

VI プロスポーツキャンプ等調査

1. 調査の概要

1-1 はじめに

本業務は、平成 25 年秋期から平成 26 年春期にかけて、県内各所で行われたプロスポーツチームのキャンプ、プレシーズンマッチ等、プロゴルフのツアー・トーナメントに訪れた観戦客の動向を調査し、その結果を集計、分析することを目的としている。

調査精度の均一化を図るため、調査員（2～4名）による対面聞き取り方式でアンケート調査を実施。あわせて1グループにつき、調査対象者を1名（1回答）とするよう徹底している。

1-2 調査スケジュール

季節	スポーツ種別	調査区分	調査日	サンプル数
秋 季	野球	オリックスバファローズ秋季キャンプ	11/10	100
	野球	阪神タイガース秋季キャンプ	11/16	100
	男子ゴルフ	カシオワールドオープン	11/30	100
春 期	サッカー	徳島ヴォルティス春季キャンプ	1/25	50
	サッカー	アルビレックス新潟春季キャンプ	2/11	50
	野球	埼玉西武ライオンズ春季キャンプ	2/2	100
	野球	阪神タイガース春季キャンプ	2/9	100
	野球	プレシーズンマッチ	3/1・3/2	346
	女子ゴルフ	ヨコハマタイヤレディース	3/15	100
			合計	1,046

1-3 調査結果の見方

(1) 図表に記入している構成比は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある。また、複数回答の設問は構成比を合計すると100%以上になる。

(2) 図表中、及び本文中の調査区分は以下の通り、簡素化して表記している場合がある。

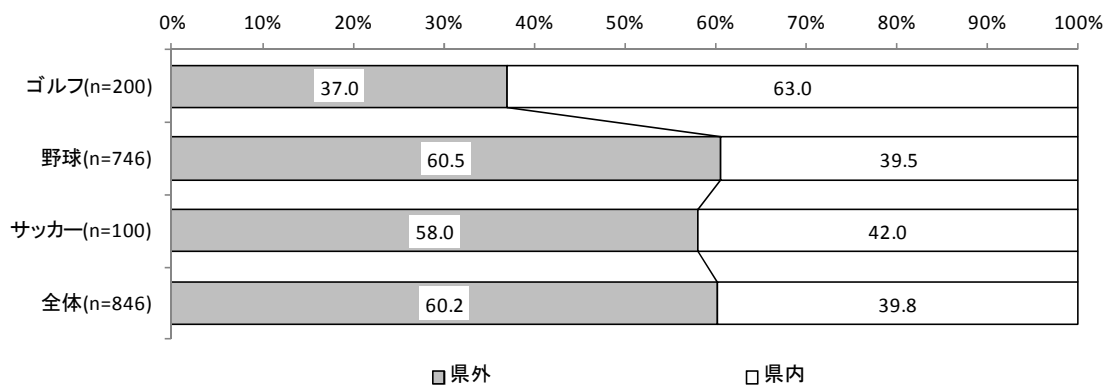
① 阪神タイガース秋季キャンプ	: タイガース秋季
② オリックスバファローズ秋季キャンプ	: オリックス秋季
③ カシオワールドオープン	: カシオ
④ 徳島ヴォルティス春季キャンプ	: ヴォルティス
⑤ アルビレックス新潟春季キャンプ	: アルビレックス
⑥ 埼玉西武ライオンズ春季キャンプ	: ライオンズ春季
⑦ 阪神タイガース春季キャンプ	: タイガース春季
⑧ プロ野球プレシーズンマッチ	: 野球プレシーズン
⑨ ヨコハマタイヤレディース	: ヨコハマタイヤ

(3) 集計の調査対象者は県内旅行者を含んでいるが、集計項目により特定の調査対象者だけを集計している場合がある。この場合は、図表名に除外した調査対象者を記載している。

1-4 アンケート結果の特徴として

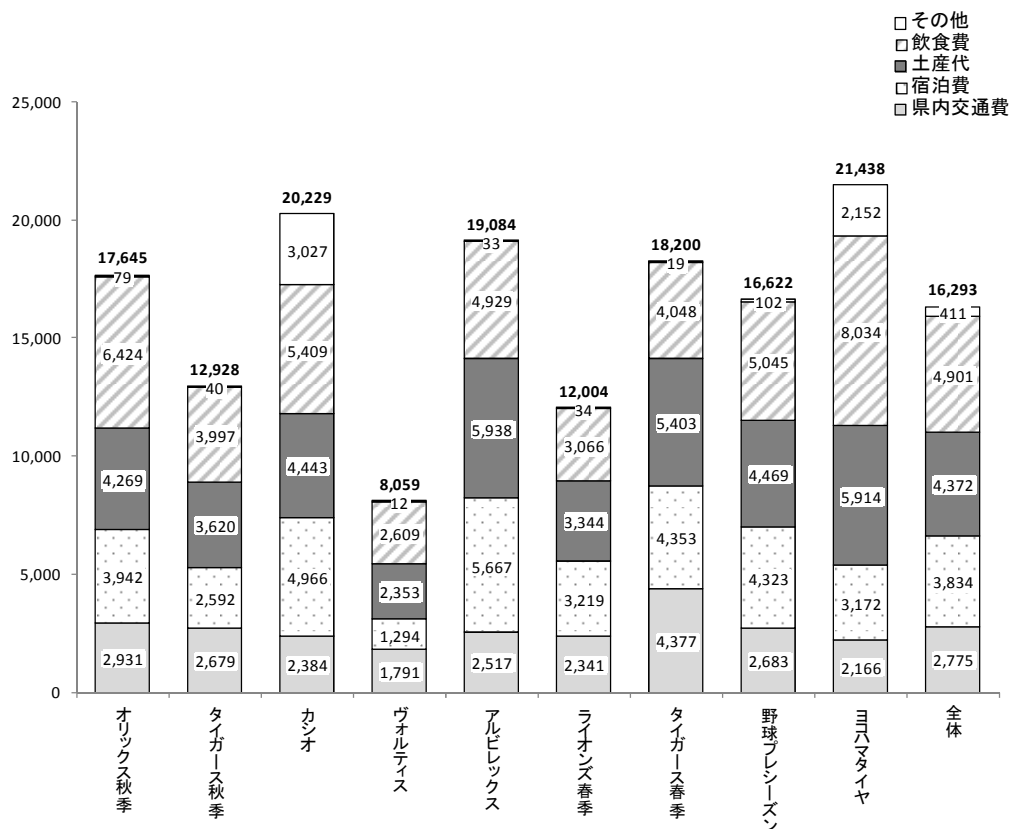
● スポーツ種別でみた県外客割合と県内消費額

(参考1) スポーツ種別県外客・県内客割合(%)



県外客・県内客の割合をスポーツ種別にみると、プロ野球キャンプとJリーグサッカーキャンプでは、県外客と県内客の割合に目立った差は無いが、ゴルフ観戦はそれぞれと比べて県外客が20ポイント以上少なく、県内客が6割以上を占めている(参考1)。

(参考2) 県内平均消費額(円) ※県内客、及び県外パック利用客を除く

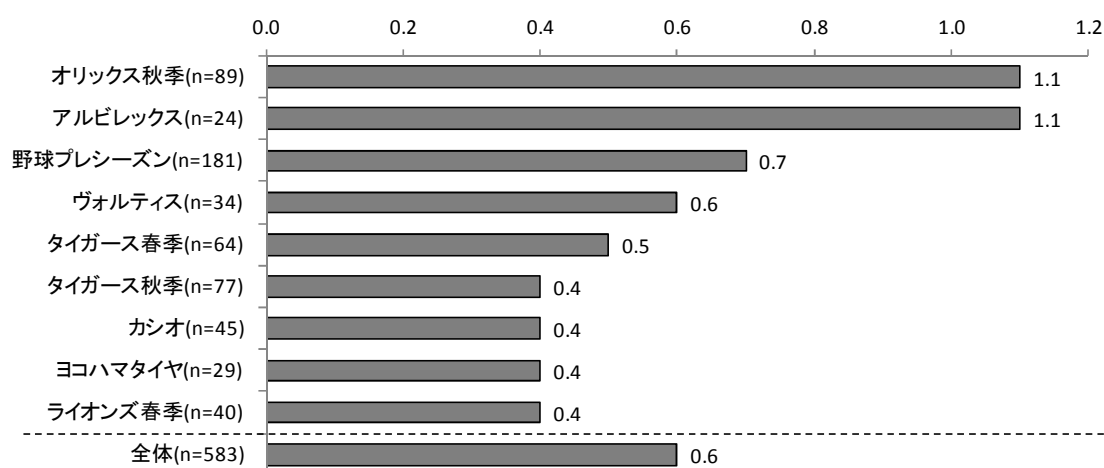


つづいて、県内平均消費額を調査区分別にみると、ヨコハマタイヤレディースが 21,438 円で最も高くなっている。ゴルフ観戦客は「飲食費」や「土産代」が比較的高く、購買意欲の高さが見受けられる（参考 2）。

一方、ヴォルティスは四国内からの入込割合が多いため（図 4-2）、県内平均消費額は 8,059 円と最も低くなっている。

● 立寄観光スポット平均件数

（参考 3）立寄観光スポット平均件数（件） ※県内容を除く



調査区分別に県外客の立寄観光スポット平均件数をみると、オリックス秋季とアルビレックスが 1.1 件と最も多くなっているが、全体平均は 0.6 件と少ない（参考 3）。特にオリックス秋季を除くプロ野球キャンプとゴルフに、その傾向が強いことが分かる。

● スポーツ観戦客への期待される取り組み

県外客割合と県内消費額に着目すると、ゴルフ観戦客は県外客の割合が他のスポーツ種別と比べ少ないものの消費額は高く、プロ野球キャンプやＪリーグサッカーキャンプは県外客の割合が高いが、消費額は低いという傾向が表れている。

次に、調査時に観戦客から寄せられた以下のような意見があった。

- 「地元で高知の観光PRを見たことがない」
- 「高知県のHPを見ても、どこに行けばよいか詳しいことが分からない」
- 「会場に観光PRブースがないのはもったいない」

このように、情報不足に対する不満の声を聞く機会が多かった。立寄観光スポット平均件数と日帰り客と宿泊客の割合（図3-2）から見られるように、7割以上の県外客が日帰り旅行で来県し、観光スポットへ立ち寄っていないことは、観光振興の観点からは改善すべき問題である。

また、観戦客は購買意欲があるにも関わらず、キャンプ等の開催地において対応できていない状況について、以下のような意見があった。

- 「グッズの販売をしてほしい」
- 「球場内で田舎寿司や地元ならではのお弁当を売ったらどうか。コンビニに客が流れるのはもったいない」
- 「広場で特産品の出店をしてほしい。女の方は、買物を楽しみに来ている人もいる」

