

岡崎市議会議長 様

支出番号

会派名

代表者名

加藤史朗

以下のとおり、政務活動を実施したので報告します。

政 務 活 動 報 告 書

令和 7 年 9 月 1 6 日 提出

活動年月日	令和 7 年 7 月 3 0 日（水）～ 8 月 1 日（金）	
氏名	加藤史朗	
用務先 及び 内 容	1 7 月 3 0 日	用務先 佐賀県
		内 容 SAGAハイスクールDI人材育成プログラム 「SEIRENKATA」について
	2 7 月 3 1 日	用務先 長崎県 長崎市
		内 容 プロスポーツチームとの連携について
	3 8 月 1 日	用務先 佐賀県 伊万里市
		内 容 公用車EVカーシェアについて
	4 月 日	用務先
		内 容
備 考		

政務活動報告書(行政視察)

佐賀県

調査項目 SAGA ハイスクール DI 人材育成プログラム「SEIRENKATA」について
ご対応 佐賀県教育委員会事務局教育 DX グループ 指導主幹 石津様、係長 岩谷様

■調査の意図

本市の都市としての活力、また経済活力を維持向上させていくには、若者、現役世代、子育て世代に住む場所として選んでもらうことが重要であることは言うまでもありません。そのための一つの切り口として、地元の高校生を対象とした産業人材育成が考えられるところですが、育成した人材が、その後、本当に地元で活躍をされたかという点では、十分な成果を上げている取組はまだあまりないと思われます。

その点で、佐賀県は、DI(デジタルイノベーション)人材育成の取組の中に「地元学」の要素を取り入れ、育成した人材を佐賀県に戻ってきてもらうことにこだわった展開をしているため、その実施状況や成果、課題等を把握したいと考え、視察することとしました。

■佐賀市の DI 人材育成プログラム「SEIRENKATA」のポイント

●主な内容

・県内の各業種で DI 人材のニーズが高まり人材不足となっているため、県として育成を図ることとした。

・高校生を対象に、最先端のデジタル技術を学ぶプログラムを開発。



・進学後に佐賀で就職するなど、将来、佐賀で活躍する人材の好循環となるよう「佐賀で貢献したいマインド」を醸成する地元学を導入。佐賀の歴史と産業のかかわりを学び、佐賀への誇りと高い志を育むもの。

・カリキュラムは 1 年生～3 年生の 3 年間。おおむね週に 1 回開催。

・100 人ほどが参加しており、受講生 15 人に 1 人の伴走コーチがつく。

・運営は県内の IT 企業が受託。20 代を中心とした民間人が伴走コーチとなることも高校生には受け入れられているポイント。

・予算は R6 は 5 千万円、R7 は 6 千万円。特定財源は、デジタル田園都市国家構想交付金(1/2)。3 年後には自走を目指している。例えば、ある高校に「科」をつくり、文科省の補

助を受けて継続していくのも一案。

- ・講座内容は、半導体回路設計、プログラミング等のデジタル科目と、地元学。地元学では、佐賀の偉人を題材に、地元産業と歴史を理解し、地域資源を生かした価値創造を学ぶ。

●地元学

- ・題材となる地元の偉人は、志田林三郎(日本初の工学博士、電気工学)、鍋島直正(佐賀藩 10 代藩主、藩の財政改革者)、佐野常民(日本赤十字社を創設)など。

- ・事前教材(レポートや漫画)を読み、事前課題に取組み、伴走コーチによる講義とディスカッションを行う。20コマほどあるなかで4コマが地元学に割かれている。

- ・アンケート結果では、地元の偉人の存在や偉業を知り、地元への関心が高まり、地元で活動することを考えるようになった意見が見られた。

- ・佐賀にはもともと「鳳雛塾(ほうすうじゅく)」という、産業界が、起業家教育を若者に施す取組があり、そこに携わる経営者が関わり、地元の有明高専の石川教授がアドバイザーとして伴走コーチを指導するなど、大きな役割を果たしている。

- ・地元学を教えてくれるのが、いつも教えてもらう伴走コーチ、という点も、受講生に響いている理由と思われる。

■所感

地元で活躍する産業人材の育成は、将来の地元経済の担い手を確保していくうえで重要だと考えていますが、むやみに育成セミナーや工場見学等をやったところで、その時点で学びを提供できても、将来地元で活躍したい、と思わせるには何かが足りないのではないかと考えています。今回調査した、佐賀県の取組は、3年間をかけて最先端のデジタル技術を学ぶ中で、2, 3か月に一回、郷土の偉人を学び、その偉人を通して、自らのキャリアを考え、仲間たちとディスカッションする機会を提供するもので、地元への愛着、地元で活躍することのカッコよさを伝えるという点で、有益だと感じました。

