

藤枝プロジェクトDX 2025シーズン成果報告 ダイジェスト



藤枝市
Fujieda City

GO! FUJIEDA

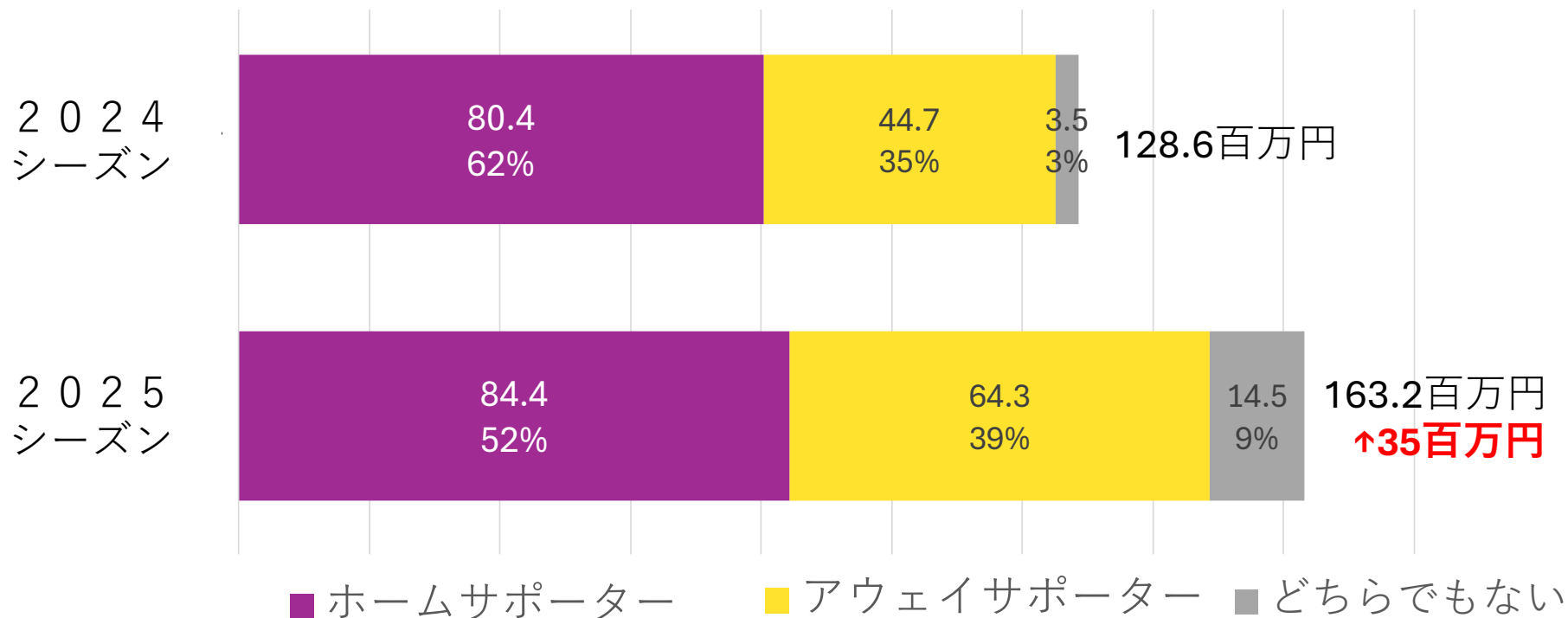
(一社) 藤枝市観光協会

 **SURUGA**
Market!ng &
Tour!sm Bureau

2025シーズンの成果

取り組みの効果 35百万円

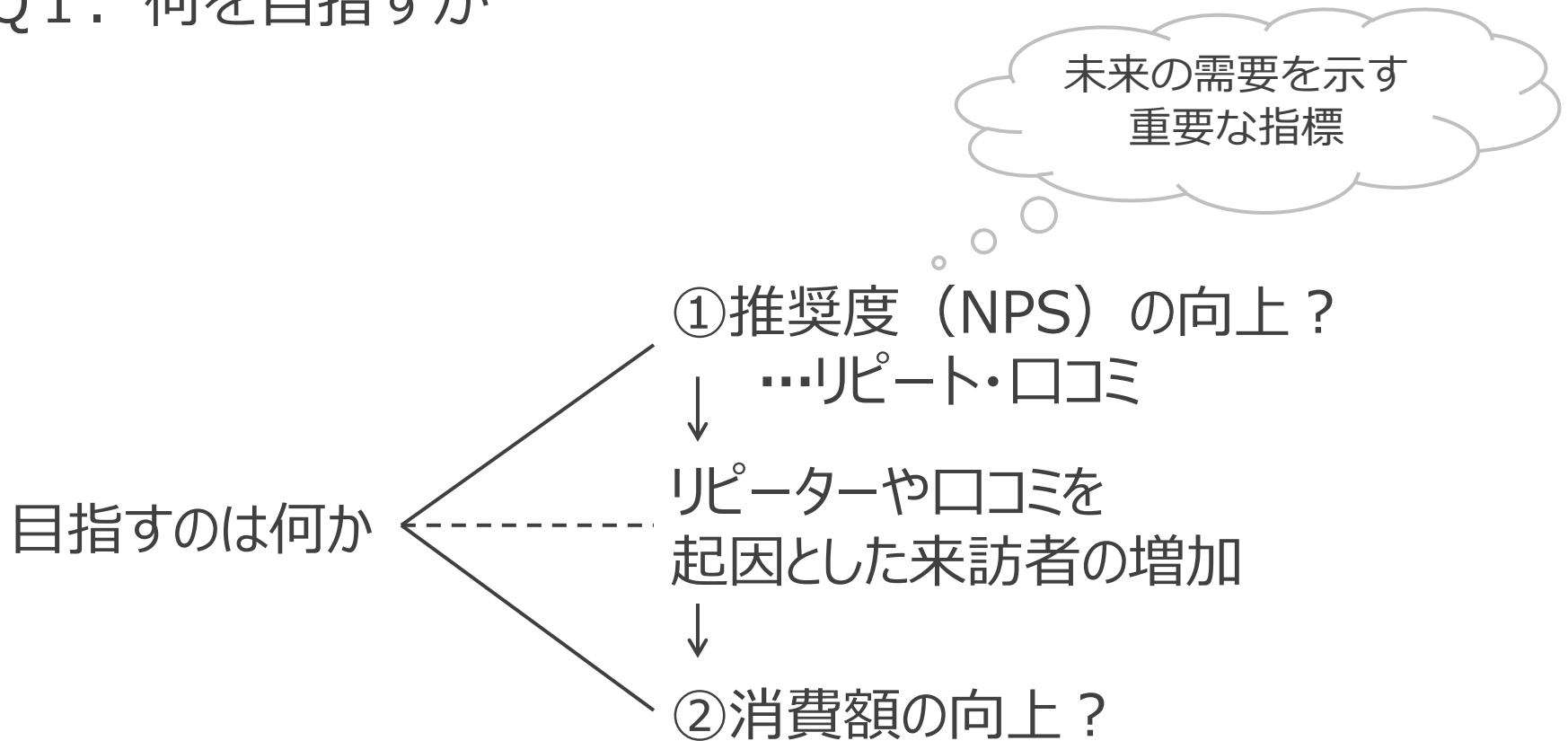
(年間実施の場合70百万円以上)



