

# サウジアラビアの有望産業（スポーツ・健康産業） についての投資環境・市場調査

---

2020年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部 中東アフリカ課

日・サウジ・ビジョンオフィス・リヤド

---

---

**【免責条項】**

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロと本レポートを作成したフロスト&サリバンでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

禁無断転載

# 本調査の背景と目的

## 日サ共同ビジョンの概要

- 2017年3月、サウジアラビア国王が46年ぶりに来日した。
- 日本とサウジアラビアは、両国の関係を深め、「戦略的パートナー」へと発展させることで合意した。
- 両国関係の新たな指針として、「日・サウジ・ビジョン2030」が策定された。
- このビジョンは、「サウジビジョン2030」と「日本成長戦略」の相乗効果を通じて、経済・社会の多様性、イノベーション、ソフト・バリューを高めるものである。
- 両国の共同ビジョンには、9つの分野における広範囲な協力関係と31件の具体的プロジェクトが含まれる（2017年時点、現在はさらに拡大）。
- 9つの分野における協力事業には、エネルギー、エンターテインメントとメディア、保健と医療、質の高いインフラ、農業、中小企業と能力開発、文化、スポーツと教育、投資と金融が含まれる。
- このビジョンに基づいて、両国は実際のビジネスの課題に基づき、それぞれの国におけるビジネス環境の改善に取り組む。

## 本調査の背景

日サ共同ビジョンを進展させるため、成果物に基づいて、サウジアラビアの有望産業における投資環境と市場に関する調査を以下の項目で実施し、情報提供する：

### A 市場評価

主要な市場指標および市場統計の評価、該当する産業の今後の展望

### B 市場参入情報

商慣行とチャネル、外国企業による市場への参入方法、関連する規制と奨励政策

### C 現地のパートナーリスト

政府および業界団体の概要、主要な現地パートナーの情報

調査対象の産業：  
スポーツ・健康産業



# 調査の範囲

## 1 市場概要

- 主な指標/統計
- 国家政策と制度
- 現地の市場力学
- 市場規模と展望
- 製品販売の特徴
- 外国企業・製品の参入状況
- 他の中東諸国との比較

## 2 市場参入情報

- 市場の特徴 - 流通システム、商慣習、外国企業間の競争、輸入、流通、販売等に関する法律など
- 市場参入手段 - 将来性のある参入分野、事業を行う現地パートナーの特徴、見本市（展示会）の活用、その他の参入方法
- 参入に関する規制と奨励政策 - 投資規制、政府登録手続き、現地企業との契約のポイント、インセンティブの紹介

## 3 現地のパートナーリスト

- 主要な業界団体と関連する行政機関の概要
- 主要な現地パートナーの候補者リスト

# 対象産業の範囲

## ● スポーツ産業

- フィットネスクラブ・ジム、ジム関連機器の市場
- 健康食品市場
- スポーツ/エナジードリンク市場
- スポーツ用品、スポーツ用品店の市場

# 目次

---

<b>1.0 市場評価</b>	<b>8</b>
1.1 国家政策と制度	9
1.2 セクター別国家支出の内訳	10
1.3 スポーツ市場：市場規模と展望	11
1.4 スポーツのニーズに関するGAStat調査	12
1.5 サウジアラビアのスポーツ産業：活動者数と普及率	13
1.6 アウトドアスポーツ：関連政策	14
1.7 フィットネス市場	15
1.8 健康食品市場	20
1.9 スポーツ/エナジードリンク市場	23
1.10 スポーツ用品市場	26

# 目次

<b>2.0 市場参入分析</b>	<b>30</b>
2.1 市場参入手段：会社設立に関する法制度および法律	31
2.2 外国人投資家の投資法人設立までの手順と地域のエコシステム支援	32
2.3 外国人投資家による認可取得の手続きおよび新企業設立に関する参考費用	33
2.4 規制と奨励政策：海外投資に関する法令	34
2.5 奨励政策：海外投資誘致を目的とした奨励政策	35
2.6 新規参入企業のビジネス機会が見込める市場と背景	36
2.7 新規参入企業にとっての市場別の課題・制約	38
2.8 新規参入企業にとっての市場別動向	40
2.9 主な業界イベント・会議	44
<b>3.0 現地有力販売先候補と戦略的提言</b>	<b>46</b>
3.1 主要な現地有力販売先候補	47
3.2 まとめと戦略的提言：市場別パートナー候補、フォーカスすべき分野、参入のためのロードマップなど	54

# 1.0 市場評価





## 1.1 国家政策と制度

### 政府は多額の投資を通じてスポーツセクターの振興を目指す

- サウジアラビアの「ビジョン2030」の目標の一つとして、「**身体的・社会的福祉と健康的なライフスタイルの推進**」を通じて「**充実した生活を送るための活力ある社会をつくる**」ことが含まれている。
- 目指しているのは、「定期的なスポーツおよび体育活動への参加を広く呼びかけるほか、民間部門と連携して、専用施設の建設やプログラムの開発に努める。将来的にはスポーツに秀でた国家づくりを目指し、国内外問わず特定の競技で『強いサウジアラビア』という名声を得る」ことである。
- 2016年、閣議で承認された「サウジ国家変革計画（NTP）」は、**サウジアラビア総合スポーツ庁（GSA）（注）**を含む24のサウジアラビア政府機関における様々な戦略的イニシアティブを通して、2020年までの中間目標の達成を目指している。
- NTPには、以下の戦略的目標を中心とした22件のイニシアティブのリストが含まれる：
  1. スポーツと体育活動の振興
  2. スポーツクラブや施設への投資利益率の向上
  3. サウジの一流アスリートが各競技において持続的に高いパフォーマンスを達成できる体制の整備
- また、NTPでは、草の根レベル、学校、女性専用のスポーツ施設の設立、地域コミュニティなど、以前は重視されていなかった範囲での取り組みを通じて、スポーツのインフラストラクチャと施設を改善する計画を進めている。
- GSAは、スポーツセクターの発展を促し、スポーツクラブの種目の多様化を奨励するため、**2019年7月、6億5,000万ドルの投資**を行うと発表した。

**注：GSAは、2020年2月25日の国王勅令により、「スポーツ省」に格上げされた。**

出所：サウジアラビア「ビジョン2030」、サウジ国家変革計画（NPT）

## 1.2 セクター別国家支出の内訳

## 医療・社会開発は政府支出のCAGR（年平均成長率）が最も高い部門

国家支出（USドル）						
セクター：	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
医療・社会開発	16.5	19.2	21.1	22.2	21.6	25.8
交通・輸送および通信	5.6	6.0	6.3	6.0	3.3	6.8
人的資源開発	45.4	54.8	56.5	58.3	51.7	54.1
経済資源開発	11.1	12.6	13.4	13.0	7.0	12.7
インフラストラクチャ開発	2.8	3.2	3.7	3.4	2.1	7.1
自治体サービス	6.9	8.6	9.3	9.2	5.7	12.9
防衛・国家安全保障	57.2	67.9	81.8	82.9	57.6	77.6
行政、公共事業など	29.0	32.4	22.8	21.8	18.5	34.4
政府専用金融機関	2.9	4.0	4.2	4.0	1.1	0.2
補助金	8.9	12.8	11.8	11.4	9.6	8.7
合計	186.3	221.4	230.85	232.2	178.2	240.3

- 国家支出は、2017年までの6年間でCAGRが5.2%増加している。また、同時期の「医療と社会開発」のCAGRは9.2%と大きく増加している。
- スポーツ振興の投資が含まれる「医療と社会開発」の国家支出は、2012年以降、毎年順調に増加している。
- 国家支出の総額の約8%がインフラ整備と自治体サービスに投資されている（2017年）。
- 「ビジョン2030」の一環として、2017年から公共支出を増やし、投資をさらに促進する計画があり、これはフィットネス分野にプラスの影響を与えると期待されている。

出所：フロスト&サリバン分析、SAMA（サウジアラビア通貨庁）年次報告書

## 1.3 スポーツ市場：市場規模と展望

## サウジアラビアのスポーツ市場は、2023年までのCAGRが6%と予測

## サウジアラビアのスポーツ市場（10億USD）



注： f= 予測値。

出所： Frost &amp; Sullivan 分析

- サウジアラビアのスポーツ市場の年間成長率は約9%（2016～2018年）であり、安定した投資が行われれば、今後2023年までのCAGRは約6%になると予測される。
- サウジアラビアでは、スポーツと健康に関するイニシアティブを支援しており、国内全体にスポーツセンターを新設するなど、2018年には約290億SR（サウジリヤル）（約77億ドル）を各種プロジェクトに投入している。
- 2023年までに、市場規模は107億USDに達すると予測されている。

## 1.4 スポーツのニーズに関するGAStat調査

### サウジアラビアにおいて、スポーツが今後産業として成長する可能性は高い

GAStat（サウジアラビア総合統計庁）が2018年に行った調査では、以下の興味深い事実が明らかになった。

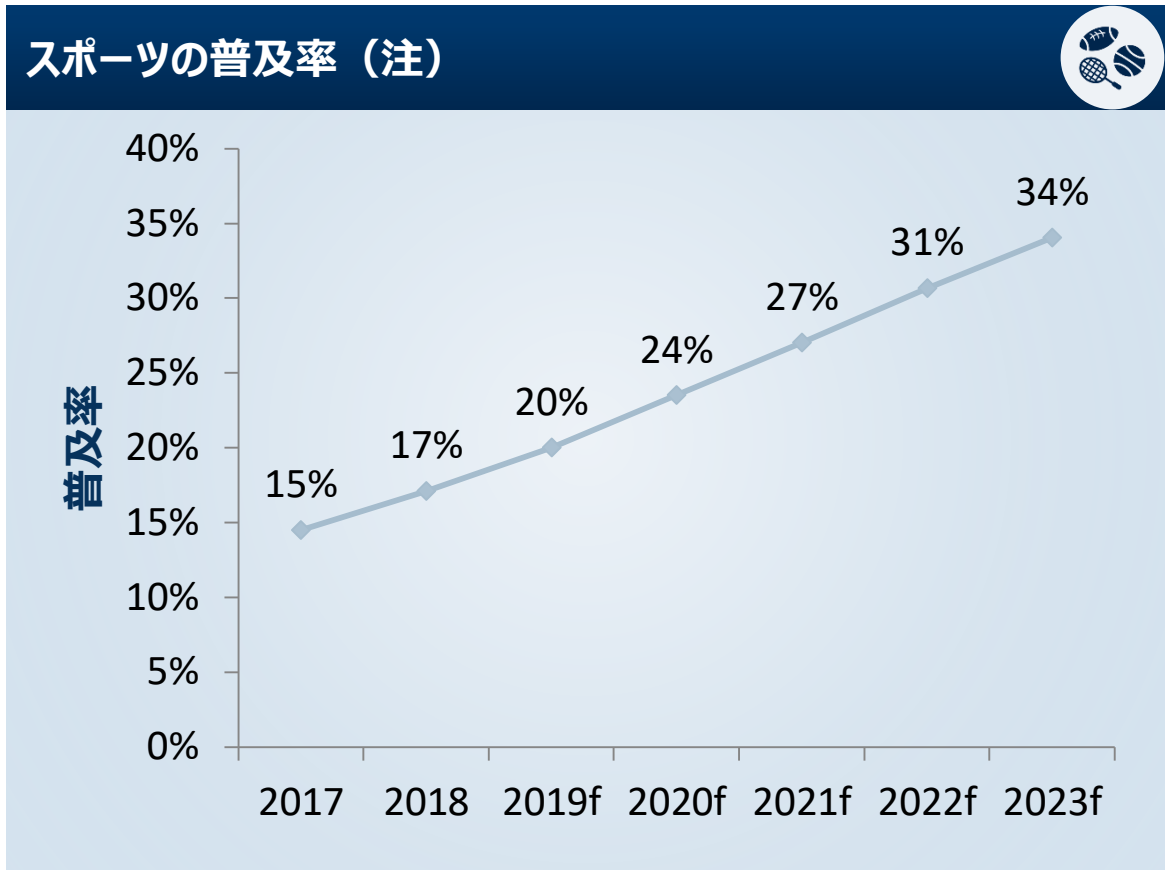
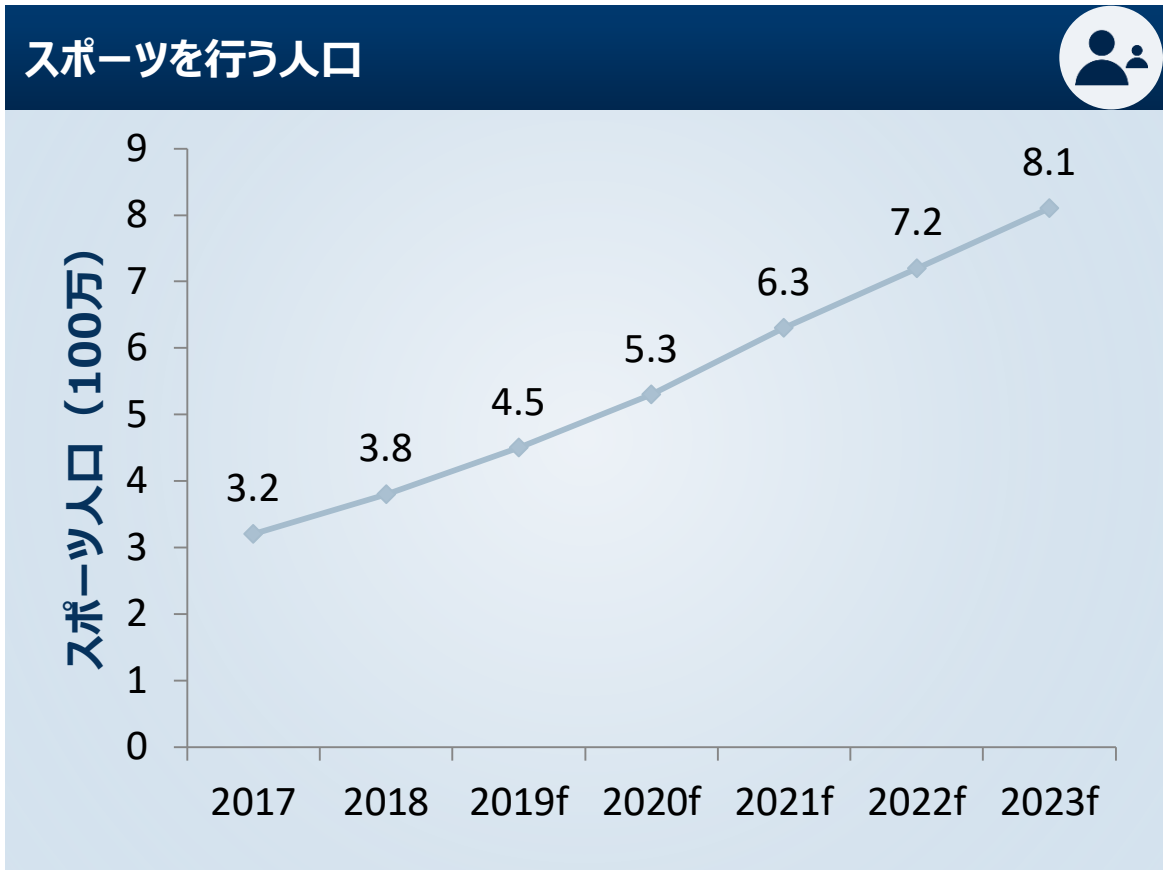
- 人口全体の約15%が毎週150分以上のスポーツ活動を行っており、**人口の約85%が今後何らかのスポーツを行う**と思われる。
- スポーツに参加する人口は、ウォーキング（56.05%）、サッカー（25.69%）、ボディビル（5.80%）、ランニング（2.72%）、水泳（2.35%）、その他（8.46%）という内訳になっている。この割合を見ると、**ウォーキング関連のスポーツ（ウォーカソンなど）とサッカー**は、新規参入企業が重点を置くべき優先項目になるだろう。
- 毎週150分以上スポーツをしているサウジアラビア人の男女（15歳以上）は11.24%のみで、そのうち8.83%が男性、2.41%が女性である。**サウジ人の約90%がまだスポーツに参加していない**ということは、**この業界の潜在的な発展可能性を示している**。
- 59.04%が公共施設（公共の場所や公園など）、15.11%がジム、14.75%が自宅でスポーツをしている。つまり、**国内の主流は屋外（アウトドア）で行うスポーツ**である。

