

令和6年度

スタジアム・アリーナ改革推進事業

(経済的価値・社会的価値の可視化・定量化に係る調査及び実証)

ホワイトリングにおける実証結果報告書

2025/3/27

Contents

	Page
I 本実証報告書の概要	3
実証報告書の目的・アジェンダ	4
実証作業概要	6
実証先の概要・選定理由	7
実証結果サマリー	9
II 施設が創出する価値の可視化	10
可視化実施のための事前作業	11
社会価値テーマ・成果の可視化	15
III 施設が創出する価値の測定方法検討	21
測定指標の検討	22
指標取得方法の検討	23
IV 施設が創出する価値の定量化	27
価値定量化の手法概要と定量化に向けた実施作業	28
財務価値の定量化	33
社会価値の定量化	34
指標外の価値定量化	53
V 施設が創出する価値の活用	56
可視化・定量化結果の確認及び活用方向性の検討	57
本実証における成果・今後の課題	59
Appendix	60
ロジックモデル	61
実証において実施したアンケート設問	68
作業実施体制	75

01. 本実証報告書の概要

本実証報告書の目的・アジェンダ

- 本実証報告書は、実在するスタジアム・アリーナの価値の可視化・定量化・活用の実証を行うことにより、全国のスタジアム・アリーナ事業者や自治体が、各施設の価値の可視化・定量化・活用を行いやすくなることで、各施設の価値のステークホルダーへの認知や価値そのものを高めることを目指している。

実証目的



スタジアム・アリーナが創出する価値の可視化・定量化・活用が今後広く実施されるために、他事業者にとって参考となる、実際のスタジアム・アリーナを用いた事例を創出するため。

本実証においては、施設の所有者である長野市を主体としたケースにおける実証を行うものである。

本事業報告書のアジェンダ

01 本実証報告書の概要	実証報告書の目次（本ページ）、実証先であるホワイトリングの概要、及び実証結果の概要について記載。	
02 施設が創出する価値の可視化	事前準備として必要な価値の活用目的検討、及び可視化ステップで必要な社会価値テーマ・成果選定、ロジックモデルの作成結果を記載。	
03 施設が創出する価値の測定方法検討	価値を測定するための指標の検討、及びその指標の取得方法の検討結果について記載。	
04 施設が創出する価値の定量化	検討した測定方法に従って、実施した価値の定量化過程、及びその定量化結果について記載。	
05 施設が創出する価値の活用	可視化・定量化の結果を管理・運営主体内で確認した上で、検討した今後の活用方向性について記載。	
06 Appendix.	各テーマにおけるロジックモデルや、実施したアンケート調査内容詳細を記載。	

(参考) スタジアム・アリーナが創出する価値のアプローチと本事業報告書のアジェンダ

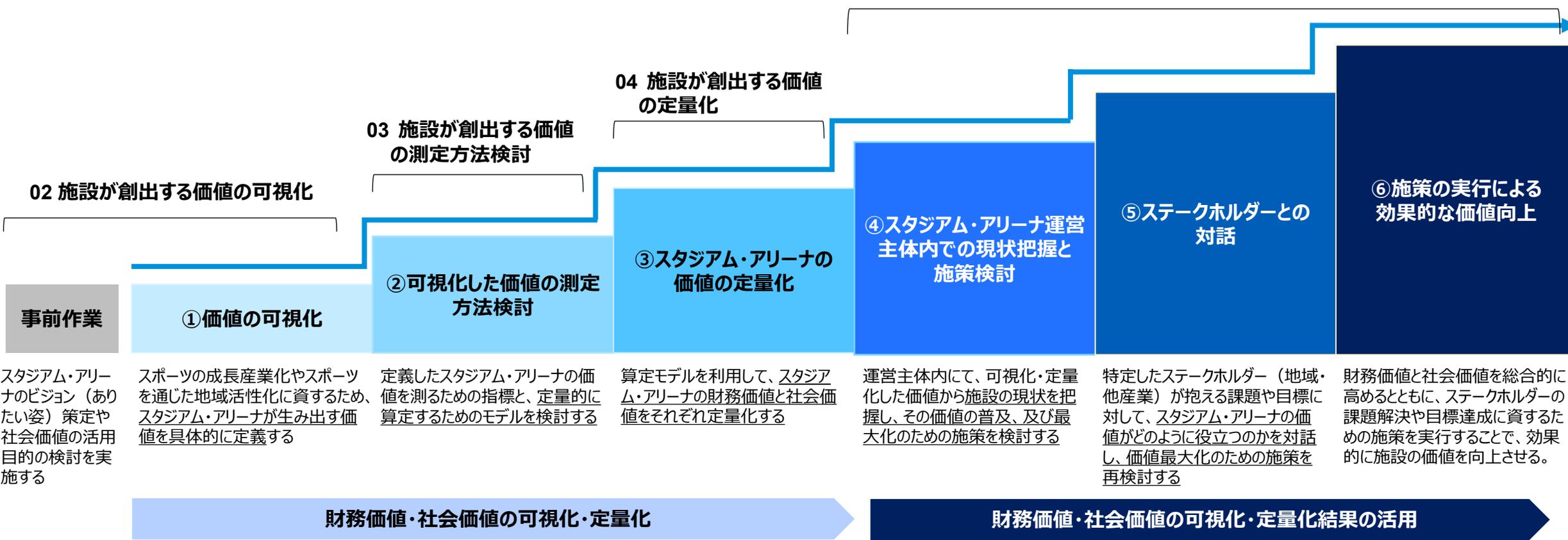
- 本実証報告書アジェンダは以下の「スタジアム・アリーナが創出する価値のアプローチ」に沿って設定されている。

凡例：

本実証報告書の章タイトル



05 施設が創出する価値の活用



実証作業内容

- ホワイトリングで実証を行うにあたり、以下作業を実施した。基本的には「スタジアム・アリーナが創出する価値のアプローチ」に沿っている。
- 本実証報告書は下記作業を通じた結果を記載している。

① 事業実施にかかる 事前作業	② 価値の可視化	③ 可視化した価値の 測定方法検討	④ 価値の定量化	⑤ スタジアム・アリーナ運営 主体内での現状把握と 施策検討
<p>a. 施設が創出する価値の活用目的検討</p> <p>内部・外部環境分析や課題感の確認結果から、施設が創出する価値の活用目的についてステークホルダーを意識しながら検討</p>	<p>a. 社会価値テーマ・成果設定</p> <p>ホワイトリングにおいて重視する社会価値テーマ、及びテーマに紐づく成果を検討</p> <p>b. ロジックモデル作成</p> <p>各社会価値テーマごとに、成果とそれに紐づく活動についてロジックモデルの形で可視化</p>	<p>a. 指標検討</p> <p>主要成果を評価する結果指標、及び活動やアウトカムを評価するプロセス指標を検討</p> <p>b. 指標の取得方法検討</p> <p>結果指標・プロセス指標の取得方法検討</p>	<p>a. 定量化に向けた事前作業</p> <p>アンケート設計や算定モデルの整理など、定量化に向けた事前作業の実施</p> <p>b. データの取得</p> <p>アンケート実施や公開情報の参照等、指標定量化の元となるデータを取得</p> <p>c. 価値の定量化</p> <p>財務価値、及び各社会価値テーマで設定した指標の値について、算定モデル等も用いながら定量化</p>	<p>a. 自治体内部での検討</p> <p>長野市の施設管理担当と今後ホワイトリングという施設の価値を向上させるにあたり、どのように本事業における実証結果を活用していくかの検討を実施</p>

実証先 ホワイトリングの概要

- 実証先であるホワイトリングは長野五輪を契機に整備され、五輪ではスケート会場として利用され、その後、市民体育館として改修された。
- 市民がスポーツに親しむこと、及びレベルの高いスポーツ鑑賞をするため、今日まで、各種競技大会やBリーグのホームアリーナとして活用されている。
- 今後Bプレミア*2参画に向けた高機能化改修が予定されており、施設の更なる活用が期待される。

ホワイトリング（真島総合スポーツアリーナ）の概要

所在地	長野県長野市真島町真島
開場年	1996年
所有者・運営者	所有者：長野市 運営者：株式会社フクシ・エンタープライズ（指定管理者）
アクセス	JR長野駅東口から車で約20分
ホームチーム	Bリーグ 信州ブレイブウォリアーズ、Fリーグ ポアールス長野フットサルクラブ
収容人数	メインアリーナ：約5,000人
整備経緯	1998年の冬季長野オリンピックにおいては、フィギュアスケート及びショートトラックスピードスケートの会場として使用された。 後利用として建築当初から総合体育施設とすることが予定されており、予定通り現在も総合体育館としての運用がなされている。
設備概要	メインアリーナ、サブアリーナ、スタジオ、会議室、テニスコート等
ビジョン（ありたい姿）*1	幼児から高齢者まで、市民が世代を超えて楽しみながら気軽にスポーツに親しむことのできる施設となること、及び各種国際・全国大会レベルの大会を開催して、市民がレベルの高いスポーツ鑑賞をすることのできる施設となることの両立を目指す。

■ 施設の特徴

五輪会場として過去利用

長野五輪の会場として利用され、施設外部、内部に五輪マークが飾られるなど、当時の趣が残る施設

するスポーツに適した施設設備

バスケットボールコート3面のメインアリーナに加え、サブアリーナやトレーニングルームも構えるなど、するスポーツには申し分ない施設機能を誇る

豊富な運動プログラムの実施

バスケットボールやフットサルなど、市民が気軽に参加できる運動プログラムが多数開催されており、地域住民の健康増進に寄与している

高機能化改修を予定

Bプレミア参画に向けて、VIPルーム・ラウンジ整備やトイレの増築などを予定しており、更に快適な空間となることを目指す

■ 施設イメージ



©WHITE RING. ALL rights reserved.



©WHITE RING. ALL rights reserved.

ホワイトリングの選定理由

- ホワイトリングの選定理由として、公設民営のアリーナであることに加え、長野市が「スポーツを軸としたまちづくりの推進」を掲げるなど、官民共同での運営を実施している点（以下①、②）、人口約36万人の中核市である長野市という点（以下③）、及び今後高機能化改修が予定されている点（以下④）などから他施設にとってのベンチマークとしても期待できる施設であるため選定した。

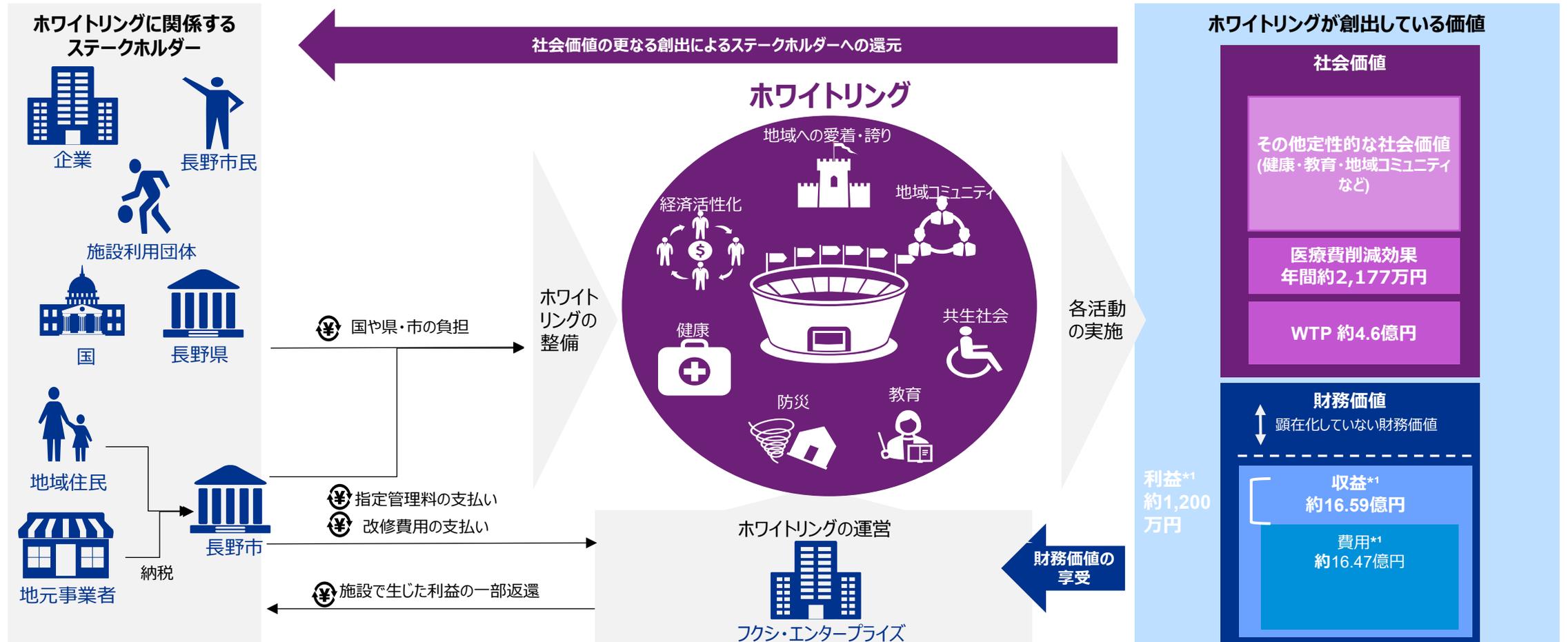
実証先選定基準		ホワイトリング
1	官民共同での推進 民間活力の積極的な投入や自治体の方が社会価値の説明責任が大きいため、 スキーム観点だと、公設民営のスタジアム・アリーナが望ましい。	<ul style="list-style-type: none"> ■ 公設民営（ホームチーム非関連運営） ■ 長野市所有であり、株式会社フクシ・エンタープライズが指定管理者として運営 ■ アリーナをホームとするチームの経営に市が積極的に参画
2	エリアマネジメントの推進 地方創生やまちづくりのために、スポーツ施設を総合的・複合的に活用し、スタジアム・アリーナ単体ではなくエリア全体でのマネジメントを推進する概念を有していることが望ましい。	<ul style="list-style-type: none"> ■ 長野市は市長を中心に「スポーツを軸としたまちづくりの推進」へ取り組む ■ 「長野市まるごとスポーツアリーナ構想」を掲げ、スポーツを基幹産業とし、日本唯一のスポーツタウンを構築することを目指す
3	他スタジアム・アリーナへの横展開容易性 多くの事業者や自治体に参考となる情報とするため、 都市部だけでなく、地方のスタジアム・アリーナでも実施することができる ような、横展開容易な要素を有することが望ましい。	<ul style="list-style-type: none"> ■ 冬季オリンピック開催施設であるブランド力を有する ■ 多くの地方アリーナと同様、最新のアリーナではなく（竣工1996年）、交通アクセスも良いとは言えない（長野駅から車で計20分程度）が、同様の状況に置かれている他のスタジアム・アリーナにも展開可能な施策などが多いと考えられる
4	先進的な施設 他事業者、自治体からの注目度を上げるため、また、今後さらに魅力的なスタジアム・アリーナを新設していくため、 近年整備された、最先端なスタジアム・アリーナが望ましい。	<ul style="list-style-type: none"> ■ 長野五輪を契機に整備された設備あるため、現状、先進的な施設ではない。 ■ しかしながら、長寿命化改修に加え、Bプレミアム基準を満たすため、VIPルーム・ラウンジ等を整備予定

金銭換算された社会価値
 金銭換算されていない定性的な社会価値

01.本実証報告書の要旨_実証結果サマリー

実証結果のサマリー

- 実証の結果として、金銭換算すると医療費削減効果が年間約2,177万円となったほか、WTPは約4.6億円と計算された。加えて、教育水準の向上や地域への愛着・誇り醸成に繋がる定性的な社会価値が創出されていることが分かった。
- ホワイトリングは20年以上前に整備された施設で長野五輪をはじめとした数多くの場面で既に利用されてきたため、今後は、長野市が支払う指定管理料や改修費用に見合う価値が周辺ステークホルダーに対して創出されているかを確認することが重要と考えられる。



*1 収益、費用、利益共に令和5年度の数値

02. 施設が創出する価値の可視化

アプローチ実施前の事前作業

- ホワイトリングは明確なビジョンが対外的に公開されているわけではないが、整備から20年以上経過している施設であり、施設のビジョン（ありたい姿）についてはステークホルダー間で共通認識が取れていると判断した。そのため、(2)の作業のみ実施している。
- 社会価値活用の目的検討のための必須作業ではないものの、現状把握のために、内部・外部環境分析を実施した。

(1). スタジアム・アリーナのビジョン（ありたい姿）策定

a. 現状分析の実施

- 内部環境分析
 - スタジアム・アリーナの推進主体（例：スポーツ興行のホームチーム）が保持する強みや活動内容について洗い出しを行う。
- 外部環境分析
 - スタジアム・アリーナは多様なステークホルダーに影響するため、スタジアム・アリーナの建設予定地の上位計画や抱える課題など、外部の状況について理解する。

ビジョン（ありたい姿）策定済みのため実施は不要

b. ステークホルダーとの対話

- ステークホルダーの検討
 - スタジアム・アリーナの整備推進、及びその後の持続的な運営にあたり、関連する重要なステークホルダーを特定し、必要に応じて、検討のプロセスに参加してもらう。
- ワークショップ等実施による対話
 - スタジアム・アリーナが持つべき強みや実施したい活動を対話する中で、スタジアム・アリーナが叶えたい未来や施設自体のなりたい姿をステークホルダー間で共有する。

ビジョン（ありたい姿）の制定

(2). 施設が創出する価値の活用目的検討

● 施設整備・運営における課題感の確認

- スタジアム・アリーナのビジョン（ありたい姿）、及び達成のための課題を確認した上で、社会価値を活用することで、スタジアム・アリーナの整備事業、またはスタジアム・アリーナそのものに対してどのようなメリットを生じさせたいのか検討する。

● 社会価値の対話相手確認

- 社会価値活用の目的を達成するために、施設が持つ社会価値を誰に対して普及していく必要があるのか整理する。

社会価値活用の目的検討

施設が創出する価値の活用目的検討 — 活用目的検討

- ホワイトリングは整備以降、主に市民のスポーツ実施拠点として利用されてきたが、今後VIPルーム・ラウンジの整備といった高機能化改修が控えるなど、経済効果という観点で向上の余地があるため、県内外の団体、特にスポーツ団体に施設の価値を提示し、活用してもらうことで収益を獲得していきたい。
- また、スポーツ団体が施設の価値を理解し、多様な競技がホワイトリングで実施されることにより、市民がレベルの高いスポーツ観戦をすることができることで、ホワイトリングのビジョン（ありたい姿）を達成できると考える。

現状分析から明らかになった課題感

内部・外部環境分析結果 (次ページ詳細記載)

- ✓ 立地や見るスポーツとしての設備機能、収益性に関して課題がある



運営企業が抱える課題感 のヒアリング

- 今後の高機能化改修も踏まえ、経済波及効果をより高めていくには、県内だけでなく、県外の他スポーツ団体や学校・企業等に使ってもらいたいと考えている。
- 特に、**スポーツ興行を行う団体**に対して、ホワイトリングの利便性を感じて欲しいと感じる。

施設が創出する価値の活用目的

スポーツ興行・大会等を開催するだけではなく、ホワイトリングの価値（健康、教育、コミュニティ醸成など）を興行主や企業に対して発信することで、各企業・団体にさらに活用してもらえる施設にするため。



ホワイトリングの ビジョン（ありたい姿）

幼児から高齢者まで、市民が世代を超えて楽しみながら気軽にスポーツに親しむことのできる施設となること、及び各種国際・全国大会レベルの大会を開催して、市民がレベルの高いスポーツ観戦をすることのできる施設となることの両立を目指す。

施設が創出する価値の活用目的検討 – 内部・外部環境分析 (SWOT)

- SWOT分析を用いることでホワイトリングが持つ強み・弱みといった要素と、ホワイトリングに影響を及ぼす、スポーツリーグ観点・地域観点などの外的要因について確認した。
- 結果として、興行面やするスポーツとしての施設機能面での強みがある一方、立地や見るスポーツとしての設備機能や収益性に関して課題があるため、興行日・非興行日共に収益性を高める検討が必要であると想定される。

内部環境分析

強み

Strength

- Bリーグ：信州ブレイブウォリアーズ、及びFリーグ：ポアルース長野フットサルクラブがホームアリーナとして利用している。
- するスポーツとして施設は充実しており、多くの競技大会が開催。
- 指定管理者による運営面での努力もあり、世代を問わず、多くの住民が文化・運動プログラムに参加している。
- 大規模改修、及びBプレミアリーグの参画のための高機能化改修（VIPルーム・ラウンジ）が予定されている。

弱み

Weakness

- 公共交通機関での来場手段がなく、立地は恵まれていない。
- 周辺立地という面でも、大きな集客施設があるわけではない。
- 駐車場の台数が500台程度であり、興行開催時には不足。
- サブアリーナも完備しているが、体操設備の常設や観客席の未整備により、利用用途に限りがある。
- 観客席のバリアフリー化が進んでいないなど、観戦・鑑賞目的の施設として最適とは言えない。

外部環境分析

機会

Opportunity

- Bプレミア参画により昇降格のリスクなく、安定的な利用料金収入が見込める。
- 冬季オリンピックの実施から得た有形・無形の財産（強いボランティア精神・高いスポーツ実施率）という土壌が長野市民にはある。
- 長野市の政策としてスポーツを軸としたまちづくりを推進しており、ホワイトリング周辺にも大規模スポーツ施設が多数存在している

