学部　教授
竹　原　　稔	（株）サガン・ドリームス　代表取締役社長
田 部　　純 一	（株）JTB 総合研究所　コンサルティング第三部長
馬 場　　正 尊	（株）オープン・エー　代表取締役社長
原 田　　宗 彦	早稲田大学スポーツ科学学術院　教授 （一社）日本スポーツツーリズム推進機構　会長
東 島　　敏 隆	（公財）佐賀県体育協会　理事長
藤 井　　洋 恵	（一社）佐賀県障がい者スポーツ協会　指導員
森　　恵 理 子	武雄市スポーツ推進委員

1　はじめに

佐賀県総合運動場の各施設や総合体育館については、昭和 51 年の若楠国体前後に整備されたものが多く、施設の老朽化とともに、現在のスポーツ施設に求められるスペックが足りていないことから、大規模な大会の開催やキャンプなどへの対応が難しいのが現状である。

このような状況の中、平成 35 年には約 50 年ぶりに国民体育大会・全国障害者スポーツ大会が開催されることから、各分野の専門家により構成された、佐賀県総合運動場等整備基本計画検討委員会において、今後の佐賀県のためにスポーツレガシーエリアはどうあるべきか議論を重ねてきたところである。

これまで交わしてきた議論を踏まえ、佐賀県総合運動場・総合体育館エリアが、今後、長きにわたり県民の夢や感動を生み出す、本当の意味でのスポーツレガシーエリアとなるために、これまで検討委員会で出された意見を整理し、提言としてまとめたところである。

今後、具体的な設計を進めるにあたっては、本提言を可能な限り取り入れながら、後世に誇れる施設となることを期待する。

2　施設整備の基本的な考え方

施設整備にあたっては、国体に向けた整備はもちろんのこと、国体後のことをしっかりと考え、スポーツを活かしてどう街を活性化していくのかという視点を持って、都市のアトラクションをどうつくるか、それを国体の後のレガシーとしてどう生かすかを考え、施設整備を計画することが重要であると考えている。

3　なぜ、佐賀県総合運動場・総合体育館エリアを整備するのか

■より求心力を増すために、スポーツに関する施設を集中させることが重要

総合運動場や総合体育館のあるエリアの特徴は、競技場やプール、武道場などのスポーツに関する様々な施設が複合的に 1 カ所に集中しているところであり、そこに都市空間としての魅力があるとともに、県内・県外からのアクセスもよいことから、このエリアにスポーツに関する施設を集中させることによって、より求心力を増すという戦略が重要と考えている。

このためには、スポーツと言えば、あのエリアの風景がぱっと県民に浮かぶぐらい集中度を高めていくべきであり、県内だけでなく、県外からもスポーツのメッカとして認識されるように、エリアをブランディングし、スポーツゾーンとしてのイメージ作りが重要になってくると考えている。

４　施設整備において注意すべきこと

■各施設の役割を整理し、ターゲットを明確にすることが必要

各施設の整備にあたっては、いいとこ取りのプラスプラスプラスの考え方ではなく、県民が楽しみながらスポーツを行うような『する』スポーツを考えるのか、プロの試合やトップアスリートの競技などを観戦するような『観る』スポーツを考えるのかなど、各施設の役割を整理して、誰をターゲットにした施設を作るのかを明確に決めておくことで、その施設に必要な整備内容が明確になり、結果、使いやすい施設になると考えている。

■施設の使用者、運営者を想定して整備する施設を考えることが必要

施設を整備する時点から誰が使うのか、誰が運営するのかということを考えながらやらないと、出来た時に使いづらい施設になってしまうと考えている。

■県民にとって、スポーツだけでなく、憩い、集えるような施設にすることが必要

大規模な施設を整備する場合、どうやってランニングコストを生み出すのか、県民の生活にどうリンクしていくのかが重要になってくる。県民の方にとって大切な施設になるように、スポーツだけでなく、老後や出産、子育ても含めて、安心して生活できるために、このスポーツ施設が県民にとっての憩いの場であり、集える場所となることが必要になると考えている。

このためにも、スポーツをする人もしない人も、子どもからお年寄りまで、障害がある人もない人も、誰にとっても大切な施設となるように整備を行う必要がある。

【整備の方向性】

①スポーツを楽しむ環境を整える（「する」スポーツに対応した施設整備）

■国体の時だけ必要となる整備は仮設で対応すべき

国体の時だけのための施設整備は必要ないので、国体の開閉会式の時だけ使用するスタンド等については仮設で対応すべき。

■プロフィットセンターとして考えた場合、陸上競技場でのＪリーグ開催は難しい

運営や収益のことを考えた場合、陸上競技場を改修したとしてもＪリーグの開催は難しいことから、国体や全国大会等に必要な整備に留めるべき。Ｊリーグの開催を考えるのであれば専用スタジアムが必要になる。

