

令和4年度

広島市民球場運営協議会資料

令和5年5月

広島市都市整備局

<目 次>

1	広島市民球場の運営状況等について	1
	(1) 施設利用の状況	
	(2) 施設見学の状況	
	(3) 指定管理経費等の収支状況	
	(4) 観戦環境の改善等	
2	プロ野球興行時の来場者動向について	4
	(1) 調査概要	
	(2) 調査結果	
3	2022年カープ球団の事業実績について	11
	(1) プロ野球入場者数	
	(2) 経営状況	
	(3) 地域貢献活動	
4	命名権について	12
	(2) 契約概要	
	(2) 社会貢献活動（令和4年度）	

1 広島市民球場の運営状況等について

(1) 施設利用の状況（令和4年度）

[単位：日]

区分		日数	備考
プロ野球興行 (2022年シーズン)	レギュラーシーズン	71	3月に開催したオープン戦及び公式戦はその年のシーズンの興行日数に含む
	オープン戦	6	
	その他	4	ウエスタン4試合
	小計	81	
アマチュア野球		31	
イベントその他		37	写真、CM撮影等
コンコース開放		19	
雨天中止等（「新型コロナウイルス感染拡大防止による利用中止も含む」）		13	プロ野球5日（ウエスタン、練習試合含む）、アマチュア野球8日
合計		181	

(2) 施設見学の状況（令和4年度）

区分	日数	人数	備考
コンコース開放	19	5,000	新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から開放日の減少
スタジアムツアー	—	—	新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止
社会見学	—	—	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 新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止
合計	19	5,000	

(3) 指定管理経費等の収支状況 ※前年度（令和3年度）決算

指定管理者：株式会社広島東洋カープ

運営の仕組：プロ野球開催等に伴う球場の利用料金を指定管理者の収入とし、これを維持管理費に充てるとともに、残余额を指定管理者納付金（下限額2億1,100万円）として市に納付してもらう。

区分	予算	決算	備考
収入（A）	4億8,346万6千円	5億1,137万8千円	
利用料金	4億8,346万6千円	2億6,808万9千円	プロ野球公式戦、アマチュア野球等の利用料金 マスコミの放送室利用料金等
指定管理料	—	2億4,328万9千円	新型コロナウイルス感染症の影響による利用料金収入の減を踏まえ、指定管理者が適切に管理運営できるよう措置したものの
支出（B）	4億8,346万6千円	5億1,137万8千円	
維持管理費	2億7,246万6千円	2億7,348万1千円	球場の維持管理費
市への納付金	2億1,100万円	2億3,789万7千円	球場建設時に発行した市債の償還財源等に充当

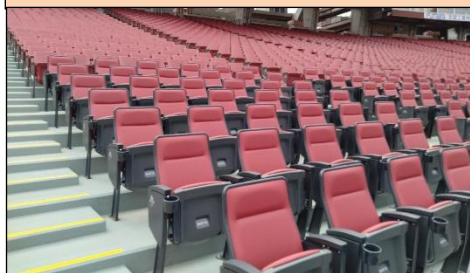
(4) 観戦環境の改善等（主なもの）

【広島市整備】

① 座席・スタンド防水改修（Ⅰ期）

- (ア) 改修概要
年間指定席（6,088席）及び塗膜防水の改修
- (イ) 事業費：4億928万円
- (ウ) 完成時期：令和5年2月

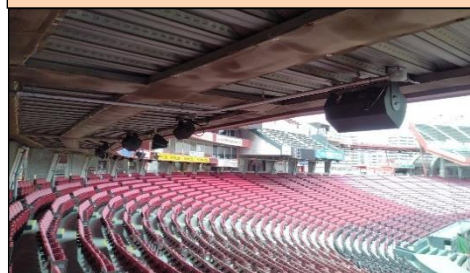
① 座席・スタンド防水改修



② 音響設備改修

- (ア) 改修概要
機器及びスピーカーの更新等（152台更新、58台増設）
- (イ) 事業費：2億4,759万円
- (ウ) 完成時期：令和5年2月

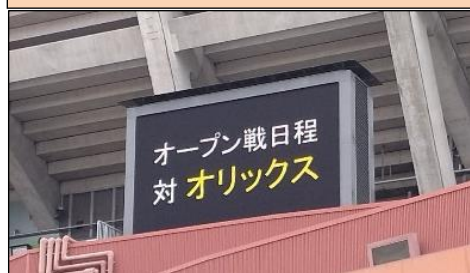
② 音響設備改修



③ J R側得点表示板等設備改修

- (ア) 改修概要
経年劣化に伴う得点表示板の改修
- (イ) 事業費：1億410万円
- (ウ) 完成時期：令和5年2月

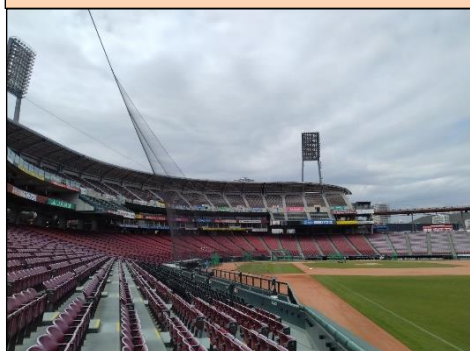
③ J R側得点表示板等設備改修



④ 内野席防球ネット整備

- (ア) 施設概要
打球事故防止のための防球ネットの整備
- (イ) 事業費：1億853万円（基本計画策定委託料含む）
- (ウ) 完成時期：令和5年2月

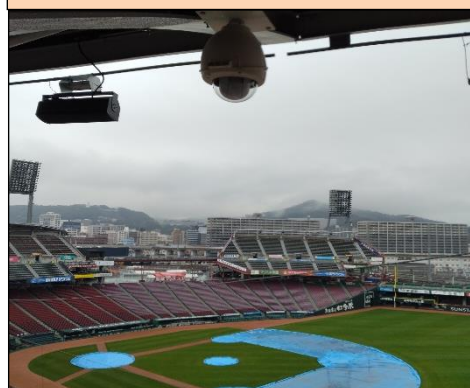
④ 内野席防球ネット整備



⑤ 球速測定装置整備

- (ア) 施設概要
スピードガン方式を画像解析方式へ更新
- (イ) 事業費：3,256万円
- (ウ) 完成時期：令和5年3月

⑤ 球速測定装置整備



【カープ球団整備】

① 正面ゲートデッキテラス整備

- (ア) 改修概要
2階部分へオープンデッキテラスの増設
- (イ) 事業費：2億86万円
- (ウ) 完成時期：令和5年3月

① 正面ゲートデッキテラス整備



② 正面グッズショップ拡張

- (ア) 改修概要
1階と2階に分かれていたショップを1階へ集約
- (イ) 事業費：2億6,389万円
- (ウ) 完成時期：令和5年2月

② 正面グッズショップ拡張



③ スタジアムカフェ・ギャラリー整備

- (ア) 改修概要
2階にカープ球団の歴史を体感できるギャラリーを整備し、1階のスタジアムカフェを移設
- (イ) 事業費：4,950万円
- (ウ) 完成時期：令和5年3月