脅威

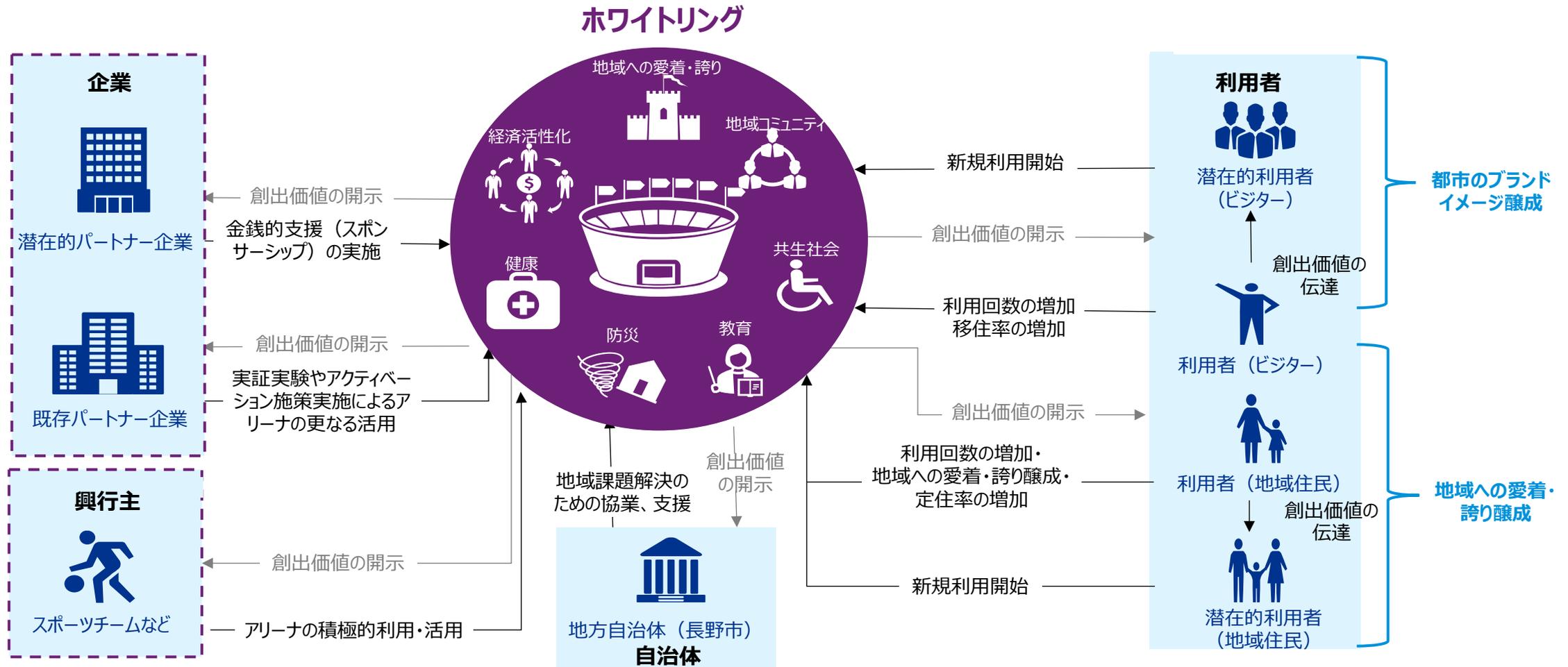
Threat

- 将来的な人口動態の変化による、利用者数の伸び悩み。
- 市が所有する施設の維持コスト増加による、かけられるコストの減少や、施設再編の可能性。
- Bプレミアに参画予定であるが、公共利用が多い施設であるため、VIPルーム・ラウンジ整備後も、単価の急激な伸びが見込みづらい。
- 長野運動公園総合体育館の新設により、Fリーグ公式戦や各種競技大会がホワイトリング外で実施されるようになる。

施設が創出する価値の活用目的検討 - ステークホルダーの確認

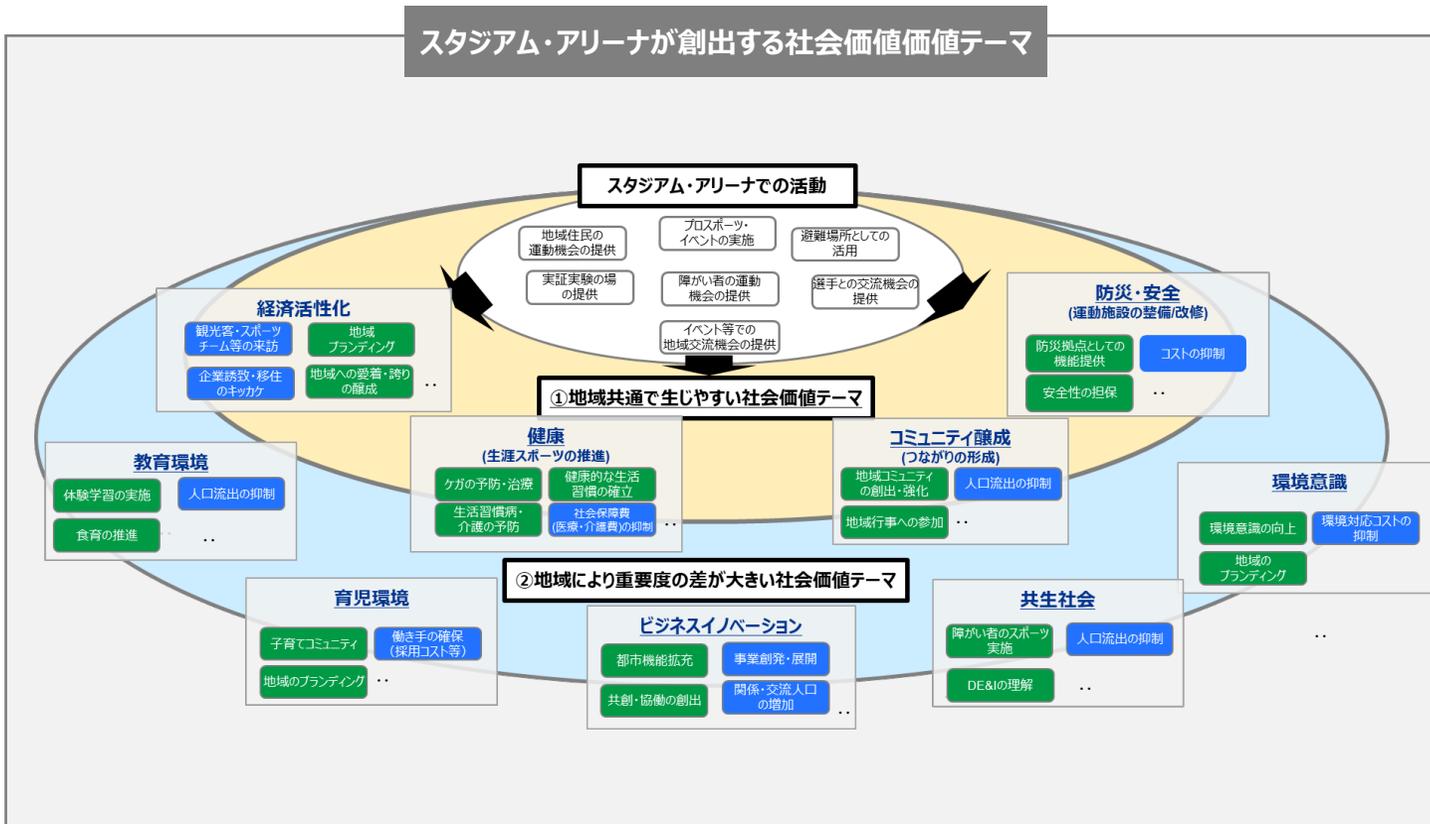
凡例
重視するステークホルダー

- 施設が創出する価値の活用目的に沿うと、以下、ホワイトリングに関わるステークホルダーの中でも、企業や興行主に施設の価値を理解してもらうことで、より経済効果の高い施設にホワイトリングをしていく必要がある。



重視するテーマの選定

- スタジアム・アリーナが創出する9つの社会価値テーマから、施設のビジョン（ありたい姿）や実施活動量、施設が創出する価値の活用目的等を意識しながら、可視化・定量化したい社会価値テーマについて検討を実施した。検討結果については次ページに記載。



■ 重視する社会価値テーマの検討ポイント



施設のビジョン・価値の活用目的

POINT

- 施設が持つビジョン（ありたい姿）や前ステップで定めた施設が創出する価値の活用目的に沿っている社会価値テーマの優先度を高くする。



実施活動量

POINT

- 各社会価値テーマに関連する活動を施設で多く実施している場合、当該社会価値テーマの優先度を高くする。

重視するテーマの選定

- 実施している活動量や今後強化していきたい観点を踏まえ、重視する可視化・定量化・活用したい社会価値テーマを制定した。結果として、9つの社会価値テーマの中から**4つの重視して実証すべきテーマ（重要度高）**、**2つの優先度が低い実証テーマ（重要度中）**の合計**6テーマ**を選定した。

重要度

高：活動が十分にあり、活用目的にも準拠したテーマ
 中：活動が少ない、または活動が多いが活用目的に直結しないテーマ
 低：活動を実施していない、または活用目的に沿わないテーマ

社会価値テーマ	テーマの概要	施設にて実施している活動	重要度	分類理由
地域経済活性化	<ul style="list-style-type: none"> 併設される商業施設、宿泊施設の運営 ショッピングモールなどの再開発事業を誘発 企業・大学の移転 	<ul style="list-style-type: none"> 学生の合宿誘致・企業利用 プロ興行開催時のアウェー客来場 	高	合宿やアウェー客の来場などで、経済活性化効果は大きいと推測。また、市やホームチームも重点指標として考えていると認識。
健康促進	<ul style="list-style-type: none"> 施設の一般利用開放 スクール展開 フィットネスジムの運営 	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者向け運動・文化プログラムの実施 全世代向け健康プログラムの実施 テニスコートをはじめとした個人利用 	高	多数の運動プログラムが実施され利用者数が多いため、価値が大きいと推定。
地域コミュニティの強化	<ul style="list-style-type: none"> 催し物広場の提供 地域マルシェ、フリーマーケットの実施 ボランティア活動の募集 	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民への観戦体験の提供 マルシェの開催 真島地区連携事業（真島史跡巡りイベントなど） 	高	多様な世代が集まっている施設である上、周辺地区との事業を積極的に実施していることから、価値が大きいと推定。
防災体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> 避難所機能、遊水地機能 災害時に備えた備蓄 防災イベントの実施 	<ul style="list-style-type: none"> 職員向け消防訓練の実施 防災イベントの開催（NAGANO防災FESなど） 	中	実績は多くないものの、防災イベントを今年度から実施し始めるなど、価値に対する意識は強いと推定。
教育水準の向上	<ul style="list-style-type: none"> 校外学習、職業体験の受け入れ 学習塾やスポーツ教育プログラムの展開 大学誘致 	<ul style="list-style-type: none"> 子ども向け運動レッスンの運営 夢スポフェスタ（子供向け運動機会）の開催 スポーツ大会（大学の学校行事）としての利用 親子セミナーの実施 	高	実施活動も多く、指定管理者も、子どもの習い事機能の拡充を念頭に置きながら事業を実施している。
育児水準の向上	<ul style="list-style-type: none"> 保育園、こども園 子ども広場、キッズルーム 	—	低	関連した活動が実施されていないため。
ビジネス・イノベーション	<ul style="list-style-type: none"> オフィス、コワーキングスペースの提供 パートナー企業との実証実験 企業・大学誘致 	—	低	関連した活動が実施されていないため。
共生社会への貢献	<ul style="list-style-type: none"> 障がい者就労支援 共生社会の理解促進のためのイベント 障がい者のスポーツ利用 	<ul style="list-style-type: none"> 体が不自由な人々のための試合観戦環境整備 パラスポーツとのコラボイベント（ホワスポ2023におけるボッチャやパラ★ダンスWSなど） 	中	実績は多くないものの、スポーツを通じた共生社会への貢献に資する活動が行われているため。
環境意識への貢献	<ul style="list-style-type: none"> サーキュラーエコノミーの推進 自然との触れ合いの場の提供 クリーンアップ活動、緑化推進 	—	低	関連した活動が実施されていないため。

重要度が高い社会価値テーマにおける主な実施活動（1/2）

- 「地域経済活性化」では、Bリーグ所属チームのホームアリーナとして稼働することで、域外来場者を呼び込み、地域経済の活性化へ寄与している。
- 「健康促進」では、高齢者や一般大人向けの運動プログラムを多数実施していることに加え、市民のためのアリーナとして、一般団体や個人からも利用してもらうことで、地域住民の健康を促進。

テーマ：地域経済活性化

- 立地が長野駅から遠いため、波及効果としては大きくないと推定されるものの、Bリーグチームのホームアリーナとして試合を開催することで、域外からの来場客獲得に成功

信州ブレブウォリアーズホームゲーム



Copyright © SHINSHU BRAVE WARRIORS . All Rights Reserved

テーマ：健康促進

- 高齢者向けや一般大人向けの運動プログラムが充実
- サブアリーナやテニスコートを中心に、市民による一般利用がされている

運動プログラム



©WHITE RING. ALL rights reserved.

真島健康の集い



©WHITE RING. ALL rights reserved.

重要度が高い社会価値テーマにおける主な実施活動（2/2）

- 「地域コミュニティの強化」では、マルシェの開催や、周辺地区である真島地区と会話を実施し、「真島史跡巡りイベント」や「ましま納涼夏祭り」など、地域住民向けイベントの企画・運営を行うことで地域コミュニティの強化に寄与。
- 「教育水準の向上」では、子ども向けの運動プログラム実施や、こどもの運動機会・観戦機会を提供するイベントを実施することで、非認知能力をはじめとした教育水準の向上を促している。

テーマ：地域コミュニティの強化

- 施設の所在地である、真島地区と綿密に交流しており、真島地区と連携したイベントを市民の声に寄り添いながら実施している
- 地元の名産品を発売する、マルシェがたびたび実施されており、バスケットボール試合でも、多数の名産品がコンコース内で販売されている

真島意見交換会



©WHITE RING. ALL rights reserved.

ましま納涼夏祭り



©WHITE RING. ALL rights reserved.

テーマ：教育水準の向上

- 大人向けと同様に、多数の子供向けレッスンを開催している
- 子どもの運動機会を提供するイベント（夢スポフェスタ）が開催されている上、Bリーグ公式戦でも、子どもが観戦するイベント（KIDS DREAM DAY）を開催している

KIDS DREAM DAY



Copyright © Nagano City. All Rights Reserved.

信州 Brave Warriors アカデミー



Copyright © SHINSHU BRAVE WARRIORS . All Rights Reserved

創出したい成果の確認

- 各テーマにおける創出したい主要成果は「スタジアム・アリーナにおける社会価値活用の手引き*1」を参考にしながら、施設の現状を考慮し定義した。
- ホワイトリングに関しては、整備後20年以上経過している施設であるため、各社会価値テーマの成果が創出した結果、発現する二次的成果についても、ある程度効果が出ていると仮定し、二次的成果である、“地域への愛着・誇り”も主要成果の一つとして定めている。

社会価値テーマ		実施している活動	創出したい主要成果とその受益者	
優先度・高	a 健康促進	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者向け運動・文化プログラムの実施 全世代向け健康プログラムの実施 テニスコートをはじめとした個人利用 	自治体/地域住民	自治体や個人が負担する医療費や介護費が削減されること
	b 地域コミュニティの強化	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民への観戦体験の提供 マルシェの開催 真島地区連携事業（真島史跡巡りイベントなど） 	地域住民	地域の人々の健康寿命が延伸すること
	c 教育水準の向上	<ul style="list-style-type: none"> 子ども向け運動レッスンの運営 夢スポフェスタ（子供向け運動機会）の開催 スポーツ大会（大学の学校行事）としての利用 親子セミナーの実施 	地域住民	子どもたちの協調性ややり抜く力が向上すること
	d 地域経済活性化	<ul style="list-style-type: none"> 学生の合宿誘致・企業利用 プロ興行開催時のアウェー客来場 	自治体	自治体の税収（住民税や法人税）が上昇すること
優先度・中	e 防災体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> 職員向け消防訓練の実施 防災イベントの開催（NAGANO防災FESなど） 	地域住民	地域住民の防災意識が向上すること
	f 共生社会への貢献	<ul style="list-style-type: none"> 体が不自由な人々のための試合観戦環境整備 パラスポーツとのコラボイベント（ホワスポ2023におけるボッチャやパラ★ダンスWSなど） 	地域住民	地域住民の共生社会に対する意識が向上すること
二次的成果	g 地域への愛着・誇り (二次的成果)	—	地域住民/自治体	地域住民自身が、スポーツ施設のハード面・ソフト面を通じて、長野市・長野県への愛着・誇りを実感すること

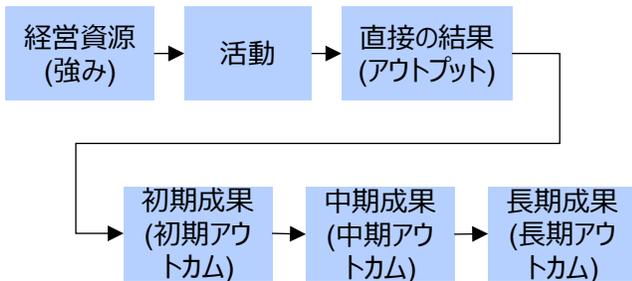
*1 スポーツ庁「令和5年度スタジアム・アリーナが周辺地域に及ぼす経済効果の調査等」を参照

ロジックモデルの作成（例：育児水準の向上）

- 各社会価値テーマの成果と、実施している活動内容を基に、各テーマにおけるロジックモデルを以下の通り作成している。以下のようにロジックモデルを作成し、共通認識を測ることで、後続作業である目指すべき指標の選定も進めやすい上、新たに実施していきたい活動のブラッシュアップ等にも活用することが出来る。（各テーマのロジックモデルはAppendixを参照すること）

●ロジックモデルの定義

- ロジックモデルとは、「もし~こうならば、こうなるだろう」という仮説のもと、資源、活動、直接の結果、成果を繋ぎ合わせたもので、事業が成果を上げるために必要な要素を体系的に図式化したものである。それぞれのロジックは十分な蓋然性を持つものとして作成される。
- 社会価値の可視化フェーズにおいては、定めたアウトカムの候補の中から紐づく活動や資源を体系化することで現在の活動状況を可視化する。

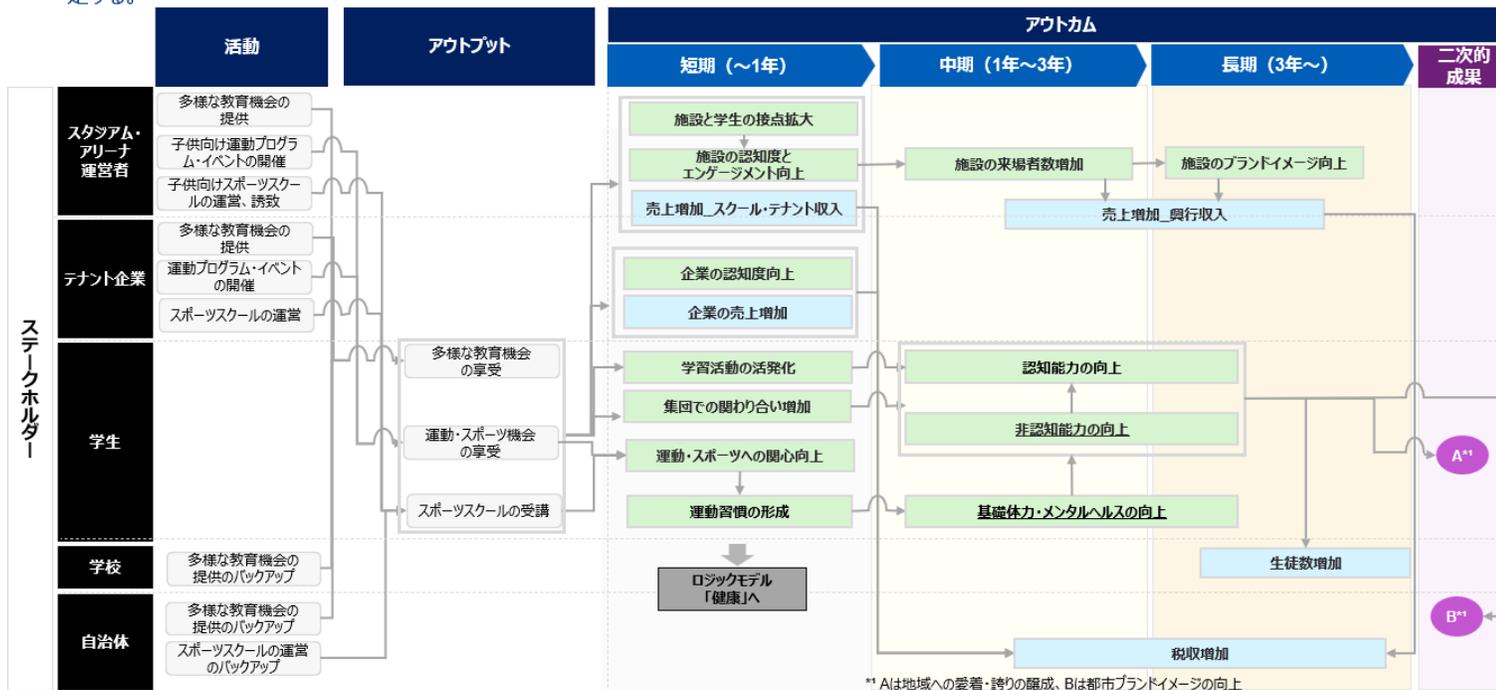


■ロジックモデル（教育水準の向上）

ロジックモデル（教育水準の向上）

主要成果は、「**協調性ややり抜く力が向上すること**」および「**基礎体力/メンタルヘルスが向上すること**」の2つを設定する。

凡例 経済効果（金銭） 公益効果（非金銭）



** Aは地域への愛着・誇りの醸成、Bは都市ブランドイメージの向上

03. 施設が創出する価値の測定方法 検討

指標の選定

- 「スタジアム・アリーナにおける社会価値活用の手引き*1」に記載のテンプレートを参考にした上で、創出したい主要成果、実施している活動等を踏まえ、各テーマの主要成果に対する、結果指標、及びプロセス指標を制定した。
- 結果指標は効果が創出されるまでに一定程度の期間を必要とするものもあるため、一部指標に関しては本実証における定量化対象外としている。

社会価値テーマ	結果指標	プロセス指標	社会価値テーマ	結果指標	プロセス指標		
A: 優先度高	a 健康促進	自己負担/自治体負担医療費や介護費の削減	B: 優先度中	e 防災体制の強化	地域住民の防災意識の向上 (例: 食料・飲料水を備蓄している住民の割合、訓練等参加者率)	施設来場者の防災意識向上 ・ 防災意識の向上に繋がるイベントへの参加者数	
		健康寿命の延伸					・ スポーツ実施率 ・ アリーナの観戦者数 (特にプロスポーツ) ・ アリーナ内の運動プログラム参加者数
	b 地域コミュニティの強化	ソーシャルキャピタル数値		f 共生社会の実現	地域住民の共生社会への意識の向上 (例: 障がい者に対する理解が進んでいると感じる住民の割合)	施設来場者の共生社会への意識向上 ・ 共生社会への貢献に繋がるイベントへの参加者数	
		・ 地域住民の来場割合 ・ スタジアム・アリーナで実施するボランティア活動への参加者数					
	c 教育水準の向上	非認知能力の向上		g 地域への愛着・誇り	地域への愛着・誇り	なし	
		基礎体力の向上					・ 子ども向け運動プログラムの参加者数 ・ 学習体験等子供向けイベントの参加者数
	d 地域経済活性化	税込増加		・ 来場者数 ・ 地元地域外からの来場者数			
		雇用の増加		・ ホワイトリングの運営に従事する自地域在住従業員数 ・ 施設来場前後の消費金額 ・ 施設来場前後の観光実施割合			
					二次的 成果		

