

## ～大規模スポーツイベント～

### 大阪マラソン

#### 【概要】

- ・地域の活性化、経済の活性化、観光施策の推進： 多彩な関連イベントを同時に開催することにより、単なるマラソン大会にとどまらず、ランナー以外にも楽しんでいただける、大阪全体が盛り上がる「お祭り」のような大会をめざすことで、地域の活性化、経済の活性化、観光施策の推進などにつなげる。
- ・スポーツ人口の拡大： 3万人規模の市民マラソンを開催し、参加者のみならず沿道住民にもスポーツの魅力を体感してもらうことで、スポーツ人口の拡大を図る。

#### 【取組状況】

##### ■国内最大級の市民マラソン大会開催

- ・「みんなでかける虹。」をスローガンに、国内最大級の市民マラソンとなる30,000人規模(第5回大会は32,000人定員)で開催。
- ・AIMS(国際マラソン・ロードレース協会)公認大会、日本陸上競技連盟の公認コースとして競技性を担保。
- ・ワールドマラソンメジャーズの一つであるシカゴマラソンとマラソン提携し、地元ランナーの相互派遣などを実施。大会運営ボランティアを10,000人を募集し、活動。
- ・市民アスリート枠(1,000人)と連続落選者枠(1,000人)を新設[第5回(H27)～]

##### ■チャリティ文化普及

- ・チャリティ募金(参加ランナー全員、観客・ボランティア等へも広く呼びかけ)の実施、チャリティアンバサダーによるチャリティ活動を展開
- ・チャリティランナー制度を新設、チャリティシャツ[第3回大会(H25)～]・チャリティキャップ[第5回大会(H27～)]を販売
- ・大阪マラソンのテーマカラーである7色それぞれに新たにチャリティテーマを設定し、そのテーマに沿った寄付先団体14団体を決定。募金を届け、活動内容をHPで公表[第4回大会(H26)～]
- ・名前を呼んで応援できる「ニックネーム入りナンバーカード」の販売を実施[第4回大会(H26)～]
- ・画家によるチャリティポスター及びグッズを作成し、チャリティ文化の普及啓発を強化[第5回大会(H27)～]

##### ■大阪マラソンの情報発信

- ・ホームページに加え、フェイスブック、メルマガ等を活用し、広い情報発信を展開
- ・ホームページ・募集案内等を多言語で制作し、海外プレスへの情報提供とともに、観光局と連携する等、海外への情報発信を強化。[第4回大会(H26)～]
- ・情報誌と連携し、マラソンを通じた大阪の魅力発信を強化[第3回大会(H25)～]
- ・公式プレイベントとしてファンランを開催[第3回大会(H25)～]
- ・海外ランナーの増加に伴い、外国語対応のエントリー窓口を増設。海外向けパンフレットを一新するなどPRの強化[第4回大会(H26)～]

##### ■大阪マラソンの魅力発信

- ・ランナー受付に併せて、スポンサー・スポーツ関連企業等によるブースを展開する「大阪マラソンEXPO」を開催
- ・沿道に盛上げイベント会場を設け、公募した「ランナー盛上げ隊！」によるパフォーマンスを展開
- ・市商連と連携し、名物給食エイドを展開するとともに、府内商店街等と連携イベントを開催
- ・大会公式テーマソングとして、「42.195km」をミュージシャン「コブクロ」が制作。[第4回大会(H26)～]
- ・大阪マラソンの魅力発信のため、視聴者と双方向性のある写真投稿サイト「わくわく写真館」を作成[第4回大会(H26)～]
- ・「応援団長」を任命し大会前から盛上げるとともに、沿道盛上げイベント会場のうち7ヵ所を「7色応援ステーション」と設定し、さらなる盛上げを展開[第4回大会(H26)～]
- ・大会当日に、フィニッシュ手前コースを大阪マラソンランナーと併用する「チャリティ親子ラン」を開催し、子ども世代までファン層を拡大[第5回大会(H27～)]
- ・「ないないチーム対抗戦」など大阪マラソン独自のお楽しみコンテンツを展開[第5回大会(H27～)]

