

官民連携によるにぎわいの創出について

| 目次 | ページ |
|------------------|----------|
| 1 関連計画・構想 | …… 2～15 |
| 2 官民連携の主な取組み | …… 16～21 |
| 3 長崎スタジアムシティとの連携 | …… 22～33 |

令和8年6月
まちづくり部、企画政策部

1 関連計画・構想

(1) 長崎まちづくりのグランドデザイン2050

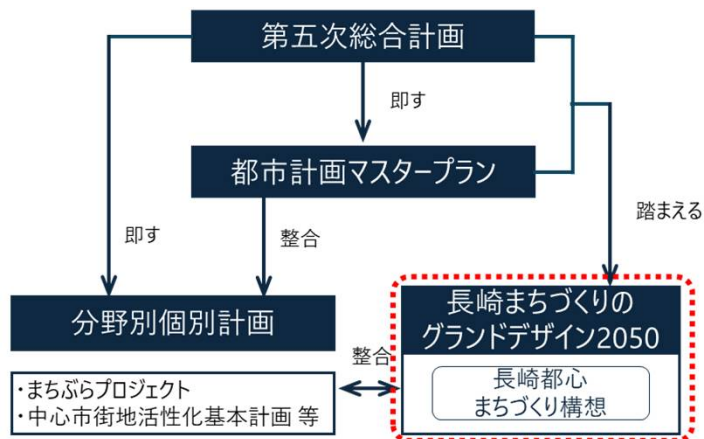
ア 概要

策定背景

- 人口減少対策が喫緊の課題であり、まちづくりの分野からも、経済再生・定住促進につながる取組みが必要。
- そのうえでは、「100年に一度」のまちづくりにより生まれた新たなまちの基盤のポテンシャルを最大限に活用し、新たな魅力とこれまで培ってきた魅力の融合による新たな価値の創出が重要。
- 併せて、これらの取組みを強力に推進するためには、官民がベクトルを合わせて取組みを進めることが重要。

グランドデザインの位置づけ

経済再生・定住促進につながる長期的なまちづくりの方向性を、市民や事業者、大学、行政など多様な関係者と共有し、それぞれの強みや主体性を生かしながら、「オール長崎」でまちづくりの推進を目指すもの。

