

## F1日本グランプリ 2025レビュー & 2026レビュー

### ■ 2025日本グランプリ レビュー

2025年のF1日本グランプリは、鈴鹿サーキットで35回目の開催となりました。桜が咲く時期の開催となり、会場には多くの観客が集まりました。3日間の来場者数は26万6千人で、前年比116%と増加し、2009年以降で最多の動員となりました。

観客構成にも変化が見られ、海外からの来場者は8万人に達し、全体の30%を占めました。前年から約3万人の増加となり、日本での開催が引き続き国際的な関心を集めていることがうかがえます。また、木曜と金曜には16～23歳の若者1,000人を無料招待するなど、次世代ファン層を育成する取り組みも行われました。1987年の初開催以来の累計観戦者数は899万人となり、長期にわたる開催の積み重ねが数字にも表れています。

経済面では、大会の経済波及効果は768億円、雇用創出効果は6,949人と推計されています。特に海外観戦客の平均消費額は74万6千円で、一般的な訪日観光客の約3.3倍にあたります。スポーツイベントとしてだけでなく、観光資源としての存在感も示されました。

サステナビリティへの取り組みも引き続き重点が置かれています。2030年のネットゼロ達成を目指す中で、2024年にはFIAの環境認証プログラムで最高位の3つ星を取得し、2025年には大会運営におけるCO<sub>2</sub>排出量（Scope1,2）のカーボンニュートラルを達成しました。エネルギー面では駐車場への太陽光発電設備導入や、パドック内発電機のバイオ燃料100%運用、観客輸送ではツアーバス拡充や乗り合いタクシーの促進などにより、低炭素移動手段の利用率は64.4%に向上しました。来場者の協力も得ながら、環境負荷の低減を進めています。

地域との連携にも力が注がれ、官民一体の協議会による支援のもと、高速道路のICやPA、鉄道駅、空港での装飾や案内体制が整えられました。また、木曜と金曜には周辺地域から4,000家族を招待し、モータースポーツに触れる機会を提供しました。大会関連の取引企業の約6割が県内企業・団体であり、地域経済への貢献も継続しています。

これらの地域連携や経済効果、そして日本開催の国際的プレゼンス向上に向けた取り組みは、国内外から評価を受けています。スポーツ庁・文化庁・観光庁による「スポーツ文化ツーリズムアワード2025」ではスポーツ文化ツーリズム賞を受賞。さらにF1主催者による「F1プロモーターアワード」においてもESG(Environment/Social/Governance)部門の最優秀賞受賞に加え、文化部門でもノミネートされました。こうした受賞は、鈴鹿での日本グランプリが持続可能性や地域協働を重視した文化的価値の高い国際スポーツイベントとして認識されていることを示しています。



### レース観客数

- ・3日間の来場者数は26.6万人となり、前年比116%、2009年以降最高となった
- ・海外からの観客は全体の30%を占める8.0万人で、前年から3.0万人増加
- ・木・金曜に、1000人の16～23歳の若者と周辺地域から4,000家族を招待した
- ・1987年の第1回大会からの累計で延べ899万人が日本グランプリを観戦

### 経済効果

- ・経済波及効果は国内全体で768億円に上り、6,949人の雇用創出効果と算出
- ・海外観戦客の国内滞在期間中の平均消費額は746千円で、一般的な訪日観光客の3.3倍
- ・海外観戦客の7割が7日間以上国内に滞在し、鈴鹿以外の都市も訪問

### サステナビリティ

- ・イベント運営におけるCO<sub>2</sub>排出量（Scope1,2）のカーボンニュートラルを達成
- ・国際的なアワード「Sport Positive Awards 2025」Transformation部門ファイナリスト選出
- ・電力の45%を自家発電し、グリーン電気の購入で100%再生エネルギー使用
- ・パドック内の発電機は100%バイオ燃料に切替え
- ・リターナブル容器導入や分別回収徹底により資源リサイクル/コンポスト比率46.1%に向上
- ・ツアーバスの拡充や乗り合いタクシーの利用促進により低炭素移動手段での来場は64.4%に向上
- ・フードバンク活動団体を通じた余剰食材の寄附が消費者庁・環境省主催の「食品ロス削減推進表彰審査委員会委員長賞」を受賞
- ・従来からある桜500本に加えて、日本固有の野生種ヤマザクラ・クマノザクラなど6種75本を植樹

