

(様式2)

議員行政視察報告書

議員名	たけいし よういち
視察地	東京都板橋区
視察年月日	令和8年1月27日
視察内容（目的・具体的内容・成果等）	
<p>■板橋こども動物園・板橋こども動物園高島平分園</p> <p>1 視察の目的</p> <p>本市が誇る「旭山動物園」は、展示手法において世界的な評価を得ているが、市民、特に子どもたちが日常的に動物と触れ合い、情操教育やコミュニティ形成の場として活用する「近隣完結型」の動物園の在り方を模索するため、板橋区の事例を視察した。指定管理者である公益財団法人ハーモニーセンターの運営ノウハウと、地域住民に根ざした活動の実態を調査し、本市の公園活用や教育施策への反映を探った。</p> <p>2 視察先の概要</p> <p>板橋こども動物園は、東板橋公園内に位置する入園無料の施設である。ポニーの乗馬、モルモットの抱っこ、ヤギ・ヒツジの放し飼い広場など、動物との「距離感」の近さが最大の特徴である。2020年にはリニューアルオープンし、バリアフリー化や医療的ケアが必要な子どもたちへのプログラム（障がい者乗馬等）を強化している。</p> <p>3 主要な取り組みと知見</p> <p>ア. ポニーを軸とした情操教育と「Riding For All」</p> <p>指定管理者によると「Riding For All」という理念は、単なる娯楽としての乗馬を超え、障がい児や高齢者、不登校児の支援など、社会課題の解決に馬を活用している点が特筆される。ポニーの世話を通じて責任感や共感性を育む「こども動物クラブ」は、区内在住の小中学生が主体的に清掃や飼育を学ぶ場となっており、地域コミュニティの核として機能している。</p> <p>イ. 指定管理者制度による専門的運営</p> <p>同園は公益財団法人ハーモニーセンターが運営を担っているが、同法人は60年以上の歴史を持ち、「現場で培った行動力」を重視するカウンセラー（青年ボランティア</p>	

アリーダー)を育成している。行政がハードを整備し、専門知見を持つ団体がソフト(教育プログラム)を動かすという役割分担が明確である。

ウ. 都市型公園との親和性

住宅街の中の公園に動物園を配置することで、学校帰りや週末に気軽に立ち寄れる環境がある。ヤギのニンジンあげやモルモットの抱っこなど、プログラムを時間帯で細分化し、混雑を回避しつつ多くの利用者に触れ合いの機会を提供している。

4 旭川市での導入について

【可能性】

旭川市において、旭山動物園は観光・学術的な側面が強い一方で、市民が日常的に「散歩がてら動物と触れ合う」施設は限られている。

・公園活用

常磐公園や神楽岡公園などの大規模公園の一角に、ポニーの乗馬や小動物の触れ合い拠点を整備することで、子育て世代の定住意欲向上に寄与できる。

・教育連携

市内小学校の放課後活動や、旭川医科大学等と連携したホースセラピー(動物介在療法)の拠点としての活用が考えられる。

【懸念事項】

・冬季の維持管理

積雪寒冷地である旭川では、冬季の動物の飼育環境確保と、来園者の安全確保が大きな課題となる。板橋区の事例は通年営業を前提としているが、旭川では屋内施設の充実が不可欠であり、建設・維持コストが増大する懸念がある。

・衛生・防疫対策

公園内での飼育は、臭気や騒音、感染症対策が重要となる。住宅地近接の場合、住民理解を得るための丁寧なプロセスが必要。

【本市導入の可能性】

・ハイブリッド型運営

通年ではなく、夏季は公園での「出張動物園」形式とし、冬季は既存の旭山動物園や乗馬施設に戻る「循環型」の運営。

・「馬のまち旭川」の再定義

かつて第七師団が置かれ、馬と縁が深い旭川の歴史を教育に反映させる。板橋区が

ポニーを教育に活用しているように、旭川でも馬文化を次世代に繋ぐ拠点とする。

- ・多世代交流の拠点化

板橋の「カウンセラー」制度を参考に、大学生やリタイア世代が動物園のボランティアとして活動する仕組みを作り、多世代交流を促す。

5 結びに

板橋こども動物園の視察を通じて、動物園は単に動物を見せる場所ではなく、「人と人が繋がり、心を育む場所」であることを再認識した。世界をリードする旭山動物園の「命の輝き」を伝える展示を土台としつつ、本市においても「日常に溶け込む動物との触れ合い」を公園政策や教育施策に取り入れることで、より豊かな市民生活が実現できると確信する。

