

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

OTA アリーナ（仮称）を核としたまちづくり推進計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

群馬県太田市

3 地域再生計画の区域

群馬県太田市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

【観光消費を中心とした「域内消費」が少なく、キャッシュアウトする構造にある】

太田市は輸送機器を中心に製造業が発展し、北関東随一の工業都市として多くの雇用も創出している。また、新たに201haの市街化編入・産業工業団地造成により、多くの企業の進出とさらなる雇用が期待できる。そのような産業構造の影響を受けて、令和2年国勢調査でも太田市は人口増加数が県内1位であり、北関東の人口流出のダム機能を果たしている。また、平日の昼間人口が夜間人口を約6%上回っており、働くまちとして労働人口が多いことが特徴でもある。その一方で、休日の昼間人口については、夜間人口を約1%上回る程度となっている。また、2020年の休日のナビの目的地検索としては大型ショッピングセンターが全体の40%を占めている。このことから太田市は労働者が多く集まる平日の昼間人口は高いものの、休日のレジャースポットとしての集客力が低いことが分かる。そのため、域内消費についても本市の地域住民消費額は年間6,631億円なのに対し、域内消費額が年間4,946億円と市外へ1,685億円流出しており、域内消費の拡大が課題となっている。

主な要因として、観光消費額の少なさが挙げられ、太田市の2020年度の観光客数は約177万人であるが、一人あたり観光消費額は約1,060円と県平均約

4,440円を大きく下回っている。また、昼間人口一人当たりの消費額は、全国平均、群馬県、人口同規模地域と比較すると最も低い水準となっている。これは、まちを訪れた人の市内滞在時間が短いことや労働のみに来市していることを表しており、観光資源の魅力の乏しさと、労働以外の魅力の乏しさを裏付けるものである。

【既存コンテンツを活かしきれていない】

太田市はこれまで様々なスポーツの支援などに力を入れてきており、プロスポーツ・アマチュアスポーツ問わず様々な競技において成長してきている。特にプロバスケットボールチームである群馬クレインサンダーズは今シーズンより B.LEAGUE B1 リーグへ昇格し、太田市でホーム戦を開催している。現在は既存施設である市民体育館を会場にしているが、2023年には B1 リーグ基準を満たした 5,000 人収容の新アリーナが完成予定である。プロバスケットボールの人気は近年上昇しており、B リーグの 1 試合当たりの平均集客数も 2016-17 シーズンの 2,779 人から、2019-20 シーズンには 3,260 人まで上昇しているため、プロバスケットボールの人気の高まりを地域活性化に取り入れることで、太田市内の域内消費の拡大や関係人口の増加も見込まれる。千葉県船橋市には同じ B1 リーグ所属の千葉ジェッツが在籍しているが、チームが地域にもたらす好影響として、県内の経済波及効果は 2016-17 シーズンの 15 億円から 2018-19 シーズンには 20 億円以上まで上昇しており、スポーツによるまちづくりの好事例と言える。本市が位置する両毛都市圏（群馬県：太田市・館林市・桐生市・みどり市・板倉町・明和町・千代田町・大泉町・邑楽町、栃木県：足利市・佐野市）には、プロスポーツを恒常的に開催できる施設が存在しないことから、これを実現する拠点施設が整備され、地域が一体となったまちづくりが実現すれば、本市はもとより圏域一体の域内消費の拡大に向けた起爆剤となる。

しかしながら、近年、バスケットボールに対する関心が高まっているものの、群馬県全体でのチームの認知度はまだ低く、また、太田市にホームタウンが移転してからの日が浅いため、市民のチームへの愛着も不十分である。現在、コロナ禍における入場制限により、試合観覧席は約 2,000 席ほどで毎試合のチケットはほぼ完売状態であるが、チケット購入者の内訳をみると県内が 49%、県

