

平成28年度事務事業評価サポーター活動報告資料

「京都マラソン」の 事務事業評価票改善案について

京都産業大学法学部 吉澤ゼミ3班

兼森健太, 小林直也, 山口真緒, 山下優羽, 大内椋平

発表の流れ

- ① 事業の概要
- ② 事務事業評価に対する指摘と提案
 - i 記載内容の改善点
 - ii 指標内容の改善点
- ③ 事業に対する提案

① 事業の概要

▶ 対象

市民及び国内外のランナー
沿道**応援者**及び**ボランティア**等

▶ 目的

- ・ 市民スポーツの振興
- ・ 京都経済の活性化
- ・ 京都ブランドの向上
- ・ 環境に配慮
- ・ 京都の財産として継承

参加者, 応援者, 市民が一体となり楽しめる総合スポーツイベント

▶ 背景

京都市民をはじめ、全国のランナーからの
「京都でフルマラソンを走りたい」との熱い思いを受け
「京都シティハーフマラソン」を2年間休止して準備
2012年3月、第一回大会を開催

② 事務事業評価に対する指摘と提案

i 記載内容の改善点

目的 (どのような状態にしたいのか)	<u>市民スポーツの振興</u> はもとより、京都経済の活性化や京都ブランドのさらなる向上を図ることを目的とし環境にも配慮した、参加者、応援者、市民が一体となって楽しめる総合スポーツイベント「京都マラソン」について、京都の財産として継承し、更なる発展を図る。
------------------------------	---

1ページ目, 事業概要, 目的より

▶ 指摘

京都市民のみでスポーツを盛り上げていこうという意図のよう取れる

▶ 提案

「国内外からの入洛客を含む市民スポーツの振興」という表記に変更

② 事務事業評価に対する指摘と提案

i 記載内容の改善点

目的 (どのような状態にしたいのか)	市民スポーツの振興はもとより、京都経済の活性化や <u>京都ブランドのさらなる向上を図る</u> ことを目的とし環境にも配慮した、参加者、応援者、市民が一体となって楽しめる総合スポーツイベント「京都マラソン」について、京都の財産として継承し、更なる発展を図る。
------------------------------	--

1ページ目, 事業概要, 目的より

▶ 指摘

「**京都ブランド**」の定義が市民に浸透しておらずわかりにくい

▶ 提案

「**観光やメディアを通じて京都の魅力を発信し、地域イメージである“京都ブランド”のさらなる向上を図る**」という表記に変更

② 事務事業評価に対する指摘と提案

i 記載内容の改善点

背景 (どのような経緯で事業を開始したのか)	京都市民をはじめ、全国のランナーからの「 <u>京都でフルマラソンを走りたい</u> 」との <u>熱い思いを受け、16年間にわたって実施してきた「京都シティハーフマラソン」を2年間休止して準備し、2012年3月に第1回大会を開催した。</u>
----------------------------------	--

1ページ目, 事業概要, 背景より

▶ 指摘

「京都マラソン」の前に、「京都シティハーフマラソン」が開催されていたことを知らない人たちからすると、「京都マラソン」開催の背景だけ見れば簡素な印象

② 事務事業評価に対する指摘と提案

i 記載内容の改善点

背景 (どのような経緯で事業を開始したのか)	京都市民をはじめ、全国のランナーからの「 <u>京都でフルマラソンを走りたい</u> 」との熱い思いを受け、 <u>16年間にわたって実施してきた「京都シティハーフマラソン」を2年間休止して準備し、2012年3月に第1回大会を開催した。</u>
----------------------------------	--

1ページ目, 事業概要, 背景より

▶ 提案

「京都市民・全国のランナーからの「**京都でフルマラソンを走りたい**」という熱い思いを受け、「**京都シティハーフマラソン**」を休止して準備を進めた。そして、**京都の名所を巡り、全国の市民ランナーに感動を与え、地域のつながりを深め国際文化観光都市京都の姿を全世界に広めるという“京都シティハーフマラソン”の意志を受け継ぎ、2012年3月に第1回大会を開催した**」という表記に変更

② 事務事業評価に対する指摘と提案

ii 指標内容の改善点

指標2	<u>市税増収効果額</u>			目標値 …①	千円	98,226	104,508	121,000	121,000
				実績値 …②	千円	98,000	99,000	102,000	
				目標達成度 (②÷①)	%	99.8	94.7	84.3	
	区分	成果指標	種類	増加することが良いとされる指標	評価	良い	良い	普通	