アウェイサポーターに絞った戦略を立案、実行
その結果、アウェイサポーターを中心に消費額が向上し、
対象9試合で総額35百万円の消費額向上につながった

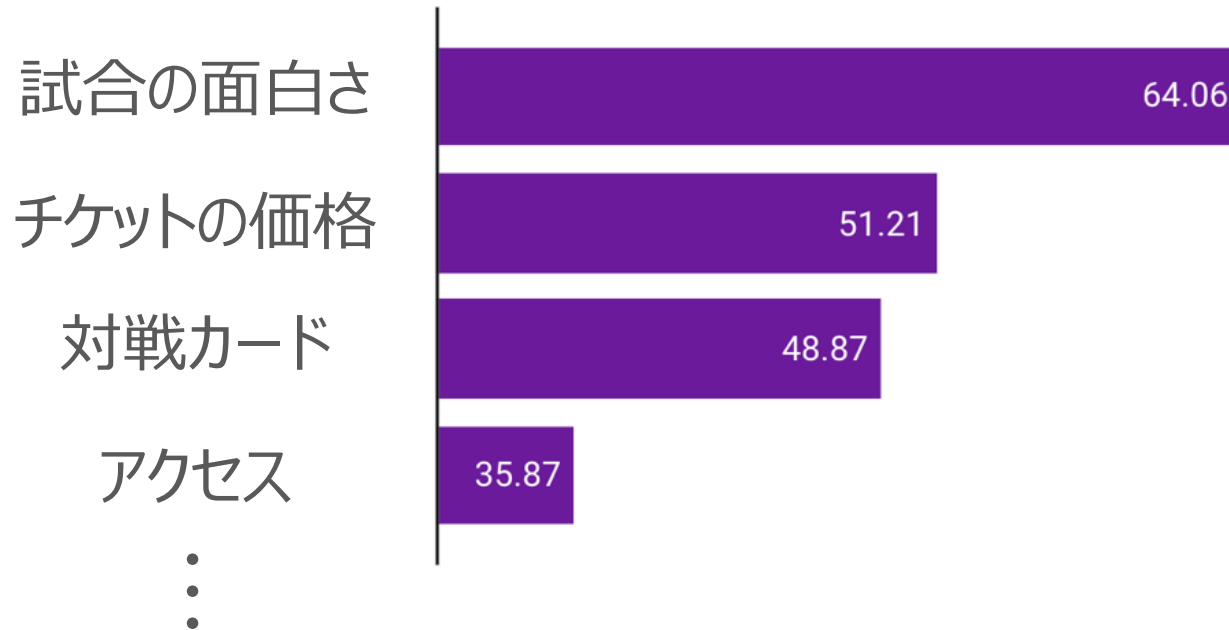
1. 戦略の背景「絞り込み」

Q1. 何を目指すか



1. 戦略の背景 「絞り込み」

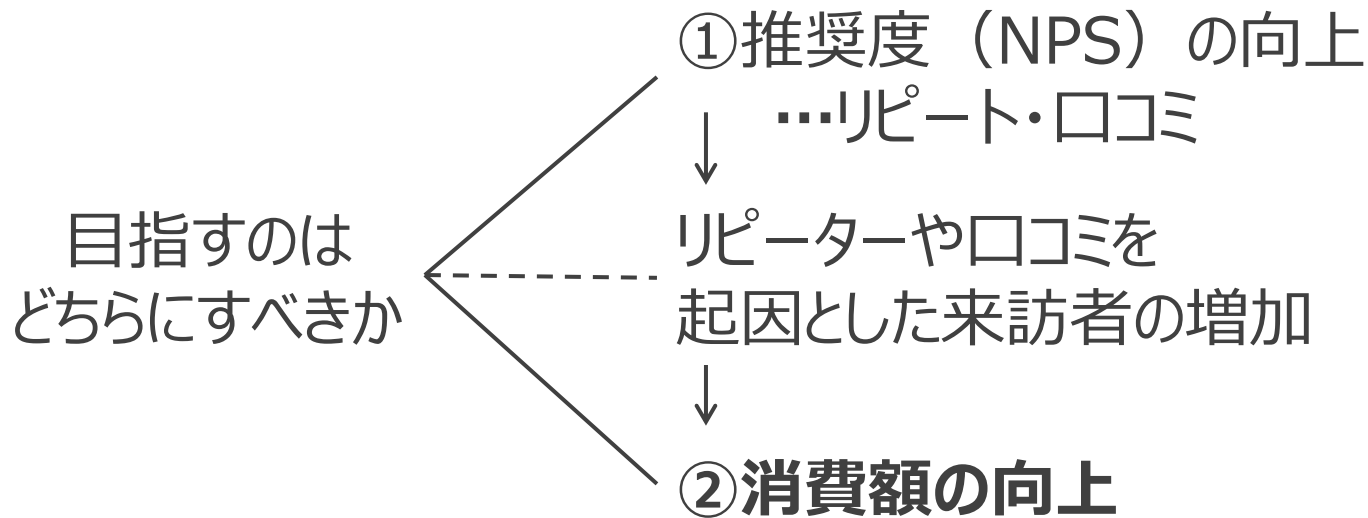
推奨度を与える要因（2024調査）



→一番の要因は「試合の面白さ」
行政や観光協会がコントロールできない

1. 戦略の背景「絞り込み」

Q1. 何を目指すか



目指すことを「**消費額の向上**」に絞り込み

1. 戦略の背景 「絞り込み」

Q2. 誰に対し、どうすれば域内消費額を向上できるか

分析手法：重回帰分析により域内消費額に影響を与える要因を評価

目的変数：消費額（市外交通費と宿泊代を除く）		偏回帰係数	P値
属性	性別	296	0.2871
	年齢	15	0.1139
	居住地域（静岡県中部地域）	-2,658	0.0001 ***
	サッカー観戦頻度	-46	0.5987
	ホーム・アウェイ	206	0.7117
	同行者人数	-240	0.0386 *
	同行者なし（1人）	-1,736	0.3453
	家族・親族（小学生以下の子供あり）	-1,223	0.5031
	家族・親族（小学生以下の子供なし）	-1,449	0.4271
	恋人・パートナー	-773	0.6817
	友人・知人	-306	0.8679
	仕事関係	-603	0.7582
	徒歩のみ	-604	0.1766
	シャトルバス	-825	0.0457 *
	自家用車	-321	0.4613
交通手段	レンタサイクル・シェアサイクル	-156	0.9431
	自転車（レンタサイクル・シェアサイ	-149	0.9464
	オートバイ	-1,315	0.1182
	路線バス	110	0.9391
	レンタカー	-1,839	0.1893
	タクシー	1,547	0.0236 *
	高速バス	5,779	0.0263 *
	貸切バス（団体旅行）	-2,073	0.1174
	J R在来線	-907	0.1806
	J R新幹線	792	0.3295
	静岡鉄道	1,894	0.3084