##### ■その他

- ・安全・安心な大会運営に向けて、PUSH講習会等を実施

#### 【成果】

- ・国内外から、定員の約5倍のランナーエントリーがあり、特に海外からのエントリーは、第1回大会の1,068人(29国・地域)から、第5回大会では7,478人(54国・地域)となるなど、大幅に増加。
- ・沿道観衆人数(当日)は第1回大会から100万人を超え、第4回大会で130万人となるとともに、EXPO入場者数(3日間)も第1回大会から10万人を超え、第4回大会では11万9千人となるなど、高い集客力を発揮(第2回大会は3連休が開催日であったため、特に多数の来場があった。)
- ・全参加ランナーを始め、ボランティア、沿道観衆等から寄付を募り、第4回大会では1億円以上が集まるなど、チャリティ文化の普及に貢献。
- ・経済波及効果が第1回大会で133億円、第2回大会では139億円となるなど、大きな効果をもたらした。

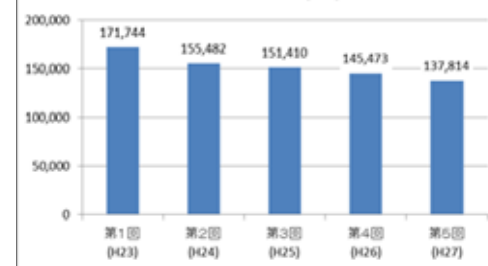
#### 【課題】

- ・全国にマラソン大会が相次いで新設される中で、エントリー数の減少への対応
- ・増加した海外からの参加者に対する案内等の充実
- ・2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に伴うスポーツへの関心の高まりを見据えた対応

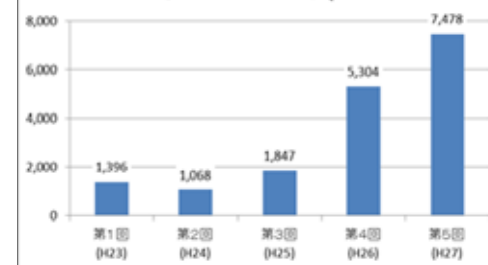
#### 【今後の方向性】

- ・リピーターの確保に向けた大阪マラソン独自のコンテンツの充実と参加ランナーへのホスピタリティの向上
- ・大阪マラソンの魅力である「応援のおもしろさ」などマラソンだけでなく、大阪の魅力情報の発信強化
- ・WEBコンテンツの充実による海外参加者への情報発信・案内の強化
- ・大阪マラソンを都市の新しい「祭り」として定着させるため、行政が担うべき役割を果たすとともに、魅力アップにつながる民間のアイデアを活かした大会運営に努める。

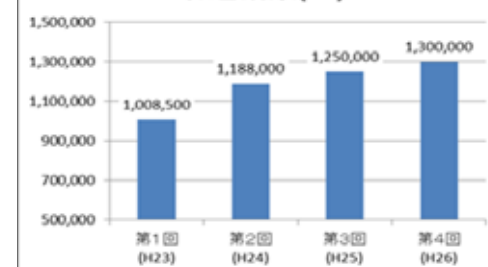
エントリー数(人)



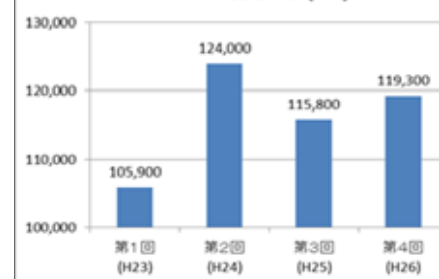
海外エントリー数(人)



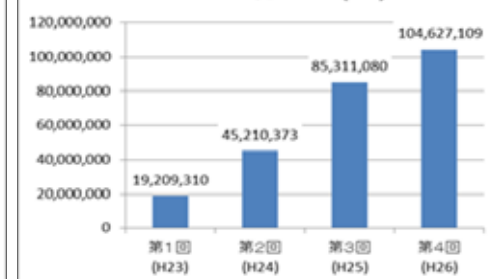
沿道観衆(人)



EXPO来場者数(人)



チャリティ募金額(円)