*1 スポーツ庁「令和5年度スタジアム・アリーナが周辺地域に及ぼす経済効果の調査等」を参照

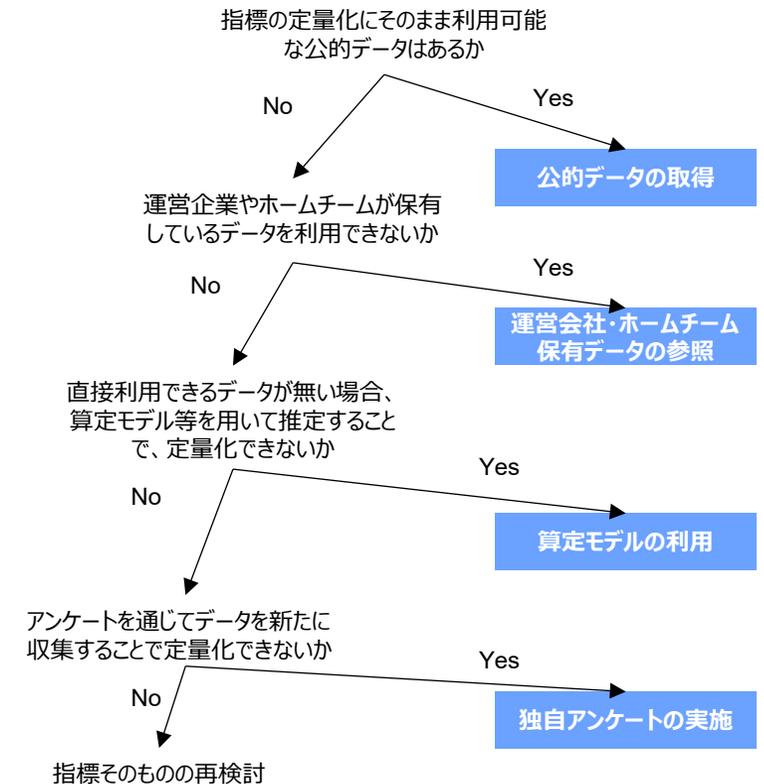
指標の取得方法検討時の考え方

- 今回の実証事業においては、十分な回答が見込まれる来場者との接点チャネルやアンケート調査を行うためのリソースを有していることが確認できたため、公的データや自社保有データのみで十分ではない場合、アンケートを柔軟に用いて指標を取得する方針としている。^{*1}

■ 指標の取得方法検討にあたり必要な確認観点

保有リソースの確認観点		確認結果
ヒト	自組織・各ステークホルダーの人的リソース把握 <ul style="list-style-type: none"> 自組織の人的リソースをどれだけ、社会価値の可視化・定量化・活用に投入できるか。 対応者以外にも、自組織や周辺のステークホルダーにどれだけ協力してもらえる見込みがある人がいるか。 	<ul style="list-style-type: none"> 基本的に実証推進主体側で作業を実施し、適宜確認などを会議・メールベースで実施。 ホームチーム担当者、アリーナ運営事業者の協力は得ることが出来る。
モノ	自組織で保有する情報の確認 <ul style="list-style-type: none"> 自組織で保有している基礎データの内容やそれらを基に、どのようなものが予測推測できそうかの確認。 過去に実施した同様の調査の有無の確認 	<ul style="list-style-type: none"> ホームチームの試合来場者に対するアンケート実施は可能。また、必要であれば、LINEアカウントを通じたアンケート実施も可能。
カネ	投下可能予算の見極め <ul style="list-style-type: none"> 社会価値の可視化・定量化・活用を行うことにどれだけ予算が存在しているか。 	<ul style="list-style-type: none"> アンケートを外部委託する際の予算のみ決定し、1アンケートで質問できる量が30問程度が上限と確認。

■ 指標の取得方法選択の考え方



^{*1} アンケート実施における検討観点の詳細はP28に記載。

指標の定量化手法ごとの取得対象指標

- 各指標の取得方法を以下4つの定量化手法ごとに整理すると以下の通り。

定量化手法 (指標の算出方法)		概要	本実証で取得を行う指標（一部抜粋）	留意事項
1	公的データの取得	各省庁や調査機関がインターネット上に開示している、公的データの活用。	<ul style="list-style-type: none"> （地域経済活性化）来場者数 （教育）基礎体力の向上、非認知能力の向上 	<ul style="list-style-type: none"> あくまで過去集計データを参照する手段であるため、状況が最新でない可能性 対象としたい地域のデータでない可能性（市のデータが欲しいが、県のデータしかない）
2	運営会社・ホームチーム保有データの参照	運営会社やホームチーム興行主が持っている、施設に関するデータの活用。	<ul style="list-style-type: none"> （健康）アリーナの観戦者数 （健康）アリーナ内の運動プログラム参加者数 （地域経済活性化）ホワイトリングの運営に従事する地域在住従業員数 	<ul style="list-style-type: none"> 運営会社・ホームチームとの協力が必要 整備前の段階ではこのやり方は実施不可
3	独自アンケートの実施	自組織保有のプラットフォームや外部の調査会社を活用した、アンケートを実施することによる、施設来場者や地域住民からの意見の活用。	<ul style="list-style-type: none"> （健康）スポーツ実施率 （防災）地域住民の防災意識の向上 （地域コミュニティ）ソーシャルキャピタル （共生社会）地域住民の共生社会への意識の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 施設来場者や地域住民の現状を反映しやすいものの、実施には多くの工数、及び場合によっては高い金銭コストが発生
↓ 上記①~③の手法で取得したデータをインプットとして以下を実施				
4	算定モデルの利用	上記①~③の手法で取得したデータをインプットとして、指標定量化のために検討した数式（算定モデル）に当て込む。	<ul style="list-style-type: none"> （地域経済活性化）税収増加 （健康）自己負担/自治体負担医療費や介護費の削減 	<ul style="list-style-type: none"> 算定モデル作成の前提となる考え方やモデルの作成など、多くの工数が発生する。

社会価値に関する各指標の取得方法 (1/2)

- 指標取得方法の検討方針に従い、各指標の取得方法を以下の通り定めた。

社会価値テーマ	結果指標	結果指標取得方法	プロセス指標	プロセス指標取得方法	
優先度・高	a 健康促進	自己負担/自治体負担医療費や介護費の削減	<ul style="list-style-type: none"> 算定モデルを用いた試算 	スポーツ実施率	<ul style="list-style-type: none"> 長野市公表データの確認 独自アンケートの実施
		健康寿命の延伸	<ul style="list-style-type: none"> 公表データの確認 	アリーナの観戦者数(特にプロスポーツ)	<ul style="list-style-type: none"> 運営会社管理データの確認
	b 地域コミュニティの強化	ソーシャルキャピタル数値	<ul style="list-style-type: none"> 独自アンケートの実施 	アリーナ内の運動プログラム参加者数	<ul style="list-style-type: none"> 運営会社管理データの確認
		c 教育水準の向上	非認知能力の向上	<ul style="list-style-type: none"> 公表データの確認 	地域住民の来場割合
	基礎体力の向上		<ul style="list-style-type: none"> 公表データの確認 	アリーナで実施するイベントへのボランティア参加者数	<ul style="list-style-type: none"> 運営会社管理データの確認
				子供向け運動プログラム・スクールの参加者数	<ul style="list-style-type: none"> 運営会社管理データの確認
				学習体験等子供向けイベントの参加者数	<ul style="list-style-type: none"> 運営会社管理データの確認

社会価値に関する各指標の取得方法 (2/2)

- 指標取得方法の検討方針に従い、各指標の取得方法を以下の通り定めた。
- 税収効果に関しては、長野県が公開している経済波及効果測定ツール上では測定対象外の項目であったため、本実証においては測定対象外としているが、生産誘発額までは算定を実施した。

社会価値テーマ	結果指標	結果指標測定方法	プロセス指標	プロセス指標測定方法
A: 優先度高	地域経済活性化	① 税収増加*1 ② 雇用増加	① 来場者数 ② 地元地域外からの来場者数 ③ ホワイトリングの運営に従事する自地域在住従業員数 ④ 施設来場前後の消費金額 ⑤ 施設来場前後の観光実施割合	① 長野市公表データの確認 ② ホームチーム管理データの確認 ③ 運営会社管理データの確認 ④ 独自アンケートの実施 ⑤ 独自アンケートの実施
	B: 優先度中	防災体制の強化	⑥ 地域住民の防災意識の向上 (例: 食料・飲料水を備蓄する住民の割合、訓練等参加者率)	⑥ 施設来場者の防災意識向上 ⑦ 防災意識の向上に繋がるイベントへの参加者数
C: 二次的成果		共生社会への貢献	⑧ 地域住民の共生社会への意識の向上	⑧ 施設来場者の共生社会への意識向上 ⑨ 共生社会への貢献に繋がるイベントへの参加者数
	地域への愛着・誇り	⑩ 地域への愛着・誇り	⑩ -	⑩ -

04. 施設が創出する価値の定量化

独自アンケート実施に向けた検討事項と本実証における方向性

- どのような質問を誰に対して、どのような方法でアンケートを実施すべきか検討するために、以下論点について長野市と共に検討を実施した。
- 長野市、施設運営企業、及びバスケットボール興行のホームチーム協力の元、施設来場者へアンケートを実施するだけでなく、調査会社と協力し、地域住民向けのアンケートも実施した。

 検討カテゴリ	 主な論点	 本実証における方向性
1 質問対象者	<ul style="list-style-type: none"> • 施設来場者のみか、地域住民にも聞かなく、誰の意見を収集すべきか。 • アンケートの信頼性を担保するために何人分の回答が必要か。 	<ul style="list-style-type: none"> • 施設来場者の中でも主にバスケットボール興行に来場する人々に質問 • 施設に来場したことが無い周辺住民も対象
2 実施方法	<ul style="list-style-type: none"> • アンケートを効率的に回収するために、SNSやメールマガジンなど利用可能な顧客基盤は存在しないか。 • 人流データやAIなどテクノロジーの活用による、効率的な定量化手法が存在しないか。 • 自治体や興行主など、アンケート回収に協力できるステークホルダーはいないか。 	<ul style="list-style-type: none"> • 施設来場者から回答を受領するために、バスケットボール興行開催時にアンケート配布を実施
3 質問内容	<ul style="list-style-type: none"> • 定めている指標の中で、どの指標を計測するために、質問を実施すべきか。 • 定めている指標以外でも、周辺ステークホルダーの利益につながるような質問事項は存在しないか。 	<ul style="list-style-type: none"> • 取得方法としてアンケート実施が望ましい指標に関して質問 • 指標以外にも施設の総合的な満足度や施設の改善点等に関する質問を行う
4 外部委託必要性	<ul style="list-style-type: none"> • アンケートが実施できるリソースが自組織に存在するか。 • 外部委託する場合の金銭面の負担は問題ないか。 	<ul style="list-style-type: none"> • 来場未経験の住民にリーチするために、調査会社が持つ顧客基盤を利用 • 予算等考慮し、30問を質問上限として設定
5 回答者数増加施策	<ul style="list-style-type: none"> • 回答者に対するインセンティブを付与すべきか。（回答者に対するプレゼント等） 	<ul style="list-style-type: none"> • 横展開の可能性を考慮し、今回はインセンティブなどは付与せず実施

独自アンケート実施概要

- ホワイtringへの来場者だけでなく、施設に来場したことが無い方も含めた地域住民から意見を収集するために、以下2つのアンケートを実施する。(質問の大枠は同じだが、質問数制限などにより多少質問は異なる。)
- 各アンケートの目標回答数は回答信頼度95%となる400を目標とした。

	 バスケットボール興行来場者 向けアンケート (略称：来場者アンケート)	 地域住民向けアンケート (略称：地域住民アンケート)
協力組織	株式会社NAGANO SPIRITS (Bリーグ所属チーム 信州ブレイブウォリアーズ運営企業)	外部調査会社
アンケート周知方法	信州ブレイブウォリアーズのホームゲームにて、アンケート用紙を観客全員に配布	調査会社による、モニターへのアンケート発信
主な回答者属性	興行目的でのホワイtring来場者	長野市民 (ホワイtringへの来場未経験者も多く含む)
目標回答数	400	400
アンケート内容*	<ol style="list-style-type: none"> 来場者属性 施設への来場状況 整備による健康への効果 整備による共生社会への効果 整備による防災への効果 整備によるソーシャルキャピタルへの効果 整備による地域への愛着・誇りへの効果 施設のイメージ・改善点 	<ol style="list-style-type: none"> 来場者属性 施設への来場状況 整備による健康への効果 整備による共生社会への効果 整備による防災への効果 整備によるソーシャルキャピタルへの効果 整備による地域への愛着・誇りへの効果 施設のイメージ・改善点 施設が存在することによる定量的な評価

独自アンケートにおける質問内容

- アンケートにおける質問内容としては、本実証で設定している指標を取得するための質問（以下①）に加えて、長野市やホームチームとして、施設を運営する中で生じた、今後の施設運営・興行運営のために明らかにしたい内容（以下②）についても広く聞く質問構成とした。

01

本実証で設定している指標の取得

- 本実証で設定している指標の中で**アンケートによる取得が望ましいとしている指標**があるため、それらを取得する。（以下例）
 - （地域コミュニティ）ソーシャルキャピタル数値
 - （共生社会）地域住民の共生社会への意識
 - （防災）地域住民の防災への意識
 - （健康）スポーツ実施率
 - （二次的成果）地域への愛着・誇り

02

施設運営の中で明らかにしたいものの取得

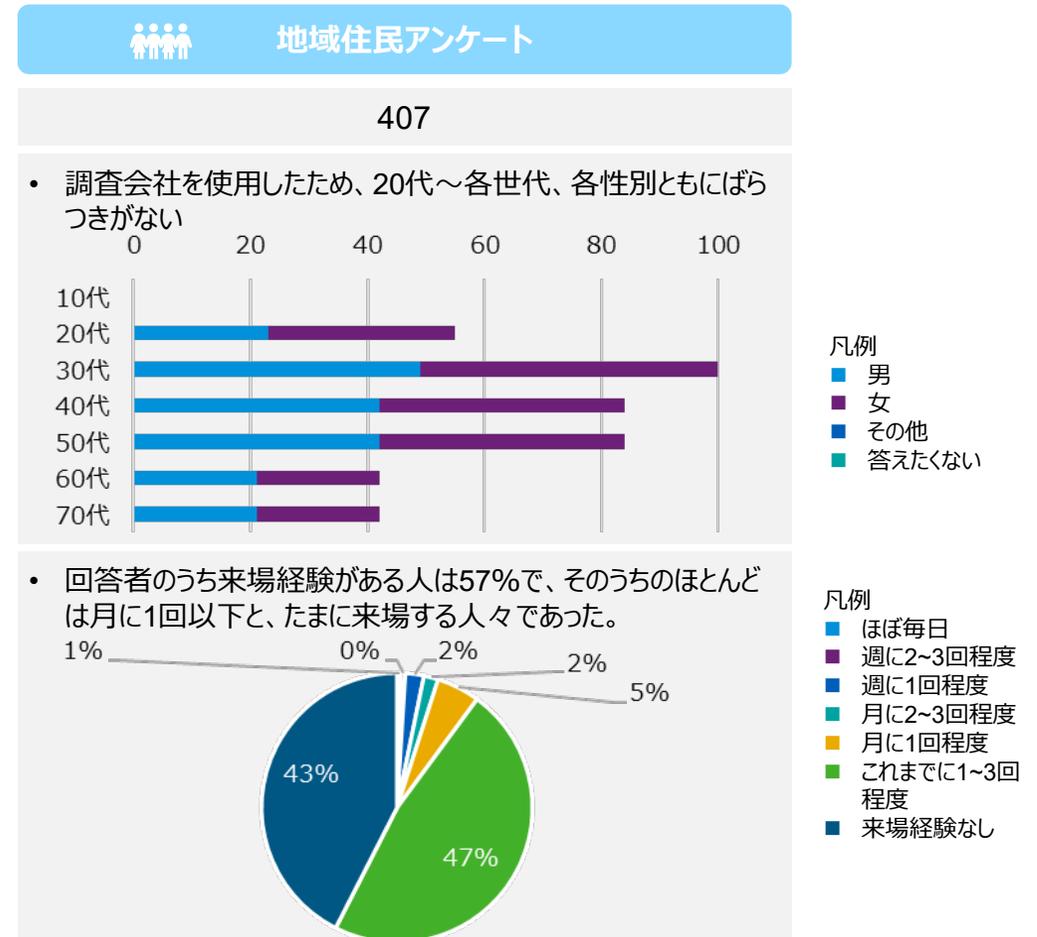
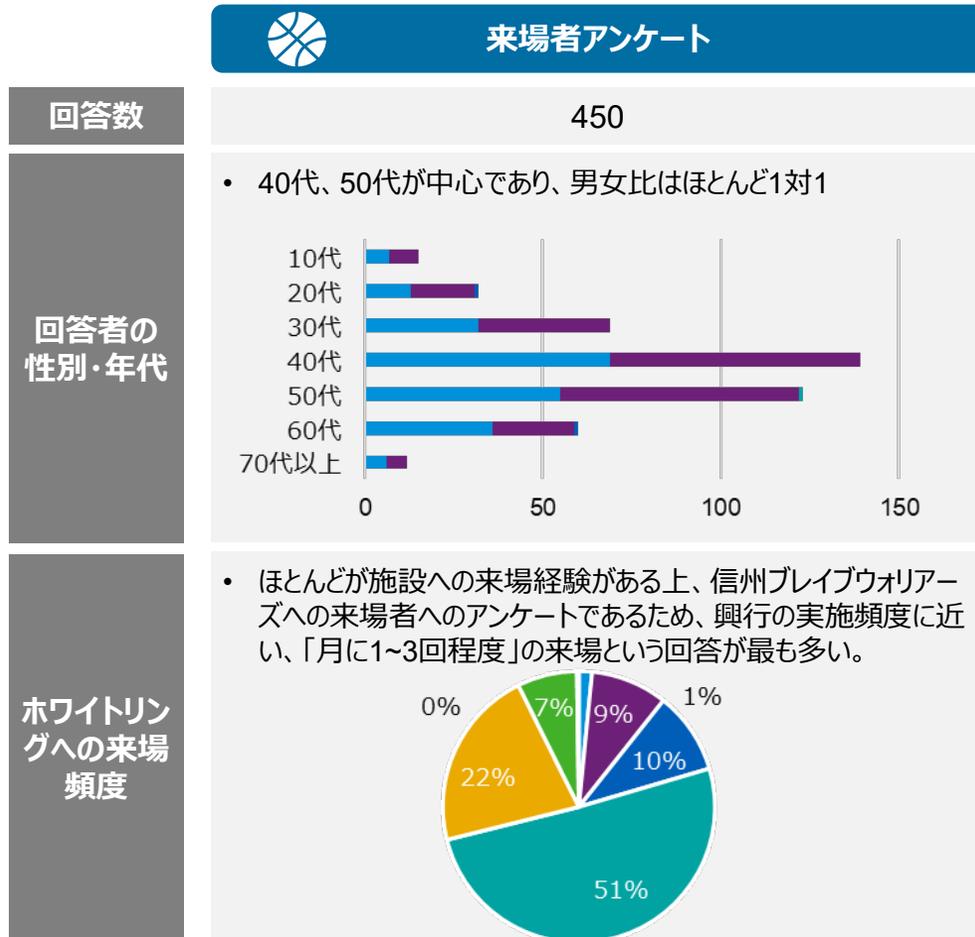
- **周辺住民へのネガティブな影響が想定されるもの*1（以下例）**
 - 周辺地域住民が感じる渋滞への影響
 - 周辺地域住民が感じる騒音への影響
- **ホワイトリングに対する地域住民のイメージ**
- **ホワイトリングに対して求める施設機能**
- **施設整備による全体的な満足度**
- **施設の金銭的な価値（WTP*2）**

*1 スポーツ庁「令和5年度 スタジアム・アリーナが周辺地域に及ぼす経済効果の調査等事業報告書」のP79~P85にネガティブ影響の詳細については記載されているため要参照

*2 WTPとはWillingness to Payの略で日本語では、支払意思額と訳される。意味としては、顧客が商品やサービスに対して、「この金額までなら払える」と感じる金額のことである

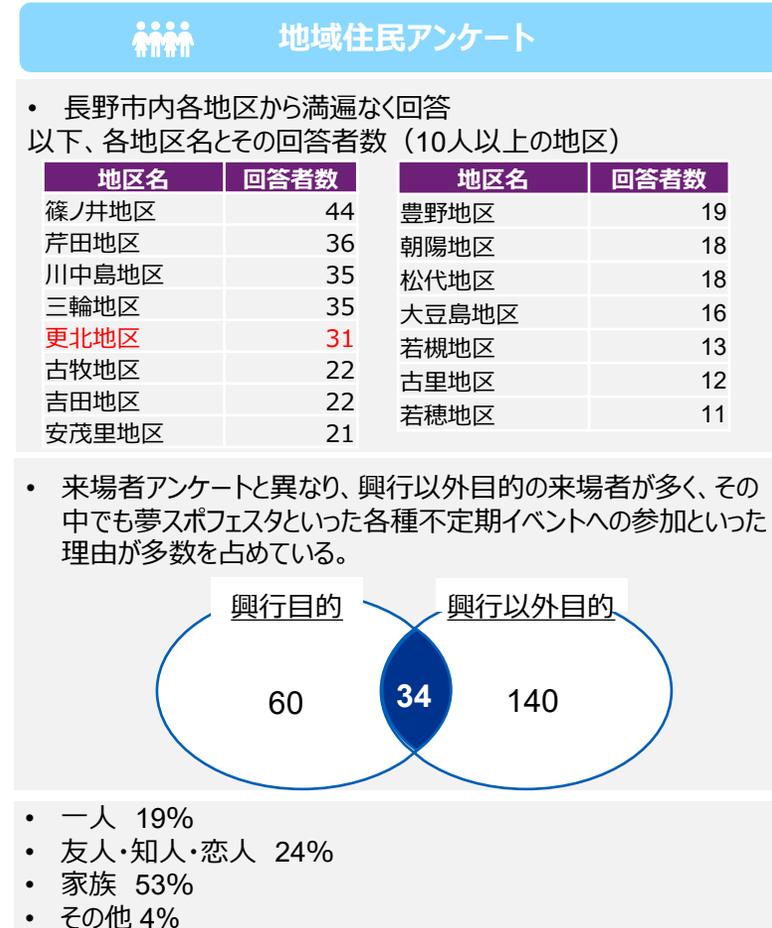
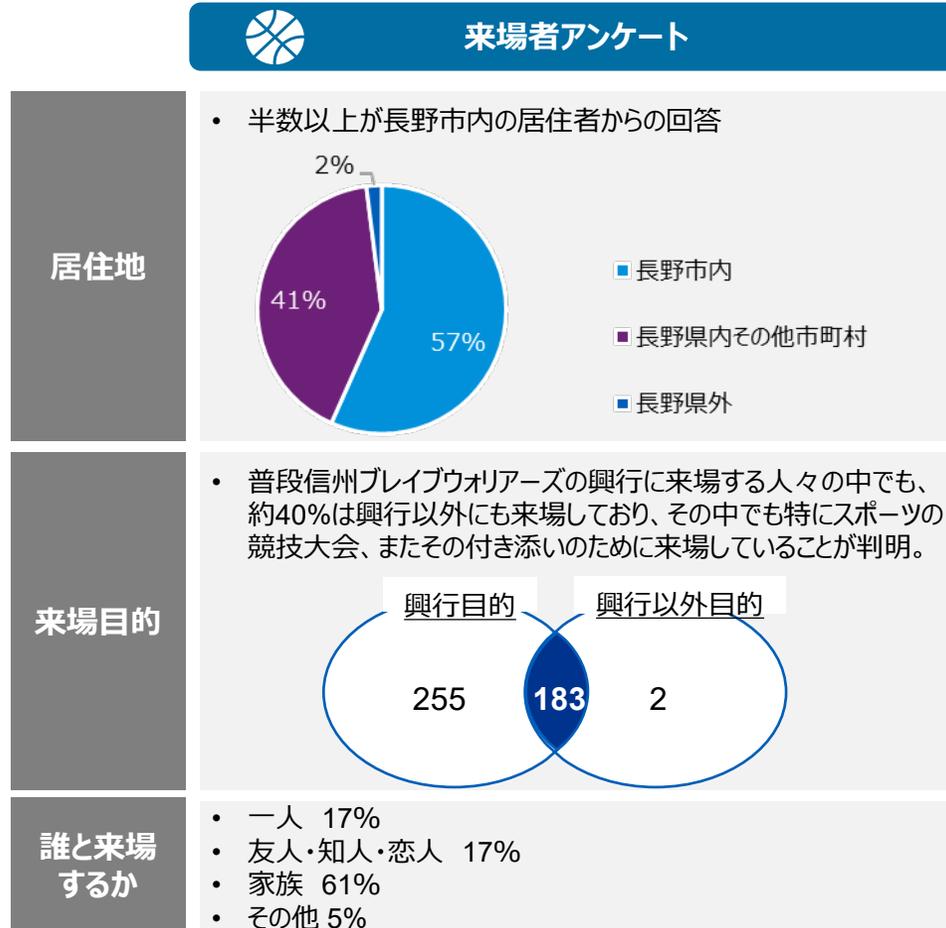
アンケートの実施結果概要 (1/2)

