

北九州市立大学 都市政策研究所  
2013 年度 地域課題研究

# 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

2014 年 3 月

北九州市立大学 都市政策研究所

## 目 次

|   |    |
|---|----|
| はじめに .....  | 1  |
| 第Ⅰ部 調査研究編 .....   | 3  |
| Ⅰ－1 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／南博 .....                                    | 3  |
| Ⅰ－2 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／上田真之介 .....  | 15 |
| Ⅰ－3 [講演概要] Jリーグクラブの資料アーカイブの意義と課題<br>～愛媛プロスポーツアーカイブズの実践を踏まえて～／天野奈緒也 .....            | 37 |
| Ⅰ－4 [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<br>～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 ..... | 43 |
| ※Ⅰ－4は、北九州市立大学都市政策研究所『都市政策研究所紀要』Vol.8<br>(2014年3月) pp.67-93掲載の同名論文の再掲である。            |    |
| 第Ⅱ部 活動記録編 .....   | 71 |
| Ⅱ－1 「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 .....  | 71 |
| Ⅱ－2 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 .....  | 78 |

※ 北九州市立大学都市政策研究所「地域課題研究」とは

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

【 執筆者 】 (五十音順)

天野 奈緒也 (愛媛県立図書館)

: I - 3 執筆

上田 真之介 (北九州市立大学 都市政策研究所 客員研究員)

: I - 2 執筆

南 博 (北九州市立大学 都市政策研究所 准教授)

: はじめに、I - 1、I - 4、第II部執筆

## はじめに

北九州市立大学 都市政策研究所 南 博

2013年9月、ブエノスアイレス（アルゼンチン）における第125次国際オリンピック委員会総会において、「2020年東京オリンピック・パラリンピック開催」が決定し、開催に関連する様々な事項が日本国内において大きな社会的関心事となっている。また、2014年2月および3月には、冬季オリンピック・パラリンピックがソチ（ロシア）で開催され、国内外で大いに注目を集めた。一方、1993年に開幕したJリーグは2013年に20周年を迎え、さらなる充実した展開へ向けた一つの区切りの年となった。

北九州市に目を向けると、2014年2月には北九州市制50周年記念事業のフィナーレとして、北九州市初の市民参加型フルマラソン大会である「北九州マラソン2014」が開催され、約1万人のランナーと約28万人（主催者発表）の沿道観戦者、そして多数のボランティアが参加する大規模なスポーツイベントとなった。また、これまで手順を踏んで議論を重ねてきた北九州市の新スタジアム整備事業について、2013年夏に市が建設を決定し、2014年2月には「スタジアム整備等PFI事業」の入札公告が行われ、事業者選定の段階へと進んでいる。この新スタジアムは、北九州市新成長戦略の「5つの重点マネジメント項目」（2013年9月公表）において、都心部における集客交流の強化の核となり、まちのにぎわいづくりへ大きく貢献することが期待されている。一方、北九州市初のプロスポーツクラブであるサッカーJ2・ギラヴァンツ北九州については、2013年度は主催試合の平均入場者数が全Jクラブ中最少となり、北九州市議会でも課題改善に向けた市の関わり方についてたびたび質疑が行われるなど、都市政策上の課題の一つとなっている。

このように、2013年度はスポーツに対して日本国民・北九州市民の関心が一層高まった年と言えるのではないかと。また、スポーツをまちづくり・都市政策と関連づけて考える事の重要性への関心の高まりも感じられる。「スポーツを活かしたまちづくり」は北九州市にとって今後さらに重要性が増してくる分野であり、併せて関連する様々な課題の改善策等を講じていくことが重要な政策課題となっていると言えよう。

北九州市立大学都市政策研究所では、北九州市の社会・経済の活性化にスポーツが重要な役割を果たす可能性を有することに着目し、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の実践に取り組んできている（表1）。2013年度も、これらを継続する形で「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」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。

本冊子は、調査研究編と活動報告編の二編で構成している。調査研究編は、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に関する研究一本と、ギラヴァンツ北九州に関する研究三本をとりまとめている。ギラヴァンツ北九州に関する研究のうち、一本については都市政策研究所客員研究員に委嘱した外部有識者による「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」である。また一本は、本研究所主催シンポジウムでの外部

有識者の講演概要「Jリーグクラブの資料アーカイブの意義と課題」である。一本は本研究所専任教員によるギラヴァンツ北九州のスタジアム観戦者の実態等についての論文である。本年度は外部有識者による研究を加え、より多角的な研究の推進を目指した。

活動報告編では、2014年3月に開設した「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」の概要説明と、2012年度から継続的に取り組んでいる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の概要説明を行っている。これらの活動は研究の一環であるとともに、実践的な地域貢献活動として位置付けている。

「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」は極めて多岐にわたるテーマであるため、2013年度の研究ではその一端に触れたにすぎない。今後も継続的に関連する研究や実践活動に取り組み、北九州市におけるスポーツを活かした社会・経済の活性化へと貢献していきたい。

表 1 北九州市立大学都市政策研究所の地域課題研究における「スポーツを活かしたまちづくり」関連の取り組み

| 年度   | 論文等のタイトル   |
|------|--|
| 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 | <b>スポーツを通じた地域活性化に関する基礎的研究</b><br>・シンポジウム「スポーツを通じた北九州地域の活性化」<br>・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～<br>・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<br>・総合型地域スポーツクラブ事業の現状と課題   |
| 2010 | <b>プロスポーツにおける集客戦略に関する研究</b><br>・イベント「Jリーグでまちをもっと面白くする！」開催記録<br>・[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 | <b>ギラヴァンツ北九州の社会的・経済的効果に関する研究</b><br>・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<br>・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<br>・[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 | <b>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～</b><br>・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<br>・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<br>・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<br>・([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 | <b>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</b><br>・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<br>・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<br>・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～<br>・[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～<br>・[活動記録] 「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<br>・[活動記録] 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 |

## 第 I 部 調査研究編

### 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

北九州市立大学 都市政策研究所 南 博

#### <要旨>

本研究は、2013年9月に決定した「2020年東京オリンピック・パラリンピック開催」に関する北九州市および他都市の市民の意識を把握することにより、東京以外の地域へ東京オリンピック・パラリンピック開催による様々な効果を波及させるための政策を検討する上での基礎的な材料を得ることを目的としている。その一環として、本稿ではアンケート調査結果について速報的に報告し、自治体が力を入れるべき関連政策について都市ごとに違いがあり、北九州市ではスポーツ振興政策の促進への関心が高い点等を明らかにした。

#### <キーワード>

東京オリンピック・パラリンピック、市民意識、アンケート、開催効果、政策

#### 1. はじめに

##### (1) 研究の背景

2013年9月8日（日本時間）、ブエノスアイレス（アルゼンチン）における第125次国際オリンピック委員会総会において、2020年夏季オリンピック・パラリンピックの開催地が日本の東京になることが決定した。

この「2020年東京オリンピック・パラリンピック」の開催については、狭義のスポーツの枠組みを超え、日本に様々な社会的効果や経済効果を与えることが期待されている。一方、巨額の開催関連経費に関する財政面の課題や、開催に伴う各種施設建設やインフラ整備が東京に偏るために開催効果は東京・首都圏に限定されるのではないかと懸念等も聞かれる。

東京での開催に伴う効果を他地方に波及させる仕組みについては、国レベルでの政策的な取り組みが必要になるとともに、東京から遠く離れた地方自治体においては国の政策を待ち受けるのではなく、地方自治体自らが様々な工夫を行い、開催効果を積極的に誘引する取り組みが必要になる。実際に、既にいくつかの地方自治体では事前キャンプ誘致等に関する取り組み等も行われつつある。北九州市においても、開催決定直後の2013年の市議会9月定例会においてオリンピック・パラリンピック関連質疑が行われるなど、北九州市にとっても注目すべき事案と言えよう。

一方、地方自治体が具体的に開催効果を誘引する政策や事務事業に取り組むに際しては、市民の理解が必要不可欠であり、もとより市民の協力無くしては十分な効果を地域に導出する事業推進は困難である。地方自治体が効果的な取り組みを行うには、市民意識を把握し、それを一つの判断材料とした上で政策を立案・実行していくことが必要である。

## (2) 研究の目的

これらの点を踏まえ、北九州市における「2020年東京オリンピック・パラリンピック開催効果」獲得に向けた都市政策の方向性を検討するための基礎的な材料を得るため、市民意識を把握することを本研究の目的とする。

なお、北九州市の地域特性を見いだすため、国内他都市の市民意識も調査対象とする。

## (3) 研究方法

市民意識の把握には、インターネット調査によるアンケートを用い、その結果をもとに考察を行う。インターネット調査を巡っては、「登録されたモニターの回答は、調査対象とすべき母集団（本調査においては一般的な国民）の意見を代表していると証明できない」点などが課題として指摘されており、本調査に関しても得られた結果が一般的な各市民の意見の傾向と一致することは完全には証明できないが、都市間での傾向の違いの把握等については有効性が高いと考え、手法として採用する。

## (4) 本稿の位置づけ

本稿の独自性として、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催決定直後の2013年9月に実施した「開催効果に係る自治体政策」等を尋ねた市民意識調査である点が挙げられる。なお、本稿では速報性に重点を置き、また北九州市を中心とした考察を行っている。都市間の詳細比較等については、別稿において論じることとする。

## 2. 市民意識調査の実施概要等

### (1) 対象都市の選定

本調査の対象都市として、北九州市に加え、九州内あるいは同一県内での比較対象として福岡市、オリンピック・パラリンピック開催地として江東区（東京都）、東日本大震災からの復興途上にある都市として仙台市を選定し、計4市の住民に調査を行うこととする。なお、本稿では記述の便宜上、特別区である江東区も含んで「4市」と表現する。

政令指定都市あるいは人口規模の大きい特別区を選定した理由は、インターネット調査の回答モニターから一定数以上のサンプルを確保するためには、人口規模の大きな地方自治体であることが必要なためである。また、都道府県単位の場合は回答者間の居住条件等が大きく異なることが予想され、さらに北九州市との比較を行うという観点から、基礎自治体を単位として選定した。

## (2) 調査実施概要

市民意識調査の実施概要を表1に示す。「2020年東京オリンピック・パラリンピック開催」決定の約2週間後に調査を実施した。

表1 2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に関する市民意識調査実施概要

|       |  |
|-------|--|
| 調査方法  | インターネット調査  |
| 調査対象  | 北九州市、福岡市、江東区、仙台市に居住する20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  | 2013年9月19日(木)～24日(火)   |
| 有効回答数 | 北九州市262、福岡市261、江東区260、仙台市267 計1,050                              |

## (3) 回答者の属性

回答者の性別・年齢を表2、世帯年収を表3、職業・業種を表4に示す。地域特性を反映した差異は有るものの、北九州市との比較分析への影響が懸念される顕著な属性の偏りは無いものとする。

表2 回答者の性別・年齢

|      | 回答者数  | 性別    |       | 年齢    |       |       |       |       |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|      |       | 男性    | 女性    | 20代   | 30代   | 40代   | 50代   | 60代以上 |
| 北九州市 | 262   | 45.0% | 55.0% | 8.0%  | 22.9% | 29.4% | 22.5% | 17.2% |
| 福岡市  | 261   | 44.8% | 55.2% | 10.7% | 23.4% | 31.8% | 20.7% | 13.4% |
| 江東区  | 260   | 51.2% | 48.8% | 6.5%  | 20.0% | 31.9% | 23.1% | 18.5% |
| 仙台市  | 267   | 49.4% | 50.6% | 12.4% | 25.8% | 30.0% | 19.9% | 12.0% |
| 合計   | 1,050 | 47.6% | 52.4% | 9.4%  | 23.0% | 30.8% | 21.5% | 15.2% |

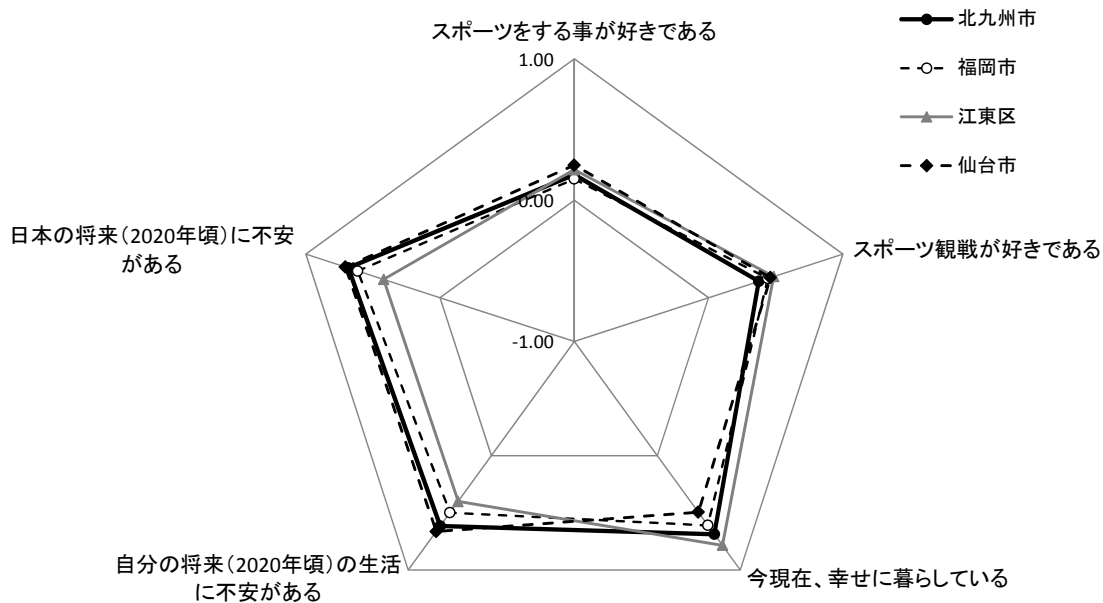
表3 回答者の世帯年収

|      | 回答者数  | 世帯年収 (税込) |        |        |         |          |
|------|-------|-----------|--------|--------|---------|----------|
|      |       | 300万円未満   | ～500万円 | ～700万円 | ～1000万円 | 1000万円以上 |
| 北九州市 | 262   | 25.2%     | 30.2%  | 21.0%  | 15.3%   | 8.4%     |
| 福岡市  | 261   | 24.9%     | 27.6%  | 22.6%  | 17.2%   | 7.7%     |
| 江東区  | 260   | 14.6%     | 21.5%  | 22.7%  | 22.7%   | 18.5%    |
| 仙台市  | 267   | 24.0%     | 33.7%  | 18.0%  | 19.1%   | 5.2%     |
| 合計   | 1,050 | 22.2%     | 28.3%  | 21.0%  | 18.6%   | 9.9%     |

表4 回答者の職業・業種

|      | 回答者数  | 職業     |         |         |       |           |         |      |           | 業種               |       |       |            |            |
|------|-------|--------|---------|---------|-------|-----------|---------|------|-----------|------------------|-------|-------|------------|------------|
|      |       | 会社員・役員 | 派遣・契約社員 | 公務員・専門職 | 自営業   | パート・アルバイト | 専業主婦/主夫 | 学生   | 無職・定年退職ほか | 土木・建設・不動産・建物サービス | 小売・飲食 | 製造業   | その他サービス業など | 非該当(非就労など) |
| 北九州市 | 262   | 29.0%  | 6.9%    | 9.9%    | 8.8%  | 13.7%     | 19.8%   | 1.1% | 10.7%     | 6.5%             | 5.7%  | 12.6% | 37.4%      | 37.8%      |
| 福岡市  | 261   | 28.0%  | 8.0%    | 8.4%    | 9.6%  | 15.7%     | 18.0%   | 3.1% | 9.2%      | 6.1%             | 5.7%  | 7.7%  | 44.1%      | 36.4%      |
| 江東区  | 260   | 37.3%  | 7.7%    | 7.3%    | 10.4% | 9.6%      | 16.9%   | 0.8% | 10.0%     | 8.5%             | 4.6%  | 11.2% | 44.2%      | 31.5%      |
| 仙台市  | 267   | 24.3%  | 8.2%    | 13.1%   | 7.1%  | 10.9%     | 21.7%   | 3.7% | 10.9%     | 6.0%             | 6.4%  | 8.2%  | 35.2%      | 44.2%      |
| 合計   | 1,050 | 29.6%  | 7.7%    | 9.7%    | 9.0%  | 12.5%     | 19.1%   | 2.2% | 10.2%     | 6.8%             | 5.6%  | 9.9%  | 40.2%      | 37.5%      |





※ 5段階の選択肢について、「そう思う」2点、「ややそう思う」1点、「どちらとも言えない」0点、「あまりそう思わない」▲1点、「そう思わない」▲2点としてポイント化し、市別に回答者平均点を算出

図1 回答者のスポーツや人生に関する指向性

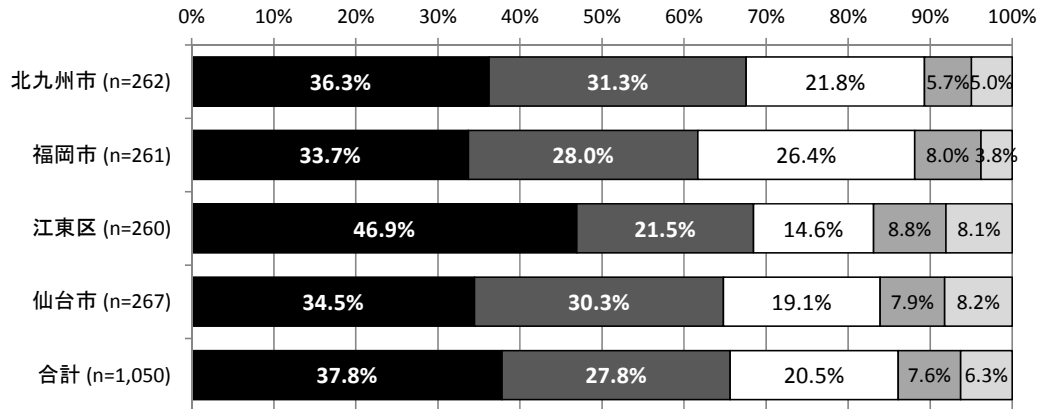
また、スポーツや人生に関する指向性に係る5項目について、自身の感じる度合いを五段階で回答を求め、「そう思う」を2点、「ややそう思う」を1点、「どちらとも言えない」を0点、「あまりそう思わない」をマイナス1点、「そう思わない」をマイナス2点として都市別に回答者平均点数を算出した結果を図1に示す。「スポーツをする事が好きである」および「スポーツ観戦が好きである」については、4都市間で大きな差は見られない。一方、現在の幸福度や将来への不安については、都市間でやや違いがある。北九州市については、自分の将来の生活や日本の将来に不安がある人がやや多い傾向がある。

### 3. 主な調査結果概要および基礎的考察

#### (1) 2020年東京オリンピック・パラリンピックへの賛否

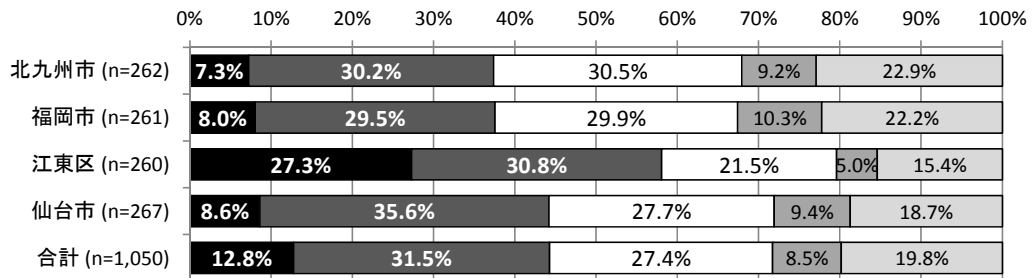
賛否に対する考え方を五段階で回答を求めた結果を図2に示す。積極的に「賛成」とする回答は、開催地である江東区において46.9%と多く、北九州市含む他3市は34~36%と同程度になっている。「賛成」と「どちらかと言えば賛成」を加えると、4市とも60%以上が賛意を示しており、一方で「反対」「どちらかと言えば反対」とする回答者は4市とも10~17%程度であり、全般に2020年東京オリンピック・パラリンピック開催については好意的に捉えている市民が多い。

北九州市においては、「賛成」「どちらかと言えば賛成」が計67.6%、「反対」「どちらかと言えば反対」が計10.7%であり、好意的な意見が江東区と同程度に多く、反対意見は4市で最も少ない。オリンピック・パラリンピックに好意的な北九州市民が多く、関連する政策を行うことへの市民理解は得やすい環境であると言えよう。



