

都市政策研究所紀要

第 6 号

2011年におけるギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者像

南 博 …… 83

北九州市立大学
都市政策研究所
2012. 3

2011年におけるギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者像

南 博

- I はじめに
- II 2011年ギラヴァンツ北九州スタジアム観戦者調査の実施概要
- III 主な分析結果
- IV おわりに

<要旨>

プロスポーツの経営及びその支援策の検討に際しては、観戦者の特性や意識の把握・分析が重要である。また第三者が経営状況や支援策を客観的に評価する上でも、観戦者の実態を表す情報は有用である。そうした認識に立ち、本研究では、南（2011）を継続する形で、Jリーグ加盟2年目のギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者を対象にアンケート調査を実施し、その特性や意識等について基礎的な分析・考察を行った。

<キーワード>

観戦者特性 (spectator's characteristic)、アンケート調査 (questionnaire)、Jリーグ (J.League)

I はじめに

1. 研究の背景と目的

2010年からプロリーグである日本プロサッカーリーグ（Jリーグ）に加盟を果たしたギラヴァンツ北九州は、北九州市に本拠地を置く唯一のプロスポーツクラブとして活動し、その存在がまちづくりに与える効果に対し、市民、経済界、行政などから大きな期待が寄せられている¹⁾。

北九州市立大学ではギラヴァンツ北九州がJリーグに加盟する前の2008年度から、プロサッカークラブまちづくりに与える効果に着目し、筆者が中心となって様々な角度から研究を行っている。Jリーグに加盟した2010年には、Jリーグを管理運営する社団法人日本プロサッカーリーグと共同しスタジアム観戦者（入場者）に対するアンケート調査を行い、その結果は社団法人日本プロサッカーリーグ（2011）及び南（2011）においてとりまとめを行った。観戦者の特性や意識等を把握することは、ギラヴァンツ北九州の運営に資するとともに、ギラヴァンツを支援する政策に取り組む北九州市等にとっても、政策決定を行う際の重要な資料となることが予想される。また、経営状況や支援策等を第三者が

客観的に評価する上でも、観戦者の実態を表す情報は必要と考える。そして、その情報は、毎年継続的に蓄積されていくことが望ましいことは論を待たないであろう。

こうした点を踏まえ、本研究においてはJリーグ加盟2年目の2011年におけるギラヴァンツ北九州の試合をスタジアムで実際に観戦している観戦者の特性や意識等について基礎的な分析及び考察を行うことを目的とする。

2. 研究方法

ギラヴァンツ北九州の主催試合において観戦者に対するアンケート調査を実施し、分析を行う。調査は、社団法人日本プロサッカーリーグが加盟全クラブを対象に毎年行っている「スタジアム観戦者調査」の2011年分の実施にあたり、筆者が実査協力者として参画する機会²⁾に合わせ、独自の設問を追加する形で実施した³⁾。これは2010年分の「スタジアム観戦者調査」をもとにした南(2011)の研究手法と同様である。

なお、社団法人日本プロサッカーリーグによる加盟全クラブに対する共通設問については、同法人から2012年2月にクラブ相互比較分析結果が公表されているため⁴⁾、本稿では共通設問については主要なものみに言及し、北九州の独自設問を中心に分析を行う。

3. 先行研究等の状況と本研究の位置付け

Jリーグのスタジアム観戦者の実態等については、基礎情報を社団法人日本プロサッカーリーグが毎年報告しているほか、スポーツマネジメントの観点、まちづくりの観点などの視点で多くの研究がある。プロスポーツクラブとしてのギラヴァンツ北九州の試合、あるいは北九州地域において開催された他のプロスポーツの試合における観戦者に関する先行研究は南(2011)の他には見当たらない。

前述のとおり、本研究はギラヴァンツ北九州に特化し、Jリーグ加盟2年目において実際に観戦している観戦者の特性や意識等を把握することを目的としており、こうした研究は他では実施されていないため、その分析・公表を行うことに意義と独自性がある。

なお、経年比較や消費行動等の詳細分析については、今後研究を進め別の論文として取りまとめることとし、本稿においては2011年スタジアム観戦者調査の基礎的な分析を行うこととする。学術的な完成度よりも速報性に重点を置くものである。

II 2011年ギラヴァンツ北九州スタジアム観戦者調査の実施概要

1. 実施概要

(1) 概要

調査は2011年9月17日(土)に北九州市立本城陸上競技場で開催されたJ2公式戦「ギラヴァンツ北九州対コンサドーレ札幌」の試合開始(キックオフ)前に、同競技場のスタンド(観客席)において実施した。実施概要を表1、席種別回収状況の詳細を表2に示す。

表1 調査実施概要

調査日時	2011年9月17日（土） 16:00～18:00（回収終了）
調査場所	北九州市立本城陸上競技場（北九州市八幡西区御開4-16-1）
対象試合概要	2011 J 2 第28節 ギラヴァンツ北九州 対 コンサドーレ札幌 ホーム：ギラヴァンツ北九州 試合開始時間：18:03 入場（観戦）者数：4,693人 天候：曇（調査実施時には小雨） 気温：26.3℃
調査方法	訪問留め置き法（無作為抽出となるよう努め、事前抽出した座席に着座した観戦者に回答を依頼し、約30分後に再訪問して回収）
調査対象	スタジアムに観戦に訪れた11歳以上の観戦者個人。調査対象とする座席はスタジアム全ゾーン（アウェイ応援席も含む）。
配布回収概要	配布数466、有効回収数453（有効回収率97.2%） ※入場者の9.7%相当

表2 席種別回収状況の詳細

スタンド	席種	配布数	有効回収数	回収数に占める割合	
メインスタンド	S	466	20	4.4%	
	A		288	63.6%	
バックスタンド	B		60	13.2%	
	C		ホーム（北九州）側	44	9.7%
			アウェイ（札幌）側	30	6.6%
不明（試合後に入場口等で回収）				11	2.4%
合計			466	453	100.0%

調査方法については、可能な限り回答者の属性等に偏りが生じないように無作為抽出に近い形となるように努め、事前に調査対象とする座席を指定し、当該席に着座した観戦者に調査員⁵⁾が回答を依頼する方式を用いた。しかし、当該席に着座が無かったり調査協力を断られたり場合も多く、結果として調査協力を得られる観戦者を求めて幅広く依頼を行う形となった。2010年調査でも同様の課題があり、本年調査では調査員数を増やす等の工夫も行ったが、今後の調査に際しては統計的信頼性を一層高める手法の検討が課題となった。

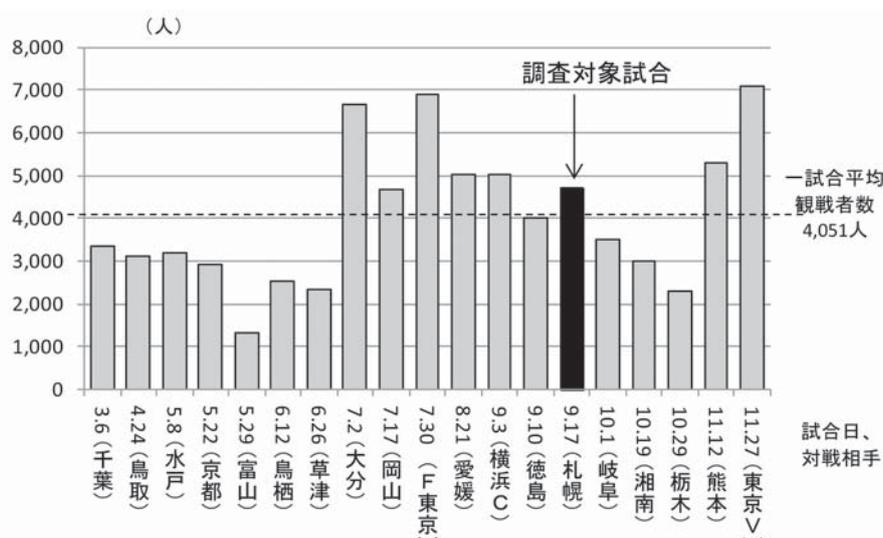
(2) 2010年調査からの調査方法等の変更について

変更点として、調査票の配布対象としてアウェイ（対戦相手。今回の場合、コンサドーレ札幌）応援者も含んだ点が挙げられる。スタジアムへの評価や消費活動状況等について、ギラヴァンツ応援者とアウェイ応援者の差異の有無等を把握することを目的として実施したものである。また、ギラヴァンツ北九州の熱心な応援者の集まるC席（ゴール裏）への配布数を増やし、入場状況の実態に合わせた。それ以外は2010年調査と同様である。なお回収数については、2011年調査では前年に比べ100票程度多い回収を目指したが、当日の観戦者数が前年の7,470人（大分トリニータ戦）を大きく下回る4,693人であったため、準備していた調査票を全て配布できず、前年の457サンプルとほぼ同じ回収数に留まった。ただし、観戦者数に占める抽出率は前年の6.1%から上昇し、9.7%となった。

(3) 調査実施日の特異性に係る考察

調査実施日は、2011年のギラヴァンツ北九州主催試合の一試合平均観戦者数4,051人に近い4,693人の来場であった（図1）。なお、2011年のギラヴァンツ北九州主催試合の観戦者数は、チームの活躍や天候の状況により同一年内においても大きく変化した。2011年のギラヴァンツの平均観戦者数を時期別に整理すると（表3）、シーズン序盤7試合と中盤7試合を比較すると平均観戦者数が倍増している。その要因としては、まずチームが4月30日に約1年ぶり勝利をアウェイで挙げた後、5～6月に本拠地でも4勝1分と好成績を上げ、報道等を通じて注目度が大きく高まっていったことが考えられる。その他、3～6月にかけては雨が多かった点、7～9月には魅力的な対戦相手を迎えたこと等も考えられる⁶⁾。本調査を実施した9月は関心が高まっている時期に相当する。

一方、2010年と2011年を比較し、ギラヴァンツ北九州が同じ対戦相手と試合した際における観戦者数の増減をみたものを図2に示す。札幌戦については、際だった増加、減少は見られないと言えよう。なお、対前年比で大きく観戦者数を減らしているのは千葉戦、富山戦、鳥栖戦であり、いずれも対前年比マイナス40%超となっている。この3試合には「シーズン序盤」、「試合前に雨が降っていた」という共通点がみられる。この3試合以外は目立って減少している対戦はなく、シーズン中盤から後半にかけては対前年比がプラスの対戦が増えている。なお、前述の3試合以外で雨が降った対戦は横浜FC、栃木との2戦であるが、いずれも観戦者は減少している。本城陸上競技場においては、雨が大きく観戦者数に影響することがうかがわれる。2011年の当日の天気予報では降雨の可能性も指摘され、試合前の調査実施時には実際に小雨も降る状況であり、スタンドに屋根が無い北九州市立本城陸上競技場での観戦環境は良くない状況であった。



(出典) Jリーグ公式記録「2011 Jリーグ ディビジョン2 クラブ別入場者数」をもとに作成

図1 2011年におけるギラヴァンツ北九州主催試合の観戦者数

表3 ギラヴァンツ北九州主催試合の2011年の期間別一試合平均観戦者数

期間	主催試合数	勝敗 (北九州での主催試合)	平均観戦者数 (人/試合)	観戦者数 (人)
3～6月	7試合	4勝1分2敗	2,681	18,770
7～9月	7試合	2勝3分2敗	5,288	37,013
10～11月	5試合	3勝1分1敗	4,239	21,193
通年	19試合	9勝5分5敗	4,051	76,976

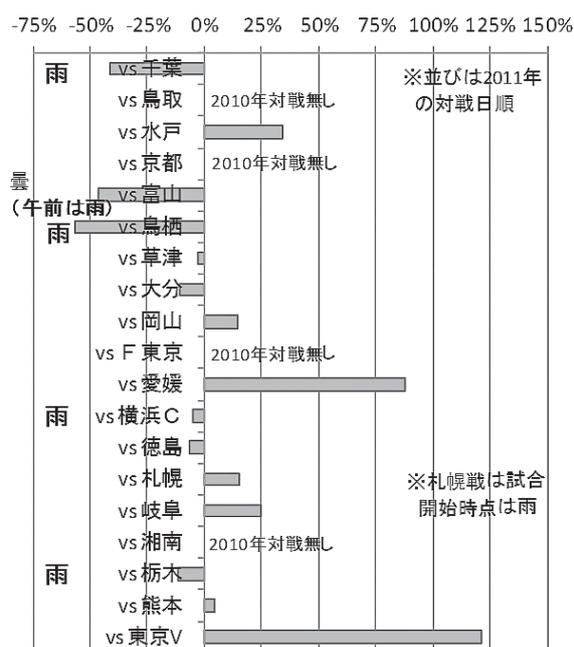
(出典) 南 (2012)

次に、対戦相手について考察すると、コンサドーレ札幌を応援するアウェイ客については、遠方から来場する人々が多いことが予想され、またその人数については大分や熊本のような九州内で距離が近いクラブとの対戦時と比較すると少ないことが予想される。一方、当時の札幌においては、北九州市近郊に住む人々を特別に引きつける著名な人気選手⁷⁾が活躍している状況等の特殊な状況にはなく、一般的な本城陸上競技場の観戦者の属性とは異なる人々が大量に来場したとは考えづらい。

