

令和7年8月24日

磐田市議会議長 様

会派名 愛和

代表者 芦川 和美

(会派に属さない議員にあつては、氏名)

会派等視察研修等報告書

視察研修等の結果について、磐田市議会政務活動費の交付に関する規則第5条の規定により、下記のとおり報告します。

記

期 間	令和7年8月12日(火)～令和7年8月14日(木) 3日間
視察先 研修会	日 程 (1) 8月12日(火) 時間 13:30～14:30 長崎市 (2) 8月12日(火) 時間 15:30～17:00 長崎スタジアムシティ (3) 8月13日(水) 時間 13:30～14:30 福岡市 (4) 8月14日(木) 時間 9:30～11:30 宗像市
参 加 議 員	芦川和美、玉木良汰、鈴木百合子、宮崎真理子
調 査 事 項	<p>【1日目】長崎市、長崎スタジアムシティ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 長崎スタジアムシティプロジェクトの概要 2 プロジェクト推進における貴市の役割と具体的な取り組み 3 関係機関(事業者、地域住民等)との連携について 4 事業効果(経済効果、雇用創出、観光振興等)について 5 予算について <p>【2日目】福岡市</p> <p>小中高生向け起業家育成プログラム「FUKUOKA起業ゼミ」</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 プログラムの企画・運営体制について 2 プログラムの内容について 3 プログラムの成果と評価について 4 課題と今後について <p>【3日目】宗像市</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 むなかた地域の新規就農者の研修制度の概要説明 2 プロジェクト(むなかた地域農業活性化機構)の事業効果 3 今後の取り組み・展望
調 査 内 容 考 察	別紙のとおり

(注) 視察研修の調査内容及び考察は、視察先ごとに詳細に記入する。調査事項等に係る資料等を添付する。



会派視察研修等報告書

【調査内容】

1 施設概要

- ・ 総事業費：約 1,000 億円
 - ・ サッカー専用「PEACE STADIUM」収容約 20,000 人
 - ・ 多目的アリーナ「HAPPINESS ARENA」収容約 6,000 人
 - ・ ホテル（242 室、日本初のスタジアムビュー客室）、商業施設（約 80 店舗）、オフィス（県内最大級）を併設
 - ・ スタジアムを中心に、観光・商業・教育を融合させた複合都市型施設
 - ・ 「人が集まって流れる公園のような空間」をコンセプトに、学ぶ・働く・遊ぶを融合。
 - ・ 天然芝グラウンドはリカバリーに時間がかかり、維持費は年間約 3 億円規模。
 - ・ サッカー専用利用に加え、コンサート・歌舞伎・巡業など多用途で活用。
 - ・ パブリックビューイングを無料開催（約 4,500 人規模）、飲食や物販で収益化を図る。
- (1) 商業・飲食
- ・ スーパーマーケット「フードウェイ」（長崎初出店）、ニューバランスショップ（九州初上陸）など話題性のあるテナントを誘致。
 - ・ 飲食は約 30 店舗：佐世保バーガー（フランチャイズ契約）、地ビール、コーヒー店など多彩。
 - ・ 「アウェイ飯」として他地域の名物も提供し、観光・交流性を演出。
- (2) アクティビティ・レジャー
- ・ ジップライン：料金 2,500 円、所要時間 30～40 分。
 - ・ アミューズメント施設：長崎には「ラウンドワン」がなかったため、スポーツ型体験施設を整備。
 - ・ 「ティックルボール」（テニス＋卓球を組み合わせた新スポーツ）導入。
 - ・ 温泉・サウナ「和華蘭サウナ」を設置。
- (3) ICT・運営
- ・ ソフトバンクと連携し、通信環境（Wi-Fi・携帯電波）を整備。
 - ・ 決済はすべてキャッシュレス化し、現金管理コストを削減。
 - ・ 公式アプリのダウンロード数は 53 万人を突破。
- チケット購入・施設予約・決済・情報配信を一元化。
- ・ 運営はジャパネットが「自前」で行い、イベント収益構造を工夫して黒字化を目指す。
- (4) 教育・地域連携
- ・ 学習塾も進出。
- 保護者が送迎時に買い物・飲食・温浴を利用できるよう動線を設計。
- 託児所を併設し、子育て世代が安心して利用できる仕組み。
- ・ コワーキングスペースを設置し、企業と個人事業者が繋がる場を提供。
- (5) 事業体制・経緯
- ・ 用地は「やずや」会長の紹介を受け、平地が少ない長崎市で確保。
 - ・ 25 か月の工期で 6 棟を建設。
 - ・ 来場者予測：年間 850 万人。2025 年 5 月には延べ 300 万人突破見込み。

