

# 報 告 書

産業常任委員会は、令和7年10月16日（木）に県内視察調査を実施しましたので、その概要を別紙のとおり報告いたします。

令和7年12月15日

福井県議会議長  
宮本 俊 様

産業常任委員会  
委員長 山本 建

## 産業常任委員会 県内視察 調査概要

- 1 視察年月日 令和7年10月16日（木）（日程詳細は、別紙のとおり）
- 2 出席者 別紙「産業常任委員会 県内視察調査出席者名簿」のとおり
- 3 視察先

(1) (株)福井ブローウィンズ（福井市）

代表取締役 湯本 眞士様のあいさつの後、資料に基づき概要説明を受け、質疑応答を行った後、本社見学を行った。

○「福井ブローウィンズの活動状況等について」

説明者：(株)オールコネクト 執行役員 第四事業本部本部長  
西川 卓伸 様

(2) ふくい園芸カレッジ（あわら市）

圃場見学を行い、園芸振興課 佐々木課長のあいさつの後、資料に基づき概要説明を受け、質疑応答を行った。

○「園芸カレッジでの取組み等について」

説明者：ふくい園芸カレッジ 小林室長  
園芸振興課 瀬野参事

4 質疑概要

別紙のとおり

## 産業常任委員会 県内視察調査日程表

実施日 令和7年10月16日(木)

時 間	行 程
9 : 3 5	議事堂 発 (バス) (移動時間 1 5 分)
1 0 : 0 0 ( 1 2 0 分)	(株)福井ブローウィンズ 着 (所在地) 福井県福井市柁野町第15号1番地2 (連絡先) TEL: 050-3354-0313 ○概要説明 「福井ブローウィンズの活動状況等について」 ○質疑応答、意見交換 ○本社見学
1 2 : 0 0	同地 発 (移動時間 3 0 分)
1 2 : 3 0  1 3 : 3 0	昼食 (坂井市内)
1 4 : 0 0  ( 9 0 分)	ふくい園芸カレッジ 着 (所在地) あわら市井江葎50-8 (連絡先) TEL: 0776-78-7873 ○概要説明 「園芸カレッジでの取組み等について」 ○質疑応答 ○研修場所視察
1 5 : 3 0	同地 発 (移動時間 4 5 分)
1 6 : 1 5	議事堂 着 (解散)

産業常任委員会  
県内視察調査出席者名簿

【派遣委員】

委員長	山本	建	2期
副委員長	南川	直人	1期
委員	松田	泰典	6期
//	西本	正俊	5期
//	笹原	修之	2期
//	三田村	輝士	1期
//	福野	大輔	1期
//	三宅	わたる	1期
//	藤本	一希	1期

【議会局】

議事調査課	主任	石田	秀美
//	主査	前田	雄一

# 産業常任委員会 県内視察 質疑概要等

## 1. (株)福井ブローウィンズ

### 福井ブローウィンズの活動状況等について

#### I 説明概要

##### (1) 親会社 (株)オールコネクトについて

- ・今年で 21 年目を迎える。販売代理店業、MVNO 事業、メディア・EC 事業の通信事業を中心としている。
- ・販売代理店業としてドコモ、ソフトバンクなどの代理店となってウェブで集客を行いながら、申込受付を行ったり、コールセンターも設置したりしている。ソフトバンクの販売台数に関しては、日本で 1 位となっている。
- ・MVNO 事業は、我々が通信のインフラを提供する事業である。持ち運び可能なポケット Wi-Fi でブロード WiMAX という自社サービスを提供している。40～50 万人のユーザーがおり、毎月利用料として数千円いただき収益としている。そのほか、メディア・EC (電子商取引) 事業も行っている。
- ・通信事業を軸にしながら、地域振興事業、私が管轄している第四事業本部の事業として福井ブローウィンズやアリーナプロジェクトを手掛けており、ワンパークフェスティバルは子会社のオウデムが実施している。町の方々と連携しながら開催している。今月は岐阜県と富山県でも開催する。来年のワンパークフェスティバルに関して、音楽業界では注目を集めており、各県自治体からも問い合わせがある状況で、通信とは全く別の業種・業界で知ってもらえている。
- ・我々は「社会をにぎやかに！」という理念がある。もともとは通信インフラで世の中の人々が少しでも快適に過ごせるような世の中を作りたいたいという思いでこの理念を掲げている。
- ・事業をきっかけに、まずは本社がある福井をにぎやかにしたいということが岩井代表の思いとしてある。福井だけではなく、どの地方でも人口減少問題などの社会課題・地方課題はあるため、福井で成功できた事例をそのほかの地方にもどんどん展開していきながら、もっと広い範囲、日本社会全体をにぎやかにしていくという企業理念に沿って活動している。

