

F 1 経済効果調査

報告書 概要版



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考えております。

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 F A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	9
1. 調査の趣旨と目的	9
2. 調査対象・概要	10
3. 調査の全体像	11
第2章 観光資源として活用すべき「F1」と「鈴鹿サーキット」	13
1. 鈴鹿F1日本グランプリの位置付け	13
2. 鈴鹿サーキットと鈴鹿F1日本グランプリ	16
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	21
第3章 「鈴鹿F1日本グランプリ」の経済的な効果を推計	23
1. 経済効果推計の目的	23
2. 経済効果推計の概要・フロー	23
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）	25
4. 需要発生額の推計の前提	29
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	31
1. アンケート結果の概要	31
2. 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	36
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	39
1. F1に対する理解の深耕	40
2. 交通・環境問題に関する不満の軽減・解消	42
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	44
4. 情報発信	46
5. 地域文化・産業の振興＜経済効果の拡大策＞	48
第6章 まとめ	51
【参考資料】 パブリック・アクセプタンスの取り組み報告	57
1. 「F1の学校」の開催報告（平成21年1月31日開催）	57
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）	63

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観戦者の行動実態や、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. 事業者 鈴鹿市内の	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観戦者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：鈴鹿サーキット、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

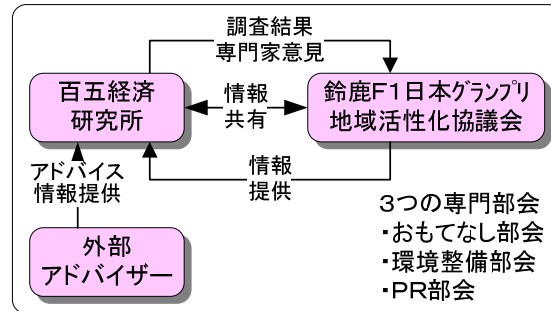
経済面以外の効果

- 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

- プラス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
- ② F1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）

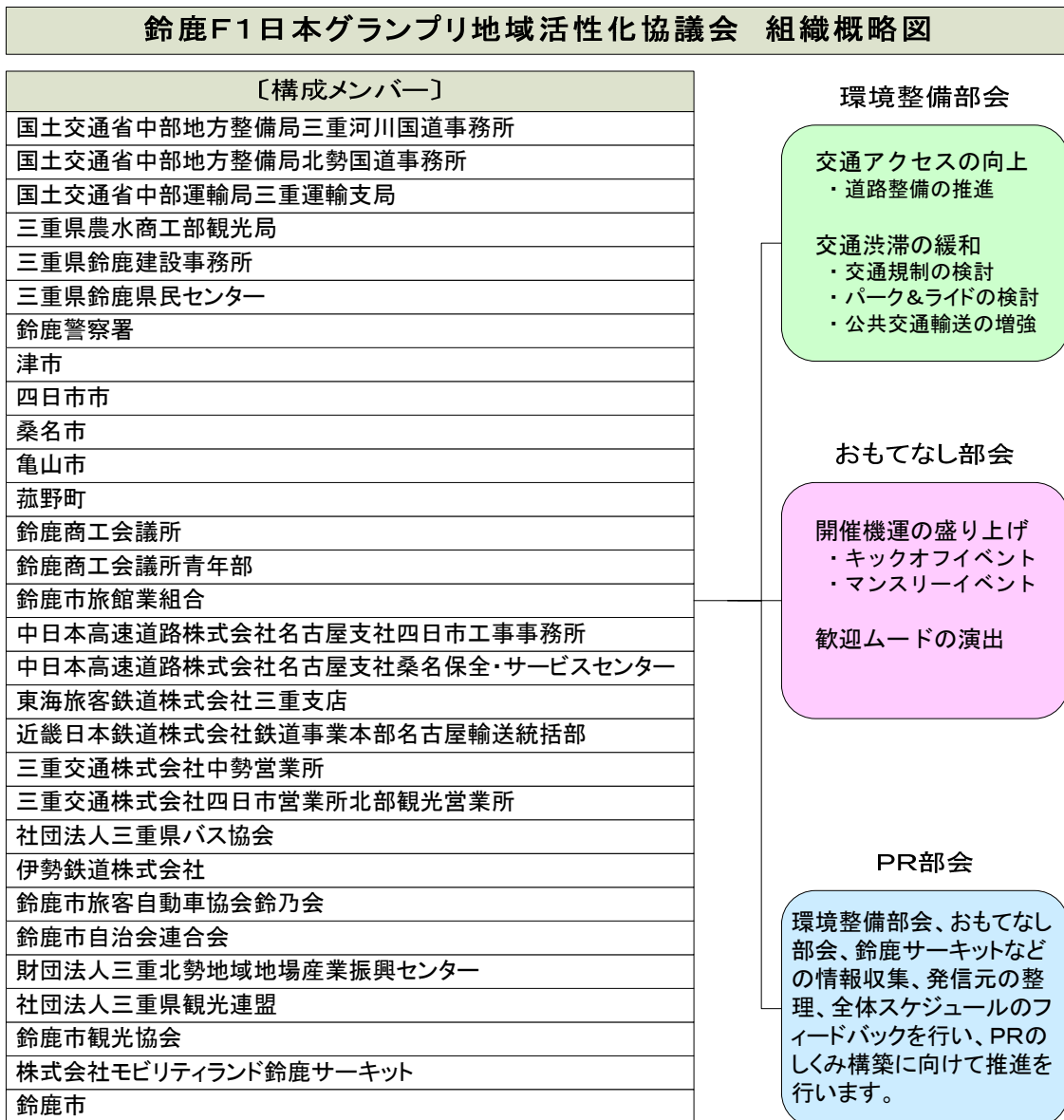
世界的規模で繰り広げられるF 1は、鈴鹿市だけではなく、三重県が有する貴重な観光集客資源でもあり、その経済効果は計りしれません。

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

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アブダビ）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、こうした資源を活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

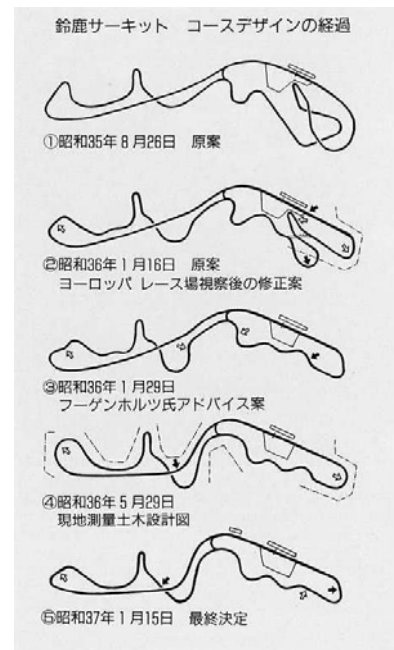
◇概要

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蒙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(株)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。

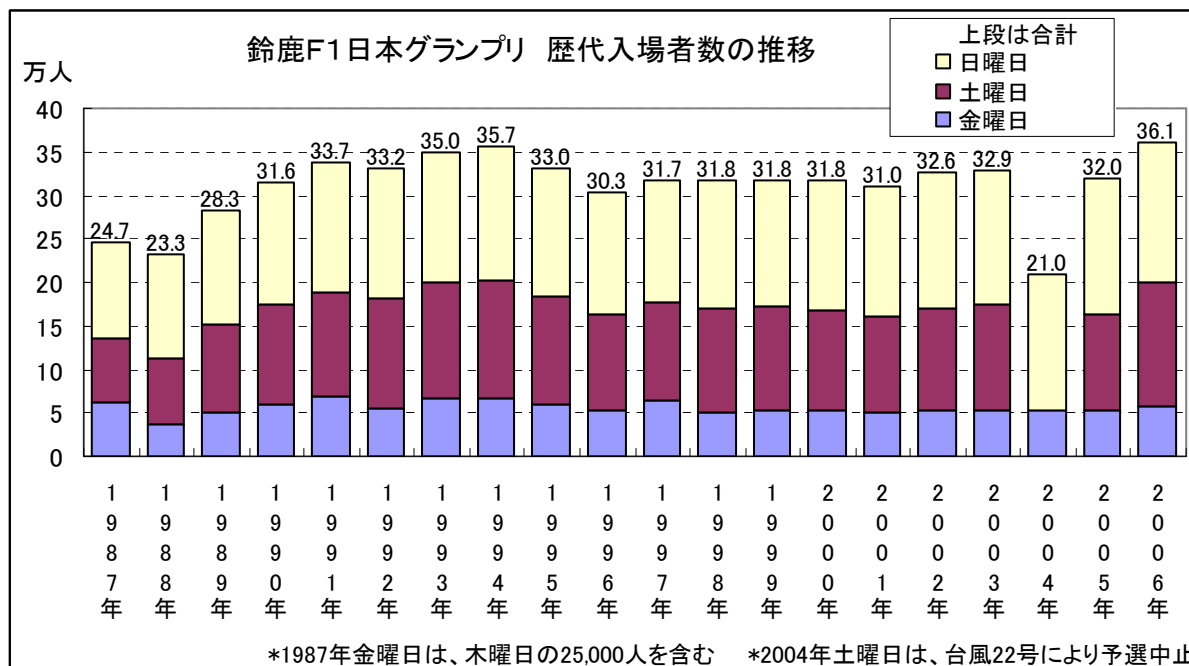
(※工事発注先の地域や業種などは明らかになっていないことから、同社の「鈴鹿サーキット改修計画のご案内(2008年3月1日発表)」を基に仮定を置いて推計を行った。)

