

藤枝市におけるスポーツツーリズムの成果と課題、  
アウェイ観戦による地域活性化の可能性

明治大学経営学部会計学科 4年 18組 22番

1740220100

田中耕太

## 第1章 はじめに

1-1 研究の背景・・・p2

1-2 問題提起と研究の目的・・・p2

## 第2章 スポーツツーリズムについて

2-1 スポーツツーリズムの定義と類型・・・p3

2-2 「観る」スポーツツーリズムの事例・・・p4

2-3 本研究で藤枝市を取り上げる理由・・・p7

## 第3章 藤枝市スポーツツーリズムプロジェクトについて

3-1 プロジェクトの概要・・・p7

3-2 プロジェクトの成果・・・p9

3-3 プロジェクトの課題・・・p11

## 第4章 移動の課題解消に向けて

4-1 ふじえだ mobi とは・・・p12

4-2 実証運行について・・・p14

## 第5章 考察、更なるプロジェクト成功に向けた施策提案

5-1 考察・・・p15

5-2 施策提案・・・p16

5-3 期待される効果・・・p17

## 第6章 アウェイ観戦による地域活性化の可能性

## 参考文献

# 第1章 はじめに

## 第1節 研究の背景

現代の日本では、東京一極集中が加速し、地方は深刻な課題を抱えている。人口流出による少子高齢化、地域経済の担い手不足、そして、それに伴う町全体の活力の低下は多くの自治体にとって対策が求められる課題となっている。実際、各地方自治体は地域が持つ、独自の資源を活かした持続可能なまちづくりを目指している。

また、近年では、地域活性化の一つの手段として、「スポーツツーリズム」への注目が高まっている。ここで言う地域活性化とは、単なる交流だけでなく、観光振興を通じて地域にお金が落ち、経済効果が生まれることを指す。そもそも、「スポーツツーリズム」とは、スポーツを「する」「観る」「支える」ことを目的とした旅行の総称である。スポーツ文化やプロスポーツチームが存在する地域にとって、「スポーツ」は多くの人を呼び込む重要な資源となっているのだ。

特に、対戦相手の本拠地で試合を観戦する「アウェイ観戦」は、観戦者の移動、宿泊、飲食、お土産の購入などの多岐にわたる消費活動が予想されるため、地域活性化の観点から大きな可能性を秘めているのではないだろうか。「アウェイ観戦」は単なる試合観戦に留まらず、これまで訪れる機会がなかった地域を訪れ、その土地の魅力を体験するという「観光」の側面を持っている。それゆえ、アウェイ観戦者をいかに効果的に誘致し、地域内を周遊させるかが、スポーツを核とした地域活性化においては重要になる。

## 第2節 問題提起と研究の目的

前節で述べたように、「アウェイ観戦」は観光としての側面を持ち、地域活性化の可能性を秘めている。観戦者は試合観戦のために遠方から訪れ、宿泊や飲食、お土産の購入などの消費活動を伴う「観光客」となり得る。しかし、アウェイ観戦者に目を向け、彼らをスタジアムから地域内へと積極的に誘致し、観光消費を促すための取り組みを行っている地方自治体やプロスポーツチームは決して多くはないのが現状である。本研究が着目する課題は、「アウェイ観戦者の数を増やすこと」だけでなく、「すでに試合観戦のために来訪しているアウェイ観戦者を、いかにして観戦だけで終わらせず、その地域の観光へと結びつけるか」という点にある。

筆者自身は、アウェイ観戦のために、各地へ足を運ぶと、試合だけではなく、これまで訪れたことのない地域を訪れ、その土地の食や文化を楽しむ「観光」としての楽しみがあることに気づいた。このような経験から、「アウェイ観戦」は地域に人を呼び込み、地域を活性化させる一つ的手段になり得るのではないかと考えた。

そこで、本研究では、数少ないながらもアウェイ観戦者を含むスポーツ観戦客に目を向けたプロジェクトに取り組んでいる静岡県藤枝市を事例として取り上げる。したがって、本研

究の目的は、アウェイ観戦者をいかにして「観光客」へと転換させ、持続的な地域活性化に繋げるかを明らかにすることである。この目的を達成するために、本研究では以下の手法を用いる。まず、スポーツツーリズムに関する先行研究、新聞記事、資料を分析する文献研究。そして、藤枝市のプロジェクトにおける具体的な取り組み内容、これまでに得られた成果、そして浮き彫りになった課題を分析する事例分析だ。以上の分析を進めるにあたり、本稿の構成は以下の通りである。第2章では、本研究の基盤としてスポーツツーリズムの定義と類型を整理し、先進事例を分析することで、本研究が藤枝市を取り上げる意義を明らかにする。第3章では、分析対象である藤枝市のスポーツツーリズムプロジェクトについて、その具体的な取り組み内容、成果、そして現状の課題を分析する。そして、第4章で、藤枝市のプロジェクトの課題に対して、解決策となり得るAIオンデマンド交通「ふじえだmobi」について分析し、第5章で、事例分析を踏まえてアウェイ観戦者を「観光客」へ転換させるための方法の考察とプロジェクトの更なる成功へ向けた具体的な施策提案を行う。最後に、第6章で全体の総括をする。

## 第2章 スポーツツーリズムについて

### 第1節 スポーツツーリズムの定義と類型

第1章では、地域活性化の有効な手段としてスポーツツーリズムが注目されており、特に「アウェイ観戦」が大きな可能性を秘めていることを述べた。本節では、まず「スポーツツーリズム」とは何かを定義する。その上で、スポーツツーリズムの主要な類型をまとめ、本研究が焦点を当てる「アウェイ観戦」がどのように位置づけられるのかを明確にする。

まず、スポーツツーリズムとは、一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構(JSTA)によると、「スポーツツーリズム」を「スポーツ資源とツーリズムを融合する取り組みで、スポーツ参加や観戦を目的とした旅行とそれらを実践する仕組みや考え方」<sup>1</sup>と定義しており、簡潔に『スポーツで人を動かす仕組みづくり』のことであるとも説明している。また、同機構はスポーツツーリズムを、以下の3種類に大別している。一つ目は、「する」スポーツツーリズム(大会参加やアクティビティなど)である。二つ目は、「観る」スポーツツーリズム(スポーツ観戦など)である。三つ目は、「支える」スポーツツーリズム(ボランティアやマネジメントなど)である。そして、機構はこれらの活動を通して、飲食、宿泊や周辺観光などの経済効果、人々との交流などの交流人口拡大、旅行者へのスポーツ施設・プログラムや宿泊環境整備などによるまちづくりなどの効果が期待できるとしている。

これらを踏まえ、本研究で扱う「アウェイ観戦」は、上記の分類のうち「観る」スポーツ

---

<sup>1</sup> スポーツツーリズムについて | JSTA：一般社団法人 日本スポーツツーリズム推進機構, [https://sporttourism.or.jp/about\\_st/](https://sporttourism.or.jp/about_st/),(2025/10/26)

ツーリズムに明確に位置づけられる。第1章でも述べたが、「アウェイ観戦」は、多くの場合で宿泊や飲食などの消費活動を伴う可能性が高く、地域活性化へのポテンシャルが大きいという点で特筆すべきである。したがって、本研究では、スポーツツーリズムの中でも、「観る」スポーツツーリズム、その中でも「アウェイ観戦」に焦点を当てて論じていく。

## 第2節 「観る」スポーツツーリズムの事例

前節では、スポーツツーリズムの定義と類型を整理し、本研究が焦点を当てる「アウェイ観戦」が、宿泊や飲食などの観光としての側面も持つ「観る」スポーツツーリズムの特筆すべき形態であることを明確にした。アウェイ観戦者が持つ地域活性化への高いポテンシャルは、裏を返せば、試合開催地のホーム側の戦略次第でその効果が大きくも小さくもなるのではないだろうか。実際、河村(2025)は、セレッソ大阪の本拠地「ヨドコウ桜スタジアム」を訪れたアウェイサポーターへのアンケート調査において、「アウェイ遠征の際に観光はしますか?」という問いに対し、サガン鳥栖サポーターの47.4%(図1)、名古屋グランパスサポーターの50.0%(図2)が「基本的にする」と回答し、調査を行った両チーム共に約半数が観光を行っている実態を報告している。

