

北九州市立大学 都市政策研究所
2011 年度 地域課題研究

2011 年度におけるギラヴァンツ北九州 に関する調査研究

2012 年 3 月

ギラヴァンツ北九州を支援する市民会議

北九州市立大学 都市政策研究所

目 次

I. はじめに	1
II. 「スポーツでもっと幸せな街へ。ギラヴァンツ北九州激励会」開催記録	2
1. 開催概要	2
2. 激励会参加者に対するアンケート結果	3
3. パネル展示資料 北九州市立大学都市政策研究所 ギラヴァンツ北九州に関する研究結果 (2008～2011 年度)	6
III. 論文	
J リーグ加盟 3 年目を迎えるギラヴァンツ北九州に関する市民意識分析／ 南博	11
IV. 参考資料（論文）	
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	23

※ 北九州市立大学都市政策研究所「地域課題研究」とは

北九州市立大学都市政策研究所が、北九州地域の抱える課題等について調査研究し、それに基づいた政策提言等を行うことによって地域貢献を行う事業です。

I. はじめに

北九州市立大学都市政策研究所では、プロサッカークラブ「ギラヴァンツ北九州」が北九州地域に与える影響について着目し、J リーグ加盟前の 2008 年度から継続的に関連研究に取り組んでいる。

また、狭義の調査研究活動に止まらず、実践的な活動として、ギラヴァンツ北九州後援会（事務局：北九州商工会議所）、北九州市（担当：市民文化スポーツ局スポーツ振興課）と本研究所の三者により、「ギラヴァンツ北九州を支援する市民会議」を 2010 年度に設立し、2011 年度においても活動を行った。

本書は、2011 年度において本研究所が主体的に関わったギラヴァンツ北九州関連の三つの調査研究等で構成している。一つ目は、「ギラヴァンツ北九州を支援する市民会議」が主催者となり J リーグ 2012 年シーズンの開幕直前の 2012 年 2 月 26 日に開催した、「スポーツでもっと幸せな街へ。ギラヴァンツ北九州激励会」の開催記録である。

二つ目は、J リーグ 2012 年シーズンの開幕直前に実施した、北九州市民を対象とした市民意識調査（インターネット調査）分析である。2010 年に実施した同様の調査との経年比較等を行い、ギラヴァンツ北九州を応援していない人も含めた、ギラヴァンツ北九州に対する市民の意識や観戦実態等を分析している。

三つ目は、ギラヴァンツ北九州の試合をスタジアム（北九州市立本城陸上競技場）に観戦に来た人を対象とした、スタジアム観戦者調査分析（2011 年 9 月実施）である。これについては本研究所発行『都市政策研究所紀要』Vol.6（2012 年 3 月発行）の再掲となるため、参考資料として扱っている。

これら三つの内容は、2011 年度（2012 年シーズン開幕直前を含む）における、ギラヴァンツ北九州に関する北九州市の諸状況等を多角的に表したものとする。

本研究所においては、今後も引き続きギラヴァンツ北九州に着目した調査研究を行い、客観的視点による現状分析や課題抽出、政策提言等に取り組んでいきたい。

〔執筆責任者：南博（北九州市立大学 都市政策研究所 准教授）〕

Ⅱ. 「スポーツでもっと幸せな街へ。ギラヴァンツ北九州激励会」 開催記録

1. 開催概要

日時： 2012 年 2 月 26 日（日） 13:30～15:30

会場： ホテルニュータガワ 新館 3F「月華」

主催： ギラヴァンツ北九州を支援する市民会議
(ギラヴァンツ北九州後援会、北九州市立大学都市政策研究所、北九州市)

共催： (株) ギラヴァンツ北九州

タイムスケジュール：

13:30 開会

13:35～14:30 第 1 部 基調講演「地域とともに歩むクラブ運営」

松本育夫氏（サガン鳥栖前監督）

14:30～14:40 休憩

14:40～15:30 第 2 部 ギラヴァンツ北九州激励会

① 出陣式（社長・監督・選手挨拶、新ユニフォーム披露）

② 市民・経済界・行政それぞれの代表による激励

15:30 閉会

会場でのパネル展示： 北九州市立大学都市政策研究所 ギラヴァンツ北九州に関する研
究結果（2008～2011 年度）

参加者数： 約 250 人（登壇者及び運営スタッフ除く）



写真 1 松本育夫氏による基調講演



写真 2 出陣式

2. 激励会参加者に対するアンケート結果

■調査方法

2012年2月26日（日）に開催したギラヴァンツ北九州激励会において、一般入場者（約250人）全員に対し受付で配布し、途中休憩時および閉会後に会場出口で回収。
有効回収数 161。

■回答者の属性

やや男性が多く（図1）、30～50歳代が大半を占める（図2）。北九州市民が86.3%であり（表1）、2011シーズンのホーム全試合（19試合）を観戦した熱心なサポーターが25%いる一方、観戦回数は少ないが来場した方も少なくない（図3）。

幅広い人々が来場したと言えよう。

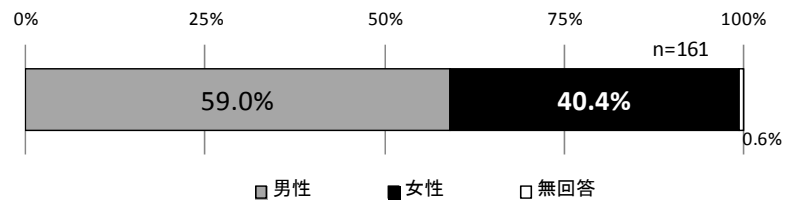


図1 激励会参加者の性別

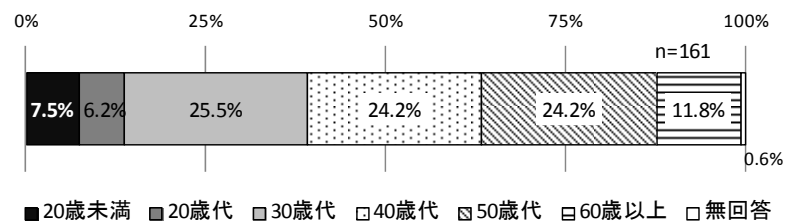


図2 激励会参加者の年齢

表1 激励会参加者の居住地

居住地	構成比 (n=161)
北九州市	86.3%
門司区	8.1%
小倉北区	17.4%
小倉南区	21.7%
若松区	7.5%
八幡東区	8.1%
八幡西区	15.5%
戸畑区	6.8%
※区不明	1.2%
北九州市以外	13.7%
中間・遠賀	4.3%
京築	3.1%
筑豊	2.5%
福岡市	1.2%
佐賀県内	1.2%
大分県内	1.2%

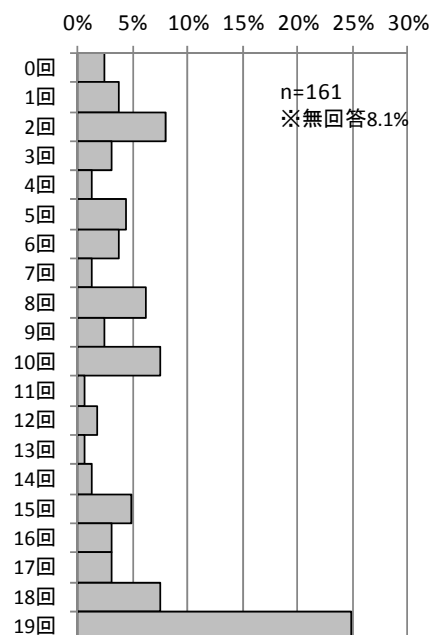


図3 激励会参加者の本城でのギラヴァンツ観戦回数（2011シーズン）

■問１ 本日のイベントに対するご感想をお答え下さい。（それぞれ一つに○）

第１部の基調講演（元・サガン鳥栖監督 松本育夫氏）、第２部の激励会とも、ほとんどの回答者が「よかった」と回答しており、参加者の満足度は高かったと言える（図４）。

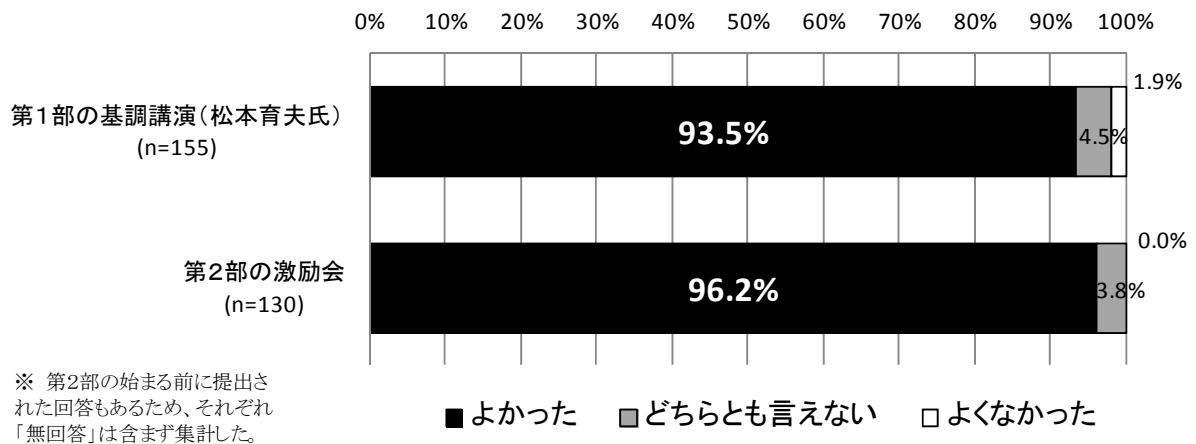


図４ 2012 年ギラヴァンツ北九州激励会に対する感想

■問２ 今後、本日のように、市民や行政、経済界がギラヴァンツ北九州を激励するイベントを開催する場合、内容等についてアイデアをお持ちでしたらご記入下さい。本日の内容への改善点のご指摘でも結構です。

65 人から回答があった。大まかに分類したものを表２に示す。

表２ 激励会に関するアイデア等の自由記入結果の分類

分類	回答数	回答例
今回の激励会の運営に関する事項	9	今日、参加して今年の活躍が楽しみになってきました。一人でも多く観にきてほしいです。
今回の松本育夫氏の基調講演への感想	8	松本さんのお話を聞いて、市民が応援したくなるようなチーム作りをすることが大切だなと感じました。今日の激励会はとても良かったです。もっとたくさんの人たちが来てくれたらいいなと思いました。
今後の講演テーマについて	3	松本氏の講演内容にあったように、様々な分野の人から1つの統一テーマを題材にお話を聞く機会があればと思う。
今後の激励会内容 ※全回答が「監督、選手と触れ合えるイベント開催」旨の記入であった。	14	サポーターと選手がもっと触れ合えるイベントをお願いします。
今後の激励会の告知について	6	事前に告知をもっとした方が良いと思う(特にギラヴァンツのファン、サポーター以外の方への告知)。
今後の激励会の開催場所について	5	このような激励会を京築地域でもやってほしい。
その他、激励会に関する事項について	7	子ども、女性が多く参加できるように企画してはどうでしょうか。
激励イベント以外の提案(ギラヴァンツの応援者増に関する提案)	13	市民から広く意見・アイデアを求められるような仕組みづくりや、営業活動をもっと多くした方がいいのでは？ グッズ等の売上を増やすことを考えた方がいいのでは？

■問3 より多くの人々が「ギラヴァンツ北九州」をもっと応援したくなるために必要だと思う点について、あなたが重要だと考えるものを選択肢から選び、3つ順番にお答えください。（選択肢の番号を記入）

「チームが強くなること」、「観戦しやすいスタジアム（球技場）を新たに整備すること」、「試合や選手の情報がもっと広報されること」の3項目が突出して多く、これら3項目間の差は小さい（図5）。なお、第1位として最も多く挙げられた項目は「観戦しやすいスタジアム（球技場）を新たに整備すること」である。

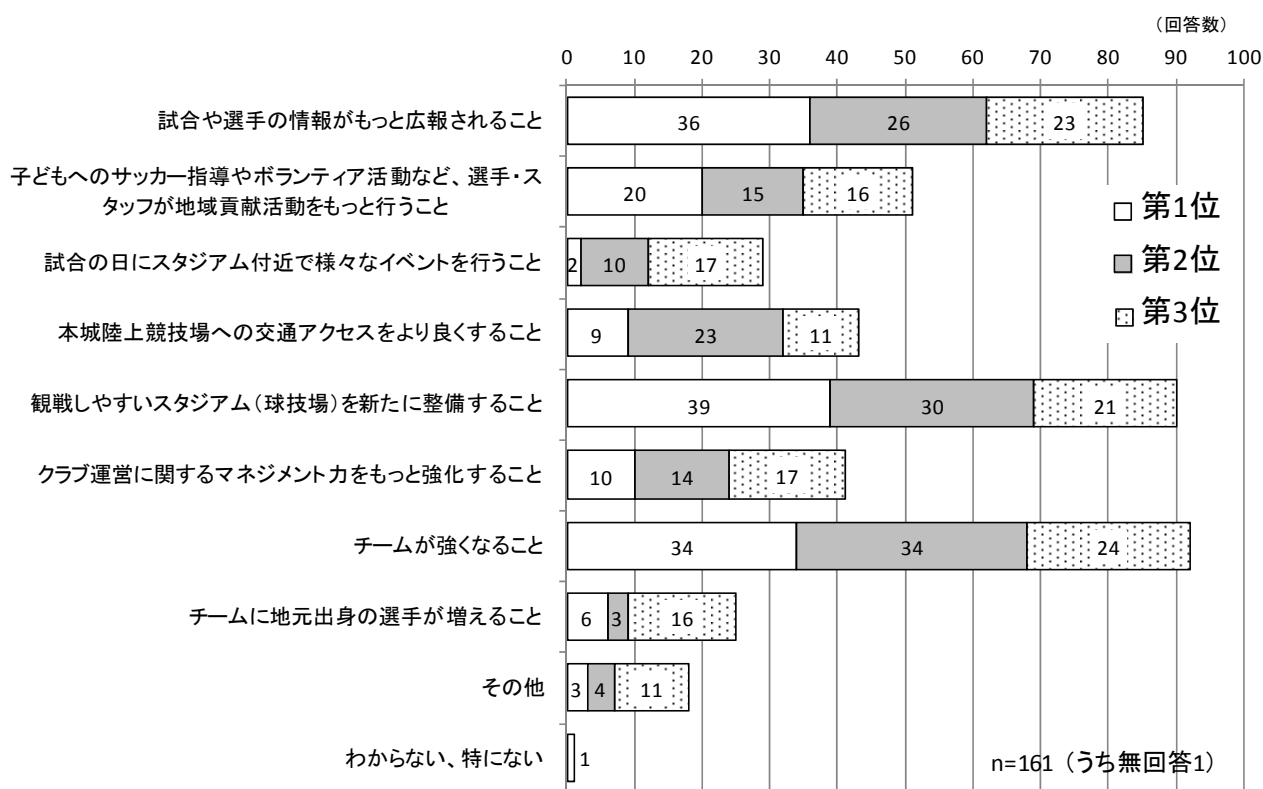


図5 ギラヴァンツ北九州をもっと応援したくなるために必要だと思う項目

「その他」として具体的に書かれた回答は、大きく「選手の編成を工夫する（例：知名度の高い選手を入れる）」、「選手とファンが触れあう機会を増やす」、「効果的な広報の実施」の3つに分かれた。

この結果について、2011年シーズンにおける本城陸上競技場でのギラヴァンツ戦観戦回数別に、優先順位1～3位合計の回答比率を見ると、観戦回数が少ない層では、「本城への交通アクセスをより良くすること」の回答比率が高い一方、「試合の日に様々なイベントを行うこと」の回答比率は低い（表3）。本アンケートからは、観戦歴の浅い市民の来場を促すには交通アクセスの問題が大きなポイントであると言える。

表 3 本城での観戦経験別・もっと応援したくなるために必要だと思う項目

選択肢等		2011シーズンの本城での観戦回数		
		0～5回	6～10回	11～19回
回答者数(人)		37	34	77
1	試合や選手の情報がもっと広報されること	56.8%	50.0%	54.5%
2	子どもへのサッカー指導やボランティア活動など、選手・スタッフが地域貢献活動をもっと行うこと	29.7%	35.3%	28.6%
3	試合の日にスタジアム付近で様々なイベントを行うこと	10.8%	23.5%	18.2%
4	本城陸上競技場への交通アクセスをより良くすること	43.2%	17.6%	20.8%
5	観戦しやすいスタジアム(球技場)を新たに整備すること	48.6%	61.8%	61.0%
6	クラブ運営に関するマネジメント力をもっと強化すること	27.0%	26.5%	23.4%
7	チームが強くなること	59.5%	47.1%	62.3%
8	チームに地元出身の選手が増えること	16.2%	14.7%	16.9%
9	その他	5.4%	17.6%	10.4%
10	わからない、特にない	0.0%	0.0%	1.3%

※網掛けは、特徴的な傾向のある項目

※観戦回数無回答の回答(13)は本表から省略

激励会参加者に対するアンケート結果は以上である。地域としてギラヴァンツ北九州を激励したり応援したりする取り組みを行う際には、本調査結果も参考資料の一つとなりうるものとする。

