FC町田ゼルビア
地域インパクト調査研究レポート
（第2版 2026.11.10）

町田商工会議所×町田市×FC町田ゼルビア



町田商工会議所

町田市
MACHIDA City

FC MACHIDA ZELVIA



Contents

01 イントロダクション

1. エグゼクティブサマリー 4
2. 町田商工会議所×町田市×FC町田ゼルビアによるスポーツの価値を可視化する取り組み 5
3. 本プロジェクトの調査研究対象 6
4. 調査研究の手法 8

02 経済的価値の調査研究

1. 経済波及効果 分析結果 10
2. 広告換算価値 分析結果 11
3. コラム：地元経済界の視点から見たJクラブが地域に果たす役割とは？（町田商工会議所会頭インタビュー） 12

03 社会的価値の調査研究

1. 社会的価値を評価する取り組みの全体像 14
2. 統計データ調査に基づく社会的価値分析 16
3. ウェルビーイング評価法に基づく社会的価値分析 19
4. コラム：地元・町田市トップが考える、FC町田ゼルビアの価値と役割（町田市長インタビュー） 21



01
イントロダクション

1. エグゼクティブサマリー 4
2. 町田商工会議所×町田市×FC町田ゼルビアによるスポーツの価値を可視化する取り組み 5
3. 本プロジェクトの調査研究対象 6
4. 調査研究の手法 8

©FCMZ

1. エグゼクティブサマリー

[経済的価値　サマリー]

※ 分析の詳細は、P. 9以降をご参照ください

1.「FC町田ゼルビア」の存在により発生した**経済波及効果**は**約191.7億円**、「町田市」の広報・露出効果の**広告換算価値**は**約10.2億円**と分析されました。

FC町田ゼルビアの経済的価値	東京都内における経済波及効果 約191.7億円	直接効果 約104.1億円
		第1次波及効果 約57.4億円
		第2次波及効果 約30.2億円
	「町田市」広報・露出の広告換算価値 約10.2億円	各メディア媒体等を介したリーチ 約504.5万

[社会的価値　サマリー]

※ 分析の詳細は、P.13以降をご参照ください

1.「FC町田ゼルビア」の存在により、町田市や町田市民には次のような社会的価値がもたらされていると推察されます。

1

町田市民のうち、「FC町田ゼルビアを応援する」市民は

- **町田市への愛着がより強く、継続して町田市に居住する意欲も高い**
- **町田市での生活をより「暮らしやすい」「治安が良い」「子育てしやすい」と感じている**
- **FC町田ゼルビアの存在が「生きがい」や「充足感」につながっており、コミュニティのつながりも強固にしている**
- **行政や地域に対する信頼や、課題解決等に対する期待がより高い**

2

「FC町田ゼルビア」をきっかけとして、町田市周辺の市外居住者は

- **町田市に対して、よりポジティブなイメージを持っている**
- **「町田市を訪れたい」という来街意欲や、「町田市に住みたい」という居住意欲が高い**

2. これらの「FC町田ゼルビアが町田市民に与える社会的価値」について、ウェルビーイング評価法を用いて貨幣換算した結果、**約188.6億円**と分析されました。

FC町田ゼルビアの社会的価値	町田市民が獲得している効果の社会的価値 約188.6億円	コア層（年間4回以上観戦）の市民が獲得している効果の社会的価値 約123.3億円
		ライト層（年間2～3回観戦）の市民が獲得している効果の社会的価値 約65.3億円

2. 町田商工会議所×町田市×FC町田ゼルビアによるスポーツの価値を可視化する取り組み

町田商工会議所、町田市およびFC町田ゼルビアは連携し、**「町田を世界へ。」**を理念として掲げるFC町田ゼルビアが地域に与えるインパクトに関する共同調査研究プロジェクトに取り組んでいます。

今回3者によるレポートとして、**2025シーズン（2025年2月1日～2026年1月31日）におけるFC町田ゼルビアが地域にもたらした経済的価値の測定を実施**したほか、従前より実施していた**社会的価値の調査研究の更なる成果として、FC町田ゼルビアが町田市民に対して与える社会的価値の測定を実施**しました。

今後、経済的価値や社会的価値の測定の更なる調査研究を進めていくことで、同クラブが地域に与える影響や価値をさらに可視化していきます。





3. 本プロジェクトの調査研究対象

FC町田ゼルビア クラブビジョン



FC町田ゼルビアはクラブビジョンとして**「町田を世界へ。」**を掲げ、クラブだけでなく「町田という街」全体を世界に知ってもらう機会を作ることをビジョンに掲げています。クラブの競技力強化に加え、地域に根差した活動や人材育成等の実施を通じてスポーツを軸に地域社会と連携しながら、町田のブランド力向上と持続的な地域発展に寄与することを目指しています。

クラブ理念

01

町田市民が誇れるクラブであること



FC町田ゼルビアはホームタウンである町田に関わる全ての方々が誇れるクラブであることを目指しています。
そのためにJリーグ含む競技成績の向上を目指すだけでなく、クラブの行動や姿勢、地域社会との関わりを通じて信頼されるクラブになるような取り組みを実施しています。

02

地域の発展に貢献できるクラブであること



FC町田ゼルビアはスポーツにとどまらず、地域に根差した活動やサステナブルな取り組みを推進することにより地域課題の解決や街の活性化に向けた取り組みを実施しています。
また、行政、企業、学校、市民と協働しスポーツを核とした地域活動やイベントへの参画をすることで持続的な地域発展に寄与することを目指しています。

03

次代を担う子どもたちの健全な育成と夢の創造に貢献するクラブであること



少年サッカークラブを起源に持つFC町田ゼルビアは、スポーツが人を育て、地域の未来を形作る力を持つ環境づくりを重視しています。アカデミーや学校との連携、スポーツや文化の普及活動を通じて子どもたちが自ら夢や目標を描き、その実現に向けて踏み出せる環境を整え、地域の未来を担う人材の育成に貢献できることを目指しています。

3. 本プロジェクトの調査研究対象

データで見る FC町田ゼルビア

年間試合数（2025シーズン）
52試合

町田開催数	国立開催数
23試合	4試合

総観客動員数（主催試合）
約34.8万人

Jリーグ	ACL	天皇杯	ルヴァンカップ
38試合	6試合	6試合	2試合

Jリーグ ID（Jリーグファンベース）お気に入り登録数
約35.2万人



2025シーズンのFC町田ゼルビアは**年間52試合（うち主催試合27試合）**、主催試合の総観客動員数は**約34.8万人**を記録しています。Jクラブとしては2025明治安田J1リーグに所属しており、Jリーグ主催のルヴァンカップや、プロ、アマチュア問わず日本一のサッカークラブを決める天皇杯にも参戦しております。また、前年のJリーグの成績からアジアのNo.1クラブを決めるAFCチャンピオンズリーグにも出場し、国内だけでなく海外にも活動の幅を広げています。





