



## 長崎スタジアムシティ

Location: 長崎県長崎市 | Year: 2024

### 新たな“まち”を盛り上げる顧客体験を 映像ソリューションで最大化

2024年10月14日、長崎市の中心地に開業する『長崎スタジアムシティ』。

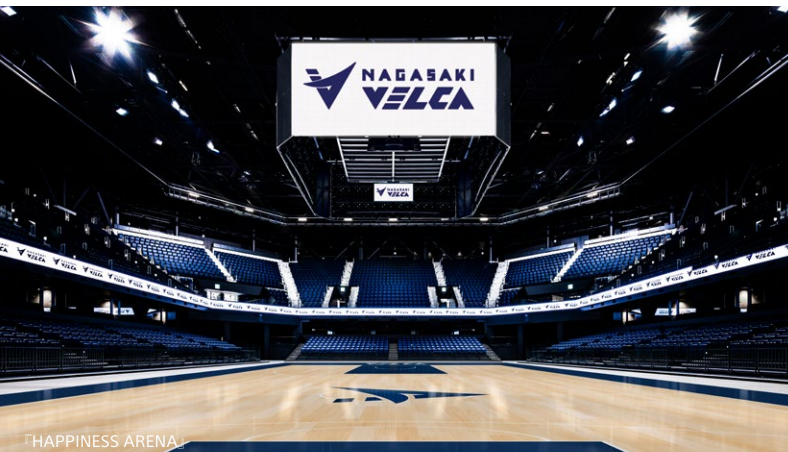
長崎を拠点とする株式会社ジャパネットホールディングスが手掛ける民間主導のスポーツ・地域創生事業として、サッカースタジアム、アリーナ、ホテル、商業施設、オフィスなどが集まり、1つの「まち」を形成する巨大複合施設です。

その中でソニーは、統合演出システム、デジタルサイネージシステムなどの提案と納入を担当しました。

今回は、「長崎スタジアムシティ」の企画・運営を行うジャパネットホールディングスのグループ会社、

株式会社リージョナルクリエイション長崎の谷本 貴信 様にお話を伺いました。

### 先進の演出システムで場内に興奮と感動を



「HAPPINESS ARENA」



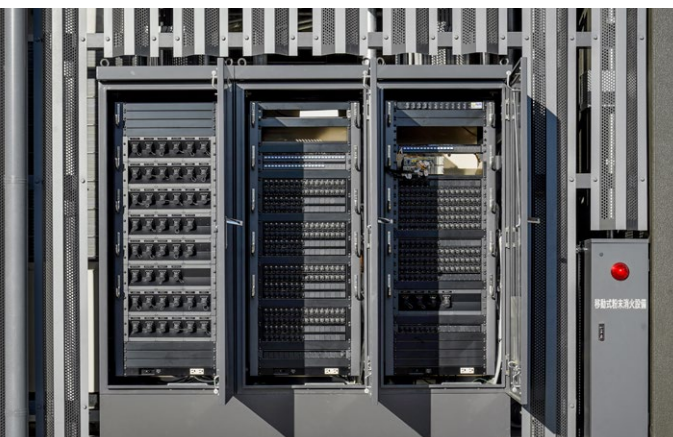
「PEACE STADIUM Connected by SoftBank」

プロバスケットボールクラブ『長崎ヴェルカ』のホームとなる『HAPPINESS ARENA』は約6,000人を収容可能で、スポーツの試合のみならず、音楽ライブやエンターテインメントにも対応できる多機能・可変型のアリーナとなっています。また、プロサッカークラブ『V・ファーレン長崎』のホームグラウンドとなる『PEACE STADIUM Connected by SoftBank』は、約20,000席の客席を完備し、ピッチまで最短約5mと日本で最も選手を間近に感じられる、コンパクトで臨場感あふれるスタジアムを実現しています。

谷本様「このプロジェクトでは、来場者のみなさまに上質な顧客体験を提供することを第一の目標に掲げました。具体的には、スタジアム、アリーナ内の演出において、各ディスプレイに投影する映像の遅延時間をできる限り抑え、見ていただく方にいかに興奮と感動を届けられるかという視点で選定を行いました。そのほかにも、長崎スタジアムシティ専用アプリを導入して場内での決済をスムーズにしたり、フードやドリンクを買いに行きやすい導線にもこだわるなど、お客さまに少しでもストレスなく楽しんでいただくさまざまな工夫を凝らしています。」



