

第6回大阪マラソン共同調査研究 —大阪マラソンのブランディングを目指して—



2017年3月24日

関西大学・読売新聞社

目 次

はじめに

<趣旨>

<調査実施概要>

<調査結果の概要>

I. 一般ランナー

1. あなた自身について
2. 大阪マラソンの運営について
3. チャリティについて
4. 今後の大阪マラソンについて
一般ランナー自由記述（抜粋）

II. 海外ランナー

1. あなた自身について
2. 大阪マラソンの運営について
3. チャリティについて
4. 今後の大阪マラソンについて
海外ランナー自由記述（抜粋）

III. チャリティランナー

1. あなた自身について
2. 大阪マラソンの運営について
3. チャリティについて
4. 今後の大阪マラソンについて
チャリティランナー自由記述（抜粋）

IV. 観 客

1. あなた自身について
2. 観戦行動について
3. チャリティについて

おわりに
資料

はじめに

<趣旨>

第6回大阪マラソンは、133,861人の参加申し込みがあり、抽選で選ばれた32,259人が、2016年10月30日、大阪の街を駆け抜けた。そして、沿道には133万人の観客の応援があり、盛会のうちに幕を閉じた。

本研究は、第1回大会（2011年）から第5回大会（2015年）まで、大阪マラソンに参加したランナー、ボランティア、観客を対象に、大会参加の意識、大会運営に対する評価、チャリティマラソンの社会的意義などを明らかにすると同時に、大阪マラソンの課題を解決し、今後の大会運営に活かすことを目的とするアンケート調査を実施してきた。その結果については、大阪マラソンのホームページで公開し、大会の運営改善に寄与してきた。

今回、第6回大会では、第5回大会で実施した調査を踏襲しつつも調査内容を精査し、一般ランナー、チャリティランナー、海外ランナー、観客を対象として調査を行った。今回は「今後の大阪マラソンについて」の質問項目を新設し、コースやランナーサービスの変更・充実についてのランナーらの意識を探った。このことにより、大阪マラソンのブランディングを推進する上での重要な知見を提供できたものとする。

なお、本研究は大阪マラソン組織委員会の依頼を受けて、関西大学と読売新聞大阪本社の共同調査研究によって実施したものである。

<調査実施概要>

第6回大阪マラソン 関西大学・読売新聞社共同調査研究 集計数

	ランナー調査			当日観客調査		
	一般	海外ランナー	チャリティランナー			
調査期間	11/1-11/11	11/1-11/13	11/1-11/11	10/30		
発送数	14,515	2,356	352	-		
調査方式	Webアンケート			街頭聞き取り調査		
集計数	6,876			544		
	5,781	960	135			
内訳	-	英語	516	-	中之島	108
		中国語(繁体字)	444		なんば	147
回収率	39.8%	40.7%	38.4%	-		
				インテックス大阪	289	

第6回大阪マラソン調査結果の概要

今回のアンケート調査は、一般ランナーが5,781人、海外ランナーが960人、チャリティランナーが135人、観客が544人と、サンプル数としては調査の信頼性を担保するものとなっている。さらに、今回の調査の特徴は、ランナーにこれからの大阪マラソンの在り方について質問した点である。

以下に、一般ランナー、海外ランナー、チャリティランナー、観客の順で、調査結果とその考察の概要について述べる。

I. 一般ランナー

今回も Web による調査を行い、多くの人に回答してもらった。ここでは、昨年のデータと比較することにより、その変化を考察することにする。

<一般ランナーの概要>

第6回大阪マラソンが市民マラソン初参加となる人は14.3%(昨年10.2%)、1~5回が38.5%(昨年34.5%)と昨年に比べ増加している。第5回大会より連続落選者枠を増設した影響であると推察される。

日帰りでの参加が61.1%(昨年59.4%)であり、わずかに増加している反面、3日間以上滞在した人が10.6%(昨年11.8%)とわずかに減少している。

半数は一人で参加しているが、二人以上で来ている人では、家族・親戚とが24.5%、友人・知人とが15.2%、マラソン仲間とが9.5%となっている。

マラソン以外での活動では、大阪マラソン EXP02016 のイベントを楽しんだ人が69.2%で最も多く、大阪名物を飲食したが34.0%、買い物(お土産など)をした人が24.1%と、ある程度の経済効果が認められる。それらの経費は、5万円未満が87.3%と約9割を占めている。5万円以上10万円未満が10.2%と、その平均で算出すれば、約9億円の経済効果と考えられる。

また、大阪マラソンの魅力を聞いてみると、沿道の観客の応援が61.2%と最も多く、大阪マラソンの特徴を表している。また、ボランティア、スタッフの対応が12.0%とサポート体制の充実をあげており、観光地をめぐるコースが8.9%と都市型マラソンの特徴が魅力であり、大阪マラソン独自の「まいどエイド」の給食が5.3%と、大阪マラソンのブランディングを考える上で、参考になる資料であるといえる。



大会に対する全体的な評価では、「満足した」が75.0%、「まあまあ満足した」が20.8%と、満足した人は95.8%(昨年96.8%)であり、昨年同様、大会への満足度は高いといえる。

＜大会運営について＞

大会運営に関しては、それぞれの項目の違いを明確にするために、「良いと思った」人の割合だけで評価してみる。



大会運営における人との関わりでは、沿道の観客の応援が良かったとする人は90.7%(昨年88.7%)と最も高く、観客の応援がリピーターの増加につながっていると考えられる。次いで、ボランティア、スタッフの対応が90.2%である。これは市民マラソンで大切なホスピタリティが発揮されていて、参加者の満足度に反映していると推察される。また、フィニッシャータオル、エントリー方法、連続落選者枠の増枠が約7割ずつ占めていることから、大阪マラソン特有の運営もおおむね好評である。一方、なないろチームリーダーの盛り上げが27.6%と一番低い評価だった。その認知度を含めて工夫が必要である。また、なないろチーム対抗戦が47.6%(昨年55.2%)と昨年に比べてさらに下がっており、50%を切っていることから、大阪マラソンにおける役割の再検討が必要だと考えられる。

ガイドブックは、「非常に役に立った」が36.6%、「まあまあ役に立った」が52.9%となっており、まあまあ役に立ったという評価の方が多いため、活用のための更なる工夫が必要であると思われる。

スポンサーのサービスでは、ランナーズアイが75.8%と高い評価を得ており、これはランナーと応援する観客を繋ぐうえで大きな役割を果たしていることと、レースが終わってからも結果を確認することができるためと考えられる。一方、インテックス大阪内での無料Wifiは11.9%と必要性を感じていない。また、大会限定商品の販売も21.3%とサービスとしての評価は低いといえる。

＜チャリティについて＞

チャリティにおける寄付先団体決定の理由としては、テーマに関心があったからは68.7%(昨年75.5%)と大半を占めている。寄付先団体の活動に関心があったからは8.3%(昨年14.2%)、なんとなくが13.6%(10.3%)となっており、なんとなくが増加していることが気にかかる。

チャリティの運営に関しては、それぞれの項目の違いを明確にするために、「良いと思った」と答えた人の割合だけで評価してみる。自分の選んだチャリティカラーのナンバーを身に着けて走ることが62.0%(昨年63.9%)と多く、昨年同様チャリティ団体との繋がりを意識することへの評価が高い。チャリティランナーの制度が60.0%(昨年62.3%)であり、寄付先(チャリティ団体)の目的や活動を明確にしていることが59.7%(昨年52.8%)とチャリティ団体への関心が高まっていることがうかがえる。ただ、寄付先団体の広報活動が44.4%(昨年52.8%)と低くなっているのは、工夫の必要がある。

＜今後の大阪マラソンについて＞

コースに関しては、61.3%の人が「満足している」、32.5%の人が「まあまあ満足している」と答えてい

るので、その内容について検討する必要がある。

スタート地点について、「今のままでよい」が85.2%であるが、14.8%の人が「変えた方がよい」としており、その内容は荷物を預けた場所からスタートまでが遠いので変えた方がよいという意見が多い。別の場所としては長居公園があがっている。

フィニッシュ地点については「今のままでよい」が過半数の56.6%ではあるが、「変えたほうがよい」と答えた人が43.4%おり、その内容は、「帰りが大変」と都心でのフィニッシュを望む声が多く、具体的には、大阪城公園、長居公園があがっている。

新しいスポットについて「今のままでよい」の意見が69.3%と7割近くあるが、「加えた方がよい」という意見も30.7%とあり、その内容は、あべのハルカスが最も多く、梅田周辺、万博公園、長居公園があがっている。

イベントに関して、「今のままでよい」が93.0%と、ほとんどの人が現状に満足しているといえる。

ランナーサービスについて、「今のままでよい」としている人が83.2%とほとんどの人が満足しているといえるが、より良いサービスのために16.8%の人が提案をしており、その内容はトイレの増設が一番多い。その他、風呂・シャワーの設備や給食の工夫もあがっている。

以上のことから一般ランナーでは、コースの変更も含めて、大阪マラソンのブランディングのための工夫が必要であるといえよう。

II. 海外ランナー

Webによる英語と中国語の二か国語の調査票を作成し、今回は、日本人のデータと比較することで考察する。

<海外ランナーの概要>

海外での市民マラソンの参加が今回が初めてという人は25.4%（昨年51.8%）で、続いて1~5回経験がある人が38.0%（昨年10.6%）であり、海外での市民マラソン参加経験者が増えている。また、日本でのマラソンは今回のお阪マラソンが初めての参加と答えた人が61.9%（昨年64.4%）と半数以上を占めている。

参加は一人できた人が33.9%（日本57.7%）で、次いで友人・知人とが26.3%（日本15.2%）、家族親戚とが24.2%（日本24.5%）、マラソン仲間とが13.6%（日本9.5%）となっており、日本人と比べて、友人・知人と参加した人が多い。



マラソン以外の活動では、買い物（お土産など）をしたが86.9%（日本24.1%）、大阪マラソン EXP02016

のイベントを楽しんだが 86.6%（日本 69.2%）、大阪市内観光をしたが 79.9%（日本 14.2%）、大阪名物を飲食したが 78.9%（日本 34.0%）と、どれも日本人と比べて高い割合を示した。このようなことから、大阪マラソンをスポーツツーリズムとして捉えているといえる。それらの経費については、5万円以上 10万円未満を使っている人が 36.3%（日本 10.2%）、10万円以上 15万円未満が 20.4%（日本 1.7%）、15万円以上 20万円未満が 15.6%（日本 0.5%）で、宿泊を伴うこともあって、日本人に比べてかなりの経済効果があると考えられる。

また、大阪マラソンで最も魅力的なものとして、沿道の観客の応援が 59.9%（日本 61.2%）と一番にあげている。また、ボランティア、スタッフの対応が 16.0%（日本 12.0%）とサポート体制の充実をあげているが、観光地をめぐるコースが 4.7%（日本 8.9%）と、日本人に比べて魅力的とは捉えていない。

大会について「満足した」が 83.3%（日本 75.0%）、「まあまあ満足した」が 15.7%（日本 20.8%）と、満足している人が 99.0%（日本 95.8%）であり、日本人に比べて大会への満足度は高いといえる。第7回大阪マラソンへの参加では、45.1%（日本 81.8%）の人が、ぜひ参加してみたいと積極的な回答であるが、それを上回る 49.2%（日本 15.8%）の人が、できれば参加したいと日本人に比べて少し消極的である。海外の大会でもあるので費用の面からも消極的にならざるを得ないのかもしれない。

