

2017年5月19日（金）

第2回 北九州市立大学地域戦略研究所 研究報告会

「**ギラヴァンツ北九州**」と「**北九州スタジアム**」 に対する市民意識を踏まえた今後の課題

北九州市立大学 地域戦略研究所 教授
南 博

minami@kitakyu-u.ac.jp

1. 地域研とギラヴァンツ、北九州スタジアム²

ギラヴァンツ北九州（Jリーグ）との連携

（地域戦略研究所 南博 教授）

北九州市立大学は、北九州市や北九州商工会議所等と連携し、北九州市をホームタウンとするJリーグクラブ「ギラヴァンツ北九州」を応援しています。

本学ならではの特性を活かし、地域戦略研究所（旧・都市政策研究所）による研究・社会貢献活動や、学生のインターンシップを通じた教育面での連携等に取り組み、スポーツを通じて北九州市を活性化する取り組みを進めています。



J2試合時に掲示された本学広告板



ギラヴァンツ北九州のマスコット「ギラン」



ギラヴァンツ北九州アーカイブ（3号館1階）



北九州スタジアム活用シンポジウム（平成27年8月）

地域戦略研究所での取組例

ギラヴァンツ北九州に関する研究【地域戦略研究所】

- ギラヴァンツ北九州の社会的・経済的効果に関する研究（平成20年度～）
- ギラヴァンツ北九州に対する市民意識調査（平成21年度～）
- 北九州スタジアム、ギラヴァンツ北九州に関するシンポジウム（平成21年度～）
- ギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦者調査（平成22年度～）

ギラヴァンツ北九州に関する資料の収集、公開【地域戦略研究所】

- 「北九州市立大学ギラヴァンツ北九州アーカイブ」の北方キャンパスへの開設

ギラヴァンツ北九州を応援する活動

- ギラヴァンツ北九州市民激励会の開催などの支援活動（ギラヴァンツ北九州後援会、北九州市と共同）【地域戦略研究所】

- 学生による集客活動プロジェクト【まなびとESDステーション】
- ギラヴァンツ北九州の試合の学内でのパブリックビューイング開催

ギラヴァンツ北九州との教育面での連携

- インターンシップの展開【キャリアセンター、地域創生学群】

※この他にも様々な活動に取り組んでいます。平成29年3月の北九州スタジアム完成も踏まえ、さらに連携を強化していきます。

【平成28年度】地域戦略研究所とギラヴァンツ 北九州、および北九州スタジアムとの連携

- 北九大図書館ギャラリーにおける「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**」（平成28年7～8月）
- 2017ギラヴァンツ北九州市民激励会 第1部「**ギラ
番記者が読み解く2017シーズン**」開催（平成29年3月
4日、ミクニワールドスタジアム北九州）
市民等150人に御参加いただいた。

- 公開講座「**北九州スタジアム&ギラヴァンツ北九州とまちづくり**」開催（平成28年10～11月）
- 地域科目「地域の文化と歴史」の“**スポーツ文化**”の回で、ギラヴァンツから講師を招聘（平成29年1月） **【COC+事業】**
- 【参考】平成29年度の地域科目「地域のにぎわいづくり」では“**ミクスタ集客プラン**”を学生がグループワークで検討中 **【COC+事業】**

【平成28年度実施調査】

※毎年度、定期的に実施

① スタジアム観戦者調査

【既存ファン・サポーターを中心とした調査】

平成28年7月31日実施（本城陸上競技場）

本日は、この結果の主要部分を報告

② 市民意識調査

【ファン以外も含む、市民を対象とした調査】

平成29年3月24～27日実施

※2017シーズン開幕直後

2. 2017年シーズン開幕直後に実施した「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」

■ 調査目的など

- ギラヴァンツや北九州スタジアムに対する市民意識の現状と変化を把握すること。
- 2010、2012、2013、2015、2016の各シーズン開幕直前 or 直後に実施した調査との比較
- 2017年3月調査においては、供用開始直後の北九州スタジアム（ミクスタ）関連の設問を増加

■ 調査実施概要

- 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（株）インテージが管理・利用する調査モニターへ登録している市民
- 実施期間： 2017年3月24日（金）～27日（月）
- 有効回答数： 1,088

■ 回答者の属性

- 男女比はほぼ半々、居住している行政区は国勢調査人口の居住比率とほぼ一致している。しかしインターネット調査であることから、回答者の年齢については、30代～50代が大半を占めており、実際の北九州市の人口構成とは異なっている。
- 過年度調査と同様の傾向。

性別・年齢

(上段: サンプル数 下段: 構成比)

性別 年齢	男性	女性	合計 (n=1,088)
18-29歳	16 1.5%	49 4.5%	65 6.0%
30-39歳	67 6.2%	174 16.0%	241 22.2%
40-49歳	174 16.0%	189 17.4%	363 33.4%
50-59歳	157 14.4%	97 8.9%	254 23.3%
60-69歳	89 8.2%	47 4.3%	136 12.5%
70歳以上	22 2.0%	7 0.6%	29 2.7%
合計 (n=1,088)	525 48.3%	563 51.7%	1088 100.0%