3. パネル展示資料

北九州市立大学都市政策研究所 ギラヴァンツ北九州に関する研究結果
(2008～2011 年度)

激励会の会場においては、「北九州市立大学都市政策研究所 ギラヴァンツ北九州に関する研究結果 (2008～2011 年度)」のパネル展示を行った。その内容について次ページ以降(計 4 ページ)に示す。

ギラヴァンツ北九州に関する研究結果 (2008～2011 年度)

■北九州市立大学 都市政策研究所とは

- 2006 年 4 月、北九州市立大学に設立。 ※前身の組織：北九州市立大学 北九州産業社会研究所、(財)北九州都市協会
- 産・官・民に開かれた総合的なシンクタンクとして、北九州市立大学の知的総合力を活かしながら、各種研究プロジェクトや地域貢献活動に取り組んでいます。
- 今後も、北九州地域の産業、文化、社会の発展と魅力あるまちづくりに貢献していきます。

■大学において「ギラヴァンツ北九州に関する研究」を行う理由

都市政策の観点から見た“Jリーグ”の特徴

- 各クラブによる「ホームタウンを中心とした地域に根ざした活動」の展開
→スポーツ文化の振興活動、市民による諸活動
- Jクラブは、その社会貢献的な性格から、“ソーシャルビジネス（社会的企業）”としての性格を持つ。“地域の重要無形文化財”になりうる。((株)日本経済研究所(2009))
- ・・・地域活性化に貢献

こうした点を踏まえ・・・



● Jクラブ(ギラヴァンツ)は、北九州に様々な好影響を及ぼす期待大

● 北九州にとってギラヴァンツは大変貴重な資産

・・・しかし、地域がギラヴァンツを“活用”する取り組みを有効に行わなくては、その効果は十分に発揮されない！ → 地域にとっての課題
※北九州市：プロスポーツ支援に対するノウハウ少ない

現在の都市政策において重視すべきポイントと一致

- 市民主体による自立的なまちづくり
- 内発的発展による地域活性化 等

ギラヴァンツ北九州を巡る諸動向は「今後のまちづくりに大きな影響を与える重要な地域課題」であるとの認識に立ち、北九州市立大学 都市政策研究所において客観的研究を実施

■2008～2011 年度(4年間)の取り組み一覧

ギラヴァンツが地域にもたらす効果の検証・分析や、ギラヴァンツを活かした都市政策の提言に向け、継続的に調査研究を実施中

年度	区分	内 容
2008	地域課題研究(※)	■プロサッカーチームが北九州市に与える経済効果に関する研究 ・ニューウェーブ北九州(当時)がJリーグに加盟した場合を想定し、産業連関表を用いた経済波及効果の算出等を実施
2009	地域課題研究	■ギラヴァンツ北九州に対する市民意識調査(スポーツを通じた地域活性化に関する基礎的研究) ・Jリーグに加盟して初の開幕を迎える直前のタイミングで、北九州市民の意識を調査 ■シンポジウム「スポーツを通じた北九州地域の活性化」主催(2009年10月18日)
2010	地域課題研究	■イベント「Jリーグでまちをもっと面白くする！」共同主催(2011年2月24日) ・ギラヴァンツ後援会、北九州市立大学都市政策研究所、北九州市の三者で「市民会議」を設立し、開幕直前の激励会を開催
2010	受託研究(Jリーグ)	■2010年スタジアム観戦者調査(本城陸上競技場で実施) ・Jリーグが全クラブを対象に実施する観戦者アンケート調査のうち、ギラヴァンツ北九州主催試合分を担当。 ・北九州独自の設問も実施し、結果を公表、論文化。
2011	地域課題研究	■イベント「スポーツでもっと幸せな街へ。」共同主催(2012年2月26日) ■ギラヴァンツ北九州に対する市民意識調査(第2回)(2012年2月下旬予定)
2011	受託研究(Jリーグ)	■2011年スタジアム観戦者調査(本城陸上競技場で実施) ・2010年度に引き続き実施

※地域課題研究：北九州地域の抱える課題等について北九州市立大学都市政策研究所が行う自主研究

■主な活動・研究結果の紹介

プロサッカーチームが北九州市に与える経済効果に関する研究

【2008 年度実施】

●目的： ニューウェーブ北九州（当時。JFL 参加 1 年目）が Jリーグ加盟した場合を想定し、北九州市にもたらすことが想定される経済効果を試算

●結果概要：

- 「平成 12 年北九州市産業連関表（32 部門）」を用い、経済波及効果を算出。
- 下図のように、**ニューウェーブ北九州が一定程度の大きな経済効果を北九州市内にもたらす**ことが明らかに。
- ただし、この試算は**大まかな仮定のもとに算出した**ものであり、**あくまでも一つの目安として取り扱う必要**あり。
- こうした経済効果がもたらされるかどうかは、いかに多くの人々がスタジアムに応援に訪れ、またサッカーに関連する消費活動を行うか、が鍵。
- なお、ニューウェーブ北九州は**北九州市に幅広い有形・無形の効果を与えており、経済効果はその一要素に過ぎない**点に留意が必要。

★ J2新規参入直後の段階（1試合平均観客数 5,000 人と仮定）

試合運営に係る経費
観客による消費
その他

直接効果額
5.8 億円

間接効果も含んだ
経済波及効果額
約 9 億円

※ 一過性ではなく、毎年経済効果を生み出す

★ J2に定着した段階 （1試合平均観客数 8,000 人と仮定）

経済波及効果額
約 13 億円

★ J1に昇格した段階 （1試合平均観客数 15,000 人と仮定）

経済波及効果額
約 20 億円

（注）2008 年度に試算した経済波及効果額は、新球技場の整備効果等は考慮していない。

シンポジウム 【2009 年度実施】 「スポーツを通じた北九州地域の活性化」

日時： 2009 年 10 月 18 日（日）13:00～16:30

会場： 北九州国際会議場（メインホール）

主催： 北九州市立大学 都市政策研究所 共催： 北九州市

参加者： 約 150 人（登壇者、スタッフ除く）

プログラム：

○基調講演「地域活性化とスポーツ」

池田 弘 氏 （株）アルビレックス新潟会長、NSG グループ代表

○研究・活動報告「Jリーグチームと大学の連携に関する研究」

北九州市立大生グループ NavyWavy （荒金、調、下田、杉山、中村、林田、山下）

○パネルディスカッション「スポーツを通じた北九州地域の活性化」

小松 真 氏 北九州市企画文化局 文化スポーツ部長

中村 眞人 氏 ニューウェーブ北九州後援会会長、北九州商工会議所副会頭

傍士 鉄太 氏 Jリーグ理事、(財)日本経済研究所 専務理事

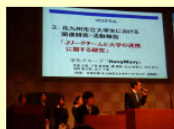
真鍋 和博 氏 北九州市立大学地域創生学群 准教授

山本戸 祥子 氏 ニューウェーブ北九州 市民ボランティア

横手 敏夫 氏 (株)ニューウェーブ北九州 代表取締役社長

南 博 氏 北九州市立大学都市政策研究所 准教授

（役職等は当時のもの）



イベント 【2010 年度実施】 「Jリーグでまちをもっと面白くする！」

日時： 2011 年 2 月 24 日（木）14:00～17:00

会場： 北九州国際会議場（メインホール）

主催： ギラヴァンツ北九州を支援する市民会議

（ギラヴァンツ北九州後援会、北九州市立大学 都市政策研究所、北九州市）

共催： (株)ギラヴァンツ北九州

参加者： 約 300 人（登壇者、スタッフ除く）

プログラム：

○第1部 基調講演「クラブを盛り上げるために地域でできることは何か」

長谷川 健太 氏 元サッカー日本代表選手／サッカー解説者

○第2部 ギラヴァンツ北九州を激励する決起集会

○第3部 パネルディスカッション「Jリーグでまちをもっと面白くする」

長谷川 健太 氏 元サッカー日本代表選手／サッカー解説者

有働 悟未 氏 (株)プロフィット代表取締役

吉崎 エイジーニョ 氏 サッカーライター

高尾 修 氏 九州市企画文化局文化スポーツ部長

南 博 氏 北九州市立大学都市政策研究所 准教授

（役職等は当時のもの）



※2011 年度：2012 年 2 月 26 日（日）にイベント「スポーツでもっと幸せな街へ。ギラヴァンツ北九州激励会」を開催

ギラヴァンツ北九州に対する市民意識調査【2010 年 2 月末実施】

- 目的： ・ Jリーグに加盟して初の開幕を迎える直前のタイミングで、ギラヴァンツ北九州に対する北九州市民の意識の実態を把握・分析する。
・ ギラヴァンツ北九州に関心がある市民だけでなく、関心のない人々も含めた幅広い市民の意識やスタジアム観戦経験の実態を明らかにする。

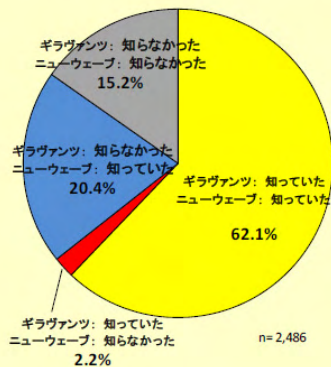
●調査方法：

調査方法	インターネット調査 注： インターネット調査を用いており、得られた結果が必ずしも一般的な北九州市民の意見の傾向と一致することが統計学的に証明されるものではない点に十分留意。（例：高齢者の意見が少ない）
調査対象	北九州市に居住する 18 歳以上の市民のうち、(株) インターエージが管理・利用する調査モニターに登録している市民
実施期間	2010 年 2 月 26 日（金）～3 月 2 日（火）
有効回答数	2,486 （門司区 253、小倉北区 485、小倉南区 545、戸畑区 172、八幡東区 168、八幡西区 653、若松区 210）

●主な結果（抜粋）：

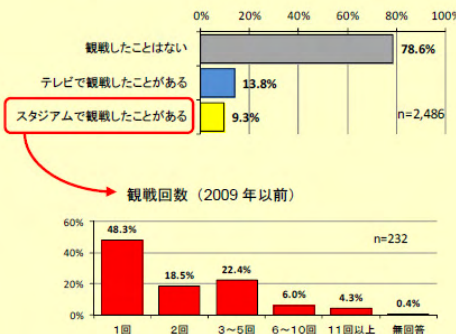
クラブの認知度

Q あなたは、「ギラヴァンツ北九州」、またその前身の「ニューウェーブ北九州」というサッカーチームを知っていましたか。（回答は 1 つ）



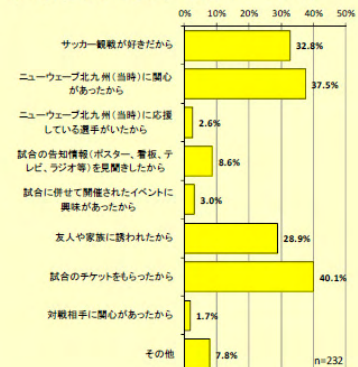
試合観戦経験（ニューウェーブ時代）

Q あなたは、ニューウェーブ北九州（ギラヴァンツ北九州の前身）の試合を観戦したことがありますか（複数回答可）。「スタジアムで観戦したことがある」方はおよその回数もお答えください。



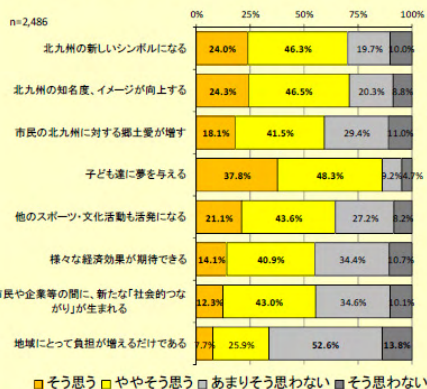
スタジアムで最初に観戦したきっかけ

Q 〈前問で「スタジアムで観戦したことがある」と回答した人（232 人）に対し〉あなたが、スタジアムで最初に観戦した動機・きっかけについて、主なものを 2 つまでお答えください。（回答は 2 つまで）



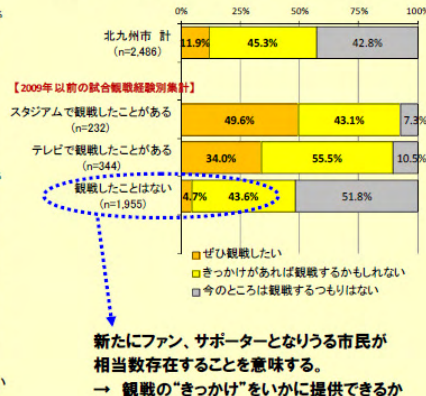
ギラヴァンツが地域に与える影響

Q あなたは、ギラヴァンツ北九州が Jリーグに加盟し、今後活躍していった場合、北九州市にとってどのような影響があると思いますか。それぞれお気持ちに当てはまるものをお答えください。



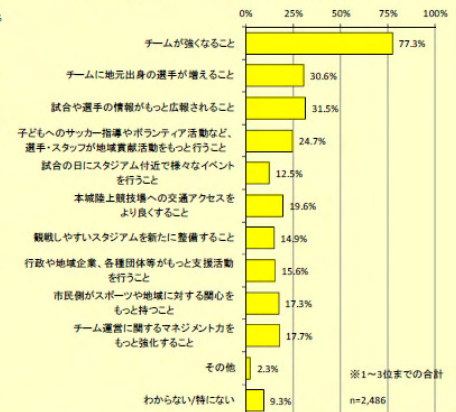
今後のスタジアム観戦への意向

Q あなたは、今後、ギラヴァンツ北九州の試合をスタジアムで観戦することについて、どのようにお考えですか。お気持ちに当てはまるものをお答えください。（回答は 1 つ）



市民がもっとギラヴァンツを応援したくなるために必要な点

Q 市民の皆さんがギラヴァンツ北九州をもっと応援したくなるために必要だと思う点を、あなたが重要だと考えるものから 3 つ順番にお答えください。



※ ギラヴァンツ北九州に対する市民意識調査(第2回)【2012 年 2 月末実施予定】

- 第 1 回（2010 年 2 月末実施）とほぼ同じ設問で実施し、経年変化の状況を分析予定。
○ 今後も定期的に実施していく予定。

スタジアム観戦者調査 (2010年、2011年)



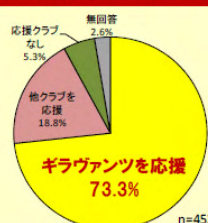
- 目的: ・ギラヴァンツ北九州の試合をスタジアム(本城陸上競技場)で観戦している観客の特性や意識等について明らかにする。
・Jリーグからの受託研究として実施(全Jクラブ共通設問)。加えて、ギラヴァンツ北九州に関する独自設問も実施。

●調査方法:

	2010年	2011年
調査日時	2010年10月2日(土) 12:00~14:00(回収終了)	2011年9月17日(土) 16:00~18:00(回収終了)
対象試合	J2第29節 ギラヴァンツ北九州 vs 大分トリニータ 試合開始: 14:04 天候: 雨 入場者数: 7,470人	J2第28節 ギラヴァンツ北九州 vs コンサドーレ札幌 試合開始: 18:03 天候: 曇 入場者数: 4,693人
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)
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客に回答を依頼し、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歳以上の観客者個人	※2011年はアウェイ側も調査対象に含んだ
配布回収概要	配布数468 有効回収数457 (有効回収率97.6%) ※当日の全入場者の6.1%相当	配布数466 有効回収数453 (有効回収率97.2%) ※当日の全入場者の9.7%相当

●主な結果(抜粋): ※2011年調査結果を御紹介

スタジアム観戦者の構成(札幌戦)



ギラヴァンツ応援者の属性

項目	構成比
性別	
男性	65.4%
女性	34.3%
年齢	
(11歳以上)	
10歳代	5.7%
20歳代	11.7%
30歳代	27.7%
40歳代	25.9%
50歳代	11.1%
60歳代	12.0%
70歳以上	4.5%

※平均年齢 42.6歳

n=332 (ギラヴァンツ応援者)

ギラヴァンツ応援者の応援年数

構成比	※クラブの状況別 小計
1年目	28.9%
2年目	26.2%
3年目	17.2%
4年目	9.0%
5年目	6.3%
6年目	3.3%
7年目以上	7.5%

n=332 (ギラヴァンツ応援者)

ギラヴァンツ応援者のチケット

種類、入手方法等	構成比
シーズンチケットを購入	19.3%
コンビニで購入	11.1%
プレイガイド、ネット、電話で購入	3.6%
チケットをもらった	30.1%
スタジアムで購入	18.4%
その他(地区で招待、ファンクラブ入会特典利用など)	16.3%

n=332 (ギラヴァンツ応援者)

ギラヴァンツ応援者の居住地

居住地	構成比
北九州市	81.3%
門司区	4.5%
小倉北区	9.6%
小倉南区	15.7%
若松区	7.2%
八幡東区	4.2%
八幡西区	22.3%
戸畑区	2.4%
※区名無回答	15.4%
中間道地区	3.9%
京葉地区	4.8%
筑豊地区	1.8%
福岡都市圏	1.8%
その他福岡県	0.3%
福岡県外	2.4%
関東地方	2.4%
中部地方(山口を除く)	0.6%
九州地方(福岡を除く)	0.6%
合計 (n=332)	100.0%

