

出張報告書

令和6年2月7日

市議会議長 様

会 派 名 公明党

代表者氏名 南 加代子

下記のとおり報告します。

記

- 1 目 的 玉野競輪事業について
広島市民球場（マツダスタジアム）について
- 2 出張先 岡山県玉野市、広島県広島市
- 3 出張期間 令和6年1月24日～令和6年1月25日
- 4 出張者氏名 南 加代子、岩崎 雅秋、友永 修
米田 貴志
- 5 てん末報告 別紙添付

視察報告書

視察報告書作成者

公明党:米田貴志

視察先:岡山県玉野市

テーマ:「玉野競輪事業」について

視察日:2024年1月24日(水)

説明者:玉野市産業振興部 競輪事業課

課長 宇山 哲司 氏 主査 木村 公香 氏

(株)チャリ・ロト 事業推進本部 玉野事業 G・小松島事業部 小松島事業 G

マネージャー 志茂 隆行

〈概要〉

玉野競輪場は、1951年(昭和25年)に全国 24 番目として設置された。開設当初の収容人数は 15,000人であるが、改修後(令和4年)は、約3分の1となる5,542人に縮小している。この点は後ほど触れる。また、玉野市が管理施行している場外車券売り場は以下の3カ所である。

・サテライト津山(岡山県:H13年8月～)

収容人数:1,000人 営業日:339日

R4 年度の車券売り上げ額:約 7 億 4,200 万円

・サテライト笠岡(岡山県:H16年10月～)

収容人数:1,000人 営業日:362日

R4 年度の車券売り上げ額:約 14 億 9,300 万円

・サテライト山陰(島根県:H18年8月～)

収容人数:720人 営業日:359日

R4 年度の車券売り上げ額:約 6 億 4,100 万円

※玉野競輪の R4 年度の車券売り上げ額:308 億 9,100 万円

これまで運営する中、やはり平成 23 年 3 月に発生した東日本大震災の影響が大きく競輪事業に影を落とし、平成 22 年度から 23 年度にかけて競輪事業特別会計の実質単年度収支が赤字となり、一般会計への繰出しが行えない状況に。※24 年度も繰出しできず。

その後、売上回復へ向け取組む中、ナイター設備を設置し、平成 28 年 1 月からミッドナイト競輪を開催。同年 11 月からナイター競輪を開催。車券売り上げや一般会計への繰出しも回復傾向に。

その後、老朽化した施設改修を目的に施設整備計画を策定し、令和 2 年 4 月から施設整備を開始する。また同時に運營業務をチャリ・ロトに包括委託を開始し、令和 4 年 3 月にリニューアルオープンした。この施設整備後と運營業務の包括委託が今回の視察のメインのところである。

○玉野競輪場の入場者数の推移

示された平成 15 年以降のデータとなるが、減少傾向であり、平成 15 年は 10 万 7 千人の年間

来場者数であったが、施設改修前の平成 31 年には 10,227 人まで減少している。ただ、改修後は(R4 年度 15,739 人) 運營業務委託先である(株)チャリ・ロトなどの努力も重なり回復傾向になっている。

○車券売り上げの推移

特筆すると平成 22 年度は記念競輪が東日本大震災で開催できず大きく売り上げを落とす(100 億以上のダウンし、約 41 億に。)しかしながら、令和 2 年度からコロナ禍の影響でインターネット投票が売り上げを伸ばし、民間ポータルが全体の 7 割強を締める現状になる。

・R2 年度:約 207 億 5,700 万円

・R3 年度:約 229 億 4,500 万円

・R4 年度:約 308 億 9,100 万円

※13 年ぶりに特別競輪サマーナイトフェスティバル(GII)開催(約 55 億円の売り上げ)

