



スポーツ庁

スポーツ庁説明資料

平成29年 5月10日

IR整備を契機としたスポーツの成長産業化の更なる加速に向けて

- スポーツ市場規模の拡大(日本再興戦略のKPI:現状5.5兆円→2025年15兆円)に向け、スポーツの価値の最大化へ
- IR整備を追い風にスタジアム・アリーナにおける顧客経験価値の増大、スポーツツーリズムの拡大を推進

大規模スポーツ大会の開催



我が国の誇る武道・スポーツの発信

IR

近隣スポーツリゾートへの周遊

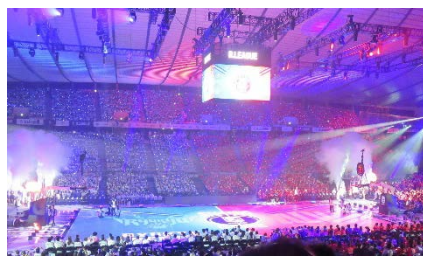


写真提供：山形県

IF・NF等による国際会議等の開催
スポーツMICEの開催

スポーツコンテンツの魅力を最大化させる スタジアム・アリーナ

○スタジアム・アリーナは、集客力を有する「**観るスポーツ**」の**コンテンツとしての潜在力を最大化**させる格好の舞台。



コートが全面LEDとなったBリーグ開幕戦
(平成28年9月)

○高付加価値のサービスの提供により、観戦の興奮や一体感が分厚いファン層や幅広い誘客を創出し、スポーツチームの集客力の向上に貢献。

○内部の経済効果のみならず、飲食、宿泊、観光等の周辺産業への経済波及効果を創出。**スポーツの成長産業化に向けた核となるインフラ**に。

○政府として、未来投資会議における総理指示(地域の交流拠点となるスタジアム・アリーナを**2025年までに20か所整備**)を受け、関係省庁が連携して取組を推進。

各地のスポーツ資源を活用した スポーツツーリズムの拡充

○山岳地帯や急流でのアウトドアスポーツ、四方を囲む海でのマリンスポーツ、最高の雪質のスキーリゾート、美しく良質な芝のゴルフ場など、我が国には**世界に誇るスポーツ観光資源**がある。

○IR内で様々なスポーツ観光資源を発信し、体験型アクティビティとして各地に**滞在者を送客する拠点**となることで、**近隣地域の活性化**にも寄与。
スポーツツーリズム需要の爆発的な増加につなげ、**スポーツ目的の訪日外国人旅行者数を250万人程度に拡大**することを目指す。



写真提供：熊野市

○国際競技大会や国際会議等のスポーツMICEの積極的な招致、開催を支援することにより、**地域スポーツ・経済の活性化の推進**及び**国際的地位の向上**に寄与する。

➡IR整備を契機として、スポーツの成長産業化のさらなる加速へ

「日本再興戦略2016」における名目GDP600兆円に向けた 「官民戦略プロジェクト10」

官民戦略プロジェクト10

1-1 新たな有望成長市場の創出

- ①第4次産業革命の実現
- ②世界最先端の健康立国へ
- ③環境エネルギー制約の克服と投資拡大
- ④スポーツの成長産業化**
- ⑤既存住宅流通・リフォーム市場の活性化

1-2 ローカルアベノミクスの深化

- ⑥サービス産業の生産性向上
- ⑦中堅・中小企業・小規模事業者の革新
- ⑧攻めの農林水産業の展開と輸出促進
- ⑨観光立国の実現

1-3 国内消費マインドの喚起

- ⑩官民連携による消費マインド喚起策等

具体的 目標・ 施策

日本再興戦略2016におけるKPI (数値目標)

- スポーツ市場規模の拡大 ●スポーツ実施率※の向上
- 5.5兆円 (2015) 40.4% (2015)
- 15兆円 (2025)** →**65% (2021)**

※成人の週1回以上のスポーツ実施率

i) スタジアム・アリーナ改革 (コストセンターからプロフィットセンターへ)

- ①スタジアム・アリーナに関するガイドラインの策定
- ②「スマート・ベニュー」の考え方を取り入れた多機能型施設の先進事例形成支援

ii) スポーツコンテンツホルダーの経営力強化、 新ビジネス創出の推進

- ①大学スポーツ振興に向けた国内体制の構築
- ②スポーツ経営人材の育成・活用プラットフォームの構築

iii) スポーツ分野の産業競争力強化

- ①新たなスポーツメディアビジネスの創出
- ②他産業との融合等による新たなビジネスの創出
- ③スポーツ市場の拡大を支えるスポーツ人口の増加

(参考) スポーツの成長産業化に向けて

「新たな収益を生むスポーツ施設整備」×「地域スポーツチーム」の相乗効果により、
スタジアム・アリーナを核とした交流拠点の創出、地域経済活性化を促進。

産業基盤としての

スタジアム・アリーナ改革

コストセンターからプロフィットセンターへ

- スポーツ施設はスポーツ産業のインフラ
- まちづくりと一体的な多機能・複合型施設
- スポーツ産業振興への新たな突破口

Hard

- 全国各地で整備に向けた気運が高まる **30以上の計画**
横浜(野球スタジアム)、豊橋(バスケットボールアリーナ)等

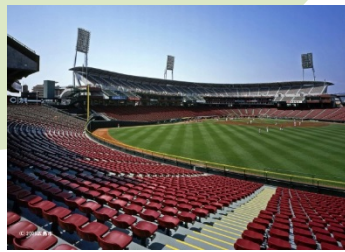
- PPP/PFI等の官民連携体制で
収益性の高い施設整備を推進
- Wi-Fi環境や多様な客席での
快適な楽しみ方の提供



