

読売新聞社・関西大学



大阪マラソン共同調査研究

2012年5月10日

(表紙写真：読売新聞社撮影)

# 目 次

はじめに

## I. 参加ランナー

### 1)大阪マラソン大会前調査

- (1)調査対象の概要
- (2)市民マラソンの経験等について
- (3)大会前のランナーの参加意識について

### 2)大阪マラソン大会後調査

- (1)調査対象の概要
- (2)市民マラソンの経験等について
- (3)大会後のランナーの参加意識について
- (4)年齢別に見たランナーの参加意識について
- (5)地域別に見たランナーの参加意識について
- (6)市民マラソン参加経験別に見たランナーの参加意識について
- (7)自由記述

## II. ボランティア

### 1)大阪マラソン大会前調査

- (1)調査対象の概要
- (2)ボランティア活動について
- (3)大会前のボランティアの活動意識について

### 2)大阪マラソン大会後調査結果

- (1)調査対象の概要
- (2)ボランティア活動について
- (3)大会後のボランティア活動評価について
- (4)年齢別に見たボランティア活動評価について
- (5)性別に見たボランティア活動評価について
- (6)ボランティア活動経験別に見たボランティア活動評価について
- (7)自由記述

## III. 観 客

### 1)観客調査の概要

- (1)調査対象の概要
- (2)大阪マラソンについて
- (3)応援の理由について
- (4)応援経験別に見た観客の応援理由について

おわりに

## はじめに

### <趣旨>

2011年10月30日、「第1回大阪マラソン」が開催され、3万人のランナーだけでなく、ボランティアや観客など、多くの人たちがかかわり、大会を盛り上げました。

なぜ、これほどまでに多くの人たちが大阪マラソンにかかわろうとするのでしょうか。

また、大阪マラソンを開催することで、大阪に対する意識はどのように変わるのでしょうか。

これらのことを明らかにすることによって、大阪マラソンを開催する意義と同時に、大阪マラソンが地域に及ぼす効果について検証することができます。さらに、日本における市民マラソンの普及・振興に寄与できると考えます。

現在、日本において1,100を越す市民マラソンが行われていますが、なぜこれほど人気があるのかは明確ではありません。また、ランナーは何を目的に市民マラソンに参加するのか、市民マラソンを支えるボランティアはどのような目的をもっているかについても不明です。

そこで、本研究は、大阪マラソンの大会前と大会後で、ランナーとボランティアの大会（市民マラソン）に対する意識の変化を見ることで、この大会の社会的意味を明らかにすることが目的です。さらに、沿道に詰めかけた観客は、市民マラソンに何を求めているのかについても、現地調査によって明らかにしていきます。

なお、本研究は大阪マラソン組織委員会の協力を得て、読売新聞社と関西大学の共同で調査を行いました。結果については、第2回大会の運営の参考となるよう、2012年1月31日に大阪マラソン組織委員会事務局に中間報告を行い、その内容は、2012年2月12日付の読売新聞朝刊（大阪本社版）で、1面と別面1ページの特集記事にて掲載し（資料、23・24頁参照）、広く知らせたところです。

今回は、中間報告にさらなる分析を加え、調査研究の結果について最終報告します。

## <調査概要>

大阪マラソンの参加ランナー、ボランティア、観客を対象に下記のとおりアンケート調査を行いました。

### ・参加ランナー調査

方法:

Web 調査、

時期:

大会前調査;2011年7月27日から9月14日

大会後調査;2011年11月1日から11月22日

サンプル数:

大会前調査;4811人、大会後調査;7006人

### ・ボランティア調査

方法:

大会前調査;集合調査法、大会後調査;郵送(ファックスを含む)とWeb調査

時期:

大会前調査;2011年7月23日、8月27・28日、9月17・18・25日、10月1・2・28・29日

大会後調査;2011年11月1日から11月22日

サンプル数:

事前調査;1045人、事後調査;1084人

### ・観客調査

方法:

面接調査法

時期:

大会時;2011年10月30日

サンプル数:

467人

## <調査結果の概要>

今回の調査では、調査概要にもあるとおり、大変多くの方が調査に協力していただき、回答率が非常に高かった。さらに、自由記述にもたくさんの方が記入していただき、その関心の高さを感じると同時に、本調査の信頼性を担保するものであることを、最初に述べておきたい。

以下に本調査で明らかになったことの概要について述べる。

## I、参加ランナーについて

「観客の応援が嬉しかった」「ボランティアの対応がよかった」と感じている人が非常に多く、ランナーを支えるボランティアや観客との一体感を得ることができた。また、「普段走れないところを走れてよかった」と思っている人も多く、非日常性を担保することは、市民マラソンを開催するときの重要な要素になっていると言える。とりわけ、都市型のマラソンでは不可欠の要素と考えられる。

さらに、「思い出や記念になった」とする人も多く、大阪マラソンがスポーツイベントとして有効に働いていたことがうかがえる。「大阪を盛り上げることができた」とする人も多く、大阪マラソンが地域の活性化に役立つ可能性があることがわかった。

一方、新しい仲間ができたという人は期待に反して少なく、ランナー同士やボランティアとの交流の機会が少ないことなどが考えられる。このことは、市民マラソンに期待することの一つでもあるので、今後の対応が望まれる。

その他、会場までの交通の便、大阪マラソン EXPO2011 のあり方などについては、否定的な意見もあり、チャリティの意図が今一步よくわからなかったなど、今後の検討課題も明確になった。

## II、ボランティアについて

大阪マラソンでのスポーツボランティアはボランティアをする上での登竜門となっている。大阪マラソンで初めてボランティアをした人は、他のボランティアにも興味を示すようになった。

思い出や記念のために、あるいは自分自身を高めるためにという個人的な理由によってボランティアをする傾向が強く、また、人の世話をするためにという社会的な目的でボランティアをしている人も多くいて、それらの目的は大阪マラソンのボランティアをすることによって達成することができたと言える。さらに、大阪を盛り上げるためにボランティアをしている人にとっては、大会の規模が大きかったことやメディアが捉えたことを歓迎する傾向にあった。

一方、ランナーと同様、人との出会いを求めてボランティアをしている人にとっては、今回の大阪マラソンでは、その機会が少なかったと言える。さらに、趣味や特技を活かせることができなかつたと思っている人もいて、活動内容とボランティアの適性のマッチングが望まれる。

## III、観客について

観客が応援に来た理由として主なものは、「応援を楽しみたいから」、「思い出や記念になるから」、「大阪を盛り上げたいから」であった。

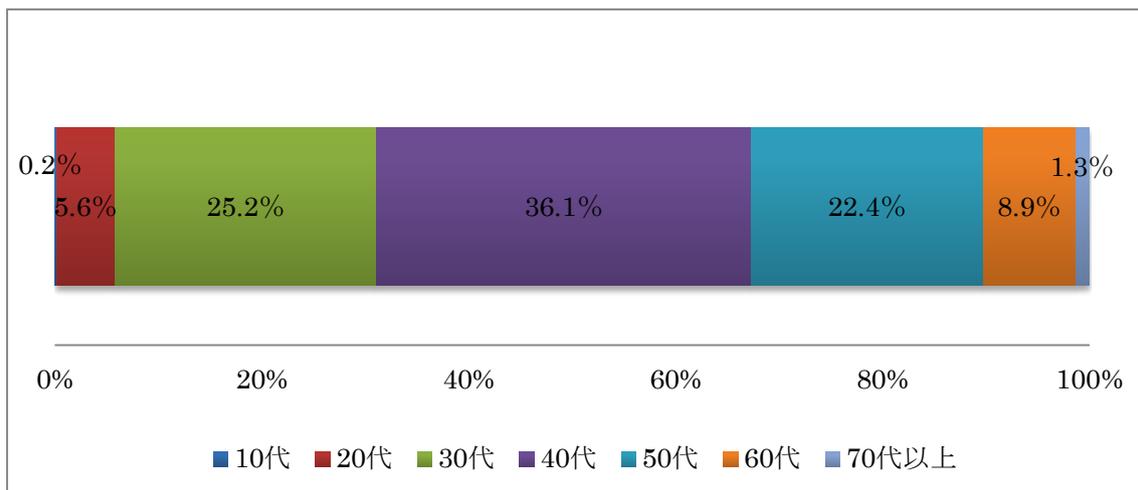
このことから、多くの観客が「観て」「応援して」「共感」といった純粋な目的で参加し、ランナーへの応援を楽しんでいたことがうかがわれ、地域コミュニティの活性化、郷土愛の喚起という大会目的が観客の側でも受け入れられていたことがわかる。

## I. 参加ランナー

### 1) 大阪マラソン大会前調査

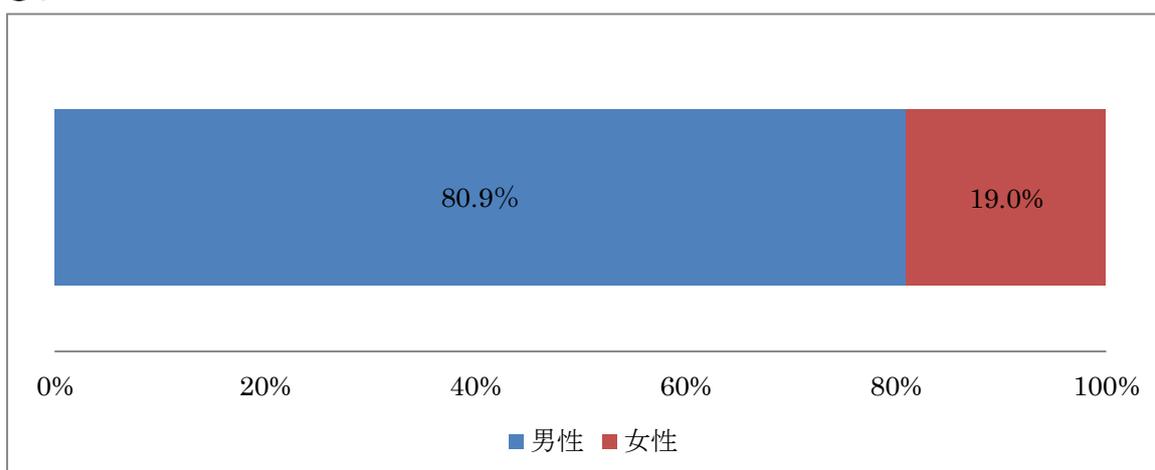
(1) 調査対象の概要(有効回答数:4811人)

#### ①年代



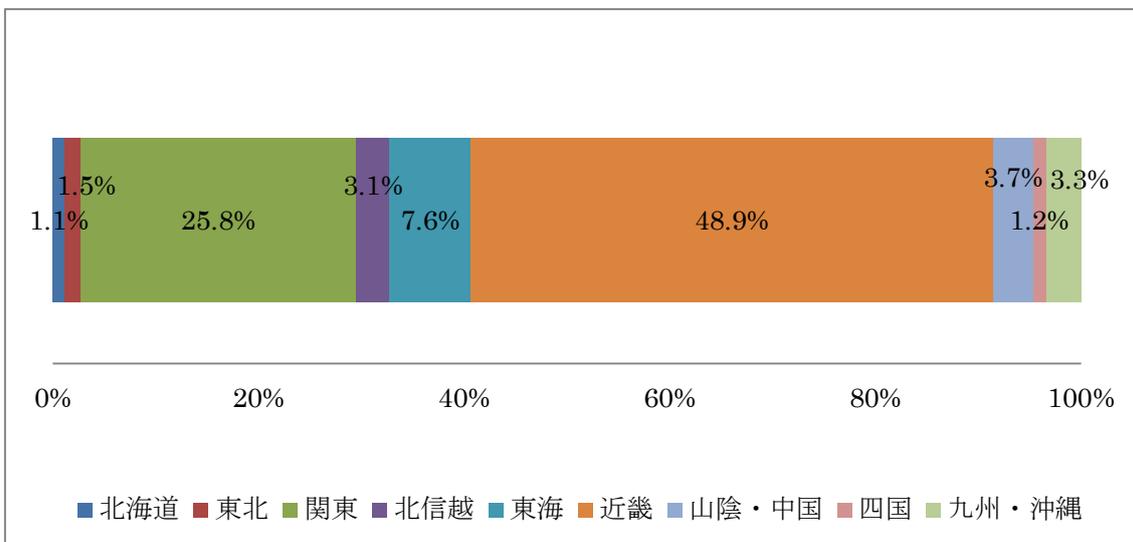
今回、大会前調査に協力していただいたランナーは40代が36.1%で最も多く、次に30代が25.2%で、50代の22.4%と続いている。これは、参加ランナー全体の年齢層の割合とほぼ一致している。また、本調査はWeb調査であるので、日常的にパソコンに慣れている年齢層が回答していると思われる。

#### ②性別



また性別では、男性が80.9%と大半を占めている。これも参加ランナー全体の性別割合とほぼ一致していて、母集団を代表するサンプルになっており、この調査の信頼性は担保されているといえる。

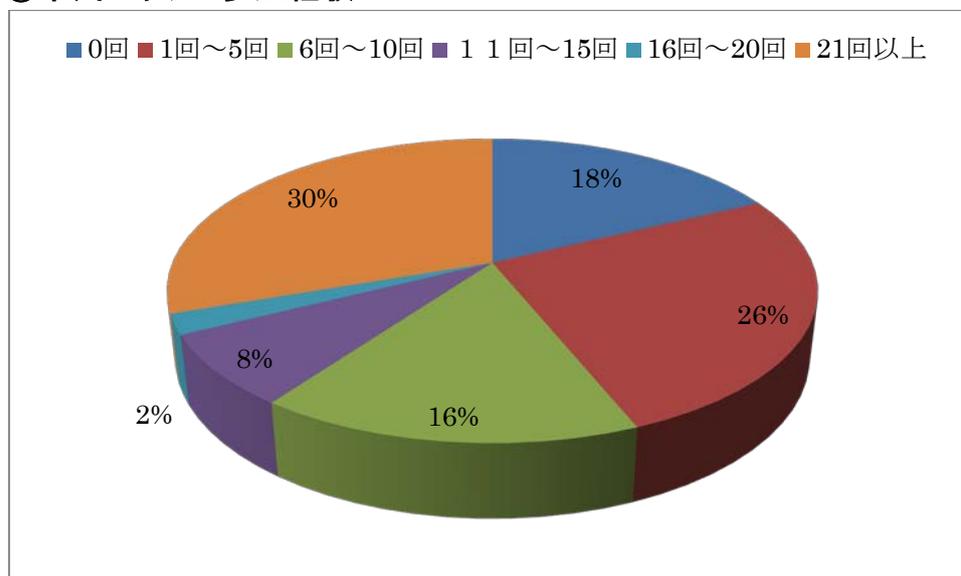
### ③住居の都道府県



参加ランナーがどこから大阪マラソンに参加したかを尋ねたところ、近畿県で半分近くを占めた。ちなみに大阪府は全体の34.1%となっている。このデータも参加ランナー全体の地域別参加割合とほぼ一致していて、調査対象の偏りはないといえる。

## (2) 市民マラソンの経験等について

### ①市民マラソン参加経験



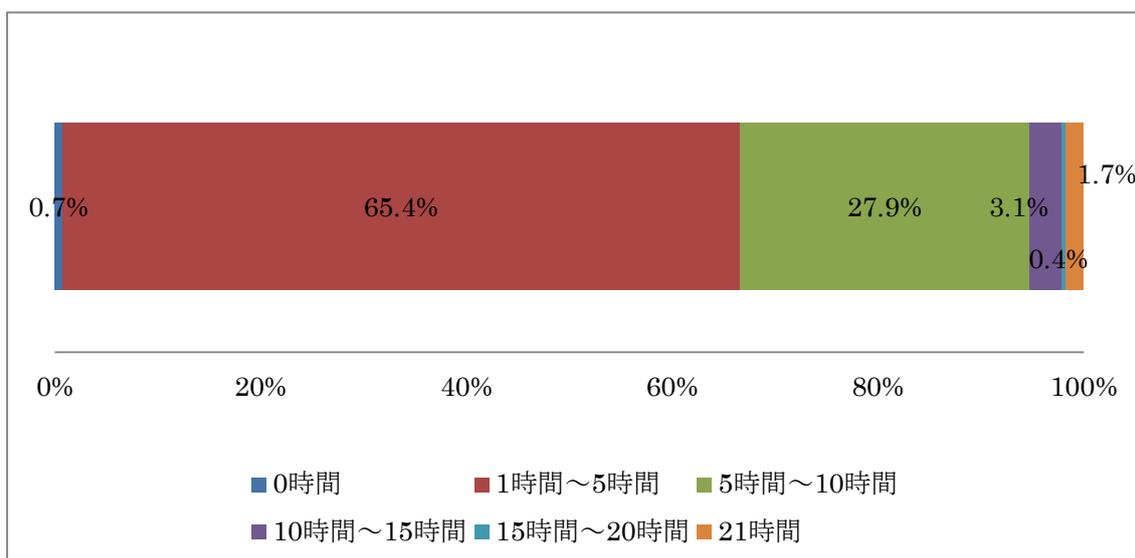
これまでの市民マラソンへの参加経験では0回、つまり初めて参加する人が18%である。1回から5回と市民マラソン初級者は26%、6回から15回の中級者は24%、16回以上のベテランが32%と偏りのない参加経験となっており、誰でも参加できている大会となっている。

## ②フルマラソン参加経験



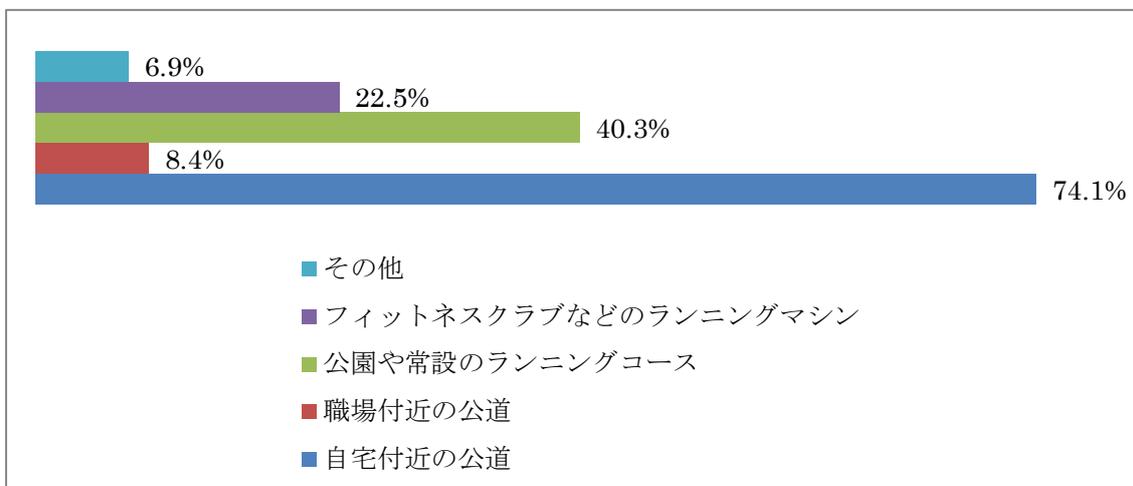
フルマラソンに初めて挑戦する人は26.4%と4人に一人の割合である。1回から5回の経験者は44.0%で、初めての人を合わせると7割の人がフルマラソンの経験は少ないといえる。もちろん、市民マラソンでフルマラソンが行われているところが少ないし、時間制限があって、出場できないという状況がこの背景にあることはいうまでもない。

## ③参加するための練習量(週当たりの時間)



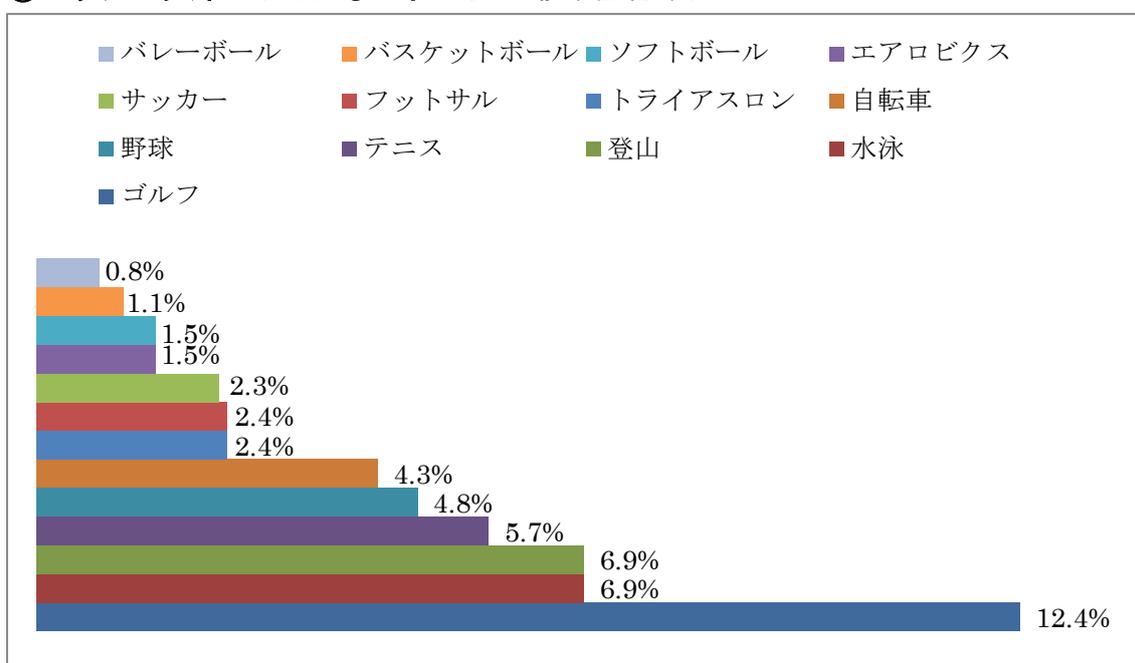
大阪マラソンを走るためにどれほど練習をしているのかを聞いてみると、週に1時間から5時間未満が最も多く65.4%である。競技マラソンからすれば、はるかに少ないと言わざるを得ない。また、5時間から10時間未満の27.9%を合わせると9割を超し、練習量が少ないのが市民マラソンの特徴でもあるが、その分、危険性も伴っているといえる。

#### ④練習場所（※複数回答あり）



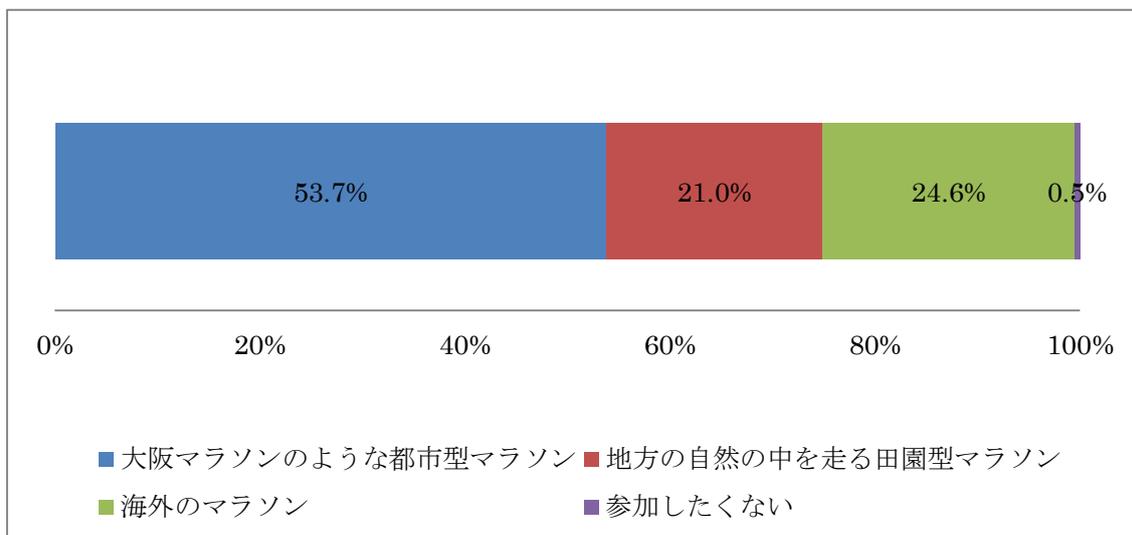
大阪マラソンで走るための練習場所について聞いてみたところ、自宅付近の公道が最も多かった。時間が少ないこととも関係するのだが、近くで手軽にトレーニングできる場所を選んでいるといえる。また、フィットネスクラブなどのランニングマシンを使ってトレーニングしている人が3番目に多いということは、このような都市型マラソンの特徴であるといえるのではないだろうか。

#### ⑤マラソン以外にしているスポーツ（※複数回答あり）



マラソン以外にしているスポーツではゴルフが最も多いが、水泳や登山、テニスなど多様である。走るということはすべてのスポーツの基本となる一方で、スポーツをしていれば誰でも走れると、安易にマラソンを捉えていることも拭いきれない。

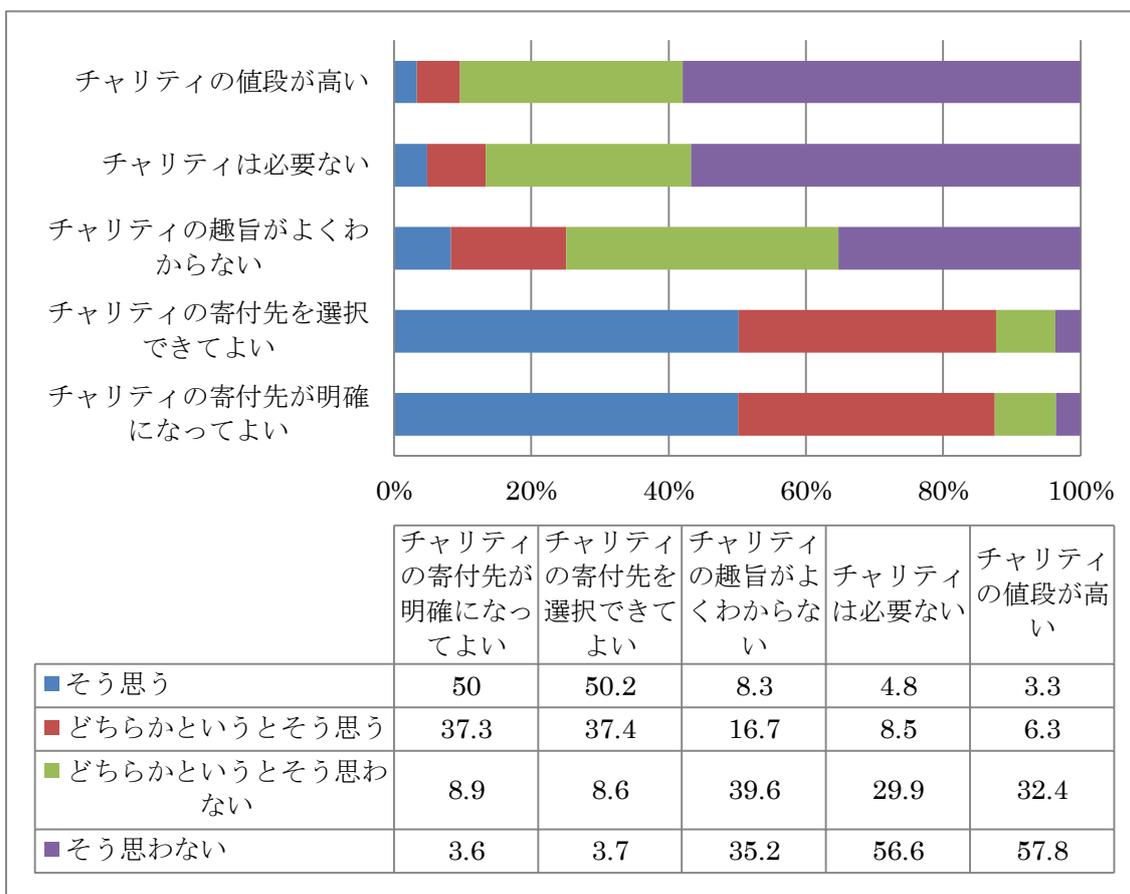
## ⑥今後一番参加したいマラソン大会



今後参加したいマラソン大会について聞いてみると、大阪マラソンのような都市型マラソンが53.7%で半数を超えており、その次は海外マラソンの24.6%で、地方の自然の中を走る田園型マラソンの21.0%を上回っている。大阪マラソンが都市型マラソンであることからこの結果はうなずける。

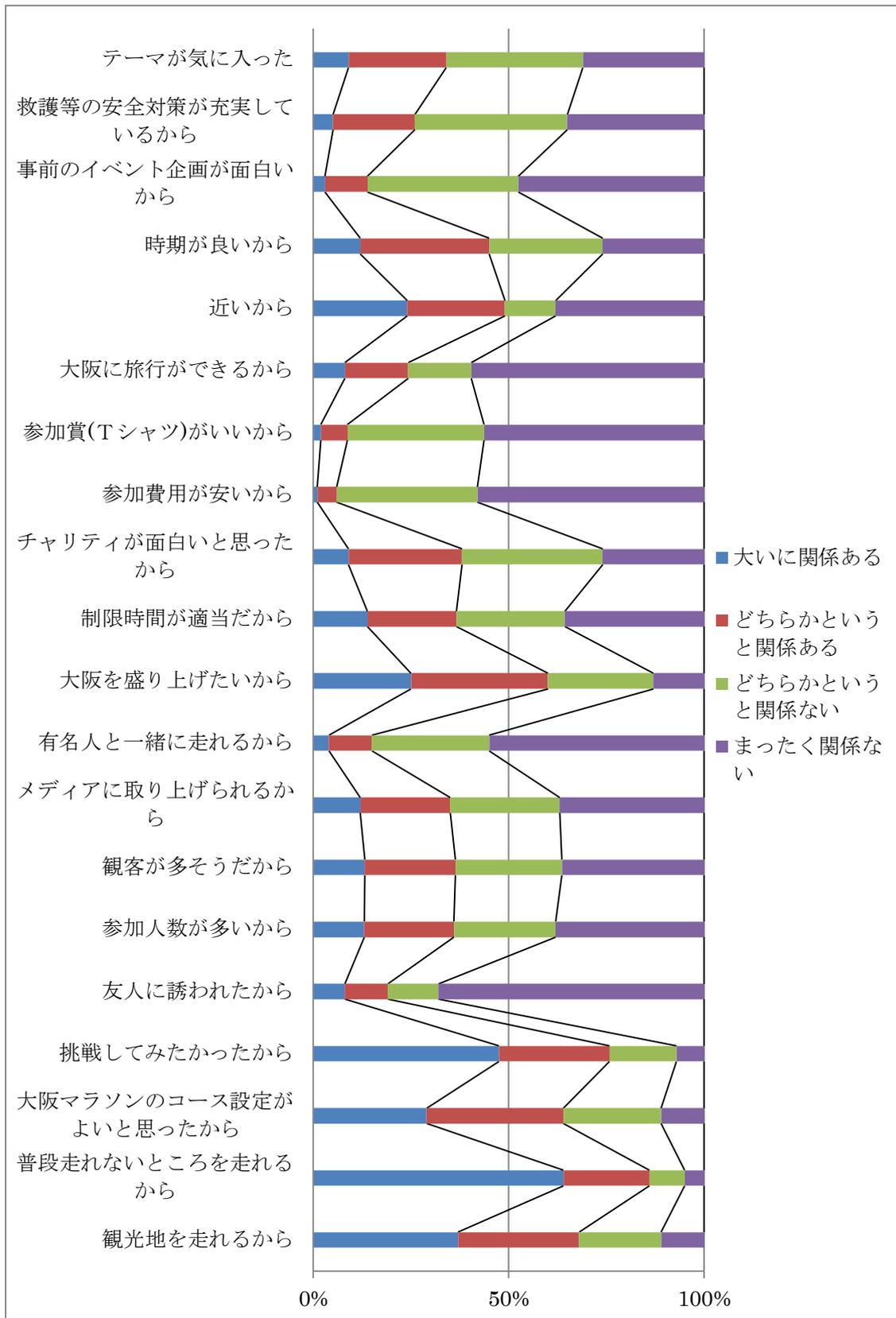
### (3)大会前のランナーの参加意識について

#### ①チャリティについての意識



今回の大阪マラソンのひとつの特徴である「チャリティ」について聞いてみた。チャリティの値段(500円)が高いと思っている人は9.6%とほとんどなく、チャリティが必要ないと思っている人も13.3%と少ない。また、「チャリティの寄付先が明確になってよい」が87.3%、「チャリティの寄付先を選択できてよい」は87.6%と、大阪マラソンのチャリティの方式に対して高く評価している。ただ、「チャリティの趣旨がよくわからない」という人が25.0%いることは、チャリティを進めていく上でのひとつの課題であるといえよう。

## ②大阪マラソンへの参加動機



%

	大いに 関係あ る	どちら かとい うと関 係ある	どちら かとい うと関 係ない	まったく 関係な い
観光地を走れるから	37	31	21	11
普段走れないところを走れるから	64	22	9	5
大阪マラソンのコース設定がよいと思ったから	29	35	25	11
挑戦してみたかったから	47	28	17	7
友人に誘われたから	8	11	13	68
参加人数が多いから	13	23	26	38
観客が多そうだから	13	23	27	36
メディアに取り上げられるから	12	23	28	37
有名人と一緒に走れるから	4	11	30	55
大阪を盛り上げたいから	25	35	27	13
制限時間が適当だから	14	23	28	36
チャリティが面白いと思ったから	9	29	36	26
参加費用が安いから	1	5	36	58
参加賞(Tシャツ)がいいから	2	7	36	58
大阪に旅行ができるから	8	16	16	59
近いから	24	25	13	38
時期が良いから	12	33	29	26
事前のイベント企画が面白いから	3	11	39	48
救護等の安全対策が充実しているから	5	21	39	35
テーマが気に入ったから	9	25	35	31

大阪マラソンにランナーとして参加した動機を聞いてみた。

最も多かったのは「普段は走れないところを走れるから」で、「大いに関係ある」と答えた人が64%で、「どちらかという関係ある」を含めると86%になる。これはマラソンの特徴でもある車道を走るという普段は走ってはいけないところがスポーツの舞台となるからである。とりわけ、今回の大阪マラソンでは、車では南行き一方通行の御堂筋を北に走ることができるのは、ランナーにとっては魅力的である。

これに関連して、「観光地を走れるから」が「大いに関係ある」と「どちらかという関係ある」を合わせると68%であり、都市マラソンのひとつの特徴になっている。

これらを総合的に考えて、「大阪マラソンのコース設定が良いと思ったから」を参加動機とし

て関係あるとした人が 64%となっている。

このことから、マラソンのコースに非日常性が担保されていることが、参加の強い動機となっていることがわかる。

次に多かった参加動機は「挑戦してみたかったから」で、「大いに関係ある」と「どちらかというに関係ある」を合わせると 75%となっている。これもマラソンの特徴であるそれぞれのランナーにあった挑戦ができるということである。「完走に挑戦する」「目標タイムに挑戦する」「友人と一緒にゴールすることに挑戦する」「何歳になっても走ることに挑戦する」などなど、ランナー自身が自分の能力に合わせて目標を設定し、その目標に挑戦することができるからである。

さらに、「大阪を盛り上げたいから」は、「大いに関係ある」と「どちらかというに関係ある」を合わせると 60%となっており、市民マラソンが地域の活性化ために有効に働く可能性を示唆している。

しかし、「事前のイベント企画が面白いから」「参加賞がいいから」「参加費が安いから」「有名人と一緒に走れるから」「友達に誘われたから」は「大いに関係ある」と「どちらかというに関係ある」を合わせても 20%にならない。マラソンとは直接関係のない事柄については参加動機とはなっていないことがわかる。

### ③大阪マラソンの参加動機構造(因子分析)

回転後の成分行列

	成分					
	1	2	3	4	5	6
テーマが気に入った	.794	.078	.172	.097	-.055	.015
チャリティが面白いと思ったから	.699	.056	.259	.075	-.049	.019
大阪を盛り上げたいから	.695	.205	-.056	.172	.251	.082
事前のイベントの企画が面白いから	.608	.187	.352	.104	-.049	-.052
救護等の安全対策が充実しているから	.587	.166	.423	.102	-.057	.047
メディア(新聞やテレビ)に取り上げられるから	.103	.836	.061	.080	-.006	.045
観客が多そうだから	.096	.816	.072	.138	-.144	.038
参加人数が多い(規模が大きい)から	.080	.771	.181	.016	-.019	-.017
有名人と一緒に走れるから	.231	.617	.169	.090	-.052	-.160
思い出や記念になるから	.287	.335	-.083	.219	.222	.052
参加費用が安いから	.237	.077	.670	-.002	-.245	-.007
時期がよいから	.105	.056	.637	.133	.272	.126
参加賞(Tシャツ)がいいから	.388	.177	.577	.030	-.186	-.086
制限時間が適当だから	.137	.129	.570	.105	.119	-.015
普段走れないところを走れるから	.084	.092	.056	.840	-.090	.015
観光地を走れるから	.105	.179	.085	.771	-.268	-.017
大阪マラソンのコース設定がよいと思ったから	.191	.054	.123	.756	.051	.062
近いから	.094	-.024	.288	-.102	.795	-.027
大阪に旅行ができるから	.102	.144	.211	.181	-.725	-.015
友人に誘われたから	.002	.189	.181	-.066	.125	-.723
挑戦してみたかったから	.068	.148	.230	-.005	.126	.683