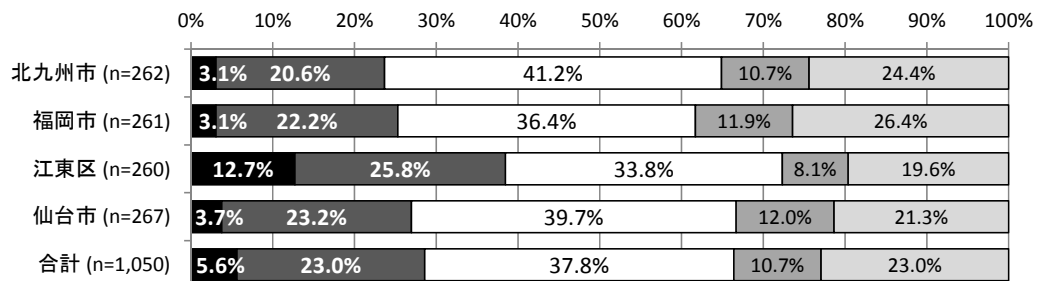
■ 賛成 ■ どちらかと言えば賛成 □ どちらとも言えない ■ どちらかと言えば反対 □ 反対

図 2 2020 年東京オリンピック・パラリンピックへの賛否



■ ぜひそうしたい ■ できればそうしたい □ どちらとも言えない ■ できればそうしたくない □ そうしたくない

図 3 「会場でオリンピック競技を直接観戦する」ことへの意向



■ ぜひそうしたい ■ できればそうしたい □ どちらとも言えない ■ できればそうしたくない □ そうしたくない

図 4 「会場でパラリンピック競技を直接観戦する」ことへの意向

## (2) 2020 年東京オリンピック・パラリンピックの期間中の行動

「会場でオリンピック競技を直接観戦する」ことに前向きな市民は開催地である江東区において特に多いが、北九州市・福岡市においても「ぜひそうしたい」「できればそうしたい」とする回答の合計は 40% 近くへのぼり、九州 2 市よりも東京に近い仙台市では 40% を超えている（図 3）。地方都市においても観戦意欲が高い市民は多く存在すると言えよう。一方、「会場でパラリンピック競技を直接観戦する」ことに前向きな市民はオリンピック競技と比較すると各市とも少なく、「どちらとも言えない」とする市民が比較的多い（図 4）。

パラリンピック開催に向け、パラリンピックへの理解促進や関心の喚起が全国的に必要である。その他、本稿では具体的言及を省略する行動項目も含めて都市間の相違を概観すると、4市の中で開催地である江東区民の意向は他市の傾向と明確に違いがある一方、北九州市、福岡市、仙台市の各市民の意向は類似している。

### (3) 大会開催及び準備が日本に与える影響に関する考え

2020年東京オリンピック・パラリンピック開催や準備が日本に与える影響について30項目(表5)を挙げ、それぞれ「そう思う」「ややそう思う」「どちらとも言えない」「あまりそう思わない」「そう思わない」の五段階でどのように思うかを尋ねた。

表5 2020年東京オリンピック・パラリンピック開催や準備が与える影響の設問項目

|    | 設問                              | 政策分野等      | 表現  |
|----|---------------------------------|------------|-----|
| 1  | 世界レベルの選手の育成が進む                  | スポーツ       | 肯定的 |
| 2  | 日本全体のスポーツの競技力が向上する              |            |     |
| 3  | 市民レベルでスポーツをする事が盛んになる            |            |     |
| 4  | 日本全体でスポーツ観戦活動が盛んになる             |            |     |
| 5  | 日本スポーツ界からの体罰追放が進む               |            |     |
| 6  | 日本人の誇り・プライドが高まる                 | 国民<br>マインド |     |
| 7  | 「日本」としての一体感が強まる                 |            |     |
| 8  | 日本を好きな外国人が増える                   |            |     |
| 9  | 市民の気持ちの中に「将来への明るい希望」が生まれる       | 社会活性化      |     |
| 10 | 青少年の健全育成につながる                   |            |     |
| 11 | 「おもてなし」の姿勢や取り組みが日本国内で強化される      |            |     |
| 12 | 日本の地域社会やコミュニティが活性化するきっかけになる     | 国際関係       |     |
| 13 | 国際社会での日本の地位が高まる                 |            |     |
| 14 | 日本と諸外国の友好が深まる                   |            |     |
| 15 | 日本の文化や社会を海外に発信する絶好の機会となる        | インフラ       |     |
| 16 | 海外から多くの観光客が日本を訪れるようになる          |            |     |
| 17 | 東京の街づくりが進展する                    |            |     |
| 18 | 東京の交通機関が便利になる                   | 震災復興       |     |
| 19 | 日本全体でインフラ整備が進む                  |            |     |
| 20 | 東日本大震災からの復興が進む                  |            |     |
| 21 | 原子力発電所事故への対応が進む                 | 経済産業       |     |
| 22 | 震災からの復興を世界に情報発信できる              |            |     |
| 23 | 日本全体の景気に好影響がある                  |            |     |
| 24 | 日本企業による新たな技術開発や新サービス提供が進む       | 懸念         | 否定的 |
| 25 | 自分の住む地域に経済効果がある                 |            |     |
| 26 | 開催中に道路渋滞や鉄道混雑が発生する              |            |     |
| 27 | 自然環境に悪影響がある                     |            |     |
| 28 | 開催経費やインフラ整備費、維持費等が日本財政に大きな負担となる |            |     |
| 29 | 他の解決すべき社会問題への対応が遅れてしまう          |            |     |
| 30 | 景気がよくなるのは東京だけである                |            |     |

各都市について、「そう思う」「ややそう思う」を合計した比率の高い順に並べた結果を表6に示す。各市とも、海外からの多くの観光客来訪、東京の街づくりの進展、日本としての一体感の強まり、日本全体のスポーツ競技力の向上などについて肯定的な考えを持つ

市民が多い。一方、「自分の住む地域に経済効果がある」に対する肯定的な回答は北九州市、福岡市、仙台市では21～23%程度に止まっている。仙台市においては、他市と比較して懸念事項が上位になっており、かつ「東日本大震災からの復興が進む」が最少となっている。

表6 2020年東京オリンピック・パラリンピック開催や準備が与える影響に係る認識状況

| 北九州市 (n=262) |                                 |                 | 福岡市 (n=261) |                                 |                 |
|--------------|---------------------------------|-----------------|-------------|---------------------------------|-----------------|
|              |                                 | 「そう思う」+「ややそう思う」 |             |                                 | 「そう思う」+「ややそう思う」 |
| 1            | 海外から多くの観光客が日本を訪れるようになる          | 83.2%           | 1           | 海外から多くの観光客が日本を訪れるようになる          | 79.7%           |
| 2            | 東京の街づくりが進展する                    | 81.3%           | 2           | 開催中に道路渋滞や鉄道混雑が発生する              | 76.6%           |
| 3            | 開催中に道路渋滞や鉄道混雑が発生する              | 80.5%           | 3           | 東京の街づくりが進展する                    | 72.4%           |
| 4            | 日本の文化や社会を海外に発信する絶好の機会となる        | 78.6%           | 4           | 日本の文化や社会を海外に発信する絶好の機会となる        | 69.7%           |
| 5            | 「日本」としての一体感が強まる                 | 74.0%           | 5           | 「日本」としての一体感が強まる                 | 68.2%           |
| 6            | 日本全体のスポーツの競技力が向上する              | 73.3%           | 6           | 日本全体のスポーツの競技力が向上する              | 67.8%           |
| 7            | 東京の交通機関が便利になる                   | 72.5%           | 7           | 日本全体でスポーツ観戦活動が盛んになる             | 65.5%           |
| 8            | 世界レベルの選手の育成が進む                  | 68.3%           | 8           | 世界レベルの選手の育成が進む                  | 62.8%           |
| 9            | 日本全体でスポーツ観戦活動が盛んになる             | 67.2%           | 9           | 市民の気持ちの中に「将来への明るい希望」が生まれる       | 59.4%           |
| 10           | 「おもてなし」の姿勢や取り組みが日本国内で強化される      | 66.0%           | 10          | 東京の交通機関が便利になる                   | 59.4%           |
| 11           | 市民の気持ちの中に「将来への明るい希望」が生まれる       | 64.5%           | 11          | 「おもてなし」の姿勢や取り組みが日本国内で強化される      | 57.9%           |
| 12           | 日本と諸外国の友好が深まる                   | 64.1%           | 12          | 日本全体の景気に好影響がある                  | 57.5%           |
| 13           | 日本全体の景気に好影響がある                  | 63.7%           | 13          | 日本企業による新たな技術開発や新サービス提供が進む       | 57.5%           |
| 14           | 市民レベルでスポーツをする事が盛んになる            | 63.4%           | 14          | 日本人の誇り・プライドが高まる                 | 56.7%           |
| 15           | 他の解決すべき社会問題への対応が遅れてしまう          | 62.6%           | 15          | 日本を好きな外国人が増える                   | 55.6%           |
| 16           | 景気がよくなるのは東京だけである                | 62.2%           | 16          | 開催経費やインフラ整備費、維持費等が日本財政に大きな負担となる | 55.6%           |
| 17           | 日本企業による新たな技術開発や新サービス提供が進む       | 61.8%           | 17          | 市民レベルでスポーツをする事が盛んになる            | 55.2%           |
| 18           | 日本を好きな外国人が増える                   | 60.3%           | 18          | 日本と諸外国の友好が深まる                   | 55.2%           |
| 19           | 開催経費やインフラ整備費、維持費等が日本財政に大きな負担となる | 60.3%           | 19          | 他の解決すべき社会問題への対応が遅れてしまう          | 53.6%           |
| 20           | 日本人の誇り・プライドが高まる                 | 59.5%           | 20          | 景気がよくなるのは東京だけである                | 51.0%           |
| 21           | 日本の地域社会やコミュニティが活性化するきっかけになる     | 58.8%           | 21          | 日本の地域社会やコミュニティが活性化するきっかけになる     | 51.0%           |
| 22           | 青少年の健全育成につながる                   | 52.7%           | 22          | 日本全体でインフラ整備が進む                  | 48.3%           |
| 23           | 震災からの復興を世界に情報発信できる              | 51.9%           | 23          | 青少年の健全育成につながる                   | 44.4%           |
| 24           | 日本全体でインフラ整備が進む                  | 51.5%           | 24          | 震災からの復興を世界に情報発信できる              | 44.1%           |
| 25           | 国際社会での日本の地位が高まる                 | 49.6%           | 25          | 国際社会での日本の地位が高まる                 | 41.8%           |
| 26           | 自然環境に悪影響がある                     | 44.7%           | 26          | 自然環境に悪影響がある                     | 38.3%           |
| 27           | 東日本大震災からの復興が進む                  | 38.5%           | 27          | 東日本大震災からの復興が進む                  | 37.9%           |
| 28           | 原子力発電所事故への対応が進む                 | 32.1%           | 28          | 原子力発電所事故への対応が進む                 | 32.2%           |
| 29           | 日本スポーツ界からの体罰追放が進む               | 24.0%           | 29          | 日本スポーツ界からの体罰追放が進む               | 23.8%           |
| 30           | 自分の住む地域に経済効果がある                 | 22.9%           | 30          | 自分の住む地域に経済効果がある                 | 23.4%           |

| 江東区 (n=260) |                                 |                 | 仙台市 (n=267) |                                 |                 |
|-------------|---------------------------------|-----------------|-------------|---------------------------------|-----------------|
|             |                                 | 「そう思う」+「ややそう思う」 |             |                                 | 「そう思う」+「ややそう思う」 |
| 1           | 海外から多くの観光客が日本を訪れるようになる          | 85.4%           | 1           | 海外から多くの観光客が日本を訪れるようになる          | 84.3%           |
| 2           | 開催中に道路渋滞や鉄道混雑が発生する              | 78.5%           | 2           | 開催中に道路渋滞や鉄道混雑が発生する              | 80.1%           |
| 3           | 「日本」としての一体感が強まる                 | 77.7%           | 3           | 「日本」としての一体感が強まる                 | 75.3%           |
| 4           | 東京の街づくりが進展する                    | 76.9%           | 4           | 日本全体のスポーツの競技力が向上する              | 74.2%           |
| 5           | 日本の文化や社会を海外に発信する絶好の機会となる        | 76.2%           | 5           | 日本全体でスポーツ観戦活動が盛んになる             | 73.0%           |
| 6           | 日本全体のスポーツの競技力が向上する              | 73.8%           | 6           | 日本の文化や社会を海外に発信する絶好の機会となる        | 73.0%           |
| 7           | 東京の交通機関が便利になる                   | 71.9%           | 7           | 東京の街づくりが進展する                    | 72.3%           |
| 8           | 日本全体でスポーツ観戦活動が盛んになる             | 70.0%           | 8           | 他の解決すべき社会問題への対応が遅れてしまう          | 71.5%           |
| 9           | 日本全体でインフラ整備が進む                  | 66.9%           | 9           | 開催経費やインフラ整備費、維持費等が日本財政に大きな負担となる | 69.3%           |
| 10          | 日本企業による新たな技術開発や新サービス提供が進む       | 66.2%           | 10          | 東京の交通機関が便利になる                   | 67.4%           |
| 11          | 世界レベルの選手の育成が進む                  | 65.0%           | 11          | 世界レベルの選手の育成が進む                  | 66.7%           |
| 12          | 日本を好きな外国人が増える                   | 65.0%           | 12          | 景気がよくなるのは東京だけである                | 64.0%           |
| 13          | 日本全体の景気に好影響がある                  | 65.0%           | 13          | 市民レベルでスポーツをする事が盛んになる            | 61.8%           |
| 14          | 日本人の誇り・プライドが高まる                 | 64.6%           | 14          | 市民の気持ちの中に「将来への明るい希望」が生まれる       | 59.9%           |
| 15          | 「おもてなし」の姿勢や取り組みが日本国内で強化される      | 64.6%           | 15          | 「おもてなし」の姿勢や取り組みが日本国内で強化される      | 58.4%           |
| 16          | 市民の気持ちの中に「将来への明るい希望」が生まれる       | 63.8%           | 16          | 日本全体の景気に好影響がある                  | 58.4%           |
| 17          | 市民レベルでスポーツをする事が盛んになる            | 62.3%           | 17          | 日本と諸外国の友好が深まる                   | 57.3%           |
| 18          | 自分の住む地域に経済効果がある                 | 61.9%           | 18          | 日本人の誇り・プライドが高まる                 | 56.9%           |
| 19          | 日本と諸外国の友好が深まる                   | 61.5%           | 19          | 日本を好きな外国人が増える                   | 55.8%           |
| 20          | 日本の地域社会やコミュニティが活性化するきっかけになる     | 58.8%           | 20          | 日本企業による新たな技術開発や新サービス提供が進む       | 53.9%           |
| 21          | 開催経費やインフラ整備費、維持費等が日本財政に大きな負担となる | 58.8%           | 21          | 日本の地域社会やコミュニティが活性化するきっかけになる     | 52.1%           |
| 22          | 震災からの復興を世界に情報発信できる              | 53.8%           | 22          | 日本全体でインフラ整備が進む                  | 48.7%           |
| 23          | 青少年の健全育成につながる                   | 53.5%           | 23          | 青少年の健全育成につながる                   | 48.3%           |
| 24          | 他の解決すべき社会問題への対応が遅れてしまう          | 50.8%           | 24          | 自然環境に悪影響がある                     | 46.4%           |
| 25          | 国際社会での日本の地位が高まる                 | 49.2%           | 25          | 国際社会での日本の地位が高まる                 | 44.6%           |
| 26          | 自然環境に悪影響がある                     | 42.7%           | 26          | 震災からの復興を世界に情報発信できる              | 41.2%           |
| 27          | 景気がよくなるのは東京だけである                | 41.2%           | 27          | 日本スポーツ界からの体罰追放が進む               | 28.5%           |
| 28          | 東日本大震災からの復興が進む                  | 39.6%           | 28          | 原子力発電所事故への対応が進む                 | 27.7%           |
| 29          | 原子力発電所事故への対応が進む                 | 38.5%           | 29          | 自分の住む地域に経済効果がある                 | 25.1%           |
| 30          | 日本スポーツ界からの体罰追放が進む               | 22.7%           | 30          | 東日本大震災からの復興が進む                  | 21.3%           |

※網掛け：懸念に関する項目

このように 2020 年東京オリンピック・パラリンピック開催への期待・懸念に対する認識については地域によって大きな違いがあることがうかがわれ、国における関連政策の推進に際しては、地域差がある事を十分認識した上で具体的事業に取り組むとともに、懸念を払拭するような総合的な取り組みが必要と考えられる。

うち、北九州市について項目別・五段階別の回答を見たものを図 5 に示す。強い肯定である「そう思う」とする回答が少ないのは、「日本スポーツ界からの体罰追放が進む」、「自分の住む地域に経済効果がある」などとなっている。全体的に北九州市を含めた社会全体の活性化に対するプラス面の効果が広く認識されている一方、北九州市の経済活性化への

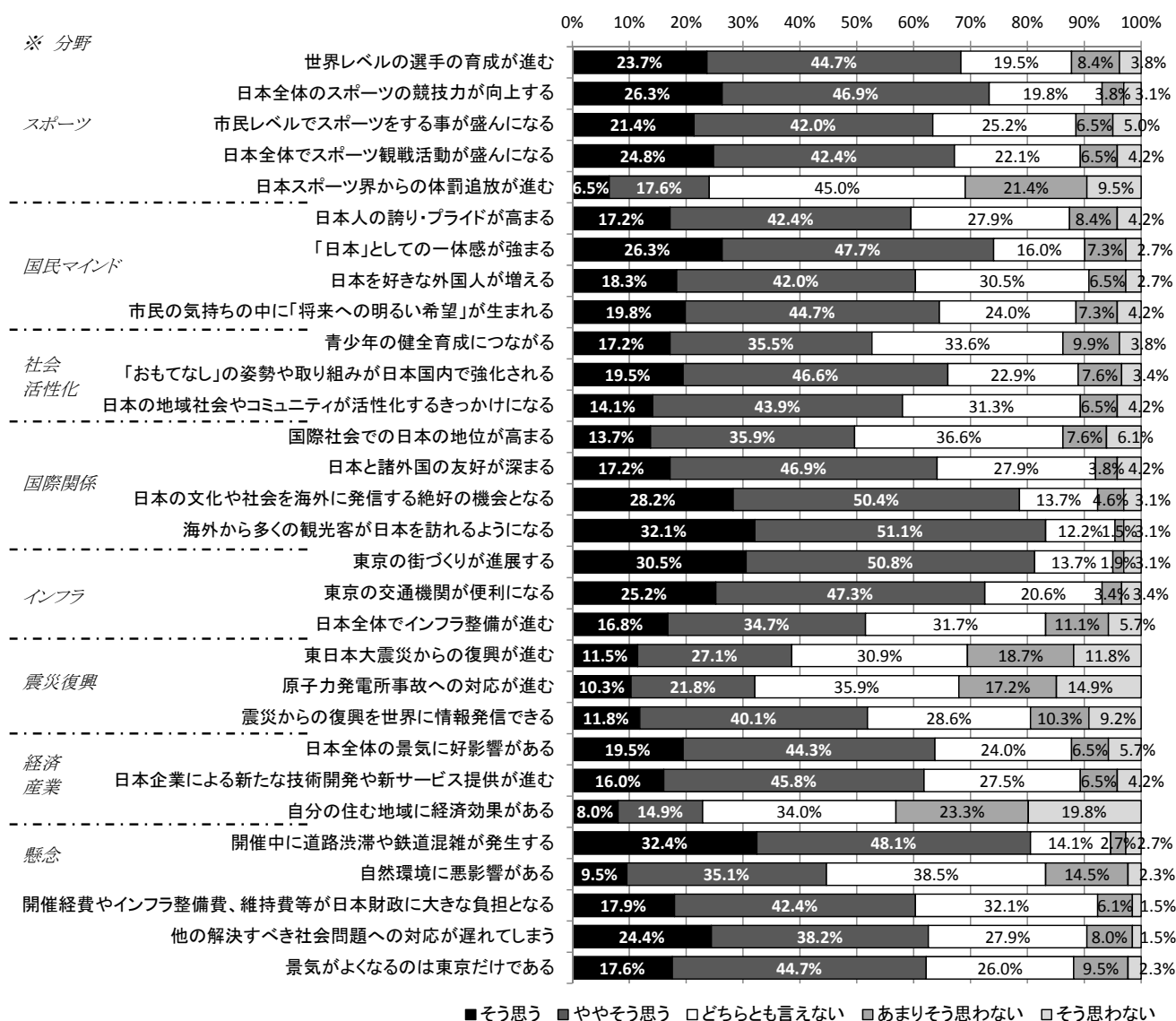


図 5 2020 年東京オリンピック・パラリンピック開催や準備が与える影響に係る認識 (北九州市民 n=262)

影響については積極的には期待していない市民が多いと言えよう。開催地である東京から地理的に離れている北九州市としては、こうした市民の認識も踏まえた上で、オリンピック・パラリンピック開催を契機に市内のスポーツ振興や国際交流の進展等を模索していくことも考えられる。

#### (4) 2020年東京オリンピック・パラリンピックに向け、居住自治体に取り組むべき政策

東京オリンピック・パラリンピックに向け、住んでいる自治体（都県、市区）が力を入れるべき政策（13政策および“特になし”の計14選択肢）について、特に重要だと思うものを3つまで回答を求めた。回答比率をもとに都市別にレーダーチャート化したものを図6に示す。都市別に特徴が出ており、北九州市では「優れた運動能力の青少年を特別に育成し、日本代表選手入りを目指す」「住民がもっと気軽にスポーツに親しめたり、スポーツ全般への理解を深めたりするよう取り組む」といったスポーツ振興施策への回答が多い点が特徴的である。これまでオリンピックに様々なアスリートを輩出してきた地域の歴史が市民に意識されている可能性がある。

