

「ゴールドデン・スポーツイヤーズを通じたスポーツ成長産業化と社会課題解決」

早稲田大学スポーツ科学学術院教授
スポーツ庁・経済産業省「スポーツ未来開拓会議」座長
東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会参与
三菱総合研究所「レガシー共創協議会」会長
日本政策投資銀行「スマートベニュー研究会」委員長

間野義之

ゴールデン・スポーツイヤーズ

	2019年 ラグビーワールドカップ	2020年 東京オリンピック・パラリンピック	2021年 関西ワールドマスタースゲームズ
開催期間	9/20～11/2(44日間)	オリ:7/24～8/9(17日間) パラ:8/25～9/6(13日間)	5/15～5/30(16日間)
主催	ワールドラグビー (World Rugby)	公益財団法人 東京オリンピック・パラリン ピック競技大会組織委員会	一般財団法人 関西ワールドマスタースゲー ムズ2021組織委員会
開催地	全国12会場	東京都、6県	関西広域(8府県4政令市)
競技数	48試合	オリンピック:33競技 パラリンピック:22競技	公式競技:30競技約50種目 ※公式競技以外にデモン ストレーション競技も開催
参加者 (見込)	20チーム、1,000人 (選手・スタッフ・関係者)	204カ国・地域、15,000人 (選手・スタッフ・関係者)	150か国・地域以上、5万人 (国内3万人、国外2万人)
来場者 (見込)	200万人	1,000万人 (海外80～100万人程度)	20万人
経済効果	4,200億円	20兆円	140億円

スポーツ未来開拓会議

概要

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に向けて、国民・民間企業における消費・投資マインドの向上、海外から日本への関心の高まりなどが予想されることから、この機会を最大限に活用し、スポーツ産業を活性化させるため、有識者による議論を通じて、2020年以降も展望した我が国スポーツビジネスにおける戦略的な取組を進めるための政策方針の策定を目的とする。

これまでの経過（H28年2月～）

第1回 2月2日

【テーマ：我が国のスポーツ産業活性化】

第2回 2月24日

【テーマ：組織マネジメントと人材養成】

第3回 3月9日

【テーマ：スタジアム・アリーナ】

第4回 3月16日

【テーマ：スポーツ×テクノロジー】

第5回 4月5日

【テーマ：スポーツ×（地域・人材・健康）】

第6回 5月20日

【テーマ：中間とりまとめ（素案）】

委員名簿

- | | |
|----------|------------|
| ・斎藤 敏一 | ・長谷部 健 |
| ・ジム・スモール | ・土方 政雄 |
| ・高橋 義雄 | ・松崎 英吾 |
| ・田中ウルヴェ京 | ・間野 義之（座長） |
| ・次原 悦子 | ・三沢 英生 |
| ・中野 秀光 | ・山本 一郎 |
| ・橋本 哲実 | |

計13名（50音順、敬称略）

平成28年6月 中間報告 公表

スポーツ未来開拓会議 中間報告 概要

課題① スタジアム・アリーナの在り方

【方向性】

- ① 収益モデルの確立（コストセンターからプロフィットセンターへ）
- ② スタジアム・アリーナを核とした街づくり（スマート・ベニュー構想）の実現
- ③ 民間資金の活用・公民連携の促進（PPP/PFIの活用等）

【今後の具体的な取り組み】

- ① 「スタジアム・アリーナ推進 官民連携協議会」（仮称）の開催
- ② 施設の整備に向けたガイドラインの策定
- ③ 資金調達手法の充実
- ④ 新国立競技場の2020年東京大会後の運営管理



課題② スポーツコンテンツホルダーの経営力の強化、新ビジネス創出の促進

【方向性】

- ① 高校・大学スポーツの資源の活用
- ② アマチュアスポーツ大会等へのビジネス手法の積極的導入等
- ③ 競技価値の最大化に向けた球団・リーグ運営の取組の充実
- ④ 地域特性、種目に応じた地域密着型ビジネスモデルの確立・普及
- ⑤ グローバル化の推進（スポーツコンテンツ、球団経営等の海外展開等）

【今後の具体的な取り組み】

- ① 中央競技団体（NF）の収益力強化とガバナンス体制の充実
- ② 大学スポーツの振興に関する検討会議の開催
- ③ 地域におけるプロチームと関係者による新事業の開拓



出典：第2回スポーツ未来開拓会議
根岸氏資料より引用

スポーツ産業の成長産業化に向けて

基本的な考え方

- 全ての国民のライフスタイルを豊かにするスポーツ産業へ
・「モノ」から「コト」（カスタマー・エクスペリエンス）へ
- 「負担（コストセンター）」から「収益（プロフィットセンター）」へ
・「体育」から「スポーツ」へ
・ポスト2020年を見据えた、スポーツで稼ぎその収益をスポーツへ再投資する
自立的な好循環の形成
- スポーツ産業の潜在成長力の顕在化、我が国基幹産業化へ
・我が国GDP600兆円の実現
・スポーツをコアとして周辺産業に波及効果を生む、新スポーツ産業の創出
- スポーツを通じて社会を豊かにし、子供たちの夢を形にするビジョンを提示

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**
5.5兆円（2015）→**15兆円（2025）**
- **スポーツ実施率の向上**
40.4%（2015）→**65%（2021）**

課題③ スポーツ人材の育成・活用

【方向性】

- ① 専門的・実践的な育成及びマッチング機能を有するプラットフォームの構築
- ② 学生への教育の充実
- ③ アスリートの引退後のキャリアの選択肢の充実とアイデンティティ支援

【今後の具体的な取り組み】

- ① スポーツ経営人材プラットフォーム協議会（仮称）の開催
- ② デュアルキャリアプログラムの実施・普及と引退時の支援
- ③ 各団体のコンソーシアム設立によるアスリートサポートシステムの構築
- ④ アスリートに対するコンプライアンス教育



www.ritsumei.jp

（参考：J.LEAGUE HUMAN CAPITAL）

課題④ 他産業との融合による新たなビジネスの創出

【方向性】

- ① スポーツ産業のエコシステムの構築
- ② スポーツを「みる」「する」楽しみを拡張
- ③ ウェアラブル機器の導入によるスポーツを通じた健康ビジネスの拡大
- ④ スポーツデータの分析・活用
- ⑤ 様々な媒体の活用を前提としたスポーツメディアビジネスの拡大

【今後の具体的な取り組み】

- ① スポーツツーリズムの拡充
- ② 他産業とのビジネスマッチング
- ③ データアナリストカンファレンス（仮）の開催
- ④ スポーツメディア協議会（仮称）の開催



課題⑤ スポーツ参加人口の拡大

【方向性】

- ① 子供の頃からスポーツを楽しむことができる環境の整備
- ② ビジネスパーソン、高齢者等のスポーツ参加支援
- ③ 障害者のスポーツ活動
- ④ スポーツを通じたヘルスケア産業の振興
- ⑤ 官民連携した施策の推進