○一般会計への繰出し金の推移

・平成 15 年度~16 年度⇒2 億円

・平成 17 年度⇒3,000 万円

・平成 18 年度~21 年度⇒5,000 万円

・平成 22 年度~24 年度⇒0 円

・平成 25 年度⇒1,000 万円

・平成 26 年度⇒6,000 万円

・平成 27 年度~28 年度⇒1 億円

・平成 29 年度⇒2 億円

・平成 30 年度⇒4 億円

・平成 31 年度⇒2 億 5,000 万円

・令和 2 年度⇒4 億 5,000 万円

・令和 3 年度⇒3 億円

・令和 4 年度⇒5 億円

※平成 27 年度以降は回復傾向となり、特にここ4~5年は順調に伸びている。

さて、これらの状況を踏まえた上で、最初の質問として聞かざるを得ないことは、やはり民間委託に至った理由である。また、その相手方として(株)チャリ・ロトを選定したことも含めて知り得たいところである。

玉野市は、その理由として、本場の老朽化が著しく、先ずは施設の建て替えが喫緊の課題であった、特に特別観覧席は耐震化が出来ていないため、施設整備基本計画を策定。その後、施設整備の手法を DBO 方式と定め、事業者を公募。

そこに(株)チャリ・ロトが附帯事業(ホテル事業)を含めた施設整備という、玉野市には非常に魅

力的な提案がなされ、包括委託を含めた施設整備に至ったとのことである。加えて、これまで個別に契約していた業務を一括して委託することで、施設の効率的な整備・運用が可能となり、経費面だけでなく、民間ならではの良質なサービスの提供が期待出来る事も理由の一つである。

では、実際に民間委託された後の運営状況はどうか尋ねると、令和2年度から包括業務委託を締結し、年間5億5千万円で委託料を支払っているとのこと、その業務内容は車券発売、映像制作、広告・宣伝、警備、清掃、食堂、寝具借上、施設維持管理、及び従事員の雇用などはば業務の殆どを委託している。包括委託する以前は、過去3年間（H28年度～平成30年度の決算）の平均で6億7,000万円必要とされていたことから1億2,000万円の経費削減に繋がっている。続いて、玉野市が“魅力的”な提案としたホテル事業について、その実績をたずねたところ、初年度の稼働率は31.9%、2年目（2023年12月末現在）は48.1%の稼働率とのことであり、まだ稼働したばかりであるが、利用率のアップが今後も期待できるようである。

※2023年8月の時点で単年度黒字となっている。

※競輪選手の宿舎（低層階から6階まで）も兼ねていることから特別競輪開催時は100%になる。

※本場開催時でもホテルには一般客も宿泊可能（7・8階）

※本場開催時は選手宿泊層と一般客層は往来が出来ないよう分離出来るようになっている。

また、競輪場を民間委託したことによる特徴的な利活用について尋ねると、認知度の向上と来場動機の促進として、リニューアルオープン前の2021年に、ここ玉野市を舞台とした映画を有名人を主演に地域の方々を巻き込みながら作成（渚のバイセコー）や玉野競輪場とデザイナーコラボグッズの発売（ビームス メン 渋谷）などを展開。集客における新規客呼び込み策としては、週末開催やキッチンカーを場内に配置し、家族連れや若者を呼び込む事や、夏休みにはお子様や家族連れを呼び込む事を目的に夜市の開催。特に玉野競輪はナイター開催が殆どなので、土曜夜市などで集客をはかり、車券の売り上げにも繋げるため取組んでいて、狙いの家族連れも徐々に増えている。また、車券購入における新規呼び込み策としては（株）チャリ・ロトのサイトでキャンペーンを実施して併設しているホテルの宿泊券やクオカードをプレゼントし、相乗効果を図ることや、チャリ・ロト大口会員玉野ツアー（記念競輪開催時）などや、CLAP（キャッシュレス機）を多数導入する事により、最大1日に8場の併売が可能となっている。

さて、最も気になるのが、宿泊施設を併設した玉野競輪場のリニューアルに際して、その建設費である。その総額について尋ねると、工事費、工事監理費、設計委託料で計約20億円であり市の負担。しかしながら併設されているホテル兼選手宿舎の建設費用は委託先の（株）チャリ・ロトが負担している。その額、約30億円。