2ページ目, 業績評価, 目標達成度より

▶ 指摘

一般市民にとって「**市税増収効果額**」の数値は「**京都経済の活性化**」がどの程度なされたのか, わかりにくい

▶ 提案

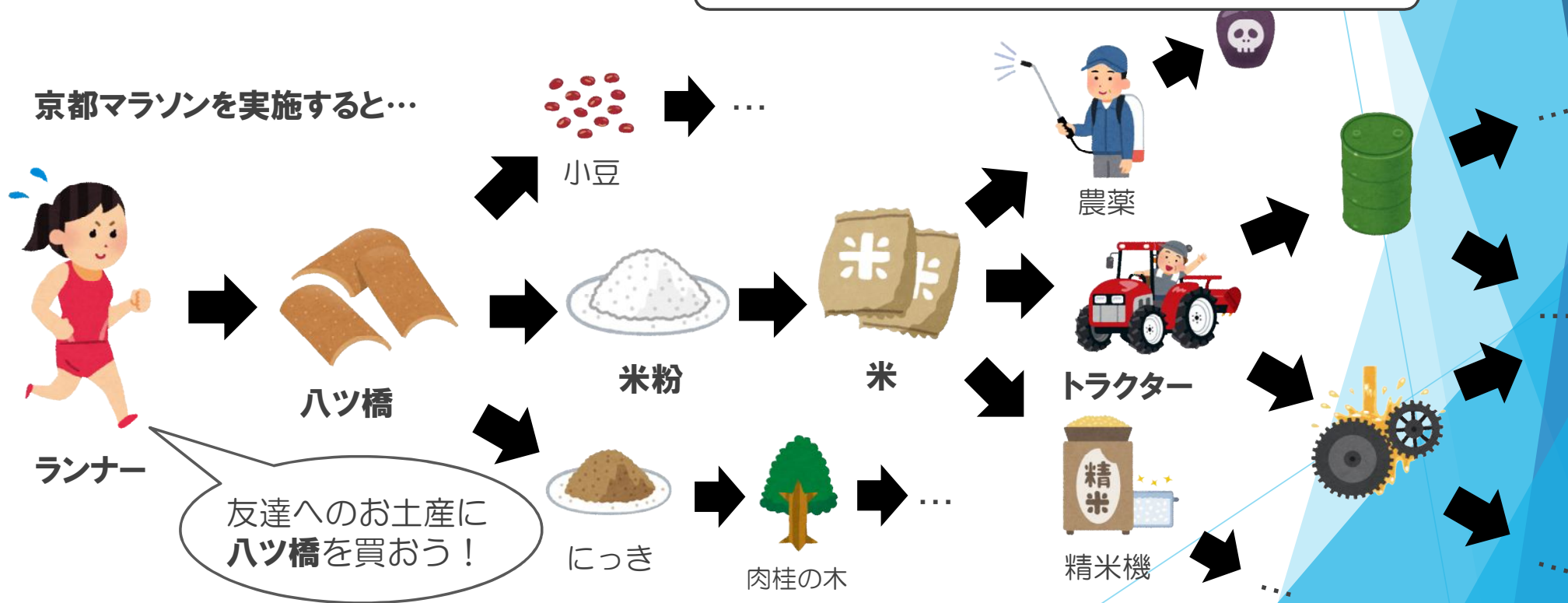
市のみの経済効果と捉えられそうな「**市税増収効果額**」より, 京都マラソンに直接関係のない市民, 市も含め, 京都市全体としてどれくらいの経済効果があったのかを示す「**京都マラソンによる増収額**」を数値にする

② 事務事業評価に対する指摘と提案

ii 指標内容の改善点

▶ 経済波及効果とは？

水の波紋のように広がっていく！



② 事務事業評価に対する指摘と提案

ii 指標内容の改善点

指標2	一般財源（市負担金のうち、協賛金等特定財源相当額を除く額）を上回ることを目標とし、市民負担の軽減を図り、長年により継続実施するため。		一般財源の負担なしで実施することが目標であるが、まずは各年度の市税増収効果が一般財源を上回ることを目標とする。		
	指標変更の有無	無	指標名	区分	適用年度

2ページ目、業績評価、目標達成度より

▶ 提案

○ 指標の選択理由(左側)

本事業は「京都経済の活性化」を目的の一つとしており、京都市・京都市民を含む具体的な経済効果の成果を示す数値として設定する

○ 目標値の設定の考え方(右側)