主要な地域活動の回数
約800回／年

地域活動の参加人数
約90,487人／年

ボランティアの活動人数
延べ約1,320人／年

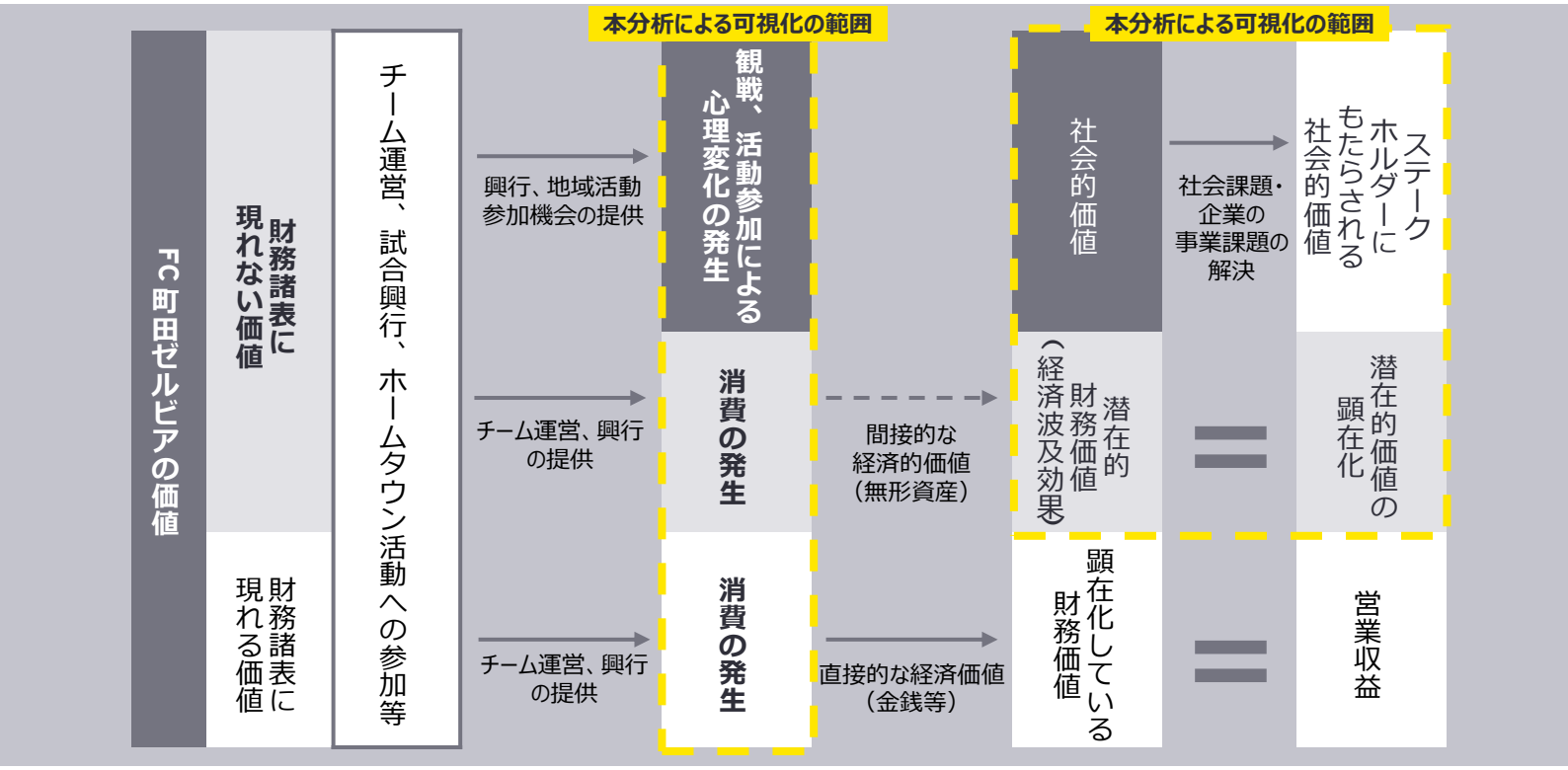
FC町田ゼルビアでは地域に愛されるクラブになるためホームタウン活動に取り組んでおり、「まちづくり」「健康」「子ども」「環境」「福祉」の5つの項目で地域活動を実施しております。
2025シーズンは年間800回の地域活動で約9万人の参加人数がありました。主な活動としては「地域の美化活動」や「サッカー教室」や「認知症サポーターの養成」、「ゼルビア体操の推進」を行い、ホームタウンである町田に対する愛着を深めていく活動や、次世代のサッカー普及、街づくりを目指しております。

FC町田ゼルビアのホームゲーム開催日およびイベント開催日にはクラブ独自のボランティア（通称ゼルボラ）、町田市の市民ボランティアである「まちだサポーターズ」や「公益社団法人町田市シルバー人材センター」により運営をサポートしていただいており、年間約1,320人に活動いただいております。

4. 調査研究の手法

本プロジェクトが目指す可視化の範囲

本プロジェクトでは、**財務諸表に現れない、FC町田ゼルビアの潜在的財務価値（経済波及効果）を可視化**すると共に、**FC町田ゼルビアが町田市民に対して与える社会的価値の測定**を実施します。



本レポートは、経済波及効果および社会的価値の算出を目的とした下記アンケート調査結果を活用しているほか、各種統計データ、Jリーグ等のステークホルダーが保有する各種データに基づいて分析を行いました。

本調査における調査対象期間

2025シーズン：2025年2月1日～2026年1月31日

※Jリーグ（日本プロサッカーリーグ）の事業年度に準拠して実施

本レポートにおけるアンケート調査の概要

調査対象ステークホルダー	概要	調査手法	設問数	調査サンプル数
観戦者	■ 主催試合会場でアンケート調査を実施し回答収集	現地調査	15問	1,148
アウェイ戦 観戦者	■ FC町田ゼルビアのアウェイ戦を観戦したFC町田ゼルビアサポーターを対象にアンケート調査を実施	インターネット調査（Jリーグ IDを用いた調査）	13問	722
FC町田ゼルビアを応援している方	■ FC町田ゼルビアのリーグ戦ホームゲームに2試合以上ご来場いただいたサポーターを対象にアンケート調査を実施	インターネット調査（Jリーグ IDを用いた調査）	13問	447
	■ FC町田ゼルビアのリーグ戦ホームゲームに1試合以上ご来場いただいたサポーターを対象にアンケート調査を実施	インターネット調査（Jリーグ IDを用いた調査）	37問	445
		インターネット調査（Jリーグ IDを用いた調査）	27問	799
町田市民	■ 町田市民を対象にインターネット調査を実施	インターネット調査	44問	400



