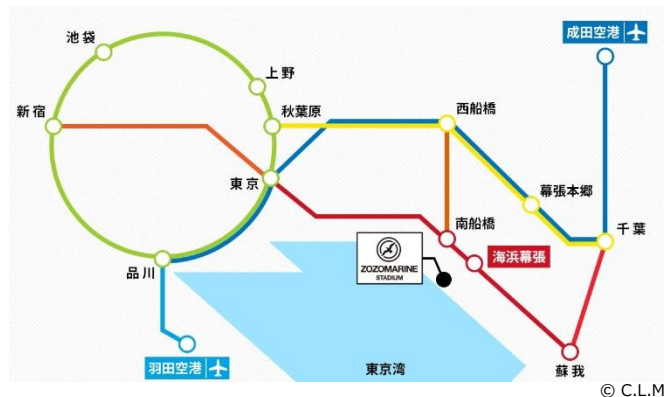


(1) 現スタジアムの概要

- ZOZOマリンスタジアム（千葉マリンスタジアム）は、本市が県立幕張海浜公園内に整備した、約3万人を収容できる大型の多目的野球場です。幕張新都心のまちびらきの翌年の1990年(平成2年)2月に竣工し、同年4月に供用を開始しました。
- 1992年(平成4年)からはプロ野球千葉ロッテマリーンズのホームスタジアムとして利用されています。

■ 位置・アクセス



■ 施設概要

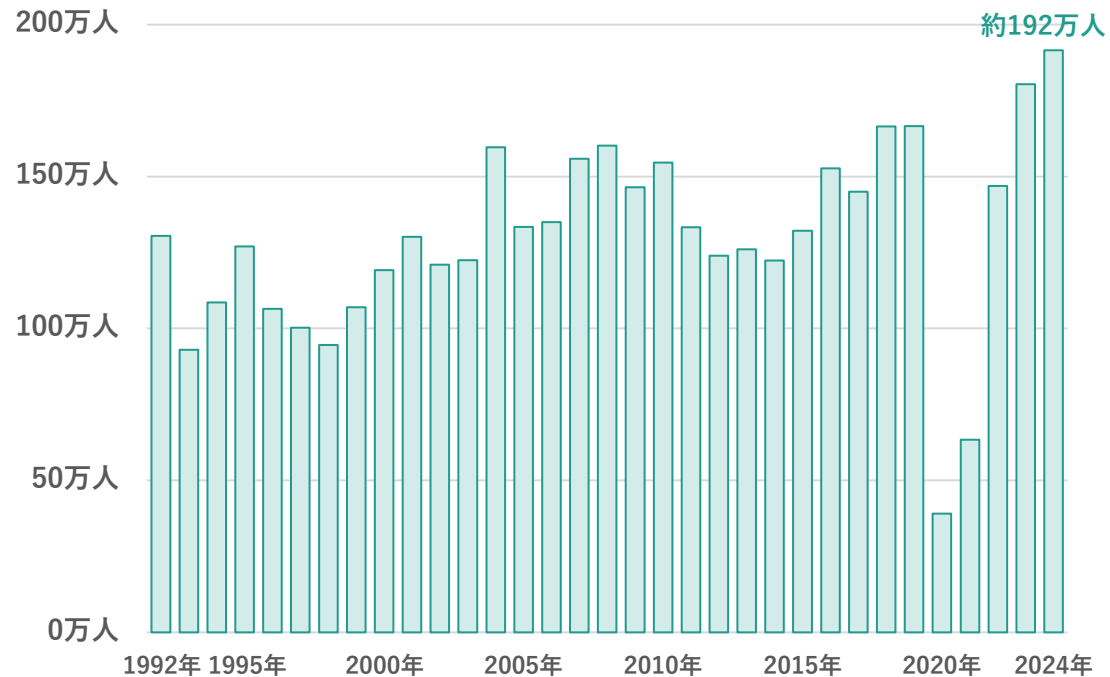
施設名称	ZOZOマリンスタジアム（千葉マリンスタジアム）
所有	千葉市
場所	千葉市美浜区美浜 1 番地（県立幕張海浜公園内）
アクセス	JR海浜幕張駅より徒歩約15分（約1.2km）
供用開始	1990年(平成2年)4月
延床面積	49,819.81㎡
収容人数	29,645人（プロ野球利用時）※2025年3月現在

■ 竣工当時（写真左）と現在（写真右）



- 2006年(平成18年)からは指定管理者制度が導入され、市民が利用する「市民球場」と、市民が観て楽しむことができるプロ野球の「ホームスタジアム」の2つの側面の両立のための円滑な調整が期待できること等の理由から、千葉ロッテマリーンズを運営する(株)千葉ロッテマリーンズが指定管理者を担っています。
- 以来、千葉ロッテマリーンズの積極的な投資により、座席改修や飲食・物販店舗の充実、リボンビジョンの設置、球場外の「マリンひろば」の設置といったボールパーク化が推進され、プロ野球の試合日にはスタジアム周辺部も活用してイベントを開催するなど、賑わいづくりに貢献してきました。
- また、プロ野球やアマチュア野球に加え、野球の国際大会や音楽フェス等の集客力の高いイベントを誘致することで、例年、市内外から200万人超の人々が訪れる、幕張新都心の賑わい創出の原動力となっています。

■ 千葉ロッテマリーンズ主催試合の入場者数の推移



(出典:日本野球機構 統計データ)

