

ホームタウンNAGANO まちづくり連携推進ビジョン

2022年4月

長野市文化スポーツ振興部スポーツ課 長野パルセイロ・アスレチッククラブ
ボアルース長野フットサルクラブ 信州スポーツスピリット

I. はじめに

- 1. 本ビジョンの背景と目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
- 2. 本ビジョンの計画期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
- 3. 本ビジョンと長野市スポーツ推進計画との関係・・・・・・・・・・・・・・・・ 5

II. 長野市のスポーツの状況

- 1. 「する」スポーツの状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
- 2. 「観る」スポーツの状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
- 3. プロチームの経済波及効果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 9
- 4. 「つながる」スポーツの状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10

III. 目指すまちの姿

- 1. ビジョン（長期目標）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12
- 2. ミッション（令和8年度での実現を目指す目標）・・・・・・・・・・・・ 13
- 3. 連携事業の方向性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 14

IV. 目指すまちの姿を実現するための活動

- 1. 主な連携事業の内容・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 16
- 2. 令和4～8年度の連携事業のロードマップ・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
- 3. 本ビジョンの進捗管理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 20

関係者用の資料

- 1. 令和4年度の連携事業のスケジュール・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 23

1. はじめに

1. 本ビジョンの背景と目的

(1) 背景

〈社会の変化〉

- ・近年、少子高齢化や核家族・単独世帯の増加による暮らしの変化、情報社会の進展やコロナ禍の影響など、社会の環境や価値観が急激に変化しています。
- ・長野オリンピック・パラリンピックの開催から20有余年が過ぎ、スポーツを取り巻く情勢も変化を続け、スポーツの果たす役割や意義がますます重要になってきています。
- ・国は、平成23年6月に「スポーツ基本法」を制定し、この規定に基づき「スポーツ基本計画」を策定しています。平成29～令和3年度を計画期間とする第2期「スポーツ基本計画」では、
 「人生」が変わる！：スポーツで人生を健康で生き生きとしたものにできる
 「社会」を変える！：共生社会、健康長寿社会の実現、経済・地域の活性化に貢献できる
 などの政策が掲げられ、「スポーツ人口の拡大」と、「活力や絆の強い社会」を創ることが目指されています。

〈長野市・プロスポーツチームによるスポーツ振興の状況〉

- ・長野市では、「スポーツ基本法」に基づき、「長野市スポーツ推進計画」を策定するとともに、第五次長野市総合計画の政策の1つに「スポーツを軸としたまちづくりの推進」を位置づけ、「だれもがスポーツを楽しめる環境づくりの推進」、「スポーツを通じた交流拡大の推進」に関する施策・事業を展開しています。
- ・また、長野市では、AC長野パルセイロ、AC長野パルセイロ・レディース、ボアルース長野フットサルクラブ、信州ブレイブウオリアーズの4つのプロスポーツチームが活動しています。プロスポーツチームは、スポーツ人口やスポーツを通じた地域の活力や絆の拡大に呼応しながら成長する組織となっており、ホームタウン事業を通じて、地域に根差したスポーツ振興に取り組んでいます。

〈さらなる「スポーツを軸としたまちづくり」に向けて〉

- ・プロスポーツチームは、「スポーツ人口の拡大」、「活力や絆の強い地域社会」を実現していくことでチームが成長するという一面があります。
- ・4つのプロスポーツチームを有するという、地域の特徴を活かしながら、これまで以上に「スポーツを軸としたまちづくり」を推進していくためには、プロスポーツチームと行政との十分な連携体制を構築していくことが求められます。