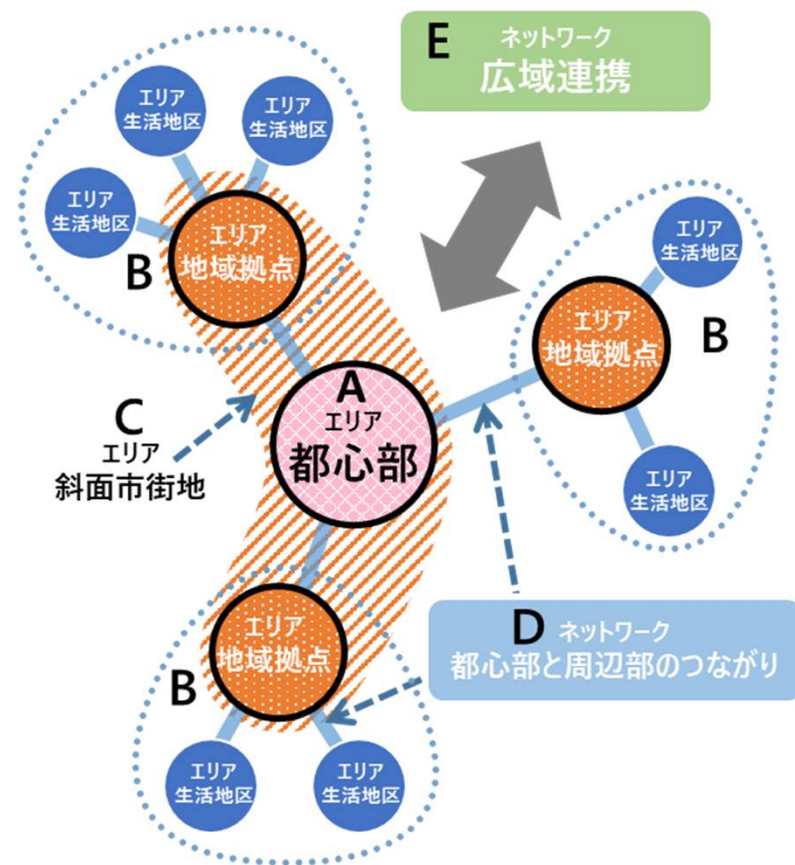


目標年次

2050年

5つのテーマ

将来都市構造「ネットワーク型コンパクトシティ長崎」を踏まえ、エリア・ネットワークごとに5つのテーマを設定し、テーマごとにまちづくりの方向性を整理。

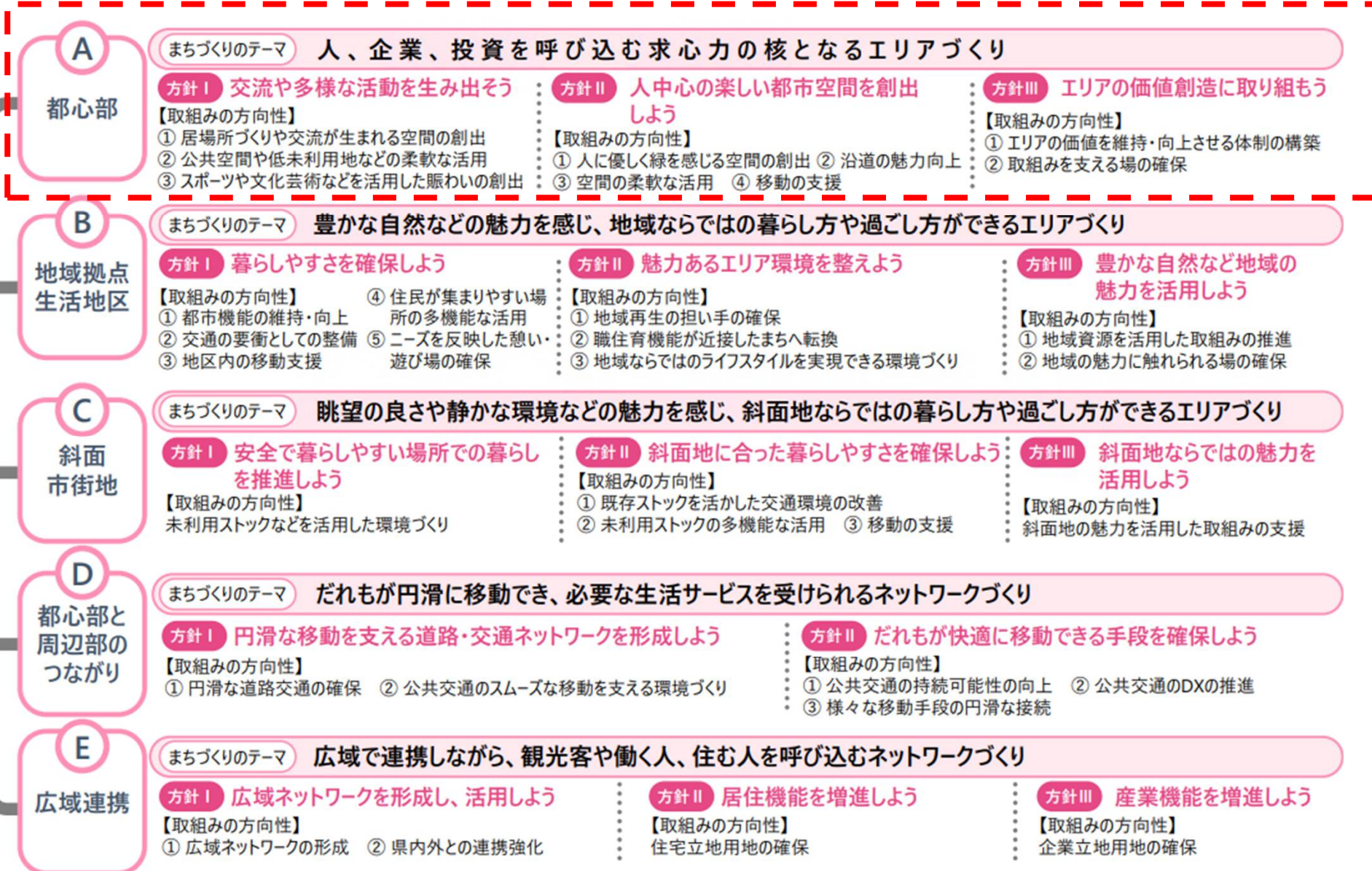


1 関連計画・構想

ア 概要

【市全体】
まちづくりの
テーマ

多様な魅力が多くの人・企業をひきつけ、長崎独自の暮らし・過ごし方を選択でき、だれもが安全・安心に暮らせる長崎づくり



1 関連計画・構想

イ 都心部に係るまちづくりの方向性

A 都心部

まちづくりのテーマ

人、企業、投資を呼び込む求心力の核となるエリアづくり

ポテンシャル

交流拡大

- ・長崎駅周辺再整備、
- ・長崎スタジアムシティ開業
- ・松が枝国際観光船埠頭2パース化

主な状況や問題点

交流や多様な活動を
生み出す空間が不足

各エリアを結ぶ魅力的な
回遊動線が不足

まちなかは空き店舗や駐車場が
増加するなど求心力が低下

方針1 交流や多様な活動を生み出そう

取組みの
方向性

① 居場所づくりや交流が生まれる空間の創出

市民や来訪者が心地よく過ごせる場所や交流が生まれる空間の創出。

② 公共空間や低未利用地などの柔軟な活用

公共空間やオープンスペース、低未利用地などを多様化するニーズなどを踏まえて柔軟に活用。

③ スポーツや文化芸術などを活用した賑わいの創出

長崎を象徴する伝統文化や、スポーツ、音楽、アートなどのまちづくりと親和性の高いコンテンツを活用し、賑わいを創出する取組みの推進。

取組みのポイント

試行を重ねながら使われる空間づくり

- 民間等
- ・社会実験等の取組みに連携・協力
 - ・民有地での居場所づくりや交流空間づくりの実装を検討 など



行政と民間の橋渡しや空間活用の企画コーディネート機能等が必要

- 行政
- ・社会実験等を通し、空間に求められるニーズの把握
 - ・居場所づくりや交流空間づくりの実装の推進 など

取組みのポイント

民間等が力を発揮しやすい仕組みづくり

- 民間等
- ・ニーズを捉えたコンテンツの提供 など



行政と民間の橋渡しや空間活用の企画コーディネート機能等が必要

- 行政
- ・公共空間利活用に向けた規制緩和
 - ・民間ノウハウやアイデアを取り入れる仕組みづくり など

取組みのポイント

地域内外のクリエイターなどの活動の場の確保と連携の仕組み

- クリエイターなど
- ・地域内外のクリエイターが連携し、文化芸術等に触れられる機会の提供 など

- 民間等
- ・活動の場の提供
 - ・アーティスト等の支援 など



行政と民間の橋渡しや地域内外のクリエイターを連携させるコーディネート機能等が必要

- 行政
- ・活動の場の提供
 - ・活動を支援する仕組みづくり など

取組みイメージ

※取組みの一例であり、事業の実施を決定するものではありません。

1 関連計画・構想

イ 都心部に係るまちづくりの方向性

A 都心部

まちづくりのテーマ

人、企業、投資を呼び込む求心力の核となるエリアづくり

方針Ⅰ 交流や多様な活動を生み出そう

取組みの方向性

① 居場所づくりや交流が生まれる空間の創出

市民や来訪者が心地よく過ごせる場所や交流が生まれる空間の創出。

② 公共空間や低未利用地などの柔軟な活用

公共空間やオープンスペース、低未利用地などを多様化するニーズなどを踏まえて柔軟に活用。

③ スポーツや文化芸術などを活用した賑わいの創出

長崎を象徴する伝統文化や、スポーツ、音楽、アートなどのまちづくりと親和性の高いコンテンツを活用し、賑わいを創出する取組みの推進。

兵庫県神戸市

東遊園地の再整備

- 市民と行政と一緒に社会実験等を重ねながら、にぎわいのある「神戸が誇る」公園へと再整備する取組み



出典：神戸市

<取組みの効果>

社会実験を通じて空間づくりとプレイヤー育成が進み、芝生広場では連日イベントや活動が行われるなど、新たなにぎわいを創出。年齢や国籍問わず多様な人々が集う居心地の良い空間を実現している。

富山県富山市

民間活力を取り入れた公園管理

- 市中心部という好立地に位置する富山城址公園において、民間活力を取り入れ公園管理の課題解決を図る取組み



出典：富山市

<取組みの効果>

民間事業者との対話を通じて、公園管理に事業者が参加しやすい環境を整備。民間のノウハウを活かし、維持管理費を縮減しながら、多様な活動を生み出している。

兵庫県神戸市

KOBEまちなかパフォーマンス

- アーティストの活動機会の創出や支援の仕組みを構築し、音楽等の力をまちづくりに活かす取組み



出典：神戸市

<取組みの効果>

まちの魅力向上に向けて、市公認の様々な場所で、文化芸術やエンターテインメントを日常的に楽しめる環境を創出している。

参考事例

1 関連計画・構想

イ 都心部に係るまちづくりの方向性

A 都心部

まちづくりのテーマ

人、企業、投資を呼び込む求心力の核となるエリアづくり

方針Ⅱ 人中心の楽しい都市空間を創出しよう

取組みの方向性

① 人に優しく緑を感じる空間の創出

道路空間の再構築や歩きやすい歩道整備など、人中心の安全・安心・快適な道路空間の創出。

② 沿道の魅力向上

建物の1階をまちに開かれた空間とするなど、沿道の魅力の向上。

③ 空間の柔軟な活用

多様な使い方を可能とする空間・仕組みづくりと、活用する担い手の確保。

④ 移動の支援

まちの賑わいを感じながら移動できる手段の導入。

取組みのポイント

- 社会実験等の段階的アプローチによる合意形成と空間に求められる機能の把握
- 都市空間を活用する体制づくり

整備前



背景画像出典：松山市「みんなで歩いて暮らせるまちづくり（街路整備）」

整備後



取組みのポイント

- 持続可能な運営体制と仕組み

民間 | 緑の維持（アダプトプログラム※）など

※ アダプトプログラム：
市民と行政が協働で進める「まち美化プログラム」

行政と民間の橋渡しや空間活用の企画コーディネート機能等が必要

行政 | 道路空間の再構築
公共空間を活用できるルールの見直し など

民間・行政 | 持続可能なモビリティ運行 など

沿道事業者 | 沿道空間の魅力向上
歩行空間の活用 など

※取組みの一例であり、事業の実施を決定するものではありません。

取組みイメージ

1 関連計画・構想

イ 都心部に係るまちづくりの方向性

A 都心部

まちづくりのテーマ

人、企業、投資を呼び込む求心力の核となるエリアづくり

方針Ⅱ 人中心の楽しい都市空間を創出しよう

取組みの方向性

① 人に優しく緑を感じる空間の創出

道路空間の再構築や歩きやすい歩道整備など、人中心の安全・安心・快適な道路空間の創出。

② 沿道の魅力向上

建物の1階をまちに開かれた空間とするなど、沿道の魅力の向上。

③ 空間の柔軟な活用

多様な使い方を可能とする空間・仕組みづくりと、活用する担い手の確保。

④ 移動の支援

まちの賑わいを感じながら移動できる手段の導入。

愛媛県松山市

花園町通り

市民・行政・専門家が一緒に模索し、人中心の賑わいと交流を育む広場を備えた道路にリニューアル



出典：松山市

<取組みの効果>

歩行者通行量は約2倍に増加
(H20：2,955人/12時間⇒H29：5,512人/12時間)

広がった歩道では、毎月地元商店街主催のマルシェが開催され、家族連れなど多くの人で賑わっている。

埼玉県さいたま市

アーバンデザインセンター大宮 (UDCO)

市民、行政、企業、教育・研究機関など、様々な主体が連携し、まちづくりを推進する拠点



出典：UDCO-さいたま市

<UDCOの取組事例と効果>

【ストリートプランツ】

植木生産者とまちの緑化を繋ぐ、公民連携の取組み。市場に流通する前の植木を、まちにストックできる仕組みで運営。まちの居心地の向上と地域産業のPRと支援を両立させた取組みで、緑とともに豊かなライフスタイルを生み出している。

宮城県宮崎市

まちなか回遊モビリティ

駅からまちなかに賑わいを波及させるため、グリーンスローモビリティを導入した事例

グリーンスローモビリティ「ぐるっぴー」



出典：環境省「全国のグリスロ導入事業事例集」

<取組みの効果>

社会実験を実施するなど、スモールスタートで徐々に企業等を巻き込み、多くの運営サポーターに支えられて運行を継続。子ども向けの取組みで親子連れのリピーターを獲得し、毎月4,000人以上が乗車するなど、まちなか回遊の促進に貢献している。

参考事例

1 関連計画・構想

イ 都心部に係るまちづくりの方向性

A 都心部

まちづくりのテーマ

人、企業、投資を呼び込む求心力の核となるエリアづくり

方針Ⅲ エリアの価値創造に取り組もう

取組みの方向性

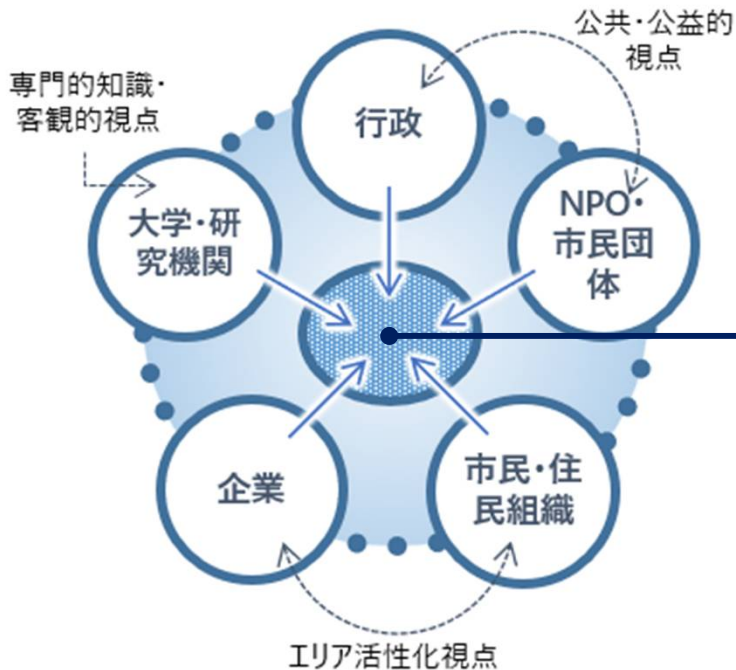
① エリアの価値を維持・向上させる体制の構築

様々な主体が連携し、良好な環境の保全とエリア価値の維持・向上を目指す体制の構築。

② 取組みを支える場の確保

公共施設や歴史的建造物などを活用して、価値創造の取組みを支える場を確保。

取組みのポイント ▶ 立場や分野を超えた連携体制の構築と拠点づくり



取組みイメージ

ステークホルダーの垣根を超えた連携協働のプラットフォームのイメージ

【主な役割】

- **企画・コーディネート機能**
多様な主体間の調整役、リソースのマッチング、プロジェクトの企画・推進、エリアの価値を共有し、ビジョンや方向性づくり
- **知識・情報の集約**
都市データの収集・分析、専門知識の提供
- **実験・実践の場**
社会実験の企画・実施、イノベーション創出
- **対話・交流の促進**
タウンミーティング運営、異業種交流の場づくり、市民参加の促進
- **政策提言・評価**
施策効果の検証

※取組みの一例であり、事業の実施を決定するものではありません。

1 関連計画・構想

イ 都心部に係るまちづくりの方向性

A 都心部

まちづくりのテーマ

人、企業、投資を呼び込む求心力の核となるエリアづくり

方針Ⅲ エリアの価値創造に取り組もう

取組みの方向性

① エリアの価値を維持・向上させる体制の構築

様々な主体が連携し、良好な環境の保全とエリア価値の維持・向上を目指す体制の構築。

② 取組みを支える場の確保

公共施設や歴史的建造物などを活用して、価値創造の取組みを支える場を確保。

愛媛県松山市

松山アーバン デザインセンター (UDCM)

