

サッカーアウェイツーリズムによる地域活性化
—町田ゼルビアを例に—

桜美林大学澤井ゼミ A

○大場南美 磯部幸代 岩下菜摘
加藤梢 眞榮城清子 松田翔子

1. はじめに

平成 24 年に「一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構」が設立されるなど、近年、スポーツツーリズムが注目されている。「スポーツツーリズム推進基本方針～スポーツで旅を楽しむ国・ニッポン～」(国土交通省、2012)によると、スポーツツーリズムとはスポーツを「観る」「する」ための旅行そのものや周辺地域観光に加え、スポーツを「支える」人々や地域連携も付加した旅行スタイルであるとされる。一方、J リーグ理事である傍士氏は、2011 年 9 月 17 日放送の「百年旅行～J リーグのある風景～」という番組の中で、J リーグの「アウェイツーリズム」を提唱している。アウェイツーリズムとは、応援するクラブのアウェイゲーム観戦に伴う一連の旅行観光行為を指す。J クラブから見れば、アウェイゲームにサポーターを送り込む場合(アウトバウンズ)と、ホームゲームに対戦相手のサポーターを迎える(インバウンズ)場合がある。

本研究では、本学が所在する町田市のサッカークラブである FC 町田ゼルビアの経営活性化、町田市の地域活性化、町田市の地域産業振興の 3 つの視点から、サッカーアウェイツーリズムの現状と課題を把握し、FC 町田ゼルビアと町田市において可能性のある、新たなプランを検討する。

2. 調査方法

2.1 観戦者調査

調査日時；2013 年 6 月 30 日(日)／対戦カード；FC 町田ゼルビア VS ソニー仙台 FC／会場；町田市陸上競技場／方法；全 3028 人の入場者のうちホームスタンドの観客 600 名を対象にサンプリング調査(回収 506 名分、回収率 84.3%)／調査項目；アウェイゲームの観戦意図、観戦経験など

2.2 インタビュー調査

調査項目；サッカーアウェイツーリズムについてクラブ・市・旅行代理店それぞれの立場から見た現状や問題点、今後の可能性について／調査対象と調査日時；町田市役所文化スポーツ振興課・産業観光課(8 月 27 日)、FC 町田ゼルビア事業本部(9 月 18 日)、小田急トラベル(8 月 29 日メール回答)、京王観光(8 月 28 日)、西鉄観光(9 月 3 日電話回答)、V・ファーレン長崎事業本部・長崎東京事務所観光物産センター(8 月 11 日)。

