

(単位：千円)

<全体事業費 850,033>

1 大会運営費 229,701

(1) 大会運営準備事業 229,701 (30,874)

2020年2月の大会参加申込受付開始に向けて、出場登録（エントリー）システムやヘルプデスクをはじめ、宿泊交通に関する情報提供サイト等を構築・設置し、より多くの方に大会参加を促す環境整備を行うとともに、大会期間中、参加者に競技面、周遊面などにおいて満足していただけるよう、万全の受入体制の確立に向け、実行委員会その他関係機関と連携し、あらゆる事態の想定、多岐にわたる検討課題を解決しながら、この準備を着実に進める。

- ① 関係団体連絡調整 1,850 (360)
大会を運営するにあたり必要な関係省庁及び関係団体に対し、協力支援や連絡調整を行うこと及び各府県政令市実行委員会等との協議・調整を行う。
- ② 大会ヘルプデスク 8,600 【新】
2019年11月の募集要項の発表と併せて、参加希望者からの問合せ（メール）を受け付ける窓口を設置する。これにより、大会参加者に対して素早いレスポンスが可能になり、参加者満足度の向上につながる。
- ③ 大会の各種機能の配置決定及び大会運営体制の構築 45,680 (5,060)
参加者がストレスなく楽しむことができることを目標とし、大会の各種機能（大会運営本部、案内所、受付会場、交流の場など）の配置を決定し、各機能を設置する会場の運営体制や相互の連絡体制の構築など円滑な大会運営に向けた準備を進める。
- ④ エントリーシステムの構築及び運営補助業務 44,680 (10,658)
参加者の出場登録（エントリー）及び大会当日における各種受付を行うシステムを構築する。また、2020年2月からエントリーが始まった際には円滑な運営を行う。
- ⑤ 宿泊・交通関連業務 71,576 (12,696)
参加者が安心して競技に参加できるよう、宿泊施設の確保、宿泊予約サイトの構築、シャトルバス調達等の調整、交通に係る提供情報の整理などを進める。
- ⑥ 安全対策・危機管理業務 25,515 (600)
大会を開催する上でのリスクの洗い出し及び対応策の検討を行い、全体指針及び広域的なリスク対応策等の取組指針を策定する。また、大会運営全体にかかる損害についての保険に加入する。
- ⑦ 地域の観光・文化施策の推進 26,720 (1,400)
大会参加者等が、どの地域を訪れても、その地域の魅力に触れることができるよう、着地型観光商品の造成支援、それらの観光情報を一元的に閲覧・購入できるサイトの整備などを進める。
- ⑧ 交流事業開催準備 5,080 【新】
大会期間中の参加者がより多くの方と交流の機会を持てるよう、様々なイベントの実施計画を取りまとめ、交流の場の具体化を進める。

2 競技運営事業費 7,345

(1) 競技開催準備事業 7,345 (3,072)

各府県政令市実行委員会や競技団体、その他の関係機関との協議・調整を行い、競技別実施要項を完成、公表する。また、表彰用メダルの方針を固め、製作を進める。

- ① 関係団体との連絡調整 3,675 (2,042)
競技別実施要項の作成にあたり、関係省庁、日本スポーツ協会、中央競技団体及び各府県政令市実行委員会等との協議・調整を行う。
- ② 競技大会の運営に関する調査 50 (580)
競技別実施要項の作成及び大会運営体制の検討にあたり、2019年に開催される国内類似大会の運営調査を実施する。
- ③ 中央競技団体との調整会議の開催 965 (450)
大会準備の進捗状況をはじめ、大会全般に関する情報共有及び意見交換の場として、中央競技団体との調整会議を開催する。
- ④ 競技要項英訳経費 2,655 【新】
国内及び国内の外国人に適切な競技会情報を提供し、競技会に安心して参加していただけるよう、競技別実施要項の英語版を作成、公表する。

3 広報費 60,537

(1) 広告事業 4,900 (3,000)

大会の魅力や概要について、各競技大会プログラムや機関誌等への広告出稿を行い、広く一般向けに情報発信するとともに、認知度向上を図る。

(2) 広報媒体等制作事業 37,840 (27,190)