- 来場者アンケートはバスケットボール興行への来場者が回答するため、興行の頻度と同じく、月に数回来場する人が多い。
- 地域住民アンケートは調査会社を利用したため、性別・年代に偏りがなく、回答者の43%はホワイトリングに来場したことが無い。また、来場経験がある回答者のほとんどは、月に一回以下とたまに来場する人々であった。



アンケートの実施結果概要 (2/2)

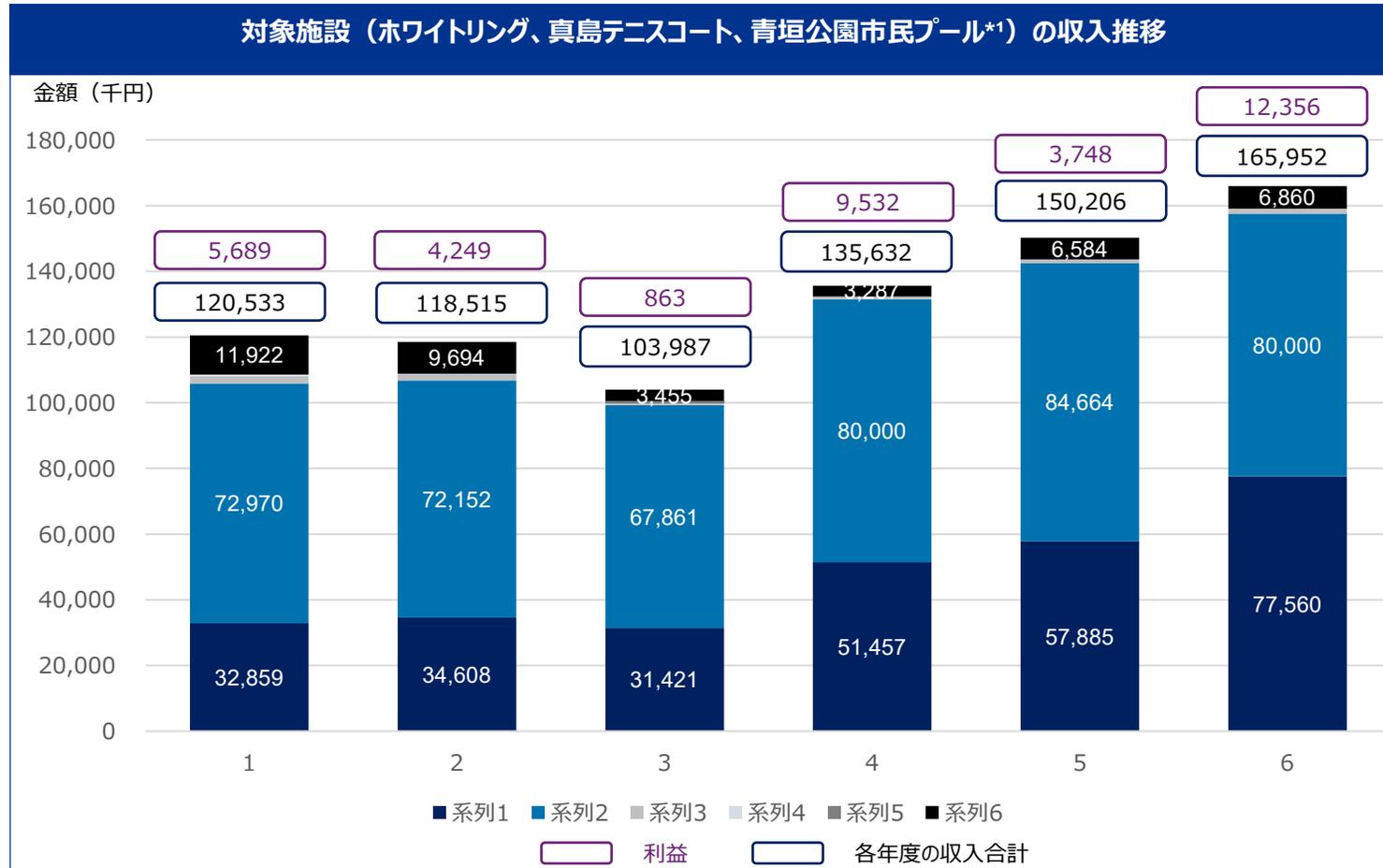
- 来場者アンケートにおける回答者の半数以上は長野市内からの来場者であり、回答者の約42%はバスケット公式戦といった興行目的の来場に加えて、スポーツの競技大会やその付き添い等といった興行以外の目的でも来場している。
- 地域住民アンケートにおける回答者は長野市内各地区に居住し、施設の近隣地区である更北地区からは31名が回答。また、来場者アンケートとは異なり、興行目的以外の目的の来場者が多く、夢スポフェスタといった不定期イベントに多く参加していることがわかった。



凡例：
📍 ホワイトリング所在地
📍 周辺の地区

財務価値 — 収入・利益の定量化

- ホワイトリングの財務価値として、付帯施設を含めたホワイトリングの収入・利益額を以下の通り記載している。
- Bリーグ興行による収入増加などもあり、収入に関しては増加傾向であり、令和5年度は収入、利益ともに直近6年間の中で一番高い数字となっている。



Bリーグ興行による収入増加などもあり、コロナ後、利用料金収入は上昇している。令和3年度と比較した場合でも、令和5年度は51%利用料金収入が上昇した。

令和3年度以降は青垣公園市民プールとの一体運営になったため、増加しているが、基本的には年間8千万円程度指定管理料が長野市から支払われている。

a. 健康促進 – 各指標の定量化

- ホワイtringでは、各種競技大会やテニスコート、サブアリーナでの個人開放だけでなく、各種運動プログラムの実施や、Bリーグという観るスポーツの開催などが、地域住民の健康促進に好影響を与えていると考えられる。
- 試算の結果、ホワイtringで実施されている活動の効果として、自治体・及び住民負担の医療費を年間2,177万円削減出来ていると算出された。今後も更に市民の健康寿命の延伸に寄与し、医療費や介護費の削減を目指していくべきと考えられる。



健康促進テーマの活動・指標

■ 主な活動

- 高齢者向け運動・文化プログラムの実施
- 全世代向け健康プログラムの実施
- テニスコートをはじめとした個人利用

運動プログラム（シルバー体操）



©WHITE RING. ALL rights reserved.

バスケットボール興行観戦者数は

108,818人

大人向け運動プログラムへの参加者数は年間

4,077人

アリーナの観戦者数
運動プログラムへの参加者数

- バスケットボール興行観戦者数は2023-204シーズンにおけるホワイtringでの信州ブレイブウォリアーズ公式戦観客数の合計
- 運動プログラムへの参加者数は運営会社が保有する令和5年度の数値を参照

プロセス指標

ホワイtringで実施される運動や観戦体験により、長野市のスポーツ実施率

を**0.17%**向上させている

スポーツ実施率

- ホワイtringでの運動プログラム実施状況や観戦体験がスポーツ実施に与える影響調査より、スポーツ実施率を算定

プロセス指標

長野県の健康寿命は

男性 **81.0歳**

女性 **84.9歳**

健康寿命の延伸

- 公益財団法人 国民健康保険中央会が公表している、令和6年8月時点における、長野県民の平均自立期間を参照*1

結果指標

年間**2,177万円**の削減効果が発生

医療費や介護費の削減

- ホワイtringが存在することによる、スポーツ実施の影響によって、どれだけ医療費が削減するか試算

結果指標

*1 出所: : 公益財団法人 国民健康保険中央会 「平均自立期間・平均余命 都道府県一覧 (令和4年統計情報分)」

a. 健康促進 – スポーツ実施率の算定

- 健康促進テーマにおけるプロセス指標であるスポーツ実施率に関して、ホワイトリングが存在し、見る、するスポーツが実施されることによる、スポーツ実施率への影響を市民アンケートやスポーツの実施状況等に関する世論調査、ヒアリングを参考に以下の通り算定したところ、0.17%のスポーツ実施率（合計622名）向上に寄与していることが分かった。

	スポーツ観戦による影響	大人向け運動プログラムへの参加による影響	大人向け競技大会参加による影響
算定方針	<ul style="list-style-type: none"> 信州ブレイブウォリアーズアンケート結果より、バスケット観戦によりスポーツ実施を新たに始めた人の総数について確認。 アンケート結果より、上記数の6割が長野市民であると仮定し計算を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> 大人向け運動プログラムの年間参加者数4,077人からネット参加者数を推計する。 ネット参加者数からホワイトリングが存在しない場合、スポーツ実施を辞めてしまう人々の数を推計する。 	<ul style="list-style-type: none"> 大人向け競技大会の年間参加者数を大会実施数から推計する。 施設がなくなり、大会がなくなることで、競技大会参加者数の5%が、スポーツ実施を辞めてしまうと仮定して、スポーツ実施への影響を推計する。
算定途中式	<ul style="list-style-type: none"> 新たにスポーツ実施を始めた人の総数 600人 <ul style="list-style-type: none"> ▶ ホワイトリングでの公式戦来場者数が10.9万人、ネット来場者数は上記の10%と仮定 ▶ そのうち大人は約半分と仮定 ▶ 観戦者の約11%が新たに運動を始めたと回答したため、その割合を大人のネット来場者数に乗算 上記のうち、長野市民の数 360人 	<ul style="list-style-type: none"> ネット参加者数 204人 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 平均すると、各個人が、定期的なプログラムに年20回、参加していると仮定 ホワイトリングがないと辞めてしまう割合 4割 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 人々がスポーツを行うことの阻害理由についての調査*1を確認した上で、ホワイトリングという立地からあまり代替の運動施設は多くないと仮定 	<ul style="list-style-type: none"> 競技大会ネット参加者数 3,600人 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 地域住民の参加が想定される、県大会レベルまでの大人向け競技大会の開催数は12回 ▶ 各競技大会への参加者数は300人と推定 ▶ ネット参加者数は総参加者数と同数 ホワイトリングでの大会消滅により辞めてしまう人々 180人
算定結果	<ul style="list-style-type: none"> 運動実施に繋がっている人数 360人 スポーツ実施率への影響 0.1000% <ul style="list-style-type: none"> ▶ 長野市人口を36万人とし、スポーツ実施の割合に変換 	<ul style="list-style-type: none"> 運動実施に繋がっている人数 82人 スポーツ実施率への影響 0.0227% <ul style="list-style-type: none"> ▶ 左記同様 	<ul style="list-style-type: none"> 運動実施に繋がっている人数 180人 スポーツ実施率への影響 0.0500% <ul style="list-style-type: none"> ▶ 左記同様



長野市のスポーツ実施率への影響は0.17%
(小数点以下3桁を四捨五入)

*1 出所：文部科学省「令和5年度スポーツの実施状況等に関する世論調査（別紙）」> ○週1日以上運動・スポーツ実施の阻害要因について

a. 健康促進 – 医療費・介護費の削減への影響

- 各スポーツ施設がスポーツを「する」機会や「観る」機会を提供することにより、市民へ健康増進の効果をもたらすことは多くの研究により証明されている。ここで、当該研究より、長野市のスポーツ施設が健康増進に与える効果を金額ベースで換算すると、推定ではあるが下記のとおり算定された。

運動・スポーツを通じた健康づくりによる社会保障費への効果エビデンス

- 運動・スポーツによる健康増進効果は、多くの研究によって証明されており、具体的には、習慣的なスポーツや運動は、生活習慣病やフレイルの予防・改善効果、また精神健康度を高めたりする効果があるとされる。
- スポーツ庁による「スポーツを通じた健康づくりによる社会保障費の効果検証のガイドライン」では、過去の論文レビューを行い、運動・スポーツプログラムへの長期間（おおよそ2年間）の参加には、医療費適正化効果があることが示唆された。
- 当ガイドラインでは、日本の医療保険制度下で効果を検証した論文に限定して適正化額を計算すると適正化額の平均値は**1人当たり年間3.5万円**（最小0.1万円～最大25.4万円、中央値は2.0万円）の**効果**があったとされている。

令和5年度 Sport in Life 推進プロジェクト
スポーツ実施率の向上に向けた総合研究事業
(スポーツによる社会課題解決推進のための政策に資する研究)

【報告書】

スポーツを通じた健康づくりによる
社会保障費の効果検証のガイドライン

株式会社つくりエルネスリサーチ
令和6年3月31日

ホワイトリングの存在による、
長野市（市民自己負担分も含む）の
医療費削減額は

年間2,177万円

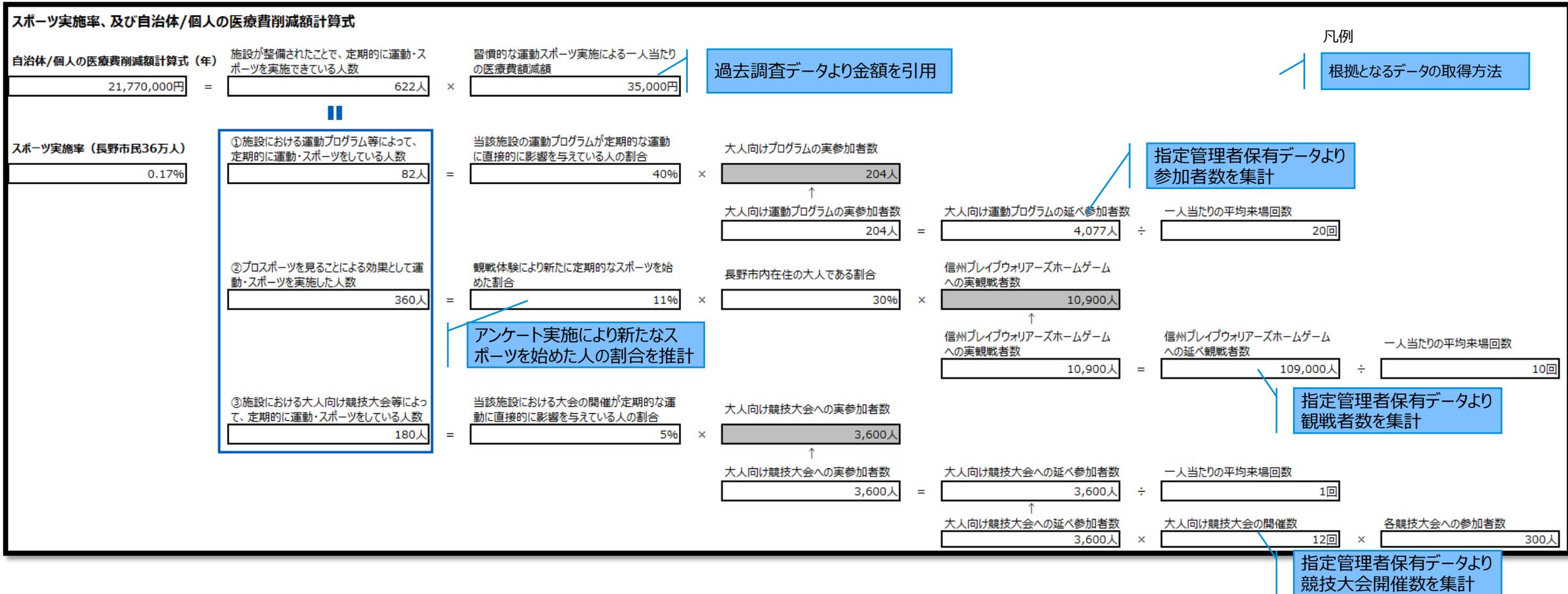
（前頁より、ホワイトリングが存在すること
によるスポーツ実施者は622名と推定。）

左記計算結果の留意事項

- 左記計算は、スポーツ施設が健康に与える効果の1つであり、他にも下記の効果が挙げられ、これらを加味すると、**スポーツ施設が提供する健康の価値はより高く推定される可能性がある。**
 - ①介護費**：運動がもたらす金銭的価値の影響は介護費の方が高くなる。左記論文レビューでは、母集団は少ないが、介護給付費抑制額は1人当たり年間25.9万円～29.1万円。
 - ②子どもがするスポーツ**：子どもがスポーツをすることにより、肥満の抑制などの健康に与える影響は大きい。
 - ③スポーツ実施頻度の向上**：上記622名はスポーツ実施を新たに始めた人を対象にしており、施設の存在によって、実施頻度が上がった人の効果は対象外としている。
- 上記あてはめにおいては、簡便的にガイドラインで示されている平均値を用いているが、各自治体の人口動態等により金額は異なるため、**本来はガイドラインに従い各自治体で効果検証を行うことが望ましい。**

(参考) a. 健康促進 – スポーツ実施率/医療費削減額の算定過程

- スポーツ実施率・医療費削減額を算定するために以下のような算定モデルを作成した。
- 算定の結果、スポーツ実施率としては0.17%、自治体/個人の医療費削減額としては年間2,177万円程度の効果があった。



b. 地域コミュニティ – 各指標の定量化

- ホワイトリングにおける、地域住民へのスポーツ観戦機会提供に加え、マルシェの開催や近隣地区である真島地区住民向けのイベントは地域コミュニティの形成に影響を与えていると考えられる。
- 結果として、社会資本の強さを表すソーシャルキャピタルに関する質問をアンケート結果では、施設来場者を対象としたアンケート結果の方が、地域住民アンケートの結果に加え、肯定的な回答をする人々が多かった。



地域コミュニティテーマ の活動・指標

■ 主な活動

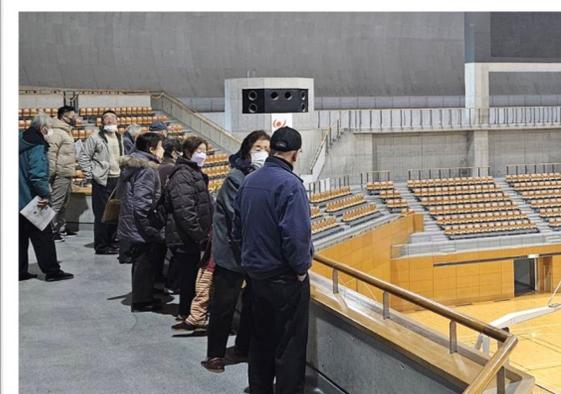
- 地域住民への観戦体験の提供
- マルシェの開催
- 真島地区連携事業（真島史跡巡りイベントなど）

よってけや真島（農産物直売イベント）



©WHITE RING. ALL rights reserved.

真島地区住民施設見学



©WHITE RING. ALL rights reserved.

