

「にいがた県央マイスターを活用した地域産業・観光活性化について」

新潟経営大学 経営情報学部
スポーツマネジメント学科
准教授 島田 達人

1. 趣旨

地域固有の貴重な人的資源である『にいがた県央マイスター』のポテンシャルを活かすべく、スポーツが持つ二つの機能…①関係者を巻き込める力（“ボンド機能”）と②それをメディアやファンに拡散する力（“アンプ機能”）…の適応を試みた。一連の取組みを通じて、産業観光の対象としての「にいがた県央マイスター」の受容性が高い層が明らかになり、今後のコミュニケーションの方向性の示唆を得た。

2. 事業概要

- 令和5年7月8日（土）、9日（日）に三条市・三条パール金属スタジアムで開催された「第14回三条野球まつり」にて『にいがた県央マイスター』の技術を体感できるワークショップ、並びに「三条野球まつり」来場者を対象としたアンケート調査を学生が企画、実施した。
- ワークショップは「経営学実地研究」授業、アンケート調査は「スポーツマーケティングリサーチ」授業でそれぞれ演習形式にて事前準備、実施、事後評価を行った。

	ワークショップ	アンケート調査
4月	ワークショップ運営チーム募集・発足	アンケート調査実施チーム募集・発足
5月	内容の検討、必要な資源の検討	実査対象、手法、項目等の検討
6月	運営計画の策定、告知物の制作・情報発信	実査準備（ウェブ、アナログボード併用）
7月	実施（8日・9日）、振返り	実査（9日のみ）、集計、分析
9月	両チームの活動を統合して分析後、今後の在り方を検討	

3. 研究成果

- 初日の7月8日が雨天・試合中止となったこともあり、事前に想定したワークショップ参加者を募り切れなかったが、一定の示唆を得ることができた。
 - 来場者の約半数がワークショップ開催を認知したが、多くは体験をするまでに至らなかった。
 - 『にいがた県央マイスター』の認知は約2割に留まり、県内在住者にも浸透の余地があること。
 - 『にいがた県央マイスター』は、30代以上の年齢層、女性層の受容性が高いこと。

4. 今後の展開への示唆

- まずは、新潟県内の県央地域外での『にいがた県央マイスター』の認知確立を優先すべきと考える。
- 30代以上の女性を対象に『新潟愛』『地元の誇り』等の自尊心に訴えるメッセージが有効と考える。
- ターゲットの媒体接触特性から、未だ新聞、地上波テレビの有効性が高いと考える。インターネットやSNSの影響力は高まるが、それだけに偏ると情報は浸透し切れないと考える。 以上

令和 5 年度

「大学と地域の協働による観光活性化モデル事業協議会」事業

「にいがた県央マイスターを活用した 地域産業・観光活性化」

総括資料

2024年2月26日

目次

- 本アプローチの枠組み
- 産業観光への参加実態
- スポーツのチカラの掛け合せ
- 具体的に取り組んだこと
- イベント参加者の居住地
- イベント参加者の性・年代別の属性
- 『にいがた県央マイスター』の認知
- ワークショップへの評価
- ワークショップ参加のきっかけ
- まとめと考察

- 資料篇

本アプローチの枠組み

にいがた県央マイスター制度

(産業) 観光資源

(産業観光) への参加実態 (課題)

スポーツのチカラ
の掛け合せ

県央マイスターの認知浸透
(量・質) の可能性を探索

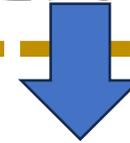
本アプローチの枠組み

にいがた県央マイスター制度

- ・環境変化、認知度不足等により貴重な人的資源を活かし切れていない

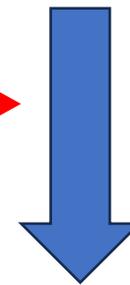
(産業) 観光資源

- ・歴史的・文化的価値のある生産現場、産業製品を観光資源とし、それらを通じてものづくりの心にふれるとともに、人的交流を促進する観光活動*



産業観光への参加実態

スポーツの **ボンド機能 (巻き込む力)** **アンプ機能 (広げる力)** →



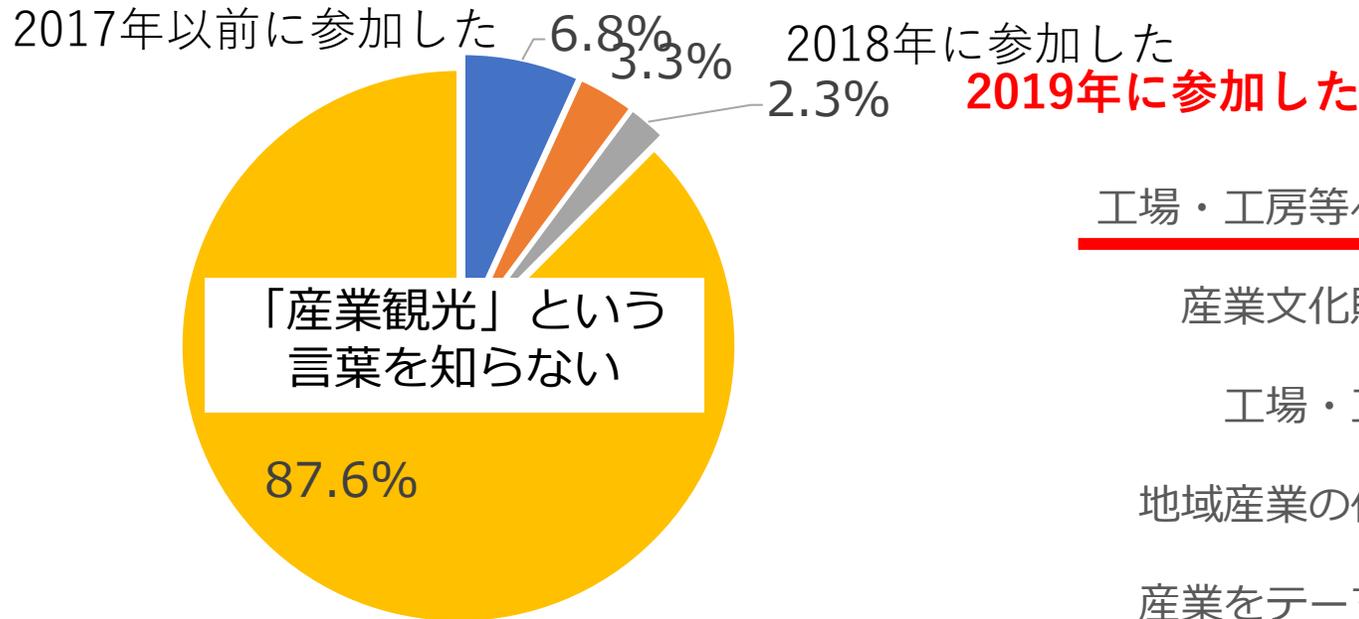
- 参加数に伸びしろ (2019年) ※
 - ・2019年の参加率 = 12.5% “産業観光”の内容認知者ベース
 - ・**2019年の参加率 = 2.3%** 全対象者ベース

県央マイスターの認知浸透 (量・質) の可能性を探索

産業観光への参加実態

- 観光の定義を「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、**触れ合い、学び、遊ぶ**ということを目的とする」（観光政策審議会1995年）とするならば『にいがた県央マイスター』もその対象となりうるが、「産業観光地」の参加経験は2%台と極めて低い。
- 経験者の参加内容は、「工場・攻防への見学、体験」を挙げる者が75%と最も高い。

「産業観光」への参加経験



「産業観光」参加・実施の内容



※令和元年度 観光庁 (事前調査：N=43,217)
「テーマ別観光による地方誘客事業」事業報告書を加工
Industrial Study Tourism (産業訪問) 2020年4月

