

目 次

はじめに	1
ミクニワールドスタジアム北九州におけるギラヴァンツ北九州 2018年スタジアム観戦者 調査の集計データ 北九州市立大学 地域戦略研究所 教授 南 博	3
2019年シーズン開幕直前のギラヴァンツ北九州、ミクニワールドスタジアム北九州、お よび北九州市における国際スポーツ大会等に関する市民意識調査の集計データ 北九州市立大学 地域戦略研究所 教授 南 博	25
「北九州マラソン 2018」開催に伴う経済波及効果の推計結果 北九州市立大学 地域戦略研究所 教授 南 博	61

※ 北九州市立大学地域戦略研究所「地域課題研究」とは

北九州市立大学地域戦略研究所が、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。

はじめに

北九州市立大学 地域戦略研究所 教授 南 博

北九州市立大学地域戦略研究所は、北九州市および周辺地域の社会・経済の活性化にスポーツ及び各種集客イベントが重要な役割を果たす可能性があることに着目し、2008年度から地域課題研究の一環として関連する調査研究および地域貢献活動に取り組んでいる(表1)。

2018年度は、2014年度以降の各年度と同様に「北九州における集客イベントの効果と展望」をテーマに地域課題研究に取り組んだ。本冊子はその成果をとりまとめたものである。調査研究は以下の3項目となっている。

- ① ギラヴァンツ北九州 2018年スタジアム観戦者調査
- ② ギラヴァンツ北九州、ミクニワールドスタジアム北九州、および北九州市における国際スポーツ大会等に関する市民意識調査
- ③ 「北九州マラソン 2018」開催に伴う経済波及効果の推計

このうち、①については北九州市立大学が公益社団法人日本プロサッカーリーグ(Jリーグ)が実施するスタジアム観戦者調査の実査協力を担い、リーグ共通設問に加えて北九州独自設問を用意した内容についてまとめている。

②については、おおむね毎年度、Jリーグの新シーズン開幕直前あるいは直後に実施している北九州市民に対する意識調査(インターネット調査)の結果であり、ギラヴァンツ北九州、ミクニワールドスタジアム北九州に関する質問に加え、2019年にラグビーワールドカップ2019日本大会が開催されること等も踏まえ、北九州市への国際スポーツ大会誘致に関する質問や、「みるスポーツ」全般やスポーツ施設マネジメントに関する意識等を把握する質問に関する結果についてまとめている。

③については、2018年2月に開催された北九州マラソン2018について、北九州市市民文化スポーツ局スポーツ部スポーツ振興課と北九州市立大学地域戦略研究所が共同して経済波及効果を推計した結果についてまとめている。

なお、過年度と同様、調査結果については論文形式ではなく、集計データ(単純集計および基本的なクロス集計)について視覚的にわかりやすい形式として、資料としてとりまとめている。分析・考察を深めた学術論文については、別途取りまとめていく予定である。

表1 北九州市立大学地域戦略研究所^{注1}の地域課題研究における「スポーツおよび各種集客イベント等を活かしたまちづくり」関連の取り組み（2018年度時点）

年度	論文、資料等のタイトル、活動内容
2008	・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
2009	スポーツを通じた地域活性化に関する基礎的研究 ・シンポジウム「スポーツを通じた北九州地域の活性化」 ・Jリーグチームと大学生の連携に関する研究 ―学生の主体性と活動の継続性を生み出すための二つの鍵― ・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 ・総合型地域スポーツクラブ事業の現状と課題
2010	プロスポーツにおける集客戦略に関する研究 ・イベント「Jリーグでまちをもっと面白くする！」開催記録 ・[参考資料] 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
2011	ギラヴァンツ北九州の社会的・経済的効果に関する研究 ・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」開催記録 ・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 ・[参考資料] 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
2012	北九州における「集客」の現状と課題～ギラヴァンツ北九州、B-1グランプリ in 北九州～ ・2012年のギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者の意識と特性 ・2013年シーズン当初のギラヴァンツ北九州に対する市民意識調査速報 ・北九州市立中央図書館でのギラヴァンツ北九州紹介展示について ・([参考資料] B-1 グランプリ in 北九州への来場者の評価および開催に伴う経済波及効果に関する研究)
2013	北九州におけるスポーツを活かしたまちづくりの課題と展望 ・2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に関する北九州市民の意識 ・地域スポーツを対象としたメディアによる地域振興とその課題 ・Jリーグクラブの資料アーカイブの意義と課題～愛媛プロスポーツアーカイブズの実践を踏まえて～ ・[参考資料] 集客低迷期のプロスポーツクラブのスタジアム観戦者実態と課題 ～2013年ギラヴァンツ北九州スタジアム観戦者調査結果から～ ・[活動]「北九州市立大学都市政策研究所 ギラヴァンツ北九州アーカイブ」の開設 ・[活動] 北九州市立中央図書館等との連携によるギラヴァンツ北九州関連情報発信等
2014	北九州における集客イベントの効果と展望 ・北九州マラソン2014開催に伴う経済波及効果 ・[参考資料]「全国餃子祭り in 北九州」に対する来場者評価および開催に伴う経済波及効果 ・2015年シーズン開幕直前のギラヴァンツ北九州に対する市民意識 ・ギラヴァンツ北九州の2014年スタジアム観戦者の現状分析 ・スポーツのキャンプ等誘致によるスポーツ文化普及・シティプロモーションの可能性とメディア対応のあり方
2015	北九州における集客イベントの効果と展望（2） ・ギラヴァンツ北九州の2015年スタジアム観戦者の現状分析 ・2016年シーズン開幕直後のギラヴァンツ北九州に対する市民意識 ・[活動]「北九州スタジアムを拠点とした魅力あるまちづくりシンポジウム」開催
2016	北九州における集客イベントの効果と展望（3） ・ギラヴァンツ北九州の2016年スタジアム観戦者の現状分析 ・2017年シーズン開幕直後のギラヴァンツ北九州に対する市民意識 ・[活動] 大学図書館での「北九州市立大学地域戦略研究所ギラヴァンツ北九州アーカイブ企画展」開催 ・[活動] 2017ギラヴァンツ北九州市民激励会でのトークイベント「ギラ番記者が読み解く2017シーズン」開催
2017	北九州における集客イベントの効果と展望（4） ～ミクニワールドスタジアム北九州 オープン1年目の現況調査～ ・ミクニワールドスタジアム北九州におけるギラヴァンツ北九州2017年スタジアム観戦者調査 ・2018年シーズン開幕直後のギラヴァンツ北九州およびミクニワールドスタジアム北九州に対する市民意識調査 ・ギラヴァンツ北九州のホームゲーム観戦者の推移
2018	北九州における集客イベントの効果と展望（5） ・ギラヴァンツ北九州2018年スタジアム観戦者調査 ・ギラヴァンツ北九州、ミクニワールドスタジアム北九州、および北九州市における国際スポーツ大会等に関する市民意識調査 ・「北九州マラソン2018」開催に伴う経済波及効果の推計

注1：2008年度から2014年度までは北九州市立大学都市政策研究所として実施。2015年11月に都市政策研究所から改組し、地域戦略研究所となった。

ミクニワールドスタジアム北九州における ギラヴァンツ北九州 2018年スタジアム観戦者調査の集計データ

北九州市立大学 地域戦略研究所 教授 南 博

1. 本調査研究および本稿の位置づけ

(1) 研究の目的

北九州市立大学は2010年以降、公益社団法人日本プロサッカーリーグ（Jリーグ）が実施するスタジアム観戦者調査の調査協力を継続して担い、リーグ共通設問に加えて北九州独自設問を用意し、ギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者の実態や意識について基礎的な分析と考察を行ってきている。その結果については南（2018）をはじめとする、一連の地域課題研究において報告するとともに（参考文献2～9）、株式会社ギラヴァンツ北九州および北九州市役所、報道機関等に情報提供し提言を行ってきた。

2018年においても同様に、スタジアム観戦者調査の調査協力を行うことにより、ギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者の基本属性や行動実態、ギラヴァンツに対する意識、ミクニワールドスタジアム北九州に対する意識や要望等を把握し、ギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者増加策等に関する基礎データを得るとともに、ミクニワールドスタジアム北九州の整備効果の把握等にも活用することを目指し、調査研究に取り組んだ。

(2) 本報告の位置づけ

本報告は、結果を簡潔に提示する観点から、「論文」ではなく「資料」として、主な設問別の集計データおよび簡略な考察を示す形式としている。また、継続的な調査であることから、以降の文章等に関しては、データは2018年調査のものを用いる一方で、章構成やベースとなる文章表現については、南（2018）および過年度の一連の南による報告を踏襲する形としている。これら南（2018）などを踏襲する表現について、以降では逐一注釈等は付していない。

また、前述のとおり、本報告のデータは、公益社団法人日本プロサッカーリーグ（Jリーグ）がJ1・J2・J3所属の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2018年分の実施にあたり、筆者が調査協力者（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調査実施することによって得たデータである。本稿では、Jリーグ共通設問の一部と、北九州独自設問について報告する。

なお、Jリーグ共通項目については、Jリーグ『Jリーグ スタジアム観戦者調査2018 サマリーレポート』（2019年1月発行）において示されたギラヴァンツ北九州の結果と同一のデータを用いているが、設問ごとの無回答サンプルの処理に係るデータ集計方法にJリーグと本稿では若干の違いがあるため、集計結果の数値はわずかに異なる場合がある。ただし考察に際して影響を与える規模の差異はない。

2. 調査概要

本調査の実施日時等について、以下に記す。なお、調査方法については、2010年以降の毎回、同様の手法を用いている。なお、調査日時については、過年度は9月、10月に実施する機会が多かったが、調査結果をシーズン中盤にクラブに対しフィードバックする観点等から、2018年は6月に実施した。

- 調査日時 2018年6月16日(土) 16:00~18:00(回収終了)
- 対象試合 2018 明治安田生命 J 3 リーグ 第14節 ギラヴァンツ北九州 vs YSCC 横浜
 試合開始: 18:03 競技場: ミクニワールドスタジアム北九州
 入場者数: 4,886人 天候: 晴 気温: 23.4℃
- 調査方法 訪問留め置き法
 (事前に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)
- 配布回収状況 配布数 440
 有効回収数 426 (有効回収率 96.8%) ※当日の入場者の 8.7%相当

○席種別の回収状況

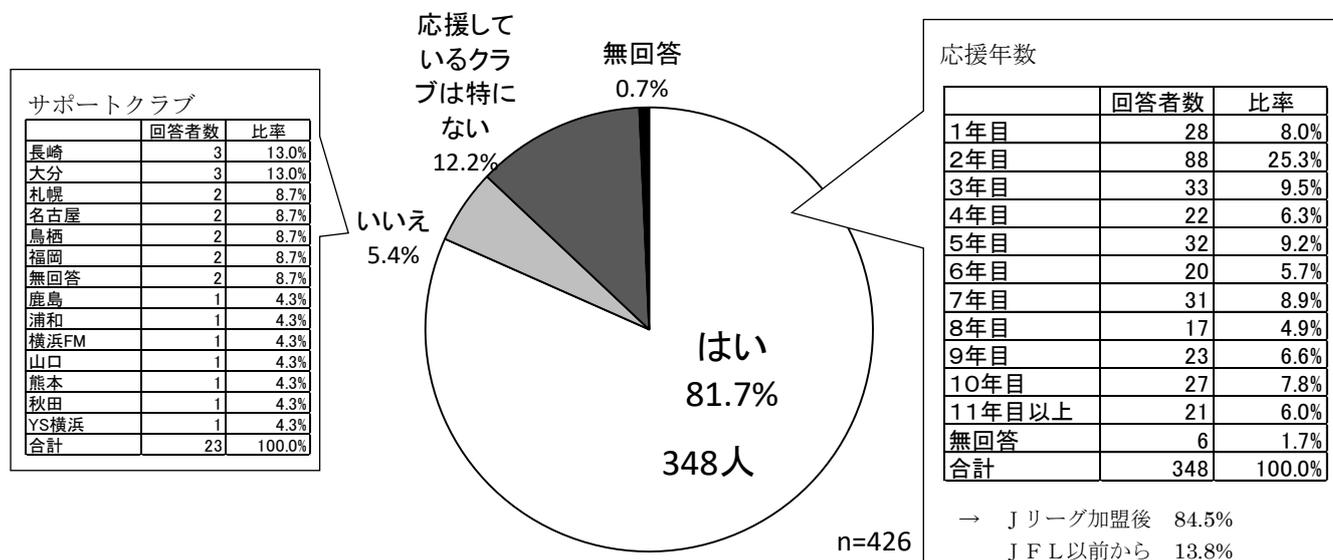
(B席ビジター (アウェイゴール裏) は調査対象外)

スタンド	席種	有効回収数	構成比
メインスタンド	G指定	20	4.7%
	S自由	83	19.5%
	A自由	20	4.7%
バックスタンド	B自由	64	15.0%
南サイドスタンド	B自由	209	49.1%
北サイドスタンド	B自由	30	7.0%
	Bビジター	-	-
合計		426	100.0%

3. 回答者の基本属性

(1) 応援しているJリーグクラブ

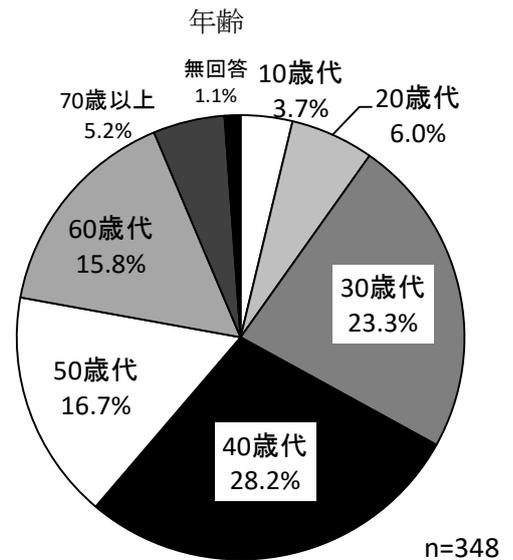
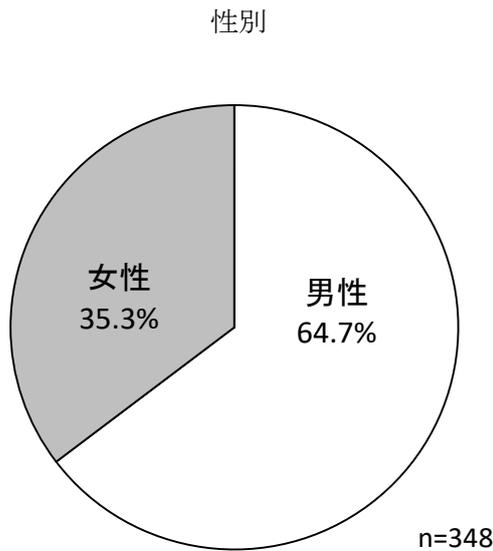
81.7%がギラヴァンツ北九州応援者であり、その84.5%がJリーグにギラヴァンツが加盟して以降に応援を始めている。応援2年目が25.3%となっており、ホームスタジアムがミクニワールドスタジアム北九州に移って応援を始めておりスタジアム整備効果があったことを表しているが、1年目は8.0%にとどまる。ギラヴァンツ以外のクラブを応援している5.4%の内訳をみると様々なクラブ(大半が対戦相手のYS横浜以外)の応援者がミクスタを訪れている。



以降、Jリーグ共通設問については、基本的にギラヴァンツ北九州応援者（n=348）を対象に集計した結果を示す。北九州独自設問については、設問内容に応じ、ギラヴァンツ北九州応援者と、それ以外の応援者の集計結果の比較等を実施する。

（２）性別・年齢（ギラヴァンツ北九州応援者）

性別、年齢構成については、2018年の調査結果と2017年以前（本城陸上競技場使用時も含む）の調査結果に傾向の違いは見られない。

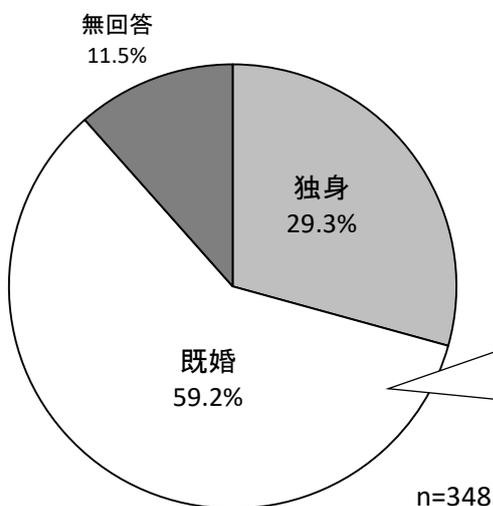


平均 46.3 歳 （男性 46.8 歳、女性 45.4 歳）

※前年平均 46.2 歳、前々年平均 45.8 歳

（３）家族構成（ギラヴァンツ北九州応援者）

家族構成についても、2018年の調査結果と2017年以前の調査結果に傾向の違いは見られない。



既婚の場合、お子さんの有無（n=206）
いない：15.0% いる：83.5% 無回答 1.5%

お子さんが「いる」（n=172）場合、一番下の子の年齢

	回答者数	比率
7歳未満	31	18.0%
7～12歳	40	23.3%
13～15歳	9	5.2%
16～18歳	9	5.2%
19歳以上	81	47.1%
無回答	2	1.2%
合計	172	100.0%

(4) 居住地

回答者全体の72.8%が北九州市に居住し（2017年調査では64.0%）、その中では小倉北区、八幡西区、小倉南区、若松区在住者が多い。北九州市以外では、中遠、京築といった北九州都市圏に加え、福岡市、下関市、関東地方、九州地方（福岡県除く）等からの来場者も見られる。

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		260	74.7%	9	39.1%	41	74.5%	310	72.8%
	門司区	42	12.1%	1	4.3%	5	9.1%	48	11.3%
	小倉北区	46	13.2%	3	13.0%	6	10.9%	55	12.9%
	小倉南区	44	12.6%	2	8.7%	1	1.8%	47	11.0%
	若松区	28	8.0%	0	0.0%	4	7.3%	32	7.5%
	八幡東区	10	2.9%	0	0.0%	6	10.9%	16	3.8%
	八幡西区	55	15.8%	2	8.7%	8	14.5%	65	15.3%
	戸畑区	15	4.3%	0	0.0%	5	9.1%	20	4.7%
	※区不明	20	5.7%	1	4.3%	6	10.9%	27	6.3%
中遠	中間市	5	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	5	1.2%
	遠賀郡芦屋町	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	遠賀郡遠賀町	2	0.6%	0	0.0%	2	3.6%	4	0.9%
	遠賀郡水巻町	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
	遠賀郡岡垣町	5	1.4%	1	4.3%	0	0.0%	6	1.4%
	※遠賀郡(町不明)	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
直鞍	直方市	3	0.9%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.7%
	宮若市	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
	鞍手郡	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
京築	行橋市	7	2.0%	1	4.3%	0	0.0%	8	1.9%
	豊前市	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	京都郡苅田町	5	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	5	1.2%
	京都郡みやこ町	7	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	7	1.6%
	築上郡	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
筑豊 (嘉飯、田川)	飯塚市	3	0.9%	0	0.0%	1	1.8%	4	0.9%
	嘉麻市	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	田川市	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	田川郡	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
宗像	宗像市	4	1.1%	0	0.0%	1	1.8%	5	1.2%
	福津市	2	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.5%
福岡都市圏 (宗像以外)	福岡市	9	2.6%	0	0.0%	3	5.5%	12	2.8%
	大野城市	1	0.3%	0	0.0%	1	1.8%	2	0.5%
	その他の市町	2	0.6%	0	0.0%	1	1.8%	3	0.7%
その他福岡県(筑後地方等)		0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
山口県	下関市	4	1.1%	2	8.7%	0	0.0%	6	1.4%
	宇部市	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
	山口市	2	0.6%	1	4.3%	0	0.0%	3	0.7%
	山陽小野田市	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
	その他の市町村	3	0.9%	0	0.0%	1	1.8%	4	0.9%
北海道・東北		0	0.0%	1	4.3%	0	0.0%	1	0.2%
関東地方		9	2.6%	3	13.0%	1	1.8%	13	3.1%
東海地方		1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
北信越地方		0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
近畿地方		0	0.0%	0	0.0%	1	1.8%	1	0.2%
中四国地方(山口除く)		1	0.3%	0	0.0%	2	3.6%	3	0.7%
九州地方(福岡除く)		5	1.4%	5	21.7%	0	0.0%	10	2.3%
無回答		1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
合計		348	100.0%	23	100.0%	55	100.0%	426	100.0%

(5) 前年(2017年)のスタジアム観戦回数(ギラヴァンツ北九州応援者)

2017年にギラヴァンツ北九州が所属していたJ3リーグ(年間ホーム16試合、アウェイ16試合)に関しては単純平均10.20回の観戦回数となっており、毎試合のように来場していた回答者が多い。一方、2017年にJ3の試合を見ていない回答者は8.3%であり、2018年からJ3を見始めた、久々に来場した回答者は少ない。なお、ギラヴァンツの所属していないカテゴリーの試合に関しては、2017年には観戦していない回答者が多いが、J2に関しては約20%が1回以上は観戦している。

J1リーグ戦

	回答者数	比率
0試合	308	88.5%
1試合	17	4.9%
2~5試合	12	3.4%
6~9試合	0	0.0%
10試合以上	2	0.6%
無回答	9	2.6%
合計	348	100.0%

単純平均 0.24回

J1ルヴァンカップ

	回答者数	比率
0試合	335	96.3%
1試合	4	1.1%
2~5試合	0	0.0%
6~9試合	0	0.0%
10試合以上	0	0.0%
無回答	9	2.6%
合計	348	100.0%

0.01回

J2リーグ戦

	回答者数	比率
0試合	276	79.3%
1試合	26	7.5%
2~5試合	23	6.6%
6~9試合	2	0.6%
10試合以上	12	3.4%
無回答	9	2.6%
合計	348	100.0%

0.86回

J3リーグ戦

	回答者数	比率
0試合	29	8.3%
1試合	15	4.3%
2~5試合	62	17.8%
6~9試合	36	10.3%
10試合以上	197	56.6%
無回答	9	2.6%
合計	348	100.0%

単純平均 10.20回

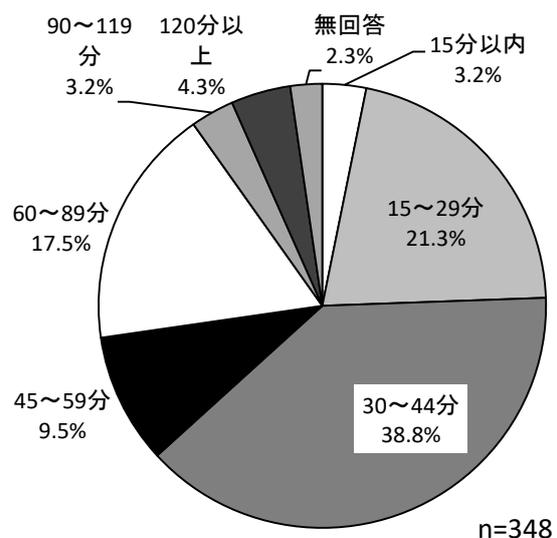
4. Jリーグ共通設問の結果(主要設問の抜粋)

(1) 観戦行動の特徴

(ギラヴァンツ北九州応援者について集計)

① スタジアムまでの所要時間(片道)

スタジアムまでの片道所要時間は30~44分が38.8%であり、平均所要時間は46.4分となっている。これは過去の調査と同程度であり、ホームスタジアムが本城陸上競技場からミクニワールドスタジアム北九州に変わっても、ギラヴァンツ応援者の主たる来場者圏域が大幅に広がったわけではない(スタジアムを中心にスライドした)ことをうかがわせる。



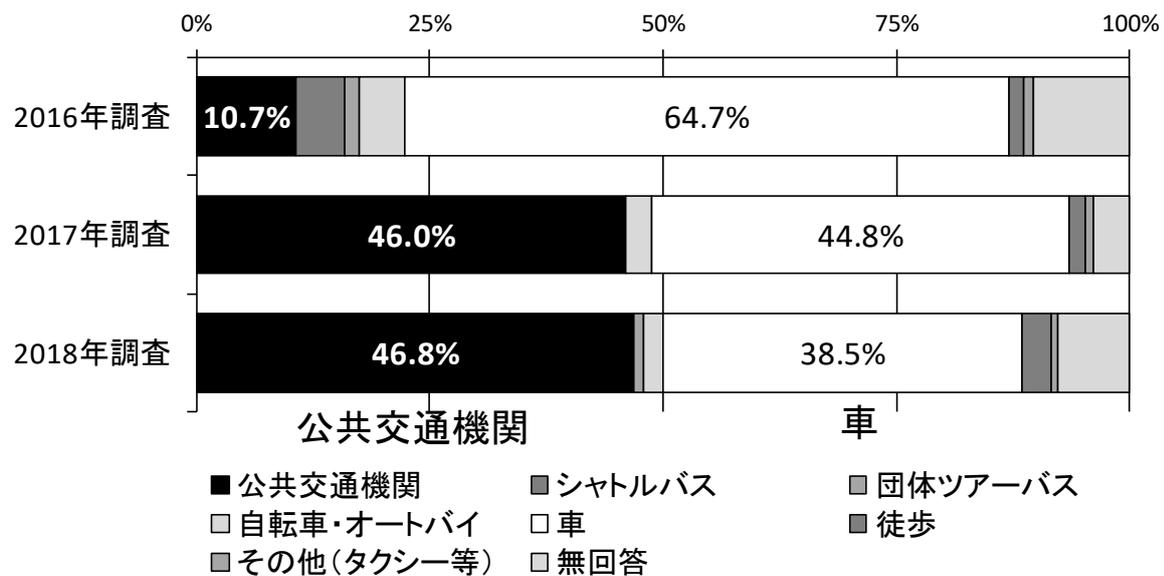
平均 46.4分

※2013年調査: 43.5分、2014年調査: 42.7分、2015年調査: 43.3分、2016年調査: 42.1分、2017年調査: 44.0分

② 利用した主な交通手段（ひとつだけ）

利用交通手段については、本城陸上競技場で調査した 2016 年とミクニワールドスタジアム北九州で調査した 2017 年以降で結果が大きく異なっている。2016 年は 64.7%が車（自家用車）での来場であったが、2017 年に車での来場が減り、公共交通機関利用者が増加し、2018 年も同様の傾向となっている。小倉駅から徒歩 7 分程度の場所にホームスタジアムが移ったことにより、大きな変化があったと言える。

2018 年は 2017 年より車利用者がさらに減少している。なお、スタジアムの北側に隣接する民有地に、2018 年 6 月下旬（観戦者調査を行った後）にコインパーキングが整備されている。

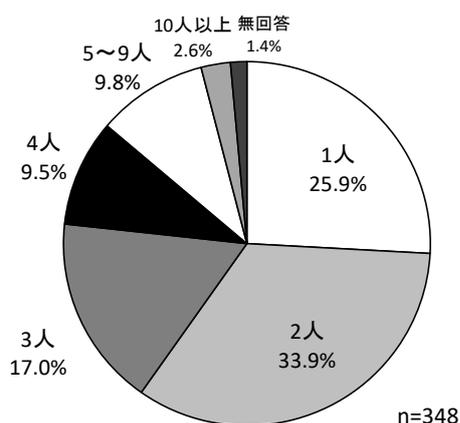


③ 一緒に観戦に来た人数と同行者の属性

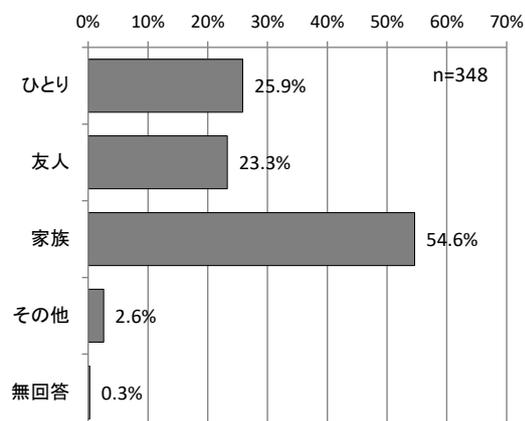
一緒に観戦に来た人数は多様であり、「2 人」33.9%、「1 人」25.9%、「3 人」17.0%などとなっている。「10 人以上」も 2.6%いる。こうした傾向は過去の調査と同様となっている。

同行者の属性は「家族」が 54.6%で最も多く、「ひとり」25.9%、「友人」23.3%となっている。この傾向についても過去の調査と同様となっている。

問 今日合計何人で来ましたか



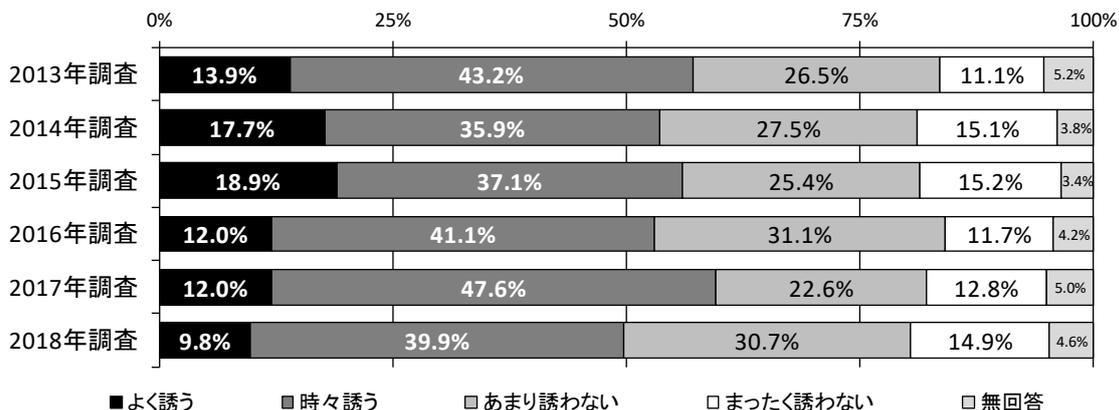
問 誰と観戦に来ましたか（複数回答可）



④ Jリーグ観戦について「誘う」「誘われる」状況

Jリーグ観戦について、周囲の人を「誘う」かどうかについては、2018年調査では「よく誘う」9.8%、「ときどき誘う」39.9%となっており、ギラヴァンツ北九州応援者の約50%が比較的積極的に勧誘行動を行っている。

しかし、「よく誘う」とする観戦者は、チーム成績がJ2上位であった2014、2015年以降は減少傾向にある。チーム成績が、応援者による知人等への勧誘に影響を与えているものと考えられる。



⑤ Jリーグのスタジアム観戦歴

ミクスタ供用開始初年の2017年調査では「今シーズンから」が16.2%を占めて新規観戦者の獲得が進んだ様子が分かったが、2018年調査では「今シーズンから」は5.2%にとどまっている。もっとも多いのは「2015～2017年頃からの」24.4%である。ギラヴァンツ北九州の前身のニューウェーブ北九州が2008年にJFLに昇格して以降（スタジアム観戦歴10年程度）の観戦者が約70%となっており、それ以前からJリーグを観ていた観戦者も30%程度で少なくない。

	回答者数	比率	※累計
1992年以前から（Jリーグ開幕前の日本サッカーリーグ時代から）	26	7.5%	7.5%
1993～1995年頃（1993年Jリーグ開幕とその後の3シーズンくらいから）	36	10.3%	17.8%
1996～1998年頃（アトランタオリンピック～フランスワールドカップ頃）	7	2.0%	19.8%
1999～2002年頃（フランス大会以降～日韓ワールドカップ頃）	22	6.3%	26.1%
2003～2006年頃（日韓大会以降～ドイツワールドカップ頃）	18	5.2%	31.3%
2007～2010年頃（ドイツ大会以降～南アフリカワールドカップ頃）	45	12.9%	44.3%
2011～2014年頃（南アフリカ大会以降～ブラジルワールドカップの頃）	62	17.8%	62.1%
2015～2017年頃（ブラジル大会以降～昨シーズンから）	85	24.4%	86.5%
今シーズンから（2018年～）	18	5.2%	91.7%
無回答	29	8.3%	
合計	348	100.0%	

⑥ Jリーグ情報の主な入手先（複数回答可）

主な情報入手先としては「インターネット」が85.6%で群を抜いて多く、次いで「テレビ」32.8%、「新聞（一般紙）」23.3%となっている。

これについても2017年調査等と同様の傾向である。

選択肢	回答者数	比率	※順位
新聞（一般紙）	81	23.3%	3
スポーツ新聞	24	6.9%	10
テレビ	114	32.8%	2
ラジオ	13	3.7%	11
サッカー雑誌	26	7.5%	9
一般の雑誌	2	0.6%	13
インターネット（Webサイト、SNS等）	298	85.6%	1
友人・知人・家族	55	15.8%	4
マッチデープログラム	31	8.9%	7
ポスター	28	8.0%	8
チラシ・パンフレット等の配布物	32	9.2%	6
クラブの会報	33	9.5%	5
街頭ビジョン	2	0.6%	13
その他	4	1.1%	12
集計対象者数	348		