一方、江東区では「住民に対して、国内外の人々に対する『おもてなし』の気持ちを育む」、「広域交通体系の整備（東京と各地方間）の整備を進める」といった、開催地として重要性が高いと考えられる政策への回答が多い。東日本大震災の復興途上にある仙台市で

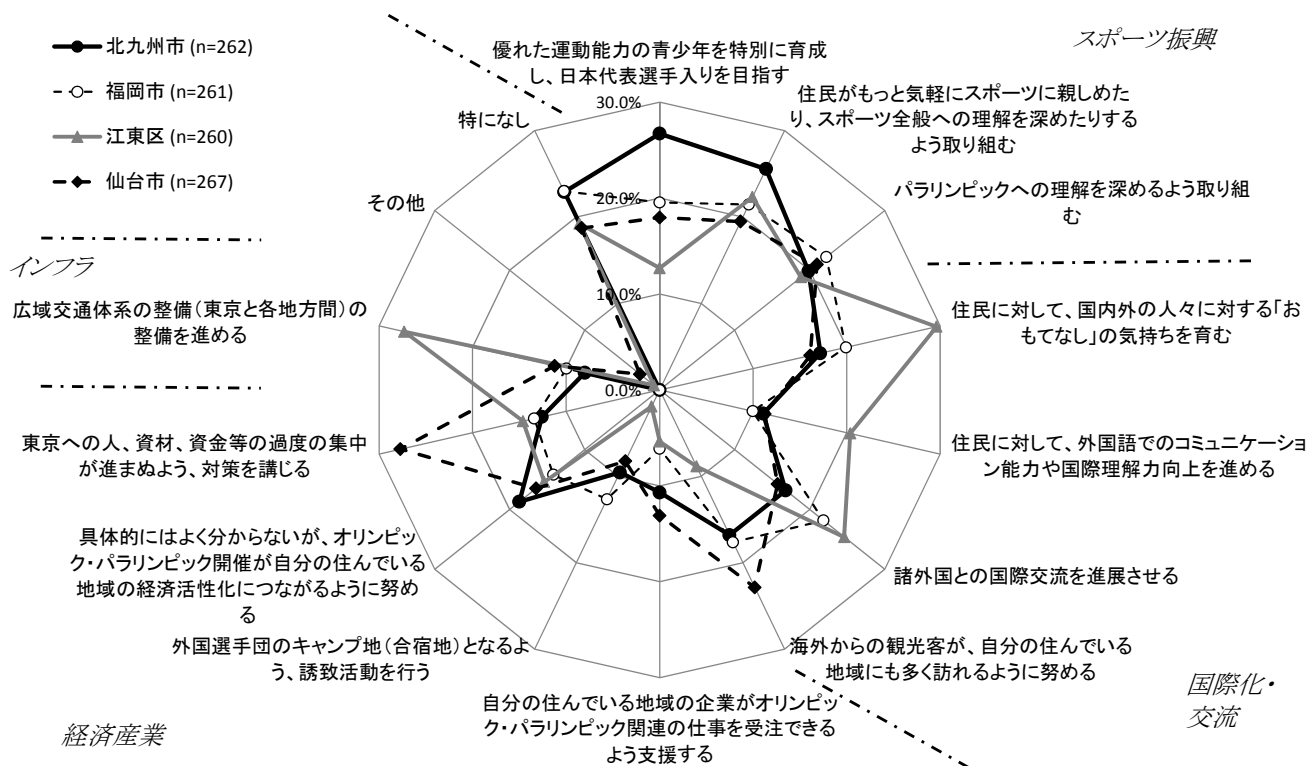


図6 2020年東京オリンピック・パラリンピックに向け、居住自治体に取り組むべき政策（3つまで複数回答可）

は、「東京への人、資材、資金等の過度の集中が進まぬよう、対策を講じる」、「海外からの観光客が、自分の住んでいる地域にも多く訪れるように努める」といった、大会開催が震災復興に悪影響を及ぼさないようにする政策や、大会開催を契機に復興に好影響をもたらす可能性がある政策への関心が特に高くなっている。

また、北九州市について回答率の高い順に政策を並べたものを表7に示す。スポーツ振興施策が上位に集まっているが、それらに次いで「具体的にはよく分からないが、オリンピック・パラリンピック開催が自分の住んでいる地域の経済活性化につながるよう努める」とする回答も多くなっている。なお、突出して回答率が高い項目はなく回答は分散しており、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に向けて幅広い施策に取り組んでいくことが北九州市民から求められているとも言えよう。

表7 2020年東京オリンピック・パラリンピックに向け、居住自治体に取り組むべき政策  
(北九州市民 n=262)

| 順  | 選択肢   | 回答率   | ※政策分類  |
|----|---|-------|--------|
| 1  | 優れた運動能力の青少年を特別に育成し、日本代表選手入りを目指す                           | 26.7% | スポーツ振興 |
| 2  | 住民がもっと気軽にスポーツに親しめたり、スポーツ全般への理解を深めたりするよう取り組む               | 25.6% | スポーツ振興 |
| 3  | 特になし  | 22.9% | —      |
| 4  | パラリンピックへの理解を深めるよう取り組む                                     | 19.8% | スポーツ振興 |
| 5  | 具体的にはよく分からないが、オリンピック・パラリンピック開催が自分の住んでいる地域の経済活性化につながるよう努める | 18.7% | 経済産業   |
| 6  | 住民に対して、国内外の人々に対する「おもてなし」の気持ちを育む                           | 17.2% | 国際化・交流 |
| 7  | 諸外国との国際交流を進展させる   | 16.8% | 国際化・交流 |
| 8  | 海外からの観光客が、自分の住んでいる地域にも多く訪れるように努める                         | 16.8% | 国際化・交流 |
| 9  | 東京への人、資材、資金等の過度の集中が進まぬよう、対策を講じる                           | 12.6% | 経済産業   |
| 10 | 住民に対して、外国語でのコミュニケーション能力や国際理解力向上を進める                       | 11.1% | 国際化・交流 |
| 11 | 自分の住んでいる地域の企業がオリンピック・パラリンピック関連の仕事を受注できるよう支援する             | 10.7% | 経済産業   |
| 12 | 外国選手団のキャンプ地(合宿地)となるよう、誘致活動を行う                             | 9.5%  | 経済産業   |
| 13 | 広域交通体系の整備(東京と各地方間)の整備を進める                                 | 8.0%  | インフラ   |
| 14 | その他   | 0.0%  | —      |

全体として、都市によって市民から期待される関連政策は異なっており、各都市はこうした点も踏まえながら、オリンピック・パラリンピック開催効果を誘引するような取り組みを行っていくことが必要である。

一方、取り組むべき政策について「特になし」とする市民も各都市で約20%にのぼっている点には留意が必要である。開催地以外の地方都市におけるオリンピック・パラリンピック関連政策の展開に際しては、その必要性、効果等について市民にしっかりと説明し、理解を得ていくことが必要である。

#### 4. 北九州市における関連政策の推進に向けた基礎的考察

本研究で実施した市民意識調査結果を見ると、北九州市民の70%近くが市民が東京オリンピック・パラリンピック開催に賛成の意向を示しており、また開催が日本に与える様々な影響について好意的にとらえる意見も多い。2020年のオリンピック・パラリンピック開催が日本に良い影響を与えることを多くの北九州市民が期待していると言えよう。開催に伴う多くの事業は、国・東京都・民間企業等を中心とした組織や首都圏の自治体が行っていき、北九州市においても、市民の前向きな期待に応えるよう、政令指定都市として果たすべき役割を見だし、政策として取り組んでいく必要があるのではないか。

特に、北九州市として力を入れるべき政策への回答結果をみると、「優れた運動能力の青少年を特別に育成し、日本代表選手入りを目指す」、「住民がもっと気軽にスポーツに親しめたり、スポーツ全体への理解を深めたりするよう取り組む」といった、政令指定都市の市長部局及び教育委員会として主体的に取り組む事が可能な政策が上位となっており、福岡県（教育委員会を含む。）や各学校、競技団体等と連携しながら、こうした政策の充実を図っていくことが市民ニーズに応えることにつながるものと考えられる。

なお、力を入れるべき政策として「具体的にはよく分からないが、オリンピック・パラリンピック開催が自分の住んでいる地域の経済活性化につながるよう努める」を挙げている回答は、北九州市が4市の中でもっとも多い（18.7%）。約10%ずつの回答となっている「地域企業の関連業務受注支援」や「外国選手団のキャンプ地誘致」といった政策と合わせ、地域経済への好影響が期待される側面や、活性化に向けた手段等を検討し、市民に具体的に提示していくことも必要であろう。その際、ものづくりが盛んであり環境関連産業に強みを持つといった北九州市の地域特性を活かし、オリンピック・パラリンピック関連の各種調達に間に合うよう、産学官連携による新技術・サービスの開発支援や、官民一体となった地場産品等の営業活動の実施などの政策にも機を逃さず取り組むことが望ましいのではないかと。

また、北九州市立スタジアム（仮称）が2017年から供用開始予定であることを活かし、サッカー、7人制ラグビー等の球技を中心とした外国選手団のキャンプを誘致することに特に力を入れるべきではないか。誘致が実現した場合、国際交流の進展などの効果が期待でき、新スタジアム整備が北九州市にもたらす効果がより大きなものとなる。

一方、開催が日本社会に与えるかもしれない様々な懸念事項も市民は認識しており、また北九州市への経済波及効果については期待していない市民も多い。北九州市としては、今後具体化してくる東京オリンピック・パラリンピックの開催計画や、開催に伴う社会的変化等を客観的に分析し、北九州市の地域特性に照らして北九州市への波及効果が期待できることは何か、また北九州市が日本全体や世界に対し貢献できることは何か、といった点を整理し、現行の総合計画や新成長戦略等の諸計画と関連づけながら政策を検討していくことが必要となる。



## 5. おわりに

本研究では、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等の市民意識の実態と特色を整理し、開催効果を北九州市に誘引するための関連政策推進に向けた基礎的考察を行った。今後、北九州市における具体的施策や事業のあり方について、さらに考察を深めていきたい。

また、市民意識の4市間の詳細な比較や、各意識に影響を与えている回答者の属性などの要因分析、また2020年東京オリンピック・パラリンピック開催効果の日本全体での極大化に向けた国と地方の役割分担、あるいは行政と民間・市民の役割分担のあり方の考察等については、本研究を更に進展させ、別途、学术论文や政策提言として取りまとめていきたい。

### 〔参考文献〕

南博（2013）「東京オリンピック・パラリンピック開催の波及効果獲得に向けた地方都市政策：国内4都市の市民意識調査に基づく基礎的考察」、『日本スポーツマネジメント学会第6回大会号』、p.35

## I - 2

### 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

北九州市立大学 都市政策研究所 客員研究員 上田 真之介

1. はじめに
2. スポーツと地域メディアの現状
3. 茨城と大分における先行事例
4. 地域スポーツメディアの課題と可能性
5. おわりに - 北九州への応用可能性

#### <要旨>

北九州市の地域スポーツメディアに特化した媒体がもたらしうるメリットとその課題を分析することを主眼に、茨城県と大分県で刊行された地域スポーツメディアの先行事例をヒアリングし、その課題と可能性を分析、考察した。

#### <キーワード>

Jリーグ、地域スポーツ、メディア

## 1. はじめに

### 1.1 背景と目的

スポーツチームの戦績やチームの現況を観戦者やサポーター、スポンサーなどの関係者に伝える手段はインターネット環境の進化とともに多様化してきている。スポーツ専門誌・紙や地方新聞などの従来型の紙媒体に加え、主に新聞社や出版社が運営するインターネットサイトが情報の重要な提供者となり、Yahoo!やgooなどのポータルサイトでも配信されている。

ただ情報は日本プロ野球や日本プロサッカーリーグ(以下、Jリーグ)のビッグクラブに偏る傾向にあり、地方クラブやナショナルバスケットボールリーグ(以下、NBL)、Vリーグなどに所属するチームは、そのチームが世界大会やオリンピックの代表選手を擁していてもスポットライトが当たることは少ない。

媒体がサッカーの地方クラブや競技人口の少ないスポーツを取り上げたとしても収益化が難しく、乗り出す版元が少ないことが背景にあると考えられる。インターネットの有料コンテンツ販売を行っている媒体もあるが電子書籍サービスが乱立し基本となるプラットフォームはまだ構築されておらず、十分な収益性を持たせるには至っていない。

いち地方クラブであるギラヴァンツ北九州を抱える北九州都市圏でもスポーツに特化した媒体はなく、ユーザーが情報を得る手段は全国規模のスポーツ誌・紙かインターネットの専門サイトが中心だ(図表 5-1)。北九州市で関係者に情報を伝える手段が存在する場合のメリットと、その存続可能性について、この点を本研究の目的とし、2つの事例を中心に模索する。

## 1.2 研究方法および対象

地方スポーツの状況を雑誌として情報発信している2媒体に取材した。一つは茨城県の「いばらきスポーツニュース・MOVE」(以下、MOVE)で、取材・編集してきた佐藤拓也氏に伺った。同媒体は茨城県内に所在するプロスポーツチームをメインコンテンツに、ビジュアルを重視した誌面を制作。もう一つは大分県の「大分のエンタなスポーツメディア・ビタS」(以下、ビタS)で、同様に柚野真也氏に伺った。同媒体は県内プロスポーツチームを中心にしたものだがB5判と小型なのが特徴。両媒体ともに版元が変わったり休刊があるなど状況は厳しいが、反響のあった点や発行を苦しくしている要因を踏まえつつ、北九州市の現状とともに検討した。

図表 1 ヒアリング対象

| 地域 | 誌名                       | 担当者             | ヒアリング実施日               |
|----|--------------------------|-----------------|------------------------|
| 茨城 | いばらきスポーツニュース<br>「MOVE」   | 佐藤拓也氏<br>(前編集長) | 2014年2月21日<br>(東京都内にて) |
| 大分 | 大分のエンタなスポーツメディア<br>「ビタS」 | 柚野真也氏<br>(編集担当) | 2014年3月9日<br>(大分市内にて)  |

## 2. スポーツと地域メディアの現状

### 2.1 環境

#### 2.1.1 コンテンツ配信の歴史

まずスポーツの情報発信手段としてどのような媒体が存在してきたかを、Jリーグクラブの隆盛とともに整理する。

Jリーグ黎明期の1990年代後半はまだインターネットは一般的ではなく、もともと存在していたいくつかのサッカー専門誌がJSLから引き続いてニュース媒体としての役割を担った。チーム数が少なかったこともあって一つのクラブ当たりにかなり紙幅が割かれ、加えて地上波で取り上げられるテレビ中継カードも多かった。

2000年代に入りクラブ数も増加。携帯電話から簡易的なインターネットサイトにアクセスすることも可能となり、ビッグクラブだけでなく地方クラブでも携帯電話向けのコンテンツ配信（携帯サイト）を開設した。なお、2010年にJリーグ入りしたギラヴァンツ北九州でも月額315円の携帯サイトを設けている。

ところが2010年代からは従来型の携帯電話から大画面、高速通信のスマートフォン、タブレットなどが普及。従来型携帯電話では有料コンテンツのプラットフォームを国内の携帯電話キャリアが提供していたが、スマートフォンでは統一された規格がない上に端末ごとの表示差異も障壁となり、開発費の掛かるスマートフォンでのコンテンツ配信に踏み切ったクラブは一部のビッグクラブに限られた。ギラヴァンツ北九州でもスマートフォン向けの有料コンテンツはない。

一方で雑誌やインターネット媒体のライターがどのような端末にも有効なテキストメールを使った情報配信に乗り出した動きもあり、浦和レッズの「浦研」など有料メールマガジンを発行しているケースもある。



図表 2-1 メールマガジン(配信サイト)の一例

メールマガジン配信プラットフォームの一つ「タグマ!」(<http://www.targma.jp/>)ではJ1浦和、J1横浜F・M、J2水戸などの情報を配信する有料メールマガジンを扱っている。配信者は多くの場合フリーライター

## 2.1.2 北九州市の現況

スマートフォンが普及しインターネットが身近になった 2010 年代、紙媒体を取り巻く環境は大きく悪化した。2013 年に2大サッカー専門誌の一つ「週刊サッカーマガジン」(ベースボールマガジン社)が休刊。サッカー専門媒体に限らず、地方スポーツを伝えてきた新聞が面数を減らしたり、タウン誌が休廃刊に追い込まれるケースも増えた。北九州市でもギラヴァンツ北九州の選手のスナップ写真を定期的に取り上げていたタウン誌の「おい街」(創刊時の誌名は「おいらの街」)も誌面発行を取りやめた。

テレビも地方クラブの中継は少なくなった。ギラヴァンツ北九州ではNHKのBS1で中継された試合は 2010 年の1試合にとどまり、それ以降J2チーム自体がBS1で取り上げられるケースは昇格プレーオフや天皇杯などに限られる。北九州市内唯一の放送局のNHK北九州放送局は 2007 年から 2013 年春まで「月刊ニューウェーブ」「VIVAギラヴァンツ」のコーナーを放送してきたが、2013 年の改変でコーナーは廃止となった。

最盛期にはクラブ公式の有料サイト、タウン誌、地元放送局が取り上げてきたが、そのいずれもが失われている(図表 2-3)。

またギラヴァンツ北九州のクラブオフィシャルではイヤブックス(年1回刊)とファンクラブ会員向けの広報誌(年4回刊)があるが、ウェブサイトがパソコン向けが中心で、急速に伸びているスマートフォン向けに表示が特化したサイトもあるが自動的な誘導はなく認知度は上がっている状況にはない。またコンテンツ販売がないなど、サポーター向け、一般向けにもまだ情報配信体制にはのびしろがあると言える。



図表 2-2 ギラヴァンツ北九州モバイルサイト

スマートフォンに対応しているが自動的に誘導されているわけではない(2014年3月現在)。

図表 2-3 ギラヴァンツ北九州に関連した主なコーナーとタウン誌動向

|                            | 形態              | 2012 年以前   |    | 2013 年以降の状況                           |
|----------------------------|-----------------|--|----|---------------------------------------|
| おい街<br>(おいらの街)             | 雑誌<br>月刊        | ・特集などで選手起<br>用<br>・コラム   | 休止 | 電子媒体に移行後、2014<br>年 3 月現在発行されてい<br>ない  |
| Chitta /<br>KTQ.BIZ        | 無料紙<br>月刊       | ・コラム   | 休止 | コーナー休止                                |
| 北九州ウォー<br>カー               | ムック             | 2009 年版:見開きで<br>選手紹介、スタジア<br>ムガイド                                | 縮小 | 2014 年版: 4 分の 1 に縮<br>小し見どころ紹介        |
| NHK 北九州                    | テレビ<br>コーナ<br>ー | ・午後 6 時台に専門<br>コーナー: 月刊ニュー<br>ウェーブ、VIVA<br>ギラヴァンツ北九<br>州 (毎週月曜日) | 縮小 | 2013 年にスポーツコーナ<br>ーにまとめられ毎週火曜<br>日に移行 |
| 在福民放<br>スポーツ番組             | テレビ<br>報道       | J2 昇格以降、瞬感ス<br>ポーツ (rkb)、夢空<br>間スポーツ (FBS)<br>などで結果報告や<br>一部特集扱い | 維持 | 大きな変化はない                              |
| FM-KITAQ<br>フォルツァ<br>KITAQ | 週刊番<br>組        | J2 昇格以降、毎週月<br>曜日に 1 時間の番<br>組。試合結果、ゲスト<br>出演など                  | 維持 | 大きな変化はない                              |
| J-COM<br>ギラチャンネル           | 番組              | 月 2 回更新の専門<br>番組<br>インタビュー、ゲスト<br>出演など                           | 維持 | 出演者の入れ替わりはあ<br>るもののボリュームに変<br>化はない    |

他方、全国媒体は前述の週刊サッカーマガジンが休刊。「週刊サッカーダイジェスト」(日本スポーツ企画出版社)は刊行を続けているが、J2情報は少ない。また週3回刊のサッカー専門紙「エル・ゴラツ」(スクワッド刊)はJ1リーグ、J2リーグの全 40 クラブに担当記者を配しているものの販売地域は首都圏、関西圏などに限られ、地方でその紙面をリアルタイムに手にすることはできない。

図表 2-4 サッカー専門紙 エル・ゴラツの宅配販売エリア

|  |
|--|
| 東北 (青森、秋田、岩手、山形、宮城)<br>関東甲信越 (東京、神奈川、千葉、埼玉、群馬、栃木、茨城、静岡、長野、山梨、新潟)<br>関西 (大阪、兵庫、奈良、京都、滋賀)<br>中国・四国 (岡山、広島、島根、鳥取、高知、香川、愛媛、徳島) |
|--|

## 2.2 地域スポーツの広がり

Jリーグは「百年構想」を掲げ戦略的なクラブ数の増加を図っている。企業スポーツチームの市民クラブ化も「追い風」となり、2014年シーズンには新設の3部リーグ(J3)をあわせると計51クラブにまで拡大。35都道府県にJリーグクラブが存在し、福島県、山口県のクラブも4部リーグに相当するJFLからJリーグ入会を目指している。