スタジアムまでの所要時間

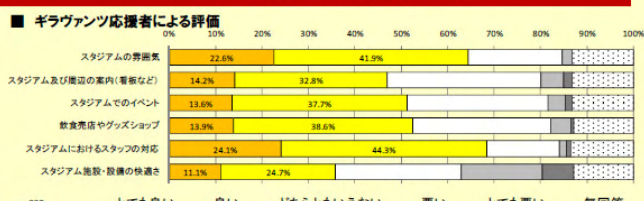
所要時間	構成比
15分以内	9.3%
15~29分	22.6%
30~59分	41.9%
60~89分	17.5%
90~119分	4.8%
120分以上	2.4%

※平均所要時間: 約40分

スタジアムまでの交通手段

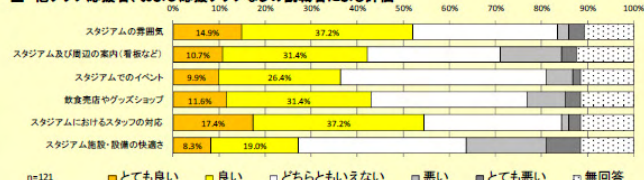
交通手段	ギラヴァンツ応援者 (n=332)	それ以外の観客者 (n=121)
徒歩、自転車	6.0%	5.8%
自家用車(本城駐車場)	55.4%	32.2%
自家用車(若松駐車場)	7.8%	9.1%
シャトルバス(若松駅から)	10.8%	28.9%
タクシー(新尾駅から)	0.3%	5.0%
市営バス(若松バス)	0.6%	0.8%
貸切バス	2.4%	1.7%
その他	3.0%	5.8%

スタジアム、イベントに対する評価



n=332

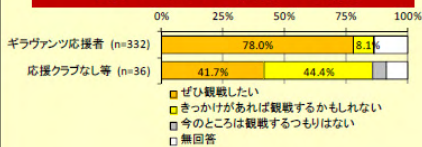
■ギラヴァンツ応援者による評価



n=121

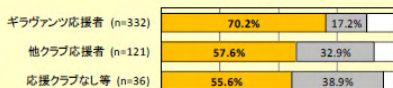
■他クラブ応援者、および応援クラブなしの観客者による評価

今後のスタジアム観戦への意向



スタジアムでの消費活動

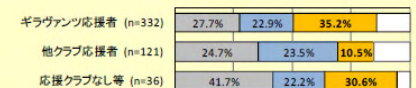
Q 本日、スタジアム内や入場口付近の売店(ギラヴァンツビレッジなど)で、飲食物やグッズを購入しましたか(または、購入する予定はありますか)。(一つに〇)



■購入した(予定含む) ■購入していない(予定含む) ■無回答

観戦に伴う、スタジアム外での経済活動

Q 本日の試合観戦前あるいは観戦後、北九州市内(及び周辺地域)のどこかに立ち寄って買い物・飲食・宿泊等の経済活動を行われましたか(または、行う予定はありますか)。(一つに〇)



■行っていない(予定含む) ■わからない ■行った(予定含む) ■無回答

ファン拡大方策

	ギラヴァンツ応援者 (n=332)	その他の観客者 (n=121)
1位 試合や選手の情報がもっとと広げられること	52.4%	39.7%
2位 チームが強くなること	52.1%	39.7%
3位 観戦しやすいスタジアムを新たに整備すること	40.1%	36.4%

※0項目中、上位3項目を抜粋

北九州市内でのJリーグ関連消費額 (2011シーズン)

Q シーズン、Jリーグに関連して、あなたお一人での程度の消費活動を北九州市内で行いましたか。おおよその合計値をご記入ください。

	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、飲み代)	ギラヴァンツグッズ、応援グッズなどの購入	Jリーグ関連の書籍、雑誌	その他(チケット代、ファンクラブ会費など)
ギラヴァンツ応援者 (n=332)	¥8,481	¥4,799	¥4,673	¥9,471	¥1,418	¥818
他クラブ応援者 (n=121)	¥15,059	¥1,283	¥3,727	¥267	¥408	¥155
応援クラブなし等 (n=36)	¥1,911	¥1,099	¥540	¥565	¥42	¥0

ギラヴァンツ北九州に関する一連の研究に関する【お問い合わせ先】

北九州市立大学 都市政策研究所 准教授 南 博

電話 093-964-4302 (研究所事務室)

093-964-4312 (南研究室)

メール minami@kitakyu-u.ac.jp

北九州市立大学 都市政策研究所では、今後もギラヴァンツ北九州に関する研究を継続的にを行い、客観的な立場から現状分析や政策提言等を行っていく予定です。

Ⅲ. 論文

Jリーグ加盟3年目を迎える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 准教授 南 博

1 はじめに

1.1 研究の背景と目的

北九州市をホームタウンとするプロサッカークラブ「ギラヴァンツ北九州」は、2010 年に J リーグに加盟し、活動している。

南・神山・片岡（2010）では、ギラヴァンツ北九州が J リーグに加盟し新たなスタートを切るに際し、市民がチームのことをどのように認識しているのか、また、もっとチームを応援したくなるためにはどのような要素が必要なのかといった点を明らかにすることは北九州地域の活性化の観点からも大いに意義があるものと考え、J リーグ加盟当初段階（2010 年 2 月）におけるギラヴァンツ北九州に対する市民意識を把握・分析し、今後、地域がクラブを支える方策や、クラブを活用した地域活性化策を考えていく際の参考となるよう、基礎的な情報を整理した。

ギラヴァンツ北九州は、その後、本稿執筆時点まで 2010、2011 年と 2 シーズンの活動を行い、リーグ戦での戦いや、クラブによるホームタウン活動などを展開してきた。2 年の経過により、2010 年 2 月段階からは市民意識に変化が生じていること等が考えられる。

こうしたことから、本研究は、2010 年 2 月と同様の形でギラヴァンツ北九州に関する北九州市民の意識や観戦実態等を分析することにより（2012 年 2 月に調査実施。）、2 年間の変化の状況等を把握し、ギラヴァンツ北九州に係る政策等を検討する際の基礎的な情報を改めて得ることを目的として実施する。

1.2 研究の方法

ギラヴァンツ北九州に関心がある市民だけでなく、今は関心のない人々も含めた幅広い市民からの意見を把握するためアンケート調査を実施し、それを分析・考察することとする。

なお、ギラヴァンツ北九州に関心のある市民に特化した意識分析については、ギラヴァンツ北九州の主催試合のスタジアム観戦者を対象としたアンケート調査を分析した南（2011）、南（2012）がある。

2 市民意識調査の概要

2.1 実施手法

南・神山・片岡（2010）と同様に、民間インターネット調査会社へモニター登録している市民に対する、インターネット調査を用いることとする。

なお、学術研究におけるインターネット調査の有意性を巡っては様々な議論があり、品質を疑問視する意見も強い。代表的な課題として、インターネットを利用するという制約から、高齢者や、パソコン等の利用が容易ではない市民からの回答は少なくなる点や、それらに起因し「登録されたモニターの回答は、調査対象とすべき母集団（本調査においては一般的な北九州市民）の意見を代表していると証明できない」点などが指摘されている¹⁾。

しかしながら、住民基本台帳等からの無作為抽出による調査は実施に際して個人情報保護の観点等から様々な課題がある。

これらの点を総合的に勘案し、得られた結果が必ずしも一般的な北九州市民の意見の傾向と一致することが証明されるものではない点に十分留意したうえで、インターネット調査を用いることとする。

なお、本調査で得られた属性間の回答傾向の比較については、登録モニターという同一の集団の回答に対する分析になるため有効性が高い。従って、ここでは居住する行政区や年齢・性別等の属性別の比較や、2010 年と 2012 年の経年比較を中心に分析する。

2012 年調査の実施に際しては、多くの登録モニター数を有し、またその品質管理に対する姿勢も明らかにしているインターネット調査会社の中から（株）インテージを選定し、インターネット上での調査票の配布・回収を委託した²⁾。なお、2010 年調査においても同社を利用している。

2.2 調査概要

2.2.1 実施概要

調査は北九州市に居住する 18 歳以上の市民を対象とし、2012 年 J リーグ開幕直前の 2012 年 2 月末に実

表 1 調査実施概要

	2012 年調査	(参考) 2010 年調査
調査方法	インターネット調査	同左
調査対象	北九州市に居住する 18 歳以上の市民のうち、(株)インテージが管理・利用する調査モニターへ登録している市民	同左
実施期間	2012 年 2 月 24 日 (金) ~ 同月 29 日 (水)	2010 年 2 月 26 日 (金) ~ 3 月 2 日 (火)
有効回答数	1,818	2,486

施した。調査実施概要を表 1 に示す。調査時期等も含め、2010 年調査と同一の形で実施している。

2.2.2 設問の構成

2010 年調査との経年比較を行う観点から、大半の設問については 2010 年調査と同様あるいは軽微な修正を行った設問とした。加えて、一部の設問については 2012 年における状況を勘案し、差し替えを行った。

2.2.3 回答者の属性

回答者の居住区を見ると (表 2)、最も少ない八幡東区で 125 件となっており、居住区別の集計が可能な回収数が確保できているものとする。2010 年調査と比較すると、構成比は概ね一致している。また直近の国勢調査人口と比較すると (図 1)、本調査の回答者の居住区と実際の人口分布は概ね一致している。

年齢、性別を見ると (表 3)、各行政区で若干のばらつきは見られるが行政区別の分析に大きな影響を与える程の差ではないものとする。ただし性別については女性がやや多く、年齢については 30 歳代、40 歳代が多い一方、60 歳以上は少ない比率となっており、インターネット調査の特徴が表れていると言える。本調査結果の考察に際しては留意が必要である。

回答者の属性について 2010 年調査と 2012 年調査と比較すると、性別について女性の比率が高まり、年齢について 60 歳以上の比率が高まる変化が見られるが、両調査年間の比較に大きな支障はないものとする。

3 市民意識調査結果の分析・考察

3.1 ギラヴァンツ北九州への関心

3.1.1 応援している J リーグのクラブ

「あなたはサッカーの J リーグで応援しているクラブはありますか。(回答はいくつでも)」との問いに対する回答を表 4 に示す。

合計で見ると「応援しているクラブは無い」が 61.5%

表 2 回答者の居住区

	2012 年調査		※2010 年調査 構成比
	回答者数	構成比	
北九州市 計	1,818	100.0%	100.0%
門司区	177	9.7%	10.2%
小倉北区	349	19.2%	19.5%
小倉南区	374	20.6%	21.9%
戸畑区	127	7.0%	6.9%
八幡東区	125	6.9%	6.8%
八幡西区	516	28.4%	26.3%
若松区	150	8.3%	8.4%

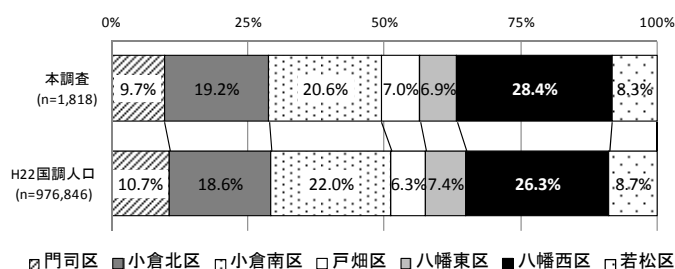


図 1 本調査 (2012 調査) の回答者の居住区と国勢調査人口の比較

表 3 回答者の年齢、性別

	回答者数	年齢					合計	※平均年齢	性別	
		18～29歳	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上			男性	女性
北九州市計	1,818	14.3%	28.3%	27.2%	19.7%	10.6%	100.0%	42.9	43.0%	57.0%
門司区	177	9.0%	27.1%	28.2%	23.7%	11.9%	100.0%	44.5	44.1%	55.9%
小倉北区	349	13.2%	29.8%	28.1%	18.1%	10.9%	100.0%	42.9	42.4%	57.6%
小倉南区	374	16.0%	28.6%	29.9%	15.0%	10.4%	100.0%	42.4	40.4%	59.6%
戸畑区	127	16.5%	22.8%	25.2%	20.5%	15.0%	100.0%	44.2	44.9%	55.1%
八幡東区	125	11.2%	30.4%	21.6%	25.6%	11.2%	100.0%	43.6	43.2%	56.8%
八幡西区	516	16.5%	28.3%	26.0%	20.2%	9.1%	100.0%	42.0	44.6%	55.4%
若松区	150	12.0%	28.0%	27.3%	23.3%	9.3%	100.0%	43.4	42.7%	57.3%

で最も多いが、残りの約 40%はいずれかの J クラブを応援している結果となっている。J リーグは相当程度広く普及していると言えるのではないかな。ただし性別で見ると女性においては「応援しているクラブは無い」が 68.5%と高くなっている。

応援しているクラブのうち、最も多いのはギラヴァンツ北九州であり、合計では 35.0%となっている。次いで多いのはアビスパ福岡の 10.9%であり、この 2 クラブが特に多くなっている。本設問は複数回答可としているため、アビスパ福岡との回答者のうち 84.9%はギラヴァンツ北九州も応援している。ギラヴァンツ北九州が 2010 年に J リーグに加盟するまでは福岡県内の J クラブはアビスパ福岡のみであり、北九州に住む J リーグファンにとってはアビスパ福岡も身近な存在であったことが背景にあるものと考えられる。J リーグはホームタウンを重視した取り組みを推進しており、その成果が表れた結果と言えよう。年齢別に

表 4 応援しているＪリーグのクラブ

	回答者数	ギラヴァンツ北九州	アビスパ福岡	サガン鳥栖	ロアッソ熊本	大分トリニータ	その他のクラブ	応援しているクラブは無い
合計	1,818	35.0%	10.9%	2.0%	0.7%	1.7%	2.3%	61.5%
性別								
男性	782	43.4%	13.2%	2.8%	1.2%	2.0%	2.9%	52.2%
女性	1,036	28.7%	9.3%	1.4%	0.3%	1.4%	1.8%	68.5%
年齢別								
18～29歳	260	29.6%	17.3%	3.5%	1.5%	4.2%	3.8%	60.8%
30歳代	514	34.4%	9.1%	2.1%	0.4%	1.2%	2.7%	62.8%
40歳代	494	33.6%	9.9%	1.2%	0.8%	1.0%	1.4%	64.0%
50歳代	358	33.8%	8.7%	2.5%	0.6%	1.4%	2.2%	63.4%
60歳以上	192	49.5%	14.1%	1.0%	0.0%	1.6%	1.6%	49.0%

注1) 複数回答可であり、例えばアビスパ福岡と回答した合計199人のうち、169人(84.9%)はギラヴァンツ北九州も応援している。

注2) 「その他のクラブ」(合計42人)の内訳は、鹿島アントラーズ11人、浦和レッズ7人、名古屋グランパス6人、ガンバ大阪6人など。

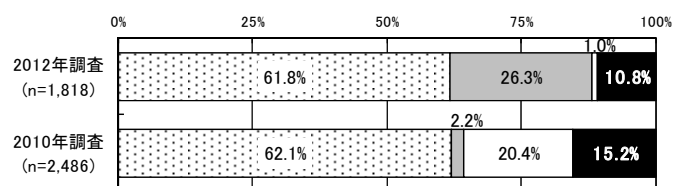
見ると、18～29 歳ではギラヴァンツ北九州を応援している比率が比較的低く、アビスパ福岡や大分トリニータの比率が高くなっている。その理由については本調査からは十分な分析はできないが、回答者の出身地に起因する可能性や、若い世代はＪ１で活躍経験のあるクラブへの関心が高い可能性等が考えられる。60 歳以上ではギラヴァンツ北九州の比率が大幅に高いが、これは地元で誕生したクラブへの愛着が表れているものと考ええる。

なお、合計で見るとギラヴァンツ北九州を応援している 639 人のうち、ギラヴァンツのみを応援しているのは 441 人 (69.0%) であり、残りの 31.0%は他のＪクラブも併せて応援している。

3.1.2 ギラヴァンツ北九州の認知度

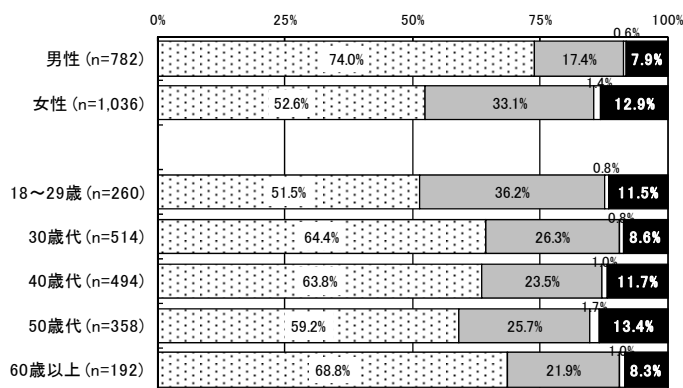
「あなたは、ギラヴァンツ北九州、またその前身のニューウェーブ北九州というサッカークラブを知っていましたか。(回答は1つ)」との問いに対する回答について、同一設問を行った 2010 年調査と比較した結果を図 2 に示す。ギラヴァンツ、ニューウェーブをともに知っている市民は約 62%で殆ど変化ない一方、ギラヴァンツのみを知っていてニューウェーブを知らない市民は 2.2%から 26.3%へと大幅に増加している。この増加分が、Ｊリーグ加盟後にギラヴァンツ北九州を知った市民と考えられる。この結果から、ギラヴァンツ北九州の認知度は、Ｊリーグ加盟初年度のシーズン開幕時点の 64%から、2年後の 2012 年には 88%に増加したと言える。ただし未だ 10%強の市民には認知されていない状況である。

