

1 広島市民球場の運営状況等について

(1) 平成 26 年度指定管理経費等の収支状況

区分	予算	決算	備考
収入 (A)	4 億 7,022 万 8 千円	5 億 4,764 万 6 千円	
利用料金	4 億 7,022 万 8 千円	5 億 4,764 万 6 千円	【実績の内訳】 プロ野球公式戦、アマチュア野球等の利用に係る料金等
支出 (B)	4 億 7,022 万 8 千円	5 億 4,764 万 6 千円	
市への納付金	2 億 1,100 万円	2 億 9,748 万 6 千円	市への納付金は、球場建設の償還財源に充当
その他	2 億 5,922 万 8 千円	2 億 5,016 万円	

(2) 観戦環境の改善等

ア 芝の張替【カープ球団整備】

(ア) 施設概要：

- ・グラウンド内の天然芝（約 9,200 m²）を開設後、初の全面張替

(イ) 事業費：1 億 2,000 万円

(ウ) 完成時期：平成 28 年 2 月末



イ スコアボード裏コンコース拡張【カープ球団整備】

(ア) 施設概要：

- ・イベント等に活用できるように、コンコースを拡張

(イ) 事業費：2 億 6,300 万円

(ウ) 完成時期：平成 28 年 3 月下旬（予定）



ウ グッズショップ拡張【カープ球団整備】

(ア) 施設概要：

- ・ゆったりと買い物ができるようにグッズショップ 2 階部分を拡張

(イ) 事業費：2,500 万円

(ウ) 完成時期：平成 27 年 12 月下旬



【配置図】



イ スコアボード裏コンコース拡張

2 平成 27 年度施設利用実績について

(1) 施設利用日数

[単位：日]

区 分		日 数	備 考
プロ野球興行 (2015 年シーズン)	公式戦	67	平成 27 年 3 月に開催したオープン戦及び 公式戦は、2015 年シーズンの興行に含む。
	オープン戦	4	
	オールスター戦	1	
	ウエスタン	4	
	合計	76	
アマチュア野球		46	
イベントその他		44	奥田民生コンサート、カープファン感謝デー等
コンコース開放		80	※H28. 3. 1 時点の実績
雨天中止等		17	プロ野球 5 日、アマチュア野球 12 日
合計		263	

(2) 施設見学

	日 数	人 数	備 考
コンコース開放	80	31,094	※H28. 3. 1 時点の実績
スタジアムツアー	70	8,375	
社会見学	15	968	市立の幼稚園・小学校・中学校の児童・生徒等を対象にした無料のスタジアムツアー
合計	165	40,437	

