

スポーツ観戦と地域をつなぐツールの活用がもたらす 行動変容及び社会的インパクトに関する調査

2024年3月29日



株式会社日本政策投資銀行

目次

1. 本調査の背景・目的・全体像（P.3～）

- 本調査の背景・目的
- 本調査の全体像
- スポーツ観戦と、その行動変容がもたらす社会的インパクトのロジックモデル
- ロジックモデルに基づく本調査の資源及び活動と、検証するアウトプット及びアウトカム

2. 本調査の概要（P.9～）

- 関連団体・体制紹介
- ユニタビの概要
- PULCLEの概要
- ユニタビチェックインラリーの実施概要
- ユニタビアンケート調査の実施概要
- Wi-Fiシグナルセンサー調査の実施概要

3. 地域の持続的な経済成長に関する調査結果（P.18～）

- 訪問先数別の消費額比較
- 県内・県外の消費額比較
- 県内・県外の訪問先数
- ユニタビによる訪問先数増加の効果

4. 地域における誇り・愛着の醸成や豊かな交流の実現に関する調査結果（P.24～）

- 地域における誇り・愛着の醸成や豊かな交流に与える影響

5. 地域住民のヘルスリテラシーの向上や地域の脱炭素への貢献に関する調査結果（P.29～）

- 交通手段の比率
- 歩行時間の増減
- 歩行による医療費削減効果
- 自転車利用者の自転車利用時間
- PULCLEサービス開始以前に利用していた交通手段
- 自転車利用による医療費削減効果
- CO2削減効果
- PULCLEに対する認識

6. 地域の持続的な経済成長に関する調査結果（周遊に着目）（P.43～）

- スポーツ観戦による地域周遊の促進
- 地域周遊の促進による消費の増大
- Wi-Fiシグナルセンサー調査による観戦者の周遊状況
- ユニタビによる観戦者の周遊状況
- スタジアムやアリーナにおける地域周遊促進の取組事例

7. おわりに（P.53～）

【Appendix】（P.58～）

- ユニタビアンケート調査 質問票

1. 本調査の背景・目的・全体像

1.1 本調査の背景・目的

- 2022年5月に公表した共同調査「スポーツ・音楽・文化芸術等交流人口型イベント（集客エンタメ産業）の社会的価値」では、①地域に「あつめる」②地域に「つなげる」、③地域を「そだてる」の3つの観点から調査を行った。そのうち、①地域に「あつめる」については、集客エンタメは地域外からも集客が可能であり、イベントの内容・時間帯によって人流が変化するため、周辺施設も含めたエリア全体での集客戦略が有効であることが示された。
- 一方で、地域社会は、コロナ禍の影響から回復しつつあるとはいえ、経済・非経済面において様々な打撃を受けており、これらの回復及びさらなる成長が求められている。前述の通り、集客エンタメは交流人口の増加に寄与すると考えられるが、さらに地域資源や、各資源を仲介・触媒するようなツールの活用を進めることにより、ファンコミュニティの行動変容が起こり、結果として多様な社会的インパクトを得られると史料し、本調査ではスポーツ観戦と、それによる行動変容がもたらす社会的インパクト評価に関して検討することとした。
- スポーツ観戦、特に、ホームチームの試合観戦は、世代や志向、ライフスタイルなどの面で多様な人々が集まりながらも、「ホームチームを応援する」という共通認識のある集団が、万単位で生まれる場である。言い換えれば、ホームチームを応援する喜びに包まれ、精神的に高揚した、プラス思考と一体感のある「にぎわい」が生まれる貴重な場である。
- こうした「にぎわい」の中にある人々に対する様々な働きかけは、「プラスの行動変容」を生み出すと思われる。例えば、Jリーグ公式戦が開催されるスタジアムやその周辺では、リユース活動や、サポートショップでの飲食など、環境や地域経済に貢献する様々な活動が、賛同をもって観客に受け入れられている。
- 本調査は、こうした「プラスの行動変容」を社会的インパクトとして捉え、スポーツ観戦が、社会的インパクトを生み出すきっかけとなっているかどうかを把握することを目的して行う。
- また、調査結果に基づき、今後、このような行動変容をさらに増大させるための施策についても検討を行う。
- 本調査の結果が、スポーツ観戦を活かした、地域における社会的インパクトの創出促進の一助となれば幸いである。

1.2 本調査の全体像

調査の手順



目的

- スポーツ観戦に訪れる観客の「プラスの行動変容」を社会的インパクトとして捉え、スポーツ観戦が、社会的インパクトを生み出すきっかけとなっているかどうかの把握及び、「プラスの行動変容」をさらに増大させるための施策についての検討。

仮説

- スポーツ観戦等では、各資源を仲介・触媒するようなツールの活用を進めることにより、ファンコミュニティにおいて行動変容が起こり、結果として社会的インパクトをもたらす。
- 主な社会的インパクトとして、「地域の持続的な経済成長」「地域における誇り・愛着の醸成や豊かな交流の実現」「地域住民のヘルスリテラシーの向上や地域の脱炭素への貢献」等の効果を得ることが可能になると考えられる。

調査促進のツール

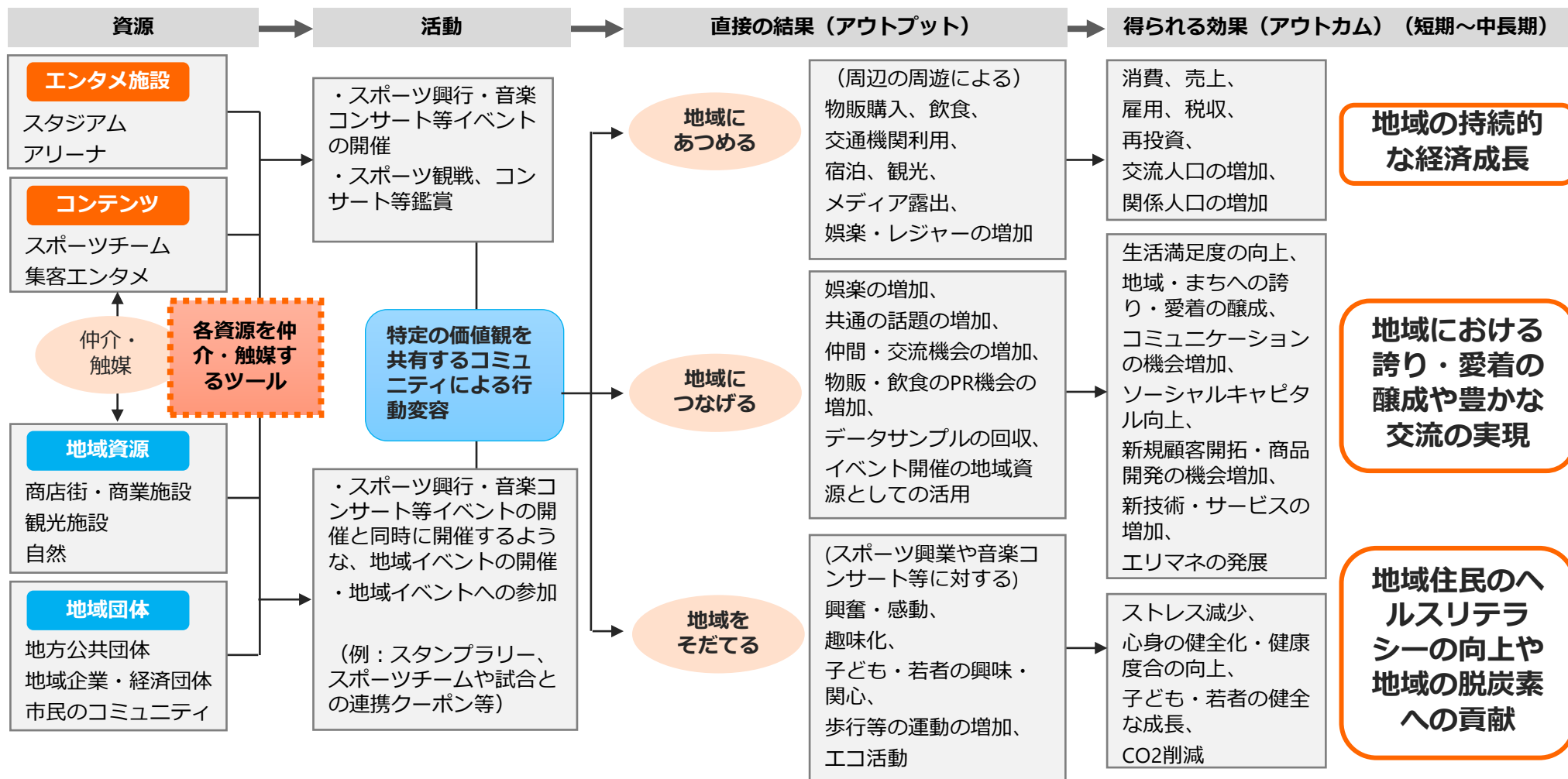
各資源を仲介・触媒するツール	具体的な活用内容
ぴあ(株)提供の観戦チケットとスタジアム・地域に紐づく情報を提供する「ユニタビ」アプリ	アプリのサービスとして、地域周遊によるチェックインラリーキャンペーンを実施。実施対象は、静岡市で行われたJ2 清水エスパルスのホームゲーム(9/24、10/7、10/28の3試合)
(株)TOKAIケーブルネットワークが提供する地元シェアサイクルサービス「PULCLE」	清水エスパルスのホームスタジアムであるIAIスタジアム日本平周辺エリアや、市内主要スポットにて、シェアサイクルサービスを展開。

社会的インパクト把握のための調査方法

- ユニタビアンケート調査（詳細後述）
- Wi-Fiシグナルセンサー調査（位置情報データ調査による訪問スポット把握。詳細後述）
- スタジアムやアリーナにおける地域周遊促進の取組事例調査

1.3 スポーツ観戦と、その行動変容がもたらす社会的インパクトのロジックモデル

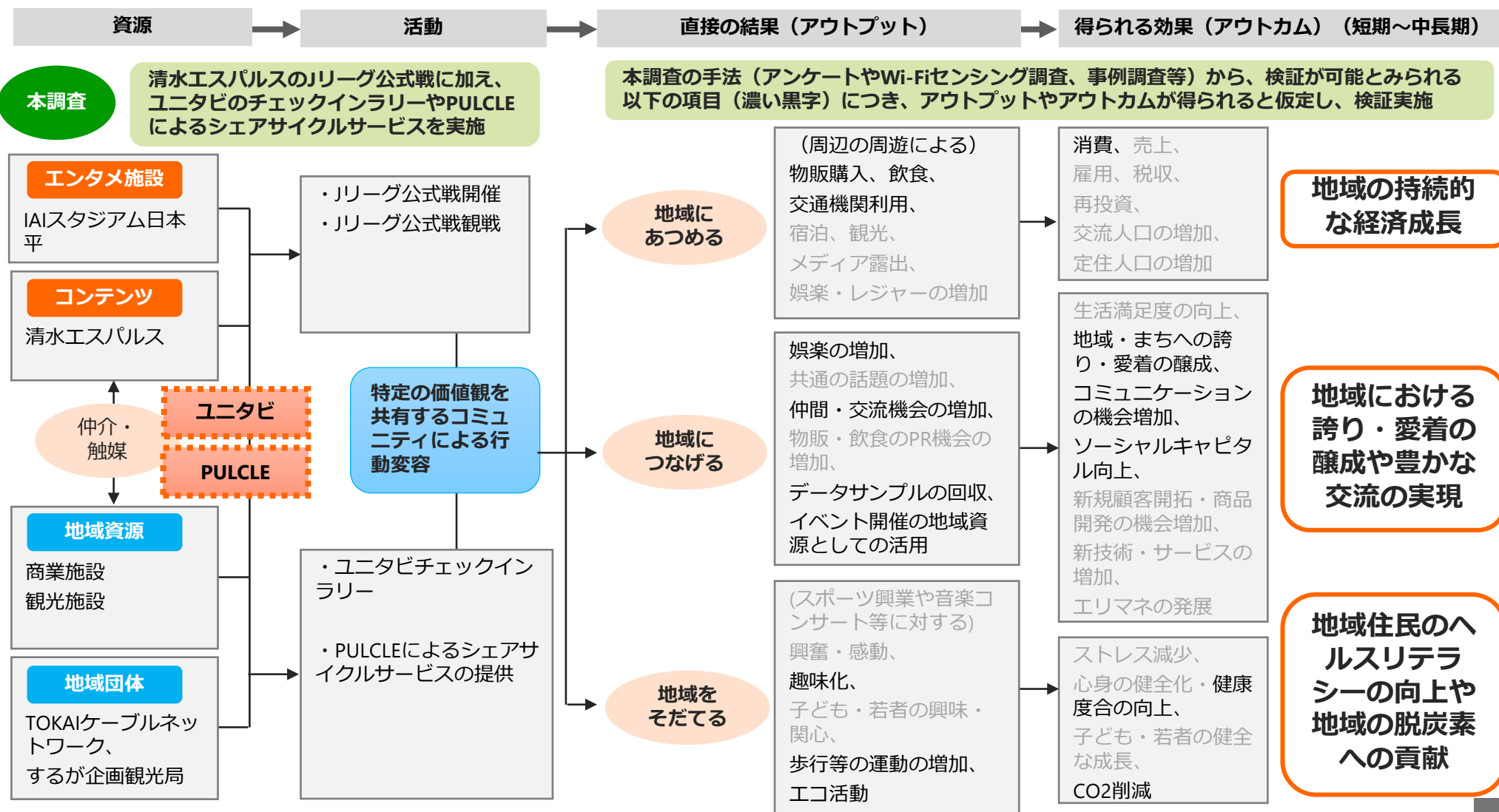
- スポーツや集客エンタメの観客は、特定の価値観を共有しているコミュニティであり、それゆえに、スポーツ観戦やコンサート鑑賞は、**人々の様々な行動変容を起こすきっかけ**となりうる。
- それらの行動変容により、**地域の持続的な経済成長、地域における豊かな交流の実現、地域住民のヘルスリテラシーの向上や地域の脱炭素への貢献等**の効果を得ることが可能になると考えられる。



「スポーツ・音楽・文化芸術等交流人口型イベント（集客エンタメ産業）の社会的価値」（2022年5月20日、ぴあ・DBJ）に記載のロジックモデルを参考に再構成

1.4 ロジックモデルに基づく本調査の資源及び活動と、検証するアウトプット及びアウトカム

- 前ページのロジックモデルに、本調査の全体像を当てはめると以下の通りとなる。
- 清水エスパルスのJリーグ公式戦開催に加え、ユニタビ、PULCLEといったツールを用いた上で、アンケート等の各種調査を行うことにより、**スポーツ観戦が、以下のアウトプットやアウトカムを得られるきっかけとなっているかどうかを検証する。**



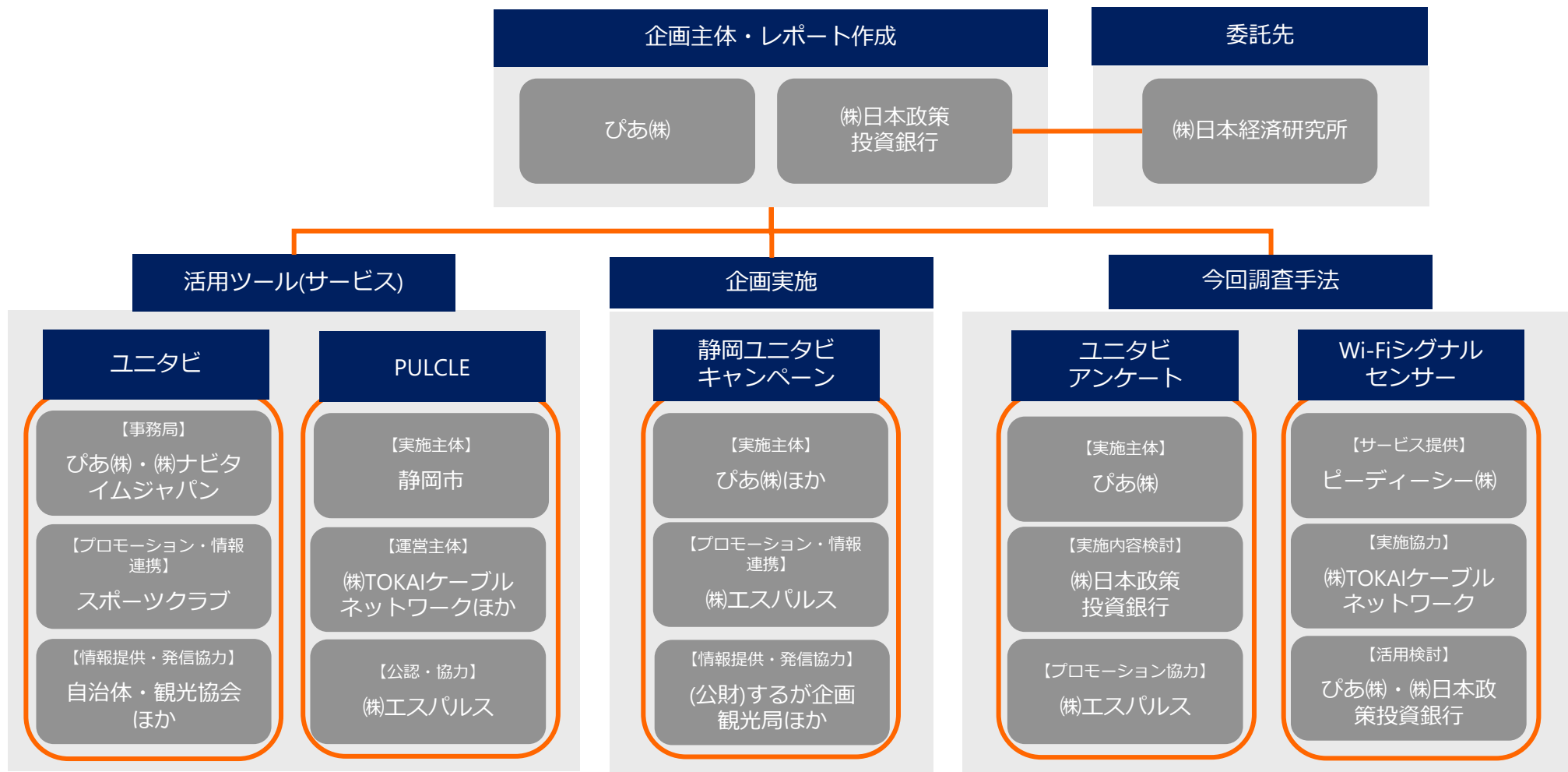
1.5 調査結果サマリー

章	見出し	調査結果のポイント
3	地域の持続的な経済成長に関する調査結果 (アンケート調査及びユニタビ取得データより)	- 観戦日の消費額も平均的な休日と比較した観戦日の消費増加額も、訪問先数が増えるにつれて増えていく傾向にある。 - 県内客に比べて県外客は、観戦日の消費額も平均的な休日と比較した消費増加額も大幅に大きい。 - 県内客に比べて県外客は、観戦日の訪問先数が多い。
4	地域における誇り・愛着の醸成や豊かな交流の実現に関する調査結果 (アンケート調査より)	- 観戦日の方が「友人・知人と楽しめる」「地域に親しみや愛着を抱くことができる」「飲食したり街歩きを楽しめる」と「感じる」「やや感じる」割合は8割前後に上る。 - 世代別に見ると、「友人・知人と楽しめる」「知らなかった人と交流できる」「飲食したり街歩きを楽しめる」「地域に親しみや愛着を抱くことができる」のいずれでも、「感じる」と答える割合は若くなるにつれて高まる。
5	地域住民のヘルスリテラシーの向上や地域の脱炭素への貢献に関する調査結果 (アンケート調査より)	- スタジアムまでの移動手段は「自家用車（レンタカー・カーシェアを含む）」「バス」「自転車」が中心で、いずれも全体の3割ほどで、代表交通手段分担率と比べると自動車の利用は少なく、バスや自転車の利用が多くなっている。 - 平均的な休日と比較して観戦日の歩行時間は平均33.3分増加している。 - シェアサイクルを含む自転車の利用者の平均利用時間は69.8分である。 - PULCLEを既に利用している/利用してみたい理由として、「軽い運動ができる/健康に良い」「環境に配慮して(二酸化炭素排出量削減)」との回答が一定数存在。
6	地域の持続的な経済成長に関する調査結果 (周遊に着目) (Wi-Fiシグナルセンサー調査、ユニタビチェックインラリー結果分析、事例調査より)	- Wi-Fiシグナルセンサー調査からは、主要な訪問スポットが主要アクセス駅や駅周辺の商業施設であったことにより、駅周辺エリアの周遊検討や、それらを促す効果的な取組の重要性が確認できた。 - ユニタビチェックインラリーの実施状況からは、ユニタビユーザーである観戦者の周遊が促されたことから、エンタメ施設やコンテンツ、地域の各資源を仲介・触媒するツールの有効活用が、周遊を促すことが確認できた。 - 地域周遊促進の取組事例調査からは、ホームタウンでの周遊検討や効果的な取組、仲介・触媒するツールの活用が認識され、各地で行われつつあることが確認できた。