～ 大規模スポーツイベント ～

国際大会・全国大会の招致（大阪市）

【概要】

- ・市民のスポーツの振興のうち主に“みる”スポーツの振興を図るため、国際大会・全国大会の招致を行う。
- ・大会招致のための基盤整備・機運の醸成・直接的な招致活動の促進が図れる事業を実施する。

【取組状況】

- 大会招致のための基盤整備
- ・競技力向上事業について、より効果的なものとなるよう本市が直接補助する方式への変更（H24年度から実施）
- ・舞洲トリアスロン大阪大会、世界スーパージュニアテニス、社会人野球日本選手権、大阪国際女子マラソンなど、大阪府が主催・共催として関わる国際大会・全国大会の継続開催
- ・ロンドンオリンピック代表選考を兼ねた第96回日本陸上競技選手権大会の開催（H24年度）
- 機運の醸成
- ・市民の参加を促進させるため、本市が関わるスポーツイベントにかかるチケットプレゼントの申し込みのインターネット受付の開始（H25年度から実施）
- ・世界スーパージュニアテニス大会のPRを図書館で行うなど、大会広報の充実
- 直接的な招致活動
- ・中央競技団体やJOCに対する大阪のPR（人口の多さ、アクセスの良さ、施設の充実）

【成果】

- ・日本人選手の活躍などに合わせた情報発信を行うことで、本市で行われる大会への関心が高まりつつある。
- ・チケットプレゼント申込のインターネット受付により、申込の利便性が向上した。
- ・U-16インターナショナルドリームカップ2015JAPAN Presented by JFAを長居にて開催（H27.6月）
- ・第27回WBSC U-18 ワールドカップを舞洲・南港にて開催（H27.8月）
- ・天皇賜盃第84回日本学生陸上競技対校選手権大会を長居にて開催（H27.9月）
- ・FIFAクラブワールドカップ2015を長居にて開催予定（H27.12月）
- ・サッカー女子リオデジャネイロ五輪アジア最終予選を長居にて開催予定（H28.2月）

【課題】

- ・市民の関心の高まりの持続及び国際大会・全国大会招致機運の向上
- ・各都市が大会招致を活発に行う中で、優位に立てる大阪の存在感の発揮

【今後の方向性】

- ・大阪の強みをより積極的に競技団体等にアピールし、大会招致につなげていく
- ・本市で行われる大会の積極的な情報発信や各種イベント、チケットプレゼントなどを通して、大会の魅力を発信し、価値を高めていく。

国際大会・全国大会の招致（大阪府）

【概要】

- ・ラグビーワールドカップ2019の開催を契機に、その効果を大阪にも波及させ、また、スポーツの持つ「素晴らしさ」を府民に伝えるとともに、スポーツを「する」「みる」「ささえる」府民を増やし、スポーツによる都市魅力の向上をめざす。
- ・東大阪市とともに、ラグビーワールドカップ2019花園開催の招致を行う。

【取組状況】

- 議員連盟による花園ラグビー場視察
- ・2014年4月、ラグビーワールドカップ2019成功国会議員連盟による花園ラグビー場視察
- 東大阪市長による表敬訪問
- ・2014年10月、東大阪市長が知事を表敬訪問
- 開催都市に立候補
- ・2014年10月、府は東大阪市とともに、ラグビーワールドカップ2019の開催都市に立候補
- 合同説明会出席
- ・2014年11月、立候補都市向け合同説明会出席
- IRBによる視察対応
- ・2015年1月、IRB（国際ラグビーボード）による花園ラグビー場視察対応
- 合同会議出席
- ・2015年3月、開催都市合同会議出席

【成果】

- 開催都市に決定
- ・2015年3月2日、ラグビーワールドカップリミテッド理事会において、花園ラグビー場が決定。（全国12会場同時発表）

【課題】

- ・ラグビーワールドカップ2019花園開催に向け、公民一体となった推進体制の確立
- ・ラグビーワールドカップ2019開催後の効果の継続性確保

【今後の方向性】

- ・ラグビーワールドカップ2019花園開催の周知と気運醸成
- ・ラグビーワールドカップ2019が成功できるよう、またその後に続く東京オリンピック・パラリンピックの波及効果においても活用できるように取組みを進める
- ・ラグビーの西の拠点としての花園ラグビー場活用促進