

スポーツの成長産業化を目指します！

The background of the slide features a stylized illustration. In the upper half, a large, snow-capped mountain, resembling Mount Fuji, is depicted with white and light blue tones and some dark blue outlines. Below the mountain, a pair of sneakers is shown in a dynamic, low-angle perspective. The sneakers are primarily white with blue accents and are covered in a pattern of blue dots of varying sizes. The entire scene is set against a background of light blue and white splatters and dots.

しずおかスポーツ産業ビジョン

目次

1. しずおかスポーツ産業ビジョンの概要	4
2. 本県の地域特性・スポーツ資源	6
3. 10年後の目指すべき姿・方向性	9
4. 施策展開の方向性	12
5. KPI及び取組内容	14
6. 参考資料	21

1.しずおかスポーツ産業ビジョンの概要

1. しずおかスポーツ産業ビジョンの概要

しずおかスポーツ産業ビジョンについて

背景	国では、「日本再興戦略2016」において、スポーツ産業の市場規模を2015年5.5兆円から2025年までに15兆円へ拡大することを掲げ、スポーツの成長産業化を推進している。 本県は多くのプロスポーツチームが本拠地を有するとともに、ものづくり産業を中心とした企業集積が進み、スポーツの成長産業化に向けた条件が整っている。また、スポーツ成長産業化のためには、新しくスポーツビジネスを創出することが必要不可欠であり、本県が有する多種多様な地域資源と県内外の企業・スタートアップが持つ力を融合させることが重要である。 スポーツが持つ「地域に集める」、「地域をつなげる」、「地域を育てる」という力を活かし、スポーツの成長産業化に向けた10年後の目指すべき姿や、県、市町、プロスポーツチーム、民間企業等のスポーツ関係者それぞれが取り組むべき施策を本ビジョンにおいて取りまとめる。
本ビジョンの性格	・本ビジョンは、本県のスポーツ産業を成長産業化させるための基本的な方向性を示すものである。 ・本ビジョンは、本県のスポーツの成長産業化に向けた施策の方向性や道筋を検討する場として「しずおかスポーツ産業ビジョン策定検討会議」（以下、「会議」という）を開催・運営し、会議の意見を反映させている。 ・本ビジョンは、スポーツ庁「第二期スポーツ未来開拓会議 中間報告」を踏まえつつ、本県の「総合計画」及び「スポーツ推進計画」と整合を図るとともに、各種計画・プランとの連携を図り、推進していく。
本ビジョンの位置付け	本ビジョンは、本県の「スポーツ推進計画」において基本方針に掲げる「地域特性を活かしたスポーツによる地域と経済の活性化」のうち「経済の活性化」に関する目標・施策を取りまとめたものである。
本ビジョンの期間	本ビジョンの期間は、令和7年（2025年）から令和17年（2035年）までの10年間とする。 なお、期間中であっても、大きな社会情勢の変化や、本県を取り巻く環境の急激な変化を踏まえ、計画の期間中に社会環境や経済状況、生活様式など状況の変化が生じた場合には、必要に応じて見直しを行う。
スポーツ産業の定義	「スポーツ産業」の定義について、本ビジョンでは「スポーツを起点とした多様なビジネス領域」と整理する。
KPIの設定	KPIについては、現時点のデータで取得可能なものをベースに設定している。 今後の調査等でより適正なデータが取得可能となった場合は、設定の見直しを行っていく。

2.本県の地域特性・スポーツ資源

静岡県の地域特性・外部環境

静岡県におけるスポーツの成長産業化に向けた分析

プラス要素

マイナス要素

内部環境

強み Strength

- ▶ **プロスポーツチームが集積**
(サッカー、ラグビー、バスケットボール等)
- ▶ **自然資源を活かした**ビーチ・マリンスポーツやアウトドアスポーツが充実
- ▶ 大規模な多目的競技場（スタジアム・アリーナ）、特定の競技の競技力向上を目的とした施設（レーシング場、サーフスタジアムなど）

弱み Weakness

- ▶ **宿泊者に比べ日帰りの観光客が多い**
- ▶ **人口減少**＝外部へ若者が流出
- ▶ スポーツ実施率の停滞
- ▶ 自動車産業など製造業が占める割合が高く、リーマンショック以降の回復が全国に比べて遅れている
- ▶ 一部スポーツ施設の老朽化が進行
- ▶ 中学生を対象とした地域クラブ等が少ない

機会 Opportunity

- ▶ **新規事業を創出するためのビジネスコンペが官民ともに増加傾向**
- ▶ 新東名全線開通により国内旅行者の利便性向上
- ▶ 外国人観光客からの新たな需要有り
- ▶ 部活動の地域展開による地域クラブの活性化
- ▶ 外部専門人材としての教員の活用拡大
- ▶ 大規模スポーツ大会の誘致
- ▶ 健康寿命の延伸による社会保険料削減

脅威 Threat

- ▶ **スポーツ産業推進施策における他県との競争激化**
- ▶ リニア中央新幹線の開業が県内観光に影響を及ぼす可能性
- ▶ 南海トラフ巨大地震発生の可能性
- ▶ パンデミック再来によるスポーツ活動の停滞

