

F 1 経済効果調査 報告書



Suzuka 21

平成 21 年 3 月

鈴 鹿 市

鈴鹿 F 1 日本グランプリ地域活性化協議会

表紙：「墨のF1アート」
作：垂井ひろし（アーティスト）

和紙に墨、墨画の技法を取り入れた独特のタッチで、レーシングカーの疾走感、空気感、生の醍醐味を表現することを試みているアーティスト。モータースポーツ作品の他にも、軽妙洒脱な似顔絵や日本史など歴史雑学を得意とする。

Profile

東京造形大学デザイン科卒、ビジュアル・デザイン専攻。
編集プロダクション、デザイン事務所勤務を経て、現在フリーのイラストレーター。主に、書籍のカバーやカット、広告パンフレット、ポスター、パッケージなどのイラストを手がける。
近年は、鈴鹿サーキットをはじめ全国各地で「墨のF1垂井ひろしイラスト展」を精力的に展開中。
日本出版美術家連盟会員。雅号「雪嶺」。
Website: <http://tarui.net>
e-mail: info@tarui.net

はじめに



鈴鹿市長 川岸 光男

2009年10月、3年ぶりにF1日本グランプリがここ鈴鹿の地に帰ってきます。20年の連続開催に終止符を打った2006年大会では言いようのない淋しさを味わいました。関係機関のご支援のもと、再誘致に向けて要望活動を続けてまいりましたが、それらの一連の出来事が走馬灯のように駆け巡ります。こうして早期再開の日を迎えることができましたのも、絶大な御支援をいただきました関係機関各位、そして何よりも鈴鹿を愛する市民、鈴鹿での再開を熱望いただいた全国のモータースポーツファン皆さまのお力添えによるものと心より感謝申し上げます。

モータースポーツの最高峰と称される『F1』は、世界各国のメディアの注目度が極めて高く、鈴鹿の知名度向上への寄与という面からも、シティセールスに重要な役割を果たしております。また、F1日本グランプリの開催期間中には30万人もの来訪者が期待できることから、地域にもたらされる経済波及効果は計り知れません。

鈴鹿市は、2004年12月に我が国で初となる「モータースポーツ都市宣言」を行いました。2007年3月には「鈴鹿市観光振興基本計画」を策定し、乗り物による観光振興を大きな柱として位置づけ、モータースポーツを観光振興と地域活性化のキーワードとして掲げております。このモータースポーツのまち「鈴鹿」の歴史は、1962年の鈴鹿サーキット完成に始まり、その歴史に刻まれるレースシーンの素晴らしさは他に類を見ません。F1をはじめモータースポーツを愛する人々や企業が鈴鹿に集い、地域共同体の形成に至ったことは、極めて自然な流れであったといえるでしょう。

2008年5月、官民30団体の連携による「鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会」を立ち上げました。この調査報告を踏まえ、2009年の鈴鹿F1日本グランプリ開催に向け、関係自治体、地元経済団体、関連事業所など地域の皆さまと協働しながら、お越しいただくファンの皆様にこれまで以上に感動を感じていただける機会となるよう、地域が一丸となって、受け入れ態勢の準備、おもてなしの向上に取り組んでいく所存です。

御高承のとおり、百年に一度と言われる未曾有の景気後退に伴い、経済環境は引き続き厳しい状況にあります。3年ぶりのF1再開を契機として、モータースポーツを核とした地域観光戦略のさらなる推進に努めて参りますので、今後ともより一層の御理解と御協力をお願い申し上げます。

鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会 会長

鈴鹿市長

川岸光男

F 1 経済効果調査事業 2009「F 1 日本グランプリ in 鈴鹿」 開催記念シンポジウムに寄せて



観光庁 長官 本保 芳明

2009年3月7日、「F 1 の日。」に、ここ鈴鹿市でのF 1 日本グランプリ開催を記念して、本シンポジウムが盛大に開催されることを心よりお喜び申し上げます。

ご承知のとおり、モータースポーツの最高峰である「F 1」は、今やオリンピックやサッカーFIFAワールドカップとも肩を並べる観光集客事業に成長してきており、地域においても、日本全体にとっても、重要な観光資源であると認識しております。

本シンポジウムは、先に公表されたF 1 経済効果調査事業の一環とっておりますが、モータースポーツを取り巻く経済情勢が厳しさを増す中、鈴鹿F 1 グランプリ地域活性化協議会と関係機関が総力を挙げて、本日、この鈴鹿でF 1 を核とした時代を担う観光戦略の指針を示されたことは、非常に歓迎すべきことだと思っております。

本年10月には「2009 FIA F 1 世界選手権シリーズ第15戦 フジテレビ 日本グランプリレース」が開催されますが、世界のモータースポーツファンを魅了してきた鈴鹿サーキットにおいて、21回目の開催となる本大会の成功を心よりお祈り申し上げます。

観光庁といたしましても、本シンポジウムを初めとした地域の意欲的な取り組みは積極的に応援して参りたいと考えておりますが、この場をお借りいたしまして、皆様をお願いしたいことが2点ございます。

1点目は、国内外から多数の観光客が訪れるF 1 を機に、鈴鹿にとどまらず、三重県内を初めとした地域の魅力を広域的に世界に発信していただきたいと思っております。2点目は、国内では隔年でF 1 開催地となる富士スピードウェイのある静岡県小山町やその周辺地域とも連携・交流を図り、中部地域全体の誘客及び観光地の魅力向上に努めていただければ幸いと存じております。

このような活動を通じて、観光庁の使命といえる目標を達成することができるものと信じております。

一方で、観光を巡る環境は決して明るいとは言えないのも事実です。昨年後半より、米国金融危機に端を発した経済の低迷が全世界に波及し、各国経済も悪化する未曾有の事態に陥っております。観光も例外なく大きな影響を受けており、特に、昨年（2008年）の訪日外客数は、下半期が前年同期比8.8%減と、非常に厳しい状況となっておりますが、観光庁としてはむしろ厳しいときこそ関係者が協力し、国際間競争に負けないマーケットシェアを高めることが、今後の観光立国の実現につながるものと強く信じております。

最後に、本シンポジウム開催に尽力されました関係者の皆様方に敬意を表しまして、お祝いのご挨拶と代えさせていただきます。

観光庁 長官 本保 芳明

F1 経済効果調査事業 2009「F1 日本グランプリ in 鈴鹿」 開催記念シンポジウムの開催に当たって



経済産業省
製造産業局長
細野 哲弘

鈴鹿での2009年「F1 日本グランプリ」開催を記念して、本シンポジウムが開催されるに当たり、心よりお慶び申し上げます。

我が国の自動車産業を取り巻く状況は、米国発の金融危機に端を発する景気の落ち込みにより、国内販売が34年前の水準に落ち込むなど極めて厳しい状況にあります。このような状況はモータースポーツの世界でも同様で、F1 事業を含めモータースポーツからの撤退を余儀なくされる企業が現れるなど、モータースポーツを取り巻く環境も厳しさを増しています。

このような中、今年の鈴鹿での「F1 グランプリ」開催に寄せる関係者の期待は大きく、本日のシンポジウムの開催は本番に向けて弾みをつける明るい話題です。モータースポーツに対する認知度の向上、車の魅力の再発見につながる良い機会となることを期待します。

経済産業省といたしましても、このような厳しい情勢の今こそ、「ピンチをチャンスに」という気概を持って将来を見据えた新たな成長戦略を描くことが重要だと考えています。その中で、低炭素社会の構築に向けた取組は重要な戦略分野の一つです。我が国自動車産業の優れた技術力・環境力を活かすことは、低炭素社会の実現とともに、新たな成長市場の創出も期待されます。このような自動車の未来を切り開いていく技術の進歩に、今後も、F1 を始めとするモータースポーツが一層大きな役割を果たしていくことを期待しています。

またモータースポーツは、車離れが進んでいるといわれる若い世代に車の「楽しさ」や「感動」を伝えるものです。そのようにして車の魅力の再発見が進むことは、自動車産業の発展に大いに貢献するものと考えています。

最後に、本シンポジウムの御成功と皆様方のますますの御発展を祈念いたしまして、お祝いの言葉とさせていただきます。

経済産業省 製造産業局長

細野 哲弘

F1 経済効果調査事業 2009「F1 日本グランプリ in 鈴鹿」 開催記念シンポジウム 祝 辞



三重県知事 野呂 昭彦

本日、「2009 F1 日本グランプリ in 鈴鹿」開催記念シンポジウムが盛大に開催されますことを、心からお慶び申し上げます。また、本シンポジウムの開催にあたってご尽力をいただきました関係者の皆様に深く敬意を表する次第です。

2009 年は三重県にとって、7 月の熊野古道世界遺産登録 5 周年、9 月の世界新体操選手権大会、11 月の伊勢神宮宇治橋渡始式など、ビッグイベントが次々と開催され、また「文化力」を生かす先導的な取り組みである「美し国おこし・三重」がスタートするなど、話題の多い年です。

中でもここ鈴鹿で 10 月に行われる F1 日本グランプリは、全世界から注目されるモータースポーツの最高峰であり、このような誉れ高いレースが 2006 年以来 3 年ぶりに鈴鹿で開催されるということは大変感慨深く、鈴鹿 F1 という歴史と文化を、再び将来に向けて継続していき、喜ばしい第一歩と考えております。

鈴鹿市を中心とする北勢地域では、鈴鹿サーキットでの F1 再開決定を受け、国や県、鈴鹿市および周辺市町、関係団体、企業など 30 団体により「鈴鹿 F1 日本グランプリ地域活性化協議会」を設立し、官民連携のもと、地域をあげて受け入れ体制を向上させる新たな取組を始めるなど、F1 を地域の活性化の契機とする動きが進展しつつあります。

皆様ご承知のとおり、現在の世界規模での不況の波は、自動車業界にも大きな影響を及ぼしており、社会情勢は大変厳しい局面を迎えておりますが、そのような状況の中において、F1 のような全世界から注目されるイベントを開催し、国内のみならず海外からも多くのお客様を迎え、地域に賑わいを創出することは、大きな意味があることと考えております。本シンポジウムにおいて発表される経済波及効果を参考に、ぜひとも F1 をはじめとするモータースポーツ全体を地域の重要な財産と捉え、周辺地域をも含めた広域での活性化に活用していただきたいと思います。

最後になりましたが、本シンポジウムが皆様にとって実り多きものとなり、地域のますますの発展につながりますことを心からお祈り申し上げます。

三重県知事 野呂昭彦

F 1 経済効果調査報告書刊行に寄せて



社団法人 日本観光協会
会長 中村 徹

この度、2009年3月7日「F1の日。」に、F1経済効果調査結果が報告書として取りまとめられ広く公表されましたことは、自動車産業界のみならず観光産業界にも大きく寄与する先進的な取り組みであり、社団法人日本観光協会を代表して心より感謝申し上げます。

FIA F1世界選手権「日本グランプリ」が2009年シーズンから三重県と静岡県で隔年開催することが決定し、今秋は、鈴鹿サーキットで開催されることになりました。ここ鈴鹿市では1987年の初開催以降20年にわたりF1が開催され、日本のモータースポーツの発展、普及に大きな貢献をされてお

ります。これは、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会並びに鈴鹿市をはじめ、関係機関、地域在住の皆様との絶え間ない努力と熱意の賜と深く敬意を表する次第です。

申し上げるまでもなく、観光分野において、F1開催による経済波及効果は非常に大きいものがあります。諸外国の開催地をみますと、代表的なところではモナコ、最近では、シンガポールや上海など観光先進国で開催されており、関係者をはじめ多くの旅行者が訪れるといった直接的な効果の他に、全世界のメディアが注目し、世界の人々の耳目を集めるイベントであることから、F1開催による副次的なPR効果は計り知れないものがあります。

日本では、2005年より官民が一体となり訪日外国人旅行者1000万人を目標としビジット・ジャパン・キャンペーンが展開されておりますが、諸外国における日本の認知度の向上という点において鈴鹿市でのF1は大変大きく寄与してきたと確信をしております。まさに、F1の開催により、鈴鹿の地名は国の内外にわたって、極めて高い知名度を誇れるようになったと言えます。

昨今、若者の車離れ、旅離れと言われておりますが、自動車を利用する旅行者が減少していることから、当協会においては、旅行関連業界のみならず、自動車メーカー、高速道路会社等幅広い皆様に参画して頂き「自動車旅行推進機構（カーたび機構）」を設立しました。当機構では自動車旅行の楽しさを広く国民に訴え、自動車を利用した旅行を推進していますが、ここ鈴鹿でのF1日本グランプリの開催が、自動車や旅行の楽しさを再認識して貰う契機となることを大いに期待しています。同時に本調査において観光分野における経済効果が明らかにされ、人々にF1開催の意義を理解して貰えることを期待するものです。

最後に、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会並びに鈴鹿市をはじめとする関係機関皆様方のこれまでの取り組みに対し改めて敬意を表するとともに、本調査報告書がモータースポーツイベントの観光集客を高めるための新たな飛躍の契機となりますことをご祈念いたしまして、お祝いの言葉とさせていただきます。

社団法人 日本観光協会 会長

中村 徹

F 1 経済効果調査報告書刊行に寄せて



社団法人 日本自動車工業会
会長 青木 哲

この度、F 1 経済効果調査報告書が刊行されるにあたり、社団法人日本自動車工業会を代表いたしまして、一言ご挨拶申し上げます。

モータースポーツの最高峰と称されるF 1 につきましては、F 1 FIAワールドカップ、オリンピックと並び世界三大スポーツイベントに数えられ、その経済効果は、単なる観光集客事業の領域に留まらず、開催地域内外への投資効果や知名度向上など、有形、無形かつ広範な産業分野に渡って経済効果が見込まれると認識しています。

本年10月、鈴鹿において「2009 FIA F 1 世界選手権シリーズ第 15 戦 フジテレビ 日本グランプリレース」が開催されます。モータースポーツを取り巻く社会・経済情勢が大きく変化している中、鈴鹿市と鈴鹿 F1 日本グランプリ地域活性化協議会との協働により、F1 の開催に伴う経済効果を調査・分析し、モータースポーツを核とした地域振興の取りまとめが行われたことは、誠に時宜を得たものであります。

さて、米国の金融危機に端を発した経済の悪化は全世界に波及し、実体経済も圧迫する未曾有の事態に陥っています。日本経済もこの影響を受け、急激に円高、株安が進行するなど危機的な状況に直面しております。

当会と致しましては、わが国の基幹産業として広い裾野産業をもち、日本経済や地域社会の発展に寄与するという大きな使命と責務を担っています。

お客様ニーズの多様化に対応した魅力ある商品の提供に努めることはもとより、主催イベント等の実施を通じて、クルマやバイクの更なる魅力を体感して頂けるような取り組みを推進することが、活動の大きな柱にしています。

世界のモータースポーツファンを魅了している F1 については、クルマの魅力を強かに訴えるものであり、我々としてもクルマファンを増やすものとして大きな期待を寄せています。加えて、今回の調査が単にモータースポーツイベントとしての捉え方ではなく、地域振興、経済効果の観点も踏まえ総合的な施策をまとめられたことは、大変意義深いことです。

結びに、本調査報告書の取りまとめにご尽力された関係者皆様に改めて敬意を表しますとともに、F1 世界選手権の運営に携わる地域皆様のご健闘を祈念申しあげ、本報告書刊行に寄せてのご挨拶とさせていただきます。

社団法人 日本自動車工業会(JAMA) 会長

A handwritten signature in black ink, reading '青木 哲' (Aoyama Shigeo).

F1 経済効果調査報告書刊行に寄せて



社団法人 日本自動車連盟
会長 田中 節夫

この度、F1 経済効果調査報告書の刊行にあたり、日本自動車連盟（JAF）を代表して、お慶び申し上げます。

ご案内の通り、鈴鹿サーキットは、1987年に日本グランプリを開催して以来、モータースポーツの最高峰であるF1の日本の舞台として、世界にその名を轟かせてまいりました。特徴ある8の字型コースは、世界屈指のテクニカルコースとして、ドライバーはじめ関係者から高い評価を受けています。また、F1のみならず、フォーミュラニッポンをはじめとする国内のモータースポーツのメッカとして、多くのドライバーを育て、多数のモータースポーツファンを虜にしてまいりました。いわば日本のモータースポーツの牽引車と申しても過言ではありません。

2009年10月、その鈴鹿で3年ぶりに、「2009 FIA F1 世界選手権シリーズ第15戦 フジテレビ 日本グランプリレース」が開催されます。開催を前にサーキットは大幅に改修され、更なる安全性の確保が図られたほか、大屋根がついたメインスタンド、新しいピットビルディングとコントロールルームなどが整備され、4月にはリニューアルのオープニングイベントが行われます。新生の鈴鹿は、モータースポーツの世界に新たな1ページを加えようとしております。このような時に、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会が、F1の開催による経済効果を調査、分析し、地域振興に向けての指針を示されたことは、まことに時宜を得たものと存じます。

伊勢の国の政治・文化の中心地として栄え、東海道五十三次の宿場町として発展してきた鈴鹿が、モータースポーツという21世紀型のイベントと溶け合って発展を目指す方向性は、未曾有の経済不況に見舞われている今こそ注目されています。モータースポーツを取り巻く環境も、厳しいものはありますが、モータースポーツの世界も環境に配慮し、経済性を追求するなど、時代に即した変化を遂げようとしております。

日本におけるモータースポーツの統括団体（ASN）として、JAFはサーキットと手を携えて振興策を図ってまいりました。このような時期だからこそ、地域とも協力して、更なる活性化を図ることが必要と考えております。

今後とも、モータースポーツの振興に力を注ぐこととお約束するとともに、今秋の大会運営が滞りなく行われることを祈念いたします。終わりに、本調査報告書の取りまとめにご尽力されました関係者の皆様に敬意を表しまして、お祝いの言葉とさせていただきます。

社団法人 日本自動車連盟（JAF）会長

田中節夫

目次

第1章 調査の概要	11
1. 調査の趣旨と目的	11
2. 調査対象・概要	12
3. 調査の全体像	13
第2章 観光資源として活用すべき「F1」と「鈴鹿サーキット」	15
1. 鈴鹿F1日本グランプリの位置付けについて	15
2. 鈴鹿サーキットと鈴鹿F1日本グランプリ	18
3. 「鈴鹿F1日本グランプリ」と「鈴鹿サーキット」におけるシティプロモーションおよび社会的効果	23
第3章 「鈴鹿F1日本グランプリ」の経済的な効果を推計	27
1. 経済効果推計の目的	27
2. 経済効果推計の概要・フロー	27
3. 2006年F1日本グランプリ開催に伴う経済効果の推計結果（総括）	29
4. 需要発生額の推計	34
5. 経済波及効果の推計	59
6. 宿泊施設アンケート結果、事業者ヒアリング結果からみた経済効果	69
第4章 鈴鹿F1日本GPを活用し地域振興を実現するための現状認識	73
1. 各種アンケート結果の概要	74
2. 「鈴鹿F1日本グランプリ」に対する認識と課題	82
3. 交通・環境問題に対する認識と課題	89
4. おもてなし向上に対する認識と課題	93
5. 情報発信に対する認識と課題	96
6. 地域文化・産業の振興に対する認識と課題	98
7. 行政のかかわり・役割の重要性に対する認識と課題	103
第5章 鈴鹿F1日本GPを活用して地域振興を実現するための提言	113
1. F1に対する理解の深耕	114
2. 交通・環境問題に関する不満の軽減・解消	120
3. 来鈴者であるF1観戦客への「おもてなし」向上への取り組み	131
4. 情報発信	138
5. 地域文化・産業の振興＜経済効果の拡大策＞	143
第6章 まとめ	155

【参考資料 1】	パブリック・アクセプタンスの取り組み報告	161
1.	「F1の学校」の開催報告（平成21年1月31日開催）	161
2.	「F1の日。」（シンポジウム）の開催報告（平成21年3月7日開催）	172
【参考資料 2】	各種アンケート結果の集計表	187
1.	鈴鹿F1日本グランプリ観戦経験者向け調査	188
2.	2008年F1日本グランプリ観戦経験者向け調査結果	215
3.	鈴鹿市民向け調査結果	217
4.	鈴鹿市内事業者向け調査結果	220
5.	宿泊施設事業者向け調査結果	224

第1章 調査の概要

1. 調査の趣旨と目的

鈴鹿市は、鈴鹿F1日本グランプリや鈴鹿8時間耐久レースをはじめとして、多くの国際モーターレースが開催され、日本が誇る「モータースポーツ都市」として世界的にも知られている。

世界的規模で繰り上げられるF1グランプリは、2006年大会を最後に鈴鹿サーキットでの20年連続開催を中断したが、三重県、周辺市町村、経済団体をはじめ地域関係機関の多大な支援により、2009年から鈴鹿サーキットと富士スピードウェイとの隔年開催が決定した。

地域情勢や環境が激変するなか、地域の歴史、文化、環境と調和し、これまで以上に市民と一体化したモータースポーツ振興の原点に回帰し、国内外での競争優位性を高めて行くことが、喫緊の課題となっている。

F1開催に伴う経済効果は、これまでも簡便に試算された事例はあるものの、詳細な調査は実施されてこなかったことから、F1再開を契機として地域内外への経済効果を評価・分析する必要がある。

このため本調査では、対象範囲を鈴鹿市の域内に留まることなく、広域圏で多分野にわたる経済効果を総合的に検証し、F1再開を契機とした地域観光戦略の更なる推進のための調査研究を実施する。

また、F1を軸とした広域連携やまちづくりに取り組むためには、広く一般市民等に「F1」や「モータースポーツ」に関して魅力的な情報発信を行い、理解・普及・浸透を図る必要がある。従来あまりF1に興味・関心がなかった層に訴求するために、パブリック・アクセプタンス（社会的受容性）の視点で、地域全体を巻き込む企画を実施する必要がある。行政の取り組みによって、「鈴鹿F1日本グランプリ」を支える意識の醸成や、次世代を担う子どもたちも視野に入れた「地元産業を支える人材づくり」につなげる必要がある。

そこで、鈴鹿市および近隣市町の小学生を対象としたF1について楽しく学ぶ「F1の学校」を試行的に実施するほか、本調査の成果を市民に発表する場として、またF1ビジネスと観光振興等をテーマに鈴鹿でのF1再開を記念したシンポジウムを行う。

2. 調査対象・概要

本調査では、鈴鹿F1日本GP観戦客の行動実態や、地域・関係者に対するニーズ・問題点等を把握するため、下記のような調査を実施した。

対象	実施方法	実施時期	有効回答数 (回収率)
1. F1観戦客	目的：観戦客の行動実態（交通・宿泊・消費行動など）を捉え経済効果推計の基礎資料とするほか、鈴鹿サーキットでのF1観戦や鈴鹿市への来訪にあたって感じた印象・課題等を調査し、今後の産業・観光振興策等の検討資料とする	本調査 H20年9月18日 ～同10月19日	2,923件
	方法：鈴鹿市およびF1観戦塾のHPからアンケートへの協力を呼びかけ、Web上で調査（本調査と追加調査）を実施	追加調査 H20年10月23日 ～同10月30日	624件
2. 鈴鹿市民	目的：鈴鹿でのF1開催による地域への社会的影響や問題点、現時点でのF1の認知度、今後の課題等を調査する	H20年10月17日 ～同10月31日	754件 (37.7%)
	方法：鈴鹿市内に居住する15歳以上の男女2,000人を住民基本台帳より無作為抽出、郵送によりアンケート票を送付・回収		
3. 鈴鹿市内の 事業者	目的：鈴鹿でのF1開催による事業への影響や問題点、今後の課題等を調査する	H20年10月6日 ～同10月24日	268件 (9.5%)
	方法：鈴鹿商工会議所に加盟する鈴鹿市内の事業者2,818先に対し、アンケート票をFAXにより送付・回収		
4. 宿泊事業者	目的：F1開催に伴う観戦客の宿泊需要と、その対象地域等の実態を把握する	H20年11月25日 ～同12月10日	230件 (26.1%)
	方法：鈴鹿市を中心にF1観戦客が宿泊していると推測される三重県・愛知県・岐阜県・滋賀県の主要都市の宿泊施設事業者600先を抽出、郵送によりアンケート票を送付・回収		
5. ヒアリング	目的：F1観戦客やチーム関係者、主催者等へのヒアリングを通じて地域への経済効果を把握するとともに、アンケート調査等の情報を精査する	H20年8月 ～H21年2月	
	方法：モビリティランド、F1ビジネス関係者、鈴鹿市内事業者などへの訪問・電話等によるヒアリング		

3. 調査の全体像

F1開催効果の把握

経済効果

- アンケート等により鈴鹿のF1観戦客ならではの行動実態を把握
 - ・ F1観戦客向けアンケート
 - ・ 宿泊施設事業者向けアンケート
 - ・ 事業者・関係者等へのヒアリング
- 東海3県および全国の「産業連関表」を組み合わせ分析し、幅広い地域と産業に及ぶF1の経済波及効果を定量化
- チーム関係者の支出など、情報収集が困難な数値も極力把握に努め、より精度の高い評価・分析を実施

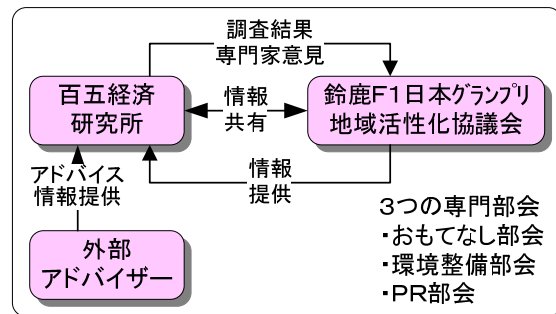
経済面以外の効果

- 定量化が困難な社会的効果について、アンケートの実施により数値的に把握
- 鈴鹿でのF1開催によるプラス面・マイナス面の効果を調査
- シティセールスの効果を把握
- 各種アンケート等で実態・課題を把握
 - ・ 市民向けアンケート
 - ・ 市内事業所向けアンケート
 - ・ 事業者等へのヒアリング

課題整理と方向性の検討

ポイント

- α の経済効果を生み出す仕組みづくり（広域的観光資源の活用など）
- 人や地域へのマイナスの影響を改善
- 地域一体型の推進体制を築き、イベントへの参画意識の底上げを図る など



パブリック・アクセプタンス

目的

- ①本調査業務の中間報告
- ②F1の魅力伝える場
- ③鈴鹿でのF1再開をあたためて周知する場

- 「F1の学校」の開催
 - ・ 地域の未来を築き支える次世代の子どもたちに、夢や技術へのあこがれの心、ものづくりへの関心を高める場
 - ・ 対象：子どもとその保護者

- 中間報告シンポジウムの開催
 - ・ 経済的効果、社会的効果、観光振興策の中間報告を行い、鈴鹿でF1が開催されることの有効性を理解してもらう場
 - ・ 対象：一般市民や近隣自治体、関係機関等

※F1の学校での参加者アンケート実施
イベント参加前後の「F1」及び「モータースポーツ」に対する意識の変化を把握・測定

■鈴鹿F 1日本グランプリ地域活性化協議会について

◇設立趣旨（設立趣旨書より）

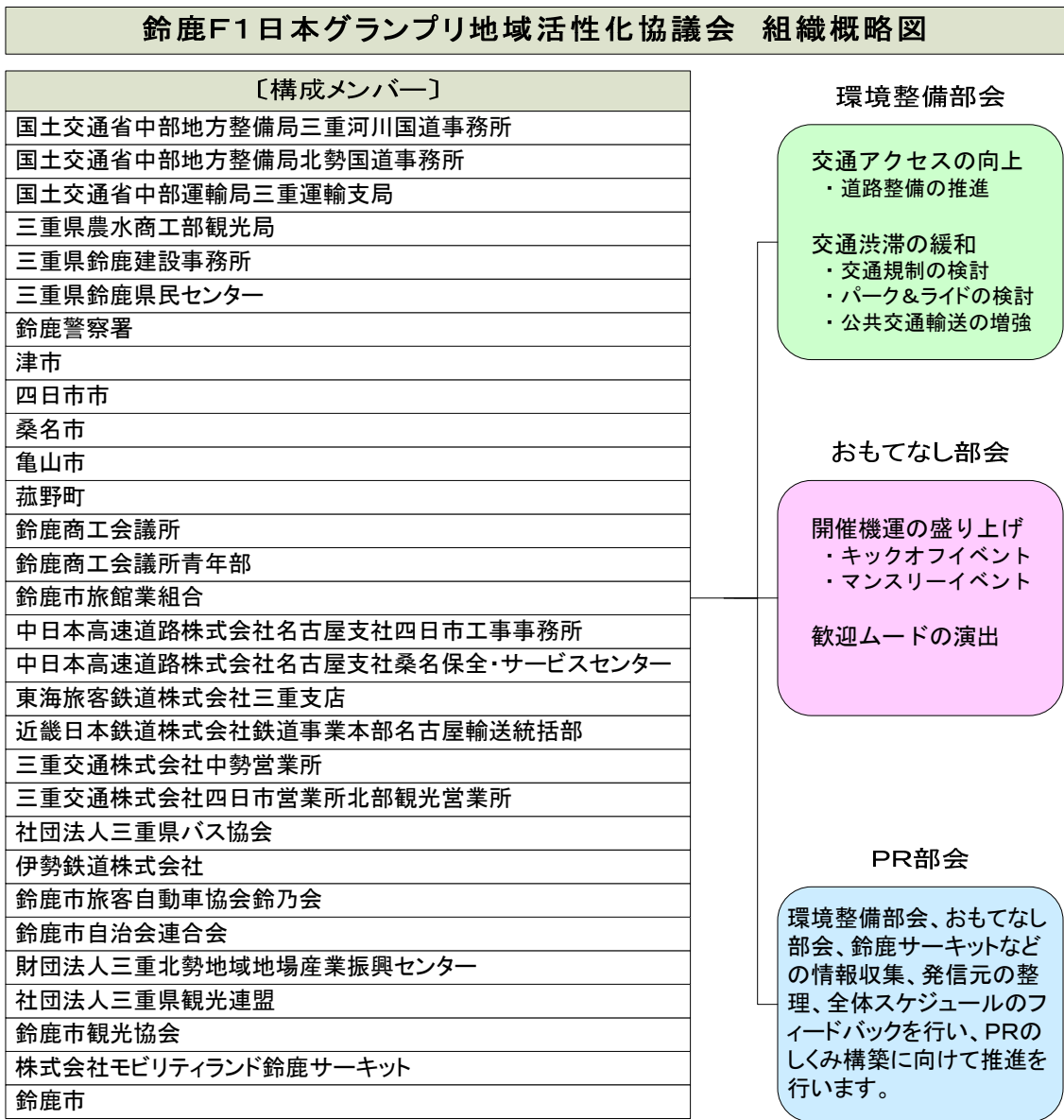
世界的規模で繰り広げられるF 1は、鈴鹿市だけではなく、三重県が有する貴重な観光集客資源でもあり、その経済効果は計りしれません。

しかし、その反面、交通渋滞、宿泊施設の不足、パークアンドライド方式での駐車場の確保等、さまざまな課題が浮かび上がっているのが実情です。

また、F 1を主催する国際自動車連盟（FIA）においては、レース場内での安全対策だけではなく、F 1観戦に来られるお客様の安全確保とおもてなしに強く関心を持たれています。

このようなハード面・ソフト面の多岐にわたる課題の解決には、鈴鹿サーキットおよび鈴鹿市だけでは到底なしえるものではありません。

そこで、2009年から隔年開催される「鈴鹿F 1日本グランプリ」に伴う多くの集客による影響とその対策に向けて、今まで以上の受け入れ体制の向上が図れるよう、三重県、周知市町、関係機関等との連絡調整を行い、観光資源を活用したおもてなしの向上と、地域の活性化を図ることを目的に「鈴鹿F 1日本グランプリ地域活性化協議会」を設立いたします。



第2章 観光資源として活用すべき「F1」と「鈴鹿サーキット」

1. 鈴鹿F1日本グランプリの位置付けについて

F1は、オリンピックやワールドカップに匹敵する世界的イベントであると言われており、それぞれの状況を比較したものが以下の表である。それぞれ開催条件が異なり単純に比較することは困難であるが、各種資料等により公表されている数値を引用した。

大きな特徴は、開催頻度がF1は毎年開催されているのに対して、オリンピックやワールドカップは4年に1回であることや、開催期間がF1は1戦あたり最大でも1週間程度であるが、オリンピックやワールドカップは長いことなどがあげられる。

また、F1は1回開催地が決まると5年間程度は同じサーキットで継続的に開催されることが多く、経済効果が定期的・長期的に発生する点が、継続して開催されることのないオリンピックやワールドカップと大きく異なる点であるといえる。

◆参考データ（世界的イベントの状況比較）

項目（※資料番号）	アテネ五輪	ドイツW杯	F1	説明
ファン数（世界）	—	—	3億人	世界180ヶ国以上
※1	—	—	350万人	うちサーキット訪問者
経済効果	4,072億円※2	2,241億円※2	220億円※3	F1は、05年トルコGPの数値(1戦のみ)
TV放映	—	—	180ヶ国※3	
TV視聴者 ※4 (延べ人数)	400億人	350億人	70億人/年	F1は、毎年17～19戦が開催される。オリンピックやW杯は、4年に1回の開催だが開催期間が長く、試合数も多い
TV放映権料 ※4～6	1,723億円	1,620億円	500億円/年	
組織委員会の総収入 ※4～6	2,895億円	2,200億円	3,300億円	

資料1：トヨタF1チーム資料より

資料2：第28回オリンピック競技大会（2004/アテネ）の消費押し上げ効果。2006FIFAワールドカップドイツ大会による日本国内での消費経済波及効果（直接的な国内の家計消費支出額）。いずれも㈱電通 消費者研究センター資料より

資料3：「F1ビジネス」（角川 one テーマ21より）

資料4：マクラーレン・チーム資料より

資料5：IOC「Marketing Fact File」

資料6：「東洋経済（2008年1月26日号）」

1. シティセールスの視点でみるF1グランプリの類型と、鈴鹿の位置付け

一般にシティセールスとはその都市や地域の知名度、認知度、好感度の向上、地域産品や観光資源のPRなどを含めた都市、地域のマーケティング、プロモーションなどを指す。

世界各地で開催されるF1GPの基本的な成り立ちをシティセールスの見地から大きく3つのグループに分類し、それぞれの特性や背景と近年のF1GPがおかれている状況、鈴鹿・日本GPの位置付けを整理すると以下ようになる。

(1) クラシックイベントの系統・・・「伝統の1戦、F1があるから、その街がある」

■特徴と具体例

F1開催の長い歴史と伝統があり、F1およびサーキットの存在自体がその地域のシティセールスにおけるコアとなっているケース。ヨーロッパのサーキットが中心で、モナコ以外は小規模な都市だが、サーキットと自動車レースの存在により広く世界に知られている。

シルバーストン（イギリス）、モンツァやイモラ（イタリア）、モナコ、スパ・フランコルシャン（ベルギー）、ニュルブルクリンクとホッケンハイム（ドイツ）などが代表例。

F1GPではないが、フランスのル・マン（ル・マン24時間耐久レース）や、アメリカのインディアナポリス（インディ500マイルレース）なども同様の位置付けといえる。

■近年の状況

昨今のF1を取り巻く環境では、長い歴史や伝統を持つクラシックイベントも安泰といえない。非ヨーロッパ圏を中心に新興GPの開催が増加し（次項参照）、開催地間の競争が一段と激しくなり、さらにF1統括団体に支払う開催権料の高騰など大会運営費も増大している。また、新設サーキットの建設ラッシュで関連設備等の基準が高められた結果、既存サーキットもリニューアルなど新たな設備投資負担が増える傾向にあり、存続が難しくなっている。

こうした流れから、06年でイタリアのイモラがF1開催権を失った。またスパ・フランコルシャンや鈴鹿も数年間F1開催の休止を強いられ、日本の鈴鹿と富士やドイツのホッケンハイムとニュルブルクリンクのように、2つのサーキットで隔年開催という形態も生まれた。

(2) シティセールスが目的のF1開催・・・「その町(国、地域)を知らしめるためにF1がある」

■特徴と具体例

F1開催を地域振興の起爆剤とする目的で誘致が行われたケース。巨額の投資でサーキットを新設し、地域だけでなく地方自治体や政府主導の観光産業育成を目的とした国家的取り組みに位置付けられ、非ヨーロッパ圏を中心に、この10年程で新たに開催されたGPが多い。

セパン（マレーシア）、シャキール（バーレーン）、上海（中国）、イスタンブール（トルコ）、バレンシア（スペイン）、シンガポール市街地コース（シンガポール）などが代表例。09年からヤスマリーナ（アラブ首長国連邦の阿布ダビ）でも新設サーキットでF1が開催される。

■近年の状況

F1のヨーロッパ圏外への拡大で大幅に数が増えており、シティセールス、特に観光振興への意識が高い。しかし、マレーシア、バーレーン、中国など2年目以降の観客動員やチケット販売などが伸び悩み、F1がしっかり根付いているとはいえない例もある。また、こうした国ではモータースポーツ全般の基礎が育っておらず、F1以外のコンテンツが絶対的

に不足し、採算性を確立しながらサーキットの維持・運営を行う経営基盤が弱い場合が多い。

昨年、初のナイトレース（夜間開催）となったシンガポールGPは興行的にも成功し、観光振興の点でも大きな成果を挙げた。同じく初開催のバレンシアも概ね好評で、この2つは都市部の公道を一部利用した特設「公道サーキット」的形態で、F1開催時以外はサーキットとしての利用を前提としていない特徴がある。ただし、前述の新興GPのほとんどが開催1年目は活況であり、シンガポール、バレンシアの両GPの正しい評価はこれからといえる。

（3）それ以外のケース・・・「ある程度の時間を経てF1開催が根付いている」

■特徴と具体例

上記1のクラシックイベントには含まれないが、F1開催が比較的定着しているケース。ヨーロッパではバルセロナ（スペイン）、マニクール（フランス）、ブダペスト（ハンガリー）、非ヨーロッパ圏ではメルボルン（オーストラリア）、モントリオール（カナダ、昨年で終了）が代表例。86年に東欧圏初の開催となったブダペストや、91年のフランスのミッテラン前大統領の地元でサーキットの大規模再整備とF1誘致を実現したマニクールのように、当初はシティセールスや地域振興を目的としながら、その後F1開催が根付いたケースも多い。

■近年の状況

非ヨーロッパ圏での開催で、常設ではなく公園等を活用したサーキットを利用するメルボルンやモントリオールは、大都市に隣接した地域で開催されるイベントということもあり、F1定着後も比較的安定してシティセールスへの意識が高く、F1開催をコアとした街ぐるみでの「お祭りムード」形成に成功した例としても、参考にすべき点が多い。

ただし、上記1で述べたように、こうしたGPもF1開催地間の厳しい競争と開催権料高騰など運営費用負担の増大といった問題に直面している。カナダGPは既に消滅し、モータースポーツが盛んなことで知られるフランスも、毎年のようにF1開催が危機に瀕している。

（4）鈴鹿・日本GPの位置付け

■欧州外で最もクラシックイベントに近いF1GP

鈴鹿の日本GPは上記1～3の分類にあてはめると、厳密な意味で1のクラシックイベントとは言えないが、1と3の中間あたりに位置すると考えられる。20年に渡る日本GP開催実績や長い歴史を持つサーキット、F1でも屈指の高い評価を受ける優れたコースレイアウト、熱心な観客が作り出す独特の盛り上がりなど、ヨーロッパ圏外で開催されるF1イベントとしては最も「クラシックイベント」的雰囲気を持つGPのひとつとして広く認知されており、海外での「SUZUKA」の認知度は、都市の相対的な規模を考えれば驚くほど高い。

■「ただし、未開拓なシティセールスへの取り組み」

鈴鹿日本GPというイベントそのものの存在感が非常に強く、常に安定した認知度と人気を支えるキャパシティがあったため、F1GP開催を地域のシティセールスと結び付けようという意識は高いとは言えず、これまで積極的な取り組みが行われてこなかった印象がある。

地元、鈴鹿市をはじめ、近隣の市町を含めた三重県全域には豊かな観光資源と独自の産業や文化があることから、国内外から多くの観客が訪れ、国際的なイベントとして注目を集めるF1日本GPの開催を積極的に利用し、こうした資源を生かすためのシティセールスへと結びつける取り組みには、多くの可能性が残されていると考えられる。

2. 鈴鹿サーキットと鈴鹿F1日本グランプリ

■鈴鹿サーキットについて

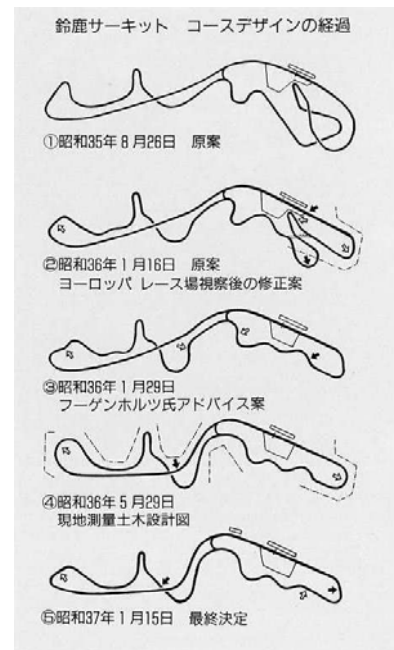
◇概要

鈴鹿サーキットは、モータースポーツ文化のメッカであり、地域へ経済効果をもたらす重要な観光施設である。

「愛好者のみが楽しむサーキットだけではダメだ。そこはファミリーで楽しめなければ。遊園地を開設すべきだ。エンジンのついた乗り物、イコール自動車遊園地で、自分で操縦する楽しさを味わえる乗り物だけにするんだ。子どもの頃からエンジンを楽しむことこそが、未来の自動車環境の発展に寄与するんだ」という、本田宗一郎氏と藤沢武夫氏の「モータースポーツランド構想」に基づき、株式会社モータースポーツランドは設立された。

現在も、遊園地モトピアでは、小さな子どもたちが自分で操縦を楽しめる乗り物を多数設置しているほか、交通教育センターでは、運転者の心と運転技術に関わる啓発活動に取り組んでいる。さらには、世界で通用するドライバーおよびライダーの育成を目指し、レーシングスクールも開設し、中嶋一貴や佐藤琢磨などのF1ドライバーを輩出している。

国内初の国際水準を上回るレーシングコースとして誕生した鈴鹿サーキットであるが、「F1を誘致すること」を目標に掲げてから、長年にわたりモータースポーツレースを開催し実績を積んできた。モータースポーツレースの実績を重ねると共に、サーキットコースのほか、周辺設備の改修も積極的に取り組むことでF1を誘致することに成功し、今も、F1を誘致し続けるために、改修工事を行っている。鈴鹿サーキットがF1を鈴鹿市に誘致する構えであることは、世界に「SUZUKA」の名を周知し、地域へ様々な影響をもたらすシティセールス効果を発揮するだけでなく、レース開催による集客効果および改修工事による地域への経済効果をも、もたらし続けている。(出所：(株)モビリティランドHPの紹介文より抜粋。右の図：「鈴鹿サーキットモータースポーツ30年の軌跡」より)



オランダのジョン・フーゲンホルツ氏のアドバイスを受け、磨かれていったコースレイアウト

◆鈴鹿サーキット改修工事の経済効果

新聞報道等によると、2008年3月1日に㈱モビリティランドが発表した鈴鹿サーキット改修計画の総工事費は約200億円とされた。この投資に対する経済効果について、今回の調査事業で作成した「4地域間産業連関表」を用いて分析すると、国内全体への経済効果は総額535億円、三重県内および鈴鹿市内へは252億円と推計され、鈴鹿サーキットの改修工事が、地域および国内全体に大きな経済効果をもたらしていることがわかった。

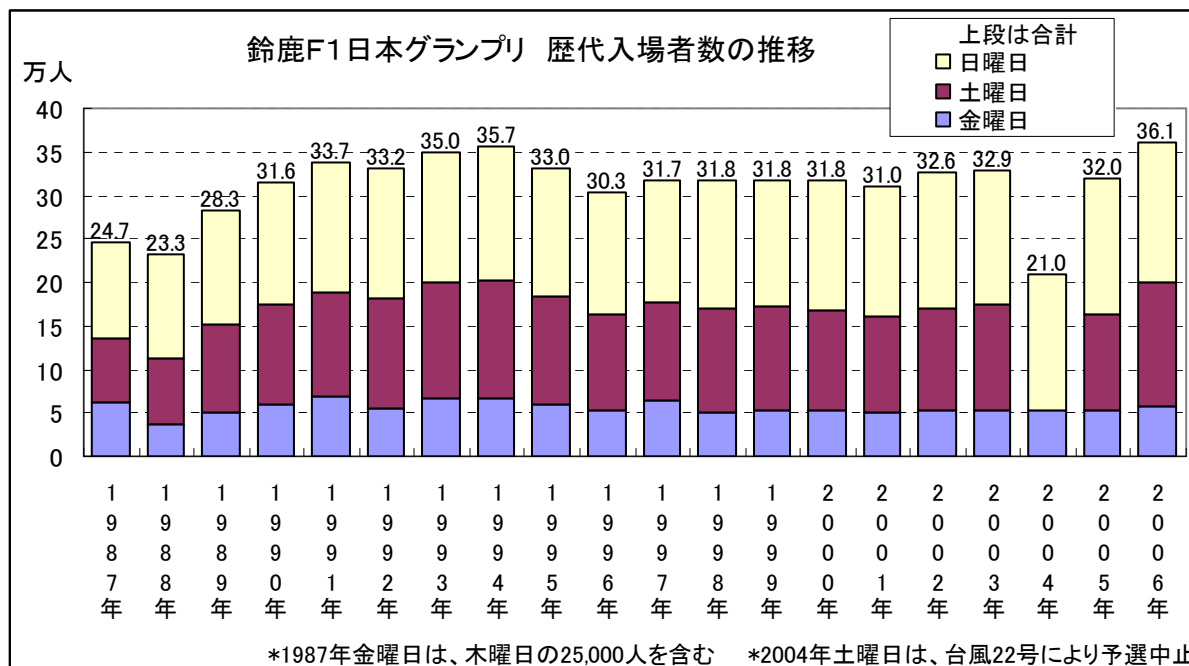
(※工事発注先の地域や業種などは明らかになっていないことから、同社の「鈴鹿サーキット改修計画のご案内(2008年3月1日発表)」を基に仮定を置いて推計を行った。)

◇鈴鹿サーキットの沿革（鈴鹿市やモータースポーツ関連の出来事を併記）

1942年	12月	（鈴鹿市誕生）
1960年	4月	（本田技研工業（株）鈴鹿製作所稼働）
1961年	2月	社名 株式会社モータースポーツランドを東京都中央区に設立
1962年	6月	社名を株式会社テクニランドに変更
	9月	日本初の国際水準を抜くレーシングコース、鈴鹿サーキット完成
	11月	第1回全日本選手権ロードレース大会開催（2輪）
1963年	1月	鈴鹿サーキット第1期自動車遊園地完成、営業開始
	5月	第1回日本グランプリ自動車レース大会（初の4輪日本グランプリ）開催
	11月	第1回世界選手権日本グランプリロードレース（初の2輪日本グランプリ）開催
1964年	8月	鈴鹿18時間耐久ロードレース（初の2輪耐久レース）開催
1966年	1月	鈴鹿500km自動車レース（初の4輪耐久レース）開催
1968年	4月	社名を株式会社ホンダランドに変更
1978年	7月	第1回インターナショナル鈴鹿8時間耐久オートバイレース（8耐）開催
1980年	7月	8耐が世界耐久選手権に昇格、鈴鹿4時間耐久ロードレース（4耐）初開催
1987年	3月	「世界選手権日本グランプリロードレース」開催
	6月	社名を株式会社鈴鹿サーキットランドに変更、本店を三重県鈴鹿市に移転
	11月	「F1日本グランプリレース」開催
1988年	3月	（「鈴鹿市国際都市構想」策定）
1989年	6月	（鈴鹿国際交流協会発足）
1990年	5月	（ル・マン市（フランス）と「友好協力協定書」に調印）
	12月	（本田宗一郎氏に鈴鹿名誉市民の称号が授与される）
2004年	12月	（「モータースポーツ都市宣言」告示）
2005年	2月	（白子駅前に鈴鹿市観光協会案内所開設（モータースポーツ紹介コーナー含む））
	4月	（鈴鹿モータースポーツ市民の会発足）
2006年	6月	株式会社ツインリンクもてぎと合併、社名を株式会社モビリティランドに変更
2006年	10月	鈴鹿におけるF1日本グランプリが20回目となる
2007年	7月	8耐が30回目を迎える
	9月	F1日本グランプリが、2009年に鈴鹿サーキットで再開されることが決定
	12月	（鈴鹿市役所1階 市民ロビーに「モータースポーツ振興コーナー」開設）

出所：（株）モビリティランドHP、鈴鹿モータースポーツ市民の会HPより抜粋

◇鈴鹿F1日本グランプリの歴代入場者数の推移



【参考データ】（※総入場者数：各大会開催期間中の入場者の合計）

- ・ F1の総入場者数（1987年～2006年） 合計 6,215,000人
- ・ 8耐の総入場者数（1978年～2007年） 合計 6,662,100人

■鈴鹿サーキットの特色

◇FIA（国際自動車連盟）のアンケート結果

FIAの公式プレスリリース（※）によると、全世界9万3千人のファンが選んだ、F1開催サーキット（Circuits）の人気ランキングは以下の通りである。いずれも欧州の歴史あるサーキットが上位を占めている中で、鈴鹿は5位（欧州以外の地域としては最も高い順位）に入っており、世界的に認められているサーキットであると言える。

1位	モナコ 55%	5位	鈴鹿 38%
2位	スパ・フランコルシャン(ベルギー) 53%	6位	イモラ(イタリア) 35%
3位	シルバーストン(イギリス) 49%	7位	モントリオール(カナダ) 29%
4位	モンツァ(イタリア) 43%	8位	ニュルブルクリンク(ドイツ) ホッケンハイム(同) 共に27%

※FIA/AMD FORMULA ONE SURVEY 2005 93,000 FANS RESPOND (July 7, 2005)

なお、上記のサーキット（Circuits）以外で、日本の順位が高かった項目として、テレビ放送（Television coverage）がある。「日本はもっとも熱心な視聴者の国で、ファンの87%が今シーズンの全19戦を視聴する予定とのこと。英国は79%、米国は68%、ドイツは60%となっている」とあり、日本のファンが熱心にテレビ観戦していることが伺える。

◇鈴鹿サーキットに対する評価（関係者のコメント）

鈴鹿サーキットについての関係者のコメントを集めたのが、以下のものである。レースドライバーは、難しいコースであり挑戦しがいがあると、コースを絶賛している。鈴鹿サーキットは、コースが8の字の形に立体交差している特徴のあるサーキットとなっている。

また、サーキットの特徴だけでなく、市街地に近くホテルや遊園地が隣接するなど世界的にも類をみない複合施設となっていることや、熱心なF1ファンが醸し出す独特の雰囲気などの特徴もみられる。

<フェルナンド・アロンソ（2006年鈴鹿F1日本GPグランプリ・ウィナー）>※1

「鈴鹿はおそらく世界でいちばん難しいコースだ。世界でいちばん挑戦しがいがある。だから、僕はこのコースの全てが大好きだ。」

<ラルフ・シューマッハー（現役F1ドライバー）>※2

「・・・何しろ、これだけコーナーが複雑に組み合わせられたチャレンジングなサーキットはヨーロッパでもなかなかお目にかかれない。サーキットの前半部分はテクニカルであるにもかかわらず、後半にはハイスピード区間もある・・・」

<ジェンソン・バトン（現役F1ドライバー）>※2

・・・速いドライバーの論法は、必ず「難しい＝だからこそ面白い」になる。「鈴鹿というサーキットに対して、僕は大きな敬意を抱いている。本物の“ドライバーズサーキット”だからね。オーバーテイクは簡単なコースじゃない。でもドライバーの観点から見ると、精神的にも身体的にも非常に厳しいコースだ。したがって、僕たちにとってとても挑戦のしがいがあるコースだよ」

<ミカ・ハッキネン（元F1ドライバー）>※2

「アイルトンから『ホテルを出たら、サーキットまで絶対に止まるな』と言われてたんだけど、僕は一度、その鈴鹿の掟を守らずに、ファンがいる場所で止まってしまったんだ。そしたら、あっという間に何百人というファンに囲まれて、身動きがとれなくなったんだ。幸い、警備員が来て、何とかサーキットにたどり着けたけど、あれにはびっくりしたな」・・・

「・・・『鈴鹿は僕にとって、特別なサーキットだった』と。僕は鈴鹿が好きだし、鈴鹿はF1カレンダーの中でも、ベストサーキットのひとつ。間違いなくシルバーストンのようなトップレベルの一つだと思っているからね・・・」

<中野 信治（元F1ドライバー）>※2

「レーサーだった父親（常治氏）の応援のために、小学生の頃から鈴鹿にはよく連れて行ってもらいました。だから、鈴鹿には懐かしい思い出があるんですよ。サーキットの緊迫した雰囲気と、遊園地やキャンプ場も含めた総合レジャー施設としての楽しい雰囲気。相反する雰囲気が同居した不思議な空間ですよ。世界中を見渡してもこういうサーキットはないし、日本のモータースポーツの普及にとって、とても大事な存在だと思います。」

＜高橋 国光（日本を代表するドライバーの一人）＞※1

「鈴鹿サーキットは日本にとってモータースポーツのふるさとであり、象徴だと思っています。」「・・・この6kmのコースはどこも難しく、上手に走ることができればうれしく、失敗すれば悔しく、なんて素晴らしいサーキットなのかという思いでした。」「鈴鹿は世界一素晴らしいレーシングコースだ」

「多くのサーキットは山の中にあります、鈴鹿サーキットは街の中にある。何度も通ううちに地元の人たちと知り合い、親切にしてもらい、親戚のように付き合いをくださる。三重県の人々の温かさがとてもうれしい。そして街には洗練された食べ物があり、肉でも寿司でも好きなものが食べられる。これも鈴鹿の大きな魅力です。世界を探しても、こんなに立地のいいサーキットは珍しいでしょう。」

＜鈴木 啓道（元鈴鹿サーキット総支配人）＞※1

「日曜日の観客数が16万人を超えるグランプリは、F1世界選手権の中でも最大の規模を誇る。その視線に見守られながら、ドライバーたちは伝統の“ドライバーズサーキット”に挑戦し、そこから発生する喜びを体現する。コース上と観客席の間で自然発生する相乗効果—壮大なコラボレーションは、鈴鹿F1を最も顕著に象徴する。いつの頃からか、ファンはそんなサーキットを“聖地”と呼ぶようになった。人々の心がひとつの方向に集約される、特別な場所なのだ。」

＜野呂昭彦（三重県知事）＞※3

鈴鹿サーキットのコースは、世界でも定評のコースであり、主催するFIA（国際自動車連盟）のモズレー会長も、「ヨーロッパのコースを含めても、1、2を争う名コースだ」と、私に語ったが、これまでもF1史上幾多の名勝負が鈴鹿で繰り広げられている。

出所

※1：鈴鹿F1日本グランプリ 1987-2006

※2：Sports Graphic Number (663号)「ドライバーが見た鈴鹿 20人の証言」

※3：寄稿文「スズカ・ドリーム」（「地域政策」平成18年新年号）

3. 「鈴鹿 F 1 日本グランプリ」と「鈴鹿サーキット」におけるシティプロモーションおよび社会的効果

鈴鹿市での F 1 開催による広告宣伝効果を試算するために、主要新聞 6 紙の紙面に取り上げられた「F 1」および「鈴鹿」を含む記事を調査した。また、鈴鹿 F 1 日本グランプリ開催の有無による変化をとらえるとともに、該当記事量を広告費用に換算し、広告宣伝効果の試算を行った。

結果は、鈴鹿での F 1 開催の有無による広告宣伝効果（記事の量や広告換算金額）には大きな変化が見られ、鈴鹿での F 1 開催が鈴鹿市の知名度向上に大きく貢献していることがわかる。

（1）試算方法

①調査方法

日本経済新聞社が提供するオンラインデータベースサービス「日経テレコン 21」を活用し、「F 1」と「鈴鹿」のキーワードを AND（アンド）検索（両方の文字が同時に含まれる記事のみを検索）し、掲載されている記事の文字数を調査した。また、その結果を新聞社各社の広告料金に換算するとともに、F 1 開催の有無による経年変化を比較した。

②調査対象

一般的な購読割合が高い、読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、日本経済新聞、産経新聞、中日新聞の 6 紙の朝刊・夕刊を、2003 年から 2008 年（2008 年は、12 月 12 日分まで）まで調査した。

各紙の調査結果は、次ページ以降の資料を参照。

③金額換算方法

金額 = カウント文字数 × 1 段あたりの広告料金 ÷ 1 段あたりの文字数

（2）試算結果

「F 1」と「鈴鹿」の両方を含む記事の文字数は 2003 年から 2006 年にかけて増加傾向にあり、鈴鹿での F 1 開催が最後となった 2006 年には、紙面文字数は 33 万 5 千文字に達した。F 1 開催が富士に移った 2007 年は 21 万 3 千文字、2008 年は 15 万 7 千文字と大きく減少した。

各紙面の掲載文字数を、新聞各社の広告料金に換算した試算額は、2006 年の 5 億 9,189 万円をピークに、2007 年は 2 億 7,170 万円、2008 年は 2 億 814 万円と大きく減少している。

鈴鹿市や三重県内にとどまらず全国的・世界的に情報発信力がある「F 1」を開催することで鈴鹿市が得る広告宣伝効果は大きく、鈴鹿市のシティセールスへの影響も非常に大きい。

なお、今回の試算に含まれていないテレビやラジオ、雑誌等への露出を考慮すると、効果は更に大きくなると考えられる。

①文字数カウント結果

単位:文字

		年					
		2003	2004	2005	2006	2007	2008
読売	東京(朝刊)	39,619	33,150	29,265	19,325	4,983	11,474
	東京(夕刊)	4,550	3,978	3,779	12,231	13,188	4,683
	大阪・西部(朝刊)	282	527	1,174	0	0	180
	大阪・西部(夕刊)	1,697	3,767	3,505	297	0	230
	中部支社(朝刊)	1,622	5,807	10,299	12,254	2,723	3,102
	中部支社(夕刊)	0	0	0	0	0	0
	地方	19,123	12,812	19,766	21,214	32,352	16,936
小計	66,893	60,041	67,788	65,321	53,246	36,605	
朝日	全国(朝刊)	33,538	31,246	29,090	27,326	14,511	11,821
	全国(夕刊)	5,376	7,984	4,145	396	4,440	5,149
	地区本社単位(朝刊)	2,728	3,003	7,511	10,615	7,767	9,591
	地区本社単位(夕刊)	421	777	1,204	1,793	3,511	1,451
	都道府県版	6,417	10,975	18,491	20,913	28,147	16,576
小計	48,480	53,985	60,441	61,043	58,376	44,588	
毎日	全国(朝刊)	10,075	17,637	16,073	13,422	974	2,525
	全国(夕刊)	3,808	3,840	4,390	2,060	2,333	0
	エリア(朝刊)	3,976	6,402	8,780	8,676	3,550	1,950
	エリア(夕刊)	692	4,274	4,030	2,423	0	3,240
	地方版	5,562	4,811	13,174	33,128	18,023	10,214
小計	24,113	36,964	46,447	59,709	24,880	17,929	
日経	全国(朝刊)	11,182	8,092	11,884	11,066	2,371	2,439
	地方版(朝刊)	0	0	0	0	0	0
	全国(夕刊)	433	0	2,071	5,802	2,604	4,412
	小計	11,615	8,092	13,955	16,868	4,975	6,851
産経	東京朝刊	37,777	26,570	26,142	22,192	14,381	6,379
	東京夕刊	0	0	0	0	0	0
	大阪朝刊	30,700	26,871	17,411	20,565	13,555	4,854
	大阪夕刊	2,132	910	2,489	14,078	689	533
	小計	70,609	54,351	46,042	56,835	28,625	11,766
中日	全国(朝刊)	29,577	22,077	35,894	59,444	17,865	5,354
	全国(夕刊)	1,484	4,177	2,468	5,444	637	2,335
	地方版(広域三重など県単位)	0	0	0	0	18,107	20,253
	地方版(北勢・中勢などの地域単位)	2,810	3,679	6,026	10,787	5,885	5,021
	地方版(鈴鹿亀山版)	0	0	0	0	0	6,374
小計	33,871	29,933	44,388	75,675	42,494	39,337	
合計		255,581	243,366	279,061	335,451	212,596	157,076

②1文字あたりの単価計算

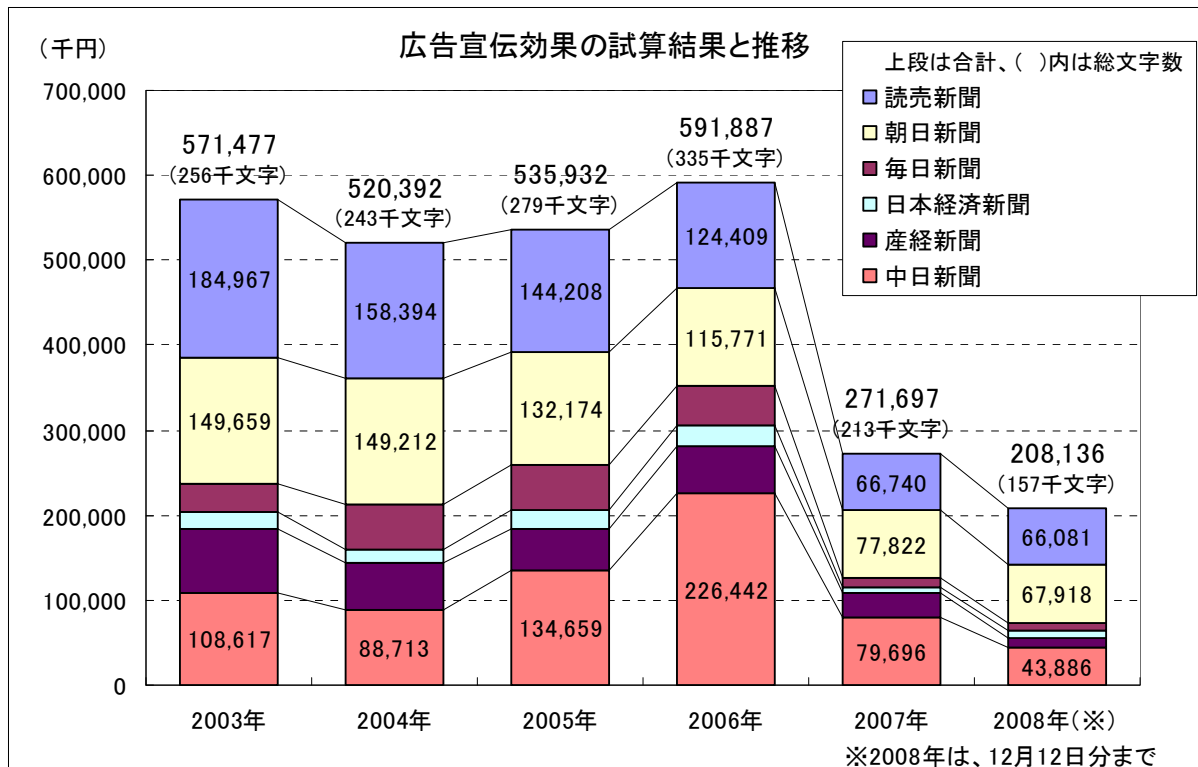
注:文字単価は、1段あたりの広告料金÷1段あたりの文字数で算出

		文字単価 (円)	1段あたり の文字数	備考	1段あたりの 広告料金(円)
読売	東京(朝刊)	4,182	888	縦12×横74	3,714,000
	東京(夕刊)	3,042	888		2,701,000
	大阪・西部(朝刊)	1,268	888		1,126,000
	大阪・西部(夕刊)	968	888		860,000
	中部支社(朝刊)	220	888		195,000
	中部支社(夕刊)	220	888		195,000
	地方	160	888		142,400
朝日	全国(朝刊)	3,927	988	縦13×横76	3,880,000
	全国(夕刊)	2,967	988		2,931,000
	地区本社単位(朝刊)	373	988		369,000
	地区本社単位(夕刊)	269	988		266,000
都道府県版	136	988	134,000		
毎日	全国(朝刊)	2,504	792	縦11×横72	1,983,000
	全国(夕刊)	1,689	792		1,338,000
	エリア(朝刊)	221	792		175,000
	エリア(夕刊)	150	792		118,500
	地方版	221	792		175,000
日経	全国	1,747	902	縦11×横82	1,576,000
	支社版	210	902		189,000
	全国	925	902		834,000
産経	東京朝刊	1,288	792	毎日新聞と同じ文字数を適用	1,020,000
	東京夕刊	635	792		503,000
	大阪朝刊	795	792		630,000
	大阪夕刊	635	792		503,000
中日	全国(朝刊)	3,511	700	縦10×横70	2,458,000
	全国(夕刊)	2,220	700		1,554,200
	地方版(広域三重など県単位)	689	700		482,600
	地方版(北勢・中勢などの地域単位)	521	700		364,800
	地方版(鈴鹿亀山版)	521	700		364,800

③金額換算結果

単位:円

		年					
		2003	2004	2005	2006	2007	2008
読売	東京(朝刊)	165,703,791	138,647,635	122,398,885	80,825,507	20,841,061	47,989,230
	東京(夕刊)	13,839,583	12,099,750	11,494,458	37,202,625	40,113,500	14,244,125
	大阪・西部(朝刊)	357,581	668,245	1,488,653	0	0	228,243
	大阪・西部(夕刊)	1,643,491	3,648,221	3,394,482	287,635	0	222,748
	中部支社(朝刊)	356,182	1,275,186	2,261,605	2,690,912	597,956	681,182
	中部支社(夕刊)	0	0	0	0	0	0
	地方	3,066,571	2,054,537	3,169,683	3,401,885	5,187,978	2,715,863
	小計	184,967,200	158,393,574	144,207,766	124,408,564	66,740,495	66,081,391
朝日	全国(朝刊)	131,707,935	122,706,964	114,240,081	107,312,632	56,986,518	46,422,551
	全国(夕刊)	15,948,437	23,685,328	12,296,554	1,174,773	13,171,700	15,275,019
	地区本社単位(朝刊)	1,018,858	1,121,566	2,805,222	3,964,509	2,900,833	3,582,064
	地区本社単位(夕刊)	113,346	209,192	324,154	482,731	945,269	390,654
	都道府県版	870,322	1,488,512	2,507,889	2,836,379	3,817,508	2,248,162
		小計	149,658,899	149,211,562	132,173,899	115,771,023	77,821,829
毎日	全国(朝刊)	25,225,663	44,159,307	40,243,383	33,605,841	2,438,689	6,322,064
	全国(夕刊)	6,433,212	6,487,273	7,416,439	3,480,152	3,941,356	0
	エリア(朝刊)	878,535	1,414,583	1,940,025	1,917,045	784,407	430,871
	エリア(夕刊)	103,538	639,481	602,973	362,532	0	484,773
	地方版	1,228,977	1,063,037	2,910,922	7,319,949	3,982,355	2,256,881
		小計	33,869,926	53,763,681	53,113,742	46,685,520	11,146,807
日経	全国(朝刊)	19,537,508	14,138,572	20,764,062	19,334,829	4,142,678	4,261,490
	地方版(朝刊)	0	0	0	0	0	0
	全国(夕刊)	400,357	0	1,914,871	5,364,599	2,407,690	4,079,388
		小計	19,937,865	14,138,572	22,678,933	24,699,428	6,550,368
産経	東京朝刊	48,652,197	34,218,939	33,667,727	28,580,606	18,520,985	8,215,379
	東京夕刊	0	0	0	0	0	0
	大阪朝刊	24,420,455	21,374,659	13,849,659	16,358,523	10,782,386	3,861,136
	大阪夕刊	1,354,035	577,942	1,580,766	8,940,952	437,585	338,509
		小計	74,426,687	56,171,540	49,098,153	53,880,081	29,740,956
中日	全国(朝刊)	103,857,523	77,521,809	126,039,217	208,733,360	62,731,671	18,800,189
	全国(夕刊)	3,294,904	9,274,133	5,479,665	12,087,235	1,414,322	5,184,367
	地方版(広域三重など県単位)	0	0	0	0	12,483,483	13,962,997
	地方版(北勢・中勢などの地域単位)	1,464,411	1,917,285	3,140,407	5,621,568	3,066,926	2,616,658
	地方版(鈴鹿亀山版)	0	0	0	0	0	3,321,765
		小計	108,616,838	88,713,227	134,659,289	226,442,163	79,696,402
合計		571,477,414	520,392,155	535,931,783	591,886,779	271,696,857	208,136,308



■鈴鹿市についてのイメージ

東海都市ネットワーク協議会（事務局：名古屋市総務局企画部企画課）が、平成19年3月に発表した『シティプロモーション』に関する調査研究報告書（※）によると、鈴鹿市は「モータースポーツのまち（F1、8耐）」としてのイメージを約95%の人が持っており、名古屋市のイメージ（金のしゃちほこ・名古屋城）とともに、全国的な認知度が極めて高い。

また、東海地方の中でも、鈴鹿サーキットに行ったことがある人は5割を超えており、名古屋の施設が上位を占める中で、三重県内の施設として唯一の存在となっている。

なお、モータースポーツのまち（F1、8耐）のイメージは、東海地方よりも全国の割合の方が高い。東海地方では、自動車産業のイメージが全国の割合よりも高くなっている。

これらのことから、鈴鹿市を「モータースポーツのまち」として情報発信することは、全国的に見ても極めて高い情報発信力につながるものと言える。

注：調査対象地域は、東海4県（岐阜県、静岡県、愛知県、三重県）のなかの、10都市（岐阜市、大垣市、浜松市、名古屋市、豊橋市、岡崎市、豊田市、津市、四日市市、鈴鹿市）

◇「〇〇市」と聞いて連想するものを全て選んでください（複数回答、全国調査）

⇒全国調査で8割以上が特定のイメージを連想できるのは4都市

- ・名古屋市：「金のしゃちほこ・名古屋城」95.3%
- ・**鈴鹿市：「モータースポーツのまち（F1、8耐）」94.7%**
- ・豊田市：「自動車産業」89.0%
- ・浜松市：「うなぎ」88.0%

◇10都市の主要観光地の来訪経験（東海4県での調査結果）

⇒行ったことのある人が5割以上の観光施設は7カ所

- ・東山動植物園（名古屋市）76.3%
- ・名古屋城（名古屋市）76.0%
- ・JRセントラルタワーズ展望台、タカシマヤ、ホテル（名古屋市）72.3%
- ・大須商店街（名古屋市）61.3%
- ・名古屋港イタリア村・名古屋港水族館（名古屋市）60.7%
- ・**鈴鹿サーキット（鈴鹿市）59.3%**
- ・岐阜城・金華山（岐阜市）57.7%

◇鈴鹿市についてのイメージ

	全国調査	東海地方調査
・モータースポーツのまち（F1、8耐）	94.7%	90.3%
・自動車産業	23.7%	27.3%

※『シティプロモーション』に関する調査研究報告書のデータは、インターネットによる「東海地方のイメージに関するアンケート調査」によるもので、調査対象サンプルは、全国300人（東海4県以外）、東海地方300人（東海4県）となっている。

第3章 「鈴鹿F1日本グランプリ」の経済的な効果を推計

1. 経済効果推計の目的

F1日本グランプリの開催に伴い、観戦客や参戦チーム関係者の移動や宿泊、飲食等による消費が行われ、主催者からは大会開催にあたり様々な業種の事業者が業務が発注されている。これらの消費支出や経済活動は、鈴鹿市内だけでなく周辺市町や他県など広域に及んでおり、この需要の増加が、様々な産業の生産活動につながり、個人の消費に波及し経済効果を生み出している。

しかし、これまでこのような状況について実態調査したものはなく(※)、経済効果を定量的に測ったものがなかったことから、今回、観戦経験者や大会主催者、チーム関係者、F1ビジネス関係者、事業者などを対象にアンケートやヒアリングによる実態調査を行い、その結果を基に、2006年のF1日本グランプリ開催に伴い発生した消費支出額や経費を推計し、産業連関分析により、一定条件の下、F1開催が国内および地域にもたらした経済効果を定量化して明らかにした。

(※) 2005年F1日本グランプリ開催時に、鈴鹿市企画財務部秘書広報課および産業振興部商業観光課が、鈴鹿サーキット園内において来訪客向けの簡易なアンケートは行っている。

2. 経済効果推計の概要・フロー

(1) 実態調査の実施

経済効果推計の基礎データおよび参考情報を収集するため、鈴鹿F1グランプリ観戦経験者向けアンケート、宿泊施設向けアンケート、大会主催者およびチーム関係者、F1ビジネス関係者、事業者等へのヒアリングを実施し、以下①～③の国内における支出額について推計した。

① 2006年F1日本グランプリ 観戦客の消費支出額	宿泊費、交通費、飲食費、土産物費、サービス利用費、チケット購入費
② 2006年F1日本グランプリ 参戦チーム関係者の参戦中の支出額	宿泊費、交通費、飲食費、その他経費（プロモーションイベント費、招待客用バスチャーター費など）
③ 2006年F1日本グランプリ 主催者の大会運営経費	設営関係費、イベント開催費、警備関連費、医療関連費、補修工事関連費、オフィシャル関連費、印刷関連費など