<大会の運営について>



大会の運営については、それぞれの項目の違いを明確にするために「良いと思った」と答えた人の割合だけで評価してみる。

大会運営における人との関わりでは、ボランティア、スタッフの対応がよかったとする人が 89.8%（日本 90.2%）で最も高く、市民マラソンで大切なホスピタリティが発揮されていて、リピーターの増加につながっていると推察される。次いで、沿道の観客の応援が 87.9%（日本 90.7%）と、沿道の観客の応援もリピーターの増加につながっていると考えられる。また、記念品としてのフィニッシャータオルが良いとする人は 85.6%（日本 76.0%）と日本人より好評だが、エントリー方法が良いとする人が 71.0%（日本 76.0%）で、日本人より少し評価は低い。また、なないろチームリーダーの盛り上げが 50.7%（日本 27.6%）と、日本人よりも好評だが、なないろチーム対抗戦が 49.7%（日本 47.6%）と日本人同様、評価が低く、再考が求められる項目である。

スポンサーのサービスでは、フィニッシャーにエアサロンパスの提供が 55.9%（日本 62.6%）と最も高く、次いで大会限定商品の販売が 57.0%（日本 21.3%）、各給水所・フィニッシュ地点での飲料の提供が 48.0%（日本 56.1%）と、日本人と比べて物品によるサービスに人気があったといえる。

<チャリティについて>

チャリティにおける寄付先団体決定の理由としては、テーマに関心があったからは52.8%(日本68.7%)で、寄付先団体の活動に関心があったからは18.7%(日本8.3%)と、海外ランナーはチャリティ団体の活動内容で寄付しているといえる。

チャリティの運営に関しては、それぞれの項目の違いを明確にするために、「良いと思った」と答えた人の割合だけで評価してみる。自分の選んだチャリティカラーのナンバーを身に着けて走ることが60.3%(日本62.0%)と多く、チャリティ団体との繋がりを意識することへの評価が高い。ただ、寄付先団体の広報活動が50.0%(日本44.4%)と低いのは、工夫の必要がある。

<今後の大阪マラソンについて>

コースに関しては、69.5%(日本61.3%)の人が「満足している」、28.1%(日本32.5%)の人が「まあまあ満足している」と答えているが、30キロを過ぎての後半の10キロのコースが楽しくないという意見もあった。

スタート地点について、「今のままでよい」が80.6%(日本85.2%)であるが、19.4%(日本14.8%)の人が「変えた方がよい」としており、その内容は、スタート地点が人数の割に狭すぎて、スタートまでに時間がかかるというのが多かった。

フィニッシュ地点については「今のままでよい」が65.7%(日本56.6%)ではあるが、「変えたほうがよい」と答えた人が34.3%(日本43.4%)おり、その内容は、交通の便が悪く遠すぎるというのが多かった。また、スタートとフィニッシュを一緒のところにすべきだという意見もあった。

新しいスポットについて「今のままでよい」が75.6%(日本69.3%)であるが、「加えた方がよい」という人も24.4%(日本30.7%)あり、その内容は、梅田を新しいスポットとして取り入れてほしいということであった。

今後のイベントについて、89.4%の人が現状維持ではあるが、10.6%の人は提案があるとしており、その内容は、ハーフマラソンやレースの前のファンランとレース後の交流会が多い。

ランナーサービスについても83.9%の人が現状維持であるが、より良いサービスのために16.1%の人が提案をしており、その内容はトイレの増設とレース後の給食及びシャワーについての要望が多い。

以上のことから、海外ランナーに対しては、スポーツツーリズムの観点から、日本の文化に触れたり、人に触れる交流の機会を用意する必要がある。

Ⅲ. チャリティランナー

チャリティランナーとは、組織委員会の公募により選定された寄付先14団体から、支援したい団体を選んで、インターネット上の専用サイト等で広く協力者(サポーター)を募り、目標額(7万円以上)の寄付を集めて(チャレンジ)、出場権を得るランナーのことである。今回は、昨年のデータと比較しながら考察する。

<チャリティランナーの概要>

市民マラソンに初めて参加する人は13.4%（昨年15.5%）、1～5回目の人が38.8%（昨年42.7%）と、昨年と比較して若干初心者が減少しているといえる。

フルマラソンの完走タイムは、4時間～4時間30分未満が22.6%（昨年17.5%）と最も多く、5時間30分～6時間未満が14.3%（昨年12.6%）で次に多い。昨年よりも、4時間以上の割合が増加している。

大阪の滞在では、日帰りの人の割合が55.2%と過半数を占めている。次いで、前泊し2日間滞在した人が25.4%であった。また、一般ランナーと比べて、3日以上滞在した人が16.4%（一般10.6%）と多いのが特徴である。



一人で来た人が50.0%（一般57.7%）と一般ランナーよりも少なく、次いで家族・親戚と来た人が24.6%（一般24.5%）、友人・知人と来た人が15.7%（一般14.2%）と一般ランナーと同じような傾向にある。

マラソン以外での活動では、大阪マラソン EXP02016のイベントを楽しんだ人が72.4%（一般69.2%）と最も多く、大阪名物を飲食した人が35.8%（一般34.0%）と次に多かった。買い物（お土産など）をした人が17.9%（一般24.1%）で、一般ランナーと同じような活動傾向であった。その経済効果としては、5万円未満が74.6%（一般87.3%）と最も多く、5万円以上10万円未満が17.9%（一般10.2%）と次に多い。さらに10万円以上15万円未満が5.2%（一般1.7%）いることから、一般ランナーよりは経費を使っている傾向にある。

また、大阪マラソンの魅力を聞いてみると、沿道の観客の応援が56.0%（一般61.2%）と最も多く、ボランティア・スタッフの対応が8.2%（一般12.0%）であるが、チャリティの取り組みは15.7%（一般2.6%）と一般ランナーより高く、チャリティランナーの特徴がうかがえる。

大会に対する全体的な評価では、「満足した」は78.4%（昨年76.7%）、「まあまあ満足した」は20.1%（昨年20.4%）と昨年と同様満足している人がほとんどである。

<大会運営について>

大会の運営については、それぞれの項目の違いを明確にするために、「良いと思った」と答えた人の割合だけで評価してみる。

大会運営における人との関わりでは、沿道の観客の応援が良かったとする人は91.0%（一般90.7%）と最も高く、次いでボランティア、スタッフの対応が90.3%（一般90.2%）である。これら沿道の観客の応援と、ボランティア・スタッフのホスピタリティがリピーターの増加につながっていると考えられる。また、チャリティへの取り組みが77.6%（一般63.2%）と一般ランナーを大きく上回っているところが特

徴である。一方、なないろチームリーダーの盛り上げが36.6%（一般27.6%）と一番低い評価だった。その認知度を含めて工夫が必要である。また、なないろチーム対抗戦が50.7%（一般47.6%）、大阪マラソンEXP02016は50.0%（一般54.2%）と評価が低く、再検討が必要だと考えられる。

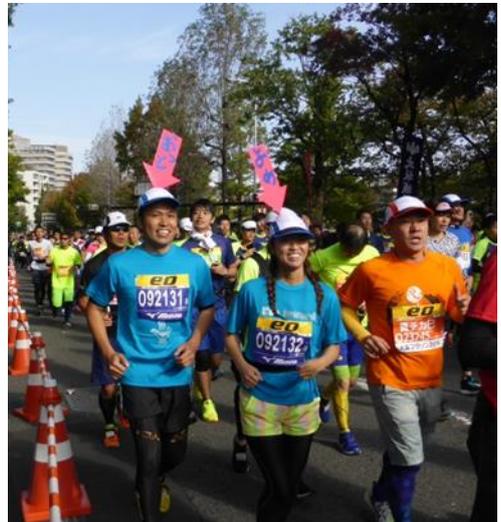
ガイドブックは、「非常に役に立った」が29.9%と低く、「まあまあ役に立った」が58.2%、「あまり役に立たなかった」が10.4%と、ガイドブックに改善の余地がある。

スポンサーのサービスでは、ランナーズアイが87.3%（一般75.8%）と高い評価を得ており、一般ランナーと同様、ランナーと応援する観客を繋ぐ役割を果たしている。一方、インテックス大阪内での無料Wifiは14.9%（一般11.9%）、大会限定商品の販売は18.7%（一般21.3%）とサービスとしての評価は低いといえる。

<チャリティについて>

テーマに関心があったからは23.9%（昨年35.0%）と減少傾向にある一方で、寄付先団体の活動に興味があったからが53.0%（昨年49.5%）と増加している。チャリティランナーと寄付先団体のつながりが強くなっていることが、この背景にあると推察できる。

寄付を集めた人数が0人は38.1%（昨年40.8%）、1人は20.9%（昨年26.2%）で、募金活動を積極的に行わなかった人が少し減少している。また、募金活動に関しては、なにもしなかった人が44.8%（昨年39.8%）で増加していた。知人・友人にお願いした人が29.9%（昨年27.2%）、SNSを活用してお願いした人が29.1%（昨年31.1%）と変化はないが、家族・親戚にお願いした人が17.9%（昨年22.3%）と減少傾向にあった。本来のチャリティランナーの意図が浸透し始めてはいるが、まだまだ7万円を払って出走するという意識は払拭できていない。



チャリティランナーとして走ってみて、「大変満足した」は73.1%（昨年76.7%）と少し減少し、「まあまあ満足した」が26.9%（昨年20.4%）と増加しており、少し満足度は下がったとみてもよいだろう。その結果、ぜひとも走りたいが41.0%（昨年57.3%）と積極的な意見は減少し、できれば走りたいが54.5%（昨年35.9%）と消極的な意見が増加している。チャリティランナーの在り方についての検討が必要であろう。

<今後の大阪マラソンについて>

コースに関しては、55.2%の人が「満足している」が、40.3%の人が「まあまあ満足している」と答えているので、その内容について検討する必要がある。

スタート地点については、「今のままでよい」が93.2%で、6.8%の人が「変えた方がよい」としており、

今のスタート地点のままで良いと考えているといえる。

フィニッシュ地点については「今のままでよい」が 66.7%であり、「変えたほうがよい」と答えた人が 33.3%で、その内容は、中心部から遠く、帰りが不便であることをあげており、具体的にはスタートと同じ大阪城公園か、長居公園があがっていた。

新しいスポットは、「今のままでよい」と答えた人が 62.5%であるが、「加えたほうがよい」と答えた人が 37.5%であり、その内容は、あべのハルカス、海遊館、通天閣があがっていた。

今後のイベントについては「今のままでよい」と答えた人が 91.8%で、今後のイベントの提案に消極的であるといえる。

今後のランナーサービスについては、「今のままでよい」と答えた人が 79.9%で、「提案がある」と答えた人が 20.1%であり、その内容は、トイレの増設、シャワー設備などがあがっていた。

以上のことから、チャリティランナーは未だに 7 万円の寄付をして走るという認識は払拭されておらず、寄付先団体との協力のもと、多くの人から募金を集めることができるような仕掛けが必要であろう。

IV. 観客

今回は「中之島公園」「なんば」「インテックス大阪」の 3 箇所で調査を行った。昨年のデータと比較することで考察する。

<観客の概要>

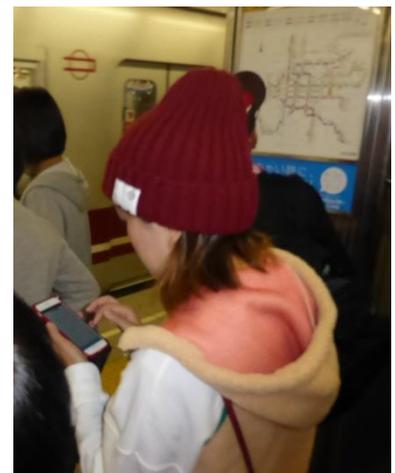
応援回数を尋ねると、今回が初めての参加である人が 46.9%（昨年 45.1%）、2 回目以上の方が 53.1%（昨年 54.9%）とリピータ率が高い。また、毎回来ている人は 5.3%である。