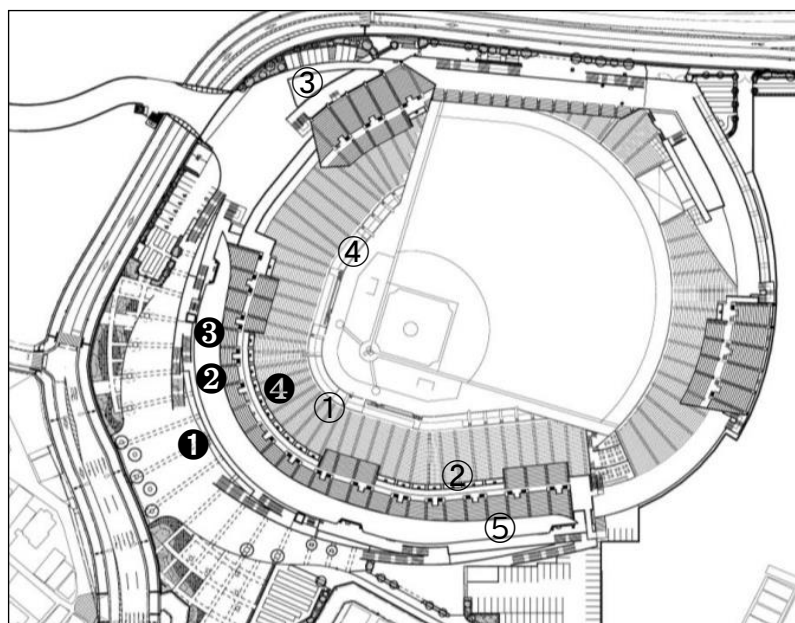
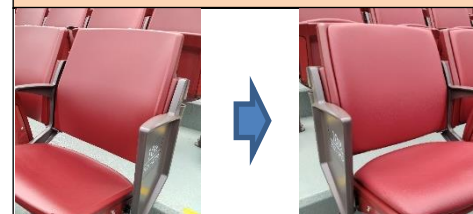
③ スタジアムカフェ・ギャラリー整備



④ SS席クッション整備

- (ア) 改修概要
SS席へクッションを整備
- (イ) 事業費：6,035万円
- (ウ) 完成時期：令和5年2月

④ SS席クッション整備



2 プロ野球興行時の来場者動向について（アンケート調査結果）

(1) 調査概要

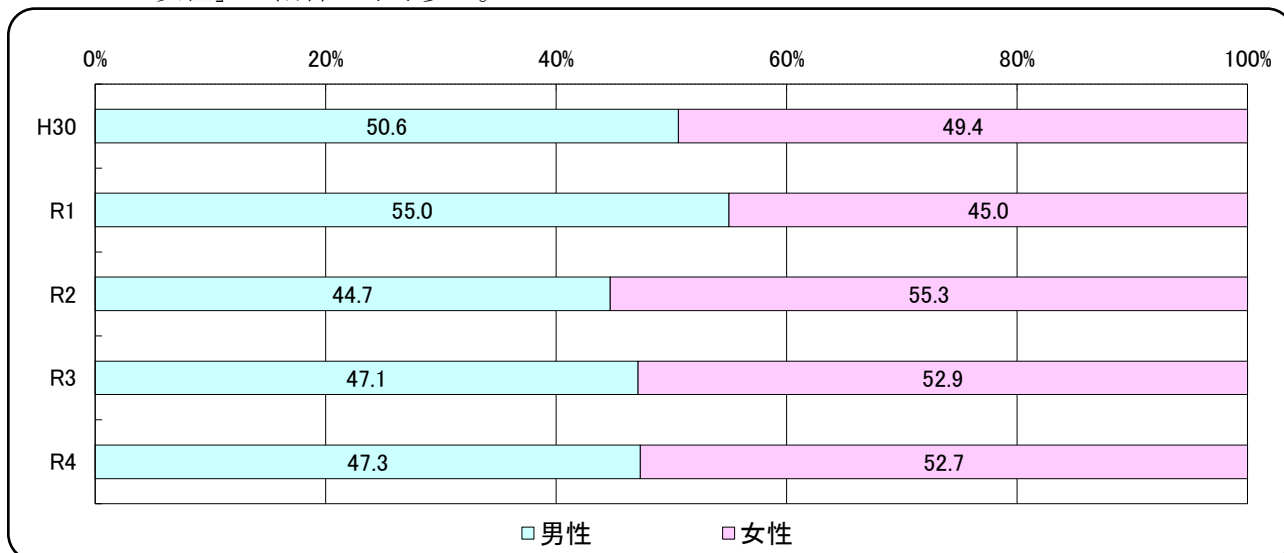
調査日	H30. 8. 10 (金)	R1. 8. 12 (月)休	R2. 10. 17 (土)	R3. 9. 21 (火)	R4. 8. 26 (金)
試合区分	ナイトゲーム	ナイトゲーム	デイゲーム	ナイトゲーム	ナイトゲーム
対戦相手	巨人	巨人	中日	巨人	巨人
入場者数	31,307人	32,018人	15,905人	10,434人	30,457人
配布数 (a)	1,100枚	1,350枚	1,000枚	1,800枚	1,600枚
有効回収数 (b)	973枚	1,247枚	829枚	862枚	886枚
有効回収率 (b/a)	88.4%	92.3%	82.9%	47.9%	55.4%

※ 令和3、4年度は、現地回収と郵送回収の両方で実施。（平成29年度～令和2年度は現地回収のみ）
令和2年度及び令和3年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止に伴う入場制限がある中での開催であった。（令和3年度は緊急事態措置期間中）

