

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～

南 博

はじめに

ギラヴァンツ北九州の集客状況

2013 年ギラヴァンツ北九州スタジアム観戦者調査の分析

集客状況の課題改善に向けた考察

おわりに

< 要旨 >

本研究では、南(2013a)、南(2012)、南(2011)を継続する形で、集客が低迷した 2013 年シーズンにおけるプロサッカークラブ・ギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者の実態および意識等をアンケート調査によって把握し、基礎的な分析を通じて集客増に向けた課題整理および改善方策の考察を行った。

< 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)

はじめに

1. 研究の背景と目的

2010 年に Jリーグに加盟したギラヴァンツ北九州は観戦者(入場者)数が伸び悩み、2013 年シーズンの主催試合(21 試合)の観戦者数は平均 3,175 人/試合、総数 66,665 人となり、Jリーグ 40 クラブ中最も少なかった。

ギラヴァンツ北九州の 2013 年時点の本拠地である北九州市立本城陸上競技場は「見るスポーツ」の場としては魅力度が低く¹⁾、そのことが観戦者数が伸び悩む一つの大きな要因と推測できる。北九州市は JR 小倉駅新幹線口付近への新スタジアム整備を 2013 年度に決定して整備に係る PFI 事業の入札公告を行い、2017 年から供用開始予定としている。しかしながら、新スタジアムへギラヴァンツ北九州が本拠地を移すだけで観戦者が大幅に増えるものではないと考えられる。Jクラブ最下位に低迷する観戦者数を 2014 年シーズンから増加させていくことは、プロスポーツクラブの経営上も、新スタジアムの有効活用および整備効果の発揮という都市政策上も、極めて重要な課題と言えよう。

観戦者数の増加策を検討するにあたっては多角的な検討が必要であるが、基礎データの一つとして現在のスタジアム観戦者の実態や意識を把握することは重要である。そのため本研究は、集客が低迷した 2013 年の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い、今後の観戦者増加策に向けた一つの視座を得ることを目的とする。

2. 研究方法

南 (2013a)、南 (2012)、南 (2011) と同様に、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、公益社団法人日本プロサッカーリーグ (Jリーグ) が全 Jクラブを対象に毎年行う「スタジアム観戦者調査」の 2013 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。

公益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、日本プロサッカーリーグ (2013) で公開されているため、本研究では共通設問については主要なものみに言及し、北九州の独自設問を中心に集計・考察を行う。

本研究はギラヴァンツ北九州に特化して観戦者の実態や意識等を把握することに独自性があるが、集客低迷期におけるプロスポーツクラブの観戦者の状況および課題を示す事例として、プロスポーツに関する研究の蓄積へ貢献するものと位置づける。なお、過去のギラヴァンツ北九州スタジアム観戦者調査に関する論文との比較を考慮し、集計・分析の形式の一部については南 (2013a) 等と類似させている。

ギラヴァンツ北九州の集客状況

1. 観戦者数の経年変化

観戦者調査の分析・考察の前に、ギラヴァンツ北九州の集客状況について概観する。

2008 年にアマチュアの全国リーグの最高峰である日本フットボールリーグ (JFL) にニューウェーブ北九州 (ギラヴァンツ北九州の前身) が加盟して以降の、主催試合 (2009 年以降は北九州市立本城陸上競技場で開催) の観戦者数の推移を図 1 に示す。プロスポーツの試合の特性上、対戦相手によって観戦者数は大きく異なっているが、Jリーグ加盟後の 2010 年以降も増加傾向にはないことが明らかである。なお、Jリーグ加盟要件の一つである平均観戦者数を達成するため、JFL 時代の 2009 年には市内企業等による組織的動員が行われ、3 試合において 7,683 ~ 9,856 人の観戦者を記録している。しかし Jリーグ加盟後の最高は 2012 年のアビスパ福岡戦の 7,637 人に止まり、2012 年以降は 5,000 人を超える試合が減少する一方、1,000 人台、2,000 人台の試合が増加している。

年間の平均入場者数は Jリーグ加盟後に減少を続けている。1999 年に J2 が発足 (Jリーグそのものは 1993 年開幕) して以降、ギラヴァンツ北九州は 20 クラブ目の J2 加入ク

ラブであるが、加入後4年目までに3年連続で平均入場者数が前年を下回ったのはギラヴァンツ北九州のみであり、他クラブと比較し集客が低迷している。なお、九州内でギラヴァンツ北九州より後にJ2加入したクラブとして2013年のV・ファーレン長崎が存在するが、同クラブは加盟初年度の平均入場者数6,167人/試合を記録し、ギラヴァンツ北九州を大きく上回っている。

2010年以降のJ2の集客下位6クラブを年別に抽出した結果を表1に示す。ギラヴァンツ北九州は2013年に最下位になり、J2平均の半分以下の観戦者数となっており、集客増に向けた立て直しが急務となっている。

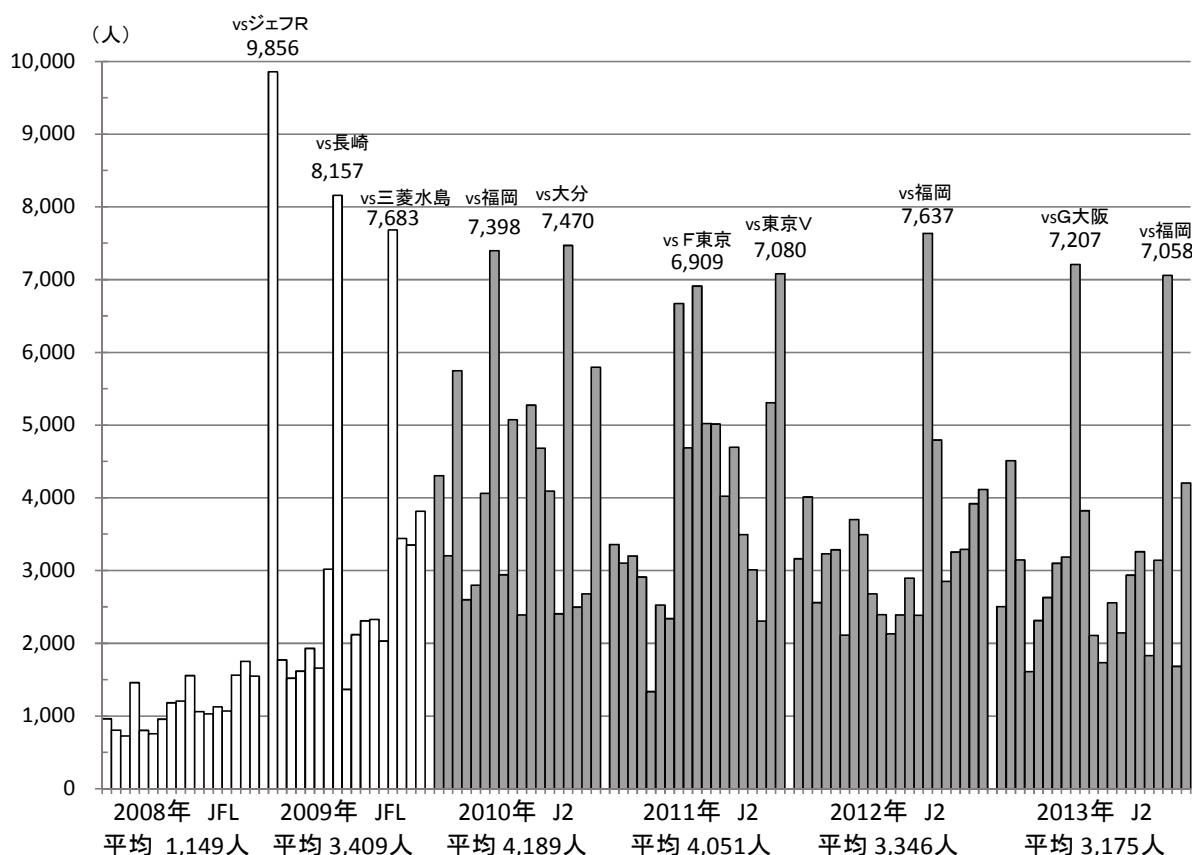


図1 ギラヴァンツ北九州の主催試合入場者数の推移（JFL加盟の2008年以降）

表1 2010年以降のJ2集客下位6クラブ（主催試合一試合平均入場者数（人））

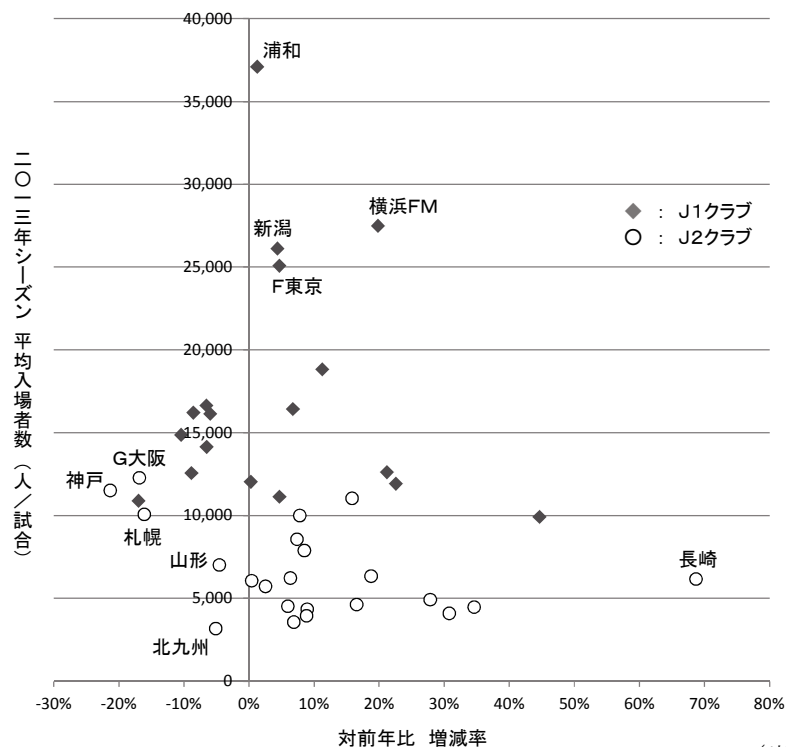
2010年(19クラブ)		2011年(20クラブ)		2012年(22クラブ)		2013年(22クラブ)	
※J2平均	6,696	※J2平均	6,423	※J2平均	5,805	※J2平均	6,665
草津	4,424	北九州	4,051	愛媛	3,629	富山	4,474
愛媛	4,386	鳥取	3,692	町田	3,627	鳥取	4,348
北九州	4,189	愛媛	3,475	北九州	3,346	徳島	4,097
栃木	4,157	水戸	3,349	草津	3,341	愛媛	3,950
水戸	3,608	富山	3,275	富山	3,324	群馬	3,571
岐阜	3,108	草津	3,211	鳥取	3,133	北九州	3,175

2. 2013年シーズンにおける観戦者数の主な状況

2013年シーズンにおいてJ2全体の平均観戦者数は2012年と比較し大幅に増加しているが(表1)、これは高い知名度を持つガンバ大阪がJ2に降格してきた影響が大きいと考えられる。2013年のガンバ大阪のアウェイ試合(対戦相手の本拠地で開催)の平均観戦者数は13,821人にのぼる。しかしながら、北九州市立本城陸上競技場で開催されたギラヴァンツ北九州 vs ガンバ大阪の観戦者数は7,207人であり、ガンバ大阪のアウェイ試合で最少であった。本城陸上競技場は実質的に1万人以上の入場が困難という物理的問題や、対戦時にガンバ大阪に在籍している日本代表選手2名が来場しなかった³⁾影響も考えられるが、ギラヴァンツ北九州はガンバ大阪との対戦効果を十分活用できたとは言えない。

