

戦略1		長期的な経営戦略に基づく事業展開及び効果検証		
3年後 (2023年度)の 到達目標	①東京マラソンの更なる発展やランニングスポーツ振興、ボランティアやチャリティ事業が一層拡充され、戦略的・効果的に財団事業が推進されている。 ②財団の安定的な運営の確保に向け、収益構造の多角化や事業費の抑制が図られている。		実績 (2023年度末時点)及び要因 分析	東京マラソンや東京レガシーハーフマラソン(TLH)の運営等を通じたランニングスポーツ振興、ボランティアやチャリティ事業の実施など、計画に即して着実に運営してきた。 東京マラソン2024、東京レガシーハーフマラソン2023とも昨年度同規模で開催し、多くの外国人参加者、沿道観客が訪れ、大盛況となった。各大会、その他関連事業の事業費の精査を行い、財団の安定的な財政運営に努めている。
個別取組事項	到達目標	2023年度計画	2023年度実績	要因分析
計画に基づく事業の実施 及び検証	①②	前年の実績や検証等を踏まえ、引続き計画を推進	・昨年度同規模で開催した東京マラソン2024では、参加外国人ランナーが13,542名と過去最多となった。 ・第2回となる東京レガシーハーフマラソン2023に加え、TOKYO ROKUTAI FESを新たに開催したほか、ボランティア・チャリティ事業など、計画に即した事業運営を行った。 ・ONE TOKYOイベントなど、参加者数を踏まえて実施内容等を検証し、年間を通じて効率的、効果的なサービス提供を実施した。	・コース沿道地域との協力関係を固め、警備や医療救護、危機対応を強化することで、東京マラソン2024をはじめ各大会の円滑な運営につながった。 ・ONE TOKYOをはじめとした年間を通じたイベントは、参加者の状況等を随時検証しながら事業を進めた。
団体自己評価	昨年度同規模定員での東京マラソン2024・東京レガシーハーフマラソン開催、TOKYO ROKUTAI FESの新規開催に加え、バーチャルマラソンなどの新たにランニングを楽しむ機会の提供、ボランティア・チャリティ事業の実施など、工夫を施しながら計画の趣旨に沿って着実に取組を進めてきた。 これまでの実績や検証等を踏まえながら、引き続き取組を進めていく。			

戦略2		継続した収益の確保		
3年後 (2023年度)の 到達目標		①経常収益 38億円 ※2021大会年度予算並み ②各事業セグメントにおける独立採算を目指した事業展開により、単年度における収支均衡を維持する。		実績 (2023年度末時点)及び要因分析 2024大会年度の経常収益は55.3億円を見込んでいる（4月末時点）。 そのうち、収益の柱である協賛金収益は、マラソングランドチャンピオンシップとの併催となった東京レガシーハーフマラソン2023で5.2億円、東京マラソン2024で29.2億円となった。 バーチャルマラソン等新しい事業においても、参加者数の増により計画収入額を上回った。 財団の豊富なノウハウを活かし、ボランティア受託は26件となっており、引き続き受託を増やせるよう努める。 競技運営は効率的な運営計画の策定を通じて、経費節減、適正規模での実施を目指した。
個別取組事項	到達目標	2023年度計画	2023年度実績	要因分析
協賛金収益（協賛物品含む）の維持	①②	・東京マラソン（協賛金等25.0億円）に加え、東京レガシーハーフマラソンの協賛金（協賛金等4億円）の獲得を目指していく。	・東京マラソン2024 協賛金収益 25.0億円（見込）（前年度 23.4億円） 協賛物品収益 4.2億円（前年度 3.2億円） 合計 29.2億円（前年度 25.6億円） ・東京レガシーハーフマラソン2023 協賛金収益 4.5億円（前年度 4.0億円） 協賛物品収益 0.7億円（前年度 0.8億円） 合計 5.2億円（前年度 4.9億円）	・パートナーの課題解決を目的としたアクティベーションを具体的に提示しブランディングに貢献できる提案を実施した。 ・東京マラソン2024大会までの複数年契約の継続パートナーと新規パートナー1社を加え協賛金計画を確保できた。 ・東京レガシーハーフマラソンはマラソングランドチャンピオンシップとの併催となり、パートナーマラソングランドチャンピオンシップ協賛金として0.5億円を上乗せすることができた。
