

**「大阪マラソンに係る協賛金獲得・マーケティング・ブランディング関連業務（令和8年度から令和10年度まで）」の  
事業者公募に対する質問への回答**

No.	要項等名称	ページ	項 目	質 問 内 容	回 答
1	募集要項	1	1 趣旨 重点的に取組む課題	課題が10項目列記されておりますが、上から優先順位と捉えて良いでしょうか。そうでない場合、「優先したい」「特に重要」だと思われる課題を教えてください。	各重点課題は相互に関連する重要な事項であるため、特定の項目に優先順位を設けているものではありません。全てを重要課題と位置づけ、包括的にご提案ください。
2	募集要項	2	6 事業規模及び応募金額	独占的放送権・配信権はNHK（日本放送協会）に帰属するとあるが、放送権料・配信権料はどのような受発注の流れ（商流）になるか？	独占的放送権・配信権を含むNHK（日本放送協会）との協定については、新たに設立する予定の新法人が締結します。それにとまう金銭については、新法人において収入します。
3	募集要項	2	6 事業規模及び応募金額	「協賛物品の割合は、協賛金全体の18%程度を上限」とありますが、協賛金全体とは組織委員会が担当する8億も含めると考えてよいでしょうか。	お見込みのとおりです。
4	募集要項	3	6 事業規模及び応募金額	「チャリティ事業に係る収支は 提案金額に含めず、別途収支計画を作成すること」とありますが、計画は3年分作成する必要があるでしょうか。	3年分の収支計画を作成してください。
5	募集要項	7	13－(2) 審査基準	「審査内容」に記載されている「収支計画」について、具体的にどの程度まで求められているのかご教示頂けませんでしょうか。	提案いただいた令和8年度大会の実施方策が、収支面から客観的に見て適切に実施できるかを判断できる内容としてください。
6	企画仕様書	2	4-(1)-④ 各種ポスターの作成発想	ランナー募集の「チラシやパンフレット」の作成・印刷・発送は想定しているか？	ランナー募集の「チラシやパンフレット」の作成は不要とします。
7	企画仕様書	2	4-(1)-④ 各種ポスターの作成発送	各種（ランナー募集、大会告知）ポスターの作成及び発送に関すること、とあるが印刷部数や発送箇所数など想定はあるか？	2026大会のランナー募集では下記のとおり実施しましたが、より効果的な手法があればポスターという形態に縛られることなくご提案ください。 印刷数：約1,800部、発送箇所数：約110箇所

No.	要項等名称	ページ	項 目	質 問 内 容	回 答
8	企画仕様書	2	4-(1)-⑤ テレビラジオ等への広告掲載	共催新聞社は、変更がないか？	令和8年度の2027大会については、新たな法人設立後の実施となることから、共催者については変更される可能性があります。
9	企画仕様書	2	4-(1)-⑤ テレビラジオ等への広告掲載	共催新聞社への出稿は、必要か？	事業採択後に改めて協議を行うことになります。
10	企画仕様書	2	4-(1)-⑥ 広報マーケティング	・応募者及びランナーの男女比・年齢層 ・国内と海外の応募者及びランナーの割合	過去の実施状況については、公表資料等を参考にご確認ください。2027大会における各区分の考え方については、事業者においてご提案ください。
11	企画仕様書	2	4-(1)-⑦ 報道、記者会見	記者会見について、例えば大阪マラソン2025式典概要一覧でいくと本提案に該当するのは、どの式典（記者会見）になりますでしょうか。	記者会見については、招待選手記者会見と優勝者記者会見が該当します。ただし、その他にも記者会見を実施することが適当と考えられる場合はご提案ください。
12	企画仕様書	2	4-(1)-⑦ 報道、記者会見	上記質問の記者会見で全て報道対応が必要という認識でしょうか。	お見込みのとおりです。
13	企画仕様書	2	4-(1)-⑦ 報道、記者会見	大阪マラソン当日の記者会見開催会場は決められた場所があるという認識でよろしいでしょうか。各事業者の提案でしょうか。	大阪マラソン当日の記者会見開催会場は、大会主催者等で確保します。
14	企画仕様書	2	4-(1)-⑦ 報道、記者会見	記者会見の際、言語は何言語対応想定でしょうか。	記者会見については、招待選手の母国語に対応できる通訳体制が必要となります。
15	企画仕様書	2	4-(1)-⑨⑩ 他大会でのPR、海外向け情報発信	他大会でのPR 活動（海外大会含む）について過去実績として、どのような大会でのPR活動を行いましたでしょうか。	シカゴマラソン、プラハマラソン、上海マラソン、国内陸上競技大会での広告宣伝などを行いました。詳細は公表資料等でご確認ください。

