

## 業務説明資料

### プロポーザル実施における企画提案希望箇所は下線部とする

#### 1 業務概要

- |            |                             |
|------------|-----------------------------|
| (1) 業務名    | バイクのふるさと浜松 2026 開催業務        |
| (2) 履行期間   | 契約日から令和 9 年 2 月 26 日 (金) まで |
| (3) 履行場所   | 浜松市内                        |
| (4) 契約上限金額 | 13,700 千円 (消費税及び地方消費税を含む)   |

#### 2 業務の目的

「バイクのふるさと浜松」は、世界的なバイクメーカー「スズキ」「ホンダ」「ヤマハ」(以下、「3メーカー」という。)の創業地であり、二輪産業が集積するものづくりのまち・浜松から、「バイク産業の振興」、「バイクの需要拡大」、「バイク文化の全国発信」、「交通安全啓発」を推進する地域ブランドである。

本業務は、「バイクのふるさと浜松 2026」開催により、イベント来場者自身が、産業・モビリティ・趣味など様々な側面におけるバイクの魅力を体験できる機会を提供し、既存のバイクファンのみならず、潜在層をはじめとした新規層の取り込みを図るとともに、「バイクのふるさと浜松」の取り組みを発信し、さらなる認知向上につなげることを目的とする。

#### 3 バイクのふるさと浜松 2026 概要

- |          |  |
|----------|--|
| (1) 開催日時 | 令和 8 年 11 月 28 日 (土)・29 日 (日) 午前 10 時～午後 3 時 |
| (2) 開催場所 | 浜松オートレース場 (浜松市中央区和合町 936-19)                 |
| (3) 主催   | 浜松市  |
| (4) 実施主体 | バイクのふるさと浜松実行委員会 (構成団体は別表のとおり)                |
| (5) 入場料  | 無料   |

#### 4 業務の基本方針

##### (1) 現状認識及び課題

###### ア 来場者構成

- ・ 現状の来場者層は、コア層 (バイクユーザー・バイクファンなど) が中心であり、特にツーリング目的での来場は、バイクイベントとして重要な要素といえる。一方で、コア層の来場者属性 (年齢、性別) は一定程度固定化している傾向がある。
- ・ 若年層の認知及び来場は限定的であり、イベント構成、情報発信、ビジュアル設計等において、この層に十分訴求できていない可能性がある。若年層は、将来のバイク産業・市場の担い手であり、中長期視点から重要なターゲットである。

###### イ 体験価値の不足

- ・ 年齢や運転免許の有無を問わず、バイクの魅力を来場者自身が実体験できるコンテンツが限定的であり、特に非ユーザー層に十分訴求できていない可能性がある。非ユーザー層は、コア層になりうる潜在層であり、将来のバイク産業・市場の裾野拡大のため、中長期視点から重要なターゲットである。

#### ウ 来場動線の課題

- ・ 駐車場（特に四輪）は時間帯によって高稼働となり、入出庫や周辺交通に支障をきたすことがある。一方で、会場内の混雑状況は一定の余裕があることから、来場動線の設計や混雑時間帯の緩和など改善余地がある。
- ・ 会場が市中心部から離れており、公共交通手段も限定的であるため、自家用車等の移動手段がない層にとって来場の物理的障壁となっている可能性がある。一方で、これらの層の来場動機の不足も含めて一体的に検討すべきである。
- ・ 南入場門では階段の昇降が必要となるが、スロープやエレベーター等の設置がないため、ベビーカー等の利用に支障をきたすことがある。こうした来場動線の制約が、ファミリー層の来場の物理的障壁となっている可能性がある。

#### エ 広報戦略の課題

- ・ 公式SNSのフォロワー数は限定的であり、ソーシャルネイティブをはじめ、SNS世代へのデジタルでのリーチ強化が課題となっている。一方で、コア層に対しては、こうしたデジタル広報のみならず、ツーリングスポット（道の駅、高速道路SA/PA、観光施設等）やバイク販売店・用品店などにおけるアナログ広報（ポスター・チラシ配架）も効果的であることから、ターゲット層に応じたデジタルとアナログを統合した戦略的な広報設計が求められる。