2. 本調査の概要

2.1 関連団体・体制紹介

- 本調査は、ぴあ(株)および(株)日本政策投資銀行が企画主体となって実施する。
- ツール・サービスの提供以外に、企画や調査手法に応じて関係団体様にご協力いただき、取組実施に至った。
- 特に、(株)エスパルス、(株)TOKAIケーブルネットワーク、公益財団法人するが企画観光局、ピーディーシー(株)の4社とは、ぴあ(株)および(株)日本政策投資銀行を含めた6社にて連携協定を結び協力して取組を行った。



2.2 ユニタビの概要

- 「ユニタビ」は、“ユニ着て旅する”をコンセプトにぴあ(株)等が展開するアプリ。2022年9月サービス開始。
- Jリーグの観戦QRチケットを登録すると、**スタジアム・地域に紐づく情報が閲覧可能**で、観戦前後の地域周遊がより楽しみやすくなるサービスとなっている。



「ユニフォームを着て、街を旅する」

観戦QRチケットを登録すると、**スタジアム・地域に紐づく情報**が閲覧可能

“あなたらしいサッカー観戦を”

好きなクラブの「ユニフォーム」を着て、みんなで応援をするから、スタジアムの一体感が生まれて観戦が楽しくなる。

試合の前後も「ユニフォーム」を着て、街を歩き、食事や観光を楽しめば、地域の一体感が生まれて楽しい時間がもっと伸びるはず。

なぜなら、クラブと共に成長してきた地域には、選手御用達のお店や店主が熱狂的なファンのお店、必勝祈願スポット、選手がゲン担ぎに訪れる場所など魅力がたくさんあるから。

ユニタビは、サッカー観戦の1日を「旅」と捉えて、観戦・地域を楽しめる情報や体験を提供します。

2.2 ユニタビの概要

- 「ユニタビ」の主な機能は以下の通り。
- おすすめ店舗の紹介や経路検索、スケジュール管理等、観戦前後の時間を一体的に楽しめる工夫がなされている。



チケットを起点に1拠点に数万人が集まるJリーグの試合日において、ファン・サポーターの行動変容を誘起し、商圈エリア拡大に伴う地域活性化を全国のプロサッカークラブを抱える地域での実現を目指す。

主な機能

おすすめ店舗 ガイド記事紹介



サイン掲載、スタッフ・ファン
行きつけ店舗や試合前後
の街を楽しむためのガイド
記事を紹介

地図・経路検索



試合開始時間に合わせ、
複数のモビリティを活用し
た経路検索や周辺の地図
情報の参照が可能

チケット管理



アプリ起動と同時に
チケットが表示。
試合毎のページ登録で、
チケット管理の簡略化が可能

スケジュール管理



周遊の予定を管理できる
スケジュール管理機能

クチコミ



スタグル・アクセス・観戦・
地域の4つのカテゴリーで
ファン同士の交流を図る

2.2 ユニタビの概要

- 本調査では、PULCLE利用促進とチェックインラリーキャンペーンの実施促進を目指し、シェアサイクルサービスPULCLEと連携した以下のような取組・機能実装を行った。

今回の取組の上で追加した機能

PULCLE（ハローサイクリング） ステーション情報掲載



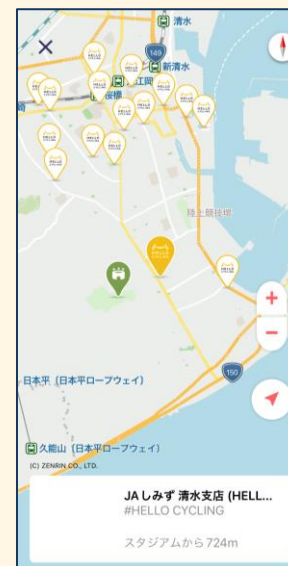
スタジアム周辺のステーション情報の
掲載し、アプリストアへの遷移も実施。

記事掲載 (ルート/クーポンコード記載)



シェアサイクルの使い方や、
スタジアムまでの周遊ルートを紹介

MAPでの確認



通常のピンとは別に
ハローサイクリングのピン設置

2.3 PULCLEの概要

- 「PULCLE」は、全国でシェアサイクルを利用できるHELLO CYCLINGのプラットフォームを利用したサービスで、**地域の新たな交通手段として誕生した官民連携のシェアサイクルサービス**。2020年6月サービス開始。
- 清水エスパルス公認シェアサイクルで、サービス名の「PULCLE」とは、清水エスパルスの「PULSE」と自転車の「CYCLE」を組み合わせたもの。
- 静岡市内JR主要駅周辺、公共施設、公園、民間施設等にサイクルポートを設置。順次拡大中。



自転車を借りる

アプリで自転車を かんたん予約

アプリで近くのステーションを探して
かんたんに自転車を予約できます。



自転車を返す

PULCLEの看板がある ステーションなら どこでも返せる

PULCLEの看板があるステーションなら
どこでも返却ができます。※

※全国にあるHELLO CYCLINGの
ステーションでも返却可能です。



ラクラク快適！

自転車は 電動アシスト

PULCLEの自転車はすべて電動アシスト付
自転車だから、出だしからスムーズ、
坂道はグングンアシストしてくれます。

市内ポート設置箇所数	207か所
設置自転車台数	600台

※令和5年10月30日時点

＜調査対象試合時のスタジアム周辺 PULCLE専用臨時駐輪場台数＞

9/24（日）甲府戦	71台
10/7（土）磐田戦	150台
10/28（土）熊本戦	84台

料金プラン



電動アシスト自転車

15分あたり ￥100 12時間あたり ￥1,500

出所：「PULCLE」HPおよび(株)TOKAIケーブルネットワークへのヒアリングを基に作成

2.4 ユニタビチェックインラリーの実施概要

<ユニタビチェックインラリー>

概要

対象期間内に特定のチェックインスポットでチェックインをするとポイントが付与され、付与された合計ポイントに応じて、クラブグッズや各地域にちなんだ特産品などの景品と交換することが可能。

実施期間

9/15(金)～10月31日(火)

対象地域

IAIスタジアム日本平を含むJリーグの試合が開催される全国の11スタジアム周辺

対象者

ユニタビアプリをダウンロードした人

参加費

無料



2.5 ユニタビアンケート調査の実施概要

アンケート対象者

- J2清水エスパルスのホーム試合における観戦者@IAIスタジアム日本平
- 対象試合は、以下の3試合とした。
 - ✓ 9/24（日）甲府戦、 10/7（土）磐田戦、 10/28（土）熊本戦

アンケートの内容

- 「地域の持続的な経済成長」に関して、試合観戦日のスタジアム外での消費額や訪問した施設数等を尋ねた。
- 「地域における誇り・愛着の醸成や豊かな交流の実現」に関して、試合観戦日をそれ以外の休日と比べて、スタジアム周辺地域で飲食したり街歩きを楽しんだり、知人・友人などと楽しんだり交流したりできると感じるか等を尋ねた。
- 「地域住民のヘルスリテラシーの向上や地域の脱炭素への貢献」に関して、スタジアムまでの往復の移動手段とその利用時間、シェアサイクルサービスサービスの認知度や利用有無、利用している/してみたい理由等を尋ねた。

アンケートの方法

- GoogleフォームによるWebアンケート調査
- 試合日のスタジアム内において、QRコードを掲示
- 回答者から抽選で100名様にAmazonギフトコード1,000円分をプレゼント

アンケートの回収結果

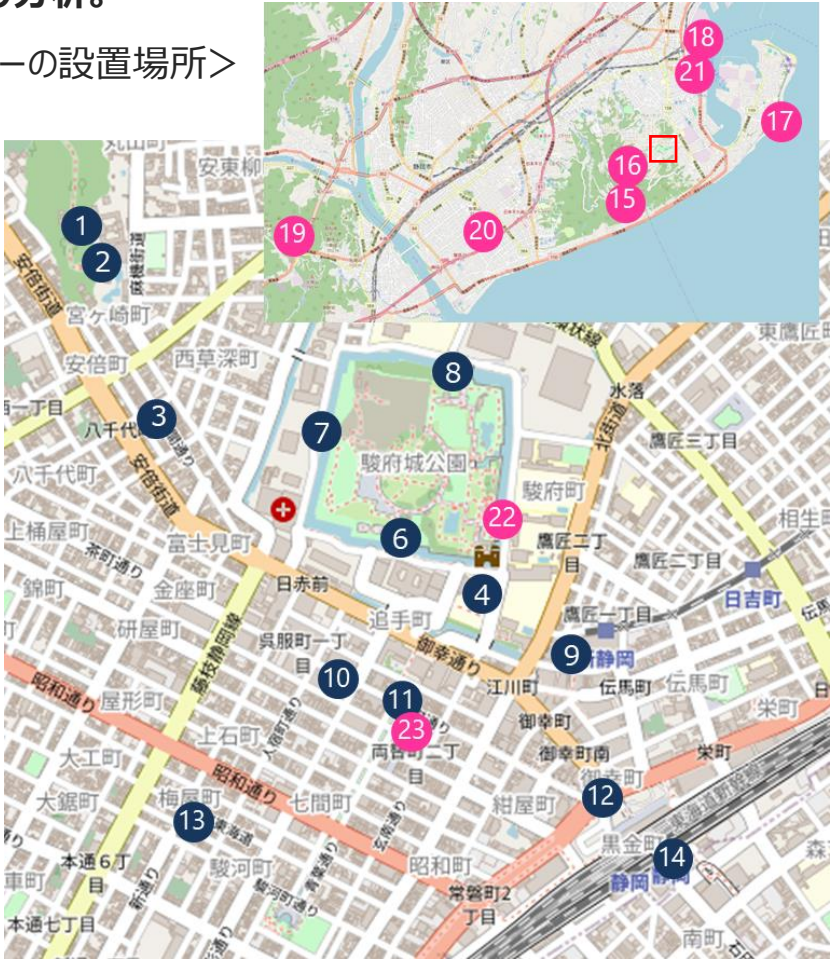
アンケート実施試合	アンケート回収結果	スタジアム内観戦者数
9/24（日）甲府戦	61件	15,026人
10/7（土）磐田戦	1,034件	18,871人
10/28（土）熊本戦	22件	13,996人

2.6 Wi-Fiシグナルセンサー調査の実施概要

- IAIスタジアム日本平にWi-Fiシグナルセンサーを設置し、清水エスパルスホーム戦の観戦客が所有するスマートフォンから発せられる Wi-Fi アクセスポイントの SSID 接続履歴を取得。
- 端末固有の ID を個人が特定できないように変換（ハッシュ化、匿名化）したうえで、既に静岡市内に設置されている Wi-Fi シグナルセンサーのデータと組みあわせて、周辺地域における周遊状況等を可視化し分析。

＜静岡市内におけるWi-Fiシグナルセンサーの設置場所＞

No.	センサー設置箇所	中区分	大区分
1	浅間神社	浅間神社	街なか
2	大河ドラマ館		
3	浅間通り	浅間通り	
4	歴史博物館	歴史博物館	
5	駿府城公園 東御門橋	※No22の場所へ移行【2月16日】	
22	駿府城公園 東御門橋(屋外)		
6	駿府城公園 二之丸橋	駿府城公園	
7	駿府城公園 西門橋		
8	駿府城公園 北門橋		
9	新静岡駅	新静岡駅	
10	札ノ辻交差点		郊外
11	政豊	呉服町通り	
23	呉服町通り「サイネージ」	※追加【2月16日】	
12	えきチカ	えきチカ	
13	人宿	人宿	
14	静岡駅	静岡駅	
15	久能山	久能山	
16	日本平	日本平	
17	三保	三保	
18	清水ドリームプラザ	清水ドリームプラザ	
19	匠宿	匠宿	
20	登呂遺跡	登呂遺跡	
21	水上バス	水上バス	



出所：OpenStreetMapデータを用いて作成
(<https://www.openstreetmap.org/#map>)

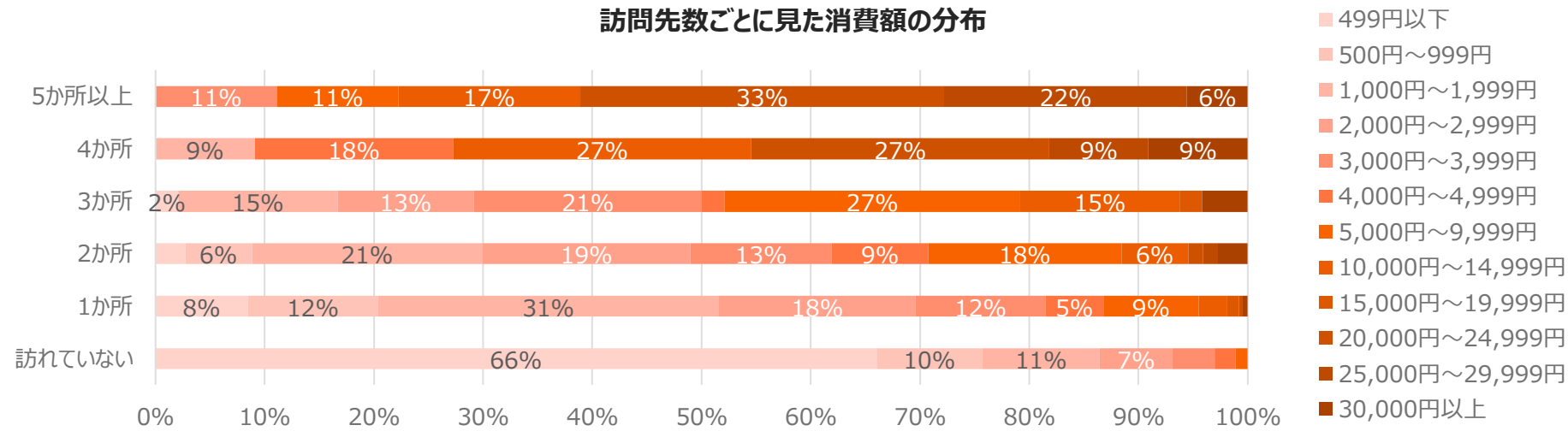
出所：ピーディーシー(株)提供文書、(株)TOKAIケーブルネットワークHP <https://www.thn.ne.jp/files/user/news/news231129.pdf> 等を参考に作成

3. 地域の持続的な経済成長に関する調査結果（アンケート調査及びユニタビ取得データより）

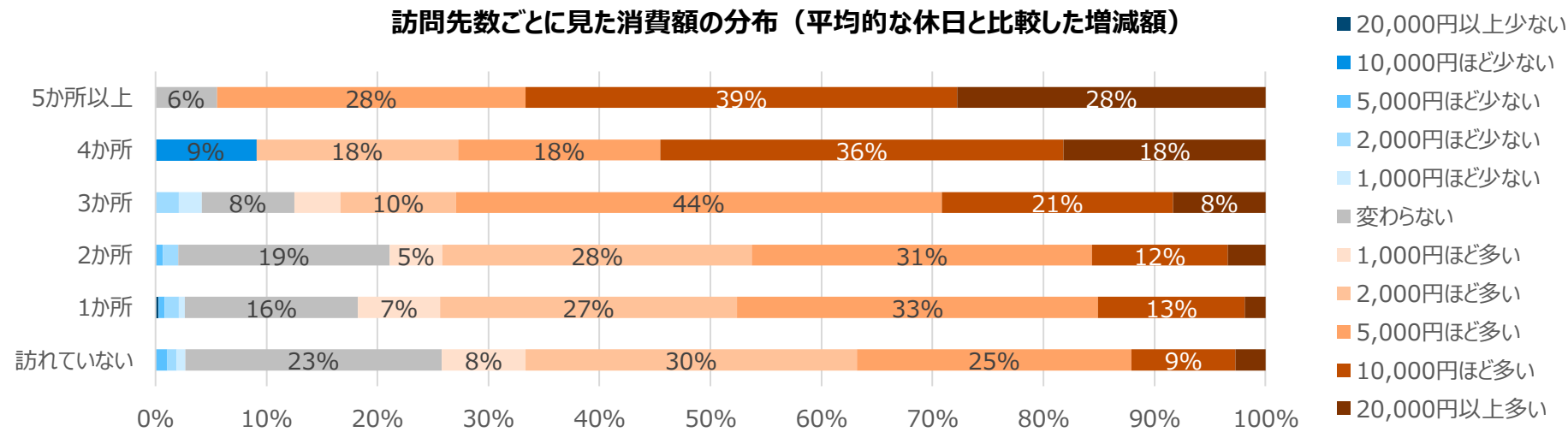
3.1 訪問先数別の消費額比較

- アンケート回答者の観戦日の消費額について訪問先数別に分析すると、訪問先数が増えるにつれて消費額も増える傾向にある。
- また、観戦日の消費額を平均的な休日の消費額と比較した場合にも、訪問先数が増えるにつれて消費増加額が大きくなる。

