

Formula1の世界的潮流と日本グランプリの可能性

—スポーツ×エンタメ融合の先行事例—

- 1. Formula1-グローバルスポーツエンターテイメントとしての世界的潮流**
- 2. Formula1日本グランプリでの展開と可能性**

▶ 世界最大の影響力を持つライブスポーツエンターテインメントに成長

+ TV視聴者数 16.8億人

- ・1グランプリ視聴平均8,500万人
- ・ソーシャルメディアフォロワー増加率21.5%(1.15億)
- ・ソーシャルメディアエンゲージメント28億(NBA+11億)

+ 世界ファン人口 8.27億人 (05年比+9,200万人)

- ・F1は2位のNBA(7.4億人)よりファン人口が11.4%多い
(世界最大のスポーツリーグ)
- ・女性ファン比率 42% (05年比+4,300万人)
- ・35歳以下比率 43% (05年比+5,100万人)

+ シーズン観客数 675万人(05年比+24万人)

- ・最大動員50万人 (シルバーストン/英国)
- ・観客動員レコード更新11グランプリ/完売19レース

+ 世界を“毎年転戦”する“真のグローバルスポーツエンターテインメント”

- ・全世界21か国24レースを“毎年”開催
- ・北米、中南米、ヨーロッパ、中東、アジアを“転戦”
- ・他のリーグが局地的なのに比較して“真のグローバルスポーツ”

イベント当たりの視聴者数の比較(万人)



SOCIAL MEDIA: A CULTURAL POWERHOUSE

▶ 沸き立つコンテンツの数々を仕掛けるF1のIP戦略

NETFLIX「DRIVE TO SURVIVE」
全世界視聴者数 約9.49億人

アメリア・ディモルデンバーグ出演の
YouTube「Passenger Princess」がヒット
全世界視聴者数 約2.63億人

ブラッドピット主演映画「F1 The Movie」
全世界興行収入約1,000億円／日本 20億円以上

アメリカでのリアリティブームやスポーツライブ
「Watch Parties」ブームに合わせ
F1 Watch Partiesが活発化

ローカル文化・コミュニティとの連携
ファンアート促進のためのIP条件の緩和
(SNS発信、共有、ハッシュタグの共通化)

常識を打ち破るレゴで制作したF1カーによるパレード
ドイツとイギリスをルーツに持つTikToker、Franny✪によ
るZ世代ガチF1ファン発信

Sources: Formula 1

▶ 滞在環境：コース隣接地帯の活用と、スポーツ観戦 + αの付加価値創出



▶ 経済活性化：産業・文化の発信と受入環境(ホスピタリティ)の整備



▶ ビジネスとパートナーコンテンツの融合でF1の影響力を拡大

Global Partners

LVMH

PIRELLI

aramco

Heineken

aws

Lenovo

DHL

QATAR
AIRWAYS

MSC
CRUISES

salesforce

Official Partners

LOUIS VUITTON

TAG
HEUER

Moët Hennessy

AMERICAN
EXPRESS

pepsico

crypto.com

standard
chartered

Santander

Globant

allwyn

pwc

Nestlé

Barilla

Las Vegas

LIQUI
MOLY

Paramount+

Official Providers and Regional Partners

Puma

TATA
COMMUNICATIONS

aggreko

McDonald's

T Mobile

Formula 1日本グランプリでの展開と可能性

F1日本グランプリ -イベント概要・2025開催実績-

- 1987年初開催／累計動員899万人／2025年動員26.6万人(3日間)／決勝11.5万人
- 東京台場にてイベント「F1東京ファンフェスティバル」を開催しF1マシンが公道を走行

2025 FIA F1世界選手権シリーズ LENOVO 日本グランプリレース

日程 | 2025年4月4日(金)～6日(日)

