神栖市スポーツ施設利活用方策検討業務
報告書

（概要版）

平成 31 年 3 月

株式会社ＡＤＫマーケティング・ソリューションズ

目　次

１．調査結果①　利用ニーズの調査　2
(1)神栖・波崎のスポーツ合宿地としての位置づけ … 2
(2)提供側（宿泊施設）と利用側（新規顧客・既存顧客）の機能サービスに対する認識ギャップ … 2

２．調査結果②　スポーツ施設の現況把握と利用状況　3
(1)築年数，年間利用率，利用１件当たりコスト比較 … 3
(2)利用者属性（市内市外）比較 … 3

３．調査結果のまとめ　4
(1) 利用ニーズの調査 … 4
(2) スポーツ施設の現況把握と利用状況　… 4

４．実施計画　5
(1)実施計画の基本要素と策定フレーム … 5
(2)施策アイデアの創出と集約（誘客テーマの設定に基づいて）　… 6

５．考察　7
(1)主要３競技（サッカー，野球，テニス）別の課題（競技別交流人口を増やすために）　… 7
(2)インドアスポーツへの取り組み（かみす防災アリーナ竣工）　… 7
(3)シンボル施設の必要性（市民とともに「スポーツのまち神栖」を目指すために）　… 8

参考資料（業務の実施概要）　9

1. 調査結果① 利用ニーズの調査

(1) 神栖・波崎のスポーツ合宿地としての位置づけ

・３年以内の**合宿地**として，**神栖・波崎はサッカー以外では目立たない**（東京都近隣 10 県 50 地域中）。

－20 競技種目計（n=580）4.3%（第 13 位），**サッカー（n=83）12.0%（第３位**，箱根と同率），

テニス(n=68)2.9%（第 16 位，同率９地域あり），野球(n=52)該当なし

サッカーの場合（n=83） 3年以内合宿実施者ベース

新規顧客
※団体の競技者が中心

●サッカーでは［神栖・波崎］は第3位，[秩父]が飛び抜けて第1位に位置する

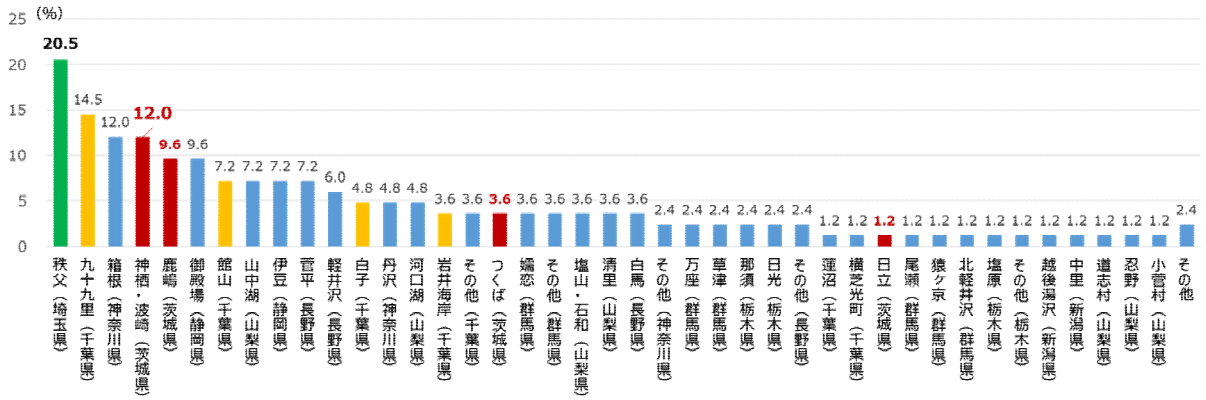

図 1-1　３年以内の合宿地（サッカー）

(2) スポーツ合宿地に期待される(魅力となる)施設機能・サービス

・**安全・安心・整備の行き届いた競技環境**に次いで，**効果的な食事の提供**，**屋外施設コンディション不良時の代替施設の提供・手配**，**アクセス・移動サービス**などへの対応が望まれている。