このようにサッカーの試合は天候や対戦相手により観戦者数が左右されることも踏まえた上で考察すると、本調査結果が一般的なギラヴァンツ北九州の主催試合の観戦者の意識等から大きく乖離しているとは言えないと総合的に判断し、一定の普遍性を有する結果であるとみなすこととする。ただしアウェイ客については、今回の対戦相手はコンサドーレ札幌である点を考慮した分析が必要となる。なお、普遍性の有無の判断の妥当性を高めるには、今回を含め2回しか実施していない本調査をさらに継続的に実施し、経年的な分析を行うことが必要であり、今後の課題と考える。

2. 本研究の分析対象となる回答者について

有効回収数453について、「あなたはホームクラブ（ギラヴァンツ北九州）のファンですか。」という問に対する回答別の状況を見ると、ギラヴァンツ北九州の応援者は73.3%となっている（図3）。本研究はギラヴァンツ北九州を事例としてプロスポーツクラブの



(出典) 南 (2012)

図2 ギラヴァンツ北九州2011年対戦相手別観戦者増減率 (対2010年同一対戦比)

経営や地域による支援方策の今後の検討に資する基礎的な分析を行う視点を有しており、ギラヴァンツ北九州の応援者の特性等を中心に把握することが最も重要となる。また、アウェイ応援者のファンは試合ごとに大きく人数・属性等が変化することが推測される。そのため、基本的にはギラヴァンツ北九州応援者を対象とした分析を行うこととする。

ただし2011年調査においては、前述のとおり、スタジアムへの評価や消費活動状況等について、ギラヴァンツ応援者とアウェイ応援者の差異の有無を把握し多角的な分析・考察を行うことも目指しており、設問の内容に応じ、アウェイ応援者等も分析対象とする。

3. 集計結果に係る留意点

本稿と同一のデータを用いて社団法人日本プロサッカーリーグが公表（2012年2月）する『Jリーグスタジアム観戦者調査2011サマリーレポート』においては、「無回答」を設問ごとに除外して集計が行われている。

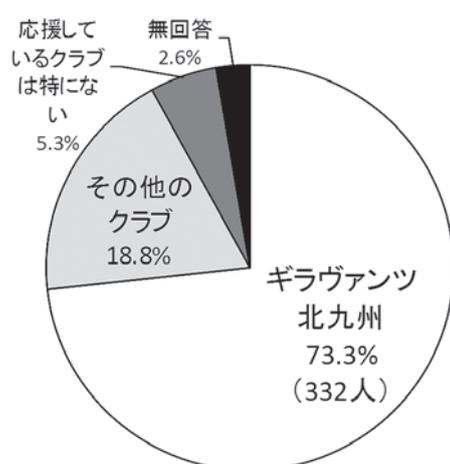
一方、本稿では、有効回答については無回答の設問があった場合も「無回答」として集計に含めて処理しているため、サマリーレポートと比較すると集計結果の構成比の数値等がわずかに異なる場合がある。

4. 回答者の基本属性

(1) ギラヴァンツ北九州応援者の性別年齢

ギラヴァンツ北九州応援者332人の回答者について性別・年齢を見たものを表4に示す。なお、本調査は11歳以上の観戦者を対象として実施している。

65.4%は男性であり、年齢別に見ると30歳代、40歳代が多い。最も多い性別・年齢は2010年調査では男性40歳代であったが、2011年調査では男性30歳代となっており、回答



n=453

図3 応援するクラブ (全有効回答対象)

表4 ギラヴァンツ北九州応援者の性別年齢

		性別		
		合計	男性	女性
年齢別	合計	332	217	114
		100%	65.4%	34.3%
	10歳代	19	14	5
		5.7%	4.2%	1.5%
	20歳代	39	29	10
		11.7%	8.7%	3.0%
	30歳代	92	62	30
		27.7%	18.7%	9.0%
	40歳代	86	53	33
		25.9%	16.0%	9.9%
50歳代	37	22	15	
	11.1%	6.6%	4.5%	
60歳代	40	25	15	
	12.0%	7.5%	4.5%	
70歳以上	15	12	3	
	4.5%	3.6%	0.9%	
無回答	4	0	3	
	1.2%	0.0%	0.9%	

※性別の無回答は1

者全体の18.7%を占める。次いで男性40歳代の16.0%が多い。女性も30歳代、40歳代が多い。

回答では実年齢の記入を求めており、単純平均年齢を算出したところ、男性は平均42.1歳（2010年調査42.7歳）、女性は平均43.6歳（2010年調査42.3歳）、男女計の平均42.6歳（2010年調査42.5歳）であった。

全般的に2010年度と性別・年齢の傾向は変わっておらず、中高年男性が多い一方、若年女性が特に少ない状況と言えよう。

(2) ギラヴァンツ北九州応援者の居住地⁸⁾

応援クラブ別に見た回答者の居住地の状況を表5に示す。ギラヴァンツ北九州応援者については、81.3%が北九州市に居住している。市内では八幡西区（本城陸上競技場所在地）

表5 応援クラブ別に見た回答者の居住地

居住地	ファン種別	ギラヴァンツ応援者		他クラブ応援者		応援クラブなし等		回答者 合計	
		回答者数	構成比	回答者数	構成比	回答者数	構成比	回答者数	構成比
北九州市		270	81.3%	21	24.7%	27	75.0%	318	70.2%
	門司区	15	4.5%	1	1.2%	0	0.0%	16	3.5%
	小倉北区	32	9.6%	0	0.0%	2	5.6%	34	7.5%
	小倉南区	52	15.7%	2	2.4%	4	11.1%	58	12.8%
	若松区	24	7.2%	1	1.2%	5	13.9%	30	6.6%
	八幡東区	14	4.2%	0	0.0%	3	8.3%	17	3.8%
	八幡西区	74	22.3%	10	11.8%	7	19.4%	91	20.1%
	戸畑区	8	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	8	1.8%
	※区不明	51	15.4%	7	8.2%	6	16.7%	64	14.1%
中遠	中間市	4	1.2%	0	0.0%	0	0.0%	4	0.9%
	遠賀郡芦屋町	2	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.4%
	遠賀郡遠賀町	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
	遠賀郡水巻町	3	0.9%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.7%
	遠賀郡岡垣町	3	0.9%	0	0.0%	1	2.8%	4	0.9%
京築	行橋市	9	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	9	2.0%
	豊前市	2	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.4%
	京都郡苅田町	3	0.9%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.7%
	京都郡みやこ町	2	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.4%
筑豊	直方市	1	0.3%	0	0.0%	1	2.8%	2	0.4%
	飯塚市	1	0.3%	1	1.2%	0	0.0%	2	0.4%
	田川市	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
	田川郡香春町	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
	田川郡福智町	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
	田川郡赤村	1	0.3%	0	0.0%	1	2.8%	2	0.4%
福岡都市圏	福岡市	3	0.9%	8	9.4%	3	8.3%	14	3.1%
	宗像市	2	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.4%
	古賀市	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
	太宰府市	0	0.0%	1	1.2%	0	0.0%	1	0.2%
	筑紫野市	0	0.0%	2	2.4%	0	0.0%	2	0.4%
その他福岡県		1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
山口県	下関市	5	1.5%	0	0.0%	1	2.8%	6	1.3%
	宇部市	3	0.9%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.7%
北海道		0	0.0%	20	23.5%	0	0.0%	20	4.4%
関東地方		8	2.4%	17	20.0%	1	2.8%	26	5.7%
東海地方		0	0.0%	2	2.4%	0	0.0%	2	0.4%
近畿地方		0	0.0%	2	2.4%	0	0.0%	2	0.4%
中四国地方(山口除く)		2	0.6%	1	1.2%	0	0.0%	3	0.7%
九州地方(福岡除く)		2	0.6%	10	11.8%	1	2.8%	13	2.9%
合計		332	100.0%	85	100.0%	36	100.0%	453	100.0%

の居住者が最も多い。その他、中遠、京築、山口県など、北九州市に隣接する地域からも来場があるが、その比率は高くない。一方、関東地方の居住者も2.4%おり、熱心なサポーターが本拠地での開催に駆けつけていることがうかがわれる。

なお、他クラブ応援者等も含む回答者全体で見ると、北九州市居住者が占める比率は70.2%となっている。この回答者全体について、北九州市内の行政区別の観戦者数比率を人口比率と見ると（表6）、観戦者数については「区不明」が多いため一概に比較できないが、本城陸上競技場に近い八幡西区、若松区においては観戦者比率の方が高く、その他の区では観戦者比率の方が低くなっており、競技場に近いところからより多くの観客が集まる傾向が見られる。

(3) ギラヴァンツ北九州応援者のその他の主な属性

既婚・未婚については既婚者が63.3%と多くなっている（図4）。また、サッカー経験については、「（部活動やクラブ・サークルなどでは）したことがない」とする人が63.3%となっている（図5）。

表6 北九州市内の区別観戦者・国勢調査人口シェア

	門司区	小倉北区	小倉南区	若松区	八幡東区	八幡西区	戸畑区	(区不明)	母数
観戦者(回答者)	5.0%	10.7%	18.2%	9.4%	5.3%	28.6%	2.5%	20.1%	318
H22国勢調査人口	10.7%	18.6%	22.0%	8.7%	7.4%	26.3%	6.3%	-	976,846

(出典) 観戦者：本研究

H22国勢調査人口：北九州市『平成22年国勢調査人口等基本集計結果の概要』

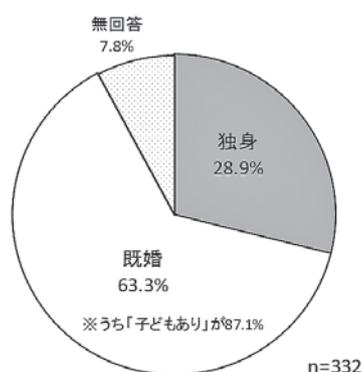


図4 ギラヴァンツ応援者の既・未婚状況

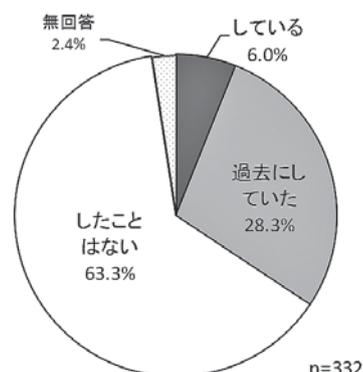


図5 ギラヴァンツ応援者のサッカー経験

(4) それ以外の回答者の基本属性

ギラヴァンツ北九州応援者以外の回答者のうち、他クラブの応援をしている回答者に応援クラブを尋ねた結果を表7に示す。当日の対戦相手であるコンサドーレ札幌の応援者が過半数を占めるが、アビスパ福岡の応援者等も来場している。数は少ないながらも、Jリーグに関心がある層は応援するクラブの対戦でなくても、ギラヴァンツ北九州あるいは対戦相手に「魅力」があれば来場するものと考えられる。

また、ギラヴァンツ北九州応援者を除く観戦者の回答者について性別・年齢を見たものを表8に示す。男性が多く、30歳代、40歳代が多い点はギラヴァンツ北九州応援者と同様の傾向であるが、他クラブ応援者については20歳代が比較的多く60歳代以上が少ない。これは調査日の対戦相手であるコンサドーレ札幌の応援者が北海道や関東地方など遠方から北九州へ遠征する必要があったため自由時間の確保のしやすさ等が影響していたものと考えられる。

これらの観戦者の居住地を表5で見ると、他クラブ応援者は北海道や関東など遠方から多く訪れている一方、北九州在住で他クラブを応援している市民の来場もある。応援クラブなしの観戦者については、北九州市内在住者が75%となっている。応援クラブなしの場合、家族や知人に連れられ来場した人が多いと想定される。

Ⅲ 主な分析結果⁹⁾

以下に主な分析結果を示す。なお、前述のとおり、大半の設問についてはギラヴァンツ北九州応援者を対象とした分析としており、他クラブ応援者等との比較が必要と考えられる設問に限り、それらを併せて分析対象として示している。

1. ギラヴァンツ北九州の応援履歴等

(1) ギラヴァンツ北九州の応援年数

回答者の28.9%が「ギラヴァンツ北九州を応援して1年目」であり最も多く、次いで多い「2年目」を合わせると、過半数の55.1%がJリーグ加盟後に応援を始めている(表9)。Jリーグ加盟により、ファン層が大きく拡大したことがうかがわれる。一方、JFLに所属していた頃からの応援者は26.2%、九州リーグに所属していた頃からの応援者は17.2%となっており、アマチュア時代から長く応援している人々も多い。

表7 他クラブ応援者の応援先

		他クラブ 応援者	応援クラブ なし等	【参考】ギラ ヴァンツ応援者
回答者数		85	36	332
性別	男性	65.9%	75.0%	65.4%
	女性	34.1%	25.0%	34.3%
年齢	10歳代	4.7%	8.3%	5.7%
	20歳代	18.8%	13.9%	11.7%
	30歳代	32.9%	27.8%	27.7%
	40歳代	30.6%	36.1%	25.9%
	50歳代	10.6%	8.3%	11.1%
	60歳代	1.2%	2.8%	12.0%
	70歳以上	1.2%	0.0%	4.5%
	無回答	0.0%	2.8%	1.2%

