

平成 28 年度 政策提言書

伊東の特色や魅力を活かした個性あふれる観光地づくり

～競輪で街おこし「競輪の聖地 伊東」～

伊東商工会議所青年部・気鋭の会

ご 挨拶

私たちは伊東商工会議所青年部・気鋭の会（以下、気鋭の会 という）は60名を超える商売人の集まりであり、メンバー全員が経営者もしくはそれに準ずる者です。

私たちには設立以来、大切にしていることがあります。
それは、「伊東市の発展に寄与すること」ということ。

今年度から、気鋭の会として初めて政策提言を行える体制を整えました。
伊東市には海があって川があって山があります。
高層ビルやハイテクな機械はありませんが、ヒトがヒトとして、人間らしく暮らせる自然があります。

伊東市に暮らす人にとっての幸せとは何か。
私たちの政策提言を通じて伊東市の産業や観光に寄与できることはないか。
経済人らしく、地域の実情を鑑みて、どうすれば実現できるか。
そう考えながら私たちは提言をさせていただきます。
政策提言を通じて地域社会、地域経済の発展に資するのかを真剣に考え、気鋭の会が地域とつながり、地方公共団体の政策に反映されるぐらいチャレンジしようと思っています。

気鋭の会として初めての政策提言は2020年、東京オリンピック自転車競技が伊豆半島で開催されることを鑑み、歴史のある伊東温泉競輪を利用した街づくり。

会員によるSWOT分析にて意見を集約、総合的な判断により具体的な内容を盛り込んだ「政策提言」を策定しました。

長文になりますが、最後までお目通しいただければ幸いです。
今日に至るまで各方面の皆様方にご協力いただいたことに感謝申し上げますとともに、当提言書が市政、市民にとって一助となることを祈願いたし、巻頭のご挨拶とさせていただきます。

伊東商工会議所 気鋭の会
会長 齋藤 誠治

伊東商工会議所青年部・気鋭の会

平成 28 年度政策提言書

目 次

●ご挨拶	1
●目次	2
●はじめに	3
●「伊東温泉競輪」を政策提言のテーマに	4
●伊東温泉競輪に関する分析と検証	5
●SWOT 分析を用いた伊東市の状況分析	6
●～競輪で街おこし「競輪の聖地 伊東」～	10
政策提言 1	11
「東京オリンピックを見据えた競輪の聖地づくり」	
政策提言 2	14
「外国人観光客に日本の国技「KEIRIN」を知ってもらおう」	
政策提言 3	16
「競輪場の複合施設化（生まれ変わる競輪場）」	
●あしがき	20
●資料	21

はじめに

伊東市は古くから観光の街として栄え発展してきました。

温泉があり、海があり、山があり、都心からもアクセスも良く好条件が揃っている我々が住むこの伊東を今よりもっと魅力的で人が集まる観光の街に発展させていくためには私たち市民一人一人が観光地としての意識を高め、自分たちの世代だけではなく、自分達の子供、孫、その先の世代まで見据えた「未来の伊東の発展」を考えて行かなくてはなりません。

我々、伊東商工会議所青年部・気鋭の会は伊東の未来の発展のために、青年経済人としての視点から、伊東ならではの「特色や魅力を活かした個性あふれる観光地づくり」を目指してここに政策提言を提案します。

渉外委員会一同



「伊東温泉競輪」を政策提言のテーマに

今回の政策提言の作成に関しては、伊東商工会議所青年部・気鋭の会（以下：気鋭の会）にとっても初めての取り組みであり、手探り状態でのスタートでした。

政策提言作成の担当委員会を渉外委員会に定め、今年度の当初より、渉外委員会内において政策提言に関するディスカッションを行い、政策提言の方向性を定めることから始めました。

「青年経済人」として

「伊東市の産業・観光に寄与する」

「政策的な提言」を提案する

上記の基本コンセプトを満たす政策提言を作成するため、度重なる激しい議論を行い、

- ・伊東市が主催者であること（所有権は三生興産株式会社）
- ・事業の収益が市の税収に大きく影響すること
- ・ここ数年は赤字状態を脱却し、黒字事業となっている
- ・市場全体の売り上げ、購買者数が減り続けている事業であること
- ・施設の老朽化等いくつかの解決しなければならない諸問題があること

そしてなにより

- ・2020年の東京オリンピック自転車競技が伊豆市のベロドロームで開催されること

等の理由により、伊東温泉競輪をテーマとすることが、今回の政策提言にふさわしいものであるとの結論に至りました。

伊東温泉競輪に関する分析と検討

伊東温泉競輪をテーマとした政策提言を作成するにあたり、まず初めに伊東温泉競輪に関するデータ収集と、収集したデータの分析が必須であると考えました。

そこで気鋭の会の会員を対象として、経営分析手法の一つである「SWOT分析※1）」を用いて、伊東温泉競輪を分析することにより、データの収集と分析を行うことにしました。

「SWOT分析」を簡単に説明すると、自社（自分）を取り巻く諸要因を、

強み：目標達成に貢献する組織の特質

弱み：目標達成の障害となる組織の特質

機会：目標達成に貢献する外部の特質

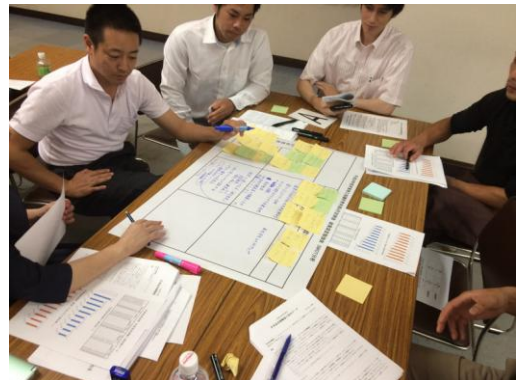
脅威：目標達成の障害となる外部の特質

の4つに分け、得られた分析結果から、それぞれの要因を掛け合わせることにより、様々な経営判断を導き出すフレームワークです。

分析は5～6名のチームで行い、計3チームを構成して分析に臨み、参加者には伊東温泉競輪の大まかなデータを資料として渡し、あとはチームごとのディスカッションに任せました。