因子抽出法: 主成分分析

回転法: Kaiser の正規化を伴うバリマックス法

a. 9 回の反復で回転が収束しました。

ランナーの大阪マラソンへの参加動機について、その構造を知るために因子分析を行なったところ、6つの因子を見出すことができた。

#### **第1因子: イベント企画因子**

「テーマが気に入った」「チャリティが面白いと思ったから」「大阪を盛り上げたいから」「事前のイベントの企画が面白いから」と、大阪マラソンにおけるイベントの企画に関する項目が上がっており、イベント企画因子とすることができる。

#### **第2因子: イベント注目因子**

「メディア(新聞やテレビ)に取り上げられるから」「観客が多そうだから」「参加人数が多い(規模が大きい)から」「有名人と一緒に走れるから」と大阪マラソンが社会的にどれだけ注目されているかを示す項目が上がっており、イベント注目因子とすることができる。

#### **第3因子: 参加条件因子**

「参加費用が安いから」「時期がよいから」「参加賞(Tシャツ)がいいから」「制限時間が適当だから」と大阪マラソンへの具体的な参加のための条件を示している項目が上がっており、参加条件因子と呼んでいいだろう。

#### **第4因子: コース設定因子**

「普段走れないところを走れるから」「観光地を走れるから」「大阪マラソンのコース設定がよいと思ったから」と走るコースの設定に関する項目が上がっており、コース設定因子とすることができる。

#### **第5因子: アクセス因子**

「近いから」「大阪に旅行ができるから(-7.25)」と大阪マラソンへのアクセスについての項目が上がっており、アクセス因子といえる。

#### **第6因子: 自己実現**

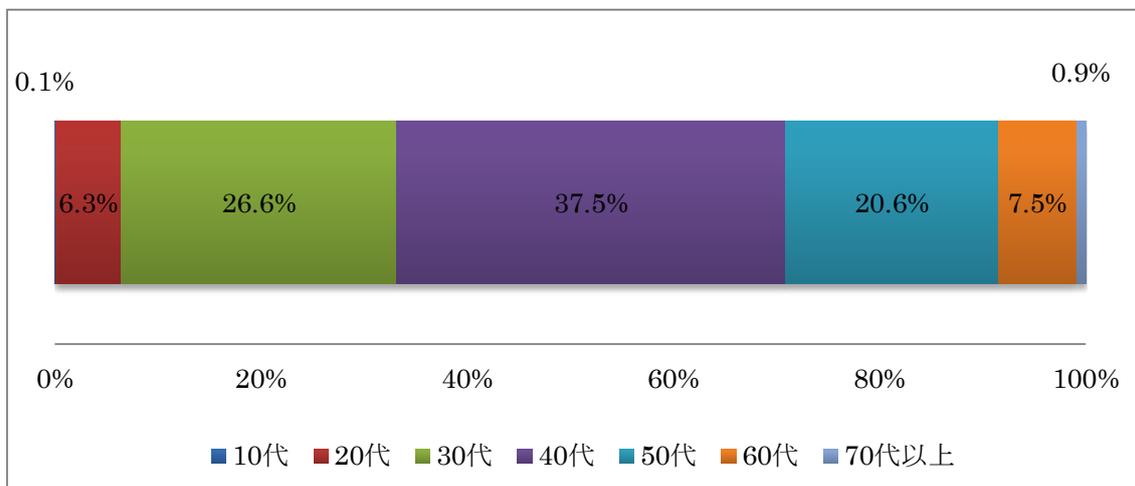
「友人に誘われたから(-7.23)」「挑戦してみたかったから」と自主的に挑戦するために参加する項目が上がっており、自己実現因子とすることができる。

これらから分かることは、大阪マラソンは、その大会の祭りという企画のコンセプトに対して賛同し、そして、それが社会的にどれだけ注目されているかということに誘発され、具体的な参加条件を検討し、普段は走れない観光コースに魅力を感じ、ツーリズムの要素と自己実現の可能性を加味して、参加を決定したとすることができる。

## 2) 大阪マラソン大会後調査

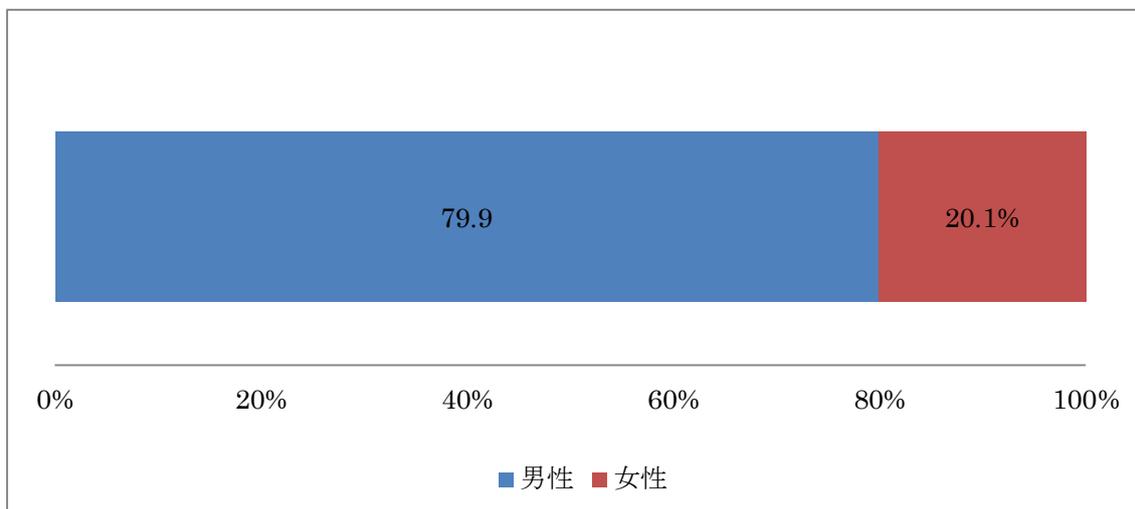
### (1) 調査対象の概要 (有効回答数:7,006 人)

#### ①年代



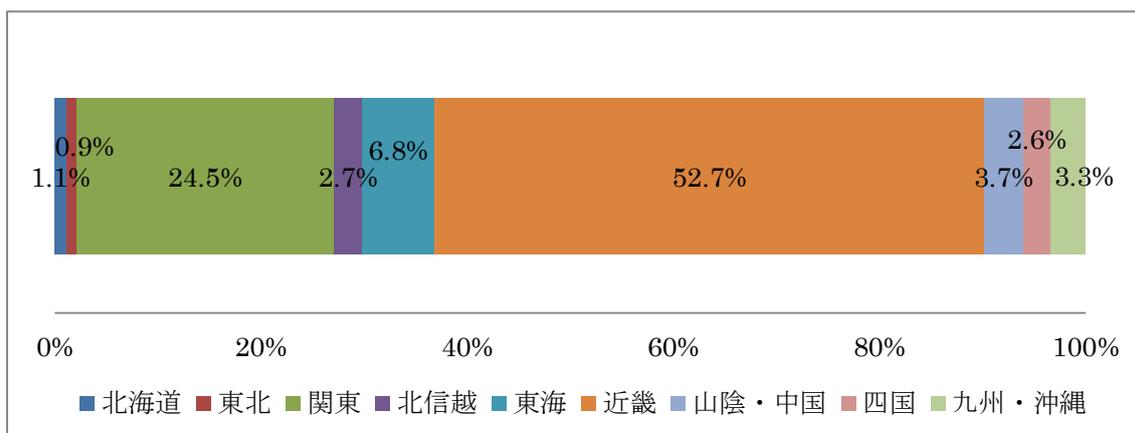
今回、大会後の調査に協力していただいたランナーは40代が37.5%(大会前36.1%)で最も多く、次に30代が26.6%(大会前25.2%)で、50代は20.6%(大会前22.4%)となっている。これは、参加ランナー全体の年齢層とほぼ一致しているし、大会前の調査の年代別の割合ともほぼ一致している。

#### ②性別



また性別では、男性が79.9%(大会前80.9%)女性が20.1%(大会前19.1%)と参加ランナーの性別割合とほぼ一致していて、大会前調査と同様に、母集団を代表するサンプルになっており、この調査の信頼性は担保されているといえる。

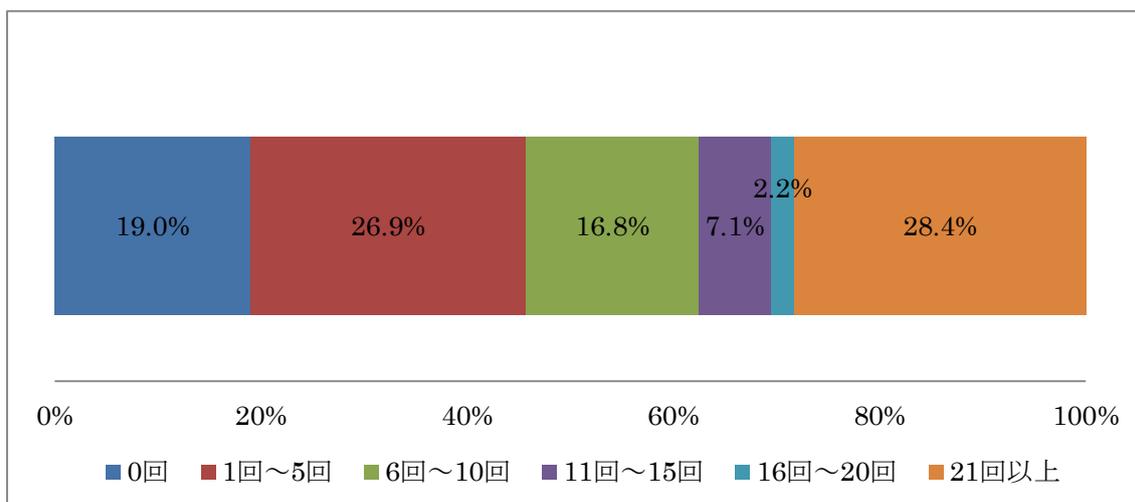
### ③住居の都道府県



大阪マラソンに参加したランナーがどこから来たのかを尋ねたところ、近畿県で半分近くを占めた。ちなみに大阪府は全体の34.0%となっている。これも大会前の調査と一致している。このデータも参加ランナー全体の地域別参加割合とほぼ一致していて、調査対象の偏りはないといえる。

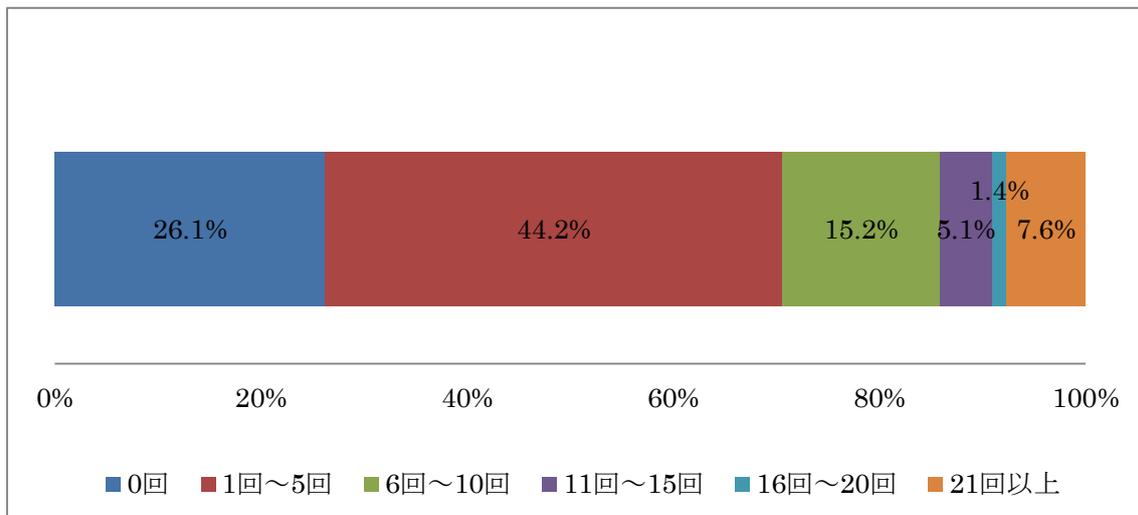
## (2)市民マラソンの経験等について

### ①市民マラソン参加経験



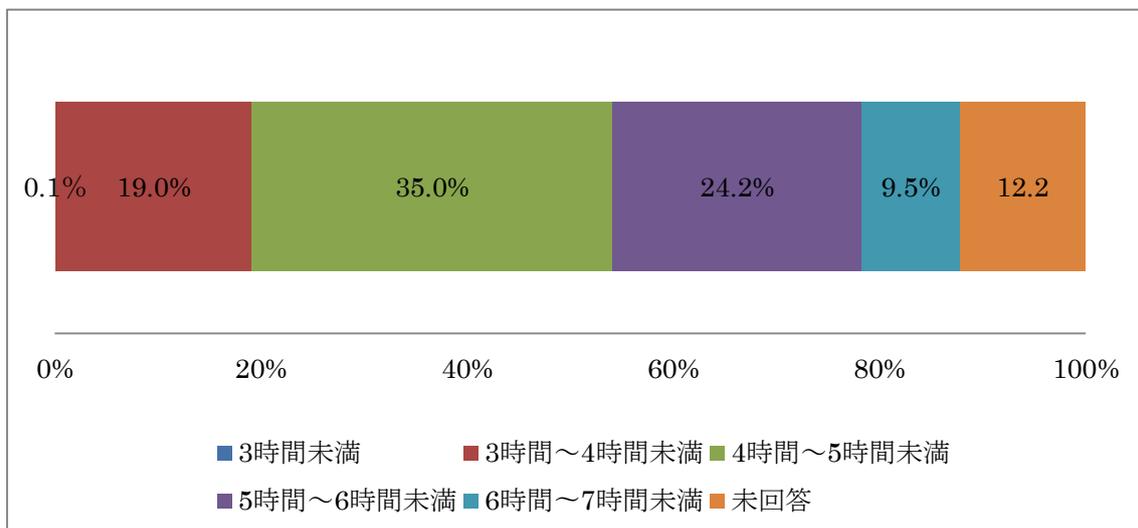
これまでの市民マラソンへの参加経験では、大阪マラソンが初めての参加となる人が19.0%(大会前18%)である。1回から5回と市民マラソン初級者は26.9%(大会前26%)、6回から15回の中級者は23.9%(大会前24%)、16回以上のベテランが30.6%(大会前32%)と、大会前の市民マラソン参加経験の割合とほぼ一致している。

## ②フルマラソン参加経験



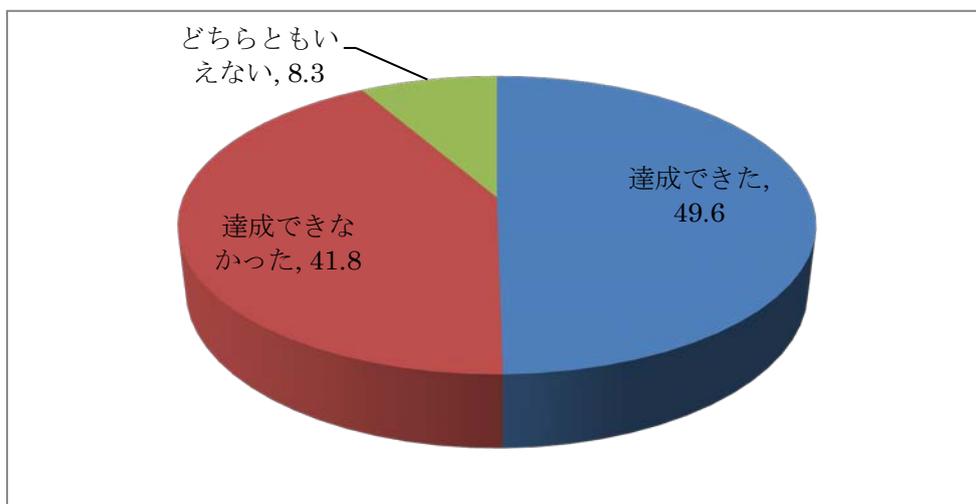
フルマラソンに初めて挑戦する人は26.1%(大会前26.4%)と4人に一人の割合である。1回から5回の経験者は44.2%(大会前44%)で、初めての人を合わせると7割の人がフルマラソンの経験は少ないといえる。これも、大会前のフルマラソン参加経験の割合とほぼ一致しており、初心者の参加の多い大会となっている。

## ③完走タイム



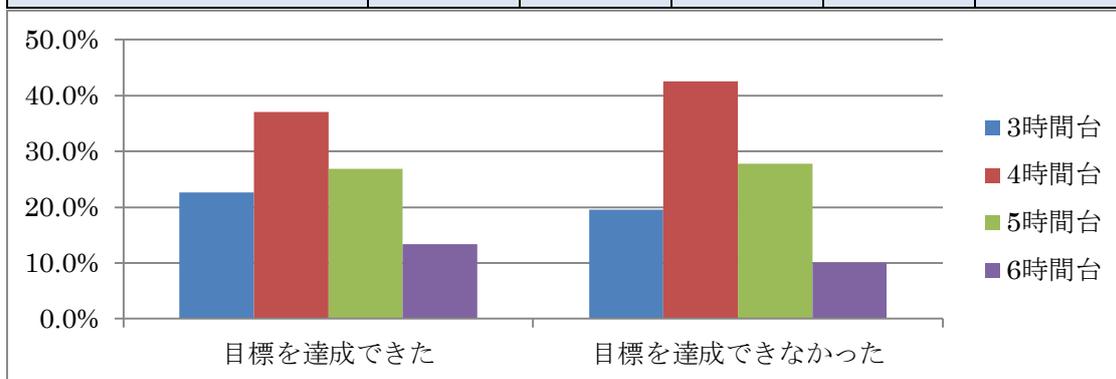
今回の大阪マラソンでの完走タイムを聞いてみた。4時間から5時間未満が35%で最も多く、5時間から6時間未満が24.2%で次に多く、この時間帯で6割近くになる。上記のマラソン経験からすると、妥当な完走タイムとなっている。

#### ④目標達成



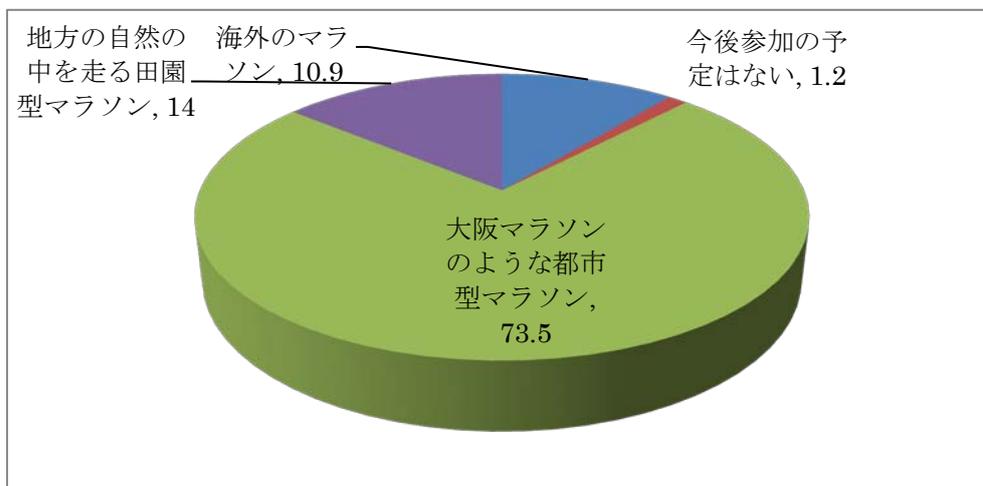
大阪マラソンに参加するときに設定した目標は達成したかどうかを聞いてみた。達成できた人は49.6%で、達成できなかった人の41.8%を上回った。そこで、完走タイムから目標タイムを達成できたかどうかをクロス分析で見てみた。

	3時間台	4時間台	5時間台	6時間台	総計
目標を達成できた	22.6%	37.1%	26.9%	13.4%	100.0%
目標を達成できなかった	19.6%	42.6%	27.8%	10.1%	100.0%
総計	21.2%	39.7%	27.3%	11.8%	100.0%



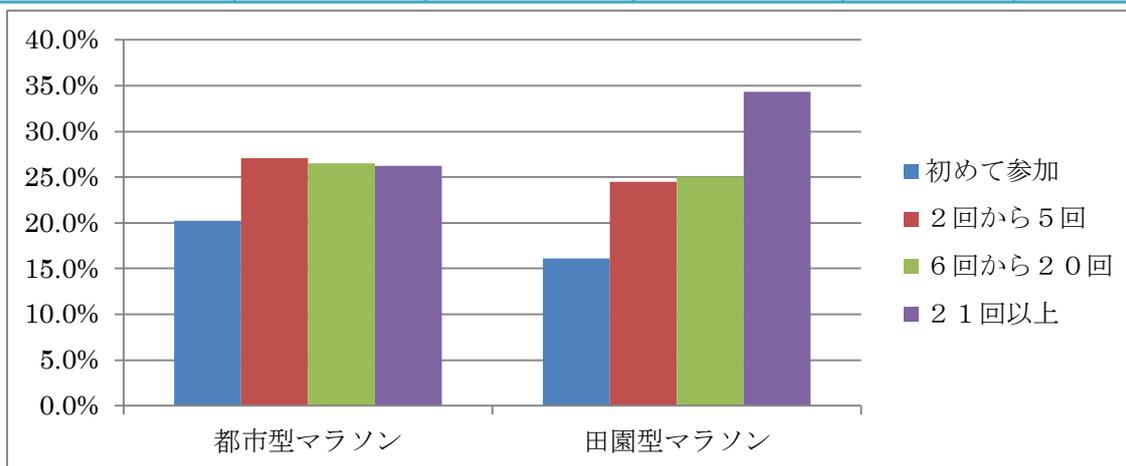
目標を達成できなかった人は4時間台、5時間台に多く、3時間台や6時間台では、目標を達成できたと考えている人が多い。つまり、完走タイムが4、5時間台の人は、ある程度目標タイムを設定していて、それが達成できなかったと考えられる。一方、6時間台の人は完走を目指していたので、目標を達成することができたと見ていいだろう。

### ⑤参加してみたいマラソン大会



今後参加したいマラソン大会について聞いてみると、大阪マラソンのような都市型マラソンが73.5%となっており、大会前が53.7%だったので、大阪マラソンに参加することによって20%も増えたことになる。このことは、今回の大阪マラソンを走ってみて、その魅力に気がついたことが変化の要因だと考えられる。

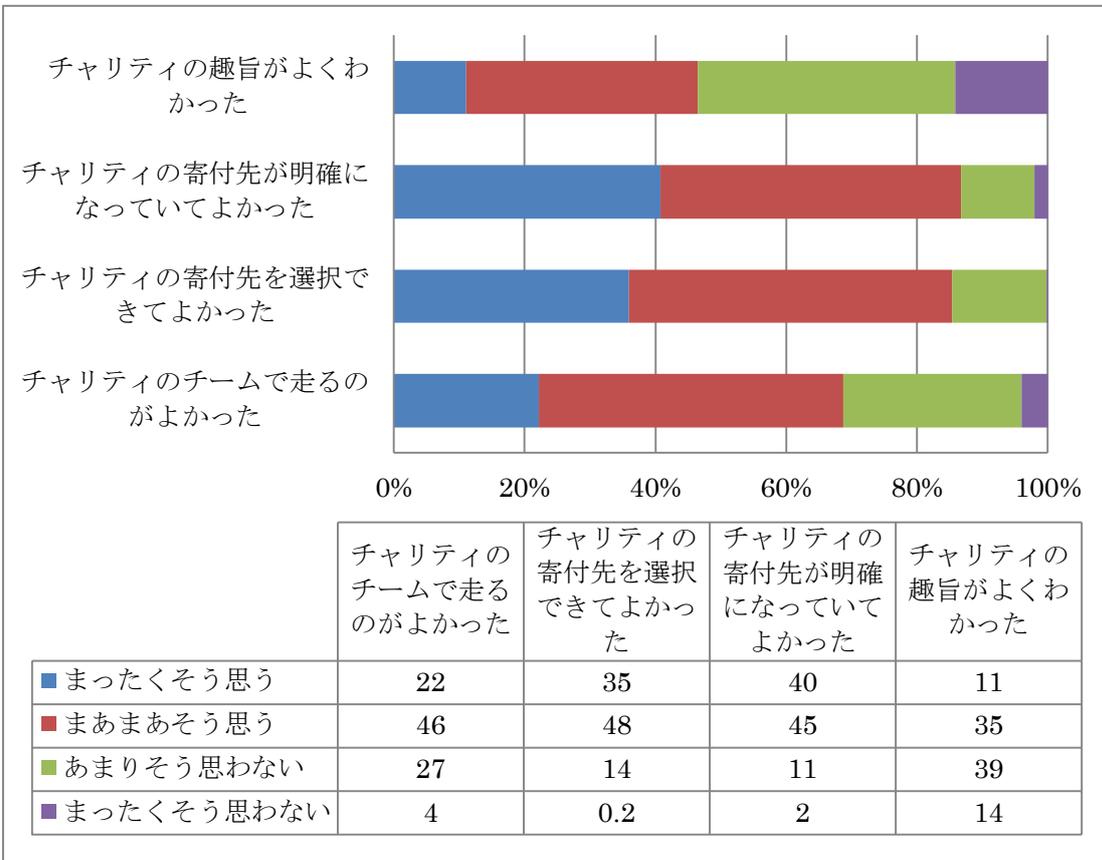
	初めて参加	2回から5回	6回から20回	21回以上	総計
都市型マラソン	20.2%	27.1%	26.5%	26.2%	100.0%
田園型マラソン	16.1%	24.5%	25.0%	34.3%	100.0%
総計	19.5%	26.6%	26.3%	27.5%	100.0%



そこで、この都市型マラソンを望む人と田園型マラソンを望む人を市民マラソン経験別に見てみた。初めて参加した人は都市型を望み、ベテランになるほど田園型マラソンを望むという結果になった。これは、走ることに主眼があるベテランと、走ること以外にもマラソンに求めることがある初心者との違いがその背景にあるのではないかと推察される。

### (3)大会後のランナーの参加意識について

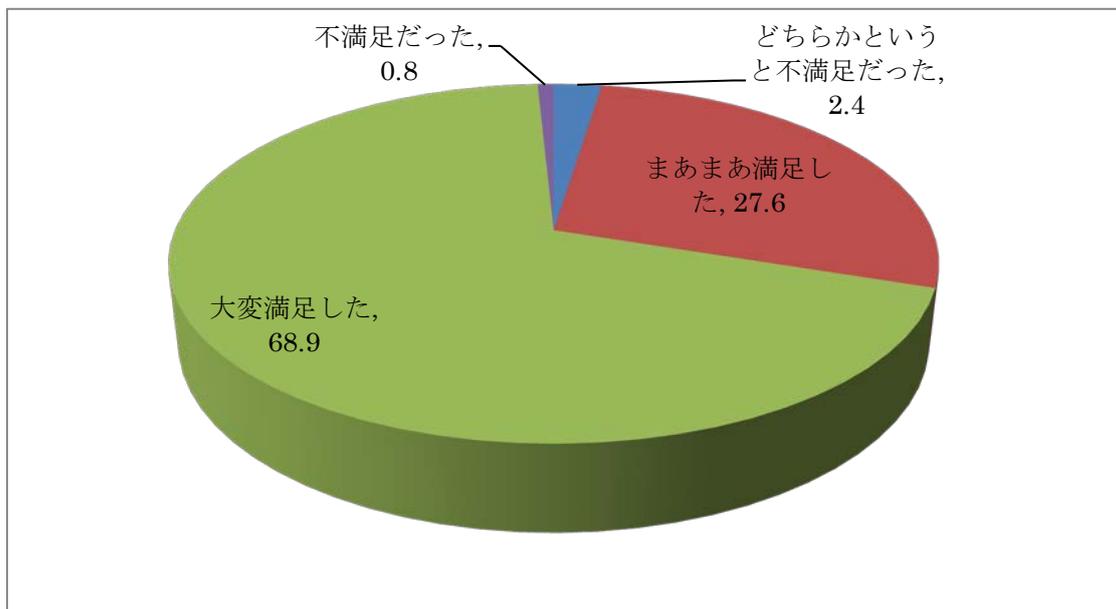
#### ①チャリティについての意識



今回の大阪マラソンのひとつの特徴である「チャリティ」について聞いてみた。

「チャリティの寄付先が明確になってよかった」が 85%(大会前 87.3%)、「チャリティの寄付先を選択できてよかった」は 83%(大会前 87.6%)と大阪マラソンのチャリティの方式に対しては大会前と同様、高く評価している。ただ、「チャリティの趣旨がよくわかった」という人が 46%と半分にも満たないことは、チャリティを進めていく上でのひとつの課題であるといえよう。また、「チャリティのチームで走るのがよかった」と思っていない人が 31%もいることも今後のチャリティを進めていく上での検討事項となろう。

## ②大会参加の満足度

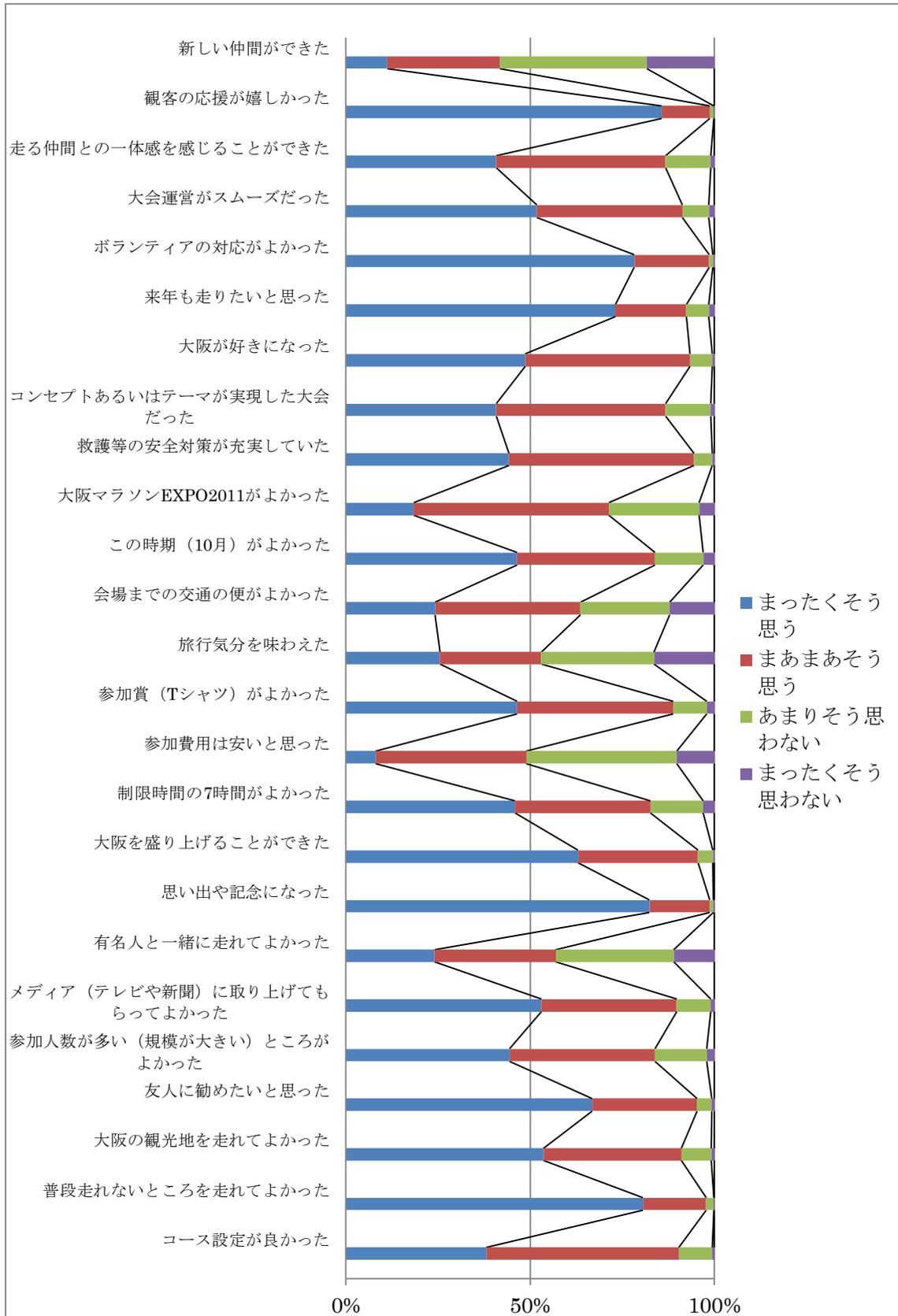


大阪マラソンに参加してみたの満足度を聞いてみた。68.9%の人が「大変満足した」と答えており、「まあまあ満足した」の27.6%を合わせると、96.5%の人が満足であると答えており、大阪マラソンが高く評価されているといえる。

このような満足度の高さは何によって得られたのだろうか。

次に、その要因について分析していくことにする。

### ③大阪マラソンの大会についての評価



	まったく そう 思う	まあ まあ そう 思う	あまり そう 思 わ な い	まったく そう 思 わ な い
コース設定が良かった	38.2	52.1	9.1	0.7
普段走れないところを走れてよかった	80.5	17.1	2.2	0.2
大阪の観光地を走れてよかった	53.3	37.7	8.2	0.8
友人に勧めたいと思った	66.4	28.6	4.3	0.7
参加人数が多い(規模が大きい)ところがよかった	44.2	39.6	13.9	2.3
メディア(テレビや新聞)に取り上げてもらってよかった	52.4	36.6	9.2	1.8
有名人と一緒に走れてよかった	23.0	33.2	32.9	11.0
思い出や記念になった	81.4	16.8	1.4	0.4
大阪を盛り上げることができた	62.8	32.6	4.2	0.4
制限時間の7時間がよかった	45.8	36.1	14.5	3.7
参加費用は安いと思った	8.9	40.5	39.9	10.7
参加賞(Tシャツ)がよかった	46.4	42.0	9.6	2.0
旅行気分を味わえた	25.1	27.8	30.9	16.2
会場までの交通の便がよかった	24.5	39.0	24.1	12.4
この時期(10月)がよかった	46.0	37.4	13.6	3.0
大阪マラソン EXPO2011 がよかった	18.8	52.0	24.0	4.2
救護等の安全対策が充実していた	44.1	50.1	5.2	0.6
コンセプトあるいはテーマが実現した大会だった	40.9	45.7	12.0	1.4
大阪が好きになった	48.3	44.5	6.6	0.6
来年も走りたいと思った	72.6	19.4	6.4	1.6
ボランティアの対応がよかった	77.9	20.0	1.7	0.4
大会運営がスムーズだった	51.3	39.3	7.8	1.6
走る仲間との一体感を感じることができた	40.9	45.0	12.4	1.7
観客の応援が嬉しかった	85.4	13.2	1.2	0.3
新しい仲間ができた	11.5	30.4	39.8	18.2

上記の満足度の内容について見るために、参加ランナーに大阪マラソンについて大会評価をしてもらった。

最も評価が高かったのは、「観客の応援が嬉しかった」で、「まったくそう思う」(85.4%)、「まあまあそう思う」(13.2%)を合わせると、98.6%の人が観客の応援に支えられて走ったと感じ

ている。さらに、「ボランティアの対応がよかった」も、「まったくそう思う」(77.9%)、「まあまあそう思う」(20.0%)を合わせると 97.9%の人が高く評価しており、ボランティア活動に対する感謝の気持ちは強かったといえる。これらランナーを支える観客とボランティアとの一体感を感じている人が多いのは、自由記述においても多く述べられているところであり、市民マラソンの特徴であるといえよう。

同じように評価が高かったのは「普段走れないところを走れてよかった」で、「まったくそう思う」「まあまあそう思う」を合わせて 97.6%(大会前 86%)になる。この項目は、大会前の参加理由で一番に上がっていたが、さらに評価する人が増えて、非日常性の担保が市民マラソンの重要な要素になっているといえる。