市民、行政、企業、教育・研究機関など、様々な主体が連携してまちづくりを推進する拠点



出典：松山アーバンデザインセンター

<UDCMによる中心市街地活性化の実証的取組み>

低・未利用地に設置した広場やテラスを管理・運営し、周辺道路の人通り、住民評価、店舗売上への影響などを専門的・客観的に分析し検証している。こうした評価などを通じて、中心市街地の効果的な賑わい再生の取組みに寄与している。

神奈川県横浜市

創造都市施策

芸術・文化の「創造性」をまちづくりに活用し、都市の新しい価値と魅力を創出する取組み

歴史的建造物を活用した
創造的活動の発信



出典：横浜市HP

<創造限界拠点の効果>

歴史的建造物や倉庫、公共空間を、横浜らしい資源を活かした創造的活動の発信の場となる「創造限界拠点」として活用。人・もの・文化が交差し、都市に新しい魅力と価値を創出する先駆けの場となっている。

参考事例

1 関連計画・構想

イ 都心部に係るまちづくりの方向性

取組展開イメージ図

※このイメージは取組みの一例であり、事業の実施を決定するものではありません。

共通

様々な移動手段の シームレス化

【様々な交通モードの接続・乗り換え拠点】



出典：国土交通省
「2040年、道路の景色が変わる」

方針Ⅱ-①

水と緑のネットワーク を形成

【親水公園の整備】



出典：江戸川区
「江戸川区総合レクリエーション公園
等におけるリニューアル事業」

方針Ⅱ-①～④

主要な回遊動線を ウォカブルな空間 に整備

【居心地が良く歩きたくなるまちなかづくり】



出典：国土交通省
「街路空間の再構築・利活用に向けた取組」

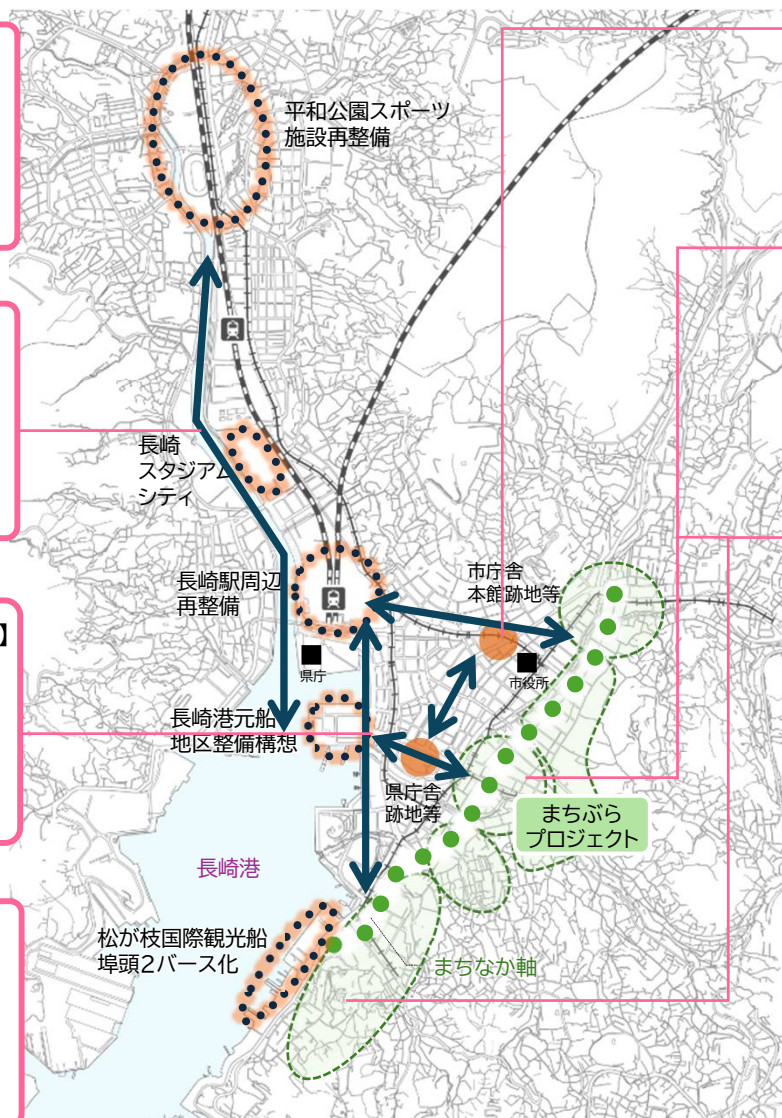
方針Ⅰ-①～③

様々な場所に 居場所や交流・活動 の場を確保

【都市公園を柔軟に活用】



出典：横浜市「公募型行為許可制度」



方針Ⅰ・Ⅱ・Ⅲ

新たな文化施設とその周辺における面的整備による 賑わい創出

方針Ⅲ

エリア価値創造の取組みによる 目的地づくり

【リノベーションまちづくり】



出典：北九州市「RENOVATION」

方針Ⅲ

洋館や町家を活用した 賑わいの創出

【伝統的町家を活かした賑わい創出】



出典：内閣府「稼げるまちづくり取組事例集」

方針Ⅲ-①

産学官エリアプラット フォームの設立

【多様な人材が参加するまちもり大学】



出典：国土交通省
「まちづくりの可能性を広げるエリアプラットフォーム」

共通

スマートシティの実現

出典：国土交通省
「まちづくりのデジタル・トランスフォー
メーション実現ビジョン」



1 関連計画・構想

イ 都心部に係るまちづくりの方向性

「みらいの長崎」に向けたファーストステップ(抜粋)

創造性を生かした都市空間の活用による交流拡大

長崎の都市空間がこれからも交流の舞台となるためにコトの魅力（体験的価値）が求められています。特にスポーツや文化芸術、アウトドアなどには、今後大きな可能性があります。

そこで、様々な資源を文化芸術や産業経済が持つ創造性によって最大限に生かす「創造都市」の考え方や取組みを参考に、長崎市においてもクリエイティブな人材の呼び込みや受入環境を整え、都市空間の活用を通じた交流拡大、産業振興を進めていきます。

心地良く過ごせる場所づくりや都市空間活用を促進する体制・仕組みづくり

まちに心地良く過ごせる場所があることが、まちに人をひきつけ、滞在させます。都市空間を使いこなして「空間（=space）」を「居場所（=place）」に変えていくためには、このエリアに関わる多様な主体との連携・協働が必要です。

そうした都市空間活用を実現するために、連携・協働のハブとなる体制づくりや仕組みづくりに連携して取り組んでいきます。

【ジャズを通じた長崎のまちのブランディング】



出典：長崎市「長崎創生プロジェクト事業」

【伝統工芸を活かすまちづくり】



出典：金沢市「ユネスコ創造都市
金沢モニタリングレポート」

【スポーツによる賑わい創出】



【公民学など様々な主体が連携した事業推進】



出典：国土交通省「官民連携まちづくりポータルサイト」

1 関連計画・構想

(2) 長崎都心まちづくり構想

ア 概要

策定背景

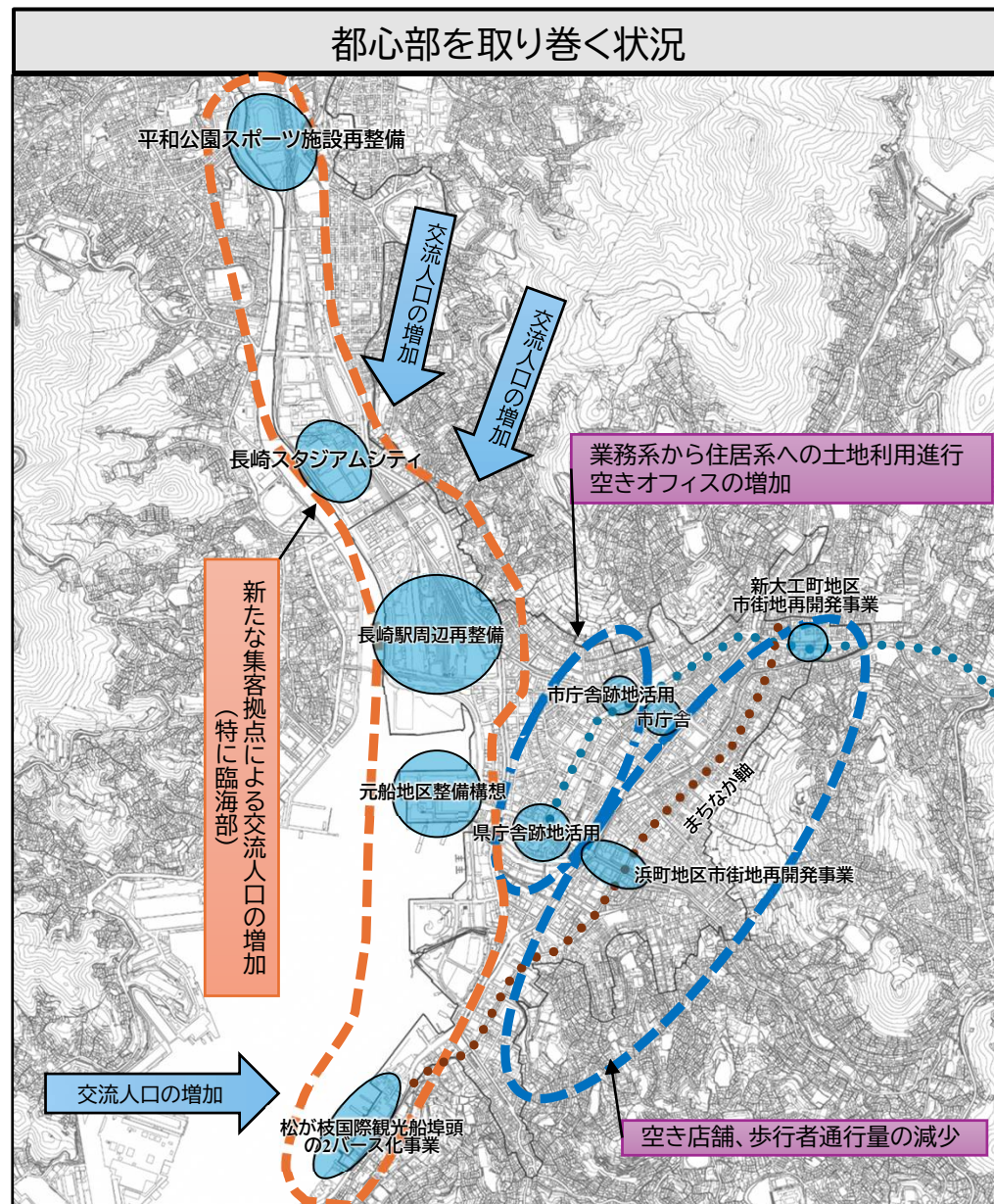
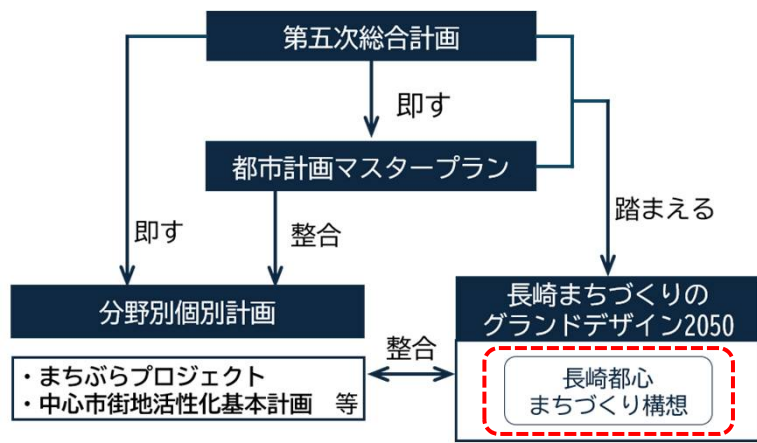
- 都心部は、市全体の生活を支える中心として、多様な目的で人が行きかうような賑わいと、都心部における多様な活動によって、産業・経済の活力を持続・発展させていく必要がある。
- 現在、長崎駅周辺再整備や長崎スタジアムシティなど、新たな集客拠点が生まれてきている一方で、古くからの商業の中心地である「まちなか」において、賑わいが失われつつある。
- 今後も持続可能な都市であり続けるためには、新たな集客拠点で生まれる賑わいを「まちなか」を含む都心部全体へ波及させることが重要である。