■ 現スタジアムで開催されているイベントの例



【画像1】プロ野球興行時のスタジアム内の様子



【画像2】プロ野球興行時のスタジアム外周部の賑わい



【画像3】コンサート時のスタジアム内の様子(SUMMER SONIC)



【画像4】幕張ビーチ花火フェスタ

(2) 現スタジアムが抱える課題

- 現スタジアムは、供用開始から35年が経過しており、施設の劣化が大きな課題となっています。
- ユニバーサルデザインへの対応やホスピタリティ機能・ICT機能の充実、セキュリティ動線の確保等、機能面でのアップデートも求められています。

雨漏り・水たまり

- 例：3塁側ブルペン通路球場内複数個所で発生、排水不良による座席下の水たまり



腐食

- 例：防護柵の根本の腐食、手すりの腐食、座席に潮風による錆びが発生



関係者駐車場の冠水

- 例：排水能力の低さから、大雨時に駐車場が冠水し実質使用不可となっている



コンコース、飲食・物販店舗

- 柱があることに加え、通路幅も狭く、飲食店の混雑も相まって見通しが悪い



観客席

- 通路が狭く、席への移動や飲食がしづらい



ユニバーサルデザイン

- 例：車いす席は数が足りていないことに加え、座席までの導線が悪い



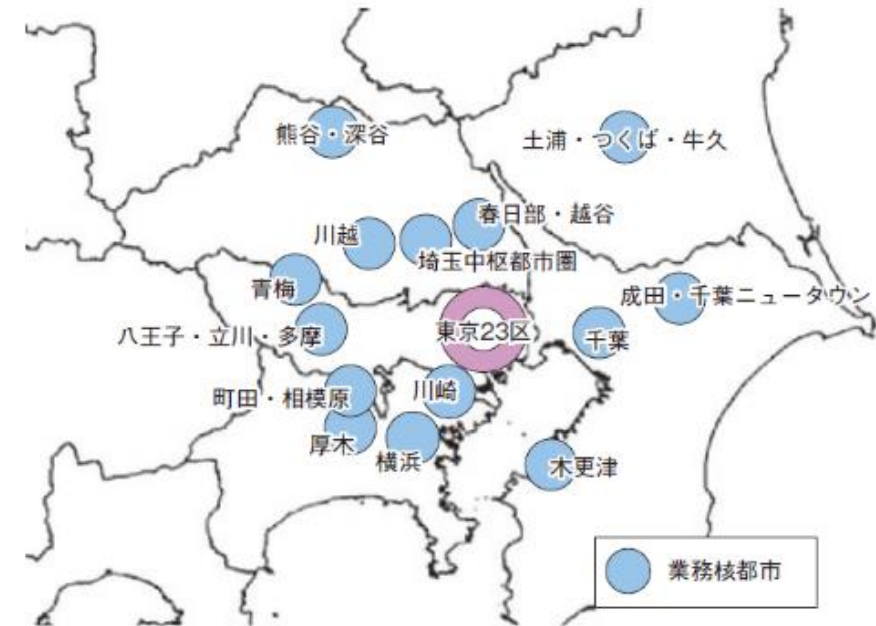
※劣化により不具合が発生した箇所については、随時修繕等を行っています。

(1) 幕張新都心の概要

- 現スタジアムが立地する幕張新都心は、1973年(昭和48年)から1980年(昭和55年)にかけて埋立造成された土地に形成されたまちで、国や県が策定した計画において、広域的な拠点として位置付けられています。
- 国が策定した「首都圏基本計画（昭和61年6月）」では、本市を中心とする地域は、「千葉業務核都市」と位置付けられ、「世界に開かれた国際的業務核都市」を目指しており、その中で幕張新都心は、業務施設を集積させる「業務施設集積地区」として位置付けられています。
- 県が策定した「千葉新産業三角構想（昭和58年6月）」では、「幕張新都心構想」は、「かずさアカデミアパーク構想」「成田国際空港都市構想」と並ぶ3つの基幹プロジェクトと位置付けられ、東京と成田の中間に位置する同新都心は、業務機能の集積を核とした新都心として構想されるようになり、同年に発表された「幕張新都心事業化計画」では、その開発誘導施設として幕張メッセが位置付けられています。