■現在の陸上競技場は諸室等が不足しており、整備が必要

陸上競技場も総合体育館と同様に諸室などの不足により、大会運営に支障が出ていることから、大会開催のための必要な整備を行うべきである。整備にあたっては、サブトラックとの距離や VIP のセキュリティー、選手と観客の動線を考えると、今のメインスタンドを活用すべきである。

■10 月に開催される全障スポの対応には屋内プールが必要

全国障害者スポーツ大会は 10 月に開催されるので、50mプールは屋内にすることが必要である。また、屋内にすることで年中練習が出来て、競技力の向上も図ることができる。

②競技力向上を支援する環境を整える（「育てる」スポーツに対応した施設整備）

■ボクシング場等の未普及競技のトレーニング場所の整備も必要

今後の競技力向上のため、ボクシング場・フェンシング場、エアーライフル射撃場などの未普及競技のトレーニングができる施設を考える必要がある。

■総合体育館はトレセンとして整備することで重要性が高まる

総合体育館はトレセン的な空間として整備することで、その重要性が高まることになる。

■選手を育てるという意味で合宿の施設が必要

選手を育てるという意味での合宿のための施設が必要である。県内のチームを強化していくには、県外から強いチームを連れてくる必要があり、その場合、合宿ができる施設が必要となる。

③スポーツツーリズムを推進できる環境を整える（「観る」ｽﾎﾟｰﾂに対応した施設整備）

■「観る」スポーツを考えるのであれば、運営する側、観客にとって適切なサイズを考えることが必要

運営する側にとって使いやすく、観客にとって見やすい施設とするためには適切なサイズ等を考えることが必要になる。「観る」スポーツの視点を持って整備した施設は「する」スポーツにも対応できる。

■ただ「見せる」施設ではなく、「魅せて楽しませる」施設を目指すべき

試合を見せるというのは、目で見せるだけではなくて、魅せて楽しませることであり、観客に「楽しんでいいただいて」初めて収益が上がるかどうかの価値が出てくる。旧態依然とした顧客意識がない中では、よい施設は作ることはできない。

■中途半端な大きさでは、経営的に難しくなる

中途半端な施設を作っても、負の積み重ねになってしまう。観客席は 3,000 席では経営的に難しい。ビッグネームのライブを誘致しても、一回の興業で 10,000～15,000 人客が入らないとペイできず、3,000 席では呼んで来ることはできないので、どのような大会を開催するかなどを考えて施設を整備する必要がある。

■現在の総合体育館では「観る」スポーツへの対応は難しい

総合体育館は選手育成の場としては素晴らしい施設であるが、2,000 席程度の観客席しかなく、観客席数の問題や、選手の動線の問題、諸室の問題、収納の問題がある。「観る」スポーツに対応した施設を考えると、総合体育館では難しいので、新設アリーナの検討が必要である。

■県の施設でしかできない、「観る」スポーツに対応したアリーナの整備が必要

プロの試合や国内トップレベルの試合を快適な環境で観戦できる「観る」スポーツに対応したアリーナの整備が必要である。みんながあそこで試合をやりたいと思うような県の施設でしかできないことをやるべきである。

④多目的な利用ができる環境を整える（「人々が憩いにぎわう」施設整備）

■子どもたちが遊べるように空間や場所を解放するなど、スポーツをしない人でもわくわくするような工夫が必要

子どもたちが体を動かせるような場所になるように空間や場所を開放し、陸上競技場のような広い空間で子どもたちを遊ばせるなど、スポーツをしない人でも日常的に気軽に楽しめ、わくわくするような工夫が必要である。

■公園のような空間を施設周辺に整備することが必要

陸上競技場と管理棟の間、陸上競技場とアリーナの間の空間には公園のような空間として木陰や子どもの遊び場などの空間を整備することが望ましい。

■スタンドとペデストリアンデッキをつなげるなど、一体的な空間をつくるという目線を持って整備していくことが必要

エリアの中にあらゆるスポーツ施設が点在するという風にイメージするのではなく、その周りの余白の部分のデザインが重要になる。陸上競技場のバックスタンド東側のペデストリアンデッキとスタンドをうまくつなげるなど、一体的な空間をつくるという目線を持って整備していくことが必要になる。