大会を広報するためポスター、チラシ、ノベルティ等の広報媒体等を制作する。

- ① ポスター・チラシ制作 20,350 (13,050)
大会の認知度を高めるため、PRチラシやポスターを作成し、様々な場所・機会に配付、掲出する。また、エントリー開始前など時宜に応じたチラシ・ポスターを作成し、参加者獲得にむけた効果的な広報を行う。
チラシ：国内、多言語（14言語）
ポスター：国内PR用、海外PR用（欧米向け・アジア向け）
- ② 各種会議用バックボード作成 200 (200)
報道カメラ等が取材対象とする関西広域連合委員会をはじめ、各種会議等において、バックボードを作成し掲出することにより、大会名及びスポンサーロゴの露出を行う。協賛企業の追加に対応するため、バックボードの修正作成を行う。
- ③ 大会マスコット着ぐるみの活用 360 (360)
大会マスコットの着ぐるみのクリーニング・補修などメンテナンスを行う。
- ④ 広報グッズ製作 16,630 (13,430)
大会を広く周知するための広報グッズを製作する。
- ⑤ 表彰用メダルデザイン企画 300 【新】
表彰用メダルを製作するにあたり、デザインや仕様を事前に検討し、デザイン公

募に係る審査会を開催する。また、表彰用メダルの試作品の製作を行う。

(3) ホームページ等情報発信事業 15,297 (10,152)

大会の情報発信、ファン獲得のため、ホームページのコンテンツ拡充やフェイスブック等SNSを活用したニュースの配信等を行うとともに、メールマガジンの配信により大会及び関西への興味・関心のつなぎとめを図る。

(4) 認知度調査事業 2,500【新】

広報誘客活動の指標とするためWMG認知度調査を実施するとともに、調査結果を分析することにより、広報活動計画について適宜、検証・再考を行う。

4 誘客費 45,086

広報誘客戦略の考え方のもと、これまでの広報活動の効果を検証しつつ、ターゲット別に他大会参加者等へ直接働きかける広報と、競技団体、自治体国際化協会及び自治体海外事務所など関係機関との連携による広報を重層的に展開し、参加者5万人（国内：3万人、海外：2万人）の獲得をめざす。

(1) 国内誘客事業 11,565 (4,927)

2020年2月の競技エントリー開始にむけ、WMG参加者層が集まる競技大会等を中心としたPR活動や過去大会参加者による大会の魅力・価値の発信など様々な手法を活用し、競技者を大会参加へ誘引する広報誘客活動を実施する。

① 各種イベント等でのPR出展 10,805 (4,167)

WMG参加者層が多く出場する競技大会に重点を置き、ブース出展を行うなど、中央競技団体や実行委員会から提供された大会開催情報をもとに出展計画を策定し、直接、競技者にPRを行うことにより、参加者の獲得を目指す。

- ・WMG参加者層が多く見込まれる各競技のマスターズ大会
- ・全国から選手・競技関係者が集まる国体、日本スポーツマスターズ及びねりんピック 等
- ・スポーツ関心層が集まるマラソン大会（東京マラソン） 等

② 過去大会参加者等によるネットワークづくり 760 (760)

過去の大会参加者等による座談会を開催し、WMGの意義・価値を共有するとともに、今後の広報活動に参画いただくなど、参加者を通じたネットワークを構築し広報活動につなげる。

(2) 海外誘客事業 33,521 (29,345)

① 関係機関を活用した海外PR事業 2,020 (1,020)

行政機関、競技団体、日系企業など海外に連携先をもつ関係機関に対し、ポスター、チラシ等を提供し、海外における大会周知、情報発信について協力依頼する。

② デジタルメディアを活用した海外PR事業 10,000 (9,000)

訪日関心層にむけて拡散力のある観光WEBメディア等のデジタルメディアを活用し、大会及び周辺関連情報等を発信することにより、大会への関心のつなぎとめを図るとともに、発信結果を分析・検証しながら、ターゲット別に効果的な情報発信を行い、参加者獲得につなげる。

③ 海外類似大会でのPR事業 15,723 (10,130)

海外類似大会において、EXPO会場や受付会場にPRブースを出展し、直接大会参加者に対し関西大会への参加を働きかけるとともに、各地で開催されるマスタ

ーズ関連大会の組織委員会及び運営団体に対し今後の広報誘客連携について協議を行うほか、現地の自治体、旅行会社、スポーツ団体等を訪問するなど、海外からの誘客にむけた積極的なプロモーション活動を実施する。