2012 年調査の結果について、性別・年齢別に見た結果を図 3 に示す。性別では女性の方がやや認知度が低く、年齢別では 50 歳代が低い傾向は 2010 年調査と同様であるが、18～29 歳の「不認知度」は 18.1% (2010



□「ギラヴァンツ北九州」「(前身の)ニューウェーブ北九州」とも知っていた
□「ギラヴァンツ北九州」は知っていたが、「(前身の)ニューウェーブ北九州」は知らなかった
□「(前身の)ニューウェーブ北九州」は知っていたが、「ギラヴァンツ北九州」は知らなかった
■どちらも知らなかった

図 2 ギラヴァンツ北九州の認知度に関する 2012 調査と 2010 年調査の比較



□「ギラヴァンツ北九州」「(前身の)ニューウェーブ北九州」とも知っていた
□「ギラヴァンツ北九州」は知っていたが、「(前身の)ニューウェーブ北九州」は知らなかった
□「(前身の)ニューウェーブ北九州」は知っていたが、「ギラヴァンツ北九州」は知らなかった
■どちらも知らなかった

図 3 ギラヴァンツ北九州の認知度

年調査) から 11.5%へと大幅に減少しており、ニューウェーブ北九州時代をよく知らない若い世代がギラヴァンツを認知してきていることが考えられる。

3.2 ギラヴァンツ北九州の試合観戦

3.2.1 ギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦経験

「あなたは、ギラヴァンツ北九州の試合をスタジアムで観戦したことがありますか (2010 年のＪリーグ

加盟後の2年間。アウェイでの観戦も含む)。(回答は1つ)」との問いに対する回答について、類似した設問を行った2010年調査と比較した結果を図4に示す。スタジアムでのギラヴァンツ北九州(2010年調査においてはJリーグ加盟以前のニューウェーブ北九州)の試合の観戦経験のある市民は、2010年、2012年調査ともに10%前後であり、Jリーグ加盟後においても殆ど変化が無い結果となっている。

2012年調査の結果について、性別・年齢別に見た結果を図5に示す。女性の方が観戦経験のある人が少なく、世代間では顕著な差は見られない。2010年調査と比較すると、18～29歳以下と60歳以上では、観戦経験のある人が増加しているが、総回答者数の多い30歳代、40歳代、50歳代では観戦経験のある人の比率は殆ど変化が無い³⁾。本城陸上競技場における観戦者の多くは30～40歳代であるが⁴⁾、この世代の観戦者は固定化が進み、新たな観戦者の参加が比較的停滞している可能性も考えられる。

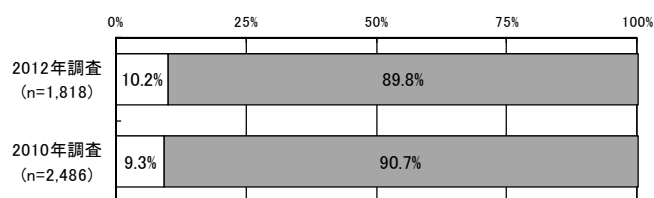
また、2012年調査の結果について、居住する行政区別に見た結果を図6に示す。Jリーグ加盟後のギラヴァンツ北九州の主催試合(公式戦)は全て北九州市北西部の位置する北九州市立本城陸上競技場で開催されており、競技場に比較的近い八幡西区、八幡東区、若松区と、その他の区では観戦経験に差異が見られる。最も遠方となる門司区においては4.0%にとどまっている。スタジアムへのアクセスのしやすさが観戦経験に大きな影響を与えているものと考えられる。

ギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者数の増加策の検討に際しては、これらの観戦実態に係る基礎データ等を踏まえていくことが必要と言えよう。

3.2.2 ギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦回数

3.2.1において「スタジアムで観戦したことがある」とした回答者に対し、2010～2011年のギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦回数(アウェイ観戦含む)を尋ねた結果を図7に示す。合計では45.7%が「1回のみ」となっており、女性では「1回のみ」が過半数となっている。2回、3～5回とする回答も多く、2年間(本城陸上競技場でのJ2リーグ戦は37試合開催)で5回以内という回答が合計では90%を占めている。性別で見ると、男性の方が観戦回数が多い傾向が見られる。

観戦経験のある市民は10%程度であり、その多くは観戦回数1回もしくは数回程度であるという現状は、大きな課題を示していると言えよう。



□スタジアムで観戦したことがある □観戦したことはない
 注1) 2012年調査については、Jリーグ加盟後2年間の観戦経験の有無
 注2) 2010年調査については、ニューウェーブ北九州時代の期間を定めないスタジアム観戦の有無。テレビ観戦のみの場合は「観戦したことはない」に含んで再集計した値を使用

図4 ギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦の有無に関する2012調査と2010年調査の比較

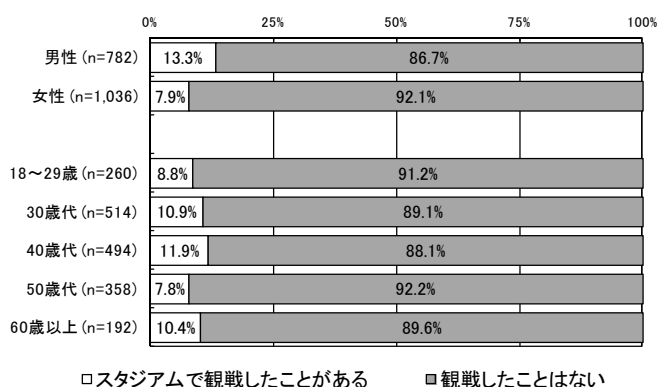


図5 ギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦(Jリーグ加盟後)の有無(性別・年齢別)

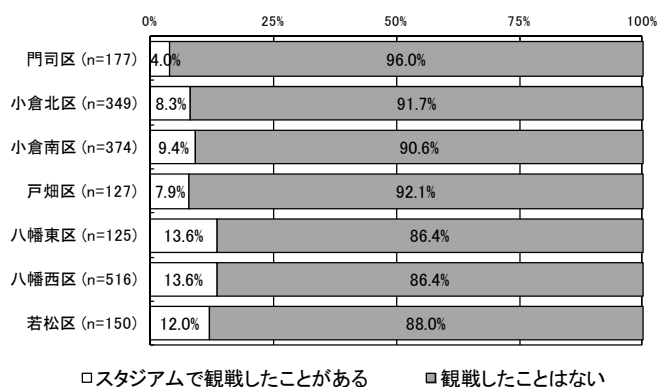


図6 ギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦(Jリーグ加盟後)の有無(居住区別)

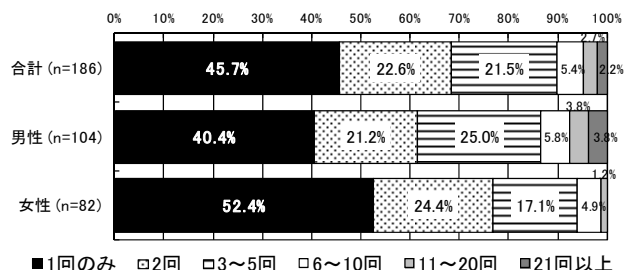


図7 2010～2011年のギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦回数(アウェイ観戦含む)

表5 ギラヴァンツ北九州の試合をスタジアムで最初に観戦した動機・きっかけ（2つまで複数回答可）

		回答者数	サッカー観戦が好きだから	ギラヴァンツ北九州に関心があったから	ギラヴァンツ北九州に応援している選手がいたから	試合の告知情報（ポスター、看板、テレビ、ラジオ等）を見聞きしたから	試合に併せて開催されたイベントに興味があったから	友人や家族に誘われたから	試合のチケットをもらったから	対戦相手に関心があったから	その他
合計		186	34.4%	46.2%	3.8%	4.8%	2.2%	26.3%	33.3%	2.2%	4.8%
性別	男性	104	46.2%	51.0%	2.9%	6.7%	1.9%	17.3%	28.8%	1.9%	3.8%
	女性	82	19.5%	40.2%	4.9%	2.4%	2.4%	37.8%	39.0%	2.4%	6.1%
年齢別	18～29歳	23	39.1%	34.8%	13.0%	0.0%	4.3%	34.8%	30.4%	8.7%	4.3%
	30歳代	56	37.5%	42.9%	3.6%	5.4%	0.0%	26.8%	37.5%	0.0%	1.8%
	40歳代	59	28.8%	39.0%	1.7%	3.4%	3.4%	23.7%	50.8%	1.7%	5.1%
	50歳代	28	32.1%	60.7%	3.6%	10.7%	0.0%	21.4%	7.1%	3.6%	3.6%
	60歳以上	20	40.0%	70.0%	0.0%	5.0%	5.0%	30.0%	10.0%	0.0%	15.0%

3.2.3 最初に観戦した動機・きっかけ

3.2.1において「スタジアムで観戦したことがある」とした回答者に対し、「あなたがギラヴァンツ北九州の試合をスタジアムで最初に観戦した動機・きっかけについて、主なものを2つまでお答えください。（回答は2つまで）」と尋ねた結果を表5に示す。

合計で見ると、「ギラヴァンツ北九州に関心があったから」、「サッカー観戦が好きだから」、「試合のチケットをもらったから」、「友人や家族に誘われたから」の4項目に回答が集まっている。スタジアム観戦したことのある市民の3分の1が初回観戦のきっかけを「試合のチケットをもらったから」と回答している点は特徴的と言えよう。このチケットについては、企業や地域団体等がクラブから購入したチケットを配布している、いわゆる「間接招待券」⁵⁾が多いものと推測する。この招待券のあり方については、南（2012）などでも触れているが、ギラヴァンツ北九州の観戦者増に向けた方策の検討に際して、より詳細なデータ収集・分析が必要である。今後の研究課題としたい。

なお、性別・年齢別に見ると、それぞれの属性において特色が見られる。男性においては「サッカー観戦が好きだから」という回答が多い一方、女性は「友人や家族に誘われたから」とする回答が男性に比べて多い。18～29歳は「ギラヴァンツ北九州に応援している選手がいたから」や「対戦相手に感心があったから」という、他の年齢層では殆ど見られない回答が比較的多く選ばれている。40歳代は「試合のチケットをもらったから」とする回答が多く、50歳代、60歳以上は「ギラヴァンツ北九州に関心があったから」の回答比率が高い。これらの特色を踏まえた集客戦略（観戦のきっかけづくり）の検討が必要と言えよう。

3.2.4 1回観戦したが再び観戦しなかった理由

観戦者数の増加に向けては、初回観戦者のリピータ

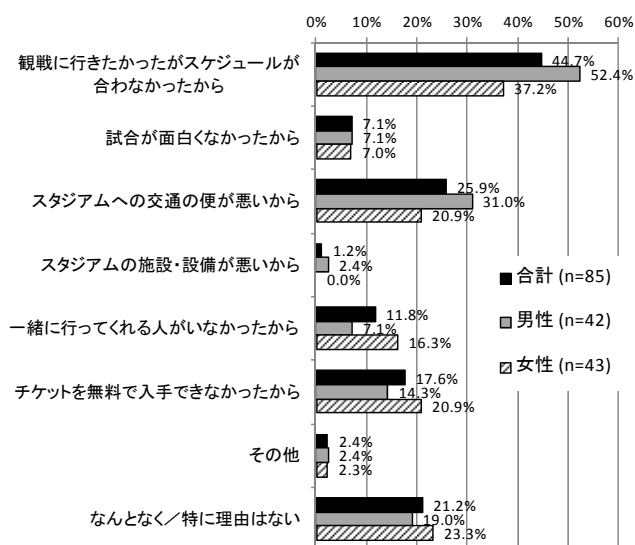


図8 1回観戦したが再び観戦しなかった理由（2つまで複数回答可）

ー化の促進が不可欠である。リピーター化しなかった理由を尋ねる観点から、3.2.2で観戦回数について「1回のみ」とした回答者に対し、「再び観戦しなかった理由を2つまでお答えください」との問いを行った。

結果を図8に示す。最も多い理由は男女とも「観戦に行きたかったがスケジュールが合わなかったから」であり、再び観戦する意欲が比較的高い人が40%前後は存在すると言えよう。他に多い理由は、「スタジアムへの交通の便が悪いから」、「なんとなく／特に理由はない」、「チケットを無料で入手できなかったから」となっている。「チケットを無料で入手できなかったから」については女性20.9%、男性14.3%が回答しており、料金を支払って観戦することへの意欲の低い市民がある程度存在していると言えよう。

これらの項目のうち、交通の便についてはクラブや行政等により改善が可能な項目と言え、さらなる改善策の検討等を進めていく必要があるものと考えられる。

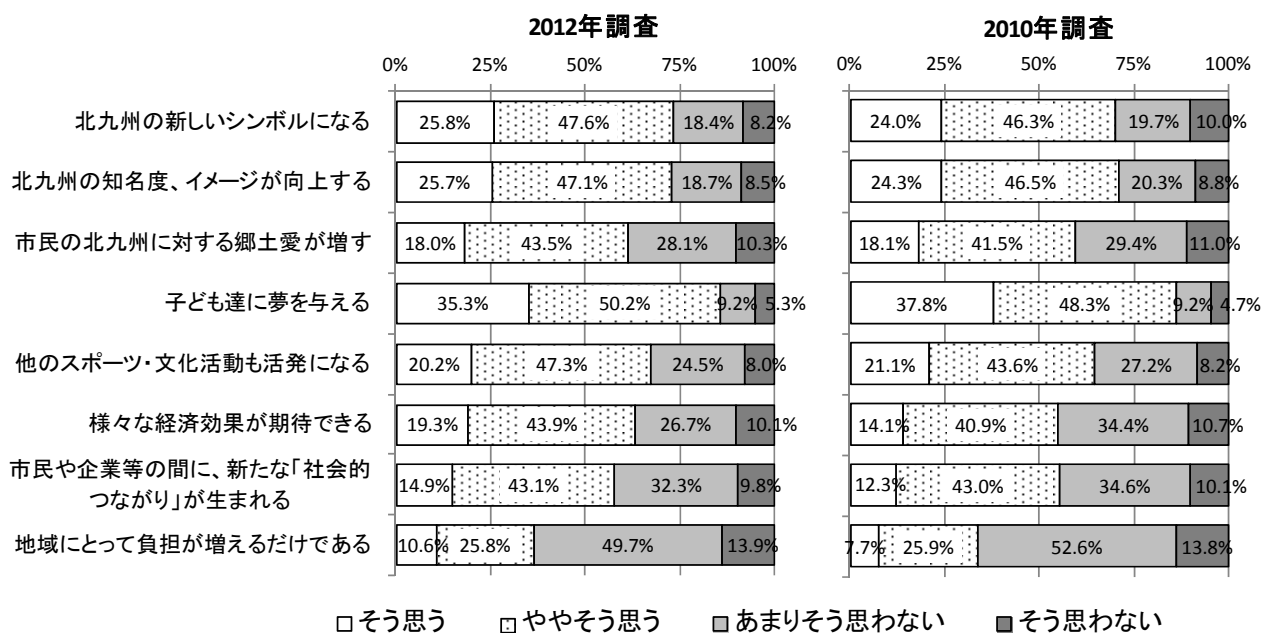


図 9 ギラヴァンツ北九州が Jリーグで活躍した場合の北九州市への影響

3.3 ギラヴァンツ北九州が地域に与える影響

「あなたは、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、北九州市にとってどのような影響があると思いますか。それぞれお気持ちに当てはまるものをお答えください。」として、8 項目について印象を尋ねた。項目については 2010 年調査と同様のものを用いた。2012 年調査と 2010 年調査の結果を比較したものを図 9 に示す。

各項目とも両調査の結果はほぼ同じであり、ギラヴァンツが地域に対しプラスの影響を与えることに関する項目については 60～80%程度が「そう思う」「ややそう思う」と回答し、マイナスの影響を与えることに関する項目（「地域にとって負担が増えるだけである」）については、「そう思わない」「あまりそう思わない」とする回答が 60%強となっている。

ギラヴァンツ北九州の実際の活動を踏まえても、今後の Jリーグでの活躍が北九州に様々なプラス面の効果を与えると多くの市民が引き続きイメージしていると言えよう。なお、「様々な経済効果が期待できる」については、肯定的な回答が増加している。

3.4 今後のスタジアム観戦意向

3.4.1 今後のスタジアム観戦意向の有無

「あなたは今後、ギラヴァンツ北九州の試合をスタジアムで観戦することについて、どのようにお考えですか。」との問いに対する回答について、同一設問を行った 2010 年調査と比較した結果を図 10 に示す。「ぜ