上記の数字は、サウジアラビアにおいて、スポーツ産業が活発になる大きな可能性があることを示している

出所：GAStat（総合統計庁）調査、フロスト&サリバン分析

# 1.5 サウジアラビアのスポーツ産業：活動者数と普及率

## スポーツの普及率は2023年までに倍増する見込み



- サウジアラビアでは、今後スポーツを行う可能性がある人口の拡大に伴い、スポーツの活動者数も増加すると見られている。
- これにより、2023年までにサウジでのスポーツの普及率は34%に上昇すると考えられる。

注： f= 予測値。スポーツの「普及率」は、「スポーツ人口/10~70歳の人口（スポーツ活動を行う可能性がある人口）」で算出。

出所： Frost & Sullivan 分析

## 1.6 アウトドアスポーツ：関連政策

# 政府は様々な政策を通じて、アウトドアスポーツに多額の投資を行う

- スポーツ開発基金（SDF）の設立：スポーツ省（旧GSA）により、6億5,000万ドルの投資
- これまで政府所有の機関であったスポーツクラブの民営化：民間企業によるスポーツへの投資を促進し、クラブが企業の従業員や一般の国民にも開放されるきっかけとなる
- クラブ、特にサッカークラブにおいて、民間セクターの投資を誘致
- 様々なレベルでスポーツの競争力を高めることを目的として、経済開発評議会による国内のスポーツセクターの再構築、開発、活動の促進
- スポーツクラブへの融資と施設の提供、様々なスポーツイベントの振興、推定40,000人のサウジ人の雇用を生み出すとされる多目的なスポーツインキュベーター（スポーツビジネスに特化したスタートアップを専門とするインキュベーター）の設立と資金調達を促進
- 様々なスポーツイベントで、地元の人材を育成するための統合スポーツ施設の建設
- 海外のサッカークラブとの知識や選手交換のためのパートナーシップの締結、国内の欧州クラブのフランチャイズ研修アカデミーの開設

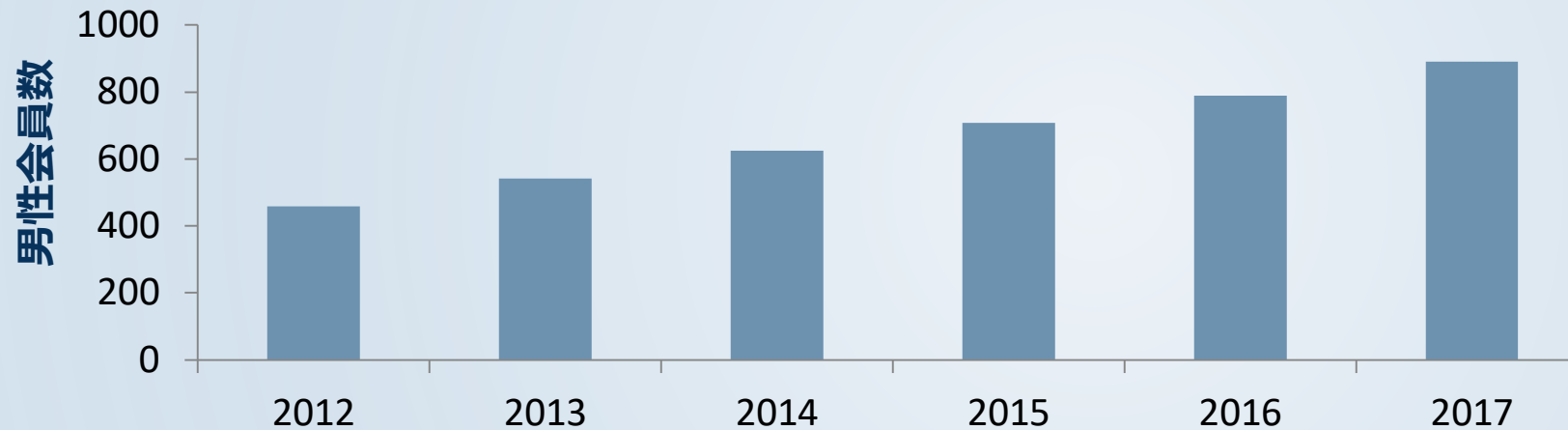
出所： Frost & Sarniban 分析

## 1.7 フィットネス市場

男性用フィットネスセンターの成長率は14%と非常に高い（2012-2017年）

女性用フィットネスセンターは未開拓である

男性フィットネスセンターの会員数（単位：1,000名）



- サウジアラビアの男性用フィットネスセンターの会員数は、5年間で14%という高い成長率を示している。
- サウジアラビアの16歳から45歳の労働力人口のうち、フィットネスセンターを利用していない人の53%が、時間、利便性、価格の面などの課題が解消すれば、フィットネスセンターに加入したいと思っている。

### 女性フィットネス市場



- 2017年、女性の有料会員はわずか20万人であった。これは、女性におけるフィットネスの普及率がまだ3%未満であることを意味する。
- サウジアラビアの大都市を中心に、スパ、理学療法、ヘルスケア、ヘアサロン、美容関連施設などの女性専用施設が約280～320軒運営されている。
- 15歳以上のサウジアラビア女性で、週に1回以上スポーツや運動をするのはわずか7%である。定期的に運動する習慣がない残りの93%の女性の大部分は、過去にほとんどスポーツ活動を行った経験がない。
- 女性専用フィットネスセンターの設立認可は2017年に始まった。初期の反応は好評で、今後の成長の可能性を示唆している。

出所：フロスト&サリバン分析、GASat

## 1.7 フィットネス市場：市場動向

### 新しいコンセプトを持ったフィットネスセンターが登場

#### 低コストのフィットネスセンター



- 低コストのフィットネスセンターでは、顧客のニーズと期待に応える「余分なものがない」施設を提供しており、その分料金は競合他社よりも格安となっている。
- あまり組織化されていない小規模のフィットネスセンターは、主要3都市（リヤド、ジェッダ、東部州）以外の中規模の都市では、このモデルに徐々に移行している。
- 組織化された大規模なセンターと比較すると、会員の割引率やサービスも優れている。

#### コンセプト型のフィットネスセンター



- さまざまなコンセプトを持って、各種インストラクターによるエクササイズのパログラムを提供するフィットネスセンターが現れ始めている。
- 運動だけでなく、社交を重視するようなプログラムもある。決まった時間や曜日に行うプログラムが中心である。
- 一部には著名なインストラクターや専門家が指導することを強調し、自らを売り込んでいるフィットネスセンターもあるが、実際にはほとんどの利用者にとっては施設が重要であり、その設備も大体似通っている。
- コンセプトフィットネスセンターは、サウジアラビアの同市場が成熟するとともに、今後も成長していくと思われる。

#### 選択肢の広がり



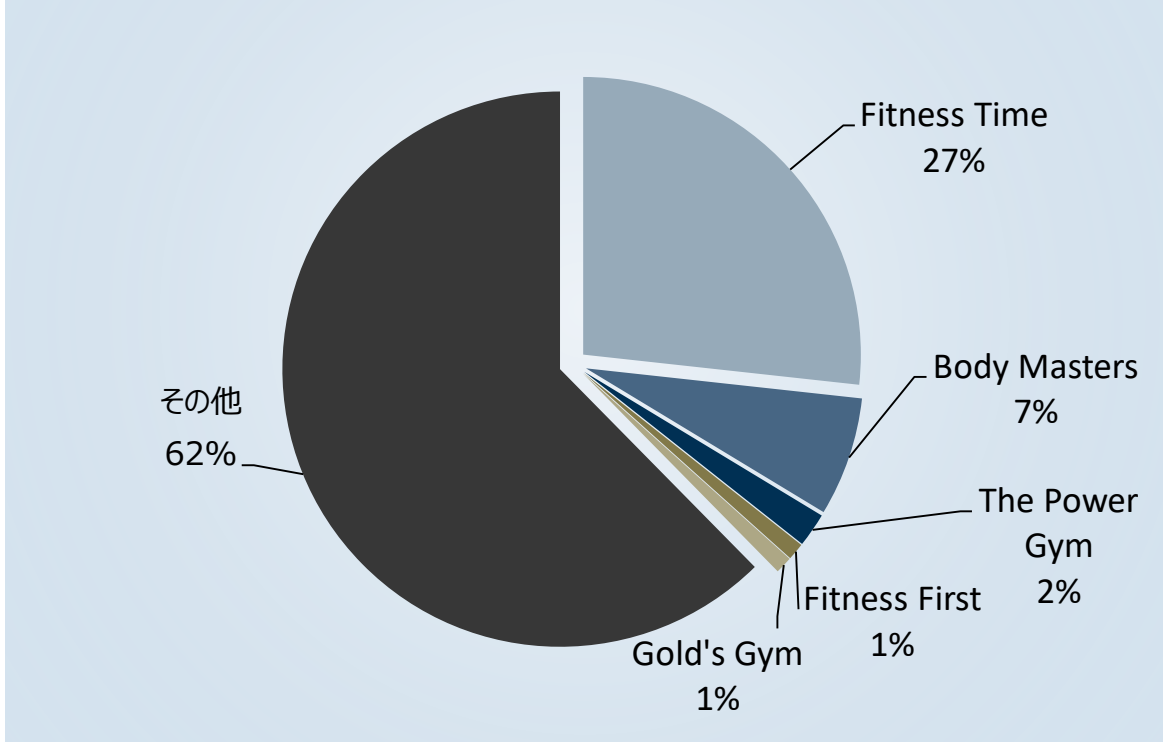
- 成熟したフィットネス市場では、フィットネスセンターと他のスポーツ企業が様々な事業のコラボレーションを行っている。サウジアラビアでも同様のコラボレーションの広がりが期待できる。
- 会費はパッケージ化されていることが多いが、その中でレッスンやサービスを含めたり・外したりの選択が可能だったり、追加料金を払って追加することもできるなど、柔軟なパッケージが求められる。
- 会費の銀行からの自動引き落としが選べるなど、柔軟な支払い条件を提供できるフィットネスセンターが増えると、利用者にとってより柔軟な選択肢を提供できる。