(2) 調査当日のチケットについて（ギラヴァンツ北九州応援者について集計）

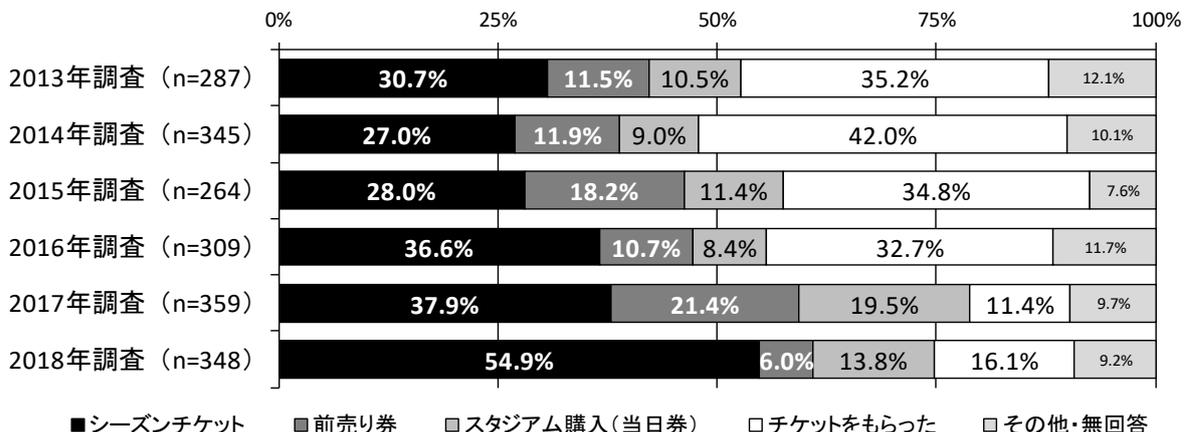
調査当日のスタジアム入場に用いたチケットの種類としては、「シーズンチケット（年間券）」が54.9%で最も多く、次いで、コンビニやネット購入した割安の「前売り券」計6.0%、当日券を「スタジアムで購入」16.1%、「チケットをもらった」13.8%となっている。

なお、「スタジアムで購入」の中には、通常の当日券価格で購入した場合と、各種優待などで割引価格で購入した場合が混在している。またコンビニ購入等については前売り券が大半と考えられるが、一部に当日券が含まれる可能性もある。

	回答者数	比率	
シーズンチケットを購入した	191	54.9%	年間券
コンビニで購入した	10	2.9%	前売券 計 6.0%
クラブ公式ホームページで購入した	2	0.6%	
Jリーグチケットで購入した	3	0.9%	
プレイガイド(ウェブサイト)で購入した	1	0.3%	
プレイガイド(店頭)で購入した	2	0.6%	
携帯電話WEBサイトで購入した	1	0.3%	
電話で購入した	2	0.6%	
スタジアムで購入した	56	16.1%	当日券
チケットをもらった	48	13.8%	招待券
その他（スポンサー優待チケットなど）	17	4.9%	その他
無回答	15	4.3%	
合計	348	100.0%	

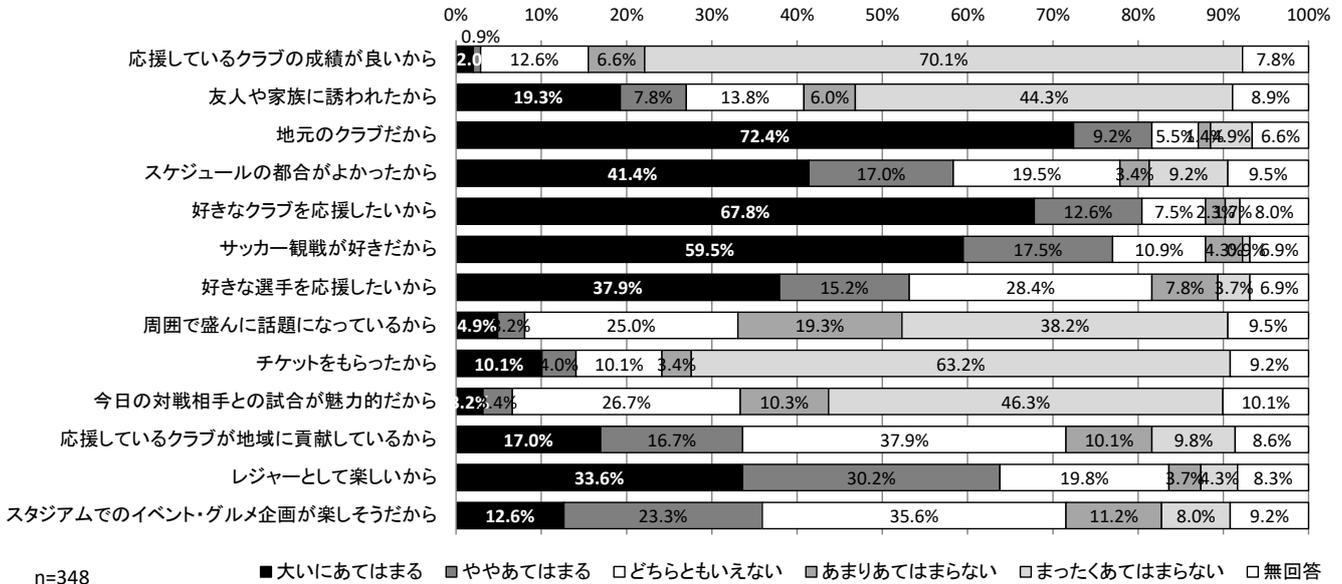
南（2018）で指摘したとおり、2017年にホームスタジアムがミニワールドスタジアム北九州に移ったことに伴い観戦者のチケット購買意欲に変化があり、またクラブのチケット販売戦略の転換も明確に表れている。過去のスタジアム観戦者調査においては、「チケットをもらった（招待券）」の比率が30%を超え、ギラヴァンツ北九州応援者はJリーグにおいても最も招待券比率（観戦者側の意識として“無料”で入場している人の比率。ただし、実際はスポンサー企業や団体等がクラブから購入して配布しているケースが多いため本質的には無料ではない）の高い状態であったが、2017年は「チケットをもらった」が大幅に減少し、2018年もそれを維持している。

ただし、2018年には「シーズンチケット」の比率が大幅に上昇し、「前売り券」が大幅に減少している。これは、2017年から観戦した人々をシーズンチケット購入者（いわば、固定客）としてうまく取り込めていることを表しているが、一方で、2018年に関しては、少し関心があるので前売り券を買って観に行こう、という考えの人々が大幅に減ったことを表している可能性がある。



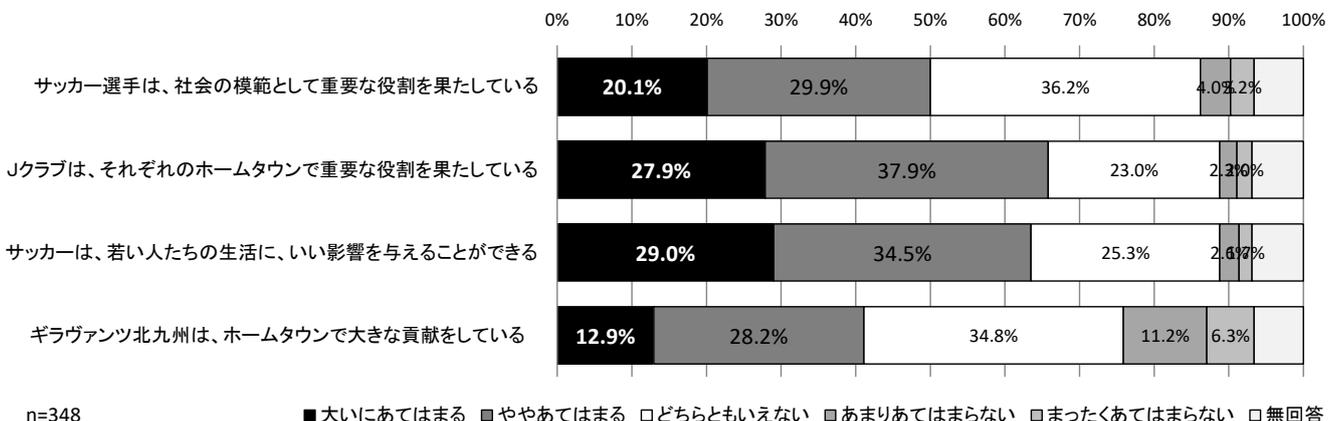
(3) 調査対象試合の観戦理由（ギラヴァンツ北九州応援者について集計）

観戦理由として、大いにあてはまる、ややあてはまるとする回答が多いのは、例年通り「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」が特に多い。
一方、「応援しているクラブの成績が良いから」はごく少数であり、「応援しているクラブが地域
に貢献しているから」や「スタジアムでのイベント・グルメ企画が楽しそうだから」は40%に満
たない。「周囲で盛んに話題になっているから」も少ない。



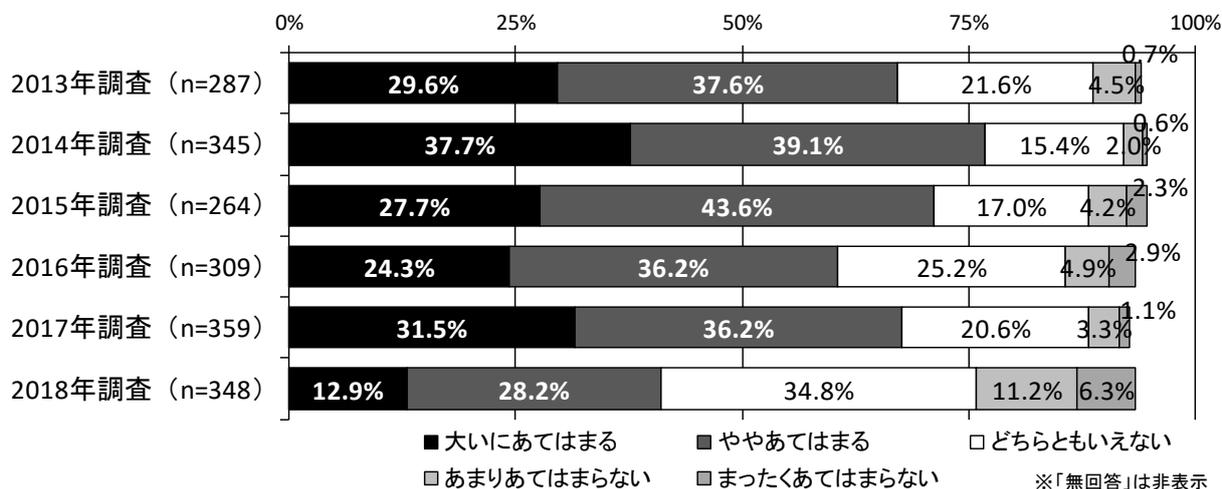
(4) ギラヴァンツ北九州の社会貢献等に対する意識（ギラヴァンツ北九州応援者について集計）

ギラヴァンツ北九州の試合を実際にスタジアムに観戦に来ている回答者は、サッカーやギラヴ
ァンツ北九州に好意的な視点を有している場合が多いと考えられる。その前提で本設問の結果に
ついて見ると、「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」に関して「大い
にあてはまる」12.9%、「ややあてはまる」28.2%の計41.1%は、J1・J2クラブ平均の「大い
に」48.0%、「やや」33.4%の計81.4%を大きく下回っている。ホームタウンに対する貢献につ
いて、ギラヴァンツ北九州応援者にも十分浸透しきれていない様子がうかがわれる。



また、「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」の経年変化をみると、2018年調査では「大いにあてはまる」、「ややあてはまる」が大幅に減少している。回答者の属性等は大きく変わっていないことを考慮すると、2018年シーズンの地域への貢献に関して、ギラヴァンツ北九州応援者はクラブ(ギラヴァンツ北九州)に対し厳しい評価を行っていることとなる。

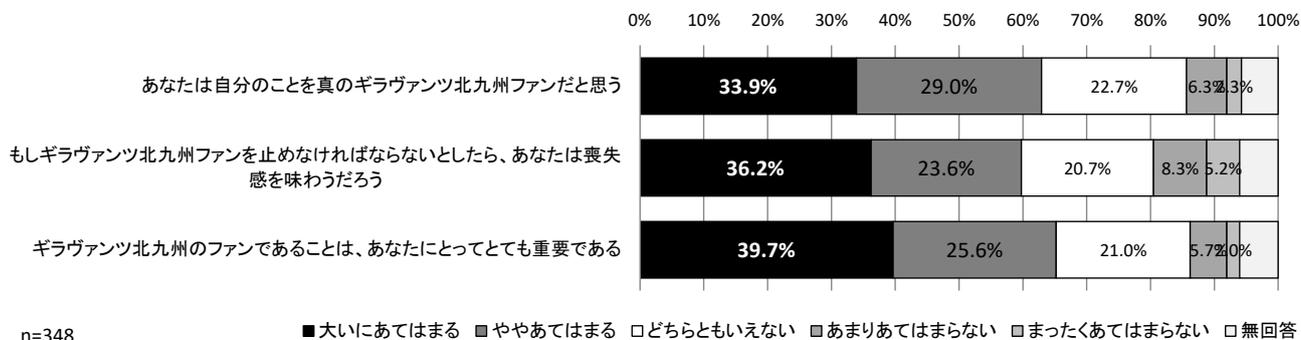
「ギラヴァンツ北九州は、ホームタウンで大きな貢献をしている」



(5) ギラヴァンツ北九州応援者としての認識 (ギラヴァンツ北九州応援者について集計)

「ギラヴァンツ北九州のファンであることは、あなたにとってとても重要である」に関しては、39.7%の回答者が「大いにあてはまる」、25.6%が「ややあてはまる」と回答している。ギラヴァンツ応援者の回答者のうち、概ね6割が特に思い入れをもってギラヴァンツを応援していると言えよう。

一方で、「あまりあてはまらない」、「まったくあてはまらない」の回答者や、「どちらともいえない」とする回答者についても、冷静にギラヴァンツ北九州を捉え、応援しているとも考えられ、こうした観戦者に対してもクラブは応えていく必要があると言えよう。



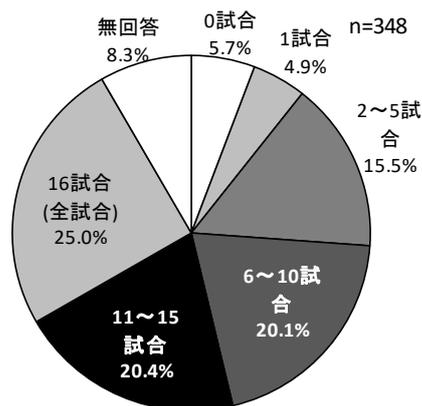
5. 北九州独自設問の結果

(1) 「ギラヴァンツ北九州」のスタジアム観戦経験（ギラヴァンツ北九州応援者について集計）

過去の調査と同様、回答者の多くは年間10試合程度のホームゲームを観戦している一方、対戦相手の本拠地（アウェイ）では観戦しない回答者が多い。J3はJ2よりもホーム試合数が5試合少ない（2018年の場合）が、ホーム試合の平均観戦回数は大きな変化はない。

■ 2017年シーズンのギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦試合数

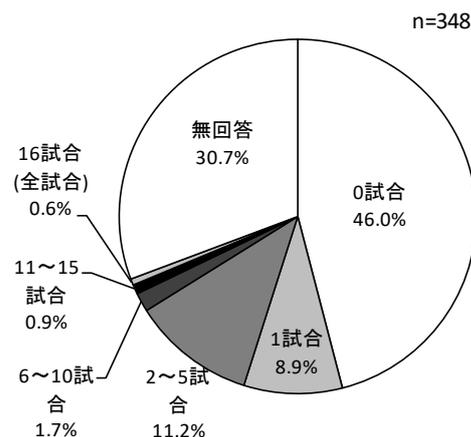
<ホーム 16 試合中>



平均： 10.1 試合

※2017年調査 平均 9.9 試合を 2016 年に観戦
 ※2016年調査 平均 12.1 試合を 2015 年に観戦
 ※2015年調査 平均 9.9 試合を 2014 年に観戦
 ※2014年調査 平均 10.3 試合を 2013 年に観戦
 ※2013年調査 平均 9.9 試合を 2012 年に観戦
 ※2012年調査 平均 9.1 試合を 2011 年に観戦

<アウェイ 16 試合中>



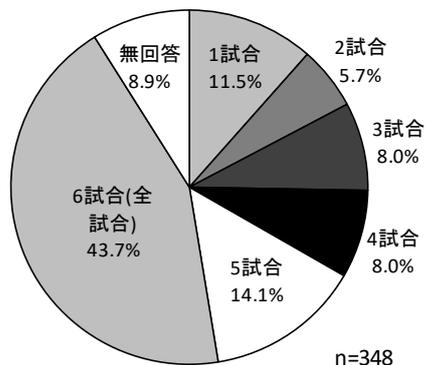
平均： 1.1 試合

※2017年調査 平均 1.5 試合を 2016 年に観戦
 ※2016年調査 平均 2.0 試合を 2015 年に観戦
 ※2015年調査 平均 1.5 試合を 2014 年に観戦
 ※2014年調査 平均 1.5 試合を 2013 年に観戦
 ※2013年調査 平均 1.5 試合を 2012 年に観戦
 ※2012年調査 平均 1.3 試合を 2011 年に観戦

■ 2018シーズンのギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦試合数（当日の試合含む）

<ホーム（調査時点）6 試合中>

※調査実施時点でのホームゲーム数は6試合

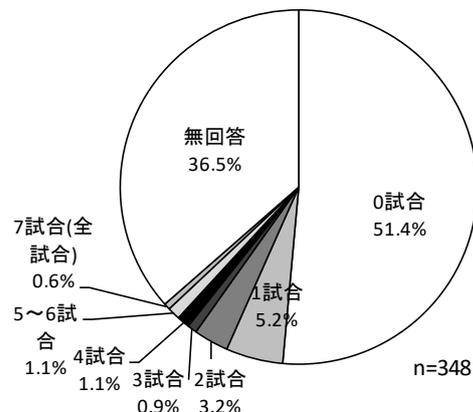


平均： 4.5 試合

※2017年調査 平均 8.0 試合 (12 試合中)
 ※2016年調査 平均 7.0 試合 (12 試合中)
 ※2015年調査 平均 8.3 試合 (17 試合中)
 ※2014年調査 平均 9.6 試合 (19 試合中)
 ※2013年調査 平均 9.5 試合 (18 試合中)
 ※2012年調査 平均 9.5 試合 (19 試合中)

<アウェイ（調査時点）7 試合中>

※調査実施時点でのアウェイゲーム数は7試合



平均： 0.4 試合

※2017年調査 平均 0.6 試合 (10 試合中)
 ※2016年調査 平均 1.4 試合 (14 試合中)
 ※2015年調査 平均 1.7 試合 (18 試合中)
 ※2014年調査 平均 1.7 試合 (18 試合中)
 ※2013年調査 平均 1.7 試合 (16 試合中)
 ※2012年調査 平均 1.3 試合 (18 試合中)

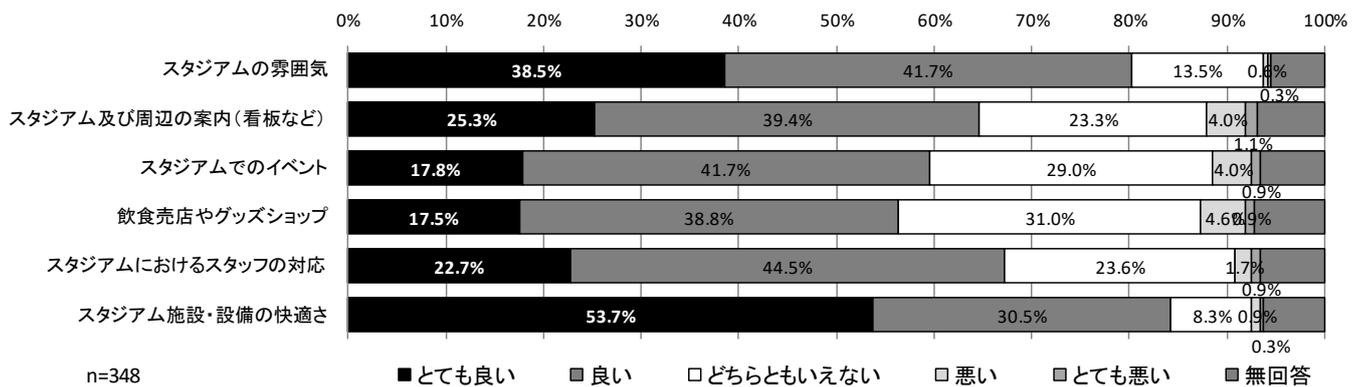
(2) スタジアム及びイベントに対する評価

① 調査当日のスタジアム及びイベントに対する評価

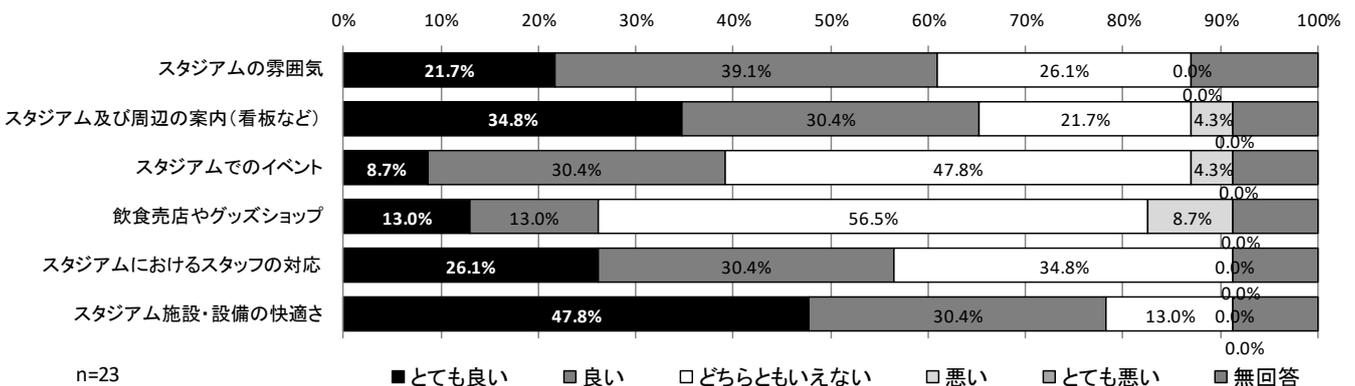
ギラヴァンツ北九州応援者からの評価を見ると、「スタジアムの雰囲気」と「スタジアム施設・設備の快適さ」については、「とても良い」「良い」の合計が80%以上となっており、高い評価となっている。その他の項目も「とても良い」「良い」とする評価が過半数となっている。概ね高評価と言えよう。

一方、他のJリーグクラブの試合やスタジアムを見慣れていると思われる他クラブ応援者からの評価については、サンプル数が少ないため参考程度とする必要はあるが、「スタジアム施設・設備の快適さ」については「とても良い」が47.8%にのぼっており、ミクニワールドスタジアム北九州に対する評価は極めて高いと言える。他クラブ応援者にとって重要な要素である「スタジアム周辺の案内（看板など）」も高評価となっている。一方、「スタジアムでのイベント」と「飲食売店やグッズショップ」に対する評価は低く、「とても良い」「良い」とする回答が40%を下回っており、低評価と言えよう。

■ギラヴァンツ北九州応援者による評価 (n=348)

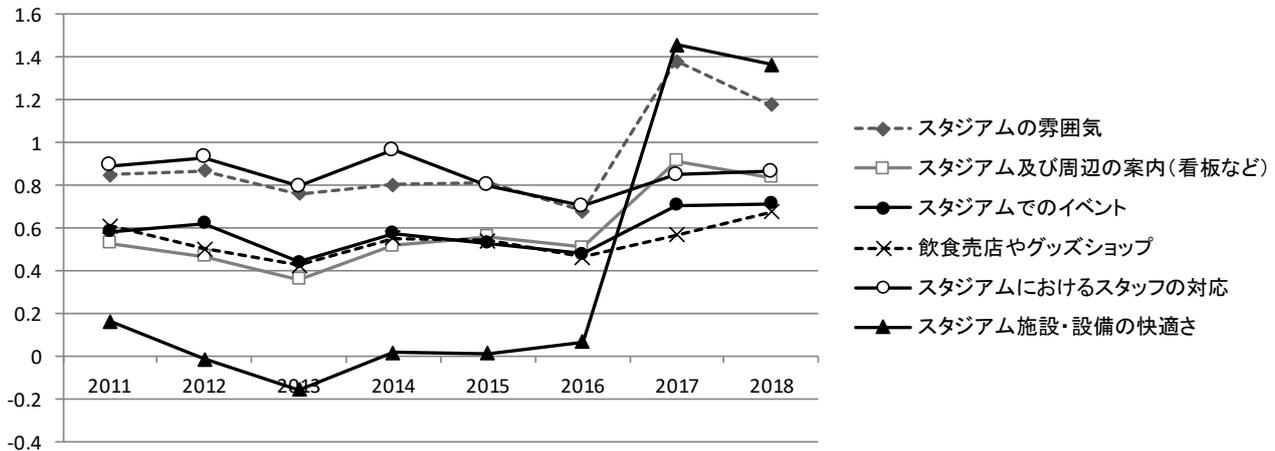


■他クラブ応援者による評価 (n=23)



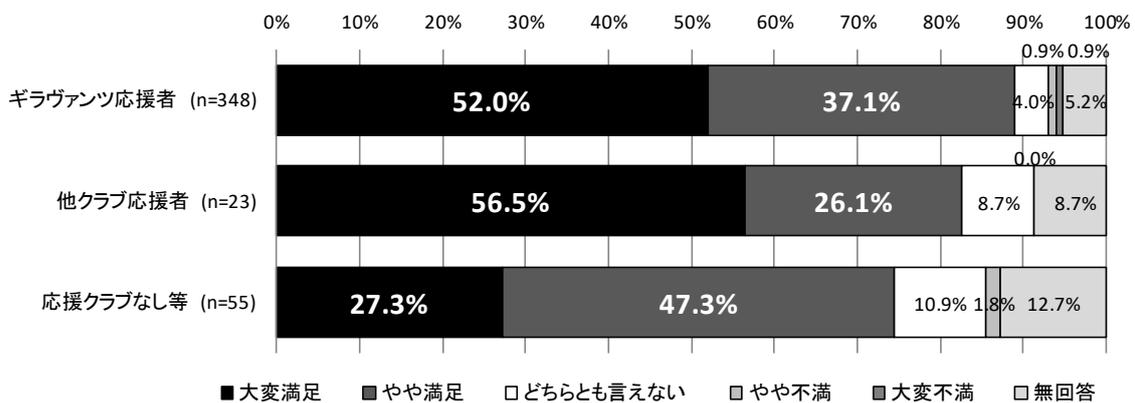
このうち、ギラヴァンツ北九州応援者からの評価について、北九州市立本城陸上競技場でホームゲームを開催し、かつ同様の設問の調査を行った2011～2016年と、ミクニワールドスタジアム北九州にホームスタジアムを移した2017年、2018年の経年変化を行った（5段階評価について、「とても良い」2ポイント、「良い」1ポイント、「どちらともいえない」0ポイント、「悪い」-1ポイント、「とても悪い」-2ポイントとして平均ポイントを求めて比較。）。

ミクニワールドスタジアム北九州に移った2017年に各項目ともポイントが上昇（評価が向上）し、2018年には対前年で「スタジアムの雰囲気」がやや大きく低下し、「スタジアム施設・設備の快適さ」、「スタジアム及び周辺の案内（看板など）」はやや低下している。「スタジアムにおけるスタッフの対応」、「スタジアムでのイベント」、「飲食売店やグッズショップ」はやや上昇している。「スタジアムの雰囲気」の低下については、調査時点でJ3最下位であったチームの戦いぶりが影響している可能性がある。

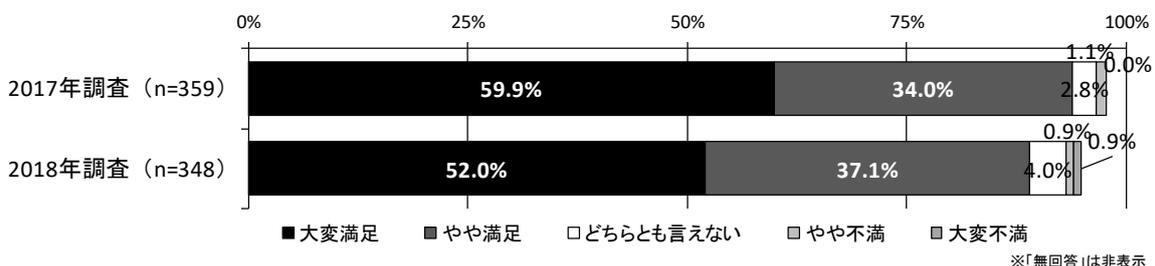


② ミクニワールドスタジアム北九州への総合的な満足度

「このスタジアム（ミクニワールドスタジアム北九州）への満足度について、最もあてはまる気持ちを一つ選んでください。」として、スタジアムへの総合的な満足度を尋ねたところ、ギラヴァンツ北九州応援者では「大変満足」52.0%、「やや満足」37.1%と高い評価となった。他クラブ応援者や応援クラブなしの観戦者からも満足度の高い評価となっている。



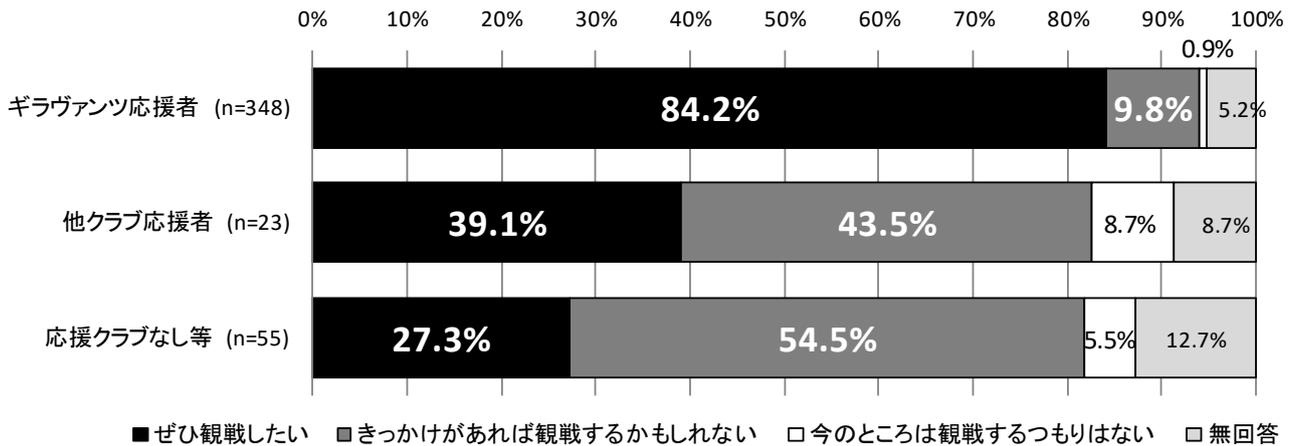
このうち、ギラヴァンツ北九州応援者について2017年と2018年を比較すると、「大変満足」は59.9%から52.0%へやや減少している。



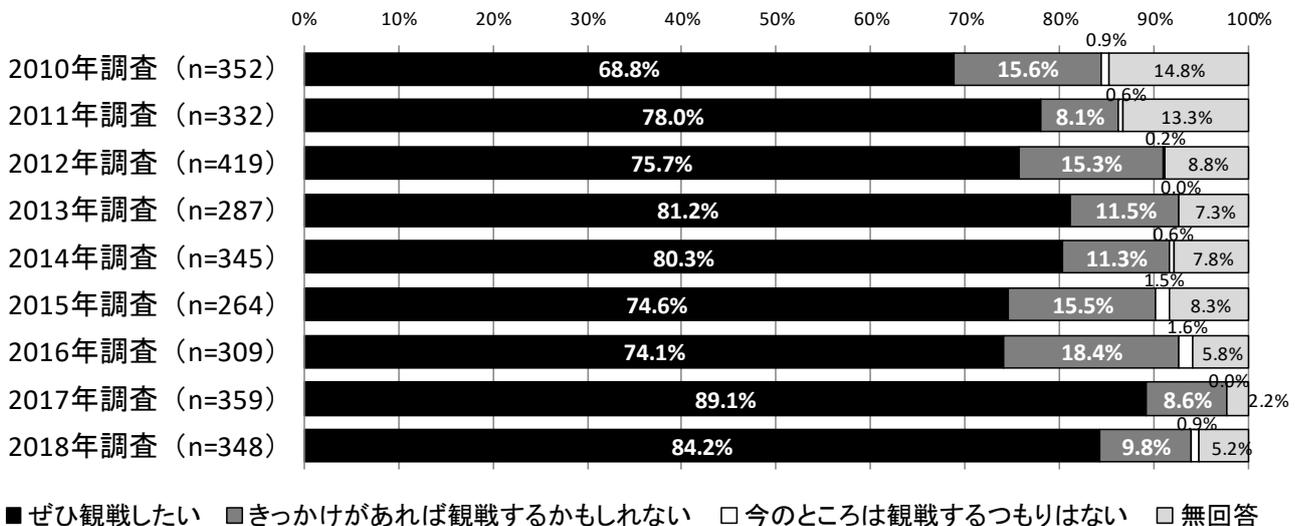
※「無回答」は非表示

(3) 今後のギラヴァンツの試合のミクニワールドスタジアム北九州での観戦意向

「今後もギラヴァンツ北九州の試合を、このスタジアム（ミクニワールドスタジアム北九州）で観戦したいとお考えですか。」として、択一式で観戦意向を尋ねたところ、ギラヴァンツ北九州応援者は「ぜひ観戦したい」が 84.2%であり、実際にスタジアムに観戦に来ている人の継続的な観戦意欲は非常に高いことが明らかである。他クラブ応援者、応援クラブなしの観戦者においては、「ぜひ観戦したい」は 30~40%であるものの、「きっかけがあれば観戦するかもしれない」を合わせた比率ではいずれも 80%以上にのぼり、対戦カードや日程の都合が合うなどすれば、リピーターとなる可能性は高いと考えられる。