〈ビジョンの策定〉

以上の背景を踏まえながら、本市のスポーツをさらに発展させていくために、ホームタウンNAGANOまちづくり連携推進ビジョンを策定します。

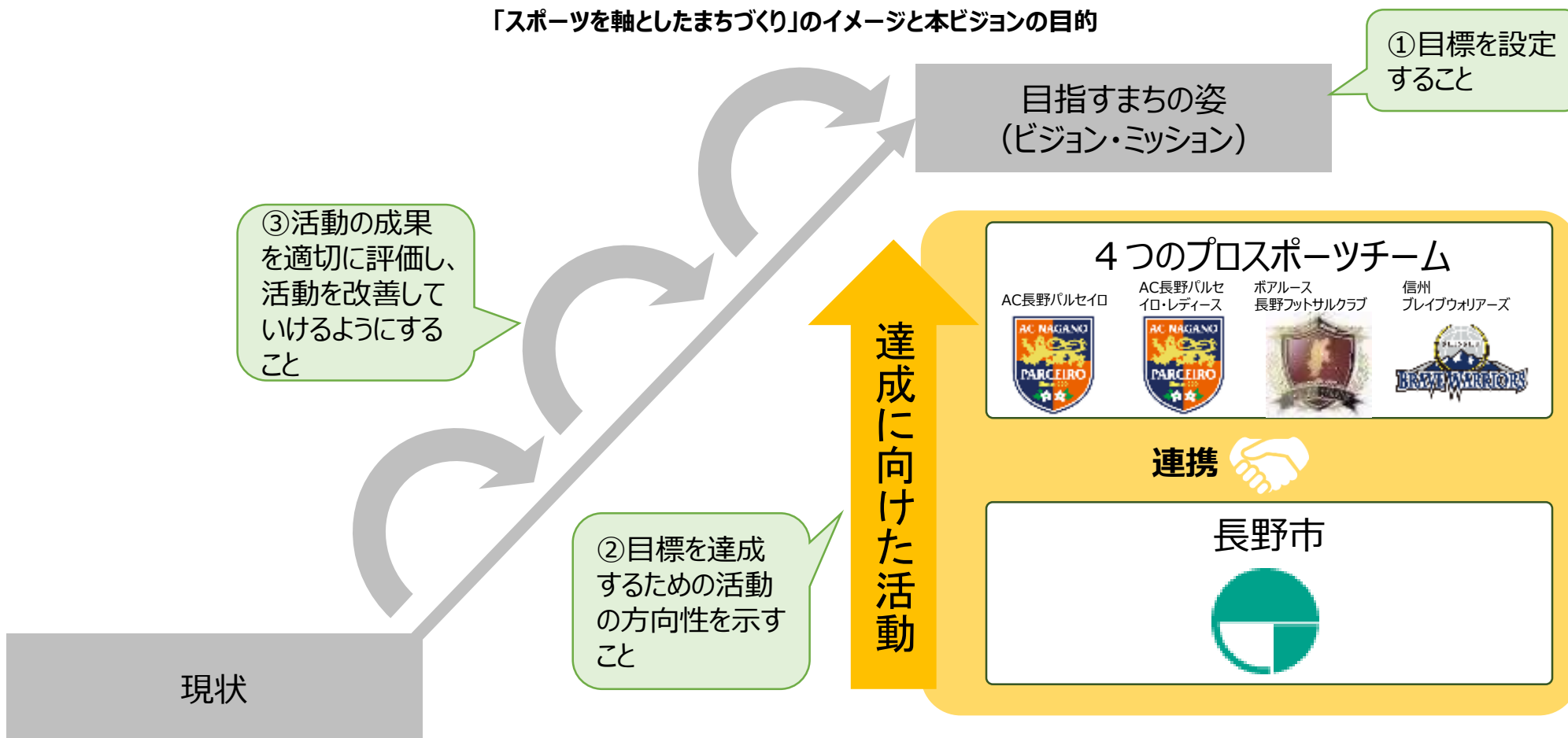
(2)目的

・4つのプロスポーツチームと長野市が、効果的かつ効率的に連携して「スポーツを軸としたまちづくり」に取り組むため、目的を次のように定めます。

- ①共通の目標を設定すること
- ②共通の目標を達成するための活動の方向性を示すこと
- ③活動の成果を適切に評価し、活動を改善していけるようにすること

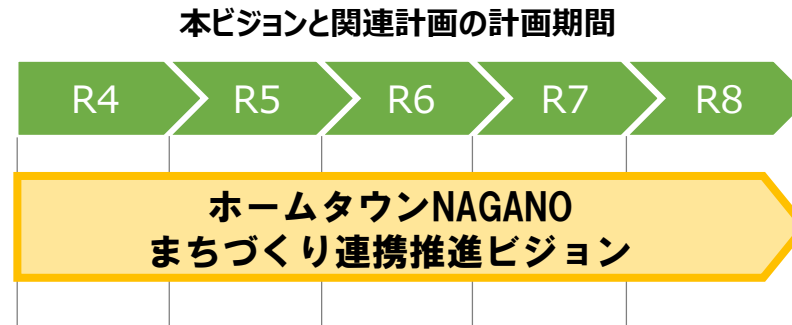
を目的として「ホームタウンNAGANOまちづくり連携推進ビジョン（以下、本ビジョン）」を策定します。

「スポーツを軸としたまちづくり」のイメージと本ビジョンの目的



2. 本ビジョンの計画期間

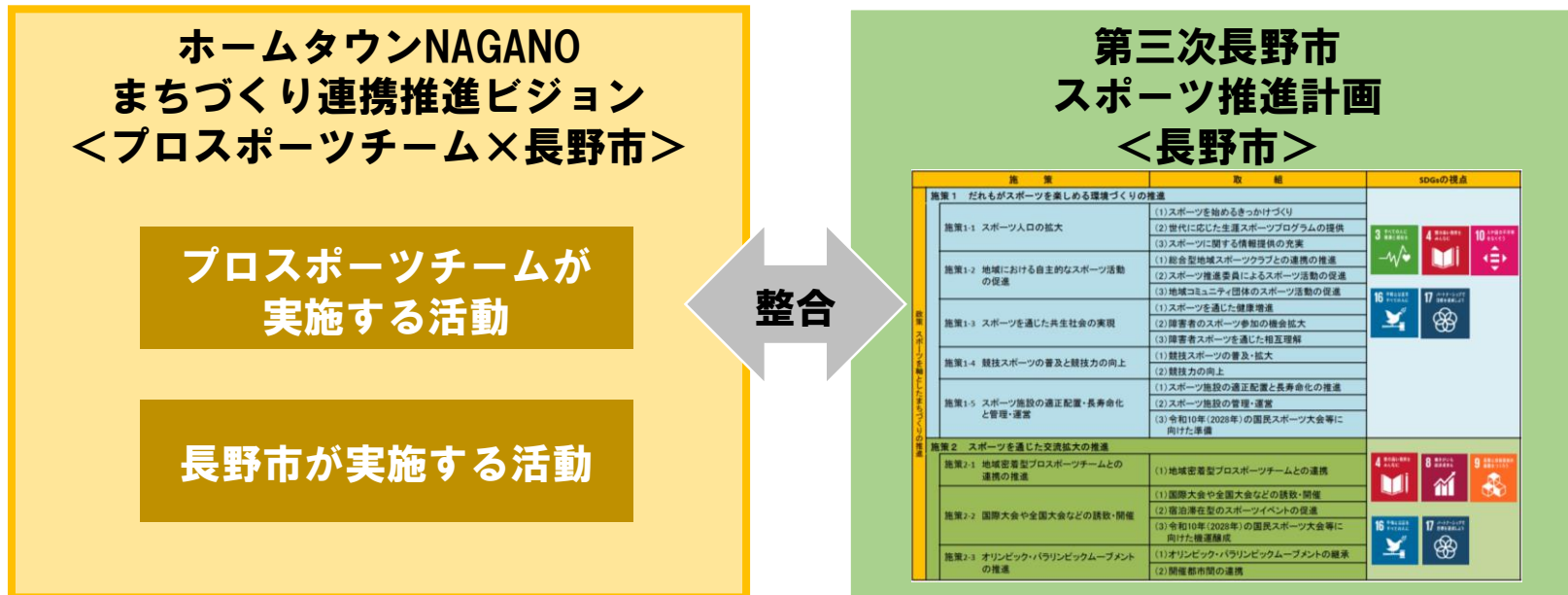
・本ビジョンの計画期間は、第三次長野市スポーツ推進計画に合わせ、令和4～8年度の5年間とします。