(3) プロ野球興行時の来場者動向（アンケート調査結果）

ア 調査概要

〔参考〕過去の調査

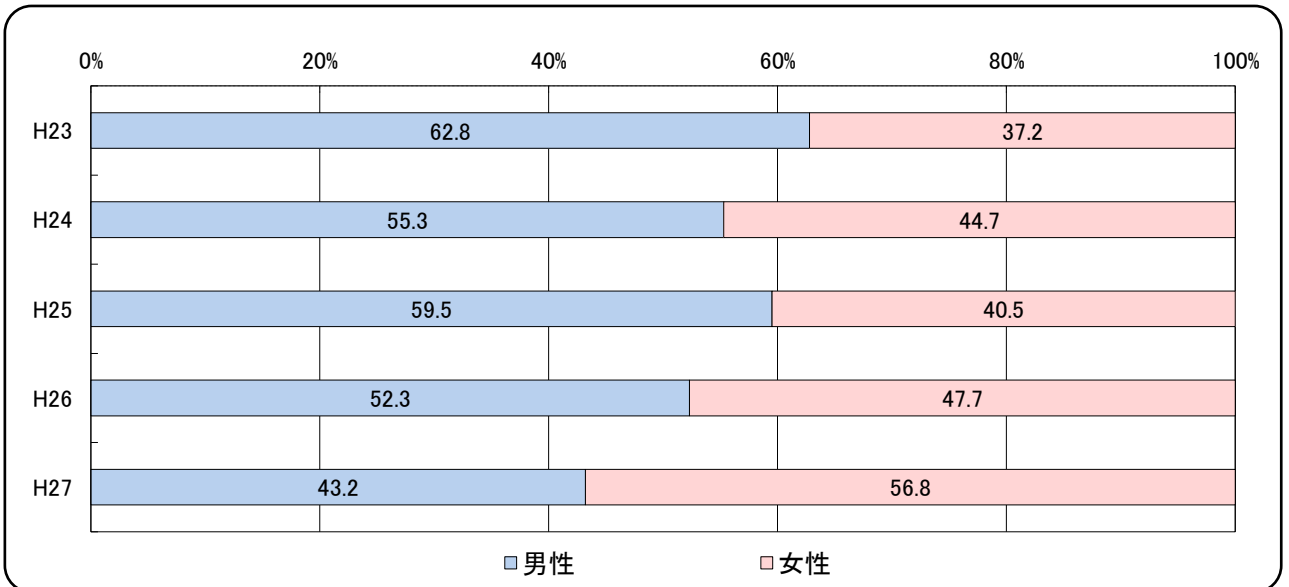
調査日	H27. 9. 15(火)	H26. 9. 20(土)	H25. 9. 14(土)	H24. 9. 15(土)	H23. 9. 17(土)
試合区分	ナイトゲーム	デーゲーム	デーゲーム	デーゲーム	デーゲーム
対戦相手	巨人	横浜	巨人	中日	阪神
入場者数	31,686人	31,427人	32,047人	28,536人	29,896人
配布数 (a)	2,200枚	2,300枚	2,300枚	2,000枚	2,730枚
有効回収数 (b)	1,063枚	1,304枚	1,131枚	1,173枚	1,651枚
有効回収率 (b/a)	48.3%	56.7%	49.2%	58.7%	60.5%