- ・ヨーロッパマスターズゲームズ 2019 トリノ大会
- ・オーストラリアンマスターズゲームズ (アデレード)

- ④ 重点国・地域へのPR・誘客事業 5,478 (7,695)
過去大会参加者や類似大会参加者が多い豪州・欧米地域において、海外類似大会への広告出稿やブース出展の委託など運営団体と連携したPR活動を行う。また、アジアについては、新規参加者層獲得にむけ各国別に目標数を設定し、各国のマスターズ組織委員会・協会やスポーツ担当機関等と相互の広報誘客にかかる連携を進めるほか、スポーツアパレル等の海外戦略との連携や日本スポーツ協会が実施する交流事業を活用するなど、多角的な誘客活動を行う。
- ⑤ インバウンド施策と連携した誘客事業 300 (1,500)
関西観光本部等関係機関と連携を図り、旅行博を活用した誘客活動など、インバウンド施策と連携した情報発信を行う。

5 宣伝費 212,085

(1) 参加意欲を喚起するイベント開催事業 51,300 (46,400)

スポーツイベントを開催各府県政令市で行うことにより、本大会をPRするとともに地域住民のスポーツ実践意識の向上に寄与し、関西が生涯スポーツの聖地となるよう活動を行う。

- ① 節目イベント開催事業 20,000 (30,300)
開催府県政令市実行委員会と連携して2年前イベント等の節目イベントを行うことで、地元における機運醸成を盛り上げるとともに、するスポーツの楽しさ、大会のもつ魅力を発信し、参加への興味を掘り起こす。
- ② キャラバン隊による全国PR事業 5,000 (9,800)
大会をPRするキャラバン隊を結成し、全国の主要都市において、府縣市への表敬や地方メディアへの訪問、観光地の訪問により、メディア露出も含めて全国での大会認知度の向上を図る。
- ③ WMG2021 魅力発信イベント開催事業 6,300 (6,300)
子どもから高齢者、障がいの有無に関わらず、誰もがスポーツに触れ、体験し、楽しめる機会を創出することにより「する」スポーツの機運醸成を図るとともに、「する」スポーツ大会であるWMGへの関心を高め、参加意欲につなげる。
- ④ シンポジウム開催事業 20,000 (17,000) ※平成30年度は企画調整費に計上
大会の開催主旨や意義を国民に広く伝えることで、開催機運の醸成や認知度の向上を図り、大会参加・参画へつなげる。

(2) 大会プロパティ活用促進事業 7,128 【新】

ライセンス事務局を設置することで、オフィシャルグッズの積極的な企画・商品化や大会プロパティの積極的な活用を促進し、本大会の認知度向上や機運の醸成を図る。

(3) 特別PR事業 85,657 (107,000)

今年度の広報PRの山場を大会情報発表期及びエントリー開始期と捉え、そこに向け、大会価値ならびに認知度向上を図るための集中的・効果的な広報を展開する。

これにより、参加者の獲得ならびに機運の醸成、ひいては協賛企業のさらなる獲得をめざす。

- ① 全国への情報発信 39,006 (36,000)
エントリー開始期における全国的な記者発表や、メディア向けニュースレターの制作と首都圏メディアへの継続的なアプローチにより、WMG大会の意義・価値について、首都圏等の報道機関を通じて全国への情報発信を行う。
また、アンバサダーを起用し、既存スポーツ大会におけるPRイベントを実施するほか、WMGの魅力伝える紹介映像等のコンテンツを制作・様々な機会を活用することで、大会認知度及び大会価値を高める。
- ② WMG2021 関西アンバサダーの運用 15,851 (10,000)
元アスリートを中心とした大会アンバサダーの運用を行う。アンバサダーオリジナルチームの結成による大会参加宣言や、エントリー期のイベント稼働、大会紹介映像での起用など、分かりやすく大会を印象づける活動を推進。
- ③ ポータルサイトの運用と参加者の囲い込み 30,800 (20,000)
大会スローガン「Team Do Sports」のもと、スポーツをする人、ささえる人、すべての人が集うプラットフォームを運用。アンバサダー活動レポート等を集約することでコンテンツの充実を図るとともに、一般の方々が「する」スポーツを行う機会を創出するキャンペーンを実施することで、大会参加者の囲い込みを行う。