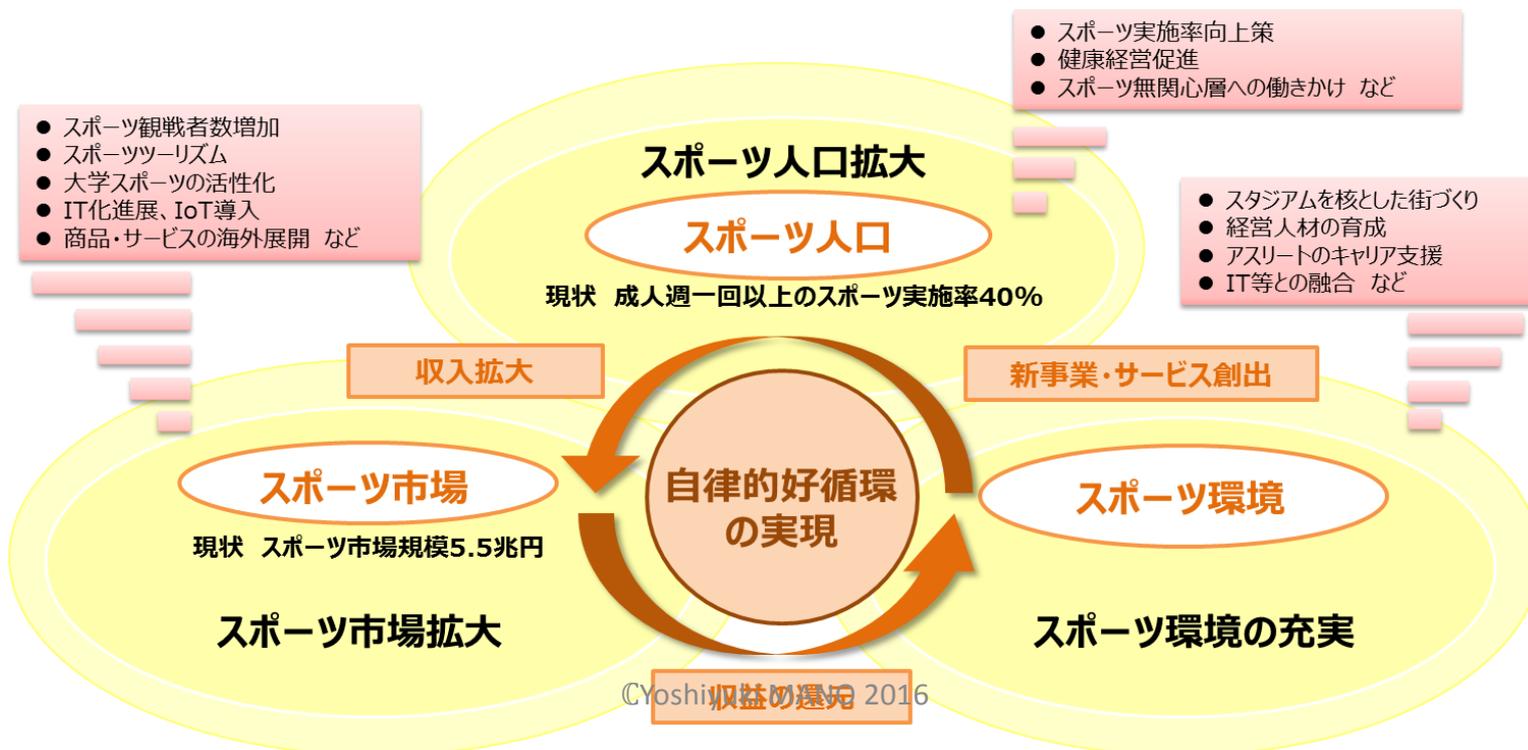
【今後の具体的な取り組み】

- ① スポーツ医・科学等の知見に基づく運動プログラムの開発と展開
- ② 参加しやすい新しいスポーツの開発と普及
- ③ 職域における運動習慣の構築
- ④ 運動部活動指導の工夫・改善支援
- ⑤ 障害者スポーツの普及、用具の開発と整備支援
- ⑥ スポーツツーリズムの拡充（再掲）



スポーツ産業の推進に向けた基本的な考え方

- 全ての国民のライフスタイルを豊かにするスポーツ産業へ
 - ・「モノ」から「コト」（カスタマー・エクスペリエンス）へ
- 「負担（コストセンター）」から「収益（プロフィットセンター）」へ
 - ・「体育」から「スポーツ」へ
 - ・ポスト2020年を見据えた、スポーツで稼ぎその収益をスポーツへ再投資する自律的好循環の形成
- スポーツ産業の潜在成長力の顕在化、我が国基幹産業化へ
 - ・我が国GDP600兆円の実現
 - ・スポーツをコアとして周辺産業に波及効果を生む、新スポーツ産業の創出
- スポーツを通じて社会を豊かにし、子どもたちの夢を形にするビジョンを提示



スポーツ市場の主な構成要素（2012年時点）

株式会社日本政策投資銀行が2012年時点のスポーツ市場の規模を試算しているが、早稲田大学スポーツビジネス研究所が「スポーツ白書2006」（笹川スポーツ財団）に「国内スポーツ総生産」として発表した2002年当時の試算（約7兆円）と比較すると減少傾向にある。

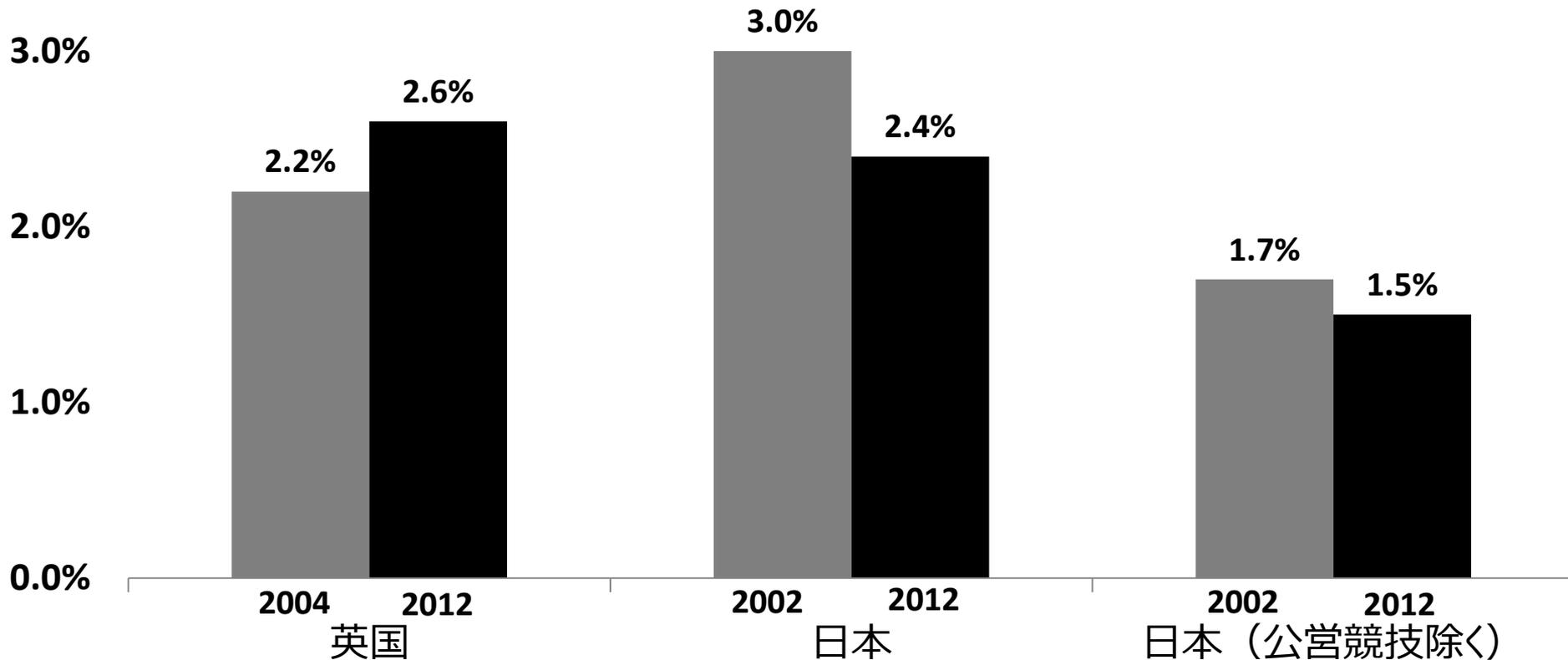
項目※	金額
小売 専門店/百貨店/量販店	約1.7兆円
スポーツ施設業 ゴルフ場/フィットネスクラブ/スキー場/公共体育・スポーツ施設、等	約2.1兆円
興行・放送等 野球/サッカー/相撲/旅行/放送・新聞、等	約1.7兆円
計	約5.5兆円