気鋭の会の会員は伊東市内にて業務を行う会社の代表ならびに後継者、代表に準ずる者で構成されており、SWOT分析経験者ならびに未経験者、また伊東温泉競輪に関しても競輪経験者、未経験者に分かれており、偏りのない分析データが得られたと考えております。

次項よりSWOT分析により得られたデータとその解析を記載してありますのでご覧ください。



※1「SWOT分析」とは目標を達成するために意思決定を必要としている組織や個人のプロジェクトやベンチャービジネスなどにおいて、外部環境や内部環境を強み (Strengths)、弱み (Weaknesses)、機会 (Opportunities)、脅威 (Threats) の4つのカテゴリで要因分析し、事業環境変化に対応した経営資源の最適活用を図る経営戦略策定方法の一つである[1]。組織や個人の内外の市場環境を監視、分析している。フォーチュン500のデータを用いて1960年代から70年代にスタンフォード大学で研究プロジェクトを導いた、アルバート・ハンフリー（英語版）により構築された。

SWOT 分析を用いた伊東市の状況分析

1. 伊東温泉競輪のSWOT分析

伊東温泉競輪の課題を把握し、伊東温泉競輪を活用した観光振興戦略を検討するため、伊東商工会議所青年部にて以下のとおり SWOT 分析を行った。

機 会	脅 威
<ul style="list-style-type: none"> ➢東京オリンピックの自転車競技が伊豆市にて開催されることで、伊豆半島と自転車競技の注目度が高まる ➢伊豆半島全体に自転車愛好家を誘客する動きが本格化している ➢広島スタジアムのようにスタジアム自体を誘客に活かしている事例が既にある ➢国内全体同様に伊豆東海岸エリアでも訪日外国人が近年増加傾向にある。その中でも伊東市は特に増加が著しい ➢訪日外国人旅行者の増加により、ホテル・旅館の稼働率も上昇傾向にある ➢富士山が世界遺産登録に登録され、静岡県の魅力が向上している 	<ul style="list-style-type: none"> ➢競馬・パチンコなどは積極的なイメージアップ戦略を展開している ➢競輪の入場者数は減少傾向にある。 ➢競輪場に足を運ばなくてもインターネットで車券が購入できる環境にある ➢日本国内全体でギャンブル離れが進行している ➢日本国内の観光地間での誘致競争が激化している
強 み	弱 み
<ul style="list-style-type: none"> ➢ナイトー競輪やガールズ競輪といった通常とは異なる競輪を開催している ➢地元出身の競輪選手が存在する ➢競輪場がある行政は限られている。(静岡県内では2箇所のみ) ➢日本で唯一の競輪学校が近隣の伊豆市にある。 ➢競輪場までのシャトルバスを無料にて運行している ➢合理化を推進し、近年、再び利益体質での経営が図れている ➢現市長は競輪事業に精通しており、競輪への思いが強い ➢広い駐車場を有している ➢温暖な気候であり、良質で湯量の多い温泉や海・山など観光資源が豊富にある ➢首都圏からのアクセスも良く、日本有数の観光地であり宿泊施設が多い 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ギャンブルということでイメージが悪い ➢情報発信が少ないなど、PR不足もあり、スター選手が存在しない ➢家族で楽しむことができない ➢来場者は年配の男性が多く、女性客や若者が少ないため華やかさに欠ける ➢建物の老朽化が著しく、清潔感に欠ける ➢市民や議員の中にも反対派が多い ➢街中には空き店舗が多く、全体的に活気がない ➢競輪と観光の連携施策が図れていない

2. 伊東温泉競輪を活用した観光振興戦略の方向性

前章のSWOT分析から、伊東温泉競輪が観光に影響を与える要素を考慮して、取り組むべき課題を把握し、観光振興戦略の方向性を導いた。

2-1 外部環境の重要な POINT

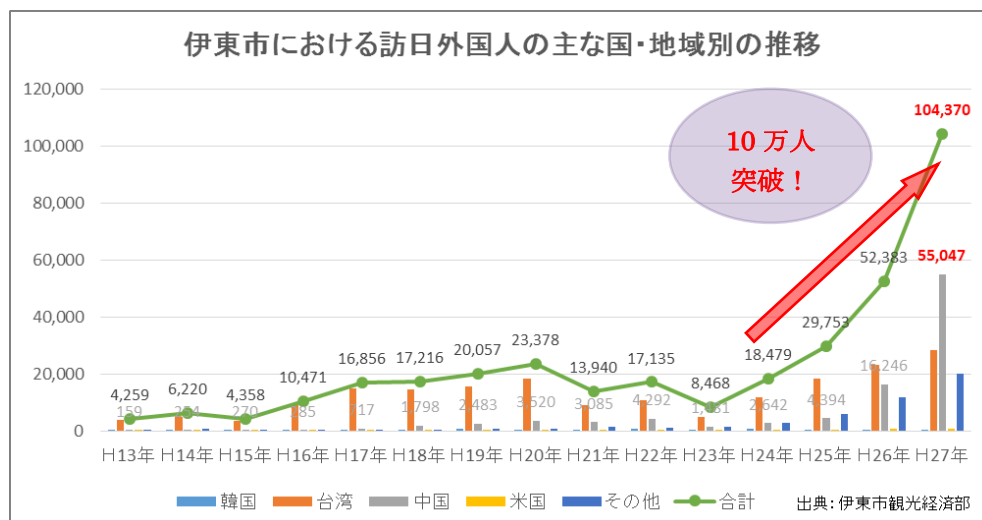
外部環境の重要なポイントとして、機会では平成 32 年（2020 年）の東京オリンピックの自転車競技が伊東市に隣接した伊豆市のベロドロームで開催され、日本国内をはじめ世界に対して、伊豆半島と自転車競技の注目度が高まることが考えられる。また、日本政府の積極的なインバウンド政策により、国内における訪日外国人旅行客数は、平成 25 年（2013 年）に初めて 1,000 万人を突破してから、わずか 2 年でほぼ倍増の 1,974 万人となっている。（図表-1 参照）