出所：フロスト&サリバン分析

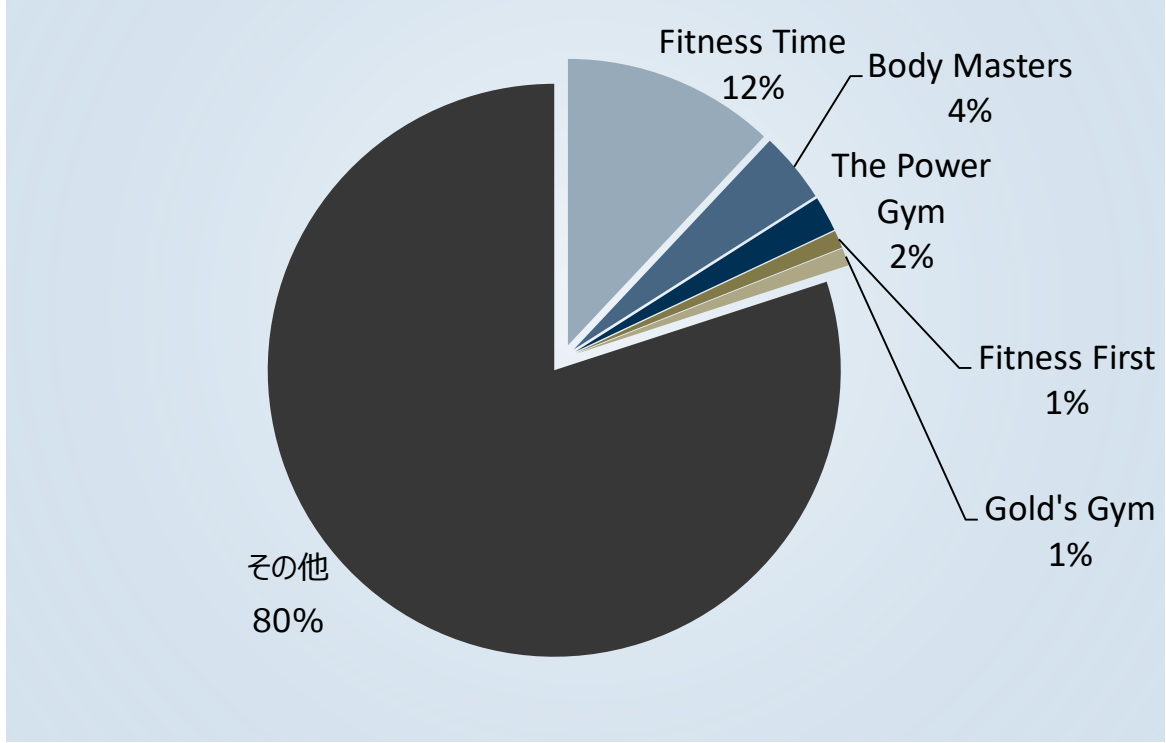


# 1.7 フィットネス市場：市場シェア 市場シェアは分かれているが、会員数・店舗数ともにFitness Timeがリード

男性用フィットネスセンターの市場シェア  
(サウジアラビア、2017年) (会員数)



男性用フィットネスセンターの市場シェア  
(サウジアラビア、2017年) (センターの店舗数)



- 上記の円グラフ上の割合は企業名。Fitness Timeが会員数・店舗数ともに1位。
- チェーン展開していないフィットネスクラブは施設が小規模で、会員数も比較的少ない。
- 「その他」も多く、国内の男性用フィットネス市場のシェアは細かく分かれている。

出所：フロスト&サリバンの分析

## 1.7 フィットネス市場

### フィットネスセンター：主要なブランドの概要①

#### Fitness Time



サウジアラビアにおける業界最大手のFitness Timeは、第2位のフィットネスチェーンと比較すると、店舗数は3倍以上、会員数は4倍以上の規模を誇る。同社のフィットネスセンターは、国内の主要都市を網羅しており、競合他社よりも広い範囲で出店している。

#### Body Masters



業界第2位のフィットネスチェーンであるBody Mastersは、1993年に企業の原形を作った創設者が2005年に経営から退いたが、サウジアラビアで初めてフィットネスセンターの管理・運営を専門とする企業となった。現在は国内に37店舗展開し、そのうちの20店舗がリヤドにある。

#### The Power Gym

The Power Gymは、低価格なジムで、国内では第3位の規模を誇る。すべて東部州を拠点とし、18カ所で支店を展開している。The Power Gymの会員は、有酸素運動、ウェイトトレーニング、各種エクササイズのカラス、スイミングプールなどの利用条件によって、4種類に分かれる。

出所：フロスト&サリバン分析

## 1.7 フィットネス市場

### フィットネスセンター：主要なブランドの概要②

#### Gold's Gym



Gold's Gymはアメリカを発祥地とし、世界30カ国で展開するグローバルブランドであり、フランチャイズ方式で展開している。リヤドとジェッダにフィットネスセンターを有している。このチェーンでは2種類の会員タイプがあり、従来のサービス（有酸素運動、ウェイトトレーニング、各種エクササイズのクラス）のほか、サウナ・スチームルーム、ラウンジ、マッサージセラピー、コーヒーショップなどの追加でのサービスや、スイミングプール、テニスやバスケットボールのコート、インドアのランニングトラックなどの施設も備えている。

#### Fitness First



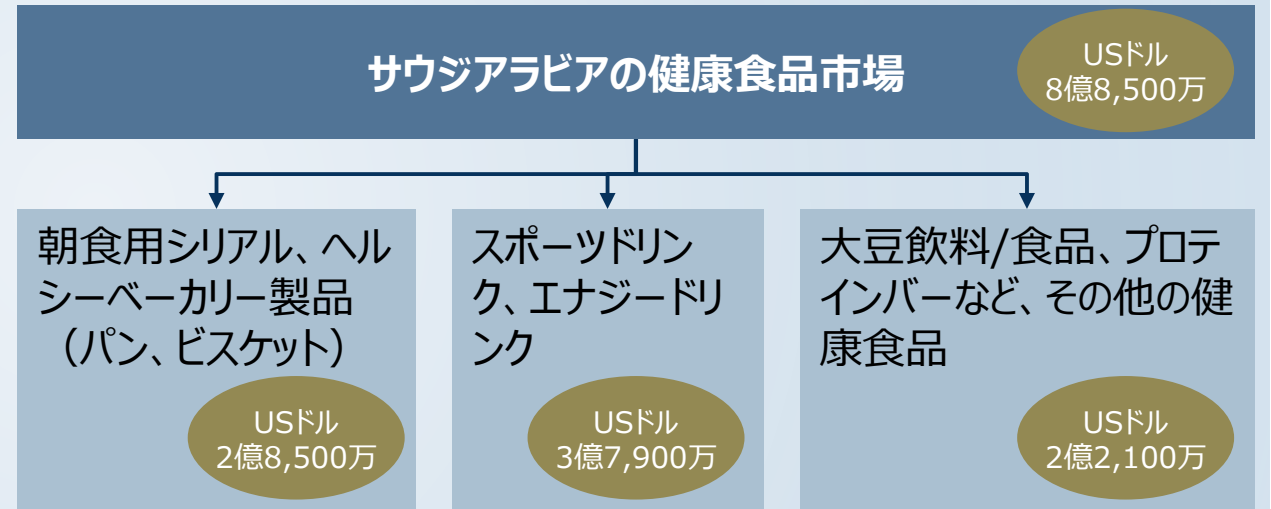
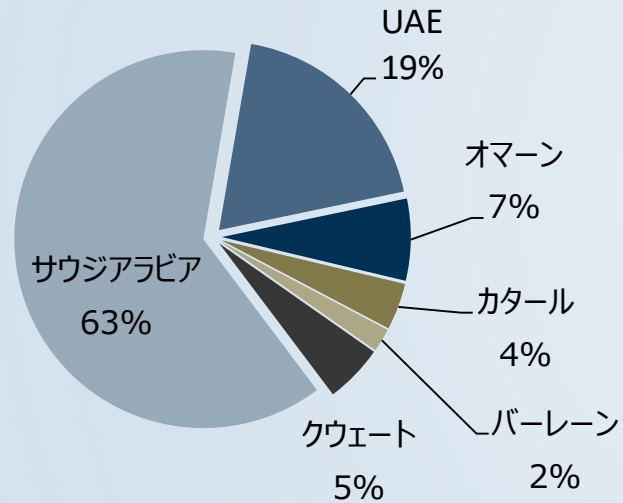
Fitness Firstはイギリスで生まれたグローバルブランドで、複数の国で事業を展開している。中東ではサウジアラビア以外に、アラブ首長国連邦（UAE）、バーレーン、カタール、ヨルダン、クウェートの65カ所でフィットネスセンターを展開している。Fitness Firstの会員は、「プラス」と「プラチナ」の2つのカテゴリーに分かれており、それぞれ提供されるサービスや商品が異なる。スイミングプール、ラウンジ、コーヒーショップへの出入りは「プラチナ」会員のみで制限される。

出所：フロスト&サリバン分析

## 1.8 健康食品市場

### スポーツ/エナジードリンクが健康食品市場の約43%を占める

#### GCC各国の健康食品消費量（2018年）



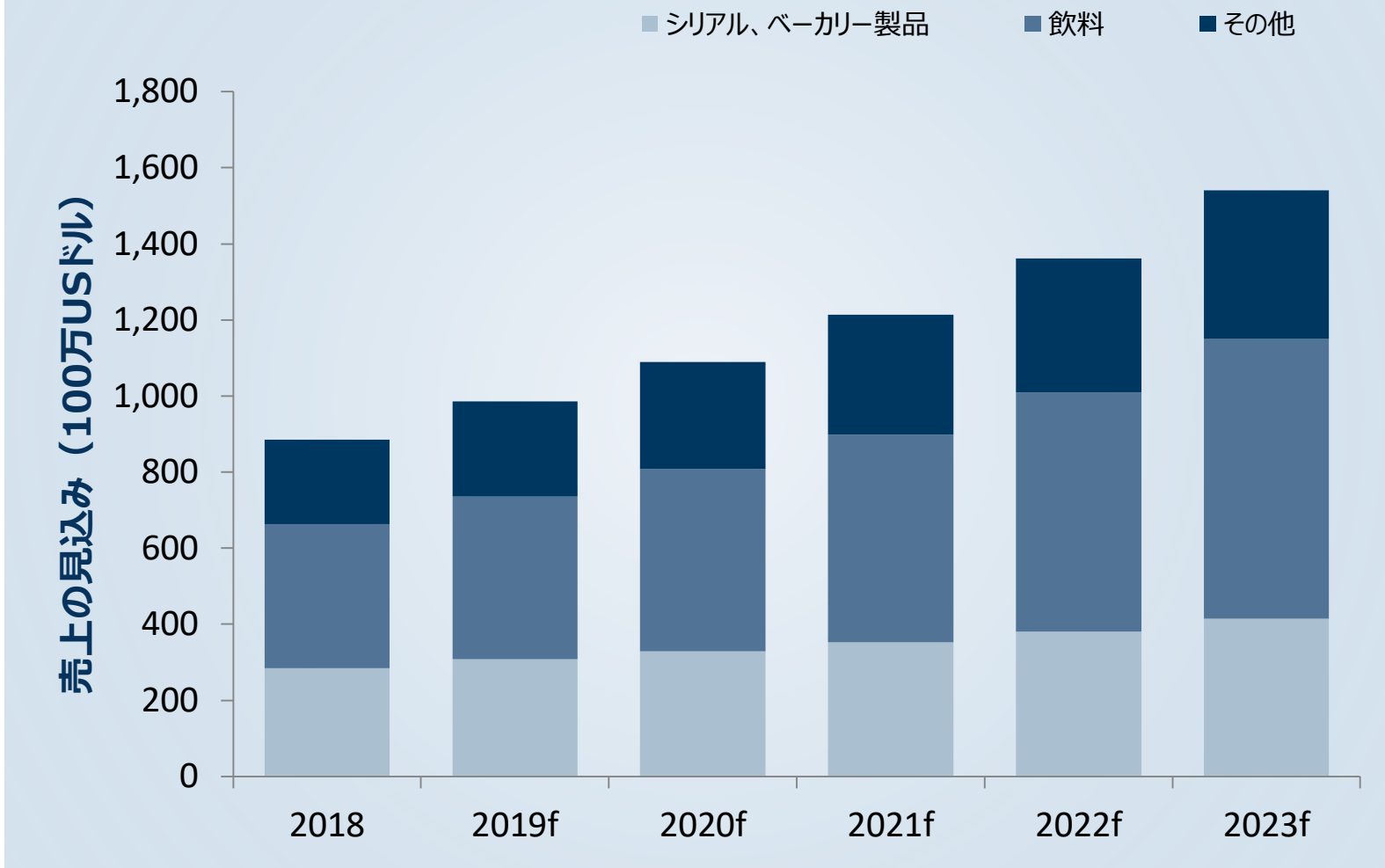
- サウジアラビアは、GCCの健康食品消費の約63%を占めており、最も高い成長率を示している。
- この傾向は、特にアラブ系住民と国内の外国人の健康に対する意識向上によるものである。
- 健康食品市場は、以下の3つのタイプに分類でき、2018年の売上は8億8,500万ドルを見込んでいる。
- ①シリアル市場は成長段階に入っているが、ベーカリー製品については現地企業の製品が強いため、やや停滞している。
- ②スポーツ/エナジードリンク市場は全体の43%を占め、定期的に新しいブランドが参入し、成長の見込みが最も高い。
- ③大豆製品、プロテインバーなどその他の健康食品は、現状ではシェアが最も少ないが、サウジの若者の間でヘルシーな食生活への志向が強まっていることから、今後の成長が期待できる。

