

令和2年度スポーツ庁委託事業

# スポーツ国際展開基盤形成事業における スポーツ国際政策推進基盤の形成

＜テーマ2＞スポーツ産業の国際展開に係る環境整備の在り方

事業報告書 【アンケート調査及び市場簡易レポート】

---

株式会社野村総合研究所

2021年3月31日



## スポーツ産業の国際展開に係る取組の現状及び政府に対する支援ニーズを把握することを目的に、スポーツ産業に係る団体・企業を対象としたアンケート調査を実施

### ■実施目的

- 現時点で国際展開の実績はないものの、今後検討している団体・企業にとっての障壁、課題、ニーズの高い支援策を把握。あわせて今後の国際展開意向を持つ企業・団体が重点的に検討している展開先、コンテンツを把握。

### ■調査期間

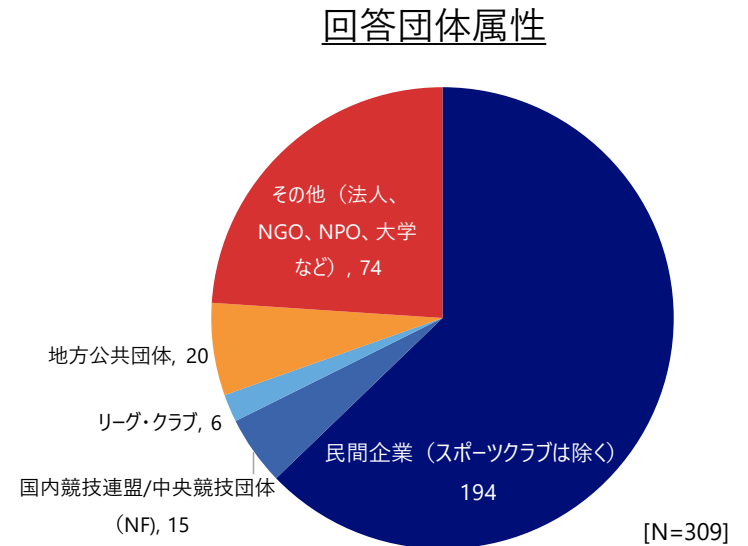
- 2020年10月20日～2020年11月6日

### ■調査対象

- アンケート発出にあたっては以下の各機関に御協力いただき、スポーツ産業に関連する団体・企業に回答を依頼
  - ・ スポーツエールカンパニー
  - ・ Sports in Life コンソーシアム
  - ・ JSC(日本スポーツ振興センター)
  - ・ JETRO(日本貿易振興機構)
  - ・ 日本フィットネス産業協会
  - ・ スポーツ健康産業団体連合会
  - ・ 日本スポーツ用品工業協会
  - ・ 日本スポーツツーリズム推進機構
  - ・ 日本トップリーグ連携機構
  - ・ SPORTS TECH TOKYO

### ■回収数

- 309団体



スポーツビジネスの国際展開に係る取組状況及び今後の意向、直面した（している）課題や国に期待する支援メニュー等の把握を目的に、アンケート調査項目を設計。

■ アンケート項目構成は以下に示す。

### アンケート調査項目

設問項目	設問内容
団体基礎情報	<ul style="list-style-type: none"> <li>回答団体属性（民間企業/国内競技連盟/リーグ・クラブ/地方公共団体/その他）</li> <li>（民間企業の場合）業種、従業員数</li> </ul>
スポーツビジネスの海外展開実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>スポーツコンテンツの海外展開経験有無</li> <li>展開先（国/地域）及び展開先を選定した背景・狙い</li> <li>海外展開における課題・障壁（海外展開前/後）、課題解決に向けた取組</li> <li>今後の海外展開方針</li> </ul>
スポーツコンテンツの海外展開への関心	<ul style="list-style-type: none"> <li>スポーツコンテンツの海外展開検討状況（検討有無、関心有無）</li> <li>検討している、関心のあるスポーツコンテンツ及び展開先</li> <li>海外展開を検討する中での実施に向けた課題、障壁</li> <li>（海外展開に関心がない場合）関心がない理由</li> </ul>
期待する国の支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>今後のスポーツコンテンツ海外展開促進に向けて期待する国の支援</li> <li>実際に活用した（または、検討している）国の支援</li> </ul>

既に国際展開を進めている企業・団体は今後の一層の事業拡大に積極的。コンテンツではスポーツテック分野、エリアではASEANや台湾・アメリカへの展開意向の高さが確認された。

### 今後の 国際展開意向

- これまで国際展開を検討している企業・団体については、今後の海外での市場成長性、サービスの優位性を勘案し、今後の一層の国際展開拡大に積極的な企業が多い。

### 国際展開意向 の高いコンテンツ

- 今後の国際展開意向が高い主なコンテンツとして、スポーツイベントの企画・運営に加え、“スポーツテックによるスポーツ関連サービスの提供”が確認され、これまでの取組に加え、特にスポーツテックに係る国際展開の動きが活性化していくことが期待される。

### 国際展開意向 の高い展開先

- 今後の国際展開意向が高い国・エリアとしてタイ、インドネシア、シンガポール、フィリピンのASEAN諸国や台湾、アメリカ、中国等が確認された。
  - 加えて、欧州（イギリス、ドイツ、フランス）への関心も高い。

## 国内企業による今後のスポーツ産業国際展開意向に係る調査結果サマリ



スポーツビジネスの  
国際展開実績を  
有する企業

### 今後の 国際展開意向

- 国際展開の実績を持つ企業の約70%が今後の国際展開について“一層拡大していく”と回答しており、積極的な姿勢が確認された。

#### “今後一層拡大していく”主な理由

- 国内市場のみでは今後の成長も見込めず、事業拡大、安定化のためにはビジネスの国際展開は必須であると考えている
- 日本の製品・サービスは高品質で、今後海外での販路拡大も十分に期待できる



スポーツビジネスの  
国際展開実績が  
無い企業

### 今後の 国際展開意向

- 一定数の企業（25%弱）については今後の国際展開に関心を持っていることが確認されたものの、“今後の国際展開に関心がない”と回答している企業が多い。

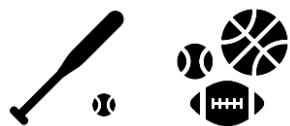
#### “今後の国際展開に関心がない”主な理由

- 展開先となる現地の市場情報の収集が難しい
- 現地でのネットワーク構築が難しい
- スポーツビジネスに限らず、海外ビジネスに関するノウハウが不足している

## 国際展開意向の高いコンテンツ・事業に係る調査結果サマリ

- 既に国際展開が進められている事例として、“スポーツ用品の製造・販売”、“スポーツイベントの企画・運営”に係るコンテンツの国際展開事例が多く確認された。
- 今後の国際展開意向が高い主なコンテンツとして、スポーツイベントの企画・運営に加え、“スポーツテックによるスポーツ関連サービスの提供”が確認されたことから、これまでの取組に加え、特にスポーツテックに係る国際展開の動きが活性化していくことが期待される。
  - その他、スポーツ施設の運営、スポーツ指導者の派遣、教育×スポーツサービス、オンラインフィットネス事業等の国際展開意向も確認されている。

これまで国際展開が進められてきた  
主なコンテンツ



スポーツ用品の  
製造・販売

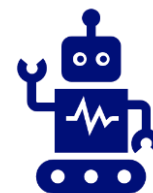


スポーツイベントの  
企画・運営

今後の国際展開意向の高い主なコンテンツ



スポーツイベントの  
企画・運営



スポーツテックによる  
スポーツ関連サービスの提供



## 国際展開に係る課題・障壁サマリ

- 国際展開に係る課題としては、“現地でのネットワーク構築”、“市場情報収集”、“事業者間の情報共有の場の不足”等が挙げられており、政府に対してもこれらの課題解決に資する支援に対するニーズが高い。

### 国際展開に係る課題及び政府に期待する支援策

#### 国際展開における 課題・障壁

#### 実績あり企業

##### 【現地でのネットワーク構築】

- 現地での販路開拓に向けた適正なパートナー企業の選定・連携、現地政府との連携
- 現地での団体、サービスのプレゼンス向上に向けた現地マーケット、商習慣を理解した現地キーパーソンとの連携

#### 実績なし企業（今後検討）

##### 【国際展開に向けた情報収集、緩やかな事業者間ネットワーク構築】

- 市場規模、商慣習、提携先企業候補、法規制等海外市場情報の収集
- 国際展開に係るノウハウ不足、事業収益予測
- 同じ志向（コンテンツ、展開先）を持つ事業者間ネットワークの構築

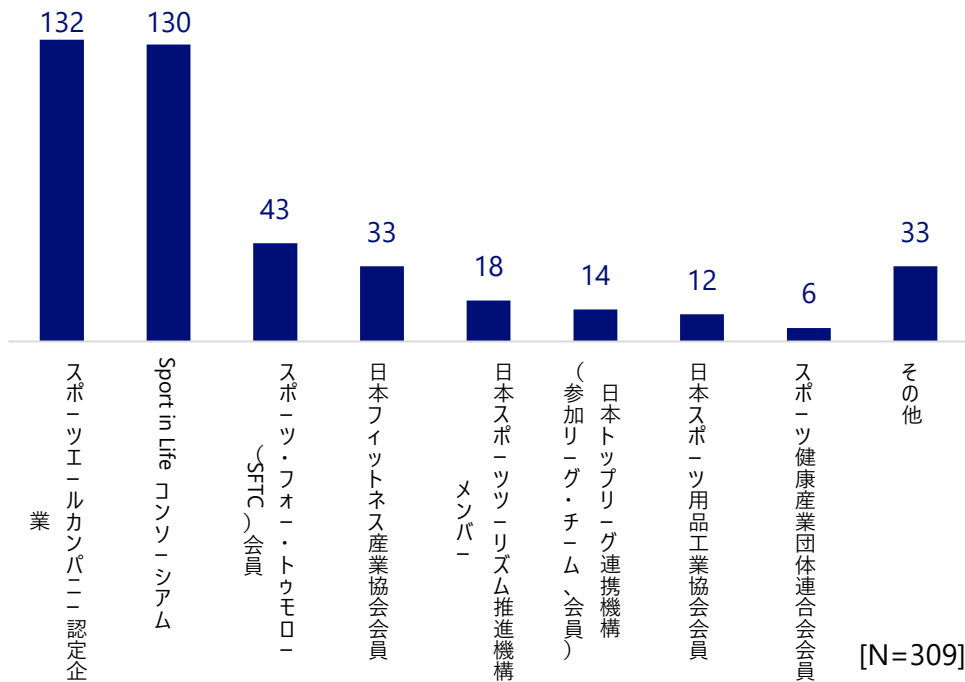
#### 政府に期待する 支援策

- 官民連携での現地ネットワーク構築支援
  - ✓ 現地大使館やJETRO事務所による海外での日本企業向け商談会の実施
  - ✓ 行政レベルでの各国との交流イベントにおける民間企業の巻き込み
- 海外進出後の事業化伴走支援

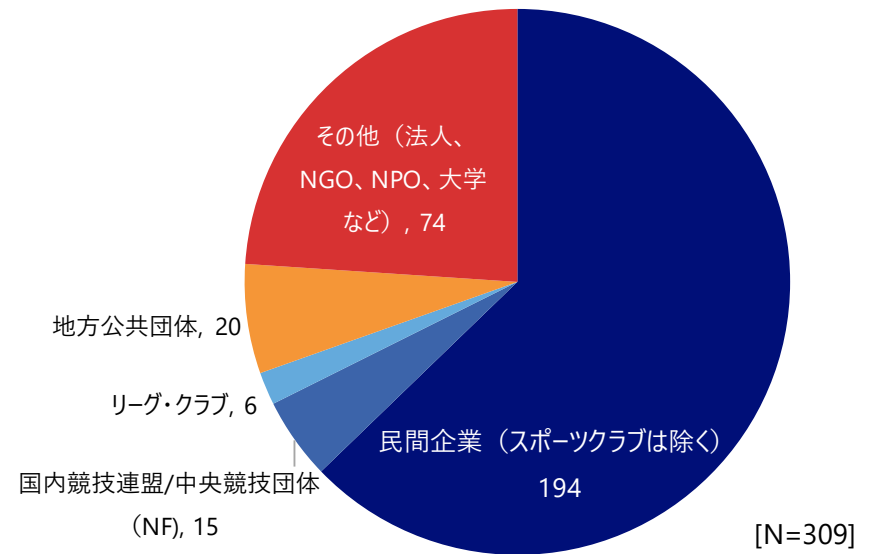
- 海外市場情報や先行事例に係る情報提供
- 海外展開に関するアドバイザー・コーディネーターの派遣
- 展示会、イベント実施等によるネットワーク構築支援

## 回答団体属性

回答団体属性（所属団体、機関）



回答団体属性（団体区分）



※...複数の団体、機関に属する団体も含む

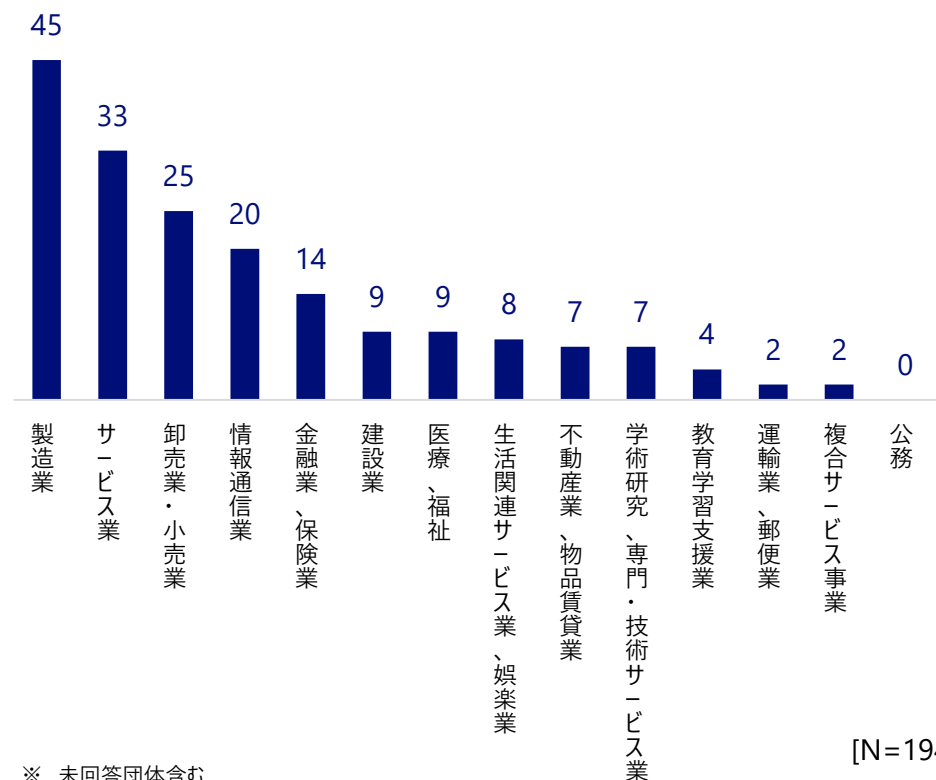


## 回答団体属性

※民間企業のみ

業種別回答企業数

製造業、サービス業、卸売・小売業、情報通信業の企業が多い

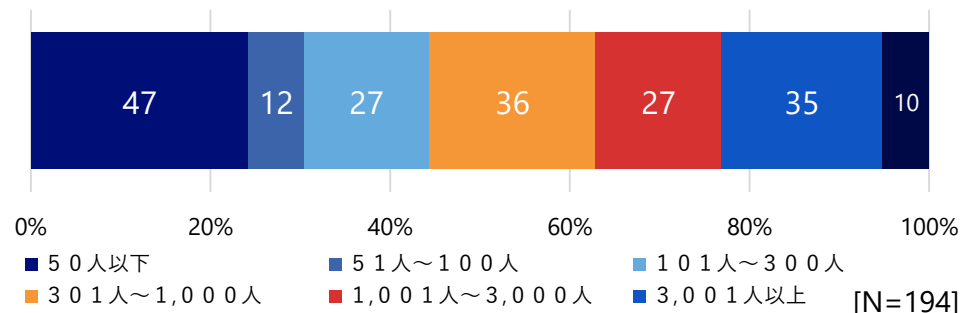


[N=194]

