

スタジアムへの知覚アクセスが 来訪・周遊行動に及ぼす影響

-周辺施設への交通アクセスと情報アクセスを考慮して-

中村一樹（名城大学）

研究背景

スポーツツーリズム

地域のスポーツ資源と観光資源を連携させ、スポーツイベント参加者の周辺施設の利用を促すことで地域活性化を図る取り組み

地方都市での活用

イベントによる短期的な
経済的効果(観光)

まちづくりと連携した長期的な
社会的効果(生活の質)



試合観戦



中心市街地で街歩き



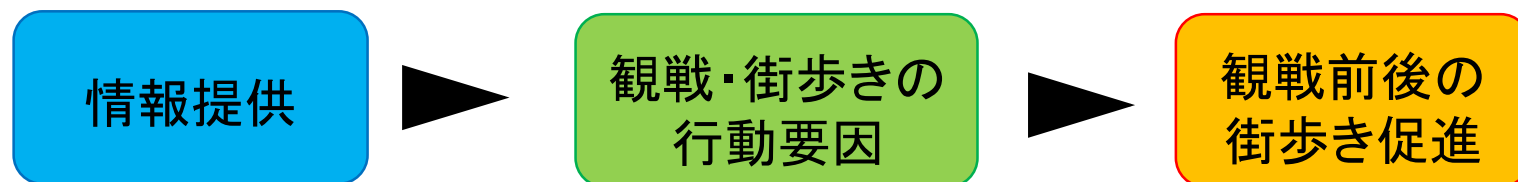
公共交通の利用

先見的な発想であるため情報提供と意識調査が重要

研究目的

スポーツ観戦を通じて中心市街地への街歩き行動を促進する可能性を検証する。

- 観戦と街歩きを促進する**行動要因を整理**する。
- **情報提供**により観戦前後の街歩きの促進へと繋がる**意識構造を分析**する。



研究フロー

1. 文献レビュー

- 観戦・街歩き行動の要因と行動プロセスの整理



2. 観戦・街歩き行動の意識調査

- スポーツツーリズム企画による情報提供
- 観戦・街歩き行動の意識に関するアンケート調査



3. 観戦・街歩き行動の意識構造分析

- 行動要因の因子分析
- 共分散構造分析による意識構造モデルの検証

1. 文献レビュー: 行動要因

観戦の行動要因

- 観光行動と同様に、行動を動機付ける**内的要因 (Push要因)**と目的地の魅力の**外的要因 (Pull要因)**に分類 (Dann, 1981)
- 観戦の行動要因 (前田ら, 2013)
 - Push要因: 「交流」「知識」「逃避」「達成感」「ドラマ」「スキル」
 - Pull要因: 「雰囲気」「パフォーマンス」「施設」

行動要因の項目

- 心的**充足**、**情報量**、**地域愛着** (高橋, 1996)
- **経済要因**、**試合要因**、**人気要因**、**スポーツ要因** (河合, 2008)
- スタジアムへの**アクセス時間**・**距離** (間野, 2011; 泉, 2016)

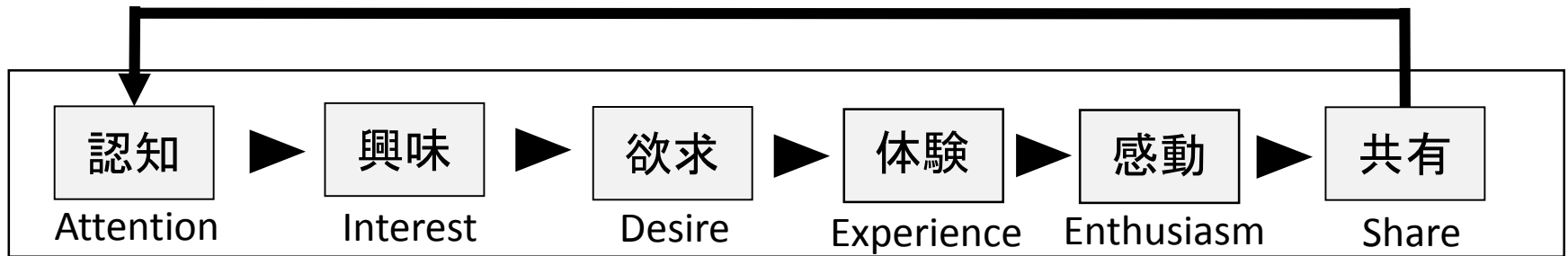
街歩きの行動要因

- 歩行空間の機能は**場 (滞留)**と**リンク (移動)**に分類 (Jones et al., 2007)
- 歩行空間の質の構成要素を**利便**・**安全**・**快適**・**社交性**に整理 (Alfonzo, 2005; 中村ら, 2016)