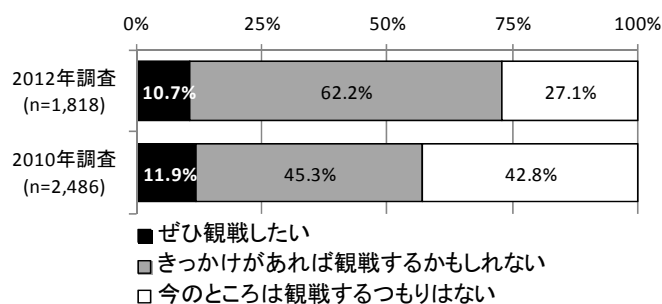


図 10 ギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦意向に関する 2012 年調査と 2010 年調査の比較

ひ観戦したい」については殆ど変化がないが、「きっかけがあれば観戦するかもしれない」については 16.9 ポイント増加し 62.2%になっており、「今のところ観戦するつもりはない」は大きく減少している。市民の試合観戦に対する潜在的な意欲は 2 年間で大きく高まったと言え、クラブや地域が一体となった取り組みの効果が表れつつあると考えられる。「ぜひ観戦したい」という積極的な意欲を持つ市民の比率も今後高まっていく可能性はあると考えられ、引き続き観戦者増に向けた取り組みが極めて重要な時期になっているものとする。

2012 年調査の結果について、属性別等に見た結果を図 11 に示す。性別では男性の方が意欲が高い。年齢別に見ると 18～29 歳と 60 歳以上において「きっかけがあれば観戦するかもしれない」とする比率が比較的高い点が特徴的である。居住する区別に見ると、

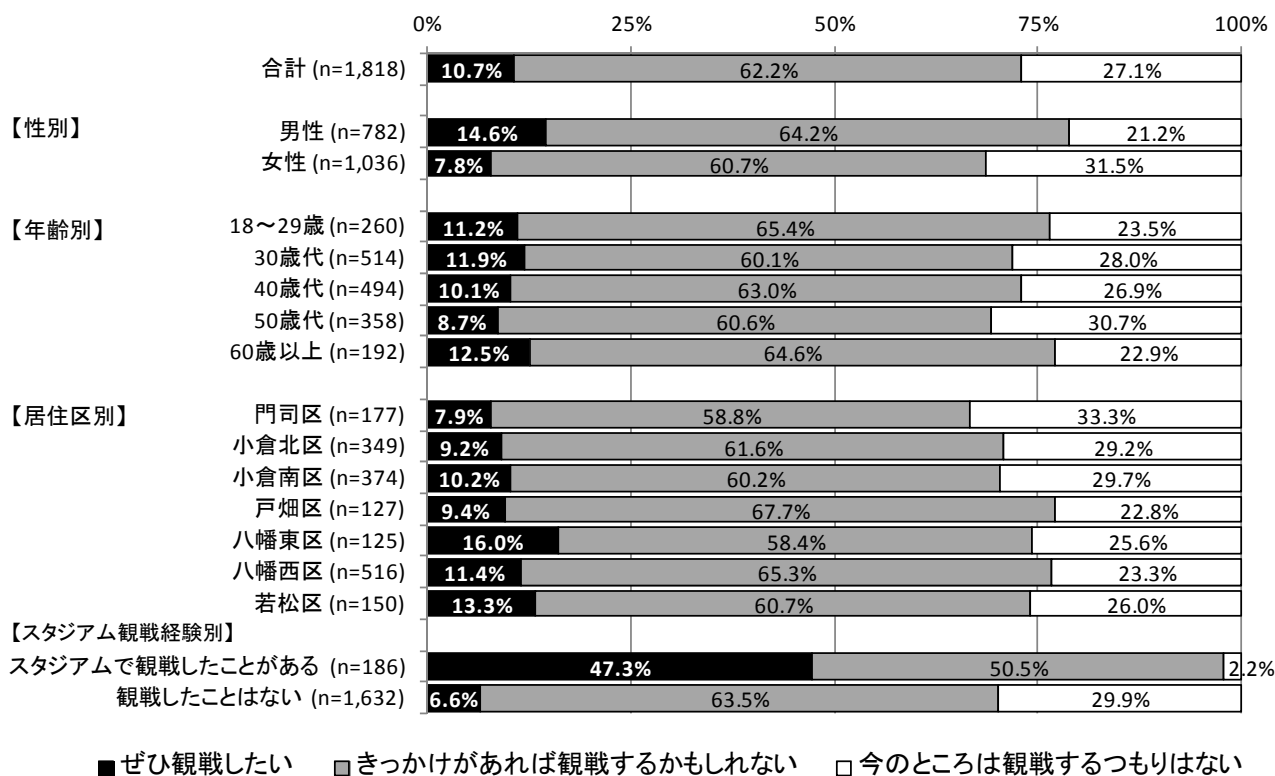


図 11 ギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦意向

本城陸上競技場から比較的遠い区の方が観戦意欲は低い。2010～2011年におけるギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦経験別に見ると、「スタジアムで観戦したことがある」とする回答者の47.3%が「ぜひ観戦したい」と回答する一方、「今のところは観戦するつもりはない」は2.2%にとどまっており、実際に観戦した市民は、今後の観戦意欲も高いことが明らかとなった。一方、「観戦したことはない」とする回答者においても、6.6%が「ぜひ観戦したい」、63.5%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、観戦意欲をある程度持つ人が相当数存在していると言える。観戦者増に向けた取り組みが効果的に展開された場合、観戦者数が大幅に増加する可能性もあると言えるのではないかと。

3.4.2 観戦するつもりがない理由

3.4.1で「今のところ観戦するつもりはない」とした回答者（n=492）に対し、その理由について自由記入で回答を求めた結果をまとめたものを表6に示す。

大半を占めるのは「サッカー（あるいはスポーツ）に興味がないから」である。一方、サッカーに関心があると思われる回答者からの「ギラヴァンツ北九州がJ2だから。強くないから」という回答や、「テレビ観戦で十分だから」、「スタジアムが不便、あるいは観

表 6 観戦するつもりがない理由（自由記入を分類）

サッカー（スポーツ）に興味がないから	401
J2だから。強くないから	21
選手を知らないから（その他、選手関連の指摘）	7
テレビ観戦で十分だから	12
スタジアムが不便・観戦しづらいから	12
家庭面・経済的事情があるから	20
時間的余裕がないから。土日は仕事だから	3
特に理由なし、その他	6
※観戦しない理由以外の記入	10
合計	492

戦しづらいから」といった理由も見られる。それ以外には、家庭の事情等を理由とする回答も見られた。

観戦者増に向けた取り組みによってこれらを全て解消することは不可能であるが、関心を喚起する努力等を引き続き行っていく必要はあると言えよう。

3.5 もっと応援したくなるために必要な事項

3.5.1 2012年調査における優先順位別集計結果

「市民がギラヴァンツ北九州をもっと応援したくなるために必要だと思う点を、あなたが重要だと考えるものから3つ順番にお答えください。」との問いに対する回答を図12に示す。

総回答数、第1位回答数ともに最も多いのは「チームが強くなること」であり、他項目より大幅に多い。

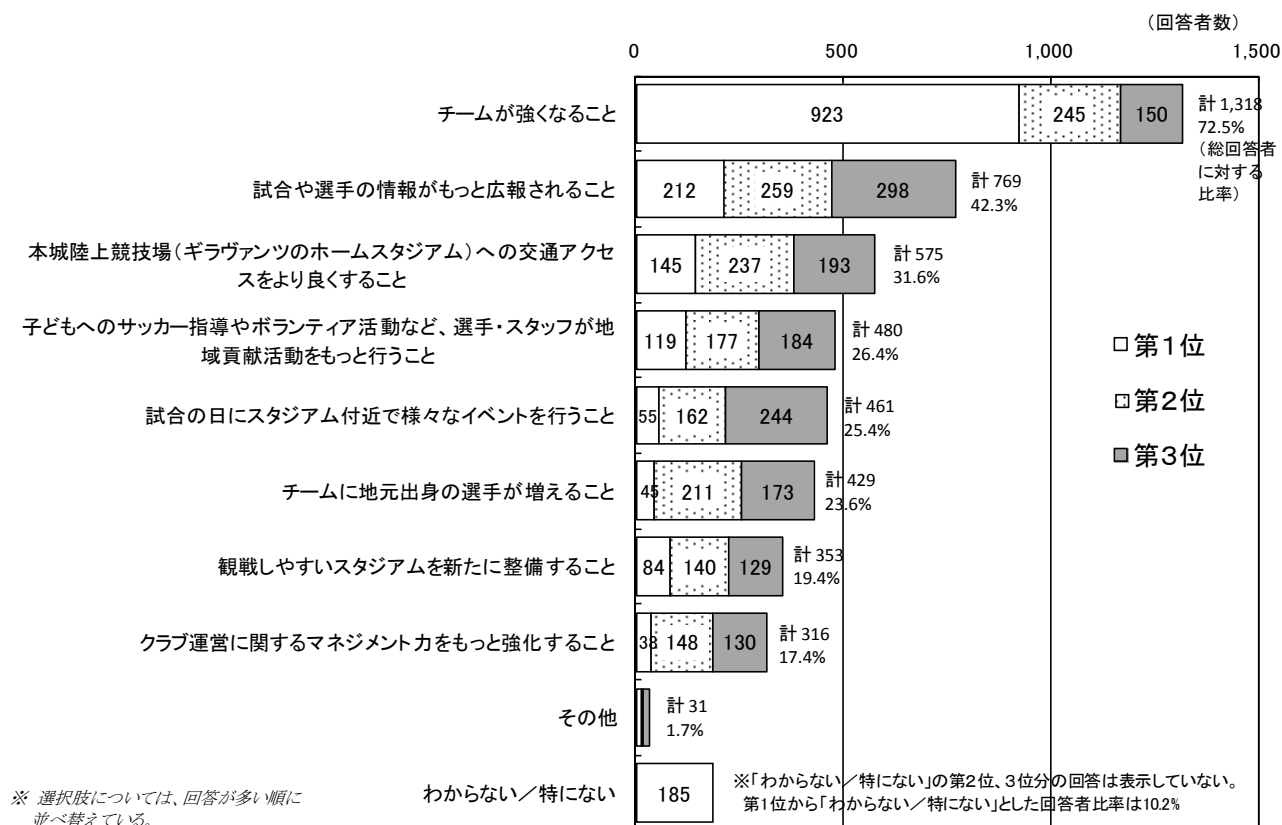


図 12 ギラヴァンツ北九州をもっと応援したくなるために必要な事項（上位3番目まで選択）

次いで多いのは「試合や選手の情報がもっと広報されること」であり、この項目を第2位、第3位に上げた回答者がそれぞれ最も多い。次に多いのは「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。回答者の30%以上から選択されたのは、この3項目となっている。

それ以外の「子どもへのサッカー指導やボランティア活動など、選手・スタッフが地域貢献活動をもっと行うこと」、「試合の日にスタジアム付近で様々なイベントを行うこと」、「チームに地元出身の選手が増えること」、「観戦しやすいスタジアムを新たに整備すること」、「クラブ運営に関するマネジメント力をもっと強化すること」についても、それぞれ17.4～26.4%の回答者が選択しており、ニーズは低くない項目と言えよう。チーム編成、広報、地域貢献活動など、ギラヴァンツ北九州の総合力の充実が市民から求められていると言えよう。

3.5.2 2010年調査と2012年調査の比較

この設問については、2010年調査と概ね同じ選択肢で実施した。両年調査の結果を比較したものを図13に示す。2012年調査の方が選択肢が2項目少ないため単純な比較はできないが、2010年調査より回答

比率が3ポイント以上低くなったのは「チームが強くなること」、「チームに地元出身の選手が増えること」の2項目であり、これは2011年においてギラヴァンツ北九州の戦績が躍進した点や、北九州市及び周辺地域出身の選手の活躍（池元友樹選手、長野聡選手、宮本亨選手など）などがあり、ある程度充足していると思われた市民がいること等が要因として推測できる。

一方、2012年調査の方が3ポイント以上高くなったのは「試合や選手の情報がもっと広報されること」、「本城陸上競技場への交通アクセスをより良くすること」、「試合の日にスタジアム付近で様々なイベントを行うこと」、「観戦しやすいスタジアムを新たに整備すること」であり、特に広報、交通アクセス、イベントの3項目については10ポイント以上の回答増となっており、課題としての重要性が増したと言えよう。

3.5.3 スタジアム観戦経験の有無別の結果

2012年調査の結果について、3.2.1で示した「ギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦経験の有無」別に集計したものを図14に示す。双方の間で10ポイント以上の大きな違いが見られる項目を見ると、スタジアム観戦経験有りの方が大幅に多いのは「観戦しやすいスタジアムを新たに整備すること」と「本城陸上競技場

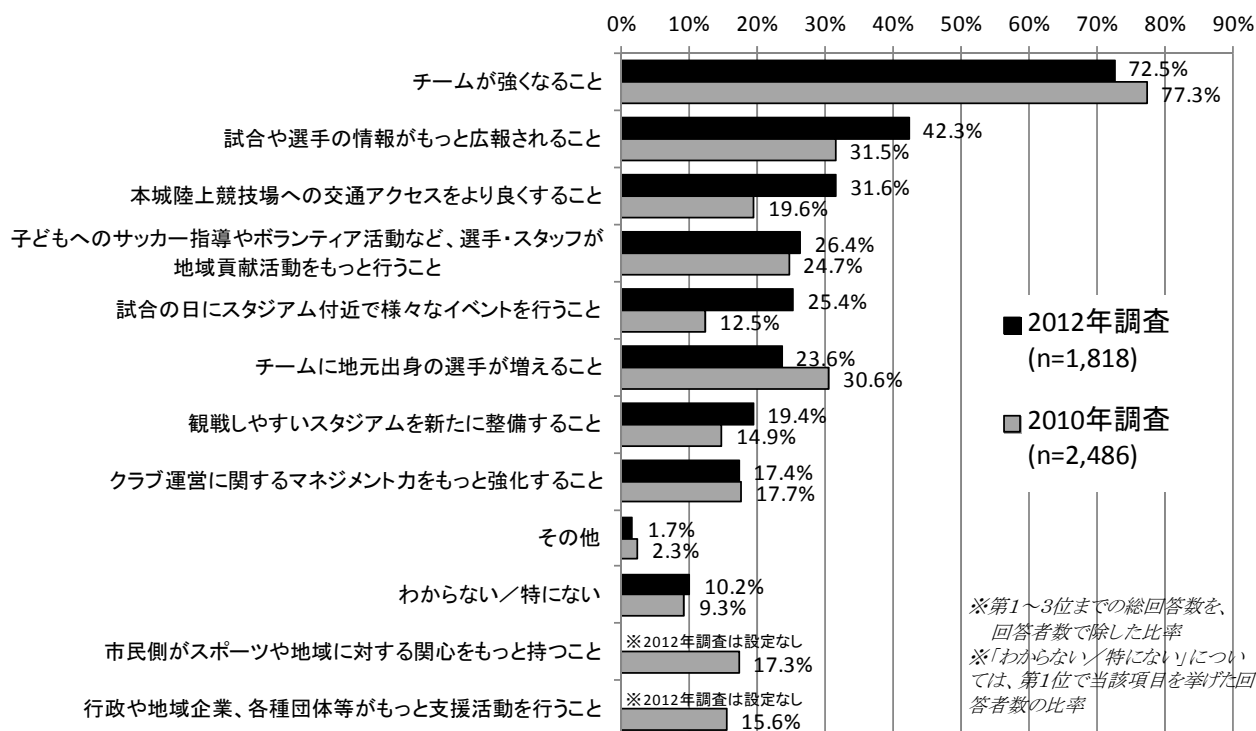


図 13 ギラヴァンツ北九州をもっと応援したくなるために必要な事項に関する、
2012 年調査と 2010 年調査の比較

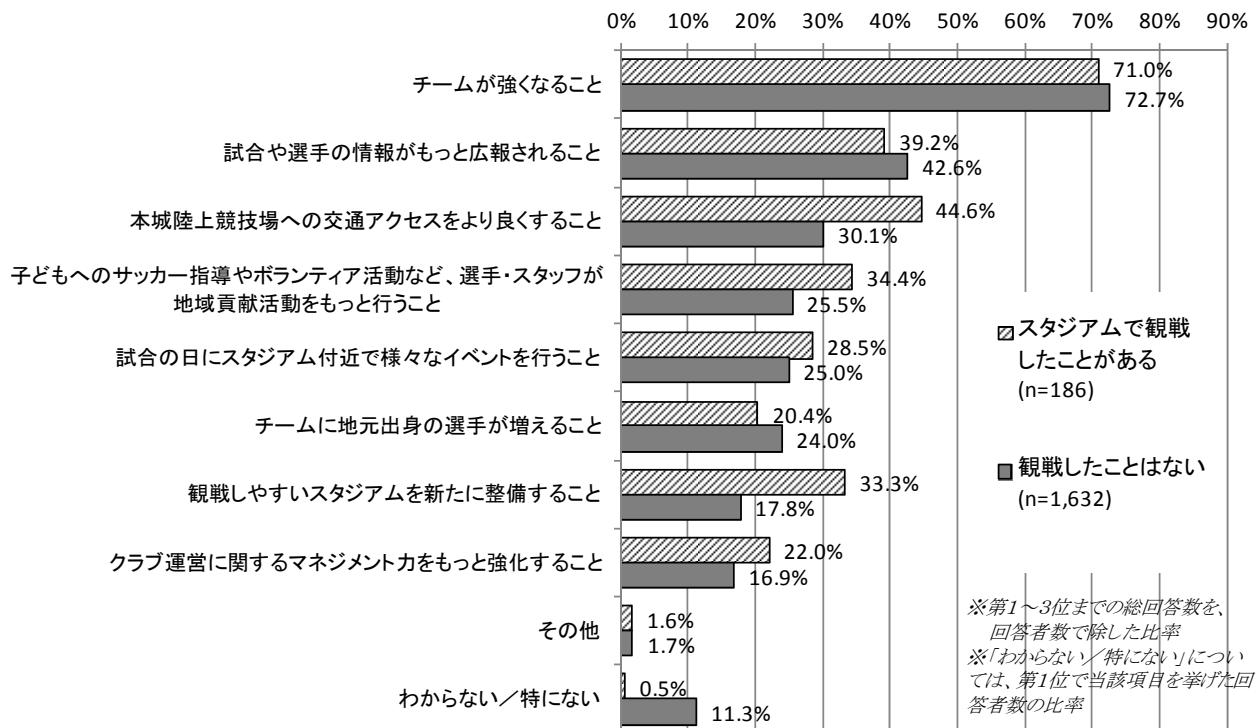


図 14 ギラヴァンツ北九州をもっと応援したくなるために必要な事項に関する、
スタジアム観戦経験の有無による比較 (2012 調査)