##### (2) Bリーグについて

- ・B1、B2、B3があり、福井ブローウィンズはB2に所属し、3年目を迎える。B1～B3合計で、41都道府県55クラブが所属している。最終的に47都道府県すべてにクラブを作ろうと活動している。

- ・アリーナならではの演出、臨場感、一体感、ホスピタリティという形で、他のスポーツにはない強みとしてライブスポーツエンターテインメントという非日常空間を生み出している。光と音の演出、選手やコートとの近さを感じられる味わえるスポーツである。ホスピタリティはプレミアリーグの必須要件となっている。
- ・これまではサッカーのJリーグのように上位チームが昇格し、下位チームが降格するという昇降格制だったが、「B.革新」という新しいルールが2026年から始まる。B.革新が始まるにあたり、今年から選考方法が変わっている。
- ・ライセンス審査条件は3つで、クラブがどこに該当するかによって、トップリーグ（B.プレミア、現行のB1）、プロリーグ（B.ワン、現行のB2）、下位リーグ（B.ネクスト、現行のB3）が決まる。
- ・1つめの条件は平均来場者数である。にぎわい指数に近いと思う。クラブ自体がどれだけファンに求められているかを表すもので、トップリーグは室内競技としては高めの基準である4,000人以上と設定されている。会場の大きさにもよるがこれを超えるクラブかどうかは基準となる。
- ・2つ目は売上である。B.プレミアは12億円以上、B.ワンは4億円以上、B.ネクストは1億円以上という基準がある。クラブが持続して活動可能か、スポンサーやチケット売上げ、グッズの売り上げなど、クラブの基盤自体がしっかりしているかが審査基準となる。
- ・3つ目はホームアリーナである。B.プレミアに関して、資料では簡易的に記載しているが、要項では数十項目の細かい項目がある。まとめると、収容人数5,000人以上、スイート・ラウンジ常設等が条件となっている。来シーズン、福井ブローウィングスはB.ワンからスタートし、B.プレミアを目指して活動していく。
- ・B.革新を皮切りに、いろいろな地域でB.プレミアを目指すためのクラブチームの動きが活発化すると思う。各クラブだけでなく行政やスポンサーも動いている状況である。
- ・新しいアリーナを建設するだけでなく、既存アリーナの改修でなんとかやっていくというところや、改修金額大きいので、いっそのこと新設してしまおうというところもある。いろいろなところでB.革新に基づいてアリーナの建設計画が動いている状況である。

### (3) 福井ブローウィングスについて

#### ①クラブ概要

- ・「福井をもっとにぎやかな場所にするべく福井の人々の背中を押す存在となる。」というビジョンは設立当初から変わっていない。オールコネクトの「社会をにぎやかに！」という企業理念にあるように、ブローウィングスというクラブチームをコンテンツとして使いながら、福井のにぎわいを作りたい。また、我々が先陣を切って今まで福井