バーチャルマラソン等、新しい収益事業	①②	・前年実績等を踏まえ、更なる事業の検討等を進める。 ・収入5,000万円	バーチャルマラソン 実施 16件（前年度 17件） ・参加延べ人数 39,540名（前年度 27,915名） ・収入 約6,850万円（前年度 約6,100万円） ・10kmからフルマラソンまで様々な距離のイベントを約2週間に1回の頻度で実施。過去最高の参加者数 ・完走者の中から抽選で東京マラソンの出走権を付与	10kmからフルマラソンまで様々な距離のイベントを約2週間に1回の頻度で実施し、過去最高の参加者数となった。完走者の中から抽選で東京マラソンの出走権が付与される特典が特に海外ランナーにとっては大きな魅力となり、前年比約1.5倍の参加者数につながった。 また、チームで参加するイベントを新たに実施し、バーチャル上でも仲間とつながりを感じ楽しめることも参加者増につながった。
ボランティア受託事業収益	①②	・ボランティア集めに苦慮している団体への協力やスポーツボランティアのノウハウ提供等、前年実績や委託側のニーズ等を踏まえサービスを向上し、多くの受託を得られるようにする。 ・東京2020大会後も受託規模を維持（15件）	・受託件数 26件（有償22、無償4件）（前年度 16件） ・収入 約440万円（前年度 約530万円）	・品川シティランに向けたボランティア講演会では、ランナー目線での登壇要望もあり、ガイドランナー協会理事に協力いただき、ボランティアに限らない協力講演の実施や、実績のある団体や自治体においても委託先の要望に応じた企画提案により継続依頼に繋がっている。 ・メルマガ配信によるボランティア募集告知の件数が増加、GRAND CYCLE TOKYOの受託範囲の縮小（活動配置、現場対応なし）
競技運営経費の精査	②	・新型コロナウイルス感染症の動向や前回大会の実績等を踏まえて見直しを行い、経費の削減を図る。	・効率的な運営計画の策定を通じ、運営経費の適正化を目指した。 ・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類となったことにより東京レガシーハーフマラソン2023、東京マラソン2024ともに感染症対策を縮小し、経費削減に努めた。	・物価および人件費の高騰を受けつつも、運営の効率化により経費抑制に努めた。
団体自己評価	各企業に対してブランディングに貢献できる提案を行うことで東京マラソン、東京レガシーハーフマラソン両大会において着実に協賛金を獲得した。 バーチャルマラソンにおいては新たなイベントを実施するなどし、参加者・収益の増加につながった。 収益構造として東京マラソン、東京レガシーハーフマラソンの両大会が大部分を占めており、引き続き協賛金収益の維持・確保に努める一方で、新たな収益事業を含め、各事業セグメントにおける収益増を重ねることにより、単年度における収支均衡を維持していく。 また、競技運営経費については、資材費や人件費の高騰、円安の影響などを受けつつも、引き続き精査を行っていく。			

戦略3		財団事業の拡充、多様化		
3年後 (2023年度)の 到達目標		実績 (2023年度末時点)及び要因分析		ONE TOKYO会員数は目標に届いていないものの、新たなサービスの充実を図るなど、着実な会員数の増加につながっている。(ONE TOKYO会員 63.9万人、内プレミアム会員 2.01万人) 陸上競技協会や地方自治体とのコラボイベントを開催し、継続して運動習慣促進・継続に向けた取組を推進した。 VOLUNTAINER会員を有効に活用することで、各大会の円滑な運営につなげたほか、他大会での活動機会の提供やスキルアップ講習などを着実に実施している。(会員数 28,567人 (2024年5月末時点)) 第2回となる東京レガシーハーフマラソンはマラソングランドチャンピオンシップとの併催により認知度の向上につながった。
個別取組事項	到達目標	2023年度計画	2023年度実績	要因分析