◇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

鈴鹿市でのF1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「F1」および「鈴鹿」を含む記事を調査した。また、鈴鹿F1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F1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F1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、「F1」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、F1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。

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

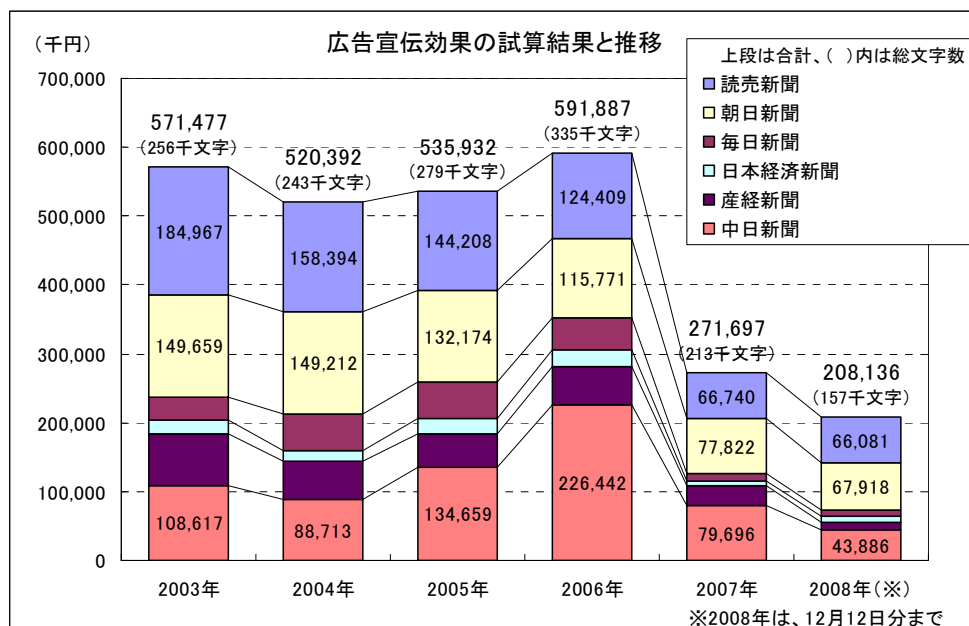
(2) 試算結果

「F1」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F1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。F1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「F1」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。



■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。

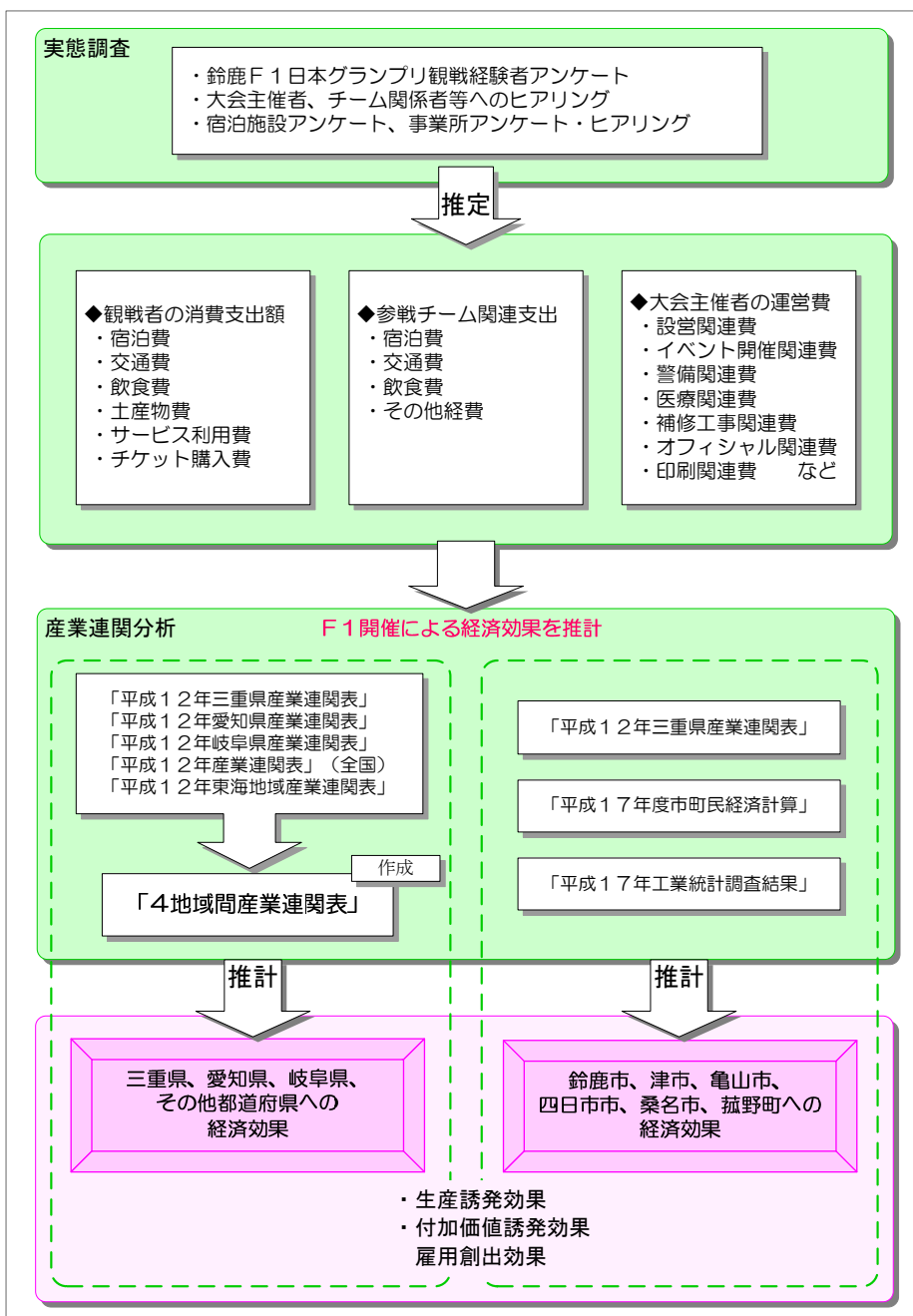
③「2006年F1日本グランプリ主催者の大会運営経費」については、観戦客のチケット購入の結果発生した間接効果とみなし、波及効果の分析をより実態に近い条件で行った。

(3) 推計手法（産業連関表の利用と作成）

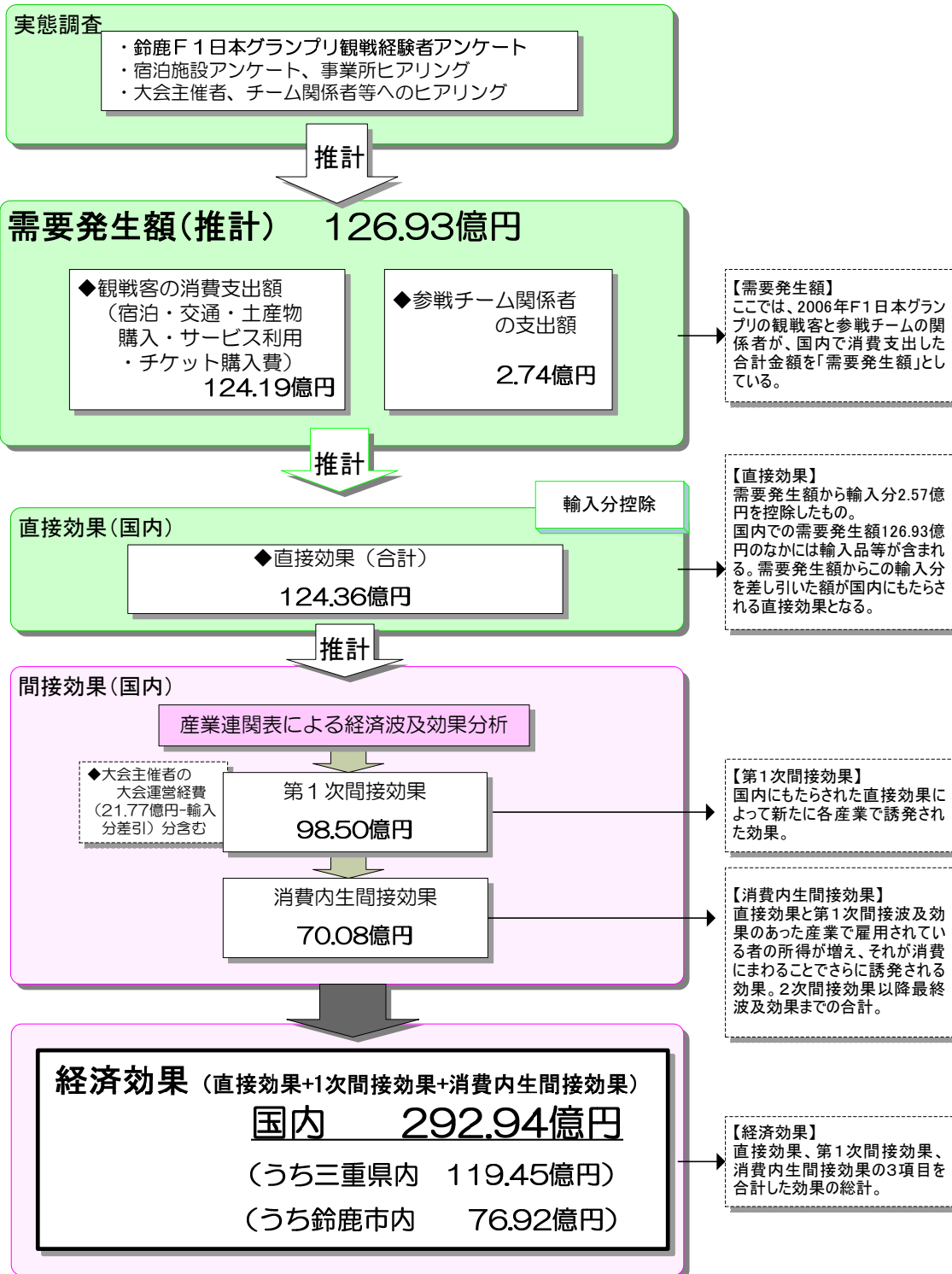
経済効果の推計にあたっては、中京大学経済学部山田光男教授の協力のもと、三重県、愛知県、岐阜県、全国、東海地域の「産業連関表」を組み合わせ、「4地域間産業連関表」（4地域：三重県、愛知県、岐阜県、その他都道府県）を作成し、産業連関分析により、一定条件のもと、三重県、愛知県、岐阜県、その他都道府県への「生産誘発効果」、「付加価値誘発効果」、「雇用創出効果」を明らかにした。

