

【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６年度事業効果検証結果について

【目的】

本市の地方創生に向けた取り組みを推進するにあたり、地方再生計画「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６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 要素事業ごとの効果検証結果

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）	B	2	3	0	0
太田市のPR・情報発信事業	B	2	3	0	0
スポーツによるまちづくり事業（ハード事業）	C	1	1	3	0

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7年4月30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	81,611	7,036	73,986	155,597	162,633
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	176,523	77,932	139,872	316,395	394,327
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	52,566,195	6,370,752	7,444,902	60,011,097	66,381,849
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	▲63	318	1,063	1,000	

※ 下線部は見込み値です。また、KPI④は1年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

・ KPI①の目標値に対して令和4年（約8倍）、令和5年（約10倍）の実績であった。また、事業期間通じて3カ年の観戦者数は約4倍となった。 ・ 2023年（令和5年）は新アリーナが完成したことで、バスケットボール観戦者が収容人数の上限に達するほど急上昇し目標値を大幅に上回る結果となった。この影響があり2024年（令和6年）は実績こそ増加したが、目標値は未達成となった。今後、バスケットボール興行以外の稼働日を有効活用し、バレーボール（SVリーグ）といった異なるジャンルでプロスポーツを開催するなど、観戦者増に向けた取り組みを推進していく必要がある。
・ KPI②③が達成となった。 ・ 来館者数及び施設使用料収入が大幅に増加したが、2023年5月（令和5年）、新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行したこと、太田市総合体育館が完成したことによるBリーグレギュラーシーズンのホームゲーム全試合が行われるようになったことなどが増加の要因となった。また、Bリーグ開催が太田市総合体育館に移行したことで「太田市民体育館」の一般利用者が増加した。その背景としては太田市総合体育館の一般利用開始に伴う施設予約システムの新規構築や利用方法の周知が定着したこと。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が進められてきたこと。などが要因として絡んでいる。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。
・ KPI④について、1年目（令和4年）、2年目（令和5年）ともに新型コロナウイルス感染症によるマイナス要因が観光全般に大きく影響した。 ・ 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、eスポーツやSVリーグ、コンサート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、今後は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。

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	プロスポーツチームと連携した地域交流事業	10,800,000	2	3	0	0	B	別紙の とおり
			プロスポーツチームと連携した健康促進事業	5,650,000						
			プロスポーツチームと連携した地産地消推進事	2,000,000						
2	太田市のPR・情報発信事業	①②④	市PRポスター作成業務	1,790,000	2	3	0	0	B	
			シティプロモーション事業	22,651,000						
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	29,634,000	1	1	3	0	C	

合計 72,525,000

○ 自由意見

1 スポーツによるまちづくり事業（ソフト事業）

昨年以上かつ、目標値以上の観客数を得られたことは大変評価できる。また、スポーツ以外の第九コンサートなどのイベントを実施されたことも評価できる。但し、まちづくりの観点からすると更に、中心市街地等との連携イベント（宿泊施設、飲食店、公・民の交通機関等含む）などをもっと強化された方が、より魅力ある都市になると思われます。一例ですが、市民（老若男女問わず・学生含む）・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やアンケートも必要かと思われます。
スポーツの街、プロバスケットボールの街として多くの市民や企業へ浸透した。街全体でサンダーズを応援する雰囲気を感じられる。試合当日のホテルの宿泊数からも分かる通り交流人口も増えており大いに効果があった。
群馬クレインサンダーズは、B1昇格4年目で、CHAMPIONSHIP進出と、日本を代表するプロバスケットチームに成長した。今シーズン、155,083名（30試合・1試合平均5,169人）の来場を記録したことは、大いに評価できる。 また、二十歳を祝う会や20周年記念式典、第九コンサート、イベントには、多くの市民がOTAアリーナを訪れ、素晴らしい施設を体感することができた。今後も、引き続き、まちづくりを推進する有効活用を検討して頂きたい。
キッズキャップの配布や観戦事業を設けたことで、特に子ども世代にはサンダーズを知るきっかけを創出できたと思う。バスケットボールを知らない大人へのアプローチも必要だと感じた。

2 太田市のPR・情報発信事業

街づくりの一助とは言え、連続して行政が一体・企業へ、これだけの理解・協力を示すのは素晴らしいと思われる。また、太田市内外の小・中学生、高校生へ無料招待並びに、昨年以上の組織率の後援会を維持されるなど、あらゆるツールによる情報発信されたことは、太田市並びに群馬プロバスケットボールコミッションにとって有効的であり、高い評価に値すると思います。但し、総合運動公園へあらゆるプロスポーツの誘致・試合の企画だけではなく、県内外の小学生～大学生の県・関東・全国大会を開催することによる相乗効果に期待したい。
市内各地で、ポスターやフラッグが掲示されており、黒とレッドの配色はインパクトがあり、情報発信に成果を感じる。
2024-2025シーズンも各地からの大勢の人に来て頂き、スポーツ交流を通じて、地域活性化に繋がった。毎試合ごとに開催されるOTAマルシェは、試合開始前から、大勢の人で賑わいを見せ、サンダーズホームゲームのシンボルとして、市内外の方に認知された。 しかし、情報発信事業に関していうと、まだ改善の余地はあると思われる。せっかく、交流人口が増えている中なので、OTAアリーナ内に観光案内所的なものを設置することにより、OTAアリーナから市内の観光施設・飲食店へ誘導していくことも期待したい。
OTAマルシェや観戦事業を太田市と共同で行ったことで、バス観戦に興味がなかった層にも観戦機会をあたえることができていたと感じた。また市内の装飾を増やしたことで日常でサンダーズに触れる機会が増えた。

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、改善傾向にありますが、市民運動公園内の施設のキャパシティに対する駐車場不足は否めない状況。早急に地権者・地域住民のご理解・ご協力も含めて、対応を期待したい。また、中心市街地並びに市民運動公園周辺の景観（例えば、サンダーズフラッグ設置や仮称：サンダーズ通りの新設）強化にも期待したい。
運動公園内施設、通路、コミュニティ広場全てが、使いやすく開放的に整備され、試合当日以外にも多くの市民の憩いの場としてとても効果を感じた。
駐車場整備や運用について、更なる研究をお願いしたい。
引き続き、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。ホームゲーム時には、太田駅・太田市役所から無料送迎バスで対応しているが、ルートが限定されている。 尾島総合支所・新田庁舎・各行政センターから、無料送迎バスを設置して頂くと、市民も安心して観戦に行けることから、検討を期待したい。
クラブの人気に伴い、観客は増加したものの、駐車場不足や交通渋滞による近隣住民からのクレームが絶えない状況が続いているため、運動公園内外の駐車場運用の再検討が必要だと感じた。