また、同じく「思い出や記念になった」とする人も「まったくそう思う」(81.4%)「まあまあそう思う」(16.8%)を合わせて 98.2%と多く、大阪マラソンがスポーツイベントとして高く評価されていたことがうかがえる。

「大阪を盛り上げることができた」とする人は、「まったくそう思う」(62.8%)「まあまあそう思う」(32.6%)を合わせて 95.4%(大会前 60%)と多く、大阪マラソンが地域の活性化に役立つ可能性があることを示唆している。

このような状況で、「来年も走りたいと思った」が、「まったくそう思う」(72.6%)、「まあまあそう思う」(19.4%)を合わせて、92.0%の人が賛同しており、リピーター率が高くなることが予想される。

一方、評価の低い項目もある。「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」の否定的な評価で見ると、「新しい仲間ができた」では、58.0%の人が否定的である。これは参加人数が多いこと、交流の機会が少ないことなどが考えられる。市民マラソンに期待することの一つでもあるので、今後の対応が望まれる。

その他、否定的な評価では「参加費用が安いと思った」(50.6%)、「旅行気分を味わえた」(47.1%)、「有名人と一緒に走れてよかった」(43.9%)、「会場までの交通の便がよかった」(36.5%)、「大阪マラソン EXPO2011 がよかった」(28.2%)となっており、これらは自由記述の中でも課題としてあがっているので、今後の検討が必要かと思われる。

#### ④大阪マラソンの大会評価構造(因子分析)

回転後の成分行列<sup>a</sup>

	成分			
	1	2	3	4
ボランティアの対応がよかった	.718	.062	.129	.072
大会運営がスムーズだった	.665	-.013	.184	.239
救護等の安全対策が充実していた	.571	.117	-.017	.310
観客の応援がうれしかった	.537	.221	.244	-.033
コンセプトあるいはテーマが実現した大会だった	.504	.295	.134	.295
来年も走りたいと思った	.480	.243	.428	.031
大阪が好きになった	.465	.302	.317	.285
走る仲間との一体感を感じることができた	.419	.390	.138	.285
メディア(新聞やテレビ)に取り上げられてよかった	.206	.685	.176	.059
有名人と一緒に走れてよかった	.043	.668	.138	.192
制限時間の7時間がよかった	.037	.569	-.014	.247
参加人数が多い(規模が大きい)ところがよかった	.134	.554	.239	.197
大阪を盛り上げることができた	.429	.498	.200	.034
思い出や記念になった	.307	.456	.364	.040
大阪の観光地を走れてよかった	.063	.188	.709	.288
普段走れないところを走れてよかった	.145	.186	.707	.072
コース設定がよかった	.177	.025	.685	.248
友人に勧めたいと思った	.388	.277	.610	.067
旅行気分を味わえた	-.098	-.014	.209	.670
参加費用は安いと思った	.070	.245	.114	.546
参加賞(Tシャツ)がよかった	.180	.162	.014	.496
大阪マラソンEXPO2011がよかった	.293	.291	.045	.466
会場までの交通の便がよかった	.244	-.108	.213	.463
新しい仲間ができた	.214	.241	.029	.398
この時期(10月)がよかった	.095	.188	.110	.365

因子抽出法: 主成分分析

回転法: Kaiser の正規化を伴うバリマックス法

a. 8 回の反復で回転が収束しました。

大阪マラソンにランナーとして参加してみたの大会評価について、因子分析を行なったところ、4つの因子を見出すことができた。

#### **第1因子: マネジメント因子**

「ボランティアの対応がよかった」「大会運営がスムーズだった」「救護等の安全対策が充実していた」「観客の応援がうれしかった」「コンセプトあるいはテーマが実現した大会だった」「来年も走りたいと思った」「大阪が好きになった」「走る仲間との一体感を感じることができた」と大会運営に関する評価項目が上がっており、マネジメント因子といえる。

#### **第2因子: イベント盛り上げ因子**

「メディア(新聞やテレビ)に取り上げられてよかった」「有名人と一緒に走れてよかった」「制限時間の7時間がよかった」「参加人数が多い(規模が大きい)ところがよかった」「大阪を盛り上げることができた」と今回の大会の盛り上げに関する評価項目が上がっており、イベント盛り上げ因子と呼ぶことができる。

#### **第3因子: コース設定因子**

「大阪の観光地を走れてよかった」「普段走れないところを走れてよかった」「コース設定がよかった」と走るコースの設定に関する評価項目が上がっており、コース設定因子といえる。

#### **第4因子: アタッチメント因子**

「旅行気分を味わえた」「参加費用は安いと思った」「参加賞(Tシャツ)がよかった」「大阪マラソン EXPO2011 がよかった」「会場までの交通の便がよかった」とマラソンに直接関係する要因ではなく、それを取り巻く付加価値についての評価項目が上がっており、アタッチメント因子と呼ぶことができる。

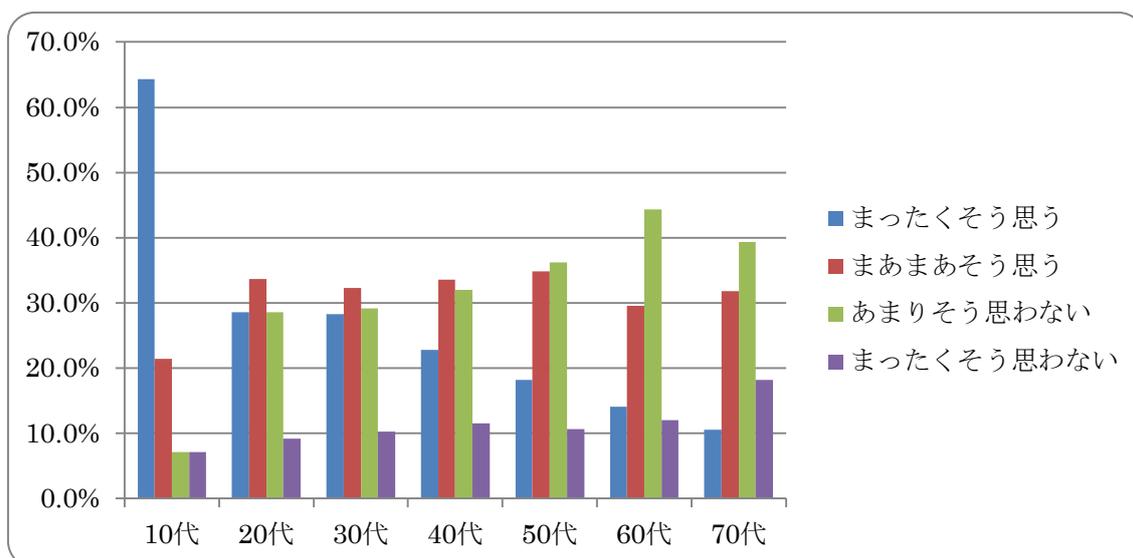
大阪マラソンにランナーとして参加しての評価は、大会運営におけるホスピタリティの良さに尽きる。とりわけ、ボランティアの人のサポートや観客の応援が大会評価を規定しているようである。さらに、大会が盛り上がっているかという雰囲気も評価に大いに関係している。そして、コースの設定が魅力的であるかが評価を高めているといえる。

#### (4)年齢別に見たランナーの参加意識について

##### ①有名人と一緒に走れてよかった

今回の参加者の年齢別から見て、「有名人と一緒に走れてよかった」の質問に対して、「まったくそう思う」と答えている10代の方が64.3%と一番高く、20代が28.5%でそれ以降年齢が高くなるにつれて低くなっており、70代では10.6%と低い値であった。このことは、若者は有名人と走れたことをよかったと思っているが、年配の方は純粋にマラソンを楽しんでいたということができる。

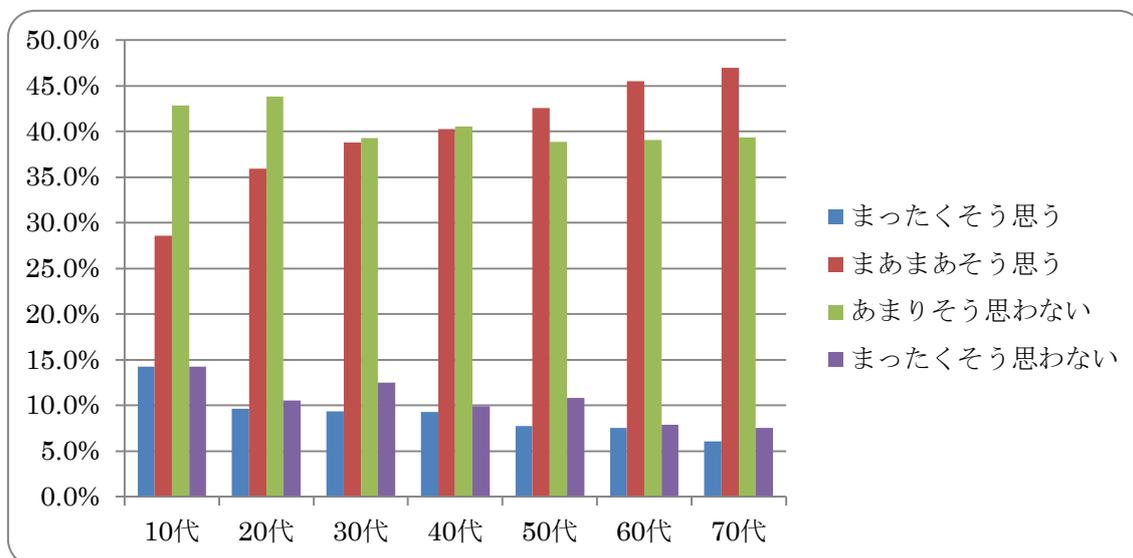
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
10代	64.3%	21.4%	7.1%	7.1%	100.0%
20代	28.5%	33.7%	28.5%	9.2%	100.0%
30代	28.3%	32.3%	29.2%	10.2%	100.0%
40代	22.8%	33.6%	32.0%	11.6%	100.0%
50代	18.2%	34.8%	36.2%	10.7%	100.0%
60代	14.1%	29.5%	44.4%	12.0%	100.0%
70代	10.6%	31.8%	39.4%	18.2%	100.0%
総計	23.0%	33.2%	32.9%	11.0%	100.0%



## ②参加費用は安いと思った

今回の参加者の年齢別から見て、「参加費用は安いと思った」の評価に対して、40代では「まあまあそう思う」が40.3%、「あまりそう思わない」が40.5%で、ほぼ同じ値であったが、若くなるにつれ「あまりそう思わない」の値が高くなり、年配になるにつれ「まあまあそう思う」の値が高くなる結果であった。このことから、若い人は参加費用が高いと感じていたといえる。

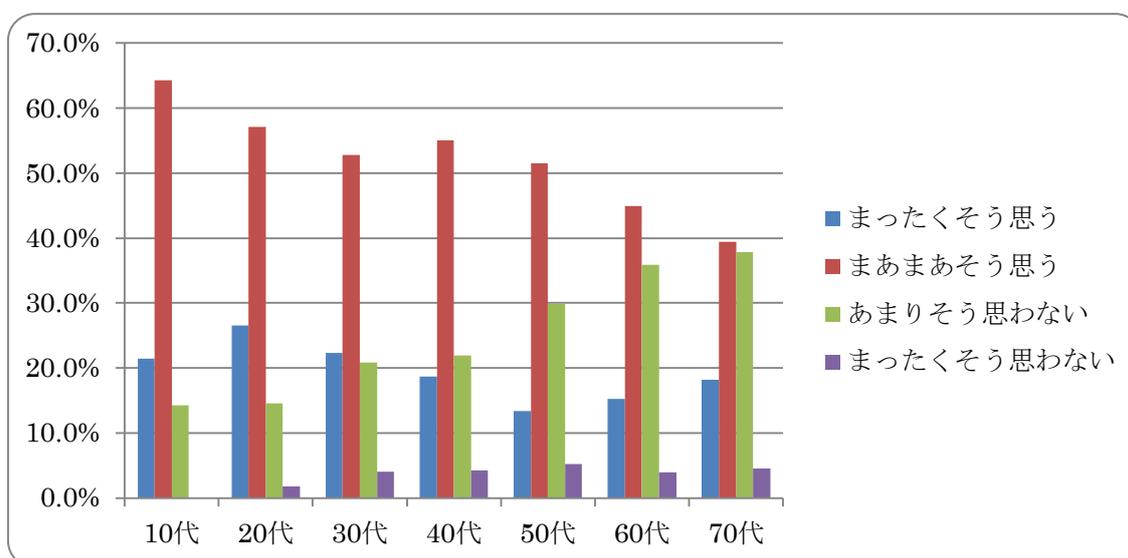
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
10代	14.3%	28.6%	42.9%	14.3%	100.0%
20代	9.7%	36.0%	43.8%	10.6%	100.0%
30代	9.4%	38.8%	39.3%	12.5%	100.0%
40代	9.3%	40.3%	40.5%	10.0%	100.0%
50代	7.7%	42.6%	38.8%	10.9%	100.0%
60代	7.5%	45.5%	39.1%	7.9%	100.0%
70代	6.1%	47.0%	39.4%	7.6%	100.0%
総計	8.9%	40.5%	39.9%	10.7%	100.0%



### ③大阪マラソン EXPO2011 がよかった

「大阪マラソン EXPO2011 が良かった」の評価に対して、今回の参加者の年齢別から見てみると、10代で「まあまあそう思う」という回答が64.3%とその割合が他の年代と比べて一番高く、「あまりそう思わない」は14.3%で最も低かった。逆に70代では「まあまあそう思う」が39.4%と一番低く、「あまりそう思わない」が37.9%で最も高いという結果であった。このことから、大阪マラソン EXPO2011 は、若者にはある程度評価されたが、年齢が上がるにつれて、評価が低くなるという傾向であった。

	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
10代	21.4%	64.3%	14.3%	0.0%	100.0%
20代	26.5%	57.1%	14.6%	1.8%	100.0%
30代	22.3%	52.8%	20.8%	4.1%	100.0%
40代	18.7%	55.1%	21.9%	4.3%	100.0%
50代	13.4%	51.5%	29.9%	5.3%	100.0%
60代	15.2%	44.9%	35.9%	3.9%	100.0%
70代	18.2%	39.4%	37.9%	4.5%	100.0%
総計	18.8%	53.0%	24.0%	4.2%	100.0%

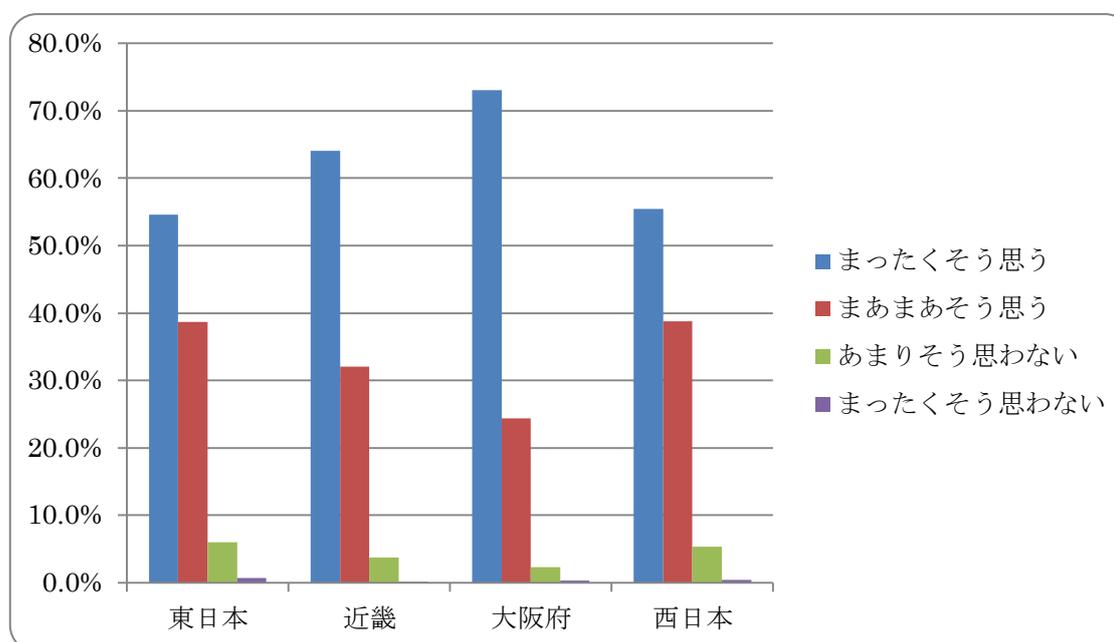


## (5) 地域別に見たランナーの参加意識について

### ① 大阪を盛り上げることができた

「大阪を盛り上げることができた」という人は「まったくそう思う」と「まあまあそう思う」を合わせて9割を超えている。大会前が6割だったので、この項目は大会後に評価が高くなっているといえる。それを、地域別に見てみると、やはり、地元大阪府の人が大阪を盛り上げることができたとの地域よりも強く感じており、さらに、近畿の人も大阪を盛り上げることができたと考えている人が多い。これらのことから、大阪マラソンはある面、地元の人が地域を活性化することに有効に働く可能性があると言えよう。

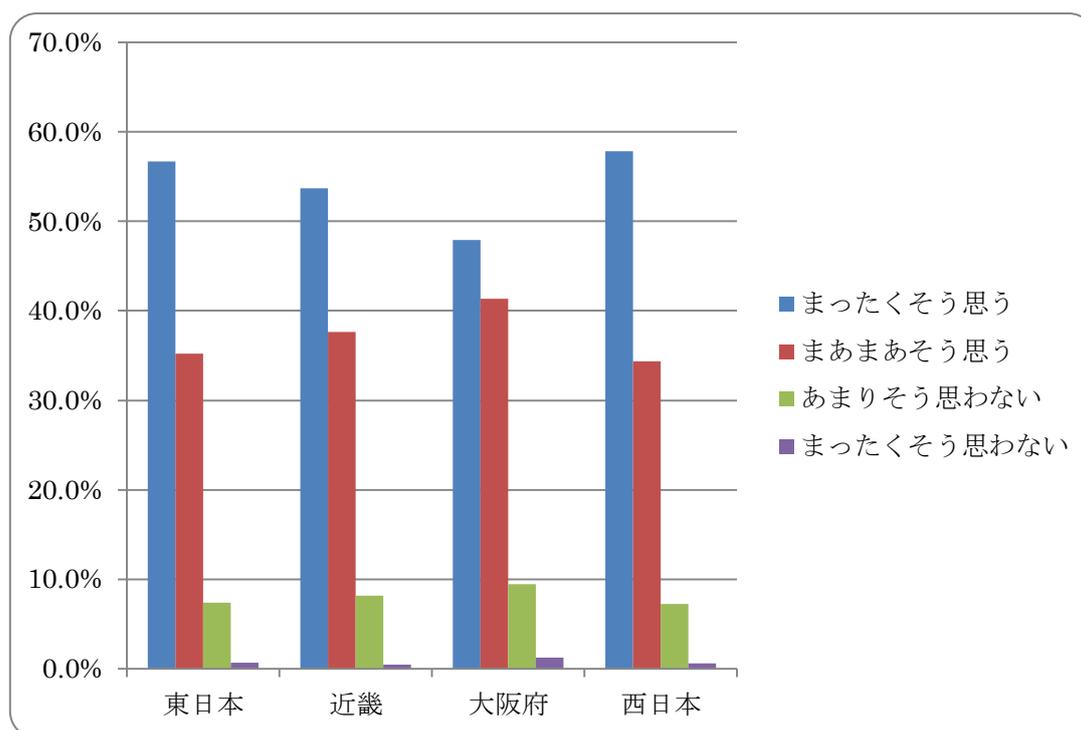
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
東日本	54.6%	38.7%	6.0%	0.7%	100.0%
近畿	64.1%	32.0%	3.7%	0.2%	100.0%
大阪府	73.1%	24.4%	2.3%	0.3%	100.0%
西日本	55.4%	38.8%	5.4%	0.4%	100.0%
総計	62.8%	32.6%	4.2%	0.4%	100.0%



## ②大阪の観光地を走れてよかった

「大阪の観光地を走れてよかった」では、「まったくそう思う」と「まあまあそう思う」を合わせると9割になり、高く評価されている。この項目について地域別で見ると、東日本と西日本に高く評価している人が多く、やはり、マラソンと観光を合わせたスポーツツーリズムが大阪マラソンでも参加する目的の一つであるといえることができる。

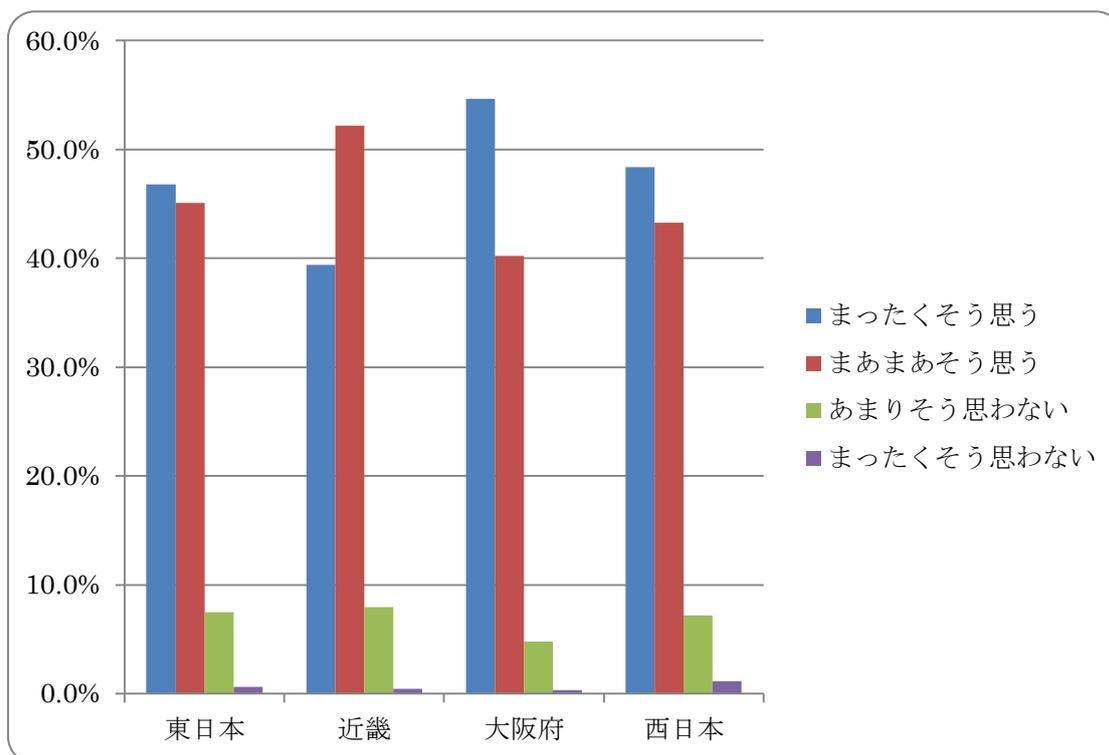
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
東日本	56.7%	35.2%	7.3%	0.7%	100.0%
近畿	53.7%	37.7%	8.1%	0.5%	100.0%
大阪府	47.9%	41.4%	9.5%	1.2%	100.0%
西日本	57.9%	34.4%	7.2%	0.6%	100.0%
総計	53.3%	37.7%	8.2%	0.8%	100.0%



### ③大阪が好きになった

大阪マラソンを走ってみて、「大阪が好きになった」かどうかでは、「まったくそう思う」と「まあまあそう思う」を合わせて9割の人が大阪が好きになったと答えている。これを地域別で見ると、地元の大阪の人の方が、他の地域の人よりも大阪が好きになったと答えている割合が高く、地域に対する愛着がこの大阪マラソンで生まれてきたといえることができる。その点で、郷土愛（ローカルアイデンティティ）を育てる上で、市民マラソンが有効に働く可能性があると言える。

	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
東日本	46.8%	45.1%	7.5%	0.7%	100.0%
近畿	39.4%	52.2%	8.0%	0.5%	100.0%
大阪府	54.6%	40.2%	4.8%	0.3%	100.0%
西日本	48.4%	43.3%	7.2%	1.1%	100.0%
総計	48.3%	44.5%	6.6%	0.6%	100.0%



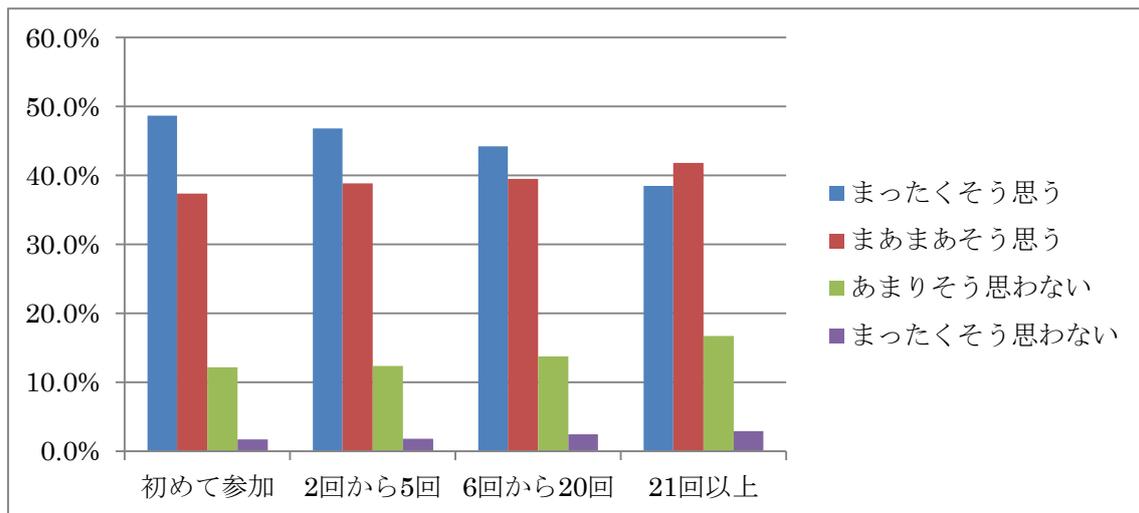
## (6) 市民マラソン参加経験別に見たランナーの参加意識について

これまでの市民マラソンへの参加経験を「初めて参加した」「2回から5回参加した」「6回から20回参加した」「21回以上参加した」の4段階に分けて、大阪マラソンに参加しての評価を分析してみた。

### ①参加人数が多い(規模が大きい)ところがよかった

「参加人数が多い(規模が大きい)ところがよかった」と答えている人は「まったくそう思う」と「まあまあそう思う」の肯定的な評価を合わせて8割以上になる。この項目を市民マラソン経験別に見てみると、「まったくそう思う」「まあまあそう思う」の肯定的評価は経験を積むほどその割合が少なくなり、逆に「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」の否定的評価は経験を積むほどその割合が多くなる。つまり、大会規模が大きいほど良いと思っているのは初心者であるという結果であった。ベテランになると走ることに集中したいと思う人が多く、あまり人数が多いと走りにくいということが、この結果に現れていると考えられる。

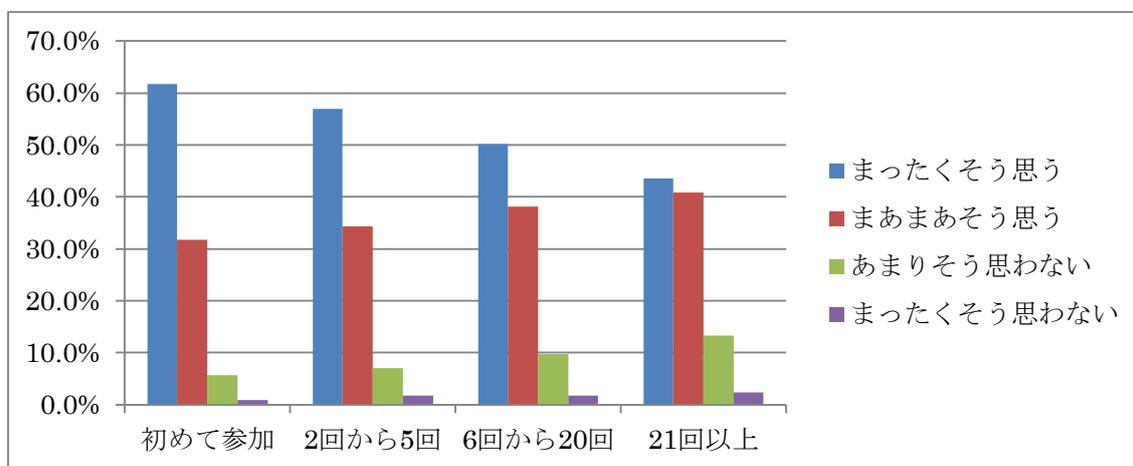
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
初めて参加した	48.7%	37.4%	12.2%	1.7%	100.0%
2回から5回	46.9%	38.9%	12.4%	1.9%	100.0%
6回から20回	44.2%	39.5%	13.8%	2.4%	100.0%
21回以上	38.5%	41.9%	16.7%	2.9%	100.0%
総計	44.2%	39.6%	13.9%	2.3%	100.0%



## ②メディア(テレビや新聞)に取り上げてもらってよかった

「メディア(テレビや新聞)に取り上げてもらってよかった」と答えている人は、「まったくそう思う」と「まあまあそう思う」を合わせて9割近くになる。この項目を市民マラソン経験別に見てみると、「まったくそう思う」「まあまあそう思う」の肯定的評価は経験を積むほど割合が少なくなり、逆に「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」の否定的評価は経験を積むほど割合が多くなる。つまり、経験が浅いほどメディアに取り上げてもらってよかったと思っている。これも、前述の大会規模が大きくて良かったと同じように、ベテランになると走ることに専念したいと思っているが、初心者はメディアへの露出や話題性といった大会の付加価値に関心があるようである。

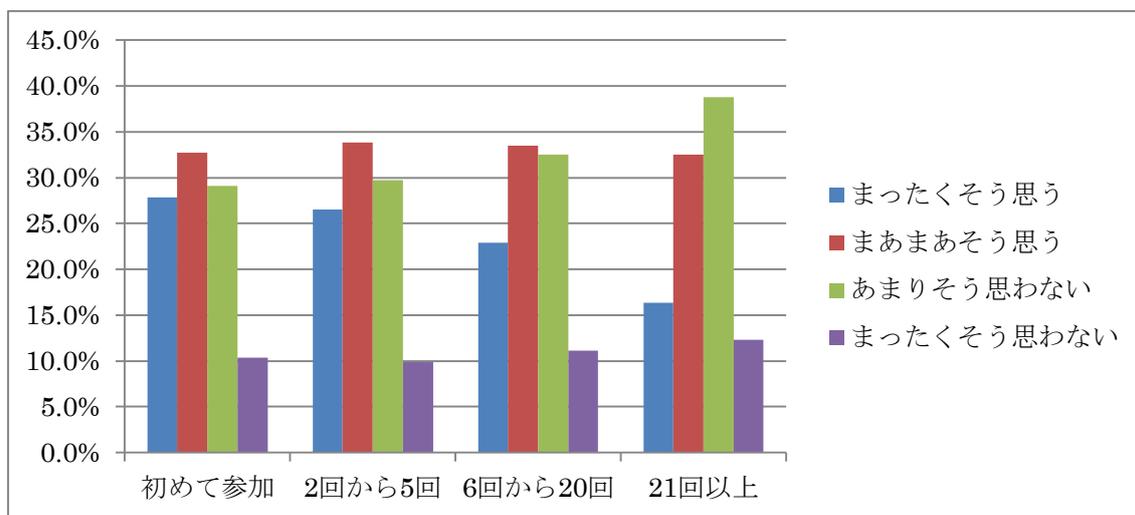
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
初めて参加	61.8%	31.7%	5.6%	0.9%	100.0%
2回から5回	57.0%	34.3%	7.0%	1.7%	100.0%
6回から20回	50.2%	38.2%	9.8%	1.8%	100.0%
21回以上	43.5%	40.8%	13.3%	2.4%	100.0%
総計	52.4%	36.6%	9.2%	1.8%	100.0%



### ③有名人と一緒に走れてよかった

「有名人と一緒に走れてよかった」と答えている人は「まったくそう思う」と「まあまあそう思う」を合わせて6割に満たない。この項目を市民マラソン経験別に見てみると、「まったくそう思う」という肯定は経験が浅いほどその割合が大きくなり、逆に「あまりそう思わない」という否定は経験を積むほどその割合が大きくなる。つまり、経験が浅いほど有名人と走れたことを喜んでいくことになる。これも、前述の大会規模が大きいのが良いやメディアに取り上げてもらって良いと同じように、経験の浅いランナーは走ること以外の大会の付加価値を評価する傾向にあると言えよう。

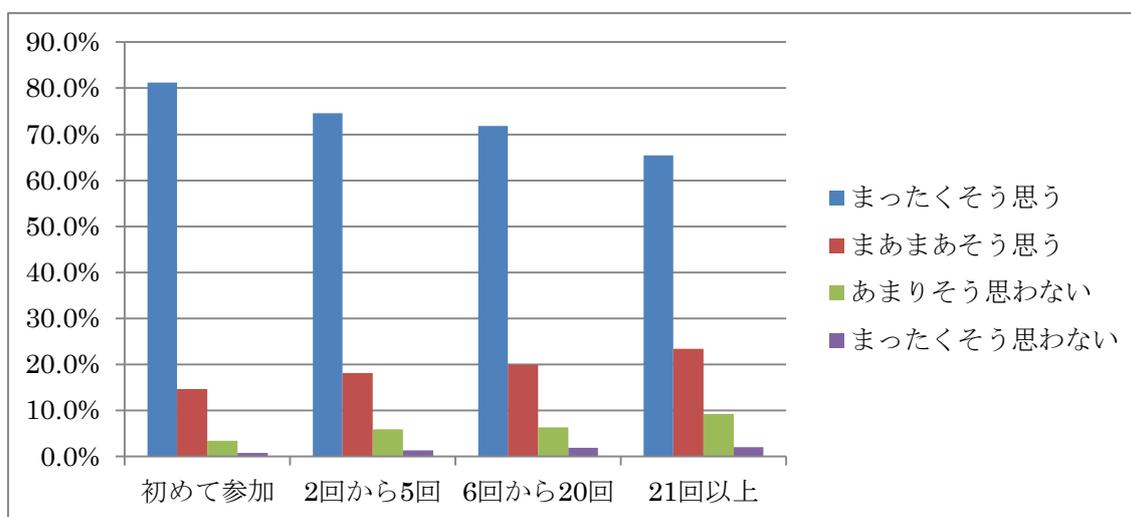
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
初めて参加	27.8%	32.7%	29.1%	10.3%	100.0%
2回から5回	26.5%	33.8%	29.8%	9.9%	100.0%
6回から20回	22.9%	33.5%	32.5%	11.1%	100.0%
21回以上	16.3%	32.5%	38.8%	12.3%	100.0%
総計	23.0%	33.2%	32.9%	11.0%	100.0%



#### ④来年も走りたいと思った

「来年も走りたいと思った」と答えている人は「まったくそう思う」と「まあまあそう思う」を合わせて9割を越している。この項目を市民マラソン経験別に見てみると、「まったくそう思う」の肯定は経験が浅いほどその割合が大きくなり、逆に「あまりそう思わない」の否定は経験を積むほどその割合が大きくなる。つまり、経験が浅いほど来年も走りたいという思いが強いといえる。その意味では、今回の大阪マラソンは初級者にとって、とても魅力的なものであったといえる。ここではデータとして掲載していないが、7時間の制限時間が初心者には参加しやすいタイムになっていることはいうまでもない。