直近5年間のうちの平均値を目標にする

③ 事業に対する提案

提案

「女性ランナーを増やす」

▶ マラソン大会に参加する女性ランナーの特徴

観光地の大会へ**旅行も兼ねて参加**

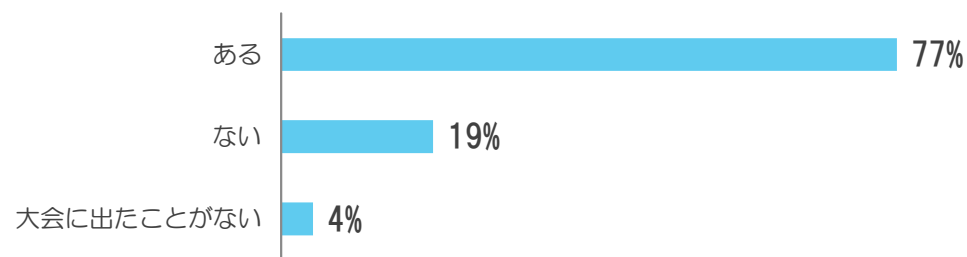
→ **観光地にお金を落とす**

観光地に訪れた女性が友人・知人・家族等に**魅力を発信する**

→ **地域イメージの向上**

大会に出場するついでに旅行をしたことがありますか？

(出典：RUNNET『RUNNERS WOMAN世論調査』)



③ 事業に対する提案

女性の参加が高まれば…

**経済効果が大きくなる
京都ブランドの向上が期待できる**

女性ランナーを増やすには？



- i 短距離マラソンの導入
- ii グルメ要素の充実

③ 事業に対する提案

i 短距離マラソンの導入

女性への「好きな大会の距離は？」の質問に対する回答

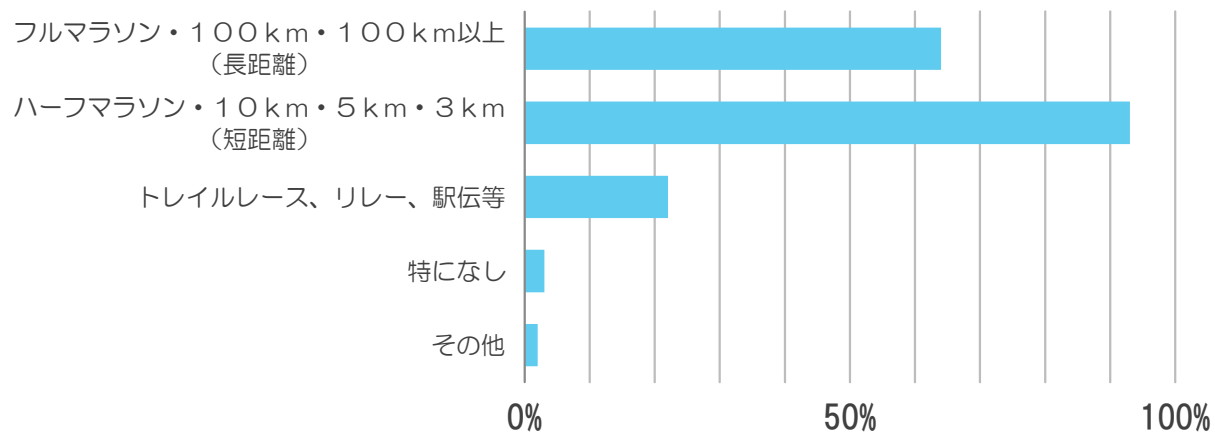
長距離マラソンよりも**短距離マラソン**が多い

(フルマラソン・100km・100km以上)

(ハーフマラソン・10km・5km・3km)

好きなレースの距離、種目は？ (複数回答可)

(出典：ランナー世論調査2015)



③ 事業に対する提案

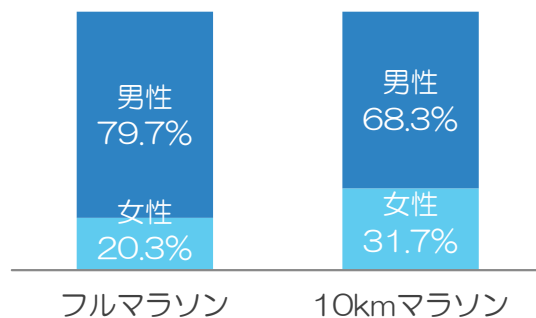
i 短距離マラソンの導入

なぜか？ ・ **観光**を楽しめる

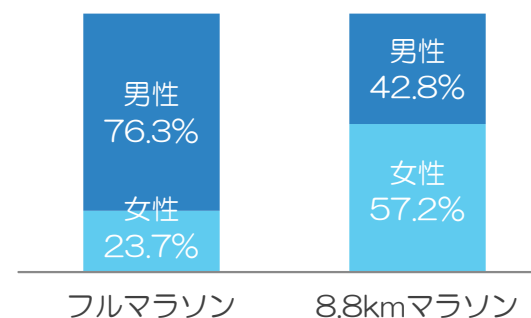
・ 半日で終わり身体への**ダメージが少ない**

他マラソン大会の事例をみると…

▶ 東京マラソン



▶ 大阪マラソン



各大会における距離別参加男女比(2014年)