0.0% 20.0% 40.0% 60.0% 80.0%

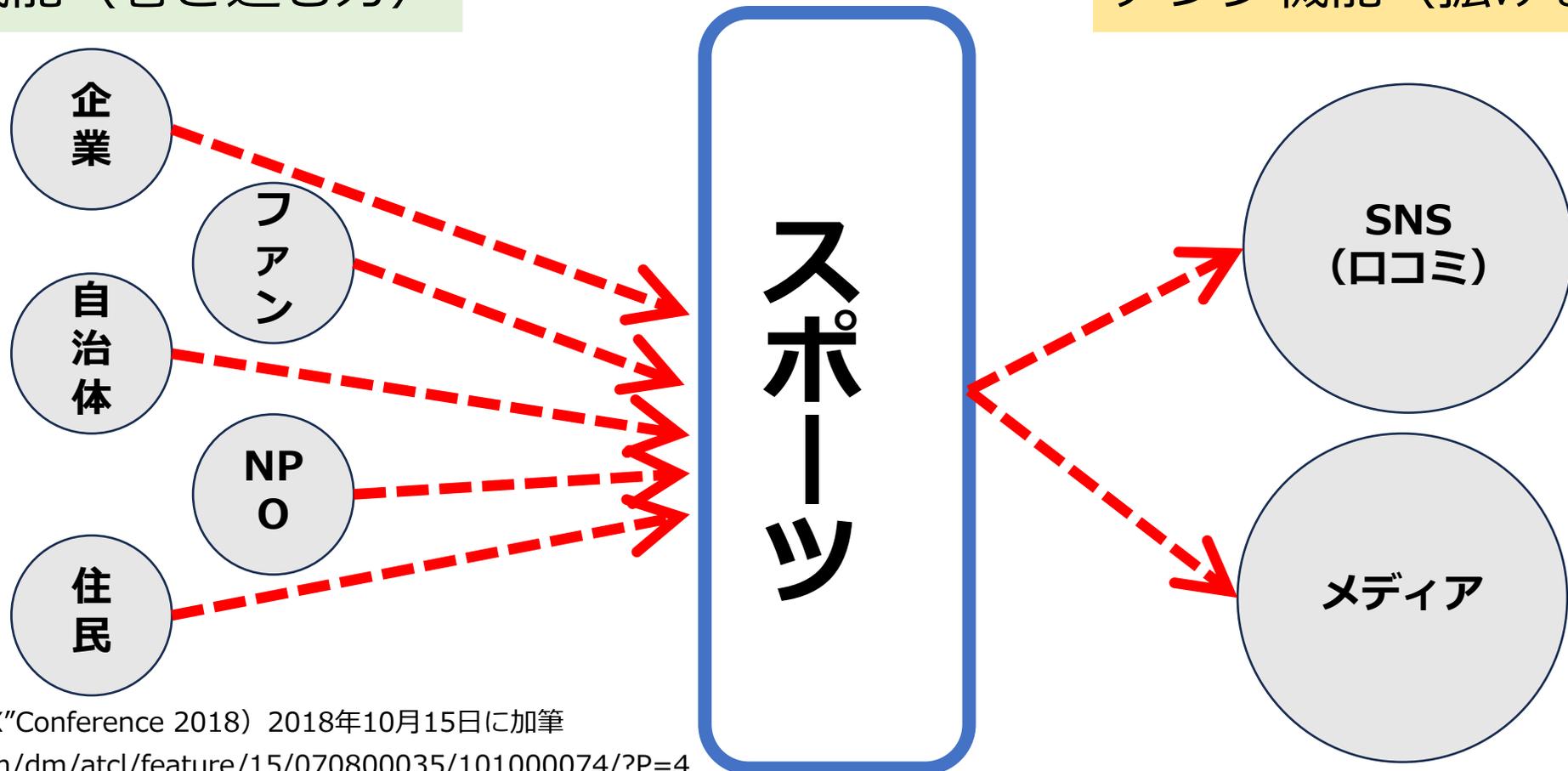
(同 本調査：N=1000)

スポーツのチカラの掛け合せ

- 『スポーツがなければ簡単にはつなげられなかったものが、スポーツによって簡単に束ねられ、アンプ機能によってスポーツの価値が世の中に広まっていく』というスポーツの特性を生かし、『にいがた県央マイスター』の存在、活動に触れる機会を設けることを本件では意図した。

ボンド機能（巻き込む力）

アンプ機能（広げる力）



スポーツのボンド機能とアンブ機能の補足

- スポーツ・健康まちづくりの推進のための全国説明会資料（スポーツ庁）
 - 令和元年12月に閣議決定された「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、スポーツ・健康まちづくりという項目が新たに創設された。各自治体の取り組みを支援する全国説明会を開催→コロナ禍により対面会議は中止→オンライン共有に変更
- スポーツの持つ本質的価値の1つとして、コミュニティ形成のための「磁力と拡散力」 = **ボンド機能**と**アンブ機能**が規定され、さらに「スポーツを活用した地域創生の事例」が紹介されている（次頁参照）

なぜいま地方創生にスポーツなのか
～スポーツコンテンツ起点のコミュニティ形成～2020年
(株)スポーツマーケティングラボラトリー 荒木重雄

スポーツを活用した地域創生の事例

eスポーツ×伝統工芸・芸能

Eスポーツイベントに地域の資源を組み合わせたイベントを開催。「富山モデル」と注目
(富山県高岡市)

プロ球団×大学(九産大)

ホークスとの連携によりスポーツ経営人材の育成(福岡県福岡市)

新スタジアム建設×高齢者野球が盛んな町

「草野球の聖地化」を掲げ、還暦野球を開催し全国から参加(徳島県阿南市)

自然環境×世界大会

自然環境を活かしてラフティングとウェイクボードの世界大会を誘致
(徳島県三好市)

自転車利用促進×観光・歴史資産の活用

自転車で琵琶湖一周「ビワイチ」のサイクルツーリズム
(滋賀県守山市)

震災復興×ラグビー文化(新日鉄)

ラグビーW杯誘致に成功。ラグビーの町・釜石を全国へ伝播(岩手県釜石市)

競輪場×サイクリング文化

「ジャパンカップ」がアジア最高峰の自転車競技レースに認定(栃木県宇都宮市)

Jリーグ×テクノロジー

鹿島アントラーズと親企業であるメルカリが、「スポーツ×テクノロジー」で地方創生に取り組むスマートタウン構想を発表(茨城県鹿島市)

野球が盛んな町×廃校利用

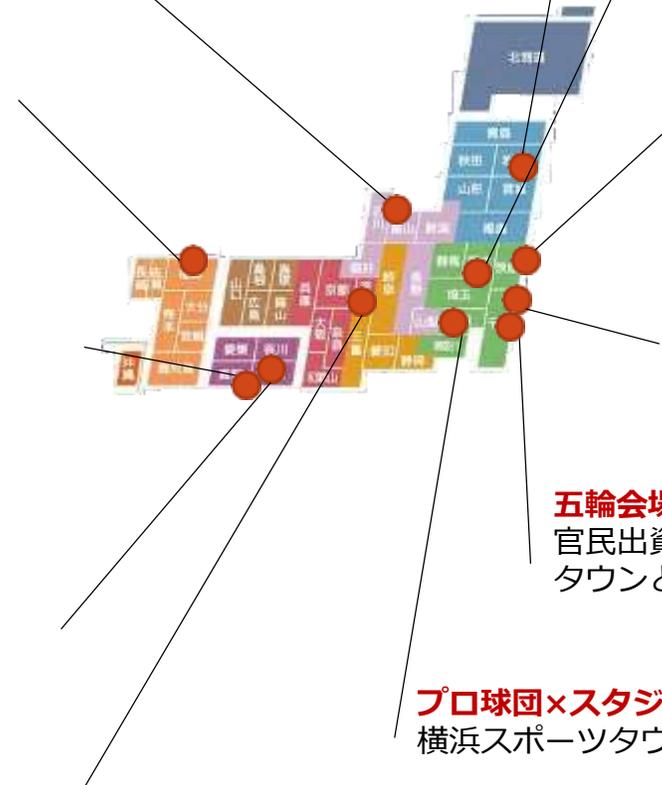
サイクルツーリズム&廃校を活用したスポーツ合宿誘致(千葉県銚子市)

五輪会場×サーフィン文化×官民合併会社

官民出資によるまちづくり会社によるサーフタウンとしての環境整備(千葉県一宮市)

プロ球団×スタジアム×親会社×自治体

横浜スポーツタウン構想(神奈川県横浜市)



具体的に取組んだこと

- 三条パール金属スタジアムで開催されたプロ野球ファーム交流戦（三条野球まつり）の試合会場場外にて、①『にいがた県央マイスター』の匠の技に触れられるワークショップと②野球まつり来場者を対象としたアンケートの2つの取組みを行った。