訪問先数ごとに見た消費額の分布



訪問先数ごとに見た消費額の分布（平均的な休日と比較した増減額）

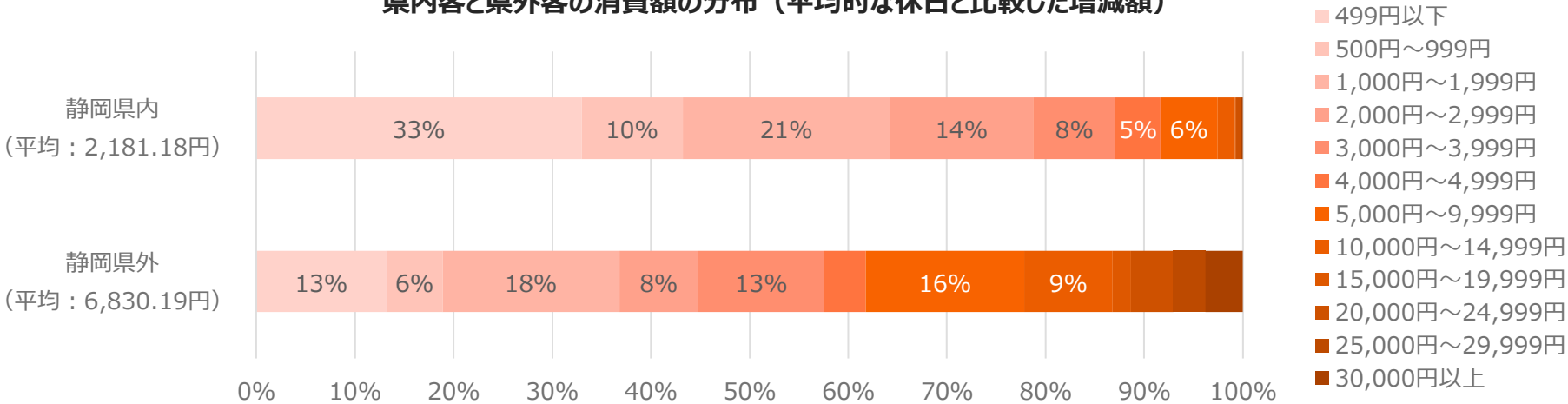


出所： 株式会社日本経済研究所作成
注： 観戦日の消費額について、商業施設等に「訪れていない」と答えた人で1万円以上と答えたものについては無効回答と見なして集計から除外している。

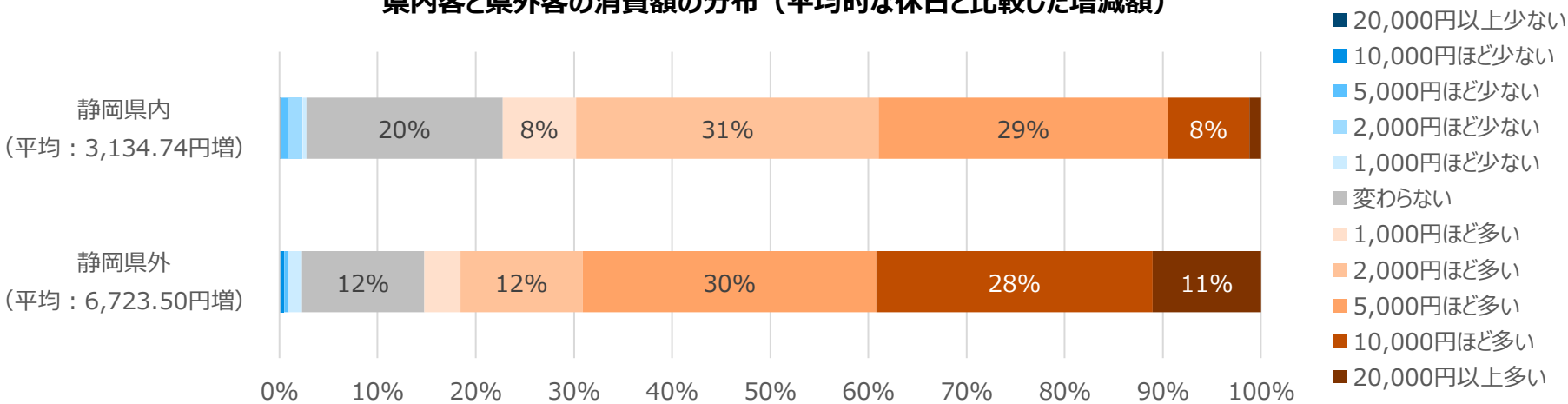
3.2 県内・県外の消費額比較

- アンケート回答者を県内客と県外客に分けて消費額を比較すると、県外客の平均が7,000円に迫る一方、県内客は2,000円程度と差が顕著であった。また、試合日の消費額を平均的な休日と比較した場合でも、県外客は平均で7,000円近く試合日の方が多いのに対して、県内客については3,000円超の増加にとどまった。

県内客と県外客の消費額の分布（平均的な休日と比較した増減額）



県内客と県外客の消費額の分布（平均的な休日と比較した増減額）



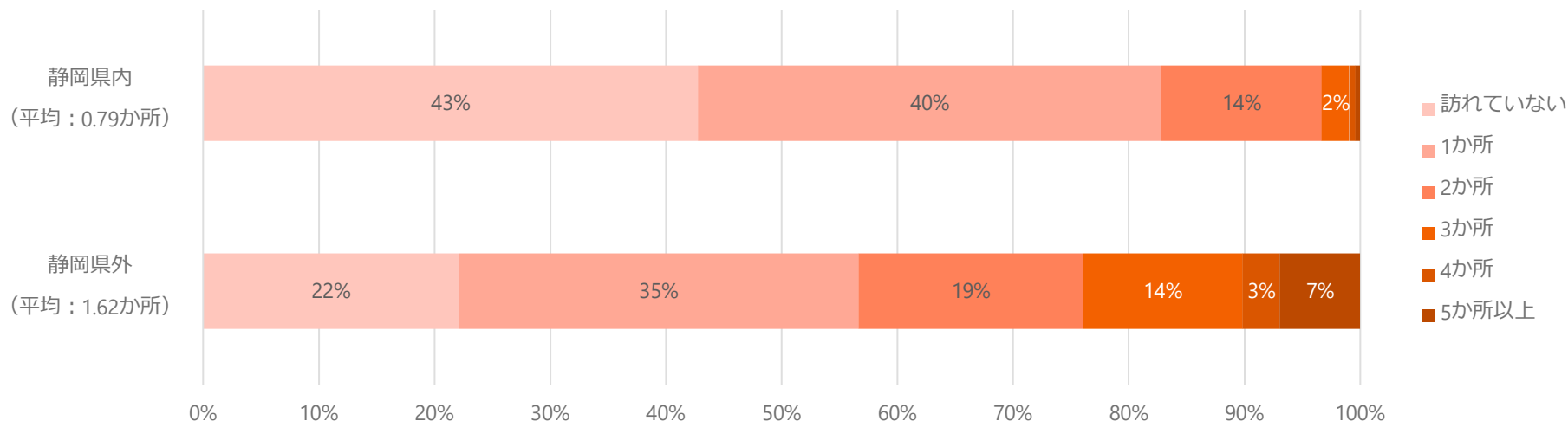
出所：株式会社日本経済研究所作成
注：観戦日の消費額について、商業施設等に「訪れていない」と答えた人で1万円以上と答えたものについては無効回答と見なして集計から除外している。
著作権©2024 PIA Corporation & Development Bank of Japan Inc. 本資料は、びあ株式会社グループ及び株式会社日本政策投資銀行（DBJ）グループにより作成されたものです。

3.3 県内・県外の訪問先数

- 県内客と県外客の観戦日の訪問先数を比較すると、県外客の方がより多くの場所を訪問している。
- 前頁の結果を踏まえると、県外客は県内客より多くの場所を訪問して、より多くの支出を行っていることが分かる。
- Jリーグのアウェイ観戦における行動の調査を実施した吉岡ら(2020)によると、ホーム戦とアウェイ戦における一試合にかけられる旅費(チケット代除く)についてのアンケートでは、ホーム戦が「5,000円まで」で最も多く57%を占めるのに対し、アウェイ戦は「10,000円まで」(14.8%)、「30,000円まで」(17.6%)、「20,000円まで」(19.3%)でホーム戦と比べて多く旅費が確保されていた。
- また、アウェイ戦観戦で重視するものの一つとして、「観光面の魅力度」は、「日程の余裕」(141件)、「旅行費用の安さ」(108件)に次いで75件となった。アウェイ戦観戦に訪れる県外客は試合観戦と合わせて周辺地域の観光も目的としていることから、県内客よりも消費額や訪問先数が増えていると推察される。

出所：吉岡 誉将・杉本 興運・菊地 俊夫（2020）「Jリーグサッカーファンのアウェイ戦観戦行動と地域受容—スポーツイベントによる地域活性化に向けた示唆—」

県内客と県外客の訪問先数の分布

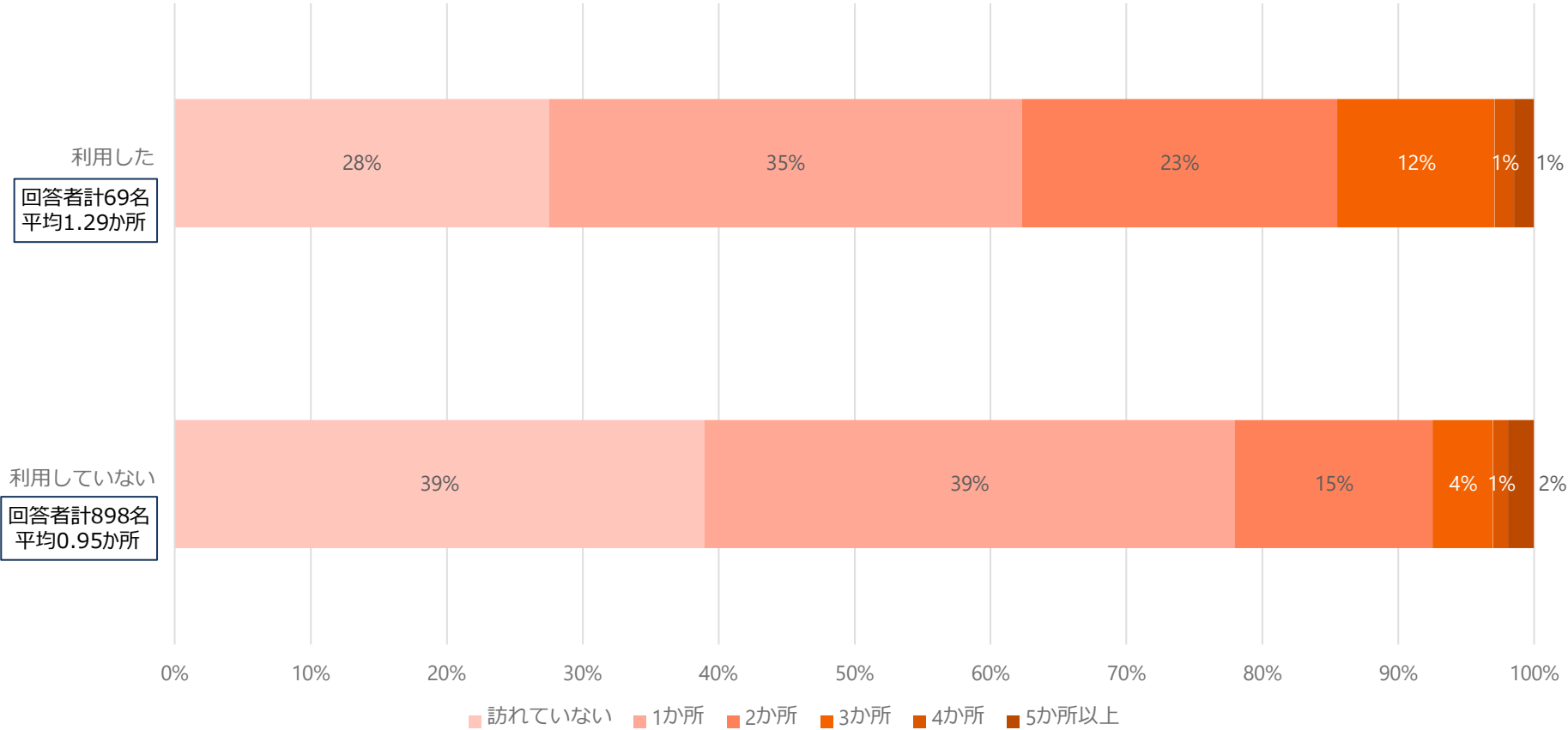


出所：株式会社日本経済研究所作成

3.4 ユニタビによる訪問先数増加の効果

- スタジアムでの観戦の前後に訪れた場所の数をユニタビを利用した回答者とそうでない回答者と比べたところ、ユニタビを利用していない回答者の平均が0.95か所にとどまったのに対して、ユニタビ利用者は1.29か所であった。
- ユニタビがスタジアム周辺地域の施設への訪問を促すという因果関係があるかどうかまでは本アンケート結果だけでは分からないものの、ユニタビ利用者は周辺施設を訪れることにより関心が高い様子がうかがえる。

ユニタビの利用有無と観戦前後に訪れた場所の数



出所：株式会社日本経済研究所作成

3.5 本章のまとめ

調査概要

- 試合観戦日における観戦前後での**消費額**、それ以外の**平均的な休日と比較した消費増減額**、**訪問先数**などを聴取。
- これらについて、**県内客と県外客で比較**したり、**ユニタビの利用有無で比較**する等して分析。

結果

- **消費（増減）額と訪問先数の関係性**
⇒ 訪問先数が増えるにつれて、観戦日の消費額も、平均的な休日と比較した消費増加額も大きくなる傾向
- **観戦日の消費額の県内客・県外客での比較**
⇒ 県外客7,000円超：県内客2,000円程度
- **観戦日と平均的な休日と比較した消費増減額の県内客・県外客での比較**
⇒ 試合日の方が県外客7,000円程度増：県内客3,000円程度増
- **観戦日の訪問先数の県内客・県外客での比較**
⇒ 県外客1.62か所：県内客0.79か所
- **観戦日の訪問先数のユニタビ利用有無での比較**
⇒ ユニタビ利用者は1.29か所：ユニタビ非利用者0.95か所

インプリケーション

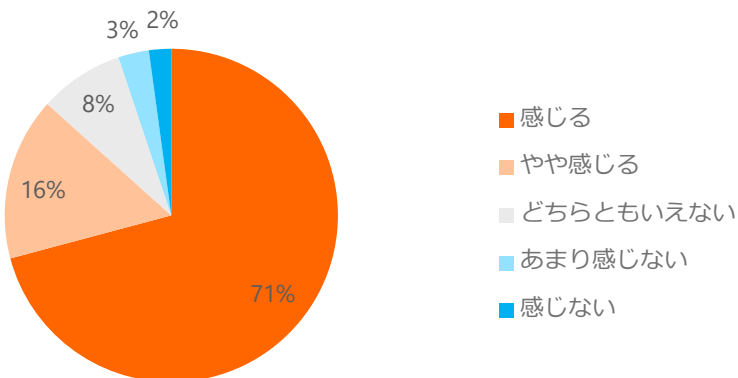
- 本調査から、**県外からの観戦客の方が県内客よりもスタジアム周辺地域のより多くの場所を訪問して、より多額の支出を行っていることが分かり、スタジアムでの試合開催が地域経済活性化の一助となる可能性を指摘できる。**
- こうした効果をより明確に顕在化させていくためには、**県外客がスタジアム周辺地域を素通りすることのないよう、ユニタビの活用等を通じて県外客にも分かりやすく適時に情報提供を行っていくこと等**が考えられる。

4. 地域における誇り・愛着の醸成や豊かな交流の実現に関する調査結果（アンケート調査より）

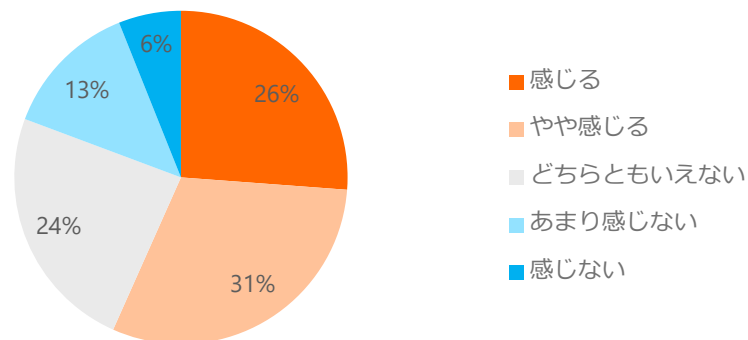
4.1 地域における誇り・愛着の醸成や豊かな交流に与える影響（全体）

- スタジアムで観戦することを通じて、地域における誇り・愛着の醸成や豊かな交流に与える影響について、以下のグラフの4項目を通じて尋ねたところ、いずれの項目でも「感じる」と「やや感じる」を合わせた割合が過半数に達した。特に「友人・知人と楽しめる」と「地域に親しみや愛着を抱くことができる」「飲食したり街歩きを楽しめる」については「感じる」と「やや感じる」を合わせた割合が8割前後となった。

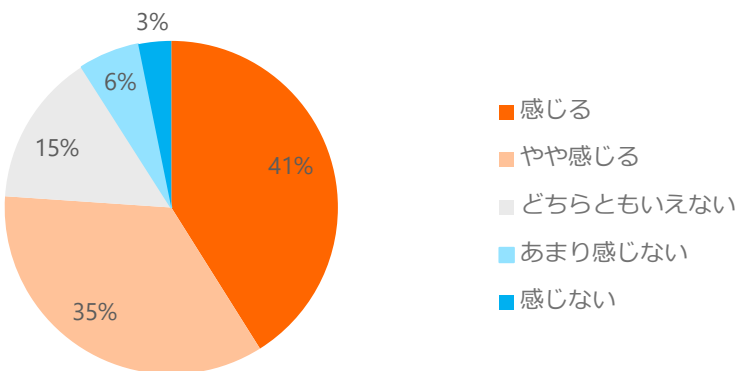
友人・知人と楽しめる



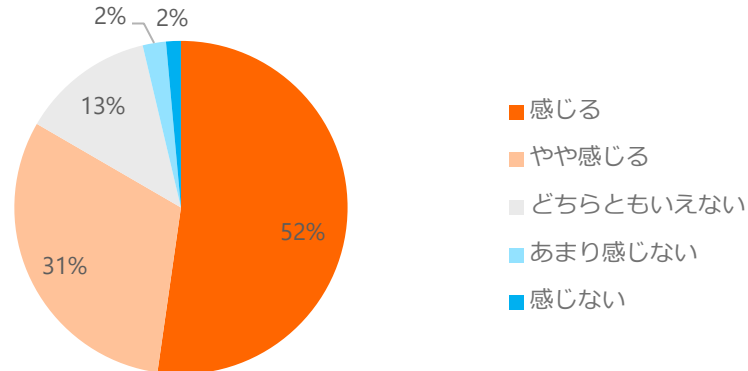
知らなかった人と交流できる



飲食したり街歩きを楽しめる



地域に親しみや愛着を抱くことができる

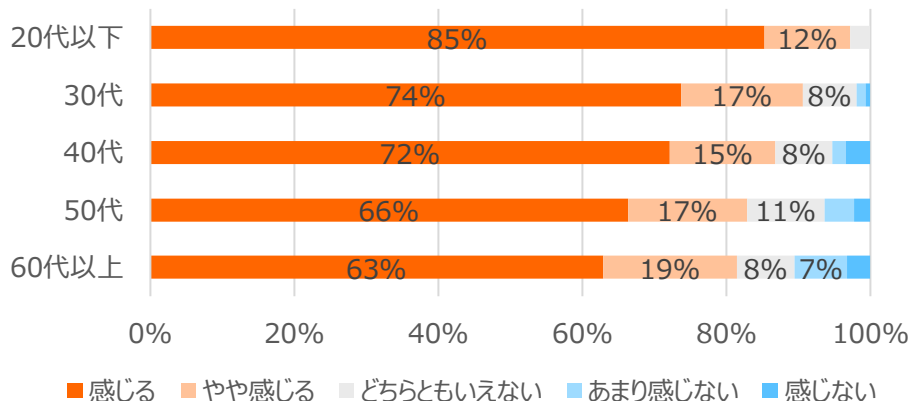


出所：株式会社日本経済研究所作成

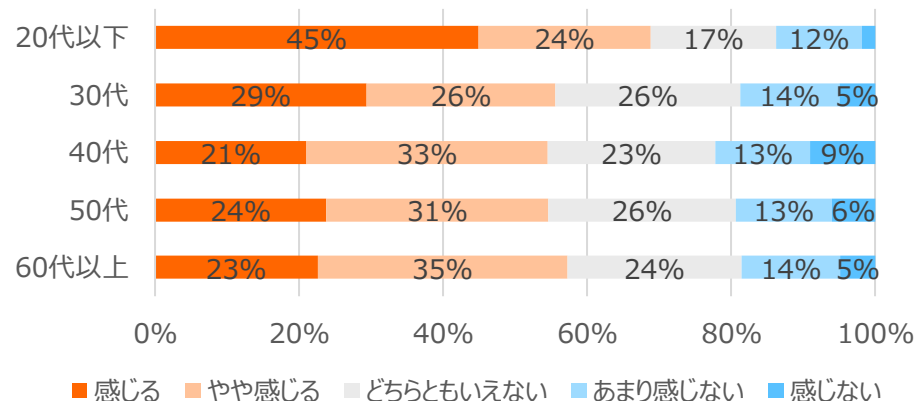
4.2 地域における誇り・愛着の醸成や豊かな交流に与える影響（世代別）

- 前頁の結果を世代別に分類すると、いずれの項目についても「感じる」と答えた割合が世代が若くなるにつれて増加している。この傾向は「知らなかった人と交流できる」で顕著であり、20代以下で「感じる」と答えた割合は40代から60代以上の2倍程まで高まった。