02

経済的価値の調査研究

1. 経済波及効果 分析結果 10
2. 広告換算価値 分析結果 11
3. コラム：地元経済界の視点から見たJクラブが地域に果たす役割とは？ （町田商工会議所会頭インタビュー） 12

©FCMZ

1. 経済波及効果 分析結果

経済波及効果の分析結果概要



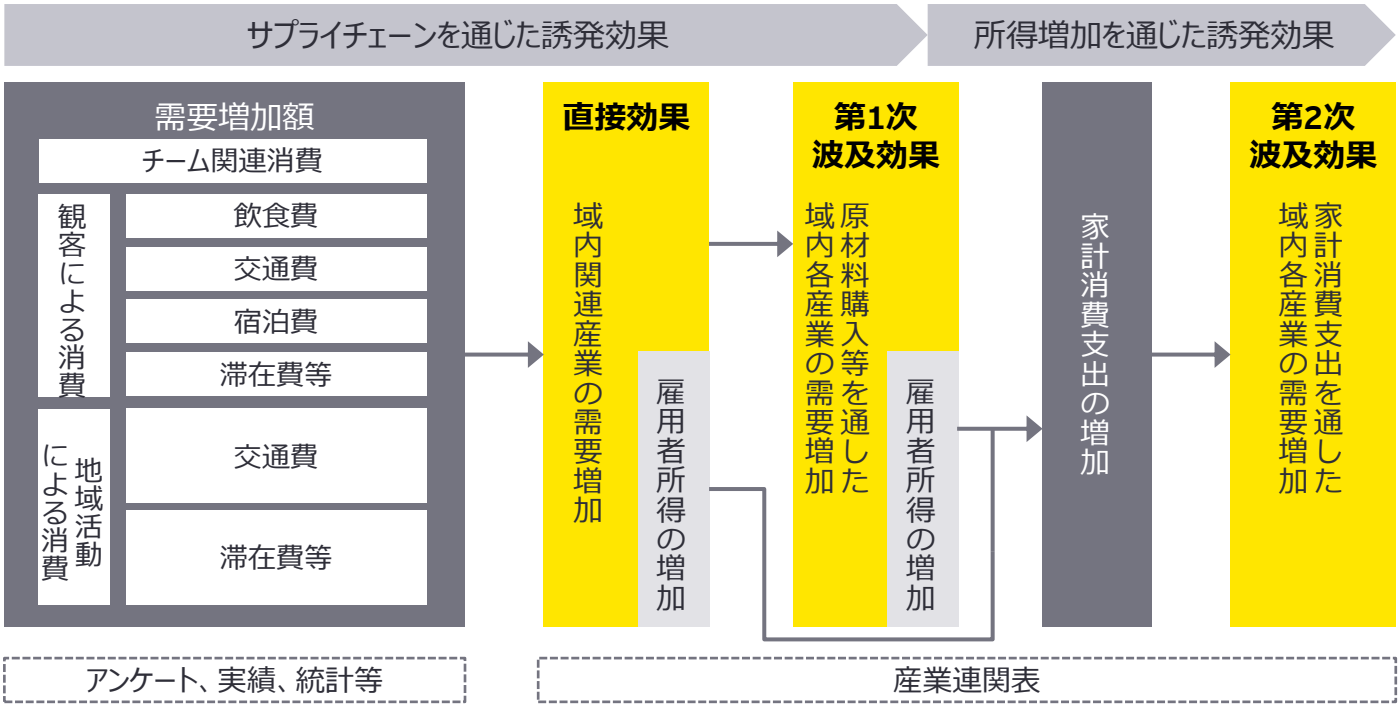
試合運営日での観客消費やイベント運営・参加者の消費等を通して域内に発生する「直接効果」と、直接効果に誘発される「間接波及効果」の合計にて算出した結果、経済波及効果は約191.7億円となりました。
FC町田ゼルビアとアウェイチームの関連消費を除いた観戦者・関連イベント参加者の消費による経済波及効果は73.4億円となり、全体の約38%を占める結果となりました。
なお、主催試合の観戦客および地域活動に参加した方は約43.8万人であり、多くの方が町田に訪れ、経済波及効果が発生したことが分かります。

経済波及効果　約191.7億円

直接効果	第1次波及効果	第2次波及効果
約104.1億円	約57.4億円	約30.2億円

観戦者・関連イベント参加者の消費による経済波及効果
約73.4億円

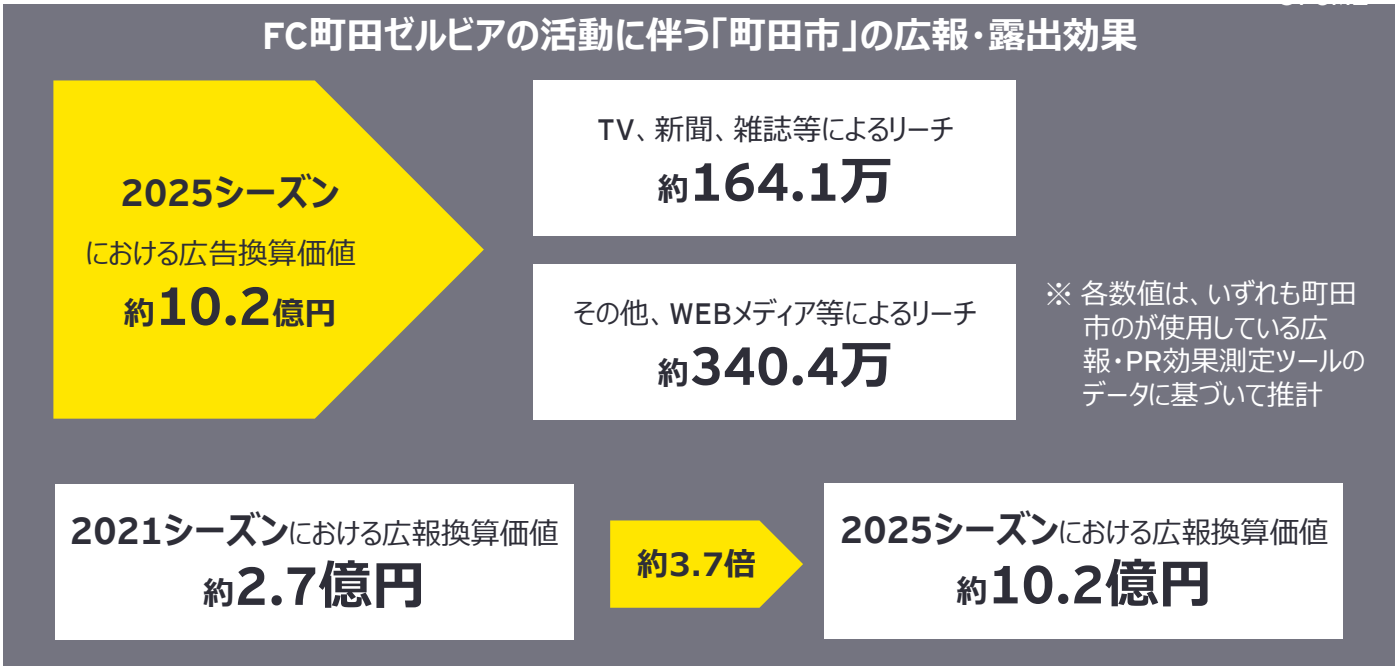
観戦者数 合計（主催試合） **約347,941人**	観戦者による消費 合計 **約46.8億円**
地域活動の参加人数 **約90,487人**	地域活動参加者による消費 合計 **約0.7億円**