一方、サッカー以外でもプロリーグや全国規模のハイレベルなリーグが相次いで設立された。こうした結果、多くの都道府県に何らかのプロスポーツチームが存在することになった。2014年3月時点で全国規模のリーグに所属するプロスポーツチームがないのは青森、福井、奈良、和歌山、山口、高知、宮崎、鹿児島県の8県。このうち青森(ヴァンラーレ八戸=JFL)、福井(サウルコス福井=北信越1部)、奈良(奈良クラブ=関西1部)、高知(アイゴッソ高知=四国)、山口(レノファ山口FC=JFL)、鹿児島(鹿児島ユナイテッドFC=JFL)の6県では将来的にJリーグに所属する可能性のあるチームが存在する。また、和歌山県では和歌山トライアンズ(アマチュアクラブ)がbjリーグのウエスタンカンファレンスに所属。宮崎県でも宮崎シャイニングサンズが2010年から2013年までbjリーグに加盟し、サッカーのホンダロックがJFLに在籍している(ホンダロックはJリーグを目指している市民クラブではない)。

これら拡大の結果、情報を必要としている人たち——多くはサポーターやスポンサー——が増えたり、細分化が進んでいる。極端な例ではサポーターが一人や二人といったクラブも存在する。サポーターが少ないクラブであれば必然的に選手の距離も近くなり、情報のやりとりに難は生じないかもしれない。だがクラブが大きくなるにつれてコントロールが必要となる。混乱を防ぐためであり、また、選手をいわば“商品”として魅力的に映し出すことで利益が生じてくるためでもあるが、十分なメディアがない場合、選手とサポーターとの距離がただ広がっただけという結果も招きかねない。

図表 2-5 Jリーグクラブの広がり



出典:Jリーグ開幕資料(2014年2月21日)



## 2.3 メディア取材の可能性

プロスポーツの裾野が広がってきているが、メディアが日常的に取り上げる必要があるクラブは限られている。メディアの報道ラインに乗るべきボーダーラインはどのあたりに置かれるだろうか。

サッカーを参考に見てみた場合の各媒体の状況は図表 2-6 の通り。

図表 2-6 全国媒体のカテゴリー別の扱い

|       | 紙媒体         |                | ネット      | テレビ             | 参考                |
|-------|-------------|----------------|----------|-----------------|-------------------|
|       | エル・ゴラ<br>ツツ | サッカー<br>ダイジェスト | J's GOAL | スカパー!中<br>継(対象) | NHK北九州の<br>コーナー有無 |
| J1    | ○           | ○              | ○        | ○               | -                 |
| J2    | ○           | ○              | ○        | ○               | ○                 |
| J3    | △           | △              | ×        | △               | -                 |
| JFL   | ×           | △              | ×        | ×               | ○                 |
| 地域リーグ | ×           | ×              | ×        | ×               | △                 |
| なでしこ  | △           | △              | ×        | △               | -                 |

○…ほとんどの試合を扱う、△…一部を扱う、×…ほとんど扱わない

全国媒体はJ2リーグまではほぼ全てが取り扱い、J3については一人の記者が全試合をチェックしたり、小さく扱うに留めるケースがほとんどだ。これはJ3のパイを考えたときに市場規模に対して適切とみていいだろう。実際に沖縄県初のJリーグクラブとして関心が高いと考えられるFC琉球でも、J3開幕戦(2014年3月9日)は入場者数が1,517人とどまり、J2の開幕節で最も少なかったギラヴァンツ北九州対カタレ富山(2014年3月2日)の3,355人と比べても半数以下だった。J3開幕戦の最多は町田ゼルビア対藤枝MYFCだったがそれでも4,569人。全国媒体が相対的にサポーターの少ないクラブに一人ずつ担当記者を置けるほど余裕があるわけではなく、当然の判断があったとみるべきだろう。

## 2.4 深刻な記者不足

クラブ数の拡大や出版不況で記者不足も深刻になってきている。筆者は高校サッカー選手権の取材にあたってJリーグクラブがまだない県でライターを探したが残念ながら見つからなかったことがある。サッカーが文化としてまだ根付いていないクラブでは媒体がなく、その地域のクラブがJ3やJ2などに上がったとしても十分な経験を持つ記者・ライターを確保できないことは、ともすれば情報伝達の障壁になるだろう。

追い打ちを掛けるのは出版不況だ。上述の通り北九州市内でも雑誌として発行されていたタウン誌が消滅。紙媒体はフリーペーパーか福岡市で発行されている全県対象や九州全域対象の情報誌があるに過ぎない。同様の事例は北九州市に限らず全国の地方都市で起きており、「ザ・ながさき」(2011年休刊)、「タウン情報かがわ」(2012年休刊)など枚挙にいとまがない。

タウン誌は情報の集約点であるだけでなく、記者・ライターを養成する場所としても機能していた。これらが減ってきたことで、必然的に専門ライターも地方では顕著に減少。北九州市でも営業職がそれを兼ねていたり、主婦が空き時間に取材活動を行うなどしているケースがほとんどだ。ギラヴァンツ北九州のケースに限ってみても専門ライターで北九州市在住で取材活動を行っているのは筆者1人のみで、他は福岡市またはその近郊在住者となっている。カメラマンでも福岡市などから来ている場合が目立つ。

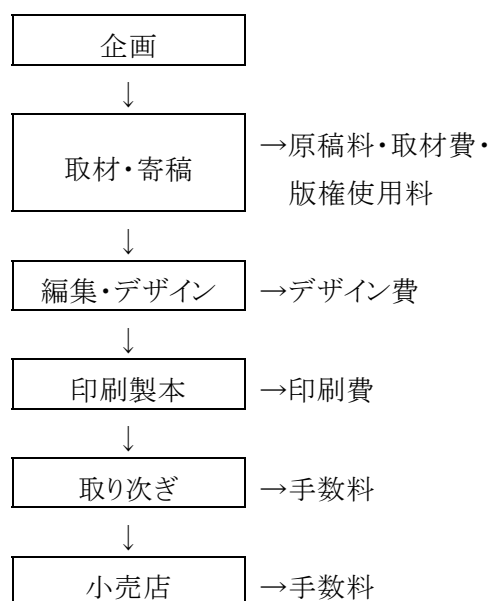
全国規模の媒体では特に一定レベルの記述能力が求められる。記事の読みやすさを担保するために新聞社や通信社の表記ルールに則ることも多く、ブロガーからの転身では十分に役目を果たせない場合がある。もっとも媒体が少ない以上、専門として生計を立てることは容易ではない。

記者がいなかったり、媒体としての体を成さない記事が氾濫してしまうことは誰にとってもメリットがあるわけではないが、地方はそうした危機を抱えている。

## 2.5 資金と流通の課題

紙媒体の減少には出版産業構造が制作から流通に至るまでコストと時間がかかることも一因となっていると考えられる。

読者の紙媒体離れに加えて、雑誌向けの広告費も大幅に減ったことから、負のスパイラルに陥っていると言えるだろう。



図表 2-7 流通の一例

### 3. 茨城と大分における先行事例

#### 3.1 はじめに

地方でスポーツに特化した雑誌が相次いで誕生した。ここでは2誌を比較、研究し、課題と将来性を検討する。

#### 3.2 茨城

##### (1) あらまし

茨城では佐藤拓也氏が第7号(2013年1・2月号)から第12号(2013年11・12月号)まで編集長を務めた。

茨城県内にはJ1・鹿島アントラーズ、J2・水戸ホーリーホック、NBL・つくばロボッツ、WJBL・日立ハイテククーガーズ、Vプレミア・日立リヴァーレなどのトップチームがあり、「MOVE」は号ごとにテーマを絞りながら隔月刊で誌面制作している。

佐藤氏はサッカーメディアの水戸ホーリーホック担当を務めるほか、メールマガジン「デイリーホーリーホック」も手がけている。



写真 3-1 佐藤拓也氏

##### (2) 背景

「MOVE」はフリーペーパーとして発行していたものが有料誌として流通するようになった。県内のスポーツに特化した媒体が生まれたきっかけは茨城県のメディア事情に因るところがある。茨城県内にはテレビの県域民放局がない上に、県域地元紙のシェアも他県に比べて低く、地元紙(茨城新聞・常陽新聞)のシェアは併せても約17%。スポーツチームが充実していながら情報発信が不足し、認知されていないという背景があった。

##### (3) 誌面構成の特徴

多様なプロスポーツチームの話題を提供するため、毎号ごとに横断的なテーマを決めて誌面を制作。メインの取材対象はサッカーをはじめとするプロスポーツチームだが、それに加えて空手やレスリング、高校野球などプロスポーツ以外の特集も組んできた。

表紙に有名選手を起用するなどフリーペーパー時代に比べて書店やコンビニに並んだときの見え方にこだわり、本文中も写真を多用。全国で流通しているスポーツ雑誌に比べても遜色ないビジュアルもMOVEの特徴となった。

編集取材は佐藤氏を含め2人と限られた人員の中で制作に当たった。

図表 3-2 MOVE の概要(2013年7・8月号)

|         |   |
|---------|---|
|         | いばらきスポーツニュース「MOVE」  |
| 判型      | A4 判フルカラー   |
| 頁数      | 96 頁  |
| 発行部数    | 5,000 部   |
| 発行頻度    | 隔月刊   |
| 売価      | 400 円(税込価格=当時)  |
| 発行元     | 株式会社コーケン  |
| 販路      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・茨城県内書店約 100 カ所</li> <li>・コンビニエンスストア</li> </ul> (県内のココストアは全店販売)  |
| 主要コンテンツ | <ul style="list-style-type: none"> <li>・Jリーグクラブ</li> <li>・その他プロクラブ</li> <li>・地域スポーツ</li> <li>・コラム</li> <li>・スケジュール 等</li> </ul>   |
| 表紙ともくじ  |  <p>The image shows two pages from the magazine 'MOVE'. The left page is the cover for the July/August issue, featuring a baseball player in a white uniform with '常総学院' (Tokei Gakuin) on it. The cover text includes 'いばらきスポーツニュース MOVE 10', 'www.ibarakisports.com', '2強時代か? 詳細別表か!? 常総学院 雷ヶ浦', 'INTERVIEW 金沢成幸監督 (明志学園日立)', '茨城の熱い夏が始まる 第95回全国高等学校野球選手権茨城大会特集', and 'Jリーグ、中盤戦へ! 鹿島アントラーズ 水戸ホーリーホック'. The right page is the table of contents, titled 'MOVE 10 CONTENTS', with the main theme '茨城の熱い夏が始まる 第95回全国高等学校野球選手権茨城大会特集'. It lists various articles and interviews, including 'REPORT 2強時代か!? 群雄割拠か!?', 'INTERVIEW 常総学院高等学校 雷ヶ浦高等学校', 'INTERVIEW 金沢成幸監督 (明志学園日立)', '伝統の風景 水戸商業高等学校', and '「一高」に注目! 前田誠一高等学校 石岡第一高等学校 日立第一高等学校 太田第一高等学校'. It also lists 'Jリーグ、中盤戦へ! 鹿島アントラーズ 水戸ホーリーホック' and '特集 「伝説の風景」 水戸商業 「一高」に注目!」.</p> |
| 電子化     | 無   |

#### (4) 反響と課題

取材を受けた側の反応が特に好評で、他媒体取材よりもMOVEのために時間を割くケースも出てきたという。また高校野球特集を組んだ際、スポーツ紙の記者が掲載校を取材すると「これを読めばすべて分かるから」と渡されたのがMOVEだったというエピソードもあり、情報量や地元ならではのきめ細やかさで他誌を圧倒していたことも分かる。

一方で媒体自体の認知度向上と資金繰りは課題。ビジュアル面にもこだわって媒体のブランド力が向上したことで売り上げは4~5倍に増加したが、書店への配本を編集部が自ら行うなどの負担もあった。

茨城県はいわゆる車社会で、移動中に雑誌や本を読む習慣が都市部ほどはないということも資金的に厳しい状況を作った遠因とも考えられる。ただ佐藤氏は紙媒体への信頼度は高いと分析している。

#### (5) 今後の方針

2014年1・2月号からは佐藤氏が編集長を離れ、新誌面ではそれまで中心となっていたプロスポーツにこだわらず、より多くの地域スポーツも取り込む予定である。判型は変わらずA4判フルカラーでボリュームもほぼ同じ。しかし地域スポーツを細かく扱うことには資金的な問題がやはりネックになる可能性がある。



図表 3-3 誌面例  
写真が映え、専門全国誌に比肩するクオリティの高い誌面が特徴

### 3.3 大分

#### (1) あらまし

大分の「ビタS」は柚野真也氏が編集長として 2012 年 8 月に創刊。2014 年の休刊まで編集長を務めた(2014 年 6 月に再発刊予定)。

柚野氏はフリーライターで J's GOAL などサッカーメディアの大分トリニータ担当記者でもある。

#### (2) 背景

ビタSは 2012 年 8 月に創刊した。もともと地域スポーツに特化した地元新聞社の別刷り版を柚野氏ら 2 名が制作していたが、別刷り版の廃刊にともない版元を新たに探し 1 年がかりで創刊に至った。雑誌サイズの月刊としたのはスポンサーを集めやすくするためという。

誌名の「ビタS」にはスポーツで街を元気にしようという思いを込めた。

#### (3) 誌面構成の特徴

大分県内にあるJ2・大分トリニータとJFL・ヴェルスパ大分の 2 つのサッカーチームと、NBL・大分ヒートデビルズ、フットサル・バサジー大分、Vチャレンジリーグ・大分三好ヴァイセアドラーを中心に構成。全体的にはプロチームの話題が6割、アマチュアスポーツが4割。またその6割のプロチームのうち半分をサッカー2チームが占める。

スタッフは柚野氏を含め編集取材が2名、それにデザインと営業が1名ずつの少人数。スポーツ全般を取り上げるには限りがあるが、大分トリニータだけに偏らずプロスポーツ全般を取り上げることに重点を置いた。こうした内容には大分トリニータにはオフィシャルマガジンもあり競合関係を避ける必要があったことも一因である。



写真 3-4 柚野真也氏



図表 3-5 誌面例  
サッカー以外のプロスポーツにも重点を置いている

図表 3-6 ビタSの概要(2014年3月号)

|         |   |
|---------|---|
|         | 大分のエンタなスポーツメディア「ビタS」  |
| 判型      | B5判フルカラー  |
| 頁数      | 46頁   |
| 発行部数    | 20,000部   |
| 発行頻度    | 月刊  |
| 売価      | 380円(税込価格)  |
| 発行元     | 株式会社BSA ビタS事業部  |
| 販路      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大分県内書店約40カ所</li> <li>・コンビニエンスストア(ローソン)</li> </ul>                             |
| 主要コンテンツ | <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内プロクラブ4チーム情報</li> <li>・アマチュアスポーツ</li> <li>・コラム</li> <li>・スケジュール 等</li> </ul> |
| 表紙      |   |
| 電子化     | 有   |

#### (4) 反響と課題

プロのアスリートを中心とした構成だったが、掲載された選手からの反響が良かった。販売部数が最も伸びたのは大分トリニータのJ1昇格を特集した号。各スポーツの開幕前の特集も販売は多かった。インターネットでも電子書籍として販売。読者の約8割が県外、とくに首都圏が多かったが、販売部数そのものは十数部でわずかだった。

書店には柚野氏らスタッフが自ら納品。最も販売部数の多い販路はコンビニエンスストアだったが手数料が高く、認知度向上には貢献したものの大きく売りに響いたわけではなかった。

課題として挙げられるのは営業力で、広告が少なく、2014年3月号で休刊。同年6月に装丁を見直し再発刊予定することとなっている。



図表 3-7 ダウンロード販売サイト  
コンテンツ販売サイトでも販売した

#### (5) 今後の方針

「ビタS」は2014年3月号で休刊し、新しい発行元で再度柚野氏が率いる形で2014年6月に再発刊する方針である。柚野氏はスポーツの魅力を伝えるポイントが写真にあると指摘しており、ビジュアル面の強化を図るため、再発刊にあたってはB5判からA4判に変更する予定だ。また販路、配置方法についても見直す可能性がある。

### 4. 地域スポーツメディアの課題と可能性

#### 4.1 課題

茨城、大分の事例からみても地域スポーツに特化した雑誌は資金面と編集能力に課題があることが分かった。

どちらもプロスポーツを中心とした構成とすることで既存のサポーターや関係者に読者層を広げ一定の販売部数を保っているが、コンビニエンスストア販売の手数料が高かったり、両誌ともにスタッフが書店に配本に廻るなど手間が掛かっている。販売以外の収入源たる広告も少なく、両誌ともに営業力の伸び悩みが課題。雑誌の広告市場そのものも縮小傾向にあり今後も飛躍的な改善は望めない可能性はある。



また共に月刊や隔月刊などの高頻度発行にもかかわらず取材や執筆にあたる編集担当者がいずれも2人と少なく、広範囲にスポーツを扱うには限界があった。専門記者を置けるだけの資金が得られないことに加えて、媒体自体が少なかったことからスポーツライターそのものが育っていないことも背景にある。

媒体としての地域スポーツ誌が残ることのメリットは大きい。どちらも誌面で最も割かれている話題はサッカーだが、地域にある他のトップアスリートの存在を知らせることでマイナースポーツへの関心も広がりファンやプレーヤーの獲得に繋がったり、アスリート自身のモチベーションを高めることにも役立つだろう。また全国誌とは一線を画して細かく、地元目線で扱うことで、サッカーであっても多様な見方を与えることができる。

これらのほか、かつてのタウン誌がそうであったように媒体そのものが記者やデザイナーを養成する場になることも期待される。

## 4.2 紙への信頼

一方で紙媒体自体が敬遠されている訳ではないことも両氏からのヒアリングから分かった。特にスポーツならではの、いわゆる「格好いい」を押し出したビジュアルは読者に鮮烈な印象を与えており、水戸ではそれにこだわることで販売部数が伸びた。大分も2014年6月のリニューアルにあたってはB5判からA4判へ大判化しビジュアル面を強化する。写真はスポーツを観る一助として、そして資料や娯楽の一つとしての役割も果たしていると言える。

これはスマートフォン向け電子媒体では打ち出しにくい特徴で、大分で電子版の部数が少なかったこともその裏付けとなるだろう。他方、電子版の購読者が首都圏に偏っていたことは、大分を離れたサポーターや、メディアなどのスポーツ関係者が買っていたと考えられ、地域に特化していても大都市圏でも一定の読者を確保しうる可能性があることも分かる。

こうしたことを踏まえた好影響をまとめると以下の点を挙げることができる。

- 全国誌と一線を画した地域視点の情報を伝えられる
- 多くのアスリートを紹介でき、彼ら自身の満足度を向上できる
- マイナースポーツのファン・競技者の拡大を図れる
- 電子版や郵送定期購読などを行うことでエリアの範囲を超えて同種スポーツ関係者に情報を詳しい情報を伝えることができる
- ライターやデザイナーを新しく養成できる可能性がある

こうした点を考慮すると地域スポーツメディアは多彩な可能性があり、今後も発展していくことが望まれる。

## 5. おわりに － 北九州への応用可能性

### 5.1 スポーツメディアが生まれる可能性

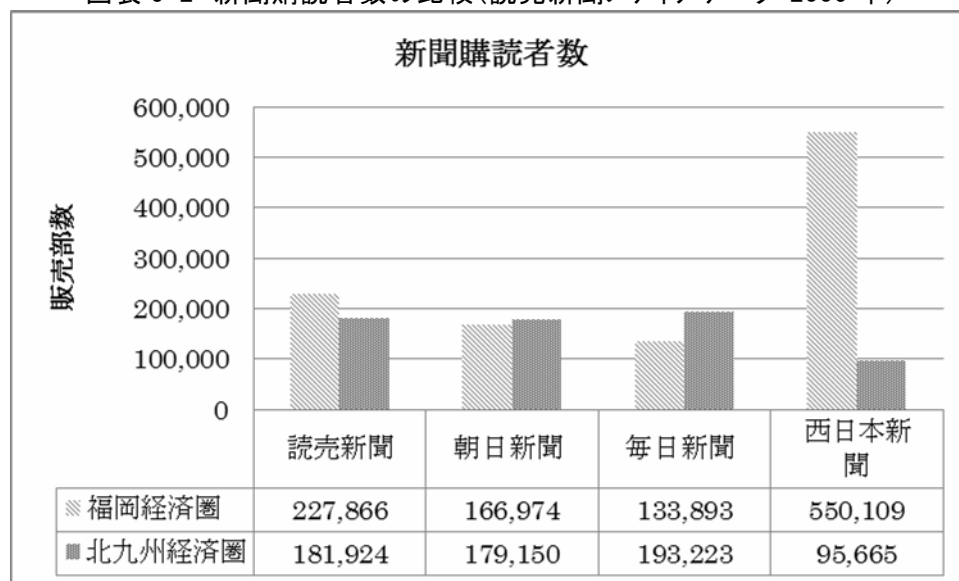
北九州市はNHK以外の映像メディアが福岡市に集中していたり、地域や県域に特化した地元紙がないなどメディアの事情は茨城県に似ている。地域のスポーツ情報が十分に伝わっておらず、需要はあると考えられる。図表 5-1 の通り、ギラヴァンツ北九州の観戦者は福岡市をホームタウンとするアビスパ福岡に比べてテレビで情報を得る人が 10%以上少なく、クラブやJリーグの公式サイトへの比重が置かれていることが分かる。