### (2) 成果指標 (KPI)

本業務における成果指標はイベント来場者数を必須とし、今回のイベントにおける目標値を示すこと（最低目標値は 10,000 人以上とする）。その際、設定根拠となるデータ等を示すこと。

このほか、次回イベントの企画検討につながる成果指標（若年層比率、新規来場比率、体験参加率、次回来訪意向など）及びその目標値を提案すること。

### (3) イベント全体のコンセプト設計

本イベントの現状認識や課題、二輪業界全体を取り巻く環境等を踏まえ、イベント全体のコンセプトを明確化し、来場ターゲット及び訴求方針を具体的に示すこと。

## 5 業務内容

### (1) イベント運営事務局に関する業務

#### ① イベント運営全般に係る事項及び進捗管理

**本業務の円滑かつ確実な運営管理が可能な実施体制を示すこと。実施体制には、業務全般を統括するプロデューサー職と各業務に精通したディレクター職を必**

ず配置するものとし、各人員の業務経歴や有資格等を明示すること。

- ・ 自治体（実行委員会形式を含む）が主催する同種・同規模の屋外イベント運営業務に精通したプロデューサー職を配置すること。
    - ※ プロデューサー職は、受託者が作成する作業工程を基に、各担当（各業務）の進捗状況を把握・管理の上、委託者へ定期的な報告を行うこと。
  - ・ 各業務に精通したディレクター職を各担当に配置すること。
  - ・ 委託者が開催する定例会議等への出席及び資料作成補助
  - ・ コミュニケーションツール（Slack 等）の導入による連絡・進捗管理
- ② イベント運営事務局の設置及び運営管理
  - ③ イベント運営計画（案）の作成
    - ・ 全体スケジュール、作業工程、タスク整理等を含み、業務着手からイベント終了後まで一連の運営指標となるもの。
  - ④ 募集要項（案）の作成
    - ・ 出展募集、クラシックバイク展示募集等を想定
  - ⑤ マニュアル（案）の作成
    - ・ イベント運営マニュアル（オープニングセレモニー含む）、出展マニュアル（搬入搬出・設営撤去を含む）、危機管理マニュアル等を想定
  - ⑥ 各種配布物の作成
    - ・ 駐車許可証（出展者、来賓等）、出展者パス 等
  - ⑦ 問い合わせ対応
    - ・ イベント特設サイト上で運営事務局直通のメールアドレス及び電話番号を公開し、市民や報道機関等からの問い合わせに対応すること。なお、専用問合せフォームによる受付も可とする。
  - ⑧ イベント来場者等へのサービス向上に関すること
    - ・ 各種配布物（場内案内・プログラム・タイムテーブル、ノベルティ等）の作成
    - ・ イベント当日の会場内における総合案内所の開設及び運営管理
  - ⑨ 連絡体制の構築（平時、緊急時）

## （2）広報・告知に関する業務

- ① 各種広報媒体を活用したイベント広報計画の作成

ターゲット別に明確な広報戦略を策定し、KPI とともに示すこと。なお、提案段階では、ターゲット別の媒体戦略と KPI 設定の方針、広報スケジュールのフェーズ感（広報キックオフは令和8年7月初旬を想定。概ね3か月前・1か月前・開催直前等）を主とし、具体的な出稿スケジュールや媒体ごとの投下量の提示までは求めない。

- ② キービジュアルの作成に関すること

イベントの方向性を象徴するキービジュアルデザインのコンセプトを示すこと。なお、本提案はコンセプトイメージやビジュアル方向性ラフ案を主とし、企

画提案段階では完成制作物の提出は求めない。

- ③ 広報物（開催告知ポスター、チラシ、SNS バナー）の作成及び配架に関する事
- ④ テレビ・ラジオ・新聞・雑誌・SNS 等への広告掲載に関する事
- ⑤ イベント特設サイト（LP）の制作及び運営管理に関する事

イベント特設サイト（LP）のコンセプトを示すこと。なお、本提案はコンセプトイメージやページ構成案等を主とし、企画提案段階では完成制作物の提出は求めない。ただし、イベントの魅力を直感的に伝える構成とし、モバイル閲覧を前提とした設計とすること。