2013年シーズンにおいて主催試合の平均観戦者数が3,000人台に止まるのはギラヴァンツ北九州、ザスパクサツ群馬、愛媛FCの3クラブのみである(表1)。対前年比増減率で見ると、J2で2013年の平均入場者数が2012年よりも減少したのはJ1から降格してきた3クラブ(ガンバ大阪、ヴィッセル神戸、コンサドーレ札幌)を除くと、ギラヴァンツ北九州とモンテディオ山形の2クラブのみである(図2)。ギラヴァンツは平均入場者数が少ないうえに減少傾向という厳しい状況にある。

2013年シーズンは悪天候の試合は少なく、観戦者の減少はクラブの集客関連活動や地域に根ざしたホームタウン活動が不十分であった可能性、また、スタジアムの魅力不足、市民のギラヴァンツ北九州への関心低下⁴⁾などが要因となっている可能性が指摘できる。



(出典) 南 (2014)

図2 Jリーグ40クラブの2013年シーズン平均入場者数、対前年増減率

Ⅲ 2013年ギラヴァンツ北九州スタジアム観戦者調査の分析

1. スタジアム観戦者調査の実施概要等

(1) 実施概要

調査は2013年9月22日(日)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 ファジアーノ岡山」のキックオフ前に、同競技場の観客席において実施した。実施概要を表2、観客席のゾーン(席種)別回収状況の詳細を表3に示す。

調査にあたっては、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。調査方法は、対象ゾーンにアウェイC席を含まなかった点以外は、2012年、2011年調査と同様である。観戦者数に対する有効回答比率は13.4%である。

表2 調査実施概要

調査日時	2013年9月22日(日) 11:00~13:00(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	2013 J2リーグ第34節 ギラヴァンツ北九州 対 ファジアーノ岡山 ホーム: ギラヴァンツ北九州 試合開始時間: 13:03 入場(観戦)者数: 3,143人 天候: 晴 気温: 29.6℃
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のうち、アウェイC席を除くゾーン。
配布回収概要	配布数430、有効回収数422(有効回収率98.1%) ※観戦者の13.4%相当

表3 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	430	29	6.9%	
	A		217	51.4%	
バックスタンド	B		138	32.7%	
	C		ホーム(北九州)側	38	9.0%
			アウェイ(岡山)側	調査対象外	—
不明(試合後に入場口等で回収)			—	—	—
合計		430	422(回収率98.1%)	100.0%	

(2) 本研究の分析対象となる回答者について

有効回収数422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287サンプル(68.0%)であった(図3)5)。

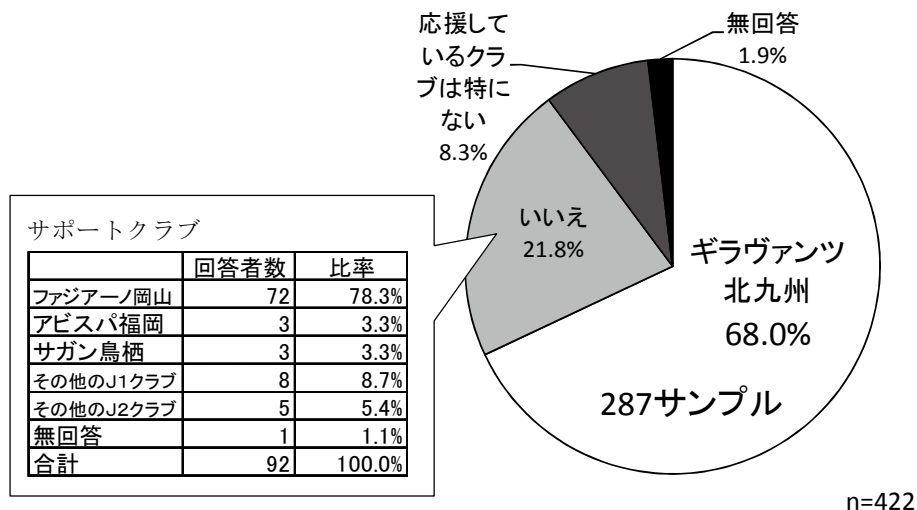


図3 応援するJクラブ（全有効回答対象）

本研究は、南（2013a）等と同様、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域による支援策の今後のあり方の検討に資する基礎的な分析を行う視点を有している。そのため、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、アウェイを応援する観戦者は試合ごとに大きく人数・属性等が変化する。そのため、本研究ではギラヴァンツ北九州応援者（287 サンプル）を対象とした分析を行うことを基本とする。ただし設問によってはアウェイ観戦者等も対象に分析を行う。

なお、本研究の一部は公益社団法人日本プロサッカーリーグ（2013）の分析と同一のデータを用いている。本研究では有効回答の中で無回答の設問があった場合は「無回答」として集計に含めて処理する等、データ処理方法に公益社団法人日本プロサッカーリーグ（2013）と若干の違いがあるため、集計結果の数値はわずかに異なっている。ただし、分析・考察に際して影響を与える差異はない。

(3) 回答者の基本属性

ギラヴァンツ北九州応援者 287 サンプルの回答者（11 歳以上の観戦者を対象）について性別・年齢を見たものを表4に示す。男性が多く、男女とも30～50歳代が多い。単純平均年齢を算出すると、男性は平均42.5歳（2012年調査44.0歳）、女性は平均45.4歳（2011年調査43.2歳）、男女計の平均43.5歳（2011年調査43.7歳）であった。Jリーグ加盟後の2010年以降、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にある。

表4 ギラヴァンツ応援者の性別・年齢

		性別		
		合計	男性	女性
年齢別	合計	287	189	98
		100%	65.9%	34.1%
	10歳代	14	13	1
		4.9%	4.5%	0.3%
	20歳代	30	19	11
		10.5%	6.6%	3.8%
	30歳代	75	49	26
		26.1%	17.1%	9.1%
	40歳代	74	53	21
		25.8%	18.5%	7.3%
50歳代	54	33	21	
	18.8%	11.5%	7.3%	
60歳代	30	18	12	
	10.5%	6.3%	4.2%	
70歳以上	7	4	3	
	2.4%	1.4%	1.0%	
無回答	3	0	3	
	1.0%	0.0%	1.0%	

また、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、過去の調査と同様、70%超が北九州市に居住している。市内では八幡西区、若松区の居住者が多い。競技場に近い場所の方が、より多くの観戦者が集まる傾向が見られる。なお、山口県など他県から来場するギラヴァンツ北九州応援者もいる。

性別・年齢・居住者という回答者の主たる基本属性の2013年調査の結果は、過去の調査と概ね同様の傾向となっており、観戦者数減少に伴う顕著な変化等は把握できない。

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		210	73.2%	5	5.4%	26	60.5%	241	57.1%
	門司区	16	5.6%	0	0.0%	2	4.7%	18	4.3%
	小倉北区	25	8.7%	1	1.1%	2	4.7%	28	6.6%
	小倉南区	25	8.7%	0	0.0%	1	2.3%	26	6.2%
	若松区	36	12.5%	1	1.1%	6	14.0%	43	10.2%
	八幡東区	11	3.8%	1	1.1%	1	2.3%	13	3.1%
	八幡西区	72	25.1%	2	2.2%	5	11.6%	79	18.7%
	戸畑区	13	4.5%	0	0.0%	3	7.0%	16	3.8%
※区不明	12	4.2%	0	0.0%	6	14.0%	18	4.3%	
中遠	中間市	4	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	4	0.9%
	遠賀郡芦屋町	1	0.3%	0	0.0%	1	2.3%	2	0.5%
	遠賀郡遠賀町	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
	遠賀郡水巻町	6	2.1%	0	0.0%	1	2.3%	7	1.7%
	遠賀郡岡垣町	5	1.7%	0	0.0%	1	2.3%	6	1.4%
	遠賀郡(町不明)	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
京築	行橋市	9	3.1%	0	0.0%	0	0.0%	9	2.1%
	豊前市	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	京都郡苅田町	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
	京都郡みやこ町	2	0.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.5%
	築上郡	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
筑豊	直方市	0	0.0%	0	0.0%	3	7.0%	3	0.7%
	飯塚市	1	0.3%	0	0.0%	3	7.0%	4	0.9%
	田川市	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
	宮若市	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%
	他の市郡	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
宗像	宗像市	5	1.7%	0	0.0%	2	4.7%	7	1.7%
	福津市	3	1.0%	0	0.0%	1	2.3%	4	0.9%
福岡都市圏 (宗像以外)	福岡市	8	2.8%	2	2.2%	1	2.3%	11	2.6%
	筑紫野市	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
	糟屋郡篠栗町	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%
	糟屋郡志免町	3	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.7%
その他福岡県(筑後地方)	0	0.0%	2	2.2%	0	0.0%	2	0.5%	
山口県	下関市	8	2.8%	0	0.0%	0	0.0%	8	1.9%
	山陽小野田市	3	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.7%
	その他	0	0.0%	1	1.1%	0	0.0%	1	0.2%
北海道・東北	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
関東地方	2	0.7%	4	4.3%	0	0.0%	6	1.4%	
東海地方	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
北信越地方	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
近畿地方	1	0.3%	1	1.1%	1	2.3%	3	0.7%	
中四国地方(山口除く)	3	1.0%	71	77.2%	2	4.7%	76	18.0%	
九州地方(福岡除く)	4	1.4%	6	6.5%	1	2.3%	11	2.6%	
無回答	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%	
合計		287	100.0%	92	100.0%	43	100.0%	422	100.0%

なお、ギラヴァンツ北九州応援者の部活動やクラブ・サークルなどでのサッカーの実施経験の状況を図4に示す。サッカーを「したことはない」回答者が67.9%となっており、サッカーを現在行っている回答者は5.6%にとどまっている。

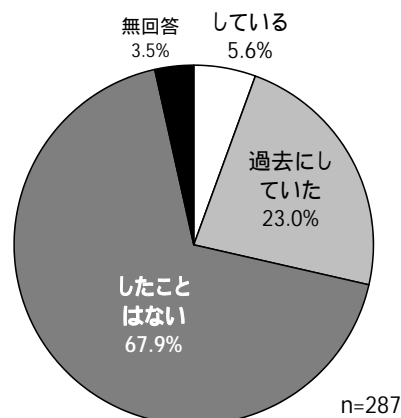


図4 部活動等でのサッカー経験

2. スタジアム観戦者の意識・特性

(1) ギラヴァンツ北九州の応援年数

ギラヴァンツ北九州を応援し始めて4年目の回答者が最も多く、約70%がJリーグ加盟後(4年以内)に応援を始めている(表6)。

応援年数1年目とする回答者は、Jリーグに加盟した2010年調査では39.8%と高い比率となっており、2011年調査でも28.9%を占めていたが、2012年調査では17.7%に減少し2013年調査では16.7%に減少している。新規のファン・サポーターの獲得は、毎年鈍化している傾向が見られる。

表6 ギラヴァンツ北九州の応援年数

	回答者数	比率	[参考] 北九州の所属リーグ
1年目	48	16.7%	69.3% Jリーグ
2年目	49	17.1%	
3年目	44	15.3%	
4年目	58	20.2%	
5年目	29	10.1%	16.7% JFL
6年目	19	6.6%	
7年目以上	32	11.1%	11.1% 九州リーグ
無回答	8	2.8%	
合計	287	100.0%	