■ 業務核都市の一覧（「第5次首都圏基本計画」より）

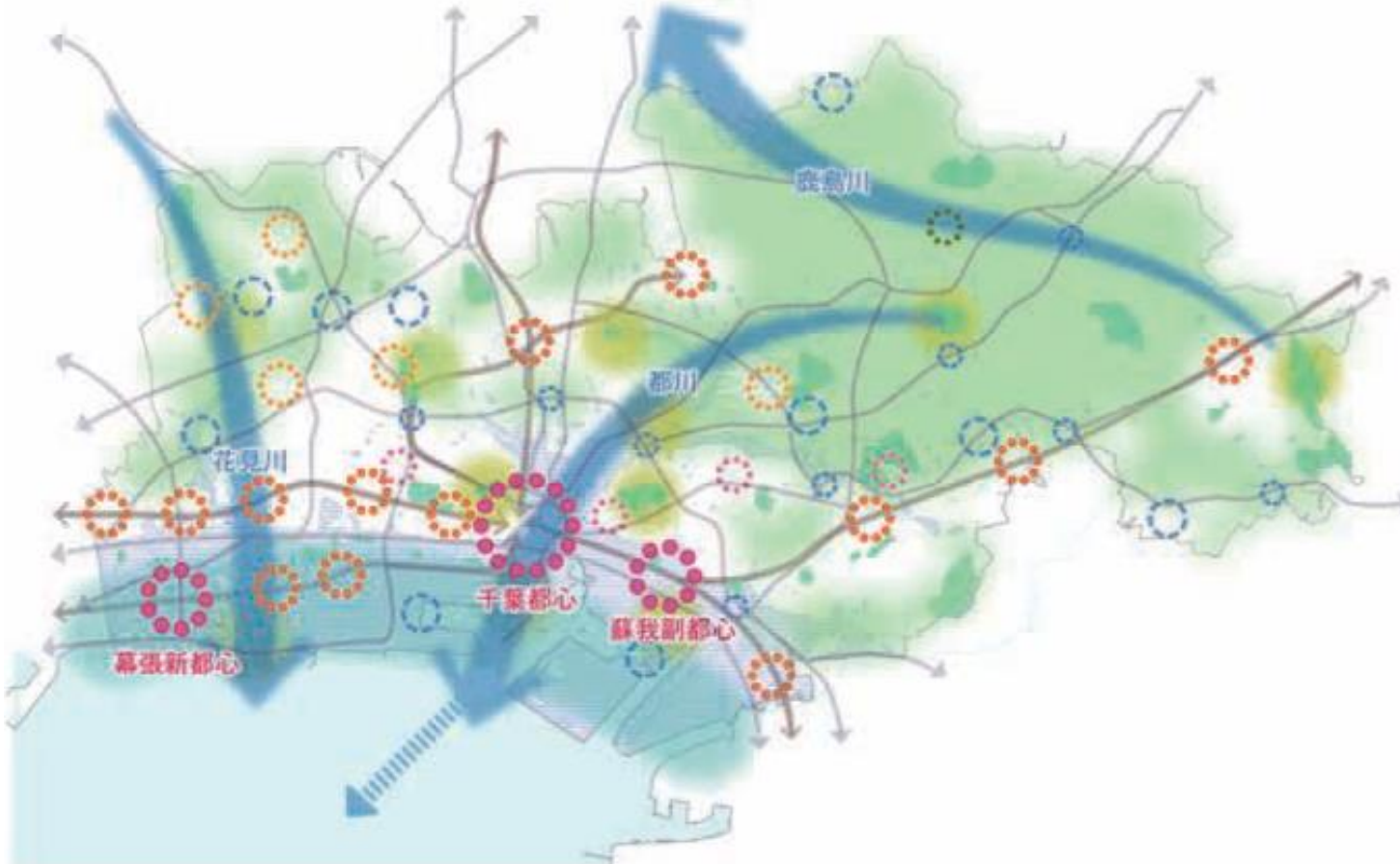
地域		広域連携拠点
東京都市圏西部	業務核都市	横浜、川崎、厚木、町田・相模原、八王子・立川・多摩、青梅
東京都市圏北部		川越、熊谷・深谷、埼玉中枢都市圏、春日部・越谷、柏、土浦・つくば・牛久
東京都市圏東部		成田・千葉ニュータウン、千葉、木更津
関東北部地域		水戸、宇都宮、前橋・高崎
内陸西部地域		甲府



（出典：国土交通省ホームページ）

- 幕張新都心は「ちば・ビジョン21」や「千葉市基本計画」、「ちば・まち・ビジョン」など市の計画においても、千葉都心・蘇我副都心と並ぶ「都心」として、広域的・中核的な役割を担う地域に位置付けられています。

■ 3つの都心とその将来像（「ちば・まち・ビジョン」より）



千葉都心

- ・ 県都の都心にふさわしい広域的な商業・業務機能や文化機能などの集積を進める
- ・ 適切な居住機能の誘導を図り、多様な人々が集まる魅力と活力ある拠点の形成を目指す

