

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 28 年秋季から平成 29 年春季にかけて、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	阪神タイガース秋季キャンプ	11/5	100
	野球	オリックスバファローズ秋季キャンプ	11/6	100
	男子ゴルフ	カシオワールドオープン	11/26	100
春季	サッカー	徳島ヴォルティス春季キャンプ	1/21・22	100
	サッカー	カマタマーレ讃岐春季キャンプ	1/28・29	100
	サッカー	アルビレックス新潟春季キャンプ	2/12	100
	野球	埼玉西武ライオンズ春季キャンプ	2/11	100
	野球	阪神タイガース春季キャンプ	2/19	100
	野球	ハンファ・イーグルス春季キャンプ	2/18・19	34
	野球	プロ野球プレシーズンマッチ	2/25・26	400
	女子ゴルフ	ヨコハマタイヤPRGRレディス	3/11	200
				1434

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。

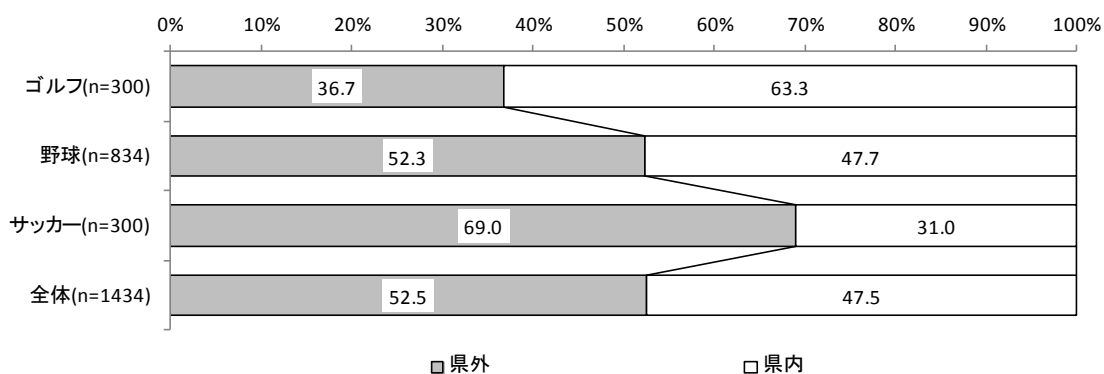
① 阪神タイガース秋季キャンプ	: タイガース秋季
② オリックスバファローズ秋季キャンプ	: オリックス秋季
③ カシオワールドオープン	: カシオ
④ アルビレックス新潟春季キャンプ	: アルビレックス
⑤ 徳島ヴォルティス春季キャンプ	: ヴォルティス
⑥ カマタマーレ讃岐春季キャンプ	: カマタマーレ
⑦ 埼玉西武ライオンズ春季キャンプ	: ライオンズ春季
⑧ 阪神タイガース春季キャンプ	: タイガース春季
⑨ ハンファ・イーグルス春季キャンプ	: ハンファ
⑩ プロ野球プレシーズンマッチ	: 野球プレシーズン
⑪ ヨコハマタイヤPRGRレディス	: ヨコハマタイヤ

(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

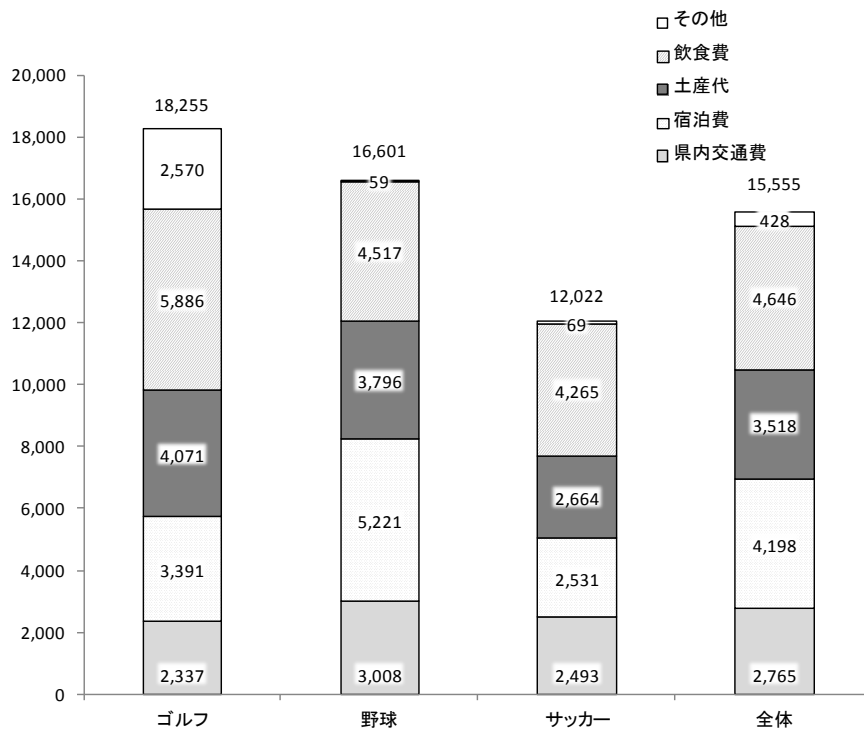
● スポーツ種別でみた県外客割合と県内消費額

(参考1) スポーツ種別県外客・県内客割合 (%)



県外客・県内客の割合をみると、サッカーは県外客が6割以上、野球は5割以上となっており、ゴルフは県内客が半数以上を占めている(参考1)。

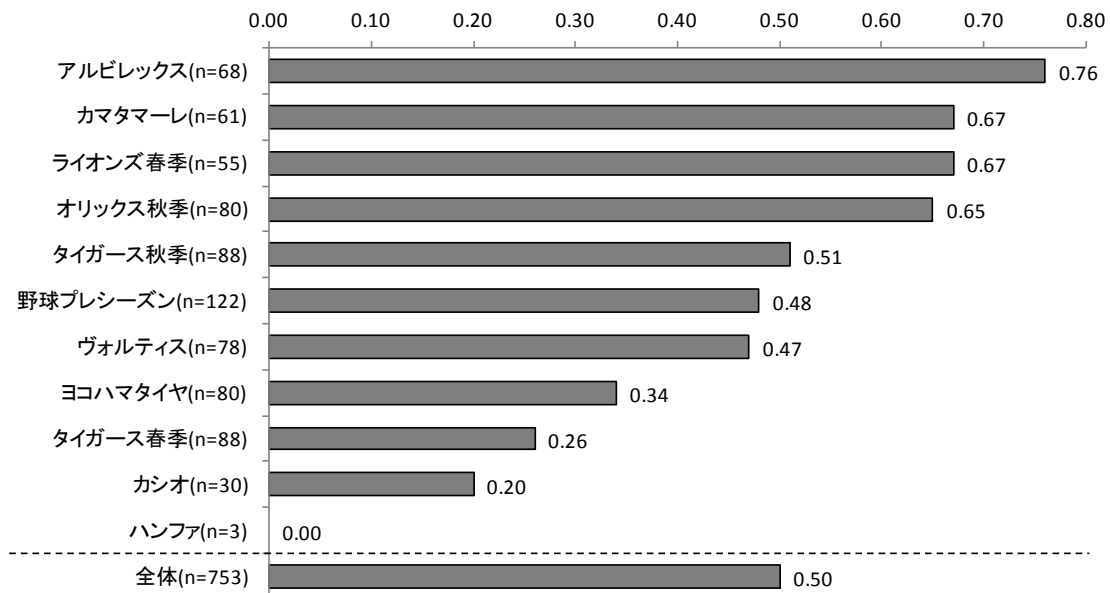
(参考2) 県内平均消費額(円) ※県内客、及び県外パック利用客を除く



県内平均消費額をスポーツ種別にみると、ゴルフが18,255円で最も高く、次いで野球が16,601円、サッカーが12,022円となっている(参考2)。

● 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



県外客の立寄観光スポット平均件数は0.50件となっている。調査区分別にみると、アルビレックスが0.76件で最も多くなっており、ハンファが最も少なく、観光スポットへの立ち寄り（立ち寄る予定）がないと回答している（参考3）。

● 主な意見・感想

アンケート調査時に観戦客から寄せられたご意見・ご感想の主だったものに以下のようなバスや会場までのアクセスに関する声が一番多くあげられている。

- 県内の交通は、車がない人にとって不便ではないか。
(オリックス秋季・愛媛県・40代男性)
- この期間だけでもいいので春野球場行きのバスの便を増やして欲しい。
(アルビレックス・東京都・20代男性)
- バスの本数が数時間に一便しかないのは少なすぎ。
(ライオンズ春季・神奈川県・30代女性)

また観戦客は購買意欲があるにもかかわらず、キャンプ開催地・試合会場等において対応できていない状況について、以下のようなご意見があった。

- 高知の産品（農作物）を球場周りで販売してくれるとありがたいし、売れると思う。
(タイガース秋季・徳島県・50代男性)
- 道の駅など利用しやすい所で鯉のタタキが買う事が出来れば良いなと思う。
(ヨコハマタイヤ・岡山県・60代女性)
- 安芸市営球場はグッズの販売があるが春野運動公園ではない。高知のキャンプに来た記念になるような物があればお土産に買いたい。
(ライオンズ春季・京都府・40代男性)

その他のご意見には、情報が不足していることに対する不満の声のご意見があった。

- 美味しい食事を毎年楽しみにしているが、お店の情報があまり手に入らないので困る。
(ライオンズ春季・東京都・30代女性)
- キャンプ見学でせっかく高知まで来たので、観光をしたいと思うが、子どもが喜びそうな施設がどこにあるかも分からない。
(タイガース秋季・岡山県・40代女性)
- 高知はカツオだけじゃないことをアピールしてほしい。日曜市も行ってみると、思っていた以上の良さが分かる。
(オリックス秋季・大阪府・20代男性)

県内平均消費額（P3：参考2）や立ち寄り観光スポット平均件数（P4：参考3）で見られるように、土産代などの消費額が低いこと、観光スポットへの立ち寄りが少ないことは、交通アクセスの悪さや会場周辺の物販情報、観光情報の広報不足も要因として考えられる。