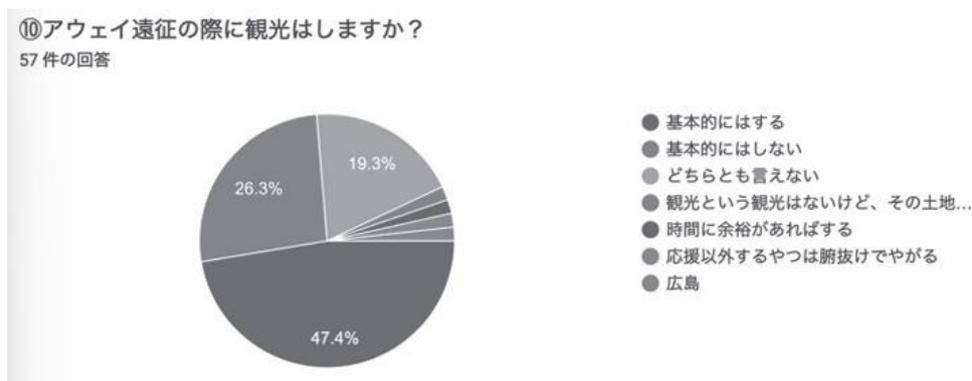


図1 サガン鳥栖サポーターの観光状況  
出典：河村(2025)

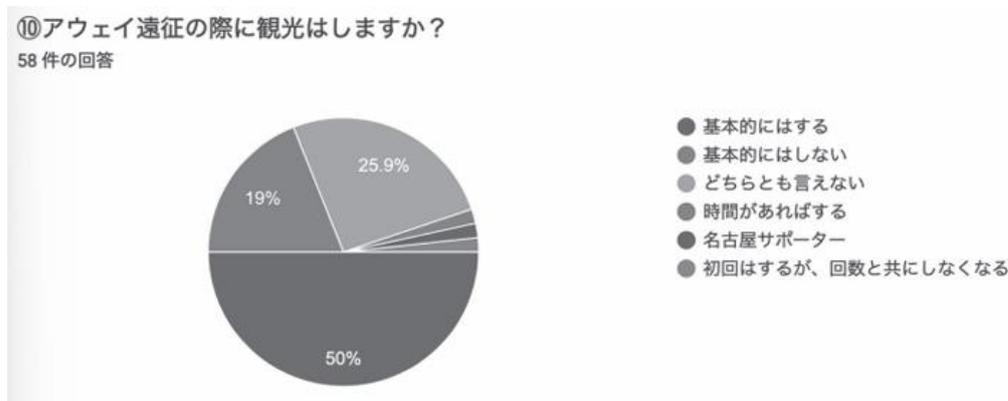


図2 名古屋グランパスサポーターの観光状況  
出典：河村(2025)

また、吉岡・杉本・菊地（2020）は、アウェイ観戦の意思決定において重視する要素についての調査結果も報告している。それによると、最も重視される要素は、「日程の余裕（仕事や学業・他の用事と鉢合わせがないか）」（141件）であり、次いで「費用の安さ（交通費や宿泊費など）」（108件）であった。そして、「観光面での魅力度（行きたい観光地があるなど）」これらに次いで3番目の要素として挙げられている（図3）。

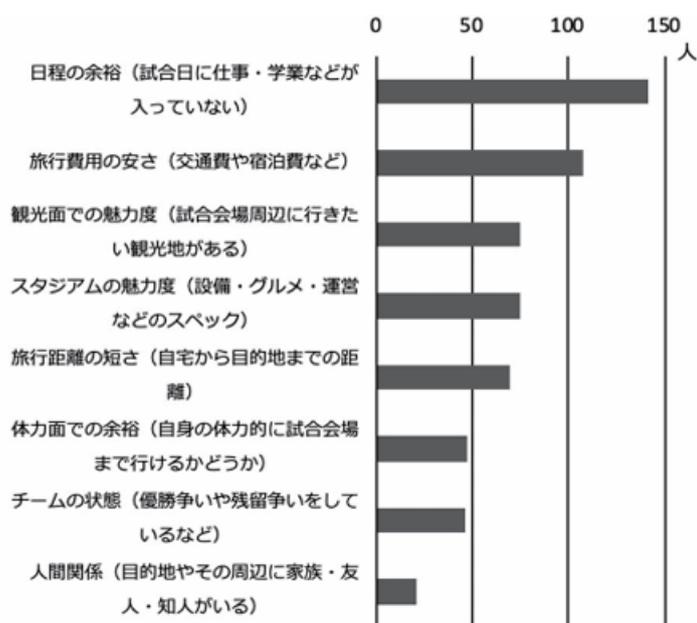


図3 アウェイ戦観戦で重視する要素  
出典：吉岡・杉本・菊地(2020)

これらは、アウェイ観戦者の多くが観光に関心を持っているにもかかわらず、実際には観光を行っていない層も一定数存在することを示唆している。すなわち、ホーム側が周遊を促す取り組みや「観戦と観光」を組み合わせた施策を積極的に行うことで、これらの層を取り込み、更なる地域活性化に繋げられる余地は大きいと言える。したがって、地方都市に本拠地を置くプロスポーツチーム及びその地方自治体には単に試合を開催するだけでなく、アウェイ観戦者を「観光客」として捉え、地域を周遊させる戦略的な取り組みが求められる。そこで本節では、こうした「アウェイ観戦」を地域活性化に繋げている「観る」スポーツツーリズムの事例を取り上げる。

まず、取り上げるのは、広島市をホームタウンとする J1 サンフレッチェ広島だ。本チームは 2024 年から「エディオンピースウイング広島」をホームスタジアムとして使用している。このスタジアムの特徴は広島を中心地から徒歩圏内という、都心部に立地する『街なかスタジアム』であるという点だ。広島経済大学の分析によると経済効果は年間で 140 億円を超え、以前のスタジアムと比較すると、およそ 46 億円のプラスになっており、また、飲食店への消費額が急激に増加していると報告している。一方、経済効果を拡大するための連

携や回遊性が重要になると指摘している。<sup>2</sup>また、スタジアム近くの商店街の関係者によると、試合日の利用客が以前の2倍以上に増えたという。<sup>3</sup>この事例は、スタジアムの立地そのものが「アウェイ観戦者」の周遊を促し、地域の活性化に繋がっている事例である。

次に取り上げるのは、福岡市をホームタウンとするJ1 アビスパ福岡だ。本チームは、2024年5月から地域経済活性化を目的とした「福岡よか街発信隊プロジェクト！」を開始した。ナビタイムジャパン、myroute、ぴあとの協業で、アビスパ福岡のホーム戦に訪れるすべての観戦者を対象に、試合前後での街歩きや地域周遊、飲食などの促進を目指す。具体的には、アプリを活用して、地域内の飲食や観光などの情報発信などを実施する。また、地域やスタジアム周辺の情報を投稿できる機能を利用して、観戦者が感じる福岡の「よか情報（良い情報）」、「よかところ情報（良い場所の情報）」を発信しあうことで、試合前後での街歩きや地域周遊、飲食などを促進する。<sup>4</sup>この事例は、受け入れ側の取り組みにより、観戦者の能動的な行動を促進し、地域周遊を創出しようとしている先進的な事例である。広島の実例が「立地」によって観戦者の行動を変えるハード面中心の事例であるとするれば、福岡は、アプリを活用した戦略的な情報提供と観戦者間のコミュニケーションによって、周遊の動機付けをする、ソフト面中心の事例と言えるだろう。

