

来場手段の転換と店舗への立ち寄りを同時に促すワンショットTFPの提案とその効果検証ーJリーグの試合観戦者を対象としてー

○薬師寺 美奈(岡山大学大学院) 福島 海(前 岡山大学大学院) 氏原 岳人(岡山大学学術研究院)



1. 研究背景と目的

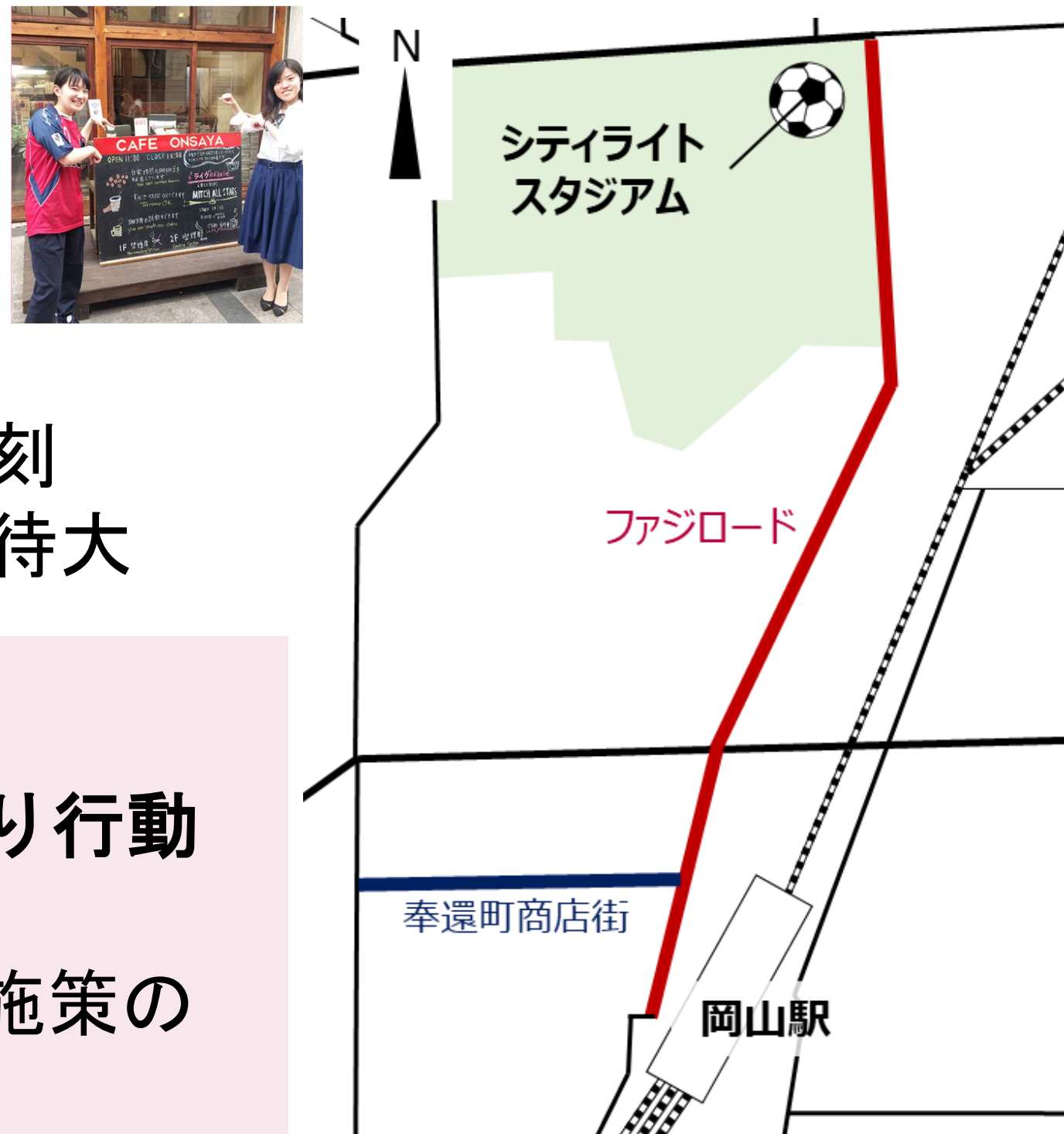
ファジャーノ岡山の試合観戦者を対象

- 岡山駅から徒歩20分の岡山市中心部
- 経路沿いに数多くの店舗が存在
- 毎試合8,000~10,000人程度が観戦(2024 J2時)

