

地域資源を活用したスポーツ×交流イノベーション プロジェクト 地方創生推進交付金事業

事業計画年度：令和元年度～令和3年度

事業目的：平成28年度～30年度事業において培ったノウハウ（合宿受入委拡大・スポーツ振興事業）を応用・活用し、中心市街地等様々な分野の産業への波及や、合宿誘致のみならず、増加傾向にあるインバウンドも含む一般客へのスポーツツーリズム（体験観光）の提供等により、更なる交流・関係人口の増加が図られ地域経済の活性化・市民意識の醸成による地域振興を目指す。

- 事業内容：1. 関連商品開発事業
 スポーツ振興事業に関連する商品（事業）を開発し、更なる交流・関係者人口の拡大による地域経済の活性化や、他分野産業への波及効果を目指す。
 ①サイクルツーリズム商品の開発 ②スキー場等インバウンド拡大商品の開発 ③スポーツフードの開発
2. スポーツ移住事業
 スポーツというコンテンツ（競技・アクティビティ等）を活用した名寄市のプロモーションにより移住者の誘致を目指す。
3. スポーツ・健康街なか活性化事業
 スポーツ・健康をコンテンツとした各種講座等を開催し、商店街と連動した賑わい多世代交流の場の創出を目指す。

事業実績 令和2年度

1. 関連商品開発事業

①サイクルツーリズム事業

前年度検証したルートマップをマップ化しプロモーション及びガイド用としてのパンフレットを制作（日本語・繁体字）。併せてサイクルツーリズムで重要とされているメンテナンス事業者及びサイクルガイドが非常に少ないことから、人材育成を図っていくことを目的にメンテナンス・ガイド講習会を開催した。

一方、新型コロナウイルス感染拡大により、海外はもちろん国内の誘客も困難な状況であったため、当初計画であった旅行代理店へ台湾からのツアー商品化委託は中止とした。

- ・サイクルマップパンフレット 日本語・繁体語 制作
- ・講習会 令和3年2月23日 駅前交流プラザよろーな大会議室

メンテナンス講習会	16:00～17:00	4名参加
サイクルツーリズムガイド講習会	18:00～19:30	30名参加



②スキー場等インバウンド拡大事業

ピヤシリスキー場や健康の森等において「雪質・ネイチャースキー」をコンセプトとしたパンフレット（日本語・英語）及びプロモーション動画を制作。

一方、新型コロナウイルス感染拡大により、海外はもちろん国内の誘客も困難な状況であったため、ツアー商品化委託は中止としたが、台湾プロ野球球団を活用した新たなプロモーションを展開した。

- ・プロモーションパンフレット 日本語1,500部 英語1,500部制作
- ・プロモーション動画 本編・ダイジェスト版 計4本製作（2分30秒～4分程度）
- ・台湾プロモーション スポーツファン・アクティビティ層をターゲットとするため台湾プロ野球球団楽天モンキーズ公式SNS・球団チアガールSNSを活用し、パンフレット、動画を発信。リーチ数143,500 いいね数4,753

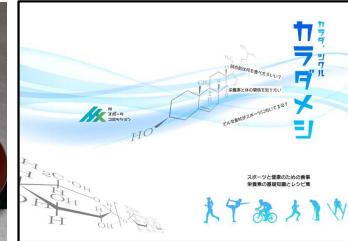


③スポーツフード事業

スポーツ・健康×名寄産農畜産物の“名寄市地域資源の掛け算”により、交流人口の拡大・消費額の向上による地域経済の活性化と地域ブランディングの確立といった相乗効果を生み出すことを目指すことに事業を実施。

「スポーツフード・ウェルネスフード」等の名称であると、事業者が取り組みづらいといことから、取り組みやすい・手掛けやすいものとして名称を「カラダメシ」とし、基本・参考となるレシピを制作をフードコーディネーターに依頼。カラダメシコンセプト（名寄産農産物を使用・どの食材がどのような栄養・効果があるのかを明確にする 等）を基盤として、レシピを参考に参画意思のある市内飲食宿泊業者が、それぞれのアレンジを加えたものを販売していく。また、消費者が食べながらより理解を深めることができるよう「カラダメシ」解説冊子を制作。

- カラダメシ解説冊子の制作
カラダメシを単に食べるだけではなく、「食べて」+「見て」学ぶことで運動・健康によいということを理解し、更なる価値を付加するため冊子を制作。
- 参画企業 2社（令和3年3月末時点）



2. スポーツ移住事業

前年度制作したモデルを活用し、名寄市移住促進協議会と連携し移住相談会等へ出展。

- みんなの移住フェス2020オンライン ・個別相談1組
- 北海道移住ドラフト会議 ・個別相談3組



3. スポーツ・健康街なか活性化事業

「スポーツ・健康」をテーマとし、中心市街地においてテーマを基にした“コンテンツ”を開発・提供するとともに、関係団体が有するコンテンツ等を組み合わせることで提供することにより「スポーツ運動の推奨による地域住民の健康増進、中心市街地に賑わい創出、関係市民・企業等を増加させた地域活性化の相乗効果」を目指すことを目的に「Nスポ健康ステーション」を実施。

