



FORMULA 1
JAPANESE GRAND PRIX

PARTNERSHIPS

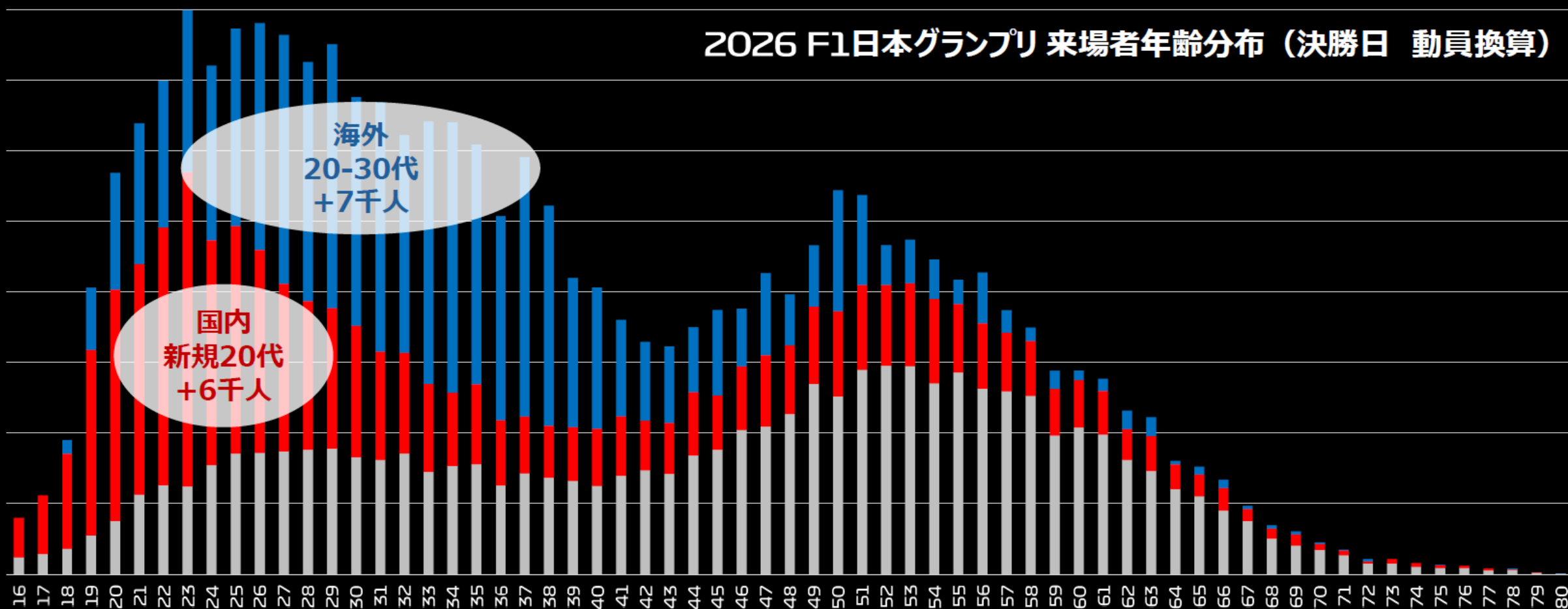
マーケの窓 

Powered by  宣伝会議



海外20～30代が+7千人、国内新規20代が+6千人と若年層が大幅に向上。
国内リピーターは引き続き45～60代中心で安定している一方で、全体で見ると年齢構成は若年化。