<図表-1>



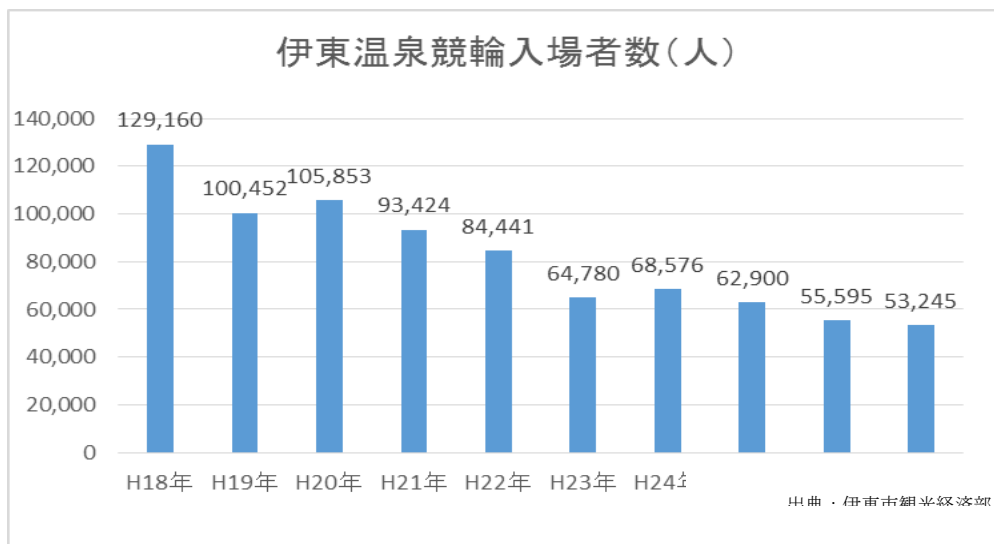
国内と同様に伊東市においても訪日外国人が近年増加トレンドにあり、平成 27 年（2015 年）に前年の 52,383 人から倍増し、伊東市単独で初めて 10 万人を突破。中でも中国が前年から 3 倍強増加し、台湾を抜いて初めてのトップとなっている（図表-2 参照）

<図表-2>

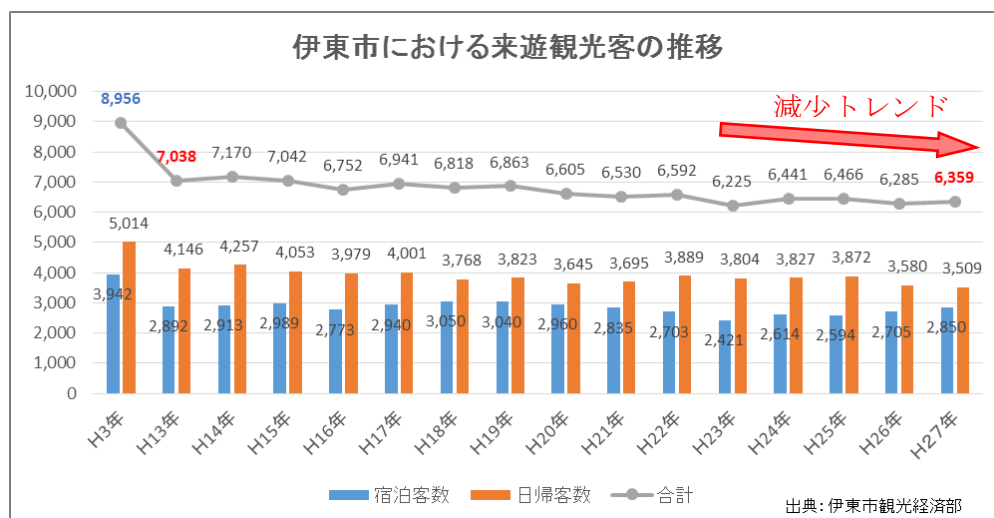


一方、脅威としては、競合相手として挙げられる競馬場やパチンコ店は施設が綺麗で女性にも受け入れられやすい環境となっており、またテレビCM等の効果により、特に女性が興味を持ちそうなイメージアップ戦略が功を奏していることが挙げられる。また伊東温泉競輪の入場者数、伊東市への観光来遊客数が減少トレンドにあることも大きな脅威である（図表-3・4参照）

<図表-3>



<図表-4>



2-2 内部環境の重要な POINT

内部環境の重要なポイントとして、強みでは競輪場は日本には43箇所、県内には2箇所しかなく、その一つが伊東市に存在し、特定の地域のみこの競技を観戦することができることである。また日本で唯一の競輪学校が近隣の伊豆市に存在しており、その卒業生である地元出身の競輪選手もいることが挙げられる。その他、競輪以外では、伊東市は温暖な気候であり、良質で湯量の多い温泉や海・山などの観光資源が豊富にあり、日本有数の観光地であることも大きな魅力の一つである。このことは、伊東市が他の地域との差別化を図るうえで、活用すべきポイントであると考えられる。

