

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

e スポーツを活用した観光コンテンツ創出事業

2 地域再生計画の作成主体の名称

埼玉県

3 地域再生計画の区域

埼玉県の全域

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

1 観光認知度が低い

埼玉県が実施した観光動向調査（調査時期 令和3年7月～8月、調査対象 18歳以上の埼玉県及び1都2県（東京都、千葉県及び神奈川県）在住者 計2,000人）によると、埼玉県への非来県者（過去1年以内に埼玉県にレジャー目的で旅行していないが、他都県にはレジャー目的で旅行している者）に係る本県の観光認知度は、「どんな観光スポットがあるか全く知らない」が全体の19.7%であった。1都2県に対して「どんな観光スポットがあるか全く知らない」と選択した割合は、千葉県が4.0%、神奈川県が1.8%、東京都が1.0%であり、近都県と比較しても本県の認知度は低い結果であった。また、本県に観光に行ったことがあると回答した割合は39.2%であり、1都2県の平均72.4%と比較して低い結果であった。さらに、「都道府県魅力度ランキング2023（（株）ブランド総合研究所）」において、本県の魅力は45位にとどまっている。そして、「観光に行きたい都道府県ランキング2022（（株）ブランド総合研究所）」において、本県は46位である。令和4年の観光客1人当たりの観光消費額についても、県外からの日帰り客は6,423円、県外からの宿泊客は22,182円であり、日本人国内旅行の1人1回当たり旅行支出（日帰り18,540円、宿泊59,174円）と比較して低い状況である。

県内外を問わず、より多くの方に本県を観光していただくためには、既存の観光施策に加え、更なる地域資源の掘り起こし、魅力の再発見、磨き上げなどに取り組み、新たな観光振興の軸を育て上げ、本県の社会経済の活性化につなげる必要がある。

【参考・観光地としての認知度（非来県者：過去1年以内に埼玉県にレジャー目的で旅行していないが、他都県にはレジャー目的で旅行している者）】

- ・どんな観光スポットがあるか全く知らない
埼玉19.7% 東京 1.0% 千葉 4.0% 神奈川 1.8%
- ・過去実際に旅行・観光に行ったことがある
埼玉39.2% 東京70.5% 千葉68.5% 神奈川78.3%
(令和3年 埼玉県観光課調べ)

【参考・都道府県魅力度ランキング2023（カッコ内は前年度順位）】

- ・埼玉45位（45位） 東京4位（4位） 千葉12位（13位） 神奈川7位（6位）
茨城47位（46位） 栃木39位（40位） 群馬44位（44位）
(令和5年 （株）ブランド総合研究所調べ)

【参考・観光に行きたい都道府県ランキング2022（カッコ内は前年度順位）】

- ・埼玉46位（46位） 東京4位（6位） 千葉14位（12位） 神奈川9位（9位）
茨城47位（47位） 栃木39位（39位） 群馬42位（44位）
(令和4年 （株）ブランド総合研究所調べ)

【参考・観光客1人当たりの観光消費額】

- ・県外からの日帰り客 6,423円/人、県外からの宿泊客 22,182円/人
(令和4年 埼玉県観光課調べ)

【参考・旅行・観光消費動向調査2022年年間値】

- ・日本人国内旅行の1人1回当たり旅行支出 日帰り 18,540円/人、宿泊 59,174円/人
(令和5年 観光庁調べ)

2 社会経済の活力が低下

埼玉県は、大きな転換点を迎えている。第1回国勢調査（1920年）以来、一貫して増加を続けてきた本県の人口が令和4年4月に総務省が公表した人口推計で初めて減少に転じた。今後、令和12年（2030年）にかけて、全国で最も速いスピードで後期高齢者が増加すると見込まれている。国立社会保障・人口問題研究所（社人研）の「日本の地域別将来推計人口（令和5年）」によると、2050年の県推計人口は令和2年国勢調査（2020年）と比較すると7,345千人から約9.7%の6,634千人とされている。また、生産年齢人口の減少に伴い就業者数も減少すると予想される。仮に生産年齢人口の減少と同じペースで就業者数が減少したとすれば、急激な労働力の減少に伴う本県の社会経済の活力低下が懸念される。生産年齢人口が減少していく中で、社会経済を活性化し、本県の活力を維持する必要がある。