目的変数：消費額（市外交通費と宿泊代を除く）		偏回帰係数	P値
行動特性	泊数	1,770	0.0026 **
	会場のスタジアムの売店	1,049	0.0006 ***
	グッズショップ	2,037	0.0000 ***
	駐車場	122	0.7147
	立寄施設	1,010	0.0056 **
	藤枝市内の土産店	765	0.2966
	蓮華寺池公園	-945	0.3017
	大旅籠柏屋	-2,530	0.3321
	瀬戸谷温泉ゆらく	308	0.8303
	史跡田中城下屋敷	2,035	0.3333
施策効果	「ユニタビ」アプリの使用	404	0.4156
満足度	全体の満足度	171	0.1119
	親しい友人や同僚に薦める可能性	-99	0.1795
	試合の面白さ	-74	0.4178
	チケットの価格	54	0.4354
	対戦カード（相手）	-127	0.1134
	アクセスの良さ	-46	0.4535
切片		4,928	0.0296 *

対象：2024シーズンデータ サンプルサイズ2,043

用語の説明

- ・ 偏回帰係数：影響の大きさ
- ・ P値：統計的な確らしさ（0.05（5%）未満が目安：太字で表示）
0.1 未満: 「.」 0.05: 「*」 0.01: 「**」 0.001: ***

1. 戦略の背景 「絞り込み」

Q2. 誰に対し、どうすれば域内消費額を向上できるか

高速バス利用	+5,779円	}	アウェイサポーター コア層 (=スポーツツーリズム)
域外居住者	+2,658円		
宿泊施設利用	+1,770円 (1泊増ごとに)		
会場売店利用	+1,049円		
同行者小人数	+240円 (1人減ごとに)	}	ホームサポーター コア層
会場売店利用	+1,049円		
飲食店利用	+1,010円		
タクシー利用	+1,547円		
グッズ店利用	+2,037円		

セグメント（グループ分け）の切り口は「**ホーム・アウェイ**」「**コア層**」

1. 戦略の背景「絞り込み」

Q2. 誰に対し、どうすれば域内消費額を向上できるか

全体

アウェイ

n = 195

消費額合計 うち市内消費額（市外交通費と宿泊費を除く）

¥10,035 ¥3,027

市外交通費	市内交通費	宿泊費	飲食代
¥5,546	¥414	¥1,462	¥1,724
土産代	グッズ代	入館料・体験料	その他
¥567	¥141	¥89	¥92

ホーム

n = 1,312

消費額合計 うち市内消費額（市外交通費と宿泊費を除く）

¥2,617 ¥1,970

市外交通費	市内交通費	宿泊費	飲食代
¥517	¥145	¥131	¥894
土産代	グッズ代	入館料・体験料	その他
¥118	¥683	¥59	¥71

コア層Ⅱ
観戦頻度高

n = 121

消費額合計 うち市内消費額（市外交通費と宿泊費を除く）

¥15,248 ¥4,209

市外交通費	市内交通費	宿泊費	飲食代
¥8,224	¥411	¥2,814	¥2,243
土産代	グッズ代	入館料・体験料	その他
¥1,070	¥151	¥208	¥127

n = 344

消費額合計 うち市内消費額（市外交通費と宿泊費を除く）

¥2,843 ¥2,220

市外交通費	市内交通費	宿泊費	飲食代
¥592	¥183	¥30	¥940
土産代	グッズ代	入館料・体験料	その他
¥158	¥889	¥24	¥27

1. 戦略の背景「絞り込み」

Q2. 誰に対し、どうすれば域内消費額を向上できるか

アウェイ

n = 195

消費額合計 うち市内消費額（市外交通費と宿泊費を除く）

¥10,035

¥3,027

市外交通費	市内交通費	宿泊費	飲食代
¥5,546	¥414	¥1,462	¥1,724
土産代	グッズ代	入館料・体験料	その他
¥567	¥141	¥89	¥92

+ ¥1,200 のポテンシャル

n = 121

消費額合計 うち市内消費額（市外交通費と宿泊費を除く）

¥15,248

¥4,209

市外交通費	市内交通費	宿泊費	飲食代
¥8,224	¥411	¥2,814	¥2,243
土産代	グッズ代	入館料・体験料	その他
¥1,070	¥151	¥208	¥127

ホーム

n = 1,312

消費額合計 うち市内消費額（市外交通費と宿泊費を除く）

¥2,617

¥1,970

市外交通費	市内交通費	宿泊費	飲食代
¥517	¥145	¥131	¥894
土産代	グッズ代	入館料・体験料	その他
¥118	¥683	¥59	¥71

n = 344

消費額合計 うち市内消費額（市外交通費と宿泊費を除く）

¥2,843

¥2,220

市外交通費	市内交通費	宿泊費	飲食代
¥592	¥183	¥30	¥940
土産代	グッズ代	入館料・体験料	その他
¥158	¥889	¥24	¥27

全体

コア層Ⅱ
観戦頻度高

1. 戦略の背景 「絞り込み」

Q2. 誰に対し、どうすれば域内消費額を向上できるか

アウェイ 15%

コア層並みの消費額者の拡大

アウェイ・コア層
全体の6%



ホーム 81%

ホーム・コア層
全体の17%



その他
4%

A2. 効果が見込める層（消費が生まれやすい層）＝アウェイを
ターゲットに設定

1. 戦略の背景 「絞り込み」

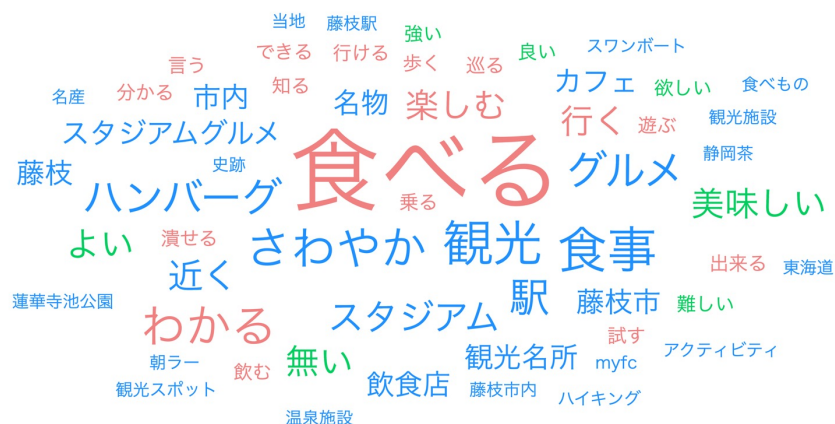
戦略： 藤枝MYFCのホームゲームに来訪する**アウェイ層**に
消費を促す打ち手を施し、アウェイ・コア層並みの
消費単価の増大（一人あたり+1,200円）を図る