このうち、ギラヴァンツ北九州応援者について結果を経年比較すると、「ぜひ観戦したい」とする回答者はミクニワールドスタジアム北九州に移転した 2017 年に大幅に増加し、2018 年にはやや減少している。2018 年調査の「ぜひ観戦したい」という回答は、2016 年以前の本城陸上競技場使用時よりは高い状態を保っている。

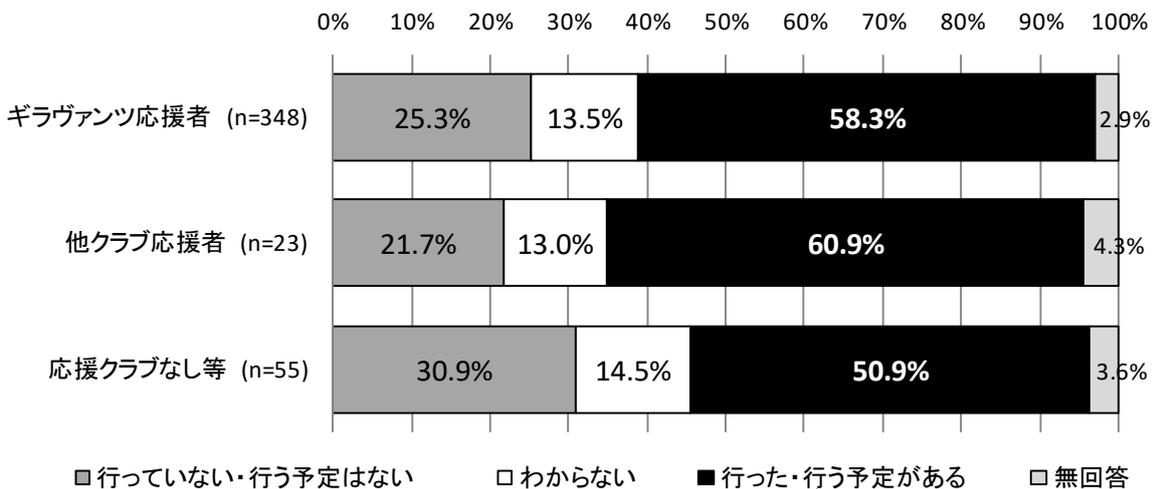


(4) 観戦に関連する経済活動等について

① 調査該当試合の観戦前後における、北九州市内で買物・飲食・宿泊等の経済活動実施状況

「本日の試合観戦前後、スタジアム以外の北九州市内で買物・飲食・宿泊等の経済活動を行いましたか(または、行う予定はありますか)。(一つに○)」と尋ねたところ、回答者の大半を占めるギラヴァンツ北九州応援者の58.3%、他クラブ応援者の60.9%が「(北九州市内での経済活動)行った・行う予定である」と回答しており、スタジアム観戦がスタジアム以外での経済活動を誘発していることがうかがわれる。

「(北九州市内での経済活動)行った・行う予定である」との回答者に対し、その主な活動場所を尋ねたところ、ギラヴァンツ北九州応援者では「小倉駅の南側エリア(魚町・旦過・堺町・コレット等)」39.4%、「小倉駅の北側エリア」28.1%、「小倉駅ビル」24.1%が多く、小倉駅から徒歩圏内で活発に経済活動が行われている。他クラブ応援者では「小倉駅ビル」と「小倉駅の南側エリア」が特に多い。小倉駅周辺以外への拡がりはいささか小さいことがうかがわれる。南(2018)で指摘しているように、ミクニワールドスタジアム北九州の経済効果の範囲は、小倉駅周辺にとどまらず、市内の観光地にも及ぶことが望ましく、スポーツツーリズムの推進によるスタジアム整



■ 経済活動を行う(行う予定がある)場合の主な活動場所(3つまで複数回答可)

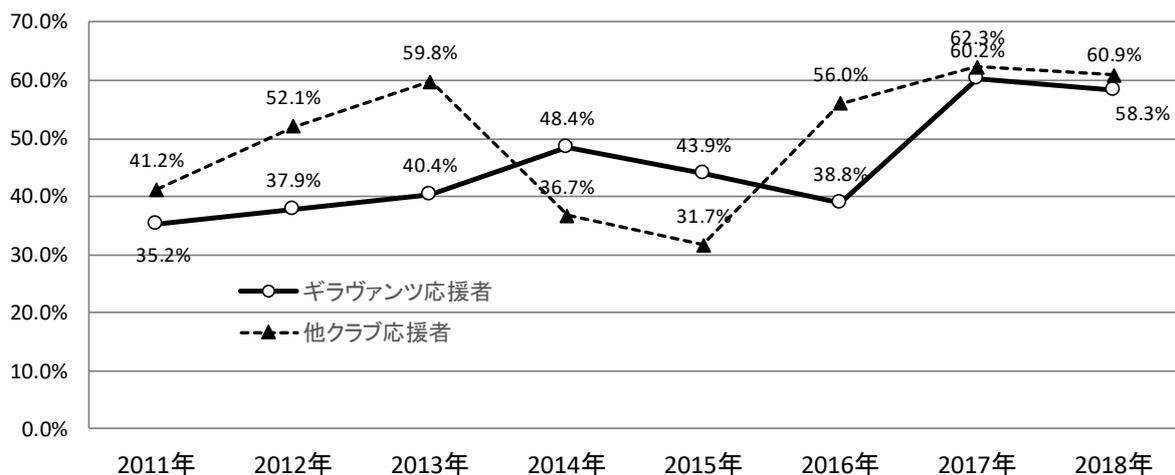
	ギラヴァンツ応援者 (n=203)	他クラブ応援者 (n=14)	応援クラブなし等 (n=28)
小倉駅の北側(新幹線口)エリア	28.1%	35.7%	21.4%
小倉駅ビル	24.1%	42.9%	25.0%
小倉駅の南側エリア(魚町・旦過・堺町・コレット等)	39.4%	21.4%	28.6%
砂津・チャチャタウン	5.9%	21.4%	3.6%
井筒屋・リバーウォーク・小倉城エリア	14.8%	14.3%	7.1%
その他の小倉北区	7.9%	7.1%	10.7%
小倉南区	5.9%	0.0%	3.6%
門司区	4.9%	7.1%	3.6%
戸畑区	5.4%	0.0%	7.1%
若松区	3.9%	0.0%	0.0%
八幡東区	2.0%	0.0%	3.6%
八幡西区	3.9%	0.0%	0.0%
無回答	3.4%	7.1%	7.1%

備効果の一層の発揮に向けては、今後は経済活動を行う人の比率（特に他クラブ応援者等）を高めるとともに、小倉北区中心部以外（例：観光地である門司港レトロ地区のある門司区や、皿倉山のある八幡東区）での消費比率を高める工夫等が一層重要になる。

この設問は 2011 年に実施したギラヴァンツ北九州スタジアム観戦者調査から継続的に実施している。「(北九州市内での経済活動を) 行った・行う予定である」とした回答者の比率の推移をみると、ギラヴァンツ応援者に関しては、2016 年までの本城陸上競技場がホームタウンの時代には概ね 40%前後の観戦者が「経済活動を行う」と回答していたが、2017 年のミクニワールドスタジアム北九州での調査では約 60%へと大幅に上昇している。商業やサービス業が集積した小倉都心部の「街なか」にスタジアムができたことが、消費を喚起したと考えられる。2018 年では微減しているが、高い水準となっている。

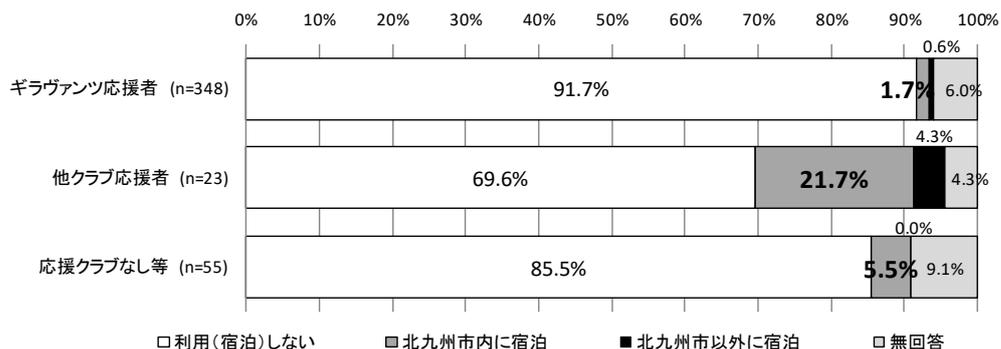
他クラブ応援者に関しては、サンプル数が比較的少ないこともあり調査年によって回答者比率の変動が大きい。2017 年のミクニワールドスタジアム北九州の調査では過去最高の比率となっており、2018 年調査においても同程度となっている。ただし他クラブ応援者、特にアウェイサポーターの経済活動については、ミクニワールドスタジアム北九州の立地条件を勘案すると、より高い比率で北九州市内で経済活動を行うことが喚起できる余地があるものと考えられる。

「(北九州市内での経済活動を) 行った・行う予定である」回答者比率



② 試合観戦に伴う宿泊（ホテル、旅館等の有料の宿泊所利用）の有無

他クラブ応援者については 21.7%が北九州市内に宿泊しており、ホテル等への経済効果があったことがうかがわれる。なお、調査日の試合の試合終了時間は 20 時頃であった。



③ 回答者一人あたりのJリーグ関連の年間消費額（ギラヴァンツ応援者について集計）

「本日の予定も含め、今シーズン合計で、Jリーグに関連してあなたお一人でどの程度の経済活動を北九州市内で行われましたか。おおよその金額をご記入ください。」との問いを設け、回答者一人あたりのJリーグ関連の年間消費額を自由記入式で回答を求めた。その結果をもとに、ギラヴァンツ応援者について平均消費額を算出した結果を以下に示す。なお、平均消費額算出時には、一部の項目にのみ記入がある場合、それ以外の項目が空欄であると当該項目は「0円」として扱い、平均額算出に組み入れて計算している。ただし全項目について記入がない場合は無回答として扱い、平均額算出に用いていない。

平均消費額の経年比較については、調査実施時期が異なるため比較には留意が必要であるが、2018年は2017年より合計額は減少しているものの、本城陸上競技場時代の2016年よりは高い消費額となっている。

支出項目	2016年 7月調査	2017年 9月調査	2018年 6月調査
交通費（ガソリン代、駐車場代も含む。アウェイ観戦時に小倉駅・北九州空港等で購入したチケットも含む）	¥7,750	¥11,541	¥7,428
宿泊費（アウェイ観戦ツアーやキャンプ見学で北九州市内の旅行会社に支払ったツアー代金含む）	①に包含	¥4,030	¥3,224
スタジアムでの飲食費	¥4,714	¥5,895	¥5,147
その他の飲食費（試合前後や、試合中継するレストランでの飲食など）	¥3,580	¥5,325	¥4,842
ギラヴァンツグッズ、応援グッズ等の購入費、作成費（スタジアム売店での購入費）	¥4,546	¥5,085	¥3,154
ギラヴァンツグッズ、応援グッズ等の購入費、作成費（スタジアム以外での購入費、作成費）	¥3,369	¥3,886	¥4,305
その他、書籍代、お土産代など関連支出（チケット代、ファンクラブ会費、持株会費は除く）	¥1,242	¥1,004	¥781
チケット代、ギラヴァンツ北九州ファンクラブ会費、ギラヴァンツ北九州持株会費	¥10,147	¥12,118	¥11,786
単純合計	¥35,348	¥48,884	¥40,667

2018年調査について、各項目毎の分布状況を以下に示す。

■ 交通費

（ガソリン代、駐車場代も含む。アウェイ観戦時に小倉駅・北九州空港等で購入したチケットも含む）

	回答者	構成比
1) 0円（無回答含む）	87	25.0%
2) 1～999円	28	8.0%
3) 1,000～1,999円	35	10.1%
4) 2,000～2,999円	20	5.7%
5) 3,000～3,999円	19	5.5%
6) 4,000～4,999円	17	4.9%
7) 5,000～5,999円	35	10.1%
8) 6,000～6,999円	7	2.0%
9) 7,000～7,999円	5	1.4%
10) 8,000～8,999円	4	1.1%
11) 9,000～9,999円	0	0.0%
12) 10,000～19,999円	61	17.5%
13) 20,000～29,999円	10	2.9%
14) 30,000～39,999円	6	1.7%
15) 40,000～49,999円	1	0.3%
16) 50,000～99,999円	11	3.2%
17) 100,000円以上	2	0.6%
合計	348	100.0%

単純平均消費額 **¥7,428**

■ 宿泊費

（アウェイ観戦ツアーやキャンプ見学で北九州市内の旅行会社に支払ったツアー代金含む）

	回答者	構成比
1) 0円（無回答含む）	326	93.7%
2) 1～999円	0	0.0%
3) 1,000～1,999円	0	0.0%
4) 2,000～2,999円	0	0.0%
5) 3,000～3,999円	0	0.0%
6) 4,000～4,999円	1	0.3%
7) 5,000～5,999円	0	0.0%
8) 6,000～6,999円	1	0.3%
9) 7,000～7,999円	0	0.0%
10) 8,000～8,999円	0	0.0%
11) 9,000～9,999円	0	0.0%
12) 10,000～19,999円	6	1.7%
13) 20,000～29,999円	2	0.6%
14) 30,000～39,999円	2	0.6%
15) 40,000～49,999円	1	0.3%
16) 50,000～99,999円	4	1.1%
17) 100,000円以上	5	1.4%
合計	348	100.0%

単純平均消費額 **¥3,224**

■ スタジアムでの飲食費

	回答者	構成比
1) 0円	91	26.1%
2) 1~999円	6	1.7%
3) 1,000~1,999円	30	8.6%
4) 2,000~2,999円	34	9.8%
5) 3,000~3,999円	33	9.5%
6) 4,000~4,999円	12	3.4%
7) 5,000~5,999円	50	14.4%
8) 6,000~6,999円	12	3.4%
9) 7,000~7,999円	3	0.9%
10) 8,000~8,999円	8	2.3%
11) 9,000~9,999円	3	0.9%
12) 10,000~19,999円	45	12.9%
13) 20,000~29,999円	12	3.4%
14) 30,000~39,999円	4	1.1%
15) 40,000~49,999円	0	0.0%
16) 50,000~99,999円	5	1.4%
17) 100,000円以上	0	0.0%
合計	348	100.0%

単純平均消費額

■ その他の飲食費 (試合観戦前後や、試合中継する飲食店での飲食など)

	回答者	構成比
1) 0円 (無回答含む)	183	52.6%
2) 1~999円	7	2.0%
3) 1,000~1,999円	16	4.6%
4) 2,000~2,999円	17	4.9%
5) 3,000~3,999円	24	6.9%
6) 4,000~4,999円	2	0.6%
7) 5,000~5,999円	35	10.1%
8) 6,000~6,999円	2	0.6%
9) 7,000~7,999円	1	0.3%
10) 8,000~8,999円	0	0.0%
11) 9,000~9,999円	0	0.0%
12) 10,000~19,999円	35	10.1%
13) 20,000~29,999円	9	2.6%
14) 30,000~39,999円	12	3.4%
15) 40,000~49,999円	0	0.0%
16) 50,000~99,999円	4	1.1%
17) 100,000円以上	1	0.3%
合計	348	100.0%

単純平均消費額

■ ギラヴァンツグッズ、応援グッズ等の購入費、作成費

○ スタジアム売店

	回答者	構成比
1) 0円	196	56.3%
2) 1~999円	0	0.0%
3) 1,000~1,999円	17	4.9%
4) 2,000~2,999円	21	6.0%
5) 3,000~3,999円	29	8.3%
6) 4,000~4,999円	2	0.6%
7) 5,000~5,999円	29	8.3%
8) 6,000~6,999円	4	1.1%
9) 7,000~7,999円	1	0.3%
10) 8,000~8,999円	2	0.6%
11) 9,000~9,999円	1	0.3%
12) 10,000~19,999円	32	9.2%
13) 20,000~29,999円	6	1.7%
14) 30,000~39,999円	6	1.7%
15) 40,000~49,999円	0	0.0%
16) 50,000~99,999円	2	0.6%
17) 100,000円以上	0	0.0%
合計	348	100.0%

単純平均消費額

○ スタジアム以外 (ネット通販など)

	回答者	構成比
1) 0円 (無回答含む)	273	78.4%
2) 1~999円	0	0.0%
3) 1,000~1,999円	3	0.9%
4) 2,000~2,999円	2	0.6%
5) 3,000~3,999円	0	0.0%
6) 4,000~4,999円	0	0.0%
7) 5,000~5,999円	5	1.4%
8) 6,000~6,999円	0	0.0%
9) 7,000~7,999円	0	0.0%
10) 8,000~8,999円	0	0.0%
11) 9,000~9,999円	0	0.0%
12) 10,000~19,999円	26	7.5%
13) 20,000~29,999円	19	5.5%
14) 30,000~39,999円	14	4.0%
15) 40,000~49,999円	2	0.6%
16) 50,000~99,999円	4	1.1%
17) 100,000円以上	0	0.0%
合計	348	100.0%

単純平均消費額

■ その他、書籍代、お土産代など関連支出

	回答者	構成比
1) 0円	304	87.4%
2) 1~999円	0	0.0%
3) 1,000~1,999円	12	3.4%
4) 2,000~2,999円	8	2.3%
5) 3,000~3,999円	5	1.4%
6) 4,000~4,999円	0	0.0%
7) 5,000~5,999円	6	1.7%
8) 6,000~6,999円	1	0.3%
9) 7,000~7,999円	2	0.6%
10) 8,000~8,999円	1	0.3%
11) 9,000~9,999円	0	0.0%
12) 10,000~19,999円	5	1.4%
13) 20,000~29,999円	2	0.6%
14) 30,000~39,999円	1	0.3%
15) 40,000~49,999円	0	0.0%
16) 50,000~99,999円	1	0.3%
17) 100,000円以上	0	0.0%
合計	348	100.0%

単純平均消費額

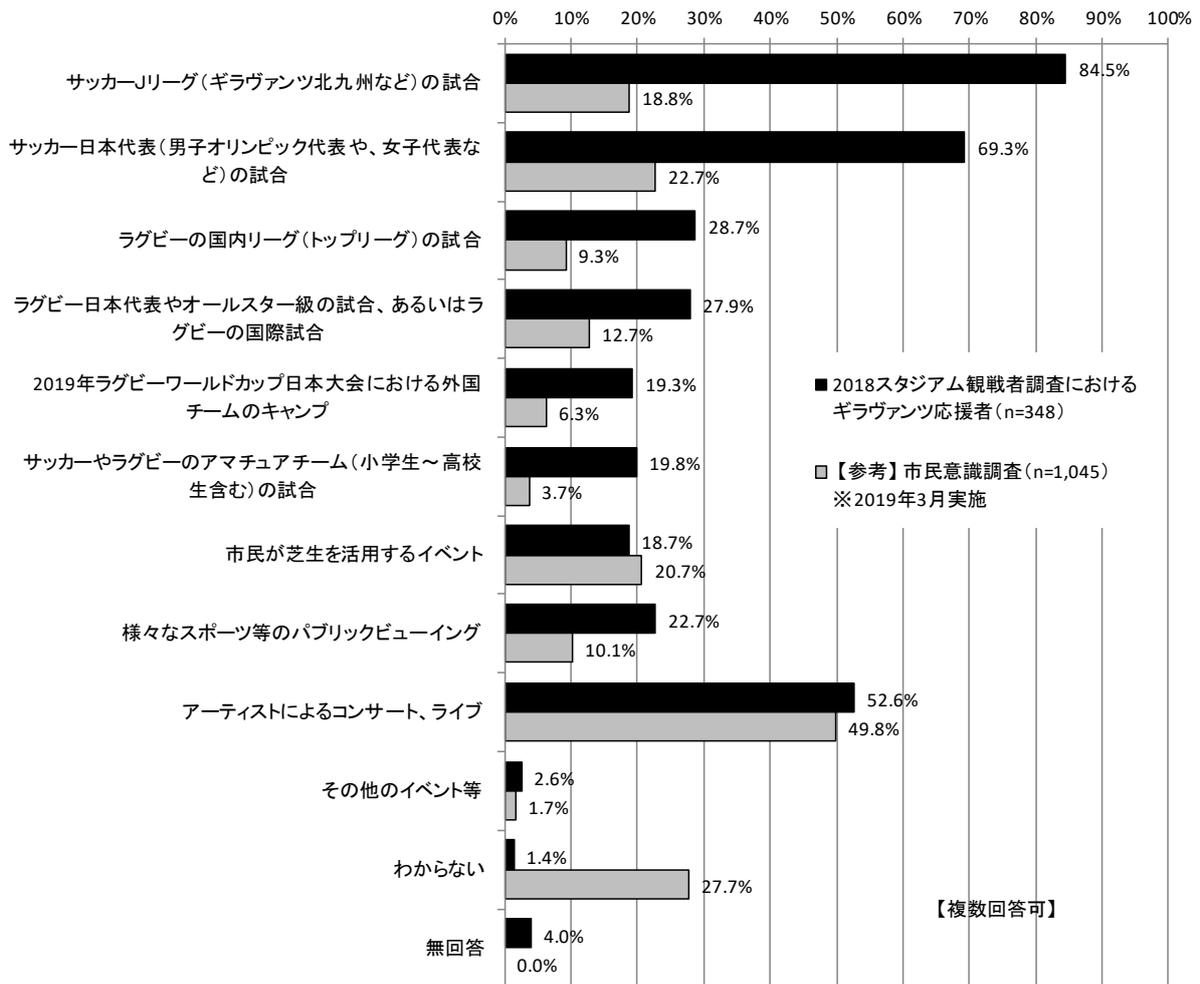
■ チケット代、ファンクラブ会費、持株会費

	回答者	構成比
1) 0円 (無回答含む)	147	42.2%
2) 1~999円	2	0.6%
3) 1,000~1,999円	5	1.4%
4) 2,000~2,999円	6	1.7%
5) 3,000~3,999円	7	2.0%
6) 4,000~4,999円	5	1.4%
7) 5,000~5,999円	11	3.2%
8) 6,000~6,999円	4	1.1%
9) 7,000~7,999円	2	0.6%
10) 8,000~8,999円	1	0.3%
11) 9,000~9,999円	1	0.3%
12) 10,000~19,999円	72	20.7%
13) 20,000~29,999円	41	11.8%
14) 30,000~39,999円	20	5.7%
15) 40,000~49,999円	10	2.9%
16) 50,000~99,999円	12	3.4%
17) 100,000円以上	2	0.6%
合計	348	100.0%

単純平均消費額

(5) ミクスタでのイベント等へのニーズについて（ギラヴァンツ応援者について集計）

「このスタジアム（ミクスタ）で開かれるイベント等について、どのような内容のものであれば観戦・利用に訪れたいとお考えですか。当てはまるものをいくつでもお答えください。（回答はいくつでも）」として尋ねたところ、ギラヴァンツ北九州応援者については、「サッカーJリーグの試合」、「サッカー日本代表の試合」の回答が特に多く、次いで「アーティストによるコンサート、ライブ」であった。「アーティストによるコンサート、ライブ」については、市民意識調査では最も要望の多い項目であり、ギラヴァンツ応援者においても 52.6%が来場意欲がある結果となっている。



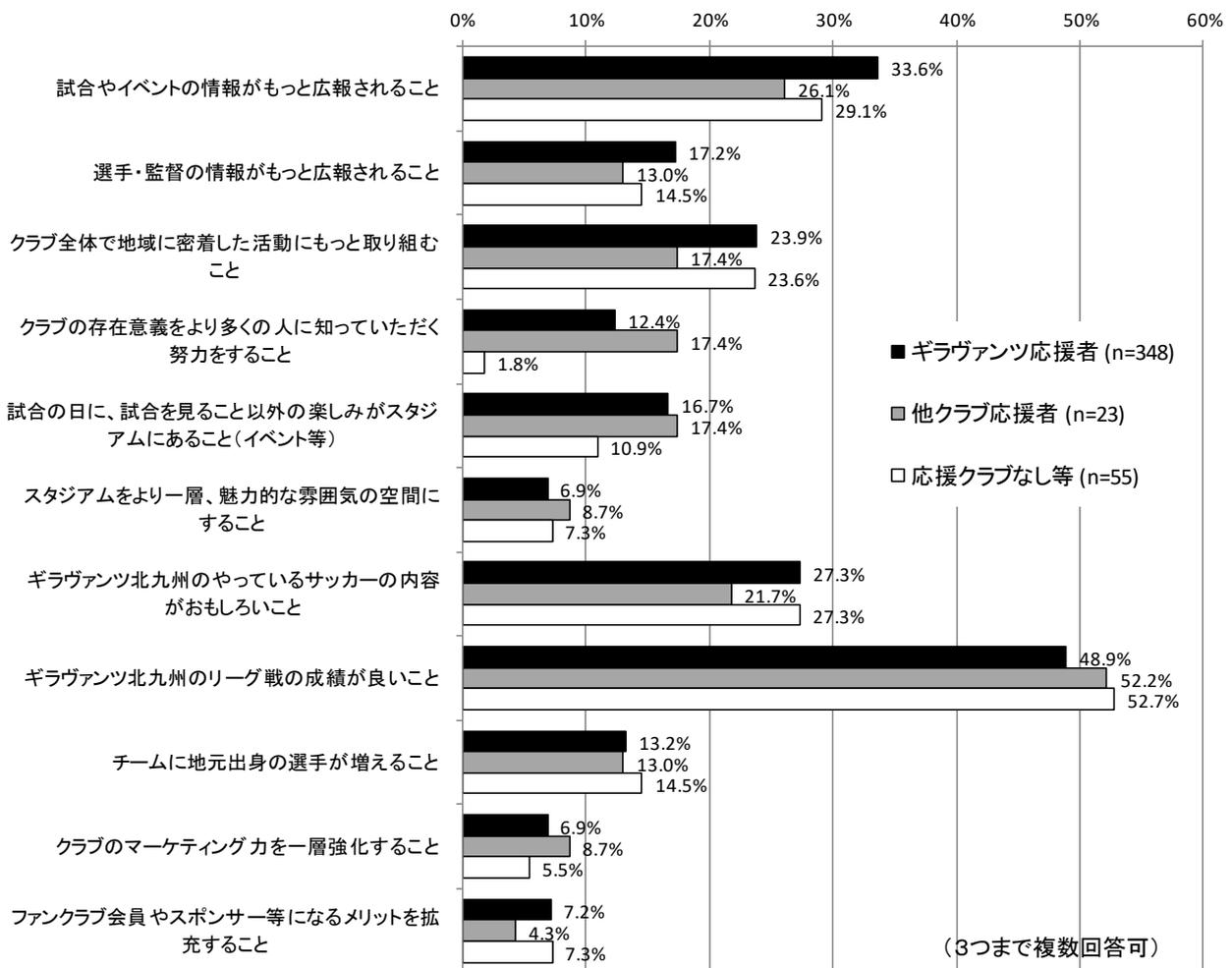
(6) ギラヴァンツを応援する人を増やすために必要と思う点

「ギラヴァンツ北九州」を応援する人々をもっと増やすために必要だと思う点について、特に重要だと考える項目3つを選び、お答えください。(〇は3つまで) 』として尋ねた。

ギラヴァンツ応援者、他クラブ応援者、応援クラブなし等の回答者に共通して最も多いのは、「ギラヴァンツ北九州のリーグ戦の成績が良いこと」であった。調査時点でギラヴァンツ北九州はJ3最下位であり(2018シーズンは最終的にも最下位)、その点の改善を求める意見が最も多い。

次いで、「試合やイベントの情報がもっと広報されること」、「ギラヴァンツ北九州のやっているサッカーの内容がおもしろいこと」、「クラブ全体で地域に密着した活動にもっと取り組むこと」が、各カテゴリーで共通して多くなっている。

チームとクラブ経営が一体となった革新が求められていると言えよう。



選択肢の「その他」「わからない」、および「無回答」はグラフから省略

なお、ギラヴァンツ北九州はJ3最下位に終わった2018シーズン終了後に様々な改革に着手し、2019シーズンは「CHANGE FOR KITAKYUSHU ～この北九州(まち)のために～」をスローガンとして、上記で挙げられている点も含め多様な取り組みを行っている。その成果に期待したい。

6. おわりに

本報告ではミクニワールドスタジアム北九州にホームスタジアムを移して2年目、そしてJ3で2年目、かつJ3最下位の状態でギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者に対するアンケート調査結果について整理した。

ミクニワールドスタジアム北九州の整備効果は継続しているものの、チームの低迷などを背景に様々な面で2017年と比較して観戦者の評価が厳しくなっている傾向が全般的に感じられる結果となった。

2019年以降においても継続的にスタジアム観戦者調査に協力および実施し、現状と課題を明らかにするとともに、課題の改善方策などについて検討し、ギラヴァンツ北九州や各団体・市民等に提示していきたい。

参考文献

- 1) Jリーグ (2019) 『Jリーグ スタジアム観戦者調査 2018 サマリーレポート』
- 2) 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』No.5、pp.75-100
- 3) 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』No.6、pp.83-112
- 4) 南博 (2013) 「2012年のギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者の意識と特性」、北九州市立大学都市政策研究所『北九州における「集客」の現状と課題～ギラヴァンツ北九州、B-1グランプリ in 北九州～』、pp.3-28
- 5) 南博 (2014) 「集客低迷期のプロスポーツクラブのスタジアム観戦者実態と課題 ～2013年ギラヴァンツ北九州スタジアム観戦者調査結果から～」、北九州市立大学都市政策研究所『都市政策研究所紀要』No.8、pp.67-93
- 6) 南博 (2015) 「ギラヴァンツ北九州の2014年スタジアム観戦者の現状分析」、北九州市立大学都市政策研究所『北九州における集客イベントの効果と展望』、pp.45-58
- 7) 南博 (2016) 「ギラヴァンツ北九州の2015年スタジアム観戦者の現状分析」、北九州市立大学都市政策研究所『北九州における集客イベントの効果と展望(2)』、pp.3-18
- 8) 南博 (2017) 「ギラヴァンツ北九州 2016年スタジアム観戦者調査の集計データ」 北九州市立大学地域戦略研究所『北九州における集客イベントの効果と展望(3)』、pp.27-44
- 9) 南博 (2018) 「ミクニワールドスタジアム北九州におけるギラヴァンツ北九州 2017年スタジアム観戦者調査の集計データ」、北九州市立大学地域戦略研究所『北九州における集客イベントの効果と展望(4)～ミクニワールドスタジアム北九州オープン1年目の現況調査～』、pp.3-22

2019年シーズン開幕直前のギラヴァンツ北九州、ミクニワールドスタジアム北九州、 および北九州市における国際スポーツ大会等に関する市民意識調査の集計データ

北九州市立大学 地域戦略研究所 教授 南 博

1. 本調査研究および本稿の位置づけ

(1) 研究の目的¹⁾

これまでの筆者による一連の調査研究(参考資料参照)で記しているように、Jリーグクラブ「ギラヴァンツ北九州」は、市民にスポーツ観戦による感動や楽しさを提供し、また、それらがシビックプライドの醸成やにぎわいづくり(経済的効果)等に寄与することが期待されている。こうした機能を発揮するためには、クラブやそれを支える地域団体等が、ホームタウンである北九州市民のギラヴァンツに対する意識を把握することが重要であり、市民意向を踏まえた上で、各種事業やスポンサーや行政はじめ地域団体等からの各種支援等が行われることが望ましい。

こうした問題意識のもと、筆者はギラヴァンツがJリーグに加盟した2010年、3~4年目となる2012年と2013年、そして6~9年目となる2015年、2016年、2017年、2018年の計7回にわたり、各シーズン開幕直前または開幕直後の時期(各年2月または3月)に北九州市民に対する意識調査を実施してきた。

また、この間、ギラヴァンツ北九州のホームスタジアム整備を巡る様々な動向があり、2017年2月からミクニワールドスタジアム北九州が供用開始されたことを踏まえ、スタジアムに関する市民意識も併せて質問してきた。

一方、2019年にラグビーワールドカップ2019日本大会が開催されること等もあり、近年、北九州市での国際スポーツ大会が活発な誘致されているが、これらの政策に対する北九州市民の意識や、Jリーグ以外の「みるスポーツ」に対する北九州市民の意識については既存研究が見当たらない。こうした点については新たに市民意識を把握していく必要がある。

これらの点を踏まえ、市民意識は経年的な変化を定点観測的に把握することが重要であることから、ギラヴァンツ北九州、および供用2年が経過したミクニワールドスタジアム北九州に対する市民意識の現状と変化を把握し、ギラヴァンツ北九州あるいはミクニワールドスタジアム北九州の課題や特長の明確化や、一層の機能発揮に向けた政策提言等に結びつけることを目的として、2019年シーズン開幕直後の2019年3月に市民意識調査を実施した。また、併せて、北九州市での国際スポーツ大会誘致や、Jリーグ以外の「みるスポーツ」に対する意識については、2019年3月実施の調査で新たに設問を加え、市民意識を把握して政策提言等に活用することも目的とした。

(2) 本報告の位置づけ

本稿は、2019年3月6日(水)から3月8日(金)にかけてインターネット調査として実施した北九州市民意識調査によって得た集計データを中心にとりまとめたものである。

南(2018)で記したとおり、これまでの一連の調査研究結果に関して、2016年調査までは論文形式でとりまとめていたが、調査実施時期をJリーグ開幕直前の2月下旬~3月下旬としてい