No.	要項等名称	ページ	項目	質問内容	回答
16	企画仕様書	2	4-(2)-① 大会盛上げ事業	コース変更などの予定はあるか	令和8年度の大会では変更ありませんが、将来的にコース変更が必要になった場合は別途協議を行うことになるため、応募時点で想定いただく必要はありません。
17	企画仕様書	2	4-(2)-① 大会盛上げ事業	新テーマソングを設定することは可能か（現状は、2019年以降に制作されたコブクロの「大阪SOUL」）	テーマソングの変更はできません。
18	企画仕様書	2	4-(2)-① 大会盛上げ事業	キャラクターやアーティストなどIPとのコラボなどは可能性としてありか。	共催企業や大会アンバサダーなど、関係者との権利関係を調整いただくが必要になりますが、その調整をどのように行うかを含めて、事業者においてご提案ください。
19	企画仕様書	2	4-(2)-① 大会盛上げ事業	タイムの賞だけではなく、例えばファッション賞や、最年長完走賞等の設定は可能か？	新たな賞を提案いただくことは可能ですが、内容の妥当性、公平性、レース当日の審査から表彰に至るタイムスケジュールなどを考慮した上でご提案ください。最終的には主催者と協議のうえ決定することになります。
20	企画仕様書	2	4-(2)-① 大会盛上げ事業	大会の前後で実施するリアルイベントなどは想定しているか	事業者において提案していただく内容になります。
21	企画仕様書	2	4-(2)-② 沿道応援事業	沿道応援の募集枠数はあるか	過去の実施状況等をご確認ください。
22	企画仕様書	2	4-(2)-② 沿道応援事業	沿道応援の実施エリアに制限はあるか	エリアにより、行政機関等との調整が必要になります。

No.	要項等名称	ページ	項 目	質 問 内 容	回 答
23	企画仕様書	2	4-(2)-② 沿道応援事業	沿道応援のルール音出し、持ち込み物制限などはあるか	沿道応援の実施内容については、沿道応援を行う周囲の環境に配慮して行う必要があります。音量等の具体的な基準については、周辺状況に応じて判断するため一律の規定はありませんが、内容によっては行政機関や近隣住民との事前調整を要する場合があります。
24	企画仕様書	2	4-(2)-② 沿道応援事業	沿道応援は、企業連携企画を追加することなども可能か、企業がPRの一環として参加する等	沿道応援は参加ランナーを応援する趣旨であり、企業のPRの場ではありません。沿道での企業PRは協賛メリットの一つとして提供することを想定しています。
25	企画仕様書	2	4-(2)-③ 式典計画、式典実施	式典の場所、日時は決まっているか	式典の場所および時間等は、現行を基本に、主催者と協議して決めることになります。
26	企画仕様書	2	4-(2)-③ 式典計画、式典実施	式典必須演出は何か（国歌/挨拶/ゲスト等）	事業者においてご提案ください。
27	企画仕様書	2	4-(2)-④ 地域連携事業	地域連携事業に期待することは何か	募集要項P1の「1 趣旨」をご覧ください。
28	企画仕様書	2	4-(2)-④ 地域連携事業	既存の地域連携先はどこか（自治体/商店街/学校等）	公募参考資料 第1回大会～第14回大会に関する資料の大会ホームページをご欄ください。
29	企画仕様書	2	4-(2)-⑤ 応援グッズ、ガイドブック	応援グッズの大体の販売数量はどのくらいか	効果的な応援グッズの内容や数量については、ご提案ください。
30	企画仕様書	2	4-(2)-⑤ ガイドブック等の企画作成発想	ガイドブックの印刷・発送は想定しているか？	必ずしも紙媒体での印刷・発送を前提としておりません。Webサイトやアプリの活用など、デジタル化を見据えた最適な情報提供の形を提案してください。

