



TAKARAZUKA HALF MARATHON 22ND

宝塚ハーフマラソンのご提案



夢の街が、1日だけサンタの舞台になる

サンタ × 宝塚歌劇の街 × 世界一の仮装マラソンへ

2026.7月吉日

SHINTO TSUSHIN

宝塚ハーフマラソン大会実行委員会

TEL:0797-77-9117



宝塚 — 夢と緑が共存する阪神間の文化都市

歌劇・温泉・自然・利便性。「走る舞台」としての魅力が、すでに街そのものに備わっている。

01

宝塚歌劇の街

100年以上続く歌劇の本拠地

“華やか・夢・舞台”という
唯一無二のブランド資産

02

温泉とリゾート

宝塚温泉を擁する
古くからの保養地
“整う”体験との親和性

03

自然と武庫川

六甲の山並みと武庫川河川敷

緑あふれるコースで
ランナーを迎える

04

抜群のアクセス

阪急・JRで
大阪/神戸へ約30分
関西圏から集まりやすい
好立地の市民マラソン



数字で見る、第21回宝塚ハーフマラソン

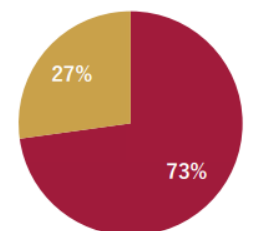
約4,700名規模（例年）・子供を含む幅広い年齢層・地域密着で高いリピート率。

種目別定員

● 10マイル	2,500名
● クォーターマラソン	1,000名
● ファミリー3km	1,500名

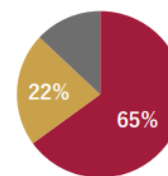
全種目合計：5,000名

男女比（10マイル＋クォーター）



■ 男性 2,838 ■ 女性 1,060

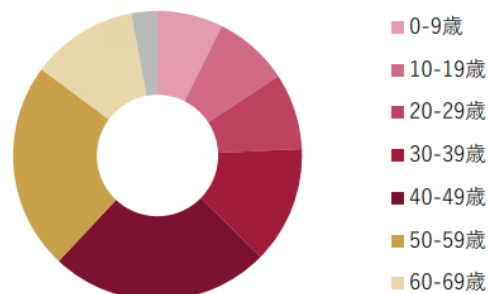
参加者 地域別割合（推計）



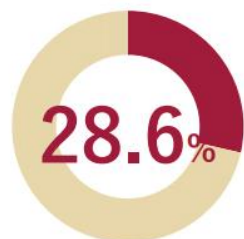
■ 兵庫県 65% ■ 大阪府 22% ■ その他 13%

うち宝塚市内 33%

年齢構成（10歳刻み）



リピート率



■ リピーター ■ 新規参加

大会規模ハイライト

5,483名 総エントリー数

4,392名 当日参加（参加率80.1%）