幕張新都心

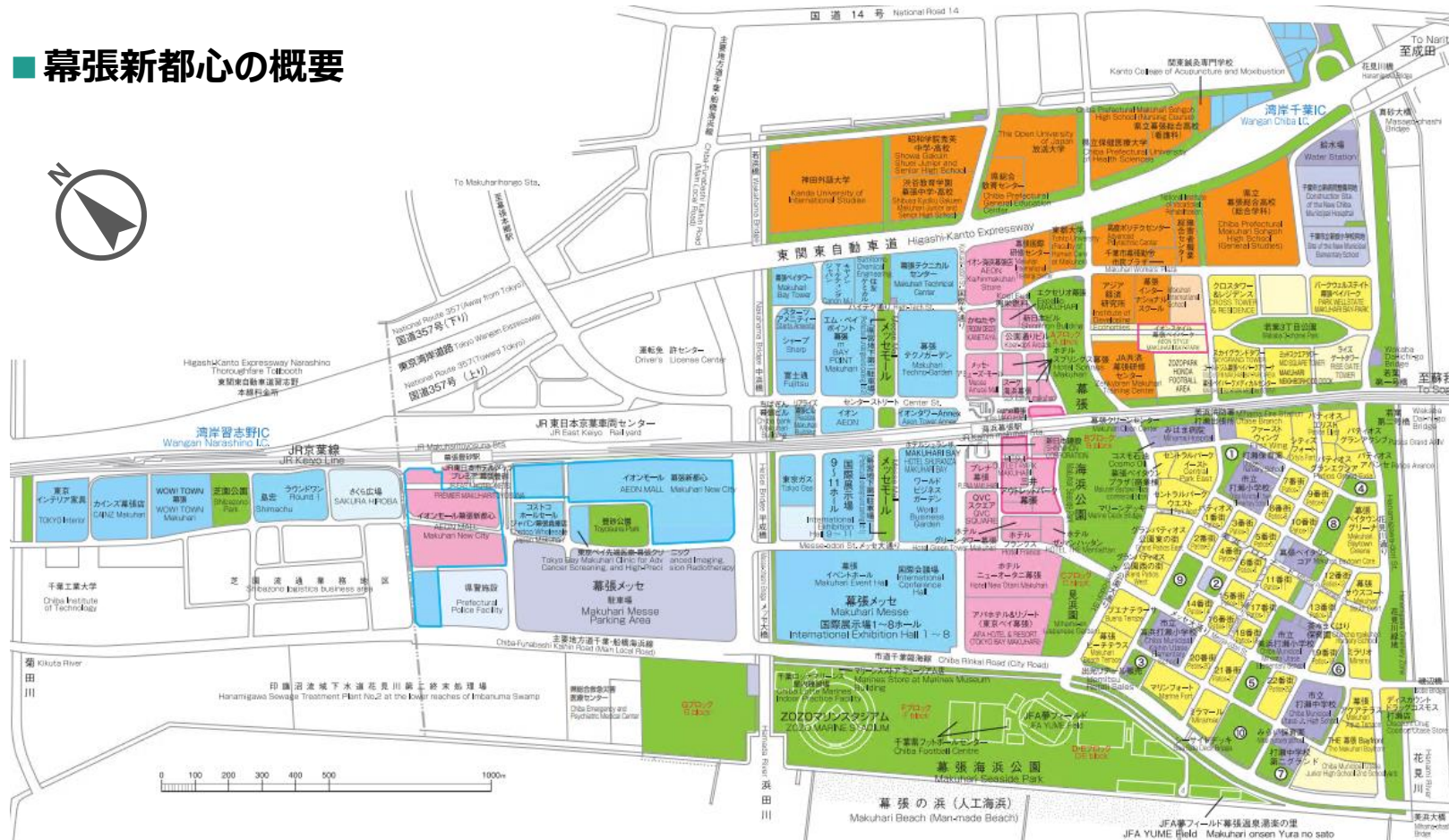
- ・ 商業機能、国際交流機能、国際的業務機能、研究開発機能、文教機能、スポーツ・レクリエーション機能などの複合的な都市機能の集積を進め、魅力的で快適な居住環境の創出を図り、国際交流都市としての拠点の形成を目指す

蘇我副都心

- ・ 商業・業務機能などの集積やスポーツ・レクリエーション機能の充実、広域的な防災機能の強化を進める
- ・ 賑わいと魅力ある海に開かれた拠点の形成を目指す

- 幕張新都心は1989年(平成元年)のまちびらき以降、明確な土地利用計画のもと、幕張メッセをはじめ、オフィスビル、教育・研究施設やホテル・商業施設及び幕張ベイタウンや幕張ベイパークの整備の推進により、「職・住・学・遊」の複合機能の集積が進み、「未来型の国際業務都市」の形成を目指して発展してきました。
- 現在では、就業者・居住者・就学者及び新都心への来訪者を合わせると、日々約23万人の人々が活動するまちとなっています。

■ 幕張新都心の概要



● 文教地区

新しい文化を創造する学究のステージ

● タウンセンター地区

アメニティ豊かなにぎわいとふれあいのスペース

● 業務研究地区

次世代産業を創出するビジネスエリア

● 住宅地区

幕張ベイタウン：魅力的な都市デザインと快適な居住環境
幕張ベイパーク：輝く人と街並みが融合する国際性豊かな街づくり

● 公園緑地地区

緑と海と街が魅力的に融合するシティパーク

● 拡大地区 (豊砂地区:千葉市、芝園地区:習志野市)

新しい魅力の創出が期待される地区

- 2022年(令和4年)には、概ね20～30年後の将来を見据えたまちづくりの方向性として「幕張新都心まちづくり将来構想」を策定しました。
 - まちづくりの理念として「**未来を追い求めてチャレンジを繰り返し、ここにしかない新しさが生まれるまち**」を掲げるとともに、7つの「まちづくりの方向性」を示し、「幕張新都心のありたい姿」の実現を目指すこととしています。

まちづくりの方向性

- ・ 7つのまちづくりの方向性を示し、幕張新都心のありたい姿の実現を目指します
- ・ 7つのまちづくりの方向性を踏まえ、各主体が積極的に取り組むとともに、連携・協働の好循環により取組みを推進します