1. 文献レビュー: 行動プロセス

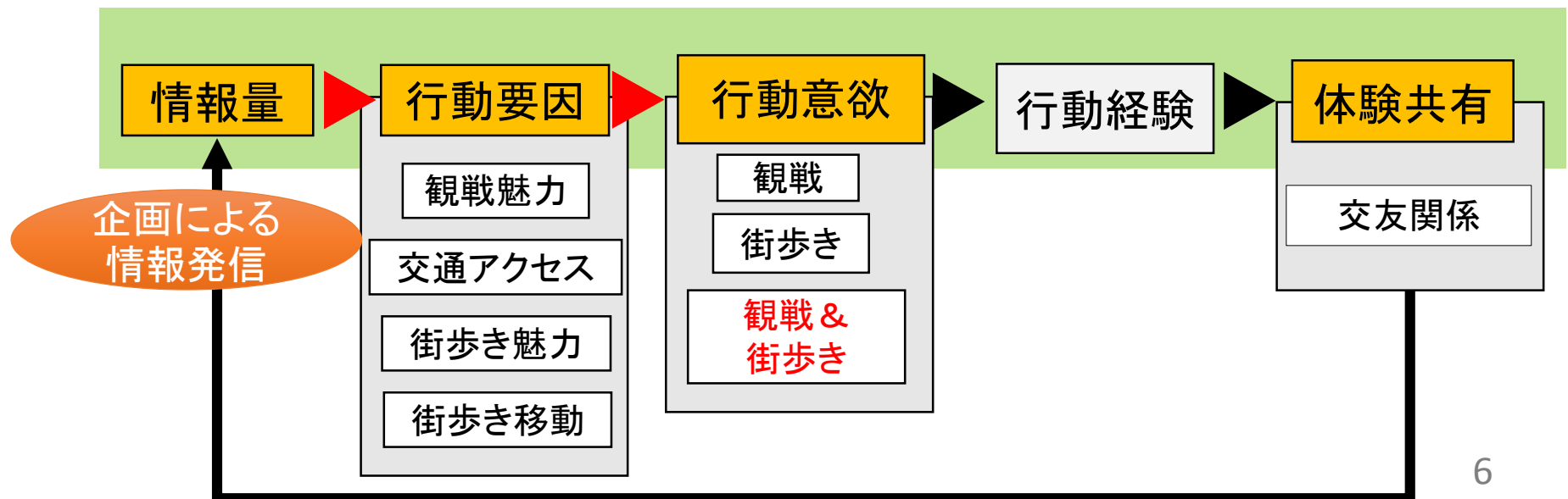
観光・観戦行動の意識構造

AIDEESモデル(片平, 2006)