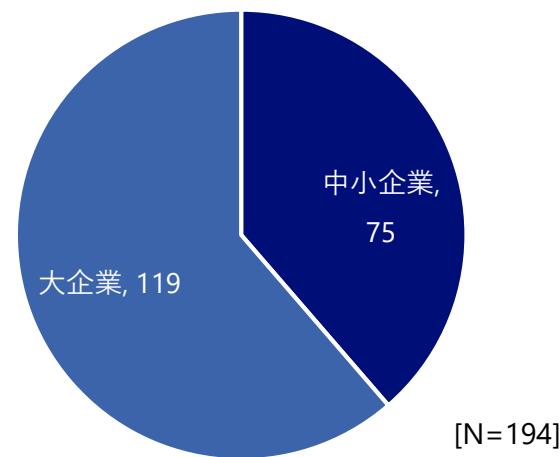
※...未回答団体含む

※...「製造業」企業はスポーツウェアカンパニー認定、Sport in lifeコンソーシアム加盟の製造業企業に加え、スポーツ用品メーカーも含む。

企業規模別回答企業数



[N=194]



[N=194]

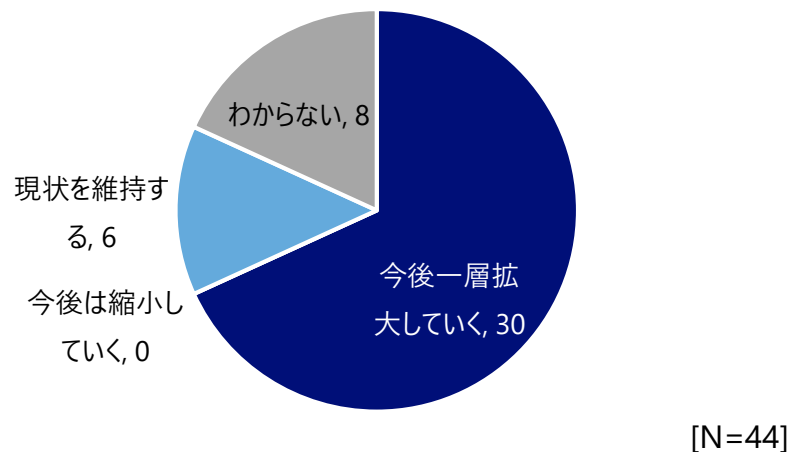
※...中小企業の定義については、中小企業庁「中小企業・小規模企業者の定義」を活用

## 02 国内企業による今後のスポーツ産業国際展開意向

既に国際展開を進めている企業は、今後の拡大に意欲的であることが確認された。一方、国際展開実績のない企業については、国際展開に関心を持つ企業割合はまだ少ない。

Q. これまでの海外展開の経験を踏まえた今後の海外展開方針についてあてはまるものをお答えください。

【スポーツビジネスの国際展開実績がある企業のみ】

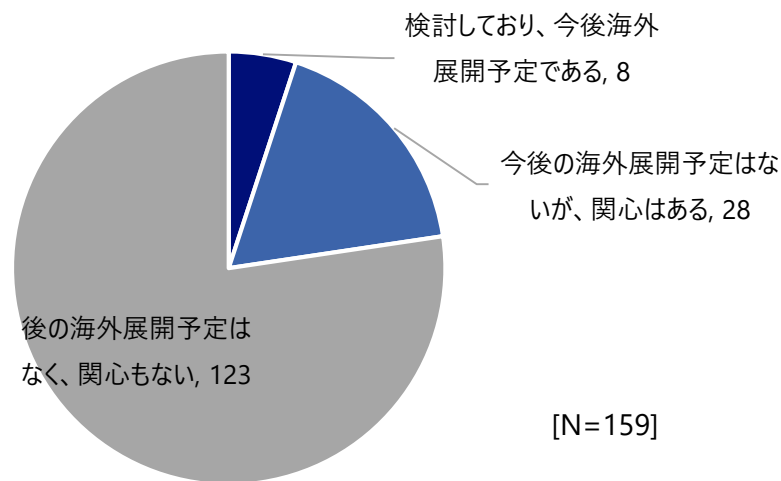


### 「今後一層拡大していく」と回答した団体の主な理由

- 国内市場のみでは今後の成長も見込めず、事業拡大、安定化のためにはビジネスの国際展開は必須であると考えている。
- 日本の製品・サービスは高品質で、今後海外での販路拡大も十分に期待できるため

Q. スポーツビジネスの海外展開に関する検討状況についてお答えください。

【スポーツビジネスの国際展開実績が無い企業のみ】

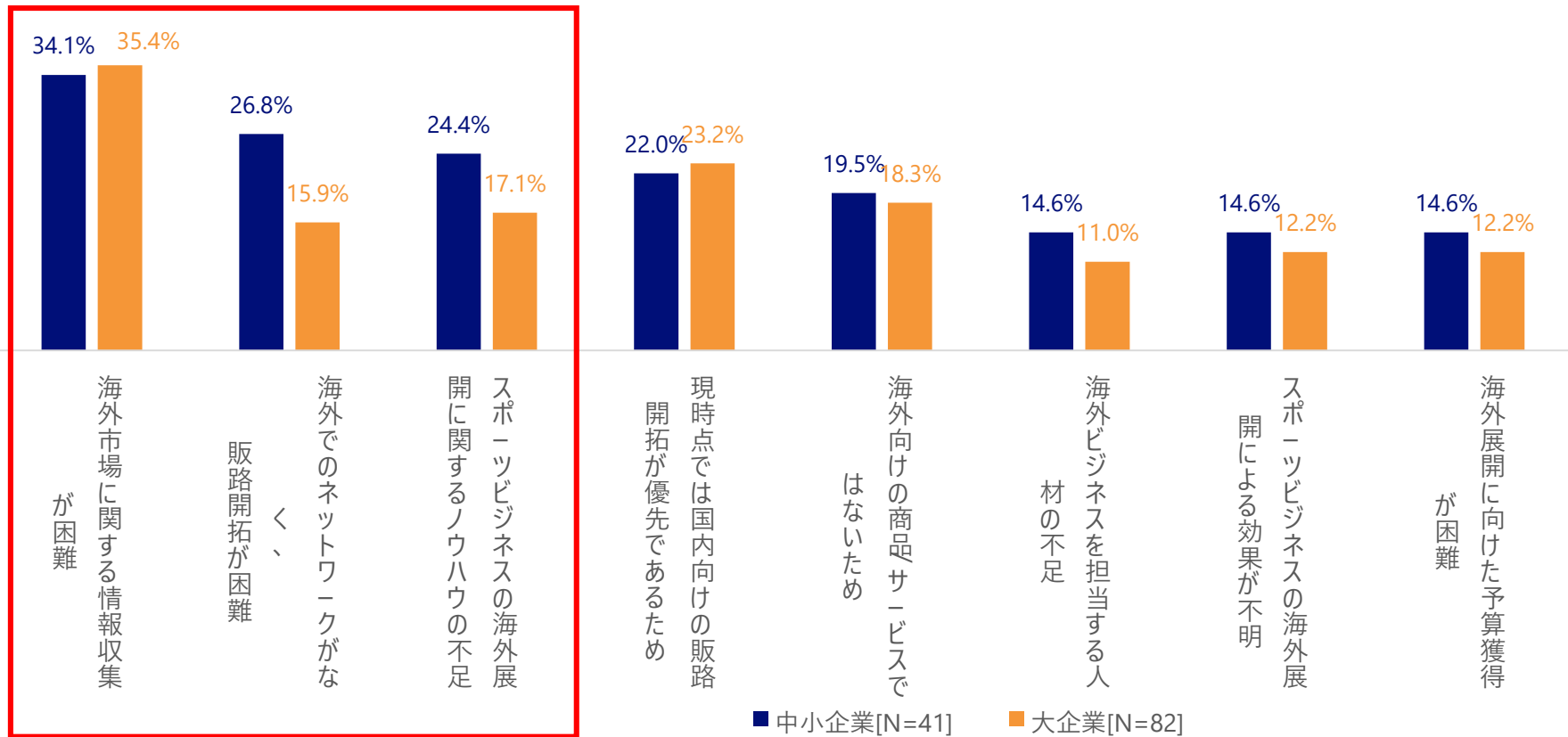


## 02 国内企業による今後のスポーツ産業国際展開意向

国際展開に関心を持たない企業において、特に中小企業においては市場情報の収集、海外でのネットワーク構築、海外展開に関するノウハウ不足が大きな要因となっている。

Q. 海外展開を行わない理由について、あてはまるものを全てお答えください。

【スポーツビジネスの国際展開に関心がない企業のみ/団体規模別】

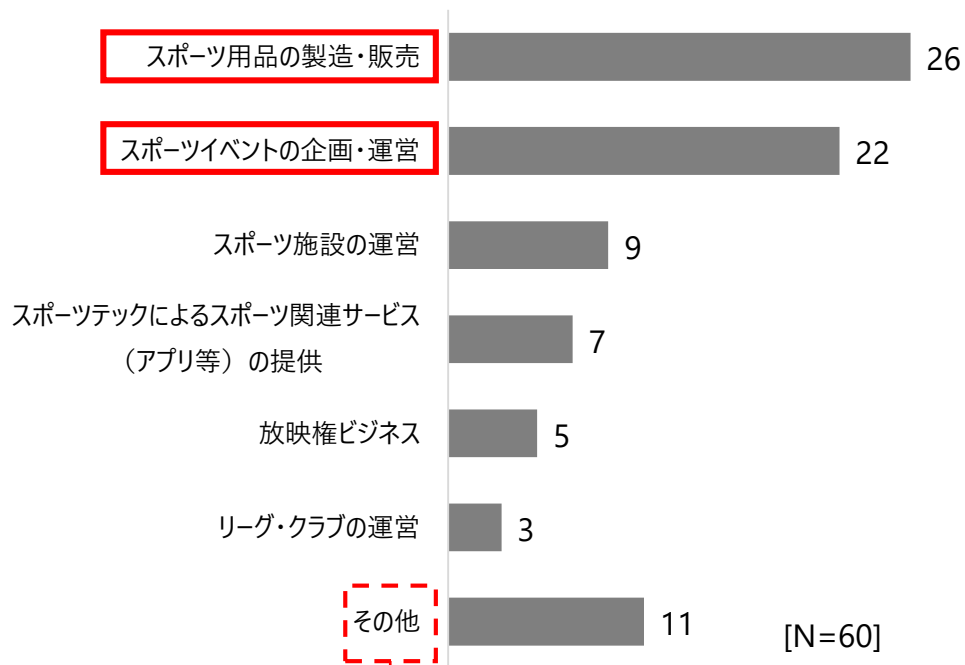


### 03 国際展開意向の高いコンテンツ・事業

これまではスポーツ用品、スポーツイベントに係るコンテンツの国際展開が中心であったが、  
 今後は加えてスポーツテックに係る国際展開が活発になると想定される。

#### これまで国際展開が進められてきた主なコンテンツ

Q. 以下に示すスポーツコンテンツに係るスポーツビジネスの海外展開の経験はありますか。該当する取組を全てお答えください。

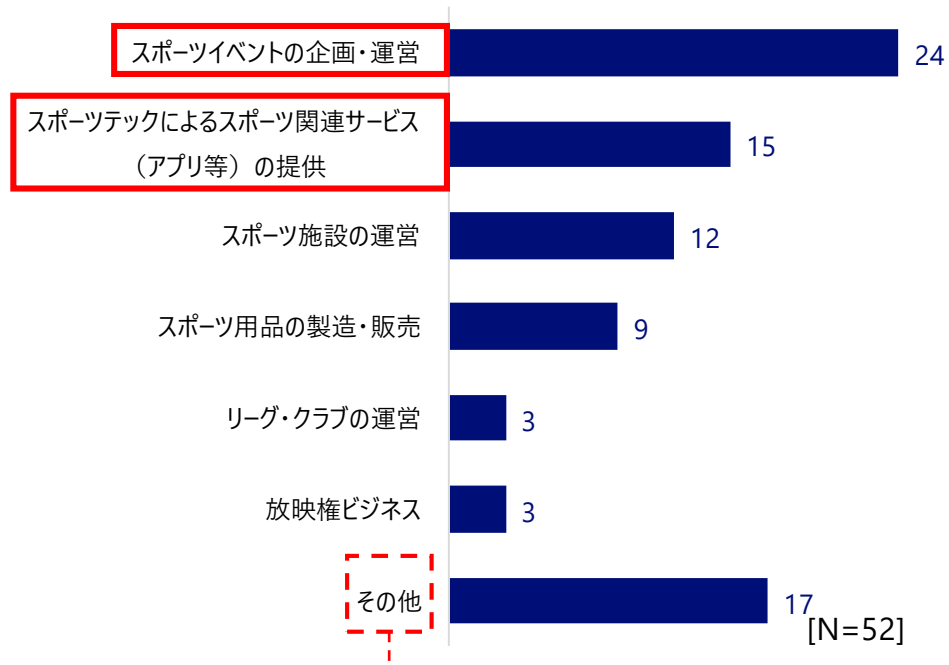


#### 「その他」の具体的な内容

- 海外プロスポーツクラブとのパートナー契約締結
- 海外スポーツクラブやスポーツ人材に対する支援・コンサルティング
- 海外への体育教育コンテンツの展開
- 海外スポーツ観戦ツアーの企画 等