以上、アンケート結果の主な傾向と、寄せられた意見・感想をあげた。

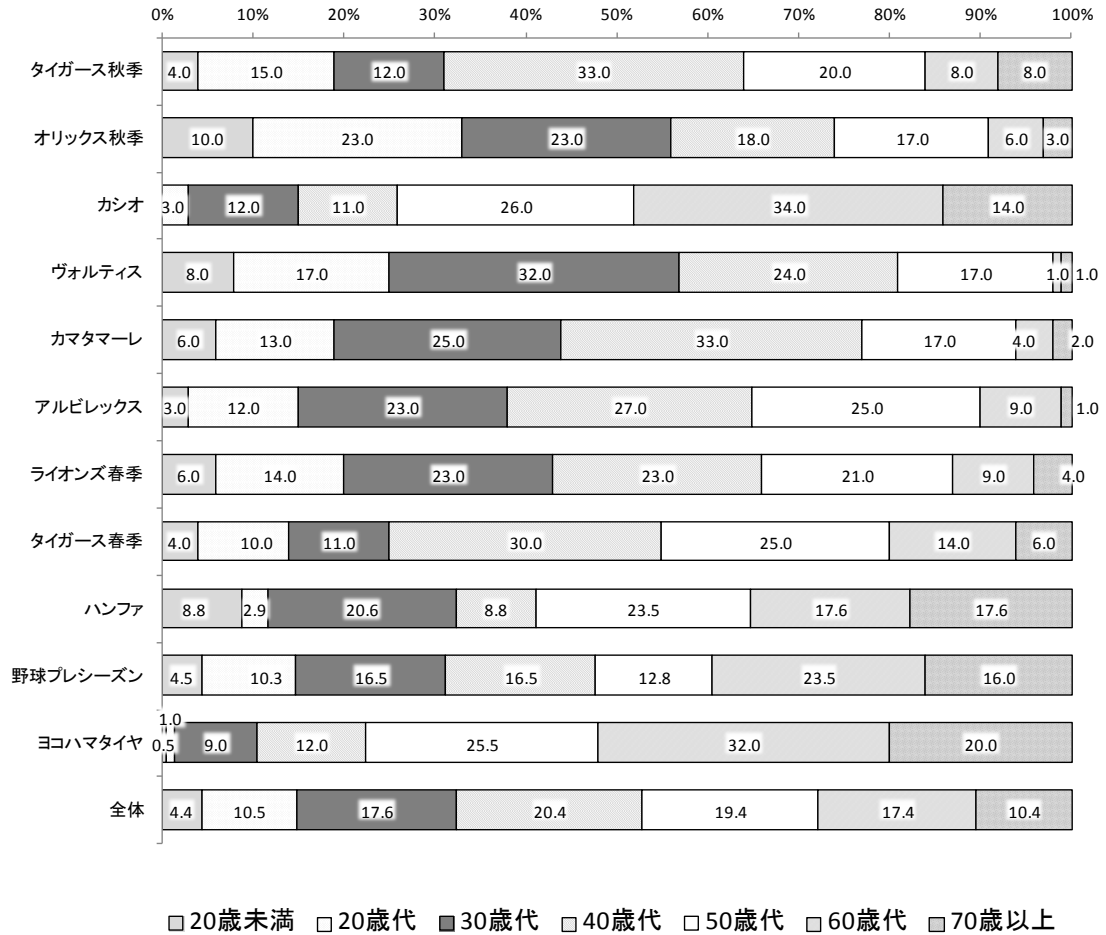
2. 年代

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
タイガース秋季	4	15	12	33	20	8	8	100
	4.0	15.0	12.0	33.0	20.0	8.0	8.0	100.0
オリックス秋季	10	23	23	18	17	6	3	100
	10.0	23.0	23.0	18.0	17.0	6.0	3.0	100.0
カシオ	0	3	12	11	26	34	14	100
	0.0	3.0	12.0	11.0	26.0	34.0	14.0	100.0
ヴォルティス	8	17	32	24	17	1	1	100
	8.0	17.0	32.0	24.0	17.0	1.0	1.0	100.0
カマタマーレ	6	13	25	33	17	4	2	100
	6.0	13.0	25.0	33.0	17.0	4.0	2.0	100.0
アルビレックス	3	12	23	27	25	9	1	100
	3.0	12.0	23.0	27.0	25.0	9.0	1.0	100.0
ライオンズ春季	6	14	23	23	21	9	4	100
	6.0	14.0	23.0	23.0	21.0	9.0	4.0	100.0
タイガース春季	4	10	11	30	25	14	6	100
	4.0	10.0	11.0	30.0	25.0	14.0	6.0	100.0
ハンファ	3	1	7	3	8	6	6	34
	8.8	2.9	20.6	8.8	23.5	17.6	17.6	100.0
野球プレシーズン	18	41	66	66	51	94	64	400
	4.5	10.3	16.5	16.5	12.8	23.5	16.0	100.0
ヨコハマタイヤ	1	2	18	24	51	64	40	200
	0.5	1.0	9.0	12.0	25.5	32.0	20.0	100.0
全体	63	151	252	292	278	249	149	1,434
	4.4	10.5	17.6	20.4	19.4	17.4	10.4	100.0

(図 2-2) 観戦者年代割合 (%)



全体の年代をみると、「40歳代」の割合が20.4%で最も高くなっており、次いで「50歳代」が19.4%、「30歳代」が17.6%、「60歳代」が17.4%と続いている。

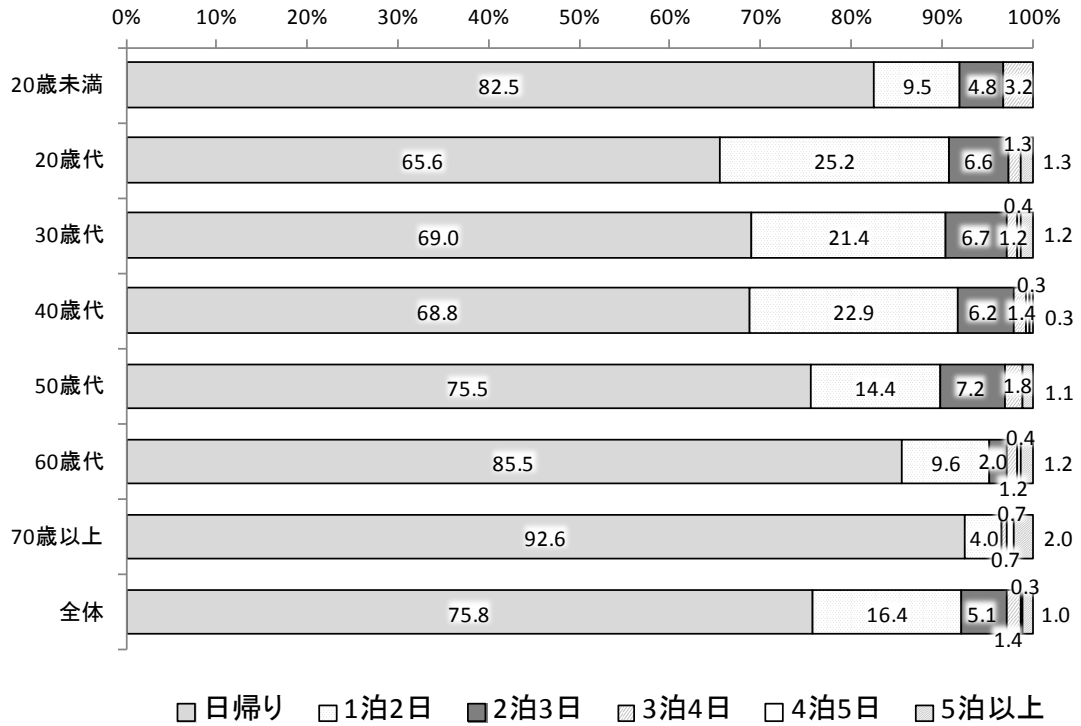
調査区分ごとにみると、ゴルフで40歳代以上の年代が目立って多くなっており、ヨコハマタイヤで89.5%、カシオで85.0%となっている。また、ヴォルティス、オリックス秋季は30歳代以下の年代が多くなっている。

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	52	6	3	2	0	0	63
	82.5	9.5	4.8	3.2	0.0	0.0	100.0
20歳代	99	38	10	2	0	2	151
	65.6	25.2	6.6	1.3	0.0	1.3	100.0
30歳代	174	54	17	3	1	3	252
	69.0	21.4	6.7	1.2	0.4	1.2	100.0
40歳代	201	67	18	4	1	1	292
	68.8	22.9	6.2	1.4	0.3	0.3	100.0
50歳代	210	40	20	5	0	3	278
	75.5	14.4	7.2	1.8	0.0	1.1	100.0
60歳代	213	24	5	3	1	3	249
	85.5	9.6	2.0	1.2	0.4	1.2	100.0
70歳以上	138	6	0	1	1	3	149
	92.6	4.0	0.0	0.7	0.7	2.0	100.0
全体	1087	235	73	20	4	15	1,434
	75.8	16.4	5.1	1.4	0.3	1.0	100.0

(図 2-4)年代別旅行日数割合(%)



全体の旅行日数は、「日帰り」の割合が 75.8%で最も高くなっており、次いで「1泊2日」が 16.4%、「2泊3日」が 5.1%と続いている。

年代別にみると、20歳未満、60歳代、70歳以上で「日帰り」の割合が 80%を超え、他の年代に比べて宿泊の割合が低くなっている。

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	7	0	30	10	11	0	0	4	1	63
	11.1	0.0	47.6	15.9	17.5	0.0	0.0	6.3	1.6	100.0
20歳代	37	13	11	28	55	6	0	0	1	151
	24.5	8.6	7.3	18.5	36.4	4.0	0.0	0.0	0.7	100.0
30歳代	73	25	60	19	64	8	1	0	2	252
	29.0	9.9	23.8	7.5	25.4	3.2	0.4	0.0	0.8	100.0
40歳代	73	59	81	16	55	3	3	2	0	292
	25.0	20.2	27.7	5.5	18.8	1.0	1.0	0.7	0.0	100.0
50歳代	81	82	42	25	44	2	0	1	1	278
	29.1	29.5	15.1	9.0	15.8	0.7	0.0	0.4	0.4	100.0
60歳代	94	73	18	17	42	2	0	0	3	249
	37.8	29.3	7.2	6.8	16.9	0.8	0.0	0.0	1.2	100.0
70歳以上	66	37	6	13	26	0	0	0	1	149
	44.3	24.8	4.0	8.7	17.4	0.0	0.0	0.0	0.7	100.0
全体	431	289	248	128	297	21	4	7	9	1,434
	30.1	20.2	17.3	8.9	20.7	1.5	0.3	0.5	0.6	100.0

全体の旅行形態割合は、「1人」の割合が30.1%で最も高くなっており、次いで「友人・知人」が20.7%、「夫婦」が20.2%、「子供連れ家族」が17.3%と続いている。