■ これまで幕張新都心らしさを構成してきた「職・住・学・遊」に関する4つのまちづくりの方向性

1. 「職」に関すること

まち一体となって新たなコト・モノを生み出し続ける環境をつくり、産業活動の拠点として成長する

2. 「住」に関すること

ライフスタイルの多様化に対応した、魅力的な住環境を築く

3. 「学」に関すること

多様な活動主体が刺激的で先端的な学びを得られる環境を創出する

4. 「遊」に関すること

地域資源を磨き、人を惹きつけるまちの魅力を高める

■ これからの幕張新都心らしさをより高める「連携」に関する3つのまちづくりの方向性

5. 柔軟な活用・回遊性に関すること

既存資源を柔軟に活かし、つなげることで、各エリアの融合を促進し一体感を醸成する

6. 市民参加に関すること

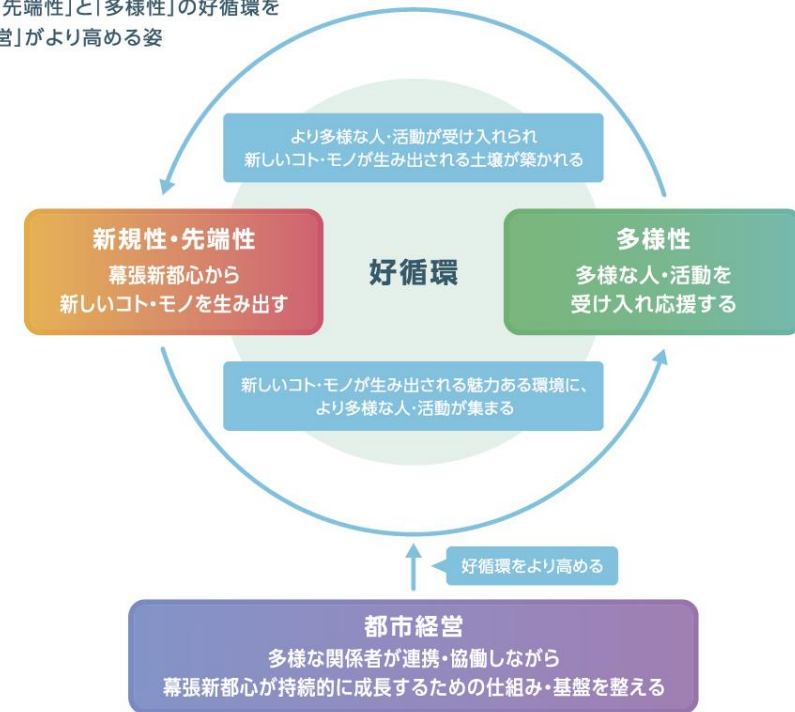
住民・企業など多様な関係者が手を取り、幕張新都心の文化を培い、誇りを醸成する

7. 基盤・持続可能性に関すること

誰もが幕張新都心で安心して暮らせるまちをつくる

幕張新都心のありたい姿

まちづくりの理念に基づき、重要となる3つの要素を「新規性・先端性」「多様性」「都市経営」とし、「新規性・先端性」と「多様性」の好循環を「都市経営」がより高める姿



幕張新都心が発展していくまちであり続けることが千葉市全域の活性化を牽引するとともに、その効果を千葉県・東京圏へ広く波及させていく

- 都市づくりやまちづくりを進めるうえでの基本的な指針である「ちば・まち・ビジョン」(2023年(令和5年)策定)では、幕張新都心エリアの将来像として「**行くとたびに違う顔を見せる『幕張新都心』**」を掲げ、訪れるたびに新たな魅力に気づき、新たな出会いが見つかるまちを目指すこととしています。
- また、都市づくり・まちづくりの方向性として、以下の3つを掲げています。