出所：フロスト&サリバン分析

## 1.8 健康食品市場

### 市場は11.7%のCAGRを達成、2023年までに15億ドルの市場になると予測

健康食品売上予測（サウジアラビア、2018-2023年） 







- ライフスタイルの変化や、1人当たりの所得増に伴う消費者意識の高まりによって、サウジの消費者もヘルシーな朝食に切り替えるなどの行動の変化を見せている。これによって、シリアル製品やヘルシーなベーカリー製品市場が活況を見せている。
- スポーツ/エナジードリンク（飲料）市場は、2023年までに売上は7億3,500万ドルに達すると見られ、急速な成長が予測されている。
- 現地の若者層がヘルシーな食生活を意識するようになっており、豆乳製品、豆腐製品、プロテインバーも徐々に浸透しつつある。将来的に市場が大きく拡大する可能性がある。

注： f= 予測値。

出所：フロスト&サリバン分析

## 1.8 健康食品市場

### 多くの競合の存在により、市場シェアの細分化が進む

<p>競合企業の種類</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>湾岸地域に子会社や現地の流通事務所を持つ、世界的な多国籍FMCG（日用消費財）傘下の企業</li> <li>湾岸地域をはじめとする中東諸国において、強力な存在感を発揮している国内大手食品メーカー</li> <li>東南アジアやヨーロッパと取引する小規模な輸入業者</li> </ul>
<p>物流の競合</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>百貨店、小売業者、スーパーマーケット、ショッピングモール内の自動販売機、ハイパーマーケット、ファーストフードチェーン、レストラン、消費者食品サービス販路を通じた業務用販売などの競合</li> </ul>
<p>主要なエンドユーザーグループ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>アラブ系住民</li> <li>アラブ駐在の欧米人</li> </ul>
<p>競合の要因</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>各社のマーケティング戦略/構想の競合</li> <li>各社による物流やマーケットプレゼンスの競合</li> <li>各社による競争力のある価格設定</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>ケロッグ、ネスレ、ウィータビックス、チェリオ、クエーカー、ダノンなどの大手グローバルブランドから始まり、Jazeera Foods、Deemah、Nadecなどのローカルブランドに至るまで、シリアルやベーカリー製品などの健康食品市場で競合が激化している。</li> <li>ベーカリー製品（ビスケット、パン）市場では小規模な現地ブランドの存在が大きく、市場シェアも細分化されている。</li> </ul>	

出所：フロスト&サリバン分析

## 1.9 スポーツ/エナジードリンク市場

### スポーツ/エナジードリンクは2023年までにCAGR14.2%、売上は7億3,500万ドルに達する見込み

- 当該分野は、過去のドリンクの過剰摂取による死亡事故などが原因で、市場参入には大きな規制がかけられている。しかし、商品自体は若者中心に良いイメージがあることから、P21の売上予測のとおり市場そのものは成長しており、2018年の収益は3億7,900万ドルと推定されている。
- これまでに取られていた試飲、マーケティング、販促活動の禁止措置は徐々に緩和されており、SNSやイベントでのPR活動もみられる。
- 市場参入や許認可取得には非常に高い障壁がある。
- 若年層にとっては（サウジアラビアでは禁じられている）アルコールの代替物として認知されているだけでなく、この商品が「野心」や「向上心」という良いイメージを持つことも、同国におけるエナジードリンク売上増の要因になっている。
- サウジアラビアの健康食品市場で最も成長力が高いと見られているため、大きな収益が期待できる。

出所： Frost & Sullivan 分析

## 1.9 スポーツ/エナジードリンク市場 消費の約69%を18歳から32歳の若年層が占める

スポーツ/エナジードリンクの年齢別平均消費量（サウジアラビア、2018年）



### スポーツドリンクおよびエナジードリンクの 大手市場参入ブランド、製品名

- *Abdul Jadayel Beverages* – バイソン、バグジー
- *Red Bull* - レッドブル
- *Power Horse* - パワーホース
- *Pepsico* - ゲータレード
- *Coca Cola - Burn* (バーン)
- *Code Red* - コードレッド
- *Innovative Body Enhancements* - マトリックス
- *Dolf Drinks* - ドルフ
- *Magic House* - マジック
- *Hansen Natural* - モンスター
- *Rock Star* - ロックスター

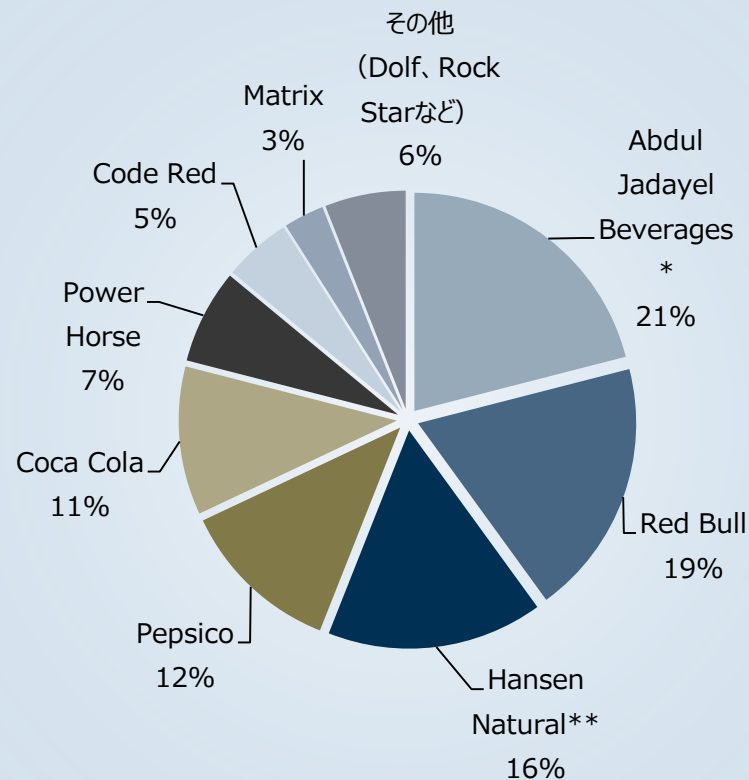
出所：フロスト&サリバン分析



## 1.9 スポーツ/エナジードリンク市場

市場シェアはAbdul Jadayel Beverages（バイソン、バグジー）がリードし、レッドブルやHansen Natural（モンスター）が続く

企業別市場シェア（サウジアラビア、2018年）



市場全体の規模  
= 2億8,500万リットル

- サウジアラビアのスポーツドリンク市場は、Abdul Jadayel Beverages（ブランド名は「バイソン、バグジー」）、Red Bull（レッドブル）、Hansen Natural（ブランド名は「モンスター」）がリードしている。この3社が合わせて市場の56%を占めている。どの製品も高級感があり、市場平均価格よりやや高い。
- パワーハウス、マトリックス、ドルフなどの低価格帯ブランドは、市場の16%を占めている。
- Abdul Jadayelはサウジアラビアで製造を行っているが、レッドブルに関してはほとんどがUAEで製造を行い、サウジアラビアでは製造契約を結んでいる。当初はUAEのみに製造施設を備えていたが、のちにサウジアラビアでも売上が向上したため、現地のニーズに合わせて、ローカルの飲料メーカーと製造契約を締結している。
- パワーホースは、当初UAEから製品を輸入していたが、その後サウジアラビアでパワーホースブランドを供給するため、Modern Refreshmentsと製造に関する提携契約を結んだ。
- コードレッドは輸入ブランドで、サウジアラビアには製造施設がない。しかし、サウジアラビアの低価格帯市場で一定の市場シェアを有している。
- ドルフやマトリックスなどは輸入製品であり、サウジアラビアでの市場シェアは比較的小さい。

\* 「バイソン、バグジー」ブランドを生産

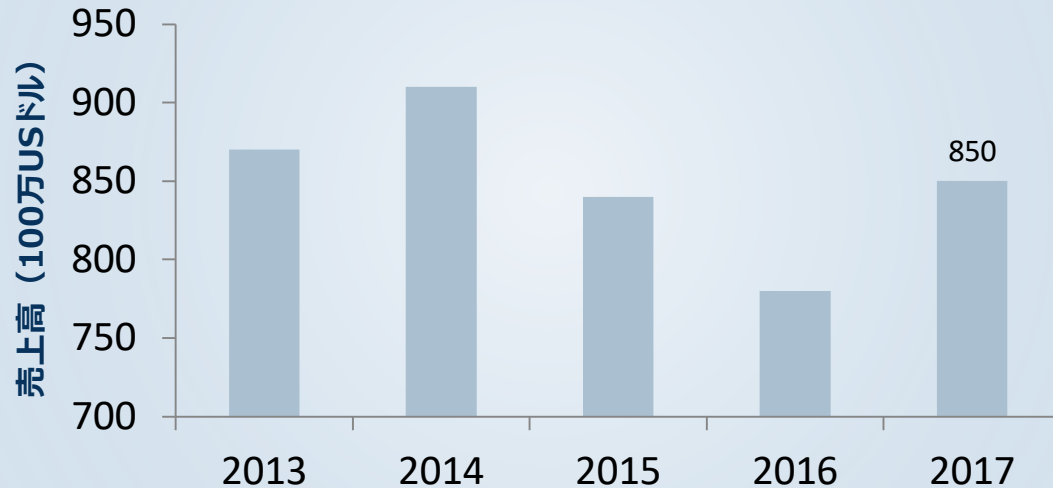
\*\* 「モンスター」ブランドを生産

出所：フロスト&サリバン分析

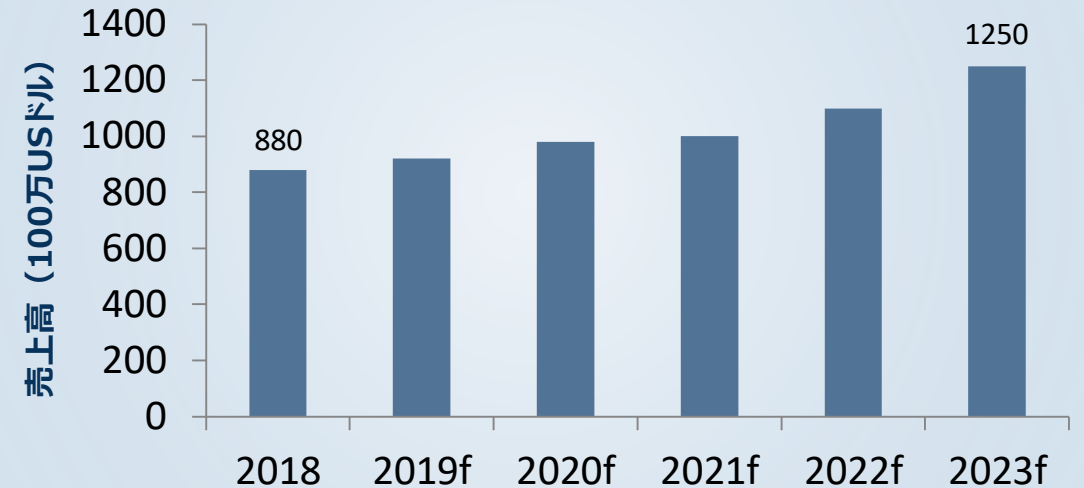
## 1.10 スポーツ用品市場

スポーツ用品セクターは2023年までに売上が12億ドルに達し、7.3%のCAGRを達成する見込み

スポーツ用品市場売上高  
(サウジアラビア、2013-2017年)



スポーツ用品市場売上高予測  
(サウジアラビア、2018-2023年)