以上の結果に注目すると、次のようなプロスポーツ観戦客へ取り組みが期待される。

- ◆ 観戦客誘致のため、県外での効果的なPR活動。
- ◆ 立寄り観光スポット増加のため、開催地での観光PRブースの設置等。
- ◆ 購買意欲に応えるため、土産物やチームグッズの販売、及び販売業者の誘致等。

以上、アンケート結果の主な傾向と、それらに対応した取り組みの一例を挙げた。

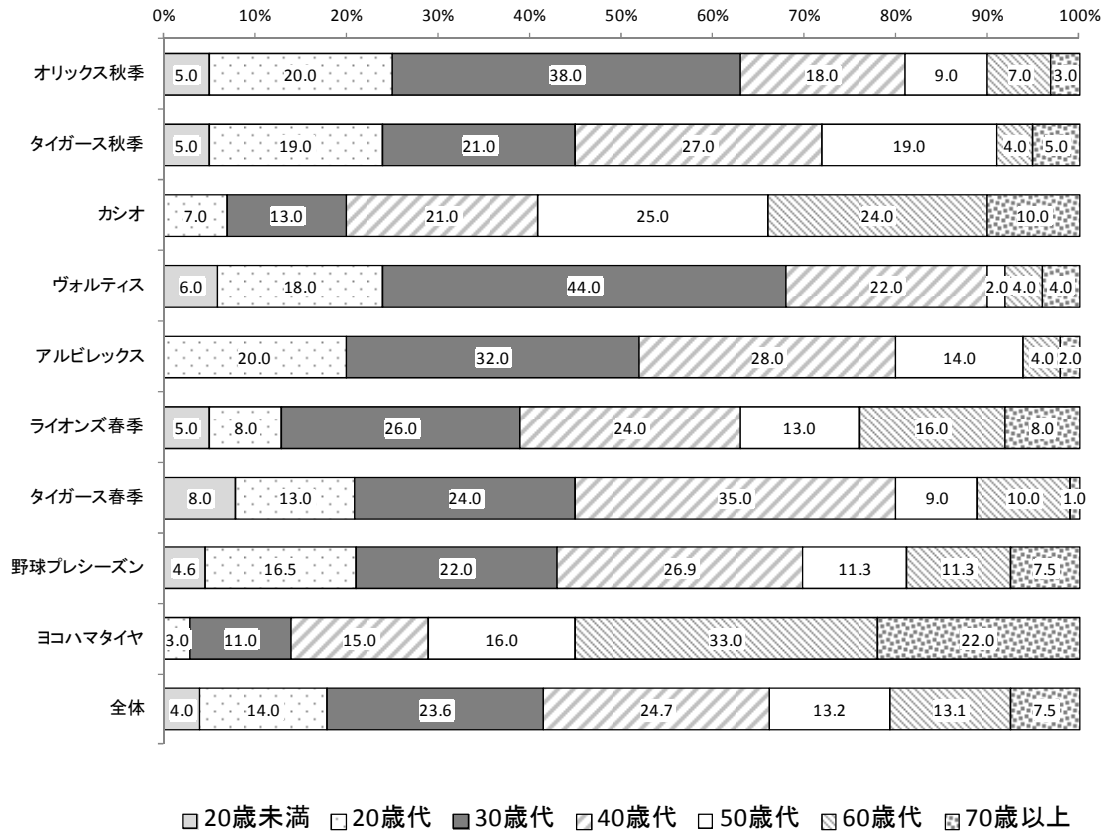
2. 年代

2-1 年代割合

(表 2-1) 観戦者年代割合 (上段 : 件 下段 : %)

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	合計
オリックス秋季	5	20	38	18	9	7	3	100
	5.0	20.0	38.0	18.0	9.0	7.0	3.0	100.0
タイガース秋季	5	19	21	27	19	4	5	100
	5.0	19.0	21.0	27.0	19.0	4.0	5.0	100.0
カシオ	0	7	13	21	25	24	10	100
	0.0	7.0	13.0	21.0	25.0	24.0	10.0	100.0
ヴォルティス	3	9	22	11	1	2	2	50
	6.0	18.0	44.0	22.0	2.0	4.0	4.0	100.0
アルビレックス	0	10	16	14	7	2	1	50
	0.0	20.0	32.0	28.0	14.0	4.0	2.0	100.0
ライオンズ春季	5	8	26	24	13	16	8	100
	5.0	8.0	26.0	24.0	13.0	16.0	8.0	100.0
タイガース春季	8	13	24	35	9	10	1	100
	8.0	13.0	24.0	35.0	9.0	10.0	1.0	100.0
野球プレシーズン	16	57	76	93	39	39	26	346
	4.6	16.5	22.0	26.9	11.3	11.3	7.5	100.0
ヨコハマタイヤ	0	3	11	15	16	33	22	100
	0.0	3.0	11.0	15.0	16.0	33.0	22.0	100.0
全体	42	146	247	258	138	137	78	1,046
	4.0	14.0	23.6	24.7	13.2	13.1	7.5	100.0

(図 2-2) 観戦者年代割合 (%)



全体の年代割合は、「40歳代」が24.7%で最も多く、次いで「30歳代」が23.6%、「20歳代」が14.0%、「50歳代」が13.2%と続いている。

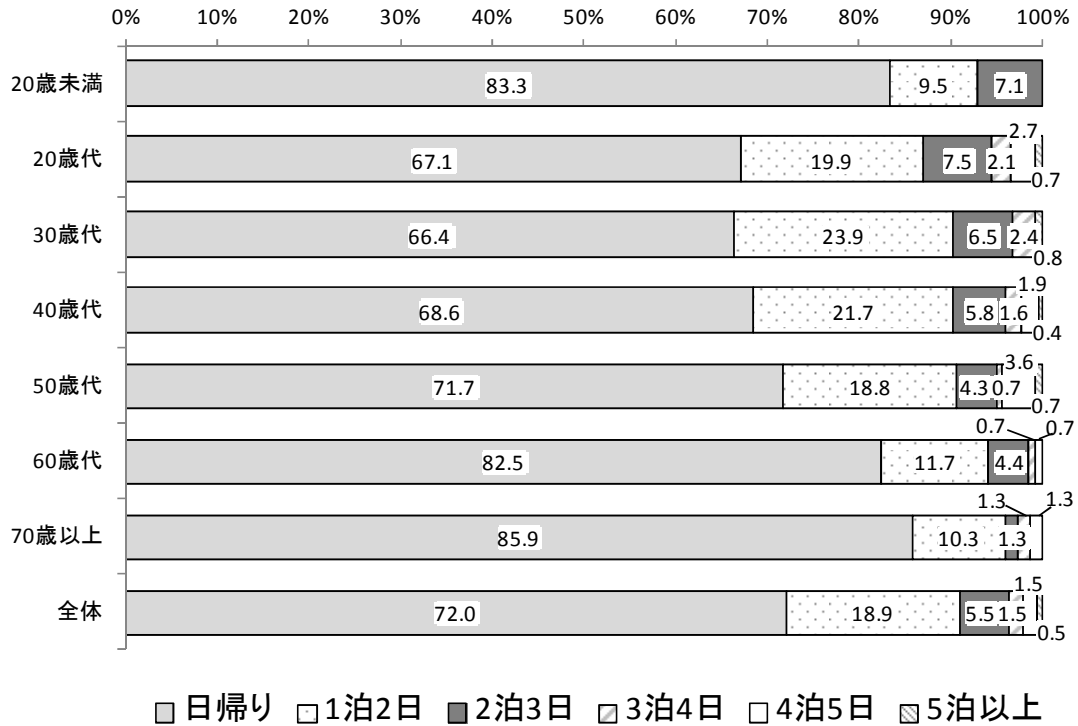
調査区分ごとに見ると、ゴルフで40歳代以上の年代が目立って多くなっており、ヨコハマタイヤレディースで86.0%、カシオワールドオープンで80.0%を占めている。また、サッカーは30歳代以下の年代が多くなっている。

2-2 年代別旅行日数

(表 2-3) 年代別旅行日数割合 (上段 : 件 下段 : %)

	日帰り	1泊2日	2泊3日	3泊4日	4泊5日	5泊以上	合計
20歳未満	35	4	3	0	0	0	42
	83.3	9.5	7.1	0.0	0.0	0.0	100.0
20歳代	98	29	11	3	4	1	146
	67.1	19.9	7.5	2.1	2.7	0.7	100.0
30歳代	164	59	16	6	0	2	247
	66.4	23.9	6.5	2.4	0.0	0.8	100.0
40歳代	177	56	15	4	5	1	258
	68.6	21.7	5.8	1.6	1.9	0.4	100.0
50歳代	99	26	6	1	5	1	138
	71.7	18.8	4.3	0.7	3.6	0.7	100.0
60歳代	113	16	6	1	1	0	137
	82.5	11.7	4.4	0.7	0.7	0.0	100.0
70歳以上	67	8	1	1	1	0	78
	85.9	10.3	1.3	1.3	1.3	0.0	100.0
全体	753	198	58	16	16	5	1,046
	72.0	18.9	5.5	1.5	1.5	0.5	100.0

(図 2-4)年代別旅行日数割合(%)



全体の旅行日数割合は、「日帰り」が72.0%で最も多く、次いで「1泊2日」が18.9%、「2泊3日」が5.5%となっている。

年代別にみると、20代未満、60歳代、70歳以上で「日帰り」の割合が80%を超え、他の年代に比べて「1泊2日」の割合が少なくなっている。

2-3 年代別旅行形態割合

(表 2-5) 年代別旅行形態割合 (上段 : 件 下段 : %)

	1人	夫婦	子供連れ 家族	その他家族	友人・知人	仕事仲間	地域の団体	学校の団体	その他	合計
20歳未満	6	0	9	9	18	0	0	0	0	42
	14.3	0.0	21.4	21.4	42.9	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
20歳代	37	10	12	17	62	7	1	0	0	146
	25.3	6.8	8.2	11.6	42.5	4.8	0.7	0.0	0.0	100.0
30歳代	37	29	90	19	62	6	1	0	3	247
	15.0	11.7	36.4	7.7	25.1	2.4	0.4	0.0	1.2	100.0
40歳代	63	43	90	20	31	7	1	0	3	258
	24.4	16.7	34.9	7.8	12.0	2.7	0.4	0.0	1.2	100.0
50歳代	22	44	22	20	23	6	1	0	0	138
	15.9	31.9	15.9	14.5	16.7	4.3	0.7	0.0	0.0	100.0
60歳代	35	41	17	12	30	2	0	0	0	137
	25.5	29.9	12.4	8.8	21.9	1.5	0.0	0.0	0.0	100.0
70歳以上	27	27	3	11	10	0	0	0	0	78
	34.6	34.6	3.8	14.1	12.8	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
全体	227	194	243	108	236	28	4	0	6	1,046
	21.7	18.5	23.2	10.3	22.6	2.7	0.4	0.0	0.6	100.0