2-3 伊東温泉競輪を活用した観光振興戦略の方向性

外部環境と内部環境の重要な POINT から戦略の方向性を検討した結果は以下のとおりである。

2-3-1 積極的攻勢戦略：強みを活用し事業機会を創出

平成 32 年(2020 年)の東京オリンピックの自転車競技が伊東市に隣接した伊豆市のベロドロームで開催される。県内では初のオリンピック競技の開催となり、相当な盛り上がり期待でき、話題性が高くなることが考えられる。この機会をチャンスとして捉え、強みとして挙げられる良質で湯量のある温泉やグルメを活用し、伊東温泉競輪場を全国でも例のない競輪&温泉&グルメといった切り口で話題性の創出を図るべきである。もう一つの機会としては、日本政府の積極的なインバウンド政策により、訪日外国人旅行者の当初目標は平成 32 年(2020 年)に 2,000 万人だったが、これが概ね達成できたことから平成 32 年(2020 年)の目標を 4,000 万人に引き上げられているように、訪日外国人旅行者数は当面の間の増加トレンドは必至である。こうしたことから、日本の国技でもある「KEIRIN」を積極的にインバウンド観光需要の材料として活用すべきであり、これらの取り組みが、今後の伊東市、伊東温泉競輪の発展のために重要であると考ええる。

2-3-2 差別化戦略：強みで脅威を回避、あるいは事業機会を創出

伊東市は首都圏からのアクセスが良いこと、また伊東温泉競輪は広い駐車場を有していることから、これらを活用し、観光に競輪を付加した話題性のある様々な企画・イベントを仕掛け、他の観光地では真似のできない商品を造成し、差別化を図る施策が効果的であると考ええる。これらにより旅行会社とのタイアップによって、首都圏からの誘客を図り、観光客をはじめ競輪入場者の減少の歯止めを掛ける対策を講じることが重要であると考ええる。

2-3-3 段階的戦略：弱みで事業機会を逸しないための対策

競輪事業は公営であるが「ギャンブル」また「ダーク」なイメージが定着しているため、これを「スポーツ」という爽やかなイメージへの切り替えが必要であると考えられる。これらを払拭するため、最近ではラグビーが国内で注目を浴び、人気を集めたように東京オリンピックで自転車競技が伊豆半島で開催されることを好機に、競輪もスター選手を生み出し、また競輪を自転車競技として、もっと身近な存在となるように女性・子供をはじめ、訪日外国人をターゲットに競輪選手等の交流の機会を増やすなど、宣伝活動の強化によるイメージアップ戦略を積極的に展開していくことが必要であると考ええる。

2-3-4 専守防衛戦略：弱みと脅威で最悪な事態を回避するための対策

日本国内では観光地間における観光客の誘致競争の激化や国内観光需要の低下は、観光地伊東市にとって、大きな脅威となる。伊東市においては、観光の活性化や競輪事業の発展が図れない場合、伊東市の財政は非常に厳しいものになると考えられ、こうした問題をクリアしていくためには、日本政府が積極的に推進している訪日外国人旅行者の誘致活動を積極的に行うことが、今の伊東市の観光振興戦略において最も力を入れるべきであると考えられる。このため、専守防衛戦略として訪日外国人旅行者を誘致するための人材の育成や環境整備といった受入態勢の強化を図ることで外国人観光客を誘致し、それによって観光・競輪の活性化、ひいては伊東市の発展に繋がるように取り組むことが肝要であると考ええる。

以上の分析結果を踏まえ、

～競輪で街おこし「競輪の聖地 伊東」～

という目標を実現すべく、3つの政策を提言するものとします。

政策提言1 「東京オリンピックを見据えた競輪の聖地づくり」

国際オリンピック委員会は、2020年東京五輪自転車競技のトラックとマウンテンバイク会場を都内から伊豆市の日本サイクルスポーツセンターに変更する案を承認した。

県内で初の五輪競技開催であり、競技場からのアクセスがよい伊東にも競技関係者や観客が宿泊する予想される。

そこで昔から競輪場を運営してきた伊東市ならではの視点から、「競輪の聖地」をアピールできる街づくりを2020年までに目指す。

政策提言2 「外国人観光客に日本の国技「KEIRIN」を知ってもらおう」

この数年、日本を訪れる外国人観光客が急激に増え続けている。

安倍内閣も日本を訪れる外国人観光客を倍増させる新たな計画を発表し、東京オリンピックが開催される2020年までに外国人観光客の目標を現在の2000万人から4000万人に引き上げ、消費される金額も8兆円と倍増させるとしている。

伊東市も年々外国人観光客が増え続けている現状を踏まえ、日本の国技でもある

「KEIRIN」の魅力を外国人観光客に知ってもらうことで、伊東温泉のアピールに繋げるものとする

政策提言3 「競輪場の複合施設化（生まれ変わる競輪場）」

昔から伊東にある競輪場という既存施設が、競輪だけではなく観光客が気軽に足を運んでくれるような、魅力あふれる複合施設に生まれ変わる事により、伊東市の新たな観光施設になり、活性化に繋がるのではないかと？

また、複合施設にすることにより、単なる公営競技の場所ではなく、スポーツという観点から市民の方々に関心を持って頂き、一人でも多くの人に足を運んでくれる施設に生まれ変わってほしいという願いもあります。