※21回大会は雨天のため参加率低下

4,359名 完走者数

宝塚ハーフマラソンの特徴

「クリスマス」「歌劇の街」という、他大会が持ち得ない舞台が、すでに整っている。



12月開催

クリスマス直前の日曜
“クリスマスラン”として定着



宝塚大劇場前 発

華やかな「花のみち」から
スタートする唯一無二の舞台



3種目構成

- ・希少な10マイル (16.0934km)
- ・トライしやすいクォーター
- ・ファミリー3km



仮装マラソン

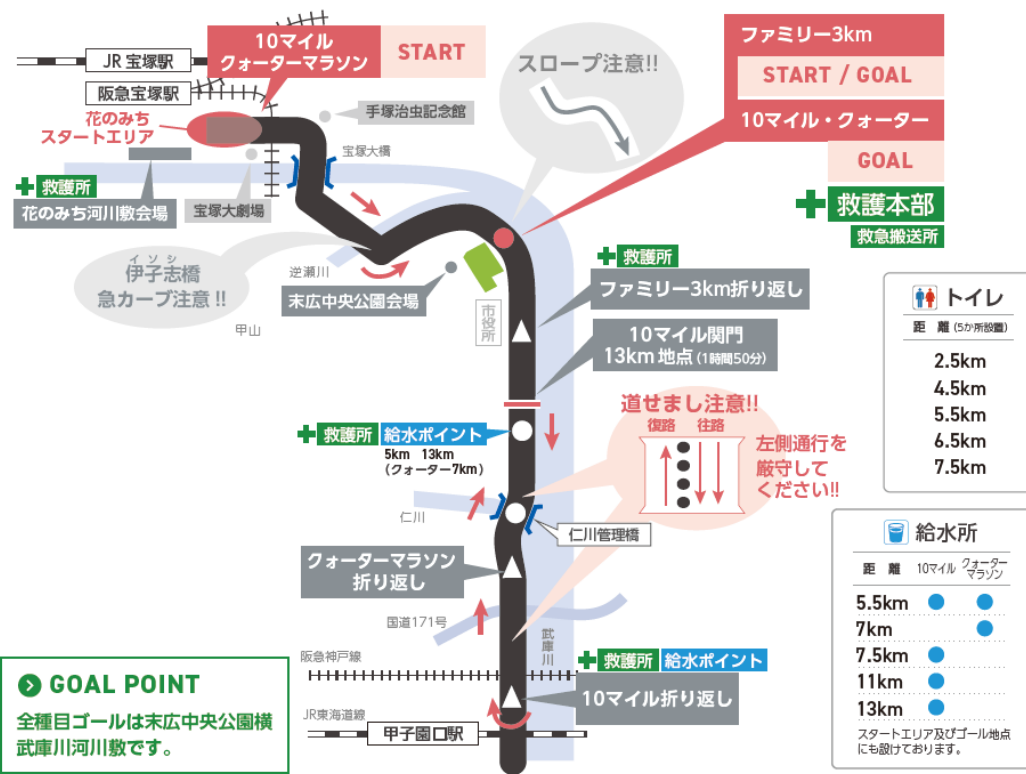
多くの仮装ランナーが集う
沿道応援者も楽しい市民マ
ラソン



コース紹介 — 宝塚大劇場前から武庫川河川敷へ

華やかな「花のみち」を発し、武庫川沿いを走る。3種目それぞれに最適化された折り返しコース。

宝塚ハーフマラソン大会 コース図



※河川工事の影響によりコース等が変更になる場合があります。

10マイル

宝塚大劇場前スタート。武庫川河川敷を南下し
名神高速付近で折り返す主力種目。

クォーターマラソン

同スタートから仁川管理橋付近で折り返し。
中級ランナーに人気の距離設定。

ファミリー3km

末広中央公園横 武庫川河川敷スタート。御所の
前町付近で折り返す、家族で楽しめる種目。

スタートエリア：花のみち会場／末広公園横会場
ゴール：末広中央公園横 武庫川河川敷

※河川工事の影響によりコース等が変更になる場合があります

大会ゲスト (前回実績)



東京生まれ、イギリス育ち。イギリス人の父と日本人の母を持つ。

日本語、英語、中国語、フランス語の4か国語を操る卓越した語学力を持ち、司会、リポーター、モデル、俳優などマルチに活躍。

2013年に英国大使館より「食の親善大使」に任命され、2023年には東京都より「東京観光大使」に任命されました。

主な出演番組は、CX「ノンストップ!」、TX「東京GOOD!」、NHK BS「ランスマ倶楽部」、BS11「Weeklyワールドサッカー」、J-WAVE「POP OF THE WORLD」など多数。