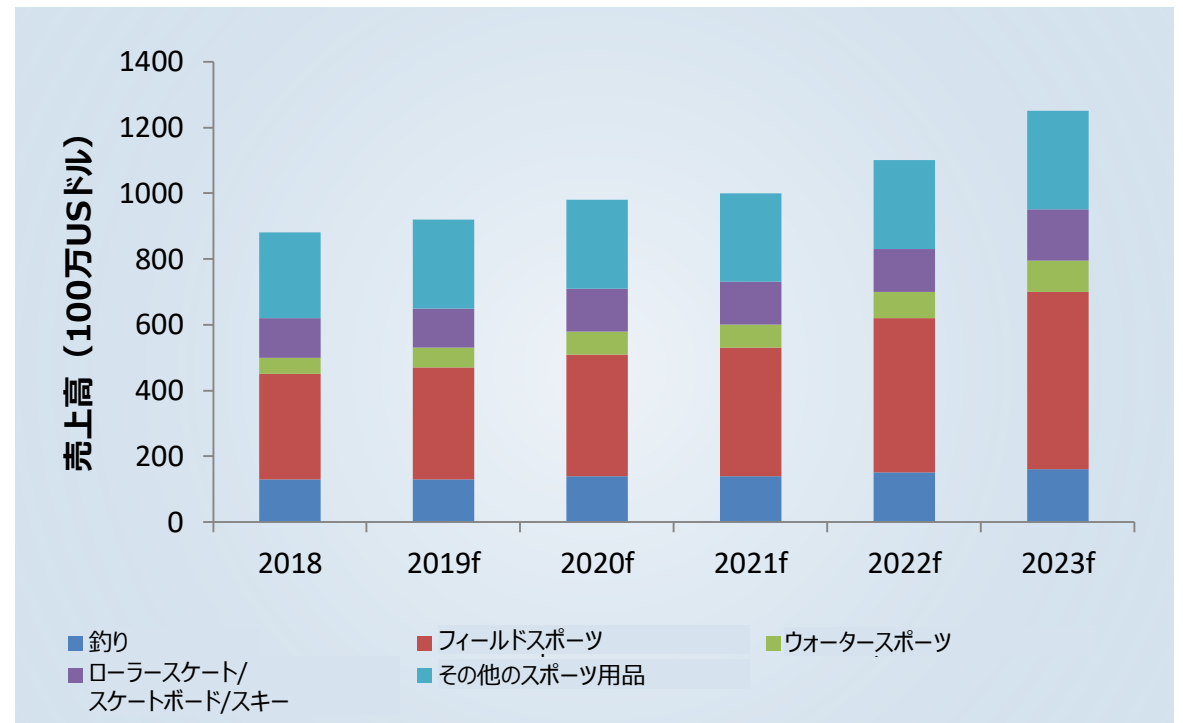
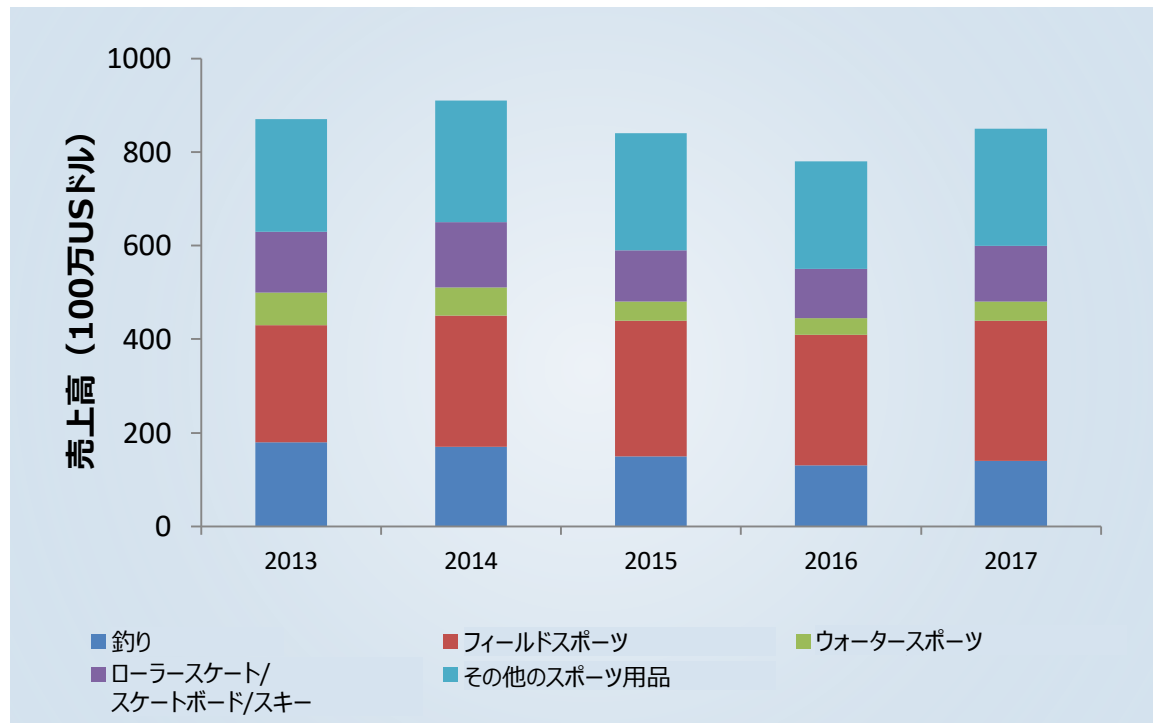
- サウジアラビアのスポーツ用品市場は8億8,000万ドル（2018年）に達すると見られている。CAGR7.3%で成長し、市場規模は2023年までに12億5,000万ドルに達する可能性がある。
- ただし、過去には2014年の売上高（9億1,000万ドル）が最高だった。2015～16年は油価低迷による収入・消費の減退などによる影響で市場が低迷した。
- 2016年に発表された「ビジョン2030」がスポーツと健康に重点を置いたこともあり、スポーツ用品市場の売上高も2016～17年にかけて急回復。スポーツ人口も増加見込みのため、今後はさらなる成長も期待できる。

注： f= 予測値。

出所： Frost & Sullivan 分析

## 1.10 スポーツ用品市場

フィールドスポーツ用品は高い成長を示しており、2023年までのCAGRは11%で、5億4,000万ドルの売上見込み



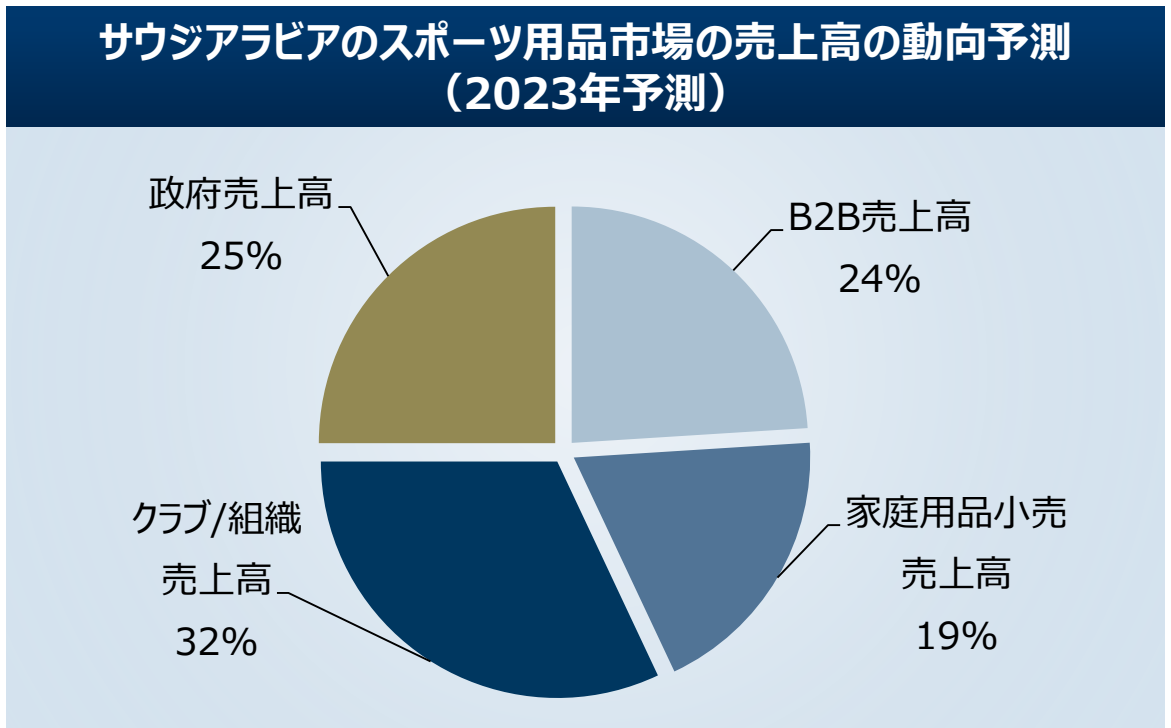
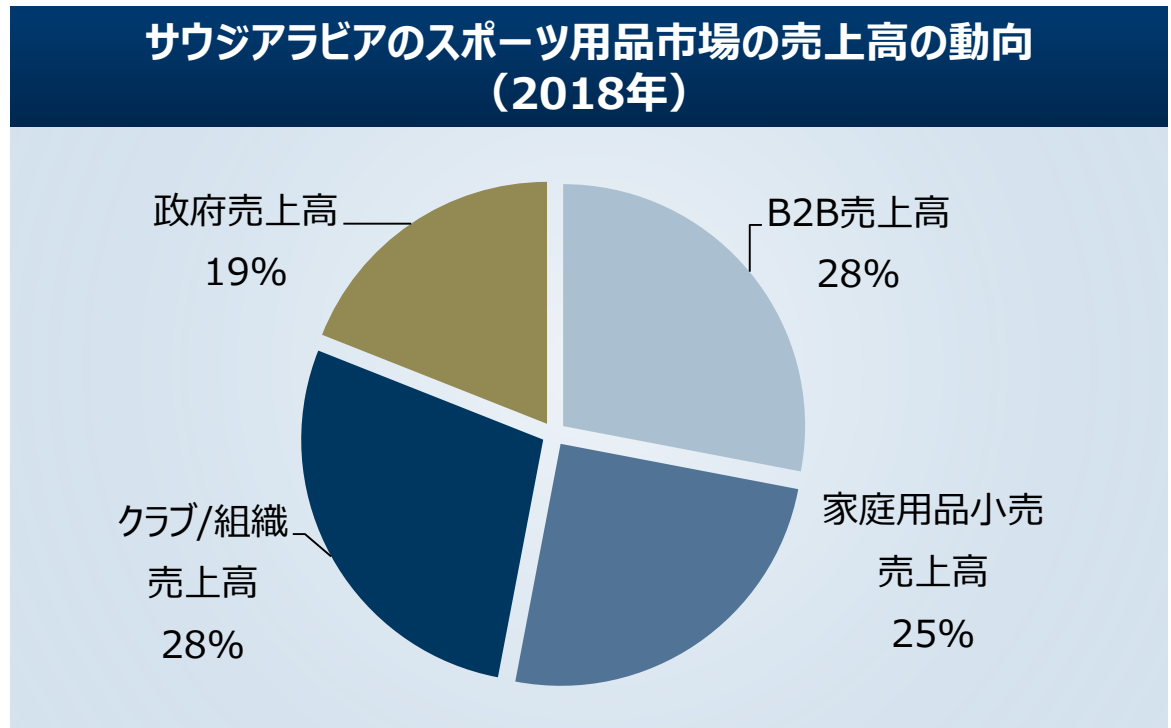
- フィールドスポーツ（注）用品の成長率が最も高く、CAGRは11%（2018-2023年）に達すると見られる。同時期のスポーツ用品市場全体のCAGRは7.3%と予測されている。  
（注）フィールドスポーツはサッカー、クリケット、ビーチスポーツ、ゴルフ、野球、ロッククライミング、乗馬などの屋外競技全般を指す。
- 2022年のサッカーワールドカップなどの世界的なスポーツイベントの開催が、スポーツ用品市場の振興につながると見られ、2023年までに12億5,000万ドルに達すると予測されている。

注： f= 予測値。

出所： Frost & Sullivan 分析

## 1.10 スポーツ用品市場

### クラブの増加や政府予算の増加などにより、販売先が変化する見込み

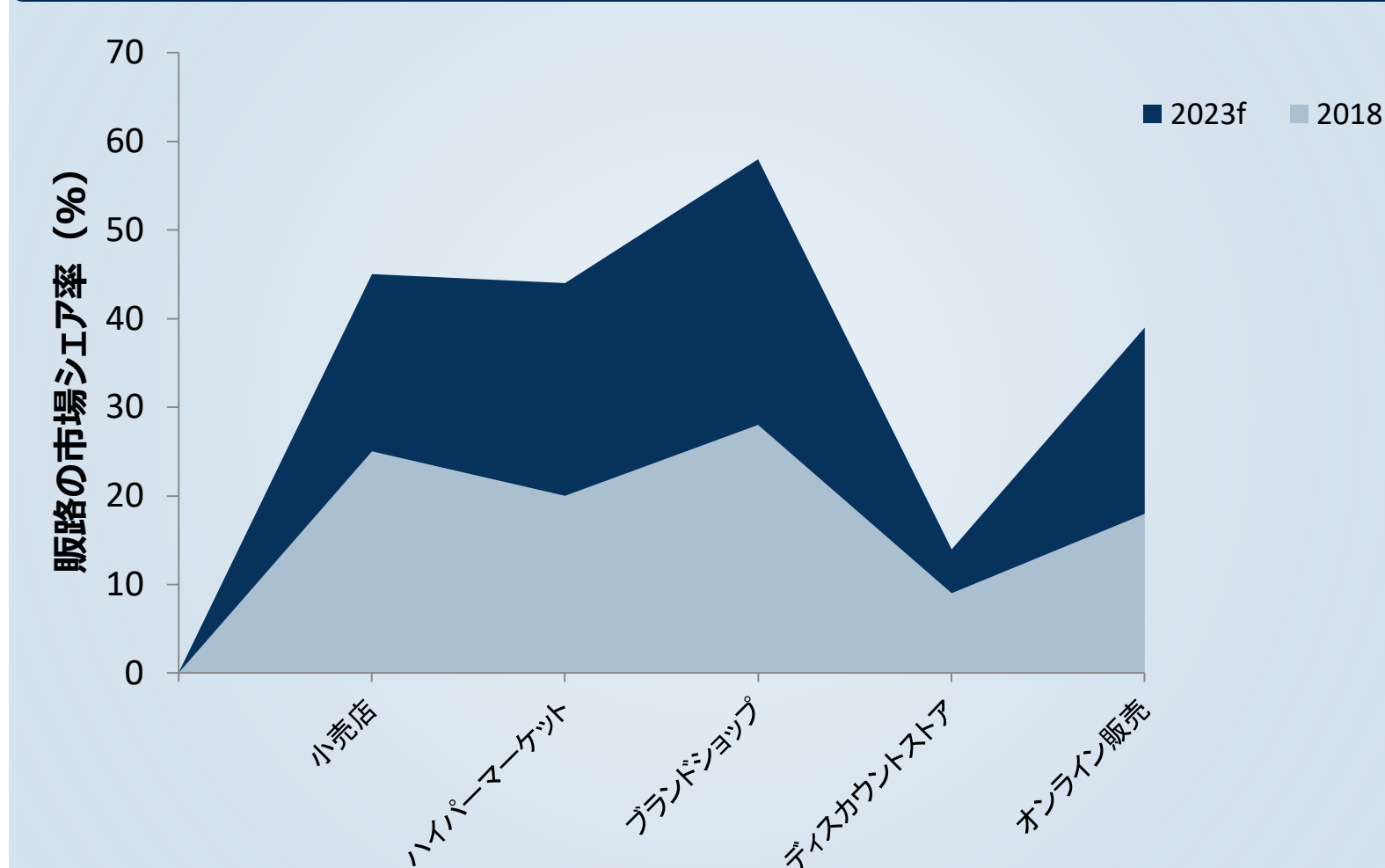


- 現在の市場においては、B2B販売と、クラブ/組織向けの販売が市場をリードしている。
- 今後、サウジアラビア全域でクラブの民営化が進むと、2023年までには傾向が変化し、クラブ/組織への売上高が市場全体の32%と最も高くなると考えられる。
- また、スポーツインフラにかかる政府予算の増加や、公的な国際スポーツイベントへの参加により、政府売上高も現在の市場売上高の19%から25%に増加する見込みである。