他方、観戦者の平均年齢が 43.5 歳 (2013 年度 Jリーグスタジアム観戦者数調査) と高いことや、地元紙はないものの新聞購読者数が多いことは北九州市における紙媒体との親和性の高さを示していると言えるだろう。

図表 5-1 情報入手経路の上位5媒体(2013 年度Jリーグ観戦者数調査) 複数回答

|   | アビスパ福岡           | ギラヴァンツ北九州        |
|---|------------------|------------------|
| 1 | クラブ公式HP (65.8%)  | クラブ公式HP (62.8%)  |
| 2 | テレビ (56.6%)      | テレビ (43.9%)      |
| 3 | J's GOAL (50.0%) | 一般紙 (35.4%)      |
| 4 | 一般紙 (36.2%)      | Jリーグ公式HP (25.6%) |
| 5 | サッカー雑誌 (34.0%)   | J's GOAL (24.9%) |

図表 5-2 新聞購読者数の比較(読売新聞メディアデータ 2006 年)



一方で2.4での指摘のとおり、北九州市では専門ライター不足がまずは深刻な事態となっている。福岡市などから記者やカメラマンが訪れることは多様な視点を与えるという観点からは役立っているが、地域性の反映という面からは必ずしも望ましいと言える状況ではない。こうしたことから情報の媒介者のみならず、記者やカメラマン、デザイナーなどを育てる機関としての紙媒体の創設が求められる状況にあると言える。

## 5.2 資金面の課題

茨城、大分の両媒体で課題となった資金面について北九州市においても同じ難題に向き合うことになるだろう。タウン誌が休刊となったことは地方においても広告費収入が減ってきたことを表しており、既存のフリーペーパーでもページ数の減少が起きていたり、コストの高い無線綴じ印刷から綴じのないタブロイド判へと移行する媒体も出てきている。

ただ、タウン誌やフリーペーパーと競合せず、媒体を企業のCSR(Corporate Social Responsibility)活動と結びつけて発行することも考慮の余地がある。実際に茨城の「MOVE」では常陽銀行が、大分の「ビタS」では大分銀行が広告出稿している例があり、北九州市でも同様に地域に根ざした企業との関係を深めることが事業を軌道に乗せる一歩となるだろう。もっともすでにギラヴァンツ北九州や北九州マラソンなどのスポーツ活動をスポンサーしている企業も多く、こうしたところと「競合」してしまうと地域スポーツに焦点を当てる本来の目的を果たせなくなってしまうため、事業化にはバランスが求められることになる。

図表 5-3 北九州市内で発行されている主なフリーペーパー

- グルメ・クーポン系
    - Hot Pepper 北九州版 (リクルート)
    - ◎ Nasse 北九州版 (サンマーク)
    - もってけ 北九州下関版 (ビジネスアシスト)
  - 情報誌系
    - ◎ ポス 北九州版 (TOS)
    - ◎ リビング北九州 (西日本リビング新聞社)
    - ◎ KTQ.BIZ / Chitta (アド通信/ユースフル)
    - ◎ アヴァンティ 北九州版 (アヴァンティ)
    - ◎ 雲のうえ (北九州市)
    - ◎ リセット 北九州版 (リセット出版)
    - サンデー 北九州版 (毎日メディアサービス)
- ◎…主編集部が北九州市内にあるもの

図表 5-4 主なスポーツクラブやイベントのメインスポンサー

| ギラヴァンツ北九州<br>(2014年)                                    | 北九州マラソン<br>(2014年)  | 海峡花火大会<br>(2013年)   |
|---|---|---|
| TOTO<br>安川電機<br>ナフコ<br>ゼンリン<br>第一交通産業<br>北九州銀行<br>ボネーラ※ | TOTO<br>福岡銀行△<br>大英産業<br>スターフライヤー<br>タカギ<br>新日鐵住金△<br>九電工※<br>セントラルユニ<br>シャボン玉石けん | 第一交通産業<br>極東ファディ<br>イーグル産業<br>安川電機<br>福岡銀行△<br>西日本シティ銀行△<br>日本ライフサポート<br>AU<br>ジェイコム九州△ |

※…本店所在地は北九州市外 △…本店は市外だが主要な事業所が市内にあるもの

### 5.3 販路の課題

また販路も両媒体でネックになった部分である。ともに書店への配置はスタッフが行っているが、茨城で100店、大分で40店への配布をする作業は負担にもなっている。こうした人員を資金を使って充当することも考慮しなければならないが、北九州市環境首都検定の販売店(図表 5-6)からも分かるとおり、両県に比べれば北九州市では市内を網羅する書店グループがあったり、大型書店が市内中心部に固まって存在し郊外への分散が少ないなど恵まれている環境にある。

他方、コンビニエンスストアでの販売には課題がある。茨城ではココストア、大分ではローソンで全県を網羅するネットワークを築いたが、手数料負担があり売れても大きな利益には結びついていない。しかし販路としてのコンビニエンスストアは重要な位置を占めており、2006年度の書籍・雑誌全般のコンビニエンスストアでの販売額は全体の約22%にも上っている(「書店経営ゼミナール会報」(日販)による)。雑誌に限ればその割合はさらに高いと見られ、一つまたはそれ以上のコンビニエンスストアのネットワークと契約することが望まれる。もっとも手数料負担軽減のためコンビニエンスストアともCSR活動に絡めた訴求も考慮すべきだろう。

そのほかスポーツショップやキオスク、役所内売店、飲食店チェーンなど既存の枠組みにとらわれない販路を見出すことで幅広い層へのリーチが可能となる。

図表 5-5 北九州市内の書店

| 福岡県内に拠点がある<br>主な書店グループ          | 北九州市内の主な大型書店  |
|---------------------------------|---|
| ○積文館クエストグループ<br>○金山堂書店<br>○白石書店 | 喜久屋書店小倉店<br>ブックセンタークエスト小倉本店<br>ブックセンタークエスト黒崎本店<br>未来屋書店 イオン八幡東店 |

図表 5-6 北九州市環境首都検定の販売店(2012年;北九州市内販売店)

|                   |                       |
|-------------------|-----------------------|
| ○ブックセンタークエスト門司大里店 | S-PAL 若松白石書店          |
| ○グランデ金山堂          | ■くまざわ書店若松店            |
| ○金山堂門司本店          | 朝日屋書店高見店              |
| マツエイ              | 紀伊国屋書房                |
| ○ブックセンタークエスト小倉本店  | ○ブックセンタークエスト黒崎本店      |
| ○ブックセンタークエスト大手町店  | ○ブックセンタークエストメイト黒崎店    |
| ■喜久屋書店小倉店         | ○積文館書店本城店             |
| ■くまざわ書店小倉店        | アサヒ書店                 |
| ■福家書店リバーウォーク北九州   | ○白石書店本店               |
| 中尾書店              | ○白石書店折尾駅前店            |
| 小倉ブックセンター         | △紀伊国屋書店九州共立大学ブックセンター※ |
| 井筒屋市庁舎売店          | 金春堂本店                 |
| ■いけだ書店西友店         | 北九州市立大学生協北方ショップ       |
| ■アカデミアサンリブシティ小倉店  | 北九州市立大学生協ひびきの店        |
| 後藤書店              |                       |
| ■明屋書店小倉沼新町        | ○…地場の書店グループ           |
| ■くまざわ書店サンリブもりつね店  | ■…全国または広域書店グループ       |
| ■明屋書店小倉南店         | △…全国の書店グループで学校内にあるもの  |
| ■明屋書店小倉曾根店        |                       |

(北九州市, <http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kankyoku/00300048.html> を

もとに閉店している書店 1 店=金山堂チャチャタウン店を除いた)

#### 5.4 書き手の確保

茨城、大分ともに主力となった取材編集担当者は2名。いずれもスポーツや地域情報などの取材経験が豊富で不足をカバーすることはできていたが、より多くのスポーツをきめ細かく扱うにはさらなる人材が必要だった。

こうしたことは述べてきたとおり記者やカメラマンの多くが福岡市などの市外から来ている傾向にある北九州市でも起きうる。資金面でも人材数でも複数人を確保することは難しく、媒体そのものが教育機関としての要素を兼ね、若い人材を受け入れて育てながら媒体を形作ることが現実的な術だろう。近年、学生が主体となったフリーペーパーの創刊が北九州市内の大学では相次いでおり、従前からある北九州市立大学の「Watcha!」とともに媒体がひしめく状況でもある。もっとも情報を発信することに興味のある学生が増えていたとしても就職先としての媒体がないことはタウン誌がないことから明らかであり、受け皿を作ったり、より大きな媒体へと就職しうる人材を育てることも地域の責任である。

書き手の確保は課題だが、若い人材の活用は地域の活字媒体の環境を上向かせる一助としても、一つの突破口になりうる。

#### 5.5 まとめ

紙媒体は資料価値やビジュアル面、可読性においてもスマートフォンやタブレット型端末に勝るポイントがある。目的の記事を探す間に別の興味に触れることができるのもその魅力。載った人の

満足度が高く、スポーツをする人にとっても、観る人にとっても未だに価値の高いものだと言える。

北九州市は市内の社会人サッカーリーグでも4部まで広がっているほか、社会人野球、バレーボールにもプレーヤーやファンは多い。またサッカー観戦者の年齢層が高いという特徴がある。しかしスポーツの特化した媒体がなく、地元紙がなかったり、在北テレビ局がNHK北九州放送局しかないなど情報の流通には恵まれていなかった。

似たような環境下にあった茨城県では「MOVE」が高いクオリティの雑誌を制作し、売り上げ部数を伸ばしていることが分かり、大分県でも「ビタS」が課題に直面しながらも編集者の熱意が 2014年6月に再び実を結び、新装丁で発刊することになっている。こうした事象は北九州市でも地域スポーツ媒体が生まれ、それが存続しうる可能性を示している。

Jリーグは百年構想で「観る」「する」「支える」の楽しみ方を謳っているが、地域スポーツに特化した媒体はその全ての局面を支えることのできる強い軸となるものと期待している。

## 謝辞

情報の福岡市一極集中が体感として進む中、北九州市の状況と今後の可能性を見つめるべく本稿執筆にあたった。このたびヒアリングと資料提供に協力いただいた佐藤拓也氏(MOVE)、柚野真也氏(ビタS)に厚くお礼申し上げます。2氏の今後の活躍を祈るとともに、北九州市におけるメディアの状況については今後も継続的に調査していきたい。

### 〔参考文献・参考資料〕

- ・公益社団法人日本プロサッカーリーグ(2013)『2014 J.LEAGUE 開幕にあたって』
- ・総務省(2002)『出版産業の現状と課題』
- ・公正取引委員会(2008)『書籍・雑誌の流通・取引慣行の現状』



### I - 3 [ 講演概要 ]

#### 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～

愛媛県立図書館 天野 奈緒也

※ 本講演概要は、2014 年 3 月 17 日に地域課題研究の一環として開催した「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 開設記念シンポジウム」（主催：北九州市立大学都市政策研究所）における記念講演の概要を記したものである。シンポジウム開催概要についてはⅡ - 1 に記す。

#### 1. 愛媛プロスポーツアーカイブズの実践

愛媛県立図書館は旧松山城三の丸の、お堀に囲まれた松山市の中心部に位置している。昭和 10 年に前身の愛媛県教育協会図書館が愛媛県に移管されて愛媛県立図書館となり、80 年近くの歴史を有している。現在の建物は昭和 50 年に開館し、現在は 1 階にこども読書室、3 階に一般図書室、4 階にえひめ資料室という構成になっている。

愛媛プロスポーツアーカイブズは平成 22 年 7 月に 3 階一般図書室に開設された。プロサッカーリーグ・Ｊリーグディビジョン 2（Ｊ２）に所属する愛媛ＦＣと、プロ野球独立リーグ・四国アイランドリーグ plus に所属する愛媛マンダリンパイレーツ（以下、MP）という愛媛県の「地域密着型プロスポーツ」に関する資料を収集し、提供する常設コーナーで、企画展示も適宜行っている。

資料の収集、保存では、大きく三種類の資料を扱っている。第一は愛媛ＦＣ、MPの刊行物で、具体的にはイヤブック、街頭などで配布されるフリーペーパー、ホームゲームの来場者に配布されるマッチデープログラムなどである。第二はファン、サポーターグループの刊行物で、ホームゲームの来場者に配布している活動紹介フリーペーパーや企画で編集した冊子などがある。第三は愛媛ＦＣ、MPについて書かれた資料で、クラブや球団、所属する選手やスタッフについての記述がある図書や雑誌、新聞連載記事のスクラップなどがある。

展示は愛媛ＦＣ、MPの情報発信として行っている。1～2 か月ごとにテーマを決めて行う企画展示では、監督や選手のおすすめの本を紹介する「愛媛ＦＣと本を読もう!!」や、愛媛ＦＣの選手・スタッフが一緒に取り組んだ東日本大震災復興支援ボランティア活動の紹介、チームに所属する選手ゆかりの地域を紹介する「世界につながる愛媛のプロスポーツ」や国内外の特色あるスタジアムを紹介する「スタジアムの未来」などを行ってきた。また、Ｊリーグクラブチームやプロ野球独立リーグの球団がある地域の図書館と、互いの



クラブ・球団および観光・文化を紹介しあう「交換展示」を行って、県外に愛媛の情報を発信している。2010年から4年間、ホームタウンに“日本一”の温泉があるクラブチームを擁する地域の有志の図書館で「バトルオブスパ～図書館で“温泉ダービー”!?～」と銘打って大々的に交換展示を行い、話題となった。展示はスポーツに関心のない方にも見てもらえるような内容にすることを心がけている。なお北九州とも交換展示を行い、図書館で独自に「勝山城」「ちゃんぽん」「カルスト地形」の「観光三番勝負」を設定し紹介した。

以上が愛媛プロスポーツアーカイブズの概要であるが、開設のねらいを、大きく三つの視点でお話したい。一点目は、愛媛県の施策推進の支援である。愛媛県は県の施策として「プロスポーツを活用した地域振興事業」、「地域密着型プロスポーツを支え育てることによる元気ある地域づくり」に取り組んでおり、愛媛FCには2006年から、愛媛MPには2010年から愛媛県および県内全市町が出資している。税金が投入されているため、県そしてクラブ・球団の双方にクラブ・球団の状況を県民に説明する責任があるといえ、県立図書館は県の組織の一員としてこの説明責任を積極的に果たそうとするものである。二点目は、図書館のイメージを変えるということである。ここ10年くらいの図書館界の趨勢は、従来の「趣味や娯楽のための施設」「本を無料で貸し出す場所」「学生が自習・勉強するための空間」だけでなく、図書館が持つさまざまな機能を活かして「地域を支える情報拠点」「地域や住民に役立つ図書館」にもなっていこうと、ビジネス支援や医療・健康情報支援など、地域のさまざまな課題の解決を支援する取り組みを行っている。いずれの取り組みも図書館外部の機関・団体との連携、積極的な情報発信、ちらしやパンフレットのような書店に流通していないものを含む多種多様な資料・情報の提供によって、図書館のイメージを変え、新たな図書館利用者の開拓につなげるもので、このプロスポーツアーカイブズも同じ手法を用いている。特にコーナー名に「アーカイブズ」と入れたのは、図書館が持つ資料の広がりや、愛媛県についての資料を網羅的に収集・保存するアーカイブズとしての役割などを理解してもらいたいという思いを込めている。三点目はプロスポーツおよびプロスポーツに関わる県民・団体の活動を支援する、ということである。プロスポーツの情報を図書館が提供することで、プロスポーツに対する県民の理解を深め、新たなファン・サポーター、プロスポーツの支え手の獲得につなげることを目指している。以上のねらいが達せられれば、県民とプロスポーツ、そして図書館の三者がWin-Win-Winの関係になる。このように理想だけは高く掲げて地道に運営している。

愛媛プロスポーツアーカイブズの開設以降、サポーターの方から秘蔵の資料を寄贈していただいたり、スポーツにあまり関心のなさそうな図書館利用者の方が足を止めて展示を見てくださったり、マスメディアで取り上げていただいたり、ソーシャルメディアでも反響をいただいたり、少しずつではあるがコーナーの存在は浸透してきているようだ。また、町田や山形のサポーターの方が観戦の際に立ち寄ってくださっている。観光庁の「スポーツツーリズム推進基本方針」の中では「公立図書館におけるスポーツ関係情報の発信強化」

が盛り込まれており、対戦するクラブの歴史や縁のある選手の情報を提供するプロスポーツアーカイブズは、スポーツツーリズムの資源として今後活用できる可能性を感じている。

## 2. Jリーグクラブの資料アーカイブの意義

ここでマクロな視点に移して、Jリーグクラブの資料アーカイブの意義とは何かを考えてみたい。いきなり結論を述べると、それは地域に密着したクラブの姿を後世に伝えていくことであると思う。では地域に密着したクラブの姿とは何か。まずチームの成績や在籍した選手やスタッフの情報があるが、これだけではクラブの全体像をとらえることはできない。数々の試合が繰り広げられたスタジアムの姿。さらにJリーグ公式サイトでの百年構想のページに掲載されている、育成活動やスポーツ振興活動、ホームタウン活動といった取り組み。そしてファン・サポーターや地域住民、スポンサー、行政など地域との関係。こうしたものもすべて伝えていく必要があるだろう。

ではJリーグクラブの資料がどのように残されているか。まだじゅうぶん現況を分析できていないが、私は大きく三つの形があるのではないかと考えている。一つ目はクラブ自身でアーカイブを行うもので、例えば鹿島アントラーズはカシマスタジアムにサッカーミュージアムを設けてトロフィーや歴代のユニフォーム、図書・雑誌を含んだ資料を展示しており、大分トリニータはオフィシャルグッズショップの中に展示スペースを設けている。二つ目は博物館でのアーカイブで、日本サッカーミュージアムをはじめとするサッカーをテーマとした博物館で資料が展示されたり、公立博物館でも埼玉県立歴史と民俗の博物館や鳥取市歴史博物館で企画展示が行われたりしている。そして三つ目が今回特に紹介する図書館でのアーカイブである。

図書館でJリーグクラブの資料をアーカイブする取り組みは、管見の限り1997年にさいたま市立東浦和図書館が開館と同時に開設された「サッカーコーナー」が最も早い例であると思われる。それが2010年になると潮来市立図書館、愛媛県立図書館、さいたま市立大宮図書館で相次いで地元クラブの資料を集めた常設コーナーが開設される。2009年から2010年にかけては各地で図書館とJリーグクラブとの連携が盛んになりはじめる時期であるが、これを推進し全国的なムーブメントとしたのが「Jリーグと図書館の連携研究会」である。これは各地でJリーグクラブとの連携に取り組み、手ごたえと可能性を感じていた図書館員の有志の集まりで、まず各地の図書館とJリーグクラブとの連携事例を調査したうえで文部科学省とJリーグに連携推進の協力を要請し、ワールドカップイヤーであり国民読書年という記念すべき年であった2010年の読書週間にあわせて「図書館からスタジアムへ行こう!!スタジアムから図書館へ行こう!!」全国キャンペーンを展開した。このキャンペーンには16のクラブと72の図書館が参加し、Jリーグクラブと図書館との連携が一気に広がった。「Jリーグと図書館の連携研究会」は、2011年2月に「図書館海援隊サッカー部」と改称する。この「図書館海援隊」とは貧困・困窮者支援をはじめさまざまな地域の課題解決を支援するサービスに取り組んでいる全国の有志の図書館のネットワ

ークで、「Jリーグと図書館の連携研究会」のメンバーの多くが所属していたこともあって、派生ユニットのような位置づけとなった。現在は「図書館が地域のプロスポーツと連携して、読書とスポーツの楽しさや、図書館とプロスポーツの存在意義についての住民の理解を深める事業を実施することにより、地域活性化につなげる」ことをミッションとして、各地の連携事業の支援や情報発信に取り組んでいる。昨秋の時点で図書館との連携実績のあるJリーグクラブは36で、サッカー部に所属していない図書館やサッカー以外の競技種目での連携も広がっている。この流れの中で地元クラブの常設コーナーを設置する図書館も次第に増えており、現在把握している限りでは19の図書館に設置されている。