全体の旅行形態割合は、「子供連れ家族」が 23.2%で最も多く、次いで「友人・知人」が 22.6%、「1人」が 21.7%、「夫婦」が 18.5%と続いている。

年代別にみると、20歳未満、20歳代は「友人・知人」が 40%を超えて、最も多くなっている。30歳代、40歳代は「子供連れ家族」が 30%を超えている。50歳代は「夫婦」が 31.9%、60歳代が同じく「夫婦」で 29.9%となっている。70歳以上は「1人」と「夫婦」がそれぞれ 34.6%と最も多くなっている。

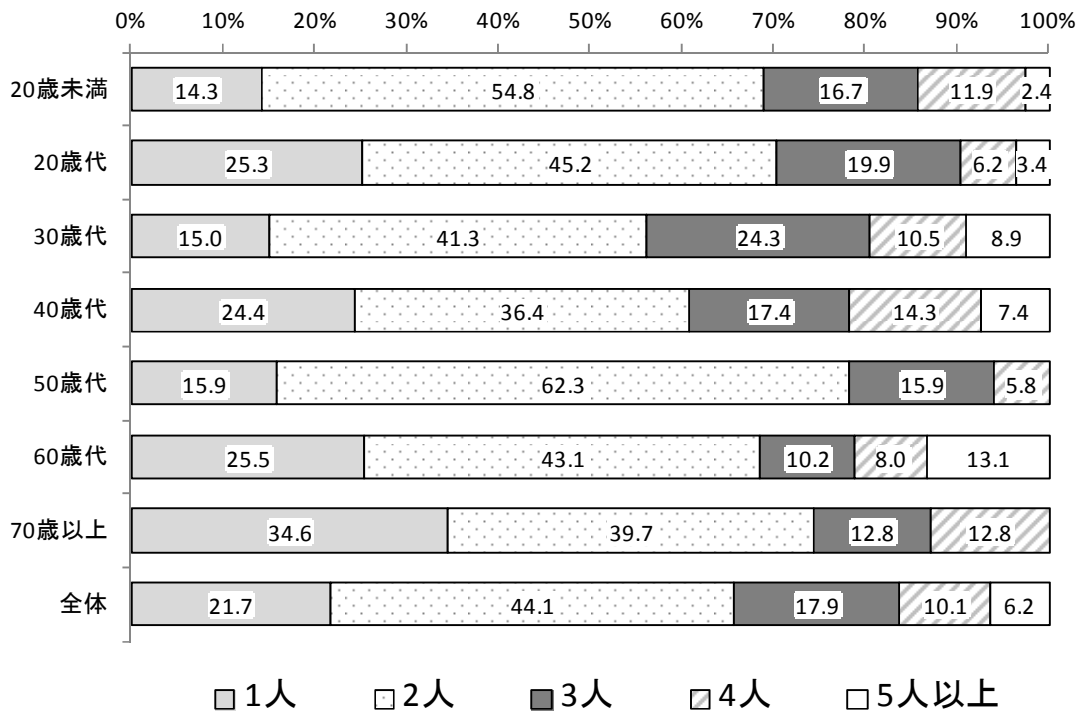
「1人」は 70歳以上で割合が最も多く、「子供連れ家族」は 20歳未満、30歳代、40歳代で多くなっている。「友人・知人」は 20歳未満が最も多く、次いで 20歳代となっている。「夫婦」は 50歳代から 70歳以上で多くなっている。

2-4 年代別同行者数割合

(表 2-6) 年代別同行者数割合 (上段 : 件 下段 : %)

	1人	2人	3人	4人	5人以上	合計	平均人数
20歳未満	6	23	7	5	1	42	2.3
	14.3	54.8	16.7	11.9	2.4	100.0	
20歳代	37	66	29	9	5	146	2.2
	25.3	45.2	19.9	6.2	3.4	100.0	
30歳代	37	102	60	26	22	247	2.8
	15.0	41.3	24.3	10.5	8.9	100.0	
40歳代	63	94	45	37	19	258	2.7
	24.4	36.4	17.4	14.3	7.4	100.0	
50歳代	22	86	22	8	0	138	2.1
	15.9	62.3	15.9	5.8	0.0	100.0	
60歳代	35	59	14	11	18	137	2.6
	25.5	43.1	10.2	8.0	13.1	100.0	
70歳以上	27	31	10	10	0	78	2.0
	34.6	39.7	12.8	12.8	0.0	100.0	
全体	227	461	187	106	65	1,046	2.5
	21.7	44.1	17.9	10.1	6.2	100.0	

(図 2-7)年代別同行者数割合(%)



全体の同行者数の割合は、「2人」が44.1%で最も多く、次いで「1人」が21.7%、「3人」が17.9%、「4人」が10.1%、「5人以上」が6.2%となっている。

年代別にみると、全ての年代で「2人」の割合が最も多く、50歳代は62.3%、20歳未満は54.8%と半数を超えている。

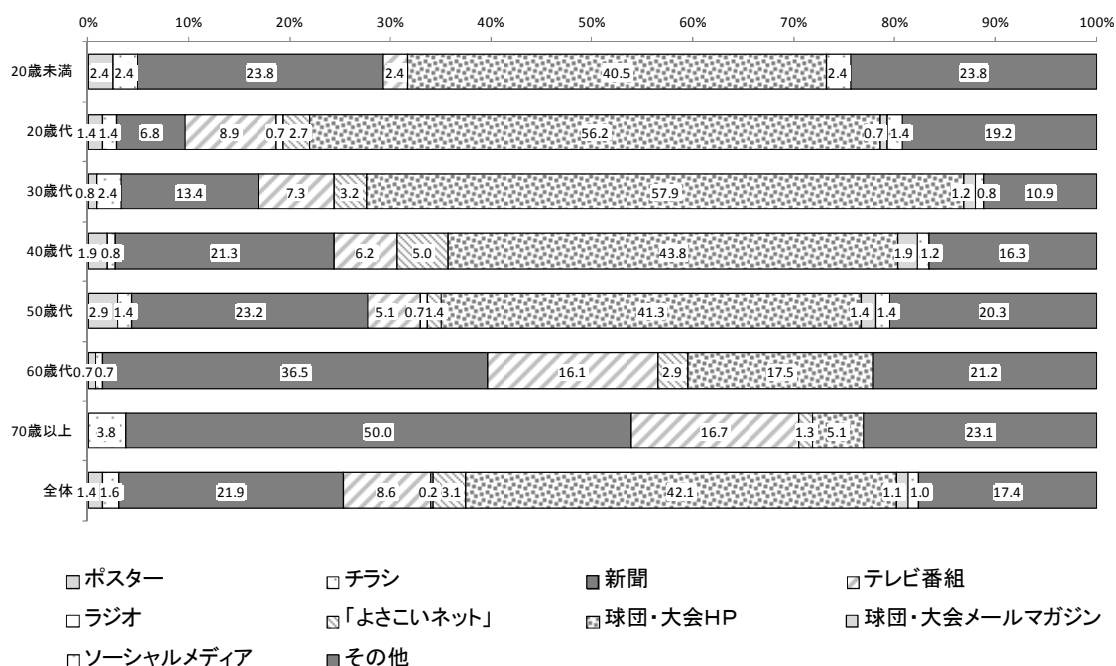
それぞれの年代で最も多い「2人」に続いたのは、20歳未満と30歳代で「3人」、「1人」、20歳代と40歳代で「1人」、「3人」、50歳代で「1人」と「3人」、60歳代で「1人」、「5人以上」、70歳以上で「1人」、「3人」と「4人」となっている。

2-5 年代別情報源割合

(表 2-8) 年代別情報源割合 (上段：件 下段：%)

	ポスター	チラシ	新聞	テレビ番組	テレビCM	ラジオ	よさこい ネット	球団・ 大会HP	球団・大会 メール マガジン	ソーシャル メディア (Twitter、 Facebook)	その他	合計
20歳未満	1	1	10	1	1	0	0	17	0	1	10	42
	2.4	2.4	23.8	2.4	2.4	0.0	0.0	40.5	0.0	2.4	23.8	100.0
20歳代	2	2	10	13	1	1	4	82	1	2	28	146
	1.4	1.4	6.8	8.9	0.7	0.7	2.7	56.2	0.7	1.4	19.2	100.0
30歳代	2	6	33	18	5	0	8	143	3	2	27	247
	0.8	2.4	13.4	7.3	2.0	0.0	3.2	57.9	1.2	0.8	10.9	100.0
40歳代	5	2	55	16	4	0	13	113	5	3	42	258
	1.9	0.8	21.3	6.2	1.6	0.0	5.0	43.8	1.9	1.2	16.3	100.0
50歳代	4	2	32	7	1	1	2	57	2	2	28	138
	2.9	1.4	23.2	5.1	0.7	0.7	1.4	41.3	1.4	1.4	20.3	100.0
60歳代	1	1	50	22	6	0	4	24	0	0	29	137
	0.7	0.7	36.5	16.1	4.4	0.0	2.9	17.5	0.0	0.0	21.2	100.0
70歳代	0	3	39	13	0	0	1	4	0	0	18	78
	0.0	3.8	50.0	16.7	0.0	0.0	1.3	5.1	0.0	0.0	23.1	100.0
全体	15	17	229	90	18	2	32	440	11	10	182	1,046
	1.4	1.6	21.9	8.6	1.7	0.2	3.1	42.1	1.1	1.0	17.4	100.0

(図 2-9) 年代別情報源割合 (%)



全体の情報源割合は、球団・大会HPが42.1%で最も多く、次いで新聞が21.9%、その他が17.4%となっている。

年代別にみると、20歳未満から50歳代は球団・大会HPが占める割合が最も多く、その他、テレビ、新聞などの割合も多くなっている。60歳代は新聞の割合が最も多くなり、その他、テレビの割合も多くなった。70歳以上は新聞の割合が半数を占め、年代別で最も多くなっている。

また、よさこいネットと球団・大会メールマガジン、ソーシャルメディア（Twitter、Facebook）、球団・大会HPを合わせた割合が30歳代で63.1%、20歳代で61.0%、40歳代で51.9%と若い年代でインターネットの利用が目立っている。

その他の情報源として挙げられた回答としては、「毎年恒例の事なので知っている」「友人から誘われた」「チケットを知人にもらった」「会社の優待券をくれた」などが多かった。