1. 戦略の背景 「強み」の発掘

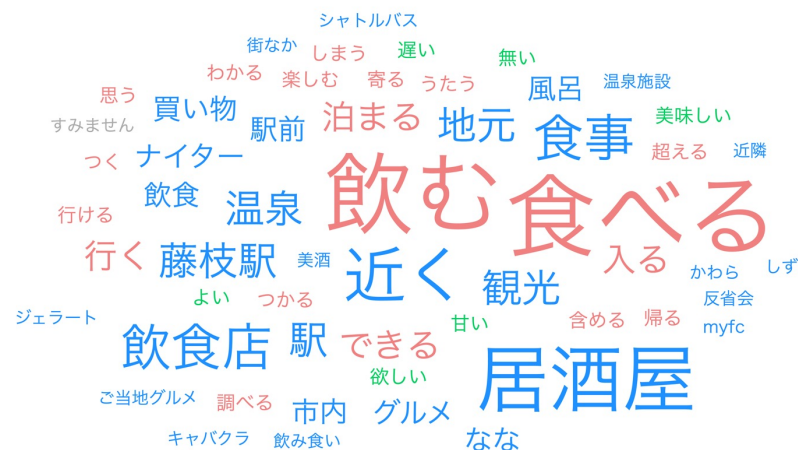
Q3. 誰に対し、**どうすれば**域内消費額を向上できるか

「試合の前と後に何を楽しみにしているか」のオープンクエスチョン（自由記述）を追加し、来訪者がとらえるニーズを把握

試合の前に楽しみたいこと



試合の後に楽しみたいこと



7/12ベガルタ仙台戦 8/2山口戦 **アウェイサポ77件**

試合後は「お酒を飲む」がほとんどだが、
試合前は「**地のもの**」「**グルメ**」等を求める声が多い

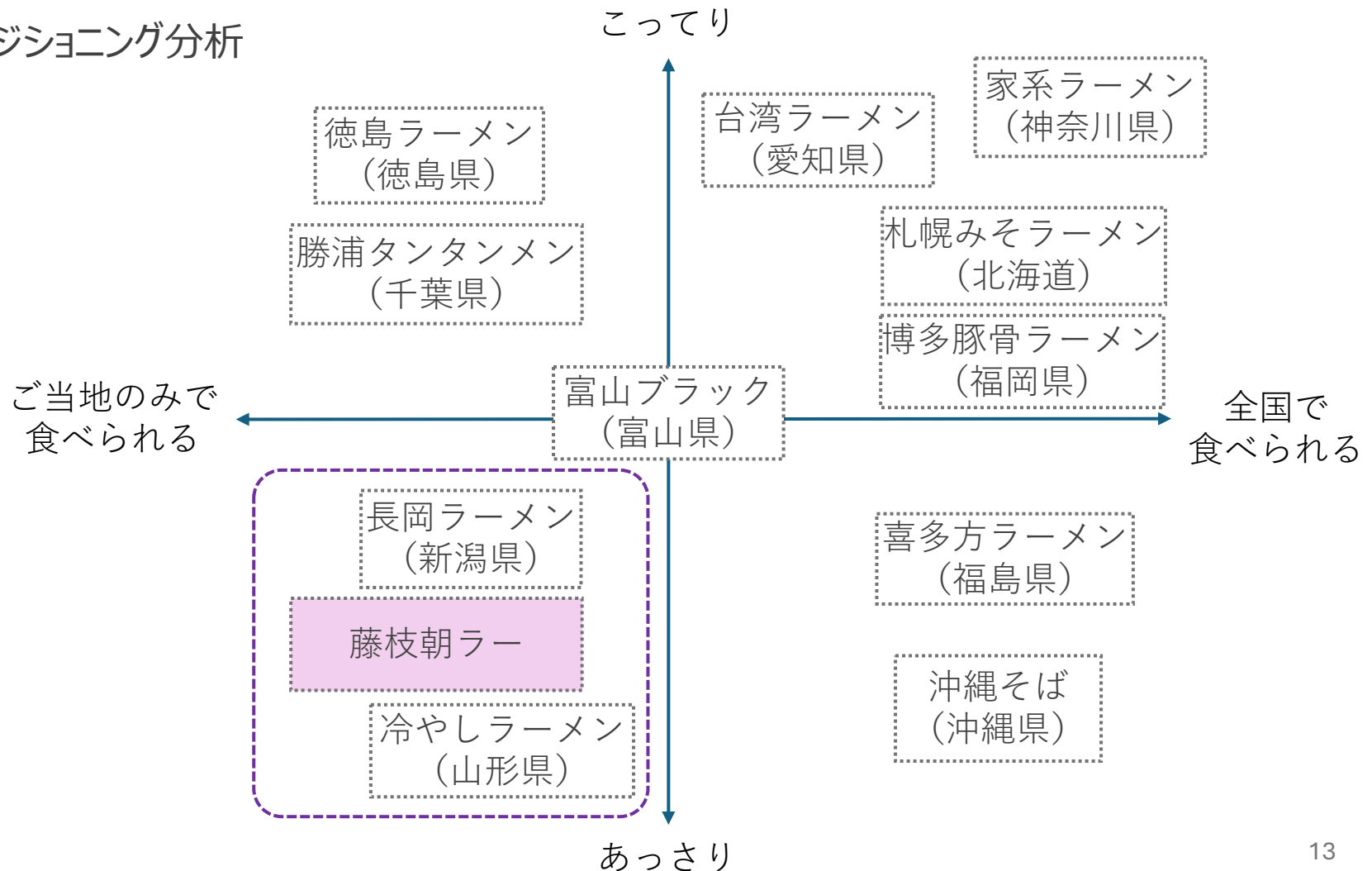
⇒この地ならではの食やお酒などの訴求・朝ラーメンを活用

1. 戦略の背景 「強み」の発掘

Q3. 誰に対し、**どうすれば**域内消費額を向上できるか

藤枝朝ラーの強み：「ここでしか食べられない」「独自文化」「あっさり」

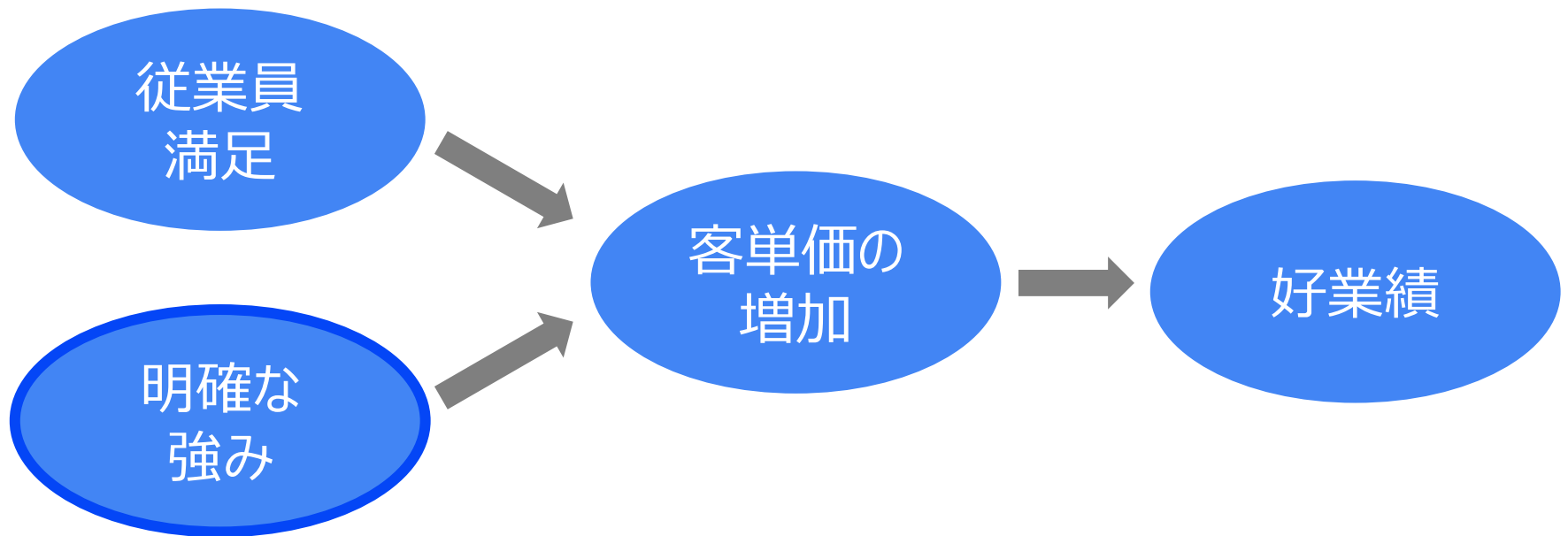
ポジショニング分析



1. 戦略の背景 「強み」の発掘

静岡県中部地域で観光業において好業績を上げるためには

するが地域の観光における好業績モデル



1. 戦略の背景 「強み」の発掘

Q3. 誰に対し、**どうすれば**域内消費額を向上できるか

来訪者の推奨度を与える要因分析も実施

		偏回帰係数	P値
施設	展望	0.18	0.134
	外観・内装・設備	-0.02	0.8905
	飲食	-0.12	0.3186
	土産	0.28	0.0306 *
	体験・コンテンツ	0.09	0.5449
	スタッフの対応	0.03	0.8416
	価格	0.26	0.0611 .
切片		2.63	0.0035 **

*** : <0.001、** : <0.01、* : <0.05、. : <0.1

データ

するが企画観光局 来訪者調査 サンプルサイズ : 850件
期間 : 2022年4月1日～2024年6月3日
目的 : 出張・業務



⇒推奨度の向上のほか、直接的な**消費額の向上にもつながる**

A3. 来場者のニーズに合った地域の強み「朝ラーメン」「サッカー最中」
を訴求する

2. 打ち手の実行

例) 10/4富山戦

ターゲット：アウェイサポーター

「朝ラー」と「お土産」の発信をXでシリーズ化

- ・朝ラー情報を継続して発信。紹介店舗を変えるなどバリエーションを持たせることで、リピーターにも新しい情報を発信。
- ・お土産情報として「サッカー最中」と「〇〇」を発信。

アンケート促進用チラシの裏面を活用した情報の発信