2. プロジェクト推進における貴市の役割と具体的な取り組み

(1) 市の支援（ハード事業）

- ・ 用途地域の変更

工業地域 → 商業地域に見直し。

- ・ 優良建築物整備事業

国の補助制度を活用し、商業・オフィスの共用スペースや駐車場、広場などに補助（総額 63 億円：国 1/3、県 1/3、市 1/3）。

- ・ 鉄道・歩道整備

電停やバス停からスタジアムシティまでの安全な歩道環境を整備。

- ・ V ロード整備

長崎駅からスタジアムシティまでを歩行者動線として整備、フラッグ・案内板・マンホールデザインなどで一体感を演出。

- ・ 税の減免

再開発事業の認定を受けることで固定資産税・都市計画税を軽減。

(2) 市の支援（ソフト事業）

- ・ 企業版ふるさと納税の活用

WAKU×わくプロジェクトなどでスタジアムシティの環境整備を支援。

- ・ 開業気運醸成事業

学校給食トラックやバス・電車へのラッピング、子ども絵画コンクール、SNS 発信などで市民の関心を醸成。

- ・ イベント補助制度

ハピネスアリーナでのイベントに対し、参加人数に応じて最大 1100 万円を補助。

(3) 交通渋滞対策

- ・ 公共交通の利用促進（割引制度や渡り線整備）。
- ・ 駐車場の左折導入路整備、混雑状況のアプリ表示。
- ・ パークアンドライド実施（郊外駐車場 → バス送迎）。
- ・ 広域誘導看板設置、周辺住民・企業と調整。

(4) 地域住民・事業者との協働

- ・ 大型イベント連携：市民・商工会議所・DMO と連携し、調整会議を複数回開催。
- ・ 周辺地域への波及：飲食・観光・宿泊業者と連携して市内全体で来訪者を受け入れ。
 - ・ 地域創生活動：子ども体験創出、スポーツ・文化・教育イベントを通じて地域参加を促進。

3. 関係機関（事業者、地域住民等）との連携について

(1) 行政・DMO・商工会議所との連携

- ・ 市が中心となり、観光 DMO や商工会議所と情報発信を連携。
- ・ スタジアムでの観戦者に対し、観光・商業施設への誘導を共同で実施。
- ・ 具体例として、スタジアム内広告・観光案内サイト・動画配信などを共同展開。

(2) 事業者との協力

- ・ 飲食店舗は地元企業や飲食事業者が参入し、地域食材や名物メニューを提供。
- ・ 通信事業者（ソフトバンク）が Wi-Fi 環境整備を担い、ICT 基盤を支援。
- ・ 大型イベント誘致補助金は地域事業者との連携で活用され、観光消費拡大に寄与。

(3) 地域住民との関わり

- ・ 無料シャトルバスの運行は、地元交通事業者と調整しながら実証実験を実施。
- ・ イベントや試合への住民参加を促し、地域ぐるみで「スタジアムシティを楽しむ」仕組

みを構築。

- ・パブリックビューイングや文化イベントを通じ、子どもから高齢者まで幅広い世代が参画できる環境を形成。

4. 事業効果（経済効果、雇用創出、観光振興等）について

(1) 経済効果

- ・大型イベント（プロスポーツ、アリーナイベント）の開催により、来場者数が増加。
- ・スタジアム周辺のみならず、市内飲食店・商店街への来訪者が増え、地域消費の拡大につながっている。
- ・無料シャトルバスの導入により、観戦者の市内回遊性が向上し、観光施設や飲食店舗での消費が活性化。

(2) 雇用創出

- ・スタジアム関連業務（運営、警備、清掃、飲食サービス等）で直接雇用が発生。
- ・イベント運営や周辺観光事業の需要拡大により、間接的な雇用機会も創出。
- ・ICT導入や新サービス展開により、新たな人材需要（IT、広報、企画等）も期待できる。