※（株）チャリ・ロトはホテルを民間に貸出し、その賃料で建設費の回収に充てている。

※ホテル建設費の返済は、20年（包括委託期間内に完済予定）

〈まとめ〉

国内初となる宿泊施設 (<https://keirin-hotel10.com/>) を併設した玉野競輪場で、その稼働状況や民間委託の現状などについて学ばせて頂いた。宿泊施設は、本場非開催時はフルで一般の宿泊施設として稼働し、本場開催時は施設内を選手宿舍層と一般客層に仕切られる。また、選手一人一人の個人部屋となることは大きな利点で、レースの疲れを肉体的にも精神的にも癒やせる点は本市と大きく違っている。

また、本場の観客動員数を大きく見直し、約 15,000 人規模から約 5,500 人規模に縮小。これは本市で開催される高松宮杯の様な BIG レースの開催をメインとするのではなく、収容人数に応じたレースの開催に集中。特にナイトレースに力を入れ、本場に家族で来場頂けるイベントを重ね、集客を図り、功を奏しているようである。このような取組みは、各競輪場の考え方であり、どちらが良いとはいいい難いところではあるが、重要なことは主目的である一般会計への繰出しと、地域の活性化、またそれらが呼応しての賑わいの創出である。

玉野市のメリットの肝心な部分であるが、委託契約(20年間)の中で、チャリ・ロトは玉野市にたいして、毎年最低保障として3億円を繰り出すとしており、3億円を超えた場合は、超えた金額の7割が玉野市、3割がチャリ・ロトに運営報奨金として配分される契約になっていることから玉野市に取っては大きなメリットではないだろうか。言い換えれば、公共施設を民間が使用し、産みだされた利益を共に分け合う WINWIN の関係と言えるのではないだろうか。この考えは、競輪場に限らず、今後の公共施設のあり方にも通じるのではないだろうか。いづれにしても、今後の競輪場のあり方として、大きなヒントに成り得ることであり、競輪場を抱える自治体は、一度は視察すべきとお奨めしたい。

さて、本市の第 2 期施設整備計画では、現在の老朽化した選手宿舍の移設と、そのことに伴う BMX コースの移転である。

その規模にもよるが選手宿舍の建設には大きな費用が伴う。玉野市の場合、選手宿舍兼一般宿泊施設の建設費は約 30 億円でチャリ・ロトが支出している。

もちろんコストだけで判断するのではないが、競輪場を、より市民及び市外の方々をも呼び込み、誰もが活用しやすく愛されるサイクルパーク、又はアーバン・スポーツパーク的発想をもとに、DBO 方式で民間と提携し、活性化を図りながら本市の支出を削減する方式を選択するのか、それとも、本市 100% 支出で建設するのか、どちらが本市において良い方向なのかしっかりと考察する事が求められているのではないかと考える。

今後予定されている岸和田競輪場の第2期施設整備計画に当たっては、今回の視察で学ばせて頂いた事をベースにしながら提案に繋げて参りたい。

最後に、今回の視察に当たって、説明員としてご教示くださった玉野競輪場の宇山様、木村様、(株)チャリ・ロトの志茂様、送迎等でお世話になった議会事務局の石井様に心から感謝申し上げます。

視察報告書

視察報告書作成者

公明党:米田貴志

視察先:広島県広島市

テーマ:「広島市民球場(マツダスタジアム)」について

視察日:2024年1月25日(木)