(2) 調査結果

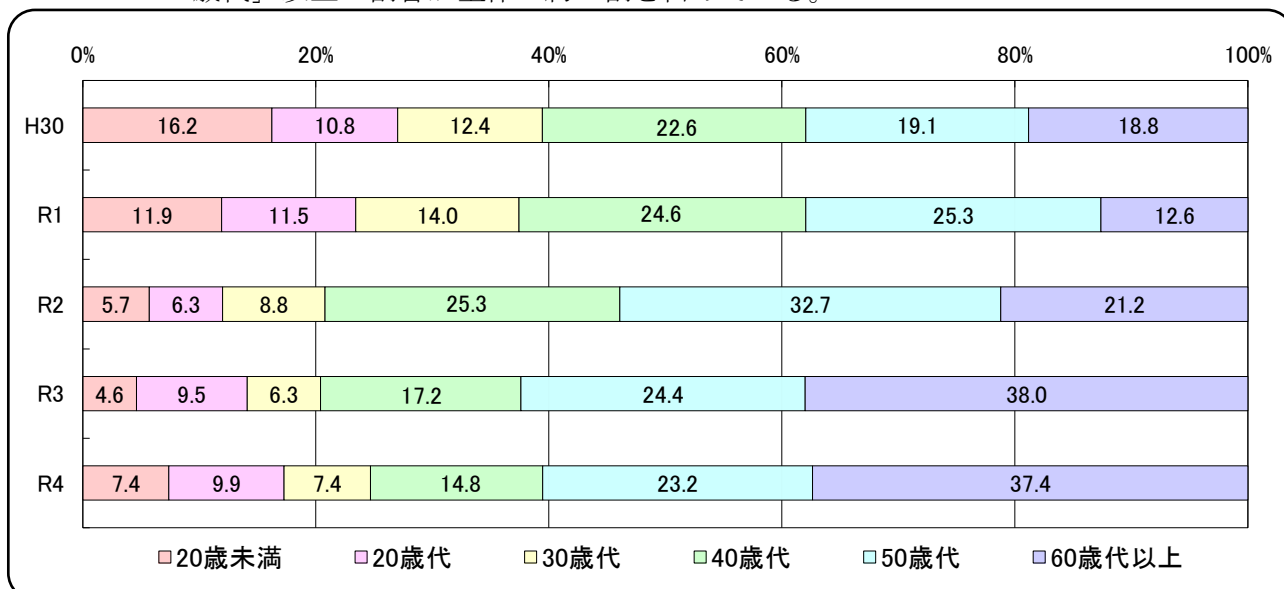
ア 性別

「女性」の割合がやや多い。



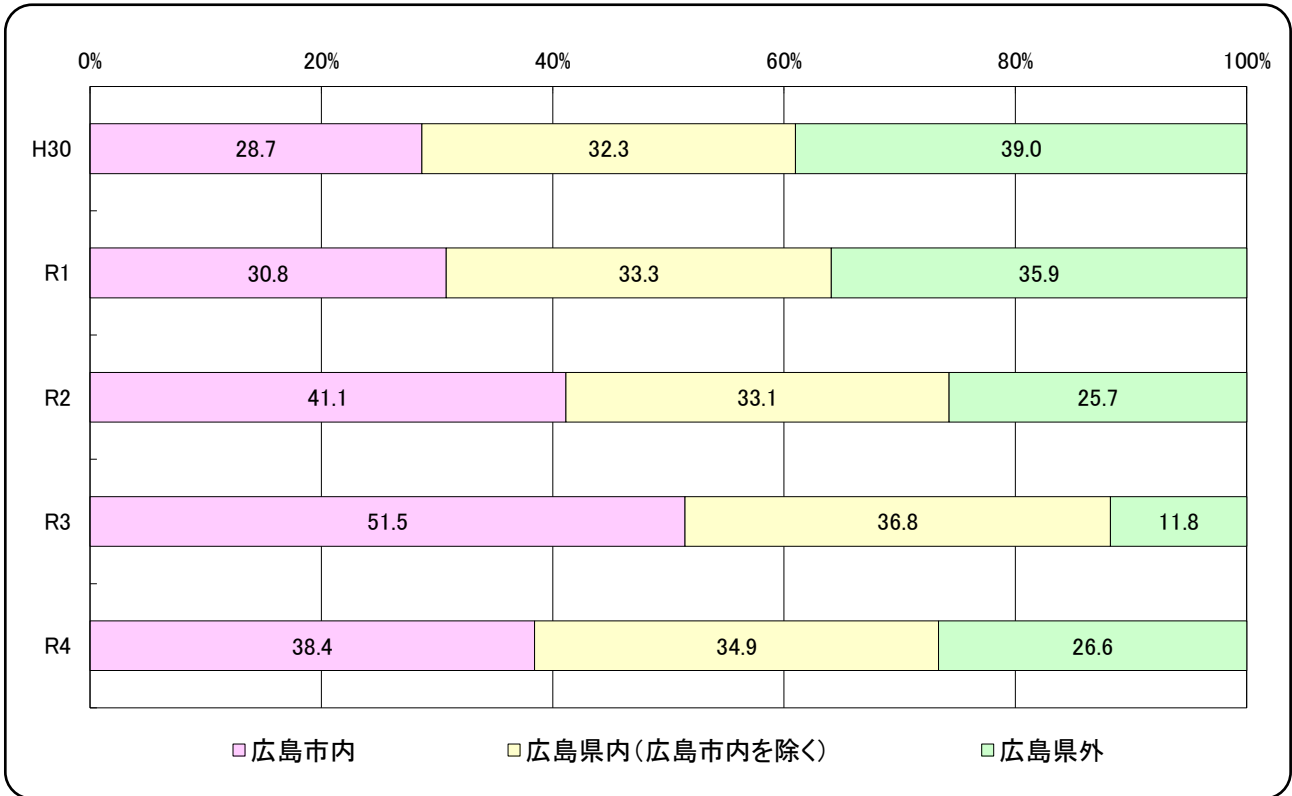
イ 年代

「50歳代」以上の割合が全体の約6割を占めている。



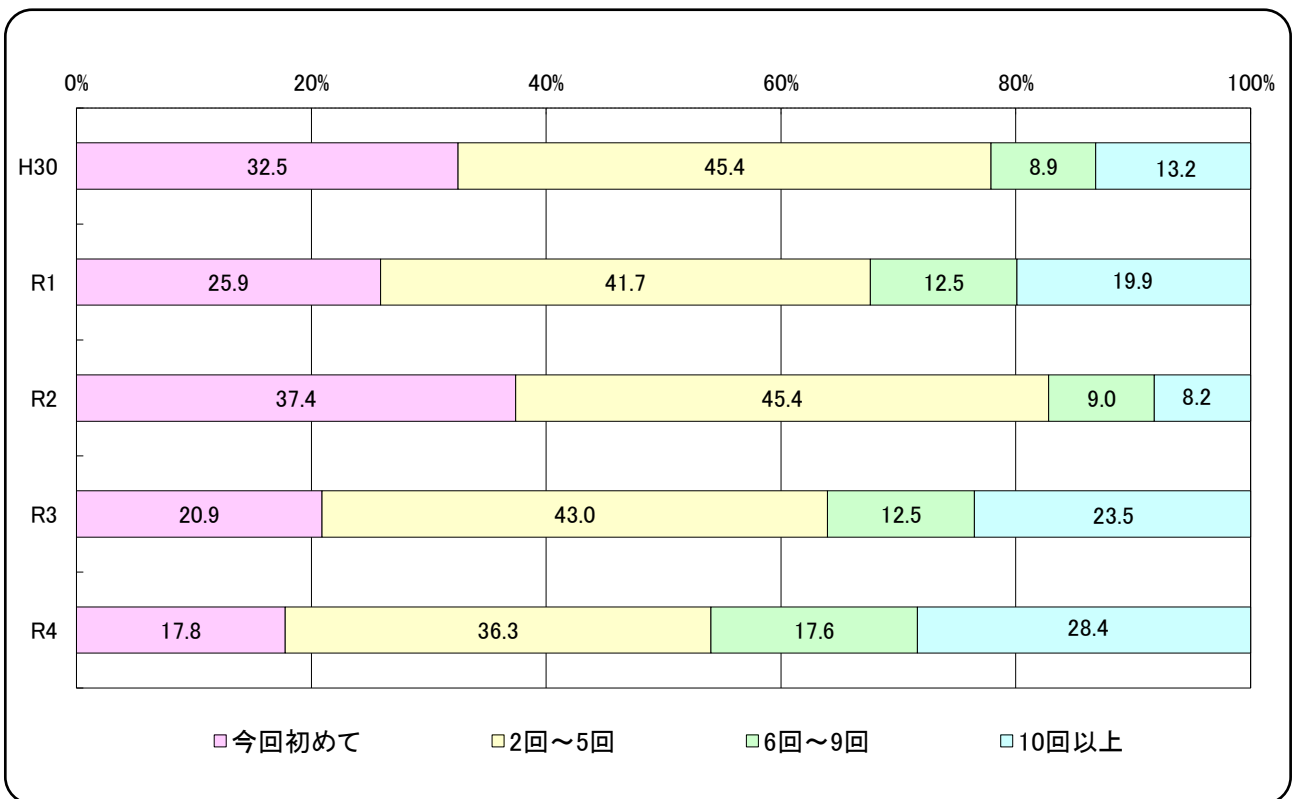
ウ 来場者住所