(2) ギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦状況

2012年(調査前年)におけるギラヴァンツ北九州の試合の観戦数など

ギラヴァンツ北九州応援者について、ホーム試合(北九州市内で開催)とアウェイ試合(対戦相手の本拠地等で開催)別の2012年シーズン(Jリーグ加盟3年目。各21試合)のスタジアム観戦試合数を見ると、ホーム試合については、前年に「0試合」とする回答者が最も多い一方、「20試合」「21試合」とする回答者も多くなっている(図5)。なお、

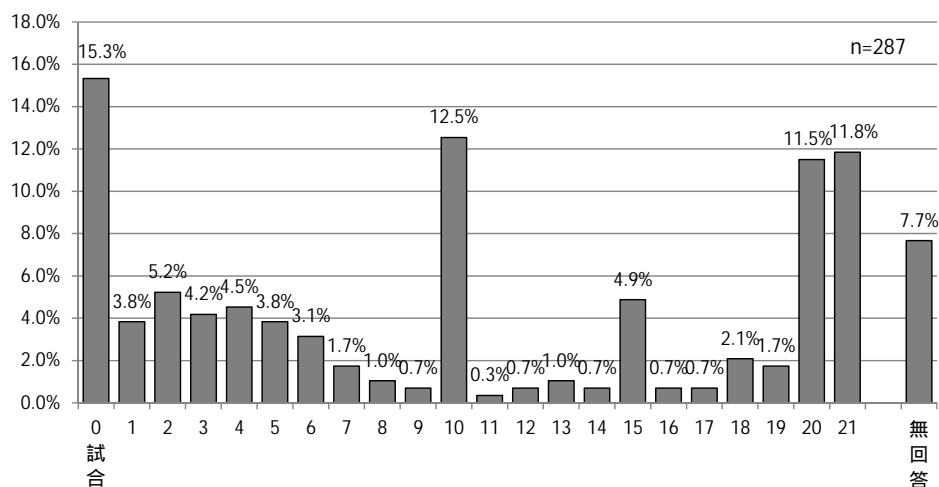


図5 2012年(調査前年)におけるギラヴァンツ北九州のホーム試合の観戦数

「10 試合」の回答者が多いのは、アンケート回答時に正確な数を思い出せないために「おおむね半数程度のホーム試合」という感覚で記入した回答者が多かったことによるものと推測する。全体の傾向としては、前年から回数多く観戦していた熱心なファン・サポーターと、前年は全く観戦しなかった回答者に二極化している可能性を指摘できる。アウェイ試合については「0 試合」が 36.2%、「1~5 試合」が 34.8%、「無回答」が 25.8%であり、アウェイ試合はあまり観戦されていない（グラフは省略）。

平均数はホーム 9.9 試合、アウェイ 1.5 試合となり、前回調査と概ね同程度である。

なお、ギラヴァンツ北九州応援者に 2012 年の J 1 観戦数をたずねると、「0 試合」が 76.3%、「1 試合」が 6.3%、「2~5 試合」が 9.8%であった。ギラヴァンツ北九州応援者の大半は、J 2 ギラヴァンツ北九州のホーム試合を中心に観戦していると言えよう。

② 2013 年（調査年）におけるギラヴァンツ北九州の試合の観戦数

本調査の実施年である、J リーグ加盟 4 年目の 2013 年シーズン（調査時点ではホーム 18 試合、アウェイ 16 試合の開催数）のスタジアム観戦試合数を見ると、ホーム試合については、最も多いのは調査対象時点における全試合となる「18 試合」の 16.0%であり、次いで多いのは調査対象試合が今年初試合となる「1 試合」の 12.5%であった（図 6）。全体的な傾向として、当該年におけるホーム試合のスタジアム観戦回数は二極化していると言えよう⁶⁾。調査当日が 2013 年初観戦あるいは数試合目の「ライト層」と、熱心にスタジアムに観戦に訪れる「コア層」が多く、その中間にあたる層が少ない特徴があると言え、この点がギラヴァンツの観戦者数が伸び悩む要因を表している可能性がある。「月に 1 回程度（主催試合 2 試合に 1 回程度）、気軽にスタジアム観戦に訪れる人々」（ミドル層）が少ないと考えられ、こうした状況を改善するための取り組みが求められよう。

アウェイ試合については「0 試合」および「無回答」の回答者が過半数であり、回数が多くなるほど回答が減っている（図 7）。アウェイ試合の観戦者は少ない状態と言えよう。

平均数はホーム 9.5 試合、アウェイ 1.7 試合となり、前回調査と概ね同程度である。

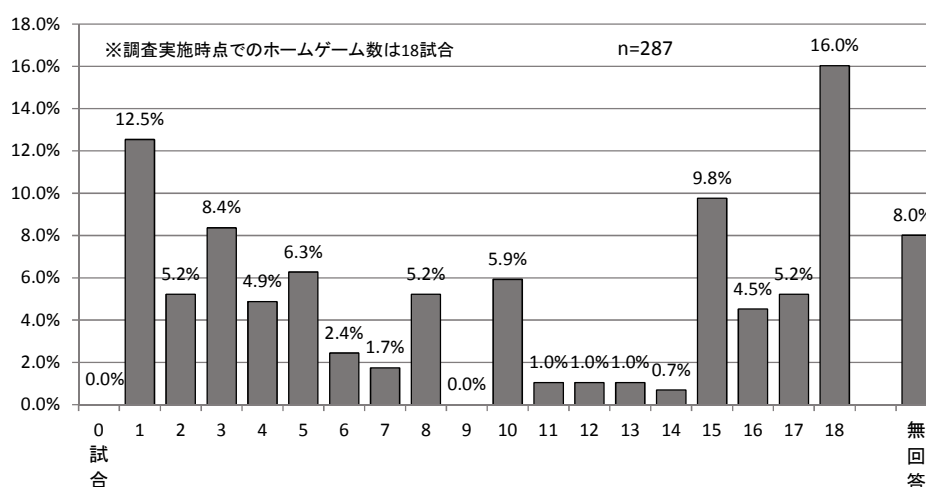


図 6 2013 年におけるギラヴァンツ北九州のホーム試合の観戦数

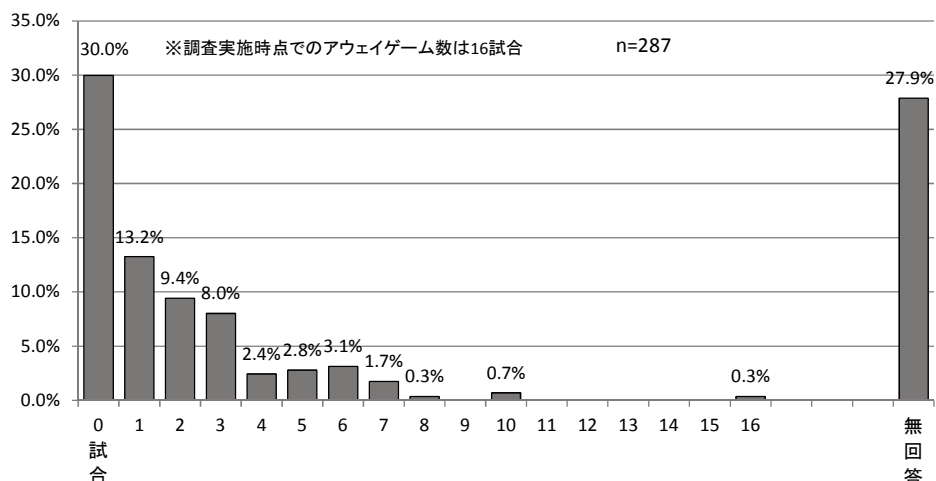


図7 2013年におけるギラヴァンツ北九州のアウェイ試合の観戦数

表7 Jリーグの試合のスタジアム観戦歴（ギラヴァンツ応援者）

選択肢	回答者数	比率
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）	15	5.2%
1993～1995年頃から（1993年Jリーグ開幕とその後の3シーズンくらいから）	30	10.5%
1996～1998年頃から（アトランタオリンピック～フランスワールドカップ頃）	10	3.5%
1999～2002年頃から（フランス大会以降～日韓ワールドカップ頃）	21	7.3%
2003～2006年頃から（日韓大会以降～ドイツワールドカップ頃）	29	10.1%
2007～2012年頃から（ドイツ大会以降～昨シーズンから）	132	46.0%
今シーズンから（2013年～）	35	12.2%
無回答	15	5.2%
合計	287	100.0%

③ Jリーグの試合のスタジアム観戦歴

参考までに、ギラヴァンツ北九州の試合に限らず、Jリーグ（前身の日本サッカーリーグを含む。）の試合のスタジアム観戦歴を尋ねた結果（ギラヴァンツ北九州応援者を対象。）を表7に示す。過半数の回答者がJリーグの試合のスタジアム観戦歴が7年以内（2007年以降）であり、ギラヴァンツ北九州のJリーグ加盟が観戦のきっかけとなった人が多いと考えられる。2013年にJリーグは開幕20周年を迎えたが、ギラヴァンツ北九州応援者でJリーグ開幕前後から観戦経験のある回答者は約15%となっている。

(3) 調査対象試合における観戦状況

① チケットの入手方法

ギラヴァンツ北九州応援者に対し調査対象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」とする回答者が35.2%で最も多い（表8）。チケットをもらった回答者の比率は、2010年調査34.7%、2011年調査30.1%、2012年調査33.2%であり、Jリーグ加盟後、ほぼ横ばいとなっている。もらったチケット（招待券）の種類については、北九州市による市民招待事業（市政だよりによる公募、自治会招待、若松区民感謝デーなど）、子ども夢パスおよび大学生招待（地元経済団体による招待事業）、スポンサー企業に

配布したチケットが活用されたものなどが考えられる。公益社団法人日本プロサッカーリーグ(2013)によると、他クラブと比較してギラヴァンツ北九州は「チケットをもらった」とする回答者の比率が最も多く(2013年調査)、2010～2012年調査においてもトップクラスとなっており、大きな特徴となっている。次いで多いのは「シーズンチケットを購入した」で30.7%(2012年調査28.9%)

である。このシーズンチケットは、年間のホーム試合全てで利用できるチケットであり、熱心なファン・サポーター層が購入するチケットである。

一方、一般的なスポーツ観戦で主流の手法と言える「コンビニ等で(前売り券を)購入」や、「スタジアムで(当日券を)購入」とする観戦者は、それぞれ10%程度となっており、ギラヴァンツ北九州の応援者では少数である。

このチケット種類について、図6に示した2013年のホーム試合観戦回数別にクロス集計した結果を表9に示す。観戦回数の少ない回答者は半数あるいは半数超が「チケットをもらった」としており、観戦回数が6試合以上の場合は「シーズンチケットを購入した」回答者が多くなる傾向が見られる。しかし、ほぼ毎試合観戦に訪れている回答者においても「チケットをもらった」とする回答者が14.9%にのぼる。

なお、観戦回数4～5試合の場合は、「コンビニ等で(前売り券を)購入」、「スタジアム

表8 調査対象試合のチケット入手方法(ギラヴァンツ応援者)

項目	比率 (n=287)
チケットをもらった	35.2%
シーズンチケットを購入した	30.7%
コンビニ等で当該試合分を事前購入(前売り券が中心)	11.5%
コンビニで購入した	7.7%
クラブ公式ホームページで購入した	1.7%
Jリーグチケットで購入した	1.0%
プレイガイド(ウェブサイト)で購入した	0.7%
プレイガイド(店頭)で購入した	0.0%
携帯電話WEBサイトで購入した	0.3%
電話で購入した	0.0%
スタジアムで購入した(当日券)	10.5%
その他(スポンサー特典など)	7.3%
無回答	4.9%
合計	100.0%