表8 他クラブ応援者等の性別年齢

		他クラブ 応援者	応援クラブ なし等	【参考】ギラ ヴァンツ応援者
回答者数		85	36	332
性別	男性	65.9%	75.0%	65.4%
	女性	34.1%	25.0%	34.3%
年齢	10歳代	4.7%	8.3%	5.7%
	20歳代	18.8%	13.9%	11.7%
	30歳代	32.9%	27.8%	27.7%
	40歳代	30.6%	36.1%	25.9%
	50歳代	10.6%	8.3%	11.1%
	60歳代	1.2%	2.8%	12.0%
	70歳以上	1.2%	0.0%	4.5%
	無回答	0.0%	2.8%	1.2%

表9 ギラヴァンツ北九州の応援年数

	回答者数	構成比	【参考】計	クラブの 카테고리
1年目	96	28.9%	55.1%	Jリーグ加盟後
2年目	87	26.2%		
3年目	57	17.2%	26.2%	JFL時代から
4年目	30	9.0%		
5年目	21	6.3%	17.2%	九州リーグ時代 から
6年目	11	3.3%		
7年目以上	25	7.5%		
無回答	5	1.5%		
合計	332	100.0%		

(2) ギラヴァンツ北九州（ニューウェーブ北九州時代含む）の試合のスタジアム観戦経験

① 2009年以前（Jリーグ加盟前）の観戦試合数

ホームゲーム（北九州市内で開催）とアウェイゲーム（対戦相手の本拠地等で開催¹⁰⁾）別の2009年シーズン以前（Jリーグ加盟前）のスタジアム観戦試合数を見ると（図6）、ホームでは0試合が35.5%で最多であるが、Jリーグ加盟以前に観戦経験のある人が半数近くを占めている。一方、アウェイは過半数が0試合と回答している。平均¹¹⁾を算出すると、ホームは平均5.8試合、アウェイは0.6試合となる。

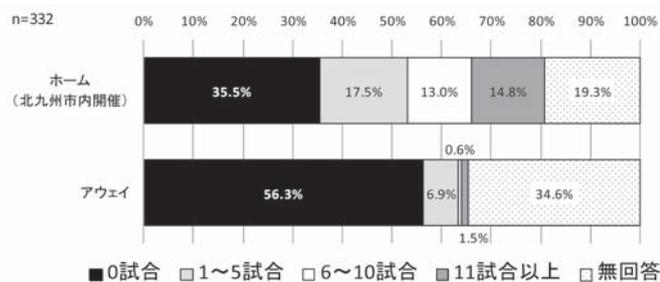


図6 2009年以前（Jリーグ加盟前）のギラヴァンツ（ニューウェーブ）北九州の試合観戦数

② 2010年の観戦試合数

Jリーグ加盟1年目の2010年シーズン（ホーム、アウェイとも18試合）については（図7）、ホームでは半数以上が1試合以上の観戦経験があり、11試合以上観戦した人も24.4%に上る。アウェイについては半数近くが0試合としているものの、2009年以前と比較すると観戦した人の割合は増えている。九州をはじめとして近隣の対戦相手の本拠地にも観戦に行く人が増えたものと推測する。

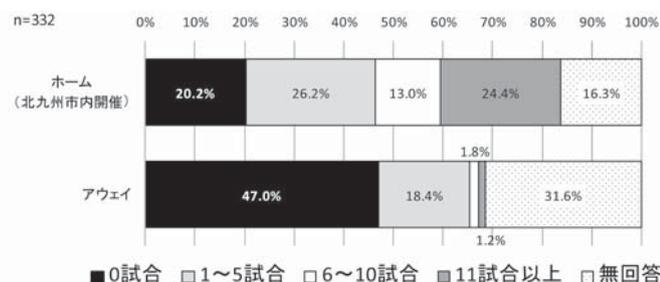


図7 2010年のギラヴァンツ北九州の試合観戦数

③ 2011年の観戦試合数

Jリーグ加盟2年目の2011年シーズン（ホーム、アウェイとも19試合。ただし本調査時点ではホーム14試合、アウェイ11試合）については（図8）、ホームでは1~5試合が37.0%と最も多くなっているが、6~10試合、11試合以上も各24%程度であり、かなりの頻度で本城陸上競技場へ観戦に訪れている人が多い傾向が見られる。アウェイでの観戦については2010年から大きな変化は見られない（調査時点では鳥栖戦、大分戦は未実施）。

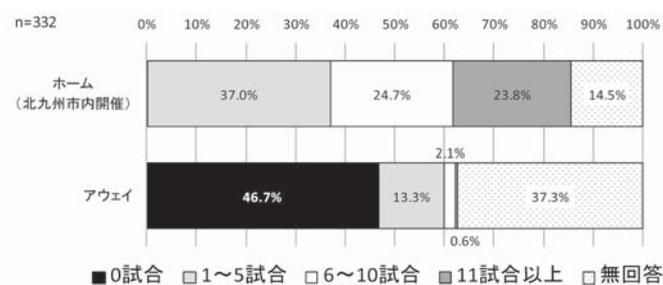


図8 2011年のギラヴァンツ北九州の試合観戦数

この2011年のホームでの観戦数について、回答者比率を度数分布で見たものを図9に示す。14試合実施時点で、最も多いのは「14試合」となっている。「1試合」（調査日が2011年の初観戦であった回答者）は11.1%にとどまり、それ以外の大半の観戦者は2試合以上観戦のリピーターであり、全試合観戦している人も多い。

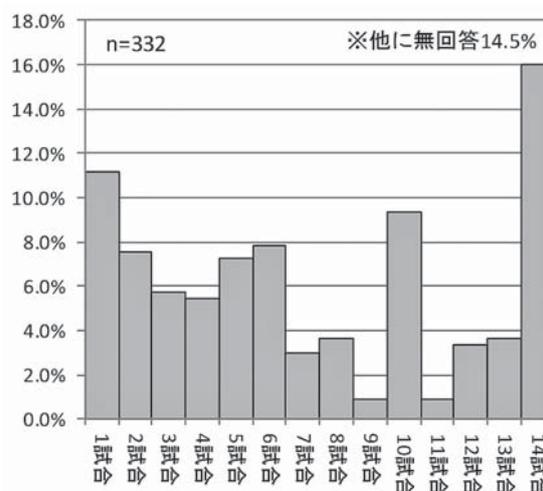


図9 2011年のホーム試合観戦数分布

2. 調査対象試合について

(1) チケットの入手方法

調査対象となった試合のチケットの入手方法を尋ねたところ、「チケットをもらった」とする観戦者が30.1%（2010年調査34.7%）で最も多かった（図10）。招待券の種類については、スポンサー企業を通じてチケットを入手したケースや、北九州市が招待したケースなどが考えられる。次いで多いのは「シーズンチケットを購入した」、「スタジアムで購入した」、「その他」となっている。「その他」についても実質的にはチケットを無料で入手したケース（ファンクラブ入会特典利用など）が多く含まれると考えられる。このチケット入手方法については、ギラヴァンツ北九州の集客やクラブ運営に係る最も重要な課題が顕著に表れている。

なお、2010年に2番目に多かった「コンビニで購入した」は5番目に順位を下げています。その理由としては、本城陸上競技場の観戦料の設定において、前売り券と当日券（スタジアムで購入）の価格差が小さく、席種によってはコンビニで発券手数料を支払った場合、当日券の値段との価格優位性が無くなるケースがあったことも原因と考えられる。

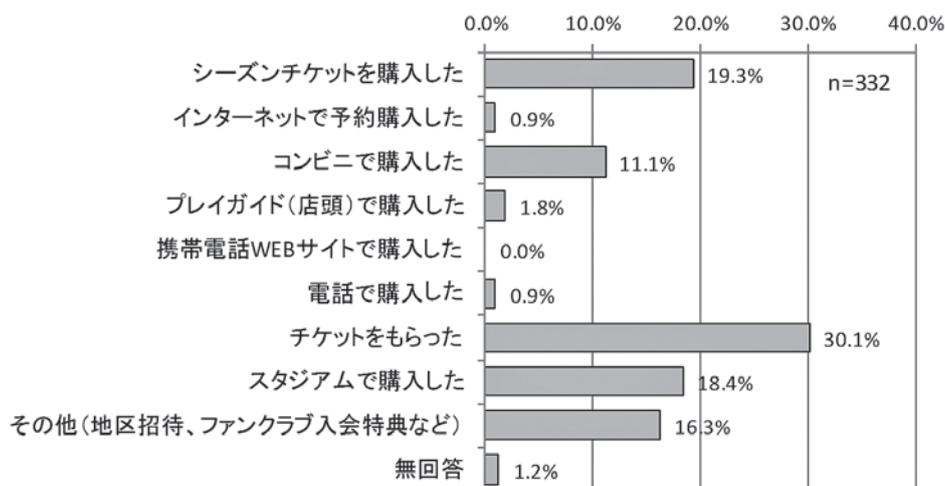


図10 当日のチケットの入手方法（ギラヴァンツ応援者）

表10 席種別に見た当日のチケットの入手方法（ギラヴァンツ応援者）

	合計	S席	A席	B席	C席
シーズンチケットを購入した	19.3%	60.0%	12.4%	4.9%	60.0%
インターネットで予約購入した	0.9%	0.0%	0.9%	2.4%	0.0%
コンビニで購入した	11.1%	13.3%	12.8%	12.2%	2.5%
プレイガイド(店頭)で購入した	1.8%	6.7%	0.9%	7.3%	0.0%
携帯電話WEBサイトで購入した	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
電話で購入した	0.9%	0.0%	1.3%	0.0%	0.0%
チケットをもらった	30.1%	6.7%	36.3%	22.0%	5.0%
スタジアムで購入した	18.4%	6.7%	14.6%	34.1%	30.0%
その他(地区招待、ファンクラブ入会特典など)	16.3%	6.7%	19.5%	14.6%	2.5%
無回答	1.2%	0.0%	1.3%	2.4%	0.0%
回答者数 ※合計には席種無回答(10)を含む	332	15	226	41	40

※ 各席種で最も多い入手方法に網がけ

これを席種別に見ると（表10）、メインスタンド中央部で最も高額なS席（座席指定）と、熱心なサポーターが集まる傾向にある“ゴール裏”となるC席では、共に60.0%が「シーズンチケットを購入した」としており、回数多くスタジアムに訪れる指向が強いことがうかがわれる。一方、メインスタンドのゾーン指定となるA席では、「チケットをもらった」あるいは「その他」とする回答が多い。バックスタンド側のゾーン指定となるB席では「スタジアムで購入した」が最も多い。席種により、チケット入手方法が大きく異なっており、観戦者像も異なっていると言えよう。

なお、ギラヴァンツ北九州応援者以外のチケット入手方法を見ると（表11）、他クラブ応援者は「コンビニで購入した」が多く、応援クラブなし等は「チケットをもらった」人が多くなっている。

表11 ギラヴァンツ応援者以外の当日のチケットの入手方法

	他クラブ応援者 (n=85)	応援クラブなし等 (n=36)
シーズンチケットを購入した	0.0%	2.8%
インターネットで予約購入した	1.2%	2.8%
コンビニで購入した	49.4%	8.3%
プレイガイド(店頭)で購入した	9.4%	0.0%
携帯電話WEBサイトで購入した	0.0%	0.0%
電話で購入した	0.0%	0.0%
チケットをもらった	16.5%	58.3%
スタジアムで購入した	20.0%	19.4%
その他(地区招待、ファンクラブ入会特典など)	3.5%	5.6%
無回答	0.0%	2.8%

(2) 観戦同行者の人数と種類

当日の試合を一緒に観戦に来た人数については、2人とする回答が最も多く、次いで3人となっている（図11）。同行者の種類については、「家族」とする回答が過半数となっている（図12）。