目標年次

2050年

ランドデザインとの関係

ランドデザインにおける都心部の取組みを詳細に示すものであり、ランドデザインの内容などを勘案しながら、必要に応じて内容を再整理する。



1 関連計画・構想

イ 4つのエリアと回遊イメージ

- 地区の特徴を考慮し、4つのエリアを設定

川辺のエリア

浦上川に沿って、陸の玄関口である長崎駅周辺から長崎スタジアムシティ、各種運動施設を有する平和公園が立地するエリア

海辺のエリア

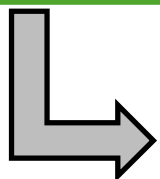
長崎港に面し、元船地区や松が枝地区といった国内外からの海の玄関口を有するとともに、水辺の森公園や出島ワーフなど海辺の特徴を活かした市民の憩いの場となっているエリア

岬のエリア

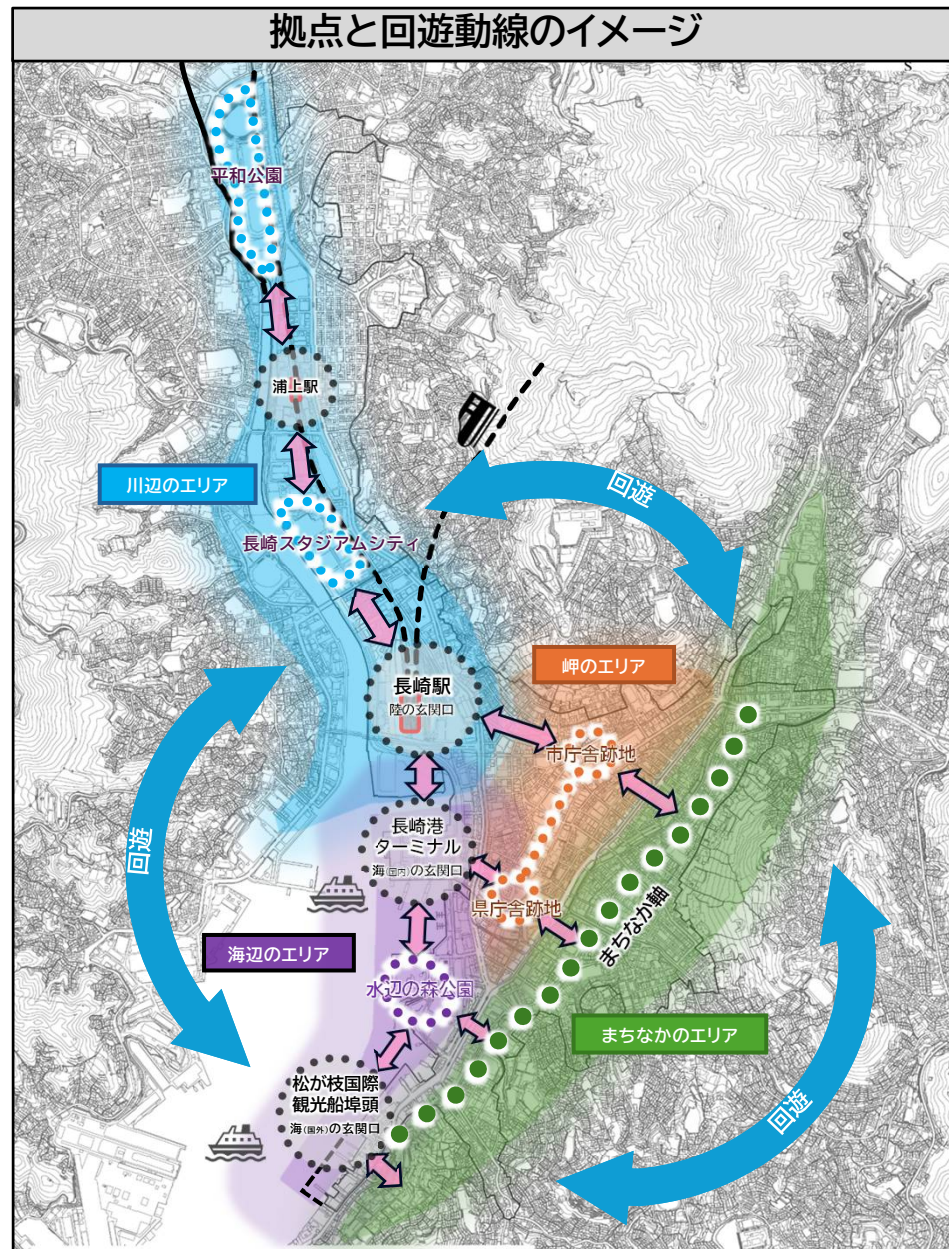
長い岬の上に町建てが始まった長崎発祥の地。国道34号を中心とした尾根形状の地形に行政機関や文化施設、事業所等が立地しているエリア

まちなかのエリア

歴史的な文化や伝統に培われた長崎の中心部であるエリアで、新大工から中通りを経て南山手に至る「まちなか軸」を中心としたエリア



**4つのエリアの連携を強化し、
回遊性を向上させることが重要**



1 関連計画・構想

ウ 目指す将来像

都心部の将来像

多様な「活動」「つながり」「魅力」が豊かな時間をもたらす
“賑わいと活力に溢れた都心”
～ネットワーク型コンパクトシティを支える長崎のエンジン～



都心部の将来イメージパース



- 「活動」の量・種類が増えている
- 人やエリアの「つながり」がある
- 都市空間の「魅力」がいたるところにある



都心部で過ごす時間が豊かに



賑わいと活力が溢れるまち

都心部での将来の暮らし方や過ごし方のイメージ

- ① 全ての人が様々な交通手段で快適に移動できている
- ② 公園や歩道といった公共空間が、普段使いに加え様々な活動の場となり、賑わいが生まれている
- ③ スポーツや文化芸術の新たな拠点の誕生により、これまでにない仕事や娯楽が生まれ、より豊かな時間を過ごしている
- ④ 土地利用の自由度が高まることで、暮らし方や働き方が多様化し、自分らしい生活スタイルを選べる

1 関連計画・構想

Ⅰ まちづくりの方策

(1) 基盤づくり

ア 回遊性の向上

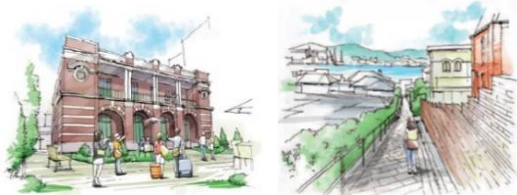
- 歩行者動線の整備・明確化
- 公共交通等による回遊性の向上
- 広域ネットワークとの接続強化



ウォーカブルな空間(出典:国土交通省HP)

イ 回遊目的の創造

- 長崎特有の魅力の目的地化
- 公共的空間の目的地化



歴史的建造物等の活用(出典:長崎居留地歴まちランドデザイン)

ウ 多様で柔軟な活用ができる土地利用への転換

- 賑わいと活力の創出に向けた土地利用
- 魅力的で安全安心なまち
- フレキシブルな土地利用



フレキシブルな空間(出典:国土交通省HP)

(2) 仕組みづくり

Ⅰ 都市基盤を活用する体制づくり

- プレイヤーが生まれ活動しやすい仕組みづくり
- 産学官の緊密な連携



利用者中心の運営体制
(出典:国土交通省HP)



学生主体の跡地活用検討及び跡地整備(出典:長崎市)



Ⅱ 先進的なまちづくり施策の意欲的な展開

- 回遊性向上等に寄与する最新技術の積極的活用
- 先進手法が当たり前となる仕組みづくり



銅座川プロムナードの社会実験(出典:長崎市)