表9 2013年のホーム観戦回数別にみた調査対象試合のチケット入手方法

チケット種類 2013ホーム観戦数	チケットをもらった	シーズンチケット を購入した	コンビニ等で当 該試合分を購入 (※前売り券中心)	スタジアムで購 入した(※当日券)	その他・無回答	回答者数
1試合	50.0%	2.8%	16.7%	13.9%	16.7%	36
2～3試合	66.7%	0.0%	10.3%	2.6%	20.5%	39
4～5試合	50.0%	3.1%	21.9%	21.9%	3.1%	32
6～10試合	27.3%	34.1%	9.1%	25.0%	4.5%	44
11～15試合	23.1%	51.3%	12.8%	5.1%	7.7%	39
16～18試合	14.9%	66.2%	8.1%	2.7%	8.1%	74
無回答	39.1%	8.7%	4.3%	8.7%	39.1%	23
ギラヴァンツ応援者合計	35.2%	30.7%	11.5%	10.5%	12.2%	287

※ 網掛けは、観戦試合数別で最も多いチケット種類

で(当日券を)購入」とする回答者が比較的多く、また6~10試合の場合は「スタジアムで(当日券を)購入」の回答が多い。この層は、いわゆる「ミドル層」か、あるいは「招待券で観戦して魅力的だったので、チケットを購入してみた」という層と推測する。

このチケット入手の現状は、ギラヴァンツ北九州の観戦者数が増加していない構造的な問題を表していると考える。この点については、 章において考察する。

観戦同行者の人数と種類

ギラヴァンツ北九州応援者について、当日の試合を一緒に観戦に来た人数(回答者を含んだ数)は「2人」とする回答が最も多く、次いで「1人」となっている(図8)。1人または2人の回答者が過半数を占める傾向は、2012年と同様の傾向となっている。

同行者の種類については、57.1%が「家族」と回答しており、その大半が子どもと一緒に来ている(図9)。子どもについては、小学生あるいは未就学児と一緒にいる場合が比較的多い。ギラヴァンツ北九州応援者については、「ひとり」、「友人どうし」、「小さい子を連れた家族」、「それ以外」に概ね四分(各20~25%程度)できる状況となる。

また、スタジアムで会う応援仲間の有無については、「いる」とした回答者は49.8%、「いない」は46.0%である(図10)。公益社団法人日本プロサッカーリーグ(2013)によると、他クラブと比較して「いる」回答者が少ない傾向にあり、スタジアムでの応援者同士の交流活発化の面からもギラヴァンツ北九州は課題があると推測できる。

観戦理由

調査対象となった試合の観戦理由を13項目に分類し、それぞれの度合いについて5段階評価で質問した。「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

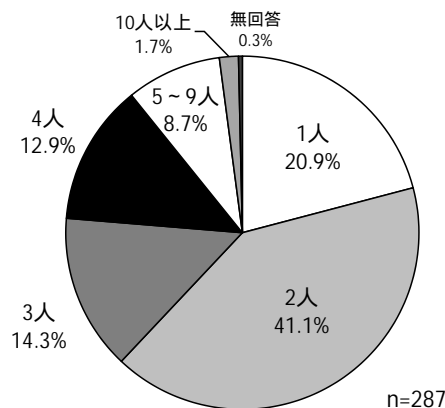


図8 当日一緒に観戦に来た人数

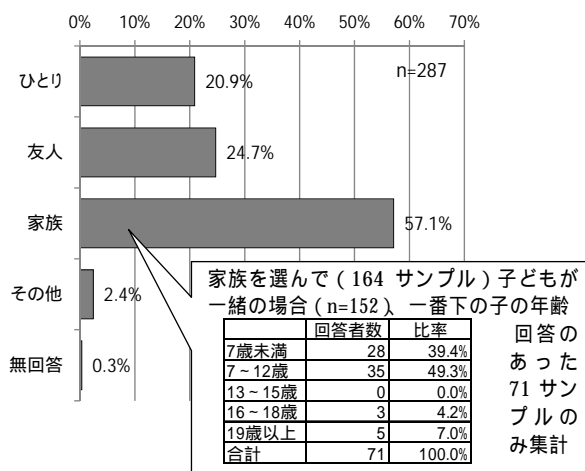


図9 同行者の種類(複数回答可)

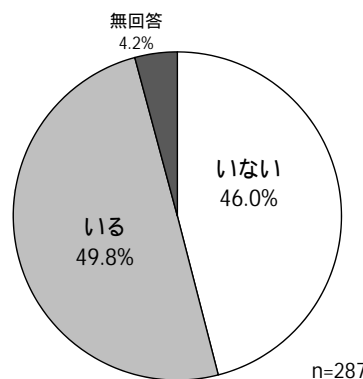


図10 スタジアムで会う応援仲間の有無

が好きだから」等である（図 11）。特に「地元のクラブだから」は「大いにあてはまる」が 76.0%にのぼっている。一方、回答が少なかったのは「応援しているクラブの成績が良いから」「周囲で盛んに話題になっているから」等である。これらは過去の調査と概ね同じ傾向であるが、「応援しているクラブの成績が良いから」に肯定的な回答者は 2012 年調査と比較し大幅減少している。これは、調査年におけるクラブ成績を反映している。

本設問は Jリーグ共通設問であり、公益社団法人日本プロサッカーリーグ（2013）によると、全 Jクラブ中、ギラヴァンツ北九州については「チケットをもらったから」の項目を肯定的に回答する回答者が相対的に最多（4 年連続）となっている点が特徴的である。また、「サッカー観戦が好きだから」の項目については全 Jクラブの中で毎年下位となっている一方、「地元のクラブだから」を挙げる人は毎年上位であり、スタジアムに実際に来ている人々は、地元のプロスポーツクラブという点に重きを置いている人が多いと言える。

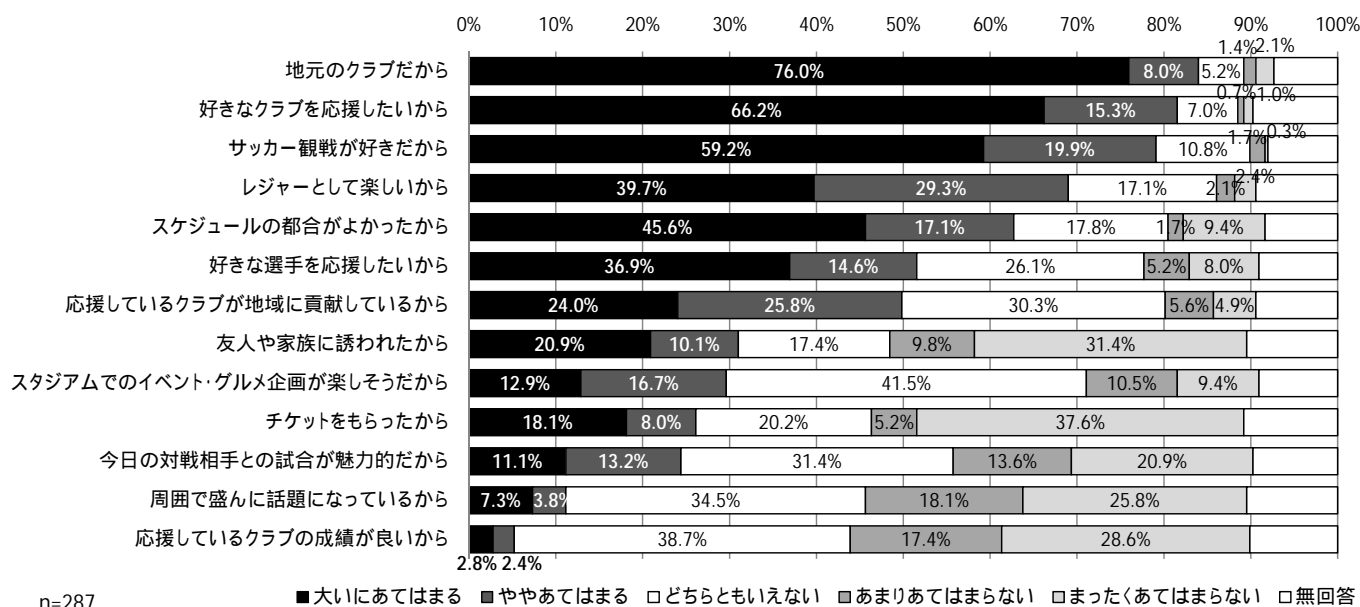


図 11 調査対象試合の観戦理由（ギラヴァンツ応援者）

(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 段階で評価を尋ねたところ、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 12）。この 2 項目の評価が相対的に高いことは 2012 年調査と同様であるが、それぞれ 10 ポイント近く減少しており（表 10）、それ以外の項目も含め、2013 年はスタジアム及びイベントに対する評価が下がっている。なお、最も評価が低いのは「スタジアム施設・設備の快適さ」であるが、スタジアム（市所有）の快適さ向上については、クラブとして実施可能な対応策は限られていると言えよう。

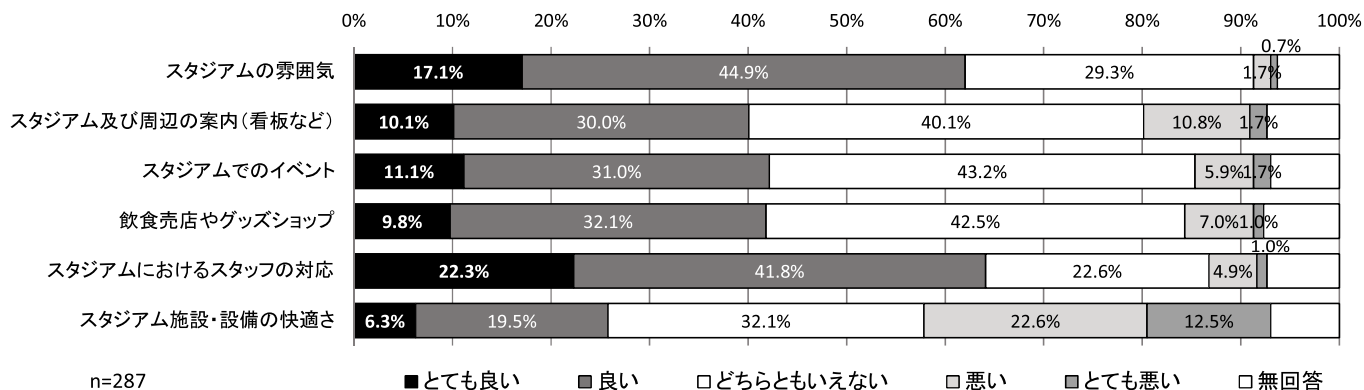


図 12 スタジアム及びイベントに対する評価（ギラヴァンツ応援者）

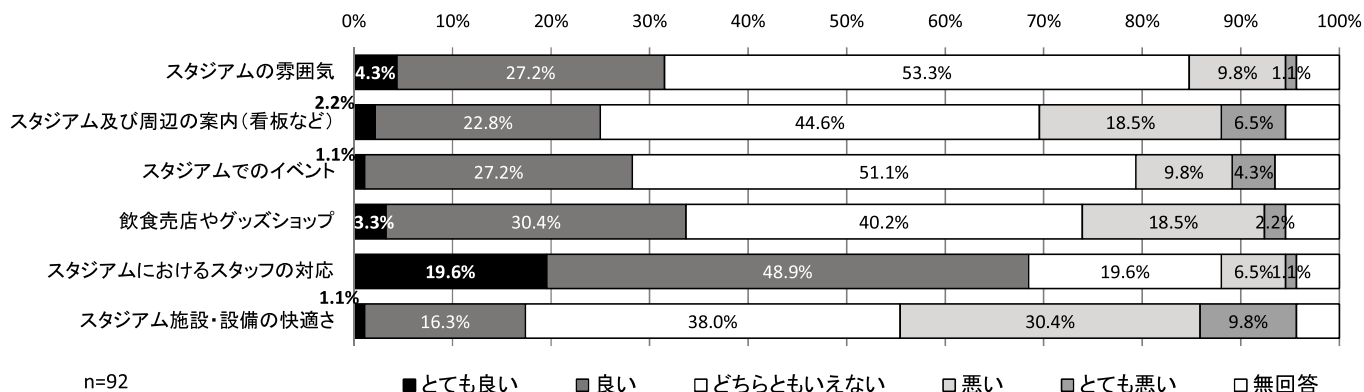


図 13 スタジアム及びイベントに対する評価（他クラブ応援者）

表 10 ギラヴァンツ応援者からの評価の 2012 年・2013 年比較

一方、他クラブ応援者（78%はファジアーノ岡山応援者）からの評価を見ると、「とても良い」「良い」という肯定的な回答が過半数となっているのは、「スタジアムにおけるスタッフの対応」のみである（図 13）。

