

【東京箱根間往復大学駅伝競走（箱根駅伝）について】

毎年1月2日～3日に行われる駅伝競走であり、2024年に第100回を迎える。新型コロナウイルス感染症（以下、「コロナ」という）蔓延期以前には約100万人、2023年でも約90万人もの沿道観戦者数を集める一大スポーツイベントである。第100回では駅伝参加資格が公益社団法人日本学生陸上競技連合男子登録者に広げられており、ますます盛り上がりを見せると予想される。

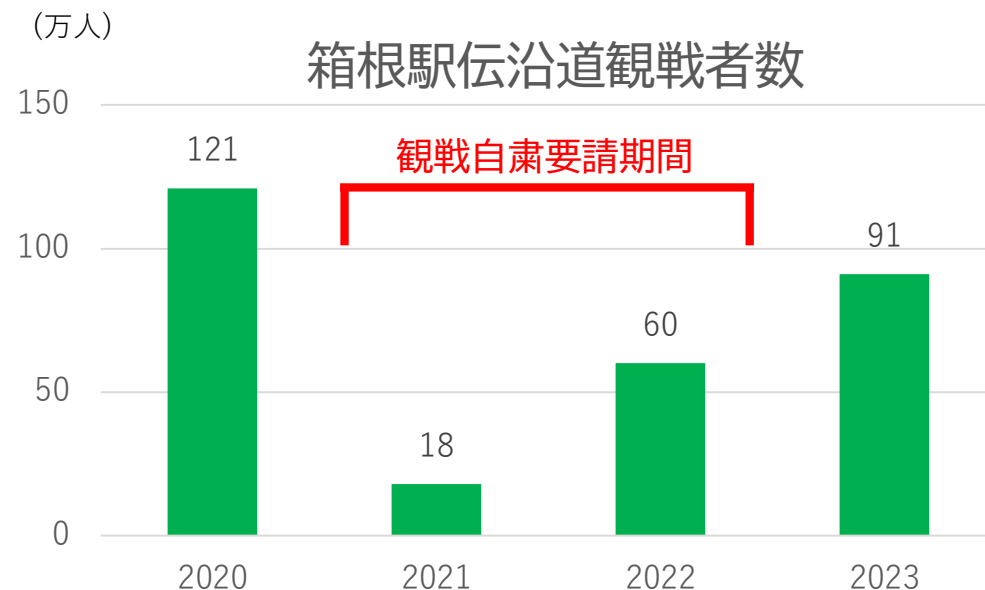


箱根駅伝のコース

往路 107.5km
復路 109.6km

大手町～箱根
コースの多くは神奈川県

(出所：国土地理院ウェブサイトより一部加工して作成)



(関東学生陸上競技連盟調べ)

箱根町の観光戦略

【インタビュー①（箱根町観光協会）】

呼び込むのではなく、満足してもらう

箱根町観光戦略目標値（KPI）

（単位：千人）

	2017(実績)	2018	2019	2020	2027	2030
観光入込客数	21,520	21,556	21,592	21,597	21,462	21,422
満足度	69pt	70pt	71pt	72pt	77pt	80pt
リピート率(日本人)	77%	77%	78%	78%	80%	81%

（出所：第2次箱根町HOT21観光プラン基本計画）

箱根町観光協会で、箱根町の観光政策に携わる佐藤専務理事にお話を伺った。

- コロナ前の観光入込客数が年間約2,000万人である日本有数の観光地である箱根町は、新規観光客の獲得よりもリピーターを増やすことを重視し、観光客の満足度を高めることを意識している。具体的な取組としては、以下のようなものが挙げられる。
- 観光客の一番の不満要素である交通渋滞は、町の長年の課題となっている。町ではマイカーと公共交通機関を併用する「箱根パーク&ライド」の推奨や、道路の混雑状況をリアルタイムで伝達するWEBページを公開し、交通渋滞の緩和に取り組んでいる。
- 更なる満足度の向上のため、箱根町では観光客がWEBを活用してその場で回答できる「即時アンケート」を運用し、施策の発案に活用している。約70か所の施設において、金額や満足度の観点からアンケートの募集を行い、1年で6,500件以上の回答が得られた。多数の観光客から、施設を利用した直後の声を聴ける利点がある。

箱根町の箱根駅伝に係る取組

- ▶ 毎年の箱根駅伝においても、各地域の観光協会は、歓迎行事で観光客の満足度を高めることを大切にしている。例えば、大平台の姫太鼓での歓迎や、無料のお茶の提供等がある。その他、関東学生陸上競技連盟とともに安全・安心な駅伝を楽しんでもらうために、ボランティアを募集して交通整理を行っている。
- ▶ 箱根町が毎年観光予算を組み、箱根町観光協会が取りまとめ、各観光協会の行事に割り当てることで、箱根町観光課と箱根町観光協会が、観光戦略の立案から施策の実行まで、一体となって行っている。
- ▶ 観光協会では、第100回大会での歓迎行事をどこまでできるか検討している。コロナ禍では思うような歓迎行事、飲食物のふるまいができなかったことから、コロナ禍前と同様に実施できるように準備を進めていきたい。