3 県内eスポーツ資源を社会課題解決に活用しきれていない

eスポーツは、コンピューターゲームを使った対戦をスポーツ競技として捉える際の名称で、世界では市場規模が拡大し、競技人口もサッカーの2倍となっている。

eスポーツには、特に、①子供、若者に人気があり、多くの誘客が期待できる、②性別、年齢、障害の有無、国籍、場所を問わず誰もが参加できる、といった、高い訴求力、集客力、ユニバーサル性という特徴があり、様々な場面で活用が進んでいる。IOCもリアルスポーツを始めのきっかけとして活用し始め、国内でも、まちづくり、健康増進などを目的に自治体主催のイベントが各地で開催されている。本県では、社会課題の解決に活用することを目的にeスポーツを推進することとしている。

埼玉県が実施した県政世論調査（調査時期 令和5年7月、調査対象 18歳以上の埼玉県在住者 計5,000人）によると、県民の31.3%がeスポーツに関心があることが判明した。31.3%の内訳は、実際に「eスポーツ」をする、または観戦している割合が8.4%、eスポーツに関心があるものの、実際にeスポーツに触れていない県民は22.9%であった。「eスポーツ」に関心のある県民の多くが、実際にはeスポーツに触れていない現状がある（「eスポーツ」に関心がある県民の73.2%（22.9%/31.3%）がeスポーツに触れていない。）。

大規模eスポーツ大会・イベントの開催地は東京（東京ビッグサイト、両国国技館、東京国際フォーラムなど）、千葉（幕張メッセなど）、神奈川（パシフィコ横浜など）などに集中しており、県内にはeスポーツに意欲的な企業・団体、施設などプロeスポーツチームや会場などがあるにもかかわらず、それら資源を生かし切れていないという課題がある。

【参考】

・県内市町村のうち、「eスポーツに興味がある」約42%、「興味がない」約3%、「わからない」約53%

・eスポーツを所管する部署が定まっていない 約78%（令和5年 埼玉県スポーツ振興課調べ）。

・『「eスポーツ」に関心がある』県民の割合31.3%

『「eスポーツ」に関心があり、日常的またはときどき「eスポーツ」をする、または配信等で観戦している』県民の割合8.4%

『「eスポーツ」に関心はあるが、「eスポーツ」をほとんどしたことはない、かつ配信等で観戦もほとんどしたことはない』県民の割合22.9%

（令和5年度県政世論調査）

・eスポーツに意欲的な企業・団体、施設（（一社）埼玉県eスポーツ連合、KADOKAWA、FUSION、（一社）埼玉県eスポーツ連合の賛助会員企業13社（令和6年1月24日現在）、大宮ソニックシティ、ところざわサクラタウン）

・eスポーツチーム（FAV GAMING（所沢）、ARNEB（川口））

・10～30代の若年層からの人気が高く、イベントの開催により、多くの誘客が期待できる（兵庫県eスポーツ推進検討会「兵庫県におけるeスポーツの取組の方向性」）。

4 eスポーツがもたらす便益を享受できていない

デジタル技術の発展に伴い、先行自治体（群馬県、茨城県、京都府など）では、地方創生の手段としてeスポーツの活用を進めている。eスポーツは、直接市場のみならずエコシステム領域として、eスポーツイベントに訪れた際の飲食店、小売店利用、eスポーツイベント視聴の際に利用される通信費、ゲーミングパソコン製造にかかわる電子部品、プラスチック部材など、様々な市場・産業に通じる。