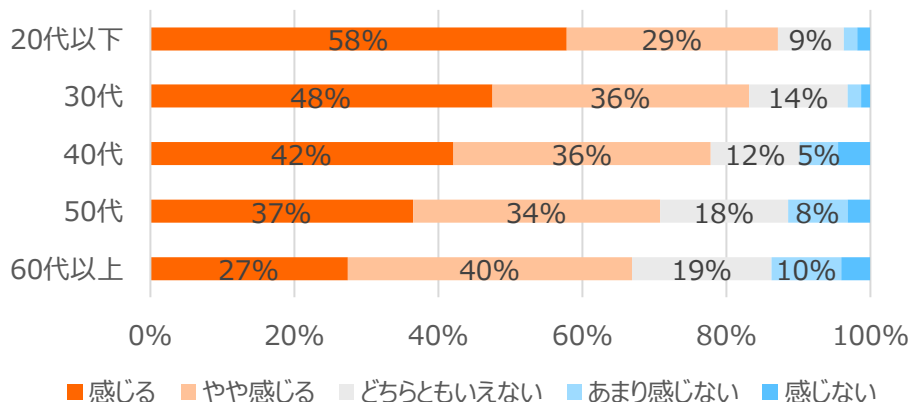
友人・知人と楽しめる



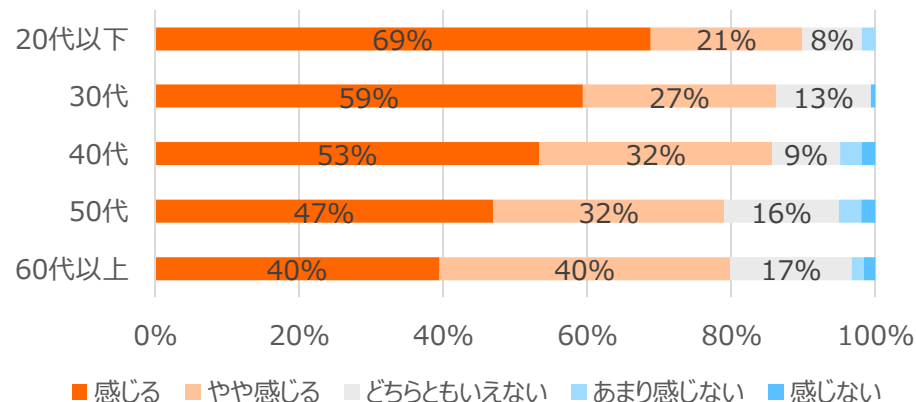
知らなかった人と交流できる



飲食したり街歩きを楽しめる



地域に親しみや愛着を抱くことができる



出所：株式会社日本経済研究所作成

(参考) 地域における誇り・愛着の醸成や豊かな交流に与える影響（60代以上のみ抜粋）

- 内閣府が60歳以上に対して実施した「高齢者の日常生活・地域社会への参加に関する調査結果」と当調査の60代以上の回答を比較した。調査手法の違いにより、結果を単純に比較することはできないが、当調査のスタジアムの試合観戦者の方が一般的な社会活動に参加する人と比べ、交流や地域の愛着について前向きな回答をする割合が多かった。
- 内閣府調査では社会活動への参加を通じて36.5%が「新しい友人を得ることができた」と回答しているのに対し、当調査では「知らなかった人と交流できる」という項目に対して「感じる」、「やや感じる」と回答している人が58%となった。
- また、内閣府調査において31.6%が社会活動を通じて「地域社会に貢献できた」と回答し、当調査においては「地域に親しみや愛着を抱くことができる」という項目に対して「感じる」、「やや感じる」と回答した人が80%となった。

内閣府調査

社会活動*に参加して良かったと思うこと

(%, 複数回答)

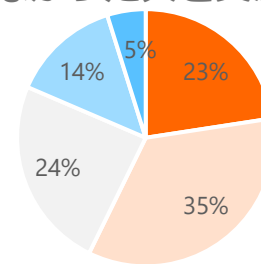


注：社会活動は健康・スポーツ、趣味、地域行事等の活動を指す

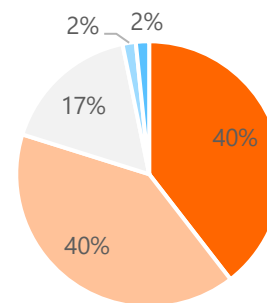
出所：令和3年度 高齢者の日常生活・地域社会への参加に関する調査結果（内閣府）
（https://www8.cao.go.jp/kourei/ishikij/r03/zentai/pdf_index.html）

当調査（前頁より抜粋）

知らなかった人と交流できる



地域に親しみや愛着を抱くことができる



出所：株式会社日本経済研究所作成

4.3 本章のまとめ

調査概要

- 試合観戦日とそれ以外の平均的な休日比べて、「友人・知人と楽しめる」「知らなかった人と交流できる」「飲食したり街歩きを楽しめる」「地域に親しみや愛着を抱くことができる」と感じるかを聴取。
- これらについて、**世代別に比較**したり、**既存調査と比較**する等して分析。

結果

- 観戦日の方が「友人・知人と楽しめる」「地域に親しみや愛着を抱くことができる」「飲食したり街歩きを楽しめる」
⇒ 「感じる」と「やや感じる」を合わせた割合が8割前後
- 4つの質問項目の**世代別分析**
⇒ 「感じる」と答えた割合が世代が若くなるにつれて増加していく傾向
- 内閣府が60歳以上に対して実施した**社会活動への参加に関する調査と本調査の60代以上の回答の比較**
⇒ 「知らなかった人と交流できる」「地域に親しみや愛着を抱くことができる」と感じる割合が本調査の方が大きい

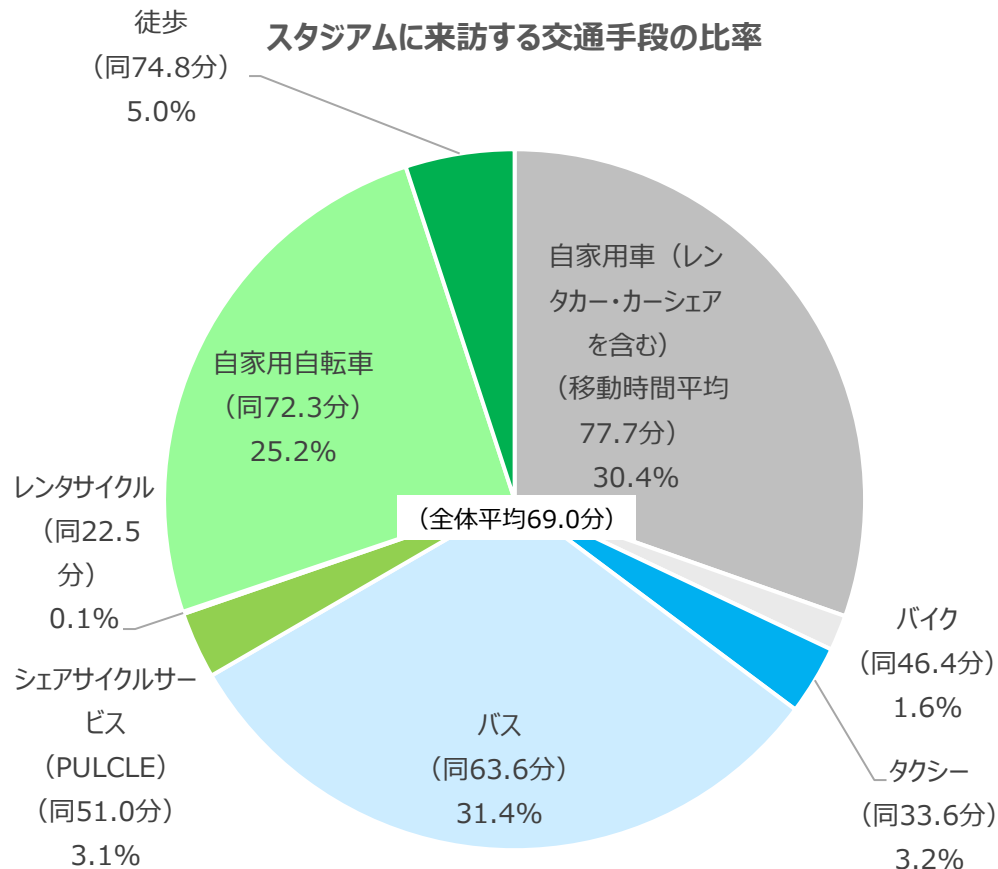
インプリケーション

- 本調査から、**若い世代にとってスタジアムでのサッカー観戦が余暇のアクティビティの有力な選択肢となり得る**と言える。
- 観戦者を増やして地域にも活力をもたらす好循環を生み出すためには、**ユニタビのようなアプリでスタジアム周辺地域の飲食や観光に関する情報を発信**していくことや、**複数名で観戦した場合に優待**されるような施策等が考えられる。
- また、高齢の世代にとっても、一般的な社会活動に比べてスタジアムでのサッカー観戦の方が、**知らなかった人との交流を増やしたり、地域への親しみや愛着を高めたりする可能性**があることも示された。
- スポーツイベントなどを通じて、幅広い世代に対して地域における誇り・愛着の醸成や豊かな交流を促すためは、**親子で訪れた際の優待や、スタジアム内で家族で楽しめるイベントなどのファミリーを引き込む施策**を実施することが考えられる。

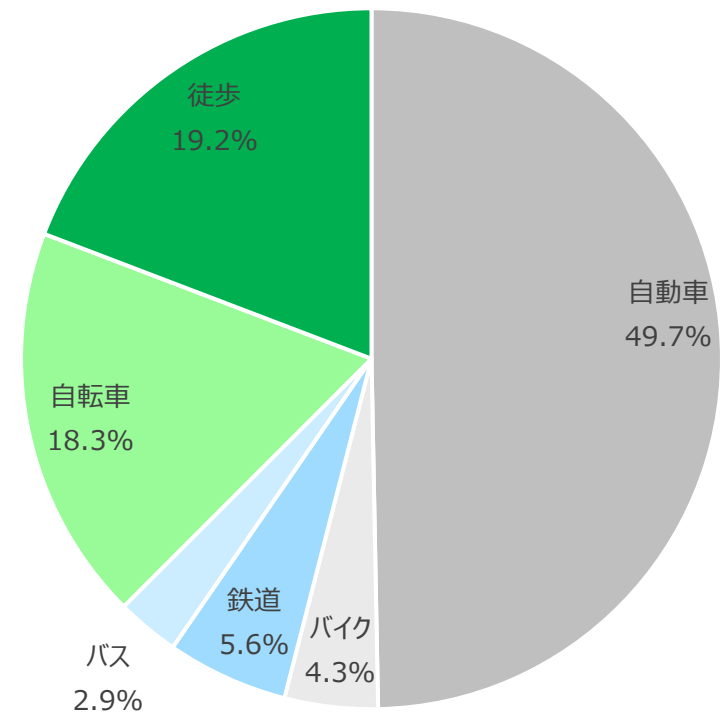
5. 地域住民のヘルスリテラシーの向上や地域の脱炭素への貢献に関する調査結果（アンケート調査より）

5.1 交通手段の比率

- アンケート回答者がスタジアムに来訪する際には自家用車（レンタカー・カーシェアを含む）とバス、自家用自転車が主な交通手段として使われており、いずれも全体の3割前後を占めた。その他の自家用バイクやタクシー、PULCLE等のレンタサイクル、徒歩のみとした回答はいずれも数%にとどまった。
- 静岡市の代表交通手段分担率と比較すると、静岡市が山岳地域を抱えていることもあって、自動車の分担率は静岡市より低い、一方でシェアサイクルを含む自転車の分担率は静岡市より高い。また、IAIスタジアム日本平が最寄り駅と離れていることもあり、静岡市よりも徒歩の割合が大幅に減少する一方で、バスの利用率が高くなっている。



(参考) 静岡市の代表交通手段分担率 (H24)

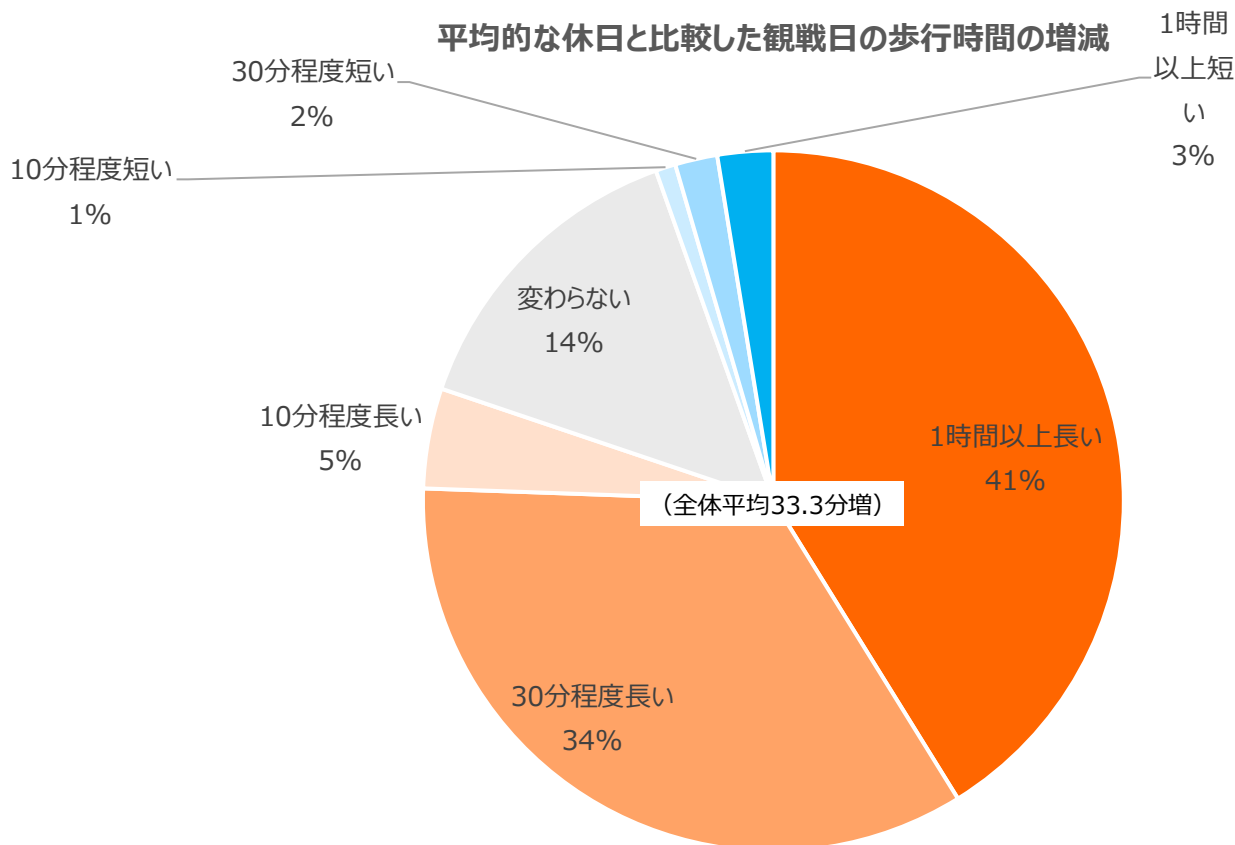


出所：株式会社日本経済研究所作成

出所：静岡市総合交通計画（平成28年4月）

5.2 歩行時間の増減

- アンケート回答者にスタジアムで観戦する日の歩行時間を平均的な休日と比べてもらったところ、観戦日の方が長いという回答が多く、観戦をきっかけとした健康への効果が期待できる。全体平均では33.3分の増加という結果となった。
- 観戦日の方が1時間以上長いと答えたのは全体の41%、30分程度長いと答えたのは34%に達したのに対し、観戦日の方が短いと答えたのは10分程度、30分程度、1時間以上ともに数%にとどまった。



出所：株式会社日本経済研究所作成

注： 平均の算出にあたっては、「1時間以上長い」との回答は60分の増加、「1時間以上短い」との回答は60分の減少と見なしている。

5.3 歩行による医療費削減効果（仮説による推計）

- 5.2で示した通り、試合観戦日は一般的な休日と比較して歩行時間が長いという回答が多く、全体平均で33.3分の増加となっており、健康意識が高まるきっかけとなる可能性がある。
- 仮に、一定程度の人々がスタジアムでの観戦をきっかけに健康意識が高まって、普段においても意識して歩行時間を延ばしたり、ウォーキングを行ったりするようになったと仮定した場合、習慣的な歩行による医療費抑制額に関する既存研究の結果を踏まえると、医療費削減効果は以下のように推計することができる。

試算の考え方

スタジアムでの観戦を
きっかけに歩行時間を
延ばした人による
年間医療費削減額

(19.5万円)

=

歩行による
1日1歩あたり
医療費削減額

(0.065円)

×

1日1人当たり歩数増加量

(仮定：3,000歩)

×

スタジアムでの観戦をきっかけに
健康意識が高まり
歩行時間を延ばした人数

(仮定：1,000人)

- 国土交通省都市局（2017）が経年的な調査の結果を分析したところ、歩行による1日1歩当たりの医療費削減額は0.065～0.072円であった。
- また、厚生労働省（2024）によると、30分の歩行は約3,000歩に相当する。
- そこで、スタジアムでの観戦をきっかけに健康意識が高まって、普段においても試合観戦日と同様に1日あたり歩行時間を30分程度延ばした人が1,000名ほど出てきたと仮定すると、それらの人々による年間医療費削減額は**19.5万円**と試算される。