(2) 経済効果推計の対象

上記①～③のうち、①「2006年F1日本グランプリ観戦客の消費支出」と②「2006年F1日本グランプリ参戦チーム関係者の参戦中の支出」の国内における支出額を「需要発生額」として、これらが「全国（三重県・愛知県・岐阜県・その他都道府県の別）」と「三重県内市町（鈴鹿市・津市・亀山市・四日市市・桑名市・菟野町・その他地域の別）」にもたらした経済効果を、「2006年F1日本グランプリ開催に伴う経済効果」として推計した。

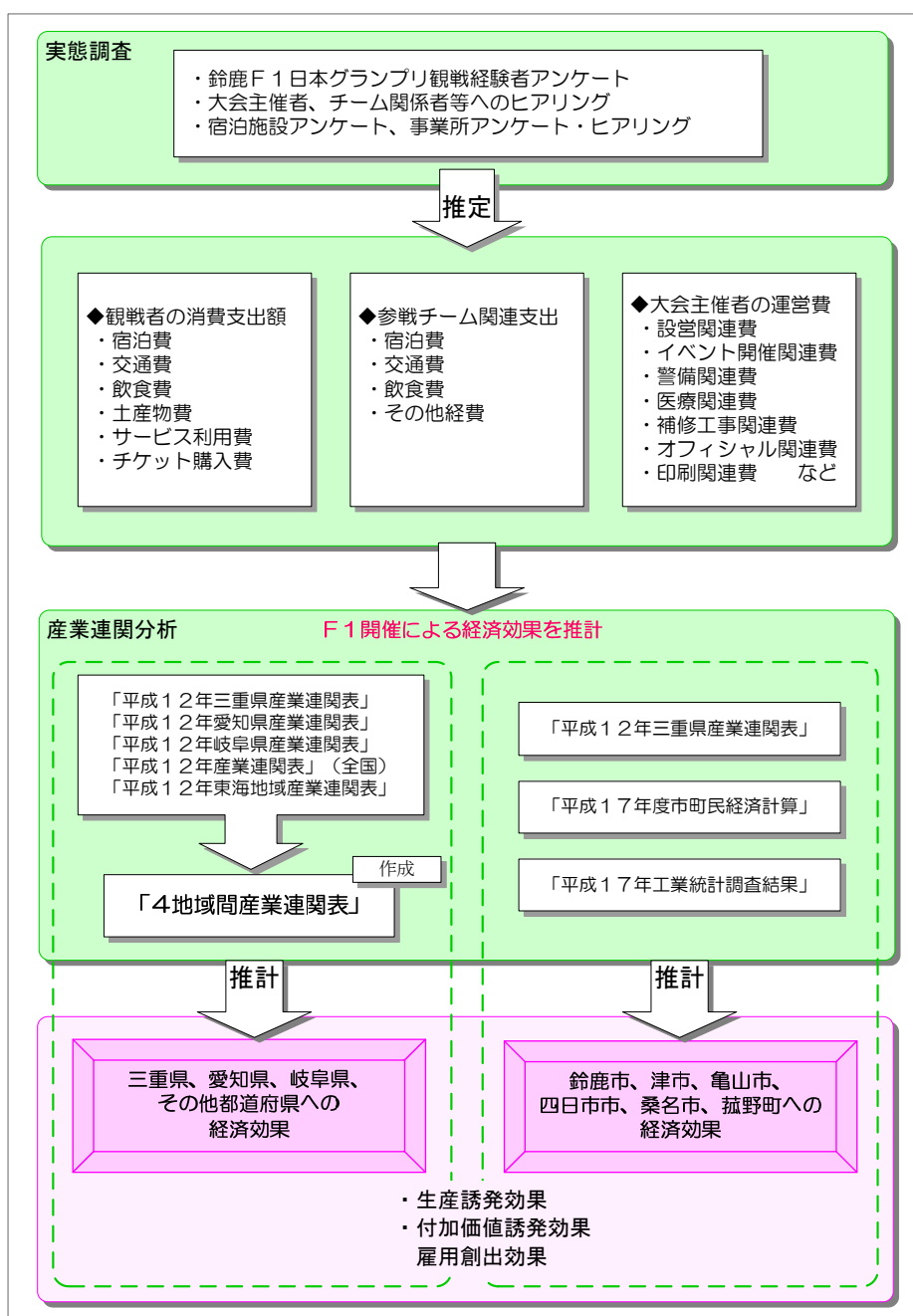
③「2006年F1日本グランプリ主催者の大会運営経費」については、観戦客のチケット購入の結果発生した間接効果とみなし、波及効果の分析をより実態に近い条件で行った。

(3) 推計手法（産業連関表の利用と作成）

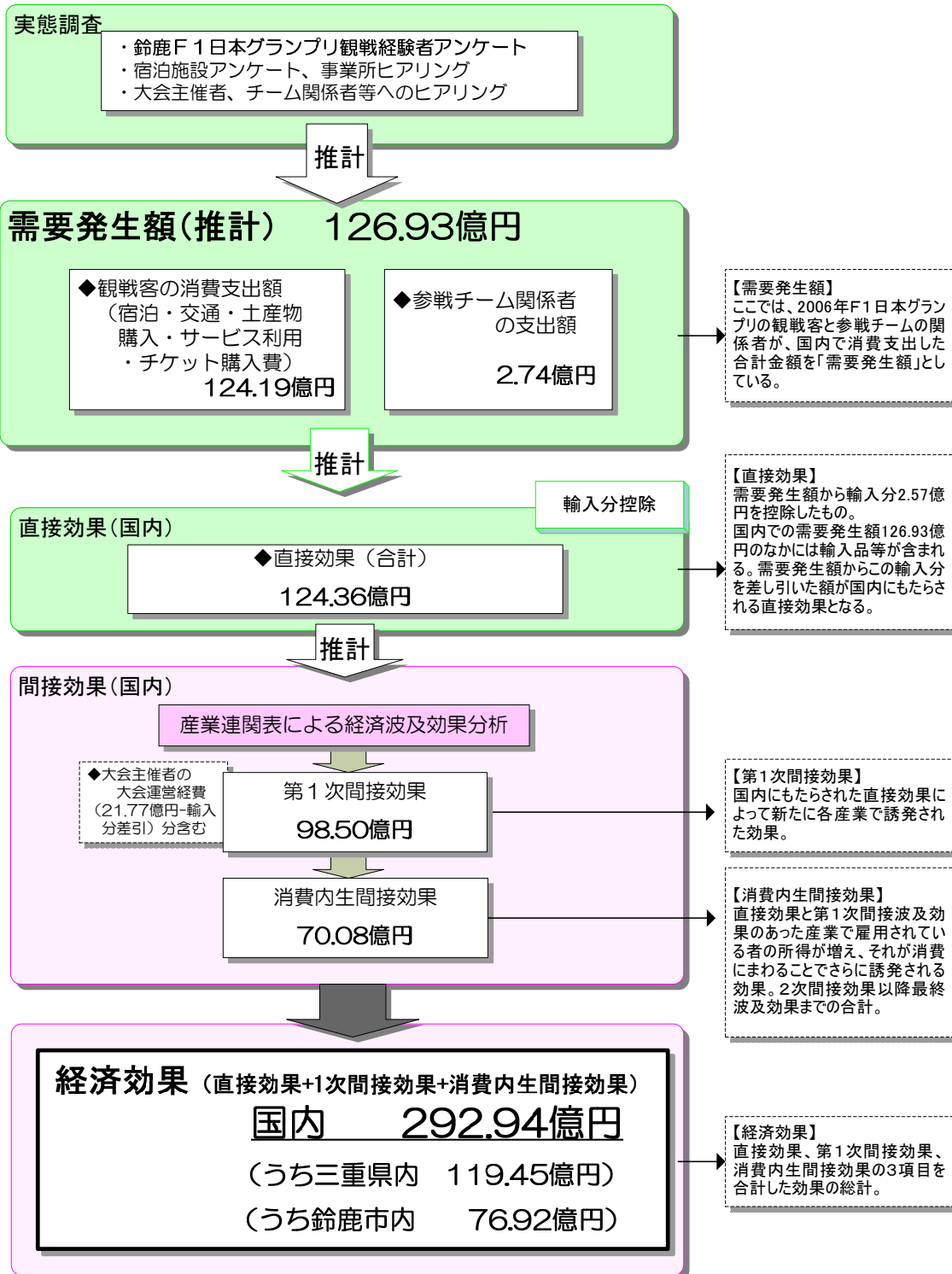
経済効果の推計にあたっては、中京大学経済学部山田光男教授の協力のもと、三重県、愛知県、岐阜県、全国、東海地域の「産業連関表」を組み合わせ、「4地域間産業連関表」（4地域：三重県、愛知県、岐阜県、その他都道府県）を作成し、産業連関分析により、一定条件のもと、三重県、愛知県、岐阜県、その他都道府県への「生産誘発効果」、「付加価値誘発効果」、「雇用創出効果」を明らかにした。

また、鈴鹿市、津市、亀山市、四日市市、桑名市、菰野町、県内その他地域における経済効果は、「三重県産業連関表」、「市町民経済計算(市町内総生産額)」、「工業統計調査(製造品出荷額等)」等を利用して推計した。

(4) 推計フロー



3. 2006年F1日本グランプリ開催に伴う経済効果の推計結果（総括）



【需要発生額】
ここでは、2006年F1日本グランプリの観戦客と参戦チームの関係者が、国内で消費支出した合計金額を「需要発生額」としている。

【直接効果】
需要発生額から輸入分2.57億円を控除したものを。国内での需要発生額126.93億円のなかには輸入品等が含まれる。需要発生額からこの輸入分を差し引いた額が国内にもたらされる直接効果となる。

【第1次間接効果】
国内にもたらされた直接効果によって新たに各産業で誘発された効果。

【消費内生間接効果】
直接効果と第1次間接波及効果のあった産業で雇用されている者の所得が増え、それが消費にまわることでさらに誘発される効果。2次間接効果以降最終波及効果までの合計。

【経済効果】
直接効果、第1次間接効果、消費内生間接効果の3項目を合計した効果の総計。

◇産業連関分析で利用した産業連関表と主な公式統計

- ・「平成12年三重県産業連関表」、「平成12年愛知県産業連関表」、「平成12年岐阜県産業連関表」、「平成12年産業連関表」(全国)、「平成12年東海地域産業連関表」から「4地域間産業連関表」を作成し、三重県、愛知県、岐阜県、その他都道府県への効果を推計。
- ・「平成12年(2000年)三重県産業連関表」、「平成17年度三重県の市町村民経済計算」、「平成17年工業統計調査結果(確報)」を用いて県内市町別の粗付加価値額を推計し、その市町別比率等を基に県内の生産額を按分して鈴鹿市への効果を推計。

★F1開催の経済効果は、全国、幅広い業種に及んでいる

実態調査と産業連関分析を行った結果、2006年F1日本グランプリの観戦客や参戦チームの支出を通して、国内で発生した需要は127億円にのぼり、全国への生産誘発効果は293億円と推計された。F1日本グランプリは3日間のイベントではあるが、その経済効果は鈴鹿市内のみならず三重県内各市町、愛知県など他県全国、様々な業種へと広範囲に及び、全国各地の経済に貢献していることが明らかとなった。

◆需要発生額（観戦客とチーム関係者の支出額）…126.93億円

- ・ 実態調査の結果を基に推計した、2006年F1日本グランプリの国内での「観戦客の消費支出額」（124.19億円）と「参戦チーム関係者の参戦中の支出額」（2.74億円）は、合計で126.93億円となった。
- ・ そのうち78.0%（99.04億円）が三重県内で、11.2%（14.17億円）が愛知県内で支出されたと推計した。また鈴鹿市内での支出額は、全体の67.5%（85.72億円）と推計した。

◆国内への経済効果（総合効果）…292.94億円、波及倍率2.36倍

- ・ 産業連関分析の結果、需要発生額が「国内全体にもたらした経済効果（総合効果）」は、総額で292.94億円（うち原材料などの中間投入分を除いた粗付加価値額は137.84億円）と推計した。輸入分を差し引いた直接効果（124.36億円）に対する波及倍率は2.36倍となり、日本国内に大きな経済効果を生み出したことが明らかとなった。

◆三重県内への経済効果（総合効果）…119.45億円

- ・ 国内全体への経済効果のうち三重県内への経済効果は、119.45億円と推計した。国内全体の効果の40.8%を占めた。

◆鈴鹿市内への経済効果（総合効果）…76.92億円、400人の雇用を生み出す効果

- ・ 鈴鹿市内への経済効果は、76.92億円（粗付加価値額で18.90億円）と推計した。県内への効果の64.4%を占める。
- ・ 経済効果（総合効果）を雇用者数に換算した雇用創出効果は、鈴鹿市内で431人となった。3日間のイベントで生み出された鈴鹿市内への効果は、市内に新たに431人の雇用を1年間生み出すことができる額に相当するといえることができる。
※効果の生産規模に必要な雇用者数であり、この人数の雇用が実際にあったということではない。
- ・ また、四日市市や津市など周辺各市町にも効果が及んでいる。

◆経済効果は県内の様々な産業に広がっている

- ・ 三重県内への経済効果（総合効果）を産業別にみると、チケット購入や入浴施設等の利用により「対個人サービス」への効果が大きいほか、観戦客による電車やバス、タクシー、高速道路の利用で「運輸」、宿泊や飲食、飲食料品や土産物の購入により「旅館・その他の宿泊所」、「飲食店」、「商業」での効果が大きい。また開催準備や開催にあたり、補修工事や機械・機器類レンタル、会場設営・警備など、「建設」や「対事業所サービス」にも効果が及んでいる。

★地域への経済効果を高めるために（拡大の余地のある産業について）

今後、さらに三重県内への経済効果を高めていくためには、まずは、今、県内にある資源を最大限に生かして、効果が大きく、県内で対応できるが効果の多くが県外に流出している産業の効果を、優先的に取り込む工夫・施策が必要になると考えられる。

三重県以外への産業別の経済効果から、比較的取り込みやすい・拡大の余地のある産業について分析すると、「旅館・その他の宿泊所」や「飲食店」、また「食料品(製造)」、「その他の製造工業製品(製造)」などを挙げることができる。県外で発生した宿泊や飲食の需要の一部は、県内でも吸収できる余地がまだあると考えられ、また、飲食店・宿泊施設で使われる食材や土産物として使われる材料・製品についても、地域の特産品など県内産の供給率を高める工夫は可能であると考えられる。

今後、これらの分野のサービスレベルの向上や県内自給率の向上に向けた施策の検討・推進が、県内および市内経済への効果のさらなる拡大につながると考える。

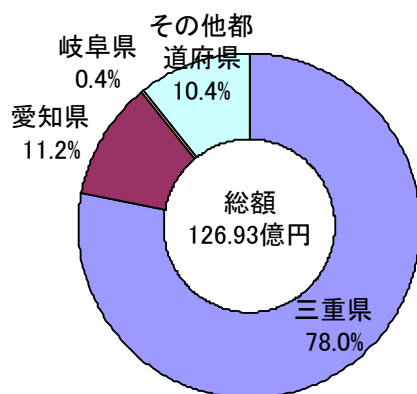
◆2006年F1日本グランプリの観戦客と参戦チーム関係者の「支出額」(＝需要発生額)

	観戦客の 消費支出額 (百万円)	参戦チーム の支出額 (百万円)	合計 (需要発生額)	
			(百万円)	割合(%)
全国計	12,419	274	12,693	100.0
三重県	9,788	116	9,904	78.0
愛知県	1,386	31	1,417	11.2
岐阜県	46	0	46	0.4
其他都道府県	1,200	127	1,326	10.4
全国計	12,419	274	12,693	100.0
宿泊費	1,562	124	1,686	13.3
交通費	2,907	39	2,946	23.2
飲食費	1,729	21	1,750	13.8
土産物購入費	1,793	-	1,793	14.1
サービス利用費	272	-	272	2.1
チケット購入費	4,157	-	4,157	32.7
その他経費	-	91	91	0.7

	需要発生額 (百万円)
三重県	9,904
鈴鹿市	8,572
四日市市	250
津市	322
桑名市	130
亀山市	119
菰野町	35
県内その他	476

※四捨五入の関係で、各県の値を合計しても全国計の値と完全には一致しない。

2006年F1日本GP観戦客と参戦チーム
の支出総額(＝需要発生額)
(地域別の構成比)



◆2006年F1グランプリ開催に伴う「経済効果」(全国／三重、愛知、岐阜、その他)

		直接効果 (百万円)	第1次 間接効果 (百万円)	消費内生 間接効果 (百万円)	合計 (総合効果) (百万円)	波及倍率	雇用 創出効果 (人)
生産額	全国計	12,436	9,850	7,008	29,294	2.36	1,763
	三重県	8,342	2,514	1,089	11,945	1.43	669
	愛知県	1,580	1,796	1,081	4,458	2.82	283
	岐阜県	133	153	149	435	3.27	41
	其他都道府県	2,381	5,387	4,688	12,455	5.23	770
粗付加価値額	全国計	4,500	5,168	4,116	13,784	3.06	-
	三重県	2,222	1,264	687	4,173	1.88	-
	愛知県	839	936	637	2,412	2.88	-
	岐阜県	89	84	91	264	2.97	-
	其他都道府県	1,350	2,884	2,701	6,935	5.14	-

◆県内市町別の経済効果(粗付加価値額)

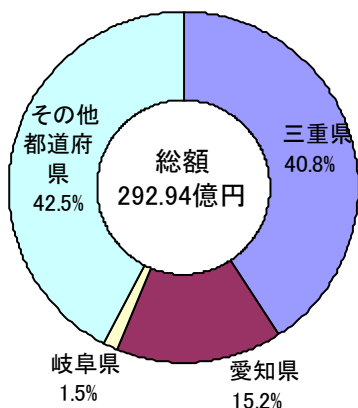
粗付加価値額	直接効果 (百万円)	第1次 間接効果 (百万円)	消費内生 間接効果 (百万円)	合計 (総合効果) (百万円)
三重県	2,222	1,255	687	4,164
鈴鹿市	1,522	303	64	1,890
四日市市	151	285	136	572
津市	157	247	118	522
桑名市	59	51	45	155
亀山市	64	26	20	111
菟野町	16	11	11	38
県内その他	251	332	293	876

(生産額)

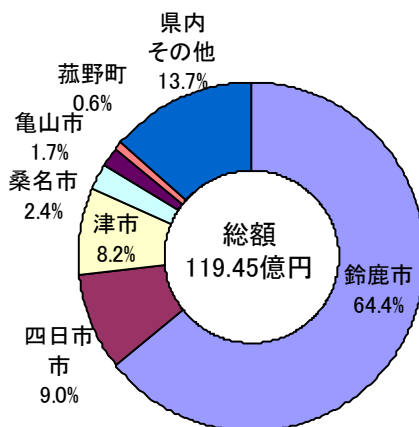
生産額	総合効果 (百万円)	雇用 創出効果 (人)
三重県	11,945	669
鈴鹿市	7,692	431
四日市市	1,070	60
津市	976	55
桑名市	290	16
亀山市	207	12
菟野町	70	4
県内その他	1,639	92

※市町別の経済効果については、市町別の産業連関表がないため、波及効果の計算過程において「市町内総生産」の比率を用いて「粗付加価値額」を推計し、推計した粗付加価値額の市町別比率等を基に、「三重県の実生産額」を按分して「各市町の生産額」を推計した。また市町別の「雇用創出効果」は、推計した生産誘発効果の市町別比率を基に、三重県内の雇用創出効果を按分して推計した。
 ※市町別の粗付加価値額を合計しても、他県との移出入の関係で三重県合計値と完全には一致しない。

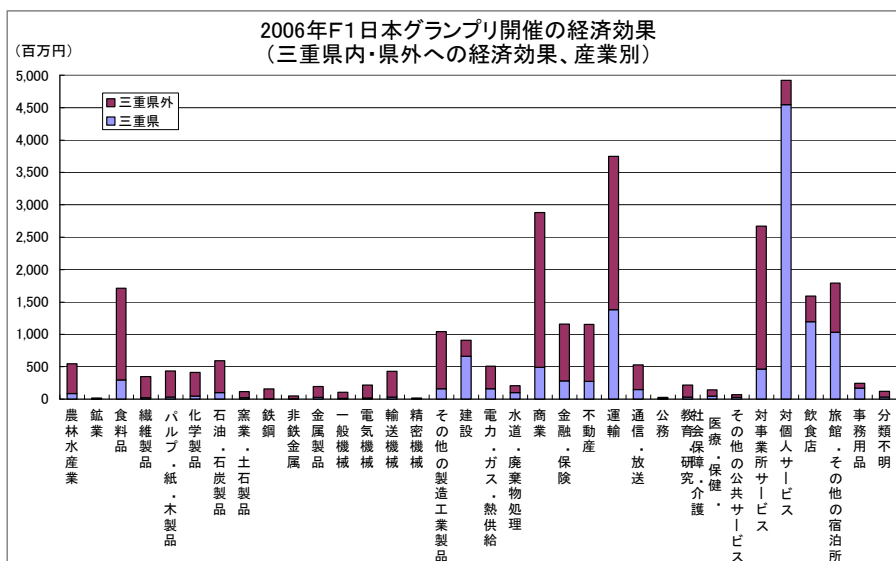
国内への経済効果
(地域別の構成比)



三重県内への経済効果
(市町別の構成比)



◆産業別の経済効果(三重県内・三重県外別)



- 【 直接効果 】 需要発生額から輸入分を控除したもの。国内での需要発生額 126.93 億円のなかには輸入品等が含まれる。需要発生額からこの輸入分を差し引いた額が国内にもたらされる直接効果。
- 【 第1次間接効果 】 国内にもたらされた直接効果によって新たに各産業で誘発された効果。
- 【 消費内生間接効果 】 直接効果と第1次間接波及効果のあった産業で雇用されている者の所得が増え、それが消費にまわることでさらに誘発される効果。2次間接効果以降最終波及効果までの合計。
- 【 波及倍率 】 直接効果額に対する総合効果額の倍率。
- 【 生産額 】 発生した需要をまかなうために、直接・間接的に必要となった生産額の合計。
- 【 粗付加価値額 】 生産額のうち生産過程で必要となった原材料費やサービスなどの中間投入額を差し引いた金額。生産活動によって新たに生み出された価値。
- 【 雇用創出効果 】 経済効果(総合効果)を雇用者数に換算した効果。

4. 需要発生額の推計

(1) 観戦客の消費支出額の推計

観戦客は、F 1 を観戦するために自宅からなんらかの交通手段で鈴鹿サーキットに移動し、道中や観戦中に飲食をしたり土産物を購入したり、人によっては宿泊したり、また空いた時間や前後にサービスを利用するなど、F 1 観戦に伴い様々な地域で様々な消費を行っている。

今回、「鈴鹿でのF 1 観戦客ならではの消費行動」を捉えるため、鈴鹿F 1 観戦経験者向けにアンケートを行い、観戦のために自宅を出発してから帰宅するまで、どこで何にいくら支出したのかを調査し、その結果を分析して「2006年F 1 日本グランプリ観戦客の消費支出額」を推計した。

推計の対象は「宿泊費」、「交通費」、「飲食費」、「土産物購入費」、「サービス利用費」、「チケット購入費」である。

①推計の前提条件

(a) 採用データ（観戦経験者向けアンケート結果(06年観戦客のみ)）

2006年のF 1 日本グランプリの開催に伴う観戦客の経済効果を捉えるにあたり、「鈴鹿F 1 日本グランプリ観戦経験者向けアンケート」の回答者2,923人のうち、2006年に観戦した回答者2,432人の結果を抽出して、その結果を基に、ヒアリング情報や宿泊施設アンケート結果などを参考にしながら、消費支出額を推計した。

(b) 観戦客数（実人数）の仮定

支出した人数の推計にあたり、その基礎となる2006年の観戦客の実人数を、F 1 開催の3日間のうち来場者数が最も多かった日曜日の来場者数を採用し「161,000人」と仮定した。ただし、実際の実人数は、日曜日以外の曜日に観戦した人もいるため、161,000人を超えると考えられる。

なお、国外からの観戦客割合などの有力情報はないため、全員を国内居住者とみなした。

◆2006年F 1 日本グランプリ観戦客動員数

金曜日	土曜日	日曜日	3日間合計
57,000人	143,000人	161,000人	361,000人

※(株)モビリティランド資料より

(c) 期間

消費支出の対象となる「期間」については、予選前から鈴鹿サーキット周辺に来て宿泊したり、3日間観戦する人もいれば1日だけ観戦して帰る人もいるなど、各人によって、F 1 観戦に伴う宿泊数や訪問日数など行動パターンは様々である。自宅を出発してから帰宅するまでの期間などアンケート回答者自身が判断したF 1 観戦に伴う「期間」とした。

(※参考：宿泊施設への平均宿泊数は2.7泊、鈴鹿市・鈴鹿サーキットへの訪問日数は平均3.1日。1週間以上宿泊するという回答もあった)

②算出結果（消費支出額）

算出の結果、2006年F1日本グランプリの観戦客による消費支出額は、国内全体で「124.19億円」と推計した。

費目別にみると、チケット購入費が33.5%で最も多く、それ以外では交通費・給油費・駐車場費計が23.4%、次いで土産物費が14.4%で、飲食費もほぼ同割合で13.9%となった。

支出した地域別にみると、三重県が約8割、愛知県が1割強、その他の都道府県（岐阜県除く）が約1割となった。

◆2006年F1日本グランプリ観戦客の消費支出額(推計)

	支出額 (百万円)	総額に占める割合 (%)	地域別の支出額 (百万円)				(地域別構成比) (%)				期間中1人あたり支出額 (円)
			三重県	愛知県	岐阜県	その他都道府県	三重県	愛知県	岐阜県	その他	
宿泊費	1,562	12.6	931	579	17	35	59.6	37.0	1.1	2.3	24,803
宿泊施設	1,387	-	756	579	17	35	54.5	41.7	1.2	2.5	25,953
キャンプ場(テント・寝袋)	175	-	175	0	0	0	100.0	0.0	0.0	0.0	18,352
交通費	2,907	23.4	1,259	545	20	1,083	43.3	18.8	0.7	37.3	-
交通費	1,917	-	479	501	10	927	25.0	26.1	0.5	48.4	13,683
給油費 *	360	-	149	44	10	156	41.6	12.2	2.8	43.4	* 7,639
駐車場費 *	631	-	631	0	0	0	100.0	0.0	0.0	0.0	* 15,848
飲食費	1,729	13.9	1,445	211	8	66	83.5	12.2	0.4	3.8	-
サーキット外 飲食店での飲食	674	-	480	148	5	41	71.2	22.0	0.8	6.1	5,126
小売店での飲食料品購入	402	-	312	63	2	24	77.6	15.7	0.6	6.1	2,780
土産物購入費	1,793	14.4	1,746	38	0	9	97.4	2.1	0.0	0.5	-
サーキット外	275	-	228	38	0	9	82.8	13.9	0.2	3.2	4,438
サービス利用費	272	2.2	251	13	1	7	92.4	4.8	0.2	2.6	-
サーキット外	144	-	124	13	1	7	85.7	9.0	0.4	4.8	3,229
チケット購入費	4,157	33.5	4,157	0	0	0	100.0	0.0	0.0	0.0	25,817
総支出額	12,419	100.0	9,788	1,386	46	1,200	78.8	11.2	0.4	9.7	-

※鈴鹿F1日本グランプリ観戦経験者向けアンケート結果(2006年観戦者のみ抽出)を基に算出

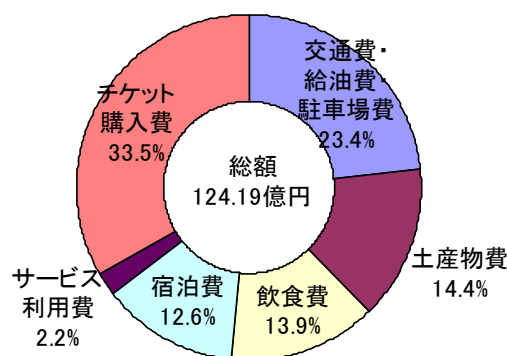
※観戦者の総実人数を161,000人と仮定し算出

※費目ごとの「期間中1人あたり平均支出額」は、支出したとする回答数から算出した推計人数で平均した支出額

※宿泊施設とは、「ホテル(ビジネスホテル含む)」、「旅館」、「公共宿泊施設」、「モーテル・ファッションホテル」への宿泊分の合計

* 期間中1人あたり支出額のうち「給油費」と「駐車場費」は期間中1台あたりの支出額。

2006年F1日本GP観戦客の消費支出額
(費目別の構成比)



◆算出結果およびアンケート結果からみた観戦客の消費の主な傾向

(※期間中の1人あたり平均支出額は、支出したとする回答数の平均額)

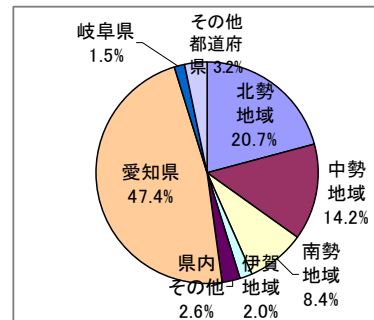
宿泊費

◆宿泊施設（ホテル・ビジネスホテル）、旅館、公共宿泊施設、モーテル・ファッショホテル

◇期間中1人あたりの宿泊費：平均 25,953 円（回答数全体の 33.2%が宿泊）

（平均宿泊数：2.65泊）⇒1泊1人あたり平均約 9,700
～9,800 円

＜宿泊地域＞…アンケート結果では、施設への宿泊者の47.9%は三重県内に、47.4%が名古屋市など愛知県内に宿泊している。三重県内地域別では、北勢地域に全体の20.7%が、津市や松阪市などの中勢地域に14.2%が宿泊している。また、その他都道府県として岐阜県や滋賀県、大阪府などに宿泊しているケースもみられた。



◆キャンプ場（テント・寝袋を含む）※車中泊は含まない

◇期間中1人あたりの宿泊費：平均 18,352 円（回答数全体の 5.9%が宿泊）

（平均宿泊数 3.21泊）⇒1泊1人あたり平均約 5,700 円

＜宿泊地域＞…大半が鈴鹿市内に泊まっている。

交通費（公共交通機関の運賃や高速道路代）

◇期間中1人あたりの交通費：平均 13,683 円

＜鈴鹿市内に入って来たときの交通手段＞

…アンケート回答者の 60.3%が四輪自動車、34.8%が鉄道（近鉄・伊勢鉄道）で市内に入った。

居住地	回答数 (件)	鉄道(近鉄+JR・伊勢鉄道) (%)	四輪自動車 (%)	二輪自動車(原付含む) (%)	長距離バス (%)	名古屋からの直通高速バス+近距離路線バス+その他 (%)
北海道・東北	48	47.9	41.7	2.1	6.3	2.1
関東	781	42.0	51.9	0.9	2.6	2.7
北陸・甲信越	112	15.2	81.3	0.9	0.0	2.7
東海	512	30.3	66.2	1.4	0.2	2.0
関西	455	29.5	67.0	1.5	0.0	2.0
中国	90	36.7	61.1	0.0	1.1	1.1
四国	51	31.4	62.7	0.0	3.9	2.0
九州・沖縄	67	46.3	41.8	0.0	7.5	4.5
合計	2,116	34.8	60.3	1.1	1.5	2.3

※交通費を支払った人のアンケート回答数

給油費

◇期間中1台あたりの給油費：平均 7,639 円（四輪 7,856 円、二輪 4,000 円）

◇平均給油回数：1.37 回

◆給油した地域（構成比）

三重県	愛知県	岐阜県	その他
41.6	12.2	2.8	43.4

(%)

駐車場費

◇期間中1台あたりの駐車場費：平均 15,848 円（四輪自動車および二輪自動車の総平均）
（鈴鹿市・サーキットへの平均訪問日数 3.1 日） ⇒1 日 1 台あたり約 5,100 円

飲食費

◇サーキット外の飲食店での期間中1人あたり飲食費：平均 5,126 円（全体の 81.6%が支出）

◇サーキット外の小売店での期間中1人あたり食料品購入費：平均 2,780 円（〃 89.8%）

（※参考：サーキット内の飲食店での期間中1人あたり飲食費：平均 4,197 円）（〃 96.3%）

<仮に…>

1 人の人がこれらの合計額 12,103 円を使うとし、平均訪問日数 3.1 日をもとに 9 回食事をとると仮定すると ⇒1 人 1 食あたりの飲食費平均約 1,350 円。

◆支払った金額が最も多かった地域（構成比）（サーキット外）

	三重県	愛知県	岐阜県	その他
飲食費	71.2	22.0	0.8	6.1
飲食料品購入費	77.6	15.7	0.6	6.1

 (%)

土産物購入費

◇サーキット外での期間中1人あたりの土産物購入費：平均 4,438 円（全体の 38.6%が支出）

（※参考：サーキット内での期間中1人あたりの土産物購入費：平均 10,168 円）（〃 92.6%）

◆土産物の品目（構成比）（サーキット内・外合計）

農林水産物	食料品	繊維品	その他
1.9	28.9	39.4	29.5

 (%)

Tシャツや帽子、タオル、フラッグ、ポンチョなどの「繊維品」の割合が4割で最も高く、次いで「その他」と「食料品」がともに約3割を占めた。

◆支払った金額が最も多かった地域（構成比）（サーキット外）

三重県	愛知県	岐阜県	その他
82.8	13.9	0.2	3.2

 (%)

サービス利用費

◇サーキット外での期間中1人あたりのサービス利用費：平均 3,229 円（全体の 27.6%が支出）

（※参考：サーキット内での期間中1人あたりのサービス利用費：平均 3,193 円）（〃 24.6%）

<サービスの内容>

…アンケート結果では、銭湯や温泉の利用が最も多く、利用した地域は、鈴鹿市内にとどまらず四日市市や津市など周辺地域に及んでいる。複数日宿泊し、空いた時間を利用して入浴施設で支出するなど、鈴鹿でのF1観戦特有と思われる消費行動がうかがえる。

<仮に…>

サービス内容の大半が入浴であることから、鈴鹿サーキット内外で支出した人は重複していないと仮定し、サーキット内外での利用費の総平均 3,211 円を、平均訪問日数 3.1 日で1日換算すると ⇒1 日 1 人あたりサービス利用費平均約 1,040 円。

◆支払った金額が最も多かった地域（構成比）（サーキット外）

三重県	愛知県	岐阜県	その他
85.7	9.0	0.4	4.8

 (%)

③算出方法（概要）

「観戦経験者向けアンケート（2006年観戦客のみ）」の結果を基に、ヒアリング情報や宿泊施設アンケート結果、地域の状況等を考慮しながら、費目ごとに支出した人数や台数、宿泊数、滞在（訪問）日数、支出単価、支出した地域などを推定・算出し、支出総額を推計した。

費目	算出に使用したアンケート結果項目	算出方法（概要）
宿泊費	<ul style="list-style-type: none"> ・1泊1人あたり支払った宿泊代 ・宿泊施設の種類 ・主な宿泊地域 ・宿泊数 	<p>アンケート結果から、宿泊施設（ホテル、旅館、公共宿泊施設、モーテル・ファッションホテル）およびキャンプ場（テント・寝袋含む）への宿泊者数と1泊1人あたり支払った平均宿泊費を宿泊地別に推計し、泊数を乗じて宿泊地別の宿泊費を算出し合計した。</p>
交通費	<ul style="list-style-type: none"> ・期間中1人あたり支払った交通費 ・居住地からサーキットに移動する際、鈴鹿市内に入ったときの交通手段 ・鉄道で来た場合の市内降車駅とサーキット間のアクセス方法 ・鉄道で帰る場合の市内乗車駅とサーキット間のアクセス方法 ・居住地（都道府県・県内市町別） ・帰りに乗ったインターチェンジ 	<p>鈴鹿市内に入って来たときの交通手段かつ居住地別に、交通費を支払った人数と1人あたり支払った平均交通費を推計し、設定した交通ルートに基づいて交通費を推計した。</p> <p>交通ルートについては、すべての観戦客がそれぞれ個別のルートで来訪するため、標準化する必要がある。</p> <p>アンケートでは、「鈴鹿市内に入って来たときの交通手段」と「サーキットへのアクセス方法」について把握し、出発地点から鈴鹿市までの交通ルートについては、「居住地（都道府県庁所在地）」を出発地点とした標準的な交通モデルルートで「市内に入って来たときの交通手段」ごとに推定して設定し、交通手段かつ居住地別の交通費を算出し合計した。</p>
給油費	<ul style="list-style-type: none"> ・期間中1台あたり支払ったガソリン・軽油代 ・居住地からサーキットに移動する際、鈴鹿市内に入ったときの交通手段 ・給油地域・回数 ・観戦同行者数 ・県内居住地 ・県内市町別宿泊地 	<p>四輪自動車あるいは二輪自動車で来た人が、自宅を出発してから帰宅するまでの間に支払ったガソリン・軽油代（出発準備のために出発日までに給油した分も含む）を「給油費」として推計した。</p> <p>自動車で来た人のうちガソリン・軽油代を支払った人とその同行者数（本人含む）の回答から自動車の「台数」を推計し、それと「1台あたり支払ったガソリン・軽油代」を基に給油費を算出し、「給油地域・回数」に基づき地域別に按分した。</p>
駐車場費	<ul style="list-style-type: none"> ・1日1台あたり支払った駐車場代 ・居住地からサーキットに 	<p>四輪自動車あるいは二輪自動車で来た人が、支払った「駐車場費」を推計した。</p> <p>自動車で来た人のうち駐車場代を支払った人とその同行者</p>

	<p>移動する際、鈴鹿市内に入ったときの交通手段</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観戦同行者数 ・鈴鹿市・鈴鹿サーキットを訪問した日数 	<p>数（本人含む）の回答から自動車の「台数」を推計し、それと「1日1台あたり支払った駐車場代」と「鈴鹿への訪問日数」を基に駐車場費を算出した。</p>
飲食費	<ul style="list-style-type: none"> ・期間中1人あたり支払った飲食代 ・期間中1人あたり支払った飲食料品代 ・飲食代・飲食料品代を最も多く支出した地域 	<p>サーキット内やサーキット外の飲食店で支払った食事代と、コンビニエンスストアやスーパーなど小売店で購入した飲食料品代の合計を「飲食費」として推計した。</p> <p>飲食費を支払った人数を推計し、「期間中1人あたり支払った金額」を乗じて飲食費を算出した。</p> <p>地域別の支出額について、サーキット外で支出された分は「支払い金額が最も多かった地域」の回答割合で按分した。</p>
土産物購入費	<ul style="list-style-type: none"> ・期間中1人あたり支払った土産物代 ・土産物代を最も多く支出した地域 ・購入した土産物代の品目割合（農林水産物、食料品、繊維品、その他） 	<p>サーキット内やサーキット外で購入した土産物代の合計を「土産物費」として推計した。</p> <p>土産物を購入した人数を推計し、「期間中1人あたり支払った金額」を乗じて土産物費を算出した。品目別の支出額は、品目別の平均割合を算出してその割合で総額を按分した。</p> <p>地域別の支出額について、サーキット外で支出された分は「支払い金額が最も多かった地域」の回答割合で按分した。</p> <p>さらに地域別・品目別の支出額を、各域内の自給率や移入率を考慮して生産地別に按分した。</p>
サービス利用費	<ul style="list-style-type: none"> ・期間中1人あたり支払ったサービス利用代 ・サービス利用代を最も多く支出した地域 ・宿泊した地域（県内市町別） 	<p>サーキット内やサーキット外で利用したサービスに支払った金額の合計を「サービス利用費」として推定した。</p> <p>サービス利用代を支出した人数を推計し、「期間中1人あたり支払った金額」を乗じてサービス利用費を算出した。</p> <p>地域別の支出額について、サーキット外で支出された分は「支払い金額が最も多かった地域」の回答割合で按分した。</p>
チケット購入費		<p>観戦客 161,000 人のうち指定席と自由席の観戦客数がそれぞれ半数、全員が大人の正規料金（前売り3日間通し券）でチケットを購入したと仮定し、指定席の料金は3日間通し指定席券の全席単純平均額とし総額を推定した。</p>

④各費目の算出方法・根拠

(a) 宿泊費

宿泊施設（ホテル、旅館、公共宿泊施設、モーテル・ファッションホテル）およびキャンプ場（テント・寝袋含む）に宿泊した人が支払った「宿泊費」の総額を推計した。

アンケート結果から、宿泊施設およびキャンプ場（テント・寝袋含む）への宿泊者数と1泊1人あたりの平均宿泊費を、宿泊地別に推計し、泊数ごとの推計宿泊者数に泊数を乗じて宿泊地別の宿泊費を推計し合計した。

宿泊費	<算出に使用したアンケート結果項目> <ul style="list-style-type: none"> ・ 1泊1人あたり支払った宿泊代 ・ 宿泊施設の種類 ・ 主な宿泊地域 ・ 宿泊数
推計した主な項目	<算出方法>
(A)推計宿泊者総数	161,000人×宿泊施設・キャンプ場への宿泊者割合
(B)地域(市町)別推計宿泊者数	(A) × 宿泊地別の宿泊施設・キャンプ場宿泊者割合
(C)地域(市町)別1泊1人あたりの平均宿泊費	宿泊地別（宿泊施設・キャンプ場宿泊者の1泊1人あたり支払った宿泊代の金額別回答数×各金額）の総和 / 宿泊施設・キャンプ場宿泊者の回答総数
(D)地域(市町)別宿泊費総額	宿泊地別 泊数ごとの宿泊者数（(B) × 泊数ごとの宿泊施設・キャンプ場宿泊者割合） × 泊数 × (C)

※ 宿泊施設とは、「ホテル(ビジネスホテル含む)」、「旅館」、「公共宿泊施設」、「モーテル・ファッションホテル」の合計。キャンプ場には、テント・寝袋での宿泊も含む

<算出根拠（参考）>

◆推計した宿泊費（宿泊地別）（推計）

宿泊地	宿泊施設					キャンプ場(テント・寝袋含む)					合計		
	宿泊者割合 (%)	推計宿泊者数 (人)	平均宿泊費 (円)	(参考)平均宿泊数 (泊)	推計宿泊費 (百万円)	宿泊者割合 (%)	推計宿泊者数 (人)	平均宿泊費 (円)	(参考)平均宿泊数 (泊)	推計宿泊費 (百万円)	推計宿泊費 (百万円)	割合 (%)	
三重県	47.9	25,593	10,462	2.82	756	100.0	9,533	5,708	3.21	175	931	59.6	
北勢地域	鈴鹿市	20.7	11,064	10,969	2.99	361	100.0	9,533	5,708	3.21	175	536	34.3
	桑名市												
	四日市市												
	菟野町												
	亀山市												
中勢地域	津市	14.2	7,598	9,412	3.01	224	0.0	0	0	0	0	224	14.3
	松阪市												
南勢地域	伊勢市	8.4	4,465	12,431	2.34	125	0.0	0	0	0	0	125	8.0
	鳥羽市												
	志摩市												
伊賀地域	伊賀市	2.0	1,066	7,063	2.75	21	0.0	0	0	0	0	21	1.3
	名張市												
その他	その他	2.6	1,400	9,200	2.00	26	0.0	0	0	0	0	26	1.6
愛知県	名古屋	47.4	25,326	9,070	2.52	579	0.0	0	0	0	0	579	37.0
	その他												
岐阜県	岐阜市	1.5	800	9,636	2.25	17	0.0	0	0	0	0	17	1.1
	大垣市												
	その他												
その他都道府県	その他	3.2	1,733	8,080	2.52	35	0.0	0	0	0	0	35	2.3
合計		100.0	53,452	9,724	2.65	1,387	100.0	9,533	5,708	3.21	175	1,562	100.0

※宿泊者割合は、宿泊費を支払った回答数に基づく割合。

※平均宿泊費は、1人1泊あたりの宿泊費。

※平均宿泊数は参考値。より正確に算出するため推計宿泊費は泊数ごとに算出しており、推計宿泊者数と1人1泊あたり支払った平均宿泊費、平均宿泊数を乗じても、推計宿泊費と完全には同じ数値とならない。

◆推計した宿泊費（宿泊地(市町)別）（推計）

宿泊地	宿泊施設					キャンプ場(テント・寝袋含む)					合計		
	宿泊者割合 (%)	推計宿泊者数 (人)	平均宿泊費 (円)	(参考)平均宿泊数 (泊)	推計宿泊費 (百万円)	宿泊者割合 (%)	推計宿泊者数 (人)	平均宿泊費 (円)	(参考)平均宿泊数 (泊)	推計宿泊費 (百万円)	推計宿泊費 (百万円)	割合 (%)	
三重県	47.9	25,593	10,462	2.82	756	100.0	9,533	5,708	3.21	175	931	59.6	
北勢地域	鈴鹿市	6.7	3,573	11,424	3.41	139	98.6	9,399	5,729	3.23	174	313	20.0
	桑名市	5.6	2,993	9,949	2.82	84	0.0	0	0	0	0	84	5.4
	四日市市	5.5	2,916	11,553	2.92	98	0.7	67	5,000	3.00	1	99	6.4
	菟野町	1.4	767	13,500	2.20	23	0.0	0	0	0	0	23	1.5
	亀山市	1.5	813	8,667	2.33	16	0.7	67	4,000	1.00	0.3	17	1.1
中勢地域	津市	10.2	5,440	10,290	3.03	170	0.0	0	0	0	0	170	10.9
	松阪市	4.0	2,158	8,365	2.98	54	0.0	0	0	0	0	54	3.4
南勢地域	伊勢市	4.5	2,399	8,941	2.53	54	0.0	0	0	0	0	54	3.5
	鳥羽市	3.2	1,733	15,500	2.19	59	0.0	0	0	0	0	59	3.8
	志摩市	0.6	333	20,200	1.80	12	0.0	0	0	0	0	12	0.8
伊賀地域	伊賀市	1.7	933	6,714	2.64	17	0.0	0	0	0	0	17	1.1
	名張市	0.2	133	9,500	3.50	4	0.0	0	0	0	0	4	0.3
その他	その他	2.6	1,400	9,200	2.00	26	0.0	0	0	0	0	26	1.6
愛知県	名古屋	43.3	23,127	9,091	2.52	530	0.0	0	0	0	0	530	33.9
	その他	4.1	2,199	8,848	2.48	48	0.0	0	0	0	0	48	3.1
岐阜県	岐阜市	1.1	600	10,000	2.44	15	0.0	0	0	0	0	15	0.9
	大垣市	0.1	67	6,000	3.00	1	0.0	0	0	0	0	1	0.1
	その他	0.2	133	10,000	1.00	1	0.0	0	0	0	0	1	0.1
その他都道府県	その他	3.2	1,733	8,080	2.52	35	0.0	0	0	0	0	35	2.3
合計		100.0	53,452	9,724	2.65	1,387	100.0	9,533	5,708	3.21	175	1,562	100.0

※ 宿泊施設の県内宿泊者割合は、一部各市町の収容能力を考慮して補正している。

◆宿泊者数

「観戦経験者向けアンケート」で2006年に観戦したと回答した2,432人のうち、日帰りした人は24.2%で、宿泊した人は75.8%であった。宿泊した人のうち「ホテル(ビジネスホテル含む)」、「旅館」、「公共宿泊施設」、「モーテル・ファッションホテル」の宿泊施設に宿泊した人は合わせて807人で、全回答者2,432人に占める宿泊施設への宿泊者割合は33.2%、キャンプ場(テント・寝袋含む)への宿泊者は144人で5.9%となった。

その結果、観戦客の総実人数161,000人のうち、33.2%にあたる53,452人が宿泊施設に宿泊し、5.9%にあたる9,533人がキャンプ場に宿泊あるいはテント・寝袋で泊まったと推定した。

◆日帰り者・宿泊者の割合と宿泊数(アンケート結果) ◆宿泊した人の宿泊施設・形態(同左)

	件数	割合 (%)
日帰り	588	24.2
1泊	373	15.3
2泊	548	22.5
3泊	499	20.5
4泊	278	11.4
5泊	104	4.3
6泊	24	1
7泊以上	18	0.7
合計	2,432	100.0

	件数	割合 (%)
ホテル(ビジネスホテル含む)	664	36.4
旅館	100	5.5
公共宿泊施設	24	1.3
キャンプ場(テント・寝袋)	144	7.9
モーテル・ファッションホテル	19	1.0
車中泊	659	36.1
実家・親戚・知人宅	159	8.7
会社などの寮・保養所	5	0.3
その他	50	2.7
合計	1824	100.0

※日帰りとは、1日だけの観戦や、自宅などから複数日通った場合など

◆1泊1人あたり支払った宿泊代(アンケート結果)

	回答数	回答割合
なし	1249	51.4
1,000円以下	83	3.4
2,000円前後	83	3.4
3,000円前後	57	2.3
4,000円前後	50	2.1
5,000円前後	103	4.2
6,000円前後	140	5.8
7,000円前後	133	5.5
8,000円前後	126	5.2
9,000円前後	36	1.5
10,000円前後	140	5.8
12,000円前後	52	2.1
14,000円前後	39	1.6
16,000円前後	34	1.4
18,000円前後	13	0.5
20,000円前後	21	0.9
25,000円前後	10	0.4
30,000円前後	10	0.4
35,000円前後	8	0.3
40,000円前後	1	0
45,000円前後	5	0.2
50,000円以上	8	0.3
不明・わからない	31	1.3
合計	2432	100

(b) 交通費

期間中に支払った公共交通機関の運賃や高速代の合計を「交通費」として推計した。

鈴鹿市内に入って来たときの交通手段かつ居住地別に、交通費を支払った人数と1人あたり支払った平均交通費を推計し、交通手段別・居住地別に設定した交通ルートに基づいて交通費を算出した。

交通費を支払った人数と平均交通費、交通費の総額については、アンケートの「期間中1人あたり支払った交通費」を基に推計できるが、さらに産業連関分析を行うためには、どのような手段を使って来たのか、またどこで支出したのかを特定しなければならない。しかし、すべての観戦客がそれぞれ個別のルートで来訪するため、交通ルートを標準化する必要がある。

アンケートでは、「鈴鹿市内に入って来たときの交通手段」と「サーキットへのアクセス方法」について把握し、「出発地点から鈴鹿市までの交通ルート」については、市内に入って来たときの交通手段ごとに、居住地（都道府県庁所在地）を出発地点とした標準的な交通モデルルートを推定して設定し、交通手段かつ居住地別の交通費を推計して合計した。

※復路も同じモデルルートを使ったと仮定した。

※国外からの観戦客に関する有力情報はなく、全員を国内居住者とみなし居住地を按分した。

交通費	<p><算出に使用したアンケート結果項目></p> <ul style="list-style-type: none"> ・期間中1人あたり支払った交通費（公共交通機関の運賃または高速代） ・居住地から鈴鹿サーキットに移動する際に、鈴鹿市内に入ったときの交通手段 ・鉄道で来た場合の市内降車駅からサーキットまでのアクセス方法 ・鉄道で帰る場合のサーキットから市内乗車駅までのアクセス方法 ・居住地（都道府県別／三重県内市町別） ・帰りに乗ったインターチェンジ（自動車利用者のみ、県内市町別の推計に使用）
推計した主な項目	<算出方法>
(A) 交通手段別・居住地別の交通費を支払った人数	161,000人 × 交通手段別・居住地別の交通費を支払った人の各回答割合
(B) 交通手段別・居住地別の1人あたり平均交通費	交通手段別かつ居住地別に（1人あたり支払った交通費の金額別回答数×各金額）の全金額分の総和／交通費を支払った人の回答総数 ※一部、標準ルートに基づく標準交通費を採用
(C) 支出額	(A) × (B)
(D) 支出した地域と手段の推定	<市内に入ったときの交通手段別のルート設定（算出の前提）>
◇鉄道（近鉄／JR・伊勢鉄道）	居住地と市内に入ったときに利用した鉄道から、標準的な交通モデルルートを設定し、支出した地域と交通手段別の交通費の按分比率を算出、アンケートの回答結果から算出した平均交通費と標準ルートによる標準交通費のいずれかと人数を基に交通費を推定した。（アンケート回答結果から算出した平均交通費と標準ルートによる標準交通費の乖離が大きく、アンケー

	<p>トの回答数が少ない場合は、標準交通費を採用している。）</p> <p>※標準ルートの設定は、Google マップ（ルート・乗換案内）等の情報を基に行った。</p> <p>・三重県内の推定額は、他県から来た人の支出分と県内居住者の支出分からなる。県内市町別には、他県からの分は設定したルートに基づき按分し、県内居住者の支出分は居住市町別に按分し推定した。</p>
◇四輪・二輪自動車	<p>居住地から自家用車で往復し、発地で高速代を支出したと仮定。アンケート結果から算出した平均交通費と人数を基に交通費を推定し、居住地と三重県に半々に按分した。</p> <p>・三重県内市町別の推定額は、帰りに利用したインターチェンジの回答割合を基に按分した。県外のインターチェンジを利用した分は、県外分として三重県分から除き再配分した。</p>
◇名古屋からの直通高速バス	<p>名古屋からの直通バスのため、名古屋でバス代の往復分を支出したと仮定し、居住地から名古屋までは鉄道の費用算出で採用した標準ルートで来たとして残りを按分。アンケート結果から算出した平均交通費と人数を基に交通費を推定し、上記の仮定に基づき按分した。</p>
◇長距離バス	<p>居住地からバスで往復し、居住地でバス代往復分を支出したと仮定。アンケート結果から算出した平均交通費と人数を基に交通費を推定した。</p>
◇近距離の路線バス	<p>三重県で全額支出されると仮定し算出。アンケート結果から算出した平均交通費と人数を基に交通費を推定した。</p> <p>・全額鈴鹿市内で支出されると仮定した。</p>
◇その他	<p>市内への最終交通手段を鉄道（近鉄）と仮定し、鉄道の費用算出で利用した標準ルートを採用、アンケート結果から算出した平均交通費と人数で算出した交通費を按分し推定した。</p> <p>・三重県内市町別は、鉄道の市町別推定額の算出方法に準じた。</p> <p>※参考：費用を支払っていない人の回答内容として、自転車や徒歩などがみられた（費用算出には利用しないため影響しない）。</p>
◆鈴鹿市内からサーキットまでのアクセス	<p>自動車およびバスで市内に来た人はサーキットまで同じ交通手段で移動したと想定。鉄道の場合は、アンケート結果から算出した「降車駅とサーキット間のアクセス方法」と「乗車駅とサーキット間のアクセス方法」の回答割合を基に、サーキットと乗降車駅間の往復のバス代およびタクシー代にかかった交通費を推定した。（バス代は三重交通の運賃、タクシー代はlivedoor 地図情報の検索情報を参考にした）</p>

<算出根拠（参考）>

◆1人あたり支払った交通費
(アンケート結果)

	回答数	回答割合
なし	315	13.0
1,000円以下	105	4.3
2,000円前後	185	7.6
3,000円前後	195	8.0
4,000円前後	97	4.0
5,000円前後	169	6.9
6,000円前後	90	3.7
7,000円前後	72	3.0
8,000円前後	67	2.8
9,000円前後	37	1.5
10,000円前後	192	7.9
12,000円前後	84	3.5
14,000円前後	89	3.7
16,000円前後	89	3.7
18,000円前後	26	1.1
20,000円前後	138	5.7
22,000円前後	22	0.9
24,000円前後	41	1.7
26,000円前後	54	2.2
28,000円前後	25	1.0
30,000円前後	132	5.4
35,000円前後	54	2.2
40,000円前後	48	2.0
45,000円前後	10	0.4
50,000円前後	27	1.1
60,000円前後	12	0.5
70,000円前後	8	0.3
80,000円前後	3	0.1
90,000円前後	1	0.0
100,000円以上	0	0.0
不明・わからない	45	1.9
合計	2432	100.1

◆居住地から鈴鹿市内に入って来たときの交通手段
(交通費を支払った人のみ) (居住地・都道府県別)
(アンケート結果)

	合計	鉄道 (近鉄)	鉄道 (JR・伊勢鉄道)	四輪自 動車	二輪自 動車 (原付 含む)	名古屋 からの 直通高 速バス	長距離 バス(名 古屋直 通高速 バス以 上)	近距離 の路線 バス	その他
合計	2,116	418	319	1,275	23	12	32	2	35
北海道	12	7	4	0	0	0	0	0	1
青森県	3	3	0	0	0	0	0	0	0
岩手県	3	0	0	3	0	0	0	0	0
宮城県	7	2	0	3	0	0	2	0	0
秋田県	5	0	0	3	1	0	1	0	0
山形県	10	3	1	6	0	0	0	0	0
福島県	8	1	2	5	0	0	0	0	0
茨城県	16	2	1	11	1	0	1	0	0
栃木県	30	11	3	16	0	0	0	0	0
群馬県	13	4	1	8	0	0	0	0	0
埼玉県	119	24	20	63	2	2	8	0	0
千葉県	88	22	13	46	0	2	1	0	4
東京都	288	77	57	139	2	1	7	0	5
神奈川県	227	42	51	122	2	2	3	0	5
新潟県	16	1	2	12	0	1	0	0	0
富山県	14	2	0	12	0	0	0	0	0
石川県	25	1	1	23	0	0	0	0	0
福井県	11	2	1	6	1	0	0	0	1
山梨県	9	0	0	9	0	0	0	0	0
長野県	37	1	6	29	0	1	0	0	0
岐阜県	56	11	1	44	0	0	0	0	0
静岡県	77	11	13	52	0	0	0	0	1
愛知県	298	39	42	210	3	1	1	0	2
三重県	81	13	25	33	4	0	0	2	4
滋賀県	13	0	2	10	1	0	0	0	0
京都府	67	15	8	42	2	0	0	0	0
大阪府	225	47	20	149	3	1	0	0	5
兵庫県	102	24	8	69	0	0	0	0	1
奈良県	26	7	2	15	1	0	0	0	1
和歌山県	22	1	0	20	0	0	0	0	1
鳥取県	8	2	0	6	0	0	0	0	0
島根県	3	1	0	2	0	0	0	0	0
岡山県	26	3	5	18	0	0	0	0	0
広島県	38	10	8	18	0	0	1	0	1
山口県	15	2	2	11	0	0	0	0	0
徳島県	15	5	3	6	0	0	1	0	0
香川県	20	4	1	14	0	0	1	0	0
愛媛県	8	1	1	6	0	0	0	0	0
高知県	8	1	0	6	0	0	0	0	1
福岡県	34	4	7	19	0	0	2	0	2
佐賀県	1	0	0	0	0	0	1	0	0
長崎県	6	2	1	3	0	0	0	0	0
熊本県	11	6	3	1	0	0	1	0	0
大分県	7	2	3	1	0	0	1	0	0
宮崎県	4	2	1	0	0	1	0	0	0
鹿児島県	4	0	0	4	0	0	0	0	0
沖縄県	0	0	0	0	0	0	0	0	0

◆居住地から鈴鹿市内に入って来たときの交通手段（交通費を支払った人のみ）（居住地・地方別）
（アンケート結果）

居住地	回答数 (件)	鉄道(近鉄 +JR・伊 勢鉄道) (%)	四輪 自動車 (%)	二輪自動 車(原付含 む) (%)	長距離 バス (%)	名古屋から の直通高速 バス+近距 離路線バス +その他 (%)
北海道・東北	48	47.9	41.7	2.1	6.3	2.1
関東	781	42.0	51.9	0.9	2.6	2.7
北陸・甲信越	112	15.2	81.3	0.9	0.0	2.7
東海	512	30.3	66.2	1.4	0.2	2.0
関西	455	29.5	67.0	1.5	0.0	2.0
中国	90	36.7	61.1	0.0	1.1	1.1
四国	51	31.4	62.7	0.0	3.9	2.0
九州・沖縄	67	46.3	41.8	0.0	7.5	4.5
合計	2,116	34.8	60.3	1.1	1.5	2.3

◆居住地から鈴鹿市内に入って来たときの交通手段（交通費を支払った人のみ）（アンケート結
果・推計）

	回答数 (件)	回答割合 (%)	推定人数 (人)
鉄道(近鉄)	418	19.8	27,672
鉄道(JR・伊勢鉄道)	319	15.1	21,118
四輪自動車	1,275	60.3	84,406
二輪自動車(原付を含む)	23	1.1	1,523
名古屋からの直通高速バス	12	0.6	794
長距離バス	32	1.5	2,118
近距離の路線バス	2	0.1	132
その他	35	1.7	2,317
合計	2,116	100.0	140,080

◆降車駅からサーキットまでのアクセス方法（鉄道利用者のみ）（アンケート結果）

	回答数	回答割合 (%)
近鉄白子駅下車 ⇒ 徒歩 ⇒ 鈴鹿サーキット	52	6.9
近鉄白子駅下車 ⇒ バス ⇒ 鈴鹿サーキット	283	37.3
近鉄白子駅下車 ⇒ タクシー ⇒ 鈴鹿サーキット	45	5.9
近鉄平田町駅下車 ⇒ 徒歩 ⇒ 鈴鹿サーキット	28	3.7
近鉄平田町駅下車 ⇒ タクシー ⇒ 鈴鹿サーキット	4	0.5
鈴鹿サーキット稲生駅下車 ⇒ 徒歩 ⇒ 鈴鹿サーキット	315	41.5
その他	32	4.2
合計	759	100.0

◆サーキットから乗車駅までのアクセス方法（鉄道利用者のみ）（アンケート結果）

	回答数	回答割合 (%)
鈴鹿サーキット ⇒ 徒歩 ⇒ 近鉄白子駅乗車	187	25.4
鈴鹿サーキット ⇒ バス ⇒ 近鉄白子駅乗車	145	19.7
鈴鹿サーキット ⇒ タクシー ⇒ 近鉄白子駅乗車	20	2.7
鈴鹿サーキット ⇒ 徒歩 ⇒ 近鉄平田町駅乗車	79	10.7
鈴鹿サーキット ⇒ タクシー ⇒ 近鉄平田町駅乗車	3	0.4
鈴鹿サーキット ⇒ 徒歩 ⇒ 鈴鹿サーキット稲生駅乗車	272	37
鈴鹿サーキット ⇒ タクシー ⇒ 鈴鹿サーキット稲生駅乗車	9	1.2
その他	21	2.9
合計	736	100.0

◆**帰りに利用したインターチェンジ（四輪・二輪自動車利用者のみ）**（アンケート結果）

	回答数	回答割合 (%)
鈴鹿インターチェンジ(東名阪)	370	24.3
芸濃インターチェンジ(東名阪)	25	1.6
津インターチェンジ(東名阪)	22	1.4
亀山インターチェンジ(東名阪)	185	12.1
四日市インターチェンジ(東名阪)	73	4.8
四日市東インターチェンジ(東名阪)	25	1.6
関インターチェンジ(名阪国道)	200	13.1
みえ川越インターチェンジ(伊勢湾岸)	182	11.9
高速道路・名阪国道は利用しなかった	350	23.0
その他	92	6.0
合計	1524	100.0

◆**推計した交通費（支出地域別・交通手段別の構成比）**（推計）

(百万円)

	三重県	愛知県	岐阜県	その他 都道府県	合計
鉄道	120	411	1	397	929
四輪・二輪自動車	338	32	9	410	790
飛行機	0	51	0	70	121
その他	20	7	0	50	77
合計	479	501	10	927	1,917

(b) 交通費（給油費）

四輪自動車あるいは二輪自動車で来た人が、自宅を出発してから帰宅するまでの間に支払ったガソリン・軽油代（出発準備のために出発日までに給油した分も含む）を「給油費」として推計した。

自動車で来た人のうちガソリン・軽油代を支払った人数とその同行者の人数（本人含む）から自動車の「台数」を推定し、それと「1台あたり支払ったガソリン・軽油代」を基に給油費を推計し、「給油地域・回数」に基づき地域別に按分した。

給油費	<p><算出に使用したアンケート結果項目></p> <ul style="list-style-type: none"> ・期間中1台あたり支払ったガソリン・軽油代 ・居住地から鈴鹿サーキットに移動する際に、鈴鹿市内に入ったときの交通手段 ・給油した地域・回数 ・観戦同行者数（本人含む） ・県内居住地（市町別、日帰り客のみ） ・県内宿泊地（市町別）
推計した主な項目	<算出方法>
(A) 四輪・二輪自動車台数	<p>四輪自動車で鈴鹿市内に入って来た人のうちガソリン・軽油代を支払った人の回答数を、同行者の人数（本人含む）で除して台数とみなし、回答数を実人数換算した場合の比率をその台数に乗じて推定台数を算出した。二輪自動車は1人1台とみなして算出した。</p> <p>※参考：四輪自動車1台あたり乗車人数2.2人</p>
(B) 支出額	<p>(A) × 1台あたりのガソリン・軽油代の金額別の回答割合 × 1台あたりのガソリン・軽油代（各金額）の全金額分の総和</p> <p>「金額不明」分は、金額判明分の回答割合で台数按分し金額を推定</p> <p>※参考</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1台あたりの給油費（四輪自動車）：7,856円 ・1台あたりの給油費（二輪自動車）：4,000円 ・平均給油回数：1.37回
(C) 地域別の支出額	<p>有効サンプルごとに、支払ったガソリン・軽油代と給油地域の割合から、地域別のガソリン・軽油代を算出し、全サンプル分を地域ごとに合計して地域別の平均割合を算出し総額を按分した。</p>
(D) 県内市町別の支出額	<p>三重県内推定額を、県内で給油しガソリン・軽油代を支払った人のうち宿泊した人としていない人の割合で按分し、宿泊した人は宿泊市町で給油したと仮定し、日帰り客はわずかであるが、その大半が県内居住者であると想定し居住市町で給油したと仮定してさらに按分した。</p>

<算出根拠（参考）>

◆自動車であつてガソリン・軽油代を支払った人の回答数（同行者数別）（アンケート結果）

	同行者数(本人含む)										
	合計	1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人	8人	9人	10人以上
四輪自動車	1,471	168	710	191	225	59	54	14	16	0	34
二輪自動車(原付を含む)	40	12	13	5	6	3	1	0	0	0	0

◆期間中1台あたり支払ったガソリン・軽油代（アンケート結果）

	回答数	回答割合
なし	337	17.6
1,000円以下	70	3.6
2,000円前後	119	6.2
3,000円前後	140	7.3
4,000円前後	113	5.9
5,000円前後	214	11.2
6,000円前後	129	6.7
7,000円前後	79	4.1
8,000円前後	112	5.8
9,000円前後	32	1.7
10,000円前後	229	11.9
12,000円前後	83	4.3
14,000円前後	46	2.4
16,000円前後	49	2.6
18,000円前後	15	0.8
20,000円前後	48	2.5
22,000円前後	6	0.3
24,000円前後	6	0.3
26,000円前後	8	0.4
28,000円前後	3	0.2
30,000円以上	16	0.8
不明・わからない	64	3.3
合計	2,432	100.0

◆期間中1台あたり支払ったガソリン・軽油代（四輪・二輪自動車であつた人別）（アンケート結果）

上段:度数 下段:%	【期間中支払った1台あたりのガソリン・軽油代】																						
	合計	なし	1,000円	2,000円	3,000円	4,000円	5,000円	6,000円	7,000円	8,000円	9,000円	10,000円	12,000円	14,000円	16,000円	18,000円	20,000円	22,000円	24,000円	26,000円	28,000円	30,000円	不明
四輪自動車	1493	32	53	100	128	107	205	124	75	104	29	214	77	45	48	15	46	6	6	7	2	14	56
二輪自動車 (原付を含む)	41	2	9	12	7	1	2	3	-	1	-	2	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-
	100.0	4.9	22.0	29.3	17.1	2.4	4.9	7.3	-	2.4	-	4.9	-	-	2.4	-	-	-	-	2.4	-	-	-

※1,000円は1,000円以下。2,000～29,000円は各金額前後、30,000円は30,000円以上。

◆F1観戦期間中(自宅を出発してから戻ってくるまでの間)、ガソリンを給油した地域と回数
(アンケート結果)

【三重県】

	回答数	回答割合
3回以上	10	0.9
2回	97	9.0
1回	558	51.7
給油していない	415	38.4
合計	1,080	100.0

【愛知県】

	回答数	回答割合
3回以上	2	0.3
2回	33	4.6
1回	200	27.7
給油していない	486	67.4
合計	721	100.0

【岐阜県】

	回答数	回答割合
3回以上	4	0.8
2回	5	1.0
1回	40	7.6
給油していない	475	90.6
合計	524	100.0

【其他都道府県】

	回答数	回答割合
3回以上	61	6.1
2回	147	14.8
1回	462	46.5
給油していない	323	32.5
合計	993	100.0

◆推計した給油費（給油地域別の構成比）（推計）

(百万円、%)

	合計	三重県	愛知県	岐阜県	その他
支出額	360	149	44	10	156
割合	100.0	41.6	12.2	2.8	43.4

(b) 交通費（駐車場費）

四輪自動車あるいは二輪自動車で来た人が、支払った「駐車場費」を推計した。

自動車で来た人のうち駐車場代を支払った人の数とその同行者の人数から自動車の「台数」を推定し、それと「1日1台あたり支払った駐車場代」と「鈴鹿への訪問日数」を基に駐車場費を推計した。

支出した地域については、自動車で鈴鹿市内に入って来た人の回答のため、全員が鈴鹿市内に駐車して支出したと仮定した。なお、津サイエンスシティへの駐車分については、大会主催者が駐車場賃借料を支払っているため鈴鹿市内への支出とみなした。

また、鉄道など自動車以外の交通手段で鈴鹿市内に入ってきた人のうち駐車場代を支払った人は、宿泊地や居住地（＝出発地）などの周辺に車を置き、そこで駐車場代を支払ったと想定されるが、全体のわずか4%で支出地を想定しにくいためその分は含んでいない。

駐車場費	<p><算出に使用したアンケート結果項目></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 1日1台あたり支払った駐車場代 ・ 居住地から鈴鹿サーキットに移動する際に、鈴鹿市内に入ったときの交通手段 ・ 観戦同行者数（本人含む） ・ 鈴鹿市・鈴鹿サーキットを訪問した日数（レース観戦の有無を問わずF1開催期間中（その前後も含めて））
推計した主な項目	<算出方法>
(A) 四輪・二輪自動車台数	<p>四輪自動車で鈴鹿市内に入って来た人のうち駐車場代を支払った人の回答数を、同行者の人数（本人含む）で除して台数とみなし、回答数を実人数換算した場合の比率をその台数に乗じて推定台数を算出した。二輪自動車は1人1台とみなして算出した。</p> <p>※参考：四輪自動車1台あたり乗車人数2.2人</p>
(B) 支出額	<p>(A) × 1日1台あたりの駐車場代の金額別・訪問日数別の回答割合 × 1日1台あたりの駐車場代（各金額） × 鈴鹿への訪問日数（各日数） の全金額・全日数分の総和</p> <p>「金額不明」分は、金額判明分の回答割合で台数按分し金額を推計</p> <p>※参考</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 期間中1台あたりの駐車場費：15,848円

<算出根拠（参考）>

◆自動車であって駐車場代を支払った人の回答数（同行者数別）（アンケート結果）

	同行者数(本人含む)										
	合計	1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人	8人	9人	10人以上
四輪自動車	1,258	146	609	176	185	47	43	13	14	0	25
二輪自動車(原付を含む)	23	8	7	2	3	2	1	0	0	0	0

◆1日1台あたり支払った駐車場代（アンケート結果）

	回答数	回答割合
なし	582	30.5
1,000円以下	146	7.6
2,000円前後	198	10.4
3,000円前後	291	15.2
4,000円前後	78	4.1
5,000円前後	207	10.8
6,000円前後	45	2.4
7,000円前後	31	1.6
8,000円前後	34	1.8
9,000円前後	19	1.0
10,000円前後	131	6.9
11,000円前後	2	0.1
12,000円前後	20	1.0
13,000円前後	4	0.2
14,000円前後	2	0.1
15,000円前後	45	2.4
16,000円前後	0	0.0
17,000円前後	2	0.1
18,000円前後	4	0.2
19,000円前後	0	0.0
20,000円以上	26	1.4
不明・わからない	44	2.3
合計	2432	100.0

◆F1開催期間中（その前後の期間も含めて）、鈴鹿市あるいは鈴鹿サーキットを訪れた日数（アンケート結果）

	回答数	回答割合
1日	168	6.9
2日	711	29.2
3日	832	34.2
4日	477	19.6
5日	145	6.0
6日	43	1.8
7日	18	0.7
8日	10	0.4
9日	1	0.0
10日以上	27	1.1
合計	2,432	100.0

◆1日1台あたり支払った駐車場代（訪問日数別）（アンケート結果）

上段:度数	【1日1台あたり支払った駐車場代】																						
下段:%	合計	なし	1,000円	2,000円	3,000円	4,000円	5,000円	6,000円	7,000円	8,000円	9,000円	10,000円	11,000円	12,000円	13,000円	14,000円	15,000円	16,000円	17,000円	18,000円	19,000円	20,000円	不明
合計	1911	582	146	198	291	78	207	45	31	34	19	131	2	20	4	2	45	0	2	4	0	26	44
1日	127	61	6	11	14	3	12	1	0	2	1	9	0	1	0	0	5	0	0	0	0	0	1
2日	518	183	19	47	54	19	66	12	11	16	5	45	1	3	0	0	9	0	0	0	0	2	7
3日	660	182	19	66	115	25	84	23	14	11	7	52	1	11	4	2	20	0	1	2	0	9	12
4日	386	103	47	50	71	24	29	7	5	4	4	18	0	4	0	0	6	0	1	0	0	8	5
5日	130	31	33	17	16	5	11	1	1	1	0	3	0	1	0	0	3	0	0	0	0	2	5
6日	39	11	12	2	9	0	1	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
7日	16	0	3	1	5	11	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
8日	9	3	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9日	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10日以上	25	8	4	2	6	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	100.0	32.0	16.0	8.0	24.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0