動員 | 26.6万人 / インバウンド8万人

4日(金) 6.0万人 / 5日(土) 9.1万人 / 6日(日) 11.5万人

U35比率41% / 女性比率32%

チケット価格帯 | パドッククラブ 110万円/ VIPスイート70万円

スタンド席 1.8万～14.7万

インバウンド上位国 | アメリカ17% / オーストラリア14% / イギリス8%

イベント満足度 | 国内92% / 海外97%

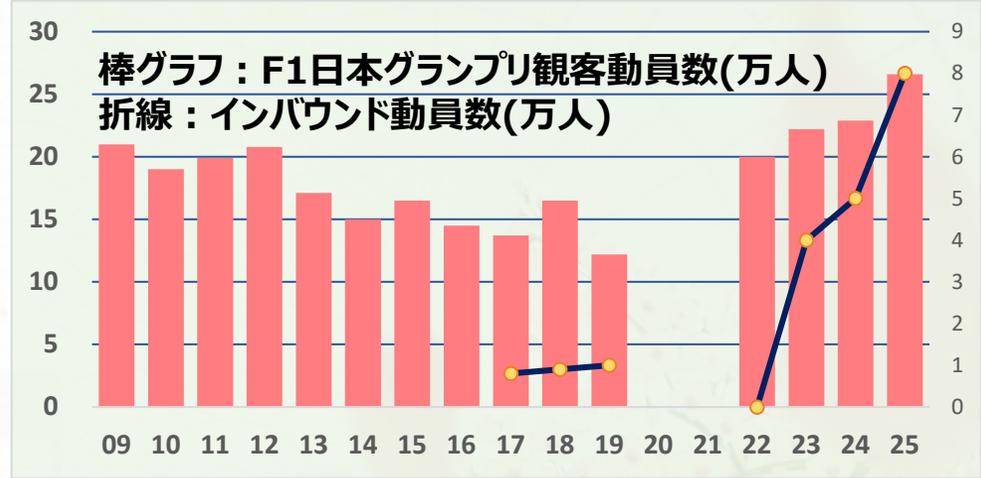
主催 | 鈴鹿モータースポーツクラブ

公認 | 国際自動車連盟(FIA) / (一社)日本自動車連盟(JAF)

後援 | 経済産業省 / 国土交通省 / 観光庁 / スポーツ庁

三重県 / 鈴鹿市 / 鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会

(一社)鈴鹿市観光協会 / 鈴鹿商工会議所



動員推移(3日間計)

2023：22.2万人 ※海外4万人

2024：22.9万人 ※海外5万人

2025：26.6万人 ※海外8万人

F1 Tokyo Fan Festival

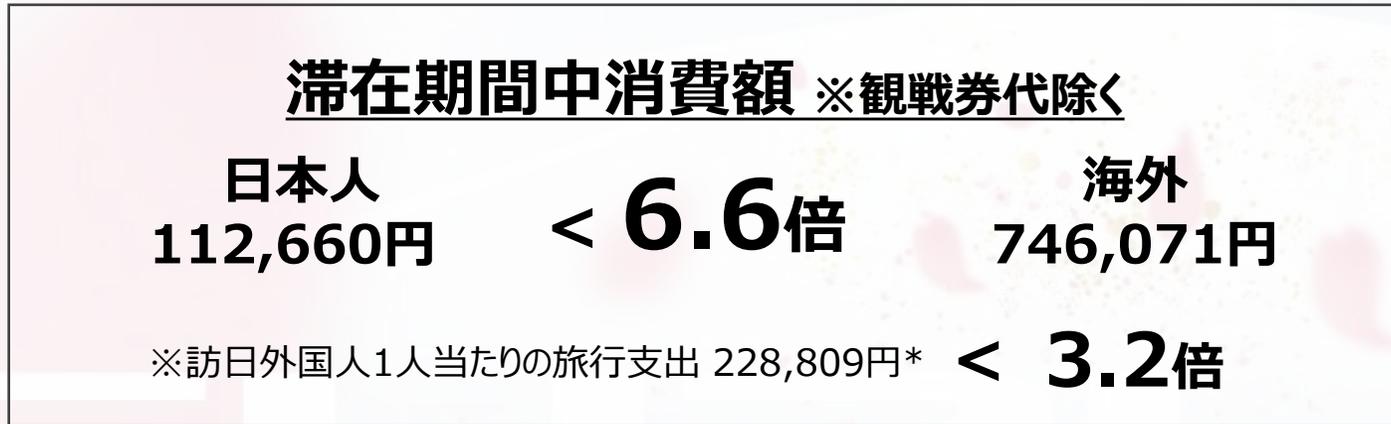


Sources: Honda, Formula 1

“和の心”、“世界最高峰のテクニカルサーキット”の融合が生み出す
唯一無二のレーシングエンタテインメントを世界にお届けする



- 海外観戦客増加もあり経済波及効果は **768** 億円、2029年までの累計は **4,300** 億円以上
- 海外観戦客の日本滞在中の消費額は訪日外国人平均の **3.2** 倍となる高額消費傾向



※EY新日本有限責任監査法人の支援を受け算出
 ※出典：観光庁 訪日外国人の消費動向 2025年間値

- コース上、ステージ、パドッククラブなど鈴鹿サーキット全域でJAPANコンテンツを発信
- 世界的アーティスト、要人、セレブの来場、ファン一体となった鈴鹿独自イベントを展開

2022 岸田首相視察、水樹奈々(国歌)

2023 ブルーインパルス展示飛行、自衛隊(国歌)

2024 彬子女王殿下御成、JR九州櫻燕隊、自衛隊(国歌)

2025 彬子女王殿下御成、市川團十郎、新之助(連獅子)、自衛隊(国歌)

