

令和7年度 スポーツ庁
スポーツコンプレックス推進事業
(まちづくり連携支援事業)

いわきスポーツコンプレックス β
～ 地域共創型まちづくり実証プロジェクト ～
成果報告書(詳細版)

2026年3月

事業主体:株式会社いわきスポーツクラブ

再委託先:ユマニタス株式会社

目次

| | |
|--|----|
| 概要(エグゼクティブサマリー) | 4 |
| 事業の背景と目的 | 4 |
| 事業実施体制 | 4 |
| 実証の内容 | 4 |
| 実証の主な成果 | 4 |
| 経済効果試算(参考) | 5 |
| 今後のアクション | 5 |
| スポーツコンプレックスとしての実践的示唆 | 5 |
| 第1章 事業のビジョン等 | 7 |
| 1-1. 事業実施の背景 | 7 |
| 1-2. 本事業の目的 | 8 |
| 1-3. ありたい姿(将来像) | 8 |
| 第2章 事業実施体制 | 10 |
| 2-1. 官民連携体制の概要 | 10 |
| 2-2. 官民連携協議会の位置付け | 10 |
| 2-3. 主要ステークホルダーの整理 | 11 |
| 第3章 スポーツコンプレックスの実現・発展に資する取組(実証事業) | 12 |
| 3-1. 実証の実施背景 | 12 |
| 3-2. 実証の目的 | 12 |
| 3-3. 実証の内容 | 13 |
| (1) 実証概要 | 13 |
| (2) 運行ルート | 14 |
| (3) 運行ダイヤ | 14 |
| 3-4. 実証の実施結果 | 16 |
| (1) 回答者属性 | 16 |
| (2) 普段の観戦行動 | 17 |
| (3) 実証日の回遊行動 | 18 |
| (4) 実証日のスタジアム外滞在時間 | 21 |
| (5) 消費額 | 21 |
| (6) 満足度・再利用意向 | 22 |
| (7) 反実仮想:バスがなかった場合 | 22 |
| (8) 認知経路 | 22 |
| (9) 自由記述の傾向分析 | 23 |
| (10) 居住地別の行動比較 | 24 |
| 3-5. 分析・評価 | 25 |
| (仮説1) 回遊型シャトルバスは、普段は街に出ない地元ファンを街に送り出す | 26 |
| (仮説2) 回遊型シャトルバスがなければ、回遊先には行かなかった(反実仮想) | 26 |
| (仮説3) 回遊型シャトルバスは、普段は発生しない消費を街にもたらす | 27 |
| (仮説4) 回遊型シャトルバスにより、来場者が街で過ごす時間が長くなる | 27 |
| (仮説5) 回遊型シャトルバスの利用満足度は高く、継続利用意向がある | 28 |
| 仮説検証結果の総括 | 28 |

| | |
|--|----|
| 3-6. 継続的取組に向けた課題整理 | 28 |
| (1) 運行体制に関する課題 | 28 |
| (2) 財源確保に関する課題 | 29 |
| 3-7. 新スタジアムでの経済効果試算 | 29 |
| 第4章 今後の目標設定 | 32 |
| 4-1. 定量目標(KPI) | 32 |
| 短期目標(令和8年度) | 32 |
| 中期目標(令和9～10年度) | 32 |
| 長期目標(新スタジアム整備段階) | 32 |
| 4-2. 定性目標 | 32 |
| 第5章 今後の展望 | 34 |
| 5-1. 将来的なビジョン | 34 |
| 5-2. 実現に向けた推進方針 | 34 |
| 5-3. 今後の取組の方向性 | 34 |
| (1) 交通・モビリティ施策の継続・拡充 | 34 |
| (2) 他競技との連携 | 35 |
| (3) 協議会との連携深化 | 35 |
| (4) IWAKI STADIUM LABO構想への反映 | 35 |
| 5-4. スポーツコンプレックス推進に向けた実践的示唆 | 35 |
| 第6章 今後の推進スケジュール | 37 |
| 6-1. 実施ロードマップ | 37 |
| 6-2. 各フェーズの実施計画 | 37 |
| 参考資料 | 38 |
| 参考資料1:ワークショップ記録 | 38 |
| 参考資料2:仮説検証の集計定義 | 38 |
| 1. 共通定義:「非回遊者」の判定ロジック | 38 |
| 2. 仮説1:回遊型シャトルバスは、普段は街に出ない地元ファンを街に送り出す | 39 |
| 3. 仮説2:回遊型シャトルバスがなければ、回遊先には行かなかった(反実仮想) | 39 |
| 4. 仮説3:回遊型シャトルバスは、普段は発生しない消費を街にもたらず | 40 |
| 5. 仮説4:回遊型シャトルバスにより、来場者が街で過ごす時間が長くなる | 40 |
| 6. 仮説5:回遊型シャトルバスの利用満足度は高く、継続利用意向がある | 41 |
| 7. 集計定義の一覧表 | 41 |
| 8. 留意事項 | 41 |
| 参考資料3:アンケート設問票 | 42 |
| 参考資料4:いわきスポーツコンプレックス構想(β版)～スポーツを起点にしたまち全体の回遊モデル(概念スケッチ)～ | 44 |

概要(エグゼクティブサマリー)

事業の背景と目的

東日本大震災から15年が経過するいわき市において、株式会社いわきスポーツクラブは2015年12月の設立以来、地域住民・企業・教育機関等との多様な連携を通じて人流と交流を生み出し、地域コミュニティのハブとして機能し続けてきた。

2025年には新スタジアム構想「IWAKI STADIUM LABO構想」がいわきスポーツクラブより発表された。本事業はこの構想を受け、スポーツ施設単体の整備にとどまらず、観光・商業・交通・温泉等の既存都市機能と有機的に接続する「スポーツコンプレックス」(スポーツを核に異分野の都市機能を複合的に整備・接続する概念)としての実現可能性を検証することを目的として実施したものである。(詳細は第1章参照)

事業実施体制

本事業では、2017年に設立された「スポーツによる人・まちづくり推進協議会」(行政・経済団体・観光団体等8組織で構成)の既存の枠組みを活用した。新たな協議体を設けることなく、ワークショップによる課題抽出・将来像の可視化・小規模実証という段階的プロセスを実施している。既存の地域連携基盤を活かしながら構想と実証を並行して進めた点が、本事業の特徴のひとつである。(詳細は第2章参照)

実証の内容

ワークショップで地域課題として抽出された交通・導線・距離等の問題を踏まえ、スタジアム到着後の移動手段不足により地域内を回遊できていなかったファン層の潜在的なニーズに応えるとともに、スポーツ観戦を起点とした地域内回遊モデルの成立可能性を検証することを目的として、2026年3月7日のいわきFCホームゲームにおいて実証運行を実施した。スタジアムと市内の観光施設・温泉街を結ぶ乗ホップオンオフ型の回遊型シャトルバス「IWAKI FC 周湯～バス」に当日延べ387名(試合来場者数の約10%に相当)が乗車し、94名からアンケートを回収した。(詳細は第3章参照)

実証の主な成果

事前に設定した5つの仮説はすべて支持された(各仮説の閾値・詳細は第3-5章参照)。

- 地元ファン(n=53)の回遊率(スタジアム以外の施設を訪問した割合)が、普段26.4% → 実証日83.0%(+56.6pt)へ増加。普段は街に出ない地元ファンを観光・飲食・温泉施設へ送り出す効果が確認された。(仮説1)
- 回答者(n=94)の66.0%が「バスがなければ行かなかった」と回答。単なる移動の利便向上にとどまらず、新たな回遊行動そのものを創出する効果が示された。(仮説2)

- 普段は地域で消費しない層(非回遊者、n=53)の消費が、回答者全体の推計消費額のうち54.8%を占めた。従来は発生しなかった消費を地域にもたらす効果が確認された。(仮説3)
- スタジアム外での平均滞在時間が普段の68.0分 → 実証日98.6分(+45.1%)に延長。地域内での長時間滞在の促進効果が示された。(仮説4)
- 満足度90.4%・継続利用意向87.2%(n=94)。利用者から高い評価が得られた。(仮説5)

経済効果試算(参考)

「IWAKI STADIUM LABO構想」の整備候補地は小名浜エリアに位置しており、立地特性上、来場者の駐車場台数に現実的な制約が生じることは避けがたく、この課題構造は現在のハウスタが抱える交通アクセス上の制約と本質的に共通する。

いわき市も同エリアを対象とした調査事業(令和7年度「小名浜港周辺のエリア価値向上に向けた可能性調査事業」)において「駐車場不足・交通渋滞」「車以外での来場手段の確保」を公式な検討課題として明示しており、本実証で取り組んだ回遊型シャトルバスは市の政策方向とも整合するものである。

こうした背景を踏まえ、本実証データ(n=94)をもとに、新スタジアム建設後に回遊型シャトルバスを継続・展開した場合の経済波及効果を簡易的に推計した。(平均来場者数7,000人/試合・年21試合と仮定し、バスの利用率は3シナリオを設定)。

新スタジアムへの展開を想定した場合、現状のバス利用率10%を維持するシナリオでもバス利用者による年間新規消費は約2,100万円、利用率30%の高普及シナリオでは年間約6,200万円が見込まれる。なお、本試算はn=94の小規模実証に基づく参考値であり、実際の効果は立地・来場者属性等によって変動する。(詳細は第3-7章参照)

今後のアクション

本事業の成果を踏まえ、以下の取組を継続・発展させていくことを目標とする。

- 令和8年度中に、ホームゲーム2試合以上での継続運行を実現する。
- 地域協議会と連携し、補助事業・民間協賛等による財源確保の具体的な検討を進める。
- 他競技チームとの連携協議を開始し、スポーツコンプレックスの形成を目指す

スポーツコンプレックスとしての実践的示唆

本事業の取組を、スポーツコンプレックスの定義に照らして整理すると、以下の2つの観点から実践的な示唆が得られた。

1:【異分野とのComplex】

- 交通(回遊型シャトルバス)を媒介として、スポーツ観戦と観光・商業・温泉・交通といった異分野の都市機能を接続した。

- 定量的な効果(回遊率+56.6pt・非回遊者消費が全体の54.8%・滞在時間+45.1%)が確認されており、スポーツ施設を単独の集客装置としてではなく、周辺の多様な都市機能と接続する「都市装置」として活用する可能性を実証的に示した。

2. 【まちづくりとのComplex】

- 新たな協議体を組成せず、既存の地域連携基盤を活用しながら「ワークショップによる課題抽出→将来像の可視化→小規模実証」という段階的なプロセスを設計・実施した。
- 大規模な予算投入や新組織整備を前提としないこのアプローチは、スタジアム・アリーナを核としたまちづくりを検討する他地域においても参照可能な実践的モデルの一例として位置付けられる。

なお、本実証は単年度の取組であり、上記の示唆は初期的検証としての位置付けにとどまる。継続的な実証と規模拡大を通じて、先進事例・ロールモデルとしての実効性を高めていくことが今後の課題である。本事業で得られた知見と実証プロセスは、今後の継続的な取組の出発点として位置付けられる。

第1章 | 事業のビジョン等

1-1. 事業実施の背景

本事業の対象地域である福島県いわき市においては、東日本大震災以降、地域経済の再生及び都市機能や地域コミュニティの再構築が継続的な地域課題となっている。

こうした中、2015年12月に設立した株式会社いわきスポーツクラブでは、当時福島県社会人リーグ3部であったいわきFC(現在はJ2に所属)の運営を引き継ぎ、いわきFCを起点とした地域活性化の取組を通じ、地域住民や企業、教育機関等との多様な連携を生み出し、スポーツのみならず地域内外の人流や交流を創出する地域コミュニティのハブとして機能する可能性を示し続けてきた。

さらに2025年、いわきFCの新たなホームスタジアム整備を核に新たな都市拠点の形成を目指す「IWAKI STADIUM LABO」構想が発表されており、東日本大震災から約20年が経過するタイミングにおいて、地域における新たな都市機能の集積拠点が創出される機会が生まれている。



新スタジアムの整備候補地に関する発表記者会見(2025年3月28日いわき市内にて)

© 2026 IWAKI SPORTS CLUB CO., LTD.