2026 F1日本グランプリ 来場者年齢分布（決勝日 動員換算）

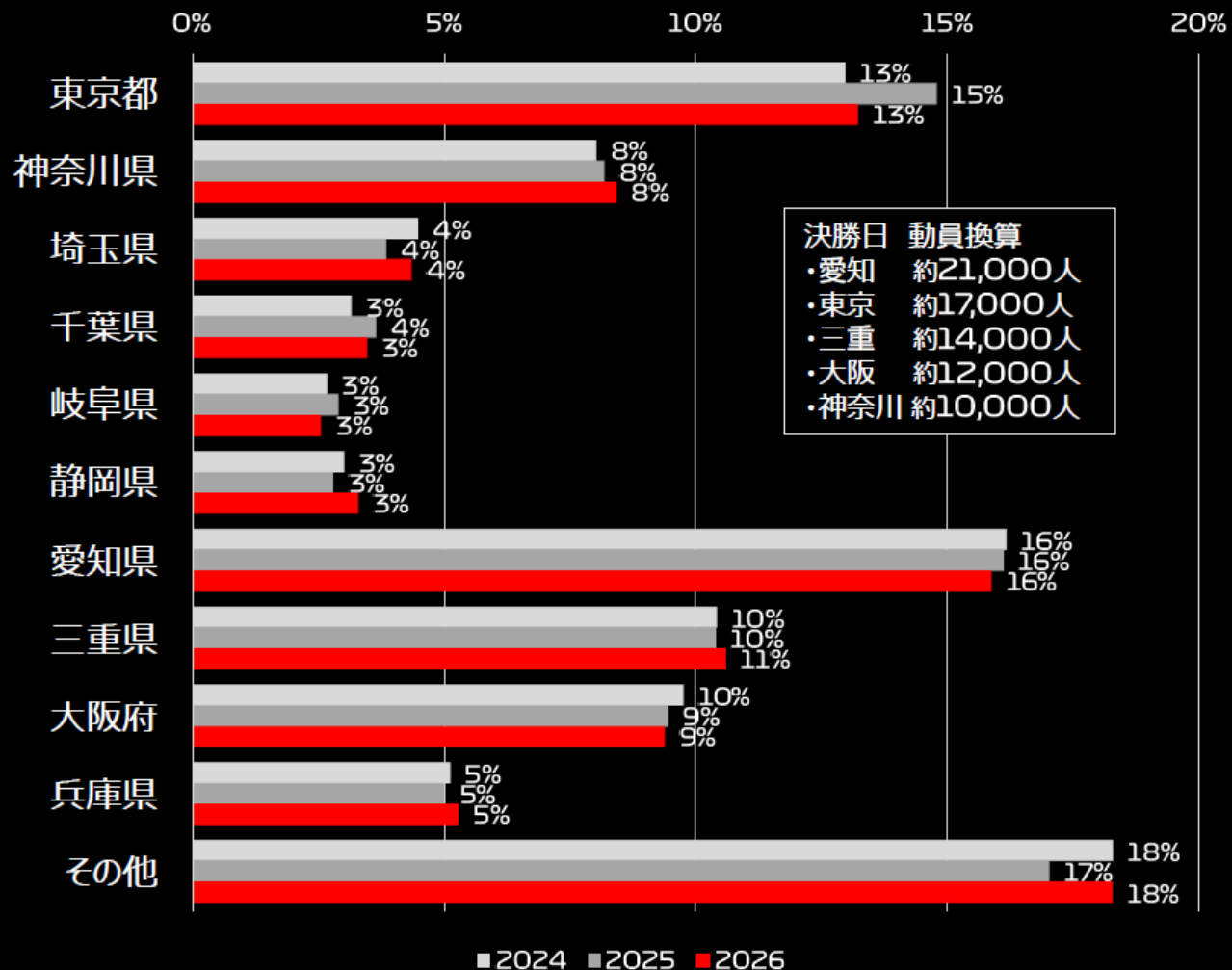


※子ども券（15歳以下）は含まず ※年齢詳細不明のため
※5市1町、16-23ゼロバスは含まず ※木/金対象のため
※海外代理店分はモビスティチケット登録者(16千人)の情報から動員換算

