

## 厚木市新たな交流拠点検討委員会 第3回会議 会議録

- 会議主管課 行政経営課
- 日時 令和7年12月15日（月）午後3時から午後5時まで
- 開催 厚木市役所本庁舎 3階 特別会議室 及び オンライン
- 出席（敬称略）

[委員（13人）]

大竹 弘和、石塚 修、村岡 亜希子、吉村 博史、小杉 伸夫、上林 功、  
山本 智明、玉田 太郎、田村 卓士、千葉 昭浩、花内 誠、古澤 彬弘、  
若菜 雄樹（選出区分順）

[事務局]

企画部長、企画部次長、行政経営課長、公共施設マネジメント係長、公共施設マネジメ  
ント係副主幹、主事

基礎調査機関（株式会社日本総合研究所2人、株式会社梓設計1人）

[傍聴]

あり2人

### ■ 資料

次第

資料1 本編資料一式

### ■ 次第

- 1 開会
- 2 あいさつ
- 3 案件
  - （1）施設計画について
  - （2）アリーナ整備からまちづくりへの訴求方策について
  - （3）サウンディング調査の実施について
- 4 その他（連絡事項等）
- 5 閉会

## 案件 会議録

### (1) 施設計画について

資料1に基づき、基礎調査機関（株式会社日本総合研究所）より説明。

#### (上林委員)

各パターンにおけるコートの向き・配置の基本的な考え方を聞きたい。

#### (事務局)

スポーツを基本の用途とする口の字型の座席配置のパターンと、音楽イベントを主用途とする扇形の座席配置のパターン、そして、それらを融合したU字型の座席配置のパターンの3パターンのモデルプランを作成した。扇形の座席配置の場合、アリーナフロアの配置を縦から横へ回転させ、コートサイド側からたくさんの観客が見られる形状である。

#### (上林委員)

扇形の座席配置のパターンのようにホスピタリティエリアがコートエンド側の後ろにあるのは、スポーツ用途のアリーナでは珍しい配置である。また、U字型の座席配置では、コートエンド側の座席ボリュームが大きいのが、一般的にスポーツ興行においてはコートエンド側の座席は売りにくい席種である。そのため、東西方向にコートを配置した上で、メインスタンド・バックスタンド側にホスピタリティエリアを設けたモデルプランが考えられる。国内事例としてはジーライオンアリーナ神戸のようにコートエンド側の座席を減らしたものがある。

#### (花内委員)

フロアサイズが約 2,500 m<sup>2</sup>のモデルプランが示されているが、同様のフロアサイズである横浜 BUNTAI は、横浜市からの要望もあり、興行に適するサイズよりも広いサイズを確保して設計されている。その結果、プロスポーツ興行の際には少し間延びした印象となっている。プロスポーツ興行に適したアリーナとするのであれば、長崎スタジアムシティにあるハピネスアリーナと同程度のフロア面積とし、U字型の座席配置とするのも一案である。また、劇場音楽型のモデルプランでホスピタリティエリアがコートエンド側に設定されているのは、コンサート利用時を考慮したからだと推察する。エントランスの向きについては、幅の狭い南側の道路の扱いが論点となると思われる。北側エントランスの場合、大型車両の搬入スペースを確保するのが難しいように見える。

#### (吉村委員)

市民として、北側エントランス案が良いと所感する。理由は、大手公園は狭いため滞留スベ

ースとしての活用は難しいと思われることに加え、厚木中央公園との連続性を重視すべきと考えるためである。北側エントランスとすれば、幅が広く交通量の多い道路側から見た際に、何かをやっていると分かって良いと考える。北側エントランス案のデメリットとして観客の誘導の必要性があったが、遠回りさせた動線にイベントのお知らせ等を掲示して、まちを盛り上げるような仕掛けができればいいと思う。

（千葉委員）

主用途をプロスポーツとコンサートとして、モデルプランを3パターン作成しているが、市民利用の視点等を入れて考える必要はないのか。5,000～6,000席規模であれば、収益性の高いプロスポーツや音楽コンサート興行を十分に誘致できない可能性もあり、まちづくりという視点で、価値の活性化のために、このアリーナをどのように位置付けるのか、もう少し検討が必要ではないか。