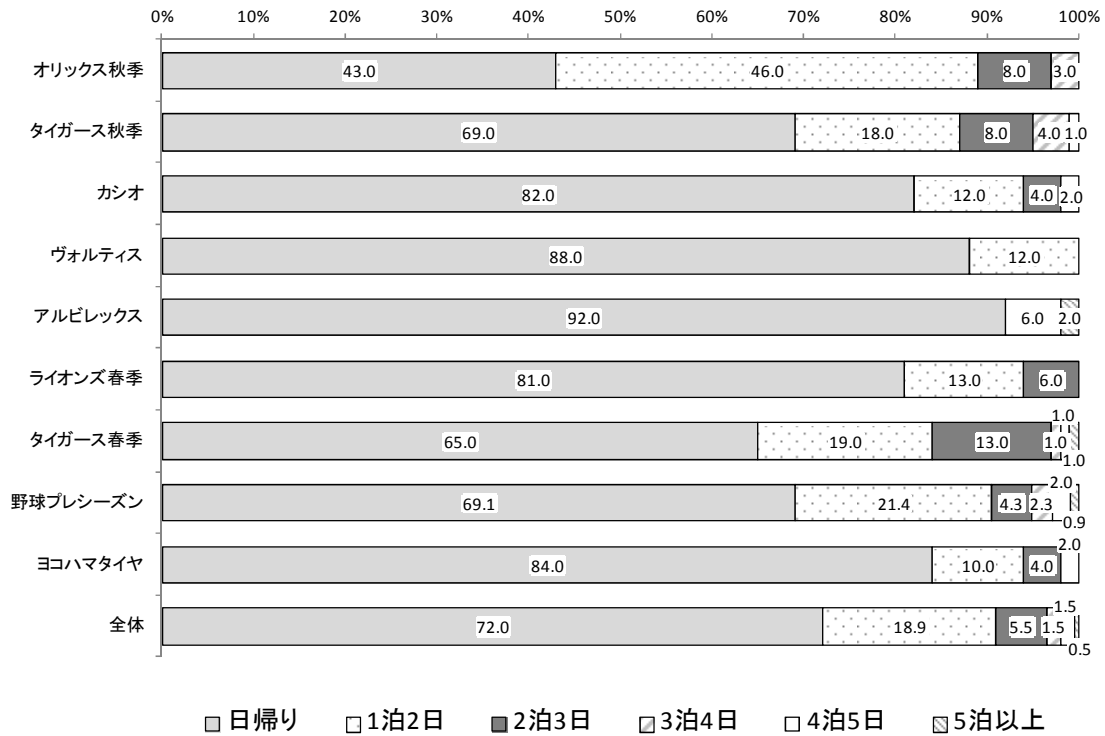
3. 日帰り客と宿泊客

3-1 日帰り客と宿泊客の割合

(表 3-1) 日帰り客と宿泊客の割合 (上段：件 下段：%)

	日帰り	1泊2日	2泊3日	3泊4日	4泊5日	5泊以上	合計
オリックス秋季	43	46	8	3	0	0	100
	43.0	46.0	8.0	3.0	0.0	0.0	100.0
タイガース秋季	69	18	8	4	1	0	100
	69.0	18.0	8.0	4.0	1.0	0.0	100.0
カシオ	82	12	4	0	2	0	100
	82.0	12.0	4.0	0.0	2.0	0.0	100.0
ヴォルティス	44	6	0	0	0	0	50
	88.0	12.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
アルビレックス	46	0	0	0	3	1	50
	92.0	0.0	0.0	0.0	6.0	2.0	100.0
ライオンズ春季	81	13	6	0	0	0	100
	81.0	13.0	6.0	0.0	0.0	0.0	100.0
タイガース春季	65	19	13	1	1	1	100
	65.0	19.0	13.0	1.0	1.0	1.0	100.0
野球プレシーズン	239	74	15	8	7	3	346
	69.1	21.4	4.3	2.3	2.0	0.9	100.0
ヨコハマタイヤ	84	10	4	0	2	0	100
	84.0	10.0	4.0	0.0	2.0	0.0	100.0
全体	753	198	58	16	16	5	1,046
	72.0	18.9	5.5	1.5	1.5	0.5	100.0

(図 3-2) 日帰り客と宿泊客の割合(%)



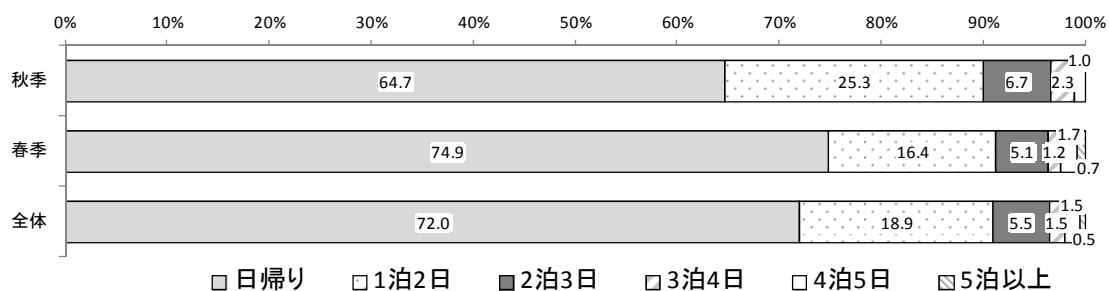
全体の日帰り客と宿泊客の割合は、日帰り客が72.0%、宿泊客が28.0%となっている。
 調査区分別をみると、宿泊客の割合は、オリックス秋季が57.0%で最も多くなっており、アルビレックスが8.0%で最も少なくなっている。なお、2泊3日以上割合は、タイガース春季、同秋季、オリックス秋季で多くなっている。

3-2 季節別日帰り客と宿泊客の割合

(表 3-3) 季節別日帰り客と宿泊客の割合 (上段：件 下段：%)

	日帰り	1泊2日	2泊3日	3泊4日	4泊5日	5泊以上	合計
秋季	194	76	20	7	3	0	300
	64.7	25.3	6.7	2.3	1.0	0.0	100.0
春季	559	122	38	9	13	5	746
	74.9	16.4	5.1	1.2	1.7	0.7	100.0
全体	753	198	58	16	16	5	1,046
	72.0	18.9	5.5	1.5	1.5	0.5	100.0

(図 3-4) 季節別日帰り客と宿泊客の割合 (%)



季節別に日帰り客と宿泊客の割合をみると、秋季は日帰り客が 64.7%、宿泊客が 35.3%、春季は日帰り客が 74.9%、宿泊客が 25.1%で秋季の宿泊客の割合が多くなっている。

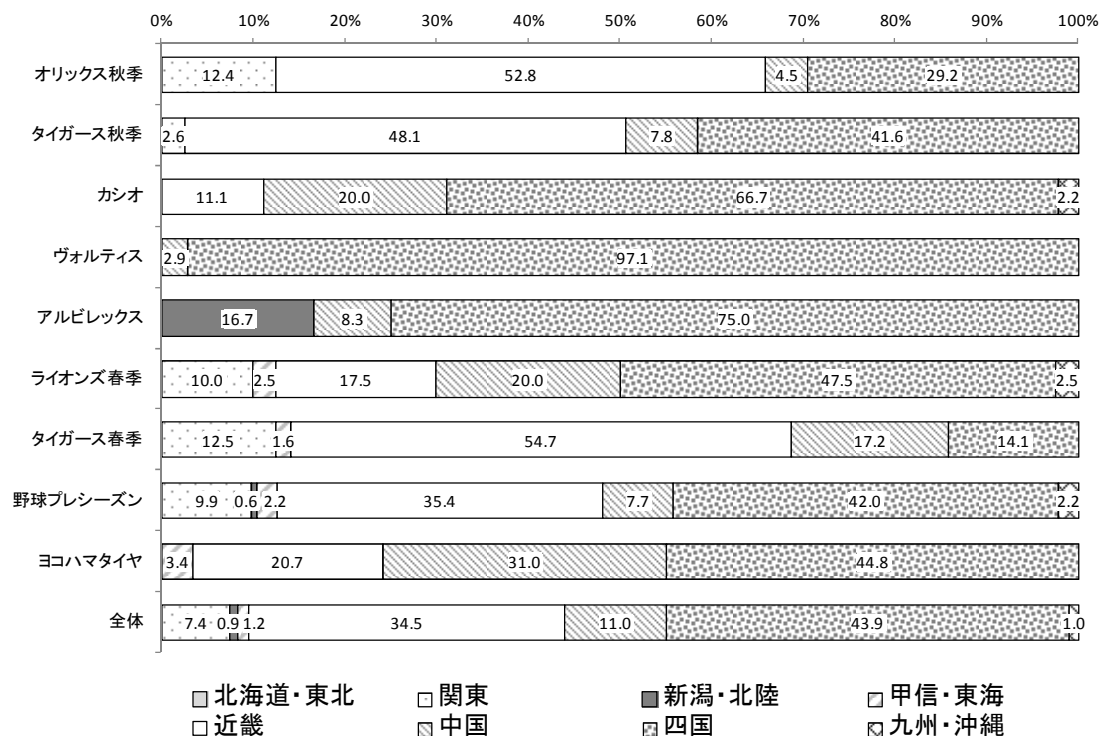
4. 出発地

4-1 出発地ブロック割合

(表 4-1) 出発地ブロック割合 (上段 : 件 下段 : %) ※県内客を除く

	北海道・東北	関東	新潟・北陸	甲信・東海	近畿	中国	四国	九州・沖縄	海外	合計
オリックス秋季	0	11	0	0	47	4	26	0	1	89
	0.0	12.4	0.0	0.0	52.8	4.5	29.2	0.0	1.1	100.0
タイガース秋季	0	2	0	0	37	6	32	0	0	77
	0.0	2.6	0.0	0.0	48.1	7.8	41.6	0.0	0.0	100.0
カシオ	0	0	0	0	5	9	30	1	0	45
	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	20.0	66.7	2.2	0.0	100.0
ヴォルティス	0	0	0	0	0	1	33	0	0	34
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9	97.1	0.0	0.0	100.0
アルビレックス	0	0	4	0	0	2	18	0	0	24
	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	8.3	75.0	0.0	0.0	100.0
ライオンズ春季	0	4	0	1	7	8	19	1	0	40
	0.0	10.0	0.0	2.5	17.5	20.0	47.5	2.5	0.0	100.0
タイガース春季	0	8	0	1	35	11	9	0	0	64
	0.0	12.5	0.0	1.6	54.7	17.2	14.1	0.0	0.0	100.0
野球プレシーズン	0	18	1	4	64	14	76	4	0	181
	0.0	9.9	0.6	2.2	35.4	7.7	42.0	2.2	0.0	100.0
ヨコハマタイヤ	0	0	0	1	6	9	13	0	0	29
	0.0	0.0	0.0	3.4	20.7	31.0	44.8	0.0	0.0	100.0
全体	0	43	5	7	201	64	256	6	1	583
	0.0	7.4	0.9	1.2	34.5	11.0	43.9	1.0	0.2	100.0