- ⑥ 公式 SNS の投稿クリエイティブ・投稿文制作及び運営管理に関する事

公式 SNS（X、Instagram）の運用計画を策定し、フォロワー増加及び拡散効果を高める投稿設計を示すこと。

- ⑦ 報道・市民等からの問合せ対応
- ⑧ 市外向け情報発信及び誘客に関する事

### （3）イベントコンテンツ実施に関する業務

上記「4（3）イベント全体のコンセプト設計」で提案した内容を踏まえること。

- ① 体験型コンテンツの企画及び運営管理に関する事

来場者自身が、バイクの魅力を実体験として楽しめる体験型コンテンツを複数提案すること。なお、提案には以下の要素を必ず含むこと。

- ・免許非保有者でも参加可能な内容
- ・子ども及び保護者が参加可能な内容
- ・安全対策を講じた運営体制

<実施例>

ミニバイク体験、EV 原付体験、二人乗り体験、一本橋チャレンジ、VR・e スポーツ体験、教習シミュレーター体験 など

- ② 賑わい創出コンテンツの企画及び運営管理に関する事

来場者が視覚・聴覚的に楽しみ、会場の一体感を生む賑わい創出コンテンツを複数提案すること。ただし、オープニングセレモニー（後掲）は必ず実施するものとする。

<実施例>

ステージイベント、SNS ライブ配信、SNS フォローキャンペーン、人気コンテンツ（アニメ・漫画・インフルエンサー等）とのコラボ・タイアップ、トークショー、ファン交流会、プレゼント抽選会、じゃんけん大会、バイク用品フリーマーケット、トライアルデモンストレーション、プロライダーデモ走行、フラッグ寄せ書き体験、バンク体験フォトブース

バイク来場者向けコンテンツ（朝活カフェ、車両撮影コーナー）  
クロージング（来場者集合写真撮影） など

＜オープニングセレモニー＞

- ・ イベント1日目開場前に会場正門前で、主催者・来賓挨拶、ファンファーレ演奏（浜松市消防音楽隊を予定）、テープカット等を行う企画を指し、セレモニー終了に合わせて開場することを想定している。
- ・ 受託者は、セレモニーの企画・調整・運営等を実施すること。実施内容には、司会手配（イベントMCとの兼務可）、マニュアル・台本・来賓用駐車許可証等の作成、控室手配（来賓及び着ぐるみ着替え場所）、機材手配、設営・撤収、当日運営（来賓誘導含む）、着ぐるみ手配（「出世大名康くん」及び「出世法師直虎ちゃん」、アクター、アテンド手配含む）等を想定している。
- ・ 来賓は6～7名を想定しており、委託者が出席調整を行う。
- ・ 具体的な実施内容等については、委託者と協議の上、決定するものとする。

③ 交通安全啓発コンテンツの企画及び運営管理に関すること

来場者（特にバイクユーザー）に向けた交通安全啓発コンテンツを複数提案すること。

＜実施例＞

無料バイクメンテナンス（日常点検程度）、グッドマナー宣言ライダー限定特典、訴求力のあるゲスト等による交通安全啓発の呼びかけ など

④ 指定コンテンツの運営管理に関すること

ア タッチ&トライ

(ア)企画概要

- ・ 3メーカーから提供される市販車両等を展示し、来場者が自由に触ったり跨ったりすることができる屋外企画を指し、イベント両日で実施する。
- ・ 展示車両は各社8台程度を想定し、展示車両ごとに説明パネルを設置する。テントは、ヨーロピアンテント（5m×5m程度）を想定し、各社1張とする。なお、テントは横幕等でフルクローズできるものとする。

(イ)受託者の役割

- ・ 受託者は、3メーカーとの展示車両調整、搬入出調整、レイアウト作成、機材手配・設営、説明パネル制作、当日運営補助等を行うこと。

(ウ)委託者の役割

- ・ 委託者は、業務着手時に、本件の調整窓口となる3メーカー担当者（バイクのふるさと浜松実行委員会委員等）の連絡先等を受託者に提供する。

(エ)留意事項

- ・ テント設置位置は、原則として前回開催と同様の場所（メインスタンド北側）とする。また、3メーカーのテント並び順は毎年ローテーションするため、本イベントでは東側（正門側）から順に、「ホンダ」「ヤマハ」「スズキ」