✓ 「まちの隙間、曖昧さ」から生まれる、魅力や賑わいづくり

広い公共空間やオープンスペース等の活用による新たな交流や出会いが生まれる空間づくりや、幕張豊砂駅の開業を契機にエリア内の回遊を促進する空間づくりなどを推進

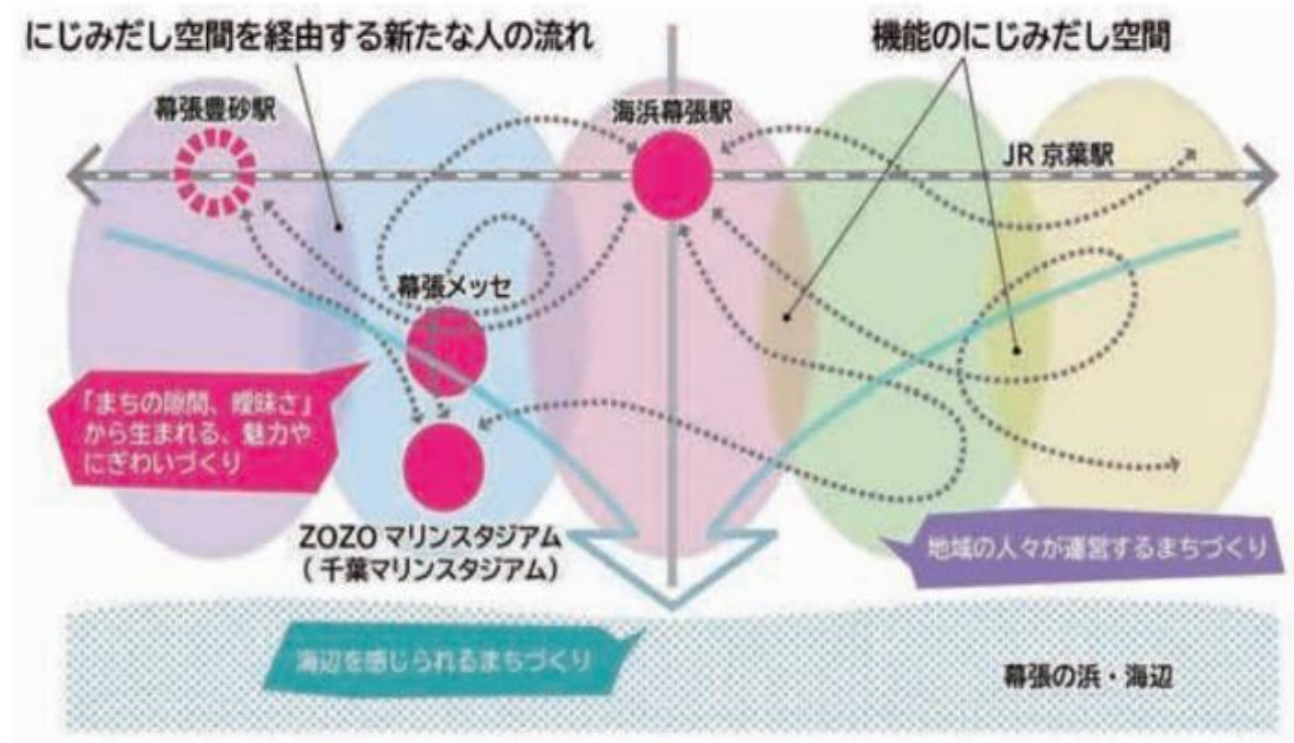
✓ 海辺を感じられるまちづくり

海を感じることができる要素をまちの中に取り込むなど、来訪者が海を身近に感じるような、魅力ある空間づくりを推進

✓ 地域の人々が運営するまちづくり

多様なプレイヤー（住民・企業・商業施設・ホテル等）が主体となり、エリアマネジメント活動などによる一体的なまちづくりや多世代のコミュニティ形成、国内外の交流などを推進

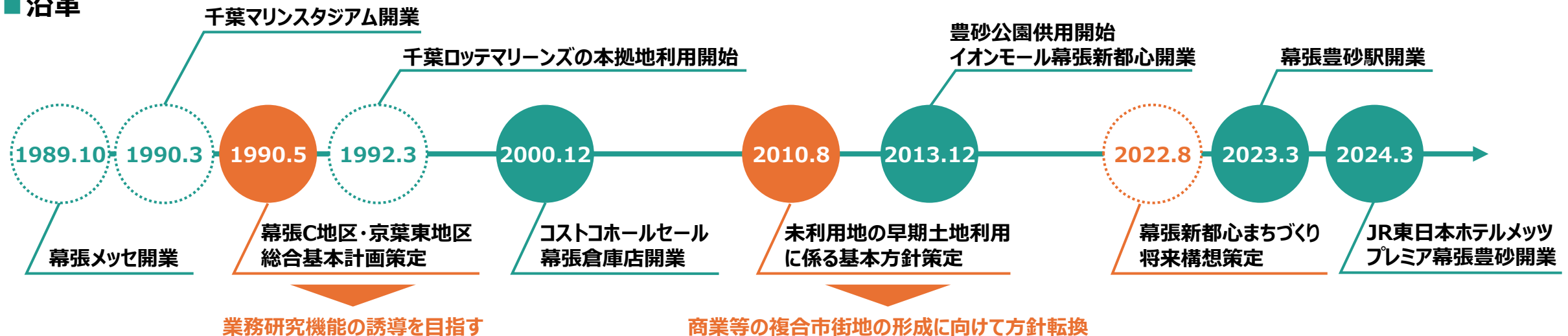
■ 幕張新都心エリアの将来像（「ちば・まち・ビジョン」より）



(2) 豊砂地区の概要

- 豊砂地区のまちづくりの最初の計画となる「幕張C地区・京葉東地区総合基本計画（平成2年5月策定）」においては、幕張新都心の拡大地区として業務研究機能を中心とした機能誘導が計画されていましたが、企業の東京都心回帰等によるオフィス需要の低迷などを背景に当初計画に沿った機能誘導が進まない状況が続いていました。
- このような背景から、2010年(平成22年)8月に県が本市と共同で「幕張新都心豊砂地区未利用地の早期土地活用に係る基本方針」を策定しました。以降はこの基本方針に基づき、商業・アミューズメント・業務の各種機能の複合化により一層の賑わいを創出し新たな魅力を発信する複合市街地の形成を目指し施設の立地誘導が進められ、大規模商業施設が立地するとともに豊砂公園でのイベント開催等により、多くの人々が訪れています。
- また、2023年(令和5年)の幕張豊砂駅開業を契機に、新たなホテルの開業や官民連携のまちづくり活動が誘発されるなど、「**幕張新都心のさらなる発展に寄与する賑わいの創出が期待されるエリア**」となっています。

■ 沿革



(1)スタジアム・アリーナ改革

- 政府が掲げる成長戦略である日本再興戦略2016の官民戦略プロジェクト10に「スポーツの成長産業化」が位置付けられて以降、産業としてのスポーツへの注目度が高まっています。その中で、「**みるスポーツ**」のための**スタジアム・アリーナ**は、定期的に数千人、数万人の人々を集める集客施設であり、飲食、宿泊、観光等周辺産業への波及効果を生み出す地域活性化の起爆剤となる潜在力を有しています。スタジアム・アリーナは、スポーツ産業の持つ成長性を取り込みつつ、地域経済の持続的成長を実現していく施設として、その潜在力を最大限発揮することが期待されています。
- また近年、「スタジアム・アリーナ改革」の考え方をさらに発展させた「**スポーツコンプレックス^(※)**」という考え方が提唱されており、政府全体の方針である「経済財政運営と改革の基本方針2024」(令和6年6月21日閣議決定)においても、スタジアム・アリーナの整備・活用に連なる内容として「スポーツコンプレックスの推進」が示されています。ここでいう「スポーツコンプレックス」とは単にスポーツ施設の集合体を意味するものではなく、以下のように多様な視点でのComplex(複合施設・複合体)としていくことが期待されます。
 - ① スポーツ内でのComplex：異なるスポーツ種目・競技・施設の集約化と連携強化
 - ② 異分野とのComplex：スポーツ分野と異分野との複合化及び包括的運営
 - ③ まちづくりとのComplex：まちづくり政策との連携を明確に意識した政策