①ワークショップ

- 実施日 2023年7月8日（土）・9日（日）
- 実施時間 10時～試合前まで+試合後約1時間
- 体験内容 『にいがた県央マイスター』から直接指導を受けて箸置きorキーホルダーを制作。
- 参加費用 1000円（税込）
- 想定参加者数 両日とも50名 ※運用設計
※一人30分 x 10席対応可→試合前4回転+試合後1回転
- 参加者
 - 7月8日（土） 6名 雨天→10時に中止決定
 - 7月9日（日） 16名合計22名

※全参加者より自記式アンケートを回収

②野球まつり来場者へのアンケート

- 実施日 2023年7月9日（日）
- 実施時間 10時～12時（試合開始前）
- 実施方法
 - おとなとこども、それぞれを対象に対面で調査
 - おとな対象調査：QRコード誘導ウェブ調査
回収数 60サンプル
 - こども対象：質問ボード提示によるヒアリング
回収数 138サンプル

参加学生

① ワークショップ

- 青木 駿典 アオキ シュンスケ
- 石倉 和弥 イシクラ カズヤ
- 小川 元輝 オガワ モトキ
- 桑原 弥友 クワバラ ヒロト
- 佐藤 柁太 サトウ シュウタ
- 杉野 友哉 スギノ トモヤ
- 平岡 愛美 ヒラオカ アミ
- 武藤 沙帆 ムトウ サホ
- 渡邊 結真 ワタナベ ユウマ

② 野球まつり来場者へのアンケート

- 西澤 春人 ニシザワ ハルト
- 霜鳥 希明 シモトリ ノア
- 中山 堪太 ナカヤマ カンタ
- 長谷川 真大 ハセガワ マコト
- 山田 奏 ヤマダ ソウ





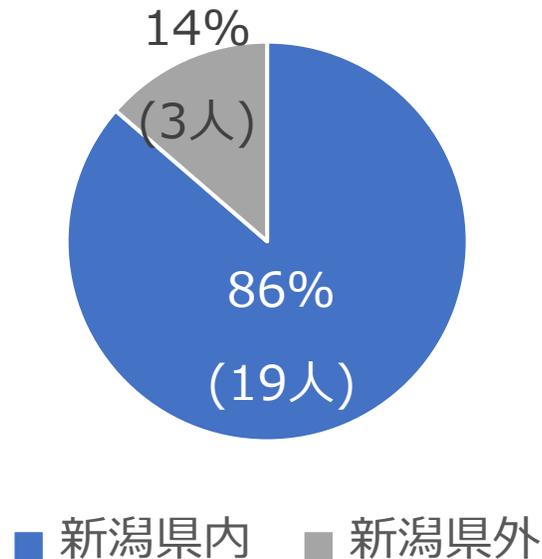
イベント参加者の居住地

- 『にいがた県央マイスター』のワークショップ参加者と野球まつりへの来場者を比較すると新潟県内居住者の比率に差が生じてる（ワークショップ参加者は県内居住者の比率が高い）

①ワークショップ参加者へのアンケート

👉 県内居住者の参加が約9割と圧倒的に高かった

山形県	1
埼玉県	1
長野県	1



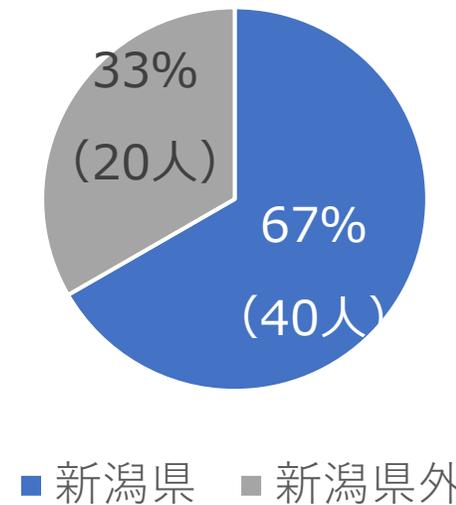
新潟市	7
長岡市	3
三条市	2
加茂市	2
五泉市	1
見附市	1
燕市	1
村上市	1
魚沼市	1
佐渡市	1

N = 22

②野球まつり来場者へのアンケート

👉 野球まつりへの来場は、県内：県外=2：1

東京都	7
神奈川県	5
長野県	3
千葉県	2
埼玉県	2
岩手県	1



三条市	13
新潟市	10
長岡市	4
見附市	3
燕市	2
上越市	2
柏崎市	2
加茂市	1
五泉市	1
魚沼市	1
阿賀野市	1

N = 60

イベント参加者の性・年代別の属性

- ・ ワークショップ参加者は40代が最頻値であるのに対して、野球まつり来場者は20代が最頻値。
- ・ 性別もワークショップ参加者は男女比4：6に対して、野球まつり来場者は、男女比6：4と差が生じている。

① ワークショップ参加者へのアンケート

👉 県内居住者の参加が約9割と圧倒的に高かった

人	男	女	総計	
10代未満	3	2	5	29%
10代	1	0	1	6%
20代	0	1	1	6%
30代	1	1	2	12%
40代	1	4	5	29%
50代	1	1	2	12%
60代		1	1	6%
総計	7	10	17	100%
	41%	59%	100%	

..... 同伴の保護者も30代〜

N = 17 未回答者5名を除く

② 野球まつり来場者へのアンケート

👉 男女比6：4、最頻値は20代

	男	女	総計	
10代未満	別途子供向け調査を実施し対象外			
10代	5	1	6	10%
20代	11	7	18	30%
30代	6	4	10	17%
40代	7	7	14	23%
50代	6	4	10	17%
60代	1	1	2	3%
総計	36	24	60	100%
	60%	40%	100%	