※項目については、教育、公営競技を除く

出典 株式会社日本政策投資銀行「2020年を契機としたスポーツ産業の発展可能性および企業によるスポーツ支援」
(2015年5月発表)より文部科学省作成

英国との市場規模の比較

英国のスポーツ関連市場を見ると、2012年ロンドンオリンピックの経済効果がスポーツ関連市場にも影響していたことが把握できる。



注) 英国2012年は、2012年ロンドンオリンピックの経済効果が盛り込まれている。

注) 英国の産業統計は、正確には、GDPではなくGVAが用いられている。GDPとの関係は、 $GVA + \text{税} - \text{補助金} = \text{GDP}$ となる。

出典 英国: Department for Culture Media and Sports (2015)、日本: 日本政策投資銀行 (2015)

我が国スポーツ市場規模の拡大について【試算】

2020年東京大会等の大規模なスポーツイベントを迎える我が国においては、スポーツへの国民の関心や企業等の投資意欲、スポーツを通じた地域・経済活性化への期待が高まる。諸外国のスポーツ産業市場のGDP比をメルクマールに、我が国においても、2020年で10.9兆円（現状の約2倍）、2025年で15.2兆円（現状の約3倍）の市場規模への拡大を目指し、具体的な取組を進める必要がある。

スポーツ産業の活性化の主な政策		現状 ^{※1}	2020年	2025年
（主な政策分野）	（主な増要因）	5.5兆円	10.9兆円	15.2兆円
①スタジアム・アリーナ	▶ スタジアムを核とした街づくり	2.1	3.0	3.8
②アマチュアスポーツ	▶ 大学スポーツなど	-	0.1	0.3
③プロスポーツ ^{※2}	▶ 興行収益拡大（観戦者数増加など）	0.3	0.7	1.1
④周辺産業 ^{※2}	▶ スポーツツーリズムなど	1.4	3.7	4.9
⑤IoT活用	▶ 施設、サービスのIT化進展とIoT導入	-	0.5	1.1
⑥スポーツ用品	▶ スポーツ実施率向上策、健康経営促進など	1.7	2.9	3.9

※1 株式会社日本政策投資銀行「2020年を契機としたスポーツ産業の発展可能性および企業によるスポーツ支援」（2015年5月発表）に基づく2012年時点の値。

（単位：兆円）

※2 P.7で示した「興行・放送等」（1.7兆円）の内訳は、③プロスポーツ及び④周辺産業にあたる。

具体的な課題

スポーツ市場拡大に向けた方向性を踏まえ、スポーツ未来開拓会議においては、次の3つの柱を抽出し、現状認識及び今後の具体的な取組について検討した。

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

ii) スポーツ分野の産業競争力強化

- 他産業との融合等による新たなビジネスの創出
- スポーツ参加人口の拡大

iii) スポーツコンテンツホルダーの経営力の強化

(新ビジネス創出の促進・人材育成)

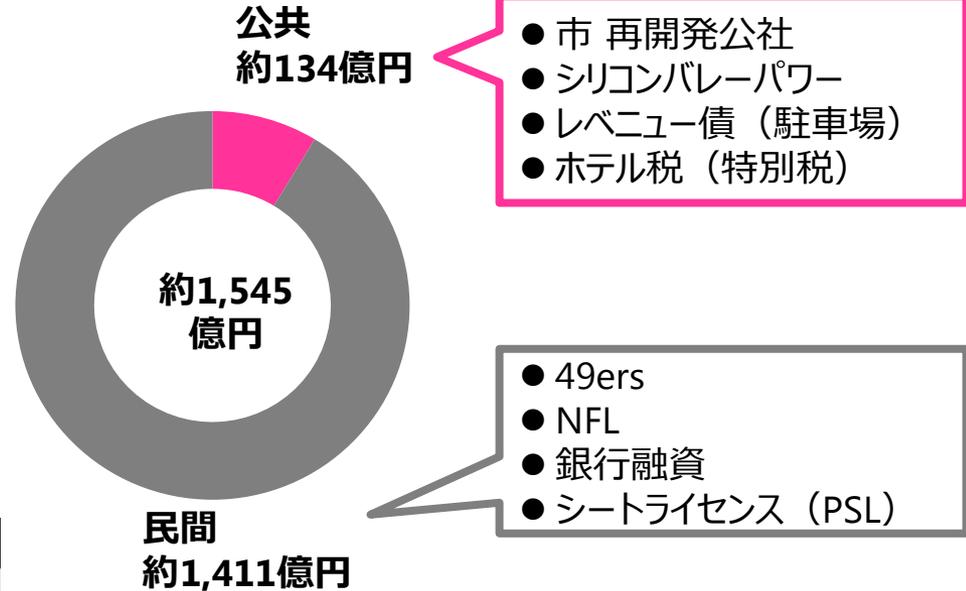
- プロ／アマチュアスポーツ振興及び人材育成

米国の事例① Levi's® Stadium

【基本情報】

竣工年：2014
座席数：68,500
建築費：約1,545億円
所有者：サンタクララ市
運営者：サンタクララ市
テナント：San Francisco 49ers (NFL)
Foster Farms Bowl (NCAA)

【資金調達】



【スタジアム・アプリ】

- ・チケット購入／モバイルチケット
- ・駐車場予約
- ・飲食注文
- ・ナビゲーション（動線案内）
- ・空いているトイレを案内
- ・ハイビジョンリプレイ
- ・エンゲージメントプログラム
- ・Wifiアクセスポイント：1,200



米国の事例② Staples Center

【基本情報】

竣工年：1999

座席数：18,300（バスケット）
20,000（コンサート）

建築費：420億円

所有者：L.A. Arena Company, LLC

運営者：L.A. Arena Company, LLC

テナント：LA Lakers(NBA),
LA Kings(NHL), LA Clippers

資金調達：L.A.市が総額7110万ドルの補助金を拠出のほか、事業主体のL.A. Arena Company, LLCが各種資金調達。同事業主体に対し、Kingsのオーナーから60%、全米4大ネットワークのFOXから40%の出資が行われている。

【豊富な債権担保の提案】

・ABS（プロジェクト資産担保証券）発行による調達：\$3億1500万
→建設資金・元利金返済積立金などに充当

<債権担保>

1. 命名権収入：5800万\$/年（20年契約）、2. 広告掲載に係るスポンサーシップ契約収入（10社合計 約2500万\$/年）、3. 施設内レストラン営業権契約収入（1200万\$/年）、4. 特別観覧ルームのライセンス収入（101か所計 約2200万\$/年）、5. プレミアム席（2500席）収入（3300万\$/年）、6. チケット販売権

【スタジアムの特徴】

- ・NBAでは20,000人、NHLでは18,300人を収容する。
- ・NBAも含め米4大スポーツの3チーム以上が本拠地。
- ・L.A.都市圏に競合施設がなく、女子プロバスケットボール（WNBA）、屋内フットボール（AFL）が本拠地。
- ・各種コンサートなども開催。



欧州の事例① Ricoh Arena

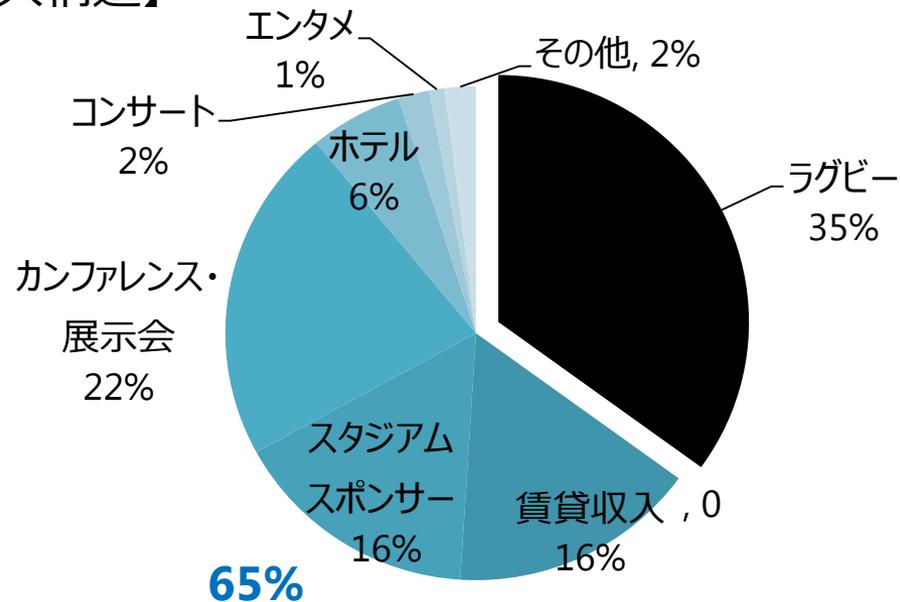
【基本情報】

竣工年：2005
座席数：32,609
建築費：約187億円（£113.3 million）
所有者：Wasps Holdings Ltd.
運営者：Arena Coventry Ltd.
テナント：Wasps RFC
Coventry City FC