ボランティア参加者数は
59人

アリーナ内活動に対
するボランティア活動
への参加者数

- ホワイトリングにて実施される、主要な自主事業イベント*に対するボランティア参加者数

プロセス指標

長野市民のうち
約**57%**がホワイトリング
への来場経験がある

地域住民の
施設来場割合

- 地域住民アンケートより、過去にホワイトリングに来場したことがある長野市民の割合を参照

プロセス指標

ソーシャルキャピタルに関する質問に対して、施設来場者の方が、地域住民全体の値と比較して最大、

1.9倍肯定的
な回答を行っている

ソーシャルキャピタル
の向上

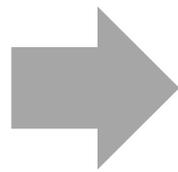
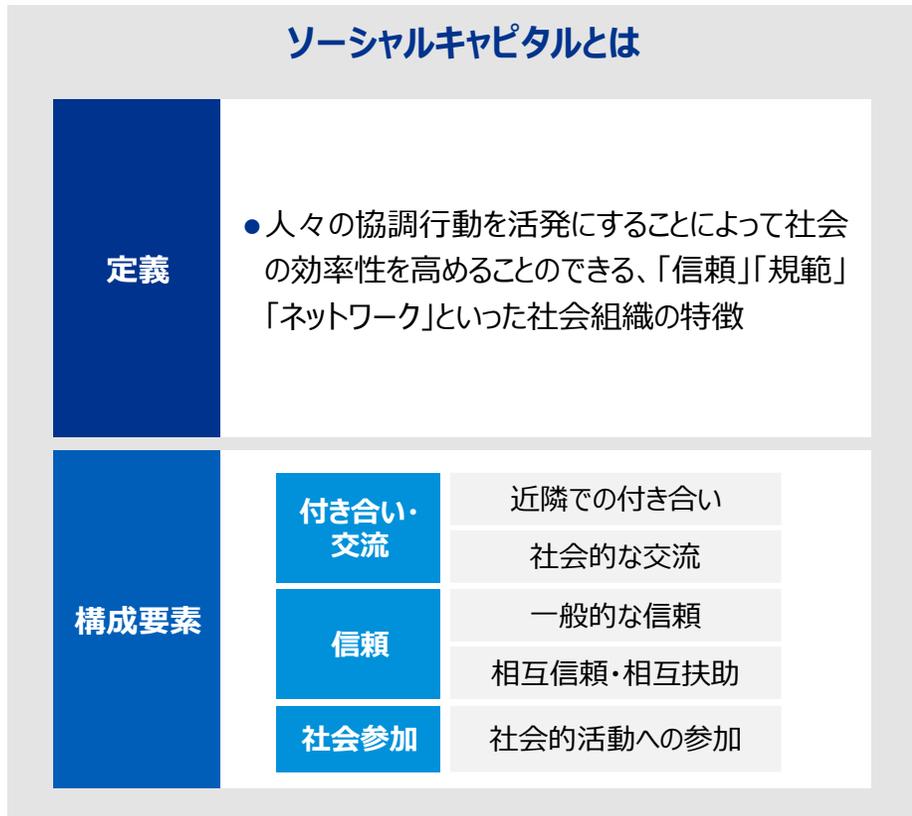
- 各アンケートにて、ソーシャルキャピタルに関する質問を実施（詳細に関しては次ページに記載）

結果指標

*「100人健康体操」や「夢スポフェスタ」、「地域美化活動」に対して地域の中学校や地元企業の方がボランティアとして参加

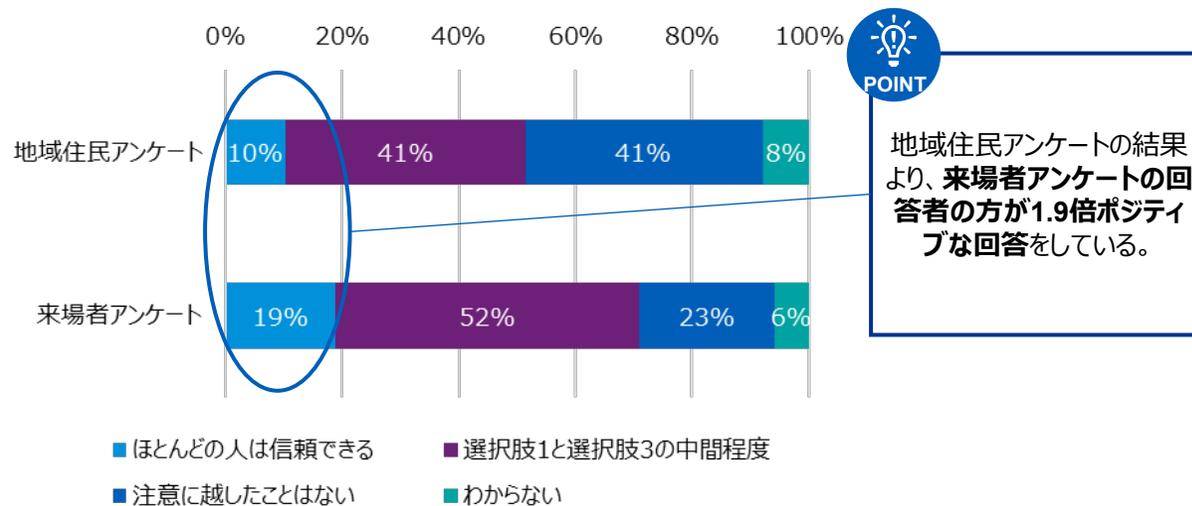
b. 地域コミュニティ – ソーシャルキャピタル数値

- 本事業では、長野市における地域コミュニティの強さを表す指標として「ソーシャルキャピタル」という社会関係資本とも呼ばれる指標を採用している。
- ソーシャルキャピタルの各要素に関してアンケートを実施することで、地域住民アンケートより来場者アンケートの方がよりポジティブな回答が多い、すなわち、施設に来場したことがある人の方が来場経験がない人と比べて、総じてポジティブな回答をしていることが分かった。



アンケートにおいて、各構成要素に関する質問を実施

【一般的な信頼】
Q:一般的に人は信頼できると思いますか。最もあてはまるものをお選びください。



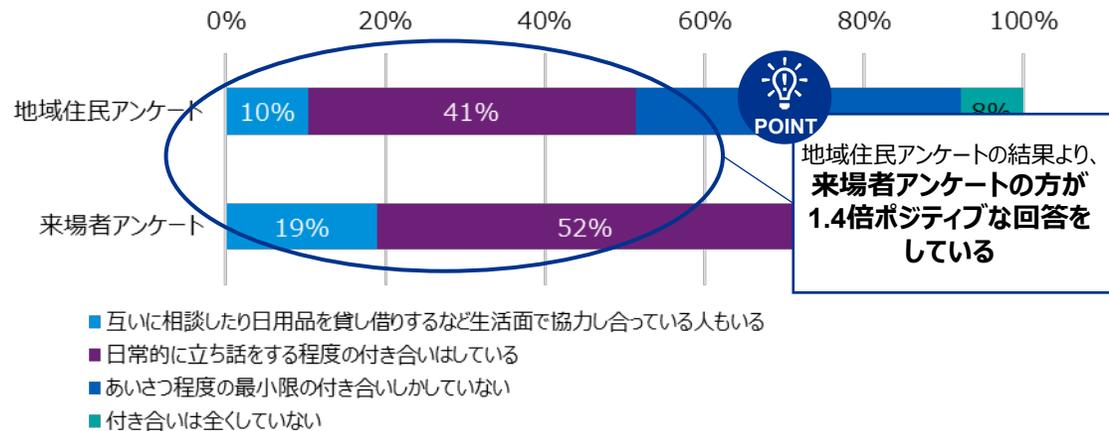
他の質問の回答は次ページに記載

(参考) b. 地域コミュニティ – ソーシャルキャピタルに関する定量結果

- 他4つの質問に関しても、地域住民アンケートより来場者アンケートの方がよりポジティブな回答が多い、すなわち、施設に来場したことがある人の方が来場経験がない人と比べて、総じて1.3~1.4倍ポジティブな回答をしていることが分かった。

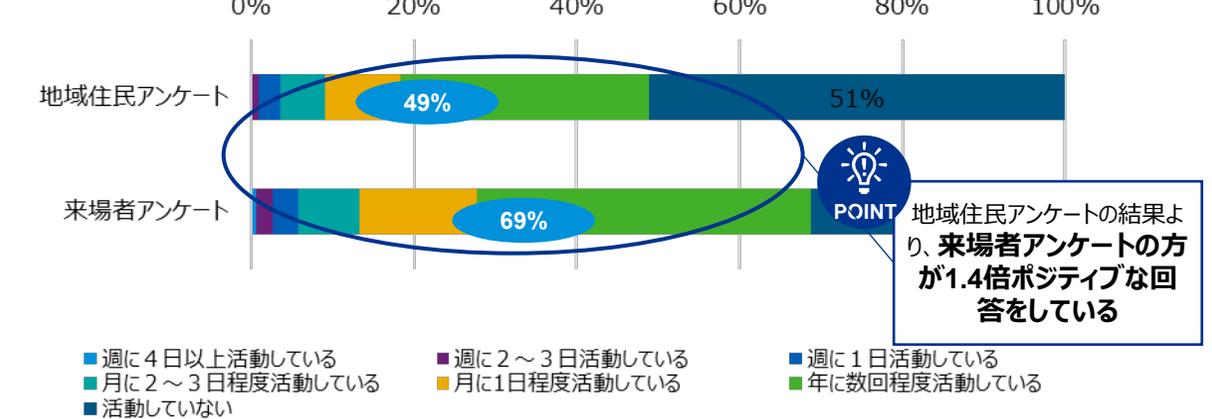
【近隣での付き合い】

ご近所の方との程度付き合いをしていますか。



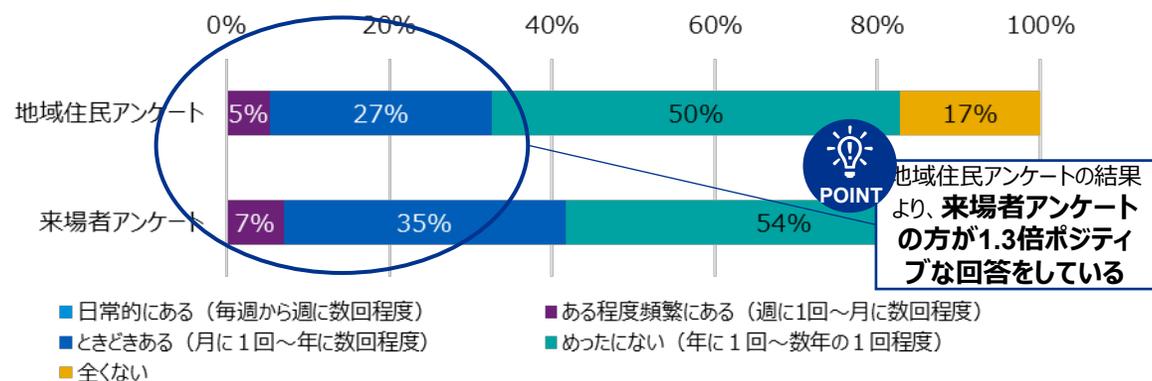
【社会的活動への参加】

地縁的な活動（自治会・町内会など）をどの程度実施していますか。



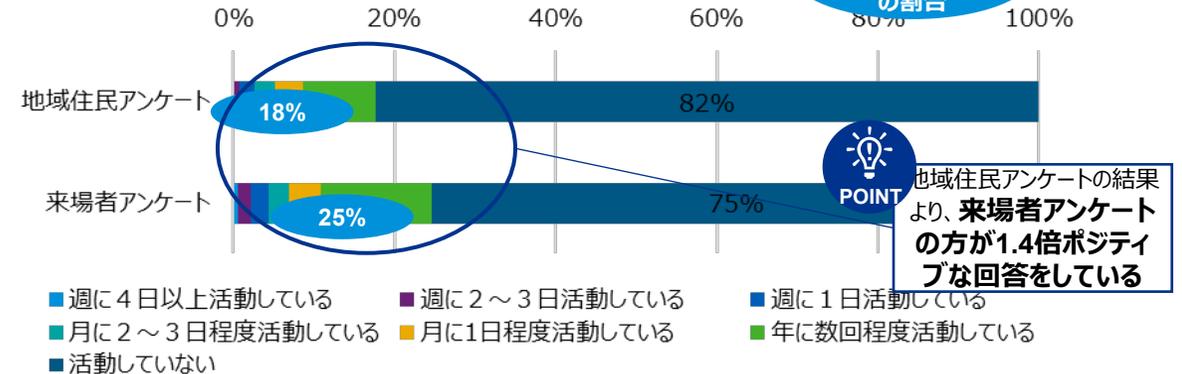
【社会的な交流】

友人・知人とどの程度学校や職場以外で関わりますか。



【社会的活動への参加】

ボランティア・NPO・団体活動をどの程度実施していますか。



c. 教育水準の向上 – 各指標の定量化

- ホワイトリングにて、子供向け運動レッスンや各種イベントが実施され子供たちが参加することで、基礎体力・メンタルヘルスの向上、及び非認知能力の獲得に繋がると考えられる。
- 長野市の非認知能力に関しては、全国学力・学習状況調査より、非認知能力（社会情動的スキル）に関わる質問の回答結果と全国平均を比較することで、非認知能力の大きさを確認した。基礎体力に関しては、長野県のデータにはなるが、全国平均を上回っているため、更なる向上が期待される。



教育水準向上テーマ の活動・指標

■ 主な活動

- 子ども向け運動レッスンの運営
- 夢スポフェスタ（子供向け運動機会）の開催
- スポーツ大会（大学の学校行事）としての利用
- 親子セミナーの実施

夢スポフェスタ



©WHITE RING. ALL rights reserved.

参加者数は
9,703人
(そのうち夢スポフェスタへの参加は130人)

学習体験含む、子供向けイベントの参加者数

- Kids Dream Day、夢スポフェスタ2024の参加者
- 夢スポフェスタは来場者数ではなく、参加者数を記載
- Kids Dream Dayは二回開催し、1回目5,000人、2回目4,573人来場

プロセス指標

参加者数は
4,273人

子供向けスクール・運動プログラムの参加者数

- フットサル・チアダンス・ブレイクダンス・バスケットボール等、主に子どもを対象としている運動プログラムの令和5年度延べ参加者数*1

プロセス指標

長野県の基礎体力は全国平均と比較すると、**総合的に上回った（全国18位）**
(小学生男子、中学生男女は上回るが、中学生女子は下回る)

基礎体力の向上

- 国が実施し、長野県が公表している、令和6年度 全国体力・運動能力・運動習慣調査の結果を参照
- 小学生男子は全国17位、女子は29位、中学生男子は12位、女子は22位

結果指標

全国平均と比較し、**小学生は全国平均と同等または上回るが、中学生は下回っている**と想定される

非認知能力の向上

- 長野市が公表している、令和6年度 全国学力・学習状況調査内の児童生徒質問調査の結果より非認知能力の現状を確認
- 次ページに詳細を記載

結果指標

c. 教育水準の向上 – 長野市における非認知能力

- 長野市在住の児童の非認知能力を全国学力・学習状況調査内の児童生徒質問調査の結果より確認している。
- 現状、非認知能力に関する全10質問のうち、小学生は全国平均を5つの質問で上回り、中学生は1つのみ上回る結果となっているため、今後は特に中学生年代の非認知能力を向上させていく必要がある。

長野市における非認知能力の状況

全国平均を100とした時における長野市の肯定的な回答の割合

非認知能力 (社会情動的スキル)とは	3観点	質問内容	小学校	中学校
非認知能力には様々な定義があるが、例えば、社会情動的スキルは、健康と幸福、学業成績、仕事のパフォーマンスなど、人生の重要な成果を支える能力のことで、構成要素として、自制心、レジリエンス、協働性、社交性、好奇心の5つに分類できる。	みらい	(29) これまでに受けた授業で、自分の考えを発表する機会では、自分の考えがうまく伝わるよう、資料や文章、話の組立てなどを工夫して発表していましたか	99	105
		(30) これまでに受けた授業では、課題の解決に向けて、自分で考え、自分から取り組んでいましたか	101	99
		(31) これまでに受けた授業では、各教科などで学んだことを生かしながら、自分の考えをまとめる活動を行っていましたか	102	99
		(35) 授業で学んだことを、次の学習や実生活に結びつけて考えたり、生かしたりすることができますか	103	98
		(38) 総合的な学習の時間では、自分で課題を立てて情報を集め整理して、調べたことを発表するなどの学習活動に取り組んでいますか	94	99
	きずな	(33) 学級の友達との間で話し合う活動を通じて、自分の考えを深めたり、新たな考え方に気付いたりすることができますか	99	97
		(37) 授業や学校生活では、友達や周りの人の考えを大切に、お互いに協力しながら課題の解決に取り組んでいますか	98	100
		(40) 学級活動における学級での話し合いを生かして、今、自分が努力すべきことを決めて取り組んでいますか	101	96
	じりつ	(20) 分からないことや詳しく知りたいことがあったときに、自分で学び方を考え、工夫することはできていますか	103	100
		(34) 学習した内容について、分かった点や、よく分からなかった点を見直し、次の学習につなげることができていますか	100	98

d. 地域経済活性化 – 各指標の定量化

- ホワイtringの存在は以下結果が記載されている通り、スポーツ興行をはじめとした活動の実施により、長野市における消費、雇用の創出、及び税収増加に繋がっていると考えられるが、施設来場者数、またその中でも自地域外からの来場者数を増加させていくことで、経済波及効果・雇用効果・税収効果を今後も向上させていく必要がある。



地域経済活性化 テーマの活動・ 指標

■ 主な活動

- 学生の合宿誘致・企業利用
- プロ興行開催時のアウェー客来場

企業によるレクリエーションイベント



©WHITE RING. ALL rights reserved.

施設来場者数は
207,481人

地元地域外からの
来場者数は
8,700人

施設来場者数・ 地元地域外からの来 場者数

- 施設来場者数は令和5年度のアリーナ入場者数を参照*1
- 地元地域外からの来場者数に関しては、施設全体の域外来場者は不明のため、バスケットボール興行観戦における域外来場者数を記載

プロセス指標

来場前後における一人当
たり消費額は
1,993円

来場前後に観光地での観
光活動を行う人は
施設来場者の**7%**

来場前後の消費額・ 観光実施割合

- 来場者アンケートにて、来場前後における消費有無、及びその消費金額を確認
- 同じくアンケートにて、施設来場前後における、観光の実施有無を確認

プロセス指標

ホワイtring及び付帯施
設を運営するために

46名
の市内在住者を雇用

ホワイtringに従事 する自地域在住従業 員数

- ホワイtring及びテニスコートやプールをはじめとした付帯施設を運営するために、雇用している令和5年度の職員数を参照

プロセス指標

94名

雇用の増加*1

- ホワイtringにて創出される経済効果によって、誘発される生産額を達成するために必要な従業員数を経済波及効果測定ツールを用いて試算（自営業主、家族従事者等も含む）

結果指標

生産誘発額は
779,087
千円

生産誘発額

- ホワイtringで実施される1年間の活動をもとにした生産誘発額
- 税収効果測定を行うツールが公開されていなかったため、税収効果の算出は割愛

結果指標

*1 出所：長野市「令和5年度指定管理者適用施設モニタリング評価調書」

*1長野市内ではなく、長野県内の雇用増加数

d. 地域経済活性化 – 雇用・税収効果含めた経済波及効果の測定方針

- 雇用数や税収効果を計測するために、本実証においては、経済波及効果の算定を実施する。
- 運営段階における経済波及効果を測定するため、今回は建設投資額を省いた上で、長野県の経済波及効果測定ツールを用いて算定する。

スタジアム・アリーナにおける経済効果の構成要素		一般的な算定方法		計測方針	
① 直接効果	建設投資額 スタジアム規模（延床面積）、建設単価からスタジアムの想定建設投資額を試算	施設のスペックに応じて試算	スタジアム規模（延床面積）、建設単価からスタジアムの想定建設投資額を試算	試算対象外	施設が実施している日々の活動を評価する指標として、建設投資額は適さないため。
	イベント関連消費額 想定客数や各イベントの開催回数・平均消費単価（商業施設での消費含む）などを推計し、想定年間消費額を試算		想定客数や各イベントの開催回数・平均消費単価（周辺施設含む）などを推計し、想定年間消費額を試算		実データと予測値を用いて試算
② ③ ⑤ 経済波及効果	②第1次波及効果（生産誘発効果） 直接効果（建設投資や運営段階における来場）に起因して新たに誘発された光熱費消費や修繕費用、警備費用などへの効果の試算	各自治体発行の産業連関表を用いて計算	各自治体が公表する、産業連関表を用いて、直接効果から生じる生産誘発額を計算する	長野県の産業連関表を用いて試算	長野県の経済波及効果測定ツールを用いて、計算する。
	③第2次波及効果（生産誘発効果） ②によって生じた、雇用者所得の増加分の内、一定金額が新たに消費に利用されることに起因して誘発される効果（スタジアム・アリーナに関わらない、一般的な消費）の試算		産業連関表上を用いて、雇用所得を計算した上で、平均消費性向などから消費額を計算、その後2次波及効果を同様の方法で計算する		
	④就業誘発人数 スタジアムの建設・運営から誘発されて増加する域内の雇用（就業）数の試算		1次、2次波及効果によって生じる生産額をもとに、産業連関表上を用いて計算する		
	⑤税収等効果 スタジアムの運営から発生する新たな税収額の試算		算出したい税金によって異なるが、実効税率などを用いて計算する（詳細割愛）		
				試算対象外 （税収効果については公表されている長野県の経済波及効果測定ツールでは算定ができないため。）	

d. 地域経済活性化 – イベント関連消費額（需要増加額）の算出前提

- 経済波及効果の元となる、ホワイトリングにおけるイベントの関連消費額（＝需要増加額）の算出対象は以下の通り。
- ホワイトリングで実施される各種イベント・利用用途による消費に加え、施設運営によって生じる消費額も計算対象に含める。また、前提として、令和5年度の実績を用いながら、ホワイトリングが存在することによる年間消費額を算出することとする。

#	算出対象	概要	留意事項
1	信州ブレイブウォリアーズ興行開催	Bリーグ興行がホワイトリングで開催されることによる、チケット消費や飲食・物販、さらにアウェー客の宿泊、観光消費額	チーム運営に関する費用は今回の対象に含まない
2	ポアールス長野興行開催	Fリーグ興行がホワイトリングで開催されることによる、チケット消費や飲食・物販、さらにアウェー客の宿泊、観光消費額	同上
3	その他興行開催	MICEやその他スポーツ興行が開催されることによる、消費額（ホワイトリングはマイナビイベントのみ対象）	基本的に、域内からのみ来場している前提とする
4	合宿開催	ホワイトリングで合宿が開催され、遠方から来場者が訪れることによる消費額	基本的に域外来場者による合宿が開催される前提とする
5	大規模競技大会開催	ホワイトリングで大規模な競技大会が実施されることによる、消費額	全ての大会の来場者数の計測が難しいため、関東甲信越以上の大会レベルを対象とする
6	個人利用	テニスコート、青垣公園市民プール、体育館の個人利用に伴うチケットや物販の消費額	特になし
7	運動・文化プログラム	運動・文化プログラムの参加に伴う、チケットなどの消費額	特になし
8	自主事業イベント	自主事業イベントの参加に伴う、参加費などの消費額	特になし
9	施設運営	施設運営に伴い発生する施設運営費用に関する消費額	運営での収入との二重計算を防ぐため、施設運営に伴う消費額は委託金額である、8,000万円とする

d. 地域経済活性化 – イベント関連消費額（需要増加額）の算出結果

- 各カテゴリにおける需要増加額は以下の通り。需要額全体の70%以上を信州ブレイブウォリアーズの興行開催による需要が占め、その次に大規模競技大会や合宿利用が続いている。
- 本数値は経済波及効果の元となる数値であるため、地域への波及効果を高めるためには、合宿や大規模大会の開催拡充が必要になる認識。

#	算出対象	概要	需要増加額（千円）
1	信州ブレイブウォリアーズ興行開催	Bリーグ興行がホワイトリングで開催されることによる、チケット消費や飲食・物販、さらにアウェー客の宿泊、観光消費額	543,920
2	ポアルス長野興行開催	Fリーグ興行がホワイトリングで開催されることによる、チケット消費や飲食・物販、さらにアウェー客の宿泊、観光消費額	11,923
3	その他興行開催	MICEやその他スポーツ興行が開催されることによる、消費額（ホワイトリングはマイナビイベントのみ対象）	473
4	合宿開催	ホワイトリングで合宿が開催され、遠方から来場者が訪れることによる消費額	27,425
5	大規模競技大会開催	ホワイトリングで大規模な競技大会が実施されることによる、消費額	37,057
6	個人利用	テニスコート、青垣公園市民プール、体育館の個人利用に伴うチケットや物販の消費額	10,065
7	運動・文化プログラム	運動・文化プログラムの参加に伴う、チケットなどの消費額	9,331
8	自主事業イベント	自主事業イベントの参加に伴う、参加費などの消費額	1,294
9	施設運営	施設運営に伴い発生する施設運営費用に関する消費額	80,000