また、新型コロナウイルス感染症の拡大を機に、eスポーツでも使われるバーチャルリアリティを活用した観光などの新たなサービス展開が注目されており、こうした技術を活用して誘客や観光消費につなげていくことができる。

さらに、eスポーツを通じ、デジタルデバイスに親しむことにより、個人がデジタル社会へ適応することにもつながり、デジタル社会形成へと寄与する。

本県では、県内にはeスポーツに意欲的な企業・団体、会場、プロチームがあるにもかかわらず、これらのeスポーツ資源を生かし切れていないという課題がある。例えば、バーチャル県庁などを施策として実施し始めたが、訴求力がないため、人を呼び込めていない。

市町村主体のeスポーツ関連施策は少数であること、また、eスポーツイベントが頻繁に開催されていないことから、eスポーツに接触する機会にも恵まれず、県民がeスポーツがもたらす便益を享受できていない。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

本県の地方版総合戦略の基本目標2「県内への新しいひとの流れをつくる～東京都区部への一極集中の克服～」のため、新たな観光コンテンツを創出することにより観光振興を図り、観光客数及び観光消費額を増加させ、本県の社会経済の活性化につなげる。

本県の人口は今後減少し、少子高齢化が更に進む見込みである。生産年齢人口の減少により、社会の活力の低下と経済成長の停滞が懸念されている。このような中、国内外から人と消費を呼び込むことで、地域経済を活性化させることができる観光の役割はますます重要となっている。地域の特性や魅力を生かし多様な観光を創出する取組である観光づくりは、観光産業の振興に留まらず、地域経済の継続的な発展、雇用機会の増大に寄与する。

本県は、首都圏という巨大マーケットの中央に位置し、発達した交通網など立地的に恵まれ、近距離で気軽に旅行できる観光のポテンシャルを有する。本県には埼玉古墳群に象徴されるように古くから栄えた歴史・文化があり、自然や食、花やアニメなどの多彩な魅力がある。また、人口4,000万人の首都圏の中心に位置し、交通アクセスに優れるという地理的優位性も持ち合わせている。成長著しいeスポーツを本県の新たな観光振興の軸として磨き上げ、本県への人の誘導を図り、地域の賑わい創出、本県の社会経済の活性化につなげる。

【eスポーツの特徴】

eスポーツには、大きく3つの面がある。

1つ目は、高い訴求力、集客力がある。特に、子供、若者に訴求力があり、地域活性化やにぎわいの創出につながる。

2つ目は、ユニバーサル性がある。性別、年齢、障害の有無、国籍、場所を問わず誰もが参加することができ、居場所、活躍の場といった共生社会の実現に資する。

3つ目は、行政として様々な分野への活用可能性がある。地域活性化や産業振興、福祉の向上など、行政が取り組んでいるテーマの解決に寄与することができ、地方創生に資する。

今後、県が本腰を入れ、旗振り役となってeスポーツの普及・裾野拡大に取り組む。これまで本県が取り組んできた本県の強みであるアニメ※を軸とした観光づくり、「アニメの聖地＝埼玉県」というイメージに加え、「eスポーツといえば埼玉」というイメージを創り、eスポーツ分野での投資や民間事業者主催の大規模eスポーツイベントを呼び込む。サッカー代表戦での不敗神話を持つ埼玉スタジアム2002や、東京オリンピックでの女子バスケ銀メダル獲得の舞台であるさいたまスーパーアリーナ、ラグビーワールドカップのレガシーである熊谷ラグビー場などの大規模集客施設がある本県の強みを活用し、これらの全ての施設をつなぎ、本県がeスポーツの聖地となることを目指すものである。

本事業で得られたノウハウや成果を県内市町村や民間事業者等に横展開する。その結果、県内市町村や民間事業者等によるeスポーツを活用した様々なイベントが県内各地で開催され、eスポーツイベントが本県の新たな観光資源となる。eスポーツを新たな観光振興の軸として、本県への人の誘導を図り、地域の賑わい創出、本県の社会経済の活性化につなげるものである。さらに、eスポーツを通じ、デジタルデバイスに親しむことにより、県民個々人がデジタル社会へ適応することにつながり、デジタル社会形成へと寄与するものである。