(3) 観光振興

- ・スタジアム内外での観光情報発信（デジタルサイネージ、観光案内サイト等）により、観光地訪問率が向上。
- ・試合観戦に加え、夜景・温泉・食文化といった地域観光との相乗効果が生まれている。
- ・国内外からの来訪者が「スポーツ観戦＋観光」を目的に訪れる動きが強まっており、リピーター増加にも寄与。

(4) 地域イメージ・交流の拡大

- ・長崎スタジアムシティの存在が「地域の新たなランドマーク」となり、長崎市の都市ブランド向上に貢献。
- ・スポーツ・音楽・観光を組み合わせた複合イベントにより、多世代・多地域の交流が促進されている。

5. 予算について

(1) 補助制度の活用（イベント誘致・交通支援）

- ・「大型イベント誘致補助金」を活用し、参加者数に応じて900万円～1,100万円を助成。
- ・これにより年間25件の大型イベントを実現。行政の負担を呼び水とし、スポンサー収入や入場料収入の増加につなげている。
- ・また、スタジアム来場者の市内回遊を促すため「まちなか直行無料シャトルバス」を運行。運行費用は市が負担し、シーズンで延べ5,300人以上が利用。地域商店街での消費拡大につながっている。

(2) 都市基盤整備における国の補助金活用

- ・幸町地区優良建築物等整備事業では、人工地盤、商業・オフィスの共用スペース、駐車場、広場などの整備に約63億円（国1/3、地方1/3、事業者1/3）が対象。
- ・実際の補助金額は約42億円（国：約21億円、県：約8億円、市：約13億円）と大規模な公的資金が投入されている。
- ・この仕組みにより、市単独負担ではなく、国・県と連携して事業者投資を呼び込む構造が構築されている。

(3) 広報・情報発信経費

- ・スタジアム内のデジタルサイネージや観光案内サイト、来訪者向けのプロモーション施策に、行政・商工会議所・DMOが分担して予算を計上。
- ・官民連携により、費用の一極集中を避けながら広報効果を最大化している。

【考 察】

1. 長崎の事例から学べること
 - ・ 試合がない日でも人が集まる仕組み（温浴・カフェ・アクティビティ・学習施設など）をつくることで、日常的ににぎわいが生まれている。
 - ・ 商店街や観光地への回遊を意識的に設計し、経済効果を市内全体に広げている。
 - ・ 行政は補助金や制度で後押ししつつ、事業の中心は民間が担い、スピード感を持って進めている。
2. 磐田市に必要な視点
 - ・ スタジアムを「スポーツの場」から「まちの公園・交流拠点」へと再定義すること。
 - ・ 来る理由（温浴・遊び・食）と回遊の仕組み（商店街や観光地への動線・シャトル）を同時に整える。
 - ・ 市は「交通整備・補助制度・広報」を担当し、民間の発想と投資を引き出す役割を担う。
3. 期待される効果
 - ・ 経済効果：来場者の消費が市内全体に広がる。
 - ・ 雇用創出：イベント運営・飲食・サービス業など幅広い働き口が増える。
 - ・ 観光振興：スタジアムが市のシンボルとなり、交流人口を拡大できる。
 - ・ 暮らしの質向上：市民にとっても「遊び・学び・くつろぎ」の日常空間になる。
4. 実現のための進め方
 - ・ 段階的に実証 → 拡大：まずはシャトルやイベント支援など小さく始め、効果を確認しながら広げる。
 - ・ 官民連携の体制：市・事業者・商工会・観光団体などが一体で推進する仕組みをつくる。
 - ・ 財源は多層化：国・県の補助金、企業版ふるさと納税、ネーミングライツなどを組み合わせ、市の負担を抑える。

今回の視察を通じて、長崎スタジアムシティは「スポーツ施設」であるだけでなく、日常的に人が集まり、学び・働き・遊ぶことができる“まちそのもの”になっていると強く感じました。

特に、行政と民間が役割を分担し、市民や事業者も巻き込みながら、経済効果と地域活性化を同時に実現している点は非常に参考になりました。

磐田市においても、ヤマハスタジアムの老朽化を「課題」として捉えるのではなく、新しいまちづくりのチャンスと位置付け、市民に愛される拠点づくりに活かしていきたいと考えます。