外部環境

2. 本県の地域特性・スポーツ資源

本県をホームタウンとするプロスポーツチームが複数あるほか、温暖な気候や自然資源を活用したマリンスポーツやアウトドアスポーツが充実

本県におけるスポーツ資源

①スポーツ団体

Jリーグ（サッカー）



Bリーグ
（バスケットボール）



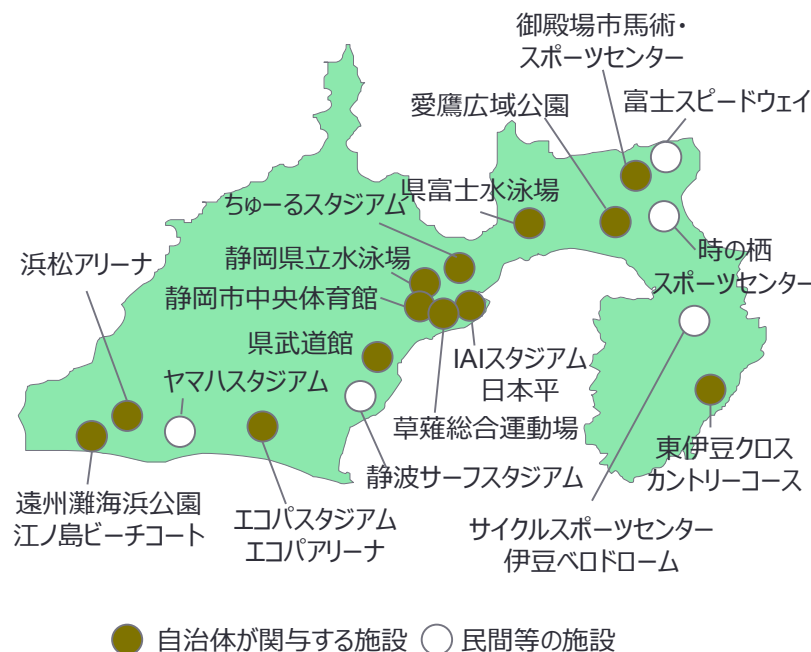
SVリーグ
（バレーボール）



リーグワン
（ラグビー）



NPB
（野球）



②スポーツ施設

大規模多目的競技場



特定競技の競技力向上に特化



③スポーツアクティビティ

合宿施設



ビーチ・マリンスポーツ



アウトドアスポーツ



モータースポーツ



出所：各施設HP等から引用

3.10年後の目指すべき姿・方向性

3. 10年後の目指すべき姿・方向性

以下の5つの施策に取り組み、「スポーツ・コネクティッド・フィールド※」の実現を目指す

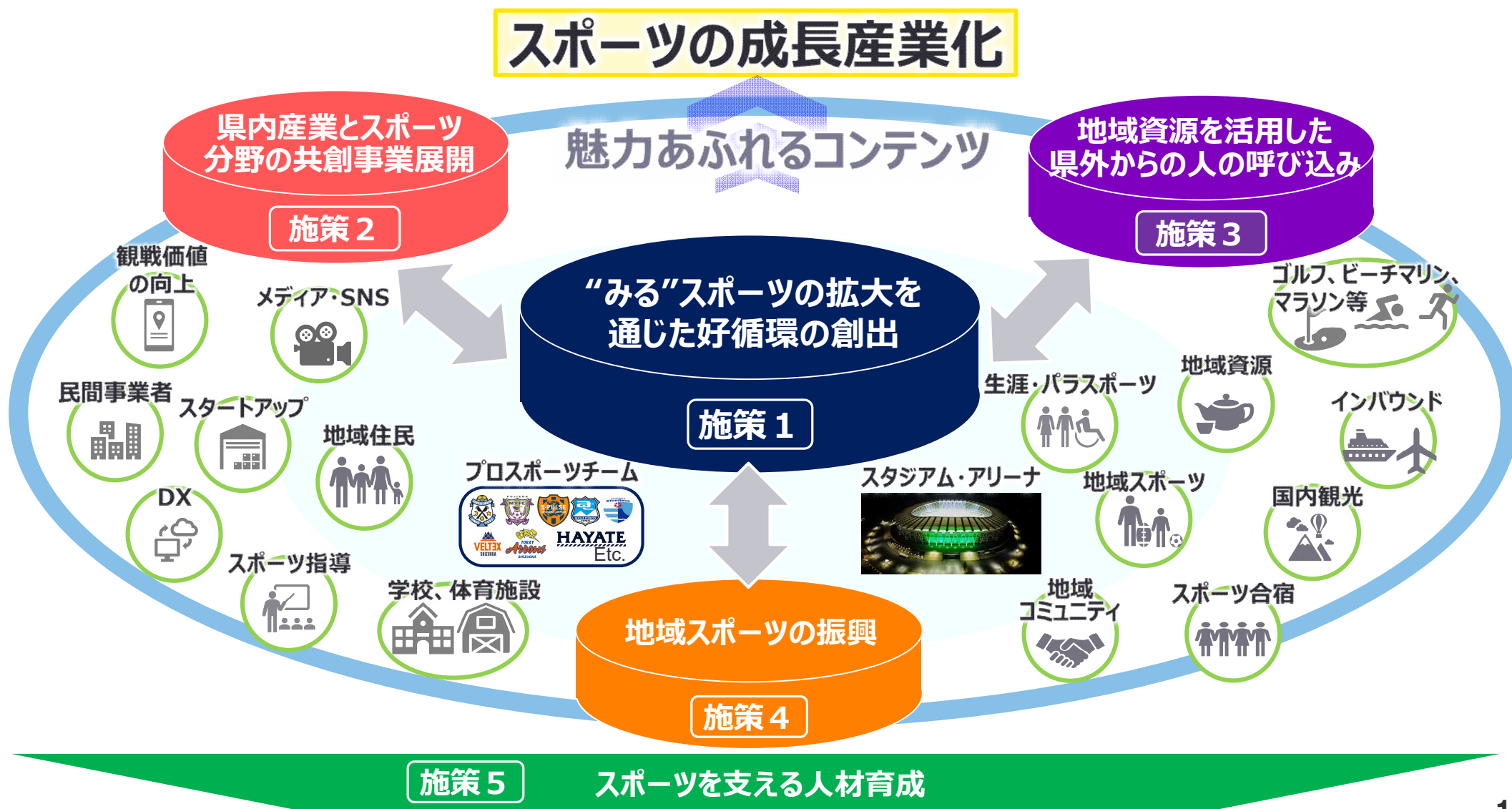
	区 分	方向性	10年後の目指すべき姿
施策 1	“みる”スポーツの拡大を通じた 地域への好循環の創出 プロスポーツとの連携	“みる”スポーツの拡大による効果の地域スポーツへの還元 - 魅力的なコンテンツづくり - チームのファンやスポンサー同士の交流機会の創出 - 官民が連携したスポーツ施設の整備・管理運営	「スポーツ・コネクティッド・フィールド」の実現 ○スポーツ関連ビジネスが根付き、産業の新機軸として経済が活性化されている地域 ○スポーツを核として、様々な主体が融合し、常に新たなイノベーションが創出される地域 ○ビジネスにより生み出された収益が地域に還元され、持続的なスポーツ環境が確保された地域 ○スポーツを支える様々な人材が地域において育成され、スポーツにより夢を描くことのできる地域
施策 2	県内産業とスポーツ分野の 共創事業展開 県内産業との融合 による新たなビジネス創出	- スポーツ関係者が参加するプラットフォームの構築 - 県内のスポーツ資源（ヒト、モノ、コト）を活用した新たな価値の創出 - これまでスポーツと関連がなかった企業のスポーツ関連事業への参入促進 - スポーツを通じた新たなビジネス展開による産業創造	
施策 3	地域資源を活用した 県外からの人の呼び込み スポーツツーリズムの拡大	- 静岡県が誇る自然を活かしたアウトドアスポーツの推進 - モーター、ビーチ・マリン、ゴルフ等新しいツーリズムの推進 - 宿泊数を増やすための仕掛けづくり（車中泊含む） - スポーツ合宿・大会を行う拠点整備や誘致に向けた情報発信強化 - 海外・県外の観光客に向けた効果的な魅力発信 - スポーツツーリズムを担う、スポーツコミッションの体制強化（自主財源確保）	
施策 4	地域スポーツの振興 部活動の地域展開への対応 県民の健康づくり	- プロチームと連携した部活動の地域展開等 - 全ての世代に向けた健康づくりの促進 ※経済・産業という軸に絞って検討	
施策 5	スポーツを支える人材育成 スポーツビジネス人材の育成	- アスリートが持つ能力を引退後も発揮できる仕組みづくり - スポーツチーム・県内事業者と連携した、アスリートのキャリア支援体制の構築	