3. 本ビジョンと長野市スポーツ推進計画との関係

・本ビジョンの内容のうち、令和4～8年度の長野市が実施する活動（施策・事業）は、第三次長野市スポーツ推進計画と整合をとりながら、着実に推進していきます。

本ビジョンと長野市スポーツ推進計画の関係

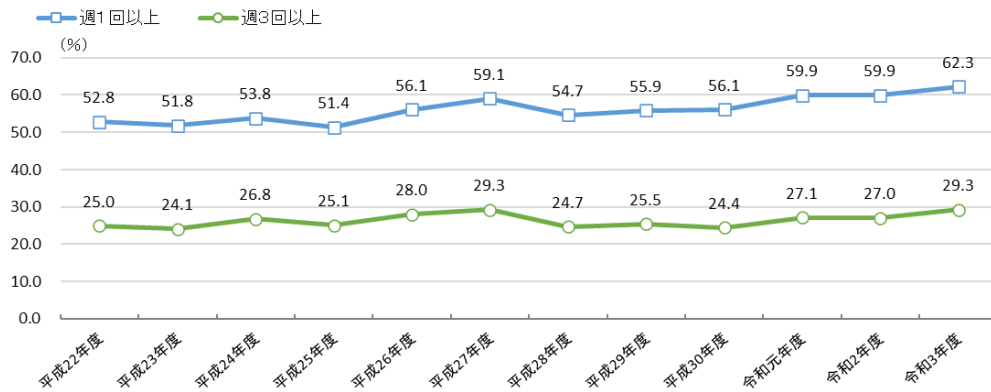


II. 長野市のスポーツの状況

1. 「する」スポーツの状況

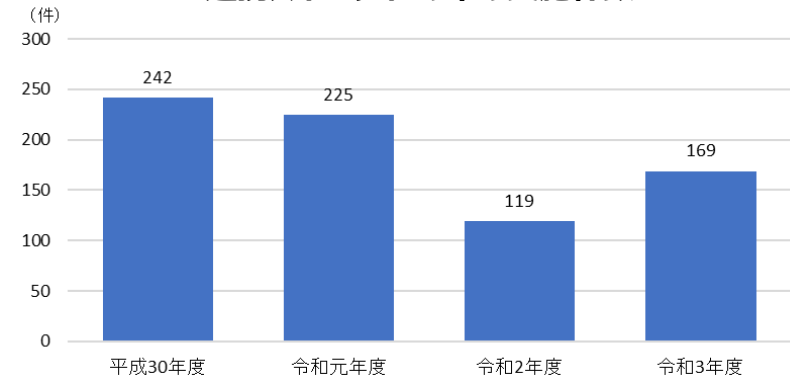
- ・「スポーツ活動を行っている成人の割合」は、週1回以上・週3回以上ともに近年増えてきています。
- ・「スポーツ教室参加者数」は横ばいとなっています。競技団体や市スポーツ協会主催の教室への参加者数は、平成25年度以降、増加傾向にありましたが、コロナ禍の影響を受けて令和元年度、令和2年度は減少しています。
- ・「連携スポーツイベント実施件数」は200件を超えていましたが、コロナ禍の影響で減少しています。
- ・「スポーツや運動を気軽にできる環境が整っている」と思う市民の割合は50.0%程度で推移しています。

スポーツ活動を行っている成人の割合



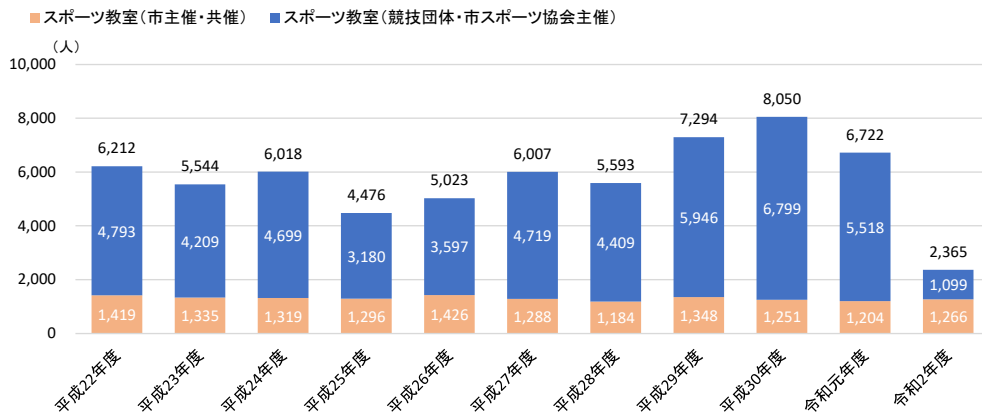
出典：長野市市民アンケート

連携スポーツイベントの実施件数



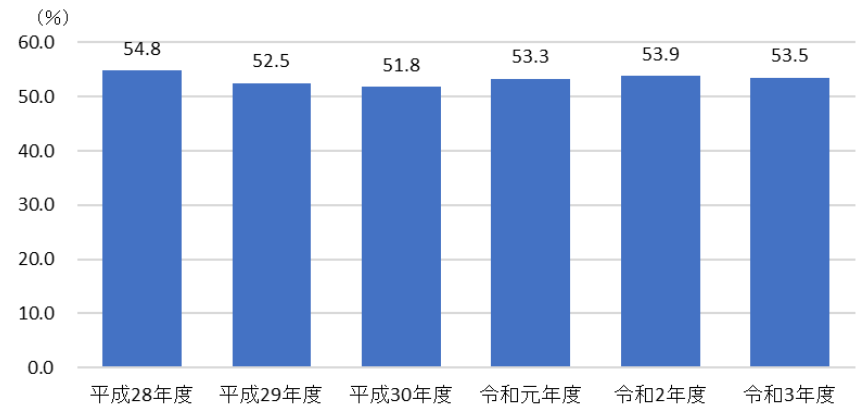
出典：プロチーム各社の合算

スポーツ教室参加人数



出典：市政概要

「スポーツや運動を気軽にできる環境が整っている」と思う市民の割合

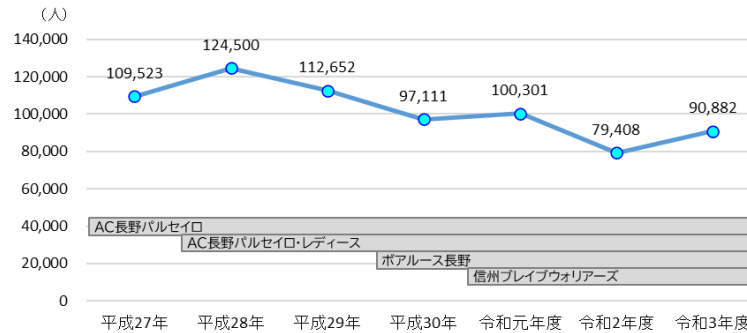


出典：長野市市民アンケート

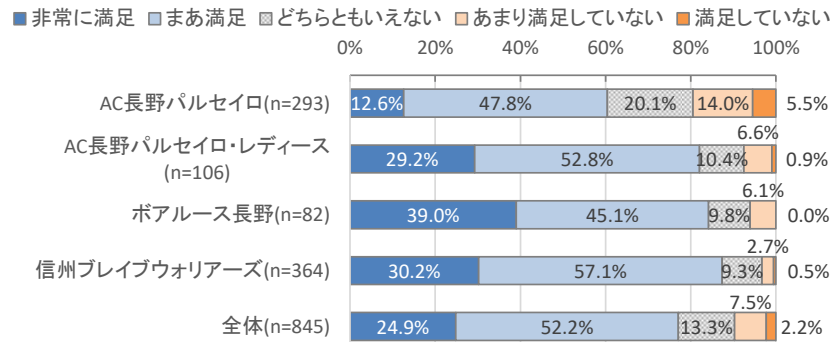
2. 「観る」スポーツの状況

- ・「4チーム合計の年間観客動員数」は、平成28年以降、減少傾向でしたが、令和3年度は9万人まで持ち直しています。
- ・「観戦者満足度」は全体では77.1%（非常に満足+まあ満足）となっています。
- ・「観戦に家族や友人を勧誘し、連れてきたことがある」割合は全体で67.5%と半数以上になっています。
- ・チームに対する思いや影響では、応援を通して仲間ができ交流が広がっているが全体では40.6%となっています。