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）



◇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活かして、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。

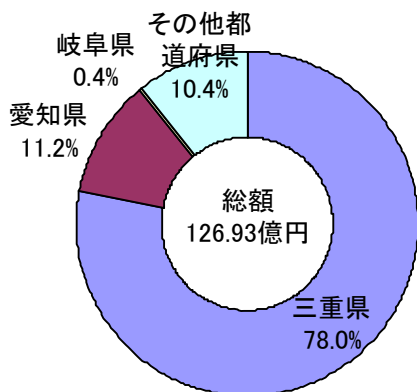
◆2006年F1日本グランプリの観戦客と参戦チーム関係者の「支出額」(＝需要発生額)

	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)

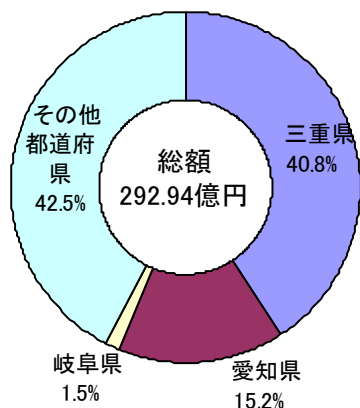
粗付加価値額	直接効果 (百万円)	第1次 間接効果 (百万円)	消費内生 間接効果 (百万円)	合計 (総合効果) (百万円)
三重県	2,222	1,255	687	4,164
鈴鹿市	1,522	303	64	1,890
四日市市	151	285	136	572
津市	157	247	118	522
桑名市	59	51	45	155
亀山市	64	26	20	111
菟野町	16	11	11	38
県内その他	251	332	293	876

(生産額)

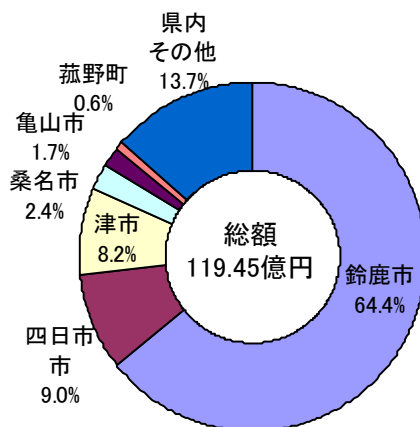
生産額	総合効果 (百万円)	雇用 創出効果 (人)
三重県	11,945	669
鈴鹿市	7,692	431
四日市市	1,070	60
津市	976	55
桑名市	290	16
亀山市	207	12
菟野町	70	4
県内その他	1,639	92

※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。

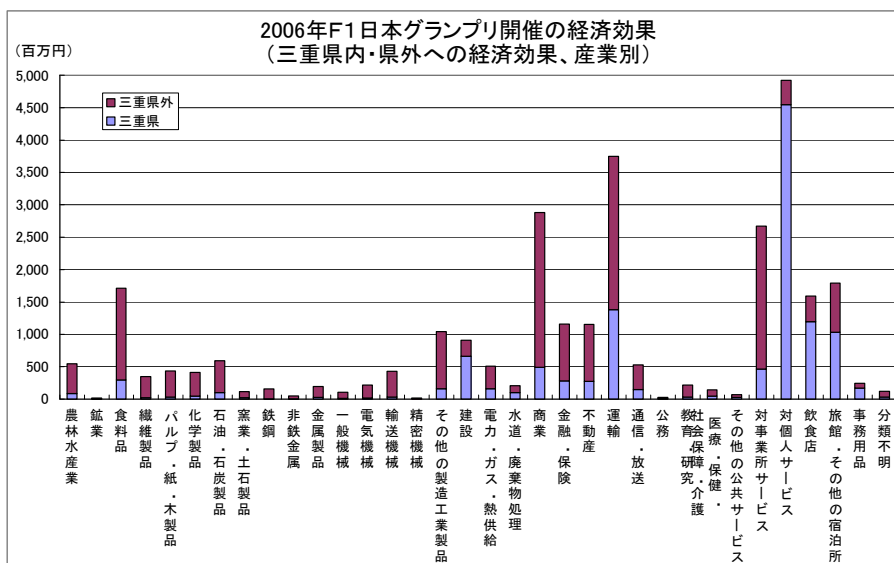
国内への経済効果
(地域別の構成比)



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. 需要発生額の推計の前提

(1) 2006年F1日本グランプリ観戦客の消費支出額

- ◆採用データ(観戦経験者向けアンケート結果(06年観戦者のみ))・・・「鈴鹿F1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等を参考に、消費支出額(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)を推計した。
- ◆観戦客数の仮定・・・2006年の観戦客数を、F1開催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。また全員が国内居住者とみなした。
- ◆期間・・・各人によってF1観戦に伴う訪問日数など行動パターンは様々であるため、消費支出の対象となる「期間」は、自宅を出発してから帰宅するまでなど回答者自身が判断した観戦に伴う「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・サーキットへの訪問日数は平均3.1日)

(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

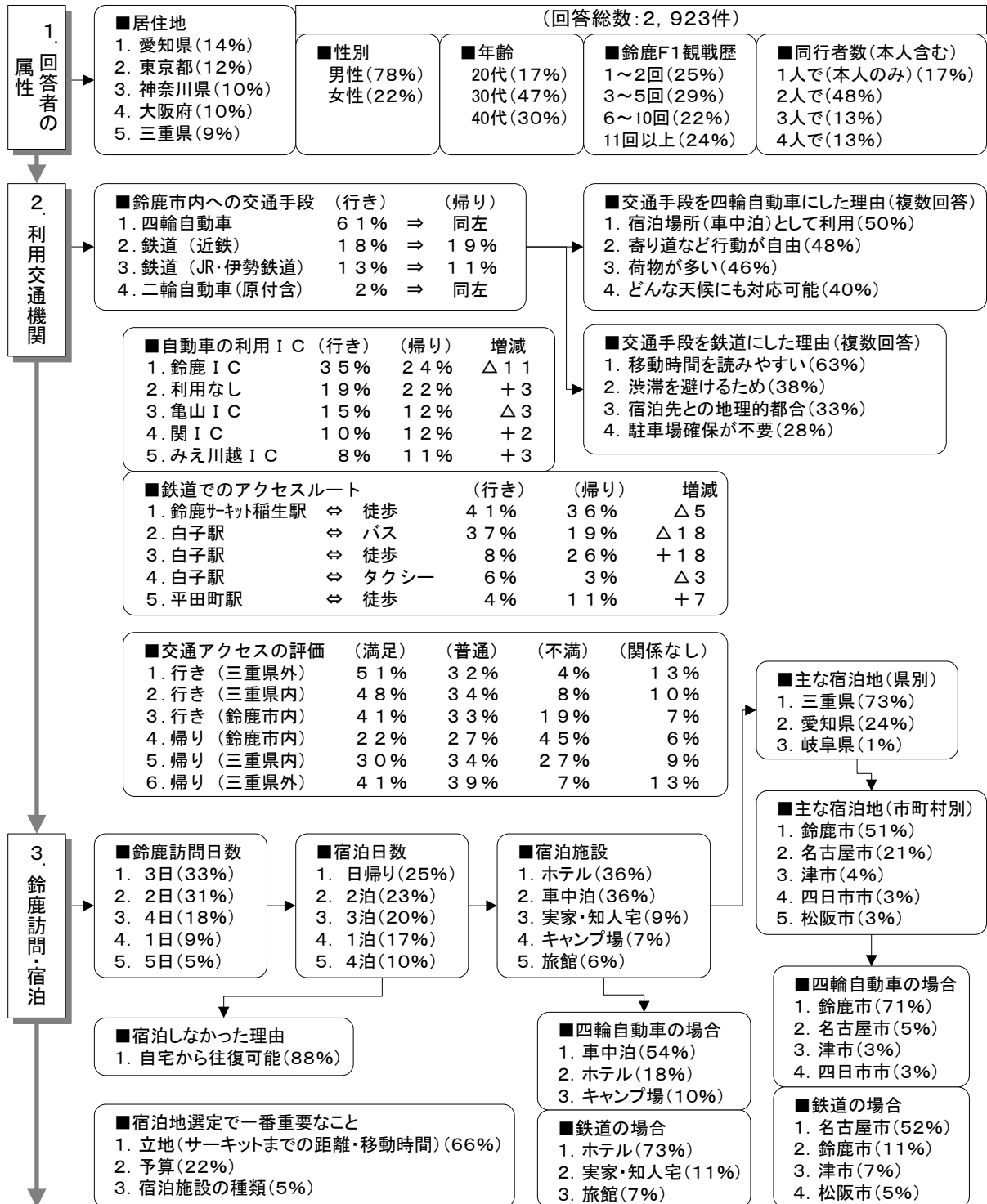
チーム関係者、大会主催者、F1ビジネス関係者等へのヒアリング結果や宿泊施設向けアンケート結果、文献等に基づき、2006年F1日本グランプリ参戦チームの支出(宿泊費、交通費、飲食費、その他経費)および大会主催者の大会運営経費について推計した。