	宿泊施設		既存顧客（団体指導者中心）／神栖市内で合宿実施	
	n=28	%	n=63	%
1	地域全体が合宿受入れに熱心	60.7	体調不良・ケガ等への対応	100.0
2	交流試合・練習試合のアレンジ・手配	57.1	安全に配慮したグランド・コートの提供	98.4
3	ミーティング用の会議室・研究室の提供・手配	46.4	整備や清掃の行き届いたグランド・コートの提供	92.1
4	ユニフォーム等の洗濯・乾燥設備サービスの提供	46.4	筋力アップ疲労回復に効果的な栄養バランスのある食事の提供	88.9
5	整備や清掃の行き届いたグランド・コートの提供	42.9	屋外施設のコンディション不良時の代替施設の提供・手配	85.7
6	指導者・競技者向けの研修合宿の開催	42.9	地域内でのアクセスのよさ	85.7
7	安全に配慮したグランド・コートの提供	39.3	ユニフォーム等の洗濯・乾燥設備サービスの提供	82.5
8	複数利用のある団体への特典・優遇	39.3	同時期にスポーツ合宿するチーム間の練習試合のコーディネイト	77.8
9	体調不良・ケガ等への対応	35.7	交流試合・練習試合のアレンジ・手配	77.8
10	スポーツの国際大会・全国大会・プロ実業団大会開催に熱心	35.7	地域全体が合宿受入れに熱心	77.8
	スポーツ以外のイベント（音楽フェス、ダンス等）開催に熱心	35.7		
	（世の中的に）新しい競技種目の合宿誘致に熱心	35.7		

	既存顧客（団体指導者中心）		新規顧客（県外団体所属の個人）	
	N=111	%	N=1207	%
1	体調不良・ケガ等への対応	97.3	整備や清掃の行き届いたグランド・コートの提供	75.1
2	安全に配慮したグランド・コートの提供	96.4	体調不良・ケガ等への対応	74.5
3	整備や清掃の行き届いたグランド・コートの提供	94.6	使いやすく清潔な更衣室・シャワールームの提供	72.4
4	筋力アップ疲労回復に効果的な栄養バランスのある食事の提供	90.1	安全に配慮したグランド・コートの提供	72.1
5	地域内でのアクセスのよさ	86.5	地域内でのアクセスのよさ	67.6
6	屋外施設のコンディション不良時の代替施設の提供・手配	84.7	屋外施設のコンディション不良時の代替施設の提供・手配	62.6
7	ユニフォーム等の洗濯・乾燥設備サービスの提供	80.2	最寄り駅・バス停への送迎サービス・施設間の移動サービス	61.1
8	使いやすく清潔な更衣室・シャワールームの提供	75.7	筋力アップ疲労回復に効果的な栄養バランスのある食事の提供	59.2
9	プロ仕様・国際基準の高品質なグランド・コートの提供	74.8	ユニフォーム等の洗濯・乾燥設備サービスの提供	58.7
10	最寄り駅・バス停への送迎サービス・施設間の移動サービス	74.8	宿泊施設とスポーツ施設がパッケージ化された合宿プラン	58.2

図 1-2　宿泊施設からみた顧客のニーズと利用顧客からみた魅力ある機能・サービス

2. 調査結果② スポーツ施設（公共施設）の現況把握と利用状況

(1) 築年数，年間利用率，利用１件当たりコスト比較

		n=	平均築年数（年）	n=	平均利用率（%）	n=	1件当たりのコスト（万円）
	全体	**40**	**31.5**	**39**	**24.6**	**39**	**4.8**
用途別	屋内 計	15	37.2	15	31.2	15	3.0
	体育館	5	41.6	5	45.9	5	1.0
	卓球場	2	39.5	2	21.8	2	1.8
	道場・柔道場	4	34.8	4	27.8	4	5.7
	弓道	2	32.5	2	20.2	2	5.3
	多目的室	1	44.0	1	20.5	1	2.9
	プール	1	23.0	1	23.5	1	0.1
	屋外 計	25	28.0	24	20.5	24	5.9
	サッカー場	5	16.2	5	25.3	5	6.9
	フットサル場	2	7.0	2	32.5	2	0.7
	庭球場	3	24.0	3	23.3	3	0.4
	野球・ソフトボール場	9	36.8	9	17.9	9	6.2
	多目的広場	3	37.0	3	18.6	3	7.5
	陸上競技場	2	32.0	2	6.6	2	13.4
	パターゴルフ場	1	27.0				