コンセプト

夢の街が、一日だけ サンタの舞台になる

ランナーを「顧客」ではなく、ショーの「キャスト」にする。
これが他のサンタラン・仮装ランとの決定的な違い。

サンタ

12月の必然。
会場全体がクリスマス

+

宝塚歌劇の街

華やか・夢・舞台という
ブランド資産

+

仮装マラソン

“ここでしか走れない”
圧倒的な話題性

一本の物語として束ね、「ここでしか得られないブランド体験」を生む

協賛で得られる価値

スポンサーが得るのは「ロゴ掲出」だけではなく、次の3つをパッケージにした“体験と話題”です。



良質なリーチ

<約4,700名+ 沿道観客>

12月、関西、ファミリー層と
いう購買に近い良質な接点。



拡散する 画づくり

<数千のサンタ姿>

仮装×歌劇の街は写真映えが
段違い。SNSで自然拡散。



クリスマス ×CSR

<市民協働の大会>

地域貢献・季節文脈と結びつ
いた、好意度の高い露出。

実施に向けたスケジュール

貴社の露出効果を最大化するため、本番から逆算して進行します。



早期の枠決定ほど、制作と告知に時間を割け、露出効果が高まります。

6階層の標準パッケージ

No	スポンサーシップメニュー	スポンサーシップカテゴリーグレード						
		ダイヤモンド	プラチナ	ゴールド	シルバー	ブロンズ	サポーター	
協賛料金		応相談	250万円～	100万円～	50万円～	10万円～	2万円～	物品協賛
協賛可能枠		1枠	2枠	—	—	—	—	—
1	大会公式名称への冠	○	—	—	—	—	—	—
2	記念写真フレーム・ロゴ掲示	○	—	—	—	—	—	—
3	大会ロゴ・写真/呼称使用权	○	○	○	○	○	○	○
4	一般ランナーゼッケンへの ロゴ掲出	○	○	—	—	—	—	—
5	スポンサー出走権（商業利用可）	○（40名）	○（20名）	○（8名）	○（4名）	—	—	—
6	プログラム内社名掲載/チラシ 送付/SNS企業紹介	○	○	○	○	△※2	△※2	△※2
7	各種印刷物・屋外サイン等への ロゴ掲出	○	○	○	○	—	—	—
8	大会概要/HPへの社名掲出	○	○	○	○	△※2	△※2	△※2
9	フィニッシュ会場ブース出展	○(4張)	○(2張)	○（1張）	○(1張)	—	—	—
10	FINISHテープへのロゴ掲出	○	—	—	—	—	—	—
11	オフィシャルグッズ商品化優先権	○	○	○	—	—	—	—
12	大会Tシャツへのロゴ掲載	○	○	○	○	○	—	—
13	大会特別賞贈呈権（VIK提供）	○	—	—	—	—	—	—

※1 シルバースポンサー以上は1業種1社とします。

※2 スポンサーシップメニュー記載の内容のうち、一部の実施となります。

協賛メニュー一覧

1	大会公式名称への冠
2	記念写真フレーム・ロゴ掲示
3	大会ロゴ・写真／呼称使用权
4	一般ランナーゼッケンへのロゴ掲出
5	スポンサー出走権（商業利用可）
6	プログラム内社名掲載/チラシ送付/SNS企業紹介
7	各種印刷物・屋外サイン等へのロゴ掲出
8	大会概要／HPへの社名掲出
9	フィニッシュ会場ブース出展
10	FINISHテープへのロゴ掲出
11	オフィシャルグッズ商品化優先権
12	大会Tシャツへのロゴ掲載
13	大会特別賞贈呈権（VIK提供）

協賛メニュー詳細

1

大会公式名称への冠

社名〇〇Presents

TAKARAZUKA
HALF MARATHON 22ND

大会名の冠に貴社名称を掲示（大会名称にサブタイトルがつく可能性あり 例：～宝塚ハーフマラソン～**サンタになって走ろう～**）

2

記念写真フレーム・ロゴ掲示

ランナーが購入する、プロのカメラマンが撮影した写真・動画のフレームに貴社ロゴが掲載されます。
出走中はもちろん出走前・フィニッシュ直後の写真は一生の思い出としてランナーのスマホに残り続け、SNSに拡散されます。



※フレームの仕様は調整中。
画像はイメージ

3

大会ロゴ・写真／呼称使用权



広告宣伝物、販促物、名刺など社内外のコミュニケーション活動ツールに、宝塚ハーフマラソンのロゴマーク、過去大会の写真・動画、「オフィシャルスポンサー」の呼称を使用可能。
※アトムは除く

4

一般ランナーゼッケンへのロゴ掲出



一般ランナーのゼッケン下部に貴社名ロゴ又はブランド名ロゴを掲出。
※対象：10マイル、クォーターマラソンランナー



5

スポンサー出走権（商業利用可）



宝塚ハーフマラソンの出走枠を**40名分提供**いたします（3種目どれでも可）。また、協賛金を追加いただくことでさらに**最大40名分の出走枠を提供**いたします。
出走枠は**販促キャンペーン等にも使用**することが可能。
インナーブランディングとして、社内配布もおすすめです。事前社内練習会も実施可能