※1,000円は1,000円以下。2,000～19,000円は各金額前後、20,000円は20,000円以上。

(c) 飲食費

サーキット内およびサーキット外の飲食店で支払った食事代と、コンビニエンスストアやスーパーなど小売店で購入した飲食料品代の合計を「飲食費」として推計した。

飲食費を支払った人数を推計し、期間中1人あたり支払った飲食代を乗じて飲食費を推計した。

地域別の支出額について、サーキット外で支出された分は「支払い金額が最も多かった地域」の回答割合で按分した。「サーキット外で支払った金額が最も多かった地域」は、飲食店での支出が、三重県約7割、愛知県が22.0%、小売店での支出が三重県77.6%、愛知県15.7%となった。

飲食費	<算出に使用したアンケート結果項目> <ul style="list-style-type: none"> ・期間中1人あたり支払った飲食代（サーキット内・外） ・期間中1人あたり支払った飲食料品代（サーキット外） ・飲食代を支出した地域（サーキット外、支払い金額が最も多かった地域（三重県・愛知県・岐阜県・その他都道府県）） ・飲食料品代を支出した地域（サーキット外、支払い金額が最も多かった地域（三重県・愛知県・岐阜県・その他都道府県））
推計した主な項目	<算出方法>
(A) 飲食費を支払った人数	1人あたり支払った飲食代・飲食料品代の金額別の回答割合 × (161,000人 - 飲食費「なし」)
(B) 支出額	(A) × 1人あたり支払った飲食代・飲食料品代（各金額）の全金額分総和「金額不明」分は、金額判明分の回答割合で人数を按分し金額を推計
(C) 地域別の支出額	飲食代・飲食料品代を最も多く支払った地域で全額支出したと仮定し、その地域割合で支出額を按分した。
(D) 県内市町別の支出額	三重県内で支払った飲食代・飲食料品代が最も多かったとする回答者の県内の宿泊市町の割合で按分した。

<算出根拠（参考）>

◆期間中1人あたり支払った飲食代・飲食料品代（アンケート結果）
 （サーキット内）

飲食費	回答数	金額別の回答割合
なし	84	3.5
1,000円以下	209	8.6
2,000円前後	610	25.1
3,000円前後	574	23.6
4,000円前後	191	7.9
5,000円前後	356	14.6
6,000円前後	96	3.9
7,000円前後	23	0.9
8,000円前後	46	1.9
9,000円前後	6	0.2
10,000円前後	127	5.2
12,000円前後	18	0.7
14,000円前後	15	0.6
16,000円前後	10	0.4
18,000円前後	3	0.1
20,000円前後	21	0.9
22,000円前後	0	0
24,000円前後	4	0.2
26,000円前後	0	0
28,000円前後	1	0
30,000円以上	15	0.6
不明・わからない	23	0.9
合計	2432	100.0

（サーキット外）

飲食費	回答数	金額別の回答割合
なし	445	18.3
1,000円以下	272	11.2
2,000円前後	467	19.2
3,000円前後	338	13.9
4,000円前後	113	4.6
5,000円前後	271	11.1
6,000円前後	69	2.8
7,000円前後	19	0.8
8,000円前後	38	1.6
9,000円前後	8	0.3
10,000円前後	199	8.2
12,000円前後	30	1.2
14,000円前後	16	0.7
16,000円前後	35	1.4
18,000円前後	4	0.2
20,000円前後	58	2.4
22,000円前後	2	0.1
24,000円前後	5	0.2
26,000円前後	3	0.1
28,000円前後	0	0
30,000円以上	17	0.7
不明・わからない	23	0.9
合計	2432	100.0

飲食料品費	回答数	金額別の回答割合
なし	246	10.1
1,000円以下	549	22.6
2,000円前後	755	31
3,000円前後	431	17.7
4,000円前後	93	3.8
5,000円前後	213	8.8
6,000円前後	26	1.1
7,000円前後	8	0.3
8,000円前後	7	0.3
9,000円前後	4	0.2
10,000円前後	51	2.1
12,000円前後	4	0.2
14,000円前後	1	0
16,000円前後	1	0
18,000円前後	1	0
20,000円前後	10	0.4
22,000円前後	2	0.1
24,000円前後	0	0
26,000円前後	1	0
28,000円前後	0	0
30,000円以上	1	0
不明・わからない	28	1.2
合計	2432	100.0

◆サーキット外において、支払った飲食費が最も多かった地域（アンケート結果）

	飲食費			飲食料品購入費		
	回答数 (件)	回答割合 (%)	「使っていない」を除く 回答割合 (%)	回答数 (件)	回答割合 (%)	「使っていない」を除く 回答割合 (%)
使っていない	451	18.5	-	275	11.3	-
三重県内	1,410	58.0	71.2	1,674	68.8	77.6
愛知県内	435	17.9	22.0	339	13.9	15.7
岐阜県内	15	0.6	0.8	13	0.5	0.6
その他の都道府県	121	5.0	6.1	131	5.4	6.1
合計	2,432	100.0	100.0	2,432	100.0	100.0

(d) 土産物購入費

サーキット内およびサーキット外で購入した土産物代を「土産物購入費」として推計した。土産物を購入した人数を推定し、期間中1人あたり支払った金額を乗じて土産物購入費を推計した。

品目別の支出額は、品目別平均割合を算出してその割合で総額を按分した。内容については、Tシャツや帽子、タオル、フラッグ、ポンチョなどの「繊維品」の割合が4割で最も高く、次いで「その他」、「食料品」ともに約3割を占めた。

「サーキット外で支払った金額が最も多かった地域」は、三重県内が82.8%で、愛知県内が13.9%となった。

地域別の支出額について、サーキット外で支出された分は「支払い金額が最も多かった地域」の回答割合で按分した。

さらに地域別・品目別の支出額を、各域内の自給率や移入率を考慮して生産地別に按分した。

土産物購入費	<算出に使用したアンケート結果項目> ・期間中1人あたり支払った土産物代（サーキット内・外） ・土産物代を支出した地域（サーキット外・支払い金額が最も多かった地域） ・購入した土産物代の品目割合（農林水産物、食料品、繊維品、その他）
推計した主な項目	算出方法
(A) 土産物費を支払った人数	1人あたり支払った土産物代の金額別の回答割合×(161,000人－土産物費「なし」)
(B) 支出額	(A)×1人あたり支払った土産物代(各金額)の全金額分の総和 「金額不明」分は、金額判明分の回答割合で人数を按分し金額を推計
(C) 品目別の支出額	有効サンプルごとに、支払った土産物代と品目割合から品目別の土産物代を算出し、全サンプル分を品目ごとに合計して品目別（農林水産、食料品、繊維品、その他）の平均割合を算出し、総額を按分した。
(D) 地域別の支出額（生産額）	サーキット外の分については、土産物代を最も多く支払った地域で全額支出したと仮定し、その地域割合で支出額を按分した。 さらに地域別・品目別の支出額を、各域内の自給率や移入率を考慮して生産地別に按分した。
(E) 県内市町別の支出額	三重県内で最も多く土産物費を支払った人の県内市町別の宿泊地比率で按分した。

<算出根拠（参考）>

◆期間中1人あたり支払った土産物代（アンケート結果）

（サーキット内）

（サーキット外）

土産物費	回答数	金額別の回答割合
なし	177	7.3
1,000円以下	52	2.1
2,000円前後	237	9.7
3,000円前後	307	12.6
4,000円前後	102	4.2
5,000円前後	371	15.3
6,000円前後	54	2.2
7,000円前後	36	1.5
8,000円前後	48	2
9,000円前後	12	0.5
10,000円前後	453	18.6
12,000円前後	33	1.4
14,000円前後	44	1.8
16,000円前後	54	2.2
18,000円前後	13	0.5
20,000円前後	241	9.9
22,000円前後	5	0.2
24,000円前後	10	0.4
26,000円前後	7	0.3
28,000円前後	1	0
30,000円前後	94	3.9
35,000円前後	10	0.4
40,000円前後	17	0.7
45,000円前後	4	0.2
50,000円以上	40	1.6
不明・わからない	10	0.4
合計	2432	100.0

土産物費	回答数	金額別の回答割合
なし	1495	61.5
1,000円以下	155	6.4
2,000円前後	266	10.9
3,000円前後	168	6.9
4,000円前後	28	1.2
5,000円前後	153	6.3
6,000円前後	12	0.5
7,000円前後	4	0.2
8,000円前後	9	0.4
9,000円前後	2	0.1
10,000円前後	73	3
12,000円前後	4	0.2
14,000円前後	1	0
16,000円前後	4	0.2
18,000円前後	0	0
20,000円前後	18	0.7
22,000円前後	1	0
24,000円前後	3	0.1
26,000円前後	1	0
28,000円前後	0	0
30,000円以上	16	0.7
不明・わからない	19	0.8
合計	2432	100.0

◆サーキット外において、支払った額が最も多かった地域（アンケート結果）

	土産物購入費		
	回答数 (件)	回答割合 (%)	「使っていない」を除く回答割合 (%)
使っていない	1,133	46.6	-
三重県内	1,075	44.2	82.8
愛知県内	181	7.4	13.9
岐阜県内	2	0.1	0.2
その他の都道府県	41	1.7	3.2
合計	2,432	100.0	100.0

◆購入した土産物の品目別構成比（サーキット内・外の合計）（推計）

(%)

農林水産物	食料品	繊維品	その他
1.9	28.9	39.4	29.5

（アンケートで示した品目例）

- ・農林水産品（野菜、果物、魚介類など）
- ・食料品（菓子、漬物などの加工食品）
- ・繊維品（Tシャツや帽子などの衣料・タオル、ぬいぐるみ、フラッグ、ポンチョなど）
- ・その他（時計、サングラス、マグカップ、ステッカー、キーホルダー、チケットケース、ミニチュアカーなど）

(e) サービス利用費

サーキット内およびサーキット外で利用したサービスに支払った金額を「サービス利用費」として推計した。

サービス利用に支出した人数を推計し、期間中1人あたり支払った金額を乗じてサービス利用費を推計した。地域別の支出額について、サーキット外で支出された分は「支払い金額が最も多かった地域」の回答割合で按分した。

アンケート結果から、サービスの具体的な内容としては、銭湯や温泉の利用が最も多く、利用した地域は、鈴鹿市内にとどまらず四日市市や津市など周辺地域に及んでいる。車中泊やキャンプ場、テント・寝袋を利用した宿泊者は多く、その大半は鈴鹿市内に宿泊しているが、そのうち一部の人たちは市外に移動して入浴施設を利用している。そのほかに、遊園地やマッサージ、映画館などの利用がみられた。

複数日宿泊し、空いた時間を利用して入浴施設で支出するなど、鈴鹿でのF1観戦特有の消費行動を捉えた結果といえる。

サービス利用費	<p><算出に使用したアンケート結果項目></p> <ul style="list-style-type: none"> ・期間中1人あたり支払ったサービス利用代（サーキット内・外） ・サービス利用代を支出した地域（サーキット外、最も金額が多かった地域） ・宿泊した地域（県内市町、県内市町別の推計に使用）
推計した主な項目	算出方法
(A) サービス利用代を支払った人数	1人あたり支払ったサービス利用代別の回答割合×(161,000人-サービス利用費「なし」)
(B) 支出額	(A) × 1人あたり支払ったサービス利用代（各金額）の全金額分総和「金額不明」分は、金額判明分の回答割合で人数を按分し金額を推計
(C) 地域別支出額	サービス利用代を最も多く支払った地域で全額支出したと仮定し、その地域比率で支出額を按分した。
(D) 県内市町別の支出額	県内市町別の推定額については、宿泊地でサービスを利用するケースが多いと仮定し、三重県内での支払い額が最も多かった人の県内宿泊地比率で総額を按分した。ただし鈴鹿市内への宿泊者の大半は車中泊やキャンプ場（テント・寝袋含む）泊で、入浴施設の利用が最も多いが、アンケートの記述回答では市外での利用もみられたため、記述回答内容、施設収容能力、帰路ルート等を考慮して2割が隣接市町等で支出したとして再配分した。

<算出根拠（参考）>

◆期間中1人あたり支払ったサービス利用代（アンケート結果）

（サーキット内）

（サーキット外）

サービス利用費	回答数	金額別の回答割合
なし	1830	75.2
1,000円以下	123	5.1
2,000円前後	180	7.4
3,000円前後	119	4.9
4,000円前後	30	1.2
5,000円前後	58	2.4
6,000円前後	19	0.8
7,000円前後	3	0.1
8,000円前後	6	0.2
9,000円前後	2	0.1
10,000円前後	18	0.7
12,000円前後	1	0
14,000円前後	0	0
16,000円前後	2	0.1
18,000円前後	1	0
20,000円前後	0	0
22,000円前後	0	0
24,000円前後	1	0
26,000円前後	0	0
28,000円前後	0	0
30,000円以上	3	0.1
不明・わからない	36	1.5
合計	2432	100.0

サービス利用費	回答数	金額別の回答割合
なし	1757	72.2
1,000円以下	189	7.8
2,000円前後	212	8.7
3,000円前後	87	3.6
4,000円前後	27	1.1
5,000円前後	62	2.5
6,000円前後	13	0.5
7,000円前後	5	0.2
8,000円前後	4	0.2
9,000円前後	3	0.1
10,000円前後	18	0.7
12,000円前後	2	0.1
14,000円前後	0	0
16,000円前後	2	0.1
18,000円前後	0	0
20,000円前後	6	0.2
22,000円前後	0	0
24,000円前後	0	0
26,000円前後	0	0
28,000円前後	0	0
30,000円以上	8	0.3
不明・わからない	37	1.5
合計	2432	100.0

◆サーキット外において、支払った額が最も多かった地域（アンケート結果）

	サービス利用費		
	回答数 (件)	回答割合 (%)	「使っていない」を除く回答割合 (%)
使っていない	1669	68.6	-
三重県内	654	26.9	85.7
愛知県内	69	2.8	9.0
岐阜県内	3	0.1	0.4
その他の都道府県	37	1.5	4.8
合計	2432	100.0	100.0

(f) チケット購入費

観戦客 161,000 人のうち指定席と自由席の観戦客数がそれぞれ半数、全員が大人の正規料金（前売り 3 日間通し券）でチケットを購入したと仮定し、指定席の料金は 3 日間通し指定席券の全席単純平均額とし総額を推計した。

推計した項目	算出方法
指定席分	(3 日間通し指定席券料金の単純平均額 (30,900 円) + 3 日間通し観戦券料金 (9,000 円)) × 実人数 161,000 人 / 2 (=85,000 人)
自由席分	3 日間通し観戦券料金 (9,000 円) × 実人数 161,000 人 / 2 (=85,000 人)
合計	指定席分 3,391,500,000 円 自由席分 765,000,000 円 チケット購入費 41 億 5,650 万円

(2) 参戦チーム関係者の支出額、大会主催者の大会運営経費の推計

①推計の前提条件

チーム関係者、大会主催者、F1ビジネス関係者等へのヒアリング結果や宿泊施設向けアンケート結果、文献等に基づき、2006年F1日本グランプリ参戦チームの支出および大会主催者の大会運営経費について以下のとおり推計した。

②算出結果

◆2006年F1日本グランプリ参戦チーム関係者の支出、大会主催者の大会運営経費

	支出額 (百万円)	地域別の支出額 (百万円)			(地域別構成比) (%)		
		三重県	愛知県	その他 都道府県	三重県	愛知県	その他 都道府県
参戦チーム関係者の総支出額	274	116	31	127	42.5	11.3	46.3
宿泊費	124	91	17	17	73.3	13.3	13.3
交通費	39	1	7	30	3.6	18.8	77.6
飲食費	21	19	2	0	90.0	10.0	0.0
その他経費	91	6	5	80	6.1	5.5	88.4
※大会主催者の大会運営経費(一部)	2,177	1,067	452	657	49.0	20.7	30.2

③算出方法・根拠

(a) 参戦チーム関係者の支出額

費目ごとに以下のような項目を想定して推定した。

- ◆宿泊費：F1日本グランプリ開催前後のチーム関係者の国内での宿泊費。マネジメント関係者やドライバーなどが開催期間前後に行うプロモーションイベント時の宿泊費等も含む。
- ◆交通費：国内移動用のレンタカー費、給油費、高速費、保険料、電車やヘリコプター、ハイヤー等での移動費など。
- ◆飲食費：ホスピタリティブースでの飲食費など。
- ◆その他経費：プロモーションイベント開催費、招待客用の観光バスチャーター費など。

(b) 大会主催者の大会運営経費 (⇒間接効果)

観戦客のチケット購入費は、前述の方法によって41.57億円と推定した。チケット代収入は大会主催者の収入となるが、その全額がF1日本グランプリ開催の経費に充てられると仮定した。開催経費のうち19.8億円(※1)は、グランプリ開催興行権料として海外企業であるFOMに支払われるとし(※2)、残り21.77億円が大会運営経費に充てられると仮定した。

内訳等については、関係者へのヒアリングや文献などを基に推定した。

なお、産業連関分析においては、大会運営経費はチケット代収入の結果発生した間接効果とみなし、ヒアリング等の結果を活用して、より実態に近い条件で波及効果を計算した。

<経費の主な内訳>

設営関連費(カラービジョン、仮設スタンド、電話仮設・通信費、FAX・コピー機、テナント類、トイレ仮設、パドッククラブ内设営費など)、イベント開催関連費、警備関連費、医療関連費(救急ヘリ、医師派遣費等)、補修工事関連費、印刷関連費、オフィシャル関連費、その他。

※ 出所『F1マナー&サイエンス2006→2007』三栄書房p.93(各グランプリの主催者が支払った2006年の興行権料(出典Sport Business—The Business of Formula One(C.シルト、C.リード共著))

※②『F1ビジネス—もう一つの自動車戦争』著者 田中詔一、発行 角川書店

5. 経済波及効果の推計

(1) 産業連関表の利用と作成

①全国および三重県、愛知県、岐阜県、その他都道府県への経済効果の推計

全国および三重県、愛知県、岐阜県、その他都道府県への経済効果については、中京大学経済学部山田光男教授の協力のもと、下記の5つの産業連関表を組み合わせ、「4地域間産業連関表」を作成し、「生産誘発効果」、「粗付加価値誘発効果」、「雇用創出効果」を推計した。

(※4地域：「三重県」、「愛知県」、「岐阜県」、「その他都道府県」)

<利用した産業連関表(公式統計)>

- a. 「平成12年(2000年)三重県産業連関表」 三重県
- b. 「平成12年(2000年)愛知県産業連関表」 愛知県
- c. 「平成12年(2000年)岐阜県産業連関表」 岐阜県
- d. 「平成12年(2000年)産業連関表(全国)」 総務省等10府省庁
- e. 「平成12年(2000年)東海地域産業連関表」 経済産業省中部経済産業局

- ・消費転換係数は、「家計調査年報(平成12年)」から、勤め先収入に対する消費支出の比率を算出し使用した(全国(0.6478)、津市(0.6134)、名古屋市(0.6324)、岐阜市(0.6282))。
- ・波及効果の試算は、消費内生モデルにより最終波及効果まで行った。
- ・雇用係数は、各産業連関表(a～d)の雇用表(34部門)を使用した。

②鈴鹿市、津市、亀山市、四日市市、桑名市、菰野町への経済効果の推計

三重県内の主要市町(鈴鹿市、津市、亀山市、四日市市、桑名市、菰野町、県内その他地域)への経済波及効果については、アンケート結果やヒアリング情報に基づき、市町別に需要発生額を推定し、中京大学経済学部山田光男教授の協力のもと「平成12年(2000年)三重県産業連関表」を利用して推計した。間接効果の分析にあたっては、「平成17年度 三重県の市町村民経済計算」の17年度経済活動別市町内総生産と「平成17年 工業統計調査結果(確報)」の製造品出荷額等の市町別産業中分類別比率を用い、実態に近い生産状況を考慮して「粗付加価値誘発効果」を推計した。

なお、各市町の「生産誘発効果」は、推計した「粗付加価値誘発効果」の市町別比率等を基に、三重県内の生産誘発効果を按分して推計した。また各市町の「雇用創出効果」は、推計した「生産誘発効果」の市町別比率を基に、三重県内の雇用創出効果を按分して推計した。

<利用した公式統計>

- a. 「平成12年(2000年)三重県産業連関表」 三重県
- b. 「平成17年度 三重県の市町村民経済計算」 三重県
- c. 「平成17年 工業統計調査結果(確報)」 三重県

※公式統計は、いずれも、推計時点で公表されている最新年次のものを使用した。

(2) 推計結果 (地域別)

① 需要発生額

実態調査の結果を基に、国内での需要発生額を、①観戦客の消費支出額 124.19 億円、②参戦チーム関係者の支出額 2.74 億円、合わせて 126.93 億円と推計した。

総支出額のうち三重県内で支出された分は 99.04 億円で 78.0%を占め、次いで愛知県が 14.17 億円で 11.2%を占めた。また、鈴鹿市内での支出額は 85.72 億円で、全体の 67.5%となった。

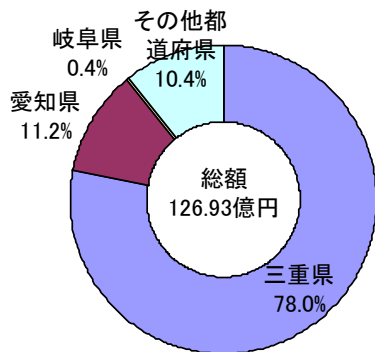
◆2006年F1日本グランプリの観戦客と参戦チーム関係者の「支出額」(=需要発生額)

	観戦客の 消費支出額 (百万円)	参戦チーム の支出額 (百万円)	合計 (需要発生額)	
			(百万円)	割合(%)
全国計	12,419	274	12,693	100.0
三重県	9,788	116	9,904	78.0
愛知県	1,386	31	1,417	11.2
岐阜県	46	0	46	0.4
其他都道府県	1,200	127	1,326	10.4

	需要発生額 (百万円)
三重県	9,904
鈴鹿市	8,572
四日市市	250
津市	322
桑名市	130
亀山市	119
菟野町	35
県内その他	476

※四捨五入の関係で、各県の値を合計しても全国計の値とは完全に一致しない。

2006年F1日本GP観戦客と参戦チーム
の支出総額(=需要発生額)
(地域別の構成比)



② 経済効果

(a) 国内全体への効果

(i) 生産誘発効果

国内における需要発生額は 126.93 億円であるが、国内品で需要のすべてをまかなうことはできず、そのなかには輸入品等が含まれる。需要発生額からこの輸入分を差し引いたものが、国内にもたらされる直接効果となる。全国計の直接効果は 124.36 億円と推計した。

それを基に産業連関分析した結果、国内全体への経済効果 (生産額) は、直接効果 124.36 億円と第 1 次間接効果 98.50 億円、消費内生効果 70.08 億円を合わせた 292.94 億円と推計し、波及倍率は 2.36 倍となった。

(ii) 粗付加価値誘発効果

誘発された生産額から原材料などの中間投入分を除いた粗付加価値額をみると、直接効果 45.00 億円、第 1 次間接効果 51.68 億円、消費内生効果 41.16 億円、合計 137.84 億円となった。

(iii) 雇用創出効果

経済効果（生産額・総合効果）を雇用者数に換算した雇用創出効果は、国内全体で 1,763 人となった。

※効果の生産規模に必要な雇用者数であり、この人数の雇用が実際にあったということではない。

◆2006 年 F 1 日本グランプリ開催に伴う「経済効果」(全国計)

		直接効果 (百万円)	第1次 間接効果 (百万円)	消費内生 間接効果 (百万円)	合計 (総合効果) (百万円)	波及倍率	雇用 創出効果 (人)
生産額	全国計	12,436	9,850	7,008	29,294	2.36	1,763
粗付加価値額	全国計	4,500	5,168	4,116	13,784	3.06	-

(b) 三重県、愛知県、岐阜県、その他都道府県への効果

国内への経済効果を 4 地域別にみると、「その他都道府県」が最も多く 42.5%を占め、次いで「三重県」が 40.8%、「愛知県」が 15.2%となった。

◇三重県内への効果

(i) 生産誘発効果

三重県内への経済効果（生産額）は、直接効果 83.42 億円、第 1 次間接効果 25.14 億円、消費内生効果 10.89 億円となり、合計で 119.45 億円となった。

(ii) 粗付加価値誘発効果

そのうち三重県内への粗付加価値額は、直接効果 22.22 億円、第 1 次間接効果 12.65 億円、消費内生効果 6.87 億円、合計で 41.73 億円と推計された。

(iii) 雇用創出効果

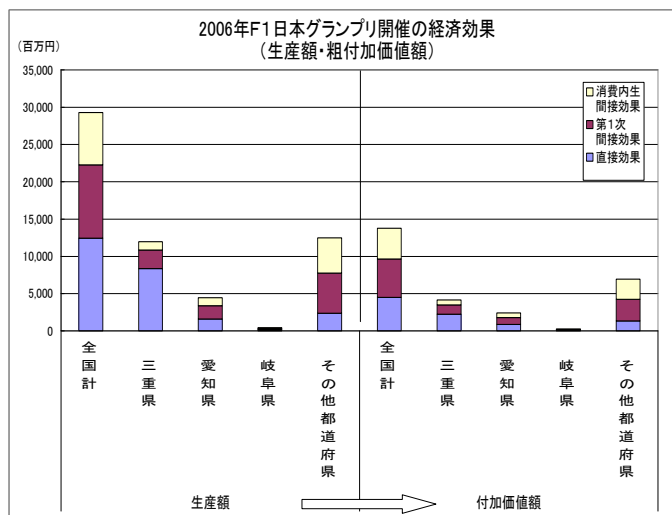
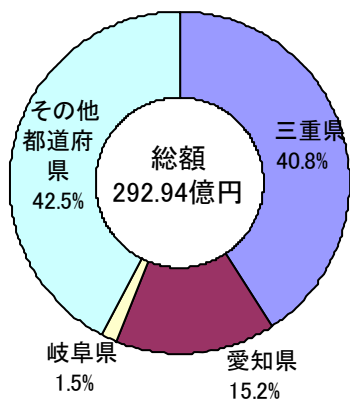
経済効果（生産額・総合効果）を雇用者数に換算した雇用創出効果は、三重県内で 669 人となった。

※効果の生産規模に必要な雇用者数であり、この人数の雇用が実際にあったということではない。

◆2006 年 F 1 日本グランプリ開催に伴う「経済効果」(全国/三重、愛知、岐阜、その他)

		直接効果 (百万円)	第1次 間接効果 (百万円)	消費内生 間接効果 (百万円)	合計 (総合効果) (百万円)	波及倍率	雇用 創出効果 (人)
生産額	全国計	12,436	9,850	7,008	29,294	2.36	1,763
	三重県	8,342	2,514	1,089	11,945	1.43	669
	愛知県	1,580	1,796	1,081	4,458	2.82	283
	岐阜県	133	153	149	435	3.27	41
	その他都道府県	2,381	5,387	4,688	12,455	5.23	770
粗付加価値額	全国計	4,500	5,168	4,116	13,784	3.06	-
	三重県	2,222	1,264	687	4,173	1.88	-
	愛知県	839	936	637	2,412	2.88	-
	岐阜県	89	84	91	264	2.97	-
	その他都道府県	1,350	2,884	2,701	6,935	5.14	-

国内への経済効果
(地域別の構成比)



- 【 直接効果 】 需要発生額から輸入分を控除したもの。国内での需要発生額 126.93 億円のなかには輸入品等が含まれる。需要発生額からこの輸入分を差し引いた額が国内にもたらされる直接効果。
- 【 第1次間接効果 】 国内にもたらされた直接効果によって新たに各産業で誘発された効果。
- 【 消費内生間接効果 】 直接効果と第1次間接波及効果のあった産業で雇用されている者の所得が増え、それが消費にまわることでさらに誘発される効果。2次間接効果以降最終波及効果までの合計。
- 【 波及倍率 】 直接効果額に対する総合効果額の倍率。
- 【 生産額 】 発生した需要をまかなうために、直接・間接的に必要となった生産額の合計。
- 【 粗付加価値額 】 生産額のうち生産過程で必要となった原材料費やサービスなどの中間投入額を差し引いた金額。生産活動によって新たに生み出された価値。
- 【 雇用創出効果 】 経済効果(総合効果)を雇用者数に換算した効果。

(c) 県内市町への効果 ……周辺地域中心に効果の広がりがみられる

三重県内のうち、鈴鹿市とその周辺市町（津市、亀山市、四日市市、桑名市、菰野町）およびその他地域への経済効果をみると、鈴鹿市が76.92億円で最も多く、県内の効果の64.4%を占める。次いで四日市市が10.70億円、津市が9.76億円となり、周辺地域への需要の広がりがみられた。その他の地域のなかでは、松阪市や伊勢市、伊賀市などへの効果が相対的に大きい。

※ 市町別の経済効果については、市町別の産業連関表がないため、波及効果の計算過程において「市町内総生産」の比率を用いて「粗付加価値額」を推計し、推計した粗付加価値額の市町別比率等を基に、「三重県の生産額」を按分して「各市町の生産額」を推計した。また市町別の「雇用創出効果」は、推計した生産誘発効果の市町別比率を基に、三重県内の雇用創出効果を按分して推計した。

◇鈴鹿市内への効果 ……76.92億円、約400人の雇用を生み出す規模の効果

鈴鹿市内への経済効果（生産額）は、総合効果で76.92億円と推計された。

これを雇用者数に換算した雇用創出効果は、鈴鹿市内で431人となった。3日間のイベントで生み出された鈴鹿市内への効果は、市内に新たに431人の雇用を1年間生み出すことができる額に相当する。※効果の生産規模に必要な雇用者数であり、この人数の雇用が実際にあったということではない。

また、市内への経済効果を粗付加価値額でみると、18.90億円と推計された。これを付加価値額で構成されている「市内総生産」と比較すると、17年度（2005年度）1年間の市内総生産（名目）8,284.77億円の0.23%に相当する。つまり、約3日間のイベントで、市内総生産額（1年間分）を0.23%押し上げ、鈴鹿市内の経済を拡大させたことがうかがえる。

◆県内市町別の経済効果（粗付加価値額）

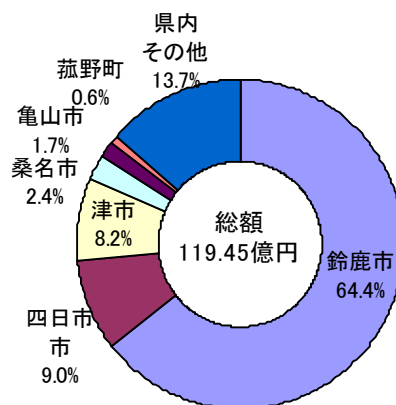
粗付加価値額	直接効果 (百万円)	第1次 間接効果 (百万円)	消費内生 間接効果 (百万円)	合計 (総合効果) (百万円)
三重県	2,222	1,255	687	4,164
鈴鹿市	1,522	303	64	1,890
四日市市	151	285	136	572
津市	157	247	118	522
桑名市	59	51	45	155
亀山市	64	26	20	111
菰野町	16	11	11	38
県内その他	251	332	293	876

(生産額)

生産額	総合効果 (百万円)	雇用 創出効果 (人)
三重県	11,945	669
鈴鹿市	7,692	431
四日市市	1,070	60
津市	976	55
桑名市	290	16
亀山市	207	12
菰野町	70	4
県内その他	1,639	92

※市町別の粗付加価値額を合計しても、他県との移出入の関係で三重県合計値と完全には一致しない。

三重県内の経済効果
(市町別の構成比)



(3) 推計効果（産業別）

部門別の経済効果を地域別にみることで、域内のどのような産業にどれだけの効果が波及し、域外に流出している効果としてどのようなものがあるのかを捉えることができる。

ここでは、需要発生額 126.93 億円が、国内全体と三重県、三重県以外の都道府県の各産業に生み出す経済効果についてみた。

①国内全体への効果（産業別）

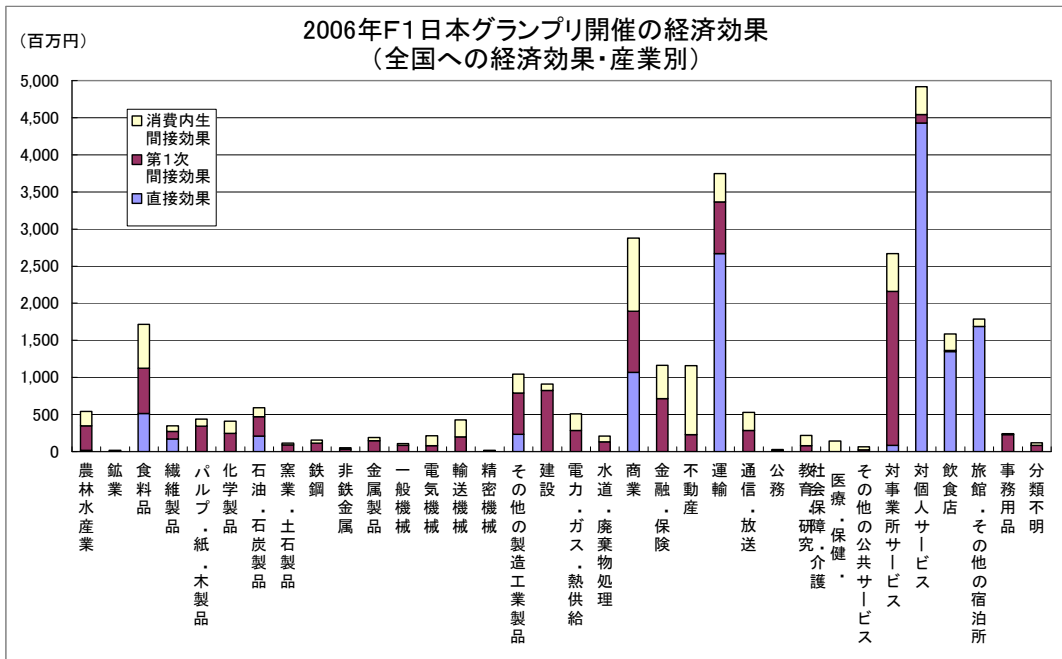
国内全体への経済効果（総合効果）が最も大きい部門は「対個人サービス」で、次いで「運輸」、「商業」、「対事業所サービス」、「食料品（製造）」となっている。

さらに、直接効果が第1にどのような産業の生産を増加させたのか「第1次間接効果」のみについてみると、「対事業所サービス」が最も大きく、次いで「建設」、「商業」、「金融・保険」、「運輸」、「食料品（製造）」、「その他の製造工業製品（製造）」が大きい。

※「商業」や「運輸」には各部門の商業・運輸マージンも計上されることに留意する。

◆全国（産業別の生産（誘発効果）額）

全国部門別生産額	(百万円)				総合効果
	直接効果	第1次 間接効果	第1次 波及効果	消費内生 間接効果	
合計	12,436	9,850	22,286	7,008	29,294
農林水産業	17	331	348	197	546
鉱業	0	17	17	4	21
食料品	517	607	1,123	590	1,714
繊維製品	172	101	273	77	350
パルプ・紙・木製品	0	345	345	92	437
化学製品	0	250	250	162	412
石油・石炭製品	210	261	471	121	592
窯業・土石製品	0	89	89	27	116
鉄鋼	0	114	114	44	158
非鉄金属	0	34	34	18	52
金属製品	0	148	148	45	193
一般機械	0	85	85	23	108
電気機械	0	83	83	133	216
輸送機械	0	199	199	233	431
精密機械	0	4	4	12	17
その他の製造工業製品	235	558	792	249	1,042
建設	0	826	826	83	909
電力・ガス・熱供給	0	284	284	224	509
水道・廃棄物処理	0	133	133	75	208
商業	1,066	824	1,890	989	2,879
金融・保険	1	712	713	448	1,161
不動産	0	227	227	929	1,157
運輸	2,669	695	3,364	383	3,746
通信・放送	0	284	284	245	529
公務	0	12	12	17	29
教育・研究	0	83	83	136	219
医療・保健・社会保障・介護	0	2	2	140	142
その他の公共サービス	0	23	23	45	68
対事業所サービス	87	2,072	2,160	511	2,670
対個人サービス	4,429	114	4,543	377	4,920
飲食店	1,347	15	1,362	227	1,589
旅館・その他の宿泊所	1,686	1	1,687	101	1,788
事務用品	0	230	230	15	245
分類不明	0	87	87	34	120



②三重県内への効果（産業別）

三重県内への経済効果（総合効果）が最も大きい部門は「対個人サービス」で、次いで「運輸」、「飲食店」、「旅館・その他の宿泊所」、「建設」、「商業」、「対事業所サービス」などとなっている。

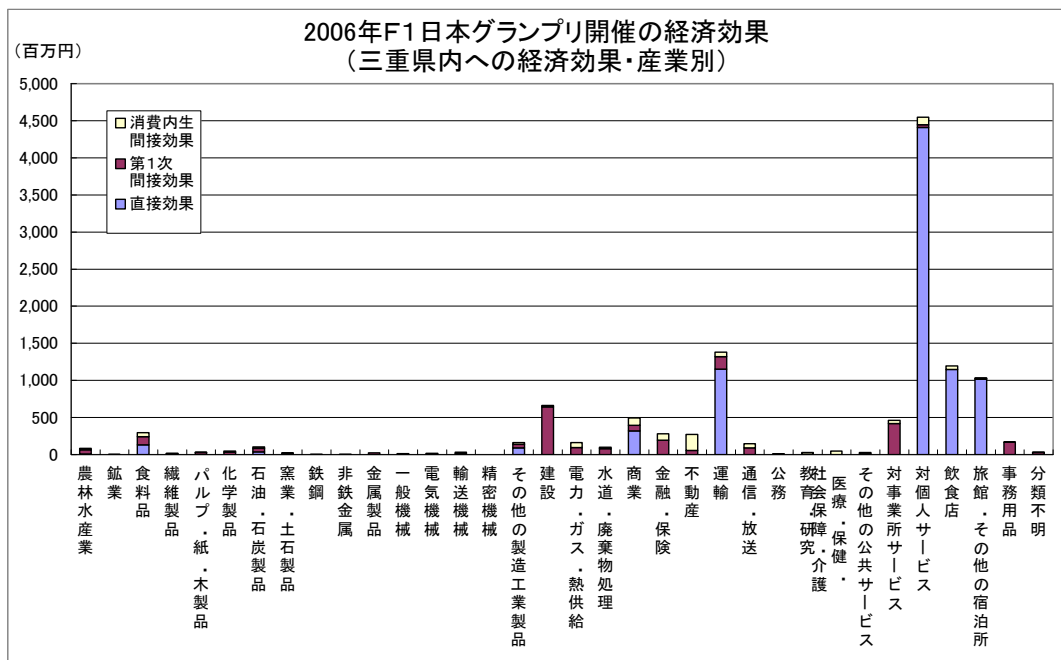
「対個人サービス」はチケット売上分が計上されるため突出しているが、それ以外についてみると、観戦客による電車やバス、タクシー、高速道路の利用が「運輸」に、また宿泊や飲食、飲食料品や土産物の購入が「旅館・その他の宿泊所」、「飲食店」、「商業」に生産の増加をもたらしたことがうかがえる。

また、「建設」と「対事業所サービス」については第1次間接効果が大きいですが、これは開催準備や開催にあたり、主に、補修工事や機械・機器類の賃貸、会場設営・警備関連などの業務が発生したことによるものと考えられる。

※「商業」や「運輸」には各部門の商業・運輸マージンも計上されることに留意する。

◆三重県（産業別の生産（誘発効果）額）

(百万円)					
三重県部門別生産額	直接効果	第1次 間接効果	第1次 波及効果	消費内生 間接効果	総合効果
合計	8,342	2,514	10,856	1,089	11,945
農林水産業	8	61	69	19	88
鉱業	0	3	3	0	4
食料品	134	109	243	55	298
繊維製品	16	3	19	2	21
パルプ・紙・木製品	0	28	28	3	31
化学製品	0	32	32	14	46
石油・石炭製品	40	47	87	16	103
窯業・土石製品	0	19	19	2	21
鉄鋼	0	3	3	0	3
非鉄金属	0	4	4	1	5
金属製品	0	23	23	2	26
一般機械	0	13	13	3	16
電気機械	0	10	10	8	19
輸送機械	0	19	19	13	32
精密機械	0	0	0	1	1
その他の製造工業製品	90	50	140	23	163
建設	0	646	646	18	664
電力・ガス・熱供給	0	97	97	63	160
水道・廃棄物処理	0	80	80	21	102
商業	319	79	398	96	494
金融・保険	0	194	194	89	283
不動産	0	58	58	214	272
運輸	1,155	167	1,322	60	1,382
通信・放送	0	91	91	56	148
公務	0	5	5	5	10
教育・研究	0	6	6	24	30
医療・保健・社会保障・介護	0	1	1	47	48
その他の公共サービス	0	10	10	17	27
対事業所サービス	0	419	419	45	464
対個人サービス	4,408	37	4,445	102	4,547
飲食店	1,151	0	1,151	45	1,196
旅館・その他の宿泊所	1,022	1	1,023	13	1,036
事務用品	0	168	168	3	171
分類不明	0	28	28	5	33



③地域への経済効果を高めるために（県外に流出している効果から、県内経済拡大の余地をはかる）

今後、さらに三重県内への経済効果を高めていくためには、需要そのものを拡大させるか、地域外に流出している効果を域内に取り込むかのどちらかであるが、需要そのものを拡大させるのは、観戦客数や1人あたりの支出額を増加させる必要があり容易ではない。

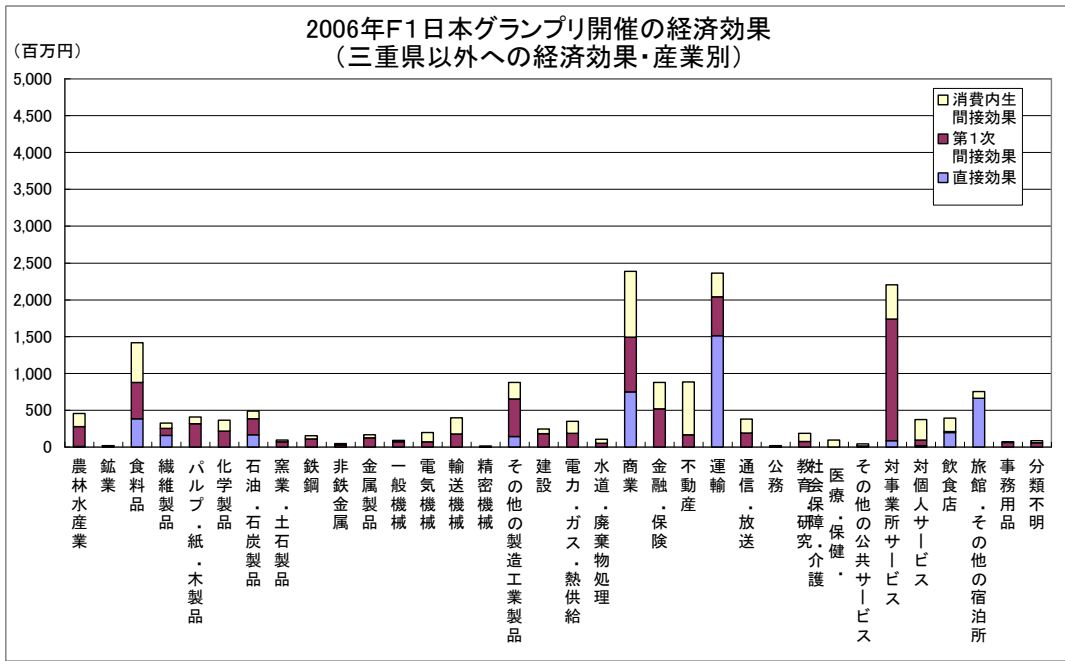
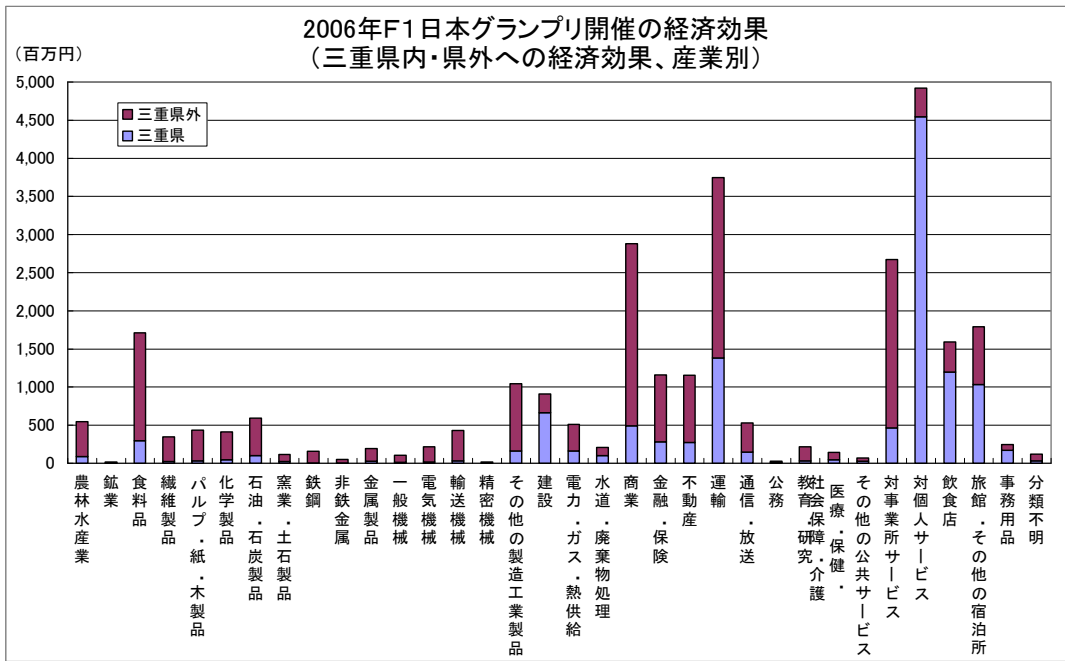
県内経済への効果をより高めていくためには、今、県内にある資源を最大限に生かして、まずは、効果が大きい産業、県内で対応できるが効果の多くが県外にも流出している産業の効果について、優先的に取り込む工夫・施策が必要になると考えられる。

三重県以外への産業別の経済効果から、比較的取り込みやすい・拡大の余地のある産業について分析すると、「旅館・その他の宿泊所」や「飲食店」、また「食料品(製造)」、「その他の製造工業製品(製造)」などを挙げることができる。

県外で発生した宿泊や飲食の需要の一部は、県内でも吸収できる余地がまだあると考えられる。また、飲食店・宿泊施設で使われる食材や土産物として使われる材料・製品についても、公式なF1関連グッズへの参入は困難だが、地域の特産品など県内産の供給率を高める工夫は可能である。

なお、「対事業所サービス」は、県外への効果も大きいものの、イベントの企画運営や高度な警備など、県内の事業所では対応できない分野・レベルのものもあり、対応策として事業所の誘致なども考えられるが容易ではない。また、「商業」や「運輸」は各部門のマージン分や各地での直接サービス分も多く含まれ拡大の対象には位置付けしにくい。

今後は、「旅館・その他の宿泊所」や「飲食店」、また「食料品(製造)」、「その他の製造工業製品(製造)」などの分野において、サービスレベルの向上や県産品自給率の向上に向けた施策を検討・推進することが、県内および市内経済への効果のさらなる拡大につながるものと考えられる。



6. 宿泊施設アンケート結果、事業者ヒアリング結果からみた経済効果

(1) 宿泊施設アンケート結果より

F 1 開催期間中の F 1 関連客の宿泊状況や稼働率、宿泊料金、宿泊者向けサービスの内容などを捉えるため、F 1 関連客が宿泊している可能性の高い地域を推定し、その地域の宿泊施設 600 先にアンケート調査を実施した。

< 発送先の地域 >

三重県：鈴鹿市、桑名市、四日市市、菰野町、亀山市、津市、松阪市、伊勢市、鳥羽市、志摩市
伊賀市、名張市

愛知県：名古屋市（中村区、中区、東区、千種区、昭和区、熱田区、西区、中川区、瑞穂区）
常滑市

岐阜県：岐阜・大垣・養老地域

滋賀県：甲賀・湖南・大津石山地域

アンケートの有効回答数 230 件のうち、2006 年の F 1 日本グランプリ開催時に「F 1 関連の客があった」としたのは 178 件であった。

F 1 関連客の内訳をみると、回答総平均で、「一般観戦客」が 80.3%、「チーム関係者」が 13.3%、「その他」が 6.4%となった。「その他」としては、報道関係者やグッズ販売業者などが挙げられた。

F 1 開催期間中は、宿泊料金が年間で最も高い料金に設定されるなど、他の日よりも料金が上昇し、F 1 関連客の宿泊に伴い稼働率も上昇していることがわかった。

◆ F 1 開催期間中の宿泊料金は約 1 割上昇

F 1 開催期間中（2006 年 10 月 7 日土曜日）の「1 泊 1 人あたりの平均宿泊料金」は回答総平均で約 9,600 円となり、観戦客向けアンケートの結果から推定した平均宿泊費 9,724 円に近い金額となった。

F 1 開催期間中の料金は、「10 月中の他の土曜日」の料金（回答総平均約 8,600 円）と比べると、11.6%上昇していることがわかった。

F 1 開催時が年間を通して最も高い料金設定となっているのは 26.4%（47 件）で、そのうち 78.7%（37 件）は年間で最も高い料金設定の時期は F 1 開催期間中のみであることがわかった。

◆ F 1 開催期間中の平均稼働率は 95.5%

また、F 1 開催期間中の「収容人数に対する平均稼働率」は回答総平均で 95.5%、「10 月中の他の土曜日」の回答総平均稼働率 78.6%と比べて 16.9%ポイント上昇していることがわかった。

	F 1 開催期間中 (2006 年 10 月 7 日(土))	2006 年 10 月中の他の土曜日
◆ 1 泊 1 人あたりの 宿泊料金（回答総平均）	約 9,600 円	約 8,600 円
◆ 収容人数に対する 平均稼働率（回答総平均）	95.5%	78.6%

(2) 事業者ヒアリング結果より

推計により経済効果があったと想定される部門（業種）について、鈴鹿市内の該当業種の事業者にヒアリングを行った。客数や売上の増加がみられ、F 1 開催に伴って、市内はもちろんその周辺の事業所、また小規模な事業所にまで、経済効果が及んでいることがわかった。

◆ホテル

- ・鈴鹿市内や四日市市内、桑名市内の自社系列の各ホテルで、チーム関係者の宿泊を受け入れている。
- ・鈴鹿市内や周辺地域の一定規模のホテルは、チーム関係者などがたくさん宿泊している。
- ・F 1 開催中の宿泊料金は年間でも高い料金設定となっており、鈴鹿市内のホテルなどでは、通常料金より概ね3割アップとなるところが多い。
- ・チーム関係者は、広い部屋を希望されることが多く、ツインルームでも1名で宿泊される。1名で泊まるが2名分の料金をいただくことになる。水曜日から5泊するのが一般的なパターンである。チームの中心的なスタッフは、朝早く、夜も遅いため、モーターホームの中で食事することが多いのではないかと感じる。
- ・F 1 開催は短期間のことであり、大企業に来る客の方が継続的にまとまった単位で確保できるためありがたいが、F 1 開催期間中は料金が上がり稼働率も上がることは事実で、F 1 開催による経済効果は確実にあるといえる。
- ・最近では、F 1 開催の時期も浸透してきており、客もあらかじめその時期に出張や学会などを設定するのを避けたりするようになってきている。F 1 は地域に定着していると感じる。

◆飲食店

- ・チームの関係者と思われる外国人の客が多く来店してくれる。連日来店する客や十数人で一度に来店するなど、店は満席に近い状態になる。開催期間中の1週間くらいはそのような状態である。
- ・一般の観戦客も来店する。
- ・1週間と短期間のことではあるが、たくさんの人が鈴鹿に来て、来店客も増えるので、F 1 の開催はありがたい。2007、2008年は開催されなかったが、今後も鈴鹿でのF 1 開催が続いて欲しい。

◆タクシー事業者

- ・F 1 開催期間中は、開催していないときの売上高に比べ約2倍になる。売上が伸びるのは、木曜日から日曜日の4日間。この間は時間帯に関係なく、常にタクシー不足の状態である。
- ・一般観戦客の利用による売上増よりは、チーム関係者およびスポンサー付の観戦客によるものが大きい。開催期間中は、白子や四日市、津など近隣の鉄道等の下車駅からの利用だけではなく、名古屋のホテルからサーキットまでの利用等もみられる。
- ・鈴鹿でも2週間ほど前から個人客による終日チャーターを受けることが多いほか、大手旅行者による大量の台数の終日チャーター予約も受けている。
- ・開催期間中、他地域からの応援タクシーは2～3割程度入ってきているとみている。

◆建設工事（コンクリート圧送工事）

- ・大手ゼネコンを通じて2次3次の孫請けで、コンクリート圧送工事を行っている。
- ・F 1に関連した仕事は、短期間であっても売上として大きな仕事である。スポンサーが変わると看板の建て替え時や観覧席の増設や補修、補強工事など、その時々に応じて、様々な箇所の工事を行っている。同社以外にも多数、地元の業者が仕事を受注している。
- ・現在進んでいるサーキットの改修工事も受注している。

◆建設工事（仮設電気工事）

- ・仮設テント内に蛍光灯を取り付けたり、レジ用に電気が使えるようにしている。
- ・小さなテントは数百くらいあるのでは。大きなテントだと1つのテントで何十本も蛍光灯を取り付ける。
- ・短期間の仕事だが、同社にとってF 1に関する工事は大きな売上となっている。F 1がなくなると困る。

◆建設工事（建設全般）

- ・サーキット敷地内レース場周辺（駐車場やキャンプ場、歩道など）の整備・工事諸々を請け負っている。開催された年は毎年、何かしらの工事を受注している。

第4章 鈴鹿F1日本G Pを活用し地域振興を実現するための現状認識

経済的効果および社会的効果を鈴鹿市に与えている「F1」を、「集客力が高い鈴鹿市の重要な観光資源」として明確に位置付け、今後、さらに経済および社会的な効果を高める施策を打つ必要がある。

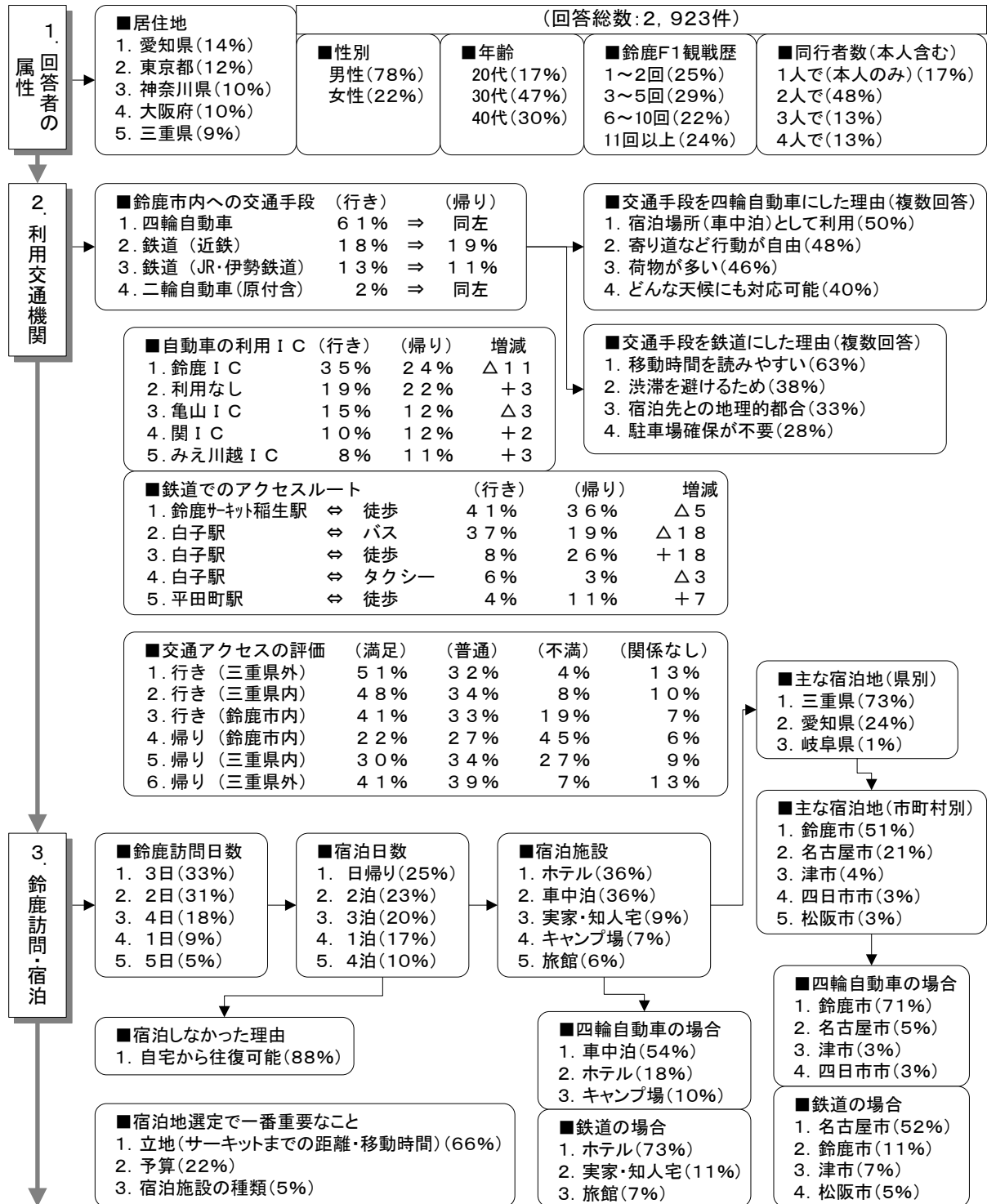
地域振興策を検討するに当たり、基礎となるデータが存在しなかったことから、課題の抽出や提言を検討するために、①鈴鹿でのF1観戦経験者、②鈴鹿市民、③鈴鹿市内の事業者、④宿泊施設事業者を対象にアンケート調査を実施し、実態把握を行った。

本章では、今回の「F1経済効果調査事業」にあたり実施したアンケートの調査結果の概要と、そこからみえる課題についてとりまとめを行った。

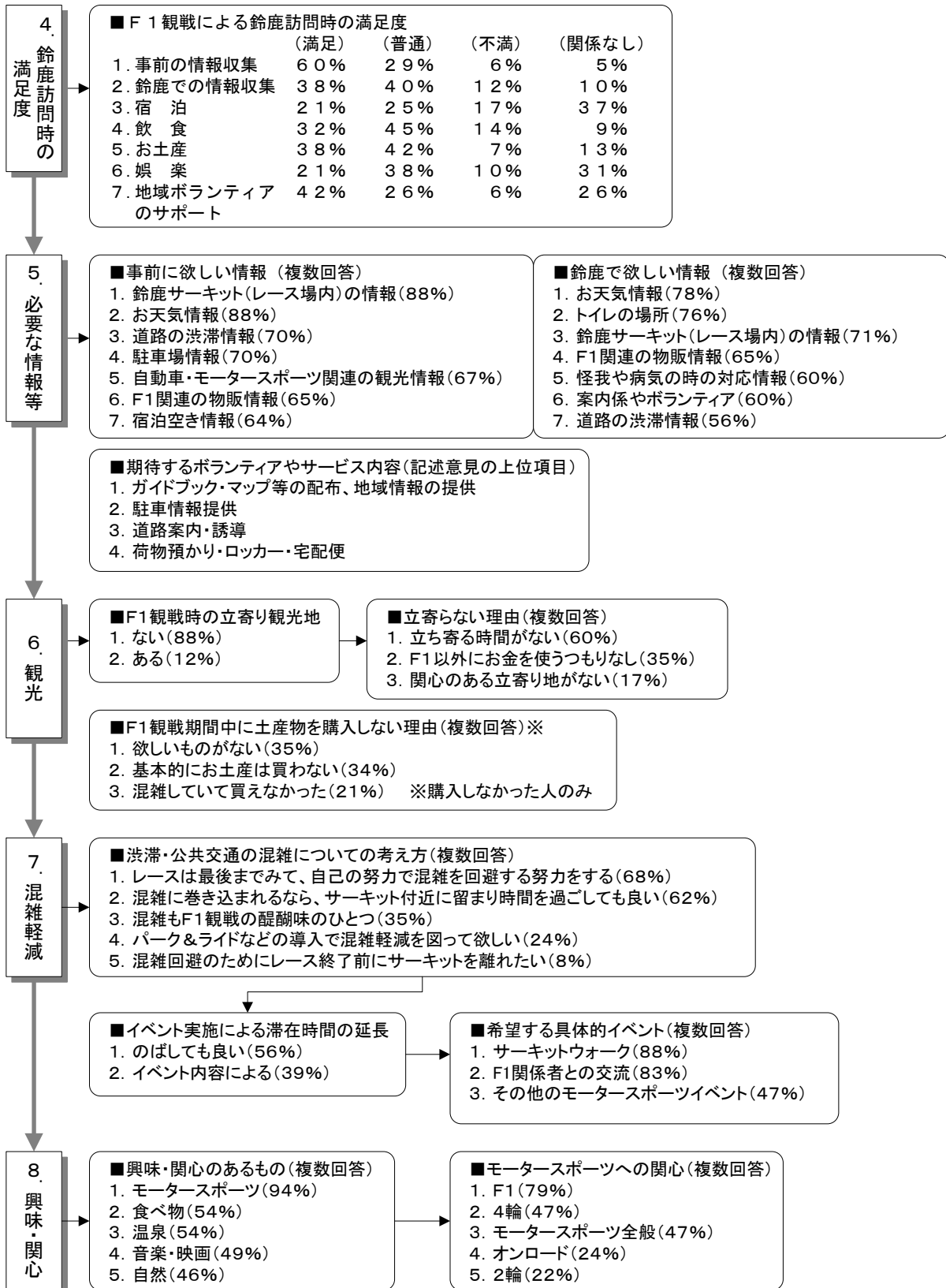
注) この章では、各アンケートの全回答者を対象にした集計を基本としており、第3章（「F1」の経済的な効果を推計）で取り扱っている基準（2006年の鈴鹿F1日本G P観戦客が対象）とは異なる。

1. 各種アンケート結果の概要

観戦客の行動実態 (観戦客へのアンケート結果より抜粋)

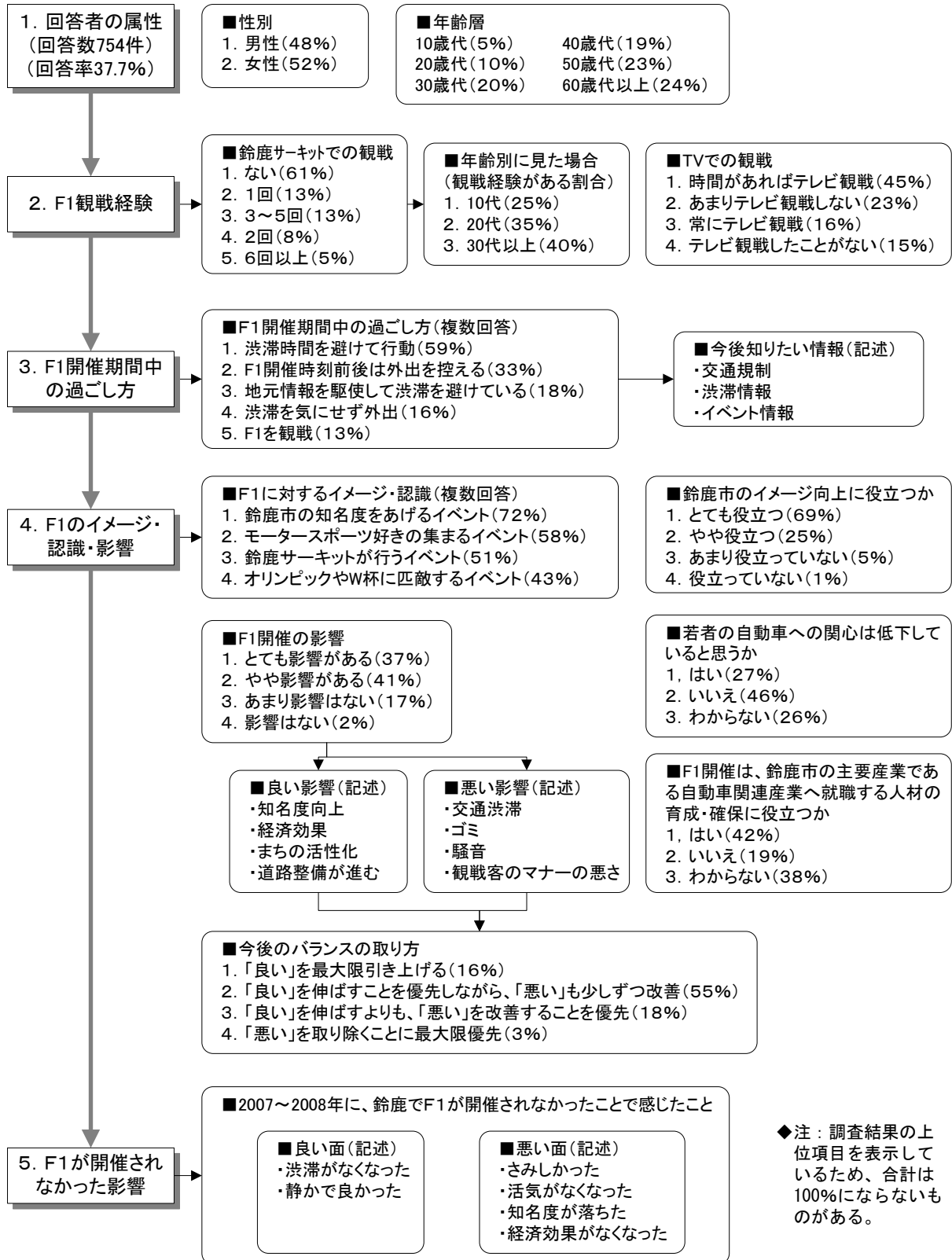


(観戦客の行動実態の続き)

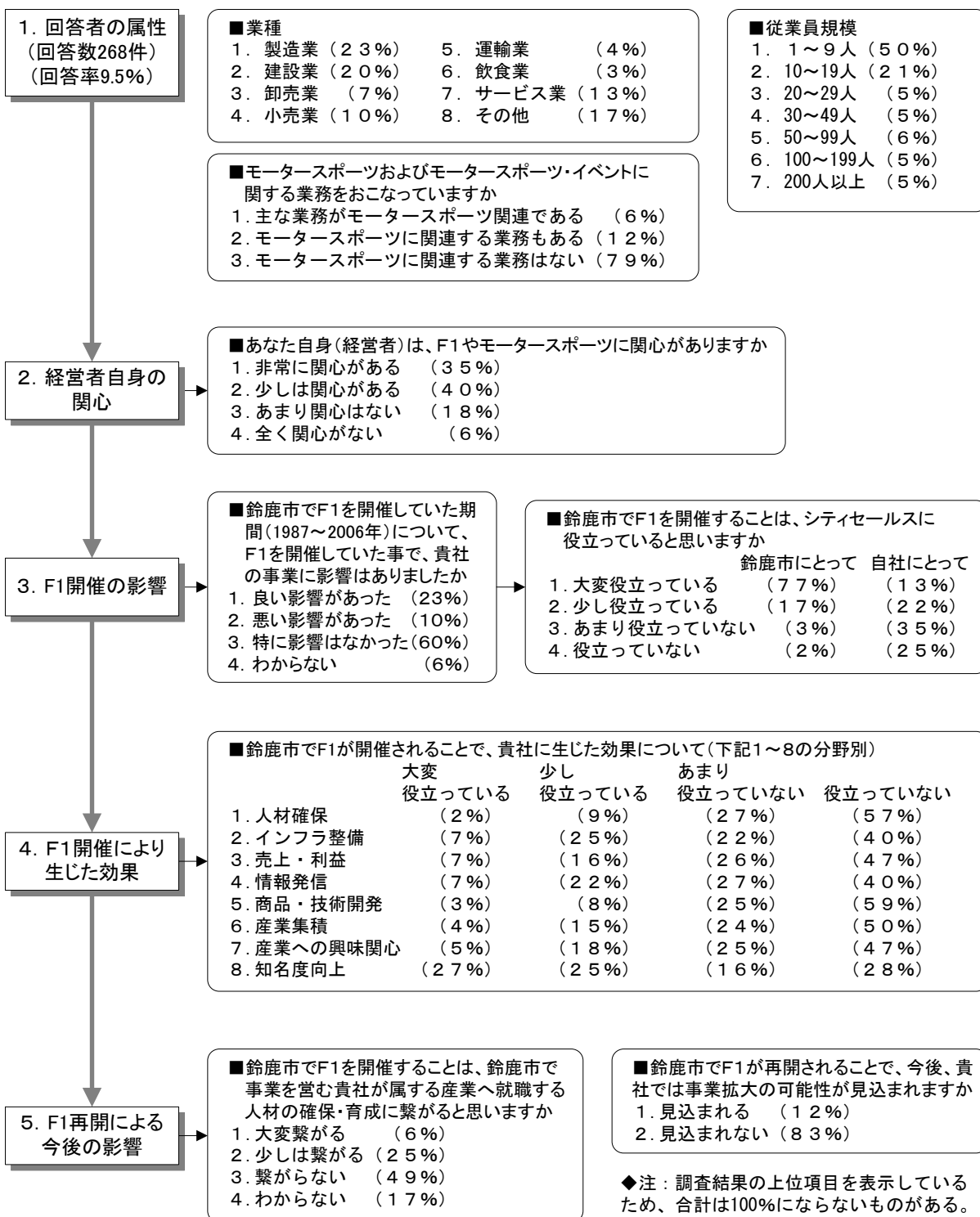


◆注：調査結果の上位項目を表示しているため、合計は100%にならないものがある。

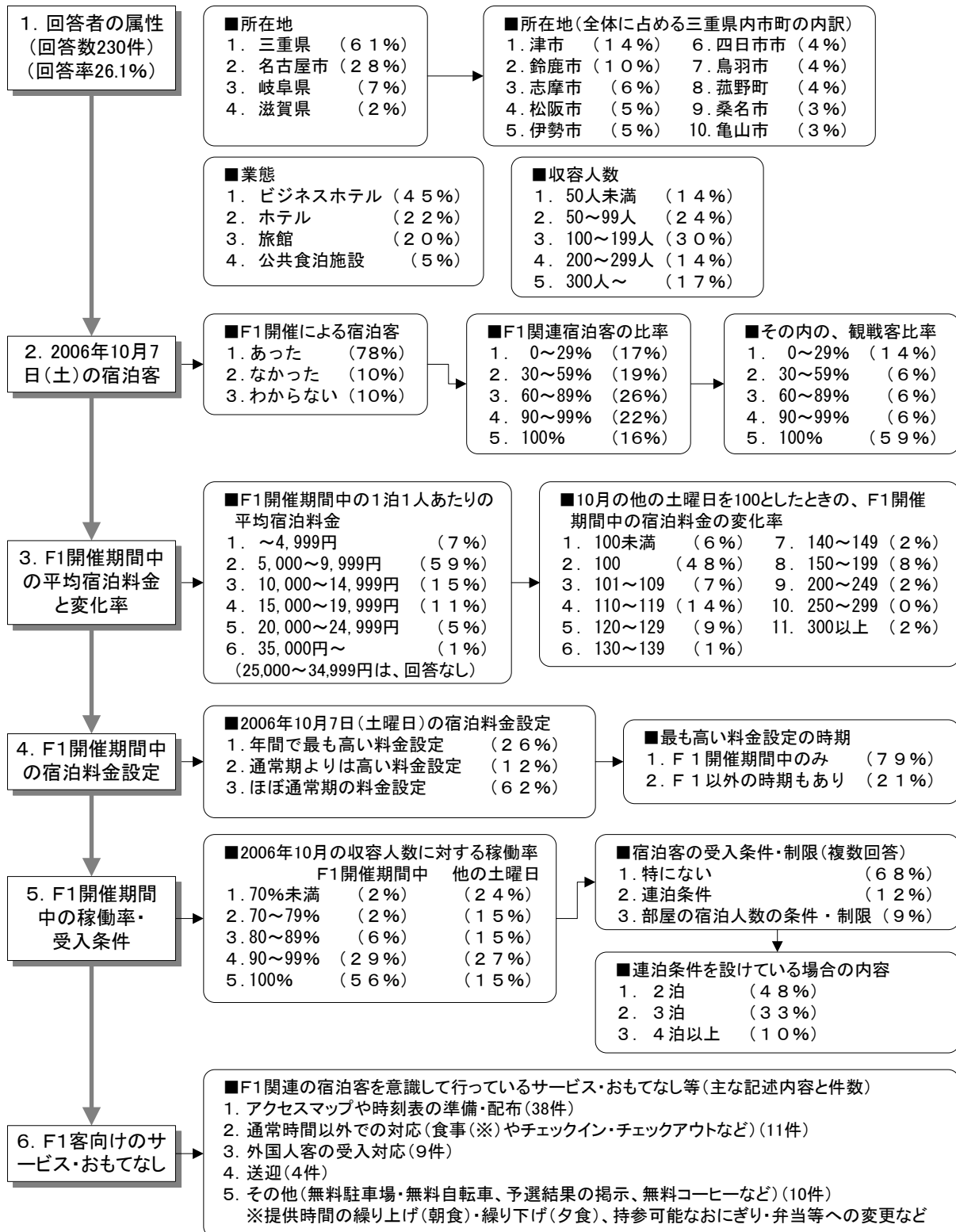
市民アンケート結果の概要



事業所アンケート結果の概要



宿泊施設アンケート結果の概要



◆注：調査結果の上位項目を表示しているため、合計は100%にならないものがある。

■各アンケート結果からの、主体別の現状認識と課題の一覧

			1. F1に対する認識
		現状・特徴 →	<ul style="list-style-type: none"> ・鈴鹿市の知名度・イメージ向上に役立つイベントで経済効果も大きいですが、世界的規模のイベントとの認識は高くない ・渋滞や騒音など悪いイメージもあり、当事者によりF1に対する認識の差が大きく共通認識がないため、F1開催支援の様々な取り組み（活動）の支障となっている。鈴鹿サーキットだけの収益事業との認識も根強い
	現状・特徴 ↓	あるべき姿 ↓→	F1やモータースポーツに関する啓発活動を行い、地域だけでなく広域の観光資源であるという共通認識を築き、維持・拡大、活用を図る
地域住民	<ul style="list-style-type: none"> ・鈴鹿サーキットでのF1観戦経験者割合は4割のみ ・F1開催は鈴鹿市の知名度・イメージ向上に役立ち、経済効果も大きい ・F1開催による渋滞、ゴミ、騒音、観戦客マナー等に不満あり ・ボランティア等で観戦客の受入支援を希望する者もいる 	<p>（地域住民・地域事業者とも）</p> <p>F1やモータースポーツ、それらが担う役割に対する正しい認識を持つ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・鈴鹿をはじめ、三重県における重要な観光資源である ・日本でのF1開催継続のため、住民が様々な切り口に関わり、開催支援する必要あり 	<ul style="list-style-type: none"> ・様々な啓発活動等で、F1開催により地域に波及する社会的・経済的効果を広くPRする必要あり。F1は鈴鹿市が誇る重要な地域資源・観光資源として、守り育てるべき存在との認識を定着させる必要あり ・F1開催の継続のためにも、F1やモータースポーツに興味・関心を持ち支える次世代を育成する必要あり
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・9割以上が鈴鹿市のシティセールスに役立つと考えるが、自社に役立つと考えるのは1/3 ・来訪者による売上増加と、渋滞の物流への影響や、混雑による売上低下などの両面あり ・F1観戦客受入に協力したい事業者もある 	<p>上記に加えて、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社の事業面でのかかわり方を見つける（儲ける意識が必要） ・かかわり方を見つけ、企業が潤うことで、地域が潤う好循環が生まれる 	<ul style="list-style-type: none"> ・鈴鹿市に役立つ存在との共通認識があるが、自社には無関係との意識が強く、当事者意識、参画意識を持たせる必要あり ・次のステップとして何が出来るかをそれぞれの事業者が検討する。事業者が当事者・参画意識を持つことで、F1を誘致・開催する社会的・経済的効果を高める具体的取り組みが必要
鈴鹿サーキット	<ul style="list-style-type: none"> ・F1は8耐と並ぶ看板イベントで事業規模が大きい ・本田宗一郎のモータースポーツ振興への思いが込められ戦略性の高い人気サーキット。遊園地や宿泊・温浴施設を併設 ・民間企業のF1誘致・開催は日本のみで、海外では国家事業 	<p>（鈴鹿サーキット、行政とも）</p> <p>F1やモータースポーツを文化として根付かせる使命を担う</p> <ul style="list-style-type: none"> ・モータースポーツ自体の振興 ・モータースポーツでの地域振興 	<p>観戦客を囲い込んでいるイメージが強く、広域で経済効果を楽しむ取り組みやそのための工夫が必要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域とのかかわりを重視した取り組みへの変革 ・F1やモータースポーツを文化として定着させる取り組み ・F1に対する認識の差を埋める取り組み
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・モータースポーツ都市宣言をしているが、各主体（住民・事業者・鈴鹿サーキット・観戦客等）を連携させるような積極的な支援には至っていない 	<p>上記のために、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・必要な施策を実施する ・各主体の活動を支える、つなげる役割も担う必要があり、各関係者をうまくつなげて、効果を高める 	<p>一事業者のイベントという意識を変革させ、重要観光資源として活用する姿勢を強く示す必要あり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行政内部での認識向上、意識修正が必要 ・国や県への働きかけが必要 ・F1やモータースポーツによる地域振興を担う専門部署が必要 ・取り組みや意義を広く周知徹底し、文化・産業の振興に活用する必要がある