居住地域を尋ねると、日帰りできる府県は 88.5%（昨年 90.2%）で、宿泊が必要な都道府県からの観客は 10.4%（昨年 9.5%）とほとんどその割合は変化がない。したがって、滞在日数では 76.2%の人が当日だけの日帰りである。宿泊が必要な都道府県に関しては、開催日が日曜日であったため前日（29 日）と当日（30 日）が 11.9%と最も多くなっている。

誰と来たかを尋ねると、家族・親戚とが 40.6%（昨年 38.9%）、友人・知人とが 36.8%（昨年 29.0%）と増加傾向にあり、一方、ひとりで来た人は 13.1%（昨年 15.9%）と減少傾向にある。

また、誰を応援するのかでは、ランナーみんなが 38.1%（昨年 14.5%）であった。複数回答にしたからこのように増加したのであるが、家族や知人を応援に来たとしても、他の人も応援していることが分かる。特定の人を応援に来た人では、家族・親戚が 30.5%（昨年 31.8%）、知人・友人が 26.7%（昨年 33.6%）と、それほど昨年と変わらない。

マラソン以外の活動では、何も（しない）しなかったが 43.4%（昨年 51.3%）、大阪市内観光が 6.6%（昨



年 8.7%)、買い物(お土産など)が 11.8% (昨年 13.2%) で、これらの項目は昨年より減少しているものの、大阪名物の飲食 23.5% (昨年 14.5%) は増加しており、観客にもスポーツツーリズムの傾向がみられる。観戦を終えた後は、応援した友人・知人と飲食するが 44.2% (昨年 43.1%) と多い。また、22.4% (昨年 18.6%) の人が自分たちだけで飲食するようになっており、昨年同様、6 割以上の人々が飲食の傾向にあり、それに対応した施設の充実が望まれる。

観戦の場所の選定については、ランナーがよく見える場所だからが 21.5%、ランナーと会えるからが 19.1%と、ランナーとの接触可能性によって場所を決めているようである。また、知り合いがいるからが 16.0%、来やすかったからが 15.4%と利便性も決定要因になっている。応援場所の移動では、1ヶ所で応援すると答えた人が 34.5% (昨年 28.4%) と増加し、2ヶ所と答えた人が 22.4% (昨年 26.5%) と減少し、3ヶ所と答えた人が 19.5% (昨年 20.6%) とあまり変化はなかった。また、5か所以上で応援した人が 12.1% と市民マラソンの特徴が表れている。

大阪マラソンの応援で印象に残ったことは、ランナーの走りが 53.1%、仮装ランナーが 41.2%となり、昨年と同様にランナーに対しての印象が強い。また、23.3%の人が「ランナー盛上げ隊！」と応援のパフォーマンスについて、23.2%の人が「係員やボランティアの対応」と大会スタッフについて、その活動が印象に残っている。

<チャリティについて>

チャリティに関して、する予定はない人が 52.1% (昨年 68.7%) であり、まだしていないが、これからする予定である人が 31.5% (昨年 16.0%) と、観客のチャリティへの関心・意欲が高まっているといえる。

募金をしようと思ったきっかけはランナーの姿を見て感動したから 38.8% (昨年 23.3%)、大阪マラソンはチャリティマラソンと知ったから 28.3% (昨年 25.6%) と増加しており、また、チャリティ団体の活動内容を見て応援したいと思ったから 23.7% (昨年 23.3%) と、大阪マラソンはチャリティマラソンであることが観客の人にも浸透してきたといえる。

以上のことから、もっとランナーの走りが見れたり、触れ合えたり、応援を楽しんだりできる環境を整備する必要がありそうである。



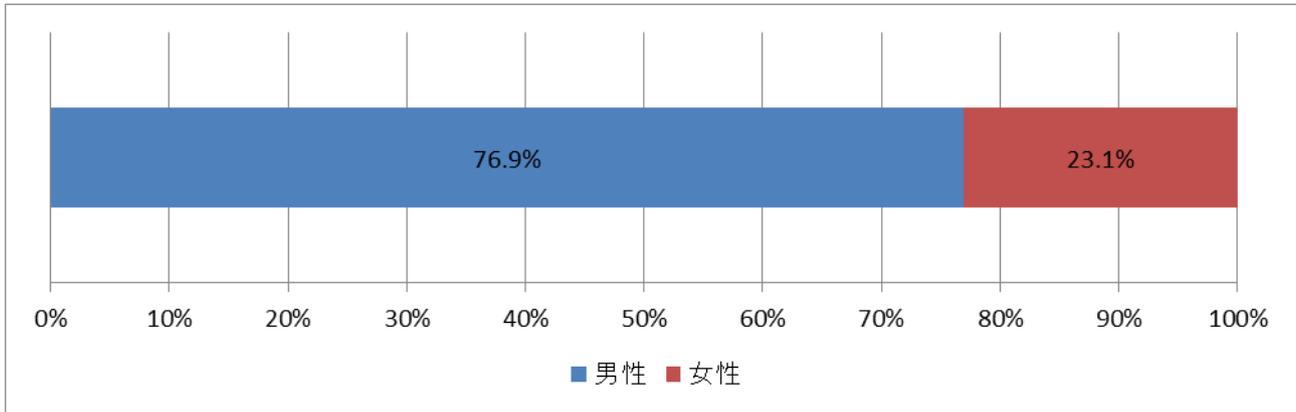
I . 一般ランナー

2016 大阪マラソン 一般ランナー意識調査

回答者数：5781

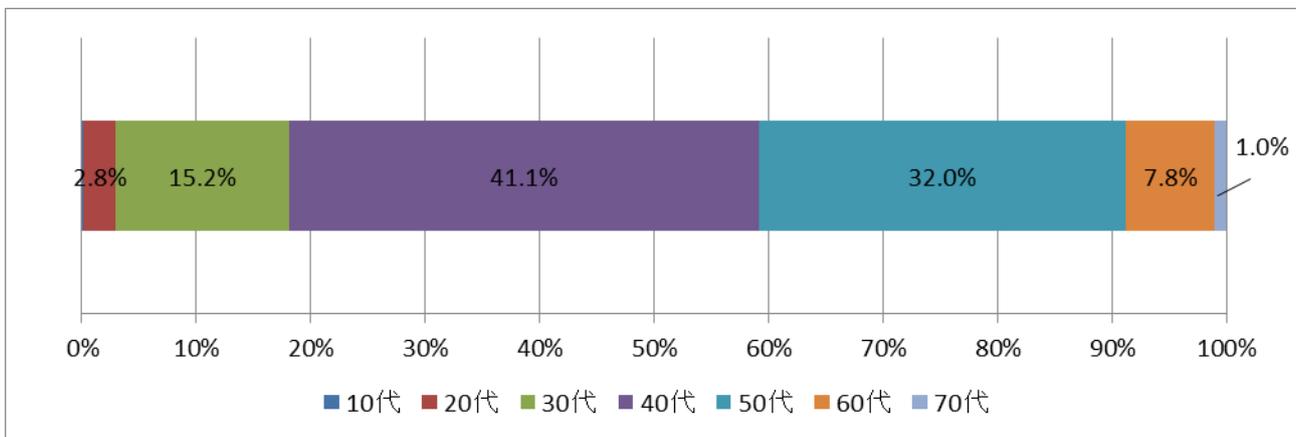
1. あなた自身について

■性別



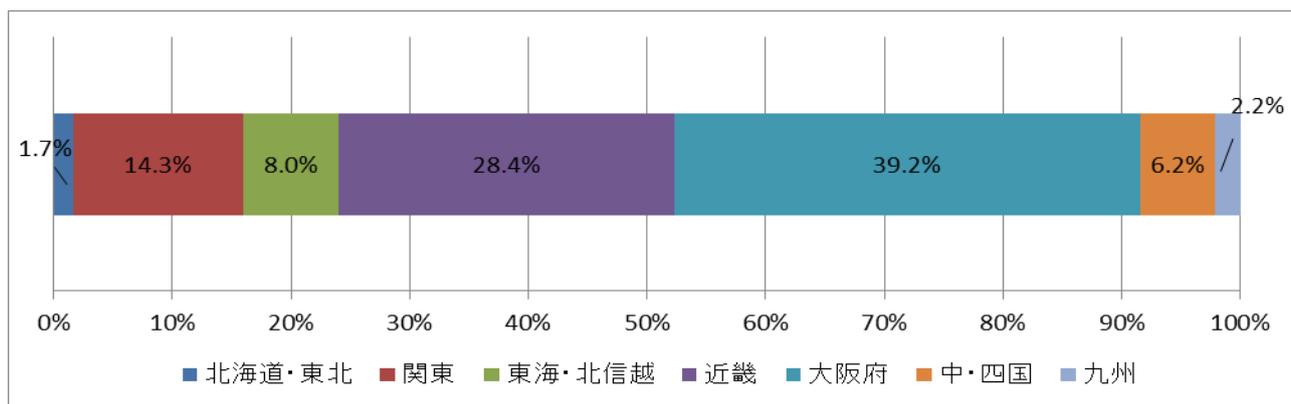
性別では、男性が76.9%（昨年77.6%）、女性が23.1%（昨年22.4%）を占めており、昨年とほぼ同様の傾向がみられ、昨年との比較が有効であるといえる。

■年齢（年代）



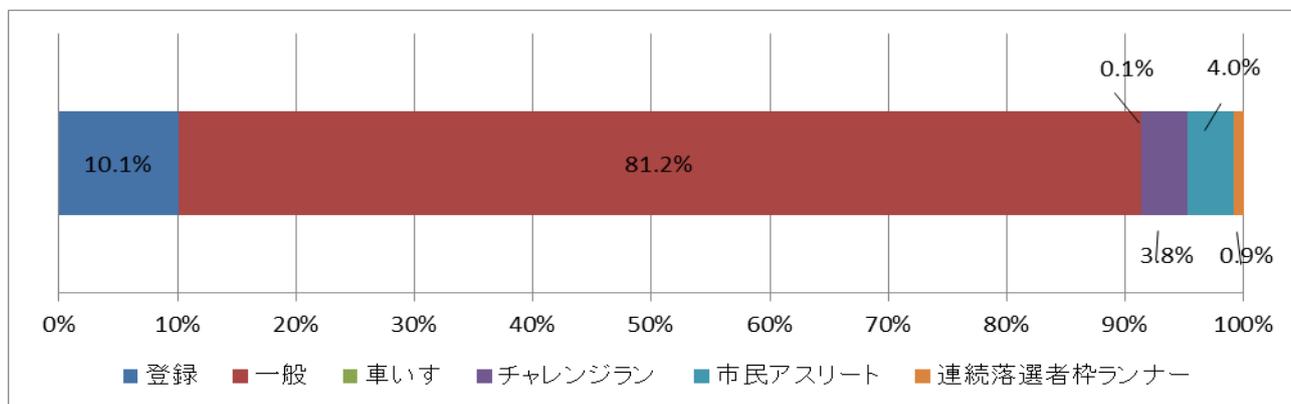
年代は、40代が41.1%（昨年41.2%）、次に50代が32.0%（昨年29.7%）で、30代が15.2%（昨年17.9%）と続いている。比率は昨年と大きく変化はなく、昨年との比較が有効であるといえる。