2. 広告換算価値 分析結果

広告換算価値の分析結果概要

FC町田ゼルビアが町田市を拠点に活動することで発生している「町田市」に関するポジティブな広報・露出について、その効果を広告換算価値に置き換え、分析・評価しました。
広告換算価値は、本プロジェクトのパートナーである町田市が使用している広報・PR効果測定ツールのデータを根拠とし、本調査の対象期間である2025シーズン（2025年2月1日～2026年1月31日）における効果を分析した結果、広告換算価値は約10.2億円、広報・露出に伴う総リーチ数は約504.5万と推計されました。
また、過去の広報・露出との比較分析では、2021シーズン（約2.7億円）から2025シーズン（約10.2億円）へ、広告換算価値が約3.7倍と増えており、FC町田ゼルビアの活躍が「町田」「町田市」のポジティブな広報・露出に繋がっていることが分かります。



注１）2021シーズンは「2021年2月から2022年1月まで」、2025シーズンは「2025年2月から2026年1月まで」を指します
注２）本広告換算価値の推計にあたっては、FC町田ゼルビアがオウンドメディア等で実施した情報発信や、その親会社である（株）サイバーエージェント及びその関連会社が運営する動画配信プラットフォーム等（ABEMAなど）による広報・露出を除外しています

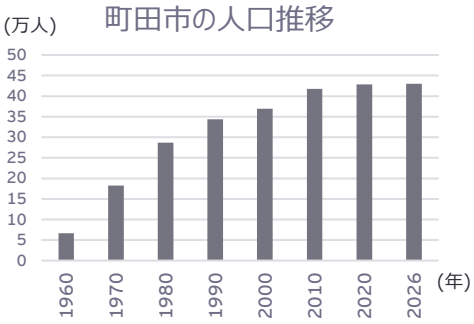
コラム：地元経済界の視点から見たJクラブが地域で果たす役割とは？（町田商工会議所会頭インタビュー）

世界を舞台に活躍するFC町田ゼルビアを、地元の経済関係者はどう見ているのか？
地元経済界を代表し、町田商工会議所の会頭である澤井宏行さんに語っていただきました。

――FC町田ゼルビアがJ1に昇格し、今シーズンは天皇杯で優勝しました。クラブの活躍を、市民の皆さんはどう受け止めていますか？



FC町田ゼルビアが活躍するにつれて、市外の方から「ゼルビア、すごいですね」とお声掛けいただく機会なども一気に増え、「町田といえばゼルビア」と連想される方も増えてきたのかな、と実感しています。
町田市は元々、「新宿や横浜へアクセスの良いベッドタウン」としての顔と、「町田駅周辺の中心市街地を核とした商都」という2つの顔を持っています。

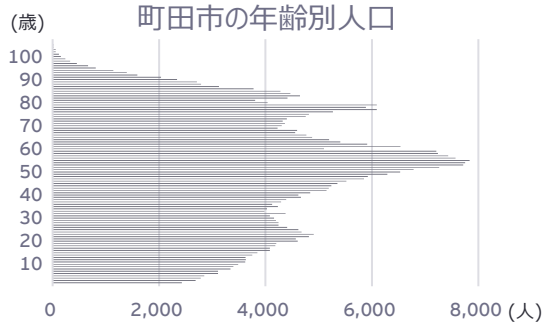


出所：町田市「年齢別人口表」（2026年１月取得）

「ベッドタウンとしての町田市」が形成されたことの背景には、1960年代以降、急速に住宅開発が進み、地方からの流入による人口増が起きたことがあります。
外から多くの住民の皆さんをお迎えしたこの街にとって、「地域としてのアイデンティティ」をどう作り上げていくか、というのは大きなテーマでして、その意味で「FC町田ゼルビア」の存在が街のシンボルの1つとなりつつある、と感じています。

――地元の経済界として、感じておられる地域の課題や、FC町田ゼルビアに期待する役割はありますか？

「商都・町田」という視点でいえば、近年の急激な地価高騰等の影響を受けて賃料相場も上昇し、結果的に路面店中心にチェーン店が増えてきてしまっている、という点を地域の課題として感じています。チェーン店自体が悪いわけではありませんが、「町田ならではの魅力ある個店」が失われていってしまうことで、他の街と同じようなお店が並び、「個性のない、顔のない街」になってしまうリスクがあります。
「FC町田ゼルビア」というハブを地元としてうまく活用することで、地域の魅力的な個店や商店街の魅力を発信し、交流人口を取り込み、地域に対するファン層を獲得していくような仕掛けが必要と感じています。



出所：町田市「年齢別人口表 2026」（2026年１月取得）

また、急激に進む少子高齢化やECサイトの台頭による生活習慣の変化により、「商都・町田」を支えてきた地域の購買力が弱まっていく可能性がある点を危惧しています。町田市の人口構成は非常に特徴的で、周辺に大学等も多いことから20代前半までの人口は少なくないのですが、大学卒業と同時に一気に外部への流出が起き、30～40代の「結婚して、子育てする」世代になると戻ってくる傾向があります。
FC町田ゼルビアの存在が「町田市」という地域に対するアイデンティティを生み出すことで、多くの若者世代にとって「いつかは帰ってきたい街」としして愛されることが、非常に重要です。その意味で、これからも「地域に愛されるクラブ」であり続けてほしいですね。