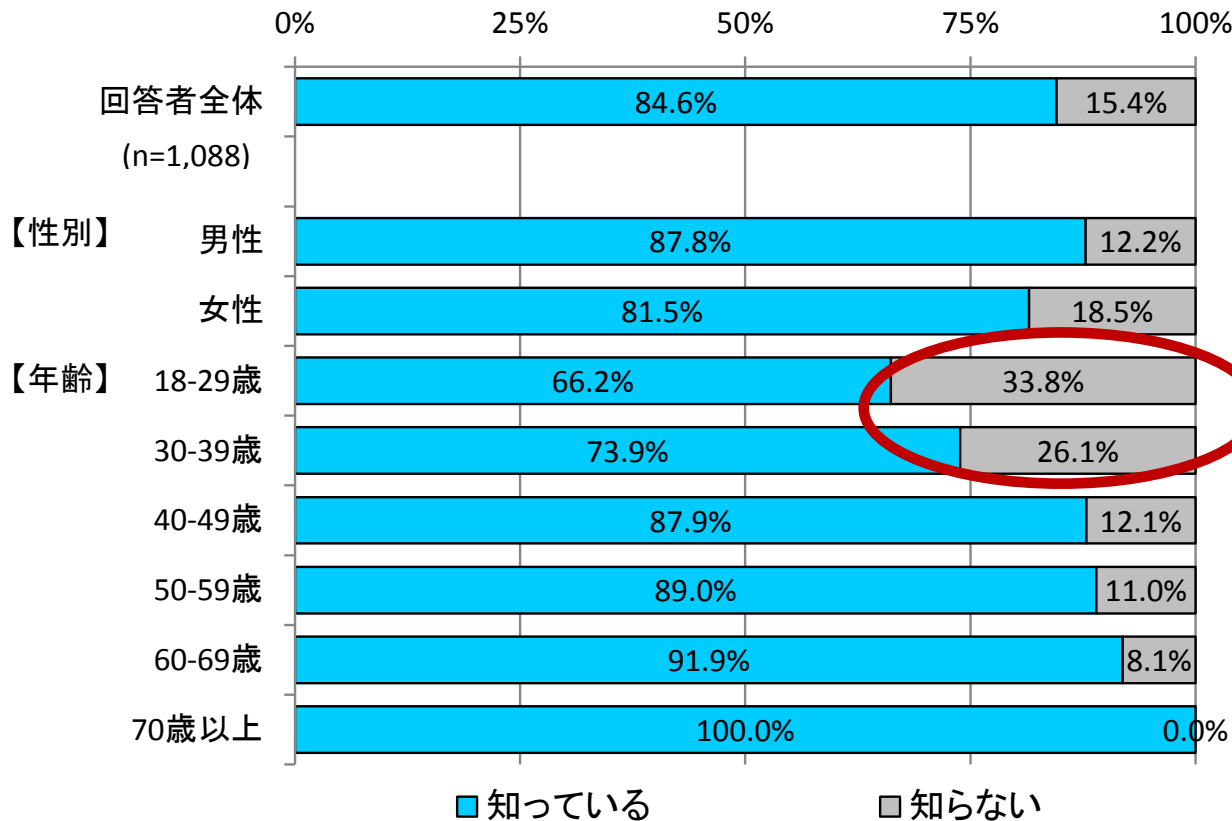
居住する行政区

	回答者数	構成比	(参考)H27国調 人口構成比
門司区	117	10.8%	10.4%
小倉北区	205	18.8%	18.9%
小倉南区	232	21.3%	22.1%
若松区	96	8.8%	8.6%
八幡東区	82	7.5%	7.2%
八幡西区	285	26.2%	26.6%
戸畑区	71	6.5%	6.1%
合計	1,088	100.0%	100.0%

① 北九州スタジアムについて

(1) 認知度

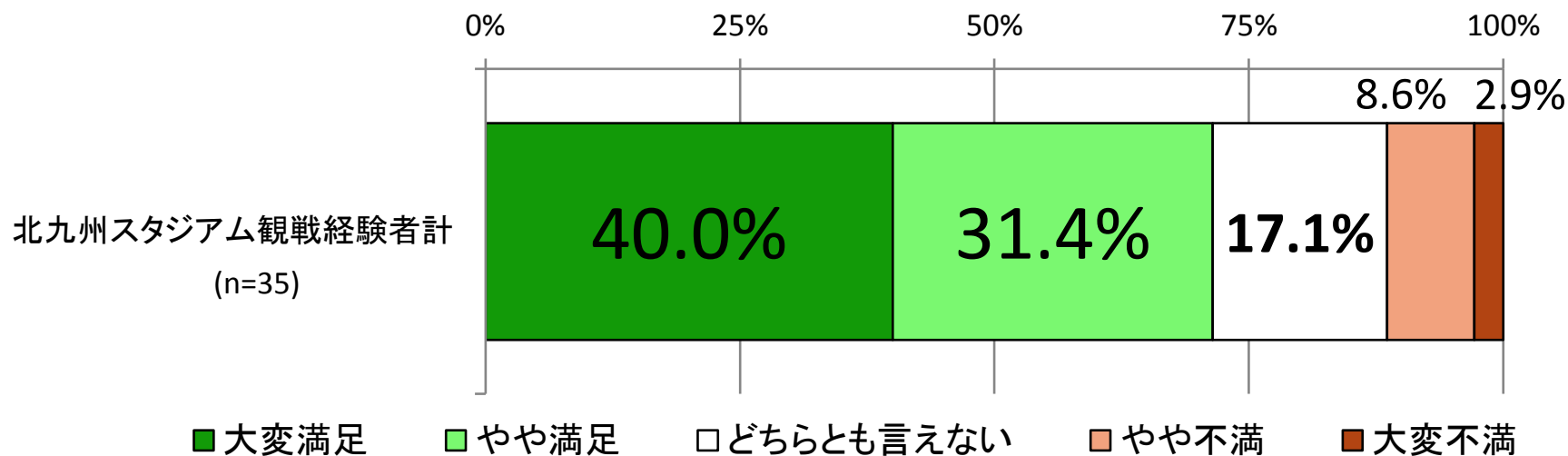
- 今年2月から使用開始されたこと知っている： **84.6%**
→ 全般的な認知度は高い。
- 若い世代の認知度低い → 地域情報全般への関心が低い世代としては結構な高比率？



**若い世代への
認知度向上が
課題**

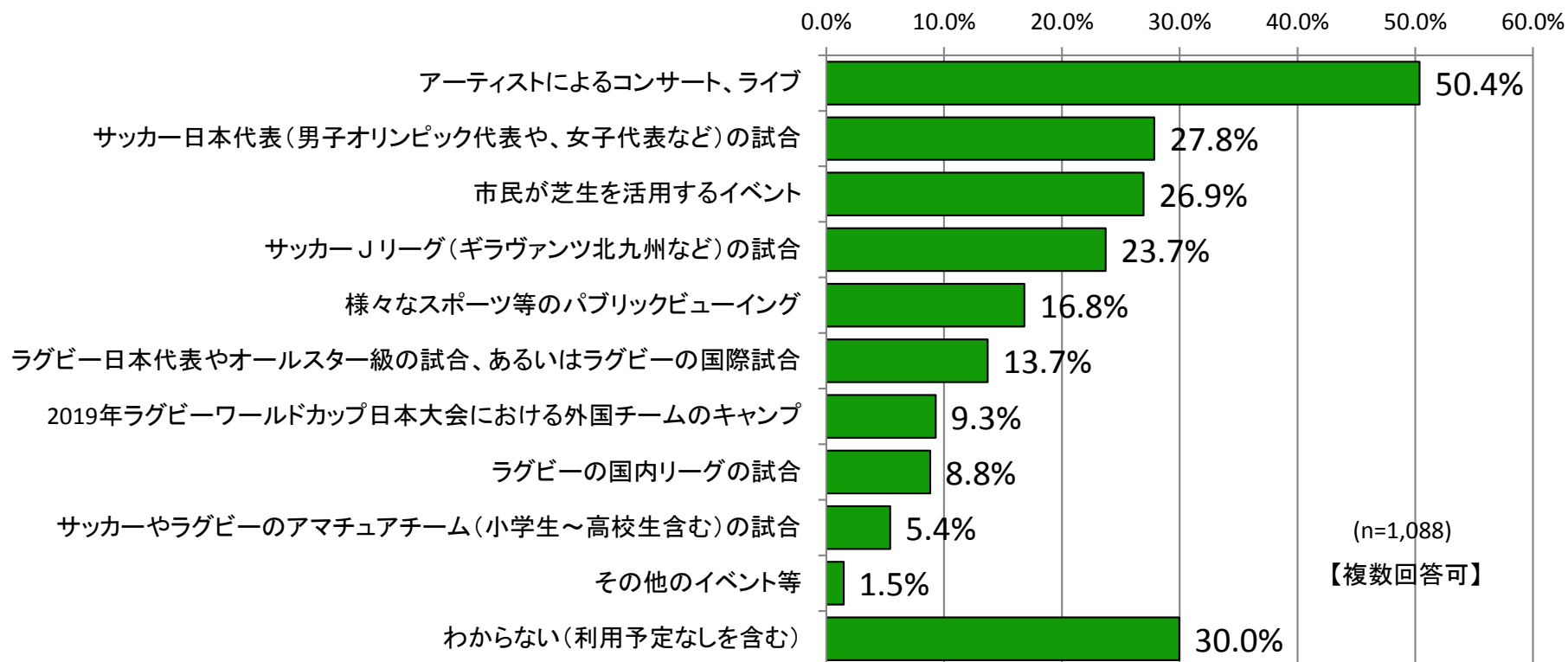
(2) 北九州スタジアム観戦経験者の満足度

- 回答者1,088人のうち調査時点（ラグビー1試合、Jリーグ2試合実施）で北九州スタジアムでの観戦経験者は35人（3.2%）
- その観戦経験者の北九州スタジアムへの満足度は、「大変満足」「やや満足」合計**71.4%** → 概ね高評価
- 不満を感じた回答者（11.5%）の不満要因は本調査では把握できないが、今後、試合運営面（入口や通路の混雑緩和、各種案内の充実など）等において改善を図る必要がある可能性。



