

ファジウォーカープロジェクト

岡山大学氏原岳人研究室・岡山大学高岡敦史研究室・国土交通省中国地方整備局岡山国道事務所・(株)ファジャーノ岡山スポーツクラブ・西日本旅客鉄道(株)岡山支社・岡山電気軌道(株)・両備ホールディングス(株)両備バスカンパニー・(株)iプランニングKOHWA・HIDETO SATO DESIGN

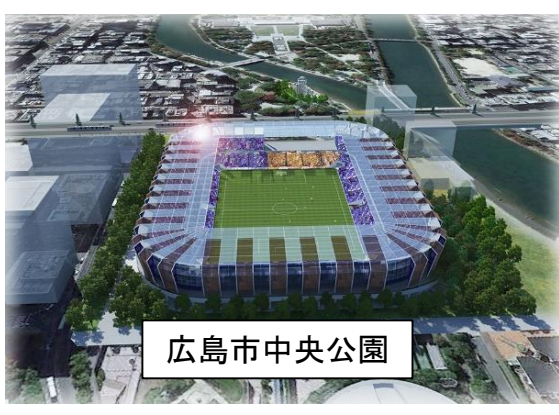
①研究背景と目的

中心市街地でのスタジアム建設

郊外に建設されることの多いスタジアム

→近年は**中心市街地への建設**を検討するケースもある

例) サンフレッチェ広島
新サッカースタジアム構想
▼(出典:JリーグHPより)



京都サンガF.C.
新スタジアム開業(2020年)
▼(出典:京セラHPより)



中心市街地で**渋滞や迷惑駐車等の問題**が起こる可能性

～研究の目的～

スポーツ観戦者を対象としたMMの実施と効果検証

対象



J2 リーグ所属 **ファジャーノ岡山**

- 岡山市中心部にホームスタジアム(シティライトスタジアム)を構える
- 2019年の平均来場者数は9,444人

国道53号 **慢性的な渋滞**

□ 平均渋滞長
非試合日 約 0.6km
試合日 約 1.4km



▲シティライトスタジアム
(出典:JリーグHPより)

□ 周辺店舗への**迷惑駐車**

※2016年調査
(国土交通省岡山国道事務所)



▲ファジャーノ岡山試合日の国道53号



▲スタジアム周辺地図

②プロジェクトの概要

2016年7月

人・地域・地球にやさしいアクセスのためのファジャーノプロジェクト

通称: **ファジウォーカープロジェクト** 設立

※岡山大学と国土交通省中国地方整備局との包括的連携・協力に関する協定書に基づく

- 目的
- 交通渋滞、駐車場問題の緩和
 - 地元消費の増加
 - 健康増進
 - 環境負荷の低減

**スポーツ観戦に
新たな価値を付与**



▲プロジェクトのブランドロゴ

2016年9～10月

来場手段の実態等の事前調査を実施

2017年8月～2019年

project11を実施

施策による効果検証のための事後調査を毎年実施

2020年4月～

※おかやまスポーツプロモーション機構(SPOC)事業の一環として継続

ファジウォーカー(FAGI WALKER)

「ファジャーノ岡山」+「ウォーカー(歩く人)」

徒歩や自転車、公共交通などの人・地域・地球にやさしい
アクセス手段によってホームゲーム時にスタジアム周辺を訪れる人

▼メンバーの構成

岡山大学

ファジャーノ
岡山

まちづくり
団体

- 岡山プロスポーツ文化
まちづくりサークルSCOP
- 株式会社iプランニング KOHWA
- HIDETO SATO DESIGN

クリエイティブ
チーム

国土交通省
岡山国道事務所

鉄道・バス
事業者

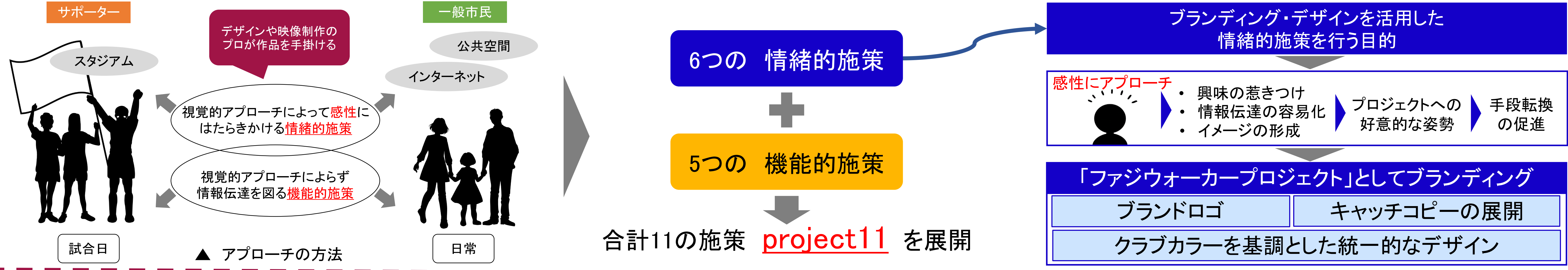
- 西日本旅客鉄道株式会社
岡山支社
- 岡山電気軌道株式会社
- 両備ホールディングス株式会社両備バスカンパニー