このような状況の下、当該スタジアム整備構想に対し、スポーツ施設単体としての整備に留まらず、観光、商業、教育、交通等の既存都市機能を有機的に接続する「スポーツコンプレックス」の要素を組み込むことにより、地域全体としての価値創出を図る可能性が検討されている。

本事業は、スポーツコンプレックスを構成する主要な要素の実現可能性について、地域関係者による協議を通じて構想の可視化を図るとともに、実証的取組を実施し、その結果を今後のスタジアム整備構想に反映していくことを目的として実施するものである。

また、本事業における一連の取組は、将来的な都市拠点整備に先立ち、その実現可能性を段階的に検証する「β版」として位置付けられるものであり、構想段階から実証を通じて得られた知見を反映していくプロセス自体が、本事業の特徴の一つである。

1-2. 本事業の目的

本事業は、スポーツ施設を中心とした都市機能の再編を図ることにより、地域内に分散する既存の都市資源やインフラを有機的に接続し、地域経済の活性化及び持続可能なまちづくりの実現に資する「地域共創型スポーツコンプレックス」の形成可能性を検証することを目的として実施したものである。

具体的には、スポーツ施設を核としながら、周辺の観光施設、商業施設、教育機関、交通拠点等との有機的な連携のあり方について検討を行うとともに、これらの都市機能が一体的に活用されることによって創出される来訪者の回遊性向上や地域内消費の拡大等の効果について、実証的な観点から検討を行った。

また、本事業では、スポーツコンプレックスの形成に向けた地域関係者間の協議を通じて、官民連携体制の構築可能性について検討を行うとともに、今後のスタジアム整備構想及び都市計画施策への反映に資する基礎的知見の取得を図ることを目的とした。

さらに、本事業を将来的な都市拠点整備に向けた段階的な検証プロセスの一環として位置付け、構想の可視化及び実証的取組を通じて得られた知見を、今後の「IWAKI STADIUM LABO」構想の具体化に反映していくことを目的とした。

1-3. ありたい姿(将来像)

本事業においては、スポーツを核とした都市機能の再編に向けた将来像の検討を目的として、地域関係者を対象としたワークショップを実施し、地域における現状課題及びそれらに対する解決の方向性についての抽出を行った。

ワークショップを通じて整理された主な課題は、以下の4類型に大別され、これらはそれぞれ、地域内における来訪・移動の困難性、スポーツへの接触機会の不足、若年層の流出、地域資源間の分断といった地域構造上の課題として整理された。

- 「交通・導線・距離に関する課題」
- 「スポーツ・エンターテインメント機会に関する課題」
- 「人材流出及び教育に関する課題」
- 「地域間連携に関する課題」

これらの課題に対しては、移動の動線形成、スポーツとの接点の創出、学びの機会の組込み、賑わいの創出、公共性の付加といった観点から、都市機能を横断した複合的な取組のアイデアを検討した。具体的には、試合日やイベント日に合わせた周遊導線の設計、競技体験拠点の分散配置による回遊型イベントの形成、学校・地域・スポーツ施設を接続する育成導線の可視化、防災・福祉機能とイベント動線の両立といった取組が検討された。

本事業において作成した将来像の概念スケッチは、これらの課題及び取組の方向性を踏まえ、スポーツ施設を中心に地域内の観光資源、教育機関、商業施設、公共交通等を有機的に接続する都市構造のあり方を空間的に表現したものである。当該スケッチの主題は「いわきスポーツ

コンプレックス構想(β版)」、コンセプトは「スポーツを起点にしたまち全体の回遊モデル」としている。

スケッチは、1日の時間の流れ(朝→昼→夜)を円環状に配置した構図により、スポーツ観戦を起点とした「まちの1日」を描いている。円の起終点には新スタジアムが位置し、そこから地域の各資源へとつながる回遊動線が表現されている。

具体的には、地域とスポーツが連携して育てる次世代の人材(2)、スタジアムと温泉・観光拠点をつなぐ回遊シャトルバスの実証(3:本事業の実証に該当)、スポーツ観戦を起点に人・地域・都市がつながる交流拠点(4)、地域の食や自然と出会う観戦日の楽しみ(11)、宿泊施設や飲食店舗と連携した回遊施策(12)といった要素が、時間軸に沿って有機的に配置されている。

すなわち、当該スケッチは、スタジアム単体の整備を前提とした拠点形成ではなく、周辺地域に点在する既存資源を結節点として再編し、日常的な移動・学習・交流の導線をスポーツを介して接続することにより、イベント時のみならず平時においても機能する持続的な地域拠点の形成可能性を示唆するものである。



図1-1 いわきスポーツコンプレックス構想(β版)

スポーツを起点にしたまち全体の回遊モデル(概念スケッチ)※拡大版は参考資料4を参照

第2章 | 事業実施体制

2-1. 官民連携体制の概要

本事業における官民連携体制については、行政機関や地域の経済団体等が参画する地域協議会「スポーツによる人・まちづくり推進協議会」という既存の枠組みを活用し、株式会社いわきスポーツクラブ(いわきFC)がその中でスポーツコンプレックス構想の検討を主導する形式により実施した。

当該協議会は、株式会社いわきスポーツクラブの理念に共感し、地域と連携してスポーツが持つ力を最大限に活用した「人・まちづくり」を推進することにより、東北一「夢・感動・未来に溢れる都市"いわき"」の実現に寄与することを目的として、2017年に設立されたものである。

同協議会では、「市民の健康増進」「未来を拓く人財の育成」「シティセールス・都市ブランド力向上」「いわきFCの応援」の4つの柱を軸に、地域におけるスポーツを起点とした各種連携事業が実施されている。

2-2. 官民連携協議会の位置付け

本事業の実施にあたっては、新たに協議体を組成することも検討されたが、地域内には既に複数の協議会や連携基盤が存在していることを踏まえ、それらの既存の枠組みを活用することが、地域連携をより実効性の高いものとする上で有効であると判断した。

このため、本事業では、「スポーツによる人・まちづくり推進協議会」をスポーツコンプレックス構想の検討及び実証に向けた地域協議の場として位置付け、構想の可視化及び実証の方向性について協議を行った。

なお、本協議会の活動は主に以下のとおり実施した。

| 日付 | 内容 |
|--------------|----------------------------------|
| 2025年12月17日 | スポーツコンプレックス推進事業の推進内容の協議(担当者会議) |
| 2025年12月23日 | スポーツコンプレックス推進事業の推進内容の決議(幹事会) |
| 2026年1月19日 | 地域課題及び解決策の洗い出し(ワークショップ) |
| 2026年1月21日 | スポーツ庁への進捗報告(協議会の推進状況) |
| 2026年1月27日 | 課題の類型化及び実証の方向性の検討(ワークショップ) |
| 2026年2月25日 | 実証内容の最終確認及び構想スケッチのラフ案確定(ワークショップ) |
| 2026年2月27日 | スポーツ庁への進捗報告(実証内容の検討状況) |
| 2026年3月7日 | 回遊型シャトルバスの実証実施(いわきFCホームゲーム) |
| 2026年4月頃(予定) | いわき商工会議所が発行する会報誌にて本事業の取り組み・成果を掲載 |

表2-1 協議会に関する活動実績

また、協議の過程においては、地域関係者の多様な視点を反映するため、構想の可視化及び実証の方向性を検討するワークショップを実施した。

本事業においては、「新たな協議体を構築する」のではなく、「既存の地域連携基盤を活用し、その中で新たな構想の検討及び実証を行う」という進め方を採用しており、この点が本事業の特徴の一つである。

2-3. 主要ステークホルダーの整理

本事業の実施にあたっては、「スポーツによる人・まちづくり推進協議会」の構成員を中心として、以下の主体が参画した。

| No. | 組織名 |
|-----|-----------------------|
| 1 | いわき商工会議所 |
| 2 | いわき市(創生推進課/交流推進課) |
| 3 | いわき市商工会連絡協議会 |
| 4 | いわきサッカー協会 |
| 5 | 公益社団法人いわき青年会議所 |
| 6 | いわき経済同友会 |
| 7 | 一般社団法人いわき観光まちづくりビューロー |
| 8 | 株式会社いわきスポーツクラブ(いわきFC) |

表2-2 協議会構成組織一覧

第3章 | スポーツコンプレックスの実現・発展に資する取組(実証事業)

3-1. 実証の実施背景

本事業においては、第1章において整理したスポーツコンプレックスの将来像の実現に向け、地域関係者による協議及びワークショップを通じて、地域における現状課題及びそれらに対する取組アイデアの抽出を行った。

ワークショップにおいては、「交通・導線・距離に関する課題」「スポーツ・エンターテインメント機会に関する課題」「人材流出及び教育に関する課題」「地域間連携に関する課題」といった観点から、都市機能間の連携に関する多様な取組アイデアが抽出され、スポーツ施設を起点とした観光資源との連携、教育機関との接続、健康・福祉分野との連携等、中長期的な都市機能再編に資する取組の方向性が整理された。

抽出されたアイデアのうち、地域関係者の参画可能性、スポーツイベントを契機とした都市機能連携の効果を検証可能であること、並びにスポーツコンプレックスの定義(スポーツ内でのComplex・異分野とのComplex・まちづくりとのComplex)との整合性を基準として、実証テーマの絞り込みを行った。

その結果、来訪者の移動手段の不足や観光資源間の回遊性の低さといった課題に直接的に対応し得る取組として、「交通・モビリティ連携」に関する取組を主題とした実証事業を実施することとした。また、来訪者の移動手段の確保は、観光、教育、商業等の他の都市機能との接続を図る上での前提条件となる基盤的要素であり、他領域における施策の効果発現にも影響を及ぼす可能性があることも実証領域の選定理由である。



協議会におけるワークショップの様子①(地域の現状課題と取組みアイデアの抽出など)

© 2026 IWAKI SPORTS CLUB CO., LTD.

