

## ちばアクアラインマラソン2014大会の検証結果

平成26年12月22日  
ちばアクアラインマラソン実行委員会

### 1 総括

平成26年10月19日（日）、「スポーツの振興」と「千葉県の魅力発信」を二本柱に、千葉県と東京湾アクアラインの魅力も多くの人たちに知ってもらうことで、地域の活性化を図ることをコンセプトに掲げ、2回目の大会「ちばアクアラインマラソン2014」を開催した。

今大会は、穏やかな秋晴れの下、全国各地から16,809人のランナーが集い、青い空と海に囲まれたアクアラインの絶景を走り抜けた。

コース沿道には、約35万人の方々が応援に駆け付け、切れ目のない熱い声援を送っていただいた。

また、新たにハーフマラソンを設けたことにより、ビギナーの皆さんにも無理なく楽しんでいただけた。

マラソンを通じて、参加ランナーと沿道で応援された方々が感動を共有し、本県のスポーツ振興に寄与するとともに、多くのメディアに取り上げられ、アクアラインと千葉県の魅力を広く発信することができた。

経済波及効果は約34億円に上り、地域経済の活性化にも大きな効果が期待できることが実証された。

ちばアクアラインマラソンは、マラソン競技としての枠を超え、「チームちば」で支える地域のイベントとして定着してきている。

### 2 成果

#### (1) スポーツの振興

沿道で応援された方々が、トップランナーの疾走や、懸命に走る市民ランナーの姿に触れ、スポーツの楽しさや感動を分かち合うことで、本県のスポーツ振興に寄与することができた。参加ランナーからも次回の開催を望む声が、多く寄せられている。

- ア ランナー16,809人、ボランティアや地元の企業、住民の方々などの運営スタッフ9,219人、さらに沿道などの応援で約35万人が大会に関わり、スポーツを「する」「みる」「ささえる」に取り組む「スポーツ立県ちば」の推進に貢献することができた。
- イ コース沿道の小中学校の児童・生徒による盛大な応援、県内高校の生徒による音楽、ダンスなどの多彩なパフォーマンスで、子どもたちが「みる」「ささえる」楽しみを味わい、スポーツへの関心も高まった。
- ウ 新たに設けたハーフマラソンでは、2,200人のビギナーがチャレンジして、うち88.0%が完走を果たし、スポーツを通じた達成感・充実感を味わった。
- エ 県内の市民マラソン大会から推薦されて出場したランナーが活躍し好成績を収めたことで、各地の大会の活性化に貢献できた。

## (2) 千葉県の魅力発信

多くのメディアに取り上げられ、アクアラインと千葉県のPRに寄与するとともに、地域の皆さんを始め大会に関わった方々の気持ちが一つになり、おもてなしの心がランナーに通じたことで、千葉県の魅力を広く発信することができた。

参加ランナーからも「アクアラインの絶景」と「温かいおもてなしへの感謝」の声が、多数寄せられている。

- ア 千葉テレビによる6時間半の生中継のほか、ニュース番組や企画番組、情報番組などテレビ5局 延べ32番組で、大会の様子が放映されたほか、新聞12社 延べ41紙面でも報道され、アクアラインと千葉県のPRに貢献することができた。
- イ 約17千人のランナーが、青い空の下で青い海の上を疾走し、アクアラインからの絶景を楽しんだことで、アクアラインの魅力を伝えることができた。
- ウ インターネットでエントリーした方を対象に、千葉県産の農林水産物詰め合わせをプレゼントしたほか、約5万人が訪れたメイン会場では、県内各地から集まったグルメ、物産、お土産など、千葉の魅力があふれるブースを展開し好評を得た。

- エ 36km 付近の給食所には、千葉県産の梨、ミニトマト、きゅうり、びわジュース、冷凍ブルーベリーなどを揃え、また、ハーフのフィニッシュエリアでは、あさり汁（木更津産）、海苔汁（富津産）、県産米おにぎりなどを提供し、ランナーに大変好評だった。
- オ PR大使を活用し、テレビ、新聞、雑誌等のメディアや、ツーリズム EXPO ジャパンなどの観光関連イベントにおいて、千葉県の観光情報を発信することで、より効果的に千葉県のPRを行うことができた。
- カ 大会前から大会後も利用できる宿泊優待券を参加ランナーに配布し、県内観光に使っていただくことで、県内への継続的な誘客に繋がった。
- キ 市民マラソンの盛んな台湾からランナーを招待し、台湾のテレビや雑誌に取り上げられたことで、海外にも千葉の魅力を発信することができた。

### 3 前回大会の課題への対応

前回大会の課題を克服するため、参加ランナーや関係機関等の意見を踏まえ、救護、競技運営の両専門委員会で議論し対応策を講じた結果、次のとおり改善することができた。

#### (1) 医療・救護体制の見直し

スポーツドリンクの増備（全 17 給水所に約 50 千ℓを配備）、救護スタッフの増員（救護本部に 27 人、18 救護所に 412 人を配置）、救護所の機能強化（袖ヶ浦高校と君津学園に拠点救護所設置、救護車両 20 台配備など）等によりリタイアランナー数が減少し、症状の重篤化も防止できた。

| 区 分       | 2012 大会 | 2014 大会 | 増減       |
|-----------|---------|---------|----------|
| リタイアランナー数 | 3,650 人 | 2,227 人 | ▲1,423 人 |
| 救急車搬送者数   | 36 人    | 16 人    | ▲20 人    |

## (2) 完走率の向上

ハーフマラソンの新設（定員4千人）、給水及び医療・救護体制の見直し、千葉真子さんによる「コース攻略講座」、「読むランニングクリニック」（大会HP）による啓発等により、完走率が向上した。

| 種 目 | 完 走 率   |         |        |
|-----|---------|---------|--------|
|     | 2012 大会 | 2014 大会 | 増減     |
| フル  | 73.8%   | 85.3%   | +11.5P |
| ハーフ | —       | 91.6%   | 皆増     |
| 計   | 73.8%   | 86.8%   | +13.0P |

## (3) リタイアランナー輸送体制の見直し

ランナー輸送バスの増車（バス実台数49台配備）、輸送経路の見直し等により、リタイアランナーを円滑に輸送できた。

| 区 分       | 2012 大会   | 2014 大会 | 増減        |
|-----------|-----------|---------|-----------|
| バス輸送ランナー数 | 約 3,300 人 | 1,997 人 | 約▲1,300 人 |

## 4 経済波及効果

大会開催による事業費やランナー、同行者、沿道応援者などが消費した支出による県内への経済波及効果は、約34億円と推計された。

なお、テレビ、新聞、ラジオ等の各種メディアによる報道を契機とした経済効果も相当額が発生していると考えているが、金額に換算し難いため含めていない。