■スポーツファンではない方々も施設に呼び込む工夫が必要

アリーナでもスタジアムでも、バスケやサッカーを好きな人ばっかりだけで埋めるのは難しい。好きでない人をどう呼び込むかの仕掛けが、儲かる施設かどうかになってくる。そのためには人を引き付けるものが必要になる。

■スポーツだけでなく、学校教育などと連携していけるような工夫も必要

スタジアムに太陽光パネルを設置して太陽光について勉強できるようにしたり、学童保育や高齢者住居を入れるなど、スポーツだけでなく、他の分野と連携するような工夫も必要になる。

【エリアに付加すべき機能】

⑤障害者にやさしい施設整備

■障害者用駐車場を各施設に整備すべき

各施設に直接行くために障害者専用の駐車場が必ず必要になる。

■弱視の方の配慮も必要

弱視の方も使用するとすれば、明るさや色合いというのも工夫する必要がある。

■通路のデザインなどは障害者の利用を想定して整備すべき

通路のデザインをこだわって石畳などにされることがあるが、車椅子が通りづらいこともあるので、障害者にとってどうかという視点で整備すべきである。

■観客としての障害者への対応が必要

障害者スポーツの場は整備されてきているが、観客として来場される障害者の方をどうオペレーションするのかを考えることが必要である。

⑥新たな交通体系、アクセスの検討

■新たな交通体系の検討が必要

駐車場には限りがあるので、シャトルバスなどによる移動手段の検討が必要になる。

また、周辺に混雑を生むことなく、駐車場に行けるよう交通ルートの検討も必要になる。駅から少しでも歩いてもらえるように、途中の道路を少しデザインするような工夫も必要になる。

■高速道路を利用して北から来られる車の動線も工夫すべき

高速道路を利用して北から総合運動場に行く場合に右折ができないので、車の動線を工夫すべきである。

⑦利用者の利便性向上のための駐車場整備

■十分な数の駐車スペースの確保が必要

駐車場は、『する』人だけを想定した数で設計されていて、『観る』人のことまで考えた数になっていないので、十分な数の駐車場の確保が必要である。

■選手、関係者、観客の駐車場の確保が必要

大会が重なると車を駐車することができなくなることから、駐車場の確保が必要になる。また、選手は道具を持って来るので、出来るだけ近いところに選手用の駐車場を配置することが必要になる。

⑧防災拠点としての施設整備

■防災拠点となるような施設として整備が必要

大規模な災害が起こった時の防災拠点となるような施設を考えて整備する必要がある。

■防災拠点として考えるのであれば、冠水対策が必要

総合運動場は大雨が降った時に冠水している。防災の拠点として考えるのであれば、その対策が必要になる。

⑨収益を生み出すような施設の検討

■コンテンツを上手く活かして利益を生み出すことが必要

佐賀県には久光のバレーボール、サガン鳥栖のサッカー、将来的にはバスケットボールチームなど、魅力的なスポーツコンテンツがあることから、このようなコンテンツを上手く活かしながら、プロフィットセンターとなるように、民間へと少し空間を開放していくことによって、エリア全体として収益を上げていくことが必要である。

■マーケットが寄ってくるような施設づくりが必要

これからの佐賀県の財政を考え、これまでのような国体のためにというプロダクトアウトの考え方ではなく、マーケットが寄ってくるような稼げる施設づくりが必要になる。

■収益のことを考え、カフェやレストランを作ったり、駐車場を有料化の検討も必要

収益のことを考えると、施設の中にカフェやレストランを作ったり、駐車場を有料化するなどの方法がある。その収益を利用者に別の形で還元する仕組みを検討する必要がある。

■施設で収益を上げ、その収益を還元していく仕組みを検討することが必要

スポーツを産業として捉え、それに県が取り組むことにより、スポーツで稼いだ収益をスポーツに再投資して循環させるような仕組みを検討する必要がある。

■都市戦略の中でどう施設と人材が動いていけるのかが重要

収益を上げるような施設とするためには、「観る」スポーツ前提の高機能に整備された施設と、そのような施設をうまく稼働させる組織と人材がいて、その人材組織が長期間の戦略に基づいてコンテンツをプロデュースしプロモートし、それが都市戦略とどうコミットしていくのかというところまで考えていくことが必要になる。