年代別にみると、20歳未満は「子供連れ家族」や「友人・知人」、20歳代は「友人・知人」や「1人」、30歳代は「1人」や「友人・知人」、40歳代は「子供連れ家族」や「1人」、50歳代は「夫婦」や「1人」、60歳代と70歳以上は「1人」や「夫婦」が多くなっている。

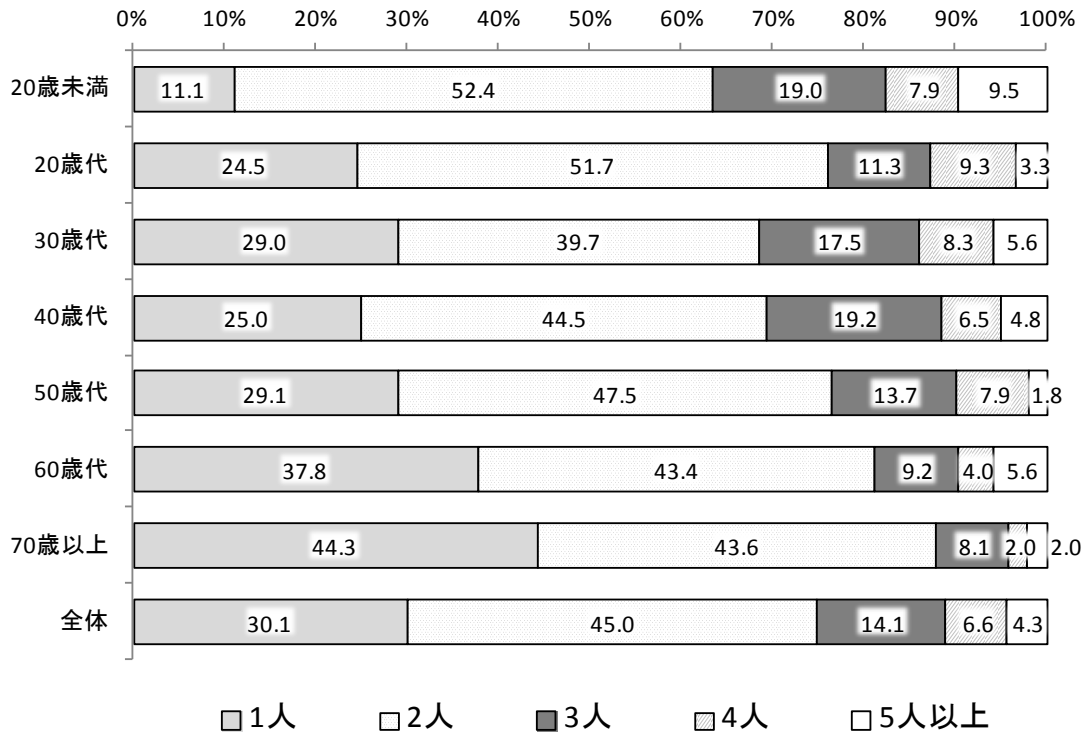
旅行形態別にみると、「1人」は70歳以上で最も多く、「友人・知人」は20歳代で、「夫婦」は50歳代から60歳代で、「子供連れ家族」は20歳未満で多くなっている。

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	7	33	12	5	6	63	4.6
	11.1	52.4	19.0	7.9	9.5	100.0	
20歳代	37	78	17	14	5	151	2.2
	24.5	51.7	11.3	9.3	3.3	100.0	
30歳代	73	100	44	21	14	252	2.4
	29.0	39.7	17.5	8.3	5.6	100.0	
40歳代	73	130	56	19	14	292	2.6
	25.0	44.5	19.2	6.5	4.8	100.0	
50歳代	81	132	38	22	5	278	2.1
	29.1	47.5	13.7	7.9	1.8	100.0	
60歳代	94	108	23	10	14	249	2.1
	37.8	43.4	9.2	4.0	5.6	100.0	
70歳以上	66	65	12	3	3	149	1.8
	44.3	43.6	8.1	2.0	2.0	100.0	
全体	431	646	202	94	61	1,434	2.3
	30.1	45.0	14.1	6.6	4.3	100.0	

(図 2-7)年代別同行者数割合(%)



全体の同行者数をみると、「2人」の割合が45.0%で最も高くなっており、次いで、「1人」が30.1%、「3人」が14.1%、「4人」が6.6%、「5人以上」が4.3%となっている。

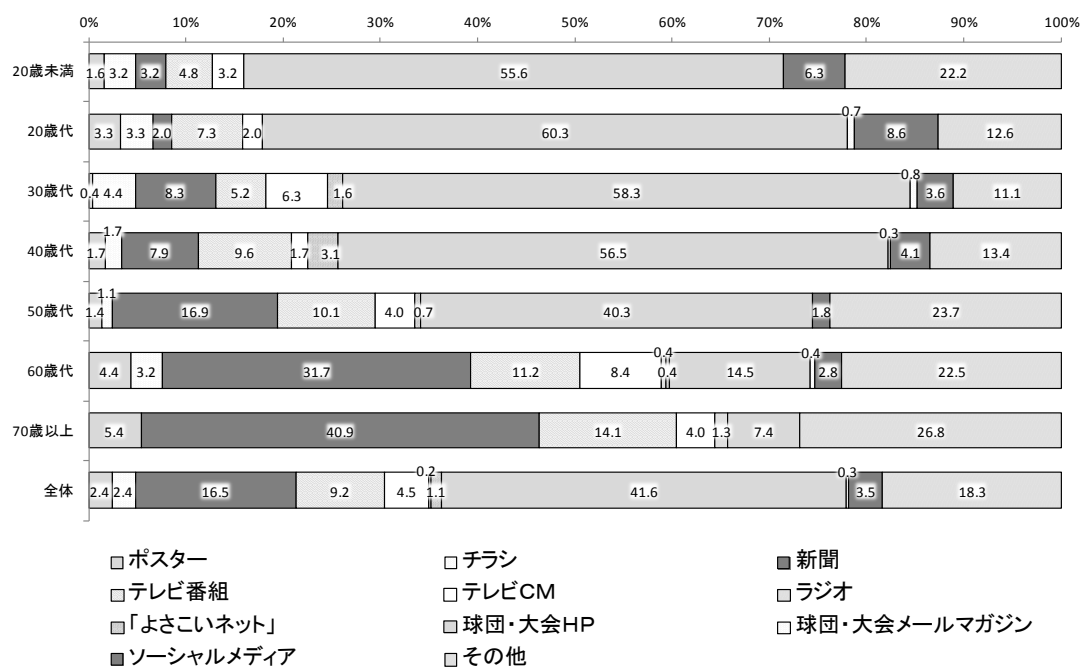
年代別にみると、70歳以上で「1人」の割合が最も多く、その他の年代では「2人」の割合が最も多くなっている。

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	2	2	3	2	0	0	35	0	4	14	63
	1.6	3.2	3.2	4.8	3.2	0.0	0.0	55.6	0.0	6.3	22.2	100.0
20歳代	5	5	3	11	3	0	0	91	1	13	19	151
	3.3	3.3	2.0	7.3	2.0	0.0	0.0	60.3	0.7	8.6	12.6	100.0
30歳代	1	11	21	13	16	0	4	147	2	9	28	252
	0.4	4.4	8.3	5.2	6.3	0.0	1.6	58.3	0.8	3.6	11.1	100.0
40歳代	5	5	23	28	5	0	9	165	1	12	39	292
	1.7	1.7	7.9	9.6	1.7	0.0	3.1	56.5	0.3	4.1	13.4	100.0
50歳代	4	3	47	28	11	0	2	112	0	5	66	278
	1.4	1.1	16.9	10.1	4.0	0.0	0.7	40.3	0.0	1.8	23.7	100.0
60歳代	11	8	79	28	21	1	1	36	1	7	56	249
	4.4	3.2	31.7	11.2	8.4	0.4	0.4	14.5	0.4	2.8	22.5	100.0
70歳以上	8	0	61	21	6	2	0	11	0	0	40	149
	5.4	0.0	40.9	14.1	4.0	1.3	0.0	7.4	0.0	0.0	26.8	100.0
全体	35	34	236	132	64	3	16	597	5	50	262	1,434
	2.4	2.4	16.5	9.2	4.5	0.2	1.1	41.6	0.3	3.5	18.3	100.0

(図 2-9) 年代別情報源割合 (%)



全体の情報源を見ると、「球団・大会HP」の割合が41.6%と最も高くなっており、次いで「その他」が18.3%、「新聞」が16.5%と続いている。

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なっており、次いで「その他」が高くなっている。60歳代、70歳以上は「新聞」が最も多く、次いで「その他」が高くなっている。他の年代に比べ「テレビ番組」や「テレビCM」などからも情報を入手する割合が多くなっている。

また、「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)」を合わせた割合は、20歳代で69.6%、30歳代で64.3%、40歳代で64.0%、20歳未満で61.9%と若い年代でインターネットの利用が多くなっている。

