



地域×スポーツクラブ産業研究会 第1回説明資料

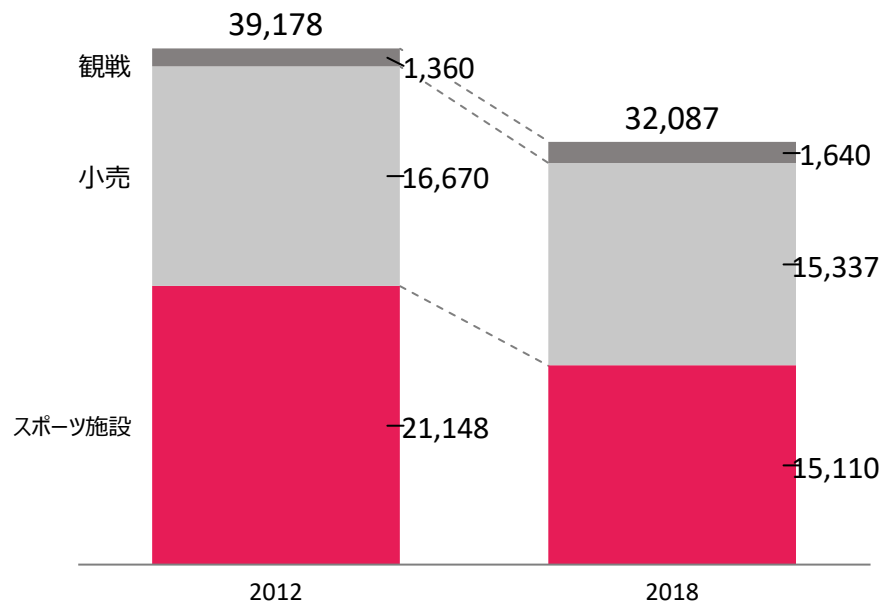
2020年10月21日
シントトロイデンCEO
立石 敬之

1-1. スポーツの成長産業化：現状

- スポーツ施設 = 生活習慣トータルケアビジネス（①スポーツ②学び・塾③食育④ヘルスケア⑤エンターテインメント）の場として、マネタイズのしくみを構築することがスポーツ市場拡大の成功のカギ

現状のスポーツ市場の中心である観戦・施設・小売の市場規模¹は、縮小中

(単位：億円)



スポーツ観戦のオンライン化 リアルとオンライン観戦の融合

コロナ禍で観戦者数の制限がかかる中、音楽、展示会、商談会などのオンライン活用の必要性と可能性が急上昇している
アニメオンライン商談会※、トゥモローランドデジタルフェスティバル※、オンラインサロン※等

※ シントトロイデン親会社のDMMは本領域の先駆者

スポーツ①を基軸とした 生活習慣トータルケアビジネス②~⑤を スポーツ市場の新定義として市場拡大へ

- ①スポーツ
- ②学び・塾
- ③食育
- ④医療・ヘルスケア
- ⑤エンターテインメント


イメージ

1 - 1. スポーツの成長産業化：立石案

スポーツ市場を新定義する

スポーツを基軸とした
生活習慣トータルケア
ビジネスモデル

- ①スポーツ
- ②学び・塾
- ③食育
- ④医療・ヘルスケア
- ⑤エンターテインメント

 ベルギーの事例

中学生の放課後スケジュール

- 15:30～ 授業終了（水曜は、正午終了）
- 16:00～ 宿題
- 18:00～ サッカー
- 20:00～ 夕食
- 21:00～ 家族時間
- 23:00～ 就寝

運動施設無し
(グラウンド・プールなど)

地域スポーツクラブとの連携