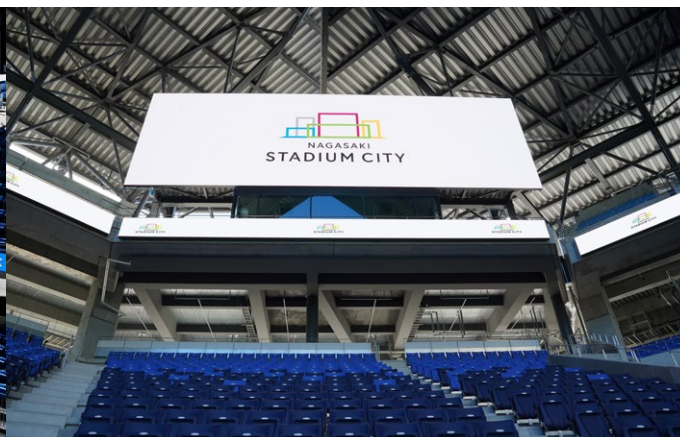
アリーナの統合演出システム



スタジアムの中継接続盤設備

その想いを受けてソニーは、演出映像の送出システムを中心に音響、照明、デジタルサイネージシステムなどが連動する統合演出システムをご提案。ファンの盛り上がりを高めて場内の一体感を醸成する演出や、これまでさまざまなスタジアム、アリーナにてシステムをサポートする中で培ってきた知見などを高く評価いただきました。また、場内の映像を中継するための中継接続盤やデジタルサイネージシステムについても、ディスプレイの設置場所や数量、適切な配信方式などは、お客さまとソニーの二人三脚で丁寧に検討を進めることで、ご要望に即したシステムを導入することができました。

谷本様「今回の映像送出のシステムには、ソニー以外の製品も組み込まれています。他社製品も連携させつつ、さまざまな条件をクリアしながら総合的にシステムを構築できる企業は、日本でもなかなかないのではないかと感じています。映像の分野で蓄積されたノウハウと技術を持つソニーにお願いして本当によかったと思っています。」



映像送出システムから表示される映像 (左) アリーナ リボンビジョン (右) スタジアム ビジョン

## 体験価値を向上させるサイネージシステムとマルチディスプレイ



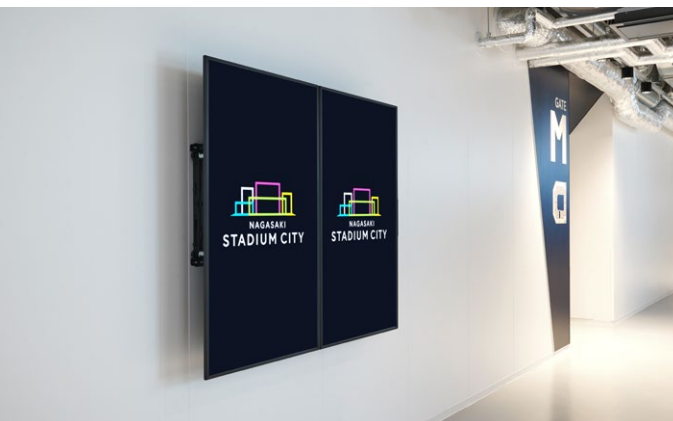
『HAPPINESS ARENA』内VIPラウンジに設置されたマルチディスプレイ

谷本様「デジタルサイネージシステムでは、試合のハイライト映像などを展開に合わせて臨機応変に配信するほか、スタジアムグルメの割引情報を発信することでフードロスの削減に取り組んだり、交通機関の情報や観客を安全に誘導する際の案内として使用します。また、アリーナにあるVIPラウンジには、5×3面のマルチディスプレイを採用しました。これは今回のプロジェクト内でもユニークな利用方法なのですが、コート最前列に設置するソニーのカメラで撮影された試合開始前の臨場感あふれる映像を、VIPラウンジにいながら壁一面の大画面で楽

しめる仕様としています。ディスプレイの設置方法についても、ラウンジの床面とアリーナのコートが一体となって見えるよう細部まで工夫を凝らしました。さらにスタジアム、アリーナだけでなく、隣接するオフィスの共有部や商業施設などシティ全体にもサイネージディスプレイを配置しています。すべてのディスプレイに同じ情報を流すのではなく、飲食店や季節ごとのセールなどの情報を発信し、見る場所に合わせて情報を変え、より効果的に伝える施策も展開していきます。」



スタジアム、アリーナ内のデジタルサイネージシステム



## 長崎スタジアムシティを拠点に、「長崎の街」全体のにぎわいを創出

今回、ソニーは映像を中心としたテクノロジーを駆使し、スポーツチームのファンエンゲージメントを高める演出や、長崎に「行ってみたい」、一度訪れた人には「また来たい」と思ってもらえることをめざしてさまざまなソリューションをご提案しました。

ソニーはこれからも、ロケーションの付加価値を向上させるクリエイティビティとテクノロジーの力で、「長崎の街」全体のにぎわいを創るために、今後も『長崎スタジアムシティ』の取り組みをサポートしてまいります。



写真左から、ソニーマーケティング株式会社 ソリューション企画部 村上、株式会社リージョナルクリエイション長崎プロパティマネジメント部 谷本 貴信 様、ソニーマーケティング株式会社 ソリューション企画部 大野、ソニーマーケティング株式会社 メディアソリューション営業2部 里見

### 関連商品 Related Products



リモートカメラシステム

[sony.jp/remote-camera/](https://sony.jp/remote-camera/)



スイッチャー

[sony.jp/switcher/](https://sony.jp/switcher/)



プロフェッショナルモニター

[sony.jp/pro-monitor/](https://sony.jp/pro-monitor/)



業務用ディスプレイ・テレビ  
[法人向け]ブラビア®

[sony.jp/bravia-biz/](https://sony.jp/bravia-biz/)

LOCATION VALUE PLANNINGについて詳しくはこちら > [sony.jp/professional/solution/location-value-planning/](https://sony.jp/professional/solution/location-value-planning/)