2. 交通・環境問題	3. おもてなし向上	4. 情報発信	5. 地域文化・産業の振興
<ul style="list-style-type: none"> 観戦客の大量集中による様々な問題（特に渋滞やごみ・騒音など）の改善要望が強い 車で来鈴する観戦客の半数以上が車を宿に利用しており、車両を規制すると経済効果を減少させる可能性あり 	<p>より楽しく観戦したい観戦客、何か協力したい地域住民は多いが、誰が何をどうすればよいか不明</p> <ul style="list-style-type: none"> ボランティアで協力したい市民や事業者もいる 	<ul style="list-style-type: none"> 様々な情報が、バラバラに発信されており、統括する存在がない F1への関心が低い人も多く、住民向けに提供している渋滞情報や交通規制などが届かないケースもある 	<ul style="list-style-type: none"> 住民の多くは地域への経済効果が大きいと感じているが、事業者で実際に売上・利益に貢献していると感じているのは一部のみ 各関係者が協力し地域の経済効果最大化を図る取り組みは弱い
<p>渋滞やゴミなどの問題解決を図りながらも、経済効果を下げないように、バランスのとれた対応が必要</p>	<p>F1開催継続への取り組みのまとめ役として、行政が鈴鹿サーキットと協力しリードすべき</p>	<ul style="list-style-type: none"> 情報発信を統括する役割を担う存在が必要 海外への情報発信、公開情報確認も必要 	<p>広域で多くの人々が経済効果を実感できる仕掛けが必要であり、各主体間の連携を図る</p>
<p>交通規制や渋滞情報を事前に知りたいとの要望も多く、</p> <ul style="list-style-type: none"> 情報発信方法を工夫し、不満を軽減する必要あり 鈴鹿のイメージ向上や渋滞軽減に貢献するボランティアなどをとりまとめる活動組織が必要 	<p>(地域住民・地域事業者とも) 道案内や交通整理・清掃・観光案内、無料駐車場等のボランティア協力が可能</p> <ul style="list-style-type: none"> おもてなし向上のための意識の醸成を図る ボランティアのとりまとめ役を作る 	<p>多様な手段での情報提供に努めることで、より多くの人へF1開催に関する必要情報（スケジュールや交通規制等）の周知を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> 啓発的な情報発信 関連イベントの情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> 地域のイメージアップに繋がるおもてなしで、観戦客の消費意欲を刺激 隠れたスポットなど地域資源情報を発掘する役割を担う
<p>道案内や駐車場提供などで貢献出来る事業者もあり、ボランティア協力意志がある人を活用できる機会を用意する</p>	<p>住民の項目に加えて、事業者参画可能な立場として事業者に当事者意識を持たせる</p> <ul style="list-style-type: none"> シティセールスを担う役割もあり 	<p>F1に限らず鈴鹿の知名度の高さをビジネスに活用する方策を検討する必要あり (地域住民と共通)</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域情報をとりまとめたフリーペーパーなど 	<p>市にとって効果が大きいことの共通認識はあるが、自社にどう生かすかを考える必要あり(関係がないとの認識も多い)</p>
<ul style="list-style-type: none"> 広域対応の必要性のPRと、観戦客へのマナー・ルールの周知・遵守に注力 サーキットは観戦客に対する窓口を担い、行政と連携し観戦客のモラル向上・分散帰宅実現など、地域への負荷を軽減する必要あり 	<p>マナー向上への寄与（観戦客のマナー向上につながる手本となるなど、鈴鹿サーキット（臨時のアルバイト等も含む）を活用して観戦客に働きかける（観戦客を育てる））</p>	<p>主催者が地域内外の様々な情報を取りまとめ、効果的に地域に発信する必要あり</p>	<ul style="list-style-type: none"> 鈴鹿サーキット内外で連携し、経済効果の拡大・最大化を図る 「地域貢献枠」として、周辺地域を含めた広域活動を紹介する場 行き・帰り・宿泊時に立ち寄れる仕掛け
<ul style="list-style-type: none"> インフラ整備は、行政主導が中心で、効果的なタイミングでの実施が必要 連携・協力が得られるような、関係部署への主体的・積極的な働きかけ 	<p>各主体の取り組みをつなぐ役目、支援策の打ち出し</p>	<ul style="list-style-type: none"> 地域内外に向けて積極的な情報発信を担う 海外情報も、発信先を把握し情報提供・内容修正を働きかける 	<p>各主体の取り組みをつなぐ役目、支援策の打ち出し</p>

2. 「鈴鹿 F 1 日本グランプリ」に対する認識と課題

(1) 鈴鹿市民の「鈴鹿 F 1 日本 GP」に対する認識と課題（市民向けアンケート結果から）

■ F 1 に対する認識について

◇ (F 1 に対するイメージ)

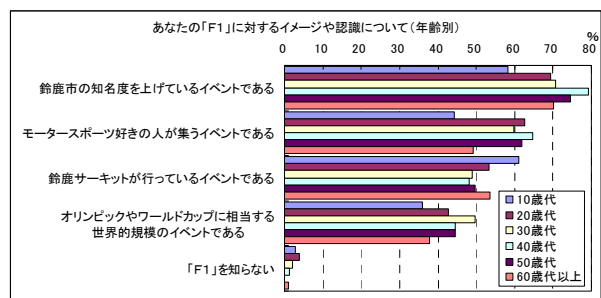
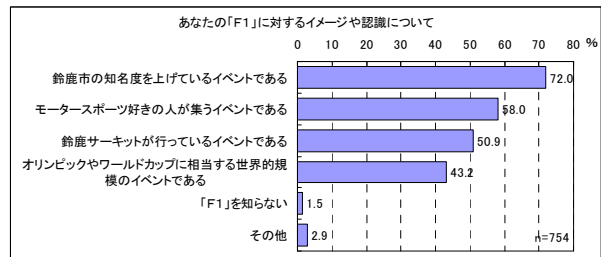
最も割合が高いのは「鈴鹿市の知名度を上げているイベントである (72.0%)」で、後述の「鈴鹿市のイメージ向上に役立っている」と同様、F 1 開催の効果を認識していることが伺える。

一方で、「オリンピックやワールドカップに相当する世界的規模のイベントである」との認識は 43.2%と半数に満たず、世界的規模のイベントであるということはあまり認識されていない。

その他の記述内容としては、「鈴鹿といえば F 1」「鈴鹿市の知名度を上げる」「市の活性化に良い」など知名度・イメージ向上に繋がる内容が見られる。

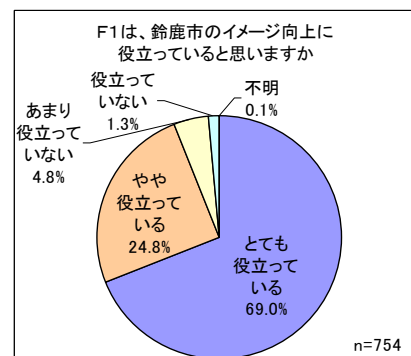
一方で、「交通渋滞の原因」「音などがうるさい」という今後軽減・解消を図って行くべき点も指摘されている。

また、年齢別に見た場合、10 歳代は回答の傾向に差が見られることから、鈴鹿市をはじめとする広域的な観光資源である F 1 に対する認識を高めていく必要があると考えられる。



◇ (F 1 開催による鈴鹿市のイメージ向上)

9 割以上が役立っている（「とても役立っている (69.0%)」 + 「やや役立っている (24.8%)」）と回答しており、F 1 が鈴鹿市のイメージ向上に大きく貢献していることが明らかになっている。



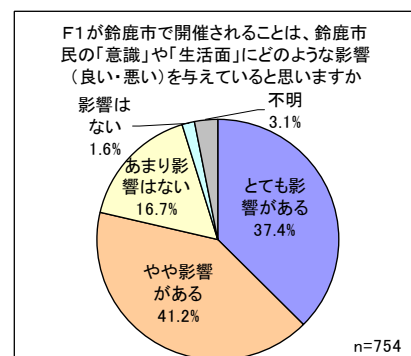
◇ (F 1 開催の影響と、具体的な内容)

約 8 割が、影響がある（「とても影響がある (37.4%)」 + 「やや影響がある (41.2%)」）と回答しており、良い影響・悪い影響を問わずに大きな影響を与えていることがわかる。

また、影響がある（「とても影響がある」 + 「やや影響がある」）と回答した具体的な内容は下の通りである。

良い影響としては、「知名度向上」との意見が 185 件と最も多く、他の設問と同様に鈴鹿市にとって最大のポイントであると考えられる。ついで「経済効果 (83 件)」「まちの活性化 (56 件)」「交通道路環境整備 (40 件)」などとなっており、F 1 開催による集客交流やそのための準備で市内の環境整備が進むなどの経済効果を生み出していることを評価している。

一方で、悪い影響としては、「交通渋滞」が 325 件と最も多く、市民への影響が大きく改善が望



まれるポイントであるといえる。ついで、「ゴミ (71 件)」「騒音 (71 件)」「観戦客のマナーの悪さ (61 件)」などとなっており、有形無形の事象とともに不安の要素も指摘され、市民生活への影響が大きいことが伺える。

地域資源としての「F1」を今後も活用していくには、良い影響といわれる部分を維持・拡大するとともに、悪い影響の部分の早期軽減・解消に取り組んで行く必要がある。

良い影響・悪い影響の記述内容（それぞれ上位5つとその件数）

良い影響		件数	悪い影響		件数
1	知名度向上	186	1	交通渋滞	325
2	経済効果	83	2	ゴミ	71
3	まちの活性化	56	2	騒音	71
4	交通道路環境整備	40	4	観戦客のマナーの悪さ	61
5	集客	19	5	治安悪化懸念	40

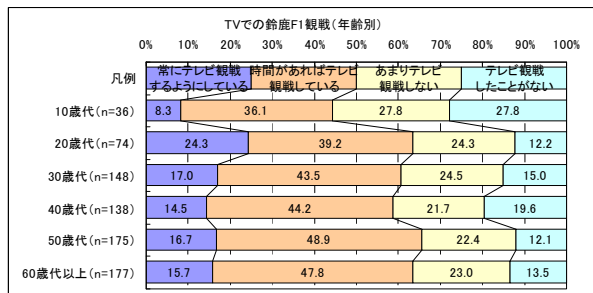
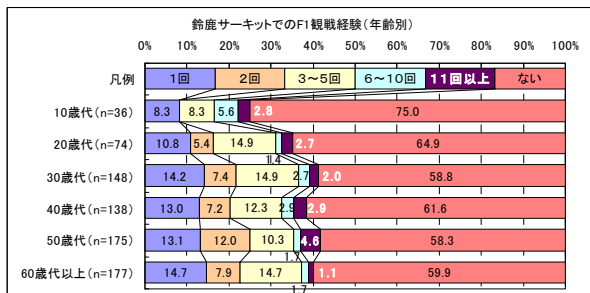
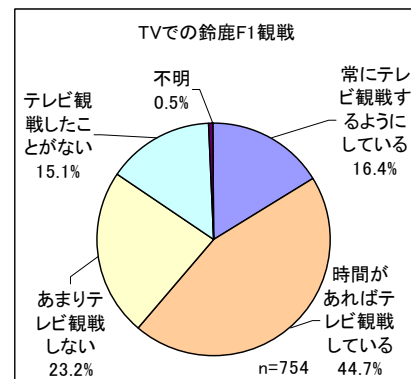
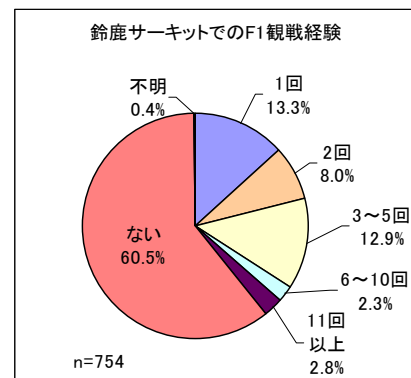
■ F1へのかかわり方について

◇（鈴鹿サーキットやTVでのF1観戦経験）

「鈴鹿サーキットでのF1観戦経験」があるのは4割で、6割は観戦経験がない。一方、「TVでの鈴鹿F1観戦」については、6割以上がテレビ観戦をしている傾向が見られ、比較的関心が高いことが伺える。

年齢層別に見た場合、30歳代以上ではあまり差が見られないが、10歳代は鈴鹿サーキットでのF1観戦経験・TVでの鈴鹿F1観戦とも他の年齢層に比べ低く、F1とのかかわりが低いことが伺える。

観戦にあたっては金銭的な負担も少なからずあり、「モータースポーツのまち」鈴鹿市を担うこれからの世代に、鈴鹿で開催されているF1を知ってもらうきっかけとなる取り組みが必要であると考えられる。



◇ (2007～2008年にF1が鈴鹿市で開催されなかったことで感じたこと)

「渋滞がなくなった(78件)」「静かであった(52件)」など良い面を取り上げる意見も見られるが、回答の多くは、「さみしかった(167件)」「活気がなくなった(62件)」など開催されなかったことによる悪い面を取り上げている。また、「知名度が落ちた(36件)」「経済効果がなくなった(31件)」などの意見もあり、F1開催による活力をいかし、経済効果等を高める取り組みが必要であると考えられる。

良い面・悪い面の記述内容(上位項目と件数)

良い面		件数	悪い面		件数
1	渋滞がなくてよかった	78	1	さみしかった	167
2	静かであった	52	2	活気がなくなった	62
			3	知名度が落ちた	36
			4	経済効果がなくなった	31

(2) 地元事業所の「鈴鹿F1日本GP」に対する認識と課題(事業所向けアンケート結果から)

■ F1に対する認識について

◇ (事業所経営者のF1やモータースポーツへの関心)

◇ (鈴鹿でF1を開催することの自社事業への影響)

経営者自身のモータースポーツへの関心は、「関心がある割合が約75% (「非常に関心がある(35.1%)」+「少しは関心がある(40.3%)」)と高くなっている。

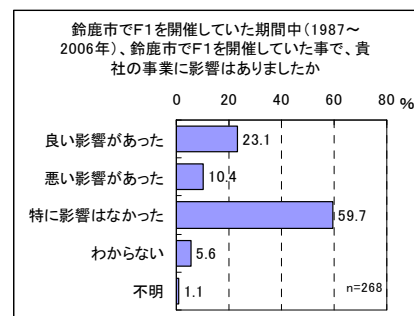
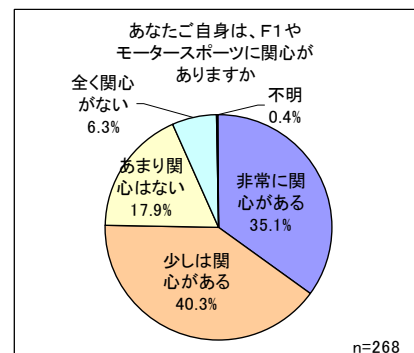
自社への影響については、約6割が「特に影響はなかった(59.7%)」と回答しており、「良い影響があった」は、23.1%、「悪い影響があった」は10.4%と、良い影響があった割合の方が高くなっている。

良い影響の具体的内容としては、「売上・利益(40件)」「情報発信力・知名度向上(12件)」「行政・地域への影響(9件)」などとなっている。「売上・利益」については、F1観戦客やF1関係者などの来鈴による直接的効果としての飲食・宿泊・物品購入や、F1開催等に伴う準備としての舗装や会場設営等の工事・作業の受注などがあげられる。

また、「情報発信力・知名度向上」「行政・地域への影響」として、“鈴鹿”の名称が海外でも通じることや「F1が開催される鈴鹿」として関心・話題のきっかけとなることがあげられる。

悪い影響としては、「渋滞による配送・移動への悪影響(15件)」「渋滞による売上への悪影響(6件)」などがあり、主に交通渋滞・混雑に起因する業務への支障が指摘されている。

これらのことから、鈴鹿市内の事業者にとって、「F1やモータースポーツ」は、比較的高い関心の高い事項でありながら、自身の事業にはあまり生かされていない現実が伺えるため、直接的には良い影響が及ばないと考えられる分野においても、ビジネスにつなげていくきっかけを提供していく必要があると考えられる。



良い影響・悪い影響の記述内容（それぞれ上位の項目とその件数）

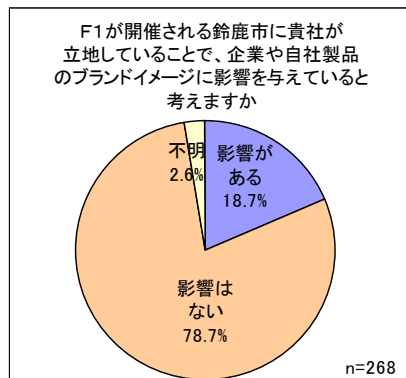
良い影響		件数	悪い影響		件数
1	売上・利益	40	1	渋滞による配送・移動への悪影響	15
2	情報発信力・知名度向上	12	2	渋滞による売上への悪影響	6
3	行政・地域への影響	9	3	その他（マイナスの影響）	4

◇（F1開催による、企業や自社製品のブランドイメージへの影響）

「影響はない」との回答が78.7%と高く、「影響がある」割合は18.7%にとどまっている。

また、影響があるとの回答の具体的内容として、「営業活動へのメリット（9件）」「社名のブランドイメージ（7件）」「知名度（7件）」などがあげられている。

営業活動等において、鈴鹿の知名度が高く説明をしやすいことや関心を持ってもらいやすいこと、自動車関連やレース部品等においては一種のステータスとなりうることなどがある。



「影響がある」の具体的内容（上位項目）

	件数
1 営業活動へのメリット	9
2 社名のブランドイメージ	7
2 知名度	7
4 売上高への影響	3
4 商品・企業への信頼UP	3

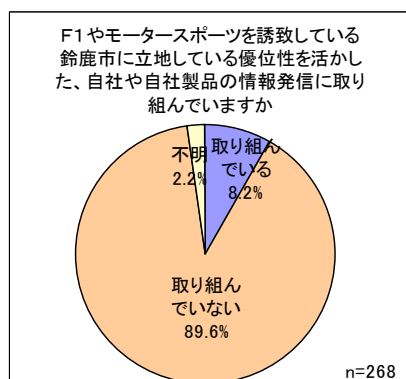
■鈴鹿市でF1が開催される優位性の活用についての取り組み・考え方

◇（F1やモータースポーツが鈴鹿で開催される優位性を生かした自社や製品の情報発信）

約9割が「取り組んでいない（89.6%）」と大半を占め、「取り組んでいる」は、8.2%にとどまっている。

取り組んでいる場合の具体的な例としては、「自社PR（7件）」「商品化（5件）」「商品PR（4件）」などとなっており、モータースポーツ関連のイベント等に積極的に参加している場合や、自社の宣伝、商品等に鈴鹿の名称を積極的に利用しているなどとの活動が見られる。

必ずしもすべての産業においてブランドイメージを活用できるわけではないが、国内に留まらず世界的にも知名度が高い「鈴鹿」の名称を活用していく余地は十分にあると考えられる。



「取り組んでいる」の具体的内容（上位項目）

	件数
1 自社PR	7
2 商品化	5
3 商品PR	4

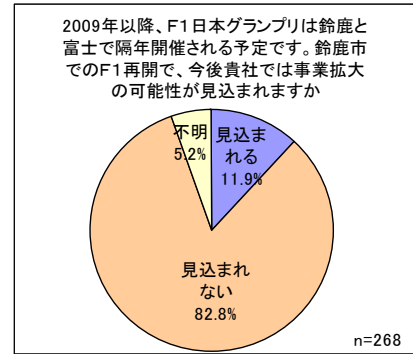
◇ (F1が再開されることによる事業拡大可能性の見込み)

事業拡大が「見込まれる」は1割強と、「見込まれない」の8割強と比べ大きな違いがみられる。

見込まれる場合には、「売上・利益(12件)」との回答が多く、来鈴者増加やF1開催に伴う直接的・間接的な工事等の業務受注が売上・利益につながることをあげている。

一方、見込まれない場合の理由としては、「F1とは無縁の仕事だから(72件)」が圧倒的に多く、F1に関連する仕事のつながりがない = 業務拡大にはつながらないという印象が強い。また開催が2年に1回であることや期間が短いことを指摘する意見も見られた。

業務拡大が見込まれるとの回答のなかにも、(F1による来鈴者)集客がまちの活気やモノの移動につながるとみて、業務拡大の可能性があると判断しているケースもあり、直接的なつながりは見出せなくとも、間接的なビジネスチャンスがあることを認識してもらう必要がある。



見込まれること・見込まれない理由の記述内容(それぞれ上位の項目とその件数)

見込まれること	件数
1 売上・利益	12
2 情報発信力・知名度向上	3
3 集客	3
4 人材確保	2

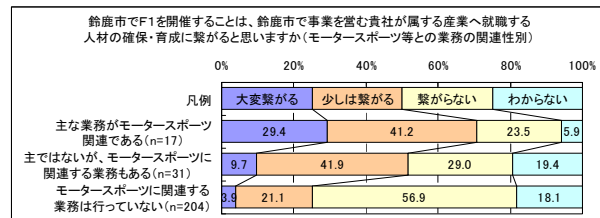
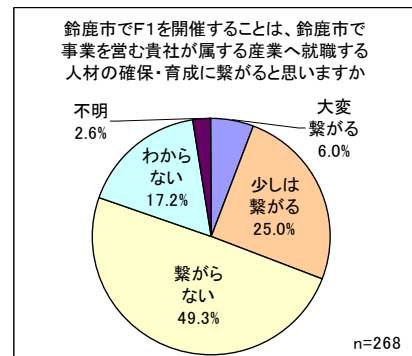
見込まれない理由	件数
1 F1とは無縁の仕事だから	72
2 一過性イベントだから	5
2 客層の乖離	5

◇ (F1を鈴鹿で開催することで、自社が属する産業人材の確保・育成への影響)

3割強が繋がる(「大変繋がる(6.0%)」+「少しは繋がる(25.0%)」)と回答しているが、約5割が「繋がらない(49.3%)」と回答している。また「わからない(17.2%)」もやや高くなっている。

業務の関連性別に見た場合、主な業務がモータースポーツ関連である場合には自社が属する産業人材の確保・育成に繋がると考える割合が高く、業務の関連性がない場合には自社が属する産業人材の確保・育成には繋がらないと考える割合が高い。

ただし、前述のF1の開催と事業拡大の可能性に関する回答結果に比べれば、その関連性は高く、F1を鈴鹿市で開催することが、産業人材の育成には少なからず貢献していると考えられる。



■ F 1 開催によるシティセールス効果の認識について

< 鈴鹿市が提唱する「シティセールス」とは >

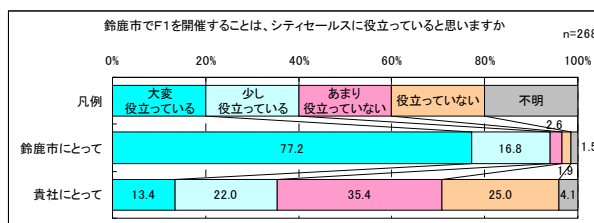
鈴鹿市では、シティセールスを「市の将来都市像を安定的、持続的に具現化するために必要となる様々な資源の獲得を目的として、市の有する『魅力や個性＝強みや固有の素材』を国内外に売り込むこと」と定義しています。そこで、本市の魅力や個性を積極的にアピールし、「ヒト、モノ、カネ、情報・技術」などの様々な資源を、効果的、効率的に獲得するためにシティセールスを推進しています。

◇ (F 1 開催による鈴鹿市のイメージ向上) (市民向け) (再掲)

市民向けアンケートでは、9割以上が役立っている(「とても役立っている(69.0%)」+「やや役立っている(24.8%)」)と回答しており、F 1が鈴鹿市のイメージ向上に大きく貢献していることが明らかになっている。

◇ (F 1 開催のシティセールスへの貢献) (市内事業所向け)

事業所向けアンケートでは、鈴鹿市にとって役立っているとの回答は9割以上(「大変役立っている(77.3%)」+「少し役立っている(16.5%)」)と、市民向けの調査と同様に、鈴鹿市にとってF 1が役立っている存在であることが伺える。

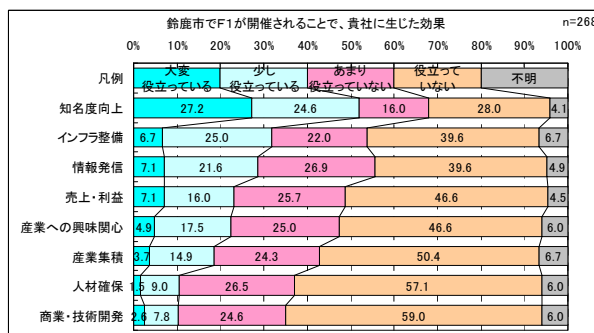


一方、自社にとっては、役立っているが約36%(「大変役立っている(13.4%)」+「少し役立っている(22.0%)」)に対して、役立っていないが約60%(「あまり役立っていない(35.4%)」+「役立っていない(25.0%)」)と、役立っていない割合の方が高い。

鈴鹿市にとって役立っているとの認識は9割以上と非常に高いが、自社にとって役立っているとの認識は4割未満と低く、F 1開催のメリットを認識しているものの、自社の経営に生かされていない現状があることがわかる。従って、役立っていると考える事業者へのヒアリング等により、自社にとって役立つ認識を高める方策が必要であると考えられる。

◇ (項目別にみた、 F 1 開催で生じたシティセールスの評価とその理由) (市内事業所向け)

各項目別の評価は、役立っている割合が高いのは、「知名度向上(51.8%)」「インフラ整備(31.7%)」「情報発信(28.7%)」「売上・利益(23.1%)」などとなっている(いずれも「大変役立っている」と「少し役立っている」を合わせた値)。一方、役立っていない割合が高いのは、「商業・技術開発(83.6%)」「人材確保(83.6%)」「産業集積(74.7%)」などとなっている(いずれも「あまり役立っていない」と「役立っていない」を合わせた値)。



◇（シティセールスの効果を判定した際の根拠など）

最も役立っている割合が高い「知名度向上」については、前述の通り、市外・県外・海外等との取引の際に名前が通っており業務を進めやすいことや、全国からの来鈴者へのPR効果などがあげられる。

「インフラ整備」については、道路整備が進むことやそれに伴い利便性が高まること、利便性の向上が業務拡大に繋がることなどがあげられる。

「情報発信」については、話題性や地理的説明がしやすいことなどがあげられる。

「売上・利益」については、F1開催に伴う来鈴者の消費が売上につながることや、F1開催の準備に伴う工事等の業務受注などがあげられる。

「人材確保」については、「自動車に興味のある人を集めやすい」「モータースポーツに関心のある若者が集まりやすい」などがあげられる。

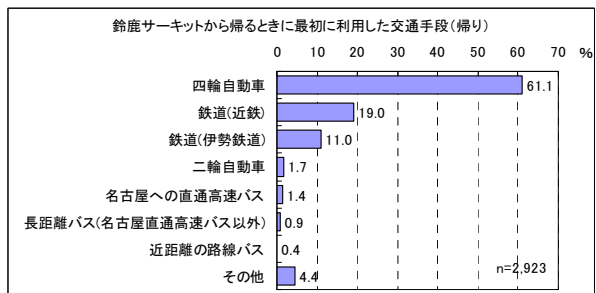
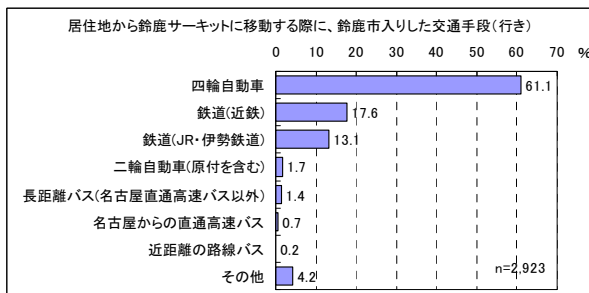
3. 交通・環境問題に対する認識と課題

■交通手段について（観戦客向け）

◇（サーキットとの交通手段（行きと帰り））

行きの交通手段と比較して、鉄道（近鉄）使用者が若干増加（+1.4 ポイント）増加し、鉄道（伊勢鉄道）が若干減少（▲2.1 ポイント）している。

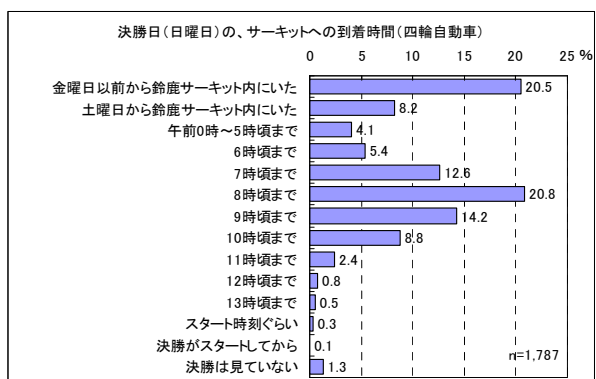
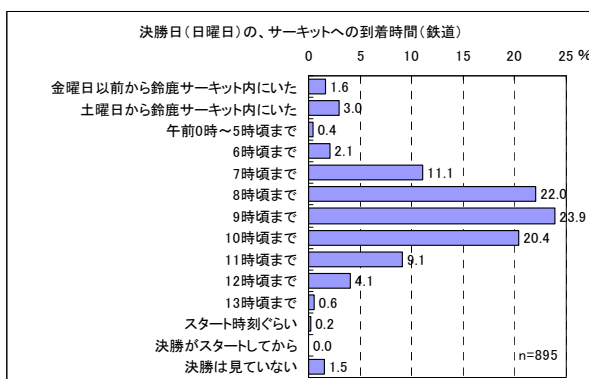
鈴鹿市入りした交通手段（その他）の内容としては、自転車が 51 件と比較的多い。また、自家用車は鈴鹿サーキット近辺の駐車場に F 1 観戦期間中駐車したままで、宿泊施設のある名古屋と毎日鉄道で往復するなどの記述もみられる。



◇（サーキットへの到着時間）

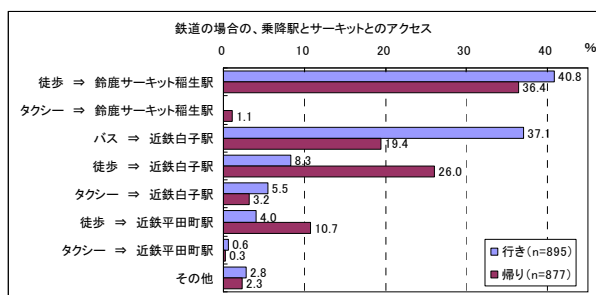
決勝日の鈴鹿サーキットへの到着時間は、全体では 8～9 時台にピークを迎える。鉄道の場合は、「9 時頃まで (23.9%)」を中心に、「8 時頃まで」～「10 時頃まで」に全体の 2/3 が集中している。一方、四輪自動車の場合は、鉄道に比べピークの時間帯はやや早い「8 時ごろまで (20.8%)」で、その前後を合わせ「7 時頃まで」～「9 時頃まで」に半数弱が集まる。

ただし、土曜日以前からサーキット内にいる割合も 3 割弱と高く、鉄道に比べ到着時間の分散化がみられる。これは、鉄道では鈴鹿市外の宿泊比率が高いこと、四輪自動車では駐車場確保のために比較的早い時期・時間にサーキットに到着していることなどの影響と考えられる。



◇（乗降駅とサーキットとのアクセス方法）

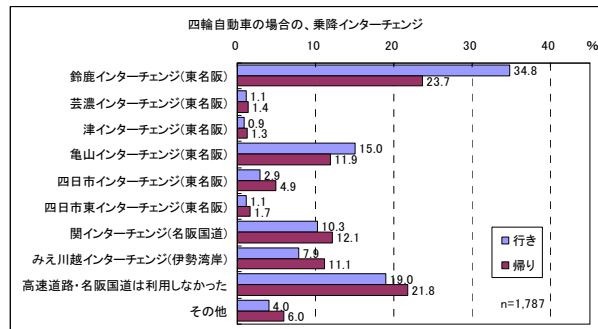
鉄道での鈴鹿サーキットへのアクセスは、伊勢鉄道の鈴鹿サーキット稲生駅が行き・帰りともに一番利用割合が高い。近鉄の場合は、白子駅の利用割合が高いが行きはバスの利用割合が高いが、帰りは徒歩の割合の方が高



くなっている。また、帰りは近鉄平田駅へ徒歩で向かう割合も高く、レース終了後の一斉帰宅に伴い、混雑を避けるためルート分散が図られていることがわかる。

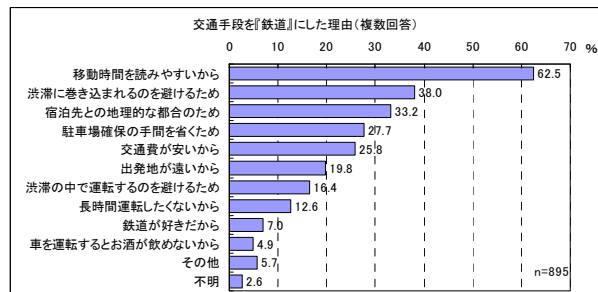
◇ (乗用車の乗降インターチェンジ)

四輪自動車の場合に乗降したインターチェンジを見ると、行きは「鈴鹿IC」の割合が最も高い。しかし帰りの利用は、行きの利用の2/3程度に減少しており、代わりに周辺地域のインターチェンジ利用割合が高くなっており、渋滞・混雑を避けてルートの分散化が図られていることがわかる。

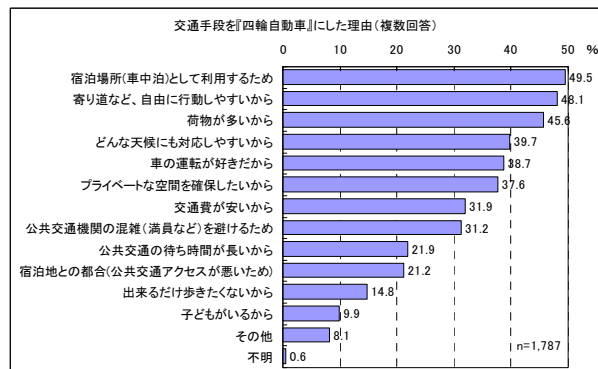


◇ (交通手段の選択理由)

鉄道の場合、「移動時間を読みやすいから (62.5%)」との回答割合が最も高く、2番目以降の項目とは開きが見られる。ついで「渋滞に巻き込まれるのを避けるため (38.0%)」、「宿泊先との地理的な都合 (33.2%)」などとなっており、渋滞・移動時間を考慮した意見が多い。

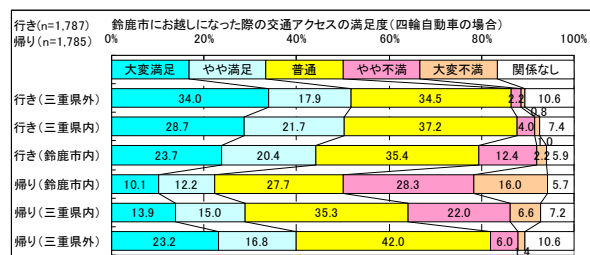
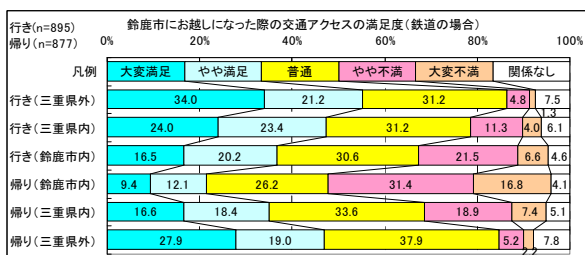


四輪自動車の場合、「宿泊場所(車中泊)として利用 (49.5%)」「自由に行動しやすい (48.1%)」「荷物が多い (45.6%)」が上位を占めるが、次項以降も含め大きな違いがみられる項目は少なく、鉄道の場合と異なる傾向がみられる。



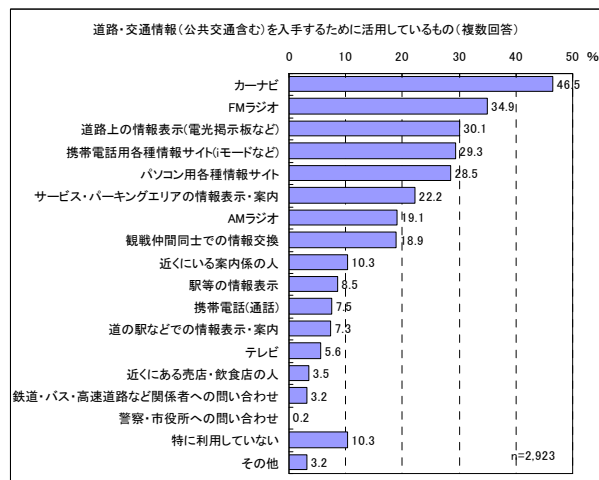
■交通アクセスの満足度について(観戦客向け)

帰りの鈴鹿市内・三重県内を中心に不満の割合が高く、集中的な移動の影響が見られる。交通手段間で比較すると、四輪自動車は、鈴鹿サーキットへの到着時刻が分散していることもあり、行きの交通アクセスについての不満の割合が、鉄道利用者に比べ低くなっている。



■交通・渋滞情報などについて（観戦客向け）

「カーナビ（46.5%）」での情報入手が最も割合が高く、ついで「FMラジオ（34.9%）」「道路上の情報表示（30.1%）」「携帯電話用各種情報サイト（29.3%）」「パソコン用各種情報サイト（28.5%）」と続いている。機能別に区分すると、①機器のスイッチを入れておけば自動的に入手できるもの（カーナビやラジオ）、②特定の場所を通過すれば見ることが出来るもの（道路上の情報表示）、③自ら操作し情報を入手するもの（携帯電話やパソコンのサイト）などに分類できるが、受動的に入手できるもの（①、②）を中心に、能動的に入手できるもの（③）を利用しているものと考えられる。



従って、観戦客の行動に合わせて複数の方法で機動的に道路・交通情報を発信・提供できる取り組みを用意しておくことが必要である。

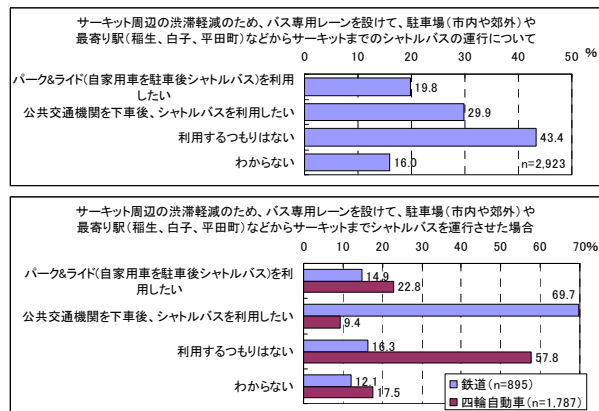
■渋滞緩和策について（観戦客向け）

◇（シャトルバスの運行）

バス専用レーンを設けてシャトルバスを運行した場合、全体で見た場合には「利用するつもりはない」が43.4%と最も高いが、鉄道を利用する人と、四輪自動車を利用する人では回答の傾向に大きな違いがみられる。

鉄道利用者の場合は、「公共交通機関を下車後、シャトルバスを利用したい」が69.7%と最も高く、ついで「利用するつもりはない（16.3%）」と「パーク&ライド(自家用車を駐車後シャトルバス)を利用したい（14.9%）」がほぼ均衡している。

一方、四輪自動車の場合には、「利用するつもりはない」が57.8%と最も高く、ついで「パーク&ライド(自家用車を駐車後シャトルバス)を利用したい（22.8%）」「わからない（17.5%）」となっている。

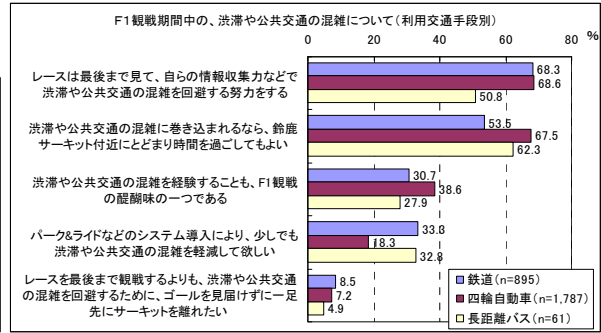
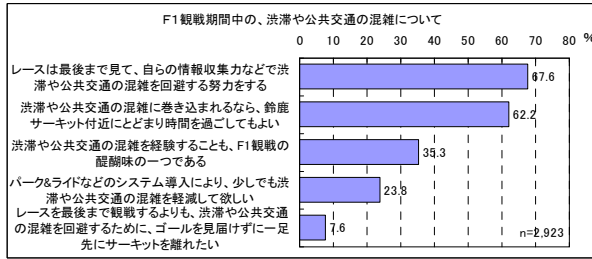


◇（バス専用レーンの設置についての記述意見）

パーク&ライドやバス・タクシー専用レーンの設置などにより、渋滞の緩和やアクセス手段のスムーズな運行が出来る、あるいは環境負荷軽減につながるのであれば賛成との意見が多い。しかしサーキットへのアクセス方法を特定の方法に限定し、観戦客が自分で選択できなくなることについては、反対の意向が強い。また、鈴鹿ならではの観戦客同志の交流を求めて車でいきたい人も多く、アクセス方法の住み分けと渋滞緩和への理解・協力依頼が必要と考えられる。

◇（渋滞や公共交通の混雑についての考え方）

「渋滞や公共交通の混雑に巻き込まれるなら、鈴鹿サーキット付近にとどまり時間を過ごしてもよい」と考える割合は、鉄道利用者よりも四輪自動車・長距離バス利用者の方が高い。また、パーク&ライドについては、四輪自動車とそれ以外では賛成割合に差があり、四輪自動車利用者の場合には、鈴鹿サーキットを離れる時間を遅くすることには賛同できるが、家用車車の利用制限には抵抗があることが伺える。



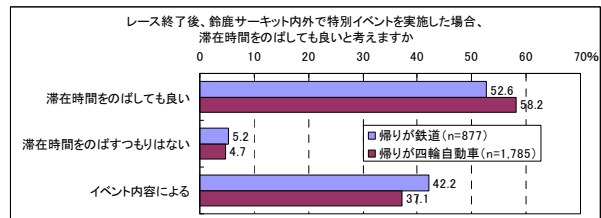
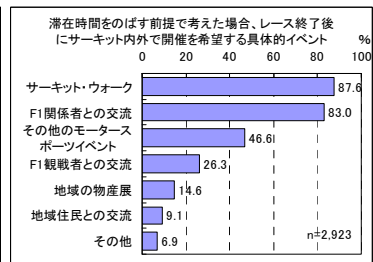
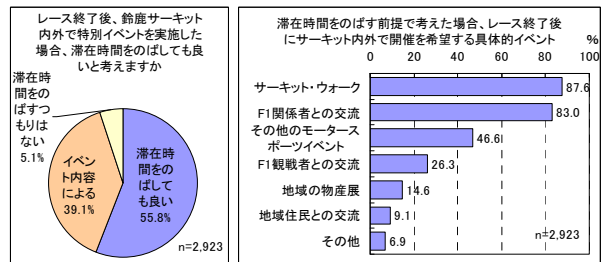
◇（分散帰宅のためのイベント実施）

レース終了後に、鈴鹿サーキット内外で特別イベントを実施することにより滞在時間を延ばすことについては、半数以上が「滞在時間を延ばしても良い」としており、「イベント内容による」を含めると9割以上が滞在時間を延長しても良いと考えている。

これらの取り組みを実施することで、レース終了後の一斉帰宅の分散化を図り、混雑・渋滞の軽減につなげることが出来ると考えられる。

また、自動車利用者の方が鉄道利用者よりも、「滞在時間を延ばしても良い」割合が高く時間調整の余裕度が高いといえる。鉄道利用者は「イベント内容による」割合がやや高く、内容により判断する割合が高い。

なお、前述の市民向けの調査の中でも、生活面に悪い影響があった項目（再掲）として、「交通渋滞（325件）」がもっとも多く、交通渋滞の軽減・解消は、特に大きな問題として、長期的な取り組みが必要であると考えられる。



◇（F1開催の影響と、具体的な内容）（市民向け、再掲）

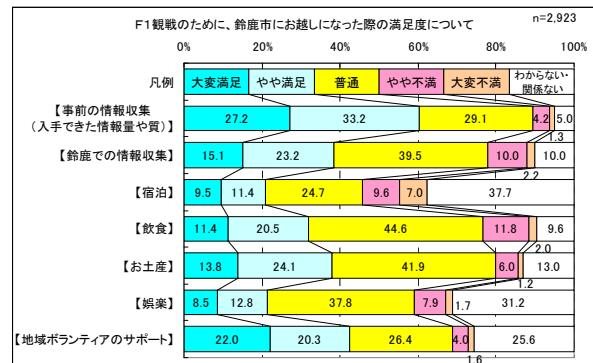
- ・悪い影響の具体的記述内容としては、「交通渋滞」が325件と最も多い。

4. おもてなし向上に対する認識と課題

■来鈴時の満足度について（観戦客向け）

「事前の情報収集」についての満足度は6割（大変満足（27.2%）＋やや満足（33.2%））を超えている。また、「地域ボランティアのサポート」も満足度が4割を超えて高い。

一方、不満足度（「やや不満」＋「大変不満」）が高いものは、「宿泊（16.6%）」「飲食（13.8%）」「鈴鹿での情報収集（12.2%）」などである。



■期待されるボランティアやサービスについて（観戦客向け）

荷物預かり・ロッカーについては、利用できる場所の案内とともに、どのような移動コースであれば、どの場所を利用するのが便利であるかなどについて、モデルコースとともに情報提供することで利用者の利便性向上に繋がると考えられる。

ボランティアの活動が行われていることを知らないといった意見や、どんなボランティア・サービスが提供されているのか一覧が欲しいなどの意見もあり、せつかくの活動が周知されていないことの解消に努める必要がある。

観戦客が期待するボランティアやサービス内容（上位項目）

期待される内容		件数
1	ガイドブック・マップ配布、地域情報提供	283
2	駐車情報	276
3	道路案内・誘導	259
4	荷物預かり・宅配便・ロッカー	257
5	巡回バス・シャトルバスなど	126
6	現状のボランティアで満足	103
7	食べ物・飲み物のサービスや物販	79
8	レンタサイクル	49
8	ボランティアの存在不認識	49
10	その他のニーズ	42

■ボランティア活動を通じてのF1開催支援と、参画可能なボランティア活動の内容（市民向け）

ボランティア活動を通じてのF1開催支援は、「はい」が32.0%、「いいえ」が63.3%となった。また、「はい」と回答した人を対象に活動内容を聞いたところ、「案内・誘導（道案内や駐車場誘導、交通整理）（108件）」が、ついで「市内清掃（76件）」、「観光案内（35件）」「通訳（16件）」「駐車場の無料開放（14件）」などとなった。

上記以外にも、「出来ることは何でも協力したい」「鈴鹿の子どもたちに地元で愛着を持ってもらうため小・中高生のボランティア活動（運営手伝い）を経験させたい」「民泊やホームステイの受け入れ」などの意見があった。

「来鈴者にあたたかい気持ちで帰ってもらいたい」「何から手を付けて良いのかわからないので鈴鹿サーキット側から色々なアイデアを提供し募集してほしい」「協力したいが当日はF1を

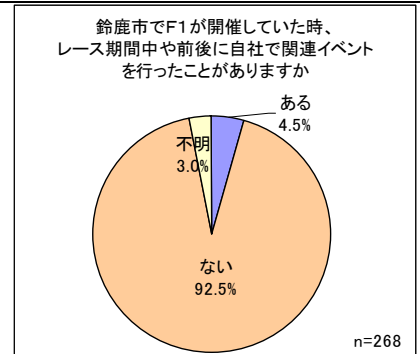
観戦したい」といった意見もある。市民が考えるF1支援や来鈴者へのおもてなしの気持ちを
実現して行くためにも、F1開催期間の前後も含めどのような内容の支援が必要とされている
かを取りまとめ、広く参加を呼びかけるとともに、組織的な運営の必要性があると考えられる。

■ F1へのかかわり方について（市内事業者向け）

◇（F1開催時の関連イベントの実施）

「鈴鹿市でF1が開催していた時、レース期間中や前後に
自社で関連イベントを行ったことがありますか」との問いに
対し、行ったことが「ある」のは4.4%とごくわずかであり、
9割以上は行ったことが「ない（92.3%）」となっている。

具体的な取り組み内容としては、「会場や駅などでの取扱
商品の販売」、「来場者に対する価格サービス・特別セール」、
「商工会議所のウェルカム運動への協力」「時期は異なるが、
サーキットを貸切ったお客様感謝デーの開催」などの回答が見られた。



◇（F1再開時の参画可能な内容）

「道案内・誘導（16件）」「駐車場提供（16件）」「観光案内（14件）」「清掃（11件）」など
となっている。鈴鹿市民向けのアンケートでも同様の項目が上位を占めており、比較的協力がし
やすくかつ必要性が高いと考えられる内容であるといえる。

また、「市民1人1人の理解と協力が必要であり、市民への説明会を行い、草の根運動をして
いく必要がある」「観戦客の帰宅時間帯だけでも、出荷やトラックの移動を止めて、気分よく帰
ってもらえるよう協力したい」などの意見も見られた。

■ F1関連の宿泊客を意識して行っているサービス、おもてなし等について（宿泊施設向け）

記述内容で最も多かったのは、「アクセスマップや時刻表の準備・配布（38件）」で、宿泊
施設から鈴鹿サーキットまでのアクセスマップや、臨時ダイヤの分も含め最寄りの駅やバス停
の時刻表を用意・配布する。また、鈴鹿サーキットへの交通アクセスについて相談・問い合わ
せがあれば誰でも説明できるよう準備しているなどの対応がみられる。

ついで、「通常時間以外での対応（13件）」で、宿泊施設への到着時刻が遅い場合には夕食
の時刻を遅らせたり、早朝の食事などに変更したりする。また、出発が早い人にあわせて通常
よりも朝食の開始時間を早めたり、鈴鹿サーキットへ持参できるような弁当などに切り替え
たりするなど、観戦客の行動時刻にあわせた対応がみられる。

つぎに「外国人客の受入対応（9件）」で、英字新聞や通訳を配置したり、英語表記の案内を
用意する。また、フライト時刻にあわせたチェックイン・チェックアウト対応や、外国人のた
めの食事メニューの用意などがみられる。なお、これらの内容は、F1チームのクルーなどを
受け入れている宿泊施設での対応が多い。

いずれの場合も、F1観戦客は朝の出発時刻が早く、また帰りの時刻も比較的遅いなど、一
般の宿泊客とは行動時刻が異なることを理解したうえでの対応が行われているといえる。

記述内容の上位項目		件数
1	アクセスマップや時刻表の準備・配布	38
2	通常時間以外での対応（食事（※）、チェックイン・チェックアウトなど）	11
3	外国人客の受入対応（英字新聞、通訳配置、英語表示、フライトの時刻にあわせたチェックイン・チェックアウト対応など）	9
4	送迎	4
5	その他（無料駐車場・貸出自転車、予選結果の掲示、無料コーヒーなど）	10

※食事時間の繰り上げ・繰り下げ、食事を持参可能なおにぎりや弁当への振替なども含む

■民泊（※）について（観戦客向け）

※一般家庭に観戦客を有料で宿泊させる取り組み

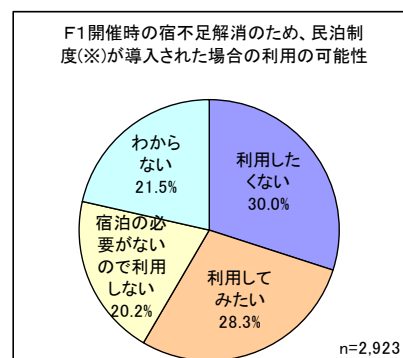
「利用したくない（30.0%）」「利用してみたい（28.3%）」と両者にあまり差はみられない。しかし、「わからない（21.5%）」も割合が高く、記述内容をみると不安面の要因が多いことから、不安面が解消されなければ利用したくないと考える割合の方が高いと考えられる。

◇（「利用してみたい」の記述意見）（意見総数約 700 件）

- ・車ではゆっくり休めないから。
- ・サーキット近くに泊まりたい、近くて便利そうだから。
- ・宿不足の解消につながるから。
- ・地域の人との交流が楽しみだから。 など

◇「利用したくない」の記述意見（上位項目）

「気を使う、利用時間等で迷惑をかける（460 件）」「不安（人、サービス、セキュリティ面）（108 件）」「車中泊・キャンプが良い（78 件）」などの意見がみられる。なお、一般民家での宿泊ではなく、あまり気を使わなくて済み、サービスの質にも大きな差がなさそうな、体育館や公民館などの公共施設を使った宿泊機能の提供を望む意見もみられた。



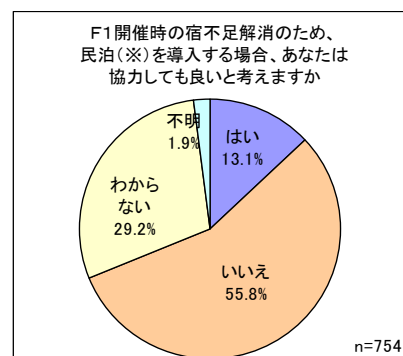
◇（「わからない」の記述意見）（意見総数約 440 件）

利用したくないと同様の意見が多く、利用にあたっては不安要素が大きいことが伺える。

■宿不足解消のために民泊を実施する場合の協力（市民向け）

市民向けアンケートで、宿不足解消のための民泊導入に協力しても良いかについて、「はい（協力しても良い）」と考えるのは 13.1%に留まり、「いいえ（55.8%）」「わからない（29.2%）」の割合が高い。

宿泊施設不足を軽減する取り組みとしての民泊は、利用者となる観戦客は、利用したい・利用したくない・わからないの比率が拮抗している。受入側となる鈴鹿市民は、協力したくない・わからないの割合が高く、協力しても良いのは一部に留まった。



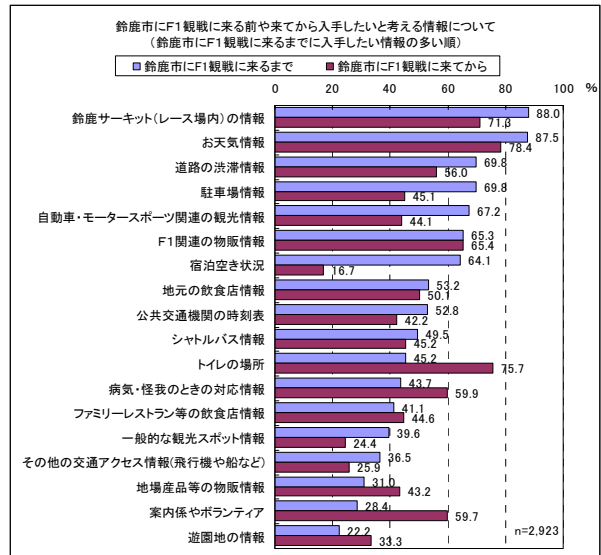
取り組みが成功すれば鈴鹿ファンを増やすことができ、鈴鹿市の良さをPRすることにつながるものと考えられることから、トラブルを回避するためにも、利用したい観戦客・協力しても良い市民を対象に試行的に取り組み、運用体制の検討・充実を図る必要があると考えられる。

5. 情報発信に対する認識と課題

■情報について（観戦客向け）

必要とされる情報の中には、観戦に来るまでに必要なものと、観戦に来てから必要なものがある。前述の満足度の設問でも、「事前の情報収集」に比べ、「鈴鹿での情報収集」の方が満足している割合が低くなっており、鈴鹿に来てからの情報発信の充実を図る必要性が高いと考えられる。また、情報を収集しやすいように総合窓口としての機能の必要性も高いと考えられる。

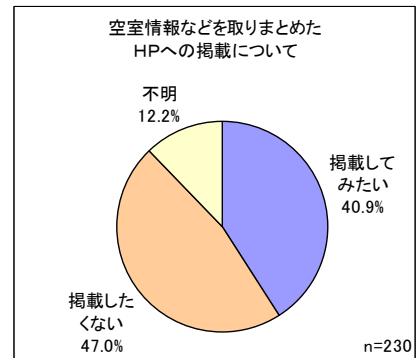
特に事前に入手したいと考える割合はそれほど高くないものの、鈴鹿に来てから入手したいと考える割合が高いものについての対応が必要であると考えられる。主な項目としては、「トイレの場所」「病気・怪我のときの対応情報」「案内係やボランティア」「地場産品等の物販情報」などがあげられる。



■空室情報などを取りまとめて情報発信できる仕組み（HP）などへの掲載希望（宿泊施設向け）

「掲載したくない」が47.0%、「掲載してみたい」が40.9%となった。また、回答が選択されず不明であるものの、「無料であれば掲載したい」「キャンセルが出たときのみ掲載したい」「媒体の内容による」などの記述もみられた。

観戦客が事前知りたい情報（前述）では、「宿泊空き情報（64.1%）、7番目」とニーズも高いことから、宿泊施設側・利用者側がともに使いやすく、低コストで利用できる仕組みであれば、必要性が高い仕組みであると考えられる。



掲載したくない理由（記述内容の上位項目）

順位	理由	件数
1	予約ですぐに満室となり、空室がない	34
2	利用者を限定した専用宿泊施設のため	11
3	問い合わせ・アクセスが殺到し、混乱するのを避けるため	8
4	すでに予約受付サイトがあるため	8
5	サーキットから遠く、多くの需要が見込めない	7

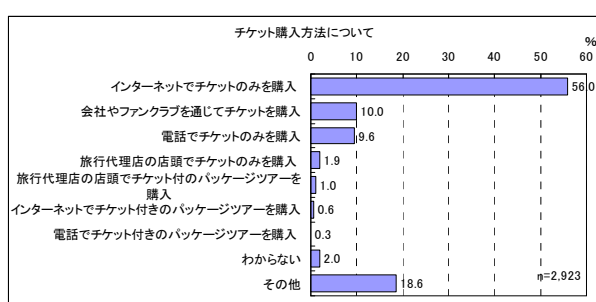
掲載したくない場合の理由については、「予約ですぐに満室となり、空室がない」が 34 件で最も多くなっている。また、「問い合わせ・アクセスが殺到し、混乱するのを避けるため」が 8 件、「すでに予約受付サイトがあるため」が 8 件となっている。

「問い合わせ・アクセスが殺到し、混乱するのを避けるため」には、受付開始時刻とともに宿泊施設の受付システムにアクセスが殺到しシステムがダウンするなどの影響を心配する意見や、情報更新のタイムラグによるトラブルを懸念する声もみられる。

また、電話問い合わせが相次いでも断らざるを得ない状況を申し訳ないと感じており、これ以上問い合わせを増やしたくないといった意見がみられる。

■チケット購入方法について（観戦客向け）

インターネットでチケットを購入する割合が 56.0%と最も高い。インターネットであれば同時に観戦に必要な情報や観戦客を誘導したい場所等の情報提供も可能であり、チケット販売のみに限定せず、観戦客に必要な情報を提供する、あるいは提供したい情報を発信する窓口としての機能を活用する工夫が必要であると考えられる。



なお、これは外国人観光客についても同様であり、インターネット経由などによりチケット購入をしているのであれば、経済効果を高める工夫として三重県内を周遊できるような魅力的な情報提供を行い、滞在期間の延長や消費を拡大するような働きかけが必要であると考えられる。

6. 地域文化・産業の振興に対する認識と課題

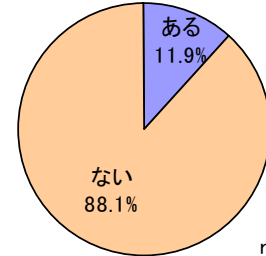
■観光地等への立ち寄りについて（観戦客向け）

F1観戦時に立ち寄った観光地などがある割合は約1割で、ほとんどの人は立ち寄りをしていない。その理由としては、「立ち寄る時間がなかった（59.9%）」「F1観戦以外に、お金を使うつもりがない（35.4%）」などが上位を占めている。

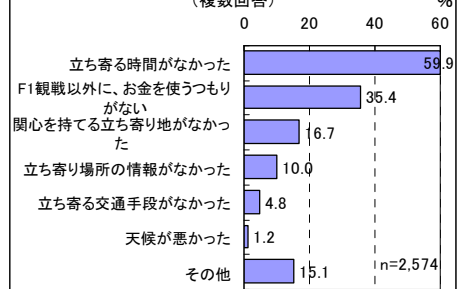
その他の理由としては、「近隣地域に居住しているため」との内容が多く、ついで「F1観戦で疲れているから」「何度も来ており新しい立ち寄り地がない」などの内容が上位を占める。また、「F1に浸ることが目的」で、F1以外のことに関心を向けるつもりがないといった意見もみられる。

なお、「F1観戦の準備だけでも大変なので、移動と宿泊手配が容易であればほかにも観光してみたい」「大きな荷物があるので移動が不便」など意見もあり、観光を容易にするサポートがあればF1観戦以外の観光地立ち寄りが拡大する見込みがあると考えられる。

F1観戦を目的に鈴鹿市にお越しになった際、F1観戦以外で立ち寄った観光地などはありますか



F1観戦時に、どこにも立ち寄りなかった理由（複数回答）



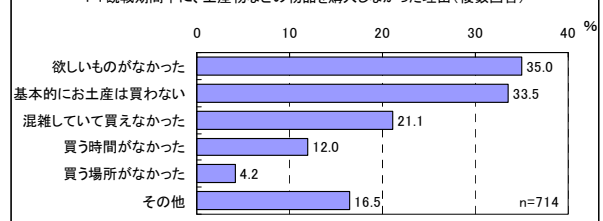
立ち寄った観光地などがある場合の上位地域

順位	立ち寄り地	件数	主な内容
1	伊勢	120	伊勢神宮、おかげ横丁など
2	名古屋・愛知	86	名古屋市中心部、名古屋城など
3	鳥羽・志摩	26	鳥羽水族館など
4	松阪	24	松阪牛を食べる店、松阪城跡など
5	四日市・菰野	22	湯の山温泉など
6	桑名・長島	19	ナガシマスパーランドなど
7	鈴鹿市内	18	鈴鹿ベルシティ、椿大神社など
8	京都	14	—
9	関・亀山	11	—
10	大阪	10	—

■お土産などの購入について（観戦客向け）

「欲しいものがなかった（35.0%）」との割合が最も高く、購入意欲を喚起する取り組みが必要であると考えられる。また、「混雑していて買えなかった（21.1%）」「買う時間がなかった（12.0%）」など、購入意欲があるにもかかわらず購入の機会を逃していることも多く、こちらも購入の機会を提供する取り組みが必要であると考えられる。

F1観戦期間中に、土産物などの物品を購入しなかった理由（複数回答）

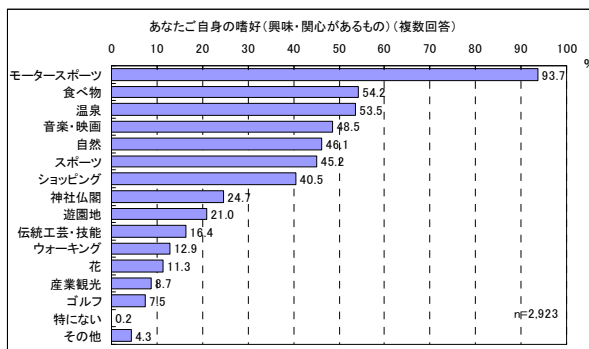


■嗜好・興味・関心について（観戦客向け）

◇（興味・関心のあるジャンル）

興味・関心のあるジャンルは、「モータースポーツ」の割合が圧倒的に高く 93.7%となっている。ついで「食べ物（54.2%）」「温泉（53.5%）」などとなっている。

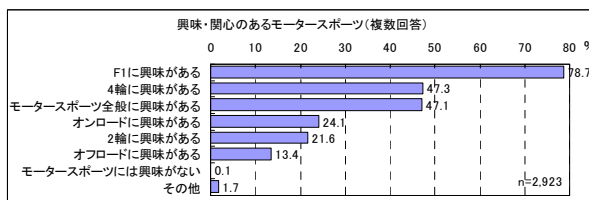
レース前後に周辺地域などを周遊してもらうための観光情報などとして、このようなジャンルの情報を組み合わせて提供することが必要と考えられる。



◇（モータースポーツへの関心）

「F1」の割合がもっとも高く 78.7%、ついで「4輪（47.3%）」「モータースポーツ全般（47.1%）」などと続いている。

これらの内容は、上記の興味・関心のあるジャンルと合わせて、今後様々なイベントを検討する際の大きな目安にすることが出来ると考えられる。

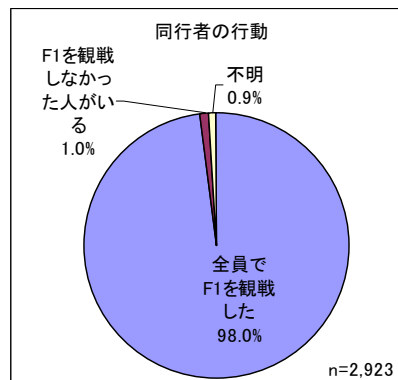
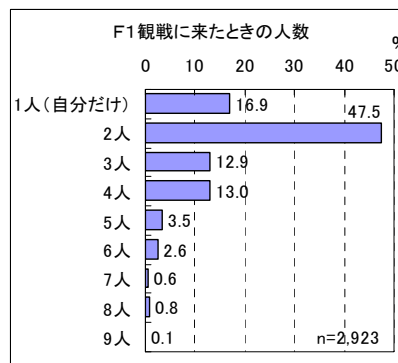


■同行者について（観戦客向け）

同行者は、「2人（47.5%）」の割合が最も高く、ついで「1人（16.9%）」「4人（13.0%）」「3人（12.9%）」となっている。

全員でF1を観戦した割合が 98.0%とほとんどを占め、F1を観戦しなかった人がいる割合は 1.0%である。なお、F1を観戦しなかった人の行動は「子どもと妻は鈴鹿サーキットに隣接する遊園地で遊んでいた」との記述が多く、ついで「鈴鹿市内や近隣を散策・観光した」などの記述が見られた。観戦が複数日にわたる場合には、遊園地以外の遊び場所を求める意見も見られた。

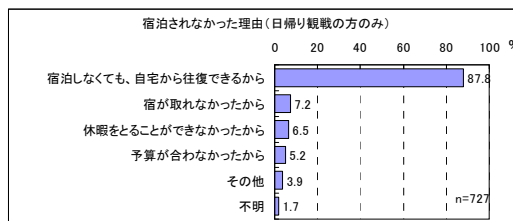
F1を観戦しない同行者を対象にした過ごし方の提案を実施することで、F1を観戦しない人による経済効果の拡大（消費行動等の拡大）を図れる可能性がある。



■宿泊関連（観戦客向け）

◇（宿泊しなかった理由）

「宿泊しなくても自宅から往復できるから」が87.8%と大半を占める。しかし、「宿が取れなかった（7.2%）」「予算が合わなかった（5.2%）」などの理由もみられることから、宿泊に関する情報提供や、地域内で宿泊できる仕組み・受入体制などを整えることで、経済効果の拡大を図ることが出来ると考えられる。

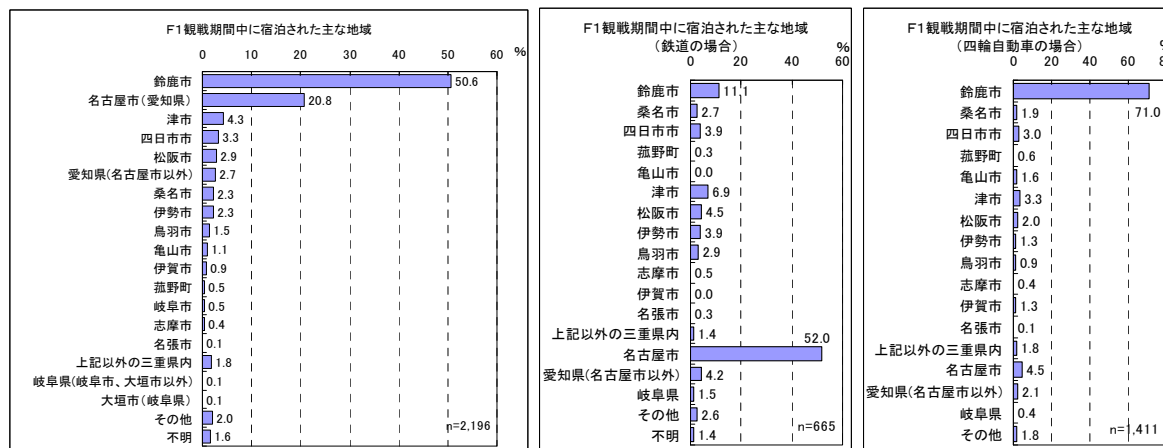


◇（宿泊地域）

市町別にみると、鈴鹿市（50.6%）がもっと割合が高く、ついで名古屋市（20.8%）、津市（4.3%）、四日市市（3.3%）、松阪市（2.9%）などとなっている。県別にみた場合、三重県内が73%と全体の約3/4を占めるが、愛知県も24%宿泊者がいるなど、県外にも多くの宿泊者が流れていることがわかる。