※スポーツによって人、企業、地域等が繋がり、新しい価値が常に創造される県

3. 10年後の目指すべき姿・方向性

10年後に静岡県が目指す、「スポーツ・コネクティッド・フィールド」を実現するため、5つの施策を重層的に実施

10年後の静岡県の目指すべき姿：「スポーツ・コネクティッド・フィールド」

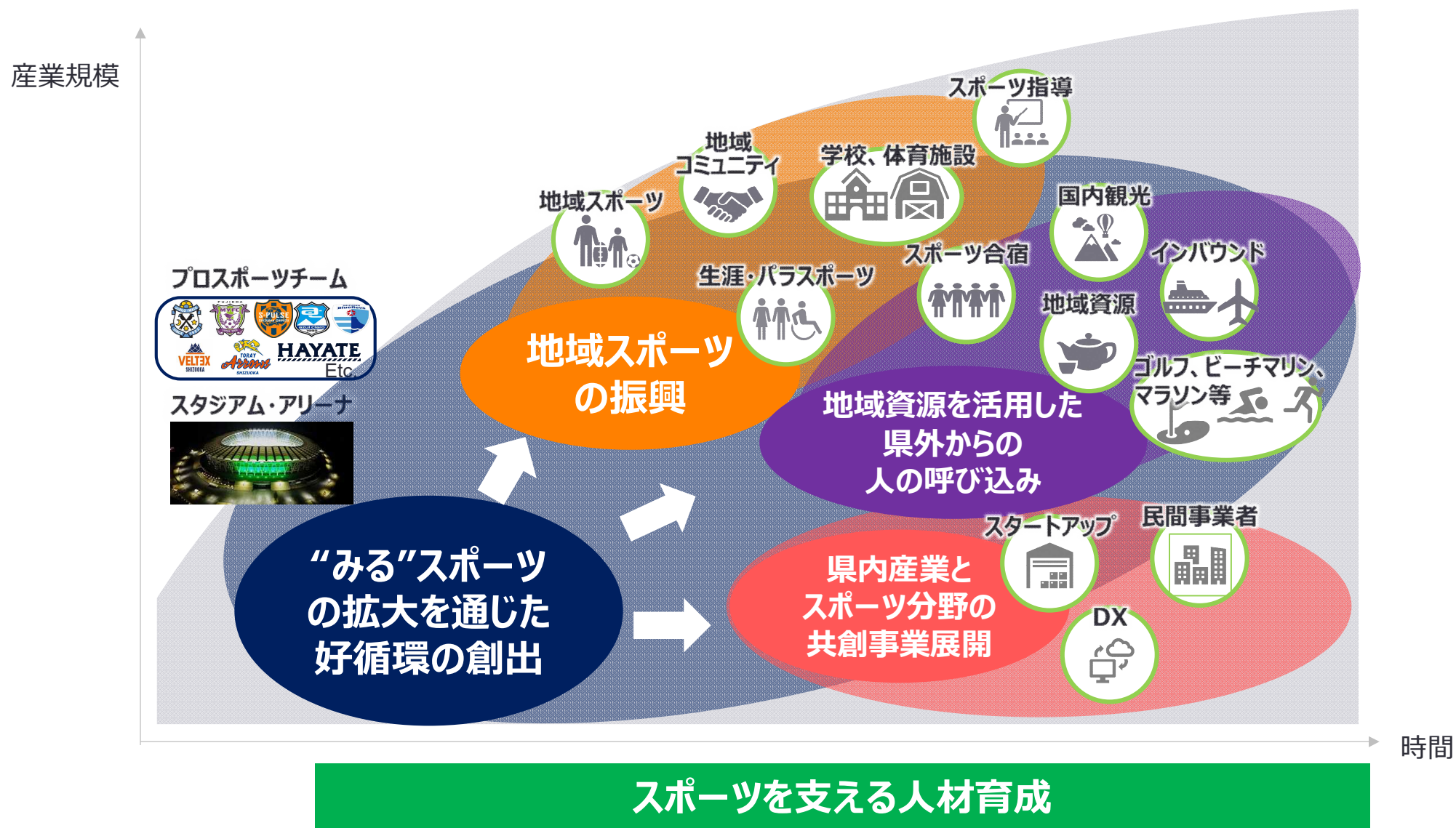


4 .施策展開の方向性

4. 施策展開の方向性

国の方針と連動し、プロスポーツを中心とした“みる”スポーツの拡大に先行して取り組む
⇒成果を地域スポーツの振興など、他施策に波及させることで、スポーツの成長産業化を実現

スポーツの成長産業化



5.KPI及び取組内容

本県のスポーツ産業市場規模の現状及び10年後の目標

考
え
方

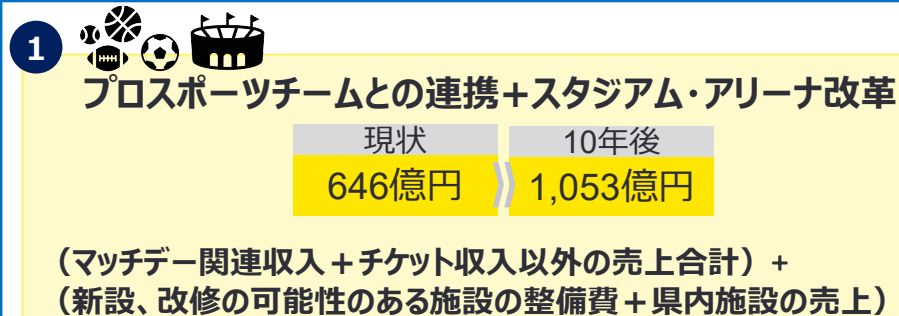
- 「スポーツ産業」の定義について、本ビジョンでは「スポーツを起点とした多様なビジネス領域」と整理する
- 本県のスポーツ産業市場規模額として、国の算出を基にした「全体額」と、施策別に本県独自で算出した「個別額」を設定
- 原則として5%成長を10年間続けるものと仮定し、目標値を設定

しずおかスポーツ産業市場規模（全体額）	現状	10年後	内閣府による中長期の経済財政に関する試算（2025年1月試算）名目成長率2.7%と、スポーツGDP平均成長率約2.8%を勘案し、目標を年5%成長と設定
	2,863億円	4,700億円	