N = 60

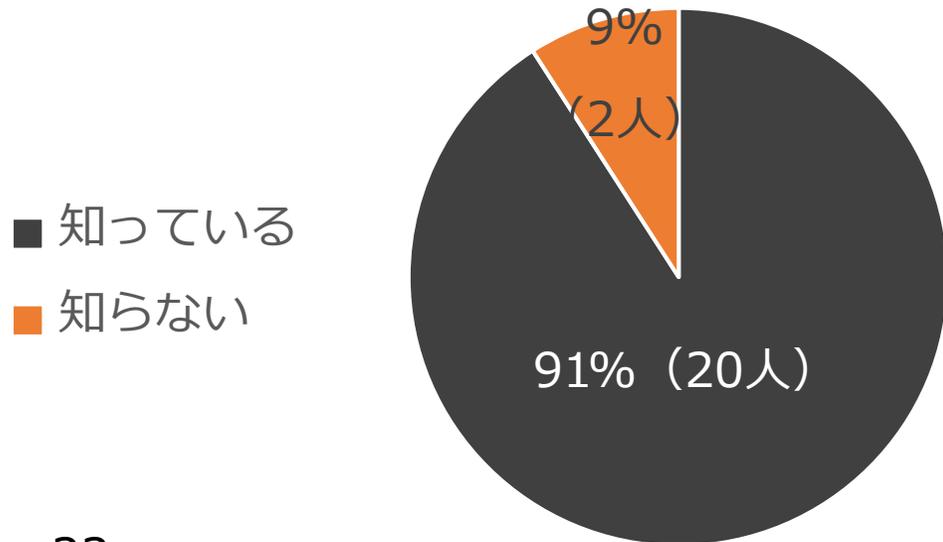
『にいがた県央マイスター』の認知

- 『にいがた県央マイスター』の認知率は、ワークショップ参加者は9割に達したのに対して、野球まつり来場者では2割台に留まる。

①ワークショップ参加者へのアンケート

👉 認知率は9割超と圧倒的に高かった

Q1 あなたは、にいがた県央マイスターについて知っていましたか？（〇はひとつ）

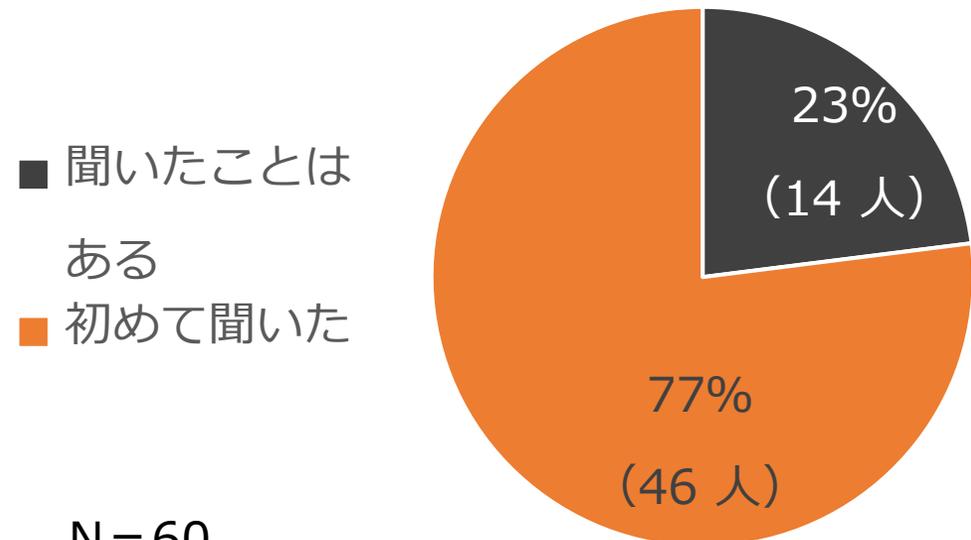


N = 22

②野球まつり来場者へのアンケート

👉 認知率は2割台と低水準に留まる

Q9 にいがた県央マイスターについて聞いたことはありますか？



N = 60

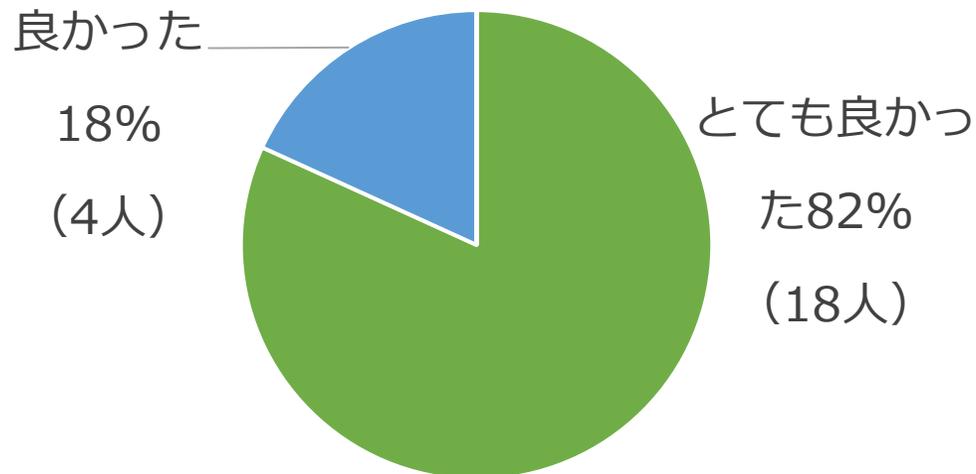
ワークショップへの評価

- ワークショップ参加者は全員が参加して「良かった」と回答した。一方、野球まつり来場者ではワークショップ開催そのものの認知が過半数に留まっており、興味・関心を引き起こしきれなかったことが伺える。

①ワークショップ参加者へのアンケート

👉満足度100%と高評価（不満はゼロ）

Q6 今回、体験会に参加してみてどう感じましたか？
（とても良かった～まったく良くなかったの5段階）

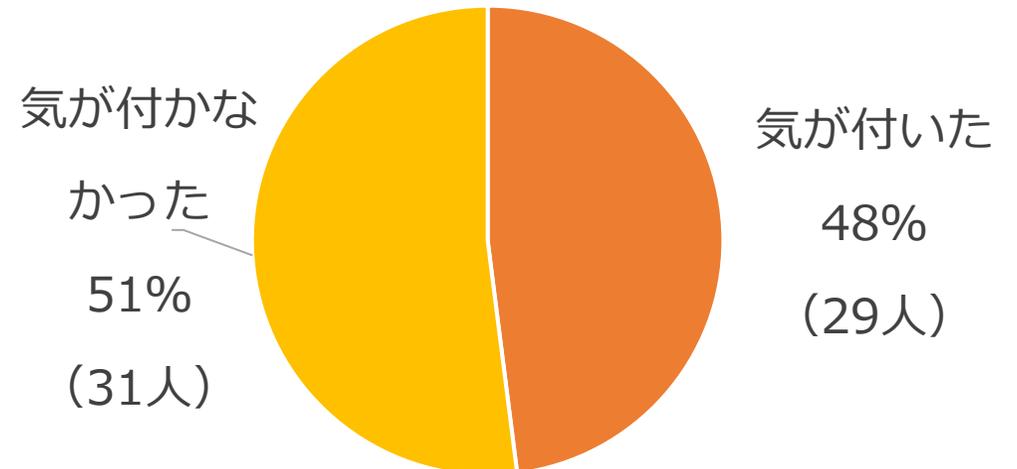


N = 22

②野球まつり来場者へのアンケート

👉球場正面の好ロケーションにも関わらず、ブースの認知は過半数に留まる。

Q10 にいがた県央マイスターのブースに気が付きましたか？



N = 60

ワークショップ参加のきっかけ

- ワークショップ参加者に参加理由を問うたところ、球場に来て後、偶然ブースやチラシを目にしたことや学生スタッフからの勧誘がきっかけで衝動的に参加したという理由が大半であった。

①ワークショップ参加者へのアンケート

👉 網掛けは衝動的な理由

Q2 今回の体験会に参加したきっかけを教えてください。

	記述内容	性別	年代
1	たたくことが大好きなため、良い体験ができた。	男	10代未満
2	三条まつりに来て知りました。	男	10代未満
3	たのしそう。	男	10代未満
4	新潟経営大学のイベントだったから	男	10代
5	野球が好きだったので、来たら面白そうだった。	男	30代
6	たまたまさそわれて	男	40代
7	知らない技術を教えてもらって楽しかったです。	男	50代
8	ちらし	女	10代未満
9	チラシをもらってやってみたくなったから。	女	10代未満

	記述内容	性別	年代
10	紹介	女	20代
11	HPを見て	女	30代
12	子どもの思い出に。	女	40代
13	とおりがかり	女	40代
14	紹介	女	40代
15	新潟経営大学のイベントだったから	女	40代
16	野球を見に来て、ブースを見かけてやってみたくなった。	女	50代
17	楽しそうだったから	女	60代
18	誘われた	女	不明
19	ちらし	不明	10代未満

N = 22 (3名は未回答)

まとめと考察

● 考慮すべき事項

- ワークショップ参加者 = 22名、野球まつり来場者対象調査 = 60名と限られたサンプル数に基づいた分析のため、以下の分析並びに提言は質的な解釈・見解によるものであることに留意願いたい。
- 7月8日・9日の2日間で予定されていた「三条野球まつり」は、8日が雨天のため中止となり、9日のみ開催であったこと。
- また、9日の来場者は、2,190人（主催者発表）であったこと。

● 把握できた傾向

- 新潟県内居住者が2/3を占める野球まつり来場者調査でも『にいがた県央マイスター』の認知率は2割台に留まっていた。
- ワークショップ参加者は、県央地域以外の新潟県居住者のうち、『にいがた県央マイスター』の存在を事前に知っており（認知率9割）、球場で開催されていた体験イベントを偶然目にしたことが体験参加の動機になっていたと推察される。
- ワークショップ参加者が30代以上の比率が高いのに対して、野球まつり来場者は20代が最頻値であること、また男女比も4：6（ワークショップ）と6：4（野球まつり）ズレが生じている。
- ワークショップ参加者の満足度は100%と非常に高かった。