るため、2017年調査（2016年度末に実施）、2018年調査（2017年度末に実施）、および今回の2019年調査（2018年度末に実施）に関しては、「論文」ではなく「資料」として、設問別の集計データおよび簡略な考察を速報的に示す形式としている。

なお、ギラヴァンツ北九州およびスタジアムに関する設問のうち、経年比較を行うべき設問については、2019年調査結果と併せて、過去の調査結果との比較図表を示す。

2. 市民意識調査の実施概要

[2019年3月実施調査]

調査方法： 登録モニターに対するインターネット調査

調査対象： 北九州市に居住する18歳以上の市民のうち、民間調査会社（比較検討の結果、(株) インテージを採択。）が管理・利用する調査モニターへ登録している市民

実施期間： 2019年3月6日（水）～3月8日（金）

有効回答数： 1,045 サンプル

[参考] 過去の一連の調査実施概要

	2010年	2012年	2013年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
調査方法	インターネット調査							
調査対象	北九州市に居住する18歳以上の市民のうち、民間調査会社が管理・利用する調査モニターへ登録している市民							
実施期間	2010年 2月26日(金) ～3月2日(火)	2012年 2月24日(金) ～29日(水)	2013年 3月25日(月) ～27日(水)	2015年 3月4日(水) ～6日(金)	2016年 3月15日(火) ～17日(木)	2017年 3月24日(金) ～27日(月)	2018年 3月16日(金) ～19日(月)	2019年 3月6日(水) ～8日(金)
ギラヴァンツ初戦	2010年 3月7日(日)	2012年 3月4日(日)	2013年 3月3日(日)	2015年 3月8日(日)	2016年 2月28日(日)	2017年 3月12日(日)	2018年 3月17日(土)	2019年 3月10日(日)
有効回答数	2,486	1,818	1,468	1,844	1,087	1,088	1,062	1,045

※2011年、2014年は調査を実施していない。

3. 回答者の属性

① 性別・年齢（2019年3月調査）

性別については、2018年調査と比較すると男性の比率が5.3ポイント減少している。年齢については40-49歳の比率が4.2ポイント低下し、50歳以上の各年代が微増している。ただし、経年比較を行う上では特に大きな問題はないものとみなす。

性別 年齢	男性	女性	合計 (n=1,045)
18-29歳	1.1%	5.0%	6.0%
30-39歳	4.7%	15.2%	19.9%
40-49歳	10.5%	17.2%	27.8%
50-59歳	12.6%	12.9%	25.6%
60-69歳	9.7%	6.1%	15.8%
70歳以上	3.7%	1.2%	5.0%
合計 (n=1,045)	42.3%	57.7%	100.0%

[参考] 北九州市の人口構成（平成27年国勢調査）

	人口(人)	比率
18歳未満	146,159	15.2%
18-29歳	106,426	11.1%
30-39歳	109,076	11.3%
40-49歳	127,154	13.2%
50-59歳	112,714	11.7%
60-69歳	145,697	15.2%
70歳以上	198,739	20.7%
年齢不詳	15,321	1.6%
合計	961,286	100.0%

なお、年齢については、本調査での回答者は30代～50代が76.9%を占めており、実際の北九州市の人口構成とは異なっている点に留意が必要である。

② 住所（居住している区）（2019年3月調査）

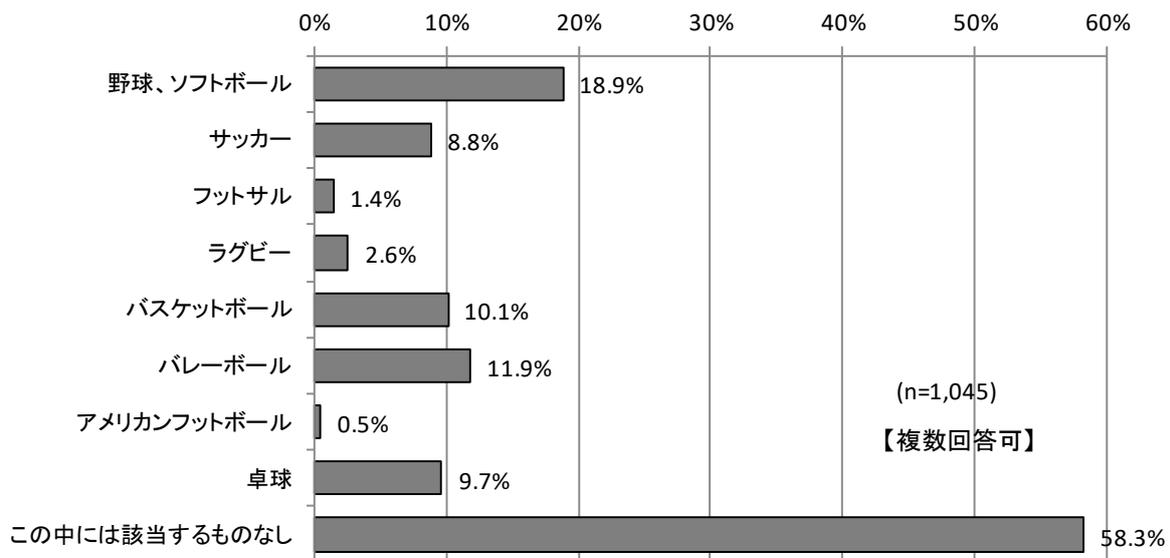
過年度調査と同様、実際の行政区別人口構成比と本調査の行政区別回答者率は近似している。

	回答者数	構成比	(参考)H27国調 人口構成比
門司区	102	9.8%	10.4%
小倉北区	202	19.3%	18.9%
小倉南区	235	22.5%	22.1%
若松区	89	8.5%	8.6%
八幡東区	74	7.1%	7.2%
八幡西区	280	26.8%	26.6%
戸畑区	63	6.0%	6.1%
合計	1,045	100.0%	100.0%

③ スポーツ経験（2019年3月調査）

2019年調査では新たに、「あなたは、以下のスポーツについて、スポーツクラブや学校の部活動・サークル、あるいはクラブチーム等で競技したり、マネージャーをしたりして関わったことがありますか（複数回答可）」としてスポーツ経験を尋ねた。なお、後述するとおり、北九州市および周辺地域に本拠地を置くスポーツチームの試合などを「みるスポーツ」として観戦する意向に関する設問があるため、その設問と関連させ、選択肢として挙げる種目を選定している。

「この中には該当なし」が過半数となっており、競技経験者の多いスポーツとしては「野球、ソフトボール」が特に多く、「バレーボール」、「バスケットボール」、「卓球」、「サッカー」の順となっている。



4. 調査結果概要

(1) 北九州スタジアム（愛称：ミクニワールドスタジアム北九州、ミクスタ）について

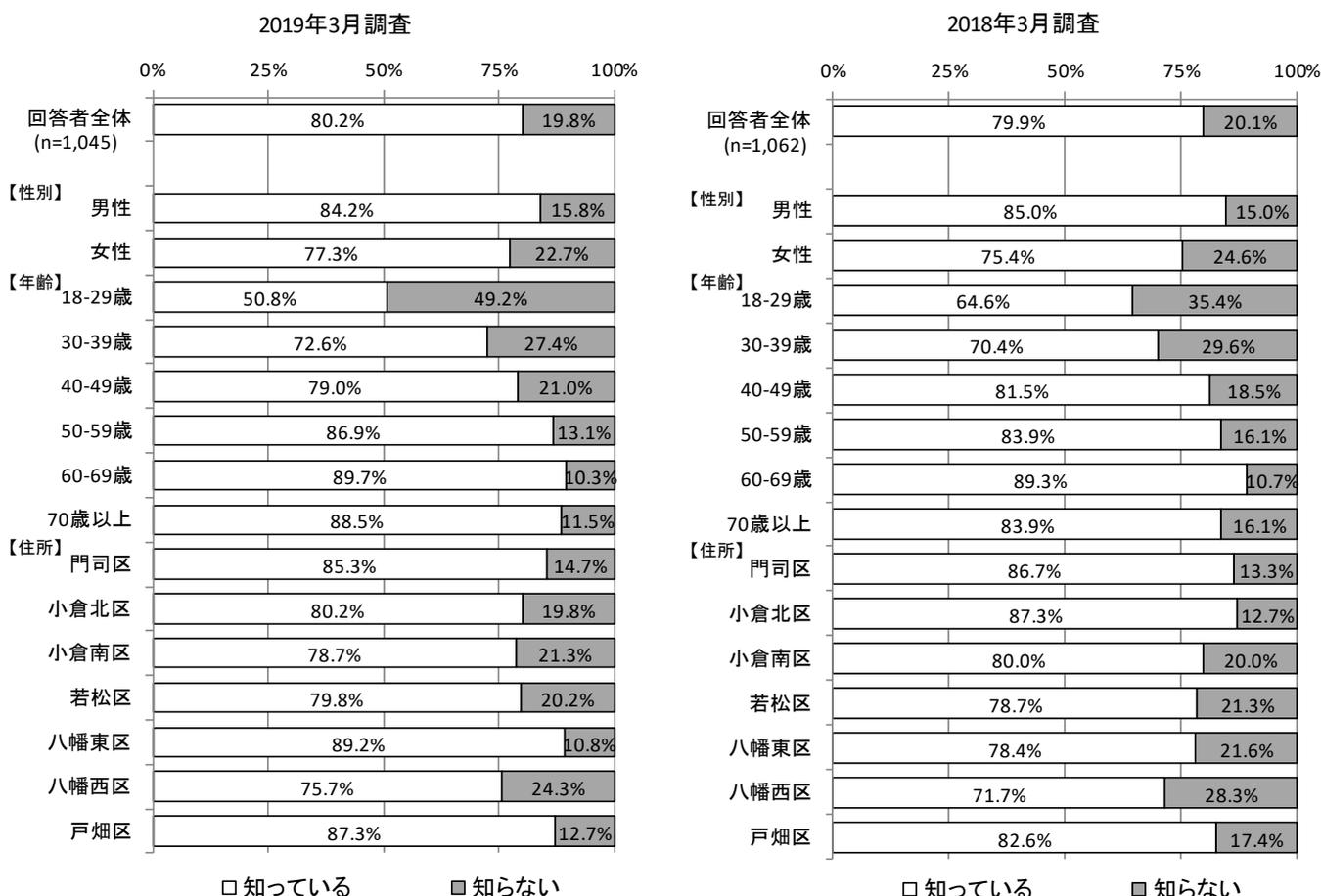
① スタジアムの認知度

※ 全回答者が対象の設問

あなたは、サッカーやラグビー、あるいは様々な市民利用やイベントで利用することが可能な、新しい北九州スタジアム（JR 小倉駅北約 500m の場所に新設。）が 2017 年 2 月から使用開始されたことをご存じですか。（回答は 1 つ）

1. 知っている
2. 知らない

約 80%の市民がミクニワールドスタジアム北九州の存在を認知している。2019 年調査と 2018 年調査ではほぼ同じ結果となっている。認知度が比較的低いのは、「女性」、「18～29 歳」および「30～39 歳」、「八幡西区居住者」となっている。



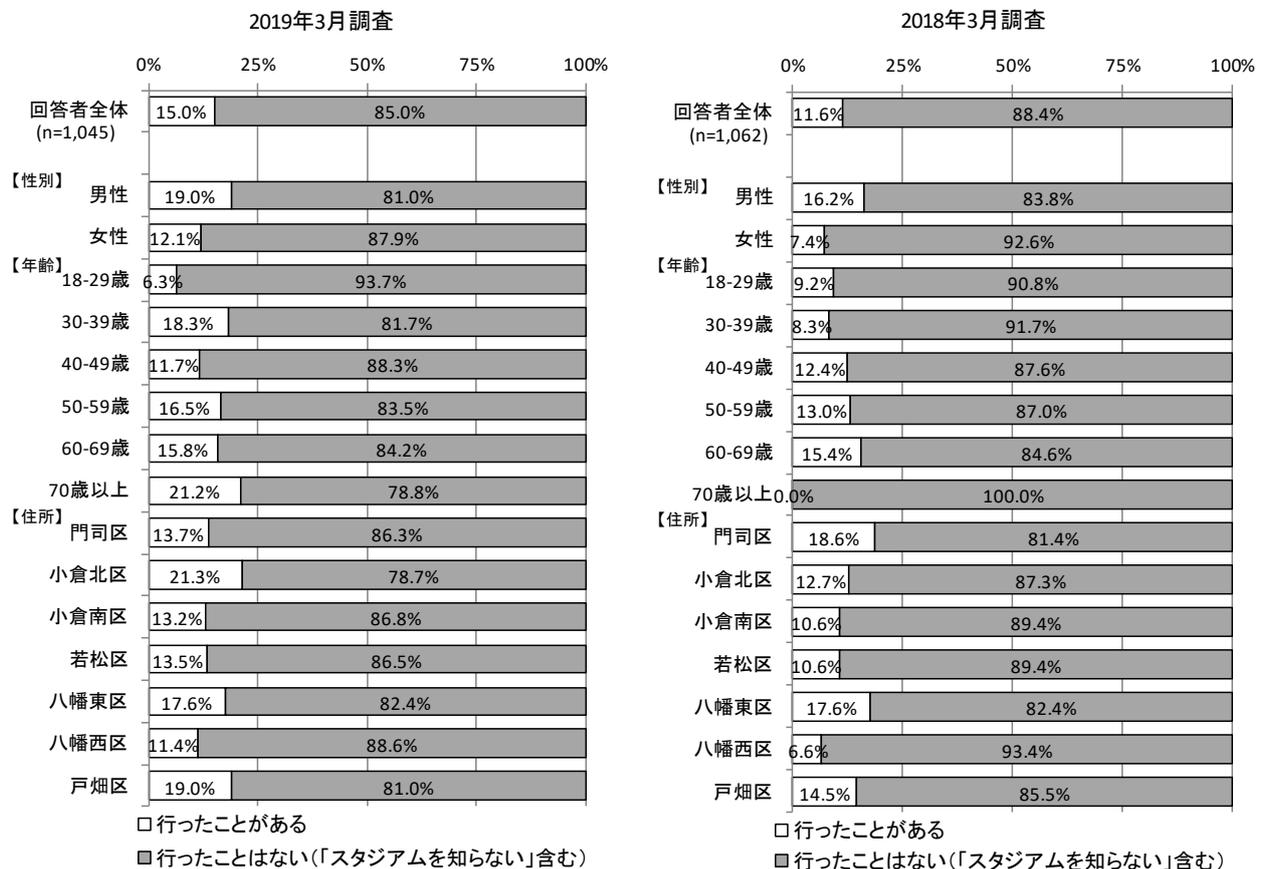
② ミクニワールドスタジアム北九州への来場経験

※ 全回答者が対象の設問

あなたは、2017年2月から2019年（今年）2月までの間に、北九州スタジアム（ミクスタ）に行ったことがありますか。スポーツ観戦以外で行ったことがある人も「行ったことがある」と回答してください。（回答は1つ）

1. 行ったことがある
2. 行ったことはない

供用開始から約2年の間にミクニワールドスタジアム北九州に行ったことがある回答者は15.0%となっており、供用開始1年の時点で実施した2018年調査と比べ、回答者全体では微増している。



③ ミクニワールドスタジアム北九州への来場目的

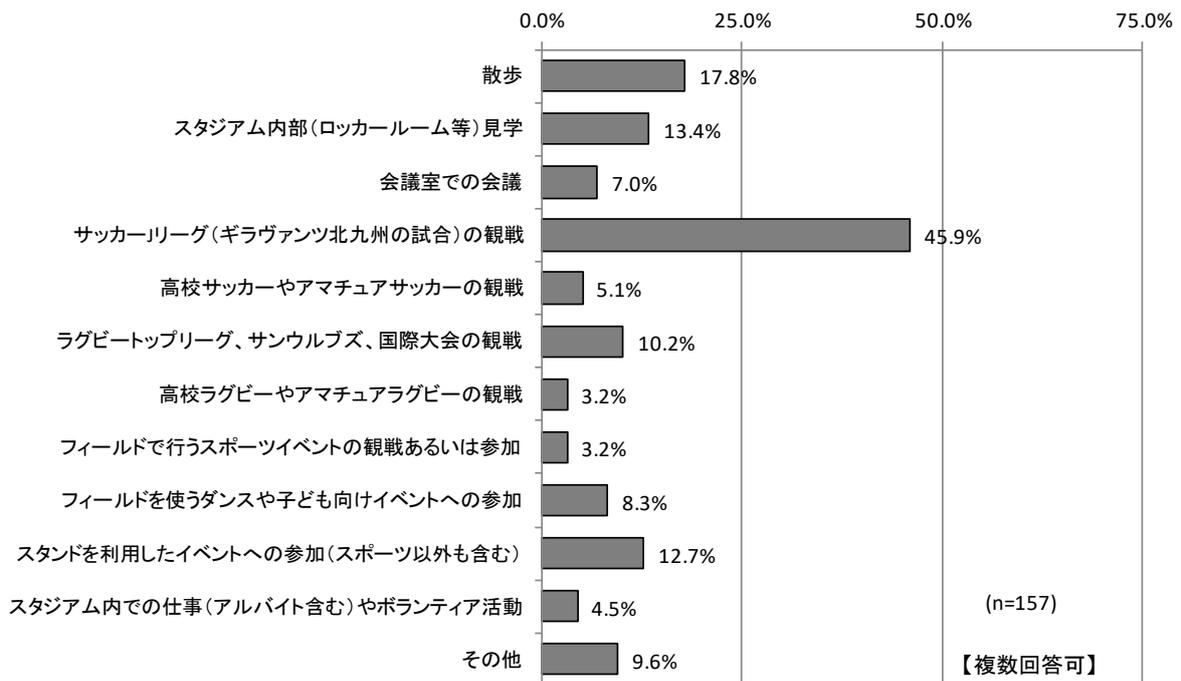
【②でミクスタに「行ったことがある」と回答した人に対する質問】

あなたが北九州スタジアム（ミクスタ）に行った際の目的について、当てはまるもの全てを回答してください。（複数回答可）

1. 散歩
2. スタジアム内部（ロッカールーム等）見学
3. 会議室での会議
4. サッカーJリーグ（ギラヴァンツ北九州の試合）の観戦
5. 高校サッカーやアマチュアサッカーの観戦
6. ラグビートップリーグ、サンウルブズ、国際大会の観戦
7. 高校ラグビーやアマチュアラグビーの観戦
8. フィールドで行うスポーツイベントの観戦あるいは参加
9. フィールドを使うダンスや子ども向けイベントへの参加
10. スタンドを利用したイベントへの参加（スポーツ以外も含む）
11. その他

2019年調査の結果をみると、「サッカーJリーグ（ギラヴァンツ北九州の試合）の観戦」でミクスタに行った人が最も多い。次いで「散歩」、「スタジアム内部見学」、「スタンドを利用したイベントへの参加」、「散歩」が多くなっている。2018年調査についてはグラフは省略するが、概ね同じ傾向であるものの、「スタンドを利用したイベントへの参加」が7ポイント近く減少している点が目立つ。

2019年3月調査

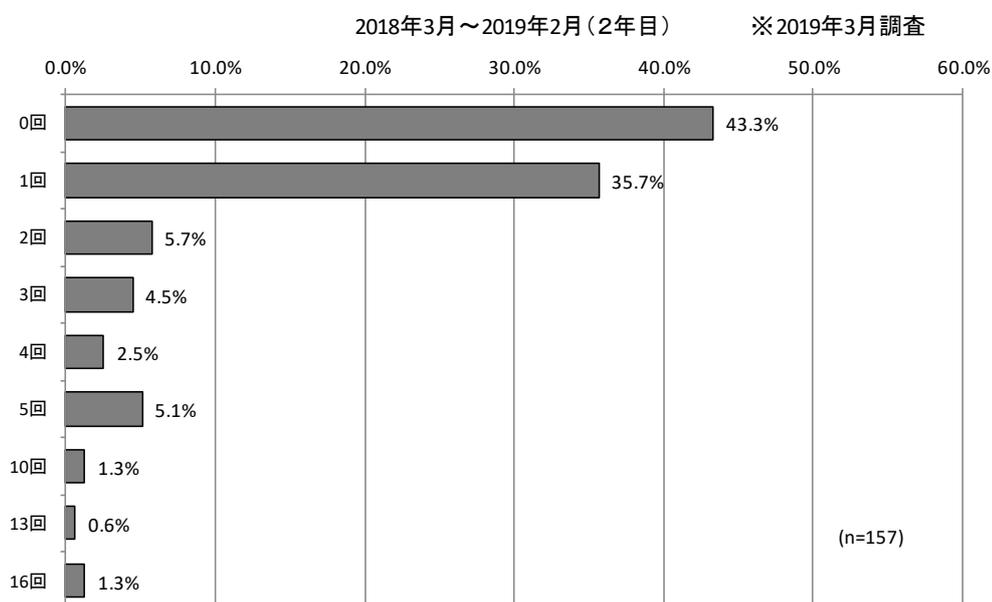
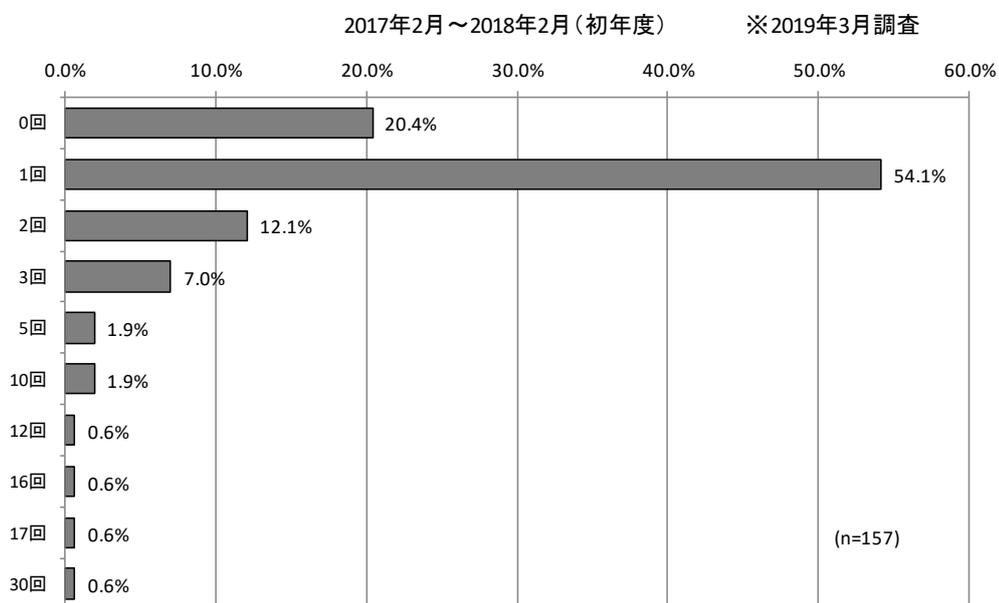


④ ミクニワールドスタジアム北九州への来場回数

【②でミクスタに「行ったことがある」と回答した人に対する質問】

あなたが北九州スタジアム（ミクスタ）に行った回数についてご記入ください。
 (記入式)
 1) 2017年2月～2018年2月
 2) 2018年3月～2019年2月

ミクニワールドスタジアム北九州に行ったことがある回答者に対し、供用開始1年目と2年目それぞれ何回行ったかを尋ねたところ（2019年3月調査）、2017年2月～2018年2月は「1回」、2018年3月～2019年2月は「0回」が最も多い。「行ったことがある」市民においても多くが年間3回以内の来場であり、また初年度に行って2年目には行っていない回答者が多い傾向がうかがわれる。



⑤ ミクニワールドスタジアム北九州への評価

【②でミクスタに「行ったことがある」と回答した人に対する質問】

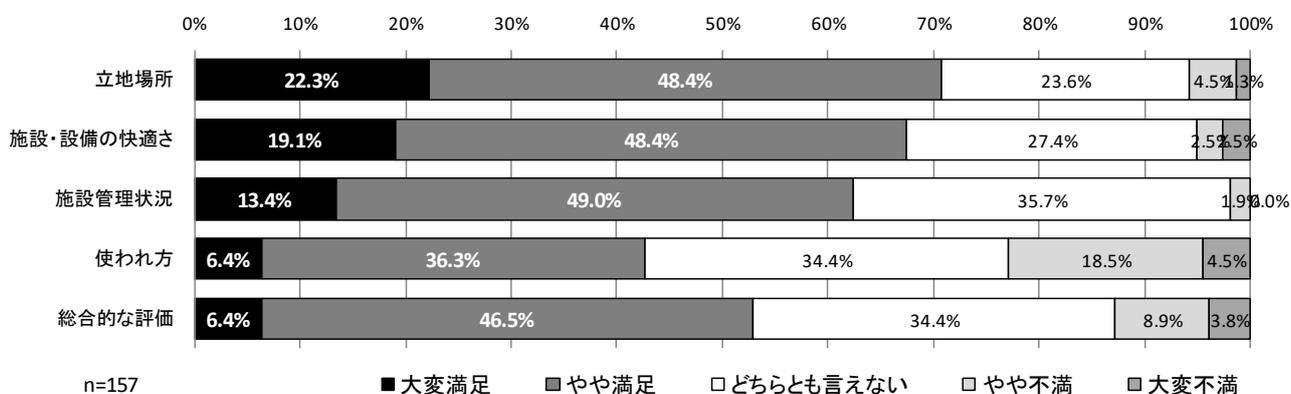
北九州スタジアム（ミクスタ）への満足度について、最もあてはまる気持ちを一つ選んでください。

- 立地場所 : 5.大変満足 4.やや満足 3.どちらとも言えない 2.やや不満 1.大変不満
- 施設・設備の快適さ : 同上（五段階評価）
- 施設管理状況 : 同上（五段階評価）
- 使われ方 : 同上（五段階評価）
- 総合的な評価 : 同上（五段階評価）

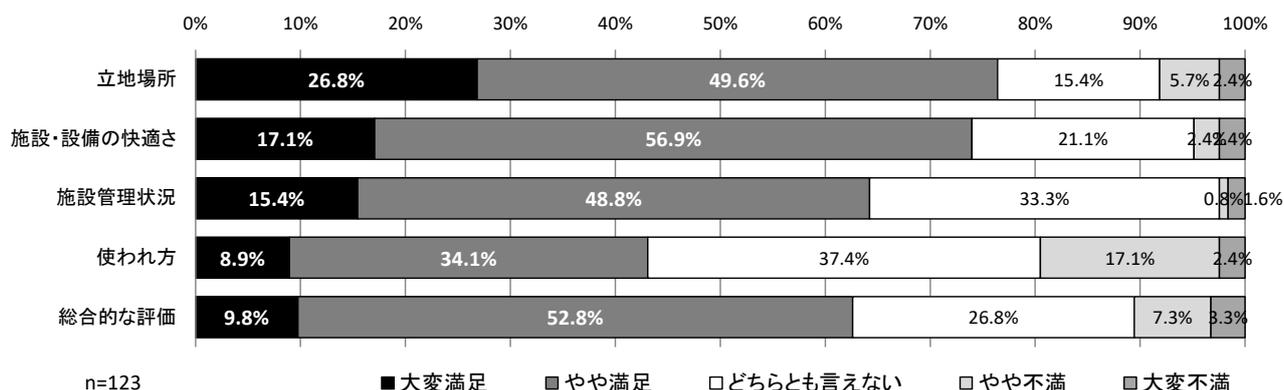
ミクスタへの満足度については、大変満足・やや満足とする回答が多い順に「立地場所」、「施設・設備の快適さ」、「施設管理状況」、「総合的な評価」、「使われ方」となっている点については、2019年調査と2018年調査は同様である。ただし、全般的に2019年調査の方が、各項目とも満足度が微減傾向にある。なお、「使われ方」以外については大変満足・やや満足とする回答が50%以上となっており、スタジアムへの満足度は高いと言えよう。

「使われ方」については、不満・やや不満とする回答が2019年調査の方が高まっており20%以上にのぼっている。スタジアムで開催されたイベント種類等に対する満足度が比較的低い様子がうかがわれ、引き続き大きな課題と言える。

2019年3月調査



2018年3月調査



⑥ ミクニワールドスタジアム北九州への交通手段

【②でミクスタに「行ったことがある」と回答した人に対する質問】

北九州スタジアム（ミクスタ）を利用した際の主な交通手段について、最も当てはまるものを一つ選んでください。（回答は1つ）

1. 出発地（自宅など）から、徒歩のみ
2. 自転車・オートバイを利用
3. 自家用車（家族・知人の車なども含む）を利用し、スタジアム付近の駐車場に駐車
4. 黒崎駅や戸畑駅、門司駅、モノレール企救丘駅などの駐車場のある駅まで自家用車で行き、そこからJRやモノレールで小倉駅まで行き、そこから徒歩
5. JRで小倉駅まで行き、そこから徒歩
6. 路線バスやモノレールで小倉駅周辺まで行き、そこから徒歩
7. タクシーを利用
8. その他の交通手段

2019年調査において、ミクスタへの主な利用交通手段で最も多いのは「自家用車（家族・知人の車なども含む）を利用し、スタジアム付近の駐車場に駐車」で45.2%となっている。小倉駅周辺、特に新幹線口エリアには民間の有料駐車場が多数あり、また2018年シーズンの途中には、スタジアム北側に隣接する形で民間コインパーキングが開業した。それらが利用されていることがうかがわれる。次いで多いのは「JRで小倉駅まで行き、そこから徒歩」23.6%、「路線バスやモノレールで小倉駅周辺まで行き、そこから徒歩」16.6%となっており、何らかの形で公共交通機関を利用して来場する市民が41.1%にのぼっている。公共交通機関や駐車場事業者への一定の経済効果があることがうかがわれる。

こうした傾向は2018年調査でも同様であったが、公共交通利用者が47.2%から41.4%へと減少している（有料駐車場利用者や、自転車・オートバイ利用者が2019年調査では増加）。

選択肢	回答数	構成比		
出発地（自宅など）から、徒歩のみ	11	7.0%		
小倉駅近くまで自転車・オートバイを利用	7	4.5%		
小倉駅近くまで自家用車（家族・知人の車なども含む）を利用し、有料駐車場に駐車	71	45.2%	公共交通利用 41.4%	自家用車利用 46.5%
黒崎駅や戸畑駅、門司駅、モノレール企救丘駅などの駐車場のある駅まで自家用車で行き、そこからJRやモノレールで小倉駅まで行き、そこから徒歩	2	1.3%		
JRで小倉駅まで行き、そこから徒歩	37	23.6%		
路線バスやモノレールで小倉駅周辺まで行き、そこから徒歩	26	16.6%		
タクシーを利用	1	0.6%		
その他の交通手段	2	1.3%		
合計	157	100.0%		

⑦ ミクニワールドスタジアム北九州へ行ったことがない理由

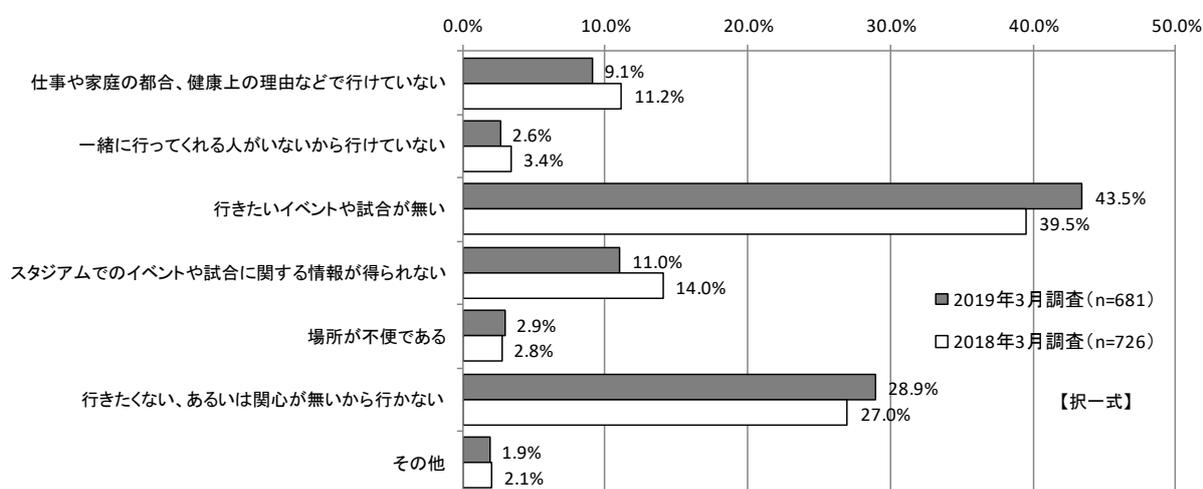
【②でミクスタに「行ったことはない」と回答した人に対する質問】

新しい北九州スタジアム（ミクスタ）に行ったことがない理由について、最も当てはまるものを一つを回答してください。（回答は1つ）

1. 仕事や家庭の都合、健康上の理由などで行けていない
2. 一緒に行ってくれる人がいないから行けていない
3. 行きたいイベントや試合が無い
4. スタジアムでのイベントや試合に関する情報が得られない
5. 場所が不便である
6. 行きたくない、あるいは関心が無いから行かない
7. その他

ミクスタに行ったことがない回答者にその理由を尋ねると、2019年調査、2018年調査とも「行きたいイベントや試合が無い」が40%前後で最も多く、次いで「行きたくない、あるいは関心が無いから行かない」が30%弱となっている。

関心はあるが、何らかの理由で行けていない回答者が70%近くいると言え、今後、開催イベントの多様化や来場のきっかけの提供により、利用者が増加していく余地は十分にあることがうかがわれる。