交通手段別に宿泊地域（各交通機関を利用した宿泊者を100%とした値）をみると、四輪自動車利用の場合、鈴鹿市（71.0%）が大半を占め、ついで名古屋市（4.5%）、津市（3.3%）、四日市市（3.0%）などとなっている。一方、鉄道利用の場合は、名古屋市（52.0%）が半数以上を占め、ついで鈴鹿市（11.1%）、津市（6.9%）、松阪市（4.5%）などとなっている。

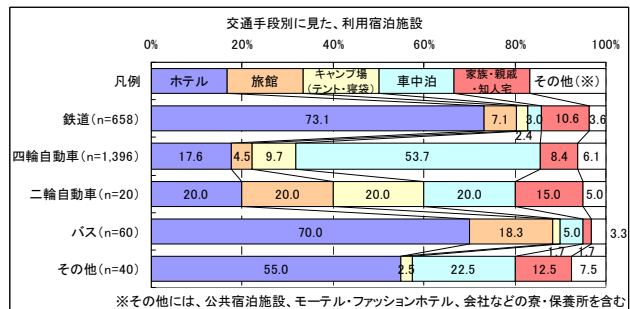
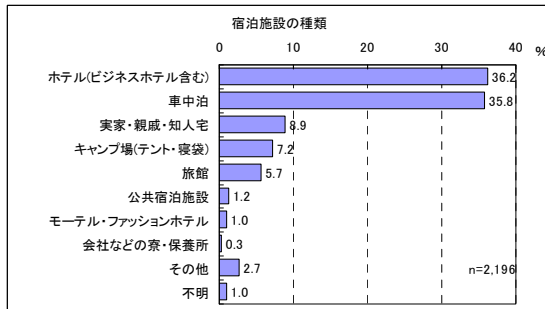
なお、宿が取れないため、日によって宿泊地を変えているとの回答も見られた。



◇（宿泊施設）

宿泊施設は、ホテル（36.2%）と車中泊（35.8%）の割合が高い。交通手段別に見ると、鉄道の場合はホテルの割合が73.1%と高く、四輪自動車の場合は車中泊が53.7%と最も高い。四輪自動車の場合は、最初から車中泊を予定していると考えられるが、なかには「宿を確保できずに観戦に来たものの、現地でもやはり確保が出来ずやむなく車中泊となった」などの意見も見られる。

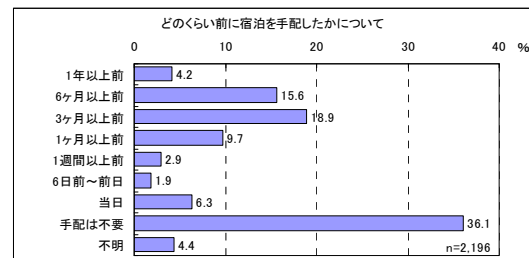
その他の記述としては、「サウナ・健康ランド・マンガ喫茶」や「ウィークリーマンション・カプセルホテル」などがみられた。



◇ (宿泊の手配)

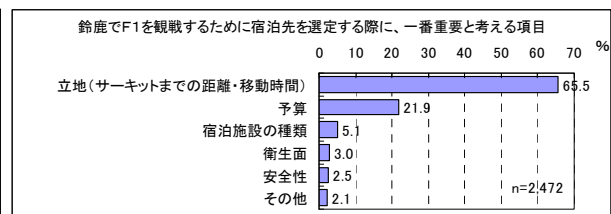
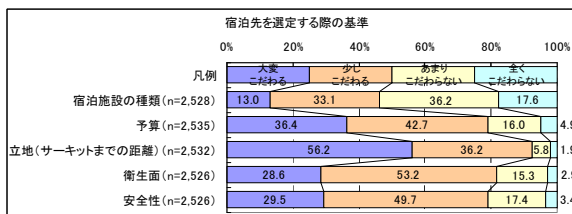
F 1 観戦時に翌年の宿の手配をして帰るとの意見も見られるが、最も多いのは「3ヶ月以上前(18.9%)」となっている。また、「当日(6.3%)」との意見も比較的多く見られる。

なお、観戦経験が多い場合は、直接連絡を入れて予約を入れるなどの行動が多く、観戦経験が少ない場合はインターネット等で検索して宿を確保する行動が比較的多くなっている。



◇ (宿泊先を選定する際の基準)

宿泊先を選定する際に一番重要な項目は、立地(サーキットまでの距離・移動時間)で、他の項目を大きく引き離している。近くでの宿泊を希望するF 1観戦客に対して、近隣地域のみでは収容能力が不足している現状を裏付けている。



■ 宿泊施設の利用状況 (宿泊施設向け)

※調査地域は、P 69 (アンケート発送先の地域) 参照

◇ (2006年のF 1日本グランプリ開催(10月6日～8日)に伴うF 1関連の宿泊客の有無)

「あった」との回答が77.8%となっており、多くの宿泊施設で宿泊があったことが伺える。

◇ (F 1関連宿泊客の内訳)

F 1関連の宿泊客があったと回答した宿泊施設のうち、2006年10月7日(土)のF 1関連の宿泊客の割合は、「100%」が15.6%、「90%台」が21.8%、「80%台」が11.7%であった。回答総平均でみると、「一般観戦客」の宿泊があった割合は80.3%、「チーム関係者」が13.3%、「その他」が6.4%となった。「その他」としては、報道関係者やグッズ販売業者などであった。

◇ (収容人数に対する平均稼働率)

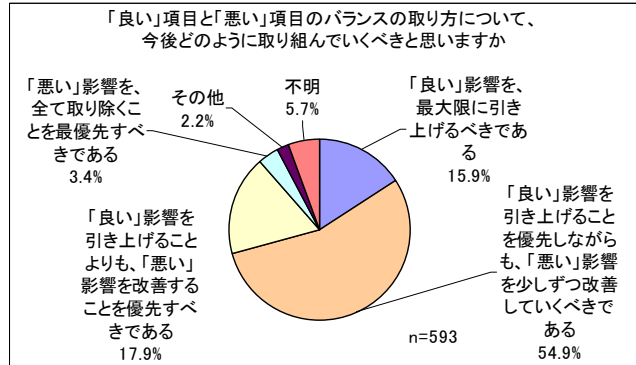
F 1開催期間中(2006年10月7日(土))の収容人数に対する平均稼働率は、「100%」が55.9%と最も高く、ついで「90%台」が29.1%、「80%台」が5.6%となっている。

7. 行政のかかわり・役割の重要性に対する認識と課題

■市民が希望する今後の取り組み姿勢（市民向け）

◇（「良い影響」と「悪い影響」のバランスの取り方）

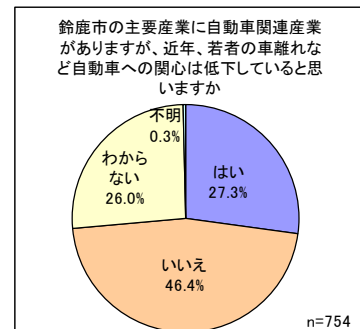
市民向けアンケートの中で、「良い」項目と「悪い」項目のバランスの取り方について、今後、どのように取り組んでいくべきと考えますか」との問いに、約 55%が「良い」影響を引き上げる事を優先しながらも、「悪い」影響を少しずつ改善していくべきである」と回答している。「良い」影響を、最大限に引き上げるべきである（15.9%）」と合わせると、7割超が「良い影響」を引き上げることを優先すべきとなっている。



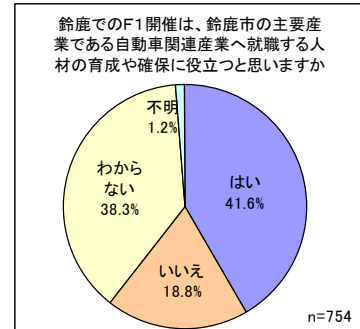
◇（若者の車離れについての感覚）

◇（鈴鹿でのF1開催の、自動車産業人材の確保・育成への影響）

市民向けアンケートの中で、「鈴鹿市の主要産業に自動車関連産業がありますが、近年、若者の車離れなど自動車への関心は低下していると思いますか」との問いに対し、「はい」が27.3%、「いいえ」が46.4%となっている。半数近い回答は、関心は低下していないと見ているが、年齢層別に見た場合には、従来は一番関心が高いといわれていた「20歳代」「30歳代」において、自動車への関心が低下しているとの回答割合が高く、40歳代以降と認識の違いがみられる。

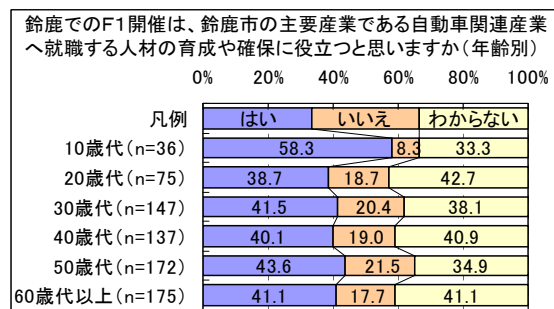
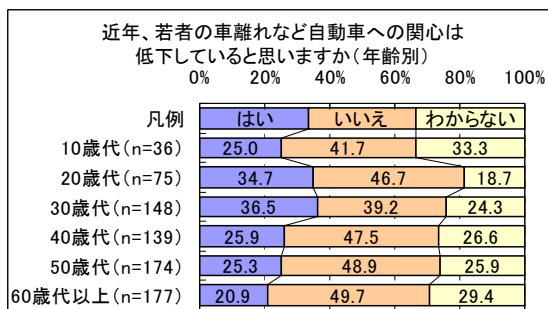


また、市民向けアンケートの中で、「鈴鹿でF1を開催することで、鈴鹿市の主要産業である自動車関連産業へ就職する人材の育成や確保に役立つと思いますか」との問いに対し、「はい」が41.6%、「いいえ」が18.8%、「わからない」が38.3%と、「はい」が最も多いものの「わからない」との回答も高くなっている。



年齢層別に見た場合、就職に最も近い10歳代が「はい」の割合が58.3%と他の年齢層に比べて高く、鈴鹿でのF1開催の効果が比較的高いと考えられる。

これらのことから、鈴鹿市でのF1開催が地域における産業人材の育成や、地域の主要産業である自動車関連産業への就職に役立っているとの認識があり、今後はその効果を更に拡大していくとともに、若者の車離れを抑制する仕掛けが必要であると考えられる。



(参考) 観戦客アンケートの結果概要についての説明

■ 1. 回答者について

- 居住地：人口の多い都市部の割合が高いが、北海道から沖縄まで全ての都道府県から回答を得ており、F 1 開催が広域で集客力のあるイベントであることがわかる。なお、このアンケートの回答条件は、2002～2006 年の 5 年間に鈴鹿での F 1 観戦経験がある人に限定している。
- 性別：男性の比率が 78% と高い。
- 年齢別：30 歳代が 47% と半数近くを占め、ついで 40 歳代が 30% を占める。
- 鈴鹿での F 1 観戦経験：3 回以上が 75% を占め、6 回以上の人も半数近くを占めるなど観戦経験が豊富な回答者の割合が高い。鈴鹿での F 1 開催とともに育ってきた（鈴鹿が育ててきた）若者が、その中心となっていると推測される。
- 同行者数（本人含む）：2 人が 48% と最も高く、あとは同程度の割合となっている。

■ 2. 利用交通機関

□ 鈴鹿市内への交通手段

四輪自動車が 61% と最も高く、ついで鉄道（近鉄）、鉄道（J R ・伊勢鉄道）となっている。鉄道では、往復で混雑回避などのためと考えられる若干の変化がみられる。

□ 交通手段を自動車にした理由

「宿泊場所（車中泊）として利用するため」が、50% で最も高く、ついで「寄り道をしたときなど、自由に行動しやすいから（48%）」「荷物が多いから（46%）」「どんな天候にも対応しやすいから（40%）」などとなっている。

□ 交通手段を鉄道にした理由

「移動時間を読みやすいから」が 63% で、他の項目に比べかなり割合が高い。ついで、「渋滞に巻き込まれるのを避けるため（38%）」「宿泊地との地理的な都合のため（33%）」「駐車場確保の手間を省くため（28%）」などと続いている。

□ 自動車（2 輪含む）の利用インターチェンジ（回答のほとんどは四輪自動車）

高速道路を利用しなかった人を除くと、鈴鹿 I C や亀山 I C の利用者が多い。また、行きに比べて帰りの利用が減少しているのが、鈴鹿 I C（11 ポイント減少）と亀山 I C（3 ポイント減少）で、かわりに周辺 I C の利用が増加するなど分散傾向が見られる。観戦経験の積み重ねからよりよい帰り方を模索した結果とともに、カーナビゲーションの渋滞情報や抜け道情報を利用しているためと考えられる。

□ 鉄道の利用駅と鈴鹿サーキットまでのアクセス

行きは、回答が多い順に①鈴鹿サーキット稲生駅から徒歩が 41%、②近鉄白子駅からバスが 37%、③近鉄白子駅から徒歩が 8% などとなっている。帰りは、①徒歩で鈴鹿サーキット稲生駅が 36%、②徒歩で近鉄白子駅が 26%、③バスで白子駅が 19%、④徒歩で近鉄平田町駅が 11% などとなっている。

往復での増減は、「鈴鹿サーキット稲生駅と徒歩」が 5 ポイント減少、「近鉄白子駅とバス」が 18 ポイント減少、「近鉄白子駅と徒歩」が 18 ポイント増加、「近鉄平田町駅と徒歩」が 7 ポイント増加などとなっている。

行きにバスやタクシーを利用した人が帰りには徒歩に切り替える傾向が見られるほか、行きに鈴鹿サーキット稲生駅や近鉄白子駅を利用した人が、帰りには徒歩で近鉄平田町駅に向かう傾向がみられる。往復で異なる駅を利用することや、帰りに徒歩で駅に向かう人が多いのは、それぞれの観戦客が長年の経験などから比較的効率よく帰れる方法を模索した結果であると考えられる。

◇参考（駅別の利用者割合の変化（サーキットとのアクセス手段を問わずに駅別で集計））

行きの利用駅：①近鉄白子駅（51%）、②鈴鹿サーキット稲生駅（41%）、近鉄平田町駅（5%）

帰りの利用駅：①近鉄白子駅（49%）、②鈴鹿サーキット稲生駅（38%）、近鉄平田町駅（11%）

行きと帰りの増減：近鉄白子駅（2ポイント減少）、鈴鹿サーキット稲生駅（3ポイント減少）、近鉄平田町駅（6ポイント増加）

■交通アクセスへの評価について

居住地を出発してからサーキットに到着するまでのエリアを三重県外、三重県内、鈴鹿市内の3つに分けて、行きと帰りについて、それぞれの区間での交通アクセスの満足度を聞いたもの。

□行きについて

鈴鹿サーキットに近づくにつれて満足度が低くなり、不満足度が高まっている。

□帰りについて

鈴鹿サーキットを離れて居住地に近づくにつれて不満足度は減っているが、行きに比べ三重県内、特に鈴鹿市内の不満足度はかなり高い。

課題・方向性：レース終了後の一斉帰宅を分散させるなどの方法により、渋滞・混雑解消に取り組む必要性が高いことが伺える。

■3. 鈴鹿訪問・宿泊

□鈴鹿市の訪問日数

3日（33%）が最も割合が高く、ついで2日（31%）、4日（18%）となっている。

□宿泊日数

宿泊を伴わずに「日帰り」で観戦した割合が25%と最も高い。ついで2泊（23%）～3泊（20%）となっている。

□宿泊しなかった理由

「宿泊しなくても自宅から往復できるから」が88%と大半を占める。しかし、「宿が取れなかった（7%）」「予算が合わなかった（5%）」などの理由もみられる。なお、日帰り観戦客の居住地上位は、三重県（34.4%）、愛知県（28.5%）、大阪府（10.0%）、岐阜県（4.8%）、奈良県（4.0%）など、東海・近畿圏が中心。

課題・方向性：宿泊できなかった人をいかに取り込むかが、今後の課題であるといえる。

□宿泊施設

ホテル（36%）が最も割合が高く、ついで僅差で車中泊（36%）となっている。以下、実家・親戚・知人宅（9%）、キャンプ場（テント・寝袋含む）（7%）などとなっている。

その他では、サウナ・健康ランド・漫画喫茶、ウィークリーマンションなどの利用がみられた。

□交通手段別の宿泊施設（上位項目、各交通機関を利用した宿泊者を100%とした値）

○四輪自動車利用の場合：車中泊（54%）、ホテル（18%）、キャンプ場（10%）

○鉄道利用の場合：ホテル（73%）、実家・親戚・知人宅（11%）、旅館（7%）

□宿泊した地域（車中泊も含む）

市町別にみると、①鈴鹿市（51%）、②名古屋市（21%）、③津市（4%）、④四日市市（3%）、⑤松阪市（3%）などとなっている。県別にみた場合、三重県内が73%と全体の約3/4を占めるが、愛知県も24%宿泊者がいるなど、県外にも多くの宿泊者が流れていることがわかる。

□交通手段別の宿泊地（上位項目、各交通機関を利用した宿泊者を100%とした値）

○四輪自動車利用の場合：鈴鹿市（71%）、名古屋市（5%）、津市（3%）、四日市市（3%）などで、鈴鹿市の比率が極めて高い。

○鉄道利用の場合：名古屋市（52%）、鈴鹿市（11%）、津市（7%）、松阪市（5%）などで、名古屋市の比率がかなり高い。

■宿泊地選定で一番重要なこと

「立地（サーキットまでの距離や移動時間）」を重視する人が66%と最も高く、ついで予算（22%）となっている。F1関係者などの利用が多く鈴鹿市内での宿泊施設が不足する状況で、サーキットまでの距離や移動時間といった立地を重視しつつ、予算にも配慮する結果、車中泊の比率が高くなっているものと考えられる。

課題・方向性：鈴鹿市およびその周辺地域での宿不足に対応するためや、費用を抑えるためなどの理由から車（車中泊）を選んでいると考えられる。記述意見の中には、車中泊ではゆっくり休めないため確保できるのであれば宿泊施設を利用したいとの意見もみられ、安価な宿泊機能を提供できればさらに消費拡大につながるものと考えられる。また、自動車と鉄道では利用する理由が大きく異なるため、交通渋滞等の軽減策を検討する際にはこの違いを踏まえる必要がある。

■4. F1観戦による鈴鹿市訪問時の満足度

満足度が高いのは、「事前の情報収集（60%）」で、ついで「地域ボランティアのサポート（42%）」となっている。一方、不満足度が高いのは、「宿泊（17%）」や「飲食（14%）」などである。また、「事前の情報収集」に比べ「鈴鹿市内での情報収集」は評価が低くなっている。

課題・方向性：「鈴鹿市内での情報収集」や「宿泊」「飲食」など、地元情報を発信する取り組みを充実させる必要があると考えられる。

■5. 観戦客から求められている情報

鈴鹿市に来る前（事前情報）と、来た後（現地での情報）で比較をした。

□事前に欲しい情報について

①鈴鹿サーキット（レース場内）の情報（88%）、②お天気情報（88%）、③道路の渋滞情報（70%）、④駐車場情報（70%）、⑤自動車・モータースポーツ関連の観光情報（67%）などとなっている。

□鈴鹿で欲しい情報について

①お天気情報（78%）、②トイレの情報（76%）、③鈴鹿サーキット（レース場内）の情報（71%）、④F1関連物販情報（65%）、⑤怪我や病気の時の対応情報（60%）などとなっている。

事前情報に比べ割合が高まっているのは、「トイレの情報」「案内係やボランティアの情報」「病気・怪我のときの対応情報」などである。

課題・方向性：「自動車・モータースポーツ関連の観光情報」のほか、「F1関連の物販情報」、「地元の飲食店情報（8位）」などは、今後うまく情報発信していくことで、地域への経済効果をより高めることが期待される。他の項目も、観戦客の満足度を高めるために改善が必要と考えられる。

■観戦客が期待するボランティアやサービス内容（記述内容）

「ガイドブックやマップ等の配布、地域情報の提供」の要望が高く、ついで「駐車情報」「道路案内・誘導」「荷物預かり・ロッカー・宅配便」などと続いている。

■6. F1観戦時の立ち寄り観光等について

□F1観戦時の立ち寄り観光地の有無

「ない」が88%と大半を占める。なお、立ち寄った観光地の上位項目（記述）は、伊勢（伊勢神宮・おかげ横丁など）や名古屋（中心市街地、名古屋城など）が多い。

□観光地に立ち寄らなかった理由

「立ち寄る時間がなかった（60%）」が他の項目に比べ回答割合が高い。ついで、「F1観戦以外に、お金を使うつもりがない（35%）」「関心を持てる立ち寄り地がなかった（17%）」となっている。なお、記述意見として、「F1観戦の準備だけでも大変なので、移動と宿泊手配が容易であれば他にも観光してみたい」「大きな荷物があるので移動が不便」「F1観戦にかなりの体力を使うので疲れて動きたくない」などの意見もみられる。

課題・方向性：「時間がない」のが最大の理由であり、混雑軽減による余裕時間の創出などとあわせて、観戦客の興味関心を引き起こす情報発信などで立ち寄り観光を誘導するなどの取り組みにより、経済効果をより高められる可能性がある。

□土産物を購入しない理由（購入しなかった人限定）

「欲しいものがない（35%）」「基本的にお土産を買わない（34%）」「混雑していて買えなかった（21%）」などとなっている。

課題・方向性：基本的にお土産を買わない人を除けば、阻害要因を取り除く、関心を引き起こすなどの対応により、消費拡大につなげることが出来ると考えられる。

■7. 渋滞・公共交通の混雑についての考え方

「レースは最後までみて、自己の努力で混雑を回避する努力をする（68%）」との回答割合が最も高く、ついで「混雑に巻き込まれるなら、鈴鹿サーキット付近に留まり時間を過ごしても良い（62%）」となっている。また、「パーク&ライドなどの導入で混雑軽減を図って欲しい」も24%みられる。

□レース後に鈴鹿サーキット内外で特別イベントを実施した場合の、滞在時間の延長

「滞在時間を延ばしても良い」が56%、「イベント内容による」が39%となっており、イベント内容次第では95%の人がレース後も鈴鹿サーキットに留まっても良いと回答している。

□滞在時間を延ばす前提で、レース後にサーキット内外で開催を希望する具体的イベント

①サーキット・ウォーク（88%）、②F1関係者との交流（83%）と、これら2つの項目の割合が極めて高い（サーキット・ウォークとは、レースが行われたサーキット（コース）を観戦客自身が歩いて回りレースの余韻に浸るイベント）。

課題・方向性：レース終了後にもう少し残っていたいと考える取り組みを用意することで、レース後に観戦客が一斉に帰ることで引き起こされる渋滞・混雑を軽減するための分散帰宅も可能であると考えられる。

■ 8. 観戦客自身の嗜好について

□ 興味・関心のあるジャンル

興味・関心のあるジャンルは、「モータースポーツ」の割合が圧倒的に高く 94%となっている。ついで「食べ物 (54%)」「温泉 (54%)」などとなっている。

□ モータースポーツへの関心

「F1」の割合がもっとも高く 79%、ついで「4輪 (47%)」「モータースポーツ全般 (47%)」などと続いている。

課題・方向性：これらの内容は、今後様々なイベントを検討する際に関心を引くことが出来るかどうかの大きな目安にすることが出来ると考えられる。

■ まとめ ■

- ・鈴鹿サーキットで 20 年 F1 が開催されてきたことにより、経験を重ねてそれぞれの観戦スタイルを確立した観戦客も多いと推測される。車での観戦客が多いが、これは宿泊施設（車中泊）としての利用目的が中心であり、交通渋滞の要因ともなっているが、近隣地域を含め宿不足に対応したものといえる。一方、鉄道利用者の半数以上は名古屋に宿泊しており、近隣地域では交通の便の良い宿泊施設が不足している現状があるものの、三重県内への経済効果を取りこぼしているとの見方も出来る。今後は、不満の割合が高い交通渋滞の軽減とともに、地域への経済効果の最大化のバランスを取りながら、どう対応すべきかを検討していく必要がある。
- ・事前の情報発信に比べ、鈴鹿での情報収集の満足度は低く、地域情報を求める意見もみられる。また、F1 観戦時には立ち寄り観光をしない観戦客がほとんどであることから、広域での観光も含め $+\alpha$ の消費に繋がる観光立ち寄りルートを検討や、魅力ある詳細な情報発信等により、観戦客の満足度を高めつつ、地域への経済効果を高める工夫が必要と考えられる。なお、立ち寄り観光をしない理由として「時間がない」との意見も多く、特別イベントの実施による分散帰宅への誘導も含め、渋滞・混雑の軽減による余裕時間の創出などのきっかけ作りも必要性が高いと考えられる。

(参考) 市民アンケートの結果概要についての説明

■ 1. 回答者について

女性の方が若干多いものの、ほぼ半数ずつの回答割合である。また、20歳代以下の回答は、他の年齢に比べやや少ない。

■ 2. 鈴鹿でのF1観戦経験

現状：鈴鹿でのF1観戦経験がない人が6割と最も多い。観戦経験がある場合でも、1回、3～5回、2回の順で、6回以上見ている人は約5%と少ない。

課題・方向性：鈴鹿で20年間F1が開催されていたにもかかわらず、観戦経験がある人はそれほど多くないことから、今後、何らかの形でF1を観戦する機会を提供することができれば市民のF1やモータースポーツに対する関心を高めることが出来ると考えられる。

□ 年齢別にみた場合

現状：年齢別にみた、鈴鹿でのF1観戦経験がある割合は、30歳代以上は40%あるものの、20歳代以下は5～15ポイント低くなっている。なお、30歳代以上に観戦経験が多いのは、F1ブームの世代（鈴鹿でのF1初開催（1987年）以降の時期に主に10～20歳代であった）である可能性が高いためと考えられる。

課題・方向性：これからの鈴鹿市を担う若年層に対する、何らかの取り組みが必要であると考えられる。

■ 3. F1開催期間中の過ごし方

現状：「渋滞が予測される時間帯を避けて行動する」が59%と最も高く、ついで「F1開催時刻前後は外出を控える（33%）」となっており、多くの人がF1開催に伴う渋滞に配慮した生活をしていることがわかる。鈴鹿市民がF1開催期間中およびその前後に入手したい情報（記述の設問）として、交通規制や渋滞情報が上位にあがっている。

課題・方向性：後述の、F1開催による生活への影響として、悪い影響の1位は「交通渋滞」でもあり、観戦客だけでなく市民に向けても交通規制や渋滞情報等の情報発信に更に努めるなど、何らかの方法で渋滞の緩和・軽減を図っていくことが必要と考えられる。

■ 4. F1に対するイメージ・認識

現状：F1に対するイメージや認識について、「鈴鹿市の知名度を上げているイベントである（72%）」がもっとも高い。一方、「オリンピックやワールドカップに相当する世界的規模のイベントである」との認識は、43%とあまり高くない。

課題・方向性：F1やモータースポーツに対する啓発活動等を通じて、オリンピックやワールドカップクラスの世界的イベントであるという認識を高めることが出来れば、鈴鹿でのF1開催に対する市民の認識にも変化がみられ、F1開催の盛り上げやおもてなしの向上、経済効果拡大の支援につながるものと考えられる。

■ F1は鈴鹿市のイメージ向上に役立っているか

現状：94%が役立っている（「とても役立っている（69%）」＋「やや役立っている（25%）」）

と回答しており、ほとんどの市民が、F 1 開催が鈴鹿市のイメージ向上に貢献していると考えていることがわかる。

課題・方向性：鈴鹿市のイメージ向上に役立っている F 1 開催を、今後も継続していく必要性が高く、どのように取り組んでいくべきかの検討が必要と考えられる。

■影響の有無について

現状：78%が、影響がある（とても影響がある（37%）＋やや影響がある（41%））と回答している。ただし良い影響か、悪い影響かの区別はしていない。

□影響の内容（記述形式、かっこ内は記述件数）

- ・良い影響の上位項目・・・知名度向上（185件）、経済効果（83件）、まちの活性化（56件）、道路整備が進む（40件）など
- ・悪い影響の上位項目・・・交通渋滞（325件）、ゴミ（71件）、騒音（71件）、観戦客のマナーの悪さ（61件）など

■前述の「良い影響」と「悪い影響」のバランスの取り方

現状：「良い」影響を引き上げる事を優先しながらも、「悪い」影響を少しずつ改善していくべきである」が、55%で最も高い。「良い」影響を引き上げることを優先する（16%）をあわせると、良い影響を引き上げるのが71%と大半を占める。一方、「良い」影響を引き上げることよりも、「悪い」影響を改善する事を優先すべきである」は18%、「悪い」を優先的に改善すべき（3%）をあわせると、悪いところの改善を優先するのが21%となった。

課題・方向性：全体としてみると、「知名度向上」や「経済効果」「まちの活性化」などの良い影響を伸ばしながら、「交通渋滞」や「ゴミ」「騒音」などの悪い影響の改善を少しずつ図っていくべきであると考えられる。

■5. 2007～2008年に、F 1が鈴鹿市で開催されなかったことで感じたこと（良い面・悪い面）

現状：良い面よりも悪い面の記述の方が多い（記述の上位項目と記述件数は下記の通り）。

- ・良い面・・・渋滞がなくなった（78件）、静かであった（52件）など
- ・悪い面・・・さみしかった（167件）、活気がなくなった（62件）、知名度が落ちた（36件）、経済効果がなくなった（31件）など

課題・方向性：良い面よりも悪い面の記述の方が多いことから、渋滞等の軽減・解消に努めながらも、F 1開催による活力をいかし、経済効果等を高める取り組みが必要であると考えられる。

■まとめ■

- ・F 1開催は鈴鹿市のイメージ向上に役立つとの認識が高いが、一方でF 1を観たことがない人の割合が高く、特に次世代を担う若者でその傾向が強い。従って、若者を中心にF 1観戦経験を増やすなどして、これからの担い手育成のための取り組みが必要であると考えられる。
- ・F 1開催の市民への影響は、良い面・悪い面ともに大きく、市のイメージ向上や地域の活力、経済効果など良い面を伸ばしながら、交通渋滞やゴミ、観戦客のマナー問題などの軽減・解決を図っていく必要がある。

(参考) 鈴鹿市内事業者アンケートの結果概要の説明

■ 1. 回答者について

製造業 (23%) が最も多く、建設業 (20%)、サービス業 (13%) と続いている。従業員規模は 1～9 人の小規模事業者が半分を占める。モータースポーツ関連の業務を主とする事業所は、6% で、関連する業務を手がける事業所を含めても 2 割弱となっている。

■ 2. 経営者自身の関心

F 1 やモータースポーツに関心がある経営者は 75% (非常に関心がある (35%) + 少しは関心がある (40%)) と多数を占める。

■ 3. F 1 開催の影響

現状 : F 1 開催による影響として、「特に影響はなかった (60%)」割合が高く、「良い影響があった」は 23% に留まっている。シティセールスについては、鈴鹿市にとっては 94% が役立っている (大変役立っている (77%) + 少し役立っている (17%)) と考えているが、自社にとっては 35% しか役立っていると考えていない (大変役立っている (13%) + 少し役立っている (22%))。
課題・方向性 : 鈴鹿市にとって役立っていると評価が高いシティセールスを、市内の事業者にとってももっと役立つものにしていく必要があると考えられる。

■ 4. F 1 開催により生じた効果

現状 : 役立っていると評価が高いのは、「知名度向上 (52%)」 (大変役立っている (27%) + 少し役立っている (25%)) で、ついで「インフラ整備 (32%)」、「情報発信 (29%)」、「売上・利益 (23%)」、「産業への興味関心 (23%)」などとなっている。一方で、役立っていないのは、「人材確保 (84%)」、「商品・技術開発 (84%)」などとなっている。

課題・方向性 : 知名度向上をどのように事業に有効活用するかを検討する必要がある。

■ 5. F 1 再開による今後の影響

□ 人材の確保・育成

現状 : 人材の確保・育成に「繋がる」と考えるのは 31% (大変繋がる (6%) + 少しは繋がる (25%)) で、「繋がらない」は 49% となっている。

□ 事業拡大の可能性

現状 : 「見込まれる」は 12% で、「見込まれない (83%)」割合が高い。

課題・方向性 : いずれのテーマについても効果を見込む事業所があることから、今後はその効果を高めるとともに、効果の範囲を拡大していく方策が必要とされている

■ まとめ ■

- ・モータースポーツに関連する業務を行っている事業所はそれほど多くないが、モータースポーツに関心を持っている経営者は多く、F 1 開催が鈴鹿市にとって役立っていると認識は極めて高い。今後は、その効果をいかに自社に関連づけ、その効果を高めていくかを検討していく必要がある。

(参考) 宿泊施設向けアンケートの結果概要の説明

■ 1. 回答者について

三重県内からの回答が61%を占め、ついで名古屋市が28%となっている。三重県内では、津市や鈴鹿市からの回答割合が高く、業態はビジネスホテル(45%)やホテル(22%)、旅館(20%)の割合が高い。収容人数では、100~199人(30%)、50~99(24%)の規模の回答割合が高い。

■ 2. 2006年10月7日(土曜)の宿泊客

F1開催による宿泊客があったのは78%と大半を占める。F1関連の宿泊客の比率は90%台が22%、100%が16%など高い割合の宿泊施設も多い。またその内の観戦客の比率は100%であるところが59%となっている。

■ 3. F1開催期間中の平均宿泊料金と変化率

F1開催期間中の1泊1人あたりの平均宿泊料金は、5,000~9,999円が59%と半数以上を占める。また、10月の他の土曜日を100としたときのF1開催期間中の宿泊料金の変化率は、100(同じ)が48%とほぼ半数を占め、ついで110~119(1割以上2割未満増加)が14%、120~129(2割以上3割未満増加)が9%などとなっている。

■ 4. F1開催期間中の宿泊料金の比較

2006年10月7日の宿泊料金設定が、年間で最も高いのは27%、ほぼ通常期の料金設定が62%となっている。最も高い料金設定の時期は、F1開催期間中のみが79%と大半を占めている。

■ 5. F1開催期間中の稼働率と受入条件

F1開催期間中の宿泊人数に対する稼働率は100%が56%あり、90~99%も29%あり、各施設ともほぼフル稼働状態となっている。宿泊客の受入条件については、「特になし(67%)」が大半を占めるが、連泊条件(12%)などの条件がある施設もみられる。また連泊条件では2泊(48%)、3泊(33%)などの内容となっている。

■ 6. F1客向けのサービス・おもてなし

F1関連の宿泊客を意識したサービスとして、「アクセスマップや時刻表の準備・配布」をしているのが38件、それ以外でも「通常時間以外での食事やチェックイン・チェックアウト対応(11件)」などとなっており、各施設が独自に工夫を凝らしている様子がうかがえる。

■まとめ■

- ・ F1開催に伴う宿泊需要は大きく、三重県内だけでなく、名古屋市や岐阜県、滋賀県などでも宿泊利用があり、経済効果が広域に及んでいることが伺える。
- ・ 約6割の宿泊施設は、F1開催時と他の時期で価格差がない、残りの施設の大半では需要の強さを反映して価格が高くなっている。また、一部の宿泊施設では、宿泊条件が設けられている。
- ・ 宿泊条件も、収容能力を高める経営努力とみることができるとともに、観戦客の行動にあわせた様々な取り組み対応もみられ、地域でのおもてなしに一役買っているといえる。

第5章 鈴鹿F1日本GPを活用して地域振興を実現するための提言

これまでの結果をもとに、鈴鹿F1日本グランプリを活用した地域振興を進め、実現するためにはどのような地域振興策を講じていくべきかを検討する。

地域振興策の大きな切り口としては、①F1に対する理解の深耕、②交通・環境問題に関する不満の軽減・解消、③来鈴者であるF1観戦客への「おもてなし」向上への取り組み、④情報発信、⑤地域文化・産業の振興＜経済効果の拡大策＞の5つの項目で提言を行っている。

1. F 1に対する理解の深耕

地域住民および地域事業者ともに、F 1は鈴鹿市の知名度向上に役立っているという認識は持っているものの、当事者意識は芽生えていなかったり、自発的にF 1にかかわりを持つ行動を起こしたりするには至らない割合が高い。

F 1を地域の重要な資源と認識し、大切にしなければと思う地域住民および地域事業者が増え、これらが地域に根付けば、F 1を盛り立てていく機運は高まりを見せる。そのために、幅広い層に対して、F 1を正しく理解し、F 1に興味関心を抱いてもらえる「草の根運動」の取り組みを実施する必要がある。

(1) F 1に対する市民の理解深耕と正しい理解を促す普及活動の必要性

地域住民および地域事業者のF 1に対する認識や評価は千差万別である。F 1について正しく認識をしてもらい、高い評価をする層を厚くするためには、「草の根運動」を実施し、裾野を広げるとともに、評価を引き上げていく必要がある。

アプローチの方法としては、下表のように、ターゲットを分類し、それぞれの特徴を考慮した、個別の「草の根運動」を実施することが望ましい。

F 1についての 評価と認識		ターゲットの特徴	取り組むべき施策の方向性
評価	認識		
① 好まない	知らない	根拠なく悪いイメージを抱いている	<ul style="list-style-type: none"> ・ F 1を理解・判断してもらうための機会の提供が必要 ・ 情報、体験機会の提供、多様なかかわり方がある認識を持たせる
	知っている	F 1およびF 1開催に不満がある	<ul style="list-style-type: none"> ・ 抱いている不満の原因を明らかにし、解消、軽減することで理解を求める ・ F 1開催による社会的・経済的効果を周知し、理解してもらう ・ 認識に変化をもたらす、情報、体験機会を提供する
② 無関心	知らない	F 1に触れる機会がない	<ul style="list-style-type: none"> ・ F 1を理解し評価してもらえる機会提供、理解層への引き上げをはかる
	知っている	F 1に対して関心がなく中立的	<ul style="list-style-type: none"> ・ F 1には、多様なかかわり方があることを認識させる ・ 関心のある切り口を提供し、理解の深耕を図る
③ 理解者	知っている	F 1に関心があり、F 1に対する理解者	<ul style="list-style-type: none"> ・ サポーターとして、支持者拡大の支援を促す ・ サポート内容の向上・多様化 ・ 次代を担う後継者の育成

深耕策に着手するにあたっては、「地域住民」や「地域事業者」だけではなく、「観戦客」や主催者である「鈴鹿サーキット」に対しても、それぞれに対して、どのような理解を求めたいのか、着地点を明確に認識したうえで、具体的な施策を展開する必要がある。

<対象者別にみた深耕を図る際の狙い>

①地域住民

- ・ F 1 の地域資源としての価値を認識させる
- ・ F 1 は、ルールに従ったスポーツであるという理解を促す。決して、暴走行為のイベントではないことを理解させる
- ・ 小中学生を中心とした若年層に対して、郷土に対する誇りを芽生えさせる。また、それを通じて、F 1 による地域振興を実現する「核」となる次世代の人材を育成する

②地域事業者

- ・ F 1 の地域資源としての価値を認識させる
- ・ 地域振興や業績向上に結びつけたいと考えるマインドを醸成する
- ・ 地域振興や業績向上に結びつける行動を促す

③観戦客

- ・ 鈴鹿ファンになってもらうことで、広域での支援者層の充実を図る
- ・ 地域住民の生活に支障を与えない意識の芽生え
- ・ 「観戦客の満足度が高い観戦スタイル」と「地域住民や地域事業者に支障を与えない観戦スタイル」の共存共栄を目指す
- ・ 観戦経験の豊富なベテラン観戦客に対しては、ビギナー観戦客の手本となる心構えを育てる

④鈴鹿サーキット

- ・ F 1 開催は、鈴鹿サーキットの収益事業ではあるが、広域にわたり多大な影響を与える地域資源であるという認識を持たせる
- ・ 地域住民や地元事業者に与えているプラス面の影響、マイナス面の影響を正しく理解し、良好な関係を築くことで、さらなる F 1 開催効果を拡大させる意識を醸成する
- ・ F 1 やモータースポーツを収益事業としてのみでなく、地域に「文化」として根付かせる使命を抱くこと

(2) F 1 をはじめとするモータースポーツへの多様なかかわり方の提供

F 1 をはじめとするモータースポーツへのかかわり方は、観戦客となったり、レース関係者となったりする以外にも、様々な方法がある。

例えば、本報告書【参考資料 1】「パブリック・アクセプタンスの取り組み報告」で紹介する「F 1 の学校」のようなイベントに若年者が参加したり、イベント運営を通じて参加することもできる。また、次項で紹介する「鈴鹿モータースポーツ市民の会」や「NPO 法人 ジャパン・レスキュー・クラブ」をはじめ、一人ひとりの興味・関心にあった多様な参画の場をより多く提供し、F 1 に対する理解の深耕を促す機会を創出しつづけていく必要がある。

◆事例 1：啓発活動を通しての参画例・・・「鈴鹿モータースポーツ市民の会」

2004年12月、鈴鹿市の『モータースポーツ都市宣言』に沿って、モータースポーツを中心とした安全で活気のある街づくりを推進すべく、2005年4月、産学官の連携のもと有志にて結成された。

街の活性化を図るほか、アクセス改善など来鈴者の受け入れ環境の向上、市民に対するモータースポーツに関する広報・啓発活動を実施している。市民がモータースポーツを理解したり、興味関心を抱いたりすることで、モータースポーツへの参画意識を促進し、市民レベルでの盛り上げによるモータースポーツ振興を目的としている。

◇事業内容 ～会則より抜粋（第3条）～

1. モータースポーツ人口の拡大
2. モータースポーツの正しい知識の啓発
3. 交通ルール・マナーの向上など交通安全教育の推進
4. 省エネ、ソーラーカーレースなどへの参加促進
5. 観光客へのホスピタリティの向上
6. モータースポーツ関連イベントの開催
7. モータースポーツのPR
8. 鈴鹿モータースポーツ市民の会NPOの設立
9. その他、本会の目的達成に必要な事業

◇具体的な取り組みの一例

「モータースポーツ学童教室」・・・小学生にモータースポーツの現場を体験してもらう「モータースポーツ学童教室」を実施しているほか、2008年には、レーシングカートに乗れる体験イベントをモーターランドSUZUKAで実施。また、「モータースポーツなるほどガイドブック」の発刊や、「モータースポーツガイド」をホームページで紹介し、4輪と2輪のモータースポーツに関する情報を発信している。

◇「鈴鹿モータースポーツ市民の会」の思い

<モータースポーツを取り巻く環境について>

鈴鹿市が「モータースポーツ都市宣言」をし、それに伴って発足させた会であり、鈴鹿市に鈴鹿サーキットがあり、F1を誘致していたからこそ成立した会である。しかし、鈴鹿市の現状は、宣言をしてから、その後の具体的な行動には至っていないと感じている。

2007年と2008年にF1が開催されなくなったことで、ようやく鈴鹿市に動きが出始め、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会を立ち上げたことは、非常に良いことだと思う。F1というビックイベントを鈴鹿市に再誘致することで、それを企業がうまく活用し、結果的に、地域振興に繋がって欲しいと願っている。

しかし、あくまでも「集客力に優れているF1」に便乗した地域振興であって、文化として鈴鹿市に根付くようなモータースポーツの振興には役立つものではないと考えている。モータースポーツの振興は非常に厳しく、エコ・環境志向が強まりを見せる中、モータースポーツに興味を持つ人は少なくなっている。

大手メーカーがレースへの参戦を見送っているが、まさにこの現象は、メーカーのレース参加の目的がモータースポーツ文化の振興ではなく、自社PR、宣伝売上増強効果を狙ったものであったことを裏付ける結果であると判断している。つまり、モータースポーツは文化として根付いていなかったという証である。

本田宗一郎氏は、「サーキットは走る実験室」であると表現した。各社メーカーが切磋琢磨して、行き着くところまで技術開発が進み、今や、不必要な技術や領域まで開発するようになった。エコ・環境への関心が高まりを見せ始めた日本において、今後もレースに参戦する意義を見出すメーカーは、モータースポーツ性の高い車種を扱っているメーカーだけになるかもしれないとみている。

<「モータースポーツのまち宣言」をした鈴鹿市が取り組むべき事について>

作る現場、走る現場、買う現場などを集約したモータースポーツのテーマパーク（アメリカのナスカーのイメージ）を鈴鹿市がつくるべきである。鈴鹿市の地場産業として自動車産業を位置付けることで、自動車産業やモータースポーツ振興に使うことができる予算枠が増えるのではないかと見込んでいる。

鈴鹿市は、モータースポーツを特別な資源と認識しているので、モータースポーツの振興に力を入れることができるセクションを組織内に設けるなど、モータースポーツを「文化」として地域に根付かせるための体制を整えてほしい。

中国でのレース観戦時には、空港からサーキットまで、ずっと途切れることなく歓迎の旗がなびいていた光景が圧巻であった。一企業の財力には限りがあるが、行政がかかわりを持つことで、中国のように来鈴者に感動を与える歓迎も可能になるのではないかと考える。

<モータースポーツを市民に理解してもらうために>

日本における国際レースの歴史は、45年。それに比べヨーロッパは100年を超える歴史を有している。また、ヨーロッパは、RAC（ロイヤル・オートモービル・クラブ）からF1が発祥しているため、ブランドイメージ、ステータス共に非常に高く、政治的な力も働いている。日本は、単なる車好きの集まりから始まっているため、広く市民に理解を得ることも困難である。

一般的に興味のない人には、「スピード＝暴走族」というイメージの定着が強いため、ルールの中でテクニックを磨いて走っているスポーツであるという認識を持ってもらいにくい。ヨーロッパのように広く住民に理解を得ることは、非常に困難だと思う。

<地域振興のために>

現在、鈴鹿サーキット内で開催しているイベントを、極力鈴鹿サーキット外で実施できれば地域振興に繋がる。ドライバーのトークショーなどを外の地域に分散させて、鈴鹿市の街全域で、鈴鹿F1日本グランプリを盛り上げている雰囲気演出するべきであると考えます。

◆事例2：オフィシャルを通しての参画例・・・「NPO法人 ジャパン・レスキュー・クラブ」

サーキットでレースを支えているオフィシャルの区分は、①コース、②レスキュー（救助、消火）、③計時、④車検／技術、⑤パドック、⑥事務局であり、JRCは、②のレスキューの中でも、救助のオフィシャルとして活動している全国で唯一のボランティア組織である。

JRCに所属して活動しているボランティアメンバーは約120名。構成員は、医師、看護師、救命士など医療従事者が中心である。

レースのオフィシャルになりたい場合は、JAFに申し出て、JAF認定のライセンスを習得することが大前提。その後、各々が希望する区分の組織に属することとなる。

全国にある様々なカテゴリーに属しているオフィシャルメンバーは約1,000人。鈴鹿でF1を開催するときに活躍しているオフィシャルの人数は、そのうちの600人程度である。

◇「NPO法人 ジャパン・レスキュー・クラブ（JRC（Japan Rescue Club）」の思い

<活動について>

F1に限らず全国のサーキットで開催されるレースごとに要請があれば引き受けて活動している。鈴鹿でのF1開催時は、4日間通してボランティアによってサポートしている。活動内容は休日返上で旅費等も自前、活動内容も自身の身に危険が及ぶこともありえるなど、決して楽なものではないが、やりがいは十分にある。

<オフィシャルメンバー増員の必要性、かかわる理由は多様>

現在、オフィシャルに携わっている年代は30～40代が中心である。レース開催には欠かせない重要な任務を任されているオフィシャルであるが、メンバーの層が厚いわけでは決していない。今までオフィシャル募集やPR活動を積極的にしてきたわけではないが、レースを継続させていくために人材確保の必要性を感じている。

現在、ボランティアに参加している人は、レース好きであることだけが理由とは限らない。レースに全く興味がない人も相当数いると考えている。レスキューのボランティアに参加したいと思う動機として、「レスキューの仕方、処置の仕方」に興味関心を持つ人材が多いとみている。レスキューでも消火でも、どの角度からでも興味を持った人がいろいろな角度からレースに携わることで、モータースポーツへの関心が芽生えることを大いに期待している。

サーキットのイベント等で開催されるレースオフィシャル体験会は大切だが、現状は多くの人に参加してもらっているとは言い難い状態で残念に感じる。これからは、レースに興味を抱く人の裾野を広げる活動だけではなく、小学生に対する講演活動や、レース開催時のレスキュー体験の開催などを通じて、レースを支えるオフィシャル活動に興味を持つ人を増やしていきたい。

レスキューに興味を持ったり、レスキュー現場を見たりすることは、単にレースを身近に感じてもらえるだけではなく、災害に強い意識の人を育てるためにも有効であると考えている。

(3) F 1への理解の深耕を目指して

① F 1およびモータースポーツを身近に感じる取り組みを実施

鈴鹿サーキットは鈴鹿市の観光資源である認識を持った市民は多いものの、なかでもF 1やモータースポーツに限定すると、身近なイベントと感じていない市民が多いことは「鈴鹿市民向けアンケート」結果でも明らかになった。その理由には、レースやレース関連施設を見たことがないために遠い存在に感じている市民も少なくはない。

鈴鹿サーキットが有する遊園地や温浴施設などだけではなく、鈴鹿市民がF 1やモータースポーツイベントにも関心を抱くためには、今後、鈴鹿サーキットの理解を得ながら市民を対象としたサーキット・ウォークやピットウォークの実施、レース関連施設の見学会、レース関係者の講演会などを実施することも有効である。

② F 1への多様なかわり方の実現を目指して

「鈴鹿モータースポーツ市民の会」など、既に実施されている活動を広く周知させることで、多くの地域住民や地域事業者が参画し、F 1やモータースポーツに対する理解の深耕を実現する必要がある。

また、多くの方が興味を抱く多様な仕掛けを企画・実施し、参画する機会を創出することで、自ずとF 1やモータースポーツを身近なものと感じ、興味や関心をきっかけに理解の深耕を図らねばならない。

<考えられる取り組み案の一例>

- ・カメラを趣味とする層をターゲットとし、レーシングカーなど被写体にするすることで、F 1やモータースポーツとの接点を作る。また、モータースポーツ界で活躍しているカメラマンを講師とした講座の開設や、広域の方が参加できるよう、F 1やモータースポーツを被写体とした写真コンテストを開催する
- ・伝統産業に興味関心がある層をターゲットとし、レーシングカーなど素材とした伝統工芸の体験機会を提供することで、F 1やモータースポーツとの接点を作る。鈴鹿墨を使ってレーシングカーなどを描く水墨画教室や、レーシングカーなどの絵柄を彫る伊勢形紙教室などを開催する

③ F 1やモータースポーツを「鈴鹿市の文化」として根付かせる

20年間鈴鹿市で開催し続けていたF 1が、2年間開催されなかったことを受けて、初めてF 1の存在感を実感した市民が多いことが「市民向けアンケート」の結果から把握することができた。来年度は、3年ぶりに鈴鹿でF 1が開催されるが、2010年以降の隔年開催に向けて市民の理解や機運の高まりを継続させる策を講じていく必要がある。

そのためには、F 1を単なるイベントとしてではなく、「鈴鹿市の文化」と捉える意識が根付くことが望ましい。F 1が再開される来年度は、F 1を「鈴鹿市の文化」として認識してもらう活動をスタートさせる絶好の機会であり、鈴鹿市でF 1が開催される年、開催されない年にかかわらず、文化として根付かせる取り組みを継続していく必要がある。

<考えられる取り組み案の一例>

- ・ F 1 日本グランプリの歴史紹介
- ・ 初心者向けモニターツアーの実施
- ・ モータースポーツ学校の開始 など

2. 交通・環境問題に関する不満の軽減・解消

F 1 開催に伴う鈴鹿サーキットを中心とした交通渋滞の発生は、観戦客・市民・事業者などからの不満も大きく、改善を図るべき課題の中でも大きなものの一つである。鉄道等の公共交通機関を利用して来場する人も3割程度みられるが、中心となるのは車での来場であり、広域に交通渋滞を引き起こす大きな原因となっている。

車での来場が多くなっている理由の一つには、F 1 開催期間中の宿泊施設不足によるところが大きく、車を宿泊施設として利用していることにある。つまり、宿不足を解消しない限り、車での来場を一方的に規制することは出来ない。また、車での来場を規制することは、経済効果低減にもつながりかねず、慎重な対応が必要となる。

従って、車での来場を中心とした観戦スタイルを前提にしつつ、交通渋滞の解消や公共交通へのシフトと対応能力の強化、さらには駐車場不足への対応などが必要と考えられる。また、ゴミ・環境問題も地域住民からは不満の声が大きく、積極的な対応が望まれている。

なお、道路などのインフラを整備するには時間を要するため、これらのハード面からの整備のみでなく、ソフト面での対応も組み合わせながら、次のような取り組みを検討した。

- (1) 交通渋滞対策
- (2) 公共交通手段の確保と利用促進
- (3) 駐車場環境の改善
- (4) ゴミ・環境問題の軽減
- (5) 道路等のインフラ整備
- (6) 交通・渋滞情報に関する情報発信
- (7) 海外グランプリにみる渋滞対策の具体例

(1) 交通渋滞対策

居住地から鈴鹿市内までの交通アクセスの満足度を三重県外・三重県内・鈴鹿市内のエリアに分けて聞いた観戦客向けアンケートでは、「行き」の場合は鈴鹿市内の交通アクセスに対する評価が、また「帰り」の場合は鈴鹿市内および三重県内の交通アクセスに対する評価で不満の割合が高く、特に「帰り」における鈴鹿市内の交通アクセスについては不満割合が高い。

また、前述のように宿不足への対応策として車での来場者が多いことから、車を利用した交通アクセスの抑制や、観戦客、地域への交通規制の周知を図るとともに、渋滞を引き起こしにくい交通規制の実施などの対策が必要である。

①道路交通規制

鈴鹿サーキットを核とした全体交通規制、バス・タクシー専用規制の実施

②渋滞緩和

地元への影響が大きい交通渋滞の早期解消のために、交差点の信号操作や、推奨 I C への誘導看板の設置、推奨ルートの案内看板の設置などにより、車両動線の交錯や一極集中を抑制する仕組みが必要である。

観戦客向けだけでなく、鈴鹿市民および周辺市町の住民や事業所等に対しても、F 1 開催期間中のタイムスケジュールや渋滞予測、交通規制などの情報を定期的に提供していき交通規制の実施や渋滞軽減への協力の周知を図ることが必要である。

<具体例>・・・推奨ルートや推奨出口の P R ・誘導による分散化

新名神高速道路が開通したことにより、利便性が高まった鈴鹿 I C への利用者の一極集中が予測される。従って、方面別の推奨出口の事前 P R や案内板等での誘導による、東名阪自動車道や名阪自動車道の利用出口の分散化、あるいは別ルート利用の P R と推奨ルートの遵守による分散化・満足度向上を進める必要がある。

後述の海外の事例でも紹介されているが、駐車場を予約制にして駐車場の場所に応じた推奨ルートを設定するとともに、ルート別に色分けされたチケットを発行し、指定ルートの利用をチェックする体制づくりなども検討の価値がある。

③分散帰宅への取り組み

観戦客向けのアンケート結果によれば、F 1 レース終了後にイベントを実施した場合、「滞在時間を延ばしても良い」との回答が 55.8%、「イベント内容による」が 39.1%あった。また、希望するイベントとしては、「サーキット・ウォーク」が 87.6%、「F 1 関係者との交流」が 83.0%と高い割合を示している。

実際には、当日の天候や観戦客自身のスケジュール等により滞在時間を延長できる人の割合は減少すると思われるものの、観戦客の一斉帰宅を少しでも分散することが出来れば、鈴鹿サーキット周辺地域のみならず広域で発生している渋滞の軽減が期待できる。さらに、観戦客がこれまで渋滞のために費やしていた時間を有効に活用することができるようになるため、周辺地域での新たな観光や消費行動につながる可能性が高まる。

分散帰宅を狙ったイベントには市民も参加できるようにすることで、F 1 観戦客との交流の機会や、F 1 への理解を深める機会として活用することも十分可能である。

④鈴鹿サーキット付近の歩行者と車の交差抑制

鈴鹿サーキット付近の交差点では、F 1 開催時、特にレース終了後に最も混雑する場所の一つであり、歩行者と車の動線が交錯することで、特に車の流れが悪くなりさらなる渋滞を招いている現状があり、早急な対応が求められている。

a) F 1 開催時の歩行者と車の分離と規制による安全確保

観戦客が主に利用する主要駅から鈴鹿サーキットまでの徒歩ルートにおける歩行者と車の分離の対応が必要である。特に、駅からの歩道が狭かったり、混雑によって歩行者の車道へのはみ出しが発生するなどの危険が生じている箇所については、歩道の拡幅やF 1 開催時の歩車道分離などによる安全確保が必要となる。

＜考えられる取り組み案の一例＞

- ・鈴鹿サーキット稲生駅～鈴鹿サーキット間では、車道のうち1車線を歩行者専用割り当てる
- ・近鉄白子駅、平田町駅～鈴鹿サーキット間では、歩行推奨ルートの設定を検討する。また、歩行者ルートを守り車道にはみ出さないなど、観戦客のマナー向上を呼びかけることも重要な対応と考えられる
- ・現状の歩道橋の増設など、迂回可能な通路のキャパシティ増加に努める必要がある
- ・F 1 開催時に利用される大型駐車場のうち、鈴鹿サーキットへのアクセスに道路を横断する必要がある場合には、歩行者の安全確保のために横断歩道や歩行者用信号などの設置の必要性が高い

b) 歩行者誘導看板の設置による歩行ルートの早期分散・交差抑制

歩行者の歩行ルートを目的地別に誘導・分散させることで、車と歩行者の交差を減少させる。

＜考えられる取り組み案の一例＞

- ・鈴鹿サーキットの信号交差点において、鈴鹿サーキット稲生駅方面と近鉄白子駅方面へ向かう歩行者を、誘導看板を設置することで分散を図る。設置にあたっては、交差点のかなり手前の段階から設置することで、より大きな効果が期待できる
- ・誘導については、市民ボランティアなどの協力を募ることも可能であり、おもてなしの一環としての対応も検討する必要がある

(2) 公共交通手段の確保と利用促進

交通渋滞を引き起こす車での来場を抑制するためにも、広域交通を担う鉄道の利用促進と利便性向上への取り組みが必要である。鈴鹿市内の公共交通手段においても、バスやタクシーの利便性の向上を図り、公共交通機関での来場を促進するとともに、来場者に理解を促す。

①鉄道の利便性向上

a) 名古屋などからの鉄道便の増強

- ・列車の増便と臨時停車便の要請
- ・近鉄線に利用者が集中しているため、JR 関西線への利用促進
- ・降車駅についても、最寄り駅での下車ではなく鈴鹿サーキット近郊駅での分散降車促進などにより、鉄道利用の利便性を向上させる

b) 駅の混雑解消

- ・誘導員を鉄道利用者が集中する白子駅や名古屋駅に配置し、混雑解消を図る
- ・津駅や四日市駅での乗降とシャトルバスでの輸送などの対応をインセンティブとして、来場者の近鉄線での乗降駅の分散化を促進する

c) 鈴鹿サーキット稲生駅の設備充実

利用者が集中する鈴鹿サーキット稲生駅での利用者の利便性向上と安全性確保を図るため、

- ・鈴鹿サーキット稲生駅への歩道の整備による安全性の確保
- ・輸送能力を超える乗客の集中を抑制するための近鉄白子駅への分散誘導
- ・仮設トイレの設置など付帯設備の充実

②バス・タクシーの利便性向上

a) 白子駅前でのバス待ち混雑の解消

○白子駅周辺での対応

- ・白子駅周辺の整備やバスやタクシーの停留所・待機場所の確保などによるバス・タクシーの運行効率向上
- ・駅周辺の広場等を利用した待ち列の警備・整理

○広域での対応

- ・四日市や津などからのシャトルバスを活用した利用駅の分散化
- ・名古屋駅～鈴鹿サーキット間のバスルートの設定
- ・観戦ツアーバスの拡大による駅利用者の分散

b) 鈴鹿サーキット～白子駅間の渋滞解消

徒歩よりも確実に早く着き、時間通りに運行できる効率的な運営が望まれることから、

- ・バス・タクシー専用レーンは、一般車両の渋滞の影響を受けないよう、車線の一部規制ではなく、一般観戦客車両とは道路を区分した特定道路を専用で充てる
- ・公共交通機関とのシステム連携による輸送の効率化
- ・優先道路や優先レーンの確保によるバスやタクシーの効率的運行の実施
- ・タクシー乗り場と利用者別の降車場所の情報提供などによる、タクシーの効率的運行の実施

(3) 駐車場環境の改善

駐車場を探すための「うろつき車両」が渋滞を悪化させているため、スムーズな駐車を実現させるための対策が必要と考えられる。

①直営駐車場の台数不足への対応

地元住民や事業者等に臨時駐車場の提供を呼びかけるなどして、駐車場の総数拡大を図る必要がある。

その上で、鈴鹿サーキット周辺での駐車場不足に対応するため、鈴鹿市を中心とする広域(津市～亀山市～四日市市周辺)でのP&Rの実施が必要と考えられる。

◇ボランティア・サービスの一環としての一般家庭での車両受入

市民が取り組むことが出来るボランティア・サービスとして、道案内などの意見が多かったが、無料駐車場の提供という意見もあり、自宅等の空きスペースを活用できるのであれば、1軒あたりの収容台数は少なくても、全体で見れば比較的多くの車を収容することが出来ると思われる。鈴鹿サーキットで知り合った市民の自宅に車を止めさせてもらい車中泊をさせてもらったなどの意見もあり、民泊の前段として観戦客と地域の交流の機会にもつながると考えられる。

②駐車場のお客様への明確化

周辺コンビニやICにおける案内図配布や、アクセスマップ・便利情報などを提供することで、駐車場への円滑な誘導を実現する。また、駐車場を探そうとする車による「うろつき」車両による渋滞を削減するために、鈴鹿サーキット付近の駐車場に予約システム区域を設けたり、駐車場の満車情報を発信したりすることが考えられる。

③二輪自動車・自転車駐車場の確保

鈴鹿サーキットのゲートに近い場所に二輪自動車（原付含む）専用の駐車場を確保するなど、二輪自動車での来場に優位性を持たせることで二輪自動車や自転車の利用を促進し、自動車での来場者の削減を図り、駐車場不足への対応策の一つとする。

(4) ゴミ・環境問題の軽減

①観戦客向けの取り組み

レース観戦後に、観戦客が多くのゴミを残して帰る問題が発生しているが、観戦客の立場で見れば、そのゴミを自宅まで持って帰るのは困難であるという見方もできる。従って、分別回収等の仕組みを工夫することで、観戦客にゴミを整理してもらえるような仕組みが必要である。例えば、ペットボトルのキャップを回収し、売却代金でモータースポーツ普及のためのイベントや、次回のF1開催時のための資金に利用するなど、ゴミ削減・分別に携わった意識を持たせ、また協力した人にもメリットがあるような方法での活用が考えられる。

市民に迷惑をかけない観戦マナーの定着・向上を目指し、観戦客向けのパンフレットやHPなどを通じてマナー定着・向上を呼びかけるとともに、マナーの良い観戦客がマナーの良くない観戦客を指導し、育てていくことも必要と考えられる。

②受け入れ側の取り組み

分別してゴミ箱に廃棄してもらえるよう整理・誘導を行う人員配置が必要と考えられるほか、十分なゴミ受入キャパシティも必要と考えられる。

また、各種ボランティア団体との連携により、事前・事後の清掃活動を行うことで、地域住民の不満軽減と観戦客へのおもてなし対応の一つとすることができる。

なお、車中泊の人の為に駐車場に大きなゴミ箱を設置して欲しいとの意見もみられた。必要なコストは、駐車料金に反映しても、利便性の高い駐車場と認識されれば十分利用が見込めると考えられる。

(5) 道路等のインフラ整備

渋滞軽減・解消に大きく貢献する方法としては、道路等のインフラ整備が最も効果的である。関係機関との連携により、より効果的な場所の整備をより早い段階で取り組んでいくことが求められている。

①交通実態の把握と対策

今後、具体的に渋滞対策を検討し成果を上げていくためには、基礎となる交通調査の実施や、それを踏まえたシミュレーションなどが必要である。これらを踏まえて分析と検証を繰り返し、次回への対応を検討していく必要があることから、F1開催時には現状を把握するデータ収集を行う必要がある。

②周辺道路の渋滞解消

a) 計画道路の早期完成

市内周遊の利便性向上や、国道1号線・23号線をはじめとする広域道路へのアクセス向上、周辺渋滞の解消、歩行者の安全性確保、地元町内狭路での安全性確保、新名神高速道路への容易なアクセスなどを目的とした道路整備を推進する。

東名阪自動車道の渋滞緩和のため亀山～四日市間の3車線化の早期実現や、鈴鹿周辺でのスマートICの新規設置などの必要性が考えられる。

b) 車線の拡幅

市内各方面からの鈴鹿ICへのアクセスを充実させ、渋滞時の利便性向上を図る

c) 道路標識の変更や車線の延長

鈴鹿IC等へ向かう道路上で、大きな混雑が予測される右折レーンについては、レーンの延長などによる対応が必要と考えられる。

d) 鈴鹿IC出口の渋滞軽減

新名神高速道路開通による鈴鹿ICへの一極集中が懸念されることから、鈴鹿ICの料金所の増強や、出口の信号交差点の改良などにより出口での滞留を軽減させる取り組みが必要と考えられる。

(6) 交通・渋滞情報に関する情報発信

交通規制や交通渋滞予測に関する情報などは、すでに鈴鹿サーキットや鈴鹿市から様々な手段で発信されているものの、気付かないまま情報を入手していない市民も多いと考えられる。

市民からニーズのあるF1期間中の渋滞・交通規制・F1関連のイベント実施時間などの情報提供を充実させるとともに、市民向けの情報発信のありかたを検討する必要がある。

また、広報範囲は鈴鹿市外の広域にも行き、渋滞軽減への協力要請も必要と考えられる。

広域での交通情報の収集・提供については、市町や県の範囲を超える部分も多く、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会などの組織を通じて、広域あるいは関係団体に協力を働きかける必要があり、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会でリーダーシップを発揮して、各団体からの情報を入手するとともに、渋滞を緩和するための情報発信ツールを確保するよう努める必要がある。

(7) 海外グランプリにみる渋滞対策の具体例

■渋滞対策の大きな方向性

一日に10万人以上の観戦客を集めるF1GP開催では、いずれの国でも何らかの形で「イベントに起因する交通渋滞」が問題となっている。それぞれのGPにおける交通渋滞の背景や原因には、各サーキット固有の地理的要因や周辺交通インフラの状況に拠るところが多く、海外での事例をそのまま鈴鹿にあてはめることが可能とは限らない。

しかし、それぞれのGPが取り組んでいる渋滞対策の背景にある考え方や、渋滞対策にあたるサーキット、地元自治体、地元警察、近隣自治体などの広域的な連携による可能性、固定概念を一步踏み出した渋滞緩和手法などについて、参考に出来ることが十分にありと考えられる。

多くの場合は、複数の対応方法を組み合わせながら渋滞緩和策に取り組んでおり、海外での事例を参考に5つの方向性を取り上げる。

渋滞緩和の方向性	具体例
①サーキット周辺の道路整備を中心とした交通インフラの整備	イギリスGP (シルバーストン)
②警察等による交通コントロールの有効な運用	スペインGP (バルセロナ)
③観戦客が利用する駐車場環境の改善や、効果的な運用	
④自動車の利用を減らすための公共交通機関の活用	オーストラリアGPほか (メルボルンほか)
⑤レース(予選走行等も含む)前後の観戦客移動時間の分散	

①サーキット周辺の道路整備を中心とした交通インフラの整備

イギリスGP・シルバーストン(ノーザンプトン州)

◆取り組みへの経緯

シルバーストンサーキットは、ロンドンの北西約110km、ノーザンプトン州南部にあり、1950年に記念すべき「第1回のF1GP」が行われた地で、長年に渡りイギリスGPの舞台となっている。英国は、ヨーロッパでも最もモータースポーツ人気の高い国のひとつで、イギリスGP開催時には毎年、深刻な交通渋滞が発生していた。

サーキットの位置するシルバーストンは極めて小さな町で、観戦客の多くはサーキットの北約20kmのノーザンプトン、もしくはサーキットの南側約30kmのオックスフォードという2つの都市圏を中心に、近隣の小さな町村も含めて広範囲に分散・滞在する。加えて、最も観戦客が多い日曜日の決勝レース時にはロンドンなどからの日帰り客も多く、サーキットへのメインアクセス道となる国道M34を中心に、毎年広範囲で深刻な渋滞が発生していた。また、悪天候が重なった2000年には土曜日の予選時にサーキットにたどり着けない観戦客が続出し、補償のためチケットの払い戻しが行われる事態も起きた。

◆対応と成果

こうした状況を改善すべく、地元のノーザンプトン州が中心となって抜本的な道路状況の改善を決断。約2年がかりでA43の大規模な拡張工事を行い、2003年にはサーキット周辺の道路

を双方向2車線、一部3車線化したほか、接続するローカル道とのジャンクションを立体化するなど、巨額の公共事業投資を伴う形で周辺道路環境を飛躍的に改善した。さらに、こうして増えた車線数を有効に生かすべく、F1イギリスGP開催時には時間帯による一方通行規制を実施し実質的に車線数を倍に拡大したり、大会関係者専用車線の設定による一般観戦客との分離といった警察による交通コントロールを積極的に導入した結果、イギリスGP開催時の交通渋滞が大幅に緩和された。

■事例を踏まえた対応の方向性■

サーキット周辺の道路整備を中心とした交通インフラの大規模整備は、最も即効性のある渋滞対策のひとつである。しかし、多額の支出・投資を伴うため、その実現には地方自治体や国など予算確保を含めた行政による積極的な取り組みが求められる。またそうした事業に対する市民など納税者の幅広い支持や理解が必要となる。

F1開催を「国家的プロジェクト」あるいは、それに準ずる位置付けとするアジアや中東などでの新興GPでは、当初から周辺道路インフラの整備とセットでサーキットを建設している。具体的には、セパン国際空港にサーキットが隣接するマレーシアや、上海市内からサーキットまでの高速道路を事実上新設した上海、サーキット周辺の道路を大幅に整備したバーレーンやトルコなど、この10年間の新設F1サーキットのほとんどが該当する。

また新設サーキット以外でも、イギリスのようにF1を含むモータースポーツが文化として社会に深く根ざしており、市民に広く受け入れられている国では、大規模な財政支出を伴う道路インフラ改善も可能であるが、現実には日本も含め、それが容易ではない国・地域も多い。

渋滞緩和を目的とした道路整備等を行う場合には、限られた予算をより効果的な渋滞緩和に繋げるために、しっかりとした渋滞原因分析に基づく対策立案に加え、警察による交通コントロールの効果的な運用（次項参照）との組み合わせなど、行政・警察・主催者が初期段階から連携し、ハード・ソフトの両面を見据えた渋滞対策計画を策定し、道路整備を実施することが必要と考えられる。

②警察等による交通コントロールの有効な運用

③観戦客が利用する駐車場環境の改善や、効果的な運用

スペインGP・カタロニアサーキット（バルセロナ郊外、カタルーニャ州）

◆取り組みへの経緯

スペインGPが開催されるカタロニアサーキットはバルセロナ中心部から北東に約35km、モンメロ市の丘陵地帯に位置する大都市近郊型のサーキットである。もともとスペインではF1よりも2輪レースの方が人気であったが、90年代後半から徐々にF1のファンが増え始め、2003年ごろからスペインの英雄、フェルナンド・アロンソ（2005年、2006年のF1世界チャンピオン）の登場でF1人気が一気に加熱した。

こうしたF1人気高騰の中で、観戦客数もアロンソブームが本格化した2005年を境に一気に増大し、2003年（アロンソブーム前）の9.6万人（決勝日）に対し、05年には11.5万人、06年には13.1万人と増え続け、07年は14万人に至った。それに伴い、観戦客が利用する車両の数も急激に増加（サーキット会場内の駐車場キャパシティは最大3万7千台）、サーキット周辺の交通量が急激に増大し、交通渋滞への対応という課題に直面した。

◆対応と成果

基礎条件となる交通量が短期間で急激に変化することは、渋滞対策が難しい状況の一つであるが、対策にあたった主催者であるRACC（カタロニア王立自動車クラブ）とカタロニアサーキット、カタロニア州警察、モンメロ市警察は、緊密な連携体制を確立し、急激な観戦客数の増加にもかかわらず非常に短期間で効果的な周辺交通渋滞のコントロールに成功している。

a) 地元警察による積極的、効果的な交通コントロール

昨年のスペインGPで渋滞対策の総指揮を執ったカタロニア州警察のF. Xavier Carabassa Alonso 北部大都市圏交通局チーフによれば、スペインGP開催期間中の交通コントロール業務に専任で約85人の警察官が動員され、次のような対応が取られている。

○臨時の交通管制指揮本部設置：F1GP開催期間中はサーキット敷地内に臨時交通管制指揮本部を設置し、サーキット周辺を中心とした交通状況に関する情報が集約される。

○ヘリコプターを使った渋滞の全体像を把握：カタロニア州警察のヘリコプターを使って定期的に上空から周辺の交通状況を確認する。時にはチーフ自らヘリに搭乗して上空から交通状況を監視し、迅速かつ柔軟に交通状況の変化に対応できる体制を取る。

○警察官による「手信号」を主体とした交通整理：渋滞を引き起こす要因（交通の滞留が起こりやすい）となる主要交差点では、カタロニア州警察が、交通信号機のタイミング調整ではなく、警察官による「手信号」を主体とした交通整理を積極的に取り入れている。