■居住地



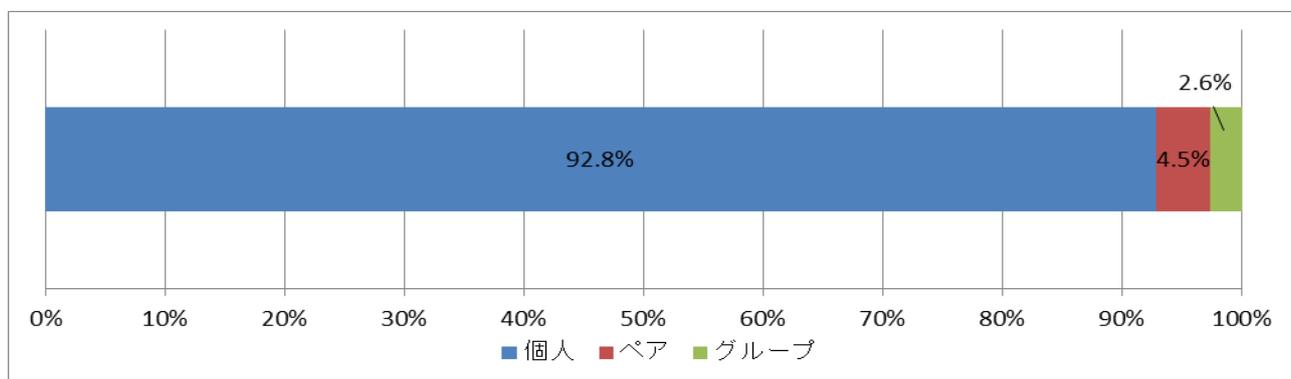
居住地域は大阪の39.2%（昨年39.7%）を合わせた近畿地方が67.6%（昨年65.8%）と変化はないが、関東地方は第3回19.5%、第4回17.3%、第5回16.7%、第6回14.3%と続き、減少傾向にある。

■参加区分



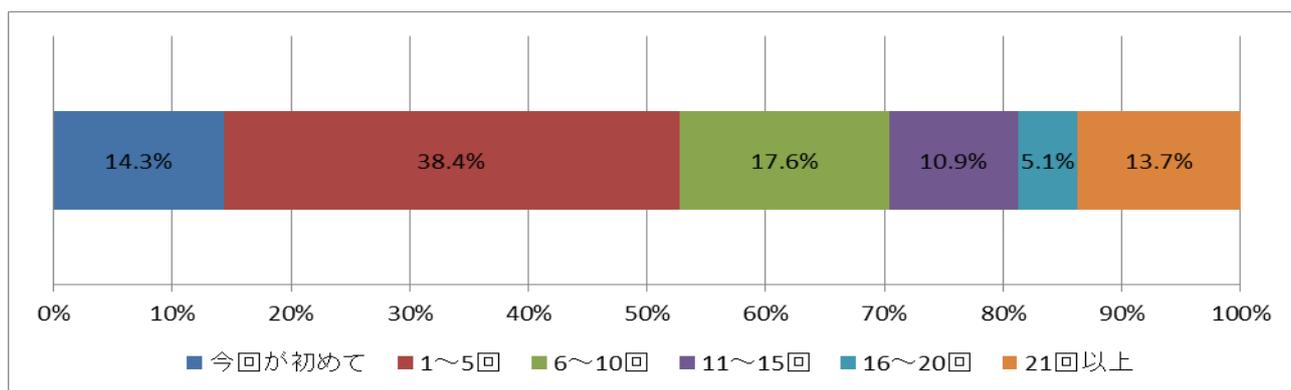
参加区分では、一般が約8割を占めている。市民アスリートは4.0%（昨年2.6%）となっており、増加傾向にある。

■参加申し込みの形態



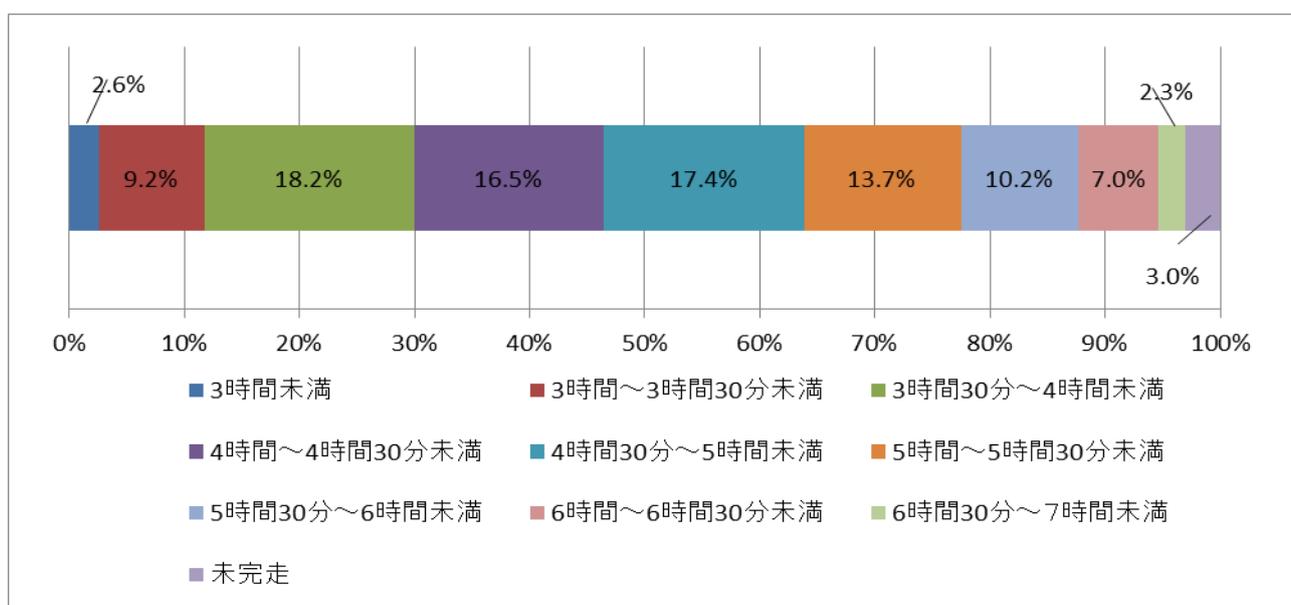
参加申し込みは、個人は92.8%（昨年92.9%）、ペアは4.5%（昨年4.3%）、グループは2.6%（昨年2.8%）であり、昨年と同様で、回答者を昨年と比較することは有効であるといえる。

■市民マラソン参加経験



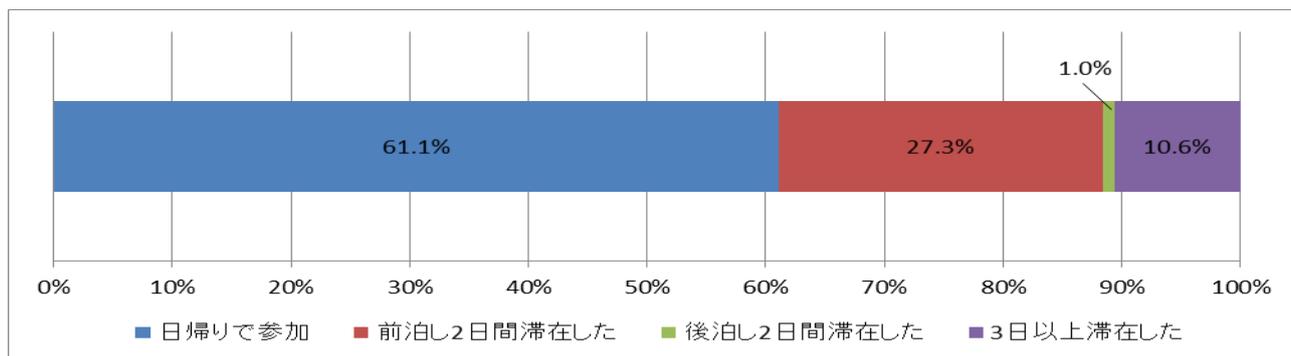
今回初めての参加ランナーが14.3%（昨年10.2%）、1～5回が38.5%（昨年34.5%）と昨年に比べ増加している。第5回大会より連続落選者枠を増設した影響であると推察される。

■今回のフルマラソンのタイム（チャレンジランナーを除く）



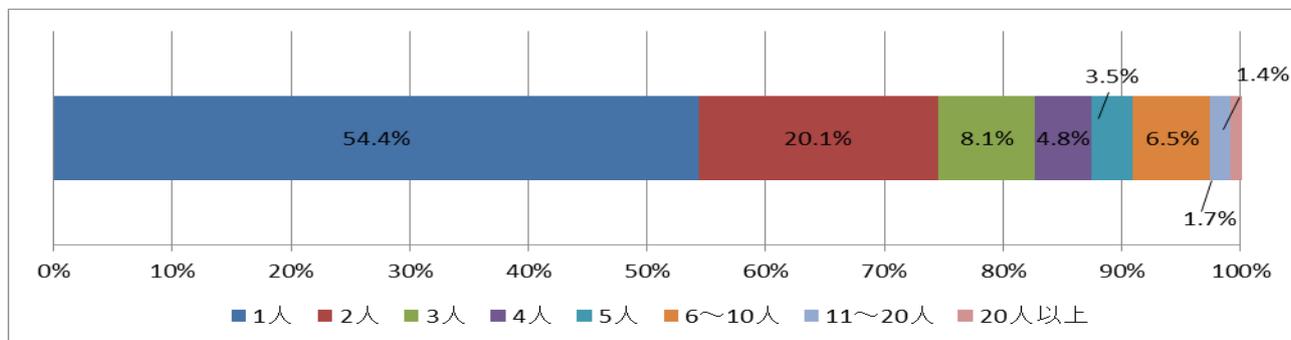
フルマラソンの完走タイムは、3時間30分～4時間未満が18.2%（昨年18.9%）、4時間～4時間30分未満が16.5%（昨年19.5%）、4時間30分～5時間未満が17.4%（昨年19.6%）と偏りが無い。

■大会前後の大阪滞在日数・形態



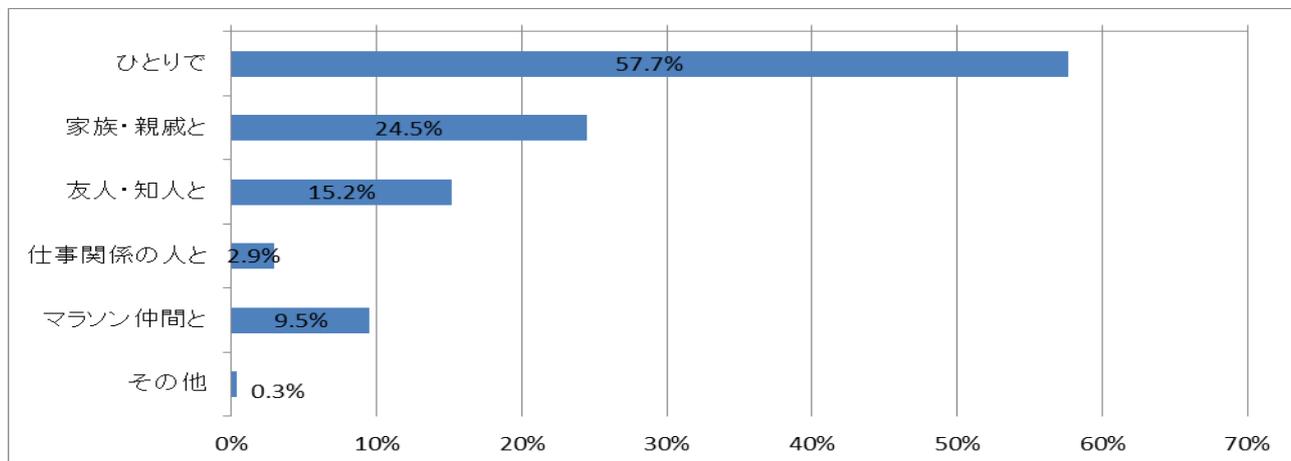
日帰りでの参加が61.1%（昨年59.4%）であり、わずかに増加している反面、3日間以上滞在した人が10.6%（昨年11.8%）とわずかに減少している。