【スタジアムの周辺開発】

- ・ラグビーチームによる運営会社の買収（2014）
- ・スタジアム駅の完成（2015）
- ・ホテル増築、トレセン、新レジャー施設
- ・エキシビション・ホール
- ・イベント・ホール
- ・カンファレンス・ルームラウンジ／スイート・ルーム
- ・ホテル／レストラン／カジノ
- ・ショッピング・センター（隣接）

【収入構造】



欧州の事例② The O2

【基本情報】

竣工年：2007

座席数：20,000

建築費：約1350億円

所有者：English Partnerships

運営者：AnSCO Arena Limited
(AEG Europe)

テナント：特になし

【施設の多機能複合化】

- ・ミレニアム万博（2000）の会場を改修。
- ・ドーム内に20,000席の多目的アリーナと商業施設、管理施設を設置。
- ・映画館、ダンスホール、ボウリング場、レストラン等の大規模多機能複合型施設。
- ・施設外もホテルなどの誘致による開発が進む。

【大規模イベント】

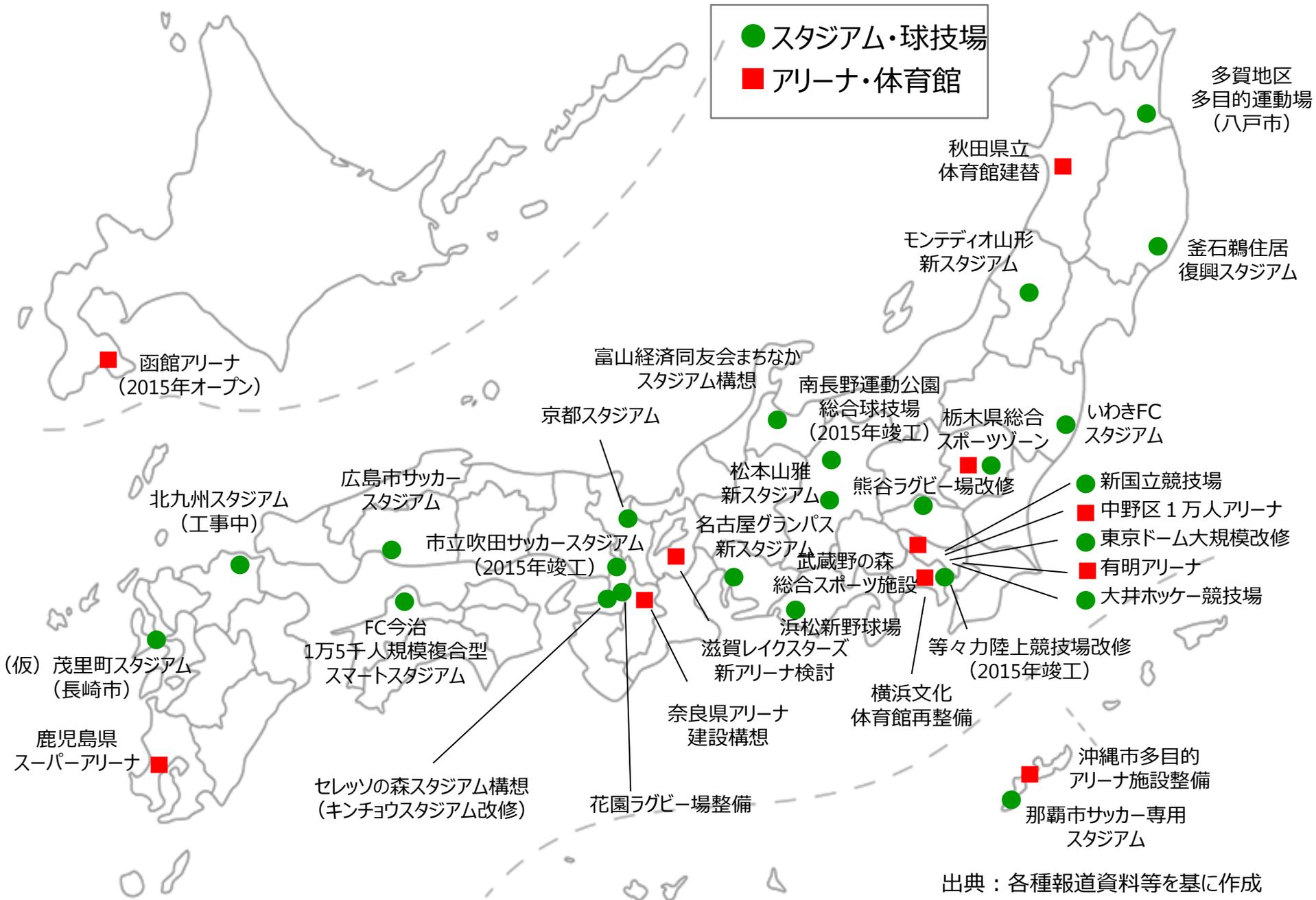
- ・ATPファイナル（テニス）
- ・NBA開幕戦（バスケットボール）
- ・NHL開幕戦（アイスホッケー）
- ・音楽イベント（エンターテイメント）

【民間企業による運営】

- ・2001年2月1日ドームのリース権を米企業メリディアン・デルタが落札。
- ・2005年サブリースのAEGが複合施設化、100%民間資金による運営・管理を行なう。