40年以上	最高値	10万円超
10年未満	最低値	2万円未満

図 2-1　施設競技別：築年数・利用率・コスト比較

・**体育館は築年数が長い**一方で，利用種目が多く天候の影響がないため**利用率が高く，維持管理コストは低い**。屋外施設では**陸上競技場の低利用率と高コスト**が際立つ。

・主要３競技種目※では，**野球場の築年数が最長で利用率が最低**になっている。**庭球場は最も低コスト**で維持管理されている。

※主要３競技種目
新規顧客調査において回収数が 50 サンプルを超えた競技種目

(2) 利用者属性（市内・市外）比較

・施設平均では **85%が市内利用**で，**市外利用が高い施設は矢田部サッカー場と高浜運動広場サッカー場**で **80%を超え**，**野球場は 25%以上**の５施設中の**３施設**を占め，市外利用が比較的多い。

・**屋内施設は市民利用がほとんど**を占め，屋外施設の中でも**庭球場は市内利用が 96～99%**と高い。

		神栖市内	神栖市外
	全 体	85.2	14.8
屋内	神栖市民体育館	96.0	4.0
	神栖市波崎体育館　競技場	89.4	10.6
	神栖市土合体育館　競技場	97.4	2.6
	若松公民館　体育室	97.7	2.3
	神栖市波崎体育館　卓球室	86.8	13.2
	神栖市土合体育館　卓球室	99.4	0.6
	神栖市武道館　大道場	97.5	2.5
	神栖市武道館　小道場	99.2	0.8
	神栖市土合体育館　武道場	100.0	-
	神栖市波崎体育館　柔道場	97.0	3.0
	神栖市武道館　弓道場	100.0	-
	神栖市波崎体育館　弓道場	100.0	-
	神栖市土合体育館　多目的室	99.5	0.5
	神栖海浜温水プール	77.3	22.7

(%)

神栖市内：背景色（オレンジ）は 95%以上を示す
神栖市外：背景色（ピンク）は 50%以上，（緑）は 25%以上を示す

		神栖市内	神栖市外
	全 体	85.2	14.8
屋外	高浜運動広場サッカー場	17.5	82.5
	神栖海浜サッカー場	64.0	36.0
	神栖総合公園サッカー場	92.4	7.6
	神栖市若松運動場　フィールド	87.1	12.9
	神栖総合公園フットサル場	98.2	1.8
	豊ヶ浜フットサル場	82.4	17.6
	神之池庭球場	98.2	1.8
	神栖海浜庭球場	96.4	3.6
	若松庭球場	99.3	0.7
	神之池野球場	89.5	10.5
	高浜運動広場野球場	100.0	-
	神栖海浜球場	73.9	26.1
	若松野球場	57.7	42.3
	若松少年野球場	78.9	21.1
	宝山野球場	71.4	28.6
	豊ヶ浜野球場	78.3	21.7
	土合野球場	89.2	10.8
	神栖海浜ソフトボール場	98.1	1.9
	石塚運動広場多目的広場	93.6	6.4
	神栖市海浜運動公園多目的広場	65.1	34.9
	若松多目的広場	90.2	9.8
	神之池陸上競技場	92.5	7.5
	若松運動場陸上競技場　トラック	76.9	23.1

(%)

図 2-2　施設別：市内・市外利用者比率

3. 調査結果のまとめ

(1) 利用ニーズの調査

スポーツ合宿地を選ぶポイントである「安い・近い・短い」を満たし、合宿に専念できる環境があり、合宿経験がある団体のリピート意向が高い神栖市である一方、

市外のスポーツ団体からみて：
- ●スポーツ合宿地としての存在感が弱い
- ●施設提供する機能・サービスが利用側のニーズとマッチしていない
- ●合宿してみれば満足度高い、パンフレットを見て利用意向あり

＜課題＞
- →スポーツ合宿地として知られていない・想起されにくい
- →平均的な満足感の提供にとどまっている
- →神栖市のメリットが伝わっていない

知ってもらう、来てもらう、満足してもらう施策が必要

市内の宿泊施設からみて：
（有効なスポーツツーリズム活性化策）
- ●スポーツ施設の補修・改修・メンテナンスの徹底
- ●スポーツイベント・大型スポーツ大会の誘致
- ●交流試合・練習試合の活性化
- ●指導者・競技者向け研修合宿の開催