- 開設場所 naniro BASE&Lab（西1条南7丁目 名寄せ商店街）、駅前交流プラザ「よろーな」
- 開設期間 令和2年9月15日～2月11日
(11月13日～1月27日は新型コロナウイルス感染対策として休業)
- 提供コンテンツ ヘルスケア系の全86コンテンツを提供
- 参加者 延べ475名参加 男女比：女性98% 男性2%
世代別：子供11% 20代 2% 30代10% 40代10% 50代3%
60代 9% 70代51% 80代4%



• 提供コンテンツ内容

○地域インストラクター等を活用したコンテンツ	講座回数21回	参加者 178名
○社会福祉協議会との連携コンテンツ	講座回数 4回	参加者 47名
○地域包括支援センターとの連携コンテンツ	講座回数 2回	参加者 18名
○名寄市立大学との連携コンテンツ	講座回数 9回	参加者 42名



（株）ホクノー（札幌市）と連携し、ホクノー健康ステーションで制作したオンライン運動コンテンツを配信。

講座回数48回 参加者 188名

地方創生関連交付金(推進) 効果検証調書

令和3年5月

地方創生推進交付金 重要業績評価指数(KPI)検証

担当部課等

スポーツ・合宿推進課

施策(事業)名	地域資源を活用したスポーツ×交流イノベーション プロジェクト
事業の概要・目的	スポーツを通じた関連商品開発・交流人口の拡大等を推進し、多産業への波及効果・市民意識の醸成による地域の活性化を図る。
交付金を充当する経費内容	交流人口の拡大を目指し地域資源である自然環境や競技施設等を活用したスポーツツーリズム商品の開発。産業間連携・地域ブランディングの相乗効果を目指す地場農産物を活用したスポーツ・健康フードの開発。スポーツと地域産業を組み合わせたスポーツ移住。スポーツ・健康を通じ中心市街地での交流拠点構築へ向けたコンテンツの開発。

【施策を構成する具体的事業】

事業名 (新規・継続)	事業概要
関連商品開発事業	新規 交流人口拡大を目指し地域資源を活用したスポーツツーリズム商品の開発、相乗効果・地域ブランディング・産業間連携を図るスポーツフードの開発。
スポーツ移住事業	新規 スポーツと農業等地域産業を組み合わせたスポーツ移住誘致への取り組み。
スポーツ・健康街なか活性化事業	新規 スポーツ・健康をツールとして中心市街地での交流人口の拡大を目指したコンテンツの開発。

事業始期	令和2年4月	事業終期		令和3年3月	事業期間変更	
総予算額	10,500,000	決算額		11,232,650	交付金額	5,250,000
KPI	①関連商品売上額 ②合宿受入人数 ③スポーツを通じた移住者 ④インバウンド受入数	指標値		①関連商品売上数:6,000千円 ②合宿受入人数:9,500人 ③スポーツ移住者:2人 ④インバウンド受入数2,200人	目標年月	令和3年3月
		実績値		①関連商品売上数:1,090千円 ②合宿受入人数:7,297人 ③スポーツ移住者:2人 ④インバウンド受入数:15人	検証年月	令和3年4月
実績値の計算方法		関係団体等(旅館組合・スポーツ競技団体・観光協会)、関係企業への実績調査				

評価	有効性	a 高い	評価理由	新型コロナウイルスの影響により一部事業の短縮・核事業の変更を余儀なくされたが、スポーツツーリズムプロモーション素材作成やスポーツ健康食メニュー開発、街中健康ステーションのデータ収集等を実施することができ、アフターコロナを見据え今後の効果が期待できる。	総合所見・今後の展望	
	効率性	b やや高い		新型コロナウイルスの影響を受け、Nスポーツコミッションでの協議等が滞り、全体的に事業の開始時期が遅くなってしまったが、様々なガイドラインを参照とし感染対策を徹底した事業の実施、リモートによる移住相談会の参加等、新たなスタイルでの事業を実施することができた。		今年度は新型コロナウイルスの影響を多大に受けた状況となり、事業の抜本的な変更又は中止も想定されたが、新スタイルでの実施による感染対策を徹底した事業の進め方等のノウハウ獲得。コロナ収束後を見据えた事業を展開することにより、“次に繋げる”事業を実施することができた。特に、年度前半では交流人口が完全に止まってしまった状況もあったが、冬季の各種大会の再開による交流・関係者人口の入込は、名寄市のスポーツによる活性化の潜在性を強く感じさせるものであり、今後も新スタイルでの事業を進めながらも、アフターコロナ後の更なる発展を目指していく。
	達成度	b やや高い		新型コロナウイルスの影響を受けた夏季期間の各種大会の中止・合宿のキャンセルや、特にインバウンド見据えたスポーツツーリズム受入が不可能な状況。更には、付随した経済効果等が目標より著しく達成できない状況となってしまった。		
	総合評価	b やや高い		新型コロナウイルスの影響により、事業の進捗・KPIの達成には多大な影響を受けてしまったが、事業を中止するのではなく、新たなスタイルでの展開やコロナ収束後を見据えたプロモーション素材等の作成をすることができ、“次に繋げる”事業を実施することができた。		