沿道商店会と箱根駅伝

【インタビュー②（宮ノ下商店会 嶋写真店）】

駅伝歓迎イベントを主導してきた宮ノ下商店会の代表で、箱根宮ノ下で4代続く「嶋写真店」の店主である嶋幸嗣さんにお話を伺った。

- 30年近く前から、宮ノ下商店会のメンバーでメガホンやのぼり旗を毎年作ってきた。メガホンは前年度優勝校のカラーで作り、関東学生陸上競技連盟に加入している全ての大学名が入っている。
のぼり旗は第1回出場校のカラーで、毎年100枚近く作成していた。
- 宮ノ下商店会で温泉シチューパンを配布していた。パンは地元のパン屋、肉は地元の肉屋で調達し、商店会のオリジナルとして提供していた。
それが現在の宮ノ下名物の元となっている。

駅伝の際には地域全体で盛り上がっていきこうという雰囲気



(嶋写真店提供)

毎年作っていたメガホン



(嶋写真店提供)

シチューパン
提供の様子

沿道商店会と箱根駅伝

- ▶ 応援の際は、宮ノ下の各所に伝令係を置き、「〇〇大学の△△君が来ます！」と全体に伝える。これにより沿道の応援客は、選手の名前で応援することができる。
- ▶ 作成したランキングボードにも大学名と選手の名前が貼られており、選手個人を応援する雰囲気が出来上がっている。
- ▶ 選手の名前を呼ぶ、という応援方法が「宮ノ下スタイル」として確立されてきた。



(嶋写真店提供)

ポイントに伝令係を置き、「次は〇〇大学の△△君です！」と名前を呼んで応援

手作りのランキングボード
大学名だけでなく選手名も



(嶋写真店提供)

「大学」ではなく、「選手」を。人情味のある応援

老舗喫茶店から見る箱根駅伝の姿

【インタビュー③（宮ノ下商店会 Café de Motonami）】

宮ノ下商店会で中心的に活動している、Café de Motonamiの店主、元波さんにもお話を伺った。

- 選手通過時の沿道の盛り上がりは圧巻の一言。応援の魅力に取りつかれ、近隣の宿泊施設に毎年宿泊する「応援ガチ勢」も少なくない。
- 応援後来店するファンが多く、箱根駅伝開催日の売上高は大きい。
- 今年は3年ぶりに沿道での応援が解禁されたこともあり、箱根駅伝当日の宮ノ下周辺における人出は、昨年と比べ8割程度増加したように感じた。
- しかしながら、「宮ノ下スタイル」による応援やシチューパンの提供、のぼり旗の掲示等は、ここ3年実施していない。

コース沿いにある
Café de Motonami



客席から駅伝コース
を見下ろせる
(写真は筆者)



老舗喫茶店から見る箱根駅伝の姿

- 選手の名前を呼ぶ声がかたましていく様子は、30年以上続く宮ノ下の新春の風物詩。声を出す「宮ノ下スタイル」の応援の復活を望んでいる。
- 宮ノ下駅前に飾られるのぼり旗に対しても、宮ノ下の住民は強い思い入れを持っている。
- これまで、町内に移住してきた若者からアイデアをもらい、一緒にのぼり旗を作成してきた。今後もそうした場が地域交流のきっかけとなることを願っている。
- 過去の大会一つ一つが、宮ノ下の住民の心に刻まれており、全ての年に思い出がある。

伝統の継承



(嶋写真店提供)



宮ノ下駅前に
立ち並ぶのぼり

(嶋写真店提供)

新春の風物詩の舞台



結論

- 新規観光客の獲得に留まらずリピーター獲得に向けて満足度の向上を目指す箱根町。箱根町・観光協会・商店会など町全体で、箱根駅伝を見に来た人に満足してもらい、「もう一度箱根に来たい」と思ってもらえるように、飲食物の提供などの歓迎行事や観光客との一体感のある応援を行っている。
- コロナによる制限が緩和され、これから様々な活動が活発になると考えられる中、駅伝などのスポーツを通じて、住民と観光客が一体となり、地域の魅力を発信・共有する持続的な取組は、リピーター獲得を目指すまちづくりのモデルケースといえるであろう。

財務省 関東財務局 横浜財務事務所

【担当】

池畠（総務課） 瀬尾（財務課） 根岸（第1統括）

久保田（第2統括） 立野（第5統括）

※所属は作成に携わった時点のもの

（注）本レポートの内容は、筆者の個人的見解である。

≪御礼≫ 本レポートの作成にあたり貴重なお話を頂戴しました皆様に厚く御礼を申し上げます。