- →スポーツ施設の品質維持・管理が重要視されている
- →スポーツをみる機会の拡大が望まれている
- →スポーツをする機会をつくる支援が求められている
- →スポーツを支える機会が新たな集客につながる

スポーツをする機会、みる機会、支える機会の拡がりが必要

図 3-1　利用ニーズの調査（まとめ）

(2) スポーツ施設の現況把握と利用状況

築年数37年超の施設が39施設中17施設、年間平均の施設利用率が24.6%（トップシーズン8月でも31.6%、オフシーズン1月17.9%・2月19.2%）

＜課題＞

築年数：
- ●築20年以内の施設はサッカー場、フットサル場、庭球場に集中
- ●築40年以上の施設は神之池、土合、若松地区に多い

→改修待ったなし：利用状況や地区バランスをみながら計画をつくる

利用率：
- ●体育館の利用率は全体的に高い
- ●利用率が低い施設には野球場が目立つ
- ●市内比率は全施設平均で８割、市外比率上位の施設はサッカー場と野球場に集中
- ●大会利用施設数は野球場で多い

→大会誘致に適した施設、合宿受入れを重視する施設、雨天等の代替施設、市民利用施設など、施設ごとに利用のしかたを明確にする

月別利用状況：
- ●神栖市合宿実施：8月、3月、12月（高校は特に8月、3月）
- ●神栖市大会参加：8月、3月、12月に加えて、4月・5月にも
- ●大学系団体の合宿：ピークは8月、2月にもヤマあり

→大会誘致、大学団体の誘致、などでオフシーズンの底上げを考える

図 3-2　スポーツ施設の現況把握と利用状況（まとめ）

4. 実施計画

(1) 実施計画の基本要素と策定フレーム

■実施計画の基本要素

目的：達成すること，なりたい・あってほしい状態　⇒スポーツを通じて神栖市への交流人口を増やす

目標：目的の達成レベルがわかる指標と数値の設定　⇒（今後，指標を決定し，データ収集体制を確立後に検討）

期間：目的や目標達成までの時間設定　⇒2019 年から 2021 年の３ヵ年（ゴールデンスポーツイヤー）

対象：目的を達成するために働きかける対象となる人・組織　⇒首都圏のスポーツ団体・スポーツ実践者

課題：目的を達成するために解決すべきこと　⇒主要の６課題

①スポーツ合宿地としての魅力の認知不足（サッカー以外に合宿地としての確固とした位置づけが弱い）

②提供側が重要と考える機能・サービスと利用側のニーズが不一致

③スポーツ施設の老朽化対策，計画的な改修の必要性

④スポーツ施設利活用の閑散期・閑散時間帯の利用率の底上げ，及び繁忙期のさらなる積上げ

⑤スポーツを見る機会，支える機会の拡大（プロスポーツや国際大会の誘致，各種研修合宿の開催など）

⑥神栖市全体の一体感，ブランドイメージの弱さ

方法：目的を達成するための方法，方向性　⇒態度変容３つのステップとスポーツとの接点３つの機会

○知ってもらう→来てもらう→満足してもらう
○スポーツをする機会，みる機会，支える機会

手段：方法の中の具体的な施策分類　⇒７つの施策分類

①スポーツ大会・合宿・イベント誘致　②PR テーマ開発　③商品・サービス開発
④情報発信（広告）　⑤情報発信（広報）※SNS を含む　⑥スポーツ産業・人材支援（認定・助成）
⑦PR ツール制作

体制：施策を実行するために必要な組織体制　⇒既存の組織・部署が役割分担により連携

予算：事業の立上げと運営実施に係る概算金額　⇒（今後，施策アイデアごとに検討）

■実施計画の策定フレーム（アイデアソンを通じて完成）

図 4-1　実施計画の策定フレーム

(2) 施策アイデアの創出と集約（誘客テーマの設定に基づいて）

・アイデアソンで出された施策アイデア（ヒント）を基にさらに膨らませて 70 の施策アイデアを創出，これらを類似性や関連性の観点から整理して 38 の施策に束ね，最終的には，短期的効果と実行可能性を考慮して４つの施策アイデアに集約した。