※「あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。」「心が叫びたがってるんだ。」(秩父市)、「らき☆すた」(久喜市)、「ヤマノススメ」(飯能市)など各市を舞台にした様々なご当地アニメが誕生。また、平成27年度からは、世界的に有名で春日部市にゆかりのある「クレヨンしんちゃん」を「埼玉観光サポーター」として、国内外での本県観光のプロモーションに活用。

【数値目標】

| K P I ① | 地域における観光消費額（県外からの日帰り客1人1回当たりの旅行における消費額） | | | | | 単位 | 円 |
|---------|--|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------|
| K P I ② | イベント体験会参加者数 | | | | | 単位 | 人 |
| K P I ③ | イベント配信動画再生回数 | | | | | 単位 | 回 |
| K P I ④ | 「eスポーツ」に関心があり、eスポーツをするまたは配信等で観戦している県民の割合 | | | | | 単位 | % |
| | 事業開始前 (現時点) | 2024年度 増加分 (1年目) | 2025年度 増加分 (2年目) | 2026年度 増加分 (3年目) | 2027年度 増加分 (4年目) | 2028年度 増加分 (5年目) | K P I 増加分 の累計 |
| K P I ① | 6,423.00 | 1,477.00 | 400.00 | 400.00 | - | - | 2,277.00 |
| K P I ② | 40.00 | 2,960.00 | 546.00 | 546.00 | - | - | 4,052.00 |
| K P I ③ | 24,000.00 | 8,000.00 | 8,000.00 | 8,000.00 | - | - | 24,000.00 |
| K P I ④ | 8.40 | 7.91 | 7.91 | 7.91 | - | - | 23.73 |

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及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

eスポーツを活用した観光コンテンツ創出事業

③ 事業の内容

県内のeスポーツ資源(企業・団体、会場)を最大限活用し、eスポーツを本県の新たな観光コンテンツとして磨き上げる。多くの集客が可能なeスポーツイベントの開催を通じ、eスポーツの特性や可能性に触れる身近な機会の創出・充実を図り、賑わい創出や地域経済の活性化につなげる。さらに、県内でeスポーツの普及・裾野が拡大することにより、新たな観光資源としてのeスポーツを活用した市町村や民間事業者主催の大小様々な規模のeスポーツイベントの開催、更なる賑わい創出、地域経済の活性化といった好循環につなげる。

1 プロ選手によるエキシビジョンマッチの観戦や人気eスポーツを体験できる、大規模eスポーツイベントの開催

eスポーツファン(eスポーツそのものを目的に本県を訪れる)のほか、eスポーツ初心者、未経験者(インフルエンサーを目的に本県を訪れる)の双方にアプローチするオフラインイベントを開催する。eスポーツ(デジタルデバイス)に触れる機会の拡大により、県民のデジタルリテラシーの向上を図る。

・複数会場それぞれに人気プロeスポーツプレイヤー、インフルエンサー、タレントなどのゲストを登壇させ、各会場を回線をつないだエキシビジョンマッチを開催する。

・プロeスポーツプレイヤー、インフルエンサーのSNSを活用した広報を実施し、全国から人を呼び込む。

・県内外から人を呼び込める人気eスポーツタイトル(射撃、格闘等)を活用する。

・県内観光スポットが登場するオリジナルコースを活用したバーチャルサイクルレースを開催する。

サイクリングに合わせてバーチャル観光をすることで、eスポーツをきっかけに本県観光の呼び水、魅力の発信につなげる。

・イベントはYouTube等で動画配信するとともに、初心者、未経験者でもわかりやすいよう、実況、解説者による盛り上げを実施する。

※埼玉県2022年度eスポーツイベント配信再生回数：2. 4万回

静岡県バーチャルサイクルレース配信再生回数：1. 3万回

2 人気eスポーツ内でのバーチャル観光を可能にする、オリジナルコンテンツの作成

埼玉県の観光素材を撮影し、本県観光資源がeスポーツのゲーム内に登場するオリジナルコース、「バーチャル観光コンテンツ」を作成する。

全国の人にeスポーツをプレイしながらバーチャル観光を体験させることにより、本県の観光資源の刷り込みを行い、観光認知度を高める。その上で、観光誘客の増加、賑わい創出、地域経済の活性化を狙っていく。