3-2. 実証の目的

特にいわきFCのホームゲーム前後の時間は、本来、地域内の観光資源や商業施設等を楽しむ機会となり得る一方で、現状においては拠点間の移動手段が十分に確保されていないことにより、来訪者の回遊行動が限定されている可能性があることが課題として認識された。

具体的には、試合前における駐車後から試合開始までの待機時間や、試合後における温泉施設等への立ち寄りニーズが一定程度存在するにも関わらず、スタジアムと周辺地域との移動手段が不明確であることから、地域資源へのアクセスが阻害されている状況が確認された。

このような課題認識を踏まえ、本実証では、観光施設、商業施設、交通事業者等との連携により、ホップオン・ホップオフ型の回遊型シャトルバスを運行することで、スポーツ観戦を起点とした地域内回遊モデルの成立可能性について検証を行うとともに、今後の本格的な交通施策及び回遊施策の検討に資する基礎的なデータの取得を目的とした。なお、今回の回遊型シャトルバスの出発起点をスタジアム始発としたのは、上述の駐車場確保のために早期来場し時間を持て余しているファン層のニーズにも応えられるのではないかと考えた結果である。

3-3. 実証の内容

本実証においては、スポーツイベント開催日における来訪者の地域内回遊の促進可能性を検証するため、スタジアムと周辺観光資源等を接続する回遊型シャトルバス「IWAKI FC 周湯～バス」の運行を実施した。具体的には、ホームゲーム開催日である2026年3月7日において、スタジアムと市内の観光施設、商業施設等を結ぶ乗降自由のホップオン・ホップオフ型の回遊型シャトルバスを運行し、スポーツ観戦を契機とした地域内移動の利便性向上及び回遊行動の創出に関する検証を行った。

(1) 実証概要

| 項目 | 内容 |
|----------|--|
| 実施日 | 2026年3月7日(土) |
| 対象試合 | いわきFC vs RB大宮アルディージャ(14時試合開始) |
| 来場者数 | 3,877人 |
| バス乗降者数 | 387人(試合前193人・試合後194人)※延べ人数(同一人物が試合前後の両方を利用した場合は重複してカウント) |
| バス利用率 | 約10.0%(延べ387人/来場者3,877人) |
| アンケート回収数 | 94件(任意回答式) |
| 運行形態 | 乗降自由のホップオン・ホップオフ型(無料) |

表3-1 実証事業の概要



実証事業の告知①(「IWAKI FC 周湯〜バス」と銘打ち、HPやSNS・チラシ等で幅広く告知)

(2) 運行ルート

回遊型シャトルバスの運行ルートは、スタジアムを起点として、以下の5か所のバス停を設定し、試合前及び試合後の時間帯に合わせた周遊運行を実施した。

| No. | バス停名 | 主な施設・観光資源 |
|-----|-----------------|--------------------------|
| 1 | ハワイアンズスタジアムいわき | 試合会場(起終点) |
| 2 | JR湯本駅 | 鉄道結節点(ハワイアンズスタジアムいわき最寄駅) |
| 3 | 石炭・化石館 ほるる | 博物館・観光施設 |
| 4 | 常磐支所(湯本温泉街) | 温泉街・飲食店街 |
| 5 | 道の駅ら・ら・ミュウ(小名浜) | 海産物・物産施設(新スタジアム構想地に近接) |

表3-2 バス停一覧

(3) 運行ダイヤ

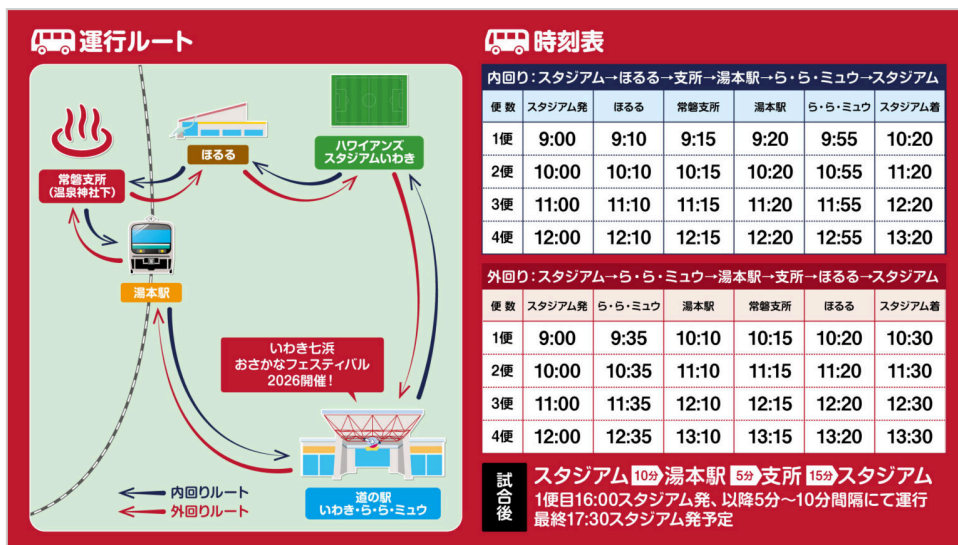
試合前は、内回り・外回りの2ルートをそれぞれ2便ずつ合計4台が運行した。内回りはスタジアム→ほるる→常磐支所(湯本温泉街)→湯本駅→ら・ら・ミュウ→スタジアムの順に周回し、外回りはスタジアム→ら・ら・ミュウ→湯本駅→常磐支所(湯本温泉街)→ほるる→スタジアムの逆順で周回した。試合前の運行時間帯は9:00～13:20(内回り)・13:30(外回り)であり、各便約1時間20～30分の所要時間であった。

| 便 | 内回り(スタジアム発) | 外回り(スタジアム発) |
|----|-------------|-------------|
| 1便 | 9:00発 | 9:00発 |
| 2便 | 10:00発 | 10:00発 |
| 3便 | 11:00発 | 11:00発 |
| 4便 | 12:00発 | 12:00発 |

表3-3 試合前の運行ダイヤ

試合後は、スタジアム→JR湯本駅→常磐支所(湯本温泉街)→スタジアムの短縮ルートで運行した。1便目は試合終了時刻にあわせて16:00発とし、5～10分間隔で運行、最終便は17:30発とした。試合後の帰路において、湯本温泉街への立ち寄りニーズに対応する設計とした。

当該取組は、スタジアム来訪者が試合前後に周辺地域を訪れる際の移動手段を提供することにより、従来はスタジアム周辺に滞留していた来訪者の行動範囲を拡張し、地域内の観光資源や商業施設等との接続性を高めることを目的とするものである。また、本実証は、「浜通り交通株式会社(交通)」「いわき観光まちづくりビューロー(観光)」「湯本温泉旅館協同組合(宿泊・温泉)」等の事業者との連携のもとで実施されており、スタジアムと湯本温泉等の観光拠点を結ぶ周遊ルートを設定することで、スポーツ観戦と観光資源の組合せによる新たな来訪者体験の創出可能性について検討を行った。



実証事業の告知②(運行ルートと時刻表)



実証事業の告知③(HPやSNS・チラシ等に加え試合会場においても来場者に告知)

© 2026 IWAKI SPORTS CLUB CO., LTD.

3-4. 実証の実施結果

本実証においては、回遊型シャトルバスの利用者である延べ387名を対象に任意のアンケート調査を実施し、利用実態及び来訪者の行動変容に関するデータを取得した(n=94)。以下に主要な調査結果を示す。



実証イベント当日の様子①(内回り・外回りに分けてバスを運行)

© 2026 IWAKI SPORTS CLUB CO., LTD.

(1) 回答者属性

| お住まい | 回答数 | 割合 |
|-------------|-----|-------|
| いわき市内 | 45 | 47.9% |
| 福島県内(いわき市外) | 6 | 6.4% |
| 福島県外 | 43 | 45.7% |

表3-4 回答者の居住地分布(n=94)

| 応援しているチーム | 回答数 | 割合 |
|------------------|-----|-------|
| いわきFC(ファンクラブ会員) | 39 | 41.5% |
| いわきFC(ファンクラブ未加入) | 14 | 14.9% |
| RB大宮アルディージャ | 35 | 37.2% |
| その他 | 6 | 6.4% |

表3-5 応援しているチーム(n=94)

| 年代 | 回答数 | 割合 |
|--------|-----|-------|
| 10-19歳 | 2 | 2.1% |
| 20-29歳 | 10 | 10.6% |
| 30-39歳 | 11 | 11.7% |
| 40-49歳 | 22 | 23.4% |
| 50-59歳 | 30 | 31.9% |
| 60-69歳 | 14 | 14.9% |

| | | |
|-------|---|------|
| 70歳以上 | 2 | 2.1% |
| 回答しない | 3 | 3.2% |

表3-6 回答者の年代分布(n=94)

| 性別 | 回答数 | 割合 |
|-------|-----|-------|
| 男性 | 63 | 67.0% |
| 女性 | 28 | 29.8% |
| 回答しない | 3 | 3.2% |

表3-7 回答者の性別分布(n=94)

| ハウスタへの来場回数(過去2年間の合計) | 回答数 | 割合 |
|----------------------|-----|-------|
| 7回以上 | 39 | 41.5% |
| 4~6回程度 | 6 | 6.4% |
| 2~3回程度 | 27 | 28.7% |
| 今日がはじめて | 22 | 23.4% |

表3-8 ハウスタへの来場回数・過去2年間の合計(n=94)

(2) 普段の観戦行動

| 普段の試合前の過ごし方 | 回答数 | 割合 |
|-------------|-----|-------|
| スタジアムで過ごす | 57 | 60.6% |
| 自宅や宿泊先 | 14 | 14.9% |
| 駐車場で待機 | 7 | 7.4% |
| 観光施設 | 7 | 7.4% |
| 飲食店 | 6 | 6.4% |
| その他 | 2 | 2.1% |
| 温泉 | 1 | 1.1% |

表3-9 普段の試合前の過ごし方(n=94)

| 普段の試合後の過ごし方 | 回答数 | 割合 |
|-------------|-----|-------|
| そのまま自宅に帰る | 58 | 61.7% |
| 飲食店 | 19 | 20.2% |
| 温泉 | 6 | 6.4% |
| 観光施設 | 6 | 6.4% |
| 商業施設 | 5 | 5.3% |

表3-10 普段の試合後の過ごし方(n=94)

回答者の普段の試合前後の行動を調査した結果、試合前は60.6%が「スタジアムで過ごす」、14.9%が「自宅や宿泊先」と回答しており、試合前の回遊行動は極めて限定的であることが確認された。

試合後についても、61.7%が「そのまま自宅に帰る」と回答しており、地域内での回遊行動に移行する割合は低い水準にとどまっていることが明らかとなった。一方で、「飲食店」(20.2%)、「温

泉」(6.4%)、「観光施設」(6.4%)、「商業施設」(5.3%)への立ち寄りニーズも一定程度存在することが確認された。

| 普段のスタジアム外での滞在時間 | 回答数 | 割合 |
|-----------------|-----|-------|
| ほとんど使わない | 31 | 33.0% |
| 30分～1時間ほど | 20 | 21.3% |
| 1～2時間ほど | 25 | 26.6% |
| 2時間以上 | 18 | 19.1% |

表3-11 普段のスタジアム外滞在時間(n=94)

(上記滞在時間には自宅やホテルでの滞在時間や移動時間は含まれない)

普段のスタジアム外での滞在時間について、33.0%が「ほとんど使わない」、21.3%が「30分～1時間ほど」と回答しており、来場者の約3分の1は試合以外の時間を地域内で過ごしていない状況が確認された。



実証イベント当日の様子②(朝一番でハウスタに駐車後、9時発の第1便に乗車するグループ)

© 2026 IWAKI SPORTS CLUB CO., LTD.

