


K-6: 11月9日(日) (10:50 ~ 11:50)

タイトル	東京マラソン仕掛け人が狙う次なる戦略とは ～大会運営を超えた壮大な計画をリーディングするコンテンツマネジメント～
講演者	早野 忠昭(はやの ただあき)氏
講師紹介 	東京マラソン財団事業担当局長 東京マラソン・レースディレクター 1958年生まれ。長崎県立口加(こうか)高等学校口加高等学校(1976年インターハイ男子800m 全国高校チャンピオン)、筑波大学体育専門学群、高校教諭、テキサス工科大学、コロラド大学大学院を経て、アシックスポウルダーマネージャー、株式会社アシックス、ニシ・スポーツ常務取締役役に就任。2006年から事務局広報部長として東京マラソンに関わり、2012年より東京マラソン事業担当局長、レースディレクターに就任。現在に至る。
概要	<p>日本の市民マラソンブームの「火付け役」とされるのが2007年に初めて開催された東京マラソン。今や出走の抽選倍率は10倍超。出走者数約3万6000人、約1万人のTEAM SMILE(ボランティア)、観客数約165万人と、これだけの規模は国内でもまれな一大イベントです。2012年10月にはボストン、ロンドン、ベルリン、シカゴ、ニューヨークの世界5大マラソンからなる「ワールドマラソンメジャーズ(WMM)」にアジアで初めて加盟。その効果もあり海外メディアの問い合わせや外国人出走者数も増えています。</p> <p>これら成功要因は、東京都が主体となって企画されたものであることはもちろんですが、運営側がさまざまな仕掛けを行うことで、継続的に規模を拡大してきたことが大きなものとして挙げられます。</p> <p>緻密なマーケティング戦略、心に残るキャッチフレーズ「東京がひとつになる日。」、スポンサーへの働きかけ、チャリティ事業、毎年改善される大会運営方法。</p> <p>本講演では、これまで実施してきた仕掛けの詳細を紹介するとともに、1つのマラソン・イベントから発展した、ランニングを軸とした新しい構想をお話します。</p> <p>また東京マラソンを軸とした事業の拡大とともに大きくなる組織を運営していく中でリーダーとして何を大切にしているかをお話したいと思います。</p>