### 地域連携

- ・官民連携した協議会の支援のもと、交流人口拡大による地域活性化を促進
- ・ICやPA、駅、空港などで、日本グランプリ仕様の装飾や法被を着用した係員によるおもてなしを実施
- ・木・金曜には周辺地域から4,000家族を招待し、モータースポーツに触れる機会を提供
- ・取引企業のうち約6割が県内企業・団体で、地域の雇用と経済に貢献
- ・行政と警察の協力により、国道(中勢バイパス)にシャトルバス専用レーンを設置して交通円滑化
- ・乗り合いタクシーの実証運行や、営業区域外からのタクシー増車などの制度の柔軟な運用を実現
- ・市内の小学生とF1ドライバーの交流や、地元学生によるインターンシップ・ボランティア参画を推進

(ご参考)

#### ■F1® 2025シリーズ レビュー

- ・世界におけるF1®ファン数は8.27億人に達し、年間スポーツシリーズとして最も人気
- ・若年層のファン化が進み、全体の43%が35歳未満。前年比で5100万人増加
- ・ソーシャルメディアのフォロワーは1億1450万人(前年比119%)
- ・世界180カ国以上で放送され、1グランプリあたりの平均TV視聴者数は7,000万人
- ・シリーズ全戦合計の来場者数は670万人となり、史上最高値を記録
- ・6月に公開された映画「F1® The Movie」は世界興行収入6.3億ドルの興行成績を記録
- ・多岐にわたるトップブランドとのパートナーシップを拡大
- ・LVMH(TAG Heuer, Louis Vuittonなど)、LEGO、AMEX、Disney、PepsiCo他



## ■ 2026日本グランプリ プレビュー

2026年の日本グランプリは、F1史に残る大きな変革の年となります。車両の小型・軽量化、アクティブエアロの拡大、新モード「オーバーテイク・モード」の導入など、レギュレーションの大幅刷新が予定されており、レースの戦略性や迫力が一層高まることが期待されています。さらに、新チーム「キャデラックF1チーム」やHonda、レッドブルフォード、アウディといった新マニファクチャラーの参戦により、競争はこれまで以上に激化することが予想されます。

チケット販売は2025年10月に開始し、発売初日には前年比1.4倍のペースで販売され、指定席はほぼ完売となりました。若者招待の申込みも開始から1週間で前年比1.5倍の初速を記録し、35歳未満の割合は前年の41%から49%へと増加。東京、神奈川、大阪といった大都市圏での伸びも顕著で、海外比率も拡大しています。F1が若年層や都市部で再び熱狂を呼び起こしていることが数字からも明らかです。

大会準備も着々と進行中です。2025年に東コースで実施した路面張替えに続き、西コースエリアの路面改修を行うほか、ファンゾーンの拡大や環境改善を予定。表彰台のLED化や音響システムのアップグレードなど、設備面での改修も進められています。伝統を守りながらも未来に向けた進化を続けています。

### チケット販売状況（自社直販サイトでの販売状況。2025年12月現在）

- ・発売当日は前年比1.4倍のペースで販売され、指定席はほぼ完売となった
- ・若者（16～23歳）招待の申込みも、開始1週間で前年比1.5倍の初速を記録
- ・35歳未満の割合が前年41%から49%に増えており、若年層が拡大している
- ・東京（前年比120%）、神奈川（同126%）、大阪（同120%）と大都市圏の伸びが顕著
- ・直販サイトに限っても海外比率は拡大している

### 2026年のトピック

- ・2025年の東コースに引き続き、西コースエリアの路面張替えを実施
- ・西エリアをはじめ、ファンゾーン（イベントスペース）を拡大・環境向上
- ・表彰台のLED化や西エリアの音響システムアップグレードなど、設備改修を実施
- ・予約制ツアーバスの発着地点および台数を大幅に拡大（14→22箇所/台数は前年比130%見込）
- ・乗り合いタクシーは対象を往路にも拡大するとともに、復路は名古屋方面の追加を調整中

（ご参考）

### ■ F1® 2026シリーズ プレビュー

- ・新たな技術規則によりオーバーテイクの機会や接近戦を促進
- ・車両の小型・軽量化、アクティブエアロ（可変ウイング）の拡大、新モード「オーバーテイク・モード」追加
- ・新チーム（キャデラックF1チーム）、新マニファクチャラー（Honda、レッドブルフォード、アウディ）が参戦