▼アプローチの対象



感性に働きかける情緒的アプローチにより、行動変容を促す目的

③実施施策の概要



6つの 情緒的施策

コンセプトブックや
ファジウォーカー認定バッジの製作・配布

駅舎、鉄道・バス路面電車での広告展開

特製バスマップ及びバス利用促進リーフレットの作成、
ファジバス運行ルート沿線での配布

ファジャーノラッピングバス(ファジバス)の
内装リニューアル及び試合時刻に合わせた運行

サポーター向け 一般市民向け

プロモーション動画を用いた
スタジアムの電光掲示板等によるPR

スタジアムでのプロジェクト横断幕の掲出



▲ 家族を題材としたコンセプトブック



▲ ファジウォーカー認定バッジ



▲ ファジバスリーフレット



▲ 内部を新たに装飾したファジバス



様々なツールでブランディング・デザインを展開

5つの 機能的施策

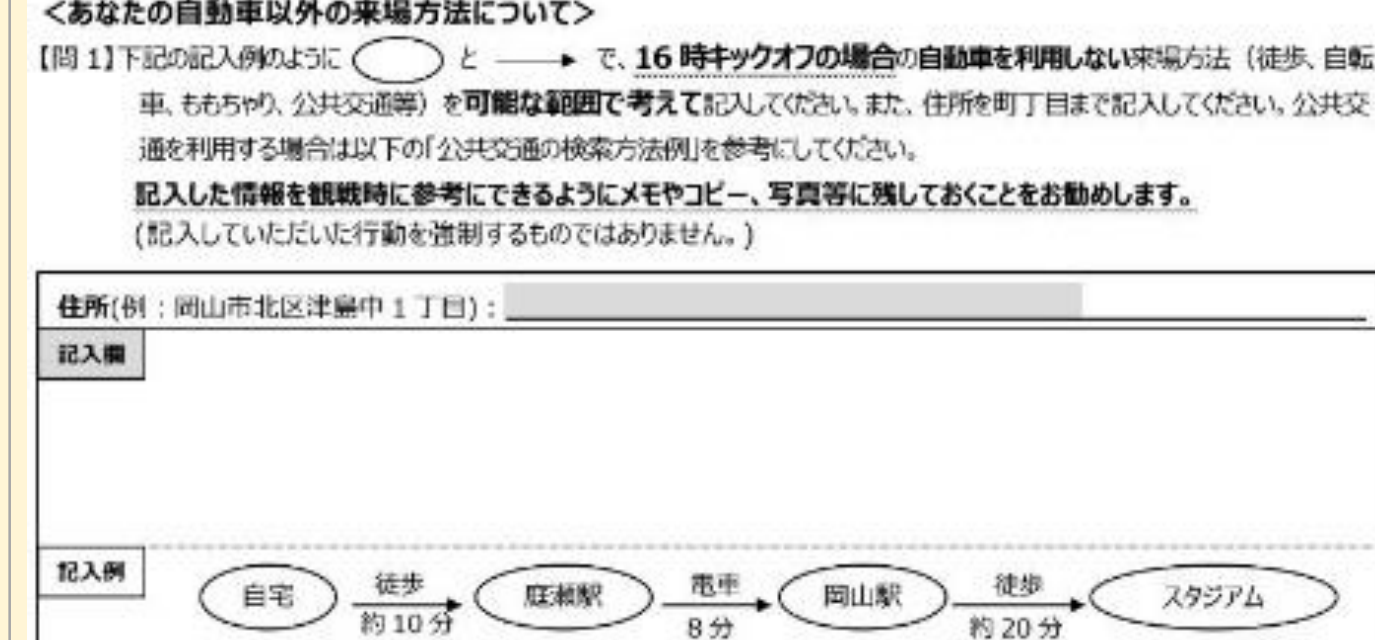
行動プラン法によるワンショットTFP

スタジアムでのブース出展

地元商店街でのイベント開催

国道情報板を用いた標語の掲示

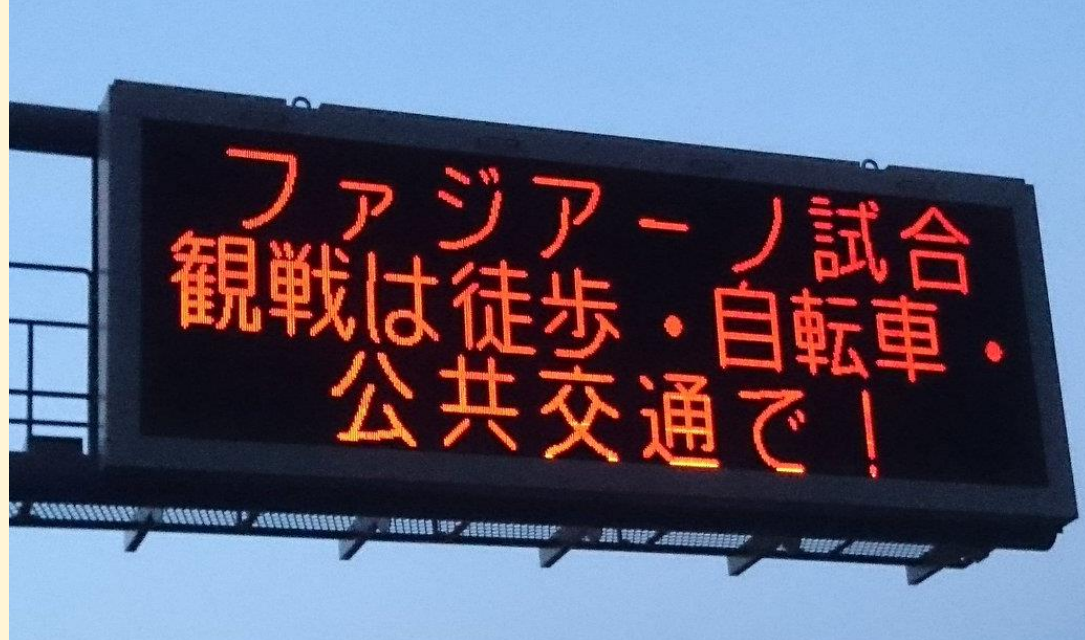
プロジェクトHPやSNSの開設・展開