(出典：大阪マラソン・東京マラソン 公式HP)

長距離マラソンより一人で走る**短い距離のマラソン**を導入すれば女性ランナーは参加しやすくなるのでは？

③ 事業に対する提案

ii グルメ要素の充実

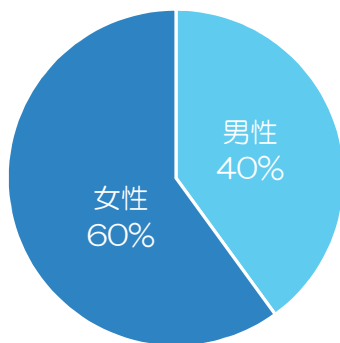
グルメ関連のマラソンの例

スイーツマラソン(大阪・東京・福岡・千葉)

- 女性の参加率**約60%**
- レースの開催地にグルメを重視する女性は**31%**

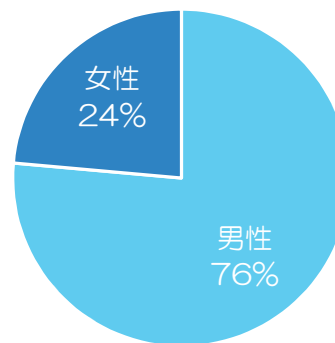
スイーツマラソン参加男女比(全国平均)

(出典：Sweet Marathon 公式HP)



京都マラソン参加男女比

(出典：京都マラソン2016 大会公式プログラム)

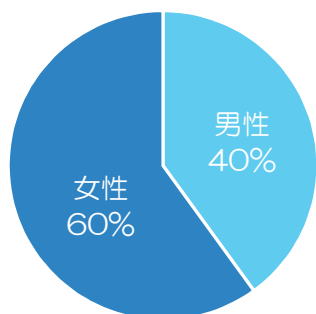


③ 事業に対する提案

ii グルメ要素の充実

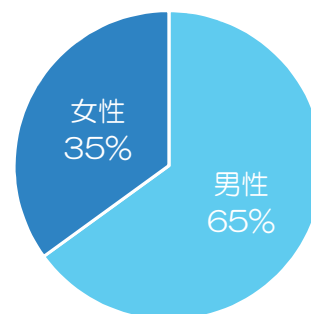
スイーツマラソン参加男女比(全国平均)
(6kmマラソン)

(出典：Sweet Marathon 公式HP)



通常のハーフマラソン参加男女比
(10km,3km,1.5km,車椅子マラソン)

(出典：交野市チャリティーマラソン2016 公式HP)



短距離マラソンにグルメの要素を足すことにより、
更に**女性の参加者が増える**

↓

京都マラソンに応用するには？

③ 事業に対する提案

ii グルメ要素の充実

京都マラソンと同時並行で開催されている
「おこしやす広場」を活用

- ▶ 京都マラソン(おもてなし屋台)出店数
20軒
- ▶ 大阪マラソン 屋台出店数
約50軒！

京都マラソンと比べ倍以上

出店数を増やす余地はあるのでは？



ご清聴ありがとうございました

参考文献

丸山友義(2012)「経済・産業・貿易 環境・エネルギー 市民マラソン開催による経済効果と今後の課題」
(株)価値総合研究所

宮本勝浩(2012)「「経済効果」ってなんだろう?」中央経済社

FYTTE「データから読み取る マラソンブームは女性ランナーが主役！」
<http://fytte.jp/news/exercise-and-body/1502/post_204.php>

大阪マラソンEXP02016 <<https://www.osaka-marathon.com/2016/>>

第6回大阪マラソン <<http://osaka-marathon.com/2016/>>

東京マラソン2017 <<http://www.marathon.tokyo/>>

交野市チャリティーマラソン2016 <<http://katanomarathon.com/>>

スイーツマラソン <<http://www.sweets-marathon.jp/>>

ランナーズホールディングス「プレスルーム」 <<http://runners.co.jp/press/>>

ランナー世論調査2015 <<https://runnet.jp/project/enquete/2015/index.html>>

RUNET「RUNNERS WOMAN世論調査」
<https://runnet.jp/woman/ranking/detail/2058411_2011.html>

写真引用元・イラスト提供

京都マラソン2015 <<http://www.kyoto-marathon.com/2015/>>

京都マラソン2016 <<http://www.kyoto-marathon.com/2016/>>

いらすとや <<http://www.irasutoya.com/>>