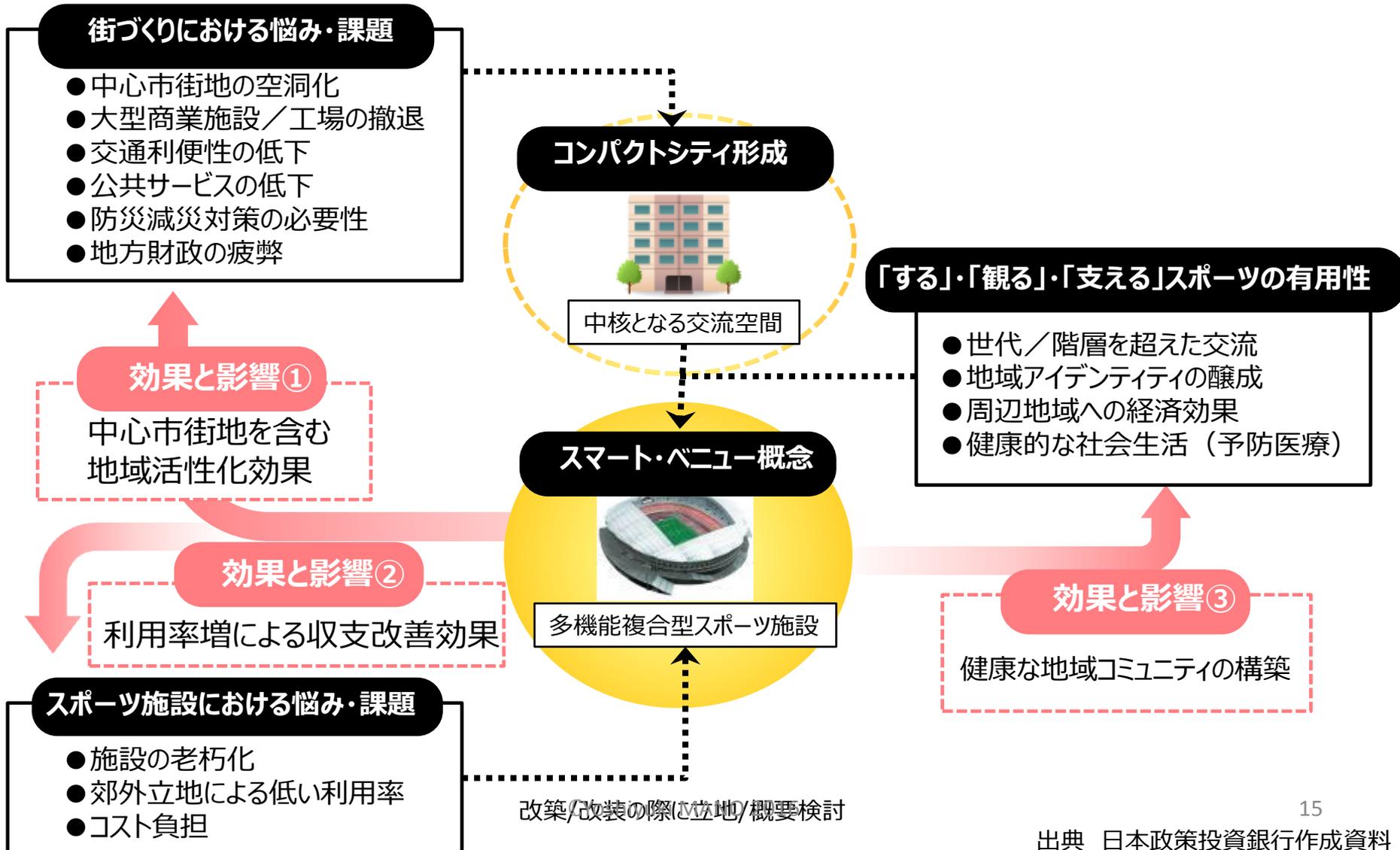
スタジアム・アリーナの new 設・建替構想



出典：各種報道資料等を基に作成

スマート・ベニュー®

スタジアム・アリーナは、公共施設や商業施設などとの複合的な機能を組み合わせるのみならず、周辺のエリアマネジメントを含めた、サステナブルな交流施設としてのスポーツ施設（いわゆる「スマート・ベニュー」）とすることで、地域活性化・街づくりの起爆剤となる潜在力も秘めている。



スタジアム・アリーナの整備に向けたガイドラインの策定

「スタジアム・アリーナ推進 官民連携協議会」において、スタジアム・アリーナ推進のための施設ガイドラインを2016年度中に策定し、これまでのいわゆる「国体標準」によるスポーツ施設整備の現状を抜本的に改革する施設整備の在り方を示す。

＜ガイドラインに盛り込む主な内容＞

- スタジアム・アリーナなどの大規模集客型スポーツ施設が、収益性を高めるために必要な建設費用の回収方法、施設整備費用を確保するための整備・運営方法について
- 「多様なPPP/PFI手法導入を優先的に検討するための指針」（2015年12月15日政府決定）に基づく積極的なPPP/PFI手法の導入等について
- 観客が集まりやすい立地、地域に必要な施設（商業施設やアミューズメント施設等）との複合化、利用者の利益を最大化するための付帯設備・サービス等について
- 設計、施工、運用の各段階における懸念事項及び課題の整理、自治体におけるフィージビリティスタディについて

観光とスポーツの融合 「旅行×スポーツ」

プロスポーツのほか、各地で開催されるマラソン大会等の必ずしも競技性を有さない「する」スポーツも多く存在する。これらのスポーツ資源と観光の融合によるスポーツツーリズムの推進は、国内外の交流人口を拡大させ、地域の活性化につながる可能性がある。

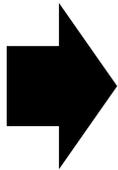
企業概要

1. 事業者： 近畿日本ツーリスト株式会社
2. 事業開始年月： 2010年 スポーツ事業部を新設
3. 事業展開経緯： 世界陸上競技選手権大会（1991年：東京）にて、オフィシャルエージェントを務めたことを契機に、旅行業のノウハウ（ホスピタリティ）を活かしたスポーツコンテンツ事業を拡大。

事業の展開

1. **スポーツツーリズム推進**：スポーツを通じたグローバルとローカルの繋がり（インバウンド観光）に注目。
マラソン大会等のスポーツイベントは国内外からの集客が可能。
2. **地域活性化**：スポーツイベント開催地で多くの消費活動を誘発する仕組み作りが重要。
3. **ビジネスの視点**：地域活性化に繋がるイベントを継続的に実施する為には、地域毎の特性を打ち出した事業が必要。

旅行
×
スポーツ



スポーツツーリズム推進

インバウンド観光客誘客

地域活性化



（出所：近畿日本ツーリスト株式会社HP）

観光とスポーツの融合 「合宿×スポーツ」

地域が有する既存施設を活用した合宿の誘致等は、これまでスポーツビジネスの資源として活用されてこなかった諸資源の有効活用にもつながる。

企業概要

1. 事業者： 株式会社R.Project
2. 事業開始年月： 2006年11月設立
3. 事業展開経緯： スポーツ合宿市場が未開拓市場であると考え、2007年に東京都千代田区から旧保田臨海学園の施設を購入し、リニューアル工事後、同年中にサンセットブリーズ保田を開業。

事業の展開

1. **既存施設の活用**： 学校には校舎（宿泊機能に転換）やグラウンドが既に整備されているため、スポーツ合宿施設への転用に適している。
2. **少子化の影響の少なさ**： 少子化が進むとしても、一人あたりの子どもへの習い事への支出額が減らない限り、当社事業への影響は少ないと見込む。
3. **地域活性化への貢献**： 一般社団法人鋸南クロススポーツクラブを設立。スポーツスクール、スポーツイベント、スポーツ環境整備の3事業を展開。自社施設を活用した地域活性化に貢献。



(出所：株式会社R.ProjectHP)



食とスポーツの融合 「食×スポーツ」

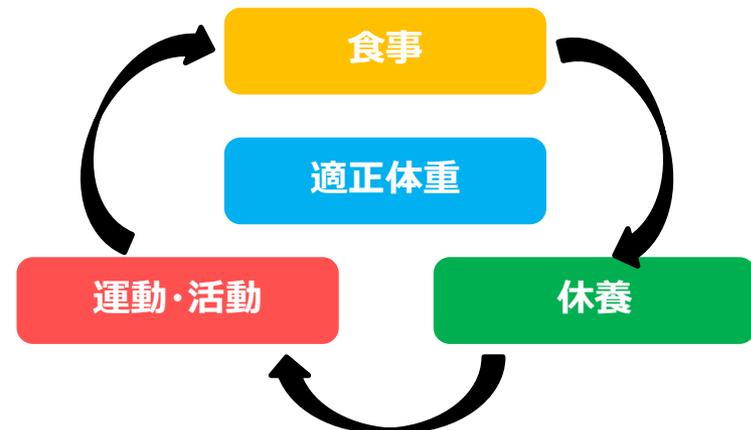
食とスポーツが連動した新たな商品・サービスの創出は、日常的な運動と食事、休養のトータルサポートの展開により、社員食堂、一般的なレストランとしての展開につながり、新たな顧客開拓、つまりスポーツ無関心層を関心そうに変え得る重要なアプローチである。

企業概要

1. 事業者： 株式会社タニタ
2. 事業開始年月： 2012年 丸の内タニタ食堂を開業
3. 事業展開経緯： 「適正体重を維持すること」が健康づくりにおいて重要と考えており、社員食堂での取り組みを、忠実に再現し、提供するレストランとしてタニタ食堂を開業。

今後の展望

1. **適正体重**：“適正体重（健康）”を維持する為には、食事・運動（スポーツ）・休養のバランスが重要。
2. **顧客開拓**：スポーツメーカーやマッサージサービスを提供する企業と連携した企画を展開。他業界の企業と連携することで、相互に客層の新規開拓に繋げている。
3. **トータルサポート**：体組成計や活動量計といった健康計測機器での計測管理サービスに加え、運動（スポーツ）や食と連動したトータルサポートの提供が重要。



