

1 事業内容

団体名	くしろロコサイクルプロジェクト
事業名	くしろコデジタルスタンプラリーによる釧路市内アドベンチャーツーリズム推進プロジェクト
課題テーマ	地域経済の活性化
事業提案の背景	くしろロコサイクルプロジェクトの取り組み くしろロコサイクルプロジェクトは、釧路阿寒自転車道を中心にサイクルを軸にした地域振興プロジェクトを実施する目的で、住民や企業、関係する行政機関により、平成30年に組織した。令和元年に「くしろ地域のサイクル環境づくりの方向性」をまとめ、ハード面・ソフト面双方の課題を整理し釧路建設管理部への維持管理への提案したほか、サイクルイベントの実施、プロモーション活動によるPR、レンタサイクルネットワークの構築など様々な地域振興プロジェクトを実施している。 まちの魅力を知り地域内回遊を促すきっかけづくりを 昨年度当団体では釧路阿寒自転車道の周辺地域を対象としたデジタルスタンプラリーを実施し延べ466名の参加があった。事後アンケートの結果によると、参加者の9割以上が「今まで知らなかった釧路の魅力を知ることができた」と回答があり、自由回答では継続を望む意見もあった。その一方、参加者の半数程度が徒歩やランニング等の別の交通手段も利用しスタンプラリーに参加していることがわかった。 そのため、本年は対象範囲をスタンプラリーの対象範囲を拡大し、サイクルに限らず、多くの市民・観光客がまちの魅力を知り、地域内の回遊促進に繋げたい。 都市型アドベンチャーツーリズムメニューとしての活用 アドベンチャーツーリズムとは「自然」、「アクティビティ」、「文化体験」の3要素のうち2つ以上で構成される旅行を指し、山登りやカヌーなどの本格的な体験メニューだけが該当するわけではない。多くの人が気軽に参加できるATコンテンツとしてデジタルスタンプラリーの活用を検討したい。
事業目的	- 釧路市民および近隣住民がマイクロツーリズムとしてまちの魅力を再発見するきっかけづくりを進め、地域内の回遊促進や経済活性化に繋げる。 - 釧路阿寒自転車道やサイクリングに興味を持ってもらい、サイクルツーリズムを推進する。 セルフガイドで楽しむAT体験メニューとして活用が可能か検討する。市民が気軽にATを楽しむことのできるコンテンツを提供し、より本格的なAT体験（カヌーや登山等）に参加するきっかけを醸成する。

事業概要	都市型アドベンチャーツーリズムとしてのデジタルスタンプラリーを実施する。釧路市内34箇所をチェックポイントとした全市的なスタンプラリーにより、域内回遊を促進する。参加者を対象にしたWebアンケートを実施し課題抽出と今後の活用に繋げる。 また、デジタルスタンプラリーの開催に併せ、フリーペーパーや特設Webサイトを開設し事前広報を行う。ラリー期間中は、インスタグラムキャンペーンも実施し、若年層の参加を促す。
事業展開	■フリーペーパー発行、Web開設（特設ページ） デジタルスタンプラリーを広報するチラシとしてフリーペーパーを発行する。A3両面／2つ折を想定し、スタンプラリーのルールやラリー箇所の紹介だけではなく、アドベンチャーツーリズムについてや、地域の歴史・文化に興味を持つような記事なども掲載し、読み物として楽しめる構成とする。 フリーペーパーと連動した内容で、釧路ロコサイクルPJのWeb内に特設ページを開設し、SNS等Webを経由してアクセスを促す。 ■デジタルスタンプラリー実施 釧路阿寒自転車道だけではなく、元町エリアもデジタルスタンプラリーの対象とした、都市型アドベンチャーツーリズムとしてのデジタルスタンプラリーを実施する。昨年度はサイクリングによる参加を主眼に置いていたが、今年はウォーキングやランニングによる参加も積極的に促す。 釧路市の歴史・文化を知り、地域内回遊を促進するスタンプラリーとし、ラリー箇所は34箇所（釧路市街14箇所・西部地区6箇所・山花地区7箇所・阿寒地区7箇所）を想定し、全市的に回遊できるイベントとする。 参加者には、釧路市内の地域産品が抽選で当たり、応募時にイベントの感想やアドベンチャーツーリズムに関するWebアンケートを実施し、課題抽出と今後の活用に繋げる。 ■インスタグラムキャンペーン デジタルスタンプラリーの開催と併せ、くしろロコサイクルPJのインスタグラム上で、ハッシュタグキャンペーンを実施し、10～20代の若年層の参加を促す。
成果目標の達成状況	●宣伝告知活動として釧路自転車商組合や釧路サイクリング協会と協力し自転車販売店や、サイクリング協会員にチラシの配布を行った。 ●当団体Web上での告知とフェイスブック広告を行った。またインスタグラムハッシュタグキャンペーン（＃くしろこ）を行い、期間中約100件のハッシュタグ投稿があった。 ●参加者目標を2,000人に設定し広報活動を行うが294