町田商工会議所 会頭 澤井宏行氏 プロフィール

専門学校卒業後、父が創業した東京ガス町田サービスセンター（現・東京ガスライフバル澤井株式会社）に入社。現場経験を重ねながら関連会社での業務にも携わり、経営の基盤づくりに貢献する。2016年に副社長へ就任。2021年には代表取締役社長を引き継ぎ、地域密着型の経営方針のもと着実に事業を拡大している。地域経済の活性化にも深く関わり、2004年に町田青年会議所理事長を務め、さらに2022年より町田商工会議所第6代会頭として、地域産業の発展と次世代育成に力を注いでいる。



03

社会的価値の調査研究

1. 社会的価値を評価する取り組みの全体像 14
2. 統計データ調査に基づく社会的価値分析 16
3. ウェルビーイング評価法に基づく社会的価値分析 19
4. コラム：地元・町田市トップが考える、FC町田ゼルビアの価値と役割（町田市長インタビュー） 21

©FCMZ

1. 社会的価値を評価する取り組みの全体像

FC町田ゼルビアが地域に与える社会的価値とは～本プロジェクトの狙い

FC町田ゼルビアは、プロスポーツクラブとして興行を行うだけでなく、地域においてさまざまな活動を行っているほか、その存在によって町田市の広報露出を増やすなど、社会的な意義を持つさまざまな効果を地域にをもたらしています。一方で、このような社会的価値は、これまで分かりやすい形で可視化されてこなかったため、本プロジェクトではこのような目に見えない価値を分析し、評価することを目指します。

FC町田ゼルビアの7つの活動領域

















7つの活動領域が地域にもたらされる社会的インパクトの例

経済／ブランドバリュー

- **経済波及効果**
  - 来街者数
  - 来街者の消費単価
- **ブランドバリュー**
  - 町田市の認知度
  - 町田市の広告露出効果
  - 町田市のブランドイメージ
  - 町田市への来街意欲
  - 町田市への居住意欲

アイデンティティ

- **シビックプライド**
  - 地域への愛着
  - 居住継続意欲
- **主体的な地域づくり**
  - 地域課題解決期待値
  - 地域活動への参加率

健康アシスト

- **スポーツ実施率**
  - 医療費削減効果
  - 寿命／健康寿命
- **主観的健康**
  - 主観的健康度
  - 健康意識

こどもアシスト

- **子育て環境**
  - 子育てのしやすさ
  - 子育て環境への満足度
  - 子どもが活動する場所の確保
- **子どもの自己実現**
  - 子どもが意見を伝える機会

街づくりアシスト

- **暮らしやすさ**
  - 生活満足度
  - 安心感／治安
- **コミュニティ**
  - 地域とのつながり

福祉アシスト

- **幸福度**
  - 主観的幸福度
  - 自分らしさの体現
  - 生きがいや充実感
- **共生社会理解**
  - 共生社会理解度
  - 共生社会への行動
  - 地域における共助環境

環境アシスト

- **環境意識**
  - 環境問題の認知度
  - 環境保全行動実施度
- **クラブによる環境保全行動**
  - CO2削減量
  - 食品ロス削減量

1. 社会的価値を評価する取り組みの全体像

本調査・分析は、**米国イリノイ大学の井上雄平教授、中京大学の舟橋 弘晃准教授**の学術的サポートを得ながら実施しています。

米国イリノイ大学 井上雄平氏 プロフィール



井上 雄平 氏
Yuhei Inoue

スポーツ経営学者、経営学博士（米国テンプル大学）。米国メンフィス大学助教（2011～2014年）、米国ミネソタ大学准教授（2014～2019年）、英国マンチェスター・メトロポリタン大学教授（2019～2024年）を経て、現在、米国イリノイ大学アーバナ・シャンペーン校の教授（スポーツマネジメント分野）

主な研究テーマは、スポーツを通して個人や社会のウェルビーイングを向上させるための組織やイベント、プログラムのマネジメント手法を明らかにすること。経営学やスポーツ経営学の主要な国際学術誌にこれまで70本の査読付き論文を発表。また、スポーツ経営学のトップジャーナルである「Sport Management Review」の副編集委員長、「Journal of Sport Management」の編集委員を務める。

2016年に、北米スポーツマネジメント学会（NASSM）にて、日本人初のリサーチフェローに任命。さらに、経済協力開発機構（OECD）が主導した国際イベントのインパクト評価指標の選定作業（2023年）、および英国政府のスポーツ施設のインパクト評価に関する諮問委員会（2023年～現在）において、学識経験者として参画している。

中京大学 舟橋 弘晃氏 プロフィール



舟橋 弘晃 氏
Hiroaki Funahashi

中京大学スポーツ科学部スポーツマネジメント学科 教授）。博士（スポーツ科学）。専門はスポーツ経済学。早稲田大学大学院スポーツ科学研究科博士後期課程を修了後、同大学講師などを経て、2021年より中京大学にて教鞭を執る。「エビデンスでスポーツ産業に貢献する」をモットーに、スタジアム・アリーナの整備が地域にもたらす効果、市場価格では捉えきれないスポーツの経済価値評価（非市場価値評価）、リーグのルールや制度設計がスポーツ観戦需要に与える影響に関する研究を行っている。

スポーツ庁・経済産業省「多様な世代が集う交流拠点としてのスタジアム・アリーナ選定事業」審査委員、日本スポーツ協会「3巡目国スポ在り方検討プロジェクト」班員など、政府やスポーツ関連企業が設置する有識者会議や検討会の委員を多数歴任している。

※本プロジェクトの実施にあたり、中京大学大学院スポーツ科学研究科の篠宮鳳眞氏および荻堂李々花氏より研究補助を受けた。

2. 統計データ調査に基づく社会的価値分析

経済・ブランドバリュー

#	主な活動（抜粋）	実績①	実績②
1	ホームゲーム開催	27試合	観客数34.8万人
2	アウェイ観客による来街者数増加	（同上）	アウェイ観客数 4.2万人
3	町田わくわくスタンプラリー	参加店舗 延べ25店	参加者数 約100人
4	ホームゲームでの「まちだみやげ」販売	1試合当たり 25~30品目	合計売り上げ 約100万円
5	ホームゲームにおける地場農産物販売「まち☆ベジ」	17試合	-