2026 彬子女王殿下御成、YOSHIKI(国歌)、アバンギャルディ(オープニングアクト)※予定



F1日本グランプリを活用した地域との観光連携

■ F1日本グランプリ地域観光パッケージ

日程 | 2024年4月4日(木)-9日(月)

内容 | ・F1日本グランプリ観戦
・VISON宿泊+アクセス+三重・奈良県観光

価格 | 50~135万円

売上 | 17百万 (19名)

▶ ジャパンツーリズムアワード2024「審査員特別賞」受賞

【アワード受賞歴】

▶ スポーツ文化ツーリズムアワード2025

「スポーツ文化ツーリズム賞」受賞

▶ F1プロモーターアワード2025

「ESG Changemaker」受賞

▶ Sports Positive Award

「Transformation部門」ファイナリスト

▶ 国連ツーリズムアワード最終ノミネート (3/19発表)



やまとびと株式会社
観光コンテンツ造成
ローカルブランドメーカー



三重県
県内関係者
近隣連携先の調整

HOTEL VISON

ホテルヴィゾン
GP期間中利用が少ない県南部の宿泊先

SUZUKA CIRCUIT

ホンダモビリティランド(鈴鹿サーキット)
地域企業・団体とF1との仲介

Experiences

Quint Event
F1公式パッケージ提供会社
製造・販売およびブランドメーカー



■ F1日本グランプリ JTB観戦ツアー

内容 | 2025F1日本グランプリ観戦
VISON宿泊+アクセス付き

価格 | 11~90万

規模 | 約100名 ▶ 完売

■ QUALITA F1日本グランプリ観戦プラン

内容 | 2025F1日本グランプリ観戦
高級リゾートヴィラ「COVA KAKUDA」+アクセス

価格 | 100万円(2名1室)

規模 | 1組 ▶ 完売

ツアー行程

■ F1大会期間中 (木-日曜日)

- 会場：鈴鹿サーキット
 - ・桜満開の中 F1日本グランプリ観戦
 - ・高価格帯ホスピタリティの利用

● 宿泊：HOTEL VISON

- ・サーキットから車で50分圏内の好アクセス
- ・県南部のため渋滞を回避
- ・日本食を堪能
(笠庵、すき焼きスギモト等)

■ F1大会後 (月-火曜日)

- 会場：関宿
 - ・東海道の宿場町として栄えた街を散策
 - ・住民協力により一般民家と文化財を見学

● 会場：名阪関ドライブイン

- ・三重の名産「松阪牛」のすき焼きを堪能

● 会場：伊賀上野城・伊賀流忍者博物館

- ・伊賀上野城周辺散策
- ・忍者博物館での忍者ショーを体験

● 宿泊：グランドメルキュール奈良橿原

● 会場：長谷寺

- ・僧侶によるフルアテンドツアーの開催
- ・特別拝観による本尊十一面観世音菩薩像に触れる体験

● 会場：大阪駅

- ・ツアー終了後、解散

2025年~

F1日本グランプリの可能性

F1日本グランプリは「みる」スポーツとしてのモデルケースになりうるコンテンツ

- ① 海外需要獲得
- ② IP・他社連携
- ③ 地域波及(経済波及効果)
 - ▶ F1日本グランプリは、これらの要素をグローバルで実装しているモデル
 - ▶ 鈴鹿サーキットで開催するF1日本グランプリは、モデルの国内実証・高度化検証の拠点になりうる

1. 海外市場を前提とした成長産業<海外への発信拠点>

スポーツ産業2030年15兆円への成長ドライバー(海外展開・インバウンド)

- ▶ F1日本グランプリは興行、放送、スポンサー、観光を一体で展開
- ▶ 「海外需要獲得を起点とした収益拡大モデル」の先行事例として拡大が期待できる

2. スポーツ観戦からIPを媒介にした体験価値づくり

若年層、Z世代のスポーツ観戦スタイルの変化

コアファン依存からライトファンへの以降 (EVERYTHING IS F1®)

- ▶ スポーツ観戦から「人間ドラマ化」「舞台裏の可視化」
- ▶ Netflix、F1Movie、SNS、YouTube重層展開で感情移入先として構築
- ▶ ゲーム、ファッション、音楽、アートを単にコラボではなくF1の世界観として統一

3. 地域連携と経済波及効果の拡大

スポーツを通じた地域活性化・地方創生

- ▶ F1ファンは「高所得」「長距離・時間移動前提」「観戦・観光セット」「インバウンド」
- ▶ 鈴鹿は世界TOP5の人気のコース(モータースポーツの聖地巡り)
- ▶ 観戦+日本カルチャー、ホスピタリティ、テクノロジーで高い訴求力