にないような体験・価値を出してだけでなく、クラブチームとして背中を押せるような存在になりたいと思っている。

- ・「プロフェッショナルエンターテイメントを通じて、福井の次世代の誇りを生み出し続ける。」というミッションとしては、会場の装飾や演出等、福井にないものをどれだけ作れるかが非常に重要だと思っている。ただスポーツをやるだけでなく、非日常空間について、福井でもこういうことができるのだなという驚きなどをどんどん出していきたい。また、次世代を担う子どもたち、若者たちが福井に誇りを感じていただきながら、福井に戻ってくるところまでつなげていければと思っている。
- ・エンブレム、ロゴ、マスコット、「吹く、いい風」というキャッチコピーなど、福井になかったので最初のしつらえからこだわっている。
- ・未就学児、次世代を担う若者、ファミリー層を大事にしている。初年度にはなかったドラムラインなど、演出面も強化している。一日を通してバスケットだけではない部分も含め、来場者にどのように満足していただけるかを考えている。
- ・昨年の年間来場者数は7万8,096名、平均来場者数は2,603名だった。平日の試合で落ちていたが、土日平均は3,000~4,000人だった。

## ②今シーズンの取組、目標

- ・今年は今来場者数12万人、1試合平均4,000人を目標とし、B.プレミアを目指しながら進めていくが、この規定を満たしたらすぐにB.プレミアに上がれるかというところではない。平均来場者数、売上、アリーナの3条件の中で、平均来場者数と売上げについては査定期間がある。今年がプレミア査定を目指す1年目である。来年から平均来場者の条件については3,000人に緩和されるが、プレミア査定を受けるには2年連続で達成する必要がある。達成できれば、プレミアライセンスを取得できる。
- ・会場をおさえるのが大変なため、各クラブが2年先まで対戦カードを決めるという「2年前カーディング」が来年から実施されることにより、2027年、2028年の対戦カードが決まっている。プレミアリーグは最短でも2029年になるので、ここを目指している。2029年10月時点でアリーナが使える状況であれば、問題なく審査を通ると聞いている。
- ・今年の目標は3つある。現行のB2リーグ優勝と、先ほどのライセンスに関係する部分で、年間12万人以上・平均来場者数4,000人以上、売上12億円以上である。特に来場者数が難しい。昨年7万8,000人だったので4万2,000人増やさないといけない。10月の開幕から、会場の演出についてレーザーやLEDライトに予算をかけてエンターテインメント性を高めている。また、キッズルームの拡充も行った。

- ・目標を達成するための重要なポイントとして、1つは強いチームの基盤整備がある。今年から新たに、スポンサーである福井コンピュータ社の体育館をクラブハウスとして常設で利用させていただいている。試合だけでなく練習場を借りるのも大変で、昨年はいろいろな体育館を転々としていた。選手を獲得するうえで、クラブハウスは重要な要素である。また、選手たちの移動用の専用バスにラッピングバスを導入した。
- ・重要なポイントの2つ目は、年間12万人に向けたホームゲーム興行の再開である。収容人数の上限を4,000人以上になるよう、設計図を塗り替えた。もともとセーレンドリームアリーナは3,975名収容だったが、消防の許可を得ながら4,500名可能とした。
- ・未就学児がいるファミリー層をターゲットとして重要視している。ファミリー層が増えると、その上の世代も含め幅広い層を観客として狙える。子どもがブローウィンズのファンになってくれることがとても重要である。
- ・子どもによっては2時間ずっと観戦できないので、そういった場合のストレスをいかに減らせるかを考え、多目的室の開放など行っている。
- ・今まではバスケットボールを前面に出していたが、休日のレジャーの選択肢の一つがブローウィンズの興行となることを目指す。新規の方のリピート率は約7割であり、一度来てもらえれば満足していただけているので、いろいろな仕組みを打ち出しているところである。
- ・2年間でいろいろ課題が見えた。入場前に長蛇の列ができてしまうことについて、今年から2階にも指定席エリアを設置した。また、子どもと観戦できるよう多目的室の開放、オリジナルコンテンツの提供や、立見席の常設による気軽な来場を促している。
- ・マルハン社がスポンサーとなり、トラックを活用していろいろな学校を訪問し、バスケットボールのほか、スポーツ自体の楽しさを伝えるブローウィンズパークという取組も行っている。