（大竹委員長）

市民利用に重きを置くと採算性が難しい。市民利用を重視した施設が市内に十分にあるのであれば、興行に重きを置いた施設でも良いと考える。

（千葉委員）

市民利用というのはアマチュアスポーツだけではなく、地域のアリーナという意味もある。エンタメを持ってくることだけではなく、厚木という街を活性化させていくためのイベント等を官民で連携して作っていく際に活用される可能性も考えた方が良いと思う。

（古澤委員）

コートエンドにホスピタリティエリアを設けるのは、Bリーグでもあまり例がない。ゴールの裏になるため、見切り席となり、コートサイドの座席より価値が落ちるためである。また、コートサイドの奥行きが広すぎるのも好ましくない。例えば、旧須賀川アリーナは、コートサイドのロールバックが長いが、その中央に中継用のカメラが設置されると見切り席が多く発生してしまう状況である。

（上林委員）

バスケットボールの場合、コートエンド側の席は見えづらいため、熱狂的なファンを除き、観客にあまり好まれない。スポーツ特化型にする場合でも、コートを東西方向に配置し、人気の高いコートサイドの座席を南北方向に広く伸ばすような配置も考えられる。南北にメインスタンドを広く配置する場合、南北両方にエントランスを設けるダブルフェイスのパターンもあり得ると考える。

（田村委員）

現状、本庁舎跡地のみを事業範囲としているが、大手公園も事業範囲としてはどうか。来客動線や周辺との連動性の観点からも好ましいだろう。また、駐車場等に活用することで、よりよい配置計画を設計できるとも考える。隣接している土地であり、一体的にストーリーを考えることがよいと思われる。

（大竹委員長）

私も大手公園を事業範囲として含めたほうが良いと考えている。ただし、様々な合意形成が必要で、すぐには結論が出ないテーマである。

（若菜委員）

厚木中央公園の避難スペースと連動してアリーナを活用する際の使いやすさも、配置計画を検討する上で一つの要素になる。住民の安心・安全を守っていくという観点からのメリット・デメリットを整理してはどうか。

（事務所）

付近の厚木中央公園と厚木中学校は、指定避難所として指定されている。避難所との連携の観点からは北側エントランス案にはメリットがある可能性があり、改めて整理する。

（村岡委員）

市民として、北側エントランス案が良いと考える。メインエントランスが南側の細い道路に面することは想像しにくい。また、エントランスを北側に設けることで、イベントの際のグッズ販売等で広いスペースが必要な際に、厚木中央公園と一体で使えるのはメリットである。

（千葉委員）

敷地の制限が厳しく、諸室が少なく感じる。多目的に使える諸室が少ないと、オープンハウスアリーナ太田のようにBリーグの試合以外では使いづらいアリーナになってしまう。様々な催しに対応するのであれば、多目的の諸室を多く確保することが望ましいが、本庁舎跡地に全ての必要な機能や諸室を収めるのは少し難しいと感じる。

（花内委員）

スポーツを主用途として設計すると、コンサートには不利な構造になってしまうように、各パターンにおいて、メリット・デメリットが存在するため、このアリーナで何をやるかによって適した構造が異なる。本庁舎跡地の活用事業であるという前提条件の下で、資料で示されたパターンの中で一応いずれかの方向性を見極めながら、具体的なコンテンツについて

は別途議論が必要である。

（上林委員）

一言で音楽利用といっても、規模は大きいものから小さいものまで幅がある。コンサートを開催する施設としてはアリーナや音楽ホールがあるが、一般に音楽ホールと呼ばれる施設は基本的には 1,000 席を超えれば大きい規模と言われている。どのような音楽で利用するかによって適した規模が異なるため、音楽利用を主用途とするにしても、このアリーナでどのようなコンサートをメインにするか考える必要があるとともに、スポーツ利用に関しても、市民利用を含めてどのような使われ方があるのか、具体的なイメージを詰めて検討すべきである。例えば、アメリカのナッシュビルという街は、カントリー音楽の聖地だが、大小様々な規模の施設を中心に街中が活気づいている。厚木市の特徴を生かして、街と連動するようなコンテンツのあり方について検討できるのではないかと思う。

