

観戦行動に見る生活上の意味とまちへの影響 ーまちづくりシーズとしてのサッカー研究(1)ー

Activities After Watching Soccer Game in Home Town
ーStudy of football-Soccer for Seeds of Town Revitalization(1)ー

プロジェクト代表者：梶島 邦江（教養学部教授）
Kunie KAJISHIMA (Prof. Faculty of Liberal Arts)

1. 研究背景と目的

さいたま市は基礎自治体としては唯一J1クラブを二つもち、国内最高のサッカー専用スタジアムもあり、また市内には60を超えるサッカー少年団が存在するなど、サッカーに関しては特殊な条件をもつまちである。そのため、さいたま市は総合計画にも「サッカーのまちさいたま」を標榜し、地元商工会も商業活性、観光のリソースとしての強い期待を寄せてもいる。しかし多くの市民にとっては未だに「『サッカー好き』のためのもの」であり、また商店にとっても「ごく一部の店だけが恩恵を受けるもの」にしか過ぎない。これを「サッカーはさいたまにとっての貴重な生活・文化・産業シーズ」と広く市民とともに認め、その可能性を最大限生かしあっていくことが、以前から埼玉都民と呼ばれ、今また四市合併によってさらにまちに対する帰属感を薄れさせた市民が、より豊かな市民生活を送る上にきわめて重要なのではないだろうか。

そこで本研究プロジェクトは 1) サッカーがさいたまの地域文化であることを歴史的、社会的に検証 2) サッカーの文化的価値を高めていくための方策を、空間・機会・情報づくりの観点から検討 3) そのいくつかの試行実験を行いながら、サッカーをシーズとしたまちづくりの実現を図ることを目的としている。

平成18年度は、どのような人がサッカー観戦に訪れるのか、サッカー観戦後に地域でいかなる活動をしているのかを、観戦者調査を通して明らかにしながら、サッカーのもつ地域社会・経済的意味を探っていくこととした。

2. 観戦者調査概要

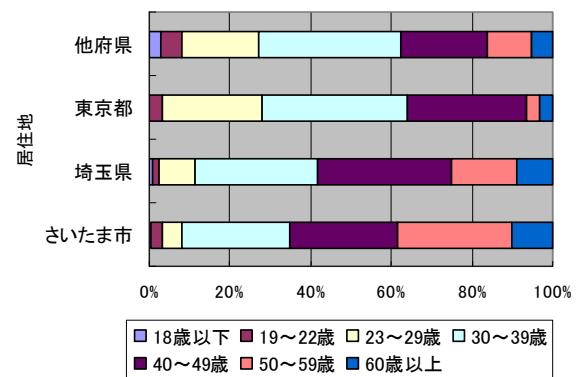
調査の対象は、2005年10月22日（土）15時開始の「大宮アルディージャ対浦和レッドダイヤモンズ」を埼玉スタジアム2002で観戦した人（観戦者数30,038人）である。調査方法は、試合開始前に調査表を配布し、郵送もしくはE-mailで回収を行った。調査内容は二部で構成されており、第一部では基本属性、サッカー属性を、第二部では観戦後帰宅するまでの行動を場所、活動、時間、共同行為者、消費金額として尋ねた。配布数は1857通、回収数は郵送/507通、E-mail/5通で合計512通を用いて分析を行った。

3. 試合観戦者の属性

Jリーグの試合観戦者層は、Jリーグ開幕の影響を強く受けた現在30代、40代が中心となっている。観戦グループは少人数であり家族と試合観戦をする人の割合が5割弱を占めている。地理的な広がり、さいたま市を中心に関東で広く分布する一方でさいたま市に分布が多いことから地元で支持が高いことが分かる。

ホームタウンであるさいたま市に居住する人の特徴を明らかにするために居住地別にみると、さいたま市民では年齢構成は50代にピークがあり、30代～50代で全体の約8割を占める。埼玉県外の地

図1 居住地別観戦者年齢構成



域と比べると50代の多さが突出しており、23～29歳が極端に少ない。さいたま市以外の埼玉県民はその中間的な構成となっている。同伴者構成は、さいたま市は他地域に対して夫婦の割合が大きな値を示している。また親子が埼玉県について割合が大きい。この夫婦と親子を合わせて家族として再集計すると、さいたま市の割合がもっとも高く、ホームタウンほど家族で試合観戦する人が多いことが分かった。