(4) メディアパートナーPR事業 68,000【新】

メディアパートナーへの協賛契約に基づく広告出稿を行い、大会の認知UP、機運の醸成に努める。

6 企画調整費 23,326

(1) レガシー創出事業 11,181 (29,739)

大会の魅力を多く人々に伝えつつ、レガシー基本構想の具体化を図るべく、TSUNAGU推進事業の展開をはじめ、誰もが参加出来るインクルーシブな大会づくりなどの取り組みを推進する。

- ① TSUNAGU 推進事業 10,480 (11,000)
各地域でのレガシー創出を具体的に推進するために、アスリートネットワーク及び日本アスリート会議と連携した事業を実施する。
- ② レガシー創出委員会運営 215 (1,453)
TSUNAGU プログラムや TSUNAGU 推進事業など、レガシー創出に向けた具体策の推進について、レガシー創出委員会委員への意見聴取を実施する。
- ③ インクルーシブ有識者会議運営 186 (286)
パラ競技や参加に配慮した競技の実施、障がい者のボランティア参画、大会受付やビレッジにおいての障がい者への配慮などの具体的な取り組みを進めるため、有識者への意見聴取を実施する。
- ④ チャレンジデー開催支援事業 300【新】
大会レガシーに繋がる住民参加型の「チャレンジデー」を2020年度に初めて開催する自治体への支援に向けて連絡調整を実施する。

(2) 関係団体ネットワーク事業 12,145 (4,868)

大学の持つ資源や専門知識を積極的に活用するとともに、大会運営に関する協力体制を築くためのネットワーク構築を行う。

① 大学連携事業 1,280 (1,108)

学生が大会運営の企画・提案を行うインターカレッジコンペティションの開催や、提案具体化に向けた支援を行うとともに、大学と大会運営に関する協力体制を築くためのネットワーク構築を行う。

② 関係団体連絡調整事業 10,865 (3,760)

(公財)日本スポーツ協会、関係省庁、SFTC、RWC2019、東京2020をはじめとする関係団体等との連絡調整や、5月にオーストラリアで開催されるスポーツアコードへの出席等により関係団体との連携を図る。

7 マーケティング費 3,600

(1) 協賛セールス推進事業 3,600 (2,000)

必要な商標の登録など、プロパティ管理を行うとともに、協賛企業等との連絡調整事務を行う。

① 協賛セールス推進事業 2,600 (2,000)

関西の企業を中心に行ってきた協賛セールスを東京2020オリパラスポンサーを中心とした首都圏の企業にも拡大し、更なる協賛獲得を目指す。

② 協賛社用PRツール制作費 1,000【新】

協賛社用のPRツールを制作し大会および企業の価値向上を図る。

8 組織委員会運営費 12,616

(1) 組織委員会運営事業 2,216 (3,716)

組織委員会を運営するために様々な事務を行うとともに、幹事メンバーによる大会運営等にかかる協議を行う。また、組織委員会の活動状況についてニュースレターを発行し、関係者へ送付するとともにホームページに掲載する。

(2) 常任委員会開催事業 2,400 (2,400)

大会準備や実施に関する重要な事項を協議するため、常任委員会等を開催する。

(3) 総会等開催事業 8,000 (8,000)

関西の府県政令市行政・国・経済界・スポーツ界など幅広い関係者が参集する総会を開催し、大会機運醸成及び成功に向けて全員が一丸となって取り組む。

9 I M G A 連絡調整費 97,750

(1) I M G A 連絡調整事業 97,750 (97,500)

競技会場等においてI M G Aとの連絡調整等を行うほか、開催地契約書に基づき平成31年度負担金75万ユーロを支払う。

10 事務局運営準備費 153,987

(1) 事務局運営事業 153,177 (116,492)

事務局運営に係る旅費交通費、事務所借上費、印刷製本費、通信役務費のほか、今後の開催準備業務の本格化に対応した事務局体制強化に伴う人件費を支弁する。また、会計事務に関し、より適切に事務を履行するため、税理士等の指導・助言を得る。

(2) 理事会等開催事業 810 (810)

法令に基づき評議員会、理事会を開催する。

- ・評議員会 年2回 (予定)
- ・理事会 年3回 (予定)

【予 備 費】 4,000 (4,000)