説明者:広島市都市整備局 都市機能調整部 広島駅周辺地区担当

課長 浅木 研一 氏 主事 齋藤 壮 氏 主任技師 山下 陽一 氏

「野球場」と言えば、これまでは単に野球専用の施設であり、来場者もプロリーグをはじめとする純粋に野球オンリーの観戦だけを目的に来場されていたが、いつ頃からであろうか、俄に社交場としての機能や、余暇を過ごす場所としても利用され始めている。また、これまで無類の野球ファン層として男性がその殆どを締めていたが、いつ頃からか、特定は困難であるが、気がつけば、ファミリー層や女性ファン層の姿が目立つようになってきている。「野球」そのものが大きく変化をしたからなのか。それとも他に決定的な要因があるのか。いずれにしても新たなファン層の獲得に成功していることは確かなのかも知れない。

競輪場を抱える本市において、何か参考に成り得るものがあるのではないかと、その様な視点であれこれと調べていると、一つの報告がネット上にアップされていた。それが「広島市民球場(マツダスタジアム)の事業スキームと地域の活性化」と言うタイトルであった。取分け、広島市民球場(マツダスタジアム)は、球場自体のコンセプトを大きく変えた先駆的な球場として聞き覚えがあるだけに、そのタイトルに釘付けになった。

カープ球団が考える、今後のスタジアムあり方として以下の3項目が掲げられていた。

- ① 地域の活性化に繋がる球場。
- ② 天然芝のオープン球場。
- ③ 野球に興味のある人もない人も世代を超え、気軽に訪れ、交流できる広場のような球場。

特に、①と③には興味を抱かざるを得ない項目である。これまでの「野球場」としての概念にはありえなかった項目だからである。

さて、本市にはご承知の通り、岸和田競輪場がある。これまで熱烈なファン層に支えられ、その収益が、本市の発展に大きく寄与してきたことはいままでもないが、現在の競輪そのものの課題としてはファン層の高齢化であり、新規来場者獲得に苦慮していることである。また、岸和田競輪場は競輪を楽しむための施設との認識が、余りにも強く、どちらかと言えば近寄りやすいイメージが強い。もちろん競輪事業者も危機感を抱き、新規ファン層の獲得に、あれこれと取組んでいることは事実である。

ダイレクトに新たなファン層の獲得に大きく繋がってはいないものの、ここ数年の売り上げはV字回復傾向である。しかしながら、それは、過去のように本場開催で毎回賑わい、来場者によって車券が売れていると言うよりは、ポータルサイトでの販売が、競輪全体の売り上げを押し上げていると言

っても過言ではない状況である。

その様な視点から考えると、これは邪推かも知れないが、開催する競輪場は必要ではあるが、現在の43場も必要なのかと言う疑問が沸いてくる。ともすれば、今後は競輪場を抱える自治体による熾烈な生き残り競争が始まるのではないか。いや、既に始まっているのかも知れない。

公営競技の設置目的は地方財政の健全化を図ることであり、一般会計への繰出である。この目的が達成できなければ、その自治体の重荷にもなりかねない。ただ、もう一つ設置目的があり、それは「関連産業やスポーツ振興などへの寄与」である。拡大解釈かも知れないが、こちらの目的を達成させることで、財政的な寄与に止まらず、地域の活性化にも寄与できるのではないかと考えるのは無理があるだろうか。しかし、そこには本市にとっての間接的な収益が見え隠れするのではないだろうか。であるならば、地域の活性化に資する施設というならば、当然のことながら、誰からも親しまれる施設であり、それこそ「競輪に興味のある人も、ない人も世代を超え、気軽に訪れ、交流できる施設」と成り得るのではないだろうか。そこにこそ、本市が競輪場施設を維持していく目的も生まれるのではないだろうか。

先に記載したが、今回、偶然にも、ネット上で、その目的を持たせる施設整備を図った広島市民球場(マツダスタジアム)を知り得た。そこで、現場に伺い、これまで記載した視点を持ち、具体的に実現したその取組みについて学ばせていた。以下、その内容について記載する。