また、コース上で登場する本県の観光名所や県産品について、タグ付け、リンク付け等を行い、観光名所ホームページや県産品販売ホームページへ誘導する。

※バーチャル観光コンテンツイメージ：テレビやメディアなどで紹介される知名度が高い観光スポット、例えば、川越(蔵造りの町並み)、

さいたま新都心(さいたまスーパーアリーナ)、行田(さきたま古墳、忍城)などを活用予定である。

3 全国から高校生を呼び込む、eスポーツトレーニングキャンプの開催

全国から高校生を呼び込み、プロチーム等からの指導を受けられるeスポーツトレーニングキャンプを実施する。

・全国から参加者を募集し、関係人口の創出に寄与する。

・プロチームによる指導(操作技術、戦術、メンタル、コーチング、食事等)を受けられるキャンプを開催する。

・次のような取組をキャンプ中に発信し、本県観光資源のPRを行う。

…埼玉県産の地元食材を活用した食事の提供、キャンプ会場周辺の観光スポットの体験・情報発信など

・トレーニングキャンプの見学会・セミナー(民間企業向け・学校関係者対象)を開催する。

…高等学校等の生徒がeスポーツに真剣に取り組む姿を実際に見学し、見学者がeスポーツの持つ可能性、価値などを理解する場とする。

見学会・セミナーを通じ、eスポーツを通じて、個々人のデジタル技術の理解を促進する。民間企業等がeスポーツに目を向け、eスポーツ事業へ参画又は協賛などを促す。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

本事業計画期間終了後も、県内各地でeスポーツを活用した取組が継続されるよう、県内市町村、民間企業等にも取組を共有し、各主体によるeスポーツを活用した取組が開催されるよう、本事業の成果や課題点、ノウハウを伝播する。

他自治体のeスポーツイベントに協賛又は寄附実績のある民間企業等に対し、営業活動を行い、本県eスポーツイベントに拠出いただけるよう依頼する。また、「人を呼び込む」という観点から、多くの来場者数が見込まれることから、この点を訴求し、eスポーツイベントに協賛又は寄附実績のない民間企業等に対しても営業活動を行う。

2024年度（事業開始1年目）から協賛金を獲得し、活用する。前年度実績をアピールすることで、事業2年目以降は協賛獲得金額を毎年増額する。交付対象事業終了後は、協賛金と一般財源を活用して事業を実施する。

【官民協働】

多くの集客が可能なeスポーツイベントの開催を通じ、eスポーツの普及・裾野拡大を図り、賑わい創出、観光振興につなげる。多くの集客が可能であること、特に若者が多く集う点を訴求し、民間からの投資（協賛金、寄附金）を呼び込み、自主財源として活用する。令和6年度は企業版ふるさと納税5,000千円を活用する見込みである。

【地域間連携】

eスポーツの持つ多様な可能性の周知のため、県内市町村向けにeスポーツイベント見学・体験会やeスポーツセミナーを開催する。県は事業実施主体となるとともに、県内市町村と民間事業者を結びつけるつなぎ役となる。県がコーディネート役となって規模や知名度を生かした効果的な情報発信を担い、地域の実情を熟知した市町村が地域の課題やニーズの解決に向け、適切な手法で連携し事業に取り組むことで、事業の効果を一層高めることができる。観光名所所在市町村やeスポーツ先進自治体と連携し、広域的なプロモーションを実施する。