#### 今後の国際展開意向の高い主なコンテンツ

Q. 海外展開を検討している、もしくは関心のあるスポーツビジネスについて、該当するものを全てお答えください。



#### 「その他」の具体的な内容

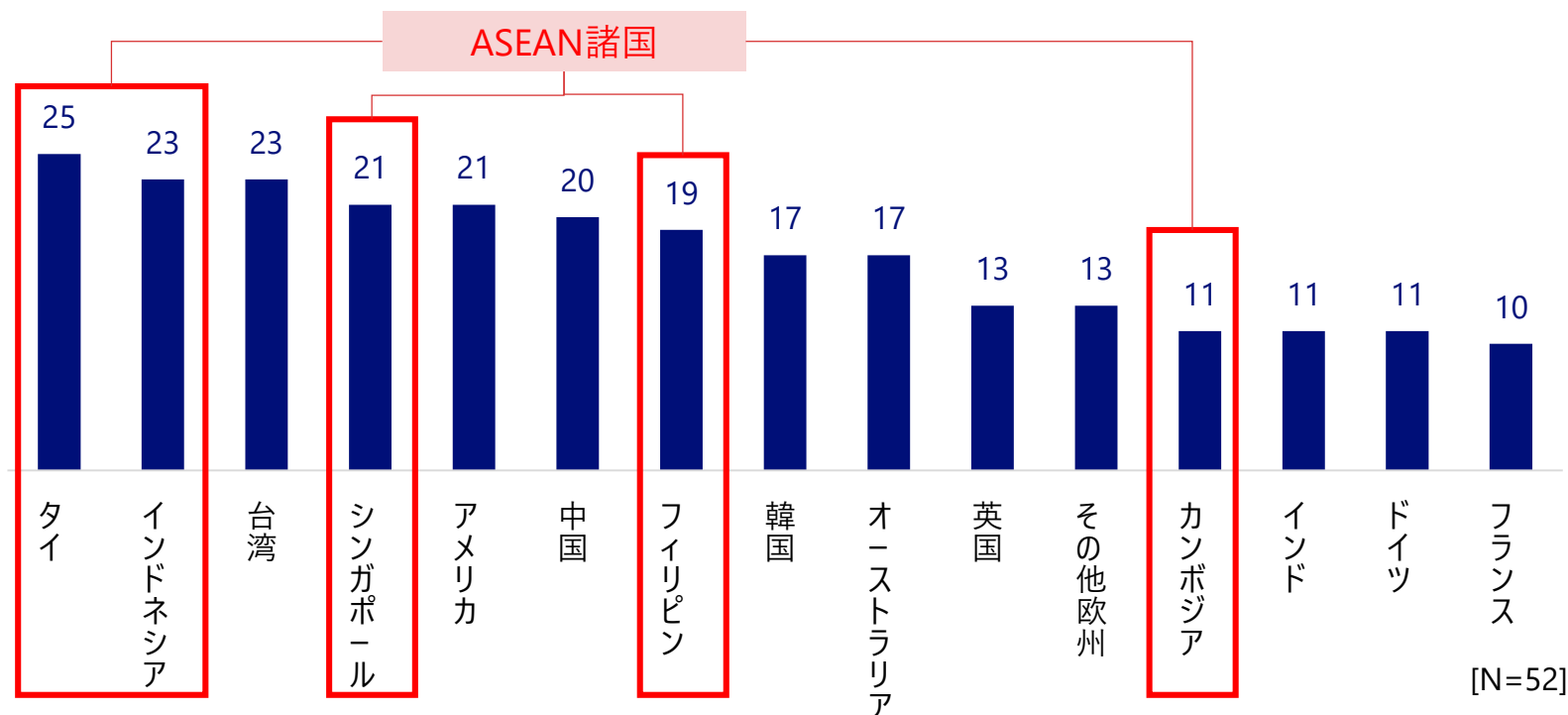
- スポーツ指導者の派遣業務
- 運動教室の海外展開
- eスポーツに関連する商材の取り扱い
- 地域交流を生み出すスポーツツーリズム
- 子供を対象とした教育×スポーツコンテンツ
- オンラインフィットネス事業
- 海外でのスポーツイベントにおけるAV機器の提供、レンタル 等

## 国際展開意向の高いコンテンツ・事業に係る調査結果サマリ

- 今後の国際展開意向が高い国・エリアとしてタイ、インドネシア、シンガポール、フィリピンのASEAN諸国や台湾、アメリカ、中国等が確認された。加えて、欧州（イギリス、ドイツ、フランス）への関心も高い。
- アジアにおいては“スポーツイベントの企画・運営”、“スポーツテックによるスポーツ関連サービスの提供”、“スポーツ施設の運営”が多い。欧米においても同様の傾向が確認されており、展開先による展開コンテンツの傾向に大きな差は確認されていない。

Q. 海外展開を検討している、または関心のあるスポーツビジネスについて、主にどのような国・地域への展開を検討していますか。

【複数回答】

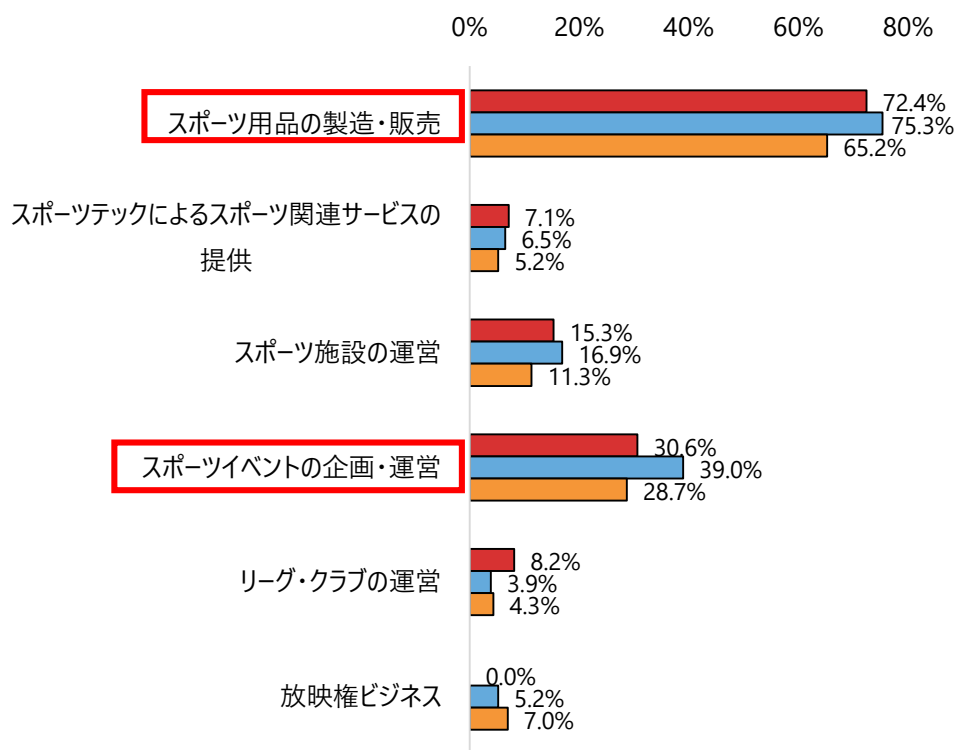


## 04 国際展開意向の高い展開先・エリア

スポーツ用品、スポーツイベントに係る国際展開はアジア（中韓台）が多い。今後はスポーツテックについてはアジアへ、スポーツ施設は欧米への展開意向が高い傾向がある。

### これまで国際展開が進められてきた主なコンテンツ【エリア別】

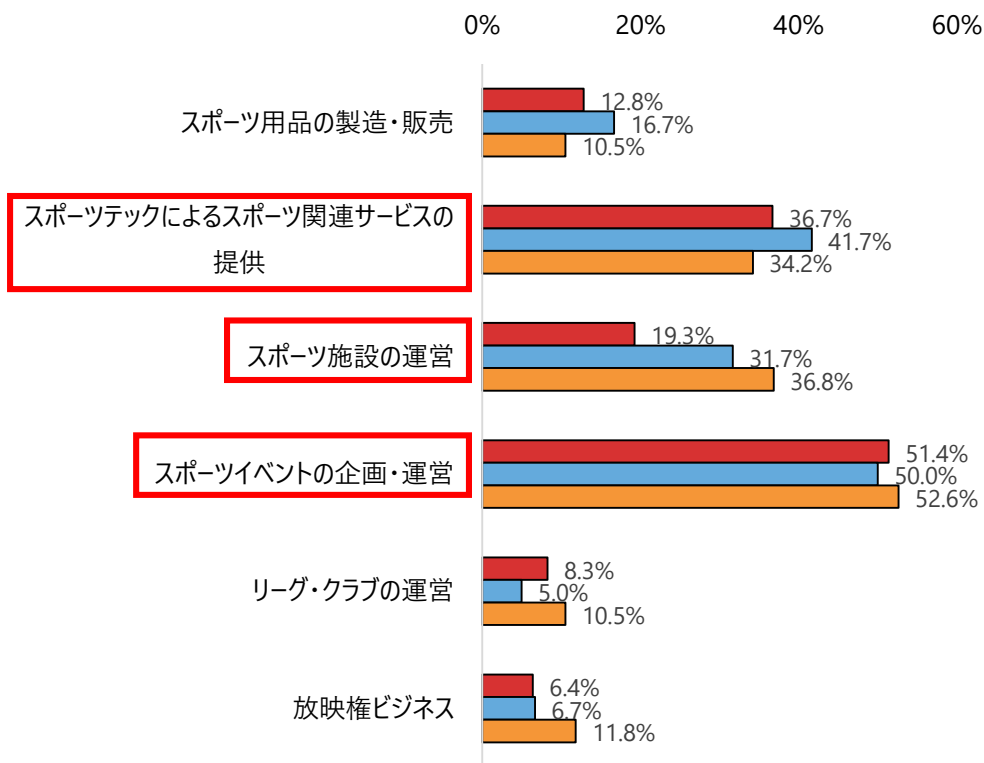
Q. スポーツビジネスの海外展開経験 ×  
Q. スポーツビジネスの海外展開先



■ ASEAN[N=98] ■ アジア（中国、韓国、台湾）[N=77] ■ 欧米[N=115]

### 今後の国際展開意向の高い主なコンテンツ【エリア別】

Q. 海外展開を検討しているスポーツビジネス ×  
Q. 検討しているスポーツビジネスの海外展開先



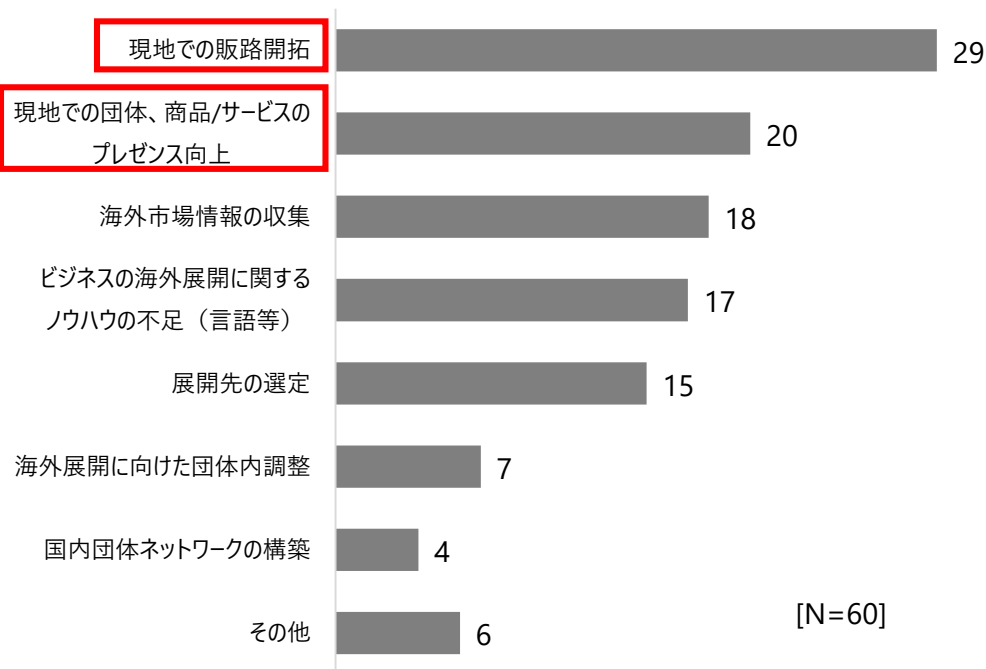
■ ASEAN[N=109] ■ アジア（中国、韓国、台湾）[N=60] ■ 欧米[N=76]

## 05 国際展開に係る課題

今後の国際展開を検討する団体は、海外市場情報の収集に課題を抱えており、既に国際展開を進めている団体は現地での販路開拓、プレゼンス向上に課題を抱えている。

Q. これまでの海外展開において直面した課題や障壁について、あてはまるものを全てお答えください。

### 実績あり



#### 「その他」の具体的内容

- 言語問題による細かな調整、ビジネスのスピード感の違い
- 海外での投資ライセンスの取得
- コピー、模造品対策
- 海外でのEC推進対応 等

### 実績なし（今後検討、関心）



#### 「その他」の具体的内容

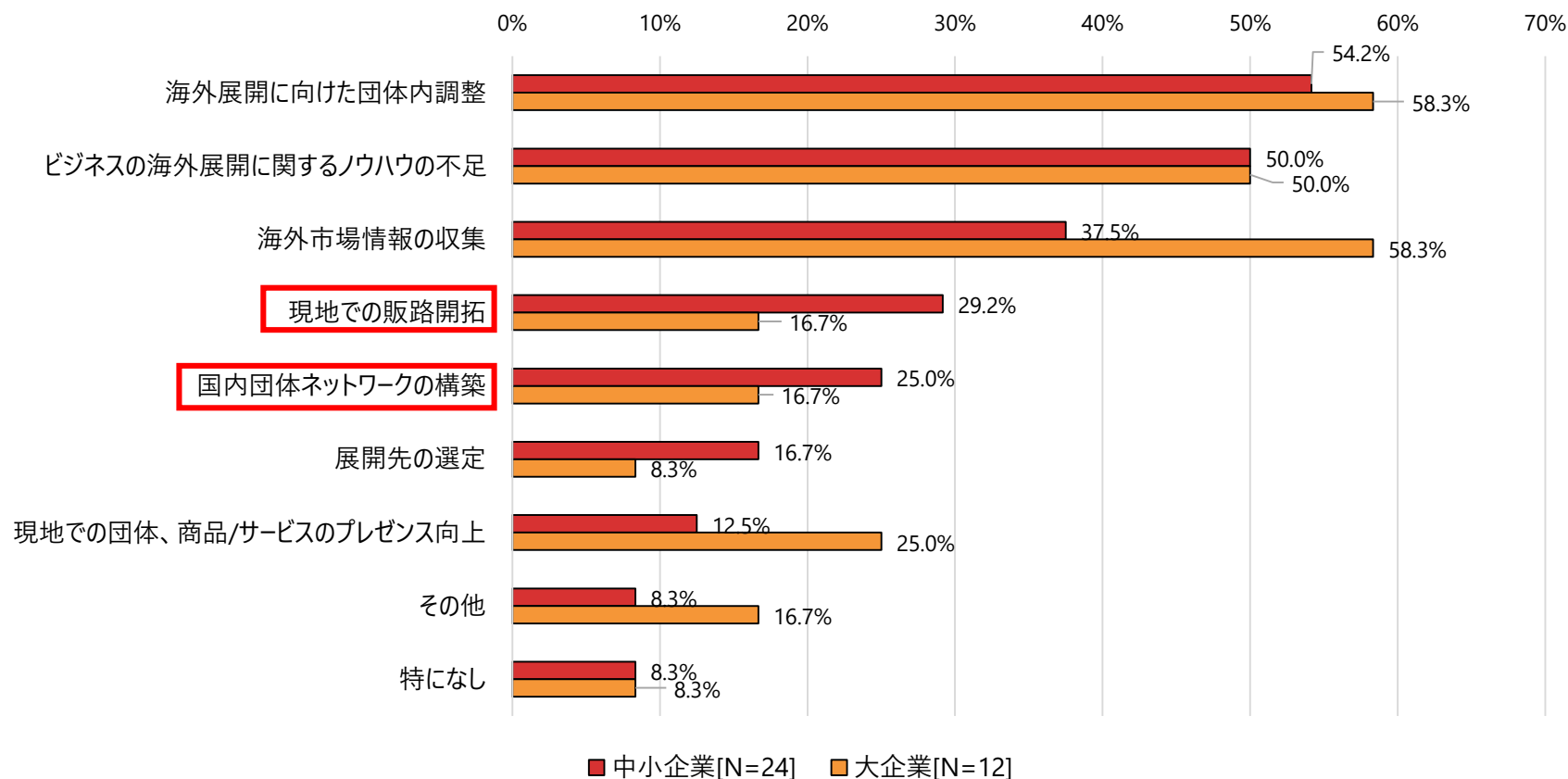
- 必要となる先行投資及び事業全体の収益見込み予測が難しい
- 海外での法人立ち上げ
- 法的規制への対応 等