アウェイ向けには同時開催の藤枝大祭りや地の食事（魚など）への誘客を行う。



- ・朝ラーやおみやげのシリーズ発信
(藤枝市観光協会)
- ・藤枝大祭への誘導
・宿泊補助の利用促進

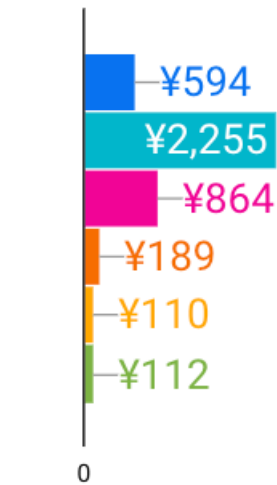


アウェイ向け

3. 結果（10/4富山戦）

アウェイ一人あたりの消費額
(市外交通費・宿泊費を除く)

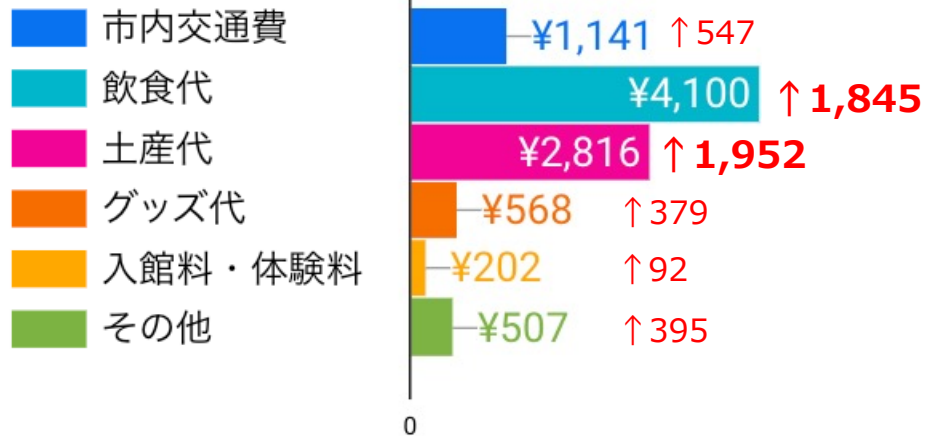
過去のJ2試合の平均
4,123円／人



n = 453

富山戦
9,334円／人

↑5,211



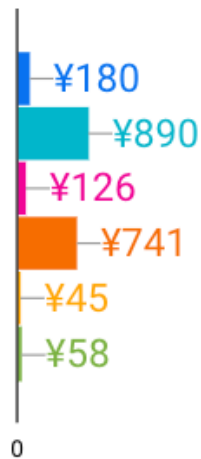
n = 25

特に打ち手を打った**飲食代**および**土産代**が強い増加

3. 結果（10/4富山戦）

ホーム一人あたりの消費額
(市外交通費・宿泊費を除く)

過去のJ 2 試合の平均
2,040円／人



n = 2,827

富山戦
1,676円／人
↓364



n = 142

打ち手を打たなかったホーム層は一人当たりの消費額が低下

3. 結果（11/23鳥栖戦）

今回のおでかけでよかったところ（自由記述）

打ち手に関連する
回答のみ抜粋

混雑が緩和されていた
朝ラーメン食べれたこと
朝ラー食べれた。**事前に補助制度を知ったので宿泊先を藤枝に出来た**
ご当地グルメ
ウォーキング企画、golショップ
帰りの道路が空いていた。
明治安田生命のウォーキングイベント企画
三連休だが市内が混雑してなく、天候も良く
て温泉日和であった。
Jリーグウォーキングに参加できて良かった。
Jリーグウォークに参加した
ウォーキングに参加出来て楽しかった
シャトルバスがよかった
意外と空いていた
バス案内
ウォーキングイベントに参加できた
健康ウォーキングが良かった

試合、スタグル、**藤枝のラーメン**が食べられた
ところです。
スタジアムグルメがどれも美味しかった。また
会場スタッフ、藤枝サポの皆様は皆親切で子どもに優しくかった。天候に恵まれて芝生席での観
戦が心地よかった。**宿がとれず藤枝市外に宿泊
することになったため来年は藤枝に泊まって朝
ラーメンをいただきたいです。（朝ラーメンの
存在も今回初めて知りました）**
朝ラーを食べることができた
朝ラーメンを食べた
シャトルバスを初めて利用したが快適でした。
普段は自家用車
行きのシャトルバスがスムーズだった
ウォーキングも参加できたし、J2残留も確定し
た試合だったので良かった。
**藤枝市全体でサッカー文化を盛り上げる取り組
みがみられた**