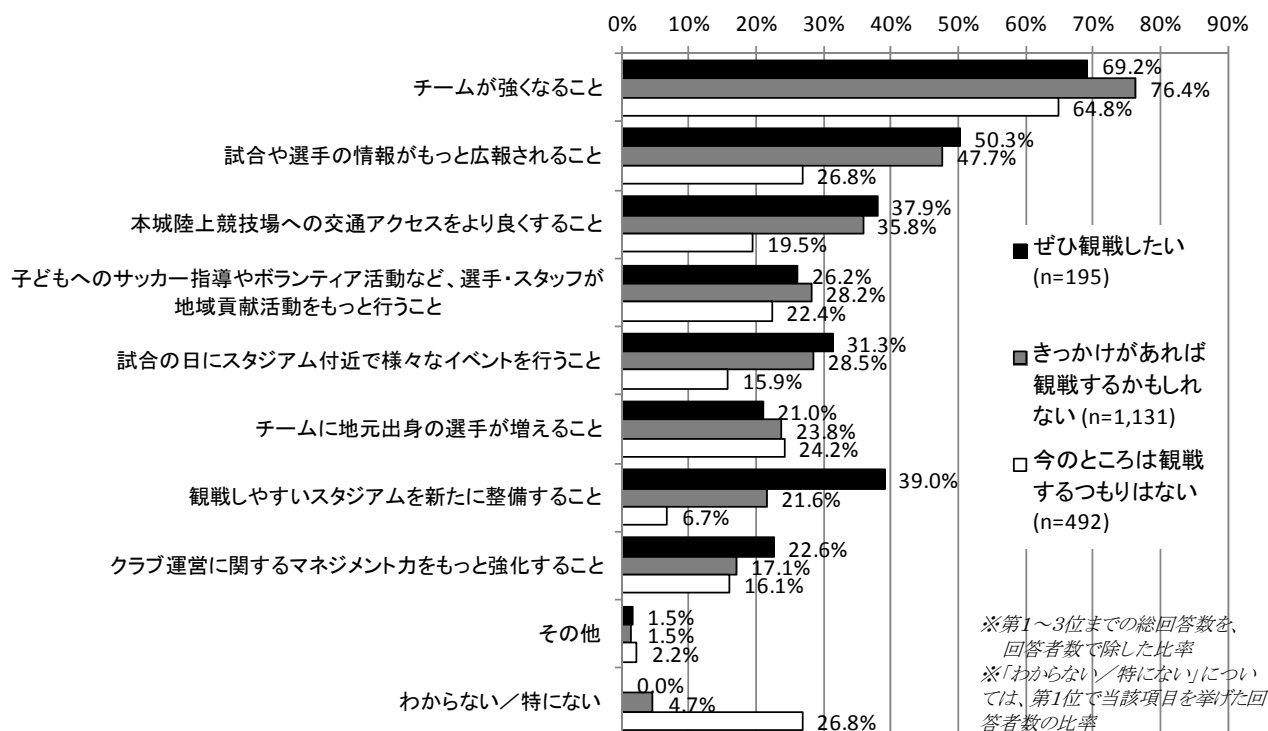


図 15 ギラヴァンツ北九州をもっと応援したくなるために必要な事項に関する、今後の観戦意向による比較（2012 調査）

への交通アクセスをより良くすること」の2項目であり、スタジアム観戦経験なしの方が大幅に多いのは「わからない／特にない」の1項目である。本城陸上競技場で観戦経験の有る人からは、Jリーグの試合会場としての本城陸上競技場には課題があると認識されやすい可能性があると言えよう。

3.5.4 今後の観戦意向の有無別の結果

2012 年調査の結果について、3.4.1 で示した「今後のスタジアム観戦意向の有無」別に集計したものを図 15 に示す。いずれも「チームが強くなること」が最も多い点は共通している。

「ぜひ観戦したい」回答者においては「観戦しやすいスタジアムを新たに整備すること」への意識が他の観戦意向を持つ回答者よりも強く、「きっかけがあれば観戦するかもしれない」回答者においては「チームが強くなること」への意識が他の観戦意向を持つ回答者よりも強い点が特徴的である。「今のところは観戦するつもりはない」回答者については、ギラヴァンツ北九州への関心がそもそも低いことを反映し「わからない／特にない」が多いが、「チームに地元出身の選手が増えること」については他の観戦意向を持つ回答者よりもやや意識が強い点が特徴的である。

なお、各項目のうち、「試合や選手の情報がもっと広報されること」については、それぞれ2番目に回答が多い項目ではあるものの、観戦意向の有無による差が大きい点も特徴的と言えよう。

4 おわりに

本研究は、ギラヴァンツ北九州に関する北九州市民意識調査を実施・分析して、現在の市民意識や観戦実態の状況等とその経年変化を把握し、ギラヴァンツ北九州に係る政策等を検討する際の基礎的な情報を得ることを目的として実施した。Jリーグにおける2年間の活動により、ギラヴァンツ北九州への市民の関心は大きく高まってはいるものの、スタジアムでの観戦にはまだ結びついていない可能性などが明らかとなった。一方、ギラヴァンツ北九州が地域に好影響を与えると考える市民は引き続き多数を占めていること等も明らかとなった。なお、2.1 で述べたように、本研究はインターネット調査の結果に基づくものであり、得られた結果が必ずしも一般的な北九州市民の意見の傾向と一致することが証明されるものではない点には留意が必要である。

ギラヴァンツ北九州が継続的に活躍し、また地域に様々な好影響をもたらすには、まず経営基盤の安定が

不可欠であり、そのためにはスタジアム観戦者数の増加が重要な要素を占めると考えられる。本研究で明らかとなった市民意識や観戦実態等の大まかな傾向を踏まえた上で、地域を構成する様々な主体（市民、行政、各種地域団体等）とクラブが相互に連携し、持続可能な形でギラヴァンツ北九州の活躍を支えるための活動を進めていくことが、北九州地域の活性化のためにも必要であると考ええる。

なお、本研究で示したように 2010 年、2012 年の J リーグ開幕直前の時期においてギラヴァンツ北九州に関する市民意識調査を実施してきたが、今後も経年変化を把握していき、ギラヴァンツ北九州の活動が地域に与える影響を総合的に分析していく上での重要なデータとして蓄積していきたいと考えている。さらに、筆者が取り組んでいる本城陸上競技場におけるギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者調査の結果と市民意識の比較考量等についても、今後改めて実施していきたいと考えている。これらは今後の研究課題としたい。

注

- 1) 本多・本川（2005）で詳しく分析されている。
- 2) 調査票の設計、及び結果の集計・分析は筆者が独自に行っており、委託はしていない。
- 3) 2010 年調査における年齢別のスタジアム観戦経験

のある人の比率は、18～29 歳 5.8%、30 歳代 10.8%、40 歳代 10.5%、50 歳代 8.8%、60 歳以上 6.2%。

4) 南（2012）によると、北九州市立本城陸上競技場におけるスタジアム観戦者のうち 30 歳代 27.7%、40 歳代 25.9%。

5) 一方、クラブが直接的に発行する招待券は「直接招待券」と呼ばれる。

参考文献

- 1) 本多則恵・本川明（2005）『インターネット調査は社会調査に利用できるかー実験調査による検証結果ー』労働政策研究・研修機構
- 2) 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
- 3) 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
- 4) 南博（2012）「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」、北九州市立大学都市政策研究所『都市政策研究所紀要』Vol.6、pp.83-112

※参考文献 4) については、本誌 pp.23-52 に再掲している。

IV. 参考資料（論文）

※本論文は、北九州市立大学都市政策研究所『都市政策研究所紀要』Vol.6（2012 年 3 月）pp.83-112 掲載の同名論文の再掲である。

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だけに言及し、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。

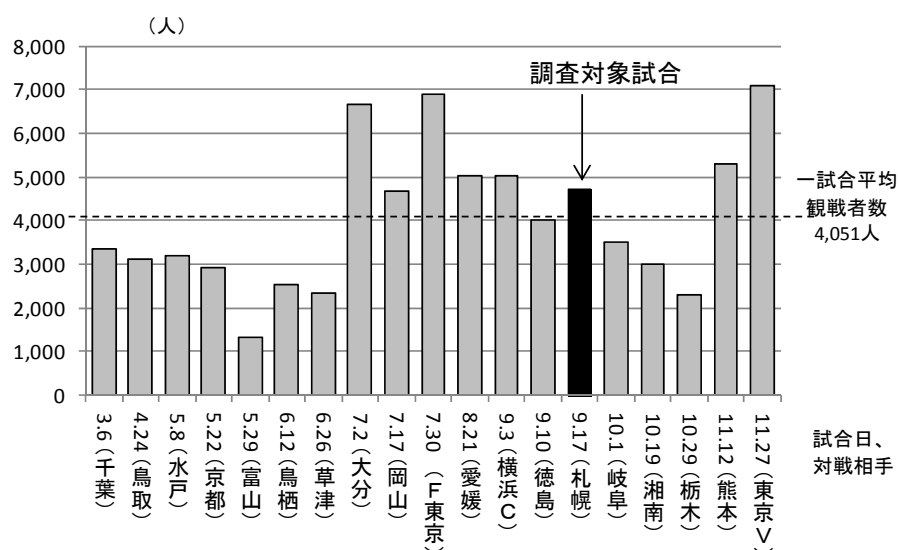
(2) 2010 年調査からの調査方法等の変更について

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)

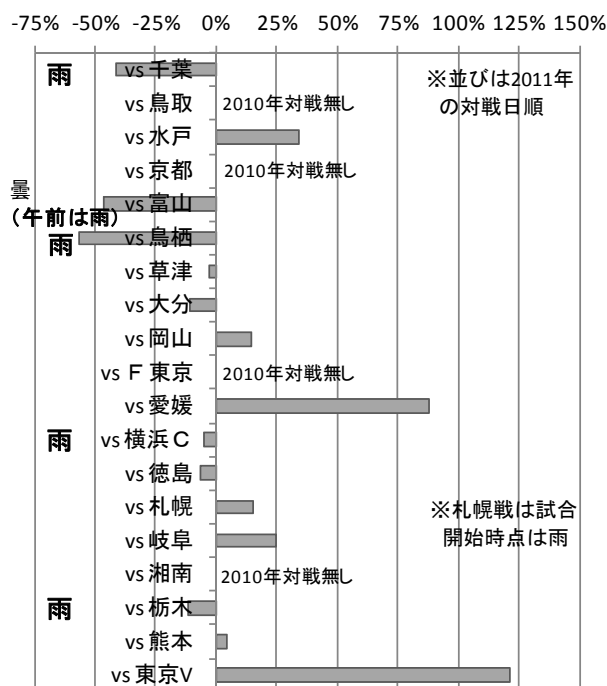
次に、対戦相手について考察すると、コンサドーレ札幌を応援するアウェイ客については、遠方から来場する人が多いことが予想され、またその人数については大分や熊本のような九州内で距離が近いクラブとの対戦時と比較すると少ないことが予想される。一方、当時の札幌においては、北九州市近郊に住む人々を特別に引きつける著名な人気選手⁷⁾が活躍している状況等の特殊な状況にはなく、一般的な本城陸上競技場の観戦者の属性とは異なる人々が大量に来場したとは考えづらい。

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等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まで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経営や地



(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）

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。

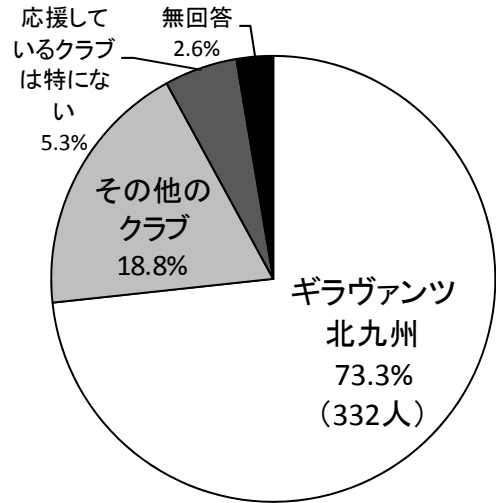
一方、本稿では、有効回答については無回答の設問があった場合も「無回答」として集計に含めて処理しているため、サマリーレポートと比較すると集計結果の構成比の数値等がわずかに異なる場合がある。

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



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

答者全体の 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』

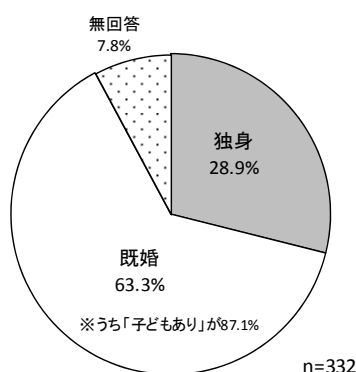


図 4 ギラヴァンツ応援者の既・未婚状況

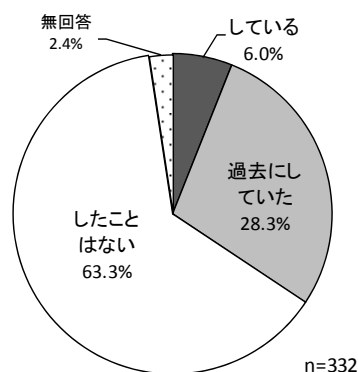


図 5 ギラヴァンツ応援者のサッカー経験

(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。

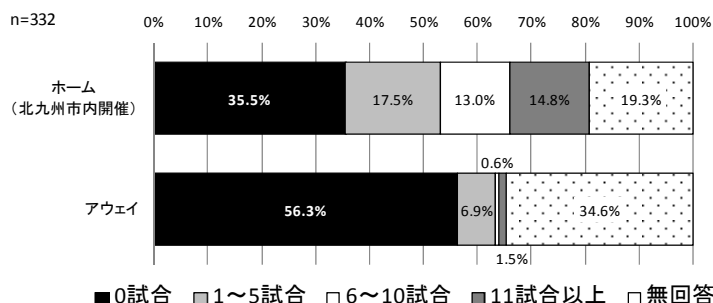


図 6 2009 年以前（J リーグ加盟前）のギラヴァンツ（ニューウェーブ）北九州の試合観戦数

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。

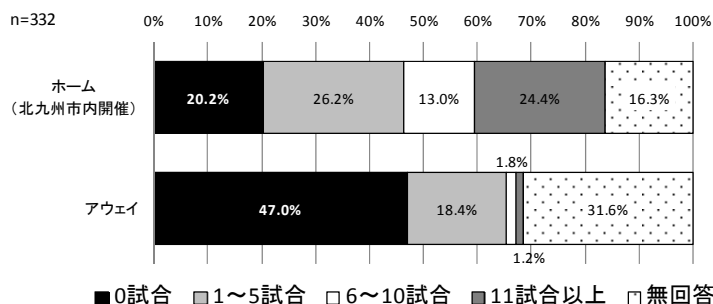


図 7 2010 年のギラヴァンツ北九州の試合観戦数

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）。

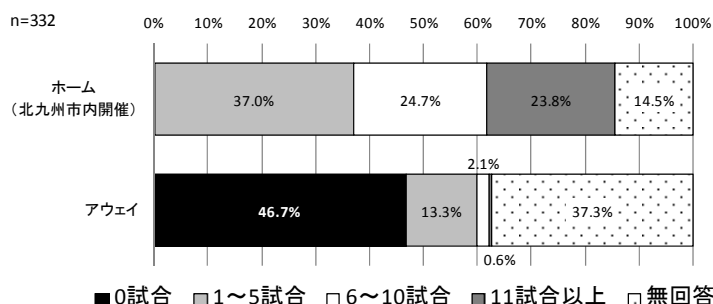


図 8 2011 年のギラヴァンツ北九州の試合観戦数

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。

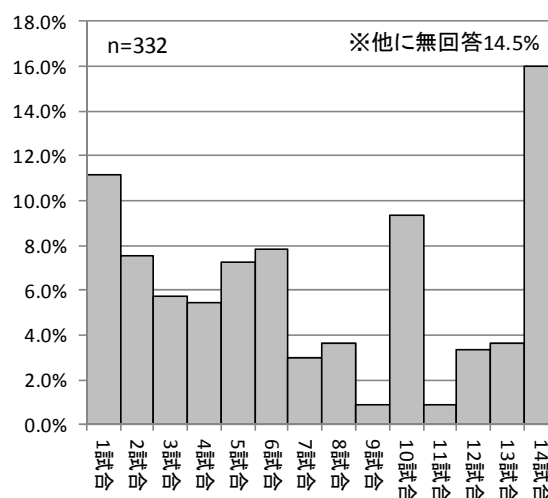


図 9 2011 年のホーム試合観戦数分布

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る。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。