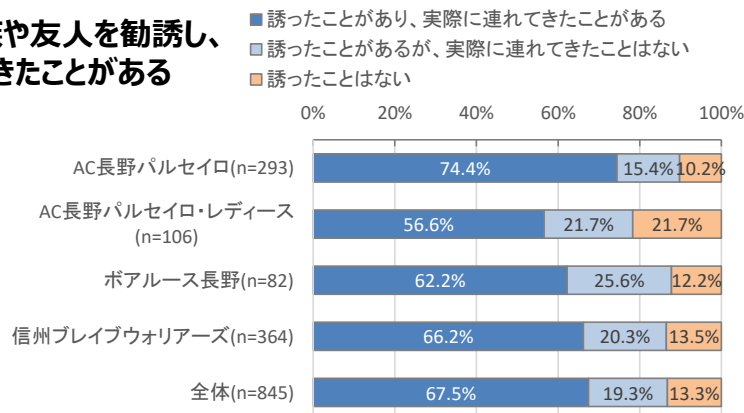
4チーム合計の年間観客動員数



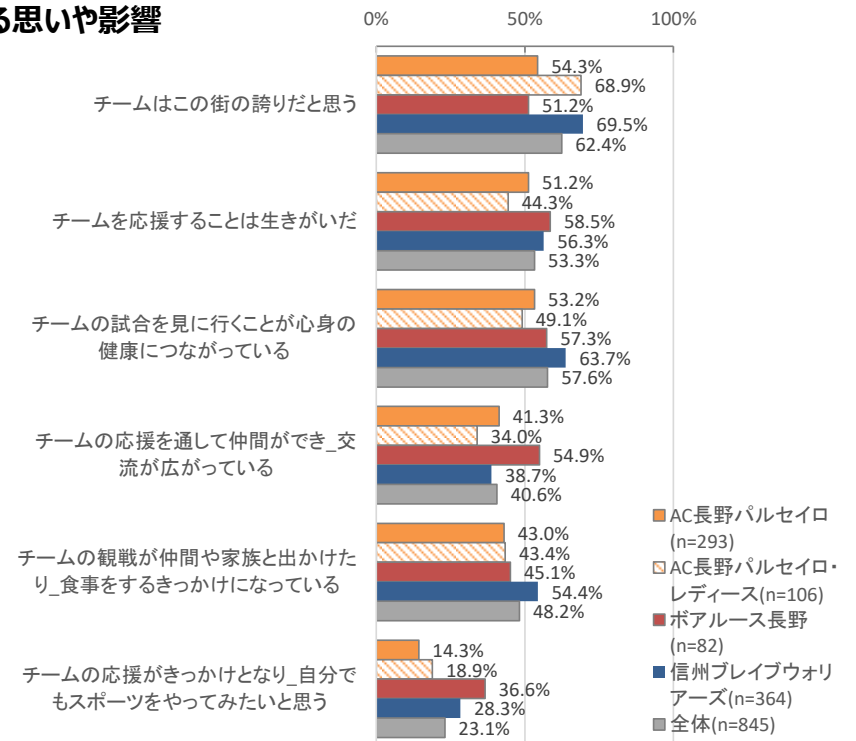
観戦者満足度



観戦に家族や友人を勧誘し、連れてきたことがある



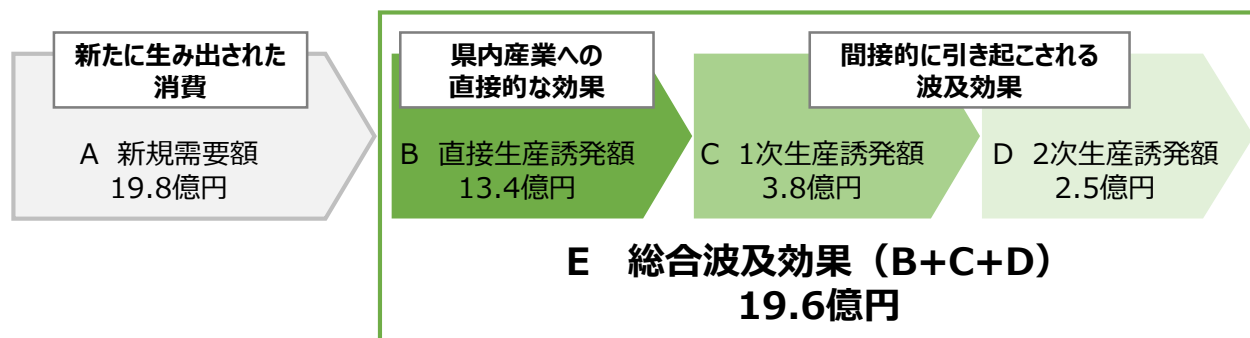
チームに対する思いや影響



3. プロチームの経済波及効果

- ・初期需要として消費された19.8億円が直接生み出した生産活動（直接生産誘発額）は13.4億円、それらによって生み出された生産活動（1次生産誘発額）が3.8億円、それまでの過程で発生した雇用者所得により生み出された消費と生産活動（2次生産誘発額）が2.5億円、直接生産誘発額から2次生産誘発額までの合計（総合波及効果）は19.6億円となっています。
- ・観戦に伴う観戦者1人あたりの消費額平均は、合計で3,810円となっています。
- ・チケット売り上げは、2020年に減少したものの、2021年は増加し1億2,929万円となっています。コロナ前の水準には戻っていません。
- ・グッズ売り上げは、2021年は9,753万円となり過去最高額となっています。

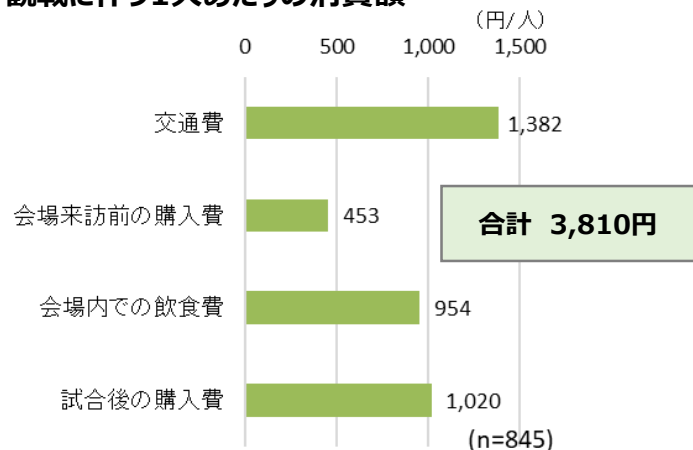
プロチームがあることによる経済波及効果（2021年シーズンの各チームの合計）



【用語解説】

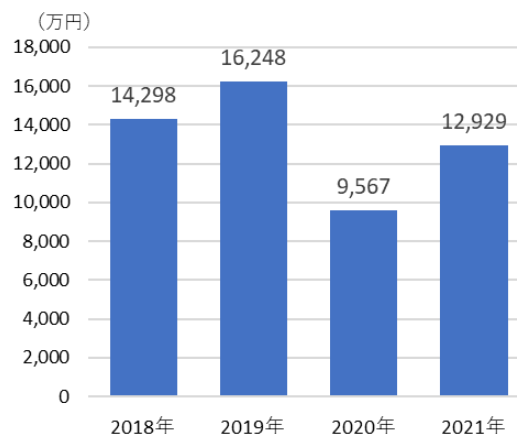
- A 新規需要額：プロチームの試合およびクラブ運営によって市内に新たに引き起こされた消費支出の総額
- B 直接生産誘発額：Aのうち、長野県内の生産によってまかなわれる額（自給される分）
- C 1次生産誘発額：直接生産誘発額によって引き起こされる県内全産業に対する影響の総額
- D 2次生産誘発額：1次生産誘発額までの過程で生まれた所得によって引き起こされる消費とそれに伴う生産波及の総額
- E 総合波及効果：B～Dの総計