(図 4-2) 出発地ブロック割合 ※県内容・海外客を除く



県内容を除いた全体の発地ブロック割合は、四国が 43.9%で最も多く、次いで近畿が 34.5%、中国が 11.0%となっている。

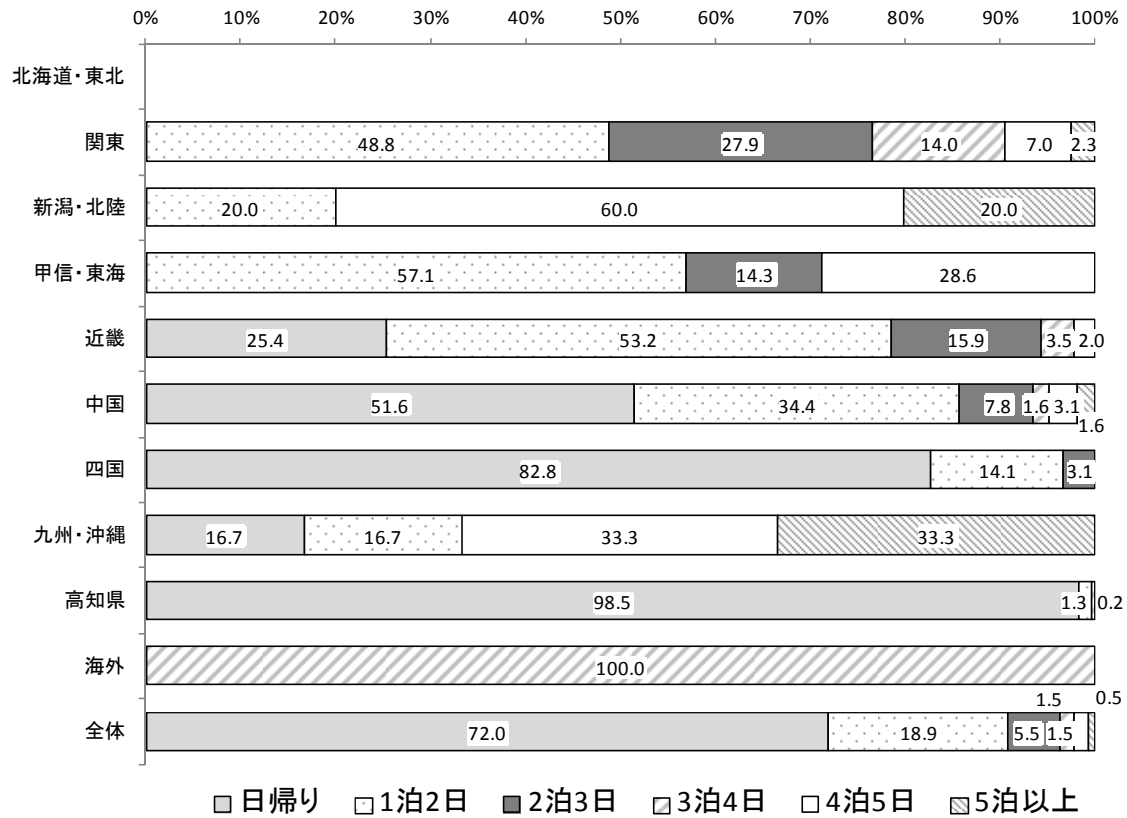
出発地別の主な傾向をみると、四国の割合は、ヴォルティス春季が 97.1%で最も多く、次いで、アルビレックスが 75.0%、カシオワールドオープンが 66.7%となっている。近畿の割合は、タイガース春季が 54.7%で最も多く、次いで、オリックス秋季が 52.8%、タイガース秋季が 48.1%となっている。中国の割合は、ヨコハマタイヤレディースが 31.0%で最も多く、次いで、カシオワールドオープンとライオンズ春季が 20.0%となっている。

4-2 出発地ブロック別県内旅行日数割合

(表 4-3) 出発地ブロック別県内旅行日数割合 (上段 : 件 下段 : %)

	日帰り	1泊2日	2泊3日	3泊4日	4泊5日	5泊以上	合計
北海道・東北	0	0	0	0	0	0	0
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
関東	0	21	12	6	3	1	43
	0.0	48.8	27.9	14.0	7.0	2.3	100.0
新潟・北陸	0	1	0	0	3	1	5
	0.0	20.0	0.0	0.0	60.0	20.0	100.0
甲信・東海	0	4	1	0	2	0	7
	0.0	57.1	14.3	0.0	28.6	0.0	100.0
近畿	51	107	32	7	4	0	201
	25.4	53.2	15.9	3.5	2.0	0.0	100.0
中国	33	22	5	1	2	1	64
	51.6	34.4	7.8	1.6	3.1	1.6	100.0
四国	212	36	8	0	0	0	256
	82.8	14.1	3.1	0.0	0.0	0.0	100.0
九州・沖縄	1	1	0	0	2	2	6
	16.7	16.7	0.0	0.0	33.3	33.3	100.0
高知県	456	6	0	1	0	0	463
	98.5	1.3	0.0	0.2	0.0	0.0	100.0
海外	0	0	0	1	0	0	1
	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0
全体	753	198	58	16	16	5	1,046
	72.0	18.9	5.5	1.5	1.5	0.5	100.0

(図 4-4) 出発地ブロック別県内旅行日数割合 (%)



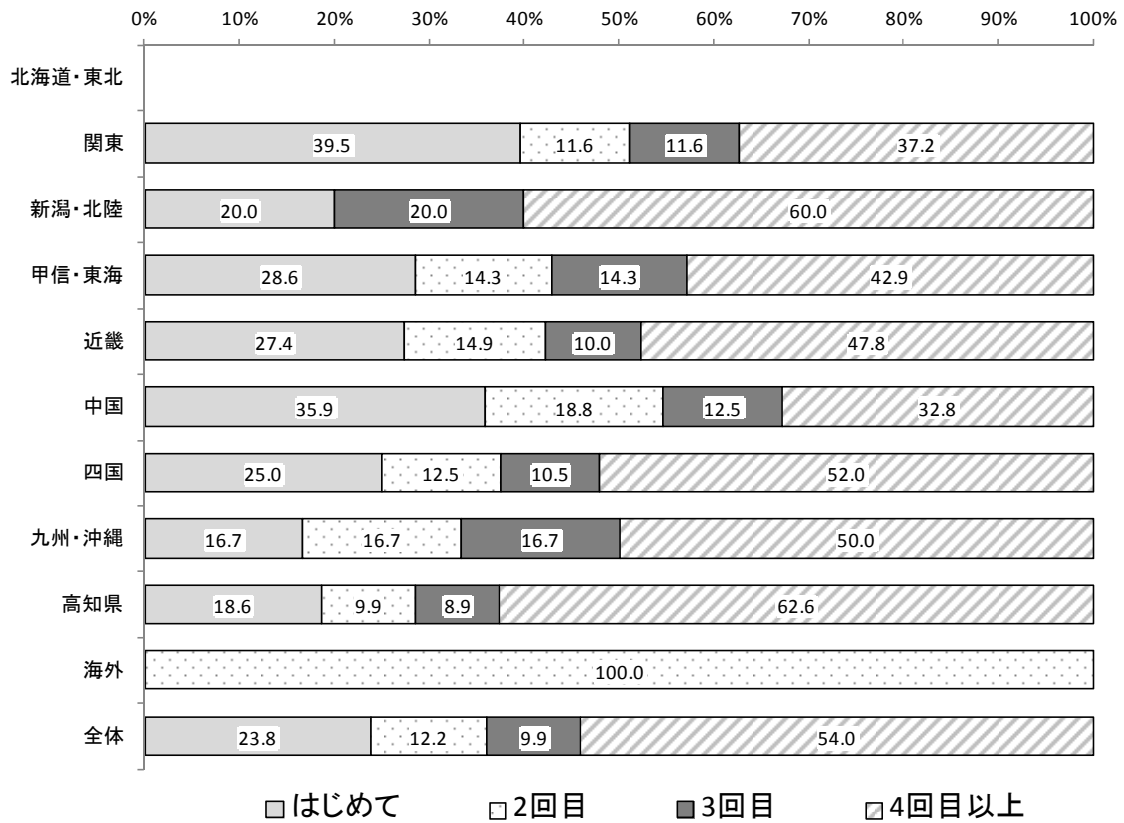
出発地別に県内旅行日数の割合をみると、四国は「日帰り」が 82.8%と大半を占めており、次いで「1泊2日」が 14.1%、「2泊3日」が 3.1%となっている。近畿は「1泊2日」が 53.2%と半数を超え、次いで「日帰り」が 25.4%、「2泊3日」が 15.9%となっている。中国は「日帰り」が 51.6%で最も多く、次いで「1泊2日」が 34.4%、「2泊3日」が 7.8%となっている。関東は「1泊2日」が 48.8%で最も多く、次いで「2泊3日」が 27.9%、「3泊4日」が 14.0%となっている。

4-3 出発地ブロック別観戦回数割合

(表 4-5) 出発地ブロック別観戦回数割合 (上段 : 件 下段 : %)

	はじめて	2回目	3回目	4回目以上	合計
北海道・東北	0	0	0	0	0
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
関東	17	5	5	16	43
	39.5	11.6	11.6	37.2	100.0
新潟・北陸	1	0	1	3	5
	20.0	0.0	20.0	60.0	100.0
甲信・東海	2	1	1	3	7
	28.6	14.3	14.3	42.9	100.0
近畿	55	30	20	96	201
	27.4	14.9	10.0	47.8	100.0
中国	23	12	8	21	64
	35.9	18.8	12.5	32.8	100.0
四国	64	32	27	133	256
	25.0	12.5	10.5	52.0	100.0
九州・沖縄	1	1	1	3	6
	16.7	16.7	16.7	50.0	100.0
高知県	86	46	41	290	463
	18.6	9.9	8.9	62.6	100.0
海外	0	1	0	0	1
	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0
全体	249	128	104	565	1,046
	23.8	12.2	9.9	54.0	100.0

(図 4-6) 出発地ブロック別観戦回数割合(%)



全体の観戦回数割合をみると、「4回目以上」が54.0%で半数を超えており、次いで「はじめて」が23.8%、「2回目」が12.2%、「3回目」が9.9%となっている。