(3) 北九州スタジアムで開かれる希望イベント

- スタジアムを訪れたいくなるイベントとして、最も多いのは「アーティストによるコンサート、ライブ」。次いで「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」「サッカー」リーグの試合」など。過年度調査も同様。
- 芝管理に留意しつつ、市民ニーズに応える取り組みが必要。



(4) 北九州スタジアムへの交通手段

- 「自家用車利用」は32.4%であり、本城陸上競技場への自家用車利用（66.9%）から半減する。→ CO₂削減など環境にやさしい効果があり、また小倉駅周辺等での経済活動増進（飲酒を伴う、消費単価の高い飲食行為など）効果が見込める。

北九州スタジアムへの交通手段

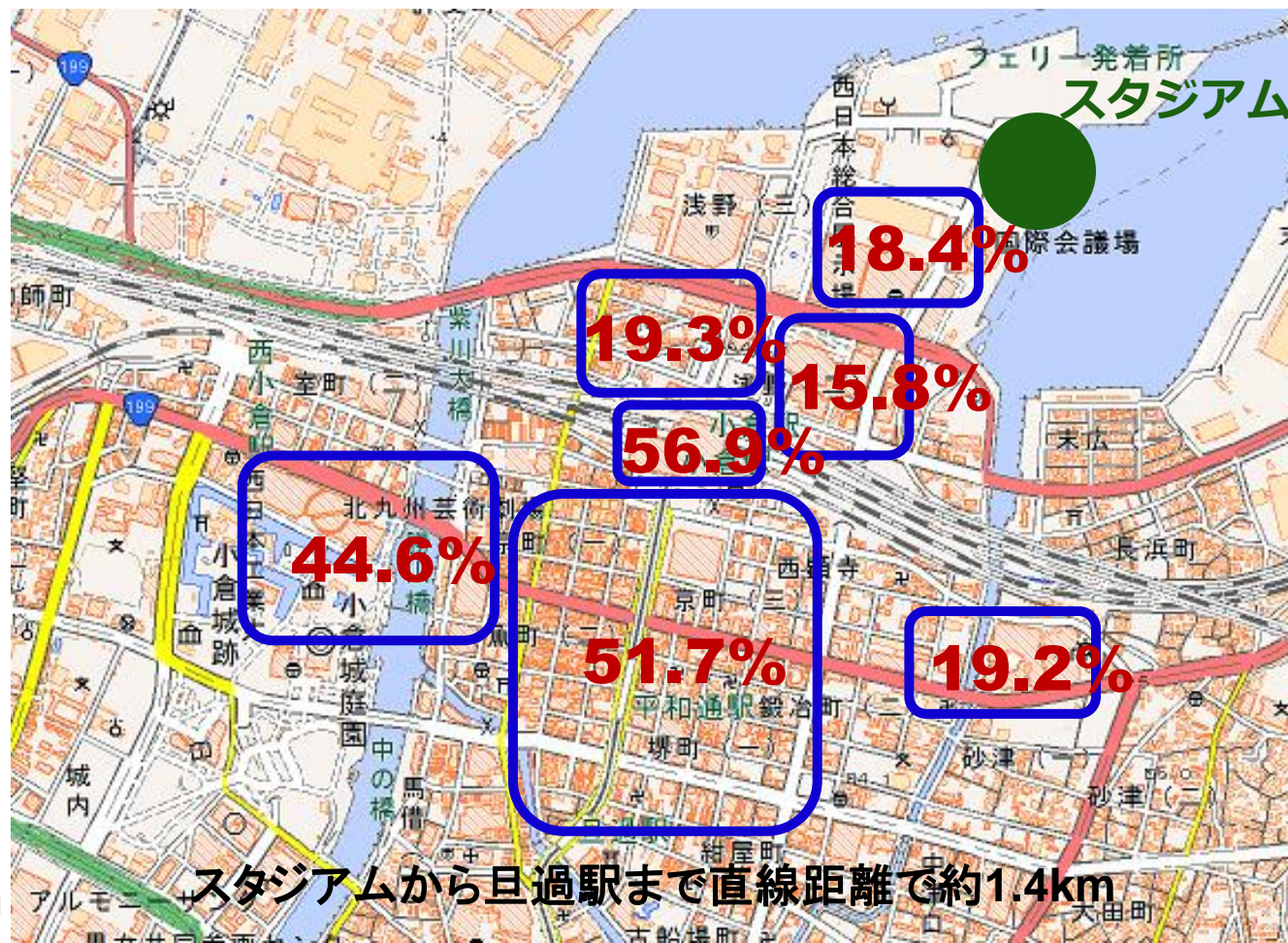
選択肢	回答数	構成比	
出発地（自宅など）から、徒歩のみ	31	2.8%	自家用車利用 32.4%
小倉駅近くまで自転車・オートバイを利用	41	3.8%	
小倉駅近くまで自家用車（家族・知人の車なども含む）を利用し、有料駐車場に駐車	294	27.0%	
黒崎駅や戸畑駅、門司駅、モノレール企救丘駅などの駐車場のある駅まで自家用車で行き、そこからJRやモノレールで小倉駅まで行き、そこから徒歩	59	5.4%	
JRで小倉駅まで行き、そこから徒歩	322	29.6%	
路線バスやモノレールで小倉駅周辺まで行き、そこから徒歩	214	19.7%	
タクシーを利用	5	0.5%	
その他の交通手段	17	1.6%	
わからない	105	9.7%	
合計	1,088	100.0%	

※本城陸上競技場への交通手段

選択肢	回答数	構成比	
出発地（自宅など）から、徒歩のみ	5	3.6%	自家用車利用 66.9%
本城陸上競技場の駐輪場まで自転車・オートバイを利用	8	5.8%	
本城陸上競技場の駐車場まで自家用車（家族・知人の車なども含む）を利用	73	52.5%	
若松競艇場 臨時駐車場まで自家用車（家族・知人の車なども含む）で行き、そこから無料送迎バスを利用	20	14.4%	
折尾駅からシャトルバス利用	4	2.9%	
黒崎駅からシャトルバス利用	8	5.8%	
小倉駅からバスを利用	3	2.2%	
タクシーを利用	2	1.4%	
貸切バスを利用	8	5.8%	
その他	8	5.8%	
合計	139	100.0%	

(5) 北九州スタジアムに行ったついでに 経済活動を行う場所 (複数回答可)