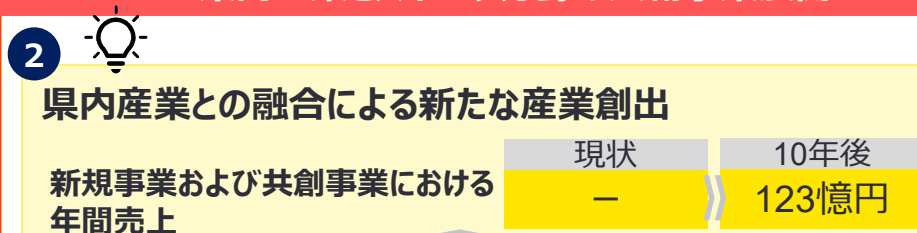
分野別しずおかスポーツ産業市場規模（個別額）

※施策ごとの達成度合いを測る指標であり、個別額の合計と全体額は一致しない

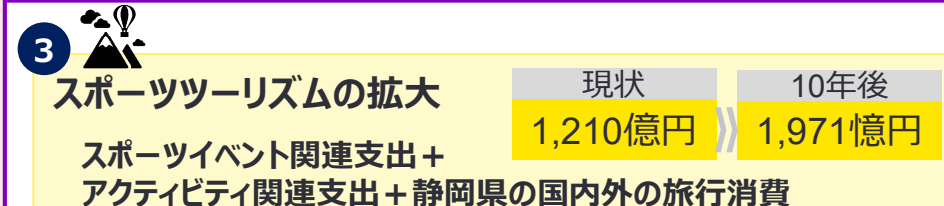
<施策1> “みる”スポーツの拡大を通じた地域への好循環の創出



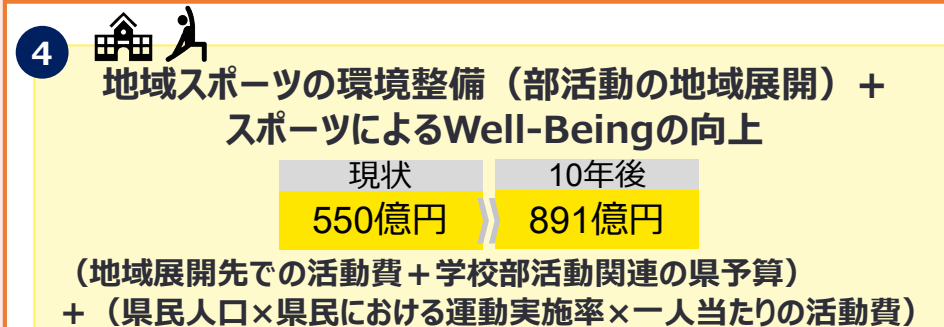
<施策2> 県内産業とスポーツ分野の共創事業展開



<施策3> 地域資源を活用した県外からの人の呼び込み



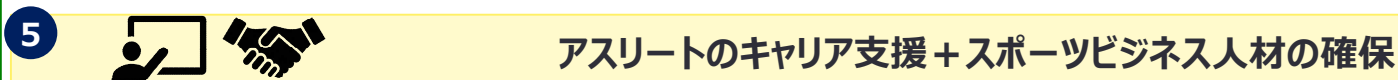
<施策4> 地域スポーツの振興



<施策5>

スポーツを支える人材育成

※現時点では市場が限定的であるため、市場規模として算出が困難



<施策1> “みる”スポーツの拡大による地域への好循環

“みる”スポーツ（プロスポーツチームやスタジアム・アリーナ等）の魅力を高めることにより、地域活性化や市場規模の拡大につなげ、好循環を創出する

施策 1

“みる”スポーツに係る好循環



KPI及び取組内容

KPI		
KPI		- リーグおよびBリーグ所属チーム※の売上合計：116億円 ⇒ 200億円 - 県内18チームのSNSフォロワー数：106万 ⇒ 170万人 - 観戦者数：102万人 ⇒ 200万人
	県	- スポーツファン拡大に向けた取組（アウェイツーリズムの推進、チームの魅力発信、地域への浸透） - プロチームの経営力強化への支援（企業版ふるさと納税を活用した支援策検討） - 新興スポーツや女性スポーツのビジネス化に向けた支援 - 県が所有するスタジアム・アリーナの改修・整備を通じた市町と連携したまちづくりや効果的な施設活用
	市町	- ホームタウン活動連携 - チームとのパートナーシップの構築 - 市町が所有するスタジアム・アリーナの改修・整備を通じたまちづくりや効果的な施設活用
取組内容	民間	- ファンエンゲージメント拡大、競技力向上による新規ファン獲得 - スポーツホスピタリティの推進 - チーム間連携による共同プロジェクト - スタジアムの改修・整備時における資金や運営ノウハウの提供（プロフィットセンター化の実現） - スタジアム・アリーナの体験価値向上（プロチームによるコンテンツ提供、DXを活用した新しい観戦体験の提供等）

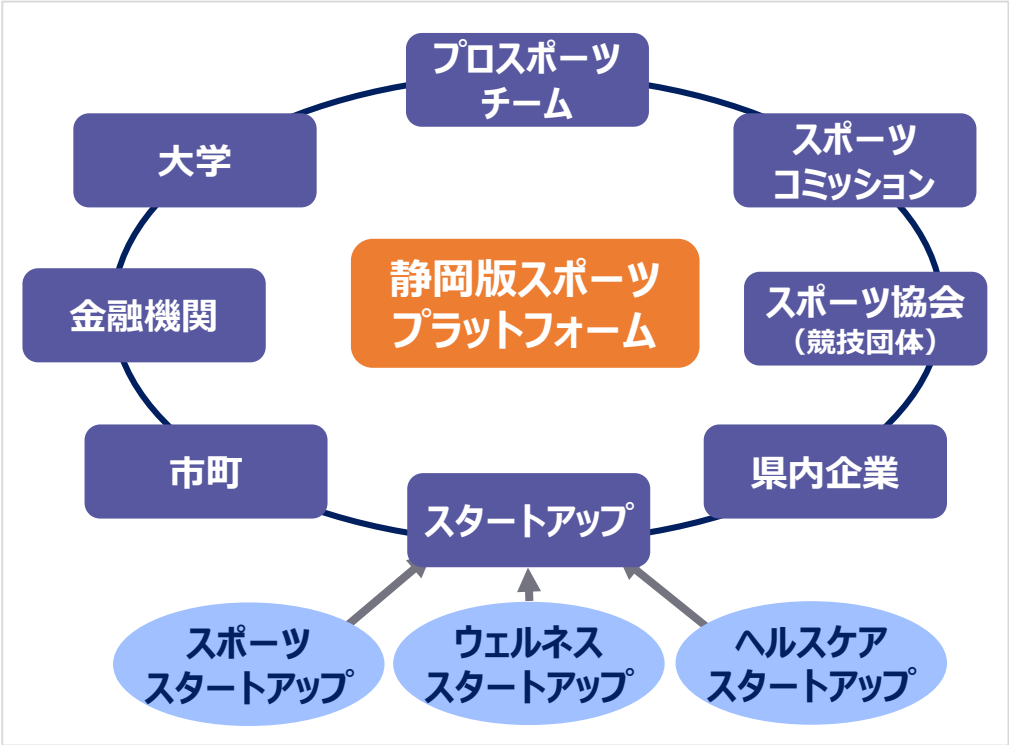
※決算報告書等を通じて売上高を公表しているチームのみ集計する

スポーツチームを始めとする県内のスポーツ資源や県内産業との融合による新たな産業創出

施策
2

オープンイノベーションによるスポーツビジネスの創出

- オール静岡でスポーツの成長産業化を推進するため、スポーツに関係する多くの主体が集う、プラットフォームを構築※1
- プラットフォームを核としたオープンイノベーションを促進
- 県内のスポーツ資源（スポーツチーム・スポーツ施設等）とスタートアップを結び付け、新たなスポーツビジネス※2を創出