・４つの施策アイデアは，実施計画の策定フレームの中では以下のように位置づけられる。

施策アイデア①　来てもらう施策　×　スポーツをする機会

【タイトル】　大会主催者・合宿参加者へのインセンティブ制度
【施策の分類】　大会・合宿誘致プロモート
対象：首都圏のスポーツマネジメント会社，各種スポーツ競技団体
内容：閑散期の施設予約確保の優遇（プチ合宿や１泊２日の小規模大会の誘致）
大会・合宿運営費の支援（補助金制度）

施策アイデア②　満足してもらう施策　×　スポーツを支える機会

【タイトル】　スポーツ関連事業者とのタイアップ（ソフト面の企画）
【施策の分類】　大会・合宿誘致プロモート
対象：首都圏のスポーツマネジメント会社，民間運動施設運営会社，旅行事業者
内容：神栖市のインフラ要素を活かした観光企画
宿泊施設・大会などでのアスリート食の提供
参加者対象のスポーツ教室・ナレッジ講座の開催
合宿・大会イベント開催時の歓迎や盛り上げのための空間演出

施策アイデア③　知ってもらう施策　×　スポーツをする機会・みる機会・支える機会

【タイトル】　「神栖市＝スポーツ」の PR プロモーション
【施策の分類】　情報発信（広報・広告）
対象：首都圏のスポーツマネジメント会社，各種スポーツ競技団体，旅行事業者，
首都圏各種マスメディア，市政記者クラブ加盟社
内容：PR コンテンツ制作（PR 動画，WEB サイトリニューアル，プレスリリースなど）
スポーツ関連メディアへのアプローチ
合宿・大会参加者向けの交通広告，インターネット検索サイト広告の展開

施策アイデア④　知ってもらう施策　×　スポーツをする機会・みる機会・支える機会

【タイトル】　スポーツ系インフルエンサーの活用
【施策の分類】　情報発信（SNS）
対象：スポーツ指導者，スポーツ団体代表者，スポーツ部所属大学生・高校生，
首都圏のスポーツマネジメント会社，各種スポーツ競技団体
内容：神栖市のスポーツおよび観光資源の体験取材ツアー
（スポーツ施設・エリア，観光スポット，提供サービスなど）

5. 考察

(1) 主要3競技（サッカー，野球，テニス）別の課題（競技別交流人口を増やすために）

■サッカーの合宿誘致と大会開催

・課題１：知る人ぞ知るサッカー合宿の神栖
アマチュアスポーツ合宿の中心地「波崎地区」，プロチーム，ナショナルチームの練習合宿拠点としての「神栖地区」の両輪をもつことにより，ブランド力を向上させる

・課題２：システムや体制面の整備
公共スポーツ施設のスムーズな予約システム，宿泊施設の受入体制（連携）と提供サービスの質的な統一，医療体制の整備を進める

・課題３：閑散期の対策
少子化の進む中，ミドル（40－50 代）層，団体 OB・OG を取り込む合宿・大会の企画に取組む
（但し，このターゲット層へは観光の要素が重要）
競技団体とのパイプを神栖市独自でもつことによるアピール力のある大会の誘致

■野球の合宿誘致と大会開催

・課題：老朽化，高コスト，低利用率の三つ巴の課題（悪循環）
市外利用や大会利用が比較的多く，改修で凌ぐよりも新球場を作ることが相応しい状況にある
安全・安心・整備の行き届いた競技環境の実現，更衣室・シャワールームなどの付帯施設の機能サービスの強化などを図る

■テニスの合宿誘致と大会開催

・課題：市民利用がほとんど（交流人口が少ない），３施設で利用率にバラツキ
各施設独自の集客プログラムを作るだけでなく，市を挙げたイベント開発や，相互連携により大口の団体にも対応できるような柔軟な利用を可能にする仕組みをつくる

■3競技に共通して

・グランド・コートのコンディション不良時の代替施設の手配・提供
体育館の有効活用と機能強化（トレーニング設備とプログラムの提供，体力計測と栄養面を含むアドバイスの提供など）

