



能代市バスケットの街づくり アンケート結果

～241件の回答から見える現状と未来～

令和8年3月25日(水)

第7回能代市バスケットの街づくり推進委員会 @マルヒコビルヂング

SECTION 01

アンケート概要と回答者内訳

🏀 調査概要

実施期間: 令和7年12月26日～令和8年2月6日

対象: どなたでもアンケート回答可

方法: ・WEBアンケートフォーム
・紙媒体

🏀 回答者概要

回答者数: 241件

【内訳】 WEBアンケートフォーム 236件

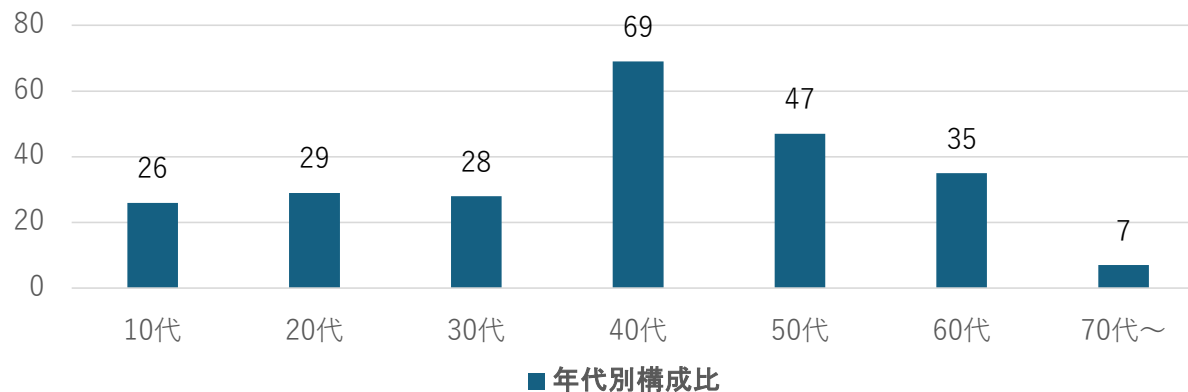
紙媒体 5件(バスケミュージアム4件、市役所1件)

