

「国際競技大会の招致」講座

3-4 招致活動の展開（招致活動の展開の全体像、立候補ファイルの策定）

招致活動の展開の全体像

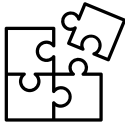
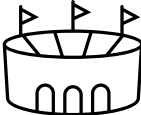
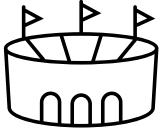
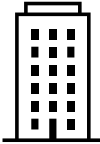
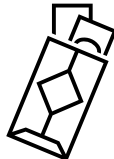
招致活動の展開において求められること（例）

立候補ファイル 作成	✓ 招致プロセスの一環として提出する立候補ファイル（招致ファイル）の作成 ✓ 大会により求められる要素は異なるが、開催能力（運営／財務等）や開催効果（競技力／地域の盛り上がり等）の説明が求められる
視察受入／ プレゼン準備	✓ 招致プロセスの一環として行われる国際競技団体の現地視察の受け入れ準備や、招致都市（または競技団体等）によるプレゼンテーションの準備 ✓ 基本的に海外の関係者と相対することになるため、国際的な作法に則って要諦を押さえたプレゼンテーションが求められる
国際渉外	✓ 招致プロセスの一環として行われる投票等に向けて、各国の関係者（IFの役員等）に対して、自都市への支持を働きかける活動 ✓ 「誰が誰に働きかけるか」の戦略が重要であり、国際的な作法に則った対応が求められるほか、競合都市とのせめぎ合いに発展するケースもある
国際広報	✓ 招致の動向に大きな影響を与える国際的な世論について、各国の報道機関を巻き込み、国際的な支持世論を形成する活動 ✓ 国際的なメディア対応の作法に則った対応が求められる
国内機運醸成	✓ 招致の動向に大きな影響を与える地元世論の支持拡大を目的として、機運醸成の取組を行う活動 ✓ 国内の報道機関等への働きかけや、地元の関係団体の巻き込みなど、様々なステークホルダーとの連携が求められる
招致 マーケティング	✓ 招致活動を行うためには一定の財源が必要となるため、その資金を獲得するための活動（招致のみに絞ったパートナーシップ企業や寄付の獲得） ✓ 招致時のパートナーシップ企業と、本大会時のパートナーシップ企業は、マーケティングプログラムが異なる（必ずしも同一の企業がパートナーシップ企業として選定されるわけではない）点に留意

立候補ファイル（招致計画）の策定

立候補ファイル（招致計画）の策定 全体像

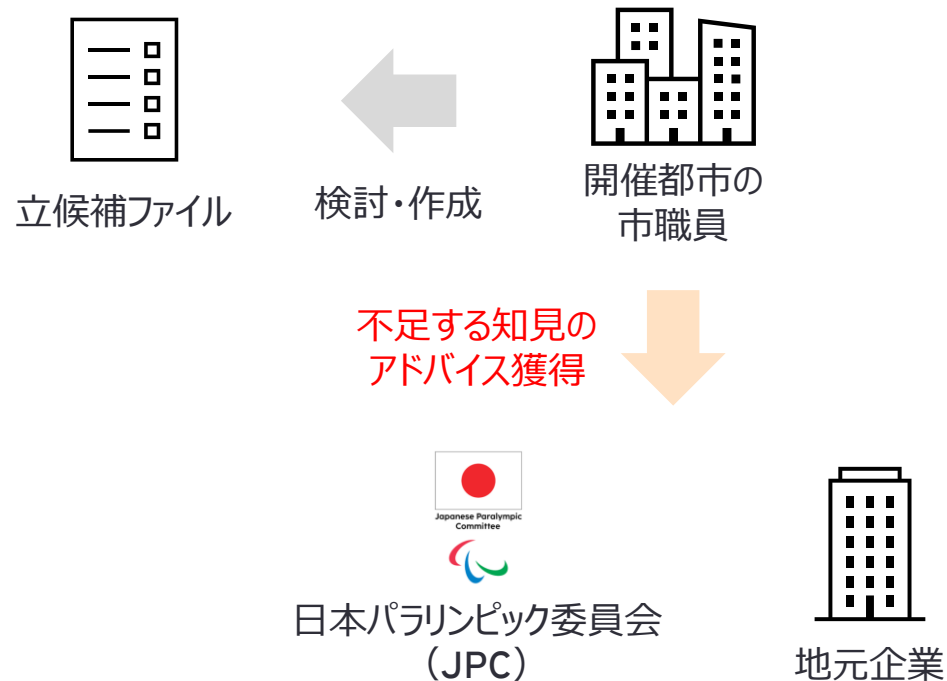
立候補ファイル（招致計画）の策定：全体像

概要			留意点	
ドキュメントの内容			1 専門人材の活用	
 立候補ファイル ▶ 招致プロセスの一環として提出する、招致のためのドキュメント（＝招致ファイル） ▶ 開催能力（運営／財務等）や開催効果（競技力／地域の盛り上がり等）の説明が求められる			 ▶ 立候補ファイルには多くの項目が含まれ、それぞれに高い専門性が求められる ▶ そのため、招致活動の展開は専門人材のサポートが大きなカギとなる	
構成			2 大会によって様々	
 ビジョン・レガシー等  コンセプト  実施競技  競技会場  サステナビリティ			 ▶ 招致対象となる大会により、立候補ファイルに求められる内容は異なるため、その大会に合わせた事前調査等を行っておくことが重要	
 宿泊  警備  医療サービス  これらは一部抜粋。 様々な項目の説明が求められる			3 財政支援/財務保障	
			 ▶ 招致プロセスにおいて、国際競技団体等から、「大会運営経費に関する財務保証」を求められる場合があることに留意	

立候補ファイル（招致計画）の策定：具体事例

事例 内製で作成した大会例 競技別パラスポーツ大会

- ある競技別パラスポーツ大会では、開催都市の市職員が内容の検討及び作成を担当
- 不足する知見については競技に造詣の深い地元企業やJPC等からアドバイスを得た



事例 一部外注で作成した大会例 総合競技大会

- ある総合競技大会では、招致委員会職員及び開催都市職員が立候補ファイルの内容について検討し、外部の広告代理店に一部文言の整理やHPでのPR実施を委託