観戦に伴う1人あたりの消費額



出典：長野市内でのプロスポーツ観戦に関するアンケート調査

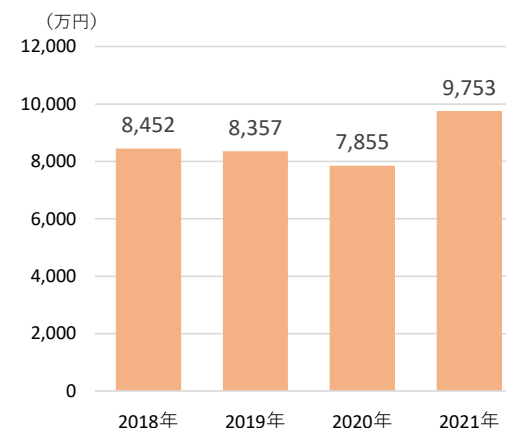
チケット売上の推移



出典：各プロチーム

※各プロチームの合計値、なお2018～2019年のグッズ売上には長野パルセイロレディースの数値が含まれていない。

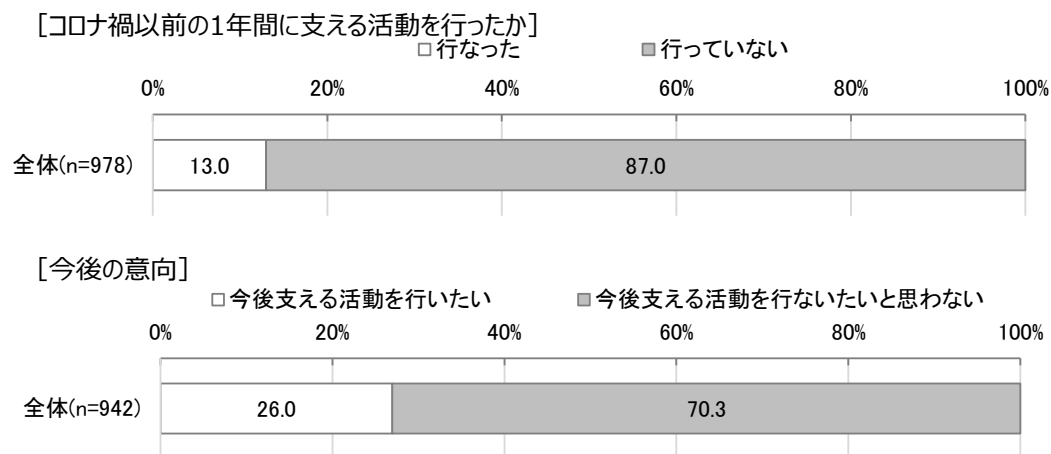
グッズ売上の推移



4. 「つながる」スポーツの状況

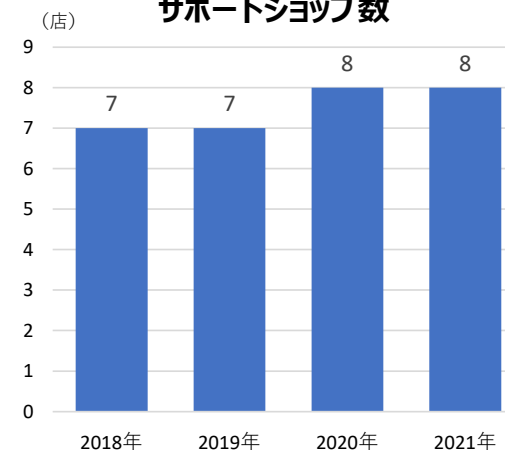
- ・スポーツを支える活動（ボランティア活動など）を行った割合は13.0%と低くなっています。今後行いたいかについては、26.0%が行いたいと回答しています。
- ・サポートショップの数は2020年に1店増え、8店となっています。
- ・地元企業とのコラボ商品数は増加傾向であり、2021年は7点となっています。

