

休眠預金活用事業 事業計画書

基本情報

事業名	地域と共に！ながのを届けよう
実行団体	株式会社長野パルセイロ・アスレチッククラブ
事業の種類	③ソーシャルビジネス形成支援事業

バージョン	1
-------	---

事業名	スポーツクラブによる困窮世帯支援事業
資金分配団体	一般社団法人RCF

優先的に解決すべき社会の諸課題

領域	分野
3) 地域社会における活力の低下その他の社会的に困難な状況に直面している地域の支援に係る活動	⑥地域の働く場づくりや地域活性化などの課題解決に向けた取組の支援

その他優先的に解決すべき社会の諸課題

--

I. 団体の社会的役割

(1) 団体の目的
株式会社長野パルセイロ・アスレチッククラブ（チーム名：AC長野パルセイロ）は地域社会とクラブがともに手を携えて、強いパートナーシップで共生する「地域密着協働型スポーツクラブ」である。クラブは、活動拠点（ホームタウン）の長野市を中心とした北信地域の住民、企業のみなさまの良きパートナーでありたいと願っています。また、サッカーをはじめとするスポーツの普及・振興に貢献し、スポーツ文化の創造に寄与したいと願っています。
(2) 団体の概要・活動・業務
プロサッカークラブの運営（男子：J3リーグ/女子：Weリーグ所属）、スクール事業やチームのオリジナルグッズの制作・販売。

II. 事業概要

実施時期	2021年6月～2022年2月	直接的対象グループ	飲食店・農家	間接的対象グループ	とくになし
対象地域	長野県	人数	マルシェ 飲食店：10～15店 農家：5～10パルシェ	人数	とくになし
事業の概要	新型コロナウイルスによって影響を受けた飲食店・農家を集めたテイクアウト・マルシェイベントの実施し販売機会の確保。併せてパブリックビューイングを実施しスポーツを通じたコミュニティの場の創出と地域活性化に繋げる。 また農家支援として新たな販売チャネルを確立しスポーツクラブを通して長野の強みである農作物の魅力を発信。県内外のサッカーファン・サポーターに対して新鮮で安心な野菜や果物（ブランド含む）認知、消費を促す。				

III. 事業の背景・課題

(1) 社会課題
①飲食店・農家の販売機会の確保 ホームタウンのある長野市も昨年からのコロナ禍の影響により外出自粛傾向が高まる中で地域の飲食店の売上が激減している。 4月には県より営業の時短要請も発令されており販売機会を大きく失っている。※時短要請後も一度落ち込んだ経済活動は元に戻るまでに時間がかかっている。
(2) 課題に対する行政等による既存の取組み状況
補助金による雇用および金銭的支援にとどまっている。（販売機会の提供は少ない） 商工会議所：商店街での独自イベント実施。飲食店のテイクアウトマップの作成。
(3) 休眠預金等交付金に係わる資金の活用により本事業を実施する意義
AC長野パルセイロの発信力を軸とした、テイクアウト・マルシェイベント&Jリーグパブリックビューイングのイベントの実施及び農産物のECサイトを構築することにより、飲食店及び農家の販売機会を確保する。既存の行政施策では得られない販売機会の提供が可能であり、中長期的な飲食店/農産物のファン獲得を狙う。

IV.事業設計

中長期アウトカム
テイクアウト・マルシェ&PVイベントにおいてはコロナ禍において今必要とされている販売機会を確保するとともに、行政・商工会議所・飲食店が一体となって今後も続く想定されるコロナ禍におけるニューノーマルな飲食の販売方法・イベントの経験と知識を蓄える。中長期的に商工会議所等と連携しスポンサーを募り継続実施を目指す(コロナ禍の情勢により継続は検討)

短期アウトカム	指標	初期値/初期状態	目標値/目標状態	目標達成時期
長野市の飲食店・農家農産物販売機会の確保し売り上げ確保に繋げる	販売機会の増加	地元飲食店・農家から販売機会とは捉えられていない	出店した飲食店・農家に販売チャネルとしてイベント及びマルシェが期待されている	2021年11月

アウトプット	指標	初期値/初期状態	目標値/目標状態	目標達成時期
(1-1) 長野市・商工会議所との実行委員会の形成	7月下旬～8月上旬に実行委員会設立し月一で連絡会議の実施	今回初の実行委員会の設立	実行委員会でのノウハウを蓄積し商工会議所等主催イベントでの活用。3者連携の関係性を構築しその後の街づくりに寄与する。	2021年12月（イベント終了後、報告会実施まで）
テイクアウト/マルシェ&パブリックビューイングイベントでの飲食店・農家の出店	10月に1回、11月(or12月)に実施するイベントでの出店数	飲食店/農家の販売機会を増やすことを目的としたイベント実施経験なし	イベント実施(2回)にて飲食店：10～15店 農家：5～10の出店	2021年12月
ECサイト「マルシェ」での農家の出店	2022年2月までのECサイトへ出店する農家数	ECサイト出店農家数：12農家	ECサイト出店農家数：20農家	2022年2月

アウトプット[No.1]に対する活動

活動内容	活動時期
①テイクアウト・マルシェイベント&Jリーグパブリックビューイングイベントの実施	2021年11月

アウトプット[No.2]に対する活動

活動内容	活動時期
②Jリーグクラブを通じた地域の農産物をPR・販売するECサイト設立	

V.インプット

人材	担当スタッフ	資機材	なし
----	--------	-----	----

VI.持続可能性

持続可能性1	テイクアウト・マルシェ&PVイベントにおいてはコロナ禍においての今年は一時的なイベントになるが今必要とされている販売機会を確保すると共に行政、商工会議所、飲食店が一体となって今後も続く想定されるコロナ禍におけるニューノーマルな飲食の販売方法・イベントの経験と知識を蓄える。 また今後の情勢によっては商工会議所等と連携しスポンサーを募り複数回実施していきたい。
持続可能性2	ECサイトでの農家支援においては無農業・低農業のコンセプトの基、連携農家を増やし長野の隠れたブランド野菜や果物を取り扱い魅力ある情報発信のチャネルとする。コロナ禍における各農家の今までの供給先が狭まった中、新たなルートを開拓し、その後も持続可能な供給先の一つとなる。 また農家にスポットライトを当て、情熱や想いを載せたコンテンツも掲載。実際に食べて、感じてもらう農業県の魅力や地域課題の就農にも繋げていきたい。

VII.広報戦略および連携・対話戦略

広報戦略	■メディア露出 AC長野パルセイロスポンサーである県内メディア（テレビ・新聞）に協力を仰ぎイベント露出を図る。 新聞社：（信濃毎日新聞社・長野市民新聞）： 告知・イベント実施記事
連携・対話戦略	長野商工会議所・商店街連合会：出店社募集・広報（出店者向け） 長野市：当日運営協力・広報（市民向け）