# 今後の国際展開を検討している中小企業にとっては、団体内調整、ノウハウ不足に加え、国内外のネットワーク構築が課題・障壁となっている。

Q. これまでの海外展開において直面した課題や障壁について、あてはまるものを全てお答えください。

特に人的リソースに限られる中小企業においては団体内調整、ノウハウ不足に加え国内外のネットワーク構築に障壁を感じている団体割合が大企業と比較して多い



## 今後の国際展開検討に向けて直面している課題詳細

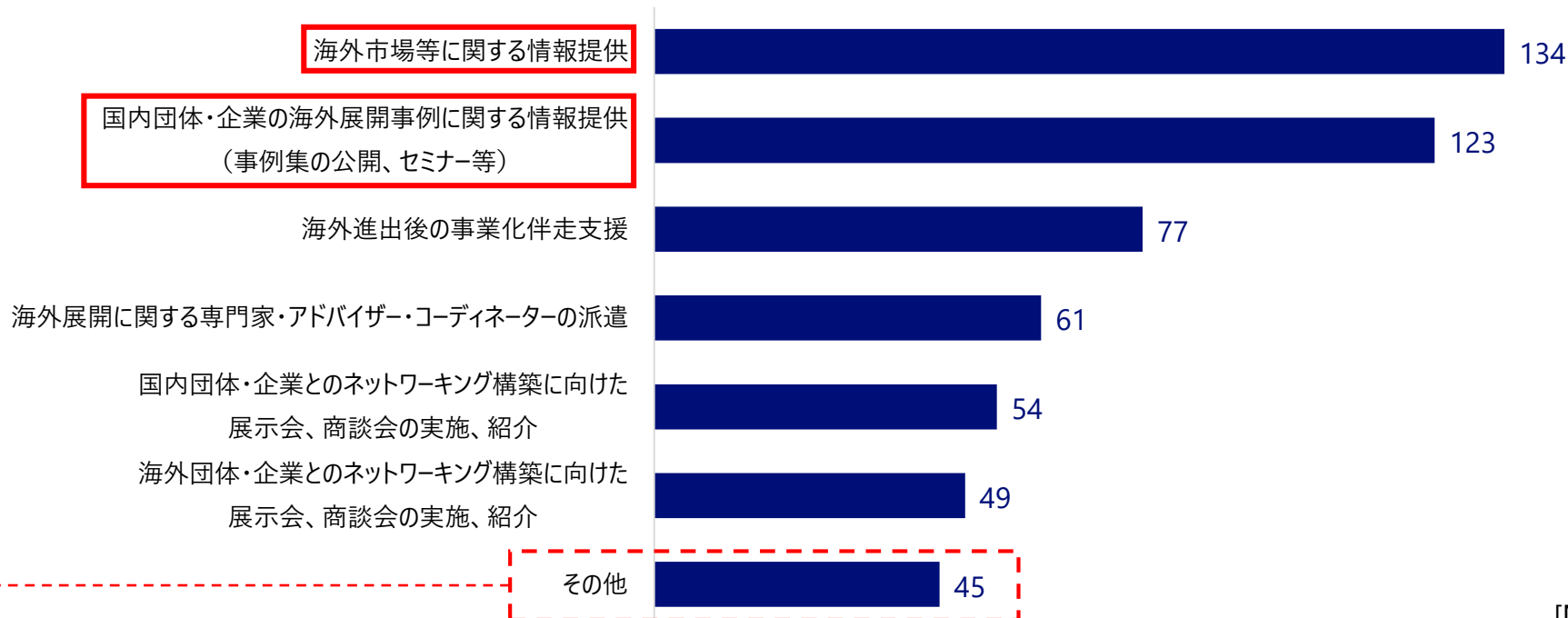
Q. 海外展開を検討する（関心を持つ）中で、実施に向けた課題や障壁について具体的にお答えください。

今後の国際展開を検討している団体

課題	課題詳細
海外市場情報の収集	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場性や参入方法の相談先、協業先・提携先などがわからない。</li> <li>海外についての情報や経験がない、展開するにあたり<u>先行投資する費用もわからない。</u></li> <li>商習慣や環境等の情報収集が必要となる。</li> <li>展開先での販売商品の<u>法的規制を把握し</u>、クリアする必要がある。</li> <li><u>現地での収益構造の構築、単価設定</u>など地域ごとの情報収集が必要になる。</li> </ul>
ビジネスの海外展開に関するノウハウ・人材の不足	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外展開の実績がないため、取引ルール、契約など、実際の事業推進において、学ぶ必要がある。</li> <li>ビジネスとして成り立つ収益が見込めるかが不透明である。</li> <li>ビジネスの海外展開に係る<u>ノウハウがある人材の確保</u>が必要である。また、社内体制的に人的リソースの余裕がない。</li> </ul>
現地での販路開拓	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外での展開には<u>現地パートナーやインフルエンサーなど、地場に根付いた地元のスタッフの協力</u>なしには展開は不可能と考えており、そのネットワーク構築が課題となっている。</li> <li>各国での<u>販売・サポート体制の構築</u>が困難であり、海外展開を進められない。</li> <li>現地での<u>販売ルート、情報網、また現地での活動するための拠点や管理</u>について課題を感じている。</li> </ul>

海外市場や成功事例等に係る情報提供の支援ニーズが高い。  
また、官民連携でのネットワーク構築支援やスタートアップ向け支援のニーズも確認されている。

Q. 今後、スポーツ分野において、民間主導で持続的に海外展開を推進するにあたり期待する政府の支援について、あてはまるものをお答えください。



[N=300]

その他確認された政府への支援要望

- ★国と企業のタイアップによる国際展開  
(現地の大使館やJETRO事務所による日本国内スポーツの進出サポートのための商談会、メディア向け発表等の実施)
- ★行政の各国との交流(イベント)の中で民間も相乗りし、現地のネットワークを構築
- 現地ローカルスタッフ確保のための求人・雇用条件情報整理等、スポーツに関わらず国際展開で成功している分野が行ってきた施策の実施
- スポーツビジネスに係るスタートアップ向け支援(補助金、ネットワーク構築支援)
- 商談実施、選手移動に必要な渡航費支援等金銭面の支援

## アンケート調査にて企業による今後の進出意向が高いと確認されたシンガポール、タイ、インドネシアの3か国を対象に、基礎情報で構成された簡易レポートを整理。

- 基礎的な定量情報・定性情報をデスクトップにて調査。定量情報については、あくまでも市場間の比較検討に活用することを目的とするため、対象国において概ね同じ定義で取得できる指標のみを収集の対象とする。
  - 対象国はアンケート調査結果でも高い展開ニーズが確認されたシンガポール、タイ、インドネシアのASEAN3か国を想定。

### 海外市場調査整理項目

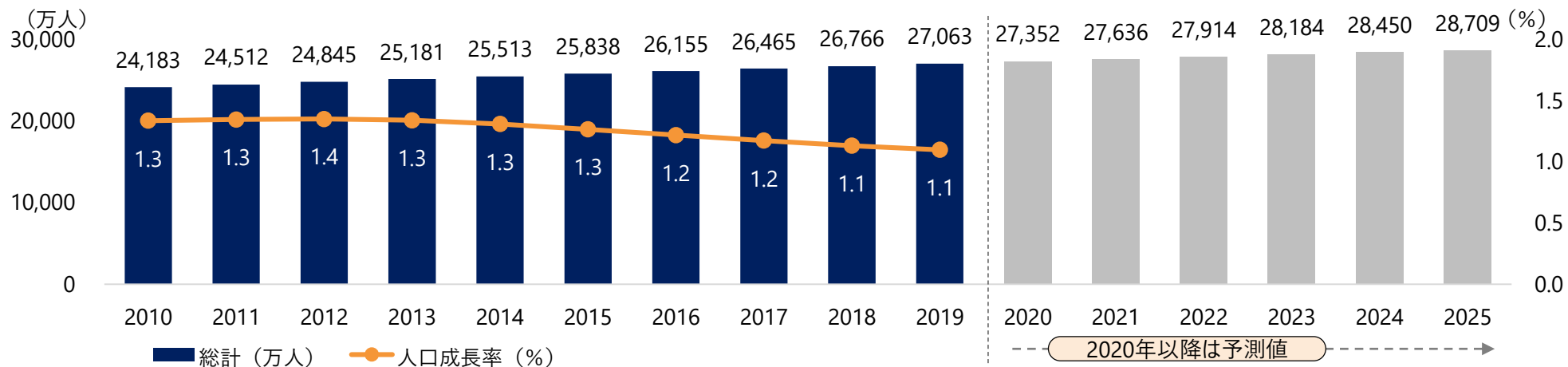
カテゴリ	項目	出所
経済	人口動態、人口成長率	世界銀行「World Development Indicators」
	GDP、GDP成長率、一人当たりGDP	国際通貨基金「World Economic Outlook Database」
	世帯所得分布	ユーロモニター
規制	外資規制 -規制業種・禁止業種、出資比率、外国企業の土地所有の可否、資本金に関する規制	JETRO「日本からの進出に関する制度/外資に関する規制」
ヘルスケア	一人当たり医療費	世界銀行「World Development Indicators」
スポーツ	スポーツ産業市場規模推移、予測値、CAGR	The Business Research Company「Sports Global Market Opportunities And Strategies To 2030」
	一人あたりスポーツ支出	同上
	スポーツ産業企業数、1企業当たり平均収益、スポーツ産業従業員数割合	同上

# インドネシア基礎情報

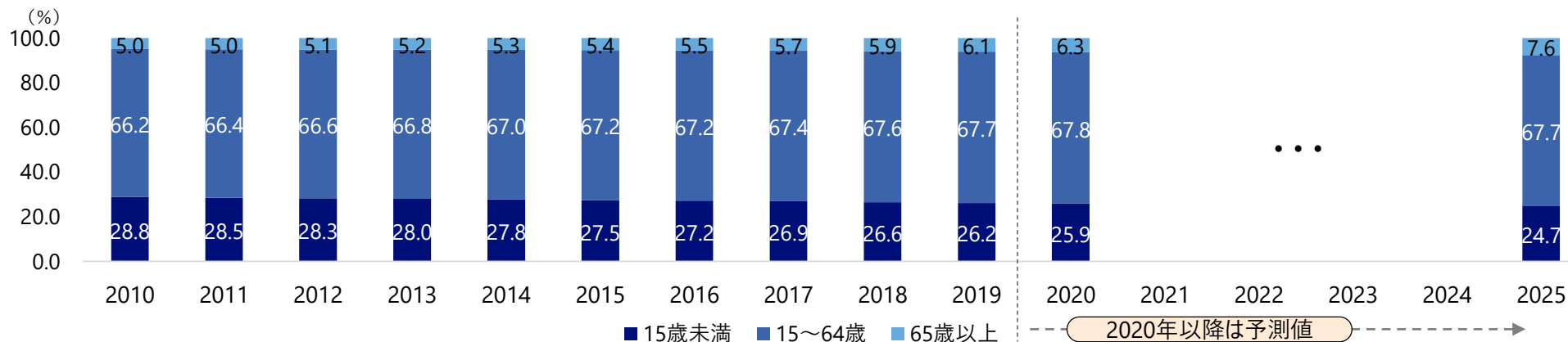
---

# 人口動態、および人口成長率・年齢別人口構成

## 人口動態、および人口成長率



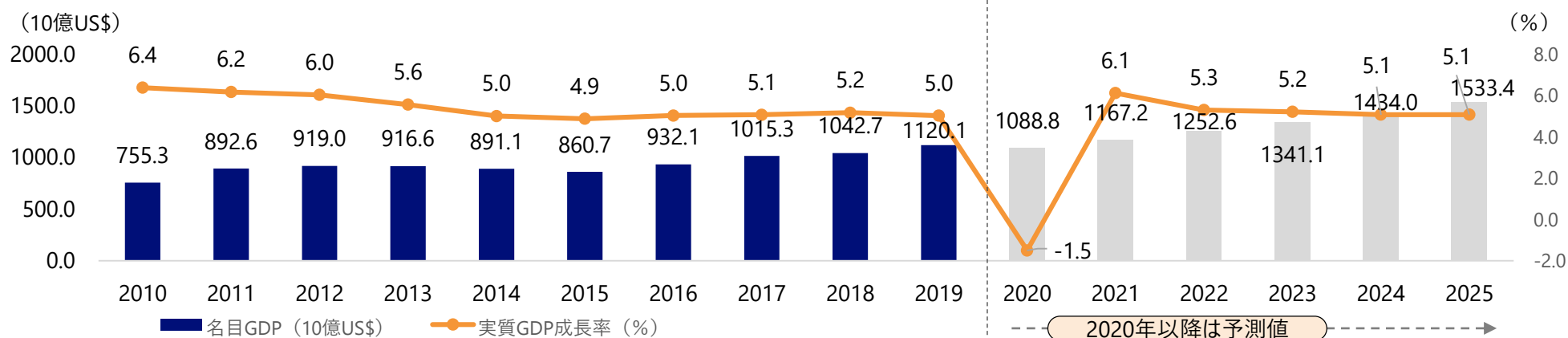
## 年齢別人口構成



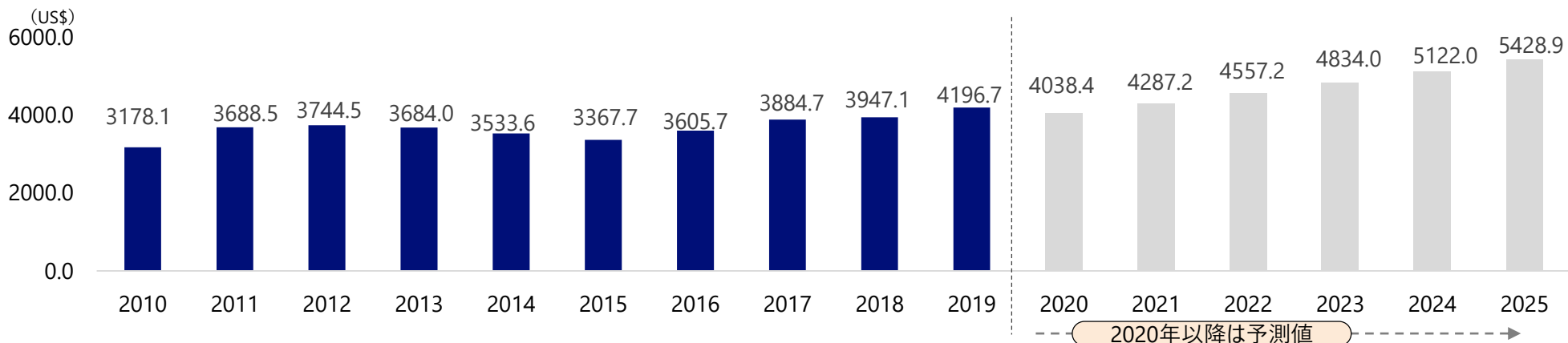
(出所) 世界銀行「World Development Indicators」、国際連合「World Population Prospects」

