

高崎競馬場跡地への機能導入可能性調査の機能別比較表

	展示施設	教育・学術施設	サッカースタジアム	健康増進・福祉関連施設	公園
施設内容	展示場（大、小）、商談室、応接室、事務室、駐車場等	統合キャンパス、文化ホール（小）、音楽スタジオ、映像シアタールーム、駐車場等	スタジアム、駐車場等	健康増進施設（プール、トレーニングルーム、会議室、研修室等）、児童館・児童遊園、駐車場等	芝生広場、運動広場、外周緑地、園内歩路、駐車場等
施設規模	建 物 7,500㎡ 大展示場 5,000㎡ 小展示場 600㎡ その他 1,900㎡ 駐車場 15,000㎡（500台） 敷地面積 22,500㎡ ※過去の展示会の規模分布から、250小間以下の施設規模を想定	建 物（2F） 4,500㎡（延床7,790㎡） 教育施設 3,020㎡ 生涯学習施設 4,770㎡ 文化ホール 300席 駐車場 9,000㎡（300台） 敷地面積 13,500㎡ ※既存施設（音楽センター）と競合しない規模や、専修学校校舎設置基準より想定	建 物 18,000㎡ 収容人員 20,000人 駐車場 30,000㎡（1,000台） 敷地面積 48,000㎡ ※現行のJ1基準に合致し、将来的なJ2基準にも合致する規模を想定	建 物（2F） 5,000㎡（延床7,700㎡） 健康増進施設 3,500㎡ 児童館 4,200㎡ 駐車場 9,000㎡（300台） 児童遊園（屋外園地） 10,000㎡ 敷地面積 24,000㎡ ※類似施設を参考に規模を想定（埼玉県健康福祉村、ぐんまこどもの国等）	公園以外の導入施設の面積規模を考慮し、3タイプについて検討 敷地面積 ①100,000㎡ ② 60,000㎡ ③ 40,000㎡ 駐車場 ① 6,000㎡（170台） ② 5,000㎡（128台） ③ 3,000㎡（85台） ※跡地の敷地の全部、半分、1/3を公園にした場合の規模を想定
建設費	約52.5億円 7,500㎡×70万円/㎡ ㎡単価を最近建設された施設を参考に低めに設定 ※中期的な利用を前提に、H10年以降最も安価な建設費の類似施設（ビッグパレット福島）を参考に算出	約27.5億円 教育施設 約6億円 3,020㎡×20万円/㎡ 生涯学習施設 約21.5億円 4,770㎡×45万円/㎡ ※㎡単価は2010年建設物価調査より算出	約90億円 18,000㎡×50万円/㎡ ㎡単価は最近建設された同規模施設 ※最近建設された同規模施設（福田電子アリーナ）を参考に算出	約45.6億円 健康増進施設 約21.7億円 3,500㎡×62万円/㎡ 児童館・児童遊園 約23.9億円 4,200㎡×55万円/㎡（児童館） 10,000㎡×0.75万円/㎡（児童遊園） ※類似施設の建設費を参考に算出	①約10億円 100,000㎡×10,000円/㎡ ②約6億円 60,000㎡×10,000円/㎡ ③約4億円 40,000㎡×10,000円/㎡ ※類似施設（大阪府錦織公園）の建設費を参考に算出
管理費	収入 1億9,720万円 支出 2億720万円 収支 ▲1,000万円 ※収入：施設使用料、駐車場料 支出：管理費、人件費	収入 2,300万円 支出 4,960万円 収支 ▲2,660万円 ※収入：テナント収入、施設利用料 支出：管理費、人件費	収入 5,200万円 支出 1億5,000万円 収支 ▲9,800万円 ※収入：施設利用料 支出：維持管理費等	収入 5,640万円 支出 3億6,380万円 収支 ▲3億0,740万円 ※収入：利用料収入 支出：人件費、管理費、委託料	収入 0 支出 ① 5,700万円 ② 3,420万円 ③ 2,280万円 収支 ①▲5,700万円 ②▲3,420万円 ③▲2,280万円 ※支出：管理費
経済効果	①建設 生産誘発額 83億9,700万円 新規就業者 828人 ②管理移行後 生産誘発額 130億8,800万円 ～115億7,400万円 新規就業者 1,847人 ～1,634人 ※群馬県産業連関表より算出	①建設 生産誘発額 43億8,200万円 新規就業者 434人 ②管理移行後 生産誘発額 2,600万円 新規就業者 2人	①建設 生産誘発額 142億5,900万円 新規就業者 1,409人 ②管理移行後 生産誘発額 10億6,800万円 ～5億3,400万円 新規就業者 151人 ～75人 入場者数 9,000人/試合 ～4,500人/試合	①建設 生産誘発額 72億1,600万円 新規就業者 713人 ②管理移行後 生産誘発額 8,700万円 新規就業者 9人	①建設 生産誘発額 ①17億9,400万円 ②10億7,700万円 ③ 7億1,800万円 新規就業者 ①181人 ②108人 ③ 72人 ②管理移行後 生産誘発額 - 新規就業者 -
定性的効果	・広域交流の拠点 ・知名度の向上 ・都市間競争に貢献 ・新しい都市のイメージ ・交流人口の増加 ・自治体相互の広域連携 ・産業活性化による税収増加 ・非常時の防災拠点 等	・学校の持つ技術、人材を活用した地域との連携・協力 ・学生参加による協働の取組 ・街なかの若者増加、街の活力増加 ・都市イメージの向上 ・情報発信力の向上 ・県民の社会参加機会の増加 等	・広域交流の拠点 ・知名度の向上 ・都市間競争に貢献 ・新しい都市のイメージ ・交流人口の増加 ・ホームタウン相互の広域交流の活発化・広域連携の形成 等	・生活の質の向上 ・日常生活での安心感の醸成 ・スポーツを通じた交流の活発化 ・多様なスポーツイベントの開催 ・健康増進の啓蒙・啓発 ・子どもの遊び・体験の充実 ・地域の子育て支援機能の充実 ・世代間交流の活性化 等	・子どもたちの安全な遊び場・周辺住民の語らいの場・レクリエーションの場の創出 ・交流の場の創出と交流の活発化 ・生活の質の向上 ・都市環境の維持・改善 ・都市景観の形成 ・都市防災機能の発揮 等
その他			・駐車台数2,800台で102,000㎡となり、ほぼ全敷地を利用	・太田市に県立ぐんまこどもの国	・観音山ファミリーパーク（60ha）、群馬の森（26ha）
評価	◎の項目が多い（4/13）	○の項目が多い（8/13）	◎の項目が多い（6/13）	○と△がほぼ半々	△が多い（9/13）
理由	◎都市間競争に資する ◎交流の活性化 ◎収益性等の事業効果	◎地域の賑わいの創出 ◎良好な住環境の維持	◎都市間競争に資する ◎都市のイメージアップ ◎交流の活性化 ▲良好な住環境の維持	◎良好な住環境の維持 ▲健康増進施設は民間と競合	◎良好な住環境の維持