	「とても良い」+「良い」の回答者比率		
	2012年	2013年	2012年-2013年 (ポイント)
スタジアムの雰囲気	71.4%	62.0%	▲ 9.3
スタジアム及び周辺の案内(看板など)	46.8%	40.1%	▲ 6.7
スタジアムでのイベント	55.6%	42.2%	▲ 13.4
飲食売店やグッズショップ	49.6%	41.8%	▲ 7.8
スタジアムにおけるスタッフの対応	74.0%	64.1%	▲ 9.9
スタジアム施設・設備の快適さ	29.8%	25.8%	▲ 4.0

それ以外の項目は他クラブ応援者からの評価は低く、「とても良い」とする回答はごく少数にとどまっている。ファジアーノ岡山は J2 上位の集客力（2013 年平均観戦者数 8,574 人）を持ち、「ファジフーズ」と呼ばれるスタジアムグルメの充実をはじめとする魅力あるスタジアムづくりに積極的に取り組んでいる。そうしたクラブの応援者等から見ると、北九州の運営やスタジアムには低い評価を行わざるを得なかったと推測できる。特に「スタ

「スタジアム施設・設備の快適さ」は、約 40%が「悪い」「とても悪い」と回答している。

ギラヴァンツ北九州が北九州市に実質的な経済効果をもたらすには、市外から多くのアウェイ観戦者を集客することが必要である。ギラヴァンツ北九州応援者からの評価を高めることはもちろん、アウェイ観戦者等からの評価を一層高める努力が求められよう。

なお、本調査の記入・回収はキックオフ前に行っており、試合中の雰囲気やハーフタイムの演出、試合内容等については評価対象に含まれていない。

(5) Jリーグおよびギラヴァンツ北九州に対する印象

① サッカー、Jリーグに対する印象

ギラヴァンツ北九州応援者に対し、社会貢献の視点からサッカー、Jリーグに対する印象（4項目）について5段階で回答を求めた結果を図14に示す（Jリーグ共通設問）。「J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」、「サッカーは、若い人たちの生活に、いい影響を与えることができる」、「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」は肯定的な評価が70%程度にのぼる（2012年調査と同様の傾向）。スタジアム観戦者はサッカーの社会貢献を高く評価している人が多いと言えよう。

しかし、公益社団法人日本プロサッカーリーグ（2013）で、「（各ホームタウンのクラブ）は、ホームタウンで大きな貢献をしている」の設問について「大いにあてはまる」と積極的に肯定する回答者比率を全クラブで比較すると、ギラヴァンツ北九州はJリーグ40クラブ中、少ない方から5番目となっている。ギラヴァンツの存在意義を市民が実感できる取り組みをより一層推進していくことが必要な状況と言えよう。

② ギラヴァンツ北九州ファンとしての認識

Jリーグ共通設問として、ホームクラブ（本研究ではギラヴァンツ北九州）のファンである事に対する回答者の認識（3項目）を5段階で回答を求めた結果を図15に示す。ギラヴァンツ北九州のファンである事を、自身にとって重要であると考えている人は多い。

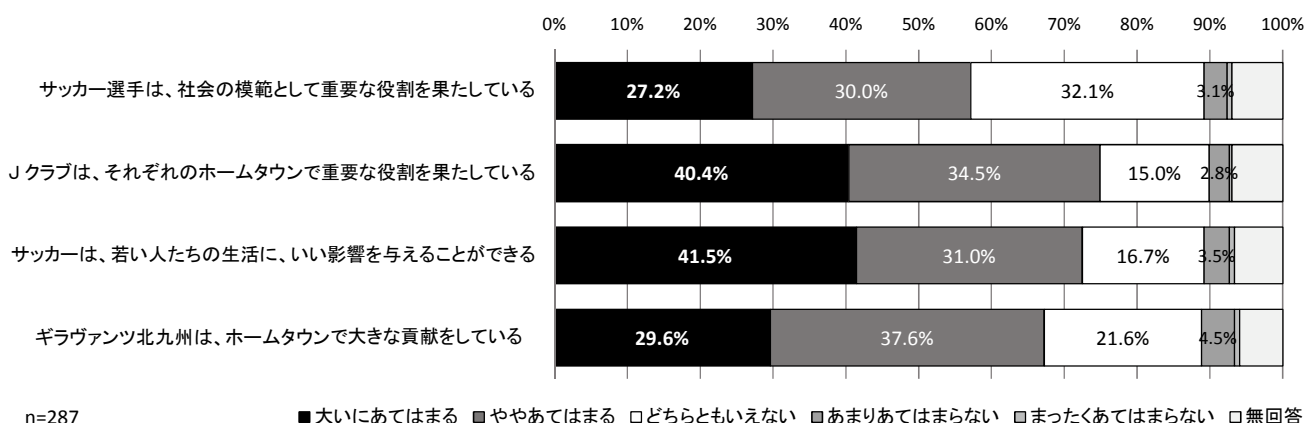


図14 サッカー、Jリーグに対する印象（ギラヴァンツ応援者）

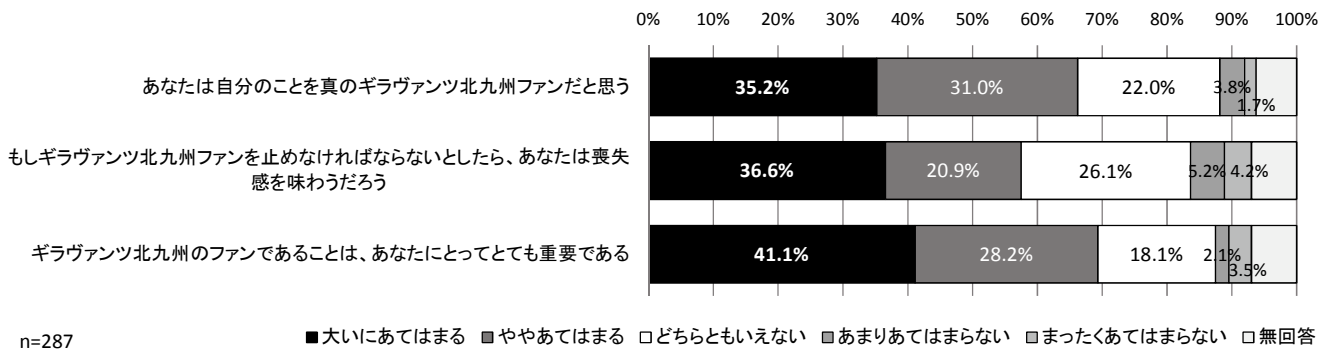


図 15 ギラヴァンツ北九州ファンとしての認識（ギラヴァンツ応援者）

(6) ギラヴァンツ北九州の観戦者数増に関する事項

① Jリーグ情報の入手方法

ギラヴァンツ北九州応援者に対し、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）、回答が多いのは「クラブ公式ホームページ」、「テレビ」、「新聞（一般紙）」等であった（表 11）。SNS（twitter、Facebook）等のファン・サポーター個人が発するインターネット上の情報も比較的多く活用されている。

表 11 Jリーグ情報の入手源（ギラヴァンツ応援者）

選択肢	比率 (n=287)	※順位 (28手法中)
新聞(一般紙)	35.2%	3
スポーツ新聞	15.0%	9
テレビ	43.6%	2
ラジオ	4.5%	20
サッカー雑誌	22.0%	6
一般の雑誌	0.7%	26
友人・知人・家族	13.2%	13
マッチデープログラム	15.3%	8
Jリーグポケットスケジュール	10.8%	14
ポスター	8.4%	15
チラシ・パンフレット等の配布物	13.6%	12
クラブの会報	8.4%	15
街頭ビジョン	1.0%	25
その他	2.1%	23
クラブ公式ホームページ	62.4%	1
Jリーグ公式ホームページ	25.4%	4
J's GOAL	24.7%	5
Jリーグ公式アプリ	3.5%	22
ファンブログ	5.6%	19
その他のウェブサイト	3.8%	21
モバイルJ's GOAL	7.3%	17
クラブ公式携帯サイト	14.6%	11
その他の携帯電話情報サイト	0.7%	26
twitter	21.6%	7
Facebook	15.0%	9
mixi	1.4%	24
掲示板(BBS)	7.0%	18
その他のソーシャルメディア	0.3%	28
無回答	0.7%	

※ 網掛け：上位10項目

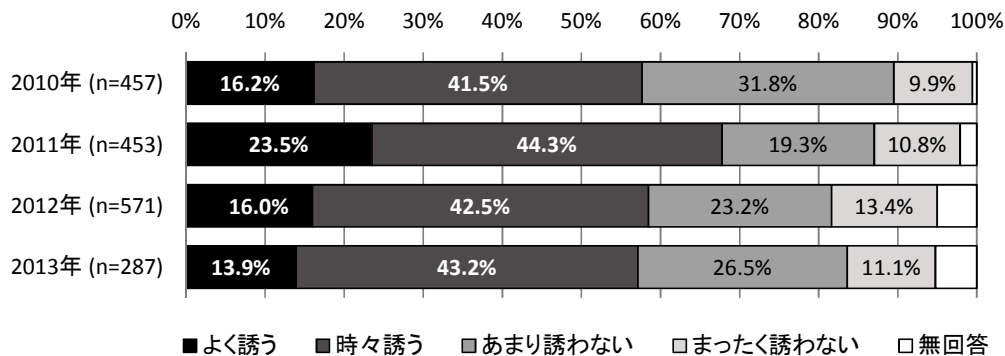


図 16 Jリーグ観戦の周囲への勧誘状況の経年変化（ギラヴァンツ応援者）

どうか尋ねた設問では、「全く誘われない」「あまり誘われない」が 63.8%となっており（2012 年より微増）、観戦の勧誘が停滞していることがうかがわれる（グラフは省略）。

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

ギラヴァンツ北九州を応援する人をもっと増やすために必要だと思う点（複数回答可）を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 17）。

ギラヴァンツ北九州応援者からは、「ギラヴァンツ北九州が J2 の上位争いをしたり、J1 に昇格したりすること」および「試合やイベントの情報がもっと広報されること」が特に多い。次いで、「選手・監督が市民とふれ合う機会を増やすこと」、「観戦しやすいスタジアムを新たに整備すること」、「本城への交通アクセスをより良くすること」等と続いている。チームの強化と広報体制の充実、ホームタウン活動の充実などの総合力強化が引き続き求められていると言える。

他クラブ応援者からは、「観戦しやすいスタジアムを新たに整備すること」、「本城への交通アクセスをより良くすること」、「試合の日に、試合を見ること以外の楽しみがスタジア