2 官民連携の主な取り組み

(1) 長崎駅周辺まちづくり推進協議会

ア 概要

目的

西九州新幹線開業で新たに生まれる賑わいを長崎市全体へ波及させ地域内経済の循環によりまちを活性化し、市民の暮らしを豊かにしていくため、長崎駅周辺関係者が目指す長崎の玄関口にふさわしい将来像を共有し、協働して「住んでよし、訪れてよし、働いてよし」の未来に繋がるまちづくりを実現することを目的に設立

組織

● 構成

長崎駅を中心に半径1 Km程度のエリアで本会の目的に賛同する会社並びに法人等で構成

会長：九州旅客鉄道(株)長崎支社長 事務局：(株)JR長崎シティ

- ・ 会員：12者（(株)リゾヨルクリエーション長崎 ほか11者）
- ・ 賛助会員：7者（(株)ゼンリンほか6者）
- ・ オブザーバー：6者（長崎市、長崎県 ほか4者）

● 長崎市と協議会の関係

陸の玄関口として、長崎駅のポテンシャルを最大限に生かすべく、双方で情報共有を行いながら、今後の長崎駅周辺のあり方の検討並びに賑わい創出に取り組んでいる



協議会の状況

2 官民連携の主な取組み

イ 取組事例

① 社会実験の実施及びシンポジウムの開催

- 駅前広場の利活用における賑わい創出検討のため、社会実験を実施し、既に機能しているポテンシャルや今後の検討でさらに進化する可能性があるポテンシャルを確認
- シンポジウムの開催により、長崎のまちなか全体に多様な魅力を生み出していく、まちづくりの未来について議論を行っている



社会実験の状況



シンポジウムの開催チラシ

② 長崎駅周辺地域貢献の取組み（清掃活動）

- 地域貢献や観光客へのおもてなし、防災を目的として毎月清掃活動を約60名ほどが参加し実施している

実施日：毎月第1月曜日

場 所：長崎駅西口・東口周辺、大黒町周辺



清掃活動状況

2 官民連携の主な取り組み

(2) 長崎居留地歴史まちづくり協議会

ア 概要

目的

- 長崎市歴史的風致維持向上計画の国からの認定を契機に、東山手・南山手重点区域において地域主体で設立
- 官民協働しながら居留地の歴史を活かし、地域の営みと賑わいが共生できるまちづくりを推進することを目的としている

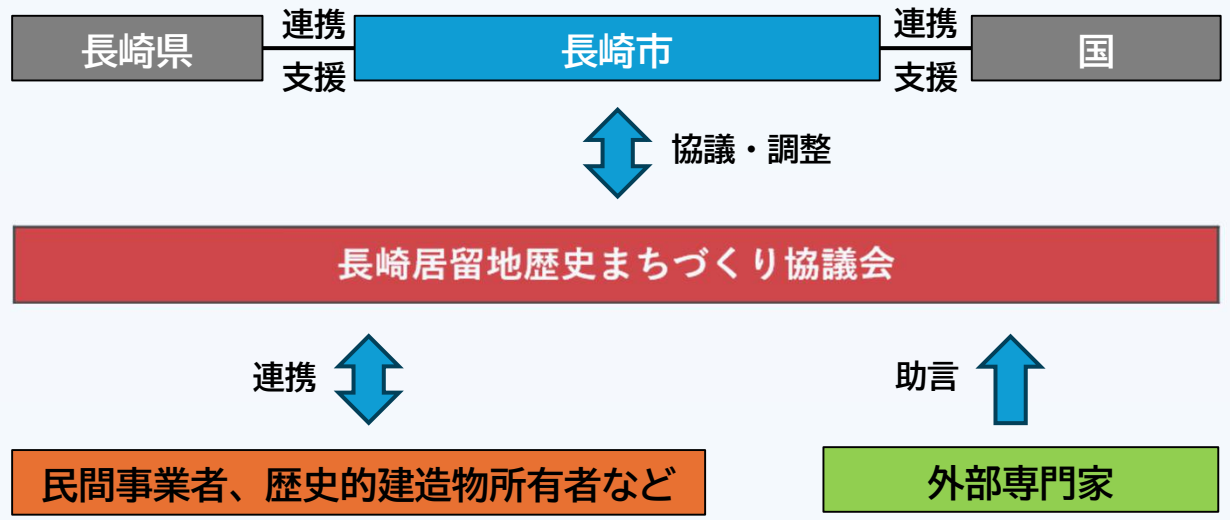
組織

● 構成

東山手・南山手エリアに関係する地元自治会長、観光施設の管理者、教育機関関係者等（19者）により構成

● 推進体制

長崎居留地歴史まちづくり協議会、事業者、行政が主体的な役割を果たすこととし、具体的な事業や取組は、外部専門家（アドバイザー）の助言を得ながら推進している

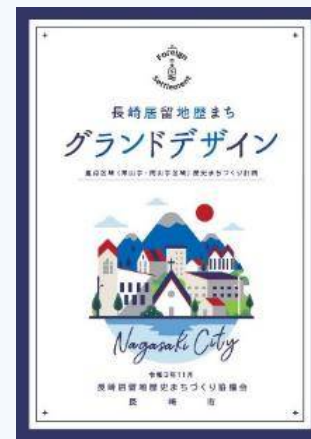


2 官民連携の主な取組み

イ 取組事例

①長崎居留地歴まちグランドデザイン・長崎居留地歴まちアクションプランの策定

- 令和3年11月、協議会と長崎市が協働して、重点区域における歴史まちづくりに関する将来像や対応方針、取組の具体例などについてとりまとめた重点区域歴史まちづくり計画（長崎居留地歴まちグランドデザイン）を策定
- 令和5年2月、重点区域における歴史まちづくりに関する事業・取組についてとりまとめた重点区域歴史まちづくり実施計画（長崎居留地歴まちアクションプラン）を策定



②ふるさと教育

- 地域住民、学生、事業者等が、地域活動や地域コミュニティに関心を持ち、気軽に参加できる仕組みづくり



大学ゼミでの歴史まちづくりツアー



長崎居留地まつりでの「学生トーク」



大学ゼミでの歴史まちづくり講義



協議会への学生の参加

2 官民連携の主な取組み

(3) 国道34号における歩行者利便増進道路（通称：ほこみち）

ア 概要

指定区間

- 江戸町交差点～櫻橋交差点 延長 L=749.3m



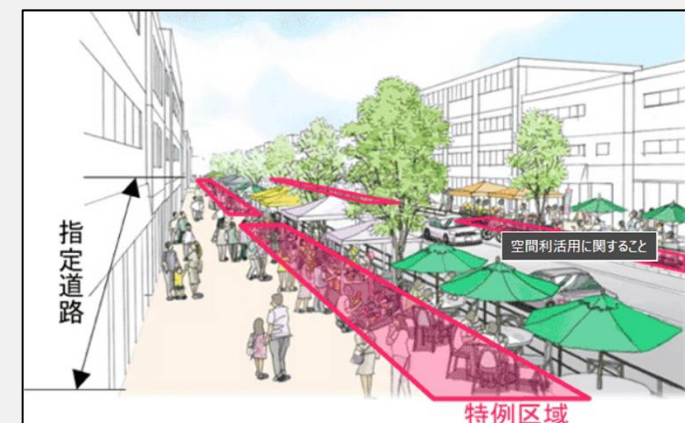
参考：ほこみちとは

● 概要

歩行者の安全かつ円滑な通行及び利便の増進を図り、快適な生活環境の確保と地域の活力の創造に資する道路を指定するもの

● 特徴

- ① 特例区域において、道路占用許可が柔軟に認められ占有物件が置きやすくなる
- ② 最長20年の占有が可能になる



【参考イメージ図】

検討体制（ほこみち長崎未来検討委員会）

● 構成

学識経験者や地元自治会長、行政、まちづくり市民団体等（17者）により構成

● 推進体制

検討委員会の中に、歩行空間利活用検討チームを設置し、そのチームを中心にワークショップや社会実験などを行いながら検討を進めている

2 官民連携の主な取組み

イ 取組事例

①ほこみち長崎未来ワークショップの開催

ワークショップを次のテーマで計3回実施している

- 第1回：国道34号周辺で行われている活動
国道34号周辺の魅力、課題、活用アイデア
- 第2回：長崎市のまちづくり構想
国道34号の将来像・過ごし方
- 第3回：通りのコンセプト案の紹介
国道34号の使い方のアイデア



ワークショップの様子

②トライアルワークショップの開催

- ワークショップで出てきた使い方のアイデアを、実際に試してみる「ほこみちトライアルワークショップ DAY」を開催
- 国道34号ほこみち及び市立図書館前で実施
- 歩道に机や椅子を設置したり、キッチンカーの出店、図書館と連携したおはなし会等を実施した



トライアルワークショップの様子

3 長崎スタジアムシティとの連携

(1) 長崎スタジアムシティ等の概要

- ◆長崎スタジアムシティは令和6年10月に開業した大型複合施設で、V・ファーレン長崎のホームスタジアム、長崎ヴェルカのホームアリーナ、ホテル、商業施設、オフィスで構成される。
- ◆「生活をより豊かにし、長崎全体を活性化させ、ワクワクで溢れるまちを実現する」というビジョンを掲げた**民間主導の地域創生モデル**。
- ◆V・ファーレン長崎は令和7年11月に**J1昇格**を決め、令和8年2月から2026特別シーズンに、8月からは2026-27シーズンに参加が決定。
- ◆長崎ヴェルカはB1リーグ2025-26シーズンで**優勝**。2026-27シーズンからは新リーグの**Bプレミア**への参画決定済み。