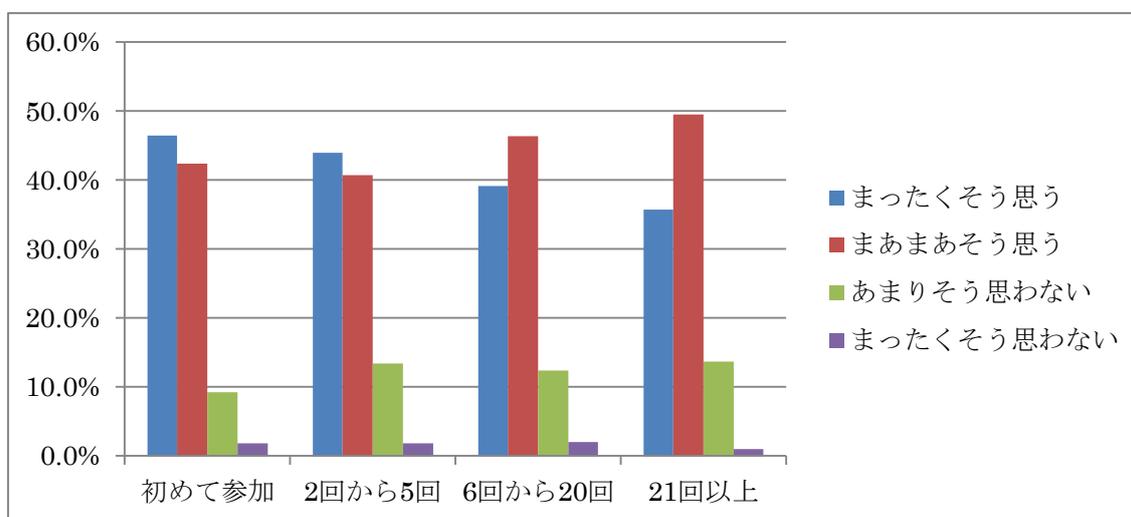
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
初めて参加	81.3%	14.6%	3.4%	0.7%	100.0%
2回から5回	74.6%	18.1%	5.9%	1.4%	100.0%
6回から20回	71.9%	19.9%	6.4%	1.8%	100.0%
21回以上	65.4%	23.3%	9.2%	2.1%	100.0%
総計	72.6%	19.4%	6.4%	1.6%	100.0%



### ⑤ 走る仲間との一体感を感じることができた

「走る仲間との一体感を感じることができた」と答えている人は「まったくそう思う」と「まあまあそう思う」を合わせて 8 割を超えている。この項目を市民マラソン経験別に見てみると、「まったくそう思う」の肯定的評価は経験が浅いほどその割合が大きくなっており、初心者の方がより強く走る仲間との一体感を味わったようである。つまり、市民マラソンでは、他のランナーは競争相手というよりは、むしろそのレースをつくる仲間の意識が強く、とりわけ初心者の場合は、一人では完走できなかったが、仲間に励まされながら完走できたということを自由記述で書いている人が多いことから、一体感を味わっている人の割合が大きいといえる。

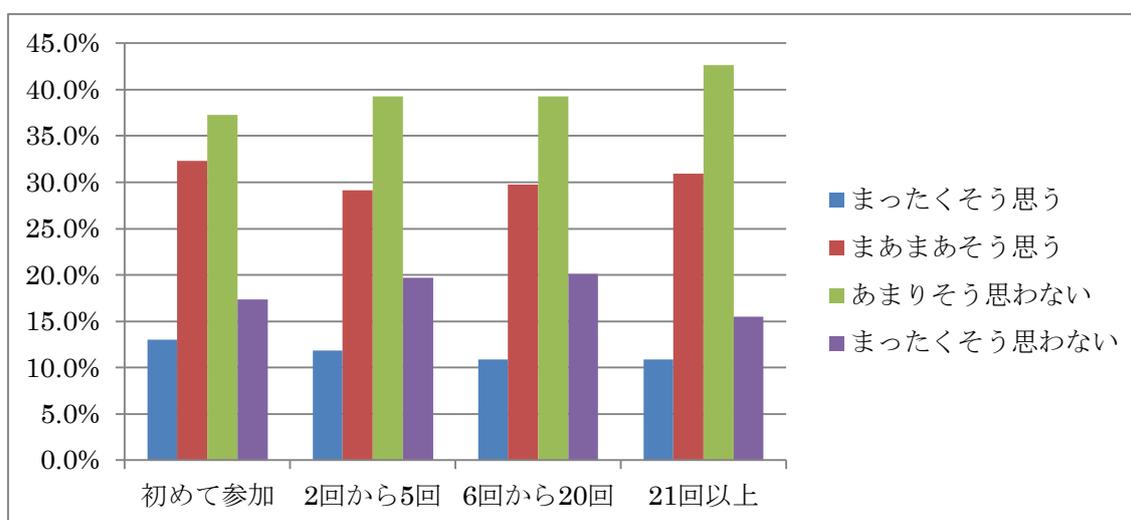
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
初めて参加	46.5%	42.4%	9.2%	1.9%	100.0%
2回から5回	43.9%	40.8%	13.4%	1.9%	100.0%
6回から20回	39.2%	46.4%	12.4%	2.0%	100.0%
21回以上	35.7%	49.5%	13.7%	1.0%	100.0%
総計	40.9%	45.0%	12.4%	1.7%	100.0%



## ⑥新しい仲間ができた

「新しい仲間ができた」と答えている人は「まったくそう思う」と「まあまあそう思う」を合わせて4割少しとあまり多くはない。この項目を市民マラソン経験別に見てみると、「まったくそう思う」の肯定は経験が浅いほどその割合が大きくなり、逆に「あまりそう思わない」の否定は経験を積むほどその割合が大きくなる。つまり、新しい仲間を作ることがあまりできなかった中でも、どちらかという経験が浅い人ほど、新しい仲間を作ることができたといえる。ただ、このような規模の大きい大会では、仲間づくりという点ではなかなか難しいということをおうかがわせる結果でもあった。

	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
初めて参加	13.0%	32.3%	37.3%	17.4%	100.0%
2回から5回	11.9%	29.2%	39.3%	19.7%	100.0%
6回から20回	10.9%	29.8%	39.3%	20.1%	100.0%
21回以上	10.9%	30.9%	42.7%	15.5%	100.0%
総計	11.5%	30.4%	39.8%	18.2%	100.0%



## (7)自由記述

サンプル数:4606人

アンケート調査では、96.5%の参加ランナーが大会に満足していると高く評価していた。自由記述では、とりわけ観客の応援とボランティアの対応の良さに関する記述が多く、「沿道の声援は熱く、また給水所のスタッフさんも熱い声援を下さり、走らせてもらったことをとてもありがたく感じています」「大会運営、ボランティアの皆さま、沿道の応援、一緒に走ったランナー素晴らしかったと思います」「応援の人、スタッフ、ランナーに一体感がありました」など、観客やボランティアとの一体感を味わったことが述べられていた。

次に、普段走れないところを走れたことに感動したという記述が多かった。「慣れ親しんだ街ですが、普段歩くことも出来ない、御堂筋等も走れ、また大阪の名所を走りながら、見るのは、違った感じで新鮮でした」「コースが大阪の名所を巡っていたこと、走りやすかったこと、御堂筋の真ん中を走れるなど最高の経験でした」「大阪の観光が出来る素晴らしいコース、すばらしい応援、大阪ならではの熱い熱気に感動しました」など、実際走ってみて、今回のコース設定はランナーには好評であったようである。

今後の課題としては、3万人の規模の大会ではやはりトイレの設置について多くの記述があった。「スタート直後はどうしてもトイレが近くなるのでトイレの数をもっと増やしてほしい」「スタート前に、トイレに行く為7時50分から並び、8時30分まで40分かかりました。そしてトイレに入ったら“紙”がありませんでした。選手の集合エリア付近への仮設トイレを沢山設置してほしいです」など、特にスタート前、スタート直後の設置は大きな問題であるように思われる。これに対して、対応策の提案もあった。「指定のトイレスポットでなかったにも関わらず、大手前病院が快くトイレを貸してくれて、非常に助かった」とあるように仮設ではなく、コース上の既存のトイレ(病院、官庁、駅、学校等)を使うことも検討してもよいのではないかとと思われる。

企画については、大会前にもあったように、「チャリティの趣旨等がマラソンに反映していたのかは私には理解できませんでした。もちろん、それぞれの趣旨は十分理解できるものですが、今大会に結びつけるには唐突な印象を受けました。報道、パンフレットに関してもそこまでチャリティを印象付ける内容ではなかったような気がします。」など、チャリティについての課題を指摘する記述があり、チャリティには賛成であるが趣旨等の説明がランナーにもっとあってもよかったように思われた。

その他、スタートまでの待機時間の長さ、コースの設定(スタートとゴールを逆にする)、交通の不便さ(特にインテックス大阪からの帰りの混雑)、応援との距離の遠さ、早い開催時期、一部のランナーとメディアのマナーの悪さ、一部のスタッフの不適切な対応、宿泊ホテルの対応の柔軟性のなさ(朝食の時間等)、出走ゾーンの不適正、エイドの数量の不足などの課題が記述されていた。

## 【抜粋】

### <挑戦の楽しみ>

- ・ この度は、大変貴重な、第一回目の大阪マラソンに参加でき、完走までできて、本当に一生の思い出となりました！（男性 40 代）
- ・ 今回、第1回大阪マラソンを還暦記念として初フルマラソンに参加させて戴きました。今後、機会があれば是非再度、チャレンジ(参加)してみたいと思います。（男性 60 代）

### <応援・ボランティアとの一体感>

- ・ 沿道の声援は熱く、また給水所のスタッフさんも熱い声援をくださり、走らせてもらったことをとてもありがたく感じています。（男性 40 代）
- ・ 参加人数が多く、観客・ランナーとも一体感があり凄く楽しめた。（女性 20 代）
- ・ 大会運営、ボランティアの皆さま、沿道の応援、一緒に走ったランナー素晴らしかったと思います。（男性 40 代）
- ・ ボランティア 応援の皆さんによって 勇気もらい 素晴らしい大会と思いました。大阪に来て 50 年 60 才台最後 来年は古希素晴らしい記念に成りました。（男性 60 代）
- ・ 初マラソンでしたが、多くの声援を受け大変励みになりました。（途中走りながら何度も泣きました。）又、当日のボランティアの方々も素晴らしく、力をたくさんもらいました。
- ・ 応援の人、スタッフ、ランナーに一体感がありました。（男性 40 代）
- ・ 自分の実力では、20kmがいっぱいです。 ボランティアの方々・応援の方々の声援のおかげで完走することができました。（男性 50 代）
- ・ 沿道の人達の応援もすごく気持ちよくてハイタッチで力づけられたり、スタッフの方々もサポートしながらも全力で掛け声を掛けてくれたり、一緒に走っている人もほんとに一生懸命で、そして楽しそうで、つらくても一步一步、前へ前へ行く姿に一体感を感じ、最後まで走りきれたと思います。体はボロボロですが、とても充実した気持ちでいっぱいです。（男性 30 代）

### <非日常性>

- ・ 私自身大阪出身で、慣れ親しんだ街ですが、普段歩くことも出来ない、御堂筋等も走れ、また大阪の名所を走りながら、見るのは、違った感じで新鮮でした。（男性 50 代）
- ・ コースが大阪の名所を巡っていたこと、走りやすかったこと。御堂筋の真ん中を走れるなど最高の経験でした。（男性 50 代）
- ・ 大阪の街中を走って、車から見るのとまた違った風景を感じられて楽しかった。（男性 50 代）

### <交流>

- ・ 市民参加型マラソンなのだから完走後にもっとイベントや大阪マラソンならではの祭り

感覚のイベント(オリンピックの閉会式のような)があってもよかったと思います。地方の人たちともっと交流できたかもしれないです。(男性 40 代)

- ・ 今回、被災地からの参加ということで参加費を免除していただき、たいへん感謝しております。(男性 40 代)
- ・ 選手と観客の関係は大いに盛り上がったと思いますが、選手同士のコミュニケーションに欠けていた。提案なのですが、どここの地方から来たかわかるようにすれば声をかけやすいと思います。ゼッケンの下あたりに「北海道」とか「福島」とか書いてあるとコミュニケーションがスムーズにいきます。(男性 40 代)
- ・ 走らない人とも大阪マラソンについて話題にできてよかったです。走っている最中は、商店街の方によるエイドがとてもありがたかったです。大会終了後に商店街のツイッターアカウントを検索してお礼を言いました。(女性 30 代)
- ・ 「兄ちゃんが出なくても、来年も応援に行く！」と言っていました。応援に来られた人同士もいろんな出会いがあったようです。(男性 40 代)
- ・ 全国各地ではランナーと観客の会話や差し入れ等が魅力になっているが、大阪では観客が慣れていないせいか、ふれあいが少ない。(男性 60 代)

#### <地域性:大阪らしさ>

- ・ 前日の下見〜プチ観光も含めて、大阪の街がもっと大好きになりました。(男性 40 代)
- ・ 大阪から日本に元気を発信出来たと思います。大阪マラソンを世界のマラソンに……
- ・ 夢は大きく実現できるように、みんなの力を合わせたいですね。(男性 60 代)
- ・ とてもいい大会でした。大阪人として誇りに思いました。(男性 40 代)
- ・ 大阪の観光ができる素晴らしいコース、すばらしい応援、大阪ならではの熱い熱気に感動しました。(男性 40 代)
- ・ 私は、東北生まれの神奈川県在住で大阪にはあまりなじみはなかったのですが、今回のマラソンで大阪のみなさんが大好きになりました。途切れることなく沿道で温かい応援をくださった皆様に感謝申し上げます。(女性 50 代)
- ・ 笑いの文化の大阪らしくこのようなパフォーマンスに対してもっとスポットライトがあたるような企画も考えたら面白いのではないかと思います。(男性 40 代)
- ・ 沿道の応援が本当に素晴らしく、いままでで一番楽しいフルマラソンでした。祭り好き、派手好き、人好きな大阪人の県民性が多分に発揮されており、飽きない 42.195kmでした。応援もおっちゃん、おばちゃんの大きな声、若い方々の演奏やダンスなどの盛り上げに、走れたことに心から幸せを感じました。大阪出身ですが、実家を出てから13年、なかなか帰ることもできない中、両親もボランティアスタッフとして給水所にいるなど、家族で楽しませていただきました。(男性 30 代)
- ・ 初めての大阪でしたが、大阪が大好きになりました。(女性 30 代)

### <チャリティについて>

- ・ 7つのチャリティについて、当日に何か実感することは全くなかった。もっと大きく取り上げるべきでは？(男性 40 代)
- ・ 「人のために走る」チャリティマラソンの意図が、よく理解されていないように感じた。いやみにならない程度に、意図説明欄を増やしたらどうか。(男性 40 代)
- ・ チャリティの主旨がランナーにもあまり浸透しておらず、観客はまったくわからなかったと思います。せっかく主旨をもって寄付先を決めているのなら、もっと大々的にわかるようなしかけを作ってもらいたいと思いました。たとえばチャリティ先別の記録発表や商品をつくるとか・・・(男性 40 代)
- ・ チャリティでの寄付が、どの様なものに役に立ったのかなど、具体的な成果に関する情報を効果的に発信できれば回を重ねる事に大会自体の魅力が深まっていくような気がしました。(男性 30 代)

### <その他>

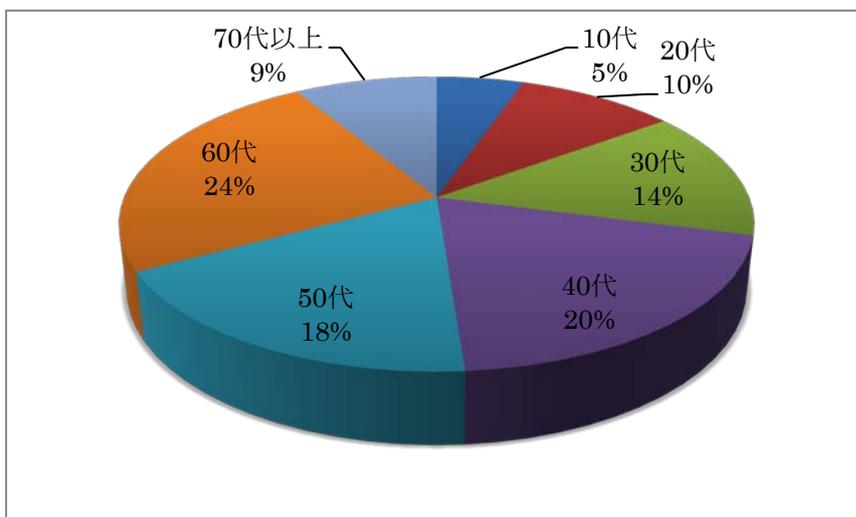
- ・ ランナーズアイの WEB 中継も友人らから絶賛でした。素晴らしい 200 点(男性 30 代)

## Ⅱ. ボランティア

### 1) 大阪マラソン大会前調査

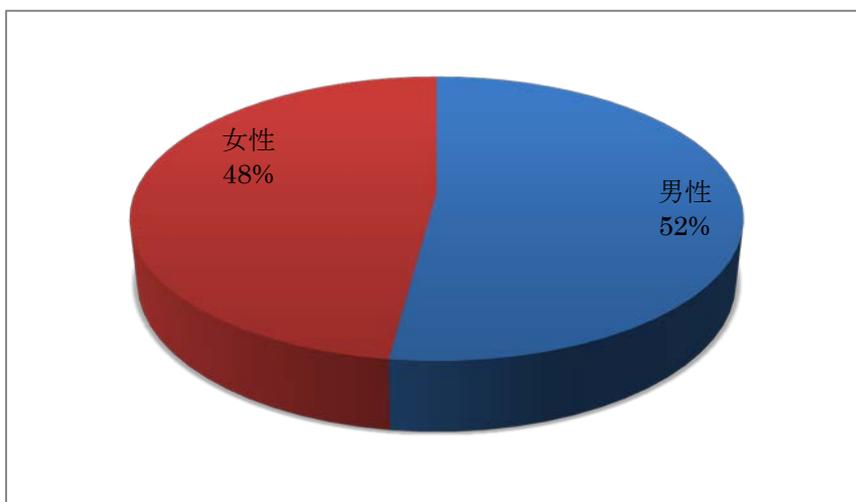
(1) 調査対象の概要(有効回答数:1045人)

#### ①年代



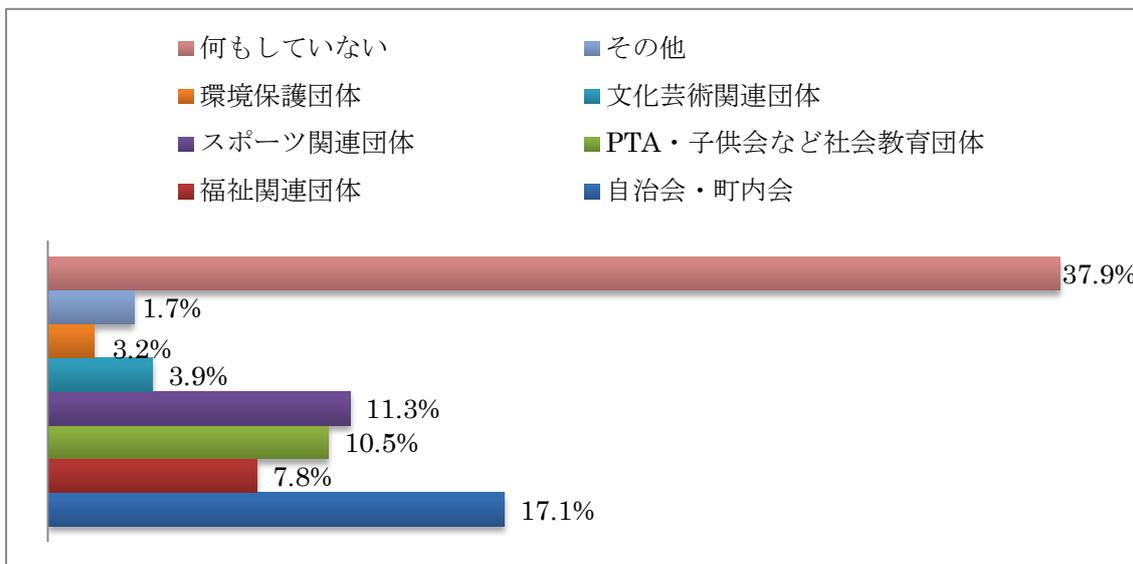
今回調査に協力いただいたボランティアの方の年齢構成は、60代が24%、40代が20%、50代が18%、30代が14%となっており、偏りのない年齢層になっている。

#### ②性別



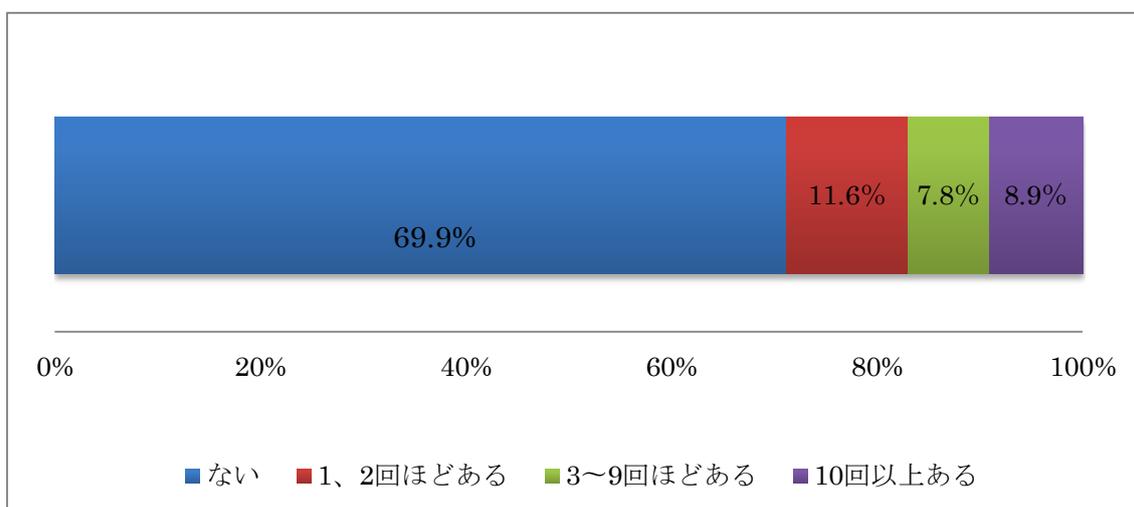
また、性別では、男性が52%、女性が48%とほぼ同数になっており、非常にバランスの良いボランティアの構成になっているといえる。

### ③ 普段の地域活動（※複数回答あり）



ボランティアの人の普段の地域活動の場を聞いてみた。普段は地域活動を何もしていない人が37.9%で、大阪マラソンが地域活動としてはじめての体験となる。活動している人は「自治会・町内会」、「スポーツ関連団体」、「PTA・子供会などの社会教育団体」、「福祉関連団体」での活動など多様である。

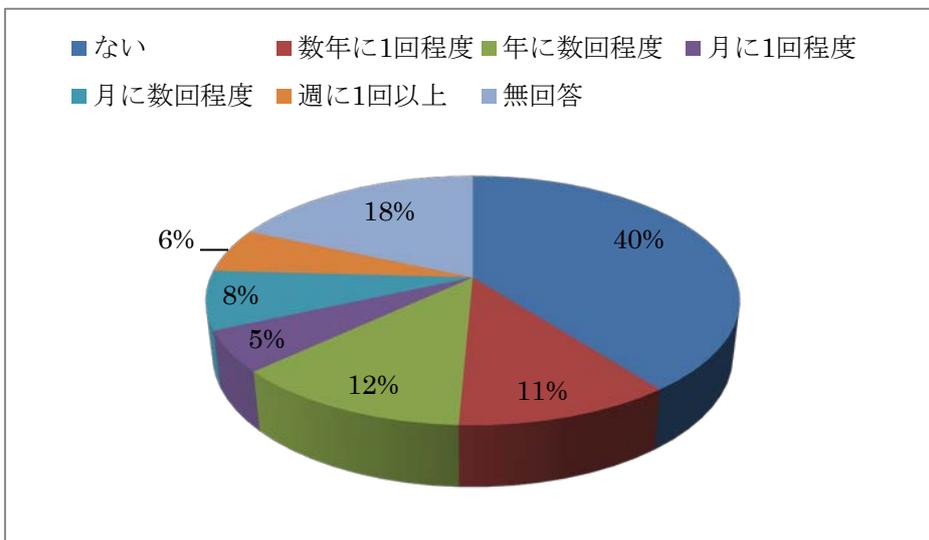
### ④ 市民マラソンへの参加経験



市民マラソンに参加した経験があるかどうかを聞いてみた。69.9%の人が参加したことがないと答えており、スポーツボランティアとしてマラソンに関わるという新しいスポーツ参画の形態と捉えることができる。

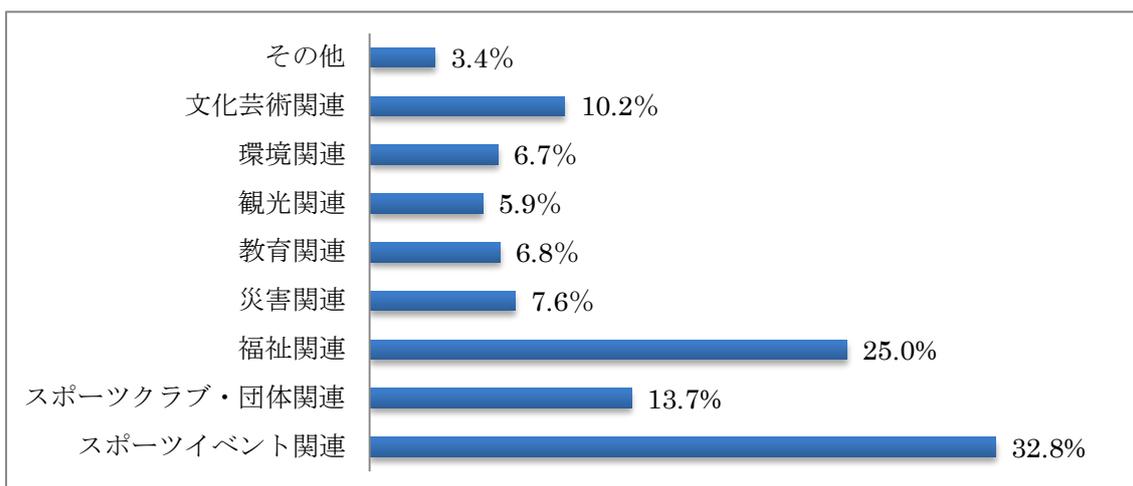
## (2) ボランティア活動について

### ① ボランティア活動への参加経験



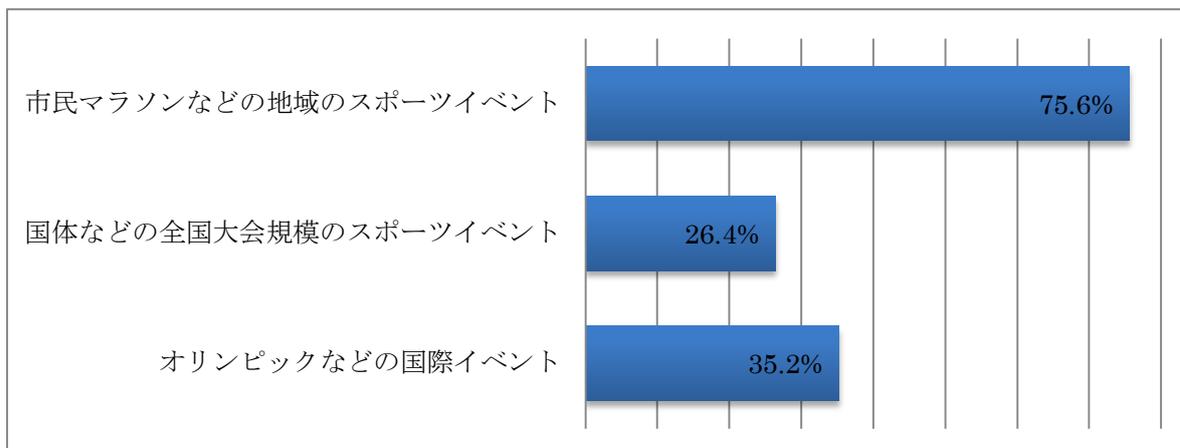
ボランティア活動への参加頻度を聞いてみたところ、40.0%の人がボランティア活動はしたことがないと答えており、今回の大阪マラソンがボランティアの初めての経験となる。また、「数年に1回程度」(11.0%)「年に数回程度」(12.0%)を加えると、半数以上の人ボランティア活動は初心者であるといえる。市民マラソンのスポーツボランティアはボランティア活動の入門編であるといえるかもしれない。

### ② ボランティア活動の内容(※複数回答あり)



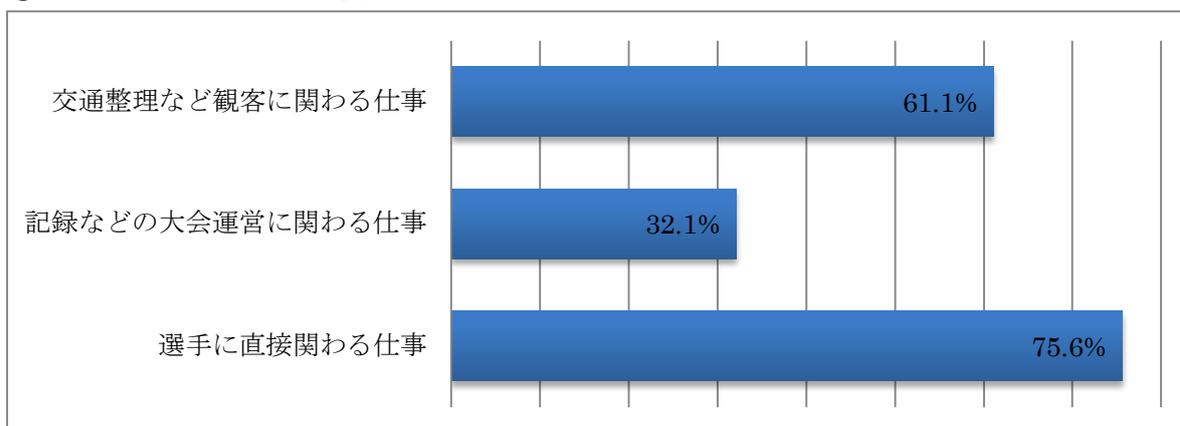
これまでボランティア活動をした人の活動内容について聞いてみた。やはり、スポーツボランティアが一番多く、次に福祉関連のボランティアとなっている。また、スポーツクラブ・団体関連のボランティアも日常的なボランティアとして関わっていることがわかる。

### ③スポーツイベントの種類(※複数回答あり)



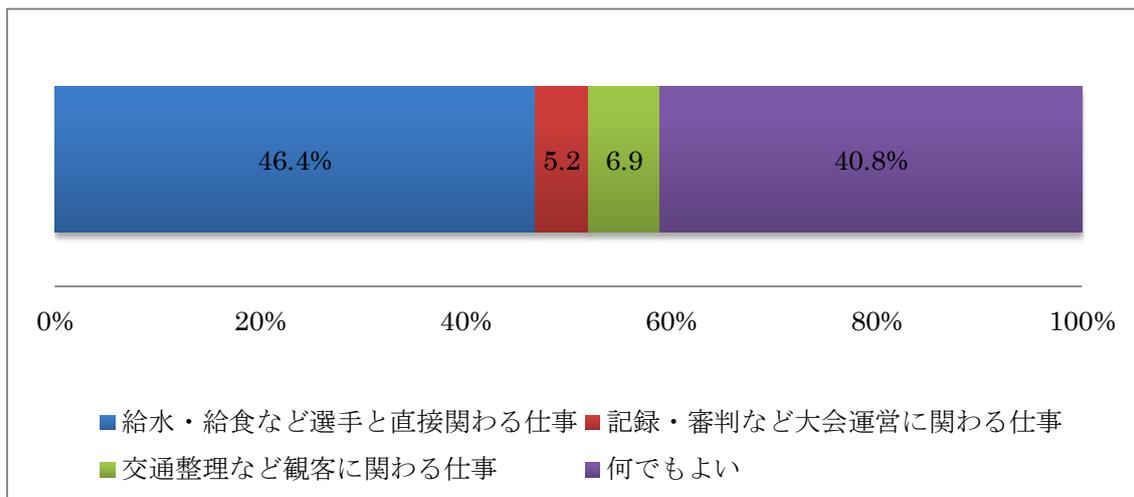
ボランティアをしたスポーツイベントはどのようなイベントなのかを尋ねたところ、「市民マラソンなどの地域スポーツイベント」が多く、「オリンピックの国際イベント」や「国体などの全国大会規模のスポーツイベント」は少ないという結果であった。そのイベントの開催の回数にも関係しているので、このような結果になっていると考えられる。

### ④スポーツイベントでの役割(※複数回答あり)



そのスポーツイベントでのボランティアの役割を聞いてみると、「選手に直接かかわる仕事」が最も多く、「交通整理などの観客の仕事」も多い。また、「記録などの大会運営にかかわる仕事」は少なくなっている。この差は仕事の質に関わる問題で、大会運営のように専門的知識を必要とするものと、必要とされる人数の多寡が関係していると考えられる。

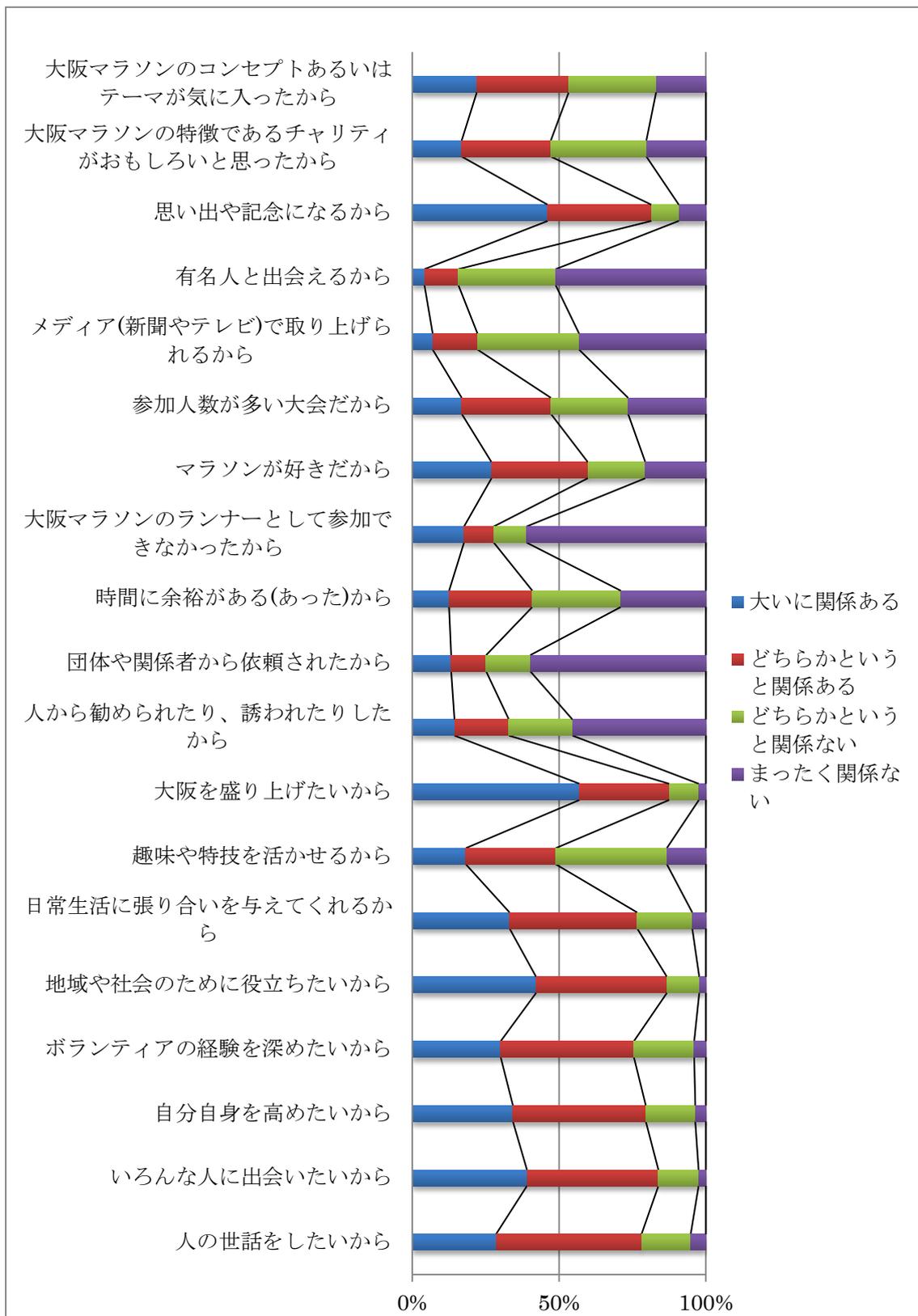
## ⑤ ボランティア活動の内容



どんなボランティアをしてみたいのかという活動の内容について聞いてみた。最も多かったのは、「給水・給食など選手と直接関わる仕事」で、46.4%と半分近くに達する。また、「何でもよい」とする柔軟な対応を望む人も40.8%と多いのが特徴である。