⑧ ミクニワールドスタジアム北九州で開かれるイベント等への希望

※ 全回答者が対象の設問

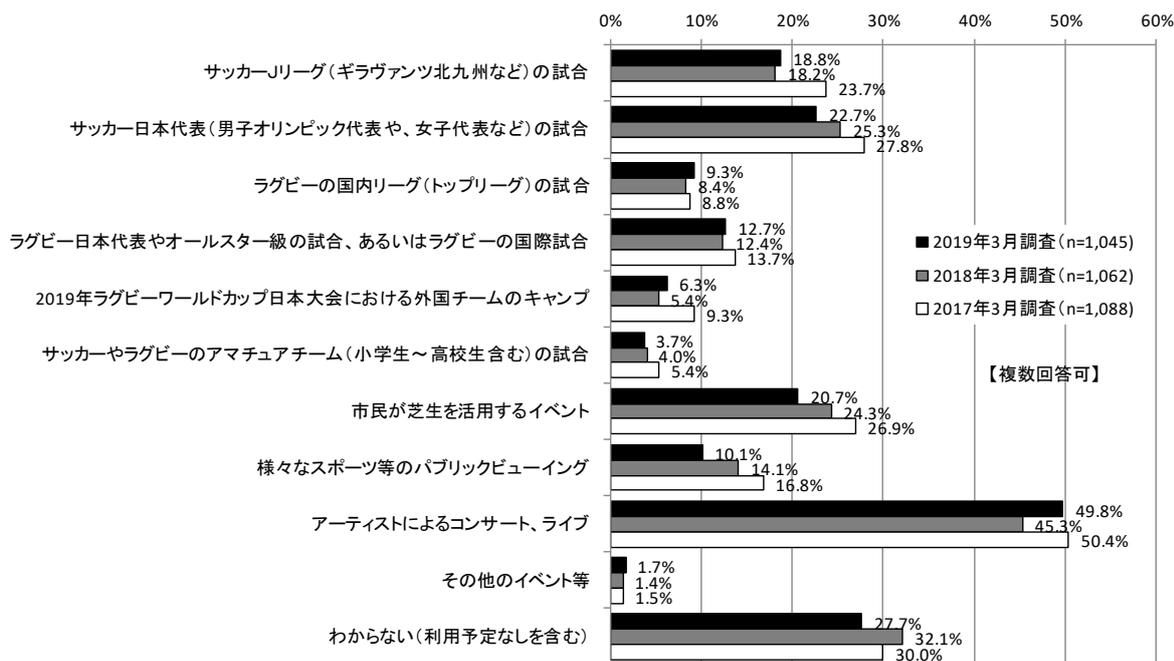
あなたは新しい北九州スタジアム（ミクスタ）で開かれるイベント等について、どのような内容のものであれば観戦・利用に訪れたいとお考えですか。当てはまるものをいくつでもお答えください。（回答はいくつでも）

1. サッカーJリーグ（ギラヴァンツ北九州など）の試合
2. サッカー日本代表（男子オリンピック代表や、女子代表など）の試合
3. ラグビーの国内リーグ（トップリーグ）の試合
4. ラグビー日本代表やオールスター級の試合、あるいはラグビーの国際試合
5. 2019年ラグビーワールドカップ日本大会における外国チームのキャンプ
6. サッカーやラグビーのアマチュアチーム（小学生～高校生含む）の試合
7. 市民が芝生を活用するイベント
8. 様々なスポーツ等のパブリックビューイング
9. アーティストによるコンサート、ライブ
10. その他のイベント等
11. わからない（利用予定なしを含む）

ミクスタでの開催イベント種類への希望については、2017年3月調査から同様の内容で質問している。各年とも群を抜いて多いのは「アーティストによるコンサート、ライブ」で50%近くになっている。次いで「わからない（利用予定なしを含む）」とする回答者も30%前後と多い。

その他、20%台で「サッカー日本代表の試合」、「市民が芝生を活用するイベント」が挙げられ、「サッカーJリーグの試合」は2019年調査でも20%を下回っている。

本設問は、上限なく複数回答が可能な設問であるが、全般的に回答が減少傾向にある。



⑨ ミクニワールドスタジアム北九州への来場意向

※ 全回答者が対象の設問

あなたは今後、北九州スタジアム（ミクスタ）に行きたいと思いますか。最もあてはまる気持ちを一つ選んでください。（回答は1つ）

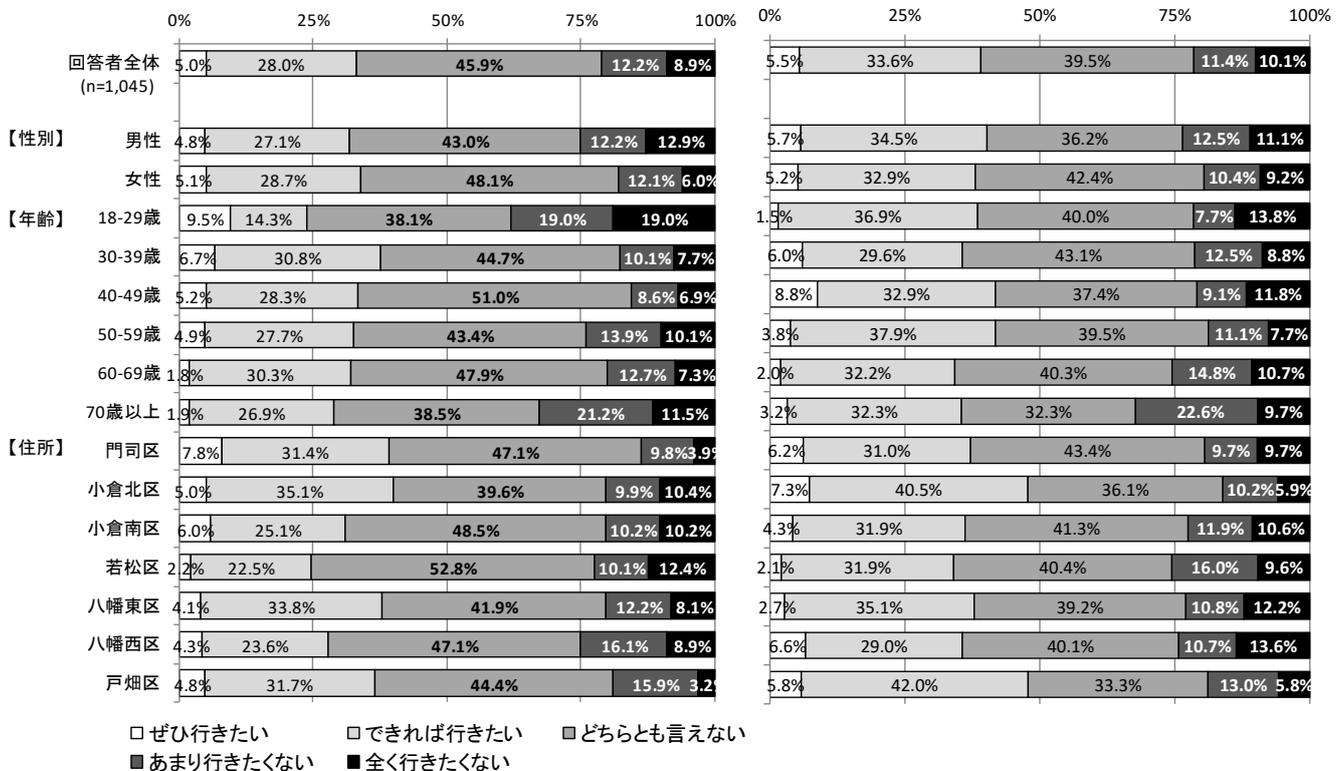
1. ぜひ行きたい 2. できれば行きたい 3. どちらとも言えない
4. あまり行きたくない 5. 全く行きたくない

今後のミクスタへの来場意向について、回答者全体では「ぜひ行きたい」「できれば行きたい」の合計が2018年調査では39.1%、2019年調査では33.0%となっており、減少している。「どちらとも言えない」が2018年調査の39.5%から2019年調査の45.9%へと増加しており、来場促進に向けては「どちらとも言えない」回答者の意欲喚起が当面の課題と言える。

基本属性別に見ると、性別では大きな差は無く、年齢別では高齢者の来場意欲が低い傾向にある。18-29歳に関しては2019年の方が「ぜひ行きたい」とする回答は増加している。住所別ではスタジアムから遠い若松区、八幡西区で「ぜひ行きたい」「できれば行きたい」の合計が少ない傾向がみられる。

2019年3月調査

2018年3月調査



⑩ ミクニワールドスタジアム北九州利用時に想定される消費活動場所

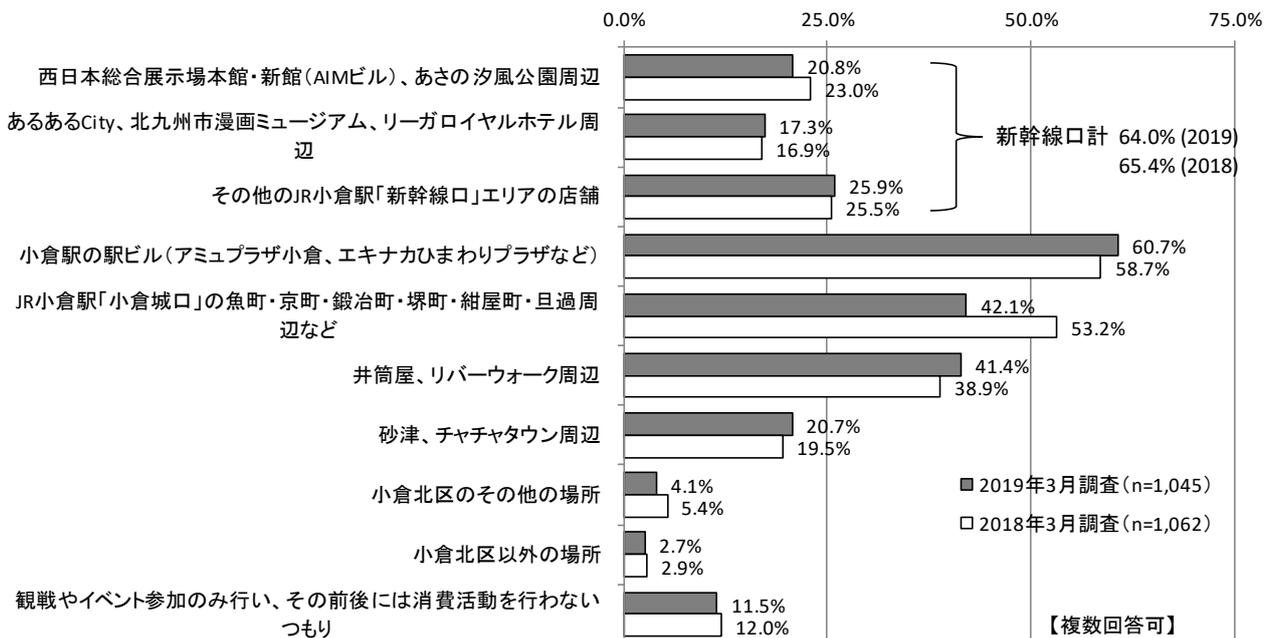
※ 全回答者が対象の設問

新しい北九州スタジアム（ミクスタ）でのスポーツ観戦やイベントに行くとした場合、そのついでに買い物・飲食等をあなたが行うと想定する場所を以下の中からいくつでもご回答下さい。（回答はいくつでも）

1. 西日本総合展示場本館・新館（AIMビル）、あさの汐風公園周辺
2. あるあるCity、北九州市漫画ミュージアム、リーガロイヤルホテル周辺
3. その他のJR小倉駅「新幹線口」エリアの店舗
4. 小倉駅の駅ビル（アミュプラザ小倉、エキナカひまわりプラザなど）
5. JR小倉駅「小倉城口」の魚町・京町・鍛冶町・堺町・紺屋町・旦過など
6. 井筒屋、リバーウォーク周辺
7. 砂津、チャチャタウン周辺
8. 小倉北区のその他の場所
9. 小倉北区以外の場所
10. 観戦やイベント参加のみ行き、その前後には消費活動を行わないつもり

ミクスタ利用時に想定される買い物や飲食等の消費活動の場所としては、2019年調査においても、小倉駅新幹線口や小倉駅ビル、小倉駅小倉城口の一帯など、小倉中心部の各エリアとも回答が多くなっている。一方で「観戦やイベント参加のみ行き、その前後には消費活動を行わないつもり」は12%程度と少数になっており、ミクスタ利用により小倉中心部に相当の経済効果があることがうかがわれる。

なお、2019年2月の小倉駅前の百貨店「コレット」閉館（専門店街「小倉駅前アイム」の全館展開）に伴い、2019年調査においては「JR小倉駅「小倉城口」の魚町・京町（以下略）」の選択肢の文言から「コレット」を除いた。2019年調査では当該選択肢の回答が10ポイント以上減少しているが、これがコレット閉館の影響かどうかは本結果から言及することは難しい。



(2) Jリーグおよびギラヴァンツ北九州について

① 応援しているJリーグクラブ

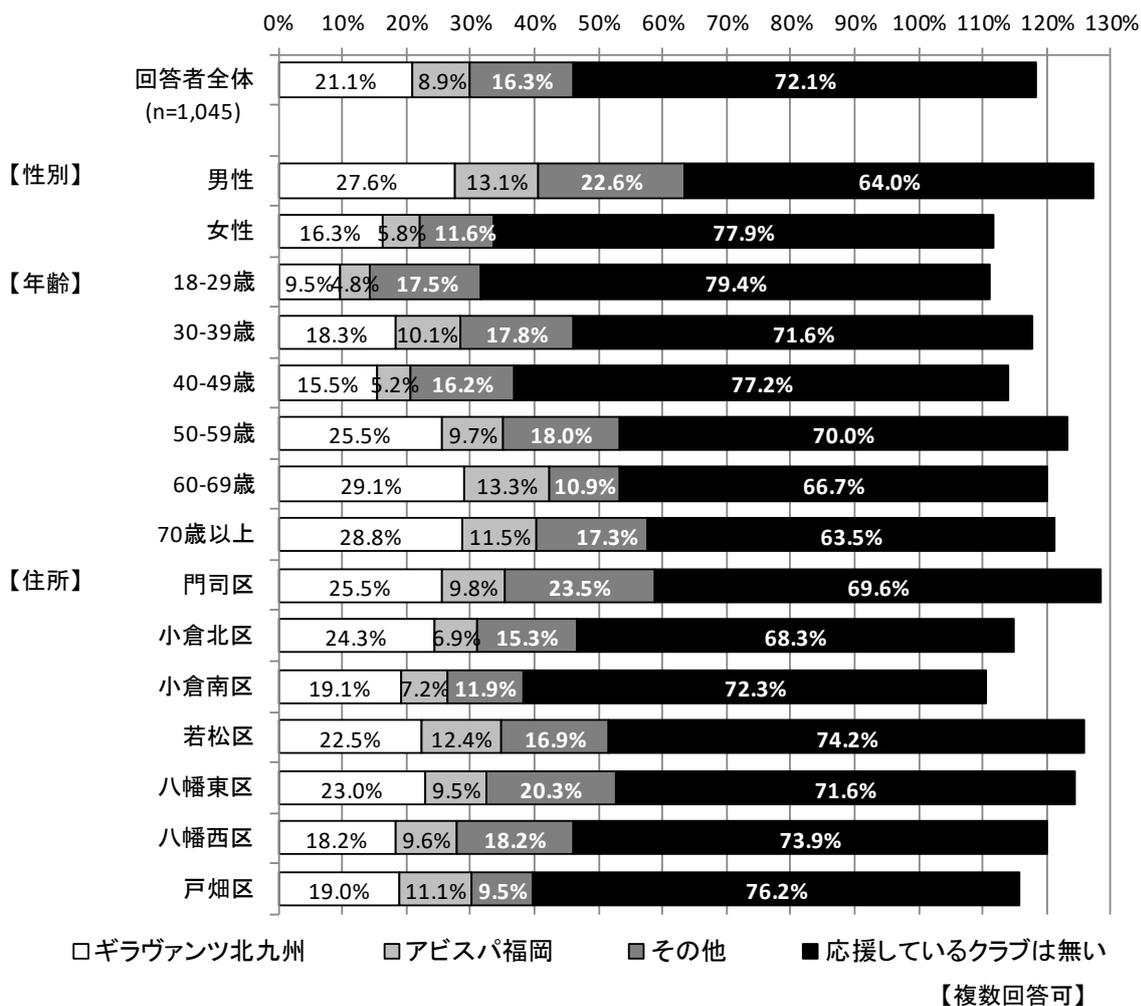
※ 全回答者が対象の設問

あなたは現在、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。応援しているクラブを選んでください。(回答はいくつでも)

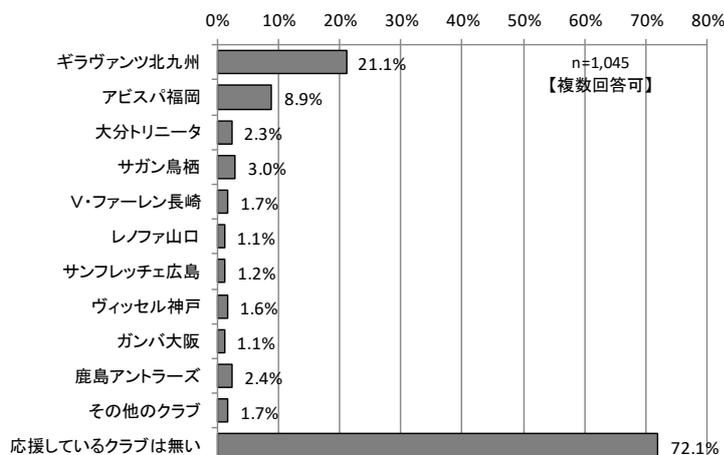
1. ギラヴァンツ北九州 2. アビスパ福岡 3. 大分トリニータ 4. サガン鳥栖
 5. V・ファーレン長崎 6. レノファ山口 7. サンフレッチェ広島 8. ヴィッセル神戸
 9. ガンバ大阪 10. 鹿島アントラーズ 11. その他のクラブ
 12. 応援しているクラブは無い ※下図では選択肢3～11は合算して「その他」

2019年調査において、応援しているJリーグクラブとして「ギラヴァンツ北九州」を挙げた回答者は21.1%であり、「応援しているクラブは無い」は72.1%となっている。

基本属性別に見ると、性別では男性で「ギラヴァンツ北九州」を応援している回答者が27.6%にのぼるのに対し、女性では16.3%にとどまっている。年齢別では、年齢が高いほど「ギラヴァンツ北九州」を応援している人が多い。



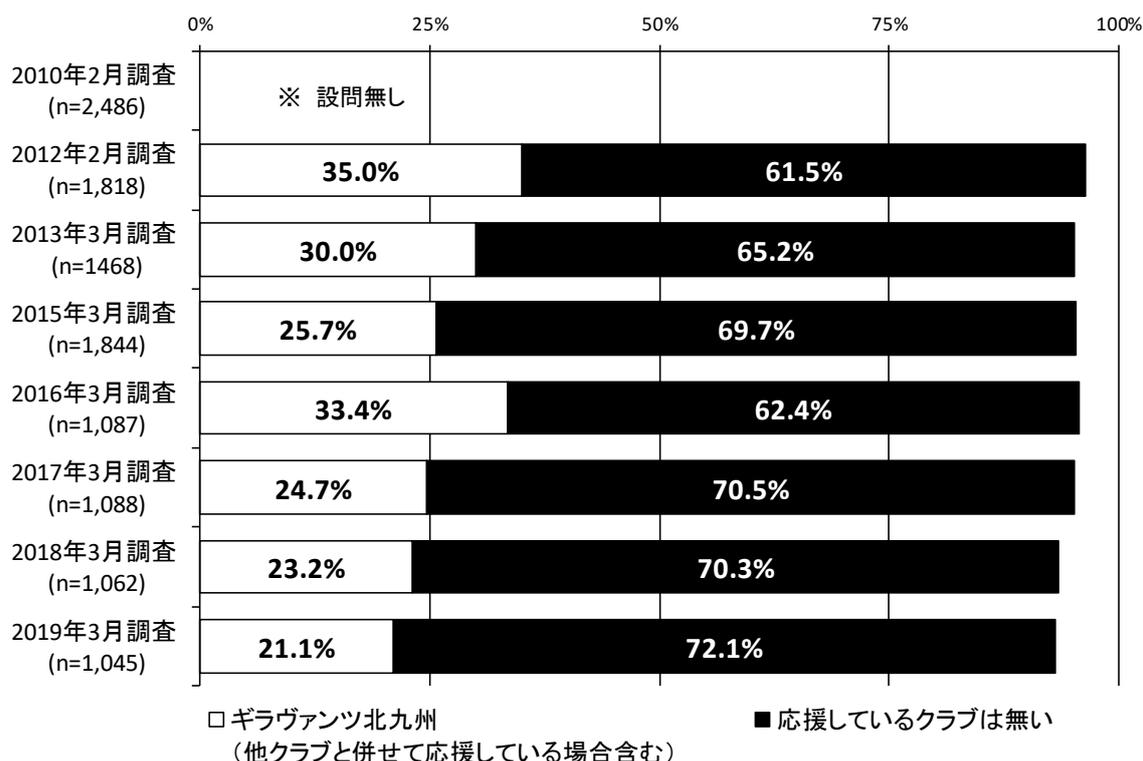
2019年調査の回答者全体について、クラブ別に詳細を見ると、アビスパ福岡を応援している北九州市民は8.9%となっている。



応援しているJリーグクラブについて、「ギラヴァンツ北九州」と「応援しているクラブは無い」の経年変化を見ると、「ギラヴァンツ北九州」を応援すると回答した市民は2016年調査を除いて年々減少傾向にあり²⁾、一方で「応援しているクラブは無い」とする回答は増加傾向にある。

ギラヴァンツ北九州は2016年以降は成績が振るわず（2016年シーズンはJ2最下位となり2017年シーズンからJ3降格）、さらに2018年シーズンはJ3最下位に沈んだことも、ギラヴァンツ北九州応援者が減少傾向にある理由として考えられる。一方で、チーム成績面以外においてもギラヴァンツ北九州が市民に浸透しておらず、また応援している市民の期待にも十分応えることができていない状況を表していると言えよう。

北九州市民が応援しているJリーグクラブの経年変化（2011、2014は調査せず）



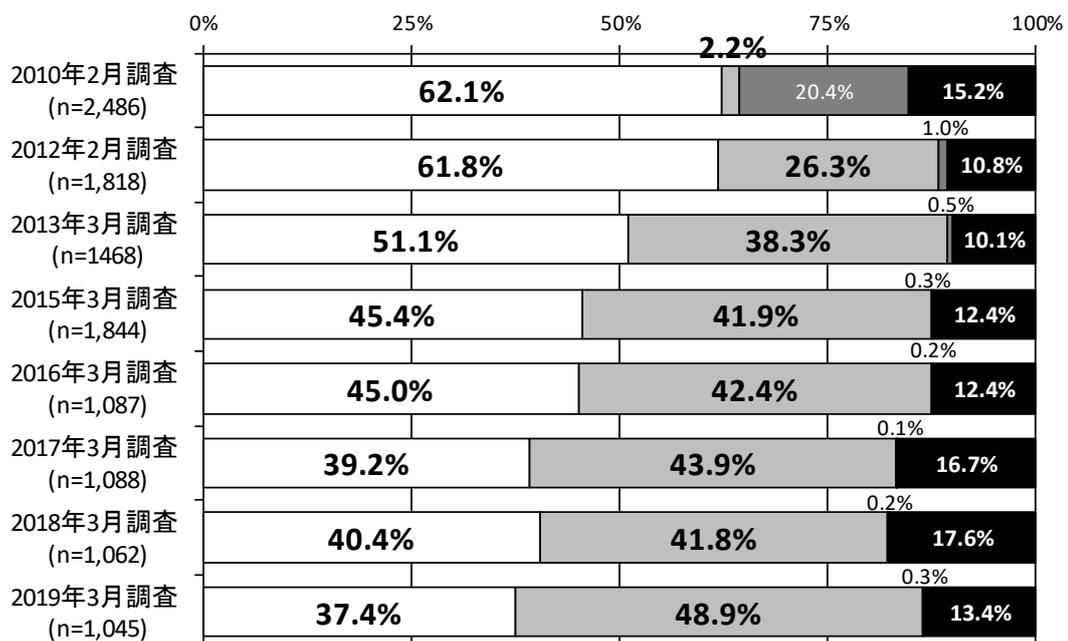
② ギラヴァンツ北九州・ニューウェーブ北九州の認知度

※ 全回答者が対象の設問

あなたは、サッカーJリーグのクラブである「ギラヴァンツ北九州」（あるいは、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）

1. 「ギラヴァンツ北九州」、「(前身の) ニューウェーブ北九州」の両方を知っている
2. 「ギラヴァンツ北九州」は知っているが、「ニューウェーブ北九州」は知らなかった
3. 「ニューウェーブ北九州」は知っているが、「ギラヴァンツ北九州」は知らなかった
4. どちらとも知らなかった

ギラヴァンツ北九州あるいは前身のニューウェーブ北九州の認知度について経年変化を見ると、ギラヴァンツ北九州およびニューウェーブ北九州について「知らない」とする回答は、2019年調査においては前年から微減している。「ギラヴァンツ北九州は知っているがニューウェーブ北九州は知らない」とする回答者が年々増加しており2019年調査では48.9%となっており、2009年まで使用していたニューウェーブ北九州というチーム名については、知らない市民が過半数となっている。



- 「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
- どちらとも知らなかった

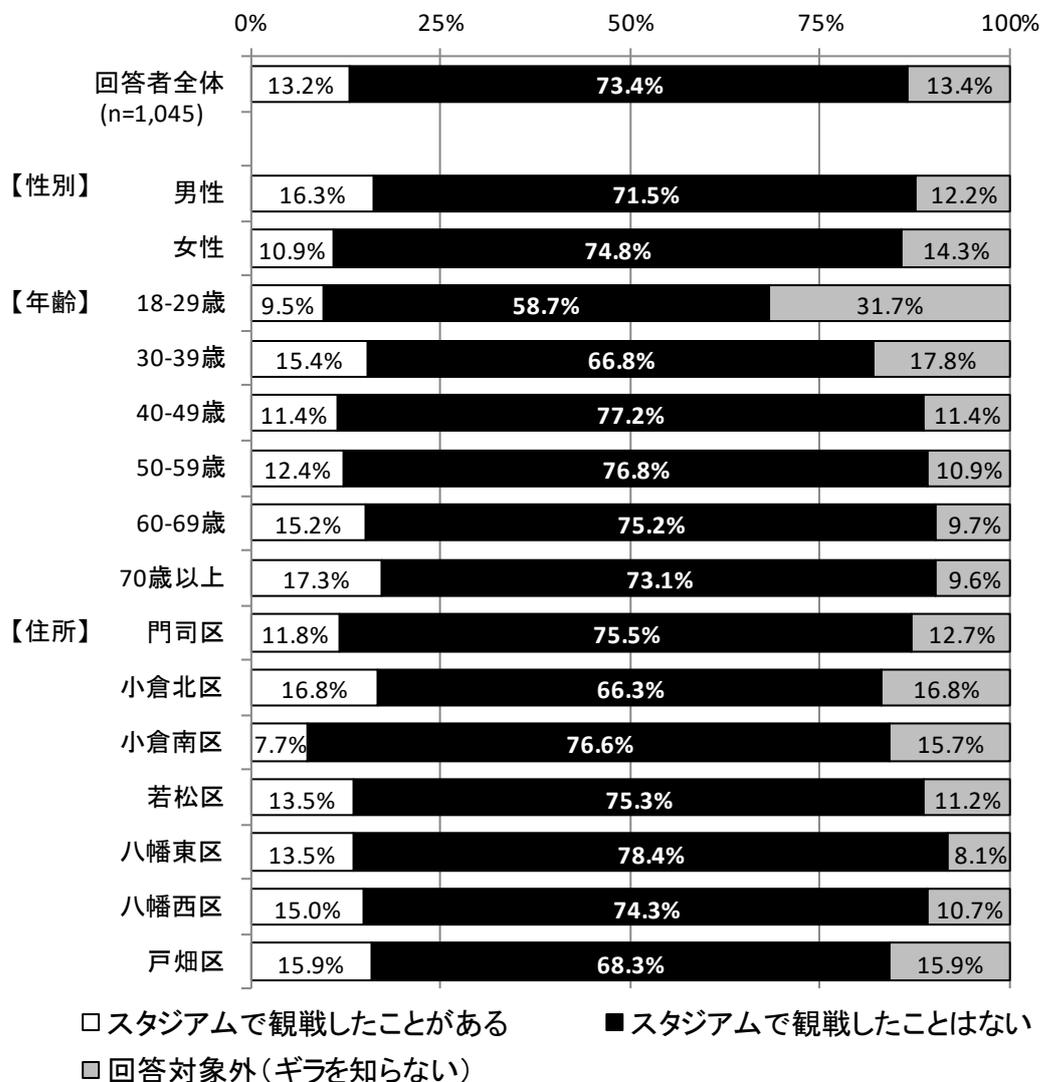
③ ギラヴァンツ（またはニューウェーブ）北九州の試合のスタジアム観戦経験

※ ギラヴァンツ北九州を知っている回答者に対する回答結果に、知らない回答者数を「回答対象外」として加算処理

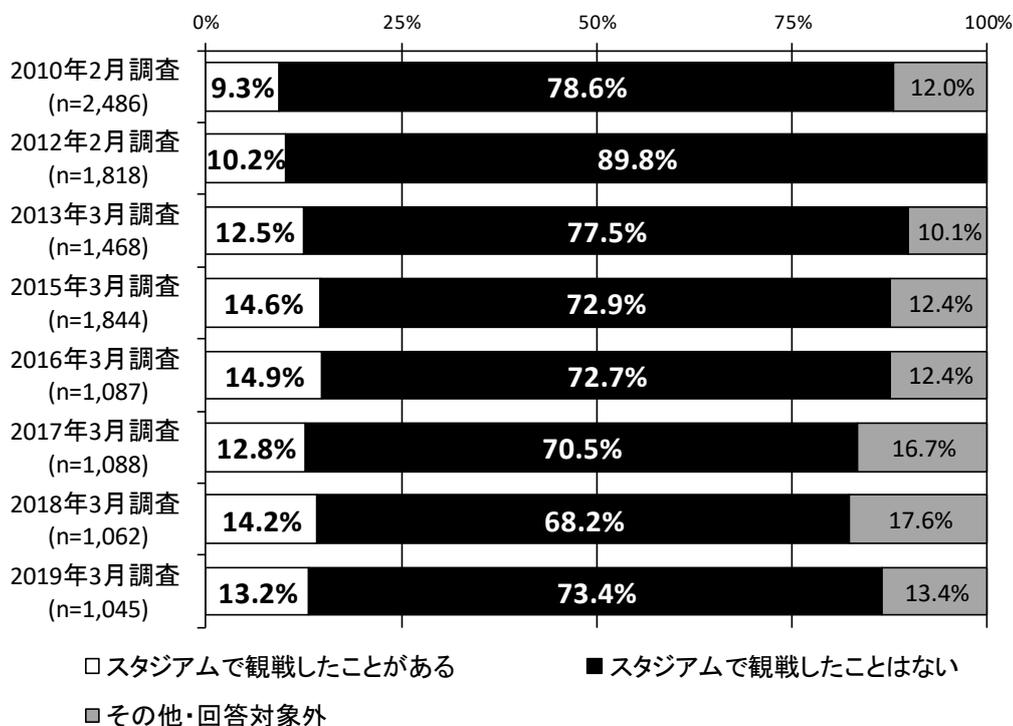
あなたは、「ギラヴァンツ北九州」（あるいは、その前身のニューウェーブ北九州）の試合をスタジアムで一度でも観戦したことがありますか。（回答は1つ）

1. スタジアムで観戦したことがある
2. スタジアムで観戦したことはない

ギラヴァンツ北九州（またはニューウェーブ北九州）の試合のスタジアム観戦経験について、2019年調査では「スタジアムで観戦したことがある」が回答者全体の13.2%となっている。基本属性別に見ると、「女性」「18～29歳」「小倉南区」で観戦経験者が少ない傾向にあり、これは2018年調査と概ね同じである。



ギラヴァンツ北九州（またはニューウェーブ北九州）の試合のスタジアム観戦経験について経年変化を見ると、「スタジアムで観戦したことがある」回答者は2015年3月調査までは増加傾向であったが、以降は横ばいとなっている。スタジアム観戦者調査の結果からは、近年新たに観戦者となった人々もいることは明らかであるが、本調査結果からは、それらの動きは一部にとどまり、観戦経験のない市民が未だ多数にのぼっていることがうかがわれる。