なお、産業連関分析において、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て計算している。

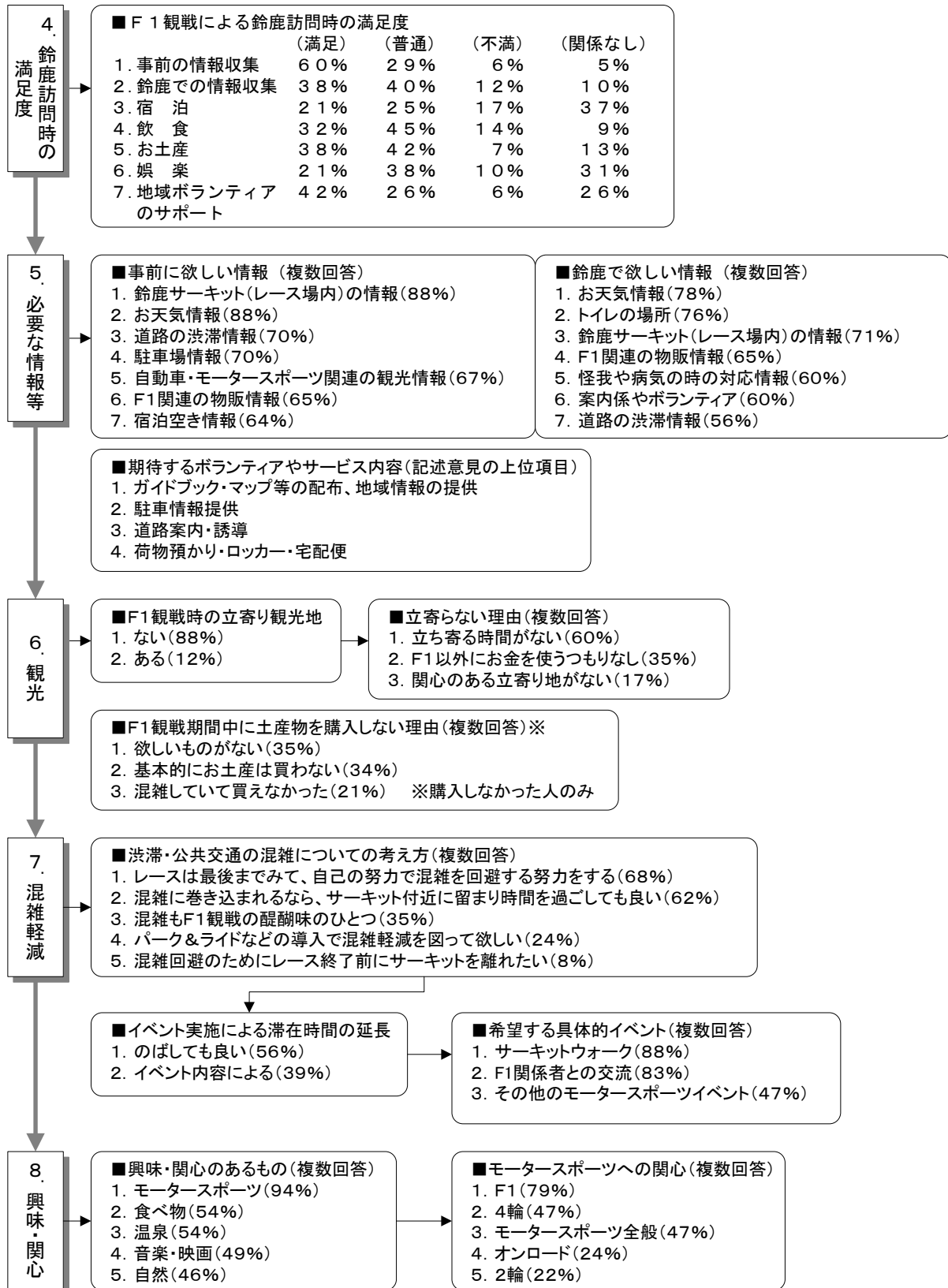
第4章 鈴鹿F1日本GPを活用し地域振興を実現するための現状認識

1. 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)

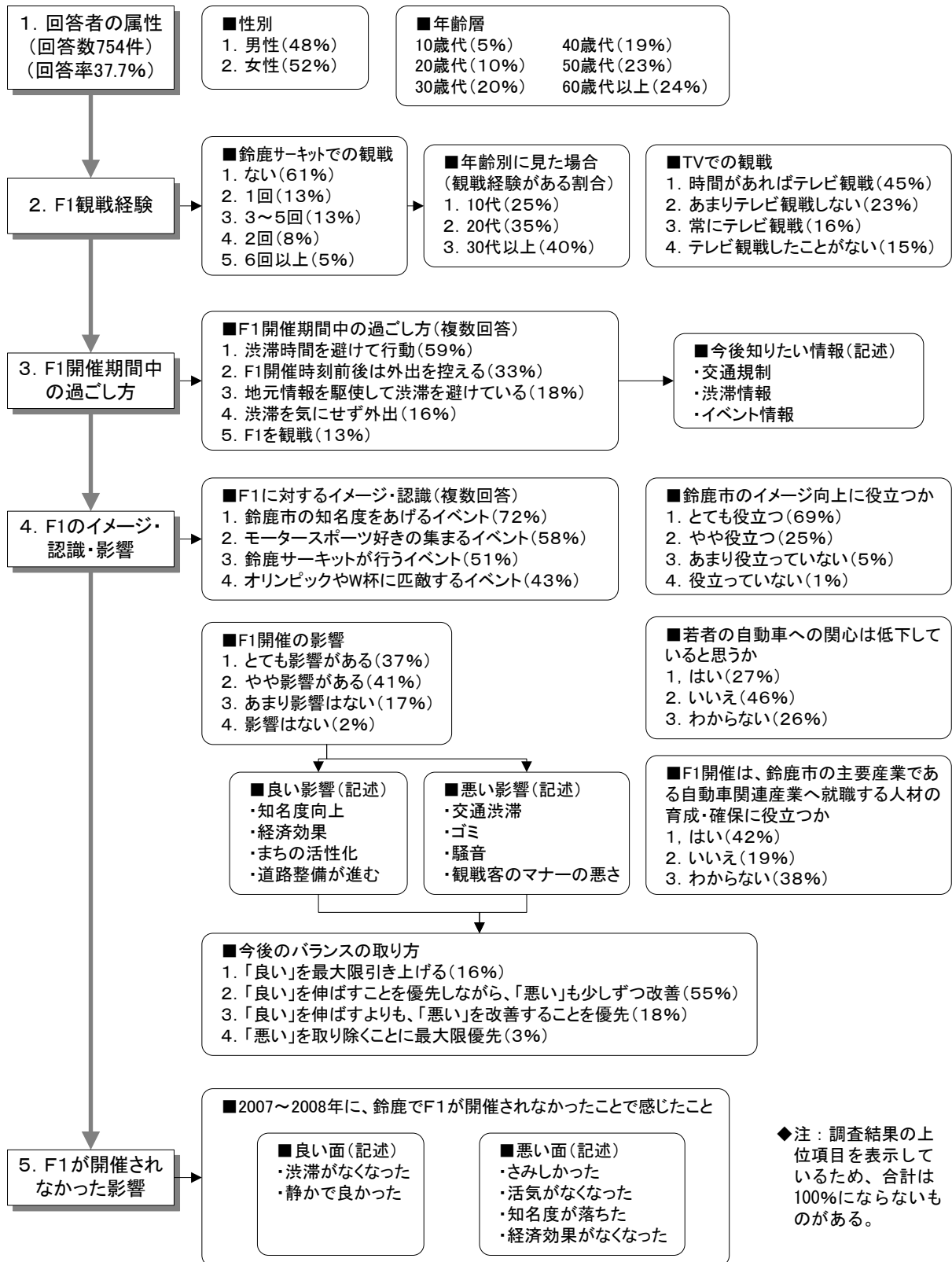


(観戦客の行動実態の続き)