主な出発地別に観戦回数の割合をみると、四国は「4回目以上」が52.0%で最も多く、次いで「はじめて」が25.0%、「2回目」が12.5%となっている。近畿は「4回目以上」が47.8%で最も多く、次いで「はじめて」が27.4%、「2回目」が14.9%となっている。中国は「はじめて」が35.9%で最も多く、次いで「4回目以上」が32.8%、「2回目」が18.8%となっている。関東は「はじめて」が39.5%で最も多く、次いで「4回目以上」が37.2%、「2回目」と「3回目」が11.6%となっている。

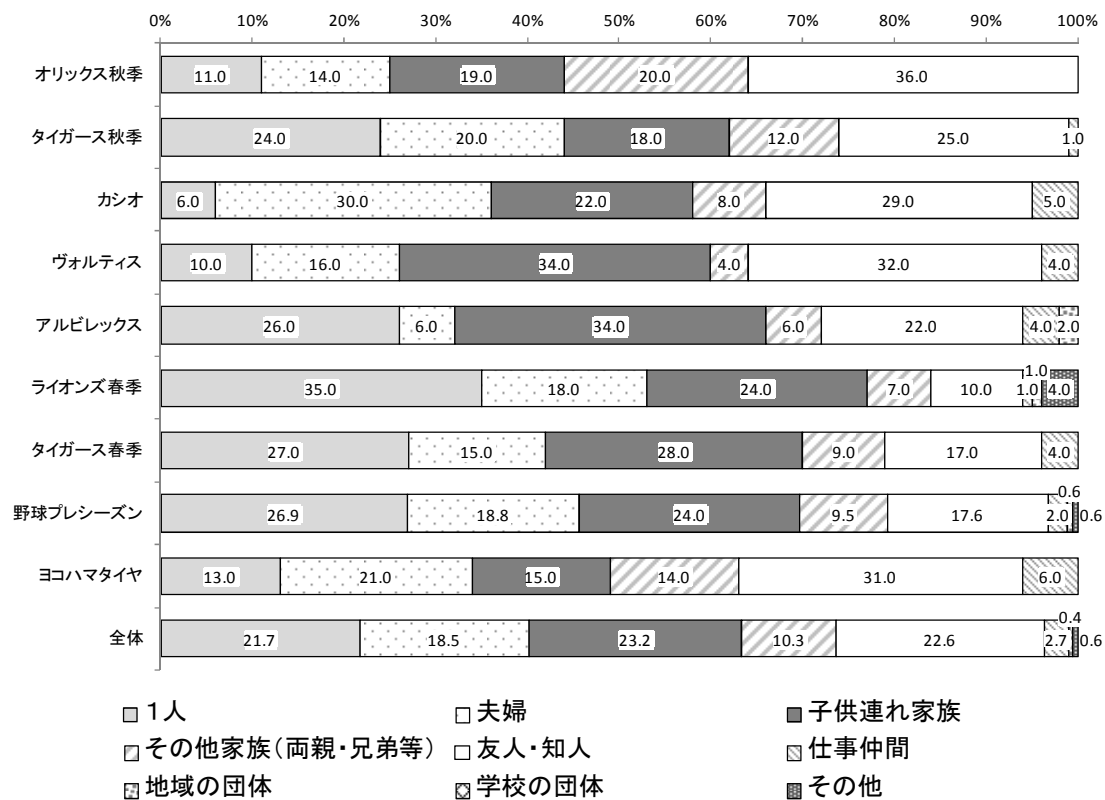
5. 旅行形態

5-1 旅行形態割合

(表 5-1) 旅行形態割合 (上段 : 件 下段 : %)

	1人	夫婦	子供連れ 家族	その他家族	友人・知人	仕事仲間	地域の団体	学校の団体	その他	合計
オリックス秋季	11	14	19	20	36	0	0	0	0	100
	11.0	14.0	19.0	20.0	36.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
タイガース秋季	24	20	18	12	25	1	0	0	0	100
	24.0	20.0	18.0	12.0	25.0	1.0	0.0	0.0	0.0	100.0
カシオ	6	30	22	8	29	5	0	0	0	100
	6.0	30.0	22.0	8.0	29.0	5.0	0.0	0.0	0.0	100.0
ヴォルティス	5	8	17	2	16	2	0	0	0	50
	10.0	16.0	34.0	4.0	32.0	4.0	0.0	0.0	0.0	100.0
アルビレックス	13	3	17	3	11	2	1	0	0	50
	26.0	6.0	34.0	6.0	22.0	4.0	2.0	0.0	0.0	100.0
ライオンズ春季	35	18	24	7	10	1	1	0	4	100
	35.0	18.0	24.0	7.0	10.0	1.0	1.0	0.0	4.0	100.0
タイガース春季	27	15	28	9	17	4	0	0	0	100
	27.0	15.0	28.0	9.0	17.0	4.0	0.0	0.0	0.0	100.0
野球プレシーズン	93	65	83	33	61	7	2	0	2	346
	26.9	18.8	24.0	9.5	17.6	2.0	0.6	0.0	0.6	100.0
ヨコハマタイヤ	13	21	15	14	31	6	0	0	0	100
	13.0	21.0	15.0	14.0	31.0	6.0	0.0	0.0	0.0	100.0
全体	227	194	243	108	236	28	4	0	6	1,046
	21.7	18.5	23.2	10.3	22.6	2.7	0.4	0.0	0.6	100.0

(図 5-2) 旅行形態割合 (%)



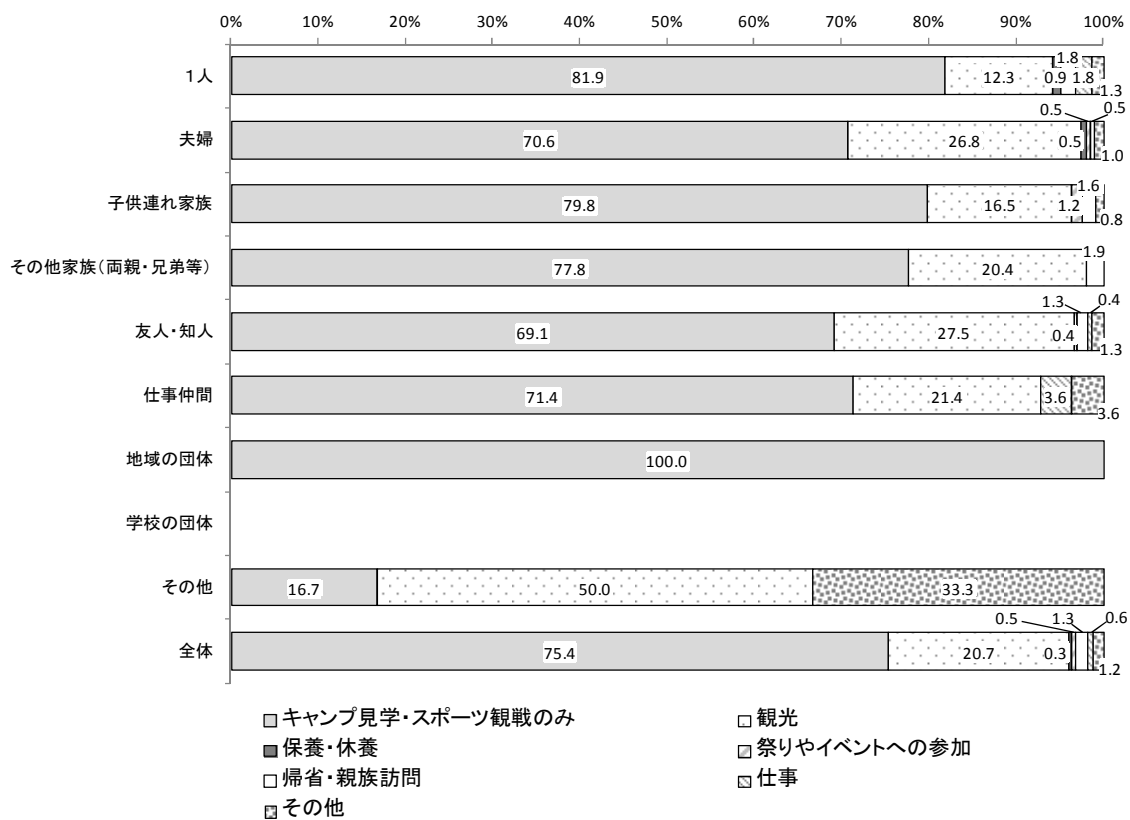
調査区分ごとに最も割合が多くなった項目をみると、オリックス秋季、タイガース秋季、ヨコハマレディースでは「知人・友人」、カシオでは「夫婦」、ヴォルティスとアルビレックス、タイガース春季では「子供連れ・家族」、ライオンズ春季、プロ野球プレシーズンマッチは「1人」となっている。

5-2 旅行形態別来県目的割合

(表 5-3) 旅行形態別来県目的割合（上段：件 下段：％） ※県内容を除く

	スポーツ 観戦のみ	観光	保養・休養	祭りや イベント	帰省・ 親族訪問	仕事	その他	合計
1人	186	28	2	0	4	4	3	227
	81.9	12.3	0.9	0.0	1.8	1.8	1.3	100.0
夫婦	137	52	1	1	1	0	2	194
	70.6	26.8	0.5	0.5	0.5	0.0	1.0	100.0
子供連れ家族	194	40	0	3	4	0	2	243
	79.8	16.5	0.0	1.2	1.6	0.0	0.8	100.0
その他家族	84	22	0	0	2	0	0	108
	77.8	20.4	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	100.0
友人・知人	163	65	0	1	3	1	3	236
	69.1	27.5	0.0	0.4	1.3	0.4	1.3	100.0
仕事仲間	20	6	0	0	0	1	1	28
	71.4	21.4	0.0	0.0	0.0	3.6	3.6	100.0
地域の団体	4	0	0	0	0	0	0	4
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
学校の団体	0	0	0	0	0	0	0	0
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	1	3	0	0	0	0	2	6
	16.7	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	100.0
全体	789	216	3	5	14	6	13	1,046
	75.4	20.7	0.3	0.5	1.3	0.6	1.2	100.0