721,488

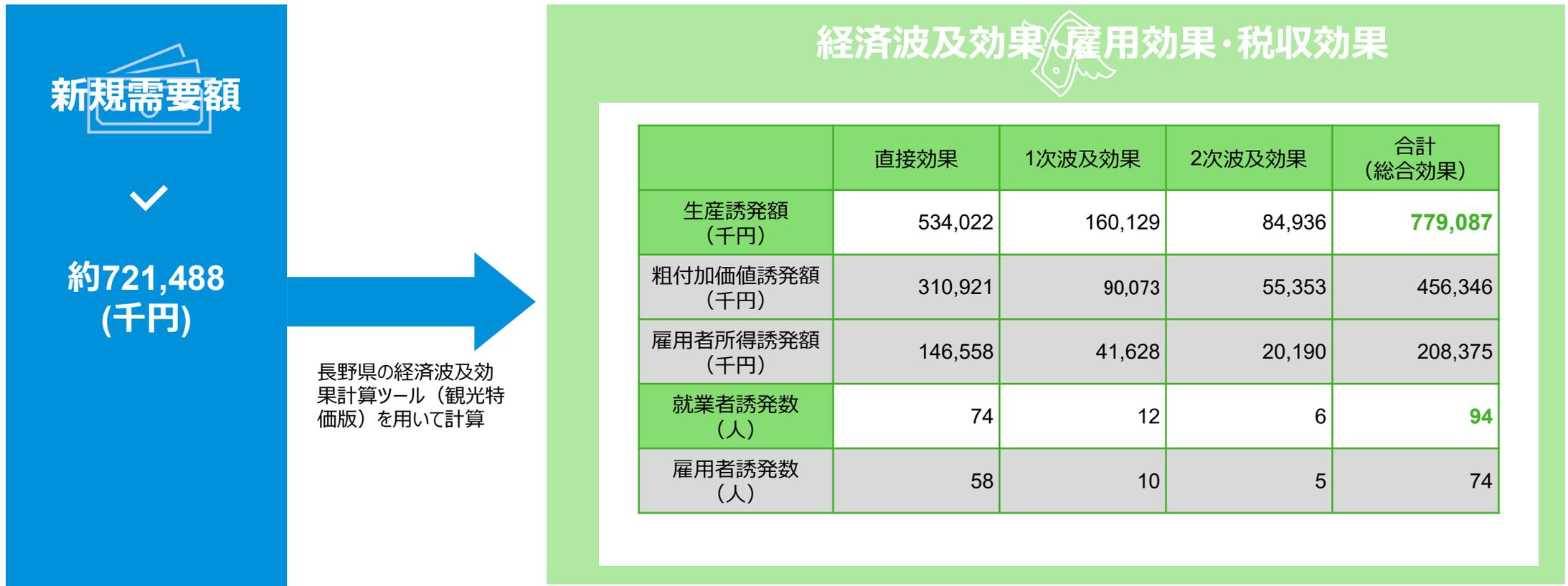
(参考) d. 地域経済活性化 – イベント関連消費額（需要増加額）の算定過程

- イベント関連消費額（需要増加額）の中でも、信州ブレイブウォリアーズ公式戦の開催によるイベント関連消費額を算定するにあたり、以下の通り算定モデルを構築し、推定を実施した。以下のような推計をボアールス長野興行や大規模競技大会開催等各イベントに対して実施することで、ホワイトリングにおける年間の新規需要額を計算している。

信州ブレイブウォリアーズ興行開催	ボアールス長野興行開催	その他興行開催	合宿開催	大規模競技大会開催	個人利用	運動・文化プログラム	自主事業イベント	施設運営
信州ブレイブウォリアーズ公式戦開催による新規需要額								
新規需要額（年）								
543,919,534円								
チケット（入場料収入）								
211,680,733円								
+								
施設内物販（グッズ等）収入								
75,101,867円								
+								
施設内飲食収入								
108,818,000円								
+								
施設外物販収入								
7,617,260円								
+								
施設外飲食収入								
61,482,170円								
+								
交通費収入								
66,596,616円								
+								
宿泊費収入								
8,923,076円								
+								
観光費収入								
3,699,812円								
			=			施設内の飲食店による収入		
						87,054,400円		
			+			自動販売機等による収入		
						21,763,600円		
			=			アウェー客の土産物購入などによる収入		
						7,617,260円		
			+			ホーム客の物品購入による収入		
						0円		
			=			アウェー客の夕食による収入		
						2,829,268円		
			+			ホーム客の夕食による収入		
						58,652,902円		
			=			アウェー客の交通費による収入		
						13,275,796円		
			+			ホーム客の交通費による収入		
						53,320,820円		
			=			アウェー客の宿泊による収入		
						8,923,076円		
						(ホーム客による宿泊は割愛)		
			=			アウェー客の観光地見学などによる収入		
						3,699,812円		
						(ホーム客による観光は割愛)		

d. 地域経済活性化 – 経済波及効果・雇用効果・税収効果の算出結果

- ホワイtringで実施されるイベントの関連消費額（＝需要増加額）約721,488千円から生じる、直接効果から二次波及効果までの生産誘発額は約**779,087**千円と計算された。またホワイtringが創出する経済効果によって雇用される就業者誘発数は年間94名である。
- 本来的には税収効果まで算出すべきであるが、税収効果の算定は公開されている長野県の経済波及効果計算ツール上で行う事が出来なかったため、今回は算定の対象外としている。



*1 出所：長野県「産業連関表 経済波及効果分析ツール（平成27年表版）-観光特化版」

e. 防災体制の強化 – 各指標の定量化

- ホワイトリングでは運営企業だけでなく、興行主を巻き込んだ避難訓練を実施したり、地域住民向けの防災に関するイベントが実施されている。
- 今後も防災イベント実施といった取り組みを実施することで、地域住民が災害への備えを実施する等、防災への行動変容を促進していくことで当該価値を創出することが望ましい。



防災体制の強化テーマ の活動・指標

■ 主な活動

- 職員向け消防訓練の実施
- 防災イベントの開催（NAGANO防災FESなど）

NAGANO防災FES



©WHITE RING. ALL rights reserved.

消防訓練



©WHITE RING. ALL rights reserved.

参加者数は
2,451人

防災イベントへの参 加者数

- NAGANO防災FES、及び、興行主催者合同の防犯、避難・防災訓練の参加者数（NAGANO防災FESへの参加者数はうち、2,410人）

プロセス指標

施設来場者の**23%**が
災害発生を想定した準備
が出来ている*1

施設来場者の**24%**
が地域防災への取り組み
に参加出来ている*2

施設来場者の 防災意識

- 来場者アンケートにて、防災意識に関する質問を実施

プロセス指標

地域住民の**17%**が
災害発生を想定した準備
が出来ている*1

地域住民の**16%**
が地域防災への取り組み
に参加出来ている*2

地域住民の 防災意識

- 地域住民アンケートにて、来場者アンケートと同様に防災意識に関する質問を実施

結果指標

*1 「地震や風水害といった自然災害に対応するために、指定避難場所の確認や防災グッズの用意等、自分でできることを実施できていますか。」という質問に対して、「防災グッズの用意などをした上で、災害発生時における行動を想定できている」と回答した人の割合

*2 「防災訓練への参加など、防災に強い地域づくりのための取り組みに参加できていますか。」という質問に対して、「参加出来ている」と回答した人の割合

f. 共生社会の実現 – 各指標の定量化

- ホワイトリングが、体が不自由な人々も含めてスポーツ観戦できる環境であることや、共生社会の考えについて触れられるイベントを開催することは、共生社会の実現に貢献していると考えられる。
- 実際に施設来場者に限ったほうが、地域住民全体の結果よりも共生社会への理解・共感の数値が高かったため、今後も施設の来場を通して、地域住民に対して、更に共生社会への理解を促進する必要がある。



共生社会への貢献テーマ の活動・指標

■ 主な活動

- 体が不自由な人々のための試合観戦環境整備
- パラスポーツとのコラボイベント（ホワスポ2023におけるボッチャやパラ★ダンスWSなど）

NAGANOパラ★スポーツデー*3



Copyright © SHINSHU BRAVE WARRIORS . All Rights Reserved

NAGANOパラ★スポーツデー*3



Copyright © SHINSHU BRAVE WARRIORS . All Rights Reserved

参加者数は
268人

共生社会に関連する イベントへの参加者 数

- R5に実施されたパラDANCEワークショップ、パラアスリート講演&車いすバスケットボール大会の参加者数（来場者ではなく参加者数）

プロセス指標

施設来場者の
89%が
共生社会の定義・考えを
認識*1し、そのうち
99%が
共生社会の考え*2に共感

施設来場者の 共生社会への意識

- 来場者アンケートにて共生社会の定義、及び共生社会への共感について質問を実施

プロセス指標

地域住民の
71%が
共生社会の定義・考えを
認識*1し、そのうち
92%が
共生社会の考え*2に共感

地域住民の 共生社会への意識

- 地域住民アンケートにて、来場者アンケートと同様に共生社会の定義、及び共生社会への共感について質問を実施

結果指標

*3 2022年開催の第5回NAGANOパラ★スポーツデーの様子

*1 「あなたは、バリアフリー設備の導入などが施策の一つである、障害有無や年齢・性別・国籍の違いなどに関わらず、誰もが社会の一員としてお互いを尊重し、支え合って暮らすことを目指す「共生社会」という考え方を知っていますか。」という質問に対して、「知っている」、「言葉だけは聞いたことがある」と回答した人々の割合 50

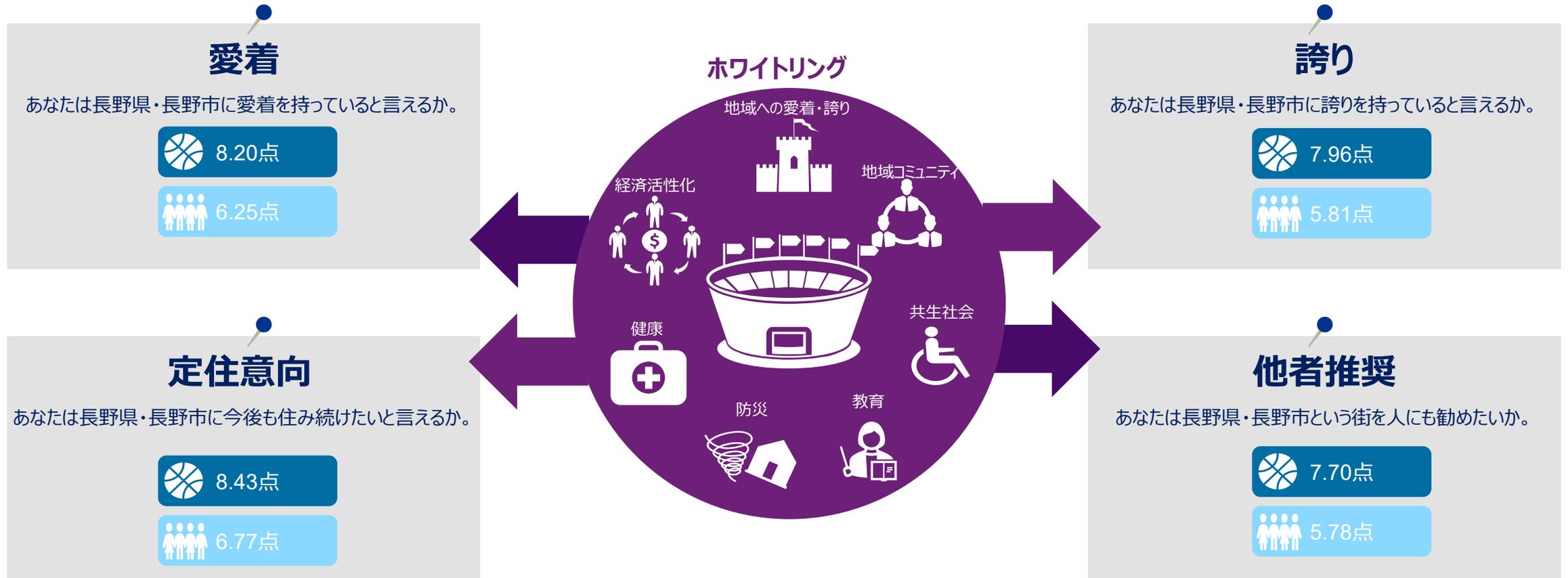
*2 「あなたは、「障害のある人が身近で普通に生活しているのが当たり前だ」という共生社会の考え方について、どう思いますか。」という質問に対して、「当たり前だと思う」、「どちらかといえば当たり前だと思う」と回答した人々の割合

 来場者アンケート

 地域住民アンケート

g. 地域への愛着・誇り – 各指標の定量化(1/2)

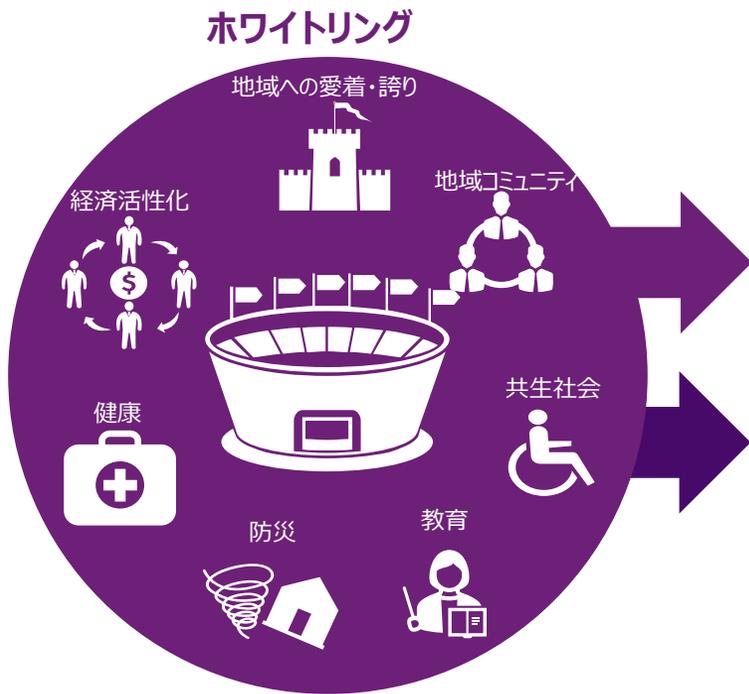
- 地域への愛着・誇りを表す4つの構成要素である、愛着・誇り・定住意向・他者推奨に関する質問をそれぞれのアンケートで実施したところ来場者アンケートの結果の方が、地域住民アンケートと比較すると、1.5点~2点高い点数になっている。



-  来場者アンケート
-  地域住民アンケート

g. 地域への愛着・誇り – 各指標の定量化(2/2)

- ホワイtringの存在と、地域への愛着・誇りの大きさの関係性について深掘りするために、ホワイtringが与える地域への愛着・誇りへの寄与度について質問を行ったところ、地域への愛着・誇りに関する4つの感情の調査と同様の傾向となった。
- また、地域への愛着・誇りを感じる要因は、“長野五輪で利用された施設であるため”（以下①）であると回答した人が全回答者の66%と、最も多い意見となった。



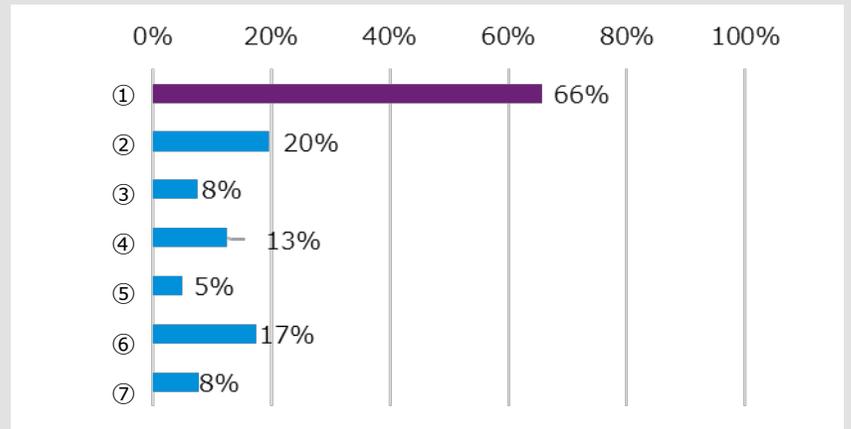
ホワイtringが与える地域への愛着・誇りの寄与度

ホワイtringの存在は、地域の愛着・誇りに関する感情に対して好影響を与えているか。（10段階評価）



ホワイtringが地域への愛着・誇りに好影響を与える要因

ホワイtringが地域への愛着・誇りに好影響を与えている理由
（地域住民アンケートより、各回答者2つまで回答可）



凡例

- ① 長野オリンピックで使われた施設であるため
- ② Bリーグチームのホームアリーナとして利用されているため
- ③ 全国大会は北信越大会など大きな競技大会の会場として利用されているため
- ④ 市民の団体利用や市民・県民大会用の会場として多く利用されているため
- ⑤ 各種スクールや運動・文化プログラムが充実し、利用であるため
- ⑥ スポーツイベント、その他コミュニティイベントなども充実し、参加できるため
- ⑦ その他

指標外の定量化内容① – 施設が地域住民に与える影響

- 地域住民アンケートにて、15の分野における、ホワイトリングの存在による影響を聞いたところ、教育・育児、観光、防災、景観、地域への愛着・誇りといった分野で開業による好影響が見られた一方、明確に悪化したと考えられる分野は見受けられなかった。
- しかしながら、今回はサンプル数が多いわけではないものの、周辺地区である更北地区の住民からの評価は全体平均と比較すると低くなっていた。今後も渋滞・騒音への配慮、及び周辺地域住民との交流事業等を通じて、周辺住民の方に親しみを持ってもらえるような施設にしていく必要がある。

■ ホワイトリングが存在することによる各分野への影響（全15分野）

質問&選択肢

質問:

ホワイトリングが存在することにより、各分野にどのような影響を与えていると感じるか、ご回答ください。

選択肢:

- 非常に良い影響を与えている
- 良い影響を与えている
- 変わらない
- 悪い影響を与えている
- 非常に悪い影響を与えている
- わからない

評価の考え方

各分野における回答結果の平均値をもって、施設が各分野にどのような影響を与えているか判断（6.分からぬは計算の母集団が外す）



結果

#	分野	全体	更北地区
1	地域への愛着・誇り	2.68	2.82
2	治安水準	2.92	3.00
3	公害の状況(騒音・光害・ゴミなど)	3.00	3.00
4	景観	2.70	2.87
5	市内来訪者のマナー水準	2.98	2.97
6	教育・育児環境	2.63	2.68
7	防災機能の充実度	2.60	2.69
8	産業・企業の充実度	2.81	2.90
9	医療・福祉環境	2.95	3.04
10	雇用機会の充実度	2.87	3.00
11	道路の整備・渋滞状況	2.94	3.03
12	交通機関の混雑度	3.06	3.07
13	交通機関の充実度	2.99	2.96
14	観光資源の充実度	2.78	2.79
15	商業・娯楽施設の充実度	2.79	2.85

凡例

施設が存在することによって、良い影響を与えている。(点数2.8以下)

施設が存在することによって、悪い影響を与えている。(点数3.2以上)



多くの分野に対して、良い影響を地域住民が感じている。一方、悪化と感じられる分野は特に見受けられない。



全体平均と比較すると、周辺地区である、更北地区のスコアは総じて低い。

指標外の定量化内容② – WTP（支払意思額）

- WTP（支払い意思額）とはWillingness to Payの略であり、顧客が製品・サービスに対して支払いたいと思う額の最大値を表す。
- 正確性に関して留意点があるものの、本実証では、施設が整備されたことによって地域住民が感じる価値の大きさを金額換算する方法として、質問を行ったところ、長野市民全体としては約4.6億円となった。今回は現状把握のために実施したため、今後、高機能化改修等のタイミングで再度、当該数値の高まりを確認する等により活用することが望ましい。

WTPに関して

1 WTPの定義	<ul style="list-style-type: none"> Willingness to Payの略であり、顧客が製品・サービスに対して支払いたいと考える金額の最大値。
2 ホワイトリングを題材にした時の考え方	<ul style="list-style-type: none"> ホワイトリングが整備された結果、地域住民が感じた施設に対する価値の大きさを金銭換算する。 金銭換算することで、自治体が資金を捻出したことの妥当性を裏付ける。
3 WTPの計算方法	<ul style="list-style-type: none"> アンケート調査により、一人当たりが感じる価値の大きさを把握し、それに長野市の人口を乗算する。
4 WTPの計算における留意事項	<ul style="list-style-type: none"> アンケート（主観）がベースとなるため、状況により結果が左右される。 例えば、タイミング（良い試合の後だと高い）、アンケート相手（高所得者が多いエリアだと高い）、コンテンツの充実度等が変動要因として考えられる。

定量化内容・結果

前提
本来は施設が創出する価値と同等の価値を得るための代替金額を聞くが、スタジアム・アリーナの価値が何かについては回答者によっても差がみられると考えたため、施設整備のために支払ってもよい寄付金額について質問している。

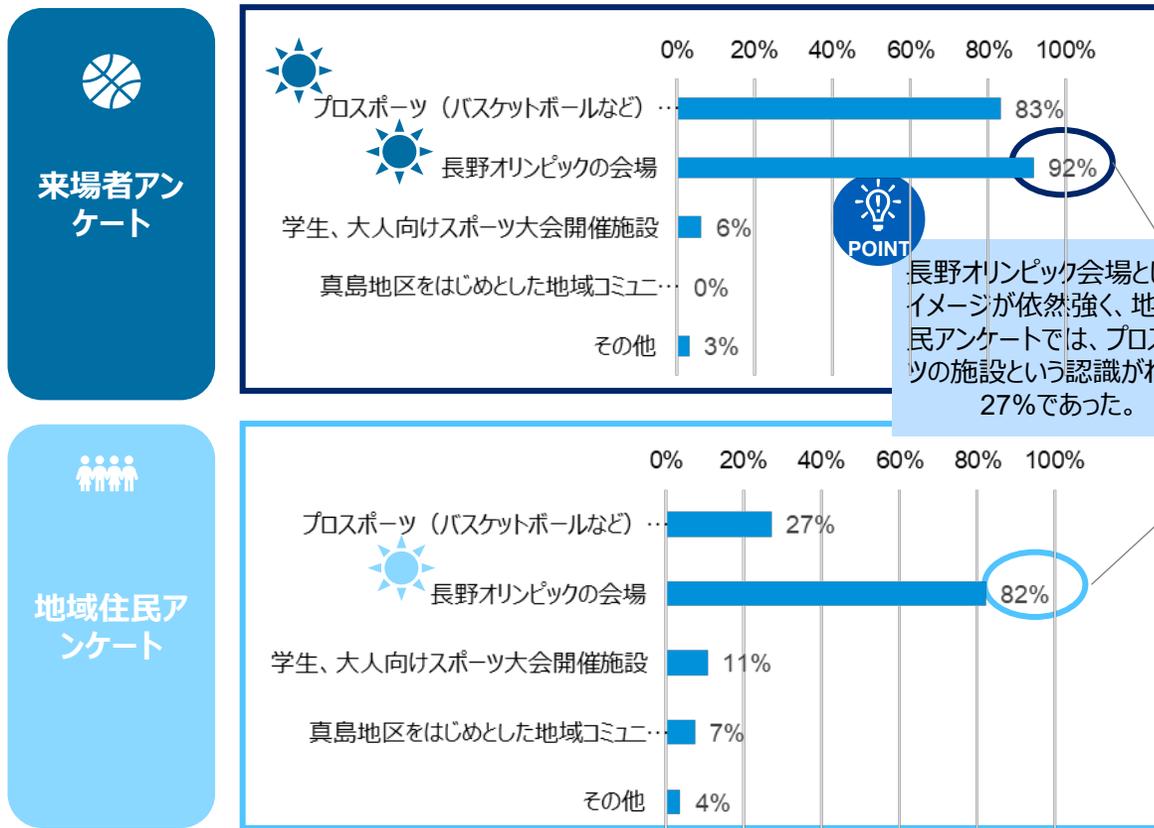
質問文
ホワイトリングが建設されたことで、運動・スポーツが身近に感じられるようになったことで、生活の充実感が増し、幸福度が増したのではないかと考えています。仮にホワイトリングが閉鎖されることが決定し、存続のための募金活動を行っているとしたら、ホワイトリングから得ていた生活の充実感からくる幸福感を失わないためにいくらまでなら支払ってもよいと思いますか。