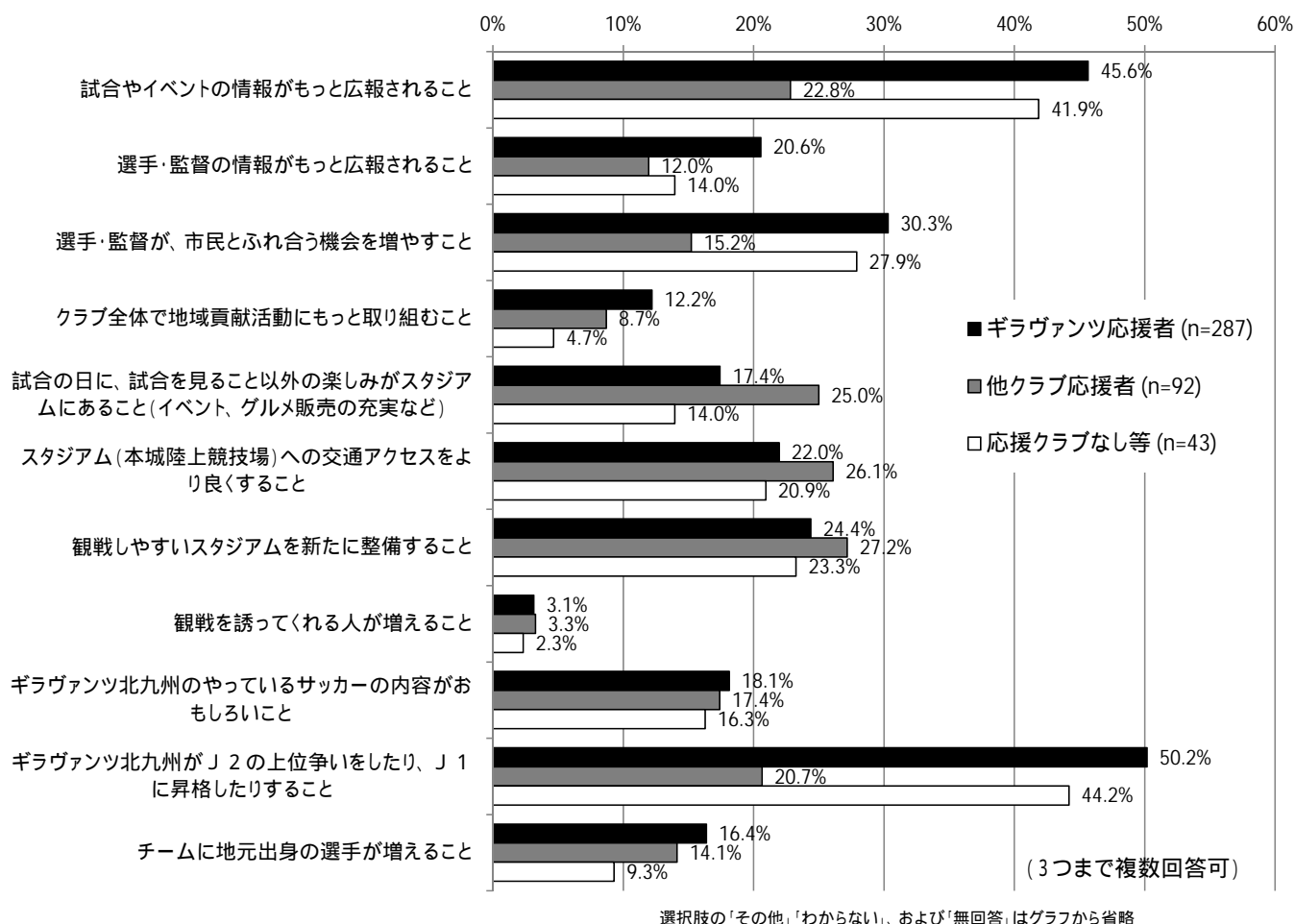


図 17 ギラヴァンツ北九州のファン拡大のために必要な取り組み等（3つまで複数回答）

ムにあること（イベント、グルメ販売の充実など）」が多くなっている。ファジアーノ岡山の本拠地カンコースタジアムは交通アクセスが良く、またスタジアムグルメも非常に充実し、J2でも屈指の「楽しいスタジアム空間」の形成に成功している。スタジアムやイベントへの評価（図13）の回答傾向と同様、ファジアーノ岡山サポーター等からは、本城陸上競技場での試合開催について改善が必要と認識されていると言えよう。

④ 回答者自身の今後のギラヴァンツ北九州の試合の観戦意向

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18に示す。ギラヴァンツ北九州応援者については、積極的に「ぜひ観戦したい」とする回答が81.2%（2010年68.8%、2011年78.0%、2012年75.7%）、「きっかけがあれば観戦するかもしれない」が11.5%（2010年15.6%、2011年8.1%、2012年15.3%）であり、「今のところは観戦するつもりはない」とする回答者はいない。

「応援クラブなし等」の観戦者においては、「ぜひ観戦したい」が14.0%（2011年41.7%、2012年25.8%）、「きっかけがあれば観戦するかもしれない」が62.8%（2011年44.4%、2012年54.8%）となっており、より積極的に観戦したい人の比率が減少している。応援クラブのない観戦者は、今後、ギラヴァンツ北九州応援者に転じる可能性のある人を含む層であり、積極的な再観戦への意欲を持たせる取り組みが重要となるが、年々「ぜひ観戦したい」とする回答者比率が低下していることは大きな課題であると言えよう。

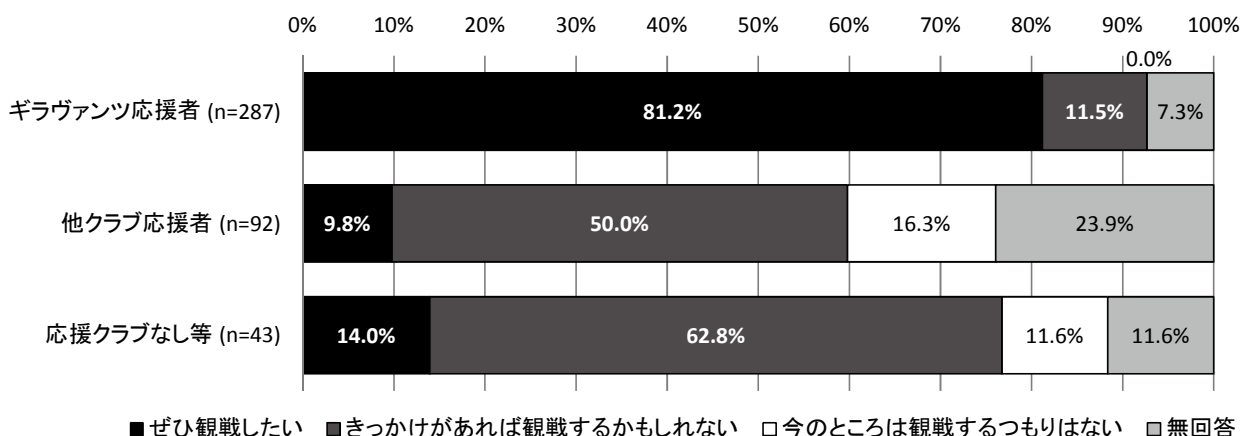


図18 今後のギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦意向

ギラヴァンツ北九州応援者について、チケット入手方法別および2013年ホーム試合観戦数別にクロス集計した結果を図19に示す。「チケットをもらった」観戦者においても72.3%が「ぜひ観戦したい」と回答しており、招待券配布がリピーター確保につながる可能性はあると言えよう。ホーム試合観戦数別にみると、「1試合」（調査対象試合が2013年初観戦であった回答者）については、「きっかけがあれば観戦するかもしれない」が44.4%を占め、この層をリピーター化できるかどうか観戦者数増加の重要な鍵と言える。

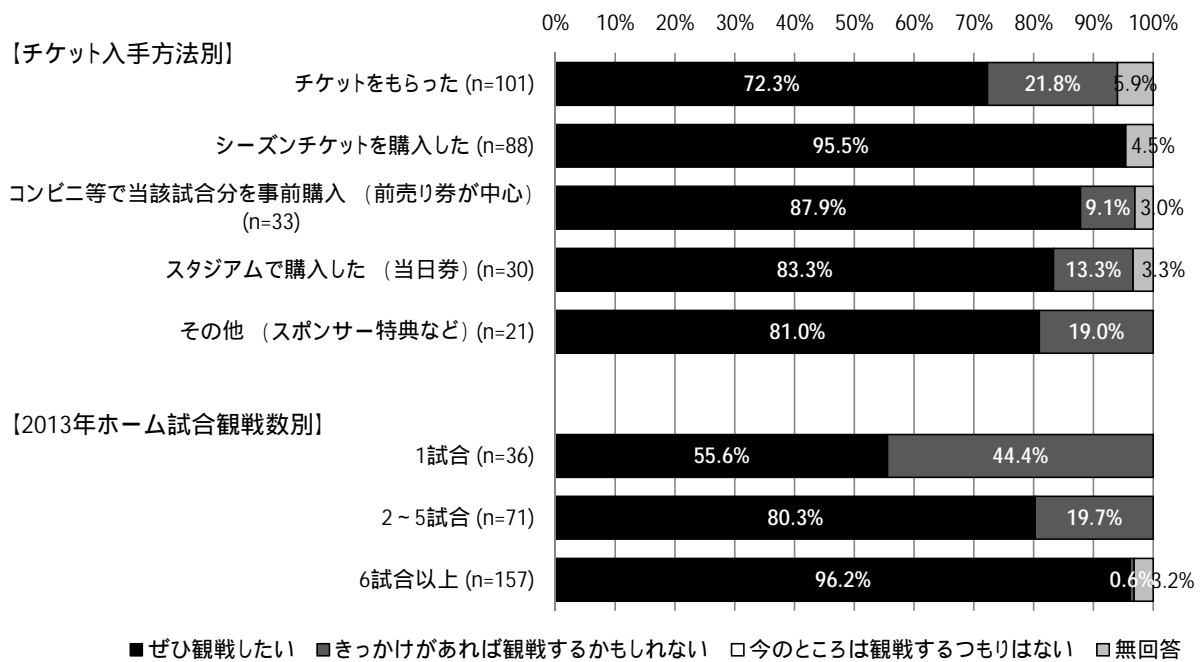


図 19 ギラヴァンツ北九州応援者のチケット入手方法別・観戦回数別の観戦意向

(7) スタジアムへのアクセスおよび関連する経済活動

北九州市立本城陸上競技場への所要時間

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、「15～29分」、「30～44分」とする回答者が多く、2013年調査では45分以内圏の回答者が約66%であった(図20)。2012年調査と比較すると「30～44分」の比率が減り、「15分以内」の比率が増加している。ギラヴァンツ北九州応援者の約75%は北九州市内に居住しているが(表5)、2013年はアクセス時間の短い回答者の相対的な比率が高まっている。このことから、「スタジアム近隣での集客戦略が奏功している可能性」と、「スタジアムからやや離れている(アクセスに30～44分程度を要する)観戦者数が減少している可能性」の双方が推測できる。2013年に観戦者数そのものが減少していることを踏まえると後者の要素が大きいものとする。「時間をかけてわざわざスタジアムまで観戦に行く魅力に欠ける」と感じている市民が増えていると仮定すると、集客上の大きな課題である。