# GDP、GDP成長率、一人当たりGDP

## 名目GDPおよび実質GDP成長率



## 一人当たり名目GDP



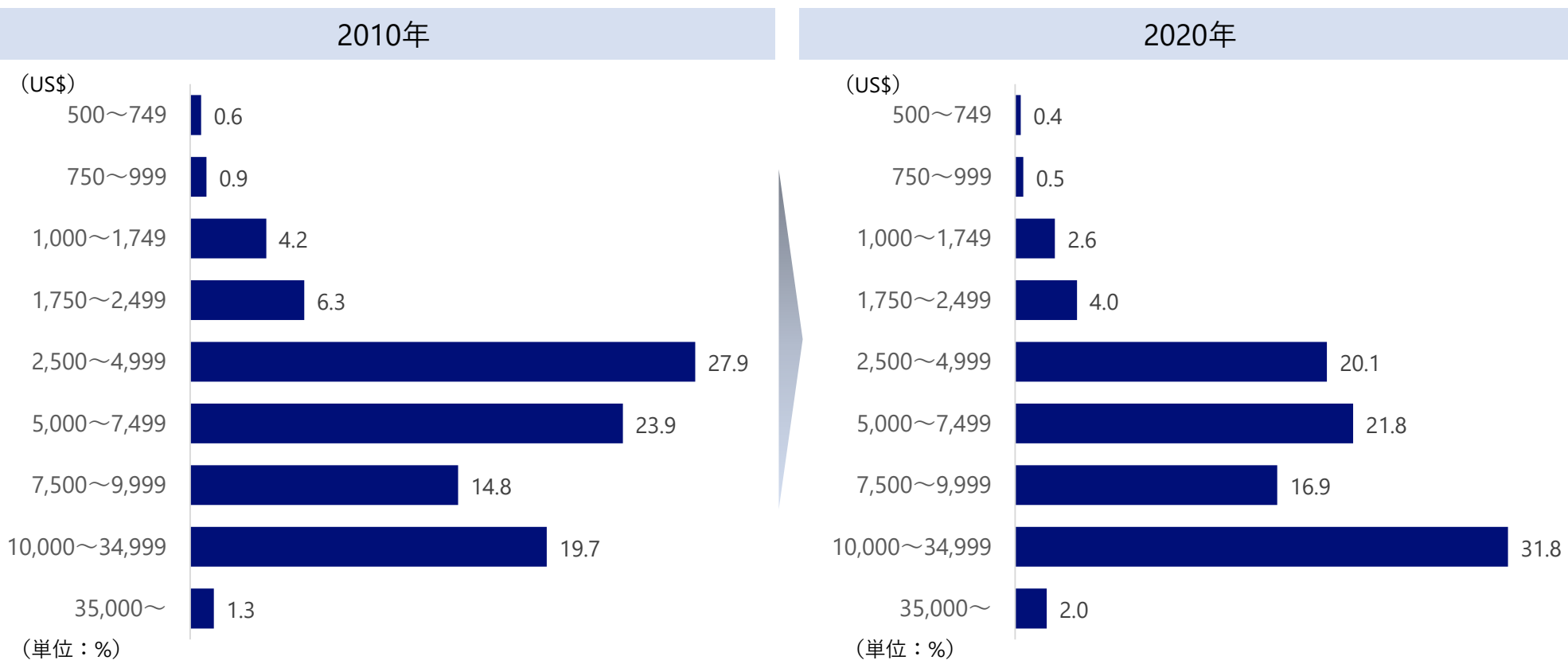
(出所) 国際通貨基金 (IMF) 「World Economic Outlook Database」



## 世帯所得分布

■ 2010年には58.4%程度であった中間所得層（世帯所得5,000～34,999US\$）が、2020年には70.5%まで増加。

### 世帯所得分布



(出所) ユーロモニター

## 外資に関する規制

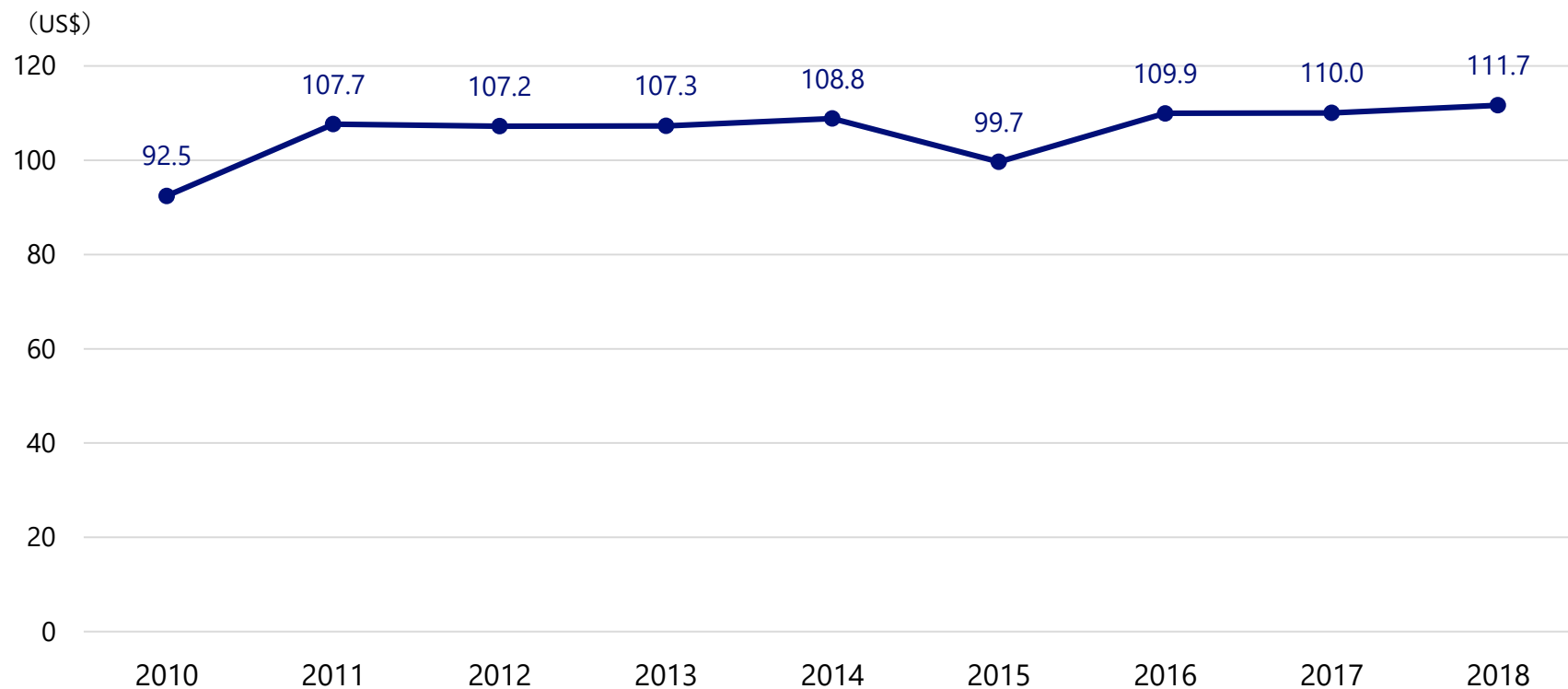
カテゴリ	
<p><b>規制業種・禁止業種</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 禁止業種は、国防産業、賭博、遺跡、大麻栽培、酒類製造、珊瑚の採取など（2007年新投資法、大統領規程2016年44号）。</li> <li>• 規制業種（ネガティブリスト形式でローカル企業との合弁義務等を設定）は、卸売、小売、物流、サービスなど（大統領規程2016年44号）。</li> </ul>
<p><b>出資比率</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 禁止業種を除き、外資による出資が可能だが、ネガティブリスト方式で業種ごとに外資出資比率の上限を定めている。</li> </ul> <p>【業種別の出資比率（例）】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A) 製造業：原則、外国資本100%の出資が可能（医療機器など一部分野除く）。</li> <li>B) 卸売業：外資上限67%</li> <li>C) 小売業：外資はデパート、スーパーマーケット、ミニマーケット（コンビニエンスストア）のみ出資可能</li> <li>D) デパート：売り場面積が400平方メートル未満の場合、外資不可、400～2,000平方メートルの場合、外資上限67%、2,000平方メートル超の場合、外資100%可。</li> <li>E) 人材派遣（インドネシア人労働者に対する海外の職業斡旋）：外資不可。</li> </ul>
<p><b>外国企業の土地所有の可否</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 土地所有権は、インドネシア国民（個人）にのみ認められている。法人は所有権に代わる権利を得たうえで、工場を建てるなどして操業することができる。</li> </ul>
<p><b>資本金に関する規制</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 外国資本の場合、製造業・非製造業の区別なく、払込資本金25億ルピア以上。</li> <li>• さらに、土地建物を除く投資額（資本金含む）の合計が100億ルピア超。</li> </ul>
<p><b>その他規制</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 商業施設の立地条件、農園事業の許可等、電気自動車の開発加速化。</li> </ul>

（出所）JETRO「日本からの進出に関する制度/外資に関する規制」

## 一人当たり医療費

■ 2018年の一人当たり医療費は111.7US\$であった。

### 一人当たり医療費推移



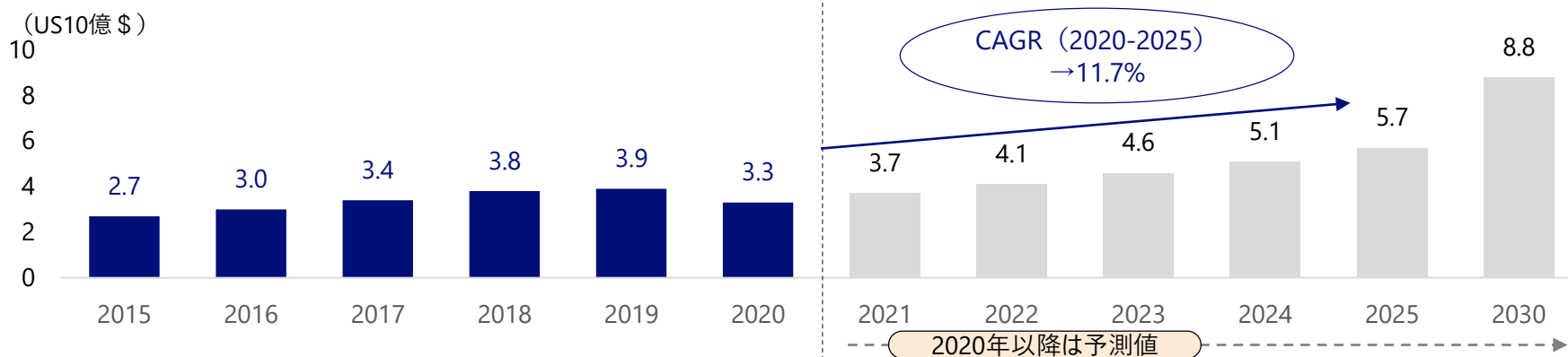
(出所) 世界保健機関 (WHO) 「Global Health Expenditure Database」

## スポーツ産業市場基礎情報

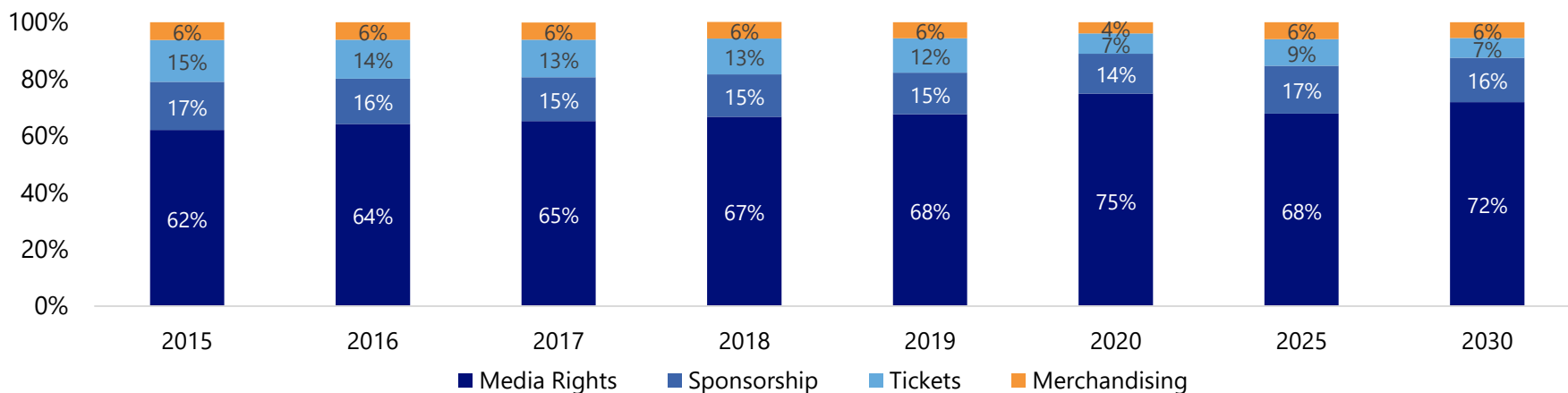
■ 2020年のインドネシアにおけるスポーツ産業市場規模は約33億ドル。CAGR（2020-2025）は11.7%。

- スポーツ産業の市場規模は国全体のGDPの0.279%。

### スポーツ産業市場規模推移



### コンテンツ別市場規模シェア推移



## 一人当たりスポーツ支出、スポーツ産業従業者数割合、事業者数及び1事業者当たり売上

■ インドネシアにおける2020年の一人当たりスポーツ支出は12.1ドル。スポーツ産業の従業者数割合は0.09%。

## アジア諸国におけるスポーツ産業市場情報

国	一人当たり スポーツ支出（\$）	スポーツ産業 従業者数割合（%）	スポーツ産業事業者数	1事業者当たりの売上 （\$）
香港	323.3	0.09%	1,447	1,687,836
シンガポール	319.7	0.15%	996	1,851,950
オーストラリア	229.7	0.03%	3,036	1,946,384
ニュージーランド	205.7	0.09%	1,917	536,876
日本	201.2	0.10%	20,164	1,254,952
韓国	128.0	0.13%	24,357	272,094
マレーシア	40.2	0.06%	3,147	421,136
中国	39.1	0.08%	160,508	342,474
タイ	30.6	0.08%	14,659	145,558
フィリピン	14.1	0.12%	7,802	196,463
インドネシア	12.1	0.09%	86,631	37,777
ベトナム	8.4	0.05%	1,821	450,457
インド	2.1	0.05%	173,683	16,521

