

【表題】

太田地方創生推進「OTAアリーナ（仮称）を核としたまちづくり推進事業」検討委員会による令和5年度事業効果検証結果のことについて

【目的】

本市の地方創生に向けた取り組みを推進するに当たり、地域再生計画「OTAアリーナ（仮称）を核としたまちづくり推進計画」について、PDCAサイクルを導入し改善する仕組みを構築するため、外部機関（太田地方創生推進「OTAアリーナ（仮称）を核としたまちづくり推進事業」検討委員会）により実施した効果検証の結果を報告するものです。

【概要】

1 検証方法

地域再生計画に掲げる数値目標の推移（基準日：令和6年1月6日）と実施事業の内容を踏まえ、予め設定した評価区分を用いて、令和5年度に実施した要素事業ごとに地方創生に対する効果を検証しました。

2 評価区分

- A：地方創生に非常に効果的であった。（最上位）
- B：地方創生に相当程度効果的であった。
- C：地方創生に効果的であった。
- D：地方創生に効果がなかった。（最下位）

3 要素事業ごとの検証結果

要素事業名	総合評価	委員による評価数			
		A	B	C	D
スポーツによるまちづくり事業（ソフト事業）	A	3	2	0	0
太田市のPR・情報発信事業	A	4	1	0	0
スポーツによるまちづくり事業（ハード事業）	B	1	3	0	1

4 詳細及び委員による自由意見等

別紙のとおり

【備考】

1 交付対象事業の重要業績評価指標

基準日：令和6年1月6日

指標	単位	設定根拠	事業開始前		2022年度増加分	2023年度増加分	2024年度増加分	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績
① プロスポーツ観戦者数（1シーズン）	人	プロスポーツ観戦者数は、そのプロスポーツの入場料収入やグッズ売り上げの基盤となる数字となる。また、地元だけでなく、相手チームの応援団やスタッフ等による周辺の商業施設、宿泊施設、観光地への利用が見込まれるため、地域全体の経済波及効果、観光客入込数にも影響するものである。そのため、KPIとして適している。	42,497	目標	4,249	8,499	12,749			
				実績	31,489	<u>58,598</u>	<u>12,749</u>	73,986	<u>132,584</u>	
② 来館者数	人	減少傾向にある現在の来館者が増加していくことは魅力ある施設であること並びに交流人口の増加を意味する。	79,732	目標	7,973	159,464	23,919			
				実績	60,140	<u>107,786</u>	<u>23,919</u>	139,872	<u>247,658</u>	
③ 施設使用料収入	円	施設使用料収入の増が施設の稼働状況に直接つながり、自立性を可視化する指標である。	5,538,463	目標	553,846	1,107,692	1,661,538			
				実績	1,906,439	<u>34,459,375</u>	<u>1,661,538</u>	7,444,902	<u>41,904,277</u>	
④ 市内観光消費額	円	観光消費額を捉えることで、施設整備による地域経済の活性化が図られていることが確認できる。	1,060	目標	106	212	318			
				実績	3	<u>212</u>	<u>318</u>	1,063		

※ 下線部は見込み値です。また、KPI④は遅れて公開されるデータを使用するため、基準日時点での見込み値は算出していません。

2 KPIの実績等を踏まえた事業の見直し内容及び考え方

<p>・ KPI②が未達成の見込みとなった。</p> <p>・ 太田市総合体育館は令和5年6月から一般利用を開始したが、施設予約システムの新規構築や利用方法の周知等に混乱があった。行政と指定管理者の協議を通じて、予約システムの同期化やホームページを中心とする広報の実施といった円滑な一般利用を推進するための環境整備を進めている。また、一般の施設利用者と競合する駐車場の利用方法や周辺警備の必要性などについて、当該施設をホームアリーナとしている株式会社群馬プロバスケットボールコミッションとも情報共有を行い、周辺道路混雑への対応を定着化させるなど、来館者の増加を可能にする取り組みを実施している。</p>
<p>・ 1年目のKPI④が未達成となった。</p> <p>・ 市内観光消費額（1人当たり）の少なさを改めて認識する結果となったが、太田市総合体育館を核とした事業展開を通じて、総合格闘技やeスポーツといったバスケットボール以外の施設利用に係る問い合わせや実績が確認されており、今後や指定管理者によるイベントの誘致や自主事業の開催についても検討を進めている。これらの取り組みを推進していくことでバスケットボール興行以外の消費コンテンツを増やし、観光消費額（1人当たり）の増加を実現していく。</p>