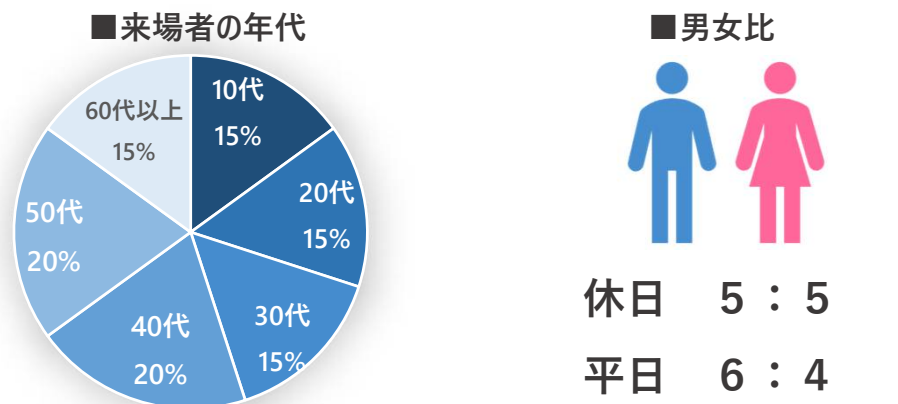
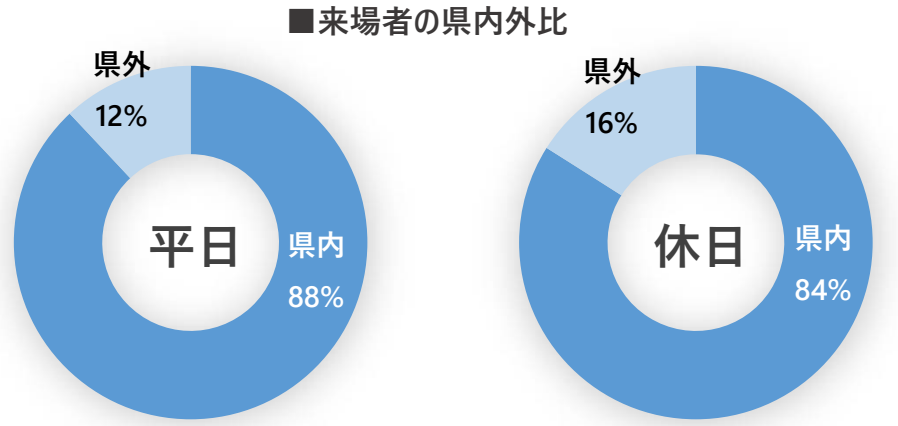
※提供：長崎スタジアムシティ

| | | |
|-------|------------------------------------|--------------|
| 敷地面積 | 約7.5ha | |
| 工事期間 | 令和4年度～令和6年度 (R4.7着工、R6.10.14開業) | |
| 延べ床面積 | 約194,000㎡ | |
| 主な用途 | スタジアム | 約20,000席 |
| | アリーナ | 約6,000席 |
| | ホテル | 243室(客室) |
| | オフィス | 約13,900㎡(賃床) |
| | 商業 | 約20,000㎡(賃床) |
| | 駐車場 | 約1,100台 |

3 長崎スタジアムシティとの連携

(2) 長崎スタジアムシティ開業後1年間の動向

- ◆年間来場者数は**485万人**で、平均来場者数は平日約1.2万人、休日約2～3万人であった。
- ◆V・ファーレン長崎のホームゲーム1試合当たりの平均観客数は前本拠地と比べ倍増の約1万6千人で、2025シーズンの観客動員数はJ2トップ（J1昇格後は約2万人）。長崎ヴェルカのホームゲームは全試合、チケットが完売しており、ほぼ満席の状態となっている。
- ◆来場者の属性として、近隣からの割合が多く、年代・男女比はほぼ均等となっている。



| 分類 | 項目 | 数値 | 単位 |
|---------|-------------------|--------|----|
| 来場者関連 | ①年間来場者数（10月14日まで） | 485 | 万人 |
| | ②平均来場者数（平日） | 約1.2 | 万人 |
| | ③平均来場者数（休日） | 約2～3 | 万人 |
| | ④最多来場者数（1日） | 44,577 | 人 |
| イベント関連 | ⑤年間イベント開催数 | 250 | 件 |
| | ⑥スタジアムでの開催 | 40 | 件 |
| | ⑦アリーナでの開催 | 91 | 件 |
| | ⑧ライブレストランでの開催 | 63 | 件 |
| | ⑨その他 | 60 | 件 |
| ホテル | ⑩ホテル稼働率（8月） | 80 | % |
| | ⑪修学旅行予約数（2026年） | 18 | 校 |
| 施設・雇用関連 | ⑫商業テナント数 | 75 | 店舗 |
| | ⑬オフィス入居状況 | 満床 | — |
| | ⑭働く人（入居企業＋ジャパネット） | 2,000 | 人超 |

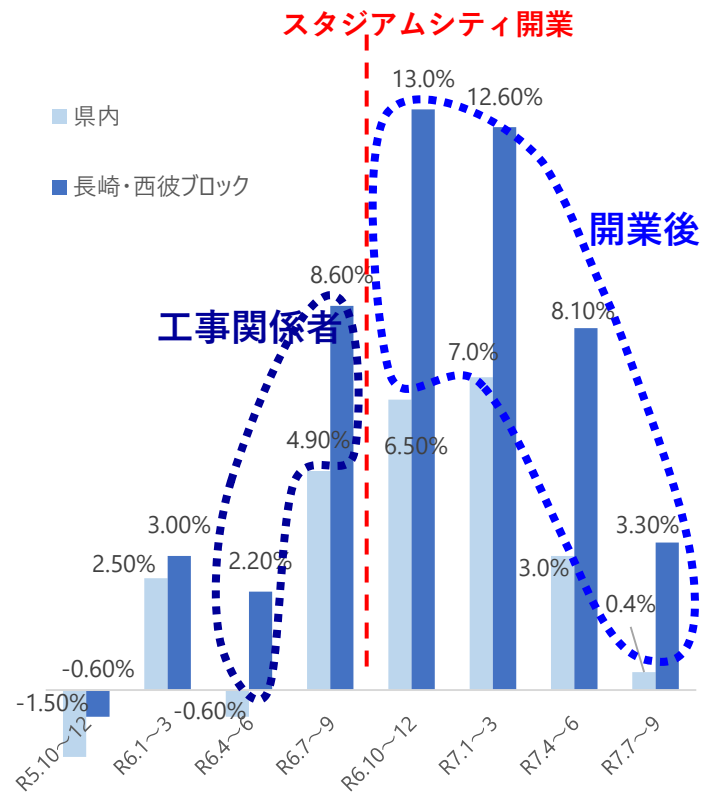
※本ページ記載のデータはジャパネットHD公表資料を基に長崎市が整理

3 長崎スタジアムシティとの連携

(3) 開業前後のまちの変化

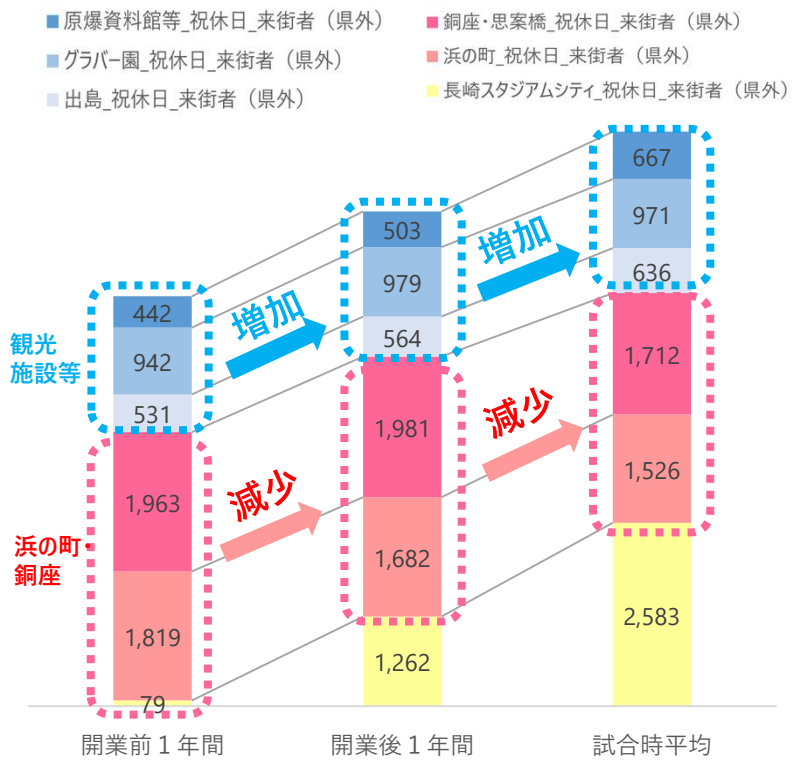
- ◆ 宿泊者数について、県全体と長崎・西彼ブロックを比較するとR6.4以降、長崎・西彼ブロックが顕著に増加しており、長崎スタジアムシティ開業前については工事関係者の宿泊に伴う増、開業後は来場者の増加に伴う宿泊者数の増が主な要因。
- ◆ 主要観光施設の県外客来場者についても、長崎スタジアムシティ開業後に増加傾向となっている。
- ◆ 一方、まちなかエリアの人流は長崎スタジアムシティ開業前からの減少トレンドが継続しており、特に試合時は顕著な減少が発生している。