▲ 行動プラン票



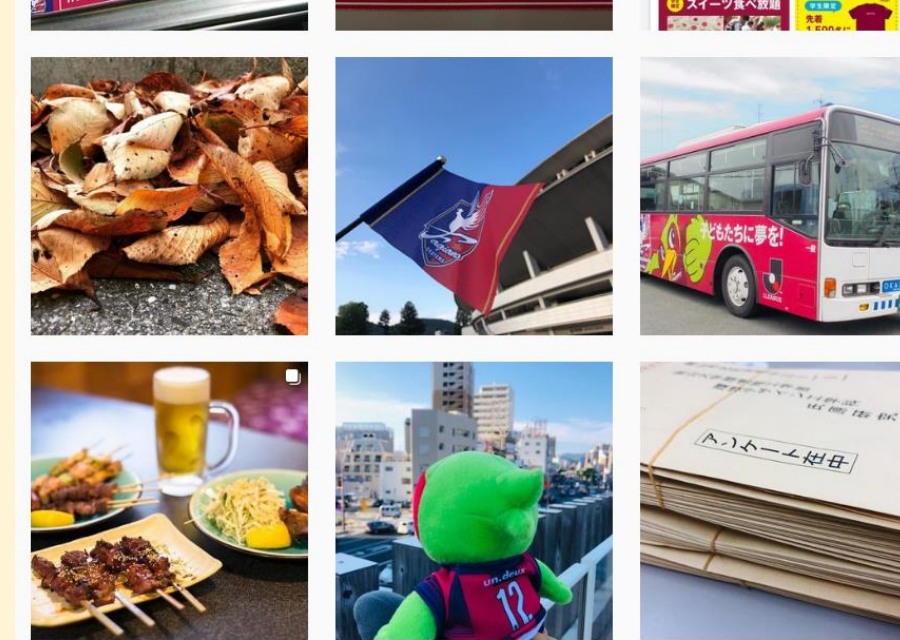
▲ 行動プラン票の配布



▲ 国道情報板を用いた標語の掲示



▲ プロジェクトHP



▲ プロジェクトInstagram



▲ スタジアムでのブース出展

④効果検証の結果

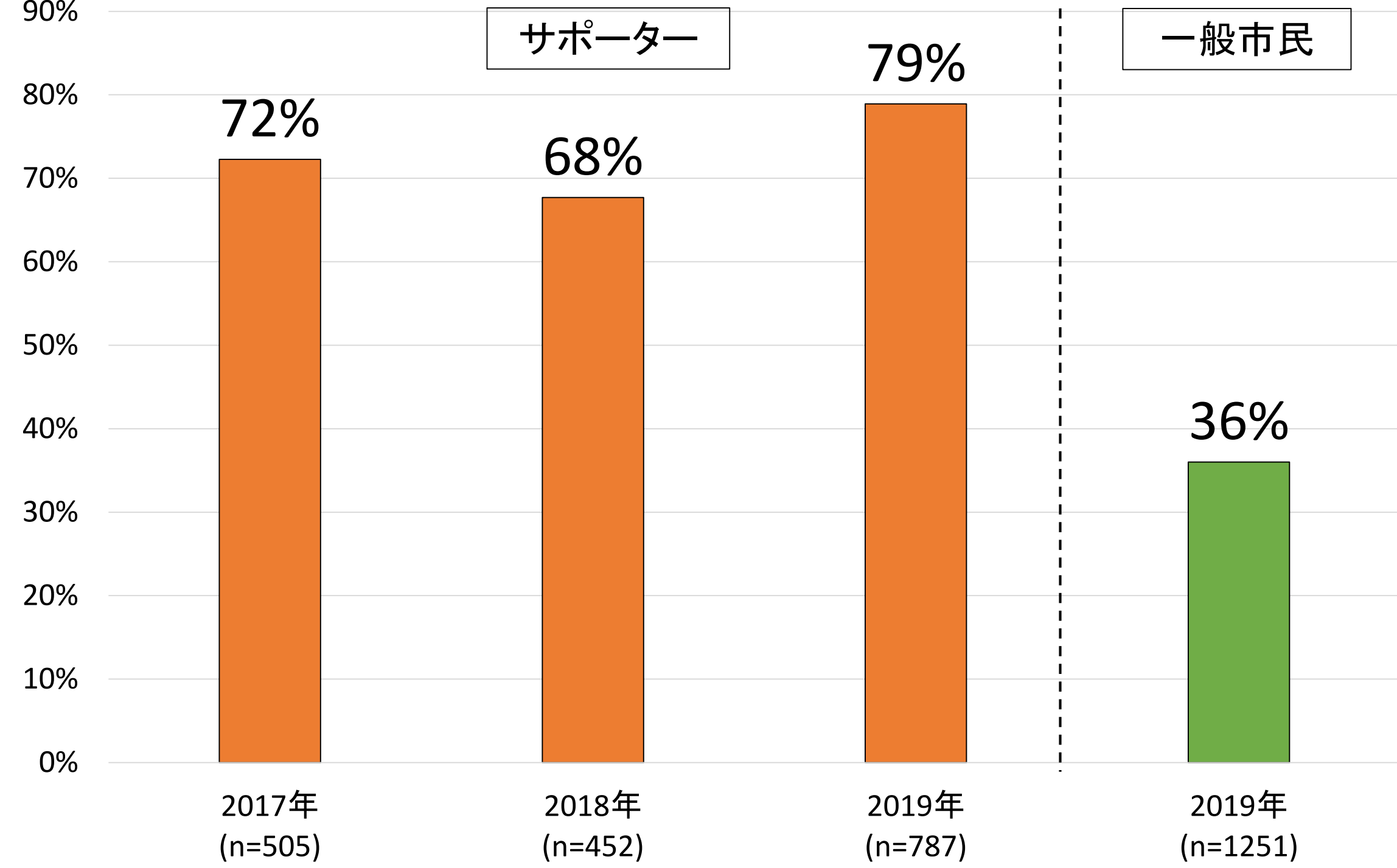
▼ アンケート調査の概要

	サポーター向け			一般市民向け
調査方法	調査員による聞き取り方式			Web方式
調査日	試合開催日			2019年 11月27日(水)～ 11月28日(木)
	2017年 10月1日(日)	2018年 10月21日(日)	2019年 10月20日(日)	
調査場所	岡山県総合グラウンド			
調査対象	岡山県在住のファジアーノ岡山戦観戦者			岡山市居住者
	交通行動の実態			プロジェクト イメージ
主な調査項目	プロジェクト認知の有無			
	交通手段転換の有無			
	観戦者の個人属性			
有効サンプル (回収サンプル)	506サンプル (520サンプル)	453サンプル (456サンプル)	787サンプル (810サンプル)	1300サンプル (1300サンプル)