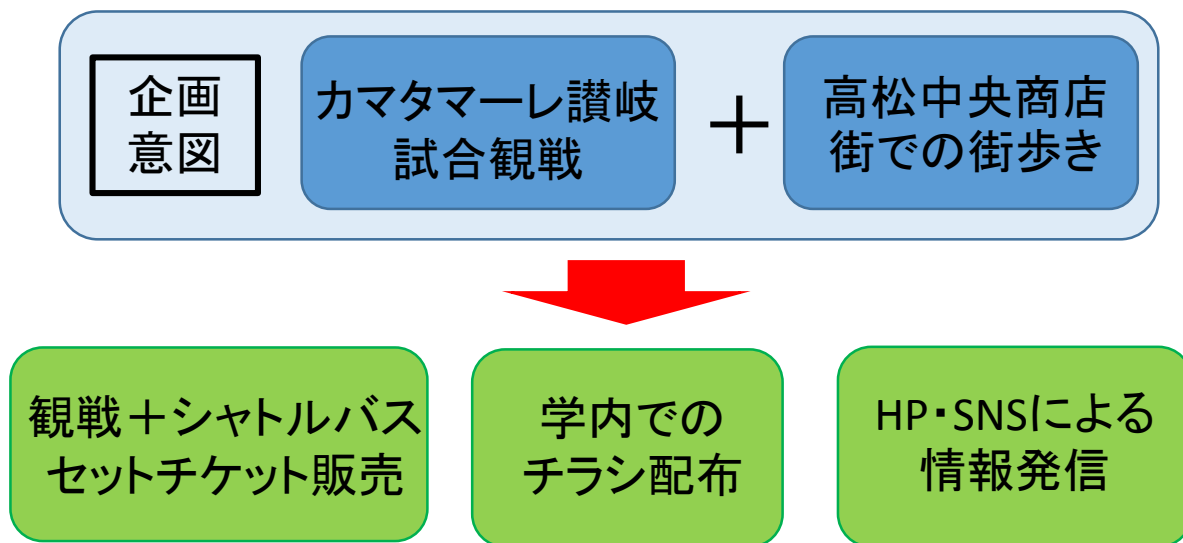
観戦・街歩き行動の意識構造

本研究のモデル



2. 観戦・街歩き行動の意識調査：企画による情報提供

香川大学の学生対象のスポーツツーリズム企画



主な企画

- 企画割引チケット販売(6月京都戦): 参加者5名
- 企画割引チケット販売(6月岡山戦): 参加者10名

その他

- 一般チケット学内販売
- 無料観戦ツアー企画(11月清水戦): 参加者100名強
- 香川オリーブガイナーズ無料観戦チケット販売

企画チラシ

2. 観戦・街歩き行動の意識調査：アンケート調査

調査対象

香川大学工学部の学生101名（企画への参加は問わず）
（カマタマーレ讃岐・香川オリーブガイナーズのサポーター81名）

調査期間

学生調査：11月～12月
（サポーター調査：6月～7月）

質問項目

基本的情報（属性、交友関係、地域愛着、観戦経験、街歩き頻度、等）
観戦と街歩きの情報量（段階評価）
企画の認知度（段階評価）
行動要因に対する選好意識（段階評価）
行動意欲（段階評価）

2. アンケート調査の質問項目

情報量

観戦魅力
交通アクセス
街歩き魅力
街歩き移動

a. 観戦・街歩きの情報

試合・選手(2項目)
スタジアムイベント・アクセス(4項目)
中心市街地の店舗(1項目)
中心市街地のルート(2項目)

選好意識

b. 試合観戦の魅力について

チケット価格・選手(2項目)
スポーツ観戦・地域スポーツが好き(2項目)
観戦中の応援・交流が楽しい(2項目)
自分の街のチーム・スタジアムと感じられる(3項目)

c. 観戦時の交通アクセスについて

交通料金・時間が安く短い(3項目)
交通機関の選択肢が多い(1項目)
交通機関が安全・快適である(2項目)
移動中の雰囲気・交流が楽しい(3項目)

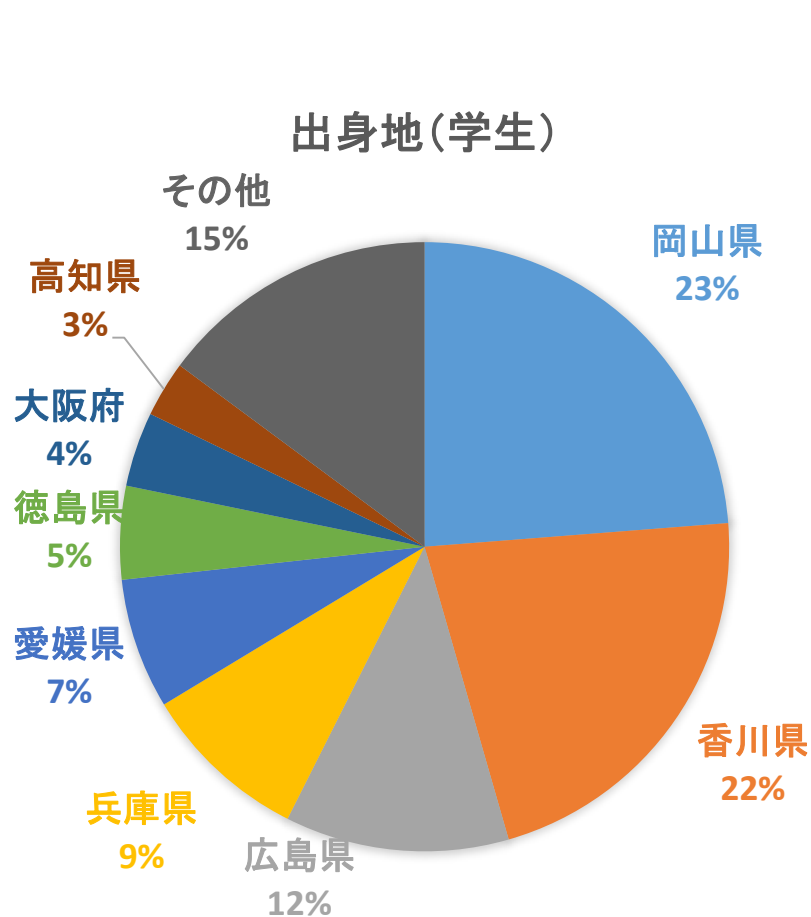
d. 観戦前後の街歩きの魅力について

街に行きたい店舗・場所がある(2項目)
街の雰囲気が好き(1項目)
街での交流・雰囲気が好き(3項目)
自分の街だと感じられる(1項目)