## II 質疑応答

○委員 B. プレミアムに上がる上で、今シーズンと来シーズンの2年連続、とても高い目標を掲げられているが、仮に目標達成できなかった場合、最短の2029年というのは確実にずれてしまうのか。

○本部長 おっしゃる通り、2029年には叶わなくなる。平均来場者数4,000人という条件は今年までで、来年からは緩和され3,000人になる。我々は1年でも早くプレミアリーグに参入したい。千葉ジェッツなど人気

球団と戦えるし、人気球団が福井にやってくる波及効果も期待できる。

仮に達成できなかった場合、2026年に3,000人、2027年に3,000人を達成すればライセンスがもらえるので、1年遅れの2030年にプレミアリーグに入れるということになる。アリーナの大きな計画があるが、それに準じて勢いをもたらしていけば今シーズンも達成できると思う。

○委員 売上目標が12億円ということだが、現時点でどれくらいか。

○本部長 目標の12億円は超えている。超えている理由として、オールコネクトが投資しているためである。スポンサーの金額は約9.8億円である。そのうちの約7割、6.3億円はオールコネクトがスポンサーとして赤字相当額を補填しているので、売上についてはあまり心配していない。

オーナー依存型のクラブは経営者の意向が変わると、クラブチームとは別のことをやりたいなどで存続危機に陥るし、またオーナー会社自体が不振になりクラブが存続危機に陥ったケースもある。スポンサーの売上部分は、オーナー依存率をできるだけ下げて、純粋なスポンサーを増やすことを目指して取り組んでいく。

○委員 2点お聞きする。1点目はサンドームを活用して5,000～6,000人規模のイベントをすれば、平均来場者数も目標を達成するのではないかと思うがどうか。2点目は、アリーナができたあとB.プレミアに上がれば、黒字化できる見込みがあるか。

○本部長 1点目について、クラブとしてもサンドーム活用の構想はある。しかし、致命的な問題がある。1つは、サンドームはコンサートホールのため、1階席をどれだけ作ってもバスケットコートとの距離が遠く臨場感に欠け、また、観客の重なりで見えない「見切れ席」が多数発生するつくりになっている。観客を入れることはできるが、座っているのに前の人で見えないということが生じるので、サンドームは1万人収容できるが、バスケットボールの試合として使用するなら7,000人が限度だと思う。

もう1つは、サンドームで実施するにはお金がかかる。コート、ゴール、センタービジョンを持ってくる必要がある。現在県営体育館で実施している興行は、準備日含めて4日かかるのに対し、サンドームでは5～6日必要となる。全体経費が約5倍になる見込みで、間違いなく3,000～4,000万円の赤字になると思う。以上、観客の満足度が担保されないこと、やればや

るほど赤字になることが懸念されることから、サンドームでの実施は難しいと考えている。後半になって1試合平均3,700人などになり、物理的に県営体育館での達成が難しいということになったら経営判断が必要になるが、今のところサンドームを利用せず、県営体育館でより多くの観客に来てもらえるかを考えたい。

2点目について、オールコネクトとしても事業としてやっている。結論として、オーナー企業の支援が不要で、クラブチームとしてしっかり自走できる形を目指し、B.プレミア参入までの7か年計画に沿って実施している。今年も数億円の赤字となる見込みだが、オールコネクトが赤字補填する。2期連続で赤字になると、Bリーグライセンス自体をはく奪されてしまう。2027年、クラブ発足5年目のシーズンにはクラブ単体での黒字化を目指すべく進めている。去年はオールコネクトが6.3億円負担したが、今年度はクラブの自力の売上が上がっており、赤字は半分以下になっている。来年度は数千万の赤字、うまくいけば来年度黒字化できるかもしれない。オールコネクトに何かあった場合でもクラブ自体が存続できる状態を5年目シーズンには作れるのではないかと考えている。