(様式2)

議員行政視察報告書

議員名	たけいし よういち
視察地	群馬県太田市
視察年月日	令和8年1月28日
視察内容（目的・具体的内容・成果等）	
<p>■オープンハウスアリーナ太田</p> <p>1 視察の目的</p> <p>本市において現在計画が進められている新アリーナ建設事業は、BT-PFI コンセッション方式を採用し、公募が開始される重要な局面にある。「オープンハウスアリーナ太田（以下、太田アリーナ）」は、人口約22万人の地方都市でありながら、Bリーグ「群馬クレインサンダーズ」のホームアリーナとして、また市民スポーツの拠点として、国内最高峰のスペックとホスピタリティを実現している。</p> <p>本視察では、太田市がどのようにして「官民連携」を実効性のあるものにし、総事業費約82.5億円（税込）という投資を地域価値の創出に繋げたのかを調査し、本市の事業計画に対する妥当性の検証および提言を行うことを目的とする。</p> <p>○太田アリーナの建築・運営方式は、一言でいえば「市直営（設計・施工一括発注方式）＋指定管理者制度」という、公共施設としては比較的オーソドックスな枠組みをベースにしている。しかし、その中身は非常に戦略的で、旭川市が検討している「BT-PFI＋コンセッション」とは異なる「民間活力の取り入れ方」に特徴がある。具体的には、以下の3つの要素が組み合わさっている。</p> <p>①デザインビルド（DB）方式</p> <p>設計（Design）と施工（Build）を別々に発注するのではなく、一つの企業グループにまとめて発注する方式。</p> <p>太田アリーナの場合は、「設計・施工一括プロポーザル」により、清水建設・梓設計のJV（共同企業体）が選定されている。これにより、工期の短縮や、設計と施工の密な連携による高度な演出設備の導入を可能にした。</p> <p>②寄附による財源確保（企業版ふるさと納税）</p> <p>ここが太田市の最大の特徴。建築費の半分近く（約44億円）を、Bリーグチー</p>	

ムの親会社である株式会社オープンハウスグループなどからの「企業版ふるさと納税」で賄っている。

旭川との違いとしては、旭川の PFI 方式は「民間資金を借り入れて建設し、市が割賦で払う」形だが、太田市は「民間からの寄附（現金）を直接建設費に充てて、市が直接発注する」形をとっている。

③指定管理者制度（運営）

運営は、市が所有権を持ったまま、プロチームの運営母体に近い組織に運営を委託する方式。

現在の運営者：「株式会社群馬シティマネジメント」が指定管理者。これはプロチーム「群馬クレインサンダーズ」の子会社であり、「チームが使いやすいように、チーム自身が運営する」形を公的に認めている。

2 視察先の概要と事業の特徴点

太田アリーナは、旧市民体育館の老朽化と令和元年東日本台風時の避難所としての課題を契機に建替えられた。

最大の特徴は、「民間企業のスピード感」と「行政の公共性」の高度な融合である。

・資金調達の創意工夫

総事業費約 82.5 億円のうち、企業版ふるさと納税（株式会社オープンハウスグループ等）により約 44 億円を調達。実質的な市負担を大幅に軽減している点は、本市においても財政健全性の観点から極めて示唆に富む。

・「センタービジョン」を核とした演出設備

国内最大級の可動式 14 面大型 LED センタービジョンや、世界最高峰の音響システム（L-Acoustics）を導入。「観るスポーツ」としてのエンターテインメント性を極限まで高めている。

・コンパクトかつ高密度な設計

延床面積約 10,611 m²と、本市の計画（延床面積約 15,000 m²規模）と比較しても非常にコンパクトながら、5,000 人規模の収容人数と、「コートと客席の近さ」による臨場感を実現している。

3 本市への導入可能性と検討すべきポイント

旭川市が計画する BT-PFI コンセプション方式において、太田アリーナの知見をどう

活かすべきか、以下の3点から分析する。

①「稼ぐアリーナ」と「市民利用」の両立

太田アリーナは、プロ興行だけでなくバドミントン12面、バスケットボール3面が確保可能な市民利用を大前提としている。

・可能性

旭川市においても、ヴォレアス北海道や旭川の強みである学生スポーツ（バレー・バスケット等）の大会拠点として、太田のような「可動席」の効率的な運用を導入することで、興行時の5,000人収容と日常の多面利用を両立させることが十分可能である。

・工夫

太田アリーナのサブアリーナ（約630㎡）の併設は、プロ練習と一般利用を切り分ける上で不可欠である。本市の公募要項においても、この「切り分けのしやすさ」が運営権者の収益最大化に直結することを評価軸に入れるべきである。