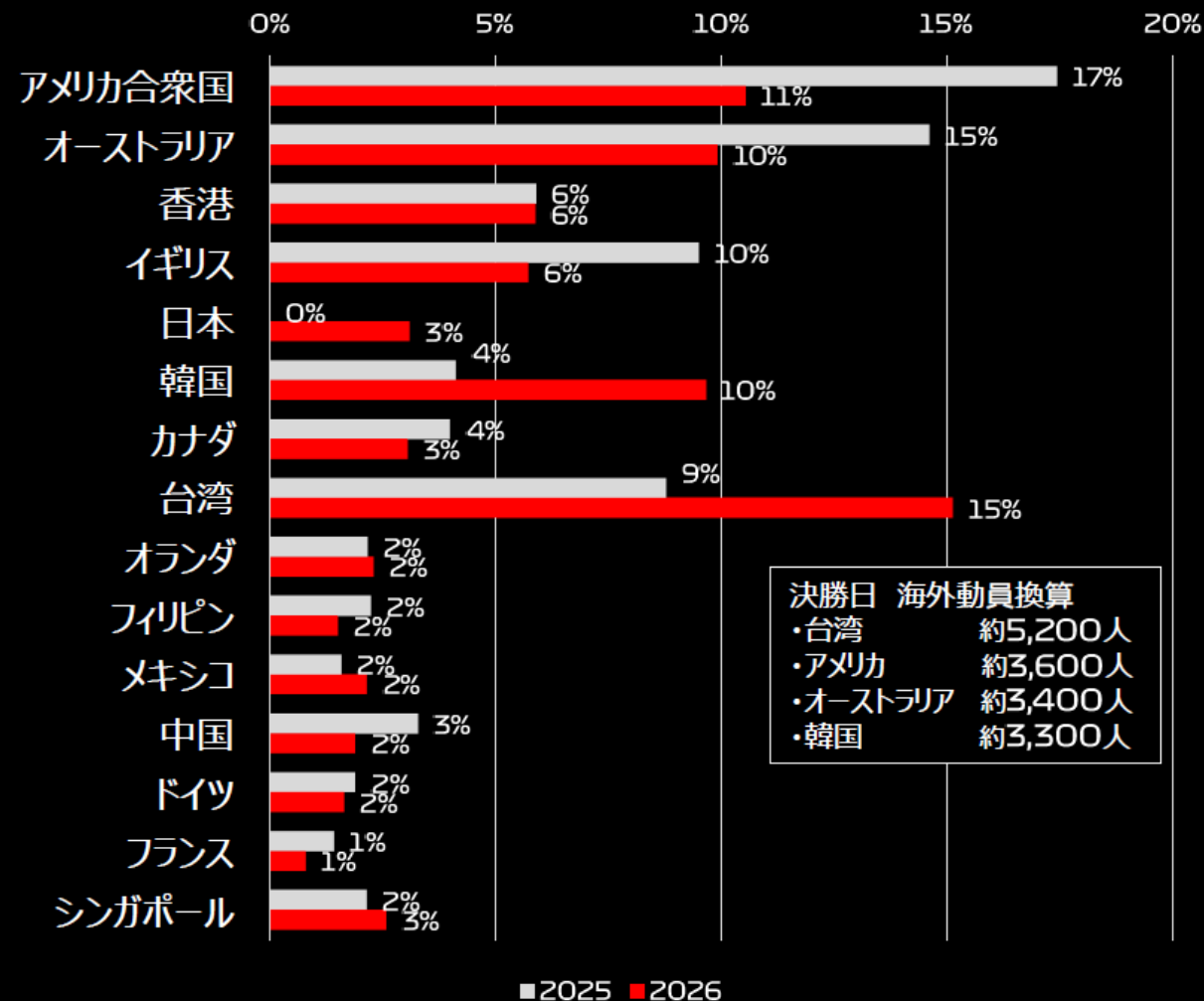
■国内リピーター ■国内新規 ■海外

国内は、都市圏（東京、愛知、大阪、神奈川）と地元（三重）で安定して分布。
海外は、台湾、韓国がいずれも前年比100%を超えた。

来場エリア【割合】



海外/来場国・地域【割合】





THE ENTERTAINMENT PLATFORM

エンターテインメントとしてのF1の影響力

AUDIENCE

TV Audience **16.5億人**

-1グランプリあたり視聴者数 **8500万人**

Fan Base **8.27億人**

-U35ファン **43% (3億5500万人)**

-女性ファン **42% (3億4700万人)**

<https://www.espn.com/nba/finals/playoffs/viewership/audience-abr-espn-houston-rockets-dallas-mavericks/>