○委員 5年目には黒字化させるということだが、どうやって売上を増加させていくのか。

○本部長 スポンサーの売上が半数以上を占めるので、この売上げを増やすということは重要になってくる。現在右肩上がりが増えていく。それだけでなく、来場者数は12万人でチケット単価が同じだとしても、12万人が全員お金を払って見に来ているわけではない。スポンサー企業が払っていたり、無料招待があったりする。見に来てもらえれば次は絶対にお金を払ってきてくれるという自信もある。来場者のうちお金を払ってきている割合を有償率と言うが、B2リーグで3割くらいである。仮に12万人入った場合、3.6万人はお金を払って、あとは無料招待だと、売上が出ない。我々は有償率5割以上である。無料招待がなくても4,000人を達成することができれば売り上げはどんどん上がっていく。

グッズも、開幕戦だけで見ると去年の3倍売れている。また、スクール活動も売上となる。

○委員 アリーナについて5,000人以上収容でB.プレミアの条件となっているが、今後条件が上がり、5,000人以上ではダメになるのではと危惧

してしまうのだが、何か情報はないか。こういった見解をお持ちか。

○本部長 10年20年後のことはわからず我々も危惧しているが、現状はない。この規定で各自治体、クラブがアリーナの改修・新設など行っており、今からルールを変えると反発が起きると思う。20年後チェアマンの意向が変わってしまえば全くないとは言えないが。

5,000人規模のアリーナはあまりないため、注目されていると思う。

○委員 私自身ブローウィングスの試合を見たことがなく、嶺南は嶺北と比べて盛り上がり欠けている。とはいえ、八木会頭、経済界の熱い思いを感じ、アリーナ賛成の立場である。

上のリーグを目指そうとすると、いい選手が必須条件で、お金が必要になってくる。お金だけでなく選手の練習環境などもあって選手が来てくれるとのことだが、これからB.プレミアを目指す上で、いい選手を取りたいというのは社長の中にあると思うが、オールコネクトの経営との関係など、どう考えているか。

○代表取締役 先日小浜市、敦賀市と提携を結んだので、今後嶺南でもいろいろ活動していく。

オールコネクトからバスケットの事業をやらないかと2020年くらいから言われ考えていた。エンターテインメント性を追求するようなリーグにしたいという理念があり、その中でサラリーキャップ問題があった。B.プレミアではチーム選手の人件費の上限8億円、下限5億円と決まっているのである。今、人件費が8億円を超えているB1のチームは十数チームあるが、来年から上限8億円に下がる。正直、この基準がなければこの事業をやっていない。地方でもいい選手が取れるような時代になるとわかったので、福井でも可能性があるのではと思いこのプロジェクトを始めた。

選手のホスピタリティも大事だが、これから我がクラブは選手の育成に力を入れたい。若い選手は社会経験が乏しくバスケットボールしか知らない。福井に来ると、社会貢献活動や地元根付いた活動をすることにより社会人としても非常にレベルアップできる。資産形成のレクチャー、体のケアをしっかりとできるようなクラブを作っていきたい。福井に来れば人間力もアップできるという大都会とは違った魅力を出せれば、可能性は十分にある。

来年からB.プレミアは26チーム、B.ワンは25チーム、B.ネクストは

4チームで構成される。B.ワンでよい興行をしていけばまた盛り上がりを作れると思うので、ぜひ一度見に来ていただきたい。

○委員 質問ではないが、駅周辺に盛り上がりがある。スポーツ議連で視察に行き、スポーツの臨場感や一体感を感じ、ストレス発散もできてとても良いと思った。いろいろ見越してやられているし、ワンパークフェスティバルなどでも皆様のお力を見せていただいているので、これからはがんばっていただきたいし、我々もがんばっていく。

○委員 3点お聞きする。①県民全体への機運醸成となると、県内各地でできるのか、②アリーナがホームグラウンドになるとすると、全部そこで開催されることになるのか、③選手を増やす、強くするために中高生などが強くなるとバスケットボール自体の機運醸成にもつながるかと思うがどうか。