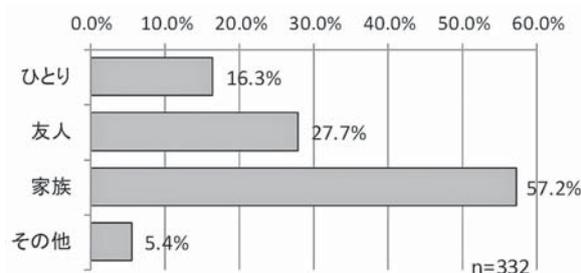


図12 同行者の種類（複数回答可）

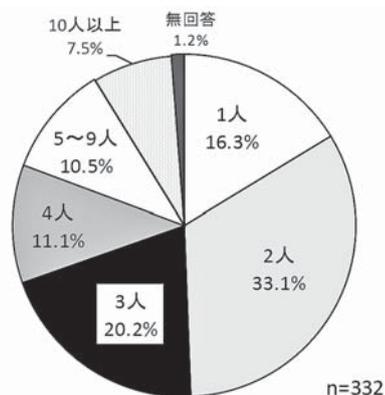


図11 当日一緒に観戦に来た人数

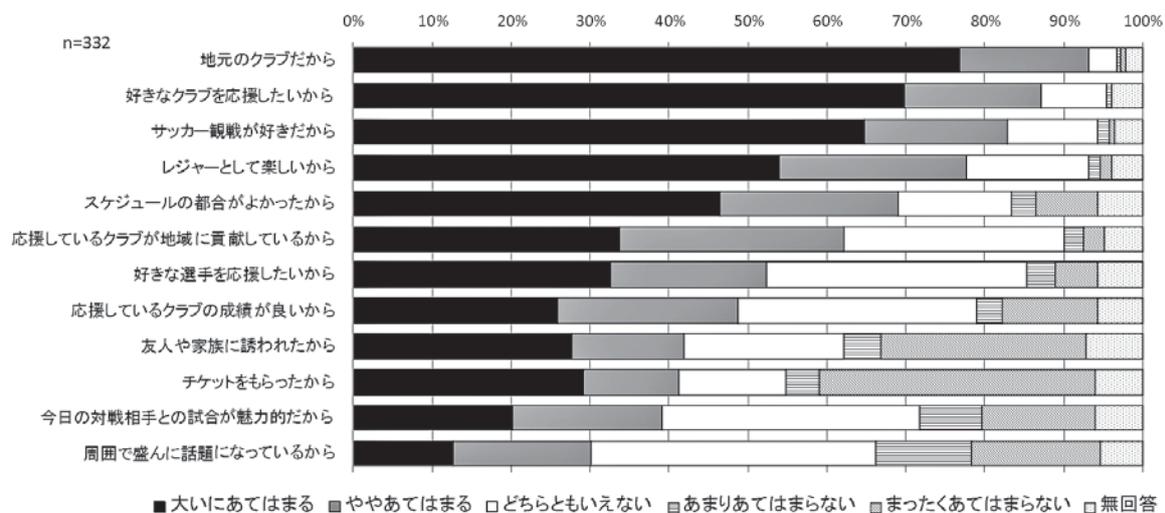


図13 調査対象試合の観戦理由（ギラヴァンツ北九州応援者）

(3) 観戦理由

調査対象となった試合の観戦理由を12項目に分け、それぞれの度合いについて5段階評価で質問したところ、「大いにあてはまる」「ややあてはまる」という肯定的な回答が多いのは、「地元のクラブだから」、「好きなクラブを応援したいから」、「サッカー観戦が好きだから」等であった(図13)。回答が少なかったのは、「周囲で盛んに話題になっているから」等であった。2010年調査と比較すると、「応援しているクラブの成績が良いから」を肯定的な理由にする人の割合が19倍（2010年2.6%→2011年48.8%）に増えていることが特徴的である。

なお、本設問はJリーグ共通設問であり、社団法人日本プロサッカーリーグ（2011）および同（2012）において、全Jクラブとの比較が行われている。北九州については、「チケットをもらったから」の項目を肯定的に回答している割合が、2年連続でJクラブ中、最も高い。北九州の2010～2011年時点でのスタジアム観戦者の特徴的な傾向を表していると言えよう。

(4) スタジアム及びイベントに対する評価

調査対象試合における、スタジアム及びイベントに関する6項目について5段階評価で質問したところ、ギラヴァンツ北九州応援者から「とても良い」「良い」という肯定的な回答が多いのは、「スタジアムにおけるスタッフの対応」、「スタジアムの雰囲気」であり、双方とも60%以上の回答者が高評価している（図14）。ボランティアスタッフの活躍等が良い雰囲気づくりに寄与しているものと考えられる。また、「飲食売店やグッズショップ」、「スタジアムでのイベント」も過半数が高評価している。評価が低いのは「スタジアム施設・設備の快適さ」となっている。

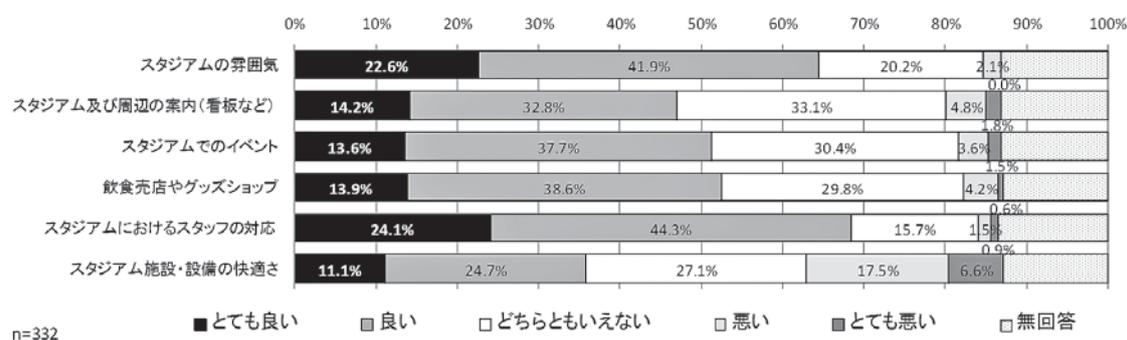


図14 スタジアム及びイベントに対する評価（ギラヴァンツ応援者）

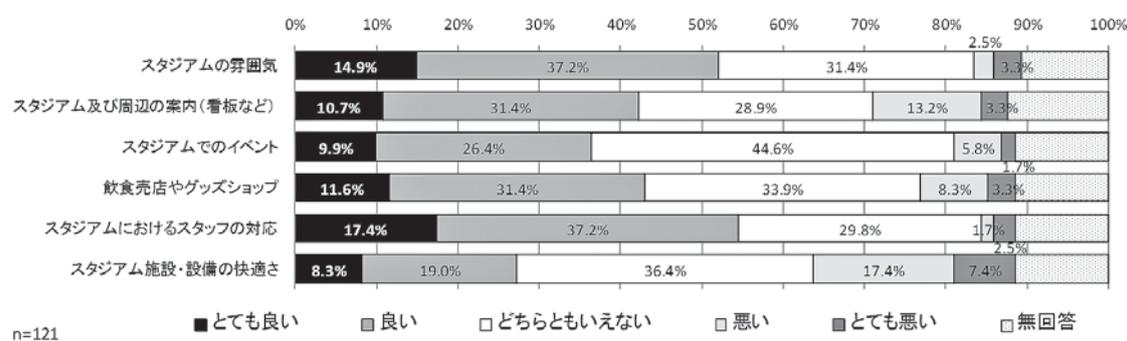


図15 スタジアム及びイベントに対する評価（その他の観戦者）

一方、その他の観戦者（ギラヴァンツ北九州応援者以外）からの評価を見ると、「スタジアムにおけるスタッフの対応」、「スタジアムの雰囲気」については過半数から高評価を得ているものの、ギラヴァンツ北九州応援者と比較すると全般的に評価が低い（図15）。特に「スタジアム施設・設備の快適さ」については、肯定的な評価と否定的な評価が拮抗している。頻繁に本城陸上競技場を訪れる機会の無い人々や、他クラブを応援して全国各地のスタジアムで観戦経験のある人々からの評価がやや厳しい点は、北九州関係者は重く受け止めるべき事項であろう。ギラヴァンツ北九州の存在効果をより大きくし、また観戦者数を増加させるためには、関心の低い人々を新たにファンとすることや、多くのアウェイ観戦者を北九州に集客して経済活動を誘発すること等が重要である。現在のギラヴァンツ北九州応援者からの評価を高めていくことはもちろん重要であるが、その他の人々からの評価を一層高めていく努力が求められよう。

3. ギラヴァンツ北九州のファン拡大に向けた取り組み等

(1) ギラヴァンツ北九州のファンクラブへの加入状況

ギラヴァンツ北九州のファンクラブ加入状況については、「入会したことはない」が58.7%を占めている（図16）。今シーズン（2011年）入会している観戦者は23%程度に止まっており、クラブにとっての大きな課題が明らかになっていると言えよう。

(2) Jリーグ情報の入手方法

Jリーグの情報について、主にどこから入手しているか回答を求めたところ（複数回答可）、最も多いのは「クラブ公式ホームページ」であり、過半数が回答した（図17）。その他、「Jリーグ公式ホームページ」及び「J's GOAL」といったJリーグが運営に関わるWebサイトや、「SNS系（twitter、facebook、mixi、GREEなど）」及び「ファンブログ」といった各個人が発するインターネット上の情報なども情報収集に活用されていることが伺われ、クラブ運営上、Webサイトを活用した情報発信が重要なポイントとなっているものと考えられる。

また、「テレビ」、「新聞」といったマスメディアも40%以上の回答者がおり、重要な役割を果たしている。

(3) Jリーグ観戦への勧誘・被勧誘状況

Jリーグ観戦に周囲の人をよく誘うか（勧誘）、及び周囲の人からよく誘われるか（被勧誘）を尋ねたところ、勧誘については「よく誘う」「時々誘う」の合計が約70%と高くなっている（図18）。一方、被勧誘については「まったく誘われない」「あまり誘われない」の合計が52%にのぼっている（図19）。

なお、本設問はJリーグ共通設問であり、日本プロサッカーリーグ（2012）においてクラブ間比較が行われており、ギラヴァンツ北九州応援者は他クラブと比較し、「よく誘う、時々誘う」とする回答が多い結果となっている。応援者による草の根的な取り組みが進められていると言え、高く評価できよう。ギラヴァンツ北九州の観戦者数は前述のとおり2011年シーズン中盤以降、増加傾向にある。こうした草の根的な取り組みの成果が2012年シーズンにおいてどの

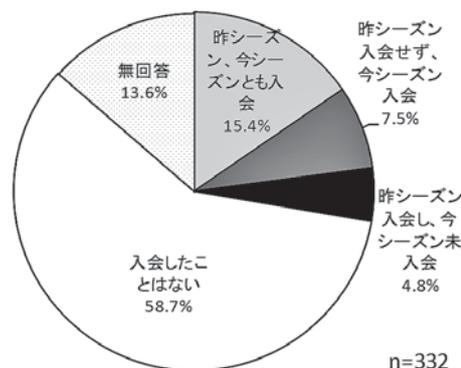


図16 ファンクラブ加入状況

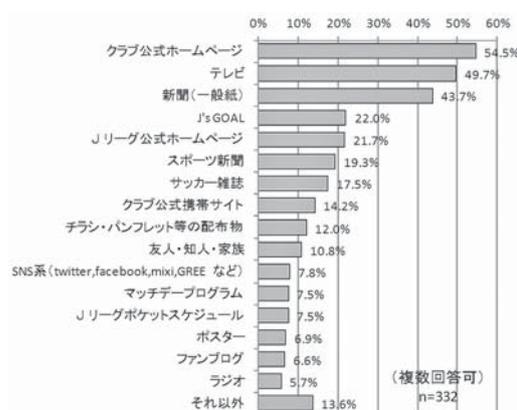


図17 Jリーグ情報の入手方法

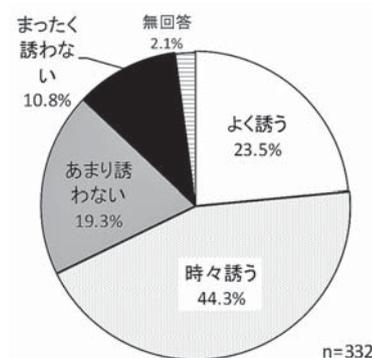


図18 周囲への勧誘状況

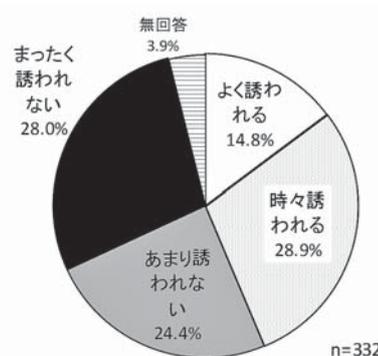


図19 周囲からの被勧誘状況

ような形で表れるか、注目できよう。

(4) ギラヴァンツのファン拡大のために必要な取り組み

ギラヴァンツ北九州にとって極めて重要な課題である「ファン拡大」のために必要だと思う点について尋ねた結果について、ギラヴァンツ北九州応援者とその他の観戦者を比較した（図20）。ギラヴァンツ北九州応援者については、「試合や選手の情報がもっと広報されること」と「チームが強くなること」がほぼ同率で50%を超えており、特にこの二点についての意識が強い結果となっている。次いで多いのは「観戦しやすいスタジアムを新たに整備すること」で、これも40%で高い要望となっている。こうした回答の傾向は2010年調査と類似しているが、「チームが強くなること」は昨年より10ポイント減少している。2011年は前年と比較し大きくチーム成績が向上したことが背景にあるものと考えられる。

一方、「その他の観戦者」については、「観戦しやすいスタジアムを新たに整備すること」と「チームが強くなること」が同率で約40%という高い要望となっている。次いで多いのは「本城陸上競技場への交通アクセスをより良くすること」となっている。新たなファン層の掘り起こしや経済効果を誘発するためには、「その他の観戦者」をリピーター化させることや絶対数を増加させることが不可欠であり、これらの意見は重視する必要があるものとする。

なお、ここで挙げた項目のうち、チーム強化、広報、地域貢献活動等についてはクラブ（ギラヴァンツ北九州）が主体的に取り組むべきものであり、クラブとしての総合力の向上が引き続き求められていると言えよう。一方、交通アクセスについてはクラブと行政、交通機関等が共同して取り組むべき課題であり、新スタジアム整備については行政が取り組むべき大きな課題である。地域一体となった総合的な取り組みが求められている。