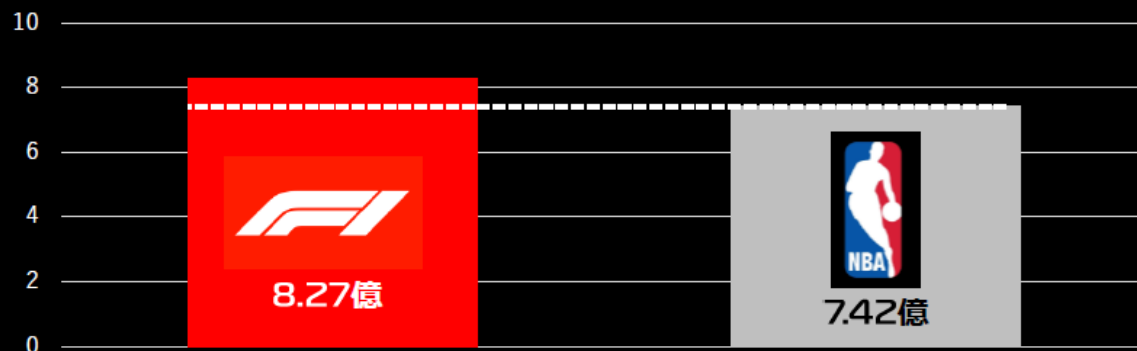
© Honda Mobilityland Corporation All Rights Reserved.

イベントあたりの視聴者数 (百万)



グローバルファンベースサイズ (億)

F1がNBAを11.4%上回る = 世界最大の年間スポーツリーグへ



*2025 Formula 1 Half year review



WORLDWIDE, ALWAYS ON

毎年全世界を転戦する唯一のグローバルスポーツコンテンツ

北米



124.2M+

CUMULATIVE TV AUDIENCE



4

RACES



1.4M

TOTAL RACE ATTENDEES

中南米



166.6M+

CUMULATIVE TV AUDIENCE



2

RACES



696.7K

TOTAL RACE ATTENDEES

NORTH AMERICA

LATAM

EMEA

APAC

ヨーロッパ・中東・アフリカ



1.2BN+

CUMULATIVE TV AUDIENCE



14

RACES



3.3M

TOTAL RACE ATTENDEES

アジア・太平洋



123.3M+

CUMULATIVE TV AUDIENCE



4

RACES



1.2M

TOTAL RACE ATTENDEES





DEEPEN FAN ENGAGEMENT

深まるエンゲージメント



© 2025 WARNER BROS. ENT. ALL RIGHTS RESERVED.

ムーブメント

ドキュメンタリー番組が
大ヒット

2世代獲得

公式SNSフォロワー
1億人を突破

エンゲージメント強化

ブラッドピット主演映画「F1 The Movie」
全世界興行収入 約900億円／日本 20億円超

Formula 1 2025 half-year summary / 映画「F1」/ エアワン公式サイト



THE BUSINESS PLATFORM

ビジネスプラットフォームとしてのF1の影響力

PARTNERSHIPS

/ LVMH 契約 10年 1,500億円

*<https://sportfive.com/beyond-the-match/insights/f1-billion-dollar-power-play>

/ AMEX 鈴鹿ショップでのカード利用率
国内ブランドを上回る

*自社調べ 2025年F1期間(木)~(日)

REVENUE OF F1

¥3兆*
2023 時価総額
Formula One
Management社

¥5,100億
2024 シーズン収入
過去最高

191%
2024シーズン収入
vs. 2017

出典: <https://www.forbes.com/sites/mikeozanian/2023/07/19/formula-1s-most-valuable-teams-2023/?sh=7130d3452adb>

