第三種郵便物認可　明治二十五年三月三十一日

及・啓発することにより，スポーツを通じた健康増進を推進する。（Ｐ７より再掲）

ウ　国は，地方公共団体，ＪＳＣ，スポーツ安全協会，日体協及び医療機関等と連携し，種目別や世代別のスポーツ障害，外傷，事故等の情報収集・分析を行うとともに，安全確保に向けた方策をとりまとめ，普及・啓発することにより，安全にスポーツを行うことができる取組を促進する。

エ　国は，「ガイドライン」の策定や先進事例の収集・発信等により，地方公共団体が，民間事業者及び関係団体等との連携・協働体制や人材の育成等を通じた多くの住民に情報伝達をすることができる仕組みを整備することを促進し，スポーツの習慣化や健康増進を推進する。（Ｐ７より再掲）

オ　国は，スポーツ関係団体等と連携し，被災地でのスポーツによる身体的・精神的支援等に関する情報共有や，被災後に必要とされる運動支援に関する研修を充実することにより，スポーツを通じた被災者支援を促進する。

③ スポーツを通じた女性の活躍促進

［施策目標］

女性の「する」「みる」「ささえる」スポーツへの参加を促進するための環境を整備することにより，スポーツを通じた女性の社会参画・活躍を促進する。

［現状と課題］

- 中学生の女子の 21.7%が，スポーツが「嫌い」・「やや嫌い」であり，運動習慣の二極化が見られる。（平成 28 年度現在）
- 20 代～40 代の女性のスポーツ実施率が特に低い。（週１回以上 28.2%）（平成 28 年度現在）
- スポーツ指導者は女性の割合が低い。（平成 28 年度現在 27.5%）
- スポーツ団体における女性役員の割合が低い。（平成 27 年度現在 9.4%）

［具体的施策］

ア　国は，地方公共団体，学校及びスポーツ団体等と連携し，女性スポーツに関する調査研究を行い，女子児童のスポーツへの積極的な参加や女子生徒の運動習慣の二極化を含め女性特有の課題を整理するとともに，これまでトップアスリートを対象に蓄積してきた研究や支援の成果も活用しつつ，女性がスポーツに参画しやすい環境を整備する。

イ　国は，先進事例の情報提供等を通じて，地方公共団体，民間事業者及びスポーツ団体等による連携・協働体制の整備を促進することにより，女性の幼少期から高齢期を通じ，女性のニーズや意欲に合ったスポーツ機会を提供する。（Ｐ10 より再掲）

ウ　国は，更衣や授乳のスペースを確保するなど女性のスポーツ施設の利用に関する情報提供を行うことにより，女性のスポーツ施設の利用しやすさの向上を促進する。

エ　地方公共団体は，国のガイドラインや情報提供等に基づき，スポーツ施設のストックの適正化を図るため，施設の長寿命化，有効活用及び集約化・複合化等を推進する。また，性別，年齢及び障害の有無等の利用の特性にも配慮したスポーツ施設の利用しやすさの向上やＩＴの活用等により，利用者数の増加，維持管理コストの低減及び収益改善等を推進する。（Ｐ15 より再掲）

オ　国及び日体協は，スポーツ団体と連携して，指導者講習や研修において，あらゆるハラスメントの防止や女性特有の課題に取り組むとともに，女性の指導者資格取得を促す方策を実施することにより女性指導者の増加を図る。

カ　国は，第４次男女共同参画基本計画（平成 27 年 12 月閣議決定）における「社会のあらゆる分野において，2020 年までに，指導的地位に占める女性の割合が，少なくとも 30%程度となるよう期待する」との目標を踏まえ，スポーツ団体における女性の役員登用や女性部会の設置の効果の紹介等を通じてスポーツ団体における女性登用の促進を図るとともに，スポーツ団体に対し女性登用等の取組状況について発信するよう要請する。

キ　国は，女性特有の課題に着目した調査研究や医・科学サポート等の支援プログラム，戦略的な強化プログラムやエリートコーチの育成プログラム等を実施し，得られた知見を中央競技団体等に展開することにより，女性トップアスリートの競技力向上を支援する。

ク　国は，スポーツ団体等と連携し，スポーツ・フォー・トゥモロー（ＳＦＴ）等を通じて先進事例を各国と共有するなどにより，国際的な女性のスポーツ参加を促進する。

（２）スポーツを通じた経済・地域の活性化

① スポーツの成長産業化

［施策目標］

スポーツ市場を拡大し，その収益をスポーツ環境の改善に還元し，スポーツ参画人口の拡大につなげるという好循環を生み出すことにより，スポーツ市場規模 5.5 兆円[*18]を 2020 年までに 10 兆円，2025 年までに 15 兆円に拡大することを目指す。

［現状と課題］

- スポーツ市場規模は平成 14 年当時の７兆円から平成 24 年時点では 5.5 兆円となっており，減少傾向にある。
- プロスポーツリーグの市場規模は欧米と比較して極めて小さく，とりわけ，国内の主要なプロスポーツリーグである野球，サッカーにおいては，世界のトップリーグと比べて，20 年前はその差は小さかったものの，現在ではそれぞれ約３倍，約５倍といった差が生じている。
- 近年，政府の成長戦略におけるスポーツの成長産業化の位置付けや，各種大規模国際大会の開催を背景に，スポーツを有望産業と捉え，プロスポーツリーグの活性化，スタジアム・アリーナへの投資，健康・体力つくり志向の産業拡大などに向けた関心が高まっている。
- 多くのスポーツ団体においては，特に経営・マネジメント人材や活動資金等の組織基盤が確立されているとは言いがたく，組織の持続的な成長・拡大に向けて収入を確保できる事業が十分に展開できていない。

［具体的施策］

[*18] 日本政策投資銀行「2020 年を契機とした国内スポーツ産業の発展可能性および企業によるスポーツ支援」（平成 27 年５月発表）によれば，国内のスポーツ産業の規模は，小売分野で約 1.7 兆円，スポーツ施設業の分野で約 2.1 兆円，興業・放送等の分野（旅行，放送・新聞，書籍・雑誌，ゲーム・ビデオ，賃貸等）で約 1.7 兆円である。