3. 調査結果と考察

3.1 アウェイツアーリズムの現状と可能性

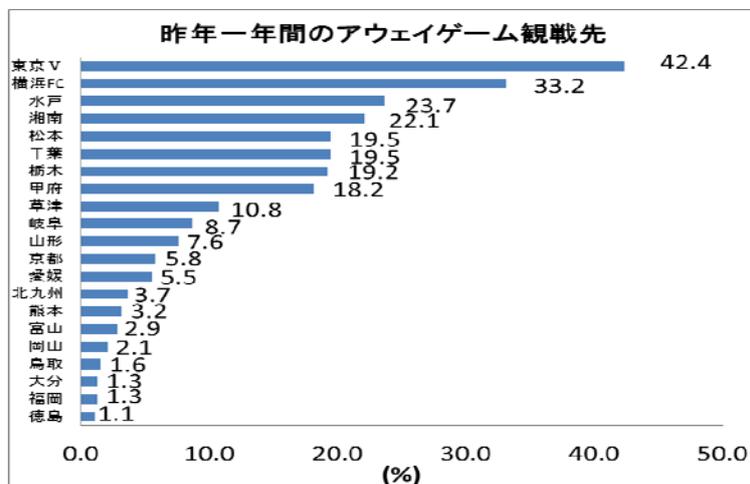


図 1：昨年一年間のアウェイゲーム観戦先

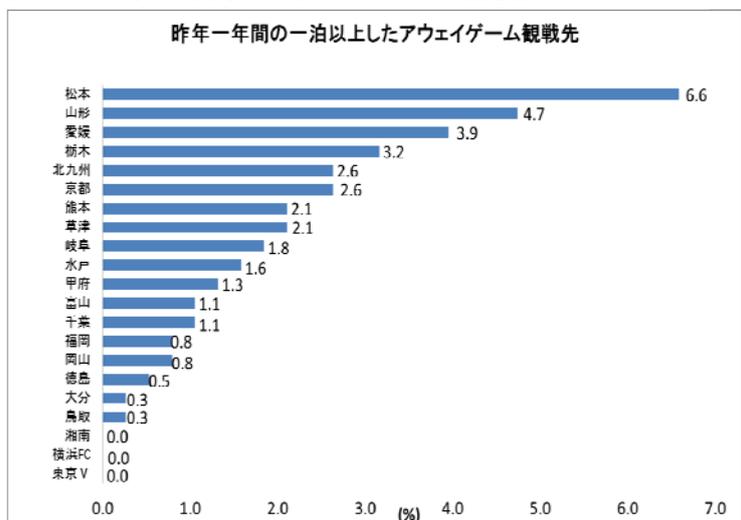


図 2：昨年一年間の一泊以上したアウェイ観戦先

うち 1 泊以上するサポーターはとても少ない。ゼルビアによると、アウェイ観戦ツアー参加者は毎試合平均 100 人程、多い時は 400～500 人だが、バスなどの観戦ツアーを利用する観戦者は少ないという。熱心なファンほど観戦回数が多くなるのでコストを抑え、応援グッズ等を運ぶために自家用車やバイク等で日本中を日帰り観戦に行くという。京王観光によると、時期・距離などでツアー参加すると交通費が高くなる場合は、自力で行動する人が増えるという。ただ、ツアーの申し込みがクラブのホームページからしか行えないことや、コストの問題によりパンフレットやチラシを旅行代理店の店頭には置けないことも集客の伸び悩みに関係している部分であるという。

3.2 FC 町田ゼルビアの経営資源としてのアウェイツアーリズムの可能性と課題

町田ゼルビアへのインタビューによると、アウェイゲームでもホームに近い気分で試合

図は観戦者調査にて行ったアンケートの結果のうちゼルビアファンだと回答した 389 名の回答である。図 1 の昨年一年間に観戦したアウェイゲーム先では、観戦者の 20%以上が関東圏のアウェイゲームに観戦に行っていた。観戦理由をみると、389 名中 101 名が「近いから」と回答していた。

また、町田ゼルビアへのインタビューによると、東京 V や横浜 FC、松本山雅 FC が多いのは、サポーター同士の交流があるためであるということだった。特に松本山雅 FC とは J2 加盟同期のクラブであり、サポーター同士が試合後に懇親会を開くなど交流が活発な点に関係しているという。図からも明らかのように、アウェイ観戦するサポーターの

ができる点で、多くのサポーターが来てくれるのは嬉しいが、アウェイゲームのチケット収入は、ゼルビアの利益にならないため、マーケティングにコストをかけられない。クラブよりもサポーターの自発的行動がアウェイツーリズムを支えているという印象だった。

3.3 地域活性化の資源としてのアウェイツーリズムの可能性と課題

町田市産業観光課によれば、町田市にはこれといった観光資源の特徴がないが、周辺には数多くの観光資源があり、町田駅前を中心に観光のためのハブになるというアプローチも考えられるという。特に、町田市の近隣都市には東京 V、YSCC、SC 相模原、川崎 F など多くのサッカークラブがあることから、周辺自治体や J クラブと連携し、町田がハブ都市として存在することがこの先の地域発展の可能性に繋がるかもと話していた。

3.4 地域産業振興としてのアウェイツーリズムの可能性と課題

町田市には大きなホテルがなく宿泊客を受け入れることができないのが観光面での大きな欠点である。町田ゼルビアによると、現在多くのアウェイサポーターは近隣自治体のホテルを利用しているとのことだった。ホテルが無くてもできるアウェイツーリズムを考えたか、ホテル建設を含めたプランを検討する必要があると思われる。