佐賀県の取組自体がまだ2年目ということで、実際の成果が見られるのは、まだまだ先ですが、本市で産業人材を育成する取組を検討する際には、将来、地域に有益な人材が地元を選び、活躍してもらうというアウトカムを得るために、こういったプログラムが必要なのか、という視点を持つことを忘れてはならないと再確認しました。プログラムを考える際には、佐賀の地元学のような、テキストのマンガ化や、近い世代が伴走コーチとなりディスカッションをする点など、大いに参考にできればと考えています。

長崎県長崎市

調査項目 プロスポーツチームとの連携について

ご対応 長崎市スポーツ振興課課長 塩塚様、係長 福田様

■調査の意図

本市のサッカーチームの FC マルヤス岡崎は、現在はアマ最高峰の JFL において活動中ですが、将来的には、ぜひとも Jリーグに勝ち上がっていただき、本市のサッカー少年少女に夢を与え、また岡崎市のイメージアップを牽引する存在になってもらいたいと思っています。しかしながら、現状では、ホームスタジアムの龍北スタジアムでのホームゲームでの観客動員数など、市民の盛り上がりという点でも課題があると思われ、また、Jリーグに上がるためには、スタジアムの基準等のハード面での課題解決も必要になります。

長崎市では、もともと JFL だったサッカーチームが、現在では Jリーグで活躍しており、もともとは本市の FC マルヤスと同様に、スタジアムの基準に課題を抱えていましたが、ジャパネットグループの参画によりこの課題を解決するのに加えて、このスタジアム整備のプロジェクトの一環としてスポーツ以外の様々な機能も民間事業として導入され、地域活性化につなげられています。本市の今後の展開にヒントとなる要素が多くあると考え、視察することとしました。

■プロスポーツチームとの連携のポイント

●スタジアムの整備運営

- ・民間企業が事業主体となりスタジアム・アリーナを含む複合開発を推進。
- ・県と市は、協議会や検討推進チームにより支援をする体制を整備。市は、用途地域変更、補助金(優良建築物等整備事業)等で支援。
- ・敷地は約 74,000 m²、観客席はスタジアム約 20,000 席、アリーナ約 5,000 席。ホテル棟、オフィス棟、商業棟も併せて整備。
- ・事業スキームは、(株)ジャパネットホールディングスが三菱重工の工場跡地を取得し、施設整備、建物所有。グループ会社が維持管理運営を担う。
- ・事業規模は約 1000 億円(民間事業)。
- ・スタジアムは、試合がない日でも解放されている。



●スタジアムへの市の関わり

- ・プロの試合観戦の場を提供し、子どもたちのスポーツへの関心を高め、ファン層の拡大

を図ることを目的に、V・ファーレン(サッカー)、長崎ヴェルカ(バスケット)のホームゲームで市民招待事業を行っている。それぞれ、1ゲームあたり、60組、40組を招待。

- ・アンケートの結果、88%が「今後招待がなくても観戦したい」と回答。
- ・最寄りの長崎駅、浦上駅からスタジアムまでの動線をVロードとし、のぼり旗等を設置し機運を醸成している。のぼりは市が作成し、設置は事業者が実施。
- ・大型イベント誘致補助金により、イベントを誘致している。
- ・合宿拠点づくり補助金(100万円 補助率1/2)を県と市で折半し、合宿利用を誘致。

●市内回遊促進の取組

- ・スタジアムシティで情報発信を強化し、観光地や飲食店、まちなかへ誘導している。
- ・まちなか直行シャトルバスを運行。V・ファーレンホームゲーム開催日の試合開始3時間前、試合終了後に大型バスで、まちなかエリアとスタジアムシティを直接つなぐシャトルバスを運行している。約15000人の入場者のうち約500人が利用。アウェイサポーターがターゲット。



●その他(意見交換)

- ・民設民営のため、近隣トラブルや住民の反対は出ていない。
- ・ジャパネットが参画した経緯は、同社の高田社長が偶然、三菱重工の跡地のことを知ったことから。事業者選定は、三菱重工の判断であり、行政は関与していない。
- ・様々な機能を複合した「シティ」化も、行政が呼びかけたわけではなく、民間発意。
- ・V・ファーレンがJFL、J3の時点では、市との距離があったが、J2になったら、Jリーグ基準のスタジアム建設に向けて市も積極的になった。アウェー観客数はJ2だと200人、J1だと2000人(ゴール裏が埋まる)。
- ・今のスタジアムができる前は、Jリーグ基準を満たす諫早市のスタジアム(龍北のように陸上トラックあり)で試合をしていた。