では図書館でのアーカイブのメリットをまとめておきたい。まず図書館の利用は原則無料であり、土日・祝日や夕方も開館しているので資料にアクセスしやすい環境であることが指摘できる。次に、図書館では郷土について書かれた資料は永年保存としているので、クラブの資料は図書館で永久に残されていくことがある。さらに、図書館海援隊サッカー部のような全国の図書館のネットワークがあるので情報やノウハウの共有、交換展示などが行えることがある。また、図書館はJリーグクラブの資料だけに特化して収集していないことの強みがある。図書館には古今東西のさまざまなジャンルの本や雑誌があり、さまざまな目的を持った利用者が来館する。そこにJリーグクラブの資料があればクラブの存在を知ってもらうきっかけになる。また、クラブの出版物やクラブについて書かれた資料ファン・サポーターグループの刊行物などと、従来から図書館にある新聞や自治体の議会議事録などのさまざまな資料とを組み合わせることで、さまざまな視点からクラブについて知ることができ、地域に密着したクラブの姿を豊かに描くことができる。これが図書館でのアーカイブの最大のメリットであろう。Jリーグの理事を務められた傍士銑太氏はコラム「百年構想のある風景」で図書館とJリーグクラブとの連携を紹介し、「百年の時を経ても、Jリーグの記憶は地元の図書館の本棚に記録されていく。」という一文で締めくくっている。この一文が図書館でのアーカイブの意義をよく言い表していると思う。

### 3. 今後の課題と「ギラヴァンツ北九州アーカイブ」への期待

とはいえ、図書館でのアーカイブもはじまったばかりであり、課題も多い。大きな課題として二点述べる。一点目はいかに継続させていくか、ということである。特に市販されていない資料は図書館とその資料を刊行する組織との関係が続かなければ継続して収集されない。これからクラブ、図書館それぞれの担当者が代わっていくだろうが、担当者が代わっても変わらず資料が図書館に収集される仕組みを作る必要がある。そこでクラブ関係者の方をお願いしたいのは、図書館を大切なパートナーとして代々引き継ぎを行っていただきたい。また市民、ファン、サポーターの方々をお願いしたいのはぜひ図書館でクラブの資料を利用させていただきたい。そしてもし刊行物の収集が止まっていると気づいたら遠慮なく図書館に指摘していただきたい。利用されていることがわかれば図書館も継続する意識が強くなる。

二点目は図書館では扱いにくい資料をどう残していくか、ということである。具体的に挙げると、まずはクラブ内部の経営資料で、これはさすがに図書館に寄贈する対象にはならないだろう。クラブ自身で責任を持って後世に残して行ってほしい。インターネット上の情報、公式サイトコンテンツはどのクラブも充実しているものであるが、サイトがリニューアルしてしまうと古い情報は全く見られなくなってしまう場合も多いようである。技術面や権利関係などクリアすべき問題は多いと想像されるが、非常にもったいないと思うのでなんとかならないものかと思う。写真や映像については試合だけでなくスタジアム内外の風景なども含めて残していくと大変な価値が出てくると思うが、これもクリアすべき権利関係があるだろう。歴代のユニフォームやさまざまなグッズなどのモノ資料。ある程度はクラブ自身で保存していると思うがスペースの問題があると思うので、地域の博物館で収集・保存していくのもいいと思う。ありとあらゆるクラブに関する資料を網羅的に集めるクラブの博物館を設置するのが理想的だろうが、現実的には既存の地域の組織・施設がそれぞれ扱うのが得意なものを分担して収集する、言い換えれば地域のクラブの資料を地域全体で残していくという方向性、共通認識を持てるようになっていけばいいと思う。最後にギラヴァンツ北九州アーカイブへの期待を二点述べる。一点目は、先にクラブの資料アーカイブの三つの形を挙げたが、大学でのアーカイブはおそらく国内初だと思われ、これまでにない、大学の強みを活かしたアーカイブの役割を果たすことが期待される。大学の強みとしては、アーカイブの資料を活かした研究が行われ、その研究成果がまたアーカイブされるという流れができるだろう。またアーカイブの運営に大学生が参画することで、大学生ならではのアイデアが活かされるのではないかと期待される。二点目は、北九州では新スタジアムの建設が進められているので、建設に至るまでの経緯や議論、期待される効果とその検証などの資料を収集していただきたいということ。愛媛をはじめサッカースタジアムを渴望している他の地域のクラブやファン・サポーターの参考とさせていただきたい。

いろいろと述べてきたが、現在のJリーグの素晴らしさを私たちの孫やひ孫たちに伝えていく、贈り物をする気分で、楽しみながらアーカイブを育てて行っていただきたいと思う。今後のギラヴァンツ北九州アーカイブの発展をお祈り申し上げる。

#### 〔参考文献〕

- ・南博「Jリーグクラブと公立図書館の連携（ギラヴァンツは北九州に何をもたらすのか 第9回）」、『東アジアへの視点』24（4）、2013年12月
- ・天野奈緒也「図書館と地域のプロスポーツの連携 2009-2012年の動向」、『図書館雑誌』107（2）、2013年2月
- ・天野奈緒也「地域のプロスポーツと連携」、『地域づくり』264、2011年6月

- ・天野奈緒也「図書館とプロスポーツとの連携 愛媛県立図書館における取り組み」、『社会教育』66(2)、2011年2月

〔関連 URL〕

- ・愛媛県立図書館・愛媛プロスポーツアーカイブズ  
<http://www.ehimetosyokan.jp/contents/prosports/prosports.htm>
- ・図書館海援隊サッカー部 facebook ページ  
<https://ja-jp.facebook.com/japan.football.library>
- ・ビジネス支援図書館推進協議会（図書館海援隊フォーラム、図書館総合展フォーラムの記録） <http://www.business-library.jp/>
- ・Jリーグ公式サイト：コラム 傍士銃太「百年構想のある風景（112） Jリーグの本棚」  
<http://www.j-league.or.jp/document/hoji/1112-112.html>

## I-4 [ 参考資料 ]

※本論文は、北九州市立大学都市政策研究所『都市政策研究所紀要』Vol.8（2014 年 3 月）pp.67-93 掲載の同名論文の再掲である。

# 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

- I はじめに
- II ギラヴァンツ北九州の集客状況
- 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
- IV 集客状況の課題改善に向けた考察
- V 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)

## I 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<sup>1)</sup>、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 J R 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<sup>2)</sup>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。

## II 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。

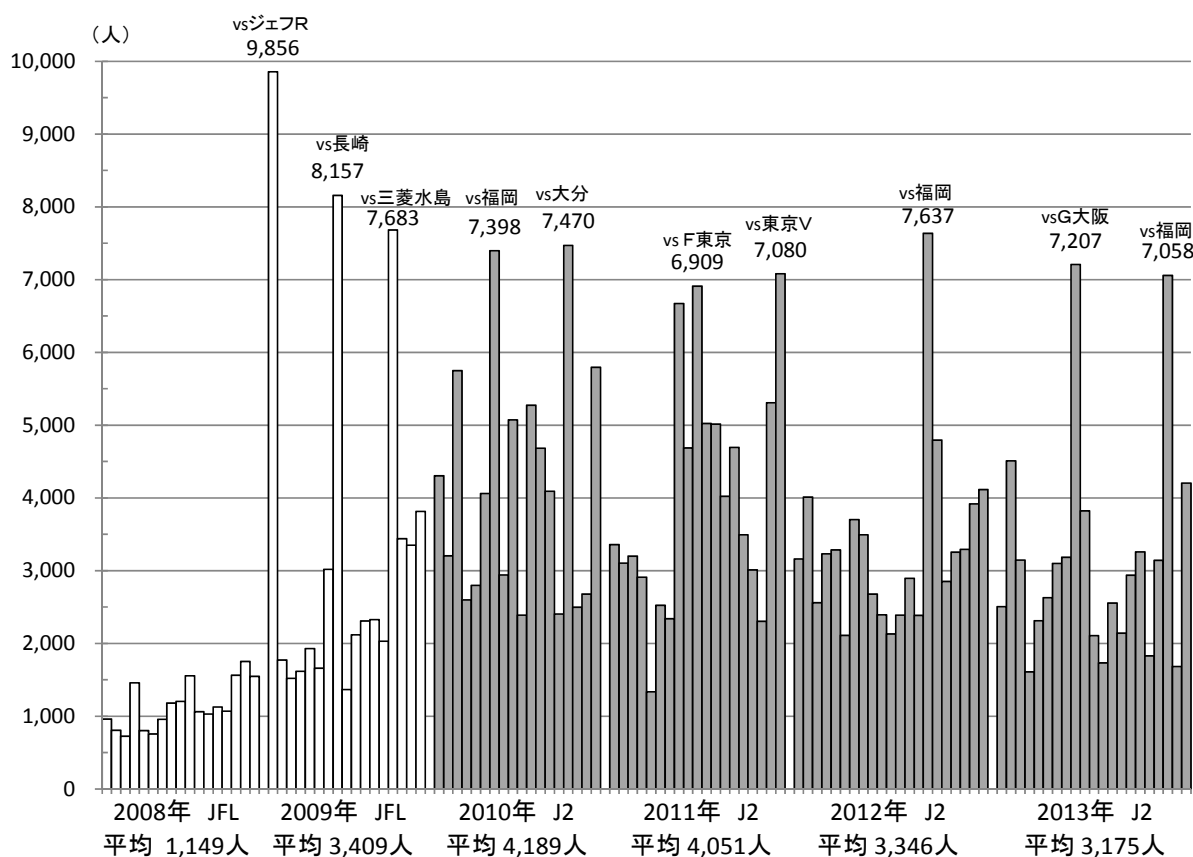


図1 ギラヴァンツ北九州の主催試合入場者数の推移（JFL加盟の2008年以降）

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 |

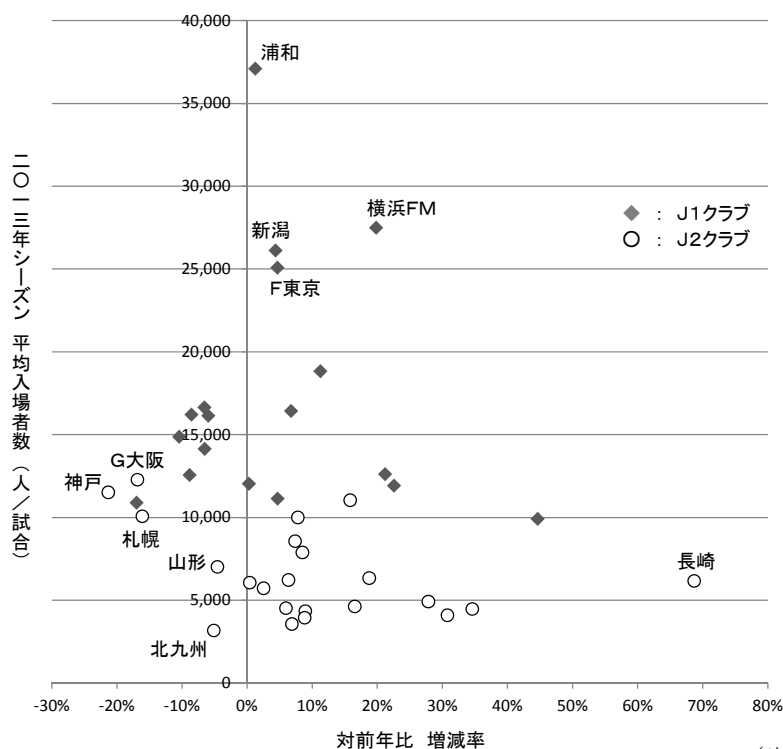


## 2. 2013年シーズンにおける観戦者数の主な状況

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<sup>3)</sup>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<sup>4)</sup>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<br>ホーム: ギラヴァンツ北九州 試合開始時間: 13:03<br>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)。

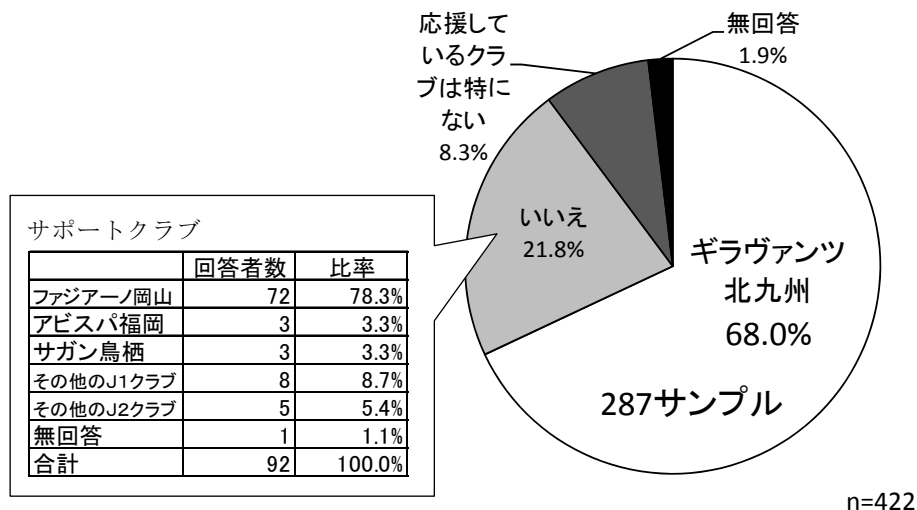


図3 応援するJクラブ（全有効回答対象）

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%   |
|                 | 京都郡荊田町   | 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<br>(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。

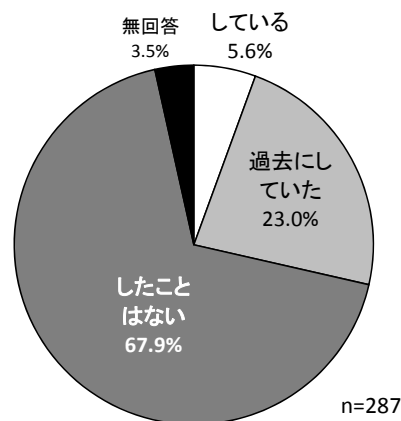


図4 部活動等でのサッカー経験

## 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】<br>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

#### ① 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、

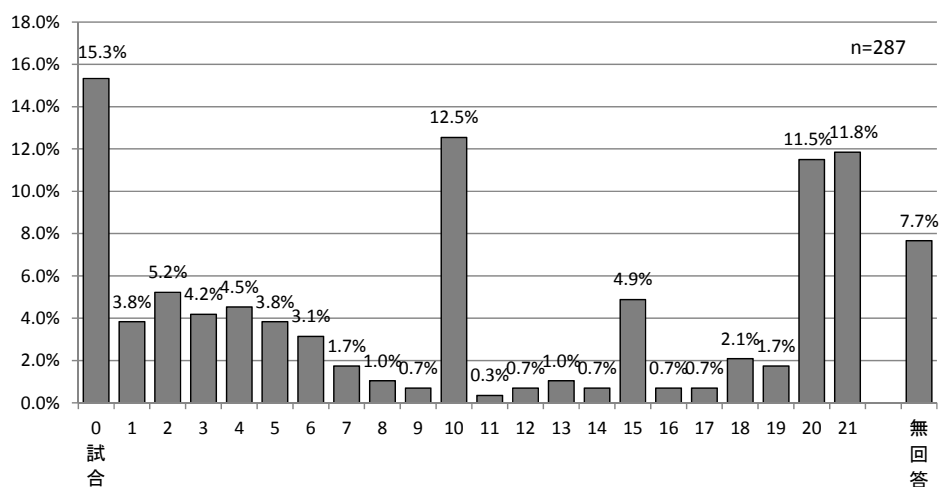


図5 2012年(調査前年)におけるギラヴァンツ北九州のホーム試合の観戦数

「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<sup>6)</sup>。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。

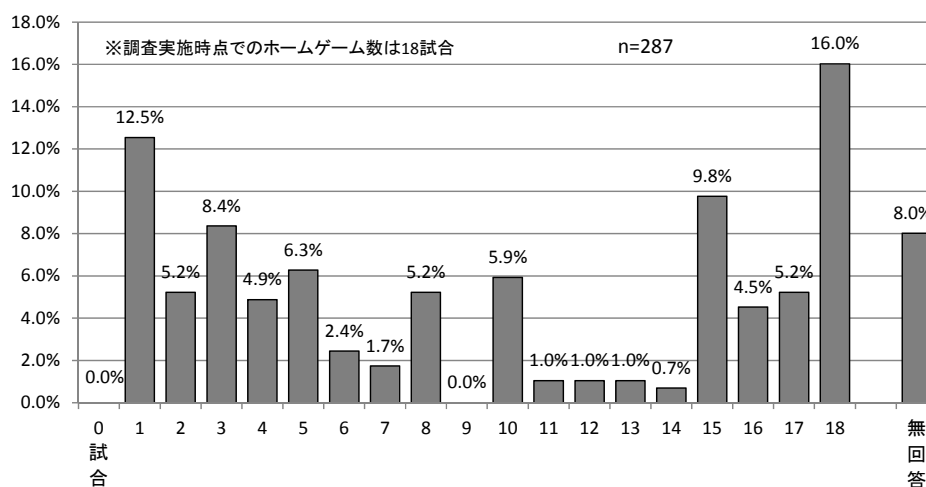


図 6 2013 年におけるギラヴァンツ北九州のホーム試合の観戦数

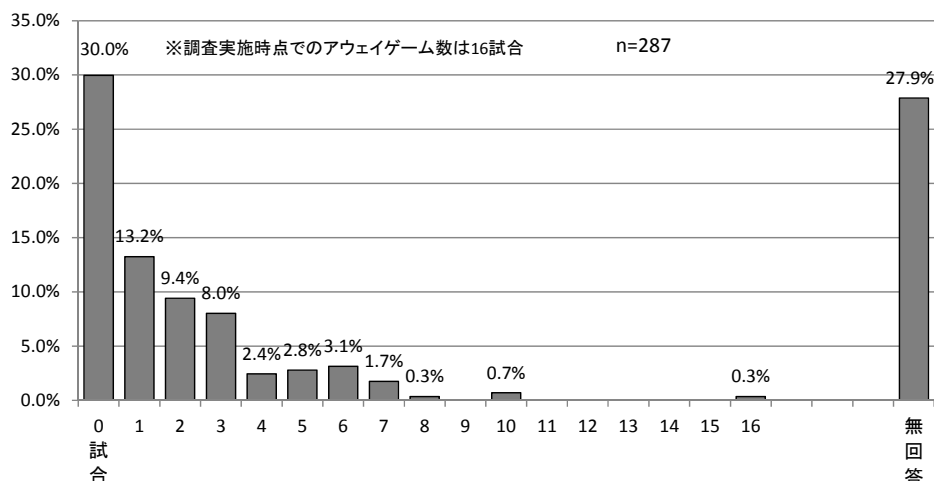


図7 2013年におけるギラヴァンツ北九州のアウェイ試合の観戦数

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から） | 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から）      | 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から）       | 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<br>(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<br>2013ホーム観戦数 | チケットをもらった | シーズンチケット<br>を購入した | コンビニ等で当<br>該試合分を購入<br>(※前売り券中心) | スタジアムで購<br>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られる。この点については、IV章において考察する。