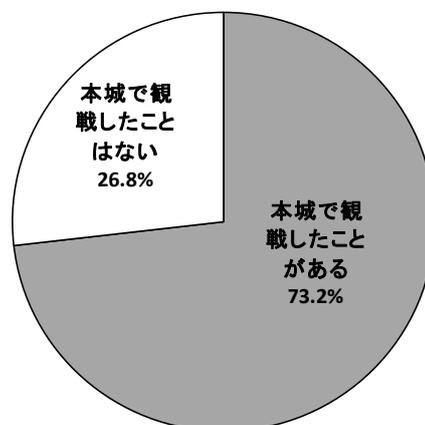


④ 本城陸上競技場で試合を行っていた2016年以前のギラヴァンツ戦の観戦経験

【③でギラヴァンツの試合を「スタジアムで観戦したことがある」と回答した人に対する質問】

ギラヴァンツ北九州のJリーグの試合を、2010年～2016年に北九州市立本城陸上競技場（八幡西区）で観戦したことはありますか。（回答は一つ）

スタジアムで観戦したことがある回答者のうち、73.2%は2016年以前に本城陸上競技場での観戦経験がある。



(n=138)
 ※ギラヴァンツまたはニューウェーブの試合を「スタジアムで観戦したことがある」回答者対象

⑤ ミクニワールドスタジアム北九州でのギラヴァンツ戦の観戦経験

【③でギラヴァンツの試合を「スタジアムで観戦したことがある」と回答した人に対する質問】

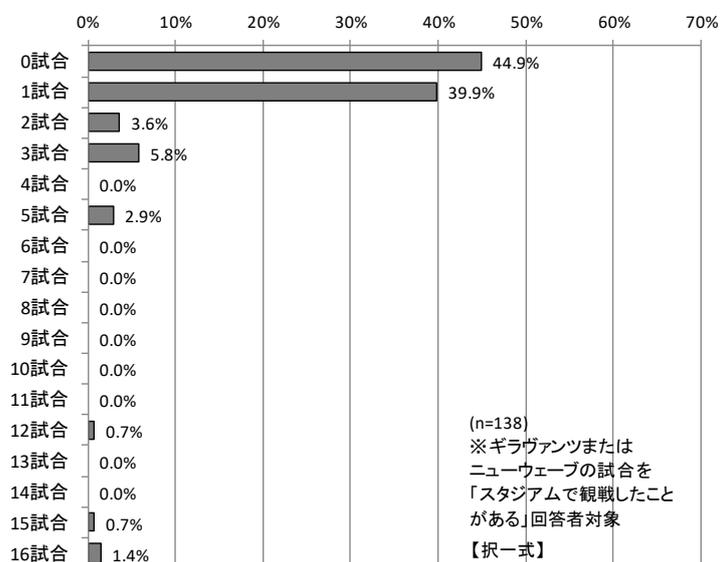
ギラヴァンツ北九州のJリーグの公式試合を、北九州スタジアム（ミクスタ）（小倉北区）で何試合観戦しましたか。2017年と2018年について、それぞれ記入してください。

（記入方式） ※両年とも上限は16試合

2019年調査で「(ギラヴァンツ北九州またはニューウェーブ北九州の試合を)スタジアムで観戦したことがある」回答者（全体の13.2%）に対し、ミクニワールドスタジアム北九州への移転後の2017年、2018年の観戦回数を尋ねたところ、両年とも「0回」あるいは「1回」とする回答が大半を占めている。複数回の観戦を行っているのは観戦経験のある人の中で10%台にとどまっている。

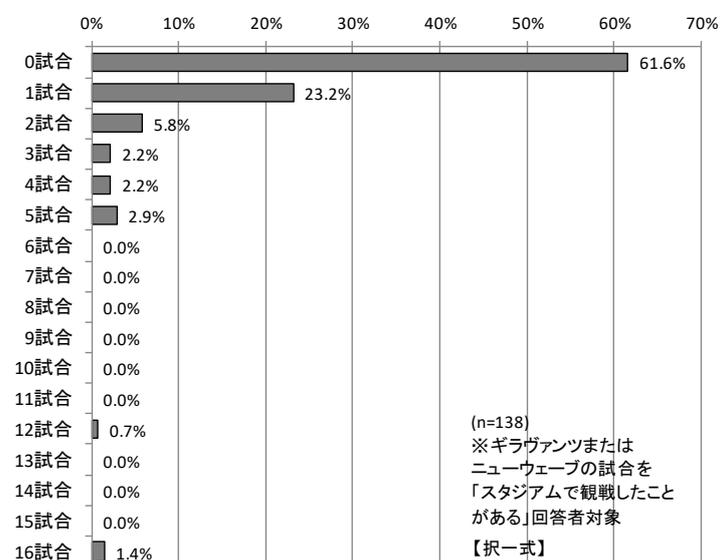
2017年の観戦回数

※2019年3月調査



2018年の観戦回数

※2019年3月調査



⑥ ミクニワールドスタジアム北九州でのギラヴァンツ戦の観戦経験

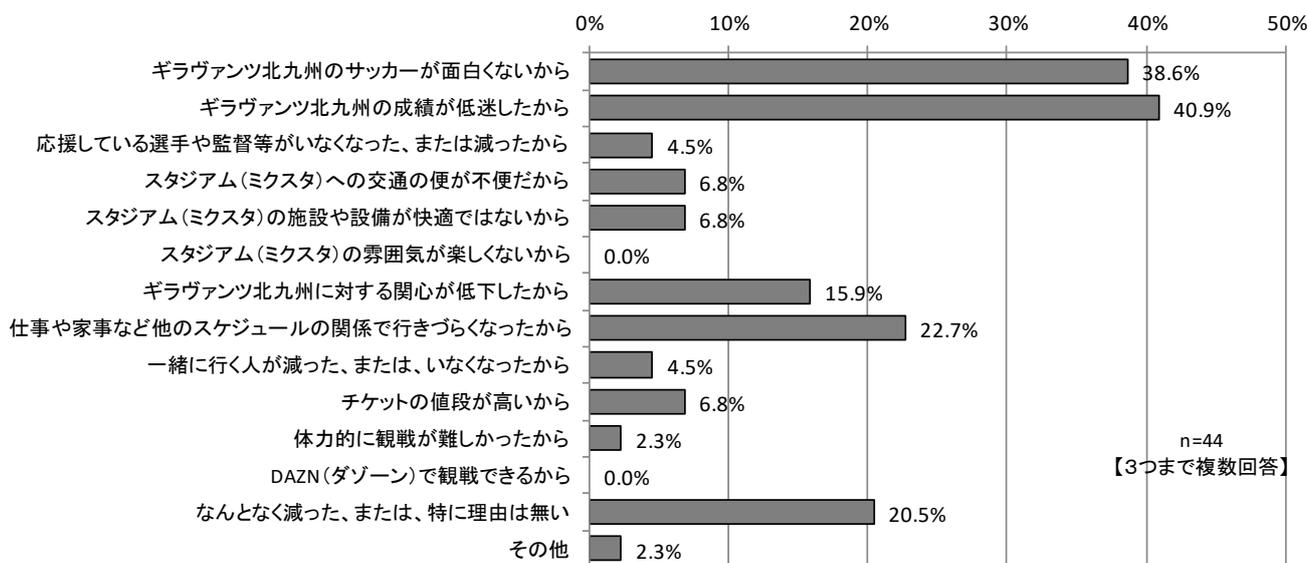
【⑤で 2017 年より 2018 年の観戦回数が減った回答者に対する質問】

2017 年より 2018 年の方がギラヴァンツの試合の観戦回数が減った理由について、主なものを 3 つまで回答してください。

1. ギラヴァンツ北九州のサッカーが面白くないから
2. ギラヴァンツ北九州の成績が低迷したから
3. 応援している選手や監督等がいなくなった、または減ったから
4. スタジアム（ミクスタ）への交通の便が不便だから
5. スタジアム（ミクスタ）の施設や設備が快適ではないから
6. スタジアム（ミクスタ）の雰囲気を楽しめないから
7. ギラヴァンツ北九州に対する関心が低下したから
8. 仕事や家事など他のスケジュールの関係で行きづらくなったから
9. 一緒に行く人が減った、または、いなくなったから
10. チケットの値段が高いから
11. 体力的に観戦が難しかったから
12. DAZN（ダゾーン）で観戦できるから
13. なんとなく減った、または、特に理由は無い
14. その他（ ）

2017 年より 2018 年に観戦回数が減った回答者に、減った理由を尋ねたところ、「ギラヴァンツ北九州の成績が低迷したから」が最も多く 40.9%、次いで「ギラヴァンツ北九州のサッカーが面白くないから」が 38.6%であり、この 2 つが突出して多い結果となっている。J 3 最下位となった 2018 年シーズンの戦いぶりが客足を遠のかせた要因の一つであることが確認できる。

なお、「スタジアム（ミクスタ）の雰囲気が楽しくないから」の回答者はいなかった。スタジアムの雰囲気は、客足を遠のかせる状態ではなかったと言えよう。



⑦ 今後のギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦意欲

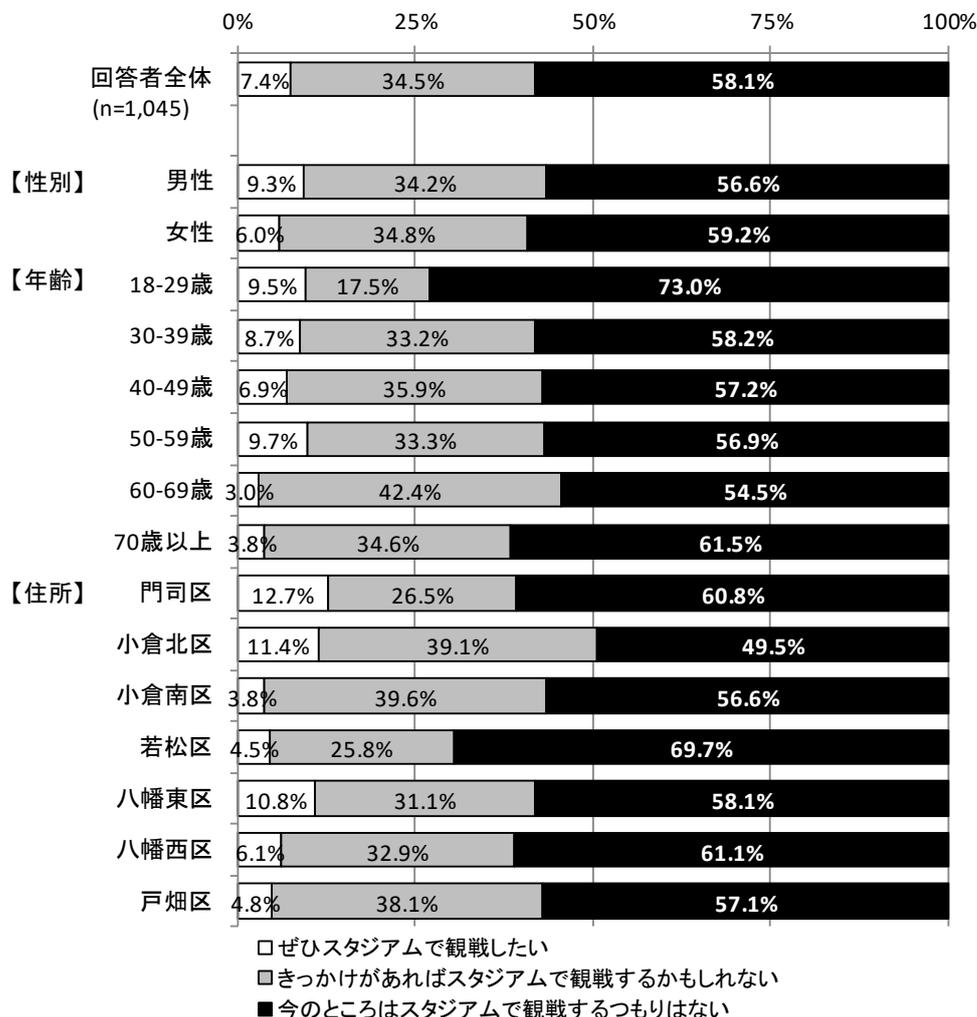
※ 全回答者が対象の設問

あなたは今後（2019年3月以降）、ギラヴァンツ北九州の試合を北九州スタジアム（ミクスタ）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）

1. ぜひスタジアムで観戦したい
2. きっかけがあればスタジアムで観戦するかもしれない
3. 今のところはスタジアムで観戦するつもりはない

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意欲について尋ねたところ、2019年調査において、回答者全体では「ぜひスタジアムで観戦したい」は7.4%、「きっかけがあればスタジアムで観戦するかもしれない」は34.5%、「今のところはスタジアムで観戦するつもりはない」は過半数の58.1%であった。ギラヴァンツ北九州に対する市民の観戦意欲の喚起には、まだ多くの余地があるという結果となっている。

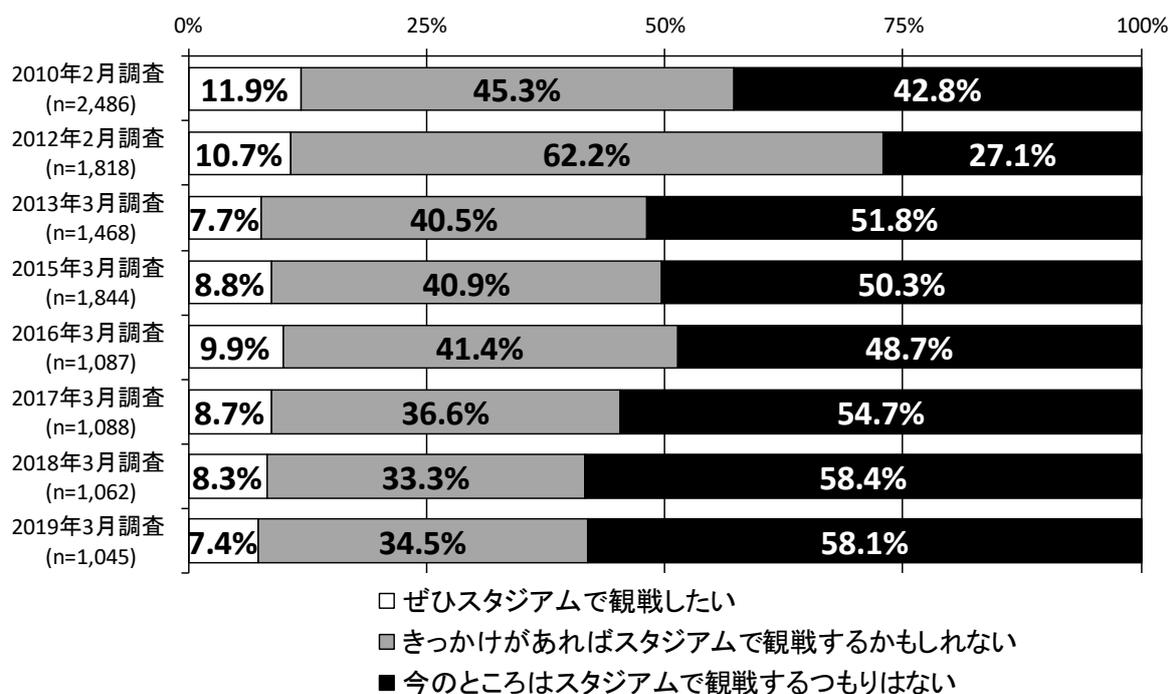
基本属性別に見ると、観戦意欲が低い回答者が多いのは「女性」、「高齢者」、「小倉南区」「若松区」「戸畑区」などの回答者となっている。なお、年齢別については、2018年調査においては若年層の方が観戦意欲が低かったが、2019年調査では若年層の方が意欲が高い傾向となっている。



今後のギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦意欲について経年比較すると、「ぜひスタジアムで観戦したい」とする回答者は2010年2月の初調査以降、横ばいあるいは微減傾向である一方、「今のところはスタジアムで観戦するつもりはない」とする回答者は2013年3月調査以降は増加傾向にある。2017年にミクニワールドスタジアム北九州にホームスタジアムが移っても観戦意欲は向上しておらず、2017年以降、ギラヴァンツの所属カテゴリーがJ3であり、かつ2018年はJ3最下位となったこと、そして低迷に伴い、報道等で取り扱われる機会も減少していること等が影響しているものと考えられる。

他の設問の結果を見ても、また過年度の関連研究結果をみても、依然としてギラヴァンツ北九州が市民に浸透しきれていないことは明らかであり、また成績低迷も相まってこうした傾向となっていると推察でき、今後、ギラヴァンツ北九州にとっては大きな課題と言えよう。

なお、本稿の最終確認時点では、2019年シーズンのギラヴァンツ北九州は、新たに招へいた小林伸二監督のもと、戦い方や練習方法を刷新し、大卒新人を多く獲得するなど選手の入れ替えなどを行った結果、開幕3連勝という好成績を挙げている。こうした状況で短期間のうちに市民の観戦意欲に変化が生じるかどうかについては、今後の研究課題としたい。



⑧ スタジアム観戦意欲のない理由

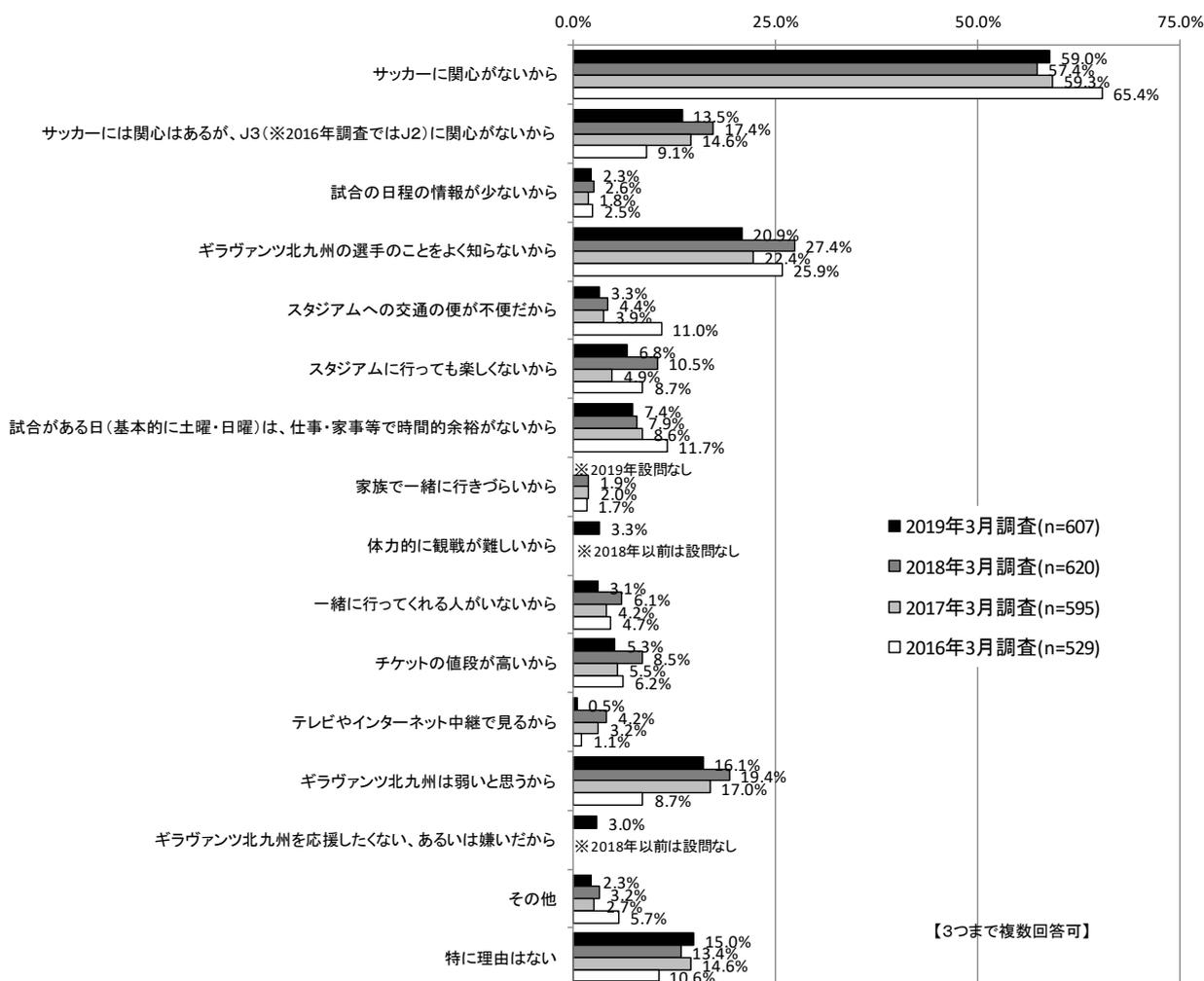
【⑦で「今のところはスタジアムで観戦するつもりはない」と回答した人に対する質問】

「今のところはスタジアムで観戦するつもりはない」と考える理由について、主なものを3つまで選んでください。(回答は3つまで)

※選択肢は下表参照

「今のところはスタジアムで観戦するつもりはない」とした回答者に、その理由を尋ねたところ、2019年調査において最も多い理由は「サッカーに関心がないから」59.0%、次いで「ギラヴァンツ北九州の選手のことをよく知らないから」20.9%、「ギラヴァンツ北九州は弱いと思うから」16.1%、「特に理由はない」15.0%、「サッカーには関心はあるが、J3に関心がないから」13.5%となっている。

経年変化をみると、2019年調査で際立った変化はないが、2018年シーズンでJ3最下位となったものの「ギラヴァンツ北九州は弱いと思うから」の回答率は微減している点の変化として挙げられる。ただし、これは最下位に低迷することが観戦しない理由になりづらいことを表しているのではなく、順位について認識されていないため理由にならないことや、2019年調査から選択肢の一部を入れ替えて「ギラヴァンツ北九州を応援したくない、あるいは嫌いだから」という選択肢(前年度の自由回答内容を踏まえて設定。)を追加したため、そちらへ回答が分散したこと等も考えられる。この点については本調査では十分検証できないため、今後の研究課題としたい。



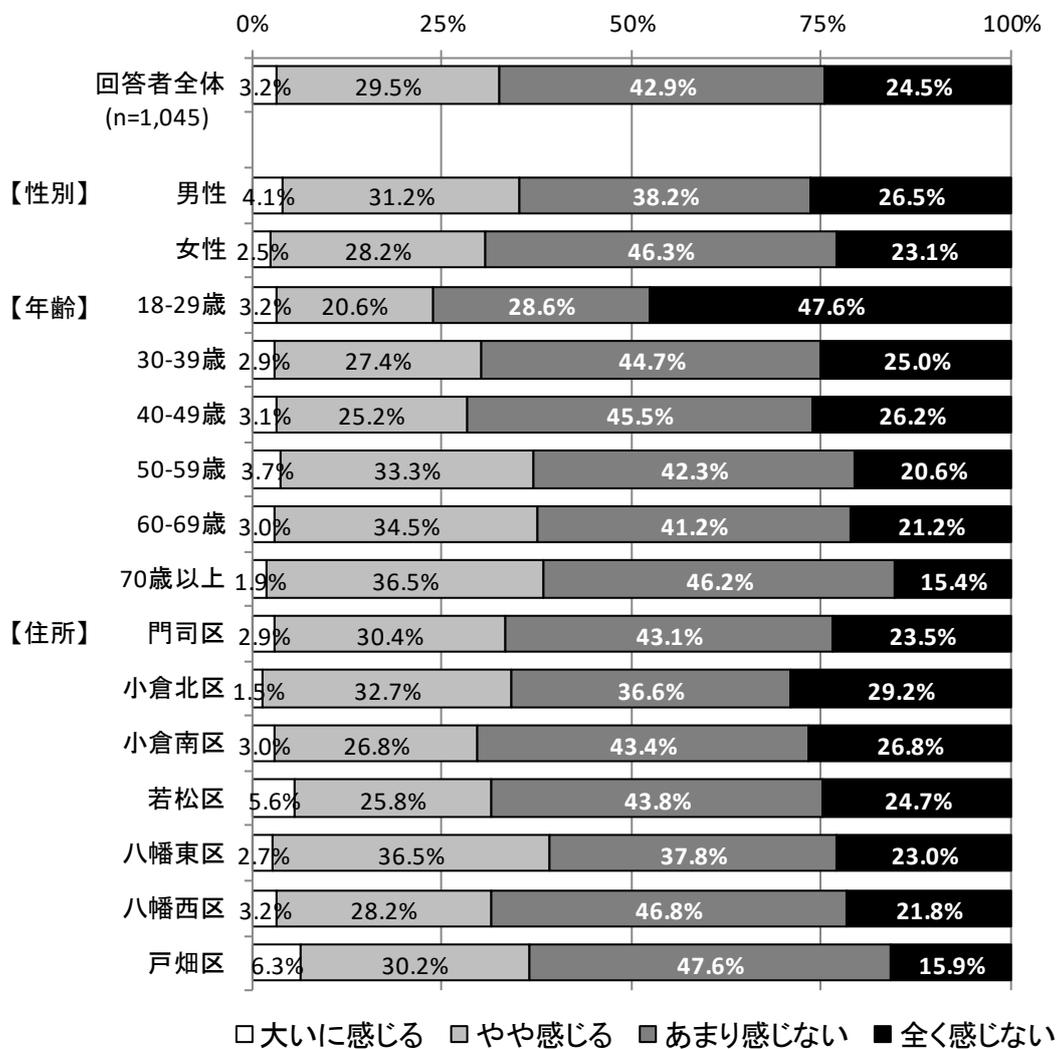
⑨ ギラヴァンツ北九州への愛着

※ 全回答者が対象の設問

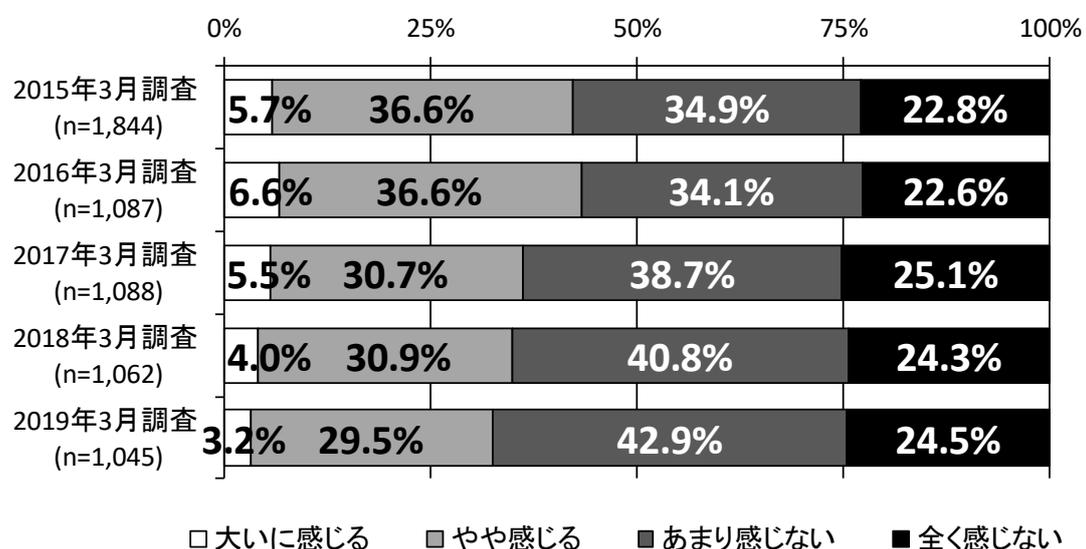
あなたは、ギラヴァンツ北九州に対して「愛着」を感じますか。(回答は1つ)

1. 大いに感じる
2. やや感じる
3. あまり感じない
4. 全く感じない

ギラヴァンツ北九州に対して愛着を感じるかどうか尋ねたところ、2019年調査では愛着を「大いに感じる」3.2%、「やや感じる」29.5%であり、愛着を感じている回答者は32.7%となっている。
基本属性別に見ると、「18-29歳」において、愛着を「全く感じない」とする回答が多いことが目立つ。



ギラヴァンツ北九州への愛着について経年変化を見ると、愛着を感じる市民は微減傾向にあり、愛着を「あまり感じない」市民が増えている傾向にある。ギラヴァンツ北九州の地域への浸透度が減少傾向にあることは、大きな課題と言えよう。



※2010、2012、2013年調査では当該設問なし

(3) 国際スポーツ大会について

① ラグビーワールドカップ 2019 日本大会開催の認知度

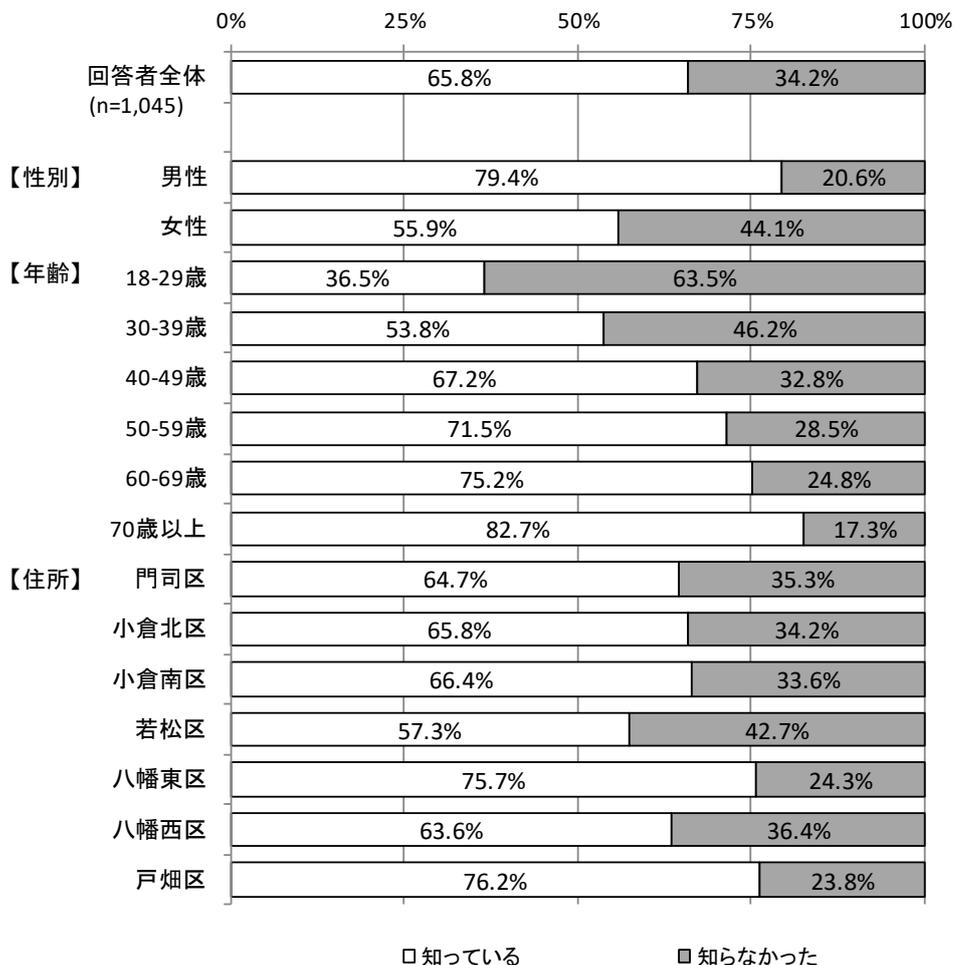
※ 全回答者が対象の設問

あなたは、2019年に「ラグビーワールドカップ 2019 日本大会」が開催されることをご存知ですか。(回答は1つ)

1. 知っている
2. 知らなかった

2019年調査で初めて質問する項目である。回答者全体の65.8%がラグビーワールドカップ2019日本大会開催を「知っている」と回答している。ラグビーワールドカップ2019組織委員会が2018年9月28日から10月1日にかけて全国を対象に実施したインターネット調査では開催を認知している回答者が68.3%となっており³⁾、その後、現在に至るまで全国的に様々な広報キャンペーンが行われていることを勘案すると、全国の傾向よりもやや認知度が低い可能性がある。ただし、大きな差ではないと推測する。

基本属性別にみると、認知度が低いのは「女性」、「若者」となっている。特に「18-29歳」は「知らなかった」が63.5%となっている。



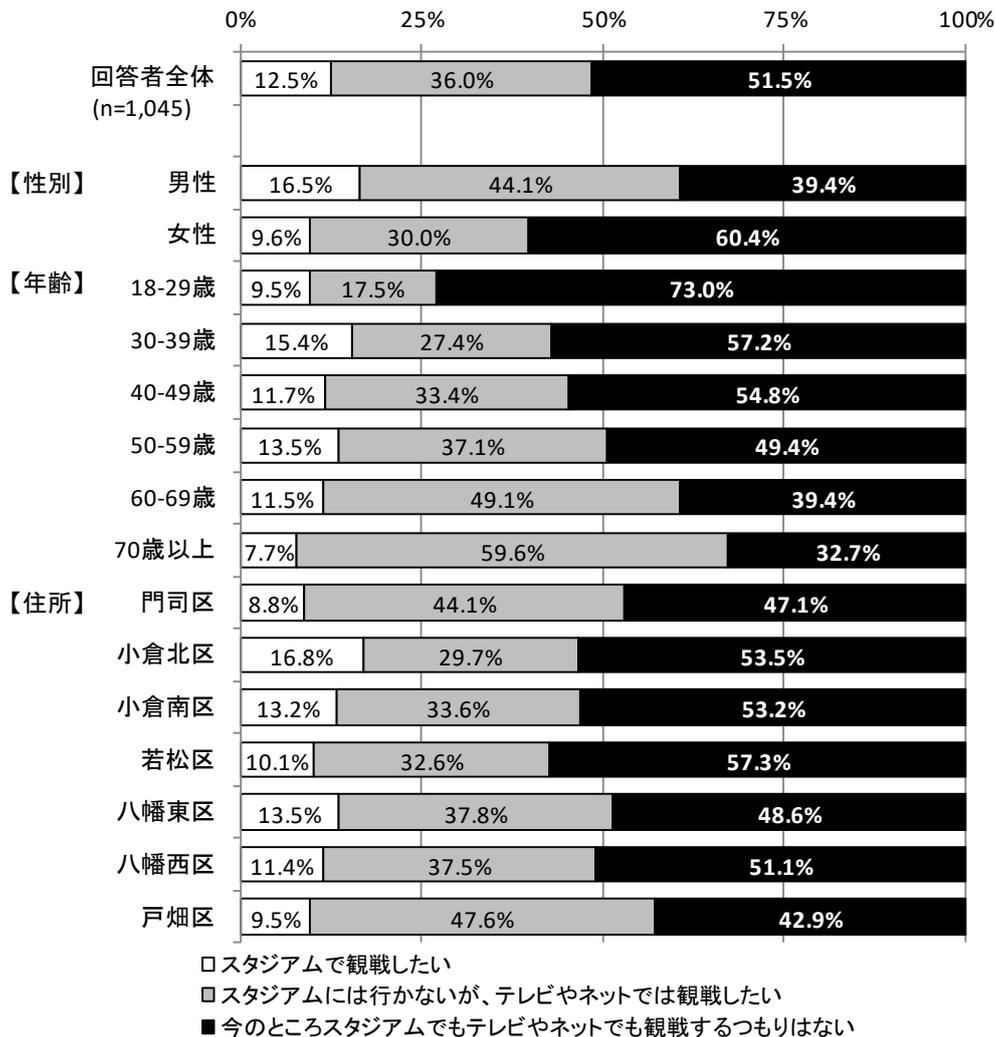
② ラグビーワールドカップ 2019 日本大会の観戦意向

※ 全回答者が対象の設問

あなたは、「ラグビーワールドカップ 2019 日本大会」の試合を観戦したいと思いますか。試合は全国 12 会場で行われ、九州では福岡市、熊本市、大分市にあるスタジアムでも試合があります。最もあてはまる気持ちを一つ選んでください。(回答は 1 つ)