■大会には何人で来られましたか？



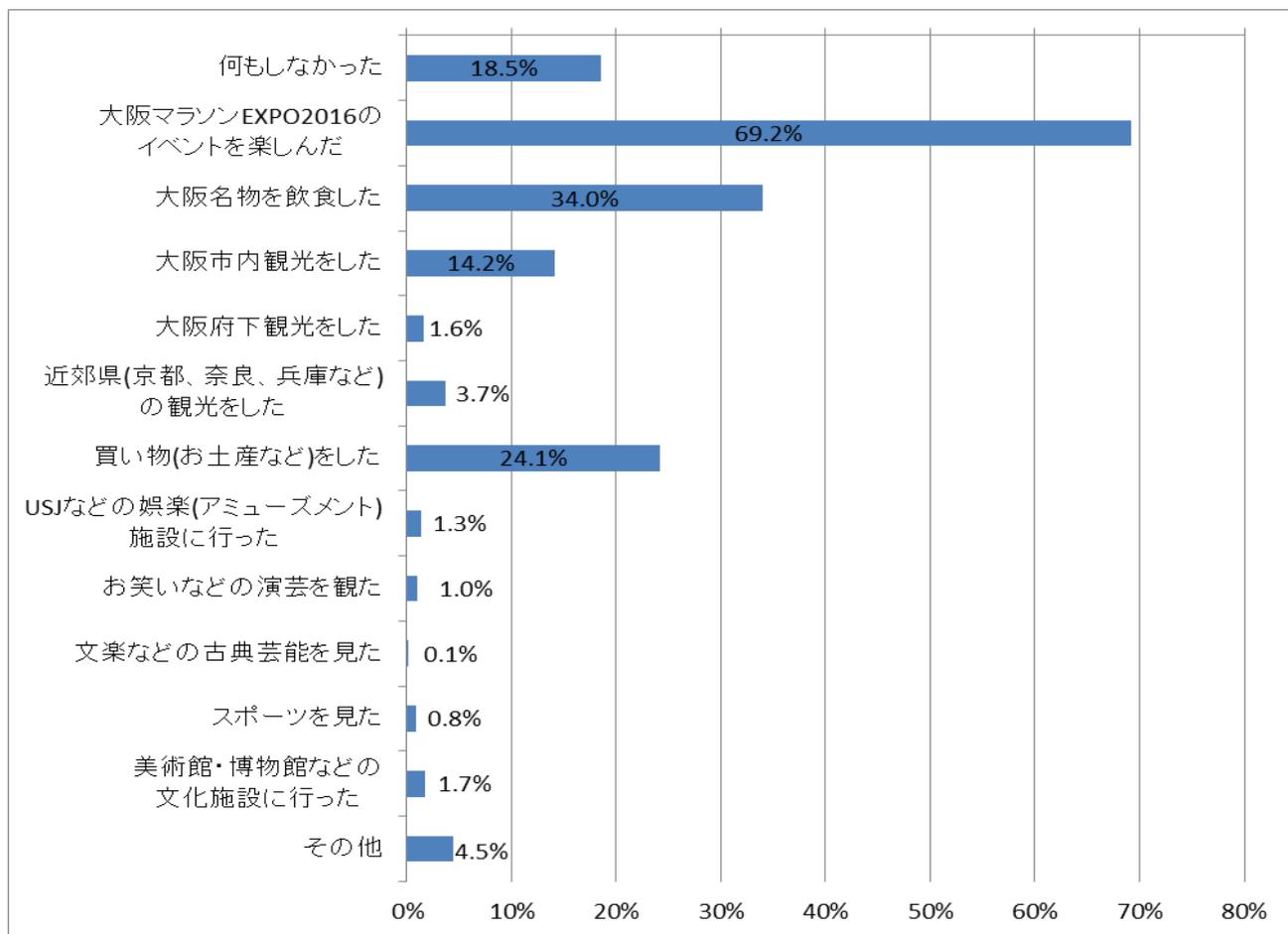
1人で来た人が54.4%、2人以上で来た人が半数近くいることから、ランナーが応援する観客を連れてきていることがうかがえる。

■大会には誰と来られましたか？



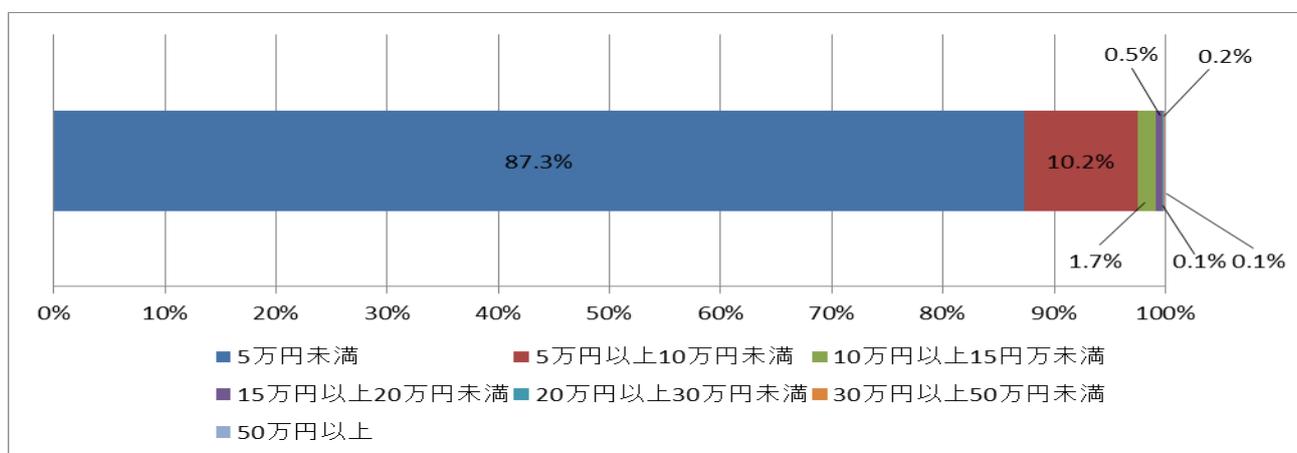
2人以上で来ている人は、家族・親戚とが24.5%、友人・知人とが15.2%、マラソン仲間とが9.5%となっている。

■あなたは、大阪滞在中に大阪マラソン参加以外に何か活動をしましたか？



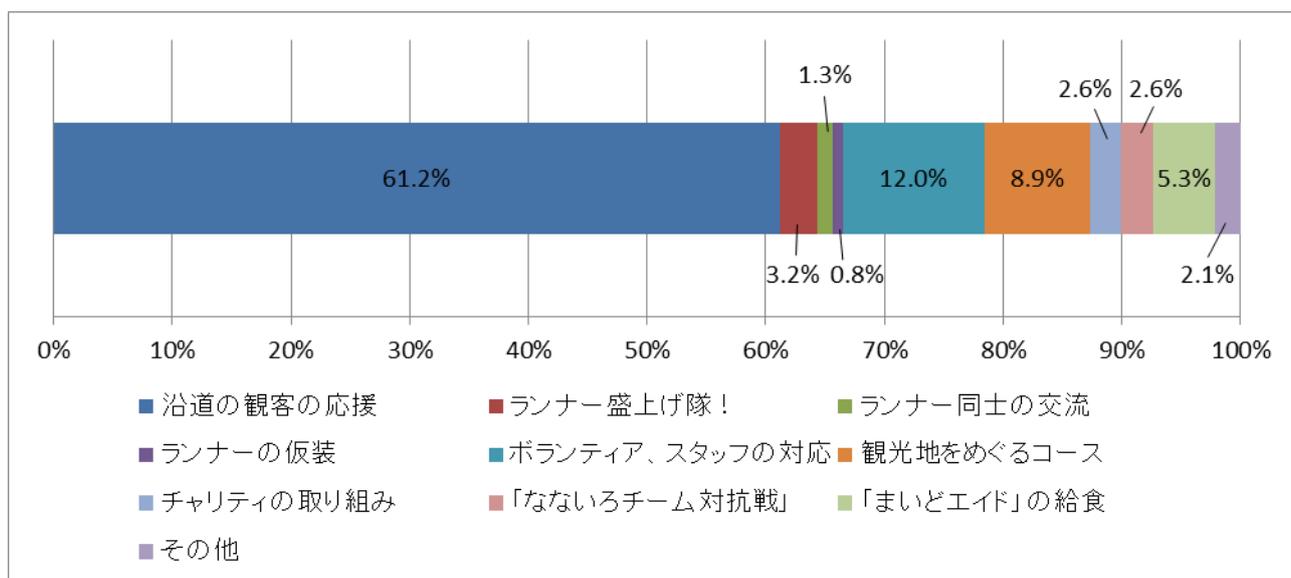
大阪マラソン EXPO2016 のイベントを楽しんだ人が 69.2%で最も多く、大阪名物を飲食したが 34.0%、買い物（お土産など）をしたが 24.1%と、ある程度の経済効果が認められる。

■あなたは、大阪滞在中に概算でどれだけの経費を使いましたか？



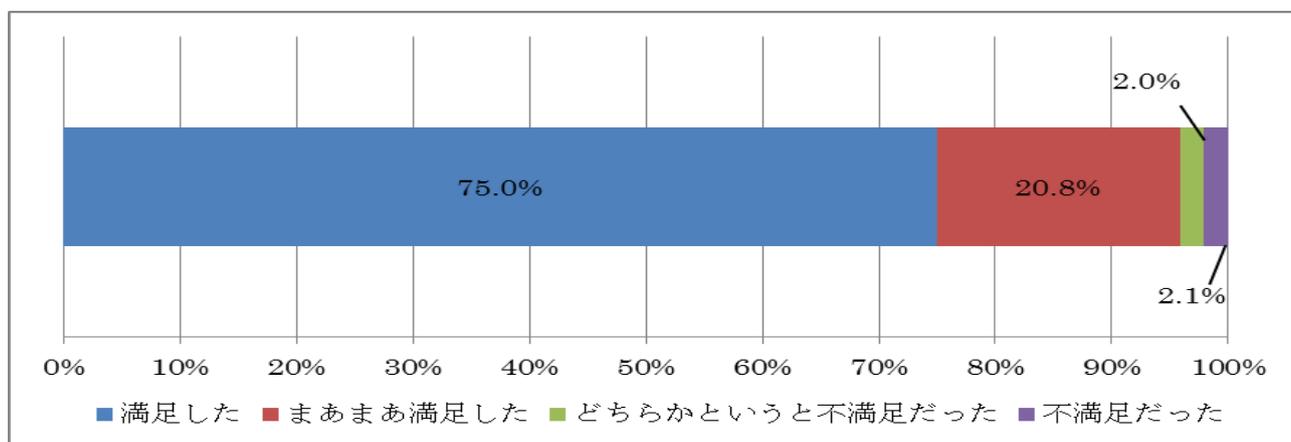
5万円未満が 87.3%と約 9 割を占めている。5万円以上 10万円未満が 10.2%と、その平均で算出すれば、約 9 億円の経済効果と考えられる。