スポーツを支える活動（ボランティア活動など）の状況と今後の意向

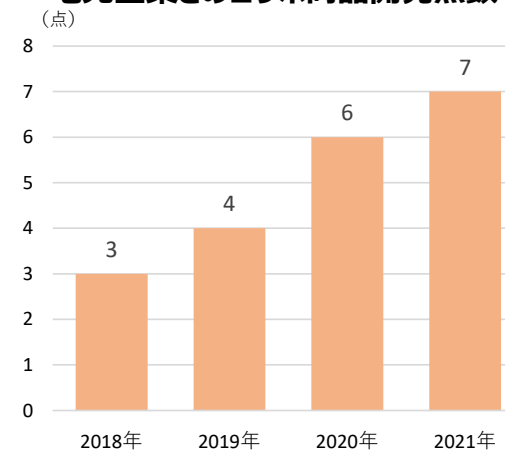


出典：長野市スポーツに関するアンケート調査（令和3年）

サポートショップ数



地元企業とのコラボ商品開発点数



出典：長野市スポーツ課

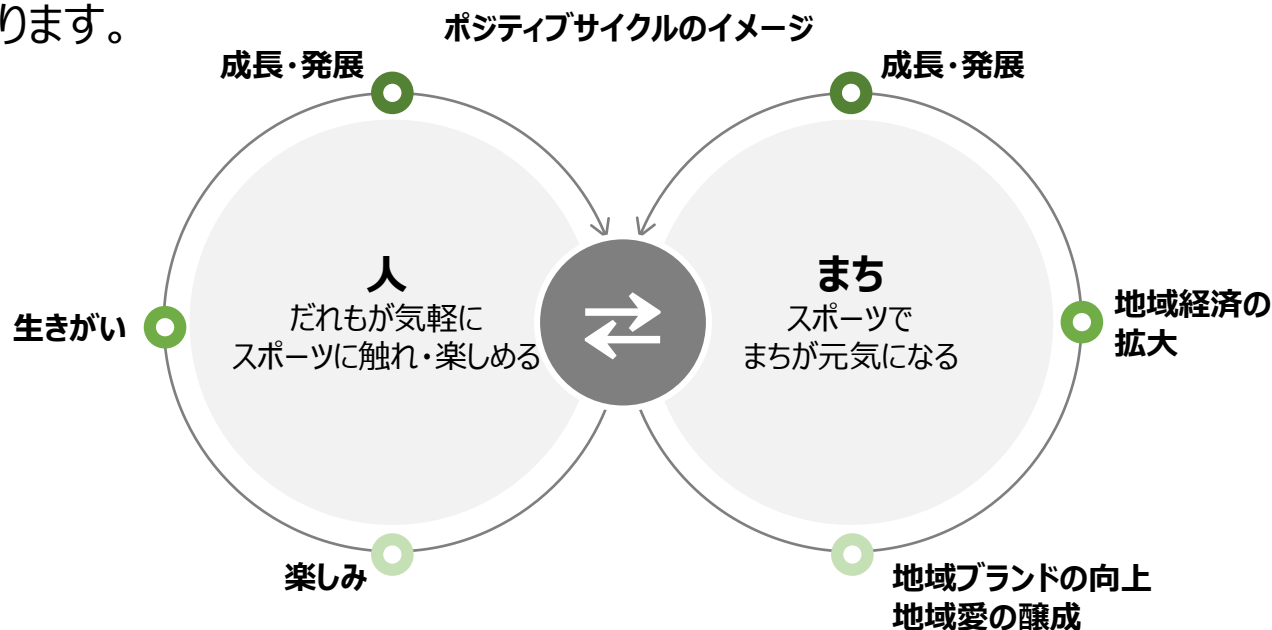
Ⅲ. 目指すまちの姿

- ・本書では、4つのプロスポーツチームと長野市が連携して、中長期的に目指す状態のことをビジョンと呼びます。
- ・ビジョンの内容を以下に示します。

ビジョン

スポーツで「人」と「まち」のポジティブサイクルがまわる長野

- ・スポーツに関わる「**楽しみ**」や「**生きがい**」が増えていく
 - ・スポーツでつながりながら地域と共に「**成長・発展**」が創出されていく
 - ・スポーツを通じて「**地域ブランドの向上・地域愛の醸成**」や「**地域経済の拡大**」が進んでいく
- これらの状態を同時に実現し、相乗効果を高めていくことで、
- ・「だれもが気軽にスポーツに触れ・楽しめる」⇔「スポーツでまちが元気になる」のポジティブサイクル（好循環）をつくります。



2. ミッション（令和8年度での実現を目指す目標）

- ・本書では、ビジョンを実現に向けて、5年後に達成することを目指す大きな目標のことをミッションと呼びます。
- ・ミッションの内容を以下に示します。

ミッション1

スポーツ実施率 65%

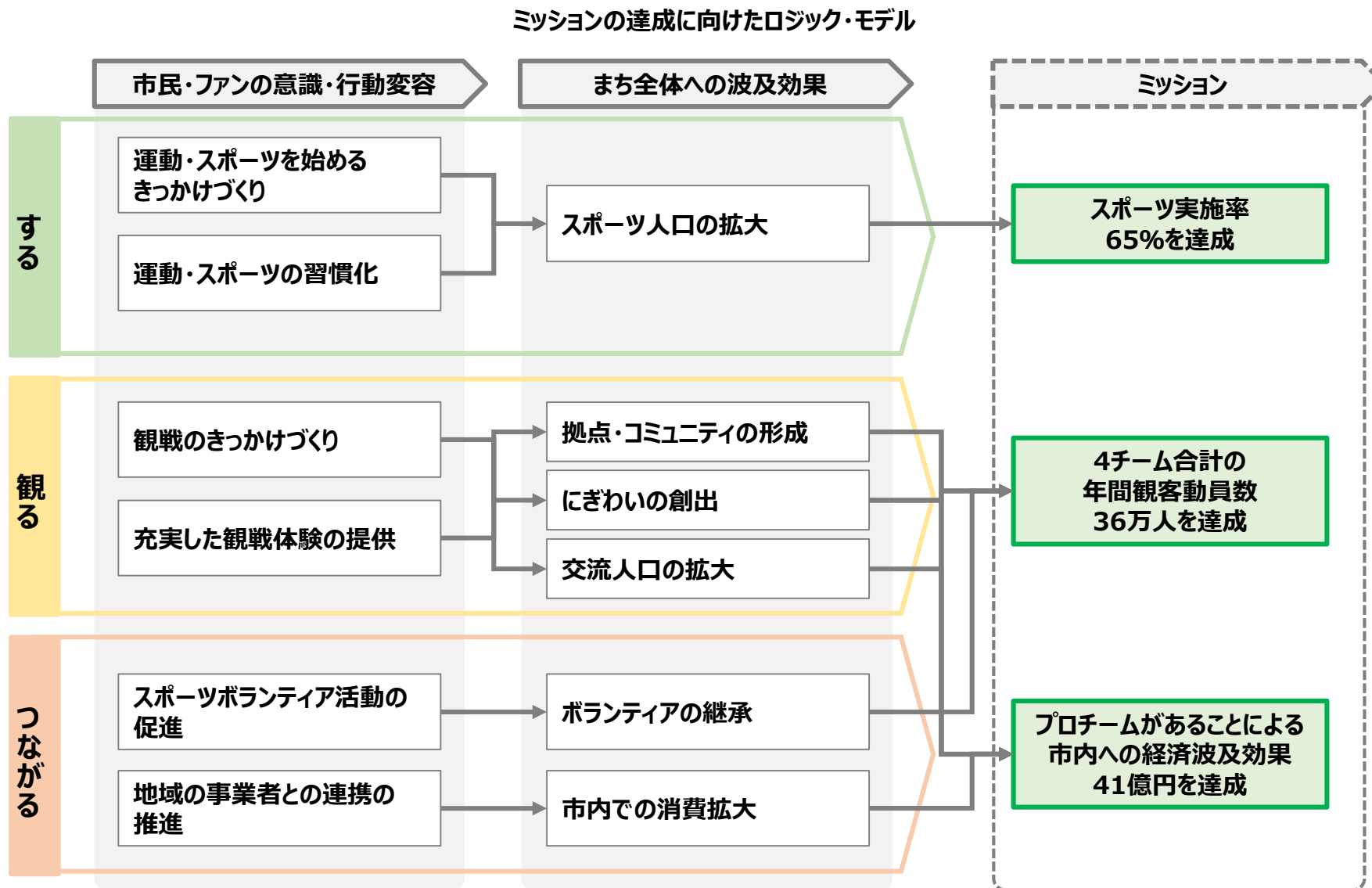
ミッション2

4チーム合計の年間観客動員数 36万人

ミッション3

プロチームがあることによる市内への経済波及効果 41億円

・ミッションを達成するために必要となる「市民・ファンの意識・行動変容」と「まち全体への波及効果」と、ミッションとの関係性を整理します。



IV. 目指すまちの姿を実現するための活動

市民・ファンの意識・行動変容

まち全体への波及効果

凡例
実施主体 ●
調整・補助等 ◇



する

施策1 運動・スポーツを始めるきっかけづくり

・「サッカー教室」「バスケット教室」「フットサル交流会」等のスポーツ教室を開催し、あらゆる世代が参加できる内容とします。	●	●	●	◇
・スポーツフェスティバル（市主催）を開催します。	◇	◇	◇	●
・スポーツイベント（チーム主催）を開催します。	●	●	●	◇
・学校・保育園で、運動教室を開催します。	●	●	●	◇