※今年度、初めて平日のナイトゲームで調査

イ 調査結果

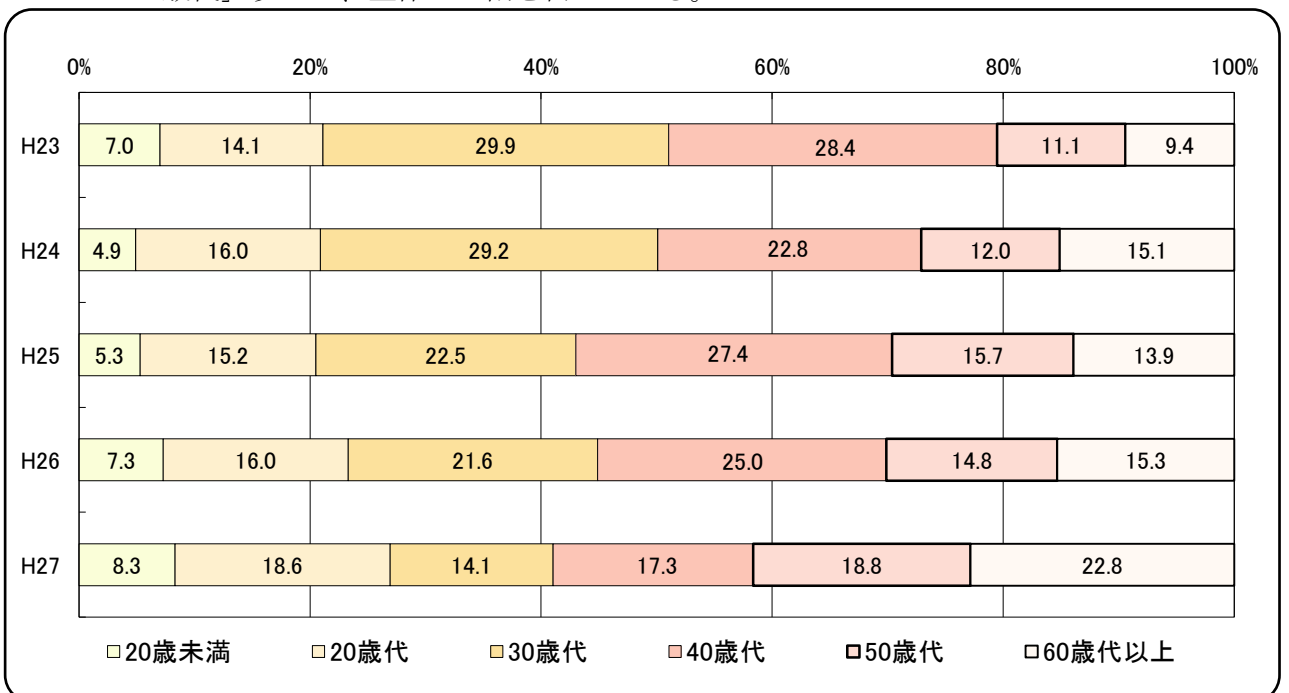
(7) 性別

「女性」の来場者が「男性」の来場者を上回る。



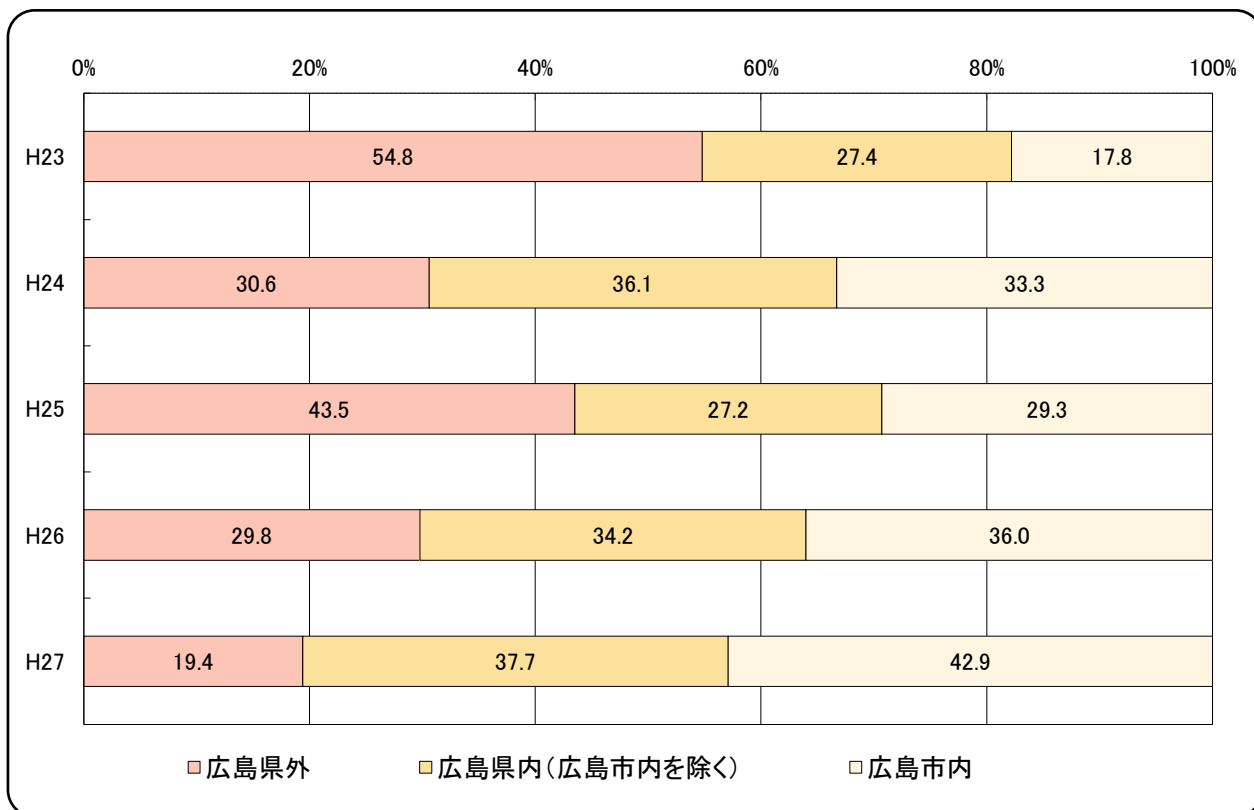
(イ) 年代

「50歳代」以上が、全体の4割を占めている。



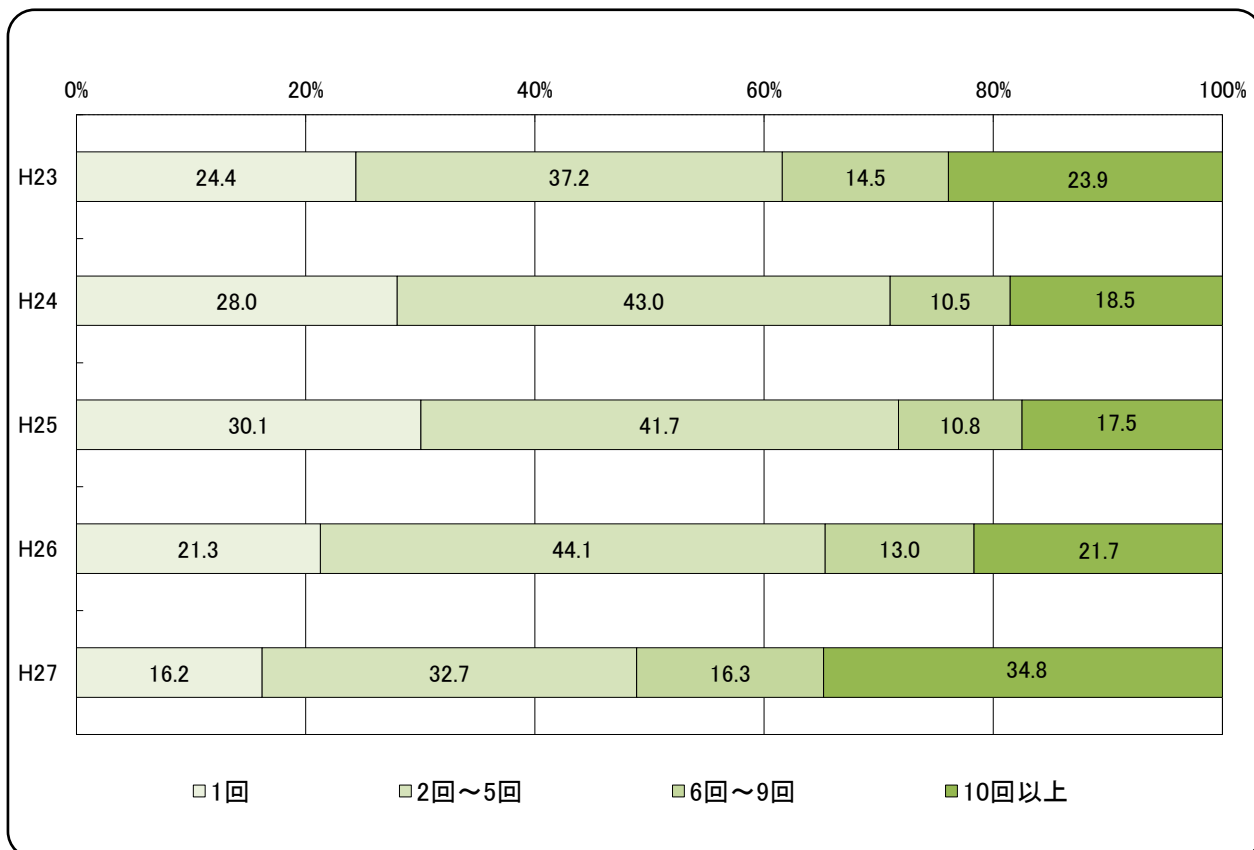
(ウ) 来場者住所

「広島県内」、「広島市内」が8割となっている。