の並びとする。

- ・ 本企画における3メーカー提供車両の輸送費用は、委託者が負担する。

## イ レース車両展示

### (ア)企画概要

- ・ 3メーカーから提供されるモータースポーツレース参戦車両等（各社1台程度）の屋内展示企画を指し、イベント両日で実施する。
- ・ 展示車両は各社1台程度を想定し、展示車両ごとに説明パネルを設置する。本企画は屋内企画とし、原則として前回開催と同様の場所（メインスタンド1階屋内）で実施すること。
- ・ 3メーカー展示車両の並び順はタッチ&トライに準じる。
- ・ ロープパーテーション等で車両保護を行うこと。

### (イ)受託者の役割

- ・ 受託者は、3メーカーとの展示車両調整、搬入出調整、レイアウト作成、機材手配・設営、説明パネル制作、当日運営補助等を行うこと。

### (ウ)委託者の役割

- ・ 委託者は、業務着手時に、本件の調整窓口となる3メーカー担当者（バイクのふるさと浜松実行委員会委員等）の連絡先等を受託者に提供する。

### (エ)留意事項

- ・ 本企画における3メーカー提供車両の輸送費用は、委託者が負担する。

## ウ クラシックバイク展示

### (ア)企画概要

- ・ 浜松にゆかりのある車両（過去に浜松で創業したメーカー、浜松で生産されたモデルなど）を中心としたクラシックバイクの展示企画を指し、イベント両日で実施すること。
- ・ 上記趣旨に合致する車両展示を希望するクラシックバイクオーナーを募集し、イベントエリア内に展示スペースを設けることを想定している。
- ・ 展示エリアのゾーニング、展示エリアの運営方法、展示車両の募集台数・条件等は、委託者と協議の上、決定するものとする。

### (イ)受託者の役割

- ・ 受託者は、展示エリアの検討・調整、展示車両の募集調整、搬入出調整、レイアウト作成、機材手配・設営、装飾、当日運営補助等を行うこと。

<参考：前回開催実績>

展示車両台数：14台

## ⑤ ブース出展の企画及び運営管理に関すること

### (ア)出展要項の作成

- ・ 委託者と協議の上、出展募集要項（募集カテゴリー、募集要件、出展規定、

搬入出条件、遵守事項等)を作成すること。

- ・ 原則としてテント(1小間3m×3m 想定)及びブースサイン(1出展者につき1枚)は標準仕様とし、電源その他備品等は出展希望締め切り後に追加備品等の申込を受付け、必要な費用を徴収するものとする。ただし、提供可能な備品情報や申込方法等は、募集要項に明示すること。

(イ)出展料の運用

- ・ 原則として出展料は有料(公共的団体等は除く)とし、受託者収入とするが、会場使用に伴う最低限の実費相当分の負担として設定するものであり、過度な収益確保を目的とするものではない。このため、出展料収入は本業務の補完財源と位置づけ、収支計画において過大な収入を見込まないこと。なお、最終的な出展料の額及び徴収対象は、受託候補者特定後、委託者と協議の上で決定する。

<参考：前回開催実績>

原則として出展料は一律22,000円(税込)とした。(公共的団体等は無料)

(ウ)出展希望者の募集及び受付業務

- ・ 出展希望者の募集、問合せ対応、申込受付及び選定調整を行うこと。

(エ)配置計画

- ・ 会場全体導線を踏まえたブース配置計画を策定すること。なお、飲食店(キッチンカー含む)は原則として5店舗程度を上限とし、提供商品の競合を避けるとともに、喫食可能エリアを確保し、イベントの賑わい近くにゾーニングすること。また本イベントにおいて酒類提供は不可とする。