②コンセッション方式における「演出・音響」の資産価値

太田アリーナは、映像・音響・照明を自前で高スペックなものを備え付けている（資産として市が保有）。この際、懸念として本市のコンセッション方式では、演出機材を「市が整備する範囲」に含めるのか「運営権者が持ち込む範囲」とするのかが議論の分かれ目となる。

演出機材が陳腐化した際、更新費用を誰が負担するかがコンセッションの最大の懸念点になる。太田のように「最初から世界最高水準」のハードを整備し、保守メンテナンスを運営権者の義務とする契約スキームは、本市においてもプロチームの定着を促す強力なインセンティブとなる。

③防災拠点としての機能の高度化

視察資料にある通り、太田アリーナは「72時間稼働の非常用発電機」「マンホールトイレ」等を備え、避難所としての機能を最優先事項の一つに据えている。

・旭川での工夫

厳冬期における避難拠点としての活用が想定される本市においては、太田の「全館空調システム（停電時対応）」の仕様をさらに北国仕様へとブラッシュアップし、断熱性能を極限まで高める必要がある。これはPFI事業者の提案能力が最も試される部分である。

○懸念事項と今後の課題

太田アリーナの成功は、強力な地元パートナー企業（オープンハウスグループ）の存在と、B1 ライセンス基準という明確な目標があったからこそ実現した。そこで、本市における懸念は以下の通りである。

・事業者の「選定」と「リスク分担」

コンセッション方式では、運営権者が赤字になった場合のリスク分担が焦点となる。太田のように「官民一体となったまちづくり」のビジョンを、旭川の事業者が共有できるか、選定プロセスでの厳格な審査が求められる。

・ネーミングライツと維持管理費

太田市は年間 1,100 万円（税込）という非常に戦略的な価格でネーミングライツを売却し、管理運営に充てている。本市においても、既存の公共施設との整合性を取りつつ、新アリーナが「企業が投資したくなる価値」を維持し続けられるかが鍵となる。

○視察を終えての提言

太田アリーナを視察して痛感したのは、「アリーナは単なるハコモノではなく、街の自尊心（シビックプライド）を醸成するメディアである」という点である。

太田市は 22 万人の地方都市として、「日本一のアリーナ」を持つことで、市民の郷土愛や若者の定住意識に革命を起こそうとしている。

本市が進めるアリーナ建設は単なる既存体育館の代替ではない。

アクション① 公募中の事業者に対し、太田アリーナの「臨場感」と「運営効率」の両立を、旭川の気候特性（積雪・寒冷）に合わせた形で具体的に提案させること。

アクション② 「観るスポーツ」の収益を、市民のスポーツ環境（利用料の低廉化やジュニア育成）に還元するコンセッション特有の循環サイクルを契約書に明記すること。

太田アリーナの事例は、手法こそ直接の比較はできないが、その「志」の高さにおいて、我々旭川市議会が今後事業を監視・推進していく上での絶対的なベンチマークである。本市が「北のスポーツ拠点」としての地位を確立できるよう、今回の視察成果を事業者の選定・契約議論に多少なりとも反映されることを願う。

(様式2)

議員行政視察報告書

議員名	たけいし よういち
視察地	山形県南陽市
視察年月日	令和8年1月29日
視察内容（目的・具体的内容・成果等）	
■市役所ラーメン課 ラーメンプロジェクト	
1 視察の目的	
<p>本市は全国に知られる「旭川ラーメン」を有し、観光および地域経済の重要拠点となっている。しかし、人口減少や消費行動の変化に伴い、地元の食文化をいかに次世代に継承し、かつ戦略的なシティプロモーションへ繋げていくかが喫緊の課題である。</p> <p>山形県南陽市が2016年から展開している「ラーメン課 R&R プロジェクト（R&Rはラーメン&リサーチ、またはラーメン&レボリューション）」は、既存の組織の枠組みを超えた職員有志の活動から始まり、現在は「ラーメン大好き小泉さん」等の人気メディアとの連携やカードラリーなど、官民一体となった革新的な展開を見せている。この成功要因を調査し、本市の食を通じた地域振興への応用可能性を検討する。</p>	
2 視察先の概要と取り組み	
<p>南陽市役所における「ラーメン課」は、正式な行政組織ではなく、職員が通常の業務と兼務して活動する「仮想課（プロジェクトチーム）」である。その活動内容は多岐にわたる。</p> <ul style="list-style-type: none">・「ラーメン課」というネーミングの妙 <p>役所の中に「ラーメン」を冠した組織があるという意外性が、メディアを通じて全国的な注目を集める強力な武器となっている。</p> <ul style="list-style-type: none">・メディア・コンテンツとの高度な連携 <p>鳴見なる氏の漫画作品『ラーメン大好き小泉さん』や、新横浜ラーメン博物館、民間企業とのコラボレーションを積極的に実施。「なんようしのラーメンカードラリー」は、「小泉さん」のアニメキャラクターを起用し、若年層や県外ファンの獲得に大きく寄与している。</p> <ul style="list-style-type: none">・「R&R（ラーメン&リサーチ）」によるデータ活用	