■スタジアム・アリーナがまちづくりに果たす役割

地域のシンボルとなるスタジアム・アリーナ	スタジアム・アリーナを核とした新たな産業の集積
●スタジアム・アリーナは、他の公共施設と比較して収益性の確保が期待され、サステナブルな施設として長期的に地域に存続させることが可能 ●そのため地域の住民にとって愛着のある地域のシンボルになっていく施設と捉えることができる	●スタジアム・アリーナは、施設内外に経済効果や雇用創出効果を生み出し、新たな産業集積を創り出す可能性を有している
スポーツの波及効果を活かしたまちづくり	地域の持続的成長
●スタジアム・アリーナは、賑わいの創出やスポーツ機会の増加等の地域への波及効果を生み出すことが期待され、これらをまちづくりにも活用することができる	●スタジアム・アリーナは、中長期的に、地域のアイデンティティの醸成や地域の不動産価値の向上等の効果を生み出す ●これらの効果は定住人口の確保等、地域の持続的成長を支えていく

- 「スタジアム・アリーナ×まちづくり」の先進事例として、エスコンフィールドHOKKAIDOやエディオンピースウイング広島、長崎スタジアムシティ等が挙げられます。
- これらの事例は、「**複合開発**」や「**まちなか立地**」という特徴があり、非興行日も含めた賑わい創出を図っています。

■ スタジアム・アリーナ×まちづくりの事例

エスコンフィールドHOKKAIDO

- 2023年(令和5年)3月に開業したプロ野球北海道日本ハムファイターズのホームスタジアム
- スタジアムを含む「Fビレッジ」は32haの広大な敷地に、商業施設や住宅、ホテル、メディカルモール、大学等が立地又は計画されていて、スタジアムを中心としたまちづくりが進む
- 2024年(令和6年)には約418万人(プロ野球約207万人、それ以外約211万人)が訪れ、地域に高い経済効果を生み出している



エディオンピースウイング広島

- 2024年(令和6年)2月に開業したJリーグサンフレッチェ広島のホームスタジアム
- 市内中心部から徒歩10分ほどの約8.5haの広大な土地(中央公園)に、スタジアムと隣接する広場エリアからなる「ひろしまスタジアムパーク」を一体的に整備
- 2024年(令和6年)11月末までに約118万人(サッカー約62万人、それ以外56万人)が訪れ、広島市の市街地に新たな人の流れを生み出している



長崎スタジアムシティ

- 2024年(令和6年)10月に開業したJリーグV・ファーレン長崎のホームスタジアムを中心とした複合施設
- 長崎駅から徒歩10分ほどの約7.5haの広大な土地に、スタジアムを中心に、アリーナやホテル、商業棟、オフィス棟等で構成される
- 開業から2ヵ月で約95万人の来場を記録(平日約1万人、スポーツの試合がある休日は2~3万人で推移)しており、長崎の市街地に新たな人の流れを生み出している



- 2016年(平成28年)にスポーツ庁が公表した「スタジアム・アリーナ改革指針」では、スタジアム・アリーナ改革の要件の一つとして「収益モデルの確立とプロフィットセンターへの変革」が掲げられています。
- スタジアム・アリーナにおける興奮や一体感は、分厚いファン層や幅広い誘客を生み、来場・再来場の可能性を高めます。そのような「観る」観点からの高付加価値のサービスを提供し収益性を高めることは、結果として公共の財政負担の軽減にもつながります。
- また、地域の実情に応じて適切な投資を行い、スタジアム・アリーナを最大限活用することは、賑わいの創出やそれに伴う税収の増加等も期待されます。

■ プロフィットセンター化の実現に向けて重要な要素

- 「ホスピタリティ機能の充実」や「高付加価値のサービスを提供」、「多様な利用シーンの実現」が重要な要素であり、来場者の観戦価値・体験価値を向上させることで、収益性の向上も期待できる
- 特に、BリーグのホームアリーナやJリーグのホームスタジアムではスイートルームやラウンジ席の設置がリーグの規定となっていることから、近年は公共施設であっても高質な空間が整備され、試合日にはホスピタリティサービスが提供されている

沖縄アリーナ

- 30室のスイートルームと4箇所のラウンジを設置



(出典：沖縄アリーナ公式ホームページ)



(出典：沖縄アリーナ公式ホームページ)