F1とのパートナーシップによりエンゲージメントを強化



LVMH

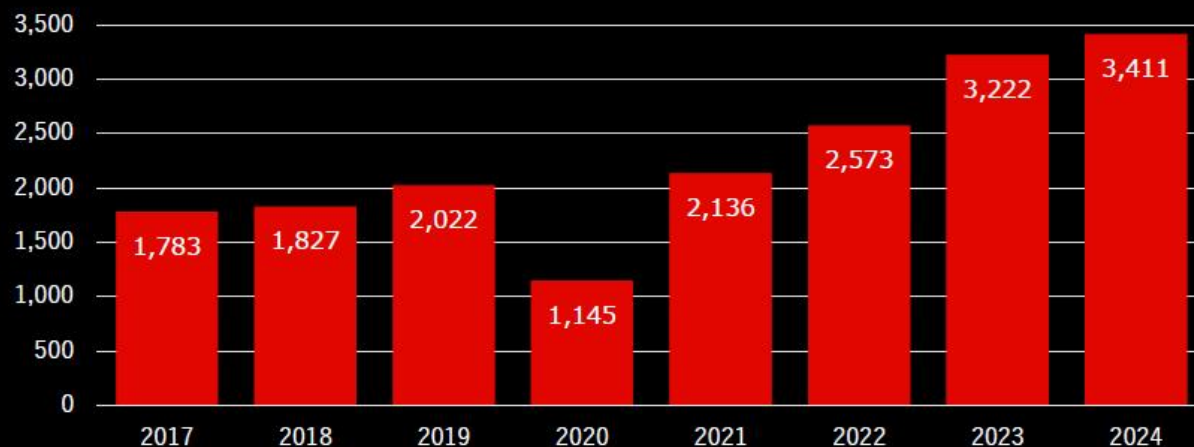


Disney



AMERICAN EXPRESS

Formula One Group 収入推移 単位: 百万USD ※\$1:¥150



*Liberty Media Corporation Reports Year End 2017-2024 Financial Results



Paddock Club™

パドッククラブ

PREMIUM HOSPITALITY

/ 300を超えるブランドがゲストを招待

エクスクルーシブな体験の提供やエグゼクティブ層との
ネットワーキングに活用

/ 最上級のホスピタリティ空間であり、社交の場
世界最高峰のビジネスフィールド



Photo:Formula1.com



SUZUKA | JAPANESE GP

鈴鹿サーキット | 日本グランプリ

AUDIENCE

/ 1試合で10万人以上集客する国内最大のスポーツイベント

31.5万人
観客動員
(3日間合計)

13.0万人
観客動員
(決勝日)

54%
U35来場者
(国内+海外)

139%
20代増加率
(国内+海外)

/ 海外来場者は増加傾向。特に台湾・韓国は昨年比**3倍以上**の増加

10.5万人
海外観客動員
(3日間合計)

33%
海外観客割合

95%
大変満足+満足と回答
イベント満足度(海外)

