

Jリーグが提供する 2025シーズン観戦者調査レポート

Contents

	Page
01 Key Findings	3
02 調査概要	15
03 回答者のプロフィール	18
04 観戦評価 - スタジアムでの観戦体験に関する満足度調査	26
05 関心度評価 - ファンの関心度の動向を踏まえた調査	40
06 その他 - 国立競技場での開催試合に関する満足度調査	53

Key Findings

01

— Key Findings —

Jリーグの魅力は、 90分の試合だけでは語れない。

今回の観戦者調査から見えてきた、5つのインサイト

Insight.01 満足度の高さを支えているのは、スタジアムでしか生まれない「**熱狂**」

Insight.02 Jリーグの楽しみ方は、**一つじゃない**

Insight.03 国立開催は、**新たな観戦機会**を生み出している

Insight.04 地域から愛されるクラブには、**共通点がある**

Insight.05 地域への貢献がファンを増やし、ファンの力が地域をもっと元気にする

Insight. 01

満足度の高さを支えているのは、
スタジアムでしか生まれない
「熱狂」

－ 観戦体験の満足度を高めているのは、「試合の勝ち負け」だけではないことがわかりました

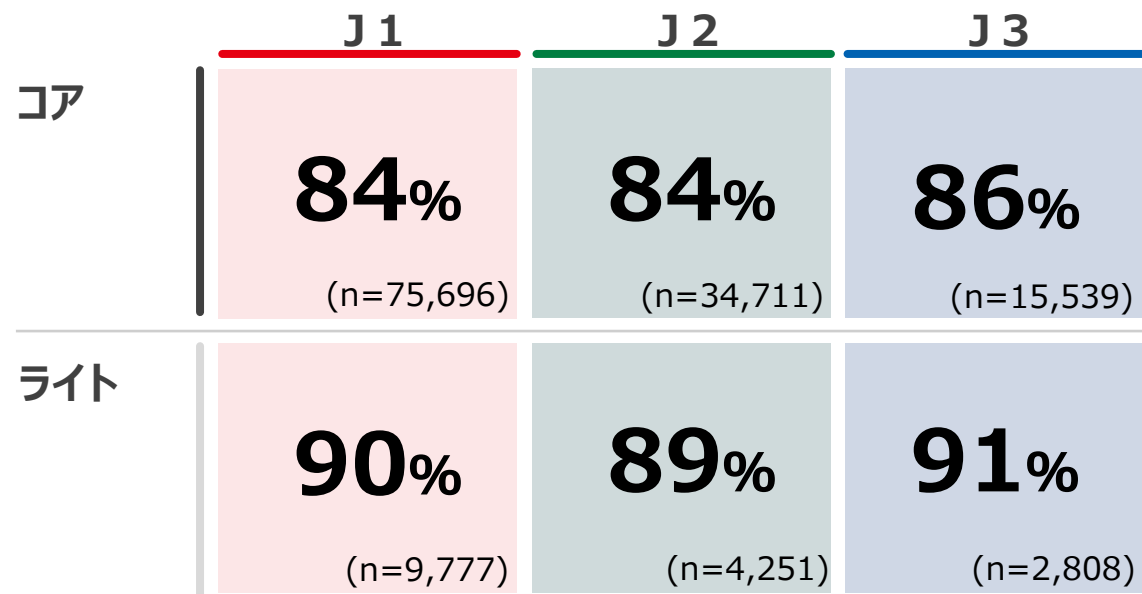
Next

観戦満足度を高めていたのは、試合の勝敗だけでなく、 「スタジアムならではの」体験

Insight. 01

観戦頻度*・カテゴリに関わらず、総合満足度は非常に高い

Q. 今回のスタジアム体験は楽しんでいただけましたか？



※“とても満足”・“満足”と回答された割合

「スタジアムの臨場感」、「応援の楽しさ・迫力」が満足度を下支え

観戦体験ごとの総合満足度との相関指標（上位項目）
(n=144,490)

	相関指標	
 試合内容	0.58	 勝敗はコントロール できない
 応援の楽しさ・迫力	0.47	
 スタジアムの臨場感	0.40	


スタジアム観戦
ならではの体験価値



更に詳しく知りたい P.26～観戦評価へ

Jリーグの楽しみ方は、 一つじゃない

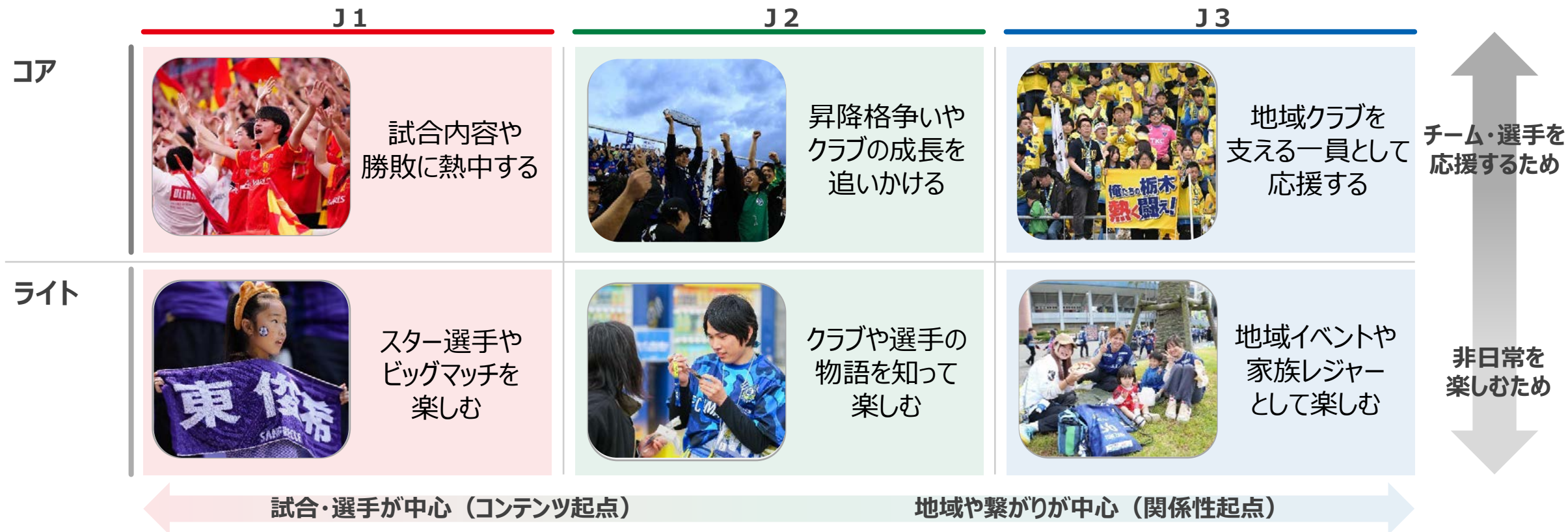
Insight. 02

- 観戦歴やカテゴリの違いによって、様々な観戦の楽しみ方があることが見えてきました

リーグ全体で様々な楽しみ方に応じていることが、観戦評価の高さに繋がっている

Insight. 02

観戦頻度やカテゴリの違いによって、スタジアムでの楽しみ方や注目ポイントは様々



※アンケート回答、自由記述、満足度との相関分析等をもとに傾向を整理

➡ [更に詳しく知りたい P.18～回答者プロフィールへ](#)

国立開催は、 新たな観戦機会を生み出している

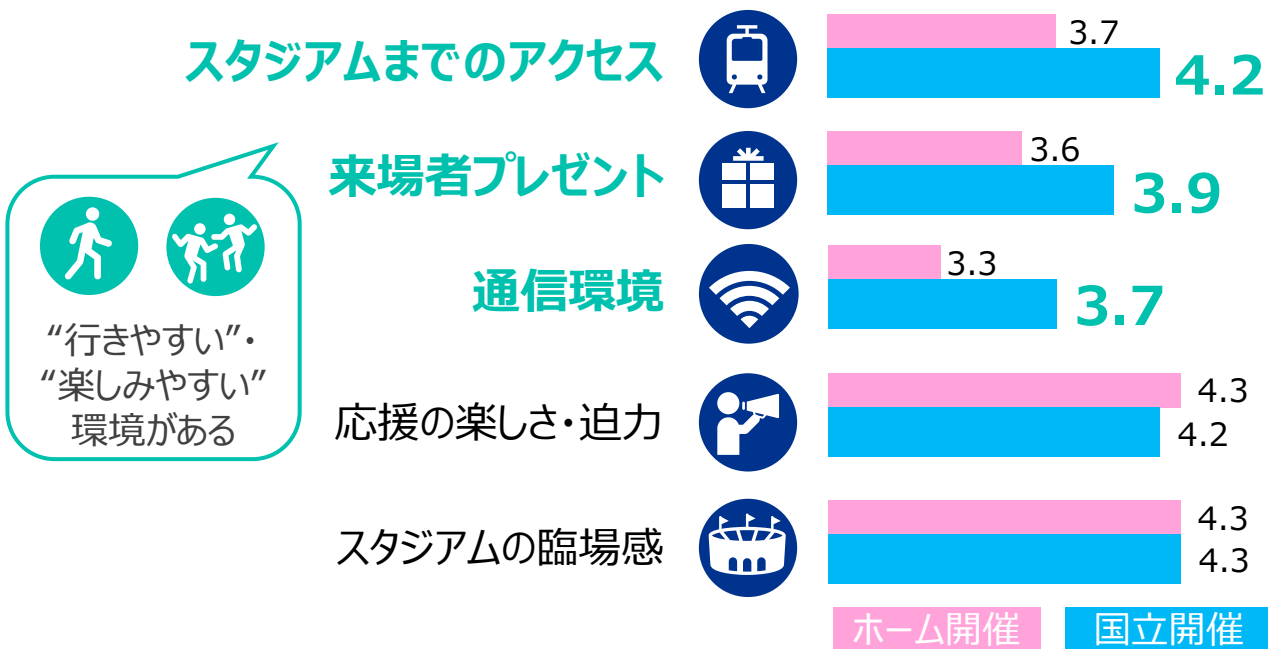
- ー 国立開催は、これまでスタジアムへ足を運ぶ機会が少なかった人たちとの、新たな接点となっていました

国立開催は、 ホーム開催とは異なる観戦体験が評価されている

Insight. 03

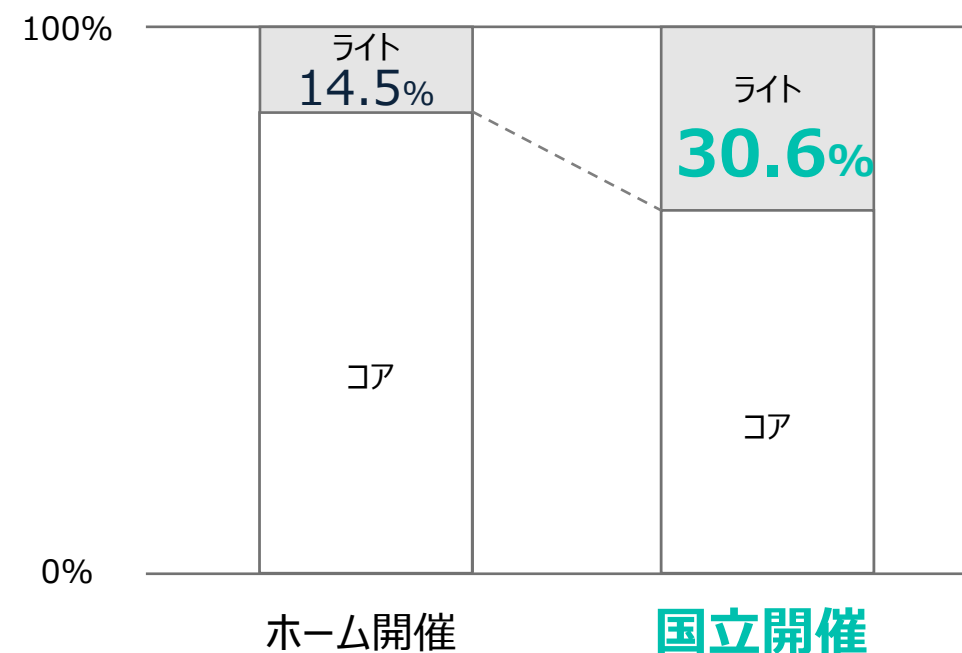
ホーム開催と比較して、国立開催で高く評価された観戦体験

観戦体験ごとの満足度スコア（特徴的な項目を抜粋）



ホーム開催と比較して、国立開催試合ではライト層の観戦が多い

観戦歴によるアンケート回答者の分類



国立開催は、これまでスタジアムへ足を運ぶ機会が少なかった人たちとの、新たな接点となっている



更に詳しく知りたい P.53～その他(国立調査)へ



Insight. 04

地域から
愛されるクラブには、
共通点がある

- 地域から高く評価されるクラブには、
共通する考え方がみえてきました

Next

地域から愛されるクラブには、 共通する考え方があった。

Insight. 04

ホームタウンに根差し、ファンから愛されるクラブに共通する3つの考え方

1

目的設定

重要なのは、
ホームタウン活動ではなく、
ホームタウンへの貢献



2

課題理解

ホームタウンへの貢献とは、
地域課題の解決である



3

アクション

地域課題解決のため、
クラブだからこそできること
を考え、実行する



※クラブへのヒアリング内容を基に情報を整理



更に詳しく知りたい P.40～関心度評価へ

Insight. 05

地域への貢献がファンを増やし、 ファンの力が地域をもっと元気にする



– クラブを応援することは、クラブだけでなく、地域の未来を応援することにも繋がっています

Next

クラブ、地域、ファン・サポーターは 互いに支え合う循環の中にあつた

Insight. 05



更に詳しく知りたい P.40～関心度評価へ

調査概要

02

はじめに

本レポートでは、ファン・サポーターの皆さんの声から、スタジアム観戦をより楽しく、魅力あるものにするため、満足度や来場のきっかけ、クラブ・地域への関心を可視化しました



調査の狙い

- ファン・サポーターの声から、Jリーグやクラブが生み出している価値を見つめ直すため



調査により 明らかにしたいこと

- スタジアムで生まれる価値と、地域へ広がる価値

読者自身の観戦体験やクラブへの想いと重ねながら、新たな気づきや発見に繋がっていただけると幸いです

調査概要

クラブごとに2025シーズンのホームゲームの中から、開幕期・GW期・夏休み期・終盤期にそれぞれ1試合ずつ年間4試合を対象試合とし、試合観戦いただいたファン・サポーターに対してオンラインアンケートを実施



調査期間

2025年3月～11月



調査対象試合

J 1から J 3の60クラブ x 年4試合

※各クラブ、開幕期・ゴールデンウィーク(GW)期・夏休み期・終盤期にそれぞれ1試合ずつ



調査対象者

- ・JリーグID保有者の中で該当試合のホームゲームのチケット購入履歴または来場履歴のある方
- ・JリーグIDを保有していない場合でも該当試合のホームゲームの来場者のうち会場でチラシを配布してアンケートを案内



調査方法

- ・オンラインアンケート



総回答者数

- ・のべ191,686人



調査内容

- ・観戦満足度、再来訪意向、来場目的、クラブへの関心など

各クラブの所属リーグ（2025シーズン）

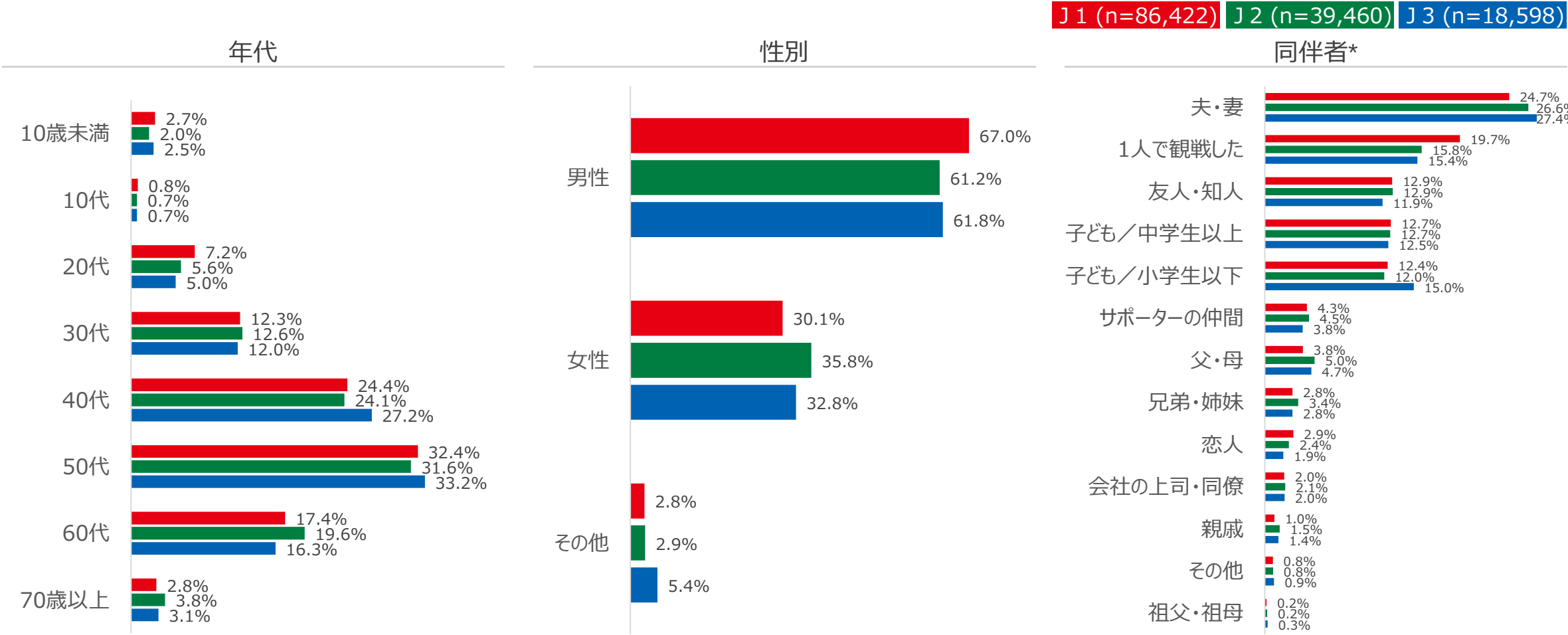
J 1	J 2	J 3
鹿島アントラーズ	北海道コンサドーレ札幌	ヴァンラーレ八戸
浦和レッズ	ベガルタ仙台	福島ユナイテッド F C
柏レイソル	ブラウブリッツ秋田	栃木 S C
F C 東京	モンテディオ山形	栃木シティ
東京ヴェルディ	いわき F C	ザスパ群馬
F C 町田ゼルビア	水戸ホーリーホック	S C 相模原
川崎フロンターレ	大宮アルディージャ	松本山雅 F C
横浜 F・マリノス	ジェフユナイテッド千葉	A C 長野パルセイロ
横浜 F C	ヴァンフォーレ甲府	ツエーゲン金沢
湘南ベルマーレ	カターレ富山	アスルクラロ沼津
アルビレックス新潟	ジュビロ磐田	F C 岐阜
清水エスパルス	藤枝 M Y F C	F C 大阪
名古屋グランパス	レノファ山口 F C	奈良クラブ
京都サンガ F.C.	徳島ヴォルティス	ガイナレ鳥取
ガンバ大阪	愛媛 F C	カスタマーレ讃岐
セレッソ大阪	F C 今治	高知ユナイテッド S C
ヴィッセル神戸	サガン鳥栖	ギラヴァンツ北九州
ファジアーノ岡山	V・ファーレン長崎	テゲバジャーロ宮崎
サンフレッチェ広島	ロアッソ熊本	鹿児島ユナイテッド F C
アビスパ福岡	大分トリニータ	F C 琉球