出所：フロスト&サリバン分析

## 1.10 スポーツ用品市場 販路別では自社ブランドショップが大半を占める

サウジアラビアにおけるスポーツ用品の販路別の販売高（2018年、2023年予測）



注： f= 予測値。

- 現在、スポーツ用品の販売高はブランドショップが大半を占めており、ハイパー（スーパー）マーケットがその次に来ている。オンライン販売の拡大とともに、今後もこの傾向がさらに強くなるとみられる。
- 自社ブランドの直営店を通じたグローバルなスポーツブランドの存在感は、この地域における大きな強みと見られている。大手ブランドは、重要な場所にある自社ブランドの店舗を通じて、サウジ国内市場におけるプレゼンスを確保している。
- ハイパーマーケットでの販売は、スポーツ用品の販売における新しいトレンドとなっている。
- スポーツ用品全体の普及率が高まることで、小売店での販売も今後拡大する可能性が高い。

出所： Frost & Sullivan 分析

## 2.0 市場参入分析



## 2.1 市場参入手段：会社設立に関する法制度および法律

### 会社設立：

- いかなる形態の事業体を設立する場合でも、外国人投資家は、海外投資条例に準じて、投資省（旧SAGIA：サウジアラビア総合投資院）から投資ライセンスを取得する必要がある。ビジネスの形態によっては、外国人投資家が投資ライセンスを取得する前に、関係省庁の事前承認を取得しなければならない場合もある。
- 外国人投資家にとって最も一般的な形態は、有限責任会社（LLC）と（海外）支店であるが、その他の形態についてはあまり見られない。外国人投資家は、代表事務所や代理店を通じて運営することもできる。

一般的には、サウジアラビアの企業法は、以下のような5つの事業体を認めている：

- 無限責任会社
- リミテッドパートナーシップ
- パートナー提携
- 合資会社
- 有限責任会社（LLC）

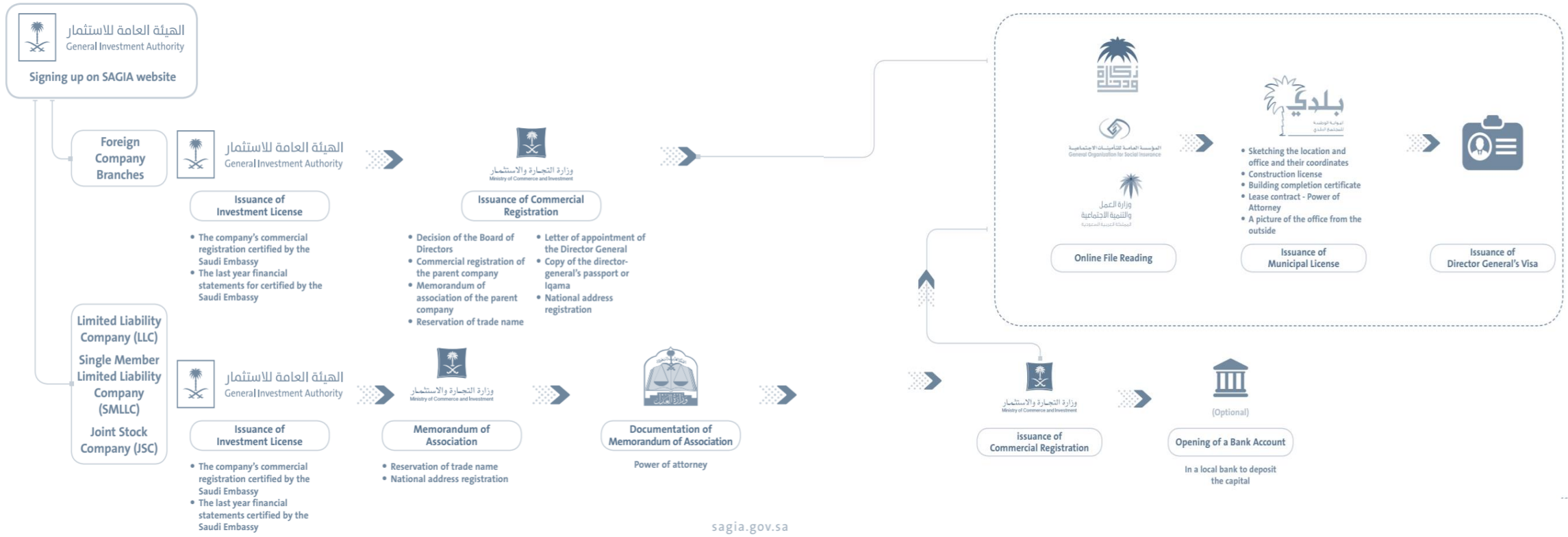
外国人投資家は、以下の事業形態で、サウジアラビアで事業を行う：

- 有限責任会社（LLC）
- シングルメンバーLLC（SMLLC）
- 合資会社（JSC）
- （海外）支店

出所：投資省、フロスト&サリバン分析

# 2.2 外国人投資家の投資法人設立までの手順と地域のエコシステム支援

## 全サービスの円滑な手続きと電子申請





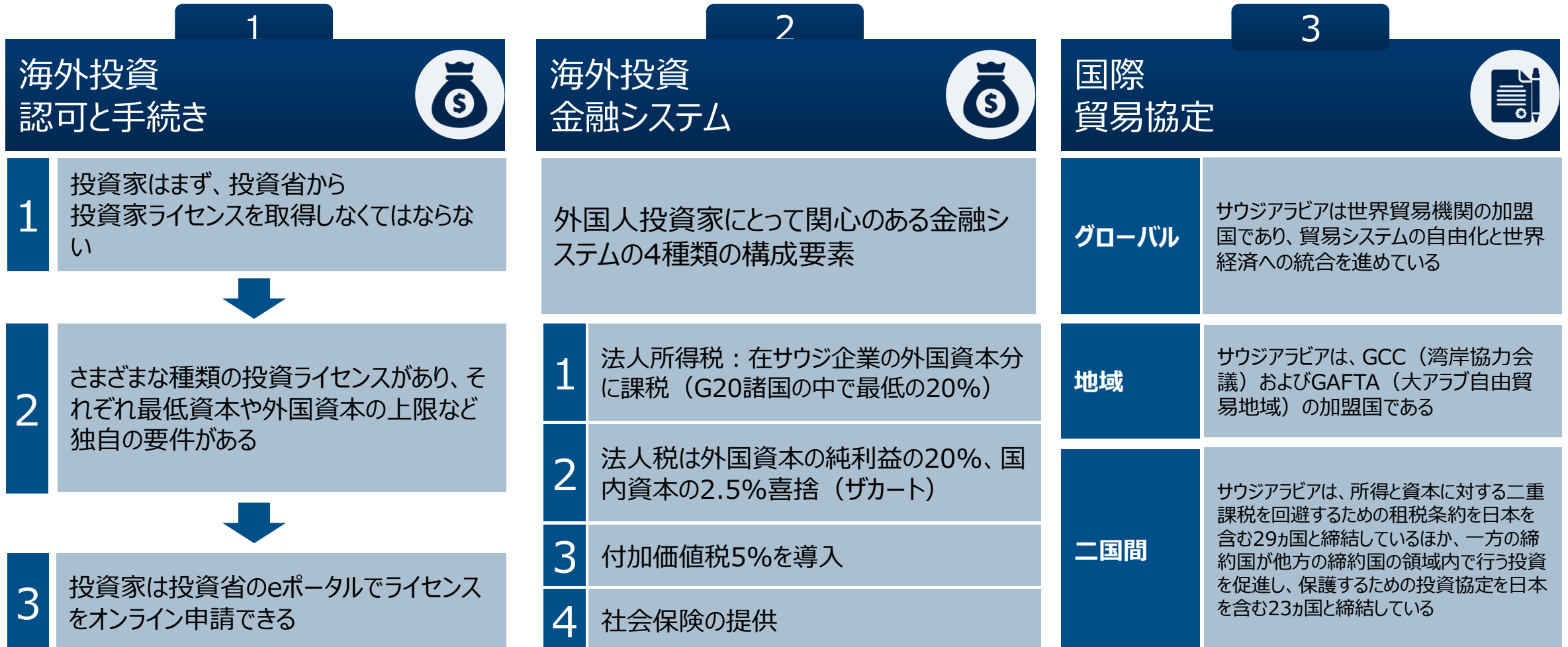
## 2.3 外国人投資家による認可取得の手続きおよび新企業設立に関する参考費用

対象業種	事業認可は以下の業種が対象である：建設、行政、投資、情報テクノロジー、観光、トレーニング、保健（医療）、保険および再保険、教育、広告およびメディア、ロジスティクス（流通）サービス、展示会開催、ケータリングおよび飲食サービス、金融サービス、航空サービス、処理サービス
必要書類	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. サウジアラビア大使館が認可した株式所有のパートナーの商業登記簿の写し、また、パートナーのうち一人がいずれかのGCC国の国籍を保有する個人である場合、国籍を示す身分証明の写し。パートナーのうち一人がサウジ国籍を保有する場合、国籍を示す身分証明の写し、および「ABSHER」（政府の様々なサービスを利用できる携帯アプリ）により発行された職業を示す証明書。またはサウジ企業の商業登記</li> <li>2. サウジアラビア大使館が認可した申請する外国企業の昨年度の財務表</li> </ol>
手数料	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 最大5年間、2,000サウジリアル（SAR）のライセンス手数料の支払い</li> <li>2. 投資省投資家関連センターからサービスを受けるための初年度の契約料として10,000SARの支払いその後、数年間にわたり、サービスの登録料としてサービス手数料を適用するものとする（SR 60,000）。</li> <li>3. サービス手数料は、請求書発行日から60日以内に支払われるものとする。指定された期間中、支払いの遅延が発生した場合、サービスはキャンセルされ、再申し込みが必要になる</li> </ol>
アプリケーション	投資省ウェブサイト - eサービスポータル
所要日数	2営業日

出所：投資省

## 2.4 規制と奨励政策：海外投資に関する法令

海外投資に関する法令は、以下の3つの要素で構成される：



出所：投資省、フロスト&サリバン分析

## 2.5 奨励政策：海外投資誘致を目的とした奨励政策

サウジアラビアにおける外国企業の会社設立手続きを簡素化するため、政府はサウジアラビア総合投資院（SAGIA）を設立し、2020年2月には投資省へと格上げした。投資省の活動は、サウジアラビアにおける事業運営の承認プロセス、認可や就労ビザの取得、一つの傘下で各種事務作業を遂行する海外投資家を支援することが目的である。

投資省は、以下の3つのカテゴリーで支援と奨励を行っている：

財務支援		税金補助		雇用支援	
1	サウジ輸出プログラムが提供する輸出、保証、保険クレジットへの融資	1	特定の材料、設備、機器の関税の撤廃	1	人材育成基金（HRDF）では、サウジ人のトレーニングおよび雇用を促進するプログラムを提供
2	エネルギー、水、天然ガス、エタン、ディーゼルへの補助金			2	サウジ人新卒生のための職業訓練プログラム「Tamheer」を実施
3	経済成長と自立を促進するために、研究開発プロジェクトへの奨励金を提供	2	サウジ人向け職業訓練の賃金とコストに関する免税措置	3	非営利組織におけるトレーニング
4	一般及び民間産業投資のための融資プログラムを提供			4	健康障害がある者のリハビリ
				5	「Doroob」（eトレーニング）プログラム

出所：投資省、フロスト&サリバン分析

## 2.6 新規参入企業のビジネス機会が見込める市場と背景①

### 市場全体

- 週に150分以上スポーツをするサウジ人男女は人口のわずか11%で、そのうち約2.4%が女性である。つまり、残りの89%（特に女性）は今後のスポーツ産業でのターゲットとしての潜在性が高い。
- 「ビジョン2030」は、スポーツを通じた健康づくり、特に女性のスポーツ振興に力を入れている。
- SDP（スポーツ開発基金）、マルチスポーツインキュベーター、複数のスポーツ都市の開発などを通じた政府の大きな投資計画がある。

### フィットネス市場

- サウジの女性の93%がフィットネスセンターに登録していなかった。女性専用フィットネスセンターの認可発行が2017年に始まったことで、大きな反響を呼んでいる。
- 男性専用のフィットネスセンターも14%のCAGRと、高い成長傾向にある（2018～2023年）。
- 専門の有名インストラクターの指導が受けられるプログラムが利用者に人気で、コンセプト重視のフィットネスセンターも増加傾向にある。

### 健康食品市場

- 現在のサウジの若年層の大部分は健康志向であり、健康食品の人気が高まっている。
- 特に、プロテインバー、豆乳製品、豆腐製品の消費量が最も高い成長率を示している。

