

調査の目的

沼津市をホームタウンとして、2017年シーズンからサッカーJリーグに参入した「アスクラロ沼津」は、同シーズン3位。今後も更なる躍進が期待される状況にあることから、本クラブのJ2・J1昇格によりもたらされる影響及び効果について整理する。

愛鷹スタジアム整備による利用価値向上、スポーツ振興への影響・効果

- ◆ 夜間照明の改修(LED化)により、ランニングコストを抑えながらフィールドの照度が格段に向上。夜間に試合を開催することで、特に夏季などは、選手・関係者や観客がより涼しく快適な環境下での競技・観戦を実現することが可能
- ◆ 大型映像装置の設置により、従来の電光掲示板と比較してよりクリアに多様な情報を提供できるため、エンターテインメント性の向上が図られ、試合自体の魅力向上につながる
- ◆ Jリーグの正規試合以外に様々なレベルの試合、アマチュアスポーツの大会、プロ・アマチュアスポーツクラブの合宿などの実施可能性が高まる
- ◆ 愛鷹広域公園全体をも含めて、スポーツ競技以外の様々なイベント等の実施可能性も拡大(例:大規模なスポーツイベントや野外コンサート、スポーツの試合のパブリックビューイングなど)
- ◆ 夜間の照明改善によりこれらのイベント等が夜間に実施される可能性が拡大
- ◆ スタジアムでの大規模イベント開催に併せて、派生的な様々なイベント、体験を実施することでより幅広く集客を図ることも可能に

アスクラロ沼津のJ2・J1昇格によりもたらされる影響・効果

- 1 試合運営、クラブ運営への効果
 - ◆ ホームゲーム数の増加により延べ業者数・スタッフ数は増加。地域貢献の割合は現状を上回る
- 2 住民・自治体への効果
 - ◆ 本クラブを通じ、沼津市・静岡県東部地域への愛着の再認識
 - ◆ スポーツを通じ、健康増進への関心、行動を促す
 - ◆ 地域の知名度アップが図られる
- 3 観客・宿泊・消費への効果
 - ◆ スタジアムにおける飲食はもちろん、沼津市をはじめ近隣市町での飲食や遠方からの観戦に伴う宿泊などの機会が増加
 - ◆ プロサッカーの試合に対する興味のみで沼津を訪れる層だけではなく、他の様々な興味や関心を有する潜在層が、サポーター数の増加に比例して増加。結果、地域経済への効果もより高まる
- 4 地域特産物のPR効果
 - ◆ アウェイでの試合数増加に伴い、アウェイ会場で沼津市をはじめとする静岡県東部地域の特産物や観光などのPRを行う機会が増加。次回、アウェイのサポーターとして沼津を訪れる際に、特産品購入や飲食・宿泊・観光などを付加するきっかけとなる

5 スポンサー関連の効果

- ◆ 企業等が本クラブに協賛金や広告宣伝費を拠出。本クラブが運営費等として支出することで地域への経済波及効果が生まれる
- ◆ 広告等により、企業名が地域内外にPRされる
- ◆ 企業等のイベント等に本クラブが協力することで、イベント等が活性化し開催効果が高まる
- ◆ 試合やクラブ運営に関するビジネスチャンスを地域の企業等が享受

アスクラロ沼津のJ2・J1昇格によりもたらされる影響・効果



静岡県内における経済波及効果(推計)

【愛鷹スタジアム改修工事への投資が静岡県内に及ぼす経済波及効果】

ハード調査によって示された愛鷹スタジアム改修費の標準推計の中間値をもとに、静岡県産業連関表(公共工事用)により経済波及効果を算出

愛鷹スタジアム改修工事への投資が静岡県内に及ぼす経済波及効果(百万円)

直接効果(投資額) ^a	間接1次効果 ^b	間接2次効果 ^c	生産誘発額計 ^d (a+b+c)	波及効果倍率(d/a)(倍)	雇用誘発人数(人)	税収効果
1,650.0	552.3	554.2	2,756.5	1.67	266	43.3

*静岡県HP「統計センターしずおか」で公開されている経済波及効果分析ソフト(公共波及37部門)を使用し算出

(用語の説明)

- ^a 直接効果:消費額や投資額のうち、県内生産の増加に直接結びついた額
- ^b 間接1次効果:直接効果によって生産が増加した産業で必要となる原材料等の購入により、新たに発生する生産誘発効果
- ^c 間接2次効果:直接効果と間接1次効果で増加した雇用者所得のうち消費にまわされた分により、各産業の商品等が消費されて新たに発生する生産誘発効果

【アスクラロ沼津J2・J1昇格を想定した静岡県内への年間経済波及効果(推計)】

1 年間経済波及効果推計のプロセス

1) ホームゲーム年間観客数の推計

- ① 1試合平均観客数の推計
- ② 試合数(現状)
- ③ ホームゲーム年間観客数を算出(①×②)

2) 静岡県内年間消費額の推計

- ① 観客一人当たり静岡県内消費額を推計(アンケート調査より) ←
 - ② 静岡県内消費額を算出(①×年間観客数)
 - ③ クラブによる静岡県内消費額を推計
- 3) 上記2)をもとに静岡県産業連関表(一般用37部門)により年間経済波及効果を算出

ホームゲーム年間観客数の推計

	現状(J3)	J2昇格初年度	J1昇格初年度
1試合平均観客数	3,029名	4,089名	11,849名
	2017年実績	2017年実績と初めてJ2に昇格したクラブの初年度増加率から算出	J2の平均値(2017年)と初めてJ1に昇格したクラブの初年度増加率から算出
試合数	16試合	21試合	17試合
年間観客数	48,462名 県内客: 41,871名 県外客: 6,591名	85,869名 県内客: 74,191名 県外客: 11,678名	201,433名 県内客: 174,038名 県外客: 27,395名
	県内客・県外客比率は「Jリーグ スタジアム観戦者調査2017」におけるJ2・J1の平均値から算出		