回答者のプロフィール

03

カテゴリ別比較（年代・性別・同伴者）

回答者は40代・50代・60代が中心（合計で全体の7割程度）で、カテゴリ間で大きな違いは見られない。また、性別でみてもおよそ6割が男性で、こちらもカテゴリ間での違いはほとんど無い。同伴者は、夫婦もしくは1人観戦、子どもが多い



*)同伴者については複数選択可能

アンケート回答者の観戦回数傾向

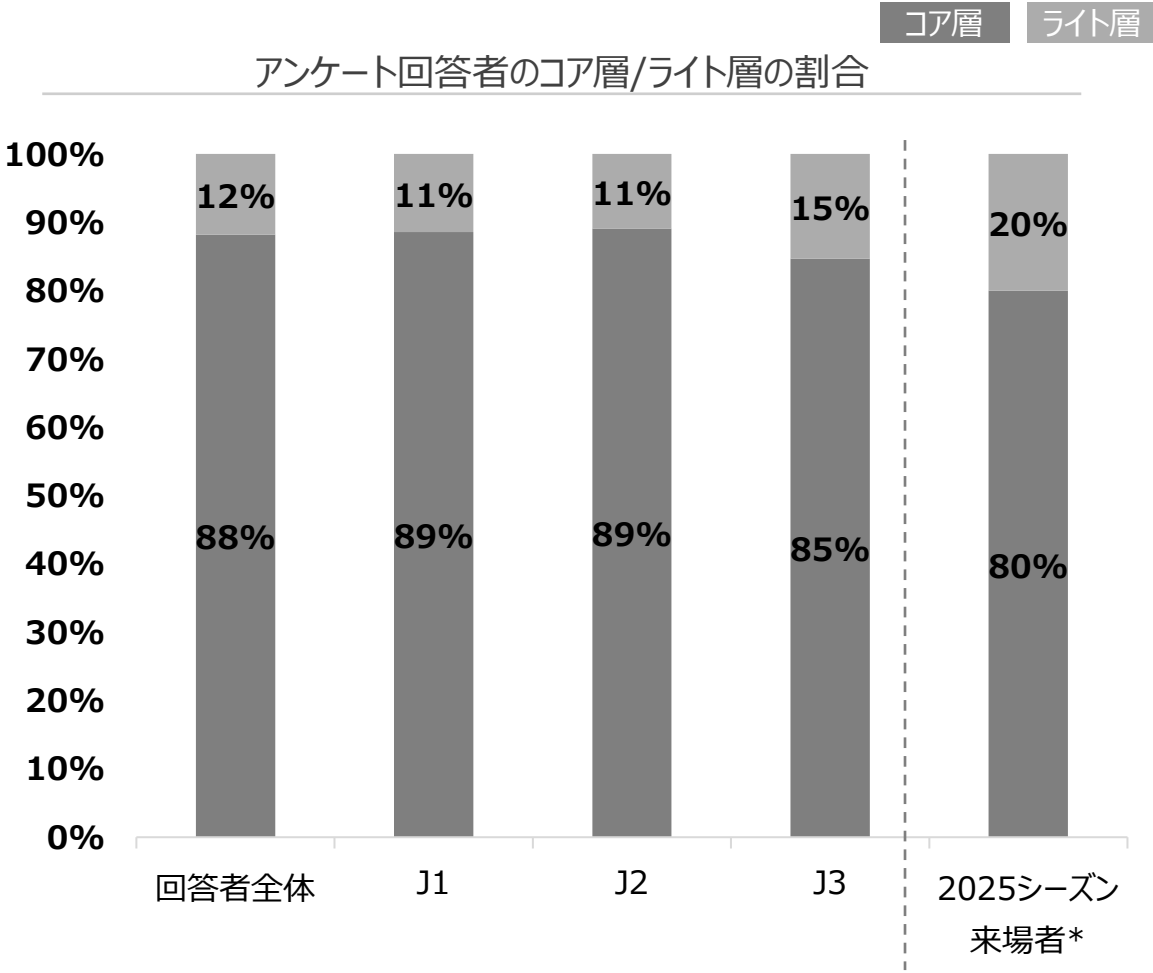
本調査の回答者は、観戦頻度の高いファン・サポーター(コア層)が中心

コア層/ライト層の定義

➤ 各回答者のファン層に関しては2024年、2025年のスタジアム観戦回数に基づいて判定。合計の観戦回数が4回以上をコア層と設定

		2025年の観戦回数					
		1回	2回	3回	4-7回	8-15回	16回以上
2024年の観戦回数	0回	ライト層					
	1回						
	2回						
	3回				コア層		
	4-7回						
	8-15回						
	16回以上						

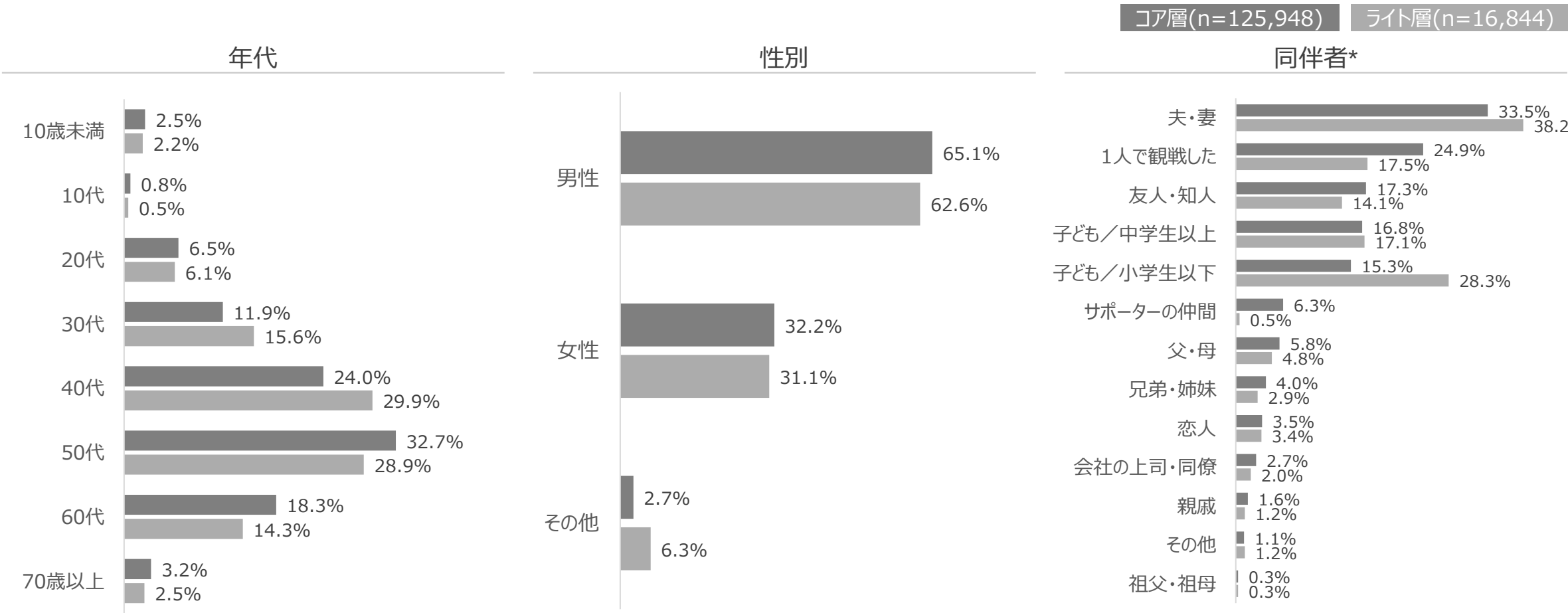
アンケート回答者のコア層/ライト層の割合



*) JリーグIDデータベースに基づいた2025シーズン来場者におけるコア層・ライト層の比率

コア層/ライト層比較（年代・性別・同伴者）

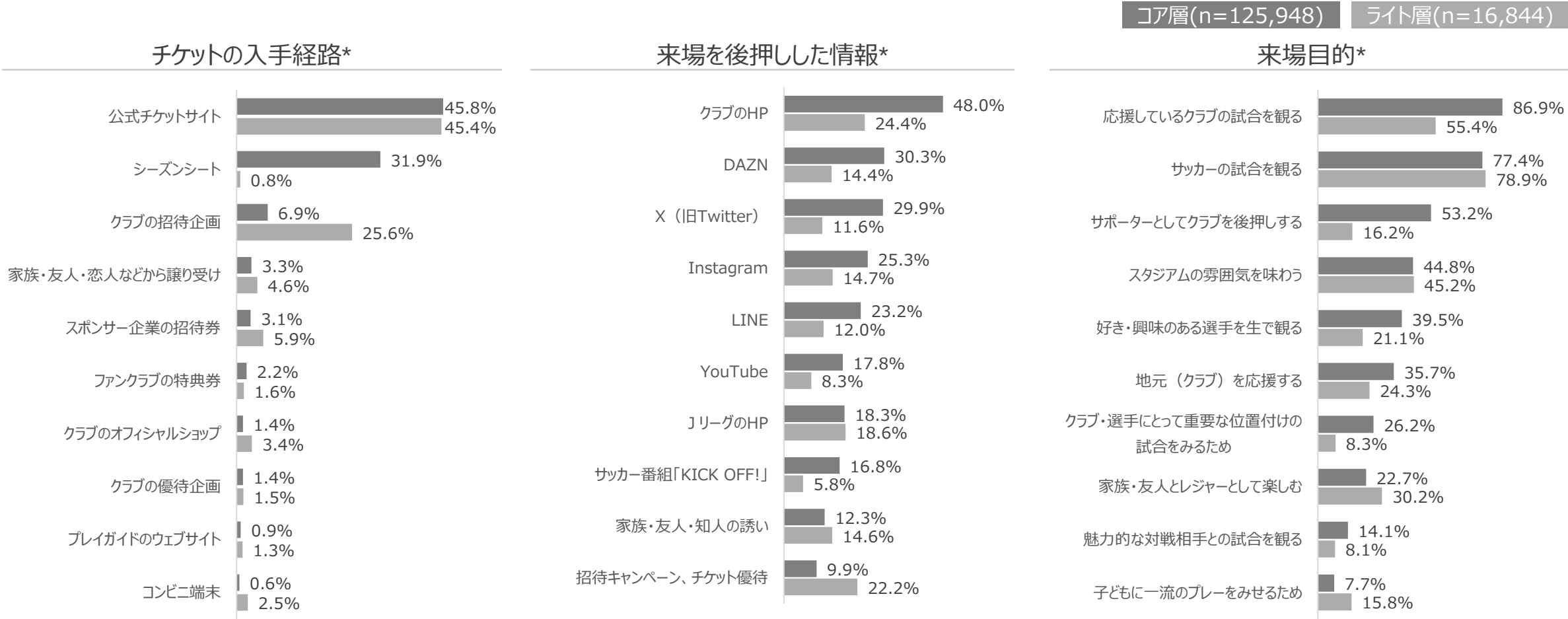
コア層・ライト層ともに40～50代が中心だが、同伴者構成を見ると、コア層では一人観戦やサポーター仲間、ライト層は子ども連れの観戦が多い等、観戦スタイルの違いが表れている



*)同伴者については複数選択可能

コア層/ライト層比較（チケットの入手経路・来場を後押しした情報・来場目的）

コア層は“応援”を目的に自ら来場し、ライト層は“誘い・招待・イベント”が来場のきっかけになりやすい



アンケート回答のうち、特徴的な10項目を抜粋

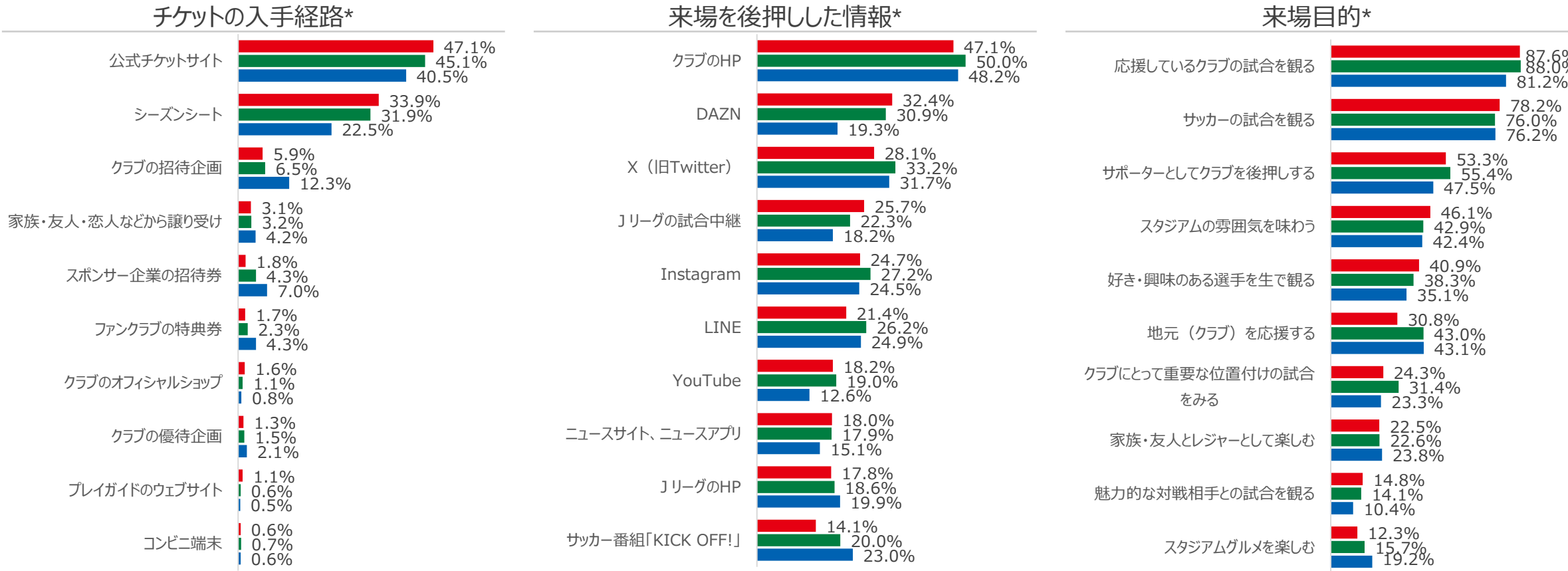


*)チケットの入手経路、来場を後押しした情報、来場目的については複数選択可能

コア層×カテゴリ（チケットの入手経路・来場を後押しした情報・来場目的）

コア層はどのカテゴリでも応援目的が強く、J2・J3では地元クラブを支える意識がより表れやすい

J 1 (n=86,422) J 2 (n=39,460) J 3 (n=18,598)