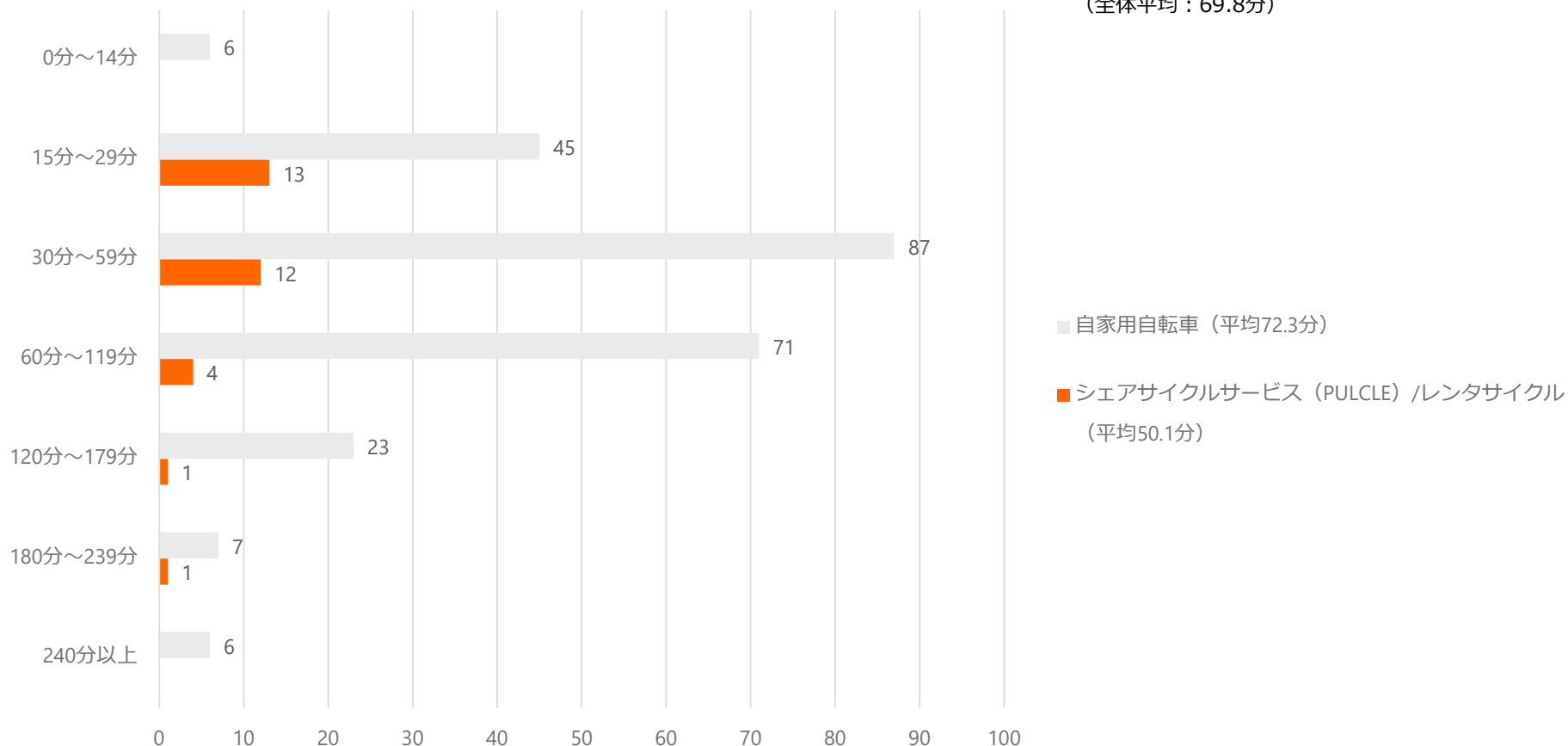
出所： 国土交通省都市局（2017）「まちづくりにおける健康増進効果を把握するための歩行量（歩数）調査のガイドライン」（<https://www.mlit.go.jp/common/001186372.pdf>）
厚生労働省（2024）「健康づくりのための身体活動・運動ガイド2023」（https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryoku/kenkou/undou/index.html）

5.4 自転車利用者の自転車利用時間（PULCLE・自家用自転車含む）

- スタジアムへの来訪に際して自転車を利用した回答者の自転車利用時間を見ると、利用者全体の平均は69.8分であった。
- このうち自家用自転車を利用した245名の平均は72.3分であり、60分以上利用した人は4割以上を占めた。
- 一方で、シェアサイクルサービス（PULCLE）もしくはレンタサイクルは全行程の一部に利用されるものと思われ、利用時間が限られる可能性もあるものの、利用した31名の平均は50.1分であった。

スタジアムへの来訪に自転車を利用した回答者の自転車利用時間の分布

（全体平均：69.8分）



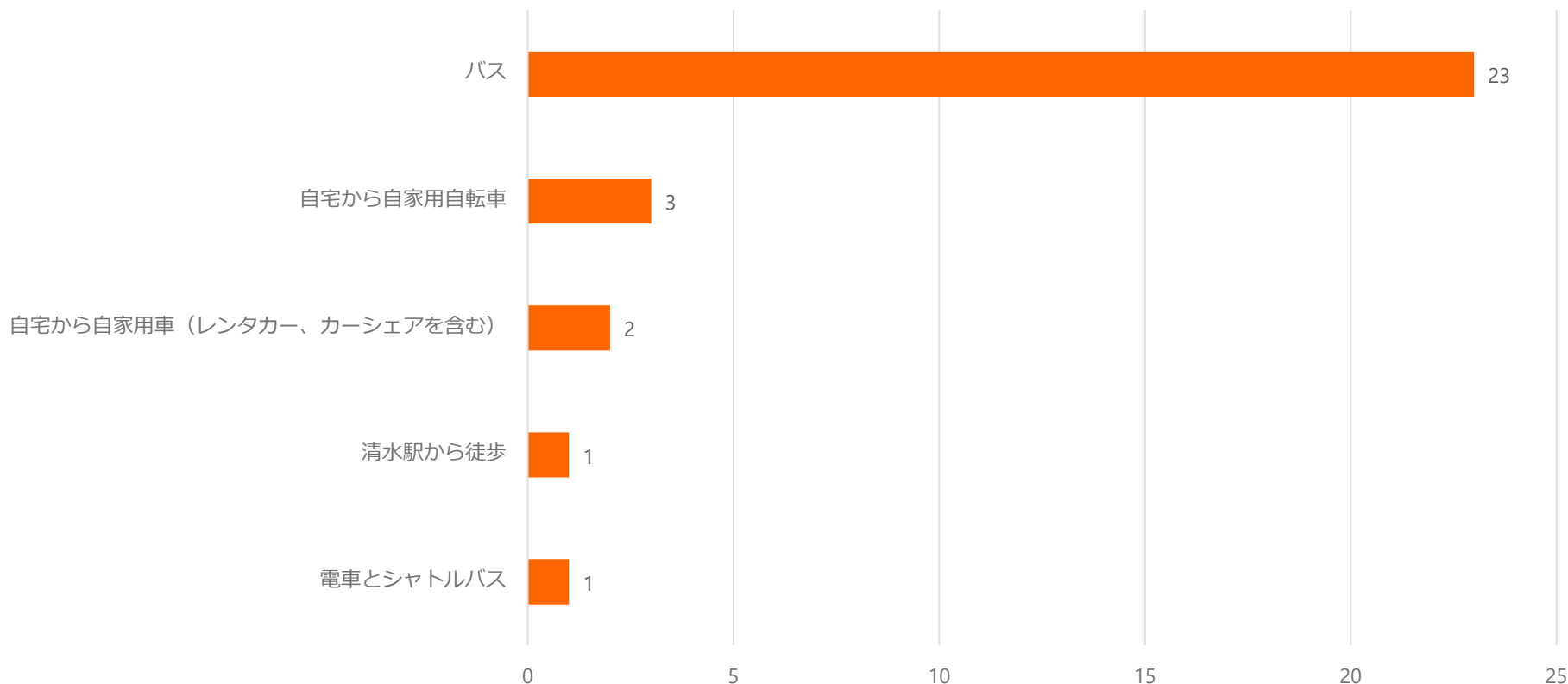
出所：株式会社日本経済研究所作成

注： 平均の算出にあたっては、「240分以上長い」との回答は240分の利用、その他の回答は各レンジの中央値の利用と見なしている。

5.5 PULCLEサービス開始以前に利用していた交通手段

- 今回のスタジアムへの来訪にPULCLEを利用した回答者が、PULCLEサービスの開始以前にスタジアムまで利用していた交通手段はバスがほとんどであった。
- 試合開催時にはバスに利用が集中し、乗車まで待たなければならないこともあり得るが、PULCLEが新たな交通手段として選択されつつあることがうかがえる。

PULCLE利用者がPULCLEサービスの開始以前に利用していた交通手段



出所：株式会社日本経済研究所作成

5.6 自転車利用による医療費削減効果（仮説による推計）

- 5.4の通り、IAIスタジアム日本平へ訪れるにあたって自転車を主な移動手段としている人は、平均1時間以上にわたって自転車を利用していると見られるが、自転車の利用は相応の負荷のかかる運動であり、一定程度の健康効果が見込まれる。その効果を仮に医療費削減額として表そうとすると、以下のように推計される。
- PULCLEの利用をきっかけとして自転車の利用が増加すれば医療費削減効果に繋がる可能性が期待できる。

試算の考え方

IAIスタジアム日本平
に主に自転車を
利用して訪れる
人々の
医療費削減額

(194.0万円)

=

40歳以上の
自転車利用者の
走行 1 kmあたり
医療費削減額

(48円)

×

40歳以上の観戦者
のうち
シェアサイクルを含む
自転車利用者の
平均往復移動距離

(14.9km)

×

スタジアムでの
観戦者数

(14,201人)

×

40歳以上の
観戦者のうち
シェアサイクルを含む
自転車
来訪する人の割合

(19.1%)

- 自転車駐車場整備センター（2022）では、40歳以上の人々が自転車を利用することによって削減される医療費を1kmあたり48円と試算している。
- この結果と、スライド5.1で示したスタジアムを訪れる際にシェアサイクルを含む自転車を利用する人の割合とその年代、平均移動時間を用いると、IAIスタジアム日本平に観戦に訪れる40歳以上の自転車利用者によって**削減される医療費は1試合あたり194.0万円**と推計される。

出所：公益財団法人自転車駐車場整備センターウェブサイト「第6回 自転車の利用促進の要因～メリットと見える化」（執筆：自転車総合研究所 前所長 古倉 宗治氏）（2022年3月16日）、厚生労働省「令和3（2021）年度 国民医療費の概況」（<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-iryohi/21/dl/data.pdf>）

5.7 CO2削減効果（仮説による推計）

- スタジアムへの交通手段として自家用車から公共交通機関や自転車に限定した場合を想定すると、二酸化炭素削減量は以下のように推計される。

試算の考え方

自家用車利用者が他の交通手段に乗り換えた場合のCO2削減量	=	自動車1台の走行1kmあたりCO2排出量	×	スタジアム来訪者のうち自家用車利用者の平均往復移動距離	×	スタジアムでの観戦者数	×	スタジアムでの観戦者のうち自家用車で来訪する人の割合	÷	スタジアムを訪れるために利用される自家用車1台あたり同乗者数
(3,192kg)		(0.133kg)		(16.9km)		(14,201人)		(30%)		(仮定：3人)

- 自転車駐車場整備センター（2022）では、自家用車1台あたりの移動時間/移動距離によって排出される二酸化炭素量を試算している。
- この結果と、スライド5.1で示したスタジアムを訪れる際に自家用車を利用する人の割合とその平均移動時間（注）を用い、さらにスタジアムを訪れるために利用される自家用車の1台当たり同乗者数を仮に3人とする、自家用車利用者の全員が公共交通機関や自転車などに乗り換えた場合の二酸化炭素削減量は**3,192kg**と推計される。
- 環境再生保全機構（2015）によると、この削減量は樹高12～16メートル（4～5階建てビル相当）の**落葉広葉樹またはマツ類2本が1年間に吸収（固定）する二酸化炭素量に相当する**。

出所：公益財団法人自転車駐車場整備センターウェブサイト「第6回 自転車の利用促進の要因～メリットと見える化」（執筆：自転車総合研究所 前所長 古倉 宗治氏）（2022年3月16日）、環境再生保全機構 ERCA（エルカ）「大気浄化植樹マニュアル 2014年度改訂版」（2015年）（https://www.erca.go.jp/yobou/pamphlet/form/05/archives_584.html）

注：ただし、自家用車を利用する人のなかには公共交通機関が不便な遠隔地に居住している等の理由で、工程のすべてを公共交通機関や自転車に乗り換えることが現実的ではない人もいと考えられる。そこで、60分以上自家用車を利用した人についてこのような事情が当てはまり、バス停近辺などでパーク＆ライドするものと仮定し、その移動時間から一律に30分を控除して移動距離を試算した。

（参考）年間試合数を基にした試算

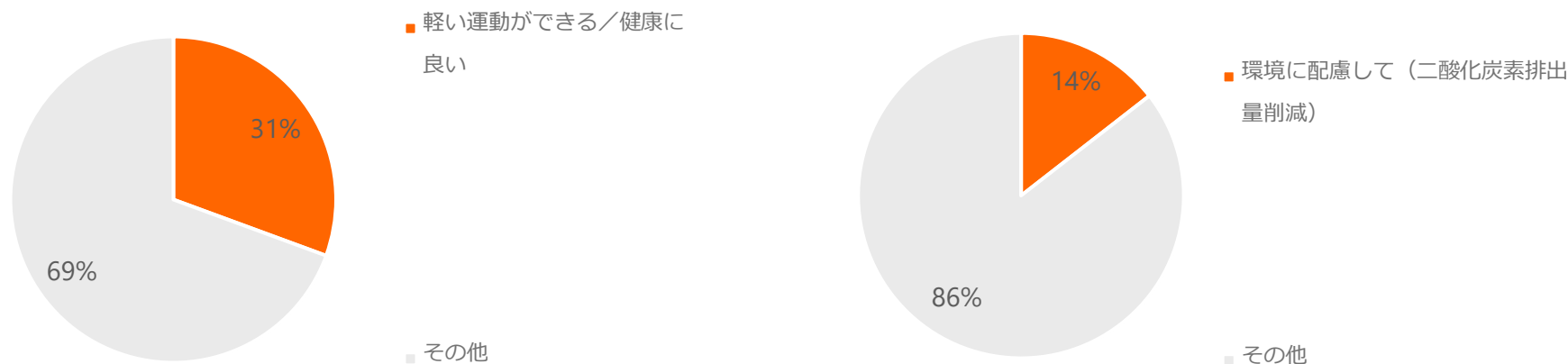
- 2023年、IAIスタジアム日本平において清水エスパルスの試合は25試合開催された。試合数を基に年間の二酸化炭素削減量を試算すると**79,800kg**と推計される（1試合ごとのCO2削減量3,192kg × 25試合）。環境再生保全機構（2015）によると、この削減量は樹高20～25メートル（7～8階建てビル相当）の**落葉広葉樹またはマツ類22本が1年間に吸収（固定）する二酸化炭素量に相当する**。

出所：清水エスパルスHP、環境再生保全機構 ERCA（エルカ）「大気浄化植樹マニュアル 2014年度改訂版」（2015年）（https://www.erca.go.jp/yobou/pamphlet/form/05/archives_584.html）

5.8 PULCLEに対する認識（健康・環境配慮・その他）

- PULCLEを既に使っているもしくは今後使ってみたいと答えたアンケート回答者にその理由を複数回答可で尋ねたところ、「軽い運動ができる/健康に良い」と答えた人は全体の31%であり、PULCLEなど自転車を利用することが健康に良い影響を与えることが一定程度認識されていることが示された。
- 一方で、「環境に配慮して（二酸化炭素排出量削減）」と答えた人は全体の14%であった。自家用車が交通手段の中心となっているものと考えられる地域において、環境に配慮してシェアサイクルを既に使っている/今後使ってみたいと考える人が少なからず存在していることは注目される。

PULCLEを既に使っている/今後使ってみたい理由



出所：株式会社日本経済研究所作成

（参考） PULCLEに対する認識（環境配慮）

- PULCLEを既に使っているもしくは今後使ってみたいと答えたアンケート回答者を年間の試合観戦数別に見ると、10回以上観戦した人のうち16%が「環境に配慮して」と回答。
- 試合観戦数の違いによって回答に大きな差はないものの、観戦回数が多い人の方が環境を配慮している傾向がうかがえる。一方で1回観戦のみの人も15%が「環境に配慮して」と回答しており、観戦回数が少ない人へ向けてPULCLEの利用を促す施策を行うことでPULCLEの利用増加および観戦誘致に繋がる可能性がある。

年間試合観戦数別 PULCLEを既に使っている/今後使ってみたい理由



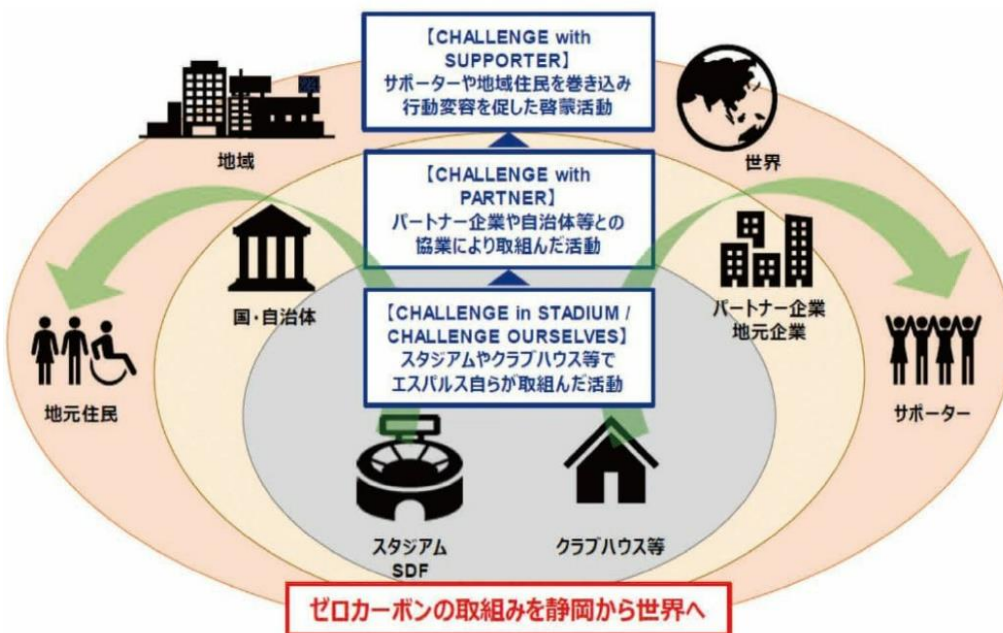
出所：株式会社日本経済研究所作成

(参考) 清水エスパルスの環境配慮の取組事例

- 清水エスパルスは2007年より「エスパルスエコチャレンジ」を開始。「地球にやさしいサッカークラブであるために。次世代に快適にサッカーのできる環境を引き継いでいくために。」をコンセプトとしている。
- エスパルスエコチャレンジは4つのカテゴリに分かれた取組を行っており、①スタジアムにおける「CHALLENGE in STADIUM」、②ファンやサポーターと共に行う「CHALLENGE with SUPPORTER」、③企業や団体のパートナーと行う「CHALLENGE with PARTNER」、および④クラブ自身の取組「CHALLENGE OURSELVES」を実施（左下図参照）。

エスパルスエコチャレンジの概要

地域を巻き込んだ環境配慮活動の実施



出所：清水エスパルスHP
<https://www.s-pulse.co.jp/csr/eco>

清水エスパルスの環境配慮の取組事例

- 2007年、日本プロスポーツ界として初めて**二酸化炭素排出権購入**を開始（2017年までクレジットを購入）
- IAIスタジアム日本平においては**紙コップの分別回収**を実施。回収された紙コップはトイレトペーパーにリサイクルされ、IAIスタジアム日本平で使用。2009シーズンの回収率は45.8%だったが、2016シーズン以降は90%を超える回収率に
- 2023年、日本紙パルプ商事のグループ会社コアレックス信栄株式会社と協働し、「雑紙を集めてトイレトペーパーにリサイクル！」を実施。清水エスパルスが運営するフットサルコート施設のエスパルスドリームフィールド(SDF)において雑紙を回収し、回収量を競う大会を開催。雑紙を持ち寄ったスクール生の子供たちはトイレトペーパーが還元される実体験を経験することができた