- 小倉都心部一円でのにぎわいづくりに大きく貢献する期待大。
「観戦のみを行い、消費活動は行わない」回答者は少ない。



小倉北区の他の場所: 5.7%

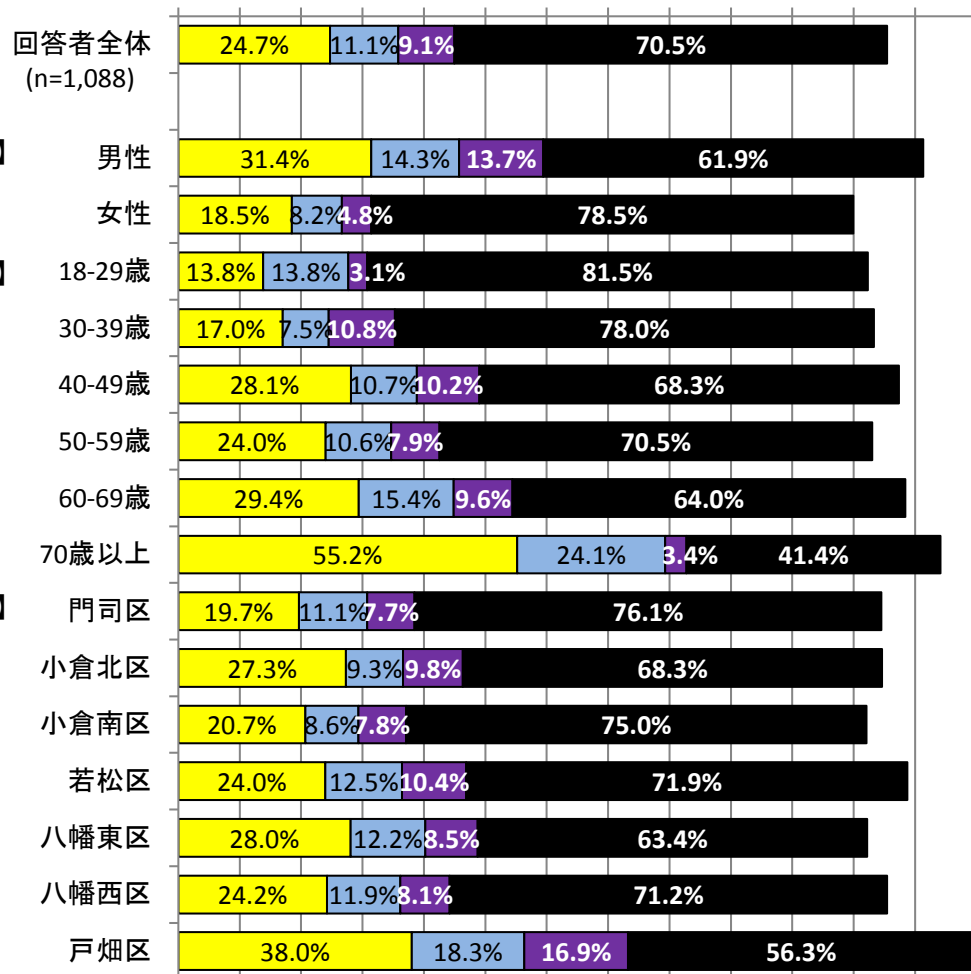
小倉北区以外: 2.2%

観戦のみ行き、観戦前後には消費活動を行わないつもり: 10.7%

② 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 (複数回答可)

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100% 110% 120% 130%



■ ギラヴァンツ北九州 ■ アビスパ福岡 ■ その他 ■ 応援しているクラブは無い

【複数回答可】

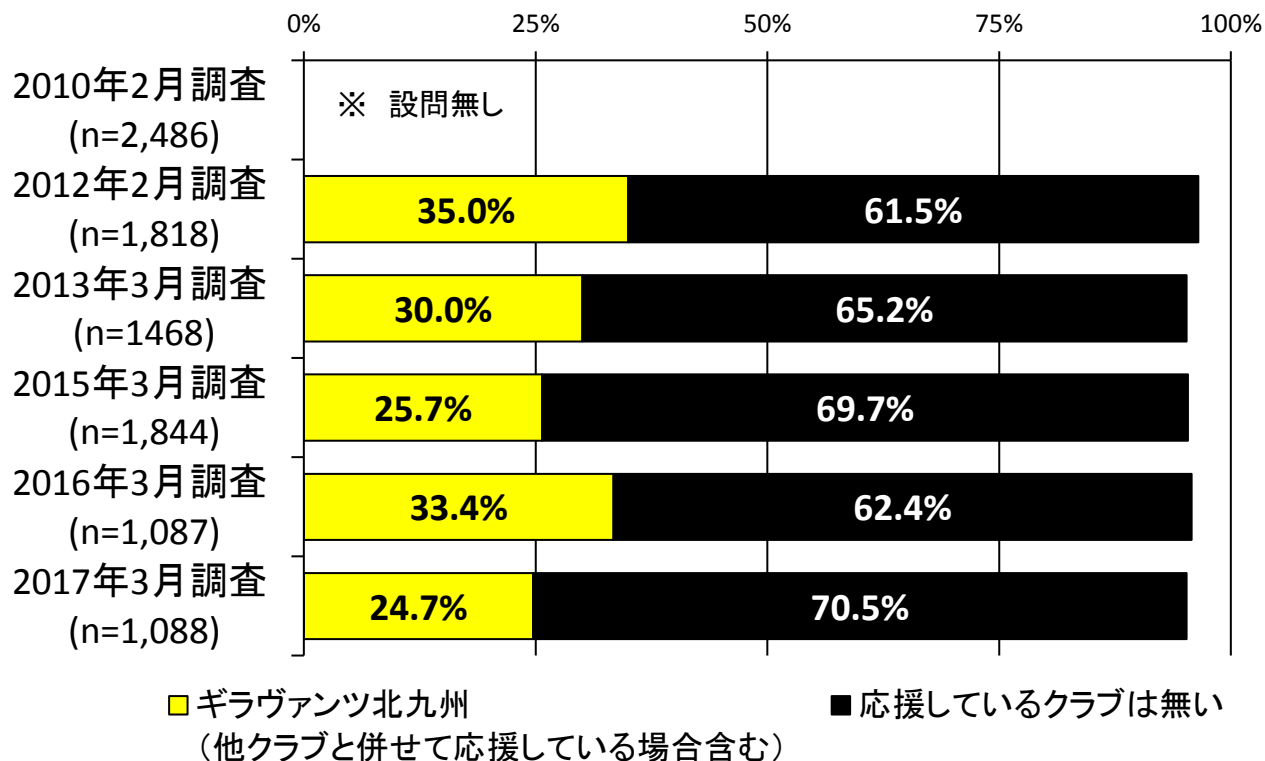
• 応援クラブ無 : 70.5%

• ギラヴァンツ北九州 :
24.7%

※ 「女性」「30代以下」
「門司区・小倉南区」での
応援者が少ない

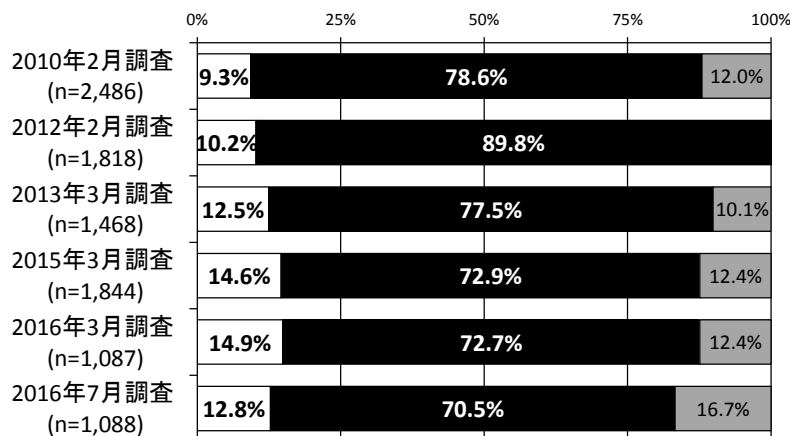
(1) 応援しているJリーグクラブ【続き】

- 経年比較すると、2017年調査は2015年調査とほぼ同じ結果
→ 2016年に高まった応援機運（本山選手加入等が背景）が元に戻った。ホームスタジアムがミクスタに移ることは新たな応援者の拡大までには現時点では至っていない。
- 今後の努力次第で、応援する市民が大幅に増える余地がある。