ONE TOKYO会員向けサービスの充実	①	・東京マラソンとの連携強化や、有料・無料会員それぞれへのサービスコンテンツの拡充を図るとともに、東京レガシーハーフマラソンとの連携を図っていく。 ・ONE TOKYO会員 68万人	・東京マラソンや東京レガシーハーフマラソン、ワールドマラソンメジャーズ出走権を付与するイベントをはじめ、様々な会員向けサービスを提供した。 ONE TOKYO会員 63.9万人 内プレミアム会員 2.01万人 ・走力の向上を目指す会員制プログラム「TEAM ONE TOKYO」を着実に運営した。 会員数 2,120人	・会員コミュニティの醸成を目的とした複数回セットの定期練習会プログラムや大会前のシミュレーションとなるタイムトライアルイベント等の新たなイベントを実施した。また、オリジナルウェアを制作販売する等イベント以外でのサービスも新たに展開した。 ・走力の高い会員が入会できるTEAM ONE TOKYOのプログラムは、東京マラソン出走に近づく道として会員の中でも認知度が上がり、入会者数・イベント参加者アップに貢献した。
運動習慣継続に向けた取組の推進	②	・前年実績を踏まえた環境・機会の創出に努めるとともに、新たに誰でも気軽に参加できるランニングイベントの創設を検討するなど、継続して運動習慣促進・継続に向けた取組を推進	・陸上競技協会とのコラボイベント開催 12件 参加者計約1,100人 ・地方自治体とのコラボイベント開催 4件 参加者計約500人 ・キッズや親子、女性がより参加しやすい内容のプログラムや種目を設け、新たな層へ走る機会の提供を行った。	・地域陸協や地方自治体にも積極的に情報提供を行うなど、連携を密に図ることで、地域特性や集まる人の目的に合ったイベントの企画や開催支援を行い、あらゆる人が気軽に楽しみ、健康増進につなげることができる機会の更なる創出に努めた。 ・また、地域陸協、地方自治体と連携して地元の企業や学校への広報施策を行い前年度より集客を伸ばすとともに、キッズや親子、女性がより参加しやすい内容のプログラムや種目を設け、新たな層へ走る機会の提供を行った。
VOLUNTAINER活動の活性化	③	・前年実績等を踏まえ、他大会への運営協力やカリキュラム・受講機会等を提供するなど、VOLUNTAINERの活性を図っていく。	・ランニングイベントや他大会でのボランティア活動機会を提供 ・VOLUNTAINER会員を対象としたスキルアップ講習会を中心としたVOLUNTAINERミーティングの開催 ・各種スタジアムツアー（ダイバーシティの取組紹介含む）や各種講習（バリアフリー講習・LGBTQ+勉強会・車椅子体験研修）をサステナビリティセミナーとして開催 ※VOLUNTAINER会員数 28,567人 (2024年5月末時点) (2022年度に休眠会員約14,000人の洗い出しを実施)	・コロナ後の再開でボランティア募集に苦しみ館山、金沢、しまだ大井川マラソンなどでボランティア活動機会の提供ができた。 ・パートナーの協力を得ながら対面によるVOLUNTAINERミーティングを実施することで、ボランティアの育成、交流の機会が持てた。 ・チャリティ事業部、ボランティア事業部が連携してLGBTQ、バリアフリーなどのサスピナリティセミナーを実施した。
東京2020大会のレガシーの創出	④	・第1回に引き続き、東京2020大会のレガシーを継承し、障がいの有無等にかかわらず、誰でもチャレンジできる大会として、継続していく。 ・参加者数 15,000人	・第2回となる東京レガシーハーフマラソンを第1回同等の規模で開催した。 出走者数 12,323人、完走者数 11,491人	・日本陸上競技連盟主催のパリオリンピックマラソン日本代表選考競技会（マラソングランドチャンピオンシップ）との併催により、東京レガシーハーフマラソンの認知度向上につながった。
団体自己評価		マラソングランドチャンピオンシップとの併催となった東京レガシーハーフマラソン2023の開催に加え、新たなONE TOKYOイベント、陸協や自治体とのコラボイベント実施など、財団事業の充実を図ってきた。 民間企業協力のもとボランティアの活動機会提供やスキルアップ講習の実施など、VOLUNTAINER活動の活性化にも取り組んできた。 引き続き各事業セグメントにおいて多角的な事業展開を進めていく。		

戦略4		東京マラソンチャリティ等の更なる充実		
3年後 (2023年度)の 到達目標			実績 (2023年度末時点)及び要因 分析	チャリティ寄付金額については、特に東京マラソンチャリティにおいて海外ランナーをはじめ多くの応募者があり、目標を約10%上回る結果となった。 (東京マラソン2024チャリティ 8.7億円、東京レガシーハーフマラソン2023チャリティ 0.2億円、合計8.9億) パラ陸上教室をはじめとするスポーツレガシー事業を着実に実施している。 持続可能な大会運営については、協賛企業との連携により様々な取組を実施している。