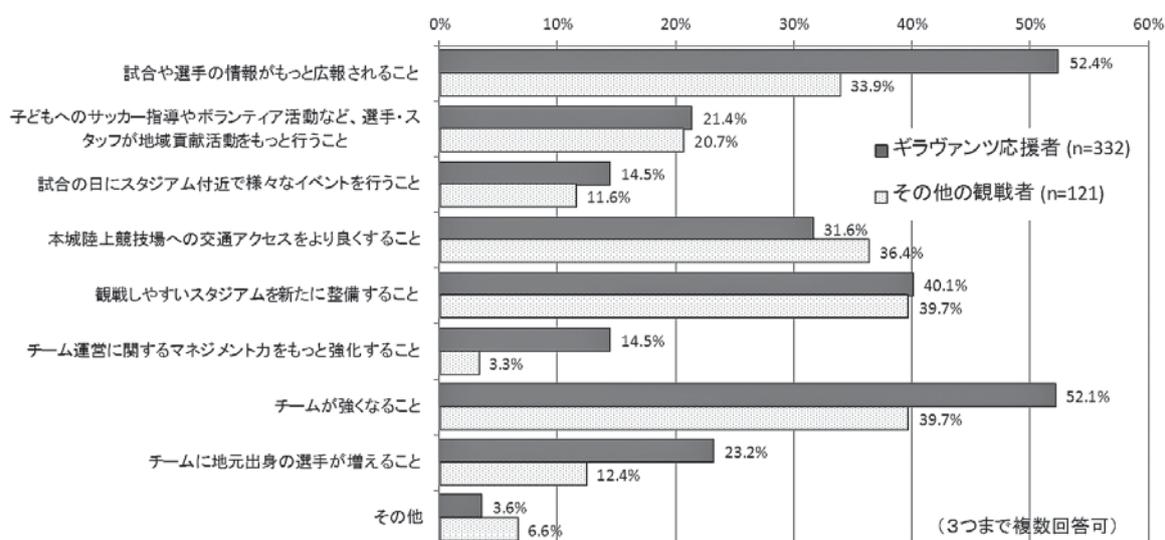


図20 ギラヴァンツ北九州のファン拡大のために必要な取り組み等（3つまで複数回答）

なお、本調査においては、この選択式の設問の後に、回答者に観戦者の立場から「クラブや地域が取り組むべき具体的アイデア」について自由記入式で回答を求めた。その結果についてはクラブ及び行政に提供しており、今後のファン拡大への具体的取組に活用されることを期待したい。

4. ギラヴァンツ北九州に対する印象等

(1) サッカー、Jリーグ全般に対する印象

Jリーグ共通設問として、主として社会貢献の視点から、サッカー、Jリーグ全般に対する印象に関する4項目について5段階評価で回答を求めた結果を図21に示す。いずれも肯定的な評価が60%を超えており、サッカーの社会への貢献についてはスタジアム観戦に訪れた人からは高く評価されていると言えよう。特に、「Jリーグクラブは、それぞれのホームタウンで重要な役割を果たしている」と「ギラヴァンツ北九州は、ホームタウンで大きな貢献をしている」は共に肯定的な評価が80%を超えており、Jリーグの理念や、それを具現化しようとしているギラヴァンツ北九州等の取り組みはスタジアム観戦者には広く理解され、支持を得ていることがうかがわれる。

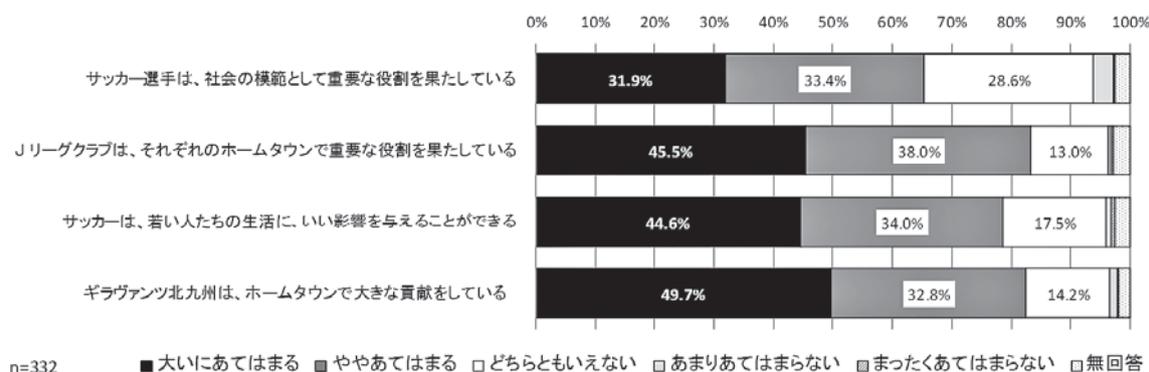


図21 サッカー、Jリーグ全般に対する印象（社会貢献に対する評価）

(2) ギラヴァンツ北九州が北九州地域に与える影響に関する印象

次に、ギラヴァンツ北九州独自設問として、ギラヴァンツ北九州がJリーグで今後活躍していった場合、北九州地域にとってどのような影響があると考えるか、8項目¹²⁾を挙げて項目ごとに4段階で評価を求めた（図22）。

「北九州の新しいシンボルになる」「北九州の知名度、イメージが向上する」「市民の北九州に対する郷土愛が増す」「子ども達に夢を与える」「他のスポーツ・文化活動も活発になる」「様々な経済効果が期待できる」「市民や企業等の間に、新たな“社会的つながり”が生まれる」という、前向きなイメージ項目に対しては、「そう思う」「ややそう思う」という回答の合計がいずれも80%前後となっている。一方で、後ろ向きのイメージ項目であ

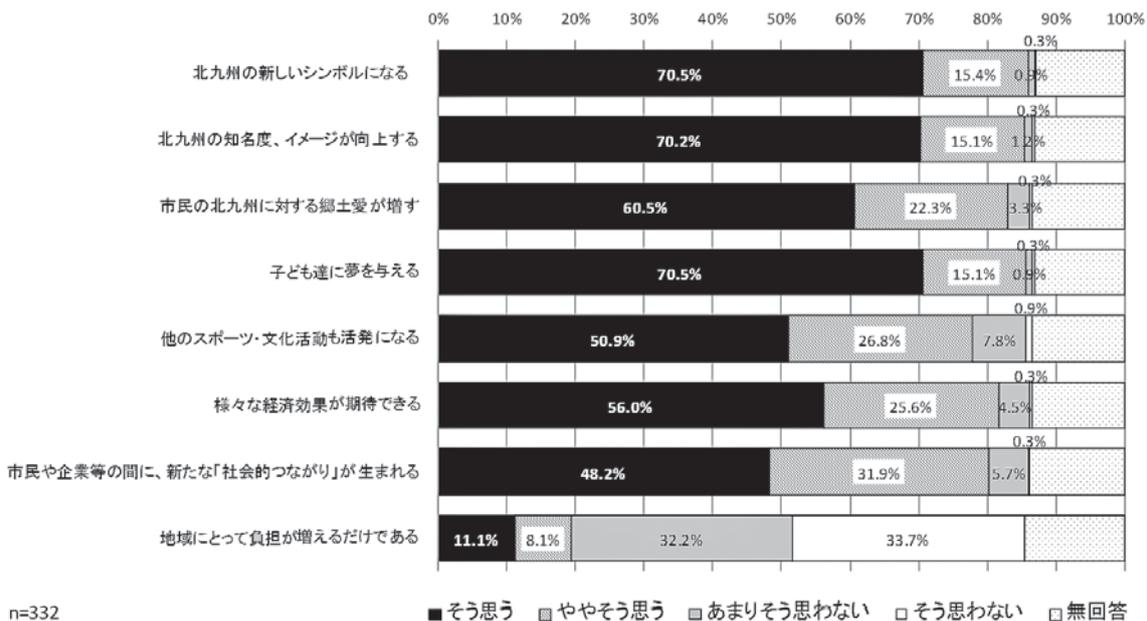


図22 ギラヴァンツ北九州が北九州市に与える影響に関する印象

る「地域にとって負担が増えるだけである」に対しては、「あまりそう思わない」「そう思わない」とする回答が約66%となっている。こうしたことから、ギラヴァンツ北九州が地域に様々な好影響を与えるとイメージしているスタジアム観戦者が大半であると言える。これは2010年調査とほぼ同様の結果となっている。ギラヴァンツ北九州は、設立時に「プロスポーツリーグでの活躍を通じて地域に誇りと活力を！子どもたちに夢と感動を！」という決意を示しているが、その理念はスタジアム観戦者にはよく理解され、支持されていると言えよう。クラブと地域が一体となってギラヴァンツ北九州に寄せられる期待の具現化を進める事により、より多くの人々に理解が得られるよう努めることが重要であろう。

5. 今後のギラヴァンツ北九州の試合の観戦意向

(1) 全体的な傾向

今後もギラヴァンツ北九州の試合をスタジアムで観戦したいと考えているかどうか尋ねた結果を図23に示す。ギラヴァンツ北九州応援者の回答については、78.0%が「ぜひ観戦したい」と積極的な観戦意欲を示し、8.1%が「きっかけがあれば観戦するかもしれない」と回答しており、スタジアムに訪れた人はその魅力を感じ、再訪への意欲を持つ傾向にあると言えよう。そのため、観戦者数の増加に向けては、既に北九州市も取り組んでいるように、「まずは一度、スタジアムに行ってみるきっかけを提供する」施策が極めて重要と考えられる。なお、本調査は試合開始前に実施したが、特に観戦経験の少ない人については、観戦後に尋ねた場合は異なる結果となる可能性もある。観戦者が満足するような質の高いプレーが随所にあり、また盛り上がりのある試合展開となった場合、今後の観戦

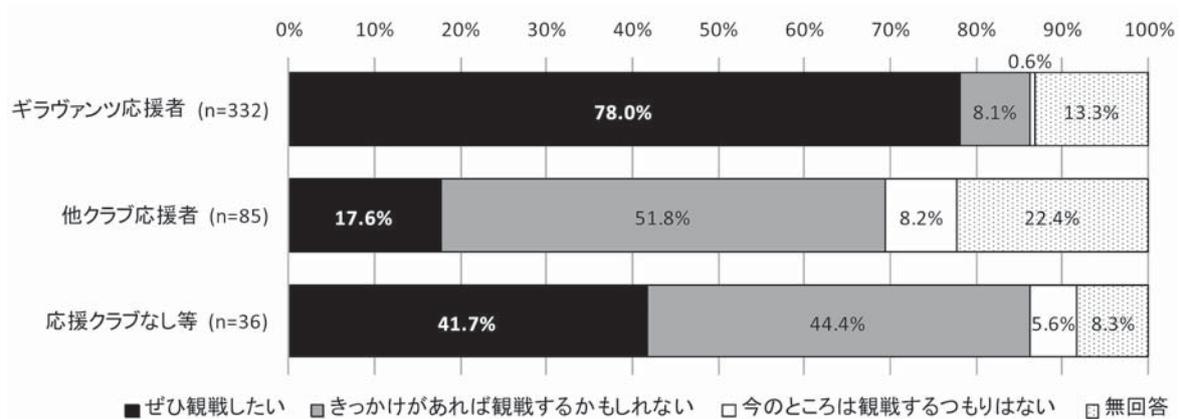


図23 今後のギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦意向

意欲は一層高まり、逆に魅力度の低い試合の場合は意欲が下がることも予想される。なお、2010年調査においては「ぜひ観戦したい」が68.8%、「きっかけがあれば観戦するかもしれない」が15.6%であった。昨年と比較し「ぜひ観戦したい」という積極的な回答者は10ポイント近く増加しており、ギラヴァンツ北九州の観戦魅力度は前年よりも高まっている。

一方、他クラブ応援者については、「きっかけがあれば観戦するかもしれない」が51.8%を占めている。これは、J1、J2と2つのカテゴリーがある中で、各回答者が応援するクラブと毎年対戦があるかどうか未定である点が主たる要因であると考えられるが、ギラヴァンツ北九州の試合を観てもよいと考える他クラブの応援者が多数にのぼっていることは、ギラヴァンツ北九州の魅力をJリーグファンが広く認識している表れと言えよう。

また、応援クラブなし等の観戦者においても、41.7%が「ぜひ観戦したい」と積極的な観戦意欲を示し、44.4%が「きっかけがあれば観戦するかもしれない」と回答している。これらの人々はギラヴァンツ北九州応援者として定着する可能性を有しており、こうした人々がリピーターとなるような取り組みが重要となる。

(2) ギラヴァンツ北九州応援者の属性別の観戦意向

(1)の設問について、ギラヴァンツ北九州応援者に着目し、席種、チケット入手方法、2011年におけるギラヴァンツ北九州のホームゲーム観戦回数の状況別に今後の観戦意向を整理したものを図24に示す。

席種別に見ると、S席では「ぜひ観戦したい」が100%、C席も85%にのぼっており、再訪への意欲は特に高い。

チケット入手方法別に見ると、熱心なファンの証であり全試合観戦が可能な「シーズンチケット」購入者は、大半が積極的な観戦意欲を示している。チケットをもらった、あるいはそれに準ずることが想定される「その他」と回答した観戦者については、79.6%が「ぜひ観戦したい」、10.2%が「きっかけがあれば観戦するかもしれない」と回答している。い