カタロニア州警察のCarabassa Alonso チーフによると、「どんなに信号機のタイミングを調整しても、刻一刻と変化する渋滞に対応することは不可能で、状況によっては逆の効果を生み出す可能性すらある。それに比べて、警察官による「手信号」の交通整理は、その場の状況に柔軟に対応できる利点がある。こうした交通整理にヘリコプターからの監視や各部署からの情報を組み合わせ、サーキットに置いた本部で指揮命令システムを整えることで、信号機まかせの渋滞対策よりも遥かに柔軟で効果的な渋滞抑制が実現できる」という。

b) 駐車場区分とチケットの連動による車両動線の整理、区分

スペインGPでの渋滞対策のひとつに、前売り販売のサーキットエリア内駐車券を色分けし、駐車ステッカー別にサーキットへのアクセス道路を制限することで、車での来場客の車両動線を分離・整理していることがあげられる。

これは、駐車チケットの裏にサーキット周辺の地図が印刷されており、青・赤・黄・緑など駐車場エリアごとに指定されたサーキットまでのアクセス道路が指定され、利用者は遠回りになっても自分の駐車券（ステッカーでフロントガラスに掲示）に示されたルートを通ってしかサーキットに入ることはできない。

カタロニアサーキット広報責任者のJordi Mateu氏は、「こうした方法を採用することでクルマを使ってサーキットを訪れる観戦客のアクセス道を事前にある程度分散させることが可能となり、交通が滞留しやすいサーキット周辺よりもかなり手前の段階（例：高速道路の出口指定など）で複数のルートに誘導し、ある程度渋滞を軽減することができる」と語る。

c) 主催者や警察が一体となった渋滞対策計画の策定

前述のa)のような体制整備には警察側の負担も大きく、県警ヘリコプターの活用も相応

の予算が必要となるが、日本でも箱根駅伝や大都市圏で行われるマラソン・駅伝等の大規模なスポーツイベントや祭礼などでは、多くの警察官を動員した交通規制や交通整理が行われている。

世界的なスポーツイベント開催という位置付けでF 1 G P開催に対する一定のパブリック・アクセプタンスが形成されれば、F 1に直接関係のない市民からも一定の理解を得ることができると考えられる。また、それがサーキット周辺の渋滞緩和に役立ち、目に見える形で市民生活へのマイナス影響が軽減されれば、渋滞の緩和による一定の経済波及効果も期待され、警察による大規模な交通コントロールへの取り組みへの理解も得やすいと考えられる。

前述のb)の駐車場ごとのルート設定や、各ルートへの車両配分数などに関しては事前に警察と協議し、互いの情報を共有しながら最も効果的な方法を策定している。また、実際の運用では、車両に貼られた駐車ステッカーのチェックやそれに基づく誘導で警察側の負担も大きい上、当日の混乱やそれに起因する新たな渋滞を招かないためにも、観戦客に対して事前に駐車場とアクセスルートの連動や、会場へのアクセスルートに関する周知徹底が必要である。

■事例を踏まえた対応の方向性■

F 1 G P開催に起因する交通渋滞は、各サーキット固有の条件が大きく影響しており、直接鈴鹿サーキットでの日本G P開催に応用することは難しいかもしれない。しかし事前に駐車券等で指定されたアプローチのルートによって「サーキットよりもかなり手前の段階で車両を振り分け、サーキットに向かう交通量の広域的な分散を促す」という考え方は十分参考に出来る。

鈴鹿でのF 1日本G Pが、決勝日には最大16万人もの観戦客を集める非常に大規模な国際的スポーツイベントである以上、渋滞発生は避けられないだけに、大胆な交通規制等も盛り込んだ形での、地元警察による組織的・積極的な交通コントロールへの取り組みが期待される。

④自動車の利用を減らすための公共交通機関の活用

オーストラリアG P・メルボルン（オーストラリア）ほか

オーストラリアG Pを開催しているメルボルン市では、毎年F 1 G P開催期間中に限ってサーキットがあるアルバートパーク（公園）と市内を結ぶ市電を無料開放し、多くのホテルが集中するダウンタウンに滞在する観戦客の利便性を高めるとともに自動車による移動を減らすことで、F 1開催期間中の渋滞緩和を実現している。こうした試みは「快適なF 1観戦」を実現するとともに、手軽な交通手段の提供によってレース観戦時以外の時間帯においても観戦客の積極的な移動を促し、結果的に観光や消費活動への底上げ効果にも貢献していると考えられる。

地下鉄でサーキットへのアクセスが可能だったカナダG P、スペインG P（カタロニアサーキット）もバルセロナ市内から通じる鉄道駅がサーキットの徒歩圏内にあり、これを利用する観戦客も少なくない。中国G P（上海国際サーキット）は、サーキットに直結する鉄道駅の建設が行われている。

⑤レース（予選走行等も含む）前後の観戦客移動時間の分散

オーストラリアGP・メルボルン（オーストラリア）

決勝レース後、会場内でコンサート等のイベントを併催し、帰宅客の移動時間を分散させる。昨年のオーストラリアGPでは、アメリカの人気ロックバンド「KISS」が決勝レース終了後に野外ライブを行い、多くの観戦客がF1レース終了後もサーキットのあるアルバート公園内に残り、帰宅客の時間分散を実現した。

昨年の日本GP（富士スピードウェイ）でも、レース後にお笑いのイベントやトークショーなどをサーキット内で開催し、観戦客の帰宅時間分散に一定の効果を挙げている。

■事例を踏まえた対応の方向性■

このようなアイデアを実効性ある渋滞緩和策に結びつけるには、渋滞原因の合理的な解析による問題点の洗い出しと、その結果に基づいた主催者、警察、サーキット、場合によっては近隣の民間駐車場、臨時駐車場経営者なども加わった形での情報共有と、広い視野での対策立案が不可欠である。

少しでも状況を良い方向へと変えていくためには、地元鈴鹿市のみならず、鈴鹿日本GP地域活性化協議会等の活動を通じて芽生えつつある地域全体のネットワークを生かし、状況改善のための新たな可能性を開拓することが求められている。

F1GP開催による地域に対する経済波及効果への認識やシティプロモーション面での効果、子どもたちへの教育的な意義など、F1日本GPの存在に関するパブリック・アクセプタンスを確立し、地域全体がネットワークを形成して取り組むことで、渋滞に代表されるような地域への「負荷」低減が効果的に実現出来ると考えられる。

3. 来鈴者であるF1観戦客への「おもてなし」向上への取り組み

各種アンケートやヒアリングなどを通じて明らかになった不満や課題の解消を図るとともに、観戦客の方にF1に行って良かったと感じてもらえるような「おもてなし」の改善や向上を図っていく必要がある。

F1観戦客は、鈴鹿市をはじめとする広域に大きな経済効果を及ぼす存在であることは明らかであるため、この効果を維持・拡大していくためにも観戦客の満足度向上を図らなければならない。そのためには、受け入れ側である市民や事業者の満足度を高めていく必要がある。また、観戦客の満足度は、不満を軽減し理解を得た上で鈴鹿に対する評価につながり、シティセールス向上にも大きな影響を与えるため、積極的な取り組みを行っていく必要性が高い。

この項目について検討したのは、次のような取り組みである。

- (1) 来訪者の不満を軽減する取り組み
- (2) 地元による歓迎ムードの演出
- (3) 市民などのボランティア対応が可能と考えられる内容
- (4) おもてなしに関する情報発信
- (5) 海外グランプリにみる観戦客やF1関係者などの利便性、快適な滞在を高める具体例

(1) 来訪者の不満を軽減する取り組み

観戦客アンケートから交通渋滞や宿泊施設の不足など、改善を図るべき主な不満要因が明らかになっている。これらの一つずつ改善し、不満の軽減を図っていくことが大切である。

①宿泊施設・温浴施設について

F 1 開催中は、周辺市町の主要ホテルなどは、関係者および観戦客の早期予約により満室状態になり、宿泊施設の不足を指摘する声は多い。鈴鹿市観光協会への問い合わせ内容でも、「宿泊施設」と「24時間営業の温浴施設」に関することが多いそうである。従って、宿泊による経済効果は地域に大きな影響を与えるため、少しでも多くの方が地域に宿泊できるような仕組みを検討する必要がある。

<具体的な取り組みの案>

a) 民泊や公的施設等での宿泊受け入れ

鈴鹿市やその周辺ではなかなか宿泊できる宿が見つからず、名古屋方面へ流れる宿泊客も多い。しかし、「F 1の雰囲気を楽しむにはやはり鈴鹿に宿泊したい」「地元の方と何らかの交流ができればいい」などの意見や、「鈴鹿市内で宿泊できる仕組みがあれば、近隣での食事や買い物等の消費も見込まれる」といった意見もみられるほか、「市内の小学校体育館や公民館などの公的施設や地元の方々の家を宿泊施設として利用したい」との意見も見られる。

一方で、一般家庭での民泊は利便性を歓迎する声とともに、見知らぬ方を受け入れる・受け入れてもらうことへの不安の声も大きい。宿泊客を地元で受け入れることは街の活性化に大きく貢献するが、災害時等の避難場所となっている公的施設を宿泊施設として利用することなど、実際の取り組みに向けては法律面なども含め様々な角度からの検討が必要である。

また、温浴施設については施設数や利用可能人数が多くないことから、周辺市町とも連携して温泉旅館を含め、浴場施設を有する宿泊施設を活用した日帰り入浴客の受け入れなどの方法が考えられる。

b) 情報提供

キャンプ場や公営の施設、土日の利用率の低いビジネスホテルなど、利用できる可能性のある宿泊施設もあるので、それらの情報を提供することで、より多くの方に活用してもらえる仕組みづくりを行う必要がある。

例えば、バナー広告などを活用した宿泊情報の発信や、それとともにキャンプ場など野外宿泊施設の情報も合わせて発信するなどの方法が考えられる。宿泊施設からの意見では、満室であるにもかかわらずかかってくる問い合わせに対して断らざるを得ないことが心苦しいとの意見もあり、より踏み込んだシステムを利用することが可能であれば、宿泊施設の情報発信だけでなくリアルタイムの空室情報等を確認したり出来ることでより利便性を高めることが出来ると考えられる。

【参考】～観戦客の宿泊施設予約に関する行動～

アンケートやヒアリングなどによると、観戦客はF 1開催の情報に基づき、とりあえず宿を押さえる ⇒ より鈴鹿サーキットに近いところがあれば変更をする ⇒ 宿、駐車場、チケット等の条件にあわせて予約内容に変更を加える、などのステップを繰り返す傾向がある。より観戦しやすい（より条件の良い）独自のプランを作り上げることをF 1観戦の楽しみの一つとして捉えている。

②総合的な情報提供

これまでも実施されてきた通訳ボランティアのブースと統合して、総合インフォメーションブースを設置し、F1観戦客に対して各種情報を総合的に提供する場所を設ける。

アクセスパンフレットの作成・配布し、車・鉄道での来訪者などを対象に、交通手段と来訪方面に応じた適切なアクセスルートを示すことで、交通の安全に寄与するとともに、交通動線の交錯を極力予防し渋滞軽減に努める。

主要駅周辺などへの案内看板や、鈴鹿サーキットまでのアクセス案内表示を設置する。

③安全安心・利便性の向上

鈴鹿サーキットと主要駅との間での歩行者の安全性を確保するための照明設備の設置や、観戦客の人数や行動傾向に合わせた仮設トイレの充実・清掃活動、手軽な観戦支援とともに混雑解消にも貢献する手荷物預かり所の設置などの取り組みが考えられる。

レンタサイクルへのニーズも少なからずみられ、F1観戦期間中の観戦客の交通手段を提供するとともに、事故防止のために歩行者や車との交通量のバランスに留意しつつ、推奨ルートを設置するなどして、観戦客の利便性向上に努める必要がある。

④無料の市内循環バス

F1観戦客の受け入れ体制の一環として、市内で宿泊する人、特に車中泊・キャンプ・オートキャンプをする観戦客などから、無料の市内循環バス運行への期待が大きい。車の再入場が保証されない駐車場も多いことや、市内の渋滞軽減のため来場車両による市内移動を抑制するためにも、市内を自由に行動できる公的交通手段を提供することは有効である。公的交通手段の提供は、観戦客の行動範囲が広がり利便性が向上するだけでなく、地域での消費拡大、地域との交流などの効果が期待できる。

車で来場するまでの段階で積極的に情報発信を行い、公共交通機関の利用と合わせて無料の市内循環バスの利用を呼びかけるなど、交通渋滞軽減のためにも積極的なPRや利用促進が必要である。

また、温泉や食堂が近くにあると車中泊でもゆっくり過ごすことができるため、周辺市町と連携して温浴施設等の周辺の空き地を駐車場として利用し、そこまでシャトルバスを運行することで、幅広い層の来訪を期待することができる。

あわせて、観戦終了後の分散帰宅につなげるための情報提供や協力依頼を行ったり、観戦チケット提示による割引などがあれば、さらに地域での消費拡大につなげることも可能である。

【参考】～2005年のF1開催時の市内無料循環バス「出会いふれあいバス」の利用実績～

	金曜日(曇り)	土曜日(雨)	合計
東コース(3台、30分間隔、バス停16カ所)	602人	831人	1,433人
西コース(3台、20分間隔、バス停7カ所)	690人(※)	1,336人	2,026人
合計	1,292人	2,167人	3,459人

※乗車人数が多いため計測出来なかった分を含まず 資料：鈴鹿商工会議所

⑤子ども連れ観戦客への対応

子ども連れの観戦客の受け入れ態勢を構築することで、現状では観戦を断念しているファン層の取り込みや、将来のファン層となりえる子どもの育成を支援する。

例えば、夫がF1を観戦中に妻と子どもが別の場所（鈴鹿サーキット内の遊園地だけでなく、市内の少し離れた場所なども含む）で楽しめるイベントを複数プラン用意し、F1の開催時間に合わせたシャトルバスでの送迎を実施することで、家族全員で鈴鹿をゆっくり楽しむ事が出来るような仕掛けを用意する。

また、ベビーカーを含む子ども連れでの観戦客を対象にした観戦サポート体制があれば、子ども連れでの移動や観戦の大変さから観戦を敬遠していたF1ファンも取り込むことが出来るとともに、将来のF1ファン層として子どもを取り込むきっかけにもなる。また、子どもを対象にしたキッズウォークなど、子どもがゆっくり観戦できるようなスペースを設けることで、新たなファン層の拡大につなげることが出来る。

⑥鈴鹿サーキット内の体制整備

a) トイレについて

トイレに専属スタッフを配置し、小便器利用者と大便器利用者を振り分けるなど、限られたトイレの効率的な利用への配慮をする。また、トイレトペーパーや簡易トイレの洗浄水、ハンドソープなどの定期補充、トイレ内の清掃など、女性客も十分意識したトイレ環境充実への対応が望まれる。

b) 鈴鹿サーキット内での移動について

鈴鹿サーキット内の各席までの標準的な移動時間の表示や、通路の左側通行の徹底、混雑箇所への係員の配置による人の流れの潤滑化、垂れ幕等によるスタンド席の記号表示など、観戦に不慣れな人への対応を行うことで、ファン層の底上げや満足度の向上を図る必要がある。

c) 医療体制について

場内の各箇所にAEDなどを常備した看護スタッフを配置することで、実際の利用はなくとも、観戦客が安心して観戦できる雰囲気を醸し出すことが重要と考えられる。

d) スタッフ・ボランティアの対応について

大きな声でのあいさつや、道案内、ゴミ回収なども丁寧に行うなど、ファンサービスに徹しようとする気持ちを感じられるスタッフ対応が、満足度向上につながる。おもてなしに取り組む意識次第という面もあるが、すぐにでも向上させる事が可能な項目であり、スタッフ教育の徹底が望まれる。

ボランティアスタッフの協力のもと、F1関連の幕や順位予想ボードを持つての記念撮影や、子どもの迷子防止タグなどをはじめとして、鈴鹿ならではの歓迎対応の工夫も取り入れることで、観戦客の満足度向上を図る。

⑦その他の提供サービス

携帯電話等の充電サービスを提供することで、携帯電話やノートPCなど現地での情報収集に役立つ情報通信機器を常時利用できるようにする。

鈴鹿サーキット内でのワンセグ受信可能エリアを示し、情報入手の機会の拡大を図る。

(2) 地元による歓迎ムードの演出

F 1 観戦のための来場者の満足度を上げるために、三重県や鈴鹿 F 1 日本グランプリ地域活性化協議会を構成する 5 市 1 町などが連携してお祭りムードを演出し、趣向を凝らした最高のおもてなしと「感動・サプライズ」を提供し、良き思い出として持ち帰ってもらうことを目指した取り組みが必要と考えられる。

歓迎ののぼり・フラッグの設置や、観光・物産ブースの出展、地域の伝統芸能の出演など地域でのおもてなしを演出する取り組みのほか、鈴鹿市や近隣市町の小学生を対象に将来の人材育成も狙ったピットウォークや、分散帰宅の役割も担うコースウォークの実施、サッカーやカートレースなどを通じた F 1 チーム関係者との交流など、多様な主体・機会を活用して F 1 観戦客や F 1 チーム関係者を歓迎する対応を行う必要があると考えられる。

また、F 1 観戦客を対象とした取り組みとしては、F 1 がヨーロッパ発祥のスポーツイベントであることから、スタンディングバー形式でヨーロッパ各国のビールやワインを出したり、イギリスのパブ風屋台やスペインのバル風屋台、パリ風のカフェなど万博スタイルでの飲食ブースを用意したり、あるいは地元の B 級グルメ、地元に着したグルメを集めた飲食スペースの展開（鈴鹿の穴子、四日市のとんてき、津の餃子など）などの方法で、F 1 観戦の楽しみの一つでもある飲食面から盛り上げる取り組みも考えられる。

なお、鈴鹿サーキット外でのトークイベントや、鈴鹿サーキット外駐車場での飲食物の提供、主要駅前等での歓迎イベントや F 1 関連の展示、グッズ・飲食物の提供など様々なイベントを広域で行うことで、鈴鹿サーキット内及びその周辺だけでなく、鈴鹿市全体での F 1 盛り上げに貢献できると考えられる。

(3) 市民などのボランティア対応が可能と考えられる内容

F 1 開催に関して何らかの形で支援を行いたいと考えている市民も少なくない。行政などの機関が、支援を行いたいと考えている市民をとりまとめて参画の機会を設けるとともに、積極的なボランティア活動によるおもてなし満足度の向上や、それらの活動を通じた F 1 やモータースポーツを通じた地域振興、モータースポーツ文化を根付かせる取り組みを支援する必要がある。

従来から行われている通訳ボランティアなどの活動のほか、交通整理や道案内、観光案内、医療ボランティア、保育士の資格がある人を活用した託児機能の提供など、参画意欲のある地域住民が活躍できる場は多くあると考えられる。ここではこれまで行われてきた事例として通訳ボランティアを紹介する。

◆「通訳ボランティア」の取り組み

F 1 開催時に、「通訳ボランティア」を実施している鈴鹿商工会議所の取り組みを紹介する。現在の通訳の対象言語は英語のみで、以前は中国語への対応もしていたが、利用者が少なく対応を取りやめている。

ボランティア要員は、鈴鹿国際大学の学生や一般市民が中心で、募集 PR をしているほか、鈴鹿国際大学内の留学生交流室などの協力を得て、質の高い人材を集めている。一般市民からは、定年退職後の方の参加が多いようである。

ボランティア参加予定者は、レース開催の2～3週間前までに、鈴鹿サーキットが準備した予想される質問などを取りまとめた問答集を用いて事前研修を受講している。2006年実績は、延べ人数で70人程度が活動している。

実際の活動場所は、各部署などからの人数や必要日数などの要望を考慮して、主要アクセス駅や、市内の商業施設のほか、鈴鹿サーキット内に人員を配置している。

- <内訳> 白子駅（4人/日×金・土・日）＝12人
稲生駅（4人/日×土・日）＝8人
市内の商業施設（18人/日×土・日）＝36人
鈴鹿サーキット内（4人/日×金・土・日）＝12人



白子駅での通訳ボランティアの様子

(4) おもてなしに関する情報発信

前述の交通関連の情報発信と異なり、鈴鹿サーキットや鈴鹿市内の情報が中心となることから、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会を情報収集・整理・発信のとりまとめ役とした、効率的・効果的な対応が必要であると考えられる。

また、情報発信機能を有する組織は市内外を含めたくさんあることから、発信対象やその内容、利用できる伝達媒体等を考慮した多様な発信を行うことで、情報の伝達不足やそれに起因しておもてなし効果を低減させることがないような配慮も必要とされる。

観戦客や地域住民などが、発信されている情報にたどり着けずに、せっかく発信した情報が有効に活用されていないといった事態を回避するためにも、どこで、誰が、何を、どのように、どんな媒体で、といった項目や目的に応じた情報検索機能の必要性も高いと考えられる。

(5) 海外グランプリにみる観戦客やF1関係者などの利便性、快適な滞在を高める具体例

前項までに紹介したような、イベント等による地域情報の発信、プロモーション活動だけでなく、F1観戦に訪れた国内外の観戦客に「便利で快適な観戦と滞在」をサポートすることも、結果的にその地域やGPの「好感度アップ」へと繋がり、シティセールスに大きく貢献するといえる。観戦客の交通アクセスの利便性向上や、サーキット周辺の渋滞緩和などもその一例であるが、快適なGP観戦を実現するためのそれ以外の例をいくつか紹介する。

①路面電車の無料開放（オーストラリアGP）

渋滞解消に向けた取り組みの部分でも紹介したが、オーストラリアGPの開催地であるメルボルン市ではF1GP開催期間中に限ってサーキットがあるアルバートパーク公園と市内を結ぶ路面電車を無料開放し、ホテルの多くが集中するダウンタウンに滞在する観戦客の利便性を高めるとともに、観戦客の自動車による移動を減らすことで渋滞緩和も実現している。この取り組みは「快適なF1観戦」を実現するとともに、手軽な交通手段の提供によってレース観戦時以外の時間帯でも観戦客の積極的な移動を促し、結果的に観光や消費活動への底上げ効果にも貢献していると考えられる。

②観光ガイド的パンフレットや地図の配布（各国のGP）

従来からの方法ではあるが、各国のGPで行われている観光ガイド的パンフレットや地図の配布などを通じ、観戦客の滞在に有用な情報を効果的に提供することも、ファンの利便性やGPへの好感度を上げるための基本的な手段として有効である。

■事例を踏まえた対応の方向性■

○シャトルバスの効果的運行・・・メルボルンの路面電車の無料開放や、富士スピードウェイのようなシャトルバスのみによる会場アクセスの早期実現は難しいが、渋滞緩和による観戦客及び地元住民への負担低減や、環境問題への配慮などの点から、F1開催期間中の観戦客の移動手段としてバス等の公共交通機関をいかに有効に活用するかは今後のF1開催においても重要なテーマである。仮に渋滞のピーク時には運用が難しいとしても、それ以外の時間帯で近鉄白子駅～鈴鹿サーキット間や、ベルシティなどの商業施設が集まり宿泊者も多い平田町周辺～鈴鹿サーキット間の臨時バスの運用などを工夫することで、観戦客の利便性や日本GP開催に対する好感度アップが期待できる。

また、これまでは一旦鈴鹿サーキット内に入ると、その後は比較的移動が少ない傾向にあった駐車場や鈴鹿サーキットのキャンプ客に対し、より手軽に市街地との間を行き来できる手段を提供することで、地域内でのさらなる消費活動へとつながる可能性もある。

○ガイドマップ等情報ツールの配布・・・一方、ガイドマップやレストラン、店舗情報などを効果的に伝える情報ツールの配布は常に有用な手段であり、配布資料の作成や内容・情報の充実には、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会などでの広範な人的ネットワークを有効に生かすことができると考えられる。

○通訳ボランティア・・・絶対数では少ないが、海外からの観戦客にとっては『言葉の壁』が自由な行動の大きな障害となっている場合が多い。そのため、言葉をサポートする「通訳ボランティア」の活用などで、外国人観光客の利便性、満足度、好感度の向上を実現することも、長期的には大きな意味があるといえる。

チーム関係者などを含め、多くの人たちが海外からこの地を訪れる日本GP開催時を貴重な機会と捉え、地元通訳ボランティアなどの活用で国際的なコミュニケーションの機会を積極的に活用することは、海外からの観戦客、関係者の利便性や好感度を高めたり、外国人客とのコミュニケーションの問題を抱える地元宿泊業者らにとって大きな助けになるだけでなく、「F1GPを通じて世界に開かれた街、鈴鹿」としての意識を市民に芽生えさせるなど、教育面を含めた様々な効果が期待できると考えられる。

4. 情報発信

鈴鹿でのF1再開に向けて様々な取り組みが検討され、具体的な行動が始まりつつあるが、これらの取り組みを、観戦客や、市民・県民、事業者、地域などF1開催に関係するあらゆる対象先に届ける必要がある。F1を観戦するために必要な情報はもちろんのこと、F1開催に伴い何らかの面で生活や事業に影響を受けている、あるいは受ける可能性のある人に、様々な情報伝達手段を有効に使い、正確な最新情報を最適なタイミングで発信し、届けることが必要とされている。

F1開催に際し、主要な情報発信機関や、発信対象者、発信ツールなどをとりまとめたものが以下の表である。誰が、誰に、どんな情報を、どんな目的で、どうやって発信するかを考えるとともに、その情報をどうやって収集・整理し、発信していくのかについても、主催者である鈴鹿サーキットや、F1開催を広域的に支援する鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会が中心となって取り組んでいく必要がある。

また、地域に関係する機関だけでなく、F1開催を支援する全国のF1およびモータースポーツファンとも連携し、ファンサイトや個人が運営するホームページ等での情報発信力を活用することで、より広域に様々な情報を発信することが可能となる。

なお、F1観戦客を中心とした情報発信に偏らないような注意が必要であり、地域住民や地域事業者などF1に関心がなくとも日常生活や事業に影響を受ける対象先に対する情報伝達も重要である。

この項目について検討したのは、次のような取り組みである。

- (1) 発信当事者
- (2) 主な発信対象
- (3) 発信内容
- (4) 発信目的
- (5) 利用媒体
- (6) 留意点
- (7) 海外グランプリにみる情報発信の具体例

◇鈴鹿F1日本グランプリ開催に関する、主な情報発信機能を担う先の例

発信当事者	主な発信対象	発信ツール
三重県観光局	市民・県民	三重県広報、県政記者クラブ等
三重県観光協会	観戦客	観光三重HP、メールマガジン等
鈴鹿市	市民・地域市民	市長定例記者会見、広報誌、鈴鹿市HP等
鈴鹿市観光協会	観戦客	鈴鹿市観光協会HP
FM鈴鹿	市民・観戦客	FM放送、局のHP
ケーブルネット鈴鹿	市民	ケーブルテレビ(市内)、自社HPなど
鈴鹿サーキット	観戦客・市民	プレスリリース、HP、観戦ガイド等

上記表以外にも、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会の構成メンバーや、テレビ・新聞等のマスメディアなどが考えられる。

(1) 発信当事者

F 1 開催に関する基本的な情報は、主催者である鈴鹿サーキットが発信を行うことはもちろんであるが、鈴鹿 F 1 日本グランプリ地域活性化協議会や協議会の構成メンバーなどを通じた情報提供の仕組みが必要であると考えられる（前ページの表を参照）。

(2) 主な発信対象

鈴鹿市に F 1 観戦に訪れる観戦客が対象となることはもちろんであるが、アンケートなどでも指摘があった、受け入れ側であるとともに生活や事業にも影響がある鈴鹿市民をはじめとする地域住民や事業者への情報発信の必要性も高い。

(3) 発信内容

F 1 観戦客に対して、来場の計画を立てる段階から交通機関を使つての来場、観戦、宿泊、買い物、観光、そして帰路につくまでの範囲で、F 1 観戦に必要な情報を発信することは当然必要となる。その際には、観戦経験が豊富なベテラン観戦客だけでなく、ビギナー観戦客を意識したわかりやすい情報提供で、今後のリピーター育成につながるような工夫も必要である。

また、F 1 観戦に出発するまでの情報収集に比べ、現地（鈴鹿）での情報収集の評価が下がっていることから、何かを知りたいときに、どこに聞けばよいかといった総合窓口あるいはコンシェルジュ的な役割を担うための情報も必要である。

なお、鈴鹿にきたことの思い出となるものとして地域色が強い地元の名産品等をもっと PR したり、公共交通機関での観戦客向けに、徒歩や無料シャトルバス等を活用してアクセス可能な飲食店・小売店、観光地等の情報提供を行うことも重要であると考えられる。

◆市民に対する視点

観戦客向けの情報発信・情報提供に重点が置かれがちであるが、市民向けの情報発信により、市民の不満・不都合を軽減する取り組みも重要である。

まずは、定期的な情報発信により、鈴鹿市民や周辺自治体の住民に対しても、早くから情報を発信し F 1 開催に対する心の準備をしてもらう必要がある。特に関心がない層に対しては情報が伝わりにくいことから、工夫が必要である。

F 1 の開催を認識してもらい、開催期間中は道路の混雑・渋滞の発生をはじめ、全国各地から F 1 ファンが鈴鹿にやってくることで、それらの人の多くは鈴鹿に愛着心を持っており、温かくもてなされることを望んでいること、少なからずのファンが何らかの形で鈴鹿市や鈴鹿の住民に貢献できることを望んでいることなどを理解してもらう必要がある。

それらを踏まえた上で、将来的には F 1 をはじめとするモータースポーツに関心を持ってもらい、地域全体でのおもてなしに取り組んでいけるような流れを生み出す必要がある。

①「交通規制」や「渋滞情報」、「混雑情報」

交通規制のエリアや時間、それらの情報発信をポスターやパンフレット等で事前に告知する必要がある。また情報を発信していても市民の手元にうまく届かない、あるいは届いていても認識されていないこともあるため、改善が必要である。

アンケートに寄せられた市民の声には、「今まで同様、チラシ等で交通規制や渋滞が予想

される道路、時間帯を知らせて欲しい」「F1終了時刻など開催期間中のタイムテーブルを、交通渋滞をさけるために地域住民に知らせてほしい」「今まで渋滞のピーク時間帯にピークの場所を通る必要がなかったが、ぬけ道や裏道などを市民専用として情報を流せばより近くの市民のストレスが解消されるのではないかな」等の声があり、発信している情報を活用している市民もみられるが、発信されている情報をうまく受け取れていない市民がいることもわかる。

日常生活の視点で見れば、市内の生活関連施設（買物施設や飲食店、駐車場など）の混雑状況についても、情報を入手できると渋滞や混雑に対する不満の軽減につながると考えられる。

②「F1関連情報」や「市民への優待情報」

「F1開催に伴い実施される関連イベントの情報を知りたい」「F1観戦に行かなくても地域で開催されるイベントに参加してみたい」などの意見もあり、F1を支える地域の一員としてF1に対する理解を深めてもらうためにも、より多くの市民に関心を持ってもらうきっかけを提供していく必要がある。

また、関心を持ってもらうきっかけ作りとしては、F1観戦やイベント等への参加について何らかの形で、鈴鹿市民への優待あるいは地元枠のようなものを用意することが出来れば、より望ましいと考えられる。

(4) 発信目的

F1観戦客および市民に対して伝える情報には、2つの目的が考えられる。まず1つは、現状に対する不満の解消・軽減を目的としたもので、よりわかりやすい情報発信や足りない情報の補完などである。観戦客の場合は、鈴鹿に来るまでの事前情報に比べて鈴鹿に来てからの情報入手に対して評価が下がっており、その点の改善を図る必要がある。また、市民に対しては、日常生活上の不満を軽減するために、F1開催による影響やそれを避ける場合に必要となる情報を届ける必要がある。

2つめとしては、F1開催に伴う経済的効果をはじめとする様々な効果をより大きくするための情報発信である。F1観戦客に対しては、F1観戦に伴う消費行動の拡大や、滞在の長期化につながる情報を発信することで、広域での経済効果拡大を図りたい。また市民に対しては、F1に対する理解を深めてもらうとともに、F1開催に伴いボランティアや事業などの面で様々な参画の機会があり、それを自社のビジネスにつなげてもらうなど地域での経済効果を高めてもらうことが考えられる。

(5) 利用媒体

情報伝達の主なルートとしては、どんな媒体を用いるかということになるが、これは情報を発信する担当機関により様々なものが考えられる。

例えば、行政機関が発行する広報誌、パソコンあるいは携帯電話向けのホームページ、ニュースリリースなどを用いた新聞紙面、特定地域を対象とした折り込み広告、広域への情報発信を担うテレビやラジオ、特定地域により詳細な情報を発信できるケーブルテレビ、車での観戦客を対象としたカーナビ、道路上の電光掲示板、サービスエリア・パーキングエリアの情報表

示・案内、公共交通機関の利用者を対象とした駅などの施設での情報表示・案内係の設置、観戦客を対象とした観戦ガイドやF1・レース関連の雑誌・専門誌、警察・市役所等への問い合わせなどが考えられる。

また、F1観戦に来てからの段階では、情報の均質性という課題は残るものの、誘導係や売店・飲食店等の店員、近隣住民の案内・アドバイス、観戦客同士の情報交換など、人を介しての情報伝達も有効な方法であると考えられる。

IT化が進んでいる現在では、ワンセグの受信エリア拡大や、PIT-FM・FM鈴鹿連携による継続的な情報発信、無線LANエリア拡大（設置）によるPCでの情報アクセスなど、観戦客が保有している可能性が高い携帯電話や、FM・AMラジオ、ワンセグ、モバイルPCなどを想定した情報提供も有効性が高いと考えられる。常時更新が必要なものは電波媒体を通じた情報発信と、観戦仲間での情報交換をうまく活用することで比較的広範囲に情報伝達が可能であると考えられる。

多くの情報が存在することから、携帯電話の場合には、携帯サイトでの情報発信だけでなく、求める情報分野の項目を選択し携帯メールアドレスを登録することで、F1開催期間中に随時必要な情報を発信する仕組みも有効であると考えられる。

◆地元のフリーペーパーを活用した観戦客向けの地域情報の発信

鈴鹿でのフリーペーパー発刊事業者の協力を得て、F1開催時期限定版の地域情報紙を作成し、F1観戦客に対する情報発信を行うことが考えられる。地域外のF1観戦客に知られていない地元の観光資源を情報発信していくことで、F1観戦客の地域周遊のきっかけを提供する。

(6) 留意点

①情報発信のコントロール機関の必要性

さまざまな情報が、さまざまな媒体を通じて発信されることから、全体の情報をコントロールする必要性が高い。

高速道路や鉄道などの広域交通に関する情報収集・情報発信は、市町や県の範囲を越える部分も多く、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会などの組織を通じて、広域あるいは関係団体に協力を要請する必要がある。鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会がリーダーシップを発揮して、各団体からの情報を入手するとともに、渋滞を緩和するための情報発信ツールを確保するよう努める必要がある。

また、おもてなしに関する情報収集・情報発信は、鈴鹿サーキットや鈴鹿市内の情報が中心となることから、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会を情報収集・整理・発信のとりまとめ役とした、効率的・効果的な対応が必要であると考えられる。

②定期的な情報発信

F1開催直前の情報発信だけでは市民に幅広く情報を発信することが不十分であるため、F1開催の前からの継続的な情報発信により、必要な情報を市民に届ける必要がある。情報発信の頻度と手段を増やすことで、市民の意識に定着を図っていくことが重要である。

③カーナビゲーションへの積極的な情報発信

三重県がホンダやトヨタのカーナビゲーションシステムを活用した観光情報発信に取り組んでいる。F1観戦の際も車での来場が多いことから、車を利用する人向けの観光情報の発信は、今後立ち寄り観光を推進する上でも有効な手段の一つと考えられる。

(7) 海外グランプリにみる情報発信の具体例

海外メディアを活用して、地域や観光情報の露出拡大を図っている事例として、メディアそのものを活用した事例と、雑誌等の読者を活用してメディアを通じた情報発信を行っている事例をそれぞれ紹介する。

①メディアツアー（マレーシアGP）

1999年にマレーシアのセパンサーキットで初めてのF1GPが開催された際、事前にマレーシア政府観光局の企画によるメディアツアーが開催され、日本の雑誌、新聞等のメディア10数名が招待された。

このツアーでは、当時完成直前だったセパンサーキットの施設訪問・視察だけでなく、クアラルンプール市内やマレーシアの観光資源、地域産品への理解を深めるようなメディアツアー内容を企画。マレーシア政府観光局がその渡航費用、宿泊等を負担する代わりに一種のタイアップ企画として、それぞれのメディアでF1関連の記事にあわせる形でマレーシアの観光PR的な記事を掲載してもらう形を取っていた。

具体的な訪問先は、クアラルンプール市内観光、マレーシア特産品である錫を使った工芸品の工場訪問、熱帯雨林のクアラ川ボートクルーズと蛍見学、レストランやホテルでの会食等をメディアツアーに組み込み、サーキット視察の機会を利用してマレーシア観光の魅力を伝えるとともに、各媒体での記事としての情報露出を実現していた。同様の試みはバーレーン、トルコなどの初開催時にも欧州のメディアを対象に行われていた。また、一昨年（2017年）の富士スピードウェイ初開催前にも、海外メディアを対象にしたツアーが行われたようである。

②読者招待のGP観戦ツアー（オーストラリアGP）

雑誌等とのタイアップという手法もあり、あるF1専門誌では旅行代理店との広告タイアップで「読者特派員」を募集し、読者から抽選で選ばれた2名をオーストラリアGP観戦ツアーに招待していた。このツアーにはメルボルンのあるクイーンズランド州政府観光局も現地での観光ガイドやアテンドなどの面で全面的に協力しており、観戦ツアー招待実施後「読者のオーストラリアGP観戦レポート」という形でF1観戦だけでなく、メルボルンの観光情報の誌面での露出を実現していた。

■事例を踏まえた対応の方向性■

F1が広く認知された国際的イベントという特性を生かし、F1開催を地元観光資源のPRを目的とした情報発信の機会として活用することはシティセールスの面からも有効である。そのためには海外メディアも含め、メディアによる情報露出の拡大を目指すための具体的戦略と、自治体、地元観光産業界、広告代理店、国内外のメディアなどを結びつけた体制構築が必要と考えられる。

5. 地域文化・産業の振興＜経済効果の拡大策＞

第3章（「鈴鹿F1日本グランプリ」の経済的な効果を推計）で明らかになっているように、F1開催による経済効果は地域内外に大きな影響を与えている。一方で、事業者の中にはF1開催が自社の事業とかかわりがないと考えている事業者も多い。

しかし、F1観戦客の中には、渋滞や混雑、ゴミ・環境問題などF1開催により受け入れ側の鈴鹿市や鈴鹿市民に迷惑をかけているという意識もあり、例えば地域での消費拡大など何らかの形で地域に貢献したいとの思いを持つものも少なくない。これをうまく地域での消費につなげるために、地域を売り出すことと、地域で消費がしやすい仕組みが必要である。

前述の1～4の各項目の内容もすべて地域文化・産業の振興など経済効果の拡大とつながりを持っている。既存サービスの提供も含め、サービスの提供＝事業者の参入余地であり、いかに仕事（＝事業者の収入）に結びつけるかは、事業者の意欲とアイデアによる部分も大きい。F1という巨大な世界的ブランドをうまく活用するには、単独で対応が困難な課題に対しては、行政や鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会などをうまく活用していくことも重要である。

また、ビジット・ジャパン・キャンペーンなど、国も外国人観光客の誘致に積極的になっている。F1を地域資源として活用しつつ国内外に三重県を積極的に売り出すために、詳細なデータに基づくマーケティングが不可欠であるが、現在は活用できる情報やデータの蓄積がほとんどなされていない。今後は、F1観戦客についてのデータ収集を継続的に行っていく必要がある。

この項目について検討したのは、次のような取り組みである。

- (1) 経済効果拡大策の取り組み効果についての試算
- (2) F1に関する地域ブランド（地域振興ブランド）戦略
- (3) ターゲット別周遊プラン
- (4) 海外グランプリにみる地域紹介イベントの具体例
- (5) 外国人観光客の誘致

(1) 経済効果拡大策の取り組み効果についての試算

本章で取り上げているような内容をはじめとして、地域内外においてF1観戦客をもてなす様々な取り組みが実施されることにより、観戦客などの宿泊や飲食、土産物購入といった消費支出が一定金額増加した場合の経済波及効果を試算した。

■経済波及効果推計の対象

F1観戦客の消費支出について、「宿泊費」、「F1観戦客の飲食費」、「F1観戦客の土産物購入費」の需要増加を仮定し、「三重県・愛知県・岐阜県・その他都道府県」別に、経済波及効果を試算した。

算出の前提条件：第3章で算出したF1観戦客の消費金額を参考に、一定数の観戦客が三重県内で追加的に消費を行ったと仮定している。またこの結果により、三重県外の地域では消費活動が減少するなどの影響は生じないものとしている。使用した産業連関表等については、第3章を参照。

■試算結果を基にした地域への波及効果の比較

宿泊、飲食、土産物購入の3つの消費行動について、それぞれの結果を指数化したものが、下記の表である（それぞれの詳細は、後述）。

各項目に対して、1単位の消費行動が行われた場合の三重県の第1次波及効果の波及倍率は、宿泊が1.31倍、飲食が1.27倍、土産物購入が1.27倍となっている。また、消費による間接効果まで含めた総合効果でみると、宿泊が1.50倍、飲食が1.45倍、土産物購入が1.44倍となっている。

生産額を基にした波及倍率の比較（生産額ベース）

		直接効果	第1次波及効果	総合効果
宿泊費	全国計	1.00	1.79	2.43
	三重県	1.00	1.31	1.50
	愛知県	0.00	0.07	0.12
	岐阜県	0.00	0.01	0.03
	その他都道府県	0.00	0.39	0.78
飲食費	全国計	1.00	1.90	2.58
	三重県	1.00	1.27	1.45
	愛知県	0.00	0.11	0.17
	岐阜県	0.00	0.02	0.03
	その他都道府県	0.00	0.51	0.93
土産物代※	全国計	1.00	1.86	2.49
	三重県	1.00	1.27	1.44
	愛知県	0.00	0.06	0.11
	岐阜県	0.00	0.01	0.03
	その他都道府県	0.00	0.52	0.91

※) 飲食と土産物購入はほぼ同じ結果であるが、土産物購入の対象とした食料品は、地場産品や地域内食材の利用により原材料は100%県内のものを使用するという前提に基づいている。従って、県外からの原材料調達がある場合には、その分だけ三重県内への経済波及効果は小さくなることに注意が必要である。

これらの結果から判断すると、3つの消費行動のうち地域経済への波及効果がより大きいのは、宿泊需要を取り込むことで、ついで飲食の増加、土産物購入となっている。ただし、項目による大きな違いはなく、地域への経済効果をより高めるには消費項目にかかわらず消費金額

を大きくすることが重要であるといえる。

事業者向けアンケートの結果にもあったように、鈴鹿市に対するF1開催効果と各事業者に対する効果では、その捉え方に大きな差がみられたことから、F1開催に伴い発生する様々な取り組みやサービスなどにかかかわっていくかという、関係する人の参画意識を変えていくことが重要である。

(2) F1に関する地域ブランド（地域振興ブランド）戦略

①統一ロゴやキャラクターの活用

地元事業者からの声では、積極的にF1関連商品を開発・販売していないのは、「F1に関することは権利が難しい」という意識が強いことが大きな理由となっている。また、観戦客の購買動向として、鈴鹿サーキットやF1日本GPなどのロゴ入りが人気であることも理解しているが、観戦客の購買意欲を刺激するようなロゴの利用が、どこまでが可能でどこからが不可能であるかの判断を独自に下すことが困難、あるいは手間がかかり面倒という意識を持っている。

実際に、F1のブランドは、F1統括団体により厳しく管理されており、少ない金銭負担で直接的に利用することは容易ではないが、この「壁」を乗り越えることが出来れば、地元事業者もオリジナルのF1関連商品を開発し、販売するなど、より地元事業者が活性化し、潤うことに繋がるといえる。

そこで、F1やモータースポーツを連想させるものを地域で一体となって考えること、また鈴鹿市や鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会などを中心に連携を取りながら、地域で一体的に利用できる統一ロゴやキャラクターを用意し、著作権使用料が不要で気軽に利用できるような仕組みを作っていくことが必要である。

<考えられる取り組み案の一例>

- ・個人・企業を問わず気軽に統一ロゴとともにキャラクターを使用することで、地域が一体感を持たせながら盛り上げる効果を狙う
- ・キャラクターを使用する際に通常必要な著作権使用料を無料の許可制にすることで、小規模企業を含めた様々な企業が参加し、F1を通じて街の活性化を図ることが期待できる
- ・直接的な商売につながらない事業者であっても、ステッカーやシールなどを作成し業務用封筒や名刺に貼るなどの方法で地域ブランドの醸成に協力してもらう
- ・F1デザイン（例：後述の垂井氏）などを包装紙や名刺、垂れ幕などに使用し、統一感の創出を図る

【参考】～ブランド戦略と構成要素～

ブランド戦略には、次のような切り口がある。個別に取り組むだけでなく、複数の要素をミックスして使うことで、その効果をより大きくすることができる。

構成要素	・ブランド名	ブランドの名称
	・ロゴ、シンボルマーク	地域やイベント、商品名などを、文字を組み合わせで図案化
	・キャラクター	動物、人、その他を抽象的イメージで図案化
	・キャッチコピー	説明やメッセージ
	・パッケージ	デザインで作成された容器や包装紙など

②地域物産品の振興・開発

F1やレースなどに関連した内容や、それらをイメージしやすい構成となっているかどうか
が大きなポイントであると考えられる。

<考えられる取り組み案の一例>

- ・ 地場産品（三重県産）を活用した「鈴鹿F1弁当コンテスト」を事前に開催し、一般公募した作品の中から、人気のデザインや内容を限定品弁当として販売する
- ・ 地域の伝統産業を活用したF1観戦客へのPR（下記紹介例参照）

◆伝統産業の活用例

鈴鹿市の伝統産業である伊勢形紙や鈴鹿墨、四日市市の日永うちわなどを利用して、F1関連の商品開発を進めている。写真は、いずれも試作品の様子。



【参考】～伝統産業の説明～

○伊勢形紙（経済産業大臣指定の伝統的工芸品）

着物の柄や紋様を染める形紙。和紙を柿渋で加工した形地紙に、彫刻刀で丹念に彫り抜いて作る。近年ではインテリアや美術工芸品としても注目。伊勢型紙とも表記する。

○鈴鹿墨（経済産業大臣指定の伝統的工芸品）

奈良時代に日本に伝えられ、鈴鹿産の肥松を焚いたすすから墨を作ったのが起源。芳香、優美、墨色華麗な特徴で、書道家に愛用される手作りの逸品。

○日永うちわ（三重県指定の伝統工芸品）

品質と美しさから、宿場のお土産として人気で名をはせた。丸柄が多く、64本の骨を表と裏側交互に編む。手に優しくしなやかで扇ぎやすいのが特徴。

③消費拡大のきっかけづくり

- F1開催期間限定クーポン券：鈴鹿で買った物がすべて「鈴鹿ブランド」と捉えられるなど、鈴鹿F1日本グランプリを特別なものと感じる観戦客も多く、特産品等に限らず日用品・食料品等にも愛着が生まれるなど鈴鹿に関するものへの購入意欲は大きい。F1開催期間中に鈴鹿市内共通で利用できる、「クーポン券」があれば消費拡大に貢献すると考えられる。
- F1観戦チケット提示による割引：鈴鹿市内に限らず鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会の関係市町などで、F1観戦券の提示により割引対応できる飲食店や小売店と提携し、地域での消費拡大のきっかけとする。
- 順番待ち行列への試飲サービスや移動販売：バスや列車などの順番を待っている行列に対して、お茶など地場産品等の試飲サービスや移動販売などを行い、購入のきっかけ作りとする。

【参考】～土産物購入費の増加試算～

三重県内において2,000万円の直接効果（需要増加＝土産物購入による消費（※））が発生した場合、それに伴い誘発された間接効果を含む第1次波及効果は2,530万円、消費による間接効果まで含めた総合効果は2,870万円となった。

直接効果（需要増加）に対する総合効果の波及倍率は、1.44倍となった。また、付加価値誘発効果をみると、総合効果で1,420万円の付加価値が三重県内に生み出されたと試算される。

仮定条件	観戦客の一部（1万人）の、土産物（食料品）代（2,000円）が増加した
想定する消費行動	・三重県産の原材料で生産可能なクッキーなどの食料品や、穴子など地場産品を用いた加工食品の購入で、農林水産品や、繊維（Tシャツ）・プラスチック・金属製品（ミニカーなど）などは対象外とした 注）土産物は県内で製造される食料品（県内調達率が100%）と仮定
直接消費金額の計算	10,000人 × 2,000円（土産物購入単価） ＝ 20,000,000円（2,000万円） ⇒ 2,000万円を「食料品」部門に投入

※土産物購入による消費について：今回の試算では、土産物を食料品に限定して試算を行っており、食料品製造業に需要が発生すると仮定している。また、その費用は、対象となる食料品の製造のほか、小売店等の商業マージン、貨物運賃の3つの部門に分けて直接需要額を算出して試算を行っている。食料品以外の土産物（例：農林水産物（一次産品）、繊維製品（Tシャツや帽子など）、プラスチック・金属製品（ミニカーなど））は、今回の試算の対象としていない。

土産物購入額の増加（20百万円）を図った場合 （単位：百万円）

		直接効果	第1次波及効果	総合効果	
金額	生産額	全国計	20.0	37.2	49.7
		三重県	20.0	25.3	28.7
		愛知県	0.0	1.2	2.3
		岐阜県	0.0	0.3	0.5
		その他都道府県	0.0	10.4	18.3
	付加価値額	全国計	9.2	18.5	25.7
		三重県	9.2	12.1	14.2
		愛知県	0.0	0.6	1.1
		岐阜県	0.0	0.1	0.3
		その他都道府県	0.0	5.6	10.0

(3) ターゲット別周遊プラン

観戦客向けのアンケートによると、F1観戦時に観光地等に立ち寄るのは1割強とごくわずかとなっており、その理由として、立ち寄る時間がない、F1以外にお金を使うつもりがない、関心のある立ち寄り地がないなどがあげられている。

交通渋滞等の軽減・解消により新たな時間を創出することや、多様な切り口で興味・関心を引きそうな観光情報の発信、簡単に参加できるパッケージツアーとしての募集などにより、地域を周遊するきっかけを提供する。実施する時間帯については、終日・午前のみ・午後のみ・夕方からなど、場所や目的に応じて設定する。

<観光周遊モデルコースについての一例>

①鈴鹿市内のテーマ別観光

鈴鹿サーキットを中心に、鈴鹿市内の観光ポイントをテーマごとに分類したプランを用意し、時間帯に応じては、食事（地元グルメ）もセットで提供する。

○地元産業コース	○文化・自然満喫コース	○自動車満喫コース
<ul style="list-style-type: none"> ・地元酒造会社 ・伝統産業会館 ・伊勢型紙資料館 ・白子漁港 ・海産物販売所 ・古民家利用の煎茶喫茶など 	<ul style="list-style-type: none"> ・椿大神社（茶室鈴松庵） ・大黒屋光太夫記念館 ・佐佐木信綱記念館 ・伊奈富神社 ・神宮寺 ・鈴鹿フラワーパーク ・万葉の森 など 	<ul style="list-style-type: none"> ・鈴鹿サーキット ・本田技研鈴鹿製作所 ・鈴鹿レース村 ・ウエストレーシングカーズ ・三重オートリサイクルセンター など

②県内各地のテーマ別観光

三重県内の主な観光ポイントをテーマごとに分類したプランを用意し、F1観戦客の興味・関心に応じてプランを自由に組み合わせ、三重県を満喫してもらう。

○温泉コース	○文化・自然コース	○レジャーコース
<ul style="list-style-type: none"> ・長島温泉 ・湯の山温泉 ・榊原温泉 ・大山田温泉さるびの など 	<ul style="list-style-type: none"> ・なばなの里 ・九華公園 ・御在所ロープウェイ ・関宿 ・赤目四十八滝 ・伊勢神宮、神宮徴古館 など 	<ul style="list-style-type: none"> ・ナガシマスパーランド ・ジャズドリーム長島 ・伊賀の里モクモク手作りファーム ・鳥羽水族館 ・ミキモト真珠島 ・志摩スペイン村 など
○グルメコース		○産業・伝統産業コース
<ul style="list-style-type: none"> ・蛤料理 ・とんてき ・僧兵鍋 ・志ぐれ茶漬け弁当 ・松阪牛 ・うなぎ ・天むす ・伊賀牛 ・豆腐田楽 ・伊勢エビ ・あわび ・的矢かき ・伊勢うどん など 		<ul style="list-style-type: none"> ・萬古焼 ・伊勢木綿 ・松阪木綿 ・伊賀組紐 ・伊賀焼 ・各地の酒蔵 ・青山高原風力発電所 など

③子ども連れのF1観戦客への対応

ボランティアの項目で取り上げた鈴鹿サーキット内での託児サービスだけでなく、鈴鹿サーキット外でも託児サービスを提供することを検討すべきである。それによって、子どもを預けて、あるいは子どもを連れてF1観戦以外の地域観光へのきっかけを提供することができる。

子ども連れ観戦客の受け入れ拡大のため、託児サービス付きあるいは子どもと出掛ける鈴鹿市内および周辺地域への観光などが考えられる。P&Rに利用されるシャトルバスの戻り便を活用した移動や、無料市内循環バスの利用などにより、別途交通手段を用意しなくともF1観戦客が行動できるようになる。

また、鈴鹿サーキット遊園地内での子ども向け特別企画のほか、外部への訪問先として子どもを対象とした産業観光（中部電力のテラ46、おやつカンパニー、井村屋製菓、三重こどもの城など日替わりメニューを用意）なども、親子で楽しめる企画である。

④夕方発の食事付き温泉ツアー

F1観戦客向けのアンケートでも関心の高かった、食べ物や温泉を活用した企画として、F1観戦で疲れた人向けに、疲れた体を癒す夕方発の数時間程度の温泉入浴ツアー（長島温泉、湯の山温泉、榊原温泉など）を、各温泉地など地域の名物料理とセットで提供する。これは、市内の温浴施設が不足しているとの意見にも対応した内容である。

(4) 海外グランプリにみる地域紹介イベントの具体例

F1開催期間中の鈴鹿サーキット内における販売、イベントブース出展に関してはF1統括団体による商業権の厳しい管理が行われており、「地元自治体」などを主体としたイベントブースの出展は少なくなっている。ただし、この10年ほどの間に増えた非欧州圏での新興F1GPがイベントとして均質化する傾向があり、それぞれの開催国や地域の特色をイベントの雰囲気づくりに生かし、どうやって差別化するかが新たな課題となりつつある。従って、イベント内容がこうしたF1統括団体側のニーズにも応えられるものであれば、統括団体側の柔軟な対応と協力を得られる可能性も考えられる。

鈴鹿サーキットでは、F1統括団体による商業権の管理が直接的に及ぶ「サーキット本体部分」と、直接縛られないサーキットに隣接した「遊園地部分」に分かれる点で、他のサーキットに比べた優位性がある。サーキット側の協力と理解が得られれば、こうした特性を有効に活用することで、地域産業の活性化、PR等に繋がるイベント等を行いやすい環境にある。

そこで、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会が旗振り役となって、鈴鹿市だけでなく協議会を構成する近隣市町にも呼びかけ、「遊園地部分」を有効活用し、あらたな地域発信事業に地域が一体となって取り組んで行く必要がある。

留意点としては、実施するイベントがF1観戦客の視点から見て、全体的な雰囲気から「浮いている」ことなく、「有用」であり「楽しい」と感じさせるものでなければならない。

サーキットを訪れる目的はあくまでも「F1観戦」であり、その会場で単にブースを設け「地元産品」をアピールするだけでは興味を引くことは難しく、「何かをやった」という実施者の満足だけに終わりがねない。そのため、F1GPのお祭りムードを盛り上げる効果や、地域産品を試食できたり、楽しみながら興味を持てたりする体験型のイベントなど、ターゲットとなる「観戦客」とイベントを結びつける「動機」となる内容を企画することが重要である。

海外の事例

①バーレーンGP・・・2004年の初開催時以来、バーレーンのシャキールサーキットでは会場内にアラブ風のテントを設置し、その中にアラブ文化や産品を紹介するイベントブースを作り、地元の工芸品等を紹介するほか、民族舞踊や音楽などのイベントを行い観光PRに活用。また、観戦客用の休憩スペースにもアラブ風の意匠を施したベンチや、絨毯を敷いたスペースを設け、典型的なアラブ風文化のひとつである「水パイプ」のサービスなどをサーキットに訪れた観戦客に対して無料で提供していた。

②フランスGP・・・10年近く前の例であるが、マニクールで行われたフランスGPでも、地元ニエブル県が地域産品を広く紹介する大きなテントを会場内に設営し、ロワール地方のワインや食料品、焼き物などの工芸品を紹介していた。マニクールはフランス中部の小さな田舎町で、近隣に際立った観光資源もなく知名度はあまり高くないが、F1開催時にこうしたブースを訪れることで、この地域に対する認識を深める良い機会を提供していた。

③その他のGP・・・サーキット会場内ではなく「地元」の都市などがF1開催に合わせて様々なイベントを企画し、地域全体としてのお祭りムードを演出するという手法も、いくつかのGPでは積極的に用いられてきた。例えば、イタリアのモンツァやカナダのモントリオールではF1GP開催期間中に街の中心部となる商業圏でお祭りのイベントが行われ、街全体としての賑わいを演出している。

■事例を踏まえた対応の方向性■

サーキット外の地元都市で行われるイベントの多くは、F1のスポンサー企業や地元企業など民間ベースで企画されたものが多いが、その実現には地元自治体や警察の協力が不可欠である。こうしたイベントや市内の雰囲気づくりに共通のロゴやポスター等を活用することで、F1GP開催との関連性や全体としての一体感を演出し、効果的なお祭りムードの盛り上げを期待できる。

また、F1に参戦している自動車メーカーやチームのスポンサー企業は、F1GP開催期間中に最大限のプロモーション効果を挙げることを望んでおり、そのために少なからぬ宣伝広告予算を割いている事が多い。シティセールスを目的とした地域の取り組みを、こうした企業のプロモーション活動と結びつけることが大切であると考えられる。

例えば、地域や行政が民間と共同で企画したイベントを運営することで、イベントの規模や注目度アップを図りながら、企業にも有効なプロモーションの場を提供したり、一時的に広告掲示等の規制緩和を行ったりする形で民間企業との協力体制を構築することも、効果的に幅広い注目を集めながら、F1開催期間中に街全体としての盛り上がりを演出する有効な手段のひとつであると考えられる。

【参考】～飲食費の増加の試算～

三重県内において3,000万円の直接効果(需要増加 = 飲食部門での消費)が発生した場合、それに伴い誘発された間接効果を含む第1次波及効果は3,800万円、消費による間接効果まで

含めた総合効果は4,350万円となった。

直接効果（需要増加）に対する総合効果の波及倍率は、1.45倍となった。また、付加価値誘発効果をみると、総合効果で2,130万円の付加価値が三重県内に生み出されたと試算される。

仮定条件	観戦客の一部（1万人）の、2食分程度の飲食費（3,000円）が増加した
想定する消費行動	・通常の飲食店や、鈴鹿サーキットに出店している屋台等での飲食 ・地元名物など飲食ブースの拡大・PRによる利用者・利用金額の増加
直接消費金額の計算	10,000人 × 3,000円（飲食単価） = 30,000,000円（3,000万円） ⇒ 3,000万円を「飲食店」部門に投入

飲食費の増加（30百万円）を図った場合

（単位：百万円）

		直接効果	第1次波及効果	総合効果	
金額	生産額	全国計	30.0	57.0	77.3
		三重県	30.0	38.0	43.5
		愛知県	0.0	3.2	5.0
		岐阜県	0.0	0.5	1.0
		其他都道府県	0.0	15.3	27.8
	付加価値額	全国計	13.5	27.8	39.7
		三重県	13.5	17.7	21.3
		愛知県	0.0	1.5	2.5
		岐阜県	0.0	0.3	0.6
		其他都道府県	0.0	8.2	15.3

（5）外国人観光客の誘致

外国人観光客の誘致は、ビジット・ジャパン・キャンペーンとして国も積極的に取り組んでいる分野である。世界的イベントであるF1開催を活用して、F1開催期間の前後で日本を観光してもらい、地域をPRしていくことが必要である。

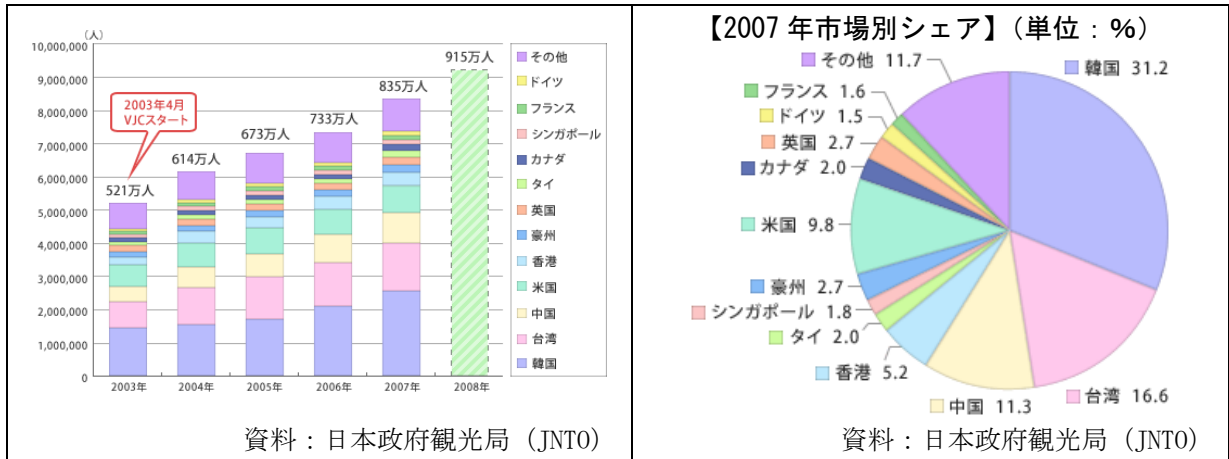
現状では、F1開催に伴う外国人観光客の動向に関するデータがないことから、今後はこの部分のデータ収集を図り、今後の取り組みを検討する準備を進めていく必要がある。

①ビジット・ジャパン・キャンペーンについて

ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）は、国土交通省が中心となって行っている、外国人旅行者の訪日促進活動である。国土交通大臣が本部長となり、関係省庁および民間団体・企業が参加している「ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部」が2003年4月1日に発足した。このキャンペーン実施本部が海外諸国での日本旅行の広報や、国内における外国人旅行者向きインフラの整備などを行っている。2008年10月1日には、国土交通省に観光庁が設置された。

キャンペーンが開始される前年度（2003年度）には、日本人海外旅行者数が1,652万人であったのに対し、訪日外国人旅行者数は524万人であった。この格差を是正すべく、2010年までに、年間で1,000万人の外国人が訪日することを目標としている。ちなみに最新の2007年には835万人になり過去最高を記録している。

【参考】～ビジット・ジャパン・キャンペーン開始以降の訪日外客数の推移～



【対象市場からの訪日外国人旅行者数】

（単位：千人）

	2006年	2007年	伸び率 （％）		2006年	2007年	伸び率 （％）
総数	7,334	8,349	13.8	オーストラリア	195	223	14.0
韓国	2,117	2,601	22.8	米国	817	816	-0.1
台湾	1,309	1,385	5.8	カナダ	157	166	5.4
中国	812	943	16.2	英国	216	222	2.5
香港	352	432	22.7	ドイツ	115	125	8.6
タイ	126	168	33.2	フランス	118	138	16.9
シンガポール	116	152	31.0	その他	884	979	10.9

資料：日本政府観光局（JNTO）

②海外に向けた地域プロモーションの提案例

前述のメディアツアーや読者ツアーなどの取り組みのほか、海外からの集客方法の一つとして、F1は世界的な商品価値を持ったイベントである特性を生かした、海外向けの高額商品を販売することで、話題づくりと世界へのアピールを行い、付加価値を上げることが重要である。

F1開催を生かしたシティセールスの一例として、海外の富裕層をターゲットとした「超高級F1観戦ツアー」の取り組みを提案する。

<ターゲットは、世界の富裕層>

鈴鹿の日本GPにおける海外からの観戦客は全体から見れば少数であるが、2008年のF1世界チャンピオンとなったマクラーレンのルイス・ハミルトン選手が「子どもの頃からF1で鈴鹿を走るのが夢だった」と語っていたように、鈴鹿サーキットでのF1日本GPは海外でも認知度が高く、熱心なF1ファンはもちろん、現役のF1ドライバーにとっても魅力的なGPのひとつとして認識されており、ファン層の中で潜在的な興味は高い。

また、F1観戦という主な目的に絞った形で日本GPの週末を過ごす「1点集中型」の観戦客がその大多数を占める日本のファンと違い、海外から日本GP観戦のためにやってくる外国人ファンの中には、F1観戦前後に日本での観光を組み合わせた長期滞在型の観光客が少なくないと推測できるので、その点では三重県の観光資源とF1観戦を結びつけてもらえる可能性

が高い層であると考えられる。

昨今の経済情勢等により、外国人観光客の数や日本国内での消費は減少傾向にあるが、日本G P観戦と日本観光を組み合わせた長期滞在型の観光客には経済的余裕があるケースも多い。また、そもそも海外のF 1ファンには、F 1の高いステータス性に惹かれたり、自身が高級車等のオーナーであったりする富裕者層も少なくなく、そうした層の人たちは購買力もあり、概して日本文化などへの興味も高いことから、快適な滞在環境と興味を引く情報を提供することで、日本滞在をより深く、幅広く楽しむ素地を備えているといえる。

<売り出す資源は、「選りすぐりの三重県」>

こうした層に対し、日本G P観戦とともに地元三重県の豊かな観光資源から選りすぐりの素材を集めて楽しんでもらうことで、この地域の魅力をアピールし、その経験を自国に持ち帰ってもらうことは、長期的に見れば広域でのシティセールスに大きな効果があり、東京、京都、奈良といった「定番」の都市から一步踏み出したい層に対して、「三重県」という新たな選択肢を提示するひとつの機会ともなり得る。

鈴鹿でのF 1観戦をコアに据えながら、伊勢神宮、伊勢志摩などの豊かな自然とレベルの高い宿泊施設、豊かな海の幸や、世界に名高い松阪牛、英虞湾の真珠や、伊勢形紙や組紐などの繊細で美しい工芸技術などとの出会いと結びつけ、宿泊、食事、伝統工芸品の美に触れる体験やショッピングなど、三重県の持つ観光資源から選りすぐりの要素を組み合わせた「究極のF 1観戦ツアー」を限定商品として企画するとともに、そのツアー内容をターゲットとする国で人気のある高級ライフスタイル誌等のメディアで紹介することができれば「神の住む、青い海と空と、真珠の国」、三重県の魅力を広範囲にアピールする格好の機会となると考えられる。

<必要不可欠な販路の特定と情報発信>

また、より一般的な手法として、日本G P観戦チケットの海外での販路を分析し、それを効果的に活用する形で近隣地域の観光情報を海外のファンに発信し、上記のツアーで挙げた要素の一部を組み込んだ形で、より手頃な日本G P観戦ツアー企画などの商品開発、マーケティングを積極的に行うことも、F 1観戦を目的に日本を訪れる外国人観光客に対し、シティセールス上の効果が期待できるのではないかと考えられる。

F 1G P開催という、世界でたった18都市にだけ与えられた貴重な機会を有効にシティセールスへと繋げ、また、その効果・成果を地域全体が実感し、積極的に生かしていくことは、主催者や鈴鹿サーキット、地域住民、ファンなど、F 1G Pに関係するすべての人たちにとってプラスの効果をもたらす。このようにレースを開催するサーキットと地元自治体や地域が一体となり、お互いが支えあいながら、それぞれのメリットを伸ばしていく取り組みこそが、F 1G Pが置かれている今日の複雑な状況の中で、将来にわたり、長期的、かつ安定的にF 1G P開催を維持して行くための重要な鍵となる。

【参考】～宿泊費の増加の試算～

三重県内において1億円の直接効果（需要増加＝宿泊部門での消費）が発生した場合、それに伴い誘発された間接効果を含む第1次波及効果は1億3,110万円、消費による間接効果まで含めた総合効果は1億5,010万円となった。

直接効果（需要増加）に対する総合効果の波及倍率は、1.50 倍となった。また、付加価値誘発効果をみると、総合効果で 8,060 万円の付加価値が三重県内に生み出されたと試算される。

仮定条件	観戦客の一部（1万人）が、1泊1万円の宿に1日延泊した
想定する消費行動	・一般的なホテル・旅館等への宿泊を想定し、宿泊単価が低い公共宿泊施設や民泊等は考慮していない
直接消費金額の計算	10,000人（宿泊者数）× 10,000円（宿泊単価）× 1日（延泊日数） = 100,000,000円（1億円） ⇒ 1億円を「旅館・その他の宿泊所」部門に投入

宿泊費の増加（100百万円）を図った場合

（単位：百万円）

		直接効果	第1次波及効果	総合効果	
金額	生産額	全国計	100.0	178.5	243.2
		三重県	100.0	131.1	150.1
		愛知県	0.0	6.5	11.9
		岐阜県	0.0	1.4	2.9
		その他都道府県	0.0	39.4	78.3
	付加価値額	全国計	50.8	94.2	131.8
		三重県	50.8	68.6	80.6
		愛知県	0.0	3.1	5.9
		岐阜県	0.0	0.9	1.8
		その他都道府県	0.0	21.6	43.4

③ 今後を考えるための具体的なデータ整備の必要性

今後の取り組み方針を考えていく上で、必要とされるのがマーケティングに活用できるデータの整備と、それらを用いた分析、対象を絞った的確な施策の実行などである。今回の調査でも明らかのように、現状では、外国人観光客を対象にした情報収集・PRを実施するための基礎データが不足している。

そこで、恒常的に情報収集を行い、観戦客の観戦歴やレベルに応じた策を打つ必要がある。次回以降のマーケティングに活用するために、情報入手の方法から、旅行の手配、日本での行動パターン、関心を持っている地域や分野など、幅広いニーズを調査する必要がある。

また、情報発信の窓口となるルートをしっかり把握する必要もある。特に海外からの観戦客においては、どのような方法でチケットや旅行の手配をしていたり、F1観戦を含めた必要な情報を入手したりしているのかを把握することで、そのルートを通じた効率的・効果的な情報発信を行うことが出来る。

第6章 まとめ

海外でのF1グランプリ開催事例をみると、自治体が主催者であるケースは多く、F1を観光資源として明確に位置付け、他国では積極的に地域振興に活用している。特に最近の新規開催国は、国家事業として取り組むなど、民間企業が主催者の日本とは大きな違いがみられる。

鈴鹿での取り組みを振り返ると、F1日本グランプリ誘致に取り組んでいた20数年前から、周辺の自治会代表や地元企業など多くの方の協力を受け、現在のF1観戦の基礎となる体制を築いてきた。高い支持を得ている「鈴鹿F1観戦スタイル」の特徴である、観戦客の自主性に任せることが可能となったのも、鈴鹿市民＝地元事業者＝観戦客＝主催者である鈴鹿サーキット＝行政の連携があったからといえる。

本報告書でも取り上げた、①F1に対する理解の深耕、②交通渋滞やゴミ・環境問題の軽減、③観戦客へのおもてなし向上、④様々な取り組みや地域情報の発信、⑤地域文化・産業の振興など経済効果拡大への取り組み、を進め、今後も鈴鹿でのF1開催が評価され続けていく必要がある。

そのためにも、主催者である鈴鹿サーキットと協力しながら鈴鹿市が積極的に取り組みを支援し、全ての関係者における理解と協力、そして連帯感・満足感の達成を実現することが望ましい。

また、F1開催を通じて地域全体の振興を図るためにも、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会に参加する、津市、四日市市、桑名市、亀山市、菰野町の近隣4市1町および国や三重県、関連企業をはじめとする広域での支援・協力体制が重要である。

鈴鹿F1日本グランプリは、期間中に延べ30万人を超える観戦客を集める地域資源である。F1観戦客を観戦目的だけにとどめず行動エリアの分散化や滞在期間の長期化を図ったり、F1以外の別の機会にも鈴鹿に立ち寄ってもらえるリピーターに育成するなど、経済効果を持続・向上させるための施策を進めていく必要がある。

また、鈴鹿F1ファンとしてF1開催を今後も支援してもらうことや、ファン層の拡大や次世代を担う子どもたちの育成を支援し続けてもらうことなど、F1やモータースポーツを通じた鈴鹿ファンを育成し、モータースポーツ文化を根付かせていくことが必要である。

■多くの関係者のバランスを取る役割を担う

F 1 開催にかかわる関係者は様々であり、必ずしも全ての関係者の利害が一致するわけではない。F 1 観戦客の来場による経済活性化と交通渋滞の発生など、両立が容易ではない課題も少なくないが、鈴鹿市をはじめとする鈴鹿 F 1 日本グランプリ地域活性化協議会とも連携し、まちの活性化や経済効果、シティセールスなど F 1 開催によるメリット拡大を図りつつ、交通渋滞やゴミ・環境問題などの不満の解消に努めていく必要がある。