（田村委員）

厚木市民の利用を考えると、駐車場計画や公共交通機関の臨時バス計画等の移動手段も考慮しながら、本アリーナがどう人を集めるのかを考えていかなければならない。仮に自家用車で来場することになると、厚木中央公園の地下駐車場では不足するだろう。厚木市外からの利用については、本厚木駅から来場するため問題はないと思われる。

（千葉委員）

来場者のアクセス性と一部反比例する部分があるが、街の活性化を目的とすると、施設のすぐ近くに十分な数の駐車場を用意するのではなく、周辺にある程度の数の駐車場を設けた上で、徒歩圏内の市街地内の駐車場の利用を促し、そこからアリーナにアクセスする間に買い物や飲食をしてもらって経済の活性化を図るという考え方もある。

（花内委員）

厚木市民で本厚木駅を使う人も多いと思われる。街の活性化も本事業の大きなテーマであり、本厚木駅も比較的近いため、多くの来場者が公共交通や徒歩で来場することが想定され、駐車場台数は概ね十分かと思われる。

（上林委員）

大規模駐車場は必ずしも渋滞解決につながらないケースが多い。交通工学的に見ても大規模駐車場を設置するのであれば、それに耐えうる大きな道路を新たに造らなければ渋滞のリスクがある。

（吉村委員）

車両動線については、現在でも市役所に右折で入ろうとする車両によって渋滞が発生することがある。右折入庫を防ぐポールを設置する等の渋滞緩和の工夫が必要である。

（花内委員）

本事業では稼ぐアリーナを目指しているが、近年、同じような作り方をし、全国的なコンテンツを開催するアリーナが増えており、各地域の独自のコンテンツが生まれにくい構造にあると考える。厚木のオリジナルコンテンツをこのアリーナでどう育てるのかという議論が今後どこかで必要になると思われ、その議論は配置計画にも大きく関わるだろう。

（大竹委員長）

国内で近年新設されたスポーツ施設は、人口比で30%ほどの利用率があるとされているが、世論調査の結果にて、地域住民の2%ほどにしか利用されていない、つまり市民利用型のアリーナはほとんど特定の一部の市民が繰り返し使っている状況が示されている。今後は、そのような状況から、コンサート鑑賞やスポーツ観戦等の様々なイベントやちょっとした利用で、多様な市民が年間を通じて何度も訪れることで交流が生まれるという姿に変えていきたいと考えている。そのためには、市民利用も含めて、見るための場所として作るのが好ましいと考える。今後、議論したいと考えている。

（千葉委員）

Bリーグのアリーナ展開に関わっているが、Bリーグが目指している姿も同じで、スポーツを通してどうやって街を活性化させるかを考えている。例えば、試合の観客を周辺の街に回遊させる工夫のほか、ホスピタリティエリアを用いて地元企業間のビジネスマッチング等を行い、地域経済の活性化を図っている事例がある。本事業でも、興行に供される客席の規模だけでなく、各種諸室についても街の活性化という視点から必要なスペースを考えていくことが重要である。秋田県で進めているアリーナ計画では、図書館機能等も設置され、中高生も含む多世代が365日利用できる計画となっている。エンタメも大切だが、市民の日常的な用途も重視して、敷地や周辺の公園の利用方法を検討すべきである。

（山本委員）

市民として地域のイベントに携わっているが、市民が気軽に使える施設が良いと思う。また、厚木中央公園でイベントがある際には雨で中止になることもある。天候に関係なく安心して使える施設となることが望ましい。

（２） アリーナ整備からまちづくりへの訴求方策について

資料1に基づき、基礎調査機関（株式会社日本総合研究所）より説明。

（若菜委員）

若菜委員提供資料に基づき、デジタル技術を活用したエリアマネジメントの参考事例として、NTT グループの取組内容（IWON、FEEL TECH、スポーツ配信の仕組み、スポーツ DX によるまちづくり）について説明。