「広島市内」「広島県内（広島市内を除く）」の割合が多く、7割を超えている。



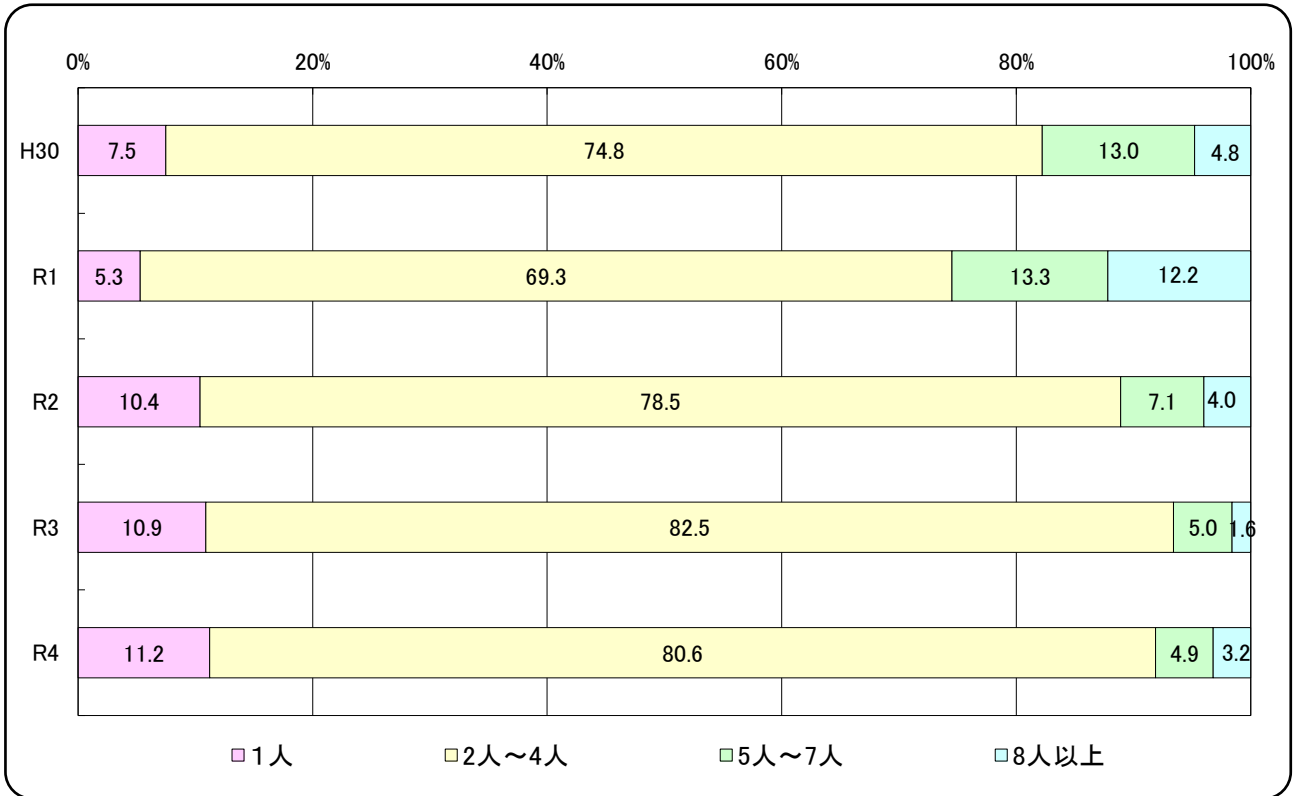
エ 年間来場回数

「2回～5回」の割合が最も多い。



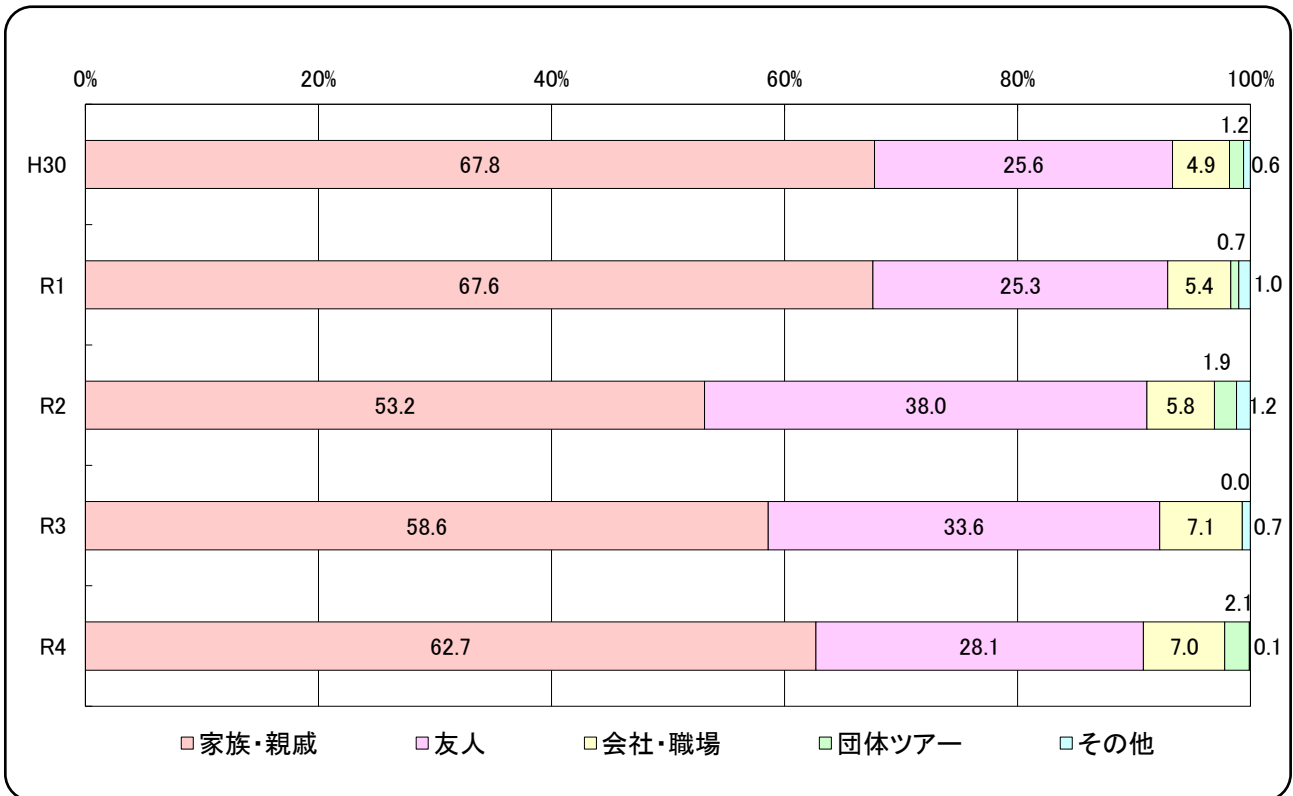
オ 観戦人数

「2人～4人」の割合が全体の約8割を占めている。