外では神奈川県で28%と最も多く、その他は埼玉県、東京都、千葉県、栃木県と6%～3%までの購入にとどまっている。（※Bリーグチケット購入者33,261人より集計）OTAアリーナ（仮称）完成後の客席5,000人を想定すると、県外からの来場者はもとより、さらなる市内・県内ファンの獲得と恒常的なホームゲーム来場者の獲得が期待できるが、県内からの来場者は自家用車による来場が想定されるため、運動公園とその周辺の駐車場不足が懸念されると同時に、県外からの来場者に対する公共交通機関の脆弱性も危惧されるため、市だけでなく公共交通事業者と連携した交通網の整備についても課題となっている。

プロスポーツの試合開催により、チームのファンや観戦来場者などの滞在人口の増加による域内消費の拡大を期待しているが、現状はホーム戦でのOTAマルシェの開催による年間売上高約2,500万円にとどまっているなど、市内全体に消費拡大を促すチャンネルが不足している。また、運動公園内で行われる各種スポーツ大会やその他のイベント等について行政主導で行っているが、当該事業に注力して企画運営のできる人材に限界があり、計画的・効果的なイベント実施にまでは至っておらず、官民連携や経済波及効果について、イベントの機会が最大限に活かされていない現状がある。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

1981年に開設された市民体育館（築41年）の老朽化に伴い、B1規格を備えた体育館である、OTAアリーナ（仮称）を「地方創生拠点整備交付金」や「企業版ふるさと納税」の寄附を活用しながら建設中である。そこで、OTAアリーナ（仮称）を「稼げる」施設とすることで将来世代に過度な負担を残すことのないサステイナブルな施設運営を目指すとともに、新アリーナが所在する運動公園ではソフトボール（JDリーグ）や高校サッカー（U-18プレミアリーグ）が開催される野球場や陸上競技場が併設されていることから、こうしたスポーツ全体で連携して運動公園や周辺のエリアマネジメントを行い、市外・県外からの誘客推進、宿泊、観光等周辺産業への経済波及効果を図る。また、OTAアリーナ（仮称）が所在する運動公園周辺には2017年に開館した市民会館、自動車交通の拠点となるBUSターミナルおおた、群馬県南部の東西（高崎駅から東北自

動車道館林 IC) を結ぶ東毛広域幹線道路、市街化編入による大型商業施設のオープンとそれに伴う周辺人口の増加など、新たなにぎわいが生まれつつある場所となっている。このエリアの関係施設や店舗と連携し、OTAアリーナ（仮称）を軸に置いた事業に協働して取り組むことで、太田市＝スポーツのまちというイメージづくりや、地域全体でスポーツによるまちづくりを進めるという機運の醸成を図るなど、新たな魅力を加えることで、世代を超えた交流を促し地域経済のさらなる活性化を目指す。OTAアリーナ（仮称）を、太田市のスポーツ振興を図るだけではない、工業都市太田の新たなシンボルとして、飲食、宿泊、観光等周辺産業への経済波及効果や雇用創出効果の起爆剤となる、まちづくり・地域経済活性化の中核を担うものとして最大限活用していく。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2022 年度増加分 1 年目	2023 年度増加分 2 年目
プロスポーツ観戦者数 (1 シーズン) (人)	42,497	4,249	8,499
来館者数(人)	79,732	7,973	159,464
施設使用料収入(円)	5,538,463	553,846	1,107,692
市内観光消費額(円)	1,060	106	212

2024 年度増加分 3 年目	K P I 増加分 の累計
12,749	25,497
23,919	191,356
1,661,538	3,323,076
318	636

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

OTAアリーナ（仮称）を核としたまちづくり推進事業

③ 事業の内容

<OTAアリーナ（仮称）を核としたまちづくりに関する調査・研究・企画立案事業>

プロバスケットボールチーム「群馬クレインサンダーズ」の本市への本拠地移転、B1リーグ昇格、5,000人が収容可能なOTAアリーナ（仮称）建設（※令和5年度開館予定）と本市におけるスポーツをめぐる機運が高まっている。この機運の高まりを一過性のものとせず、スポーツの力を活用して地域の諸課題解決のために継続的な事業に取り組んでいくため、庁内関係部署の施策検討や、今後、新たな事業に取り組もうとした際の基礎資料として活用するため、基礎データの収集、他自治体の事例調査、これらの比較による現状把握、分析・考察を行い、重点施策の策定、各施策の実施に向けた事業企画の立案、実施計画の策定、運営体制の構築を行う（1年目）。特に、OTAアリーナ（仮称）については、飲食、宿泊、観光等周辺産業への経済波及効果や雇用創出効果の起爆剤となるよう、地域の実情を踏まえた十分な検証を行い、投資以上の経済効果を地域にもたらすインフラとして、最大限活用されることを目指していく。