FC町田ゼルビアを応援する市外居住者 / **近郊の市外居住者**

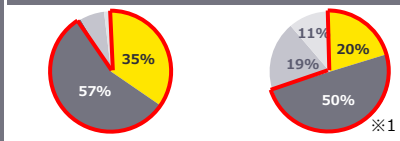
指標① あなたは、町田市について魅力を感じますか。



市外居住者のうち、町田市に魅力を感じる方※は平均で61%にとどまるのに対し、**FC町田ゼルビアを応援する方は86%と非常に高い傾向にある**

※「町田市に魅力を感じる」と回答した方

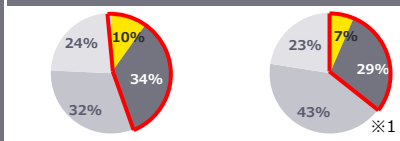
指標② あなたは今後、町田市に行きたいと思いますか。



市外居住者の町田市への来街意欲※は、平均が70%であるのに対し、**FC町田ゼルビアを応援する方は92%と非常に高い傾向にある**

※「ぜひ行きたい」および「機会があれば行きたい」と回答した方の合計

指標③ あなたは今後町田市に住んでみたいと思いますか。



市外居住者の町田市への居住意欲※は、平均が36%であるのに対し、**FC町田ゼルビアを応援する方は44%と非常に高い傾向にある**

※「とても住んでみたい」および「やや住んでみたい」と回答した方の合計

町田市外居住者のうち、FC町田ゼルビアを応援する方は、町田市に対してよりポジティブなイメージを持っており、来街意欲や居住意欲も高いことが分かる

アイデンティティ

#	主な活動（抜粋）	実績①	実績②
1	優勝パレード等、応援イベントの開催	J2優勝パレード 参加者8,000人	町田駅周辺店舗にて優勝記念セールを実施
2	青く染め隊	5回開催	参加者延べ300名
3	学校訪問＆学校給食	60校訪問	参加者29,000人
4	新生児へのぬいぐるみ・1歳児半検診でハンカチ寄贈	ぬいぐるみ 約2,100体寄贈	ハンカチ 約2,700枚寄贈
5	地元祭りへの参加	15回参加	参加者2,620名



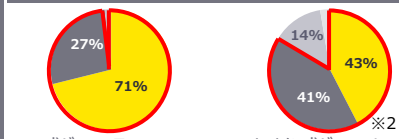






FC町田ゼルビアを応援する市民 / **町田市民全体**

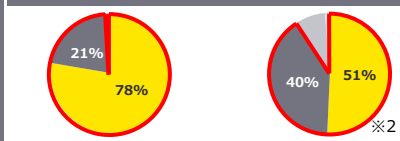
指標① 町田市に対して愛着や親しみを感じていますか。



町田市民全体の地域への愛着度※は84%であるのに対して、**FC町田ゼルビアを応援する市民は98%と非常に高い愛着度を感じている**

※「感じている」および「やや感じている」と回答した方の合計

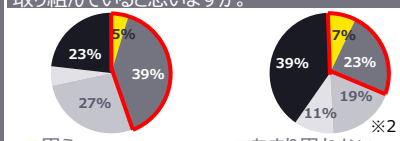
指標② 今後も町田市に住み続けたいですか。



町田市民全体の「町田市での居住継続意欲」※は91%であるのに対し、**FC町田ゼルビアを応援する市民は99%と、より高い居住継続意欲を持っている**

※「住み続けたい」および「やや住み続けたい」と回答した方の合計

指標③ あなたが住んでいる地域では、住民同士や行政、企業、市民団体が協力して地域課題の解決に取り組んでいると思いますか。



町田市民全体の「地域課題解決への期待値」※は30%であるのに対し、**FC町田ゼルビアを応援する市民は44%と、より行政や地域への高い信頼と期待を持っている**

※「思う」および「やや思う」と回答した方の合計

FC町田ゼルビアを応援する町田市民は、町田市への愛着が深く、町田市に継続して住む意欲も高いほか、行政や地域への信頼や期待も高いことが分かる

※1 町田市「町田市に関する調査報告書」(2025年1月)
https://www.city.machida.tokyo.jp/shisei/city_promotion/machidacp/cpkeikaku/mjsk17-20.files/2024ishikichousa.pdf（2026年1月28日アクセス）
※2 町田市「2024年度町田市民意識調査報告書」(2025年3月)
https://www.city.machida.tokyo.jp/shisei/sinokeikau/kihonkousou-kihonkeikaku/siminisikichousa.html（2026年1月28日アクセス）

2. 統計データ調査に基づく社会的価値分析

子どもアシスト

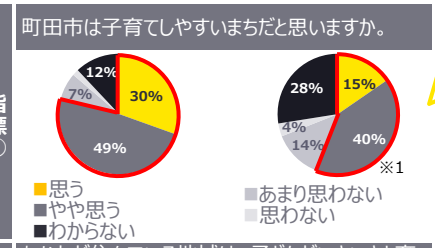
#	主な活動（抜粋）	実績①	実績②
1	出前サッカー教室	訪問47校・園	参加者延べ1,715人
2	キャリア授業	18回開催	参加者延べ1,054人
3	学校訪問＆文具(下敷き)プレゼント	訪問40校	約3,200セット寄贈
4	放課後英語教室	80回開催	参加者延べ600人
5	運動指導法教室	5回開催	参加教員延べ300人
6	親子農業体験	12回開催	参加親子延べ426人

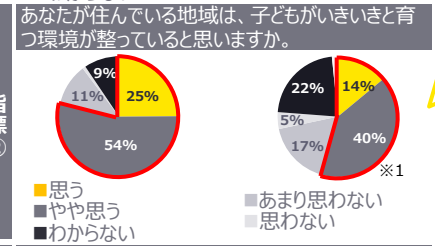


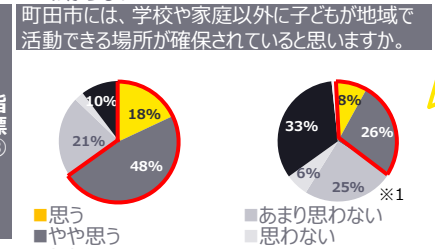












FC町田ゼルビアを応援する町田市民は、平均と比べて、町田市の子育て環境に対する満足度が高い傾向がみられる

街づくりアシスト

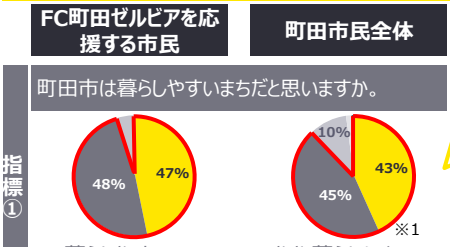
#	主な活動（抜粋）	実績
1	ゼルビー防犯パトロール	参加者120名
2	町田駅みちぴか大作戦	参加者300名
3	鶴川駅清掃活動	参加者300名
4	竹灯籠づくり	参加者40名
5	チャレンジ防災	参加者600名