まとめと考察

● 提言事項

- 『にいがた県央マイスター』の認知に課題があることは与件として提示されていたが、県内居住者においても未だ改善の余地があることが浮き彫りになった。
- ワークショップ参加者からの評価は高く、直接体感できる機会を設ける事の有効性を改めて確認できたが、まずは県央以外の新潟県内での認知を高めることに重点を置くことをご提案する。
- ワークショップ参加者の9割が新潟県内居住者であり、「新潟愛」「地元の誇り」に訴えかけ、県内居住者の琴線に触れる告知活動を展開することが有効だと考える。
- また、年代的に若い世代を獲得する事よりも子育て層を含む30代以上の世代での認知を固めることを優先された方が「伝統技術」や「手を動かすこと」への受容性が高いと考える。
- 今回、プロジェクトに参加した学生達の年代に身近なSNSを活用した告知を試みたが、優先すべきターゲットのメディア接触特性（別添資料参照）を踏まえると従来メディア（テレビ、新聞等）でのアプローチの方が未だ有効性が高いと考える。
- 今回は、彫金という1分野の紹介しか出来ていないため、『県央マイスター』全体の網羅性を訴求する上では、他分野のマイスターの出張ワークショップへの参加協力も仰ぎたい。
- 偶発的な接点を生むスポーツのボンド機能は一定水準で確認できたと考えるが、スポーツイベントという場を利用するにあたって諸費用（今回は主催者協力によりテント賃借代のみ実費）やイベントの特性（長時間の会場内滞在が見込めない競技や時期は除外すべき）などを考慮することが望ましい。

資料篇

参加学生からの声

■ 成果（良かったこと）

- 良かったことは、仲間と協力してイベントに出店できたことです。当日までにグループで様々な準備をすることで、協調性を学ぶことができました。また、「三条野球まつり」のような、イベントにブースを設置して、出店するという機会は、このような経験は将来にも生かすことができると思います。私たち自身も、当日は楽しみながら活動することができたので、参加することができてよかったと思いました。また、アンケート集計の結果、「満足度が高かった」たのでやって良かったと思いました。

■ 課題（もう少し工夫すれば良かったこと）

- 課題としては、天候のこと事前準備の段階で計画に入れておくべきだったことです。8日は雨が降ってしまったため、試合が中止になり、サイン会が前倒しになったことで、あまり集客できませんでした。事前に雨が降った際の野球祭りの予定も把握していれば、もう少し集客のための工夫ができたと思いました。
- 子どもの制作を想定した準備をもう少し出来たらよかった（椅子の高さ調整など）
- チラシをもっと有効活用する方法を考えるべきだったと思いました。残数が出てしまったし、裏に乗せたクイズをうまく利用できれば、もっと集客できるのではないかと思います。



体験会のPR (事前)

- TikTok : 動画 1 本
- Instagram投稿 : 8 つ
- 一番アクセス数の多かったチラシの投稿
→ 7 5 3
(うち 6 8 6 がハッシュタグからアクセス)



大岩マイスターに学ぶ 彫金体験会!!

7月8日(土)、9日(日)
10:00~12:30
試合終了後1時間

夏休みの自由研究にぴったり!
木の葉の箸置き・キーホルダー
をつくってみませんか?

大岩匠夫マイスター(高市)の「木の葉の箸置き」は経済産業大臣賞を受賞したオリジナル作品。大岩さんに直接教えていただきながら、世界に1つの自分だけの作品をつくってみませんか?

にいがた県央マイスターって?
新潟県県央地域の高度熟練技術者。技術・技能の継承と地域産業の振興に貢献する活動を行っており、大岩さんもそのお1人です!

三条野球まつりの会場で開催!

内容 木の葉の箸置き・キーホルダー作り体験
※箸置きかキーホルダーのいずれか1品

日時 7月8日(土)、9日(日)
10:00~12:30
試合終了後も1時間程度開催
※雨天中止となります

場所 三条パール金属スタジアム
第14回 三条野球まつり
場外テントブース

費用 1回30分 1,000円(税込)

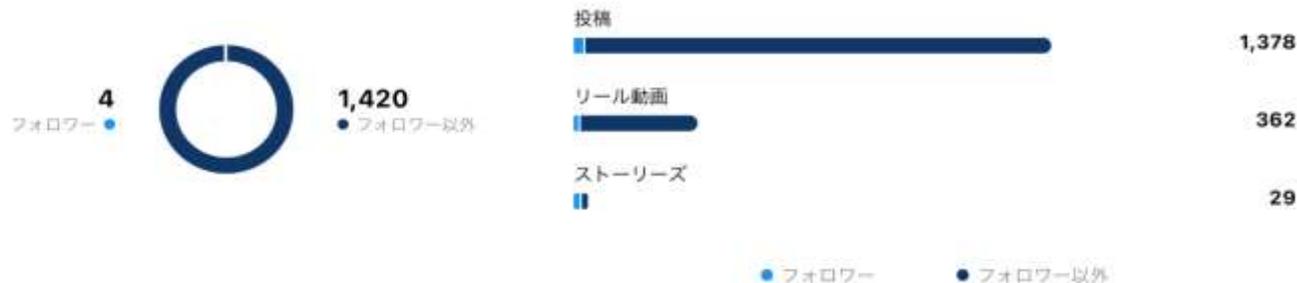
インサイトを見る

投稿を宣伝



num.mystar 【告知】

7月8日(土)、9日(日)三条パール金属スタジアムで開催される第14回三条野球まつりの場外テントブースにて、10:00~12:30(試合終了後も1時間程度開催)木の葉の箸置き・キーホルダー作り体験を開催します!
(箸置きかキーホルダーのいずれか1品)