■所感

特にサッカーに注目すれば、V・ファーレンが、JFL、J3の時にはスタジアム整備の動きは公民共に盛り上がりを見せなかったとのことでした。まずは、FCマルヤス岡崎の昇格を願いつつ、いざその時が来た時に、マルヤスに「岡崎で」活躍してもらい、ファンや観客の誘致、経済効果を引き出してもらえるよう、スタジアムの場所・アクセス、規模、事業スキ

ーム等の構想を練り、シミュレーションを繰り返していく必要があります。あわせて、長崎市のように、収益事業として投資をしてくれるような民間プレーヤーがいないか、サウンディングを積み重ねていくことも必要ではないかと考えます。今後も、他市の事例調査等を進めつつ、適宜準備を進める必要性を訴えていきたいと考えています。

佐賀県伊万里市

調査項目 公用車 EV カーシェアについて

ご対応 伊万里市企画政策課 課長 岩崎様、副課長 蒲地様、松園様 新出光 飯干様

■調査の意図

本市において令和7年度に導入が予定されている、公用車 EV カーシェアについて、実施後の利用シーンやターゲット層、利用のボリューム感などの想定が難しく、事業展開の可能性をつかみづらい状況であるため、既に実装している先進自治体における利用実態や課題等を把握し、本市での導入後の活用促進や課題解決のヒントにしたいと考え視察することとしました。



■公用車 EV カーシェアのポイント

●背景等

- ・磁器で有名な観光地である大川内山への観光施策として、駅からのバス本数が少ないという課題解決の一つとしてカーシェアを実施することになった。
- ・地球温暖化対策施策からも、CO2削減のために EV の購入促進が課題であった。
- ・意欲的な副市長が推進役となり、スピード感をもって進められた。

●実施概要

- ・EV 軽自動車を伊万里駅近くの私有地に配置。平日は公用車として、駅の庁舎に勤務する職員が使用。平日それ以外の時間、土日祝日は一般利用。
- ・運営は、公募型プロポーザル(2社が参加)で選定された事業者((株)新出光)に5年契約で委託。委託料は月12万円で5年間、5年で約750万円。



・車両は事業者が所有。維持、整備は事業者が担当。5年満了時に、車は市購入か返却を選択。充電設備は市で引き取る。

・市民・観光客のカーシェアの利用収入の20%は事業者に入る。80%は市へ。



・予約は専用アプリ。市職員もこのアプリで使用。決済は、クレジットカードで完結。

・駅近くにレンタカーがあり、カーポートは比較的目立たない場所にしている。台数の増加も検討しているが、レンタカー事業者との調整が必要で慎重に進める。

●広報、利用促進等

・開始から3か月間は市民への利用促進キャンペーン(500円クーポン)を実施。

・広報として、PR チラシを、伊万里駅近くの宿泊施設(8か所)、道の駅、大川内山の窯元で配布。観光パンフレットへの掲載や、伊万里駅、伊万里駅への利用が想定される JR と松浦鉄道の主要駅の駅構内のポスター掲示も実施。

●利用実績

・3/1-7/23 の利用実績 公用利用117件、一般利用3件。一日平均1時間～2時間程度。

・利用登録は、公用利用の職員10名、市内住民5名、市外観光客等10名の計25名。

●課題

・公用利用以外の利用が伸びない。二次交通としての利用拡大や、市民の EV 購入促進にもまだつながっていない。そもそも、取り組みの認知度が低い。

・対応策として、市民向けの試乗会開催、動画や SNS での PR、秋の行楽シーズンにあわせた情報発信を予定している。

・伊万里駅から、臨海部の造船業や、企業誘致したシリコンウエハー工場に向かうビジネス客による利用が伸びる可能性はある。

■所感

伊万里市は、駅前にカーポートを設置しているため、観光客の利用等が広がっているものと予想していたが、かなり苦戦していることがわかりました。本市では、一般利用カーポートが市役所本庁付近となる予定のため、伊万里市以上に周知や利用促進に苦勞することが懸念されます。市役所で、EV を使用して移動するのは誰なのか、というターゲットの絞り込みを行い、ターゲットに狙いを定めたプロモーションを、事業スタートの段階から早期に行っていくことが必要になるものと考えます。事業開始後は、伊万里市で確認した状況等をもとに、利用促進等について執行部と協議等をしていきたいと考えています。