

I 基本的な考え方

- 本市は、3つものトップスポーツチームが活動する全国でも稀な地方都市である。
- 本市をホームタウンとする「福島ファイヤーボンズ」「福島デンソーエアリービーズ」及び本市を中心に活動する「福島レッドホープス」は、それぞれが有する話題性、発信力、集客力等から、本市にとって、チームの存在は「選ばれるまち」の実現に不可欠なコンテンツである。（『新たな郡山市の魅力』）
- 本市が従来から有する「食」「文化芸術」「産業」「伝統」「観光」などの地域資源（『従来の郡山市の魅力』）とトップスポーツチームの魅力を掛け合わせ、それぞれの分野における施策の高付加価値化を図る。（『施策の新統合』）
- この取り組みは『地域資源を最大限活用し、異なる分野の要素を組み合わせる「施策の新結合」により、付加価値を生み出していく』という骨太方針2025に準じていると認識している。

従来の郡山市の魅力



新たな郡山市の魅力



賑わいの創出及び来訪者・関係人口の増大からなる
“選ばれるまち”、“地域活性化”の実現

郡山市民・・・郷土愛の醸成からなる「住み続けたいまち」「戻ってきたいまち」
市外住民・・・郡山市の魅力に触れることによる「訪れたいまち」「住みたいまち」

2 スポーツコンテンツの高付加価値化関係事業が目指す姿（政策目標）

① 公式戦の開催等による賑わいの創出

成果指標：
・観光庁ツールを用いた経済波及効果
・公式戦来場者数
・県外からの公式戦来場者数

公式戦を本市における賑わいの創出のためのコンテンツと捉え、多くの来場者を得るよう、魅力ある公式戦の開催を支援する。

（本市における総合エンタテインメントとして、その開催を支援する。）

※（参考）右写真のとおり（一部の取り組み）

地域資源と公式戦のコラボレーション



▲試合前ロビーでの演奏
（マーマレーズジャズオーケストラ）



▲華道作品での来場者お出迎え
（市内各流派6団体）



▲日本遺産関連ブース
（郡山市）



▲ハーフタイムでのパフォーマンス
（逢瀬ひよっとこ愛好会）



▲試合前ロビーでの演奏
（生田流箏曲安つ美会）



▲クリームボックス販売会
（クリームボックス楽団）

② トップスポーツを通じた郷土愛の醸成

成果指標：公式戦に参加（出演）した市民の数