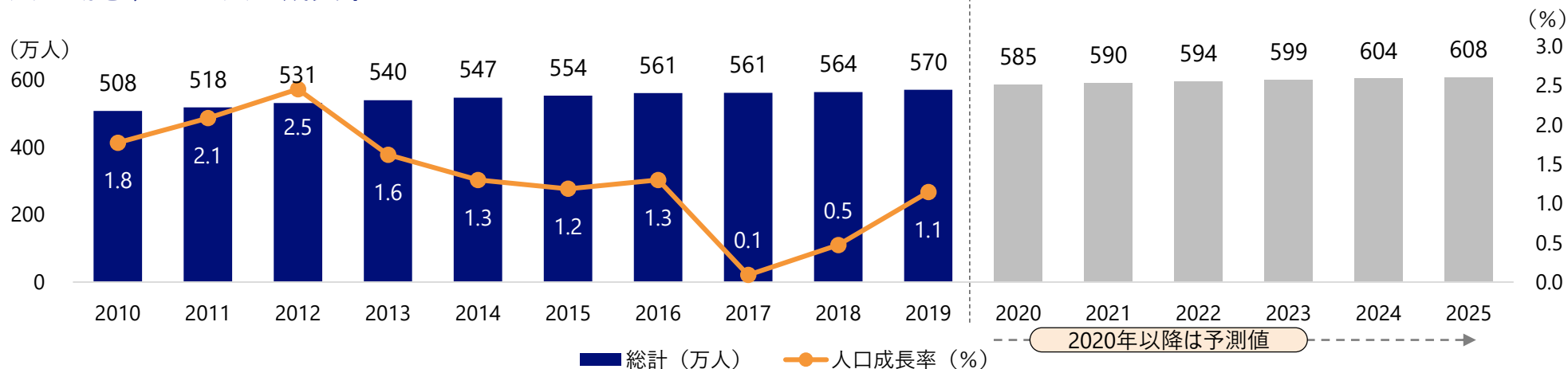
※...「一人当たりスポーツ支出」は2020年の値。「スポーツ産業従業者数割合」は全人口に対するスポーツ産業従業者数の割合

# シンガポール基礎情報

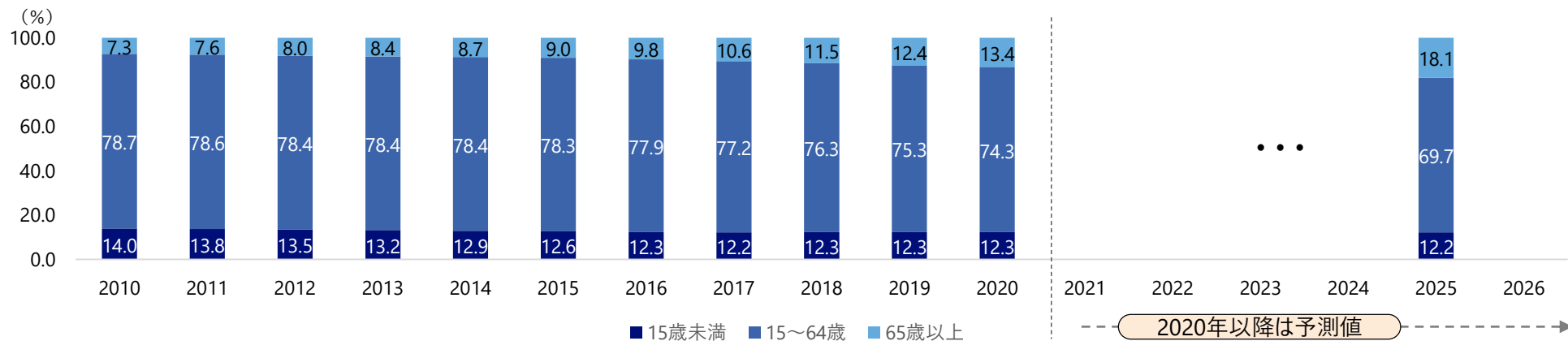
---

# 人口動態、および人口成長率・年齢別人口構成

## 人口動態、および人口成長率



## 年齢別人口構成

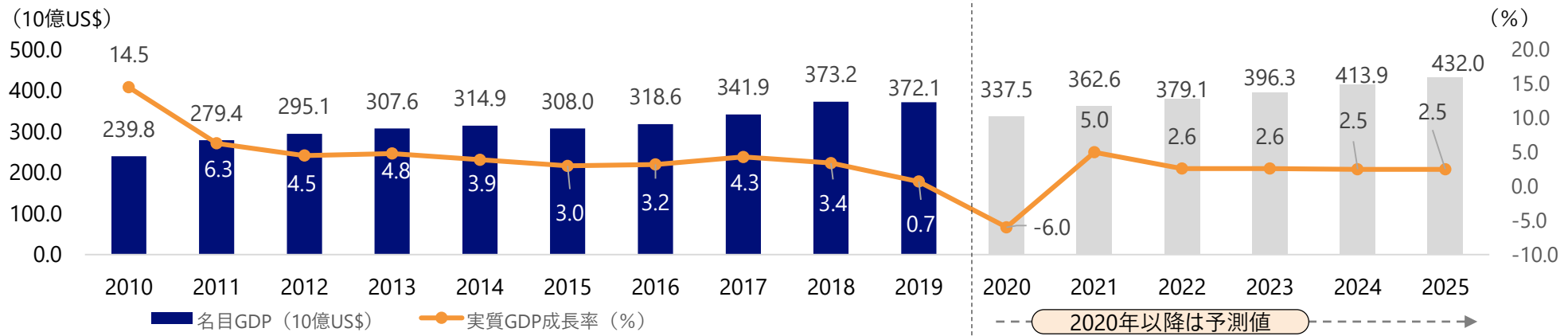


(出所) 世界銀行「World Development Indicators」、国際連合「World Population Prospects」

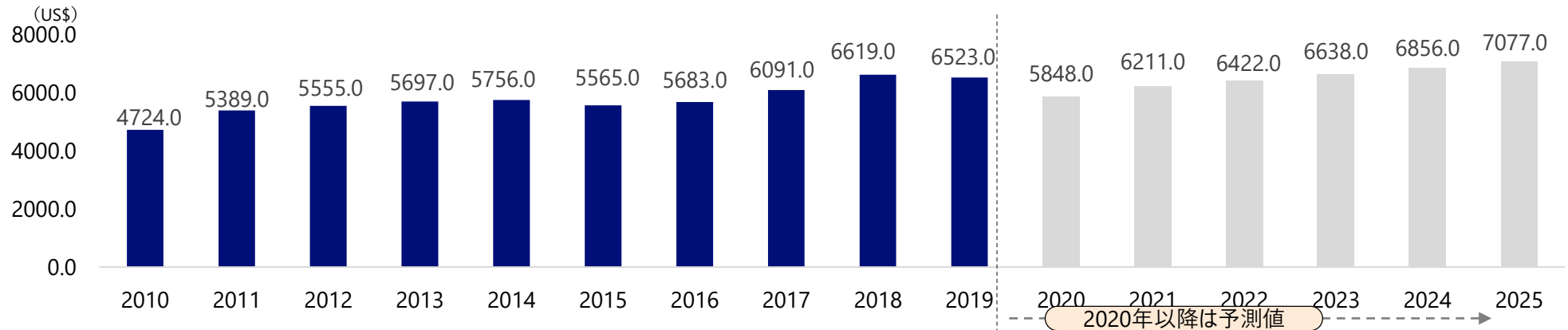


# GDP、GDP成長率、一人当たりGDP

## 名目GDPおよび実質GDP成長率



## 一人当たり名目GDP

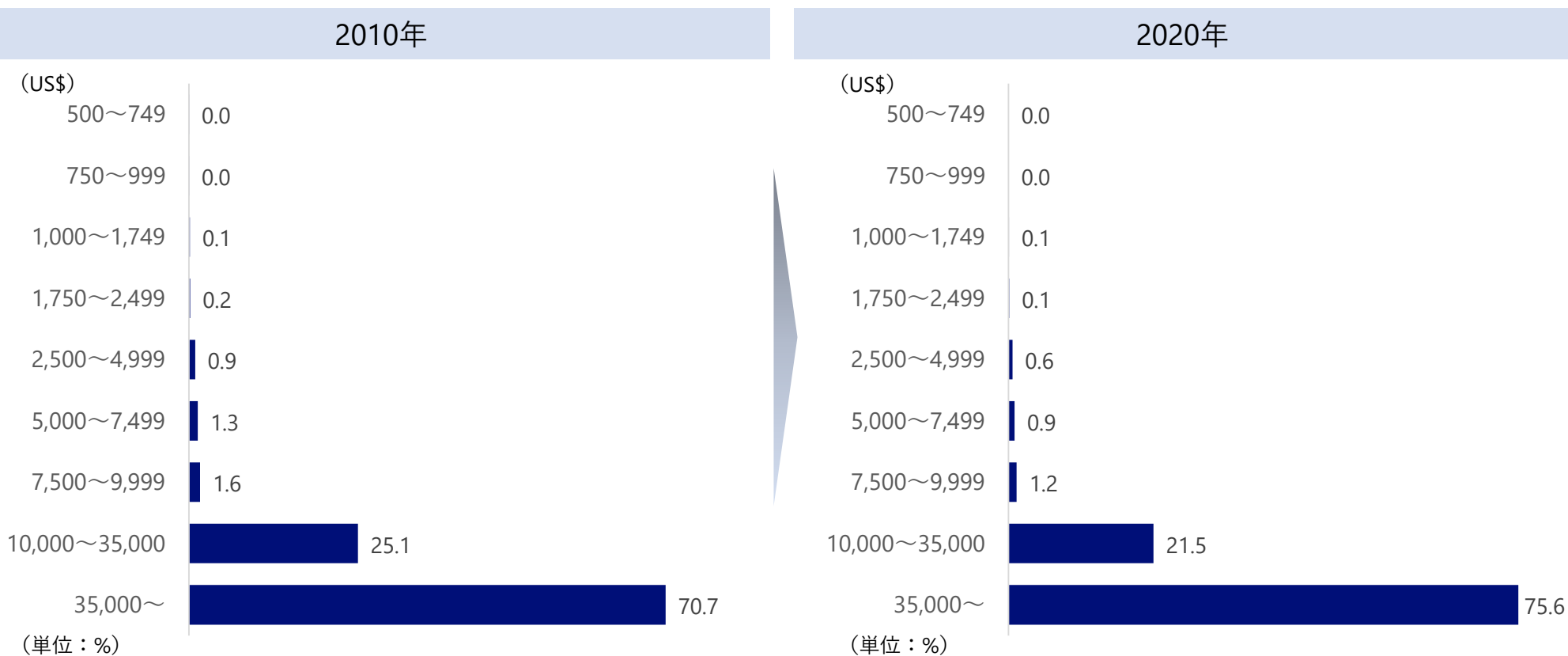


(出所) 国際通貨基金 (IMF) 「World Economic Outlook Database」

## 世帯所得分布

■ 2010年には70.7%であった高所得層（世帯所得35,000～US\$）が、2020年には75.6%まで増加。

### 世帯所得分布



(出所) ユーロモニター

## 外資に関する規制

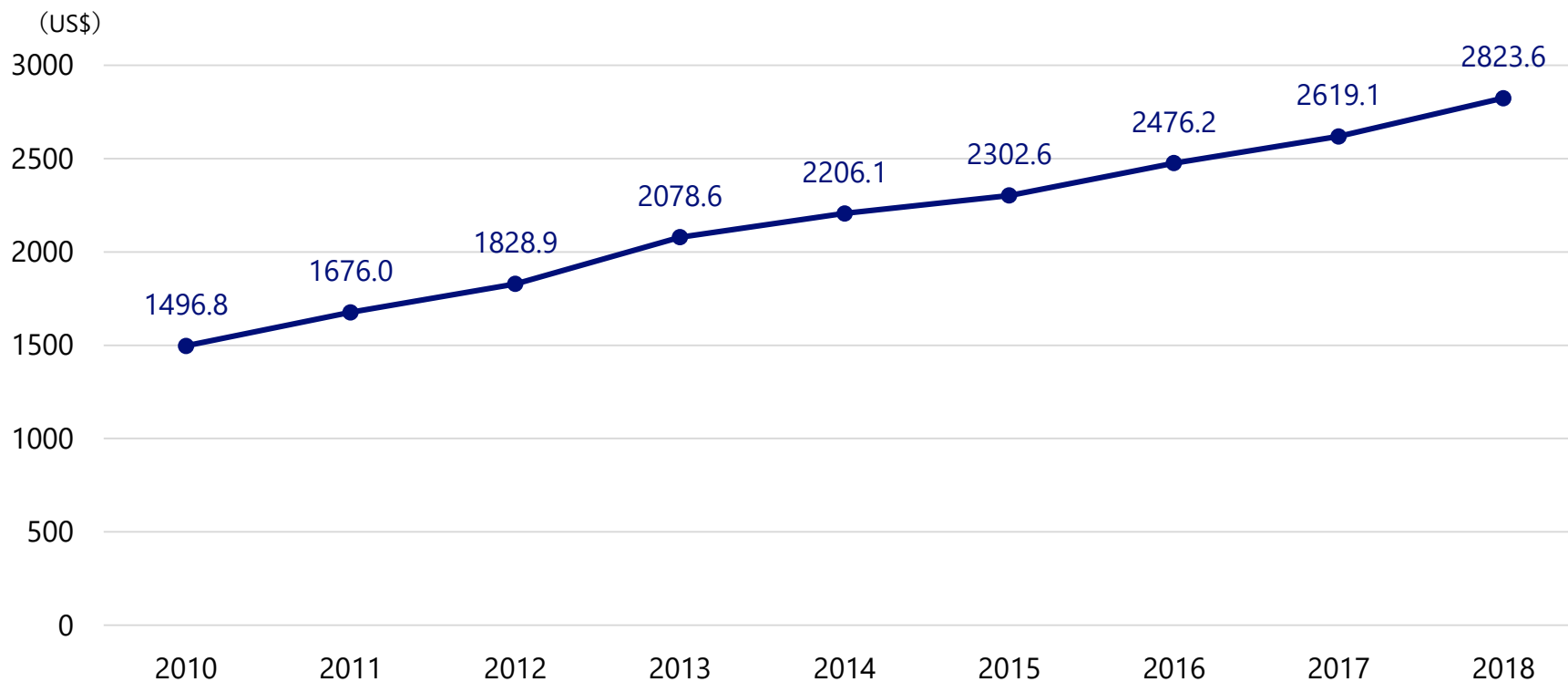
カテゴリ	
<b>規制業種・ 禁止業種</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>外国資本による事業所有に関しても、国家の安全保障にかかわる公益事業、メディア関係等の一定の分野を除いて制限はない。</li> <li>内外資を問わず、事前に一定のライセンスを取得することが必要な事業がある。代表的な業種、ライセンス名、監督官庁は、下記URL参照。 <a href="https://www.jetro.go.jp/world/asia/sg/invest_02.html">https://www.jetro.go.jp/world/asia/sg/invest_02.html</a></li> </ul>
<b>出資比率</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国家の安全にかかわる特定の部門を除き、外国資本による全額出資が原則認められている。</li> </ul>
<b>外国企業の 土地所有の可否</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>シンガポールの国土のうち4万1,000ヘクタール（全国土の約58%）は国有地となっており、国土庁（SLA）をはじめとして、住宅開発局（HDB）、ジュロンタウン公社（JTC）、都市再開発庁（URA）など政府機関が管理している</li> <li>限られた国土を有効に活用することを目的に、売却計画は工業用地で最大30年または60年間、住宅や商業用地で最大99年間など使用権を一定期間に区切って貸し出す方式（リースホールド）が一般的で、売却方式は、国有地を政府が定めた一定価格を上回る購入申請があった場合、入札を実施する予備リスト方式と、一部開発を急ぐ国有地に限って、一定の期日に国有地を売却する確定リスト方式の2通りがある。</li> </ul>
<b>資本金に関する 規制</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>特定の業種に関する出資比率制限以外には、外国資本による資本金に関するその他の規制はない。シンガポールで設立された企業の最低授権資本に関する法定要件もない。</li> </ul>
<b>その他規制</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>為替管理：1978年に為替管理制度が撤廃されて以来、為替管理規制の適用はない。このため、シンガポールの対内直接投資、配当金または利益の送金、資本の本国送金に関する為替管理上の制限はない。</li> <li>輸出入管理：シンガポールは原則として自由港であり、輸出入に関する規制は極めて少ない。輸出入に必要な書類も比較的簡単なものである。しかし、シンガポールの領海および領空を通過する戦略物資に関する規制の枠組みが存在する</li> </ul>