3 実施事業

番号	要素事業名	関連するKPI	事業内容	事業費	委員からの評価				評価区分	自由意見
					A	B	C	D		
1	スポーツによるまちづくり事業（ソフト事業）	①②③④	OTAアリーナ（仮称）オープニングイベント開催事業	18,140,000	3	2	0	0	A	別紙のとおり
			プロスポーツチームと連携した地域交流事業	6,100,000						
			プロスポーツチームと連携した地産地消推進事業	2,000,000						
2	太田市のPR・情報発信事業	①②④	市PRチラシ及びパンフレット等作成業務	5,500,000	4	1	0	0	A	
			シティプロモーション事業	16,200,000						
			懸垂幕・メッシュフラッグ作成業務	3,300,000						
3	スポーツによるまちづくり事業（ハード事業）	①②③④	運動公園周辺の駐車場整備 （うち令和6年度繰越工事）	42,955,000 (17,523,000)	1	3	0	1	B	

合計 94,195,000

○ 自由意見

1 スポーツによるまちづくり事業（ソフト事業）

B1リーグのプロバスケットボールチームを誘致することができ、県内外から想定以上の集客を得られたことは評価できる。但し、まちづくりの観点からすると中心市街地との連携など、やや課題・検討があると思います。また、より魅力ある都市にするため並びに、もっとバスケット以外のスポーツなどや観客動員を増やすために、市民（老若男女問わず）・官・民・金によるエンターテインメント要素も取り入れた話し合いの場も必要かと思われます。

太田市総合体育館竣工記念式典でのイベントについては、新体育館の完成を全国にアピールできた良い事業だと思います。

落成記念イベントや地域交流イベントには、多くの方が来場され華やかなイベントとなった。また、マスコミ各社にも多く取り上げられ太田市のPRに絶大な効果があった。

市民全体に知れ渡る魅力・情報発信はまだ改善の余地あり。

2 太田市のPR・情報発信事業

行政が一団体へこれだけ、理解・協力するのは全国的に珍しい。太田市内外の小・中学生へ無料招待並びに、後援会を組織されるなど、あらゆるツールによる情報発信されたことは、高い評価に値すると思います。

太田市内の小中学生へ招待チラシの配布及び無料招待7,200名については、バスケットを通じて、将来を担う子供達に夢や希望を持ってもらう良い機会だと思います。

OTAマルシェ、屋外イベントは多くの人で賑わい太田市のシンボルとなっているようである。また駅前を中心にサンダーズPR看板やフラッグでバスケットの街の印象が強くなった。

2023-24シーズンがアリーナ元年となり、Bリーグ56チームある中で大都市を抑え来場者数が第3位（平均5,244人）となった。これはバスケット観戦のみならず、OTAマルシェや観戦事業等の効果を及ぼしている。

3 スポーツによるまちづくり事業（ハード事業）

新体育館（OTAアリーナ）を核とした事業は、県内外を中心にPRできたことは評価できる。但し、市民運動公園内の施設等に対する駐車場不足は否めない状況。早急に地権者のご理解・ご協力も含めて、対応を期待したい。

駐車場の整備は行われているものの、まだまだ駐車場不足は解消されていない。近くのショッピングセンターに駐車する方も多く、早急な対応が必要である。

運動公園施設周辺（太田市総合体育館含む）の駐車場整備により、車で多くの人の来場が可能となった。また、交通渋滞緩和に大きな効果があった。

駐車場整備や運用について、更なる研究をお願いしたい。

上記2同様、新アリーナ建築は、効果は絶大である。