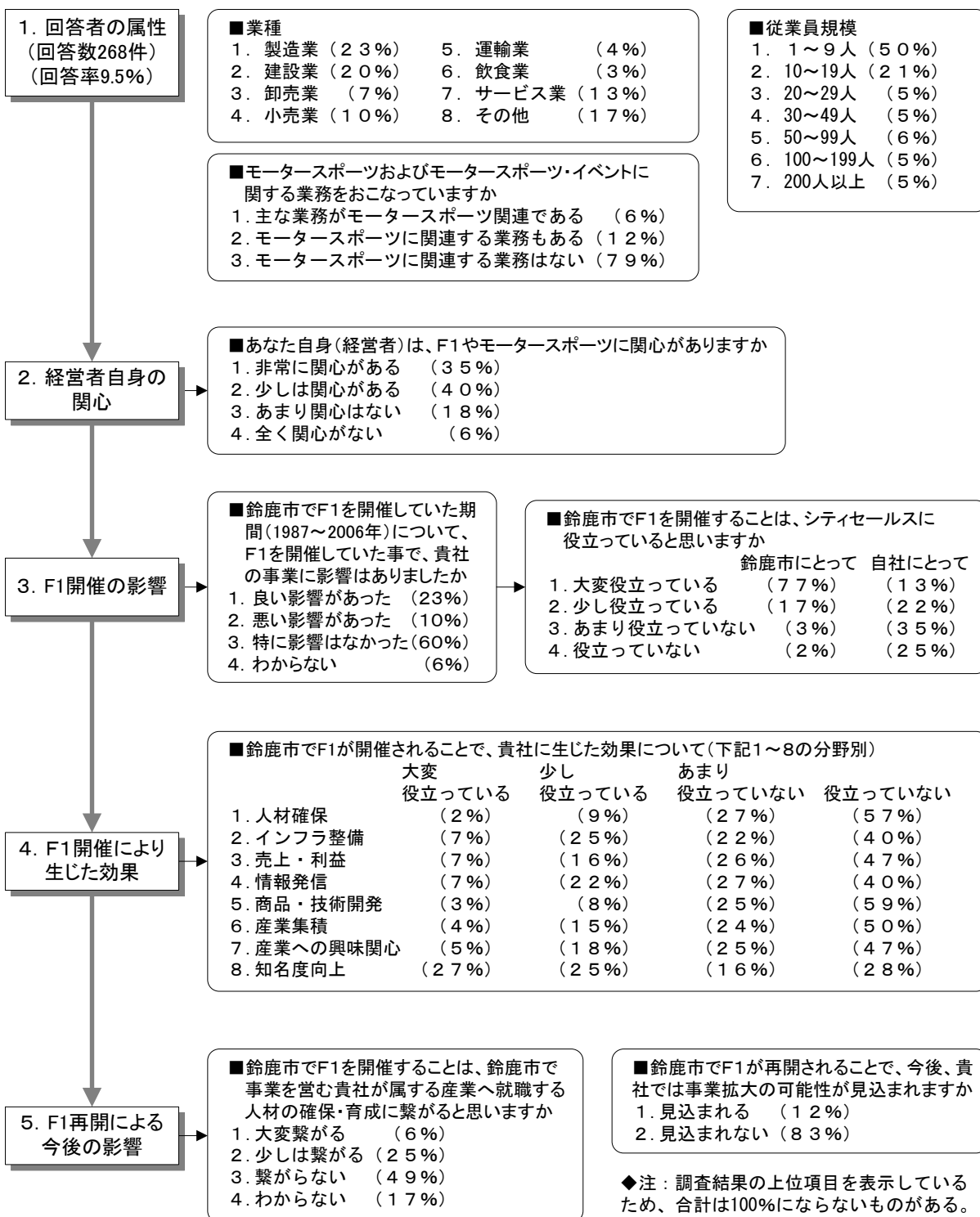


◆注：調査結果の上位項目を表示しているため、合計は100%にならないものがある。

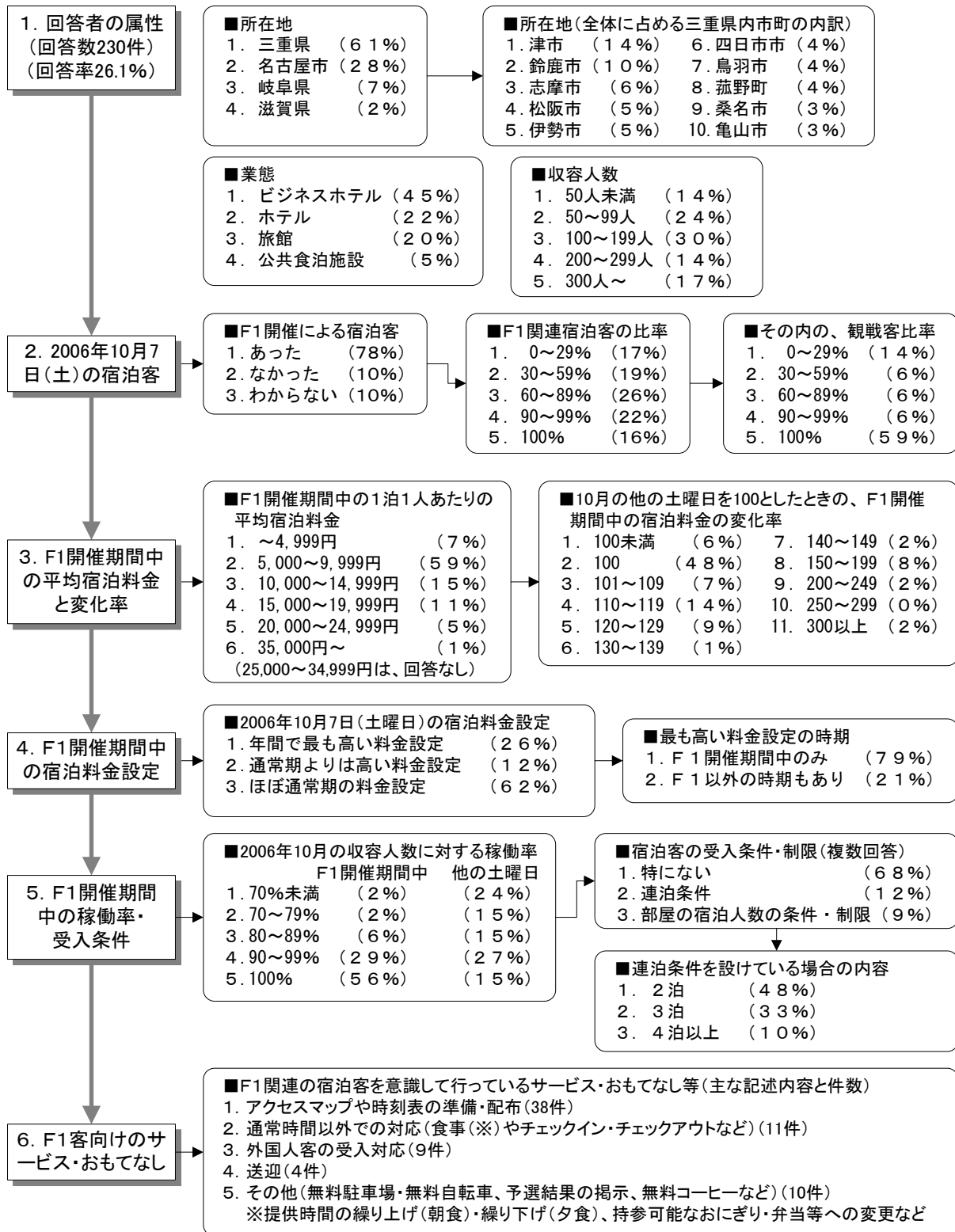
市民アンケート結果の概要



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。

2. 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 	（地域住民・地域事業者とも） 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 <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 	上記に加えて、 <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 	（鈴鹿サーキット、行政とも） 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 <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 	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 <ul style="list-style-type: none"> ・地域との関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 	上記のために、 <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 	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 <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>

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. F1に対する理解の深耕

- 地域住民および地域事業者ともに、F1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F1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。
- F1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、これが地域に根付けばF1を盛り立てていく機運は高まりを見せる。そのため、幅広い層に対して、F1を正しく理解し、F1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) F1に対する市民の理解深耕と正しい理解を促す普及活動

F1への評価・認識と、特徴、取組みの方向性

- ・地域住民および地域事業者のF1に対する認識や評価は千差万別である。F1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。