No.	要項等名称	ページ	項 目	質 問 内 容	回 答
31	企画仕様書	2	4-(3) 大会開催のプロトコール	<ul style="list-style-type: none"> <li>・想定来賓</li> <li>・招待方法（招待状？）</li> <li>・VIPラウンジの場所</li> <li>・VIPラウンジ入場対象者</li> <li>・VIPラウンジの必須機能</li> </ul>	来賓としては、協賛社、経済界、行政関係者、スポーツ関係者などを中心に関係各団体に、招待状をお送りしています。VIPラウンジの企画・運営管理を含め、大会開催のプロトコールについては、提案を基に主催者と協議して決めることになります。
32	企画仕様書	2	4-(3)-③ VIPラウンジの企画運営管理	VIPラウンジは特定の施設を想定しているか？	VIPラウンジは、事業者において、フィニッシュエリア近隣の施設を確保してください。
33	企画仕様書	2	4-(4) 協賛金獲得、スポンサーセールス	獲得協賛金額に応じて手数料が支払われる旨の記載がありますが、「組織委員会による獲得額を除く」とあります。仮に、組織委員会が対応する既存スポンサー（上位7社等）に対し、受託者が追加提案を行い、「増額」を獲得した場合、その増額分は「受託者の獲得実績」として認められ、手数料（インセンティブ）の算出対象となりますでしょうか。	組織委員会が直接働きかけを行う上位7社を中心とした協賛企業からの獲得金額は、その金額に関わらず手数料（インセンティブ）の対象とはなりません。目標とした8億円を超えて獲得できた場合、組織委員会と受託事業者協議の上、委託料の増額を行うことがあります。なお、受託者は組織委員会と連携して協賛金獲得の業務を行っていただきますので、上位7社等についても、例えば、セールスシートの作成、協賛メリットの企画、地上波放送のCM枠の調整など、協賛金獲得のために企業と調整する業務に要するコストはあらかじめ積算金額に含めて提案いただく必要があります。組織委員会が獲得した協賛企業以外からの獲得協賛金はすべて手数料（インセンティブ）の対象となります。
34	企画仕様書	2	4-(4) 協賛金獲得、スポンサーセールス	新規スポンサーの獲得業務において、組織委員会が直接働きかける企業（既存パートナー等）との競合配慮や、アプローチ不可となる「NG業種・企業リスト」は貸与いただけますでしょうか。あるいは、提案段階では制限なく企画してよろしいでしょうか。	組織委員会が直接働きかけを行う上位7社を中心とした協賛企業との調整については、組織委員会と受託事業者が連携して行うこととしているため、新規スポンサーの獲得業務にあたり、既存の協賛企業との調整（業種の競合等）も委託業務の範囲に含まれます。提案段階では、大阪マラソンホームページ等で既存協賛企業の状況を確認いただき、実現可能な提案としてください。

No.	要項等名称	ページ	項 目	質 問 内 容	回 答
35	企画仕様書	2	4-(4) 協賛金獲得、スポンサーセールス	組織委員会が行う協賛金獲得業務について、受託者は組織委員会と連携して業務を行うこととされているが、具体的にどのような業務を行うのか。	組織委員会が協賛企業と協賛金獲得交渉を行う際に、協賛企業が協賛メリットとしてどのようなことを求めているのか、こういったメニューを提供できるかなど、具体的な内容について、関係者と調整を行い、協賛企業との調整が円滑に行われるような支援業務を想定しています。
36	企画仕様書	2	4-(5)-①② マラソンEXPO	・協賛・関係団体等の出展ルール（NG事項など） ・大阪マラソンEXPOはインテックス以外の会場の可能性はあるか、 例えば大阪城ホールや大阪ドームなど	マラソンEXPOの実施内容については、事業者においてご提案ください。
37	企画仕様書	3	4-(5)-③ マラソンEXPOステージ	・ステージ枠数 ・ステージ必須コンテンツ（開会式的なもの、ゲストステージ等）	事業者において提案していただく内容になります。
38	その他（様式）		【様式9-2】使用印鑑届	右上の所在地～役職氏名までは受任者の情報を記載すればよいでしょうか（委任者ではなく）	お見込みのとおりです。