(オ)出展者説明会及び当日調整

- ・ 事前説明会を実施し、出展マニュアル(駐車許可証、出展者パス等含む)を作成、配付すること。当日の設営及び撤去管理を行うこと。

(カ)出展者満足度の把握

- ・ 出展者を対象にアンケートを実施し、次年度改善に資する分析を行うこと。

<出展ブース構成(予定)>

- ・ 物販・PRブース <30ブース程度>
- ・ 公共ブース <10ブース程度>
- ・ 飲食ブース <5ブース程度>

⑥ その他コンテンツの企画及び運営管理に関すること

イベント趣旨に合致し、契約上限金額の範囲内または協賛確保により実現可能な独自提案があれば示すこと。

<備考>

委託者の独自企画がある場合は、必要な協力・調整等を行うこと。なお、本プロポーザル実施時点で、メインスタンド2階屋内の一部(前回開催：出展者休憩ス

ペースの一部)及び第3スタンド1階屋内(前回開催ではクラシックバイク展示スペース)は、委託者独自企画で使用する可能性があるため、企画提案の実施場所としては想定しないこと。

#### (4) 会場運営に関する業務

##### ① 会場レイアウトの作成

来場者動線、滞在性、回遊性、安全性、賑わいの創出を考慮した会場レイアウトイメージを示すこと。なお、提案段階では、「ゾーニングの考え方」「動線設計の方針」「どのエリアにどの性格のコンテンツを配置するか」等の方針・コンセプトを主とし、詳細なレイアウトやコンテンツ配置までは求めない。

##### ② 駐車場及び交通対策の設計

会場の立地特性(市中心部から離れており公共交通が限定的)、駐車場稼働状況(特に四輪駐車場の混雑)等を踏まえ、提案するターゲット設定と整合した来場アクセス改善策を示すこと。

##### ③ 浜松オートレース場管理者との事前調整(使用範囲・条件等の調整を含む)

##### ④ 機材等の手配、搬入・搬出、設営・撤去の実施(スケジュール調整を含む)

##### ⑤ 使用場所の原状回復(イベント開催に伴う廃棄物の処分、清掃等を含む)

##### ⑥ イベントスタッフ(ボランティア含む)の配置、管理

##### ⑦ イベント来場者の安全管理(誘導、整列、入退場等)

##### ⑧ 警備事業者との連携・協力(警備計画策定、当日警備補助等)

※ 本イベントの警備は、委託者が別に業務委託を予定している警備事業者が実施予定であるが、本業務の受託者は当該警備事業者と連携・協力を図ること。

##### ⑨ イベント内容の記録(写真、動画撮影)及び編集

・ 撮影した動画は、2～3分程度のアーカイブとして編集すること。

##### ⑩ 来場者数、駐車場稼働状況のカウント、報告

##### ⑪ 来場者アンケートの実施、分析、報告

#### (5) 安全対策に関する業務

##### ① 交通・騒音対策の検討・実施

- ・ 会場周辺への看板、誘導員の設置より、渋滞・道迷い等の解消を図ること。
- ・ 近隣住民・事業者等への事前周知等により、イベントへの理解を図ること。
- ・ 駐車場から会場までの間に横断歩道がある場合は、歩行者・ベビーカー等の横断対策を講じ、安全に横断できるようにすること。

##### ② 関係機関との調整、許認可申請業務(警察、消防、保健所等)

##### ③ イベント会場への運営本部、救護所、授乳・おむつ交換スペース等の設置、運営

- ・ 運営本部には、イベント運営業務に精通したプロデューサー職又は同等の能力を有した責任者を配置し、常に不測の事態等に対応できる体制とすること。
- ・ 救護所には、応急処置が可能な救急資材及び看護師1名以上を配置すること。

④ イベント保険等への加入

- ・ 加入内容は委託者と協議の上、決定するものとし、加入後に保険証書の写しを提出すること。

(6) 協賛確保・運用に関する業務

本イベントの趣旨に合致し、企画内容の充実を図ることを目的に、協賛企業を確保することで事業規模を拡大し、事業費に充てることができるものとする。

ただし、協賛を募る場合は下記条件を満たすこと。

- ① 協賛を募る場合はあらかじめ委託者の許可を得ること。
- ② 広く募集すること。
- ③ 協賛内容は、資金、物品などを原則とすること。ただし、イベント当日の人的支援も可とする。それ以外の提案があった場合は、委託者と協議の上、決定すること。
- ④ 協賛内容に応じた露出等の条件は委託者と協議の上、決定すること。ただし、イベント名称に協賛事業者名等を付記することできないものとする。
- ⑤ 協賛を希望する事業者には、委託者と書面で合意形成を図るとともに、覚書をさせること。
- ⑥ 協賛の条件として企画の提案があった場合は、実現に向けた調整を行うこと。
- ⑦ 協賛金の取扱いについては、委託者と受託者との間で別途定めるものとする。
- ⑧ 予定した規模の協賛が確保できず、既に企画を公表しているなど企画の中止が困難な場合は、自己の責任において当初企画を確実に実施すること。