▼ 歩行者・自転車通行量調査の概要

調査方法	カウンターを用いた人手計測				
調査日	試合なし	試合あり			
	2016年 10月30日(日)	2016年 10月16日(日)	2017年 11月5日(日)	2018年 1月17日(日)	2019年 11月16日(土)
調査場所	岡山市北区清心町交差点の3地点				
調査対象	調査断面を通過した歩行者・自転車				

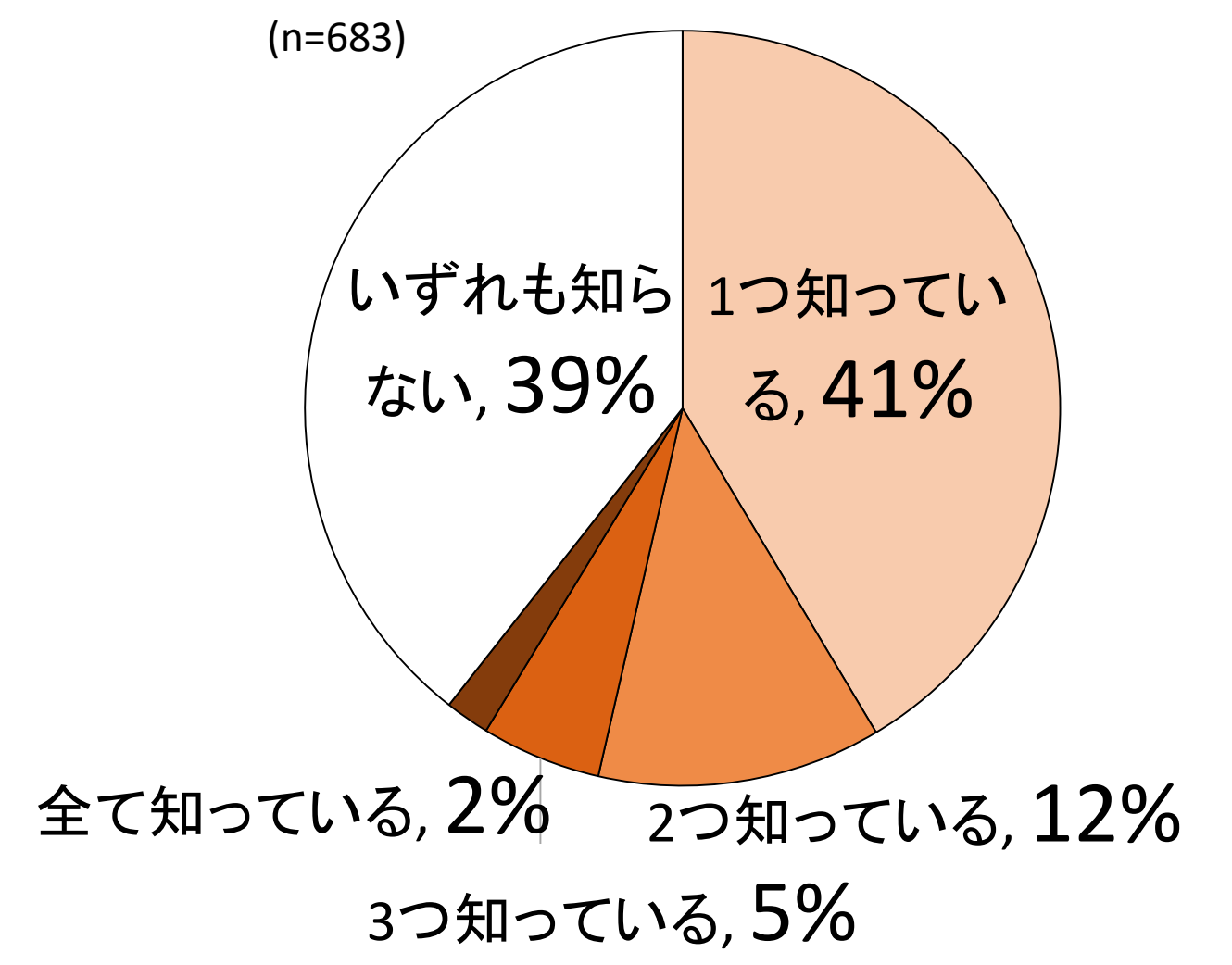
▼ プロジェクト認知率



キャッチコピーの展開

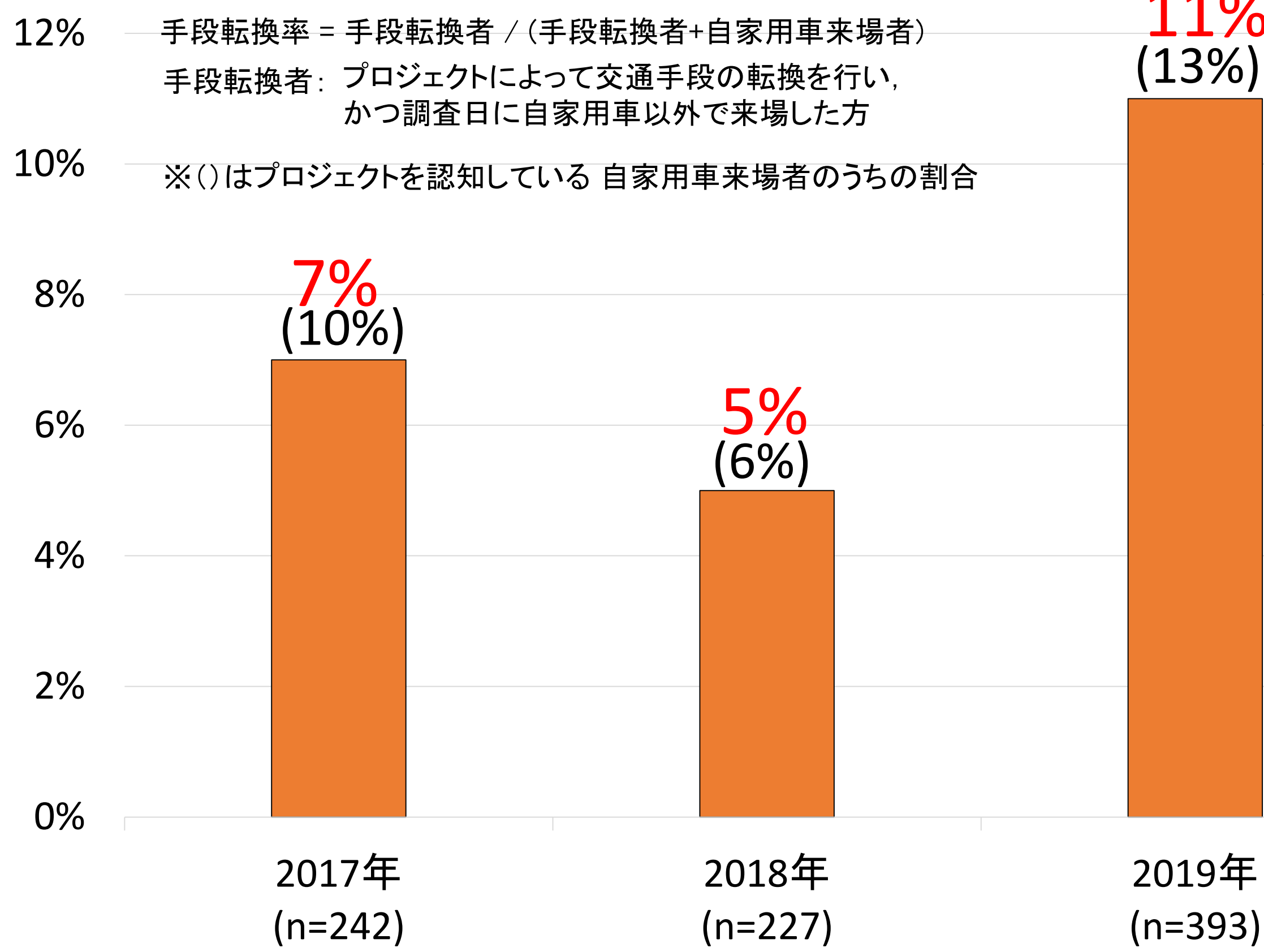
- Love=FAGIWALKER
- もはや、これは愛。
- ぼくらの歩みは、選手の勇気になる。
- スタジアムまで約20分。きみとおしゃべりするにはやや短い。