※年代別、性別、居住地別は右グラフのとおり

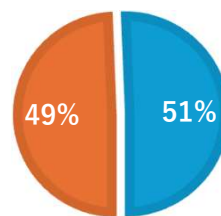
💡 回答者の傾向

働き盛りの40代・50代からの回答が中心。

受動的な応援だけでなく、何らかの形で関わりたいという意欲が高い層が過半数を占める。

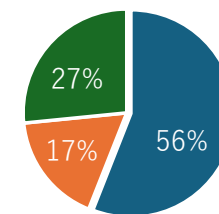


性別分布



■ 男性 ■ 女性

居住地

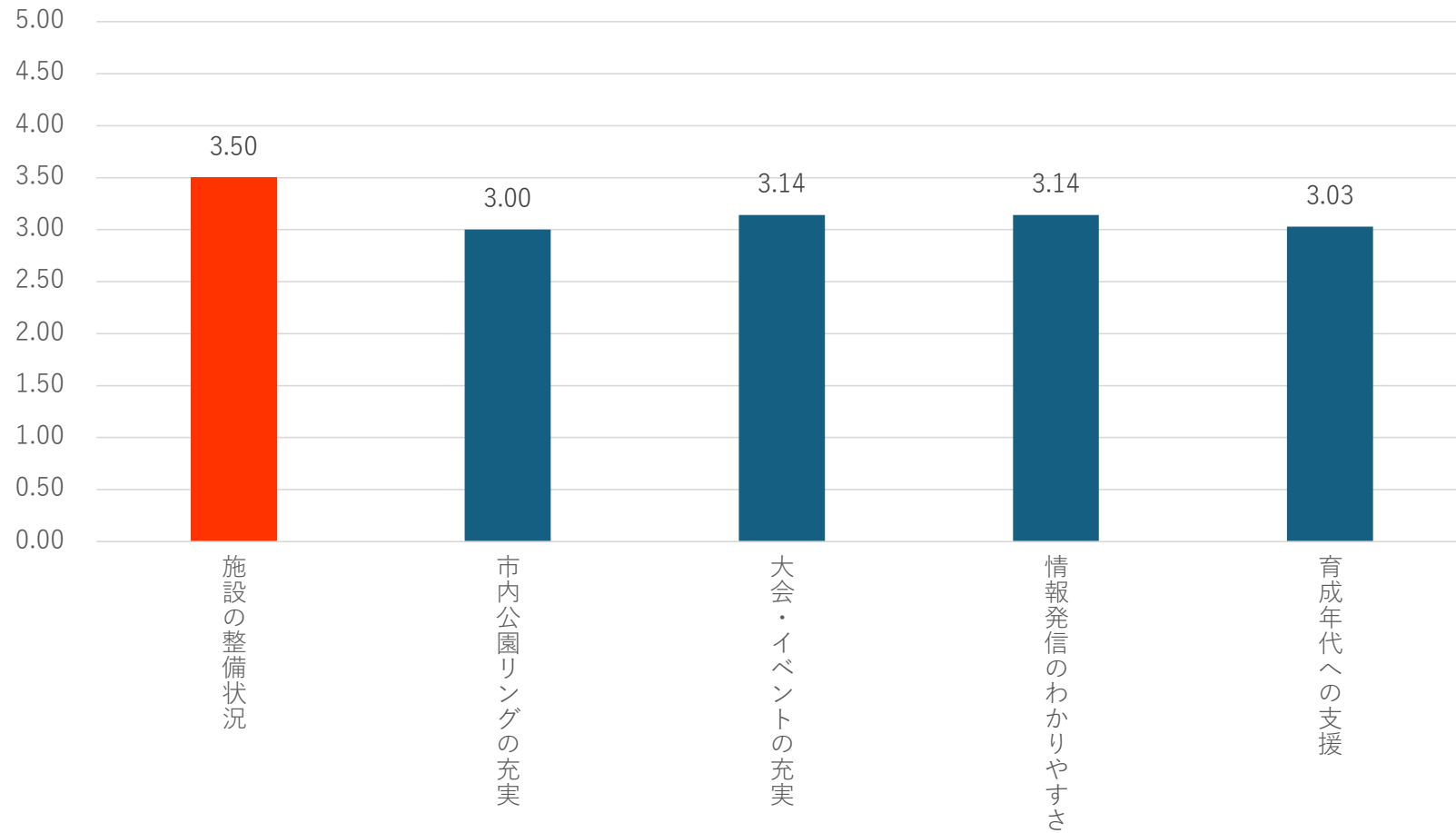


■ 能代市内
■ 秋田県内(市外)
■ 県外(海外含む)

SECTION02

現状評価…能代市のバスケット環境について5点満点で評価

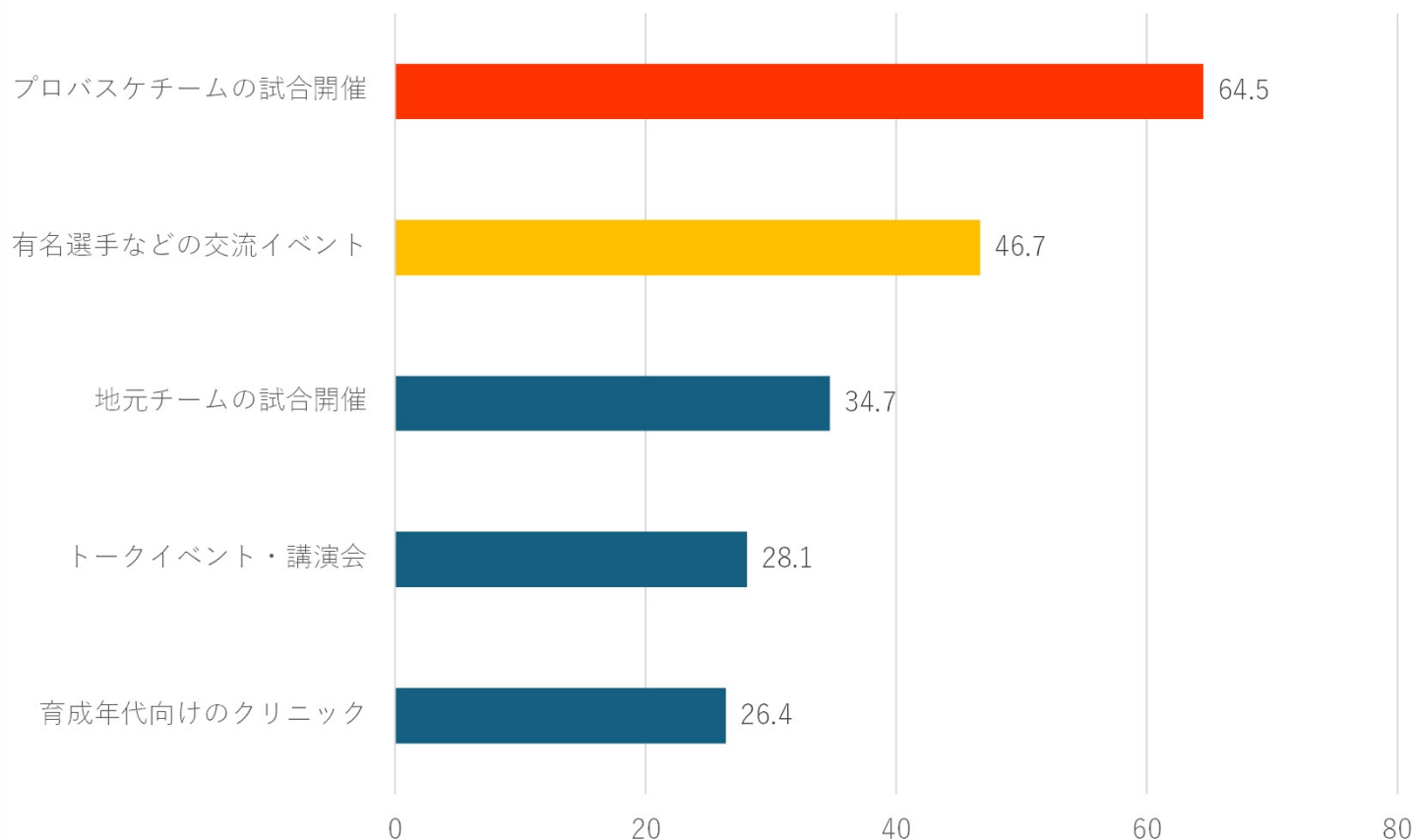
満足度スコア（5点満点）



SECTION03

イベント要望について...(設問)今後、開催してほしいイベントは?(複数回答可)