F1への評価と認識		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	・F1を理解判断する機会の提供 ・情報・体験機会など多様なかかわり方の認識
	知っている	F1およびF1開催に不満	・不満の原因を解明し、解消・軽減 ・F1開催の社会的・経済的効果の理解
② 無関心	知らない	F1に触れる機会なし	・F1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
	知っている	F1に関心なく中立的	・多様な関わり方への認識 ・関心ある切り口を提供し、理解深耕を図る
③ 理解者	知っている	F1に関心がある理解者	・サポーターとしての支持者拡大 ・サポート内容の向上・多様化 ・後継者育成

対象者別にみた深耕を図る際の狙い

①地域住民

- ・F1の地域資源としての価値を認識させる
- ・F1はルールに従ったスポーツという理解（暴走行為のイベントではないとの理解）
- ・小中学生を中心とした若年層に、郷土に対する誇りを芽生えさせる
- ・F1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

- ・F1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
- ・観戦経験が豊富なベテラン観戦客には、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

- ・F1開催は収益事業であるが、広域に多大な影響を与える地域資源との理解
- ・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、更なるF1開催効果を拡大させる意識を醸成する
- ・F1やモータースポーツを、地域に「文化」として根付かせる使命を抱くこと

(2) F1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

事例1:鈴鹿モータースポーツ市民の会

- ・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月産学官連携で有志にて結成
- ・街の活性化、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・啓蒙活動を実施。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が振興することを目的にしている
- ・小学生がモータースポーツの現場を体験する「モータースポーツ学童教室」等実施

事例2:NPO法人 ジャパン・レスキュー・クラブ(Japan Rescue Club)

- ・サーキットでレースを支えているオフィシャルは、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事務局に区分され、JRCは、②レスキューの中でも救助のオフィシャルとして活動するボランティア組織
- ・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

(3) F1への理解の深耕を目指して

①F1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

- ・「鈴鹿市民向けアンケート」の結果より、レースやレース関連施設を見たことがないためにF1やモータースポーツを遠い存在に感じている市民も少なくないことから、市民対象のイベントなどを実施して関心を集めることも有効である

②F1への多様なかかわり方の実現を目指して

- ・既存の活動を広く周知させることで、地域住民や地域事業者の更なる参画を促し、また、多くの方が興味を抱く多様な仕掛けを企画・実施し、参画の機会を創出することで、モータースポーツに対する理解の深耕を図る必要がある

③F1やモータースポーツを「鈴鹿市の文化」として根付かせる

- ・アンケート結果より、20年間鈴鹿市で開催し続けていたF1が2年間開催されなかったことで、初めてF1の存在感を実感した市民が多いことから、隔年開催となる来年度以降も理解や機運の高まりを継続させる策、「鈴鹿の文化」として根付かせる策を講じる必要がある

2. 交通・環境問題に関する不満の軽減・解消

- F 1 開催による交通渋滞は大きな課題で、観戦客・市民・事業者等の不満の声も大きい。鉄道来場も約 3 割あるが、車での来場が中心で広域交通渋滞の大きな原因となっている。
- 車を利用する主な理由は、F 1 開催期間中の宿泊施設不足に対応した車中泊利用である。宿不足を解消せずに車を規制することは困難で、経済効果低減にもつながりかねない。
- 従って、車での来場を前提に交通渋滞解消や公共交通へのシフトと対応能力強化、駐車場不足への対応などが必要。ゴミ・環境問題も不満の声が大きく対応が望まれる。なお、道路等のインフラ整備は時間を要するため、ソフト面での対応も合わせて必要である。

(1) 交通渋滞対策

①道路交通規制

- ・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

- ・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等で、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
- ・鈴鹿市民や周辺市町の住民・事業所に対しても、F 1 開催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、周知を図ることが必要

③分散帰宅への取り組み

- ・観戦客向けアンケート結果では、「F 1 レース終了後にイベントを実施した場合には滞在時間を延ばしても良い」との割合が高い。一斉帰宅を分散出来れば渋滞軽減が期待でき、渋滞で消費していた時間を周辺観光や消費行動に向けられる可能性がある

④鈴鹿サーキット付近の歩行者と車の交差抑制

a) F 1 開催時の歩車分離と規制による安全確保

- ・狭い歩道や、混雑時に歩行者の車道へのはみ出しが発生する危険箇所は、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である

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

- ・歩行ルートを目的地別に誘導・分散させて、車と歩行者の交差を減少させる

(2) 公共交通手段の確保と利用促進

①鉄道の利便性向上

a) 名古屋などからの鉄道便の増強

- ・列車増便と臨時停車便の要請、近鉄線に集中する利用者の J R 関西線への分散
- ・鈴鹿サーキット近郊駅での分散降車促進などで、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輸送で、近鉄線乗降駅の分散化を促進

c) 鈴鹿サーキット稲生駅の設備充実

- ・稲生駅への歩道整備による安全性の確保、仮設トイレ設置など付帯設備充実
- ・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

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
- ・四日市や津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

- ・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
- ・公共交通機関とのシステム連携による輸送の効率化
- ・タクシー乗り場と利用者別降車場所の情報提供等によるタクシーの効率的運行

(3) 駐車場環境の改善

- ・ 駐車場を探す「うろつき車両」を軽減し、スムーズな駐車を実現させる必要あり
- ① 直営駐車場の台数不足への対応
 - ・ 地元に臨時駐車場提供を呼びかけ総数拡大を図りつつ、広域でのP&Rの実施
- ② 駐車場のお客様への明確化
 - ・ 周辺コンビニやICでの案内配布や情報提供で、駐車場への円滑な誘導を図る
- ③ 二輪自動車・自転車用駐車場の確保
 - ・ 二輪自動車（原付含む）・自転車用の駐車場確保で利用を促進し、駐車場不足に対応

(4) ゴミ・環境問題の軽減

- ① 観戦客向けの取り組み
 - ・ 分別回収等を工夫し観戦客がゴミを整理してもらえる仕組みが必要で、人員配置や協力者にもメリットがある活用方法が必要（例：ペットボトルキャップの回収・売却でモータースポーツ普及イベントや、次回F1開催時のサポート資金に活用など）
 - ・ 市民に迷惑をかけない観戦マナーの定着・向上の呼びかけや、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
 - ・ 各種ボランティア団体との連携による事前・事後の清掃活動など

(5) 道路等のインフラ整備

- ① 交通実態の把握と対策
 - ・ 分析と検証による対応を検討するため、現状を把握するデータ収集が必要
- ② 周辺道路の渋滞解消
 - a) 計画道路の早期完成
 - b) 車線の拡幅
 - c) 道路標識の変更や車線の延長
 - d) 鈴鹿IC出口の渋滞軽減

(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情報の発信に気付かない市民も多いため、市民からのニーズに応じた発信内容の充実と、市民向けの情報発信のあり方を検討する必要がある
- ・ 広域での交通情報の収集・提供は、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・関係団体に協力を働きかける必要がある

(7) 海外グランプリにみる渋滞対策の具体例

- 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）
- 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）
- ③ 観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）
 - a) 地元警察による積極的、効果的な交通コントロール
 - ・ 臨時の交通管制指揮本部設置 ・ ヘリコプターを使った渋滞の全体像を把握
 - ・ 警察官による「手信号」を主体とした交通整理
 - 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
 - c) 主催者や警察が一体となった渋滞対策計画の策定
- 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など）
- ⑤ レース（予選走行等も含む）前後の観客移動時間の分散（オーストラリアGPなど）

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、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、積極的な取り組みの必要性が高い

(1) 来訪者の不満を軽減する取り組み

①宿泊施設・温浴施設について

- ・F1開催中の宿泊施設不足を指摘する声は多く、温浴施設についての問い合わせも多い。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仕組みを検討する必要がある
- a) 民泊や公的施設等での宿泊受け入れ
 - ・利用者からのニーズと受け入れ側の不安、地域への経済効果の大きさや法律面など様々な角度からの検討が必要
- b) 情報提供
 - ・利用出来る可能性のある宿泊施設の情報を積極的に提供出来る仕組み作り

②総合的な情報提供

- ・総合インフォメーションブースの設置
- ・アクセスパンフレットの作成・配布
- ・主要駅周辺などへの案内看板の設置、サーキットまでの案内表示の設置

③安全安心・利便性の向上

- ・歩行者の安全性を確保する照明設備の設置、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、手荷物預かり所の設置など
- ・レンタサイクルへのニーズも少なからずみられ、歩行者や車との交通量のバランスを考慮しつつ推奨ルートを設置するなど、事故防止と観戦客の利便性向上に努める

④無料の市内循環バス

- ・市内宿泊者（特に車中泊やオートキャンプ利用者）から、無料市内循環バス運行への期待が大きい。車の利用抑制と共に、市内を行動できる交通手段の提供で観戦客の行動範囲が広がり、地域での消費拡大や地域との交流などの効果が期待できる
- ・PRや利用促進のため、車での来場までの段階での積極的な情報発信が必要