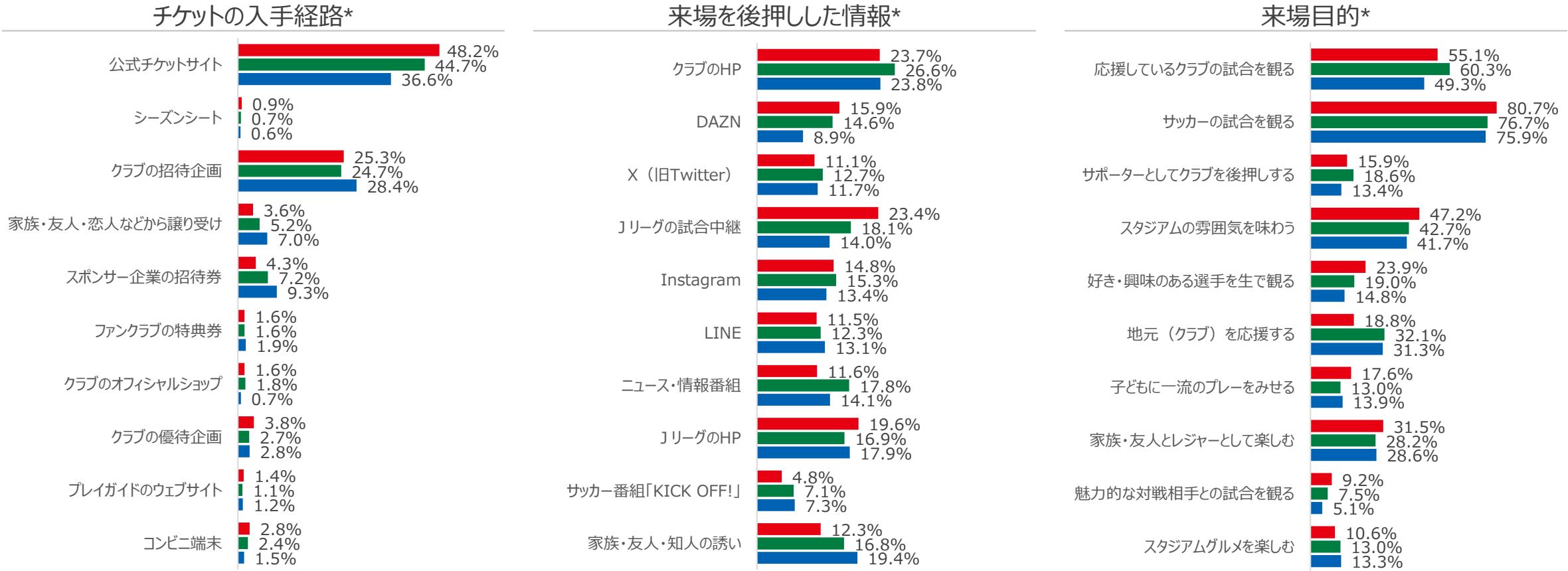
アンケート回答のうち、特徴的な10項目を抜粋

*)チケットの入手経路、来場を後押しした情報、来場目的については複数選択可能

ライト層×カテゴリ（チケットの入手経路・来場を後押しした情報・来場目的）

ライト層は、J1では試合・選手への関心、J2・J3では誘いや地域とのつながりが来場を後押ししている

J 1 (n=86,422) J 2 (n=39,460) J 3 (n=18,598)



アンケート回答のうち、特徴的な10項目を抜粋



*)チケットの入手経路、来場を後押しした情報、来場目的については複数選択可能

コア層/ライト層×カテゴリ比較：まとめ

コア層は自発的な購入・情報収集を背景に、応援を目的とした観戦が習慣化している。ライト層は招待や誘いなどのきっかけで来場し、試合観戦やスタジアム体験を楽しむ傾向が強い。また、カテゴリによって、コンテンツ（試合・選手）起点や関係性（招待・誘い）起点など、楽しみ方の違いも見える。

凡例 I.チケットの入手経路、II.来場目的、III.来場を後押しした情報

	J 1	J 2	J 3	
コア層	I. シーズンシートを活用するなど、継続的に観戦 II. 応援しているクラブや選手を観ることが目的 III.試合中継やSNSなど、能動的に情報を取得	I. 観戦スタイルはJ 1と同様 II. クラブの応援に加え“試合の意味（重要な試合）”への関心が強い III.クラブ情報に加え、中継や番組なども広くチェック	I. 公式購入が中心だが、招待などをきっかけとした来場も II. “地元クラブを応援する”目的が相対的に強い III.ニュースや番組など身近な露出も来場の後押しに	チーム・選手を応援するため
ライト層	I. 公式サイトでの購入が中心だが、招待をきっかけにした来場も II. スタジアムの雰囲気味わったり、選手への関心が強い III.試合中継など、露出から関心が高まるケースが多い	I. 公式サイトでの購入が中心も、誘われ・招待なども一定数存在 II. “試合の重要性”や“クラブへの関心”が来場動機になりやすい III.ニュースや番組など幅広い情報接点で来場を後押し	I. 招待・誘い等のつながりをきっかけとした来場も多い II. 地元クラブの応援・身近さ・レジャーとしての楽しみが来場動機 III.誘いやニュース・CM等の身近な露出で来場を後押し	非日常を楽しむため
	試合・選手が中心（コンテンツ起点）		地域や繋がりが中心（関係性起点）	

観戦評価

04

04. 観戦評価

(参考) 調査対象試合の情報 (J 1)

		鹿島	浦和	柏	FC東京	東京V	町田	川崎F	横浜FM	横浜FC	湘南	新潟	清水	名古屋	京都	G大阪	C大阪	神戸	岡山	広島	福岡
春休み期	開催日程	03/29(土)	03/08(土)	03/08(土)	03/08(土)	03/15(土)	03/15(土)	03/01(土)	03/16(日)	03/08(土)	03/16(日)	03/29(土)	03/16(日)	03/29(土)	03/29(土)	03/08(土)	03/08(土)	03/01(土)	03/16(日)	03/16(日)	03/15(土)
	対戦相手	神戸	岡山	鹿島	湘南	名古屋	新潟	京都	G大阪	町田	神戸	G大阪	京都	横浜FC	広島	清水	名古屋	福岡	川崎F	柏	FC東京
	勝敗	Win	Win	Lose	Draw	Win	Win	Lose	Win	Lose	Lose	Draw	Lose	Win	Win	Win	Draw	Lose	Draw	Draw	Win
	スタジアム	カシマ	埼玉	三協 F 柏	味スタ	味スタ	Gスタ	U等々力	日産ス	ニッパツ	レモン S	デンカ S	アイスタ	豊田ス	サンガ S	パナスタ	ヨドコウ	ノエスタ	J F E ス	Eピース	ベスタ
	天候	雨のち曇り	曇り	曇りのち雨	曇りのち雨	曇り	曇りのち雨	晴れ	雨	雨のち雪	曇りのち雨	晴れ	曇り	曇り	曇り	雨時々曇り	曇り	晴れ	曇り	曇り	雨のち曇り
	気温(℃)	8.0	7.4	6.2	8.1	11.4	11.2	18.6	7.5	3.6	10.2	10.6	14.6	15.5	13.0	10.0	10.2	15.7	10.6	13.1	11.9
	入場者数	22,601	35,269	13,309	19,654	16,300	10,152	22,404	23,169	7,934	9,537	20,497	14,012	32,226	14,393	29,071	17,171	20,890	13,699	25,283	7,721
	収容率	58%	57%	88%	41%	24%	66%	84%	32%	51%	62%	49%	72%	75%	67%	73%	70%	70%	89%	89%	36%
GW期	開催日程	05/03(土)	05/06(火)	04/26(土)	04/29(火)	05/11(日)	05/17(土)	05/18(日)	05/17(土)	04/29(火)	04/29(火)	05/11(日)	05/11(日)	04/29(火)	05/11(日)	04/29(火)	04/29(火)	05/17(土)	04/29(火)	04/29(火)	05/06(火)
	対戦相手	町田	G大阪	新潟	清水	湘南	柏	C大阪	京都	鹿島	福岡	浦和	町田	柏	名古屋	京都	町田	G大阪	東京V	新潟	鹿島
	勝敗	Win	Lose	Draw	Lose	Lose	Win	Win	Lose	Lose	Draw	Draw	Draw	Lose	Draw	Win	Lose	Win	Lose	Lose	Lose
	スタジアム	カシマ	埼玉	三協 F 柏	味スタ	味スタ	Gスタ	U等々力	日産ス	ニッパツ	レモン S	デンカ S	アイスタ	豊田ス	サンガ S	パナスタ	ヨドコウ	ノエスタ	J F E ス	Eピース	ベスタ
	天候	晴れ	雨	曇りのち雨	晴れ	晴れのち曇り	雨時々晴	曇り	雨	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	曇り	晴れ	晴れ	曇り	晴れ	晴れ	曇り
	気温(℃)	18.2	14.1	17.2	22.7	25.9	22.4	26.3	23.1	22.7	22.8	18.3	26.7	18.1	21.5	19.1	21.1	25.5	20.3	20.1	18.7
	入場者数	33,762	41,770	13,030	33,769	14,801	8,741	22,070	20,786	13,252	11,644	27,412	16,741	34,151	16,994	30,620	18,030	23,275	14,285	25,246	14,039
	収容率	86%	67%	86%	71%	22%	57%	82%	29%	86%	76%	66%	85%	80%	79%	77%	74%	79%	92%	89%	65%
夏休み期	開催日程	08/16(土)	08/31(日)	08/10(日)	08/24(日)	07/20(日)	08/16(土)	08/09(土)	08/23(土)	08/09(土)	08/16(土)	08/23(土)	07/20(日)	08/10(日)	08/16(土)	07/20(日)	08/11(月)	08/16(土)	08/17(日)	08/10(日)	07/21(月)
	対戦相手	福岡	新潟	湘南	京都	町田	C大阪	福岡	町田	浦和	FC東京	鹿島	横浜FC	京都	東京 V	川崎F	新潟	横浜FC	柏	清水	京都
	勝敗	Draw	Win	Win	Lose	Lose	Win	Lose	Draw	Lose	Draw	Lose	Win	Lose	Win	Win	Win	Lose	Win	Draw	Draw
	スタジアム	カシマ	埼玉	三協 F 柏	味スタ	味スタ	Gスタ	U等々力	日産ス	ニッパツ	レモン S	デンカ S	アイスタ	豊田ス	サンガ S	パナスタ	ヨドコウ	ノエスタ	J F E ス	Eピース	ベスタ
	天候	晴れ	晴れ	雨	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	曇り	晴れ	晴れ	曇りのち雨	雨	晴れ	雨のち曇り	晴れ	晴れ	雨	晴れ
	気温(℃)	27.6	31.0	27.1	31.9	29.6	27.9	29.6	30.4	27.0	27.9	29.2	28.2	28.2	27.7	29.6	29.5	28.0	27.2	26.4	31.5
	入場者数	30,672	30,968	14,048	27,591	22,217	11,971	22,062	32,188	13,048	12,608	26,100	18,012	39,896	18,300	31,898	18,674	23,166	15,421	23,969	9,943
	収容率	78%	50%	93%	58%	33%	78%	82%	45%	84%	82%	63%	92%	93%	85%	80%	76%	78%	100%	85%	46%
終盤期	開催日程	10/5(日)	10/4(土)	11/8(土)	10/25(土)	10/18(土)	10/18(土)	10/18(土)	10/25(土)	10/18(土)	10/19(日)	10/26(日)	10/4(土)	10/4(土)	10/25(土)	10/18(土)	10/25(土)	10/17(金)	10/18(土)	10/17(金)	10/4(土)
	対戦相手	G大阪	神戸	名古屋	岡山	新潟	福岡	清水	広島	名古屋	京都	神戸	FC東京	C大阪	鹿島	柏	川崎 F	鹿島	C大阪	FC東京	横浜FC
	勝敗	Draw	Win	Win	Win	Win	Draw	Win	Win	Draw	Draw	Draw	Draw	Win	Draw	Lose	Win	Draw	Lose	Draw	Win
	スタジアム	メルスタ	埼玉	三協 F 柏	味スタ	味スタ	Gスタ	U等々力	日産ス	ニッパツ	レモン S	デンカ S	アイスタ	豊田ス	サンガ S	パナスタ	ヨドコウ	ノエスタ	J F E ス	Eピース	ベスタ
	天候	晴れ	曇のち雨	曇り一時晴れ	雨	晴れのち曇り	曇り時々雨	晴れのち曇り	雨	曇り	曇り	雨	曇り	雨のち曇り	晴れのち雨	晴れ	雨のち曇り	晴れ	晴れ	晴れ	雨のち曇り
	気温(℃)	27.5	21.2	13.7	15.5	25.7	24.1	25.0	13.7	24.5	22.1	17.5	26.2	21.3	21.0	26.3	22.4	24.9	28.5	24.7	25.5
	入場者数	32,407	38,062	13,634	24,664	17,497	9,680	22,292	27,356	11,465	11,688	19,480	17,099	33,496	20,353	30,282	17,360	25,806	14,903	25,728	9,076
	収容率	83%	61%	90%	52%	26%	63%	83%	38%	74%	76%	47%	87%	78%	94%	76%	71%	87%	96%	91%	42%



(参考) 調査対象試合の情報 (J2)

		札幌	仙台*	秋田	山形	いわき	水戸	大宮	千葉	甲府	富山	磐田	藤枝	山口	徳島	愛媛	今治	鳥栖	長崎	熊本	大分
春休み期	開催日程	03/09(日)	03/01(土)	03/15(土)	03/09(日)	03/23(日)	03/30(日)	03/08(土)	03/16(日)	03/09(日)	03/30(日)	03/30(日)	03/30(日)	03/23(日)	03/09(日)	03/08(土)	03/16(日)	03/23(日)	03/23(日)	03/30(日)	03/09(日)
	対戦相手	千葉	大分	札幌	秋田	今治	いわき	山口	愛媛	藤枝	仙台	千葉	長崎	熊本	熊本	今治	富山	富山	秋田	鳥栖	水戸
	勝敗	Lose	Win	Lose	Win	Lose	Win	Win	Win	Draw	Lose	Win	Win	Lose	Draw	Lose	Draw	Win	Win	Win	Draw
	スタジアム	ブレド	Qスタ	ソユスタ	N Dスタ	ハウスタ	K sスタ	N A C K	フクアリ	J I T ス	富山	ヤマハ	藤枝サ	みらスタ	鳴門大塚	ニンスタ	アシさと	駅スタ	ピースタ	えがお S	クラド
	天候	屋内	晴れ	曇り	曇り	晴れ	晴れ時々曇	曇り	雨	晴れ	雨時々曇り	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	曇り	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ
	気温(℃)	22.1	18.8	6.3	9.1	20.5	14.6	7.3	11.9	15.8	5.1	15.3	16.5	24.6	12.8	12.6	12.8	22.5	20.7	11.6	14.9
	入場者数	22,292	11,437	7,795	15,687	3,818	4,363	8,868	9,367	9,177	5,201	13,424	4,157	5,313	5,641	9,352	3,542	7,575	13,489	9,076	8,129
	収容率	57%	23%	42%	76%	75%	43%	57%	48%	58%	28%	89%	41%	35%	31%	45%	67%	36%	67%	30%	25%
GW期	開催日程	04/29(火)	05/06(火)	04/29(火)	05/06(火)	05/11(日)	05/11(日)	05/10(土)	05/17(土)	04/29(火)	04/29(火)	05/11(日)	05/03(土)	04/26(土)	05/06(火)	04/29(火)	05/11(日)	05/11(日)	05/03(土)	04/29(火)	04/29(火)
	対戦相手	長崎	藤枝	徳島	大分	札幌	秋田	仙台	仙台	仙台	山形	藤枝	水戸	今治	鳥栖	藤枝	千葉	甲府	愛媛	千葉	鳥栖
	勝敗	Draw	Win	Lose	Win	Draw	Win	Win	Draw	Lose	Draw	Win	Lose	Lose	Lose	Lose	Lose	Draw	Draw	Draw	Win
	スタジアム	ブレド	Qスタ	ソユスタ	N Dスタ	ハウスタ	K sスタ	N A C K	フクアリ	J I T ス	富山	ヤマハ	藤枝サ	みらスタ	鳴門大塚	ニンスタ	アシさと	駅スタ	ピースタ	えがお S	クラド
	天候	屋内	雨	雨のち曇り	曇り	晴れ	晴れのち曇り	曇り	雨のち曇り	晴れ	曇りのち晴れ	晴れのち曇り	晴れ	晴れ	曇り	晴れ	曇りのち雨	曇りのち雨	晴れのち曇り	晴れ	晴れ
	気温(℃)	20.9	12.0	10.5	14.1	25.6	25.6	19.5	23.6	21.2	14.2	25.2	23.9	24.3	17.7	17.5	17.4	17.9	21.0	23.0	20.5
	入場者数	18,028	10,194	2,882	8,705	4,168	4,733	11,250	14,261	8,447	4,803	12,261	5,216	4,773	7,997	3,828	5,097	6,231	14,408	9,834	12,766
	収容率	46%	21%	16%	42%	82%	47%	73%	73%	53%	26%	81%	52%	32%	45%	18%	96%	30%	72%	32%	40%
夏休み期	開催日程	08/02(土)	08/24(日)	08/23(土)	08/10(日)	08/10(日)	08/16(土)	08/09(土)	08/02(土)	08/02(土)	08/02(土)	08/02(土)	08/02(土)	08/16(土)	08/02(土)	08/17(日)	08/09(土)	08/17(日)	08/24(日)	08/03(日)	08/02(土)
	対戦相手	鳥栖	千葉	今治	水戸	磐田	磐田	千葉	いわき	山形	大宮	秋田	山口	仙台	愛媛	大宮	熊本	長崎	山口	水戸	今治
	勝敗	Win	Win	Lose	Lose	Win	Lose	Lose	Draw	Lose	Lose	Lose	Draw	Draw	Win	Lose	Win	Lose	Win	Win	Lose
	スタジアム	ブレド	ユアスタ	ソユスタ	N Dスタ	ハウスタ	K sスタ	N A C K	フクアリ	J I T ス	富山	ヤマハ	藤枝サ	みらスタ	鳴門大塚	ニンスタ	アシさと	駅スタ	ピースタ	えがお S	クラド
	天候	屋内	曇り	曇り	雨	雨	曇り	曇りのち晴れ	晴れ	曇り	晴れ	晴れ	曇り	晴れ	晴れ	晴れ	曇り	晴れ	晴れ	曇り	晴れ
	気温(℃)	25.2	27.5	29.3	26.3	25.0	27.3	28.5	29.6	29.9	30.0	28.5	30.4	29.7	33.2	27.8	24.9	27.7	29.2	30.4	30.8
	入場者数	17,130	16,234	4,274	16,161	4,792	8,965	12,271	13,128	8,413	7,768	11,038	5,479	5,549	13,310	4,167	4,993	17,548	16,103	4,443	9,756
	収容率	44%	83%	23%	78%	95%	88%	79%	67%	53%	42%	73%	54%	37%	74%	20%	94%	84%	80%	15%	30%
終盤期	開催日程	10/4(土)	10/4(土)	11/9(日)	10/19(日)	11/2(日)	10/19(日)	11/2(日)	10/4(土)	11/2(日)	10/19(日)	11/2(日)	10/4(土)	10/26(日)	10/26(日)	10/26(日)	11/2(日)	11/2(日)	10/25(土)	10/26(日)	11/2(日)
	対戦相手	山形	大宮	いわき	熊本	藤枝	千葉	秋田	長崎	水戸	札幌	長崎	富山	富山	いわき	磐田	仙台	徳島	今治	大分	山形
	勝敗	Lose	Lose	Win	Draw	Win	Lose	Win	Lose	Lose	Lose	Win	Lose	Win	Lose	Lose	Win	Draw	Draw	Lose	Lose
	スタジアム	ブレド	ユアスタ	ソユスタ	N Dスタ	ハウスタ	K sスタ	N A C K	フクアリ	J I T ス	富山	ヤマハ	藤枝サ	みらスタ	鳴門大塚	ニンスタ	アシさと	駅スタ	ピースタ	えがお S	クラド
	天候	屋内	曇り	雨	曇り時々晴れ	曇り	曇り	曇りのち晴れ	雨のち曇り	曇りのち晴れ	曇り	晴れ	曇りのち雨	曇り一時雨	曇り	晴れ	晴れ	曇りのち晴れ	晴れ	晴れ	曇り時々晴れ
	気温(℃)	23.5	23.1	13.7	16.0	17.7	17.9	20.2	24.2	18.9	19.3	20.7	22.6	21.8	21.9	20.4	22.2	20.8	21.9	26.6	19.8
	入場者数	13,149	16,607	3,021	9,622	4,638	9,897	11,746	15,824	9,281	5,576	13,576	3,617	4,888	5,912	5,001	5,005	11,017	19,066	18,340	8,212
	収容率	34%	85%	16%	47%	92%	97%	76%	81%	59%	30%	90%	36%	32%	33%	24%	94%	53%	95%	61%	26%