なお、所要時間の単純時間を算出すると43.5分程度となり、過去の調査とほとんど変化はない。

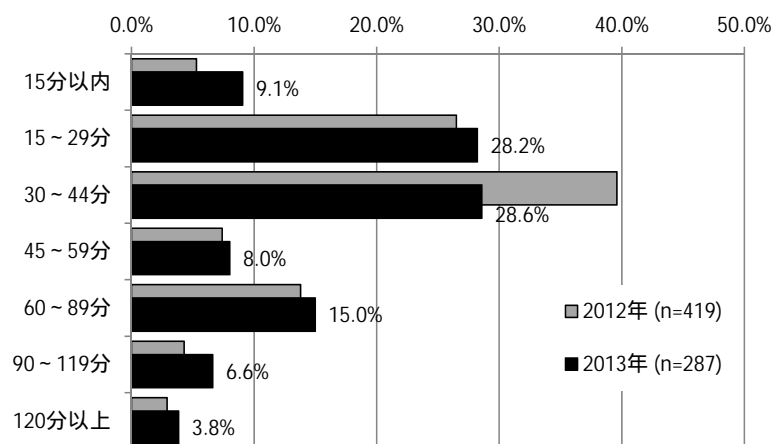


図 20 本城陸上競技場までの所要時間(2012年・2013年比較)

② 北九州市立本城陸上競技場への利用交通手段

本城陸上競技場への交通手段について表 12 に示す。ギラヴァンツ北九州応援者の 66.6% (48.8%+17.8%) は乗用車で来場しており、その傾向は過去の調査から大きな変化はない。なお、本調査はキックオフの約 20 分前までに調査票を配布し終えているため、比較的早く来場した人が対象となっている。キックオフ間際の乗用車での来場者は若松競艇場臨時駐車場を利用することになるため、来場者の実態としては本調査結果よりも若松競艇場臨時駐車場の利用者比率が高いと推測する。一方、ギラヴァンツ応援者で、公共交通機関等を経由してシャトルバスで来場する回答者は少数である。なお 2013 年からは黒崎駅発のシャトルバスも運行され、従来からの折尾駅発シャトルバスと利用が分散している。

他クラブ応援者（2013 年調査の場合は岡山からの来訪が中心）については、乗用車利用が多いことに加え、折尾駅発のシャトルバスを利用する人が多い。黒崎駅発のシャトルバス新設について、他クラブ応援者に十分認知されていなかった可能性がある。また、新幹線停車駅である小倉駅から市営バスを利用した回答者は 5.4%となっている。

表 12 本城陸上競技場への交通手段

	ギラヴァンツ 応援者 (n=287)	他クラブ応援 者 (n=92)	応援クラブなし 等 (n=43)
【出発地】→徒歩または自転車→【本城陸上競技場】	8.7%	3.3%	9.3%
【出発地】→乗用車・オートバイ→【本城陸上競技場 駐車場】→徒歩→【本城陸上競技場】	48.8%	30.4%	46.5%
【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】	17.8%	17.4%	23.3%
【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】	7.7%	25.0%	7.0%
【出発地】→何らかの方法→【黒崎駅】→シャトルバス→【本城陸上競技場】	5.2%	1.1%	0.0%
【出発地】→何らかの方法→【小倉駅】→市営バス→【本城陸上競技場、または付近のバス停】	1.7%	5.4%	2.3%
【出発地】→何らかの方法→【駅】→タクシー→【本城陸上競技場】	0.3%	2.2%	0.0%
【出発地】→貸切バス→【本城陸上競技場】	1.7%	3.3%	4.7%
その他	3.8%	8.7%	2.3%
無回答	4.2%	3.3%	4.7%

③ 北九州市立本城陸上競技場での観戦に伴う経済活動の状況

調査当日の試合観戦前あるいは観戦後、北九州市内において買い物、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 21 に示す。ギラヴァンツ北九州応援者の約 40%、また他クラブ応援者の約 60%が経済活動を「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が多いと推測できる。ギラヴァンツ北九州が北九州市にもたらす経済効果を考える際は、特に対戦相手の応援者を中心とする「市外からの訪問者」の市内で経済活動が重要なポイントとなるが、他クラブ応援者が北九州市内で消費活動を行う意欲は高く、経済効果が期待できることを示している。この傾向は過去の調査においても同様の結果が得られている。

経済活動を行う（予定を含む）場合の北九州市内の主な活動場所を尋ねた結果を表 13 に示す。ギラヴァンツ北九州応援者は「本城周辺」の回答が多く、また折尾・黒崎・小倉の各駅周辺にも分散している。他クラブ応援者は小倉駅周辺と門司・門司港レトロを挙げる回答者が多く、観戦が市内の交通結節点や観光地等を訪れるきっかけとなっている。

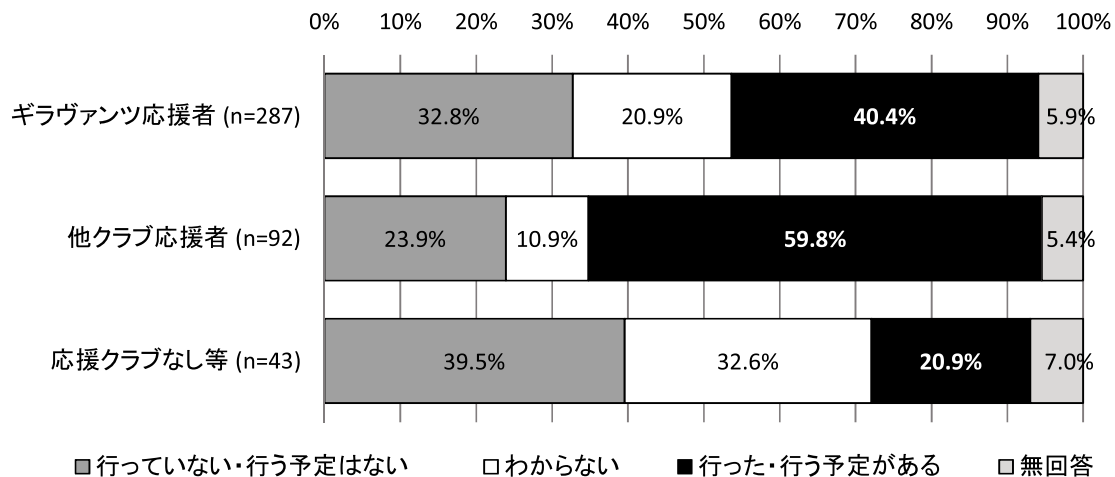


図 21 (当日の試合観戦前後における) 北九州市内での経済活動の状況

表 13 試合前後の経済活動場所 (北九州市内) (3つまで複数回答可)

	ギラヴァンツ応援者 (n=116)	他クラブ応援者 (n=55)	応援クラブなし等 (n=9)
本城・二島・学研周辺	45.7%	16.4%	100.0%
折尾駅周辺	15.5%	9.1%	11.1%
黒崎駅周辺	17.2%	10.9%	0.0%
小倉駅周辺	19.8%	56.4%	11.1%
若松駅周辺	6.0%	7.3%	0.0%
門司・門司港レトロ	6.0%	41.8%	0.0%
その他	6.9%	10.9%	0.0%
無回答	3.4%	0.0%	0.0%

④ 北九州市の新スタジアムができた場合の交通手段

2017年供用開始予定の北九州市の新スタジアム(小倉駅新幹線口そば)で観戦する場合、来場の際に主に利用すると考える交通手段について回答を求めた。回答に際しては、新球技場には一般用の駐車場の設置は計画されていない旨を明示した。ギラヴァンツ北九州応援者については、小倉駅までJRを利用するとの回答が48.8%(2012年調査45.8%)を占め、次いで多いのは乗用車・オートバイで小倉地区まで来て有料駐車場を利用するとの回答20.9%(2012年調査22.2%)となっている(表14)。

表 14 新スタジアムへの交通手段

	ギラヴァンツ 応援者 (n=287)	他クラブ応援 者 (n=92)	応援クラブなし 等 (n=43)
【出発地】→徒歩→【新球技場】	2.8%	8.7%	2.3%
【出発地】→自転車→【新球技場】	1.4%	2.2%	0.0%
【出発地】→JR(在来線、新幹線)→【小倉駅】→徒歩→【新球技場】	48.8%	46.7%	44.2%
【出発地】→モノレール→【小倉駅】→徒歩→【新球技場】	6.3%	2.2%	4.7%
【出発地】→路線バス・空港連絡バス→【小倉地区のバス停】→徒歩→【新球技場】	7.7%	1.1%	2.3%
【出発地】→乗用車・オートバイ→【小倉地区の有料駐車場】→徒歩→【新球技場】	20.9%	12.0%	30.2%
その他	1.0%	0.0%	0.0%
わからない	5.6%	17.4%	14.0%
無回答	5.6%	9.8%	2.3%

この結果について、観戦者の現在の本城陸上競技場への交通手段（表 12 の再集計）と比較すると、乗用車・オートバイ利用は約 46 ポイント減少（2012 年調査も同様）し、JR・モノレール利用は約 42 ポイント増加（2012 年調査は約 44 ポイント増加）している（表 15）。新スタジアムの整備により、乗用車利用が減ることによる環境負荷軽減や、中心市街地での買い物・飲食等の経済活動が行いやすくなることによる経済効果拡大が期待できる。

表 15 本城、新スタジアムへの交通手段比較（ギラヴァンツ応援者）

	本城	新スタジアム	増減
徒歩、自転車	8.7%	4.2%	▲ 4.5
乗用車・オートバイ	66.6%	20.9%	▲ 45.6
JR・モノレール	13.2%	55.1%	▲ 41.8
その他の交通手段	7.3%	8.7%	1.4
わからない、無回答	4.2%	11.1%	7.0

⑤ 北九州市の新スタジアムができた場合、観戦前後に買い物・飲食等を行う場所

新スタジアムでの観戦前あるいは観戦後に買い物・飲食等を行うと予想する場所を、5つの選択肢（複数回答可）で尋ねたところ、ギラヴァンツ北九州応援者については小倉駅「小倉城口」エリアが 56.1%と最も多く（2012 年調査 26.3%）、ほぼ同程度で小倉駅「新幹線口」エリアが 53.0%（2012 年調査 50.8%）となっている（図 22）。「観戦のみを行い、観戦前後には消費活動を行わないつもり」は 5.6%（2012 年調査 6.4%）のみであり、現行の本城陸上競技場において「経済活動を行わない」とする回答（ギラヴァンツ応援者では 32.8%（図 21））から大幅減少している。新スタジアムができた場合、小倉駅の南北のエリアで多くの観戦者が経済活動を行うことが期待でき、まちのにぎわいづくりに寄与する可能性が高いことが 2012 年調査に引き続いて明らかとなった。