*鈴鹿サーキット 2026来場アンケート、チケット販売実績より算出

/ メイン属性：高水準の年収帯かつ趣味への投資意向が高い男性

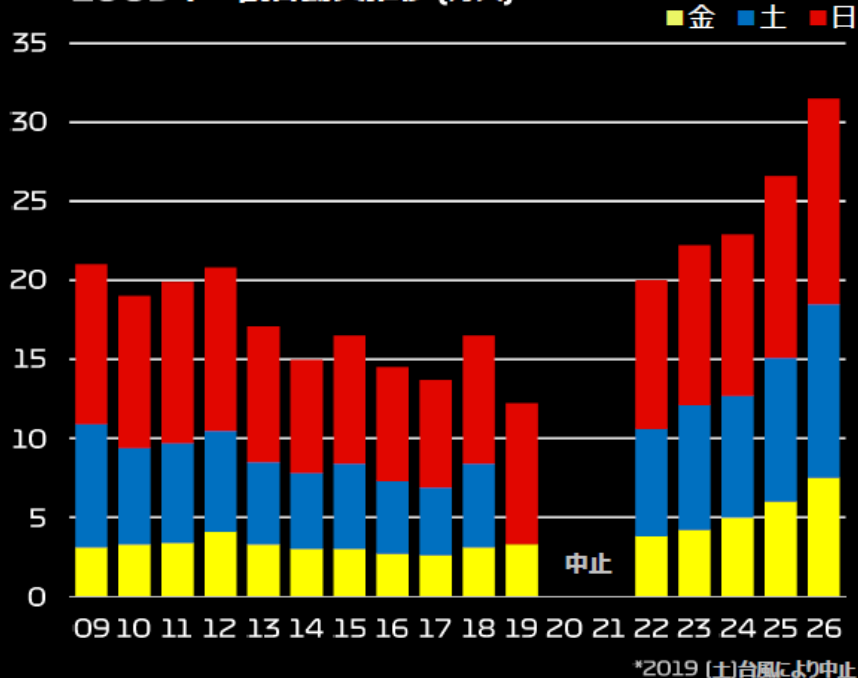
7:3
男女比
(国内)

20%
1,000万円以上
世帯年収(国内)

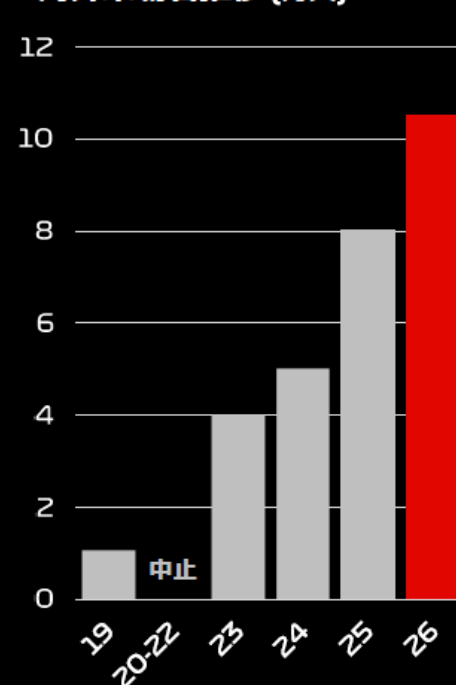
70%
スポーツ・アウトドアに興味
その他旅行・テック・投資
(国内)

7.7万円
平均年間支出額
(国内MSファン)

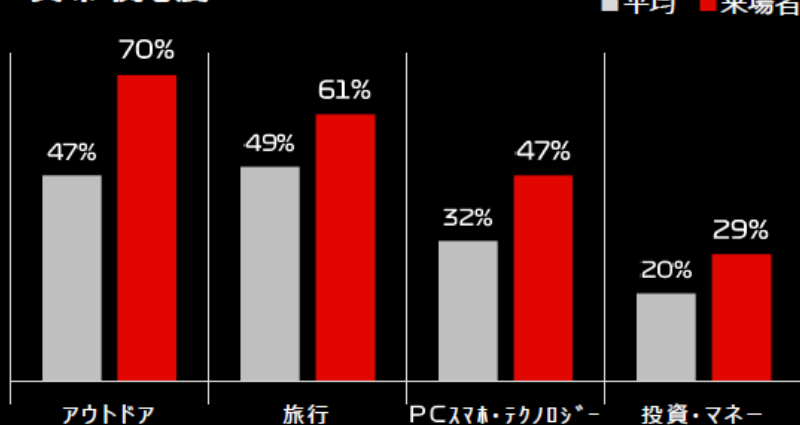
2009年～観客動員推移 (万人)



海外来場者推移 (万人)