(3) 実証日の回遊行動

実証日における回遊型シャトルバスの利用状況を調査した。まず、バス停別の利用状況を以下に示す。なお、回答は複数選択式であり、回答者ごとに複数のバス停が選択されている。

| バス停名 | 試合前Q9(延べ件数) | 試合後Q10(延べ件数) |
|----------------|-------------|--------------|
| 道の駅ら・ら・ミュウ | 41 | — |
| ハワイアンズスタジアムいわき | 38 | 33 |
| JR湯本駅 | 30 | 15 |
| いわき市石炭・化石館 ほるる | 17 | — |

| | | |
|-------------|-----|-----|
| 常磐支所(湯本温泉街) | 17 | 26 |
| 利用なし | 5 | 37 |
| 合計(延べ) | 148 | 111 |

表3-12 バス停別利用状況(延べ件数)

(注)延べ件数はアンケート回答者(n=94)における複数選択の回答数であり、実際のバス乗降者数(試合前193人・試合後194人)とは母集団・集計方法が異なる。

試合前は「道の駅ら・ら・ミュウ」(41件)が最多であり、小名浜方面への回遊ニーズの高さが確認された。なお、当日は道の駅において「いわき七浜おさかなフェスティバル2026」が同日開催されており、地域の既存イベントと回遊型シャトルバスの組み合わせが来場者の回遊行動を後押しした可能性がある。スポーツ観戦を起点としつつ、地域で開催される既存のイベントや資源と交通手段を掛け合わせることで回遊効果がさらに高まるという、スポーツコンプレックスの方向性に沿った示唆として捉えることができる。

試合後は「常磐支所(湯本温泉街)」(26件)への利用が増加しており、試合後の温泉立ち寄りニーズが具体的なデータとして確認された。一方、試合後の「利用なし」が37件と最多であった。試合後の回遊行動に至らない要因は疲労・時間的制約・行き先選好等、複合的なものが考えられ、現時点で特定の要因を断定することは難しい。現状の試合後バス停が「常磐支所(湯本温泉街)」と「JR湯本駅」に限られていることを踏まえると、バス停・ルートが多様化により試合後の回遊需要をさらに取り込む余地があると考えられる。これらの観点については3-6において課題として整理しており、次回以降の運行改善に向けた対応方針を示している。



実証イベント当日の様子③(道の駅いわきら・ら・ミュウにておさかなフェスティバルが同日開催)

© 2026 IWAKI SPORTS CLUB CO., LTD.

| 乗車人数(本人含む) | 回答数 | 割合 |
|------------|-----|----|
|------------|-----|----|

| | | |
|----|----|-------|
| 1人 | 36 | 38.3% |
| 2人 | 47 | 50.0% |
| 3人 | 9 | 9.6% |
| 4人 | 2 | 2.1% |

表3-13 バス乗車人数(本人含む)(n=94)

| 宿泊の有無 | 回答数 | 割合 |
|-------|-----|-------|
| 宿泊しない | 77 | 82.8% |
| 宿泊する | 16 | 17.2% |

表3-14 宿泊の有無(n=93)※未回答1名

バス乗車人数(本人含む)は「2人」が50.0%で最多、「1人」が38.3%であった。宿泊率は17.2%(16/93名)であり、宿泊者の多くは福島県外からの来場者と推察される。



実証イベント当日の様子④(回遊型シャトルバスを利用するRB大宮アルディージャのサポーター)

© 2026 IWAKI SPORTS CLUB CO., LTD.

(4) 実証日のスタジアム外滞在時間

| 滞在時間 | 普段(Q8) | 実証日(Q13) |
|-----------|------------|------------|
| ほとんど使わない | 31人(33.0%) | 10人(10.6%) |
| 30分～1時間ほど | 20人(21.3%) | 20人(21.3%) |
| 1～2時間ほど | 25人(26.6%) | 35人(37.2%) |
| 2時間以上 | 18人(19.1%) | 29人(30.9%) |

表3-15 スタジアム外滞在時間の比較(n=94)

(上記滞在時間には自宅やホテルでの滞在時間や移動時間は含まれない)

回遊型シャトルバス運行日は、「ほとんど使わない」が33.0%から10.6%へ大幅に減少し、「1～2時間ほど」が26.6%から37.2%へ、「2時間以上」が19.1%から30.9%へと増加した。「1時間以上

過ごす」層は45.7%から68.1%へ増加しており、回遊型シャトルバスが来訪者の滞在時間延長に寄与したことが示された。

(5) 消費額

| 実証日のスタジアム外での消費額 | 回答数 | 割合 |
|-----------------|-----|-------|
| 0円～1,000円程度 | 18 | 19.1% |
| 1,000円～2,000円程度 | 30 | 31.9% |
| 2,000円～4,000円程度 | 21 | 22.3% |
| 4,000円以上 | 25 | 26.6% |

表3-16 実証日のスタジアム外での消費額(n=94)

実証日における回遊型シャトルバス利用者のスタジアム外での消費額は、「1,000円～2,000円程度」が31.9%で最多であり、次いで「4,000円以上」が26.6%、「2,000円～4,000円程度」が22.3%であった。80.9%の利用者が1,000円以上の消費を行っており、回遊型シャトルバスが地域内消費の創出に寄与していることが確認された。

(6) 満足度・再利用意向

| 満足度 | 回答数 | 割合 |
|-----------|-----|-------|
| とても満足 | 61 | 64.9% |
| やや満足 | 24 | 25.5% |
| どちらとも言えない | 5 | 5.3% |
| 不満 | 3 | 3.2% |
| やや不満 | 1 | 1.1% |

表3-17 回遊型シャトルバスの満足度(n=94)

| 今後の利用意向 | 回答数 | 割合 |
|----------|-----|-------|
| 利用したい | 82 | 87.2% |
| わからない | 10 | 10.6% |
| 利用しないと思う | 2 | 2.1% |

表3-18 今後の利用意向(n=94)

満足度のポジティブ回答(「とても満足」+「やや満足」)は90.4%(85/94件)に達し、「とても満足」が64.9%と過半数を大きく上回った。今後の利用意向についても、「利用したい」が87.2%(82/94件)であり、「利用しないと思う」はわずか2件(2.1%)にとどまった。

(7) 反実仮想:バスがなかった場合

「回遊型シャトルバスがなかった場合、今日バスで訪れた場所に行っていたと思いますか?」という設問(Q11)に対する回答結果は以下のとおりである。

| 回遊型シャトルバスがなかった場合 | 回答数 | 割合 |
|------------------|-----|-------|
| 行かなかったと思う | 62 | 66.0% |
| わからない | 12 | 12.8% |

| | | |
|----------|----|-------|
| 行っていたと思う | 20 | 21.3% |
|----------|----|-------|

表3-19 反実仮想:バスがなかった場合の行動(n=94)

約3分の2(66.0%)が「行かなかったと思う」と回答しており、回遊型シャトルバスによる新規行動創出の効果が明確に示された。「行っていたと思う」(21.3%)は既存の移動手段を持つ層と推定されるが、バスの利便性から利用を選択したことがうかがえる。

(8) 認知経路

| 回遊型シャトルバスを知ったきっかけ | 回答数 | 割合 |
|-------------------|-----|-------|
| クラブ公式サイト | 43 | 45.7% |
| SNS | 29 | 30.9% |
| チラシ | 9 | 9.6% |
| 試合会場 | 4 | 4.3% |
| メール | 4 | 4.3% |
| その他 | 4 | 4.3% |
| 口コミ | 1 | 1.1% |

表3-20 回遊型シャトルバスの認知経路(n=94)

回遊型シャトルバスの認知経路は、「クラブ公式サイト」が45.7%で最多であり、「SNS」(30.9%)と合わせてデジタルメディアが全体の約77%を占めた。今後の情報発信においては、既存のデジタルチャンネルの活用を継続しつつ、試合会場での案内改善(本実証の自由記述でも要望あり)を強化することが有効と考えられる。

(9) 自由記述の傾向分析

アンケートの自由記述欄には、94件中90件(95.7%)の有意な回答が寄せられた(空欄1件、「なし」等の定型回答3件を除く)。このうち記述内容をテーマ別に分類できた55件について、以下の傾向が確認された。なお、1件の回答が複数テーマに該当する場合があるため、下表の件数合計は55件を上回る。

| テーマ | 件数 | 代表的な記述 |
|---------------|-----|--------------------------------|
| 観光を楽しめた | 24件 | 「道の駅やほるるなど、普段行かない場所を巡って楽しかった」 |
| 駐車場制約の解消 | 17件 | 「一度駐車場に車を止めると移動できないので、バスは助かった」 |
| アウェイサポーターとの交流 | 8件 | 「アウェイサポーターと一緒に乗れ、いい関係が作れた」 |
| 継続運行の要望 | 12件 | 「毎回運行してほしい」「新スタジアムでもぜひ」 |
| 便数の増加要望 | 6件 | 「もう少し便数が増えるとより活用しやすい」 |
| 停留所・ルート拡充 | 5件 | 「駐車場所のラインナップを増やしてほしい」 |
| 乗降場所の案内改善 | 7件 | 「バス停の場所がわかりにくかった」 |

表3-21 自由記述の傾向分析

ポジティブな記述が有意回答90件のうち約70%(63件)を占め、純粋なネガティブ(不満のみ)の記述は極少であった。改善要望を含む回答も多く、利用者の関心の高さがうかがえる。特に「駐

車場に車を停めると移動できない」という構造的制約が、バス利用の動機として強く機能していることが確認された。

また、自由記述には交流体験に関する記述も複数見られた。

「アウェイサポーターと一緒に乗れ、いい関係が作れた」

(いわき市在住／いわきFCサポーター／50代 男性／普段の試合は自宅とスタジアムの往復が習慣／実証日は湯本温泉街のバス停を利用)

「いわきの人はみんな優しかった」

(県外在住／RB大宮アルディージャサポーター／10代 女性／ハワスタ観戦は初めて)

「いわきサポーターやスタッフの方々に色々と親切に教えていただき、助かりました」

(県外在住／RB大宮アルディージャサポーター／50代 女性／道の駅や湯本温泉街のバス停を利用)

こうした声は、回遊型シャトルバスが単なる移動手段にとどまらず、ホームとアウェイのサポーターが同じ空間を共有するという、スポーツを介した地域間交流の場として機能した可能性を示唆している。規模拡大や継続運行を通じて、この「交流の場としての機能」をさらに育てていくことが、スポーツコンプレックスの価値向上につながると考えられる。



実証イベント当日の様子⑤(道の駅いわき・ら・ら・ミュウにて両チームのサポーターが交流)

© 2026 IWAKI SPORTS CLUB CO., LTD.