スポーツ×IT① 新たな観戦アプローチ

最新デジタル技術を活用した新たな観戦スタイルとして、多視点ロボットカメラによる立体的な映像表現や、選手の成績をリアルタイムで楽しむことができるスポーツ観戦の実現などが考えられる。



多視点ロボットカメラによる立体的な映像表現技術開発 (NHK)



超高臨場感をリアルタイムで遠隔配信する「イマーシブテレプレゼンス技術」の開発 (NTT)



選手の成績をリアルタイムで確認しながら楽しめる環境を想定 (ソニー)



透過式メガネ型端末 SmartEyeglass Developer Edition SED-E1 (ソニー)



ボール視点の映像を撮る「ボールカム」を開発 (東京工業大学 小池研究室)



フェンシングの剣先の動きを可視化しエンターテインメント化 (電通、ライゾマティクス、ピクス)



眼鏡などを使わずに立体映像を見ることができる。特殊な3Dホログラム技術 (英国MUSION社)

スポーツ×IT② スポーツを「する」楽しみの拡張

テクノロジーとの融合により、人の応力をサポート・拡張し、スポーツを「する」楽しみを拡張する技術やサービス等により、スポーツによる生活の質（QOL）の向上や、社会課題の解決につなげる。ウェアラブル機器の活用による健康増進・予防医療・リハビリテーションへの応用。



サイバスロン（スイス国立コンピテンスセンター・ロボティクス研究所）

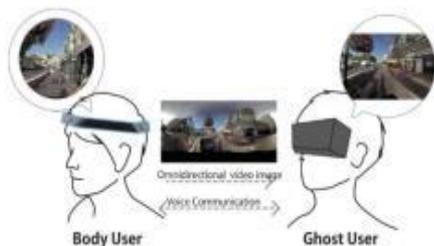


Flying Eyes/Flying Head（東京大学 暦本研究室）
自律飛行ヘリコプターを使って、体外離脱したような第三者視点の映像が撮影でき、自分の後ろ姿を確認しながらランニングするなど、トレーニングのサポートなどに応用が可能。



SMASH (Synchronization Media of Athletes and Spectator through Haptic)
（慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科）

選手の体験を心音とプレイの触覚を観客に伝送し、感覚を共有するシステム。「観る」だけの受動的な観戦から、プレイを「感じる」ことができる体験型の能動的な観戦を実現する。



360度全周囲を撮影・伝送可能なウェアラブルカメラ「JackIn Head」
（ソニーコンピュータサイエンス研究所・東京大学暦本研究室）



インターフェースを新しくすることで、誰もが同じレベルで楽しめる新しいスポーツを開発する
（世界ゆるスポーツ協会）

スポーツ×IT：データ分析で、スポーツが見える・わかる

映像技術を活用した効果的なトレーニング、高度化・複雑化した技の判定の容易化・時間短縮化、リアルタイムでの指示・戦略確認への活用。



スマートサッカージャージ
「miCoach Elite」(アディダス)



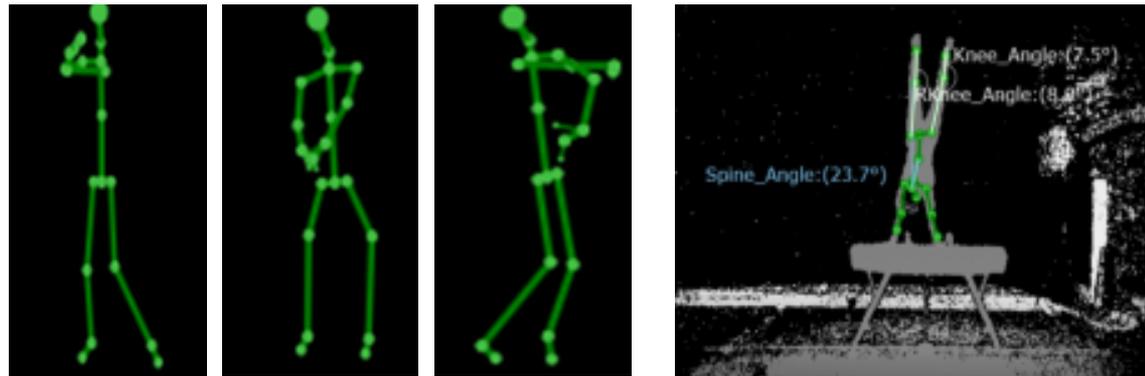
3Dスポーツ動作解析システム「Running Gate」
(東京大学 暦本研究室、ISID/イノラボ)



滑りのテクニックを可視化するスマートフォン連携型スマート・スノーボード・バインディング
「Cerevo XON SNOW-1」(CEREVO)



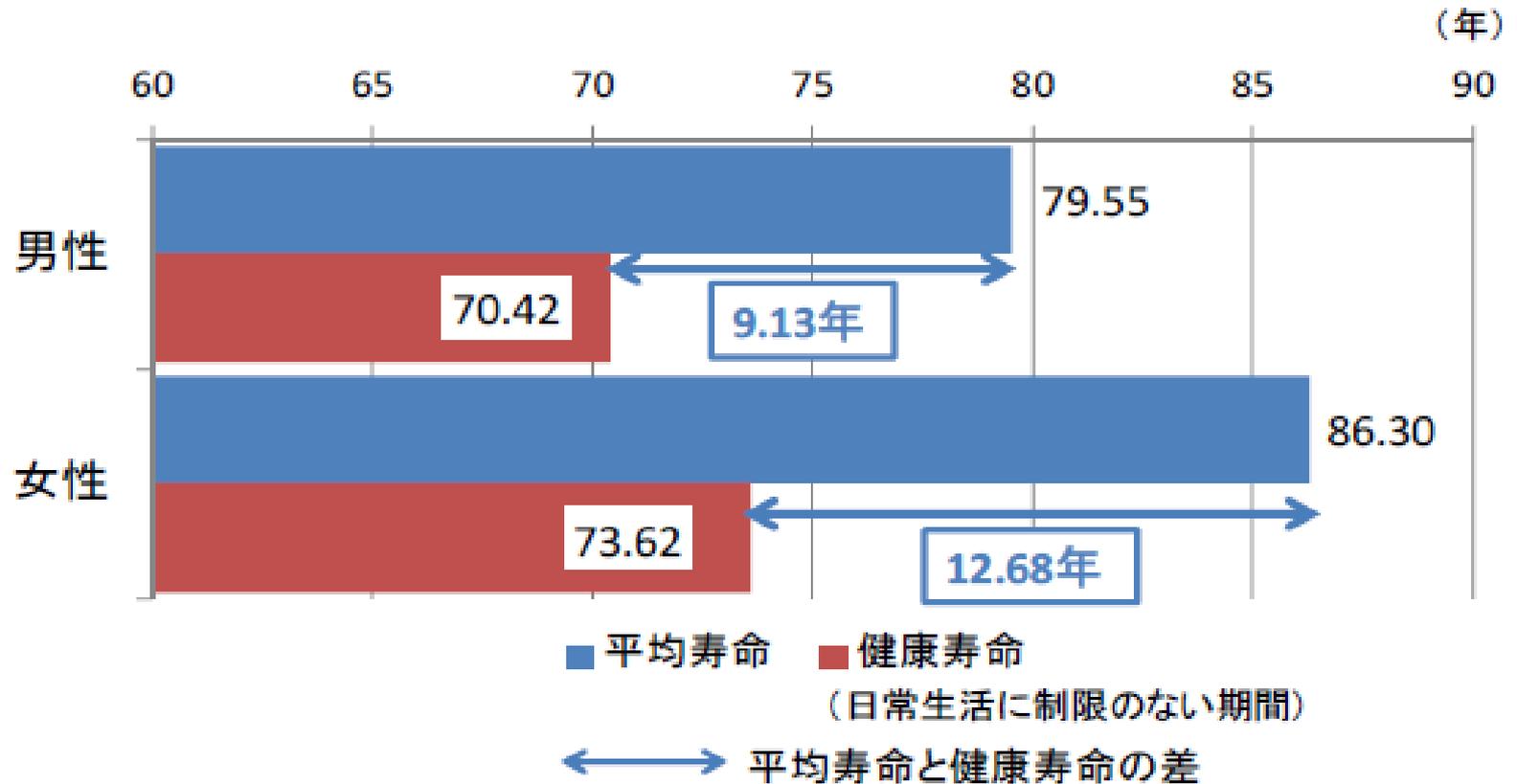
(アディダス)