(図 5-4) 旅行形態別来県目的割合 (%) ※県内容を除く



全体の来県目的割合は、「スポーツ観戦のみ」が 75.4%で大半を占め、次いで「観光」が 20.7%、他の項目は少数となっている。

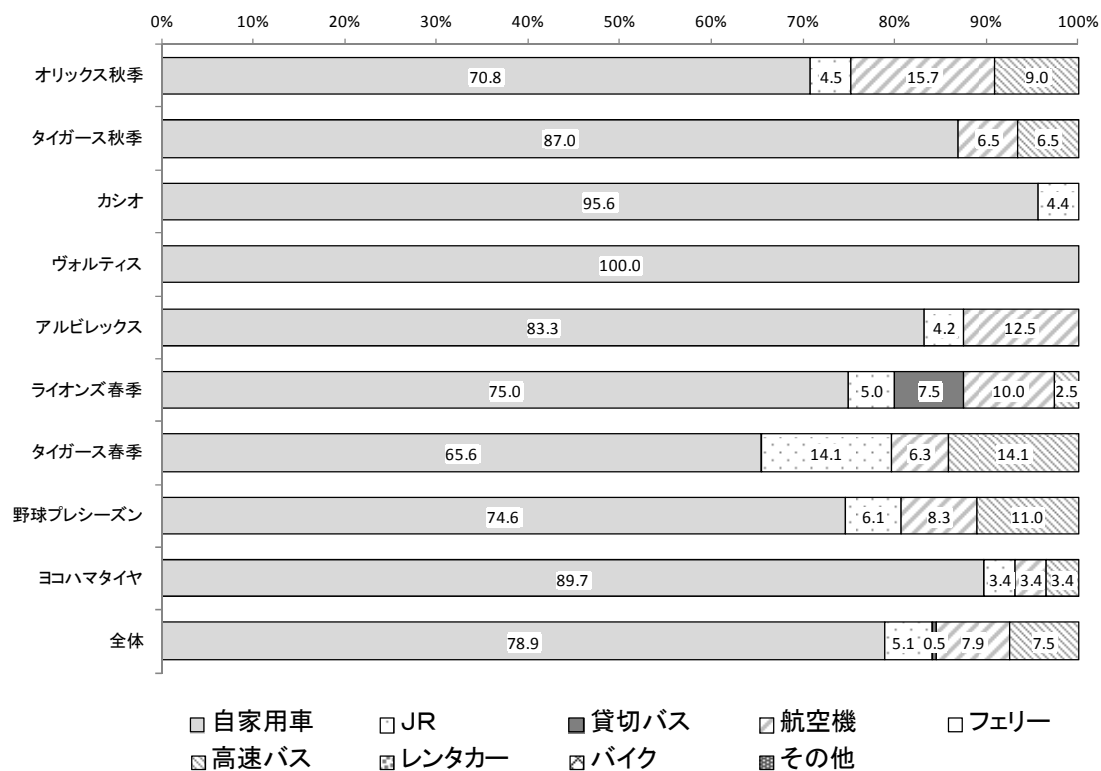
6. 入込利用交通機関

6-1 入込利用交通機関割合

(表 6-1) 入込利用交通機関割合 (上段 : 件 下段 : %) ※県内容を除く

	自家用車	JR	貸切バス	航空機	フェリー	高速バス	レンタカー	バイク	その他	合計
オリックス秋季	63	4	0	14	0	8	0	0	0	89
	70.8	4.5	0.0	15.7	0.0	9.0	0.0	0.0	0.0	100.0
タイガース秋季	67	0	0	5	0	5	0	0	0	77
	87.0	0.0	0.0	6.5	0.0	6.5	0.0	0.0	0.0	100.0
カンオ	43	2	0	0	0	0	0	0	0	45
	95.6	4.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
ヴォルティス	34	0	0	0	0	0	0	0	0	34
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
アルビレックス	20	1	0	3	0	0	0	0	0	24
	83.3	4.2	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
ライオンズ春季	30	2	3	4	0	1	0	0	0	40
	75.0	5.0	7.5	10.0	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0	100.0
タイガース春季	42	9	0	4	0	9	0	0	0	64
	65.6	14.1	0.0	6.3	0.0	14.1	0.0	0.0	0.0	100.0
野球プレシーズン	135	11	0	15	0	20	0	0	0	181
	74.6	6.1	0.0	8.3	0.0	11.0	0.0	0.0	0.0	100.0
ヨコハマタイヤ	26	1	0	1	0	1	0	0	0	29
	89.7	3.4	0.0	3.4	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0	100.0
全体	460	30	3	46	0	44	0	0	0	583
	78.9	5.1	0.5	7.9	0.0	7.5	0.0	0.0	0.0	100.0

(図 6-2) 入込利用交通機関割合 ※県内客を除く



全体の入込利用交通機関の割合をみると、「自家用車」が 78.9%で大半を占めており、次いで「航空機」が 7.9%、「高速バス」が 7.5%、「JR」が 5.1%と続いている。

7. 県内消費額

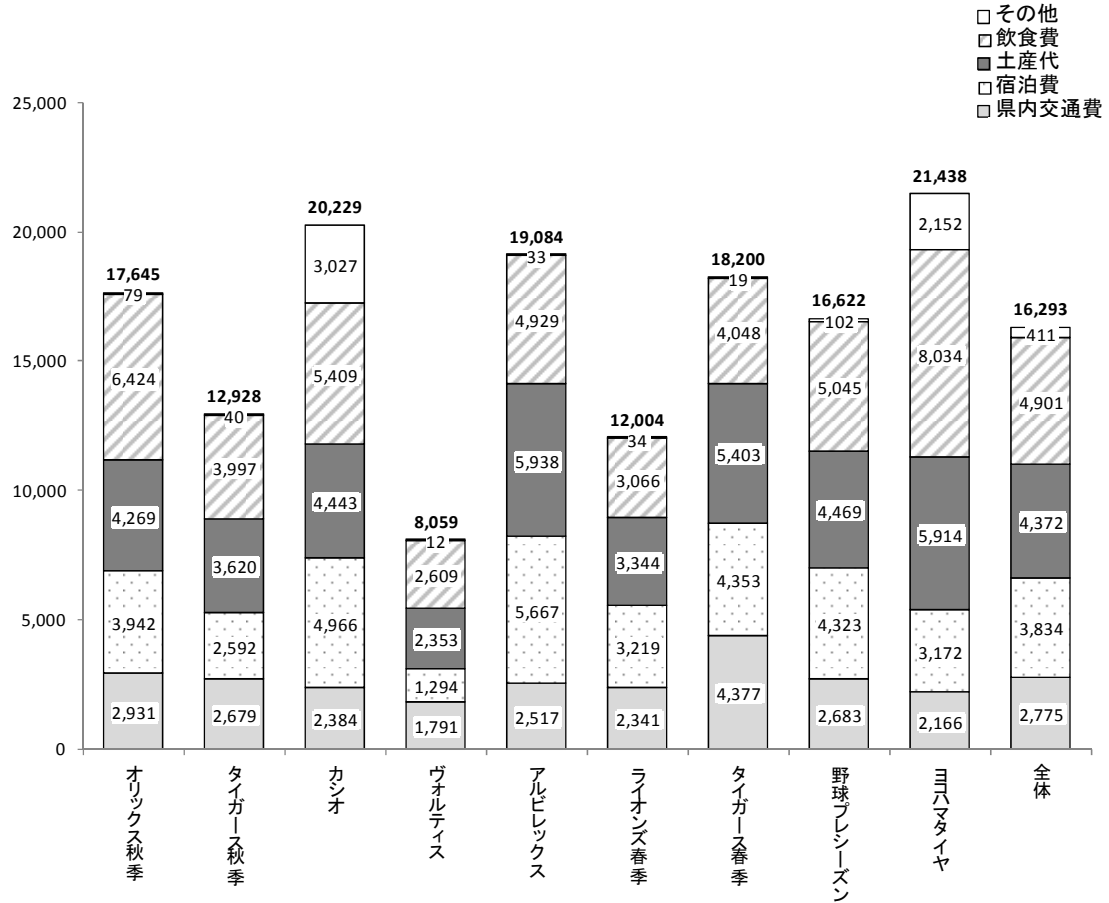
7-1 県内消費額

(表 7-1) 県内平均消費額・同割合 (上段：円 下段：%)

※県内客、及び県外パック利用客を除く

	県内交通費	宿泊費	土産代	飲食費	その他	合計
オリックス秋季	2,931	3,942	4,269	6,424	79	17,645
	16.6	22.3	24.2	36.4	0.4	100.0
タイガース秋季	2,679	2,592	3,620	3,997	40	12,928
	20.7	20.0	28.0	30.9	0.3	100.0
カンオ	2,384	4,966	4,443	5,409	3,027	20,229
	11.8	24.5	22.0	26.7	15.0	100.0
ヴォルティス	1,791	1,294	2,353	2,609	12	8,059
	22.2	16.1	29.2	32.4	0.1	100.0
アルビレックス	2,517	5,667	5,938	4,929	33	19,084
	13.2	29.7	31.1	25.8	0.2	100.0
ライオンズ春季	2,341	3,219	3,344	3,066	34	12,004
	19.5	26.8	27.9	25.5	0.3	100.0
タイガース春季	4,377	4,353	5,403	4,048	19	18,200
	24.0	23.9	29.7	22.2	0.1	100.0
野球プレシーズン	2,683	4,323	4,469	5,045	102	16,622
	16.1	26.0	26.9	30.4	0.6	100.0
ヨコハマタイヤ	2,166	3,172	5,914	8,034	2,152	21,438
	10.1	14.8	27.6	37.5	10.0	100.0
全体	2,775	3,834	4,372	4,901	411	16,293
	17.0	23.5	26.8	30.1	2.5	100.0

(図 7-2) 県内平均消費額 (円) ※県内容、及び県外パック利用客を除く



全体の県内平均消費額は 16,293 円となり、費目別では県内交通費 2,775 円 (17.0%)、宿泊費 3,834 円 (23.5%)、土産代 4,372 円 (26.8%)、飲食費 4,901 円 (30.1%)、その他 411 円 (2.5%) となっている。

調査項目別にみた県内平均消費額は、ヨコハマタイヤレディースが 21,438 円で最も高く、次いでカシオワールドオープンが 20,229 円、アルビレックスが 19,084 円となっている。一方、ヴォルティスが 8,059 円で最も低くなっている。