(10) 居住地別の行動比較

回答者の居住地(いわき市内45名 vs 福島県外43名)による行動パターンの違いを比較した結果、以下のような傾向が示唆された。

| 指標 | いわき市内(n=45) | 福島県外(n=43) |
|------------------|-------------|------------|
| 普段Q8「ほとんど使わない」 | 24人(53.3%) | 5人(11.6%) |
| 実証日Q13「ほとんど使わない」 | 9人(20.0%) | 1人(2.3%) |
| 実証日Q13「1時間以上」 | 23人(51.1%) | 36人(83.7%) |
| Q11「行かなかったと思う」 | 28人(62.2%) | 29人(67.4%) |
| Q14「4,000円以上」 | 5人(11.1%) | 17人(39.5%) |
| Q15「とても満足」 | 27人(60.0%) | 31人(72.1%) |

表3-22 居住地別の行動比較

いわき市内在住者は普段スタジアム以外の場所で時間を「ほとんど使わない」が53.3%と過半数を占めていたが、実証日には20.0%へ大幅に減少した(-33.3pt)。これは、回遊型シャトルバスが普段は街に出ない地元ファンの行動変容に寄与した可能性を示唆している。

一方、福島県外の来場者はもともと回遊意欲が高く、普段から「1時間以上」過ごす層が多い。実証日にはさらに83.7%が1時間以上を街で過ごし、消費額も「4,000円以上」が39.5%と高水準であった。アウェイサポーターにとって、回遊型シャトルバスが地域を知る手段として有効に機能する可能性が示唆された。

3-5. 分析・評価

本実証の分析においては、以下の5つの仮説を設定し、アンケートデータに基づく定量的な検証を行った。各仮説には事前に閾値(判定基準)を設定し、データが閾値を超えた場合に「支持」と判定した。なお、本アンケートはバス利用者のみを対象としており、バスを利用しなかった来場者の評価は含まれない点に留意されたい(詳細は参考資料2「留意事項」を参照)。

なお、本分析における「非回遊者」(普段は街に出ない来場者)の判定は、場所ベースの判定ロジックを用いている。具体的には、設問Q6(普段の試合前の過ごし方)の回答が「スタジアムで過ごす」「自宅や宿泊先で過ごす」「駐車場で待機する」のいずれかであり、かつ設問Q7(普段の試合後の過ごし方)の回答が「そのまま自宅に帰る」である者を非回遊者と定義した。この判定ロジックは仮説1及び仮説3で共通して使用している。

※ 仮説1の「地元ファン53人」と仮説3の「非回遊者53人」は、いずれも53人であるが、これは偶然の一致であり、同一の集団ではない。仮説1の53人は設問Q2で「いわきFC」を選択した者(ファンクラブ会員39人+未加入14人)であり、仮説3の53人は全94人に場所ベース判定を適用して該当した者である。両集団の抽出条件は異なるが、結果として同数となったものである。

【閾値設定の考え方】

本実証は、スポーツ観戦を起点とした地域内回遊促進という新規性の高い取組であり、同種の先行事例における定量的なベンチマークが存在しない。このため、各仮説の閾値は、統計的検

定に基づくものではなく、いわきFC内の検討チームで事前協議を行い、「施策として実務的に意味のある変化」を捉えるための判定基準として設定したものである。具体的な設定の考え方は以下のとおりである。

仮説1(回遊率の変化幅):閾値 +20pt

交通施策の導入前後で回遊行動が20ポイント以上増加すれば、施策単体の効果として十分に有意義と判断した。回遊率は複合的な要因に影響されるため、保守的な水準を設定した。

仮説2(反実仮想の割合):閾値 50%

「バスがなければ行かなかった」と回答した者が過半数を超えれば、回遊型シャトルバスが新たな回遊行動を創出したと判断できる水準とした。

仮説3(非回遊者消費の占有率):閾値 30%

普段は街で消費しない層の消費が全体の3割以上を占めれば、交通施策による新規消費の創出効果が実務上有意であると判断した。

仮説4(滞在時間の変化率):閾値 +30%

滞在時間が3割以上延長すれば、来訪者の行動パターンに質的な変化が生じたと評価できる水準とした。

仮説5(満足度・利用意向):閾値 80%

本実証では、利用者の大多数が高い満足度を示した場合にのみ「支持」と判定する保守的な基準として、閾値を80%に設定した。

なお、本実証はn=94の小規模調査であり、上記の閾値による判定は探索的な分析としての位置付けである。今後、実証の規模拡大に伴い、統計的検定手法の導入や閾値の精緻化を図ることが望ましい。

(仮説1)回遊型シャトルバスは、普段は街に出ない地元ファンを街に送り出す

【対象母集団】「地元ファン」=Q2(応援しているチーム)で「いわきFC(ファンクラブ会員)」(39人)または「いわきFC(ファンクラブ未加入)」(14人)を選択した53人。なお、本分析における「地元ファン」は居住地を問わずいわきFCを応援する来場者を指し、いわき市内在住者(Q1で45人)とは定義が異なる。

【普段の回遊率】上記53人に対し場所ベース判定を適用した結果、非回遊者は39人であり、回遊者は14人(回遊率26.4%)であった。すなわち、地元ファンの約4分の3は、普段は試合前後にスタジアム・自宅・駐車場の往復にとどまり、街に出ていないことが確認された。

【実証日の回遊率】同じ53人について、設問Q13(実証日のスタジアム外滞在時間)で「ほとんど使わない」以外を選択した者を実証日の回遊者と定義した結果、44人(83.0%)が回遊行動を行っていた。

【変化幅】普段26.4% → 実証日83.0%(+56.6pt)。閾値+20ptを大きく超えており、回遊型シャトルバスが地元ファンの回遊行動を促進した効果が明確に確認された。

→ 仮説1は支持された(+56.6pt > 閾値+20pt)

(仮説2)回遊型シャトルバスがなければ、回遊先には行かなかった(反実仮想)

【対象母集団】全回答者94人。

【検証指標】設問Q11「回遊型シャトルバスがなかった場合、今日バスで訪れた場所に行っていたと思いますか？」の回答分布を分析した。「行かなかったと思う」が62人(66.0%)、「行っていたと思う」が20人(21.3%)、「わからない」が12人(12.8%)であった。

約3分の2が回遊型シャトルバスによって新たな回遊行動を創出されたことが確認された。「行っていたと思う」(21.3%)は既存の移動手段を持つ層と推定されるが、バスの利便性から利用を選択したことがうかがえる。

→ 仮説2は支持された(66.0% > 閾値50%)

(仮説3)回遊型シャトルバスは、普段は発生しない消費を街にもたらず

【対象母集団】「非回遊者」=仮説1と同じ場所ベース判定を全94人に適用し、該当した53人。すなわち、普段は試合前後にスタジアム・自宅・駐車場の往復のみで、街に出て消費を行わない層である。

【検証指標】この53人の設問Q14(実証日の消費額)について、各カテゴリの基準値(0~1,000円→500円、1,000~2,000円→1,500円、2,000~4,000円→3,000円、4,000円以上→5,000円)を用いて推計した。

| 消費額 | 非回遊者(人) | 基準値 | 推計消費額 |
|-----------------|---------|--------|----------|
| 0円~1,000円程度 | 12 | 500円 | 6,000円 |
| 1,000円~2,000円程度 | 15 | 1,500円 | 22,500円 |
| 2,000円~4,000円程度 | 13 | 3,000円 | 39,000円 |
| 4,000円以上 | 13 | 5,000円 | 65,000円 |
| 合計 | 53 | — | 132,500円 |

表3-23 非回遊者の実証日消費額(推計)

非回遊者53人の推定消費額合計は約132,500円であり、全体消費額242,000円(全94人に同じ基準値推計を適用)に対して54.8%を占めた。閾値30%を大きく超えており、回遊型シャトルバスが普段は発生しない消費を街にもたらした効果が確認された。

→ 仮説3は支持された(54.8% > 閾値30%)

(仮説4)回遊型シャトルバスにより、来場者が街で過ごす時間が長くなる

【対象母集団】全回答者94人。

【検証指標】設問Q8(普段のスタジアム外滞在時間)と設問Q13(実証日のスタジアム外滞在時間)について、それぞれ基準値(ほとんど使わない→0分、30分～1時間ほど→45分、1～2時間ほど→90分、2時間以上→180分)を用いて平均を算出した。

その結果、普段の平均滞在時間は68.0分、実証日の平均滞在時間は98.6分であり、変化率は+45.1%であった。閾値+30%を超えており、回遊型シャトルバスによる滞在時間延長の効果が確認された。

→ 仮説4は支持された(+45.1% > 閾値+30%)

(仮説5)回遊型シャトルバスの利用満足度は高く、継続利用意向がある

【対象母集団】全回答者94人。

【検証指標①】満足度(設問Q15)については、「とても満足」61人+「やや満足」24人=85人(90.4%)であり、閾値80%を超えた。

【検証指標②】利用意向(設問Q17)については、「利用したい」が82人(87.2%)であり、閾値80%を超えた。「利用しないと思う」はわずか2人(2.1%)にとどまった。

→ 仮説5は支持された(満足90.4%・意向87.2% > 閾値80%)

仮説検証結果の総括

| 仮説 | 内容 | 対象 | 主要指標 | 閾値 | 判定 |
|----|--------------|----------|--------------------------|-------|----|
| H1 | 地元ファンを街に送り出す | 地元ファン53人 | 回遊率 26.4%→83.0%(+56.6pt) | +20pt | 支持 |
| H2 | 反実仮想(新規行動創出) | 全94人 | 「行かなかった」66.0% | 50% | 支持 |
| H3 | 新規消費の創出 | 非回遊者53人 | 非回遊者消費132,500円/全体54.8% | 30% | 支持 |
| H4 | 滞在時間の延長 | 全94人 | 平均68.0分→98.6分(+45.1%) | +30% | 支持 |
| H5 | 満足度・継続利用意向 | 全94人 | 満足90.4% / 意向87.2% | 80% | 支持 |

表3-24 仮説検証結果の総括

3-6. 継続的取組に向けた課題整理

本実証を通じて得られた知見及びアンケートの自由記述(有意回答90件のうち63件(70.0%)がポジティブな内容を含み、同じく90件のうちテーマ別に分類できた55件の傾向は3-4(9)のとおり)を踏まえ、今後の継続的な取組に向けた課題を以下のとおり整理した。