開催希望イベントTOP 5



★ プロ・有名選手イベントへの熱望

64.5%の回答者が「プロバスケットチームの試合」を希望しており、2位の「有名選手との交流」を含めると、ハイレベルな「観る・触れ合う」体験への需要が圧倒的です。

🏀 需要の構造

High 集客型コンテンツ

プロ試合、有名選手交流など「非日常」の体験






Mid 参加・学習型コンテンツ

トークイベント、クリニックなど「学び」の場

➡まずはプロチーム招聘等の「大型イベント」をフックに市民の関心を高め、日常的な活動参加へ繋げる動線設計が有効。

SECTION04

回答者からの要望やアイデアのまとめ(一部抜粋)

-  ① 育成・若者支援
学校連携、部活動の地域移行推進、プロ選手等によるクリニック開催を通じた育成環境の整備。
-  ② 公共空間の改善
一般用リングや屋根付きコート、夜間照明の増設と、公園バスケットマップの作成等による周知徹底。
-  ③ 観光・バスケットミュージアム
駐車場の改善、「バスケット特産品」の開発、駅前への関連施設集約による「バスケットの街」景観づくり。
-  ④ イベント・広報
遠方客向けのイベント情報の早期発信、プロの試合や有名選手との交流会など多様な企画の実施。
-  ⑤ 街づくり方針
「とりあえず」感を払拭し、明確な信念とビジョンに基づいた事業推進への強い要求。



計画と市民ニーズの整合性分析について

街づくりのビジョン

「バスケットでみんなが元気になれる街」の実現

👤 多様な関わりの創出

✉ アンケートから見える課題

30代・70代～からの関心度が低い



💡 計画内における解決策

シニア向けの取組や、他分野(宇宙・木都)との連携

📣 魅力の体験・発信

✉ アンケートから見える課題

「バスケットを楽しめる環境」が全世代で著しく低い



💡 計画内における解決策

街なかへのバスケット意匠設置、デジタルアーカイブ化等

🎯 未来への継承・支援

✉ アンケートから見える課題

能代工業(現:能代科技)の歴史風化への危機感



💡 計画内における解決策

ふるさと納税の活用、
高校生自身のアイデアを街づくりに反映

✓ 統括: 整合性のポイント

- ・ターゲットの明確化: 関心度が低い30代、シニア層に向けた「関わり方の多様化」が計画の核となる
- ・市民意識の醸成: 市民一人ひとりが街づくりを主体的に行い、「シビックプライド」を高める
- ・歴史から未来へ: 伝統を誇りに思いつつ、若者のアイデアを組み込む「持続可能な街づくり」の実現

「バスケットの街能代」推進に向けた課題と対応策

市民アンケートとマトリックス分析に基づく、3つの重点アクションプラン

① 最優先課題 + クイックウィン

① 施設・環境の再整備

● 現状の認識（市民の声）

- ・ 公園リングの形骸化：コート未整備、ネット破損、維持管理への不満
- ・ アクセスの悪さ：リングの場所や利用ルールが不明
- ・ 利便性：ミュージアム駐車場の分かりにくさ

● 対応策（既存資産の見直し）

- ・ 公園リング再生・維持管理ルールの明文化と運用
- ・ 全市対応のデジタル「能代バスケットマップ」の公開

② 継続と強化

② ブランド価値の再構築

● 現状の認識（市民の声）

- ・ 象徴の揺らぎ：能代工業の校名変更等に伴う、全国的ブランド価値低下への寂しさ
- ・ プロ交流への渴望：Bリーグ試合誘致や、有名選手・OBとの交流イベントへの強い要望

● 対応策（感動を生む質の向上）

- ・ 「レジェンド&プロ」交流会の定例化（秋田NHや科技高OBとの連携強化）
- ・ 単なる試合観戦を超えた、満足度を「感動」に変える高品質なイベントの企画・誘致

③ 広報改善

③ 多様な関わりの創出

● 現状の認識（市民の声）

- ・ ライト層の未開拓：未経験者や親子でも楽しめるイベントがあるのに周知不足
- ・ 低関心層の存在：バスケット補助金活用など、バスケットをフックとした取組への関心が低い

● 対応策（参加したくなる工夫）

- ・ 「バスケット×食・観光」など、未経験者でもつい参加したくなるハイブリッド型企画の拡充と周知
- ・ 地域部活動を見据えた育成支援コミュニティの構築