チームに関わることで、チームの存在を「自分事」と捉える市民を増やす。

※（参考）右写真のとおり（一部の取り組み）

地域資源と公式戦のコラボレーション

⇒

- ◆チーム ・地域に根差したチーム
- ◆市民 ・郷土愛の醸成
・住み続けたいまち、戻ってきたいまち



▲ハーフタイムでのパフォーマンス
（郡山高校、郡山商業高校）



▲ハーフタイムでのパフォーマンス
（あさか開成高校）



▲試合前パフォーマンス
（郡山商業高校）



▲大編成 brass band とチアリーディングの応援
（三中、七中、大槻中、郡山商業高校）

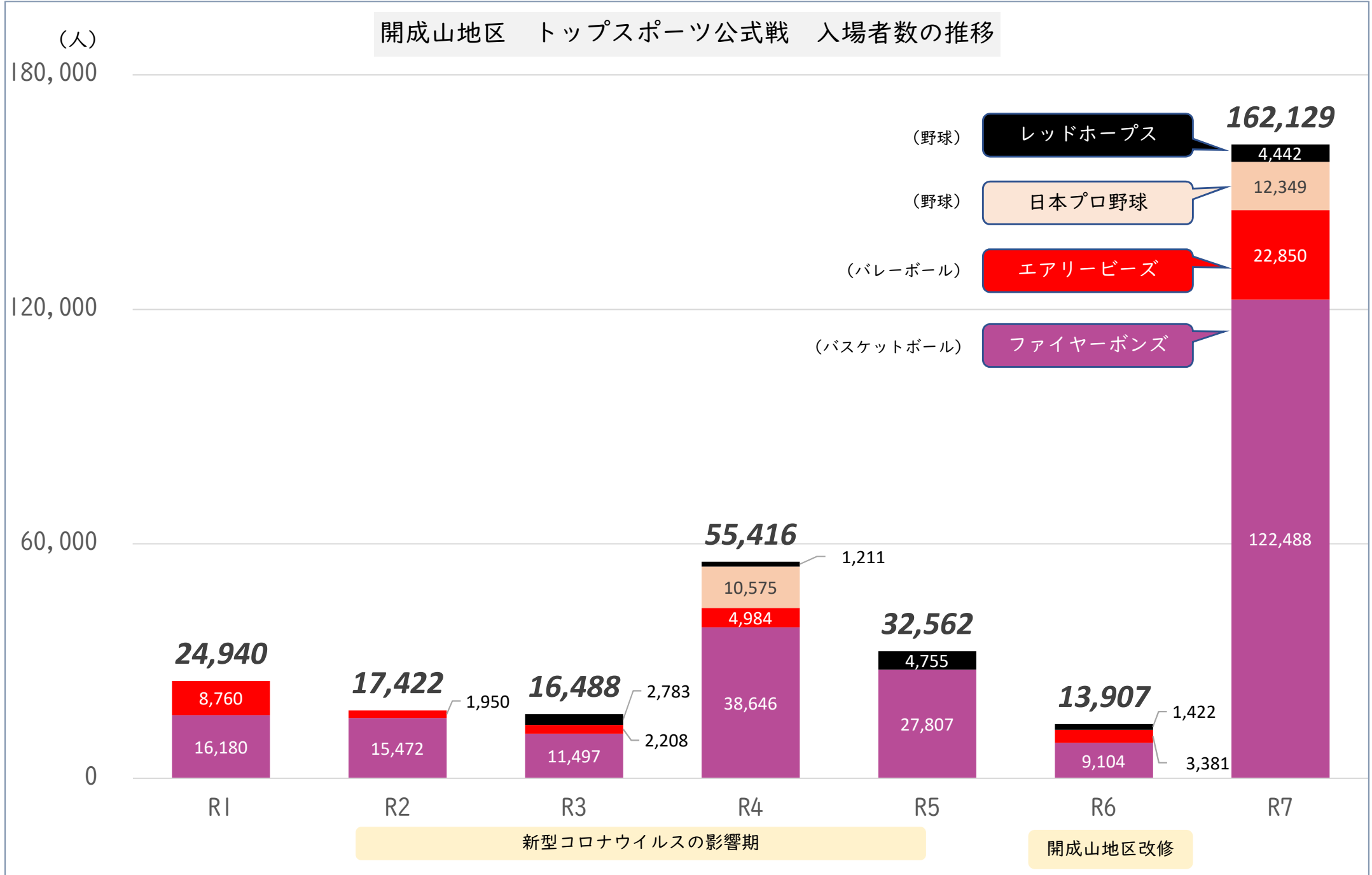


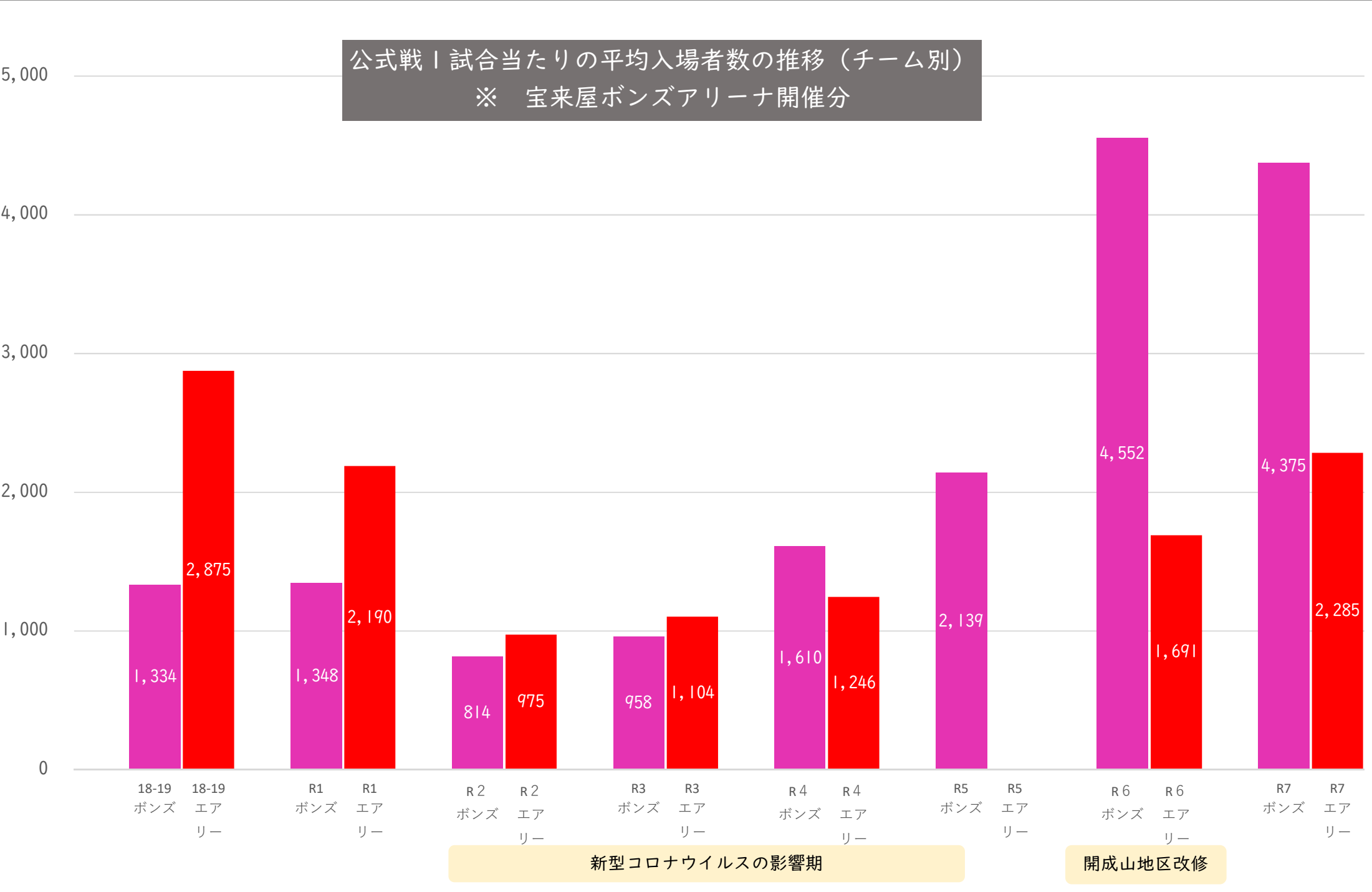
▲ハーフタイムでのパフォーマンス
（橘小学校）

3 実施計画及び目標

成果指標 （「来場者数」「経済波及効果」には日本プロ野球公式戦を含む。）	2025年度実績 来場者数 162,129人 経済波及効果 約864,000千円 関係者（市民）数 約500人	2026年度 来場者数 180,000人 経済波及効果 約1,000,000千円 関係者（市民）数 約800人	最終目標値 （2030年度） 200,000人 約1,200,000千円 約1,000人
サポーターズマッチ - 郡山市民無料招待（制限あり） - 郡山市関連団体のパフォーマンス等（施策の新統合） - 日本遺産等郡山市魅力発信ブースの設置	 4試合 17,625人来場 決算額 17,921千円  4試合 9,148人来場 決算額 6,503千円  1試合 630人来場 決算額 1,452千円	 4試合 目標値 18,000人来場 予算額 18,780千円  4試合 目標値 12,000人来場 予算額 6,600千円  1試合 1,540人来場 決算額 2,865千円	
コラボレーションマッチ 郡山市関連団体のパフォーマンス等（施策の新統合）	 6試合 13,702人来場 ※ 特段の支出なし	 10試合 30,000人来場 ※ 特段の支出なし	