前提として、国内において、アウェイ観戦者に観光や周遊を促す取り組みは多くない。それを踏まえて、これら2つの先進事例の共通点として、地方中枢都市圏での取り組みであることが挙げられる。しかし、地域経済の活性化がより喫緊の課題としてあるのは、広島市や福岡市のような中枢都市ではなく、人口流出や町全体としての活力低下などの課題に直面している、静岡県藤枝市を含めた地方都市であるのではないだろうか。全国に目を向ければ地方都市を本拠地とするチームが多く存在する。そのため、広島や福岡の実例とは異なる背景を持つ地方都市の取り組みを分析することは、他の多くの地域にとっても参考になり、汎用性が高いことが考えられる。そこで、次節では、なぜ、本研究で静岡県藤枝市を取り上げるのか詳述する。

---

<sup>2</sup> RCC 中国放送(2025/1/15), 「“経済効果 140 億円超” 「エディオンピースウイング広島」開業からまもなく1年 サンフレ “リーグホーム戦の経済効果” を大学生が分析 前スタジアム比+46 億円 まちなかスタジアムで周遊性向上 観客動員数大幅増加 広島」, 『TBS NEWS DIG』, <https://newsdig.tbs.co.jp/articles/-/1671985>, (2025/10/31)

<sup>3</sup> 読売新聞社(2024/11/16) 「街なかスタジアム、動員最多・商店街利用も倍増…サンフレッチェ本拠「ピースウイング」」, 『読売新聞オンライン』, <https://www.yomiuri.co.jp/local/kansai/news/20241116-OYO1T50028/>, (2025/10/31)

<sup>4</sup> 観光産業ニュース(2024/5/1), 「Jリーグ・アビスパ福岡、地域活性化事業を開始、スタジアム来訪のファン、アウェイサポーターの周遊促進」, 『トラベルボイス』, <https://www.travelvoice.jp/20240501-155565>, (2025/10/31)

## 第3節 本研究で藤枝市を取り上げる理由

前節では、「観る」スポーツツーリズムの事例として、広島と福岡を取り上げた。両事例とも、地方中枢都市での取り組みである。そのため、観光資源やインフラ整備などの面で他の「地方都市」より観光や周遊の促進をしやすいことが予想される。しかし、地域経済の活性化が喫緊の課題として取り上げられているのは藤枝市を含む多くの「地方都市」であり、Jリーグにおいて、多くのチームは「地方都市」を本拠地としている。以上を踏まえると、藤枝市のスポーツツーリズムプロジェクトは他の多くの「地方都市」にとっても参考となり得る汎用性が高く、その取り組みを分析し、更に向上させていくべきものであると考える。

数ある地方都市の中でも、本研究が静岡県藤枝市の「蹴球都市藤枝 Next100 スポーツツーリズムプロジェクト」を分析対象として取り上げる理由は、本プロジェクトが観光庁の「令和6年度 観光DXによる地域経済活性化に関する先進的な観光地の創出に向けた実証事業」にモデル事業として採択されている点にある。この採択は、藤枝市の取り組みが、単なる一地域の施策に留まらず、他の地方都市の模範となり得る極めて高い先進性と汎用性を有していることが、国からも客観的に認められていることを意味する。このように、国に認められた先進的なモデルケースであることが本研究において藤枝市のスポーツツーリズムプロジェクトを分析の対象として取り上げる理由である。

## 第3章 藤枝市スポーツツーリズムプロジェクトについて

### 第1節 プロジェクトの概要

本章では、本研究の分析対象である静岡県藤枝市の「蹴球都市藤枝 Next100 スポーツツーリズムプロジェクト」(以下、本プロジェクト)について詳述する。本プロジェクトは、藤枝市が「サッカーのまち」として100周年を迎えた2024年に始動した官民連携のプロジェクトである。<sup>5</sup>推進体制としては、藤枝市、藤枝市観光協会、地域事業者、株式会社ナビタイムジャパン等の民間企業が参画しており、市を挙げて一体となって取り組んでいる点が特徴だ。そして、サッカーを中心としたスポーツを核に、歴史やお茶・食文化などの地域の宝を結集させて新たな誘客につなげるとともに、DXの推進により周遊促進と域内消費を喚起させ、地域が活性化する好循環の創出を目指している。<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> 株式会社ナビタイムジャパン (2024/7/19)「ナビタイムジャパン、藤枝市と共同で、サッカー観戦による地域経済活性化を目指す「蹴球都市藤枝 Next100 スポーツツーリズムプロジェクト」を実施」

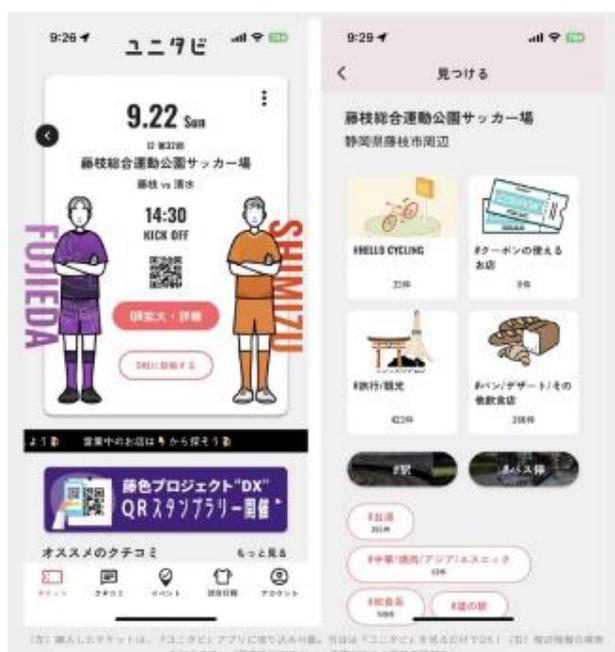
[https://corporate.navitime.co.jp/topics/pr/202407/19\\_5763.html](https://corporate.navitime.co.jp/topics/pr/202407/19_5763.html), (2025/12/3)

<sup>6</sup> 藤枝市 HP「Next100 スポーツツーリズムプロジェクト～観光DXの推進により稼ぐ観

本プロジェクトが特に、「地域周遊」を重視する背景には、スポーツ観戦市場が持つ、経済的なポテンシャルの高さがある。本プロジェクトのキックオフカンファレンスにおいて、連携企業であるナビタイムジャパンの山崎英輝は、三菱 UFJ リサーチ&コンサルティングとマクミルによる消費調査を引用し、スポーツ観戦市場規模が5191億円に達すると説明している。さらに、同氏は市場の特徴として、観戦一回当たりの消費額に着目している。調査によれば、チケットやグッズなどの「スタジアム内消費」が5546円/回であるのに対し、交通や飲食などの「スタジアム外消費」は5666円/回となっている。つまり、スポーツ観戦においては、スタジアムの中だけでなく、その外側にも同等以上の消費が行われているのである。しかし、山崎氏が「スタジアム外の施策に手が回っている地域はほとんどない」と指摘するように、この「スタジアム外消費」を戦略的に取り込んでいる自治体は少ない。だからこそ、地域全体での消費、周遊を狙う藤枝市の取組は先進的なモデルになり得ると位置づけられている。また、先述したように、本プロジェクトは、観光庁の「観光DXによる地域経済活性化に関する先進的な観光地の創出に向けた実証事業」にも採択されており、国が注目するモデル事業の一つとして位置づけられている。

本プロジェクトの具体的な取り組みは、現在は主に、「ターゲット(来訪者)に適した情報発信」、「事業者コミュニティプラットフォームの構築による受入体制の整備」、「宿泊、滞在の促進」の3つの柱で構築されている。

一つ目は、「ターゲット(来訪者)に適した情報発信」だ。来訪者には、ナビタイムジャパンが「ぴあ」と共同運営するアプリ「ユニタビ」を活用して、ターゲットに合わせた情報を発信している。「ユニタビ」とは、JリーグのQR観戦チケットと共にスタジアム周辺の観光情報を提供するアプリである。これにより、スタジアムを訪れた観戦者に飲食店の営業状況、満空情報、クーポンの有無などの情報を提供することができ、試合前後の時間帯における市内飲食店や観光スポットなどへの移動を促すことができる。