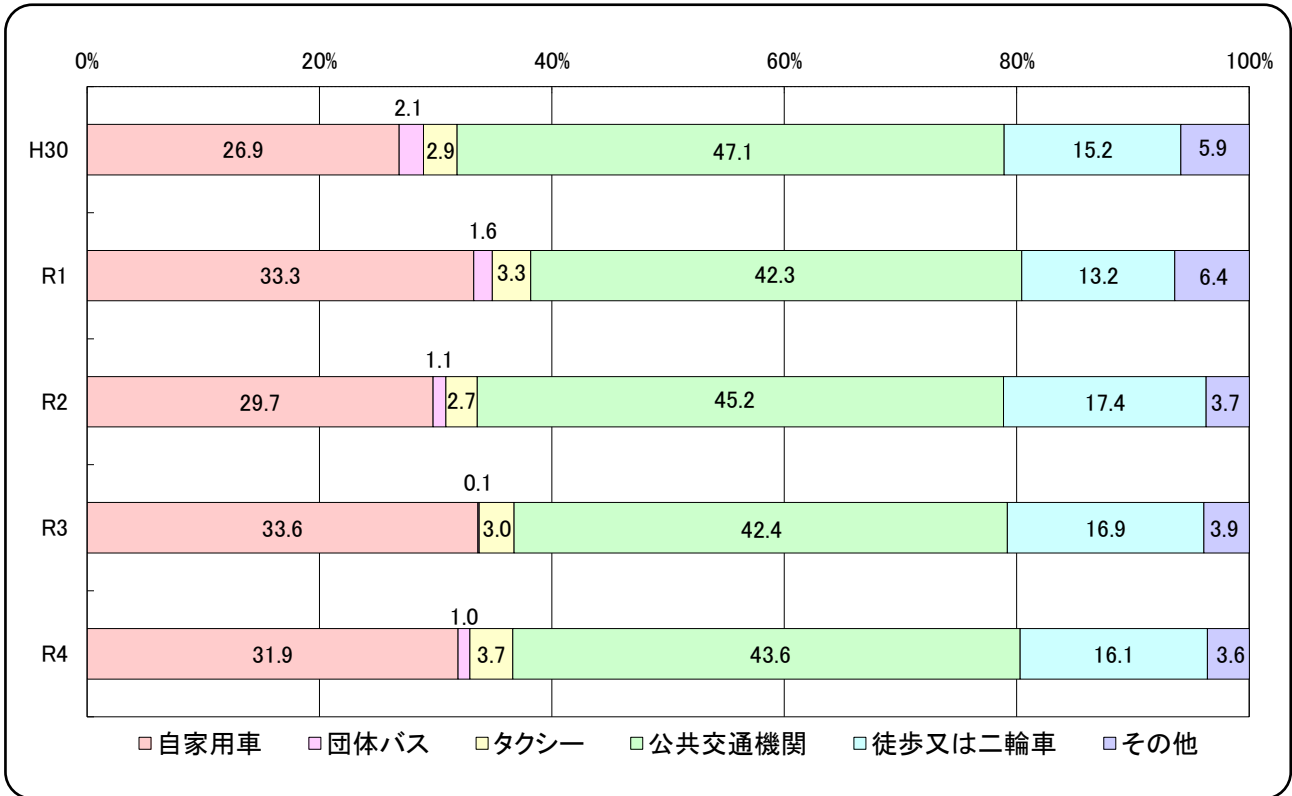
カ 観戦の同行者（オのうち2人以上での来場者）

「家族・親戚」の割合が全体の約6割を占めている。



キ 観戦後の交通手段（帰りの交通手段）

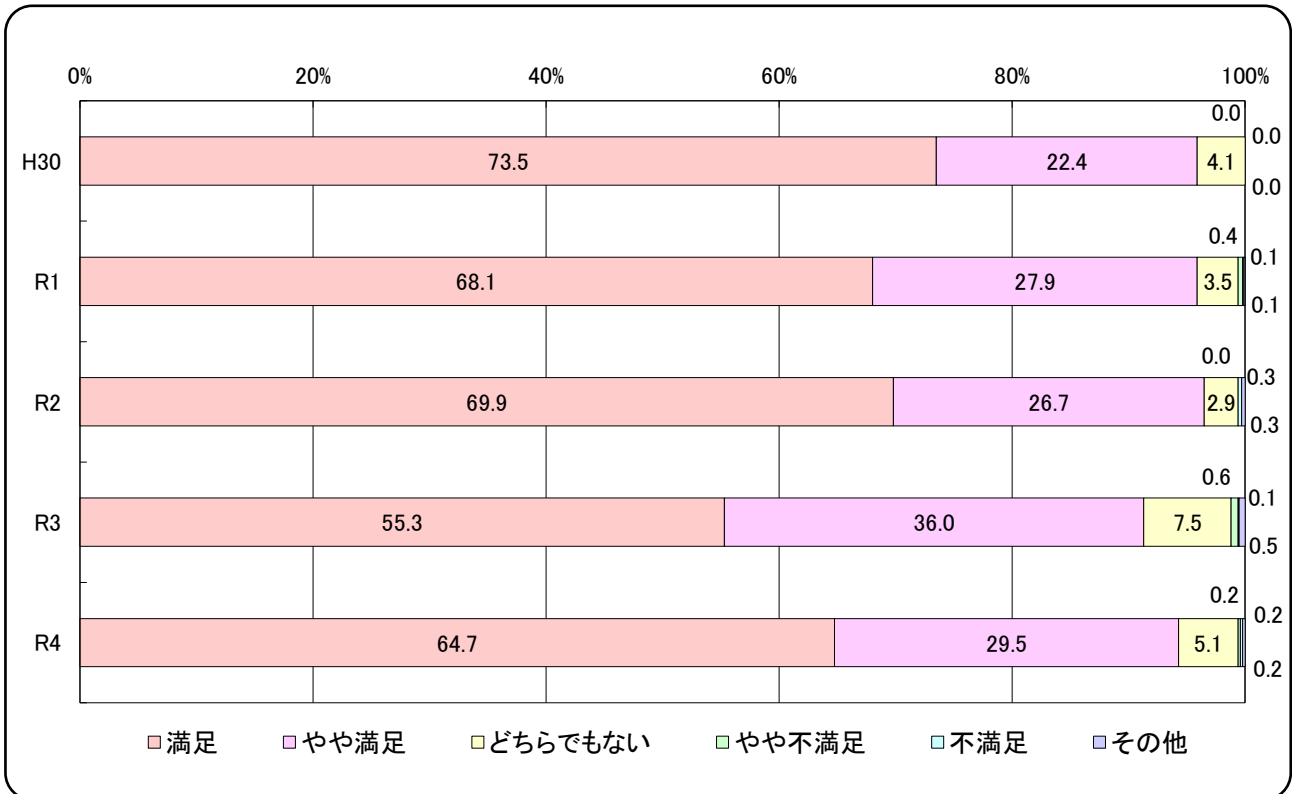
「公共交通機関」の割合が最も多く、次いで「自家用車」、「徒歩又は二輪車」の順である。