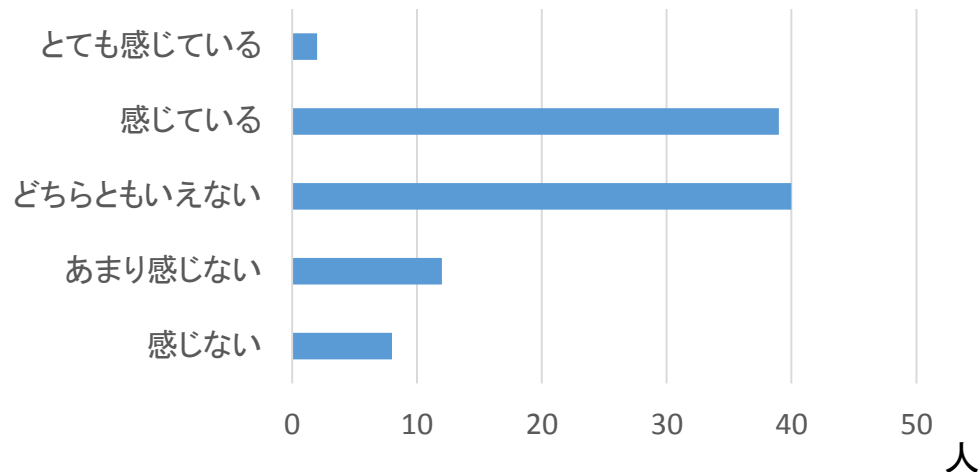
e. 街歩き中の移動について

移動が便利である(5項目)
移動が安全である(1項目)
移動が快適である(1項目)
移動中の交流・雰囲気が好き(2項目)

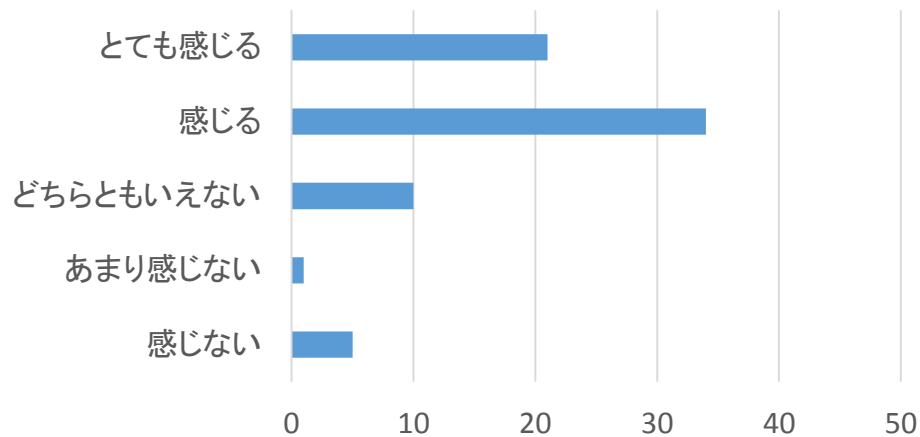
2. アンケートの集計結果(基本的情報:地域愛着)



地域愛着(学生)