**打ち手を打った内容が確実に届いている。
（朝ラーメン、宿泊助成、混雑緩和等）**

3. 結果（スポーツツーリズム × 朝ラーメン）

9/13以降のホーム 4 試合

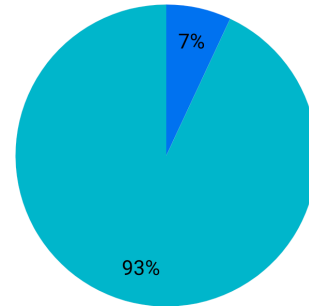
今回のおでかけで、藤枝市独自の食文化「朝ラーメン」を食べましたか。

● 食べた

7 % (n = 11)

消費単価 うち市内消費単価（市外交通費を除く）
¥19,530 ¥13,873

市外交通費	市内交通費	宿泊費	飲食代
¥5,658	¥1,445	¥2,455	¥4,236
土産代	グッズ代	入館料・体験料	その他
¥2,991	¥1,318	¥564	¥864



● 食べていない

93% (n = 147)

消費単価 うち市内消費単価（市外交通費を除く）
¥9,066 ¥4,864

市外交通費	市内交通費	宿泊費	飲食代
¥4,202	¥763	¥1,078	¥1,949
土産代	グッズ代	入館料・体験料	その他
¥740	¥146	¥90	¥99



推奨度は
未来の需要を示す
重要な指標



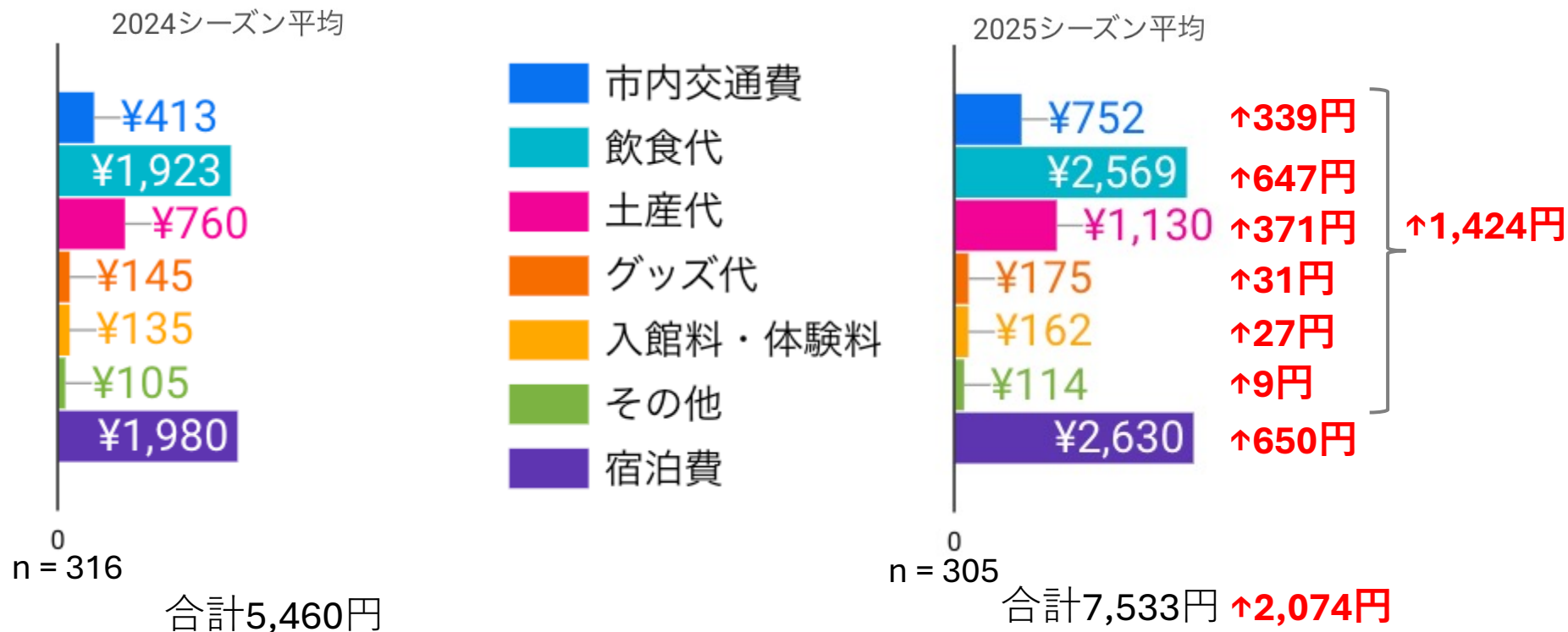
スポーツツーリズムが、消費額の向上だけでなく、
推奨度、すなわち未来の需要創出につながる
＝取り組みにより将来の観戦者数も増加する

3. 結果（全体）

①アウェイサポーターの消費単価の増加

1人あたりの消費額が2,074円増加

特に、打ち手を打った飲食代（+647円）、土産代（+371円）が増加



取り組みの効果 **23百万円**

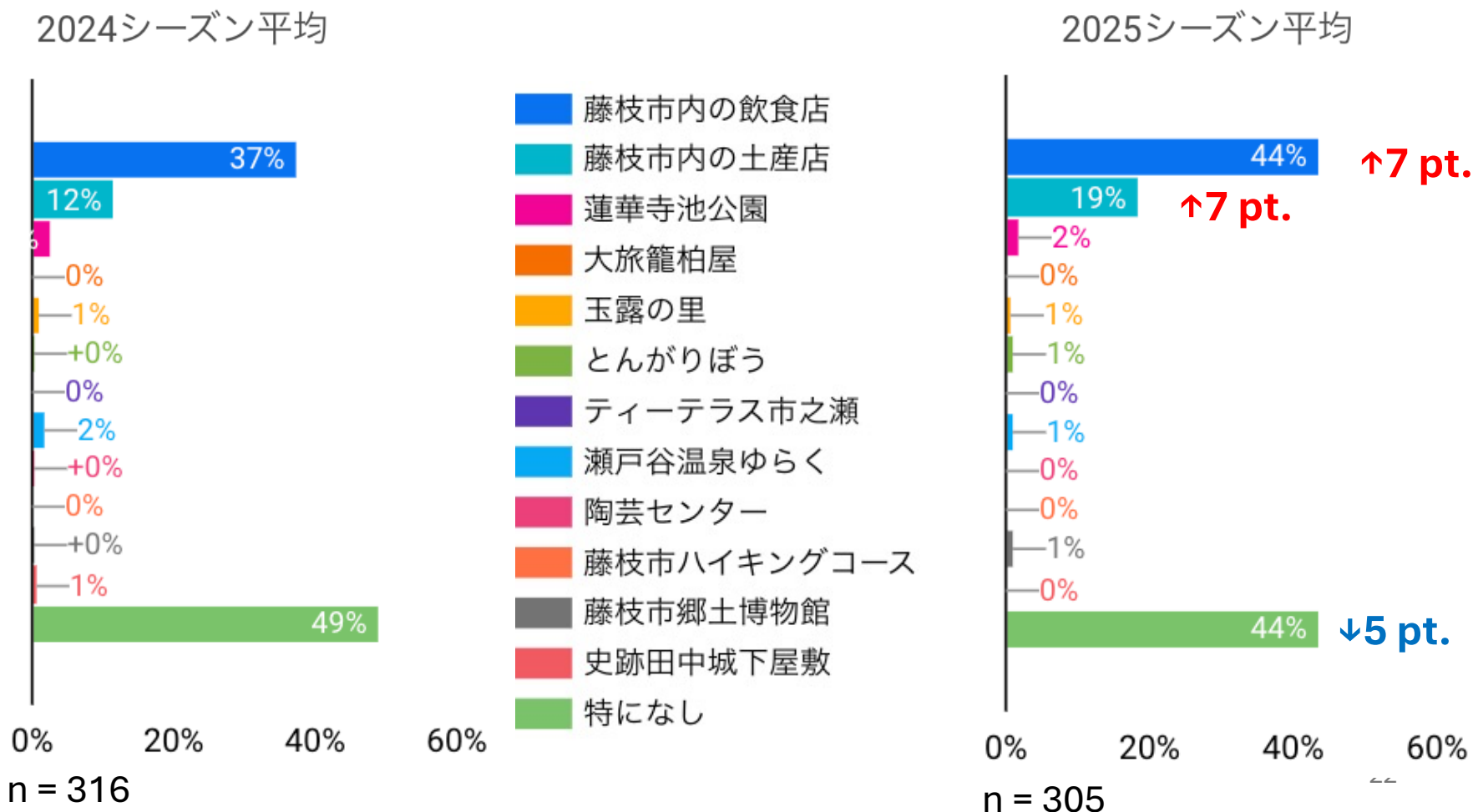
(↑2,074円 × 10,957人 (9試合のアウェイサポーター数))
(年間実施の場合約48百万円)