○本部長 ①について、物理的にはできなくはない。ただ興行として考えると、アクセスや宿泊などハード面の環境が重要であり、現状は難しい。

②について、レギュラーシーズンはホームで8割実施しないといけないため、メインアリーナでの活動が中心になる。しかし、プレシーズンは敦賀などで実施することもできると思う。本拠地以外のエリアでも行政や企業と連携しながら、ツアーなども考えていきたい。

○代表取締役 ③について、スクール事業で500人以上を目指しているところ。敦賀、丹南、福井、坂井で実施し、5,000万円の売り上げがある。

普及についてだが、幼稚園から中学生まで男女楽しみながらバスケットボールに触れている。また、我々はU15、U18のチームがあるので、そこをしっかりと育てていく。ゆくゆくはそのチームから福井ブローウィングズに登録していきたい。選手登録は12名だが、U18は育成枠として2名別枠で入れるので、ベンチに最大14名まで座れることになる。

オフシーズンに県内各地で合宿や社会貢献活動を行い、地域の方々と触れ合う機会を増やしていきたいと思っている。

○委員 福井ブローウィングズはふくい県民応援チーム「FUKUI RAYS」として活動していただいている。委託事業として様々な啓蒙活動などしていただいているが、その活動がチームにとってプラスになっているのか、負担

になっているのか。ふくい県民応援チームとしての応援の仕方が今のままでいいのか、FUKUIRAYS としての在り方をもう少しこうするとよい、などあるか。

○本部長 オーダーが多いというわけではないので重荷や負担ではない。むしろもっと使ってほしいと思っている。企業からお金をいただき行う取組もあり、行政だけ無料でというのは難しいが、我々は若いクラブ組織で盛り上がってはいるが、嶺南地区ではそれほど認知されていないと思う。我々は「福井県全体を」というところを大事にしている。FUKUIRAYS の活動により我々をより多くの方々に知っていただけるのはとてもありがたい。

要望であるが、バスケットボールだけでなく、スポーツに対して投資をしてほしい。若者に対しスポーツのすばらしさを伝えるためにも、FUKUIRAYS をもっとうまく使ってほしい。

### Ⅲ 本社見学

※見学をしながら行った質疑応答については省略する。

## 2. ふくい園芸カレッジ

### 園芸カレッジでの取組み等について

#### I 研修場所視察（※天気の都合により先に実施）

※現地視察をしながら行った質疑応答については省略する。

#### II 説明概要

##### (1) ふくい園芸カレッジの概要

- ・平成 26 年 6 月に開校し、今年で 12 年目となる。園芸分野の即戦力となる人材育成を目的としている。受講料は無料である。
- ・新規就農コースは 2 年間の研修となっており、1 年目はカレッジでの研修、2 年目は里親研修を実施する。
- ・就農計画の作成、就農予定地との調整をサポートしている。農地確保など関係機関と連携しサポートしている。

##### (2) 研修の仕組み

- ・新規就農コースは 2 年間で構成される。1 年目はカレッジで模擬経営研修を実施する。他県では職員が作物を栽培・管理しており、その手伝いをする研修だが、福井県では実際に研修生が栽培し販売する

という研修を実施している。ふくい園芸カレッジの魅力の一つだと思う。

- ・研修生一人につき、ハウス1棟(約180平方メートル)と露地圃場10アールを貸し出すが、いきなり10アールが割り当てられて厳しい場合は3アールや5アール程度貸し出している。
- ・2年目は里親農家での派遣研修を行い、実際の経営規模で栽培手順を学ぶ。派遣研修費用として月額2万円は研修生負担である。

### (3) 園芸カレッジでの就農までの流れ

- ・1月入校を想定している。模擬経営研修1年、里親研修1年を経て、3年目の1月に営農を開始したい場合、事業要望をする必要がある。事業を活用する場合、1年目の6月までに収支計画作成、就農先を決める必要があり、とてもタイトなスケジュールで進む。
- ・2年目に事業申請にかかる経営シミュレーションを作成する。借入金の手続きもおこなうので、2年目は研修生にとってマルチタスクな時期である。

