

地方創生交付金活用事業に係る効果検証委員による令和3年度事業効果検証について

対象事業：スポーツツーリズム推進事業

令和4年8月
寒河江市企画創成課

<概要>

令和3年度スポーツツーリズム推進事業について、観光的、経済的及び金融的な観点並びに山形県内、宮城県及び首都圏の視点から効果検証を依頼し、以下の意見をいただいた。
※内容の近いコメントがありますが、統合せず併記しています。

<効果検証委員>

亜細亜大学経営学部 久保田 美穂子 准教授（東京）
公益財団法人 東北活性化研究センター 宮曾根 隆 部長（東北）
日本政策金融公庫 山形支店 中小企業事業 総括課 朝日 健一 上席課長代理（山形）

<意見>

[全体・KPI]

- ◆ KPIに関する数値について、資料にもあるとおり、2年日以降は厳しい結果となっているが、初年度は概ね達成または達成に近い数字となっており、宿泊数の増など一定の波及効果も見られ、事業全体の狙いは間違っていないのではないか。
- ◆ 令和2年度以降は中止となったものもあるが、実施方法の変更や新たな取組など、コロナ禍でも諦めず、やれることに取り組んでいる姿勢は評価できる。今後も厳しい状況が続くかもしれないが引き続き頑張っていたきたい。
- ◆ KPIの数値はコロナ禍の影響を加味し下方修正等はしているのか。結果についてはどう考えているのか。
➡事務局回答：していない。事業開始前（平成30年度）に設定した、コロナ禍を加味しない数値のまま。また、地方創生交付金制度上、KPIの変更は原則として認められていない。
1年目は全指標において「達成」または「もう少しで達成」となっており、事業の方向性や考え方は間違いではなく、事業効果が認められる。2年目はコロナ禍によりほぼ全ての事業が中止で、KPIも全て「未達成」となり、残念だがこの年は仕様がなと考えている。3年目もKPIは全て「未達成」だが、形態を変えながら各イベントを実施し、数値も回復基調にあり、オンライン開催等のDX活用等で

様々な知見を得られ、一定の成果があったと捉えている。

- ◆ コロナ禍により全国的に中止するイベントが続き、寒河江市も令和2年度のスポーツツーリズムイベントはほぼ中止だったが、令和3年度はデジタル技術を活用しながら形態を変えて実施したり、スケートボード等の新たなものを取り入れたり、知恵を絞りながら事業に注力し、次に繋げようとしている姿勢が見受けられ、評価出来る。しかし、評価指標(KPI)のスコア上では厳しい結果となっている。KPI以外の、数字に現れない成果もあると思うが、どの様に考えているか。
 - ➡事務局回答：市としては、①オリンピック機運を活かし、今後さらに注目されると思われるスケートボードやBMX等のアーバンスポーツ関係事業の取組を開始したこと、②オンライン開催イベントを通じ、DXの活用や、一過性でない長期間の誘客に繋がる知見を得られたこと、③イベントの参加者「楽しむ人」だけで無い、スポーツを「観る人」「支える人」等、スポーツツーリズムの新たなターゲットを見出したこと等がKPI以外の成果と考えている。これらを活かし後継事業として「縁JOYさがえ！～新時代スポーツリズム～」を令和4年度から行っている。
 - ➡そうした成果も積極的に対外的にアピールすると良い。

- ◆ 自転車の各種競技について、1つの自治体でこれだけの数をやっているのは凄い。特に、元々ある施設や地域資源を十分活用している点が評価できる。

- ◆ 毎年お伝えしているが、前身の「自転車活用まちづくり事業」では「自転車」という尖った特徴があったが、「スポーツツーリズム推進事業」以降は様々な競技を盛り込んでおり、相対的に自転車の色が薄れる恐れがある。自転車の活用を掲げ、実際にこれだけやっている自治体は多くないので、自転車に注力することは忘れず、これまで育てた特徴を失くしてしまうことの無いようご留意いただきたい。そのうえで他の競技も取り入れるということを期待したい。

