

日時	令和 7 年 1 月 31 日（金） 13 時 30 分～15 時 30 分	
会場	県庁別館 9 階特別第二会議室	
出席者	会場	村田委員◎、石黒委員、山谷委員、庄司委員、中村委員、中山委員、馬瀬委員、松永委員
◎：議長	オンライン	浜浦委員、馬瓜委員、山崎委員
議事要旨	【事務局説明】 - 議長による開会の挨拶後、馬瓜委員から挨拶を行った。 - 事務局から、10 年後に静岡県が目指すべき姿、本県のスポーツ産業市場規模の現状及び 10 年後の目標、目標を達成するための KPI 及び施策等について説明を行った。 【出席者による自由討議等】 10 年後に静岡県が目指すべき姿、本県のスポーツ産業市場規模の現状及び 10 年後の目標 - スポーツを産業として考えた場合、5 つの施策を並列にするのではなく、施策 1 の「みる」スポーツが中心であることを示したほうが良いのではないかと。特に「スタジアム・アリーナ改革」が中核。プロスポーツやイベント等、魅力あるコンテンツが重要。行政にはハード面に加えて、コンテンツを高めるための支援を期待したい。 - 経済波及効果を考えると、域外から人を呼び込むことが大事である。その観点で、プロスポーツに関する施策及びツーリズムに関する施策が重要。1 チーム、1 スポーツに関わらず、県全体で連携し経済波及効果を生む観点では、試合観戦だけでなく、長時間滞在する仕組み作りが必要。 - 市場規模については、今後も継続的に計測することを前提とすると、毎年取れるデータを対象とすることが重要。計測可能なデータを定期的に確認し、市場としての伸びを把握し、その進捗度合いによっては、具体的な施策の追加等を実施すると理解している。一方で、観光などデータを取得するのが困難な分野は思い切って対象から外すなどの判断があってもいい。 - 経済を拡大する上では、プロスポーツやスタジアム・アリーナを重点領域とすることは同意。インパクトのある分野から投資が必要である。市場規模の算出方法として、国・積み上げ両方を実施する考え方がベスト。国をベースとすると県独自の部分が反映されづらいが、計算方法としては正確性が担保される。本県独自の積み上げにおいては、県の施策が反映されやすい。ただし、8 分野がすべてを網羅されているわけではなく、メーカーなど金額が大きい部分が抜けているなど課題はある。 - プロスポーツクラブが議論の中心になっているが、富士スピードウェイなど有名な世界的に知ってもらえるプロパティをフックにするのも良いのではないかと。差別化という観点では有効であると考えている。地元の人たちにとってのエンタメ空間を作るという観点に加え、海外の方を呼ぶフックとして投資する考え方があっても良いのではないかと。	

- スタジアム・アリーナの KPI は、実際に動いている各施設の計画と連動させる必要がある。施設を建てるだけでなく、建設後の活用方法や、経済効果の規模を含めて検討する必要がある。
- コンテンツの中にハードとソフトがある。プロスポーツはソフトのイメージ。既存のハードやソフト含めてそれぞれ不足するものを考えられると良い。
- スポーツ産業という言葉として、いかに経済性を高めるかという議論だけでいいのか。外部から大手資本を入れ込むのか新産業の創出なのか混乱している。県が関わるスポーツ産業としてそれだけで良いのか。一方、スポーツツーリズムは期待を大きく見ている。県内全てを巻き込む大きな力がある。
- 市場規模としての数値は納得感あり。その上で、方向性の議論が大事。「支える」を外すという意見も出た。県民へのメッセージを考えた場合に、各施策の順序建ては必要だが、メッセージとして「支える」を消すのは望ましくないと認識。

● KPI・施策の方向性

①プロスポーツチームとの連携

- KPIとしてシンプルに各クラブの売上総額とするのが良い。相対的な KPIとしてリーグ内の上位に入るという観点があっても良い。
- 売上を KPI に明記するのは危険であり、利益をどのように地域に還元させるかという観点が必要と考える。
- KPI の責任所在によって、先行投資の判断に影響を与えかねない。
- 新興スポーツビジネス（バレーボール、卓球等）をどう支援していくか。女性スポーツのビジネス化を入れ込んでいくのはどうか。

②スタジアム・アリーナ改革

- 利用シーンを多角化させる観点で多目的スタジアムを考えるケースが多いが、専用スタジアムにするなど、見る人の満足度を高める KPI が必要と考える。

③県内産業との融合による新たな産業創出

- ビジネスの掛け合わせの観点では、スポーツに絞らず広い観点で見れば意味はある。県内支援機関は多くあるため、既に実施しているところとの連携を検討することを含めて、プラットフォームを新規で作るべきかの再検討が必要ではないか。
- スポーツスタートアップの事業はよくあるが、スポーツチームからすると、実際は使えない場合が多い。課題を解決するための補助的に対応するという観点が重要。
- スタートアップに期待するというより、今ある地元の中小企業がスポーツと絡めていくビジネスにヒントがあると考えている。産業化にツーリズムが入ってくる。
- スポーツというキーワードに今まで目を向けていなかった人たちが、もしかしたら本施策をきっかけにして新たなビジネスチャンスとして捉えてくれるのではという期待感はある。その期待を含めると、KPI の設定値が低すぎるのではないか。

④スポーツツーリズムの拡大

- スポーツコミッションが今年度設立して間もないため、まだプラットフォームとしての位置付けに

はなっていない。ツーリズムを他の産業と結びつける、スポーツとツーリズムを結びつける役割も本ビジョンの中で検討したい。

- 地元の中小企業が主体。いかに地元企業がスポーツと関わることで新しいビジネスが生まれるか。壁を破れるか。働きかける対象は地元の企業。啓発の機会が重要。
- 静岡県をどうアピールするか、メッセージを打ち出すべき。例えば、スポーツ合宿の聖地としてアピールしてはどうか。また、ゴルフでは名門コースがあり、雪が降らない、富士山が見えるなど静岡県の特徴の一つで非常に魅力があるが、うまく発信できていない。業界の協会や各自治体の観光協会との兼ね合いもあるが、静岡県にツーリズムで来る人たちの目的を踏まえ、静岡県の魅力を大々的にアピールし、ビジョンに盛り込んでいくべき。

⑤地域スポーツの環境整備、⑥スポーツによる Well-Being の向上

- スポーツ協会の立場として、指導者不足は課題。一つの解決策として、アスリート雇用の仕組みをうまく活用することが重要。
- 部活動の地域展開の動きはスポーツ産業だけの軸で議論するのは危険。教育の観点も含めてスポーツ推進審議会で議論するべき。この場では、ビジネスに振り切って、議論を行っていくべき。
- ⑤⑥共通の話として、経済・産業の軸で絞って検討した方が良いのではないか。この場においては、有償の指導がどの程度増えたかを KPI としてはどうか。

⑦アスリートのセカンドキャリア支援、⑧スポーツビジネス人材の確保

- スポーツビジネスをスケールし、人材を獲得する上では、アスリートを雇用する観点はその一つである認識。また、他の産業からどう獲得するか、副業人材をどう獲得するかなど、色々な手段を検討する必要がある。また、育てる観点で、スポーツ MBA 取得を促すなどの機関を作るなどの様々な検討が必要。
- キャリアサポート事業は、3 年目で黒字化が見えてきた。企業のデュアルキャリアへの意識が低いので、もっともっとデュアルキャリアの価値を高めることを行政側が啓蒙していくことで、アスリートと企業のマッチングが増えていき、それが静岡の良さになる。