（上林委員）

資料 12 ページのカスタマージャーニーマップを見ると、ライフスタイルそのものがデジタル技術や情報端末とともにあり、ビジネスにおける顧客体験価値ともつながっていると感じる。事例調査の中でも、ジーライオンアリーナ神戸が、街と個人の情報端末をつなげることでまちづくりを行う事例が紹介されていた。一方で、ここで大切なのはデジタル技術を使うことではなく、プラットフォームを作り、デジタル技術等を用いて色々なことができる場を用意し、まちづくりを進めることにある。一例としてアリーナなどでは、大空間や開催されるコンテンツを活用し、リビングラボとして市民共創をどのように生み出すかという考え方になるだろう。先行事例として、山口情報芸術センター YCAM では、大空間を活用した東アジア有数のメディアセンターであるが、市民が参画するデジタル技術を用いた運動会等のイベントも行っている。デジタル技術をプラットフォームとして、将来的な厚木市の全体まちづくりを考えるというアイデアはアプローチとしてあり得ると思う。

（花内委員）

カスタマージャーニーマップを一般論とした上で、厚木市の場合はどうするかという議論をしないと他との差別化はできない。見るアリーナを前提として、厚木市として具体的に何を見るのかのイメージがないまま議論が進んでいるように感じる。ただし、全国でも、施設整備の際にはハードに対して中身のソフトの話は置き去りになる傾向にあり、議論の進め方が難しいと感じる。

（石塚委員）

カスタマージャーニーマップの中で発生する行動の範囲は広ければ広いほど良い。遠い話になるかもしれないが、厚木市内には温泉があったり、美味しいラーメン屋が多くあったりする。そういった厚木市の魅力とアリーナで行われるイベントを DX によって連携させ、アリーナを起点にイベント前後で来場者に厚木らしさを体感してもらうことで、厚木ならではの独自性を表現することに繋がるのではないかな。

（３） サウンディング調査の実施について

資料 1 に基づき、基礎調査機関（株式会社日本総合研究所）より説明。

（上林委員）

建設会社にサウンディング調査を行うとあったが、昨今の物価高や繁忙な状況もあり、断られる可能性はないのか。

（事務局）

調査対象は、これまでに先方から働きかけを受けた会社や関心を寄せている会社を想定している。

（上林委員）

それなら問題ないが、サウンディング調査では建設会社各社から快い返事があったにもかかわらず、入札参加者が辞退して入札手続が中止になった事例もあり、実態がどうなるかは先読みできない難しい状況だと推察する。一方で、各社と会話する中で、代表企業にはなれないが、建設会社の構成員としてなら参加できると考えている中堅の建設会社は一定数いると所感する。物価高が深刻化する中で代表企業のリスクを負いたくない建設会社が増えている状況を考慮すると、建設会社以外が代表企業を務める可能性も含めて調査対象を選定してはどうか。本事業では建てるだけではなく運営を重視するという在り方のメッセージにもなり、サウンディング調査においても運営段階について良い議論ができると考える。

（事務局）

ある程度意欲的で運営段階を含めてリスクを負うことを承知している建設会社を調査対象とし選定している。その上で、代表企業の交代制等の柔軟な対応の要望を受けた場合には、一企業の意見として検討に活かしていく。調査対象企業のバランスとしては、運営会社も比較的多く選定している。

（大竹委員長）

従来の PFI 事業では建設会社を中心となっていたが、これからはエンタメ通信系の企業が中心になる可能性もあり、調査対象をもう 1 社増やしてはどうか。デベロッパーも同様である。建設会社については、場合によっては劣後しても良いと考える。

（花内委員）

質問項目（案）について、事業者からは「何を見せるか」の意見を集めるのが最も重要だと考える。事業者にとっては、年間の仮のコンテンツスケジュールがあると回答しやすいと考える。コンテンツについての聞き方を工夫する必要がある。

（小杉委員）

コンテンツスケジュールの想定がないと、ハード面や様々な取組に関するアイデアや意見を出すのは難しいと思われる。



（事務局）

事業者には、既存のイベントや厚木の強みを整理した資料を提示したうえで意見交換できればと考えている。また、第2回の委員会で報告した需要調査の結果も説明し、年間稼働日数の想定を事業者に開示することを考えている。

（花内委員）

コンテンツスケジュールは、事業者が提案をすることではないか。サウンディング調査の段階では、まだ議論する必要がないということか。

（大竹委員長）

事業者は、具体的なコンテンツについては、他の提案者との差別化のため、最終的な提案の段階で提示する。コンテンツのアイデアについては、サウンディング調査では答えてもらえにくいのが実態である。