※1 スポーツコミッションを中心とした運営体制の構築を検討
※2 例) 静岡ブルーレヴズと(株)ナビタイムによる交通通渋滞対策のためのアプリ活用

KPI及び取組内容

KPI	プラットフォーム参画企業・団体数 100社/団体	
	県内拠点アーリーステージ社数 100社（累計）	
	マッチング件数 500件（累計）	
	新しくスポーツビジネスに取り組んだ県内企業 100社(累計)	
取組内容	県	• スポーツプラットフォームの構築 • 事務局の設置、ビジネスマッチングイベントの開催 • プラットフォームを活用したイノベーション促進 • 県内大学等との連携強化 • 他スタートアップコンソーシアム等との連携
	市町	• スポーツプラットフォームへの参画 • 地域住民への理解促進
	民間	• スポーツプラットフォームへの参画 • 事業者間連携によるイノベーション創出 • 人材、ノウハウの提供 • 施設、成長資金の提供

＜施策3＞ 地域資源を活用した県外からの人の呼び込み

県内の豊富なスポーツ・観光資源を活かした、交流人口の拡大 富士山など有名コンテンツとスポーツの連携、宿泊数増に向けたスポーツツーリズムの実施

施策 3

県外からの誘客



KPI及び取組内容

KPI

- スポーツ訪県目的比率：0.4% ⇒ 1.5%
- 県内における大会・合宿開催件数：現状値調査中

取組内容

県

- スポーツツーリズムの担い手となる、スポーツコミッションの体制強化
- 県内スポーツツーリズム（スポーツ合宿・大会）の全世界に向けた魅力発信
- スポーツとグルメ・宿泊・観光を組み合わせたコンテンツ開発

市町

- 回遊性を高める移動手段の充実
- 地域コミュニティの維持と伝統・文化発信
- 競技団体と連携した合宿・大会誘致、イベント実施
- 移住・定住を見据えた交流人口の拡大

民間

- 質の高いスポーツツアー・ホスピタリティの開発
- 県・市町と連携した合宿・大会誘致、イベント実施
- 付加価値の高いスポーツ合宿の提供
- デジタル観光コンテンツの充実、DX化（eスポーツ含む）

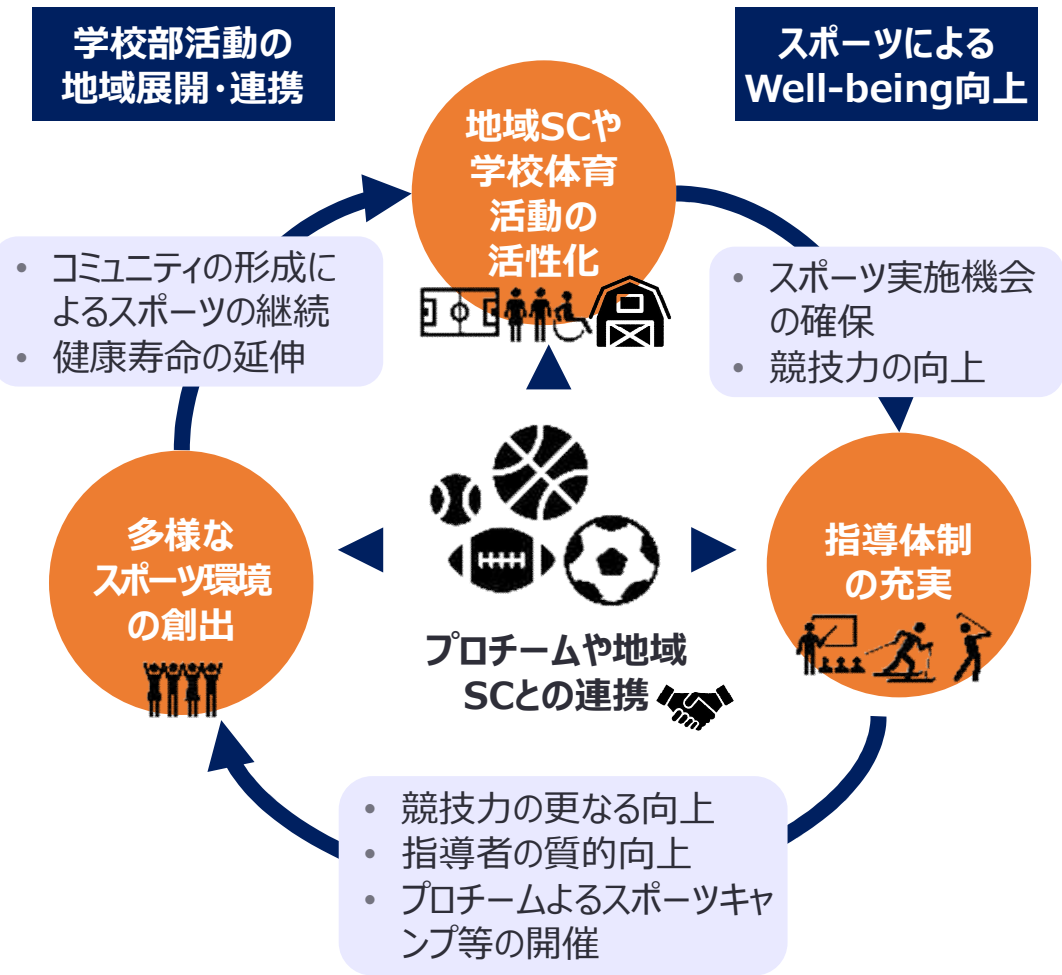
※環境問題、オーバーツーリズム対策に配慮したうえで実施する

＜施策4＞ 地域スポーツの振興

プロスポーツチームとの連携による部活動の地域展開に向けたスポーツ環境の一体的整備と
スポーツを通じたコミュニティ形成によるWell-beingの向上による健康寿命の延伸