*)仙台については、春休み期・GW期はQスタ開催となったため、スコア集計対象外

04. 観戦評価

(参考) 調査対象試合の情報 (J3)

		八戸	福島	栃木SC	栃木C	群馬	相模原	松本	長野	金沢	沼津	岐阜	FC大阪	奈良	鳥取	讃岐	高知	北九州	宮崎	鹿児島	琉球
春休み期	開催日程	03/09(日)	03/08(土)	03/30(日)	03/16(日)	03/16(日)	03/01(土)	03/23(日)	03/23(日)	03/09(日)	03/09(日)	03/01(土)	03/08(土)	03/23(日)	03/23(日)	03/23(日)	03/30(日)	03/08(土)	03/09(日)	03/08(土)	03/23(日)
	対戦相手	相模原	岐阜	栃木C	宮崎	鳥取	鹿児島	相模原	福島	高知	栃木SC	北九州	鳥取	群馬	岐阜	栃木C	琉球	讃岐	松本	群馬	栃木SC
	勝敗	Lose	Win	Draw	Win	Win	Lose	Win	Win	Lose	Draw	Win	Win	Win	Win	Lose	Draw	Win	Draw	Win	Win
	スタジアム	プラスタ	とうスタ	カンセキ	C F S	正田スタ	ギオンス	サンアル	長野U	ゴースタ	愛鷹	長良川	花園	ロートF	A x i s	ピカスタ	春野陸	ミクスタ	いちご	白波スタ	タビスタ
	天候	晴れ	晴れ	晴れ一時曇	曇り時々雨	雨のち曇り	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	曇り	晴れ	曇り時々雨	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	雨のち曇り	晴れ
	気温(℃)	7.2	7.2	13.4	10.0	9.1	17.4	23.1	14.7	11.2	10.6	21.8	12.8	23.6	18.4	22.2	12.6	12.2	13.0	11.0	22.4
	入場者数	1,826	2,239	12,807	1,133	1,391	1,829	8,831	2,886	4,836	2,404	3,270	1,717	1,489	3,002	1,522	1,842	4,081	1,576	4,309	2,262
	収容率	36%	39%	52%	22%	9%	29%	43%	19%	45%	47%	20%	6%	28%	25%	7%	12%	27%	29%	34%	22%
GW期	開催日程	04/27(日)	05/06(火)	05/06(火)	05/03(土)	05/03(土)	05/06(火)	05/03(土)	05/03(土)	05/06(火)	05/03(土)	05/06(火)	05/31(土)	05/06(火)	05/03(土)	05/03(土)	05/06(火)	04/26(土)	05/03(土)	05/03(土)	05/06(火)
	対戦相手	金沢	群馬	長野	FC大阪	岐阜	鳥取	金沢	相模原	北九州	八戸	沼津	鹿児島	宮崎	琉球	福島	讃岐	松本	高知	奈良	鹿児島
	勝敗	Win	Lose	Win	Win	Draw	Win	Win	Draw	Lose	Lose	Win	Win	Lose	Win	Lose	Lose	Lose	Win	Lose	Lose
	スタジアム	プラスタ	とうスタ	カンセキ	C F S	正田スタ	ギオンス	サンアル	長野U	ゴースタ	愛鷹	長良川	花園	ロートF	A x i s	ピカスタ	春野陸	ミクスタ	いちご	白波スタ	タビスタ
	天候	晴れ	雨	雨	晴れ	晴れ	雨	晴れ	曇り	曇り	晴れ	曇り	曇り	雨	曇り	晴れ	曇り	晴れ	晴れ	晴れ	曇り
	気温(℃)	20.0	12.6	14.2	23.2	25.0	16.0	21.0	14.4	15.8	21.5	17.8	21.1	19.1	23.3	22.9	22.1	17.9	28.6	22.5	23.0
	入場者数	1,610	2,497	3,965	3,624	3,568	941	11,659	7,275	8,463	2,238	3,513	5,163	1,198	2,196	1,825	3,054	4,627	2,436	7,316	2,760
	収容率	31%	44%	16%	71%	23%	15%	57%	47%	79%	44%	22%	20%	22%	18%	8%	19%	30%	45%	58%	27%
夏休み期	開催日程	07/26(土)	07/20(日)	07/20(日)	07/26(土)	07/26(土)	07/26(土)	07/26(土)	07/19(土)	08/16(土)	07/26(土)	08/24(日)	07/26(土)	07/26(土)	07/19(土)	07/19(土)	08/30(土)	08/16(土)	08/23(土)	07/21(月)	07/26(土)
	対戦相手	鳥取	琉球	相模原	栃木SC	鹿児島	宮崎	岐阜	松本	宮崎	北九州	福島	讃岐	金沢	沼津	高知	宮崎	奈良	沼津	FC大阪	長野
	勝敗	Win	Draw	Lose	Lose	Lose	Win	Win	Win	Lose	Lose	Lose	Win	Win	Win	Lose	Lose	Lose	Win	Win	Win
	スタジアム	プラスタ	とうスタ	カンセキ	C F S	正田スタ	ギオンス	サンアル	長野U	ゴースタ	愛鷹	長良川	花園	ロートF	A x i s	ピカスタ	春野陸	ミクスタ	いちご	白波スタ	タビスタ
	天候	曇り	晴れ	晴れ	晴れ	曇り	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	曇り	曇り	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	雨
	気温(℃)	24.8	31.0	29.8	29.6	31.9	29.9	25.7	29.3	28.0	27.4	32.9	30.3	28.3	29.3	30.4	28.7	31.2	27.8	29.4	28.1
	入場者数	2,304	2,850	4,896	4,155	4,196	1,855	11,961	10,677	6,973	3,250	4,588	2,818	2,562	2,107	4,090	2,762	15,242	2,180	7,084	1,580
	収容率	45%	50%	20%	81%	28%	30%	59%	69%	65%	64%	28%	11%	48%	18%	18%	17%	100%	41%	56%	16%
終盤期	開催日程	10/19(日)	11/2(日)	10/12(日)	10/11(土)	10/12(日)	10/19(日)	未実施	10/13(月)	10/12(日)	10/19(日)	10/4(土)	10/24(金)	10/18(土)	10/26(日)	10/19(日)	10/12(日)	10/11(土)	11/2(日)	11/2(日)	11/3(月)
	対戦相手	栃木SC	FC大阪	福島	奈良	八戸	松本		讃岐	沼津	FC大阪	群馬	栃木SC	長野	宮崎	北九州	岐阜	鹿児島	奈良	松本	栃木C
	勝敗	Win	Lose	Win	Win	Lose	Win		Win	Win	Lose	Win	Lose	Win	Lose	Lose	Lose	Draw	Draw	Win	Draw
	スタジアム	プラスタ	とうスタ	カンセキ	C F S	正田スタ	ギオンス		長野U	ゴースタ	愛鷹	長良川	花園	ロートF	A x i s	ピカスタ	春野陸	ミクスタ	いちご	白波スタ	タビスタ
	天候	曇り	曇り	晴れ	雨	曇り	雨		曇り	曇り	曇り	雨	晴れ	曇りのち晴れ	曇りのち晴れ	曇り	曇り	晴れ	曇りのち晴れ	曇り	晴れ
	気温(℃)	15.3	18.3	23.3	17.3	23.9	20.1		20.6	27.5	22.3	19.9	16.9	24.9	22.0	23.3	28.5	28.8	19.6	22.5	24.4
	入場者数	3,827	1,476	8,718	2,605	3,450	3,244		4,354	5,485	4,169	3,525	2,210	1,883	1,491	2,241	2,293	7,509	2,204	7,897	2,255
	収容率	75%	26%	35%	51%	23%	52%		28%	51%	82%	22%	8%	35%	12%	10%	14%	49%	41%	63%	22%



*)松本の終盤期の調査対象試合が、鉄骨部材の落下によるスタジアム使用不可の影響で開催中止となったため、調査未実施

（参考）観戦評価における重要指標について

観戦体験が「満足」から「再来訪」や「推奨」、「勧誘」へと繋がる構造を可視化するため、重要指標として設定。ファン・サポーターの観戦体験が継続的な来場や新たなファン創出にどう結びついているかを捉え、観戦体験の循環を通じた持続的な来場拡大と価値向上の実現を目指す

観戦全体の満足度

定義	・観戦全体に対する満足度
重要指標とする理由	・観戦体験の総合的な質を最もシンプルに表す指標 ・試合・スタジアム・サービス・雰囲気など、全ての要素の結果指標（アウトカム） ・ライト層／コア層問わず、すべての来場者にとって共通の評価軸
活用意義・価値	・「来てよかった」と感じられる体験が、クラブ全体でどの程度実現されているかを示す ・各クラブが提供する体験の違い・特徴を比較できる基盤となる ・“とても満足”・“満足”の回答割合が全体の 80%以上 となることを目標の目安と設定

再来訪意向

定義	・次回もスタジアム観戦に行きたい
重要指標とする理由	・満足度を一時的評価でなく、将来の行動（リピート）に繋がるかを捉える指標 ・観戦体験が継続的な関係性（ロイヤルティ）に転換しているかを測定 ・チケット収入・来場者数の安定化に直結する
活用意義・価値	・「また来たい」と思える体験がどれだけ実現されているかを可視化 ・一度きりではなく、長く楽しめるリーグ／クラブであるかを測る ・“ぜひ行きたい”・“行きたい”の回答割合が全体 80%以上 となることを目標の目安と設定

勧誘意向

定義	・実際に他者を観戦に誘いたい
重要指標とする理由	・具体的な来場創出に繋がる行動指標 ・「言葉」ではなく「行動」に近い形でファン拡大力を測定 ・新規来場者の多くが既存ファンからの誘いである点を踏まえた実態指標
活用意義・価値	・家族・友人と一緒に楽しめる体験であるかを示す ・応援の楽しさが個人から“共有体験”へ広がっているかを可視化する ・NPS*が 20ポイント以上 となることを目標の目安と設定



*) 「NPS」は、バイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標です。

(参考) NPS・満足度スコアの計算方法

NPS及び満足度スコアの計算方法は以下の通り

NPS計算方式

- ✓ 製品・ブランド・企業に対してどの程度愛着または信頼があるかを測る指標
- ✓ 「あなたはこの企業(製品/サービス/ブランド)を友人や同僚に薦めますか？」という設問に対し、0～10の11段階で評価をしてもらい、
0～6：批判者
7～8：中立者
9～10：推奨者
とし、以下の通りスコアを算出
 $(\text{推奨者の回答割合}) - (\text{批判者の回答割合}) = \text{NPSスコア}$

(計算例)

批判者：40%

中立者：30%

推奨者：30%の場合、

$\text{NPSスコア} = 30 - 40 = -10$

満足度スコアの計算方法

- ✓ 満足度回答設問について、回答毎に以下の配点に応じてスコア化し、その平均値を算出
 - ・とても満足=5点
 - ・満足=4点
 - ・どちらでもない=3点、
 - ・不満=2点
 - ・とても不満=1点
- ✓ 項目別満足度の設問について、上記に加え、以下の回答については、平均値の算出の際に、母数から抜いてスコアを算出
 - ・わからない・体験していない

(計算例)

・とても満足 n=10

・満足 n=10

・どちらでもない n=5

・不満 n=5

・とても不満 n=5

・わからない・体験していない n=5

$$\frac{(10 \times 5 \text{点}) + (10 \times 4 \text{点}) + (5 \times 3 \text{点}) + (5 \times 2 \text{点}) + (5 \times 1 \text{点})}{(10 + 10 + 5 + 5 + 5 - 5)} = 4.0 \text{pt}$$

観戦評価：まとめ

観戦頻度の違いやカテゴリごとにファン・サポーターのスタジアム観戦に対する目的や楽しみ方は様々だが、カテゴリを越えて「楽しかった」「また来たい」と感じられる体験として評価されている。