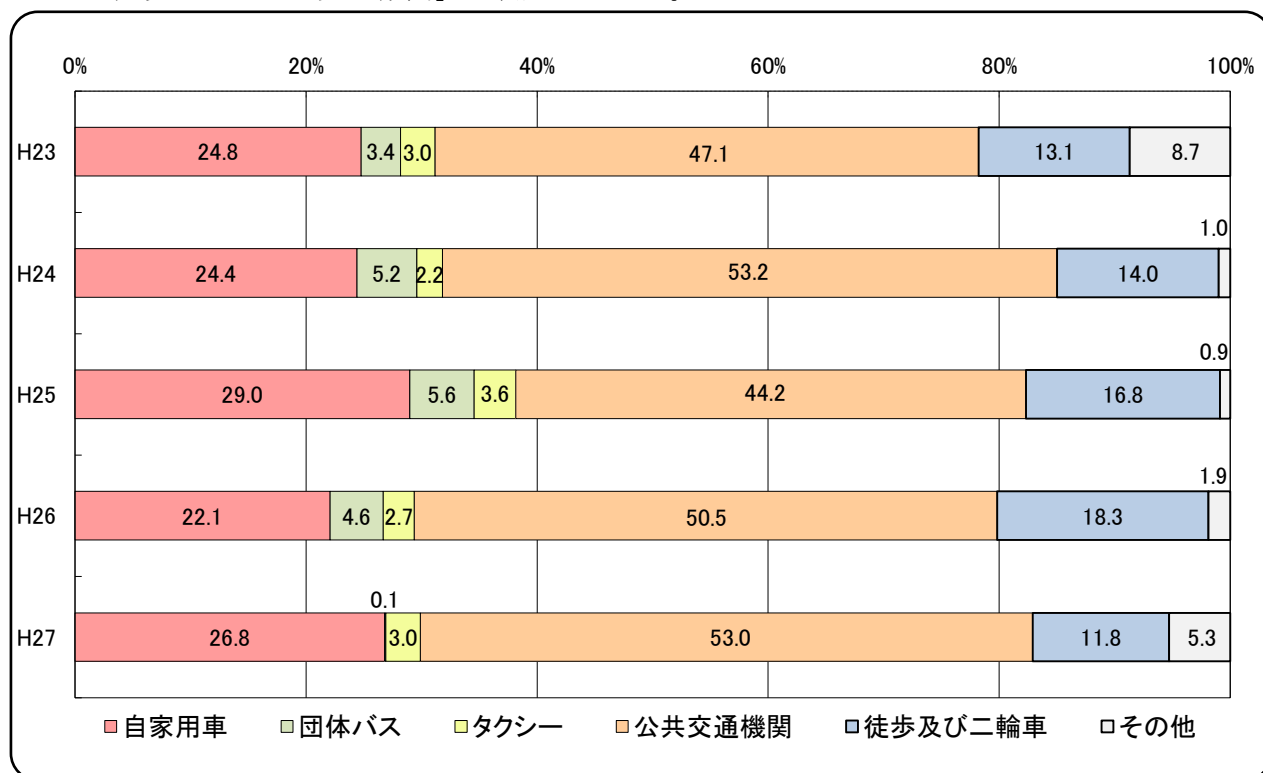


(イ) 来場回数

8割以上がリピーターで、「6回」以上のリピーターが5割となっている。

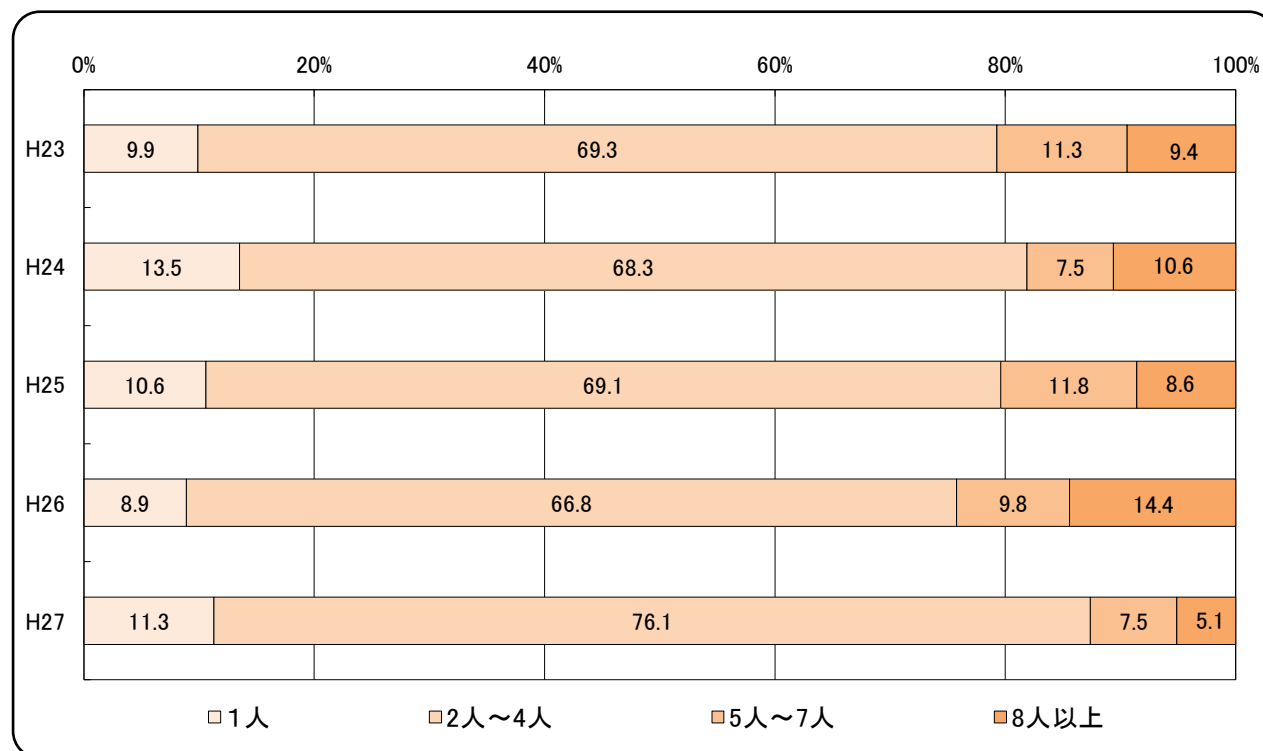


(オ) 野球観戦後の交通手段（帰りの交通手段）
5割以上が「公共交通機関」を利用している。



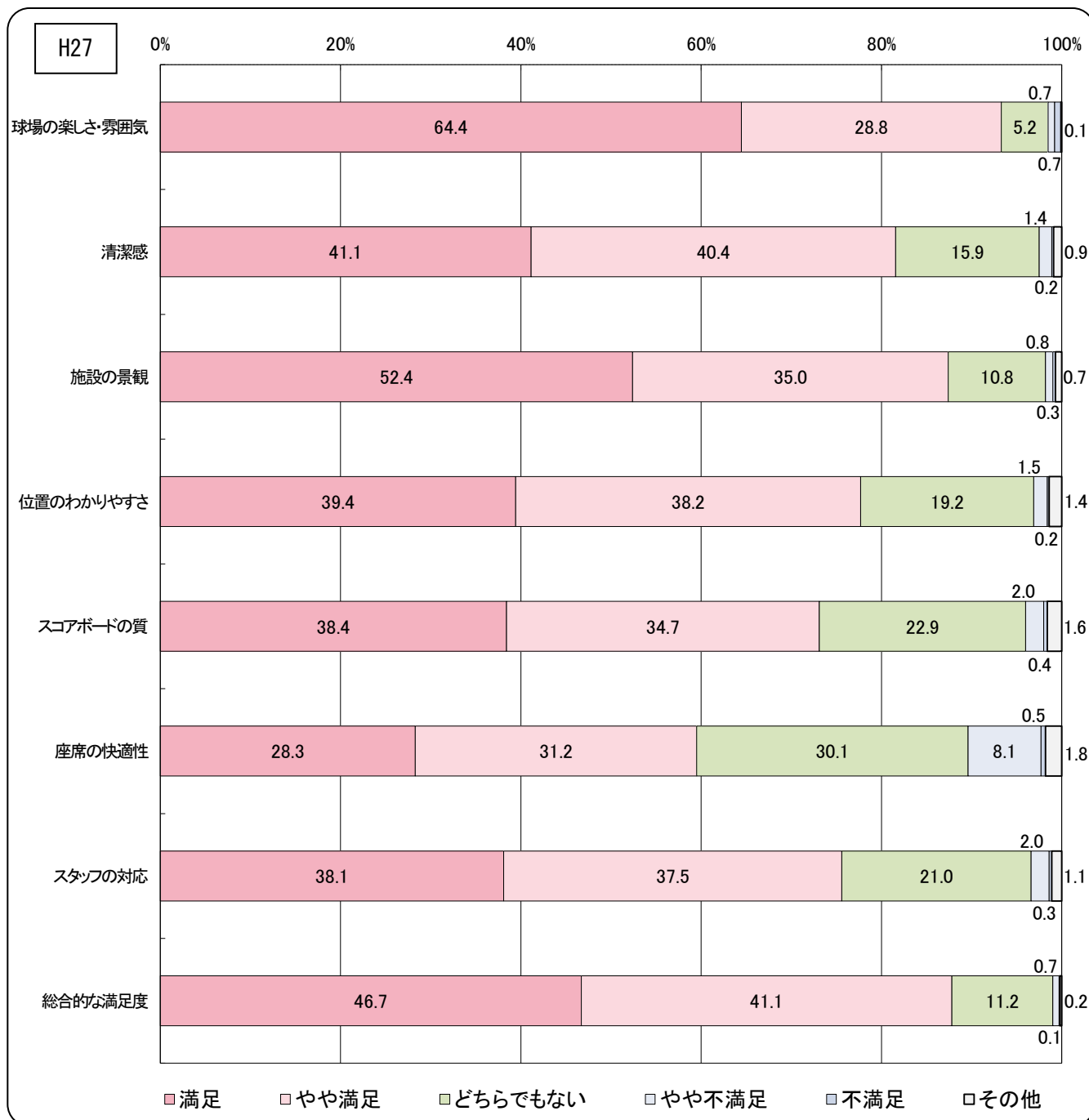
(カ) 観戦人数