▼ サポーターによるキャッチコピーの認知率

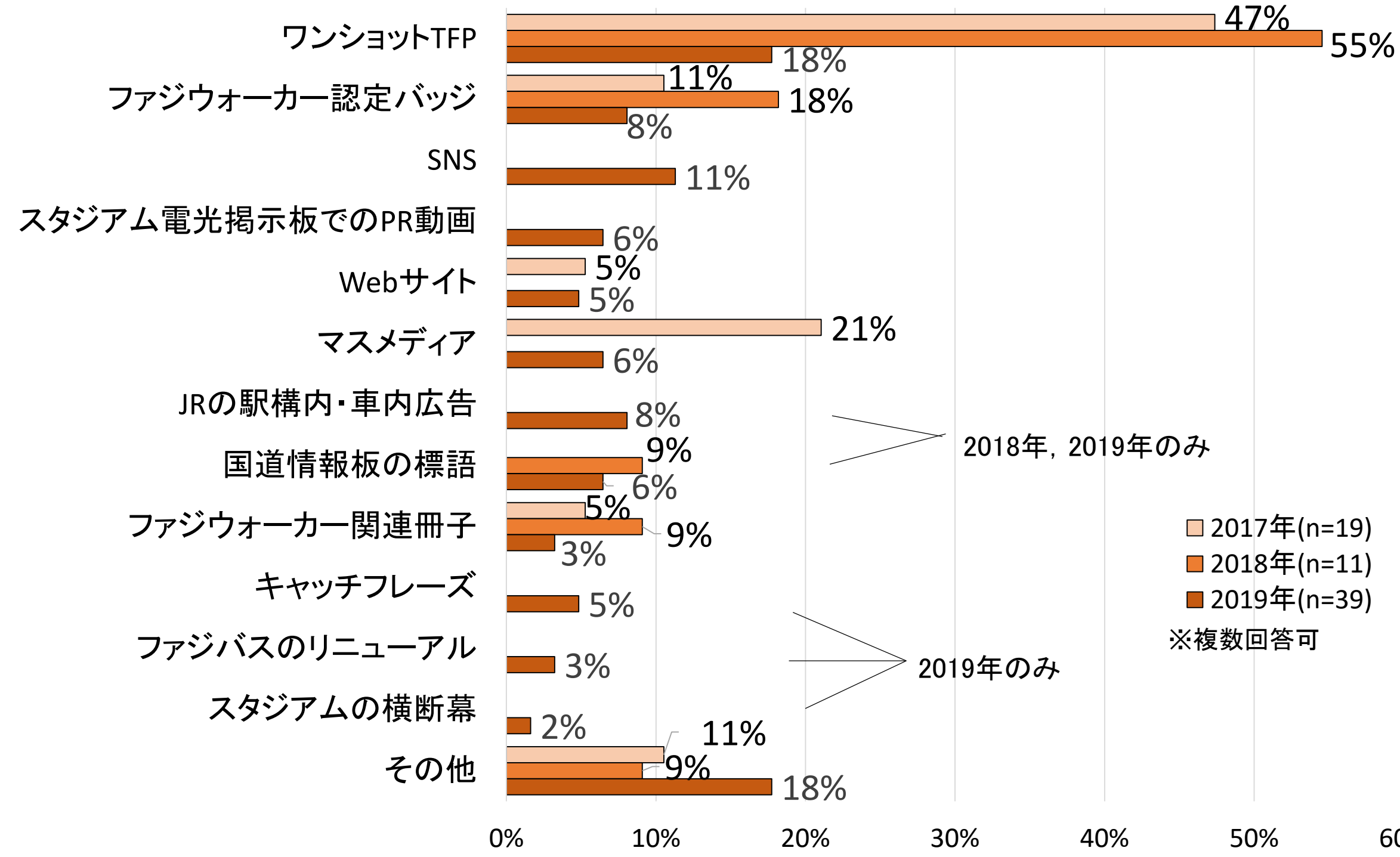


サポーター、一般市民へのブランドの浸透が確認できた

▼ サポーターによる自家用車からの手段転換率



▼ 自家用車からの手段転換のきっかけ