静岡県内年間消費額の推計

分類		現状(J3)	J2昇格初年度	J1昇格初年度
観客による 県内消費	消費単価(消費のない人も含む)	交通費: 県内客 724円、県外客 7,598円 飲食費: 県内客 1,141円、県外客 3,105円 土産物等: 県内客 76円、県外客 1,075円 宿泊費: 県内客 17円、県外客 2,813円		
	年間消費額	178百万円	316百万円	740百万円
クラブによる 県内消費	クラブ運営に伴う支出(人件費等を除く)	150百万円	286百万円	1,115百万円
	所属選手・スタッフの消費支出	121百万円	206百万円	665百万円
計		449百万円	808百万円	2,520百万円

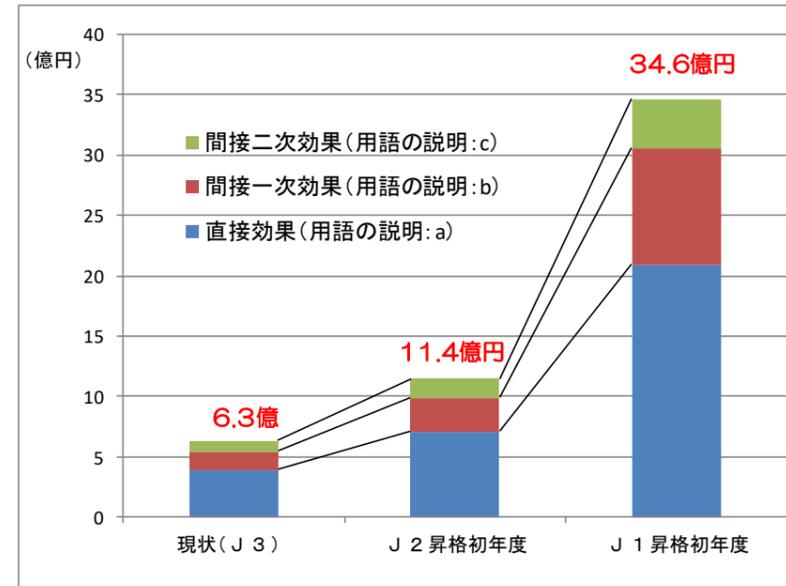
2 経済波及効果(推計)のためのアンケート調査

実施日 2017年12月3日(日) 愛鷹スタジアム(2017年シーズン ホームゲーム最終戦)
配布方法 観客入場時に配布、記述後回収 配布数 1,977名 有効回答数 1,020名

- ◆ 宿泊・観光: 回答者の10.4%が県内に宿泊。20.0%が他の観光地に立ち寄り
- ◆ 平均支出額: 交通費(3,382円)。スタジアムでの飲食費(1,460円)。沼津市内での飲食費(2,995円)。沼津市内でのグッズ・お土産購入費(3,734円)

*調査日の対戦クラブは栃木SC。栃木⇄沼津はアウェイ観戦における平均的な移動距離だと判断し補正は行わず

3 アスクラロ沼津による静岡県内への年間経済波及効果(推計)



* J2昇格初年度: J2に昇格した初年度を想定した推定であり、1試合平均観客数の前提は4,089名と、J2の平均である6,970名を大きく下回っており、J2昇格後の伸びは見込んでいない

* 静岡県HP「統計センターしずおか」で公開されている経済波及効果分析ソフト(一般波及37部門)を使用し算出

アスクラロ沼津とホームスタジアムを核とした静岡県東部のにぎわいづくりに向けた提言

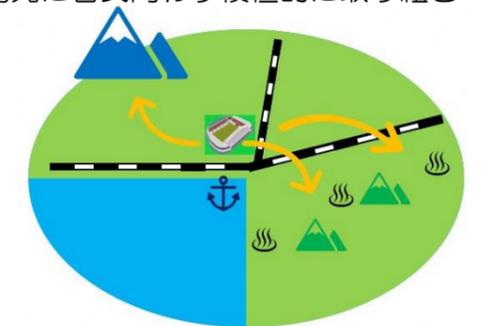
アスクラロ沼津の存在と活躍、及びその拠点となるホームスタジアムを核として、地域のサッカー・スポーツ関連団体、企業・民間団体等、住民、その他さまざまな主体が関与しメリットを享受できる相互の関係性、枠組み(システム)を地域に構築していく必要がある。

【実現のためのキーコンセプト】

- ① クラブへの地域の主体的な応援や関与を一層増やしていく(仲間を増やす)
- ② クラブと地域の目指すべき方向性を一致させる

【具体的項目】

- ① 地域社会・企業等へのメリットの見える化(試合は地域のお祭り、企業の社会的価値向上)
- ② ホームゲームをフックとした周辺地域への観光誘導・消費誘発に官民間問わず積極的に取り組む(アウェイクラブ応援者にとどまらずホームクラブ応援者も)
 - ・ 富士山山麓の体験型観光
 - ・ 東伊豆、中伊豆、西伊豆の温泉地
 - ・ 食
 - ・ 世界遺産やジオサイト
 - ・ 歴史文化スポット



このようなシステムを地域に構築していく過程が、スポーツ庁が提唱している、子供から高齢者まで、様々なスポーツを愛好する人々が、初心者からトップレベルまで、それぞれの志向・レベルに合わせて参加できる「総合型地域スポーツクラブ」の実践へとつながっていくであろう。