4. 試合観戦後の行動

試合観戦後に帰宅までに外食を始めとしてなんらかの活動を行っている人が6割弱いる。活動はスタジアムがあるさいたま市とその隣接する自治体で多く、その場所は主に帰宅の経路地である。活動でもっとも多いのが外食で約30%、ついで買い物の15%である。活動に要した費用は、活動者平均では2,763円。外食が1,909円であるのに対して買い物が3,214円と消費金額が大きい。活動に要した時間の行為者平均は89.1分。外食が92.9分、買い物29.8分である。

観戦後、まっすぐに家に帰る人の多さと、何らかの活動を行っている人の多くも2000円から3000円程度の外食と買い物であることを考えあわせると、さいたま市民にとってのサッカー観戦は、日常的な行動、特殊な休日の過ごし方ではなくありふれた日常の一コマとなっているといつてよい。そしてこのことこそが、サッカーが市民文化として定着しつつある証ともいえる。

それぞれのクラブのホームタウンの中心地である大宮と浦和では特に多くの活動が行われている。大宮では活動の半数が大宮駅構内に集中しており、中でも駅中（えきなか）にあるエキュート大宮の利用が多い。残りの半数も駅周辺のそごうなどの大型施設で行われる傾向が強く、埼玉スタジアムでの試合では大宮駅は経路地となり、街として試合観戦者を受け止められていないことが分かった。

一方、浦和でも駅前の伊勢丹からイトーヨーカドーにかけての地区に活動場所が集中しており、活動が一番多く行われている場所は伊勢丹である。しかし伊勢丹の裏の飲食店が多く集まっている地区では、外食が盛んに行われている。また浦和レッズサポーター、ファンが集まる店もここにあり、試合後に観戦者が集まる拠点の様な働きをしている。しかし活動のほとんどは西口で行われており試合観戦者が集まる範囲は限られている。

今後、大宮において試合開催の影響を街へ波及させていくことが必要だが、それには試合観戦者が集まり、語り合えるような拠点施設が欠かせない。一方の浦和はより広い範囲に試合開催の影響を波及させていくことが課題となるが、そのためには新たな拠点を、東口などに設けることなどが考えられていかなければならない。

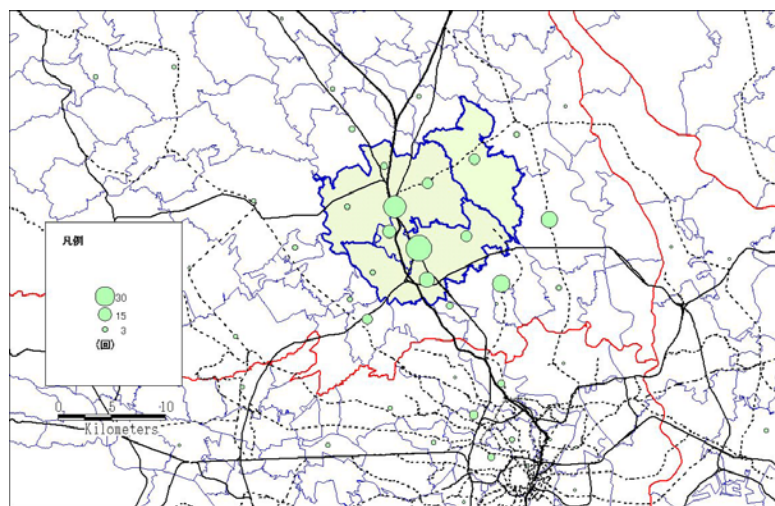


図2 自治体別観戦後行動の出現回数（全ての活動）

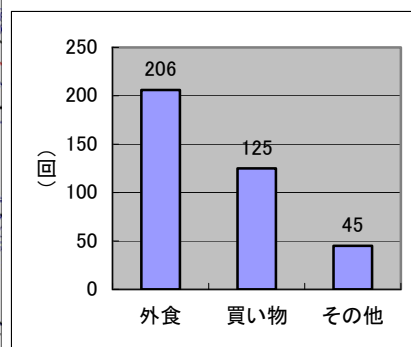


図3 試合観戦後の行為別活動