（事務局）

実際のコンテンツは、最終的に事業者が提案するものであり、本市としては、どのような条件を設定すれば、事業者に良いアイデアを提案してもらえるかの判断材料を収集したい。

（花内委員）

それでは、サウンディング調査でコンテンツのアイデアを聞く意味はあるのか。

（事務局）

聞く意味はあると考えている。例えば、事業者募集の際に、事業者に対してプロスポーツができる施設を要求するのか、スポーツも音楽もできる施設を要求するのかは、事業者の考えを聞いたうえで、発注者として本市が線引きを決める必要がある。

（田村委員）

収益性に関しては、どのような聞き方をする想定か。施設の条件を提示した上で想定される収益を聞くパターンと、一定の収益が期待できるイベントをどの程度開催できるかを聞くパターンが考えられる。

（事務局）

収益性について、事業者はそこまで具体的には回答しない。基本的にはこのアリーナで事業を展開するために必要な条件は何かを聞くことになる。例えば、建設費に対して一定の財政支援があれば、民間事業者のビジネスとして検討の俎上に乗るのかなどの条件に関する意

見を集め、最終的に本事業の条件を設定することを想定している。

（田村委員）

どのような条件があれば事業者は収益性を上げられるのかを聞くということで理解した。それを踏まえると、このサウンディング調査では、事業者はこのアリーナにどういった価値を付与、または見出して運営をするかを聞き、事業者の設定する価値に対して、財政負担をどの程度見込むのかを検討するということか。

（事務局）

おっしゃるとおりである。

（上林委員）

サウンディング調査においては、質問の仕方が重要である。今回知りたい事業成立に必要な条件は、事業者からは意見が出にくい。事業者にとっては、いかに支出を削減した収益性の高い計画を立てるかが最も重要だが、それでは厚木市のためにならない。そのため、サウンディング調査では、市で考える施設の方向性や、例えばデジタル技術のようなベースとなる施設仕様を伝え、それを生かして何が提案できるかを聞くのが良いと考える。

（事務局）

コンセッション方式では、建設費の一部を公共が負担し、サービスのバリューアップは独立採算で民間事業者の提案で投資するという仕組みであり、このアリーナも同様の方式を念頭に置いている。サービスといったソフト面について本市が具体的な案を提示するとなると、事業に参画できる事業者は限られてしまう。

（上林委員）

条件の制限の少ない公募では、大手企業に有利となり、幅の狭い提案になってしまい、公募の構造として良くないと考える。そのため、サウンディング調査では、ベースとなる仕様等は本事業とは別でも検討を進めることを前提とした上で、事業者として何が提案できるのか意見を募ってはどうか。それが厚木市らしさにつながる可能性もある。

（花内委員）

コンテンツといったソフト面についてサウンディング調査をしないのか。

（事務局）

コンテンツについてもサウンディング調査を行う。例えば、ネーミングライツ導入のためには、プロスポーツクラブが必要であるといった議論は想定されるように、事業手法や条件の

設定にあたり、コンテンツに関する意見交換はさせていただく。

（花内委員）

ハード面のプロデュースとソフト面のプロデュースの二面性が必要である。従来の施設整備ではハード面とその金額に関する議論が先行しがちだが、厚木市のコンテンツのポテンシャルを考えると、スケジュール次第ではあるが、ソフト面のサウンディング調査を先に行い、そのソフト面の議論を踏まえ、ハード面のサウンディング調査を行う方が良いと思料する。

（上林委員）

同意見である。これまでは、建設会社が運営会社やコンテンツを保有する会社にアプローチするようなプロセスが主流だったため、ハード面の議論が先行しがちであった。しかし、ソフト面の議論を先に行うことで、運営会社等が建設会社にアプローチすることになり、よりサービス重視の事業にできる可能性がある。

（花内委員）

事業者ではなく、厚木市として、アリーナで行うコンテンツのプロデュースをどうするのかを考えなければならない。そうでないと、日本全国にあるチェーン店のようなアリーナとなってしまう、多くの方に利用されるアリーナにはならないと考える。厚木らしさを作り出すためには、可能かどうか分からないが、例えば、地元出身のアーティストに、有識者として厚木市にアリーナができたらしどのように使うか意見を聞いてみたらどうか。