### (4) 果樹コースの新設

- ・令和5年度に「果樹コース」を新設し、ナシの栽培技術を学べるようになった。
- ・あわら市指中に実践圃場を整備し、ナシについては約15アールを4年間無料貸与する仕組みを導入している。

### (5) ふくい園芸カレッジ農場

- ・H鋼ガラスハウスは先ほど見ていただいたブドウのハウスである。5棟ある。晴天時に案内予定だったパイプハウスは間口6メートル、長さ30メートルの1.8アールである。農業で生計を立てようとすると、間口6メートル、長さ50メートルの3アールを複数建てることになる。
- ・路地圃場は約3ヘクタールを確保している。
- ・嶺南地域の就農者を増やすため、第二ふくい園芸カレッジを美浜町に整備し始めている。令和10年オープンを目指す。イチゴ、ブドウ、ウメについて勉強できる圃場や施設を造る。

### (6) 入校生の推移、研修後の進路

- ・最近の入校生が減ってきている状況である。
- ・開校以来、過去10年間で276人が研修を修了し、そのうち162人が県内で独立就農、105人が県内法人等に就業している。定着率は82%であり、研修終了後は、ほぼ全員が就農・就業している。
- ・就農先はあわら市、坂井市、福井市に集中している。

#### (7) 支援制度、カレッジ終了後の就農支援

- ・2年の研修期間中の支援制度として、国の基準で、50歳未満は年間150万円×2年間、最大300万円の給付金がある。それとは別に、県外からの移住者は追加で年間60万円×2年間、最大120万円の福井県独自の奨励金がある。50～59歳については、県外からの移住者は給付金・奨励金あわせて年間150万円×2年間、最大300万円の支援がある。家族連れで移住の場合は、奨励金の60万円が1.5倍の90万円になる。
- ・各地域にワンストップ就農窓口を市町やJA等に設置し、研修修了後の就農支援も行っている。

### Ⅲ 質疑応答

○委員 就職先が全て県内になっているのが、入校条件なのかを確認したい。また、県外から来られているが、県外から来る魅力は何か。

○室長 原則として、入ってくる方には県内での就業をお願いしている。ただし、結果的に違うところに行く場合もある。県外から来る魅力についてであるが、過去の事例では福井県で創出されたミディトマトに感動し、大阪から来た方がいる。

○参事 福井県独自の支援制度も魅力だと思う。国の給付金に加え、県が上乘せ支援を行うことや、50歳以上でも支援がある。さらに、砂丘地などでJAがリースハウスを整備しており、出口の部分が整っていることも魅力と考えている。

○委員 学びやすく、就農・独立しやすい環境が整っているという理解でよいか。

○参事 福井県は弱小産地であるため、制度をPRしている状況である。

○課長 東京などの新農業人フェアで山梨や静岡と並ぶと、福井県は目立ちにくいですが、園芸カレッジで無料で学べることや支援制度を強調して勧誘している。

○委員 全く農地を持っていない方も来られると思うが、農地の確保、ここを卒業した場合どう収益につなげていくかなど、どういう流れになるのか。

○室長 農地確保については、市が設置する丘陵地農業支援センターにある程度空き農地情報が集まっているので、まずカレッジ職員と就農希望の生徒で行き、農業の内容、規模など説明して可能な農地がないかを探し、次にその情報を手掛かりにして生徒本人が足しげくセンターに通い農地を探すという流れである。仲介に入るセンターは貸す側として人柄を重視するため、生徒の自助努力も必要である。

○委員 マッチングは修了後に行うのか。借りるか買うかわからないが、初期投資がかなりかかるのか。

○室長 本格的に就農されたい方は修了前から、1年目から探す必要がある。事業要望には市町、つまり就農地が必須であるためである。基本的には借地で話を進める。

○課長 2年目に里親研修があり、里親も一生懸命声掛けしてくれることがある。里親つながりで貸してくれることもある。

○委員 貸す側のメリットは。

○室長 管理に関する負担が減ることや、少し賃料が入ることが考えられる。また人によるが、子どもが県外におり将来に向けて今のうちから農地を管理しておく、子どもの負担が減ると考える人もいるようである。