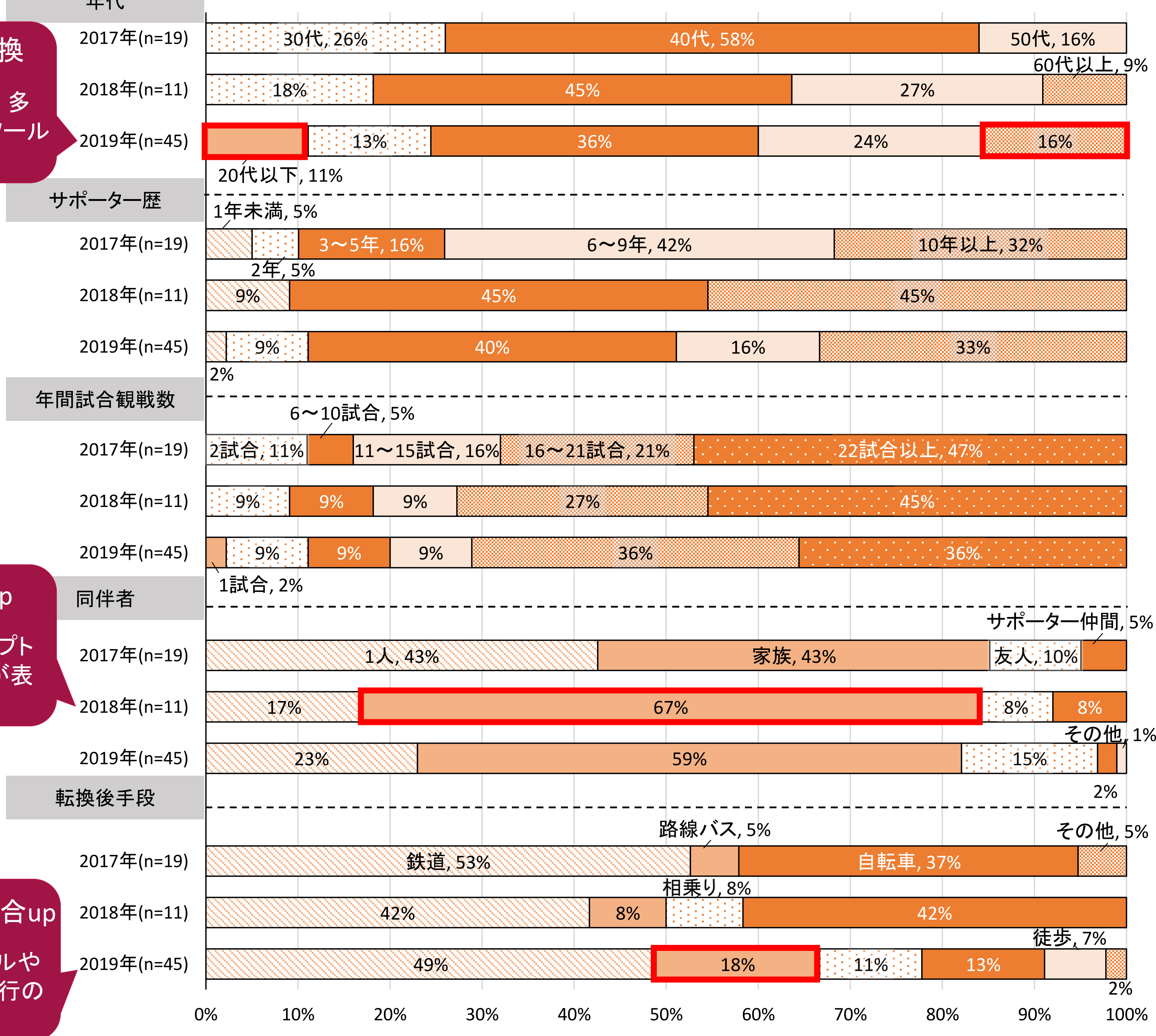


幅広い年齢層が転換
対面やインターネット等、多様なコミュニケーションツールの効果が表れた可能性

家族の転換割合 up
家族を題材としたコンセプトブックの配布等の効果が表れた可能性

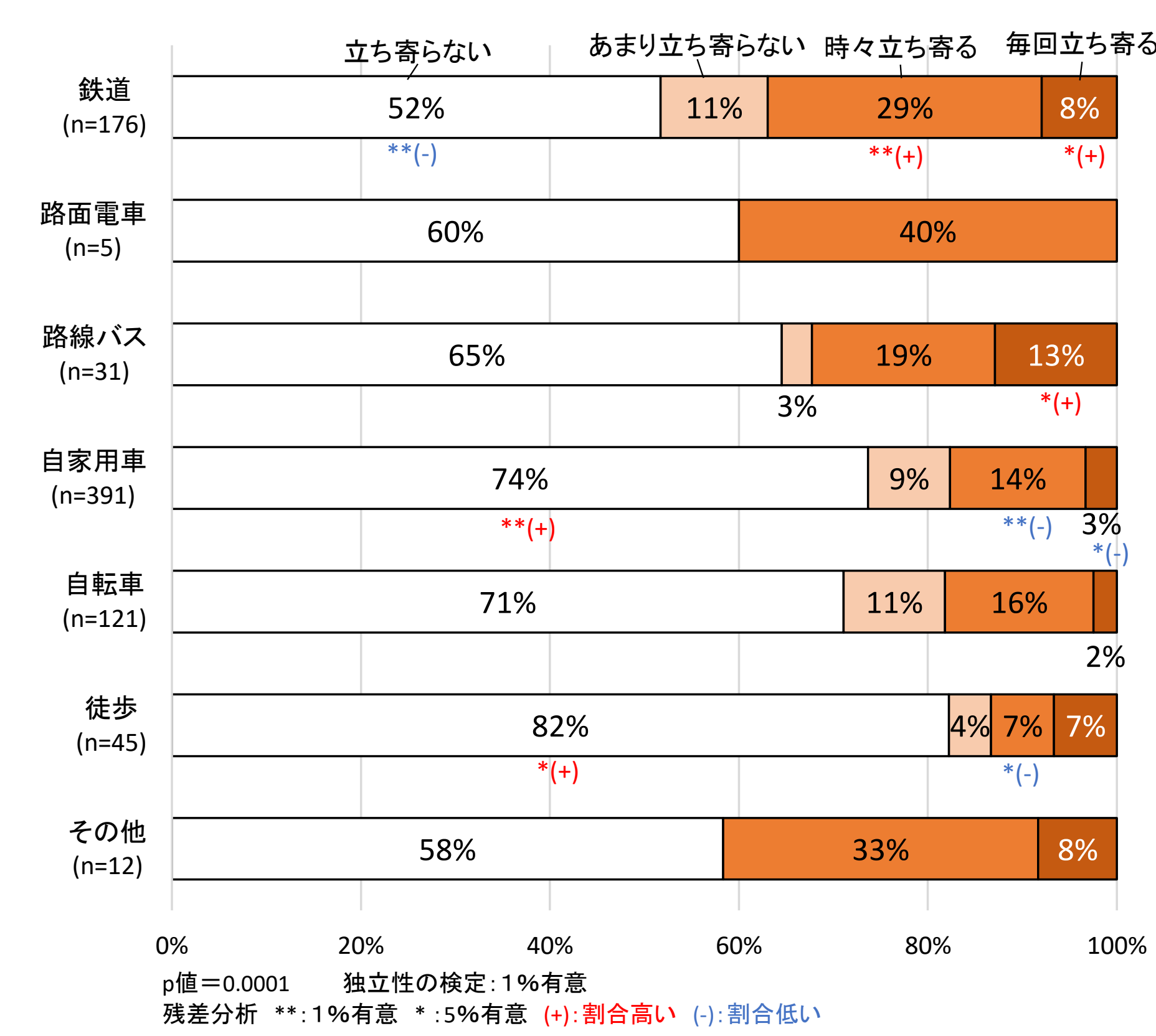