道路などのインフラ整備の面では、県や国などの上部組織との協力・連携を進めていくとともに、おもてなし向上への取り組みでは市民や関連市町との協力体制の調整役を担うことが求められている。また、F 1 開催支援を内外に広くアピールするとともに、鈴鹿サーキットをはじめとする関係者の取り組みを支援するための役割として、関係者をうまく誘導し、鈴鹿サーキットと連携して改善に取り組む必要がある。場合によっては、鈴鹿 F 1 日本グランプリ地域活性化協議会等を通じて、三重県や中部、国の機関に対して、関係各者が動きやすくなるような働きかけ・橋渡しの役割を担っていく必要がある。

■街づくりを通じた地域活性化

「モータースポーツ都市宣言」をしているものの、鈴鹿サーキット以外でモータースポーツの雰囲気を感じられる場所が十分にあるとはいえない状況にある。そこで、おもてなしの雰囲気醸成・街づくりを通じた地域活性化として、鈴鹿の代表的な「玄関」である白子駅の駅前を「観光客が足を止めてでも思い出の写真を撮りたい」と思えるような演出を行うことで、“駅を一步降りればそこはモータースポーツの街 鈴鹿！”という雰囲気を作り上げ、モータースポーツの街としてのおもてなしの雰囲気づくりとともに、対外的なモータースポーツ振興のメッセージを発信する取り組みが考えられる。

白子駅前から続く商店街の歩道に、4 輪・2 輪を問わず、著名ドライバーの手形をとって設置する（米国のハリウッドのイメージ）ことや、モータースポーツをイメージできるモニュメントの設置などの案も考えられる。

白子駅前の再開発計画が進んでいることから、おもてなし向上と対外的なメッセージ発信の意味を込めた「モータースポーツの街」の演出に積極的に取り組んでいく必要がある。

■観戦客のマナー改善、市民の不安解消への取り組み

交通渋滞やゴミ・環境問題は、いずれも F 1 観戦客の来場により生じていることから、鈴鹿サーキットなどと連携して、観戦客のマナー向上を図る取り組みが必要である。マナー向上は、道路整備などのインフラ整備と異なり、取り組み方によっては小さなコストで大きな成果を上げることが十分可能である。

観戦客へのマナー向上や啓発活動は、鈴鹿市や鈴鹿サーキットだけでなく、インターネットやメディアを使ったキャンペーンも有効であると考えられる。目に余るマナー違反行為は、パンフレット等にして配布することで、抑止する効果も期待できる。

マナー向上への協力や、ゴミ分別・持ち帰りへの協力へのお礼として、オリジナル性のあるステッカーやタオルなどを配布することも、取り組みへの参加率を高めるインセンティブの一つとして有効と考えられる。

また、市民からの意見では、マナーの悪い観戦客への指摘とともに、見知らぬ観戦客が大挙

して街に押し寄せ、滞在することへの不安もあげられている。観戦客のマナー向上と合わせて、訪問者であるF1観戦客と、受け入れ側である市民の信頼関係を構築することが出来れば、不安の解消にもつながるものと考えられる。

■モータースポーツ振興への資金的支援、募金、ふるさと納税制度

観戦客からの意見の中には、「F1開催地として鈴鹿市に負担をかけていることに対して、F1観戦客からある程度のお金を徴収して、それを公共サービス提供などに生かしてもよいのではないか」との意見もみられた。

そこで、取り組みに賛同するF1観戦客からの支援を受けるために、ふるさと納税制度を利用したりモータースポーツ振興専用の募金を受け付けたりすることなどが考えられる。また、支援者は、モータースポーツの聖地である鈴鹿市とのつながりを認識できるなど、支援者層の強化にもつながると考えられる。

集まった資金は、モータースポーツ振興の目的のほか、F1開催によるマイナスの影響が大きい地域などへの公共サービスの形で還元することも考えられる。

<考えられる取り組み案の一例>

- ・ふるさと納税制度を活用したF1やモータースポーツ振興資金の受け入れ
- ・「地元寄付金付き観戦券（+100円など）」
- ・鈴鹿モータースポーツ特別市民（※）を募るなど、全国的に支援者・協力者を募る
- ・受益者負担の見地から、無料市内循環バスの利用を数百円程度の有料制にする（バス運行中の利用は無制限）

※参考事例：馬路村（高知県）の特別村民制度（馬路村HPより）

<特別村民の特典>（登録料無料）

- ・馬路村村民と同じ気持ちになれます。
- ・特別村民用の住民票が届きます。
- ・ときどき、村の行事案内が載った、広報誌が届きます。
- ・来村時に、村長と一緒に村長室でごっくん馬路村（馬路村特産のゆずジュース）が飲めます。

■多様な切り口で、F1開催やレース活動を支える人材の募集・育成・活躍をPRする仕掛け

市民や事業者からの意見の中でも、ボランティア活動を通じてF1開催を支援したいとの意見が少なからずみられた。従来から行われている通訳ボランティアなどの活動のほか、交通整理や道案内、観光案内、医療ボランティア、保育士の資格がある人を活用した託児機能の提供など、参画意欲のある地域住民や地域事業者が活躍できる場は多くあると考えられる。

一方で、協力をしたい場合の窓口が明確でないこともあり、協力希望者の思いを十分に受け止めF1開催に活用していくためにも、行政などの機関が協力を考えている市民をとりまとめて参画の機会を用意する必要がある。

また、鈴鹿モータースポーツ市民の会や、オフィシャルとしてレースを支える団体など、それぞれの得意分野を生かしたかかわり方を広く紹介することが、多様な参画の機会提供につながる。

F1やモータースポーツに対する啓発活動等を通じて市民の理解が進めば、地域との交流を持ちたいと考える観戦客との交流の機会なども自律的に生じるものと考えられる。行政サイド

がうまくコーディネートすることで、広域でのモータースポーツ振興のための応援団ができあがるものと考えられる。

■これからのモータースポーツ文化を根付かせていく次世代の育成

これまでモータースポーツを支援し、振興に取り組んできたファンの方や事業者など関係者が、今後担っていくべきなのは、次世代を担う人材を育成していくことである。

代表的なウィンタースポーツであるスキーも一時期ほどの人気がなくなっていたが、最近ではバブル期を中心にスキーに熱中していた親世代が子どもをスキースクールに入れるなど、子ども世代の育成に熱心に取り組んでいる傾向が見られる。F1をはじめとするモータースポーツファンも、モータースポーツ文化を根付かせていくためにも、親のファンは子どものファンを、ベテランファンはビギナーファンをそれぞれ育て、また次世代を担う子どもや若者を育成していくことが求められている。

また、モータースポーツは、ドライバーやチーム以外にもメーカーやサプライヤー、メディア、オフィシャル、ファンをはじめとする幅広い人に支えられており、関連する産業や職業も多い。本報告書でも紹介している、「鈴鹿モータースポーツ市民の会」の取り組みや、「F1の学校」、モータースポーツをテーマとしたシンポジウムの開催（いずれも【参考資料1】参照）など、多様な機会を通じて興味関心を持つきっかけを提供していくことで、次世代を担う子どもや若者が育つ基盤を作ることが自動車離れを防ぐとともに、自動車関連をはじめとする産業に就職する人が増えるなど、地域の産業人材の育成、ひいては地域の産業の発展にも寄与するといえる。

■生まれ育った郷土に誇りと愛着を持つような環境づくり

これまでも述べてきたように、F1は非常に貴重な財産である。そこで、小学生には世界でたった17の選ばれた国と地域（2009年の場合）でのみ開催される宝物が身近にあることの優位性を、中学生には技術や共同体の重要性とキャリア教育の観点をもって、実体験を通じて学ぶ機会を提供していけるような鈴鹿独自の「モータースポーツ教室」を検討する。

一般的なスポーツに比べると、モータースポーツは児童・生徒には馴染みにくく、気軽に体験できるものでもない。しかし、世界のトップドライバーは年少の頃からカートレースに親しみ10代半ばで、レース界で名を上げている者も少なくない。

世界でもトップクラスのレーシングコースが身近にあることを最大限に活用して、例えばレース開催現場やカートレースなどの体験を通じて、レースへの興味・関心を高め、モータースポーツへの門戸を広げたり、交通安全教育を通じてより良い交通マナーを習得させたりすることで、モータースポーツについての理解を深めるとともに、将来の模範的なドライバーとなることに寄与していくなどの取り組みが考えられる。

■ 最後に（FOR ALL MOTOR SPORTS） ■

世界の主要な自動車新興国や観光立国では、F1グランプリの開催・誘致に国を挙げて取り組みを強化している中、我が国では「KEEP F1 GRAND PRIX IN JAPAN」を御旗に、鈴鹿市と三重県とが協働して招致活動を続けてきた。

2007年富士でのF1日本グランプリ開催を契機として、富士スピードウェイを核とする小山町、御殿場市、裾野市、静岡県での推進体制が確立された。一方鈴鹿では、鈴鹿サーキットでのF1再開に向けて、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会が新たに発足し、これまでの鈴鹿市と三重県に加え、津市、亀山市、四日市市、桑名市、菰野町の周辺自治体を含む官民を挙げた推進体制が確立された。

今後、F1日本グランプリは、富士スピードウェイと鈴鹿サーキットとの隔年開催によるが、各々の取り組みを通じ世界各国のF1開催地と比較して競争優位性を高めていくことが求められている。モータースポーツの聖地と称される「富士」「鈴鹿」の両地域が連携を強固にすることでシナジー効果が生まれ、これまで以上に魅力あるF1日本グランプリの開催が期待できる。具体的には、日本国内でサーキットを有する各自治体や関係機関との連携を強化し、F1を含むモータースポーツ全般の振興に繋がるよう経済産業省や国土交通省観光庁をはじめ関係省庁へのさらなる支援を要請するとともに、我が国並びに地域の基幹産業である自動車産業のさらなる発展に資するよう関係者が一丸となって促進していくことが重要である。

また、国内の各サーキットでは様々なレースが開催されているものの、各開催地の行政機関・サーキット間での連携・協力体制は必ずしも十分に確立されていない。こうした状況を踏まえ、将来にわたってモータースポーツを振興するには、地域に限定した狭義の支援体制ではなく、各サーキットや関連する自治体・市民団体等の連携を促進するための枠組みが必要である。

例えば、F1に限らず、幅広いクラス・ジャンルのモータースポーツ振興を総合的に補完し、推進するための場として「全日本モータースポーツサミット（仮称）」を開催するなど、競技主催者やサーキット関係者はもとより、中核となるモータースポーツファンや観戦客、開催をサポートする市民や業界団体、国や地方の関係行政機関等が一堂に会し、これまでの企業依存型から、日本全体でモータースポーツ振興を盛り上げるための新たな仕組みを検討すべき時期に来ている。

【参考資料 1】 パブリック・アクセプタンスの取り組み報告

1. 「F1の学校」の開催報告（平成21年1月31日開催）

■事業目的

F1をはじめモータースポーツを軸とした地域活性化に取り組むには、市民等にF1やモータースポーツについての魅力的な情報発信を広く行い、普及・浸透を図ることが必要である。

子どもたちにF1およびモータースポーツの魅力を伝えることは、「夢や技術へのあこがれ」、「ものづくりへの関心」が高まり、長期的には「地元産業を支える人材づくり」に繋がると期待する。また、F1が地元で開催される意義などについて、子どもたちに説明し理解してもらうことで、「F1の街で育つ誇り」や「F1日本グランプリを支える意識」が芽生え、「おもてなしの心」の形成に繋がっていきたいと考える。

そこで、地域の未来を築き支える次世代を担う子どもたちが、F1やモータースポーツを身近に感じたり興味を持ったりすること目的に、体験参加型イベント「F1の学校」を実施した。

■実施概要

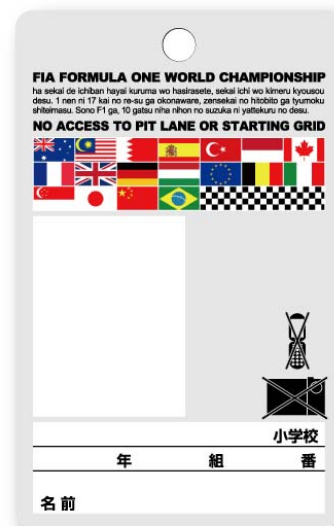
日 時 平成21年1月31日（土） 13:30～16:30
場 所 三重県営鈴鹿スポーツガーデン 体育館
参加児童 小学5・6年生 216名が参加（鈴鹿市内 163名、市外 53名）

■タイムスケジュール

13:30 「開校式」 校長（川岸市長）挨拶
13:45 1時間目 総合学習 「F1」って何だろう？
14:20 2時間目 理 科 「F1マシン、速さの秘密に迫ろう」
15:00 3時間目 社会見学 「見て、触れて、感じるF1体験コーナー」
15:50 4時間目 社 会 「F1を支えるいろんな仕事」
16:15 「閉校式」、卒業証書授与、全員での記念撮影
16:30 参加者アンケートの記入と、参加賞配布をもって終了

■「F1の学校」入学パス

（左：おもて面、右：うら面）



■開催の様子

◇受付（12:30-13:30）



開場前の様子



多くの参加者で賑わう受付

◇「開校式」（13:30-13:45）



F 1 の学校 校長（川岸市長）の開校挨拶



2階席も多くの保護者が観覧に

◇1時間目 総合学習 : 「F 1」って何だろう？（13:45-14:10）

- ・いろいろな自動車レース、F 1ってなにがすごいの？
- ・F 1マシンをはかってみよう、普通のクルマとくらべてみよう



主任講師の川喜田氏による授業



実際にF 1マシンの大きさを計測

◇2時間目 理 科 「F1マシン、速さの秘密に迫ろう」(14:15-14:55)

- ・特別講師 浜島裕英氏 (ブリヂストンMS・MCタイヤ開発本部長) が参加
- ・F1マシンの速さのヒミツを考えよう (パワー、グリップ、空力、軽さ)
- ・人間F1マシン (走って身体で分かる、グリップの大切さ)



特別講師のブリヂストン浜島氏 (左)



人間マシンでタイヤの重要性を検証



靴下では速く走れずグリップの重要性を体感



映像を見ながらF1のすごさを説明

◇3時間目 社会見学 見て、触れて、感じるF1体験コーナー (15:00-15:55)

◇展示物一覧

- F1マシン ホンダRA108ショーカー、トヨタF1シミュレーターカー
- F1タイヤ ブリヂストン製ポテンザ (2006年ミハエル・シューマッハ使用タイヤ、未使用タイヤ)
- F1エンジン ホンダRA808E
- ステアリング トヨタF1マシン用
- カーボンパーツ カーボンプリプレグ、ハニカム素材、童夢F3マシン用ウイングパーツ等
- 風洞実験モデル 童夢F3マシン (50%スケール)
- ドライバーギア ジェンソン・バトン (スーツ&ヘルメット)
ヤルノ・トゥルーリ (スーツ)、ティモ・グロック (ヘルメット)
- ヘルメット ルイス・ハミルトン、中嶋一貴、F1用カーボン地無塗装品、
アイルトン・セナ、アラン・プロスト、ミハエル・シューマッハ、佐藤琢磨
- 世界のF1コーナー 鈴鹿サーキット改修完成予想模型、全17戦F1の街の風景
- ドライバー体験コーナー ヘルメット、レーシングスーツの着用体験
- 歴史コーナー ミニカーで見るF1の歴史 (1950年代~2000年代)

- F1 写真展 F1 フォトグラファーによる巨大写真（原富治雄、金子博、宮田正和、熱田護、桜井淳雄）
- F1 映画館 車載カメラ映像を大画面・大音量で体験（鈴鹿、モナコ、スパ、上海、ブラジル）
- F1 で遊ぼうコーナー ラジコン、ミニカー、マンガ、雑誌など



F1 の学校・学芸員の紹介



F1 マシンへの試乗体験



とても軽いF1 のタイヤ



レーシングスーツの試着体験



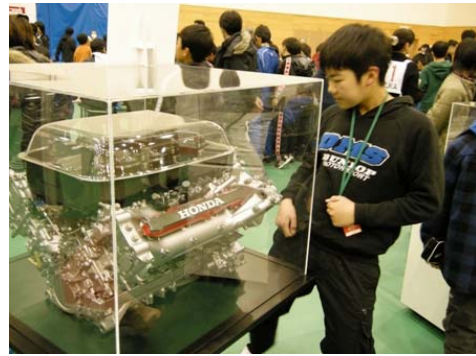
童夢の風洞モデルの説明



F1 の変遷を写真とイラストで紹介



ヘルメットを手にとって説明を聞く



ホンダのF 1用エンジン



改修が進む鈴鹿サーキットの完成模型



プロカメラマンの写真に見入る



書籍やラジコンカーでF 1を紹介



複雑なF 1カーのステアリング



世界を転戦するF 1レース



トヨタ (左) とホンダ (右) のF 1マシン

◇4時間目 社 会 「F1を支えるいろんな仕事」(16:00-16:15)

- ・ F1で働くいろんな人たち(様々な仕事と、学び夢見ることの大切さ)
- ・ 世界中が知っているF1の街、鈴鹿(街もF1を支える一員、世界中が知る街の誇り)

◇「閉校式」、卒業証書授与、全員での記念撮影(16:15-16:30)



卒業証書を受け取る児童



全員での記念撮影



F1の学校の卒業証書

◇参加者アンケートの記入と、参加賞配布



F1の学校の感想を記入中



参加賞を受け取り、学校が終了

■参加者アンケートの結果概要

小学5・6年生が216名参加（鈴鹿市内163名、市外53名）

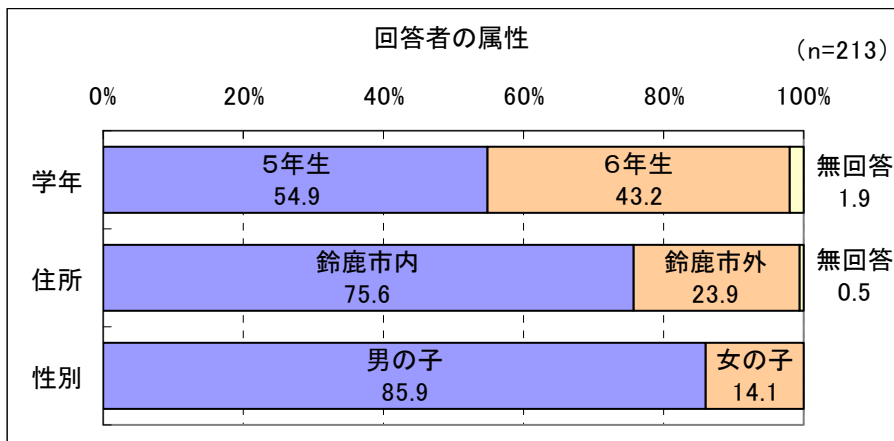
アンケート回答者は213名

◇参加者の属性

学年：5年生が約55%、6年生が約43%で、やや5年生が多い。

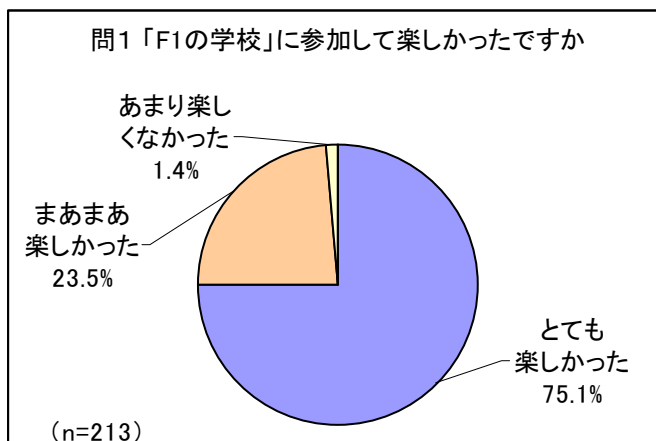
住所：鈴鹿市内が約76%で全体の3/4を占め、鈴鹿市外が約1/4となった。

性別：男の子が多く約86%を占め、女の子は約14%であった。



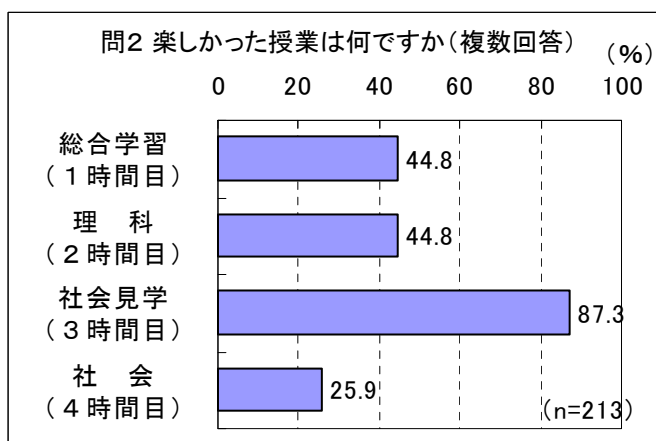
問1 「F1の学校」に参加して楽しかったですか。

F1の学校に参加して、「とても楽しかった」が約75%で全体の3/4を占める。「まあまあ楽しかった（約24%）」をあわせると、F1の学校に参加したほぼ全員が満足し、その度合いも高いものになっている。



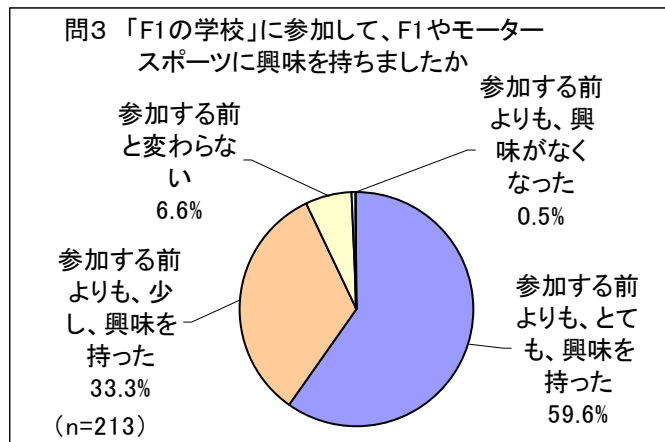
問2 楽しかった授業は何ですか。

授業が行われた4つの科目について、楽しかった授業を複数回答で聞いている。もっとも人気があったのは、「社会見学」で、実際に様々な展示物を見たり触ったり出来ることが高い評価につながっていると見える。社会は、他の科目に比べ評価が低い。後述の記述意見では、世界に知られている鈴鹿市や、多くの人に支えられF1が成り立っていることを初めて知り感動を覚えている児童も多く、楽しさとは異なる面で心に響いているのではないかと考えられる。



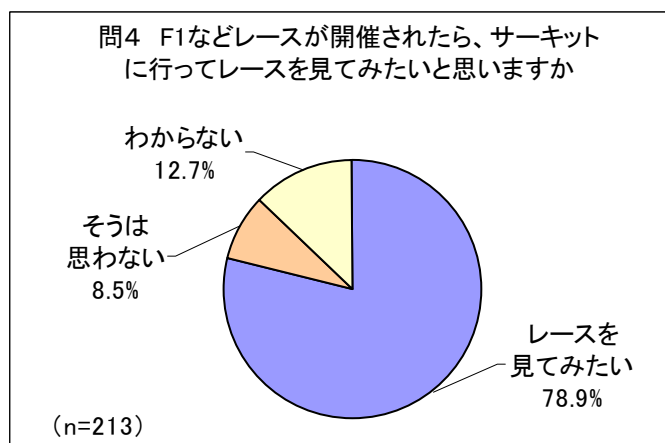
問3 「F1の学校」に参加して、F1やモータースポーツに興味を持ちましたか。

「参加する前よりも、とても、興味を持った」が約60%、「参加する前よりも、少し、興味を持った」が約33%で、9割以上の児童が、参加する前よりも興味を示しており、体験型の本物に触れる授業内容が、子どもの関心を引き出すのに大きく貢献していると考えられる。後述の記述内容でも、「あまり関心を持たずに参加したが、授業が終わってF1が好きになった」など、好影響を与えている。



問4 F1などレースが開催されたら、サーキットに行ってレースを見てみたいと思いますか。

「レースを見てみたい」が8割近く、多くの児童の興味を駆り立てることが出来た結果となっている。実際に自らがレースを見に行くには費用面などの課題も考えなければならない。しかし、F1の学校を通じて高まった関心を更に高める効果が期待でき、将来のモータースポーツを支える存在を育てるためにも、学校の授業の一環としてなど、多くの児童が見学の機会を得ることができる取り組みが必要であると考えられる。



問5 今日一日の感想を聞かせてください。(主な意見を一部抜粋)

- ・参加するときはあまりおもしろそうと思わなかったが、終わった後はとても楽しかった。
- ・F1なんて興味なかったけど、今日でF1が好きになって楽しかったです。
- ・F1はたくさんの人の努力があって、成り立っているんだと知って良かった。
- ・ドライバー以外の大切さを学べて、とても楽しくおもしろかった。
- ・すごく楽しくて、また機会があれば参加してみたい(また開催して欲しい、また参加したい)。
- ・社会見学では、初めて見るものがとても多かったのでとても楽しかった。
- ・本物のマシンに乗れて良かった。スーツ・ヘルメット・グローブの試着が楽しかった。
- ・まさか、世界の人が鈴鹿を知っているなんて、とても思っていませんでした。鈴鹿に生まれて良かったです。

上記以外にも、「楽しかった」「面白かった」「F1のことがよくわかった」などの意見がたくさん見られた。

「F1の学校」の感想の分類（件数の多い順、重複する意見もそれぞれカウント）

		件数
1	楽しかった、うれしかった、参加してよかった、カッコよかった	141
2	勉強になった、色々な事を知った・わかった	58
3	おもしろかった、興味を持った、スゴイと思った、F1が好きになった	38
4	また来たい、またやってほしい	23
5	本物のレースを見てみたい	8
6	記述なし	6

◇取材マスメディア

○テレビ

東海テレビ、中京テレビ、CBC、三重テレビ、NHK、フジテレビの6局は、当日のニュース番組等で放送。鈴鹿ケーブルテレビ、ケーブルテレビ四日市は、後日放送された。

○新聞・雑誌

中日新聞、毎日新聞が、翌日（2月1日）に記事を掲載。また中日新聞は、鈴鹿亀山版で2月3～5日の3日間、F1の学校の授業内容を連載した。朝日新聞、伊勢新聞にも掲載。雑誌では、CAR GRAPHIC、NAVI、週刊オートスポーツなどに掲載。

○インターネット

「鈴鹿サーキット」「観戦塾」ほか多くのサイトで「F1の学校」が紹介された。



テレビ局の取材を受ける児童



参加者全員での収録風景 1



参加者全員での収録風景 2



授業終了後のインタビュー

■参考資料：「F1の学校」とは（プレス用資料より）

「F1の学校」とは、若い世代、特に子どもたちを対象にF1の魅力を間近で感じる機会を提供することで、近年の子どもたちが失いがちな自動車への興味や技術、ものづくりに対する憧れを啓発して理科系科目への興味を高めると共に、将来の職業選択も含めて「今、学校で学んでいることが、将来、社会で活躍する夢へと繋がっている」ことを意識してもらいたいという主旨で発案されたイベントです。

2006年9月15日、F1ジャーナリスト有志によるボランティアイベントとして、横浜市内の小学校（横浜市立、森東小学校・横浜市磯子区）で行われた第1回「F1の学校」ではホンダ、トヨタ、ブリヂストンなどのF1関連企業にもご協力を頂き、公立の小学校体育館内にF1エンジンやF1マシン、実際に触れるF1用タイヤなどを展示し、全校児童を対象に「F1」をテーマにした授業を行ったほか、映像の上映やF1フォトグラファー諸氏からご提供頂いた写真の展示、「ミニF1博物館」などを企画。これらを通じて子どもたちにF1への興味を膨らませてもらえたという手ごたえを感じました。

このたび鈴鹿市の主催で開催される2回目の「F1の学校」は、2009年よりF1日本GPが再び鈴鹿サーキットで開催されることを契機に、現在、鈴鹿市が行っている「F1経済効果調査委託業務」（株百五経済研究所に委託）の一部として、鈴鹿市民にF1をより身近に感じてもらうための「意識啓発イベント」的な位置付けで企画されたもので、トヨタ、ホンダ、ブリヂストンの3社を初めとした、多くの企業、関係者のご協力を得て実現に至りました。この「F1の学校」を通じて「F1の街」鈴鹿で暮らす子どもたちに、F1の魅力、技術への憧れを肌で感じてもらう、鈴鹿の街で育つ誇りや、ひとりひとりの夢に繋がればと考えております。

また、私ども「F1の学校」事務局では、今回の鈴鹿市における「F1の学校」開催をひとつのステップとして、今後、「F1の現場と教育の現場を繋ぎ子どもたちの夢を育てる活動」をキーワードに、同様のイベントを継続的に開催したいと考えております。

ニッポンのF1を文化として定着させ、その未来を支えていくのは子どもたちであり、F1に関わる日本の自動車メーカー、サプライヤー、メディアが共に力を合わせて、こうした子どもたちの「夢」を育み、自動車や技術、ものづくり、科学、スポーツなどを広範に含んだ、F1の魅力を通して、将来、社会で活躍する「職業」と今、学校で学んでいることのリンクを意識させることができるはずで

す。今回のように行政が主体となったF1関連のイベントが行われることは極めて稀なことであり、比較的小規模なイベントではありますが、F1、モータースポーツの社会的な認知度を高めるためにも、その意味は大きいと思っております。こうしたイベントの趣旨をご理解頂き、今後とも皆様のお力添えを賜りますよう、お願い申し上げます。

「F1の学校」事務局

■「F1の学校」開催成果

事業目的の成果を測定するため、「F1の学校」に参加した子どもたちに対し、F1やモータースポーツに対する興味の変化や、サーキットに行ってレースを観戦してみたくなったかなどの項目でアンケートを実施した（参加者アンケートの結果概要参照）。

アンケート結果では、9割以上の子どもが、「F1の学校」に参加する前よりもF1やモータースポーツに興味を持った結果となったほか、サーキットに行って「レースを見てみたい」と感じた子どもが8割以上に達するなど、十分な成果を得られる事業内容であったと評価できる。

また、当日の感想を聞いた自由記述の中には、「まさか、世界の人が鈴鹿を知っているなんて、とても思っていませんでした。鈴鹿に生まれてきて良かったです。」といった内容のものも含まれており、参加した子どもたちの心にしっかり響いた取り組みであったといえる。

■F1の学校 講師陣

◇講師・学芸員

主任講師 川喜田 研／モータースポーツ・ジャーナリスト

特別講師 浜島 裕英／ブリヂストンMS・MCタイヤ開発本部長

◇学芸員スタッフ

米谷 峰起／F1ジャーナリスト

原 富治雄／F1フォトグラファー

山口 正巳／モータースポーツ・ジャーナリスト

今井 清和／モータースポーツ・ジャーナリスト

早田 禎久／自動車雑誌編集者

熱田 護／F1フォトグラファー

桜井 淳雄／F1フォトグラファー

2. 「F1の日。」(シンポジウム)の開催報告(平成21年3月7日開催)

2009年3月7日を「F1の日。」と定め、鈴鹿F1日本グランプリ開催に向けたキックオフ・イベントとしてシンポジウムを開催した。

■2009 F1日本グランプリ in 鈴鹿 開催記念シンポジウム ～観戦客を魅了するF1日本グランプリを目指して～

日 時：平成21年3月7日(土) 13:30～16:00

場 所：鈴鹿市文化会館 けやきホール

参加者：約500名

主 催：鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会

共 催：鈴鹿市、津市、四日市市、桑名市、亀山市、菰野町、(社)三重県観光連盟

後 援：三重県、(社)日本観光協会、(社)日本自動車工業会、(社)日本自動車連盟、
鈴鹿商業会議所

同時開催：1日限りのF1個人ミュージアム(さつきプラザ)

■次 第

【挨拶】 主催者 鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会 会長 川岸 光男
御来賓 本保 芳明 観光庁 長官(代理 中田 徹 中部運輸局 局長)

【第一部】 基調講演〔F1ビジネス～企業スポーツからの脱却～〕
講 師 田中 詔一(HRD〔ホンダ・レーシング・デベロップメント〕初代社長)

【第二部】パネルディスカッション

(1) 特別報告「F1の経済波及効果について」
報告者 杉浦 礼子(榊百五経済研究所 主任研究員)

(2) パネルディスカッション〔モータースポーツと観光振興〕
〔コーディネーター〕

川喜田 研(モータースポーツ ジャーナリスト)

〔パネリスト〕

山田 桂一郎(観光カリスマ、スイス・ツェルマット観光局)

矢田 靖也(観戦塾 代表)

熱田 護(フォトグラファー)

樽井 良司(榊モビリティランド取締役 鈴鹿サーキット総支配人)

捧 富雄(鈴鹿国際大学 国際人間科学部 観光学科 学科長)

第1部 基調講演 「F1ビジネス～企業スポーツからの脱却～」

講師：田中 詔一氏 (Honda Racing Development LTD. 初代社長)

■講師略歴

1943年京都府生まれ。66年本田技研工業入社。フランス・ホンダ社長、アメリカ・ホンダのシニア・バイス・プレジデント等を経て、99年～2005年HRD（ホンダ・レーシング・ディベロップメント）初代社長として第三期ホンダF1の英国前線基地を統括。5年9ヶ月にわたり、ホンダのBAR株式買収の礎を築くなど、チームの戦力強化のために奮闘する。著書に「ホンダの価値観」「F1ビジネス」がある。



■講演録

<モータースポーツは、誰が支えていくべきかという命題>

未曾有の世界的な経済危機のあおりを受け、企業活動が大幅にシュリンク（縮小）。ホンダの衝撃的なF1撤退発表に続き、富士重工がWRC（世界ラリー選手権）から、三菱自動車がパリ・ダカールから、そしてカワサキが2輪の世界選手権（Moto GP）からの撤退が相次ぐ。企業主導が期待できない状況下、モータースポーツは誰が支えるべきなのか。環境変化のなかで、「F1の日」の本シンポジウムは、皮肉にもF1を取り巻く諸要素について、根本から考えなければいけないという意義ある企画となった。

<HRDでの在職時代の経験を生かし、「F1ビジネス」を執筆>

ホンダが2000年に第3期F1活動として再参戦した時から5シーズンに亘りF1チームのマネジメントに従事。田中氏は、技術者ではないが、そもそもF1という世界はどのようなメカニズムで運営されているのか、その中でチームはどのようになっているのか、そして優勝するためには何が必要か、という側面について深く関与した。日本人の多くは、野球のルールや各プロ野球チームの運営について常識的に知っているのと同様に、欧州の人々はF1についてそれ以上の知識を有している。こうした知識をF1ファン以外の日本人にも伝えたいという意図から、退職後に「F1ビジネス」を執筆した。

<F1ビジネスの枠組みを体系的に整理>

F1という競技のプレイヤーは、多くの人がドライバーだと信じている。しかし、実態は、F1ドライバーを雇う各F1チーム間の戦いである。バイプレイヤー（脇役）としては、チームにエンジンを供給するエンジン・メーカー（主に自動車会社）やタイヤを供給するタイヤ・メーカー。また、大切なバイプレイヤーとして、その戦いの舞台を提供するのがレーシング・サーキット。競技である以上、競技ルールが非常に大切であり、ルールがチームの不利な方向に変更されれば勝てない。事故発生時の責任やルール違反か適合かの裁定も含め、ルールに関することは、FIA（国際自動車連盟）が一切を取り仕切る。一方、F1のために動くお金の総元締めがFOM（Formula One Management）。FOMがF1に関する商業権を一手に持つ。主なものは、各国のTV放映権とサーキット興業権（日本での例を挙げれば、フジTVと鈴鹿サーキット、富



士スピードウェイが支払う金額)。HRDで田中氏が関与していた時代の数字で言えば、プレーヤーやパイプレーヤーの1年間の運営費用が20億ドル(2,000億円)相当、FOMの商業権は10億ドル(1,000億円)の規模であり、年間30億ドル(3,000億円)程度が、F1のGNPと言える。

< F1は、バーニー氏とモズレイ氏の二人三脚の体制 >

F1体制の特徴は、FIAにマックス・モズレイ(69歳)、FOMにバーニー・エクレストン(79歳)という二人のドンが長年に渡り君臨。2000年以降、世界の自動車メーカーの参戦が相次ぎ、F1ビジネスの透明性やガバナンスを改善するような動きも見られたが、本質的には何も変わっていない。例えば、「開催サーキット」の決定がどのようになされるかと言えば、最終的には、金額が決定的な要素だと言っても過言ではない。2005年にホンダ・チームが出場停止処分を受けたFIA裁定については、政治的思惑が絡んだとの疑念の声もある。F1に投資し、ステークホルダー的な立場にある限り、誰でもF1運営にまつわるガバナンスについて関心を持ち監視していく必要がある。

< F1サーカス・・・世界を転戦 >

2009年は、世界の17サーキットでF1グランプリが戦われる予定。本来、F1は欧州中心の興業であったが、資金を求めて、近年、アジア、アラブ国を中心に新たなサーキットでの開催が増加。最近10年間で、マレーシア、バーレーン、中国、トルコ、シンガポール、そして、今年からはUAE(アブダビ)と、新たに6カ国がF1開催国に加わった。F1チームは、レーシング・マシン、パーツ、その他の機材が、F1チーム100人を超すスタッフと共に巡業するため、F1サーカスと揶揄されるが、今や正にグローバルなサーカス軍団である。



< F1開催において問われる地方自治体の意義 >

F1日本グランプリの最大の特徴は、鈴鹿、富士ともに、参戦する自動車メーカー自身がオーナーであるサーキットに於いて開催。日本では、それが当たり前と捉える向きも多いが、他国16戦のサーキットで参戦チームが保有しているサーキットは、日本以外に見当たらない。それが普通だとの認識にたてば、ホンダがF1撤退した事実について、地方自治体としても冷静に受け止めていくべきである。むしろ、この機会に頭を切り替えて、F1開催地として、地方自治体が主体的に取り組むための契機とするべきではないか。そもそも、世界の開催国のどこを取って見ても、F1は地方自治体以上に国家的なイベントであり、新たに加わったアジア、アラブの国々の多くは国自体がサーキット建設に関与している。日本においても、東京都がオリンピックの二度目の開催に名乗りをあげたが、日本国家の財政的支援が前提に進められている。日本では、F1開催は自動車メーカーが企業PRとして取り組んでいるとの見方が一般的であり、大凡、日本政府自体に当事者意識が欠如している。これは他国と比べ、誠に特異な状況と考えられる。それに倣ってか、日本の最大メディアであるNHKが、ニュース番組でもF1を取り上げないのには呆れている。NHKの週末番組では、1時間に及ぶスポーツ番組で、この国際的な競技のことを1秒も報道しないというのは、外国人の誰もが信じられないことなのだ。F1開催地の地方自治体は、このことを先ず意識し、機会ある度にPRすることを期待したい。

＜スポーツの世界の「トリプル・ミッション」という概念＞

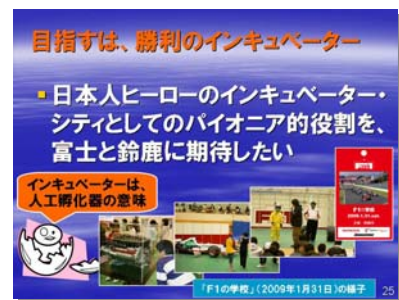
日本でF1をよりメジャーなものにするために、スポーツの世界には、「トリプル・ミッション（三つの使命）」という概念があるということを説明したい。一つは、「勝利」するという使命。勝てるトップ選手が先ず出ること。次に「普及」、トップ選手に憧れ、トライしてみようという人が増えて競技の裾野が広がる。そして「市場」、そのスポーツの関連市場が生まれ、そこ



からの収益が選手強化につながり、ますます勝てる選手が出てくるというサイクルのこと。女子ゴルフでは、宮里藍の出現によって急速にこのサイクルが実現。一時低迷していた男子ゴルフ界でも、石川遼の出現でこの兆しが見える。フィギュア・スケートでは、荒川静香のオリンピック金メダルに続き、浅田真央によって、サイクルの循環が生まれようとしている。フィギュア・スケートが「普及」すれば、地方のスケート・リンクなどの「市場」が経済性に繋がる。北島康介の金メダルでも、これからの地方スイミング・スクールの隆盛が期待できる。

＜まとめ：勝てるドライバーのインキュベーター・シティーを目指して＞

田中氏は、HRDでの経営に際して、F1の世界でも常に「トリプル・ミッション」を意識し、不断の努力をしてきたが、業半ばで引退した。佐藤琢磨の勝利は実現できなかった。佐藤琢磨の才能は高かったが、大学入学後に初めてカー・レースに挑んだという異色の超遅咲きドライバーである。日本のお家芸である野球でいえば、高校野球という国民的イベントがあるからこそ、才能ある少年がリトル・リーグで研鑽し、甲子園を経て、プロ野球界に入る。だからこそ、メジャーでも通用する選手が出る。もう一つのお家芸のマラソンも、正月の大学駅伝や都道府県対抗という伝統的な国民的イベントがあるから、高橋尚子が出て、野口みずきが続くことができた。日本のF1にはこのようなベースがない。



F1のチャンピオンドライバーは、よちよち歩きの時代からカート競争に興じてレースの世界に入ってくる。日本でも、そのような長期的な環境作り、草の根運動から始める必要がある。今や、日本でもプロ・サッカーやプロ野球チームは、地域サポート型になっている。鈴鹿にせよ富士にせよ、国際的なレーシング・サーキットを持つ地方自治体は、そういう活動をするにあたって大きなアドバンテージを持っている。インキュベーター（人工孵化器）という言葉は、最近「新しい人材や市場を育てる」という意味でよく使われている。鈴鹿や富士が、勝てるドライバーのインキュベーター・シティーを目指し、長期的な活動計画を立ててもらいたい。それが、トリプル・ミッションのサイクルに乗れば、頂点のF1のみならず、広くモータースポーツのイベントが栄え、それに

応じて観光振興を含めた地方の活性化に結びつくのではないだろうか。



基調講演の様子

第2部 (1) 特別報告「F1の経済波及効果について」

講師：杉浦 礼子氏（株式会社百五経済研究所 主任研究員）

■講師略歴

1970年三重県生まれ。平成5年株式会社百五経済研究所入社、経済調査グループを経て、現在、経営コンサルティング部主任研究員。「F1経済効果調査」の統括責任者。高田短期大学、四日市大学非常勤講師。著書に「三重産業観光読本 Mie Style」など。



■講演録

2006 鈴鹿 F1 日本グランプリの経済効果（総額）について

鈴鹿市は、鈴鹿市でF1を開催することで地域内外に及ぼす経済効果を評価・分析すること、社会的・経済的効果の最大化を実現するためには何をすべきか、これらを明確にするため、本年度「F1経済効果調査業務」を実施し、株式会社百五経済研究所が委託され調査した。

今から発表するF1経済効果の推定額は、2006年に鈴鹿市にてF1日本グランプリが開催された時点の数値で、2006年にF1を観戦した経験者と宿泊事業者にご協力いただいたアンケート結果に加えて、関係者・関係団体に対するヒアリングから得たデータを基に算出した推定値である。その結果、2006年に鈴鹿市でF1日本グランプリを開催したときの経済効果の総額は、292億9400万円となった。推定にいたる大きな流れを説明すると、まずは、アンケート結果から推定した観戦客が消費した額は、124億9000万円、宿泊、交通、土産物、温浴施設などサービスの利用のほか、チケット購入費も含まれる。さらに、F1関係者・関係団体へのヒアリングなどから、推定した参戦チーム（関係者）が支出した額は2億7400万円である。この合計額126億9300万円が需要生産額（観戦客とチーム関係者の支出額）となる。この、需要生産額の内訳は、チケット購入費33%のほか、交通費が23%、土産物購入費と飲食費がそれぞれ14%、宿泊費が13%などであった。次に、どこの地域で支出されたかについては、三重県が78.0%、愛知県でも11.2%分が支出された。

経済効果推定の流れに戻ると、観戦客とチーム関係者が支出した費用の中には輸入分が含まれているが、輸入に関しては、国内への経済効果を生まないため、輸入額分（2億5700万円）を控除した金額、124億3600万円が国内における直接効果額の推定値となる。この、124億3600万円



特別報告の様子

を産業連関表に投入した結果、各産業に新たに誘発された経済効果は168億5800万円（第1次間接効果98億5000万円+消費内生間接効果70億800万円）となった。よって、①直接効果124億3600万円、②第一次間接効果98億5000万円、③消費内生間接効果70億800万円、この3つの合計値、292億9400万円を経済効果の総額と推定した。この推定結果により得られた波及倍数（直接効果額が何倍になって経済効果の総額となったか）は、2.36倍となった。つまり、1億円が消費されたら、巡り巡って2億3600万円の価値を生み出すということになる。参考までに、イベントの経済効果の総額の一部を紹介すると、東京マラソンの経済効果は約222億円、2005年阪神タイガース優勝時の

経済波及効果約643億円、三重県の賢島で3日間に渡り開催されるミズノクラシックは8億

8000万円、との試算もある。これと比較すると、2006年のF1経済効果の総額292億9400万円の大きさはご理解いただけると思う。

続いて、経済効果の総額、292億9400万円が、どの地域に発生したのかを説明すると、三重県への影響は40.8%（金額にして約120億円）にとどまっており、愛知県の15.2%を含め、その他の都道府県に59.2%が流出している結果となった。鈴鹿市内の経済効果の額は約77億円。近頃、話題となっている定額給付金の額で比較すると、鈴鹿市民全員（平成18年12月時点）に支給する額が約31億円で、2.5倍に相当する額となる。

広告宣伝効果額の試算について



このグラフは、鈴鹿市でF1を開催することにより得た広告宣伝効果額を示している。対象とした広告媒体は、新聞の一般紙（中日、朝日、読売、毎日、産経）と、日経新聞の6紙。「鈴鹿」「F1」をAND検索した結果、記事として取り上げられた紙面スペースを調査し、各紙毎に紙面購入した場合に要する費用に基づき算出した結果、富士スピードウェイでの開催を翌年に控えた2006年には、広告宣伝効果額は、5億9,189万円に達した。以後、2007年は2億7,170万円、2008年は2億814万円と減少したことから、「F1」を鈴鹿市で開催することによって鈴鹿市が得られる広告宣伝金額は非常に大きく、宣伝広告によって生じるシティセールスへの影響も大きいものと思われる。

今回市民と事業者の方に対して実施したアンケートでは、鈴鹿市でのF1開催が、市のイメージやシティセールスに与える影響について、どのように考えているのか質問している。その結果、市民の方が、「イメージ向上に役立っている」あるいは、「やや役立っている」とプラス評価をした割合は、93.8%。事業者の方が、シティセールスに「とても役立っている」あるいは「少し役立っている」とプラス評価をした人は、94%。市民、事業者の方ともに、プラス効果を及ぼしているとの意識を持っていることがわかる。一方で、事業所の方が、自社の事業に「よい影響があった」と判断する割合は、23.1%に過ぎず、ギャップが生じている。実際、ヒアリングをしていると、「F1にかかわり合いを持ちたい」と考えている人、「F1というビッグイベントに関連した新商品の開発やサービスの提供などをしたい」と願う声を聞く機会は少なくない。しかしながら、活用に関する取り組みに理解が難しい現実などもあり、どのように、何に取り組み、参画していけばよいのか判断できず、機会を生かしきれていないのが現状である。

最後に



三重県を中心とする地域経済への効果をさらに、大きくするためには、広域に連携し、行動していくことが不可欠である。30万人を超える集客力のあるF1を、まずは、「社会的・経済的効果が高い、大切な『資源』である」という認識を深めることが大切であることは言うまでもない。これからは、F1を取り巻く、「観戦客」「市民」「事業者」「サーキット」、そして「行政」が意識を高く持ち連携することで、すべての方々にWin-Winの関係になる仕組みを構築するための体制作りが急務であると考えます。

第2部 (2) パネルディスカッション「モータースポーツと観光振興」

■パネラー紹介

◆コーディネーター：モータースポーツ・ジャーナリスト 川喜田 研 氏

1965年生まれ、神奈川県横浜市出身。91年にニューズ出版入社。F1速報、レーシングオンでF1担当編集者、スタッフライターとして勤務。99年に独立し、以後約10年にわたりF1の現場取材を続けながら「F1速報」「レーシングオン」「オートスポーツ」「カーグラフィック」「週刊プレイボーイ」「スポルティーバ」等に執筆。現在は夕刊フジ、R25、ニッカンスポーツのウェブサイト等にもモータースポーツ関連の原稿を寄稿。06年9月に地元、横浜市立森東小学校で初めての「F1の学校」を企画。08年、小学生向けF1解説書「F1の教科書」(講談社)を米谷峰起氏と共に出版。

◇パネリスト：観光カリスマ 山田 桂一郎 氏

三重県生まれ。ツェルマツ観光局インフォメーション、セールスプロモーション担当、JTIC.SWISS代表、特定非営利活動法人日本エコツーリズム協会理事、まちづくり観光研究所首席研究員等々を務める。2005年には内閣府、国土交通省、農林水産省から「観光カリスマ百選」に選出される。「世界のトップレベルの観光ノウハウを各地におけるプログラム・ツアーの実施と観光・集客交流の事業化、マーケティングの経験を生かし、観光振興やまちおこし、自立型地域経営、人材育成及び環境保全に関する講演やセミナーを開催している。

◇パネリスト：鈴鹿国際大学 国際人間科学科 観光学科 学科長 捧 富雄 氏

1977年、立教大学社会学部観光学科卒業後、(社)日本観光協会、観光地づくりのコンサルタント会社、岡山商科大学商学部助教授を経て、2007年より鈴鹿国際大学国際学部観光学科教授、2008年同学部観光学科長に就任、現在に至る。この間、2002年に立教大学大学院間工学研究科博士課程前期課程修了。鈴鹿市観光まちづくり委員会委員長。主な著書「観光概論 第八版」(共著)2009年3月、(株)JTB能力開発。「地域振興と観光ビジネス」(共著)2008年4月、(株)JTB能力開発。「現代交通観光辞典」(共著)2004年5月、創成社。

◇パネリスト：フォトグラファー 熱田 護 氏

1963年生まれ、地元、三重県鈴鹿市出身。東京工芸大学短期大学部写真技術科卒業。85年ヴェガインターナショナル入社。坪内隆直氏に師事し、2輪世界GPを転戦。1992年よりフリーランスとしてF1をはじめとするモータースポーツや市販車の撮影を行う。広告の他、雑誌、カーグラフィック、F1モデリングなどで活躍中。

◇パネリスト：(株)モビリティランド 取締役 鈴鹿サーキット総支配人 樽井 良司 氏

1954年生まれ。1976年(株)モビリティランド入社。1999年 同社 鈴鹿サーキット交通教育センター所長。2003年 同社 鈴鹿サーキットモータースポーツ事業部支配人。2003年 同社 取締役(現在)。2006年 鈴鹿サーキット総支配人

◇パネリスト：観戦塾代表 矢田 靖也 氏

1970年生まれ、奈良県出身。91年に初めて鈴鹿でF1を見てから現場の雰囲気ゆえになり、昨年まで18年連続で日本グランプリに通う。98年より、今まで培った観戦情報を多くの方と共有できないかと考え、F1日本グランプリ観戦情報サイト「観戦塾」を開設。その後もモータースポーツの発展のため、より多くの方に現地観戦の素晴らしさを伝えるべく観戦塾を通じて様々な情報を配信。

◇特別報告者：(株)百五経済研究所 杉浦 礼子 氏

略歴は、前述の第2部 (1) 特別報告「F1の経済波及効果について」を参照

■パネルディスカッション概要

◆コーディネーター：モータースポーツ・ジャーナリスト 川喜田 研 氏



基調講演と特別報告を総括してみると、大事な視点が二つ浮き彫りとなっている。第一に、世界の経済環境は厳しく、その中で、あらゆるスポーツはこれまでのような形態を存続できないという指摘である。存続のためには、誰かが支えていくという意識を持って行動していかなければならない。基調講演の田中講師から、モータースポーツを支えていくためには、単に支えるという意識に留まるのではなく、新たなヒーローを誕生させて、次代を担う子どもたちが憧れるようなスター選手を生み出す仕組みを考えていくことが大切という示唆があったが、企業だけに任せていては、その存続は困難であろう。第二点目として、「F1」が身近で開催されることで、交通渋滞など観戦客の移動の影響から生活を乱されるといった負の効果を指摘する市民もいることも確かだが、この世界的なスポーツイベントを開催できる都市は世界中で僅かに18ヶ所しかないという事実である。世界の人々に「鈴鹿とは」と問えば、直ぐに「F1」の開催地と分かるはずだ。それだけ貴重なイベントが、ここ鈴鹿で開催されていることを再認識することで、F1開催が大きな経済効果をもたらすばかりか、自分たちの生活に繋がっているということを経済波及効果の数字上でも実感できる機会になったのではないかと思う。

基調講演の田中講師、特別報告での杉浦さんのお二方の示された論点をまず出発点に考えたい。

一つは、企業が牽引しているから、何もしなくてもF1は未来永劫に続いていくという時代ではないということ。もしかしたら失ってしまうかもしれない「F1」は、ここ鈴鹿にとって非常に大きな財産である。この財産を守り育てていくためには、誰が真剣に考えなければならないのかという出発点に立って、色々なことを様々な人たちが一緒になって考えていく必要がある。我々は今、そういう時代にいるのではないか。それをこのパネルディスカッションの始まりにしたい。

最初に、色々な地域の観光を中心に世界各地の地域振興をアドバイスされ、その地域の方々のやる気を引き出しながら数々の成功例を導いてきた観光カリスマの山田桂一郎さんに、今のスタートポイントからお話をいただきたい。

◇パネリスト：観光カリスマ 山田 桂一郎 氏



まず、観光振興の面から少し話をします。観光とは、「非日常」と「異日常」の二つの商品構造できている。「非日常」は、鈴鹿サーキットなどレジャー施設での体験が可能で、「異日常」は、どちらかと言えば旅の動機に近い。

ところで、地域の豊かさというのは何なのか。その地域の豊かさに「リアリティ」がなければ、お客さんにとっては旅の動機とならない。

「鈴鹿」という名前が知られていたとしても、F1の開催地だとか、いいところだと言われれば行く気になるが、その「リアリティ」は何か。要は、F1都市「鈴鹿市」にどれだけリアリティがあるのか。そのリアリティが一番大事なものは何かと言えば、特に生活文化として根ざしているかどうか。要は、住民が一番支持していなければいけない。住民に愛されているかどうかというところで、その町、その地域としてのメッセージ性が全然違ってくる。

鈴鹿は、F1開催地の中でも自然環境、伝統風習など観光資源にかなり恵まれていて、素材、魅力としてはどこにも負けていない。それが個々として存在しているが、商品構成としてはない。また、F1と鈴鹿フェスでは、明らかに鈴鹿らしいイベントはF1であるが、色々な人たちを巻き込み共存・共栄を実現し、総合産業化に繋ぐための仕組みがない。

もっと大きな運動を興すためには、F1の学校など地域の子どもたちや、これまで全く関係のなかったような人たちも巻き込む仕組みを作るとともに、富士と鈴鹿の双方が質を競争して世界一を目指すようにならないとどちらも伸びないのではないかと。

皆様にはもっとF1という魅力を再認識いただくとともに、鈴鹿市とその周辺地域の自然環境や伝統風習、生活文化、色々なものにもっと魅力があるということに気付くような機会としていただきたい。

◇パネリスト：鈴鹿国際大学 国際人間科学科 観光学科 学科長 捧 富雄 氏



私は、地元からの目線でお話したい。鈴鹿市民への意識調査アンケートを見ると、鈴鹿市民はF1あるいはモータースポーツに対して、自分たちの生活にはあまり関係ないと考えている人が多いと思われる。

では、観光とかイベント、つまり外から人が来てくれることはどうか。観光の効果ということでよく言われるが、観光の関係者には、観光客、観光事業者に加え、その他に一般の地元住民も含まれている。

今、観光客の求めるものは変化しつつある。昔はF1に来て、レースを観戦して、それで済んだが、現在では、もっと地元でおいしい物を食べたい、あるいは地元の人しか知らないようなお店に行ってみたくとか、お客さんの欲求も徐々に深まっている。これまでは、行政や観光事業者がそうした人たちを支えてきたが、来場するお客さんの欲求が深まってくると、従来の人たちだけではとても対応しきれない。

一方、一般住民の立場からすると、自分たちの地域に人が往来することは、自分たちの生活にも役に立っている。知名度だけでなく、その地域での生き甲斐や誇り、自分たちが普段の生活の中で見えなかった地元の潜在的な価値を指摘してくれるとか、単なる経済的なものだけでなく、文化面や社会面、あるいは生き甲斐や環境という面でも、非常に良い影響を及ぼしている。

そういったことから、地元の人たちがF1に対する意識を変えていかなければいけないのではないかと思っている。F1開催時に、町の中で情報提供を含めたもてなしが可能となると、来た人が「鈴鹿市はやっぱりモータースポーツの都市だ」「F1にふさわしい街だ」となると、それが市民の誇りになって繋がっていくと考えられる。

◇パネリスト：フォトグラファー 熱田 護 氏



幼い頃から乗り物が大好きで、中学校では勉強している最中にサーキットの音が聞こえてくるような環境で育った。

写真好きが高じて、鈴鹿サーキットには頻繁に写真を撮りに行っていた。

そのうちに写真家で身を立てようという漠然とした思いで、東京の写真学校へ行き、たまたまそこにレースを撮っていた先生がいたので、そのおかげで現在に至っている。

1991年からF1全戦について回り、今年で19年になるが、サーキットにはそれぞれの国で様々な雰囲気がある。モータースポーツ発祥の地であるイギリス・シルバーストンの雰囲気、そこに集まる観客の雰囲気、例えば天候が変わりやすい国だったり、撮影にはその光みたいなもの、透明感みたいなものが優っている国だとか、正直言って、写真を撮るのにつまらないサーキットもあったりする。そうした中で、例えばモナコはやっぱり憧れであり、雰囲気も他のパーマネントサーキットと違い、公道サーキットでやっていることも含め、特殊なサーキットではある。

鈴鹿で開催するF1の盛り上がりに関して、シルバーストンのように老若男女が見に来るサーキットの雰囲気とは若干違うものの、例えば、2006年の鈴鹿で、佐藤琢磨選手が走ってくると必ず旗が振られるような、あの一体となった盛り上がり方は世界的に見ても素晴らしいと思う。

レースが好きで、この世界でやってきて、現在の不況でモータースポーツには厳しい面が多々見受けられるが、これまでF1がどれだけのドラマを生んできたかと考えた時には、1人でも多くの人に見て欲しいし、そのためにはどうしたらいいのかということ、みんなでもう一度真剣に考えるべき時期に来ていると思う。

◇パネリスト：(株)モビリティランド 取締役 鈴鹿サーキット総支配人 樽井 良司 氏



様々な人たちにF1が支えられているということを実感した。そういう意味で、「地域と密着した日本グランプリ」をみんなで成功させていきたい。

鈴鹿サーキットは、鈴鹿名誉市民である本田宗一郎氏の一声により造られた。何を役割としているかと言えば、一つはモータースポーツの振興であり、最初に造られた競技場として、「メッカ」と呼ばれているということで、様々なモータースポーツイベントを広めてきた。

また、鈴鹿サーキット内の遊園地では、幼少の頃からモビリティに触れていただき、豊かなモビリティワールドを作ろうということで進めてきた。底辺を広げるという意味では、小さい時から自分で参加できる環境を提供し、最終的にはプロフェッショナルなフォーミュラ日本やF1に繋がるということである。その中で、スター選手を育てることを一つの道として鈴鹿サーキットレーシングスクールも開校したが、これまで、3人のF1ドライバーを輩出している。

鈴鹿サーキットは、1987年にF1日本グランプリの第1回目を開催してから、過去20回で約621万人の観客動員を回り、年間30万人程度をF1で呼び込んできたが、多くの思い出を残しつつも、残念ながら2006年に第20回目が終わった。

その後、富士スピードウェイに移り、私も観戦したが、特に去年は素晴らしい受け入れだったと思う。なかでも、小山町の取り組みは、モータースポーツファンを本当に心からおもてなししていると実感した。我々もこういうことをぜひ今年やっていきたい。

今年は、鈴鹿での開催は21回目にあたるが、「新たなる第1回目のF1開催」と位置付けし、地元からの要請も受けて、我々もF1を再開すると決め、再開に至った。本当に皆様のご支援、ご協力に感謝している。我々の役割という意味では、モータースポーツの振興や世界のモータースポーツイベントの紹介、観光集客で、少しでも地元の皆様にご利用いただき、地域に貢献できればと思っている。

◇パネリスト：観戦塾代表 矢田 靖也 氏



今、新サーキットの改修工事に関して、鈴鹿市民は既にご承知のことと思うが、道路を走ると巨大建物が見えて、それだけで本年10月のF1開催に向けて心がワクワクする。

F1観戦は奥が深い。3日間の開催にもかかわらず、その前から鈴鹿に滞在し、一時も鈴鹿サーキットから離れたくないということで、昼間は遊園地の中に滞在し、マシンが走行せずとも、鈴鹿サーキットの中で雰囲気を楽しむ人たちが全国から大勢訪れる。

先ほど鈴鹿サーキットの樽井総支配人の発言にもあったが、第21回目ではなく「新たな1回目の鈴鹿F1の開催」という認識で、観戦の環境が全席指定になったり、駐車場が予約制になったりして、それなら行ってみようという人がたくさんおられると思う。

一方、これまで苦しみを味わって楽しい観戦をしてきた人には少々寂しいかもしれない。

これまで、車を出し入れできなかった状況も経験し、自由席の確保のために前日に並びながら遊ぶ楽しみもあったが、ただ、新しい楽しみ方という点では新たな発見があるのかなと思う。

僕は1991年以降、ずっと富士と鈴鹿と併せて観戦しているが、走りは勿論のこと、F1の独特な雰囲気、あれは現地に来て味わった人しか分からない。その雰囲気に魅了され、私は来ている。

◇特別報告者：(株)百五経済研究所 杉浦 礼子 氏



今回の調査で、実際にF1がルールを守ったスポーツであるにもかかわらず、「F1＝暴走族」といったマイナスの印象を持った人や、一方でF1に何らかの形で係わりたいと思っても、どういうふうに係わりを持っていいのかわからないといった、本当に様々な意識の人が混在しているのを感じた。

多くの市民に係わりを持ってもらい裾野を広げるとともに、色々な人たちの意識を引き上げるためには、児童や生徒を対象にした「F1の学校」の開催などは大事であろう。「F1」を切り口に係わってもらうことで、将来的には自動車産業を支える人づくりに繋がるという意味では、長い目で見ても非常に経済的な効果があると思う。

特別報告では洩れたが、本調査結果では日本国内への全体への経済効果は292億円。数字上で、それに近い経済効果を持つものでは、2008年に話題となったNHK大河ドラマ『篤姫』の経済効果が挙げられる。しかし、F1とは大きく異なる点がある。長い誘致期間をかけた『篤姫』の経済効果は放送途中と放映最終回の直後までしか持続できない。鈴鹿サーキットの不断の努力により、20年間のF1開催を継続していただいたが、経済効果もそれだけ持続してきたということであり、企業努力に頭が下がる。

今後は富士と鈴鹿の隔年開催になる。今後は、「鈴鹿」対「富士」という図式ではなく、本日の主題でもあるモータースポーツ振興とかサミットとか、あるいはそれを観光振興に結び付け、地域にとってもシナジー効果を生み、結果的にサポートする地域の方々が増えて、将来的にも継続して日本でF1が開催されるということに繋がるよう、地域一丸となった盛り上がりを期待したい。

◆コーディネーター：モータースポーツ・ジャーナリスト 川喜田 研 氏

最後に今日の話の踏まえ、簡単なまとめと、皆さんに幾つかのお願いをしたい。

今、多角的かつ複眼的な発言があったが、やはり出発点になるのは「F1グランプリ」という非常に貴重な機会を、今この町は持っている。これは鈴鹿サーキットの尽力もあって、若しくは自動車メーカーの努力もあって、もしかすると、皆さんが一生懸命頑張って持ってきたものではなく、もともとあったものかも知れない。

しかし、鈴鹿で開催されなかった2年間を振り返り、今やアジア諸国で新たなF1が開催されている状況下で、例えば伝統あるイギリス・シルバーストンも、遂に今年いっぱいF1が開催できなくなった。そういう意味では、今改めて、この町に鈴鹿サーキットがあり、かつF1が開催できるということの価値を、お金の話でもいい、町の誇りでもいい、あるいは世界に通じる「どこでもドア」と捉えて見直して欲しい。そういう多面的な価値観を、改めて市民の皆さんにも、行政の方々にも、もう一度見直していただきたい。

そして、時節柄、企業に依存してばかりいては、F1の開催は、他の新興国や一部の富裕層に持って行かれるかもしれない。そういう大事な財産を守っていくために自分たちに何かできることはないか。これは資金面だけではなく、様々な立場の方々が問題を共有し、その中から知恵を出して行くことが、唯一の解決策だと思う。

交通渋滞等のマイナス要因もたくさんある。こうしたネガティブな要素への対応策に関しても、もっと多くの方々が連携して協議し、この宝物を守っていこう。そしてそこからこの町に生まれ育った人たちが将来の楽しみ、希望、そして夢を生み出していけるよう仕組みを作っていくにはどうしたらいいか考えよう。確かに「言うは易し、行は難し」かも知れない。でも、このシンポジウムを契機に、皆さんに改めてこの宝物の価値と、それを守っていくのは自分たち一人ひとりだということをご理解いただければ、何かのいいスタートになるかもしれない。

サーキットとともに、鈴鹿市、そしてこの近隣の市町は、新しいステージに入と思う。不況で企業が撤退している今だからこそ、自分たちが考えなければ宝物を失いかねないという、そういう危機感も持って、何か具体的にこの宝を守っていくための知恵を皆さんが出し合うようなことが、この機会に実現できればと願う。

皆さんの、長時間に渡る御静聴に深く感謝申し上げたい。

(終)



1日限りのF1個人ミュージアム（シンポジウムと同時開催）の様子（主な出展品を紹介）

■実施概要

日時 平成21年3月7日（土） 10:00～17:00

場所 鈴鹿市文化会館 さつきプラザ



「墨のF1アート展」作：垂井ひろし



「アイルトン・セナ写真展」撮影：熱田 護



「F1関連グッズ」

（1987～2008年）
歴代の公式ガイドブック



「F1マシンの車検証」
（99年モナコGPのWILLIAMS SUPERTEC FW21用）

“NPO Japan Rescue Club” 展示コーナー
～日本グランプリを支える救急隊の活動を紹介～



「レスキュー隊の
ユニフォーム」



「安全なくして生産なし」
書：本田宗一郎
～モータースポーツ競技に関わるものの安全を祈願～



「FIA認定書」
2001年の救出シミュレーションでは、
年間開催国中で1位を記録



「自作のF1モデルカー」

【参考資料 2】 各種アンケート結果の集計表

今回の調査事業で行った各アンケートの集計結果を以下に掲載する。

1. 鈴鹿F 1 日本グランプリ観戦経験者向け調査
2. 2008年F 1 日本グランプリ観戦経験者向け調査結果
3. 鈴鹿市民向け調査結果
4. 鈴鹿市内事業者向け調査結果
5. 宿泊施設事業者向け調査結果

◇注意事項

S A・・・択一の設問（回答をひとつだけ選択）

MA・・・複数選択が可能な設問

数量・・・数量による回答を一定の基準に基づき集計

除不・・・不明を除いた集計結果

集計結果については、四捨五入をしているため合計が100%にならないものがある。

1. 鈴鹿F1日本グランプリ観戦経験者向け調査

集計結果

1. あなたの性別について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
男性	2,268	77.6	77.6
女性	655	22.4	22.4
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

2. あなたの『現在』の年齢について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
10歳代以下	43	1.5	1.5
20歳代	488	16.7	16.7
30歳代	1,361	46.6	46.6
40歳代	876	30.0	30.0
50歳代	144	4.9	4.9
60歳代以上	11	0.4	0.4
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

3. 鈴鹿でのF1観戦経験について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
1回	390	13.3	13.3
2回	342	11.7	11.7
3～5回	838	28.7	28.7
6～10回	653	22.3	22.3
11回以上	699	23.9	23.9
不明	1	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,922

4. 鈴鹿でF1を観戦した年について (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
2006年	2,432	83.2	83.2
2005年	2,107	72.1	72.1
2004年	1,921	65.7	65.7
2003年	1,593	54.5	54.5
2002年	1,460	49.9	49.9
2001年以前	1,727	59.1	59.1
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

5. 当時、あなたが住んでいた都道府県について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
北海道	16	0.5	0.5
青森県	3	0.1	0.1
岩手県	3	0.1	0.1
宮城県	7	0.2	0.2
秋田県	7	0.2	0.2
山形県	12	0.4	0.4
福島県	10	0.3	0.3
茨城県	22	0.8	0.8
栃木県	39	1.3	1.3
群馬県	17	0.6	0.6
埼玉県	142	4.9	4.9
千葉県	102	3.5	3.5
東京都	361	12.4	12.4
神奈川県	288	9.9	9.9
新潟県	20	0.7	0.7
富山県	20	0.7	0.7
石川県	28	1.0	1.0
福井県	17	0.6	0.6
山梨県	12	0.4	0.4
長野県	47	1.6	1.6

岐阜県	83	2.8	2.8
静岡県	97	3.3	3.3
愛知県	398	13.6	13.6
三重県	272	9.3	9.3
滋賀県	54	1.8	1.8
京都府	102	3.5	3.5
大阪府	287	9.8	9.8
兵庫県	123	4.2	4.2
奈良県	64	2.2	2.2
和歌山県	25	0.9	0.9
鳥取県	12	0.4	0.4
島根県	3	0.1	0.1
岡山県	29	1.0	1.0
広島県	46	1.6	1.6
山口県	17	0.6	0.6
徳島県	15	0.5	0.5
香川県	23	0.8	0.8
愛媛県	10	0.3	0.3
高知県	8	0.3	0.3
福岡県	43	1.5	1.5
佐賀県	2	0.1	0.1
長崎県	6	0.2	0.2
熊本県	14	0.5	0.5
大分県	7	0.2	0.2
宮崎県	4	0.1	0.1
鹿児島県	5	0.2	0.2
沖縄県	1	0.0	0.0
不明	0	0.0	0.0
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

6. 当時、三重県内に住んでいた方は、お住まいの市町名について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
いなべ市	1	0.4	0.4
桑名市	11	4.0	4.1
木曾岬町	0	0.0	0.0
東員町	0	0.0	0.0
朝日町	1	0.4	0.4
川越町	1	0.4	0.4
菰野町	5	1.8	1.9
四日市市	41	15.1	15.2
鈴鹿市	126	46.3	46.7
亀山市	7	2.6	2.6
伊賀市	5	1.8	1.9
名張市	5	1.8	1.9
津市	31	11.4	11.5
松阪市	17	6.3	6.3
明和町	2	0.7	0.7
多気町	3	1.1	1.1
大台町	0	0.0	0.0
伊勢市	8	2.9	3.0
鳥羽市	2	0.7	0.7
志摩市	0	0.0	0.0
玉城町	1	0.4	0.4
度会町	0	0.0	0.0
南伊勢町	0	0.0	0.0
大紀町	0	0.0	0.0
紀北町	0	0.0	0.0
尾鷲市	1	0.4	0.4
熊野市	1	0.4	0.4
御浜町	0	0.0	0.0
紀宝町	1	0.4	0.4
不明	2	0.7	0.0
サンプル数(%ベース)	272	100.0	270

14. レース観戦の有無を問わず、F1開催期間中(その前後の期間も含めて)に、
鈴鹿市あるいは鈴鹿サーキットを訪れた日数について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
1日	256	8.8	8.8
2日	900	30.8	30.8
3日	966	33.0	33.0
4日	530	18.1	18.1
5日	156	5.3	5.3
6日	50	1.7	1.7
7日	19	0.7	0.7
8日	10	0.3	0.3
9日	1	0.0	0.0
10日以上	35	1.2	1.2
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

15. F1観戦を目的に自宅を出発してから、観戦終了後自宅に戻るまでの宿泊数について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
日帰り(1日だけの観戦や、自宅などから複数日通った場合など)	727	24.9	24.9
1泊	505	17.3	17.3
2泊	659	22.5	22.5
3泊	573	19.6	19.6
4泊	302	10.3	10.3
5泊	112	3.8	3.8
6泊	25	0.9	0.9
7泊以上	20	0.7	0.7
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

16. 宿泊されなかった理由について (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
宿泊しなくても、自宅から往復できるから	638	87.8	89.2
休暇をとることができなかったから	47	6.5	6.6
宿が取れなかったから	52	7.2	7.3
予算が合わなかったから	38	5.2	5.3
その他	28	3.9	3.9
不明	12	1.7	
サンプル数(%ベース)	727	100.0	715

17. F1観戦期間中に宿泊された主な地域について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市	1,112	50.6	51.5
桑名市	50	2.3	2.3
四日市市	72	3.3	3.3
菰野町	12	0.5	0.6
亀山市	24	1.1	1.1
津市	95	4.3	4.4
松阪市	63	2.9	2.9
伊勢市	50	2.3	2.3
鳥羽市	34	1.5	1.6
志摩市	9	0.4	0.4
伊賀市	19	0.9	0.9
名張市	3	0.1	0.1
上記以外の三重県内の市町 (三重県内に泊まったものの正確に覚えていない場合も含む)	40	1.8	1.9
名古屋市	457	20.8	21.2
愛知県(名古屋市以外)	59	2.7	2.7
岐阜市	11	0.5	0.5
大垣市	2	0.1	0.1
岐阜県(岐阜市、大垣市以外)	3	0.1	0.1
その他(都道府県名と市町村名を入力下さい)	45	2.0	2.1
不明	36	1.6	
サンプル数(%ベース)	2,196	100.0	2,160