一人当たり WTP 1,291円	×	長野市人口 約36万人	=	WTP 約 4.6億 円
各個人が選択した金額幅の中央値を参考にして算出		令和6年末時点		

指標外の定量化内容③ - 施設のイメージ

- 施設の来場者増加を目指すにあたり、施設の来場者を増やすための施設の方向性・施策を検討する目的で、施設のイメージについて質問した。
- 結果として、依然長野オリンピックの会場というイメージが強く、特に地域住民にとってはバスケットボール等プロスポーツのための施設という意識でさえ薄いことが分かった。そのため、施設来場者増のために、五輪の会場というだけでなく、多様なコンテンツが存在する施設であることを広く発信していく必要がある。

ホワイトリングのイメージ（2つまで回答可）



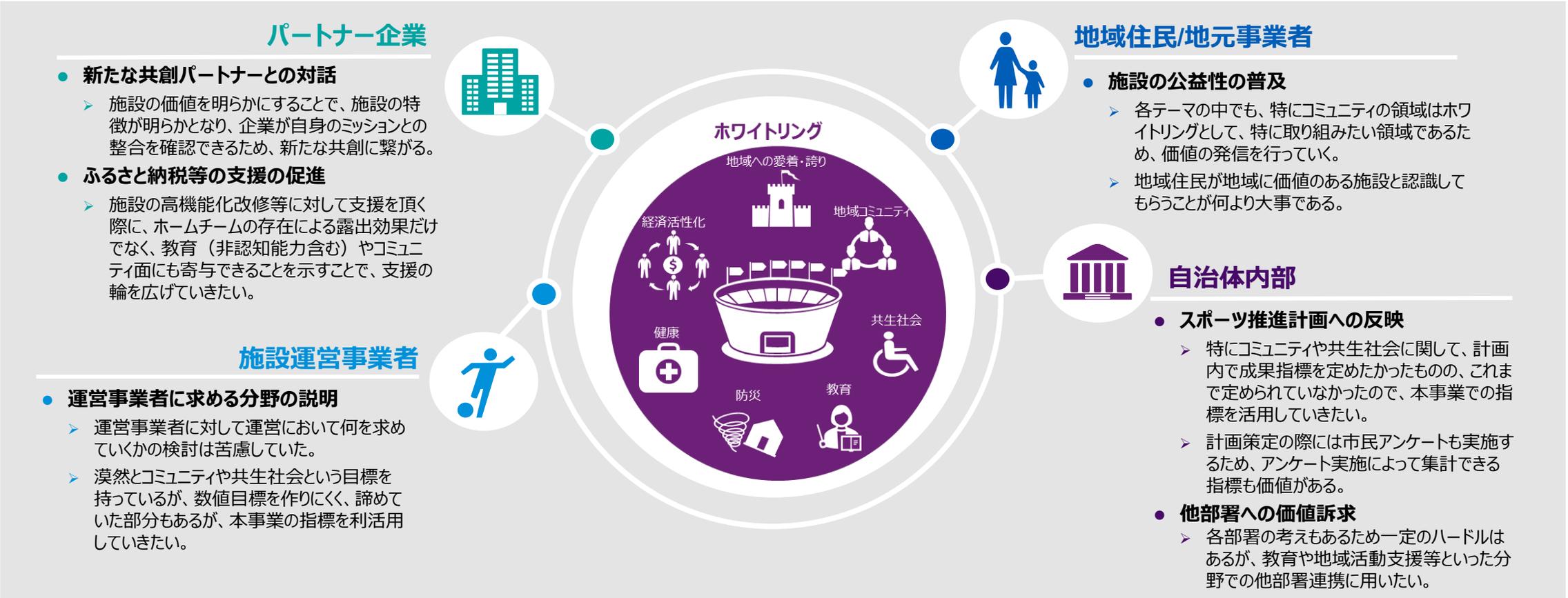
長野五輪会場だと実感するタイミング

- オリンピックエンブレム/ロゴ/マークを見たとき（特にアリーナの観客席から見える）
- 建物の形・外観（独特の屋根構造）
- 入口のモニュメントを見たとき
- バスケットボールコートに説明してもらう時
- 古い設備であることを実感する時（例えば、中央の使われないモニターなど）
- 過去の映像やニュース
- 以前スケートの大会をホワイトリングで実施していた際

05. 施設が創出する価値の活用

ホワイトリングに関わる各ステークホルダーに対する施設の価値活用方針

- ホワイトリングが創出する価値の可視化・定量化結果の活用方法について、施設の所有者である長野市のスポーツ課担当者と議論したところ、各ステークホルダーに対する活用方法については以下の通り整理された。
- 施設の可視化・定量化を行う際に用いた指標をスポーツ推進計画やその上位計画に反映したり、特に整備後一定程度の時間が経過しているホワイトリングにおいては、施設のカラーを作っていくために用いることが出来ると考えられる。



ホワイトリングにおける実証を通じた成果・今後の課題

- 長野市が所有するホワイトリングで実証を実施した結果、一連のアプローチに従い、地域コミュニティや共生社会、地域への愛着・誇りといった金銭換算が困難なテーマについても可視化・定量化を行うことができた。
- その他にも、他スタジアム・アリーナでの実施の際にも参考となるような成果とも言える内容及び今後の課題となるような内容が下記のとおり明らかになった。

実証目的



スタジアム・アリーナが創出する価値の可視化・定量化・活用が今後広く実施されるために、他事業者にとって参考となる、実際のスタジアム・アリーナを用いた事例を創出するため。

本実証においては、施設の所有者である長野市を主体としたケースにおける実証を行うものである。

実証を通じた成果・今後の課題

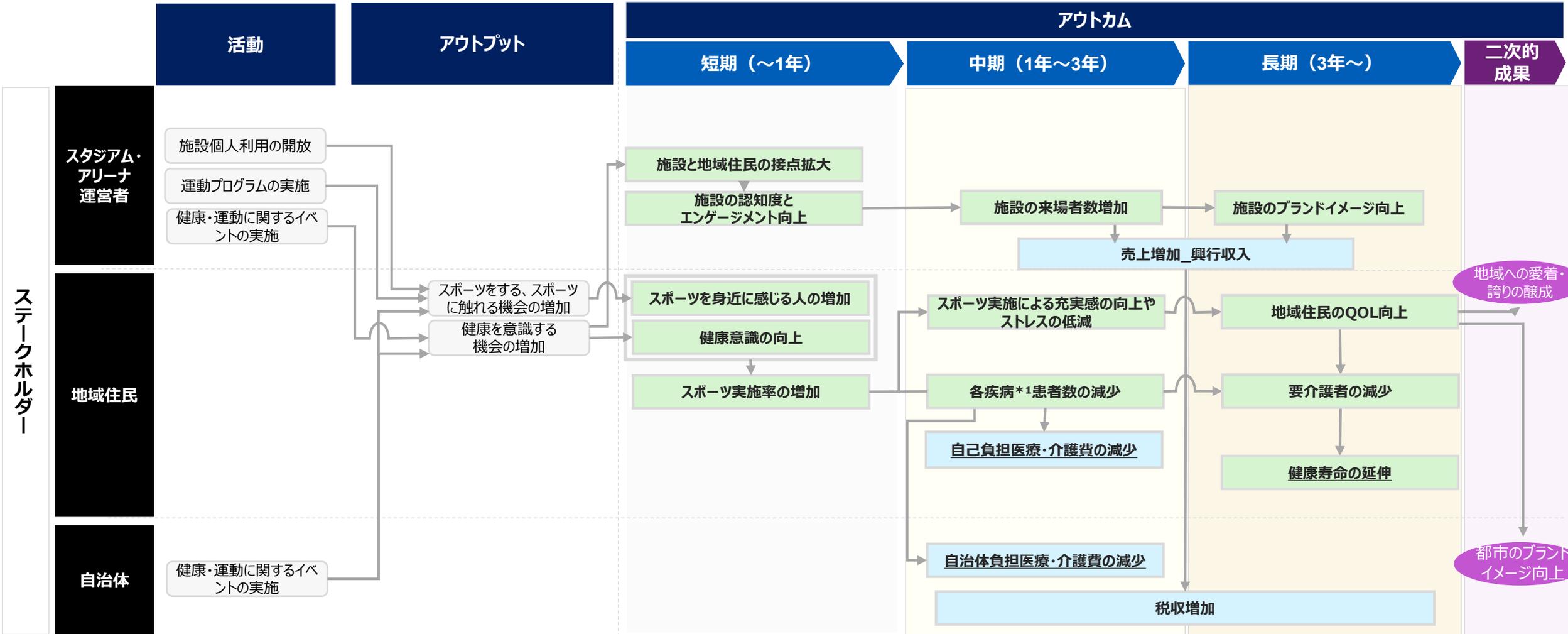
	成果	今後の課題
定量化のための属性の異なる2つのアンケート実施	<ul style="list-style-type: none"> バスケットボール興行来場者アンケートと地域住民アンケート結果を比較することで、来場に関する優位性を確認。 実施している活動や創出したい価値について、ホームチーム担当者も巻き込むことで、スムーズにアンケート配布・回収を実施できた上、インセンティブ等を付与することなく、目標回答数を回収できた。 	<ul style="list-style-type: none"> 地域コミュニティや共生社会等、もともと意識が高い人が施設に来るのか、来場により意識が変わったのかが不確かな部分があったため、来場することでの影響・変化についても深掘りしていく必要がある。
指標の金銭換算	<ul style="list-style-type: none"> 地域経済活性化（経済波及効果）、健康促進テーマにおける金銭換算を実施。 WTP（支払意思額）を用いた金銭換算を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> 特に健康促進テーマに関しては、算出のために仮定を重ねる部分が多かったため、ガイドラインに従った効果検証を行う等精度を高める必要がある。 WTPに関しては、一般的に馴染みのある指標ではないため、活用側の指標に対する理解がより一層必要。
価値の活用に向けて	<ul style="list-style-type: none"> 自治体目線での活用方法をイメージしながら、価値の可視化・定量化を実施。 可視化・定量化の段階で自治体だけでなく、施設をホームとする興行主とも連携することで、活用しやすいようなデータを取得することができた。 	<ul style="list-style-type: none"> 今後、実際に活用されることで、可視化・定量化項目もブラッシュアップされるため、継続的に活動は実施する必要がある。 継続的な活動のためにも可視化・定量化段階から他部署と連携して進めることが望ましい。

Appendix.

Appendix 1.
各社会価値テーマのロジックモデル

ロジックモデル_健康促進

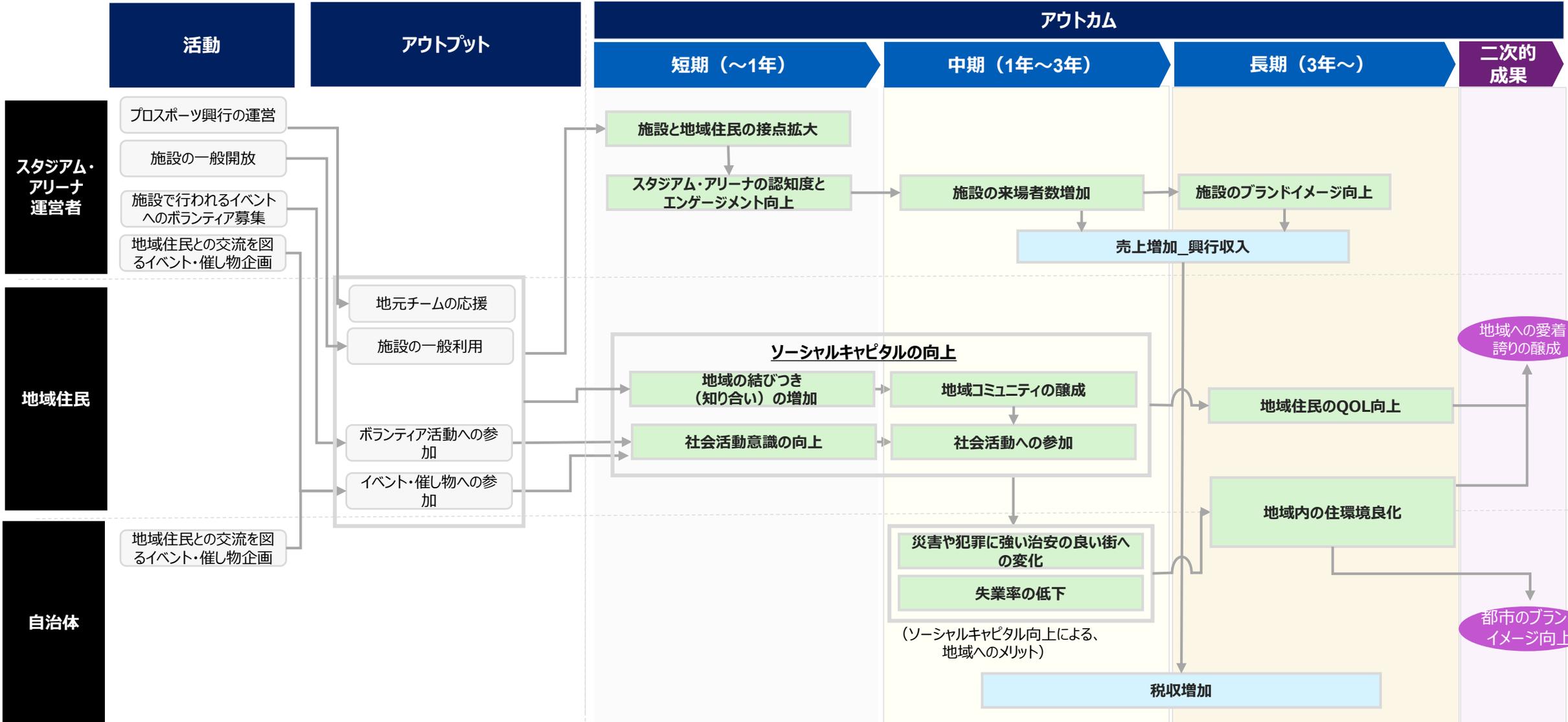
主要成果：・自治体や個人負担医療費・介護費が削減されること
・地域の人々の健康寿命が延伸すること



ロジックモデル_地域コミュニティの強化

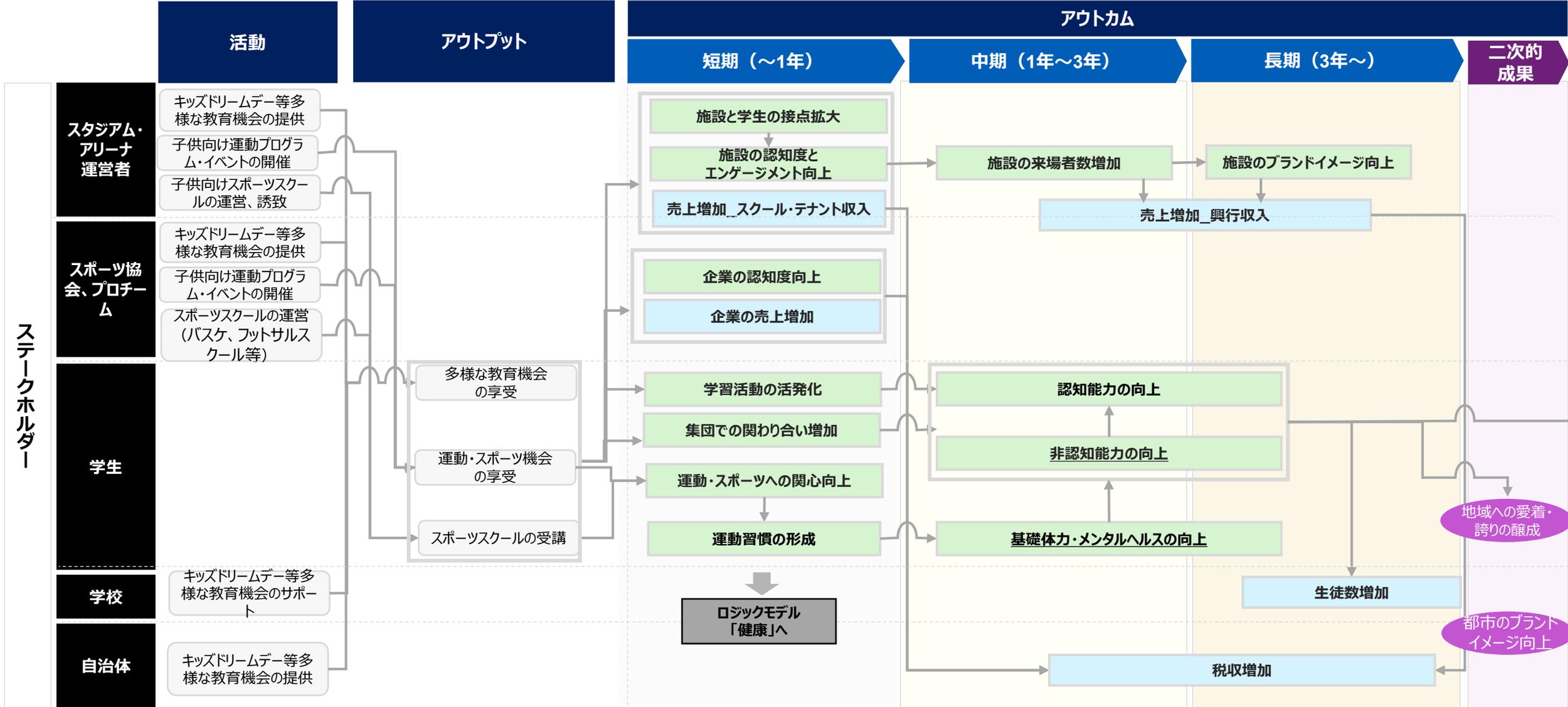
主要成果：・地域コミュニティが醸成され、地域活動意識の高まりや地域活動への参加者が増えること（ソーシャルキャピタルの向上）

