

### 第3回長野市スポーツを軸としたまちづくりのための政策懇話会 意見交換概要

日 時	令和8年1月19日（月） 午後3時～午後5時
会 場	長野市役所第一庁舎5階 庁議室
出席者	委員7名、関係部局長、事務局
次 第	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 開 会</li> <li>2 座長挨拶</li> <li>3 委員紹介</li> <li>4 説 明 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第1回、第2回懇話会の振り返り</li> <li>・ 推進中の3つのプロジェクトの最新情報の共有</li> <li>・ 市長公約の中でのプロジェクトの位置づけ</li> <li>・ 現在の長野市内での取り組みと課題感（ビッグハットを核とした東口エリアの活性化）</li> </ul> </li> <li>5 意見交換【非公開】 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ビッグハットの価値を最大化するために展開すべきコンテンツ、必要な機能とは</li> <li>・ 集客力のあるコンテンツをビッグハットに誘致するための体制、スキームとは</li> </ul> </li> <li>6 閉 会</li> </ol>
議 事	<p><b>【意見交換の内容】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ ビッグハットで MICE を積極的に誘致していくというアイデアはすごく良い。施設構造上、学会などの開催は難しい一方で、エキシビションやエンターテインメントのイベント系は開催できる。ターゲットを絞るなど、既存施設をどう活用していくのかの検討が必要。</li> <li>◇ 今後 MICE の中では、企業のインセンティブのイベントが成長してくると言われている。</li> <li>◇ 営業を外部に委託するとその顧客データをすべて握られてしまうので、柔軟かつ機敏に、まずは営業部隊を持って、独自に営業ができる仕組みを作っていくことが重要。</li> <li>◇ 指定管理者制度には経営裁量がなく、収益の極大化が出来ない。安城市のアリーナでは指定管理と PFI コンセッションを組み合わせた形とし、その課題をクリアしており、ビッグハットもその手法が良いと考える。</li> <li>◇ MICE ではエクスクーションがセットされる。長野市には観光コンテンツで、自然やオリンピックレガシーがあり、その点でもすごく優位性がある。</li> <li>◇ 経済価値の最大化についてしっかり議論していく必要がある一方で、これまで長野市が積み上げてきた「スポーツのまち」というイメージもあり、経済的な価値だけでなく、社会的価値の位置付けについてもしっかり議論し、双方に繋がる絵を描いていく必要がある。</li> <li>◇ スポーツに加え、文化、観光、エンタメなどの分野を持ってくると面白い。AI など、今の社会の流れや県のモノづくりなどを考えたときに「e スポーツ」というのも一つの手だと考える。</li> <li>◇ 収益化には、SAGA アリーナのように B リーグの試合も開催した方がいい。ビッグハットはホワイティングに比べてアクセスが良く、今後 B プレミアへの参入を考えるとお客も入る。</li> <li>◇ 通年アイスリンクの整備については、まずは、エムウェーブなどの既存施設の活用可能性を検討するべき。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ コンテンツについては、県外ではなく、地元の企業にやっていただくべき。地元の広告代理店や放送局にも“やろう”という気概はあるので乗ってくる。</li> <li>◇ コンテンツについて、なぜ長野でやるのかというストーリー性を大事にして欲しい。</li> <li>◇ 通年アイスリンクについては、オリンピックを開催し、冬季スポーツができるまちというイメージを、どこまで維持したいのか、その打ち出し方と合わせて検討していくべきである。</li> <li>◇ MICE の中でも学会は、教授との関係性を構築し、10 年がかりで誘致をするもので、難易度が高い。</li> <li>◇ 年間で安定的にどう稼働収入を得ていくかがポイントである。バスケのほかにバレーも加え、安定的に稼働を上げ、空いているところにエンタメ系や MICE を呼ぶ。オリンピックレガシーを受け継いでいくためにも、ビッグハットでの収益を極大化させていきながら、他施設でウィンタースポーツを継続していくということは、十分説得力がある。</li> <li>◇ 営業機能について、必ずしも施設の管理者が直接実施する必要はなく、インセンティブ契約をした代理店を東京に作っておくなどの方法も考えられる。すべて行政でやる前提に立つと非効率なやり方を進めることもあるので行政でやる部分と民間でやる部分とを両立できるようなモデルを構築していくことに先進的にトライしても良いと思う。</li> <li>◇ どれだけの収入を生み出し、その収入をどう地域に再投資していくのかということまでを含めて、エリア全体の経済を踏まえた議論をするべきである。</li> <li>◇ 令和 4 年度の類似施設で開催されている年間総コンテンツ数は、ベンチマーク施設が 76 回に対して、ビッグハットは 37 回。また、施設の利用料金単価もベンチマーク施設の平均と比較するとビッグハットは約半額であるため、伸びしろがある。</li> <li>◇ JR 長野駅の新幹線改札出口に多くの人がいるが、消費に結びつけられておらずもったいないと感じる。西口へ周遊させるのか、東口エリアで消費させるのか、バスを待つ場所にその機能を作るのか、出口は色々あると思う。</li> <li>◇ 例えば、川越駅と川越市駅間の商店街は乗り換え需要により経済が回っている。バスターミナルを徒歩が必要な距離に配置し、意図的に不便性を創り出すことで、滞留時間を長くして消費行動を誘発させていくことも考えられる。</li> <li>◇ B リーグや SV リーグの試合は基本的に土日開催。MICE のようなビジネス系のミーティングは基本的に木・金曜日に開催し土日は観光をセットするというパターンなので、相性がよい。</li> <li>◇ 長野にはオリンピックレガシーがあちこちにあり、オリンピックの雰囲気を感じることができる。「する」や「観る」だけではなく、長野は「感じる」スポーツを打ち出せる数少ないまち。圧倒的に強いストーリーを持っており、付加価値を付けることができるので、MICE に関しては、相当強いコンテンツを形成できる。そしてこれをプロデュースしていくプロデューサー機能が重要になる。</li> <li>◇ バスケやバレーも含め他のスポーツを複合的に活用していく「スポーツコンプレックス」は、国（スポーツ庁）も推進している。</li> <li>◇ MICE について、例えば「水」についてなど、漠然とすべての領域ではなく、得意の領域に絞るという方法もある。</li> <li>◇ エスコンフィールドなど、スポーツ施設のネーミングライツが増えているが、地元企業にとってハードルが高い。</li> <li>◇ ネーミングライツに関して行政ができることは、露出量を増やすことである。ネーミングライツをや</li> </ul>
--	---

	<p>りたいなら、露出されないような利用を極力減らし、たくさん露出される利用を増やすことで、価値が上がり売りやすくなる。</p> <p>◇ 名古屋のダイヤモンドドルフィンズがやっているクラブポイント制度のように、みんなが憧れる選手たちを、今の金融 IT 技術で活用することによって、コストを抑えてマネタイズできる。</p> <p>◇ 意識していない無形の固定資産をマネタイズすることで、資産を増やしていくことができる。オリンピックのレガシーや、アニメの聖地、鉄道車両基地など、長野には活用できていない資産、不顕在化している資産がたくさんあるので、活用していくと面白いと思う。</p>
--	---