雑紙をエスパルスデザインのトイレトペーパーにリサイクルし、取組に参加した子供たちへプレゼント

出所：清水エスパルスニュースリリース
<https://www.s-pulse.co.jp/news/detail/51836>



(参考) スタジアムにおける環境配慮の取組事例

- Jリーグの他チームの事例を見ると、環境配慮の取組を長期間にわたって実施。環境の啓発活動やオリジナルグッズの提供など、サポーターの意識を後押しするような取り組みを実施することで、環境配慮への行動変容が生まれる可能性が期待できる。

ヴァンフォーレ甲府のリユース食器の取組

- ヴァンフォーレ甲府は2004年より「エコスタジアムプロジェクト」を開始。繰り返し使用できるリユースカップ・食器を使用することで、CO2削減につなげる取り組みを実施。スタジアム外に「エコブース」を設置し、環境への教育・啓発活動を合わせて実施。
- スタジアム内の飲食売店で商品を購入する際にデポジットとして100円を上乗せして販売し、食器返却時にデポジットを返却する仕組みを作ることで食器の回収を促進する仕組み。
- 累計約100万個のリユースカップ・食器を使用。従来の使い捨て食器使用時と比較し、約77トンのCO2排出削減につながった。
- 2023年8月より、カップの回収機を設置した実証実験を開始。回収率の変化や行動変容の有無等を検証。

スタジアムに設置された
カップ回収機



出所：ヴァンフォーレ甲府プレスリリース
<https://www.ventfore.jp/news/other/523230>

ベガルタ仙台のごみ削減の取組

- ベガルタ仙台のホームであるユアテックスタジアム仙台は1試合につきごみ袋数500袋分以上のごみが発生し、処理費用が10万円にのぼっていた。
- 2003年より、ごみの分別や持ち帰りの呼びかけだけでなく、オリジナルタンブラーを利用した人へのビールの割引や、オリジナルエコバッグの販売など、ファンの意識を後押しするような取り組みを実施。

スタジアム内で細かくごみ分別を実施

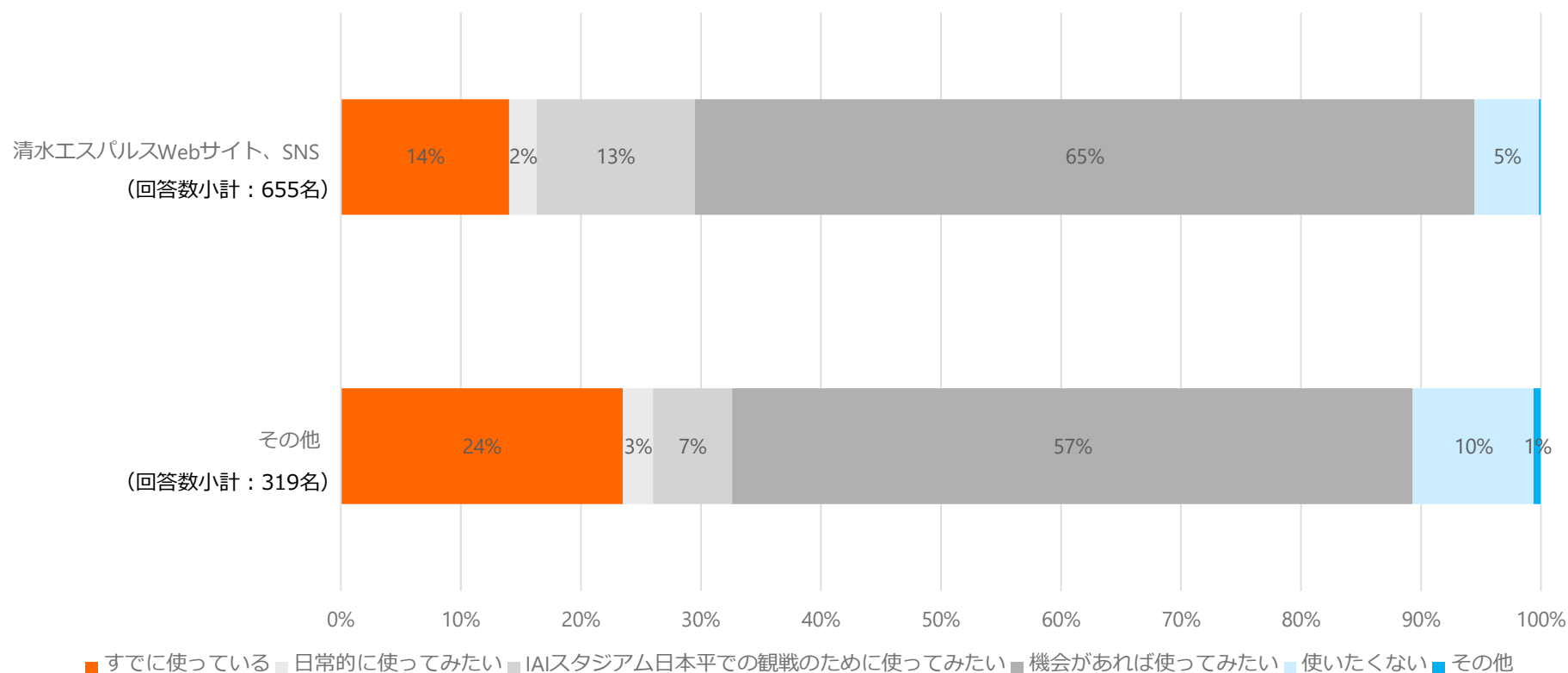


出所：ベガルタ仙台HP
<https://www.vegalta.co.jp/game/ecoproject.html>

（参考）エスパルスがPULCLEの利用促進に与えている影響

- 清水エスパルスのWebサイトやSNSを通じてPULCLEを知った人は、そうでない場合よりも「使ってみたい」と答えた割合が大きい一方で、「使いたくない」と答えた割合は低く、清水エスパルスがPULCLEを前向きに受け入れてもらうことに寄与していると言える。
- ただし、清水エスパルスのWebサイトやSNSを通じてPULCLEを知った人の既に使っている割合はそうでない場合よりも低く、清水エスパルスを通じて知ってもらうだけでなく実際に利用してもらうことが課題と言える。

清水エスパルスがPULCLEの利用促進に与えている影響



出所：株式会社日本経済研究所作成

5.9 本章のまとめ

調査概要

- 観戦者のスタジアムまでの往復の移動手段とその利用時間、シェアサイクルサービスサービスの認知度や利用有無、利用している/してみたい理由等を聴取。
- これら进行分析した他、一定の仮定を置いた上での医療費削減効果やCO2削減効果の推計案を提示。

結果

- スタジアムまでの**移動手段**
⇒ 「自家用車（レンタカー・カーシェアを含む）」「バス」「自転車」が中心で、いずれも全体の3割ほど
- 平均的な休日と比較した**観戦日の歩行時間の増減** ⇒ 平均33.3分増加
- 普段も試合観戦日と同程度に一日あたり**歩行時間を延ばした人が1,000名出たと仮定した場合の医療費削減額**
⇒ 1試合あたり19.5万円
- シェアサイクルを含む**自転車の利用者の平均利用時間** ⇒ 69.8分
- 40歳代以上の観戦者のうち、**自転車を利用してスタジアムに訪れる人々によって削減される年間医療費**
⇒ 1試合あたり194.0万円
- スタジアムへの**移動手段が公共交通機関や自転車に限定されたと仮定した場合の二酸化炭素削減量**
⇒ 1試合あたり3,192kg（4～5階建てビル相当の落葉広葉樹またはマツ類 2 本が1年間に吸収する二酸化炭素量）
- PULCLEを既に利用している/利用してみたい理由
⇒ 「軽い運動ができる/健康に良い」「環境に配慮して（二酸化炭素排出量削減）」との回答が一定数存在

インプリケーション

- 今後、スタジアムでのスポーツイベント開催を、医療費削減や二酸化炭素削減といった社会課題の解決につなげていくためには、PULCLEなどを告知していくことに加えて、実際に利用を促す施策にも取り組んでいくこと等が考えられる。

6. 地域の持続的な経済成長に関する調査結果（周遊に着目） （Wi-Fiシグナルセンサー調査、ユニタビチェックインラリー結果分析、事例調査より）

6.1 スポーツ観戦による地域周遊の促進

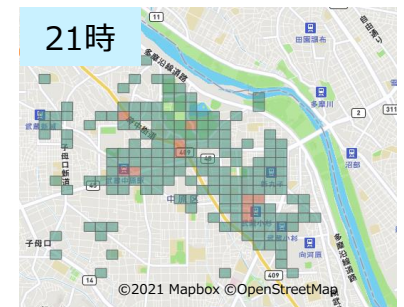
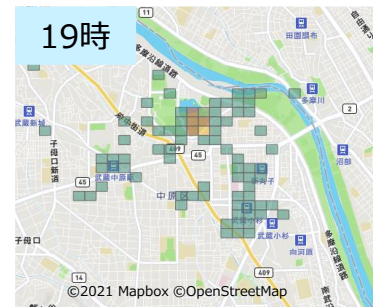
- スポーツ観戦は、一度に数千人～数万人を地域に呼び込む活動であり、最寄り駅のポテンシャルや、観戦に合わせた仕掛け（仲介・触媒ツール）次第で、地域周遊が発生し、新たな消費が生まれる。
- J1川崎フロンターレの観戦に基づく周遊状況の調査（右上）によると、**観戦前後に周辺駅において、飲食店等の利用とみられる滞在が確認されている。**
- 川崎フロンターレは、「サポートショップ制度」として、周辺店舗との連携を図っており（右下）、こうした活動が触媒となって、**地域周遊が促進されている可能性も考えられる。**

図表6-2-3 GPSデータを用いた分析方法

本レポートでは、混雑統計®を用いてGPSデータによる人流の把握を行った。試合前後における観戦者の動きとして、周辺駅（武蔵小杉駅、武蔵中原駅）において、飲食店等の利用とみられる一定の滞在が確認された。（※サンプルデータのため、数値は非掲載）

対象者	2019シーズンにおいて、等々力陸上競技場に来訪した試合の観戦者（試合時間中に15分以上等々力陸上競技場エリア内に滞在したことにより判定）
範囲	等々力陸上競技場を中心とした4km四方

ナイトゲーム[キックオフ：17時または19時]における試合前後の人流(2019シーズン合計)



「混雑統計®」©ZENRIN DataComCO., LTD.

「混雑統計®」データは、NTTドコモが提供するアプリケーション（※）の利用者より、許諾を得た上で送信される携帯電話の位置情報を、NTTドコモが総体的かつ統計的に加工を行ったデータ。位置情報は最短5分毎に測位されるGPSデータ（緯度経度情報）であり、個人を特定する情報は含まれない。※ドコモ地図ナビサービス（地図アプリ・ご当地ガイド）等の一部のアプリ。

サポートショップ

地域の店舗が年会費を支払って、クラブの応援店舗に加盟する制度。川崎フロンターレは、年会費（コース）に応じて、川崎フロンターレオリジナルの店舗装飾セットから、サポーターへの情報発信媒体を通じた広告宣伝まで、様々なサービスを提供。

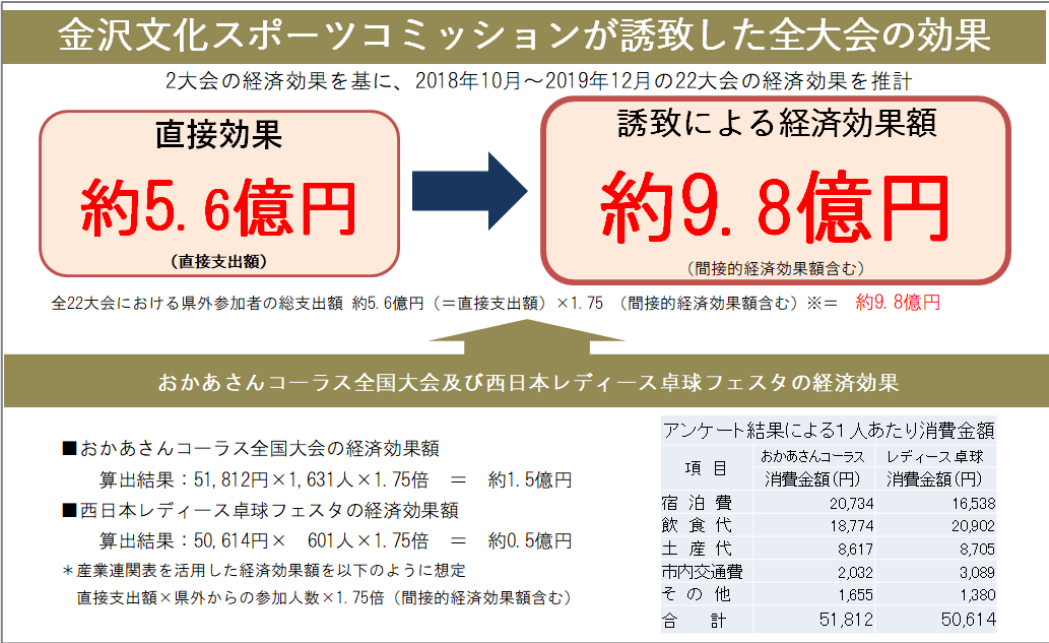


（出所）川崎フロンターレ公式HP

出所：いずれもスポーツ庁・日本政策投資銀行「スタジアム・アリーナおよびスポーツチームがもたらす社会的価値の可視化・定量化調査（2021.6）」

6.2 地域周遊の促進による消費の増大

- スポーツや文化活動により地域周遊を促進し、消費を増大させている事例としては、金沢文化スポーツコミッションによる取組がある。
- コーラス大会×ウォーキングイベント×ヨガイベントや、卓球×文化体験×観光等の取組により、地域周遊等を生み出し、10億円近い消費効果があったとの推計結果がある。



コーラス × ウォーキング × ヨガ



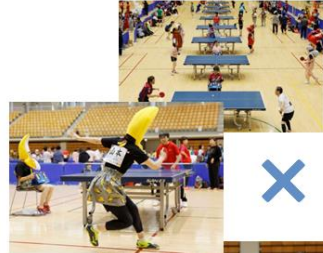
× 美術館をめぐる約1キロのウォークラリー

× 金沢城公園での朝ヨガ

ステージで加賀鳶はしご登り披露

卓球 × 文化体験 × 観光

- 2019年11月12日(火)、13日(水)参加者645人@いしかわ総合スポーツセンター
- 大会誘致に伴い、大会会場での楽しみ企画を開催
伝統工芸体験(ラケットに金箔貼り)、卓球ストラックアウト(和菓子や地酒、あんちくぽをプレゼント)、記念撮影コーナー等
- 大会会場外では、夜の21世紀美術館クルーズ、紅葉の兼六園でのライトアップ夕食、文化体験講座を開催



× 卓球ストラックアウトで和菓子と地酒をプレゼント

× 金沢の名所をバックにチームで記念撮影！

出所：「金沢文化スポーツコミッションの活動が地域にもたらす効果の測定」(日本経済研究所調査)

6.3 Wi-Fiシグナルセンサー調査による観戦者の周遊状況（全体傾向）

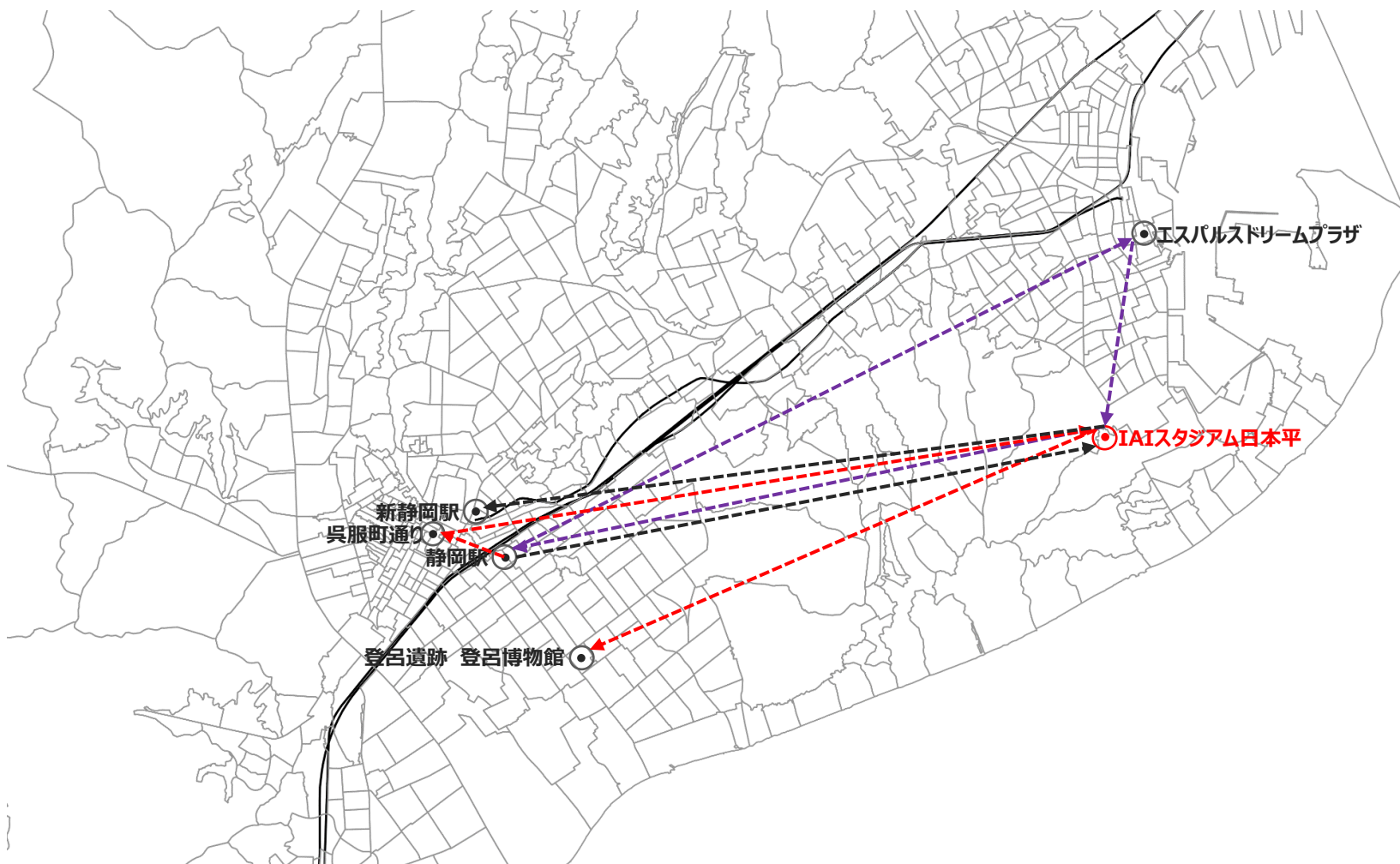
- IAIスタジアム日本平の訪問者の多くは、静岡駅や新静岡駅のみの経由にとどまった。
- 静岡駅、新静岡駅以外の訪問では、エスパルスドリームプラザへの訪問が多くみられた。
- IAIスタジアム日本平のみの訪問が最も多く、スタジアム以外どこにも訪問していない観戦者が多くみられた。