「政策提言 1」

東京オリンピックを見据えた競輪の聖地づくり

1-1 提案の背景

国際オリンピック委員会は、2020年東京五輪自転車競技のトラックとマウンテンバイク会場を都内から伊豆市の日本サイクルスポーツセンターに変更する案を承認しました。

県内で初の五輪競技開催であり、競技場からのアクセスがよい伊東にも競技関係者や観客が宿泊する予想されます。

そこで昔から競輪場を運営してきた伊東市ならではの視点から、「競輪の聖地」をアピールできる街づくりを2020年までに目指し、提言するものとします。

1-1-1 「聖地」とは？

初めに「聖地」についての一般的な解釈をご説明します。

宗教において重要な意味を持つ聖地に赴く行為（巡礼）から転じてドラマや映画、漫画・アニメ・小説などの舞台となった場所や、スポーツなどの名勝負の舞台となった場所、登場人物の名前の由来地や同名地など、本人にとって思い入れのある場所を「聖地」と呼ばれるようになりました。

また「聖地」を実際に訪れ、憧れや興奮に思いを馳せることを、「巡礼」と呼び、熱心なファンが聖地を訪れる現象も起きています。



写真は人気漫画「ハイキュー」のモデルの地にコスプレして集まるファンの図（岩手日報より転載）

1-1-2 聖地化により得られるメリットと、伊東市が聖地化することの意味

聖地化することにより、より強力な「ブランドイメージの確立」と「メディア等の露出の増加」そして「直接的な来場者の増加」というメリットが考えられます。

前にも述べたように、東京オリンピックの自転車競技がベロドロームで行われることは、伊東市にとって伊東をアピールできる大きなチャンスです。

また伊東市には競輪場もあり、また自転車ツーリングに適した自然も多く存在し、自転車との結びつきをアピールするには良い材料がそろっています。

しかしながら、伊東以外にも競輪場は全国に存在し、また自転車振興に力を入れている自治体も多く存在します。

そのため、他の地域との差別化をはかるために「競輪の聖地化」という手法を用いて、知名度をあげることが要であると考えられます。

また長期的なスパンでみると、オリンピック効果は一時的なものでしかありません。伊東に自転車文化を根付かせるには、オリンピック後も引き続き自転車愛好家が訪れてくれるような環境・・・真の意味での聖地が求められるものと考えます。

1-2 聖地化へのアプローチ

聖地化を成功させるためには、聖地化の対象となる事象そのものに魅力があること、そしてその魅力を伝え、さらなる付加価値を付けることが重要となります。

伊東温泉競輪の場合は、競輪場そのものの魅力をいかに伝え、またプラスアルファの部分で、より多くの層に競輪のよさを知ってもらうかが重要だと思われます。

1-3 伊東市の競輪、自転車競技に関する魅力の底上げ（受け入れ体制の強化）

まずは伊東市のもつ競輪や自転車競技に関する魅力の全体的なレベルアップをする必要があります。

自転車愛好家が訪れたいと思える街、また実際に来て楽しめる街にすることが聖地化に繋がるものと思われます。

具体例としては

- ・ スポーツバイク用のサイクルラックの設置を推奨し、設置数を増やす(サイクリスト誘致のため)
- ・ 公共の乗り物への自転車持込可能化への働きかけ
- ・ 自転車利用者に自転車修理工具等の貸出や休憩場所の提供等のサービスを提供する

「バイシクルピット」制度の導入

などの対策が考えられます。

1-3-1 他の自治体の導入例

浜名湖サイクルツーリズム
Bicycle Pit バイシクルピット
自転車の休憩所
認定施設募集!

【登録スペースの提供】
ラックは必須ではありませんが、サイクルスタンドがベストな方法となります。

第1次募集 平成28年3月25日～6月30日 (募集期間終了後、随時受付)

対象地域 浜松市内・湖西市内の施設・事業所等

募集条件 以下の3つの条件を満たしてください ※詳細は募集のチェックリストを参照
① 浜名湖サイクルツーリズムに賛同し、サイクリストがウエルカムである
② 自転車の駐輪スペースの提供(ラック)に関する有償は問いません
③ ロードバイク搬送入れとレンドなどの工具の貸出

応募方法 認定申請書をHPからダウンロードし、申請内容を記載の上、事務局まで提出ください
(<http://www.hamanako-cl.jp>)

認定手順 申請に基づき、主催者が確認し認定の決定後、認定書と表示サインボードを郵送します

メリット 認定施設を公式HPやサイクリングマップ等で紹介します

浜名湖観光圏整備推進協議会
問合せ先 公益財団法人浜名湖観光コンベンションビューロー
〒434-0801 浜松市東区東町1-1-1 サイクル観光推進センター
TEL: 053-438-0011 FAX: 053-438-0013 E-mail: info@hamanako.net

浜松市では「バイシクルピット」と呼ばれる自転車の休憩所を提供してくれる店舗を募集し「浜名湖サイクルツーリズム」を推進しています。

また沼津、伊豆、伊豆の国、函南の4市町村も合同で、伊豆全域への自転車愛好家誘致を目指した「狩野川周辺サイクル事業推進協議会」を設置しました。

「サイクリストに優しい地域」をアピールするために、自転車用ラックの設置や、自転車の整備・トイレの貸し出しを行う「サイクルスポット」を増やしていく予定だそうです。

1-4 イベント、PR を通しての聖地化

次なるステップとして、イベントやPR によつての聖地化への模索を提案します。

1-4-1 競輪場を有することの利点を押し出したPR 戦略の提案

競輪場のPR 手段として一般的なものは・・・

- ・選手との触れ合い（トークショーや撮影会）等のイベント実施
- ・実際の競輪場を使用した競輪体験の実施
- ・伊東温泉競輪をPR する、ゆるきゃらの提案（ミカリンとは違うタイプを模索）
- ・地元企業・商店の協力のもと、伊東温泉競輪とのタイアップ商品の開発
- ・漫画等のメディアへの積極的な売り込み・介入

等が考えられますが、今回の政策提言では伊東ならではの点を強調するため

- ・伊東の温泉を利用した、競輪選手との入浴会
- ・全国のゆるきゃらがバンクで死闘を繰り広げる「ゆるきゃら競輪グランプリ」の開催
- ・お茶やお菓子、みかん等の伊東の地場産業製品に、競輪ゆるきゃらシールの添付
- ・いままでの競輪とは異なるアプローチによるポスターの作成（以下 広告例を参照）