### (3) 大会前のボランティアの活動意識について

#### ① 大阪マラソンへの参加動機



%

	大いに 関係あ る	どちら かとい うと関 係あ る	どちら かとい うと関 係な い	まったく 関係な い
人の世話をしたいから	27.6	47.9	16.2	5.0
いろいろな人に出会いたいから	37.7	43.2	13.2	2.4
自分自身を高めたいから	33.2	43.8	16.3	3.5
ボランティアの経験を深めたいから	29.5	44.4	20.1	3.9
地域や社会のために役立ちたいから	41.0	43.3	10.7	2.2
日常生活に張り合いを与えてくれるから	32.2	42.2	18.2	4.5
趣味や特技を活かせるから	17.7	29.7	36.7	12.9
大阪を盛り上げたいから	55.4	29.7	9.8	2.3
人から勧められたり、誘われたりしたから	13.9	17.9	20.9	43.9
団体や関係者から依頼されたから	12.7	11.4	14.4	57.3
時間に余裕がある(あった)から	12.1	27.4	29.1	27.9
大阪マラソンのランナーとして参加できなかったから	16.9	9.7	10.7	58.5
マラソンが好きだから	26.2	31.8	19.0	20.0
参加人数が多い大会だから	16.1	29.0	25.1	25.3
メディア(新聞やテレビ)で取り上げられるから	6.7	14.7	33.3	41.6
有名人と出会えるから	4.0	11.1	31.8	49.1
思い出や記念になるから	44.7	34.2	9.0	8.9
大阪マラソンの特徴であるチャリティがおもしろいと思ったから	16.2	29.2	31.3	19.5
大阪マラソンのコンセプトあるいはテーマが気に入ったから	21.3	30.3	28.8	16.4

大阪マラソンのボランティア活動に参加した動機について聞いてみた。

最も多かったのは、「大阪を盛り上げたいから」で、「大いに関係ある」「どちらかという関係ある」を合わせると85.1%になる。大阪という地域を活性化することは、スポーツボランティア独特の参加理由であるといえる。また、第2位は「地域のために役に立ちたい」で、84.3%であり、いずれも地域に対する意識の高さがボランティアへと向かわせたといえる。

さらに、「いろいろな人と出会いたいから」(80.3%)や「人の世話をしたいから」(75.5%)が高く、

人とのつながりを求める活動をしたいと考えている。

「思い出や記念になるから」(78.9%)や「自分自身を高めたいから」(77.0%)といった個人的な自己実現の動機も多い。

一方、「有名人と会えるから」は「大いに関係ある」と「どちらかというに関係ある」を合わせても15.1%であり、ボランティア活動に参加する動機にはなっていない。また、「メディア(新聞やテレビ)で取り上げられるから」も21.4%と低く、マラソンと直接関係のない動機は否定される傾向にある。

「団体や関係者から依頼されたから」(24.1%)や「人から勧められたり、誘われたりしたから」(31.8%)といった参加動機も低く、自主的に大阪マラソンのボランティアに参加しているといえよう。

さらに、「大阪マラソンのランナーとして参加できなかったから」も26.6%と低いことから、ボランティアとランナーでは、参加の目的は違っているといえよう。ただ、ボランティア活動をしている人の内28.3%の人が市民マラソン経験者なので、ランナーとして参加できなかったから、今度はサポートする側にまわるという傾向にあるともいえる。それと同時に、何らかの形で大阪マラソンへ関わりたいという思いが、ボランティアという関わり方を選んだと考えることができる。

## ②大阪マラソンの参加動機構造(因子分析)

回転後の成分行列<sup>a</sup>

	成分			
	1	2	3	4
ボランティアの経験を深めたいから	.763	.199	.127	.056
地域や社会のために役立ちたいから	.763	.130	.125	-.036
自分自身を高めたいから	.747	.200	.075	.084
人の世話をしたいから	.712	.077	.076	.264
いろんな人に出会えるから	.687	.143	-.042	.204
日常生活に張り合いを与えてくれるから	.654	.343	.010	.153
大阪を盛り上げたいから	.526	.395	-.012	-.069
大阪マラソンの特徴であるチャリティが面白いと思ったから	.263	.731	.136	.068
新聞やテレビなどのメディアに取り上げられるから	.122	.707	.286	.266
思い出や記念になるから	.200	.694	-.160	.089
参加人数が多く規模が大きい大会だから	.109	.680	.120	.328
大阪マラソンのコンセプトあるいはテーマが気に入ったから	.329	.665	.094	-.005
有名人と出会えるから	.143	.660	.308	.335
時間に余裕があったから	.261	.383	.368	.180
団体や関係者から依頼されたから	.094	.072	.875	.050
人から勧められたり誘われたりしたから	.039	.159	.843	-.023
ランナーとして参加できなかったから	.037	.186	.071	.791
マラソンが好きだから	.197	.229	-.093	.766
趣味や特技を活かせるから	.467	.118	.226	.497

因子抽出法: 主成分分析

回転法: Kaiser の正規化を伴うバリマックス法

a. 5 回の反復で回転が収束しました。

大阪マラソンでボランティア活動を行う動機の構造について、因子分析を行なったところ、4つの因子を見出すことができた。

#### **第1因子: 自己実現因子**

「ボランティアの経験を深めたいから」「地域や社会のために役立ちたいから」「自分自身を高めたいから」「人の世話をしたいから」「いろいろな人に出会えるから」「日常生活に張り合いを与えてくれるから」と大阪マラソンのボランティアを通して、自分の思いを達成したいという項目が上がっており、自己実現因子といえることができる。

#### **第2因子: イベント因子**

「大阪マラソンの特徴であるチャリティが面白いと思ったから」「新聞やテレビなどのメディアに取り上げられるから」「参加人数が多く規模が大きい大会だから」「大阪マラソンのコンセプトあるいはテーマが気に入ったから」「有名人と出会えるから」と大会の特徴がボランティア活動へ向かわせたと考えられ、イベント因子といえることができる。

#### **第3因子: 勧誘因子**

「団体や関係者から依頼されたから」「人から勧められたり誘われたりしたから」とボランティア活動が、自分以外の人からの誘いによるものであるという項目から、勧誘因子といえることができる。

#### **第4因子: マラソン因子**

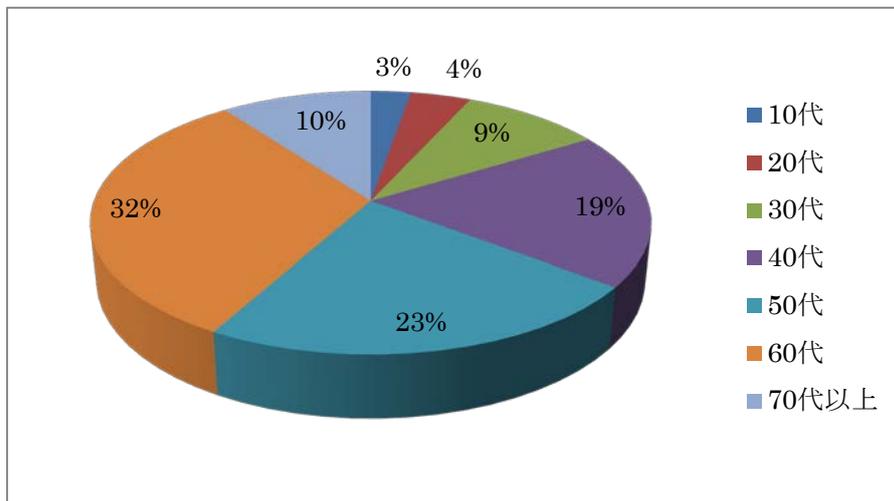
「ランナーとして参加できなかったから」「マラソンが好きだから」とマラソンに関連した項目から、マラソン因子と呼ぶことができる。

大阪マラソンのボランティア活動に参加してみようとした動機は、何といたっても自己実現にあるといえる。つまり、自己の存在意義をボランティア活動に求めているといえる。次に、大阪マラソンのチャリティなどの特徴が気に入って参加しようとしている。そして、誰かに誘われたというきっかけ作りも、ボランティア活動に向かう動機となる。

## 2)大阪マラソン大会後調査

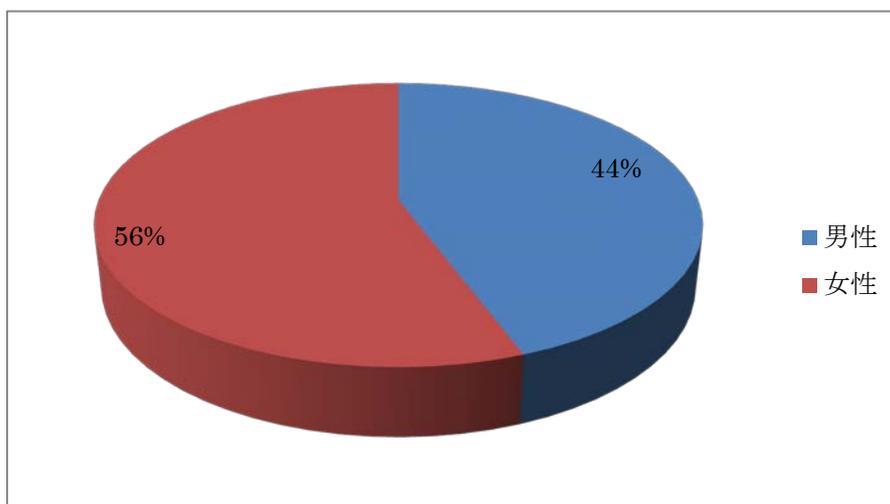
### (1)調査対象の概要(有効回答数:1084人)

#### ①年代



今回調査に協力いただいたボランティアの方の年齢構成は、60代が32%(大会前24%)、50代が23%(大会前18%)、40代が19%(大会前20%)、30代が9%(大会前14%)となっており、大会前の調査とあまり変わりはない。

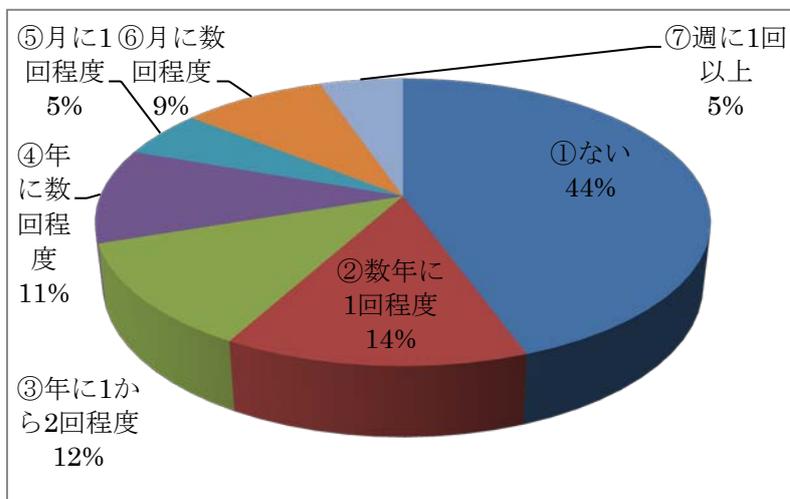
#### ②性別



一方、性別では、男性が44%(大会前52%)、女性が56%(大会前48%)となっており、大会前の調査とは逆転している。

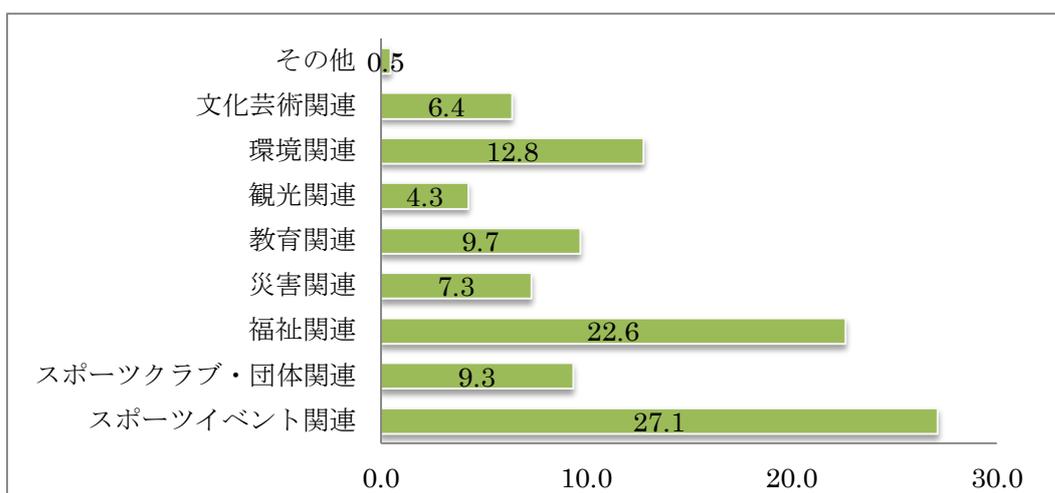
## (2) ボランティア活動について

### ① ボランティア活動への参加経験



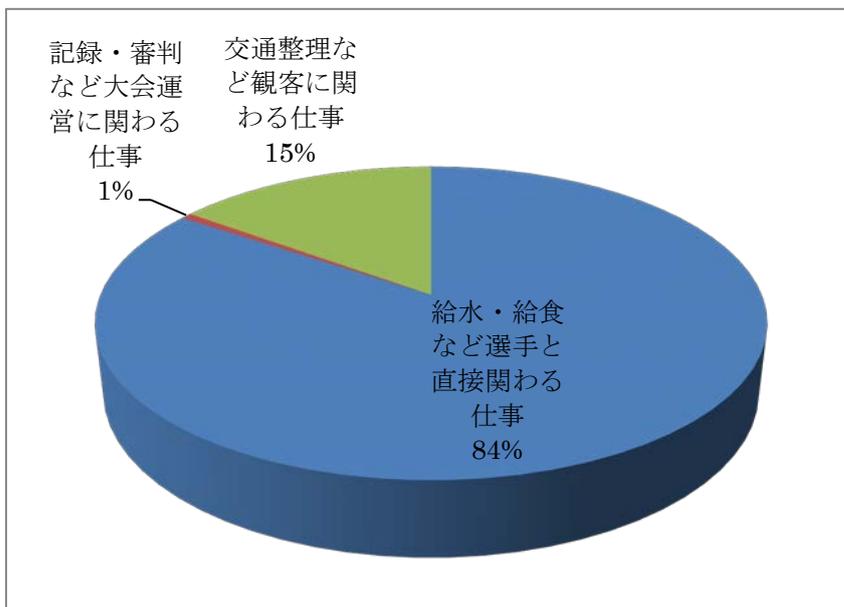
これまでボランティア活動にはどれだけ参加しているのかの頻度を聞いてみたところ、今回初めてボランティア活動に参加する人が44%で、「数年に1回程度」(14%)「年に数回程度」(12%)を加えると、70%の人がボランティア活動は初心者であるといえる。福祉ボランティアとちがって、専門的な知識がそれほど必要でもないし、災害ボランティアのように安全に留意する必要もないし、気軽に、楽しくボランティア活動ができるので、このように初心者が多い結果となっているといえよう。

### ② ボランティア活動経験 (※複数回答あり)



これまでボランティア活動をした人の活動内容について聞いてみた。大会前の調査と同様、スポーツボランティアが一番多く、次に福祉関連のボランティアとなっている。また、スポーツクラブ・団体関連のボランティアも日常的なボランティアとして関わっていることがわかる。

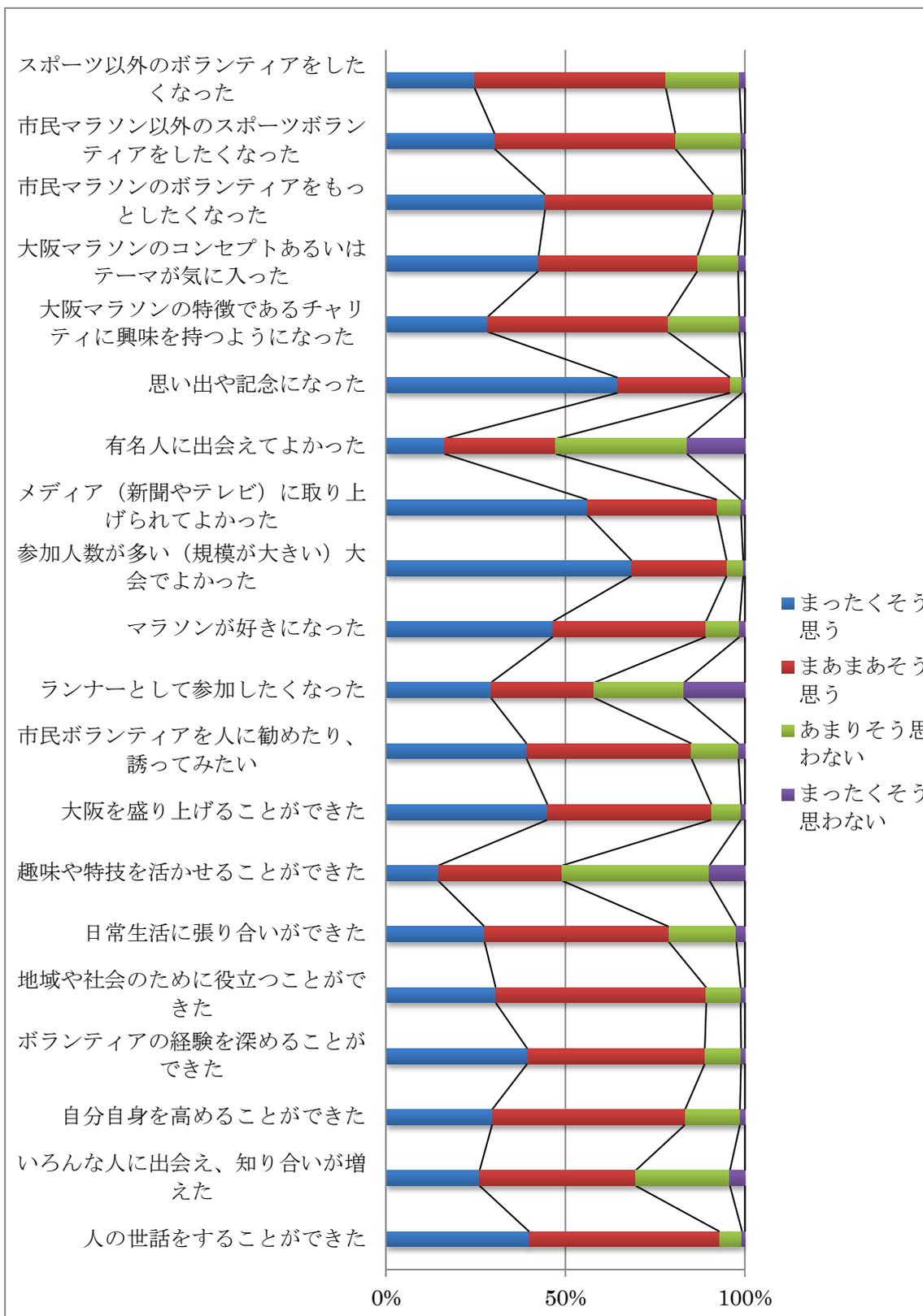
### ③大阪マラソンでのボランティア活動の内容



大阪マラソンではどのようなボランティア活動をしたのかについて聞いてみた。84%の人が「給水・給食など選手と直接関わる仕事」と答えており、ランナーに直接関わったことが、ボランティア活動の満足度を高めていると考えられる。それは、自由記述で大会運営（荷物の受け渡し等）などの活動をしたボランティアが、ランナーの様子がわからないことに対する不満を述べていることからもうかがえる。

### (3)大会後のボランティア活動評価の概要について

#### ①大阪マラソンでの活動評価



	まったく くそう 思う	まあ まあ そう思 う	あまり そう思 わな い	まったく くそう 思わ ない
人の世話をすることができた	39.8	53.1	6.3	0.8
いろいろな人に出会え、知り合いが増えた	26.0	43.5	26.3	4.2
自分自身を高めることができた	29.5	53.8	15.3	1.4
ボランティアの経験を深めることができた	39.3	49.5	10.1	1.1
地域や社会のために役立つことができた	30.5	58.7	9.6	1.2
日常生活に張り合いができた	27.4	51.4	18.9	2.4
趣味や特技を活かせることができた	14.5	34.6	41.1	9.9
大阪を盛り上げることができた	44.9	45.7	8.2	1.1
市民ボランティアを人に勧めたり、誘ってみたい	39.1	46.0	13.1	1.8
ランナーとして参加したくなった	29.2	28.8	25.1	17.0
マラソンが好きになった	46.4	42.7	9.4	1.5
参加人数が多い(規模が大きい)大会でよかった	68.5	26.5	4.6	0.5
メディア(新聞やテレビ)に取り上げられてよかった	56.0	36.2	6.7	1.1
有名人に出会えてよかった	16.2	31.1	36.6	16.2
思い出や記念になった	64.5	31.4	3.3	0.8
大阪マラソンの特徴であるチャリティに興味を持つようになった	28.3	50.2	19.9	1.6
大阪マラソンのコンセプトあるいはテーマが気に入った	42.4	44.3	11.3	1.9
市民マラソンのボランティアをもっとしたくなった	44.3	47.0	8.1	0.7
市民マラソン以外のスポーツボランティアをしたくなった	30.2	50.4	18.4	1.0
スポーツ以外のボランティアをしたくなった	24.6	53.4	20.6	1.5

大阪マラソンのボランティア活動に参加してみて自己評価をもらった。

最も多かったのは、「思い出や記念になった」で、「まったくくそう思う」「まあまあそう思う」を合わせると95.9%になる。大会前のボランティア活動に参加した理由で「思い出や記念になるから」を挙げた人は78.9%だったので、当初の目的は達成されたといえる。また、「自分自身

を高めることができた」も 83.3% (大会前 77.0%) あり、個人的な参加目的も達成されたようである。

次に多かった項目は、「参加人数が多い(規模が大きい)大会でよかった」であり、95.0%の人が肯定しており、大会前の調査では 45.1%だったので、大きく変化した項目であるといえる。参加人数が多いことで、多くの人の世話ができたという実感を持たれたからであろう。また、「メディア(新聞やテレビ)で取り上げられてよかった」と答えた人は 92.2%と多く、大会前の調査では 21.4%でしかなかったことから、大阪を盛り上げるためには、メディアが取り上げることも有効であるという認識をもったためと考えられる。

3番目に多かったのは、「人の世話をすることができた」で、92.9%である。大会前の調査でも、「人の世話をしたいから」を参加理由にあげている人が 75.5%もいることから、その目的を達成したといえる。

また、「市民マラソンのボランティアをもっとしたくなった」と答えた人は 91.3%と多く、市民マラソンのボランティアの楽しさを味わったようである。さらに「ランナーとして参加したくなった」と思った人が 58.0%もいるのは、特筆すべきことである。

大会前の調査で1番に上がっていた「大阪を盛り上げたい」(85.1%)は、90.6%の人が「大阪を盛り上げることができた」と評価しており、大会が成功に終わったと多くのボランティアが思っているといえる。

一方、最も評価が低かったのは「有名人に会えてよかった」で、47.3%である。大会前の参加理由でも最も低い 15.1%だったので、ボランティア活動にはこの項目はあまり影響力を持っていないと言えよう。また、「趣味や特技を活かせることができた」(49.1%)も大会前の調査で 47.4%だったので、変化はなく低いといわざるを得ない。

「いろいろな人に出会え、知り合いが増えた」は 69.5%であり、大会前の調査で「いろいろな人と出会いたいから」という参加理由が 80.3%あったことから考えると、減少している項目として注目すべきであろう。つまり、大阪マラソンでのボランティア同士、あるいはランナーとの交流の場が少なかったと考えられる。

## ②大阪マラソンでの活動評価構造(因子分析)

回転後の成分行列<sup>a</sup>

	成分			
	1	2	3	4
ボランティアの経験を深めることができた	.782	.153	.212	.045
地域や社会のために役立つことができた	.740	.262	.084	.040
自分自身を高めることができた	.739	.178	.210	.147
日常生活に張り合いができた	.681	.222	.213	.142
人の世話をすることができた	.666	.200	.020	-.050
いろいろな人に出会え知り合いが増えた	.660	.118	.137	.135
新聞やテレビなどのメディアに取り上げられてよかった	.116	.773	.066	.055
参加人数が多く規模が大きい大会でよかった	.110	.731	.063	.080
大阪マラソンのコンセプトあるいはテーマが気に入った	.235	.641	.294	.012
大阪を盛り上げることができた	.421	.569	.160	.171
思い出や記念になった	.262	.564	.266	.140
大阪マラソンの特徴であるチャリティに興味をもつようになった	.253	.552	.370	.119
有名人と出会えてよかった	.205	.499	.132	.250
市民マラソンのボランティアを人に勧めたり誘ってみたい	.308	.393	.389	.292
市民マラソン以外のスポーツボランティアをしなくなった	.135	.170	.858	.119
スポーツ以外のボランティアをしなくなった	.174	.150	.816	-.009
市民マラソンのボランティアをもっとしたくなった	.231	.325	.696	.190
ランナーとして参加したくなった	-.074	.039	.045	.854
マラソンが好きになった	.175	.387	.163	.598
趣味や特技を活かせることができた	.409	.156	.111	.553

因子抽出法: 主成分分析

回転法: Kaiser の正規化を伴うバリマックス法

a. 5 回の反復で回転が収束しました。

大阪マラソンでボランティアをしてみたの満足の構造について、因子分析を行なったところ、4つの因子を見出すことができた。

#### **第1因子: 自己実現因子**

「ボランティアの経験を深めることができた」「地域や社会のために役立つことができた」「自分自身を高めることができた」「日常生活に張り合いができた」「人の世話をすることができた」「いろいろな人に出会え、知り合いが増えた」と、ボランティア活動を通して、自分が目的としていたことができたという項目が上がっており、自己実現因子といえる。

#### **第2因子: イベント盛り上げ因子**

「新聞やテレビなどのメディアに取り上げられてよかった」「参加人数が多く規模が大きい大会でよかった」「大阪を盛り上げることができた」「大阪マラソンの特徴であるチャリティに興味をもつようになった」と、今回の大会の盛り上げに関係した項目が上がっており、イベント盛り上げ因子と呼べる。

#### **第3因子: ボランティア意欲因子**

「市民マラソン以外のスポーツボランティアをしなくなった」「スポーツ以外のボランティアをしなくなった」「市民マラソンのボランティアをもっとしなくなった」と、これからのボランティア活動への意欲を表す項目が上がっており、ボランティア意欲因子といえる。

#### **第4因子: マラソン因子**

「ランナーとして参加しなくなった」「マラソンが好きになった」と、マラソンに関連した項目が上がっており、マラソン因子と呼ぶことができる。

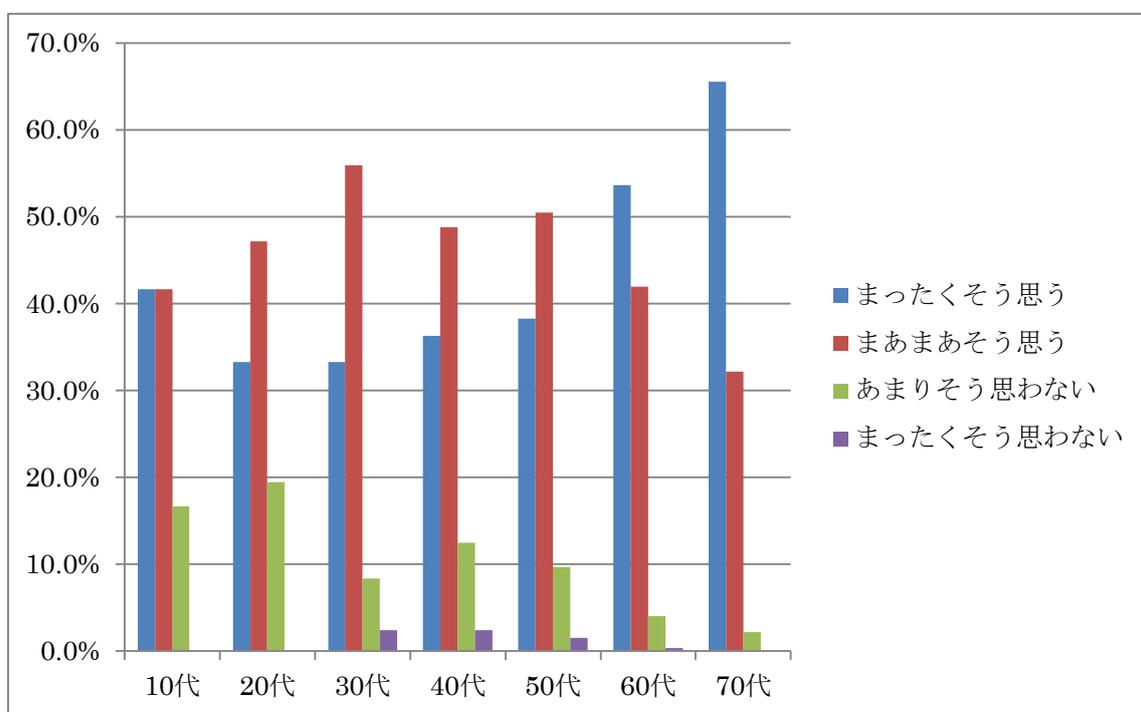
大阪マラソンにおけるボランティア活動の評価を規定している第1因子は、ボランティア参加動機と同じく自己実現である。さらに、イベントが盛り上がっているかどうかの評価に強く影響している。それらの要因によって、今後もボランティア活動を継続していきたいという意欲をもったことから、ボランティア活動の広がりのきっかけ作りに大阪マラソンのボランティアはなっているといえる。

#### (4) 年齢別に見たボランティア活動評価について

##### ①大阪を盛り上げることができた

大阪マラソンを盛り上げることができたかという問いに対して、「まったくそう思う」、「まあまあそう思う」と回答した人の割合が9割以上であり、大阪マラソンが地域活性化につながった可能性が高く、これは大阪マラソンを開催した大きな意義であると思われる。この項目を年齢別に見ると、70代が最も多く、97.8%の人が高く評価しており、10代を除くと年齢が高くなるほど大阪を盛り上げることができたと感じている。

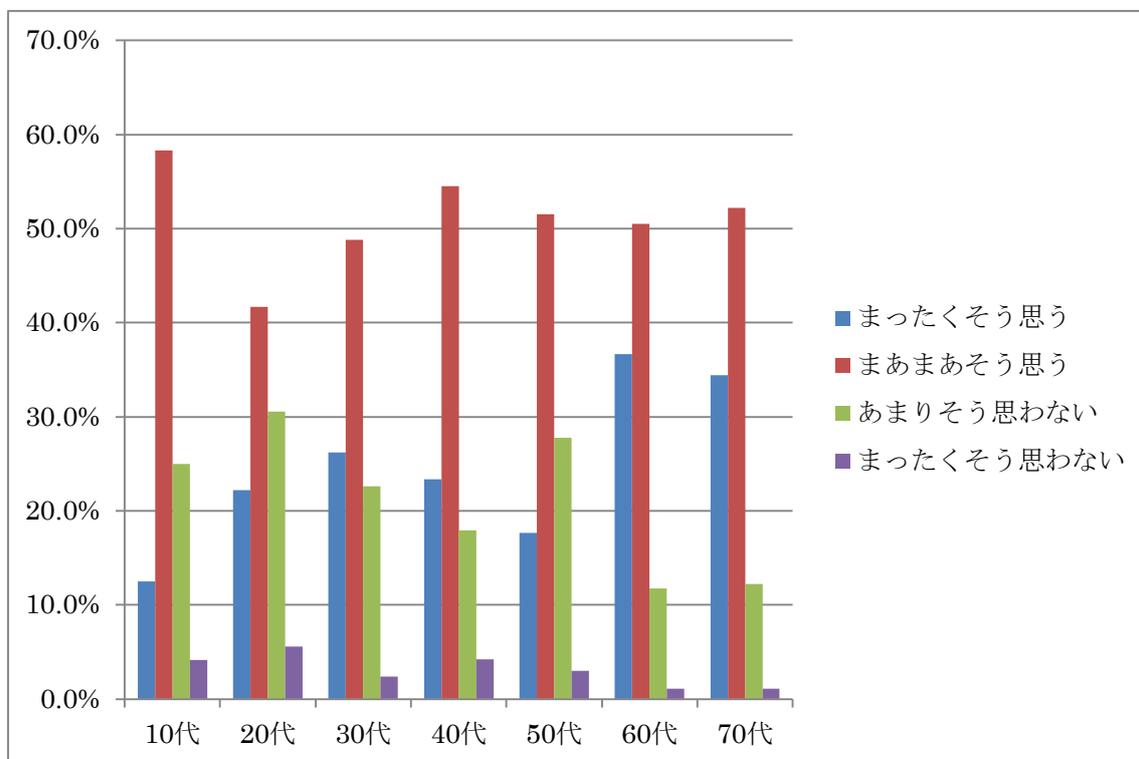
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
10代	41.7%	41.7%	16.7%	0.0%	100.0%
20代	33.3%	47.2%	19.4%	0.0%	100.0%
30代	33.3%	56.0%	8.3%	2.4%	100.0%
40代	36.3%	48.8%	12.5%	2.4%	100.0%
50代	38.3%	50.5%	9.7%	1.5%	100.0%
60代	53.6%	42.0%	4.0%	0.4%	100.0%
70代	65.6%	32.2%	2.2%	0.0%	100.0%
総計	47.5%	44.5%	7.0%	1.0%	100.0%



## ②日常生活に張り合いができた

日常生活に張り合いができたかという問いに対して、「まったくそう思う」、「まあまあそう思う」と回答した人の割合が約8割であり、年齢にかかわらず、大阪マラソンのボランティア活動後の日常生活に張り合いを感じている傾向が強いことがわかる。特に60代(87.2%)、70代(86.6%)に日常生活に張り合いを感じている人が多く、ボランティア活動が当日だけではなく、その後の生活にもよい影響を及ぼしていると考えられる。

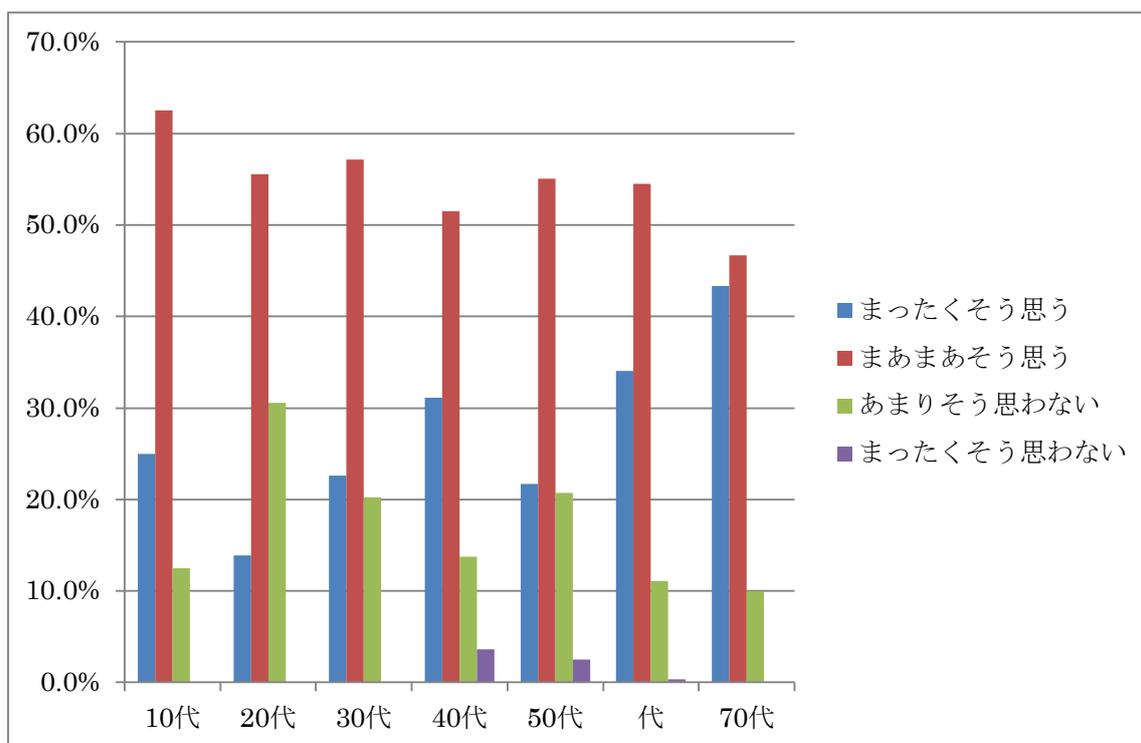
	まったくそう 思う	まあまあそう 思う	あまりそう思 わない	まったくそう 思わない	総計
10代	12.5%	58.3%	25.0%	4.2%	100.0%
20代	22.2%	41.7%	30.6%	5.6%	100.0%
30代	26.2%	48.8%	22.6%	2.4%	100.0%
40代	23.4%	54.5%	18.0%	4.2%	100.0%
50代	17.7%	51.5%	27.8%	3.0%	100.0%
60代	36.7%	50.5%	11.7%	1.1%	100.0%
70代	34.4%	52.2%	12.2%	1.1%	100.0%
総計	28.9%	51.4%	17.5%	2.2%	100.0%