	①チャリティ寄付金額 8億円 ※2020大会年度約7.2億円を10%増加 ②東京マラソンを通じた持続可能な大会運営が一層推進されている。			
個別取組事項	到達目標	2023年度計画	2023年度実績	要因分析
チャリティ寄付金額の増加に向けた仕組みの工夫	①	・前年実績等を踏まえ、チャリティの実施方法等を工夫し、寄付金額の増加を目指す。 ・8億円 ・寄付先団体の活動を様々な場面で露出し、寄付者の動機付けを促す。	・東京マラソン2024チャリティ 8.7億円 ・東京レガシーハーフマラソン2023チャリティ 0.2億円 合計 8.9 億円	・東京レガシーハーフマラソン2023チャリティ枠2000名に対して応募者は400名弱と大会としての知名度はまだ低い ・マラソンランドチャンピオンシップ併催により認知度向上につながったため、来期募集に期待したい。 ・東京マラソン2024チャリティ枠は、5000名に対して応募が約8000名、海外ランナーの割合が7割を占め、平均チャリティ額も15.5万円となった。今後も円安の追い風を受け海外ランナーの申し込みは増え、比例して平均単価もアップすることが推測される。
寄付先団体数の増加	①	・寄付者数等を踏まえ、必要に応じた寄付先団体の追加募集により、多様性と寄付事業の裾野を広げるなど、拡充を図る。 ・45団体	東京マラソン2024 39団体 (40事業) ※新規加入5団体/休止団体 4 東京レガシーハーフマラソン2023 22団体	・東京マラソン2024に向けて新規寄付先団体の募集を行った。11団体の申込を受けて、書類審査委及び面接を経て5団体を追加した。 ・今後は、寄付先団体の偏りや個々の団体の評価軸を設定して効率的でバランスの取れた寄付事業の拡大を目指す。
スポーツレガシー事業の充実	①	・前年実績等を踏まえ、引続き子どものスポーツ及びランニング、障害者スポーツの普及啓発等を推進していく。 ・寄付金額の増加に合わせた事業の多様化・充実を図る。	・東京レガシーハーフマラソン開催日に国立競技場で第2回パラ陸上教室を開催。今回から脳性麻痺やダウン症の子供たちも新たに加え、53名の参加者で実施 ・東京マラソンのコンセプト「走る喜び(ランナー)、支える誇り(ボランティア&審判&スタッフ)、応援する楽しみ(応援者)」に沿った東京マラソンを子どもたちに体験していただくミニ東京マラソンをスポーツレガシー事業として復活し都内の小中学校で3回実施	・スポーツの聖地である国立競技場で、スポーツに触れる機会を提供できる事は、非常に有意義であり、参加者だけでなくその家族にも新たな家族間の出会いや気づきの機会を提供できた。 ・また、ミニ東京マラソンの再開を通じ、ランナーだけではなくマラソンへの参加体験が子どもの心身の成長に寄与できることを期待したい。今後も継続し参加者を増やす一層の工夫を行いたい。
持続可能な大会運営	②	・前年実績等を踏まえ、持続可能な大会運営に向けた取組の継続・見直しを行う。	・安全ピンのランナー全員封入の取りやめや紙コップのリサイクルなど、ランナー・ボランティアと協働した新しい取組を実施 ・聴覚障がいに対応したシステム導入やボランティアへのアプリの活用を促進 ・東京マラソンにおいてコロナ禍で中止していた衣類の回収を再開、様々なリサイクルの取組へつなげた ・海外ボランティア体験の実施	・協賛企業との協働や東京マラソン・東京レガシーハーフマラソンと連携した取組を実施し、持続可能な取組を実現することができた。 ・大会に関わるたくさんの人たちからの賛同を得て協働することが、様々な取組を実施することへつながった。 ・多種多様な考え方や障がいの有無などの対応を含めアプリの活用や海外ランナー同行者限定によるボランティア体験とフィニッシュエリアでのホスピタリティ体験の場を提供できた(インバウンド需要の対応を含め)
団体自己評価	東京マラソン、東京レガシーハーフマラソンともチャリティ事業を実施し、目標を10%以上上回る寄付金を獲得するなど、寄付文化の醸成に寄与した。 また、パラ陸上教室やミニ東京マラソンなどのスポーツレガシー事業を着実に実施し、社会貢献を進めてきた。 さらに、東京マラソンにおける衣類の回収をはじめ、協賛企業やボランティアなどの協力も得ながら、持続可能な大会運営への取組も実施することができた。 引き続き各取組を推進し、日本の寄付文化の醸成や財団としての社会貢献、持続可能な大会運営の実現を目指していく。			