○広島市民球場(マツダスタジアム)について

旧広島市民球場は昭和32年開設し、50年以上が経過。施設の老朽化や機能面において時代とマッチしない状況となり、多くの課題(狭小な座席、トイレの不足、狭隘な選手関連諸室など)を抱えていたことから、これまで担ってきた高次スポーツ機能の維持・強化を図る目的を継承し、広島の文化・社会的な中核拠点機能の充実・強化に大きく寄与することを目的に新球場は広島市土地開発公社が先行取得していたJR貨物ヤード跡地に建設された。

完成までの流れは以下の通り。

- ・平成17年 基本方針決定。
- ・平成18年 広島市新球場設計提案を実施。
- ・平成19年 着工
- ・平成20年 新広島市民球場条例を制定。※指定管理者制の導入。
- ・ // 5月:カープ球団とフランチャイズ協定締結。6月:指定管理者に指定(10年間)
11月:マツダ(株)が命名権取得(5年間)
- ・平成21年 完成

※他球場に先駆けてボールパークとして完成し、今後の球場のあり方に影響を与えた。

○球場の特長

- ・内外野天然芝、オープン球場:収容人数33,000人
- ・1階観客席後方に幅広のコンコース(内野12m、外野8m)を設置しグラウンドを眺めながら周回

が可能。(600m)

- ・砂かぶり席、パーティーフロア、テラスシート、パフォーマンスシート、バーベキュー席など多種多様な用途に対応可能なシートを設置。交流の場としても人気を博している。(毎年即完売)
- ・座席も大リーグ球場並みのゆとりある大きさ。十分な車椅子スペース、オストオメイト対応型トイレの設置など、障がい者、高齢者、子ども連れの方など誰もが利用しやすいユニバーサルデザインに配慮した施設。
- ・球場の地下には雨水貯留池(最大15,000㎡、内1,000㎡は施設内再利用)を設置し、地域の浸水対策に貢献している。
※球場が新設されてから令和5年9月まで、45回流入。そのうち6回フルに貯留。年間3から4回。

○フランチャイズ協定の締結について

〈目的〉

カーブ球団が将来にわたって広島を本拠地に活躍するため、球団の安定的な運営を可能とするための仕組みとして球場を活用して行える事は以下の通り。

①プロ野球興行に必要な飲食、物販施設、広告表示などの使用を許可

(飲食・物販施設)

目的外使用の許可のもと、球場内で排他的・独占的に営業が可能。

(広告表示)

目的外使用の許可のもと、内・外野のフェンスなど様々なスペースでの広告収入が認められる。

※広告収入の20%(小規模は5%)を市へ納付。

※球団から市へ納付される目的外使用料は球場建設に用いた市債の償還財源に。

②球団負担による日常的なグラウンド整備

③プロ野球興行時、カーブ球団が専用使用する施設のカーブ球団負担による整備。

○球場の管理運営は指定管理者制を導入。

- ・平成30年6月、非公募でカーブ球団を指定。

(平成31年4月から令和11年3月31日迄の10年間)

- ・利用料金制を採用

利用料金収入で球場の維持管理を行っている。

但し、維持管理経費2億6,000万円を除く利用料金収入分を市へ納付。(年度協定書あり。)

※納付金は建設時の市債の償還財源などになる。

カーブ球団は施設管理者(指定管理者)と施設利用者(プロ野球の興行主)との二つの顔を持ち、指定管理者の納付金と目的外使用料(施設占用料、広告表示料)を市に納付する仕組みになっている。その事により土地取得、球場建設時に発行した市債の償還に充てられている。

事業計画では毎年 4.6 億円が市債償還に充てる計画であるが、直近 5 年間の実績は以下の通りである、

- ・平成 30 年度⇒7.49 億円
- ・令和元年度⇒6.54 億円
- ・令和 2 年度⇒2.72 億円※コロナ禍の影響
- ・令和 3 年度⇒2.91 億円※コロナ禍の影響
- ・令和 4 年度⇒6.05 億円