### ③自分自身を高めることができた

ボランティア活動をして自分自身を高めることができたかどうかを聞いてみた。8割以上の人が「まったくそう思う」と「まあまあそう思う」の肯定的な回答をしている。これについて年齢別に見てみると、20代と50代で他の年齢層に比べて、否定的な意見が多い。20代はボランティア活動の内容をこなすことに必死で、自分を見直す余裕がないことが考えられる。また、50代では、自分自身の到達点を高く設定していることによって否定的な回答になっていると考えられる。

	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
10代	25.0%	62.5%	12.5%	0.0%	100.0%
20代	13.9%	55.6%	30.6%	0.0%	100.0%
30代	22.6%	57.1%	20.2%	0.0%	100.0%
40代	31.1%	51.5%	13.8%	3.6%	100.0%
50代	21.7%	55.1%	20.7%	2.5%	100.0%
60代	34.1%	54.5%	11.1%	0.4%	100.0%
70代	43.3%	46.7%	10.0%	0.0%	100.0%
総計	31.1%	53.2%	14.4%	1.3%	100.0%

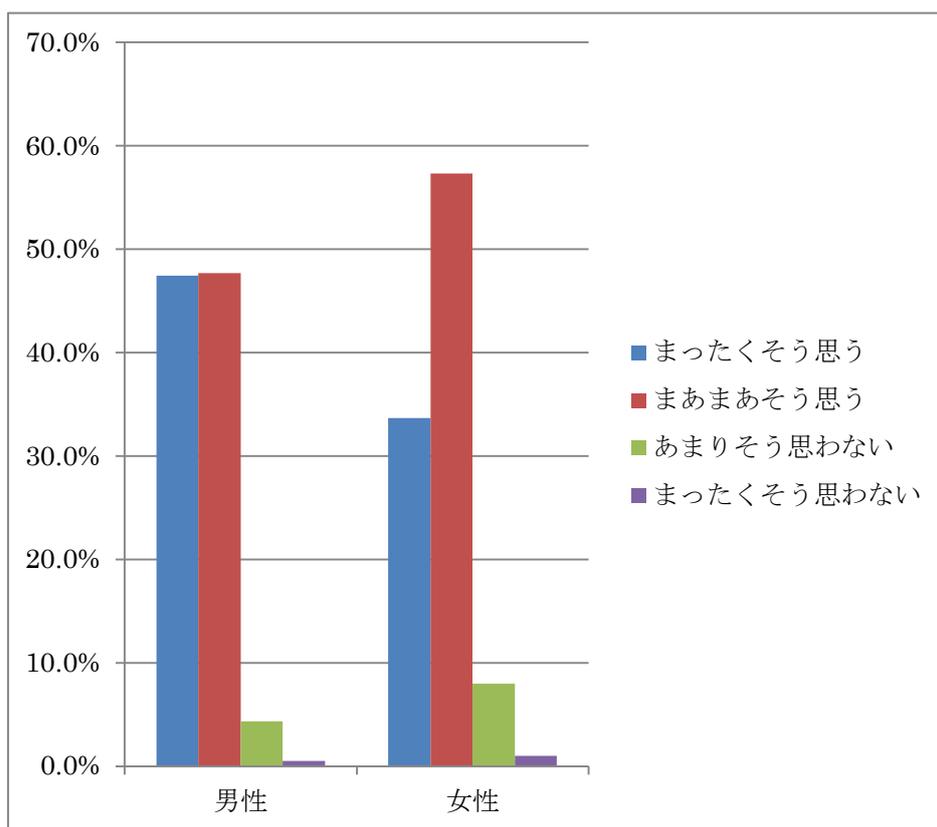


## (5) 性別に見たボランティア活動評価について

### ① 人の世話をすることができた

人の世話をすることができたかという問いに対して、「まったくそう思う」、「まあまあそう思う」と回答した人の割合が9割を超えており、多くの方が大阪マラソンのボランティア活動で人の世話をすることができたと感じている。この項目について性別で見ると、「まったくそう思う」と回答した人の割合が、男性が47.4%、女性が33.7%であり、女性よりも男性の方が、ボランティア活動を通じて人の世話をすることができた、強く感じている傾向にある。

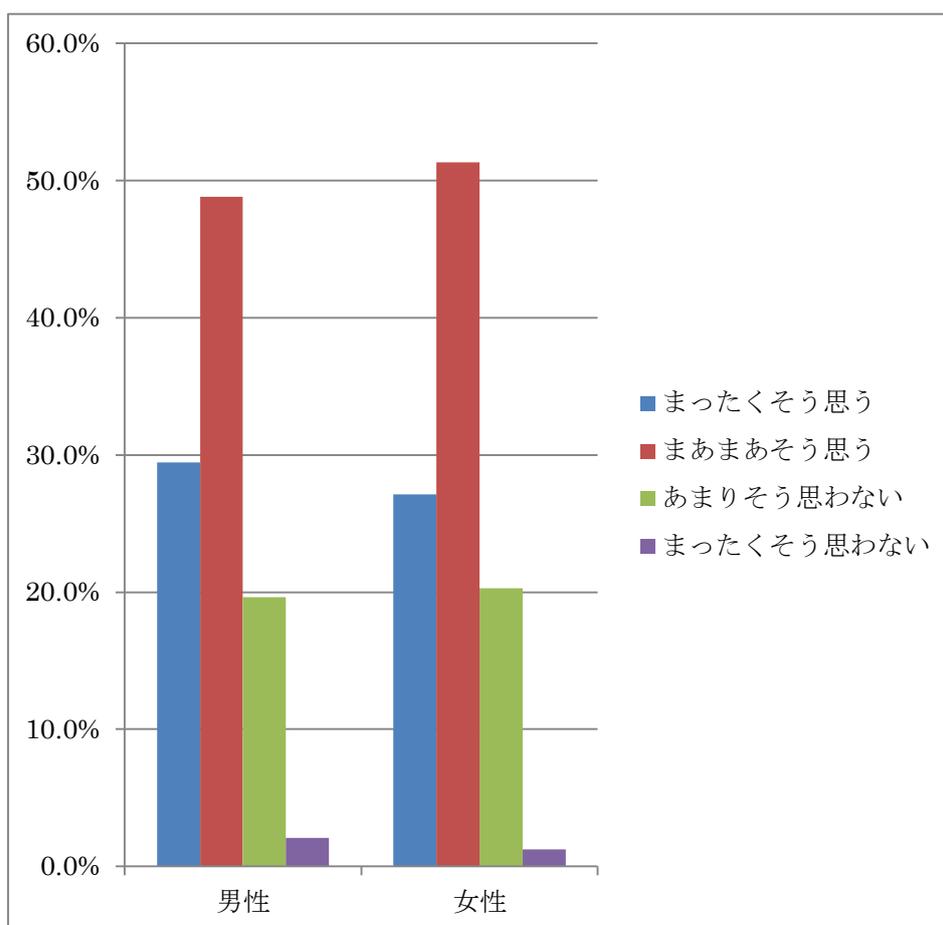
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
男性	47.4%	47.7%	4.4%	0.5%	100.0%
女性	33.7%	57.3%	8.0%	1.0%	100.0%
総計	37.6%	54.6%	6.9%	0.9%	100.0%



## ②大阪マラソンの特徴である「チャリティ」に興味を持つようになった

大阪マラソンの特徴である「チャリティ」に興味を持つようになったかという問いに対して、「まったくそう思う」と回答した人の割合が3割近くあった。この項目を性別で見ると、男性が29.5%、女性が27.1%であり、若干男性の方が大阪マラソンのボランティア活動を通してチャリティに興味をもつようになった人が多い傾向がみられた。反対に、「あまりそう思わない」と回答した人の割合が2割あり、今回、ボランティアとして参加した人にチャリティの意味が伝わっていたか、また、チャリティへどのように参画したのかなど、チャリティのあり方が問われる回答であった。

	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
男性	29.5%	48.8%	19.6%	2.1%	100.0%
女性	27.1%	51.3%	20.3%	1.2%	100.0%
総計	27.8%	50.6%	20.1%	1.5%	100.0%



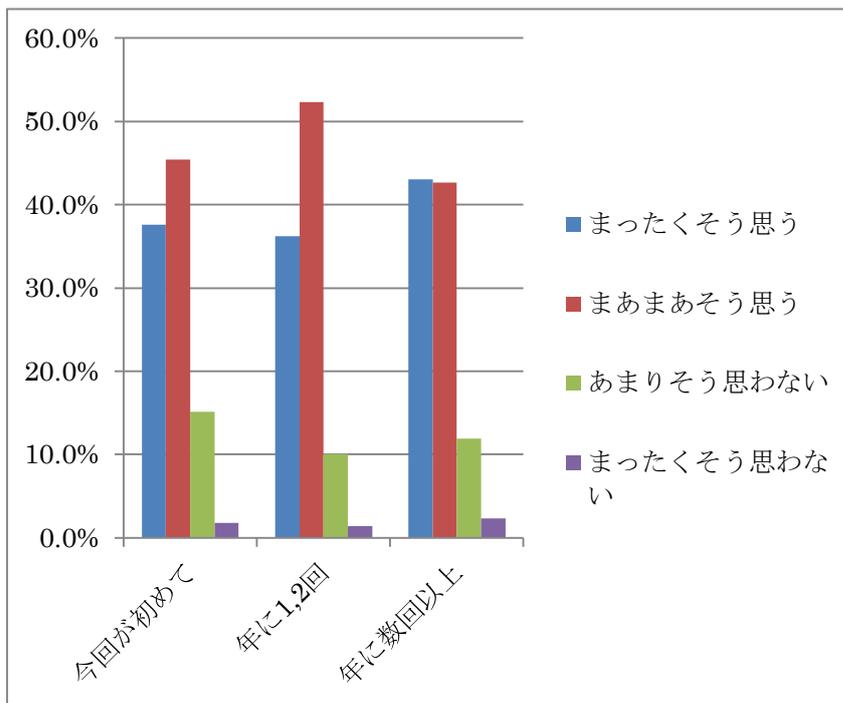
## (6) ボランティア活動経験別に見たボランティア活動評価について

これまでのボランティア活動の経験を「今回初めてした」「年に1, 2回する」「年に数回以上する」の3段階に分けて、大阪マラソンのボランティアに参加してみたの評価について分析してみた。

### ① 市民マラソンのボランティアを人に勧めたり、誘ってみたい

市民マラソンのボランティアを人に勧めたり、誘ってみたいかという問いに対して、これまでのボランティアの経験の有無にかかわらず、「まったくそう思う」、「まあまあそう思う」と回答した人の割合は8割を超えていた。特に「まったくそう思う」で割合が高かったのが、年に数回以上ボランティア活動をしている人であり、あらためて市民マラソンのボランティアの活動の意義を感じていることがわかる。注目すべきことは、今回初めてボランティア活動に参加した人の83.0%が、市民マラソンのボランティアを人に勧めたいと思っており、大阪マラソンのボランティア活動に満足し、今後のボランティア活動への参加につながる可能性が考えられる。

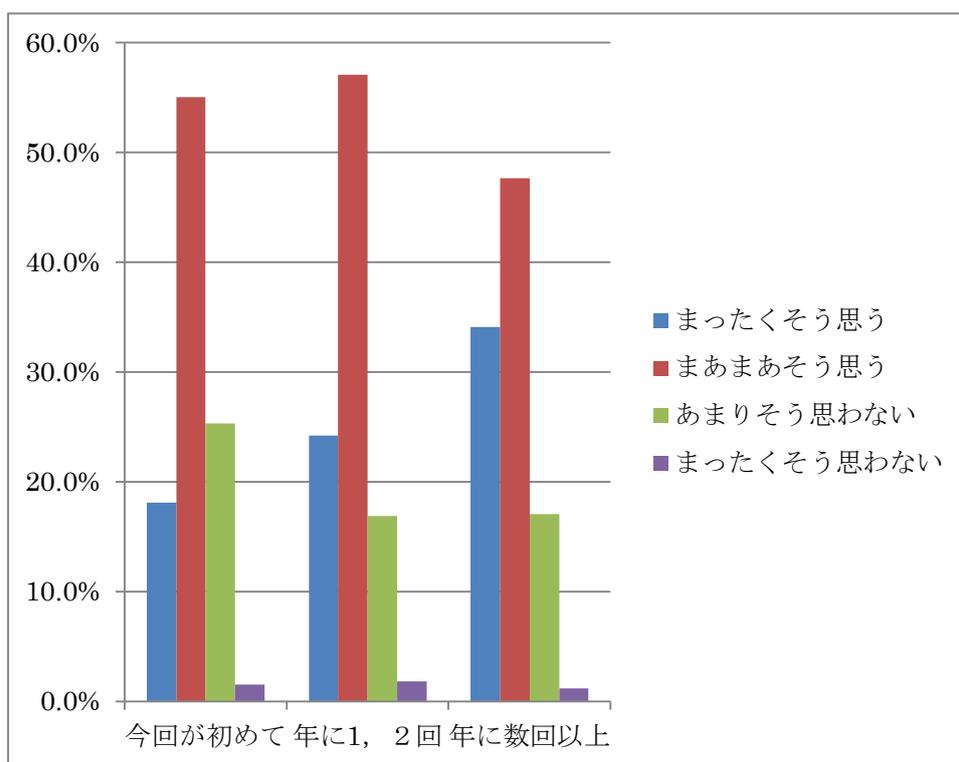
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
今回が初めて	37.6%	45.4%	15.1%	1.8%	100.0%
年に1, 2回	36.2%	52.3%	10.1%	1.4%	100.0%
年に数回以上	43.1%	42.7%	11.9%	2.3%	100.0%
総計	38.9%	46.3%	12.9%	1.9%	100.0%



## ②スポーツ以外のボランティアをしたくなった

スポーツ以外のボランティアをしたくなったかという問いに対して、これまでのボランティアの経験の有無にかかわらず、「まったくそう思う」、「まあまあそう思う」と回答した人の割合が8割近くあり、今後新たな分野でボランティアをしたいと思っているといえる。この項目についてボランティア活動の経験別で見ると、「まったくそう思う」と肯定的に評価している人では、今回初めて参加した人の割合が18.1%、年に1.2回ボランティア活動している人の割合が24.2%、年に数回以上ボランティア活動をしている人の割合が34.1%であり、ボランティア活動を積極的にしている人ほど、大阪マラソンのボランティア活動が、スポーツ以外のボランティア活動をする1つのきっかけになった可能性がある。

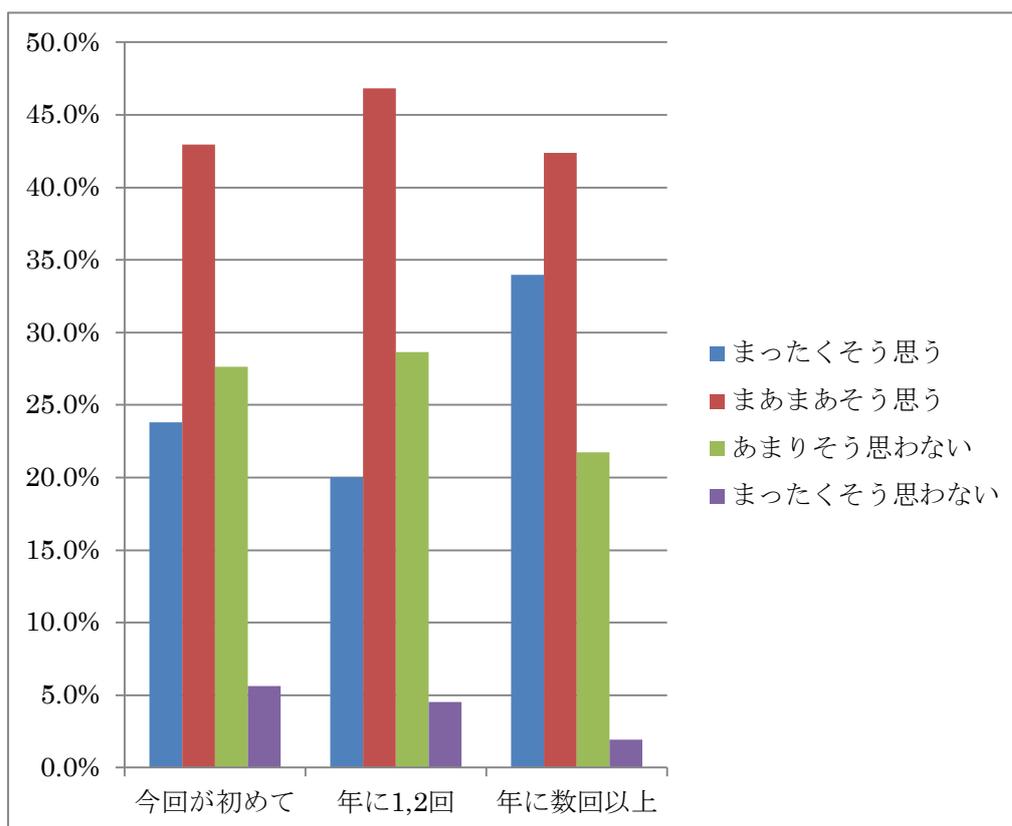
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
今回が初めて	18.1%	55.0%	25.3%	1.6%	100.0%
年に1.2回	24.2%	57.1%	16.9%	1.8%	100.0%
年に数回以上	34.1%	47.7%	17.1%	1.2%	100.0%
総計	24.4%	53.4%	20.7%	1.5%	100.0%



### ③いろいろな人と出会え、知り合いが増えた

いろいろな人と知り合いになれたかということ聞いてみた。「まったくそう思う」と「まあまあそう思う」の肯定的な回答は7割弱で、他の項目に比べてそれほど多いとは言えない。この項目について、ボランティア経験別に見てみたら、年に数回以上ボランティアをしている人は、他の経験の人に比べて知り合いが増えたと回答している。つまり、ボランティアに慣れている人は余裕もあり、積極的に他者と関わろうとする姿勢ができているので、このように知り合いが増える結果になるのではないかと考えられる。

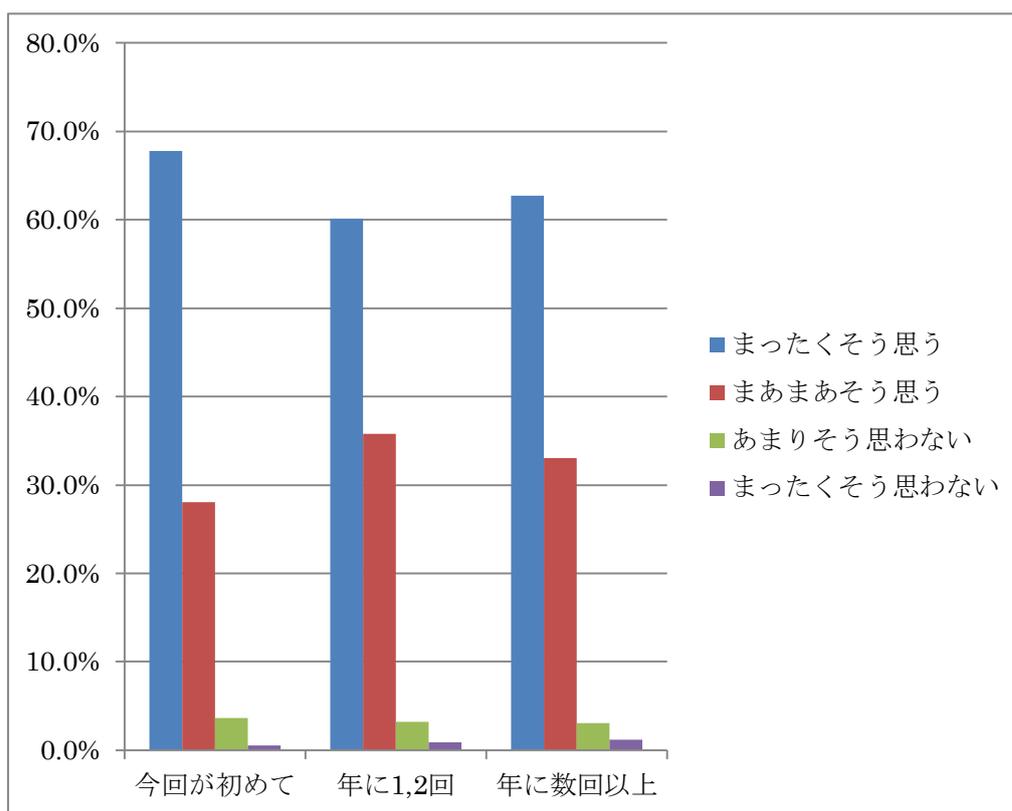
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
今回が初めて	23.8%	43.0%	27.6%	5.6%	100.0%
年に1,2回	20.0%	46.8%	28.6%	4.5%	100.0%
年に数回以上	34.0%	42.4%	21.8%	1.9%	100.0%
総計	25.9%	43.8%	26.1%	4.2%	100.0%



#### ④思い出や記念になった

思い出や記念になったかどうかということ聞いてみたところ、9割以上の方が肯定的に捉えており、大阪マラソンがイベントとして有効に働いていることがうかがえる。この項目について、ボランティア経験別に見てみると、「まったくそう思う」で、今回初めてボランティアをした初心者の人の割合が高い。大会前の調査でも、この項目が参加理由のひとつにあがっていたことから、その目的を達成したといえるし、それが満足度につながっていると推察される。その点から、ボランティアを初めてした人にとっては、とても印象深い大会になったといえる。

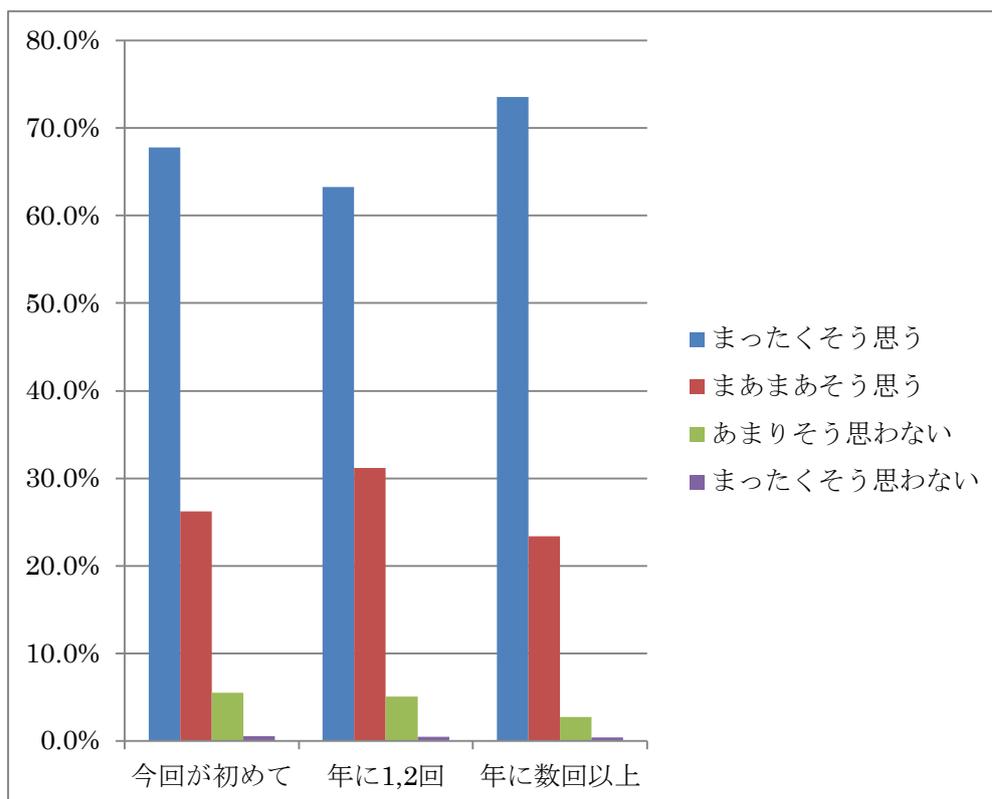
	まったくそう 思う	まあまあそう 思う	あまりそう思 わない	まったくそう 思わない	総計
今回が初めて	67.8%	28.1%	3.6%	0.5%	100.0%
年に1,2回	60.1%	35.8%	3.2%	0.9%	100.0%
年に数回以上	62.7%	33.1%	3.1%	1.2%	100.0%
総計	<b>64.3%</b>	<b>31.5%</b>	<b>3.4%</b>	<b>0.8%</b>	<b>100.0%</b>



### ⑤参加人数が多い(規模が大きい)大会でよかった

参加人数が多い(規模が大きい)大会でよかったかどうかについて聞いたところ、よかったと答えた人は9割以上に上り、大会前の調査とは最も変化のあった項目である。この項目をボランティア経験別に見てみると、年に数回以上とボランティア経験が豊富な人に肯定的な回答の割合が高く、様々な大会でのボランティア活動と比較して、多くの人と接する規模の大きな大会の方に、ボランティアのやりがいを感じているものと思われる。たぶん、これまでの経験に関係なく、このような規模の大きな大会は初めて経験することなので、大会前の調査とは大きく変化したと考えられる。

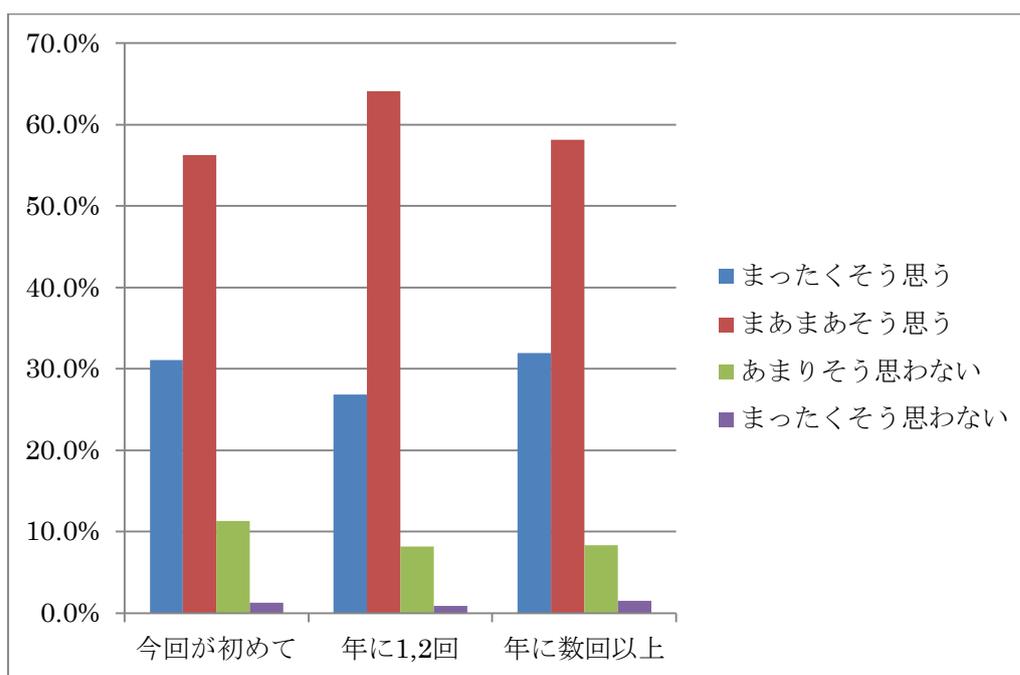
	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
今回が初めて	67.8%	26.2%	5.5%	0.5%	100.0%
年に1,2回	63.3%	31.2%	5.0%	0.5%	100.0%
年に数回以上	73.6%	23.4%	2.7%	0.4%	100.0%
総計	68.4%	26.6%	4.5%	0.5%	100.0%



## ⑥地域や社会のために役立つことができた

社会の役に立つことができたかということに肯定的な人は9割近くおり、大会前の調査でも「社会の役に立ちたい」ということを参加理由としている人が2番目に多かったことから、多くの方が自分のボランティア活動が社会の役に立ったと実感していることがうかがえる。この項目では、どちらかというとも初心者より経験者のほうが若干肯定的に捉えているようであり、社会貢献という点で満足を得ているようである。

	まったくそう思う	まあまあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	総計
今回が初めて	31.1%	56.3%	11.3%	1.3%	100.0%
年に1,2回	26.8%	64.1%	8.2%	0.9%	100.0%
年に数回以上	31.9%	58.2%	8.4%	1.5%	100.0%
総計	30.3%	58.8%	9.6%	1.3%	100.0%



## (7)自由記述

サンプル数:578

今回、ボランティアの方に調査を依頼した時、快く応じてくださる方が多かったが、それがアンケート結果にも表れていた。7割近くの方が自由記述欄に大阪マラソンを間近で見た感動やボランティアをした感想などを書いて下さり、なかにはぎっしりと一面にわたり書いて下さった方もいた。

全体的に、大阪マラソンのボランティアに参加した満足度が高かったことが調査で明らかになったが、自由記述欄にもボランティアに参加できて楽しかった、来年もまたボランティアとして参加したいということが一番多く書かれていた。印象的であったのは、ボランティアを通して大阪を活性化できたことへのよろこびの声である。たとえば、「ボランティアに参加できてとても楽しかったです。来年もぜひ参加して大阪を盛り上げていけるようにしたいです」、「大阪マラソンは初めてであり、大阪にとって大きな市民運動となり、さらに活気ある街づくり・町おこしになったと思う」、「大阪に元気がもどってきた。大阪人でマラソンを成功させたことは今後の府政運営に大きな力になるであろう」というコメントがあった。記念品がとてもうれしかったという声も多かった。

反対に、ボランティアの配置場所によっては、あまり楽しめなかったという意見も多くみられた。たとえば、インデックス大阪のゴール地点で選手に荷物の受け渡しを担当した人からは、「大会に裏方として参加はさせて頂きましたが、沿道でのにぎわいやその他の感動も何もないまま終わってしまったことが残念で、こんなに近くにいて、すごく遠くにいるような気がして半日がなぜかむなしかった。せめて、ゴールの瞬間だけでも大画面モニターで見せてほしかった」、「せめてスタートの時の状況がわかるような実況がほしかった」、「裏方で働いていたが肝心なマラソンの様子が見られず、テレビがあったらいいねという声が多かった」というコメントがあった。場所によっては、ボランティアを交代制にするなどの配慮が必要と考えられた。

今後の課題に関する記述もあり、マラソン当日前にやっておくべきことが多く書かれていた。たとえば、非常時の説明、仕事内容を知る機会、グループの顔合わせ、ボランティア指導などが挙げられる。「選手がきもちよく走れるように、大阪の良さをもっともっとアピールできるようにもっともっと笑顔で接するようボランティアの人たちへの指導をしていくようにしてください」という意見もあった。今後、選手だけではなく、ボランティアにとってもよりよい大阪マラソンを創りあげていくためには、ボランティア講習会などボランティアとして参加する人のための事前準備が必要であることが調査によって明らかになった。

### 【抜粋】

- ・ ボランティアに参加出来てとても楽しかったです。来年も是非参加して大阪を盛り上げていけるようにしたいです。(女性 40代)

- ・ 今回を機会にいろいろなボランティア活動にも参加しようと思っています。(男性 60 代)
- ・ ボランティア初参加。車椅子ランナーから一般ランナーまですべて感動でした。(男性 60 代)
- ・ 3 万人はやはりすごい！感動しました。トップランナーを迎えたとき、なぜか涙が止まりませんでした。(女性 60 代)
- ・ 関西に住んでいても、大阪マラソンを成功させたいという気持ちが強く働きました。(女性 60 代)
- ・ 今回は落選しましたが、来年はどうしても走りたいです。(女性 70 代)
- ・ 給水係をさせて頂き、いろんな思いで走られている選手の方を目の前で応援でき興奮しました。(女性 60 代)
- ・ 今までにはランナーとしてゴールを目指すだけでしたが、今回は裏方さんとしていい経験をさせていただきました。(男性 50 代)
- ・ 休憩の時に、コーヒーを飲みながら仲間と話ができた時に幸せを感じた。(女性 60 代)
- ・ ランナーの達成感を見ていると、来年チャレンジで走ってみたいという気持ちになりました。(男性 50 代)
- ・ ランナーの方々に手荷物を渡すと逆に「ありがとう。お疲れ様。大変ですね」と声をかけられて、嬉しかった。(女性 50 代)
- ・ 走り終えた方には握手やおめでとうと言葉かけをして、逆にパワーをもらいました。(女性 50 代)
- ・ マラソン選手と直に触れ合える給水でよかったです。大声で応援すると、それに応えてくれた。(女性 50 代)
- ・ 記念にユニフォーム、帽子をもらいましたが、大阪マラソンを知ってもらいたいと思い、大会が終わっても日常着用しています。(男性 70 代)

#### <課題>

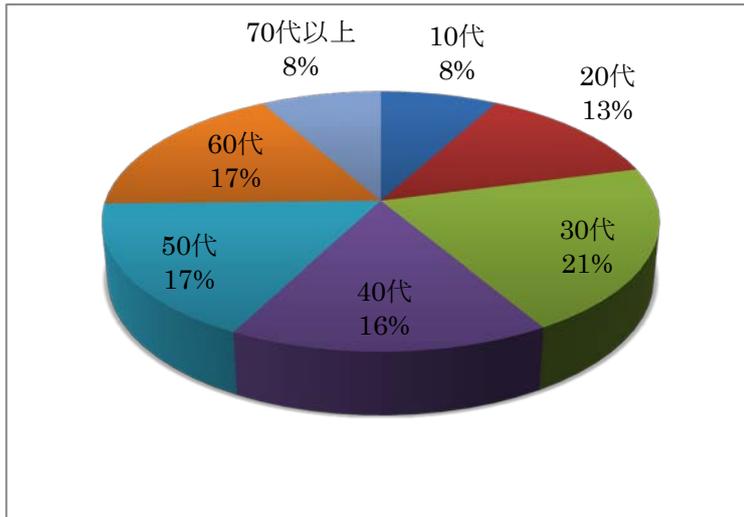
- ・ 私自身は参加して方々の走っている姿がまったく見るができなかったのも、マラソンのボランティアをしているという実感がありませんでした。(女性 40 代)
- ・ もっと若い人がボランティアに関わって欲しい。(男性 50 代)

### Ⅲ. 観 客

#### 1) 観客調査の概要

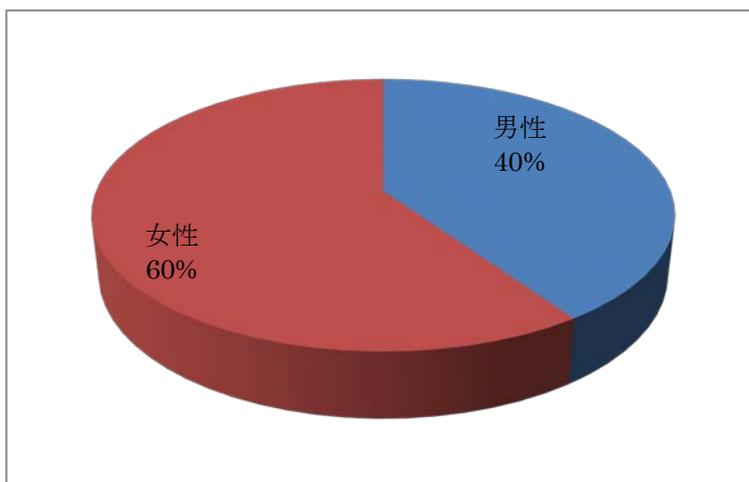
(1) 調査対象の概要(有効回答数: 467人)

##### ①年代



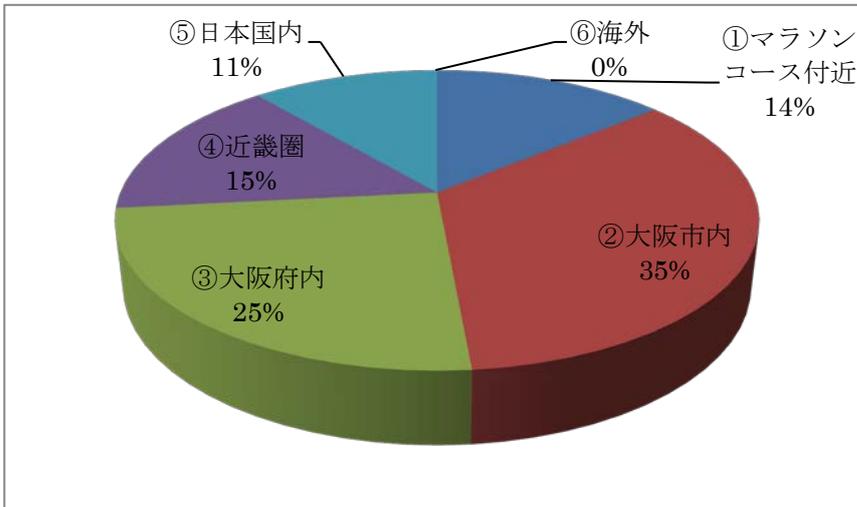
調査対象である観客の年齢は10代が8%、20代が13%、30代が21%、40代が16%、50代が17%、60代が17%、70代が8%とバランス良く調査している。これは、沿道の観客に調査員がアンケート用紙を手渡し、その場で書いてもらうという方法をとったので、こちらが年代に偏りがないよう配慮し調査した結果である。