(1) 運行体制に関する課題

- 便数の増加:自由記述において「便数を増やしてほしい」との要望が6件あり、特に試合前の早い時間帯における運行ニーズが確認された。
- バス停・ルートの拡充:「停留所を増やしてほしい」との要望が5件あり、試合後のルート拡充(特にら・ら・ミュウ方面への帰路便)に対する要望が複数確認された。
- バス停の案内改善:「乗降場所がわかりにくかった」との指摘が複数あり、事前の情報提供及び現地でのサイン表示の改善が必要である。具体的には、バス停付近へのスタッフ配置やQRコードを活用したルート案内の掲示等が有効と考えられる。

(2) 財源確保に関する課題

- 本実証は無料運行として実施したが、継続的な運行にあたっては運行費用の財源確保が課題となる。
- 有料化の可能性について、自由記述では「子供無料、大人有料での直通便があっても利用する」との意見もあり、適切な料金設定の検討が求められる。
- 広告収入や観光施策との連動による事業スキームの構築が必要である。あわせて、官公庁の補助事業や民間スポンサーの活用等、多様な財源の確保に向けた検討を進める方針である。

3-7. 新スタジアムでの経済効果試算

いわきFCが発表した「IWAKI STADIUM LABO構想」の整備候補地は小名浜エリアに位置しており、立地特性上、来場者が利用できる駐車場台数に現実的な制約が生じることは避けがたい。こうした交通アクセス上の構造的課題は、現在のハワイアンズスタジアムいわきが抱える課題と本質的に共通するものである。

実際、いわき市は同エリアを対象として「小名浜港周辺のエリア価値向上に向けた可能性調査事業」(令和7年度)を実施しており、その検討課題として「駐車場不足や交通渋滞」「車以外での来場手段の確保」を明示し、「交通・駐車場の検討」として駐車場対策や交通アクセスの利便性向上策を正式な検討項目として位置付けている(いわき市「小名浜港周辺のエリア価値向上に向けた可能性調査事業」)。新スタジアム整備によって「回遊性の向上や滞在時間の延長が期待される」とも明記されており、周辺施設との連携による交流人口の拡大もまた市として担うべき課題として整理されている

本実証で取り組んだ回遊型シャトルバスは、こうした市の政策課題に対して直接的に答えるものであり、新スタジアムにおける継続展開の検討に資する実践的な事例として位置付けられる。こうした背景を踏まえ、本実証データ(n=94)をもとに、新スタジアム建設後に回遊型シャトルバスを継続・展開した場合の経済波及効果を簡易的に推計した。

推計にあたっては、新スタジアムの平均来場者数を7,000人/試合、年間ホームゲーム数を21試合と仮定し、バス利用率の不確実性を考慮して「現状維持(10%)」「積極展開(20%)」「高普及(30%)」の3シナリオを設定した。

【試算の位置づけ・留意事項】

本試算は1試合限定の実証実験(乗降者数387人/アンケート回答数94件)に基づく簡易推計であり、統計的に精度を保証した数値ではない。本アンケートはバス利用者のみを対象としており、積極的な利用意向を持つ層が回答者に偏っている可能性がある(自己選択バイアス)。事業効果の概算・参考値として解釈されたい。実際の効果は、スタジアムの立地・アクセス設計・来場者属性・周辺商業施設の充実度等によって変動しうる。

【試算の前提・定義・指標の説明】

- ① 試算の性質: 本試算は事業効果の概算・参考値であり、統計的に精度を保証したものではない。1試合限定の小規模実証(n=94)に基づくため、推計誤差および外部要因(天候・対戦カード等)の影響が含まれる可能性がある。
- ② スケールアップ手法: 換算倍率=新スタジアムでのバス利用者数÷実証時の回答者数(94人)。各シナリオの倍率は、10%:7.45倍、20%:14.89倍、30%:22.34倍。
- ③ シナリオ根拠(バス利用率の設定根拠): 各シナリオのバス利用率は以下の実態・仮定値を参考に設定した。【10%】実証実験と同等の実績値(実証当日:387人利用+3,877人来場÷10%)。【20%】スタジアムにおける物販購買率(来場者のうち実際にいわきFCのグッズショップで物品購入する割合)と同等と仮定。【30%】来場者全体に占めるロイヤルカスタマー(シーズンシート所有者数)の比率と同等と仮定。
- ④ 「新たに回遊する地元ファン数」いわきFCのファン53人のうち、普段(バスなし)の回遊率26.4%→実証時(バスあり)83.0%へ+56.6pt増加。増加分56.6%がバスによる行動変容効果。53人×56.6%÷30人を実証値とした。
- ⑤ 「バスにより新たに回遊した人数」: Q11「もし回遊型シャトルバスがなかった場合、上で選んだ場所に行っていたと思いますか?」に「行かなかったと思う」と回答した人(94人中62人、66.0%)。
- ⑥ 「新規消費額」: 非回遊者53人のQ14「スタジアム外での消費額」を、各選択肢のカテゴリ基準値(0~1,000円→500円、1,000~2,000円→1,500円、2,000~4,000円→3,000円、4,000円以上→5,000円)で推計。53人合計約132,500円(1人平均約2,500円)。
- ⑦ 「街での追加滞在時間」: Q8(普段のスタジアム外滞在時間)とQ13(実証日のスタジアム外滞在時間)の平均滞在時間の差分+31分を使用。
- ⑧ 「満足・再利用意向」: Q15「回遊型シャトルバスの満足度」で「とても満足」または「やや満足」の割合(90.4%)。Q17「今後の利用意向」で「利用したい」の割合(87.2%)。

| 指標 | 利用率10% (700人/試合) 現状維持シナリオ | 利用率20% (1,400人/試合) 積極展開シナリオ | 利用率30% (2,100人/試合) 高普及シナリオ |
|----------------|------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| 新たに回遊する地元ファン数 | 年間:約 4,700 人 (1試合:約220人) | 年間:約 9,400 人 (1試合:約450人) | 年間:約 14,100 人 (1試合:約670人) |
| バスにより新たに回遊した人数 | 年間:約 9,700 人 | 年間:約 19,400 人 | 年間:約 29,100 人 |

| 指標 | 利用率10% (700人/試合) 現状維持シナリオ | 利用率20% (1,400人/試合) 積極展開シナリオ | 利用率30% (2,100人/試合) 高普及シナリオ |
|--------------------------|--|--|--|
| | (1試合:約460人) | (1試合:約920人) | (1試合:約1,400人) |
| バスによる新規消費額 (回遊者の消費推計) | 年間:約2,100万円 (1試合:約99万円) | 年間:約4,100万円 (1試合:約197万円) | 年間:約6,200万円 (1試合:約296万円) |
| 街での追加滞在時間 | 年間:約7,600時間 (1試合:約362時間) | 年間:約15,200時間 (1試合:約723時間) | 年間:約22,800時間 (1試合:約1,085時間) |
| 満足・再利用意向者数 | 年間(満足):約13,200人 年間(再利用):約12,800人 (1試合:約630/610人) | 年間(満足):約26,600人 年間(再利用):約25,600人 (1試合:約1,270/1,220人) | 年間(満足):約39,900人 年間(再利用):約38,500人 (1試合:約1,900/1,830人) |

表3-25 新スタジアム移転後の経済効果試算(シナリオ別推計)

年間新規消費額に注目すると、バス利用率が現状維持(10%)のシナリオでも年間約2,100万円、高普及シナリオ(30%)では年間約6,200万円に達する。これは回遊型シャトルバスによってスタジアム周辺エリアに新たに生まれる消費額である。

回遊者数については、10%シナリオで年間約4,700～9,700人(地元ファン回遊増・バス誘発計)、30%シナリオでは約14,100～29,100人が新たにスタジアム周辺エリアを訪れることが見込まれる。利用者の90.4%が「満足」、87.2%が「再び利用したい」と回答していることから、バスサービスが継続・定着すれば、上記の経済効果が毎年積み上がっていく構造にある。

第4章 | 今後の目標設定

4-1. 定量目標(KPI)

本実証の結果を踏まえ、スポーツコンプレックスの実現に向けた段階的な定量目標を以下のとおり設定する。回遊型シャトルバスの運行については、短期・中期は無料運行を前提とし、中長期的に有料化を目指す方針とする。

短期目標(令和8年度)

| 指標 | 現状値(実証実績) | 目標値 |
|----------------|-----------|----------------|
| 回遊型シャトルバスの運行回数 | 1回(実証) | ホームゲーム2試合以上で運行 |
| 運行形態 | 無料(実証) | 無料運行を継続 |
| バス利用率(延べ) | 10.0% | 10%以上を維持 |
| 利用者満足度 | 90.4% | 80%以上を維持 |
| 利用意向 | 87.2% | 80%以上を維持 |
| 連携拠点数 | 5か所(バス停数) | 7か所以上 |

表4-1 短期目標(令和8年度)

中期目標(令和9～10年度)

| 指標 | 目標値 |
|----------------|------------------------|
| 回遊型シャトルバスの運行回数 | ホームゲーム5試合以上で運行 |
| 運行形態 | 無料運行を継続(有料化の検討を並行して実施) |
| バス利用率(延べ) | 15%以上 |
| 連携イベント実施数 | 年間2回以上 |

表4-2 中期目標(令和9～10年度)

長期目標(新スタジアム整備段階)

| 指標 | 目標値 |
|-------------------|------------------------|
| 回遊型シャトルバスの運行回数 | 全ホームゲーム(毎試合)で定常運行 |
| 運行形態 | 有料化の実現(持続可能な事業スキームの構築) |
| バス利用率(延べ) | 20%以上 |
| 回遊施策による連携組織数 | 10組織以上 |
| 交通・モビリティ以外の分野への展開 | 教育・観光・商業の3分野以上で施策実施 |

表4-3 長期目標(新スタジアム整備段階)

4-2. 定性目標

- 地域住民にとって「試合日が街全体のイベント日」となる回遊文化の定着
- スタジアムを核とした都市機能連携のモデルケースとしての認知拡大
- 交通施策を起点とした他分野(観光・教育・商業・健康)との連携基盤の構築

- いわきFC以外の競技(バスケットボール、バレーボール、卓球、ピククルボール等)との連携による複合的なスポーツコンプレックスの実現
- 「スポーツによる人・まちづくり推進協議会」との連携をさらに深め、回遊型シャトルバスの継続運行や地域連携イベントの実施など、議論・計画立案から具体的な取組の推進へと移行すること
- 「IWAKI STADIUM LABO」構想における回遊環境設計への本実証データの反映
- 地域関係者間における「スポーツコンプレックス」概念の共有と協働意識の醸成

第5章 | 今後の展望

5-1. 将来的なビジョン

本事業において実施した回遊型シャトルバスの実証は、第1章において整理したワークショップで抽出された地域課題の類型及び将来像の概念スケッチに基づき、スポーツ施設を起点とした都市機能連携のあり方について、その一部である「交通・導線」に関する領域を対象として実施したものである。

本事業を通じて、スポーツ観戦を契機とした地域回遊モデルの成立可能性が確認され、スポーツを起点とした都市機能連携の具体的な検討を進める基礎的知見を得ることができた。