その他の情報源としてあげられた回答としては、「毎年恒例の事なので知っている」、「家族や友人から誘われた」、「のぼりを見て知った」などが多かった。

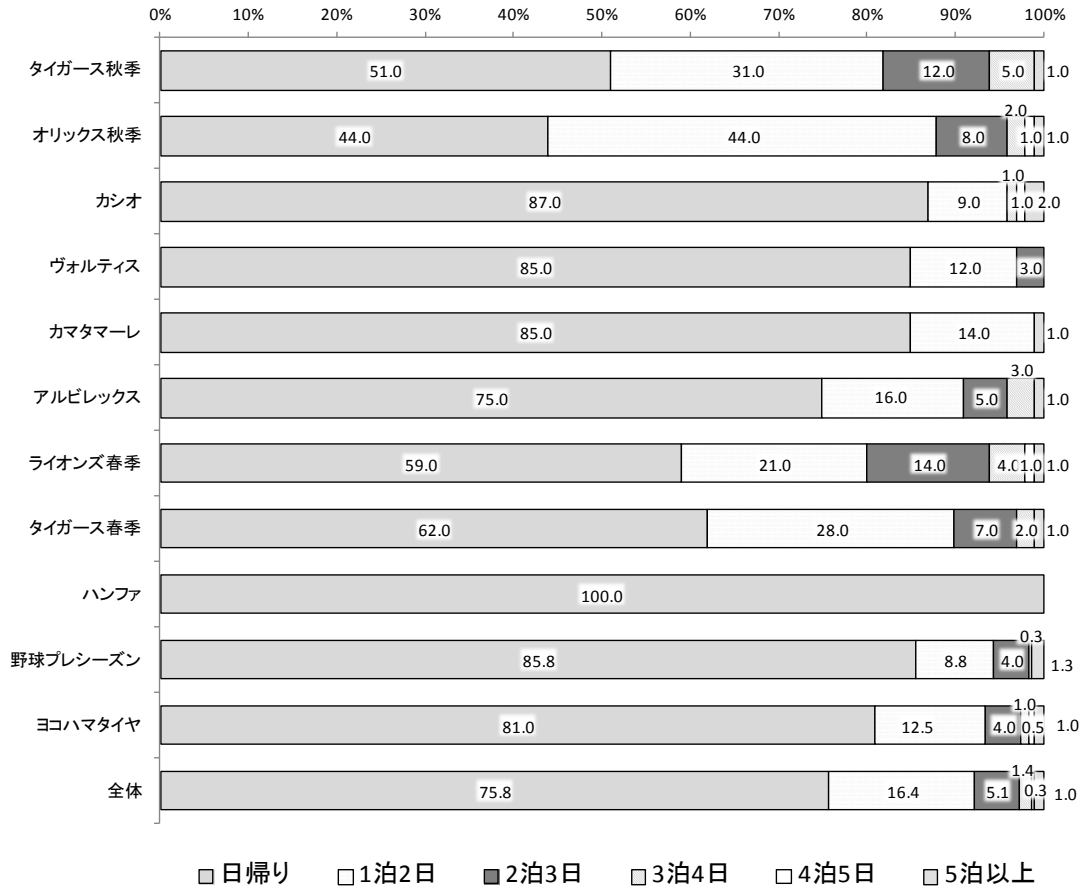
3. 日帰り客と宿泊客

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
タイガース秋季	51	31	12	5	0	1	100
	51.0	31.0	12.0	5.0	0.0	1.0	100.0
オリックス秋季	44	44	8	2	1	1	100
	44.0	44.0	8.0	2.0	1.0	1.0	100.0
カシオ	87	9	0	1	1	2	100
	87.0	9.0	0.0	1.0	1.0	2.0	100.0
ヴォルティス	85	12	3	0	0	0	100
	85.0	12.0	3.0	0.0	0.0	0.0	100.0
カマタマーレ	85	14	0	0	0	1	100
	85.0	14.0	0.0	0.0	0.0	1.0	100.0
アルビレックス	75	16	5	3	0	1	100
	75.0	16.0	5.0	3.0	0.0	1.0	100.0
ライオンズ春季	59	21	14	4	1	1	100
	59.0	21.0	14.0	4.0	1.0	1.0	100.0
タイガース春季	62	28	7	2	0	1	100
	62.0	12.5	4.0	1.0	0.0	1.0	100.0
ハンファ	34	0	0	0	0	0	34
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
野球プレシーズン	343	35	16	1	0	5	400
	85.8	8.8	4.0	0.3	0.0	1.3	100.0
ヨコハマタイヤ	162	25	8	2	1	2	200
	81.0	12.5	4.0	1.0	0.5	1.0	100.0
全体	1087	235	73	20	4	15	1,434
	75.8	16.4	5.1	1.4	0.3	1.0	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を見ると、日帰り客の割合が75.8%、宿泊客が24.2%となっている。

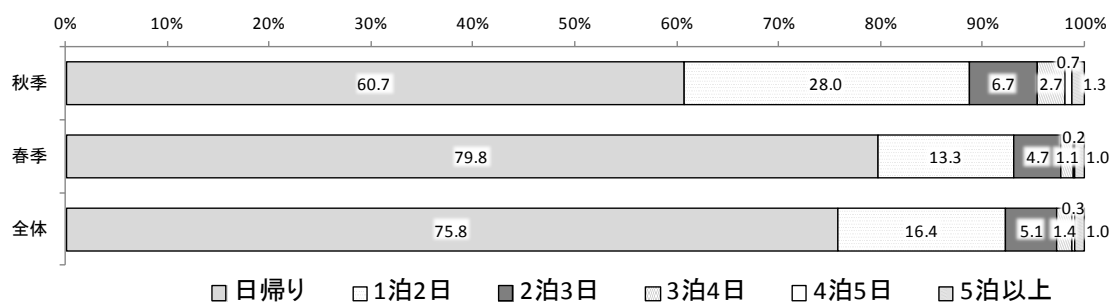
調査区分別にみると、宿泊客の割合は、オリックス秋季が56.0%で最も高くなっており、ハンファが最も低く、全ての観戦客が日帰りと回答している。なお、2泊3日以上の割合は、ライオンズ春季20.0%、タイガース秋季18.0%、オリックス秋季12.0%の順で高くなっている。

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	182	84	20	8	2	4	300
	60.7	28.0	6.7	2.7	0.7	1.3	100.0
春季	905	151	53	12	2	11	1,134
	79.8	13.3	4.7	1.1	0.2	1.0	100.0
全体	1087	235	73	20	4	15	1,434
	75.8	16.4	5.1	1.4	0.3	1.0	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60.7%、宿泊客が39.4%となっており、春季は日帰り客が79.8%、宿泊客が20.3%となっている。季節で比べると秋季の方が宿泊客の割合が高くなっている。

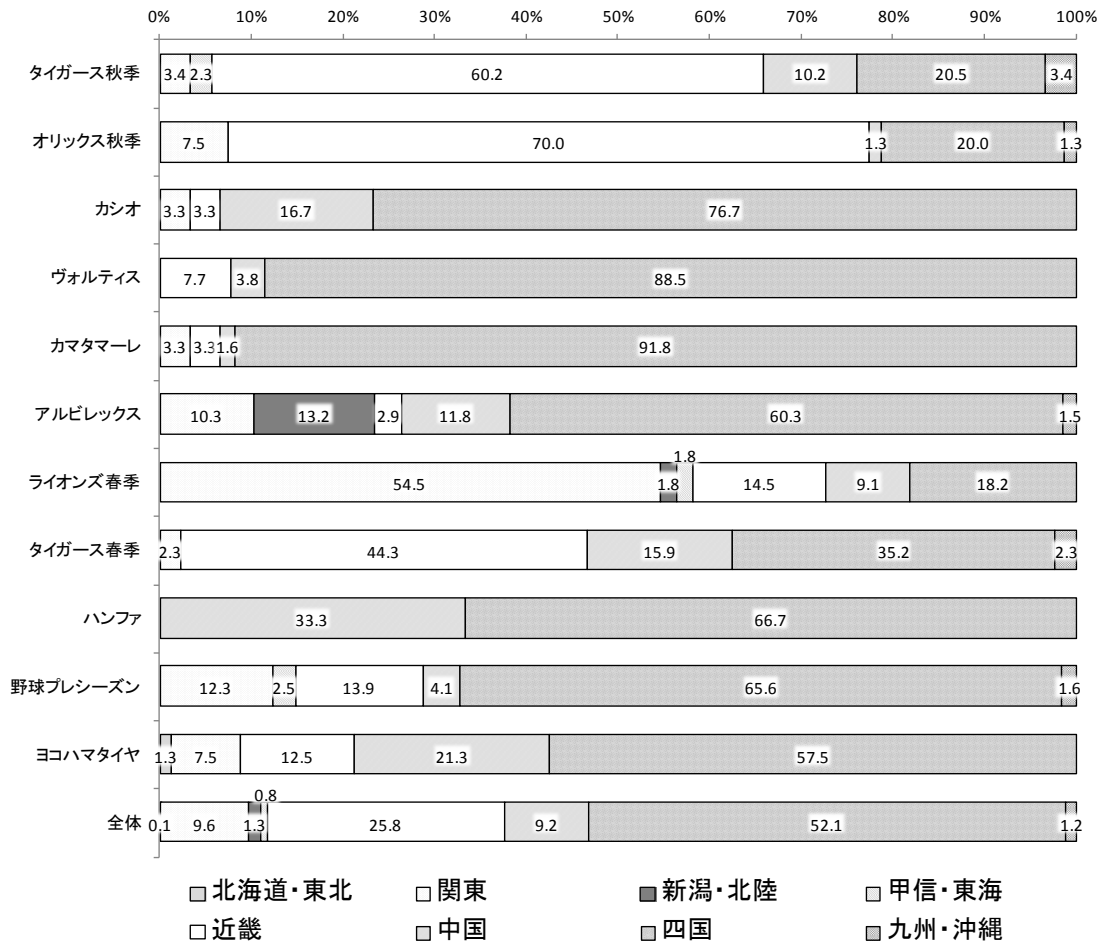
4. 出発地

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
タイガース秋季	0	3	0	2	53	9	18	3	0	88
	0.0	3.4	0.0	2.3	60.2	10.2	20.5	3.4	0.0	100.0
オリックス秋季	0	6	0	0	56	1	16	1	0	80
	0.0	7.5	0.0	0.0	70.0	1.3	20.0	1.3	0.0	100.0
カシオ	0	1	0	0	1	5	23	0	0	30
	0.0	3.3	0.0	0.0	3.3	16.7	76.7	0.0	0.0	100.0
ヴォルティス	0	0	0	0	6	3	69	0	0	78
	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	3.8	88.5	0.0	0.0	100.0
カマタマーレ	0	2	0	0	2	1	56	0	0	61
	0.0	3.3	0.0	0.0	3.3	1.6	91.8	0.0	0.0	100.0
アルビレックス	0	7	9	0	2	8	41	1	0	68
	0.0	10.3	13.2	0.0	2.9	11.8	60.3	1.5	0.0	100.0
ライオンズ春季	0	30	1	1	8	5	10	0	0	55
	0.0	54.5	1.8	1.8	14.5	9.1	18.2	0.0	0.0	100.0
タイガース春季	0	2	0	0	39	14	31	2	0	88
	0.0	2.3	0.0	0.0	44.3	15.9	35.2	2.3	0.0	100.0
ハンファ	0	0	0	0	0	1	2	0	0	3
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	100.0
野球プレシーズン	0	15	0	3	17	5	80	2	0	122
	0.0	12.3	0.0	2.5	13.9	4.1	65.6	1.6	0.0	100.0
ヨコハマタイヤ	1	6	0	0	10	17	46	0	0	80
	1.3	7.5	0.0	0.0	12.5	21.3	57.5	0.0	0.0	100.0
全体	1	72	10	6	194	69	392	9	0	753
	0.1	9.6	1.3	0.8	25.8	9.2	52.1	1.2	0.0	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 52.1%で最も高くなっており、次いで近畿が 25.8%、関東が 9.6%と続いている。

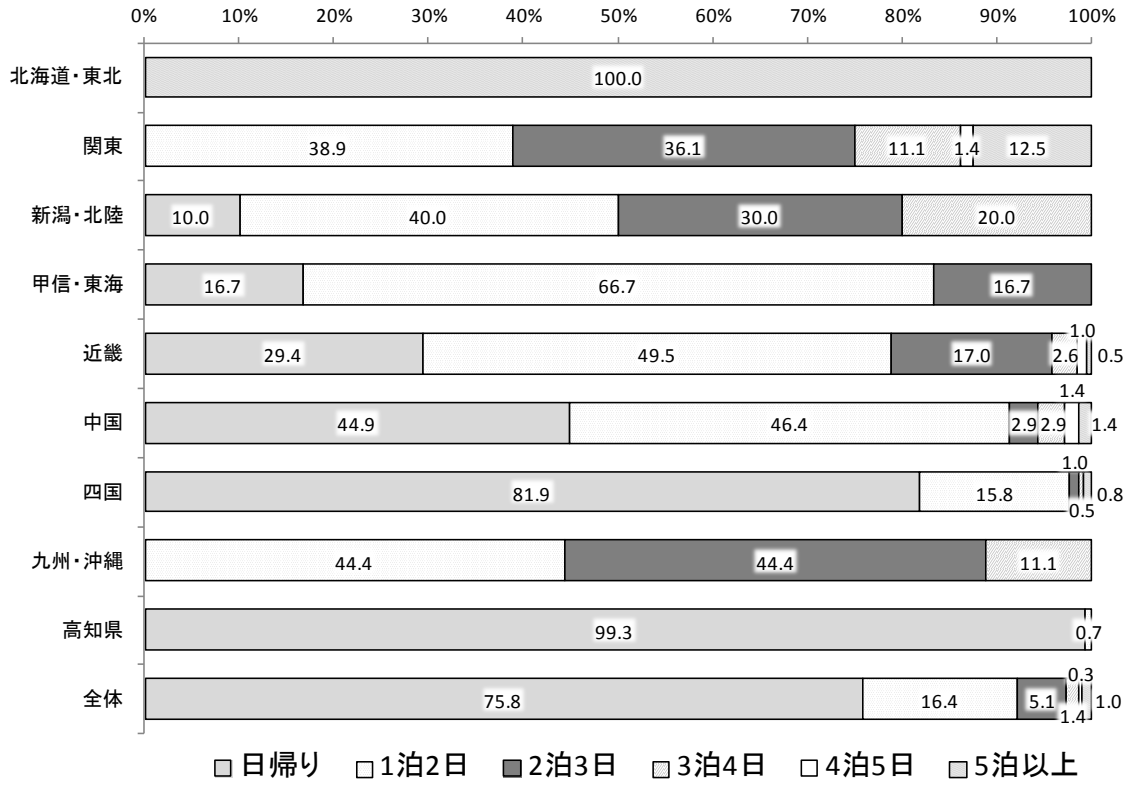
出発地別の主な傾向を見ると、四国の割合は、カマタマーレが 91.8%で最も高くなっており、次いでヴォルティスが 88.5%、カシオが 76.7%と続いている。近畿はオリックス秋季が 70.0%で最も高く、次いでタイガース秋季が 60.2%、タイガース春季が 44.3%と続いている。関東はライオンズ秋季が 54.5%でもっと高く、次いで野球プレシーズンが 12.3%、アルビレックスが 10.3%と続いている。

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	1	1
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0
関東	0	28	26	8	1	9	72
	0.0	38.9	36.1	11.1	1.4	12.5	100.0
新潟・北陸	1	4	3	2	0	0	10
	10.0	40.0	30.0	20.0	0.0	0.0	100.0
甲信・東海	1	4	1	0	0	0	6
	16.7	66.7	16.7	0.0	0.0	0.0	100.0
近畿	57	96	33	5	2	1	194
	29.4	49.5	17.0	2.6	1.0	0.5	100.0
中国	31	32	2	2	1	1	69
	44.9	46.4	2.9	2.9	1.4	1.4	100.0
四国	321	62	4	2	0	3	392
	81.9	15.8	1.0	0.5	0.0	0.8	100.0
九州・沖縄	0	4	4	1	0	0	9
	0.0	44.4	44.4	11.1	0.0	0.0	100.0
高知県	676	5	0	0	0	0	681
	99.3	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
全体	1087	235	73	20	4	15	1,434
	75.8	16.4	5.1	1.4	0.3	1.0	100.0

(図 4-4) 出発地ブロック別県内旅行日数割合 (%)



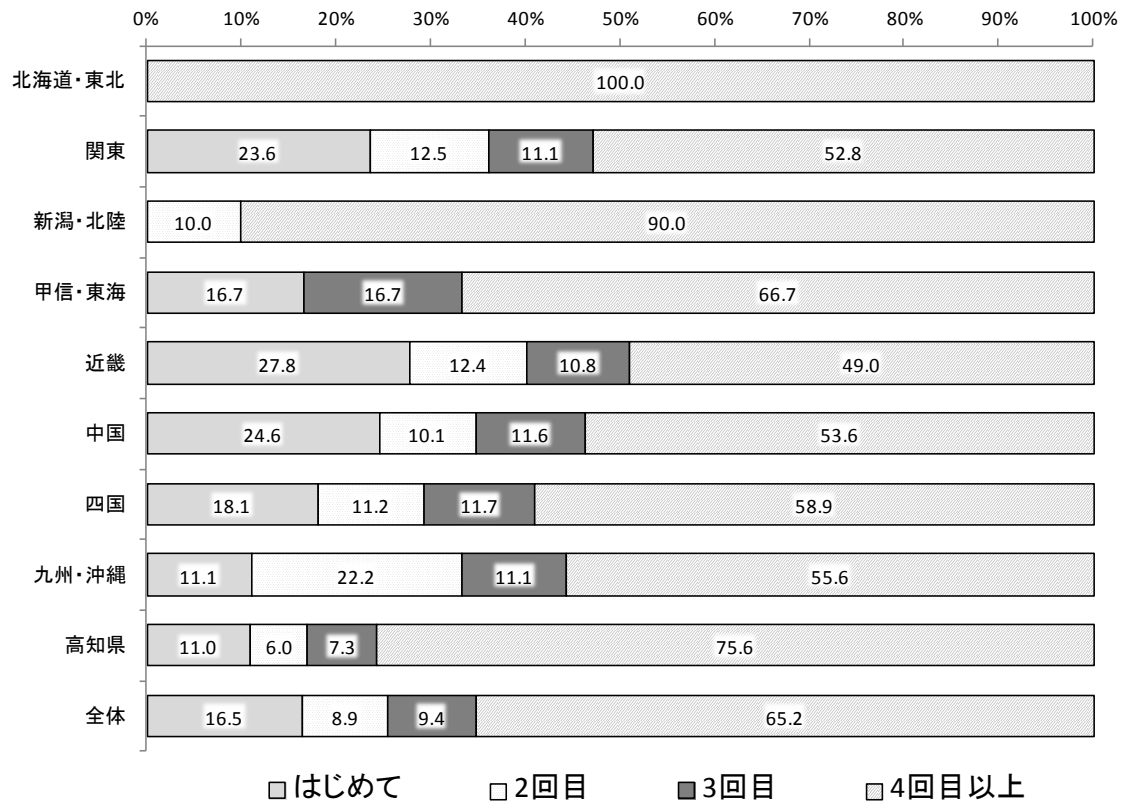
入込割合の多い発地ブロック別 (P18 表 4-1) に県内旅行日数を見ると、四国は「日帰り」の割合が 81.9% で最も高くなっており、次いで「1泊2日」が 15.8%、「2泊3日」が 1.0% と続いている。近畿は「1泊2日」が 49.5% で最も高く、次いで「日帰り」が 29.4%、「2泊3日」が 17.0% と続いている。関東は「日帰り」が 38.9% で最も高く、次いで「1泊2日」が 36.1%、「5泊以上」が 12.5% と続いている。

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	1	1
	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0
関東	17	9	8	38	72
	23.6	12.5	11.1	52.8	100.0
新潟・北陸	0	1	0	9	10
	0.0	10.0	0.0	90.0	100.0
甲信・東海	1	0	1	4	6
	16.7	0.0	16.7	66.7	100.0
近畿	54	24	21	95	194
	27.8	12.4	10.8	49.0	100.0
中国	17	7	8	37	69
	24.6	10.1	11.6	53.6	100.0
四国	71	44	46	231	392
	18.1	11.2	11.7	58.9	100.0
九州・沖縄	1	2	1	5	9
	11.1	22.2	11.1	55.6	100.0
高知県	75	41	50	515	681
	11.0	6.0	7.3	75.6	100.0
全体	236	128	135	935	1,434
	16.5	8.9	9.4	65.2	100.0

(図 4-6) 出発地ブロック別観戦回数割合(%)



全体の観戦回数をみると、「4回目以上」の割合が65.2%で半数を超えており、次いで「はじめて」が16.5%、「3回目」が9.4%、「2回目」が8.9%と続いている。

入込割合の多い発地ブロック別 (P18 表 4-1) に観戦回数をみると、四国は「4回目以上」の割合が58.9%で最も高くなっており、次いで「はじめて」が18.1%、「3回目」が11.7%と続いている。近畿は「4回目以上」が49.0%で最も高く、次いで「はじめて」が27.8%、「2回目」が12.4%と続いている。関東は「4回以上」が52.8%、次いで「はじめて」が23.6%、「2回目」が12.5%と続いている。

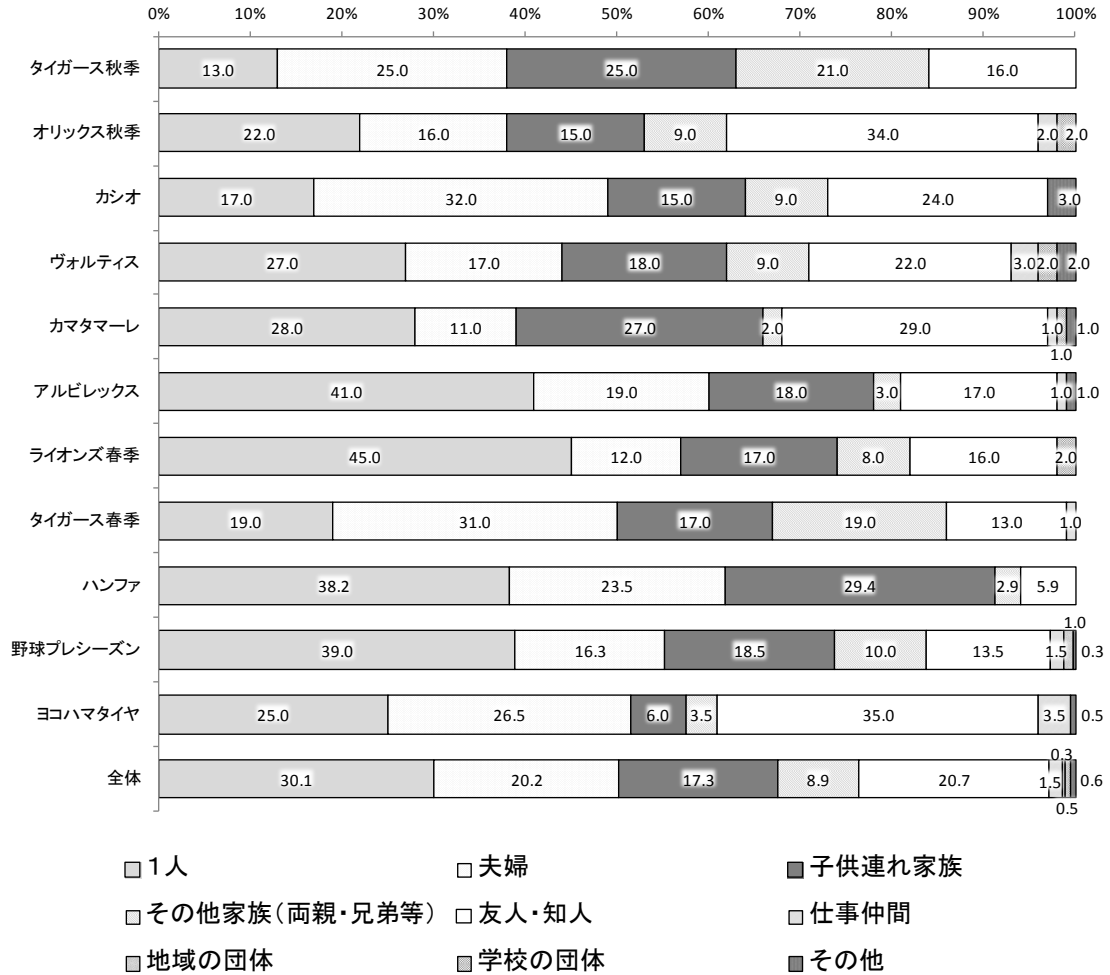
5. 旅行形態

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
タイガース秋季	13	25	25	21	16	0	0	0	0	100
	13.0	25.0	25.0	21.0	16.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
オリックス秋季	22	16	15	9	34	2	0	2	0	100
	22.0	16.0	15.0	9.0	34.0	2.0	0.0	2.0	0.0	100.0
カンオ	17	32	15	9	24	0	0	0	3	100
	17.0	32.0	15.0	9.0	24.0	0.0	0.0	0.0	3.0	100.0
ヴォルティス	27	17	18	9	22	3	0	2	2	100
	27.0	17.0	18.0	9.0	22.0	3.0	0.0	2.0	2.0	100.0
カマタマーレ	28	11	27	2	29	1	0	1	1	100
	28.0	11.0	27.0	2.0	29.0	1.0	0.0	1.0	1.0	100.0
アルビレックス	41	19	18	3	17	1	0	0	1	100
	41.0	19.0	18.0	3.0	17.0	1.0	0.0	0.0	1.0	100.0
ライオンズ春季	45	12	17	8	16	0	0	2	0	100
	45.0	12.0	17.0	8.0	16.0	0.0	0.0	2.0	0.0	100.0
タイガース春季	19	31	17	19	13	1	0	0	0	100
	19.0	31.0	17.0	19.0	13.0	1.0	0.0	0.0	0.0	100.0
ハンファ	13	8	10	1	2	0	0	0	0	34
	38.2	23.5	29.4	2.9	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
野球プレシーズン	156	65	74	40	54	6	4	0	1	400
	39.0	16.3	18.5	10.0	13.5	1.5	1.0	0.0	0.3	100.0
ヨコハマタイヤ	50	53	12	7	70	7	0	0	1	200
	25.0	26.5	6.0	3.5	35.0	3.5	0.0	0.0	0.5	100.0
全体	431	289	248	128	297	21	4	7	9	1434
	30.1	20.2	17.3	8.9	20.7	1.5	0.3	0.5	0.6	100.0

(図 5-2) 旅行形態割合 (%)



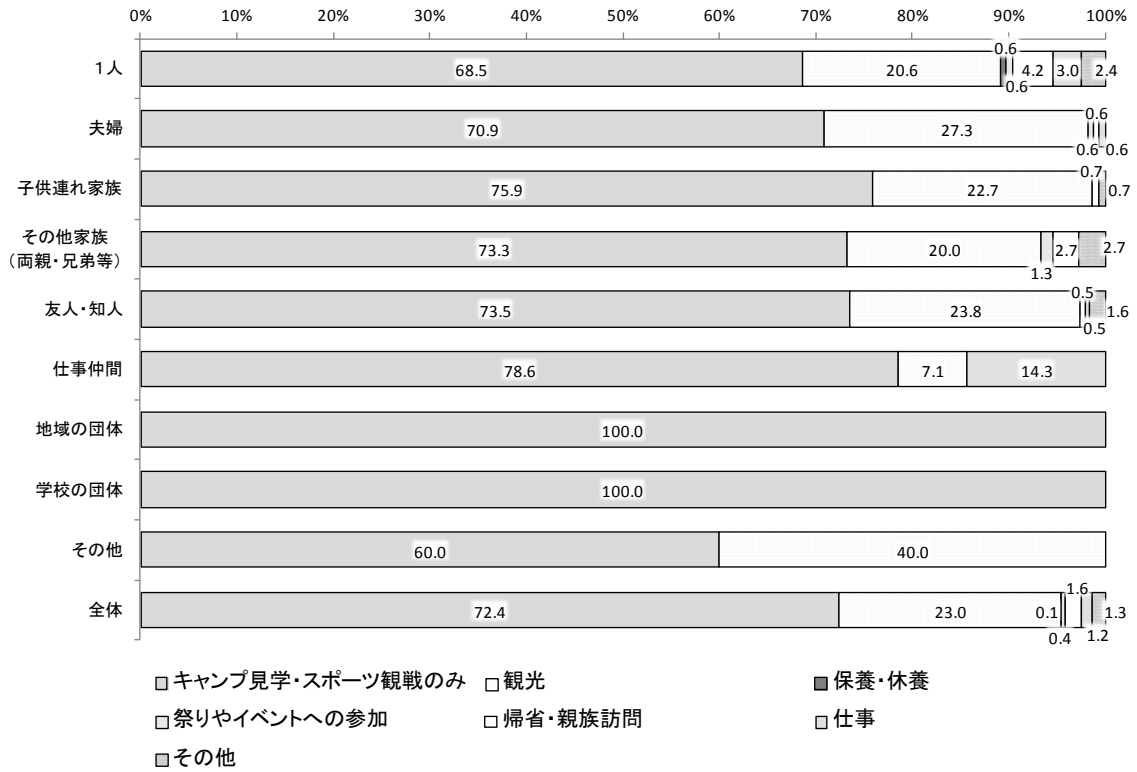
旅行形態の項目ごとに最も割合が高くなった調査区分をみると、「1人」はライオンズ春季、「友人・知人」はヨコハマタイヤ、「夫婦」はカシオ、「子供連れ家族」はハンファとなっている。

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	113	34	1	1	7	5	4	165
	68.5	20.6	0.6	0.6	4.2	3.0	2.4	100.0
夫婦	117	45	0	1	1	1	0	165
	70.9	27.3	0.0	0.6	0.6	0.6	0.0	100.0
子供連れ家族	107	32	0	0	1	0	1	141
	75.9	22.7	0.0	0.0	0.7	0.0	0.7	100.0
その他家族	55	15	0	1	2	0	2	75
	73.3	20.0	0.0	1.3	2.7	0.0	2.7	100.0
友人・知人	136	44	0	0	1	1	3	185
	73.5	23.8	0.0	0.0	0.5	0.5	1.6	100.0
仕事仲間	11	1	0	0	0	2	0	14
	78.6	7.1	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	100.0
地域の団体	1	0	0	0	0	0	0	1
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
学校の団体	2	0	0	0	0	0	0	2
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
その他	3	2	0	0	0	0	0	5
	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
全体	545	173	1	3	12	9	10	753
	72.4	23.0	0.1	0.4	1.6	1.2	1.3	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、「キャンプ見学・スポーツ観戦のみ」が72.4%で大半を占め、次いで「観光」が23.0%となっており、他の項目は少数となっている。

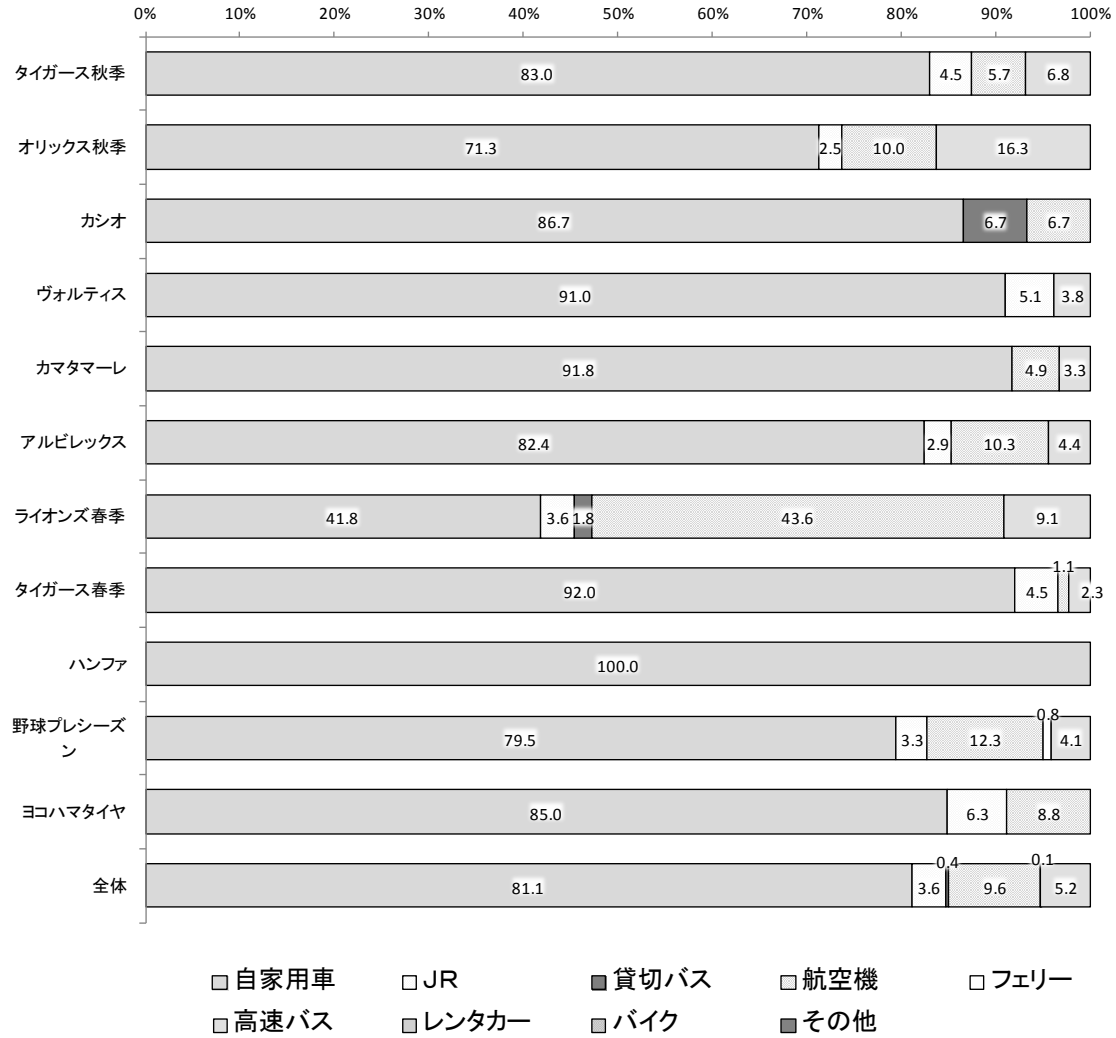
6. 入込利用交通機関

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
タイガース秋季	73	4	0	5	0	6	0	0	0	88
	83.0	4.5	0.0	5.7	0.0	6.8	0.0	0.0	0.0	100.0
オリックス秋季	57	2	0	8	0	13	0	0	0	80
	71.3	2.5	0.0	10.0	0.0	16.3	0.0	0.0	0.0	100.0
カンオ	26	0	2	2	0	0	0	0	0	30
	86.7	0.0	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
ヴォルティス	71	4	0	0	0	3	0	0	0	78
	91.0	5.1	0.0	0.0	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0	100.0
カマタマーレ	56	0	0	3	0	2	0	0	0	61
	91.8	0.0	0.0	4.9	0.0	3.3	0.0	0.0	0.0	100.0
アルビレックス	56	2	0	7	0	3	0	0	0	68
	82.4	2.9	0.0	10.3	0.0	4.4	0.0	0.0	0.0	100.0
ライオンズ春季	23	2	1	24	0	5	0	0	0	55
	41.8	3.6	1.8	43.6	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	100.0
タイガース春季	81	4	0	1	0	2	0	0	0	88
	92.0	4.5	0.0	1.1	0.0	2.3	0.0	0.0	0.0	100.0
ハンファ	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
野球プレシーズン	97	4	0	15	1	5	0	0	0	122
	79.5	3.3	0.0	12.3	0.8	4.1	0.0	0.0	0.0	100.0
ヨコハマタイヤ	68	5	0	7	0	0	0	0	0	80
	85.0	6.3	0.0	8.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
全体	611	27	3	72	1	39	0	0	0	753
	81.1	3.6	0.4	9.6	0.1	5.2	0.0	0.0	0.0	100.0

(図 6-2) 入込利用交通機関割合 (%) ※県内容を除く



全体の入込利用交通機関を見ると、「自家用車」の割合が81.1%で大半を占めており、次いで「航空機」が9.6%、「高速バス」が5.2%、「JR」が3.6%と続いている。

7. 県内消費額

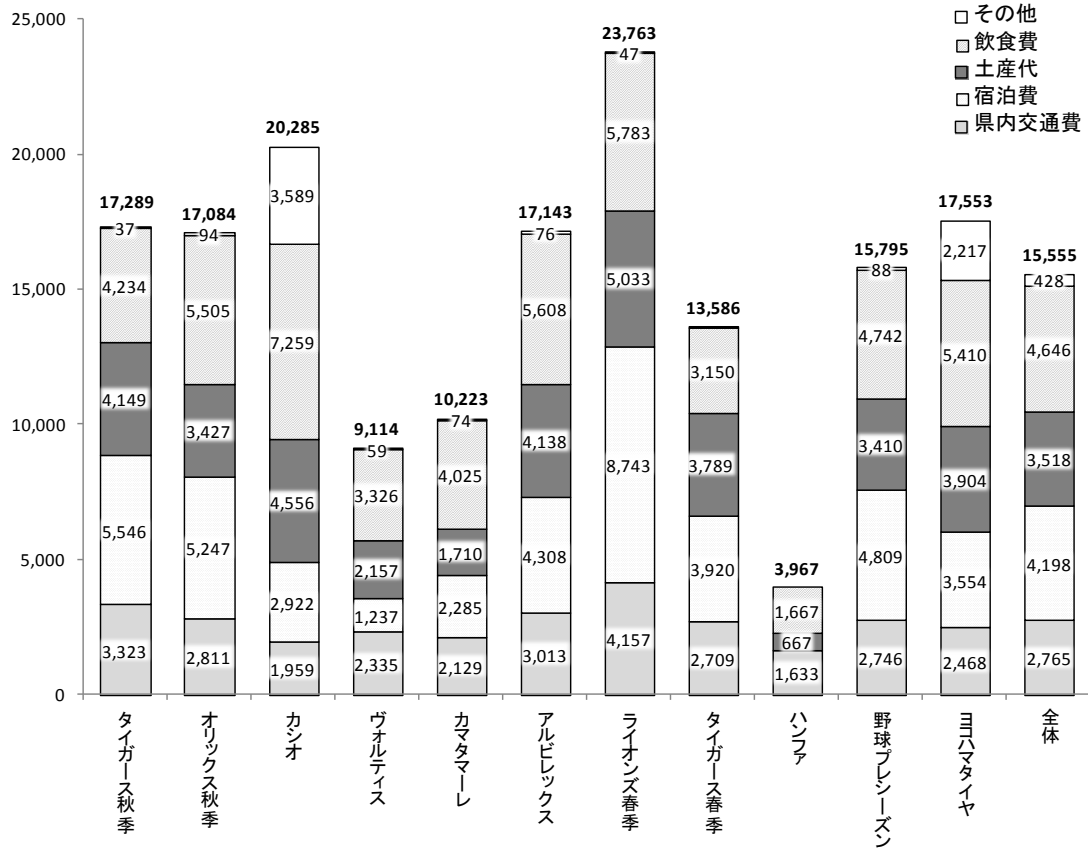
7-1 県内消費額

(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
タイガース秋季	3,323	5,546	4,149	4,234	37	17,289
	19.2	32.1	24.0	24.5	0.2	100.0
オリックス秋季	2,811	5,247	3,427	5,505	94	17,084
	16.5	30.7	20.1	32.2	0.6	100.0
カシオ	1,959	2,922	4,556	7,259	3,589	20,285
	9.7	14.4	22.5	35.8	17.7	100.0
ヴォルティス	2,335	1,237	2,157	3,326	59	9,114
	25.6	13.6	23.7	36.5	0.6	100.0
カマタマーレ	2,129	2,285	1,710	4,025	74	10,223
	20.8	22.4	16.7	39.4	0.7	100.0
アルビレックス	3,013	4,308	4,138	5,608	76	17,143
	17.6	25.1	24.1	32.7	0.4	100.0
ライオンズ春季	4,157	8,743	5,033	5,783	47	23,763
	17.5	36.8	21.2	24.3	0.2	100.0
タイガース春季	2,709	3,920	3,789	3,150	18	13,586
	19.9	28.9	27.9	23.2	0.1	100.0
ハンファ	1,633	0	667	1,667	0	3,967
	41.2	0.0	16.8	42.0	0.0	100.0
野球プレシーズン	2,746	4,809	3,410	4,742	88	15,795
	17.4	30.4	21.6	30.0	0.6	100.0
ヨコハマタイヤ	2,468	3,554	3,904	5,410	2,217	17,553
	14.1	20.2	22.2	30.8	12.6	100.0
全体	2,765	4,198	3,518	4,646	428	15,555
	17.8	27.0	22.6	29.9	2.8	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 15,555 円となり、費目別では県内交通費 2,765 円 (17.8%)、宿泊費 4,198 円 (27.0%)、土産代 3,518 円 (22.6%)、飲食費 4,646 円 (29.9%)、その他 428 円 (2.8%) となっている。

調査区分別にみた県内平均消費額は、ライオンズ春季が 23,763 円で最も高くなっており、次いでカシオが 20,285 円、ヨコハマタイヤが 17,553 円と続いている。その一方で、ハンファが 3,967 円で最も低くなっている。

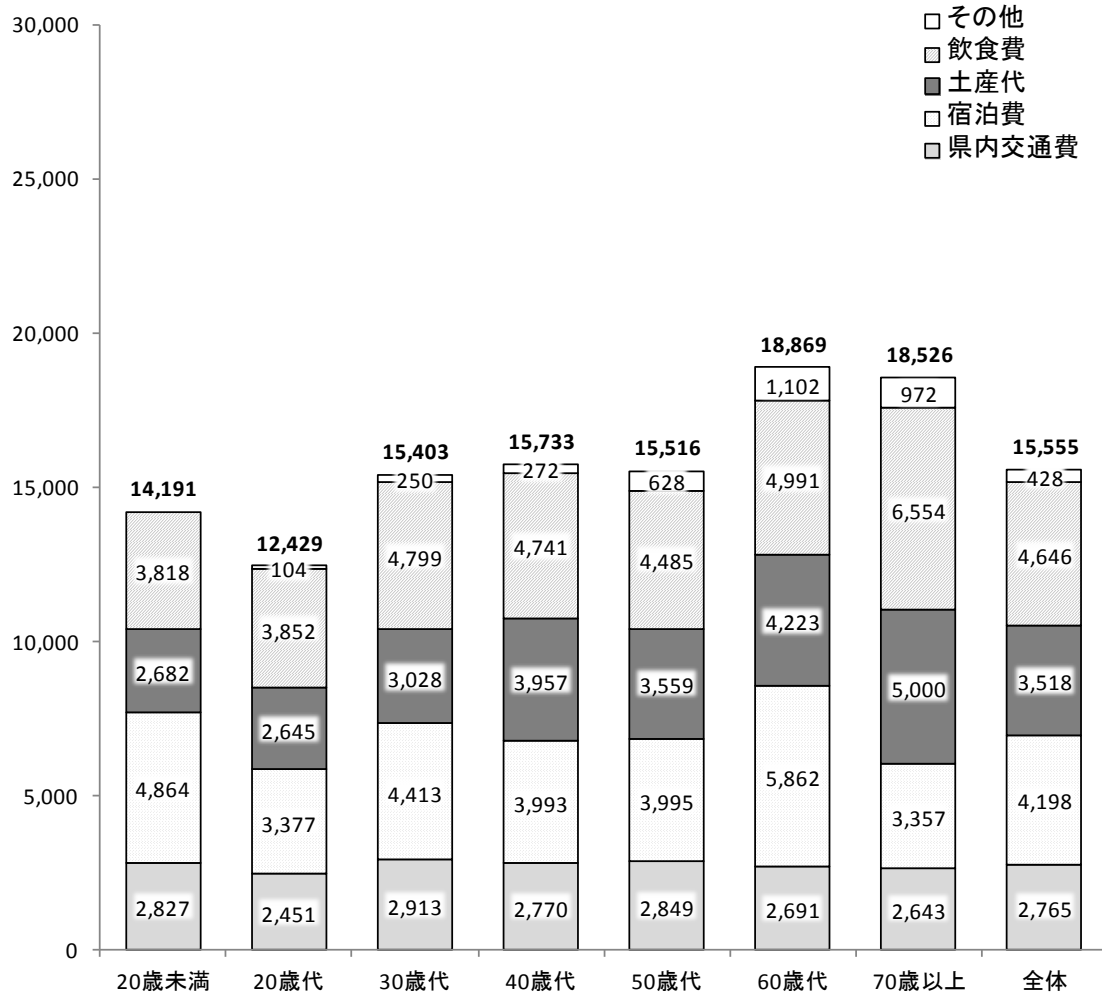
7-2 年代別県内消費額

(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	2,827	4,864	2,682	3,818	0	14,191
	19.9	34.3	18.9	26.9	0.0	100.0
20歳代	2,451	3,377	2,645	3,852	104	12,429
	19.7	27.2	21.3	31.0	0.8	100.0
30歳代	2,913	4,413	3,028	4,799	250	15,403
	18.9	28.7	19.7	31.2	1.6	100.0
40歳代	2,770	3,993	3,957	4,741	272	15,733
	17.6	25.4	25.2	30.1	1.7	100.0
50歳代	2,849	3,995	3,559	4,485	628	15,516
	18.4	25.7	22.9	28.9	4.0	100.0
60歳代	2,691	5,862	4,223	4,991	1,102	18,869
	14.3	31.1	22.4	26.5	5.8	100.0
70歳以上	2,643	3,357	5,000	6,554	972	18,526
	14.3	18.1	27.0	35.4	5.2	100.0
全体	2,765	4,198	3,518	4,646	428	15,555
	17.8	27.0	22.6	29.9	2.8	100.0

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



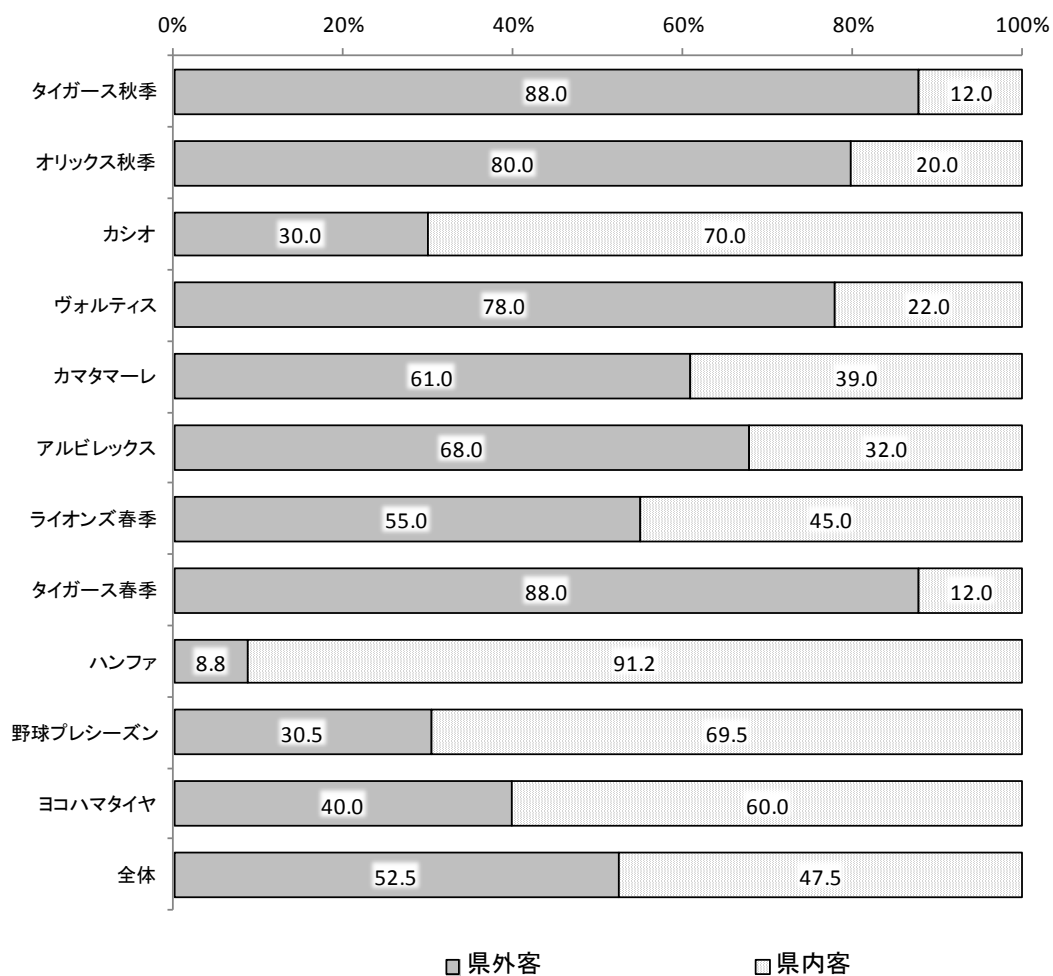
年代別にみた県内平均消費額は、60歳代が18,869円で最も高くなっており、次いで70歳以上が18,526円、40歳代が15,733円と続いている一方で、20歳代が12,429円で最も低くなっている。

費目別に最も高くなった年代と平均額をみると、県内交通費は30歳代で2,913円、宿泊費は60歳代で5,862円、土産代は70歳代で5,000円、飲食費は70歳以上で6,554円、その他は60歳代で1,102円となっている。

8. 県内客・県外客

8-1 県内客・県外客割合

(図 8-1) 県内客・県外客割合 (%)



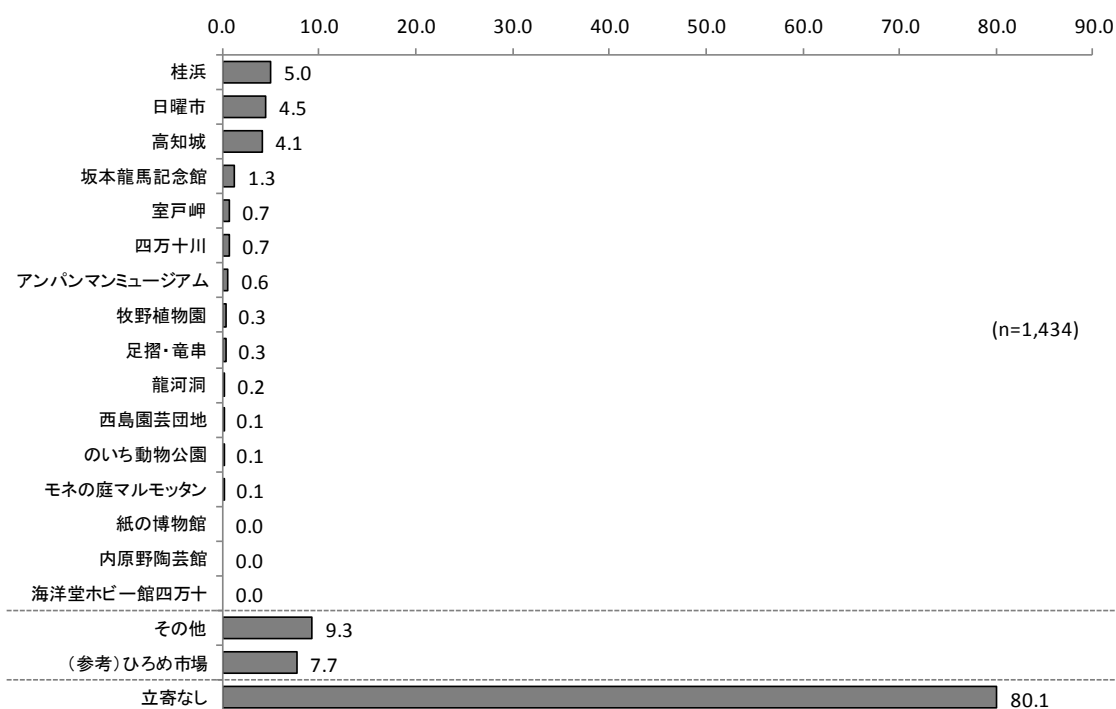
全体の県内客・県外客を見ると、県外客の割合が 52.5%、県内客が 47.5%と、県外客が多くなっている。

県外客が多くなった調査区分を見ると、タイガース秋季とタイガース春季が共に 88.0%と最も高くなっており、次いでオリックス秋季が 80.0%と続いている。その一方でハンファが 8.8%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。

立寄観光スポットは、スポーツ観戦のみの「立寄なし」の割合が 80.1%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、その他のスポットとしてあげられた、ひろめ市場が 7.7%で最も高くなっており、次いで桂浜が 5.0%、日曜市が 4.5%、高知城が 4.1%、坂本龍馬記念館が 1.3%と続いている。

その他の観光スポットとしてあげられた具体的な回答としては、先述のひろめ市場の他に、“道の駅”、“温泉”、“寺・神社” が共に 4 件ずつあった。