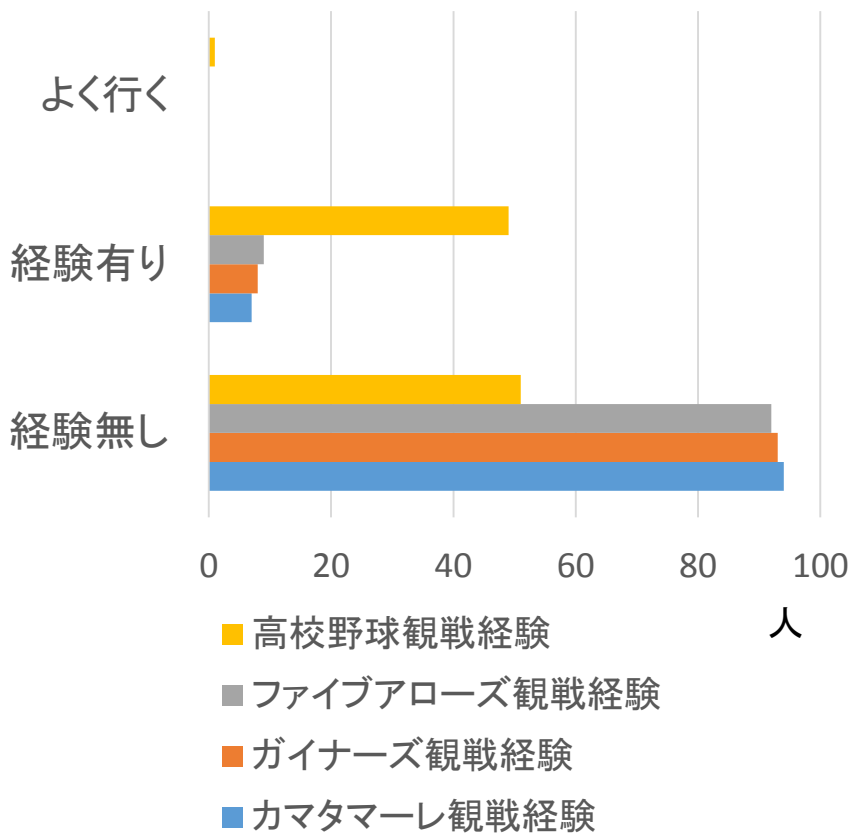


地域愛着(サポーター)

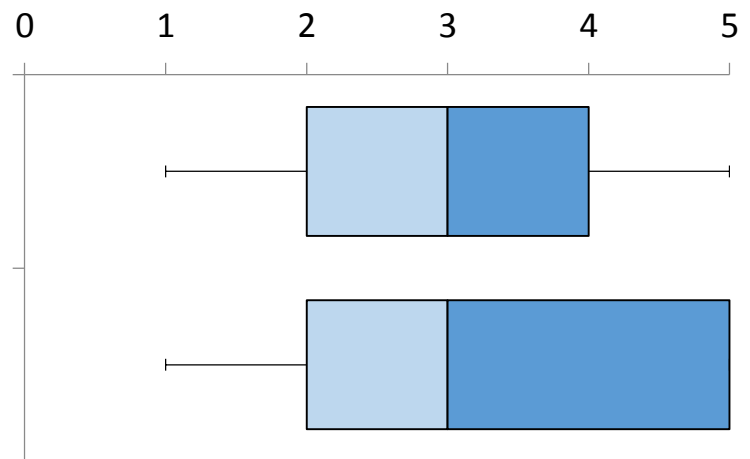


2. アンケートの集計結果(基本的情報:行動経験)

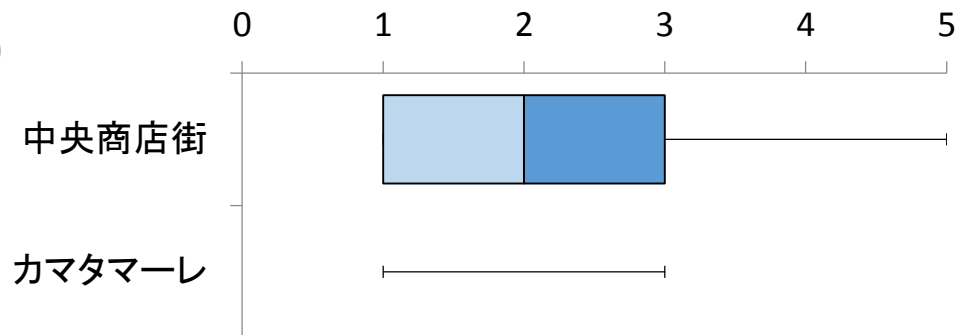
観戦経験(学生)



中心市街地の来訪頻度

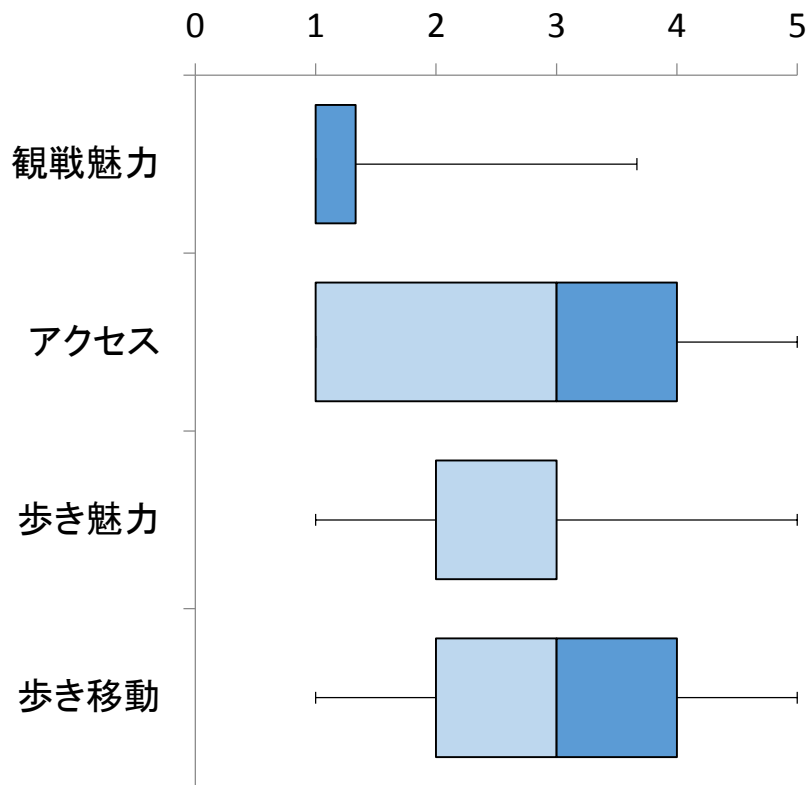


一緒に行ける人(学生)