出所：フロスト&サリバン分析

## 2.6 新規参入企業のビジネス機会が見込める市場と背景②

### スポーツ/エナジードリンク市場

- スポーツ食品で最も急成長している部門。
- 製品に「野心的、向上心が強い」などの良いイメージがあり、国内で需要が高い。
- 大規模な国際スポーツイベントとエナジードリンクがコラボレーションすることで、人気が高まり、国内での普及が加速している。

### スポーツ用品市場

- スポーツ複合施設に政府が大型投資を行い、都市では関連設備の需要が高まっている。
- スポーツクラブの民営化が進むことにより、新たな客層が生まれ、新しいスポーツ用品が求められている。政府も、こうしたクラブの官民連携パートナー関係を推進している。
- サウジアラビアでは、スポーツはサッカー、陸上、バスケットボールの人気度がトップにランキングされ、フィールドスポーツの人気度が圧倒的に高い。
- フィットネスセンターの増加に伴い、ジムに通う層が増えることで、スポーツ用品の需要も高まっている。
- ハイパーマーケットでもスポーツ用品が小売販売されるようになり、製品の新しい販路を開いている。

出所：フロスト&サリバン分析

## 2.7 新規参入企業にとっての市場別の課題・制約①

### 市場全体

- 政府の投資計画が実施上の問題に直面し、進まない場合。
- サウジアラビアは保守的で、ライフスタイルを急に変化させることを受け入れられない層が圧倒的に多い。
- 一部の市場は大手企業のシェアが高く、新規参入企業の事業開始が難しい。
- 近年、ローカライゼーション（現地化）が強まっており、そのガイドラインが現地での企業設立に関しては厳格である。
- 新規参入者が市場シェアを獲得するためには、政府の協力も必要となる。
- ブランドが成功するには、現地パートナーとの関係が重要である。

### フィットネス市場

- トップ3の企業が独占している状態なので、新規参入者が入りにくい。
- 大手企業が確保している店舗（フィットネスセンター）の大部分が、大都市の高級エリアに集まっており、こうしたエリアにも店舗を開設するにはコストがかかる。

### 健康食品市場

- 市場は、米国や欧州の大手ブランドの製品が占めている。これらのブランドは、健康食品市場のスペシャリストとして見られ、顧客にも人気が高い。
- 大手ブランドはハイパーマーケットと独占的な提携契約を結んでおり、自社製品を多くの顧客に届けることができる。新しいブランドは、知名度に乏しいため、こうした独占契約を獲得することが難しい。

\* ジェッタのフィットネスクラブは、PR動画に女性会員が映っていたため、2017年に閉鎖されている

## 2.7 新規参入企業にとっての市場別の課題・制約②

### スポーツ/エナジードリンク市場

- 企業の参入や製品販売に対する政府のコントロール（管理・規制）が厳しい。
- 広告、マーケティング、製品プロモーションなどの面で、顧客への過度なアプローチは禁止されている。
- 製造施設における試験や原材料の品質が厳しく管理されている。
- 大手ブランドが強く、厳しい競争がある。

### スポーツ用品市場

- 一般的なサウジの消費者は、知名度が高く、すでに定評のあるグローバルなスポーツブランドの製品を購入することが多いため、新しいブランドに対する認知度が低い。
- 日用品についてはさらに、利用者が知名度が低い新しいブランドを受け入れる可能性が低い。

出所：フロスト&サリバン分析

## 2.8 新規参入企業にとっての市場別動向：フィットネス市場

### 新規参入者が事前に考慮すべき市場の重要な要素

#### 競争の激しさ



- 非常に高い
- トップ5のブランドが市場を強く支配している

#### 参入の障壁



- 低い
- 新しいコンセプトを持ったフィットネスセンターが急増している

#### 政府の規制



- 政府による厳格な管理・規制はない

#### 価格に対する感度



- 普通（それほど高くない）
- ジムの顧客は、価格が高いことを高級さの証として捉える傾向もある

#### ブランド志向



- 普通（それほど強くない）
- 富裕層はブランド志向が強い

#### ビジネスのしやすさ



- しやすい
- 企業設立が比較的簡単である

出所：フロスト&サリバン分析



## 2.8 新規参入企業にとっての市場別動向：健康食品市場

### 新規参入者が事前に考慮すべき市場の重要な要素

#### 競争の激しさ



- 高い
- トップブランドが市場を強く支配している

#### 参入の障壁



- 高い
- 製品を販売するには、規制と認証への対処が重要である

#### 政府の規制



- 食品業界全体に、政府による強い規制が適用されている

#### 価格に対する感度



- 普通（それほど高くない）
- これらの製品は高級品として認知されているため、顧客は価格面にそれほど敏感ではない

#### ブランド志向



- 普通（それほど強くない）
- 富裕層はブランド志向が強い

#### ビジネスのしやすさ



- 普通
- 承認や認証が取得しにくいいため、新しいブランドの導入は比較的難しい

出所：フロスト&サリバン分析

## 2.8 新規参入企業にとっての市場別動向：スポーツ/エナジードリンク市場

### 新規参入者が事前に考慮すべき市場の重要な要素

#### 競争の激しさ



- 比較的低いですが、成長率が非常に高いため、新しいブランドの参入は続いている

#### 参入の障壁



- 高い
- 過剰摂取の事故などがあったことから、政府が過度なマーケティングや宣伝活動を規制している

#### 政府の規制



- 政府が厳しく管理している

#### 価格に対する感度



- 低い
- 顧客が社会の様々な層であることから、富裕層は価格にはそれほど過敏ではない

#### ブランド志向



- 普通（それほど強くない）
- 富裕層はブランド志向が強い

#### ビジネスのしやすさ



- しづらい（上記のとおり、当該製品の販売に対して複数の規制があるため）

出所：フロスト&サリバン分析

## 2.8 新規参入企業にとっての市場別動向：スポーツ用品市場

### 新規参入者が事前に考慮すべき市場の重要な要素

#### 競争の激しさ



- 比較的低い
- 対象となる消費者が多いため、新しいブランドにも販売を拡大できる余地がある

#### 参入の障壁



- 低い（大きな障壁はない）

#### 政府の規制



- 政府の規制や管理は厳しくはない
- 製造にあたり、機械や設備の質は政府が監視しているが、それほど厳格ではない

#### 価格に対する感度



- 普通（それほど高くない）
- 個人の消費者は価格に敏感だが、法人の顧客はそうではない

#### ブランド志向



- 普通（それほど強くない）
- 大手の法人顧客だと、さらにブランド志向が強くなる

#### ビジネスがしやすい



- しやすい
- 国内のスポーツインフラ開発への国民の関心が高いため、需要も非常に高い

出所：フロスト&サリバン分析

## 2.9 主な業界イベント・会議

名称	日付/場所	種類	概要
Saudi Build (サウジ建築展)	2020年10月予定 リヤド国際コンベン ション・展示センター	会議および 展示イベント	サウジ建築展2019は2019年10月に終了し、23,000人の来場者を集めた。このイベントでは、数千に上る現地企業と世界的な企業を一堂に集め、建築セクターの未来の展望とビジネス機会を探った。政府の上級官僚と有力企業のCEOなどが出席し、15の事例研究を発表したほか、20人以上の講演者による18の講演セッションが行われ、パネルディスカッションが3つ行われた。Saudi Build Exhibition（第31回サウジ建築展）と同時に、Saudi Build Conference（サウジ建築会議）が併催された。
SBIE - Saudi Building & Interiors Exhibition (サウジ建築・インテリア 展)	2020年3月 ジェッ ダ	イベント	サウジ建築・インテリア展は、建物とインテリアの国際展示会であり、活気があり、収益性が高いサウジの建築市場やインテリア市場にアクセスできる機会となっている。毎年開催されるイベントで、グローバル企業、サウジアラビアの大手メーカー、代理店、流通業者のほか、近隣の湾岸諸国からも多くの専門家が参加し、高い支持を得ている。
FPF (Future Projects Forum/未 来のプロジェクトフォー ラム)	2020年2月25日- 26日 リヤドヒルトン ム)	イベント	政府機関のサウジ請負業者庁がFPFを組織しており、投資家、プロジェクトオーナー、請負業者などを集め、未来のサウジアラビアのプロジェクトについてディスカッションする。まだ新しいフォーラムで、最新の建設市場、開発プロジェクト、ビジネス機会を取り上げるとともに、請負業界のプロジェクトオーナー、バイヤー、インフルエンサーとのネットワークを作る独自のプラットフォームを提供している。

注：サウジアラビアにはスポーツビジネスに特化したイベントはないが、建築・不動産関連イベントにはスポーツインフラや施設・設備に関する企業の出展が行われる。 出所：10times.com

## 2.9 主な業界イベント・会議

名称	日付/場所	種類	概要
The Big 5 Saudi (ビッグ・ファイブ・サウジ)	2020年3月8-11日、ジエッダフォーラム・イベントセンター	イベント	「Big 5 Saudi」は10年の歴史を持つイベントで、建設製品、建材・設備、建設資材・設備、設計、建築など、建設業界に関わるすべての企業が参加する。優れた品質の建設製品や、革新的な建設製品を展示し、セミナー、会議、ワークショップなどを行う巨大なプラットフォームとなっている。
Restax (リヤド不動産・都市開発展示会)	2020年4月19-20日 リヤド国際コンベンション・展示センター	イベント	Restax：リヤド不動産および都市開発展示会は、不動産に関するサウジアラビア最大のイベントである。Restaxには、同国の投資・不動産開発業者や、金融会社や銀行のリーダーが来場し、新たな都市開発プロジェクトや革新的な住宅ローンプログラムなどについての知識を共有する機会となっている。

出所：10times.com

## 3.0 現地有力販売先候補と戦略的提言



## 3.1 フィットネス産業における主な現地有力販売先候補

## Leejam Sports Company



## Leejam Sports Company

- Leejam Sports Companyは、「Fitness Time」というブランド名で2007年から運営を開始し、サウジアラビアとUAEで最大のフィットネスセンターのネットワークを形成している。
- 現在、同地域でフィットネスセンターを112店舗運営しているが、うちUAEには4店舗、残り98店舗はサウジアラビアにある。
- 「Fitness Time」というブランド名の下、7つにわたる分野で事業を展開している（右記参照）。
- Fitness Time Academyは2018年まで、FCBエスコラ・サウジアラビア（バルセロナFCのフットボールアカデミーサウジ校）をリヤドで運営していたが、その後、フットボールアカデミーを設立して独立している。
- 全店舗で約21万人の会員数を誇る。
- 現在、女性のフィットネス開発と女性のプロスポーツトレーニングに重点を置き、サウジアラビアで21店舗、UAEで2店舗の女性専用センターを展開している。

## 展開するブランド

- **Fitness Time Plus** – 高級感とフィットネスを組み合わせ、プライバシーとスポーティーな雰囲気を求める層を想定してデザインされている。25歳から利用可能。インテリアは五つ星ホテルクラスである。
- **Fitness Time** – 幅広いフィットネスサービスに関心のある利用者向けに設計されたハイエンド向けのフルサービス施設。
- **Fitness Time Pro** – 的を絞ったトレーニングやサービスを求めるプロやアスリートを対象にデザインされている。
- **Fitness Time Junior** – 16歳以下の青少年向けの器具や設備をそろえたジュニア向けのフィットネスセンター。
- **Fitness Time Ladies** – 女性向けの器具や設備をそろえたフィットネスセンター。初の女性専用フィットネス施設として、2017年にオープンした。
- **Fitness Time Ladies Pro** – プロスポーツに従事する女性向けのフィットネスセンター。初のフィットネスセンターとして、リヤドで2017年にオープン。
- **Fitness Time Academy** - 若いアスリートを対象とした、サッカーとチームスポーツのトレーニングセンター。

出所：フロスト&amp;サリバン分析、企業の年次報告書

## 3.1 フィットネス産業における主な現地有力販売先候補

## Body Masters

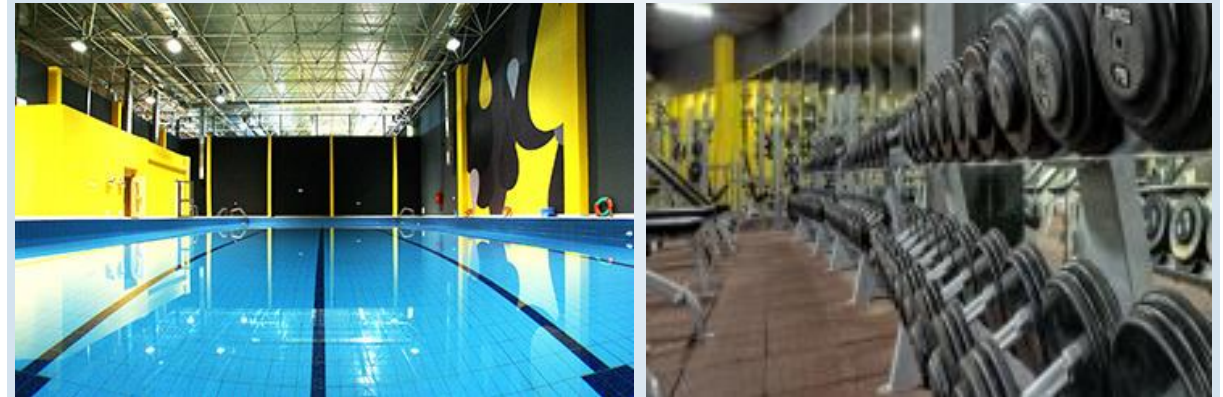


## Body Masters

- Body Mastersは、サウジアラビアで第2位の規模のフィットネスセンターで、全国に65店舗を展開している。
- 「プレミアム」と「エクスプレス」の2種類の会員権を用意している。
- フィットネスセンターでは、トレーニングだけでなく、サッカー場、スイミングプール、屋内スポーツアリーナ、エンターテインメントゾーン、VIP専用ラグジュアリーエリアなど、さまざまな施設を備えている。
- マッサージ、トルコ式公衆浴場（ハمام）、体組成サービスを有料で提供している。
- 標準のトレーニングセットのほか、個人向けのトレーニングプログラムも利用できる。
- Body Masters Martial Arts Academyは、あらゆる年齢層向けに、さまざまな武道（マーシャルアーツ）のコースを用意している。
- 短期間で痩せたい人のために、独自のダイエット管理プログラムを有料で提供している。