	人の参加にとどまり、目標に達する事が出来なかった。 参加者アンケートによると参加者の構成は40代から60代が71%、開催期間が7月30日～9月30日で学校の夏休み期間であったが10代～30代の利用が25%であり、若年者の参加が伸びなかったのが原因と考えられる。インスタキャンペーン等を行い中学高校大学生への告知に務めたが、効果が表れなかった。3年目となる次年度は開始時に、コロナ禍でできなかったオープニングイベントや、若者に発信力のあるインフルエンサーの参加なども検討し参加者数の増加を目指したい。 (別紙 結果報告概要をご参照ください)
波及効果の達成状況	●地元メディアへの露出により釧路市や釧路管内にデジタルスタンプラリーや釧路阿寒自転車道沿線の魅力を多くの市民に発信することができた。 ・地域住民向けスタンプラリーチラシを15,000部配布した。 ・釧路新聞と北海道新聞の紙面に各1回記事が掲載された。(別紙新聞記事参照) ・FMくしろ「まいどカンパニー」に出演し、番組内でデジタルスタンプラリーの告知をおこなった。 ●デジタルスタンプラリー参加者アンケートで、全体で459件の回答のうち9割以上の方が「楽しかった」と回答した。 自由意見の中には、 N0150・小学5年の息子と40カ所全て回った時の笑顔は最高の宝物です。 N0182・21歳になるまで自転車道を知らなかった。いろいろな出会いや発見があり、また参加をしたい。 N0207・小学5年の息子と参加。身軽に進む息子の姿をみて成長を感じた。等家族や友人とスタンプラリーを楽しみ、身近な場所でアドベンチャートラベル楽しんだとの声が多かった。 その他、全スポットを回った動画投稿サイトに投稿をした方もいた。参照 https://youtu.be/T0gkFVkaEfo (別紙 結果報告概要と自由意見一覧をご参照ください) ●くしろ元町エリアや自転車道を使った2カ月間のスタンプラリーを開催した事で、釧路の歴史や文化を再発見してもらうことができた。また期間中にくしろ元町エリアや自転車道沿線にある道の駅、山花地区の飲食店では、スタンプラリーの参加者が立ち寄り、飲食や休憩することで地域への経済効果があった。 ●市民が気軽にATを楽しむことのできるコンテンツを提供し、より本格的なAT体験(カヌーや登山等)に参加するきっかけを醸成することができた。

実施体制	実施主体：くしろロコサイクルプロジェクト（任意団体） 協 力：釧路元町青年団 ※当団体を構成する 18 団体と連携協力しながら進める。 会長 1 名 副会長 1 名 委員 7 名 アドバイザー 1 名 オブザーバー 3 団体（釧路開発建設部・釧路総合振興局・阿寒町行政センター） 事務局・会計 2 名
連携した市担当課	無 ・ ☒有 ①産業振興部観光振興室 ②阿寒町行政センター地域振興課
連携した市担当課が果たした役割（※有の場合）	①産業振興部観光振興室 本事業を実施するにあたり、取り組み内容におけるサポート。アドベンチャートラベル推進に向け、広報活動やコンテンツづくりに対しての助言を頂いた。 ②阿寒町行政センター地域振興課 本事業を実施するにあたり、取り組み内容におけるサポート。当団体と釧路阿寒自転車道における課題の共有や、取り組み全体に対しての助言を頂いた。

2 支出決算書と支出内訳

（収入）

費目	決算額（円）	内訳
輝くまちづくり交付金	360,000	
協賛金	220,000	
自己資金	274,300	
合 計	854,300	

（支出）

費目	決算額（円）	内訳
対象経費		
委託料	108,000	スタンプラリーチラシデザイン Web ページ更新 スタンプラリーバナー制作
委託費	219,340	デジタルスタンプラリーシステム利用料
委託料	290,400	全体管理 デジタルスタンプラリーサイト構築 アンケート調査実施分析
印刷製本費	51,490	スタンプラリーチラシ印刷 15,000 部
役務費	9,000	スタンプラリーSNS 広告
小 計	678,230	
対象外経費		
雑費	163,900	スタンプラリー景品購入・送料
使用料	8,650	第 6 回、7 回検討会会場使用料

役務費	3,520	振込手数料
小 計	176,070	
合 計	854,300	