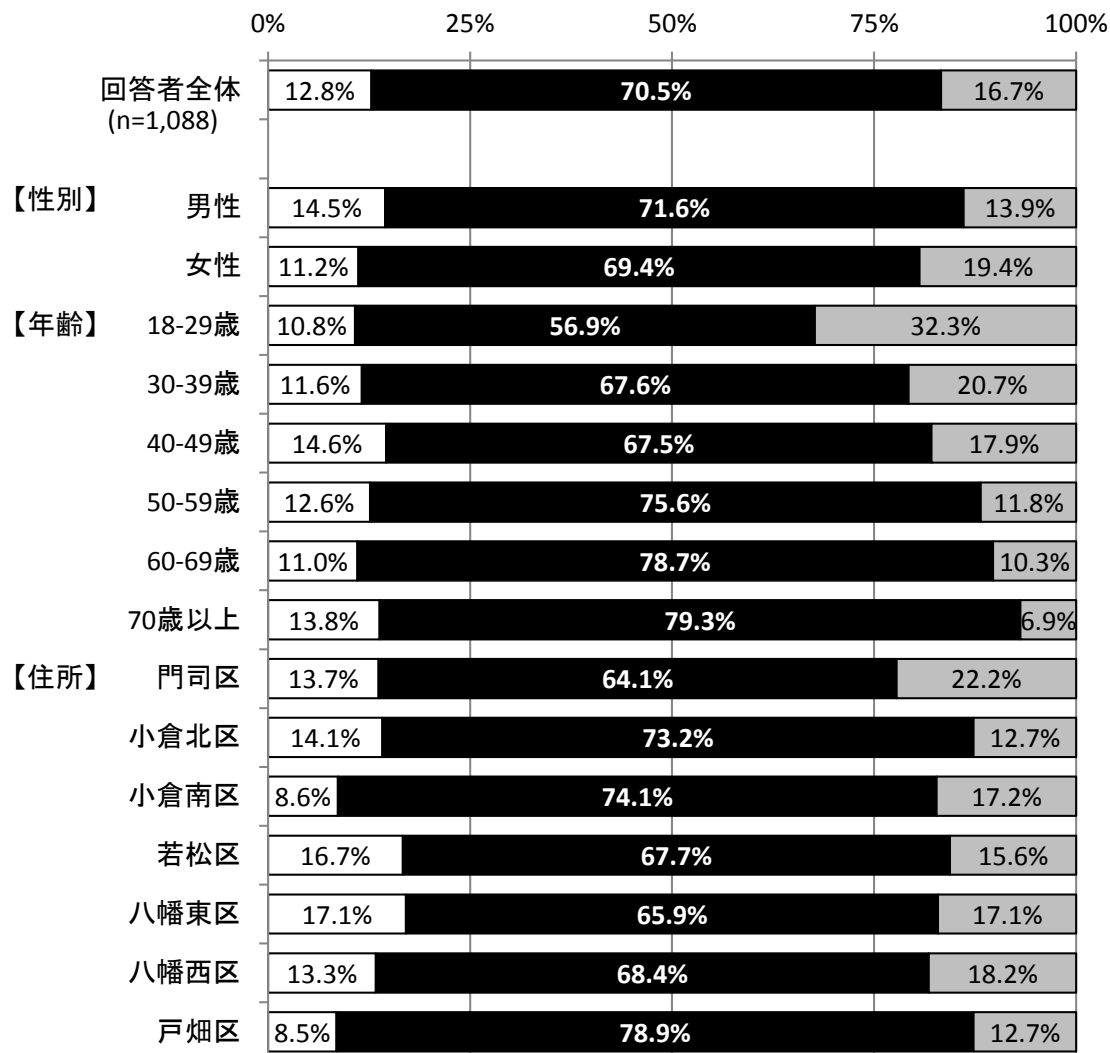
(2) ギラヴァンツ、ニューウェーブの観戦経験

- スタジアム観戦経験のある市民：**12.8%**
- 小倉南区、戸畑区在住の市民の観戦者が少。
- 経年変化を見ると、近年は新規開拓が進んでいないと考えられる。