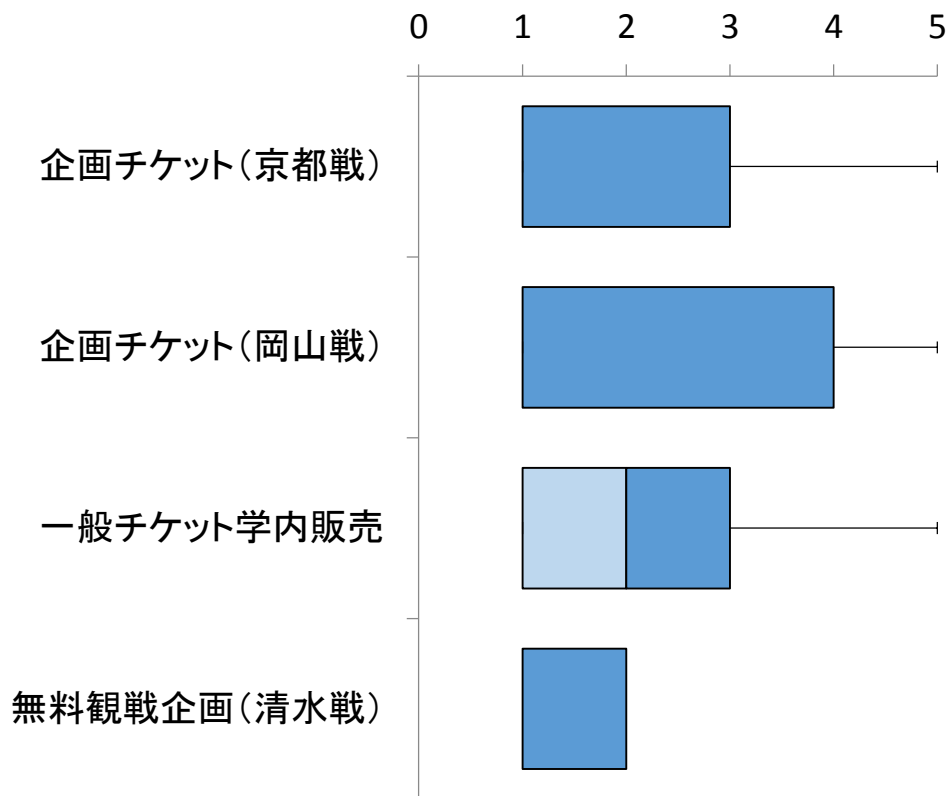


2. アンケートの集計結果(基本的情報:情報)

情報量(学生)

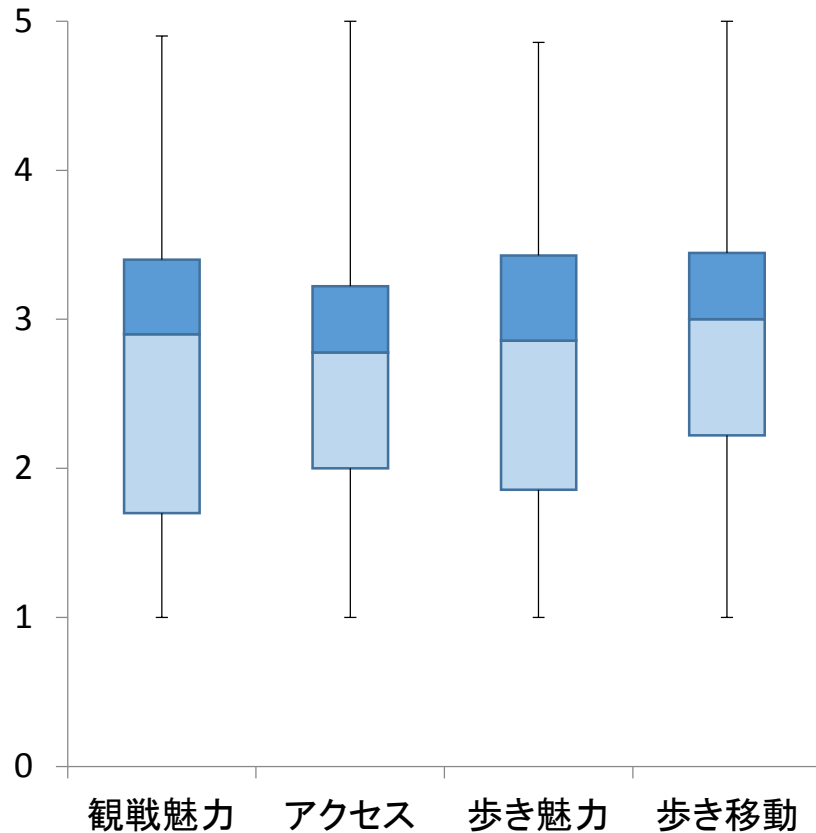


企画認知度(学生)