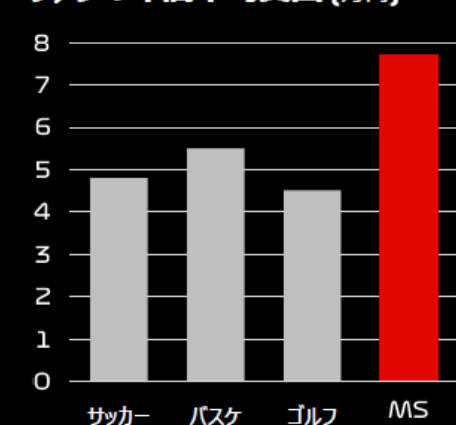


興味・関心度



*ラクスル 2024F1日本GP木～日 エリア別人流調査

ファンの年間平均支出 (万円)



*インテージ自主調査企画2024



SUZUKA | JAPANESE GP

鈴鹿サーキット | 日本グランプリ

SASTAINABILITY / 2025 日本GP取り組み事例

/ 2022年から日本GP開催に伴うサステナビリティプランを設定し推進

/ 2024年にFIA環境認証プログラムで最高位となる ★★★★★ を獲得

/ 全体のCO2排出量のうち87%以上を占めるファン移動領域の低減が課題

Plastic & Waste



飲食物はすべてバイオマス容器、またはリターナブル容器で提供し、使い捨てプラスチックの提供はゼロを実現

9種類で分別を徹底することで、マテリアルリサイクル・コンポストの比率を高め、アップサイクル・資源循環を実施

F1アクセス期間で約132トンの廃棄物が発生し、分別回収により埋め立てゼロ、リサイクル率は46.1%となる。

Local Fan Travel



国内観光拠点・駅からの直行ツアーバスを昨年から5カ所追加し延べ350台・14千人にキャパシティを拡大して運行

パーク&ライドやライドシェアなども含めた低炭素移動率は64.4%（昨年比+3.9pt）まで向上

Wellbeing & Nature



場内に設置した15台の無料の給水所で8,000リットル500mlペットボトルに換算すると16,000本分を提供

多様化する飲食ニーズに応えるため、今年は50店舗でベジタリアンメニューを提供

ハズステップバスの運行、車椅子席を400席設定し、アクセシビリティを提供

Local Communities



周辺地域約4,000のファミリーを招待し、日本GPの理解や将来の種まきを実施。鈴鹿市内の小学生30名がドライバーと交流

インターンシップ、ボランティアとして学生がグローバルコミュニケーションを実践する機会を提供

余剰食品を集め、三重県管理のフードバンク14団体に約7.8t寄付

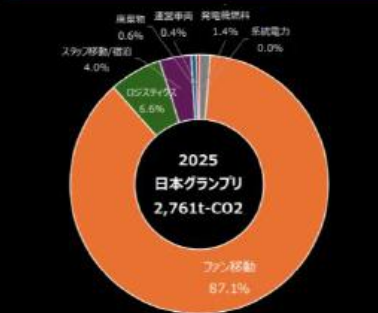
Energy



オンサイトPPAによりF1アクセス期間中は、レーシングコース周辺の電力の45%を太陽光発電でまかなった

パドックエリア発電機はすべてHVO燃料比率100% 全体のHVO燃料比率は85%

Carbon



Scope 1
HVO以外の発電機燃料分15%はカーボנקレジットによりオフセットし排出量ゼロ

Scope 2
CO2フリー電気を使用することにより22年からCO2排出ゼロ

Scope 3
ファン移動に伴うCO2排出の低減が課題

世界16.5億人が見つめる最高峰の舞台で、 貴社ブランドの価値を最大化する。

世界最高峰のビジネス&エンターテインメントプラットフォームとして、貴社のブランディングや顧客招待、新規マーケティングに幅広くご活用いただけます。

基本プラン+オプションの最適な組み合わせをご提案します。

マーケの窓

Powered by  宣伝会議

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社宣伝会議 「日本のメディア」 マーケの窓口

TEL/03-3475-3010

Mail/houjin@sendenkaigi.co.jp