

GRAND CYCLE TOKYO 実行委員会

第8回事業最適化部会

日時：令和8年2月4日（水）11時から

場所：都庁第一本庁舎 15階 15F 会議室及びオンライン

議事次第

1 開会

2 審議事項

（1） 最終まとめについて

3 閉会

【第8回事業最適化部会】GRAND CYCLE TOKYOの事業最適化部会での中間まとめ

開催のあり方 都民支持

- THE ROAD RACE TOKYO・レインボーライド相乗効果の観点から、ロードレースの**周回コース**の設定や両大会の連携開催の可能性を検討
- 長距離の交通規制による**地元負担**について検討が必要
- ファミリー層から上級者まで、**多くの参加者が楽しめる自転車イベント**の展開

新たな価値創造 収入増

- GCT事業のブランディングとして、両大会を同時に推進するのは現時点では困難であることから、**レインボーライドを主体としたブランディングの推進**
- 海外連携の推進による**ブランド価値向上の好循環の可能性**（Bike NewYork、UCI等）
- スポンサー露出が少なく、**一層の工夫が必要**

費用対効果

- ロードレースの**周回コース**の活用やコースの固定化による**費用削減**を検討
- 安全対策費については、**安全面を第一に考えたうえで引き続き経費を精査**
- 両大会の**運営方法・費用の効率化**を検討

【第8回事業最適化部会】GRAND CYCLE TOKYOの事業最適化部会での最終まとめ

開催のあり方 都民支持

- THE ROAD RACE TOKYO・レインボーライド相乗効果の観点から、ロードレースの**周回コース**の**設定や両大会の連携開催の可能性を検討**
- 地域負荷が少なく初心者でもわかりやすい**エキシビションレースの開催**や、**レインボーライドとTHE ROAD RACE TOKYOとの一体感の創出**等、大会価値を高める工夫が必要
- 長距離の交通規制による地元負担**についての検討や**地元にもメリットがあるイベント**にするためにより一層の工夫が必要

新たな価値創造 収入増

- GCT事業のブランディングとして、より相乗効果を高めるため、**レインボーライドを主体としたブランディングの推進**
- レインボーライドは、景観含め海外からの参加者増が期待できるポテンシャルを有することから、**海外連携の推進によるブランド価値向上の好循環の可能性**（Bike NewYork、UCI等）
- 海外連携だけでなく、**他の国内大会との連携を図ることで、自転車のすそ野拡大**につながる
- スポンサー獲得**に向け、露出拡大、ポテンシャルパートナーへの営業等、**より一層の工夫が必要**

費用対効果

- ロードレースの**周回コースの活用等による費用削減を検討**
- 安全対策費**については、安全面を第一に考えたうえで引き続き経費を精査
- 入札により**運営会社が毎年替わる**ため、**継続性を持たせるための工夫が必要**

- UCIからは、主催者、大会運営、安全性、観客数等を中心に**高い評価**
- 沿道観戦数、ネット観戦者数等については、国内外の大会と比較しても**トップクラスの数字**
- 来場者、ボランティア、SNSでの評価は**肯定的**
- これだけの大規模な大会を東京で開催することは素晴らしく、**安全面においては世界でも稀なレース**
- フィニッシュ会場や青梅周回コース上を中心とした盛り上がりなどを見ても、スポンサー獲得含め**ポテンシャルのある大会**
- 前回大会の反省を踏まえ、関係者説明、広報活動を強化したが、**住民からの多くの問い合わせ・苦情**
- 車移動が多い**多摩エリアでの大規模な交通規制は、住民生活や交通事業者の営業活動に多大な影響**
- 多摩エリアでの大規模交通規制は、緊急車両横断の件数が増えると対応の遅れにつながりかねないリスクがある
- ワンウェイコースは、国内大会を見ても大変貴重ではあるが、**コスト面、地域へのメリット、スポンサー露出の側面から見てもあまり効果が大きいとは言えない**



THE ROAD RACE TOKYOについては、GCT事業全体として考える必要があることから、本部会でのレインボーライドの視察結果等も踏まえ、引き続き検討

開催のあり方 都民支持

- 安全管理、運営動線がよく整理されており、**参加者満足度の高い仕組み**が整えられている。
- 通行不可による負担**はあるが、「東京」の**イメージ向上**との間でバランスがとれている。
- 海の森公園のコース追加など、**以前と比較しコースが改善**されている。
- Bike New Yorkとの連携や国外参加者誘致等に向け、魅力を高めるためには、**多言語対応が重要**。

新たな価値創造 収入増

- エイドステーションは協賛企業が最も活用しやすいPR拠点。食品・飲料企業の参加を促進。
- ライト層向けに**健康、美容、旅行等のブース展開**を行うことで協賛社の裾野が広がる。
- MXを見たという人が多数いた。**地上波生中継の影響は大きい**。
- VIPラウンジのサービスは充実しており、ホスピタリティの質は高かった。
- 東京湾の景色が良く、ライダーの満足度も高いことから、**海外からの参加者増が期待できる**。
- 2つの大会の**連携による露出の最大化が重要**。週末全体をサイクリングイベントにするなど。

費用対効果

- 以前に比べると**資機材等は減っている**。コース誘導をもう少し明確にした方が良い。
- 安全対策については問題ない。施工の工夫により**資機材の更なる削減が可能**ではないか。
- 入札により運営会社が毎年替わっているが**継続性を持たせるための対応が必要**。