「2人から4人」までのグループの割合が7割以上となり、「5人」以上のグループを含めると約9割となっている。



(キ) マツダスタジアムの評価

オープン以来、毎年すべての項目で「満足」、「やや満足」の割合が「不満」、「やや不満」の割合を大きく上回り、高い評価を得ている。



ウ その他（主な意見を抜粋）

(7) 球場の楽しさ等

- ・ 他球場でも何度も観戦したが、そのどの球場に比べてもマツダスタジアムは大変素晴らしい球場だと思う。特にどこのファンというわけではないが、このスタジアムでの野球観戦は大好き。なので何度でも来たいです。(50代・女性)
- ・ 初めて来たがとても良かった。試合も楽しめるしアフターも楽しめる、非常にいいところだと思う。(20代・男性)
- ・ 毎年いろいろなことが変わってくるので、その都度行きたい気分させられます。(30代・男性)

(イ) 職員・スタッフの接客態度や案内

- ・ 最近では全国的にたくさんのファンがいて遠方から来られる人も多いと思います。フードコートの販売員の方などがスタッフの人には、明るい気持ちの良い接客をされることを望みます。(40代・女性)
- ・ カープのことが大好きです。球場で働かれている皆様に感謝の思いでいつも来させて頂いております。いつもありがとうございます。(40代・女性)

(ウ) 球場の使い勝手や安全性

- ・ 各球場へ足を運びますが、座席の広さはこの球場が一番広く楽です。(60代・女性)
- ・ コカ・コーラテラスのようなグループでテーブルを囲めるようなスペースをもう少し作ってほしい。(50代・女性)
- ・ トイレの列が通路を横切っているのをどうにかしてほしい。(10代・女性)