等の提案をいたします

例) 2016 年ガールズ競輪の公式ポスター

「女武者」をテーマにしたガールズケイリンのポスター
ポスターは戦国時代の「戦い」「強さ」をイメージさせるビジュアルで更に選手の女性らしさをアピールしたポスターになっています

女性の競技者を紹介するのに、あえて容姿ではなく「太もも」を強調したポスター

女性的にはマイナスイメージにつながる脚の太さを逆手にとった広告戦略の一例

「見るものに多大なインパクトを与えている」

左 高木真備選手 右 小川美咲選手



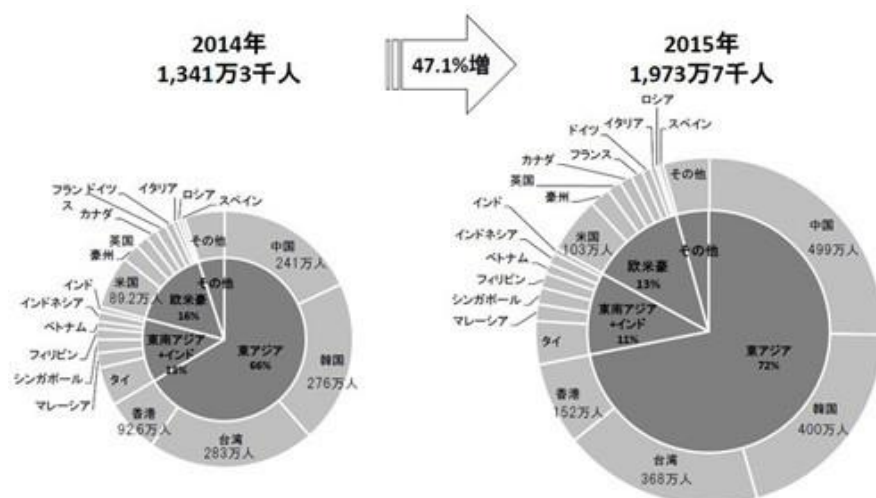
「政策提言 2」

外国人観光客に日本の文化「KEIRIN」を知ってもらう！

2-1 提案の目的

この数年、日本を訪れる外国人観光客が急激に増え続けており、安倍内閣も日本を訪れる外国人観光客を倍増させる新たな計画を発表し、東京オリンピックが開催される 2020 年までに外国人観光客の目標を現在の 2000 万人から 4000 万人に引き上げ、消費される金額も 8 兆円と倍増させるとしています。

※「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」より



訪日外客数のシェアの比較

2014年/2015年 年計(出典：日本政府観光局 Web サイト)

そうした中、伊東市も外国人観光客が増え続けている状況を踏まえ、外国人観光客誘致の目玉となるモノが必要であると考えられます。

そこで、伊東市にて昭和 25 年から続く、歴史ある伊東温泉競輪場を利用し、日本の国技でもある「KEIRIN」の魅力外国人観光客に知ってもらうための仕組みづくりを提案します。

2-2 提案の内容

2-2-1 伊東市内の宿泊施設を利用した外国人観光客に伊東温泉競輪をPRする。

競輪を知らない外国人観光客に伊東温泉競輪を知ってもらうことが、この提案の最重要課題であると考えています。

そのためには伊東市内の宿泊施設に対して、各国言語で作成された競輪に関するパンフレット等を作成し、配布する体制を整える必要があります。

また、伊東温泉競輪へ外国人を誘導する手段として、競輪場だけでなく、各観光施設への無料巡回も行う送迎バスの導入や、競輪場のシステムや競輪の楽しみ方を説明できる通訳スタッフが常駐する必要もあると考えられます。

2-2-2 外国人向けの自転車イベントの開催

外国人観光客に対する、伊東温泉競輪の認知度を向上させることができたならば、次なる施策として、外国人観光客を対象とした自転車イベントの開催を提案します。

自転車イベントを行うことにより、参加・見学を含めた直接的な集客を行うとともに、伊東市が「自転車競技」「競輪」が盛んな街であることをPRすることが目的です。

自転車競技は、伊東市の街並みや各観光施設を經由地にすることにより、観光誘致へ繋げ、また伊東市を取り巻く海や山の自然環境も、積極的にコースに取り入れることにより、伊東市のPRに繋げるものとします。

※参考資料今年度伊東市で開催された自転車レース



2-2-3 競輪ツアーの開催

伊東競輪場を利用した外国人観光客誘致の施策として、外国人観光客に伊東温泉競輪場を楽しんでもらうための「伊東温泉競輪ツアー」の開催を提案します。

ギャンブルという観光としては未知数な領域ではありますが、競輪場独特の雰囲気は、場内の飲食店（おでんや立ち食いそば等）の独自性も含め、外国人観光客に対する訴求性を秘めていると考えます。

その為には、外国語対応の表記対応だけでなく、バス会社等とのツアー設定などの対応が必要であると考えます。

外国人向け競輪ツアーの例

市内での昼食時に競輪についてのセミナーを行い、昼食後、競輪場にて車券の購入からレースの観戦までを案内人がサポートするツアー

レースの合間には、競輪場内にある飲食店、俗に言う「B級グルメ」を楽しんでもらう。また金網に張り付いて罵声を浴びせる競輪独自の悪習も、アトラクションの一つとして楽しんでもらうことにより、エンターテイメント性を高める。