<スポーツによるまちづくり事業>

太田市では、スポーツの力を活用し、健康増進や地域経済の活性化など、地域が抱える様々な課題を解決していくことを総合計画で掲げ、全市を挙げた取り組みとしている。OTAアリーナ（仮称）を最大限有効に活用しながら、この目標を達成するために、各種事業を展開する。2年目以降は1

年目に実施した OTA アリーナ（仮称）を核としたまちづくりに関する調査・研究・企画立案事業結果に基づき OTA アリーナ（仮称）の竣工及び開業にあわせたオープニングイベント等の実施により、B1 規格を備えたアリーナである OTA アリーナ（仮称）を県内外に効果的に PR する。特に、OTA アリーナ（仮称）の竣工記念イベントは、セレモニー等の式典と国内アーティストを招聘した記念コンサート等を実施するものであるが、スポーツイベント以外にも、大型コンベンション等多目的に利用可能な施設であることを県内外に広くアピールし、今後の各種イベント誘致へと繋げていくなど、さらなる誘客推進、地域経済活性化を図ることを目的とする。

恒常的なイベントとして、土・日曜日のプロスポーツのホーム戦で市内及び近隣地域の事業者から出店を募り、マルシェイベントを開催する。同時に市内の特産品の紹介やステージイベントなどを設け、市内外からの来場者が楽しめる会場づくりを行う。また、自家用車や公共交通機関での来場者の増加や回遊性の向上を図るため、太田駅・BUS ターミナルおおた周辺の整備、運動公園内外の整備を行うと同時に、市主催でアリーナと会場周辺でスポーツ交流、健康増進、グルメイベント等を開催し、アリーナの魅力の発信や市内外からの来場者の増加を図る。

<地元プロスポーツチームや地元出身スポーツ選手を活用した太田市の PR・情報発信>

地域の関係施設や店舗とチームなどと連携し、OTA アリーナ（仮称）やこれを拠点とするプロスポーツチームを活用した市 PR 事業に取り組むことで、太田市＝スポーツのまちというイメージづくりや、地域全体でスポーツによるまちづくりを進めるという機運の醸成を図る。また、市民ライターを活用して、プロスポーツチームの情報に合わせて市内の飲食・観光など太田市の魅力をパンフレットや各種 SNS 等により発信することで、OTA アリーナ（仮称）周辺だけでなく市内各所に滞在スポットを増やす。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

アリーナ施設を運営するに当たっては、一般の施設利用料の他、「観る」ためのアリーナ施設の特徴を最大限に生かしたプロスポーツ興行による利用料や、エンターテイメント性の高い音楽コンサートや展示会、コンベンション等のイベント興行の利用料を自主財源とする。また、プロスポーツ興行については1シーズンを通して年間20～30試合の開催が見込まれることから、VIPルームやVIPシートの複数年契約料、広告料、ネーミングライツ料等により収益を上げることで、長期的に安定した経営体制を構築する。

プロスポーツ興行については、太田市をホームタウンとする群馬クレインサンダーズと連携してファンコンテンツの充実やプロモーションを強化し、市内外にチームのファンを拡大していくことで、安定した興行収入の獲得を図る。また、プロスポーツ興行と連動して関連イベントの開催や、地元の企業・飲食店等が参加することのできる観光イベントも並行して開催することにより、スポーツ界だけでなく産業界や観光業界が連携して地域を盛り上げ、自立した運営体制の確立を目指す。

【官民協働】

OTAアリーナ（仮称）の完成に併せて、プロスポーツチームのホームタウンとしての基盤整備、各種プロスポーツリーグの誘致、イベント、コンサート等の興行関連事業等を民間との協働により充実したものとしていく。