システムによる採点支援
(第4回スポーツ未来開拓会議：富士通資料より)

健康寿命と平均寿命の差

我が国の国民医療費が約40兆円にも達するなか、健康寿命を平均寿命に限りなく近づけることができる社会の構築を目指すことが重要である。平均寿命と健康寿命の差は、2010年で男性9.13年、女性12.68年となっている。



資料: 平均寿命(平成22年)は、厚生労働省「平成22年完全生命表」

健康寿命(平成22年)は、厚生労働科学研究費補助金「健康寿命における将来予測と生活習慣病対策の費用対効果に関する研究」

出典 厚生科学審議会地域保健健康増進栄養部会・次期国民健康づくり運動プラン策定専門委員会、「健康日本2 1 (第二次)の推進に関する参考資料」、p26

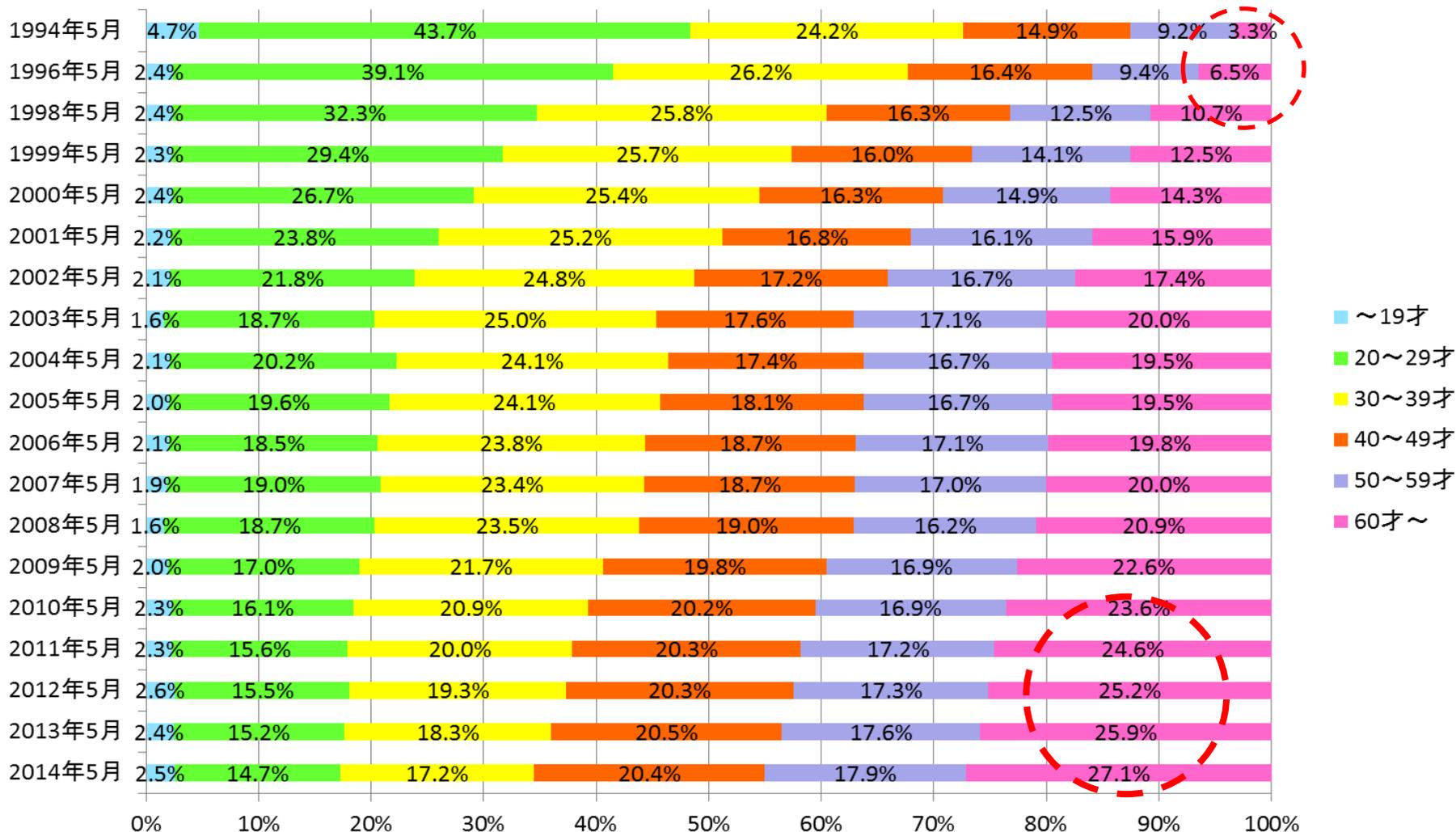
フィットネスクラブ業界売上ランキング/世界

我が国のフィットネス産業は、4,500億円の市場規模であり、フィットネスクラブ、スイミング、テニス、ゴルフ等の各種スクール等をコア事業として成長を遂げてきた。

順位	社名	国	売上高 (百万ドル)
1	24 Hour Fitness USA, Inc.	アメリカ	1,300
2	Life Time Fitness, Inc.	アメリカ	1,206
3	Virgin Active	イギリス	1,021
4	Fitness First	イギリス	800
5	(株)コナミスポーツ&ライフ	日本	788
6	Anytime Fitness	アメリカ	634
7	Goodlife Fitness	カナダ	495
8	セントラルスポーツ(株)	日本	484
9	Town Sports International Holdings, Inc.	アメリカ	470
10	(株)ルネサンス	日本	398
11	Planet Fitness	アメリカ	211
12	Elixia Nordic AS	ノルウェー	190
13	Russian Fitness Group	ロシア	176
14	Xsport Fitness	アメリカ	173
15	Fitness World	アメリカ	157