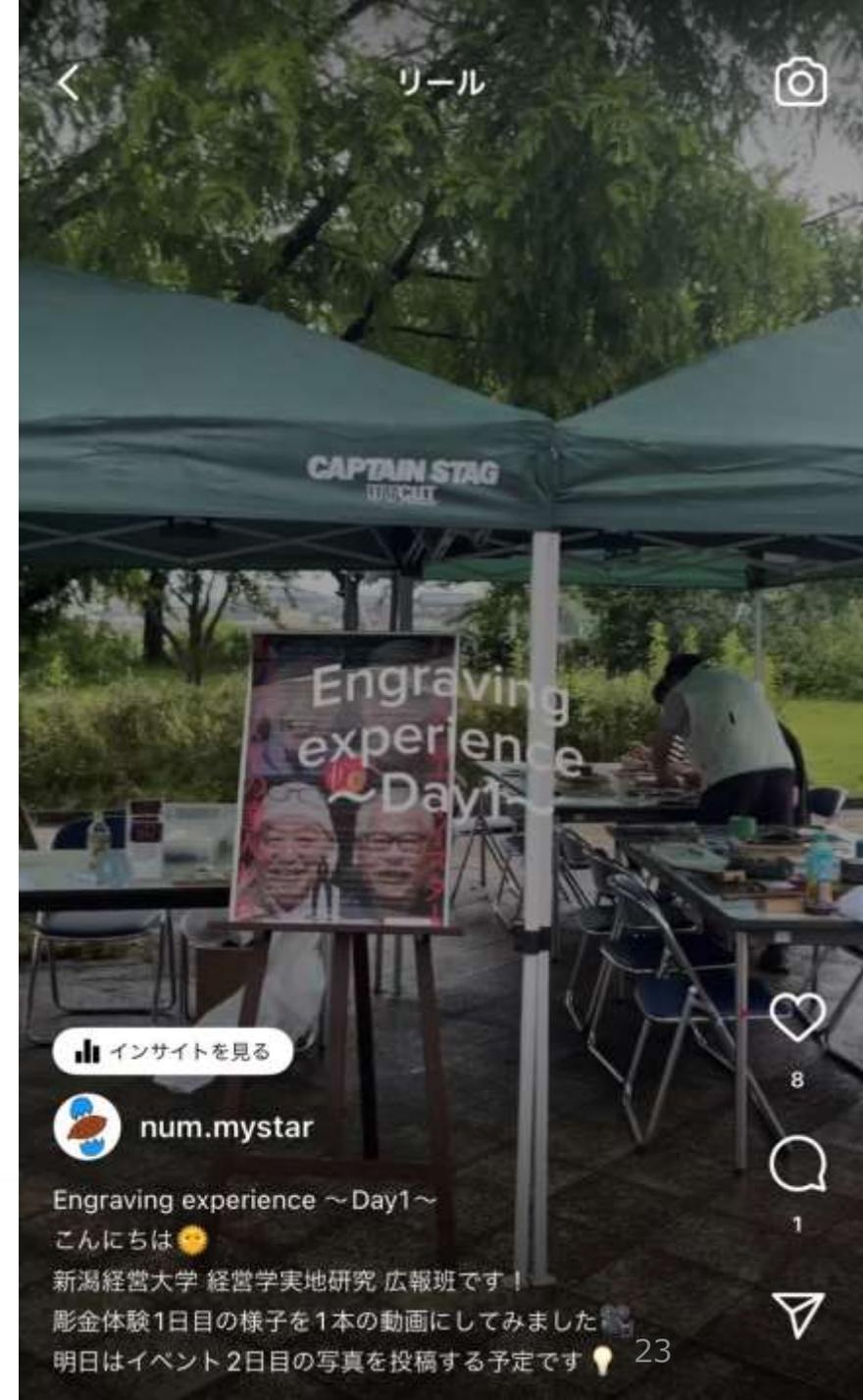
体験会のPR（事後）

- Instagram投稿：4つ（うち動画2本）

【アクセスした人数】

- 1日目写真：36人
- 動画：77人

- 2日目写真：69人
- 動画：75人



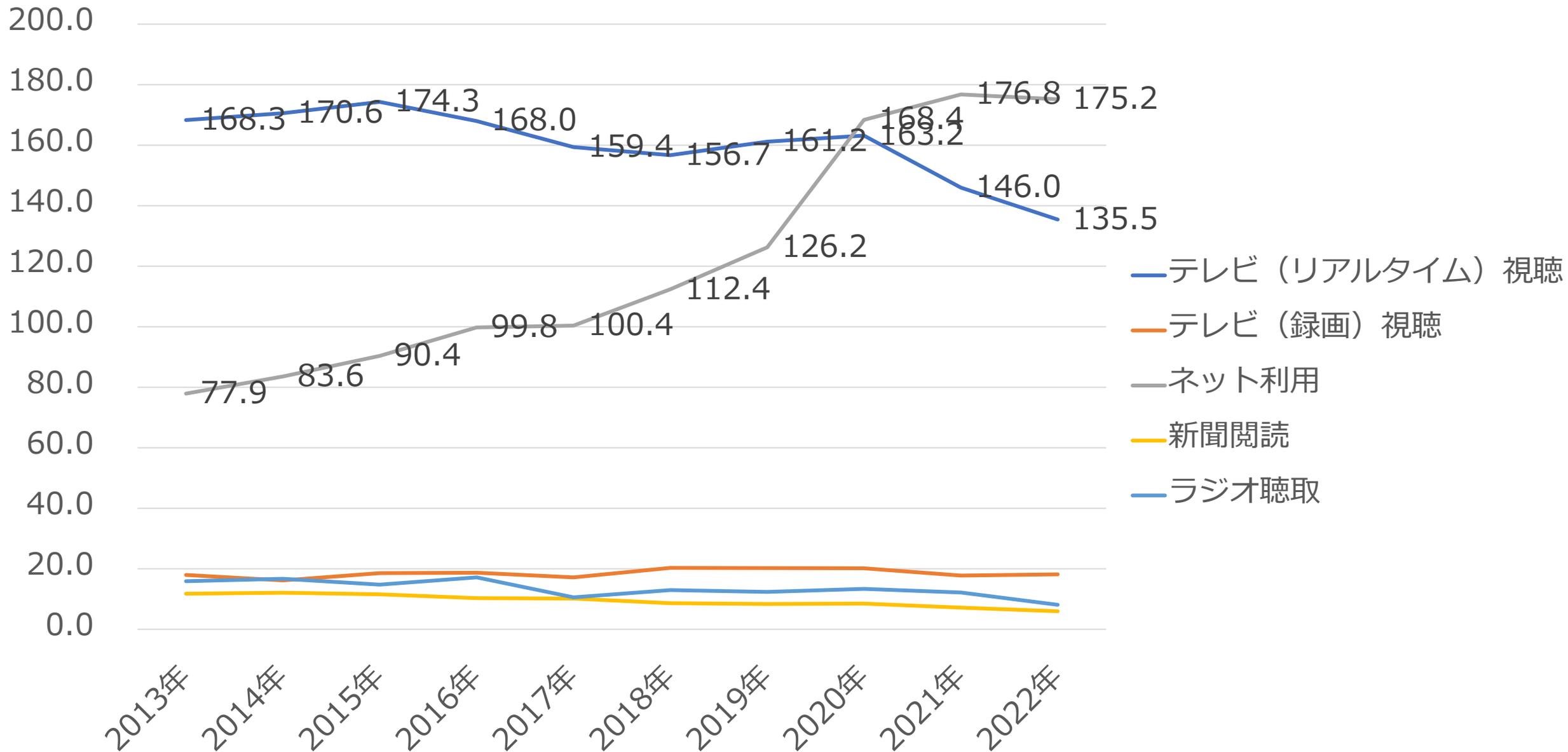
今後のPRを考えるにあたり（次頁以降参照）

- 2020年のコロナ禍（ステイホーム、積極的な情報収集意向）の時期、人々のメディア接触時間は、インターネットがテレビを上回るようになった。
- とは言え、世代が上がればテレビの接触時間は未だ高いままであり、ターゲットをどう設定するかによって、有効な媒体が決まってくる。
- また、それぞれの媒体ごとに情報の残り方も異なっており、情報の中身と流すルートを検討した上で広報・宣伝活動を行うべきである。
 - 例）SNS＝情報が常に上書きされるため、同じ情報が長時間残りづらい
- まずは、今後の政策において重点的にアプローチすべきターゲットを確認することが重要となる。

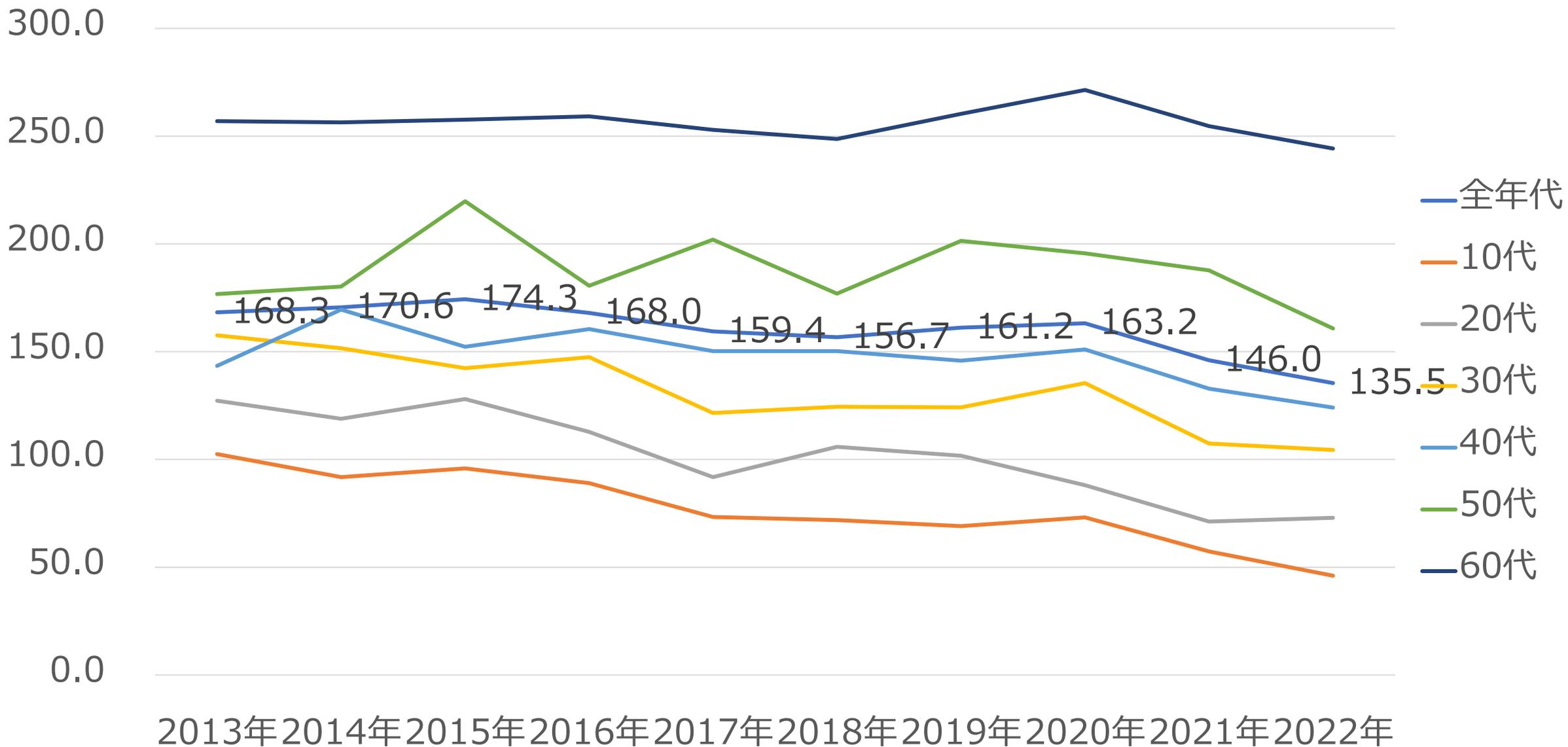
※なお、今回臨時的に開設したSNSアカウントについては、然るべきタイミングで閉鎖させていただきます（現状、情報の更新も停止中）。