凡例

◎：“満足度及び再来訪意向が80%以上”と“勧誘意向のスコアが20ポイント以上”の両方を満たす

○：“満足度及び再来訪意向が80%以上”もしくは“勧誘意向のスコアが20ポイント以上”のいずれかを満たす

△：“満足度及び再来訪意向が80%以上”及び“勧誘意向のスコアが20ポイント以上”の両方を満たしていない

J 1

J 2

J 3

コア層



- ・満足度及び再来訪意向、勧誘意向はいずれも非常に高い

観戦体験におけるニーズ・特徴

- ・“クラブの勝利”や“ポジティブな試合内容”が最も満足度を高める要因



- ・満足度・再来訪意向はJ 1に比類も、勧誘意向はやや劣る

観戦体験におけるニーズ・特徴

- ・昇降格両面があるカテゴリらしく、シーズン終盤まで試合内容に影響を受けた満足度の振れ幅が大きい



- ・勧誘意向は劣るものの、満足度・再来訪意向は上位カテゴリ同様高評価

観戦体験におけるニーズ・特徴

- ・試合内容が満足度の評価を分ける点は上位カテゴリと同様だが、総合的なスタジアム体験をより重要視

ライト層



- ・コア層と同様、各指標いずれも非常に高い評価

観戦体験におけるニーズ・特徴

- ・総合的なエンターテインメントとしてスタジアムでの観戦体験を評価している傾向



- ・満足度・再来訪意向は非常に高いが、勧誘意向は劣る結果に

観戦体験におけるニーズ・特徴

- ・他カテゴリと同様、エンターテインメントや休日のレジャーとして観戦体験を捉えている



- ・コア層同様、上位カテゴリと並ぶ満足度・再来訪意向だが、勧誘意向は劣る結果に

観戦体験におけるニーズ・特徴

- ・レジャーとしてのニーズが強く、スタジアムでの体験を総合的に楽しめるかが満足度に影響

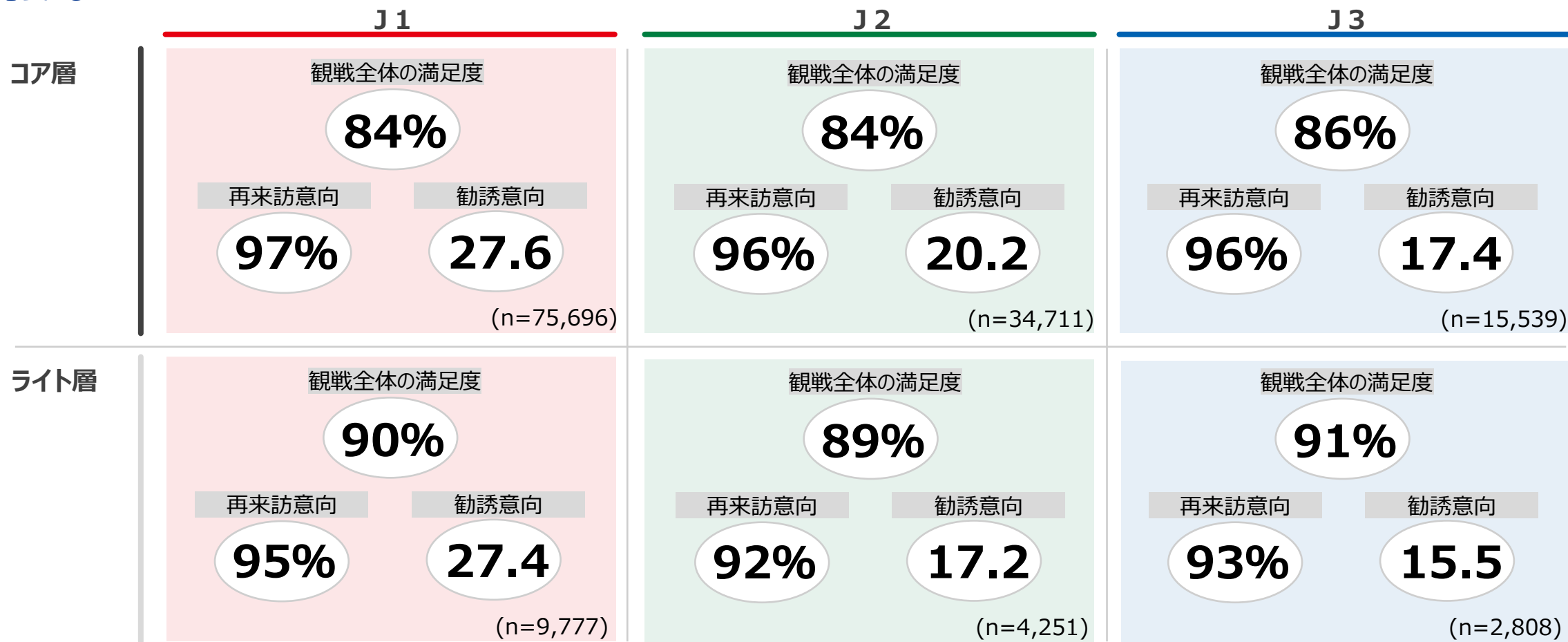
クラブ・選手を
応援する非日常を
楽しむ

試合内容・観戦体験の迫力が中心

総合的な観戦体験を重要視

重要指標の結果（2025シーズン通期）

観戦の満足度・再来訪意向は観戦歴・カテゴリに関わらず非常に高い評価。勧誘意向については、カテゴリが下がるごとにスコアの低下が見られる

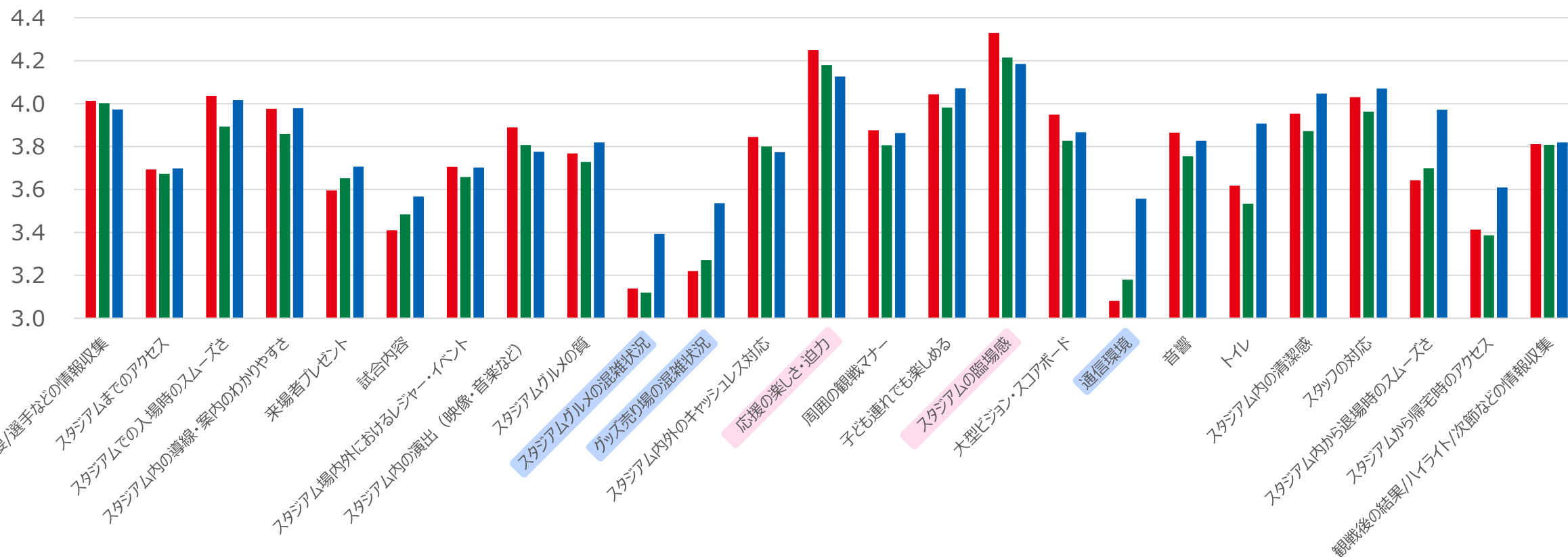


詳細項目別満足度スコア（カテゴリ比較）

カテゴリに関わらず「スタジアムの臨場感」・「応援の楽しさ・迫力」に対する満足度の評価が高い。一方で特に J 1/ J 2において、観客動員数や収容率に影響を受けるであろう「グルメ・グッズの混雑」「通信環境」などが相対的に評価が低い点は留意

相対的に満足度の高い項目 相対的に満足度の低い項目

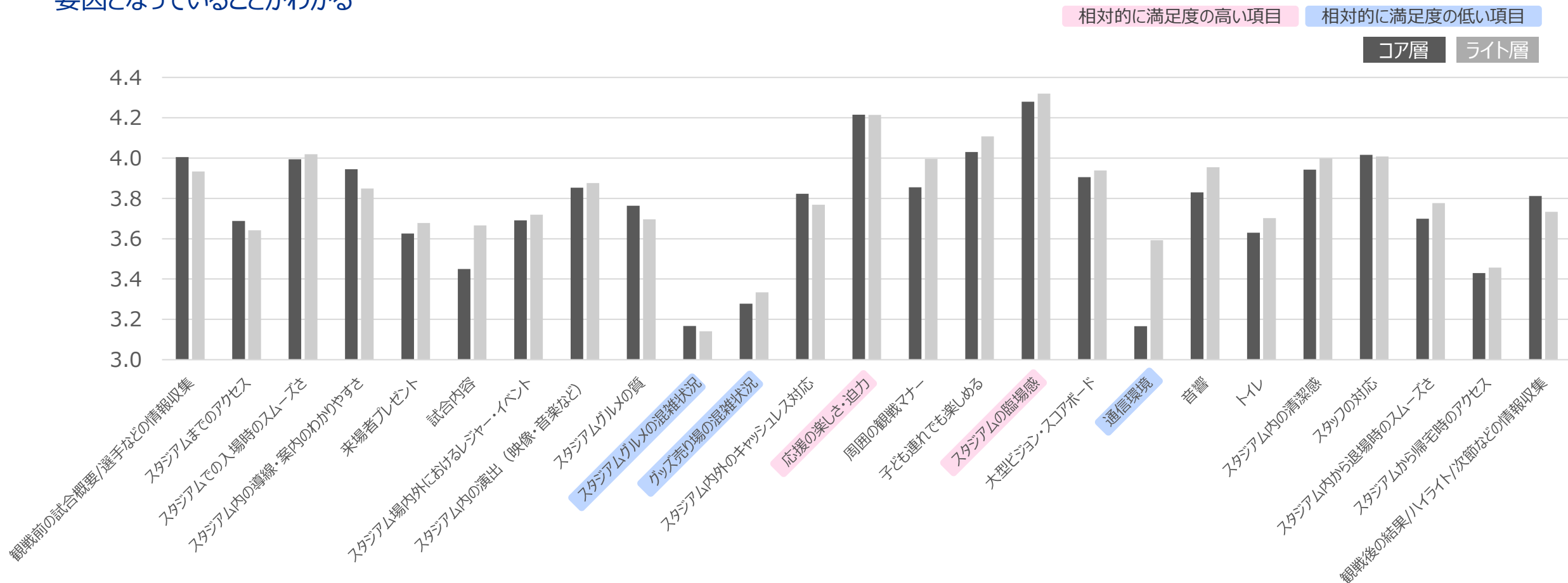
J 1 J 2 J 3



詳細項目別満足度スコア（コア層/ライト層）

評価が高い「応援の楽しさ・迫力」「スタジアムの臨場感」については、観戦歴の違いによる満足度の差異はほとんどない。

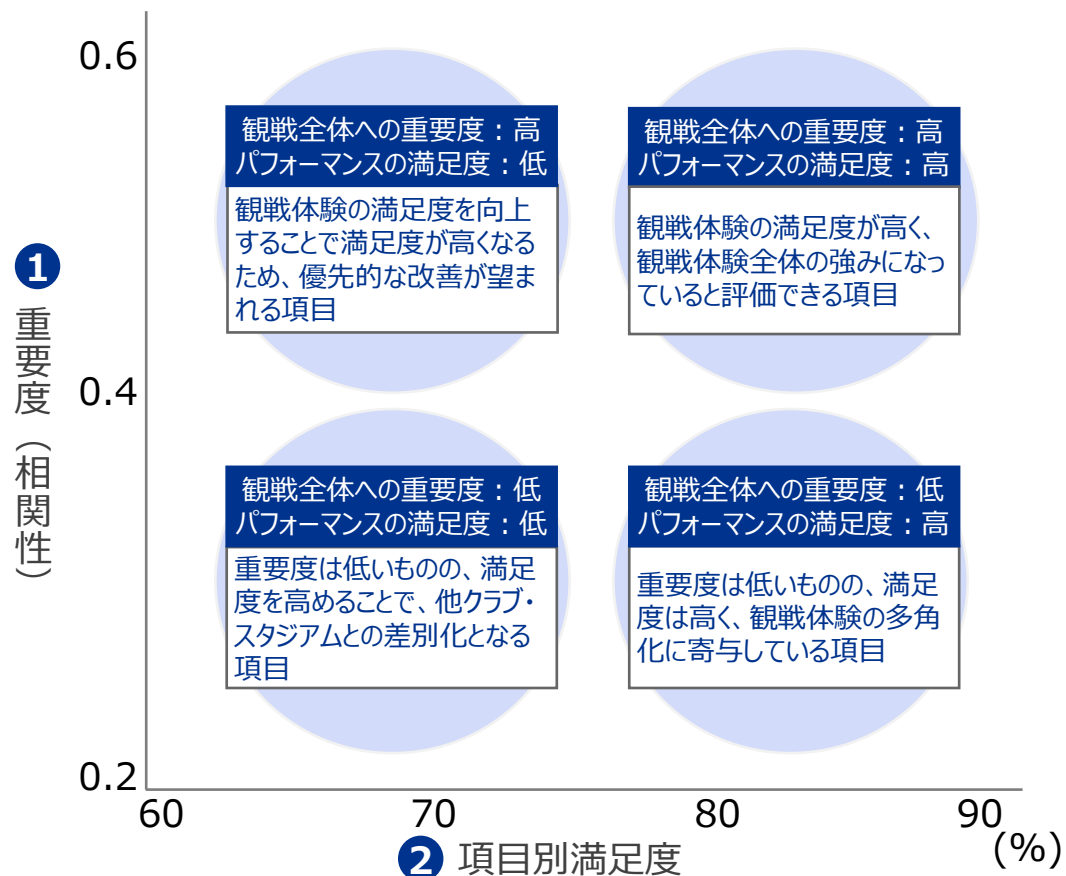
評価が低い項目では、「グッズ・グルメの混雑」は観戦歴を問わず、「通信環境」ではコア層において、スタジアムでの観戦体験における不満要因となっていることがわかる



(参考) 相関性評価

観戦体験の満足度向上と、誘い誘われによる更なる来場者数増に向けて、観戦全体の満足度及び勧誘意向と項目別満足度との相関性評価を実施

相関性評価の見方



軸の説明

1 重要度 (相関性)

- 総合満足度及び勧誘意向に対する各項目の満足度の相関性の高低を示している
- 値が1.0に近づくほど、強い正の相関関係にある
※ マイナスの値を取ることもあり、その場合は負の相関関係となる

2 観戦における満足度

- 観戦体験における各項目の満足度(パフォーマンス)を示している
- 値が100%に近づくほど、満足度(パフォーマンス)が高い

➤ 本レポートでは、**項目別満足度スコアにおいて特徴的な結果となった項目及び、観戦全体の満足度との相関性が最も高い項目に絞って相関性評価を明示する** (次頁以降参照)

➤ 相対的に満足度スコアの高い項目

「応援の楽しさ・迫力」、「スタジアムの臨場感」

➤ 相対的に満足度スコアの低い項目

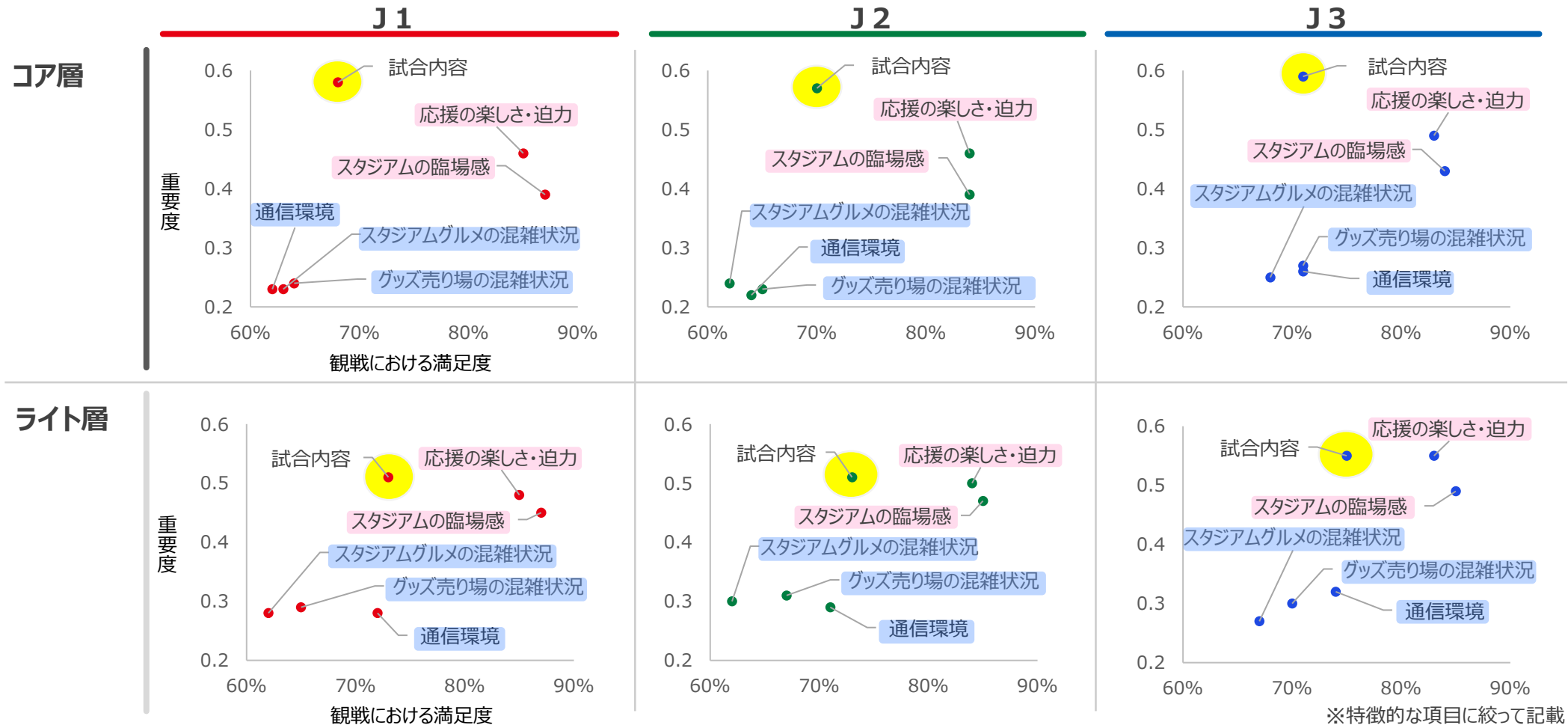
「通信環境」、「グッズ売り場の混雑状況」、「スタジアムグルメの混雑状況」

➤ 重要度が最も高い項目

「試合内容」

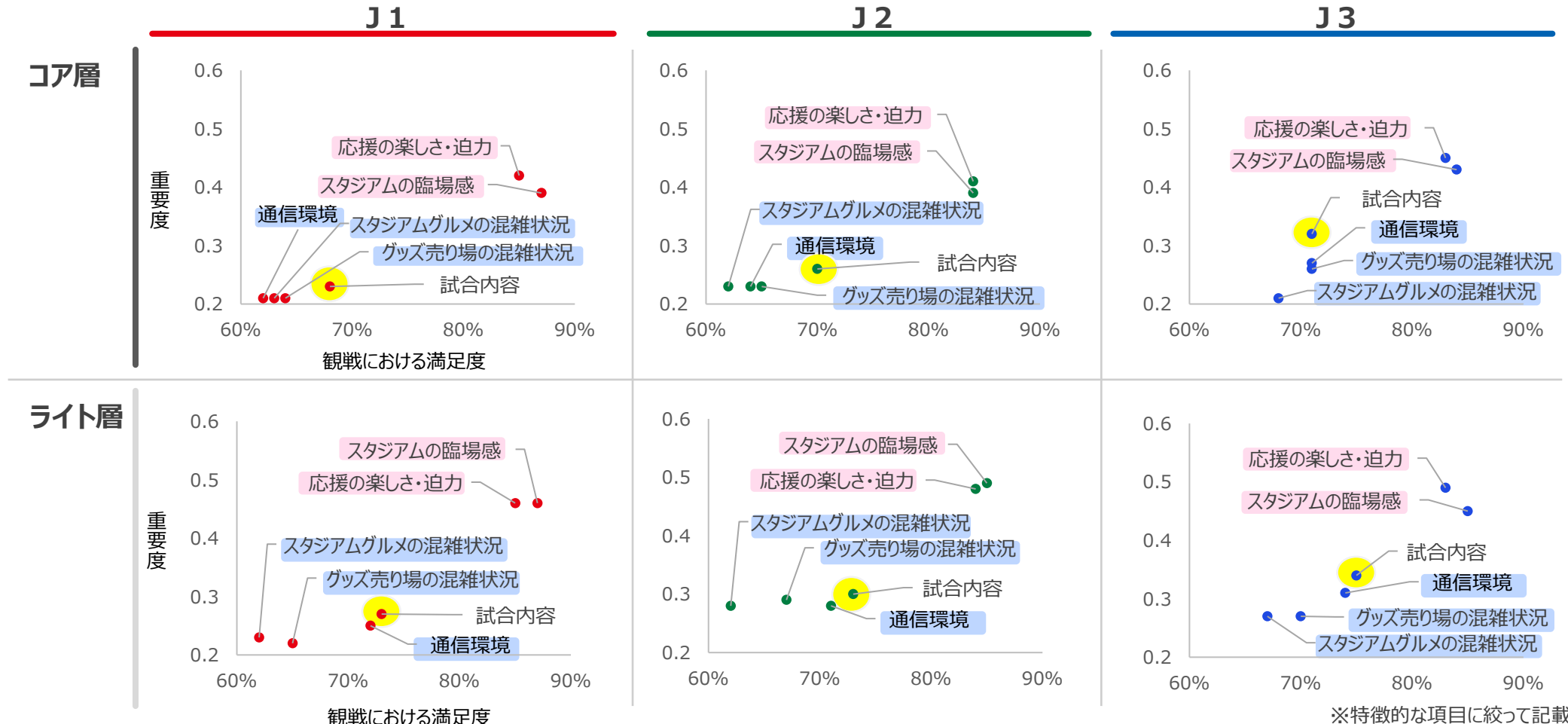
相関性評価：観戦全体の満足度 x 項目別満足度

最も相関性が高い「試合内容」であり、特にコア層は満足度に与える影響が大きいことがわかる。満足度の高い「応援の楽しさ・迫力」・「スタジアムの臨場感」については、満足度の低い項目と比べて、相関性は高く、これらのポイントの評価が高いことが観戦全体の満足度の高さを支える要因となっている