今後は、当該ワークショップにおいて整理された課題類型及び、スケッチにより可視化されたスポーツコンプレックスの構成要素を基準としつつ、交通・モビリティ施策を基軸とした回遊環境の整備を段階的に進めるとともに、観光、教育、商業等の他分野との連携を含めた都市機能の統合に向けた取組を中長期的に検討していくことを想定している。

すなわち、本事業における実証的取組は、スポーツコンプレックスの形成に向けた初期段階の取組として位置付けられるものであり、交通施策を起点として、将来的には他の課題領域に対応する施策へと展開していくことにより、地域全体としての持続的な都市拠点の形成を目指すものである。

5-2. 実現に向けた推進方針

本事業終了後も、「スポーツによる人・まちづくり推進協議会」との連携を継続し、浜通り交通株式会社、いわき観光まちづくりビューロー、湯本温泉旅館協同組合等の関係主体と協働しながら、スポーツイベント時における地域内回遊施策の具体化に向けた検討を継続していきたい。

具体的には、本事業において交通・導線領域を対象として実施した回遊型シャトルバスの実証を踏まえ、当該施策の継続的な実施可能性について検討を行うとともに、事業の実装に向けた財源の確保や運行体制の構築といった課題への対応を進める必要がある。

また、今後の施策展開にあたっては、第1章において整理したワークショップでの課題類型及び将来像スケッチを基準とし、交通・モビリティ施策を起点とした回遊環境の整備を進めつつ、他の課題領域への展開可能性についても段階的に検討を行う方針とする。

5-3. 今後の取組の方向性

(1) 交通・モビリティ施策の継続・拡充

回遊型シャトルバスについては、来年度以降もホームゲーム開催日における運行を継続する方針である。短期的には無料運行を維持しつつ運行回数を段階的に拡大し、中長期的には有料化による持続可能な事業スキームの構築を目指す。

また、路線の拡充やバス停の追加、来訪者への情報提供の改善等、本実証で得られた課題への対応を進めるとともに、来訪者データの取得体制(ICカードやアプリによる乗降データの自動取得等)の整備を検討する。

(2) 他競技との連携

本事業におけるワークショップでは、サッカー以外のスポーツ(バスケットボール、バレーボール、卓球、ピクセルボール等)との連携に関するアイデアも複数抽出された。今回の実証では交通・モビリティ領域に絞って取り組んだが、他競技との連携についても実現可能性があるかと判断しており、来年度以降、積極的に取り組みたいと考えている。

具体的には、いわき市内で活動する他競技チームや団体との連携により、複数競技のイベントを組み合わせた複合的なスポーツ体験(同日・連続開催や合同イベント等)を推進し、スポーツコンプレックスの対象をサッカーに限定せず、複合的なスポーツを通じた地域活性化モデルの構築を目指す。なお、回遊型シャトルバスについては、競技の種別を問わず来訪者が利用しやすい環境を整えることを優先し、観光施設・商業施設等を含むバス停・ルートが多様化に取り組む。

(3) 協議会との連携深化

本事業において「スポーツによる人・まちづくり推進協議会」との連携が円滑に進んだことは、今後のスポーツコンプレックス構想の推進において大きな資産である。来年度以降もこの連携を維持・深化させ、構想段階にとどまらず、もう一步踏み込んだ実践的な取組にチャレンジしていきたい。

具体的には、協議会の構成員である行政機関、経済団体、観光団体等との協働により、回遊型シャトルバスの継続運行だけでなく、地域内の観光資源を活用した連携イベントの企画・実施や、新スタジアム構想への具体的な提案等、より実践的な活動を展開していくことを目指す。

(4) IWAKI STADIUM LABO構想への反映

「IWAKI STADIUM LABO」構想の具体化にあたっては、本実証で得られたデータ及び知見を反映し、シャトルバスの乗降拠点の配置や試合前後の観光情報提供機能の導入等、交通及び情報提供に関するソフト面の取組を設計に組み込むことを検討する。

5-4. スポーツコンプレックス推進に向けた実践的示唆

本事業の取組を、スポーツコンプレックス推進事業(まちづくり連携支援事業)において示されたスポーツコンプレックスの定義に照らして整理すると、以下の2つの観点から実践的な示唆が得られた。

【異分野とのComplex: スポーツ×異分野の複合化】

本実証では、試合開催日という既存の来訪機会を起点として、交通(回遊型シャトルバス)を媒介にスポーツ観戦と観光・商業・温泉・交通といった異分野の都市機能を接続した。来訪者の行動変容(回遊率+56.6pt)・消費創出(非回遊者が全体消費の54.8%)・滞在時間延長(+45.1%)とい

う定量的な効果が確認されており、スポーツ施設を単独の集客装置としてではなく、周辺の多様な都市機能と接続する「都市装置」として活用する可能性を実証的に示したものである。

【まちづくりとのComplex:まちづくり政策との連携】

本事業では、新たな協議体の組成を行わず、地域に既存する官民連携協議会を活用しながら、ワークショップによる地域課題の抽出・類型化、概念スケッチによる将来像の可視化、小規模実証事業による定量的検証という段階的なプロセスを設計・実施した。

このアプローチは、大規模な予算投入や新たな組織整備を前提とせず、既存の地域連携基盤を活用してまちづくりの構想と実証を並行して進めるものであり、スタジアム・アリーナを核とした面的なまちづくりを検討する他地域においても参照可能な実践的アプローチの一例として位置付けられる。

なお、本実証は単発・小規模の取組であり、上記の示唆は初期的検証としての位置付けにとどまる。継続的な実証と規模拡大を通じて知見を蓄積していくことが、先進事例・ロールモデルとしての実効性を高める上での今後の課題である。

第6章 | 今後の推進スケジュール

6-1. 実施ロードマップ

本事業において実施した回遊型シャトルバスの実証を踏まえ、今後はスポーツイベント時における地域内回遊施策の具体化に向け、関係機関との協議を継続的に実施しながら、段階的な検討を進めていく予定である。

まず、短期的には(令和8年度)、本事業終了後も「スポーツによる人・まちづくり推進協議会」を中心とした地域関係者との連携体制を維持しつつ、回遊型シャトルバスの継続運行(ホームゲーム2試合以上・無料)を実現する。また、いわき市内で活動する他競技チームとの連携に向けた協議を開始する。

一方で、当該施策の継続的な実施にあたっては、運行費用に係る財源の確保が課題となることから、関係主体間における費用負担のあり方や、広告収入、観光施策との連動等による事業スキームの検討を進める必要がある。

次に、中期的には(令和9～10年度)、回遊型シャトルバスの運行回数を5試合以上に拡大するとともに、観光施設・商業施設等を含むバス停・ルート of 拡充を進める。また、いわきFC以外の地域競技団体・チームとの連携による複合的なスポーツイベントの企画・実施や、協議会との連携を活かした実践的な取組、来訪者データの取得体制の整備、有料化に向けた検討を進める。

さらに、長期的には(新スタジアム整備段階)、全ホームゲームでの定常運行及び有料化を実現し、持続可能な事業スキームを構築する。他競技を含む複合的なスポーツコンプレックスの形成を目指すとともに、「IWAKI STADIUM LABO」構想への交通導線・観光情報提供等のソフト面の取組を反映させる。

6-2. 各フェーズの実施計画

| フェーズ | 期間 | 主な取組内容 |
|------|------------|--|
| 短期 | 令和8年度 | 回遊型シャトルバスの継続運行(2試合以上・無料)、協議会との連携継続、他競技チームとの連携に向けた協議開始 |
| 中期 | 令和9～10年度 | 回遊型シャトルバスの運行拡大(5試合以上)、地域競技団体と連携した複合的なスポーツイベントの企画、協議会と連携した実践的イベントの実施、有料化の検討 |
| 長期 | 新スタジアム整備段階 | 全試合での定常運行・有料化の実現、他競技を含む複合スポーツコンプレックスの形成、交通導線・観光情報提供のソフト面反映 |

表6-1 推進スケジュール概要

参考資料

参考資料1:ワークショップ記録

2026年1月19日に実施したワークショップにおいて、参加者約10名から合計103件の付箋が提出された。参加者は「スポーツによる人・まちづくり推進協議会」構成員(表2-2参照)を中心に選定されており、行政・経済団体・観光団体等の地域関係者を代表する構成となっている。以下にその分類結果を示す。

| 分類 | 課題 | アイデア | 合計 |
|-------------|-----|------|------|
| 交通・導線・距離 | 11件 | 15件 | 26件 |
| スポーツ・エンタメ機会 | 8件 | 12件 | 20件 |
| 人材流出・教育 | 7件 | 10件 | 17件 |
| 地域間連携 | 9件 | 11件 | 20件 |
| その他・複合 | 8件 | 12件 | 20件 |
| 合計 | 43件 | 60件 | 103件 |

表:参考-1 ワークショップ付箋データの分類



協議会におけるワークショップの様子②(地域の現状課題と取り組みアイデアの抽出など)

© 2026 IWAKI SPORTS CLUB CO., LTD.

参考資料2:仮説検証の集計定義

本資料は、第3章3-5節「分析・評価」において実施した仮説検証の再現性を担保するため、各仮説の対象母集団の定義、使用した設問番号、判定ロジック、算出手順を詳細に記載するものである。

1. 共通定義:「非回遊者」の判定ロジック

仮説1および仮説3では、「普段は街に出ない来場者」を「非回遊者」として定義し、その判定に以下のロジックを用いた。

【判定条件】以下の2つの条件を「両方とも」満たす者を非回遊者と判定する(AND条件)。

- 条件A:設問Q6(普段の試合前の過ごし方)の回答が、「スタジアムで過ごす(グルメやグッズブース含む)」「自宅や宿泊先で過ごす」「駐車場で待機する(車内など)」のいずれかである
- 条件B:設問Q7(普段の試合後の過ごし方)の回答が、「そのまま自宅に帰る」である

【判定の考え方】条件Aにより「試合前にスタジアム・自宅・駐車場の範囲にとどまっている人」を抽出し、条件Bにより「試合後も街に出ずに帰宅する人」を絞り込む。すなわち、試合の前後いずれにおいても地域内を回遊していない来場者を非回遊者と定義している。

【判定結果】全94人にこのロジックを適用した結果、条件A・Bの両方を満たした者は53人であり、これを非回遊者とした。残りの41人は回遊者(普段から街に出ている来場者)として扱った。

【注意】この53人と、仮説1で用いる「地元ファン53人」は偶然同数であるが、異なる集団である。詳細は後述の仮説1および仮説3の説明を参照のこと。

2. 仮説1:回遊型シャトルバスは、普段は街に出ない地元ファンを街に送り出す

【対象母集団の定義】設問Q2(応援しているチーム)で「いわきFC(ファンクラブ会員)」または「いわきFC(ファンクラブ未加入)」を選択した者を「地元ファン」と定義する。該当者はファンクラブ会員39人+未加入14人=53人である。

【普段の回遊率の算出手順】上記の地元ファン53人に対し、前述の非回遊者判定ロジック(条件Aかつ条件B)を適用する。53人のうち非回遊者に該当したのは39人であり、回遊者は14人であった。よって、普段の回遊率 $=14 \div 53 = 26.4\%$ となる。