施策
4

プロスポーツチームや地域SCとの連携によるスポーツ環境整備



全世代の県民誰もが楽しめるスポーツ環境を構築し、新たなコミュニティの形成を契機に継続的な運動参加を実現

KPI及び取組内容

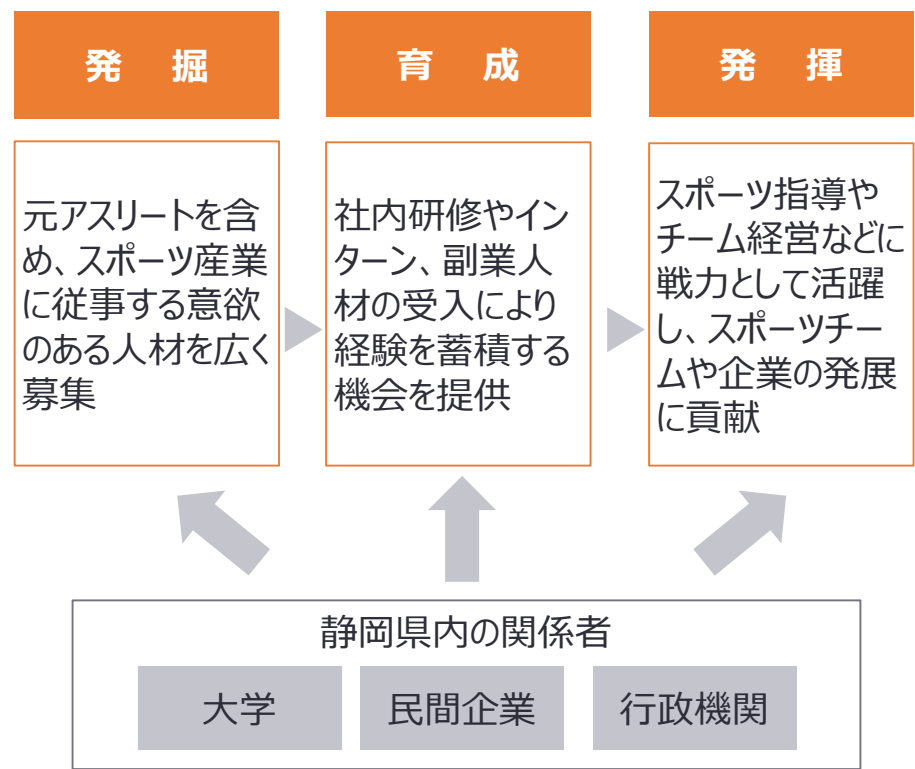
KPI		• 公共スポーツ施設及び民間スポーツ施設の指導者数：1,618人 ⇒ 2,636人 • スポーツ施設提供業の事業所数：407カ所 ⇒ 663カ所
取組内容	県	• 公共・民間スポーツクラブ・施設の実態把握 • 指導者の確保に向けた支援 • スポーツ施設のユニバーサルデザイン化や地域SC設立の推進・支援 • スポーツによる健康増進効果のデータを活用した健康づくりプログラムの研究・開発、広報
	市町	• 地域展開に向けた受け皿づくり • 学校体育施設の活用・整備、一般開放促進 • スポーツイベントの開催
	民間	• 現役選手やコーチによる巡回・遠隔指導 • 地域SCの設置、充実化 • コミュニティ形成のための仕組みの構築 • 指導者の雇用に関するモデルの構築

※地域スポーツ（部活動や生涯スポーツ）の振興のうち、ビジネスベース（有償）で実施する事業を念頭に取組む

支える人材の活用を通じて「する」「みる」スポーツの拡大に貢献

施策
5

アスリートやスポーツビジネス人材活躍の段階



競技の知見が豊富なアスリートとスポーツビジネスに関する専門的な知見を有する人材それぞれが強みを活かし、県内スポーツの「する」「みる」拡大に貢献

KPI及び取組内容

KPI	アスリート等雇用に係る事業所登録数： 40団体 ⇒ 65団体		
	アスリートのキャリア支援		
取組内容	県	アスリートのキャリア支援	
	市町	アスリートのキャリア形成に対する意識啓発	
	民間	官民が連携した、アスリートのキャリア支援スキームの構築（雇用創出、実践企業への支援）	
	県	指導者としての就業支援	
	市町	アスリート雇用の促進	
	民間	プロチーム等企業内のキャリア教育支援	
	県	スポーツビジネス人材の育成	
	市町	県内大学や民間企業へ出張講座の実施	
	民間	スポーツビジネスに係る起業支援	
	県	デュアルキャリアやスポーツビジネスに関心のある学生等に向けたセミナー・イベントの開催	
	市町	地域SCでの実践機会の提供	
	民間	地域イベントでの経験機会の創出	
	県	プロチームでの実践機会提供	
	市町	社内でのスポーツビジネス研修機会提供	
	民間	スポンサーとしてのスポーツチームへの人材派遣	

6. 參考資料

6. 参考資料：しずおかスポーツ産業市場規模（全体額）の計算方法

**静岡県のスポーツ産業市場規模をSSA（スポーツ・サテライト・アカウント）の11分類に
全国における静岡県の事業所数比率をかけて算出**

（単位：億円）

No	スポーツ産業分類	2021年 スポーツGDP （全国）	全国における本県の 事業所数比率	静岡県スポーツ産業市場規模
1	スポーツ活動 （スポーツ施設運営、プロスポーツや競輪競馬等）	30,732	2.92%	897.1
2	スポーツ関連流通 （鉄道業、道路貨物運送業、航空運輸業等）	4,161	3.21%	133.5
3	スポーツ教育 （学校教育（幼稚園、小・中・高、専修学校等））	14,914	2.86%	426.7
4	スポーツ関連メディア（広告業）	7,721	2.40%	185.7
5	スポーツ用品・アパレル （繊維工業（製糸業、紡績業、外衣・シャツ製造業等））	6,843	2.88%	197.1
6	スポーツ食品・飲料 （清涼飲料製造業、その他の食料品製造業）	2,850	4.83%	137.8
7	スポーツ医療 （サービス用・娯楽用機械器具製造業 等）	2,240	3.15%	70.4
8	スポーツ施設建設 （土木工事業、建築工事業 等）	1,062	3.26%	34.6
9	スポーツ旅行サービス （宿泊業）	474	4.60%	21.8
10	スポーツ保険	208	※	6.2
11	その他 （ゴム製品製造業、スポーツ・娯楽用品賃貸業、学術・ 開発研究機関、社会教育 等）	23,788	3.16%	752.5
	合 計	94,993		2,863

※事業所数が不明なため、事業所数比率の平均と同率とした

静岡県のスポーツ市場規模は全国の

3.01%

6. 参考資料：分野別しずおかスポーツ産業市場規模の計算内訳（1/6）

施策①”みる”スポーツの拡大を通じた地域への好循環の創出 計算内訳（1/2）

項目	算出の内訳
1 260億円 プロスポーツチームとの連携	
スタジアム観戦	県内スポーツチーム観客数合計 約100万人 ホーム試合数 県内プロスポーツチームのうち、有料試合を開催しており、観客数の推計が可能な13チームの各試合数 平均観客者数合計 県内プロスポーツチームのうち、有料試合を開催しており、観客数の推計が可能な13チームの各平均観客数 試合観戦費用 12,440円 スタジアム観戦にかかる出費（チケット代、交通費、飲食費、グッズ費等） ※2023 年スポーツマーケティング基礎調査（三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社）
約134.8億円	国内競技団体主催試合観客数合計 66,000人 ホーム試合数 県内で開催される国内競技団体等主催試合のうち、有料試合（サッカー、バスケットボールを想定）の各競技試合数 平均観客者数合計 県内で開催される国内競技団体等主催試合のうち、有料試合（サッカー、バスケットボールを想定）の各競技平均観客数 試合観戦費用 12,440円 スタジアム観戦にかかる出費（チケット代、交通費、飲食費、グッズ費等） ※2023 年スポーツマーケティング基礎調査（三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社）
プロスポーツチーム その他収入	県内スポーツチームのチケット収入以外の売上合計 約124.5億円 県内スポーツチームの売上合計のうち、チケット収入を含まない売上の合計。売上内訳が公表されている4チームはチケット収入以外の合計、売上内訳が不明なチームは別途試算
約124.5億円	