施策2 運動・スポーツの習慣化

・日常生活の中でも気軽に運動ができるコンテンツを作成し、スポーツフェスティバルや試合等での活用を検討します。	●	●	●	◇
・総合型地域スポーツクラブ等と連携して運動指導を行います。	●	●	●	◇
・部活動の適正化への対応を検討していきます。	◇	◇	◇	●
・競技団体による年齢別のスポーツクラブ活動の活動を支援していきます。	◇	◇	◇	●

●スポーツ人口の拡大

観る

施策3 観戦のきっかけづくり

・小学校の社会科見学等でプロチームを積極的に活用していきます。	◇	◇	◇	●
・ホームタウンデー等のイベントを連携して実施し、まち全体のスポーツに対する機運を高めます。	●	●	●	◇

施策4 充実した観戦体験の提供

・プロチームの試合会場となるスタジアム・アリーナの設備を充実し、わくわくする演出、リプレイ・解説等を充実し、誰もが観戦を楽しめるようにしていきます。	●	●	●	●
・長野駅をはじめとする、スタジアム・アリーナへの直行シャトルバスの発着拠点を充実など、誰もが試合を見に行きやすい環境を整えていきます。	●	●	●	◇

施策5 拠点・コミュニティの形成/にぎわいの創出

・商店街等と連携し、観戦前後の交流の場づくりを進めます。また、市内の魅力的な飲食店等の情報発信を充実していきます。	●	●	●	◇
・ファンの交流拠点やグッズの販売拠点を充実し、スポーツを通じた仲間づくりやプロチームに触れやすい環境づくりを推進します。	●	●	●	◇

施策6 交流人口の拡大

・観戦と宿泊・交通等を組み合わせた企画チケット等を通して、相手チームファンが長野市を訪れ・滞在しやすくします。	●	●	●	●
・相手チームファンへの観光情報の発信を充実し、市内での消費拡大を図ります。	●	●	●	●

つながる

施策7 スポーツボランティア活動の促進

・やりがいや充実感を感じられるスポーツボランティアの場をつくりながら、生きがいづくりや仲間づくりを応援します。	●	●	●	◇
・ボランティア間の連携を深めるため、情報交換の場づくりを検討します。	●	●	●	◇
・大学と連携し、学生が様々な体験を通して成長できる場を提供します。	●	●	●	◇

●ボランティアの継承

施策8 地域の事業者との連携の推進

・地域経済の拡大を目指して、プロチームとスポンサー企業とのコラボ商品の開発や販売を推進します。	●	●	●	◇
・試合会場において、地域の特産物等の販売を充実していきます。	●	●	●	◇

●市内での消費拡大

2. 令和4～8年度の連携事業のロードマップ

(1) 「する」スポーツの推進

AC長野パルセイロ ボアレス長野 信州ブレブウオリアーズ 市

施策	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
施策1 運動・スポーツを始めるきっかけづくり	スポーツ教室（プロチーム主催）の開催				
	「大人のサッカー教室」の企画・運営 （働く世代をターゲットに平日・夜に実施する） 「バスケット教室」の企画・運営 （小学生） 市が共催し、会場確保・情報発信（広報ながの）を支援	「フットサル交流会」の企画・運営 （試合前後に実施する） 「個人フットサル」の企画・運営 （平日・夜に実施する）			
	スポーツフェスティバル（市主催）の開催				
	企画・運営 選手の派遣 （新規層の開拓を行う）				
	スポーツイベント（チーム主催）の開催				
	企画・運営 市が共催し、会場確保・情報発信を支援				
	学校・保育園での運動教室の開催				
	企画 運動指導				
施策2 運動・スポーツの習慣化	一緒に踊れるコンテンツの作成		一緒に踊れるコンテンツの発信・活用		
	誰もが気軽に運動できるコンテンツの作成 有識者等に監修を打診		試合等で活用 15時の体操で活用 HP等で発信		
	コラボ方法の検討		総合型地域スポーツクラブとの連携		
	プロチームとクラブの引き合わせ 総合型地域スポーツクラブ等と事業連携の手法を協議		運動指導		
	子ども達の練習拠点確保の検討		部活動の適正化への対応の検討		年齢別クラブチームの運営
学校施設の活用に向けた庁内調整 プロチームとの情報共有					
年齢別の練習拠点確保の検討		事業化の検討		事業の運営	
市が管理をやる施設に関する情報の整理、プロチームとの共有 施設の活用可能性を検討					

(2) 「観る」スポーツの推進

AC長野パルセイロ ボアレス長野 信州ブレブウオリアーズ 市

施策	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
施策3 観戦のきっかけづくり	<p>学校教育との連携を検討</p> <p>小学校の社会科見学等でのプロチームの活用、試合観戦を検討</p>	<p>小学生を試合へ招待等</p> <p>チケットの提供等 社会見学等の実施</p>			
	<p>ホームタウンデーの共同企画</p> <p>連携事業の企画・運営 (無料チケット、スタンプラリー等) 情報発信 (共同パンフレット等) 効果検証・企画の改善 効果検証・企画の改善</p>				
施策4 充実した観戦体験の提供	<p>スタジアム・アリーナの設備の充実</p> <p>Wi-Fiの整備、大型ビジョン・LED照明の設置等 設備を活用した観戦体験の充実</p>				
	<p>スタジアム・アリーナまでの移動の見直し検討</p> <p>関係者と協議 関係者と協議</p>	<p>スタジアム・アリーナまでの移動の利便性向上</p> <p>長野駅からの直行便の確保 運行経費の一部を助成 (中心市街地のにぎわいづくり) シャトルバスの発着拠点・駐車場の開拓 (観戦者の拡大に対応)</p>			
施策5 拠点・コミュニティの形成/ にぎわいの創出	<p>商店街等のPR (送客) の仕組みづくり</p> <p>送客能力の測定 活用できる情報発信媒体の整理 商工会等への情報提供 商店街とのマッチング</p>	<p>商店街等を応援するプロジェクト (商店街等のPRの実施)</p> <p>各種情報発信媒体を活用した商店街等のPR (観戦者への割引、選手がSNSで発信、のぼり旗等)</p>			
	<p>長野駅周辺の販売拠点の開拓 (パートナー探し)</p> <p>商工労働課・商工会議所等と連携してパートナー探し 関係者と引き合わせ</p>	<p>サテライトショップの共同運営</p> <p>サテライトショップの共同運営</p>			
	<p>販売方法の調整</p> <p>スポーツショップとのマッチング 販売方法の調整</p>	<p>市内スポーツショップでのグッズ販売</p> <p>グッズの供給</p>			
施策6 交流人口の拡大	<p>相手チームファンへの観光情報の発信</p> <p>各種情報発信媒体を活用した観光情報の発信 (長野コンベンションビュローのHPをリンク、試合で配布するパンフ、選手がSNSで発信等)</p>				
	<p>企画チケットの検討</p> <p>宿泊事業者・交通事業者等とのマッチング 連携事業者と企画チケット内容を調整</p>	<p>相手チームファンへの試合チケットと宿泊とのセット販売</p> <p>企画チケットの販売</p>			