市内のラーメン店の実態調査、食べ歩きマップの作成、カードラリーの実施など、単なる「盛り上げ」に留まらない、実地調査に基づいた施策展開を行っている。

3 旭川市での導入可能性と期待される効果

①シティプロモーションの再定義

旭川市においても、観光課や産業振興課の枠内に留まらない「旭川ラーメン特化型」のプロジェクトチームを立ち上げることは極めて有効である。

- ・可能性

旭山動物園に次ぐ本市のキラークンテンツとして、ラーメンを「食」の 카테고리から「文化・都市ブランド」へと昇華させることができる。

- ・期待効果

「ラーメンのまち旭川」としての再認知。特に SNS 時代において、南陽市のような「突き抜けた公務員」の活動は、若年層へのリーチに絶大な力を発揮する。

②異業種・多メディア連携による市場拡大

南陽市が「小泉さん」とコラボしたように、旭川市もまた、映画、アニメ、ゲーム等の IP（知的財産）との連携を深めるべきである。

- ・可能性

本市を舞台にしたコンテンツや、北海道にゆかりのある作品との公式タイアップにより、聖地巡礼的な観光客を創出する。（アシリパさんのオソマラーメンとか）

- ・期待効果

従来の「観光バス団体客」だけでなく、カードラリーのような回遊施策を通じた「個人のリピーター層」の掘り起こしが可能となる。

4 導入に際しての懸念事項と課題

南陽市の成功をそのまま本市に移植する際には、以下の点に留意する必要がある。

- ・既存団体との役割分担と調整

本市には「麺類飲食業生活衛生同業組合旭川支部」や「らーめんの会あさひかわ」等、長年活動している民間団体が存在する。行政が前面に出ることで、民間主導の自律性を損なわないような丁寧な調整が必要である。

- ・「一過性のブーム」に終わるリスク

南陽市は 2016 年から継続することでブランドを確立している。年度ごとの予算や

人事異動に左右されず、中長期的にプロジェクトを維持できる体制（例えば、職員の兼務制度の恒常化など）が不可欠。

- ・公務員の「中立性」の担保

特定の店舗のみを推奨するのではなく、市全体のボトムアップを図る公平なリサーチと情報発信の仕組みが求められる。

5 本市における工夫と提言（旭川版 R&R の提案）

①「旭川ラーメン DX（デジタルトランスフォーメーション）」の推進

南陽市のカードラリーをさらに進化させ、本市の健幸アプリ等と連動させた「旭川ラーメン・スタンプラリー」を提案する。これにより、どの店舗に、どの層が、どの地域から訪れたかをデータ化し、加盟店のマーケティングにフィードバックする仕組みを構築する。

②「歴史と教育」を軸にした深掘り

本市は戦前から続くラーメン文化の歴史がある。南陽市の「リサーチ」機能をさらに強化し、旭川ラーメンのルーツを探る「アーカイブ事業」や、市内の小中学校での「食育（郷土の味理解）」に繋げる。これは、教育都市としての旭川の側面とも合致する。

③インバウンド特化型の「R&R」

南陽市は国内客が主眼だが、旭川は海外観光客の拠点でもある。ハラル対応、多言語メニュー対応など、海外視点での「リサーチ&レボリューション」を行い、世界のラーメンシティを目指す象徴的な活動を、仮想組織「旭川ラーメン課」が主導する。

6 結びに

南陽市の取り組みの本質は、「行政がラーメンを本気で楽しんでいる姿」を可視化したことにある。「ノリ」から出た「本気」なのである。

本市においても、既存の「仕事の枠」を超え、職員が愛着と誇りを持って地域の魅力を発信する仕組みを構築することが、市民のシビックプライドの醸成にも繋がると確信した。

いつの日か、本視察の結果を次期観光振興計画および産業活性化施策へと活かしていきたい。