団体名：（一財）東京マラソン財団
共通戦略

2023年度計画	2023年度		団体自己評価
	実績	要因分析	
対都民・事業者等を対象とした手続のうち、100%（16件）デジタル化達成済みであるが、更なる利便性・効率性の向上を図っていく。	規程等に基づき対応可能な手続については、全件規程等を改正済み。	以下について取組を実施 ・財団後援名義使用申請 ・東京マラソン等エントリー手続き ・東京EXPO出展手続き ・VOLUNTAINER、ONE TOKYO会員登録手続き等 ・チャリティ寄付申込み手続き	該当する内容について、必要な取組を進めてきた。引き続き共通戦略の内容を踏まえ、取組を進めていく。

所管局等所見
・戦略1では、長期的な視点に立った戦略的・効果的な団体運営を行うため、当該団体が公表している長期経営計画「アクションプラン Beyond2020」に基づき事業展開を図っている。東京マラソンや第2回目の開催となった東京レガシーハーフマラソンでは従来の大会定員を維持して実施したほか、TOKYO ROKUTAI FESを新規開催して身近にランニングを楽しむ機会を提供するなど、ランニングスポーツの普及・振興に取り組み、当該財団の計画に沿った事業を着実に推進している。 ・戦略2では、経常収益として到達目標を大きく上回る55.3億円を見込んでいる。また企業からの協賛金等の安定した収入確保が難しい状況にあるなか、東京マラソン2024及び東京レガシーハーフマラソンではパートナーセールの強化等によって昨年度の実績を上回る協賛金を確保した。さらに、バーチャルマラソンの参加者に対して各大会への出走権を付与するなど工夫を凝らして海外からの参加者を獲得し、時代のニーズに即した収益事業を実施した。 ・戦略3では、財団事業の拡充・多様化を進めるため、東京マラソンの開催や東京レガシーハーフマラソンのマラソングランドチャンピオンシップとの併催に加え、当該団体が運営する会員制サービスONE TOKYOプログラムの新規イベント、陸上競技協会や地方自治体とのコラボイベントの実施など、多角的な事業に取り組んでいる。また、VOLUNTAINER会員にランニングイベントや他大会での活動機会を提供することで、VOLUNTAINERの活性化に取り組んでいる。 ・戦略4では、チャリティ事業に関して、寄付先団体を拡充するなど寄付事業を充実させることで目標を約10%上回る寄付金額を達成し、マラソンを通じた寄付文化の醸成を進めたほか、コロナ禍で中止していた衣類の回収とリサイクルへの取組を再開するなど持続可能な大会運営に向けた取組を進めている。 ・共通戦略は、対都民・事業者等を対象とした手続きのデジタル化について必要な対応を実施済みであり、取組を進めている。 昨年に引き続き東京マラソン2024の従来定員での実施や第2回東京レガシーハーフマラソンの開催に加え、TOKYO ROKUTAI FESの新規開催などランニングイベントに着実に取組み、持続可能な大会運営に向けた取組を進めていることについて評価する。 今後も世界水準のランニングイベントとしての東京マラソン等を通じたランニングスポーツの普及振興により、都民の健康増進と豊かな生活の形成に寄与することを期待する。

総務局所見
経営改革プランに掲げた目標のうち、戦略2「継続した収益の確保」について、東京マラソンや東京レガシーハーフマラソンでのパートナーセールの強化等によって、計画を上回る協賛金を確保するとともに、バーチャルマラソン事業においては、内容を工夫し収益の確保に取り組んだほか、競技運営においては、経費縮減を進め、取組を大きく前進させた。 また、戦略4「東京マラソンチャリティ等の更なる充実」では、チャリティ事業に係る寄付金について、目標を上回る寄付先団体数・寄付金額を達成したことに加え、東京2020大会パラリンピックを契機にスポーツレガシー事業の充実を進めるなど、社会貢献に資する取組を着実に進めている。 引き続き、世界水準のランニングイベントとしての東京マラソン等を通じたランニングスポーツの普及振興により、都民の健康増進と豊かな生活の形成に一層貢献していくことを期待する。