⑤子ども連れ観戦客への対応

- ・観戦を断念しているファン層の取り込みや、将来のファン層をなり得る子どもの育成を支援するため、託児サービスや子どもが楽しめるイベントプランが必要

⑥鈴鹿サーキット内の体制整備

- a) トイレについて
 - ・専属スタッフを配置し、限られたトイレの効率的な利用への配慮
- b) サーキット内での移動について
 - ・移動時間の表示や混雑箇所への係員配置など、観戦に不慣れな人への対応で、ファン層の底上げや満足度の向上を図る
- c) 医療体制について
 - ・看護スタッフの配置やAEDの常備など、安心して観戦できる雰囲気を作る
- d) スタッフ・ボランティアの対応について
 - ・満足度向上のためのスタッフ教育の徹底や、鈴鹿ならではの歓迎の工夫

⑦その他の提供サービス

- ・携帯電話等の充電サービス、サーキット内でのワンセグ受信可能エリア提示など

(2) 地元による歓迎ムードの演出

- ・ 来場者の満足度向上のため、県や鈴鹿F1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、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す
- ・ 歓迎フラッグ設置、観光・物産ブース出展、地域の伝統芸能出演など地域でのおもてなしを演出する取り組み。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、分散帰宅の役割も担うコースウォーク、サッカーやカートレースなどを通じたF1チーム関係者との交流など、多様な主体・機会を活用してF1観戦客やF1チーム関係者を歓迎するなどの取り組みが考えられる
- ・ サーキット外でのトークイベント、サーキット外駐車場でのおもてなし提供、主要駅等での歓迎イベントやF1関連展示、グッズ・飲食物提供など広域の取り組みも必要

(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

- ・ F1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。行政などが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F1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。鈴鹿商工会議所が中心となって、取り組んでいる通訳ボランティアの事例もある

(4) おもてなしに関する情報発信

- ・ 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
- ・ 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ないような配慮も必要
- ・ 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

(5) 海外グランプリにみる観客やF1関係者などの利便性、快適な滞在を高める具体例

①路面電車の無料開放（オーストラリアGP）

- ・ 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」の実現とともに、レース観戦時以外の観客の積極的な移動を促し、観光や消費活動への底上げに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）

- ・ 観光ガイド的パンフレットや地図の配布などで観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基本的な手段として有効である

4. 情報発信

- 鈴鹿でのF1再開に向けての様々な取り組みを、観戦者や市民・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観戦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る対象先に、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
- 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、またその情報をどうやって収集・整理するかについても、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り取り組む必要がある
- また、F1開催を支援する全国のF1ファンとも連携し、それぞれの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

(1) 発信当事者

(2) 主な発信対象

- ・鈴鹿でのF1再開に向けた様々な取り組みを、観戦者や市民・県民、事業者、地域などに、正確な最新情報を最適なタイミングで発信し、届ける必要がある。その情報の収集、整理、発信について、主催者の鈴鹿サーキットや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む必要がある

◇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	主な発信ツール
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。

(3) 発信内容

- ・ベテラン観戦客だけでなくビギナー観戦客にもわかりやすい情報提供でリピーターを育成する工夫や、現地での情報収集の充実を図るための総合窓口も必要
- ・観戦客だけでなく、市民の視点での不満・不都合を軽減するための取り組みも必要
- ①「交通規制」や「渋滞情報」、「混雑情報」
 - ・ポスターやパンフレット等での事前告知、伝達情報が認識されるための工夫
 - ・生活関連施設の混雑状況などを発信することで渋滞や混雑への不満を軽減
- ②「F1関連情報」や「市民への優待情報」
 - ・多くの市民に関心を持ってもらうきっかけを提供する必要がある
 - ・F1観戦やイベント参加について、鈴鹿市民への優待や地元枠の用意も望ましい

(4) 発信目的

- ・現状に対する不満の解消・軽減を目的とした、よりわかりやすい情報発信や足りない情報の補完と、F1開催に伴う経済的効果をはじめとする様々な効果の拡大を図る

(5) 利用媒体

- ・行政機関発行の広報誌や、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や、特定地域対象の折り込み広告
- ・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
- ・F1観戦に来てからの段階では、誘導係や売店等の店員、近隣住民の案内・アドバイス、観戦客同士の情報交換などを介しての情報伝達も有効な方法である
- ・ワンセグの受信エリア拡大や、PIT-FM・FM鈴鹿連携による情報発信、無線LANエリア拡大によるPCでの情報アクセスなど、保有の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

(6) 留意点

①情報発信のコントロール機関の必要性

- ・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、広域あるいは関係団体に協力を要請する必要がある
- ・おもてなしに関する情報収集・発信は、鈴鹿サーキットや鈴鹿市内の情報が中心となるため、鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会をまとめ役とした効率的かつ効果的な対応が必要である

②定期的な情報発信

- ・直前の情報発信だけでは市民に幅広く情報を届けることが不十分であるため、開催前からの継続的な発信が必要である。頻度と手段を増やすことで、市民の意識定着を図ることが重要である

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観戦も車での来場が多いことから、車利用者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

①メディアツアー（マレーシアGP）

（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）

- ・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で、日本の雑誌、新聞等のメディア10数名が招待
- ・当時完成直前だったセパンサーキットの施設訪問・視察と、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タイアップ企画として、各メディアでのF1関連記事にあわせてマレーシアの観光PR的な記事が掲載された

②読者招待のGP観戦ツアー（オーストラリアGP）

（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）

- ・雑誌等とのタイアップ手法で、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、読者から選ばれた2名をオーストラリアGP観戦ツアーに招待。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、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」としてF1観戦と、メルボルン観光情報を掲載した

5. 地域文化・産業の振興＜経済効果の拡大策＞

- 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る事業者も多い。しかし、F1観戦客の中には、渋滞やゴミ・環境問題など受け入れ側に迷惑をかけている意識もあり、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もある。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
- 前述の1～4の各項目もすべて地域文化・産業の振興など経済効果の拡大とつながりを持つ。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活用することも重要である
- 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三重県を国内外に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がほとんど蓄積されていない。今後はF1観戦客のデータ収集を継続的に行う必要がある

(1) 経済効果拡大策の取り組み効果についての試算

◇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」「飲食費」「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

◇試算結果を基にした地域への波及効果の比較

- ・ 三重県において宿泊、飲食、土産物購入の消費行動が行われた場合、消費による間接効果まで含めた総合効果の波及倍率は、宿泊が1.50倍、飲食が1.45倍、土産物購入が1.44倍となった。項目による大きな違いはなく、地域への経済効果を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、捉え方に大きな差が見られたことから、F1開催に伴う取り組みやサービスに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

- ・ 地元事業者が積極的に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」との意識が大きな理由。購買動向としてロゴ入り商品が人気であることも理解しているが、ロゴ利用可否の独自判断が困難、あるいは面倒という意識を持っている。この「壁」を乗り越えられれば、オリジナルのF1関連商品を開発・販売するなど、地元事業者が活性化し、潤うことにつながるという

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がポイント
例：伝統産業を活用したF1イラストの伊勢形紙、F1イラストの日永うちわ等

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」となるなど、鈴鹿F1日本グランプリを特別に感じる観戦客も多く、特産品に限らず日用品・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
- ・ F1観戦チケット提示による割引：鈴鹿市や協議会関係市町などで、F1観戦券提示で割引対応できる飲食店や小売店と提携し、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・移動販売：バスや列車などの順番待ちの列に対して、お茶など地場産品等の試飲サービスや移動販売を行い、購入のきっかけを作る

(3) ターゲット別周遊プラン（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

- ・「地元産業コース」「文化・自然満喫コース」「自動車満喫コース」など、鈴鹿サーキットを中心に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

②県内各地のテーマ別観光

- ・「温泉」「文化・自然」「レジャー」「グルメ」「産業・伝統産業」など、県内の主な観光ポイントをテーマごとに分類、興味・関心に応じてプランを自由に組み合わせてもらう

③子ども連れのF1観戦客への対応

- ・サーキット内だけでなく、サーキット外でも託児サービスの提供を検討すべき。子どもを預けて、あるいは子ども連れでF1観戦以外の地域観光へのきっかけを提供

④夕方発の食事付き温泉ツアー

- ・観戦客向けのアンケートでも関心の高い、食べ物や温泉を活用した企画として、夕方発の温泉入浴ツアー（湯の山温泉、長島温泉、榊原温泉など）を、各地の名物料理とセットで提供。市内の温浴施設不足との意見にも対応できる

(4) 海外グランプリにみる地域紹介イベントの具体例

- ・F1統括団体の管理が直接及ばない鈴鹿サーキットの遊園地部分を活用し、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、関連する市町にも協力を呼びかけ、新たな情報発信事業に地域が一体となって取り組む必要がある

①バーレーンGP

- ・2004年の初開催以来、シャキールサーキットでは会場内にアラブ風テントを設置。文化や地元工芸品の紹介や、民族舞踊などのイベントで観光をPR。アラブ風意匠を施した休憩スペースでは、アラブ風文化のひとつ「水パイプ」の無料サービスも

②フランスGP

- ・10年程前にマニクールで行われたフランスGPでも、地元ニエーブル県がテントを設営、ロワール地方のワインや食料品、工芸品を紹介。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、認識を深める良い機会を提供