「政策提言3」

競輪場の複合施設化（生まれ変わる競輪場）

3-1 提案の目的

今回の政策提言では伊東温泉競輪にスポットをあて、政策提言1では伊東の競輪聖地化を、政策提言2では外国人観光客をターゲットとした提言を行っています。

それらの政策提言をよりよい形に導くための受け皿として、政策提言3では、既存の伊東温泉競輪場の複合施設化を提案します。

伊東温泉競輪場を複合施設化することにより、既存の競輪遊戯者だけではなく、新規のユーザーにも楽しめる施設にすることが、伊東市全体の経済発展にも寄与するものと考えます。

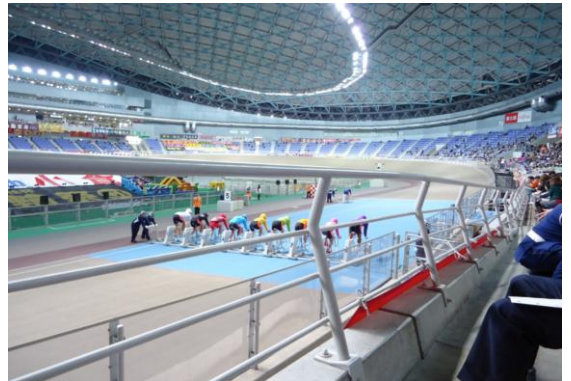
3-2 公営ギャンブルの複合施設化の事例

こちらの項では参考資料として、他の公営ギャンブル施設の複合施設化について説明します。

3-2-1 北九州メディアドーム

日本の競輪発祥の地『小倉競輪場』を含む大型複合施設。50m×100m アリーナを囲むように競輪用の400m レーストラックがあり、ナイトー競輪も開催されている。アリーナはコンサートや運動会、スポーツ大会などに利用され、大迫力の大型映像装置とマルチメディア技術を駆使した演出も可能。

北九州メディアドームの周辺には芝生広場や遊歩道があり、ピクニックをする家族連れやランニングを楽しむ人たちが賑わっている。



3-2-2 江戸川競艇場



施設内には美術館や昔懐かしい昭和の映画看板が展示されており、競艇以外にアートも鑑賞できる。

競艇場＝ギャンブルのイメージがあり、特に女性がなかなか足を向けることがないので、建物も綺麗にし、気軽にきてもらおうというコンセプトのもと、アートとボートを楽しめる異色のギャラリーをスタートさせた。

また1日限定10名のボートレースを全く

知らない人向けの初心者ツアー「江戸川アートツアー」も実施している。

3-2-3 川崎競馬場



老朽化したスタンドを解体し、跡地に商業施設マーケットスクエア川崎を新設した。

川崎競馬場は、川崎記念など話題のレースは1万数千人が訪れる。

3-2-4 大井競馬場

複合施設ではないが、施設内の駐車場を使いフリーマーケットを開催している。フリーマーケットの人気会場でココにすれば何でも揃うと言われるフリーマーケットの代表格。



3-3 複合施設化のトレンド

公営ギャンブルの複合施設化には以下のようなトレンドがあると汲み取れます。

- ・大型商業施設の併設
- ・競輪施設を利用したスポーツ施設としての活用
- ・駐車場を利用したフリーマーケットの開設

今回の政策提案では伊東らしさを出すために以下の複合施設を提案します。

- ・競輪の歴史を紹介する「競輪博物館」の新設
博物館を新設することにより、ギャンブルとしてだけでなく、スポーツ、文化としての競輪の一面を感じてもらおう。
- ・温泉、足湯の新設
湯の町伊東ならではの施設として日帰り入浴や足湯等の温泉施設を提案します
競輪場利用客だけでなく、観光客に対する訴求力も高いと思われます。
- ・競輪開催日以外のフリーマーケットの開催
伊東温泉競輪場は比較的大きな駐車場が競輪場上部に設置されており、競輪が本開催されていない日はフリーマーケットの開催が十分可能であると考えられます。
伊東ならではのフリーマーケットとして、地場産の魚や野菜を販売する朝市も併せてわけて提案いたします。

3-4 地元経営者目線としての複合施設化の提案

前述の大規模な複合施設化の提案に対して、本項では地元経営者の視点から観たマクロかつ、比較的低予算で実現可能な提案をしたいと思います。

3-4-1 空きスペースを活用した商業施設の提案



かつて自転車投票券（以下 車券）の販売は窓口による対面販売が行われていました。

しかしながら現在は車券販売機により販売されているため、かつて車券売り場として利用されていたスペースが空いた状態になっています。

さながらシャッター商店街を思われるような閑散とした光景は、伊東温泉競輪自体のイメージを悪化させる懸念があるので、イメージ回復と空きスペースの有効活用という観点から、以下の提案をいたします。

3-4-2 伊東温泉競輪「昭和村」の新設提案

伊東温泉競輪のもつネガティブなイメージ（古い、汚い等・・・）を逆手に取った商業施設伊東温泉競輪「昭和村」の新設を提案いたします。

これは昭和を思わせるレトロなイメージをもつ店舗を複数配置することにより、伊東温泉競輪の雰囲気とコラボレーションした店舗を展開する戦略です。

以下に店舗候補を記載します。

・「立ち飲み・立ち食い店舗」の新設

かつてはあまり良くないイメージの「立ち飲み」や「立ち食い」ですが、昨今ではその手軽さや独特のイメージが若い層や女性にも受け入れられ、ブームともいえる状況になっています。

店舗として大きなスペースも必要とせず、レースの合間の時間にも簡単に呑める・・・

最近では既存の立ち食いだけではなく「立ち食いステーキ」や「立ち食い寿司」なども登場し、食の多様性も広がっています。

これらの立ち飲み・食い店舗が連なる飲食街を形成することにより、競輪場本来の客層だけでなく、新規の客層（女性や観光客）にも「立ち飲み・食い」できる競輪場としてのアピールが可能と思われます。