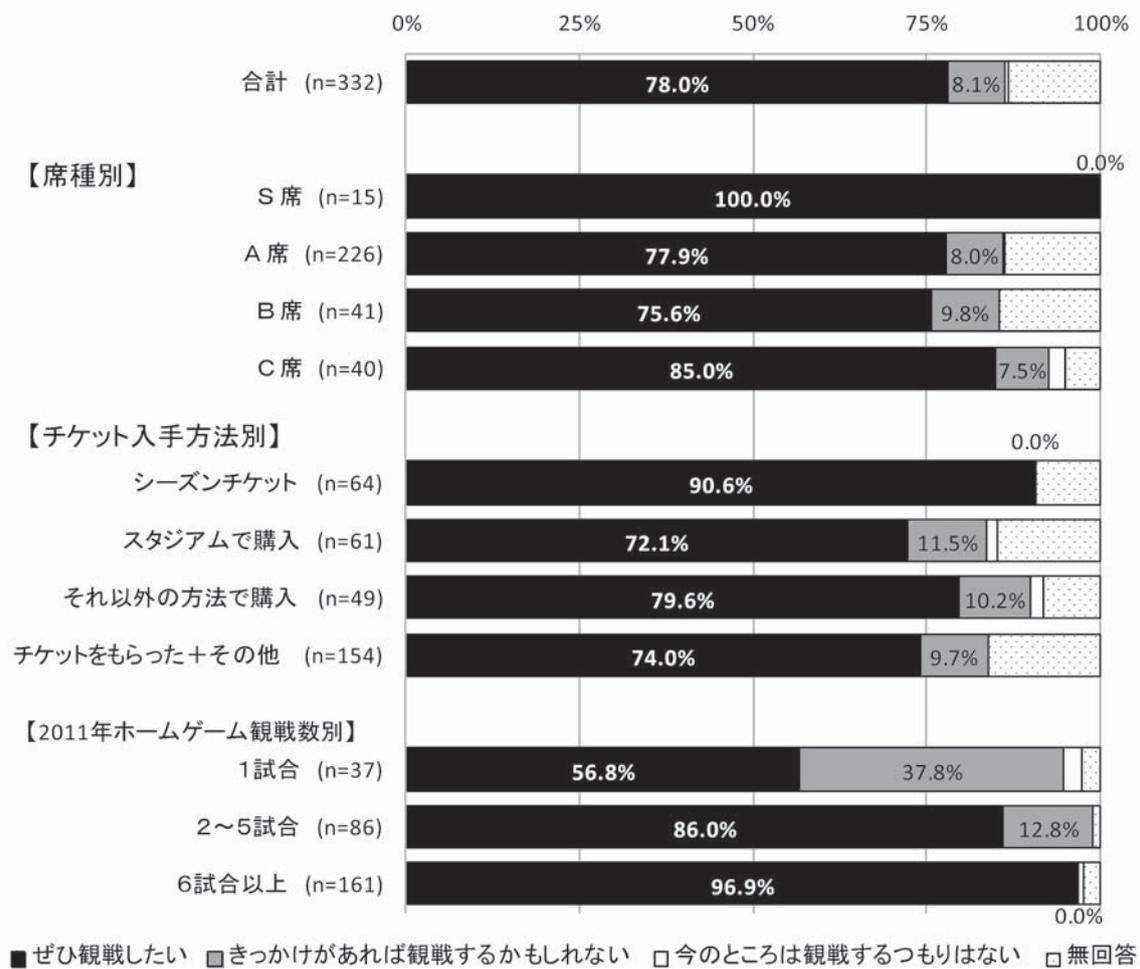


図24 ギラヴァンツ北九州応援者の属性別の観戦意向

いわゆる“招待券”の配布がリピーター確保につながっている可能性が示唆され、クラブや北九州市、地域団体等が行っている招待事業が一定の効果があると考えられる¹³⁾。2011年のギラヴァンツ北九州のホームゲーム観戦回数別に見ると、調査対象試合が1試合目の観戦であった場合（調査対象日が初観戦の場合）でも、「ぜひ観戦したい」は56.8%にのぼっている（2010年調査時は40.0%）。初めて観戦に訪れた人がリピーターになる可能性はかなり高いと言え、またその可能性は2011年には一層高まったと考えられる。その他、観戦回数が多いほど今後の観戦意欲も高く、いわゆる「常連化」の傾向が見られる。これらのことから、南（2011）でも指摘したが、一度スタジアムに訪れて観戦するとその魅力の人々は感じ、観戦回数を重ねるごとにその考えが確固たるものとなり、観戦者として定着していく可能性は高いと言えよう。新規客の開拓が特に重要であり、そして試合内容や試合運営において観戦者が楽しく快適に観戦できる環境をつくるのがリピーターを増やし、さらに観戦者の安定的増加につながるという集客モデルの実現が重要である。

6. 北九州市立本城陸上競技場へのアクセスについて

(1) 所要時間

ギラヴァンツ北九州応援者の本城陸上競技場へのアクセスに要した時間を自由記入式で尋ねたところ、「30～44分」、「15～29分」とする回答者が多い結果となった（図25）。73.8%が59分以内でアクセスし、90.7%が74分以内でアクセスしていることとなる。

ギラヴァンツ北九州応援者の所要時間の単純時間を算出すると、40.7分¹⁴⁾となり、2010年長さの44.7分と概ね同じである。なお、他クラブ応援者等も含めた観戦者全員の平均は65.0分となる。これは、調査当日の対戦相手がコンサドーレ札幌であり、北海道や関東地方からも来場があったことが影響している。

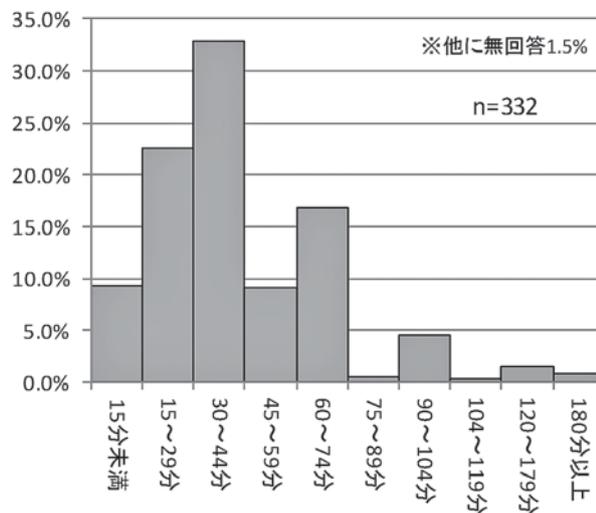


図25 本城陸上競技場までの所要時間

(2) アクセスに対する印象

本城陸上競技場へのアクセスに対する印象について、ギラヴァンツ北九州応援者と他クラブ応援者等で比較した結果を図26に示す。いずれも「とても悪い」「どちらかと言えば悪い」とする否定的な回答の方が、肯定的な回答をやや上回っており、本城陸上競技場のアクセスに対する評価は高くないと言えよう。なお、「とても良い」「どちらかと言えば良い」とする肯定的な回答の合計は、ギラヴァンツ北九州応援者が最も低い。

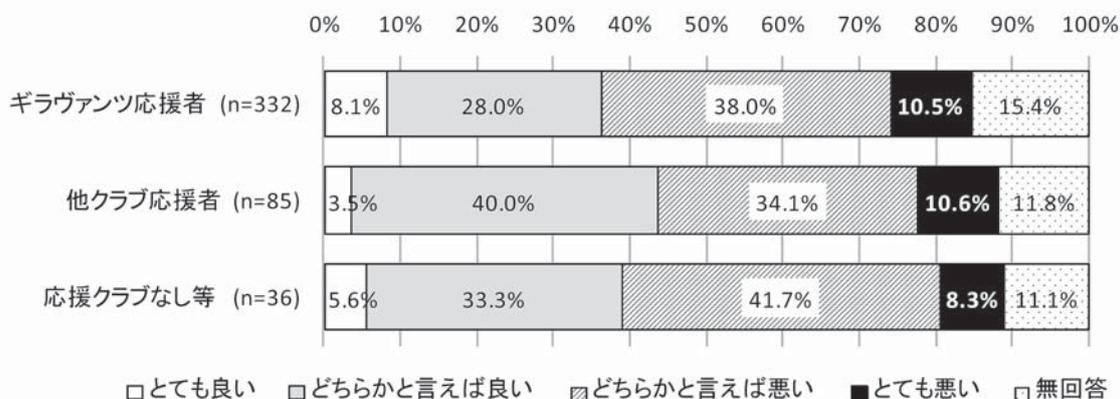
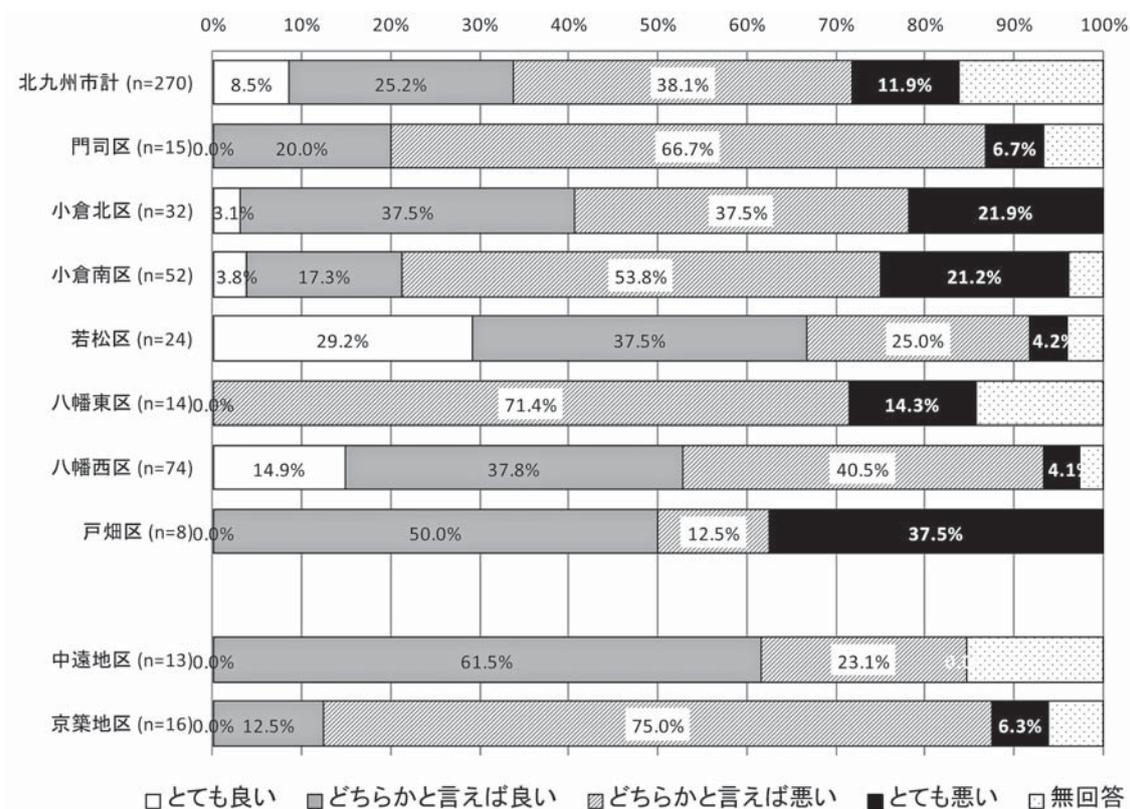


図26 本城陸上競技場へのアクセスに対する印象（応援クラブ別比較）

ギラヴァンツ北九州応援者について、その居住地別（北九州市内の各区と、その他の地区のうち回答者が10名以上の中遠地区、京築地区）に分け、本城へのアクセス印象を整理したものを図27に示す。「とても良い」「どちらかと言えば良い」とする肯定的な回答が過半数を占めたのは、本城陸上競技場が位置する八幡西区、それに近接する若松区、中遠地区である。門司区、小倉北区、八幡東区、京築地区においては否定的な回答が多い。戸畑区は50%ずつに分かれている。北九州市民計では肯定的な回答33.7%、否定的な回答50.0%となっており、本城陸上競技場への交通アクセスの印象は良くない傾向にある。



※北九州市計には居住する行政区不明の回答者を含んでいる

図27 ギラヴァンツ北九州応援者の主な居住場所別 本城陸上競技場へのアクセス印象

(3) 交通手段

本城陸上競技場への交通手段について、ギラヴァンツ北九州応援者とその他の観戦者（他クラブ応援者及び応援クラブなし等の計）で比較した結果を表12に示す。ギラヴァンツ北九州応援者の多くは自家用車で来場している。その他の観戦者では折尾駅からのシャトルバスを利用する人が比較的多い。なお、本調査は配布、記入、回収までに30分程度を要することもあり、回答者は概ねキックオフ30分前までに着席した観戦者である。キックオフ間際に来場する人については回答に含まれていない。自家用車利用の場合、キックオフまでに余裕をもって来場する場合は本城陸上競技場第2駐車場に駐車できるが、そこ