(分)

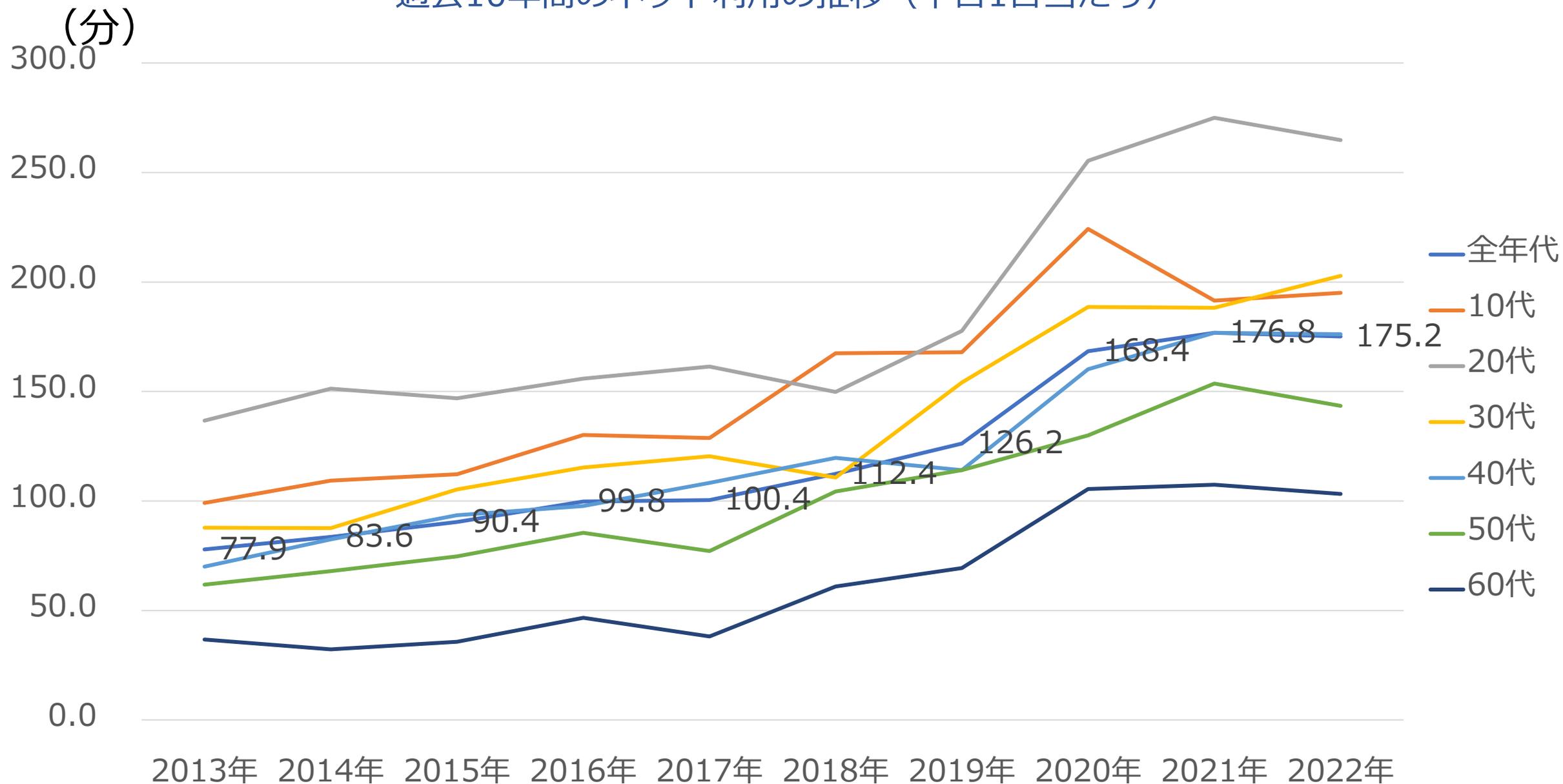
過去10年間のメディア接触時間の推移（平日1日当たり）※全年代



(分) 過去10年間のテレビリアルタイム視聴の推移（平日1日当たり）

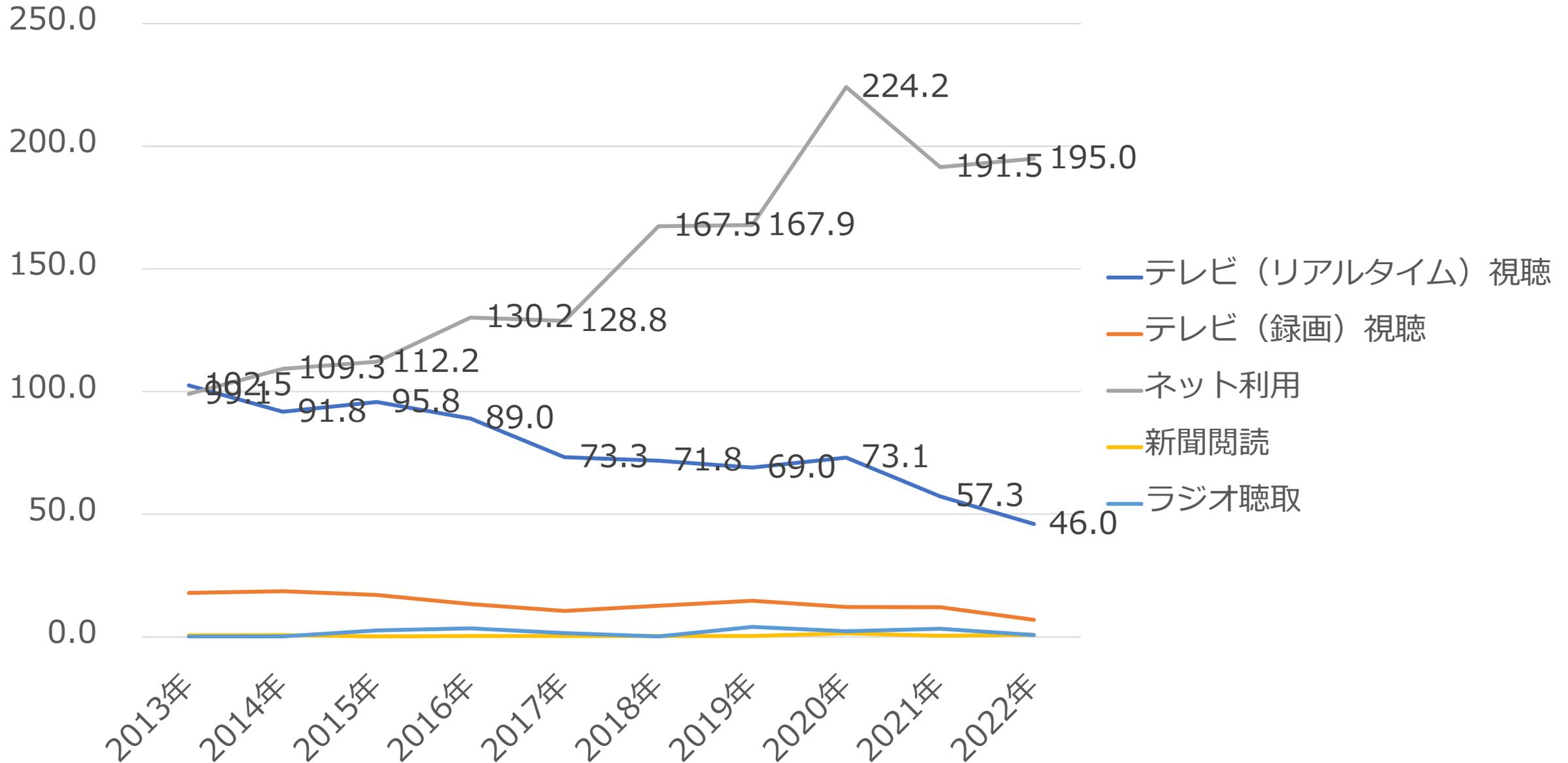


過去10年間のネット利用の推移（平日1日当たり）



(分)