相関性評価：勧誘意向 x 項目別満足度

勧誘意向に対しては「試合内容」の相関性が低くなる点は特徴的。一方で、満足度の高い「応援の楽しさ・迫力」・「スタジアムの臨場感」が、満足度の低い項目と比べて相関性は高い点は、前頁の観戦全体の満足度との相関と同様で、これらの項目の満足度を高めることが勧誘意向に大きく影響する



項目別満足度の推移とバラつき

※特徴的な項目に絞って記載

項目	カテゴリ	春休み期		GW期		夏休み期		終盤期		通シーズン	
		スコア平均	試合毎のスコアのバラつき(s)*	スコア平均	試合毎のスコアのバラつき(s)*	スコア平均	試合毎のスコアのバラつき(s)*	スコア平均	試合毎のスコアのバラつき(s)*	スコア平均	バラつき平均
応援の楽しさ・迫力	J 1	4.23	0.12	4.22	0.16	4.26	0.18	4.22	0.25	4.23	0.18
	J 2	4.14	0.18	4.12	0.16	4.13	0.23	4.12	0.22	4.13	0.20
	J 3	4.11	0.19	4.07	0.18	4.13	0.23	4.12	0.28	4.11	0.22
スタジアムの臨場感	J 1	4.30	0.21	4.28	0.23	4.35	0.21	4.31	0.25	4.31	0.23
	J 2	4.15	0.29	4.14	0.23	4.18	0.30	4.16	0.31	4.16	0.28
	J 3	4.16	0.27	4.12	0.28	4.16	0.32	4.17	0.32	4.15	0.30
試合内容	J 1	3.56	0.59	3.25	0.77	3.57	0.78	3.52	0.67	3.48	0.70
	J 2	3.62	0.87	3.36	0.77	3.35	0.85	3.29	0.74	3.41	0.81
	J 3	3.85	0.62	3.52	0.68	3.55	0.83	3.62	0.74	3.64	0.72

- 「応援の楽しさ・迫力」、「スタジアムの臨場感」については、カテゴリが下がるにつれてスコアは減少傾向且つカテゴリ内の試合間のスコアのバラつきが大きくなる。勧誘意向と相関性の高いこれらの項目のスコアが相対的に低い且つ試合毎の差が大きいことが、カテゴリが下がるにつれて勧誘意向が低下していく要因と推察される
- 「試合内容」を見ると、スコア平均が最も低く且つバラつきが大きいのは J 2 となっている。これは、J 2 が 3 カテゴリの中で昇降格両面で最も多くのクラブが関わるカテゴリであり、他カテゴリに対してシーズンを通して試合の勝敗や試合内容を受けた満足度の振れ幅が大きいことが起因していると推察される

*)試合毎のバラつき(s)は、調査対象試合における項目別満足度の標準偏差（標本標準偏差）を算定し、データの分布がどの程度広がっているか(バラついているか)を推定

関心度評価

05

クラブに対する関心度の高まり*

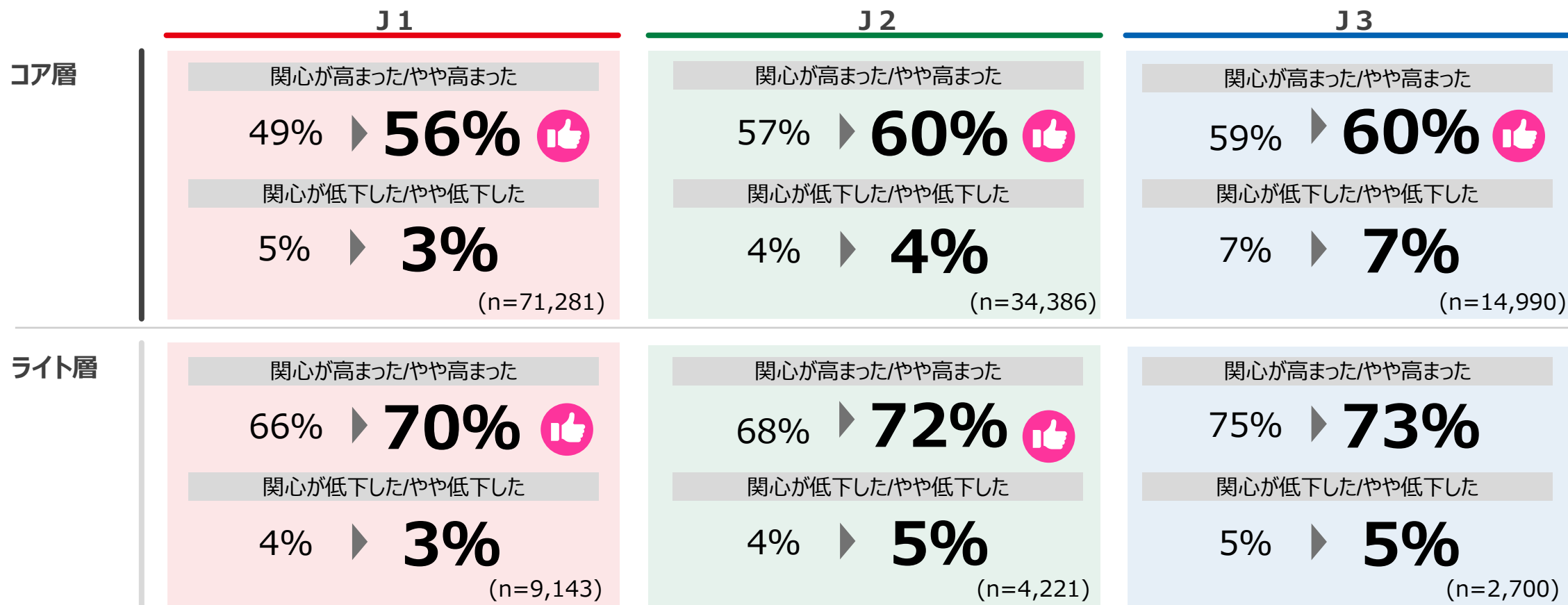
J 1/ J 2を中心に、クラブに対する関心度の高まりは昨年と比べても増加傾向

2024シーズン
調査結果

2025シーズン
調査結果



“関心度が高まった”・“やや高まった”
の回答割合が上昇した項目

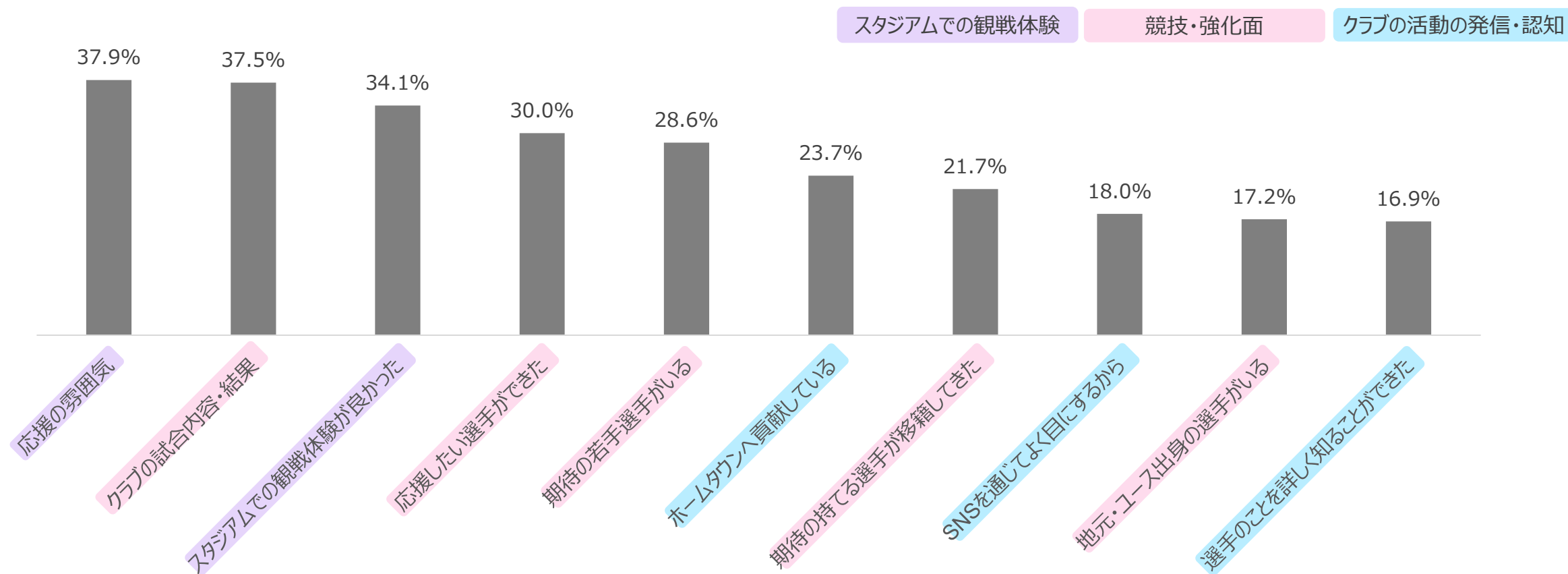


*)設問「1年前と比べてクラブに対する関心がどのように変わりましたか」に対して、“関心が高まった/やや高まった/変わらない/やや低下した/低下した”の中から該当するものを選択（単一選択）

クラブに対する関心度の高まりの理由（割合上位10項目）

「スタジアムでの観戦体験」及び「競技・強化面」に関心度の高まりの理由に挙げる回答者が多い

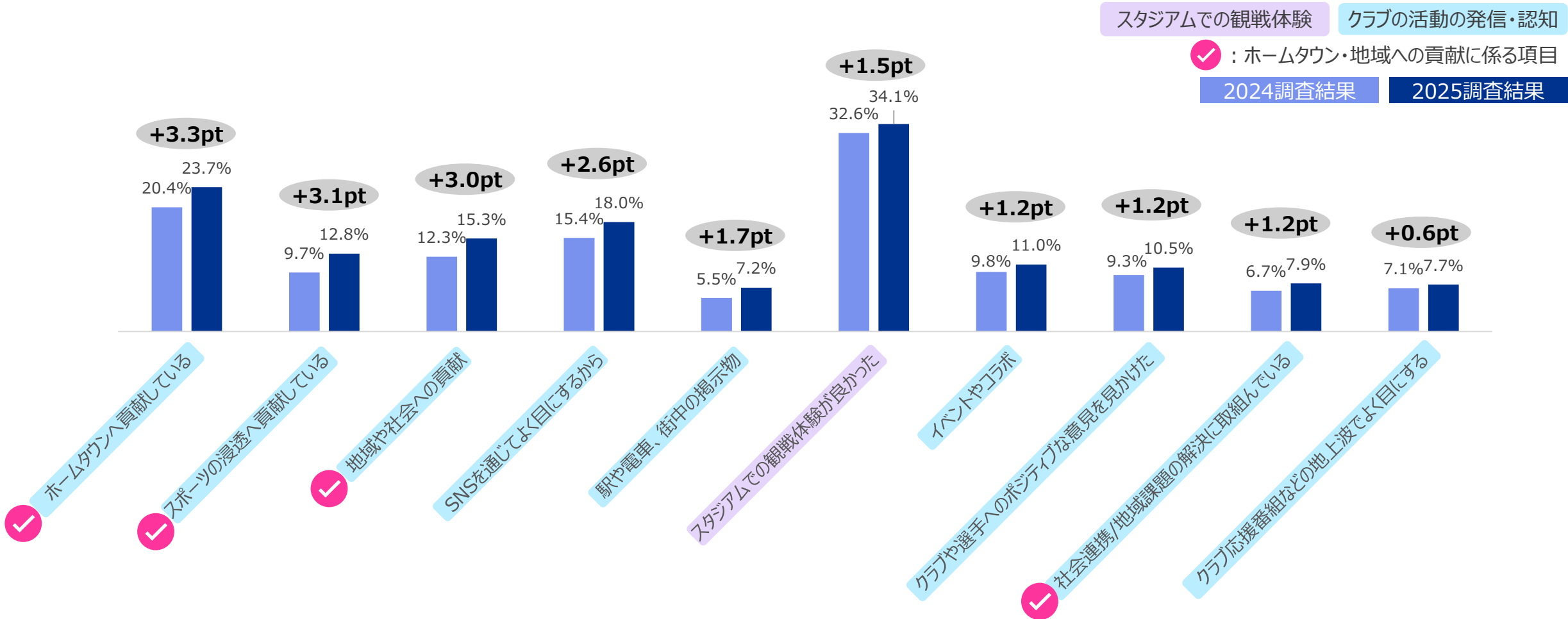
クラブに対する関心度が高まった理由(2025シーズンアンケート上位10項目)



クラブに対する関心度の高まりの理由（対前年上昇率）

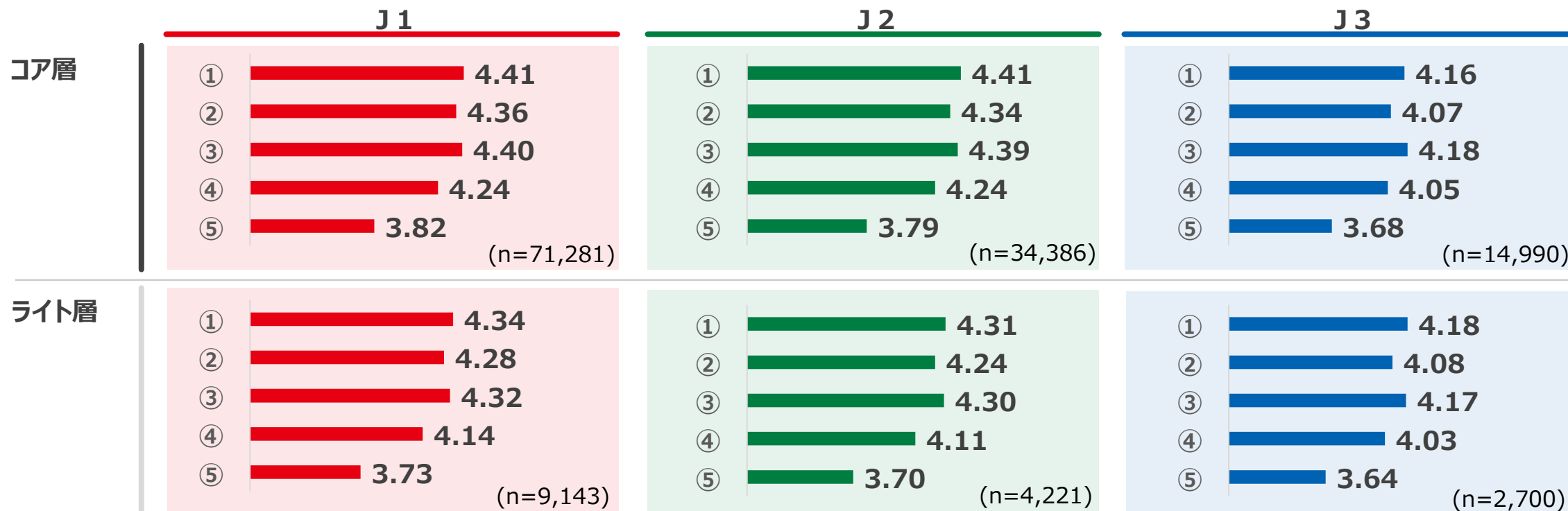
昨年からの回答割合の上昇率を見ると、上位には「クラブの活動の発信・認知」に類するものが多く、特に“ホームタウン・地域への貢献”が注目されている傾向が見える

クラブに対する関心度が高まった理由（対前年比上昇率上位10項目）



ホームタウン貢献に対する評価

カテゴリ・観戦歴を問わず、リーグ全体として各クラブのホームタウンに対する活動・貢献は広く認知・評価されている。中でも特に特徴的な評価を受けているクラブについて、ホームタウン貢献の考え方や取組みの要諦を明らかにすべく、ヒアリング調査を実施（次頁以降参照）