【政策・施策間連携】

eスポーツは、高い訴求力、集客力、ユニバーサル性、活用可能性を全て備えている。庁内他部局でも、公共の利益や社会課題の解決につなげる手段の一つとして、eスポーツを活用するよう、本事業の成果やノウハウを伝播する。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

eスポーツ愛好家のみならず、eスポーツ初心者、未経験者が参加可能なeスポーツ体験イベントを開催する。イベントでは、デジタルデバイスに触れる体験会やeスポーツ専用パソコンの仕組みを学ぶ講座などを開講し、デジタル技術に触れる機会を創出する。

理由①

eスポーツ体験イベントにて、デジタル技術に触れることにより、個々人のデジタル技術への理解が高まり、デジタル社会形成につながる。

取組②

eスポーツトレーニングキャンプにて、キャンプに参加する高校生を対象としたeスポーツ市場を取り巻く業界を学ぶ講座などを開講する。

eスポーツキャンプ見学会では、高等学校等の生徒がeスポーツに真剣に取り組む姿を実際に見学し、見学者がeスポーツを理解する一助とする。また、見学者に対し、eスポーツの可能性や企業等が取り組む意義などを伝えるセミナーを実施し、見学者が今後eスポーツイベント等に取り組むきっかけを作る。

理由②

eスポーツキャンプ実施事業者からeスポーツを取り巻く業界やイベント運営手法等を学ぶ取組を実施し、eスポーツ周辺領域やイベントを支える人材育成の一助とする。企業等が見学会に参加することにより、eスポーツイベント等に取り組むきっかけとなり、県内でeスポーツイベントの開催が増えることで、個々人がデジタル技術を理解する機会の拡大につながる。

取組③

県内観光スポットが登場する人気eスポーツタイトルのオリジナルコース、フィールドを作成し、公開する。コース、フィールドは広く国内外で利用していただくほか、eスポーツイベントでも活用し、デジタル技術に身近に触れる機会を創出する。

理由③

馴染みのある観光スポット、特に知名度が高い観光スポット（例えば、川越（蔵造りの町並み）、さいたま新都心（さいたまスーパーアリーナ）、行田（さきたま古墳、忍城）など）をオリジナルコース内に登場させることで、デジタル社会における新たなスポーツであるバーチャルスポーツに取り組むハードルを少しでも下げる仕組みとする。観光スポットを活用することそのものが、体験イベントの注目度を上げ、より多くの人を呼び込むこととなる。

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 7 月

【検証方法】

埼玉県まち・ひと・しごと創生有識者会議における報告及び効果検証

【外部組織の参画者】

計15名 産業・経済界代表 4名、大学・教育機関代表 3名、金融機関代表 3名、労働団体代表 1名、メディア代表 2名、住民協働（NPO等）代表 2名

【検証結果の公表の方法】

会議資料及び結果概要について県ホームページにて公表

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 99,111 千円

⑧ 事業実施期間

2024年4月1日から 2027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

(1) スポーツインライフ推進事業

ア 事業概要

県民総合スポーツ大会の開催を始め、スポーツイベント等の開催を支援することや県民のスポーツに親しむ機会を充実することにより、本県のスポーツ・レクリエーションの振興を図る。

(県主催eスポーツ大会の事務局(県民総合スポーツ大会埼玉県実行委員会)の運営)

イ 事業実施主体

埼玉県

ウ 事業実施期間

2020年4月1日から 年 月 日まで

(2) スポーツ科学拠点施設整備事業

ア 事業概要

スポーツ科学拠点施設を整備し、パラスポーツを含む多様な競技力の向上につなげるとともに、県民のスポーツ実施率の向上や健康増進等を図る。

(eスポーツ大会の開催も可能なスポーツ科学拠点施設の整備)

イ 事業実施主体

埼玉県

ウ 事業実施期間

2016年4月1日から2028年3月31日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2027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。