□ スタジアムで観戦したことがある ■ スタジアムで観戦したことはない

□ その他・回答対象外



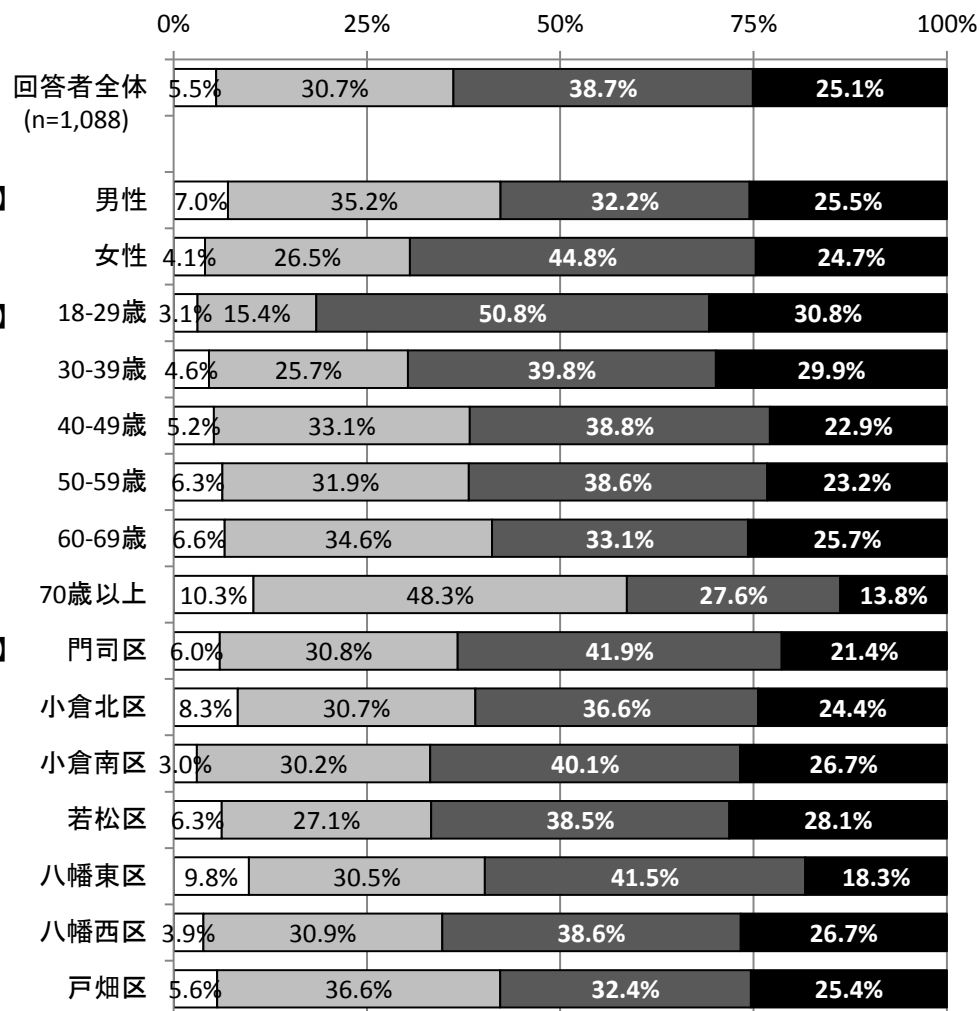
□ スタジアムで観戦したことがある

■ スタジアムで観戦したことはない

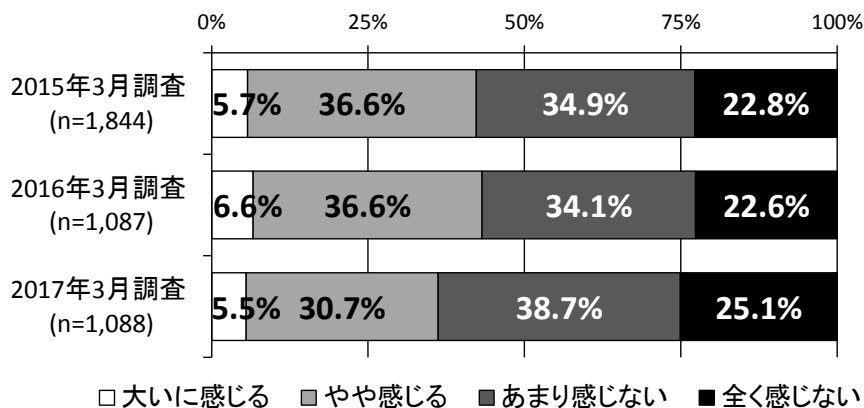
□ 回答対象外(ギラを知らない)

(3) ギラヴァンツ北九州への愛着

- 愛着を「大いに」「やや」感じる市民：**36.2%**
※「大いに」：**5.5%**
- ここ数年大きな変化なし
→ これまで以上に地道なホームタウン活動、普及活動、広報が必要。
特に小倉南・八幡西

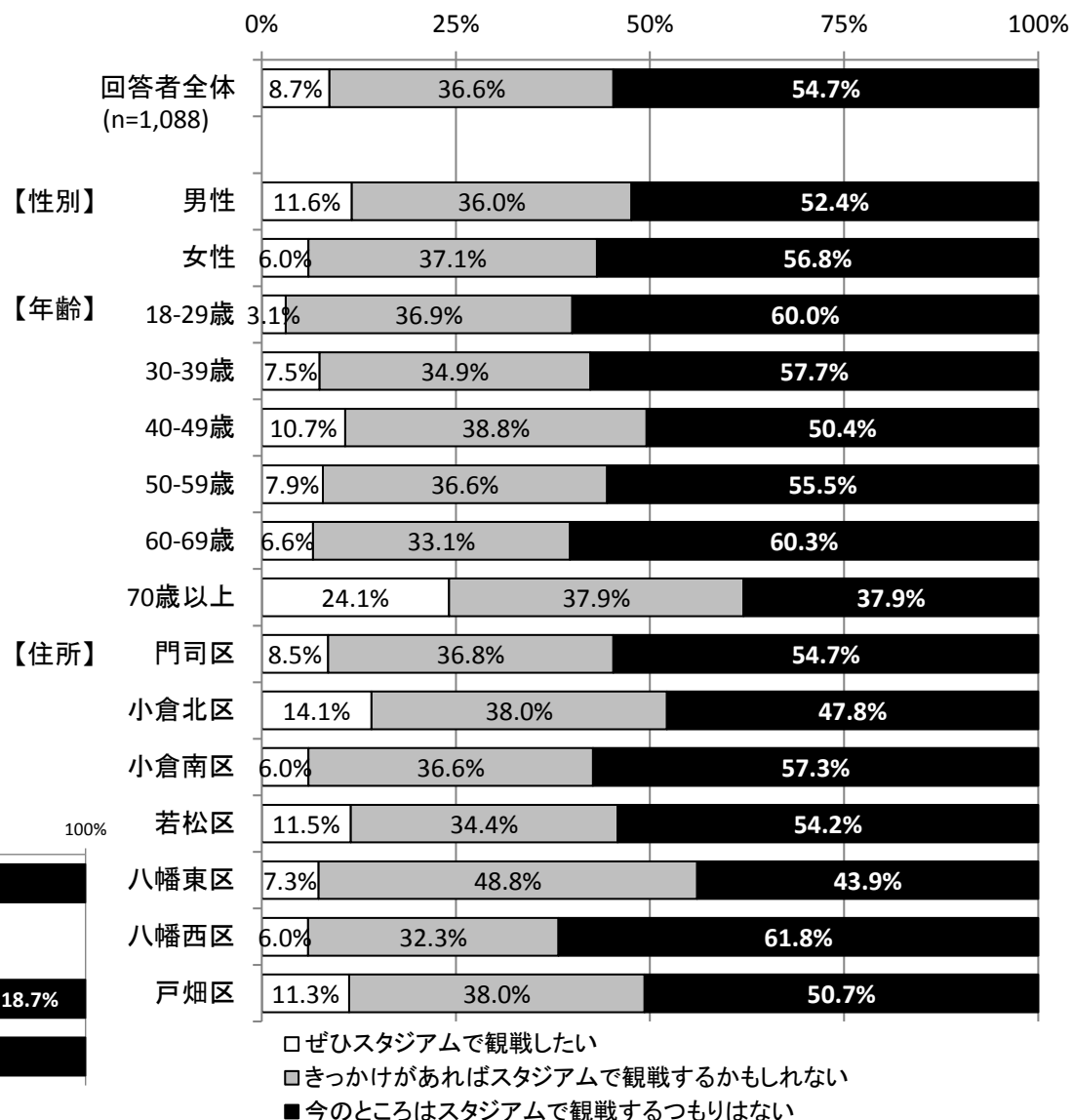
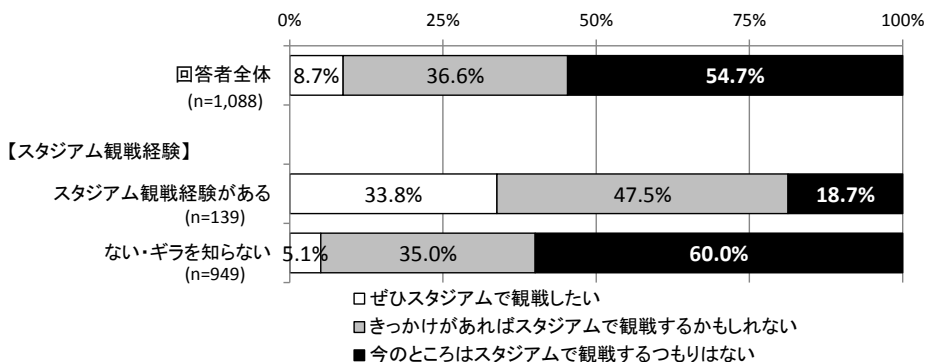