## ② 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。

## ③ 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

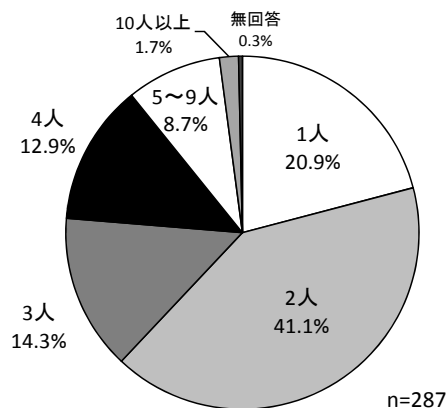


図 8 当日一緒に観戦に来た人数

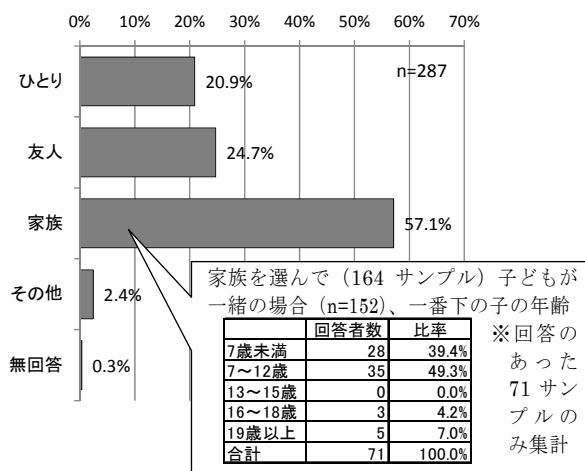


図 9 同行者の種類（複数回答可）

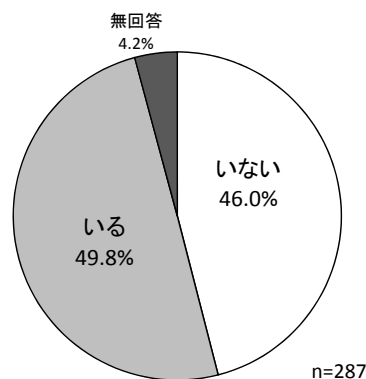


図 10 スタジアムで会う応援仲間の有無

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。

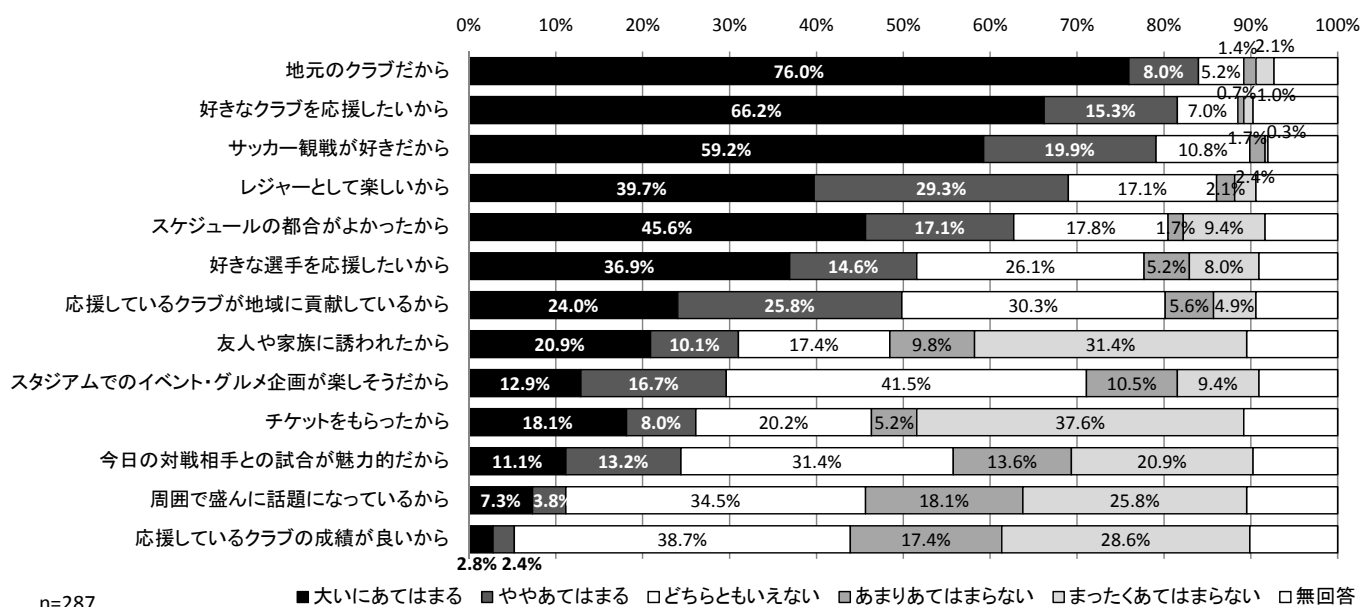


図 11 調査対象試合の観戦理由（ギラヴァンツ応援者）

#### (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。

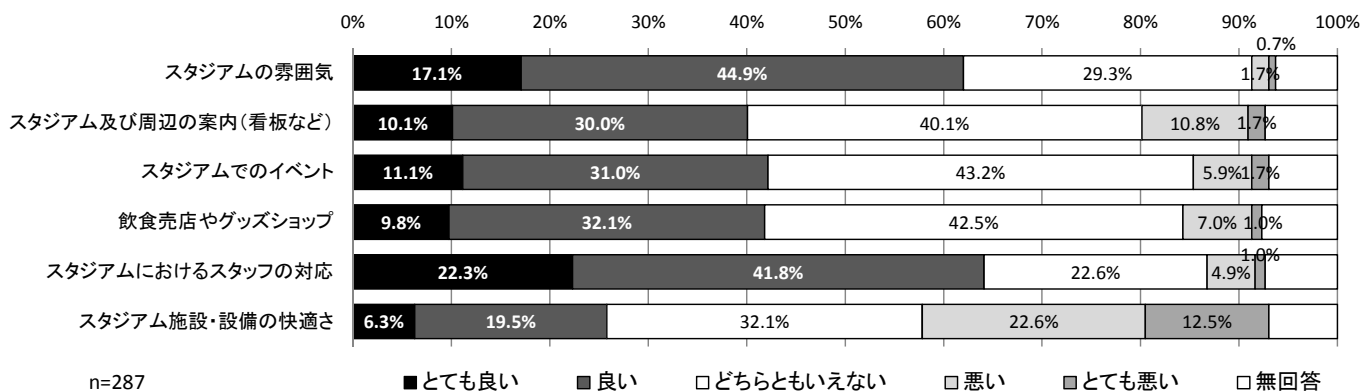


図 12 スタジアム及びイベントに対する評価（ギラヴァンツ応援者）

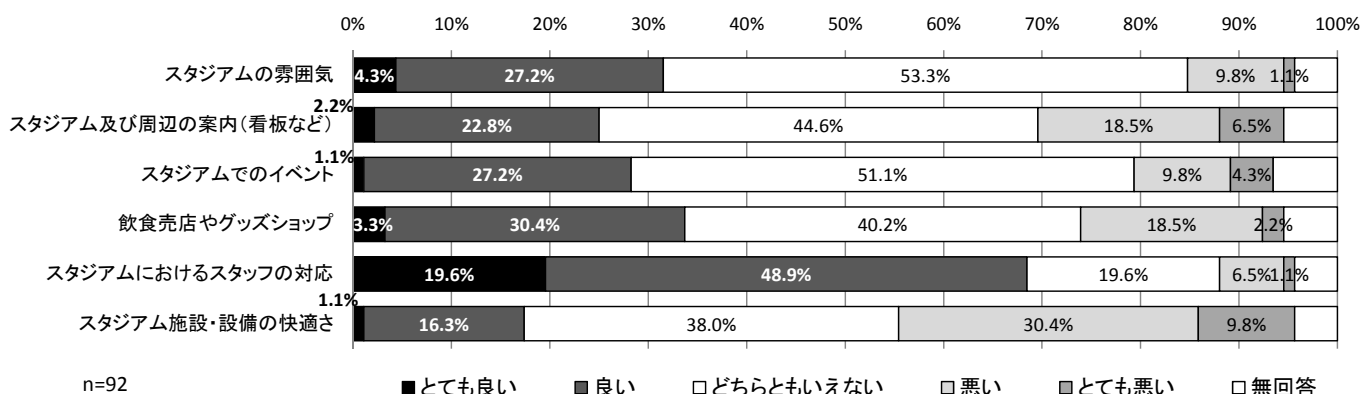


図 13 スタジアム及びイベントに対する評価（他クラブ応援者）

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<br>(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。

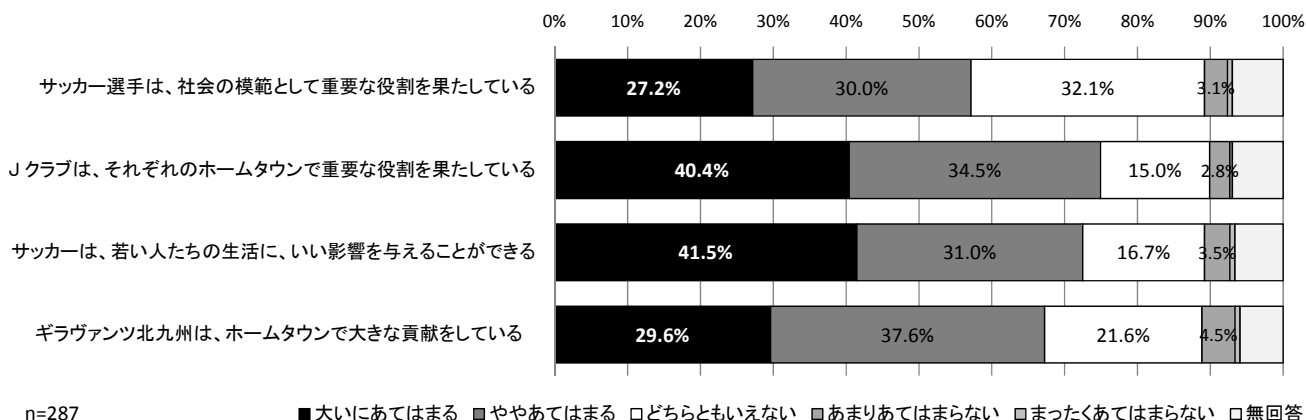


図14 サッカー、Jリーグに対する印象（ギラヴァンツ応援者）

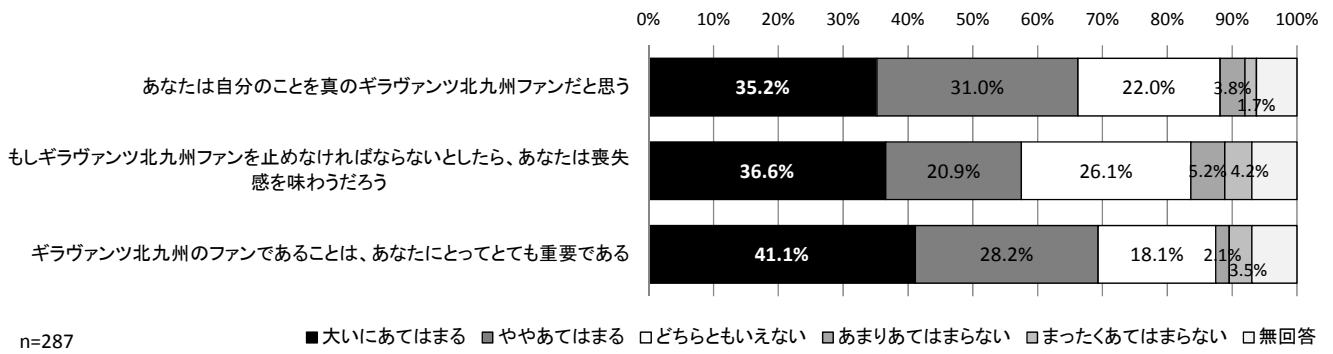


図 15 ギラヴァンツ北九州ファンとしての認識（ギラヴァンツ応援者）

(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<br>(n=287) | ※順位<br>(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

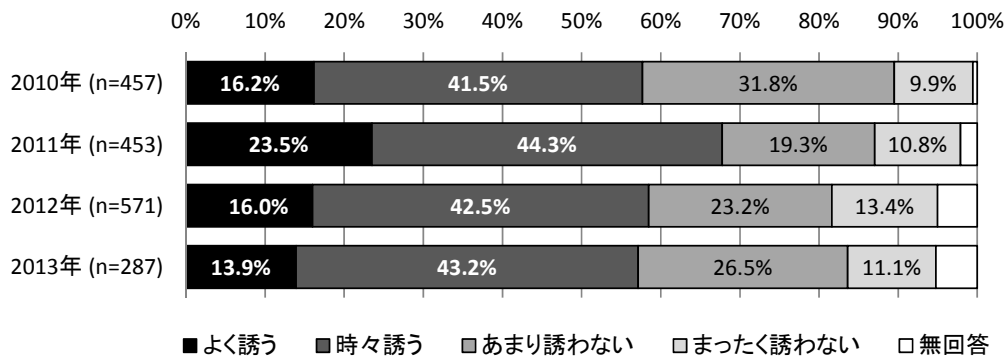


図 16 Jリーグ観戦の周囲への勧誘状況の経年変化（ギラヴァンツ応援者）

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）。

### ③ 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

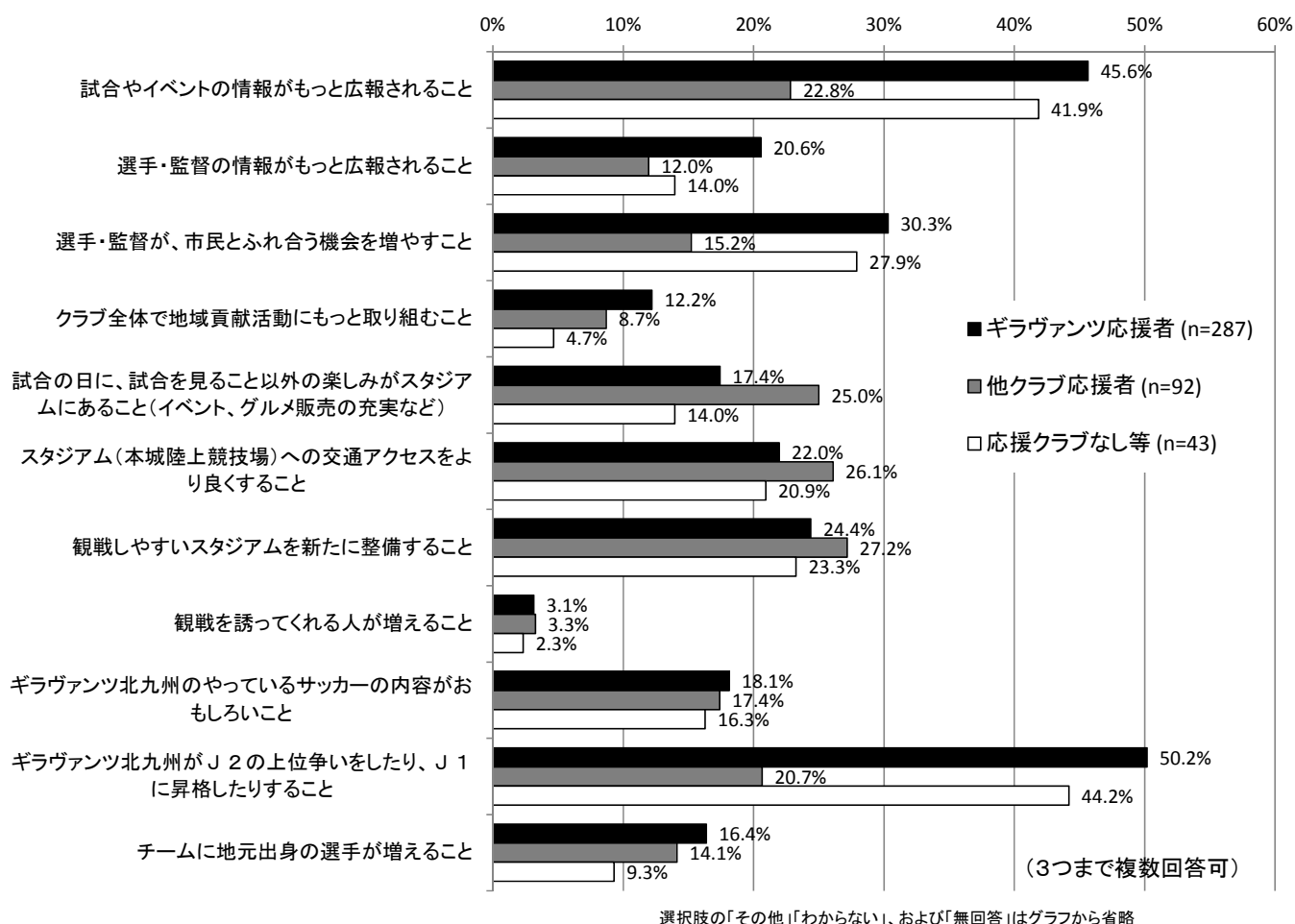


図 17 ギラヴァンツ北九州のファン拡大のために必要な取り組み等（3つまで複数回答）

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。

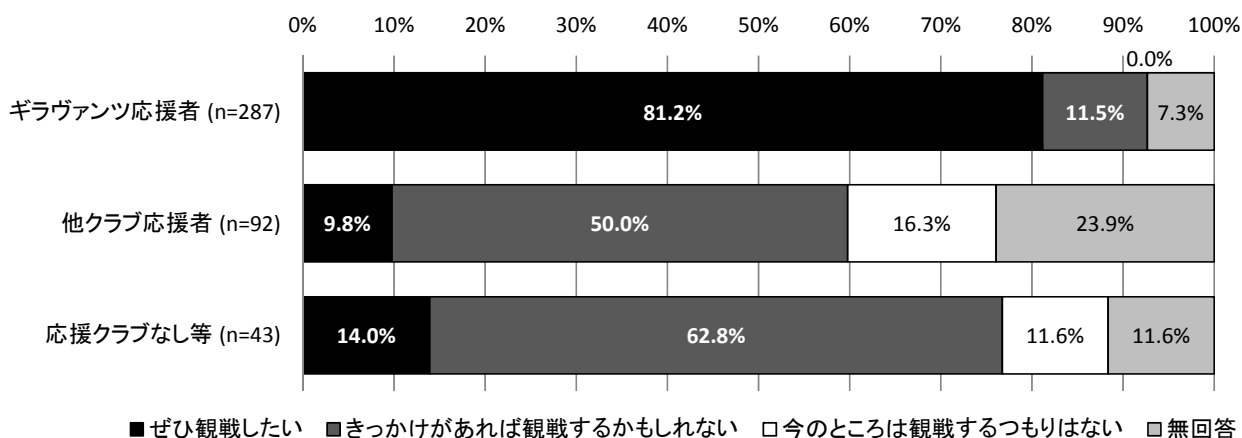


図18 今後のギラヴァンツ北九州の試合のスタジアム観戦意向

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。

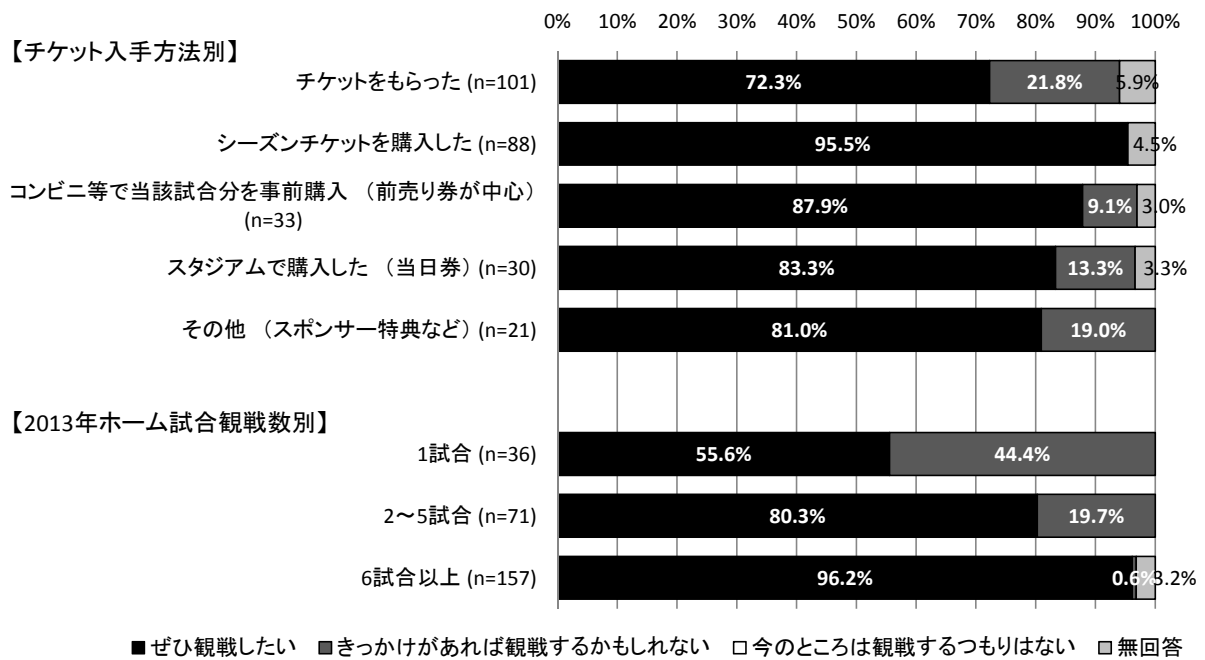


図 19 ギラヴァンツ北九州応援者のチケット入手方法別・観戦回数別の観戦意向

## (7) スタジアムへのアクセスおよび関連する経済活動

### ① 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。

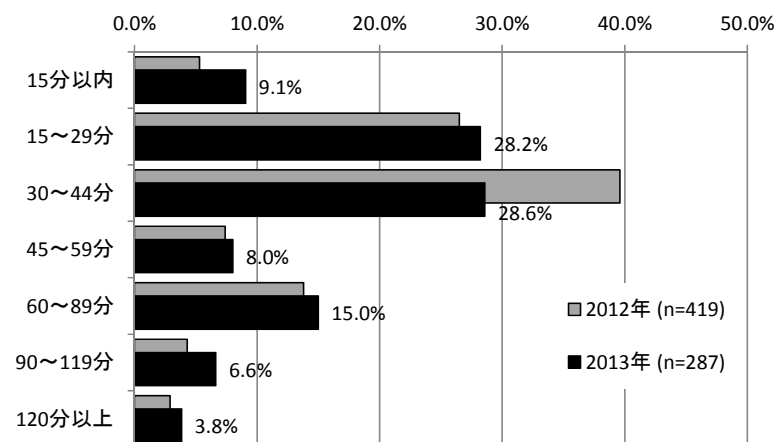


図 20 本城陸上競技場までの所要時間 (2012年・2013年比較)



## 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<br>応援者<br>(n=287) | 他クラブ応援<br>者<br>(n=92) | 応援クラブなし<br>等<br>(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。