出典：Sports for Social <https://sports-for-social.com/soccer/navitime-fujieda02/>

光スタイルの確立へ〜」

[https://www.city.fujieda.shizuoka.jp/soshiki/sports\\_bunka/kankokoryu/oshirase/23586.html](https://www.city.fujieda.shizuoka.jp/soshiki/sports_bunka/kankokoryu/oshirase/23586.html),(2025/11/16)

二つ目は、「事業者コミュニティプラットフォームの構築による受入体制の整備」だ。この取り組みを通して、地域の事業者に向けては、LINE を活用したコミュニティプラットフォームを構築し、受入体制の整備に取り組んでいる。事業者も使い慣れた LINE で、試合開始日や試合時間、チケット販売数や来場者数予測などのデータを提供することで、事業者側は、勘と経験に頼っていた仕入れなどを、データに基づいて精緻化することができ、収益性の向上が期待されている。また、事業者はクーポンの発行や広告の展開も可能だ。例えば、試合終了を知らせる通知と共に、お店の开店状況を尋ねる通知を配信。事業者が LINE 上で「開店している」「空席あり」などと応えると、その状況やクーポン情報などが、先述した、ユニタビに反映され、プッシュ通知で試合帰りの利用者には送られる仕組みになっている。<sup>7</sup>



出典：Sports for Social <https://sports-for-social.com/soccer/navitime-fujieda02/>

三つ目は、「宿泊、滞在の促進」だ。本研究が特に着目する点であるが、藤枝市では、「藤枝市プロスポーツの試合観戦者宿泊費等助成金」制度を設けている。これは、市内の会場で行われるプロスポーツの試合を観戦し、かつ当該観戦に際して市内の宿泊施設に宿泊した者に対して、現在は、宿泊費等（宿泊費 1000 円、市内での飲食・買い物など 1000 円の合

<sup>7</sup> 観光産業ニュース(2024/7/22)「静岡県藤枝市、スポーツツーリズムで「稼ぐ地域づくり」滞在時間の延長や周遊促す仕組みを構築へ」,『トラベルボイス』, [https://www.travelvoice.jp/20240722-156018,\(2025/11/16\)](https://www.travelvoice.jp/20240722-156018,(2025/11/16))

計 2000 円) を助成する制度である。<sup>8</sup>これは、遠方から訪れる「アウェイ観戦者」も対象としており、日帰り客を宿泊客へと転換させるための直接的な動機付けとして機能している。また、先述した河村 (2025) の研究では、アウェイ観戦者の行動調査において、「宿泊の有無」や「消費額」といった項目の不足を課題として挙げていた。この点、藤枝市では助成制度を通しての実際の成果など、データの把握が可能であることが考えられる。このように、本プロジェクトは、スポーツ観戦者を「地域の観光客」へと転換させようとする、極めて意欲的な取り組みであると言える。次節では、これらの取り組みによって得られた成果について分析する。

## 第 2 節 プロジェクトの成果

前節で述べた具体的な施策により、藤枝市のスポーツツーリズムプロジェクトは着実な成果を上げている。本節では、その成果を「情報発信と受入体制の整備」および、「宿泊、滞在の促進」の 2 点から整理する。

まず、「情報発信と受入体制の整備」について述べる。この点におけるプロジェクトの成果は、DX を活用したターゲットへの的確な訴求と、地域事業者の集客への貢献である。従来、市の情報発信は市役所や観光協会の HP や SNS が中心であった。しかし、本プロジェクトは「J リーグ観戦者」に特化したアプリ「ユニタビ」を導入した。これについて、藤枝市の担当職員は、「ユニタビは今までにない発信媒体であり、J リーグ観戦者というターゲットに直接訴求できた点で、活用は成功だった」と評価している<sup>9</sup>。また、受入側である地域事業者(飲食、小売、物販、宿泊施設等)においても変化が見られた。従来は店舗ごとに個別で集客等を行っていたが、プロジェクトの取組の一つである LINE プラットフォームが導入されたことで、事業者からは、「2023 年は発信ツールがなく、個々の取組だったが、2024 年はプロジェクトに参画して、ユニタビやチラシの効果で来店者が明らかに増加した。」や「LINE によるプラットフォームは非常に簡単で便利だった。」との声が上がっている。(具体的な利用者数や売上高のデータについては入手不可能)。「大庄水産藤枝店」の佐藤貴志氏は、プロジェクト前は店舗独自の告知のみで限定的だったが、「ユニタビでは、情報を出しやすくなったし、クーポンも提示しやすくなった。近隣である清水との試合では、試合後そのまますぐに清水に帰ってしまうのではと思っていたが、そうはならず、予想を超える来店者数になった」と手応えを口にしてしている。また、「ユニタビ」で発行された店舗クーポンは、概算で約 600 人(推計)が利用しており、公益財団法人『するが企画観光局』が実施した調査によると、「ユニタビ」を利用した人の 1 人あたりの消費額は 2870 円、利用なし

---

<sup>8</sup> 藤枝市観光協会 HP「藤枝市プロスポーツの試合観戦者宿泊費等助成金」

<https://www.fujieda.gr.jp/enjoy/subsides/subsides01/>,(2025/11/16)

<sup>9</sup> 藤枝市観光交流政策課職員インタビュー(2025/9/4),対面

の人の 2080 円を上回った(図 4)。<sup>10</sup>

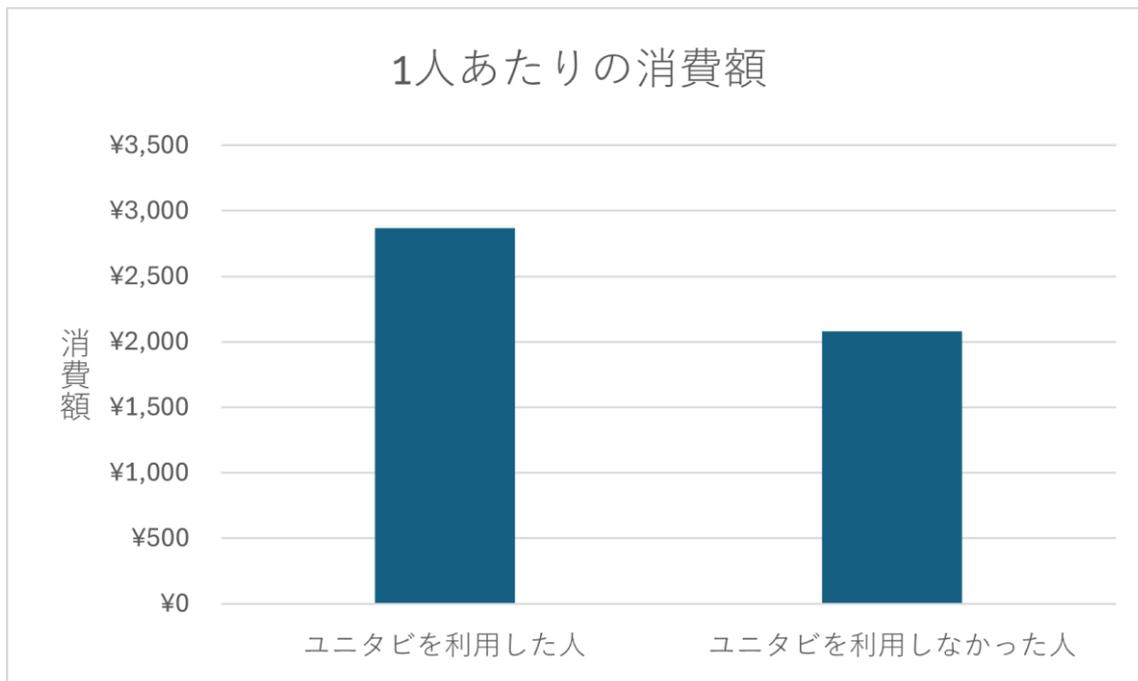


図 4 データより筆者作成

これらの評価から、プロジェクトを通して、DXツールの導入が事業者の負担を軽減しつつ、集客効果を生み出していることが確認できる。

次に、「宿泊、滞在の促進」について述べる。この点におけるプロジェクトの成果は、助成制度による宿泊客数の増加と、それに伴う経済効果の創出である。

令和 5 年度 (2023 年度) は、宿泊費を 3000 円補助する助成制度を実施した結果、試合観戦により制度を利用した宿泊数は 1554 泊、そのうちアウェイ観戦者による宿泊は 1324 泊に達した(図 5)。これは当初想定していた数値の約 3 倍にあたる実績である。実際、制度利用者からは、「今回、助成制度があったので 1 泊のところを 2 泊にしました。」や「あちこちアウェイの応援に行っていますが、宿泊助成制度を含め、藤枝市のおもてなしぶりには感動しました。」といった声が寄せられている。これらの声は、助成制度が単なる金銭的支援にとどまらず、観戦者の滞在日数延長や、地域への好感度向上に直結していることを示している。