・競技共用スペースの機能サービス強化（ミーティングルーム，更衣室・シャワー室　他）

(2) インドアスポーツへの取り組み（かみす防災アリーナ竣工）

・2019 年６月１日に竣工を迎える「かみす防災アリーナ」を神栖市におけるインドアスポーツの新たな拠点とし，市外からの誘客利用を強化する。

■施設規模

・メインアリーナ（バスケットボール３面，観客席 2,500 席），サブアリーナ（バスケットボール１面）

・施設規模からみて安定した利用率を維持するには，市民利用だけでなく市外利用の取り込みが必要

■対象とする競技種目

・バスケットボールをはじめ，バレーボール，バドミントン，ダンス，フットサルなどの様々な競技種目を対象とすることにより，一年を通した誘客が可能

特に，インドアスポーツにおける神栖市内での合宿実施は未開拓分野であり，新たな誘客層の獲得につながる可能性があります。

⑶ シンボル施設の必要性（市民とともに「スポーツのまち神栖」を目指すために）

・市民が誇りに思い自慢でき，住んでいる街を紹介できるようにするためには，一言で説明できる独自性がある具体をシンボルとして見える化し，共有する。

■神之池緑地のシンボル拠点化

・健康寿命を延ばすことを意図したスポーツ（軽い運動を含む）の活用により市民参加の拡がりをつくる
（多様な競技種目との出会いの場を用意し，リラクゼーションとコミュニケーションの場をつくる）

- 風光明媚な「神の池」と称され，神栖の名前の由来の一つにもなった神之池とその周辺を，「スポーツのまち・神栖」を象徴する空間と位置づけ，シンボル拠点となる施設の整備や，シンボルゾーンとしての機能集積などを図る
- Park-PFI など公民連携スキーム活用の可能性を検討しながら，民間事業者のノウハウを活かし，立地環境に相応しいカフェやレストラン，グランピング施設，ランニングステーション，足湯，屋外アートなどによる，憩い・交流・情報などの拠点となる機能形成を検討する
- この様な拠点づくりの実現は，市民の神栖への愛着・誇りを育み，対外的な魅力・イメージ向上などにつながる

今後は，神之池のシンボル化に伴い，神之池自体もスポーツ施設の１つとして捉え，神栖市や神之池の認知度向上やブランディングの一つになると考える。特にカヌーやグラウンド・ゴルフについては，2019 年にいきいき茨城ゆめ国体も開催されることから，合宿や大会誘致の好機となることが考えられます。これらの種目についても誘客に向けた周知や環境整備などを進めることが効果的であると考えます。

■かみす防災アリーナのシンボル拠点化

・イベント企画やプロモートを通じて，スポーツを「する機会」に加えて「みる機会」を広げる

- （する機会）市民利用と市外利用のバランスを図るとともに，交流機会（練習試合等）をコーディネイトする
- （する機会）屋外施設の天候不良時や熱中症対策時に，臨機応変にトレーニング室の利用や研修プログラム等での会議室を利用できるサービスを提供する
- （みる機会）各種スポーツのプロリーグ戦，国際大会・全国大会等の誘致以外に，パブリック・ビューイングなど多様なスポーツ体験イベントを開催する