2026新規 チーム遠征時 郡山市魅力PR事業 2026新規 ホーム戦 郡山市滞在ツアー		  奈良市、越谷市、川崎市、西尾市 現地に赴き、対戦相手のファン層（来訪の潜在需要がある層）に来訪を促す。   越谷市、上尾市 本市へアウェイ戦として来訪する対戦相手のファンに本市への宿泊滞在を促す。 （本市の魅力PRバスツアーの	

参考資料Ⅰ トップスポーツ公式戦来場者数の推移（年度累計）





■ 参考資料 3 トップスポーツ公式戦開催における経済波及効果の簡易測定

1 計算された「郡山市の経済波及効果」

R7年度 福島ファイヤーボンズ戦 想定

1節2試合を開催した場合（2日間）

経済波及効果額 約49,000千円

2 測定に用いたツール

観光庁が提供している「MICE簡易測定モデル(Ver.3)」

MICEとは

「MICE」とは、企業会議（Meeting）、企業の報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際会議（Convention）、展示会・イベント（Exhibition/Event）を総称したもの。

MICE簡易測定モデルとは（観光庁websiteより）

観光庁では、2010年（平成22年度）に、MICE開催による地域への経済波及効果を容易に測定できるツールを開発し、地方公共団体や民間企業等に幅広く利用されてきました。このモデルでは、「MICEタイプ」、「都道府県」を指定し、測定を行うMICEの「期間」、「人数」等の情報を入力することで、「生産誘発額・就業効果」、「税収効果」等の経済波及効果が自動的に算出されます。

3 測定に用いたインプット情報

- MICEタイプ：スポーツイベント
- 想定イベント：トップスポーツチーム公式戦
- 日数：2日間（1節2試合） ※1泊2日
- 参加人数： 日帰り4500人 宿泊200人
- 想定支出額（消費原単価の設定）

費目	日帰り	宿泊
1人当たり国内移動費（千円／人）	0.5	10.8
1人当たり都市内移動費（千円／人）	1.0	1.1
1人・日当たり宿泊費（千円／人・日）	0.0	8.0
1人・日当たり飲食費（千円／人・日）	1.4	8.0
1人当たり観光、娯楽費（千円／人）	1.0	5.0
1人当たり土産・買物費（千円／人）	1.0	6.0

参考資料4 トップスポーツ公式戦開催による「郡山市の経済波及効果」の推移