○委員 砂丘地、丘陵地は空いているところはあるのか。

○課長 ある。丘陵地支援センターにワンストップで相談にのれる人も

いる。

○委員 県外に行ったり、就農しなかった場合、ペナルティはあるのか。

○参事 研修期間中に国の給付金である年間 150 万円を 2 年間受けた場合、3 年間農業に従事しないと返還義務がある。その事例もある。

○委員 県外から来てもらうのが一番ありがたいと思うが、住居など含めて支援するのか。住宅情報の提供などはしているのか。

○参事 そこが少し弱いところ。県外の研修機関では研修施設に寮など併設されているが、福井県にはない。県外から移住された方には年間 60 万円を 2 年間、追加で給付しており、そこから引っ越し費用や住宅費用を捻出してもらっている。

各市町から空き家情報などがあるので、各市町の支援情報とあわせて提供している。

○委員 借地が前提ということだが、農地を買いたい場合は、農地を所有していないと買えないなどの条件があったかと思うがどうか。

○課長 農地取得は農地法の関係があるため、所有権移転については農地を運用している人である必要がある。

○委員 園芸カレッジの教師は地域の農業者か。

○室長 県職員や県職員OBである。教師陣の人材育成も重要だと思う。

○課長 現役県職員も果樹や野菜担当の教師として来ているし、農協関係職員のOBも指導員として来ていただいている。

○委員 米価高騰の影響というか、畑作と稲作のバランスは研修生の中でも意識が変わってくるのかがあるのか。

○室長 園芸を目指していたが稲作に転じた方もいる。特に今年は米の買取価格が高くなっているので、若干名いる。

- 委員 米の価格はよく話題になるが、野菜価格も上がっているのか。
- 参事 1年を通して波がある。今夏は暑かったので、収穫できず価格が高くなったが、涼しくなり収穫できると価格が安くなるというふうに、乱高下する。一概に野菜が高くなっているなどは言えないが、適正価格ではない部分はある。
- 委員 経営の指導もするのか。減価償却などで実際の収益とのギャップに困惑する場合があるのではないか。卒業生はうまくいっているのか。
- 室長 簿記、インボイス、青色申告など入門的な話をしている。また、減価償却込みの経営シミュレーションを作成しておりあまり困惑されることはないと思う。卒業生は、大体うまくいっている方が多い。
- 委員 越前市の土壌ではブドウやナシがうまく作れないと思うが、ここは丘陵地だからうまくいくのか。工夫すれば土壌が違ってでもできるのか。中山間地でもできるのか。
- 参事 暗渠などを入れて水田地帯でブドウを作る新規就農者が増えており、水はけ対策をすればブドウはできると思う。ナシは選果作業が必要になるため、大きい産地で作るのがよいと思う。中山間地でもできると思う。鳥獣害対策が重要である。
- 委員 有機栽培の指導は可能か。
- 課長 一般栽培を基本としているが、農薬削減技術や有機質肥料の使用技術、福井県特別栽培農産物の化学肥料削減の技術などもカリキュラムに含まれている。完全な有機、オーガニックの研修は未実施である。越前市の地方創生センターでの実施を期待している。
- 委員 県立大学の創造農学科と連携しているか。大学卒業後、園芸カレッジに来る人もいるのか。
- 室長 課外学習として視察に来られたときに話をするくらいである。

今のところ卒業後來る人はいない。ゆくゆくは期待したい。

○課長 創造農学科の卒業を控えている人で農業をしたいという学生もおり、園芸カレッジに来るのか市に行くのかなどはこれからの話かと思う。

○委員 給付金をもらう人ともらわない人の違いは何か。

○室長 国の要件により、世帯所得 600 万円以上の場合は給付対象外である。

# 産業常任委員会県外視察 ((株)福井ブローウィンズ)



# 産業常任委員会県外視察（ふくい園芸カレッジ）