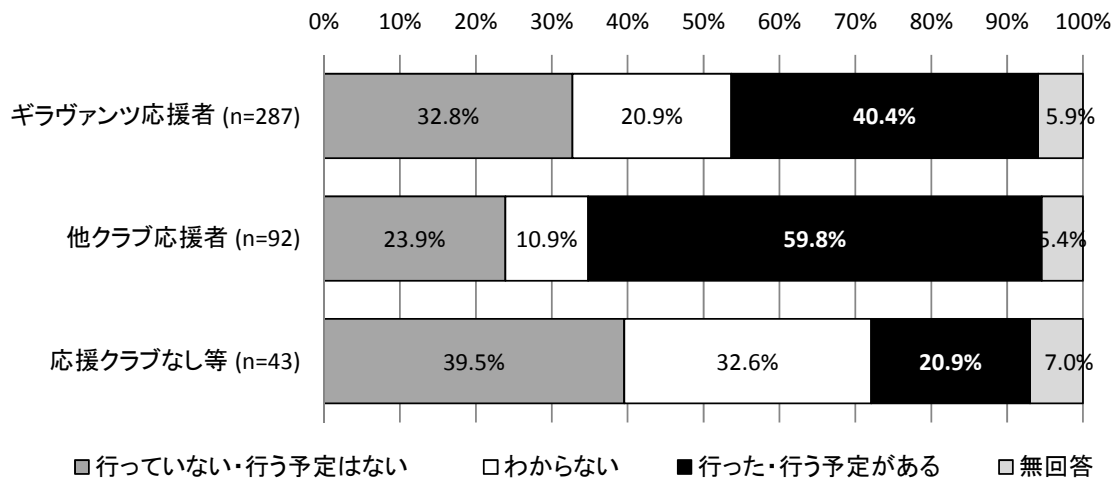


図 21 (当日の試合観戦前後における) 北九州市内での経済活動の状況

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<br>(n=116) | 他クラブ応援者<br>(n=55) | 応援クラブなし等<br>(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<br>応援者<br>(n=287) | 他クラブ応援<br>者<br>(n=92) | 応援クラブなし<br>等<br>(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。

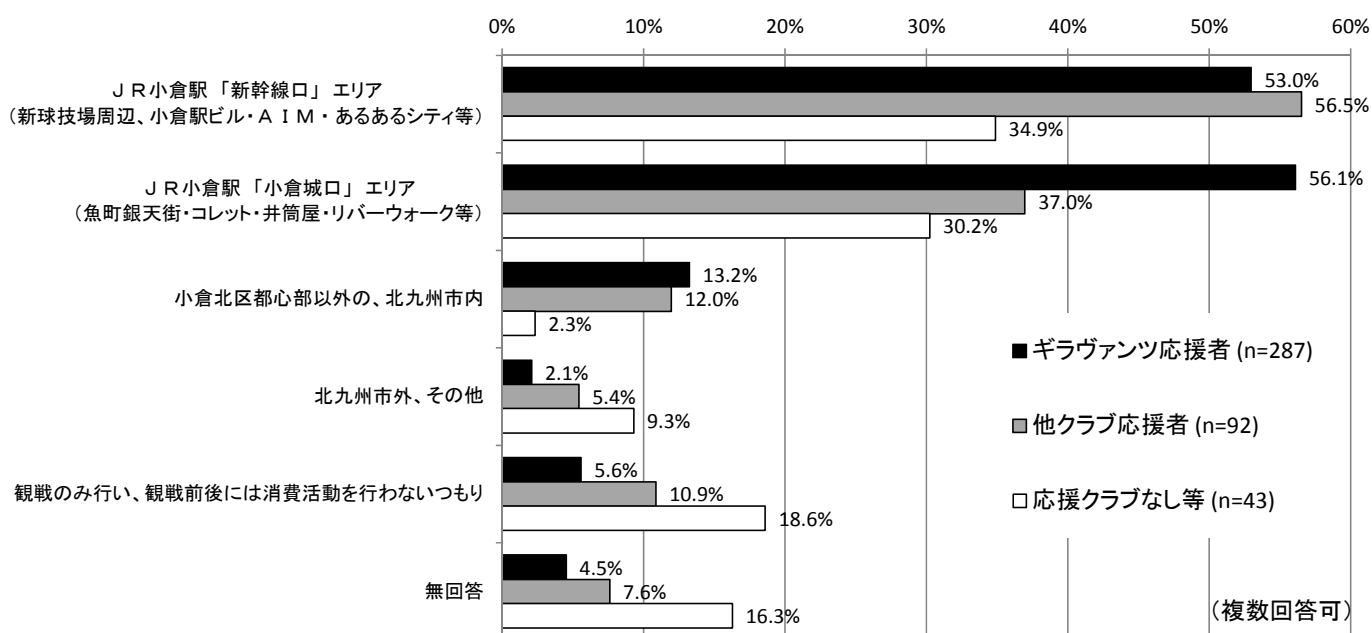


図 22 新スタジアムで観戦した場合の、北九州市内での経済活動場所

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<sup>8)</sup>。

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<sup>9)</sup>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たら  
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

※本論文は、北九州市立大学都市政策研究所『都市政策研究所紀要』Vol.8（2014 年 3 月）  
pp.67-93 掲載の同名論文の再掲である。





## 第Ⅱ部 活動記録編

北九州市立大学 都市政策研究所 南 博

### Ⅱ－１ 「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

北九州市立大学都市政策研究所は、2014 年 3 月 17 日、北九州市立大学北方キャンパスに「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」を開設した。

以下に、当該機能の概要および開設記念シンポジウム開催概要を記す。

#### 1. アーカイブ開設の背景・目的

##### (1) 開設の背景

全国の J リーグクラブにおいては、クラブに関する過去の資料が散逸してしまい、ファン・サポーターや報道関係者等がクラブの歴史等を調べようとしても容易に情報にたどり着けないケースが見られる。ギラヴァンツ北九州においても、事務所スペースの制約や人材の流動等が要因となり、今後、クラブに関する様々な資料が散逸してしまう危険性がある。これは、将来世代がクラブや地域の歴史を知る上で大きな損失となる。さらに現在も市民やファン・サポーターがギラヴァンツに関する過去の資料等を体系的に閲覧できるサービスは提供されておらず、市民がギラヴァンツへの親しみを増したり、様々な課題分析や発見を行ったりする機会が失われている可能性がある。

ギラヴァンツ北九州の前身のニューウェーブ北九州は 2001 年に設立され、九州リーグ、JFL を経て 2010 年に J リーグに加盟し、2014 年で設立 14 年目を迎える。ギラヴァンツは、市民クラブとして北九州市および周辺地域の活性化に重要な役割を果たすことが期待されており、今後、北九州市立スタジアム（仮称）の整備等とも関連し、さらにその役割を充実・強化していくことが都市政策上の大きなテーマとなっている。また、2013 年シーズンにおいて全 J リーグクラブの中で最も集客が少なかった状況を鑑みると、市民等に一層親しまれる環境づくりに地域全体で取り組んでいくことが必要となっている。

一方、北九州市立大学都市政策研究所は、2008 年度にニューウェーブ北九州（当時）関連の調査研究に取り組んで以来、毎年、研究所の自主研究（地域課題研究）や受託研究などにおいてギラヴァンツ北九州に関する調査研究に取り組み、その成果を地域やクラブに還元してきている。また、2012 年度からは北九州市立中央図書館、ギラヴァンツ北九州後援会等と連携し、北九州市立中央図書館におけるギラヴァンツ関連の展示・情報発信活動も行っている。

現在、他の J リーグクラブのホームタウン等においては、公立図書館等が中心となって J リーグクラブや各種プロスポーツクラブと連携し、クラブに関する資料等を収集・保存・展示する動きが広がりつつある。北九州市立大学都市政策研究所はこれまでの活動を通じ、

こうした全国の図書館との連携を構築しつつある。なお、北九州市立大学都市政策研究所は都市政策に関する各種地域資料を収蔵する資料室の機能を設立当初から有している。

**(2) 開設の目的**

これらの点を勘案し、北九州市立大学都市政策研究所は、「ギラヴァンツ北九州」および「関連する都市政策」に関する出版物・資料等（基本的に印刷物を対象。）を体系的に収集・保管し、市民や学生等が閲覧することができる「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」を開設する。

この機能を新設することにより、ギラヴァンツ北九州や関連政策の歴史・記録を現在に発信するとともに将来に伝承していき、ギラヴァンツ北九州と地域の関わりの学術的・文化的拠点を北九州市立大学に形成し、地域活性化への貢献および関連研究の促進をめざすことを目的とする。アーカイブの概念を図1に示す。

なお、アーカイブの開設時点で所蔵する出版物・資料等は少数に止まるが、今後長期間にわたってギラヴァンツ北九州や北九州市が発行していく資料等を体系的に収集し、また過去の資料等を適宜収集していくことにより、十年後、二十年後、百年後には、より大きな価値を生み出す機能になるものとする。

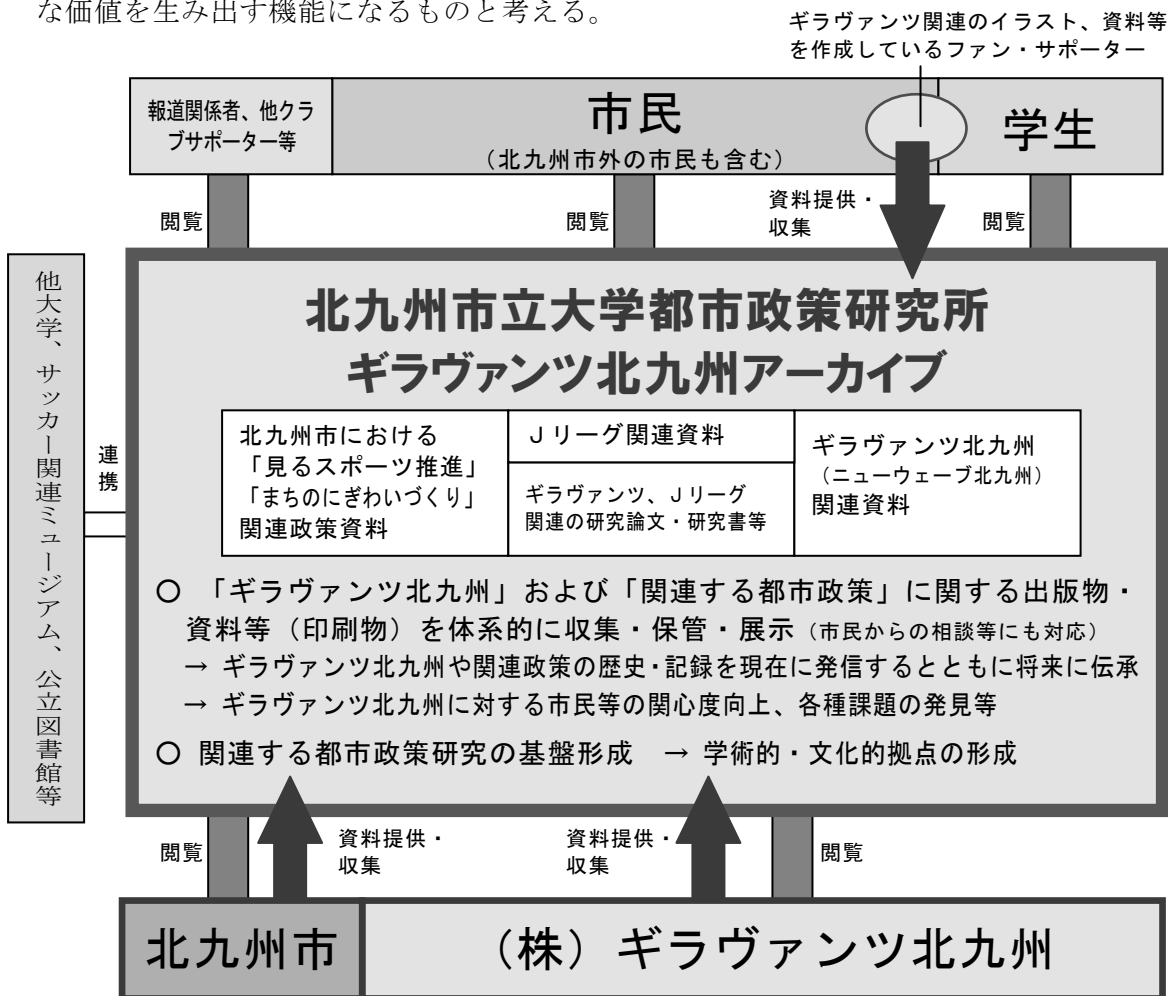


図1 「北九州市立大学都市政策研究所 ギラヴァンツ北九州アーカイブ」の概念

## 2. アーカイブで収集・保管・展示等を行う資料等について

### (1) 基本方針

収集・保管・展示等を行う資料等に関する基本的な考え方は以下のとおりである。

- 出版物、チラシ、各種資料などの「印刷物」を中心とする。
- 各種グッズ（ユニフォーム、応援グッズ等）、映像については、基本的に対象外とする。
- 劣化が懸念される資料等については、デジタル化を視野に入れる。
- 市民・学生等への閲覧供与に際しては、著作権法など関連法規を遵守する。

※ 当面の間は「閲覧」のみ利用可とし、資料等の「貸出」「複写」については将来の課題とする。なお、資料等に関する市民等からの「相談」機能は有する。

### (2) 収集等を行う資料種類

収集等を行う資料等は大きく4種類に分けることとする。概要を表1に示す。収集を進めていく過程で適宜必要な見直しを行う。なお、開設時点では約400点の資料を収集・所蔵している。

表1 「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」の収集印刷物

| 種別                                     | 概要   |
|--|--|
| ギラヴァンツ北九州（ニューウェーブ北九州を含む）関連資料           | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ クラブが発行するマッチデイプログラム（主催試合ごとに発行）、広報紙、告知チラシ、ポスター、イヤーズブックなどの印刷物等（できるだけ過去に遡って収集）</li> <li>○ 試合の公式記録</li> <li>○ ファン・サポーターが作成した冊子、イラスト類</li> <li>○ 北九州市、市内団体等が作成したギラヴァンツ関連広報資料</li> <li>○ 関連する主な新聞記事</li> <li>○ 関連する主な書籍・雑誌 など</li> </ul> |
| Jリーグ関連資料                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Jリーグが発行する年鑑類、スタジアム観戦者調査サマリーレポート、ニューズレター等 など</li> </ul>  |
| 北九州市における「見るスポーツ推進」「まちのにぎわいづくり」等の関連政策資料 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 北九州市スポーツ振興計画</li> <li>○ 北九州市「新スタジアム整備事業」関連資料（公共事業評価に係る資料も含む）</li> <li>○ 九州Jリーグホームタウン連絡会議資料</li> <li>○ 関連する主な新聞記事</li> <li>○ その他、Jリーグ以外の北九州で開催される各種スポーツ大会等の資料 など</li> </ul>  |
| ギラヴァンツ、Jリーグ関連の研究論文・研究書等                | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 北九州市立大学都市政策研究所における研究論文等</li> <li>○ その他、Jリーグに関する研究論文</li> <li>○ スポーツ振興、スポーツを活かしたまちづくり等に関する各種出版物 など</li> </ul>  |

### (3) 収集方法

開設後の2014年3月以降に発行されるクラブ発行の印刷物(うち無償のもの)等については、発行の情報を本学側で集めた上で各発行主体に提供いただく仕組みを構築していく。これを継続的に可能とする仕組みを構築できるかが、運営上の大きな課題である。過去の印刷物等については、発行主体等に協力いただきながら順次収集を試みる。なお、原則として販売物については購入する。

ファン・サポーター等からの寄贈受け入れについても検討していく。

### (4) 収集した資料等の検索方法について

専用パソコンを設置し、収集した資料等のリスト閲覧を可能としていく。なお、今後、キーワード検索等を行うことができる仕組みも整備し、市民等にとって利用しやすいアーカイブとすることを目指す。

## 3. 開設場所、閲覧方法について

北九州市立大学の北方キャンパス3号館1階「都市政策研究所資料室・閲覧室」の一部に設置する(図2)。

当面は、月～金曜(ただし休日および大学休業期間を除く。)の9時～17時を閲覧時間とし、閲覧希望者には同3号館1階の都市政策研究所事務室で所定の手続きを行っていただくこととする。

また、当面は「閲覧」のみ利用可とし、原則として「貸出」「複写」についてはサービス提供を行わない。資料等に関する各種「相談」については、担当教員(准教授:南博)が対応可能な場合は応じることとする。



(出典) 北九州市立大学 Web サイト掲載のキャンパスマップをもとに作成

図2 「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」の位置

#### 4. 他機関との連携等について

ギラヴァンツ北九州に関する印刷物の主たる発行主体であり、かつ各種出版情報を有する（株）ギラヴァンツ北九州、また、政策関連の資料等を作成する北九州市とは随時協議等を行うとともに、その他、北九州地域の様々な団体等との連携を検討していく。

また、プロスポーツクラブ関連の地域資料等の収集・保管・展示等について専門的な知見を有する全国の有志図書館員等で構成される「図書館海援隊サッカー部」のメンバーをはじめ、様々な専門家からアドバイスを受けていくことを目指す。また、他大学、サッカー関連ミュージアム、各地の公立図書館等との連携を、順次強化することを目指す。

#### 5. 開設日

2014（平成26）年3月17日（月）に開設した。同日には開設記念シンポジウム（開設式を含む。）を開催した。

#### 6. 「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」開設記念シンポジウムについて

「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」にあたり、以下の要領で実施した。なお、天野奈緒也氏の記念講演の概要については、本書Ⅰ－3に記す。

##### ■開催趣旨

北九州市立大学都市政策研究所は、「ギラヴァンツ北九州」および「関連する都市政策」に関する出版物・資料等（基本的に印刷物を対象。）を体系的に収集・保管し、市民や学生等が閲覧することができる「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」を2014年3月17日に開設します。

この機能を設けることにより、ギラヴァンツ北九州と地域の関わりの学術的・文化的拠点を北九州市立大学に形成し、地域活性化への貢献および関連研究の促進をめざすことを目的としています。開設時点で所蔵する出版物・資料等は少数に止まりますが、クラブが主催試合の都度に発行する印刷物等を十年、二十年と継続して収集していくことにより、将来において大きな価値を生み出すアーカイブになると考えています。

このアーカイブの開設にあたり開設記念シンポジウムを開催し、学内外の方々とアーカイブの意義や今後の方向性について議論を深めます。皆様に御参加いただけますと幸いです。

##### ■開催日時・場所

2014年3月17日（月） 14:00～15:30

北九州市立大学 北方キャンパス3号館 都市政策研究所会議室

## ■プログラム

- 14:00 開会挨拶 神山 和久（北九州市立大学都市政策研究所 教授）
- 14:03～14:50 記念講演  
「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～」  
天野 奈緒也 氏（愛媛県立図書館）
- 14:50～15:00 報告  
「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  
の概要と展望」  
南 博（北九州市立大学都市政策研究所 准教授）
- 15:10～15:30 開設式（都市政策研究所資料室・閲覧室内）  
来賓挨拶：  
・横手 敏夫 氏（(株)ギラヴァンツ北九州 代表取締役社長）  
・片山 健太郎 氏（北九州市 市民文化スポーツ局 文化スポーツ部  
スポーツ振興課）
- 15:30 閉会



写真1 開会挨拶（神山和久教授）



写真2 記念講演（天野奈緒也氏）



写真3 開設式来賓挨拶（横手敏夫氏（中央））



写真4 開設式（左から神山教授、南准教授、横手氏、片山氏）



写真5 「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」の様子1  
(2014年3月17日撮影)



写真6 「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」の様子2  
(2014年3月17日撮影)



## Ⅱ－２ 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

北九州市立大学都市政策研究所は、ギラヴァンツ北九州後援会（事務局：北九州商工会議所）、北九州市（担当：市民文化スポーツ局文化スポーツ部スポーツ振興課）と共に、2010年度に「ギラヴァンツ北九州を支援する市民会議」を設立し、ギラヴァンツ北九州を活用した地域活性化に向けた活動を行っている。

これまで、商店街等におけるギラヴァンツ北九州関連告知活動の実施や、シーズン開幕直前におけるギラヴァンツ北九州市民激励会の開催、試合開催時におけるパブリックビューイング（試合中継）の開催などを行い、ギラヴァンツ北九州に対する市民の関心を高めスタジアム観戦等に結びつけることによって、ギラヴァンツ北九州の有する「北九州市の地域社会・地域経済の活性化に資する機能」をより一層発揮させることを目的とした活動に取り組んでいる。

その一環として、南（2013）に記したように、2012年度から北九州市立中央図書館と連携し、同図書館の玄関ホールにおいてギラヴァンツ北九州やJリーグに関連する各種情報、書籍、北九州市立大学都市政策研究所で取り組んできた関連研究成果等の展示を行っており、2013年度も引き続き展示活動を行った。また、ギラヴァンツ北九州のホーム試合（北九州市立本城陸上競技場での開催）の告知ポスターを独自に作成し、各主催試合前1～2週間の間に掲示した（写真7、写真8）。ポスターで使用するイラストについては、2012年度と同様、ギラヴァンツ北九州サポーターの「まいく・ラガ」氏にボランティアで作成いただいた。



写真7 北九州市立中央図書館での展示例1

（2013年8月撮影。熊本県菊陽町図書館との交換展示）



写真8 北九州市立中央図書館での展示例2

（2013年11月撮影）

### 【参考文献】

- ・南博（2013）「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」、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.39-43

---

---

北九州市立大学 都市政策研究所  
2013 年度 地域課題研究

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

2014 年 3 月 31 日発行

発行 公立大学法人 北九州市立大学  
都市政策研究所  
〒802-8577 北九州市小倉南区北方 4 丁目 2-1  
TEL 093-964-4302  
FAX 093-964-4300  
E-mail [toshiken@kitakyu-u.ac.jp](mailto:toshiken@kitakyu-u.ac.jp)

---

---