藤枝市の分析によると、特に翌日が休日である土曜日の試合や夜間に開催されるナイターの試合において宿泊需要が高まる傾向が見られた。また、宿泊客の増加による経済効果も

<sup>10</sup> 観光産業ニュース (2025/2/10) 「静岡県藤枝市の「サッカー観戦×観光」の成果は？ 観光 DX 実証で見てきた課題と次の一手」, 『トラベルボイス』, [https://www.travelvoice.jp/20250210-157144,\(2025/12/03\)](https://www.travelvoice.jp/20250210-157144,(2025/12/03))

顕著である。藤枝市の試算によると、令和5年度には直接的な経済効果は約1200万円（宿泊者による市内宿泊施設への支払い）発生した。これに加え、宿泊者が市内で行う飲食や土産購入といった間接的な経済効果も生じたため、本プロジェクトは地域経済の活性化に大きく寄与したと言える。

こうした成果は、市内の宿泊施設の現場の声からも裏付けられる。藤枝パークインホテルの担当者は、「ホームゲーム目当てで宿泊されるお客様は、試合が無かったら藤枝に泊まる事はなかったお客様なので、地域全体の宿泊需要は確実に高まっている」と述べている。また、ホテルオーレ藤枝の担当者は、「藤枝 MYFC の試合では、多数のアウェイサポーターの宿泊がある。宿泊助成制度の開始以降、お客様は増加している傾向がある」と述べている。このように、現場の声からも、試合開催により多くの人が藤枝を訪れ、宿泊していること、また、宿泊費助成制度の効果を実感されていることが分かる。

なお、令和6年度（2024年度）からは、制度の内容を変更し、助成内容を「宿泊1000円＋地域消費1000円」の合計2000円に変更した。この制度変更の背景には、観戦者等に単に宿泊してもらっただけでなく、地域内の店舗での飲食や買い物といった消費行動を促進し、経済効果をより広範に浸透させたいという市の意図がある。その結果、この年のアウェイ観戦者の宿泊数は862泊となり、前年度と比較して減少が見られたと報告している（図5）。この宿泊費助成制度の利用者数が減少した要因については、制度変更の影響を含め、本プロジェクトが直面している課題として次節で詳細に分析する。

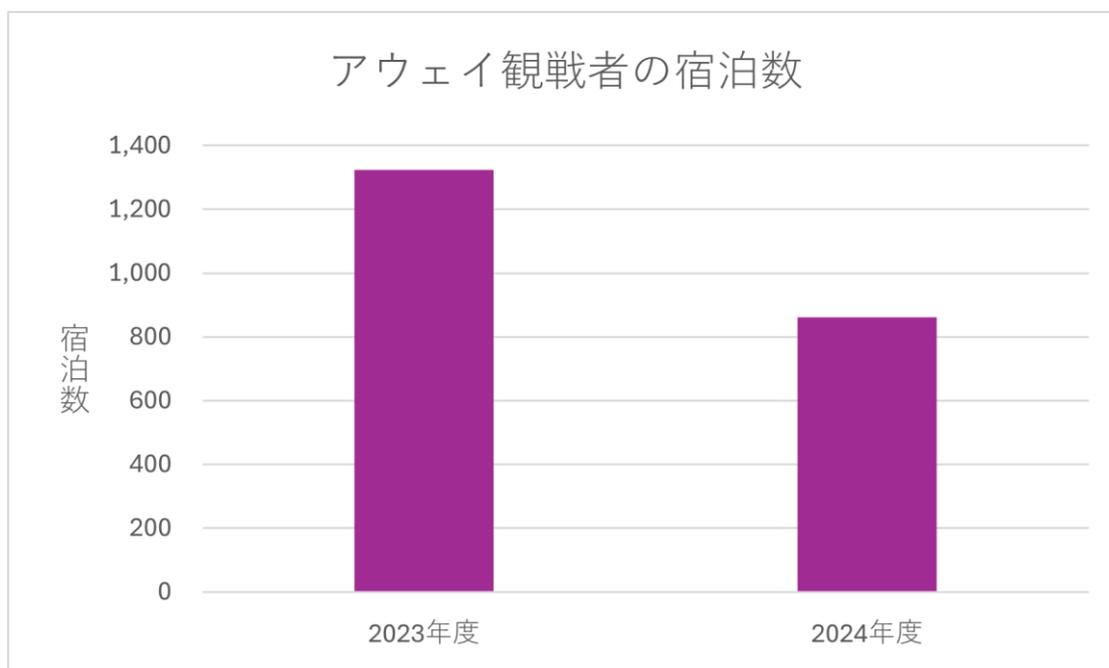


図5 蹴球都市藤枝Next100スポーツツーリズムプロジェクト2024成果報告会GoTo2025データより筆者作成

### 第3節 プロジェクトの課題

前節では、本プロジェクトが上げた一定の成果について確認した。しかし、実態を分析していくと、アウェイ観戦者を「観光客」へと転換し、地域全体に持続的な賑わいをもたらすためには、解決すべき課題も残されていることが明らかになった。本節では、主な課題として「情報発信不足による観光への転換率の低さ」および「周遊範囲の限定性」の2点を指摘する。一つ目の課題は、「宿泊まではしたが、観光をせずに帰ってしまう来訪者が多い」ことである。令和5年度の調査では、スポーツ観戦で藤枝市に宿泊した人のうち、約半数は市内で観光を行わずに帰路についていることが分かった。(図6)

## R5 プロスポーツ観戦宿泊者の周遊状況

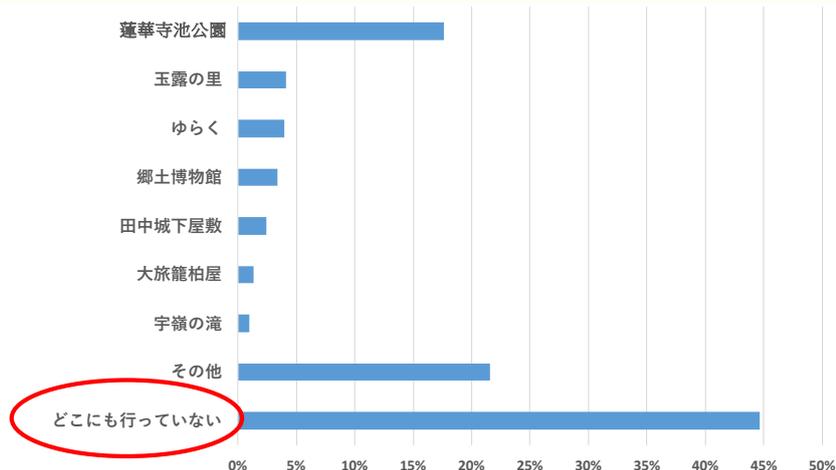


図6 スポーツ観戦宿泊者の周遊状況

出典：藤枝市観光交流政策課

これは、助成制度により、「泊まること」は達成できたものの、「どこで遊ぶか」、「何を食べるか」などといった観光に関する情報が観戦者に届いていないことが大きな要因であると考えられている。また、前節の最後でも触れたように、令和6年度に宿泊費助成制度の利用者が減少した点についても、幾つか原因が指摘されている。まずは、制度に関する情報の発信不足が機会損失を招いていることである。これに加え、制度開始当初は、藤枝 MYFC が J2 昇格初年度だったこともあり、多くのアウェイサポーターにとっては、藤枝が「初めての対戦相手、試合会場」であったため、来訪者が多かったことも考えられている。制度開始2年目以降において成果を維持させるためには、良い制度や観光資源の魅力を認知させ