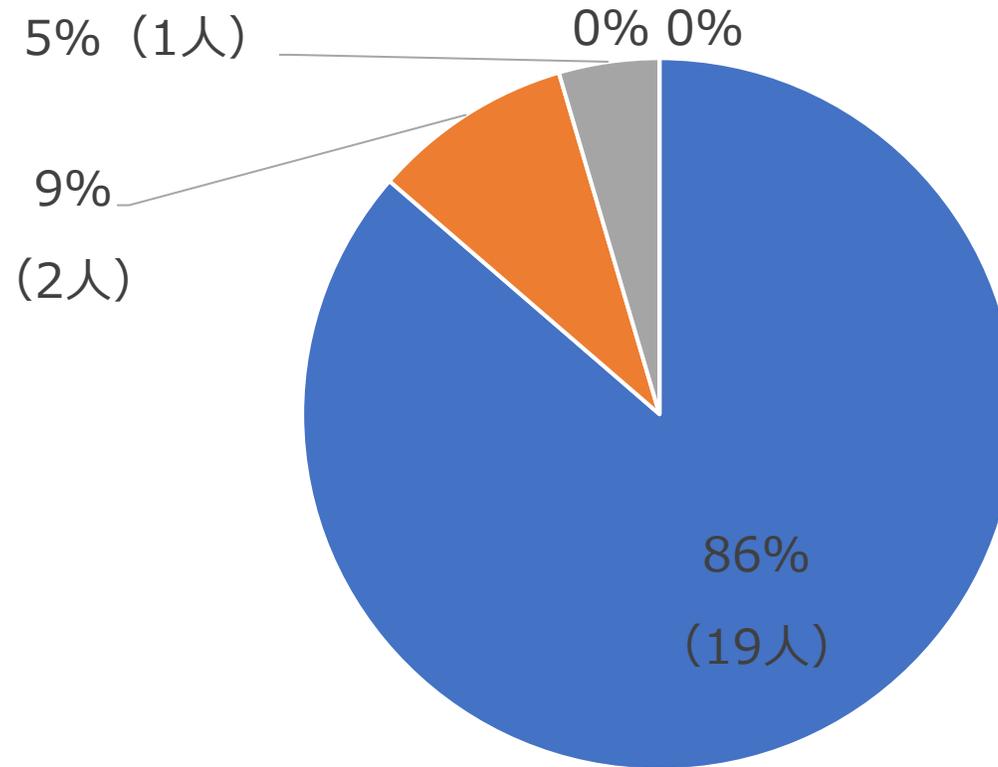
過去10年間のメディア接触時間の推移（平日1日当たり）※10代



(体験会参加者対象) アンケート集計結果

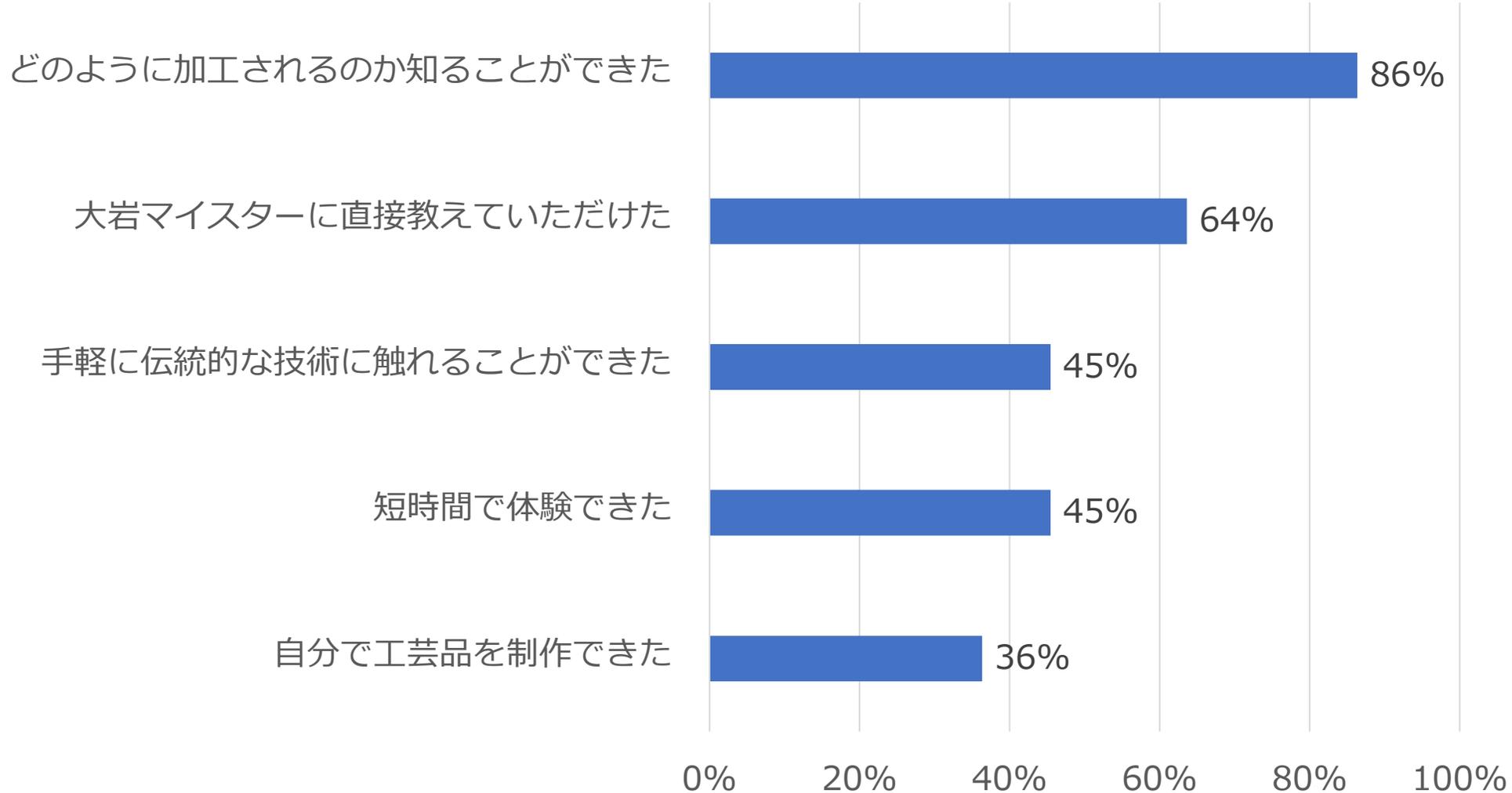
- スライド13～17で紹介していなかった事項

Q3 またこのような体験会に参加したいと思いますか？（〇はひとつ）



■ 思う ■ やや思う ■ どちらともいえない ■ あまり思わない ■ 思わない

Q4 今回の体験会の良かった点に○をしてください。（○はいくつでも）



Q5 Q4の回答以外にも何か良かった点がありましたら教えてください。(〇はひとつ)

	記述内容	性別	年代
1	やさしく、専門的に教えていただけてよかった。	男	10代未満
2	細かく教えていただいたので、非常に分かり易く楽しみながら体験できました。	男	50代
3	スタッフがやさしかった。	女	10代未満
4	学生さんがとても丁寧に教えてくれました。 うちわであおいで下さり、本当にありがとうございました。	女	40代
5	時間より人よりかかったが、ていねいに教えていただけました。	女	60代

体験会の運営

- 当日までの事前準備・告知
 - 当日までの活動（庶務班）は、メンバーの参加日を確認、当日のスケジュール作成、準備用品の手配、備品の組み立て方の確認
- 当日の活動
 - 現地到着後備品を組み立て、配置、彫金を体験する、呼び込み、受付と会計、体験の補助、片付け
- 事後
 - SNS拡散、来客数確認、アンケート集計確認

(野球まつり来場者対象) アンケート集計結果

- 大人対象調査
- スライド10～13で紹介していなかった事項

●スタジアムに来たことがありますか？