## 2種類の会員タイプ

- **プレミアム** – 上質なフィットネスクラブ施設を備え、メイン施設（トレーニングゾーン）のほか、スイミングプール、スパエリア、サッカー場、エンターテインメントエリア、ラグジュアリーサービスなど、すべての施設にフルアクセス可能。
- **エクスプレス** – 利用できるのはメインのトレーニングエリアのみで、指定以外のエリアには出入りできない。



出所：フロスト&amp;サリバン分析、企業ウェブサイト



## 3.1 フィットネス産業における主な現地有力販売先候補

## U Mark Sport

يو-مارك سبورت  
U-MARK SPORT

## U Mark Sport

- United Trading and Marketing Co. Ltd. (U-Mark) は、U Mark Sportブランドの店舗の持株会社である。
- MENA地域全体で、1,200人以上の従業員を擁している。
- U Mark Sportは、国内で最も急成長しているフィットネス機器小売企業の1つである。
- サウジアラビア全域に55の店舗を持つ。
- アディダス、ナイキ、スケッチャーズ、リーボック、アンダーアーマー、プーマ、ウンブロ、スポタカ、オリンピア、プリンスなど、世界的に有名なブランドのメンズ/レディースのスポーツウェア、スポーツシューズ、その他スポーツ用品のほか、子供服を幅広くそろえている。
- フィットネス用品、アパレル、小物については、独立した部門がある。
- また、専用の体験エリアで購入前に機器やアパレルを体験または試着できるようになっている。



出所：フロスト&amp;サリバン分析、企業ウェブサイト

## 3.1 フィットネス産業における主な現地有力販売先候補

# Skop Holding Co.



### Skop Holding Co.

- 「Eco Fitness」というブランドで、フィットネスセンターと関連のサービスプロバイダーを運営している。
- Eco Fitnessのサービスは以下の通りである：
- デザイン – ジムのコンセプトスペースのデザインを行っている。Eco Fitnessでは、平面設計図をデジタル化し、視覚的に設計のイメージを確認できるだけでなく、製品のセレクトや施設のレイアウトをサポートする。
- 開発 – 建築設計担当者と協力しながら、設備と環境コンセプトの間に相乗効果を生み出し、利用者がエクササイズしたくなるような施設の開発を行っている。先進的なフィットネス業界用ソフトウェアを利用し、フィットネスセンターの企画開発を支援している。
- 備品供給 – 健康クラブ・施設、マンション内の居住者用スポーツジム、ホテルとスパ、パーソナルジム、オフィス用スポーツジム、学校などにフィットネス機器を供給している。
- 管理とトレーニング – フィットネス機器の操作や、フィットネストレーナーに求められるトレーニングを行っている。国際的な水準を維持するため、Europe ActiveやLes Millsと提携し、インストラクタートレーニングへの技術的なサポートを受けている。



出所：フロスト&サリバンの分析、企業ウェブサイト

### 3.1 フィットネス産業における主な現地有力販売先候補

# Armah Sports Company

## Armah Sports Company

- サウジアラビアのフィットネス業界の新規参入企業であり、フィットネス業界を刷新するべく、今後5年間で2億7,000万ドルの投資を計画している。
- Leejam Sports Co.のCEO、Fahad Ali Al- HaqbaniがLeejamとは別の事業体として設立したものである。
- プレミアムな環境で最先端のフィットネストレーニングを提供する「スマートクラブ」を、今後全国に50店舗オープンする予定。リヤドとジェッダで10店舗の建設が進んでおり、2020年に完成予定である。続いて東部州にも展開する予定。
- トレーニング用品や機器だけでなく、高級スポーツクラブのエッセンスを取り入れ、高度なデジタル技術を活用した環境を提供している。
- 現在は、ハイエンドなチェーンの「Optimo」とやや高級なチェーンの「B\_FIT」という2つのフィットネストレーニングセンターブランドで運営を行っている。
- Life Fitness（世界最大のフィットネス機器メーカー）と2,000万ドルの契約を締結し、今後5年の間に「スマートクラブ」に有酸素運動や筋トレ機器を供給する予定である。



出所：フロスト&サリバン分析、企業ウェブサイト

## 3.1 スポーツインフラ産業における主な現地有力販売先候補

# Global Sport Gate (GSG)

### Global Sport Gate (GSG)

- GSGは、アパレル小売、機器小売、インフラ建設、ユーススポーツプログラム運営、スポーツコンサルタント・マネジメントなど、多方面のビジネスを扱うサウジアラビアのスポーツ業界における新興企業である。
- 国際的な有名ブランドのスポーツウェアのアパレル小売も行っている。
- 過酷な気候条件にも耐えるスポーツドームや屋内アリーナを建設するDUOL設計の空気注入型構造を取り扱う中東でも唯一のディーラーである。
- 屋内アドベンチャー施設やスポーツアリーナの企画と建設を行うアドベンチャースポーツソリューションを提供している。
- また、独自のスポーツトレーニングアカデミーを運営し、フィジカルトレーニング、スポーツ法学、スポーツマーケティング、フィットネストレーニングなど、スポーツマネジメントのさまざまな要素を指導している。
- 現在、リヤドのキングファハドロードとオラヤロードに、屋内競技場を備えた複数の空気注入型構造を擁するスポーツ村を建設中である。このほか、サウジ初のリヤドベロドローム（屋内サイクリング施設）の建設も計画されている。



出所：フロスト&サリバン分析、企業ウェブサイト

## 3.1 主な現地パートナー候補・関連組織の連絡窓口

企業	民間/ 国営	事業体の種類	ウェブサイト	メール、電話、連絡先
Leejam Sports Co.	民間企業	フィットネスチェーン	<a href="https://www.leejam.com.sa/en/">https://www.leejam.com.sa/en/</a>	info@leejam.com.sa, +966 11 210 1015, +966 11 453 6718
Body Masters	民間企業	フィットネスチェーン	<a href="https://bodymastersksa.com/">https://bodymastersksa.com/</a> , <a href="https://twitter.com/BodyMastersksa">https://twitter.com/BodyMastersksa</a>	info@bodymasters.com.sa, +966 920000626
U Mark Sport	民間企業	フィットネスチェーン	<a href="https://umarksport.com">https://umarksport.com</a>	+966 920000007
Skop Holding Co.	民間企業	フィットネスインフラ	<a href="http://cmtemplates.net/Skop/home.html">http://cmtemplates.net/Skop/home.html</a>	info@skopholding.com, +966 11 414 1177, <a href="https://umarksport.com/contact-us">https://umarksport.com/contact-us</a>
Armah Sports Co.	民間企業	フィットネスチェーン	<a href="https://www.armahsports.com/">https://www.armahsports.com/</a>	linkedin.com/in/fahad-alhagbani-5830b362
Global Sports Gate	民間企業	スポーツインフラ	<a href="https://gsg.sa/">https://gsg.sa/</a>	info@gsg.sa, +966 13 815 1115, +966 11 464 3851
Qiddiya	官民プロジェクト	スポーツを含めたメガシティ開発	<a href="https://qiddiya.com/en">https://qiddiya.com/en</a>	info@qiddiya.com, +966118133999
Neom	官民プロジェクト	スポーツを含めたメガシティ開発	<a href="https://www.neom.com/">https://www.neom.com/</a>	info@neom.com
スポーツ省	国家省庁	サウジアラビアにおけるスポーツ管轄機関（旧GSA：総合スポーツ庁）	<a href="https://gsa.gov.sa/en/Pages/default.aspx">https://gsa.gov.sa/en/Pages/default.aspx</a> （アドレスは現状GSAを継承）	info@gsa.gov.sa, +966 11 544 1936

## 3.2 各市場におけるパートナー候補 対象市場によってパートナー候補のターゲットは異なる

対象市場	パートナー候補のターゲット
市場全体	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 民間スポーツクラブ</li> <li>• 海外クラブ、関連グループ</li> <li>• スポーツチーム</li> <li>• 女子大学、その他の女子校</li> </ul>
フィットネス市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 中間層向けのフィットネスセンター運営企業</li> <li>• 女性専用フィットネスセンター</li> <li>• 女性専用フィットネスで使うアクティブウェア販売業者</li> </ul>
健康食品市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>• フィットネスセンター併設のカフェ</li> <li>• ハイパー（スーパー）マーケット</li> </ul>
スポーツ/エナジードリンク市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>• サウジアラビアおよびUAEにおけるメーカー</li> <li>• スポーツマネジメント企業</li> <li>• サッカーリーグ</li> </ul>
スポーツ用品市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 民間スポーツクラブ</li> <li>• 政府機関</li> <li>• スポーツシティ/メガシティの開発・運営機関</li> <li>• 特殊（障害者専用）スポーツトレーニング施設/クラブ/機関</li> <li>• 人工芝・屋内スポーツフロアなど、スポーツインフラ/内装用品業者</li> </ul>



出所：フロスト&サリバン分析

## 3.2 新規参入企業がフォーカスすべき分野

対象市場	フォーカスすべき分野
市場全体	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性専用スポーツ施設、トレーニング施設、スポーツ教育</li> <li>サッカークラブ：スポーツクラブの民営化の進展により、インフラ・設備、栄養補助食品、各種サービスの需要が高まっている</li> <li>バスケットボールおよび陸上関連は、高い成長を見せている</li> <li>政府が奨励する新しいスポーツ：ゴルフ、ビーチゲーム（サッカー、バレーボール、ラグビー、ウォーターボード、カイトサーフィンなど）</li> <li>Neomなど、スポーツを含めたメガシティプロジェクトへの参入</li> </ul>
フィットネス市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性専用フィットネスセンター</li> <li>コンセプト型のフィットネスセンター</li> </ul>
健康食品市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>プロテインバー、プロテインシリアル、ダイエット補助食品</li> <li>大豆製品、豆腐製品</li> </ul>
スポーツ/エナジードリンク市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>エナジードリンク：カフェイン入りのものが人気</li> <li>エナジードリンク：イオン水、グルコースウォーターなど</li> <li>民間スポーツクラブに併設されるスポーツカフェや食堂</li> </ul>
スポーツ用品市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>スポーツクラブ、フィットネスセンター、国営スポーツ組織に対する、フィールドスポーツ機器やスポーツインフラ（人工芝、スポーツフロアなど）の提供</li> <li>教育機関のトレーニング・インフラ設備</li> <li>製品を販売促進するため、国際的なスポーツクラブとのパートナー提携</li> </ul>



出所：フロスト&サリバ分析

## 3.2 参入のためのロードマップ

	現在の市場に進出する手順	未来の市場に進出する手順
市場全体	<ul style="list-style-type: none"> <li>Restax（リヤド不動産・都市開発展示会）への参加</li> <li>スポーツ機器・食品、スポーツの専門知識を提供するため、クラブやトレーニング施設などと提携</li> <li>女性専用のスポーツ開発プロジェクトに参入</li> <li>政府のスポーツ開発プロジェクトに参入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saudi Arabian Federation for Electronic and Intellectual Sports（サウジアラビア電子・知的スポーツ連盟）などの政府機関と提携</li> <li>Neomなどのメガシティプロジェクトにスポーツインフラを提供</li> </ul>
フィットネスセンター	<ul style="list-style-type: none"> <li>スポーツ機器や栄養補助食品を導入するため、大手ブランドのフィットネスセンターとパートナー提携</li> <li>女性専用トレーニング施設の店舗開設</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新しいコンセプト型のフィットネスセンターを設立</li> <li>国際的に活躍するスポーツセレブを対象とした日系のフィットネスセンターを設立</li> </ul>
健康食品	<ul style="list-style-type: none"> <li>スポーツクラブの食堂や、スポーツをテーマにしたレストランとタイアップ</li> <li>日系のスポーツ食品ブランドのフランチャイズをサウジアラビアにオープン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スポーツ/健康食品分野にアジア料理のノウハウを導入</li> </ul>
スポーツ/エナジードリンク	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本のスポーツ/エナジードリンクブランドをトライアルで先行的に導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本のブランドを現地で生産・販売</li> </ul>
スポーツ用品	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存の日本のブランドから、サウジのスポーツクラブと提携するための子会社を設立</li> <li>日本のブランドの販売促進に向けてハイパーマーケットとタイアップ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本のブランドのフランチャイズ展開を行うことで、現地のスポーツ振興にも役立つカスタマイズされたスポーツ用品の提供</li> </ul>

出所：フロスト&amp;サリバン分析



レポートをご覧いただいた後、アンケート（所要時間：約1分）にご協力ください。

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20190052>

本レポートに関するお問い合わせ先：  
日本貿易振興機構（ジェトロ）  
海外調査部中東アフリカ課

〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32  
TEL : 03-3582-5180  
E-mail : ORH@jetro.go.jp