3. 結果（全体）

②アウェイサポーターの訪問施設割合の増加

地域コンテンツ（朝ラー、お土産）の紹介により、
藤枝市内の飲食店および土産店の利用者がそれぞれ 7 pt. 増加

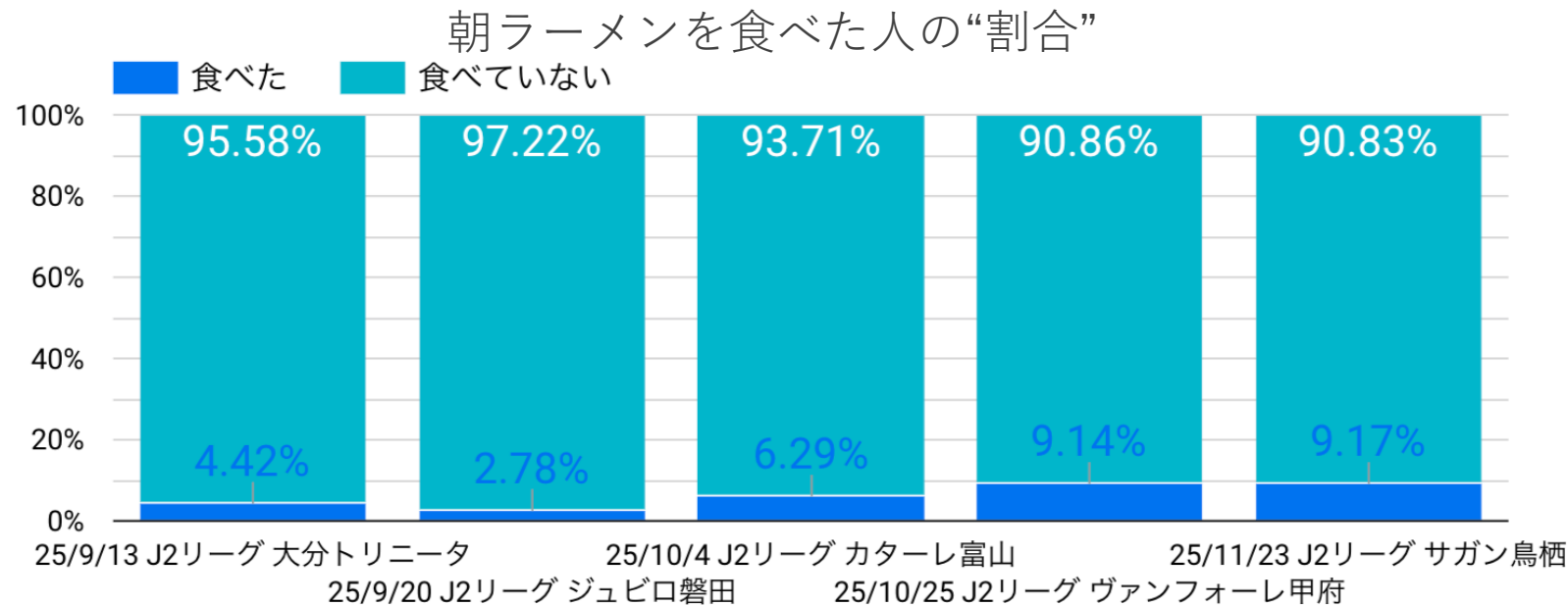
アウェイサポーターの訪問施設



3. 結果（全体）

③観戦にともない朝ラーメンを食した人

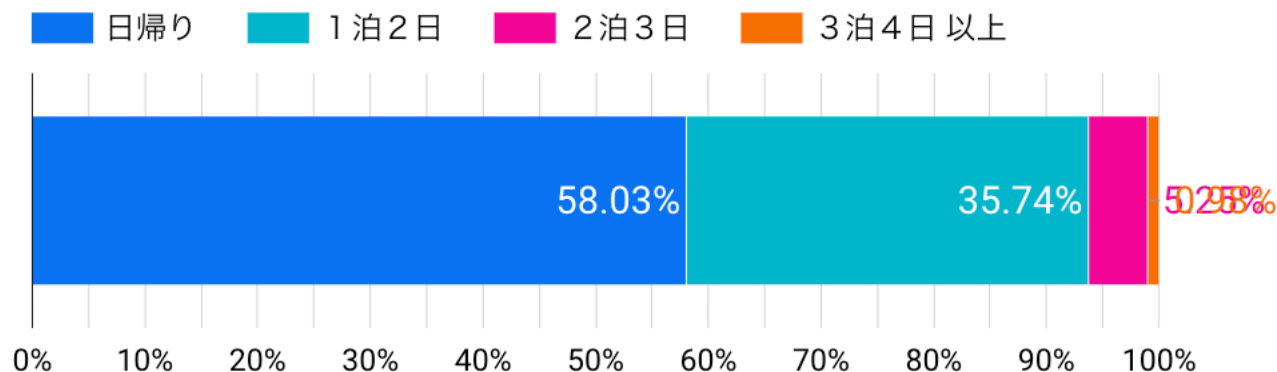
繰り返しの打ち手により、効果が着実にあらわれている



3. 結果（全体）

④アウェイサポーターの宿泊者割合の増加

地域コンテンツ（朝ラー、お土産）の紹介や、宿泊補助の積極的な発信により、アウェイサポーターの宿泊割合（1泊以上）が8 pt. 増加

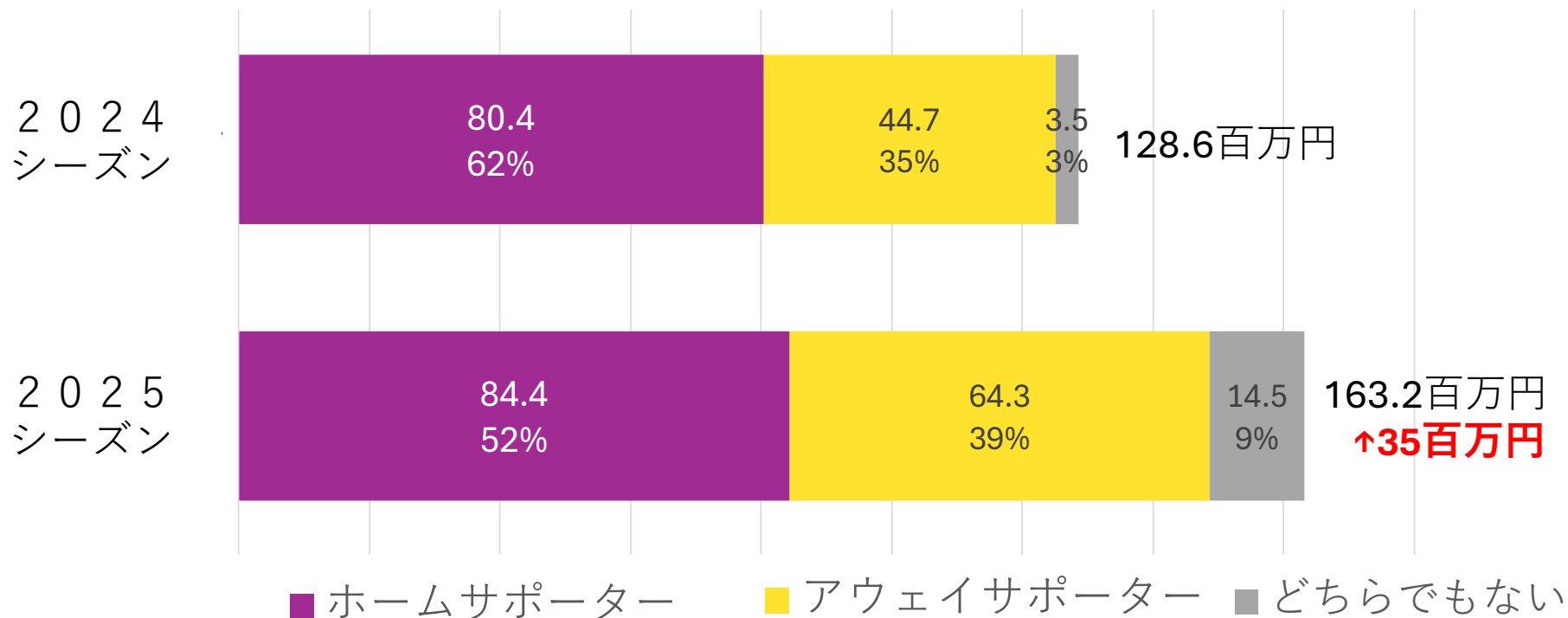


	行程 ▲	回答数	割合	Δ
1.	日帰り	177	58%	-8% ↓
2.	1泊2日	109	36%	6% ↑
3.	2泊3日	16	5%	1% ↑
4.	3泊4日以上	3	1%	1% ↑

3. 結果（全体・再掲）