【実証日の回遊率の算出手順】同じ地元ファン53人について、設問Q13(実証日のスタジアム外滞在時間)の回答を確認する。「ほとんど使わない」と回答した者を「実証日も回遊しなかった者」とし、それ以外の回答(「30分~1時間ほど」「1~2時間ほど」「2時間以上」)を選択した者を「実証日に回遊した者」とする。53人中44人が「ほとんど使わない」以外を選択したため、実証日の回遊率 $=44 \div 53 = 83.0\%$ となる。

【検証指標と判定】変化幅 $=83.0\% - 26.4\% = +56.6$ ポイント。事前に設定した閾値+20ポイントを超えるため、「支持」と判定した。

3. 仮説2:回遊型シャトルバスがなければ、回遊先には行かなかった(反実仮想)

【対象母集団の定義】アンケート回答者全94人。

【算出手順】設問Q11(「回遊型シャトルバスがなかった場合、今日バスで訪れた場所に行っていたと思いますか?」)の回答分布をそのまま集計する。「行かなかったと思う」62人、「行っていたと思う」20人、「わからない」12人であった。

【検証指標と判定】「行かなかったと思う」の割合 $=62\div94=66.0\%$ 。事前に設定した閾値50%を超えるため、「支持」と判定した。

4. 仮説3:回遊型シャトルバスは、普段は発生しない消費を街にもたらし

【対象母集団の定義】前述の非回遊者判定ロジック(条件Aかつ条件B)を全94人に適用し、該当した53人。すなわち、普段は試合前後にスタジアム・自宅・駐車場の往復のみで街に出ていない層である。(注:仮説1の「地元ファン53人」とは抽出条件が異なる別の集団であり、同数は偶然の一致である。)

【非回遊者の消費額の算出手順】この53人の設問Q14(実証日のスタジアム外での消費額)の回答について、各選択肢にカテゴリ基準値を割り当てて推計する。基準値の設定は次のとおりである:「0円～1,000円程度」→500円、「1,000円～2,000円程度」→1,500円、「2,000円～4,000円程度」→3,000円、「4,000円以上」→5,000円。

53人の回答分布に基準値を乗じた結果: $(12人\times500円)+(15人\times1,500円)+(13人\times3,000円)+(13人\times5,000円)=6,000+22,500+39,000+65,000=132,500円$ 。

【全体消費額の算出手順】同じ方法を全94人に適用する。 $(18人\times500円)+(30人\times1,500円)+(21人\times3,000円)+(25人\times5,000円)=9,000+45,000+63,000+125,000=242,000円$ 。

【検証指標と判定】非回遊者消費の全体に占める割合 $=132,500\div242,000=54.8\%$ 。事前に設定した閾値30%を超えるため、「支持」と判定した。

5. 仮説4:回遊型シャトルバスにより、来場者が街で過ごす時間が長くなる

【対象母集団の定義】アンケート回答者全94人。

【算出手順】設問Q8(普段のスタジアム外滞在時間)と設問Q13(実証日のスタジアム外滞在時間)のそれぞれについて、各選択肢にカテゴリ基準値を割り当てて平均を算出する。基準値の設定は次のとおりである:「ほとんど使わない」→0分、「30分～1時間ほど」→45分、「1～2時間ほど」→90分、「2時間以上」→180分。

普段の平均滞在時間 $= (31人\times0分+20人\times45分+25人\times90分+18人\times180分)\div94 = (0+900+2,250+3,240)\div94 = 6,390\div94 = 68.0分$ 。

実証日の平均滞在時間 $= (10人\times0分+20人\times45分+35人\times90分+29人\times180分)\div94 = (0+900+3,150+5,220)\div94 = 9,270\div94 = 98.6分$ 。

【検証指標と判定】変化率 $= (98.6-68.0)\div68.0 = +45.1\%$ 。事前に設定した閾値+30%を超えるため、「支持」と判定した。

6. 仮説5:回遊型シャトルバスの利用満足度は高く、継続利用意向がある

【対象母集団の定義】アンケート回答者全94人。

【算出手順①・満足度】設問Q15(回遊型シャトルバスの満足度)の回答のうち、「とても満足」(61人)と「やや満足」(24人)の合計=85人。ポジティブ回答の割合=85÷94=90.4%。

【算出手順②・利用意向】設問Q17(今後の利用意向)の回答のうち、「利用したい」が82人。割合=82÷94=87.2%。

【検証指標と判定】満足度90.4%・利用意向87.2%のいずれも、事前に設定した閾値80%を超えるため、「支持」と判定した。

7. 集計定義の一覧表

| 仮説 | 対象母集団 | 検証指標 | 算出方法 | 閾値 |
|----|--------------------------|-------------|---|---------|
| H1 | 地元ファン53人(設問Q2「いわきFC」選択者) | 回遊率の変化幅 | 普段:場所ベース判定による回遊率実証日:設問Q13で「ほとんど使わない」以外の割合 | +20pt |
| H2 | 全回答者94人 | 反実仮想 | 設問Q11「行かなかったと思う」の割合 | 50% |
| H3 | 非回遊者53人(場所ベース判定を全94人に適用) | 非回遊者消費/全体消費 | 設問Q14の各カテゴリ基準値(500/1,500/3,000/5,000円)で推計 | 30% |
| H4 | 全回答者94人 | 平均滞在時間の変化率 | 設問Q8・Q13の基準値(0/45/90/180分)で平均を算出 | +30% |
| H5 | 全回答者94人 | 満足度・利用意向 | 設問Q15「とても満足」+「やや満足」Q17「利用したい」 | 80%(両方) |

表:参考-2 仮説検証の集計定義一覧

8. 留意事項

- 仮説1のみ「地元ファン53人」(設問Q2による抽出)に限定した分析である。
- 仮説3のみ「非回遊者53人」(場所ベース判定による抽出)に限定した分析である。
- 仮説2・4・5はアンケート回答者全94人を対象としている。
- 「地元ファン53人」と「非回遊者53人」は抽出条件が異なる別の集団であり、同数は偶然の一致である。仮説1は地元ファンの中での回遊率変化を検証し、仮説3は非回遊者全体の消費額を検証するという切り口の違いがある。
- 消費額・滞在時間の推計にはカテゴリ基準値を用いており、あくまで推計値である点に留意されたい。また、本調査はバス利用者のみを対象としており、積極的な利用意向を持つ層が回答者に偏っている可能性がある(自己選択バイアス)。満足度・利用意向の数値は、バスを選択しなかった来場者の意向を反映しておらず、全来場者への一般化には慎重を期されたい。

参考資料3:アンケート設問票

本実証にあたり、回遊型シャトルバス乗車者を対象に以下のアンケート調査を実施した。回答はGoogle Formを通じて収集し、締切は2026年3月10日(火)正午とした。全19問の設問構成は以下のとおりである。

【属性に関する設問】

- Q1. お住まい(単一選択・必須) 選択肢:いわき市内／福島県内(いわき市外)／福島県外
 Q2. 応援しているチーム(単一選択・必須) 選択肢:いわきFC(ファンクラブ会員)／いわきFC(ファンクラブ未加入)／RB大宮アルディージャ／その他
 Q3. 年代(単一選択・必須) 選択肢:回答しない／9歳以下／10-19歳／20-29歳／30-39歳／40-49歳／50-59歳／60-69歳／70歳以上
 Q4. 性別(単一選択・必須) 選択肢:回答しない／女性／男性

【普段の観戦行動に関する設問】

- Q5. ハワスタへの来場回数(過去2年間の合計)(単一選択・必須) 選択肢:今日がはじめて／2～3回程度／4～6回程度／7回以上／わからない
 Q6.【普段】試合の(前)は、どこで過ごすことが多いですか？(単一選択・必須) 選択肢:自宅や宿泊先で過ごす／駐車場で待機する(車内など)／スタジアムで過ごす(グルメやグッズブース含む)／飲食店に行く／温泉に行く／観光施設に行く／商業施設に行く(スーパーやショッピングモールなど)／その他の場所で過ごす
 Q7.【普段】試合の(後)は、普段どこで過ごすことが多いですか？(単一選択・必須) 選択肢:そのまま自宅に帰る／飲食店に行く／温泉に行く／観光施設に行く／商業施設に行く(スーパーやショッピングモールなど)／その他の場所で過ごす
 Q8.【普段】観戦日にスタジアム以外の場所でどれくらい時間を使いますか？(単一選択) 選択肢:ほとんど使わない(スタジアムに行って、試合後に帰ってくるのみ)／30分～1時間ほど／1～2時間ほど／2時間以上

【実証日の行動に関する設問】

- Q9.【今日】試合の(前)は、どのバス停を利用しましたか・利用する予定ですか(複数選択) 選択肢:ハワイアンズスタジアムいわき／JR湯本駅／いわき市石炭・化石館ほるる／常磐支所(湯本温泉街付近)／道の駅いわきら・ら・ミュウ(小名浜付近)／利用なし
 Q10.【今日】試合の(後)は、どのバス停を利用しましたか・利用する予定ですか(複数選択) 選択肢:ハワイアンズスタジアムいわき／JR湯本駅／常磐支所(湯本温泉街付近)／利用なし
 Q11.【今日】もし回遊型シャトルバスがなかった場合、上で選んだ場所に行っていたと思いますか？(単一選択・必須) 選択肢:行っていたと思う／行かなかったと思う／わからない
 Q12.【今日】試合の前後でホテルに宿泊しますか？(単一選択・必須) 選択肢:宿泊する／宿泊しない
 Q13.【今日】スタジアム以外の場所でどれくらい時間を使いましたか・使う予定ですか？(単一選択) 選択肢:ほとんど使わない／30分～1時間ほど／1～2時間ほど／2時間以上
 Q14.【今日】スタジアム以外の場所でどれくらいお金を使いましたか・使う予定ですか？(単一選択) 選択肢:0円～1,000円程度／1,000円～2,000円程度／2,000円～4,000円程度／4,000円以上

【満足度・利用意向に関する設問】

Q15.【今日】回遊型シャトルバスを使った体験にどの程度満足していますか？(単一選択・必須) 選択肢:とても満足/やや満足/どちらとも言えない/やや不満/不満

Q16.【今日】回遊型シャトルバスには何名で乗りましたか？(単一選択・必須) 選択肢:1人で利用した/2人/3人/4人/5人以上

Q17. 今後も同様の回遊サービスがあれば利用したいと思いますか？(単一選択・必須) 選択肢:利用したい/わからない/利用しないと思う

Q18. 今回の回遊サービスの存在はどこで知りましたか？(単一選択・必須) 選択肢:クラブ公式サイト/ソーシャルメディア(SNS)/チラシ/試合会場/新聞/テレビ/ラジオ/メール/ロコミ/その他

Q19.(任意回答)お気づきの点や、今後の改善に向けたご意見があればご記入ください。(自由記述)

参考資料4:いわきスポーツコンプレックス構想(β版)～スポーツを起点にしたまち全体の回遊モデル(概念スケッチ)～