➡自家用車での来場により交通渋滞が深刻
立ち寄り行動による地域活性化にも期待大

目的

交通手段の転換と観戦前後の立ち寄り行動を同時に促すMM施策を実施
MM施策実施後の行動調査により、施策の効果検証を行う



FAGIWALKER

- 2016年** ファジウォーカープロジェクト発足
岡山大学、国土交通省岡山国道事務所、(株)ファジャーノ岡山を中心とする産官学連携プロジェクトとして誕生
- 2017年** 「ファジウォーカー」の認知が目的のプロモーション施策
Webサイト開設、マスメディアとの連携、ワンショットTFP等
- 2018年** 「ファジウォーカー」らしさのブランドを築くイメージ戦略
国道情報板の標語掲示、JR車内広告、コンセプトブック配布等
- 2019年** 直接的なメッセージによるコミュニケーション戦略
公共交通リーフレット配布、Instagram開設、ラッピングバス改装、スタジアム壁面の横断幕掲示、ファジウォーカーバッジ配布等

2. ワンショットTFPの改善と実施

行動プラン票 (ワンショットTFP)

…「いつ、どこで、どう行動を変えるか」具体的な内容を記入することで実行意図の形成を促すもの
今回は「交通手段の転換」+「店舗への立ち寄り行動」を促す

実施概要

グッズ引換券の番号で連携し、MMの効果を検証

行動プラン票の配布
・行動プランの内容
+グッズ引換券の配布

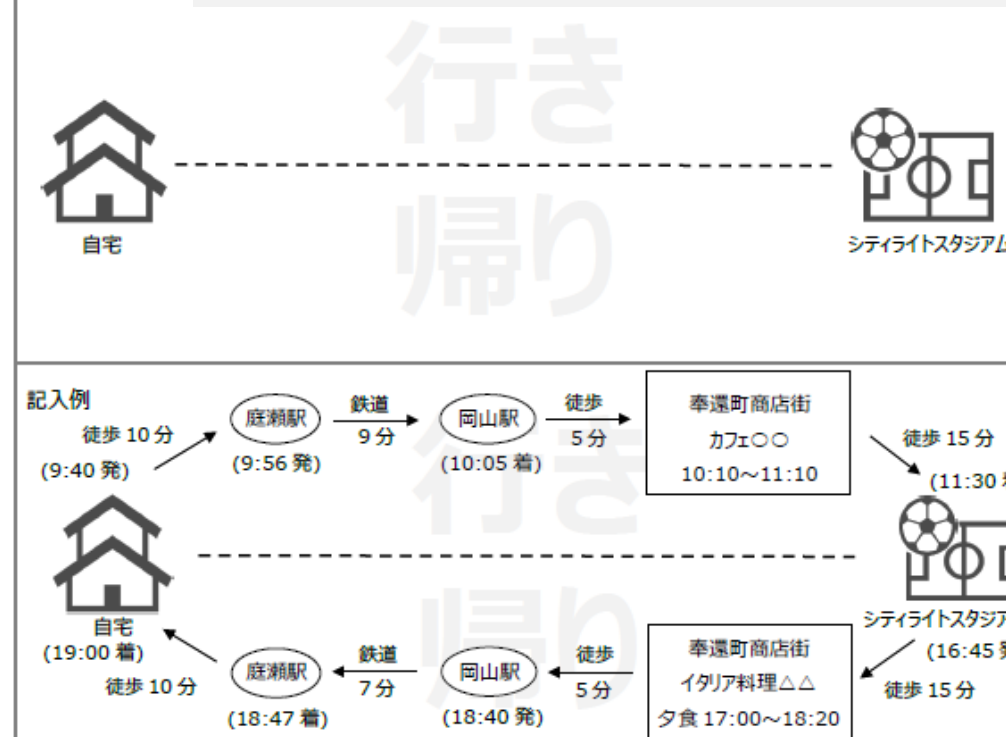
行動調査の回答
・MM実施後の行動内容
+グッズ配布

返信期限



2023年

課題 回収率の低さ
・自由記入形式の負担
・硬いデザイン



2024年

改善②ファジャーノ岡山を意識した色

＜行動プラン考える！ー 自家用車以外での来場方法と店舗への立ち寄り行動について＞

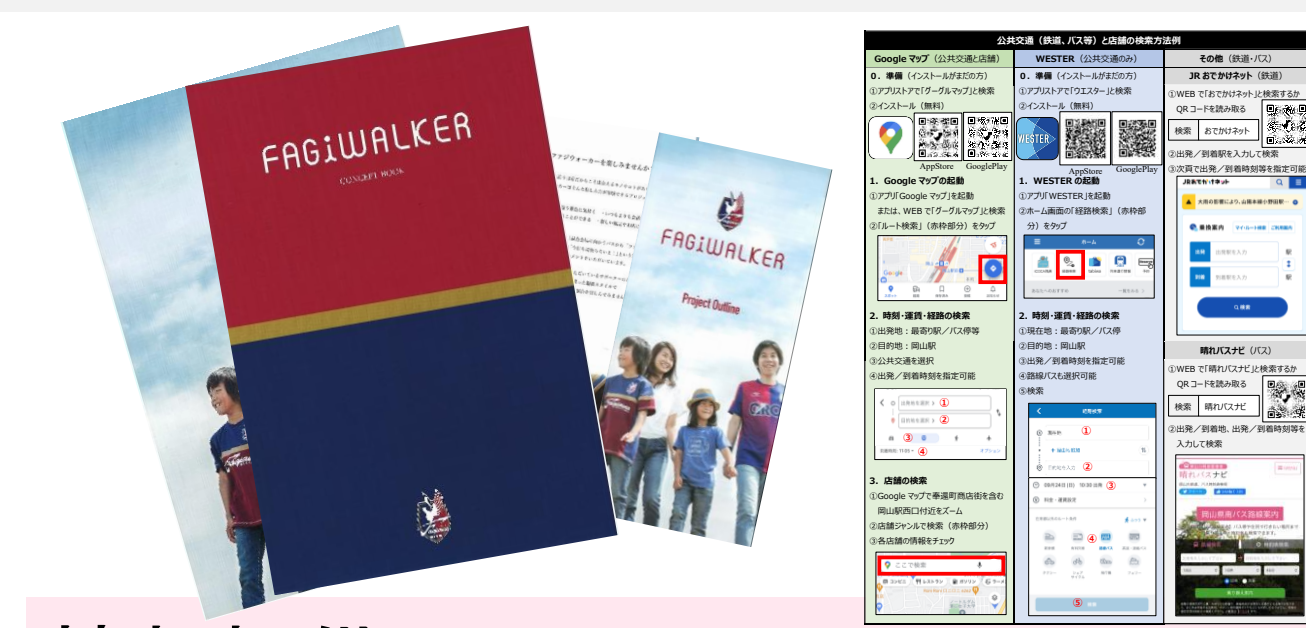
記入欄	記入例
出発地	自宅
時刻	9:40
移動手段	徒歩
駅/バス停・店舗	底瀬駅
時刻	9:56
移動手段	鉄道
駅/バス停・店舗	岡山駅
時刻	10:05
移動手段	徒歩
駅/バス停・店舗	カフェ○○
時刻	10:10
移動手段	徒歩
駅/バス停・店舗	スタジアム
時刻	11:30
到着地	