1. スタジアムで観戦したい
2. スタジアムには行かないが、テレビやネットでは観戦したい
3. 今のところスタジアムでもテレビやネットでも観戦するつもりはない

2019 年調査で初めて質問する項目である。北九州市内にはラグビーワールドカップ 2019 日本大会の試合会場はないことを記しているが、12.5%が「スタジアムで観戦したい」と回答している。観戦意欲のある市民は少なくないと言えよう。一方、「今のところスタジアムでもテレビやネットでも観戦するつもりはない」とする回答者は 51.5%にのぼっていることを踏まえると、「スタジアムには行かないが、テレビやネットでは観戦したい」とする市民を増やすことが課題と言えよう。なお、3③で記したとおり、回答者のうちラグビー経験者（クラブでの競技およびマネージャー等として。）は 2.6%であり、非ラグビー経験者の中にも「スタジアムで観戦したい」という意向が広がっている。



③ 北九州市でラグビー・ウェールズ代表がキャンプすることの認知度

※ 全回答者が対象の設問

あなたは、「ラグビーワールドカップ 2019 日本大会」の開催に際し、北九州市でウェールズ(※)代表がキャンプ(合宿)を行うことをご存知ですか。(回答は1つ)

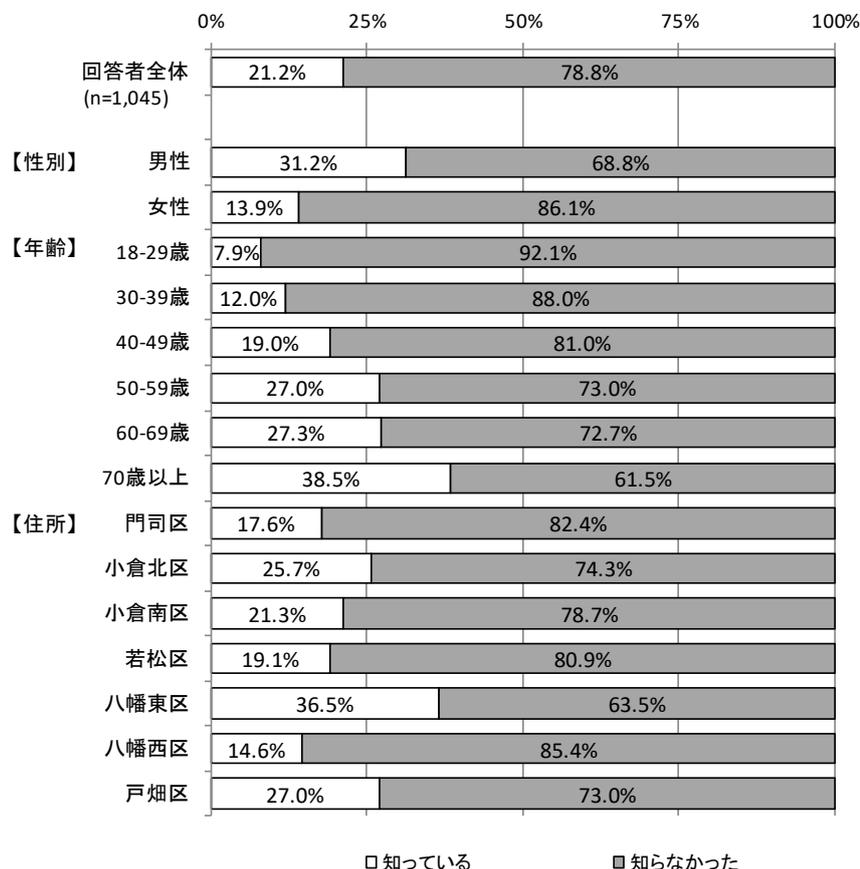
※ イングランドやスコットランドなどと並び、イギリスを構成する地域の一つ。

1. 知っている
2. 知らなかった

2019年調査で初めて質問する項目である。北九州市はウェールズの事前キャンプおよび公認キャンプ地となっており、2018年度においてもウェールズと北九州の交流プログラムが展開され、ウェールズラグビー協会の要人らが複数回にわたり北九州を訪れて「わっしょい百万夏まつり」でパレードを行ったり、スタジアムや商店街で市民と交流する等の活動を行っている。

回答者全体でみると、ウェールズ代表が北九州市でキャンプを行うことを「知っている」回答者は21.2%となっている。属性別にみると、男女で大きな差があり、また若い世代での認知度が低い状況にある。居住地区によってもバラツキがみられ、八幡西区での認知度が低い。

北九州市や、官民連携組織の北九州市大規模国際大会等誘致委員会が主体となり、消防車両等にウェールズのステッカーを貼ったり、市政だよりやSNS等を活用するなどして情報発信も行ってきておりウェールズ代表のキャンプ地としての認知度は高まってきていると思われるが、今後、2019年9月に向けて一層のPRを推進していくことが求められる。



④ 北九州市へ国際スポーツ大会等が開催されることへの意識

※ 全回答者が対象の設問

あなたは、北九州市のスタジアムや体育館などで、様々な国際的なスポーツ大会が開催されたり、外国選手団がキャンプを行ったりすることについてどのようにお考えになりますか。最もあてはまる気持ちを一つ選んでください。(回答は1つ)

1. 大いに必要である
2. ある程度必要である
3. どちらとも言えない
4. あまり必要ではない
5. 全く必要ではない

2019年調査で初めて質問する項目である。北九州市では国際スポーツ大会推進室を設置して国際スポーツ大会や外国選手団のキャンプの誘致を積極的に進めている。2018年度に限っても、次ページの表のような多彩な取組が行われている。

回答者全体でみると、「大いに必要である」17.5%、「ある程度必要である」36.0%であり、必要性を認める回答が53.5%となっている。「あまり必要ではない」「全く必要ではない」とする回答は16%程度であり、取組に対して多くの市民から理解を得られていると言えよう。属性別にみると、性別では女性の方が肯定的な回答が多い。年齢別では、年齢が高いほど肯定的な回答が多い。

誘致の意義等について、引き続き広報等を行っていくことが必要と考えられる。

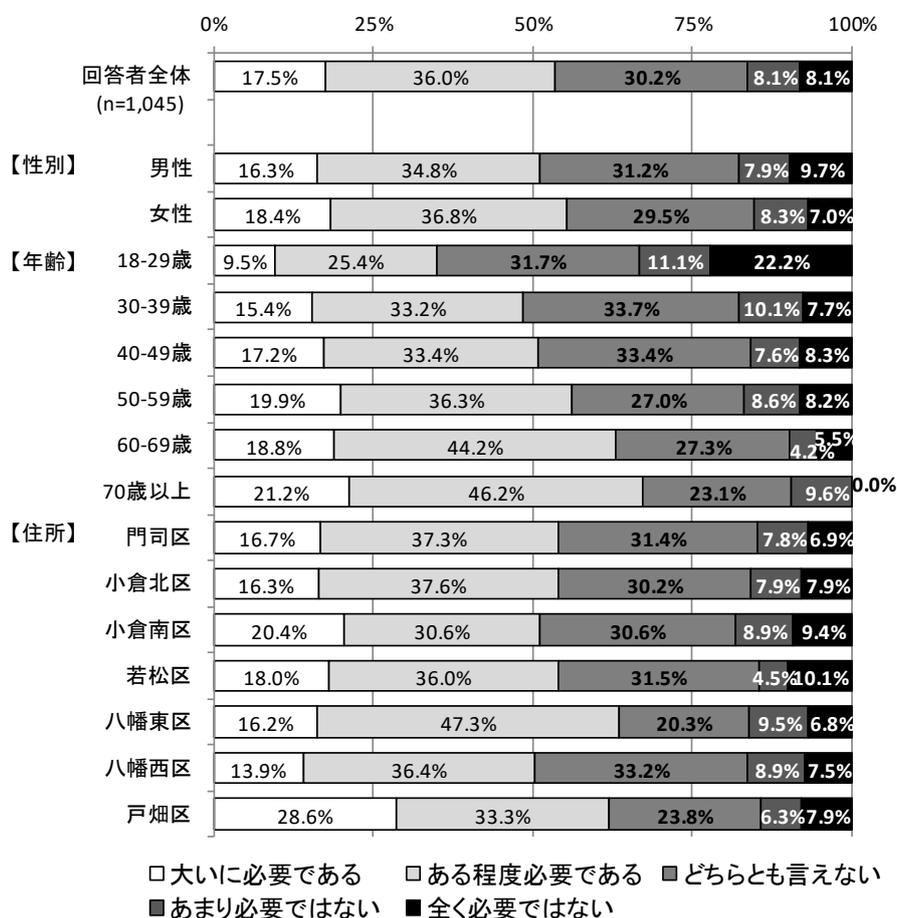


表 北九州市における2018年度の国際スポーツ大会等の開催状況

国際スポーツ大会	<ul style="list-style-type: none"> ・HSBC ワールドラグビー女子セブンズ 2017-2018 第3戦北九州大会 ・2018 ITTF ワールドツアー LION 卓球ジャパンオープン 荻村杯 ・北九州 2018 ワールドパラパワーリフティング アジアオセアニアオープン選手権 ・第15回北九州チャンピオンズカップ 国際車いすバスケットボール大会 ・フェドカップ by BNP パリバ 2019 ワールドグループ 2部 1回戦 ・KITAKYUSHU OPEN 2019 国際車いすテニストーナメント 2019 北九州
トレーニングキャンプ 関連	<ul style="list-style-type: none"> ・タイ王国卓球協会ユース選手トレーニング ・男子サッカー ベネズエラ代表トレーニング ・韓国レスリング ナショナルチームトレーニングキャンプ ・東京 2020 パラリンピックに関し、英国ウィルチェアーラグビー連盟と覚書締結
交流および機運醸成	<ul style="list-style-type: none"> ・ラグビーウェールズ交流プログラム in 北九州 ・タウンミーティング「国際スポーツ大会等の誘致の推進について」開催 ・北九州マラソンへのタイ王国マラソンランナー招へい など

(出典) 北九州市大規模国際大会等誘致委員会資料

(4) 北九州市や福岡県内で開催される「みるスポーツ」に対する競技・リーグ別意識について

① 各競技の国内リーグ戦への関心

※ 全回答者が対象の設問

あなたは、北九州市や福岡県内で試合が開催される以下のスポーツのリーグ戦の観戦について、どのようにお考えですか。それぞれ最もあてはまる気持ちを一つ選んでください。

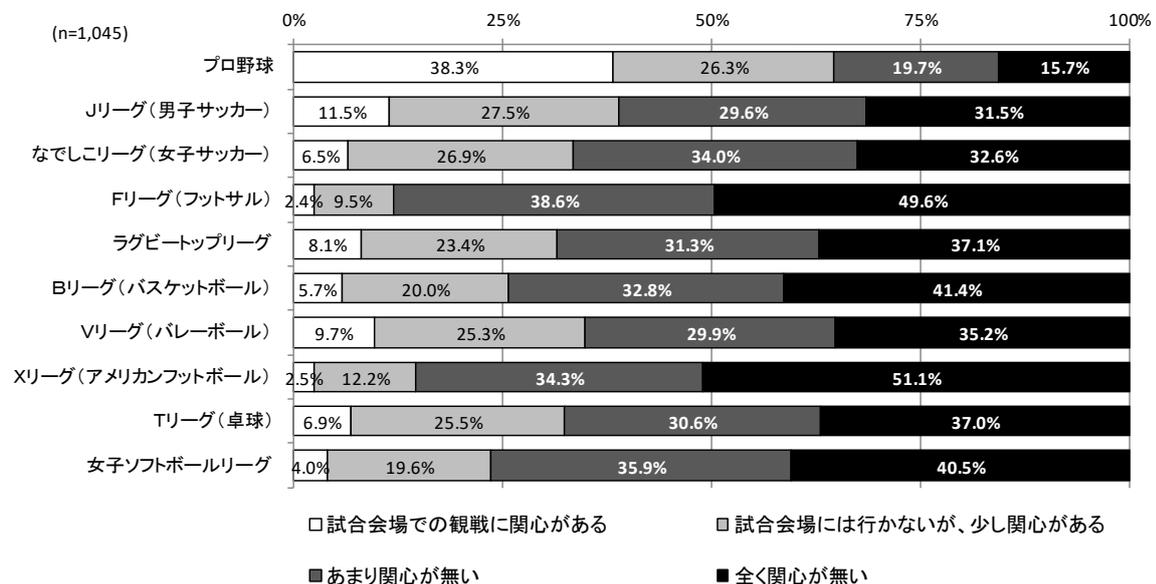
[対象競技]

プロ野球、Jリーグ(男子サッカー)、なでしこリーグ(女子サッカー)、Fリーグ(フットサル)、ラグビートップリーグ、Bリーグ(バスケットボール)、Vリーグ(バレーボール)、Xリーグ(アメリカンフットボール)、Tリーグ(卓球)、女子ソフトボールリーグ

[選択肢] ※上記の各競技につき、以下の選択肢の中から一つずつ選択

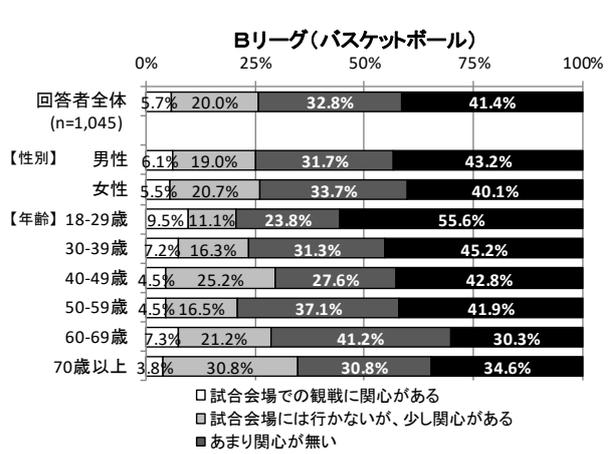
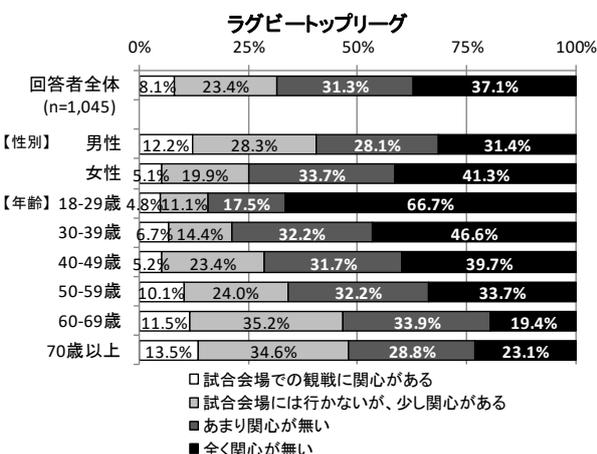
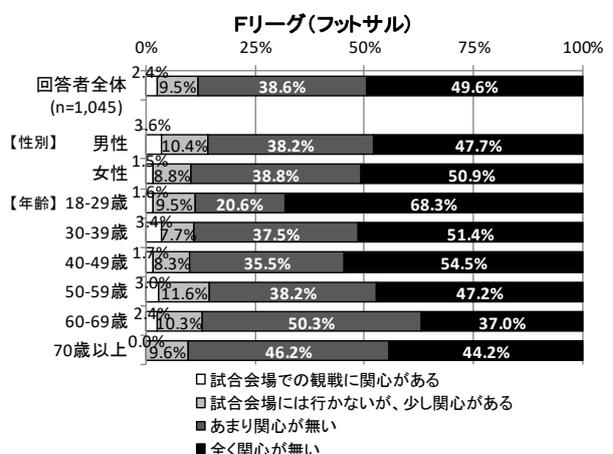
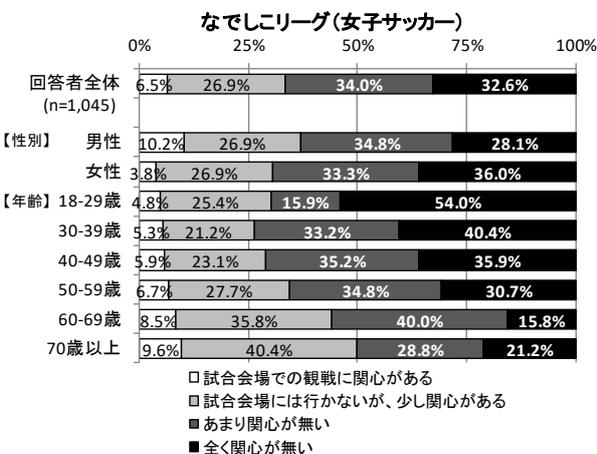
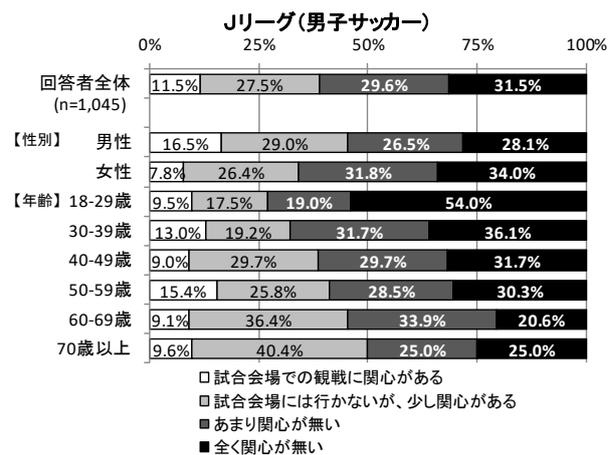
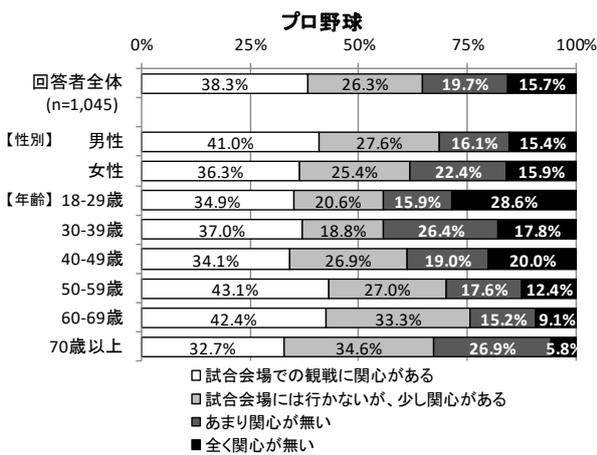
1. 試合会場での観戦に関心がある
2. 試合会場には行かないが、少し関心がある
3. あまり関心が無い
4. 全く関心が無い

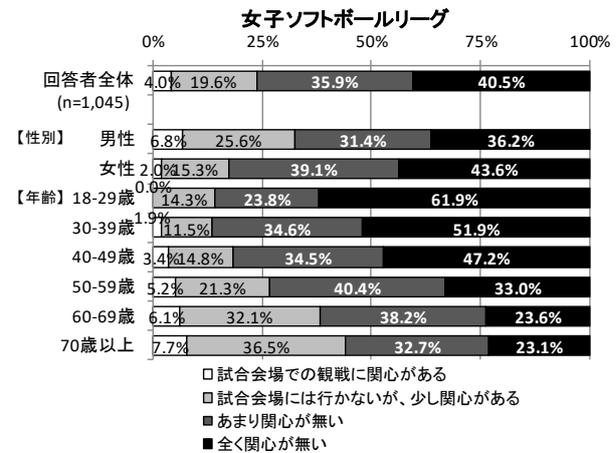
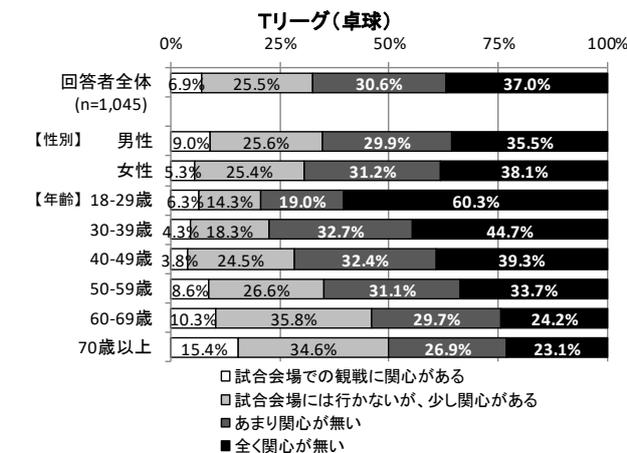
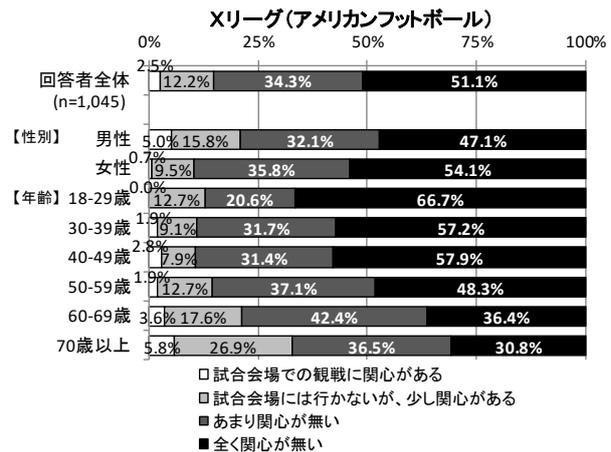
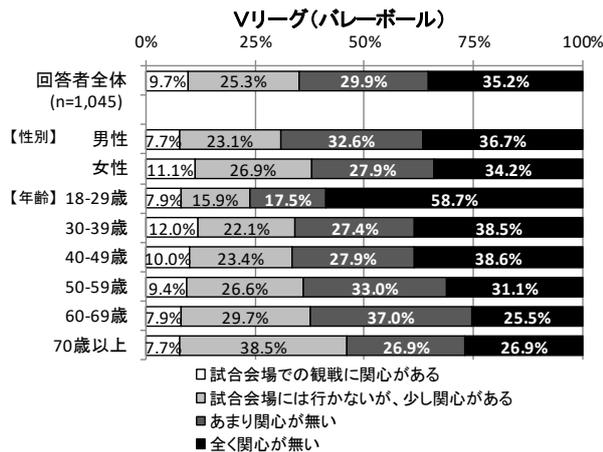
2019年調査で初めて質問する項目である。回答者全体について各競技別にみると、「試合会場での観戦に関心がある」についてはプロ野球が特に多く、次いでJリーグ、Vリーグ、ラグビー



トップリーグ、Tリーグ、なでしこリーグ等となっている。「試合会場には行かないが、少し関心がある」についても概ね同様の傾向となっている。Fリーグ、Xリーグ、女子ソフトボールリーグについては「あまり関心が無い」と「全く関心が無い」とする回答の合計が75%を上回っており、関心が低い状況にある。

これを、競技別・基本属性別に「試合会場での観戦に関心がある」に着目してみると、プロ野球は性別・年齢を問わず関心が高い市民が多く、Jリーグは男性で関心が高い。なでしこリーグ、ラグビートップリーグ、Tリーグ、女子ソフトボールリーグは年齢が高いほど関心が高い。Bリーグは18-20歳で関心が高い。Fリーグ、Xリーグは全般的に関心が低い傾向となっている。





なお、基本属性別に「試合会場での観戦に関心がある」の比率の高い順に並べ替えると下表のようになる。

男性		女性	
プロ野球	41.0%	プロ野球	36.3%
Jリーグ(男子サッカー)	16.5%	Vリーグ(バレーボール)	11.1%
ラグビートップリーグ	12.2%	Jリーグ(男子サッカー)	7.8%
なでしこリーグ(女子サッカー)	10.2%	Bリーグ(バスケットボール)	5.5%
Tリーグ(卓球)	9.0%	Tリーグ(卓球)	5.3%
Vリーグ(バレーボール)	7.7%	ラグビートップリーグ	5.1%
女子ソフトボールリーグ	6.8%	なでしこリーグ(女子サッカー)	3.8%
Bリーグ(バスケットボール)	6.1%	女子ソフトボールリーグ	2.0%
Xリーグ(アメリカンフットボール)	5.0%	Fリーグ(フットサル)	1.5%
Fリーグ(フットサル)	3.6%	Xリーグ(アメリカンフットボール)	0.7%

18-29歳		30-39歳		40-49歳	
プロ野球	34.9%	プロ野球	37.0%	プロ野球	34.1%
Jリーグ(男子サッカー)	9.5%	Jリーグ(男子サッカー)	13.0%	Vリーグ(バレーボール)	10.0%
Bリーグ(バスケットボール)	9.5%	Vリーグ(バレーボール)	12.0%	Jリーグ(男子サッカー)	9.0%
Vリーグ(バレーボール)	7.9%	Bリーグ(バスケットボール)	7.2%	なでしこリーグ(女子サッカー)	5.9%
Tリーグ(卓球)	6.3%	ラグビートップリーグ	6.7%	ラグビートップリーグ	5.2%
なでしこリーグ(女子サッカー)	4.8%	なでしこリーグ(女子サッカー)	5.3%	Bリーグ(バスケットボール)	4.5%
ラグビートップリーグ	4.8%	Tリーグ(卓球)	4.3%	Tリーグ(卓球)	3.8%
Fリーグ(フットサル)	1.6%	Fリーグ(フットサル)	3.4%	女子ソフトボールリーグ	3.4%
Xリーグ(アメリカンフットボール)	0.0%	Xリーグ(アメリカンフットボール)	1.9%	Xリーグ(アメリカンフットボール)	2.8%
女子ソフトボールリーグ	0.0%	女子ソフトボールリーグ	1.9%	Fリーグ(フットサル)	1.7%

50-59歳		60-69歳		70歳以上	
プロ野球	43.1%	プロ野球	42.4%	プロ野球	32.7%
Jリーグ(男子サッカー)	15.4%	ラグビートップリーグ	11.5%	Tリーグ(卓球)	15.4%
ラグビートップリーグ	10.1%	Tリーグ(卓球)	10.3%	ラグビートップリーグ	13.5%
Vリーグ(バレーボール)	9.4%	Jリーグ(男子サッカー)	9.1%	Jリーグ(男子サッカー)	9.6%
Tリーグ(卓球)	8.6%	なでしこリーグ(女子サッカー)	8.5%	なでしこリーグ(女子サッカー)	9.6%
なでしこリーグ(女子サッカー)	6.7%	Vリーグ(バレーボール)	7.9%	Vリーグ(バレーボール)	7.7%
女子ソフトボールリーグ	5.2%	Bリーグ(バスケットボール)	7.3%	女子ソフトボールリーグ	7.7%
Bリーグ(バスケットボール)	4.5%	女子ソフトボールリーグ	6.1%	Xリーグ(アメリカンフットボール)	5.8%
Fリーグ(フットサル)	3.0%	Xリーグ(アメリカンフットボール)	3.6%	Bリーグ(バスケットボール)	3.8%
Xリーグ(アメリカンフットボール)	1.9%	Fリーグ(フットサル)	2.4%	Fリーグ(フットサル)	0.0%

② 各競技の国内リーグ戦への関心

※ 全回答者が対象の設問

あなたは、北九州市や周辺で活動している、以下のチームやクラブについて御存知ですか。それぞれ一つ選んでください。

[対象チーム、クラブ]

福岡ソフトバンクホークス（プロ野球）、ギラヴァンツ北九州（Jリーグ）、ボルクバレット北九州（Fリーグ）、ドルソーレ北九州（ビーチサッカー）、宗像サニックスブルース（ラグビー）、コカ・コーラレッドスパークス（ラグビー）、ライジングゼファーフクオカ（Bリーグ）、タカギ北九州ウォーターウェーブ（女子ソフトボール）

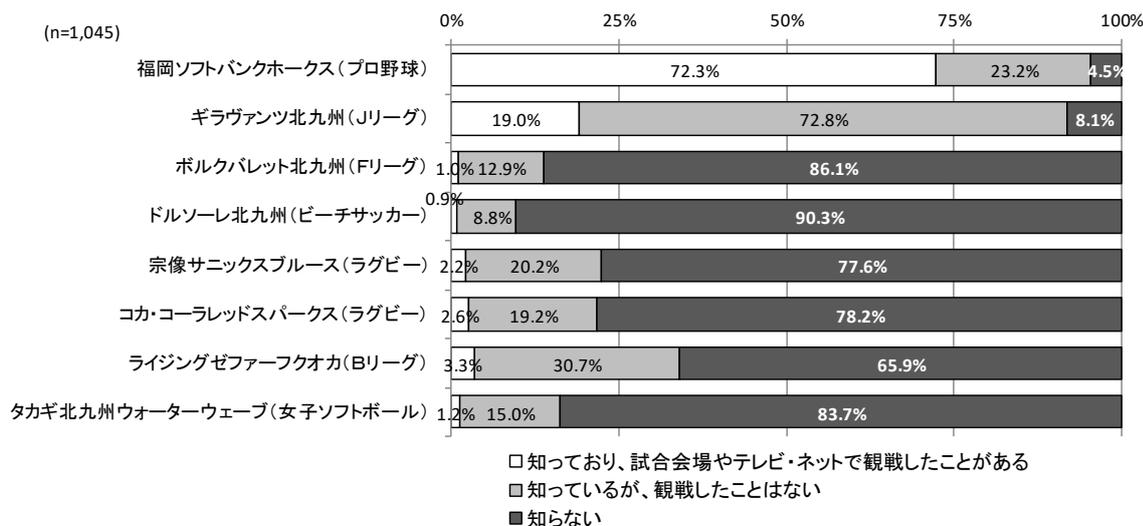
[選択肢] ※上記の各競技につき、以下の選択肢の中から一つずつ選択

1. 知っており、試合会場やテレビ・ネットで観戦したことがある
2. 知っているが、観戦したことはない
3. 知らない

2019年調査で初めて質問する項目である。回答者全体について各チーム・クラブ別にみると、「知っており、試合会場やテレビ・ネットで観戦したことがある」については福岡ソフトバンクホークス（プロ野球）が72.3%で突出して多く、次いでギラヴァンツ北九州（Jリーグ）の19.0%となっている。他のクラブについては「知っており、試合会場やテレビ・ネットで観戦したことがある」は5%未満となっている。

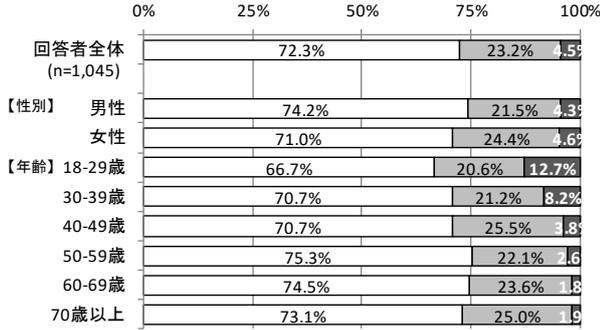
ライジングゼファーフクオカ（Bリーグ）については、「知っているが、観戦したことはない」が30.7%となっており、知名度は比較的高い。ラグビートップリーグの2チームも「知っているが、観戦したことはない」が20%前後となっている。

2018年からFリーグ（フットサル）に参入したボルクバレット北九州については、北九州市内での試合開催数も少ないこともあり、現状で「知っている」とする回答が10%強となっていることについては、むしろ知名度は低くないと評価できよう。



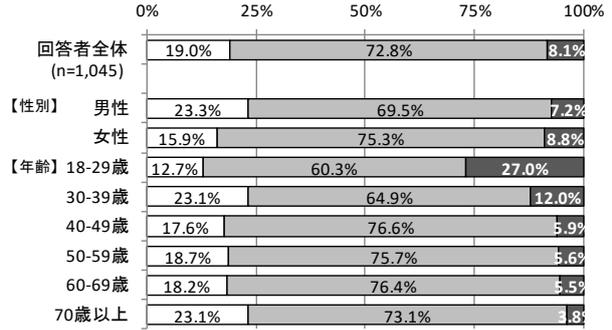
チーム・クラブ別、基本属性別にみると以下のようなになる。ラグビートップリーグの2チームとライジングゼファーフクオカ（Bリーグ）については、年齢別に関心度合いの差が比較的大きい。ラグビートップリーグは若い世代への関心喚起が課題と言える。

福岡ソフトバンクホークス(プロ野球)