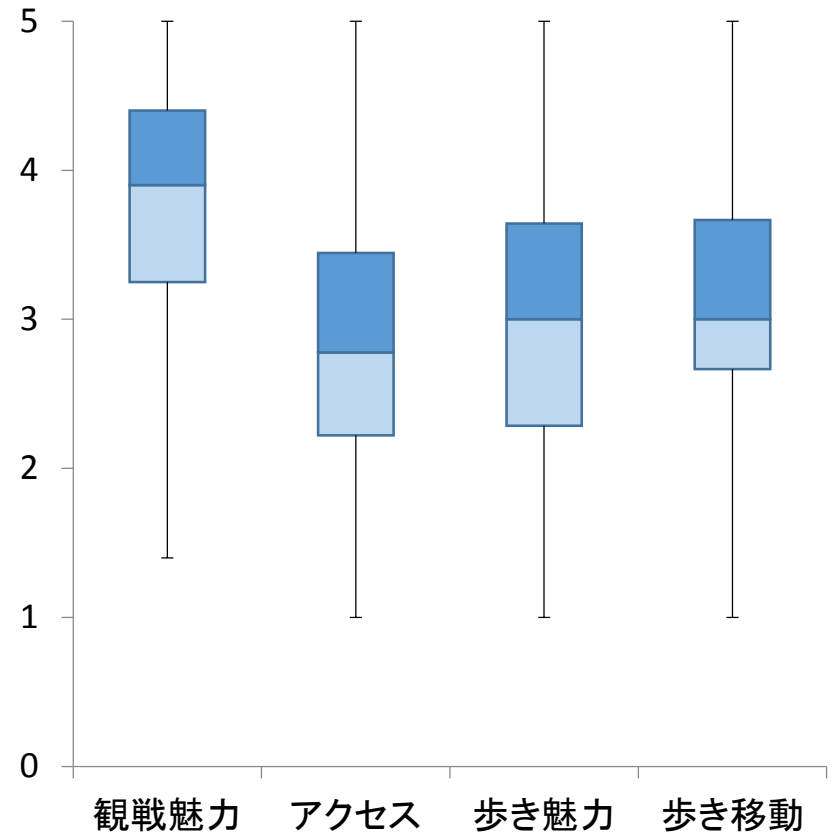


3. 観戦・街歩き行動の意識構造分析: 行動要因の選好

行動要因の選好(学生)



行動要因の選好(サポーター)