6 会場使用に係る留意事項

- (1) イベント会場は委託者にて手配済みであるが、受託者は、具体的な使用範囲や条件、搬入出経路等について、施設管理運営に関わる「浜松市公営競技室、日本トーター株式会社、一般財団法人東日本小型自動車競走会」（以下、「施設管理者等」という。）と、業務着手時に必ず調整すること。また、業務着手以降も、会場に関することは施設管理者等への報告・連絡・相談を徹底すること。特に、競走路をイベントコンテンツ等で使用する場合は、あらかじめ施設管理者等と使用内容や範囲、条件（例：走行ライン、速度など）、搬入出経路、安全管理等について詳細に打合せを実施すること。
- (2) イベントエリアは、別紙「開催場所概要図」で示す赤枠の範囲内とする。会場計画及び会場レイアウトの作成にあたっては、現場確認の上、傾斜等を考慮すること。
- (3) 管理エリアは一般来場者の立入を禁止する。ただし、運営用途（出展者駐車場等）で使用する場合はこの限りでないが、あらかじめ施設管理者等と調整すること。
- (4) 施設の汚損・破損防止を徹底すること。また、会場内の施設、舗装、芝生、植栽等について、事前確認し、必要に応じて養生を行うなど配慮すること。なお、撤収後に委託者及び施設管理者等から原状回復を求められた場合は、受託者の責任において原状回復を行うこと。
- (5) 搬入搬出、設営撤去の日程、経路等は、業務着手時に施設管理者等と調整すること。
- (6) 来場者出入口は、原則として正門及び南入場門とする。

- (7) 本イベントに係る来場者、出展者、来賓等の駐車場については、割振りや出入口を含め、委託者及び施設管理者等と調整すること。
- (8) イベント当日に、場内では他オートレース会場の車券発売（場外発売）が開催予定であり、駐車場（700台程度収容）、出入口等を共有することになるが、本イベント開催エリアとの明確な区分けは行わないものとする。
- (9) グリーンスタンド及びメインスタンド他に設置された飲食店（計5店舗）は両日ともオープンしており、飲食ブース配置の際はこれらの飲食店に配慮すること。
- (10) 浜松オート側が設置している場内喫煙所付近に、ステージや子ども向けブースを配置しないなど、受動喫煙の防止を徹底すること。

## 7 成果品及び納期

### (1) 成果品

- ① イベント運営計画案
- ② 各種要項、マニュアル（駐車許可証、出展者パス等を含む）
- ③ 各種広報制作物（キービジュアル、ポスター、チラシ、SNS バナー等）
  - ※ 原則として、ファイル形式は「編集可能なもの(AI データ等)」、「視認用(PDF・JPEG、PING 等)」の2種類で納品すること。
- ④ イベント記録写真、記録動画
  - ※ イベント全般の構成・内容がわかるように記録すること。
  - ※ 記録動画は2～3分程度のアーカイブ動画に編集の上で納品すること。
- ⑤ イベント実施報告書
  - ※ 事業実施に伴う課題抽出（事業の検証）及び解決策の提示を含む。
  - ※ アンケート集計結果、駐車場稼働状況まとめを含む。
  - ※ 次回イベントの公募プロポーザルの際に公表可能なものとする。
- ⑥ その他委託者が必要と認めるもの

### (2) 納期・納品方法

- ① イベント運営計画案の納期限は令和8年6月30日（火）（令和8年5月中旬契約予定）とし、その他の成果品の納期は、各業務進捗に応じて、その都度委託者が指示する。特に納期限の指示がない成果品については、契約期間完了日までに提出するものとする。納品方法は、成果物に応じて、その都度委託者が別途指示する。