6

プログラム内社名掲載/チラシ送付/SNS企業紹介



大会プログラム（デジタル化検討中）への貴社名記載。
参加Tシャツ送付時、貴社チラシを同送（プログラムをデジタル化した場合、プログラム内に貴社広告を掲載）。
大会公式SNSでのスポンサー紹介（1回）



7

各種印刷物・屋外サイン等へのロゴ掲出

スタートゲート・フィニッシュゲート・沿道バナー等へ貴社ロゴ or 企業名を掲出。



折り返し地点に貴社ロゴ掲載予定

8

大会概要／HPへの社名掲出

大会プログラムやホームページ上の大会概要へ貴社名を表記。
また、ホームページトップに
ロゴバナーを表示いたします。



11

オフィシャルグッズ商品化優先権



大会ロゴ等の入ったオフィシャルグッズ
を使用可能。また、協賛カテゴリーの商
品を商品化し販売することが可能。
※協賛カテゴリー内に限り優先権あり
※別途、ロイヤリティ（商品3%・景品
1.5%）が発生します。

9

フィニッシュ会場ブース出展



ランナーとその同行者を含む約8千人が集まる
フィニッシュ会場内の「オフィシャルスポンサーゾーン」ブース出展（4張）を無償提供いたします。
※料金追加によりテント数の拡大が可能
※設営・運営費用は別途御見積

12

大会Tシャツへのロゴ掲載



ランナー受付で全員にお渡しする
大会Tシャツに貴社ロゴを掲載します

<参考> 第21回大会Tシャツ

10

FINISHテープへのロゴ掲出

FINISHテープへ貴社名ロゴを掲出いたします。
各種報道等での露出が期待できます。
※大会ロゴとの調整のため、カラーの制約あり



13

大会特別賞贈呈権（VIK提供）



貴社代表者様に、優勝者への
特別賞贈呈権をご提供いたします。
※トロフィー等の現物納品（VIK提供）を
お願いいたします。

企業版ふるさと納税

協賛金以外とは別にご協力いただく方法として、企業版ふるさと納税をご用意しています

地方公共団体が行う地方創生の取組に対する企業の寄附について法人関係税を税額控除

※ 令和7年度税制改正において、制度改善策を講じることを前提に、適用期限を3年間（令和9年度まで）延長

制度のポイント

- 企業が寄附しやすいよう、
 - ・損金算入による軽減効果に税額控除による軽減効果を上乗せ
 - ・寄附額の下限は10万円と低めに設定
- 寄附企業への経済的な見返りは禁止
 - ※ 地方公共団体のホームページ・広報誌等による寄附企業名の紹介や、公正なプロセスを経た地方公共団体との契約などは問題ありません。（Q&A等参照）
- 寄附額は事業費の範囲内とすることが必要
 - ※ 以下の地方公共団体は対象外。
 - ①不交付団体である東京都
 - ②不交付団体で三大都市圏の既成市街地等に所在する市区町村
 - ※ 本社が所在する地方公共団体への寄附は対象外。

例) 1,000万円寄附すると、最大約900万円の法人関係税が軽減。

①法人住民税 寄附額の4割を税額控除。（法人住民税法人税割額の20%が上限）
 ②法人税 法人住民税で4割に達しない場合、その残額を税額控除。ただし、寄附額の1割を限度。（法人税額の5%が上限）
 ③法人事業税 寄附額の2割を税額控除。（法人事業税額の20%が上限）

< ご寄付いただいた場合 >

- ・宝塚市のHPや広報誌への掲載
- ・感謝状の贈呈
- ・市長からの感謝状贈呈式を開催

※内容はすべて調整中

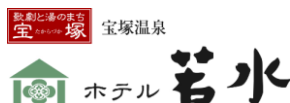
最大で90%の税額控除を得られます

※実際の軽減額は貴社の税務状況により変動いたします。貴社顧問税理士にご確認ください

※ ふるさと納税の場合は協賛特典はありませんのでご注意ください

過去のスポンサー

地球の恵みを、社会の望みに。



他にも、多数の企業様にご協賛をいただいております。



あなたのブランドが、 夢の街の主役になる

権利範囲・オプションの詳細設計について、
ぜひ一度お打ち合わせをお願いいたします。