- 下記5つの設問に対し、“大いにあてはまる / あてはまる / どちらでもない / あてはまらない / 全くあてはまらない”の5段階で評価。
- ①ホームタウンで重要な役割を果たしている、②ホームタウンで大きな貢献をしている、③ホームタウンにおけるサッカー・スポーツの普及に寄与している、④ホームタウン活動・地域貢献課題に積極的に取り組んでいる、⑤気候アクションに積極的に取り組んでいる
- スコアの算出方法は、大いにあてはまる：5点、あてはまる：4点、どちらでもない：3点、あてはまらない：2点、全くあてはまらない：1点として、スコア化し平均点を算出

ホームタウン貢献に関するクラブヒアリング調査について

ホームタウンへの貢献に対する評価の高いクラブへのヒアリングを通じて、ファン・サポーターを中心とする地域との関係性を育む・強化するためのホームタウン貢献の考え方や活動の工夫を探った

ヒアリング対象クラブ選定要件

- 2025シーズンのホームタウン貢献に対する評価において、カテゴリを代表するような高いスコアを記録したクラブ
- Jリーグが主催する近年の「シャレン！アウォーズ」において、受賞回数の多いクラブ
- ホームゲームにおける入場者数や収容率等、ファンクラブ会員数等のマーケティング成果も高く、ホームタウンへの貢献が、ファン・サポーターの関心の高まり、スタジアムでの興行の盛り上がりにつながっている可能性が高いクラブ

ヒアリング対象クラブ

J 1

- 川崎フロンターレ
- サンフレッチェ広島

J 2

- いわき F C
- モンテディオ山形

J 3

- 鹿児島ユナイテッド F C

主なヒアリング事項

1

クラブにとって、“ホームタウン貢献とは”どのような位置づけか

（社会貢献活動に留まらず、ホームタウンを経済的に活性化させることも含めている等）

2

ホームタウン貢献の評価が高い理由をどのように理解・分析されているか

（ホームタウン活動/サステナビリティ活動の取組方針が明確、企業・自治体等のステークホルダーを巻き込みができている / 活動実施時・実施後の発信を工夫している 等）

3

ホームタウンへの貢献とファンベースの拡大やホームゲームへの集客を連携させることを考慮されているか、考慮されている場合、具体的な狙い・活動方針とは

4

上記狙い・活動方針を実行可能にしているクラブ内の体制・運営とは

（ホームタウン活動とマーケティング活動が完全な別部署になっておらず、2つの部署を束ねる・横ぐしで見る部署・人がいる / 適宜連携するための会議体がある 等）

5

ホームタウン活動とマーケティング活動の連関に向けた具体的な工夫や意識しているポイントとは

（ホームタウン活動参加者に対して、試合を観戦してもらったり、クラブのファンになってもらうために実施していること 等）

クラブヒアリング結果：まとめ

ホームタウンへの貢献に対する評価の高いクラブには共通している“ホームタウン貢献に対する考え方”が見えてきた。一方で、その考え方を掘り所としつつ、その実践方法は地域ごとに異なることがわかった。

ホームタウンへの貢献に対する評価の高いクラブに共通して見られた考え方

目的

- 実現すべきは“ホームタウン活動”ではなく、“ホームタウンへの貢献”
 - ホームタウン活動の数や参加人数を増やすことが目的ではない

解釈

- “ホームタウンへの貢献”とは、“地域課題の解決を通して、地域の価値を高めること”
 - CSRや社会貢献ではなく、地域が抱える課題に向き合う機会として捉えている

アクション

- 地域課題に対し、クラブならではの提供価値を活かして取り組む
 - クラブだからこそ提供できる価値を見極め、効果を最大化できる領域に注力する

成果

- “ホームタウンへの貢献”と“ファンベースの拡大”は循環するものとして捉えている
 - ファンベースが拡大することで、クラブが生み出す地域貢献のインパクトが更に大きくなる

上記考え方に基づいた実践方法

クラブごとの背景や強み、地域特性によって実践方法は異なる(次頁以降の事例を参照)

ホームタウンへの貢献に対する評価の高いクラブに共通するのは、活動の内容ではなく、地域価値の向上を起点に考える姿勢

取組み事例：サンフレッチェ広島

“スタジアムでの感動体験の創出”、“人が集まる・動くことによる周辺エリアの経済活性化”をクラブの提供価値として設定。興行を通じた地域貢献を推進し、毎試合の観戦者数及びスタジアムでの体験価値向上にこだわりを持つことで、自クラブが生み出す価値を最大化

ホームタウンへの貢献に対するクラブの考え方・実践方法・取組みを支える仕組み

ホームタウン 貢献に対する 考え方

- 地域課題である“人口流出”や“エンターテインメントの少なさ”と向き合うべく、**地域に対するクラブの提供価値を、興行を起点とした“スタジアムでの感動体験の創出”、“人が集まる・動くことによる周辺エリアの経済活性化”と設定**（単なる奉仕活動にリソースを割かず、**本質的に地域のためになる取組を厳選して実施している**）

実践方法

- 活動コンセプトをファン・サポーター、地域住民に対する“エナジーチャージ”と設定。競技結果に依存せずともファンが足を運んでいただくために、事業側でファンに影響を与えることができるタイミング（試合前・ハーフタイム・試合後）にて、**観客の心を動かす・感動させる体験を生み出すことができる企画・取組みに注力**
 ☞ スタジアムが備える最新鋭の設備を最大限活用しつつ、まだどのクラブも実施したことがない新しい企画を推奨・チャレンジすることで、スタジアムに足を運んだファン・サポーターが飽きることのないエンターテインメントの時間を提供

取組みを支える 仕組み

- 営業以外の機能を目指設定を共有し、部局別で方向性がズレないような管理体制を敷いている
- 興行にて実施するイベント等の施策を中長期的な視点で捉え、各年度ごとの位置づけを明確化している（1年目はチャレンジ・2年目は修正、3年目に完成版の施策）それにより、単発施策に終わらず、適切に改善され、ファン・サポーターを楽しませることができる施策の実施が可能に



（2026年SPシーズンに実施された“超熱狂大万博FIREWORKS”）

取組み事例：川崎フロンターレ

地域への帰属が意識が低いという川崎市の特性や街の歴史・背景を背負い、地域の象徴として地域課題を向き合うことがクラブのアイデンティティとして定着。“川崎であること”にこだわりぬいた興行やイベントを通して、地域住民やファン・サポーターの川崎市及び川崎フロンターレに対するロイヤルティを高める機会を提供し続けている

ホームタウンへの貢献に対するクラブの考え方・実践方法・取組みを支える仕組み

ホームタウン 貢献に対する 考え方

- “川崎フロンターレに関わる方に、川崎を好きになってもらいたい”という思想・想いを部門を越えて共有。この思想・想いを拠り所とし、“どうしたら川崎をもっと好きになってもらえるか、愛着を育んでももらえるか”を各部署が考え、活動に反映・推進する方針となっている
- ※“地域への帰属が意識が低い”という課題に向けて、上記思想・想いをもとに川崎市と共に歩んできた歴史が長く、“川崎であることにこだわりぬく”が既にクラブのアイデンティティとなっている

実践方法

- ファン・サポーター、地域住民に対する影響を最大化するため、“入場者数増”と“川崎のことを好きになってもらうスタジアム観戦（観戦体験/イベント体験）”に焦点を当て、マーケティング活動およびホームタウン貢献に係る活動を実施。これにより興行を通して“川崎のことを好きになり、その川崎に貢献するフロンターレを好きになってもらう”という流れを設計

取組みを支える 仕組み

- 試合単位で、部局横断のプロジェクトを設定。共通目標である集客目標の達成に向けた方針・施策の検討や、部局を跨いで意見を言い合う場を意図的に設けることで、“入場者数増”と“川崎のことを好きになってもらうスタジアム体験”のバランスを図りつつ、フロンターレらしさをブラさない活動を実現



(2025シーズン “川崎の車窓から～東急グループフェスタ～”)

取組み事例：いわき F C

地域との関わり方がファンベースの維持・拡大、集客に直結している環境下において、強化部門・事業部門が連携し、行政や地域住民と向き合うことで、いわき市の活性化、「人づくり」「まちづくり」を体現。

ホームタウンへの貢献に対するクラブの考え方・実践方法・取組みを支える仕組み

ホームタウン 貢献に対する 考え方

- クラブのミッション“スポーツを通じて社会価値を創造する”が活動の拠り所となっており、強化部門も含めて、クラブ全体がスポーツを通じていわき市を活性化すること、「人をつくる」・「まちをつくる」ことを活動の根幹に置いている。

実践方法

- 地域推進の目標を「ファンづくりに向けたタッチポイント創出」、「地域・クラブの魅力発信」と置き、**地域イベントへの積極的な参加によるクラブ認知向上はもちろん、行政・自治体担当者もファン化していくことで、クラブ支援の輪を拡大していくことを企図**
- また、上記ホームタウン貢献に対する考え方に照らし、**社会人教育の一環として選手も積極的に地域交流の場へ出ていくことで、ファンづくりや地域とクラブの関係性強化に繋がっている**

取組みを支える 仕組み

- 2026年より地域推進の活動において、どれだけの地域住民と接点を持てたかの可視化に着手。地域貢献の輪をより広げられるように更なる活動の改善に繋げていく
- 部署横断でのプロジェクト（集客熱狂P J）として、来場者数最大化に向けた活動方針・施策検討も実施。興行を通じて、いわき市を活性化していくことも重要視



（地域との接点に選手も積極的に参加し、「人づくり」「まちづくり」を体現）

取組み事例：モンテディオ山形

地域課題の解決とクラブのファンベース獲得・拡大や集客増が循環している好事例。O-60コミュニティやモンタビの取組みを下支えしているのは、“地域に対する想い”と“部局間の連携”

ホームタウンへの貢献に対するクラブの考え方・実践方法・取組みを支える仕組み

ホームタウン 貢献に対する 考え方

- 企業理念である“山形の未来を切り拓く”の下、その役割をクラブが担うために、“**クラブとして地域に何ができるか**”を活動を考える上での軸としている。
※山形においてはクラブの興行にも直接影響がある“人口減少・高齢化”という地域課題と、日々向き合う環境下にある

実践方法

- 地域課題である“高齢化”と“高齢者の生きがいづくり”に対する、O-60コミュニティ（60歳以上を対象としたコミュニティ活動）のように、**地域課題に係る活動と興行とを絡めることで、地域課題の解決とファンベース拡大とを連関させている**
- 興行を中心に育んだクラブのファンベースを、**地域経済の活性化に還元する仕組みにも力を入れており（モンタビ等）、クラブと地域住民との関係性が循環しながら強化されていく仕掛けも実現**

取組みを支える 仕組み

- ホームタウンへの貢献活動を通じてどれだけファンベースを獲得・拡大できたのかをモニタリングし、活動の量・質の改善に繋げている
- 従来、部局ごと縦割りで動くことが多かったが、定期的に情報共有の場を設けることで、上記のような地域課題への取組みと、クラブのファンベース獲得・拡大の取組みを循環させる流れが生み出せている



（「O-60コミュニティ」や「モンタビ」など、地域と共にクラブも成長していく仕掛け）



取組み事例：鹿児島ユナイテッド F C

基本理念・考え方がクラブ職員の行動や判断基準に浸透している好例。“どうしたら地域が盛り上がるのか、どうしたらファン・サポーターやパートナー企業をはじめとした地域の人喜んでくれるのか”という行動規範が、ステークホルダーの共感を生み、ファン・サポーターを惹きつけるクラブの魅力となっている

ホームタウンへの貢献に対するクラブの考え方・実践方法・取組みを支える仕組み

ホームタウン 貢献に対する 考え方

- クラブスローガン“鹿児島をもっとひとつに。”の御旗の下、“どうしたら地域が盛り上がるのか、どうしたらファン・サポーターやパートナー企業をはじめとした地域の人喜んでくれるのか”を考えることが、クラブのあらゆる活動の起点となっている。故に、クラブの全ての活動が“ホームタウンへの貢献”であり、“ホームタウン活動である”という共通認識・統一理解を、クラブ職員が共有している点が特徴的

実践方法

- “街への愛着を育む・郷土愛をくすぐる”仕掛けを方々で展開しており、その積み重ねが地域貢献、クラブへの愛着・関心の高さに繋がっている（スタグルは郷土の名産を中心に提供したり、ファンクラブ特典は鹿児島の名産や地元企業とコラボしたものを提供する等）
- また、上記のようなホームタウン貢献に対する考え方のもと、**地元のステークホルダーとは平等な関係性・距離感を維持し、クラブの活動や興行に協力してもらうような体制を作っている**（クラブの創設時から鹿児島県や鹿児島市、地元サッカー協会と一緒に賑わい創出実行委員会を作る等、興行サポートや送客に貢献してくれている等）

取組みを支える 仕組み

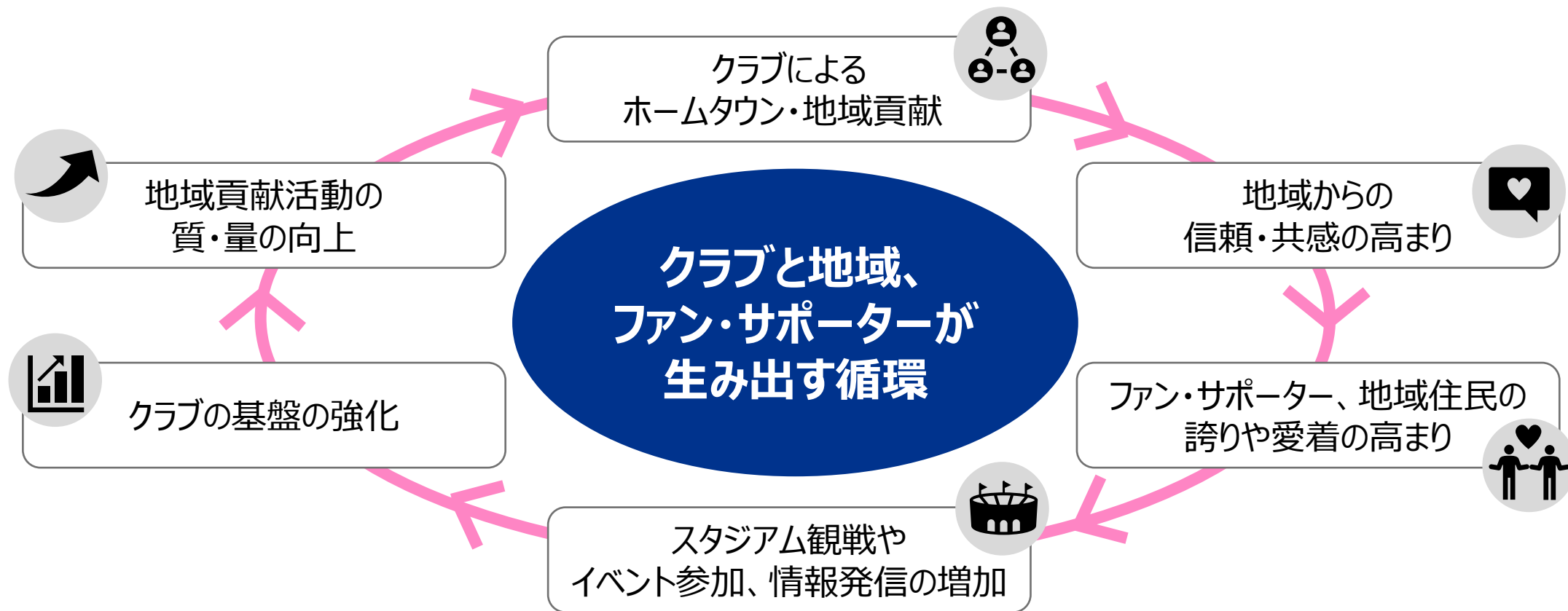
- 地元出身者がフロントスタッフに多く、県人の特徴でもある郷土愛の強さをベースにした上記ホームタウン貢献に対する考え方の浸透・体現がスムーズ



（ファン・サポーター、地域住民、地元企業との関係性を大切にクラブ運営）

ホームタウンへの貢献に係る調査結果から見てくること

今回の調査を通して、クラブのホームタウンへの貢献と、ファン・サポーターの関心度の高まり、ロイヤルティの高まりは同じ循環の中にあり、その循環が力強く回ることによって、クラブが強くなっていくことはもちろん、地域を元気にする力も高まっていく可能性があることが示唆された



クラブ、地域、ファン・サポーターはそれぞれが支える側であり、支えられる側でもある

その他

ー 国立競技場での開催試合に関する観戦評価

06

調査概要（国立開催試合）

2025シーズンにおける国立開催試合計10試合を対象に、試合観戦いただいたホームゲームのチケット購入履歴または来場履歴があるファン・サポーターに対してオンラインアンケートを実施



調査期間

2025年2月～11月



調査対象クラブ

2025シーズンに国立競技場にてホームゲームを主催した計7クラブ



調査対象者

- ・JリーグID保有者の中で該当試合のホームゲームのチケット購入履歴または来場履歴のある方



調査方法

- ・オンラインアンケート



総回答者数

- ・のべ24,723人



調査内容

- ・観戦満足度、再来訪意向、来場目的など

調査対象試合（開催日程順）

No.	対戦カード	開催日程
1	東京ヴェルディ（H）－ 清水エスパルス（A）	2025年2月16日（日）
2	ヴィッセル神戸（H）－ アルビレックス新潟（A）	2025年4月6日（日）
3	F C東京（H）－ 柏レイソル（A）	2025年4月11日（金）
4	F C町田ゼルビア（H）－ 浦和レッズ（A）	2025年4月13日（日）
5	F C東京（H）－ ガンバ大阪（A）	2025年4月25日（金）
6	清水エスパルス（H）－ 名古屋グランパス（A）	2025年5月3日（祝）
7	ジェフユナイテッド千葉（H）－ 大宮アルディージャ（A）	2025年5月6日（火・休）
8	鹿島アントラーズ（H）－ 川崎フロンターレ（A）	2025年5月11日（日）
9	FC東京（H）－ サンプルチェ広島（A）	2025年5月25日（日）
10	F C町田ゼルビア（H）－ F C東京（A）	2025年11月9日（日）