- ◆ 令和3年度は前身事業から数えると6年目となる。単年や3年毎の成果だけでなく、例えば10年前からの変化、事業を経た推移が見えるようにしてはどうか。参加者や観光客の数だけでなく属性(来訪元、年齢、来訪地点、使用金額等)の推移や、コロナ禍を経てどういった変化が起きたかが見える化することで、新たな気づきや方策も出てくるのではないかと。資料においても、数字だけでなく、グラフ等で「この事業をやったことでこんな成果があった」とパッと見て分かるようにすると良い。
 - ➡事務局回答：観光客数については毎年度の統計データがあるので、ご提案を基に取りまとめたい。その他の推移・変化についても可能な範囲でデータをまとめ、今後の資料作成等に反映したい。

- ◆ 事業全体を通じてコンサルタント等は入っているのか。
➡事務局回答：入っていない。全体統括や進捗管理は市で行っている。個別のイベントに委託や協力の形で、各種事業者や団体が入っていることはある。

[さくらんぼマラソン]

- ◆ 歴史のある「さくらんぼマラソン」をスポーツツーリズムに合流させ、リニューアルしながら観光振興に寄与させることも、元々ある地域資源の活用という意味でも評価できる。

- ◆ 市として本イベントの知名度不足を問題と捉えていた印象があるが、実施方法を変えたことも要因だと思うが、今回は全国 47 都道府県から参加者がある。市が思っているほど知名度は低くないのではないか。

- ◆ これまでは知名度向上が課題だったかかもしれないが、一定の知名度があると仮定すれば、今度は市外・県外で感心を持っている人をどう刈り取るか、実際に参加してもらうために、どのようにアプローチするかが重要になってくるのではないか。

- ◆ 47 都道府県全てから参加者があるが、どのように捉えているか。
➡事務局回答：オンライン開催で参加し易くなったことが要因として大きいと思う。しかし、これまで東根市のマラソンと比べ知名度が低いと感じていたが、この度の結果により、一定の認知はあるとも考えられ、今後はこの認知層をどうやって実際の大会に足を運んでもらえるかが課題とも言える。
➡記録を狙う競技志向のランナー以外に、開催地の魅力や地元民との交流を楽しむに参加するランナーも多い。集客増を考えるのであれば、参加してもらうために地域の魅力を活かした仕掛けを作ったり、他大会との差別化を図ることが大事なので知恵を絞ってほしい。

- ◆ マラソンについて、コロナ禍対策として中止ではなくオンライン開催として、市に来訪せずとも全国どこでも自由に参加出来るという方法は面白い。知恵を絞り何とか継続している点が素晴らしい。

- ◆ オンライン開催としたことで通常よりもイベントに関する SNS 交流や新たなコミュニティ形成の様なものが見られたようだが、こうした動きは大事なことなので、今後に期待したい。これは狙ったものか。

⇒事務局回答：狙ったものではなく、結果的に起きたものだが、ファン・リピーター層獲得や定着のために効果的だと思われるので、今後は狙っていきたい。その際は市AR観光ガイドアプリとして「ぐるぐるさがえ」等も活用しながら、オンラインのコミュニティ形成に取り組んでいきたい。

- ◆ 長野県小布施町で「小布施見にマラソン」という大会がある。ハーフマラソンだが、競技志向ではなく「土手に行く 野道を駆ける 路地を走る」というコンセプトで、田んぼ道や農道などを走り、立ち止まって風景を見たり、町民との交流を楽しんでもらう大会。寒河江市でもこのように地域資源を活用して特徴を持たせ、また参加したいと思わせるような工夫をしてみてもどうか。

⇒事務局回答：令和3年度はオンライン開催とし、一定の成果は見られたが、実際の誘客には繋がりにくいことも結果として分かった。コロナ禍もあり令和4年度は中止となったが、新たな開催方法を検討するための準備期間とも捉えている。各地の特徴ある大会を参考にしながら、市の魅力を引き出す工夫を考えていきたい。

⇒参加者が走って終わりの大会ではなく、大会を通じ観光要素や街の魅力を出し、また参加してみたいと思わせる関係性づくりが重要。また、大会以外の機会でも再訪を促すような工夫があるとより良い。ハーフの距離であれば楽しんでもらいながら情報を伝えることが出来ると思うので、知恵を絞って検討してほしい。

[ツールド・さくらんぼ]