ク マツダ スタジアムの評価

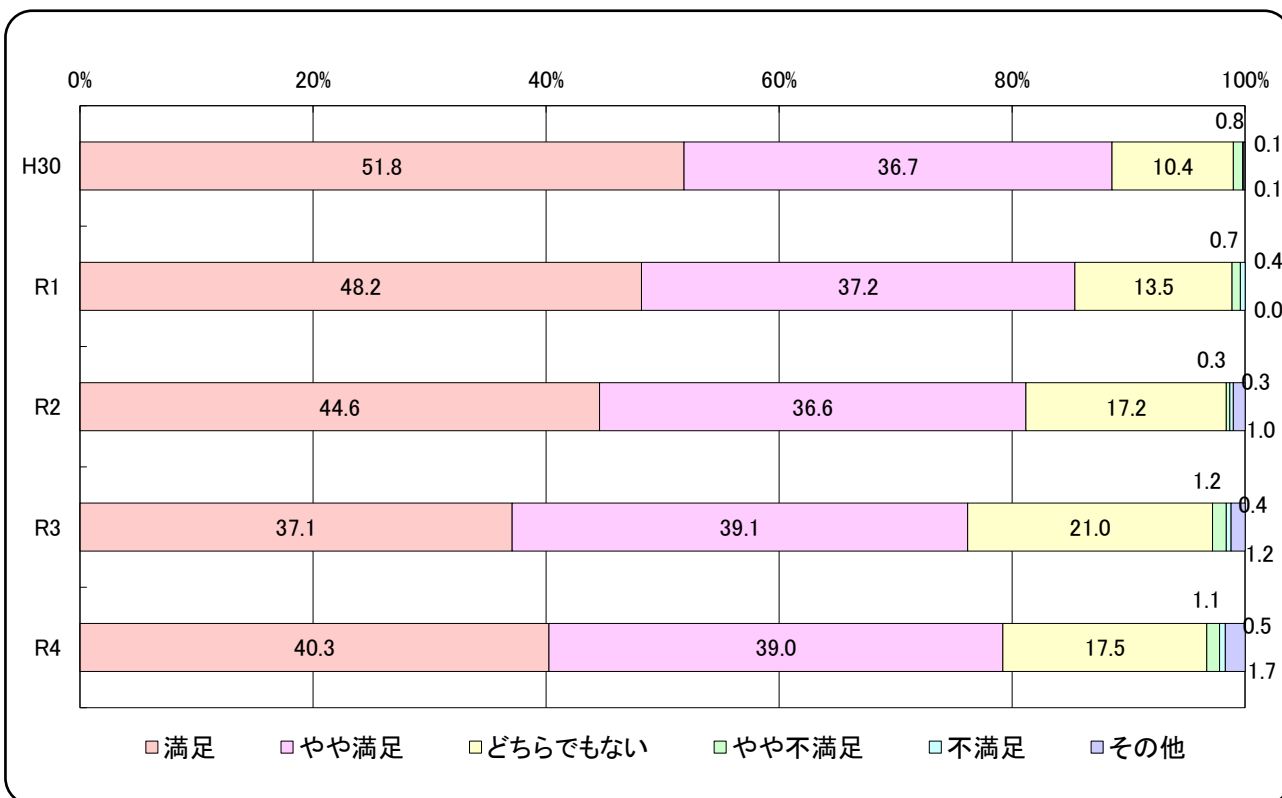
(ア) 球場の楽しさ雰囲気

「満足」と「やや満足」の割合が9割を超えている。



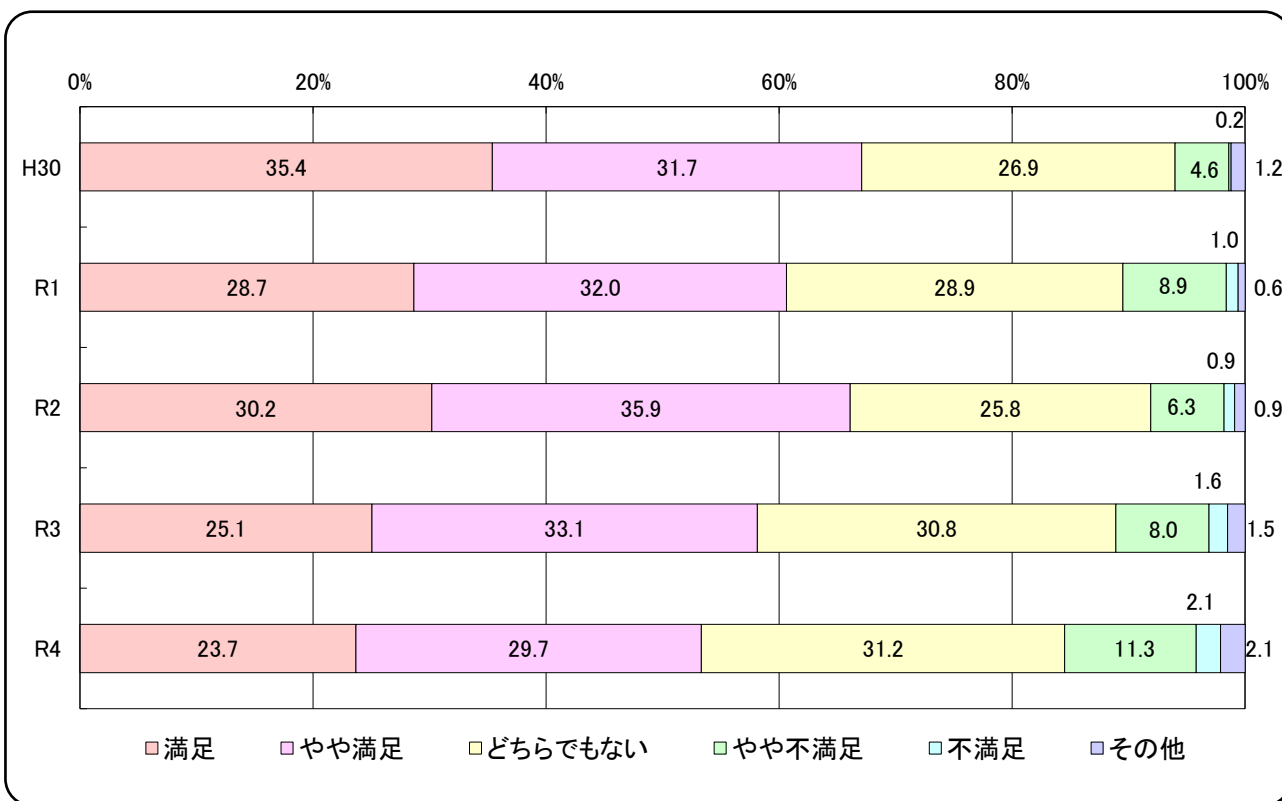
(イ) 清潔感

「満足」と「やや満足」の割合が約8割を占めている。



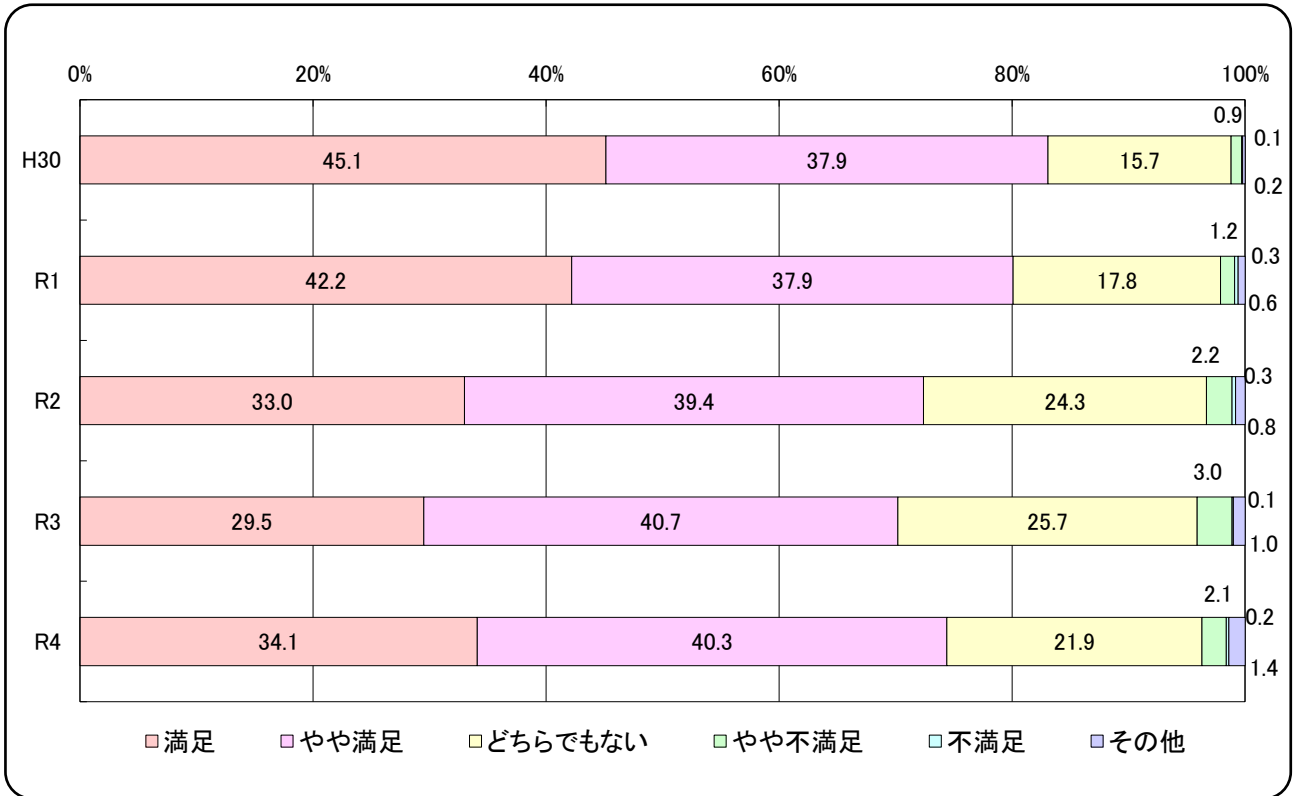
(ウ) 座席の快適性

「満足」と「やや満足」の割合が約5割となっている。



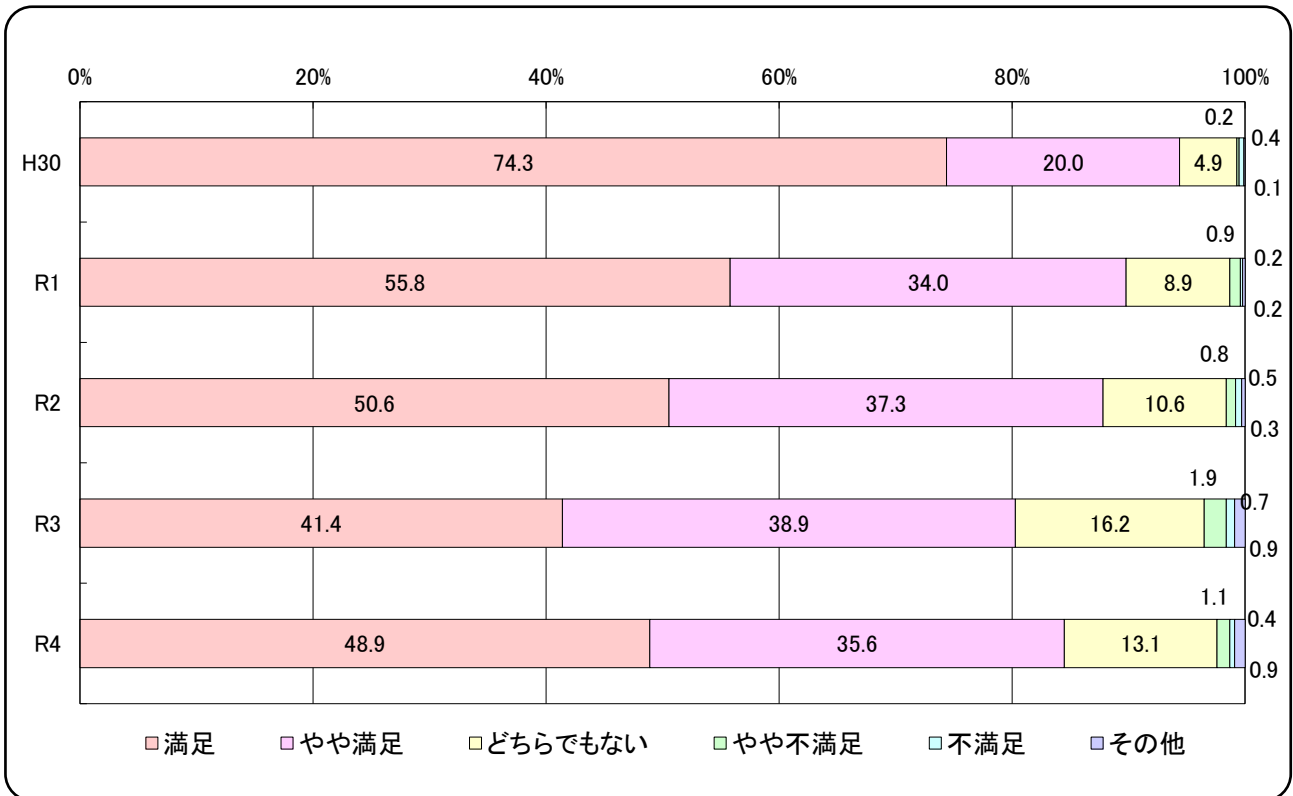
(イ) スタッフの対応

「満足」と「やや満足」の割合が7割を超えている。



(オ) 総合的な満足度

「満足」と「やや満足」の割合が8割を超えている。



ケ その他（主な意見を抜粋）

(7) 球場の楽しさ等

- ・ マツダスタジアムでカープ選手のがんばる姿を見ると翌日心身ともに元気になっています。勝っても負けても県民は応援しています。(60代・女性)
- ・ コロナ禍で拍手だけの応援は仕方ありませんが、早く元のように応援歌を歌って、歓声を上げて応援したい。(60代・女性)
- ・ 鳴り物応援が早く聞けますように。(30代・男性)
- ・ 相手チームのインタビューも聞こえるようにしてほしい。(20代・女性)
- ・ 新スタジアムとして完成した当初からこのスタジアムは大好きです。(40代・男性)
- ・ スコアボードに相手チームの選手情報や対戦成績を出して欲しい。(50代・女性)
- ・ 外野からはスコアボードが見えないのでホームベース側にもスコアが見えるようにしてほしい。(40代・女性)
- ・ 他の球場よりも快適だと思う。食べ物も他よりおいしい。広いし清潔。(40代・女性)

(イ) スタッフの接客態度や案内

- ・ スタッフの方のやさしい声かけは本当にうれしかった。(70代・女性)
- ・ いつもありがとうございます。(60代・女性)

(ウ) 球場の使い勝手や安全性

- ・ コロナ禍の中、安全に運営をしていく事は本当に大変なことだと思います。
(50代・女性)
- ・ 内野席に行くのに手すりが欲しい。(40代・女性)