③その他のGP

- ・サーキット内ではなく「地元」の都市がF1開催に合わせて様々なイベントを企画、地域全体でのお祭りムードを演出する手法も。イタリアのモンツァ、カナダのモントリオールでは中心部でお祭りのイベントを開催、街全体での賑わいを演出

(5) 外国人観光客の誘致

①ビジット・ジャパン・キャンペーンについて

- ・国土交通省が中心となった外国人旅行者の訪日促進活動で、2003年4月1日に「ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部」が発足した。2010年までに年間1,000万人の訪日を目指し、海外諸国での日本旅行の広報や国内での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、国交省に観光庁が設置された

②海外に向けた地域プロモーションの提案例

- ・海外からの集客方法の一つとして、F1が世界的な商品価値を持つことを生かして、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開催を活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」の企画などが考えられる

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、マーケティング的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が必要とされる中、現状では外国人観光客を対象にした情報収集・PRのための基礎データが不足。恒常的な情報収集と観戦客の観戦歴やレベルに応じた策を打つとともに、効率的・効果的な情報発信のための窓口となるルートの把握が必要

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】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】 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

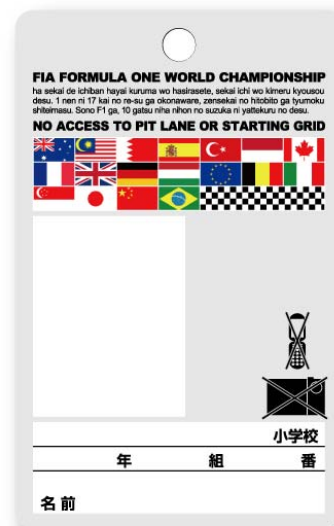
日 時 平成21年1月31日（土） 13:30～16:30
場 所 三重県営鈴鹿スポーツガーデン 体育館
参加児童 小学5・6年生 216名が参加（鈴鹿市内 163名、市外 53名）

■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

◇「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 「F 1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
- ・F 1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F 1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)



靴下では速く走れずグリップの重要性を体感

◇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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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等) ● 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マシン用ウイング等 ●風洞実験モデル (50%スケールの童夢F3マシン) ●ドライバーギア (スーツやヘルメット) ジェンソン・バトン、ヤルノ・トゥルーリほか ●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ほか ●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映画館 (車載カメラ映像) ●F1で遊ぼうコーナー (ラジコンほか)
----------------------------	--



F1の学校・学芸員の紹介



F1マシンへの試乗体験



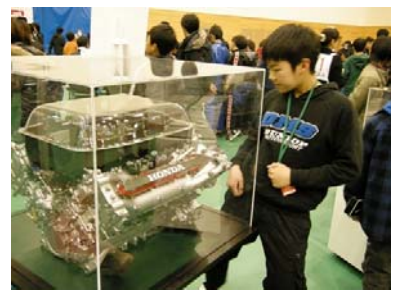
とても軽いF1のタイヤ



レーシングスーツの試着体験



ヘルメットの説明を聞く



ホンダのF1用エンジン



鈴鹿サーキットの改修模型



プロカメラマンの写真展示



トヨタ (左) とホンダ (右)

◇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）



全員での記念撮影



参加賞を受け取り、学校が終了



F1の学校の卒業証書

◇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

■参加者アンケートの結果概要

回答者の属性（アンケート回答者は213名）

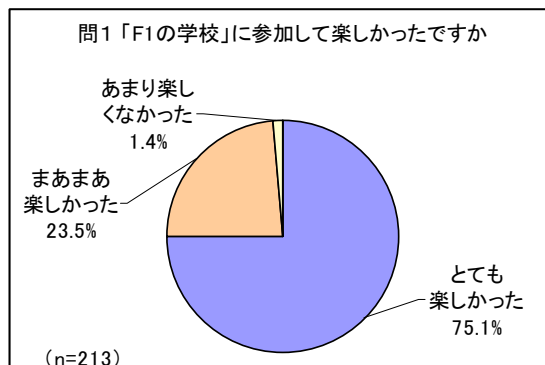
学年：5年生（54.9%）、6年生（43.2%）、無回答（1.9%）

住所：鈴鹿市内（75.6%）、鈴鹿市外（23.9%）、無回答（0.5%）

性別：男の子（85.9%）、女の子（14.1%）

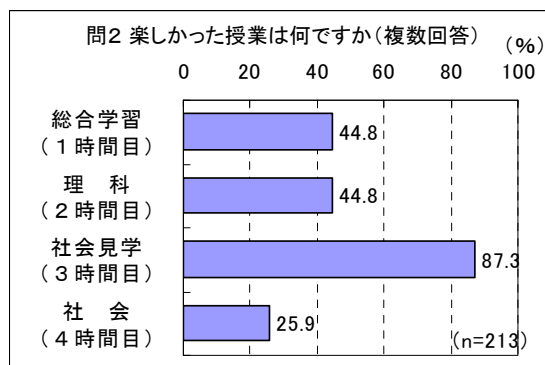
問1 「F1の学校」に参加して楽しかったですか。

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。



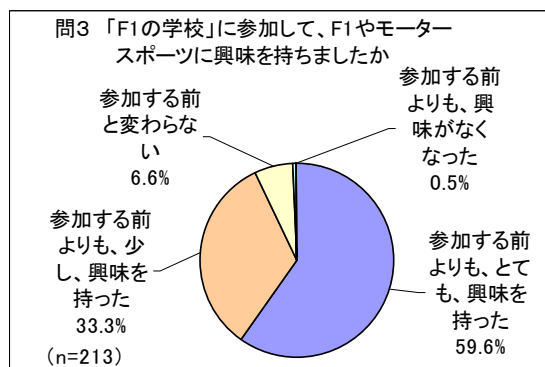
問2 楽しかった授業は何ですか。（複数回答）

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いえる。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。



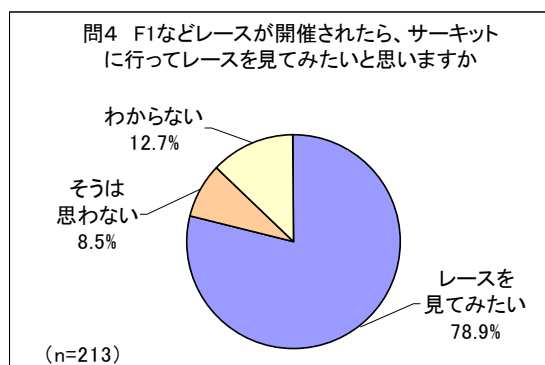
問3 「F1の学校」に参加して、F1やモータースポーツに興味を持ちましたか。

「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。費用などの問題もあり、自ら見学に行くには費用面などの課題もあるが、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、見学の機会を提供するなどの取り組みが必要と考えられる。



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。
- ・F 1なんて興味なかったけど、今日でF 1が好きになって楽しかったです。
- ・F 1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もとても楽しかった。
- ・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。

「F 1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、F 1が好きになった	38
4	また来たい、またやってほしい	23

■「F 1の学校」開催成果

事業目的の成果を測定するため、「F 1の学校」に参加した子どもたちに対し、F 1やモータースポーツに対する興味の変化や、サーキットに行きたくな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、「F 1の学校」に参加する前よりもF 1やモータースポーツに興味を持った結果となったほか、サーキットに行きたくなくなったと感じた子どもが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。

■ F 1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/F 1ジャーナリスト

原 富治雄/F 1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 /F 1フォトグラファー

桜井 淳雄/F 1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)

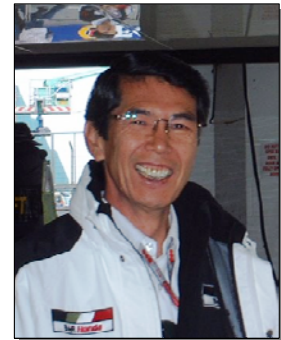
捧 富雄(鈴鹿国際大学 国際人間科学部 観光学科 学科長)

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＞

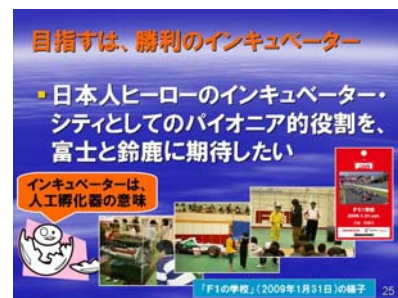
日本でF1をよりメジャーなものにするために、スポーツの世界には、「トリプル・ミッション（三つの使命）」という概念があるということを説明したい。一つは、「勝利」するという使命。勝てるトップ選手が先ず出ること。次に「普及」、トップ選手に憧れ、トライしてみようという人が増えて競技の裾野が広がる。そして「市場」、そのスポーツの関連市場が生まれ、そこ

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」「鈴鹿サーキット」、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。ツェルマット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」と言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いくと、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って、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感を、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。

鈴鹿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」

F 1 経済効果調査報告書

平成21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 TEL 059-382-9020 FAX 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 TEL 059-228-9105 FAX 059-228-9380 E-mail info@hri105.co.jp
-------	--