□ 大いに感じる □ やや感じる ■ あまり感じない ■ 全く感じない



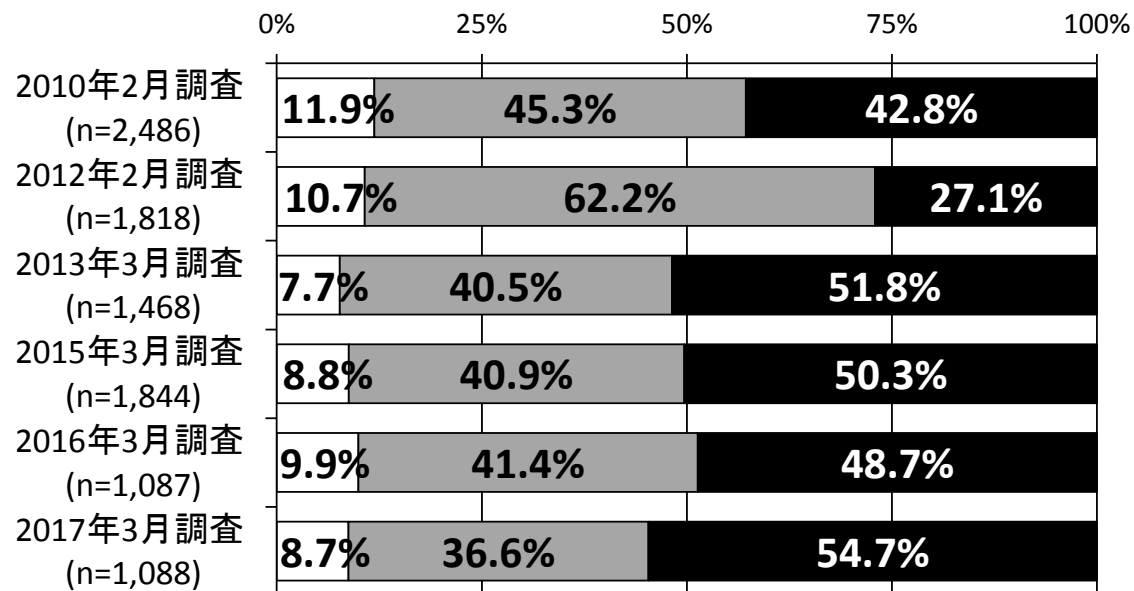
(4) 今後のスタジアム観戦意向

- 「ぜひスタジアムで観戦したい」は8.7%にとどまる。
- 「きっかけがあれば」とする回答者が1/3おり、きっかけ提供が重要。
- 観戦経験者は今後の観戦意欲も高い。観戦誘導策が重要。特にスタジアムが充実した今年が重要。



(4) 今後のスタジアム観戦意向 [続き]

- 属性別に見ると「女性」「20代以下の若い世代」の観戦意欲が低く、また「小倉南区」「八幡西区」=人口の多い区において観戦意欲が低い。小倉南区はギラヴァンツが浸透がしておらず、八幡西区は本城陸上競技場からホームスタジアムが移って遠くなった影響が考えられる。
- 経年変化で見ると、2013年以降、観戦意欲の変化は小さく、新しいホームスタジアムへの移転という機会をギラヴァンツが活かしてきていない。

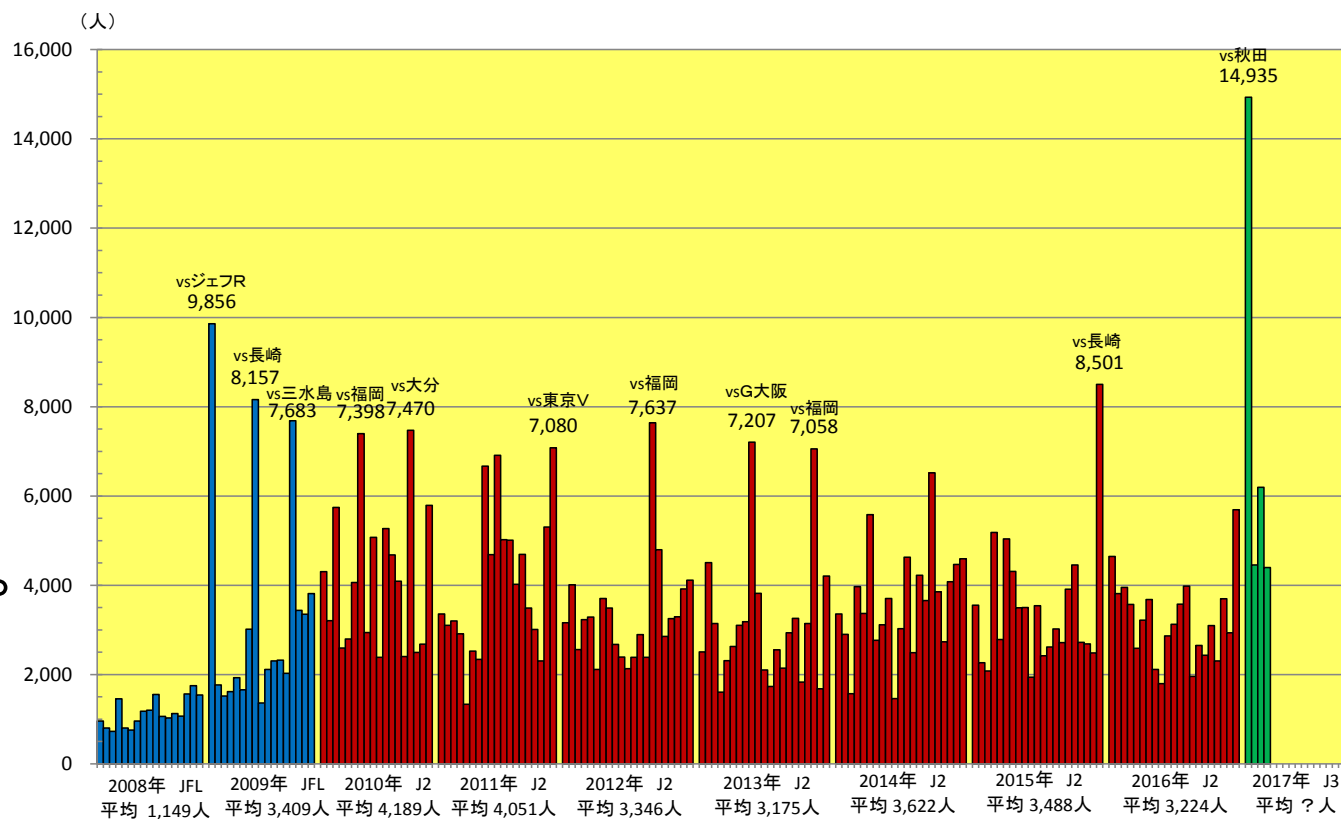


- ぜひスタジアムで観戦したい
- きっかけがあればスタジアムで観戦するかもしれない
- 今のところはスタジアムで観戦するつもりはない

(補論) 市民のスタジアム観戦は少ないのか？

- 2016シーズン（本城）の平均入場者数：3,224人
- 先週までの今シーズン4試合の平均入場者数：7,494人
特殊要因のあった開幕戦を除く3試合の平均：5,014人
→ この中には、スタジアム見学目当ての全国からの熱心なスポーツファンが一定数含まれているはずであり、**ギラヴァンツ応援者は4千人台では？**