ステークホルダー



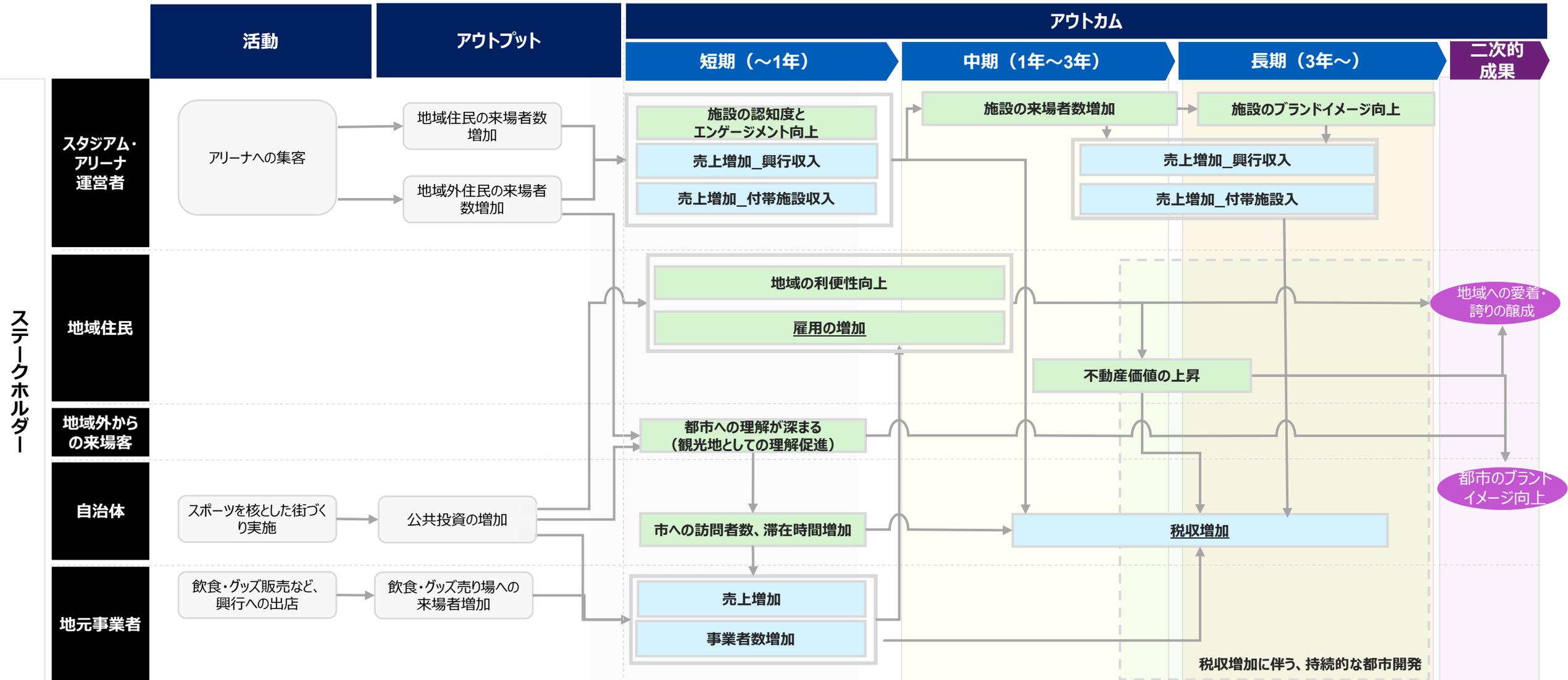
ロジックモデル_教育水準の向上

主要成果：
 ・協調性ややり抜く力が向上すること
 ・基礎体力/メンタルヘルスが向上すること



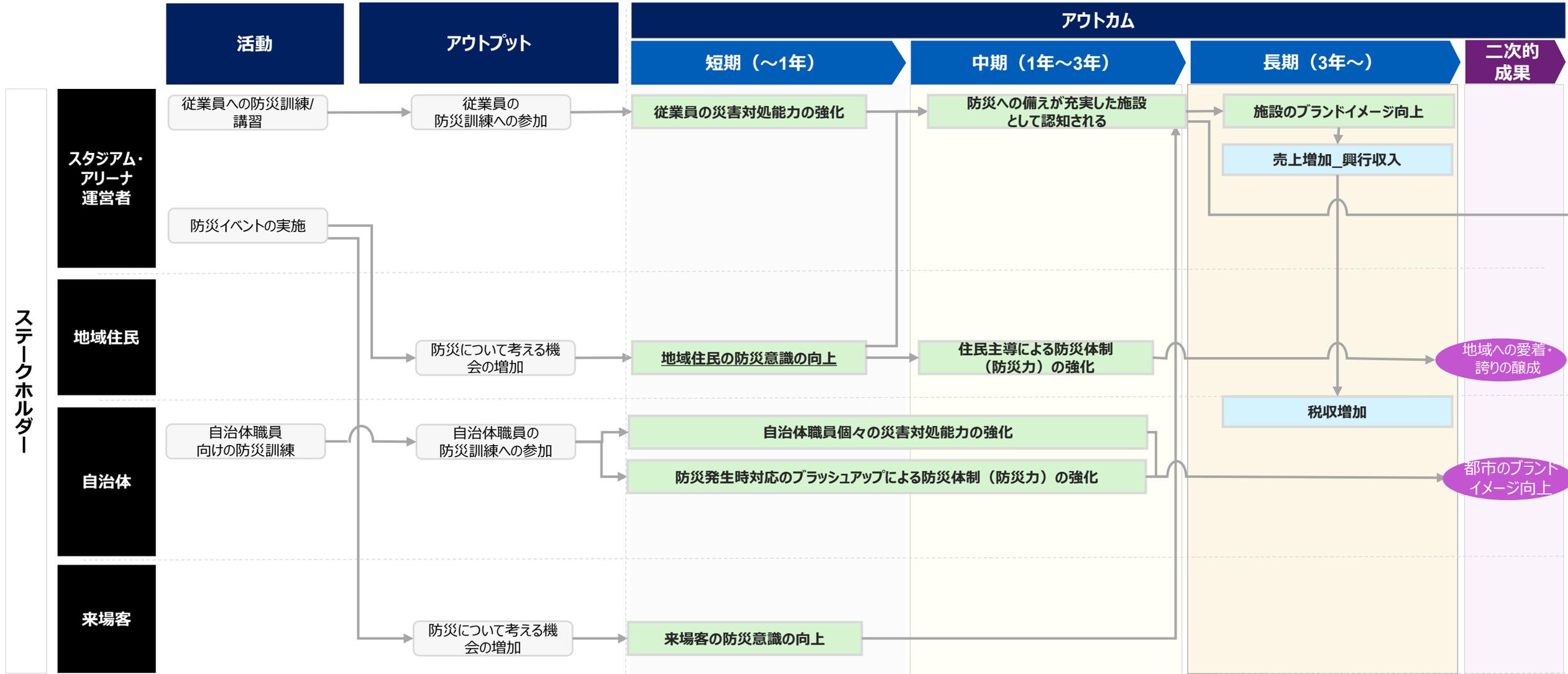
ロジックモデル_地域経済活性化

主要成果：
 ・自治体の税収が増加すること
 ・地域の雇用が創出されること



ロジックモデル_防災体制の強化

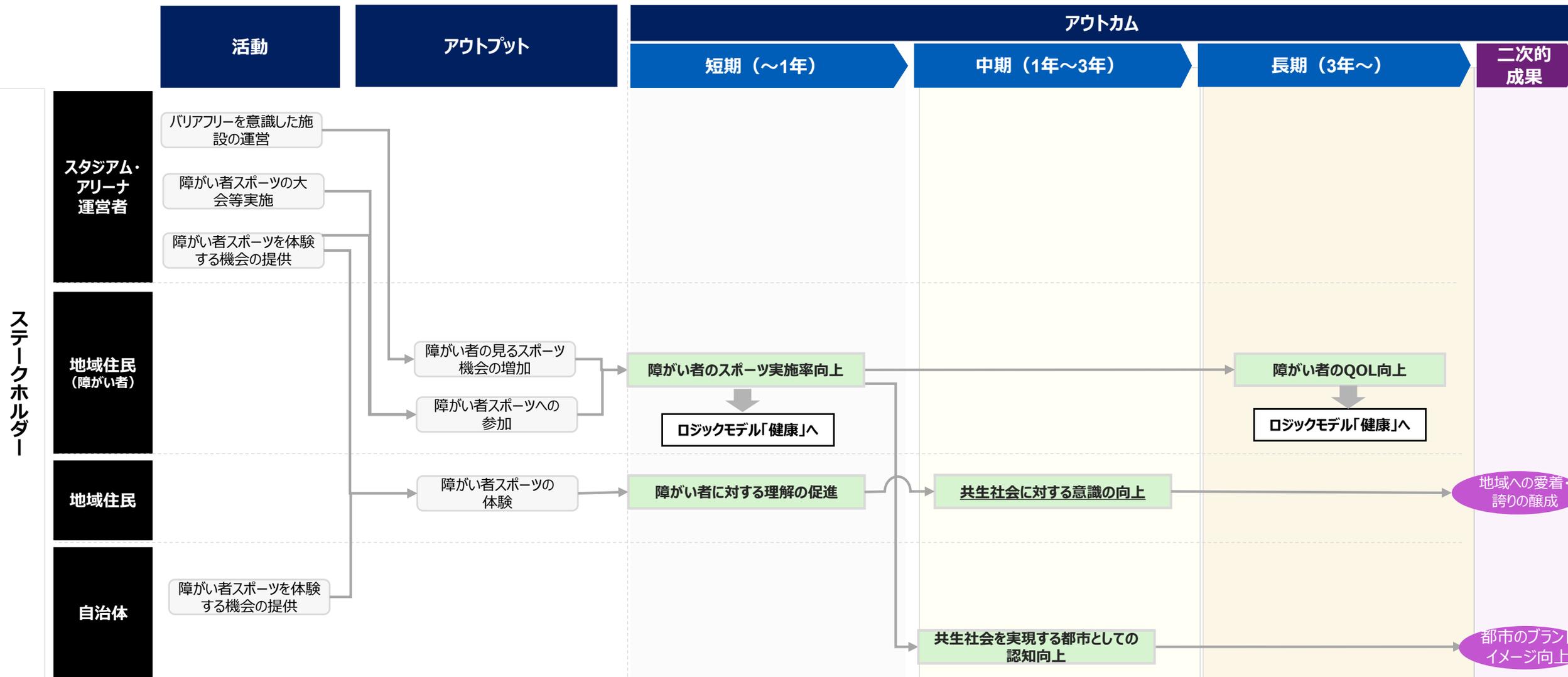
主要成果：・地域住民の防災意識が向上すること



※便宜上短期～中期としているが、災害が発生した場合に生じるアウトカムの想定

ロジックモデル_共生社会への貢献

主要成果：・共生社会に対する意識が向上すること



Appendix 2.

実証において実施したアンケート設問

アンケート設問一覧 (1/6)

カテゴリ	質問内容	回答形式	選択肢	興行 来場者	地域 住民
来場者 属性	当てはまる年代をお答えください。	単一回答	■10代、■20代、■30代、■40代、■50代、■60代、■70代以上	○	○
	当てはまる性別をお答えください。	単一回答	■男、■女、■その他、■答えたくない	○	○
	お住まいの地域をご回答ください。	単一回答	■長野市内、■長野県内その他市町村、■長野県外	○	
	現在お住まいの長野市内の地区についてご回答ください。	単一回答	■浅川地区など32地区		○
	長野市外にお住まいの方は可能であれば、お住まいの都道府県、及び市区町村をご回答ください。	自由回答	—	○	
施設への 来場状 況	ホワイトリングには普段どなたと来場することが多いですか。	単一回答	■一人、■友人・知人・恋人、■子ども、■子ども以外の家族（配偶者・親など）	○	○
	これまでどれくらいの頻度でホワイトリングに来場していますか。	単一回答	■ほぼ毎日、■週に2~3回程度、■週に1回程度、■月に2~3回程度、■月に1回程度、■これまでに1~3回程度、■来場経験なし	○	○
	プロスポーツの観戦を目的としてこれまでホワイトリングに来場されたことはありますか。	単一回答	■来場したことがある、■来場したことが無い	○	
	これまでどのようなプロスポーツをホワイトリングで観戦したことがありますか。	複数回答	■信州ブレイブウォリアーズホームゲーム、■ポアールス長野フットサルクラブホームゲーム、■その他	○	
	プロスポーツを見るために来場する際、どのような交通手段で普段来場していますか。	単一回答	■自家用車（ホワイトリング駐車場利用）、■自家用車（近隣駐車場利用）、■自家用車+シャトルバス、■電車+シャトルバス、■電車・バスなど公共交通機関のみ、■タクシー、■徒歩・自転車など、■その他	○	
	プロスポーツ観戦時における渋滞対策として、時間差退場が挙げられると思いますが、試合が終了した後、どれくらいのタイミングで退場していますか。	単一回答	■試合終了前、■試合終了直後、■試合終了後15分程度、■試合終了後30分程度、■試合終了後1時間程度	○	
	試合終了後にどのような催しがあれば、試合終了後にも滞在することが予測されますか。	複数回答	■フリースロー体験など、バスケットボールに関連したイベント、■その他スポーツに関連したイベント、■コンサート、ミニライブ、縁日といったその他イベント、■キッチンカーの営業時間増や新設予定のVIPラウンジの活用による飲食機会	○	

アンケート設問一覧 (2/6)

カテゴリ	質問内容	回答形式	選択肢	興行 来場者	地域 住民
施設への 来場状 況	プロスポーツ観戦以外を目的としてホワイトリングに来場されたことはありませんか。	単一回答	■ 来場したことがある、■ 来場したことが無い	○	
	具体的にどのような目的でこれまで来場したことがありますか。(プロスポーツ観戦以外で)	複数回答	■ 各種スポーツの競技大会への参加、■ 子どもが参加する各種スポーツの競技大会の付き添い・送迎、■ 大人向けの体操やヨガといった運動プログラム・スクールへの参加、■ 子どもが参加している運動プログラム・スクールの付き添い・送迎、■ 夢スポフェスタなど各種不定期イベント、■ その他	○	
	これまでどのような目的ホワイトリングに来場したことがありますか。	複数回答	■ 信州ブレイブウォリアーズホームゲーム観戦、■ ポアールズ長野フットサルクラブホームゲーム観戦、■ その他プロスポーツ観戦、■ 各種スポーツの競技大会への参加、■ 子どもが参加する各種スポーツの競技大会の付き添い・送迎、■ 大人向けの体操やヨガといった運動プログラム・スクールへの参加、■ 子どもが参加している運動プログラム・スクールの付き添い・送迎、■ 夢スポフェスタなど各種不定期イベント、■ その他		○
消費活 動	ホワイトリングの来場前後に消費活動を実施していますか。	単一回答	■ している、■ していない	○	
	ホワイトリングの来場前後にどのような消費活動を実施していますか。	複数回答	■ 宿泊、■ 出費を伴うホワイトリングまでの移動、■ 食料品や日用品など日常的に必要なものの購買、■ 嗜好品や趣味の道具などの購買、■ 飲食店での飲食（外食）、■ その他	○	
	ホワイトリングの来場前後において、周辺地域における観光（観光施設への来場やお土産の購入）を実施することがありますか。	単一回答	■ 観光をすることがある、■ 観光はしない	○	
	ホワイトリングの来場前後にどのような観光地を訪れたことがありますか。	複数回答	■ 善光寺、■ 戸隠高原、■ 松代、■ 飯綱高原、■ 茶臼山、■ 川中島、■ その他長野市内観光地、■ 小布施など長野市外観光地	○	
	ホワイトリングの来場前後に観光をあまり行わない理由として、どのようなものが挙げられますか。	複数回答	■ ホワイトリング周辺の観光情報が不明、■ ホワイトリング周辺の観光地への移動手段がない、■ ホワイトリング来場前後に観光する時間的余裕がない、■ ホワイトリング来場前後に観光するメリット（金銭補助など）がない、■ ホワイトリング周辺に観光したい施設はない、■ その他	○	
	ホワイトリングの来場前後に実施した消費活動（観光も含む）において、一人当たり、どの程度の金額を使っていますか。	単一回答	■ ~1,000円、■ 1,001円~3,000円、■ 3,001円~5,000円、■ 5,001円~10,000円、■ 10,001円~30,000円、■ 30,001円~50,000円、■ 50,000円以上	○	
	可能であれば、消費金額の内訳を教えてください。	自由回答	—	○	

アンケート設問一覧 (3/6)

カテゴリ	質問内容	回答形式	選択肢	興行 来場者	地域 住民
整備による健康への効果	現在、あなたは、どれくらいの頻度で運動・スポーツを実施していますか。	単一回答	■ ほぼ毎日、■ 週に2~3回程度、■ 週に1回程度、■ 月に2~3回程度、■ 月に1回程度、■ これまでに1~3回程度、■ 来場経験なし	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	運動習慣のうち、ホワイトリングではどの程度で運動・スポーツを実施していますか。	単一回答	■ ほぼ毎日、■ 週に2~3回程度、■ 週に1回程度、■ 月に2~3回程度、■ 月に1回程度、■ これまでに1~3回程度、■ 来場経験なし	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	ホワイトリングでのバスケットボールやフットサルといったプロスポーツ観戦体験が運動習慣にどのような影響を与えていますか。	単一回答	■ 観戦を契機に新たに運動を始めた ■ 観戦を契機に運動の質・量にとっても良い影響を与えた ■ 観戦を契機に運動の質・量にやや良い影響を与えた ■ 観戦は運動の質・量に影響を与えていない	<input type="radio"/>	
	ホワイトリングが存在することにより、信州ブレイブウォリアーズの試合を含む、スポーツ現地観戦の回数にどのような影響を与えたと考えますか。	単一回答	■ 存在することで現地観戦の回数が大きく増えた ■ 存在することで現地観戦の回数が少し増えた ■ 存在することで現地観戦の回数は変わらなかった ■ 存在することで現地観戦の回数は減った	<input type="radio"/>	
	ホワイトリングが存在することにより、信州ブレイブウォリアーズの試合を含む、スポーツをテレビやインターネットを通じて観戦する回数にどのような影響を与えたと考えますか。	単一回答	■ 存在することでオンライン観戦の回数が大きく増えた ■ 存在することでオンライン観戦の回数が少し増えた ■ 存在することでオンライン観戦の回数は変わらなかった ■ 存在することでオンライン観戦の回数は減った	<input type="radio"/>	
	ホワイトリングが存在することで、スポーツを「支える」ことに対して、どのような影響を与えたと考えますか。	単一回答	■ 存在することで運動・スポーツを支える時間が大きく増えた ■ 存在することで運動・スポーツを支える時間が少し増えた ■ 存在することで運動・スポーツを支える時間は変わらなかった ■ 存在することで運動・スポーツを支える時間は減った	<input type="radio"/>	
整備による共生社会への効果	あなたは、バリアフリー設備の導入などが施策の一つである、障害有無や年齢・性別・国籍の違いなどに関わらず、誰もが社会の一員としてお互いを尊重し、支え合って暮らすことを目指す「共生社会」という考え方を知っていますか。	単一回答	■ 知っている、■ 言葉だけは聞いたことがある、■ 知らなかった	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	あなたは、「障害のある人が身近で普通に生活しているのが当たり前」という共生社会の考え方について、どう思いますか。	単一回答	■ 当たり前だと思う、■ どちらかといえば当たり前だと思う、■ どちらかといえば当たり前だと思わない、■ 当たり前だと思わない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

アンケート設問一覧 (4/6)

カテゴリ	質問内容	回答形式	選択肢	興行来場者	地域住民
整備による防災への効果	地震や風水害といった自然災害に対応するために、指定避難場所の確認や防災グッズの用意等、自分でできることを実施できていますか。	単一回答	■ 防災グッズの用意などをした上で、災害発生時における行動を想定できている、■ 防災グッズの用意などはしているが、災害発生時についてはイメージできていない、■ 防災グッズの用意など自分でできる災害対策はできていない	○	○
	防災訓練への参加など、防災に強い地域づくりのための取り組みに参加できていますか。	単一回答	■ 防災に強い地域づくりのために活動できている、■ 防災に強い地域づくりのために活動できていない	○	○
整備によるソーシャルキャピタルへの効果	一般的に人は信頼できると思いますか。	単一回答	■ ①ほとんどの人は信頼できる、■ ②①と③の間、■ ③注意することに越したことはない、■ ④分からない	○	○
	ご近所の方との程度付き合いをしていますか。	単一回答	■ 互いに相談したり、日用品を貸し借りするなど生活面で協力し合っている人もいる、■ 日常的に立ち話をする程度の付き合いはしている、■ あいさつ程度の最小限の付き合いしかしていない、■ 付き合いは全くしていない	○	○
	友人・知人との程度学校や職場以外で関わりがありますか。	単一回答	■ 日常的にある（毎週から週に数回程度）、■ ある程度頻繁にある（週に1回～月に数回程度）、■ ときどきある（月に1回～年に数回程度）、■ めったにない（年に1回～数年の1回程度）、■ 全くない	○	○
	地縁的な活動（自治会・町内会など）をどの程度実施していますか。	単一回答	■ 週に4日以上、■ 週に2～3日、■ 週に1日、■ 月に2～3日、月に1日、■ 年に数回、■ 活動していない	○	○
	ボランティア・NPO・団体活動をどの程度実施していますか。	単一回答	■ 週に4日以上、■ 週に2～3日、■ 週に1日、■ 月に2～3日、月に1日、■ 年に数回、■ 活動していない	○	○
	ホワイトリングの存在は地域コミュニティに関する上記質問への回答に対して好影響を与えていますか。	単一回答	1点：まったく影響を与えていない～10点：非常に好影響を与えている	○	○
	ホワイトリングで実施される興行・イベントや各種プログラムによって、互いに相談したり、協力できるような知り合い・友達は何人程度できましたか。	単一回答	■ 知り合い・友達の数には影響を与えていない、■ 1名から5名程度できた、■ 6名から10名程度できた、■ 11名から20名程度できた、■ 21名以上できた	○	○

アンケート設問一覧 (5/6)

カテゴリ	質問内容	回答形式	選択肢	興行来場者	地域住民
整備による地域への愛着・誇りへの効果	あなたは長野県または長野市に愛着を持っているといえますか。	単一回答	1点：まったく当てはまらない～10点：非常に当てはまる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	あなたは長野県または長野市に誇りを持っているといえますか。	単一回答	1点：まったく当てはまらない～10点：非常に当てはまる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	あなたは長野県または長野市に今後も住み続けたいといえますか。	単一回答	1点：まったく当てはまらない～10点：非常に当てはまる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	あなたは長野県または長野市という街を人にも勧めたいですか。	単一回答	1点：まったく当てはまらない～10点：非常に当てはまる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	ホワイトリングの存在は上記、地域の愛着・誇りに関する感情に対して好影響を与えていますか。	単一回答	1点：まったく影響を与えていない～10点：非常に好影響を与えている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	地域への愛着・誇りに好影響を与えている理由として、以下のうち、どのようなものが当てはまるかご回答ください。	複数回答	<ul style="list-style-type: none"> ■ 長野オリンピックで使われた施設であるため、 ■ Bリーグチームのホームアリーナとして利用されているため、 ■ 全国大会は北信越大会など大きな競技大会の会場として利用されているため、 ■ 市民の団体利用や市民・県民大会用の会場として多く利用されているため、 ■ 各種スクールや運動・文化プログラムが充実し、利用であるため、 ■ スポーツイベント、その他コミュニティイベントなども充実し、参加できるため、 ■ その他 		<input type="radio"/>
施設のイメージ・改善点	ホワイトリングという施設に対してどのようなイメージを最も抱いていますか。	複数回答	<ul style="list-style-type: none"> ■ 長野オリンピックの会場、 ■ プロスポーツ（バスケットボールなど）の実施施設、 ■ 学生、大人向けスポーツ大会開催施設、 ■ 真島地区をはじめとした地域コミュニティ醸成施設、 ■ その他 	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	ホワイトリングが長野五輪の会場であることをどのような場面で実感しますか。	自由回答	—	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	スポーツを見る観点で、ホワイトリングを利用するにあたり、不満に感じる点があれば、教えてください。	複数回答	<ul style="list-style-type: none"> ■ 施設へのアクセス方法、 ■ 来場前後における道路の交通状況、 ■ 施設の混雑状況、 ■ 施設館内の分かりやすさ、 ■ 施設来訪時のネット環境、 ■ 観客席や飲食施設などスポーツ観戦に必要な設備、 ■ その他 	<input type="radio"/>	
	ホワイトリングを利用するにあたり、不満に感じる点があれば、教えてください。	複数回答	<ul style="list-style-type: none"> ■ 施設へのアクセス方法、 ■ 来場前後における道路の交通状況、 ■ 施設の混雑状況、 ■ 施設館内の分かりやすさ、 ■ 施設来訪時のネット環境、 ■ 貸出用具など運動・スポーツをするために必要な設備、 ■ 観客席や飲食施設などスポーツ観戦に必要な設備、 ■ 施設利用料金、 ■ 施設利用予約方法、 ■ その他、 ■ 特に不満はない 		<input type="radio"/>
	ホワイトリングの存在によって生じるネガティブな影響もあると認識していますが、今後、ホワイトリングが皆様にとってより愛される施設にするためにも、どのような機能や催しを期待しますか。	自由回答	—	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

アンケート設問一覧 (6/6)

カテゴリ	質問内容	回答形式	選択肢	興行来場者	地域住民
施設が存在することによる定量的な評価	施設が存在することにより、各分野にどのような影響を与えていると感じるか、ご回答ください。（以下観点についてそれぞれ質問を実施） <ul style="list-style-type: none"> ■ 地域への愛着・誇り ■ 治安水準 ■ 公害の状況（騒音・光害・ゴミなど） ■ 景観 ■ 市内来訪者のマナー水準 ■ 教育・育児環境 ■ 防災機能の充実度 ■ 産業・企業の充実度 ■ 医療・福祉環境 ■ 雇用機会の充実度 ■ 道路の整備・渋滞状況 ■ 交通機関の混雑度 ■ 交通機関の充実度 ■ 観光資源の充実度 ■ 商業・娯楽施設の充実度 	単一回答	<ul style="list-style-type: none"> ■ 非常に満足、■ 満足、■ どちらでもない、■ 不満、■ 非常に不満、■ わからない 		○
	ホワイトリングが建設されたことで、現地でのスポーツ観戦機会や競技大会、運動プログラム、スクールが増加・充実し、運動・スポーツが身近に感じられるようになったことで、生活の充実感が増し、幸福度が増したのではないかと考えています。仮にホワイトリングが閉鎖されることが決定し、存続のための募金活動を行っているとしたら、ホワイトリングから得ていた生活の充実感からくる幸福感を失わないためにいくらまでなら支払ってもよいと思いますか。	単一回答	<ul style="list-style-type: none"> ■ ～1,000円、■ 1,001円～3,000円、■ 3,001円～5,000円、■ 5,001円～10,000円、■ 10,001円～30,000円、■ 30,001円～50,000円、■ 50,000円以上 		○
	前問の回答に対する自信を1点から10点でお答えください。	単一回答	1点 回答に自信が全くない～10点 回答に非常に自信がある		○

Appendix 3.

作業実施体制

(参考) 実証作業実施体制

- 実証作業を行うにあたり、所有自治体である長野市担当者、及び実証推進主体が綿密に連携を行った上で、適宜、外部への依頼が必要な作業が発生した場合、協力企業と連携し本実証事業を推進した。