会派視察研修等報告書

【調査内容】

小中高生向け起業家育成プログラム「FUKUOKA起業ゼミ」

企画・運営体制

主催：福岡市、運営受託：株式会社ガイアックス（2年連続実施）

予算

1,800万円

対象・構成

昨年（令和6年度）：小学4～中学生対象、1コースで実施。

参加：132名。 申込み：300名超え。

今年（令和7年度）：小学・中学・高校それぞれ対象の3コースに拡大。

各コース定員30名。

「オープンイノベーション」と「起業ゼミ」を合体させたプログラムとして、アイデア出しから、法人設立届、プロトタイプ作成、仮説検証、プレゼンまでをおこなう。

起業家たちとの壁打ちが可能。

昨年に続き、今年度も申込みする人もいる。

会場

Fukuoka Growth Next（福岡市のスタートアップ支援拠点）

実施形式

対面

保護者・教育関係者の見学も可。

成果・参加者の声

昨年：アンケート実施（自己肯定感・起業意識の醸成があった）。

保護者にも実施。

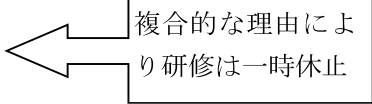
【考 察】

「FUKUOKA起業ゼミ」は、子どもたちが主体的に課題を発見し、仲間と協力して解決策を考え、起業家たちとも壁打ちを繰り返したり、発表する過程を通じて、起業家精神や創造性、コミュニケーション能力を育むものだと感じました。起業教育を単なるビジネス創出の手法だけでなく、「生きる力」を育てる教育として位置づけることもできると思います。

磐田市においても、民間主導で小学生（SUNABANASHI Iwata、キラリサマーキャンプ）中高校生（MONO-COTO CHALLENGE ENSHU）や全年齢層（StartUp Weekend IWATA）を対象とした創造性教育や起業体験、社会教育の活動が存在しています。これらは大きな財産であります。行政としては、学校、教育委員会と連携など、行政のできる支援を強めていけば、それらの活動の拡大ができると感じました。磐田市の子どもたち、市民の未来を切り拓く力を育み、まちづくりに参画できる仕組みを探究していきたいと思っております。

会派視察研修等報告書

【調査内容】

- 一般財団法人 むなかた地域農業活性化機構
宗像市・福津市・JAむなかたの三社が出資して設立された
農地集積・担い手経営改善指導・後継者育成支援・経営所得安定対策支援に取り組む
- 新規就農研修
令和6年まで実施していた（研修内容見直しのため7年より一時休止。就農相談は継続）
近年就農品目がイチゴ一辺倒になっている
就農用地・資材機材の確保が困難
研修生の中退（資金の見通しが無い）
留年（技術習得不足）

- 平成25年から24名研修参加のうち、現在就農者は17名（定着率71%）
- 農機具等の貸し出しは市もJAもしていない。草刈り機を市の予算で購入貸出を検討中。
- 本年度より農業経営支援事業として**プロ農業応援事業**をスタート
「1経営体当たり416時間/年（週休1日相当）の時間を創出して休みをとれるようにする」

農作業の「効率化」と「就労環境」に着目
トヨタ生産方式の「カイゼン」を取り入れ、農作業の“効率化”と
作業工程の“見える化”を促す。

予算はゼロのところから国の補助金を探して、
8,000,000円の雇用体制強化事業「就労条件改善タイプ」を活用

- 農地の集積はできるが地域計画の策定主体は行政であるため計画に基づく集約は困難。
機構HPを活用した貸出希望者と借入希望者のマッチングは小規模（家庭菜園程度）の貸し借りにとどまっている。
登記事項確認に機構が行くと費用が発生してしまう（自治体であれば無料）
- 経営継承支援は“待ち”の姿勢が主流。機構の場合は攻め（？）アプローチしていく。後継者に対するしっかりとした（親世代の希望・展望だけでなく本人が継ぐことを了承しているか）意識確認。

【考察】

どこに行ってもやはり同じように就農者は減っており、深刻な担い手不足になっていることを感じました。そして、むなかた地域では新規就農研修の参加希望者に対して、通帳をすべて見せて借金がないことを確認するということまでされている（研修時は無収入になるため生活費の確保があるかどうか）ということで、お金がないと農業に就くことができない現状も目の当たりにしました。その中で新たに始められた「カイゼン」には本市でも注目していくべき取組でないかと思います。今後定期的に機構へ状況確認を図りたいと思います。