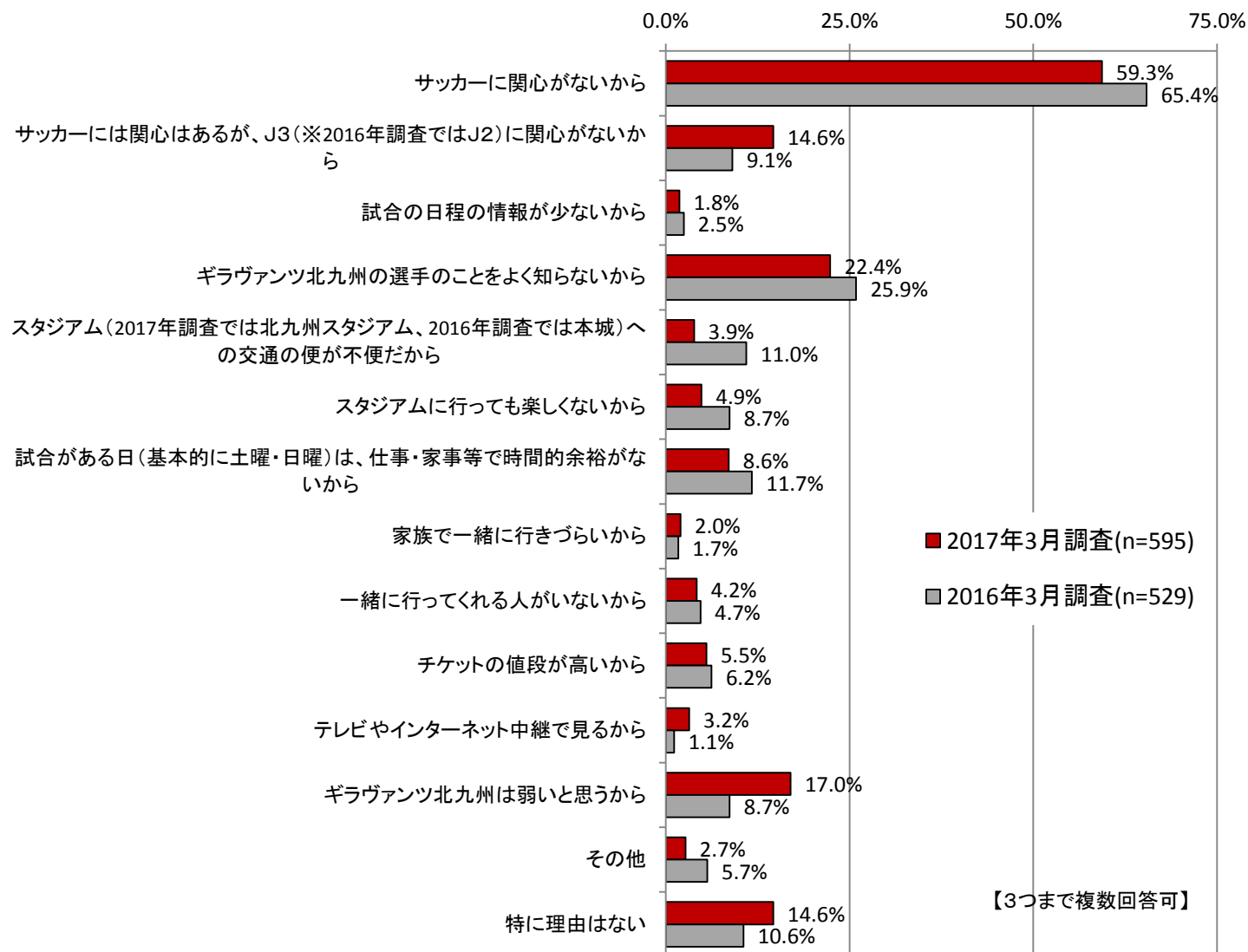
ギラヴァンツ北九州 試合別入場者数推移（JFL加盟の2008年以降）



- 残念ながら、現時点ではスタジアム新設効果の発揮は未だ不十分と言わざるをえない。
- ただし挽回可能。今後の取組重要

(5) スタジアム観戦意向の無い理由

- 前問で「今のところはスタジアムで観戦するつもりはない」回答者（595人）対象



(5) スタジアム観戦意向の無い理由【続き】

- 最も多いのは「サッカーに関心がないから」59.3%、次いで「ギラヴァンツの選手のことをよく知らないから」22.4%、「ギラヴァンツは弱いと思うから」17.0%。
- 2017年と2016年を比較して2017年で大きく上昇しているのは「ギラヴァンツ北九州は弱いと思うから」「サッカーには関心はあるが、J3（2016年調査ではJ2）に関心がないから」→ J3降格が観戦意欲を減らした。
- 2017年で大きく低下しているのは「スタジアムへの交通の便が不便だから」等であり、北九州スタジアム完成によって集客の阻害要因は改善。

	項目	変化
2017年の方が上昇	ギラヴァンツ北九州は弱いと思うから	+ 8.3pt
	サッカーには関心はあるが、J3（※2016年調査ではJ2）に関心がないから	+ 5.5pt
	特に理由はない	+ 4.0pt
2017年の方が低下	スタジアム（2017年調査では北九州スタジアム、2016年調査では本城）への交通の便が不便だから	- 7.1pt
	サッカーに関心がないから	- 6.1pt
	スタジアムに行っても楽しくないから	- 3.8pt

3. まとめ ～ギラヴァンツに着目して

- 報告者は、北九州スタジアムは素晴らしいスタジアムであるとスポーツ関係者や観戦者の多くが高評価していることを実感している。グラウンドオープンのイベント等も素晴らしく、スタジアムに人が「詰めかけた」様子を目の当たりにすることができ、感無量だった。
- しかし市民意識調査の結果では、「ギラヴァンツ北九州の試合の観戦意欲」等を見ると、高評価である北九州スタジアムの使用開始という極めて大きなインパクトがあったにも関わらず、**ギラヴァンツの市民への浸透が不十分**という**厳しい状況**が明らかとなった。

- また、新スタジアムへの移転という機会をバネに観戦者を大きく増やす機会を、「J3降格」が減速させたと指摘せざるを得ない。（＝「勝っても負けてもクラブを応援する」という理想像に北九州は至っていなかった）
- 今後、現状認識をしっかりと行った上で、ギラヴァンツは応援者を着実に増やしていく取り組みを行っていくことが急務。特に小倉南区、八幡西区は重視すべき。「市場開拓」の余地は、幸いにも未だ十分ある。
- スタジアム来訪者がリピートしたくなるには、スタジアムが楽しい空間、感動する空間であることが重要。ギラヴァンツの勝利や選手達の戦う姿勢はもとより、イベントの楽しさや、コミュニケーション、スタジアムグルメの充実など、多様な要素で人々に楽しさや感動を提供していくこと求められる。

ギラヴァンツ北九州を取り巻く課題

クラブ (ギラヴァンツ)

- ・収益力向上 (スポンサー、入場料、グッズ売上、会費etc.)
- ・ホームタウン活動(地域への浸透、地域貢献)
- ・若い世代の育成 ・トップチームの強化、闘う姿勢
- ・クラブ全体の魅力度向上
- ・楽しく、市内外から多くの人が集まるスタジアムづくり
- ・クラブを活かした地域活力向上
(コミュニティや人と人とのつながり強化、
地域への愛着増etc.)

市民、 各種団体等

- ・クラブを支える機運の醸成
(勝敗のみに左右されないサポート)
- ・スポーツ観戦等に適正な支出を行う
意識づくり ※ギラに支出に見合う魅力がある場合

行政

- ・クラブを活かしたスポーツ振興
- ・クラブ、スタジアムを活かした
「まちのにぎわいづくり」