- ・ ペットボトルの持ち込みを認めてほしい。(50代・男性)

(イ) その他

- ・ チケットのシーズン初めの一括売りは、遠方から来るとき予定がたてにくいので他の球団のように変えてほしい。(60代・男性)
- ・ ビジター席が少ない。元に戻して欲しい。(60代・女性)
- ・ 熱狂的なカープファンでなくてもマツダスタジアムは特別な場所でここ来ると元気になれます。(60代・女性)

3 2022年（令和4年度）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（過去5年分※レギュラーシーズンのみ） [単位：人（試合数）]

区 分	2018年 (H30)	2019年 (R1)	2020年 (R2)	2021年 (R3)	2022年 (R4)
リーグ順位	1位	4位	5位	4位	5位
本拠地球場 (試合数)	2,205,167 (70)	2,209,783 (70)	537,857 (60)	976,306 (72)	1,968,991 (71)
その他 (同上)	26,933 (2)	13,836 (1)	— (0)	— (0)	— (0)
合 計 (同上)	2,232,100 (72)	2,223,619 (71)	537,857 (60)	976,306 (72)	1,968,991 (71)
本拠地球場 1試合平均	31,502	31,568	8,964	13,560	27,732

注： 2021年及び2020年は、新型コロナウイルス感染拡大防止に伴う入場制限があった。

(2) 経営状況

[単位：千円]

区 分	2018年 (H30)	2019年 (R1)	2020年 (R2)	2021年 (R3)	2022年 (R4)
売上高	18,942,346	16,902,255	8,557,358	11,600,106	15,696,096
当期純利益	930,213	487,269	△2,934,874	△511,508	1,225,283
従業員数	328人	339人	350人	337人	350人

注： 2020年は、新型コロナウイルス感染症の影響による試合数の減及び入場制限があった。