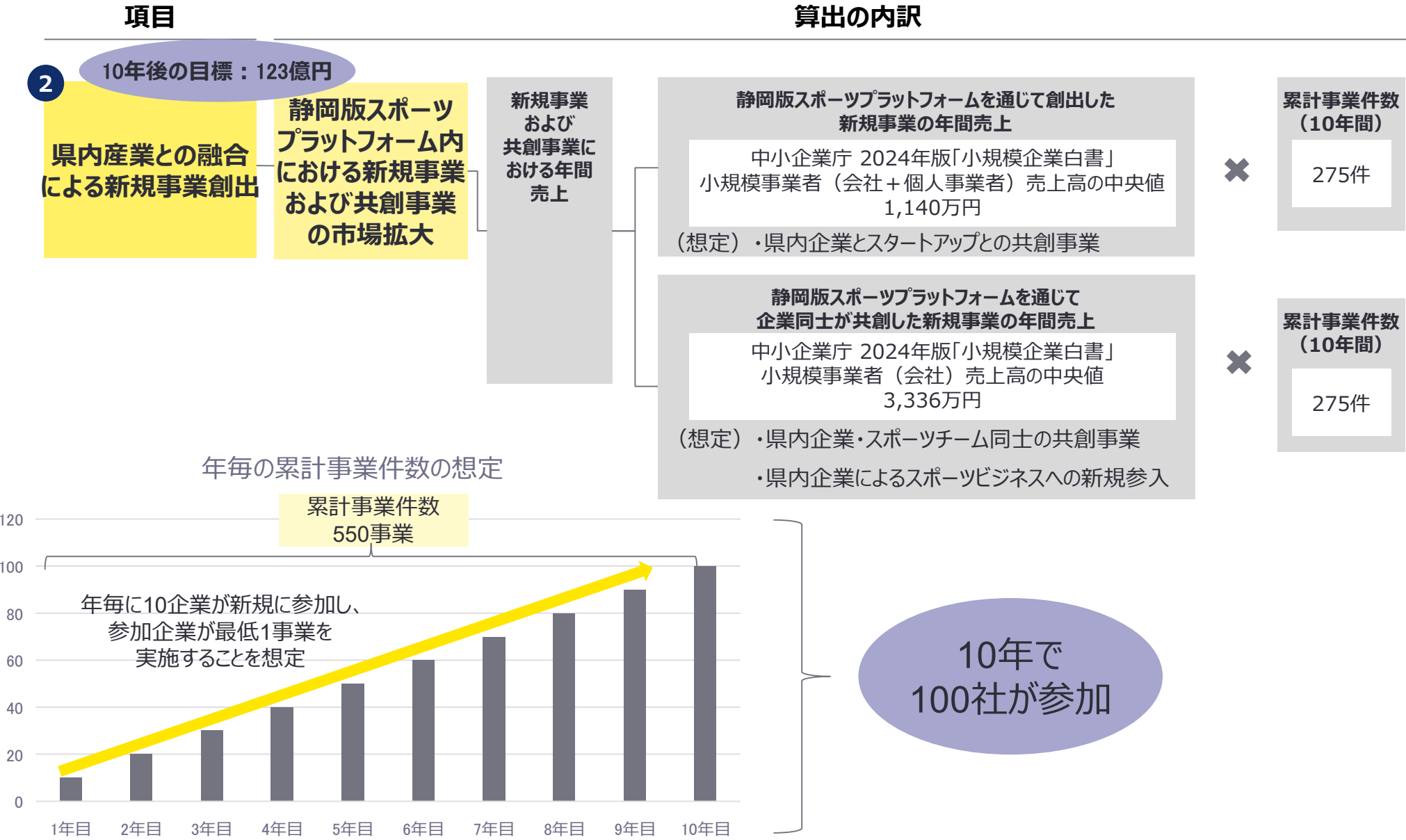
出典：各リーグHP、各チームHP、「【速報】2023年スポーツマーケティング基礎調査 | 三菱UFJリサーチ&コンサルティング」等より引用

施策①”みる”スポーツの拡大を通じた地域への好循環の創出 計算内訳（2/2）

項目	算出の内訳		
1 386億円 スタジアム・アリーナ改革	県内スポーツ施設の建替え・新設費用 約363.1億円	改修可能性施設 3施設 今後10年間のうち改修可能性があるスタジアム・アリーナ件数（2028年時点で設立30年以上かつこれまで大規模改修を実施していない） ×	年間事業費 概算事業費を建築設計等年数で除した金額。 概算事業費、建築設計等年数は他事例をもとに設定
		新設予定施設数 3施設 新設の計画が出ているスタジアム・アリーナ件数（報道ベースのものも含む） ×	年間事業費 概算事業費を建築設計等年数で除した金額。概算事業費、建築設計等年数は各施設の事業計画等参照
	県内スポーツ施設の売上 約22.5億円	県内スタジアム・アリーナ スタジアム:10施設、アリーナ:5施設 県内プロスポーツクラブがホームとして使用しているスタジアム・アリーナ ×	指定管理料 1.5億円 「令和5年度スタジアム・アリーナ改革推進事業 スタジアム・アリーナにおける社会的価値活用の手引き」から一般的な料金として使用