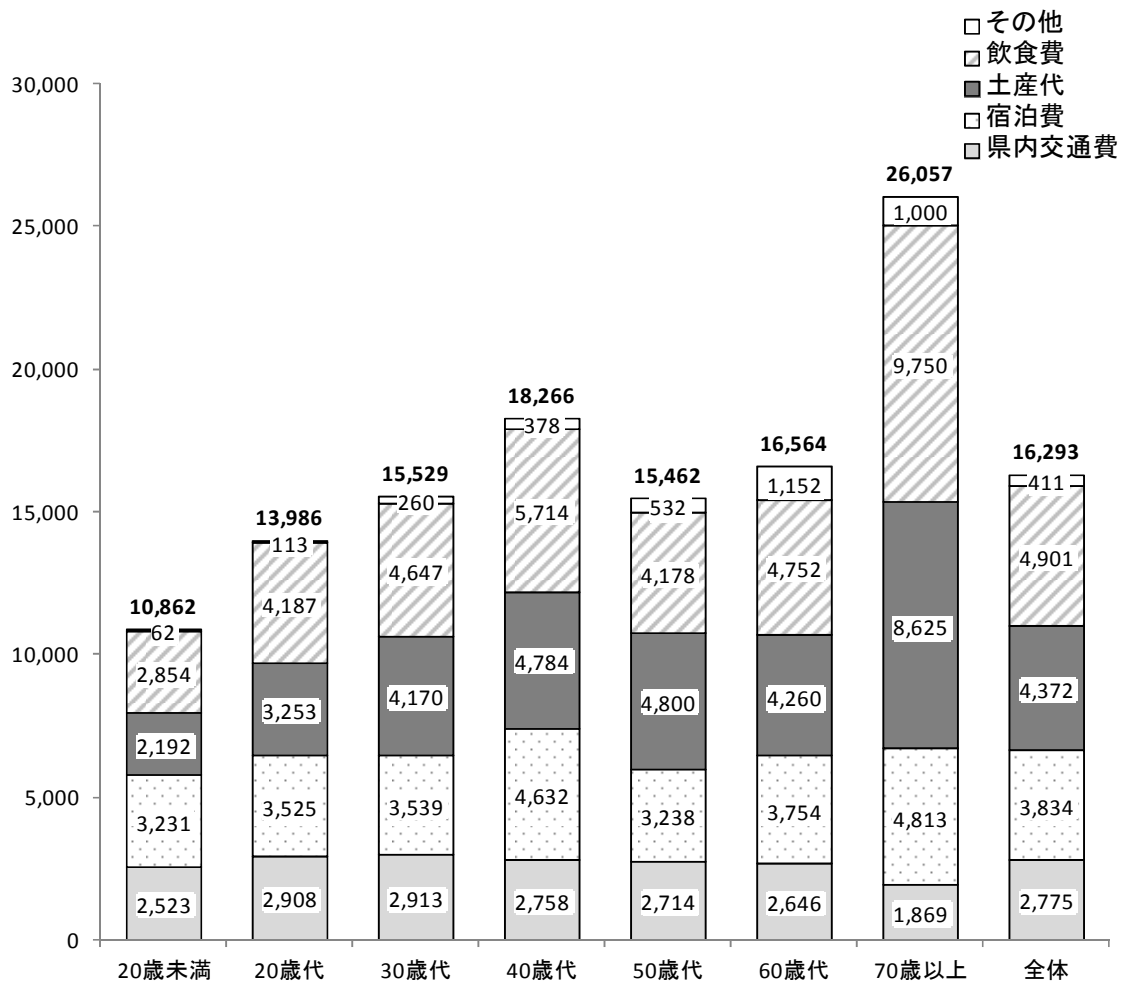
7-2 年代別県内消費額

(表 7-3) 年代別県内平均消費額・同割合 (上段：円 下段：%)

※県内容、及び県外パック利用客を除く

	県内交通費	宿泊費	土産代	飲食費	その他	合計
20歳未満	2,523	3,231	2,192	2,854	62	10,862
	23.2	29.7	20.2	26.3	0.6	100.0
20歳代	2,908	3,525	3,253	4,187	113	13,986
	20.8	25.2	23.3	29.9	0.8	100.0
30歳代	2,913	3,539	4,170	4,647	260	15,529
	18.8	22.8	26.9	29.9	1.7	100.0
40歳代	2,758	4,632	4,784	5,714	378	18,266
	15.1	25.4	26.2	31.3	2.1	100.0
50歳代	2,714	3,238	4,800	4,178	532	15,462
	17.6	20.9	31.0	27.0	3.4	100.0
60歳代	2,646	3,754	4,260	4,752	1,152	16,564
	16.0	22.7	25.7	28.7	7.0	100.0
70歳以上	1,869	4,813	8,625	9,750	1,000	26,057
	7.2	18.5	33.1	37.4	3.8	100.0
全体	2,775	3,834	4,372	4,901	411	16,293
	17.0	23.5	26.8	30.1	2.5	100.0

(図 7-4) 年代別県内平均消費額・同割合（円） ※県内容、及び県外パック利用客を除く

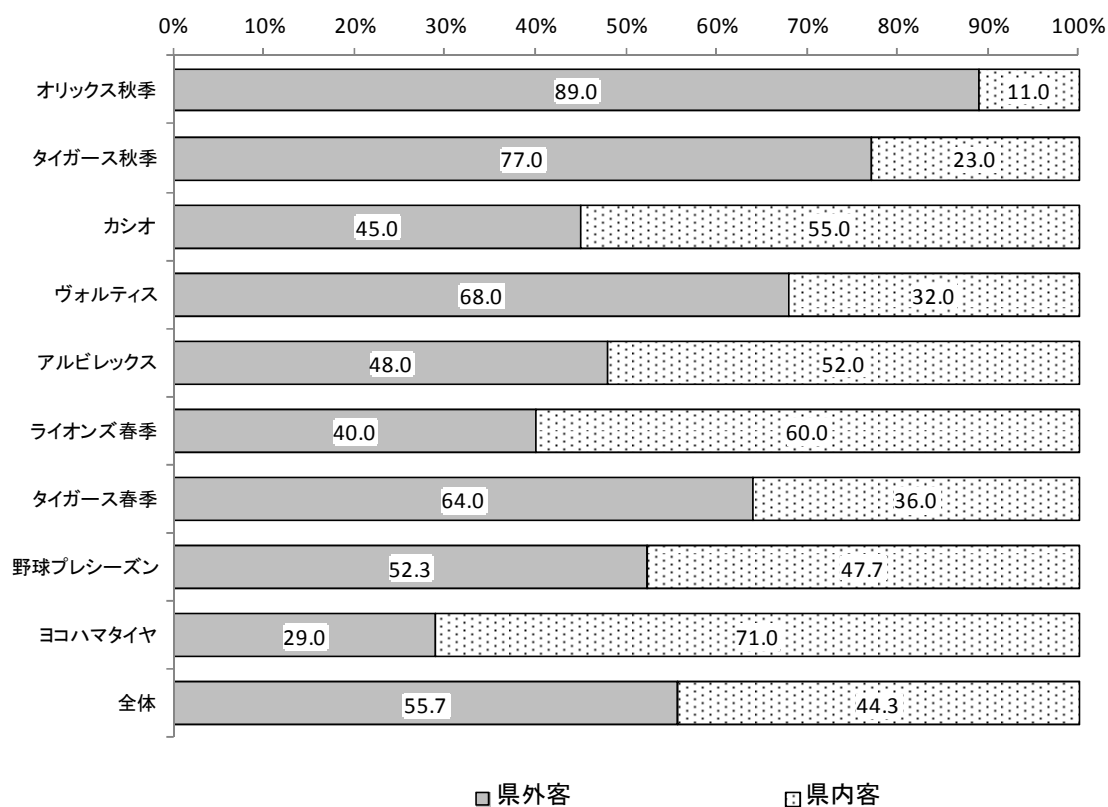


年代別にみた県内平均消費額は、70歳以上が26,057円で最も高く、次いで40歳代が18,266円、60歳代が16,564円となっている。一方、20歳未満が10,862円で最も低いという結果になっている。

8. 県内容・県外客

8-1 県内容・県外客割合

(図 8-1) 県内容・県外客割合 (%)



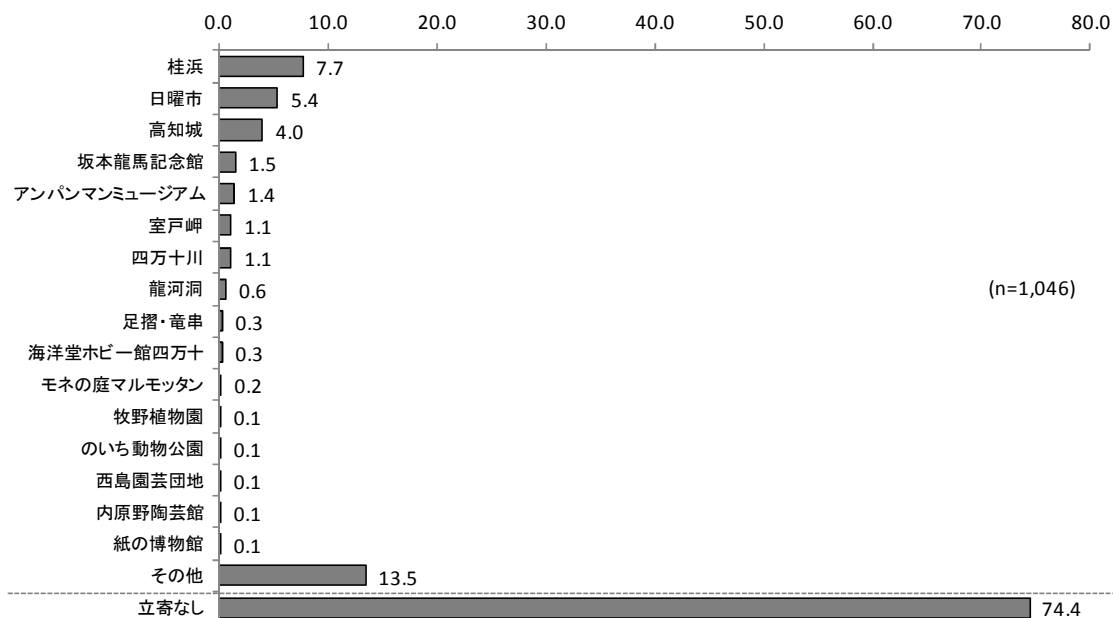
全体の県内容・県外客の割合は、県外客 55.7%、県内容が 44.3%と、やや県外客が多いという結果になっている。

調査区分別にみた県外客の割合は、オリックス秋季が 89.0%で最も高く、次いでタイガース秋季が 77.0%、ヴォルティスが 68.0%と続いている。一方、ヨコハマタイヤレディースが 29.0%で最も低くなっている。

9. 立寄観光スポット

9-1 立寄観光スポット割合

(図 9-1)立寄観光スポット割合(%)



注) 複数回答あり。

立寄観光スポット割合は、スポーツ観戦のみの「立寄なし」が 74.4%と大半を占めている。立ち寄った（立ち寄る予定）と回答された観光スポットでは、桂浜が 7.7%で最も高く、次いで日曜市が 5.4%、高知城が 4.0%、坂本龍馬記念館が 1.5%と続いている。

その他の観光スポットとして挙げられた主な回答としては、“ひろめ市場”が 86 件、“道の駅”が 22 件、“ご当地グルメなどの食事”が 11 件、“歴史系の観光地”が 4 件などとなった。