## 8 その他

- (1) 委託者の意見及びその他環境変化等により企画の一部を変更する場合がある。
- (2) 本業務の遂行にあたり、委託者に随時報告を行いながら進めること。
- (3) 本業務の仕様は、受託者特定後に委託者と協議の上決定するものとする。
- (4) 本業務における成果物についての著作権、著作権等は委託者に帰属するものとする。
- (5) 本イベント終了後、次回開催のプロポーザルに向けた質問回答に協力すること。

(別表) バイクのふるさと浜松実行委員会 構成団体一覧

浜松市
一般社団法人日本二輪車普及安全協会
株式会社スズキ二輪
株式会社ホンダモーターサイクルジャパン
ヤマハ発動機株式会社
公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー
公益財団法人浜松地域イノベーション推進機構

(順不同)

## (1) イベントエリアについて



浜松オートレース場内のイベントエリアは、原則として上図で示す赤枠の範囲内とする。

### <イベントのメインエリアについて>

- ・ 競走路はイベントコンテンツで使用可とする。

### <各スタンドについて>

- ・ メインスタンド (①) は一部使用可とする。(詳細は次ページを参照)
- ・ グリーンスタンド (②) は使用不可とする。(場外車券発売実施のため)
- ・ 第3スタンド (③) は一部使用可とする。(詳細は下記)

(第3スタンド1階休憩所)

委託者企画で使用予定のため、企画提案では使用場所に含めないこと。

(第3スタンド2階屋外スタンド)

競走路実施コンテンツの見学・観覧用途や、来場者の飲食・休憩スペースとして使用可とするが、イベントコンテンツの実施場所とはしないこと。

### <入場門、搬入出ゲートについて>

- ・ 本イベントにおける来場者の入場門は、正門及び南入場門とし、西入場門は使用しない。
- ・ 本イベントにおける搬入出ゲートは上図で示す A・B の箇所とする。

### <管理エリアについて>

- ・ **管理エリアは、原則として一般来場者立入不可**とする。なお、出展者・来賓駐車場など関係者用途での使用可とするが、あらかじめ施設管理者等と調整すること。

### <施設管理者等の調整>

- ・ **いずれの使用箇所についても、使用範囲や条件、搬入出等について、あらかじめ施設管理者等と調整すること。**

## (2) メインスタンドの使用可能エリアについて



メインスタンドの使用可能エリアは、原則として以下のとおりとする。

<1階>

トイレ、④屋外観覧席、⑤デッキテラス、A（レース車両展示）

<2階>

トイレ、⑤プライムエリア、⑥A席、⑦エキサイティング・テラス、B（委託者企画）

- ※ 1階屋内の使用時は、同フロアの飲食店の営業に支障がないよう、十分に配慮すること。
- ※ 2階（⑦除く）は、委託者が認める場合を除き、原則として一般来場者立入不可とする。
- ※ 2階⑤⑥は控室・バックヤード等の関係者用途に限り使用可とする。  
（前回開催時は、⑤は出演者控室、⑥はブース出展者休憩スペースとして使用）
- ※ 2階Bは委託者企画で使用予定のため、企画提案では使用場所に含まないこと。

## (3) イベント駐車場について

原則として、**全ての駐車場を使用可能とする。ただし、以下の留意事項等を踏まえること。**

<留意事項>

### ①場外車券発売来場者への配慮

場外車券発売が実施されるため、正門付近の駐車区画（中・東駐車場等）を本イベント来場者・関係者が占有しないよう配慮すること。

### ②二輪専用駐車区画の設置

安全管理のため、二輪車と四輪車の駐車区画は明確に区別すること。また、中駐車場内の既設駐輪場（右図オートバイマーク）は、本イベントにおける二輪駐車場としては使用しないこと。

なお、前回開催は北駐車場を二輪専用駐車場としたが、例えば、中駐車場内で二輪車と四輪車の駐車区画を明確にゾーニングするなど適切な運営が可能な場合は、同一駐車場内に二輪車と四輪車が駐車することは妨げない。

二輪車は複数台を四輪用駐車枠に駐車させるなど、効率的な駐車場運営を行うこと。

### ③関係者駐車場

原則として、関係者（運営・出展者等）の車両は、正門付近に駐車させないなど、イベント来場者や場外車券発売来場者等に配慮すること。



(図表出展)

浜松オート オフィシャルサイト <https://www.hamamatsuauto.jp>