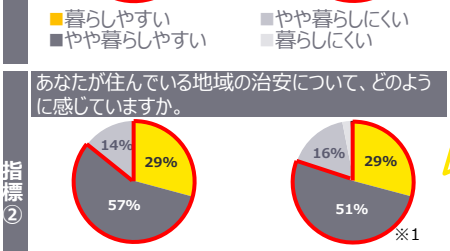


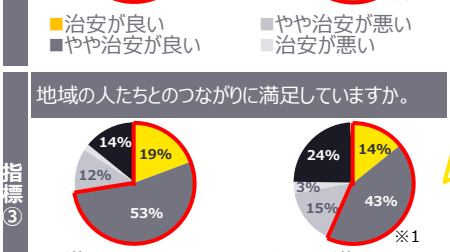












FC町田ゼルビアを応援する町田市民は、平均と比べて、町田市での生活を「暮らしやすい」「治安が良い」と感じており、また、地域コミュニティにおいてつながりを持つことができている

※1 町田市「2024年度町田市民意識調査報告書」(2025年3月)
https://www.city.machida.tokyo.jp/shisei/sinokeikau/kihonkousou-kihonkeikaku/siminisikichousa.html（2026年1月28日アクセス）

2. 統計データ調査に基づく社会的価値分析

福祉アシスト

#	主な活動（抜粋）	実績①	実績②
1	Be Supporters！プロジェクト	10回開催	参加者560名
2	障がい理解促進講座	1回開催	参加者20名
3	認知症サポーター養成講座	5回開催	参加者115名
4	探健隊	43回開催	参加者250名
5	センサリールームの設置	4回設置	利用者40名









	FC町田ゼルビアを応援する市民	町田市民全体
指標① 町田市で自分らしく生活できていますか。	■できている 37% ■ややできている 55% 7%	■あまりできていない 14% ■できていない 4% 34% 47% ※1
指標② 生きがいや充足感を感じていますか。	■感じている 33% ■やや感じている 52% 14%	■あまり感じていない 21% ■感じていない 3% 26% 49% ※1
指標③ 同居のご家族以外で、住んでいる地域に、困ったときに相談したり、頼ったりできる人はいますか。	■相談できる人がいる 84% 16%	■相談できる人がいない 20% 80% ※1

町田市での暮らしについて、市民全体では81%が「自分らしく生活できている」と感じている※のに対し、**FC町田ゼルビアを応援する市民は92%とより高い満足度を示している**

※「できている」および「ややできている」と回答した方の合計

町田市での暮らしについて、市民全体では75%が生きがいや充足感を感じている※のに対し、**FC町田ゼルビアを応援する市民は85%とより高い満足度を示している**

※「感じている」および「やや感じている」と回答した方の合計

町田市民全体の困りごとに対する相談者がいる人※は80%であるのに対して、**FC町田ゼルビアを応援する市民は84%と高い結果を示しており、困りごとを気軽に相談できる相手がいる人が多い**

※「相談できる人がいる」と回答した方

FC町田ゼルビアの存在が、応援する市民にとって「自分らしい生活」や「生きがい」「充足感」につながっていると推察される。また、同居家族以外に相談相手がいる割合も高い

※1 町田市「2024年度町田市民意識調査報告書」(2025年3月)
https://www.city.machida.tokyo.jp/shisei/sinokeikau/kihonkousou-kihonkeikaku/siminisikichousa.html（2026年1月28日アクセス）

3. ウェルビーイング評価法に基づく社会的価値分析

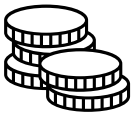
ウェルビーイング評価法とは？

「ウェルビーイング評価法」とは、「所得が生活満足度に与える影響」と「社会的価値を有する存在（本調査においてはFC町田ゼルビア）が生活満足度に与える影響」を等価として推計することで、その社会的価値を貨幣換算し、評価する手法です。

ウェルビーイング評価法の社会的価値分析モデル

①所得が生活満足度に与える影響を分析する

例：所得が100万円増えると、
生活満足度が0.1ポイント向上



②FC町田ゼルビアの存在が生活満足度に与えている影響を分析する

例：FC町田ゼルビアを応援すると、
生活満足度が0.1ポイント向上



③FC町田ゼルビアの存在による生活満足度への影響を貨幣換算し、社会的価値を推計する
例：FC町田ゼルビアを応援することによって得られる価値は100万円

ウェルビーイング評価に基づくFC町田ゼルビアの分析・評価

本調査においては、ウェルビーイング評価法の社会的価値分析モデルに基づき、「所得と生活満足度の関係性」については既存の学術データ※1 を、「FC町田ゼルビアと生活満足度の関係性」についてはアンケート調査結果および重回帰分析に基づくデータをそれぞれ用いることで、その価値を貨幣換算しました。

「FC町田ゼルビアの存在と生活満足度の関係性」を推計するにあたっては、生活満足度に対して影響を与えていると考えられる複数要素（性別、年齢、結婚有無、就業状況、居住形態、世帯人数、世帯年収等）を重回帰分析により統制し、「FC町田ゼルビアを応援することで得られる幸福感」による影響のみを抽出しています。

推計したい値（目的変数）		影響を与える値（説明変数）
町田市民の生活満足度（セグメント毎に分析） 町田市民を対象としたアンケート調査で生活満足度を1～10の10段階で調査 質問例：あなたは全体として現在の生活にどの程度満足していますか。	←	性別
	←	年齢
	←	婚姻状況
	←	就業状況
	←	居住形態
	←	世帯人数
	←	世帯年収
	←	健康状態
	←	頼れる人の有無
	←	**FC町田ゼルビアを応援することで得られる幸福感**

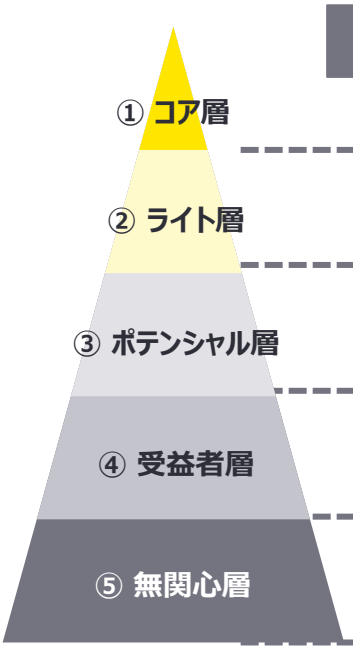
他の説明変数の影響を統制した上で、**「FC町田ゼルビアを応援していること」**が生活満足度に与える影響を推計

