

Jリーグの試合観戦者を対象としたモビリティ・マネジメントーファジアーノ岡山を対象として

谷本翔平¹, 氏原岳人¹, 高岡敦史², 谷口雄一郎³

(¹岡山大学大学院環境生命科学研究科, ²岡山大学大学院教育学研究科, ³国土交通省中国地方整備局岡山国道事務所)

研究背景と目的

郊外部に建設されることの多いスタジアム
→近年は都心部への建設を検討するケースもある
(例)広島市の新サッカースタジアム構想



▲シティライトスタジアム
(出典: JリーグHPより)

都心部で渋滞や違法駐車等の問題が起こる可能性

ファジアーノ岡山の試合観戦者を対象

- 岡山市中心部にスタジアム
- 毎試合1万人程度が来訪



▲岡山駅とシティライトスタジアムの位置関係

目的

スポーツ観戦者を対象としたMMの実施と効果検証

2017年度の施策: Project11

- 2016年7月
主に岡山大学、国土交通省岡山国道事務所、(株)ファジアーノ岡山の3者からなる『人・地域・地球にやさしいアクセスのためのファジアーノプロジェクト実行委員会』を発足

- 2016年9～10月
来場手段の実態等の事前調査を実施

- 2017年8～9月
Project11の実施



- 2017年10月
施策による効果検証のための事後調査を実施

自動車来場者へのアプローチ

これらを1497部配布し、361部の返信があった(返信率: 24.1%)



▲行動プラン票



▲行動プラン票の配布風景



▲プロジェクトリーフレットとバスマップ

全観客へのアプローチ

ファジウォーカーとは?

公共交通・自転車・徒歩などのやさしいアクセスでホームゲーム時にスタジアム周辺を訪れる人
バッジはファジウォーカーのブランディングのために作成



▲ファジウォーカー認定バッジ

デザインチームを発足させ、自動車を使わないことがかっこいい、オシャレである、ファジウォーカーであることが誇らしい、楽しいと思わせるブランディングを行った

不特定多数へのアプローチ



▲Webサイト



▲プロモーション動画



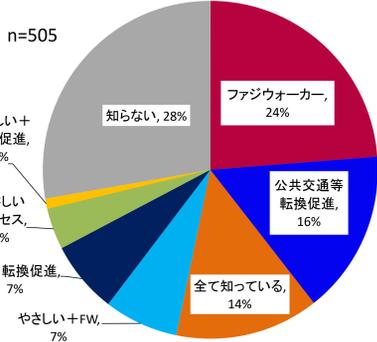
▲国道情報板での意識啓発

目を引くようなWebデザインやオシャレなPVで周知

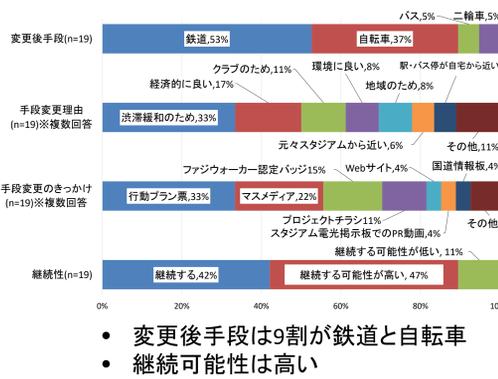
2017年度の施策による効果



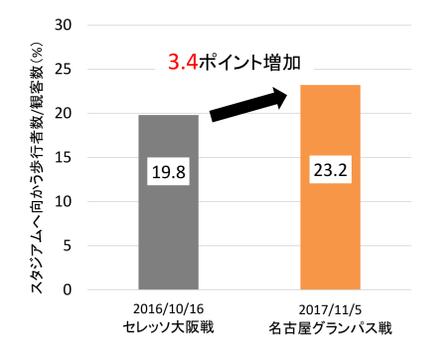
▼試合観戦者のプロジェクト認知度



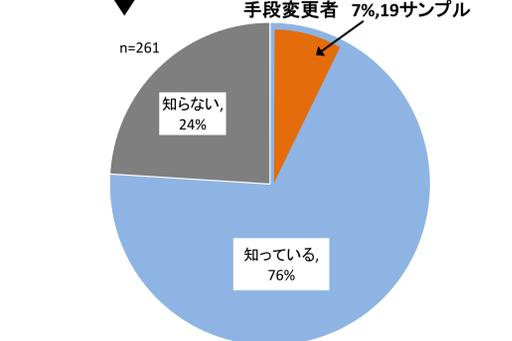
▼手段変更者の各回答



▼施策実施前後における駅-スタジアム間の歩行者の割合

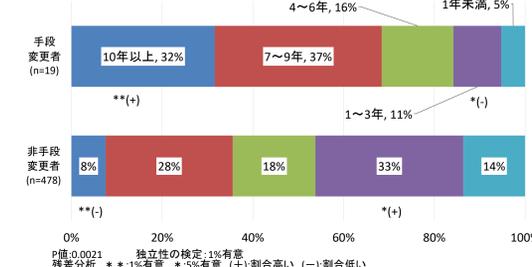


自動車来場者のプロジェクト認知度とプロジェクトきっかけの手段変更者の割合

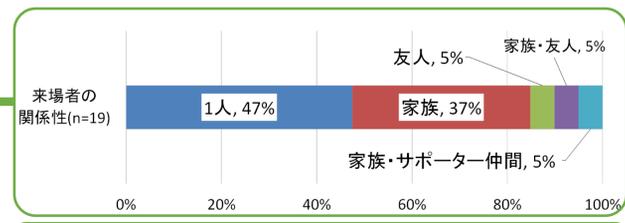


- プロジェクト認知者に限定: **10%**
- 1試合当たり推定141台, 420名の自動車来場を削減

▼手段変更者と非手段変更者のサポーター歴



▼手段変更者と共に来場した人との関係性



2018年度に向けた課題
1人での来場者の手段変更が目立った
→家族層の手段変更の増加が必要

2018年度の取組について

2018年度は家族層の手段変更の増加に取り組む

2018年度新たに行う取組

- 家族でファジウォーカーになりたい・ファジウォーカーを楽しむ
ファジウォーカーコンセプトブックを作成
- サポーターが考えた標語を国道情報板へ掲載
- JR西日本と連携し、駅構内や車内で周知

2018年度の目標

渋滞の緩和
自動車来場者のうち、**2割の手段変更**

地域の賑わい
プロジェクトによる
経済効果の算出



▲ファジウォーカーコンセプトブック