さらに伊東温泉競輪場独自のサービスとして伊東駅や各主要施設まで無料送迎バスが出ているため、飲酒運転の心配も無く、飲酒のクリーン化にも訴求力が十分あると考えられ、伊東温泉競輪場にはもっとも向いている施設であると考えられます。



・昭和的レトロ感をさらに押し出した「自販機スペース」の新設

近年一部のマニアの間で話題になっている「食品自販機」

かつて街中に設置されていたハンバーガーやうどん、トーストなどの食品を販売する自動販売機が脚光を浴びています。

そのほとんどが撤去されてしまったという希少性が人気で、昭和の雰囲気が多く残っている



伊東温泉競輪場にはふさわしいコンテンツであると考えられます。

・昭和の象徴であるチンドン屋や紙芝居等のレトロなパフォーマンス

物販以外にも昭和村ではさまざまなレトロパフォーマンスを導入することにより、昭和村のイメージを高めるとともに、競輪場全体を盛り上げる工夫をします。

また昭和村の広報物（ポスターやチラシ）のイメージもレトロな作風に統一します。



以上の提案により、比較的安価に、また伊東温泉競輪のもつイメージを損なうことなく、さらに魅力をました競輪場の複合施設化が行えるものと考えます。

あとがき

平成 27 年 12 月、東京オリンピックの開催を 3 年後に控えた師走にひとつのニュースが流れました「東京オリンピックの自転車競技が伊豆市のベロドロームで開催される」東京オリンピックとは無関係と思われていた伊豆半島にとってそれはまさに僥倖ともいえる一報でした。

伊豆市と、我々「気鋭の会」が所属する伊東市は同じ伊豆半島に隣接する市町村です。

この決定は伊東市にとって、伊豆半島のブランド的な意味でも、観光客の流入という意味でよい流れになるのは間違いないと感じました。

また伊東市には静岡県下に 2 つしかない「競輪場」があります。

今までダークなイメージだった「競輪場」を有効活用し、新たな伊東市の観光施設として市民にも愛される施設に生まれ変われば伊東市の地域活性に繋がるのではないだろうか？

そのような思いから今回は「競輪で街おこし競輪の聖地 伊東」と題した政策提言に至りました。

今回の提言書はまだまだ稚拙なものかもしれません。

ですが、我々気鋭の会の会員が、自分たちが住み、仕事をしている「伊東市」をどうやったら盛り上げられるかを、皆で話し合っ出た自分たちなりの結論です。

”「青年経済人」として「伊東市の産業・観光に寄与する」「政策的な提言」を提案する”

この提言書よりその一端でも感じていただければ幸いです。

今回は伊東温泉競輪にターゲットをあてましたが、伊東市には競輪場以外にも魅力的な場所がたくさんあります。

気鋭の会では今後、我々が住む魅力あふれる伊東市を発展させるべく、政策提言活動を続けていきたいと思ひます。

最後に・・・今回の政策提言に関わっていただいた気鋭の会会員、伊東市長ならびに市の関係者の皆様に、心よりお礼申し上げます

平成 29 年 3 月
渉外委員会 委員長 杉田裕

資料 「伊東温泉競輪」の基本データ

伊東温泉競輪場（いとうおんせんけいりんじょう）は静岡県伊東市にある競輪場である。主催は伊東市。施設所有は三生興産株式会社。競技実施は JKA 競輪競技実施事業本部南関東地区本部

概要

1950年（昭和25年）9月16日に開設され、当初の名前は伊東競輪場だったが、1968年（昭和43年）7月から現在の名称が使われるようになり、1998年（平成10年）より正式な競輪場名となった。記念競輪（GIII）の名称は「椿賞争奪戦」で、かつては椿が咲く2月下旬から3月にかけての開催が通例であったが、ここ数年は時期を変え主に12月に行われている。なお開催2日目のシード優秀競走は、“湯の町伊東”にちなんで「いで湯賞」の名称で行われる

特別競輪は1999年にふるさとダービー、2002年と2006年に東王座戦、2014年には共同通信社杯競輪がそれぞれ開催された。また2012年には第1回の日韓対抗戦競輪を開催している。今後は2017年7月15日から17日までサマーナイトフェスティバルを初めて開催する予定である

またナイター競走の開催に向けて施設を改修し[1]、2014年12月2日から「ミカリンナイトレース」として2015年2月までのFII4開催で実施する[2]。2015年度は9月5日～7日はガールズ競輪併催のFI開催が行われる

マスコットキャラクターは伊東名産の蜜柑をモチーフにした「ミカリン」。トータリゼータシステムは富士通フロンテックを採用する

バンク特徴

一周333mの小廻りバンク（サンサンバンク）だが国内の333mバンクで直線が最も長いため、ゴール線前が伸びやすく追い込み選手にもチャンスがある。また近隣の小田原競輪場程ではないもののカント（走路のカーブ角度）が立っており、バックストレッチ（反対側の直線）からの捲りが決まりやすいため、逃げ選手には少々厳しい所があるが、333mバンクの性格よろしく積極的に駆ければ力で押し切れるので、勝機さえ逃さなければどの選手にも不利はない。そのため、選手の間では「乗っている感覚としては400mバンクに近い」という声も聞かれる

なお競輪場は高台に立地するが、崖を切り崩して造成されたため周囲を丘に囲まれており、バンクに風は入り込みにくい

アクセス

伊豆急行南伊東駅下車。徒歩8分

JR東日本伊東線・伊豆急行伊東駅から無料送迎バスで約10分

熱海駅・三島駅・沼津駅からと、三津長浜（伊豆長岡）・松崎（湯ヶ島・修善寺）・下田駅（稲取・熱川）の各方面からも無料送迎バスあり

Wikipediaより抜粋