(I) その他

- ・ チケットがなかなか取れないのでもう少しチケットが取れるようにしてほしい。(30代・男性)
- ・ 市民球場なのだから、高校野球の大会を積極的にしてほしい。(50代・女性)
- ・ 夏の暑いときは早く開門してください。(60代・男性)

3 2015年カープ球団の事業実績について

(1) プロ野球入場者数

公式戦入場者数の推移

[単位：人（試合数）]

区 分	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
リーグ順位	5位	5位	5位	4位	3位	3位	4位
本拠地球場 (試合数)	1,784,127 (67)	1,550,367 (68)	1,543,416 (69)	1,530,763 (68)	1,542,979 (70)	1,851,981 (68)	2,041,951 (67)
その他 (同上)	88,919 (5)	49,726 (4)	39,108 (3)	58,895 (4)	22,619 (2)	52,800 (4)	68,315 (4)
合 計 (同上)	1,873,046 (72)	1,600,093 (72)	1,582,524 (72)	1,589,658 (72)	1,565,598 (72)	1,904,781 (72)	2,110,266 (71)
本拠地球場 1試合平均	26,629	22,800	22,368	22,511	22,043	27,235	30,477

(2) 経営状況

[単位：千円]

区 分	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
売上高	11,716,977	9,847,148	9,650,062	10,307,064	10,662,908	12,874,204	14,832,560
当期純利益	401,018	296,028	203,131	252,212	260,463	574,194	761,334
従業員数	253人	263人	285人	285人	303人	294人	313人

(3) 地域貢献活動

区 分	件 数	備 考
啓発活動	31	ピースナイター2015、マツダ福祉車両贈呈式等
地域交流	128	野球塾、メモリアル始球式等
野球・スポーツ振興	128	東日本大震災復興支援イベント等
観光PR等	33	カープ誕生物語像（新設）、市町村PRイベント等
合 計	320	

4 命名権について

(1) 契約概要

命名権名称使用期間	命名権取得者	命名権名称 (略 称)	契約金額
平成 21 年 4 月～ 平成 26 年 3 月	マツダ(株)	「MAZDA Zoom-Zoom スタジアム広島」 (マツダスタジアム)	3 億円/年 (消費税除く)
平成 26 年 4 月～ 平成 31 年 3 月	同上	同上	2 億 2,000 万円/年 (消費税除く)

(2) 社会貢献活動

命名権取得者であるマツダ(株)は、球場を核として地域に貢献するパートナーとして、下記の社会貢献活動に取り組んでいます。

項 目	内 容
(ア) 広島県営林 J-クレジットの購入	球場のナイター照明で消費する電力の発電時に発生する温室効果ガス (CO2、107 トン/年) を森林に吸収させて相殺 (オフセット) するため、県営林を管理運営している広島県から「広島県営林 J-クレジット」を購入
(イ) 福祉車両の贈呈	球場の来場者 100 万人毎に贈呈 <ul style="list-style-type: none"> 平成 27 年 5 月 24 日 (対ヤクルト戦) (累計 1,000 万人) 「(社福)光の園 広島マック・ハウス」へ「マツダ ビアンテ オートステップ車 (福祉車両)」を贈呈 平成 27 年 8 月 21 日 (対巨人戦) (累計 1,100 万人) 「(社福)天友会 広島南第二作業所」へ「マツダ ビアンテ オートステップ車 (福祉車両)」を贈呈
(ウ) 球場周辺の清掃美化活動	プロ野球シーズン中に、マツダ(株)社員とその家族による球場周辺の清掃を実施 計 5 回 (うち 1 回は雨天中止)、延べ 691 人が参加
(エ) ヘリテージコーナーの設置	広島市・カープ球団・マツダ(株)の「挑戦」をテーマにしたディスプレイを球場内(3 階コンコース)に設置
(オ) 球場の情報発信	マツダ(株)のグローバルオフィシャル WEB サイト等各種媒体を通じて、球場の情報を発信

5 その他（広島市民球場周辺地区開発の推進）



○ ボールパークレジデンスⅡ