4. FC 町田ゼルビアと町田市におけるアウェイツーリズムへの提言

4.1 「日帰りお出かけアウェイツーリズム」と「里帰りアウェイツーリズム」

以上のような調査の結果から、町田ゼルビアによるアウェイツーリズム振興のためには、市・クラブ・旅行代理店に加え、サポーター、周辺自治体、周辺 J クラブと連携しあうことが必要であることが考えられた。そこで、「日帰りお出かけアウェイツーリズム」と「里帰りアウェイツーリズム」の 2 つの案を提案したい。

「日帰りお出かけツーリズム」とは、町田市や周辺自治体の住人をターゲットとして、近い場所でのアウェイツーリズムを楽しんでもらうものである。公共の交通機関を利用し、試合観戦のあとに町田駅前でのショッピングや飲食、あるいは手軽な観光資源にアクセスしてもらうものである。

「里帰りアウェイツーリズム」とは、里帰りとサッカー観戦をセットにしたアウェイツーリズムである。アウトバウンズでは町田市民でアウェイクラブのホームタウン出身者をアウェイゲームに誘い、インバウンズでは対戦相手のホームタウンに住む町田市ないし町田市周辺出身者をゼルビアの観戦に誘うものである。町田市における 1 泊以上するアウェイツーリズムの実現という課題を克服し、サポーターの行き来による地域活性化、観戦者の増加の可能性を求める。町田ゼルビアサポーターや町田市民によるアウェイ先の地域活性化と、対戦クラブのサポーターや対戦クラブ都市の住人による町田市の地域活性化を目指す。例えば、V・ファーレン長崎は、東京 V 戦にて観光物産センターの職員が同行していた。東京にいる長崎が故郷の人に帰ってきてもらう、東京の人に今度は長崎に行こうと

思ってもらおうというきっかけ作りのため、街を紹介するチラシを東京 V サポーター向けに 2000 部用意し、長崎の PR 活動を行っていた。また、述べたようにアウェイツーリズムについてはクラブと自治体、サポーター、地元企業、周辺都市や周辺都市をホームタウンにするクラブなど、さまざまなステークホルダーとの連携が重要である。町田市観光コンベンション協会は「2013 年度町田市コンベンション協会事業計画書」中でシティセールスの展開や、FC 町田ゼルビア J リーグ復帰に向けての活動をスポーツツーリズムの展開として掲げていることから、ゼルビアも行政や他のクラブとの連携でアウェイツーリズムの可能性を広げることができると言えるだろう。町田ゼルビアのスポンサーでもある小田急と連携し、箱根・江の島・鶴巻温泉（小田急）・表参道・赤坂（東京メトロ）、周辺都市にあるサンリオピューロランドやよみうりランド等観光拠点へのアクセスを促すといったことも考えられる。これはスポンサーである小田急電鉄への還元としても考えることができるかもしれない。また、2020 年の東京オリンピックに向けて町田市に機能の備わったホテルが整備されれば、町田ゼルビアによるアウェイツーリズムは、その有効活用のための重要なコンテンツになるかもしれない。

4.2 結論

FC 町田ゼルビアの経営活性化、町田市の地域活性化、町田市の地域産業振興の限界はそれぞれ単体では発展が難しいことである。旅行代理店、ゼルビア、町田市、地域、サポーター、周辺自治体、周辺クラブ連携することが重要と思われた。それにより町田市にサッカー観戦による来訪者が増え、食事・交通・観光面で経済効果やシティセールスが期待できると考えられる。「日帰りお出かけアウェイツーリズム」、「里帰りアウェイツーリズム」はそのきっかけとなるモデルケースと言える。

<資料・文献>

傍士銃太「百年構想のある風景」

<http://www.j-league.or.jp/document/hoji/1009-87.html> (9/22)

J リーグホームページ「J クラブ個別経営情報開示資料」

<http://www.j-league.or.jp/aboutj/document/documents.html> (9/22)

観光庁「スポーツツーリズム推進基本方針～スポーツで旅を楽しむ国・ニッポン～」

<http://www.mlit.go.jp/common/000160526.pdf> (9/22)

町田市観光コンベンション協会「2013 年度町田市観光コンベンション協会事業計画書」

小田急電鉄 <http://www.odakyu.jp/> (9/22)