改善①表の穴埋め形式



記入欄

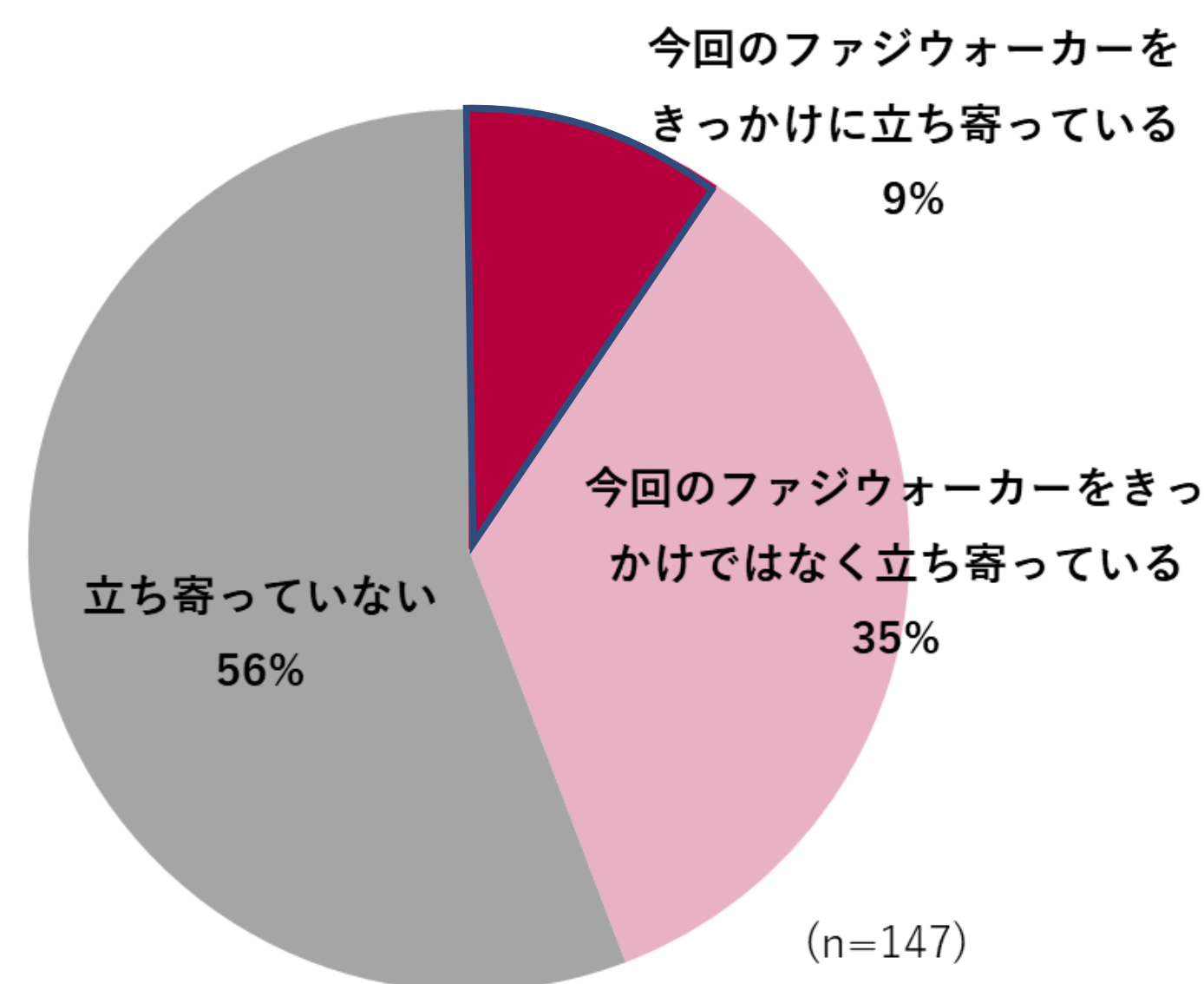
- 行きまたは帰りの自宅～スタジアム間の行動を記入
「自家用車以外の交通手段」
+
「駅西口周辺への立ち寄り行動」