（出所）JETRO「日本からの進出に関する制度/外資に関する規制」

## 一人当たり医療費

■ 2018年における一人当たり医療費は2823.6\$で、2010年から約1.9倍に増加している。

### 一人当たり医療費推移



(出所) 世界保健機関 (WHO) 「Global Health Expenditure Database」

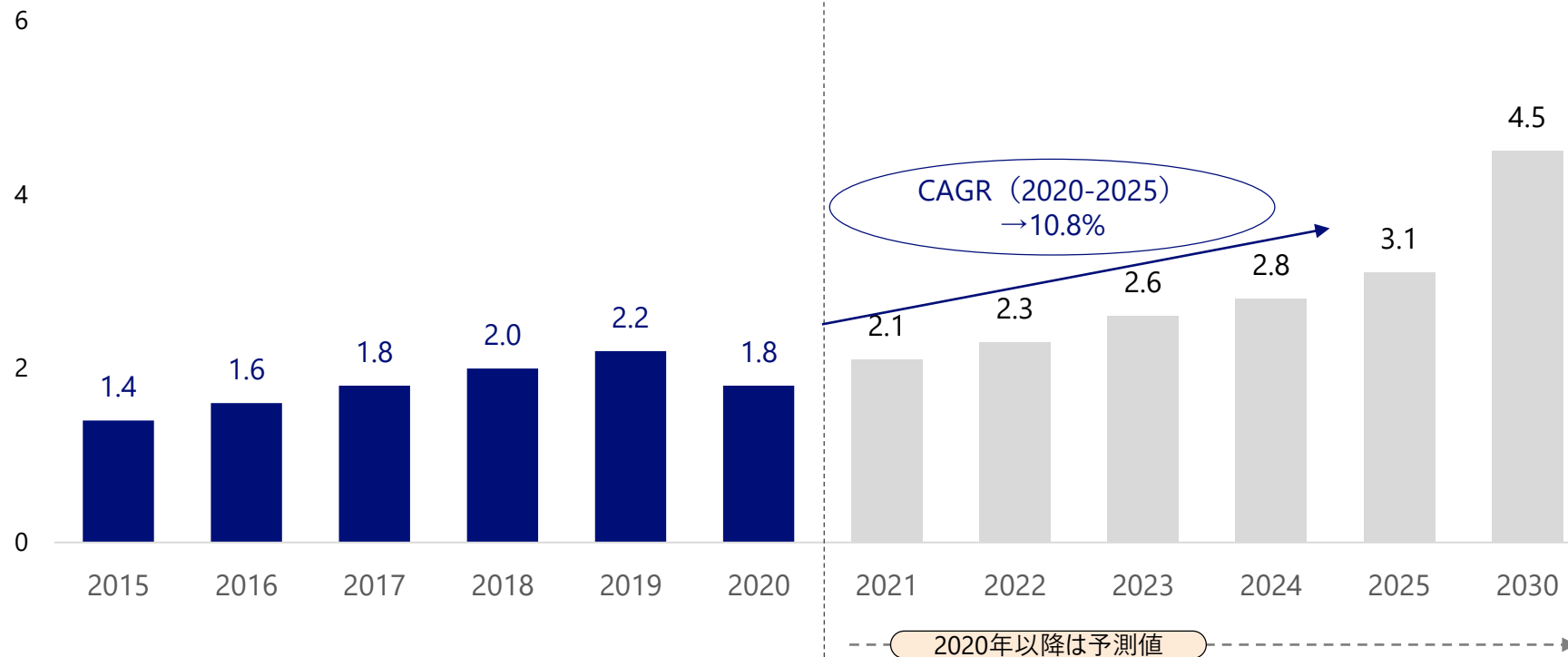
## スポーツ産業市場基礎情報

■ 2020年のシンガポールにおけるスポーツ産業市場規模は約18億ドル。CAGR（2020-2025）は10.8%。

- スポーツ産業の市場規模は国全体のGDPの0.489%。

### スポーツ産業市場規模推移

(US10億 \$)



## 一人当たりスポーツ支出、スポーツ産業従業者数割合、事業者数及び1事業者当たり売上

■ シンガポールにおける2020年の一人当たりスポーツ支出は319.7ドル。スポーツ産業の従業者数割合は0.15%。

## アジア諸国におけるスポーツ産業市場情報

国	一人当たり スポーツ支出（\$）	スポーツ産業 従業者数割合（%）	スポーツ産業事業者数	1事業者当たりの売上 （\$）
香港	323.3	0.09%	1,447	1,687,836
シンガポール	319.7	0.15%	996	1,851,950
オーストラリア	229.7	0.03%	3,036	1,946,384
ニュージーランド	205.7	0.09%	1,917	536,876
日本	201.2	0.10%	20,164	1,254,952
韓国	128.0	0.13%	24,357	272,094
マレーシア	40.2	0.06%	3,147	421,136
中国	39.1	0.08%	160,508	342,474
タイ	30.6	0.08%	14,659	145,558
フィリピン	14.1	0.12%	7,802	196,463
インドネシア	12.1	0.09%	86,631	37,777
ベトナム	8.4	0.05%	1,821	450,457
インド	2.1	0.05%	173,683	16,521

※...「一人当たりスポーツ支出」は2020年の値。「スポーツ産業従業者数割合」は全人口に対するスポーツ産業従業者数の割合

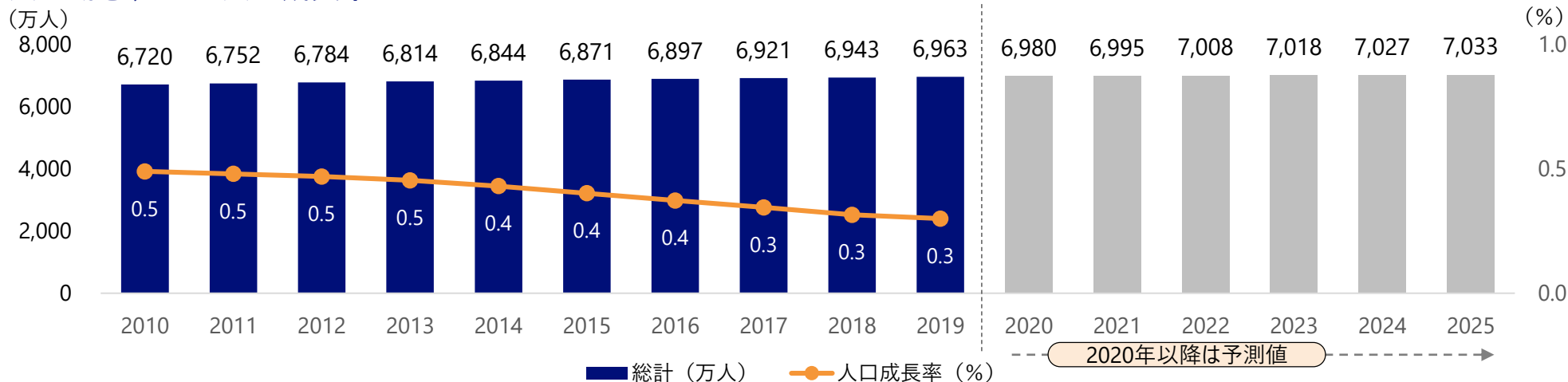
# タイ基礎情報

---

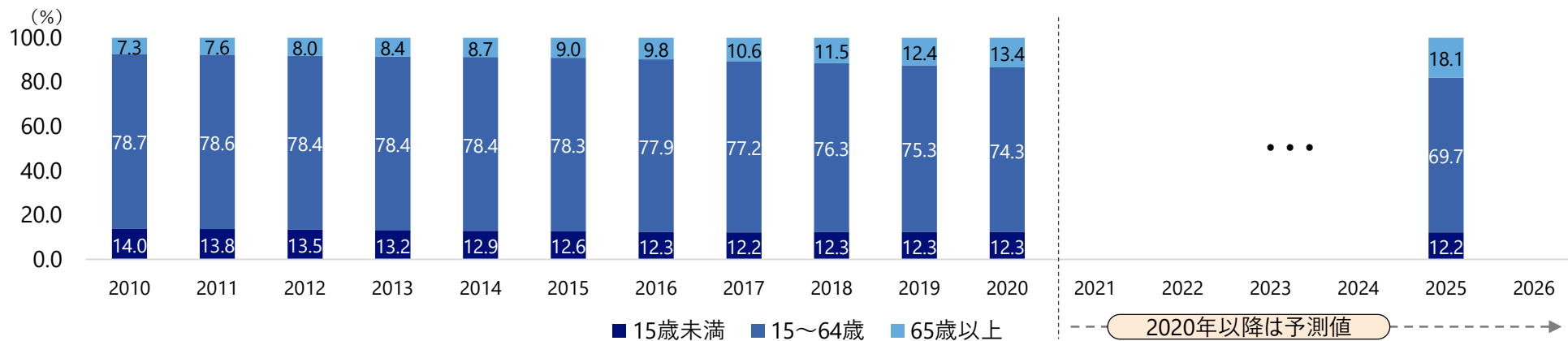


# 人口動態、および人口成長率・年齢別人口構成

## 人口動態、および人口成長率



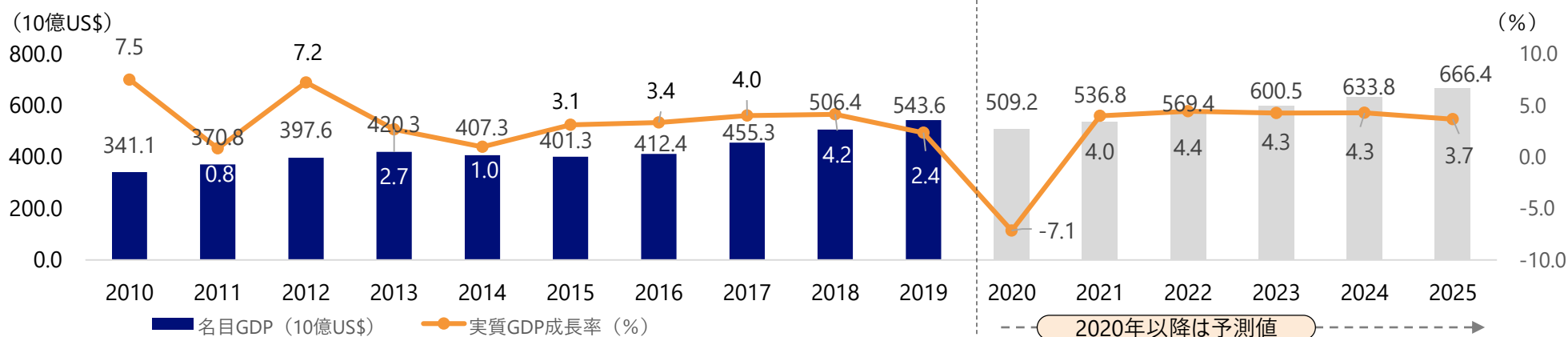
## 年齢別人口構成



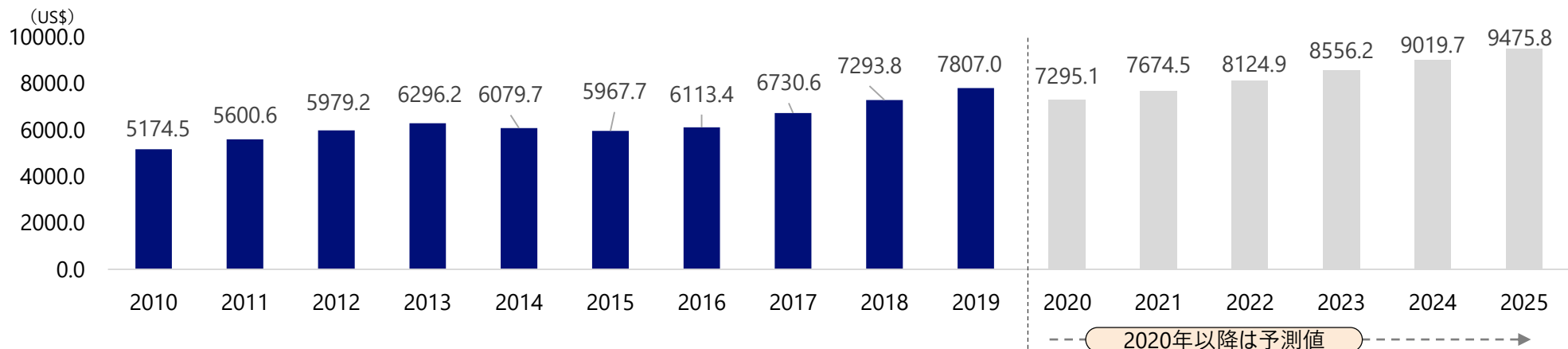
(出所) 世界銀行「World Development Indicators」、国際連合「World Population Prospects」