表12 本城陸上競技場への交通手段

交通手段	ギラヴァンツ応援者 (n=332)	その他の観戦者 (n=121)
【出発地】→徒歩または自転車→【本城陸上競技場】	6.0%	5.8%
【出発地】→乗用車→【本城陸上競技場 駐車場】→徒歩→【本城陸上競技場】	55.4%	32.2%
【出発地】→乗用車→【若松競艇場 臨時駐車場】→無料送迎バス→【本城陸上競技場】	7.8%	9.1%
【出発地】→何らかの方法→【折尾駅】→シャトルバス→【本城陸上競技場】	10.8%	28.9%
【出発地】→何らかの方法→【折尾駅】→タクシー→【本城陸上競技場】	0.3%	5.0%
【出発地】→何らかの方法→【小倉・若松方面】→市営バス→【本城陸上競技場付近のバス停】	0.6%	0.8%
【出発地】→貸切バス→【本城陸上競技場】	2.4%	1.7%
その他 ※「自宅からタクシー」「バイク・原付」など	3.0%	5.8%
無回答	13.6%	10.7%

が満車となった場合は若松競艇場臨時駐車場を利用することとなる。キックオフ間際に自家用車で来場する人は、若松競艇場臨時駐車場を利用せざるを得なかった人も多数含まれていることが考えられ、実際の観戦者においては、表12で示す数値よりも若松競艇場臨時駐車場の利用者の比率が高いのではないかと推測できる。

全般的な傾向としては、多くの観戦者は自家用車によって来訪しており、対戦相手のクラブの応援者は公共交通機関（バス、タクシー等）を利用している人が比較的多いものと考えられる。

7. Jリーグに関連する消費活動等について

(1) 1ヶ月の自由裁量所得

まず、消費活動等に係る基礎データとして、回答者ひとりがレジャー活動や趣味等に1ヶ月間で自由に使える金額の結果を図28に示す（Jリーグ共通設問）。設問の性質上、無回答が目立って多いが、回答があった中で最も多いのは3万円台となっている。

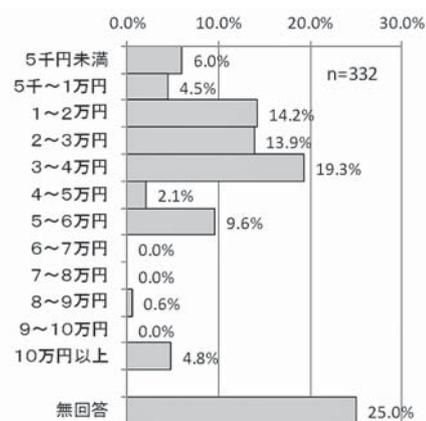


図28 1ヶ月の自由裁量所得

(2) 当日のスタジアム内、ギラヴァンツビレッジ等での消費活動の状況

調査当日、スタジアム内や入場口付近の売店（ギラヴァンツビレッジ）などで飲食物やグッズ等を購入したか（あるいは購入予定はあるか）尋ねた結果を図29に示す。

ギラヴァンツ北九州応援者の70.2%が、「購入した・購入する予定がある」と回答しており、観戦者が消費活動を行う比率（消費率）はかなり高いと言えよう。また、他クラブ応援者や応援クラブなし等の観戦者も過半数が消費活動を行っている。

本城陸上競技場に実際に出店している各事業者の売上状況や収支について筆者は調査できていないため踏み込んだ分析は行えないが、Jリーグのスタジアム観戦者は消費意欲が高く、出店者にとって魅力的な存在となりうるものと考えられよう。

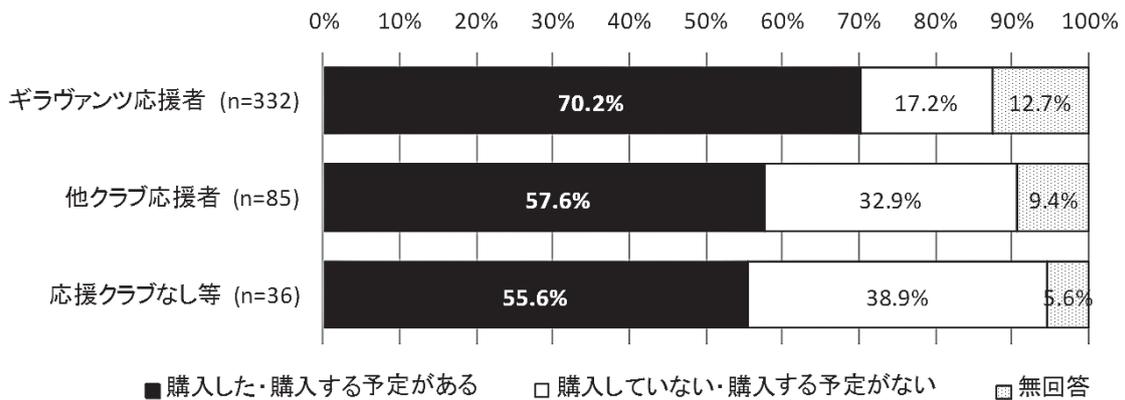


図29 当日のスタジアム内、ギラヴァンツビレッジ等での消費活動の有無

(3) 当日の試合観戦前後における北九州市内での経済活動の状況

調査当日の試合観戦前あるいは観戦後¹⁵⁾、北九州市内（及び周辺地域）において買い物、飲食、宿泊等の経済活動を行ったか（あるいは行う予定はあるか）尋ねた結果を図30に示す。

ギラヴァンツ北九州応援者の35.2%が「行った・行う予定がある」と回答しており、試合観戦が北九州市内における様々な経済活動に直結したケースも少なくないと言えよう。また、他クラブ応援者においては、41.2%が「行った・行う予定がある」と回答している。

スポーツの試合やイベントの開催による経済波及効果については様々な推計が行われ、研究も行われているが、原田（2008）は、「地域密着型のプロスポーツが、何万人の地元ファンを集め、ゲーム興行によって収益を上げて、それは（日常的に行われる）既存の地域支出の再配分に過ぎず、地域の経済効果はゼロに等しいのである。経済効果を高めるには、域外からファンを集め、宿泊や飲食等のキャッシュを呼び込む」[原田（2008）：86]ことが重要と指摘している¹⁶⁾。この観点に立つと、ギラヴァンツ北九州が北九州市にもたらす実質的な経済効果を考える際には、アウェイクラブの応援者を中心とする「市外からの訪

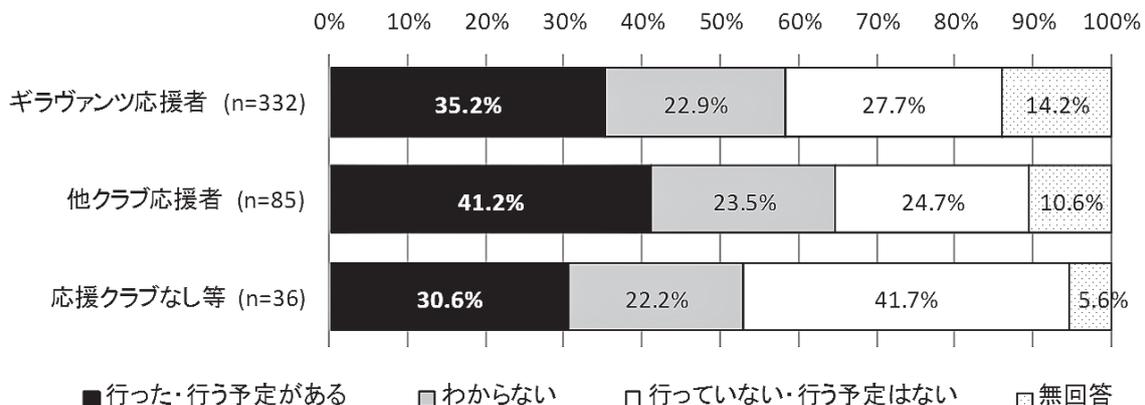


図30 当日の試合観戦前後における北九州市内での経済活動の有無

問者」がいかに市内で経済活動を行うかが最も重要なポイントとなる。本調査により、他クラブ応援者が北九州市内で消費活動を行う意欲もある程度高いと示されたと言えよう。

「行った・行う予定がある」と回答した回答者（n=163）に対し、主な活動場所（予定含む。）の記入（自由記入式。3カ所まで記入可。）を求めた結果を表13に示す。ギラヴァンツ北九州応援者については、本城陸上競技場の周辺が36.8%、小倉駅周辺・小倉北区が25.3%となっているほか、市内の各拠点地区が活動場所として挙げられている。自家用車で来場する観戦者が多いこともこの結果に影響していると考えられる。本城陸上競技場周辺の店舗・飲食店等へは、大きな経済効果が発生している可能性があると言えよう¹⁷⁾。

他クラブ応援者については、小倉駅周辺・小倉北区が45.2%と最も多い。遠方から来たアウェイクラブの応援者がターミナル駅である小倉駅周辺で経済活動を行っている状況が推測できる。また、門司港や下関との回答も見られ、Jリーグ観戦に合わせて門司港レトロ地区などを観光するという、スポーツツーリズム（スポーツ観光）が行われていることが考えられる。一方、博多・天神とする回答者も22.6%にのぼっている。調査当日の対戦相手がコンサドーレ札幌であったため、飛行機の札幌－福岡便のある福岡市の方が利便性が高いと考え福岡市を行動拠点に選択した観戦者も多かったと考えられる。やむを得ない面はあるが、北九州にとっては経済効果の「漏出」が発生しているのとらえることができよう。なお、応援クラブなし等の回答者については、黒崎、本城周辺を挙げた人が多い。

表13 調査当日における試合前後の経済活動場所（北九州市外の活動場所を含む）

回答者の種類	経済活動場所 (3カ所まで複数記入可)	構成比	構成比の 母数
ギラヴァンツ応援者 (回答対象117、 有効回答95)	黒崎	9.5%	95
	折尾	7.4%	
	本城周辺 ※イオン若松を含む	36.8%	
	その他の八幡西	3.2%	
	若松	6.3%	
	八幡駅周辺・東田	7.4%	
	小倉駅周辺・小倉北	25.3%	
	小倉南・空港	4.2%	
	門司・門司港	1.1%	
	直方	1.1%	
	行橋	1.1%	
	博多・天神	1.1%	
※場所を特定しない回答	29.5%		
他クラブ応援者 (回答対象35、 有効回答31)	黒崎	16.1%	31
	本城周辺 ※イオン若松を含む	9.7%	
	若松	6.5%	
	八幡駅周辺・東田	6.5%	
	小倉駅周辺・小倉北	45.2%	
	門司・門司港	16.1%	
	下関	16.1%	
	直方	3.2%	
	博多・天神	22.6%	
応援クラブなし等 (回答対象11、 有効回答7)	黒崎	57.1%	7
	本城周辺 ※イオン若松を含む	28.6%	
	遠賀	14.3%	
	※場所を特定しない回答	14.3%	

各種類ごとに上位2カ所に網掛け(場所を特定しない回答を除く)

これらの結果から、現在の本城陸上競技場におけるギラヴァンツ北九州の試合開催によって集まった観戦者により、本城陸上競技場周辺や小倉駅周辺などを中心に、ある程度の規模の経済効果がもたらされていると考えることができる。

(4) 北九州市内におけるＪリーグ関連消費活動の状況（2011年）

2011年シーズン（9月17日時点。北九州でのホーム開催19試合中、14試合実施時点）において、Ｊリーグに関連し回答者一人でのどの程度の消費活動を北九州市内で行ったか、おおよその金額の記入を求めた。回答をもとに、ギラヴァンツ北九州の観戦試合数別に見た、観戦者一人あたりのＪリーグ関連平均消費額（北九州市内での消費）を算出した結果を表14に示す。なお、回答者が「北九州市内での消費」と明確に区分し回答できているかに疑義は残るが、本稿では回答のままの金額を用い集計している点に留意が必要である。