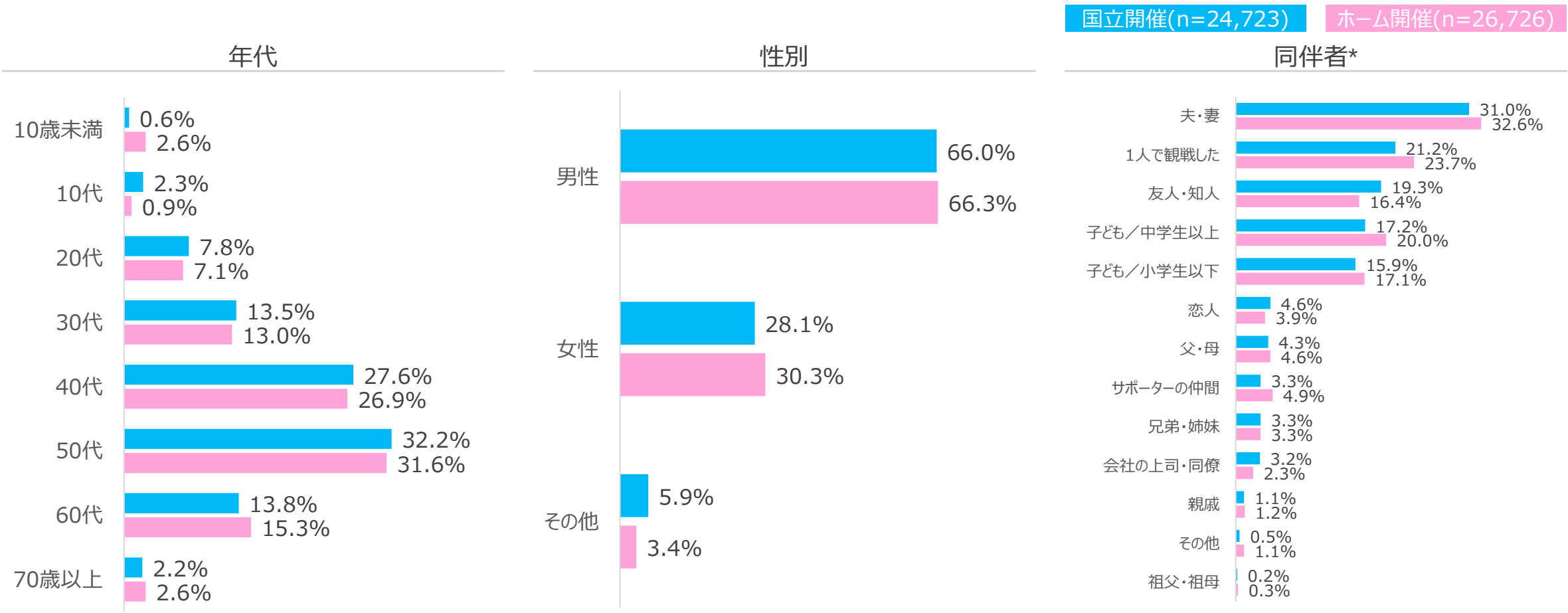
観戦評価（国立開催試合）：まとめ

－ 国立開催は、“新たな観戦機会を生み出す場”として機能している

- － 国立開催試合ではアクセスや観戦環境への評価が高い一方、スタジアムの臨場感や応援体験は、ホーム開催試合と同程度の高い評価となっており、総じて観戦体験の満足度は高い
- － 一方で、再来訪意向はホーム開催試合と比較すると低調で、その理由に目を向けると、「クラブのホームスタジアムへの距離、アクセスの悪さ」や「応援しているクラブではない・特定のクラブのファンではない」との回答が多い
- － これらは**国立開催試合が、普段スタジアムに足を運びにくいファン・サポーターやサッカー観戦層に対して、ホームスタジアムと同等の観戦体験を提供する機会となっている**可能性を示唆している
- － また、国立開催は、“特別なスタジアム”というより、“快適なスタジアム”として評価されており、臨場感や応援体験は国立開催でもホーム開催でも変わらない。これは、**国立競技場の観戦環境の快適性・先進性を認識すると共に、国立開催試合にも引けを取らないスタジアムの臨場感や応援の楽しさ・迫力の高さは、ホーム開催試合の魅力を際立たせる結果に**

国立開催 / ホーム開催*比較（年代・性別・同伴者）

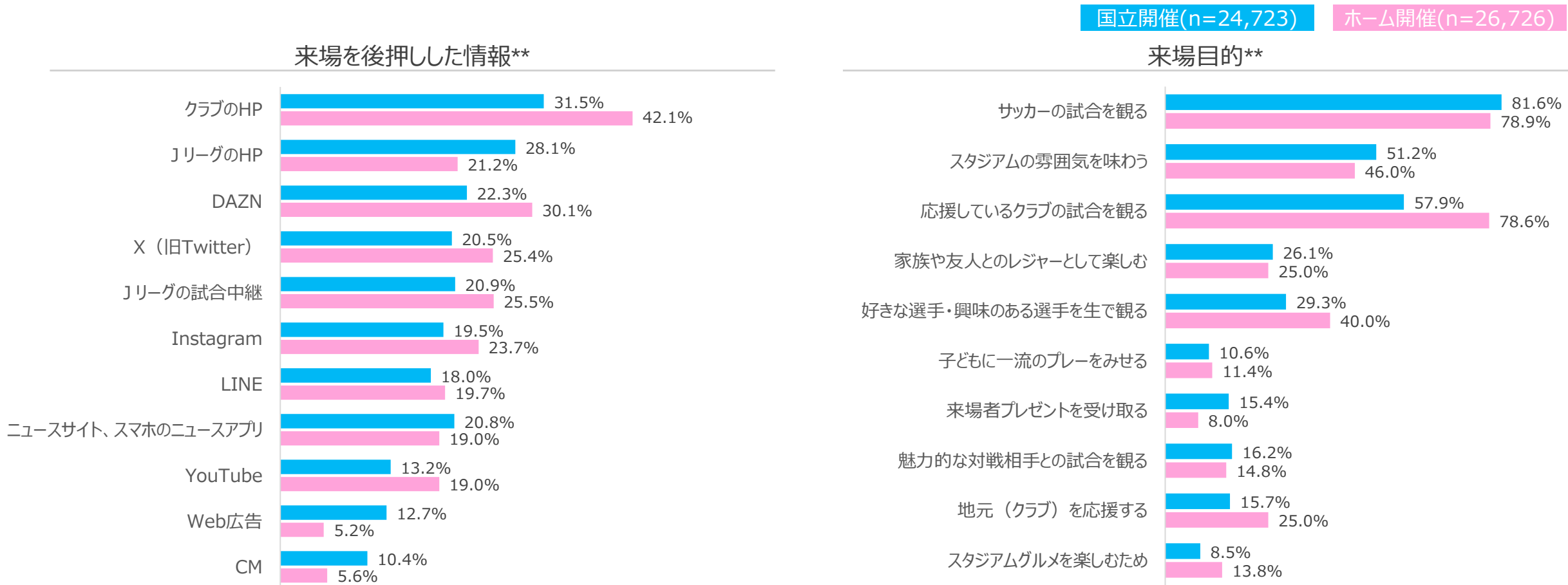
40代・50代がボリュームゾーンであり、全体の約6割を占めている点は変わらないが、国立開催試合の方が10代・20代の割合がやや高い点は特徴的。同伴者観点では“友人・知人”の回答割合が高い一方で、“子ども連れ”の回答割合は低くなっており、通常のホーム開催試合とは観戦スタイルが異なる傾向が見てとれる



*)2025シーズンに国立開催試合を主催した7クラブのホーム開催試合(計28試合)におけるアンケート調査結果

国立開催 / ホーム開催*比較（来場を後押しした情報・来場目的）

国立開催試合において、来場を後押しした情報では、ホーム開催と比べ「ＪリーグHP」や「Web広告」、「CM」の割合が高く、普段はＪリーグのコンテンツに触れないような客層にもリーチしていることが見てとれる。来場目的も、特定のクラブを応援するためというよりは、「スタジアムの雰囲気」や「来場者プレゼント」といった国立開催ならではの特別感を味わいに来ている点が特徴的



アンケート回答のうち、特徴的な項目を抜粋



*)2025シーズンに国立開催試合を主催した7クラブのホーム開催試合(計28試合)におけるアンケート調査結果
**)来場を後押しした情報、来場目的については複数選択可能

重要指標の結果（国立観戦試合）

観戦全体の満足度は通常のホームスタジアムでの開催試合と比べても遜色ないものの、特にコア層の勧誘意向及び再来訪意向は低い結果となっているが、“ホームスタジアム観戦が難しい顧客ニーズに応える”、“ホームクラブを推していなくても観戦する”といった、国立開催ならではの観戦機会を生み出していることがわかる

全体の満足度・勧誘意向

再来訪意向（“ぜひ行きたい/行きたい”の回答割合）

ホームスタジアムでの開催試合へ行きたくない主な理由

コア層
(n=17,166)

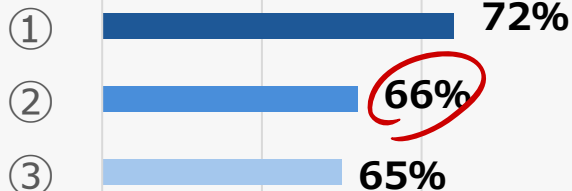
観戦全体の満足度

86%

勧誘意向

14.0

50% 60% 70% 80% 90%



【ホームスタジアムまでの距離・アクセスの悪さ】

- 居住地から遠く、時間も費用もかかる
- アクセスが悪い(国立競技場ではあればアクセスが良い)
- 日帰りができない

【他クラブ推し・特定のクラブのファンではない】

- 特定のクラブのサポーターではない
- 他のクラブを推している

ライト層
(n=7,557)

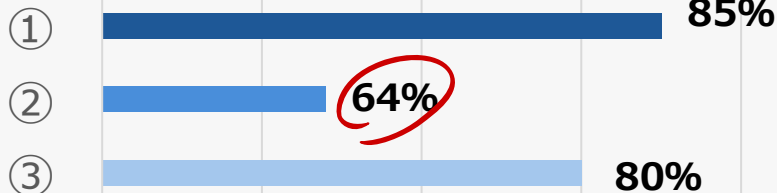
観戦全体の満足度

92%

勧誘意向

26.9

50% 60% 70% 80% 90%

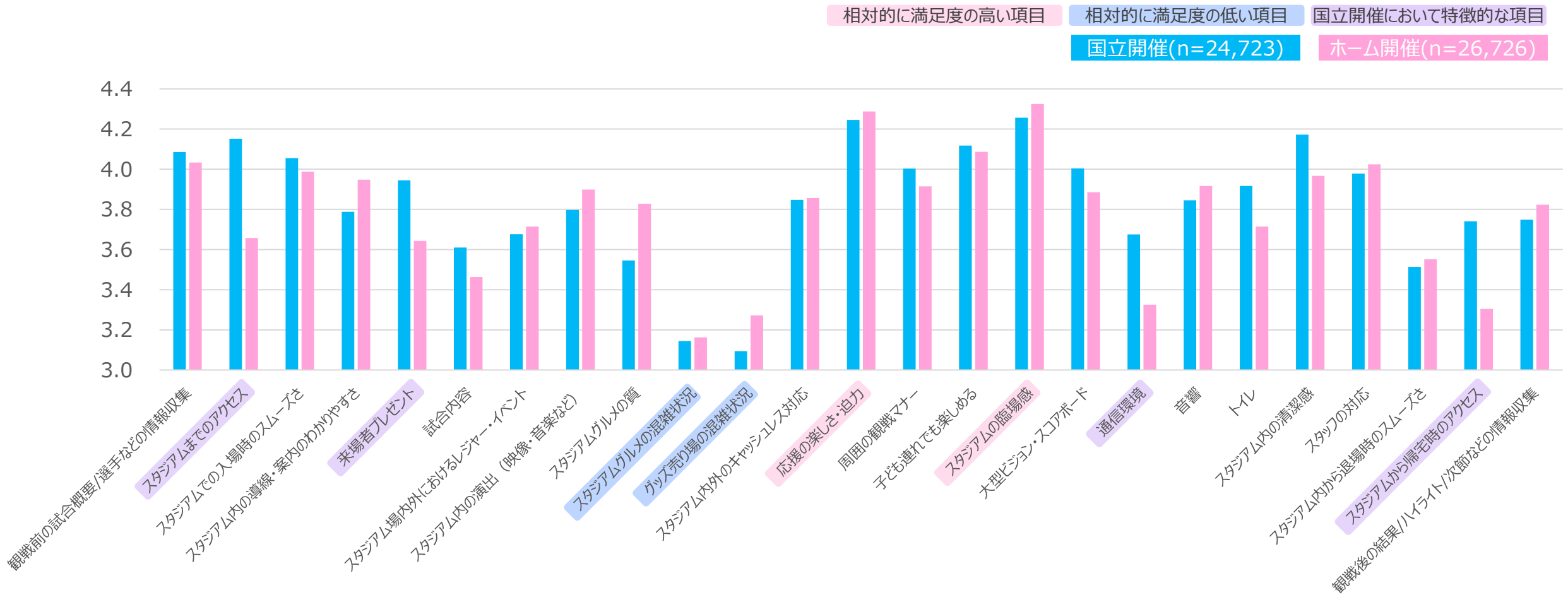


- ホームスタジアムでの観戦がなかなか難しい顧客のニーズに応えている
- 通常のホームスタジアム開催とは異なる顧客層を取り込んでいる（特にライト層）

- 国立開催試合の再来訪意向については、以下の3つの設問に対し、“是非行きたい / 行きたい / どちらでもない / あまり行きたくない / まったく行きたくない”の5段階で評価
①ホームクラブの国立競技場での試合、②ホームクラブの国立競技場以外のホームスタジアムでの開催試合、③ホームクラブに限らない国立競技場でのＪリーグの試合

国立開催 / ホーム開催*比較（項目別満足度スコア）

項目別満足度スコアを見ると、ホーム開催の結果と項目ごとのスコアの高低は変わらないものが多いものの、「スタジアムまで/からのアクセス」や「来場者プレゼント」、「通信環境」は国立開催試合の方がスコアが高く、国立開催ならではの立地や特別感、設備環境が評価されている



本調査の補足・留意点

- 本レポートは、2025シーズンの特定の試合（複数）に関するデータであり、今後調査・分析を継続していくことでより精度の高い実態把握へ繋げていきます。
- 本レポートは、個々のクラブの評価が目的ではないため、評価において具体的なクラブ名は表記しておらず、またクラブ間の比較も含めていません。
※5章 関心度評価に関連するクラブヒアリングの結果については、具体事例として参考とするため、クラブに了承を取った上でクラブ名を公開しています。
- 集計に用いたデータ、調査内容は全て公益社団法人 日本プロサッカーリーグに帰属します。

著者について



笹木 亮佑

ASSOCIATE PARTNER
Sports Strategy

大手メーカー系システムインテグレータにおいて、複数の大手証券会社向けシステムの企画、開発、プロジェクト管理、PMO業務に計7年間従事。金融系システム開発プロジェクトをリードした実績経験を有する。

KPMGコンサルティング株式会社に入社後、コンサルティングサービスとして大規模開発プロジェクトに対するプロジェクトリスクのモニタリング・監査、サイバーセキュリティ管理態勢に関わる評価・改善・経営レポート支援、業務改善・DX推進等のプロジェクトを経験。2020年よりスポーツビジネス部門の立ち上げに参画、現在は同部門の事業責任者を担う。デジタルを活用したマーケティング・ファンエンゲージメント施策、サステナビリティ戦略の事業実装、スポンサー戦略および社会価値創出型パートナーシップの設計・推進を中心に、スポーツを起点とした事業創出および企業価値向上をリード



成島 宏和

MANAGER
Sports Strategy

大手半導体製造装置メーカーにおける技術営業、データビジネスソリューションを活用したコンサルティングサービス、製造業向けIoTサービスにおける事業開発等を経て、現職。

KPMGコンサルティング株式会社では、大手百貨店におけるCRM戦略実行支援、アプリ開発・運用などのプロジェクトを経験し、2025年よりスポーツビジネス部門に参画。現在は、プロスポーツリーグ・クラブにおけるデジタルを活用したマーケティング高度化、CRM戦略実行支援等を中心に担当



お問合せ先

KPMGコンサルティング株式会社

T: 03-3548-5111

E: kc@jp.kpmg.com

kpmg.com/jp/kc

本報告書の著作権は、KPMGコンサルティング株式会社に帰属します。公益社団法人 日本プロサッカーリーグを除き、弊社の事前の承諾なく、本報告書の全部または一部を複製、転載、配布等を行うことを禁じます。ただし、著作権法において認められている引用については弊社の承諾なくご利用できます。本報告書には、公開情報とともに、本調査に利用する承諾を得たうえで、ヒアリング等で第三者から提供頂いた情報も含まれています。これらの情報を含め、報告書の内容には万全の配慮をしておりますが、その保証をするものではありません。本報告書は、利用者ご自身の責任においてご利用ください。掲載されている情報の利用に起因して生じる結果について、弊社は一切の責任を負いませんのでご注意ください。

文中の社名、商品名等は各社の商標または登録商標である場合があります。本文中では、Copyright、TM、R マーク等は省略しています。

写真提供：公益社団法人 日本プロサッカーリーグ

© 2026 KPMG Consulting Co., Ltd., a company established under the Japan Companies Act and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization