

# スタジアムアンケート2023 集計結果

実施試合：2023明治安田生命J2リーグ戦 第37節 9月30日(土) ロアッソ熊本戦（13時キックオフ）  
○入場者数／8,740人 ○天候／曇、無風 ○気温／21.2℃ ○湿度／67%

2023年10月28日  
ベガルタ仙台・市民後援会

# 実施概要

## ◆アンケート配布予定数・配布場所・配布時間・配布数・回答受付時間・回答数

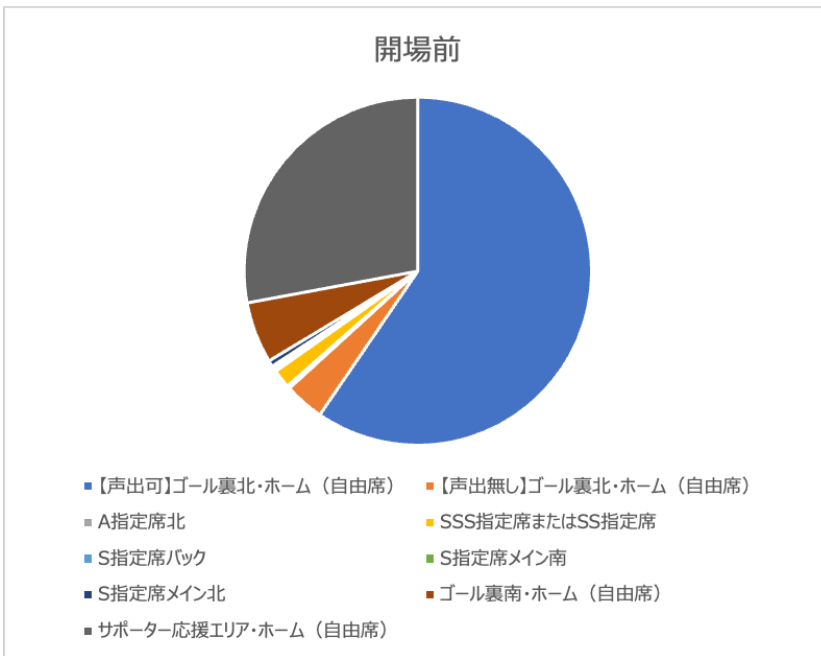
(参考) 2019年実施時 総数500、回収数413、回収率82.6%

配布時間	配布場所	配布数	回答受付時間	回答数	(回答率*)	
10時～10時20分	北西ゲート	50	10時～16時45分	351	91.2%	
	北東ゲート	150				
	東北ゲート	150				
	東南ゲート	35				
11時20分～11時50分	北西ゲート	400		10時～16時45分	51	12.8%
	北東ゲート					
	東北ゲート					
	東南ゲート					
<b>アンケート総配布数</b>		<b>785</b>	<b>回答総数</b>		<b>402</b>	<b>51.2%</b>

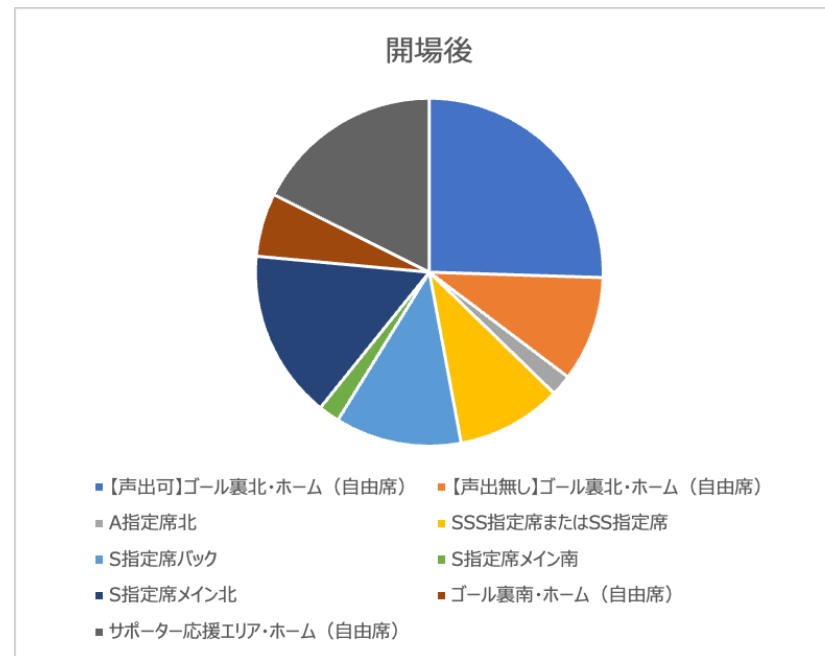
\*配布枚数1枚につき回答が一つと限らない、かつ、一人で複数の回答もできるため、回答率は参考と考える。

# Q1. 席種

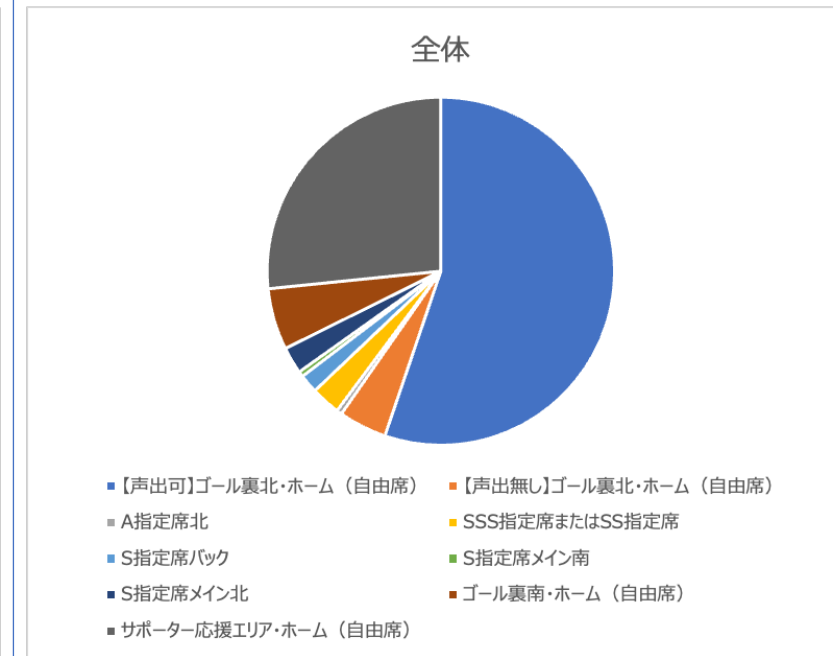
開場前



開場後



全体

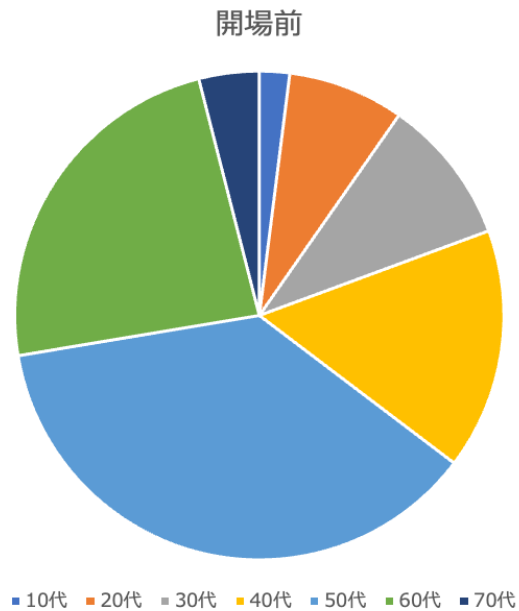


- ✓ 開場前は自由席4種で約97%を占めている。
- ✓ 開場後は全席種から回答がある。

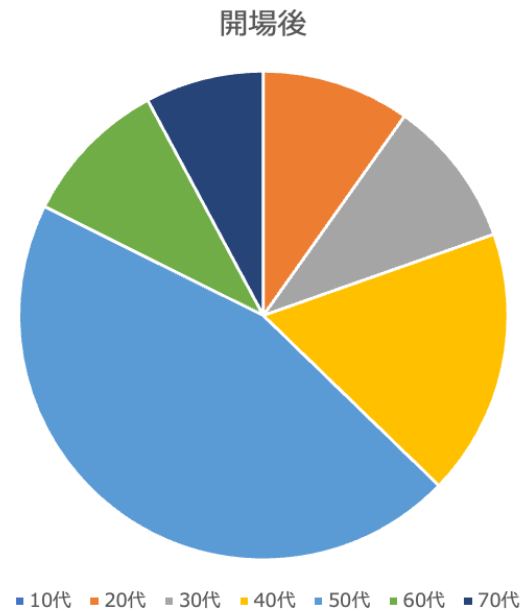
# Q2. 年齢別



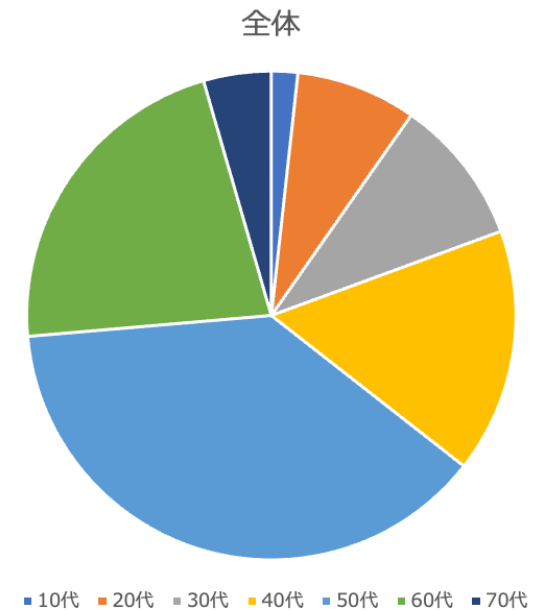
### 開場前



### 開場後



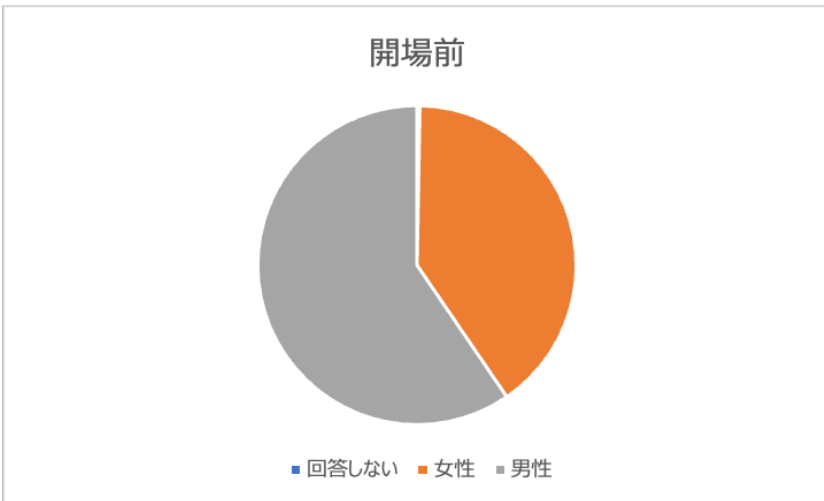
### 全体



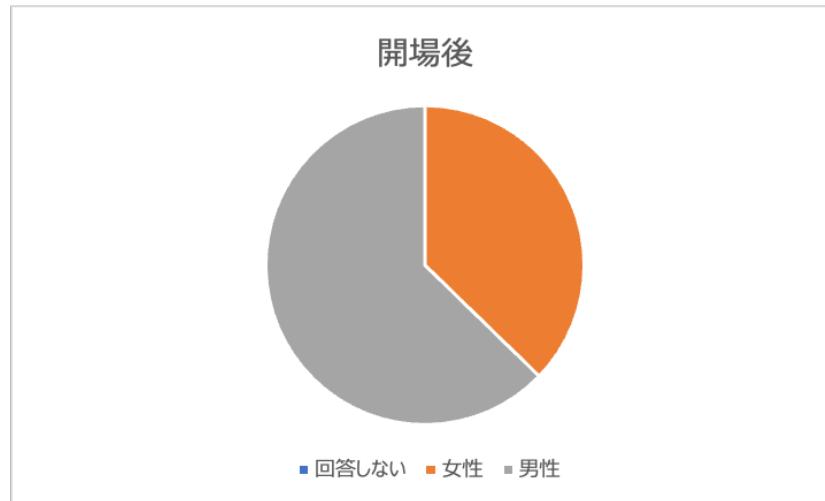
- ✓ 開場前は50代、60代、40代の順が多い。
- ✓ 開場後は50代が最も多く、続いて40代、20代と30代と60代が同数である。

# Q3. 性別

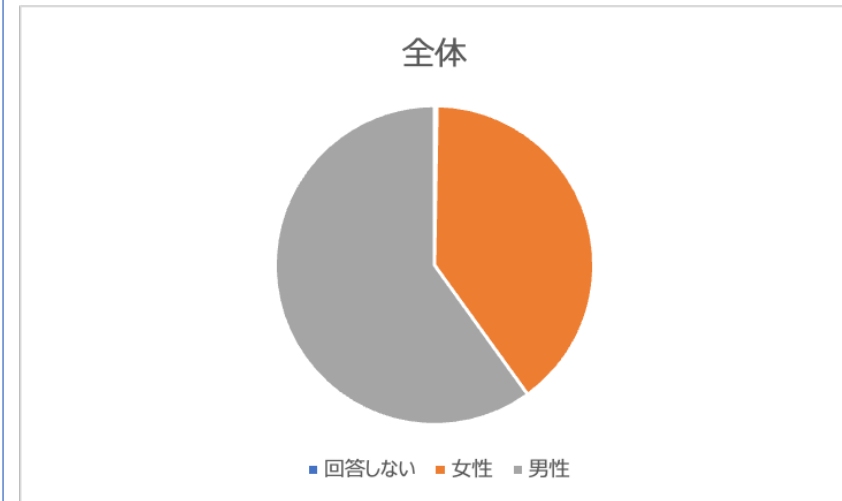
開場前



開場後

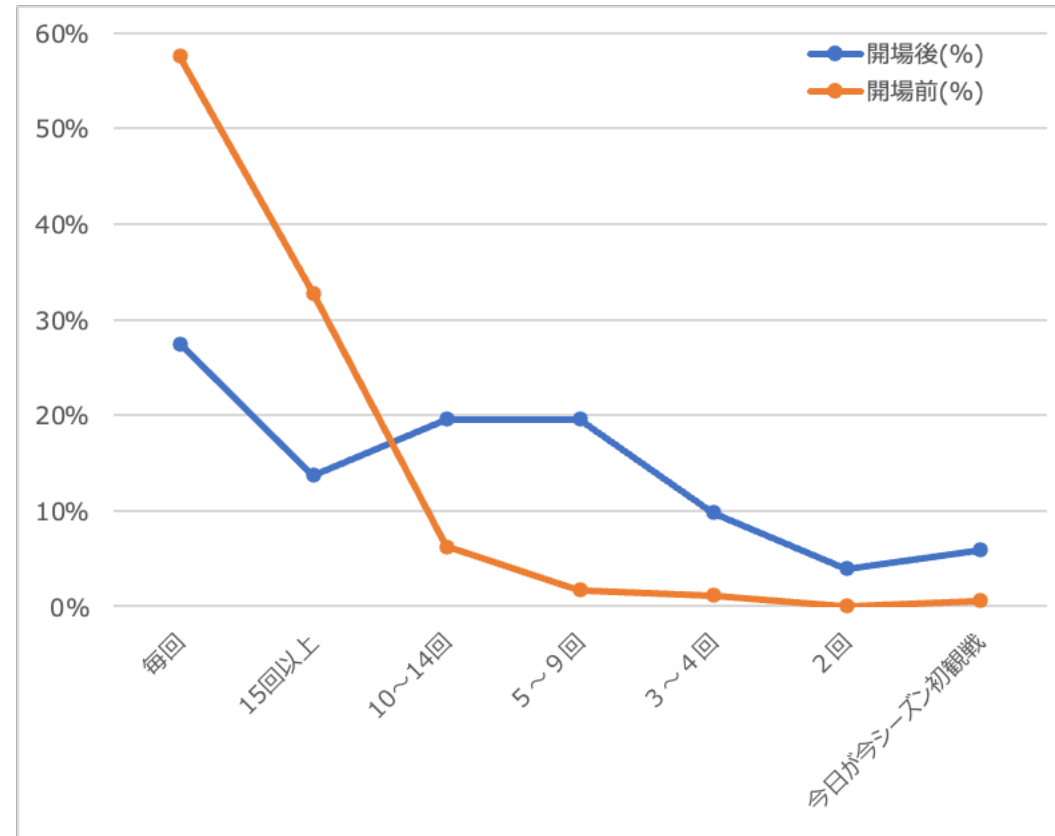


全体



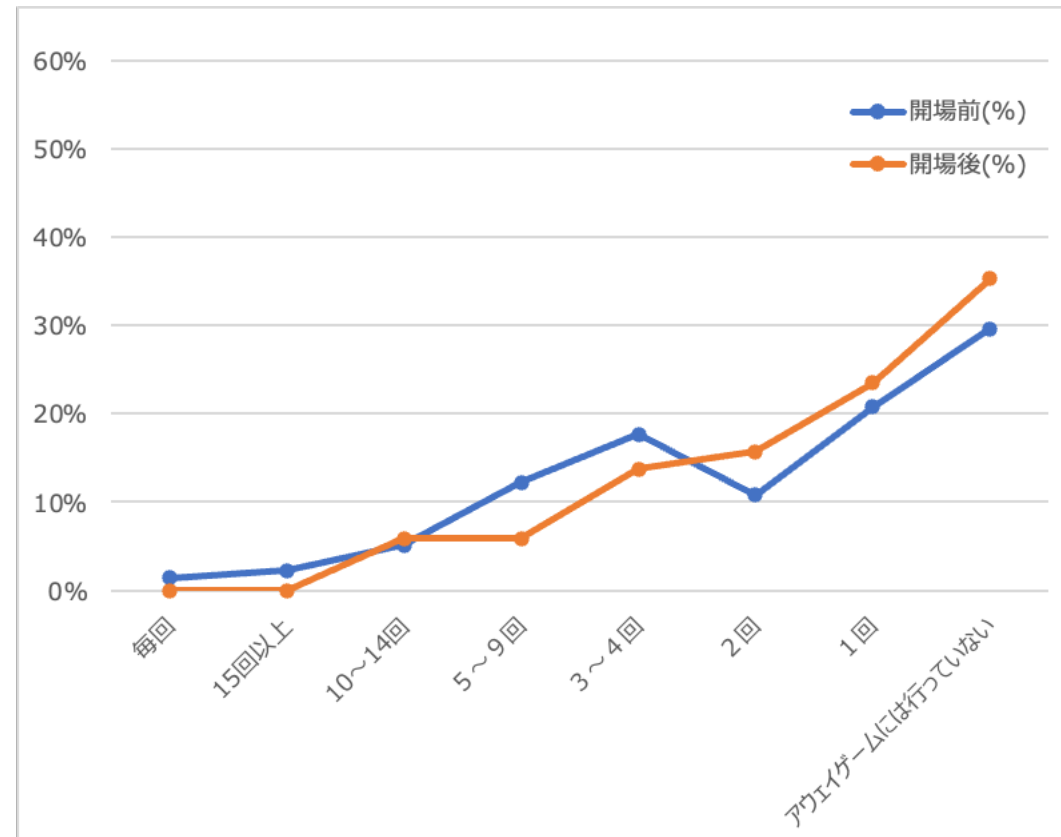
✓ 開場前、開場後ともに、女性が約4割である。

# Q4. ホームゲーム来場回数



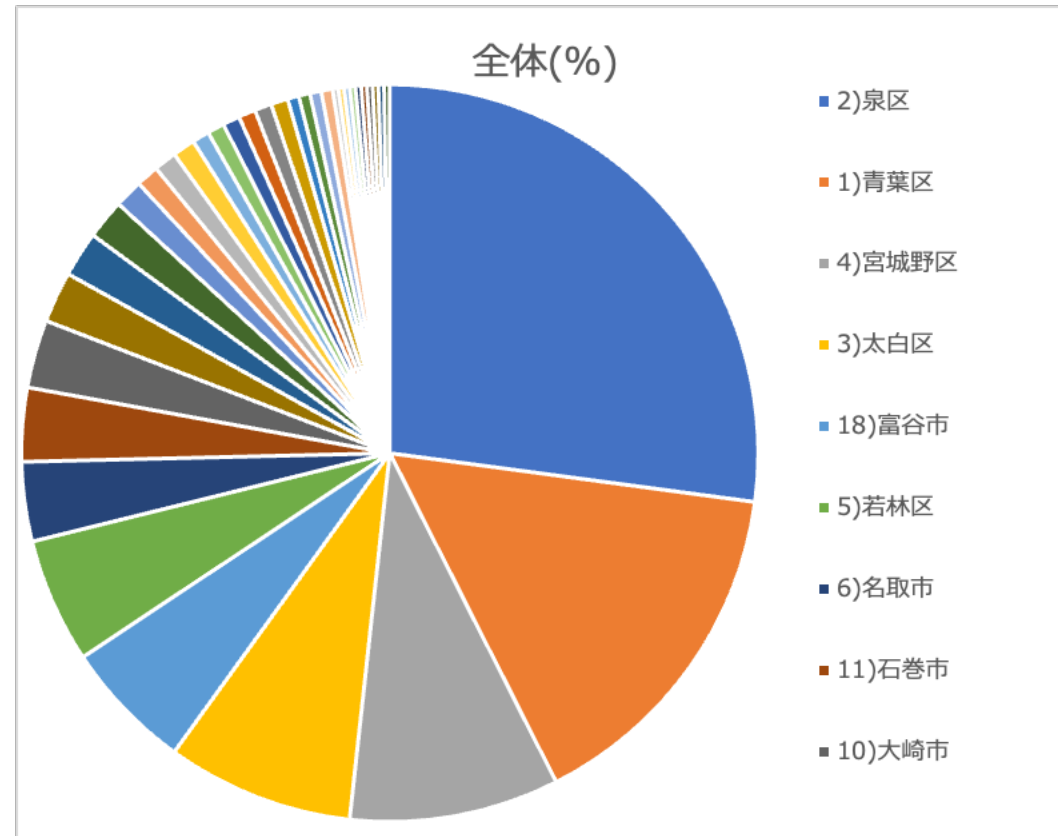
- ✓ 開場前は半数以上が毎回来場している。
- ✓ 開場後は約27%が毎回来場している。約20%が4回以下である。
- ✓ 開場前、開場後どちらにも少しではあるものの初めて来場する方がいる。

# Q5. アウェイゲーム来場回数



- ✓ 開場前は10回以上が約9%、うち毎回は1.4%である。
- ✓ 開場後は10回以上が約6%である。
- ✓ どちらもアウェイに行っていない割合が一番高い。

# Q6. 居住地



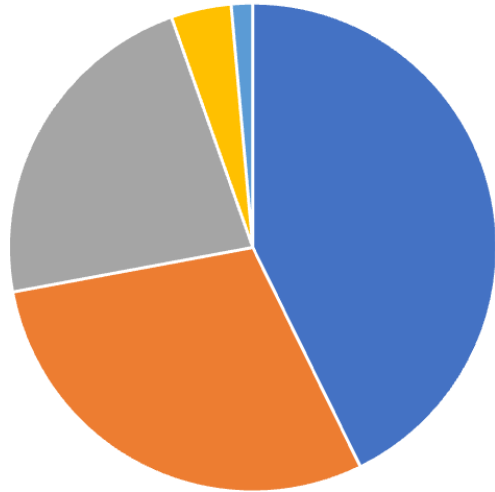
- ✓ 開場前と開場後はほぼ同じ傾向を示している。
- ✓ 泉区、青葉区、宮城野区が上位3位である。
- ✓ 富谷市は若林区とほぼ同数という結果。
- ✓ 県外では東京都、福島県、岩手県が上位3位である。



# Q7. グループ別

## 開場前

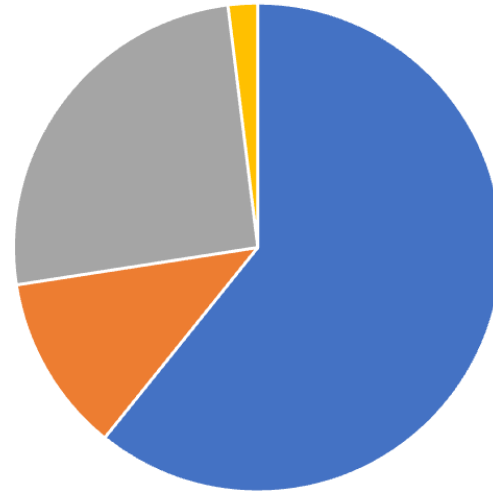
開場前(%)



■ご家族（ご夫婦） ■友人・恋人 ■おひとり ■会社などのお仲間 ■サポーター仲間

## 開場後

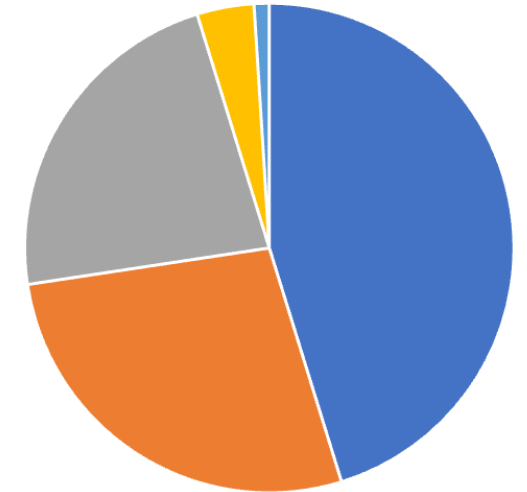
開場後(%)



■ご家族（ご夫婦） ■友人・恋人 ■おひとり ■会社などのお仲間 ■サポーター仲間

## 全体

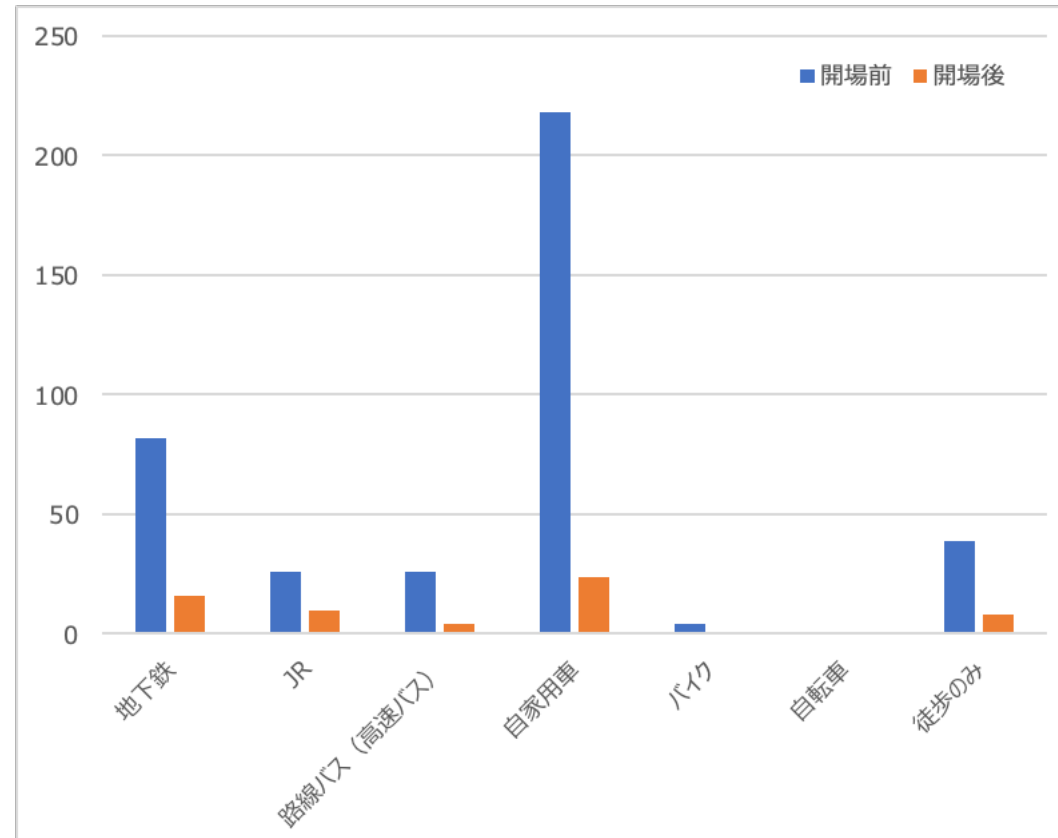
全体(%)



■ご家族（ご夫婦） ■友人・恋人 ■おひとり ■会社などのお仲間 ■サポーター仲間

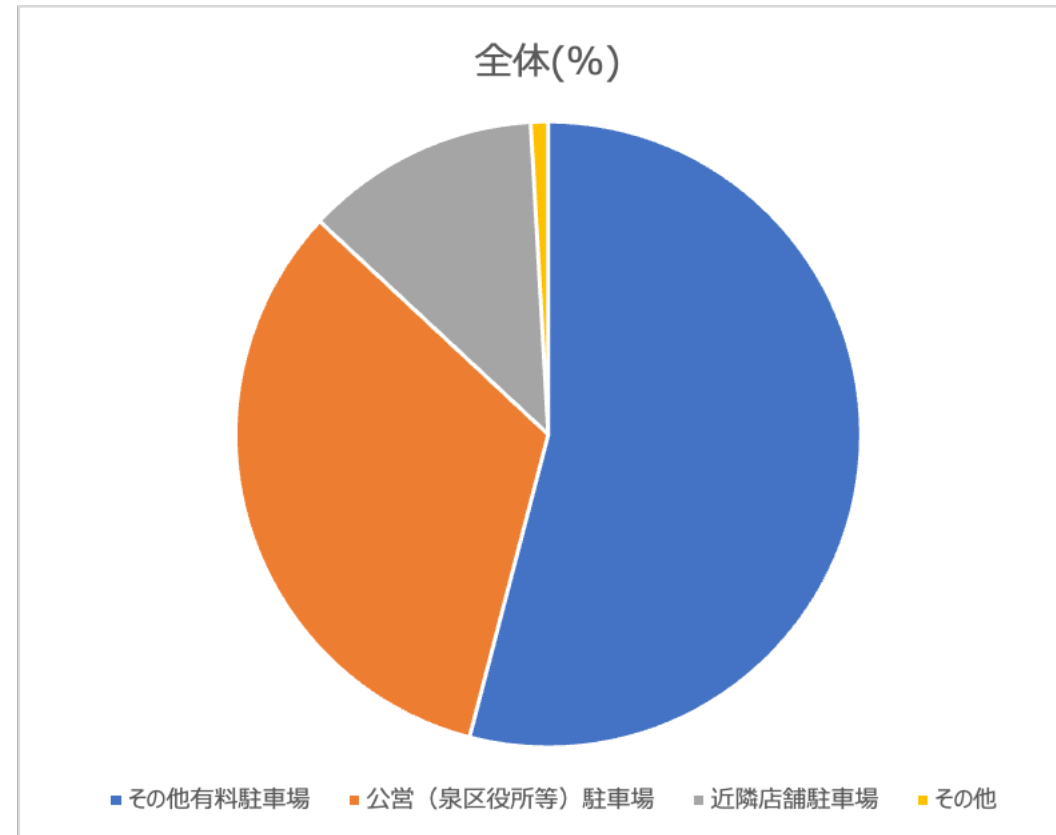
- ✓ 開場前は家族、友人・恋人の順に多い。
- ✓ 開場後は家族、おひとりの順に多く、開場前とやや傾向が異なる。

# Q8-1. 交通手段（乗り継ぎ等での複数回答可）



- ✓ 開場前、開場後ともに、車、地下鉄の利用が多く、車は回答者の半数以上が利用している。

## Q8-2. 駐車場



- ✓ 開場前、開場後ともに、車利用者はその他有料駐車場が半数を超え、次いで公営駐車場を使用している。
- ✓ 近隣店舗駐車場利用者は1割程度いる。

# Q9. 支出【一人あたり】

記入されていた金額の総和を回答数で割った額

(単位 円)

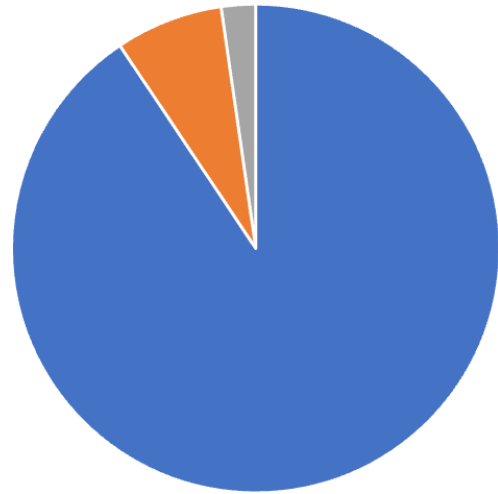
	交通費	駐車場	グッズ購入費	飲食費	宿泊費	その他
開場前	1,329	476	1,273	1,517	56	754
開場後	2,152	388	667	1,308	980	1,136
全体	1,433	465	1,196	1,491	173	803

✓ 2019年の調査結果と比較すると、どの金額も増加している。

# Q10. チケット種別

## 開場前

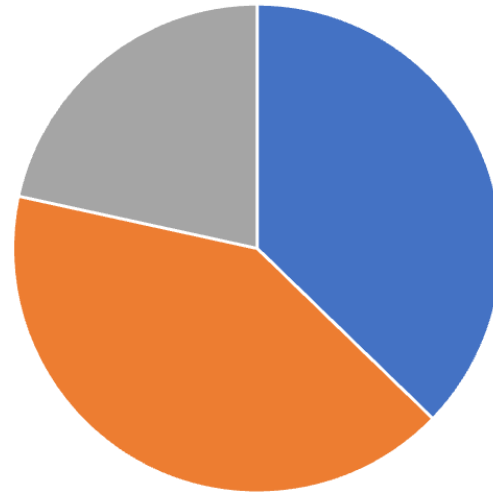
開場前(%)



■ 年間チケット (SOCIO FANCLUB会員、ハーフ含む) ■ 前売り券 ■ 招待券

## 開場後

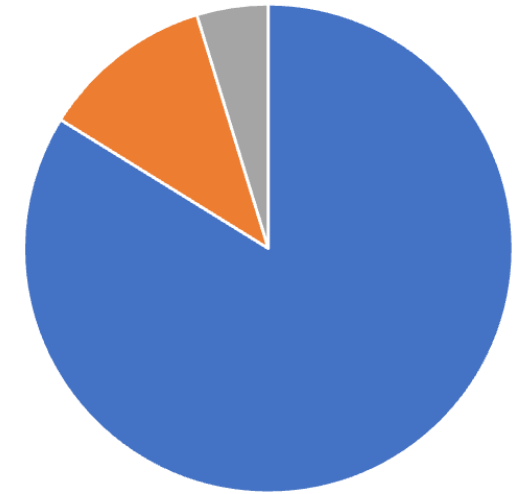
開場後(%)



■ 年間チケット (SOCIO FANCLUB会員、ハーフ含む) ■ 前売り券 ■ 招待券

## 全体

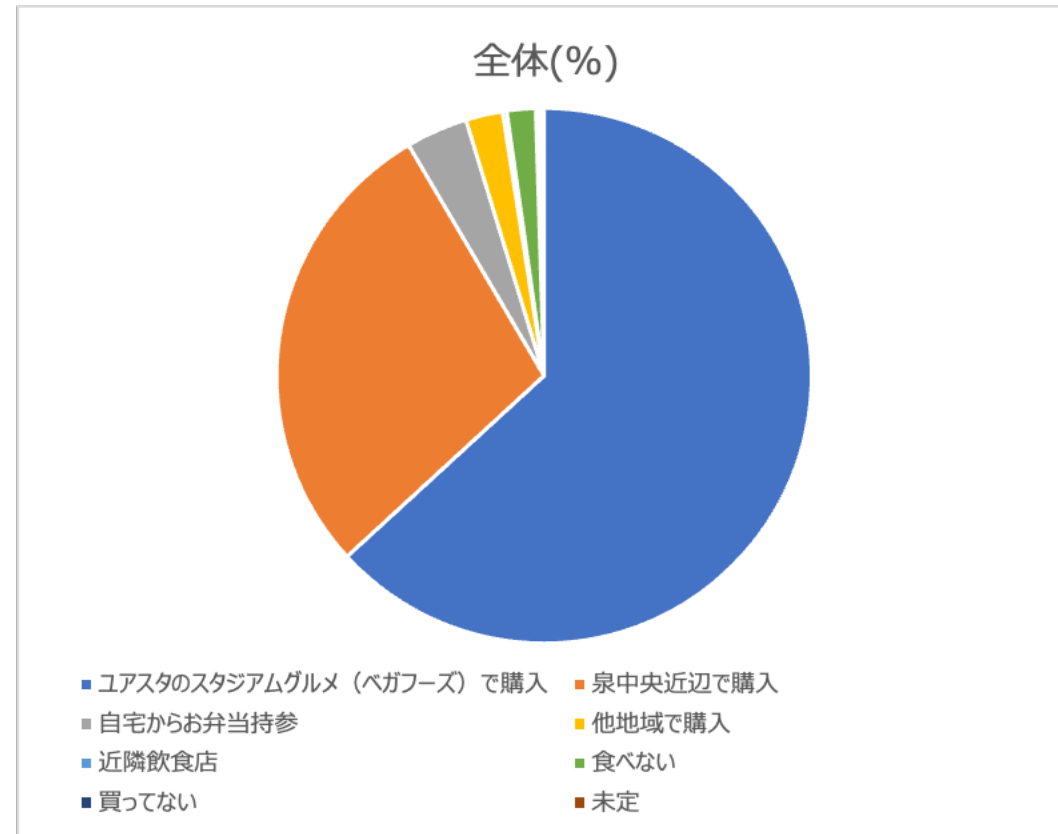
全体(%)



■ 年間チケット (SOCIO FANCLUB会員、ハーフ含む) ■ 前売り券 ■ 招待券

- ✓ 開場前は年チケが約9割を占める。
- ✓ 開場後はそれぞれの種別に分散している。

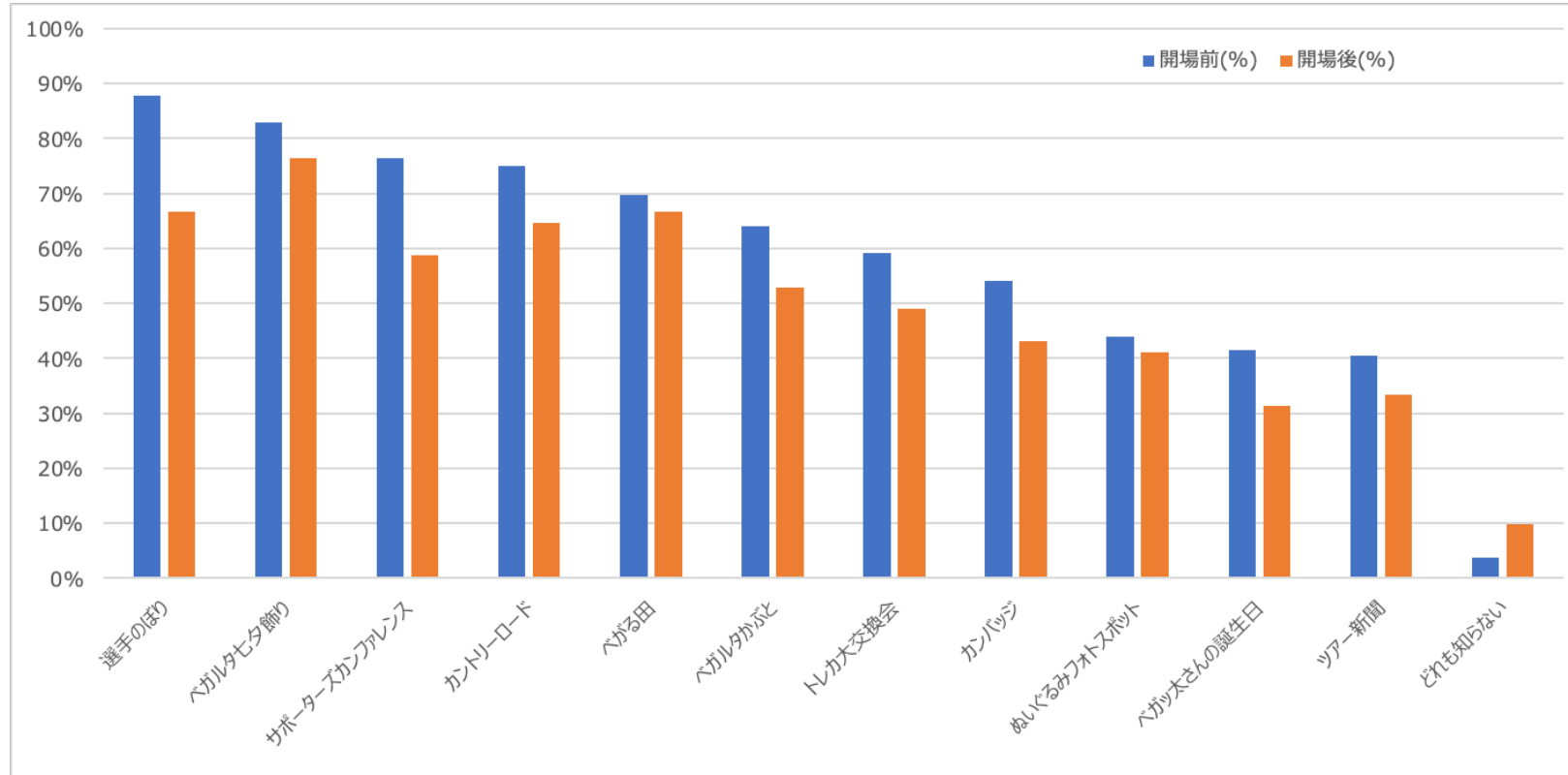
# Q11. 昼食の購入先



- ✓ 開場前、開場後ともに、最もスタジアムグルメの利用が多い。
- ✓ 来場者の9割がスタジアムと泉中央近辺で昼食を購入している。

# Q12. 後援会活動知名度（複数回答可）

回答数に対する知っている人の割合を%で表している。  
(回答者のうちどのぐらいの割合がその活動を知っているかの割合)



- ✓ 開場前の方が開場後よりも活動を知っている割合が高い。
- ✓ ベガルタ七夕飾りはどちらの割合も高い。