るための工夫がより一層不可欠になっていると言える。

二つ目の課題は、「人が集まる場所と時間が偏っている」という周遊の限定性である。プロジェクトに参加した事業者からは、立地や時期による効果の差を懸念する声が挙がっている。具体的には、「駅から離れた立地にあり思ったほど集客はなかった」、「駅前以外にも周遊させる仕組みが欲しい」といった意見である。現在の賑わいはアクセスの良い藤枝駅周辺に集中しており、駅から離れたエリアまで足を運ばせることに苦戦しているのだ。この背景には、藤枝市の地理的要因と交通の課題が挙げられると考える。藤枝市の特徴として、藤枝駅、藤枝市総合運動公園、そして蓮華寺池公園や玉露の里といった観光地は、離れた場所に点在している。しかし、これらを結ぶ公共交通機関は路線バスやタクシーに限られ、便数やルートの制限から、土地勘のない来訪者が自由に周遊するには不十分であることが考えられる。このように、地理的な要因に加え、交通面での課題が周遊の限定性をもたらしている要因であるのではないだろうか。さらに、「試合やイベントのない平日の集客に繋がると良い」という声もある。現状の成果は試合がある週末に依存しており、平日を含めた日常的な賑わいにはまだ繋がっていない。

以上のことから、藤枝市のプロジェクトは「観戦客を宿泊させる」という第1段階はクリアしつつある。しかし、「宿泊した客に情報を届けて観光してもらうこと」そして、「駅前や試合日だけでなく、より広い地域、期間で賑わいを作ること」が、次なる課題として浮き彫りになった。

これらの課題を踏まえると、地域内での移動や二次交通の利便性の向上は、観光への転換率上昇、また、地域内での周遊範囲を拡大するために必要不可欠であることが考えられる。そこで第4章では、交通の利便性の向上に向け、藤枝市が導入を進めるAIオンデマンド交通、「ふじえだ mobi」に着目し、その概要と現状について分析する。

## 第4章 移動の課題解消に向けて

### 第1節 ふじえだ mobi とは

第3章では、藤枝市のスポーツツーリズムプロジェクトが一定の成果を上げている一方、地域内での移動や二次交通の利便性に課題を残していることを指摘した。アウェイ観戦者を「観光客」へと転換し、特定のエリアだけでなく地域全体への周遊を促すためには、既存の公共交通を補完する新たな移動手段の確保が必要不可欠である。そこで本章では、この課題解決の鍵となり得るモビリティサービス、AIオンデマンド交通「ふじえだ mobi」に着目する。「ふじえだ mobi」は、藤枝市と静岡鉄道株式会社等の官民連携により、地域交通の課題解決を目指して導入された、アプリで呼べるシェア型の交通サービスで、2024年7月から12月にかけて実証運行が実施された。次節以降で、実証運行の結果やスポーツツーリズムへの活用可能性について論じるに当たり、まずは、本サービスの基本的な仕組みを理解

する必要がある。したがって、本節では、「ふじえだ mobi」とはどのようなサービスなのか、概要、導入された背景、および運行の仕組みについて整理する。

そもそも、AI オンデマンド交通とは、決まった時刻表や運行ルートがなく、利用者の需要に応じて、AI（人工知能）が自動でルートや配車時間を設定する、乗り合い型の交通サービスを指す。運行エリアを限定し、地域特性や一人ひとりの移動ニーズに合わせて少数の移動を面的に担い、利用者はアプリや電話で乗降場所・希望時間を選ぶだけで、簡単に利用することができる。<sup>11</sup>

「ふじえだ mobi」においても、運行エリア内の指定した場所で乗り降りができ、利用者同士の相乗りと、AI システムによる最適ルートの検索で、効率よく目的地へ向かうことが可能となっている(図 7)。



図 7 ふじえだ mobi, <https://fujiedamobi.com/>

藤枝市において本サービスが導入された背景には、深刻な交通課題がある。藤枝市は、年間 250 万人の観光客を受け入れる一方、市民の多く（7 割弱）が自動車を利用するため、恒常的な渋滞や駐車場不足が発生している。また、観光面においても、蓮華寺池公園や玉露の里、藤枝 MYFC のスタジアム、白子名店街などの観光資源が市内に点在している地理的要因から、観光客の行動は各スポットへの短期滞在に留まる傾向があり、周遊による経済効果の機会損失が生じていた。このような背景から、市民生活と観光の両面における移動に関する課題を解決し、地域経済の活性化と都市の魅力向上を図ることを目的として、「ふじえだ mobi」は導入されたのである。<sup>12</sup>

<sup>11</sup> 第 8 回品川区地域公共交通会議資料、「A I オンデマンド交通の実証運行について」  
[https://www.city.shinagawa.tokyo.jp/ct/pdf/hpg000021819\\_73.pdf](https://www.city.shinagawa.tokyo.jp/ct/pdf/hpg000021819_73.pdf)

<sup>12</sup> 静岡鉄道株式会社、「街でシェア（相乗り）するちょい乗りサービス「ふじえだ mobi」実証運行！」、  
[https://stknavi.com/blog/archives/column\\_post/%E3%81%B5%E3%81%98%E3%81%88](https://stknavi.com/blog/archives/column_post/%E3%81%B5%E3%81%98%E3%81%88)

また、本サービスの特徴としては、柔軟な料金体系と周遊促進機能が挙げられる。料金については、市民向けの「定額乗り放題プラン」や都度払いの「ワンタイム乗車」に加え、来訪者や観光客の利用を想定した「1日乗り放題プラン」も導入されている(図 8)。さらに、本サービスは、第 3 章で述べた藤枝市スポーツツーリズムプロジェクトの宿泊費助成制度と既に連携が図られており、制度のメニューの一つに、「ふじえだ mobi の 1 日利用券」を含め、利用促進を促していたのである。これは、導入開始から、「ふじえだ mobi」が単なる市民の足としてだけでなく、観光周遊を促進するためのツールとして位置づけられていたことの根拠であると言える。

## ●料金プラン(mobiアプリから購入)

<b>30日間定額乗り放題プラン</b> 大人 30日 <b>6,000円</b> 学生 30日 <b>3,600円</b> 学生:小学生～大学生		<b>1日乗り放題プラン</b> <b>1,000円/日</b>
ご家族でご利用いただく場合 大人の方の定額乗り放題プランご加入のみ、同居のご家族6人までお一人500円で定額乗り放題プランに加入できます。		<b>選べる! 乗車回数チケットプラン</b> <small>2024年12月31日まで有効</small>
30日間定額乗り放題プラン <b>6,000円</b>	ご家族は一人500円で30日間定額乗り放題 <b>500円×2人分</b>	<b>3回券</b> 大人 <b>1,200円</b> 学生 <b>1,000円</b>
3人家族なら… 定額6,000円+500円+500円 = <b>7,000円</b> おひとり様あたり約 <b>2,300円</b> で30日間乗り放題!		<b>5回券</b> 大人 <b>2,000円</b> 学生 <b>1,600円</b>
<b>ワンタイム乗車</b> ご利用ごとに料金を支払い ※お電話でのご予約はこちらをご利用ください。		<b>10回券</b> 大人 <b>3,000円</b> 学生 <b>2,400円</b>
大人 <b>500円/回</b>	子ども <b>250円/回</b>	<b>20回券</b> 大人 <b>5,000円</b> 学生 <b>4,000円</b>
<small>※幼児は大人1名(子ども1名)につき2名まで無料。幼児3名からは子ども料金が必要になります。</small>		<b>同乗者ワンタイム乗車 200円</b> 学生:小学生～大学生 <small>回数券ご利用の方と一緒に、同じ区間乗車する場合にご利用いただけます。</small>