※コロナ禍以外は事業計画を大きく上回る数字が計上できている。

○大規模修繕に備えた取組み

最大収容人数 33,000 人が利用する施設のため、観客など施設利用者の生命に影響を与える事故や、設備などの不具合から招く利用者サービスの低下を未然に防止するため、長期保全計画（7 年ごとに見直し）を策定。その試算額は約 65 億円（30 年）とされ、これら保全に必要とされる費用の捻出は球場の命名権収入により得ることとしている

- ・当初 5 年間×3 億円及び消費税+25 年間×2 億円（最低金額）及び消費税

※これまでマツダ(株)が取得している。以下、契約状況。

平成 21 年 4 月 1 日～平成 26 年 3 月 31 日迄⇒3 億円及び消費税（5 年間）

平成 26 年 4 月 1 日～平成 31 年 3 月 31 日迄⇒2.2 億円及び消費税（5 年間）

平成 31 年 4 月 1 日～令和 6 年 3 月 31 日迄⇒2.2 億円及び消費税（5 年間）

視察のまとめ

広島市民球場（マツダスタジアム）の建設経緯とカーブ球団との関係について説明を受けたが、非常に良い関係であることがうかがえる。そこで、最後に広島市民球場（マツダスタジアム）が、これまでの球場の概念を変える事が出来た理由について尋ねたところ、以下の様な答えだった。

「ここまで、球場が変化した大きな要因は、フランチャイズ契約をしたカーブ球団の提案である。広島市とすれば、球場の基本形を設置したのみであり、球団が考案したコンセプトに基づいて変化している。広島市はそれら様々なシートや飲食をはじめとする物販コーナーや、目的外使用などの提案を受け「承認」している状況であり、それは現在進行形であり、今も進化している。毎年、何かしらの提案があり、その都度、球団と広島市が協議を重ねて「承認」するか、否か判断している。」と。

拡大解釈かも知れないが、球団といえども民間である。要は時代のニーズなどを敏感に感じ取り、それらを取り込む民間のアイデアを生かしながら進化させ続ける公共施設と言えるのではないだろうか。もちろん、そこに柔軟な対応で、そのアイデアを実現させる官（広島市）の後押しも感じずにはいられない。もっと言えば官民共に呼吸の合った二人三脚のようである。

このような素晴らしい WIN・WIN の関係が引いては大きくまちづくりに寄与する事を実感させて頂いた。であるならば、今後の岸和田競輪場施設整備第 2 期計画を進めるの当たっては重要な考察になるのではないだろうか。

最後に今回の視察に際し、説明員としてご教示くださった広島市都市整備局の浅木様、齋藤様、山下様に心から感謝を申し上げます。

追記

施設を実際に拝見した第一印象は派手な球場というイメージである。それは至る所に企業のイメージカラー通りの広告が掲げられているからである。それは TV で映らないところにも、所狭しと存在している。少人数で利用できる BOX 席のテーブルにまで。その理由は球団が提案し、広島市が承認し、改修に伴う費用に充てるためであろう事が推察できる。

また、4、5 人から 150 人位までのグループで利用可能な席やスペースが多く、場所によっては試合を見ながらバーベキューを楽しめる席まである。そして単席においては、ダイヤモンドに限界まで近づいている席もあり、打球音や投手が投じたボールがミットに収まる音まで鮮明に聞こえるのではないかと思えるほどである。また、楽器等を使って応援する席も決められている。もっと驚いたのは、隣接するスポーツクラブからトレーニングしながら試合を見られる施設が隣接している。

このスポーツジムは、実は広島市が、マツダスタジアムを核として、民間事業者による集客施設やスタジアムに必要な駐車場を整備し、スタジアムと一体となった、年間を通じて賑わいのある空間を創出しようとする空間に建設された施設の一つである。簡単に紹介すると、球場をはさんで A 地区、B 地区に分かれている。

A 地区はカープ球団の室内練習場とゲストハウス型婚礼施設、分譲住宅（ポールパークレジテンス II）、B 地区には大型商業施設（コストコ）、スポーツクラブ（ルネサンス）、分譲住宅（ポールパークレジテンス）が建設されている。