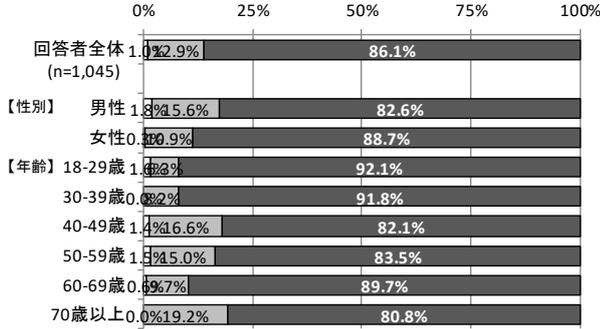
□ 知っており、試合会場やテレビ・ネットで観戦したことがある
 □ 知っているが、観戦したことはない
 ■ 知らない

ギラヴァンツ北九州(Jリーグ)



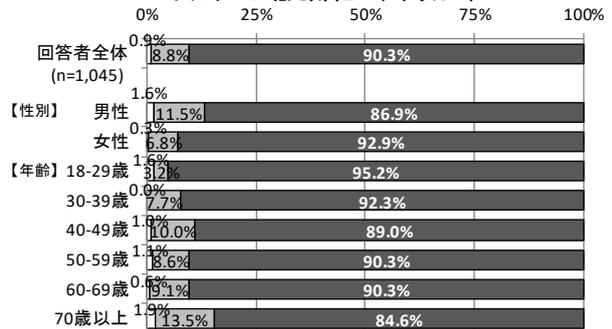
□ 知っており、試合会場やテレビ・ネットで観戦したことがある
 □ 知っているが、観戦したことはない
 ■ 知らない

ボルクバレット北九州(フリーグ)



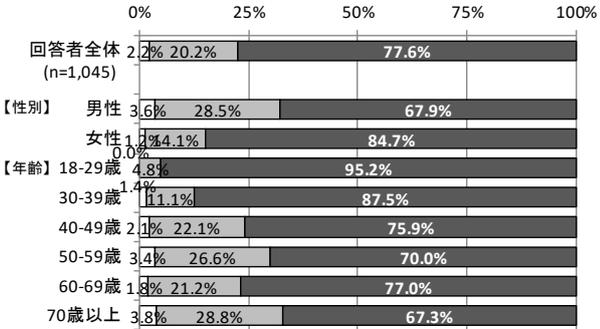
□ 知っており、試合会場やテレビ・ネットで観戦したことがある
 □ 知っているが、観戦したことはない
 ■ 知らない

ドルソーレ北九州(ビーチサッカー)



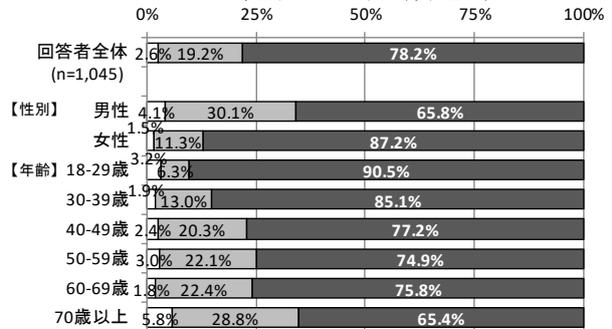
□ 知っており、試合会場やテレビ・ネットで観戦したことがある
 □ 知っているが、観戦したことはない
 ■ 知らない

宗像サニックスブルース(ラグビー)



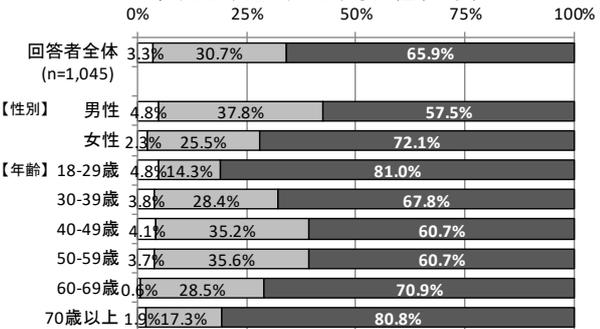
□ 知っており、試合会場やテレビ・ネットで観戦したことがある
 □ 知っているが、観戦したことはない
 ■ 知らない

コカ・コーラレッドスパークス(ラグビー)



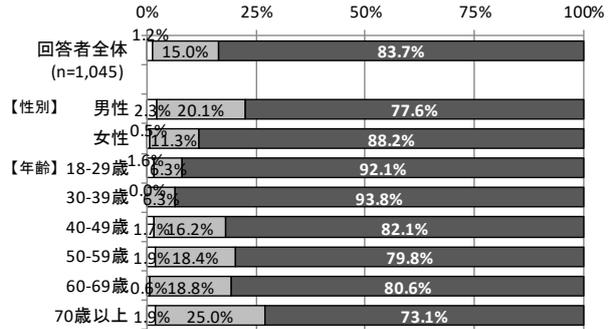
□ 知っており、試合会場やテレビ・ネットで観戦したことがある
 □ 知っているが、観戦したことはない
 ■ 知らない

ライジングゼファーフクオカ(Bリーグ)



□ 知っており、試合会場やテレビ・ネットで観戦したことがある
 □ 知っているが、観戦したことはない
 ■ 知らない

タカギ北九州ウォーターウェーブ(女子ソフトボール)



□ 知っており、試合会場やテレビ・ネットで観戦したことがある
 □ 知っているが、観戦したことはない
 ■ 知らない

(5) 公共施設マネジメント（スポーツ施設）について

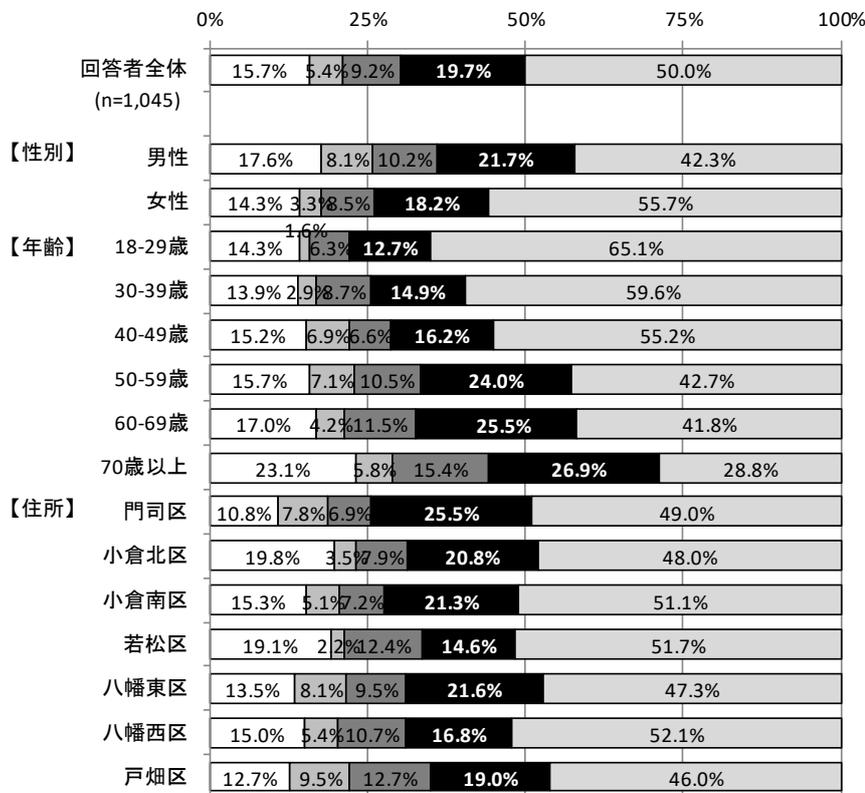
※ 全回答者が対象の設問

北九州市は「北九州市公共施設マネジメント実行計画」を策定し、市全体の公共施設の総量抑制、施設の維持管理・運営方針の見直しなど、公共施設に関する将来的な財政負担を軽減するための公共施設マネジメントを積極的に進め、市のにぎわいづくりや活性化にも留意しつつ、施設ニーズを見据えて公共施設を再構築する取り組みを進めています。スポーツ施設に関しては、今後40年間で約14%の延床面積を削減する計画となっています。こうした方向性について、どのようにお感じになりますか。最もあてはまる気持ちを一つ選んでください。（回答は1つ）

1. 計画どおりにスポーツ施設の延床面積の削減等を進めるべき
2. 計画以上に、もっとスポーツ施設の延床面積の削減等を進めるべき
3. 計画よりも緩やかにスポーツ施設の延床面積の削減等を進めるべき
4. スポーツ施設の延床面積の削減等を進めるべきではない
5. わからない、関心が無い

2019年調査で初めて質問する項目である。北九州市が2016年2月に策定した「北九州市公共施設マネジメント実行計画」に基づくスポーツ施設の計画につき、延床面積の削減に焦点をあてて、計画推進の可否について尋ねた。

回答者全体でみると、「わからない、関心が無い」が50.0%となっており、関心の低さがうかがわれる。残りの50%の中をみると、「スポーツ施設の延床面積の削減等を進めるべきではない」と「計画どおりにスポーツ施設の延床面積の削減等を進めるべき」の間に大きな差はないものの、「削減等を進めるべきではない」がやや多くなっている。基本属性別にみると、年齢が高いほど関心も高まり、また「削減等を進めるべきではない」が多くなる傾向が顕著である。居住地区別では、門司区において「削減等を進めるべきではない」が多くなっている点が特徴的である。



- 計画どおりにスポーツ施設の延床面積の削減等を進めるべき
- 計画以上に、もっとスポーツ施設の延床面積の削減等を進めるべき
- 計画よりも緩やかにスポーツ施設の延床面積の削減等を進めるべき
- スポーツ施設の延床面積の削減等を進めるべきではない
- わからない、関心が無い

5. おわりに

本稿では 2019 年 3 月に実施した「ギラヴァンツ北九州、ミクニワールドスタジアム北九州、および北九州市における国際スポーツ大会等に関する北九州市民意識調査」によって得た集計データについて、過去の一連の調査との経年比較を行いながら整理した。

本稿では集計データの単純な提示に留まっているが、ここで得たデータをもとに、今後、現状分析や課題考察、また課題解決に向けた政策検討などを行うこととする。また、今後も継続的に市民意識調査を実施するなどして、北九州市の「スポーツをいかした地域活性化」に関する研究や地域貢献活動を行っていく予定である。

注

- 1) 本研究の目的は、筆者の実施した過去の一連の調査研究と共通したものであるため、本稿全般にわたり、南（2016）、南（2017）、南（2018）の記述をもとに 2018 年度の状況を踏まえて加筆修正を行っている。
- 2) 南（2018）に記したように、2016 年 3 月調査で「ギラヴァンツ北九州」を応援するとした回答が大幅に増加している要因としては、北九州市若松区出身の著名サッカー選手の本山雅志選手が 2016 年シーズンから加入して市民からの期待感が高まり報道量も増えたこと、及びミクニワールドスタジアム北九州の建設が進み 2016 年秋には J 1 昇格に必要なライセンスを付与されることが確実視され期待感が高まったことが考えられる。
- 3) ラグビーワールドカップ 2019 公式 Web サイト「ラグビーワールドカップ 2019TM 日本大会 認知度調査を実施 大会認知度の全国平均は 68.3% 前回から 12%上昇」による。
< <https://www.rugbyworldcup.com/news/370889/?lang=ja> >

参考文献

- 1) 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
- 2) 南博（2012）「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『2011 年度におけるギラヴァンツ北九州に関する調査研究』、pp. 11-21
- 3) 南博（2013）「2013 年シーズン当初のギラヴァンツ北九州に対する市民意識調査速報」北九州市立大学都市政策研究所『北九州における「集客」の現状と課題～ギラヴァンツ北九州、B-1 グランプリ in 北九州～』、pp.29-38
- 4) 南博（2015）「2015 年シーズン開幕直前のギラヴァンツ北九州に対する市民意識」、北九州市立大学都市政策研究所『北九州における集客イベントの効果と展望』、pp.59-67
- 5) 南博（2016）「2016 年シーズン開幕直後のギラヴァンツ北九州に対する市民意識」、北九州市立大学都市政策研究所『北九州における集客イベントの効果と展望（2）』、pp.19-28
- 6) 南博（2017）「2017 年シーズン開幕直後のギラヴァンツ北九州および北九州スタジアムに対する市民意識調査の集計データ（速報）」北九州市立大学地域戦略研究所『北九州における集客イベントの効果と展望（3）』、pp.45-59
- 7) 南博（2018）「2018 年シーズン開幕直後のギラヴァンツ北九州およびミクニワールドスタジアム北九州に対する市民意識調査の集計データ」、北九州市立大学地域戦略研究所『北九州における集客イベントの効果と展望（4）』、pp.23-49

「北九州マラソン2018」開催に伴う経済波及効果の推計結果¹

北九州市立大学 地域戦略研究所 教授 南 博

1. 経済波及効果推計の枠組み

(1) 経済波及効果とは

- 一般的に、経済波及効果とは、あるイベントや事業等が行われたことをきっかけとして、その影響（原材料の調達や、結果として生じた雇用者所得増による消費活動など）が次々と他の経済活動にも及んでいく（生産を誘発する等）効果を指す。
- 本報告は、2018年2月18日（日）に開催された「北九州マラソン2018」が、北九州市内および全国の経済にどれだけの影響があったのか、経済波及効果額を推計したものである。なお、当該大会は、北九州マラソンとしては5回目となる開催であった。

(2) 推計対象とする経済活動

- 推計対象は、「北九州マラソン2018」開催に伴う直接的な経済活動（直接効果）と、直接効果に伴う間接効果（波及効果）とする。実際に行われたと推計される経済活動を対象とし、「(仮想される) 広告効果」等については推計対象に含んでいない。
- 推計対象とする経済活動を図表1に示す。直接効果と波及効果の合計が、経済波及効果額となる。なお、これらは第1回大会となった「北九州マラソン2014」の経済波及効果の推計対象と基本的に同じであり、根拠となるアンケート調査等も基本的に同様である。

図表1 「北九州マラソン2018」の経済波及効果推計で対象とする経済活動

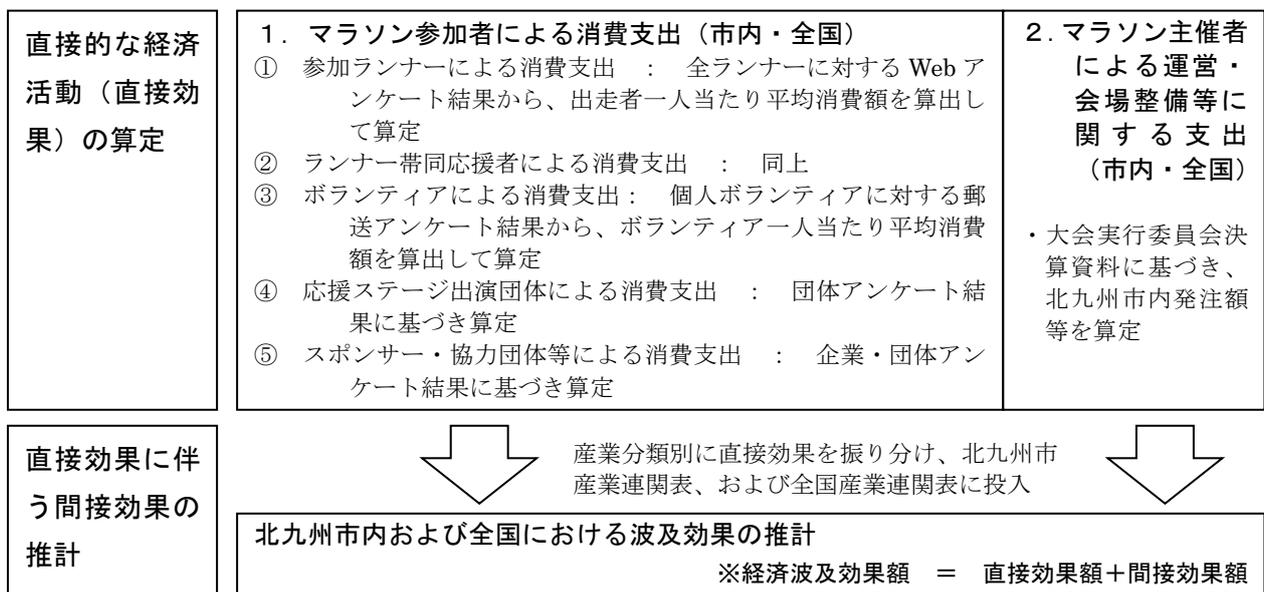
区分	大項目	小項目	概要
北九州マラソン2018開催に伴う直接的な経済活動（直接効果）	1. マラソン参加者による消費支出	① 参加ランナーによる消費支出	ウェア・シューズ新規購入費、交通費、宿泊費、飲食費、北九州マラソングッズ・各種おみやげ購入費、日用品（カイロ・雨具等）・医薬品等購入費、その他
		② ランナー帯同応援者による消費支出	応援グッズ作成・購入費、交通費、宿泊費、飲食費、北九州マラソングッズ・各種おみやげ購入費、日用品（カイロ・雨具等）・医薬品等購入費、その他
		③ ボランティアによる消費支出	交通費、飲食費、日用品（カイロ・雨具等）・医薬品等購入費、その他
		④ 応援ステージ出演団体による消費支出	応援グッズ作成・購入費、交通費、飲食費等
		⑤ スポンサー・協力団体等による消費支出	協賛金を除く、マラソン関連支出
	※ 一般の沿道観戦者による消費支出	※ 今回の推計では対象外。ただし27万人による消費額は相応のものが見込まれる。	
	2. マラソン主催者による運営・会場整備等に関する支出	大会運営費、事務局経費における産業分類別細目	広報・イベント費、安全対策費、運営関係費、エントリー・記録関係費、その他事務局経費などについて、産業分類及び発注先別（北九州市内・市外）で分類
直接効果に伴う北九州市内および全国での間接効果（波及効果）	1. 一次波及	直接効果に要する原材料等の生産等の生産の誘発	
	2. 二次波及	直接効果と一次波及効果によって生じた雇用者所得が消費にまわされることによって生じる生産の誘発。北九州市への波及効果の推計に際しては、「北九州市産業連関表（平成23年表）」を使用。全国推計については総務省提供の分析ツールを利用して推計。	

¹ 本ペーパーは本学と北九州市の共同研究である。また、論文ではなく報告書形式で記述している。

(3) 推計手法

- 参加者（ランナー等）アンケート等をもとに実態に可能な限り基づいた直接効果の算定を行ったうえで、経済波及効果の一般的な算出方法である「産業連関表」を用いた手法によって波及効果を推計する。
- 波及効果のうち、北九州市における効果については、北九州市が 2017 年に公表した「北九州市産業連関表（平成 23 年表）」（現在使用できる最新の産業連関表）37 部門分類を活用する。全国における効果については、総務省統計局「平成 23 年産業連関表（37 部門別）」をもとに総務省が提供している分析ツールを活用する。
 ※「北九州マラソン 2014」推計時は「北九州市産業連関表（平成 17 年表）」を使用。
- 推計の流れを図表 2 に示す。

図表 2 「北九州マラソン 2018」経済波及効果推計の流れ



(4) ランナー等に対するアンケート調査の実施概要

- ランナーアンケート（帯同応援者アンケート兼ねる） [大会の約 2 ヶ月後に実施]
 - ・対象：北九州マラソン 2018 出走者（フルマラソン、ペアリレー、ファンラン）のうち、「RUNNET」登録者
 - ・実施期間：Web 平成 30（2018）年 4 月 13 日～同 25 日
 - ・有効回収：1,793（送付数：10,840）
- ボランティアアンケート [大会の約 2 ヶ月後に実施]
 - ・対象：北九州マラソン 2018 のボランティアの一部
 - ・実施期間：郵送 平成 30（2018）年 4 月 27 日～5 月 31 日
 - ・有効回収：1,079（送付数：3,470）
- 応援ステージ出演団体アンケート [大会の約 2 ヶ月後に実施]
 - ・対象：応援ステージ出演団体の一部
 - ・実施期間：郵送 平成 30（2018）年 4 月 27 日～5 月 31 日
 - ・有効回収：13（送付数：34）
- スポンサー・協力団体アンケート [大会の約 2 ヶ月後に実施]
 - ・対象：スポンサー・協力団体の一部
 - ・実施期間：郵送 平成 30（2018）年 4 月 27 日～5 月 31 日
 - ・有効回収：28（送付数：53）

2. 直接的な経済活動（直接効果）の算定結果

(1) マラソン参加者による消費支出（市内・全国）

○ 参加者（ランナー等）アンケートをもとにした、直接効果額の算定根拠を図表3に示す。

図表3 「北九州マラソン2018」のマラソン参加者による消費支出（直接効果額）の算定根拠

項目	算定根拠	推計に使用する平均消費額			
		北九州市内	北九州市以外	全国	
1. マラソン参加者による消費支出	① 参加ランナーによる消費支出	ウェア・シューズ新規購入費	¥6,312	¥5,649	¥11,961
		交通費（バックツアアの場合は宿泊費含む総額）	¥3,704	¥6,358	¥10,062
		宿泊費	¥3,001	¥874	¥3,875
		飲食費（大会後の”打ち上げ”を含む）	¥4,506	¥1,431	¥5,937
		北九州マラソングッズ・各種おみやげ購入費	¥2,148	¥632	¥2,780
		日用品（カイロ・雨具等）・医薬品等購入費	¥1,189	¥601	¥1,790
		その他の関連費用	¥1,198	¥612	¥1,810
	※参考	(合計)	¥22,058	¥16,157	¥38,215
	② ランナー帯同応援者による消費支出	応援グッズ作成・購入費	¥362	¥106	¥468
		交通費（バックツアアの場合は宿泊費含む総額）	¥783	¥731	¥1,514
		宿泊費	¥539	¥165	¥704
		飲食費（大会後の”打ち上げ”を含む）	¥1,646	¥330	¥1,976
		北九州マラソングッズ・各種おみやげ購入費	¥417	¥143	¥560
		日用品（カイロ・雨具等）・医薬品等購入費	¥218	¥62	¥280
		その他の関連費用	¥461	¥145	¥606
	※参考	(合計)	¥4,426	¥1,682	¥6,108
	③ ボランティアによる消費支出	交通費	¥836	¥265	¥1,101
		飲食費（大会後の”打ち上げ”を含む）	¥1,383	¥252	¥1,635
		日用品（カイロ・雨具等）・医薬品等購入費	¥561	¥153	¥714
その他の関連費用		¥392	¥129	¥521	
※参考	(合計)	¥3,172	¥799	¥3,971	
④ 応援ステージ出演団体による消費支出	応援グッズの作成・購入費	¥2,308	¥2,654	¥4,962	
	交通費（メンバー計）	¥12,477	¥7,655	¥20,132	
	飲食費（メンバー計）	¥6,508	¥865	¥7,373	
	マラソングッズ購入費	¥0	¥0	¥0	
	その他、関連経費	¥1,615	¥0	¥1,615	
※参考	(合計)	¥22,908	¥11,174	¥34,082	
⑤ スポンサー・協力団体等による消費支出（協賛金等除く）	ランナー等に提供する物品・サービスの準備・調達費用	¥68,925	¥37,668	¥106,593	
	その他、北九州マラソン開催に伴う企業・団体としての支出	¥861,736	¥88,825	¥950,561	
	※参考	(合計)	¥930,661	¥126,493	¥1,057,154

○ 図表3をもとに算出した、北九州マラソン2018のマラソン参加者等による消費支出（直接効果額）は、北九州市内4億1900万円、全国6億5400万円となる（図表4）。

※参考 北九州マラソン2014：北九州市内4億3300万円、全国6億6500万円

図表4 「北九州マラソン2018」のマラソン参加者による消費支出（直接効果額）

項目		直接効果額		
		北九州市内	全国	
1. マラソン参加者による消費支出	① 参加ランナーによる消費支出	ウェア・シューズ新規購入費	¥78,123,624	¥148,041,297
		交通費（バックツアーの場合は宿泊費含む総額）	¥45,844,408	¥124,537,374
		宿泊費	¥37,143,377	¥47,960,875
		飲食費（大会後の”打ち上げ”を含む）	¥55,770,762	¥73,482,249
		北九州マラソングッズ・各種おみやげ購入費	¥26,585,796	¥34,408,060
		日用品（カイロ・雨具等）・医薬品等購入費	¥14,716,253	¥22,154,830
		その他の関連費用	¥14,827,646	¥22,402,370
		小計	¥273,011,866	¥472,987,055
	② ランナー帯同応援者による消費支出	応援グッズ作成・購入費	¥4,480,474	¥5,792,436
		交通費（バックツアーの場合は宿泊費含む総額）	¥9,691,191	¥18,738,778
		宿泊費	¥6,671,203	¥8,713,408
		飲食費（大会後の”打ち上げ”を含む）	¥20,372,542	¥24,456,952
		北九州マラソングッズ・各種おみやげ購入費	¥5,161,209	¥6,931,120
		日用品（カイロ・雨具等）・医薬品等購入費	¥2,698,186	¥3,465,560
		その他の関連費用	¥5,705,797	¥7,500,462
		小計	¥54,780,602	¥75,598,716
	③ ボランティアによる消費支出	交通費	¥4,241,864	¥5,586,474
		飲食費（大会後の”打ち上げ”を含む）	¥7,017,342	¥8,295,990
		日用品（カイロ・雨具等）・医薬品等購入費	¥2,846,514	¥3,622,836
		その他の関連費用	¥1,989,008	¥2,643,554
		小計	¥16,094,728	¥20,148,854
	④ 応援ステージ出演団体による消費支出	応援グッズの作成・購入費	¥80,780	¥173,670
		交通費（メンバー計）	¥436,695	¥704,620
		飲食費（メンバー計）	¥227,780	¥258,055
		マラソングッズ購入費	¥0	¥0
その他、関連経費		¥56,525	¥56,525	
小計		¥801,780	¥1,192,870	
⑤ スポンサー・協力団体等による消費支出（協賛金等除く）	ランナー等に提供する物品・サービスの準備・調達費用	¥5,514,000	¥8,527,440	
	その他、北九州マラソン開催に伴う企業・団体としての支出	¥68,938,880	¥76,044,880	
	小計	¥74,452,880	¥84,572,320	
合計（十万円の位を四捨五入）		¥419,000,000	¥654,000,000	

(2) マラソン主催者による運営・会場整備等に関する支出（市内・全国）

- 大会実行委員会の所有するデータに基づき、大会運営および事務局経費に関する諸項目について、産業分類、および調達・発注先が北九州市内かどうかによって大まかに分類を行った結果を図表5に示す。

図表5 「北九州マラソン2018」主催者による運営・会場整備等に関する支出一覧

項目	費目	北九州市内	市外	全国
2. マラソン主催者による 運営・会場 整備等に関する支出	建設	¥29,050,000		¥29,050,000
	金融・保険	¥4,900,000		¥4,900,000
	運輸・郵便	¥22,098,000		¥22,098,000
	公務	¥13,620,000		¥13,620,000
	その他の非営利団体サービス	¥16,171,000	¥16,171,000	¥32,342,000
	対事業所サービス	¥168,954,000	¥13,545,000	¥182,499,000
	対個人サービス	¥7,900,000	¥33,934,000	¥41,834,000
	合計	¥262,693,000	¥63,650,000	¥326,343,000

- 北九州マラソン2018の主催者による運営・会場整備等に関する支出（直接効果額）は、概ね北九州市内2億6300万円、全国3億2600万円と設定する。

※参考 北九州マラソン2014：北九州市内2億3000万円、全国3億500万円

(3) 直接的な経済活動（直接効果）の算定結果のまとめ

- 以上の結果をまとめると、北九州マラソン2018による直接効果額（推計額）は、北九州市内6億8200万円、全国9億8000万円となる（図表6）。

※参考 北九州マラソン2014：北九州市内6億6300万円、全国9億7000万円

図表6 「北九州マラソン2018」による直接的な経済活動（直接効果）の算定結果

項目	直接効果推計額(百万円)		(参考)北九州マラソン2014	
	北九州市内	全国	北九州市内	全国
1 マラソン参加者・応援者等による消費支出	419	654	433	665
2 マラソン主催者による運営・会場整備等に関する支出	263	326	230	305
合計	682	980	663	970

3. 直接効果に伴う間接効果の推計、および総合的な経済波及効果額の推計結果

(1) 北九州市への間接効果額、および総合的な経済波及効果額の推計

- 2. で求めた北九州市内への直接効果額（マラソン参加者による消費支出、マラソン主催者による運営・会場整備等に関する支出）について、費目の性質に応じて37産業部門別に振り分け、「北九州市産業連関表 平成23年表」37部門表を用いて北九州市内における経済波及効果（二次波及効果まで）を計算した。
- その結果、北九州マラソン2018による北九州市への経済波及効果額は約10億3000万円と推計できる（図表7）。

※参考 北九州マラソン2014： 約10億5300万円

図表7 「北九州マラソン2018」による北九州市への経済波及効果額の算定結果

項 目	①	②	③=①+②
	北九州市内 直接効果 (百万円)	北九州市内 波及効果 (百万円)	北九州市内 経済波及効 果額 (百万円)
1 マラソン参加者による消費支出	419	212	631
2 マラソン主催者による運営・会場整備等に関する支出	263	136	399
合計	682	348	1,030

【参考】 「北九州マラソン2014」による北九州市への経済波及効果額の算定結果

項 目	①	②	③=①+②
	北九州市内 直接効果 (百万円)	北九州市内 波及効果 (百万円)	北九州市内 経済波及効 果額 (百万円)
1 マラソン参加者による消費支出	433	254	687
2 マラソン主催者による運営・会場整備等に関する支出	230	136	366
合計	663	390	1,053

(2) 全国への間接効果額、および総合的な経済波及効果額の推計

- 2. で求めた全国（北九州市内を含む。）への直接効果額（マラソン参加者による消費支出、マラソン主催者による運営・会場整備等に関する支出）について、費目の性質に応じて37産業部門別に振り分け、総務省統計局「平成23年産業連関表（37部門別）」をもとに総務省統計局が提供している分析ツールを用いて全国における経済波及効果を計算した。
 - その結果、北九州マラソン2018による全国への経済波及効果額（北九州市内への波及効果額を内包。）は約15億5100万円と推計できる（図表8）。
- ※参考 北九州マラソン2014： 約17億7400万円

図表8 「北九州マラソン2018」による全国への経済波及効果額の算定結果

項目	①	②	③=①+②
	全国 直接効果 (百万円)	全国 波及効果 (百万円)	全国経済波 及効果額 (百万円)
1 マラソン参加者による消費支出	654	356	1,010
2 マラソン主催者による運営・会場整備等に関する支出	326	215	541
合計	980	571	1,551

【参考】 「北九州マラソン2014」による全国への経済波及効果額の算定結果

項目	①	②	③=①+②
	全国 直接効果 (百万円)	全国 波及効果 (百万円)	全国経済波 及効果額 (百万円)
1 マラソン参加者による消費支出	665	569	1,234
2 マラソン主催者による運営・会場整備等に関する支出	305	235	540
合計	970	804	1,774

4. まとめと考察

- 「北九州マラソン 2018」による北九州市への経済波及効果額は約 10 億 3000 万円、全国への経済波及効果額は約 15 億 5100 万円と推計される（図表 9）。なお、この推計結果には約 27 万人の沿道応援者の大半による消費支出は含んでおらず（注：支出実態の把握が困難なため）、これらを含んだ経済波及効果は、より一層大きなものであったものと推測できる。

図表 9 北九州マラソン 2018 による経済波及効果額の推計総括

範囲		直接効果 (百万円)	波及効果 (百万円)	経済波及効果額 (百万円)
	北九州市	682	348	1,030
	全国	980	571	1,551

【参考】 5 年前の北九州マラソン 2014 による経済波及効果額の推計総括

範囲		直接効果 (百万円)	波及効果 (百万円)	経済波及効果額 (百万円)
	北九州市	663	390	1,053
	全国	970	804	1,774

- マラソン開催の効果は、経済面以外の面（シティプロモーション推進、地域への愛着・一体感の増進、市民の健康増進など）において多大なものがあり、大きな開催効果があると考えられる。経済面の効果はマラソン開催効果において副次的なものではあると考えられるが、本推計の結果、上述のように大きな経済波及効果があることが明らかとなった。
- 経済波及効果はアンケート調査等に基づく推計値であり、ある程度の幅をもって評価することが妥当であり、北九州マラソン 2018 と、5 年前の北九州マラソン 2014 を比較した場合、北九州市内での経済波及効果は同程度と見なすことができる。一方、推計値が 2018 の方が若干減少している要因として以下の点が挙げられる。
 - ① 北九州市内でのランナー一人あたりのウェア・シューズ新規購入費が、「¥9,499」から「¥6,312」へと大幅に減少していること。5 回目を迎えるにあたり、特に北九州市在住のランナーによるマラソン用品の新規購入が減ることはやむを得ない。
 - ② 北九州市内でのランナー一人あたり帯同応援者平均消費額が、各費目合計で「¥1,655」減少していること。帯同応援者のいるランナーは 2014 は 55.9%だったが 2018 は 47.7%に減少しており、回を重ねて何度も参加するランナーについて帯同応援者が減少しているものと推察できる。
- 波及効果の推計に際して使用する産業連関表は北九州マラソン 2018 では平成 23 年表、北九州マラソン 2014 では平成 17 年表を用いている。そのため、波及効果部分の推計結果については（直接効果との比率等）については違いが生じている。

北九州市立大学 地域戦略研究所
2018年度 地域課題研究

北九州における集客イベントの効果と展望
(5)

2019年3月31日発行

発行 公立大学法人 北九州市立大学
地域戦略研究所
〒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 chiikiken@kitakyu-u.ac.jp