##### ②性別



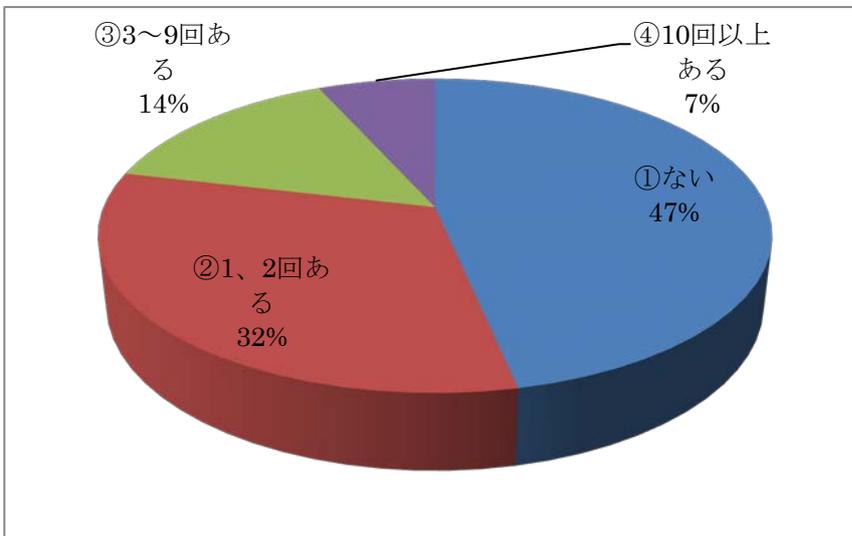
観客の性別についても、バランス良く取ろうとしたが、観客は女性が多いということと、協力してくれた観客に女性が多かったことによって、男性4対女性6と少し偏りが出た。

### ③観客の住居地域



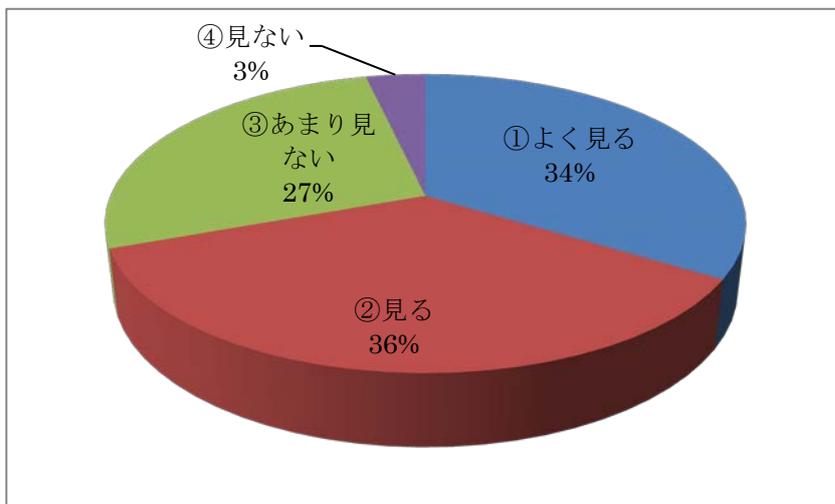
アンケートに答えてくれた観客を居住地別に見ると、コース近辺あるいは大阪府内・市内に住んでいる人が74%を占めており、地元の人が応援しているということである。そのことは同時に、知り合いといった特定の人を応援するだけではなく、市民マラソンを走るランナーみんなを応援する人が多くいたことを示している。

### ④マラソンの沿道応援経験



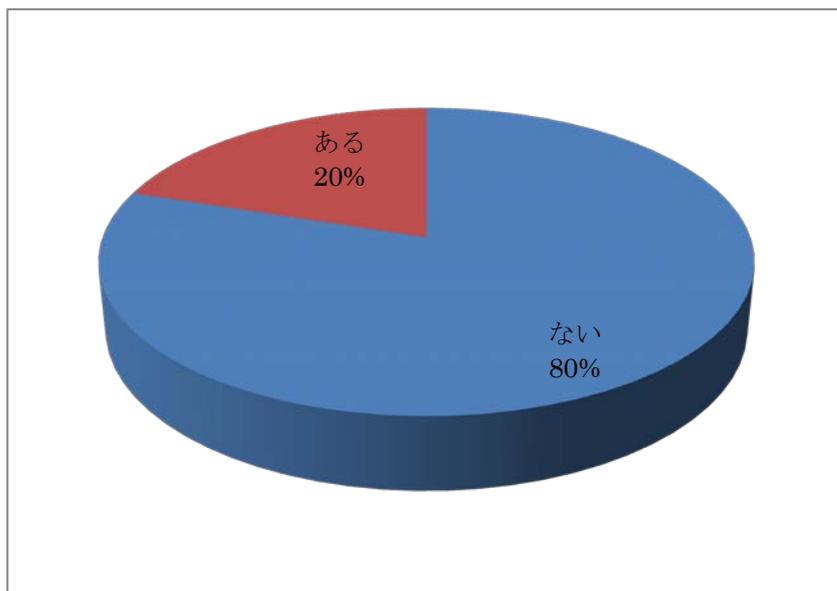
また沿道での応援経験は「ない」と回答した人が、47%と半数弱にのぼっている。このことから、今回の大阪マラソンが多くの府民・市民を巻き込み、これをきっかけに初めて沿道でのマラソン応援に参加した人が大勢いたことがうかがえる。

### ⑤ マラソンのテレビ視聴



マラソンをテレビでどれだけ見ているかを聞いてみた。「よく見る」と答えた人は34%、「見る」と答えた人は36%で、合わせると70%になり、マラソンへの関心の高さをうかがわせる。

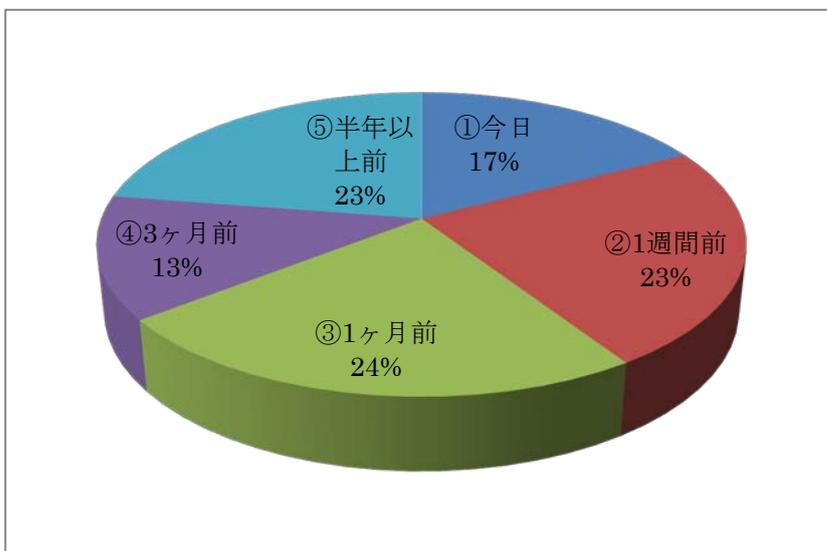
### ⑥ 市民マラソン経験



観客の中に、どれだけ市民マラソンを経験している人がいるのかを聞いてみたところ、80%の人は経験がないということであった。他のスポーツ観戦に比べて、この割合は高いといえる。ちなみに、市民マラソン経験があると答えた20%の中には、今回の大阪マラソンに申し込んだが落選したという人が多かった。

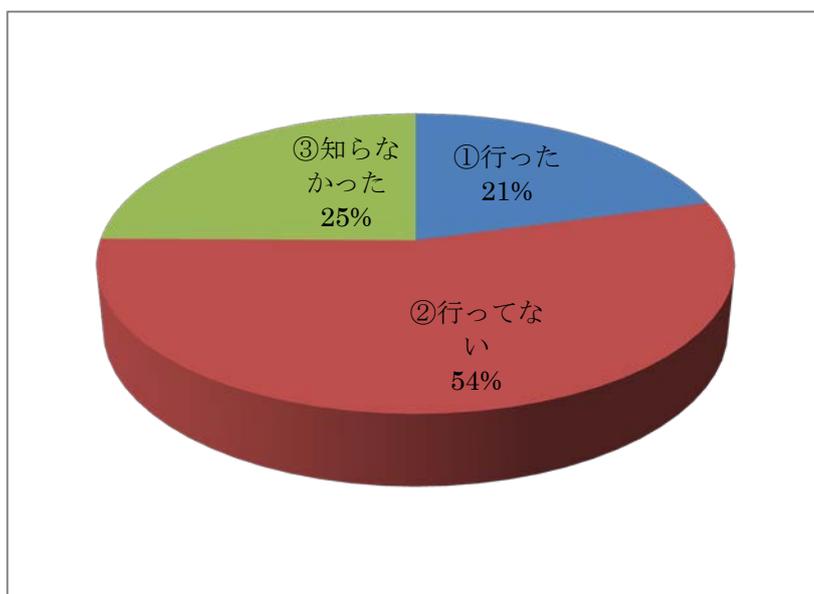
## (2)大阪マラソンについて

### ①大阪マラソン観戦の決定時期



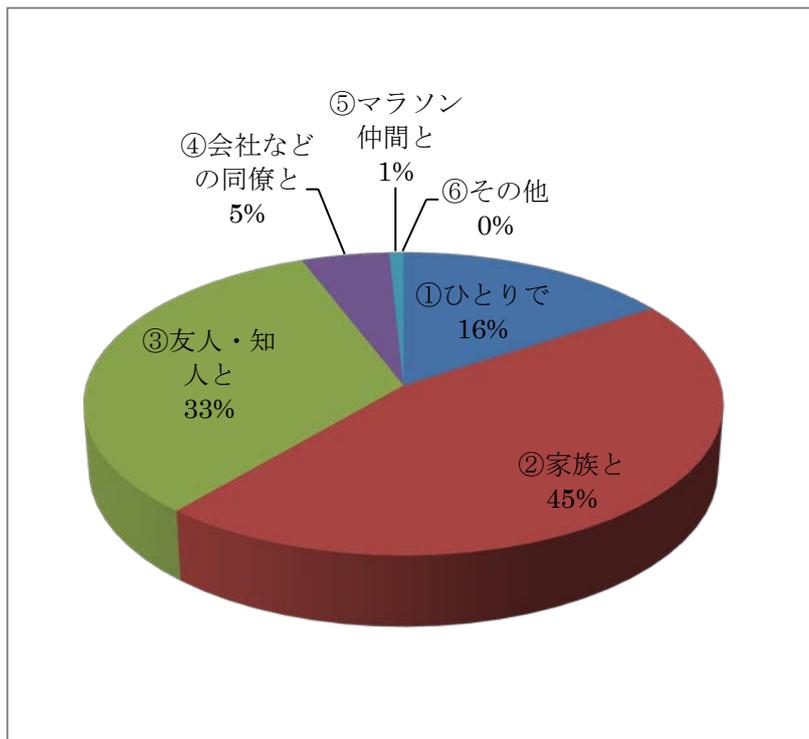
大阪マラソンを観戦することをいつ決めたか聞いてみたところ、60%の人が観戦を1ヶ月以上前に決めていた。このマラソンに対する広報が早い時期から行き渡っていたことがうかがえる。さらに、早くから話題になり、関心を持っていたことを示しているといえる。

### ②「大阪マラソン EXPO2011」への参加



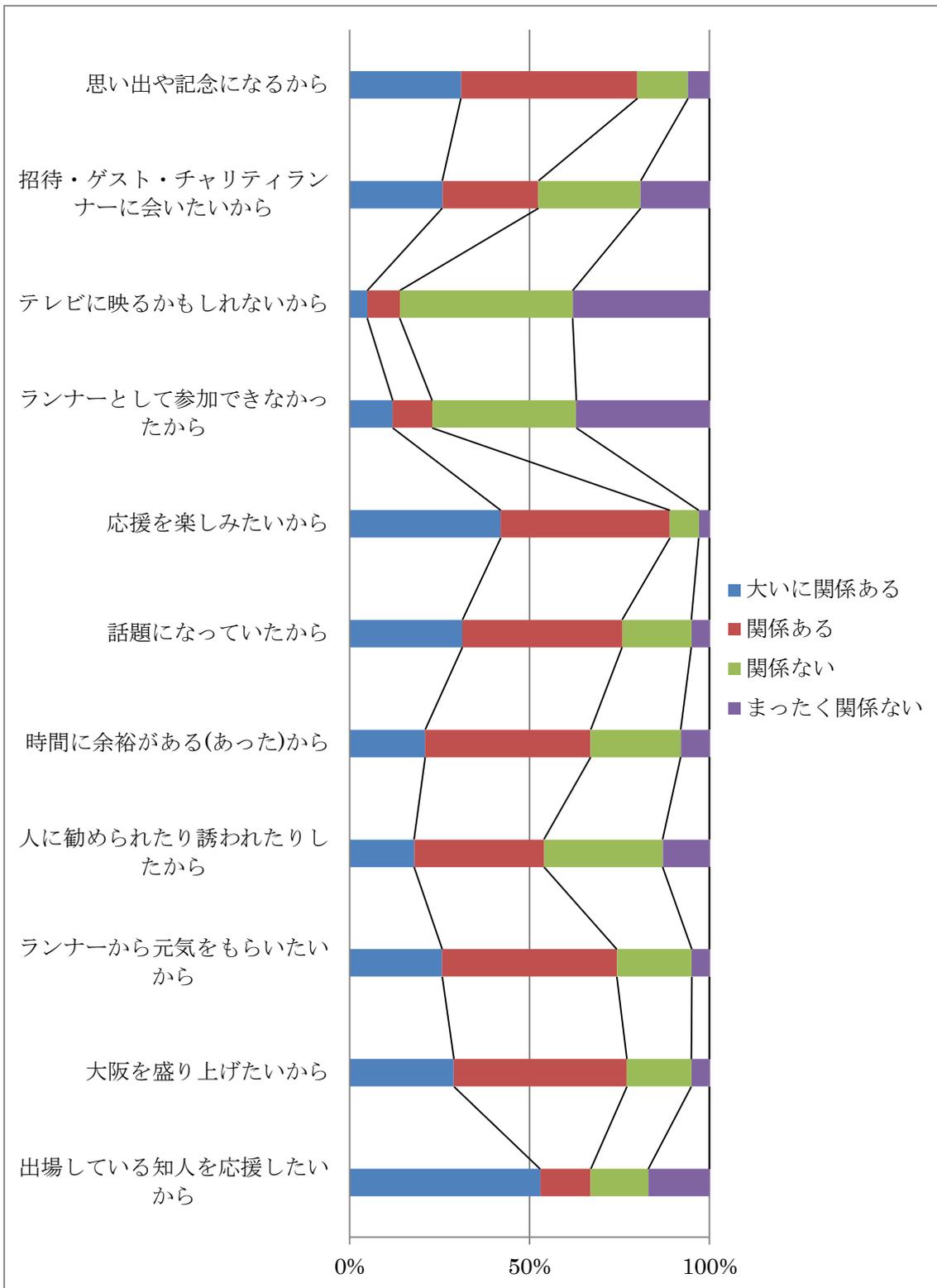
一方で「大阪マラソン EXPO2011」を 25%の人が知らなかった。また、54%の人が行っていないと答えており、大阪マラソン EXPO2011 がこのマラソンの前夜祭イベントとして位置づけられるには、もう少し工夫が必要かもしれない。

### ③大阪マラソン観戦の形態



観戦形態については、家族できた人が45%と半数近くをしめ、今回の催しが休日の家族イベントとして浸透していたことがうかがえる。

### (3) 応援の理由について



%

	大いに 関係あ る	関係あ る	関係な い	まったく 関係な い
出場している知人を応援したいから	53.0	14.0	16.0	17.0
大阪を盛り上げたいから	29.0	48.0	18.0	5.0
ランナーから元気をもらいたいから	26.0	49.0	21.0	5.0
人に勧められたり誘われたりしたから	18.0	36.0	33.0	13.0
時間に余裕がある(あった)から	21.0	46.0	25.0	8.0
話題になっていたから	31.0	44.0	19.0	5.0
応援を楽しみたいから	42.0	47.0	8.0	3.0
ランナーとして参加できなかったから	12.0	11.0	40.0	37.0
テレビに映るかもしれないから	5.0	9.0	48.0	38.0
招待・ゲスト・チャリティランナーに会いたいから	31.0	32.0	34.0	23.0
思い出や記念になるから	31.0	49.0	14.0	6.0

観客が応援に来た理由として「大いに関係ある」「関係ある」と肯定的に答えた項目の上位3つは、「応援を楽しみたいから」(89%)、「思い出や記念になるから」(80%)、「大阪を盛り上げたいから」(77%)であった。

また、下位の理由としては「テレビに映るかもしれないから」(14%)、「ランナーとして参加できなかったから」(23%)があげられている。

このことから、多くの観客が「観て」「応援して」「共感」といった純粋な目的で参加し、ランナーへの応援を楽しんでいたことがうかがわれ、地域コミュニティの活性化、郷土愛の喚起という大会目的が観客の側でも受け入れられていたことがわかる。

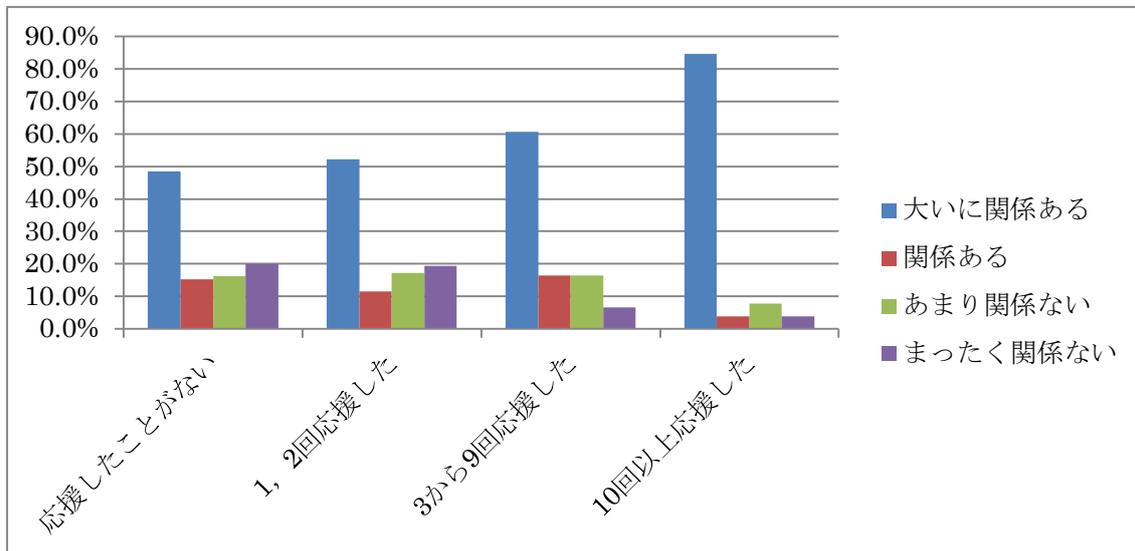
#### (4) 応援経験別に見た観客の応援理由について

これまでの沿道での応援経験を「応援したことがない」「1, 2回応援した」「3から9回応援した」「10回以上応援した」の4段階に分けて、観客の応援理由について分析してみた。

##### ① 知り合いのランナーを応援したい

10回以上応援経験のあるベテラン観客は、知り合いのランナーを応援したいが「大いに関係ある」(84.6%)「関係がある」(3.8%)をあわせて9割近くと、ランナーとのつながりが強い人たちであることがわかる。一方、これまでマラソン観戦経験がまったくない、もしくは1, 2回の観客では、その割合が6割程度と、ランナーとの直接のつながりが薄いことがうかがわれる。

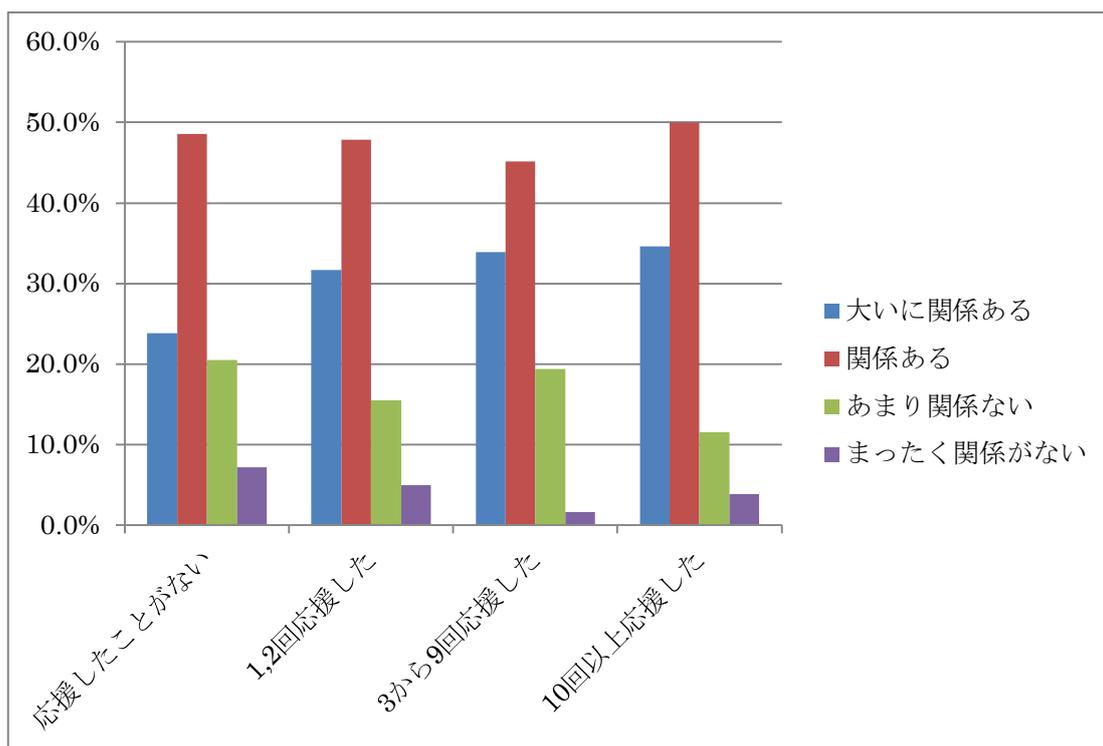
	大いに関係ある	関係ある	あまり関係ない	まったく関係ない	総計
応援したことがない	48.6%	15.2%	16.2%	20.0%	100.0%
1, 2回応援した	52.1%	11.4%	17.1%	19.3%	100.0%
3から9回応援した	60.7%	16.4%	16.4%	6.6%	100.0%
10回以上応援した	84.6%	3.8%	7.7%	3.8%	100.0%
総計	57.5%	12.6%	15.4%	14.4%	100.0%



## ②大阪を盛り上げたい

大阪を盛り上げたいという理由については、応援経験の多寡に関わらず、ほぼ8割前後の観客が関係あると答えており、応援を楽しみたいという理由とともに、共通して参加理由としてあげられている。ただ、「大いに関係ある」と答えた人の割合で見ると、応援経験が多い人ほど、大阪を盛り上げたいと強く思っていることがわかる。

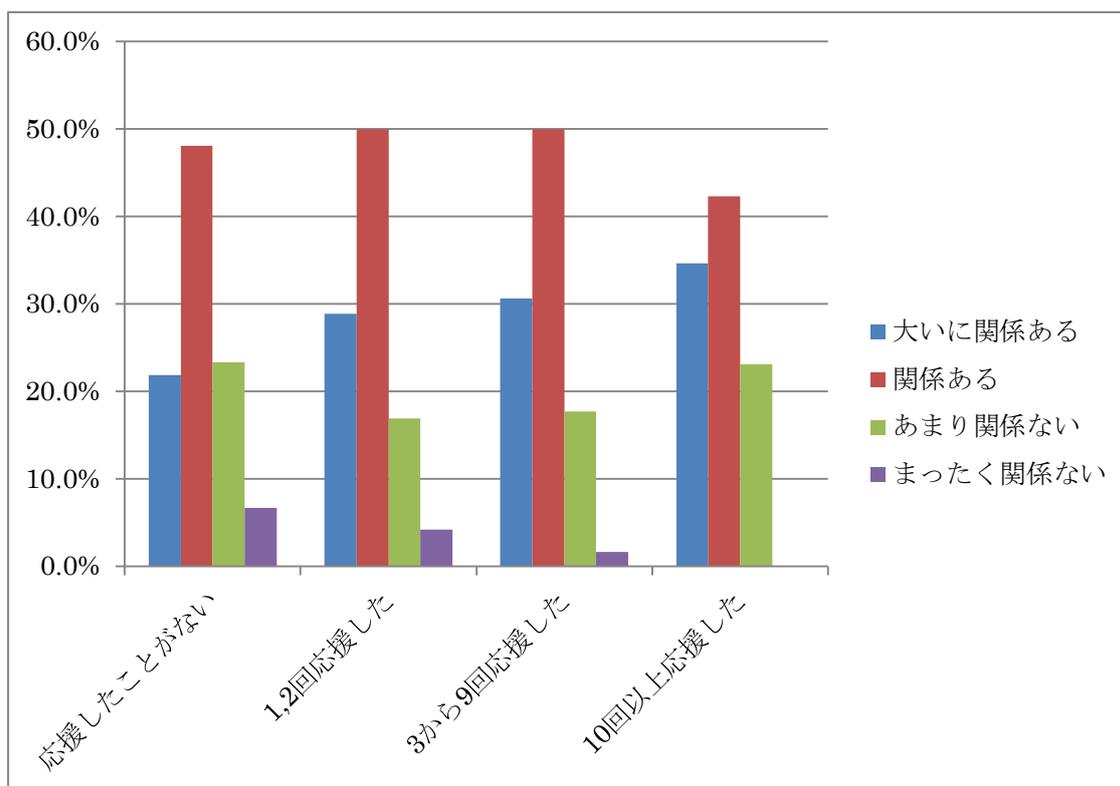
	大いに関係ある	関係ある	あまり関係ない	まったく関係ない	総計
応援したことがない	23.8%	48.6%	20.5%	7.1%	100.0%
1, 2 回応援した	31.7%	47.9%	15.5%	4.9%	100.0%
3 から 9 回応援した	33.9%	45.2%	19.4%	1.6%	100.0%
10 回以上応援した	34.6%	50.0%	11.5%	3.8%	100.0%
総計	30.5%	47.7%	17.2%	4.6%	100.0%



### ③ランナーから元気をもらいたい

ランナーから元気をもらいたいという人は、75%の人が観戦の理由として挙げているが、応援経験で見ると、「大いに関係ある」と答えた人の割合は、初めての人が21.9%であるのに対し、1,2回の応援経験で28.9%、3から9回の応援経験で30.6%、10回以上の応援経験で34.6%と、応援経験が増えるに従って、ランナーから元気をもらいたいと思っており、このことは、経験回数によって実感として確かなものとなっていると考えられる。

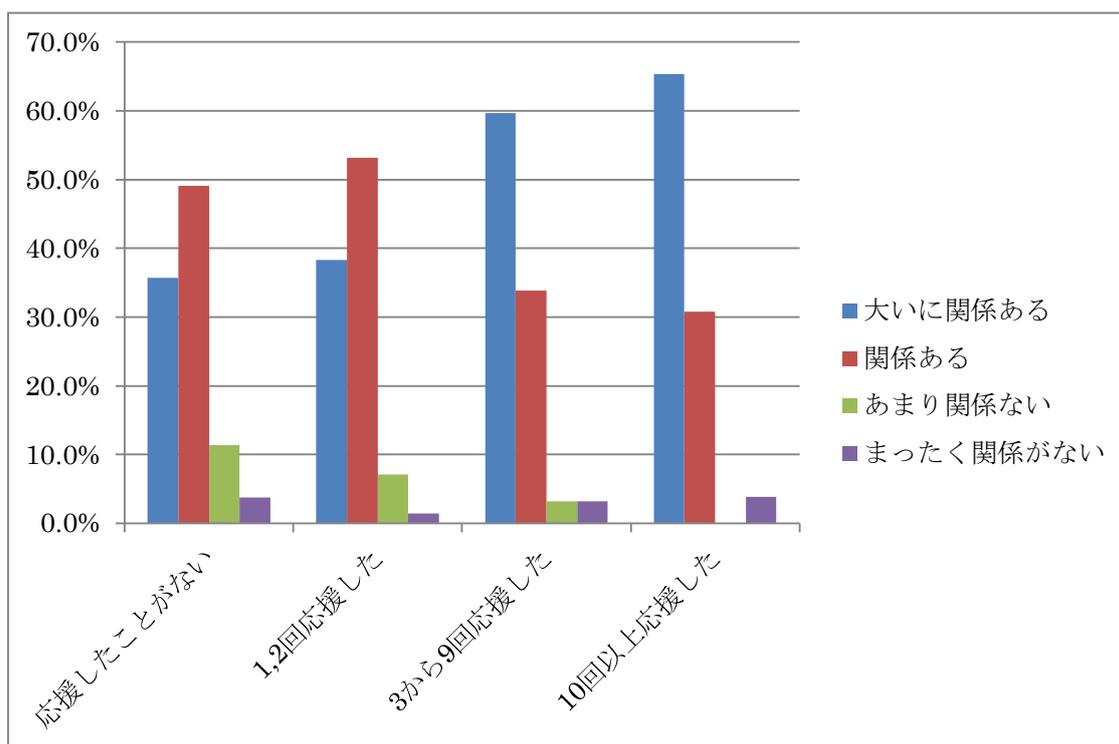
	大いに関係ある	関係ある	あまり関係ない	まったく関係ない	総計
応援したことがない	21.9%	48.1%	23.3%	6.7%	100.0%
1,2回応援した	28.9%	50.0%	16.9%	4.2%	100.0%
3から9回応援した	30.6%	50.0%	17.7%	1.6%	100.0%
10回以上応援した	34.6%	42.3%	23.1%	0.0%	100.0%
総計	28.2%	48.5%	19.6%	3.7%	100.0%



#### ④ 応援を楽しみたいから

応援を楽しみたいという理由は、応援経験の多寡に関わらずもっとも高い割合をしめている。とりわけ「大いに関係ある」と答えた人の割合は、初めての人が 35.7%であるのに対し、1, 2回の応援経験で 38.3%、3 から 9 回の応援経験で 59.7%、10 回以上の応援経験で 65.4%と応援経験が増えるに従って、明確な理由としてあげる人が増え続け、二倍近い割合になっている。経験を重ねるにつれて応援の楽しみ方を学習すると考えられる。

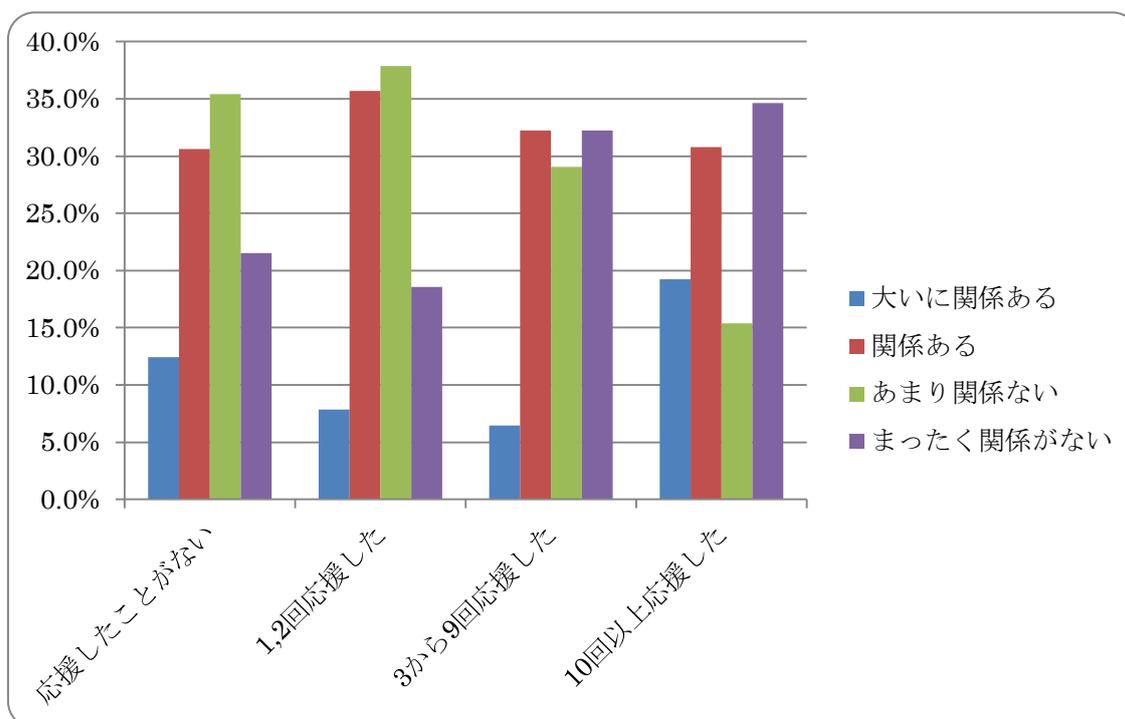
	大いに関係ある	関係ある	あまり関係ない	まったく関係ない	総計
応援したことがない	35.7%	49.0%	11.4%	3.8%	100.0%
1,2 回応援した	38.3%	53.2%	7.1%	1.4%	100.0%
3 から 9 回応援した	59.7%	33.9%	3.2%	3.2%	100.0%
10 回以上応援した	65.4%	30.8%	0.0%	3.8%	100.0%
総計	46.3%	44.5%	6.4%	2.8%	100.0%



### ⑤招待・ゲスト・チャリティランナーに会いたいから

招待、ゲスト、チャリティランナーに会いたいという理由は、応援経験が10回以上と以下では大きな違いが見られる。10回以下の観客では、「大いに関係ある」「関係ある」の肯定的評価の人は38.8%、43.6%、43.0%であるのに対し、10回以上の観客は、50.0%と半数に達している。経験のマラソン応援の回数が多くなった人は有名なランナーなどの名前を知っていて、それが応援動機になったと考えられるが、応援経験の少ない人にとっては、招待ランナーやゲストランナーなどが応援の動機には直接つながっていないことがうかがえる。ただ、「まったく関係ない」と強く否定する人は応援経験の豊富な人に多く、知人を応援する人と有名ランナーを応援する人に二極化しているといえることができる。

	大いに関係ある	関係がる	あまり関係ない	まったく関係ない	総計
応援したことがない	12.4%	30.6%	35.4%	21.5%	100.0%
1,2回応援した	7.9%	35.7%	37.9%	18.6%	100.0%
3から9回応援した	6.5%	32.3%	29.0%	32.3%	100.0%
10回以上応援した	19.2%	30.8%	15.4%	34.6%	100.0%
総計	10.3%	32.9%	32.1%	24.8%	100.0%



## おわりに

市民マラソンはある種、近代スポーツを相対化する力を持っているように思います。

近代スポーツの中で競争が過度に強調されることによって、勝つことの価値が肥大し、ややもすれば勝つことだけがスポーツの目的とされ、勝利至上主義を生んできました。その結果、挑戦することに非常に臆病なスポーツが蔓延しているのです。

しかし、市民マラソンは忘れかけていたスポーツの挑戦の価値を思い出させてくれます。それは、自分の目標タイムだったり、完走することだったり、友達と一緒にゴールすることだったり、それぞれが挑戦の目標を設定できるからです。

したがって、一緒に走っているランナーは競争相手やライバルではなく、ともにゴールを目指す仲間です。そう、そのレースを共につくる共同参画者なのです。

さらに、そのスポーツの空間は、普段は人々が生活している日常空間を、その日だけは非日常空間に変えます。車が行き交う車道をマラソンというスポーツ空間にするのです。それは、まるで子どもが空き地を遊び空間に変えるのと同じように、スポーツのもつ遊びの要素を存分に味あわせてくれます。

そんな中で行動する人々が一体感を感じないわけがありません。ランナーが知らない人からの応援に感動し、また応援する人がランナーの走りに感動します。そして、自分たちの走りを支えてくれるボランティアに感動し、都市生活の中で忘れかけていた人とのつながりを再発見するのです。