図 8 ふじえだ mobi, <https://fujiedamobi.com/>

このように、「ふじえだ mobi」は、単なる移動手段の提供にとどまらず、藤枝市が抱える交通課題を解決、周遊促進による地域全体の活性化を目的として設計されたのだ。では、実際に本サービスはどのような利用実態にあり、スポーツツーリズムの観点からどのような可能性をもっているのだろうか。次節では、実証運行の結果をもとに、現状について分析する。

## 第 2 節 実証運行について

前節でも述べた通り、「ふじえだ mobi」は市民の移動の一助を担うだけでなく、来訪者の周遊促進による地域経済の活性化も目的として考案されたサービスである。では、実際の運用において、これらの目的はどの程度達成されたのだろうか。本節では、藤枝市において 2024 年 7 月から 12 月にかけて実施された実証運行の結果および明らかになった課題につ

いて分析する。

結論から述べると、実証運行の結果は、採算性の面で厳しい結果となった。主な原因として、2つの課題が挙げられている。

一つ目は、「輸送効率の低迷」である。本来、AI オンデマンド交通の最大のメリットは、複数の利用者が同じ車両に乗り合わせることで、通常のタクシーと比較して効率よく輸送できる点にある。しかし、藤枝市の担当職員へのヒアリングによると、実証運行では1便あたりの乗車人数が少なく、想定していたような「乗り合い」が十分に発生しなかったようだ。その結果、輸送効率が上がらず、採算性を確保できる水準に達しなかったのである。

二つ目は、「利用形態の偏りと収益性の低さ」である。こちらも、藤枝市の担当職員によると、実証運行における利用者において、市民向けの「サブスクリプション」利用が多数を占めた一方で、来訪者向けの「スポット」利用は少なかったとのことである。加えて、料金設定自体も低く抑えられていたことも収益性が低迷した原因として考えられている。前節で述べたように、スポーツツーリズムとの連携は図られていたものの、実際には多くの利用者を獲得できなかったのではないだろうか。

以上の結果から、「ふじえだ mobi」は地域交通、地域経済の活性化の可能性を示した、一方、事業として自走するためには、輸送効率、収益性の向上が課題であることが明らかになった。

特に、採算性を改善するためには、「サブスクリプション」利用者に依存する現状を脱却し、「スポット」利用者の増加が求められる。これは、「アウェイ観戦者の周遊促進」というテーマとも密接に関連しており、両者の連携強化こそが双方の課題解決に繋がる鍵になるのではないかと考える。そこで、次章では、これまでの事例分析に基づいて考察を行う。その上で、アウェイ観戦者を「観光客」へと転換させ、地域の活性化を実現する、スポーツツーリズムプロジェクトの更なる成功に向けた施策を提案する。

## 第5章 考察、更なるプロジェクト成功に向けた施策提案

### 5-1 考察

本節では、第2章の先行研究および第3章、第4章の事例分析を踏まえ、アウェイ観戦者を「観光客」へと転換させ地域活性化に繋げる方法について考察する。

第2章の先行研究、河村(2025) 吉岡ら(2020)で確認したように、アウェイ観戦者は高い観光意欲をもっている。また、アウェイ観戦によるスポーツツーリズムは、受入地域の取り組み次第で、更なる地域活性化に繋げられる余地は大きいことが考えられる。しかし、第3章で明らかになった藤枝市の実態では、宿泊者の約半数が観光を行わず、その行動範囲も駅周辺に限定されていた。この「意欲」と「行動」の乖離を生んでいる最大の要因は、受入体制、特に「二次交通」の整備不足であると考えられる。

藤枝市の主要な観光資源（藤枝 MYFC のスタジアム、蓮華寺池公園、玉露の里など）は分散しており、土地勘のない、アウェイ観戦者が公共交通機関のみでこれらを周遊することは容易ではない。プロジェクトの成果として、宿泊助成制度により「宿泊客」の確保には成功したが、そこからの移動手段が十分に提供されていないため、「宿泊＋観光」までには至らず、結果として駅周辺の滞在に留まっているのである。

したがって、地方都市において、アウェイ観戦者を「観光客」へ転換させ、更なる地域活性化に繋げるためには、受入地域が「宿泊」の支援に加え、「移動」の支援をセットで提供する受入体制の整備が必要不可欠であると結論付けられる。

## 5-2 施策提案

前節の考察を踏まえて、本研究ではプロジェクトの更なる成功に向けた具体的施策として、「スポーツツーリズムプロジェクトとふじえだ mobi の連携強化」を提案する。

第4章で述べた通り、「ふじえだ mobi」は面的な移動を可能にする有効な手段であるが、現状では、「スポット」利用者が少なく、来訪者や観光客の利用が進んでいない。一方、第3章で述べた、スポーツツーリズムプロジェクトは、宿泊客の増加には成功したが、「宿泊＋観光」までには至っていないのが現状である。また、宿泊助成制度のメニューとして「ふじえだ mobi 日利用券」が既に設定されていることが確認された。しかし、4章で明らかになった通り、実際の「スポット」利用者は少ない。この事実から、宿泊費助成制度を利用したアウェイ観戦者が mobi を利用していないことが考えられる。利用しない理由としては、mobi の認知度の低さの他に mobi があっても「どこに行けばいいのか分からない」といった状況が考えられる。つまり、観光地に関する情報が不足しているのだ。また、制度が多くの人に周知浸透するまでには、ある程度時間がかかることが一般的である。そのため、わずか半年の実証運行は期間が短かったことも原因の一つとして考えられるのではないだろうか。

これらの課題を解消し、この両者の連携を強化させることは、双方の課題を補完する極めて有効な解決策となり得ると考えられる。具体的に以下の2点を提案する。

一つ目の提案は、アプリ「ユニタビ」を活用した「ふじえだ mobi」の情報発信と利用促進のための特典付与である。現在、多くのJリーグサポーターが利用している「ユニタビ」上で「ふじえだ mobi」の利用案内などの情報を積極的に発信するのだ。さらに、単なる情報発信に留まらず、「ユニタビ」を経由して「ふじえだ mobi」を利用した観戦者に対して、市内の飲食店などで利用できるデジタルクーポンなどの特典を付与する仕組みを導入する。ターゲットに直接届く媒体で発信し、かつ、利用をする明確な利点を加えることで、「ふじえだ mobi」の認知度向上と利用促進が図れると同時に、駅周辺に偏っていた人の流れを地域全体へと拡大させることが可能になると考える。

二つ目の提案は、ふじえだ mobi に「観光タクシー」の機能をもたせ、ドライバーによるガイド機能を付加することだ。土地勘のないアウェイ観戦者にとって、点在する観光地を周

遊する、移動ルートを計画することは負担が大きい。そこで、シェアライド機能に観光タクシー機能を追加するべきだと考える。本プランにおいては、ドライバーが単なる運転手としてだけでなく、地域の魅力を伝える「ガイド役」を担う。地域を知り尽くしたドライバーによる車内での観光案内や、地元ならではの穴場スポット情報の提供は、移動時間そのものを楽しい「観光体験」へと変えることができるのではないだろうか。また、第3章の課題であった「情報発信不足による観光への転換率の低さ」に対する有効な解決策になるのではないだろうか。「観光タクシー」機能をもったふじえだ mobi は、「どこへ行き、どう楽しめばよいか」という情報の正解を伝える「情報発信」そのものになる。これにより、情報不足ゆえに観光を諦めていた層のニーズに応え、確実に行動へと繋げることが可能となるのである。