# GDP、GDP成長率、一人当たりGDP

## 名目GDPおよび実質GDP成長率



## 一人当たり名目GDP



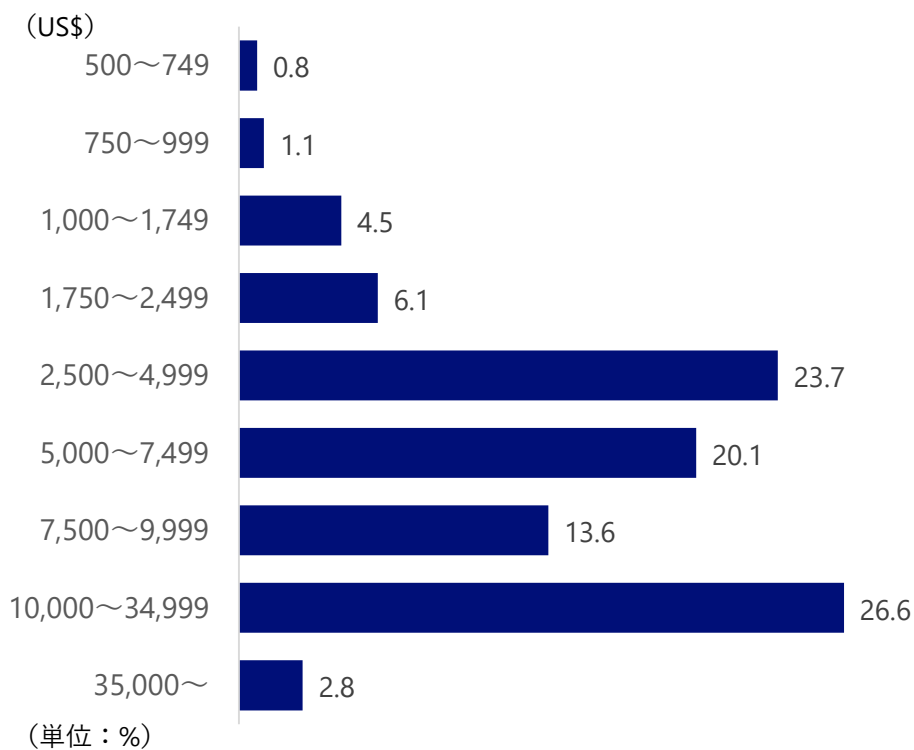
(出所) 国際通貨基金 (IMF) 「World Economic Outlook Database」

## 海外市場調査 | タイ 世帯所得分布

■ 2010年には60.3%であった中間所得層（世帯所得5,000～34,999US\$）が、2020年には67.3%まで増加。

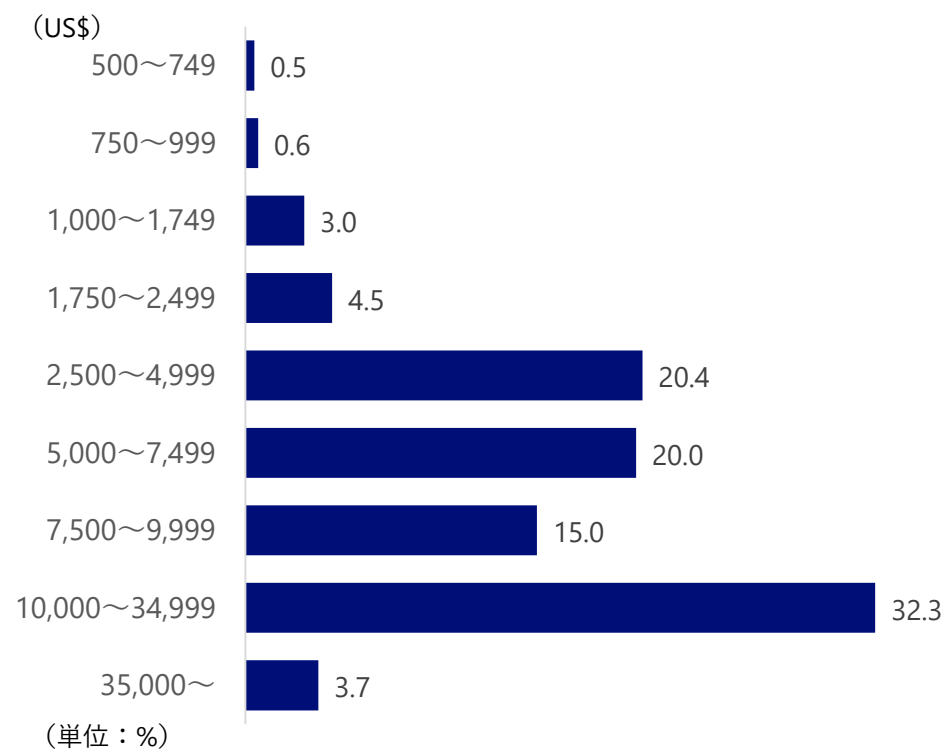
### 世帯所得分布

2010年



(出所) ユーロモニター

2020年



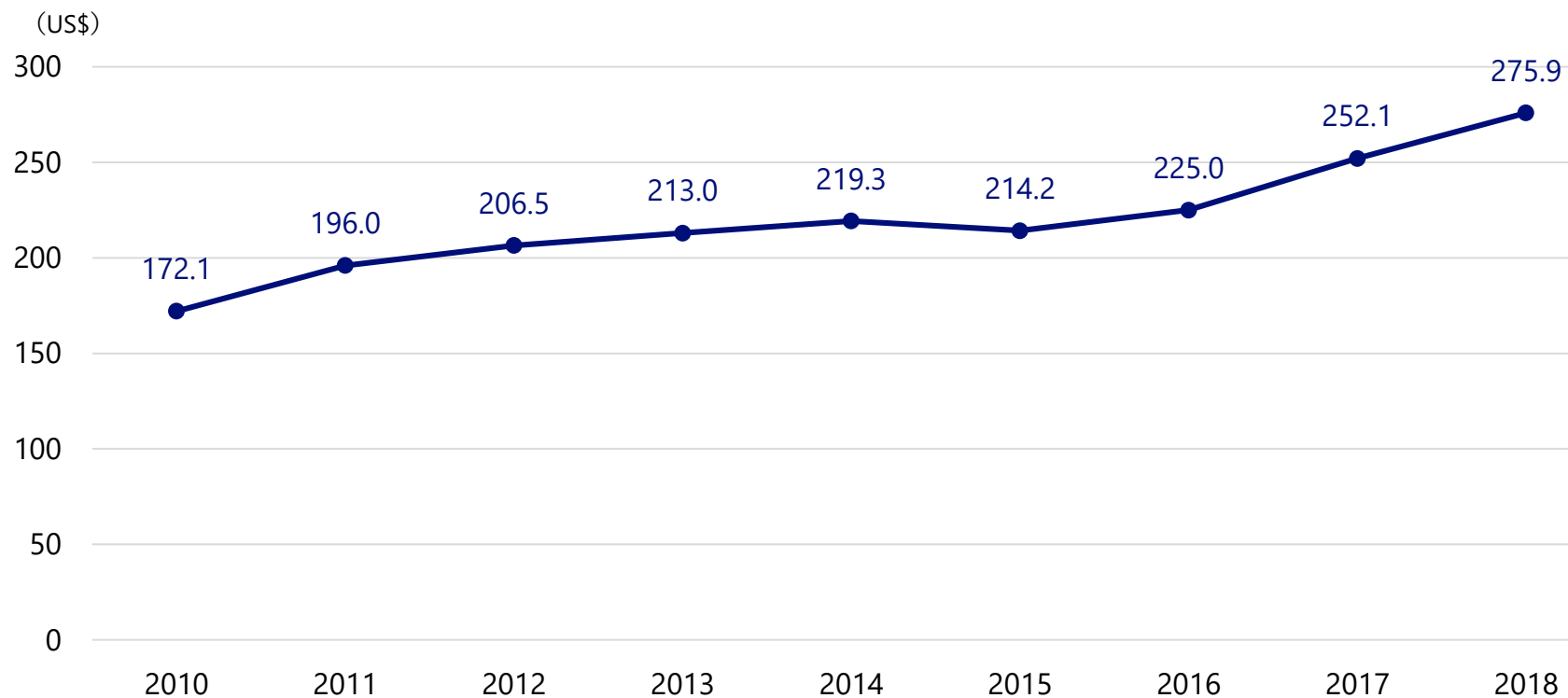
## 外資に関する規制

カテゴリ	
<p><b>規制業種・禁止業種</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 外国人事業法（1999年改正、2000年3月施行）に基づき、規制業種を3種類43業種に分け、それらの業種への外国企業（外国資本50%以上）の参入を規制している。</li> <li>• 業種別規制の詳細については、下記URL参照。 <a href="https://www.jetro.go.jp/world/asia/th/invest_02.html">https://www.jetro.go.jp/world/asia/th/invest_02.html</a></li> </ul>
<p><b>出資比率</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 外資比率が50%以上の企業は、外国人事業法により前述（「規制業種・禁止業種」）の43業種への参入が禁止・規制される。</li> </ul>
<p><b>外国企業の土地所有の可否</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 原則、外国人（法人を含む）は土地取得不可。ただし、一部の例外あり。</li> </ul>
<p><b>資本金に関する規制</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 外国企業（外資マジョリティー）の最低資本は200万バーツ以上。ただし、外国人事業法の規制業種に基づく、特別の認可を取得する必要がある業種の場合は、原則として最低資本は300万バーツ以上。</li> <li>• なお、外国人事業法上の認可を取得した場合、借入を資本金の7倍以内とすることが求められるが、Covid-19の影響による一時的な特別措置として、Financial Institution Business Act B.E. 2551（2008）に基づく金融機関または特別金融機関から融資を受けており、かつ、クレジットカード融資、個人融資、リーシング、ハイヤーパーチェス（所有権留保付割賦販売契約）、オートバイのハイヤーパーチェスまたは自動車登録融資サービスを提供する金融事業者（Financial Institution Business Actにおける金融機関を除く）については規制対象外とされている（2020年9月18日から2023年6月30日まで）。</li> <li>• タイ企業（タイ資本マジョリティー）は、最低資本の規則はない。</li> </ul>
<p><b>その他規制</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 従来、自動車、オートバイ、小型トラック用ディーゼルエンジン、乳製品等につき国産化率を定めていたが、WTOの貿易関連投資措置（TRIM）廃止に伴い、既に撤廃されている。</li> </ul>

## 一人当たり医療費

■ 2018年における一人当たり医療費は275.9\$で、2010年から約1.6倍に増加している。

### 一人当たり医療費推移



(出所) 世界保健機関 (WHO) 「Global Health Expenditure Database」

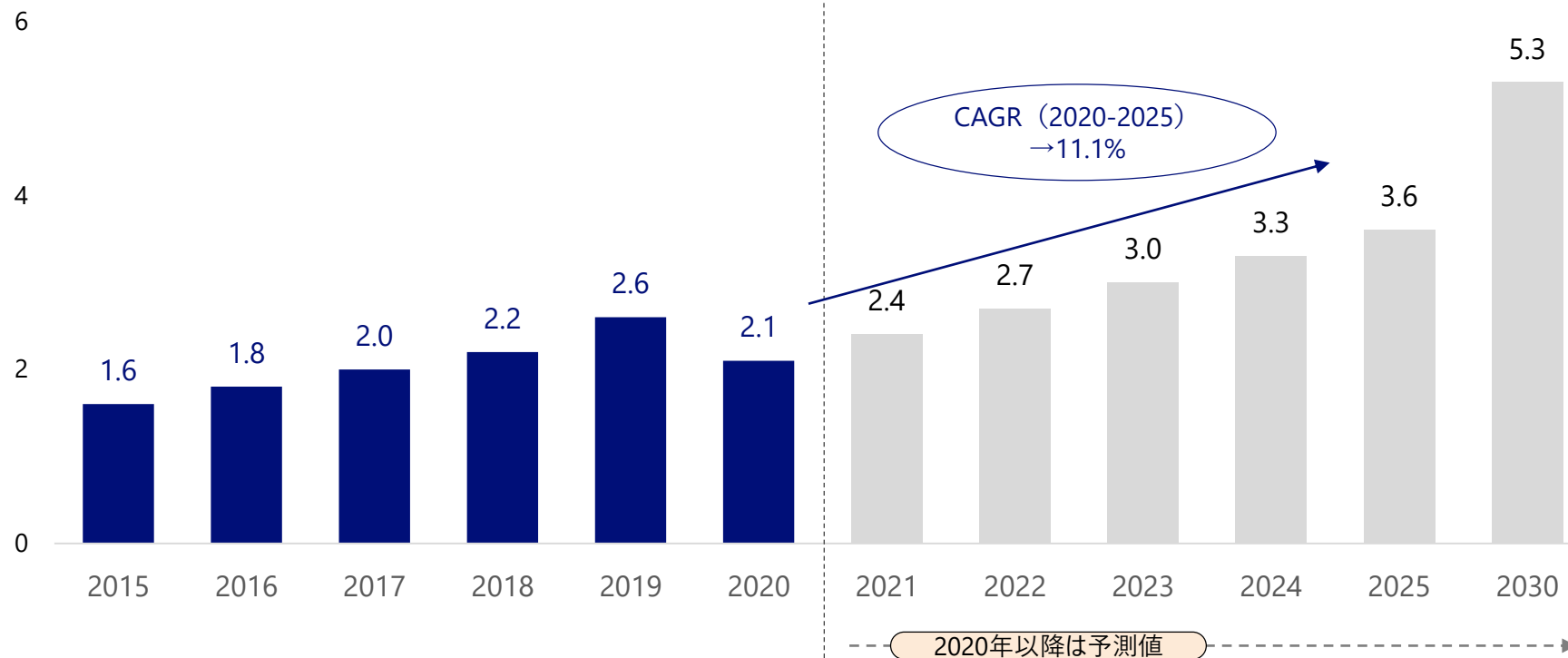
## スポーツ産業市場基礎情報

■ 2020年のタイにおけるスポーツ産業市場規模は約21億ドル。CAGR（2020-2025）は11.1%。

- スポーツ産業の市場規模は国全体のGDPの0.384%。

### スポーツ産業市場規模推移

(US10億 \$)



## 一人当たりスポーツ支出、スポーツ産業従業者数割合、事業者数及び1事業者当たり売上

■ タイにおける2020年の一人当たりスポーツ支出は30.6ドル。スポーツ産業の従業者数割合は0.08%。

## アジア諸国におけるスポーツ産業市場情報

国	一人当たり スポーツ支出（\$）	スポーツ産業 従業者数割合（%）	スポーツ産業事業者数	1事業者当たりの売上 （\$）
香港	323.3	0.09%	1,447	1,687,836
シンガポール	319.7	0.15%	996	1,851,950
オーストラリア	229.7	0.03%	3,036	1,946,384
ニュージーランド	205.7	0.09%	1,917	536,876
日本	201.2	0.10%	20,164	1,254,952
韓国	128.0	0.13%	24,357	272,094
マレーシア	40.2	0.06%	3,147	421,136
中国	39.1	0.08%	160,508	342,474
タイ	30.6	0.08%	14,659	145,558
フィリピン	14.1	0.12%	7,802	196,463
インドネシア	12.1	0.09%	86,631	37,777
ベトナム	8.4	0.05%	1,821	450,457
インド	2.1	0.05%	173,683	16,521

※...「一人当たりスポーツ支出」は2020年の値。「スポーツ産業従業者数割合」は全人口に対するスポーツ産業従業者数の割合