出典：スタジアム・アリーナの新設に係るニュースサイト、「スタジアム・アリーナにおける社会的価値活用の手引き」等より引用

施策②県内産業とスポーツ分野の共創事業展開 計算内訳



施策③地域資源を活用した県外からの人の呼び込み 計算内訳（1/2）

項目	算出の内訳
3 1,210億円 スポーツツーリズム	
国内旅行者消費額 約1,156億円	スポーツイベント 参加者数 約27万人 主なイベント例 静岡マラソン、焼津みなとマラソン、しずおかスポーツフェスティバル、三井住友VISA太平洋マスターズ（観戦者含む）、全国少年少女草サッカー大会、大道芸ワールドカップ（1割が体験したと想定）など 宿泊有参加者数 約6万人 「神戸マラソン2023 ランナーに関する調査報告書」より 34.5% をベースとして利用。 一部イベントは内容によって割合を想定。 日帰り参加者数 約21万人 「神戸マラソン2023 ランナーに関する調査報告書」より 65.5% をベースとして利用。 一部イベントは内容によって割合を想定。 × 宿泊旅行単価 63,253円 観光庁 旅行・観光消費動向調査 2023年 × 日帰り旅行単価 19,027円 観光庁 旅行・観光消費動向調査 2023年
海外旅行者消費額 約53.6億円	スポーツアクティビティ参加者数 約300万人 主なアクティビティ例 ゴルフ、海水浴、富士山登山・ハイキング（御殿場・富士宮）、自転車（自転車の国サイクルスポーツセンター）、リバウェル井川スキー場 など 宿泊有参加者数 約100万人 「神戸マラソン2023 ランナーに関する調査報告書」より 34.5% をベースとして利用。 一部イベントは内容によって割合を想定。 日帰り参加者数 約200万人 「神戸マラソン2023 ランナーに関する調査報告書」より 65.5% をベースとして利用。 一部イベントは内容によって割合を想定。 × 宿泊旅行単価 63,253円 観光庁 旅行・観光消費動向調査 2023年 × 日帰り旅行単価 19,027円 観光庁 旅行・観光消費動向調査 2023年

出典：各イベント・大会HP、「観光庁 旅行・刊行消費動向調査 2023年」等より引用

次ページに記載

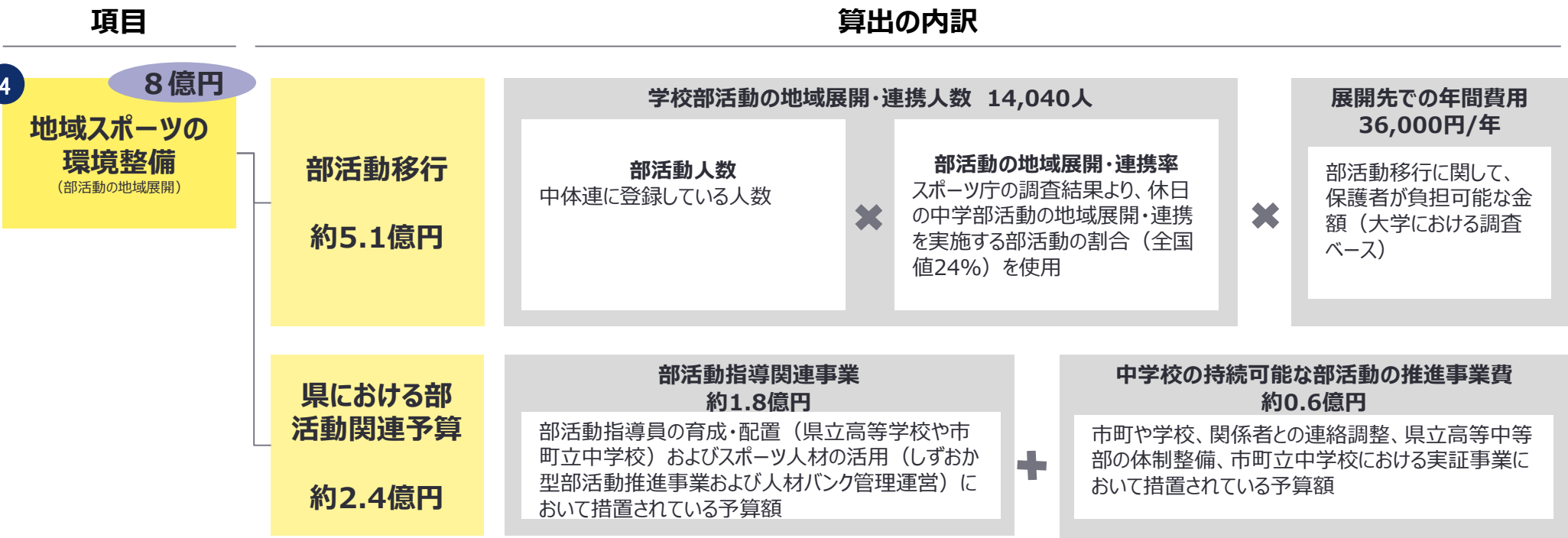
施策③地域資源を活用した県外からの人の呼び込み 計算内訳（2/2）

項目		算出の内訳						
3 スポーツツーリズム 1,210億円	海外旅行者消費額 約53.6億円	静岡県 外国人延べ宿泊者数 約100万人泊	×	主な目的 スポーツ・スポーツ観戦構成比 0.4%	×	1人1泊当たり旅行消費単価 14,076円	×	スポーツ関連率 100%
		観光庁 宿泊旅行統計調査 2023年		観光庁 インバウンド消費動向調査（旧訪日外国人消費動向調査）2023		観光庁 旅行・観光消費動向調査 2023年		スポーツの関連比率
			×	主な目的 観光・レジャー 73.6%	×	1人1泊当たり旅行消費単価 25,246円	×	スポーツ関連率 25%
				同上		同上		サイクリングやハイキングを想定
		×	主な目的 上記以外 26%	×	1人1泊当たり旅行消費単価 平均25,682円	×	スポーツ関連率 1.72%	
				同上		同上		GDPに占めるスポーツGDPの割合
		清水港のクルーズ船 人数 約5万人	×	主な目的 観光・レジャー 99.2%	×	消費単価 平均30,447円	×	スポーツ関連率 25%
		2019年 実績値		同上		観光庁 インバウンド消費動向調査より計算		サイクリングやハイキングを想定

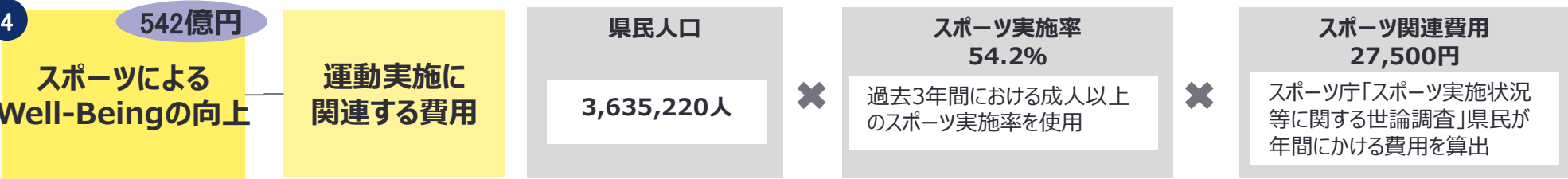
出典：「インバウンド消費動向調査（旧訪日外国人消費動向調査）」等より引用

6. 参考資料：分野別しずおかスポーツ産業市場規模の計算内訳（6/6）

施策④地域スポーツの振興 計算内訳



出典：「令和5年度（公財）日本中学校体育連盟 加盟校・加盟生徒数調査集計表」等より引用



出典：「スポーツの実施状況等に関する世論調査」等より引用