路線バスへの転換割合 up
ファジバスのリニューアルや試合時刻に合わせた運行の効果が表れた可能性

▼ 手段転換者の属性の推移

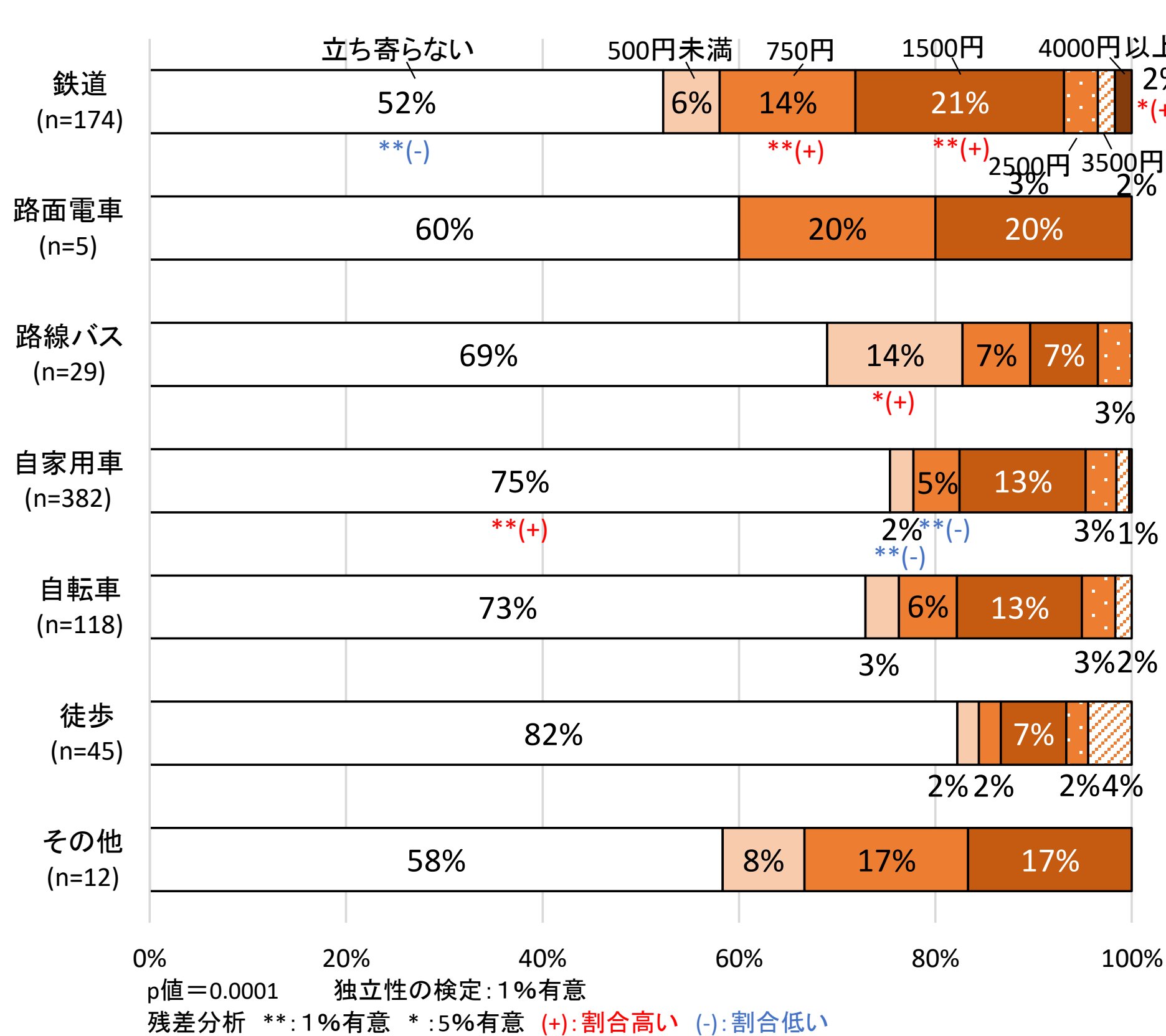


2019年 年間推定削減量 4,175台 (2.3試合分)