### 5-3 期待される効果

本提案の実施により、以下の効果が期待される。一つ目に、アウェイ観戦者の行動変容である。移動に関して、足がない、情報がないといった障壁がなくなることで、これまで、宿泊のみで帰路についていた来訪者や、駅周辺に留まっていた滞在者が市内の観光スポットを訪れるようになる。これにより、地域内での消費機会が増大し、経済効果の拡大が見込まれる。二つ目に、ふじえだ mobi の稼働率と収益改善である。第4章の課題であった「スポット」利用者として、アウェイ観戦者をより積極的に取り込むことで、稼働率と収益性が向上し、交通事業としての運行の可能性が高まると考えられる。結論として、スポーツツーリズムプロジェクトとふじえだ mobi の連携強化は、双方の課題を解決し、観光振興による地域活性化を実現することができるのである。

## 第6章 アウェイ観戦による地域活性化の可能性

本研究では、地域活性化の有効な手段として、注目されているスポーツツーリズムにおいて、特に「アウェイ観戦者」に着目し、彼らをいかに「観光客」へと転換させ、地域活性化に繋げるかを明らかにすることを目的とした。そのために、先進的な取り組みを行う静岡県藤枝市の「蹴球都市藤枝 Next100 スポーツツーリズムプロジェクト」を事例として分析を行った。

第2章では、先行研究により、アウェイ観戦者が高い観光意欲をもっていること、また、観光をしていない人もいることから、受入地域の取り組み次第で、更なる地域活性化に繋げる余地は大きいことを確認した。そのうえで、広島市や福岡市のような地方中枢都市とは異なるモデルである地方都市におけるスポーツツーリズムとして藤枝市を取り上げる意義を提示した。

第3章の事例分析では、藤枝市のプロジェクトが「宿泊費助成制度」等の施策により、アウェイ観戦者の「宿泊」を促し、一定の経済効果を生み出している成果を確認した。しかし、宿泊者の約半数が観光を行わずに帰路についている実態や、周遊範囲が駅周辺に限定され

ているという課題も浮き彫りになった。要因として、観光情報の不足に加え、駅から離れた観光資源への移動手段、すなわち「二次交通」の不足が大きな障壁となっていることを指摘した。

第4章では、この移動の解決策として、藤枝市が導入を進めるAIオンデマンド交通「ふじえだ mobi」を分析した。ふじえだ mobi は面的な移動を可能にする有効な手段である。スポーツツーリズムプロジェクトとの連携も図られていたが、実態としてはアウェイ観戦者を含む観光客による「スポット」利用が進んでおらず、事業の採算性確保のためにもアウェイ観戦者等のより積極的な取り込みが求められることが明らかになった。

これらの分析を踏まえ、第5章では、スポーツツーリズムプロジェクトとふじえだ mobi の連携強化を提案した。具体的にはアプリ「ユニタビ」を活用したふじえだ mobi の情報発信、そして、ふじえだ mobi に「観光タクシー」機能を付け加えることだ。これらは、プロジェクトの「周遊手段、情報の不足」と、mobi の「スポット利用者不足」という双方の課題を補完し、アウェイ観戦者の行動変容を促すものである。

以上、本研究のまとめとして、地方都市において、アウェイ観戦者を「観光客」へ転換させ、更なる地域活性化に繋げるためには、受入地域が「宿泊」の支援に加え、「移動」の支援をセットで提供する受入体制の整備が必要不可欠であると結論付けた。

本研究で提示した、スポーツツーリズムと地域交通を融合させた藤枝市のモデルは、大都市のようなインフラ面での優位性をもたない、多くの地方都市にとって、汎用性の高い解決策を示唆している。アウェイ観戦者を一過性の来訪者で終わらせず、地域全体を周遊する「観光客」へと転換させていくこと。この視点と受入地域による、戦略的な取り組みこそが、人口減少や経済縮小に直面する地方都市における、持続可能なまちづくりに繋がるのではないだろうか。

## 参考文献

一般社団法人 日本スポーツツーリズム推進機構,スポーツツーリズムについて

[https://sporttourism.or.jp/about\\_st/](https://sporttourism.or.jp/about_st/),(2025/10/26)

株式会社ナビタイムジャパン (2024/7/19)「ナビタイムジャパン、藤枝市と共同で、サッカー観戦による地域経済活性化を目指す「蹴球都市藤枝 Next100 スポーツツーリズムプロジェクト」を実施」

[https://corporate.navitime.co.jp/topics/pr/202407/19\\_5763.html](https://corporate.navitime.co.jp/topics/pr/202407/19_5763.html),(2025/12/3)

河村悟朗 (2025)「サッカーツーリズムに関する社会調査の観光的分析 ——セレッソ大阪を観戦する「アウェイサポーター」を事例として——」,『大阪観光大学研究論集』, 25号, p59-68

観光産業ニュース(2024/5/1)「Jリーグ・アビスパ福岡、地域活性化事業を開始、スタジアム来訪のファン、アウェイサポーターの周遊促進」,『トラベルボイス』

<https://www.travelvoice.jp/20240501-155565>,(2025/10/31)

観光産業ニュース(2024/7/22)「静岡県藤枝市、スポーツツーリズムで「稼ぐ地域づくり」滞在時間の延長や周遊促す仕組みを構築へ」,『トラベルボイス』

<https://www.travelvoice.jp/20240722-156018>,(2025/11/16)

観光産業ニュース (2025/2/10)「静岡県藤枝市の「サッカー観戦×観光」の成果は? 観光DX実証で見てきた課題と次の一手」,『トラベルボイス』

<https://www.travelvoice.jp/20250210-157144>,(2025/12/03)

静岡鉄道株式会社,「街でシェア（相乗り）するちょい乗りサービス「ふじえだ mobi」実証運行！」

[https://stknavi.com/blog/archives/column\\_post/%E3%81%B5%E3%81%98%E3%81%88%E3%81%A0mobi](https://stknavi.com/blog/archives/column_post/%E3%81%B5%E3%81%98%E3%81%88%E3%81%A0mobi)(2025/12/20)

品川区地域公共交通会議,「A I オンデマンド交通の実証運行について」

[https://www.city.shinagawa.tokyo.jp/ct/pdf/hpg000021819\\_73.pdf](https://www.city.shinagawa.tokyo.jp/ct/pdf/hpg000021819_73.pdf)

藤枝市観光協会「藤枝市プロスポーツの試合観戦者宿泊費等助成金」

<https://www.fujieda.gr.jp/enjoy/subsides/subsides01/>,(2025/11/16)

藤枝市観光交流政策課職員インタビュー(2025/9/4),対面

藤枝市「Next100 スポーツツーリズムプロジェクト～観光 DX の推進により稼ぐ観光スタイルの確立へ～」

[https://www.city.fujieda.shizuoka.jp/soshiki/sports\\_bunka/kankokoryu/oshirase/23586.html](https://www.city.fujieda.shizuoka.jp/soshiki/sports_bunka/kankokoryu/oshirase/23586.html),(2025/11/16)

吉岡誉将・杉本興運・菊地俊夫 (2020), 「Jリーグサッカーファンのアウェイ戦観戦行動と地域受容 —スポーツイベントによる地域活性化に向けた示唆—」, 『観光科学研究』, 13号,p1-11

読売新聞社(2024/11/16) 「街なかスタジアム、動員最多・商店街利用も倍増…サンフレッチェ本拠「ピースウイング」」, 『読売新聞オンライン』

<https://www.yomiuri.co.jp/local/kansai/news/20241116-OYO1T50028/>,(2025/10/31)

RCC 中国放送(2025/1/15), 「“経済効果 140 億円超” 「エディオンピースウイング広島」開業からまもなく1年 サンフレ “リーグホーム戦の経済効果” を大学生が分析 前スタジアム比+46 億円 まちなかスタジアムで周遊性向上 観客動員数大幅増加 広島」, 『TBS NEWS DIG』, <https://newsdig.tbs.co.jp/articles/-/1671985>,(2025/10/31)