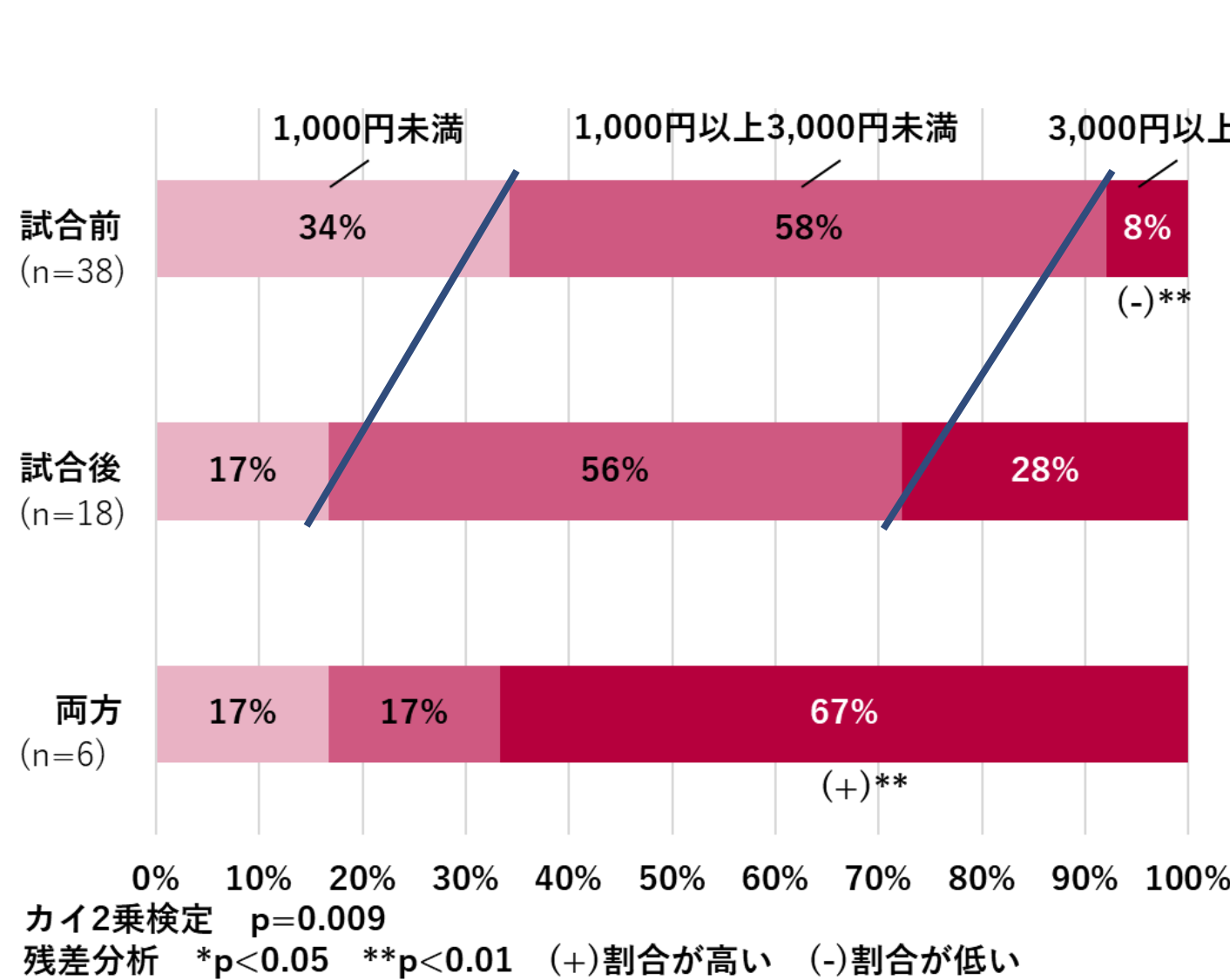
情報提供
店舗や来場手段の検索方法資料など

3. 行動調査による効果検証

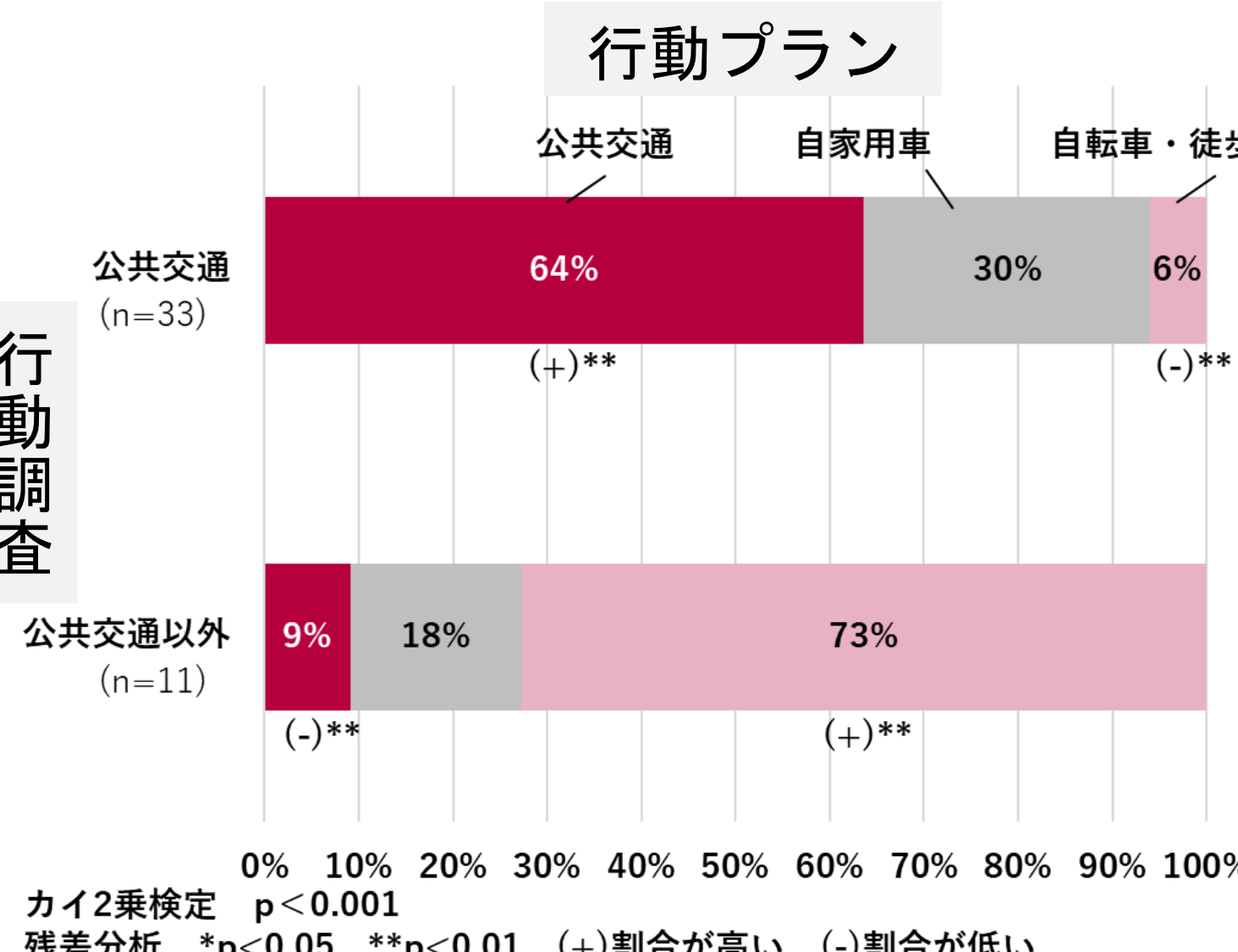
MM施策後の立ち寄り状況



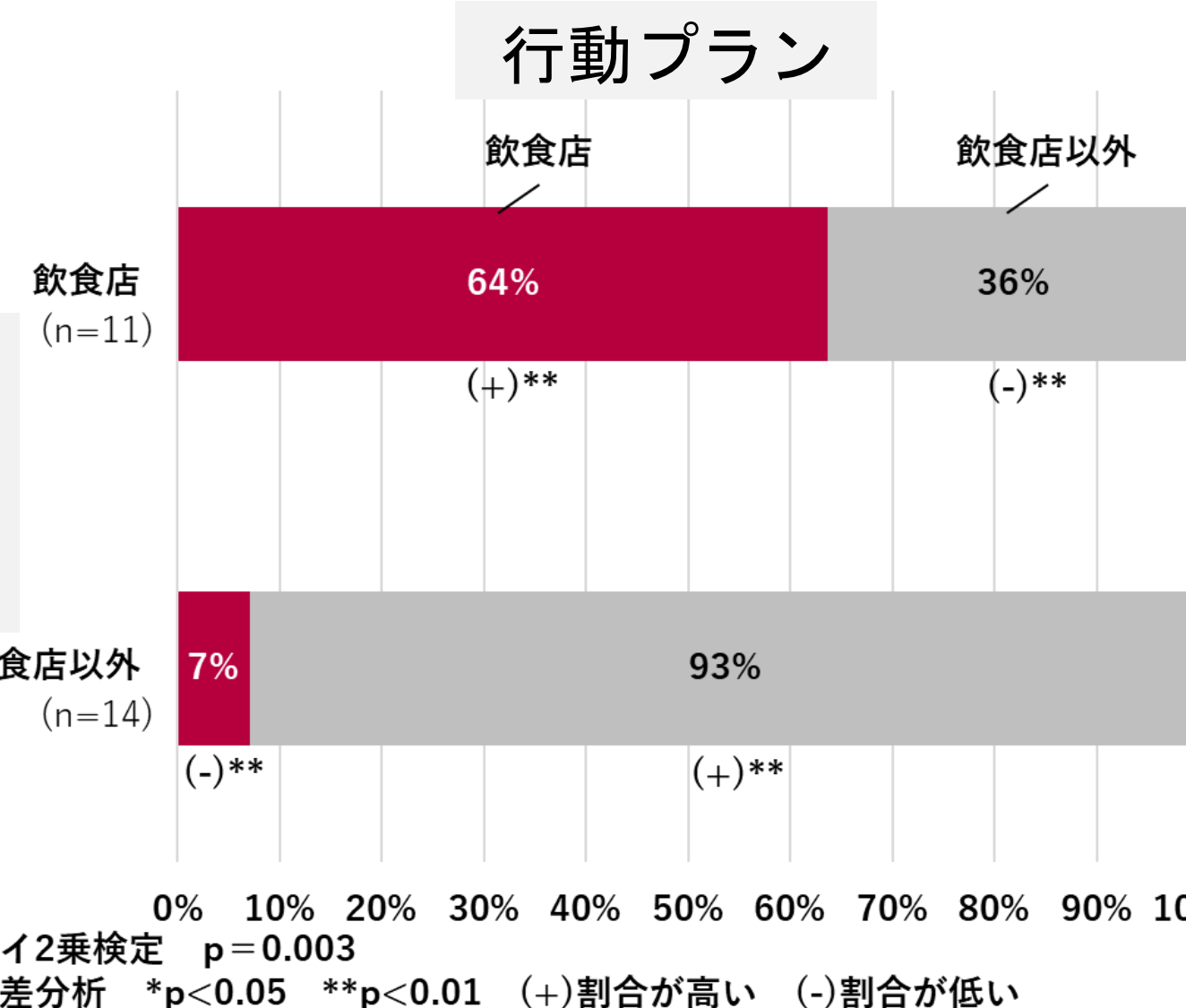
立ち寄りタイミング×使用金額



行動プラン×行動調査 (来場手段)



行動プラン×行動調査 (店舗)



ファジウォーカープロジェクトがきっかけで立ち寄った人は9%存在

試合後に立ち寄った人は、試合前の人より使用金額3,000円以上の割合が高い

公共交通の利用を計画したが実際は自家用車を利用した人が30%存在

飲食店への立ち寄りを計画した人のうち36%は、実際にはコンビニ・スーパーを利用

4. 今年の実施

2024年 J1昇格 2025年

9,000人 14,000人超
入場者数 約1.6倍!

- 来場者数の増加
- 観戦するファン層の変化
- プロジェクト認知度
- 立ち寄りできる店舗の実態
- 駐車場の利用実態

➡アンケート調査により来場手段と立ち寄りの実態把握

#プロジェクト

- 歩いている様子
- 立ち寄ったお店での写真

#ファジウォーカー
#ファジャーノ岡山

2つのハッシュタグを付けてSNSに投稿で特製ステッカーをプレゼント

➡行動変容とプロジェクトの周知



実施予定

アンケート調査配布
+グッズ引換券
#プロジェクトの周知

#プロジェクト実施
グッズ引き換え
(缶バッジ・ステッカー)

返信期限