群馬クレインサンダーズとの連携により、シティプロモーションとチームのPRを合わせて実施することで幅広い世代に対する情報発信を行い、地域経済の促進や地域のにぎわいの創出を図る。また、鉄道事業者等との連携により、太田駅やBUSターミナルおおたでの群馬クレインサンダーズを媒体とした広報活動や、プロスポーツ興行時の試合チケットと鉄道切符とのコラボ販売、BUSターミナルおおたからOTAアリーナ（仮称）までの道中の整備などを実施することで、公共交通機関の利用率の向上や市内の回遊性を高める。

【地域間連携】

群馬県東部エリアと栃木県南西部エリアの市町で両毛広域都市圏総合整備推進協議会や両毛地域東武鉄道沿線活性化協議会を構成しており、これまでも各種地域活性化イベントを連携開催しているが、構成都市圏にこれまでなかった規模の施設である OTA アリーナ（仮称）を核とした新たなイベント等を検討し、両毛地域に新たなにぎわいを創出する。

また、同じ北関東に本拠地を置くプロバスケットボール B1 リーグのチームである栃木県宇都宮市の宇都宮ブレックスや、茨城県水戸市とつくば市をホームタウンとする茨城ロボッツと協働し、北関東ダービーとして応援キャンペーンを実施し、双方のホーム戦で応援ツアーや物産イベントを開催して相乗的に来場者の拡大を目指す。

群馬県や前橋市と協働して県内を本拠地とするサッカーのプロスポーツチームであるザスパクサツ群馬などと連携した広報活動を行うことで、チームの PR だけでなく群馬県、それぞれのチームのホームタウンである太田市と前橋市の PR も併せて推進する。

【政策間連携】

地域資源やものづくり産業の振興や新たなターゲットの獲得、市内の消費の好循環を生み出す際に、市の農業セクションや観光セクションと連携することで、域内外からの新たな消費の獲得に高い効果を発揮する。また、市の産業セクションと連携して OTA アリーナ（仮称）でコンベンションや地元企業の技術を発表する場を設けることで、企業の販路拡大や地域経済の活性化へつなげる。

また、市のスポーツセクションが太田市運動公園内の野球場で開催される JD リーグ（女子ソフトボールリーグ）や、サッカー場で開催される JFA U-18 プレミアリーグ（高校サッカー）と連携させて各種 PR 活動を行うことで、競技の啓発や競技人口の増加の相乗効果を生み、市民向けの施策を併せて周知することで福祉・健康増進などの事業への参加を呼び掛け市民の健康増進にもつなげていく。

【デジタル社会の形成への寄与】

近年市の情報発信方法もデジタル化を取り入れつつある。また、B リーグのチケットなどは全てインターネットサイトでの購入となっている

ため、プロスポーツファンを巻き込んだまちづくりにはデジタル化が必須となる。そのため、市やスポーツに関する情報をいち早くデジタル技術により発信することで、デジタル機器利用者の増加や市の情報発信のデジタル化を加速させることができる。また、デジタル化が進むことで市民への PC やスマートフォンなどのデジタルデバイスの普及につながることを期待される。

市の情報発信がホームページや各種 SNS などタイムリーに行われるようになれば利用者が増え、若者世代だけでなく幅広い年代の利用希望者も増え、デジタルデバイスの普及が期待できる。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 3月

【検証方法】

各組織団体に対してプレゼンテーションの機会を設定し、事業に対する議論をする場を設け、検証・評価していく。KPIを中心に評価するが、課題に対する過程を可視化することも評価していく。

【外部組織の参画者】

産：太田商工会議所（街の活性化委員会）

学：大東文化大学

他：太田市スポーツ協会

他：太田市スポーツ振興後援会

他：群馬プロバスケットボールコミッション

【検証結果の公表の方法】

外部有識者における検証内容や事業の経過・変更については、市HPにより公開とする。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 280,000千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画の認定の日から 2025 年 3 月 31 日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし。

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2025 年 3 月 31 日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。