3. 観戦・街歩き行動の意識構造分析：因子分析

行動要因の共通的な選好意識（潜在因子）

学生の結果

RMSEA 0.072

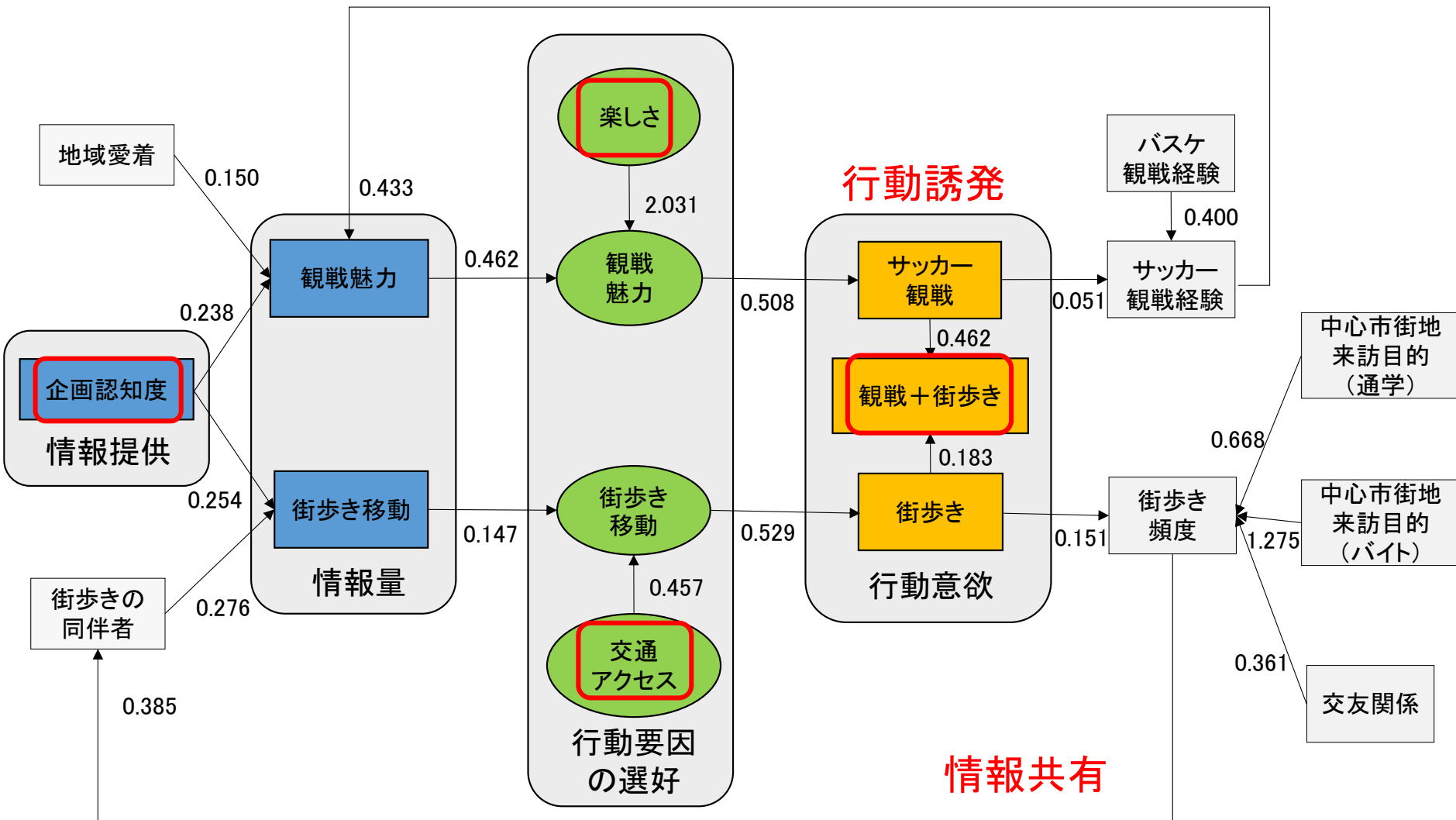
		負荷量
観戦魅力	b2 チーム・選手が好き	0.58
	b3 スポーツ観戦が好き	0.78
	b4 地域スポーツ観戦が好き	0.78
	b5 スタジアムでの飲食・イベントが好き	0.64
	b7 観戦中の応援・雰囲気が楽しい	0.78
交通アクセス	c1 交通料金が安い	0.79
	c2 移動時間が短い	0.84
	c4 スタジアムへ行く交通機関が多い	0.99
	c6 交通機関が快適である	0.54
街歩き移動	e1 駅から街までの移動時間が短い	0.59
	e3 移動の負担（段差・障害）が少ない	0.91
	e7 移動が快適である	0.77
	e9 同伴者との会話が楽しい	0.41
楽しさ	c6 交通機関が快適である	0.45
	c9 同乗者との交流がある	0.72
	d1 街にお気に入りの店舗・場所がある	0.34
	e9 同伴者との会話が楽しい	0.53

サポーターの結果

RMSEA 0.032

		負荷量	
街歩き魅力	d2 街に立寄ろうと思う店舗・場所がある	0.82	
	d3 街の雰囲気が好き	0.81	
	d4 身近な人と街歩きするのが楽しい	0.97	
	d5 街の人との交流がある	0.89	
	d7 自分の街だと感じられる	0.77	
	街歩き移動	e1 駅から街までの移動時間が短い	0.97
		e3 移動の負担（段差・障害）が少ない	0.93
e4 移動ルートが分かりやすい		0.81	
e7 移動が快適である		0.66	
地域愛着	b7 自分の街のチームと感じられる	0.86	
	b8 自分の街のスタジアムだと感じる	0.85	
	b9 自分の街のサポーターと感じられる	0.87	

3. 観戦・街歩き行動の意識構造分析: 共分散構造分析



4. 結論

本研究の成果

- 情報提供や交通整備を通じて観戦前後の街歩きの行動意欲を高めることが可能
- 観戦と街歩きの組合せは相互の行動を促進
観戦は街歩き促進における有用なコンテンツ(目的地)
街歩きは観戦促進に有用な情報発信



短期的なイベントだけではなく地域スポーツと連携した
長期的な都市・交通・情報システムの構築が重要