表14 北九州市内における、2011年の観戦者一人あたりのＪリーグ関連平均消費額
（約9ヶ月間：ホーム試合14試合（19試合中）実施時点）

回答者の種類	ギラヴァンツ北九州の試合観戦数 (ホーム+アウェイ)	算出対象回答者数 (人)	消費項目						平均額合計	観戦1試合あたりの平均消費額
			交通費 (運賃、ガソリン代、宿泊費など)	スタジアムでの 飲食費	その他の飲食費 (観戦前後の外食や、試合中継するレストランでの 飲食など)	ギラヴァンツグッズ (観戦グッズ (オフィシャルグッズ以外も含む。原材料費含む)などの購入)	Ｊリーグ関連の 書籍、雑誌	その他 (ただし、チケット代、ファンクラブ 会費、持株会費は除く)		
ギラヴァンツ 応援者	1試合	37	¥3,956	¥1,589	¥1,159	¥1,965	¥459	¥243	¥9,372	¥9,372
	2試合	21	¥2,267	¥3,352	¥1,248	¥1,933	¥205	¥48	¥9,052	¥4,526
	3試合	16	¥2,541	¥1,628	¥1,325	¥856	¥125	¥375	¥6,850	¥2,283
	4試合	13	¥5,154	¥2,000	¥2,577	¥1,685	¥77	¥0	¥11,492	¥2,873
	5試合	20	¥4,475	¥2,300	¥2,275	¥4,778	¥410	¥0	¥14,238	¥2,848
	6試合	26	¥3,319	¥3,023	¥3,827	¥2,535	¥417	¥769	¥13,890	¥2,315
	7試合	8	¥4,075	¥4,850	¥5,750	¥25,750	¥500	¥125	¥41,050	¥5,864
	8試合	14	¥2,674	¥2,179	¥1,964	¥2,064	¥686	¥164	¥9,731	¥1,216
	9試合	3	¥6,667	¥2,167	¥1,333	¥3,000	¥5,000	¥1,000	¥19,167	¥2,130
	10試合	24	¥6,571	¥3,013	¥4,071	¥5,592	¥750	¥314	¥20,310	¥2,031
	11試合	4	¥3,500	¥3,825	¥1,250	¥14,750	¥500	¥0	¥23,825	¥2,166
	12試合	10	¥2,900	¥3,900	¥9,000	¥6,280	¥900	¥200	¥23,180	¥1,932
	13試合	5	¥16,000	¥12,000	¥10,000	¥11,400	¥4,800	¥1,000	¥55,200	¥4,246
	14試合	30	¥7,160	¥8,910	¥4,283	¥5,767	¥1,133	¥133	¥27,387	¥1,956
	15試合	12	¥14,142	¥10,958	¥8,483	¥15,083	¥4,458	¥2,125	¥55,250	¥3,683
	16試合	7	¥6,643	¥7,943	¥10,457	¥6,857	¥4,429	¥4,286	¥40,614	¥2,538
	17試合	3	¥20,233	¥13,600	¥16,667	¥15,000	¥3,333	¥3,333	¥72,167	¥4,245
	18試合	2	¥52,500	¥10,500	¥3,750	¥15,000	¥1,500	¥0	¥83,250	¥4,625
	19試合	1	¥17,000	¥1,000	¥20,000	¥10,000	¥3,000	¥0	¥51,000	¥2,684
	20試合以上	8	¥14,125	¥11,875	¥10,750	¥19,188	¥4,625	¥2,500	¥63,063	¥2,818
回答者全体 (平均観戦回数7.9回)		264	¥5,965	¥4,471	¥4,000	¥5,711	¥1,123	¥554	¥21,825	¥2,749
他クラブ応援者	1試合	49	¥11,691	¥802	¥3,081	¥304	¥105	¥120	¥16,102	¥16,102
	2試合	14	¥27,010	¥1,046	¥3,786	¥0	¥71	¥286	¥32,200	¥16,100
	3試合以上	5	¥11,980	¥6,400	¥8,400	¥1,800	¥4,000	¥0	¥32,580	¥5,617
	回答者全体 (平均観戦回数1.5回)		68	¥14,866	¥1,264	¥3,617	¥351	¥384	¥146	¥20,628
応援クラブなし等	1試合	21	¥2,190	¥626	¥1,000	¥39	¥48	¥0	¥3,903	¥3,903
	2試合	4	¥625	¥2,250	¥0	¥0	¥0	¥0	¥2,875	¥1,438
	3試合以上	4	¥1,250	¥2,158	¥0	¥5,000	¥0	¥0	¥8,408	¥1,121
	回答者全体 (平均観戦回数2.0回)		29	¥1,845	¥1,061	¥724	¥718	¥34	¥4,383	¥2,154

(注1) 平均額の算出にあたり、対象となる回答や金額について、以下のような処理を行った。

・1項目でも金額を書いている場合は、有効回答として扱う

・有効回答のうち、金額を書いていない項目は「0円」で扱い、平均の算出に際し計算対象とする。→ 計算対象から除いた場合と比較し、低い平均金額となる

・全項目について記入のない場合は無効回答として扱い、平均算出からは除外する。

(注2) 観戦試合数については、アウェイ観戦の場合も北九州市内で鉄道切符や航空券を購入している場合も考えられるため、ホーム+アウェイで算出した。

(注3) 観戦チケットについては消費項目に含んでいない。

観戦回数によって消費額にはバラツキがあるが、回答者全体で一試合あたりの平均消費額を見ると、ギラヴァンツ北九州応援者は一人あたり2,749円/試合、他クラブ応援者は一人あたり13,233円/試合、応援クラブなし等の観戦者は一人あたり2,154円/試合を北九州市内で2011年に消費したという結果となった。

なお、本調査における他クラブ応援者についてはコンサドーレ札幌の応援者が過半数を占めている。遠方から訪れる観戦者が宿泊やスタジアム外での飲食などで多額の消費を行うことは想定していたが、それを裏付ける結果となった。スポーツツーリズムによる北九州市内への経済効果の存在は明確と言えよう。

また、これらの消費額にはチケット代やファンクラブ会費などは含んでいないため、公式応援グッズの購入費（株式会社ギラヴァンツ北九州の売上）を除き、北九州市内の飲食業や小売店、ホテル、交通機関等の多様な事業者へ経済効果が波及していることが推測できる。

なお、対戦相手の応援者の数や消費額は対戦相手によって大きく異なることが自明であるが（特に宿泊の有無が影響）、来訪する応援者の数が多いクラブは近隣のクラブであるため一人あたり消費額は少なく、応援者が少ないクラブは遠方のクラブと想定され一人あたり消費額は多いと仮定できる。ただし今後、北九州市内でのギラヴァンツ北九州の試合観戦の魅力が高まれば、遠方からも多くの応援者が訪れる可能性がある。また試合観戦の前後に市内での観光活動や買い物行動を誘導できれば、一人あたり消費額はより多くなる可能性がある。さらに、多くの人々の来訪により、経済的価値では計れない街の活力向上も期待できよう。クラブ、行政、地域、市民（ファン、サポーターを含む。）が一体となった取り組みを行うことにより、ギラヴァンツ北九州の存在による諸効果は、より一層大きくなるものと考えられる。

IV おわりに

本研究では、南（2011）を継続する形で、Jリーグ加盟2年目のギラヴァンツ北九州の試合をスタジアムで実際に観戦している観戦者の特性や意識等について分析・考察を行った。ただし本研究は基礎的な分析に止まっており、経年変化の比較や、観戦者特性に係る踏み込んだ構造解明等には至っていない。これら点についてはさらに研究を進め、別の機会に改めて公表することとしたい。

また、今後も継続してスタジアム観戦者に係る調査研究に取り組み、データの蓄積に努めたい。2012年以降の調査研究に際しては調査方法や調査項目を改めて精査し、より有効で精度の高い分析を行うことが課題である。

（都市政策研究所 准教授）

謝辞

本研究は社団法人日本プロサッカーリーグによる「2011スタジアム観戦者調査」の実施にあたり、筆者が実査協力者（ギラヴァンツ北九州担当）として参画する機会に合わせ、独自の設問を追加する形で実施した調査結果に基づいている。また、基本属性等についてはJリーグ全クラブに共通する設問の結果を利用している。機会を与えていただき、また調査実施に協力していただいた社団法人日本プロサッカーリーグおよび株式会社ギラヴァンツ北九州の御担当者、そして本調査に御協力いただいた回答者の皆様に深謝する。

〔注〕

- 1) 市民からの期待については、南・神山・片岡（2010）、南（2011）で明らかとなっている。また、行政からの期待については、例えば北九州市が2011年に策定した『北九州市スポーツ振興計画』において「本市をホームタウンとする「ギラヴァンツ北九州」を、市民や地元企業等と一体となり、地域のシンボルとして育成・支援することにより、これらチームの活躍を通じ、市民のまちへの愛着の醸成や青少年の健全育成、地域経済の活性化やまちづくりにつなげます。」(p.33) という基本施策が示されている点から明らかである。なお、ギラヴァンツ北九州に限らず、一般的なJクラブが地域に与える効果については、株式会社日本経済研究所（2009）などに詳しく述べられている。
- 2) 筆者が実査協力したのはギラヴァンツ北九州の主催試合のみである。
- 3) 独自設問については株式会社ギラヴァンツ北九州と協議した上で設計し、社団法人日本プロサッカーリーグの了承を得たものである。また、その結果を本稿で公表することについては、株式会社ギラヴァンツ北九州及び社団法人日本プロサッカーリーグの了承を得ている。
- 4) 社団法人日本プロサッカーリーグのWebサイトで公表されている。
(<http://www.j-league.or.jp/aboutj/document/pdf/spectators-2011.pdf>)
- 5) 事前に講習を行った本学の学生が調査員を務めた。調査員の人数については、2010年調査（14人）より増員し、15人で実施した。また筆者がスタジアム全域で指示・総合調整を行い、本学事務職員2人が現地調査本部で整理・調整等を行った。
- 6) 2011年を通してみると、序盤の観戦者数が少なかったことが影響し、2010年平均（4,189人）を下回る一試合平均観戦者数となったが、チームが好成績を上げるに連れ観戦者数は伸びており、通年の結果のみをみて「ギラヴァンツに対する市民の関心は低下した」と判断することは適切ではないと考えられる。
- 7) コンサドーレ札幌には中山雅史選手が在籍しているが、当時はケガのため試合に出場しない状況が続いており、いわゆる「中山選手目当て」の観戦者が大挙し押し寄せる状況ではなかった。
- 8) 調査票では、Jリーグ共通設問として居住都道府県、市町村の記入を求める間がある

が、北九州独自の設問として自宅の郵便番号の記入を求める問を設定した。ここでの集計は、この二つの設問を合わせて集計した結果を示している。

- 9) IIの「3. 集計結果に係る留意点」で記しているように、本稿と同一のデータを用いて社団法人日本プロサッカーリーグが公表（2012年2月）している『Jリーグスタジアム観戦者調査2011サマリーレポート』においては、「無回答」を設問ごとに除外して集計が行われている。一方、本稿では、有効回答については無回答の設問があった場合も「無回答」として集計に含めて処理しているため、サマリーレポートと比較すると構成比等の数値が若干異なる場合がある点に留意が必要である。
- 10) アウェイゲームについては、ニューウェーブ北九州（当時）が九州リーグに属していた2001～2007年は九州・沖縄、JFLに属していた2008～2009年は全国各地のスタジアムで開催された。2010年のJリーグ加盟以降も全国で開催されている。
- 11) 単純平均値であり、具体的回数記述の無い回答（無回答含む。）は除いて算出している。
- 12) この項目については、経年変化や、一般市民とスタジアム観戦者の意識の相違を比較する観点から、南・神山・片岡（2010）における一般市民を対象として実施した意識調査、また南（2011）における2010年スタジアム観戦者調査においても同様の項目で実施している。
- 13) ただし、次回も自らチケットを購入するのではなく、チケットをもらって観戦したいと考えている回答者も含まれる可能性はある。
- 14) 前述のとおり、「無回答」の取り扱い等がやや異なることから、日本プロサッカーリーグ（2012）と本稿では値が若干異なっている。ただし調査結果の考察に影響を与えるような大きな違いではなく、無視できる範囲のものである。
- 15) 2010年調査における設問では、「試合観戦後」のみの経済活動について質問したが、調査対象試合の観戦に合わせて試合前に経済活動を行うことも十分考えられる（特にアウェイ応援者）ため、2011年調査においては試合観戦前の経済活動も質問対象とした。
- 16) 例えば地元住民の場合、仮に試合観戦に際してのチケット代や飲食費で3,000円の消費をしたとしても、各人の自由裁量経費の金額は限られているため、その市民が地元で使う別の支出が3,000円減少することにつながり、相殺されて経済効果は出ない、との観点に立つ指摘である。一方、市外に居住する住民（アウェイクラブの応援者等）は、その市民が北九州市外で使う可能性のあったお金を、Jリーグ観戦のために北九州市内に持ち込んで消費することになるため、北九州市という限られた範囲の中で考えると明確にプラスの経済効果が発生することになる。
- 17) ただし交通渋滞の発生等の懸念から、Jリーグ観戦者以外の来客は減少している可能性もあり得る。こうした点についてはまだ調査等が行われていない。

〔参考文献〕

- 北九州市（2011）『北九州市スポーツ振興計画』
- 株式会社日本経済研究所（2009）『Jクラブの存在が地域にもたらす効果に関する調査（概略）』
- 社団法人日本プロサッカーリーグ（2011）『Jリーグスタジアム観戦者調査2010サマリーレポート』（協力：仲澤眞、原田宗彦、藤本淳也、高橋義雄）
- 社団法人日本プロサッカーリーグ（2012）『Jリーグスタジアム観戦者調査2010サマリーレポート』（協力：仲澤眞、原田宗彦、藤本淳也、高橋義雄）
- 社団法人日本プロサッカーリーグWebサイト（<http://www.j-league.or.jp/>）
- 原田宗彦（2008）「メガ・スポーツイベントと経済効果－数字に潜む問題点－」、都市問題研究会『都市問題研究』第60巻11号、pp.80-94
- 南博・神山和久・片岡寛之（2010）「Jリーグ加盟当初のギラヴァンツ北九州に関する市民意識分析」、北九州市立大学都市政策研究所『スポーツを通じた地域活性化に関する基礎的研究』、pp.37-48
- 南博（2011）「Jリーグ加盟1年目におけるギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者分析」、北九州市立大学都市政策研究所『都市政策研究所紀要』Vol.5、pp.75-100
- 南博（2012）「ギラヴァンツは北九州に何をもたらすのか <第2回>ギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者の状況」、財団法人国際東アジア研究センター『東アジアへの視点』第23巻1号、pp.89-92

STUDIES
OF
INSTITUTE FOR
URBAN AND REGIONAL POLICY STUDIES
CONTENTS

Studies on the Stadium Spectators of Giravanz KITAKYUSHU in 2011 Hiroshi MINAMI 83

No. 6
March 2012
INSTITUTE FOR URBAN AND REGIONAL POLICY STUDIES
THE UNIVERSITY OF KITAKYUSHU
KITAKYUSHU CITY, JAPAN