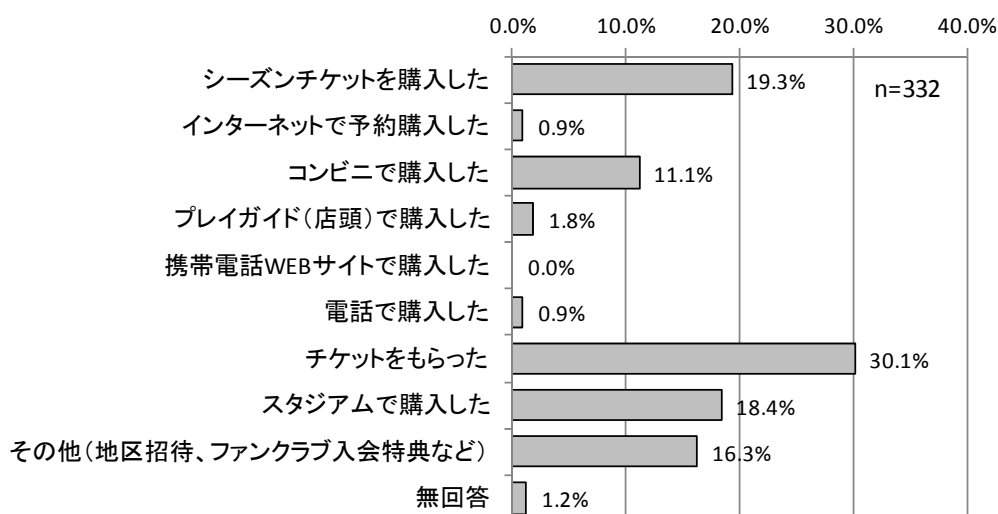


図 10 当日のチケットの入手方法 (ギラヴァンツ応援者)

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）。

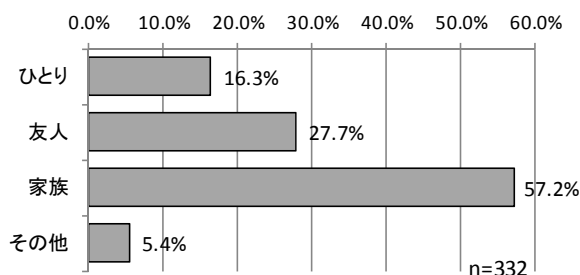


図１２ 同行者の種類（複数回答可）

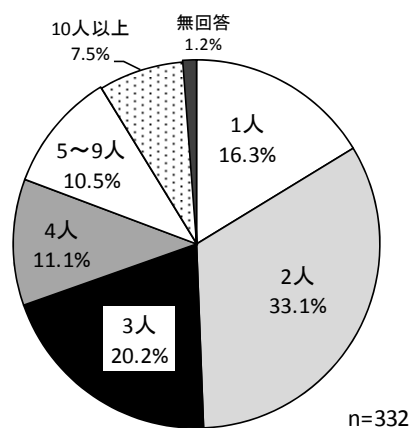


図１１ 当日一緒に観戦に来た人数

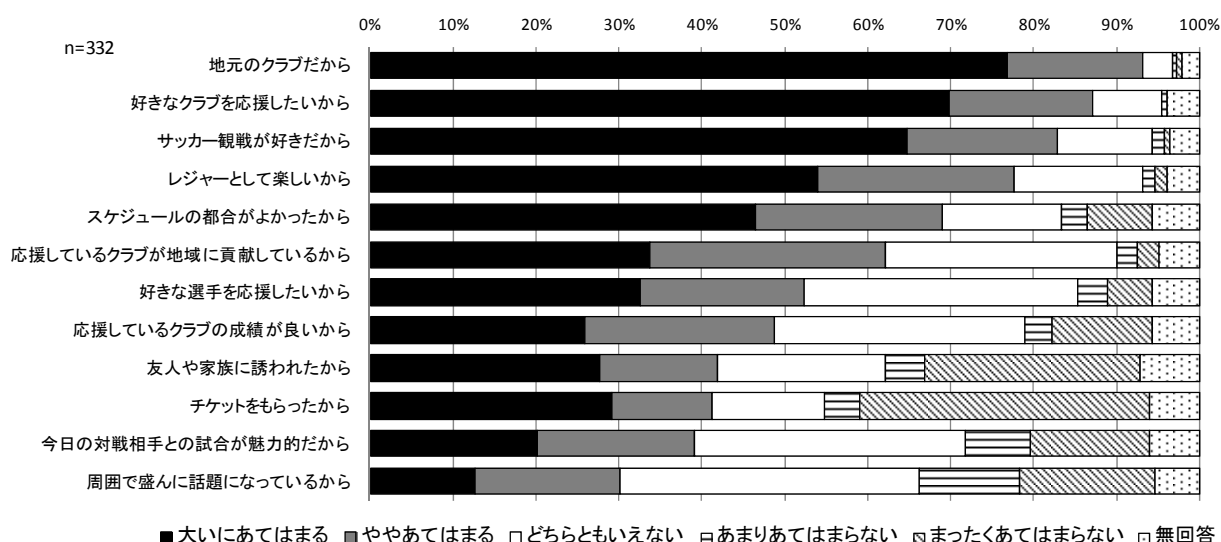


図 1 3 調査対象試合の観戦理由（ギラヴァンツ北九州応援者）

(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 1 3）。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 1 4）。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。

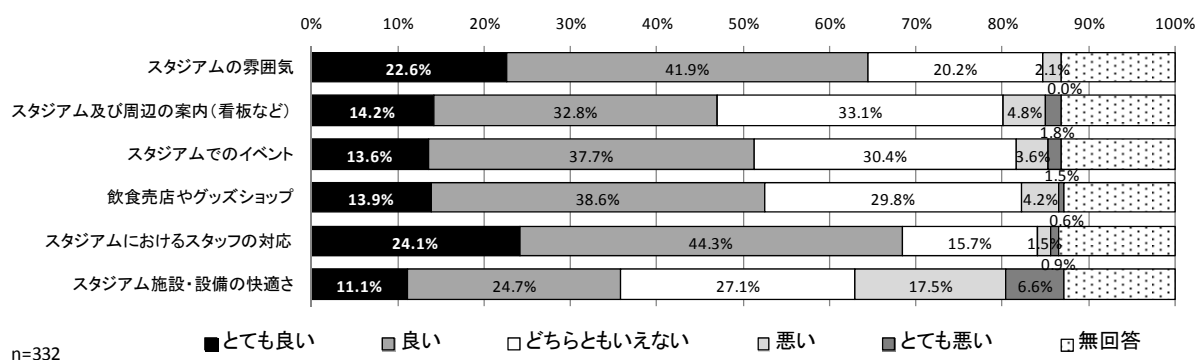


図 1 4 スタジアム及びイベントに対する評価（ギラヴァンツ応援者）

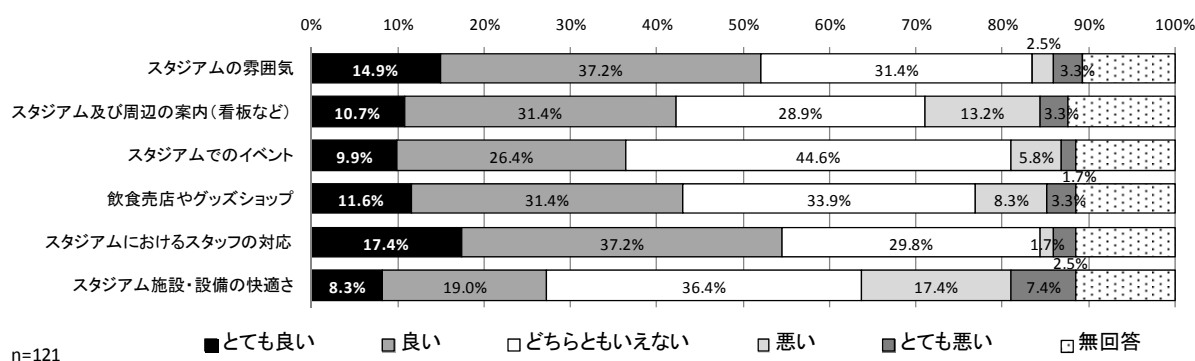


図 1 5 スタジアム及びイベントに対する評価（その他の観戦者）

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 1 5）。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 1 6）。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

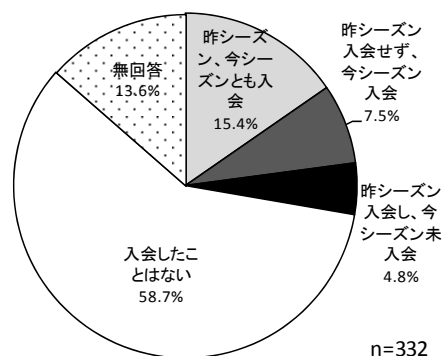


図16 ファンクラブ加入状況

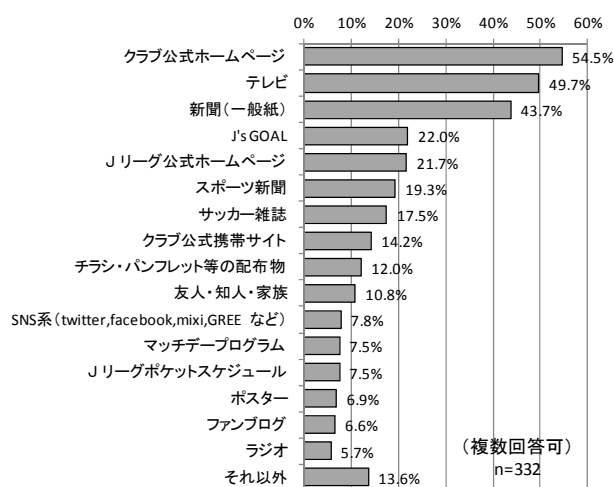


図17 Jリーグ情報の入手方法

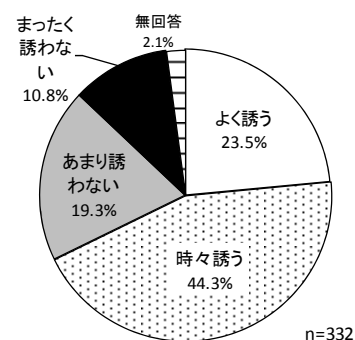


図18 周囲への勧誘状況

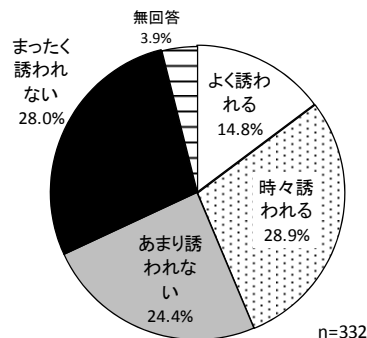


図19 周囲からの被勧誘状況

てどの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。

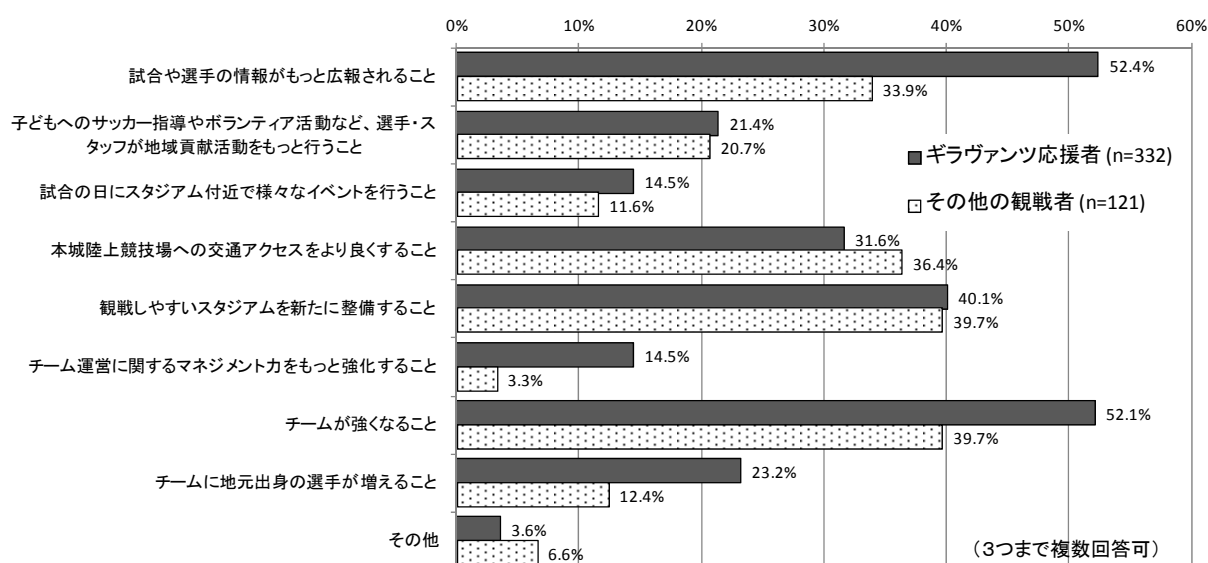


図20 ギラヴァンツ北九州のファン拡大のために必要な取り組み等(3つまで複数回答)

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。

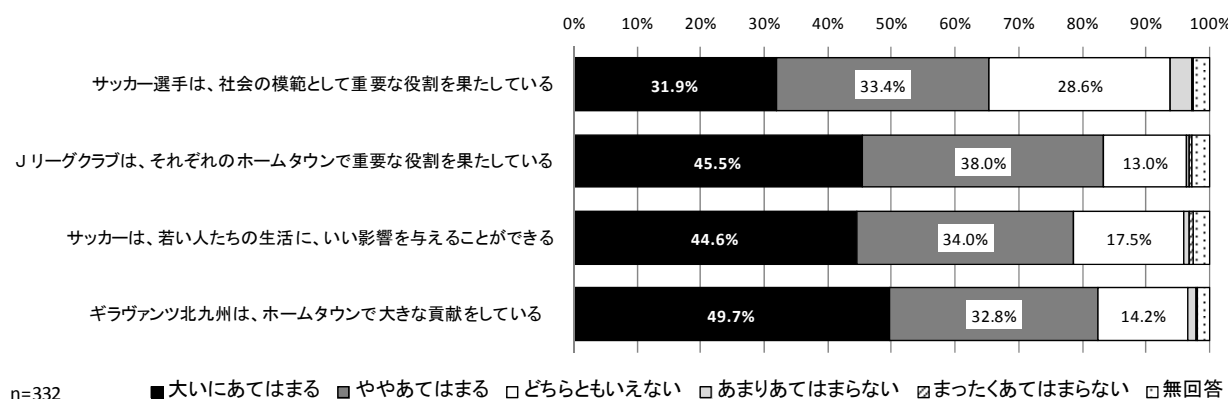


図２１ サッカー、Ｊリーグ全般に対する印象（社会貢献に対する評価）

(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かと考えるか、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

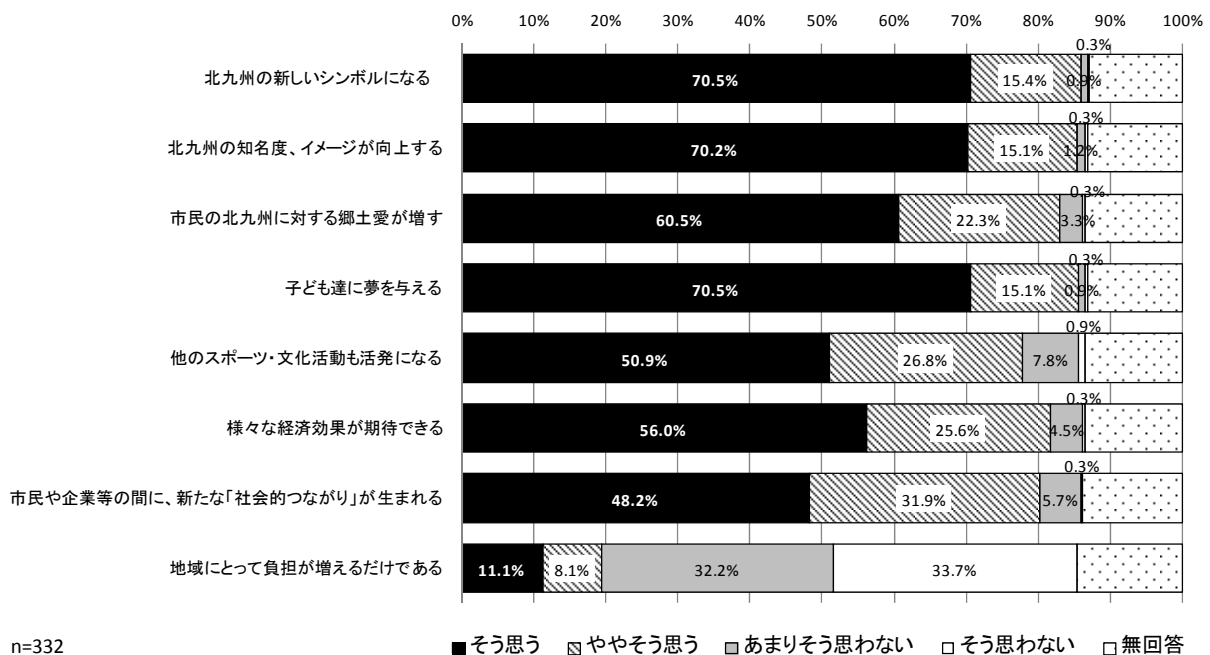


図 2 2 ギラヴァンツ北九州が北九州市に与える影響に関する印象

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 2 3 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、今後の観戦意欲は一