取り組みの効果 **35百万円**

（年間実施の場合70百万円以上）

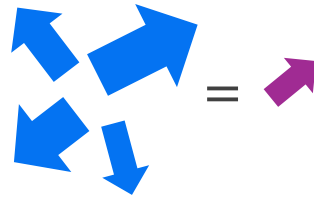


アウェイサポーターに対し、的を絞った戦略を立案、実行。
その結果、ターゲットを中心に消費額が向上し（20百万円）、
対象9試合で総額35百万円の消費額が向上した。

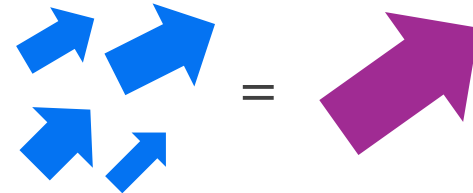
4. 藤枝市スポーツツーリズムの未来

2025シーズンの成功要因

- ・ データ分析からターゲットを絞り、**やること（=やらないこと）**を明確にしたこと
- ・ 来場者のニーズに対し、地域の「**強み**」をマッチさせたこと
- ・ 藤枝市、藤枝MYFC、藤枝市観光協会、そして地域事業者のみなさまが**同じ方向**を向いたこと

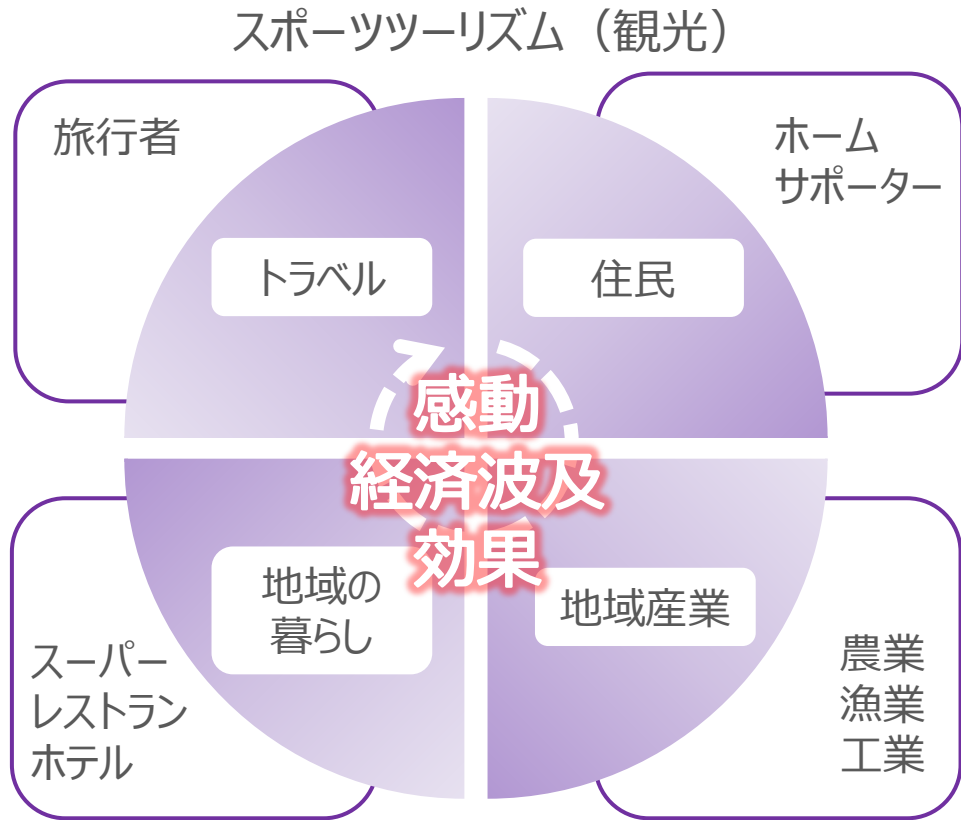


ベクトルがあっていない状態



ベクトルがあっている状態

4. 藤枝市スポーツツーリズムの未来



サッカーのまち全体が
スポーツツーリズムを推進