■大阪マラソンで最も魅力的なものは何ですか？



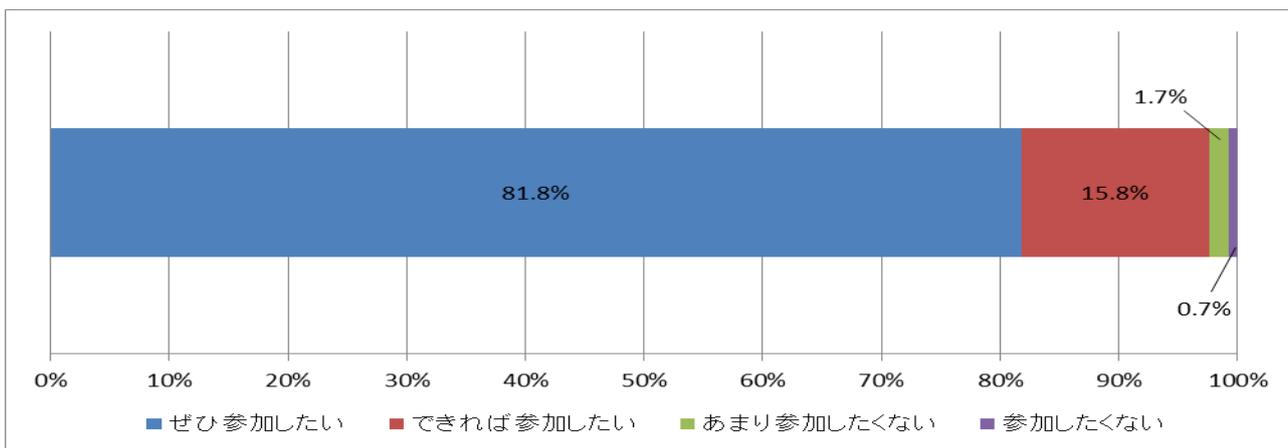
沿道の観客の応援が61.2%と最も多く、大阪マラソンの特徴を表している。また、ボランティア、スタッフの対応が12.0%とサポート体制の充実、観光地をめぐるコースが8.9%と都市型マラソンの特徴、大阪マラソン独自の「まいどエイド」の給食が5.3%と、大阪マラソンのブランディングを考える上で参考になる資料であるといえる。

■第6回大阪マラソンに満足しましたか？



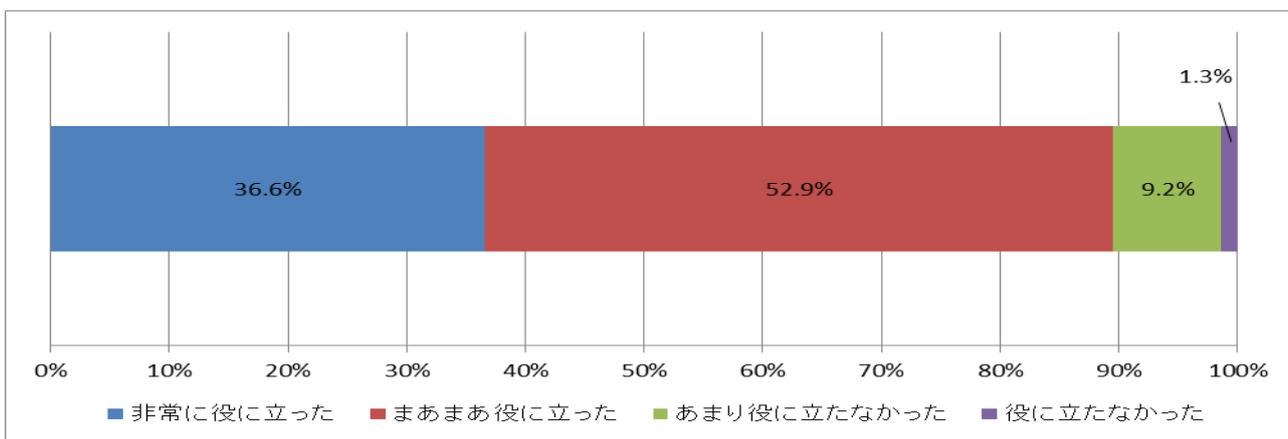
満足した75.0%、まあまあ満足した20.8%と満足している人が95.8%（昨年96.8%）であり、大会への満足度は高いといえる。

■第7回大阪マラソンに参加してみたいですか？



ぜひ参加したいが 81.8%、できれば参加したいが 15.8%と参加したいと回答した人が 97.6%となり、満足度と相関している。

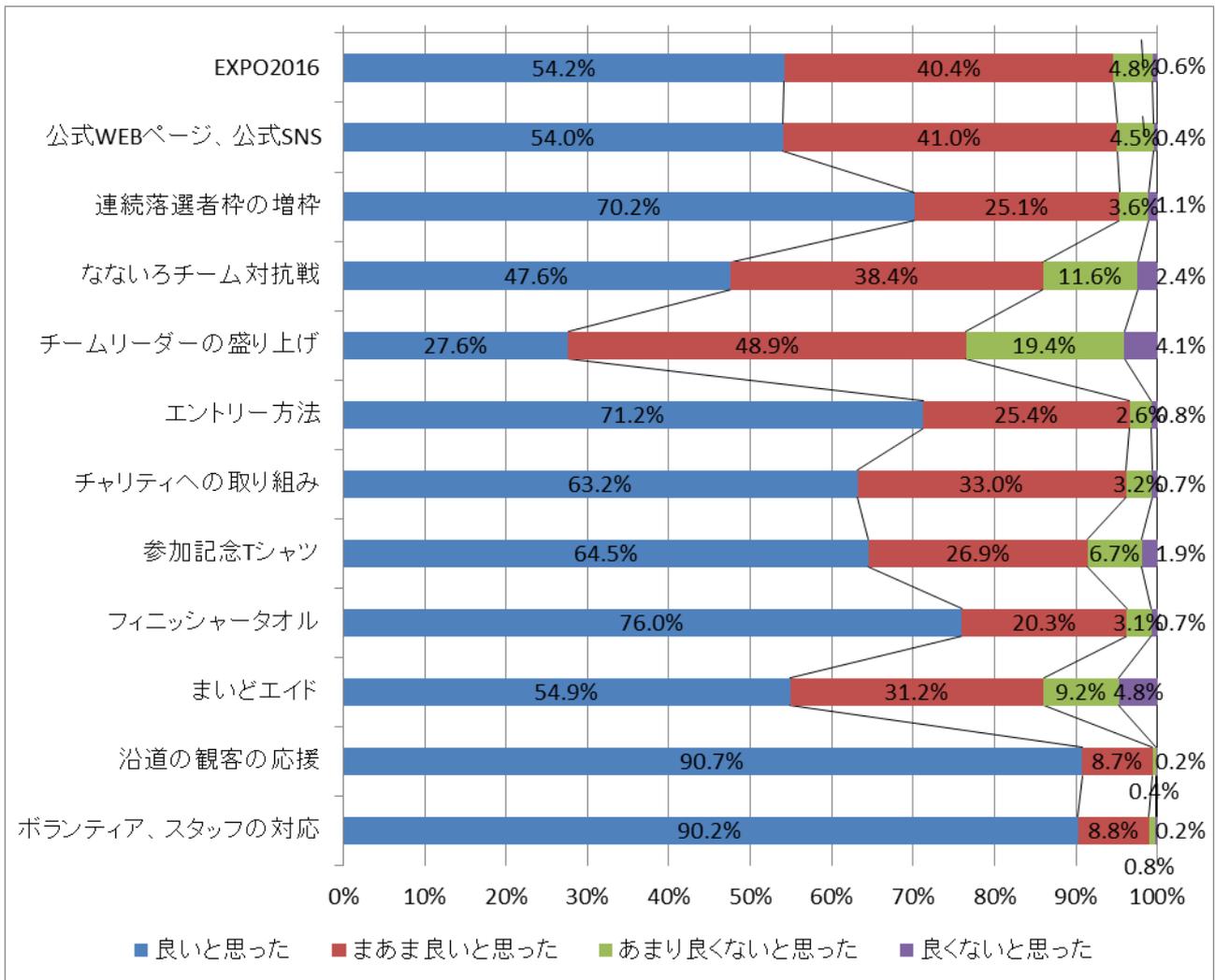
■ガイドブックはどうでしたか？



「非常に役に立った」が 36.6%、「まあまあ役に立った」が 52.9%となっており、まあまあ役に立ったという評価の方が多いため、活用のための更なる工夫が必要であると思われる。

2. 大阪マラソンの運営について

■第6回大阪マラソンの運営について、どのように思われますか？



ここでは、それぞれの項目の違いを明確にするために、「良いと思った」と答えた人の割合だけで評価してみる。

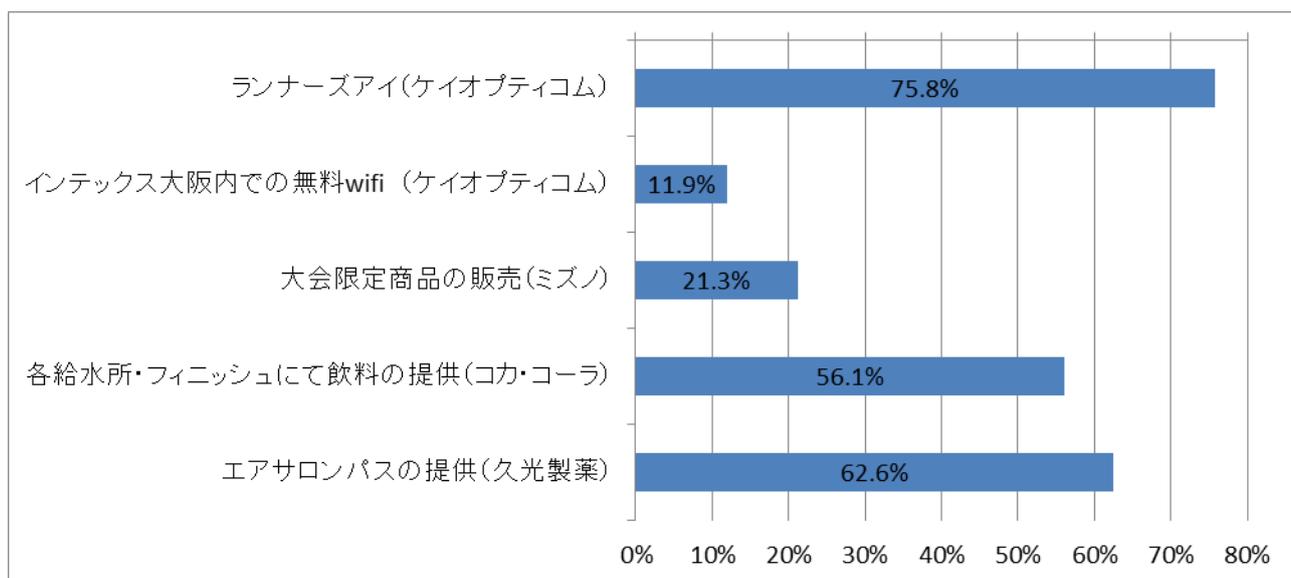
大会運営における人との関わりでは、「沿道の観客の応援」が良かったとする人は 90.7%(昨年 88.7%)と最も高く、観客の応援がリピーターの増加につながっていると考えられる。