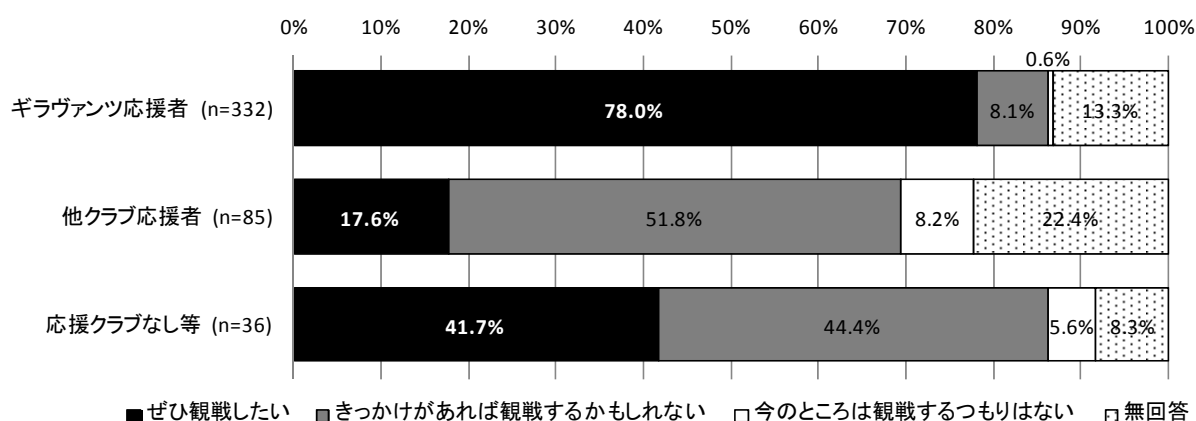


図 2 3 今後のギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦意向

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、J 1、J 2 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 2 4 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、74.0%が「ぜひ観戦したい」、9.7%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

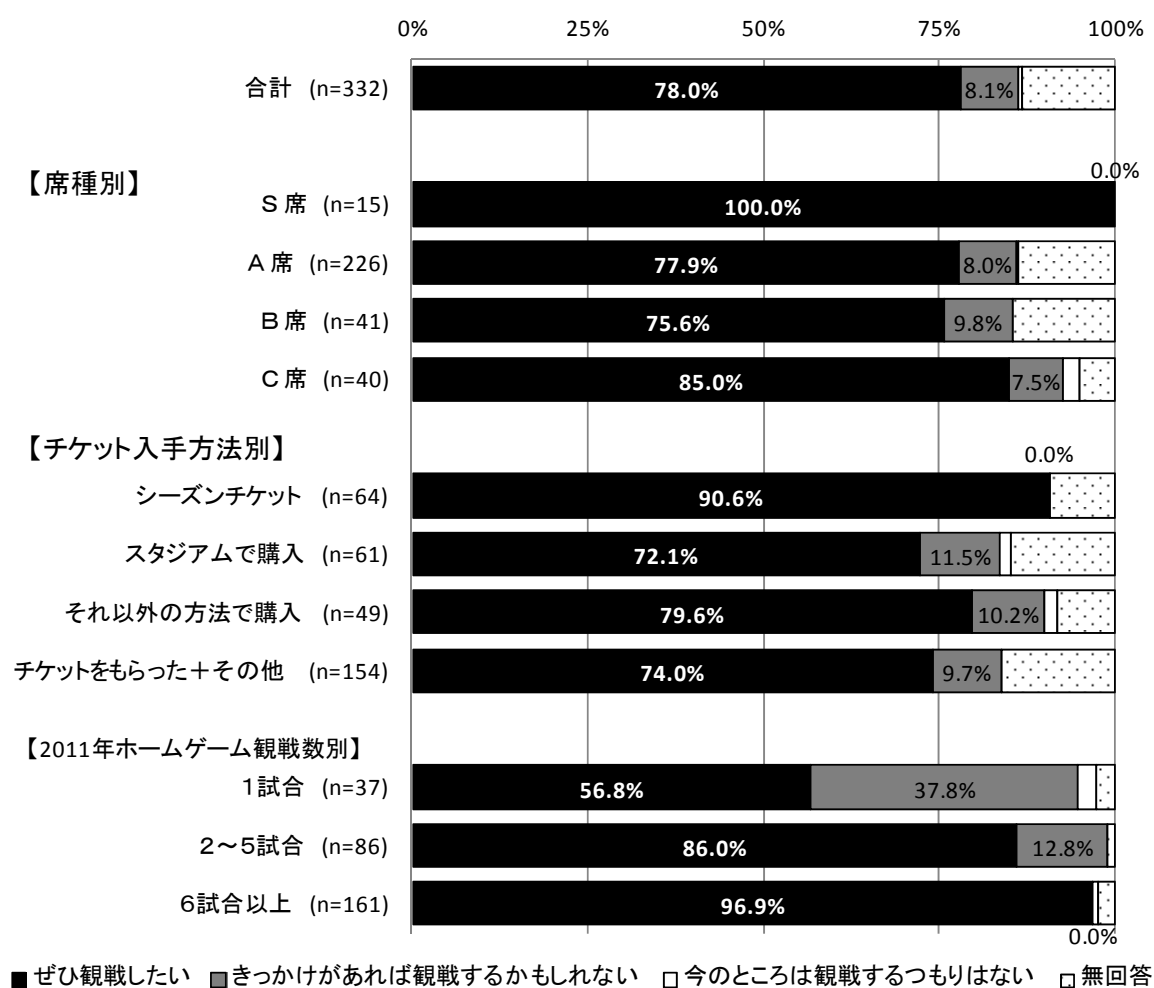


図 2 4 ギラヴァンツ北九州応援者の属性別の観戦意向

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を人々は感じ、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こと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。

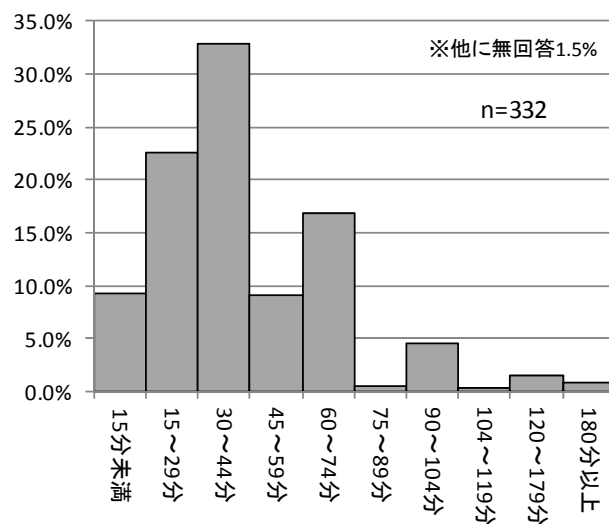


図25 本城陸上競技場までの所要時間

(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。

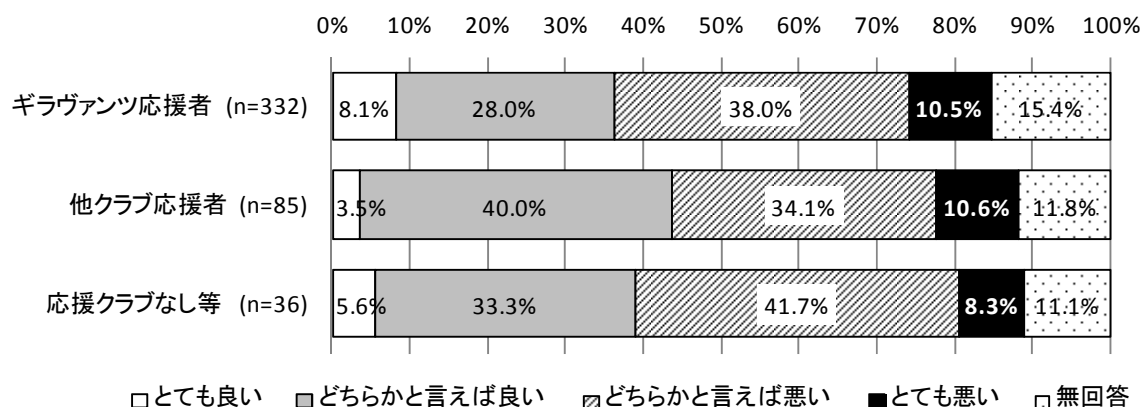
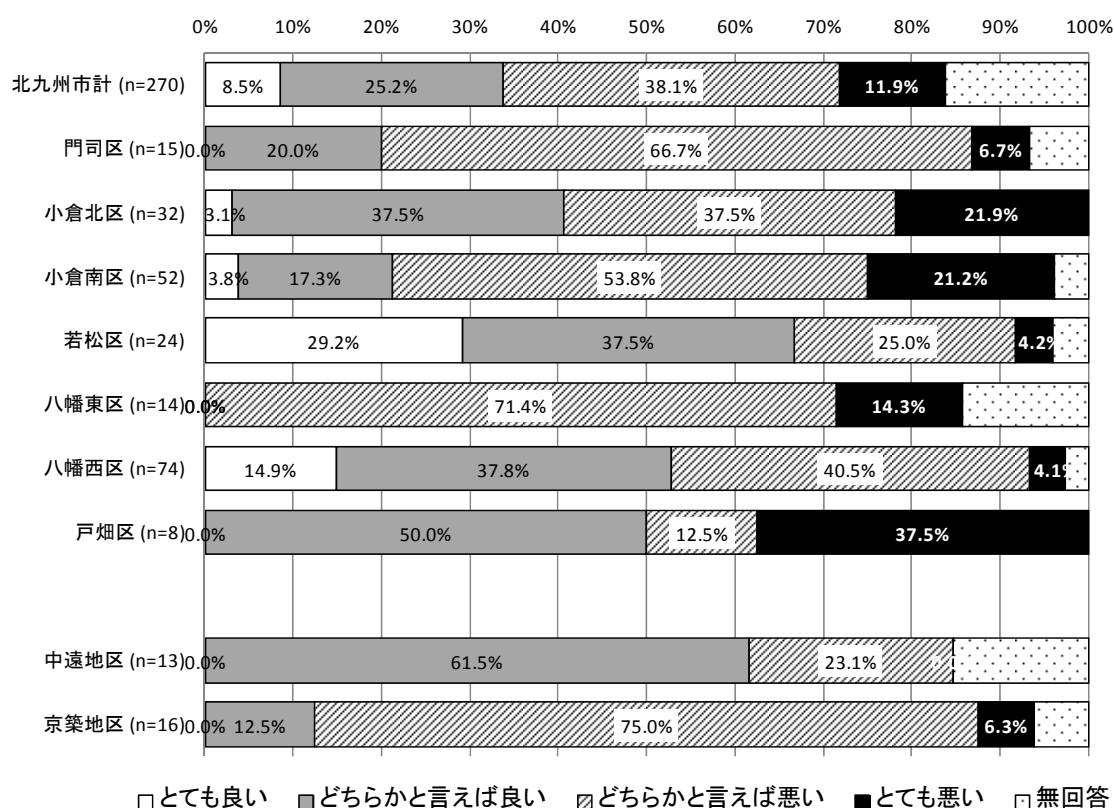


図26 本城陸上競技場へのアクセスに対する印象（応援クラブ別比較）

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 2 7 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 2 7 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 1 2 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 1 2 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 1 2 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 2 8 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。

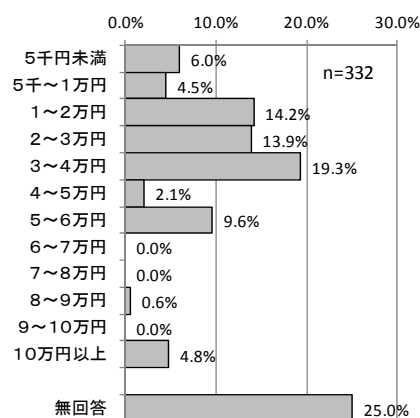


図 2 8 1 ヶ月の自由裁量所得

(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 2 9 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。

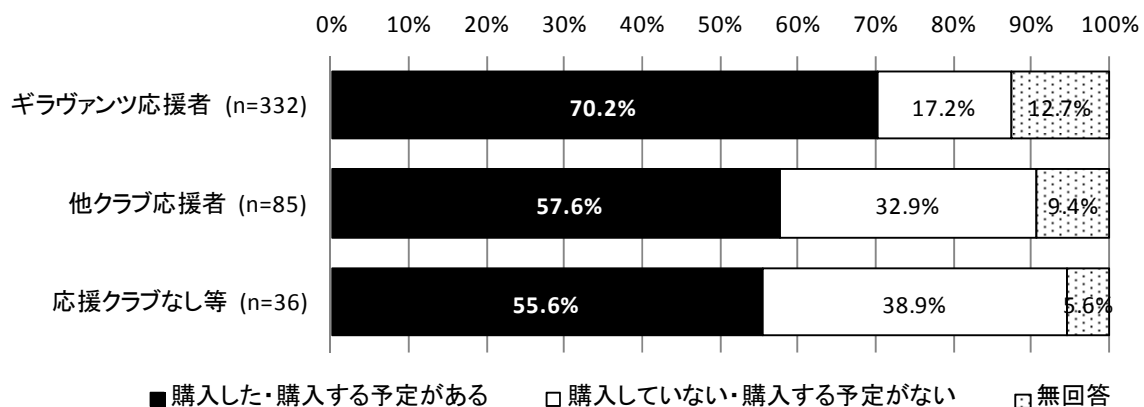


図 2 9 当日のスタジアム内、ギラヴァンツビレッジ等での消費活動の有無

(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 3 0 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「市外からの訪問者」

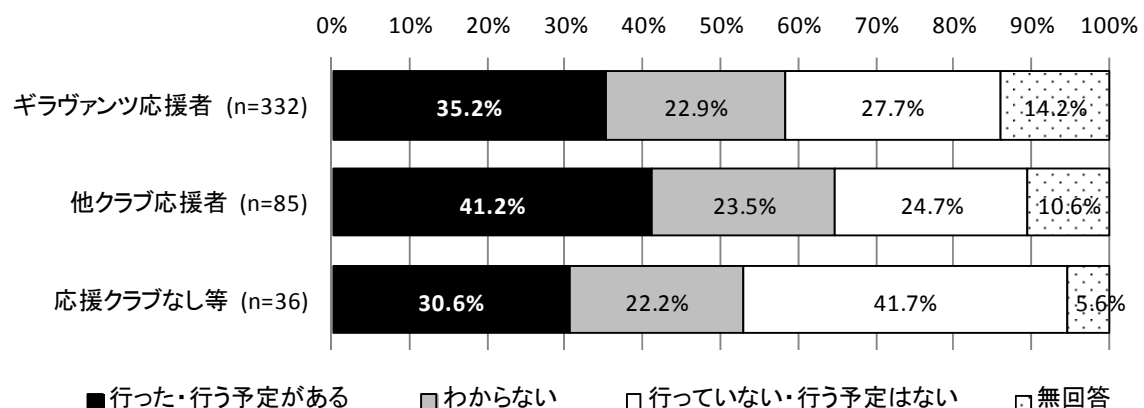


図 3 0 当日の試合観戦前後における北九州市内での経済活動の有無

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、飛行機の札幌ー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%	
応援クラブなし等 (回答対象11、 有効回答7)	博多・天神	22.6%	7
	黒崎	57.1%	
	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 1 4 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 1 4 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、応援グッズ (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	¥13,233
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	¥0	¥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える。

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問があるが、

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を行われていない。

〔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

※ 本論文は、北九州市立大学都市政策研究所『都市政策研究所紀要』Vol.6（2012 年 3 月）pp.83-112 に掲載した同名論文の再掲である。ただし、p.41 の下から一、二行目の数値については、本誌への再掲示に際して修正を行っている。

北九州市立大学 都市政策研究所
2011 年度 地域課題研究

**2011 年度におけるギラヴァンツ北九州
に関する調査研究**

2012 年 3 月 31 日発行

発行 ギラヴァンツ北九州を支援する市民会議 /

公立大学法人 北九州市立大学
都市政策研究所

〒802-8577 北九州市小倉南区北方 4 丁目 2-1

TEL 093-964-4302

FAX 093-964-4300

E-mail toshiken@kitakyu-u.ac.jp