18. 宿泊施設の種類について

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
ホテル(ビジネスホテル含む)	794	36.2	36.5
旅館	125	5.7	5.7
公共宿泊施設	27	1.2	1.2
キャンプ場(テント・寝袋)	158	7.2	7.3
モーテル・ファッショホテル	22	1.0	1.0
車中泊	786	35.8	36.2
実家・親戚・知人宅	196	8.9	9.0
会社などの寮・保養所	7	0.3	0.3
その他	59	2.7	2.7
不明	22	1.0	
サンプル数(%ベース)	2,196	100.0	2,174

19. どのくらい前に宿泊を手配したかについて

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
1年以上前	93	4.2	4.4
6ヶ月以上前	342	15.6	16.3
3ヶ月以上前	416	18.9	19.8
1ヶ月以上前	213	9.7	10.1
1週間以上前	63	2.9	3.0
6日前～前日	41	1.9	2.0
当日	139	6.3	6.6
手配は不要	793	36.1	37.8
不明	96	4.4	
サンプル数(%ベース)	2,196	100.0	2,100

20. どのように宿泊先を手配したかについて

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
宿泊先の直営サイト	249	11.3	12.1
宿泊斡旋サイト	214	9.7	10.4
宿泊先への電話予約	343	15.6	16.7
旅行代理店の窓口	83	3.8	4.0
前年の観戦時に翌年分を予約	53	2.4	2.6
宿泊つきのパッケージツアー	62	2.8	3.0
手配は不要	888	40.4	43.2
その他	162	7.4	7.9
不明	142	6.5	
サンプル数(%ベース)	2,196	100.0	2,054

21-1. 鈴鹿でF1を観戦するために宿泊先を選定する際、重要視する基準について

(SA)

【宿泊施設の種類】

	件数	(全体)%	(除不)%
大変こだわる	328	11.2	13.0
少しこだわる	838	28.7	33.1
あまりこだわらない	916	31.3	36.2
全くこだわらない	446	15.3	17.6
不明	395	13.5	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,528

21-2. 鈴鹿でF1を観戦するために宿泊先を選定する際、重要視する基準について

(SA)

【予算】

	件数	(全体)%	(除不)%
大変こだわる	923	31.6	36.4
少しこだわる	1,082	37.0	42.7
あまりこだわらない	406	13.9	16.0
全くこだわらない	124	4.2	4.9
不明	388	13.3	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,535

21-3. 鈴鹿でF1を観戦するために宿泊先を選定する際、重要視する基準について (SA)
 【立地(サーキットまでの距離)】

	件数	(全体)%	(除不)%
大変こだわる	1,422	48.6	56.2
少しこだわる	917	31.4	36.2
あまりこだわらない	146	5.0	5.8
全くこだわらない	47	1.6	1.9
不明	391	13.4	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,532

21-4. 鈴鹿でF1を観戦するために宿泊先を選定する際、重要視する基準について (SA)
 【衛生面】

	件数	(全体)%	(除不)%
大変こだわる	722	24.7	28.6
少しこだわる	1,343	45.9	53.2
あまりこだわらない	387	13.2	15.3
全くこだわらない	73	2.5	2.9
不明	398	13.6	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,525

21-5. 鈴鹿でF1を観戦するために宿泊先を選定する際、重要視する基準について (SA)
 【安全性】

	件数	(全体)%	(除不)%
大変こだわる	745	25.5	29.5
少しこだわる	1,256	43.0	49.7
あまりこだわらない	440	15.1	17.4
全くこだわらない	85	2.9	3.4
不明	397	13.6	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,526

22. 鈴鹿でF1を観戦するために宿泊先を選定する際に、一番重要と考える項目について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
宿泊施設の種類	126	4.3	5.1
予算	542	18.5	21.9
立地(サーキットまでの距離・移動時間)	1,618	55.4	65.5
衛生面	74	2.5	3.0
安全性	61	2.1	2.5
その他	51	1.7	2.1
不明	451	15.4	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,472

23. 決勝日(日曜日)は、何時ごろにサーキットに到着したかについて (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
前々日(金曜日)以前から鈴鹿サーキット内(キャンプ場含む)にいた	388	13.3	13.3
前日(土曜日)から鈴鹿サーキット内(キャンプ場含む)にいた	178	6.1	6.1
午前0時～5時頃まで	82	2.8	2.8
6時頃まで	125	4.3	4.3
7時頃まで	348	11.9	11.9
8時頃まで	632	21.6	21.6
9時頃まで	526	18.0	18.0
10時頃まで	378	12.9	12.9
11時頃まで	135	4.6	4.6
12時頃まで	60	2.1	2.1
13時頃まで	15	0.5	0.5
スタート時刻ぐらい	12	0.4	0.4
決勝がスタートしてから	1	0.0	0.0
決勝は見えていない	43	1.5	1.5
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

24. 当時、居住地から鈴鹿サーキットに移動する際に、
どのような交通手段で鈴鹿市内に入ったかについて (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
鉄道(近鉄)	513	17.6	17.6
鉄道(JR・伊勢鉄道)	382	13.1	13.1
四輪自動車	1,787	61.1	61.1
二輪自動車(原付を含む)	51	1.7	1.7
名古屋からの直通高速バス	19	0.7	0.7
長距離バス(名古屋直通高速バス以外)	42	1.4	1.4
近距離の路線バス	7	0.2	0.2
その他	122	4.2	4.2
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

25. 鉄道でお越しになった方は、当時降りた駅と鈴鹿サーキットまでのアクセス方法について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
近鉄白子駅下車 ⇒ 徒歩 ⇒ 鈴鹿サーキット	74	8.3	8.4
近鉄白子駅下車 ⇒ バス ⇒ 鈴鹿サーキット	332	37.1	37.5
近鉄白子駅下車 ⇒ タクシー ⇒ 鈴鹿サーキット	49	5.5	5.5
近鉄平田町駅下車 ⇒ 徒歩 ⇒ 鈴鹿サーキット	36	4.0	4.1
近鉄平田町駅下車 ⇒ タクシー ⇒ 鈴鹿サーキット	5	0.6	0.6
鈴鹿サーキット稲生駅下車 ⇒ 徒歩 ⇒ 鈴鹿サーキット	365	40.8	41.2
その他	25	2.8	2.8
不明	9	1.0	
サンプル数(%ベース)	895	100.0	886

26. 交通手段を『鉄道』にした理由について (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
駐車場確保の手間を省くため	248	27.7	28.4
交通費が安いから	231	25.8	26.5
移動時間を読みやすいから	559	62.5	64.1
渋滞に巻き込まれるのを避けるため	340	38.0	39.0
渋滞の中で運転するのを避けるため	147	16.4	16.9
長時間運転したくないから	113	12.6	13.0
宿泊先との地理的な都合のため	297	33.2	34.1
出発地が遠いから	177	19.8	20.3
車を運転するとお酒が飲めないから	44	4.9	5.0
鉄道が好きだから	63	7.0	7.2
その他	51	5.7	5.8
不明	23	2.6	
サンプル数(%ベース)	895	100.0	872

27. 四輪自動車、二輪自動車でお越しになった方は、
当時降りたインターチェンジの名称について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿インターチェンジ(東名阪)	630	34.3	35.4
芸濃インターチェンジ(東名阪)	20	1.1	1.1
津インターチェンジ(東名阪)	16	0.9	0.9
亀山インターチェンジ(東名阪)	271	14.7	15.2
四日市インターチェンジ(東名阪)	52	2.8	2.9
四日市東インターチェンジ(東名阪)	20	1.1	1.1
関インターチェンジ(名阪国道)	190	10.3	10.7
みえ川越インターチェンジ(伊勢湾岸)	141	7.7	7.9
高速道路・名阪国道は利用しなかった	366	19.9	20.6
その他	73	4.0	4.1
不明	59	3.2	
サンプル数(%ベース)	1,838	100.0	1,779

28. 交通手段を四輪自動車にした理由について

(MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
公共交通の利用による満員など、混雑を避けるため	558	31.2	31.4
公共交通の待ち時間が長いから	392	21.9	22.1
交通費が安いから	570	31.9	32.1
出来るだけ歩きたくないから	264	14.8	14.9
プライベートな空間を確保したいから	672	37.6	37.8
荷物が多いため	815	45.6	45.9
子どもがいるから	177	9.9	10.0
宿泊場所(車中泊)として利用するため	885	49.5	49.8
どんな天候にも対応しやすいから	710	39.7	40.0
宿泊地との地理的な都合のため(公共交通でのアクセスが悪い)	379	21.2	21.3
寄り道をしたいときなど、自由に行動しやすいから	859	48.1	48.3
車の運転が好きだから	691	38.7	38.9
その他	145	8.1	8.2
不明	10	0.6	
サンプル数(%ベース)	1,787	100.0	1,777

29. 長距離バスを利用した方は、当時出発した都道府県名

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
北海道	0	0.0	0.0
青森県	0	0.0	0.0
岩手県	0	0.0	0.0
宮城県	2	4.8	4.8
秋田県	0	0.0	0.0
山形県	0	0.0	0.0
福島県	0	0.0	0.0
茨城県	0	0.0	0.0
栃木県	2	4.8	4.8
群馬県	0	0.0	0.0
埼玉県	2	4.8	4.8
千葉県	0	0.0	0.0
東京都	20	47.6	47.6
神奈川県	1	2.4	2.4
新潟県	0	0.0	0.0
富山県	0	0.0	0.0
石川県	0	0.0	0.0
福井県	0	0.0	0.0
山梨県	0	0.0	0.0
長野県	0	0.0	0.0
岐阜県	0	0.0	0.0
静岡県	0	0.0	0.0
愛知県	8	19.0	19.0
三重県	1	2.4	2.4
滋賀県	0	0.0	0.0
京都府	0	0.0	0.0
大阪府	0	0.0	0.0
兵庫県	0	0.0	0.0
奈良県	0	0.0	0.0
和歌山県	0	0.0	0.0
鳥取県	0	0.0	0.0
島根県	0	0.0	0.0
岡山県	1	2.4	2.4
広島県	1	2.4	2.4
山口県	0	0.0	0.0
徳島県	0	0.0	0.0
香川県	1	2.4	2.4
愛媛県	0	0.0	0.0
高知県	0	0.0	0.0
福岡県	3	7.1	7.1
佐賀県	0	0.0	0.0
長崎県	0	0.0	0.0

熊本県	0	0.0	0.0
大分県	0	0.0	0.0
宮崎県	0	0.0	0.0
鹿児島県	0	0.0	0.0
沖縄県	0	0.0	0.0
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	42	100.0	42

30. レース観戦終了後、
鈴鹿サーキットから帰るときに最初に利用した主な交通手段について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
鉄道(近鉄)	556	19.0	19.0
鉄道(伊勢鉄道)	321	11.0	11.0
四輪自動車	1,785	61.1	61.1
二輪自動車	51	1.7	1.7
名古屋への直通高速バス	40	1.4	1.4
長距離バス(名古屋直通高速バス以外)	27	0.9	0.9
近距離の路線バス	13	0.4	0.4
その他	130	4.4	4.4
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

31. 鉄道でお帰りになった方は、当時乗った駅と鈴鹿サーキットからのアクセス方法について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿サーキット ⇒ 徒歩 ⇒ 近鉄白子駅乗車	228	26.0	26.1
鈴鹿サーキット ⇒ バス ⇒ 近鉄白子駅乗車	170	19.4	19.5
鈴鹿サーキット ⇒ タクシー ⇒ 近鉄白子駅乗車	28	3.2	3.2
鈴鹿サーキット ⇒ 徒歩 ⇒ 近鉄平田町駅乗車	94	10.7	10.8
鈴鹿サーキット ⇒ タクシー ⇒ 近鉄平田町駅乗車	3	0.3	0.3
鈴鹿サーキット ⇒ 徒歩 ⇒ 鈴鹿サーキット稲生駅乗車	319	36.4	36.6
鈴鹿サーキット ⇒ タクシー ⇒ 鈴鹿サーキット稲生駅乗車	10	1.1	1.1
その他	20	2.3	2.3
不明	5	0.6	
サンプル数(%ベース)	877	100.0	872

32. 四輪自動車、二輪自動車でお越しになった方は、
当時乗ったインターチェンジの名称について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿インターチェンジ(東名阪)	432	23.5	24.5
芸濃インターチェンジ(東名阪)	26	1.4	1.5
津インターチェンジ(東名阪)	24	1.3	1.4
亀山インターチェンジ(東名阪)	214	11.6	12.1
四日市インターチェンジ(東名阪)	88	4.8	5.0
四日市東インターチェンジ(東名阪)	31	1.7	1.8
関インターチェンジ(名阪国道)	224	12.2	12.7
みえ川越インターチェンジ(伊勢湾岸)	199	10.8	11.3
高速道路・名阪国道は利用しなかった	414	22.5	23.5
その他	110	6.0	6.2
不明	76	4.1	
サンプル数(%ベース)	1,838	100.0	1,762

33-1. 当時、F1観戦期間中(自宅を出発してから戻ってくるまでの間)で、
ガソリンを給油した回数【三重県】(出発準備で出発日までに給油した回数も含む) (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
3回以上	11	0.6	0.9
2回	106	5.8	8.6
1回	635	34.5	51.3
給油していない	487	26.5	39.3
不明	599	32.6	
サンプル数(%ベース)	1,838	100.0	1,239

33-2. 当時、F1観戦期間中(自宅を出発してから戻ってくるまでの間)で、
ガソリンを給油した回数【愛知県】(出発準備で出発日までに給油した回数も含む) (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
3回以上	2	0.1	0.2
2回	34	1.8	4.1
1回	229	12.5	27.9
給油していない	555	30.2	67.7
不明	1,018	55.4	
サンプル数(%ベース)	1,838	100.0	820

33-3. 当時、F1観戦期間中(自宅を出発してから戻ってくるまでの間)で、
ガソリンを給油した回数【岐阜県】(出発準備で出発日までに給油した回数も含む) (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
3回以上	4	0.2	0.7
2回	6	0.3	1.0
1回	49	2.7	8.0
給油していない	555	30.2	90.4
不明	1,224	66.6	
サンプル数(%ベース)	1,838	100.0	614

33-4. 当時、F1観戦期間中(自宅を出発してから戻ってくるまでの間)で、
ガソリンを給油した回数【その他の都道府県】(出発準備で出発日までに給油した回数も含む) (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
3回以上	66	3.6	5.8
2回	165	9.0	14.6
1回	535	29.1	47.4
給油していない	363	19.7	32.2
不明	709	38.6	
サンプル数(%ベース)	1,838	100.0	1,129

34. 当時、F1観戦期間中に支払った【1泊・1人あたりの宿泊代】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	1,517	51.9	51.9
1,000円以下	99	3.4	3.4
2,000円前後	90	3.1	3.1
3,000円前後	65	2.2	2.2
4,000円前後	59	2.0	2.0
5,000円前後	121	4.1	4.1
6,000円前後	155	5.3	5.3
7,000円前後	162	5.5	5.5
8,000円前後	144	4.9	4.9
9,000円前後	45	1.5	1.5
10,000円前後	183	6.3	6.3
12,000円前後	66	2.3	2.3
14,000円前後	43	1.5	1.5
16,000円前後	43	1.5	1.5
18,000円前後	15	0.5	0.5
20,000円前後	27	0.9	0.9
25,000円前後	11	0.4	0.4
30,000円前後	11	0.4	0.4
35,000円前後	8	0.3	0.3
40,000円前後	2	0.1	0.1
45,000円前後	5	0.2	0.2
50,000円以上	8	0.3	0.3
不明・わからない	44	1.5	1.5
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

35. 当時、F1観戦期間中に支払った【1人あたりの交通費】

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	393	13.4	13.4
1,000円以下	121	4.1	4.1
2,000円前後	223	7.6	7.6
3,000円前後	225	7.7	7.7
4,000円前後	114	3.9	3.9
5,000円前後	204	7.0	7.0
6,000円前後	99	3.4	3.4
7,000円前後	84	2.9	2.9
8,000円前後	84	2.9	2.9
9,000円前後	39	1.3	1.3
10,000円前後	239	8.2	8.2
12,000円前後	101	3.5	3.5
14,000円前後	107	3.7	3.7
16,000円前後	106	3.6	3.6
18,000円前後	33	1.1	1.1
20,000円前後	171	5.9	5.9
22,000円前後	26	0.9	0.9
24,000円前後	54	1.8	1.8
26,000円前後	64	2.2	2.2
28,000円前後	28	1.0	1.0
30,000円前後	158	5.4	5.4
35,000円前後	61	2.1	2.1
40,000円前後	53	1.8	1.8
45,000円前後	13	0.4	0.4
50,000円前後	30	1.0	1.0
60,000円前後	14	0.5	0.5
70,000円前後	8	0.3	0.3
80,000円前後	4	0.1	0.1
90,000円前後	1	0.0	0.0
100,000円以上	1	0.0	0.0
不明・わからない	65	2.2	2.2
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

36. 当時、F1観戦期間中に支払った【1台あたりのガソリン・軽油代】

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	41	2.2	2.2
1,000円以下	77	4.2	4.2
2,000円前後	138	7.5	7.6
3,000円前後	162	8.8	8.9
4,000円前後	122	6.6	6.7
5,000円前後	246	13.4	13.5
6,000円前後	147	8.0	8.0
7,000円前後	87	4.7	4.8
8,000円前後	117	6.4	6.4
9,000円前後	31	1.7	1.7
10,000円前後	263	14.3	14.4
12,000円前後	92	5.0	5.0
14,000円前後	54	2.9	3.0
16,000円前後	61	3.3	3.3
18,000円前後	17	0.9	0.9
20,000円前後	59	3.2	3.2
22,000円前後	8	0.4	0.4
24,000円前後	6	0.3	0.3
26,000円前後	8	0.4	0.4
28,000円前後	2	0.1	0.1
30,000円以上	15	0.8	0.8
不明・わからない	74	4.0	4.1
不明	11	0.6	
サンプル数(%ベース)	1,838	100.0	1,827

37. 当時、F1観戦期間中に支払った【1日・1台あたりの駐車場代】

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	322	17.5	17.6
1,000円以下	166	9.0	9.1
2,000円前後	216	11.8	11.8
3,000円前後	319	17.4	17.5
4,000円前後	87	4.7	4.8
5,000円前後	236	12.8	12.9
6,000円前後	55	3.0	3.0
7,000円前後	37	2.0	2.0
8,000円前後	40	2.2	2.2
9,000円前後	24	1.3	1.3
10,000円前後	151	8.2	8.3
11,000円前後	4	0.2	0.2
12,000円前後	21	1.1	1.2
13,000円前後	4	0.2	0.2
14,000円前後	2	0.1	0.1
15,000円前後	47	2.6	2.6
16,000円前後	1	0.1	0.1
17,000円前後	2	0.1	0.1
18,000円前後	3	0.2	0.2
19,000円前後	0	0.0	0.0
20,000円以上	29	1.6	1.6
不明・わからない	60	3.3	3.3
不明	12	0.7	
サンプル数(%ベース)	1,838	100.0	1,826

38. 当時、F1観戦期間中に支払った【1人あたりの飲食代・鈴鹿サーキット内】

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	102	3.5	3.5
1,000円以下	278	9.5	9.5
2,000円前後	744	25.5	25.5
3,000円前後	675	23.1	23.1
4,000円前後	224	7.7	7.7
5,000円前後	437	15.0	15.0
6,000円前後	107	3.7	3.7
7,000円前後	24	0.8	0.8
8,000円前後	54	1.8	1.8
9,000円前後	8	0.3	0.3
10,000円前後	147	5.0	5.0
12,000円前後	18	0.6	0.6
14,000円前後	16	0.5	0.5
16,000円前後	10	0.3	0.3
18,000円前後	3	0.1	0.1
20,000円前後	22	0.8	0.8
22,000円前後	0	0.0	0.0
24,000円前後	4	0.1	0.1
26,000円前後	0	0.0	0.0
28,000円前後	1	0.0	0.0
30,000円以上	16	0.5	0.5
不明・わからない	33	1.1	1.1
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

39. 当時、F1観戦期間中に支払った【1人あたりの土産物代・鈴鹿サーキット内】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	241	8.2	8.2
1,000円以下	71	2.4	2.4
2,000円前後	291	10.0	10.0
3,000円前後	365	12.5	12.5
4,000円前後	124	4.2	4.2
5,000円前後	433	14.8	14.8
6,000円前後	65	2.2	2.2
7,000円前後	50	1.7	1.7
8,000円前後	58	2.0	2.0
9,000円前後	14	0.5	0.5
10,000円前後	541	18.5	18.5
12,000円前後	38	1.3	1.3
14,000円前後	49	1.7	1.7
16,000円前後	59	2.0	2.0
18,000円前後	13	0.4	0.4
20,000円前後	281	9.6	9.6
22,000円前後	5	0.2	0.2
24,000円前後	11	0.4	0.4
26,000円前後	8	0.3	0.3
28,000円前後	1	0.0	0.0
30,000円前後	110	3.8	3.8
35,000円前後	13	0.4	0.4
40,000円前後	19	0.7	0.7
45,000円前後	4	0.1	0.1
50,000円以上	44	1.5	1.5
不明・わからない	15	0.5	0.5
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

40. F1観戦期間中に支払った【1人あたりのサービス料金・鈴鹿サーキット内】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	2,208	75.5	75.5
1,000円以下	151	5.2	5.2
2,000円前後	212	7.3	7.3
3,000円前後	136	4.7	4.7
4,000円前後	33	1.1	1.1
5,000円前後	73	2.5	2.5
6,000円前後	20	0.7	0.7
7,000円前後	3	0.1	0.1
8,000円前後	6	0.2	0.2
9,000円前後	2	0.1	0.1
10,000円前後	21	0.7	0.7
12,000円前後	1	0.0	0.0
14,000円前後	0	0.0	0.0
16,000円前後	2	0.1	0.1
18,000円前後	2	0.1	0.1
20,000円前後	0	0.0	0.0
22,000円前後	0	0.0	0.0
24,000円前後	1	0.0	0.0
26,000円前後	0	0.0	0.0
28,000円前後	0	0.0	0.0
30,000円以上	3	0.1	0.1
不明・わからない	49	1.7	1.7
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

41. 当時、F1観戦期間中に支払った【1人あたりの飲食代・鈴鹿サーキット外の飲食店】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	547	18.7	18.7
1,000円以下	337	11.5	11.5
2,000円前後	552	18.9	18.9
3,000円前後	418	14.3	14.3
4,000円前後	127	4.3	4.3
5,000円前後	328	11.2	11.2
6,000円前後	80	2.7	2.7
7,000円前後	21	0.7	0.7
8,000円前後	44	1.5	1.5
9,000円前後	10	0.3	0.3
10,000円前後	240	8.2	8.2
12,000円前後	36	1.2	1.2
14,000円前後	16	0.5	0.5
16,000円前後	36	1.2	1.2
18,000円前後	5	0.2	0.2
20,000円前後	65	2.2	2.2
22,000円前後	2	0.1	0.1
24,000円前後	5	0.2	0.2
26,000円前後	3	0.1	0.1
28,000円前後	0	0.0	0.0
30,000円以上	19	0.7	0.7
不明・わからない	32	1.1	1.1
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

42. 当時、F1観戦期間中に支払った【1人あたりの飲食料品代・鈴鹿サーキット外の小売店】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	318	10.9	10.9
1,000円以下	686	23.5	23.5
2,000円前後	896	30.7	30.7
3,000円前後	506	17.3	17.3
4,000円前後	103	3.5	3.5
5,000円前後	241	8.2	8.2
6,000円前後	28	1.0	1.0
7,000円前後	8	0.3	0.3
8,000円前後	10	0.3	0.3
9,000円前後	4	0.1	0.1
10,000円前後	62	2.1	2.1
12,000円前後	4	0.1	0.1
14,000円前後	1	0.0	0.0
16,000円前後	1	0.0	0.0
18,000円前後	1	0.0	0.0
20,000円前後	11	0.4	0.4
22,000円前後	2	0.1	0.1
24,000円前後	0	0.0	0.0
26,000円前後	1	0.0	0.0
28,000円前後	0	0.0	0.0
30,000円以上	1	0.0	0.0
不明・わからない	39	1.3	1.3
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

43. F1観戦期間中に支払った【1人あたりの土産物代・鈴鹿サーキット外】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	1,800	61.6	61.6
1,000円以下	188	6.4	6.4
2,000円前後	311	10.6	10.6
3,000円前後	201	6.9	6.9
4,000円前後	38	1.3	1.3
5,000円前後	183	6.3	6.3
6,000円前後	17	0.6	0.6
7,000円前後	6	0.2	0.2
8,000円前後	11	0.4	0.4
9,000円前後	2	0.1	0.1
10,000円前後	89	3.0	3.0
12,000円前後	4	0.1	0.1
14,000円前後	2	0.1	0.1
16,000円前後	4	0.1	0.1
18,000円前後	0	0.0	0.0
20,000円前後	21	0.7	0.7
22,000円前後	1	0.0	0.0
24,000円前後	3	0.1	0.1
26,000円前後	1	0.0	0.0
28,000円前後	0	0.0	0.0
30,000円以上	16	0.5	0.5
不明・わからない	25	0.9	0.9
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

44. F1観戦期間中に支払った【1人あたりのサービス料金・鈴鹿サーキット外】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	2,125	72.7	72.7
1,000円以下	217	7.4	7.4
2,000円前後	251	8.6	8.6
3,000円前後	109	3.7	3.7
4,000円前後	32	1.1	1.1
5,000円前後	71	2.4	2.4
6,000円前後	13	0.4	0.4
7,000円前後	6	0.2	0.2
8,000円前後	4	0.1	0.1
9,000円前後	3	0.1	0.1
10,000円前後	23	0.8	0.8
12,000円前後	2	0.1	0.1
14,000円前後	0	0.0	0.0
16,000円前後	2	0.1	0.1
18,000円前後	0	0.0	0.0
20,000円前後	6	0.2	0.2
22,000円前後	0	0.0	0.0
24,000円前後	0	0.0	0.0
26,000円前後	0	0.0	0.0
28,000円前後	0	0.0	0.0
30,000円以上	10	0.3	0.3
不明・わからない	49	1.7	1.7
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

45. 『土産物代』の総額(サーキット内+サーキット外)に対する (SA)
 【農林水産物の金額割合】

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	2,684	91.8	91.8
10%	140	4.8	4.8
20%	55	1.9	1.9
30%	19	0.7	0.7
40%	7	0.2	0.2
50%	8	0.3	0.3
60%	0	0.0	0.0
70%	0	0.0	0.0
80%	2	0.1	0.1
90%	0	0.0	0.0
100%	8	0.3	0.3
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

46. 『土産物代』の総額(サーキット内+サーキット外)に対する (SA)
 【食料品のアメ割合】

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	567	19.4	19.4
10%	328	11.2	11.2
20%	517	17.7	17.7
30%	439	15.0	15.0
40%	192	6.6	6.6
50%	294	10.1	10.1
60%	115	3.9	3.9
70%	109	3.7	3.7
80%	112	3.8	3.8
90%	21	0.7	0.7
100%	229	7.8	7.8
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

47. 『土産物代』の総額(サーキット内+サーキット外)に対する (SA)
 【繊維品の金額割合】

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	718	24.6	24.6
10%	170	5.8	5.8
20%	339	11.6	11.6
30%	424	14.5	14.5
40%	316	10.8	10.8
50%	399	13.7	13.7
60%	195	6.7	6.7
70%	163	5.6	5.6
80%	127	4.3	4.3
90%	22	0.8	0.8
100%	50	1.7	1.7
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

48. 『土産物代』の総額(サーキット内+サーキット外)に対する
【その他の金額割合】

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	709	24.3	24.3
10%	377	12.9	12.9
20%	516	17.7	17.7
30%	417	14.3	14.3
40%	290	9.9	9.9
50%	277	9.5	9.5
60%	111	3.8	3.8
70%	85	2.9	2.9
80%	47	1.6	1.6
90%	16	0.5	0.5
100%	78	2.7	2.7
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

50-1. 『サーキット外での消費』について、
当時それぞれの地域で購入・支払いしたか【飲食店での飲食代】

(MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
使っていない	553	18.9	18.9
三重県内	1,867	63.9	63.9
愛知県内	745	25.5	25.5
岐阜県内	44	1.5	1.5
その他の都道府県	402	13.8	13.8
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

50-2. 『サーキット外での消費』について、
当時それぞれの地域で購入・支払いしたか【小売店での飲食料品代】

(MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
使っていない	324	11.1	11.1
三重県内	2,239	76.6	76.6
愛知県内	636	21.8	21.8
岐阜県内	44	1.5	1.5
その他の都道府県	369	12.6	12.6
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

50-3. 『サーキット外での消費』について、
当時それぞれの地域で購入・支払いしたか【土産物代】

(MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
使っていない	1,344	46.0	46.0
三重県内	1,345	46.0	46.0
愛知県内	369	12.6	12.6
岐阜県内	10	0.3	0.3
その他の都道府県	101	3.5	3.5
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

50-4. 『サーキット外での消費』について、
当時それぞれの地域で購入・支払いしたか【サービス料金】

(MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
使っていない	1,993	68.2	68.2
三重県内	828	28.3	28.3
愛知県内	111	3.8	3.8
岐阜県内	7	0.2	0.2
その他の都道府県	52	1.8	1.8
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

51-1. サーキット外での消費地域について、
それぞれ購入・支払い金額が一番多かった地域【飲食店での飲食代】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
使っていない	567	19.4	19.4
三重県内	1,670	57.1	57.1
愛知県内	520	17.8	17.8
岐阜県内	17	0.6	0.6
その他の都道府県	149	5.1	5.1
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

51-2. サーキット外での消費地域について、
それぞれ購入・支払い金額が一番多かった地域【食料品代】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
使っていない	361	12.4	12.4
三重県内	1,989	68.0	68.0
愛知県内	401	13.7	13.7
岐阜県内	14	0.5	0.5
その他の都道府県	158	5.4	5.4
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

51-3. サーキット外での消費地域について、
それぞれ購入・支払い金額が一番多かった地域【土産物代】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
使っていない	1,376	47.1	47.1
三重県内	1,279	43.8	43.8
愛知県内	220	7.5	7.5
岐阜県内	2	0.1	0.1
その他の都道府県	46	1.6	1.6
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

51-4. サーキット外での消費地域について、
それぞれ購入・支払い金額が一番多かった地域【サービス料金】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
使っていない	2,015	68.9	68.9
三重県内	770	26.3	26.3
愛知県内	92	3.1	3.1
岐阜県内	3	0.1	0.1
その他の都道府県	43	1.5	1.5
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

53. 当時、F1観戦期間中に、土産物などの物品を購入しなかった理由について (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
基本的にお土産は買わないから	239	8.2	33.5
欲しいものがなかったから	250	8.6	35.0
買う時間がなかったから	86	2.9	12.0
買う場所がなかったから	30	1.0	4.2
混雑していて買えなかったから	151	5.2	21.1
その他	118	4.0	16.5
不明	2,209	75.6	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	714

54. F1観戦を目的に鈴鹿市にお越しになった際、
F1観戦以外で立ち寄った観光地などはありますか (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
ある	349	11.9	11.9
ない	2,574	88.1	88.1
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

56. 『立ち寄った観光地などが、“ある”』方は、(SA)
上記の場所に立ち寄った際に使った金額について

	件数	(全体)%	(除不)%
なし	201	6.9	38.5
1,000円以下	37	1.3	7.1
2,000円前後	48	1.6	9.2
3,000円前後	48	1.6	9.2
4,000円前後	14	0.5	2.7
5,000円前後	51	1.7	9.8
6,000円前後	3	0.1	0.6
7,000円前後	3	0.1	0.6
8,000円前後	7	0.2	1.3
9,000円前後	1	0.0	0.2
10,000円前後	48	1.6	9.2
12,000円前後	3	0.1	0.6
14,000円前後	1	0.0	0.2
16,000円前後	6	0.2	1.1
18,000円前後	2	0.1	0.4
20,000円前後	21	0.7	4.0
22,000円前後	1	0.0	0.2
24,000円前後	0	0.0	0.0
26,000円前後	1	0.0	0.2
28,000円前後	0	0.0	0.0
30,000円前後	7	0.2	1.3
35,000円前後	1	0.0	0.2
40,000円前後	2	0.1	0.4
45,000円前後	1	0.0	0.2
50,000円以上	9	0.3	1.7
不明・わからない	6	0.2	1.1
不明	2,401	82.1	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	522

57. F1観戦時に、どこにも立ち寄らなかった理由について (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
F1観戦以外に、お金を使うつもりがないから	911	35.4	36.2
関心を持てる立ち寄り地がなかったから	430	16.7	17.1
立ち寄り場所の情報がなかったから	257	10.0	10.2
立ち寄る時間がなかったから	1,543	59.9	61.3
立ち寄る交通手段がなかったから	123	4.8	4.9
天候が悪かったから	30	1.2	1.2
その他	388	15.1	15.4
不明	58	2.3	
サンプル数(%ベース)	2,574	100.0	2,516

58-1. 当時、F1観戦のために、鈴鹿市にお越しになった際の満足度について (SA)
【事前の情報収集(入手できた情報量や質)】

	件数	(全体)%	(除不)%
大変満足	795	27.2	27.2
やや満足	970	33.2	33.2
普通	852	29.1	29.1
やや不満	122	4.2	4.2
大変不満	38	1.3	1.3
関係なし・わからない	146	5.0	5.0
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

58-2. 当時、F1観戦のために、鈴鹿市にお越しになった際の満足度について (SA)
 【鈴鹿での情報収集】

	件数	(全体)%	(除不)%
大変満足	441	15.1	15.1
やや満足	679	23.2	23.2
普通	1,156	39.5	39.5
やや不満	291	10.0	10.0
大変不満	63	2.2	2.2
関係なし・わからない	293	10.0	10.0
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

58-3. 当時、F1観戦のために、鈴鹿市にお越しになった際の満足度について (SA)
 【宿泊】

	件数	(全体)%	(除不)%
大変満足	278	9.5	9.5
やや満足	333	11.4	11.4
普通	723	24.7	24.7
やや不満	281	9.6	9.6
大変不満	205	7.0	7.0
関係なし・わからない	1,103	37.7	37.7
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

58-4. 当時、F1観戦のために、鈴鹿市にお越しになった際の満足度について (SA)
 【飲食】

	件数	(全体)%	(除不)%
大変満足	334	11.4	11.4
やや満足	600	20.5	20.5
普通	1,304	44.6	44.6
やや不満	346	11.8	11.8
大変不満	58	2.0	2.0
関係なし・わからない	281	9.6	9.6
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

58-5. 当時、F1観戦のために、鈴鹿市にお越しになった際の満足度について (SA)
 【お土産】

	件数	(全体)%	(除不)%
大変満足	403	13.8	13.8
やや満足	704	24.1	24.1
普通	1,225	41.9	41.9
やや不満	175	6.0	6.0
大変不満	36	1.2	1.2
関係なし・わからない	380	13.0	13.0
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

58-6. 当時、F1観戦のために、鈴鹿市にお越しになった際の満足度について (SA)
 【娯楽】

	件数	(全体)%	(除不)%
大変満足	248	8.5	8.5
やや満足	375	12.8	12.8
普通	1,106	37.8	37.8
やや不満	231	7.9	7.9
大変不満	51	1.7	1.7
関係なし・わからない	912	31.2	31.2
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

58-7. 当時、F1観戦のために、鈴鹿市にお越しになった際の満足度について (SA)
【地域ボランティアのサポート】

	件数	(全体)%	(除不)%
大変満足	644	22.0	22.0
やや満足	594	20.3	20.3
普通	773	26.4	26.4
やや不満	116	4.0	4.0
大変不満	47	1.6	1.6
関係なし・わからない	749	25.6	25.6
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

59-1. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【鈴鹿サーキット(レース場内)の情報】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	2,573	88.0	91.8
鈴鹿市にF1観戦に来てから	2,083	71.3	74.3
不明	119	4.1	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,804

59-2. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【遊園地の情報】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	649	22.2	46.9
鈴鹿市にF1観戦に来てから	974	33.3	70.4
不明	1,540	52.7	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	1,383

59-3. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【道路の渋滞情報】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	2,039	69.8	86.0
鈴鹿市にF1観戦に来てから	1,637	56.0	69.0
不明	552	18.9	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,371

59-4. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【駐車場情報】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	2,039	69.8	91.3
鈴鹿市にF1観戦に来てから	1,317	45.1	59.0
不明	689	23.6	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,234

59-5. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【宿泊空き状況】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	1,875	64.1	95.3
鈴鹿市にF1観戦に来てから	487	16.7	24.7
不明	955	32.7	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	1,968

59-6. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【地元の飲食店情報】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	1,556	53.2	74.1
鈴鹿市にF1観戦に来てから	1,464	50.1	69.7
不明	823	28.2	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,100

59-7. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【ファミリーレストラン等の飲食店情報】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	1,200	41.1	65.6
鈴鹿市にF1観戦に来てから	1,305	44.6	71.4
不明	1,095	37.5	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	1,828

59-8. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【F1関連の物販情報】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	1,909	65.3	76.4
鈴鹿市にF1観戦に来てから	1,912	65.4	76.5
不明	424	14.5	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,499

59-9. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【地場産品等の物販情報】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	905	31.0	52.8
鈴鹿市にF1観戦に来てから	1,262	43.2	73.6
不明	1,208	41.3	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	1,715

59-10. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【一般的な観光スポット情報】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	1,158	39.6	74.7
鈴鹿市にF1観戦に来てから	714	24.4	46.1
不明	1,373	47.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	1,550

59-11. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【自動車・モータースポーツ関連の観光情報】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	1,964	67.2	90.8
鈴鹿市にF1観戦に来てから	1,289	44.1	59.6
不明	760	26.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,163

59-12. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【お天気情報】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	2,559	87.5	93.2
鈴鹿市にF1観戦に来てから	2,292	78.4	83.5
不明	177	6.1	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,746

59-13. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【公共交通機関の時刻表】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	1,543	52.8	88.3
鈴鹿市にF1観戦に来てから	1,233	42.2	70.5
不明	1,175	40.2	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	1,748

59-14. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【シャトルバス情報】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	1,446	49.5	82.9
鈴鹿市にF1観戦に来てから	1,321	45.2	75.7
不明	1,178	40.3	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	1,745

59-15. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【病気・怪我のときの対応情報】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	1,276	43.7	60.6
鈴鹿市にF1観戦に来てから	1,752	59.9	83.2
不明	818	28.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,105

59-16. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【トイレの場所】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	1,320	45.2	53.7
鈴鹿市にF1観戦に来てから	2,212	75.7	89.9
不明	463	15.8	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,460

59-17. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【案内係やボランティア】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	831	28.4	42.2
鈴鹿市にF1観戦に来てから	1,746	59.7	88.7
不明	954	32.6	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	1,969

59-18. 鈴鹿市にF1観戦に来る前や来てから入手したいと考える情報について (MA)
【その他の交通アクセス情報(飛行機や船など)】

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市にF1観戦に来るまで	1,067	36.5	79.5
鈴鹿市にF1観戦に来てから	756	25.9	56.3
不明	1,581	54.1	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	1,342

61. F1開催時の宿不足解消のため、
民泊制度(一般の民家に観戦客を有料で宿泊させる取り組み)が導入された場合 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
宿泊の必要がないので利用しない	591	20.2	20.2
利用してみたい	827	28.3	28.3
利用したくない	878	30.0	30.0
わからない	627	21.5	21.5
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

64-1. 当時、F1観戦のために、鈴鹿市にお越しになった際の
交通アクセスの満足度について【行きの交通アクセス(三重県外)】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
関係なし	365	12.5	12.5
大変満足	954	32.6	32.6
やや満足	538	18.4	18.4
普通	945	32.3	32.3
やや不満	88	3.0	3.0
大変不満	33	1.1	1.1
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

64-2. 当時、F1観戦のために、鈴鹿市にお越しになった際の
交通アクセスの満足度について【行きの交通アクセス(三重県内)】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
関係なし	282	9.6	9.6
大変満足	771	26.4	26.4
やや満足	627	21.5	21.5
普通	997	34.1	34.1
やや不満	184	6.3	6.3
大変不満	62	2.1	2.1
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

64-3. 当時、F1観戦のために、鈴鹿市にお越しになった際の
交通アクセスの満足度について【行きの交通アクセス(鈴鹿市内)】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
関係なし	213	7.3	7.3
大変満足	615	21.0	21.0
やや満足	574	19.6	19.6
普通	968	33.1	33.1
やや不満	440	15.1	15.1
大変不満	113	3.9	3.9
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

64-4. 当時、F1観戦のために、鈴鹿市にお越しになった際の
交通アクセスの満足度について【帰りの交通アクセス(鈴鹿市内)】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
関係なし	200	6.8	6.8
大変満足	296	10.1	10.1
やや満足	346	11.8	11.8
普通	778	26.6	26.6
やや不満	835	28.6	28.6
大変不満	468	16.0	16.0
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

64-5. 当時、F1観戦のために、鈴鹿市にお越しになった際の
交通アクセスの満足度について【帰りの交通アクセス(三重県内)】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
関係なし	267	9.1	9.1
大変満足	429	14.7	14.7
やや満足	453	15.5	15.5
普通	990	33.9	33.9
やや不満	581	19.9	19.9
大変不満	203	6.9	6.9
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

64-6. 当時、F1観戦のために、鈴鹿市にお越しになった際の
交通アクセスの満足度について【帰りの交通アクセス(三重県外)】 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
関係なし	368	12.6	12.6
大変満足	702	24.0	24.0
やや満足	493	16.9	16.9
普通	1,143	39.1	39.1
やや不満	164	5.6	5.6
大変不満	53	1.8	1.8
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

65. 自動車(4輪・2輪とも)で、鈴鹿にF1観戦にお越しになったことがある方にお尋ねします。渋滞情報や抜け道情報の活用について (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
活用していない	784	26.8	36.2
渋滞情報を活用している	1,061	36.3	49.0
抜け道情報を活用している	756	25.9	34.9
その他の道路情報を活用している(具体的な内容をご記入ください)	163	5.6	7.5
不明	757	25.9	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,166

66. 道路・交通情報(公共交通含む)を入手するために活用しているものについて (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
カーナビ	1,358	46.5	46.5
FMラジオ	1,021	34.9	34.9
AMラジオ	559	19.1	19.1
携帯電話(通話)	219	7.5	7.5
携帯電話用各種情報サイト(iモードなど)	857	29.3	29.3
パソコン用各種情報サイト	832	28.5	28.5
テレビ	164	5.6	5.6
観戦仲間同士での情報交換	552	18.9	18.9
道路上の情報表示(電光掲示板など)	879	30.1	30.1
サービスエリア・パーキングエリアの情報表示・案内	649	22.2	22.2
道の駅などでの情報表示・案内	213	7.3	7.3
駅等の情報表示	249	8.5	8.5
警察・市役所への問い合わせ	5	0.2	0.2
鉄道・バス・高速道路などの交通関係事業者への問い合わせ	93	3.2	3.2
近くにいる案内係の人	300	10.3	10.3
近くにある売店・飲食店の人	102	3.5	3.5
特に利用していない	302	10.3	10.3
その他	93	3.2	3.2
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

68. サーキット周辺の渋滞軽減のため、バス専用レーンを設けて、駐車場(市内や郊外)や最寄り駅(稲生、白子、平田町)などからサーキットまでシャトルバスを運行させた場合 (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
パーク&ライド(自家用車を駐車後シャトルバス)を利用したい	578	19.8	19.8
公共交通機関を下車後、シャトルバスを利用したい	873	29.9	29.9
利用するつもりはない	1,269	43.4	43.4
わからない	469	16.0	16.0
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

70. F1観戦期間中の、渋滞や公共交通の混雑について (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
レースを最後まで観戦するよりも、渋滞や公共交通の混雑を回避するために、ゴールを見届けずに一足先にサーキットを離れたい	221	7.6	7.6
渋滞や公共交通の混雑を経験することも、F1観戦の醍醐味の一つである	1,033	35.3	35.3
レースは最後まで見て、自らの情報収集力などで渋滞や公共交通の混雑を回避する努力をする	1,975	67.6	67.6
パーク&ライドなどのシステム導入により、少しでも渋滞や公共交通の混雑を軽減して欲しいと思っている	697	23.8	23.8
渋滞や公共交通の混雑に巻き込まれるなら、鈴鹿サーキット付近にとどまり時間を過ごしてもよい	1,817	62.2	62.2
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

71. レース終了後、鈴鹿サーキット内外で特別イベントを実施した場合、(SA)
滞在時間をのばしても良いと考えますか

	件数	(全体)%	(除不)%
滞在時間をのばしても良い	1,632	55.8	55.8
滞在時間をのばすつもりはない	148	5.1	5.1
イベント内容による	1,143	39.1	39.1
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

72. 滞在時間をのばすことを前提に考えた場合、(MA)
レース終了後にサーキット内外で開催を希望する具体的イベントについて

	件数	(全体)%	(除不)%
F1観戦者との交流	768	26.3	26.3
F1関係者との交流	2,426	83.0	83.0
地域住民との交流	265	9.1	9.1
地域の物産展	427	14.6	14.6
サーキット・ウォーク	2,561	87.6	87.6
その他のモータースポーツイベント	1,362	46.6	46.6
その他	203	6.9	6.9
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

74. 富士でのF1観戦経験について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
観戦したことがある	1,301	44.5	44.5
観戦したことがない	1,622	55.5	55.5
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

75. 海外でのF1観戦経験について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
観戦したことがある	424	14.5	14.5
観戦したことがない	2,499	85.5	85.5
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

78. あなたご自身の嗜好(興味・関心があるもの)について (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
伝統工芸・技能	478	16.4	16.4
神社仏閣	722	24.7	24.8
自然	1,347	46.1	46.3
遊園地	613	21.0	21.1
花	331	11.3	11.4
食べ物	1,585	54.2	54.4
温泉	1,563	53.5	53.7
ショッピング	1,184	40.5	40.7
音楽・映画	1,417	48.5	48.7
ウォーキング	377	12.9	12.9
ゴルフ	219	7.5	7.5
スポーツ	1,321	45.2	45.4
モータースポーツ	2,738	93.7	94.0
産業観光	254	8.7	8.7
特になし	5	0.2	0.2
その他	127	4.3	4.4
不明	11	0.4	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,912

79. 興味・関心のあるモータースポーツについて

(MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
モータースポーツ全般に興味がある	1,376	47.1	47.1
F1に興味がある	2,300	78.7	78.7
2輪に興味がある	630	21.6	21.6
4輪に興味がある	1,384	47.3	47.3
オンロードに興味がある	703	24.1	24.1
オフロードに興味がある	393	13.4	13.4
モータースポーツには興味がない	3	0.1	0.1
その他	49	1.7	1.7
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

80. F1観戦を目的に鈴鹿市にお越しになり、
鈴鹿市の「住みやすさ」をどのように感じましたか

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
すでに鈴鹿市に住んでいる	131	4.5	4.5
鈴鹿市に住んでみたいと思った	511	17.5	17.6
鈴鹿市は住みやすそうだった	792	27.1	27.3
鈴鹿市には住みたくはないと思った	103	3.5	3.5
特に感じなかった	1,251	42.8	43.1
その他	116	4.0	4.0
不明	19	0.7	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,904

82. 連絡可能な電子メール

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
あり	2,852	97.6	97.6
なし	71	2.4	2.4
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

83. 上記のメールアドレスに、今後、鈴鹿F1日本グランプリに関する催しの案内や、
ご意見やご要望を伺うメールを送信することに

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
同意する	2,655	90.8	90.8
同意しない	268	9.2	9.2
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	2,923	100.0	2,923

2. 2008年F1日本グランプリ観戦経験者向け調査結果

集計結果

1 性別 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
男性	493	79.0	79.0
女性	131	21.0	21.0
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	624	100.0	624.0

2 年齢 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
10歳代以下	3	0.5	0.5
20歳代	79	12.7	12.7
30歳代	275	44.1	44.1
40歳代	229	36.7	36.7
50歳代	35	5.6	5.6
60歳代以上	3	0.5	0.5
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	624	100.0	624.0

3 居住地 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
北海道	0	0.0	0.0
青森県	0	0.0	0.0
岩手県	1	0.2	0.2
宮城県	0	0.0	0.0
秋田県	1	0.2	0.2
山形県	3	0.5	0.5
福島県	2	0.3	0.3
茨城県	4	0.6	0.6
栃木県	7	1.1	1.1
群馬県	4	0.6	0.6
埼玉県	41	6.6	6.6
千葉県	30	4.8	4.8
東京都	108	17.3	17.3
神奈川県	101	16.2	16.2
新潟県	5	0.8	0.8
富山県	5	0.8	0.8
石川県	5	0.8	0.8
福井県	4	0.6	0.6
山梨県	6	1.0	1.0
長野県	6	1.0	1.0
岐阜県	18	2.9	2.9
静岡県	35	5.6	5.6
愛知県	77	12.3	12.3
三重県	18	2.9	2.9
滋賀県	5	0.8	0.8
京都府	13	2.1	2.1
大阪府	52	8.3	8.3
兵庫県	25	4.0	4.0
奈良県	7	1.1	1.1
和歌山県	3	0.5	0.5
鳥取県	1	0.2	0.2
島根県	0	0.0	0.0
岡山県	3	0.5	0.5
広島県	11	1.8	1.8
山口県	3	0.5	0.5
徳島県	5	0.8	0.8
香川県	3	0.5	0.5
愛媛県	0	0.0	0.0
高知県	1	0.2	0.2

福岡県	6	1.0	1.0
佐賀県	0	0.0	0.0
長崎県	1	0.2	0.2
熊本県	0	0.0	0.0
大分県	0	0.0	0.0
宮崎県	3	0.5	0.5
鹿児島県	1	0.2	0.2
沖縄県	0	0.0	0.0
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	624	100.0	624.0

4 F1日本GP過去の観戦歴 (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
2007年	518	83.0	83.0
2006年	570	91.3	91.3
2005年	519	83.2	83.2
2004年	481	77.1	77.1
2003年以前	471	75.5	75.5
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	624	100.0	624.0

5 満足度の高いF1日本GP (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
2008年	145	23.2	23.2
2007年	0	0.0	0.0
2006年	273	43.8	43.8
2005年	63	10.1	10.1
2004年	41	6.6	6.6
2003年	72	11.5	11.5
満足した年はない	30	4.8	4.8
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	624	100.0	624.0

7 2008年F1日本GPの満足度について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
大変満足した	217	34.8	34.8
少し満足した	288	46.2	46.2
少し不満であった	88	14.1	14.1
大変不満であった	31	5.0	5.0
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	624	100.0	624.0

3. 鈴鹿市民向け調査結果

集計結果

1. 性別について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
男性	363	48.1	48.2
女性	390	51.7	51.8
不明	1	0.1	
サンプル数(%ベース)	754	100.0	753.0

2. 年齢について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
10歳代	36	4.8	4.8
20歳代	75	9.9	10.0
30歳代	148	19.6	19.7
40歳代	139	18.4	18.5
50歳代	175	23.2	23.3
60歳代以上	178	23.6	23.7
不明	3	0.4	
サンプル数(%ベース)	754	100.0	751.0

4. 鈴鹿サーキットでのF1観戦経験について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
1回	100	13.3	13.3
2回	60	8.0	8.0
3～5回	97	12.9	12.9
6～10回	17	2.3	2.3
11回以上	21	2.8	2.8
ない	456	60.5	60.7
不明	3	0.4	
サンプル数(%ベース)	754	100.0	751.0

5. TVでの鈴鹿F1観戦について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
常にテレビ観戦するようにしている	124	16.4	16.5
時間があればテレビ観戦している	337	44.7	44.9
あまりテレビ観戦しない	175	23.2	23.3
テレビ観戦したことがない	114	15.1	15.2
不明	4	0.5	
サンプル数(%ベース)	754	100.0	750.0

6. F1開催期間中のあなたご自身の過ごし方について (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
F1を観戦している	99	13.1	13.2
F1開催時刻前後は外出を控える	252	33.4	33.6
F1開催期間中は地元を離れる	24	3.2	3.2
渋滞が予測される時間帯を避けて行動する	446	59.2	59.4
F1による渋滞も気にせず外出する	119	15.8	15.8
地元の情報を駆使して上手く渋滞を避けている	139	18.4	18.5
乗用車の利用を控え自転車などを利用する	53	7.0	7.1
その他	61	8.1	8.1
不明	3	0.4	
サンプル数(%ベース)	754	100.0	751.0

7. あなたの「F1」に対するイメージや認識について (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿サーキットが行っているイベントである	384	50.9	51.2
モータースポーツ好きの人が集うイベントである	437	58.0	58.3
鈴鹿市の知名度を上げているイベントである	543	72.0	72.4
オリンピックやワールドカップに相当する世界的規模のイベントである	326	43.2	43.5
「F1」を知らない	11	1.5	1.5
その他	22	2.9	2.9
不明	4	0.5	
サンプル数(%ベース)	754	100.0	750.0

8. F1開催について、あなたが認識していること (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
2006年まで鈴鹿市でF1が開催されていた	654	86.7	88.9
2007～2008年は鈴鹿市でF1が開催されていない	580	76.9	78.8
2007～2008年は、富士でF1が開催されている	594	78.8	80.7
2009年に鈴鹿でF1が再開される	577	76.5	78.4
2009年以降、鈴鹿と富士で隔年開催される	579	76.8	78.7
不明	18	2.4	
サンプル数(%ベース)	754	100.0	736.0

9. F1は、鈴鹿市のイメージ向上に役立っていると思いますか (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
とても役立っている	520	69.0	69.1
やや役立っている	187	24.8	24.8
あまり役立っていない	36	4.8	4.8
役立っていない	10	1.3	1.3
不明	1	0.1	
サンプル数(%ベース)	754	100.0	753.0

10. F1が鈴鹿市で開催されることは、鈴鹿市民の「意識」や「生活面」にどのような影響(良い影響・悪い影響)を与えていると思いますか (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
とても影響がある	282	37.4	38.6
やや影響がある	311	41.2	42.5
あまり影響はない	126	16.7	17.2
影響はない	12	1.6	1.6
不明	23	3.1	
サンプル数(%ベース)	754	100.0	731.0

12. 上記質問で記入された「良い」項目と「悪い」項目のバランスの取り方について、今後、どのように取り組んでいくべきと考えますか (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
「良い」影響を、最大限に引き上げるべきである	94	15.9	16.8
「良い」影響を引き上げる事を優先しながらも、「悪い」影響を少しずつ改善していくべきである	326	55.0	58.3
「良い」影響を引き上げることよりも、「悪い」影響を改善することを優先すべきである	106	17.9	19.0
「悪い」影響を、全て取り除くことを最優先すべきである	20	3.4	3.6
その他	13	2.2	2.3
不明	34	5.7	
サンプル数(%ベース)	593	100.0	559.0

15. 鈴鹿市の主要産業に自動車関連産業がありますが、近年、若者の車離れなど自動車への関心は低下していると思いますか (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
はい	206	27.3	27.4
いいえ	350	46.4	46.5
わからない	196	26.0	26.1
不明	2	0.3	
サンプル数(%ベース)	754	100.0	752.0

16. 鈴鹿でF1を開催することで、鈴鹿市の主要産業である自動車関連産業へ就職する人材の育成や確保に役立つと思いますか (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
はい	314	41.6	42.1
いいえ	142	18.8	19.1
わからない	289	38.3	38.8
不明	9	1.2	
サンプル数(%ベース)	754	100.0	745.0

17. F1開催時の宿不足解消のため、民泊(一般の民家に観戦客を有料で宿泊させる
 取り組み)を導入する場合、あなたは協力しても良いと考えますか

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
はい	99	13.1	13.4
いいえ	421	55.8	56.9
わからない	220	29.2	29.7
不明	14	1.9	
サンプル数(%ベース)	754	100.0	740.0

18. 鈴鹿市では、地域住民・地域事業所とともにF1再開に向け、来鈴者の満足度を
 高める取り組みを展開していきたいと考えています。

あなたは、ボランティア活動を通じてF1開催を支援したいと思いますか

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
はい	241	32.0	33.6
いいえ	477	63.3	66.4
不明	36	4.8	
サンプル数(%ベース)	754	100.0	718.0

4. 鈴鹿市内事業者向け調査結果

集計結果

業種	件数	(全体)%	(除不)%
製造業	61	22.8	23.3
建設業	54	20.1	20.6
卸売業	19	7.1	7.3
小売業	28	10.4	10.7
運輸業	11	4.1	4.2
飲食業	7	2.6	2.7
サービス業	36	13.4	13.7
その他	46	17.2	17.6
不明	6	2.2	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	262.0

従業員数	件数	(全体)%	(除不)%
1人～9人	134	50.0	51.5
10人～19人	56	20.9	21.5
20人～29人	13	4.9	5.0
30人～49人	14	5.2	5.4
50人～99人	17	6.3	6.5
100人～199人	12	4.5	4.6
200人以上	14	5.2	5.4
不明	8	3.0	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	260.0

1. 貴社は、モータースポーツおよびモータースポーツ・イベントに関する業務を行っていますか

	件数	(全体)%	(除不)%
主な業務がモータースポーツ関連である	17	6.3	6.6
主ではないが、モータースポーツに関連する業務もある	31	11.6	12.0
モータースポーツに関連する業務は行っていない	211	78.7	81.5
不明	9	3.4	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	259.0

2. あなたご自身は、F1やモータースポーツに関心がありますか

	件数	(全体)%	(除不)%
非常に関心がある	94	35.1	35.2
少しは関心がある	108	40.3	40.4
あまり関心はない	48	17.9	18.0
全く関心がない	17	6.3	6.4
不明	1	0.4	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	267.0

3-1. 鈴鹿市でF1を開催していた期間(1987～2006年)のことについて。
鈴鹿市でF1を開催していた事で、貴社の事業に影響はありましたか

	件数	(全体)%	(除不)%
良い影響があった	62	23.1	23.4
悪い影響があった	28	10.4	10.6
特に影響はなかった	160	59.7	60.4
わからない	15	5.6	5.7
不明	3	1.1	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	265.0

4-1. 鈴鹿市にとって、鈴鹿市でF1を開催することは、
シティセールスに役立っていると思いますか

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
大変役立っている	207	77.2	78.4
少し役立っている	45	16.8	17.0
あまり役立っていない	7	2.6	2.7
役立っていない	5	1.9	1.9
不明	4	1.5	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	264.0

4-2. 貴社にとって、鈴鹿市でF1を開催することは、
シティセールスに役立っていると思いますか

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
大変役立っている	36	13.4	14.0
少し役立っている	59	22.0	23.0
あまり役立っていない	95	35.4	37.0
役立っていない	67	25.0	26.1
不明	11	4.1	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	257.0

6-1. F1が開催される鈴鹿市に貴社が立地していることで、
企業や自社製品のブランドイメージに影響を与えていると考えますか

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
影響がある	50	18.7	19.2
影響はない	211	78.7	80.8
不明	7	2.6	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	261.0

7-1. F1やモータースポーツを誘致している鈴鹿市に立地している優位性を活かした、
自社や自社製品の情報発信に取り組んでいますか

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
取り組んでいる	22	8.2	8.4
取り組んでいない	240	89.6	91.6
不明	6	2.2	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	262.0

8-1. 鈴鹿市でF1が開催されることで、貴社に生じた効果について。
効果の大きさを4段階で判定【人材確保】

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
役立っていない	153	57.1	60.7
あまり役立っていない	71	26.5	28.2
少し役立っている	24	9.0	9.5
大変役立っている	4	1.5	1.6
不明	16	6.0	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	252.0

8-2. 鈴鹿市でF1が開催されることで、貴社に生じた効果について。
効果の大きさを4段階で判定【インフラ整備】

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
役立っていない	106	39.6	42.4
あまり役立っていない	59	22.0	23.6
少し役立っている	67	25.0	26.8
大変役立っている	18	6.7	7.2
不明	18	6.7	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	250.0

8-3. 鈴鹿市でF1が開催されることで、貴社に生じた効果について。
効果の大きさを4段階で判定【売上・利益】

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
役立っていない	125	46.6	48.8
あまり役立っていない	69	25.7	27.0
少し役立っている	43	16.0	16.8
大変役立っている	19	7.1	7.4
不明	12	4.5	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	256.0

8-4. 鈴鹿市でF1が開催されることで、貴社に生じた効果について。
効果の大きさを4段階で判定【情報発信】

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
役立っていない	106	39.6	41.6
あまり役立っていない	72	26.9	28.2
少し役立っている	58	21.6	22.7
大変役立っている	19	7.1	7.5
不明	13	4.9	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	255.0

8-5. 鈴鹿市でF1が開催されることで、貴社に生じた効果について。
効果の大きさを4段階で判定【商業・技術開発】

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
役立っていない	158	59.0	62.7
あまり役立っていない	66	24.6	26.2
少し役立っている	21	7.8	8.3
大変役立っている	7	2.6	2.8
不明	16	6.0	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	252.0

8-6. 鈴鹿市でF1が開催されることで、貴社に生じた効果について。
効果の大きさを4段階で判定【産業集積】

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
役立っていない	135	50.4	54.0
あまり役立っていない	65	24.3	26.0
少し役立っている	40	14.9	16.0
大変役立っている	10	3.7	4.0
不明	18	6.7	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	250.0

8-7. 鈴鹿市でF1が開催されることで、貴社に生じた効果について。
効果の大きさを4段階で判定【産業への興味関心】

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
役立っていない	125	46.6	49.6
あまり役立っていない	67	25.0	26.6
少し役立っている	47	17.5	18.7
大変役立っている	13	4.9	5.2
不明	16	6.0	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	252.0

8-8. 鈴鹿市でF1が開催されることで、貴社に生じた効果について。
効果の大きさを4段階で判定【知名度向上】

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
役立っていない	75	28.0	29.2
あまり役立っていない	43	16.0	16.7
少し役立っている	66	24.6	25.7
大変役立っている	73	27.2	28.4
不明	11	4.1	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	257.0

9. 鈴鹿市でF1を開催することは、鈴鹿市で事業を営む貴社が
 属する産業へ就職する人材の確保・育成に繋がると思えますか (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
大変繋がる	16	6.0	6.1
少しは繋がる	67	25.0	25.7
繋がらない	132	49.3	50.6
わからない	46	17.2	17.6
不明	7	2.6	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	261.0

10-1. 2009年以降、F1日本グランプリは鈴鹿市と富士市で隔年開催される予定です。
 鈴鹿市でF1が再開されることで今後、貴社では事業拡大の可能性が見込まれますか (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
見込まれる	32	11.9	12.6
見込まれない	222	82.8	87.4
不明	14	5.2	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	254.0

11. 鈴鹿市でF1が開催していた時、
 レース期間中や前後に自社で関連イベントを行ったことがありますか (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
ある	12	4.5	4.6
ない	248	92.5	95.4
不明	8	3.0	
サンプル数(%ベース)	268	100.0	260.0

5. 宿泊施設事業者向け調査結果

集計結果

回答施設の【所在地】

(SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
鈴鹿市	22	9.6	9.6
桑名市	7	3.0	3.0
四日市市	10	4.3	4.3
菰野町	8	3.5	3.5
亀山市	6	2.6	2.6
津市	32	13.9	13.9
松阪市	11	4.8	4.8
伊勢市	11	4.8	4.8
鳥羽市	10	4.3	4.3
志摩市	14	6.1	6.1
伊賀市	6	2.6	2.6
名張市	4	1.7	1.7
名古屋市	65	28.3	28.3
常滑市	4	1.7	1.7
岐阜県	16	7.0	7.0
滋賀県	4	1.7	1.7
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	230	100.0	230

回答施設の【業態】

(MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
ホテル	50	21.7	21.7
ビジネスホテル	104	45.2	45.2
旅館	47	20.4	20.4
公共宿泊施設	11	4.8	4.8
簡易宿泊所(カプセルホテル等)	1	0.4	0.4
キャンプ場	4	1.7	1.7
モーテル・ファッショホテル	7	3.0	3.0
その他	14	6.1	6.1
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	230	100.0	230

回答施設の【室数】

(数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
10室未満	13	5.7	5.7
10～19室	25	10.9	11.0
20～29室	30	13.0	13.2
30～49室	23	10.0	10.1
50～99室	50	21.7	22.0
100～199室	53	23.0	23.3
200～299室	23	10.0	10.1
300室以上	10	4.3	4.4
不明	3	1.3	
サンプル数(%ベース)	230	100.0	227

回答施設の【収容人数】

(数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
50人未満	33	14.3	14.5
50～99人	55	23.9	24.2
100～199人	68	29.6	30.0
200～299人	31	13.5	13.7
300～999人	36	15.7	15.9
1000人以上	4	1.7	1.8
不明	3	1.3	
サンプル数(%ベース)	230	100.0	227

【問1】2006年10月6～8日の「F1開催に伴った宿泊客」の有無 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
あった	179	77.8	78.9
なかった	24	10.4	10.6
わからない	24	10.4	10.6
不明	3	1.3	
サンプル数(%ベース)	230	100.0	227

【問2】①F1関連以外の宿泊客の割合(2006年10月7日(土)) (数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
0～9%	42	23.5	23.6
10～19%	30	16.8	16.9
20～29%	17	9.5	9.6
30～39%	13	7.3	7.3
40～49%	14	7.8	7.9
50～59%	11	6.1	6.2
60～69%	11	6.1	6.2
70～79%	10	5.6	5.6
80～89%	13	7.3	7.3
90%以上	17	9.5	9.6
不明	1	0.6	
サンプル数(%ベース)	179	100.0	178

【問2】②F1関連の宿泊客の割合(2006年10月7日(土)) (数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
0～9%	11	6.1	6.2
10～19%	12	6.7	6.7
20～29%	7	3.9	3.9
30～39%	10	5.6	5.6
40～49%	11	6.1	6.2
50～59%	13	7.3	7.3
60～69%	12	6.7	6.7
70～79%	14	7.8	7.9
80～89%	21	11.7	11.8
90～99%	39	21.8	21.9
100%以上	28	15.6	15.7
不明	1	0.6	
サンプル数(%ベース)	179	100.0	178

【問2】②F1関連宿泊客のうち (a)「一般観戦客」の割合 (数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
0～9%	8	4.5	4.9
10～19%	8	4.5	4.9
20～29%	9	5.0	5.6
30～39%	2	1.1	1.2
40～49%	3	1.7	1.9
50～59%	5	2.8	3.1
60～69%	4	2.2	2.5
70～79%	3	1.7	1.9
80～89%	3	1.7	1.9
90～99%	11	6.1	6.8
100%以上	106	59.2	65.4
不明	17	9.5	
サンプル数(%ベース)	179	100.0	162

【問2】②F1関連宿泊客のうち (b)「チーム関係者」の割合 (数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
0～9%	122	68.2	75.8
10～19%	9	5.0	5.6
20～29%	2	1.1	1.2
30～39%	1	0.6	0.6
40～49%	3	1.7	1.9
50～59%	5	2.8	3.1
60～69%	2	1.1	1.2
70～79%	2	1.1	1.2
80～89%	4	2.2	2.5
90～99%	9	5.0	5.6
100%以上	2	1.1	1.2
不明	18	10.1	
サンプル数(%ベース)	179	100.0	161

【問2】②F1関連宿泊客のうち (c)「その他」の割合 (数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
0～9%	138	77.1	85.7
10～19%	9	5.0	5.6
20～29%	0	0.0	0.0
30～39%	3	1.7	1.9
40～49%	1	0.6	0.6
50～59%	2	1.1	1.2
60～69%	0	0.0	0.0
70～79%	0	0.0	0.0
80～89%	5	2.8	3.1
90～99%	2	1.1	1.2
100%以上	1	0.6	0.6
不明	18	10.1	
サンプル数(%ベース)	179	100.0	161

【問3】1泊1人あたりの平均宿泊料金(F1開催期間中(2006年10月7日(土))) (数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
0～4,999円	13	7.3	7.4
5,000～9,999円	106	59.2	60.6
10,000～14,999円	27	15.1	15.4
15,000～19,999円	20	11.2	11.4
20,000～24,999円	8	4.5	4.6
25,000～29,999円	0	0.0	0.0
30,000～34,999円	0	0.0	0.0
35,000円以上	1	0.6	0.6
不明	4	2.2	
サンプル数(%ベース)	179	100.0	175

【問3】1泊1人あたりの平均宿泊料金(10月中の他の土曜日) (数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
0～4,999円	23	12.8	13.1
5,000～9,999円	110	61.5	62.9
10,000～14,999円	17	9.5	9.7
15,000～19,999円	19	10.6	10.9
20,000～24,999円	5	2.8	2.9
25,000～29,999円	0	0.0	0.0
30,000～34,999円	0	0.0	0.0
35,000円以上	1	0.6	0.6
不明	4	2.2	
サンプル数(%ベース)	179	100.0	175

【問3】変化率(=F1開催期間中の平均宿泊料金/10月中の他の土曜日の宿泊料金×100) (数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
0～49	0	0.0	0.0
50～99	10	5.6	5.7
100	85	47.5	48.9
101～109	13	7.3	7.5
110～119	25	14.0	14.4
120～129	16	8.9	9.2
130～139	1	0.6	0.6
140～149	3	1.7	1.7
150～199	14	7.8	8.0
200～249	4	2.2	2.3
250～299	0	0.0	0.0
300以上	3	1.7	1.7
不明	5	2.8	
サンプル数(%ベース)	179	100.0	174

【問3】チーム関係者の1泊1人あたりの平均宿泊料金(F1開催期間中) (数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
6,000～7,999円	1	2.5	8.3
8,000～9,999円	2	5.0	16.7
10,000～11,999円	1	2.5	8.3
12,000～13,999円	4	10.0	33.3
14,000～15,999円	3	7.5	25.0
16,000円以上	1	2.5	8.3
不明	28	70.0	
サンプル数(%ベース)	40	100.0	12

【問4】年間を通してみた場合の【F1開催期間中の宿泊料金の設定】について (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
年間で最も高い料金設定	47	26.3	26.4
通常期よりは高い料金設定	21	11.7	11.8
ほぼ通常期の料金設定	110	61.5	61.8
不明	1	0.6	
サンプル数(%ベース)	179	100.0	178

【問4】F1開催時の料金設定が「年間で最も高い時期」に設定されている場合、「年間で最も高」 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
F1開催期間中のみ	37	78.7	78.7
F1以外の時期もあり	10	21.3	21.3
不明	0	0.0	
サンプル数(%ベース)	47	100.0	47

【問5】収容人数に対する平均稼働率(F1開催期間中) (数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
55～59%	1	0.6	0.6
60～64%	3	1.7	1.8
65～69%	0	0.0	0.0
70～74%	3	1.7	1.8
75～79%	1	0.6	0.6
80～84%	4	2.2	2.4
85～89%	6	3.4	3.5
90～94%	12	6.7	7.1
95～99%	40	22.3	23.5
100%以上	100	55.9	58.8
不明	9	5.0	
サンプル数(%ベース)	179	100.0	170

【問5】収容人数に対する平均稼働率(10月中の他の土曜日) (数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
30～39%	6	3.4	3.5
40～49%	2	1.1	1.2
50～59%	19	10.6	11.2
60～69%	16	8.9	9.4
70～79%	26	14.5	15.3
80～89%	27	15.1	15.9
90～99%	48	26.8	28.2
100%以上	26	14.5	15.3
不明	9	5.0	
サンプル数(%ベース)	179	100.0	170

【問5】平均稼働率の差(=F1開催期間中の平均稼働率-10月中の他の土曜日の平均稼働率) (数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
-1ポイント以下	4	2.2	2.4
0ポイント	48	26.8	28.2
1～9ポイント	22	12.3	12.9
10～19ポイント	27	15.1	15.9
20～29ポイント	23	12.8	13.5
30～39ポイント	14	7.8	8.2
40～49ポイント	19	10.6	11.2
50～59ポイント	7	3.9	4.1
60～69ポイント	1	0.6	0.6
70ポイント以上	5	2.8	2.9
不明	9	5.0	
サンプル数(%ベース)	179	100.0	170

【問6】宿泊者の受け入れ条件や制限について (MA)

	件数	(全体)%	(除不)%
連泊条件を設けている	21	11.7	12.0
部屋の宿泊人数の条件・制限を設けている	16	8.9	9.1
その他	30	16.8	17.1
特にない	121	67.6	69.1
不明	4	2.2	
サンプル数(%ベース)	179	100.0	175

【問6】①連泊条件を設けている場合の条件泊数 (数量)

	件数	(全体)%	(除不)%
2泊	10	47.6	52.6
3泊	7	33.3	36.8
4泊以上	2	9.5	10.5
不明	2	9.5	
サンプル数(%ベース)	21	100.0	19

【問8】F1観戦者向けの空室情報などのホームページ等への掲載・情報発信 (SA)

	件数	(全体)%	(除不)%
掲載してみたい	94	40.9	44.8
掲載したくない	108	47.0	51.4
どちらでもない	8	3.5	3.8
不明	20	8.7	
サンプル数(%ベース)	230	100.0	210

F 1 経済効果調査報告書

平成 2 1 年 3 月発行

発行	鈴鹿市産業振興部商業観光課 〒 513-8701 三重県鈴鹿市神戸一丁目 18 番 18 号 T E L 059-382-9020 F A X 059-382-0304 E-mail shogyokanko@city.suzuka.lg.jp
----	--

協賛	鈴鹿商工会議所
----	---------

調査委託先	株式会社 百五経済研究所 〒 514-0033 三重県津市丸之内 9 番 18 号 T E L 059-228-9105 F A X 059-228-9380 E-mail info@hri105.co.jp
-------	---