参考事例

- スポーツによる地域経済への波及効果 (野球・広島)

- 様々な工夫を凝らした広島市民
球場の建て替え
- 結婚式場やマンション、スポーツクラブ
等を集積した商業や住宅の一体開発
- リーグ優勝した昨季は一試合平均
29,963人を動員、地域経済への
波及効果は**約340億円**(県内のみ)



スポーツ未来開拓会議中間報告(平成28年6月)より

スポーツコンテンツホルダーの

スポーツ経営力強化

地域戦略の新たな主体づくり

- 様々な世代が一緒に楽しめる世代を超えた価値
- 経済波及性の高い活動主体
(グッズ物販、国内外 メディア、観光等)

Soft

- 野球(含独立リーグ)・サッカー・
バスケットで計**125チーム**
- 全国各地の大学のスポーツ資源も
地域活性化の担い手
- 戦術データ活用、顧客マーケティングなどIT化戦略



プロバスケットボール「Bリーグ」開幕
(2016年秋)

参考事例

- 海外有力選手獲得による地域・経済活性化への取組事例
(サッカー・水戸)
 - ・水戸ホーリーホックによるベトナムスター
選手獲得
 - ・いばらきベトナム交流大使に任命
(2016年3月)
 - ・ベトナム航空が水戸ホーリーホックの
スポンサーに(2016年5月)



いばらきベトナム交流大使に任命
されたグエン・コンフォン選手(右)

<http://www.mito-hollyhock.net/>

(参考) スポーツツーリズムが地域・産業を活性化

【ツーリズム産業】

- ・旅行、宿泊、運輸業はもちろんのこと、観光施設、飲食、小売などの関連産業にも波及効果がある「裾野の広い産業」
- ・地域へ交流人口の拡大をもたらす、**地域経済の活性化にも寄与する産業。**

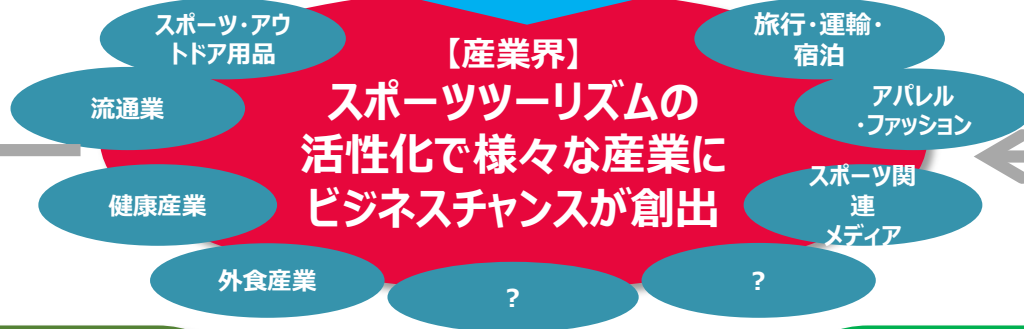
【スポーツツーリズム】

スポーツの参加や観戦を目的として地域を訪れたり、地域資源とスポーツを融合した観光を楽しむツーリズムスタイル。

- ◆ 出発前のスポーツ用品やファッション等の購入、旅先でのイベント参加・観戦など、**通常のツーリズム以上の関連消費が期待できる。**
- ◆ 「スポーツ」という新たな観光の切り口で、**地域の誘客ターゲットも拡大。**

幅広いスポーツツーリズム関連産業の活性化、交流人口拡大による地域活性化の両方に、大きく寄与。

様々な産業の活動が活発化することで、



マーケット・コンテンツ拡大による一層の産業活性化へ

【国民】
広く一般にスポーツツーリズムが
新しいレジャースタイルとして
認知・定着

広く一般のスポーツツーリズム
需要が高まることで、

【地域】
スポーツツーリズム開発意欲の拡大
・より良質な観光コンテンツの創出

地域ならではの特色を掛け合わせることで、スポーツのチカラが最大化。

三重県熊野市

新たな観光資源として、穏やかな波と美しい景観を持つ「新鹿湾」を活用し、シーカヤックやスタンドアップパドルサーフィンなどのマリンスポーツ観光を開発。



写真提供：熊野市

群馬県みなかみ町

利根川源流の起伏に富んだ環境を活かし、アウトドアスポーツで誘客を図っている。**30種以上のアウトドアスポーツが楽しめるみなかみには、多くの外国人旅行者も来訪。**



写真提供：みなかみ町

富山県南砺市 (利賀村)

森林、廃スキー場、廃道、古道など、地域ならではの資源を活用した「TOGA天空トレイル」を開催。住民との交流会や、名物のふるまいなど、**スポーツ+村ならではの「おもてなし」**で観光誘客を図る。



写真提供：TOGA天空トレイル大会実行委員会