※1 笹川スポーツ財団「多様なスポーツ活動の社会的価値 ウェルビーイング評価法による金銭価値の算出」(2025年5月)
https://www.ssf.or.jp/files/SSF_CR2024_hf_r2.pdf（2026年5月22日アクセス）

3. ウェルビーイング評価法に基づく社会的価値分析

観戦者のセグメント設定

本調査においては、FC町田ゼルビアとの関わり方の密度について**「コア層」・「ライト層」・「ポテンシャル層」・「受益者層」・「無関心層」の5つのセグメント**に整理して分析を行いました。



セグメントの対象層	構成比率	対象人数（全体）	対象人数（18-79歳）
① コア層 2025シーズンに観戦4回以上	6%	25,809人	19,475人
② ライト層 2025シーズンに観戦2～3回	4%	18,282人	13,794人
③ ポテンシャル層 2025シーズンに観戦1回	4%	18,282人	13,794人
④ 受益者層 2025シーズン観戦0回だが、クラブの存在や勝利を注視	35%	149,479人	112,791人
⑤ 無関心層 2025シーズン観戦0回でクラブに対して無関心・未認知	51%	218,305人	164,723人
	町田市全体	430,193人	324,577人

ウェルビーイング評価に基づくFC町田ゼルビアの社会的価値分析結果

「FC町田ゼルビア」の存在による町田市民の生活満足度向上を、ウェルビーイング評価法を用いて貨幣換算した結果、**約188.6億円**と推計されました。

	生活満足度との相関関係	FC町田ゼルビアによって得られている生活満足度の社会的価値（1人当たり）	対象人数	金額換算合計
コア層	○	年間 **約63.3万円** に相当	**19,475人**	**約123.3億円**
ライト層	○	年間 **約47.3万円** に相当	**13,795人**	**約65.3億円**
ポテンシャル層	統計的に有意な影響は認められなかった		**13,795人**	**－**
受益者層	統計的に有意な影響は認められなかった		**112,791人**	**－**
無関心層	**基準となる指標**		**163,723人**	**－**
				約188.6億円

注）なお、本推計は「FC町田ゼルビアの観戦が生活満足度を向上させた」という厳密な因果関係を示すものではありません。生活満足度の高い市民ほど観戦している可能性（逆因果）に加え、一定頻度で試合観戦を行う市民が有する特性や、観戦を契機とした交流、共通の話題、日々のニュースを楽しむことなど、多様な要素が結果に含まれています。したがって本結果は、試合観戦という単独の行動効果ではなく、「FC町田ゼルビアを日常的に楽しむことで市民が得ている便益」を貨幣換算した指標として解釈することが適切である点、付記します。

コラム：地元・町田市トップが考える、FC町田ゼルビアの価値と役割（町田市長インタビュー）

町田市を拠点に、世界を舞台に活躍するFC町田ゼルビア。その社会的価値について地元自治体はどう感じているのだろうか？町田市のトップである稲垣康治市長にお話をお伺いしました。



――稲垣市長は生粋の「町田っ子」、地元市民としてFC町田ゼルビアについてどんな価値を感じ、役割を果たしているとお考えですか？

私は町田で生まれ育ち、地元でクリニックの院長をしていましたから、その頃からスタッフの方が熱心に訪ねてきてくれて、もう10年以上前からのお付き合い、いちサポーターとしてずっと応援しています。当時は下位リーグでしたから隔世の感がありますね。あの頃はニュースに「町田」の名前が出るだけで喜んでいました。（笑）
もちろん、地元から生まれた市民クラブであるFC町田ゼルビアが、今や世界を舞台に活躍している姿を、市民として誇りに思っていますし、勇気付けられる存在です。ただ、私がクラブに求めているものは、単に「強いクラブ」というだけでなく、その存在そのものが「子どもたちに夢を与える」「市民に一体感を生む」「応援することで年配の方々が元気になる」「人が集まって経済効果が生まれる」といった好循環を生んでくれていると思っています。その効果は様々で、健康福祉であったり、地域コミュニティであったり、色々な分野で「人と人をつなぐ」役割をクラブが担ってくれていると感じています。
その意味で、単なる「スポーツクラブ」ではなく、町田の魅力や可能性を高める「地域にとっての大事な財産」だと思いますし、町田と共に成長していくクラブであってほしい、ゼルビアと共に町田市も成長していきたいと考えています。

――この度、多くの民意の付託を受けて、町田市長に就任されました。地元自治体のトップとして、FC町田ゼルビアに期待されることや、行政としてどのような関係性を築いていくことを目指しておられるか、お聞かせください



FC町田ゼルビアには、これからも世界を舞台に、高いレベルで挑戦を続けてほしいと願っています。「町田」の名前を背負って活躍する姿は、地域にとっての大きな誇り、財産だと思いますし、地元の子どもたちに夢を持ってもらえるきっかけになると思います。無論それだけでなく、地域としてコミュニティの機能が弱まっている中で「人と人をつなぐ」役割には特に期待しています。去年12月には市とクラブで包括連携協定を締結させていただきましたし、「教育」「福祉」など、既に様々な分野で取り組みも広がっています。一方通行の関わり方ではなく、相互に連携して価値を生み出していけるような関係になれたらと良いなと考えています。
その点では、市も単に「FC町田ゼルビアを応援しています」というだけではダメなのかな、と考えていまして。FC町田ゼルビアが活躍すればするほど、多くの観客の方々が町田市を訪れるようになります。今の聖地・野津田は利便性という意味では課題もありますから、そういった方々をお迎えし、おもてなしするためにも、利便性の向上に繋がる取り組みや、街の賑わいに繋がるような仕掛けをしていくことが必要と考えています。
ゼルビアが元気だと町田市が元気になり、町田市が元気だとゼルビアも盛り上がって強くなる、そんな関係性が理想です。FC町田ゼルビアには、ぜひ「世界一ホームタウンを大切にするクラブ」になってほしいですね。

町田市長　稲垣康治氏 プロフィール

町田市生まれ、玉川学園小学部、慶應義塾普通部、慶應義塾高等学校を経て慶應義塾大学医学部卒。横浜市立市民病院耳鼻咽喉科診療科長、稲垣耳鼻咽喉科医院院長を経て、2026年3月に町田市長就任。趣味は剣道と旅行。信条は「和気大樹」「知足利他」

※本レポートに掲載されている文章、図表、画像その他のコンテンツに関する著作権その他の知的財産権は、本プロジェクトまたは各権利者に帰属します。

町田商工会議所
町田市 MACHIDA City
FC MACHIDA ZELVIA