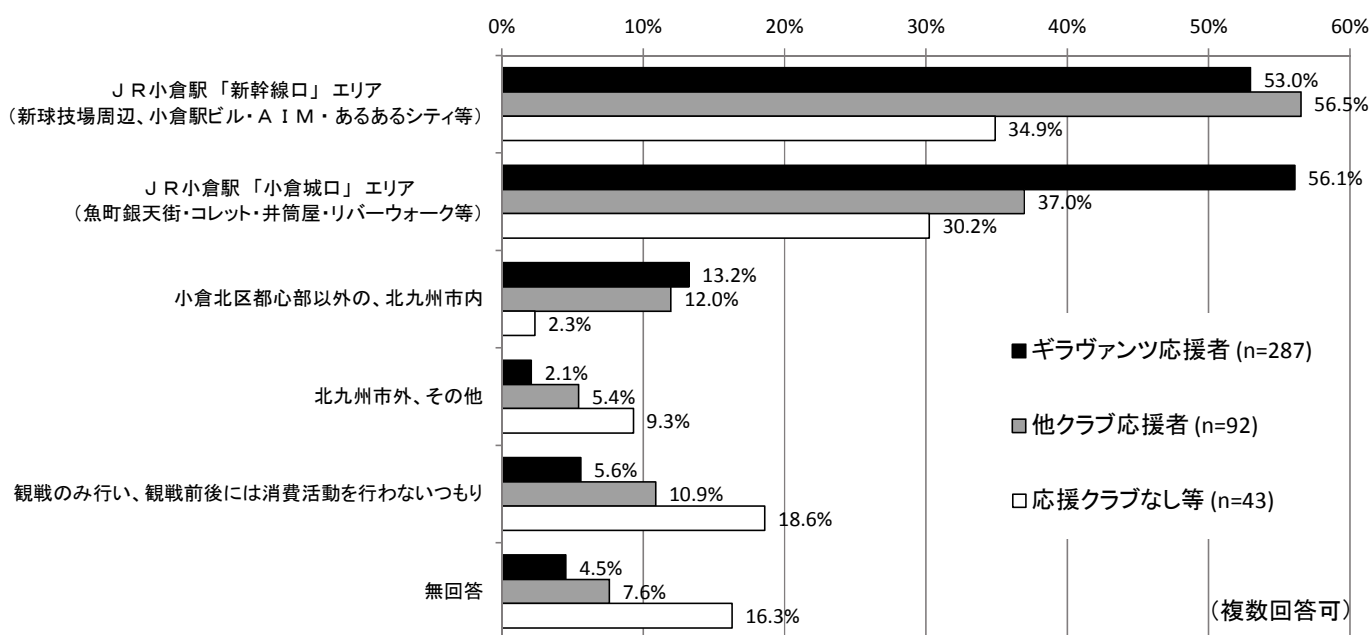


図 22 新スタジアムで観戦した場合の、北九州市内での経済活動場所

なお、2012年調査と比較して小倉駅「小倉城口」エリアの回答が高まった理由としては、新スタジアムに関する北九州市の事業計画（2013年8月策定）等において、新スタジアムへの期待・課題として小倉駅周辺の市街地全体の活性化や、小倉駅南北の回遊性向上が挙げられていることを認知していた回答者が多く、それに応えようとする心理が働いたものと推測する。ギラヴァンツ北九州応援者として、新スタジアム整備事業の成功へ協力しようとする意識の高まりが顕在化したものと考えられる。

他クラブ応援者については、小倉駅「新幹線口」エリアが56.5%と最も多く、小倉駅「小倉城口」エリアも37.0%にのぼっている。他クラブ応援者についても活発な経済活動意欲があると言え、新スタジアム整備による北九州市経済の活性化効果が期待できる。

IV 集客状況の課題改善に向けた考察

2013年のスタジアム観戦者の実態および意識に関するⅢ章の結果から、集客低迷期におけるギラヴァンツ北九州の集客上の特記すべき課題として四点を挙げる。すなわち、「初観戦層と全試合観戦層に二極化してミドル層が薄い観戦者構造」、「招待券の発行・活用のあり方」、「魅力度の低いと評価されているスタジアム及びイベント」、「ファン拡大に向けた取り組み不足」である。

以下に、それぞれの特記すべき課題の改善策について論考する。

① 初観戦層と全試合観戦層に二極化してミドル層が薄い観戦者構造

図6で示されるように、2013年におけるギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者は、観戦回数が少ない「ライト層」と、ほぼ毎試合観戦に訪れる「コア層」に二極化し、「月に1回程度（主催試合2試合に1回程度）、気軽にスタジアム観戦に訪れる人々」（ミドル層）が少ない。観戦者のマーケットを考えると最も潜在的人口が多いと考えられるのがミドル層であり、この層がスタジアムに少ないことは集客上の大きな課題があることを表している。初めて観戦に訪れて一気に魅力に引き込まれてコア層となる人々がある程度存在する一方、それ以外の大多数の初観戦層（観戦回数の少ない人々を含む。）が、繰り返し気軽にスタジアムを訪れたいという気持ちになっていないと考えられる。

ミドル層を増やすためには、観戦回数の少ない人々、特に初観戦者が、ギラヴァンツ北九州の魅力、スタジアム観戦の魅力を感じることができるよう、ギラヴァンツ北九州（クラブ）が主体となってこれまで以上に努力していくことが強く求められる。現行の本城陸上競技場の場合、スタジアムが「見るスポーツ」の観戦に適さず交通アクセスにも課題があるという制約はあるが、実際にスタジアムに来た初観戦層のリピーター化や、気軽にスタジアムに行きたいと市民が感じやすい環境づくりについて、工夫を凝らして取り組まなくてはならない。

② 招待券の発行・活用のあり方

表8で示されるように、ギラヴァンツ北九州応援者においては「チケットをもらった」

とする回答者が多く、他クラブと比較しても毎年突出して多い。招待券であってもクラブに対してはチケット代がスポンサー企業等から収められるケースが大半を占めると思われるが、プロスポーツの自立的な観戦スタイルとして自然な状態ではない。

この招待券については、アルビレックス新潟の優れた事例に見られるように、スタジアムに訪れるきっかけづくり、動機づくりとして効果的に利用することにより、観戦者数を増やしていく効果が期待される。しかしながら、表 9 で示されるように、ギラヴァンツ北九州応援者で招待券を利用しているのは初観戦者や観戦回数が少ない層だけではなく、頻繁に観戦している層の中にも少なからず招待券利用者が存在している⁸⁾。

ギラヴァンツ北九州に関する招待券の運用が効果的に行われているのか、招待券利用者の属性・観戦回数や、招待券の着券率⁹⁾等の検証をクラブや招待券配布者がこれまで以上に精緻に取り組んでいく必要があり、より効果的な招待券の配布・活用に向けて見直しを行うべきである。

また、招待券の効果的な活用と合わせて、「チケットを購入してでもスタジアムに行きたい」という動機を多くの人々に持ってもらう取り組みを行うことが、極めて重要となる。

③ 魅力度の低いと評価されているスタジアム及びイベント

①、②の課題解決に際しては、観戦に訪れるスタジアムが、ハード・ソフト両面で楽しく魅力的な空間であることが極めて重要な役割を果たす。しかしながら、図 12 で示されるように、ギラヴァンツ北九州応援者からの現状のスタジアム及びイベントに対する評価は高いとは言えず、さらに表 10 で示されるように 2013 年における評価は、スタジアムの「雰囲気」、「イベント」、「スタッフの対応」等に関し、前年より大きく評価が下落している。スタジアムの施設面については 2017 年に予定される新スタジアム供用開始まで抜本的な改善はできないものの、現在の本城陸上競技場においても飲食環境やイベントの充実、接客姿勢の一層の向上などに取り組むことが急務の課題と言えよう。さらに、スタジアムの雰囲気づくりにはファン・サポーターが大きな役割を果たすと考えられるため、クラブとファン・サポーターが一体となり、より一層楽しい応援や観戦の雰囲気づくりを行っていくことも重要である。こうした取り組みにより、ギラヴァンツ北九州応援者からだけでなく、対戦相手の応援者等からも魅力度の高いスタジアムになり、双方の応援者が北九州のスタジアムに数多く訪れるようになることが期待できる。

サッカー以外の面でも楽しめる、魅力あるスタジアム空間を皆が一体となって創っていくことが必要である。

なお、改善策の検討・実施に際しては、クラブはこれまで以上にスタジアム観戦者や、観戦に行き課題に気づいた人々等の意見をよく聞き、取り組みに反映していく姿勢を持つことも重要である。

④ ファン拡大に向けた取り組み不足

図 17 で示されるように、ファン拡大に向けては多様な取り組みニーズがある。今後、

チーム強化によって強さに魅力のあるクラブにすると共に、ギラヴァンツに現在は関心の薄い人々も含めた市民に対しても丁寧な情報発信・広報活動を行い、さらに、選手・監督が市民とふれ合う活動をはじめとした地道なホームタウン活動を一層充実させることが望まれる。

特に、地道で息の長いホームタウン活動・地域貢献活動を進める事が肝要であり、2013年から始めている「選手による小学校訪問」などの取り組みを強化し、より一層、地域から愛されるクラブに成長していく事が何より重要であろう。

V おわりに

2017年供用開始予定の北九州市の新スタジアムをギラヴァンツ北九州が本拠地とすることにより、表15、図22で示されるように、環境にやさしく、まちににぎわいをもたらす潜在力の高いJクラブにギラヴァンツ北九州になることが期待される。しかし、新スタジアムにたくさんの観戦者が集まるようになるには、現在の本城陸上競技場を使用する2014～2016年の3年間における集客活動が極めて重要である。地域が一体となって集客問題に取り組み、ギラヴァンツ北九州の当面の経営課題を乗り越えるとともに、新スタジアムが地域にもたらす整備効果もより大きなものとするよう、努力を続けていくことが必要である。

今後の研究課題としては、引き続きギラヴァンツ北九州の観戦者の実態や意識を調査・分析し、経年変化を把握するとともに、クラブや地域が行った各種取り組みの効果の定量的な分析等に取り組んでいくことが挙げられる。

(都市政策研究所 准教授)

謝辞

本研究は公益社団法人日本プロサッカーリーグによる「2013 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。調査機会を与えていただき、また実施に協力いただいた公益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) 例えば、Jリーグ公認ファンサイト「J'sGOAL」においてファンが格付けするスタジアムレーティングにおいて、本城陸上競技場は68位（87スタジアム中）にとどまっており、Jクラブが本拠地として使用しているスタジアムとしては最も低いクラスに位置している。

- 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) ガンバ大阪に所属する日本代表選手は、北九州での対戦と日本代表の試合スケジュールが重なったため、来場しなかった。
- 4) 2013年シーズン開幕当初に筆者が実施した北九州市民意識調査（スタジアムで観戦したことのない市民も調査対象に含む。）では、ギラヴァンツ北九州の試合の観戦意向について、2012年に実施した同様の調査よりも大幅に減少していることが明らかになっている（南（2013b）pp.34-35）。
- 5) 筆者が実施した過去のギラヴァンツ北九州スタジアム観戦者調査における、有効回収に占めるギラヴァンツ北九州応援者比率は、2010年：77.0%、2011年 73.3%、2012年 73.4%、2013年 68.0%である。
- 6) 本調査は観客席のバランスを勘案して実施しており、熱心なコアサポーターの集まるC席（いわゆる、ゴール裏席）の回答者は全体の9.0%である。熱心な観戦者に回答が偏っているものではない。
- 7) ギラヴァンツ北九州のJ2順位は、2012年調査実施時点では22クラブ中10位、2013年調査時点では17位であった。
- 8) 本調査においては小学生以下は調査対象外であり、また十代の回答者は4.9%にとどまる。つまり、経済的に自立していない児童・生徒等（B・C席は招待券で無料入場可）の回答者数は少ない。
- 9) 着券率とは、配布した招待券の枚数を分母とし、実際にスタジアム入場に使用された招待券枚数を分子として、その比率を示した数値である。招待券に関する成果指標の一つと言えよう。招待券の種類ごとに分類して着券率を分析すること等も重要である。

〔参考文献〕

- 北九州市（2013）「北九州市のスタジアム ～市民に夢と感動を！子どもに元気と目標を！まちに誇りとにぎわいを！～（事業計画）」
- 公益社団法人日本プロサッカーリーグ（2013）『Jリーグスタジアム観戦者調査2013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）
- 公益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/>）
- 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）「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
- 南博（2013a）「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

南博（2013b）「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

南博（2014）「入場者数最下位からの挽回に向けて（ギラヴァンツは北九州に何をもち
すのか 第 10 回）」、国際東アジア研究センター『東アジアへの視点』25 巻 1 号、pp.49-52