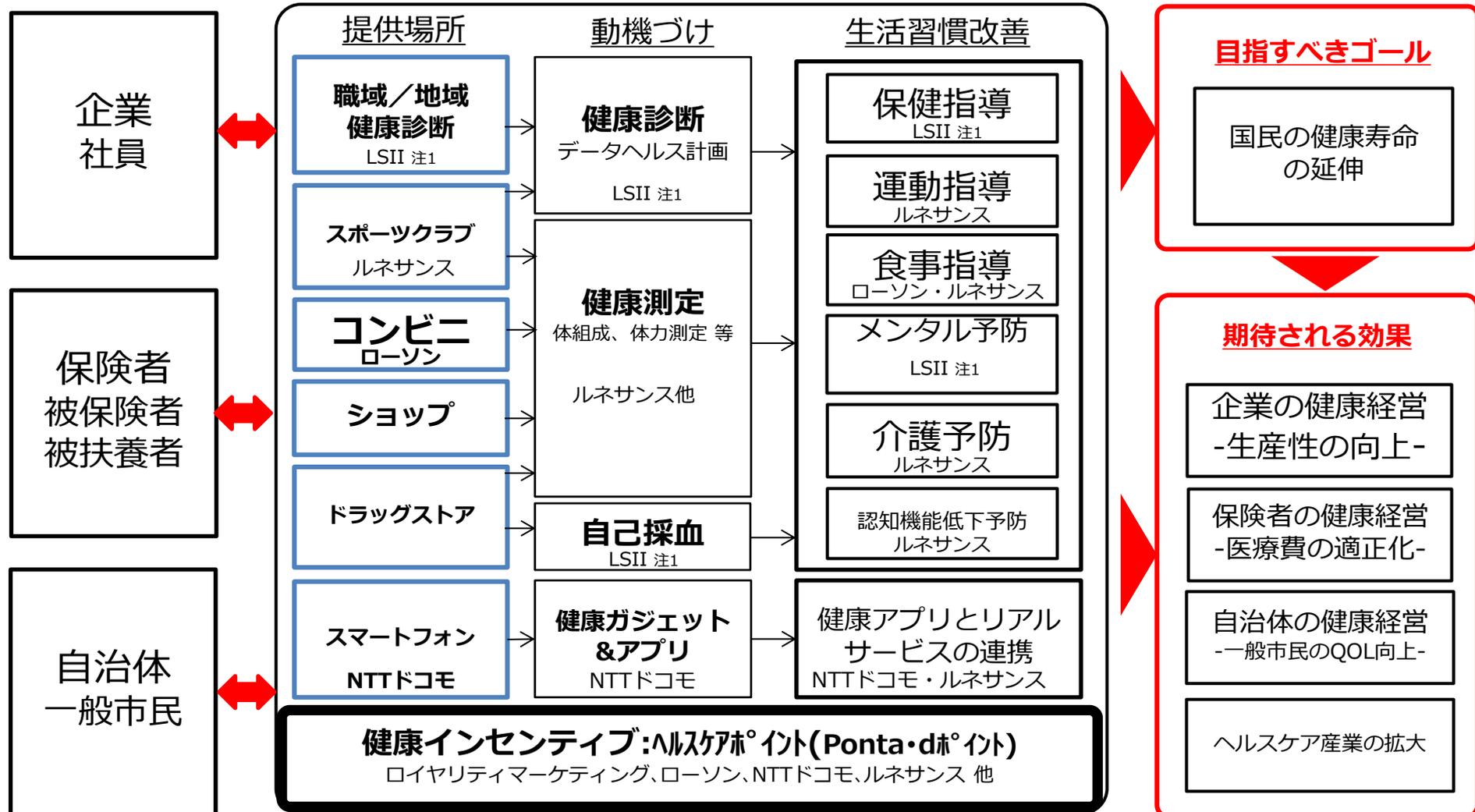
ルネサンスの会員/年代別構成比

我が国の高齢化の進展に伴い、会員の年齢構成も高齢者の割合が増加し、レジャー産業から医療・介護の健康産業としての事業へと変容し始めている。



企業との連携による健康づくり

(株)ルネサンスでは、法人契約によるスポーツクラブ利用、企業・団体向けの健康セミナー実施等の企業に対する健康経営の推進や、介護予防教室を自治体と連携して実施している。



注1：LSII（株式会社生命科学インスティテュート）は、三菱ケミカルホールディングスのグループ会社です。

出典 スポーツ未来開拓会議 第5回（高崎氏）資料

地域資源を活用した新たなヘルスケア産業

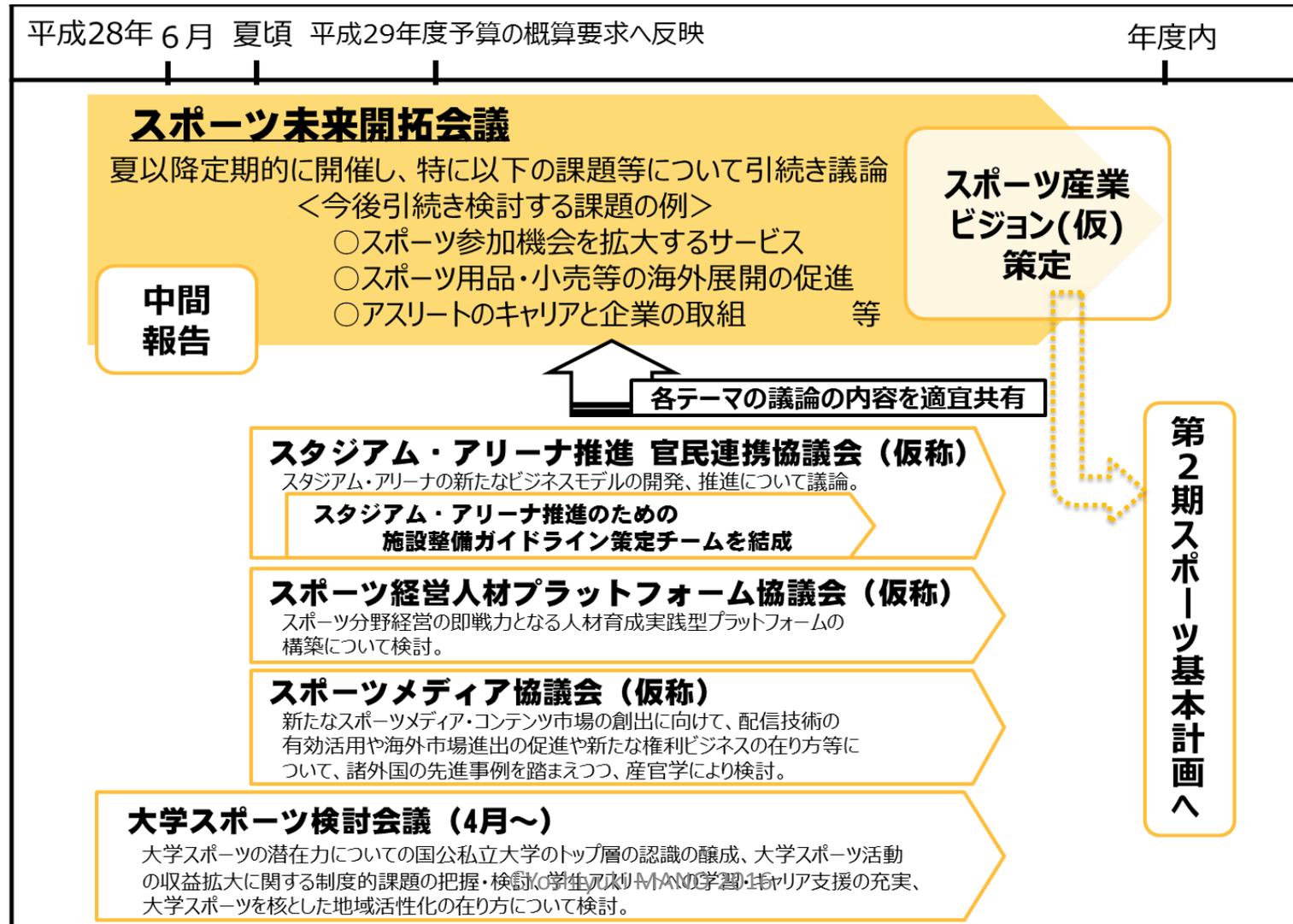
政府において、健康寿命延伸分野の市場創出・産業育成を目的に、内閣官房健康・医療戦略推進本部のもとに官民一体となって連携する「次世代ヘルスケア産業協議会」が立ち上がり、スポーツを通じたヘルスケア産業の振興についても議論が始まっている。

- (1) 課題：ヘルスケア分野は、様々な異分野連携が必要。地域資源等を活用しながら、地域住民の生活に近いサービスを創出していくことが重要。
- (2) 実現したい姿：地域関係者の連携の下、地域資源を活用した独自のヘルスケア産業が創出され、広く活用される状況をつくることが重要。
- (3) 具体策：地域資源の発掘及びそれらを活用した新たなヘルスケア産業の創出支援の実施。



スポーツ産業の活性化に向けた今後の主な取組について

我が国のスポーツ産業振興の戦略的な取組を示す「スポーツ産業ビジョン（仮）」を本年度中に作成することを目指し、今後も定期的にスポーツ未来開拓会議を開催。「スタジアム・アリーナの推進」、「スポーツ経営人材の育成」、「スポーツメディア」については、具体的な施策の実行段階へと進めることを目的に、本年夏以降、各協議会を立ち上げ、議論を開始する。



ご清聴ありがとうございました。

y-mano@waseda.jp