■ 前年同期比宿泊者数の増減率推移



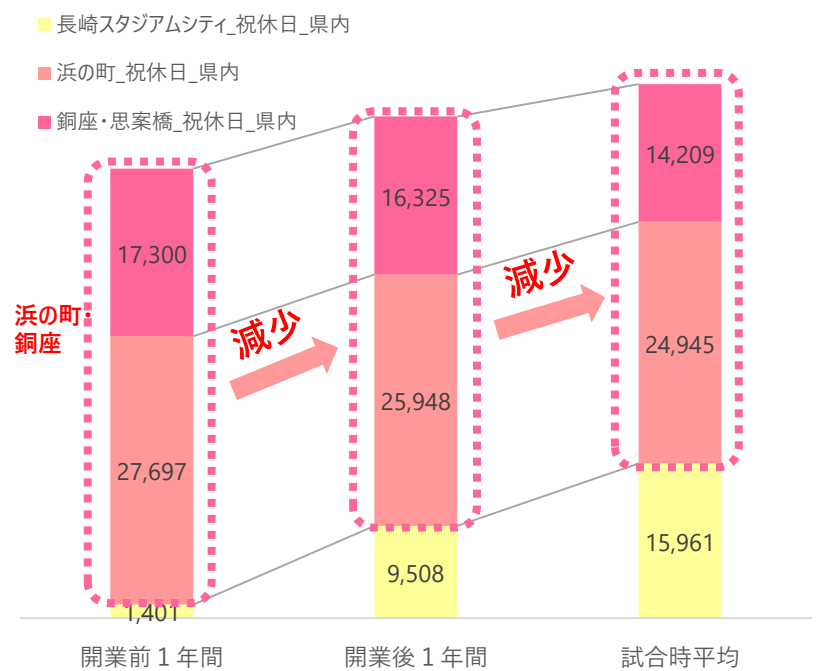
※長崎県観光動向調査を基に作成

■ 各施設の県外客人流の変化



※KDDI人流分析ツール「KLA」を用いて独自集計

■ 各施設の県内客人流の変化



3 長崎スタジアムシティとの連携

(4) まちの賑わい創出事業の振り返り

■B.LEAGUE ALL-STAR GAME 2026 IN NAGASAKI関連事業実行委員会



- ◆アリーナ来場者 15,983人
- ◆オールスターフェス（出島メッセ）来館者 33,745人
- ◆デジタルスタンプラリー参加者 10,433名

関連イベント



シティドレッシング

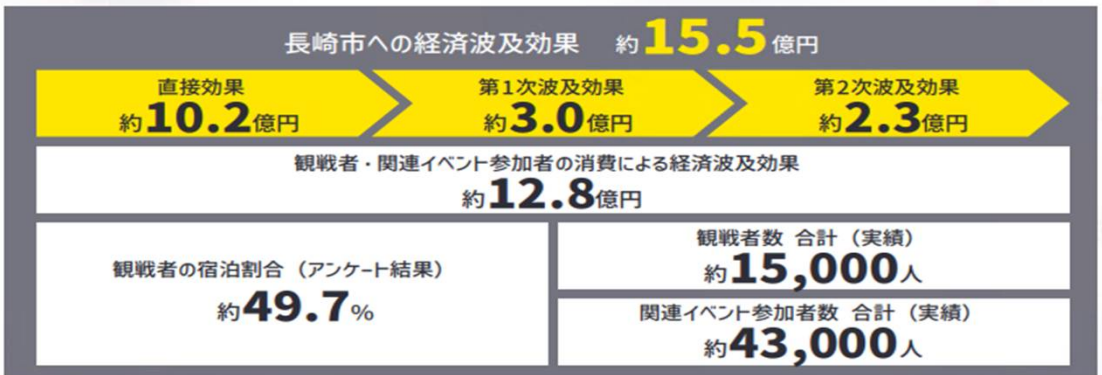
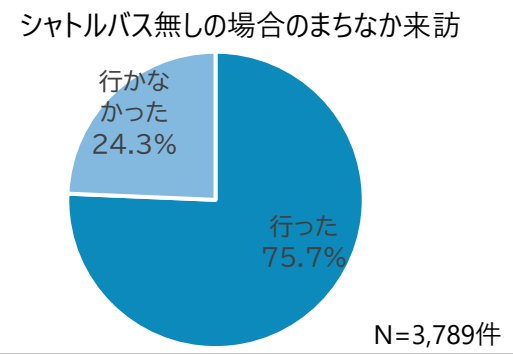
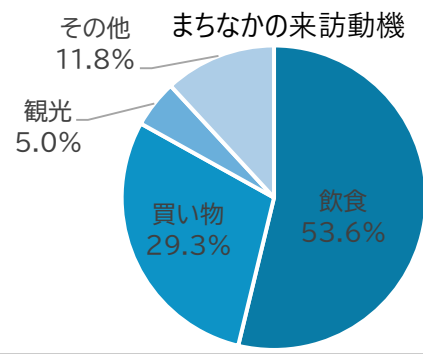


< B.LEAGUE発表レポート（抜粋） >
経済波及効果の試算結果は、約 15.5 億円。
観戦者の宿泊割合は 49.7%と高く、
各地から B.LEAGUE ファンが訪れ、高い宿泊需要が発生。
会場周辺で開催された関連イベントの参加者は
43,000 人と多くの方が長崎へ訪れました。

■まちなか直行シャトルバス（R7年度末まで）



- ◆平均利用者546名、延利用者12,007名
- ◆利用者の約25%が新規まちなか来訪につながっており消費喚起効果あり。
- ◆都市のブランド価値向上、アウェイサポーター満足度向上、混雑緩和など副次的な効果あり。
- ◆市外客の利用率が約34%にとどまっており、利用増に向けた対策が課題



3 長崎スタジアムシティとの連携

(5) 令和7年度「まちの賑わい創出事業（スタジアムシティ関連）」実施による経済波及効果

◆令和7年度の長崎スタジアムシティ関連事業の実施により、長崎市における経済波及効果の総額は約4.6億円、就業効果は約1.4万人、**税収効果は市税分で約500万円。**

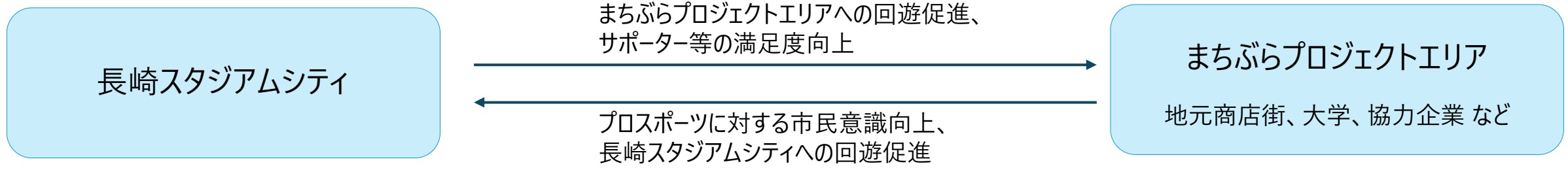
◆費用対便益（便益の総額を費用の総額で割った値）は**3.8倍**と高い。

| 指標 | | 長崎市 | 単位 | 説明 |
|---------------|-----------|--------|-----|---|
| 総消費額 | | 944 | 百万円 | イベントや訪問客などが直接支出した金額 |
| 経済波及効果(①+②+③) | | 465 | 百万円 | 一連の経済活動の広がり |
| | ①直接効果 | 305 | 百万円 | イベントや事業による最終需要 |
| | ②間接1次波及効果 | 91 | 百万円 | 直接効果の需要を満たすための原材料や部品の調達（中間投入）による他産業の生産誘発。 |
| | ③間接2次波及効果 | 69 | 百万円 | 生産活動で得た雇用者所得が消費に回り、さらに新たな需要を生み出す効果。 |
| 粗付加価値誘発額 | | 270 | 百万円 | 粗付加価値（生産額－中間投入額）の増加 |
| 就業効果 | | 14,337 | 人・日 | 誘発される雇用者数の増加。 |
| 税収効果 | 国税 | 13 | 百万円 | 各効果（直接、第1次、第2次）で発生した生産額や所得額に対し生じる税収。 |
| | 都道府県税 | 6 | 百万円 | |
| | 市町村税 | 5 | 百万円 | |

3 長崎スタジアムシティとの連携

(6) 地元商店街等との連携事業

長崎スタジアムシティ来訪者にまちぶらプロジェクトエリアも満喫してもらう企画に官民連携で取り組むもの



実施例



作成動画がスタジアムで放映されるプログラミング教室



サッカーのパブリックビューイング



スタンプラリー



試合後のサポーターおもてなしイベント

3 長崎スタジアムシティとの連携

<参考> 地元商店街等との連携実績 (1/2)

| | | | | |
|------|---|---|--|--|
| 企画 | Pepperくんプログラミング 応援企画in浜んまち | パブリックビューイング in浜んまち | GOGOまちぶらスタンプラリー | スタジアムシティ発! アディショナルタイムin思案橋 |
| 日程 | R6. 4. 27(土) | R6. 8. 17(土) | R6. 11. 6(水)~11. 10(日) | R6. 11. 10(日) |
| 場所 | 浜町 (浜んまちガーデン) | 浜町 (ベルナード観光通り) | 銅座・思案橋・浜町エリア | 銅座川プロムナード整備予定地 |
| 主催者等 | (株)V・ファーレン長崎 | (株)V・ファーレン長崎 | 銅座町商店街組合 | 思案橋横丁会、思案橋市会 |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> Pepperくんのプログラミング機能を活用した選手への応援メッセージ動画をスタジアムで放映するイベント 参加者はホーム試合に招待 | <ul style="list-style-type: none"> ハマモニを利用したパブリックビューイング 地元商店街や協力企業による出店のほか、大学生が企画した試合前及びハーフタイムイベントも実施 | <ul style="list-style-type: none"> 対象店舗を利用して、ポイントを獲得するスタンプラリー 貯めたポイントでガラポン抽選 | <ul style="list-style-type: none"> サッカー試合終了後のサポーターのおもてなしイベント 来場者の一斉乾杯や長崎くんちのスペシャルイベントも実施 長崎電気軌道と連携して、片道無料乗車券を配布 |
| 参加者数 | 約30名 | 約400人 | 約30人 (抽選参加者数) | 約300人 |

| | | | | |
|------|---|---|--|---|
| 企画 | ヴィヴィくん必勝祈願・ くつ進呈式 | スタジアムシティ発! アディショナルタイムin思案橋 | 中通り400年記念イベント・ パブリックビューイング | つきまち長崎横丁 パブリックビューイング |
| 日程 | R7. 2. 11(火・祝) | R7. 10. 18(土) | R7. 11. 23(日) | R7. 11. 29(土) |
| 場所 | 銅座稲荷神社、ベルナード観光通り | 銅座川プロムナード整備予定地 | まちぶら広場(諏訪小学校裏門前) | つきまち長崎横丁 |
| 主催者等 | (株)ゼンリン | 思案橋横丁会 | 長崎市中通り商店街振興組合 ほか | つきまち長崎横丁 ほか |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ヴィヴィくんが新シーズン開幕に向けて銅座稲荷神社で必勝祈願 まち歩きに必要な新しい靴の進呈式を浜町で開催 | <ul style="list-style-type: none"> サッカー試合終了後のサポーターのおもてなしイベント 来場者の一斉乾杯やV・ファーレン長崎OBによるスペシャルトークライブ、浜町青年会協力による音楽ライブ等を実施 | <ul style="list-style-type: none"> 中通り商店街400周年を記念したセレモニーに合わせ、パブリックビューイングを実施 パブリックビューイング後の飲み歩きイベントも実施 | <ul style="list-style-type: none"> つきまち長崎横丁内でパブリックビューイングを実施 Tシャツのプレゼントやお食事券が当たるじゃんけん大会も実施 |
| 参加者数 | 約100人 | 約300人 | 約300人 | 約300人 |