- ◆ コロナ禍対応で、スタンプラリー形式×スペシャルデーの推奨コース設定という形だが、通常開催時よりも参加者の自由度が高く、アンケートを見ると満足度も高い。今までとは違う層の参加者獲得、違う面での楽しみ提供に繋がったのではないかと。
- ◆ 今回の実施方法は、イベント時のみの短期的なものではなく、冬季以外の通年でやっても効果が上がるのではないかと。また、例えばマラソンやウォーキングなど、他のスポーツでもこのアイデアは活かせるのではないかと。
- ◆ 決まったコースだけでなく、ユーザーが参加者が自由に周れる形は広がりがあり、市内周遊による観光・交流促進効果が期待されるので、大会に限らず同様の取組みを今後も続けてほしい。
- ◆ 昨年も提案したが、ツールド・フランスのように大会中の様子をドローンなどで撮影し、寒河江西村山の美しい風景と、実際に自転車が一団となって走る様子を配信してはどうか。プロモーション用に切り貼りしたものではなく、出来るだけリアルな様子

で。大小様々なイベントが配信しているが、自転車好きはそうした動画で「自分もここを走ってみたい！」と感じて参加のモチベーションとなることも多い。

➡事務局回答：地元のテレビ局が毎年 30 分程度のレポート番組を作っているが、県内放送のみで、広く配信はされていない。大会実行委員会にもアイデアを伝え、再度検討したい。

➡ぜひ前向きに検討してほしい。

[スケートボード]

◆ スケートボードの取組みは令和 3 年度から新たに始めたのか。

➡事務局回答：以前から小規模ながらスケートボード教室等をやっていた。東京オリンピックによる機運の高まりや、市が韓国スケートボード国家代表選手のホストタウンであること、全国的なニーズの高まり等を受け、令和 2 年度からスポーツツーリズムに合流させ、リニューアルや拡充をしている。

➡時流やこれまで培ったものをちゃんと活用している点が評価出来る。スケートボードは自転車と同じく「陸上でモノに乗る競技」ということで親和性を感じるので、何かしら連携した取組も面白いかもしれない。

[その他]

◆ 後継事業の計画にデジタル活用、DX の流れで AR アプリとあるがどんなものか。

➡事務局回答：「ぐるぐるさがえ」というスマホアプリを今春リリースした。市内さまざまな観光スポットや見どころを紹介するアプリで、スタンプラリーやクーポン機能もある。その中の「慈恩寺音声ガイド」やミニゲーム「どこどこチェリン」などで AR 技術を活用している。今後も随時アップデート予定。

◆ スポーツツーリズムの視点で、参加者だけでなく、観客を呼び込むことも大事だがどのように考えているか。

➡事務局回答：後継事業「縁JOYさがえ！～新時代スポーツツーリズム～」においてもその視点は重視している。現行の競技としてはトライアスロンが集客効果が高く、将来的にはスケートボードで海外選手や国内トップ選手を誘致した大会を検討している。

◆ 令和 4 年度から後継事業「縁JOYさがえ！～新時代スポーツツーリズム」を実施しているとのことだが、前身である「自転車活用まちづくり事業」および「スポーツツーリズム推進事業」で一定の成果が出ていることや、コロナ禍で試行錯誤した知見

を活かしながら、頑張っで拡充・ステップアップしており、その姿勢は評価出来る。

- ◆ 後継事業となる「縁JOYさがえ！～新時代スポーツツーリズム」はこれまでの事業とどう違うのか。

⇒事務局回答：大きくはターゲットの変更。これまではスポーツイベントの「参加者」をメインターゲットとしていたが、今後はスポーツイベント「観客」や「参加者の帯同者」なども取り込んでいくことを狙う。これは観光庁スポーツリズム推進連絡会議において、スポーツリズムに重要な要素として「スポーツを『する（楽しむ）』人だけでなく、『観る（観戦）』人と共に、周辺の観光要素やスポーツを『支える』人々との交流や地域連携も付加した機能」とされていることを参考にした。

また、イベント時だけの一過性的な誘客ではなく、いつでもスポーツを楽しめる場所や方法を提供し、年間を通じて誘客に繋がる取組等も考えている。その他、観客を集客するものとしてトップクラス選手や海外選手を誘致したスケートボード大会等も検討している。