次いで「ボランティア、スタッフの対応」が 90.2%である。これも沿道の観客の応援と同様に、市民マラソンで大切なホスピタリティが発揮されていて、リピーターの増加につながっていると推察される。

また、「フィニッシャータオル」「エントリー方法」「連続落選者枠の増枠」が約7割ずつ占めていることから、大阪マラソン特有の運営もおおむね好評である。

一方、「なないろチームリーダーの盛り上げ」が 27.6%と一番低い評価だった。その認知度を含めて工夫が必要である。また、「なないろチーム対抗戦」が 47.6%(昨年 55.2%)と昨年に比べてさらに下がり、50%を切っていることから、大阪マラソンにおける役割の再検討が必要だと考えられる。

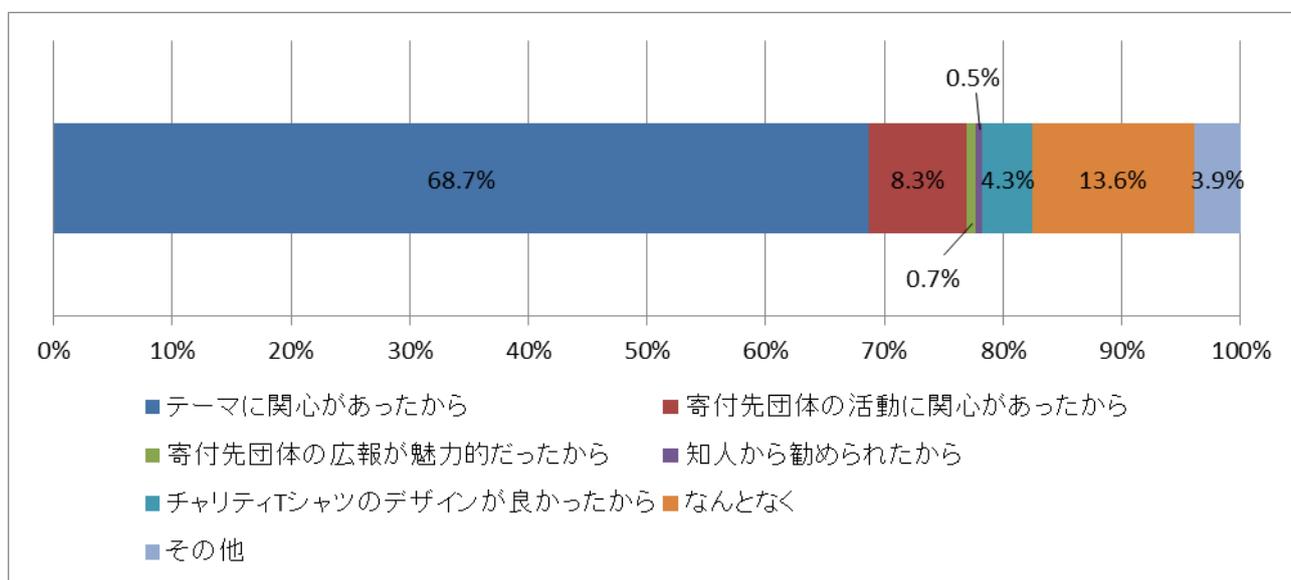
■ スポンサーのサービスで良かったものを教えてください。



ランナーズアイが 75.8%と高い評価を得ており、これはランナーと応援する観客を繋ぐうえで大きな役割を果たしているためと考えられる。一方、インテックス大阪内での無料 Wifi は 11.9%と必要性を感じていない。また、大会限定商品の販売も 21.3%とサービスとしての評価は低いといえる。

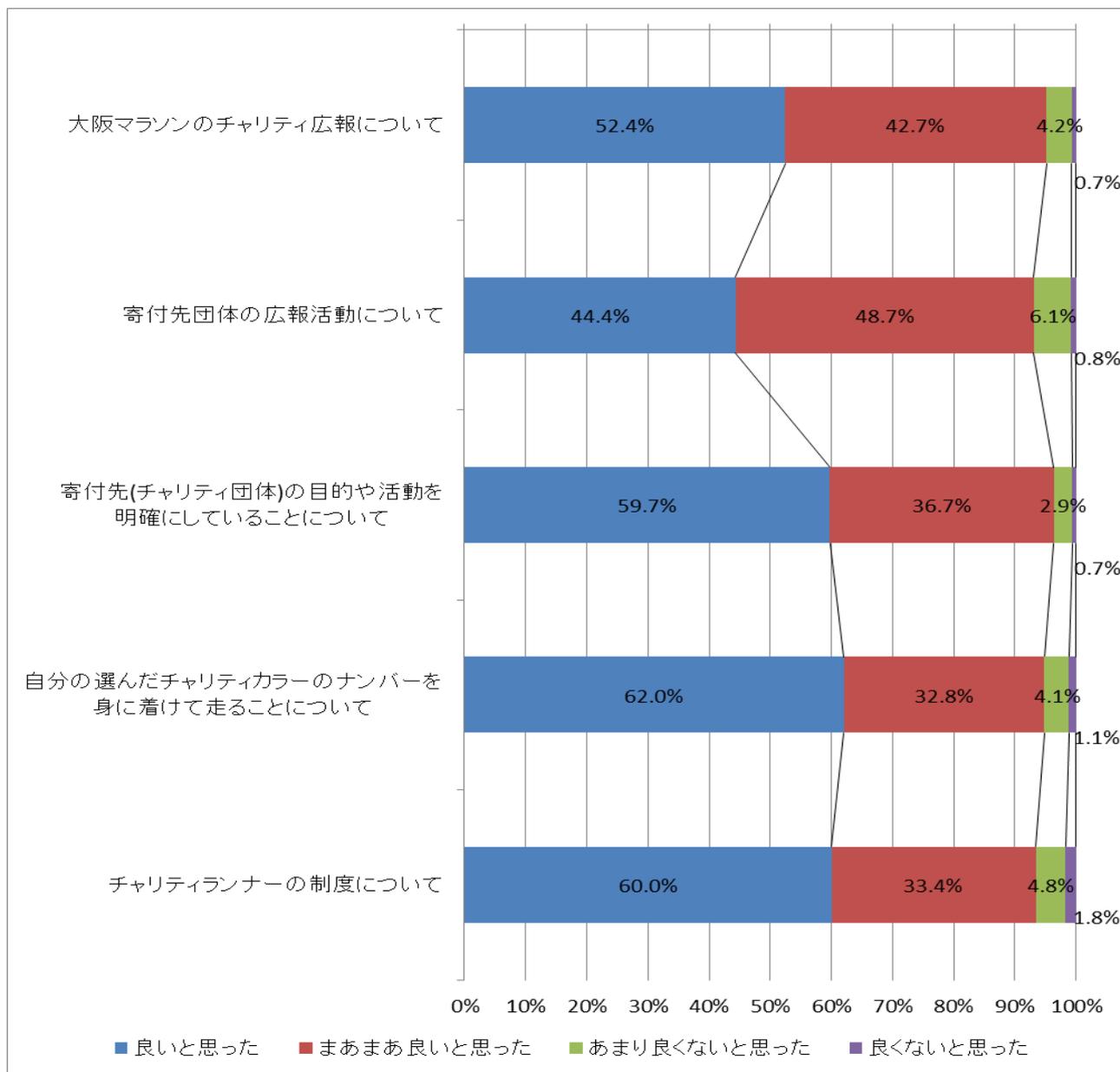
3. チャリティについて

■ 寄付先団体を決めた一番の理由は何ですか？



チャリティにおける寄付先団体決定の理由としては、「テーマに関心があったから」は 68.7% (昨年 75.5%) と大半を占めている。「寄付先団体の活動に関心があったから」は 8.3% (昨年 14.2%)、「なんとなく」が 13.6% (昨年 10.3%) となっており、なんとなくが増加していることが気にかかる。

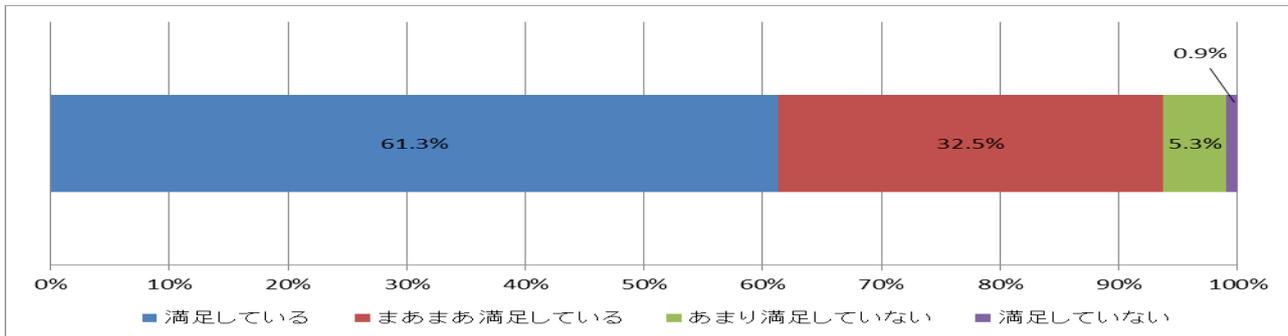
■大阪マラソンのチャリティについて、どのように思われますか？



チャリティの運営に関しては、それぞれの項目の違いを明確にするために、「良いと思った」と答えた人の割合だけで評価してみる。自分の選んだチャリティカラーのナンバーを身に着けて走ることが62.0%（昨年63.9%）と多く、昨年同様チャリティ団体との繋がりを意識することへの評価が高い。チャリティランナーの制度が60.0%（昨年62.3%）であり、寄付先（チャリティ団体）の目的や活動を明確にしていることが59.7%（昨年52.8%）とチャリティ団体への関心が高まっていることがうかがわれる。ただ、寄付先団体の広報活動が44.4%（昨年52.8%）と低くなっているのは、工夫の必要がある。