(3) 「つながる」スポーツの推進

AC長野
パルセイロ

ポアレース
長野

信州プレイブ
ウォリアーズ

市

分野	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
施策7 スポーツボランティア 活動の促進	大学との連携				
	学生の体験の場の提供 単位認定等の連携	大学等への声掛け			
施策8 地域の事業者との 連携の推進	ボランティア団体との連携				
	やりがいづくり、ニーズに合った関わり方づくり、 お弁当・チケット等の配布、選手との交流	ボランティア団体等 との引き合わせ			
施策8 地域の事業者との 連携の推進	スポンサー企業とのコラボ商品開発				
	コラボ商品の開発・販売	観光・商工事業者 との引き合わせ			
施策8 地域の事業者との 連携の推進	農家との連携				
	特産物を会場で販売	ECサイトで販売	農家・農業法人 との引き合わせ		

(1)進捗管理の目的

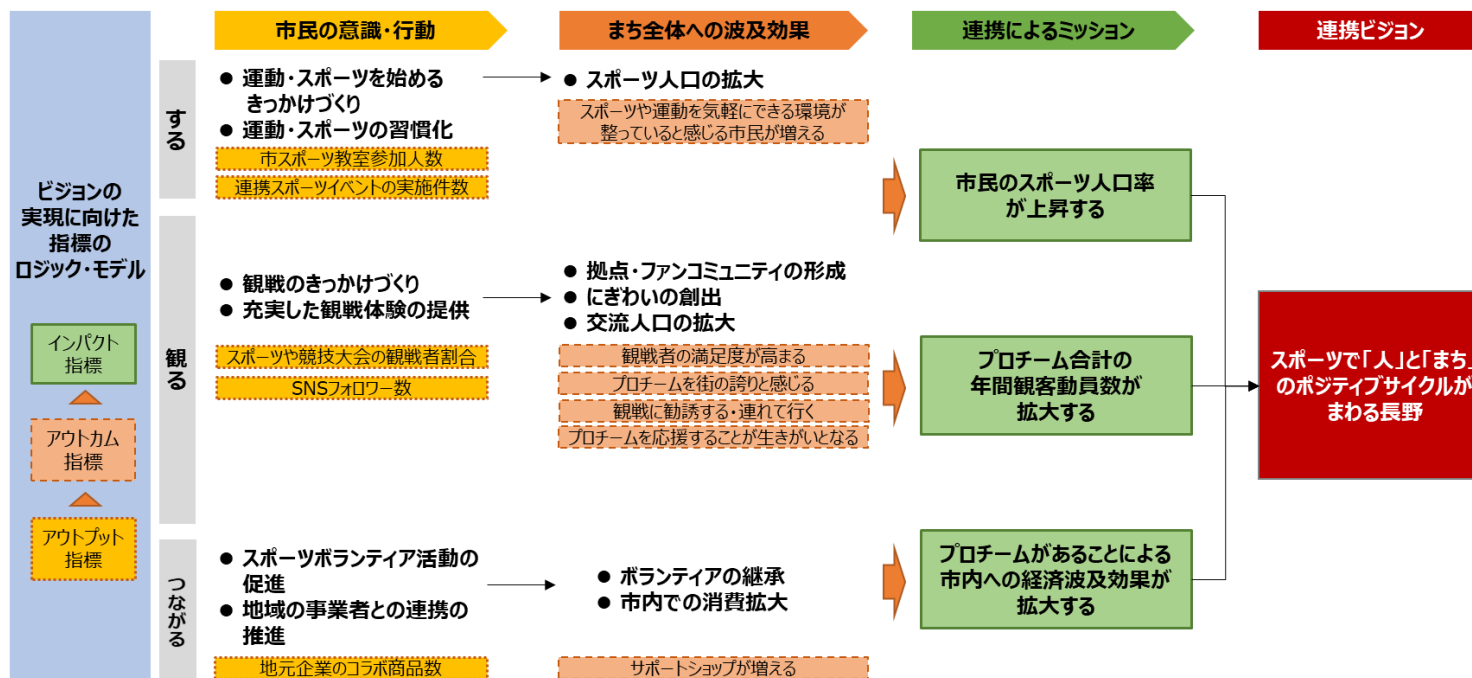
・ビジョンを実現するための活動効果を最大化することを目的とします。

(2)進捗管理の方法

- ・プロチームと市が対話しながら、PDCAサイクルをまわしていくことを基本とします。
- ・毎年、8～9月に前年度下半期～当年度上半期の活動を振り返り、活動の改善点を洗い出した上で、翌年度の活動計画（案）を作成します。
- ・毎年、2～3月に指標の最新値を確認し、成果につながるよう翌年の活動計画を精査し、決定します。

(3)指標の設定

・指標は「する」「観る」「つながる」のそれぞれに設定します。ミッション・ビジョンの実現に向けた指標設定の考え方（ロジック・モデル）を以下に示します。



(4)指標一覧

	NO	指標	単位	出典	基準値	目標値
					R3年	R8年
インパクト指標 (地域における長期的な 社会・経済的な変化)	1	スポーツ人口率（成人が週1回以上スポーツや運動を実施した割合）	%	長野市市民アンケート	62.3	65.0
	2	年間観戦者数・チーム計（長野市内での開催試合）	人	各プロチーム	90,882	366,000
	3	経済波及効果・チーム計	百万円	独自調査	1,963	4,132



	NO		指標	単位	出典	R3年	R8年
アウトカム指標 (活動がサービスの受益者 にもたらした成果)	4	する	「スポーツや運動を気軽にできる環境が整っている」と思う市民の割合	%	長野市市民アンケート	53.5	58.5
	5	観る	観戦者の満足度・チーム平均	%	観戦者We b 調査	77.0	82.0
	6		プロチームがあることが街の誇りである	%	観戦者We b 調査	62.4	67.4
	7		未観戦者を誘って、連れて行ったことがある・チーム平均	%	観戦者We b 調査	67.5	72.5
	8		プロチームを応援することが生きがいた・チーム平均	%	観戦者We b 調査	53.3	58.3
	9	つながる	サポートショップ数・チーム計	店	各プロチーム	8	16



	NO		指標	単位	出典	R3年	R8年
アウトプット指標 (活動がもたらした 直接的な結果)	10	する	スポーツ教室参加人数（市主催・共催 + 競技団体・市スポーツ協会主催）	人	市	2,365(R2)	6,000
	11		連携スポーツイベント実施件数	件	市×各プロチーム	169	220
	12	観る	「プロスポーツや各種競技大会を観戦している」市民の割合	%	長野市市民アンケート	16.8	21.8
	13		SNSフォロワー総数・チーム計	人	各プロチーム	93,285	300,000
	14		つながる	プロチームと地元企業のコラボ商品開発点数・チーム計	点	各プロチーム	7