ランナーを支えるボランティアは、ランナーから「感謝」されますが、それ以上に、ランナーから「感動」をもらうのです。災害ボランティアや福祉ボランティアは、ある面、人々と「苦しみ」を共有しなければなりません。しかし、この大阪マラソンのような市民マラソンのスポーツボランティアは、ランナーと「楽しみ」を共有するところに特徴があります。そして、大阪マラソンをランナーと共に創っている一員として「参画」しているという実感を味わうのです。

これらを取り囲む観客はランナーを追いかけて移動するというアクティビティが要求される珍しいスポーツです。しかも、鼎足のチームや特定の選手を応援するのではなく、見ず知らずの人に声援を送るのです。そのとき、現代の匿名性社会はその姿を変え、知り合いかどうかということの意味すら霧散させてしまうのです。

このように、現代社会にあって、市民マラソンはわれわれが目をそらしてきたスポーツの本来のあり方を見せてくれているように思えてなりません。いや、市民マラソンによって照射された社会を受け止め、これからの社会を描くことが可能になるのではないかと考えています。

この報告書が、現代社会におけるスポーツの意味について再構築するきっかけになれば、望外の喜びであります。

最後に、この調査研究にご協力いただいたランナーの方、ボランティアの方、観客の方にお礼申し上げますとともに、このような機会を与えていただいた大阪マラソン組織委員会に心より感謝申し上げます。

# 資料

ランナー調査票(大会前・後)  
ボランティア調査票(大会前・後)  
観客調査票

# 大会前ランナー調査票(Web 調査)

大阪マラソン 参加ランナーに対する意識調査

Page 1 of 6

## 大阪マラソン 参加ランナーに対する意識調査

10月30日、「第1回大阪マラソン」が開催されます。

3万人のランナーだけでなく、ボランティアや観客など、  
多くの人たちが大会にかかわり大会を盛り上げます。

今回、読売新聞社と関西大学は、「大阪マラソン」がもたらす効果と影響について、  
大阪マラソン組織委員会の協力を得て、共同で意識調査を行うことになりました。

調査結果は、読売新聞紙上のほか関連学会などで発表することになっています。

また、大阪マラソン組織委員会にも報告し、  
今後の大会運営に生かしてもらう予定にしています。

ご協力のほど、何卒よろしく願いいたします。

なお、大会終了後の11月初旬にも調査を計画しています。

あわせてご協力をお願いします。

※ 今回の意識調査でお答えいただいた内容については、統計的に処理され、  
個々の内容を明かすことはありません。

締切 9月15日(木)

以下の各設問について、あてはまるものを選択・入力してください

【個人的属性について】

年齢(年代) ※必須

10代  20代  30代  40代  50代  60代  70代以上

性別 ※必須

男性  女性

お住まいの都道府県 ※必須

都道府県のリスト選択形式です

以下から1つを選択してください。▼

参加コース ※必須

フルマラソン  チャレンジラン

参加形態 ※必須

登録 一般個人 一般グループ 車いす

市民マラソン参加経験 ※必須

0回

フルマラソン参加経験 ※必須

0回

フルマラソンの最高タイム

時間 分

フルマラソンの今回の目標タイム ※必須

(「完走」を目標とされている場合は、「0時間0分」と入力してください)

時間 分

参加するための練習量(週\*\*時間程度) ※必須

以下から1つを選択してください。▼

練習場所

(複数回答可)

自宅付近の公道 職場付近の公道 公園や常設のランニングコース フィットネスクラブなどのランニングマシン その他

練習場所(その他)

練習場所で「その他」を選択された方は、具体的に入力願います

マラソン以外でしているスポーツ(種目)

大阪マラソンをどのようにして知りましたか? ※必須

(複数回答可)

テレビ ラジオ インターネット 新聞 雑誌 広報 ポスター・チラシ 友人 その他

大阪マラソンをどのようにして知りましたか?(その他)

前設問で「その他」を選択された方は、具体的に入力してください

今後、一番参加したいマラソン大会は？ ※必須

- 大阪マラソンのような都市型マラソン     地方の自然の中を走る田園型マラソン  
 海外のマラソン     参加したくない

【参加目的について】

あなたが大阪マラソンに参加することを決めた理由は何ですか？

次の項目について、4段階

(①大いに関係ある

②どちらかというの関係ある

③どちらかというの関係ない

④まったく関係ない) で評価してください。

(完走や記録に) 挑戦してみたかったから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
大阪マラソンのコース設定がよいと思ったから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
普段走れないところを走れるから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
観光地を走れるから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
友人に誘われたから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
参加人数が多い(規模が大きい) から ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
観客が多そうだから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
メディア(新聞やテレビ)に取り上げられるから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかというの関係ある

	<input type="radio"/> どちらかという関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
有名人と一緒に走れるから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
思い出や記念になるから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
大阪を盛り上げたいから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
制限時間が適当だから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
チャリティが面白いと思ったから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
参加費用が安いから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
参加賞 (Tシャツ) がいいから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
大阪に旅行ができるから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
近いから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
時期がよいから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
事前のイベントの企画が面白いから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ある <input type="radio"/> どちらかという関係ない

	<input type="radio"/> まったく関係ない
救護等の安全対策が充実しているから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかというと関係ある <input type="radio"/> どちらかというと関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
本大会のコンセプト（大阪独自の新しい「祭り」）あるいはテーマ「みんなでかける虹。」が気に入ったから ※必須	<input type="radio"/> 大いに関係ある <input type="radio"/> どちらかというと関係ある <input type="radio"/> どちらかというと関係ない <input type="radio"/> まったく関係ない
上記以外に参加を決めた理由があればお書きください。（自由記述）	

## 【チャリティについて】

大阪マラソンの一つの特徴としてチャリティがあります。7つのチャリティテーマから支援したいテーマを選んで参加費の内500円を寄付するものです。これについてどのように思われますか？

次の項目について、4段階

- ① そう思う  
 ② どちらかというと思う  
 ③ どちらかというと思わない  
 ④ そう思わない )で評価してください。

チャリティの寄付先が明確になっていてよい ※必須	<input type="radio"/> そう思う <input type="radio"/> どちらかというと思う <input type="radio"/> どちらかというと思わない <input type="radio"/> そう思わない
チャリティの寄付先を選択できてよい ※必須	<input type="radio"/> そう思う <input type="radio"/> どちらかというと思う <input type="radio"/> どちらかというと思わない <input type="radio"/> そう思わない
チャリティの趣旨がよく分からない ※必須	<input type="radio"/> そう思う <input type="radio"/> どちらかというと思う <input type="radio"/> どちらかというと思わない <input type="radio"/> そう思わない
チャリティは必要ない ※必須	<input type="radio"/> そう思う

	<input type="radio"/> どちらかというと思う <input type="radio"/> どちらかというと思わない <input type="radio"/> そう思わない
チャリティの値段が高い ※必須	<input type="radio"/> そう思う <input type="radio"/> どちらかというと思う <input type="radio"/> どちらかというと思わない <input type="radio"/> そう思わない

**【大阪マラソンへの期待】**

大阪マラソンへの期待があれば、ご自由にお書きください。

登録

※必須は必須項目です

# 大会後ランナー調査票(Web 調査)

大阪マラソン 参加ランナーに対する意識調査

Page 1 of 5

## 大阪マラソン 参加ランナーに対する意識調査【大会後】

10月30日、「第1回大阪マラソン」が開催されました。いかがだったでしょうか？読売新聞社と関西大学では、「大阪マラソン」がもたらす効果と影響について、共同で意識調査を行っております。

本調査では、ランナーのみなさんに、大会前後での調査へのご協力をお願いしています。今回は、大会後の調査協力をお願いします。調査結果は、読売新聞紙上のほか関連学会などで発表することになっています。また、大阪マラソン組織委員会にも報告し、今後の大会運営に生かしてもらおう予定にしています。ご協力をお願いします。

※この意識調査は、携帯からお答えいただくことができません。あらかじめご了承ください。

※今回の意識調査でお答えいただいた内容については、統計的に処理され、個々の内容を明かすことはありません。

締切 11月20日(日)

【個人的属性について】

年齢(年代) ※必須

10代  20代  30代  40代  50代  60代  70代以上

性別 ※必須

男性  女性

お住まいの都道府県 ※必須

都道府県のリスト選択形式です

以下から1つを選択してください。▼

参加コース ※必須

フルマラソン  チャレンジラン

参加形態 ※必須

登録  一般個人  一般グループ  車いす

市民マラソン参加経験 ※必須

0回

フルマラソン参加経験 ※必須

0回

今回のフルマラソンを完走することができましたか？

完走した  未完走

今回のフルマラソンのタイム

時間 分

大会前のアンケートにご回答いただきましたか？ ※必須

回答した  回答していない

今回の目標を達成することができましたか？ ※必須

できた  できなかった  どちらともいえない

今後、どのようなマラソン大会に参加したいですか？ ※必須

大阪マラソンのような都市型マラソン  地方の自然の中を走る田園型マラソン  
 海外のマラソン  今後参加の予定はない

今回大阪マラソンに参加して満足しましたか？ ※必須

大変満足した  まあまあ満足した  どちらかというとな満足だった  不満足だった

【参加後の感想について】

今回、大阪マラソンを走ってみて、次のような意見があります。それぞれについてどう思われますか？

- (①まったくそう思う  
 ②まあまあそう思う  
 ③あまりそう思わない  
 ④まったくそう思わない) の4段階で評価してください。

コース設定がよかった ※必須	<input type="radio"/> ①まったくそう思う <input type="radio"/> ②まあまあそう思う <input type="radio"/> ③あまりそう思わない <input type="radio"/> ④まったくそう思わない
普段走れないところを走れてよかった ※必須	<input type="radio"/> ①まったくそう思う <input type="radio"/> ②まあまあそう思う <input type="radio"/> ③あまりそう思わない <input type="radio"/> ④まったくそう思わない
大阪の観光地を走れてよかった ※必須	<input type="radio"/> ①まったくそう思う <input type="radio"/> ②まあまあそう思う <input type="radio"/> ③あまりそう思わない <input type="radio"/> ④まったくそう思わない
友人に勧めたいと思った ※必須	<input type="radio"/> ①まったくそう思う <input type="radio"/> ②まあまあそう思う <input type="radio"/> ③あまりそう思わない <input type="radio"/> ④まったくそう思わない
参加人数が多い(規模が大きい)ところがよかった ※必須	<input type="radio"/> ①まったくそう思う <input type="radio"/> ②まあまあそう思う <input type="radio"/> ③あまりそう思わない <input type="radio"/> ④まったくそう思わない
メディア(新聞やテレビ)に取り上げられてよかった ※必須	<input type="radio"/> ①まったくそう思う <input type="radio"/> ②まあまあそう思う <input type="radio"/> ③あまりそう思わない <input type="radio"/> ④まったくそう思わない
有名人と一緒に走れてよかった ※必須	<input type="radio"/> ①まったくそう思う <input type="radio"/> ②まあまあそう思う <input type="radio"/> ③あまりそう思わない <input type="radio"/> ④まったくそう思わない

思い出や記念になった ※ 必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
大阪を盛り上げることができた ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
制限時間の7時間がよかった ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
参加費用は安いと思った ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
参加賞 (Tシャツ) がよかった ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
旅行気分を味わえた ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
会場までの交通の便がよかった ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
この時期 (10月) がよかった ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
10月28日、29日に開催された「大阪マラソンEXPO2011」がよかった ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
救護等の安全対策が充実していた ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
コンセプト (大阪独自の新しい「祭り」) あるいはテーマ (「みんなでかける虹。」) が実現した大会だった ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
大阪が好きになった ※必	<input type="radio"/> まったくそう思う

須	<input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
来年も走りたいと思った ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
ボランティアの対応がよかった ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
大会運営がスムーズだった ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
走る仲間との一体感を感じることができた ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
観客の応援がうれしかった ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
新しい仲間ができた ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
チャリティの趣旨がよくわかった ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
チャリティの寄付先が明確になっていてよかった ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
チャリティの寄付先を選択できてよかった ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない
チャリティのチームで走るのが楽しかった ※必須	<input type="radio"/> まったくそう思う <input type="radio"/> まあまあそう思う <input type="radio"/> あまりそう思わない <input type="radio"/> まったくそう思わない

## 【大阪マラソンへの提案】

大阪マラソンをより良くしていくための提案があれば、ご自由にお書きください。



送信する

ご協力ありがとうございました。  
※必須は必須項目です

## 大会前のボランティア調査票

### 大阪マラソン ボランティアに対する意識調査

10月30日、「第1回大阪マラソン」が開催されます。3万人のランナーだけでなく、ボランティアや観客など、多くの人たちが大会にかかわり、大会を盛り上げます。

今回、読売新聞社では、「大阪マラソン」がもたらす効果と影響について、大阪マラソン組織委員会の協力を得て、関西大学と共同で意識調査を行うことになりました。

調査結果は、読売新聞紙上のほか関連学会などで発表することになっています。また、大阪マラソン組織委員会にも報告し、今後の大会運営に生かしてもらう予定にしています。ご協力をお願いします。

なお、大会終了後の11月初旬にも調査を計画しています。あわせてご協力をお願いします。

※ 今回の意識調査でお答えいただいた内容については、統計的に処理され、個々の内容を明かすことはありません。

<あなた自身について> 当てはまる番号に○をしてください。

◆年齢を教えてください: ①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上

◆性別を教えてください: ①男性 ②女性

◆普段はどのような地域活動をされていますか？

- ①自治会・町内会 ②福祉関連団体 ③PTA・子ども会など社会教育団体 ④スポーツ関連団体  
⑤文化芸術関連団体 ⑤環境保護団体 ⑥防犯・交通安全関連団体  
⑦その他( ) ⑧何もしていない。

◆日常的に何か運動やスポーツはされていますか？されている場合は、種目を書いてください。

- ①していない ②している ( )

◆市民マラソンに参加したことがありますか？

- ①ない ②1, 2回ほどある ③3~9回ほどある ④10回以上ある

<ボランティア活動経験について> 当てはまる番号に○をしてください。

1、これまでにボランティア活動(内容は問わず)にどのぐらい参加したことがありますか？

- ①ない ②数年に1回程度 ③年に1から2回程度 ④年に数回程度 ⑤月に1回程度  
⑥月に数回程度 ⑦週に1回以上

2、「①ない」と答えた方以外の方は、どのような内容のボランティア活動ですか？

あてはまるものすべてをお答えください。

- ①スポーツイベント関連 ②スポーツクラブ・団体関連 ③福祉関連 ④災害関連 ⑤教育関連  
⑥観光関連 ⑦環境関連 ⑧文化芸術関連 ⑨その他( )

3-1、①スポーツイベント関連とお答えになった方は、どのようなスポーツイベントだったのでしょうか？

- ①オリンピックなどの国際イベント ②全国大会規模のスポーツイベント  
③市民マラソンなどの地域のスポーツイベント

3-2、そのスポーツの種目をお書きください。

( )

3-3、その時の役割は何ですか？

- ①選手に直接かかわる仕事 ②記録などの大会運営にかかわる仕事  
③交通整理など観客に関わる仕事 ④その他 ( )

<ボランティア活動の意識について>

4、あなたが大阪マラソンのボランティアに参加することを決めた理由は何ですか？

次の項目について4段階で評価してください。当てはまる番号に○をつけてください。

4-1 人の世話をしたいから

- ①大いに関係ある。 ②どちらかというの関係ある。 ③どちらかというの関係ない。④まったく関係ない。

4-2 いろんな人に出会えるから

- ①大いに関係ある。 ②どちらかというの関係ある。 ③どちらかというの関係ない。④まったく関係ない。

4-3 自分自身を高めたいから

- ①大いに関係ある。 ②どちらかというの関係ある。 ③どちらかというの関係ない。④まったく関係ない。

4-4 ボランティアの経験を深めたいから

- ①大いに関係ある。 ②どちらかというの関係ある。 ③どちらかというの関係ない。④まったく関係ない。

4-5 地域や社会のために役立ちたいから

- ①大いに関係ある。 ②どちらかというの関係ある。 ③どちらかというの関係ない。④まったく関係ない。

4-6 日常生活に張り合いを与えてくれるから

- ①大いに関係ある。 ②どちらかというの関係ある。 ③どちらかというの関係ない。④まったく関係ない。

4-7 趣味や特技を活かせるから

- ①大いに関係ある。 ②どちらかというの関係ある。 ③どちらかというの関係ない。④まったく関係ない。

4-8 大阪を盛り上げたいから。

- ①大いに関係ある。 ②どちらかというの関係ある。 ③どちらかというの関係ない。④まったく関係ない。

4-9 人から勧められたり誘われたりしたから

- ①大いに関係ある。 ②どちらかというの関係ある。 ③どちらかというの関係ない。④まったく関係ない。

4-10 団体や関係者から依頼されたから

- ①大いに関係ある。 ②どちらかというの関係ある。 ③どちらかというの関係ない。④まったく関係ない。

4-11 時間に余裕がある(あった)から

- ①大いに関係ある。 ②どちらかというの関係ある。 ③どちらかというの関係ない。④まったく関係ない。

4-12 ランナーとして参加できなかったから

①大いに関係ある。②どちらかというに関係ある。③どちらかというに関係ない。④まったく関係ない。

4-13 マラソンが好きだから

①大いに関係ある。②どちらかというに関係ある。③どちらかというに関係ない。④まったく関係ない。

4-14 参加人数が多い(規模が大きい)大会だから。

①大いに関係ある。②どちらかというに関係ある。③どちらかというに関係ない。④まったく関係ない。

4-15 メディア(新聞やテレビ)に取り上げられるから。

①大いに関係ある。②どちらかというに関係ある。③どちらかというに関係ない。④まったく関係ない。

4-16 有名人と出会えるから。

①大いに関係ある。②どちらかというに関係ある。③どちらかというに関係ない。④まったく関係ない。

4-17 思い出や記念になるから。

①大いに関係ある。②どちらかというに関係ある。③どちらかというに関係ない。④まったく関係ない。

4-18 大阪マラソンの特徴であるチャリティが面白いと思ったから。

①大いに関係ある。②どちらかというに関係ある。③どちらかというに関係ない。④まったく関係ない。

4-19 大阪マラソンのコンセプト(大阪独自の新しい「祭り」)あるいはテーマ(「みんなでかける虹。」)が気に入ったから。

①大いに関係ある。②どちらかというに関係ある。③どちらかというに関係ない。④まったく関係ない。

5、今回の大阪マラソンでは具体的にはどのようなボランティアをしたいですか？

- ①給水・給食など選手と直接かかわる仕事    ②記録・審判など大会運営にかかわる仕事  
③交通整理など観客にかかわる仕事        ④何でもよい

<大阪マラソンへの期待>

大阪マラソンへの期待があれば、ご自由にお書きください。

ご協力ありがとうございました。

読売新聞大阪本社

関西大学

## 大会後のボランティア調査票

### 大阪マラソン ボランティアに対する意識調査

#### ご協力をお願い

10月30日、「第1回大阪マラソン」が開催されます。3万人のランナーだけでなく、ボランティアや観客など、多くの人たちが大会にかかわり、大会を盛り上げます。

今回、読売新聞社では、「大阪マラソン」がもたらす効果と影響について、大阪マラソン組織委員会の協力を得て、関西大学と共同で意識調査を行っています。

本調査では、ボランティアのみなさんに、大会前後での調査へのご協力をお願いしています。**今回は、大会後の調査協力をお願いします。**

調査結果は、読売新聞紙上のほか関連学会などで発表することになっています。また、大阪マラソン組織委員会にも報告し、今後の大会運営に活かしてもらう予定にしています。ご協力をお願いします。

#### <回答方法>

①FAXの場合： 別紙の調査票に記入いただき、

FAX(□□-□□□□-□□□□)までご返信ください。

②WEBの場合： 10月31日(月)に、調査用WEBページが開設します。

下記URLにアクセスの上、ご回答をお願いします。

<http://www.kansai-u.ac.jp/□□□□□□□□□□□□/□□/>

※パソコンからの回答をお願いします。(携帯電話からの回答はできません)

**締め切り(FAX、WEBともに)・・・11月20日(日)**

※今回の意識調査でお答えいただいた内容については、統計的に処理され、個々の内容を明かすことはありません。

以上

## 大阪マラソン ボランティアに対する意識調査 質問票(1/3)

<あなた自身について> 当てはまる番号に○をしてください。

◆年齢を教えてください: ①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上

◆性別を教えてください: ①男性 ②女性

◆大会前のボランティア調査に回答しましたか?: ①回答した ②回答しなかった

<ボランティア活動経験について> 当てはまる番号に○をしてください。

1、これまでにボランティア活動(内容は問わず)にどのぐらい参加したことがありますか?

- ①今回が初めて ②数年に1回程度 ③年に1から2回程度 ④年に数回程度 ⑤月に1回程度  
⑥月に数回程度 ⑦週に1回以上

2、それは、どのような内容のボランティア活動ですか? あてはまるものすべてをお答えください。

- ①スポーツイベント関連 ②スポーツクラブ・団体関連 ③福祉関連 ④災害関連 ⑤教育関連  
⑥観光関連 ⑦環境関連 ⑧文化芸術関連 ⑨その他( )

3、回の大阪マラソンでは具体的にはどのようなボランティアをしましたか?

- ①給水・給食など選手と直接かかわる仕事 ②記録・審判など大会運営にかかわる仕事  
③交通整理など観客にかかわる仕事 ④その他( )

<ボランティア活動の意識について> 当てはまる番号に○をつけてください。

4、大阪マラソンのボランティアをしてみて、次の項目についてどのように思われましたか?

次の項目について4段階で評価してください。

4-1 人の世話をすることができた

- ①まったくそう思う。 ②まあまあそう思う。 ③あまりそう思わない。 ④まったくそう思わない。

4-2 いろんな人に出会い、知り合いが増えた

- ①まったくそう思う。 ②まあまあそう思う。 ③あまりそう思わない。 ④まったくそう思わない。

4-3 自分自身を高めることができた

- ①まったくそう思う。 ②まあまあそう思う。 ③あまりそう思わない。 ④まったくそう思わない。

4-4 ボランティアの経験を深めることができた

- ①まったくそう思う。 ②まあまあそう思う。 ③あまりそう思わない。 ④まったくそう思わない。

4-5 地域や社会のために役立つことができた

- ①まったくそう思う。 ②まあまあそう思う。 ③あまりそう思わない。 ④まったくそう思わない。

4-6 日常生活に張り合いができた

- ①まったくそう思う。 ②まあまあそう思う。 ③あまりそう思わない。 ④まったくそう思わない。

## 大阪マラソン ボランティアに対する意識調査 質問票(2/3)

4-7 趣味や特技を活かせることができた

①まったくそう思う。②まあまあそう思う。③あまりそう思わない。④まったくそう思わない。

4-8 大阪を盛り上げることができた。

①まったくそう思う。②まあまあそう思う。③あまりそう思わない。④まったくそう思わない。

4-9 市民マラソンのボランティアを人に勧めたり、誘ってみたい。

①まったくそう思う。②まあまあそう思う。③あまりそう思わない。④まったくそう思わない。

4-10 ランナーとして参加したくなった。

①まったくそう思う。②まあまあそう思う。③あまりそう思わない。④まったくそう思わない。

4-11 マラソンが好きになった。

①まったくそう思う。②まあまあそう思う。③あまりそう思わない。④まったくそう思わない。

4-12 参加人数が多い(規模が大きい)大会でよかった。

①まったくそう思う。②まあまあそう思う。③あまりそう思わない。④まったくそう思わない。

4-13 メディア(新聞やテレビ)に取り上げられてよかった。

①まったくそう思う。②まあまあそう思う。③あまりそう思わない。④まったくそう思わない。

4-14 有名人と出会えてよかった。

①まったくそう思う。②まあまあそう思う。③あまりそう思わない。④まったくそう思わない。

4-15 思い出や記念になった。

①まったくそう思う。②まあまあそう思う。③あまりそう思わない。④まったくそう思わない。

4-16 大阪マラソンの特徴である「チャリティ」に興味をもつようになった。

①まったくそう思う。②まあまあそう思う。③あまりそう思わない。④まったくそう思わない。

4-17 大阪マラソンのコンセプト(大阪独自の新しい「祭り」)あるいはテーマ(「みんなでかける虹。」)が気に入った。

①まったくそう思う。②まあまあそう思う。③あまりそう思わない。④まったくそう思わない。

4-18 市民マラソンのボランティアをもっとしたくなった。

①まったくそう思う。②まあまあそう思う。③あまりそう思わない。④まったくそう思わない。

4-19 市民マラソン以外のスポーツボランティアをしたくなった。

①まったくそう思う。②まあまあそう思う。③あまりそう思わない。④まったくそう思わない。

4-20 スポーツ以外のボランティアをしたくなった。

①まったくそう思う。②まあまあそう思う。③あまりそう思わない。④まったくそう思わない。

## 大阪マラソン ボランティアに対する意識調査 質問票(3/3)

＜大阪マラソンへの提案＞

大阪マラソンをより良くしていくための提案があれば、ご自由にお書きください。

ご協力ありがとうございました。

読売新聞大阪本社

関西大学

## 観客調査票

### 大阪マラソン 観客に対する意識調査

読売新聞社と関西大学は、「大阪マラソン」がもたらす効果と影響について、大阪マラソン組織委員会の協力を得て、共同意識調査を行うことになりました。

今回は、コースの沿道で応援される観客の方々に、応援の仕方や応援についての意識に関する調査を行いたいと思います。

調査結果は、読売新聞紙上のほか関連学会などで発表することになっています。また、大阪マラソン組織委員会にも報告し、今後の大会運営に生かしてもらう予定にしています。ご協力をお願いします。

※今回の意識調査でお答えいただいた内容については、統計的に処理され、個々の内容を明かすことはありません。

<あなた自身について> ※当てはまる番号に○をしてください。

◆年齢(年代): ①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上

◆性別: ①男性 ②女性

◆お住まいはどちらですか？

①マラソンコース付近 ②大阪市内 ③大阪府内 ④近畿圏( )  
⑤日本国内( ) ⑥海外( )

◆テレビでマラソンの中継放送をご覧になりますか？

①よく見る ②見る ③あまり見ない ④見ない

◆これまで沿道でマラソンを応援したことがありますか？

①ない ②1, 2回ある ③3~9回ある ④10回以上ある

◆市民マラソンを走ったことはありますか？

①ない ②ある( )回程度

<大阪マラソンについて>

1. 大阪マラソンについてどのようにして知りましたか？

①家族 ②近所の人 ③友人・知人 ④新聞 ⑤テレビ ⑥広報誌  
⑦駅のポスター ⑧インターネット ⑨その他( )

2. 大阪マラソンを見にくることはいつごろ決めましたか？

①今日 ②1週間前 ③1ヶ月前 ④3ヶ月前 ⑤半年以上前

3. 10月28日、29日に開催された「大阪マラソン EXPO2011」には行きましたか？

①行った ②行っていない ③知らなかった

4. 今日どなたと、何人でお越しになりましたか？

①ひとりで ②家族と( )人 ③友人・知人と( )人 ④会社などの同僚と( )人  
⑤マラソン仲間と( )人 ⑥その他( )人と( )人



**<大阪マラソンの応援について>**

**7. あなたが大阪マラソンを応援しようと思われた理由は何ですか？**

次の項目について、(①大いに関係ある、②関係ある、③関係ない、④まったく関係ない)の4段階で評価してください。

- 1) 出場している知人を応援したいから  
①大いに関係ある    ②関係ある    ③関係ない    ④まったく関係ない
- 2) 大阪を盛り上げたいから  
①大いに関係ある    ②関係ある    ③関係ない    ④まったく関係ない
- 3) ランナーから元気をもらいたいから  
①大いに関係ある    ②関係ある    ③関係ない    ④まったく関係ない
- 4) 人から勧められたり誘われたりしたから  
①大いに関係ある    ②関係ある    ③関係ない    ④まったく関係ない
- 5) 時間に余裕がある(あった)から  
①大いに関係ある    ②関係ある    ③関係ない    ④まったく関係ない
- 6) 話題になっていたから  
①大いに関係ある    ②関係ある    ③関係ない    ④まったく関係ない
- 7) 応援を楽しみたいから  
①大いに関係ある    ②関係ある    ③関係ない    ④まったく関係ない
- 8) ランナーとして参加できなかったから  
①大いに関係ある    ②関係ある    ③関係ない    ④まったく関係ない
- 9) テレビに映るかもしれないから  
①大いに関係ある    ②関係ある    ③関係ない    ④まったく関係ない
- 10) 招待・ゲスト・チャリティランナーに会いたいから  
①大いに関係ある    ②関係ある    ③関係ない    ④まったく関係ない
- 11) 思い出や記念になるから  
①大いに関係ある    ②関係ある    ③関係ない    ④まったく関係ない

その他、応援に来られた理由があればお書きください。

8. 大阪マラソンの応援をしてどのように感じられましたか？

次の項目について、(①大変満足した、②まあまあ満足した、③やや不満だった、④不満だった)の4段階で評価してください。

1) コースの設定

①大変満足した    ②まあまあ満足した    ③やや不満だった    ④不満だった

2) 応援のマナー

①大変満足した    ②まあまあ満足した    ③やや不満だった    ④不満だった

3) 大会の盛り上げ方

①大変満足した    ②まあまあ満足した    ③やや不満だった    ④不満だった

4) 係員やボランティアの対応

①大変満足した    ②まあまあ満足した    ③やや不満だった    ④不満だった

5) ランナーの走り

①大変満足した    ②まあまあ満足した    ③やや不満だった    ④不満だった

**<これからの大阪マラソンへの期待>**

これからの大阪マラソンに期待することがあれば、ご自由にお書きください。

ご協力ありがとうございました。

調査地点： \_\_\_\_\_

調査時間： \_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分



# 共に走った 感動もう一度



## 第1回大会 本社・関西大共同調査

空前的ランニングブームに呼応して、3万人が参加した第1回大阪マラソン。読売新聞と関西大学が共同調査を実施し、大会の盛り上がりやランナーの意識などを明らかにした。

走りきった達成感、沿道の熱い応援やボランティアへの感謝、大阪の魅力を再発見。参加者は42.195キロにどんな思いを感じたのか。調査の自由記述には4600人を越えるランナーから感想や意見が寄せられた。

## 一番楽しかった 御堂筋の真ん中走れて最高 五輪閉会式のような催しを

- 「実力では20%が精いっぱい、声援のおかげで完走できた」(50歳代男性)
- 「沿道の人たちのハイタッチに気づかれ、つらくても前へ前へ行くランナーの姿に一体感を感じ、最後まで走りきることができた。体はボロボロでも充実した気持ち」(30歳代男性)
- 「祭り好き、人好きなお大阪府民性が発揮されており、嫌さな42.195キロだった。両腕もボランティアで参加してくれて、今までのマラソンで一番楽しかった」(30歳代男性)
- 「御堂筋の真ん中を走れるなんて最高の経験。コースが各所を巡っていたし、走りやすかった」(50歳代男性)
- 「とてもいい大会だった。大阪人として誇りに思った」(40歳代男性)
- 「走っている最中、御堂筋の人のサポートがありがたかった。大倉橋、藤屋のツイートを思い出してお礼を言った」(30歳代女性)
- 「五輪の閉会式のような、お祭り感のイベントがあってもよかった」(40歳代男性)
- 「ボランティア」
- 「3万人はやはりすごい。トップランナーのゴールを見て涙が止まらなかった」(60歳代女性)
- 「ボランティアは初めて。車いすランナーから一歩ランナーまで、すべてが感動だった」(60歳代男性)
- 「これを機にいろんな活動をしたい」(60歳代男性)
- 「若い人も、もっとボランティアに関わってほしい」(50歳代男性)

調査の詳細は13日から、関西大の大阪マラソン2011応援ページ (<http://www.kansai-u.ac.jp/gloss/contribution/marathon.html>) に掲載される予定。

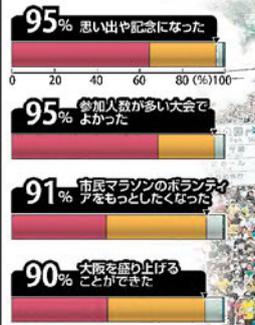
**ランナー**  
ランナーの意識は、大会後の90.3%が「コース最良」を挙げた。45.4%が「大阪の魅力を再発見した」と答えた。また、沿道の応援がうれしかったという声も多かった。

マラソンの経験別では、「走るのが初めて」のランナーが最も多かった。初回参加者が88.1%を占めた。また、沿道の応援がうれしかったという声も多かった。

**非日常つながり再発見の場**  
「非日常」つながりを感じたという声も多かった。ランナーのつながりや、沿道の応援がうれしかったという声も多かった。

**調査の責任者・杉本厚夫教授**  
「大阪マラソンは、御堂筋の真ん中を走れるなんて最高の経験。コースが各所を巡っていたし、走りやすかった。大阪人として誇りに思った。」

### ボランティアの活動評価



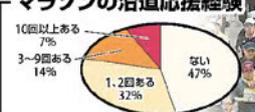
### ランナー意識



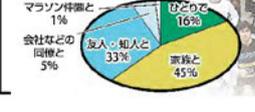
### 観衆の応援理由



### マラソンの沿道応援経験



### 大阪マラソン観戦の形態



### 「誰もが気軽に」目標果たす

「誰もが気軽に」目標を果たす。大会は、誰もが気軽に参加できることを目指している。沿道の応援やボランティアの活動も、誰もが気軽に参加できることを目指している。

### 調査の概要

調査の概要。ランナーは大会前431人、大会後706人が回答。男性が80%を占めた。平均年齢は37.5歳と最も多く、次に30歳代が28.6%、50歳代が20.6%だった。フルマラソンの経験は、初めてが26.1%、2〜5回が44.2%。ボランティアは大会前の1045人と大会後の1084人が答えた。総数は467人にアンケートを実施した。

### ボランティア

ボランティア。大会のボランティアは、約1万人が参加した。沿道の応援やボランティアの活動も、誰もが気軽に参加できることを目指している。

### 観衆

観衆。沿道の応援やボランティアの活動も、誰もが気軽に参加できることを目指している。

### ランナーのつながり

ランナーのつながり。ランナーのつながりや、沿道の応援がうれしかったという声も多かった。

### 調査の責任者

調査の責任者。大阪マラソンは、御堂筋の真ん中を走れるなんて最高の経験。コースが各所を巡っていたし、走りやすかった。大阪人として誇りに思った。

## 関西大学後期入試

2/20(日) 2/25(土)

試験日: 3/3(土)・3/4(日)  
●全開マークセンス方式(併用受験可)

出願締切

●WEB <http://kandai.gansyo.net>  
●電話 050-8601-0101

●入試センター入試店舗グループ  
Tel.06-6368-1121(大阪)

### 関西大学後期入試対策講座を開催!

堺キャンパス	千原山キャンパス
2/19日	2/21火
9:10~13:30 (講習料500円)	9:10~14:30 (講習料500円)

●ネットでの出願については、入試試験要項または、上記サイトで必ずご確認ください。

## 関西大学 調査研究スタッフ

### 【研究プロジェクト代表】

杉本厚夫(関西大学人間健康学部教授):研究総括、報告書作成

### 【分担者】

西山哲郎(関西大学人間健康学部教授):観客現地調査企画・実施、

村川治彦(関西大学人間健康学部准教授):観客調査企画・実施、分析・考察

灘 英世(関西大学人間健康学部助教):ランナー調査企画・実施、分析・考察

金子絵理乃(関西大学人間健康学部助教):ボランティア調査企画・実施、分析・考察

生駒義博(関西大学人間健康学部ラボラトリ嘱託研究員):調査事務、データ処理

## 読売新聞社 調査研究スタッフ

### 【編集】

井手裕彦(読売新聞大阪本社 編集局次長):調査実施統括、編集特集制作統括

山下直輝(読売新聞大阪本社 編集局社会部次長):編集特集制作副統括

中村孝(読売新聞大阪本社 編集局運動部次長):編集特集制作副統括

斉藤誠一(読売新聞大阪本社 編集局編成部次長):編集特集制作副統括

山路博信(読売新聞大阪本社 編集局運動部):編集特集制作

串井徹男(読売新聞大阪本社 編集局編成部デザイン主任):編集特集制作

佐々木栄(読売新聞大阪本社 編集局社会部):編集特集制作

北谷圭(読売新聞大阪本社 編集局運動部):編集特集制作

### 【調査】

大谷徳幸(読売新聞大阪本社 広告局次長):調査実施統括

肌附春樹(読売新聞大阪本社 広告局広告企画部次長):調査実施副統括

東泉健一郎(読売新聞大阪本社 広告局広告第二部主任):調査実施調整

脇坂宗忠(読売新聞大阪本社 広告局広告企画部):調査実施調整