シンボル施設の存在は，そこに行けば何かがある，楽しく時間をすごせる場への期待は，定期的な行動を喚起することにもつながります。

■スポーツ施設利活用検討業務の全体進行

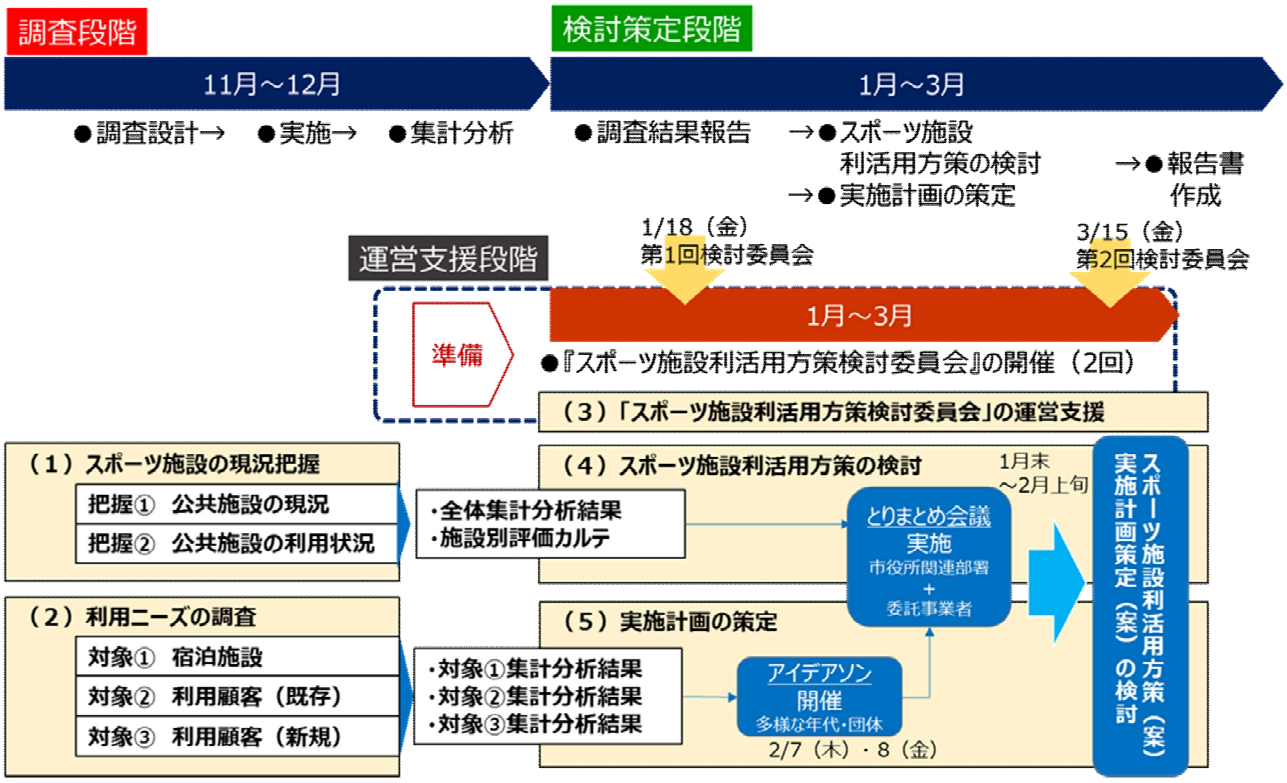

図 0-1　スポーツ施設利活用方策検討の実施フレーム

■調査概要と分析視点

図 0-2　分析視点：利用ニーズの調査

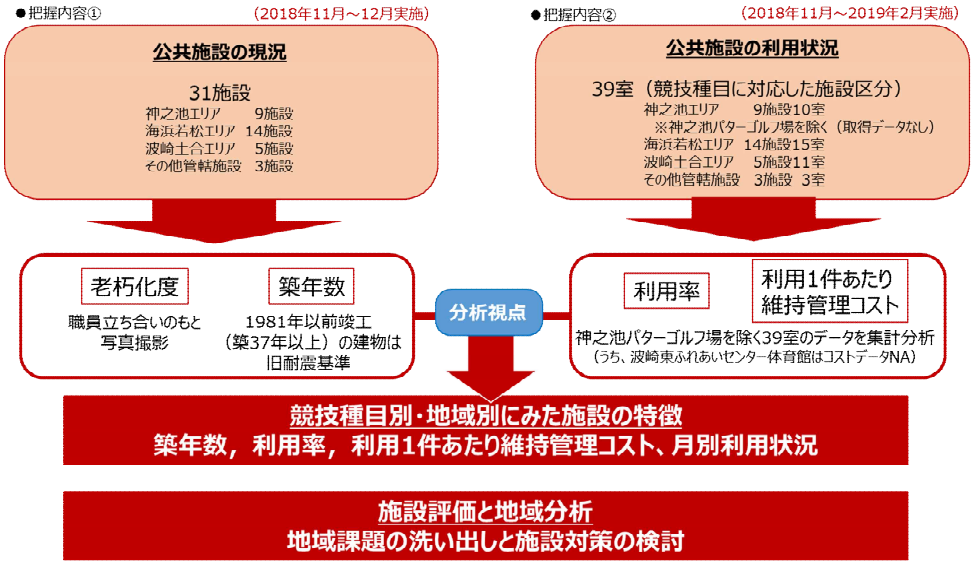

図 0-3　分析視点：スポーツ施設の現況把握と利用状況

■アイデアソンの概要

図 0-4　アイデアソンの開催概要