3 長崎スタジアムシティとの連携

<参考> 地元商店街等との連携実績 (2/2)

| | | | | |
|----|---|---|---|--|
| 企画 | 必勝祈願フォトスポット | ALL NAGASAKI Tシャツ配布・着用 | V・ファーレン長崎ライトアップ | WE THE NAGASAKI Tシャツ配布・着用 |
| 日程 | R6.11.6(水)～ | R7.11.7(金)～R7.11.28(金) | R7.9～R7.10の一定期間 | R8.4.20(月)～R8.5.26(火) |
| 場所 | 銅座稲荷神社横 | まちぶらプロジェクトエリア | 眼鏡橋、袋橋、 稲佐山から見えるハート型照明 | まちぶらプロジェクトエリア |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> 常設のフォトスポットボードを設置 必勝祈願くじ掛けを設置 | <ul style="list-style-type: none"> J1昇格に向けて、Tシャツを着用し、一丸となってV・ファーレン長崎の選手を後押しするプロジェクト 配布数：約2,300枚 | <ul style="list-style-type: none"> ホームゲームの開催に合わせ、市内各所をクラブカラーである青色とオレンジ色にライトアップ | <ul style="list-style-type: none"> チャンピオンシップ制覇に向けて、Tシャツを着用し、一丸となって長崎ヴェルカの選手を後押しするプロジェクト 配布数：3,050枚 |



必勝祈願フォトスポット



ALL NAGASAKI Tシャツ配布



眼鏡橋のライトアップ



WE THE NAGASAKI Tシャツ配布

3 長崎スタジアムシティとの連携

(7) 現在検討中の施策 (1/2)

事業効果

人 流

まちなかの体制

現 状

長崎スタジアムシティと連携した「まちの賑わい創出事業」を展開しているが、更に効果的な事業構築ができる余地がある

まちなかエリアの人流は長崎スタジアムシティ開業前からの減少トレンドが継続しており、特に試合時は顕著な減少が発生している

各エリアで賑わいを創出する取組みは実施されているものの、横断的な取組みの実施主体が不在

課 題

長崎スタジアムシティと連携した「まちの賑わい創出」の取組みの効果を高めたい

長崎スタジアムシティの交流人口を誘導して、まちなかエリアの人流増加につなげたい

まちなかエリアの関係者による取組体制を構築したい

目 標

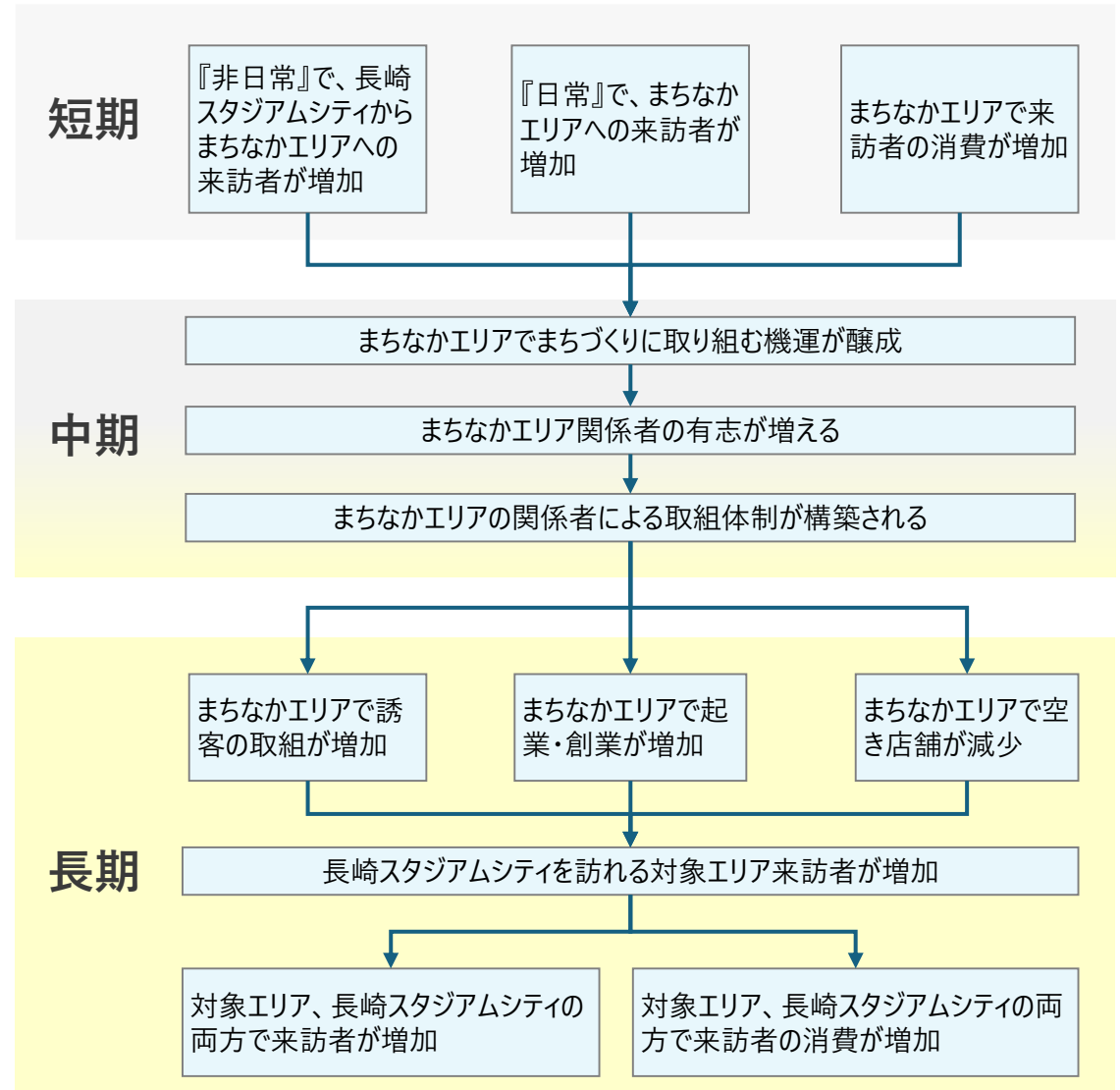
- 長崎スタジアムシティの来場者を、まちなかエリアに誘導し、滞在時間を増やすことで、経済効果を最大化する。
- 将来的に、まちなかエリアが各主体横断的に、長崎スタジアムシティの来場者をまちなかエリアに誘導する取組を、主体的に担う体制を構築する。

3 長崎スタジアムシティとの連携

(7) 現在検討中の施策 (2/2)



期間ごとの成果目標のイメージ

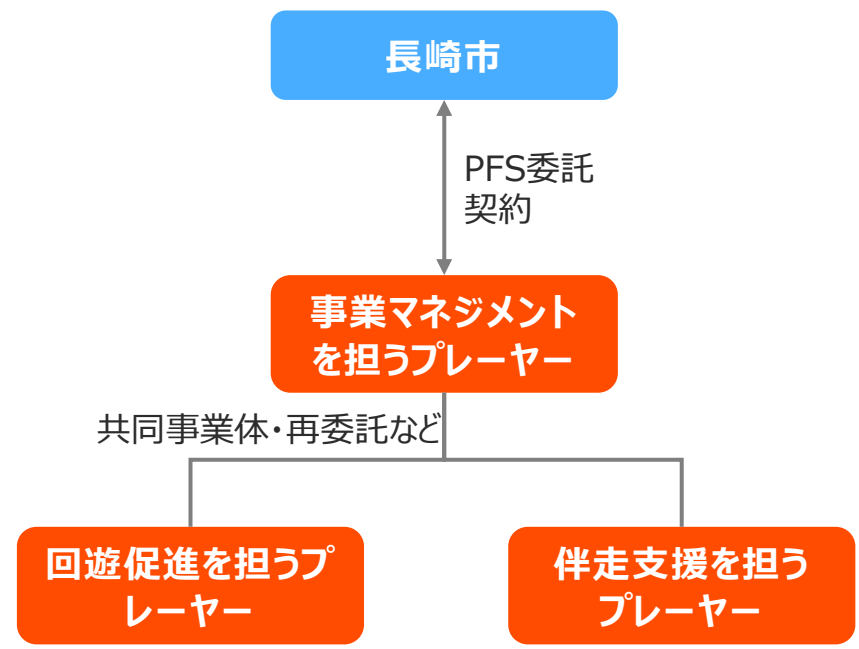


3 長崎スタジアムシティとの連携

(8) 成果連動型民間委託契約方式の活用検討

◆内閣府「成果連動型民間委託契約方式（PFS/SIB）に係る事業案件形成支援※」を受け、長崎市、内閣府、日本総合研究所（内閣府より派遣された案件形成支援事業者）の三者で、現状と課題の把握、成果指標の設定等の事業条件の検討を進めている。
 ※令和7年度、令和8年度の2か年

< 事業体制イメージ >



※民間側（受託者）は、複数のプレイヤーによるチームアップ、もしくは単一のプレイヤーによる実施が想定される。
 ※役割分担はあくまで一例であり、実際には民間事業者の検討によって様々なパターンが想定される。

| 役割 | 概要 |
|--------------|--|
| 事業 マネジメント | 成果指標改善のためのPDCAを実施 ▶ 事業計画の策定 ▶ 個別業務のセルフモニタリング ▶ 各業務の改善 ▶ 計画の改良 |
| 伴走支援 | まちなか関係者への参加勧奨 スタジアム関係者への参加勧奨 勉強会運営 試行的取組（イベント等）実施支援 まちなか・スタジアム魅力発掘 |
| 回遊促進 | 周知ツールの提供 回遊促進 |

3 長崎スタジアムシティとの連携

<参考> 成果連動型民間委託契約（PFS/SIB）手法の概要

◆国又は地方公共団体等が、民間事業者に委託等する事業であり、解決すべき行政課題に対応した成果指標を設定し、支払額を成果指標値の改善状況に連動させるもの