出所：WiFiサービス（datakt）を基に政府統計の総合窓口統計地理情報システム(e-Stat)データを用いて作成（<https://www.e-stat.go.jp/>）

6.4 Wi-Fiシグナルセンサー調査による観戦者の周遊状況（3か所以上訪問）

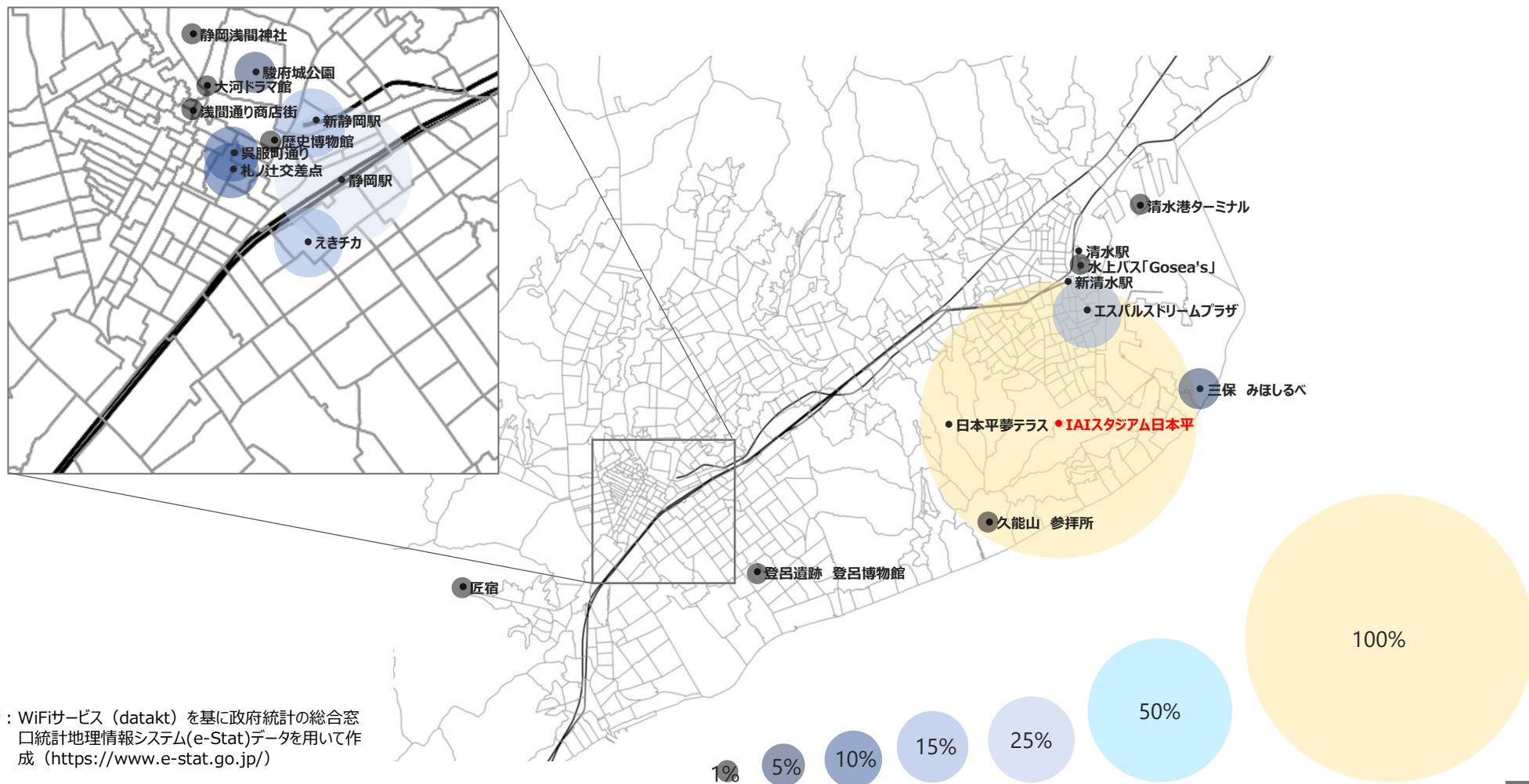
- 3か所以上訪問している観戦者のパターンをユニーク数5以上のものに限定し、抽出した結果、下図の訪問ルートがみられた。
- IAIスタジアム日本平、静岡駅、新静岡駅、エスパルスドリームプラザをつなぐルートが見える化された。



出所：WiFiサービス（datakt）を基に政府統計の総合窓口統計地理情報システム(e-Stat)データを用いて作成（<https://www.e-stat.go.jp/>）

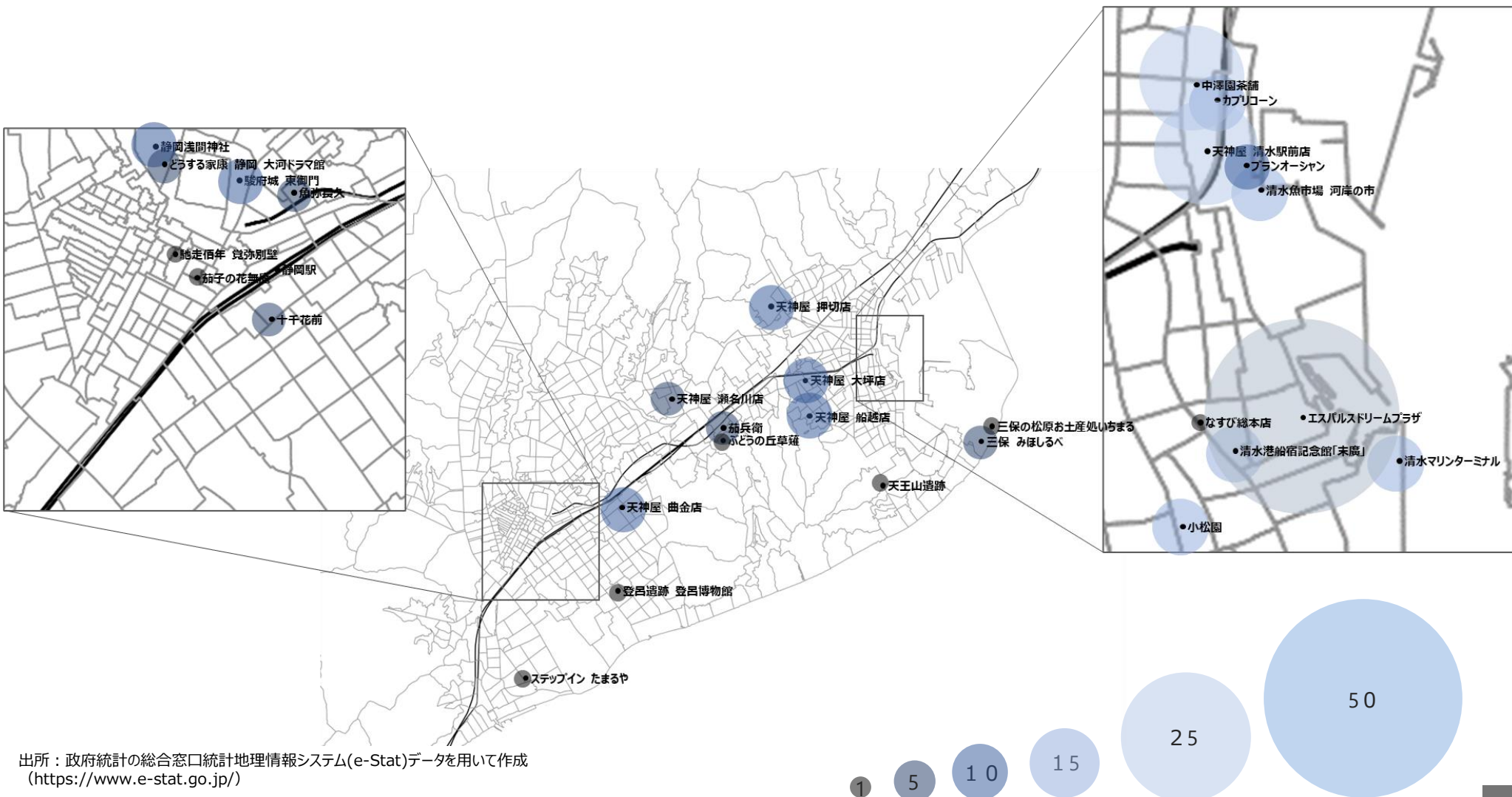
6.5 Wi-Fiシグナルセンサー調査による観戦者の周遊状況（各スポットへの訪問割合）

- 下の図は、IAIスタジアム日本平への訪問を100%としたとき、その他のスポットへの訪問を割合で示しており、静岡駅周辺で10%～15%の訪問が生じている状況がみられる。
- 清水駅周辺は、シグナルセンサーの対象としたスポットが少なかったため、訪問はあまり見られなかった。



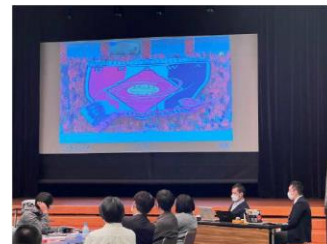
6.6 ユニタビによる観戦者の周遊状況

- 下の図は、9月24日、10月7日、28日の試合時における、ユニタビのチェックイン数を視覚化したものである。
- 清水駅周辺に一定のチェックインがみられ、Wi-Fiシグナルセンサー調査の結果と同様に、エスパルスドリームプラザでのチェックインが多くみられた。



6.7 スタジアムやアリーナにおける地域周遊促進の取組事例 【沖縄アリーナ】

- 沖縄アリーナは、2021年3月開業したB1 琉球ゴールデンキングスの1万人ホームアリーナ。
- キングスを応援する周辺店舗の集まり「キングス商店街」は、当初10店舗程度でスタートし、2023年3月現在で40店舗以上に増加。
- 2024年1月20日(土)、21日(日) に沖縄アリーナで開催された宇都宮ブルックス戦（Enjoy Okinawa City Day）では、「キングス商店街」にて、沖縄市の特産品やキングスグッズなど豪華景品が当たる**デジタルスタンプラリー**のキャンペーンを実施。
- 同時に、地元ホテルと「キングス商店街」の共同イベントを実施。**ホテル宿泊者に対し、「キングス商店街」で使える商品券を発行し、沖縄市のまちへ人の流れを作る施策を実施。**
- 沖縄市では、「観光統計調査業務」（令和5年3月）にて、沖縄アリーナのデータ分析（携帯GPS調査）、観戦時アンケート調査をもとにした関係者勉強会により、周遊効果を高める取組を検討。



沖縄市「観光統計調査業務」（令和5年3月）より関係者勉強会の様子



出所：琉球ゴールデンキングスHP
Enjoy Okinawa City Dayにて開催した、地元ホテルとキングス商店街の共同イベント
<https://goldenkings.jp/news/detail/id=19534>



出所：琉球ゴールデンキングス提供



出所：琉球ゴールデンキングス提供

6.8 スタジアムやアリーナにおける地域周遊促進の取組事例【エディオンピースウイング広島】

- サンフレッチェ広島は、2024年2月開業の新ホームスタジアム「エディオンピースウイング広島」にて、周遊による効果を視野に入れたコンセプトを公表。試合観戦と宿泊、水上交通を組み合わせたツアープランも誕生。
- サンフレッチェ広島は、2020年の「サンフレッチェコイン」の取組から、周遊の手応えを把握済み。



エディオンピースウイング広島©EPWH

【広島都心部に新たな大周遊ルートを形成】

平和記念資料館、原爆ドームといった平和記念公園から旧市民球場跡地、広島城、ひいては紙屋町・八丁堀、本通り周辺に至る、中央公園全体を使った、**広島市中心部に新たな大周遊ルートを形成することにより、広島市都心に新たな賑わいを生み出していきます。**また、水上タクシーなどの**水上交通との接続**、SUPやカヤック、カヌーといった**リバー・スポーツと連携**することで、施設の魅力も倍増することでしょう。

出所：サンフレッチェ広島HP
<https://www.sanfreccce.co.jp/stadiumpark/concept/>

●「サンフレッチェコイン」実証実験

スマートフォン等で加算可能な「サンフレッチェコイン」を活用し、**参加者にイベント参加を促すことで、地域活性化につながる**かを検証する実証実験。アプリに提示されるミッションにより、**地域店舗や観光スポットへの訪問を促進する**仕組み。



アプリのミッションでコイン獲得

- ① 店舗設置のQRコードを読み取る
- ② アプリ内で指定されたミッション(試合の応援や観光名所等の対象スポットでの撮影等)に応じた**写真をアップロード**
- ③ アプリで紹介するスポットの情報を閲覧

コインで抽選に参加

獲得したコインの量に応じて、地域店舗で利用できる電子商品券「サンフレッチェコインギフト」やサンフレッチェグッズ等が当たる抽選へ参加

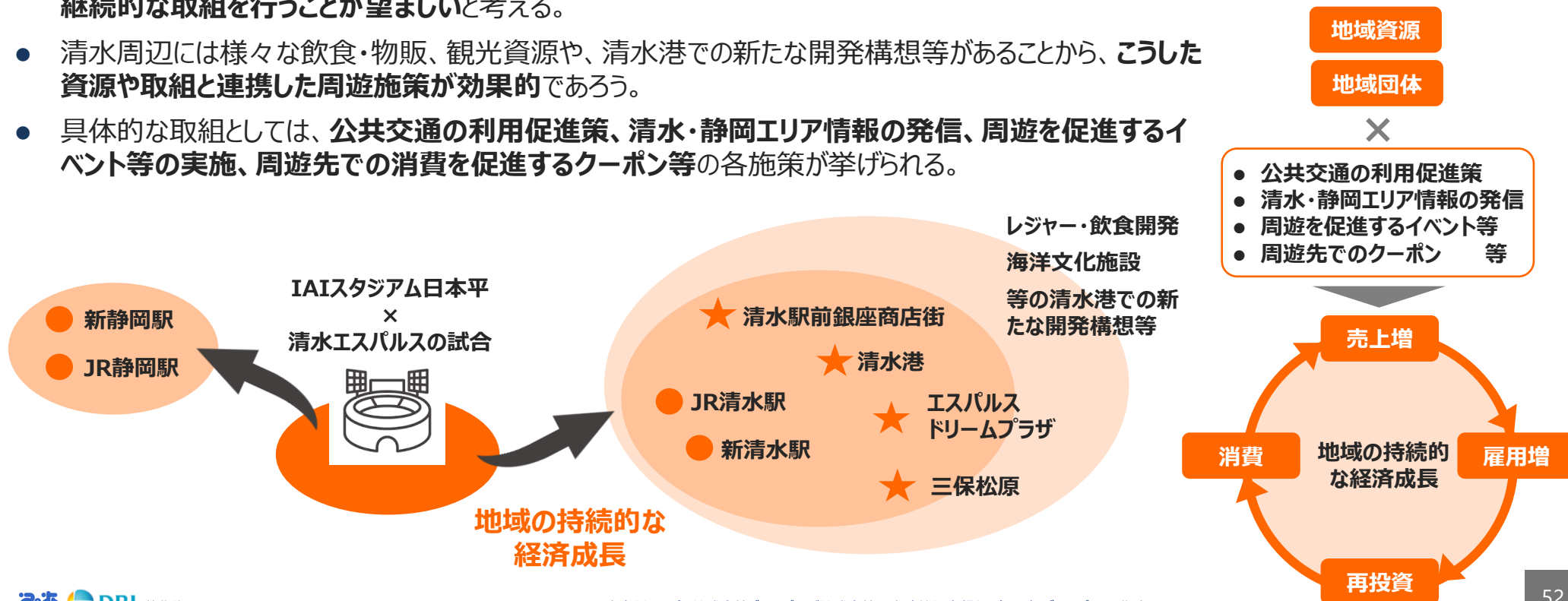
試合のない日にも県民・市民に日常的に足を運んでもらうには、**本通商店街や地下街シャレオ、紙屋町・八丁堀など周辺の商業施設とどうつながっていくかが重要。**2020年には電子商品券に交換できる「サンフレッチェコイン」を活用したシステム作りの実証実験を行いました。市中心部で飲食や買い物をすると対象店舗で使えるコインを獲得できる仕組みで、**周遊する動機をつくれれば、お客さまが歩いて来てくれることが分かりました。**その後は本通商店街のウォーキングイベントへの協力や、昨年に紙屋町・基町にぎわいづくり協議会にも入会するなど、つながりを一層強めています。

出所：広島経済レポート 2023年3月30日号転載
エディオンピースウイング広島 所長（現在） 信江 雅美 氏インタビュー記事
https://www.hk-report.com/tokusyu/20230330/article_12.html

出所：サンフレッチェ広島HP <https://www.sanfreccce.co.jp/news/event/5559>

6.9 本章のまとめ

- Wi-Fiシグナルセンサー調査からは、主要な訪問スポットが主要アクセス駅や駅周辺の商業施設であったことにより、**駅周辺エリアの周遊検討や、それらを促す効果的な取組の重要性**が確認できた。
- また、ユニタビチェックインラリーの実施状況からは、ユニタビユーザーである観戦者の周遊が促されたことから、**エンタメ施設やコンテンツ、地域の各資源を仲介・触媒するツールの有効活用が、周遊を促すことが確認**できた。
- さらに、地域周遊促進の取組事例調査からは、**ホームタウンでの周遊検討や効果的な取組、仲介・触媒するツールの活用が認識され、各地で行われつつあることが確認**できた。
- アンケートでは、訪問先が増えるにつれて消費額も増える結果となっていることから、**周遊促進は、消費の促進につながり、中長期的には、消費→売上増→雇用増→税収増→再投資→消費拡大のサイクルが生まれ、地域の持続的な経済成長につながる**とみられる。
- これらの調査結果を踏まえ、IAIスタジアム日本平においても、**清水エスパルス観戦をきっかけとした周遊の促進に、地域一体となって、継続的な取組を行うことが望ましい**と考える。
- 清水周辺には様々な飲食・物販、観光資源や、清水港での新たな開発構想等があることから、**こうした資源や取組と連携した周遊施策が効果的**であろう。
- 具体的な取組としては、**公共交通の利用促進策、清水・静岡エリア情報の発信、周遊を促進するイベント等の実施、周遊先での消費を促進するクーポン等**の各施策が挙げられる。



7. おわりに

7.1 おわりに

- 本調査は、清水エスパルスの試合観戦者への「働きかけ」（ユニタビチェックインラリーやPULCLE活用促進）による「**プラスの行動変容**」がもたらす結果（アウトカム）を社会的インパクトとして捉え、スポーツ観戦が、社会的インパクトを生み出すきっかけとなっているかどうかを把握することを目的として行った。
- 結果（アウトプット）として、得られたサンプル数など、調査結果に一定の課題はみられたものの、働きかけに対する「**プラスの行動変容**」として、物販購入や飲食、交通機関利用が行われたり、娯楽や交流機会、歩行や自転車利用の増加がみられた。
- 最終的な効果（アウトカム）としては、**地域の持続的な経済成長や、地域における誇り・愛着の醸成や豊かな交流の実現、地域住民のヘルスリテラシーの向上や地域の脱炭素への貢献等の社会的インパクトが、得られることがわかった。**
- これらの結果や効果を継続させるためには、**資源や「働きかけ」の施策検討と実行（Plan&Do）→アウトプットやアウトカムの定量化と検証（Check）→検証を踏まえた施策の再検討と実行（Action）**といったPDCAサイクルを、戦略的かつ持続的に行う必要がある。
- 一方、本調査の課題としては、調査対象者の母数が少なかったこと等から、**定量化及び検証が限定的であったことが挙げられる。**今後は、**調査対象試合の拡大や促進ツールのさらなる活用等、調査設計の精緻化**を行い、より確かな検証を行うことが望ましい。
- 特に、スポーツ観戦と地域をつなぐ促進ツールと、ツールへのデジタル活用は重要であり、一次的にファンコミュニティに行動変容をもたらすだけでなく、デジタル活用を伴うことによりデータを収集し、二次的には検証、三次的にはデータに基づく新たな施策展開と、効果的なPDCAの実行に貢献するであろう。
- 今後は、**スポーツ・エンタメを活用してまちの「にぎわい」をより効果的に創出していくために、デジタル活用の伴う促進ツールによる仮説・戦略の構築を、官民連携にて取り組んでいくことが望まれる。**
- また、こうした取り組みは副次的に様々な社会的インパクトを創出することが想定されることから、そうした**社会的インパクトを測定していくことにより、経済面だけではない総合的な観点からの事業創造が行われていくことが期待される。**