エディオンピースウイング広島

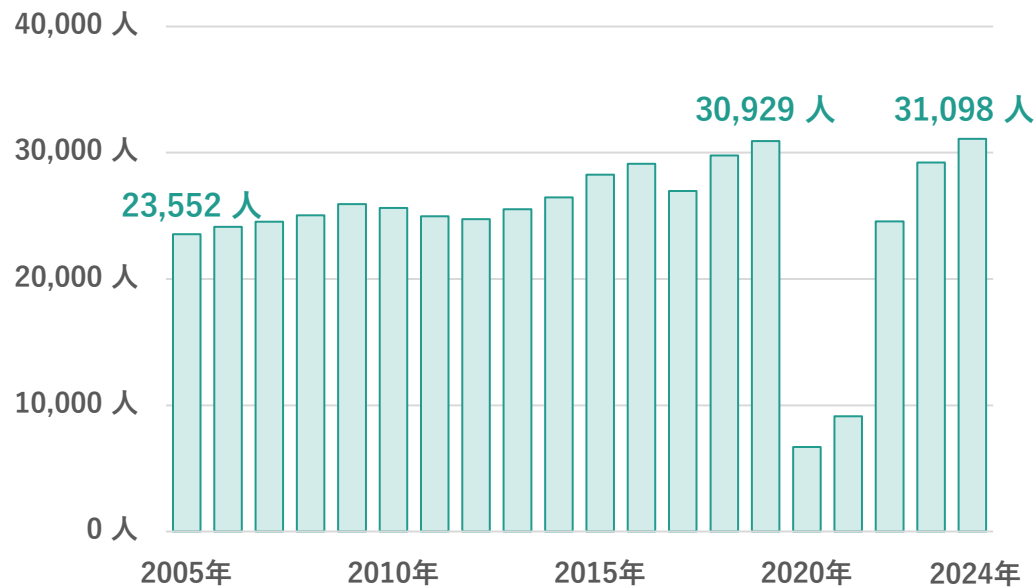
- VIPルームや、入場する選手を間近で見ることができる「トンネルラウンジ」を設置



(2) プロ野球のホームスタジアム

- 近年、プロ野球の人気はさらに高まっており、1試合あたりの平均入場者数は2005年(平成17年)シーズンの23,552人から、2024年(令和6年)シーズンには31,098人にまで伸びています。
- 現スタジアムは12球団のホームスタジアムの中で最も収容人数が少ないものの、千葉ロッテマリーンズ主催試合の入場者数も年々伸びており、2024年(令和6年)シーズンには過去最多となる約192万人の入場者を記録しました。

■ プロ野球の平均入場者数の推移 (出典：日本野球機構)



■ 球団別入場者数 (2024年シーズン公式戦) (出典：日本野球機構)

セ・リーグ球団	平均入場者数	パ・リーグ球団	平均入場者数
阪神タイガース	41,801人 (47,466人)	福岡ソフトバンクホークス	37,862人 (40,000人)
読売ジャイアンツ	39,247人 (43,500人)	オリックス・バファローズ	30,270人 (36,220人)
中日ドラゴンズ	32,951人 (36,370人)	北海道日本ハムファイターズ	28,830人 (35,000人)
横浜DeNAベイスターズ	32,754人 (34,046人)	千葉ロッテマリーンズ	26,975人 (29,635人)
広島東洋カープ	29,376人 (33,000人)	東北楽天ゴールデンイーグルス	23,132人 (30,508人)
東京ヤクルトスワローズ	28,153人 (30,969人)	埼玉西武ライオンズ	21,601人 (31,552人)

※カッコ内はホームスタジアムの最大収容人数(プロ野球利用時)

※千葉ロッテマリーンズの2024年シーズンの収容率は91%で12球団平均の87%を上回っており、12球団中4位である

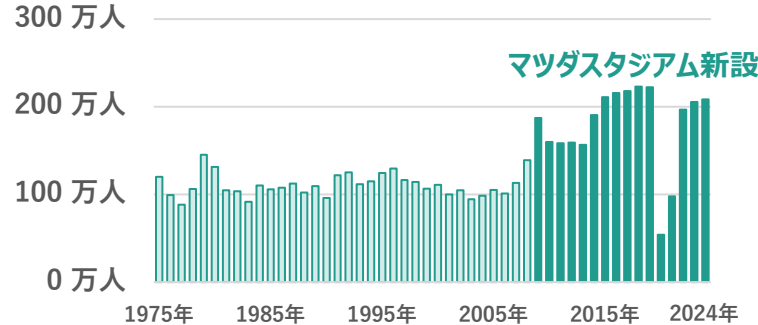
- プロ野球のホームスタジアムにおいては、近年**建て替えや改修による大型化や魅力向上**が相次いで行われています。
- また、神宮球場の建て替え等も計画されており、このような流れは今後も続いていくと考えられます。プロ野球のホームスタジアムとしての競争力の維持・向上のためには、現スタジアムも魅力向上が求められます。

■ 近年のプロ野球ホームスタジアムの建替・改修の事例

年	スタジアム	建替・改修の主な内容
2009年 (平成21年)	Mazda Zoom-Zoomスタジアム広島	スタジアムの新設
2016年 (平成28年)	楽天モバイルパーク	- VIPボックスシートの新設 - 観覧車等の公園エリアの設置
2020年 (令和2年)	横浜スタジアム	- 右翼側・左翼側スタンドの増設等により6,000席増席 - 個室観覧席、屋上テラス、回遊デッキの設置
2021年 (令和3年)	ベルーナドーム	- ラウンジ付きのエキサイトシートの新設 - 飲食施設の大幅リニューアル - 隣接地に1,000㎡の大型遊戯施設を新設
2022年 (令和4年)	東京ドーム	- 超大型メインビジョンの設置 - リボンビジョン、サイネージの設置 - スイートエリアのリニューアル
2023年 (令和5年)	エスコンフィールド HOKKAIDO	スタジアムの新設
2026年頃 (令和8年頃)	横浜スタジアム	スタジアムの隣接地に、球団が運営するライブビューイングアリーナ等が新設（予定）
2032年頃 (令和14年頃)	神宮球場	スタジアムの建て替え（予定）

● 広島東洋カープの入場者数の推移（出典：日本野球機構）

スタジアム新設を契機に入場者数が大幅に増加



● 横浜DeNAベイスターズの入場者数の推移（出典：日本野球機構）

スタジアム改修を契機に入場者数が増加