2021年は、入場制限に加え飲食提供に関する時短要請（酒類提供禁止を含む）があった。

(3) 地域貢献活動

区 分	件数	備 考
啓発活動	12	ピースナイター、献血、防災、共同募金等
地域交流	123	縣市合同応援、各種イベント協力等
野球・スポーツ振興	89	カープベースボールクリニック、女子野球PR活動等
観光PR等	54	わがまち魅力発信隊・縣市町PR、イベントPR等
合 計	278	

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)
平成 31 年 4 月～ 令和 6 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（令和 4 年度）

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-VER 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 (CO ₂ 、97 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-VER」を購入
(イ) マツダ車の贈呈	球場の来場者 100 万人毎に贈呈 2022/6/22 達成 式典：8/27 巨人戦 「(社福) おりづる」へ「MAZDA CX-8」を贈呈(累計 2,300 万人) 2022/10/2 達成 式典：来シーズン公式戦にて調整中 「(社福) 広島和光園」へ「MAZDA CX-8」を贈呈(累計 2,400 万人)
(ウ) 球場周辺の清掃美化活動	新型コロナウイルスの感染状況を見ながら計画を立案し、実施する予定であったが、感染拡大は落ち着くことなく今期活動を見送った
(エ) ヘリテージコーナーの設置	球場内コンコースにヘリテージコーナーを設置 ・ バックネット裏付近の壁面に、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設置 ・ バックネット裏付近の柱 4 か所に、広島市・カープ球団・マツダ(株)のトピックスを写真等により展示
(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