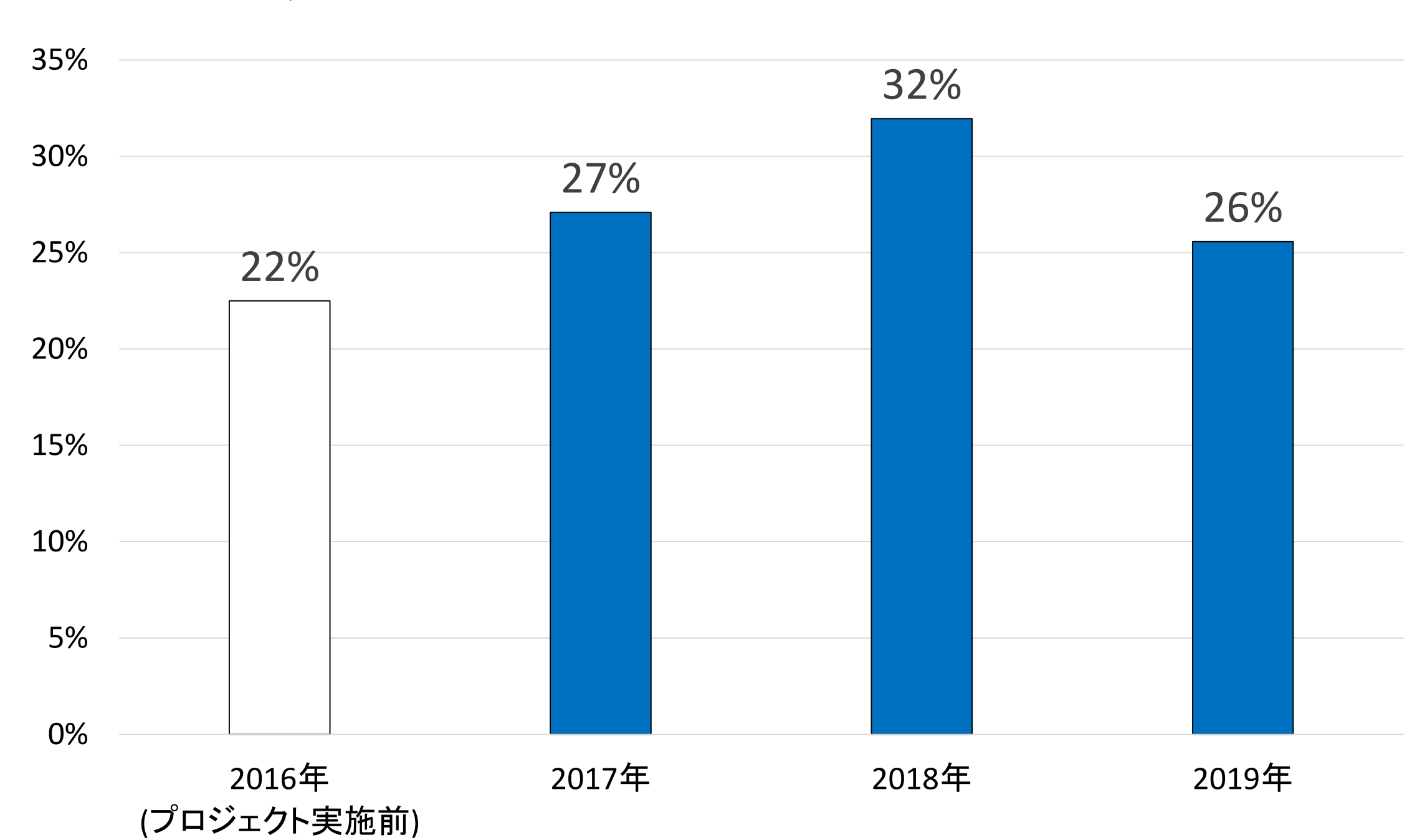
▼ 代表交通手段別沿道商店への立ち寄り頻度



▼ 代表交通手段別沿道商店での消費金額



▼ 試合日の歩行者・自転車通行割合の推移



公共交通の利用促進が沿道商店での経済活動を活発にする可能性がある

スタジアム沿道商店での平均消費金額
立ち寄る人のみ: 1,173(円/人) 全体: 359 (円/人)

▼ 「ファジウォーカー」の名称認知とプロジェクトイメージの関係(対象:一般市民のプロジェクト理解者)

P値	独立性の判定	プロジェクト名認知	n	A	プロジェクトイメージ							B
					1	2	3	4	5	6	7	
0.0133	5%有意	知っている	96	不真面目な				**(-)		*(+)		まじめな
		知らない	108					**(+)		*(-)		
0.0204	5%有意	知っている	96	無責任な				**(-)				責任感のある
		知らない	108					**(+)				
0.0324	5%有意	知っている	96	親しみにくい				**(-)	*(+)			親しみやすい
		知らない	108					**(+)	**(-)			
0.0163	5%有意	知っている	96	古い				**(-)	**(+)			新しい
		知らない	108					**(+)	*(-)			
0.0044	1%有意	知っている	96	無名の				*(+)		**(+)		有名な
		知らない	108					**(-)		*(-)		

- MMの本質的な概念と非常に近いイメージ
- クラブ名「ファジアーノ岡山」と関連したプロジェクト名が起因している可能性のあるイメージ

「ファジウォーカープロジェクト」の名称を認知している人は、
プラスなイメージを持っている傾向がある

プロジェクトの経年的な成果をまとめたリーフレットを配布

- SNSに“ファジウォーカーに関連するもの”の写真を投稿した方を対象に、「ファジウォーカー認定バッジ」をプレゼント



▲ 感染対策をしてプレゼントを行う様子



▲ プロジェクト実施3年分のファジウォーカー認定バッジ



▲ 成果報告リーフレット