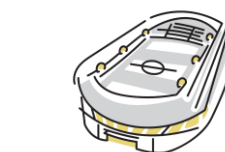
(参考) ユニタビの今後の展望：目指す世界

- ユニタビでは、観戦チケットを1枚保有しているだけで、試合観戦の当日及び前後1日をスタジアム・街全体で楽しめるチャンスを与えることができる世界を目指している。

【カタールW杯】



Hayya Card（ヘイヤカード）は、QRコード1つで、個人認証、スタジアム入場、地下鉄・バス乗り放題を実現し、地域内の回遊を促進



スタジアム入場



モビリティ利用



クーポン利用



ツアー・イベント参加

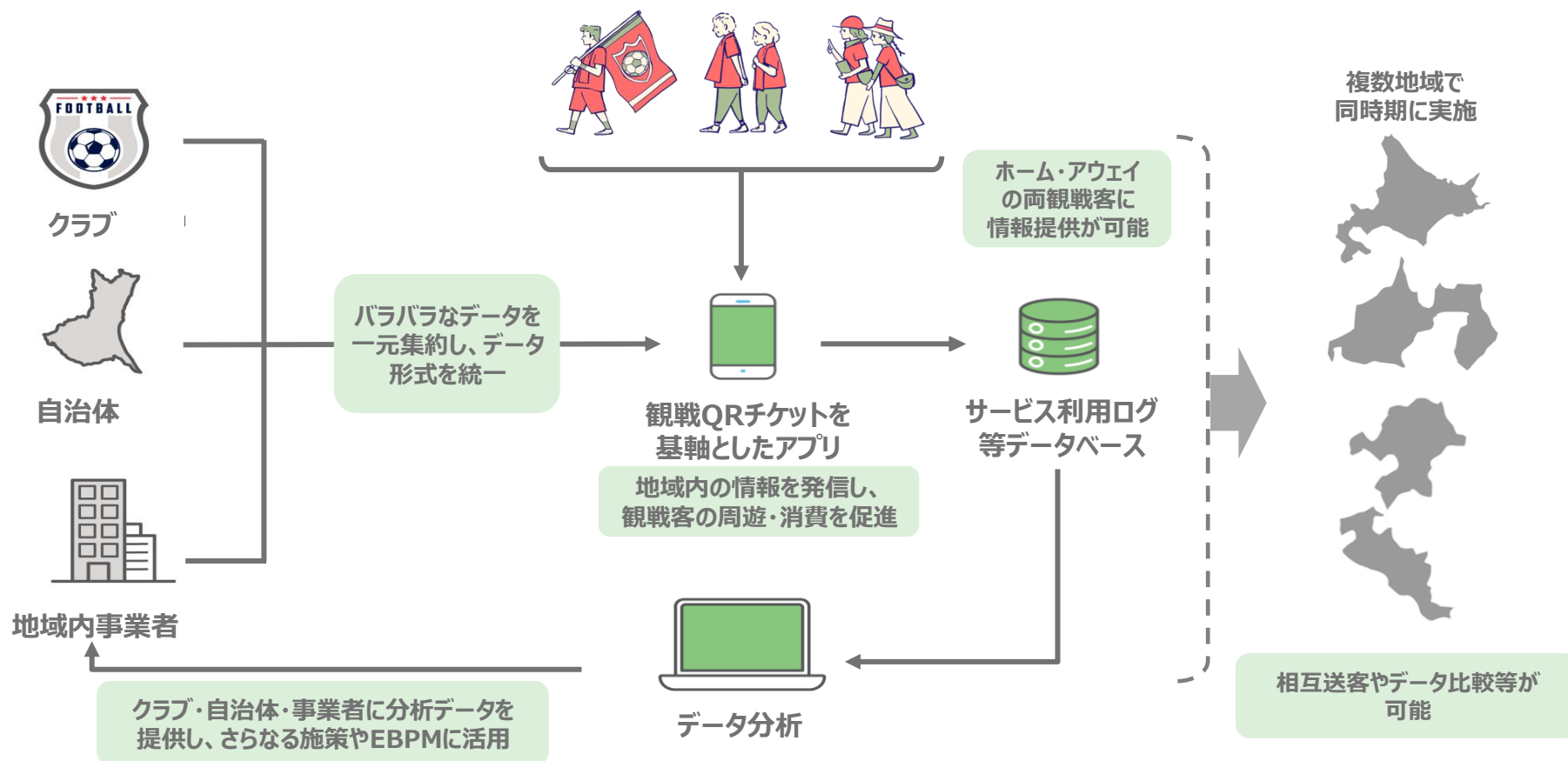


ファン同士が繋がる

観戦チケット1枚で、スタジアム内・地域内の様々なサービスを楽しめる世界を目指す。

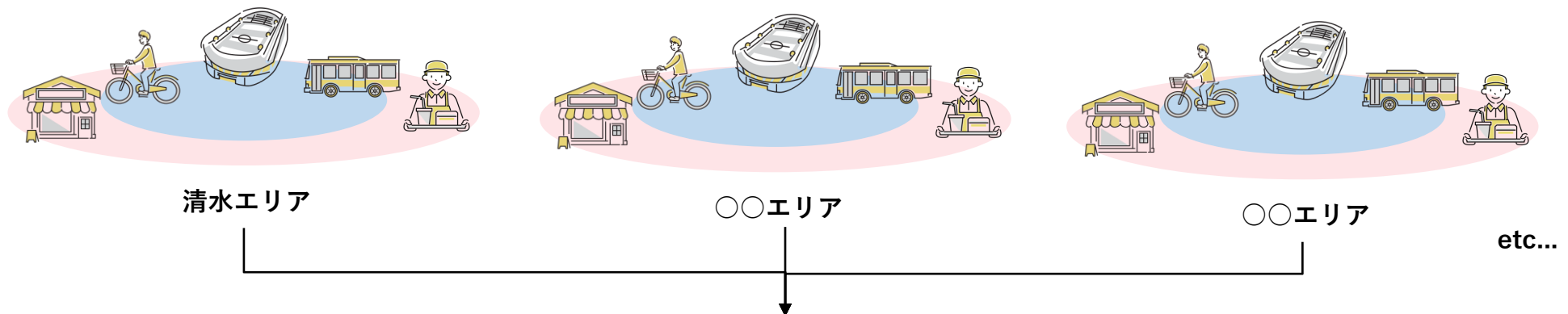
（参考）ユニタビの今後の展望：

- ユニタビはチケットをベースに、興行前後のレジャー体験を向上させることを目的とした、スポーツ観戦×観光の「現地体験トータルコーディネートアプリ」をサービスコンセプトとしている。
- 2024年度では、地域・事業者が保有するツアー・体験商品・周遊パス・宿泊等が販売可能な仕組みや地域・地域・事業者の情報を効率的に集約するCMSツールを構築予定。
- 興行開催および周辺地域のあらゆる情報を集約。地域内クーポンやチェックインラリーなど行動変容のきっかけを起こしながら、興行前後のユーザーの周遊・消費データを一元管理し、その分析データの活用を図っていく。



(参考) ユニタビの今後の展望：

- 行動変容を起こすきっかけを作ること、地域のリーグクラブ等のスポーツ業界だけでなく、地域内の観光・宿泊事業者等の観光業界、さらには、飲食等を提供する飲食・小売業界、旅行者を輸送する交通業界等にも大きく裨益するため、持続可能な地域観光に寄与すると考えられる。
- さらに「リーグクラブのブランドを活用したスポーツツーリズムの推進・観光振興」が実現すると、試合日以外のスタジアム・アリーナ活用やユニークベニュー活用が予想され、地域内のさらなる活性化につながるだけでなく、リーグクラブを抱える60の地域への横展開の可能性もあることから、日本全国の持続可能な観光に寄与すると考えられる。
- 各地で一過的な取組ではなく、「スポーツ×観光」「スポーツ×地域経済活性化」に取り組む全国の企業・自治体・クラブを集めた会議体の構築を2024年度中の設立を目指し、検討を行っている。



スポーツによる地域経済活性化協議会(仮)

【目的】

- スポーツ興行（最初は「サッカー」）による一極集中化が起こる地域における交通事業・地域事業者・スポーツクラブのあり方や施策について意見交換を行う場を提供
- これまで繋がりのなかった「横」の連携が図れる場を提供
- それぞれの地域でモデル創出・施策実施をするだけでなく、そこで得た知見・ノウハウや悩みを共有
- 地域を跨いだ企業同士・自治体同士・クラブ同士の連携施策が実施可能

Appendix

ユニタビアンケート調査 質問票

ユニタビアンケート調査（1/4）

回答者の情報

	質問文	選択肢
1	あなたの年齢として当てはまるものを選んでください。	1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代以上
2	あなたの性別を選んでください。	1. 男性 2. 女性 3. その他 4. 回答しない
3	あなたが住まいの地域をお答えください。	1. 静岡市内 2. 静岡市以外の静岡県内 3～48 北海道～沖縄県 49. 海外
4	あなたは、今回来場された試合について、どちらのチームを応援していましたか？当てはまるものを選んでください。	1. 清水エスパルス 2. ジュビロ磐田（※試合日の対戦相手を選択肢として表示） 3. どちらも応援している 4. どちらも応援していない
5	あなたが、今回来場した試合について、同行者はいらっしゃいましたか？当てはまるものをすべて選択してください。	1. 一人 2. 夫・妻・パートナー 3. 親 4. 子ども 5. 祖父母 6. 兄弟・姉妹 7. 友人・知人・恋人 8. 会社の同僚 9. その他
6	あなたは、2023年にJリーグの試合を何回〈IAIスタジアム日本平〉で観戦しましたか？今回観戦した試合を含めてお答えください。	1. 1回 2. 2回～3回 3. 4回～9回 4. 10回以上

移動手段

	質問文	選択肢
7	本日の試合観戦において、〈IAIスタジアム日本平〉に到着する直前／直後の移動手段は何ですか？ ※スタジアムとの移動の間に別施設へ立ち寄りをされた場合、立ち寄った場所とスタジアムとの間の移動についてご回答ください。 ※バス停や駐車場などからスタジアム到着までの徒歩は除いてご回答ください。	1. バス 2. タクシー 3. シェアサイクルサービス（PULCLE） 4. 自宅から徒歩のみ 5. 自宅から自家用自転車 6. 自宅から自家用車（レンタカー、カーシェアを含む） 7. その他
8	【質問7】で答えた〈IAIスタジアム日本平〉に到着する直前／直後の移動手段の利用時間の合計はどのくらいですか。 ※スタジアムとの移動の間に別施設へ立ち寄りをされた場合、立ち寄った場所とスタジアムとの間の移動についてご回答ください。	1. 0分-14分 2. 15分-29分 3. 30分-59分 4. 60分-119分 5. 120-179分 6. 180分-239分 7. 240分以上

ユニタビアンケート調査（2/4）

PULCLE利用者への質問

	質問文	選択肢
	【質問 7】でシェアサイクルサービス（PULCLE）と回答した方に伺います。	
8-1	〈IAIスタジアム日本平〉に到着する直前／直後のPULCLEでの移動時間の合計はどのくらいですか。 ※スタジアムとの移動の間に別施設へ立ち寄りをされた場合、立ち寄った場所とスタジアムとの間の移動についてご回答ください。	1. 0分-14分 2. 15分-29分 3. 30分-59分 4. 60分-119分 5. 120-179分 6. 180分-239分 7. 240分以上
8-2	PULCLEのサービス開始以前などPULCLEが利用できないときの、〈IAIスタジアム日本平〉までの主な移動手段は何ですか？ ※バス停や駐車場などからスタジアム到着までの徒歩は除いてご回答ください。	1. バス 2. タクシー 3. 自宅から徒歩のみ 4. 自宅から家用自転車 5. 自宅から家用車（レンタカー、カーシェアを含む） 6. 分からない 7. その他
8-3	PULCLEを利用した理由は何ですか？当てはまるものを全て選んでください。	1. 料金がリーズナブル 2. 待たずにすぐに利用できる 3. 寄り道するなど自由に移動できる 4. 軽い運動ができる/健康に良い 5. 環境に配慮して（二酸化炭素排出量削減） 6. その他

試合観戦前後の行動

	質問文	選択肢
9	あなたは今回来場された試合の前後に、静岡市内において何か所の施設（商業施設・飲食店・観光地・宿泊施設など）を訪れましたか？	1. 1か所 2. 2か所 3. 3か所 4. 4か所 5. 5か所以上 6. 訪れていない
10	【質問 9】で回答した施設までの主な移動手段は何ですか。 ※静岡市内における主な移動手段でご回答ください。	1. バス 2. タクシー 3. シェアサイクルサービス（PULCLE） 4. 徒歩 5. 家用自転車 6. 自宅から家用車（レンタカー、カーシェアを含む） 7. その他
11	【質問 10】で答えた移動手段での移動時間の合計はどのくらいですか。 ※〈IAIスタジアム日本平〉への移動時間は除いてご回答ください。	1. 0分-14分 2. 15分-29分 3. 30分-59分 4. 60分-119分 5. 120-179分 6. 180分-239分 7. 240分以上
12	あなたが今回来場された試合の前後で訪れた【静岡市内の施設】において、飲食代や宿泊費、市内交通費などとしていくら程度ご利用されましたか？合計金額でお答えください。 ※来場者1名あたりでおおよその金額をお答えください。	1. 499円以下 2. 500円～999円 3. 1,000円～1,999円 4. 2,000～2,999円 5. 3,000円～3,999円 6. 4,000円～4,999円 7. 5,000円～9,999円 8. 10,000円～14,999円 9. 15,000円～19,999円 10.20,000円～24,999円 11.25,000円～29,999円 12.30,000円以上

ユニタビアンケート調査（3/4）

試合観戦日とそれ以外の休日との比較

	質問文	選択肢
13	試合観戦日とそれ以外の平均的な休日を比較した場合に、余暇時間中の合計の歩行時間はどの程度変化がありますか。 ※歩行時間は【試合観戦日】の方が「長い」・「変わらない」・「短い」でご回答ください。 ※余暇時間＝家事や食事、睡眠などの生活維持に必要な時間を除いた自由に使える時間	1. 1時間以上長い 2. 30分程度長い 3. 10分程度長い 4. 変わらない 5. 10分程度短い 6. 30分程度短い 7. 1時間以上短い
14	試合観戦日とそれ以外の平均的な休日を比較した場合、飲食代や宿泊費、市内交通費など1名あたりの消費額はどの程度変化がありますか。 ※観戦チケット代や静岡市外での交通費（長距離交通費）は除きます。 ※消費額は【試合観戦日】の方が「多い」・「変わらない」・「少ない」でご回答ください。	1. 20,000円以上多い 2. 10,000円ほど多い 3. 5,000円ほど多い 4. 2,000円ほど多い 5. 1,000円ほど多い 6. 変わらない 7. 1,000円ほど少ない 8. 2,000円ほど少ない 9. 5,000円ほど少ない 10. 10,000円ほど少ない 11. 20,000円以上少ない
15	スタジアムにサッカー観戦に出かけることを通じて、好きなチームや選手を応援すること、サッカーの試合を観ること以外に感じられる良さとして、以下の項目はどのくらい当てはまりますか。 (1)知人・友人と一緒に楽しむことができる。 (2)それまで知らなかった人と交流する/知り合うことができる。 (3)スタジアムのある地域で飲食したり街歩きを楽しんだりできる。 (4)スタジアムのある地域に親しみや愛着を抱くことができる。	1. 感じる 2. やや感じる 3. どちらともいえない 4. あまり感じない 5. 感じない

PULCLEについて

	質問文	選択肢
16	シェアサイクルサービス「PULCLE」を知っていますか。知っている方は知ったきっかけをお答えください。	1. 清水エスパルスWebサイト 2. 静岡市Webサイト 3. HELLO CYCLINGアプリ/Webサイト 4. 知らなかった 5. その他
17	シェアサイクルサービス「PULCLE」を使ってみたいと思いますか。	1. すでに使っている 2. 日常的に使ってみたい 3. IAIスタジアム日本平での観戦のために使ってみたい 4. 機会があれば使ってみたい 5. 使いたくない 6. その他
18	【質問 1 7】で「すでに使っている」または「使ってみたい」と回答した方に伺います。PULCLEを使っている/使ってみたい理由は何ですか？当てはまるものを全て選んでください。	1. 料金がリーズナブル 2. 待たずにすぐに利用できる 3. 寄り道するなど自由に移動できる 4. 軽い運動ができる/健康に良い 5. 環境に配慮して（二酸化炭素排出量削減） 6. 使いたくない 7. その他

ユニタビアンケート調査（4/4）

本アンケートに関連して

	質問文	選択肢
19	サッカー観戦＆観光の情報アプリ「ユニタビ」を知っていますか。	1. 知っていてスマートフォンにインストールしている 2. 知っているがスマートフォンにはインストールしていない 3. 知らない
20	【質問 1 9】で「知っている」と答えた方に伺います。あなたは今回来場された試合のために「ユニタビ」を利用しましたか。	1. 利用した 2. 利用していない
21	本アンケートに関連してご意見がございましたら、自由にご回答ください。（任意回答）	

本稿の作成にあたり、多くの皆様にご協力を賜りました。
ここに厚くお礼申し上げます。

●お問い合わせ先

ぴあ総合研究所株式会社	株式会社日本政策投資銀行 地域調査部
TEL : 03-5774-5377	TEL : 03-3244-1513
E-mail : piari@pia.co.jp	E-mail : rppost@dbj.jp

共同調査実施者			
ぴあ株式会社グループ		株式会社日本政策投資銀行	
笹井 裕子	ぴあ総合研究所株式会社 取締役所長	加藤 翔	株式会社日本政策投資銀行 地域調査部 課長
橋本 裕貴	ぴあ株式会社 スポーツ・ソリューション推進局ファンマーケティング部	渥美 真彩	株式会社日本政策投資銀行 地域調査部 副調査役
若松 亘輝	ぴあ株式会社 スポーツ・ソリューション推進局ファンマーケティング部	鋤野 達也	株式会社日本政策投資銀行 地域調査部 副調査役

著作権©2024 PIA Corporation & Development Bank of Japan Inc.
本資料は、ぴあ株式会社グループ及び株式会社日本政策投資銀行（DBJ）グループ（以下「当社ら」という。）により作成されたものです。

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当社らが信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当社らはその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、上記「お問い合わせ先」までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：ぴあ株式会社グループ及び株式会社日本政策投資銀行（DBJ）グループ』と明記して下さい。