（村岡委員）

先日のあつぎミュージックフェスティバル 2025 において、厚木市出身の有名アイドルが厚木を盛り上げていきたいと話していた。その他にも厚木市出身の芸能人やスポーツ選手はいるため、そのような著名人を活用してイベントを行うことができると、子どもたちにとっても良いと思料する。

（大竹委員長）

サウンディング調査は事業者にとっては営業の場であり、正確な情報を得るのは難しく、具体的なソフト面の議論はしづらいと認識している。他にも、近年では e スポーツも盛り上がってきているが、このアリーナを e スポーツの会場として活用するのはどうか。

（花内委員）

e スポーツの会場にできる可能性はもちろんあるが、具体的な提案は事業者に委ねられているとしても、厚木市で e スポーツを開催する必然性のストーリーを構築できるか次第であ

る。独自のストーリーをプロデュースできないのであれば、全国にあるような一般的なアリーナを作るほかない。

（上林委員）

スタジアムやアリーナと劇場の違いに、館長の有無がある。劇場の館長は大局観のもとでその劇場のコンセプトを決定する立場であるが、本事業でも館長のようなアリーナのコンセプトを示す役職を設けることを条件にすることも一案である。公募の際に審査基準が明確となるとともに、提案したコンテンツを運営段階で実施することを保証させるという意味でも役に立つかもしれない。

（田村委員）

民間事業として収益性を最優先とするのであれば、時代の潮流に乗ったコンテンツを提供する低グレードの施設という選択肢がある。しかし、このアリーナは公共施設として長期間供用されるため、ある程度継続性のあるコンセプトがないといけない。時代が変わり流行が変わっても何かが呼び込めるという持続性が必要であり、ターゲットを絞りすぎず、文化芸術やスポーツといった広い視野でコンテンツを捉えるべきである。検討に当たっては、大局観のある事業者にサウンディング調査をしてみたいかがか。

（花内委員）

自分がプロデュースをしたら、厚木市の街のコミュニティのシンボルと、コンテンツのシンボルを重ねるようなアプローチが考えられる。例えば、プロスポーツクラブが有名な漫画とコラボレーションすることで、その漫画のファンと厚木市に愛着を持つ人が同じコンテンツで重なりあって独自のコンテンツができる。また、音楽でも同様であり、例えば、地元出身の有名アーティストに定期的にコンサートを行う場を提供する代わりに、投資や運営に参加してもらうようなパターンが考えられる。

（事務局）

御指摘の内容は事業者側で検討されることが望ましい。本市が公平な立場としてできるのは、基金などを設置して事業者の提案を支援する体制を構築することである。本市としてどこまでできるかを考えなければならない。

（花内委員）

市民や事業者を巻き込んでアリーナ整備とまちづくりを関連させた議論をしないと、具体的に何をつくるのか市民にも見えてこない。

（千葉委員）

従来のサウンディング調査は、事業者に予算や工期が合うかを確認するというものを作るためのものになっている。本事業では、街の活性化を目的とし、厚木市としてどのようなまちづくりを行い、このアリーナをまちづくりの中にどう位置付けるのかを提示し、事業者の関心の有無を確認するサウンディング調査とする必要がある。

（事務局）

本市としての基本的な考え方は、本年３月に策定した多目的アリーナ整備方針で示しており、事業者がそれを読み取って独自性のある提案をしていただくことを想定している。

（大竹委員長）

サウンディング調査は、基本的には資料に記載の形で行うが、改善すべきと考える質問項目については、委員は個別に事務局へ連絡し、提案することとする。

（大竹委員長）

今後の委員会の進め方について提案をさせていただく。これから具体的な事業計画を検討する段階に入る。その際には専門的かつ技術的な議論を展開する必要があるが、時間の制約や内容の専門性から全てを本委員会で決めるのは難しいため、本委員会から専門的な知見を有する委員を選出した専門委員会のような部会を組成して基本的な方向性を決定した上で、本委員会に諮るという進め方をしてはどうか。部会は何かを決定するものではなく、基本的な方向性を位置付けるものである。

（委員）

異議なし

（大竹委員長）

それでは全ての案件が終了したので閉会する。

## 5 閉会

以上