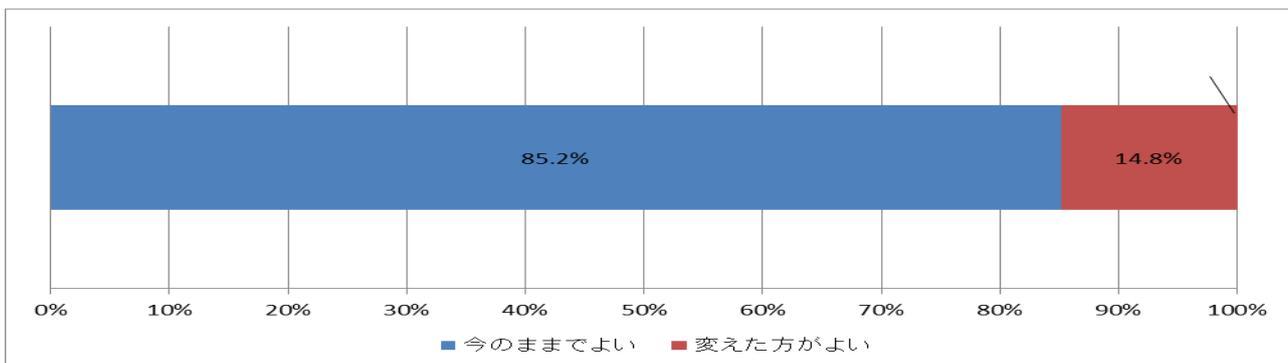
4. 今後の大阪マラソンについて

■現在の大阪マラソンのコースについて、満足されていますか？



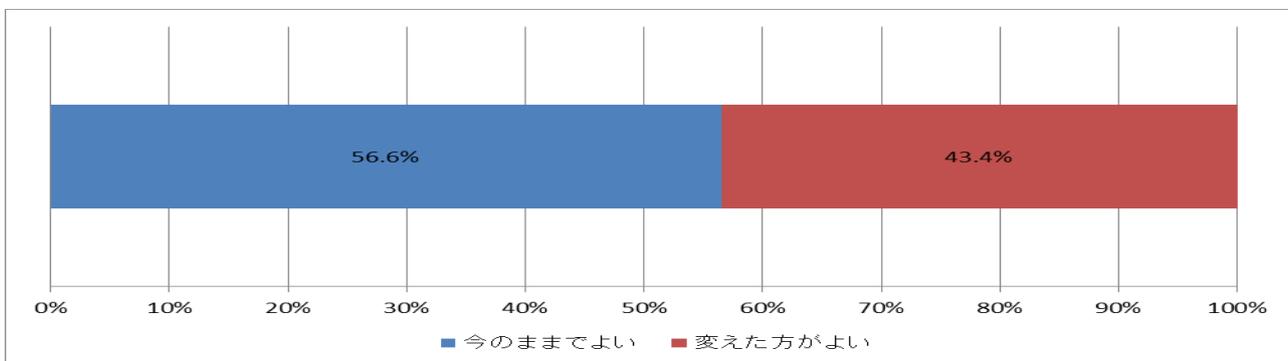
コースに関しては、61.3%の人が「満足している」、32.5%の人が「まあまあ満足している」と答えているので、その内容について検討する必要がある。

■スタート地点について



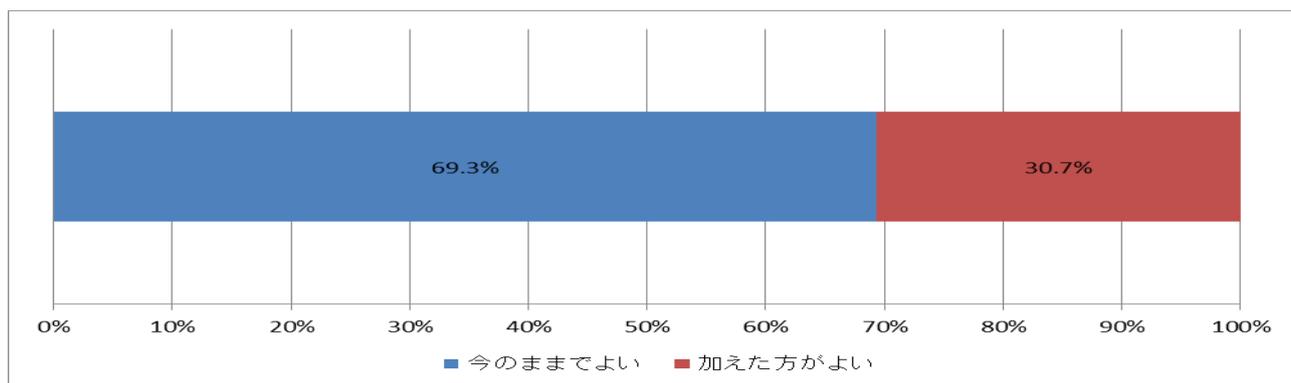
スタート地点について、「今のままでよい」が85.2%であるが、14.8%の人が「変えた方がよい」としており、その内容を検討する必要がある。

■フィニッシュ地点について



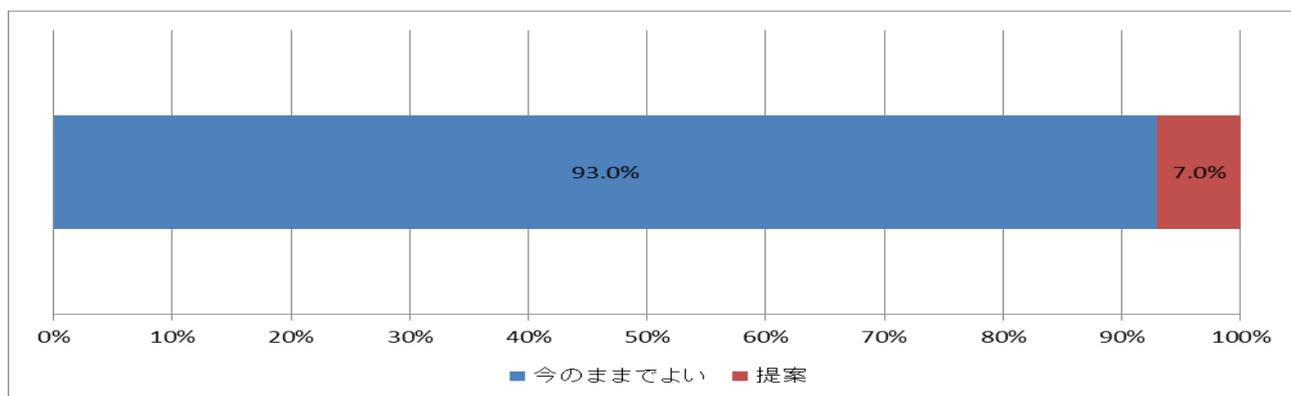
フィニッシュ地点については「今のままでよい」が過半数の56.6%ではあるが、「変えたほうがよい」と答えた人が43.4%おり、フィニッシュ地点の変更も検討していく必要があると考えられる。

■新しいスポットについて



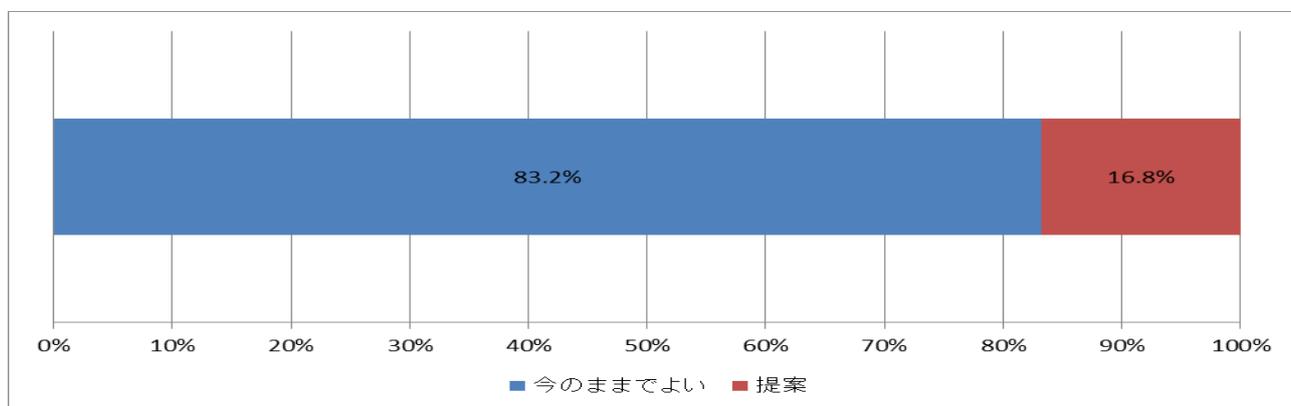
新しいスポットについて「今のままでよい」の意見が69.3%と7割近くあるが、「加えた方がよい」という意見も30.7%あり、その内容を検討していく必要がある。

■今後、どのようなイベントがあれば良いですか？



イベントに関して、「今のままでよい」が93.0%と、ほとんどの人が現状に満足しているといえる。

■今後、どのようなランナーサービスがあれば良いですか？



ランナーサービスについて、「今のままでよい」としている人が83.2%とほとんどの人が満足しているといえるが、より良いサービスのために16.8%の「提案」をしているので、その内容を検討する必要がある。

一般ランナー自由記述（抜粋）

一般ランナーは、大会運営に関するご意見、提案、観客・スタッフへのランナーからのメッセージを抜粋した。最後にランナーの感想文を掲載した。

<大会運営について>

年代	性別	ご意見
40	男性	炭酸飲料は面期的にいいと思います。後半は体が炭酸を欲する。これをオフィシャル対応するコカコーラ、大阪マラソン運営には感動しました。
40	女性	金曜日の昼過ぎにエキスポに行きましたが、限定 T-shirt の S サイズが完売でした。完売になるの早すぎで残念でした。
50	男性	荷物預けのトラックからスタート地点への導線をもう少し考えて、スムーズな移動ができるようにしてほしい。
30	男性	市民アスリート枠はいい取り組みだと思う。しかしながら年齢、性別によっては不公平感がある。アスリートの定義を見直していただき、一本化を検討ください。
40	女性	ランナーズアイ。よい機能で先回りの応援にはとても役立つと思います。でも、誰からも名前を検索できるのは少し嫌でした、ゼッケンナンバー等、本人が伝えた人だけでよいのでは。公開レベルの設定が本人にできたらよいのにとと思います。
40	男性	インテックス大阪からの帰り道の動線を良くしてほしい。
40	男性	メディアのランナーへの配慮が必要かと。一部有名人が走っている時に TV スタッフが撮影用のバイクが通るからと一般ランナーを押し退けている光景を目にしました。配慮を頂ければと思います。
30	男性	まいどエイド自体は素晴らしいと思います。ただ、タイムが遅いランナーにはほとんど残りが無いのは残念です。遅くても、まいどエイドが楽しみで頑張っている人はいます。
30	女性	大会サービス一つ一つ嬉しかったです。特にランナーズアイは、遠方から足を運べない身内が映像とタイムなどを見て一緒に楽しむ事が出来たとの事で喜んでもらえました。ありがとうございます。

<大会への提案について>

年代	性別	ご意見
40	男性	大阪マラソンを「夏の陣」「冬の陣」と題して2回開催するなど、大阪をもっと前面に出した取り組みを期待します。
40	男性	仮装されているマラソンランナーさんは、大会を盛り上げてくださっているだけでなく、ランナーにとってリラックスをさせてくださっていると感じました。そのような方々が、より一層励んでもらえるよう仮装者のコンテストみたいな事をしてほしいのではないのでしょうか？
40	男性	自分も楽しんで、周りの人たちも楽しんでほしい！これが、大阪人の気質じゃないですか！いっぺん、仮装ありでやってみよう！
30	女性	大会当日は、地下鉄やJRの臨時便が出たらいいかなあと。大阪城公園駅に着いても改札から出るまでに時間がかかったのです。
50	女性	スタートまでの待ち時間があまりに長く、グロスタイムがずいぶん増えてしまうので公式タイムはネットタイムにしたほうがよいと思います。できれば荷物預けの締め切りをもう少し遅くしてくれたら、待ち時間を減らすことができるのでありがたいです。フィニッシュのみならず、受付もインテックスではなくもっと市中心部から近いところにして、金曜日の受付終了時間を遅くしたほうが仕事帰りに行きやすいと思います。
40	女性	マラソンエキスポで、いろんな応援グッズを配布くださいましたが、ランナー自身にはあまり必要じゃないので、当日、各駅で配るとかの方が無駄にならないのでは？と思いました。友達に渡したくても、前日にわざわざ会ったりもしないしなあと思いましたし。家族や友達が応援に来てくれる人には必要なのですが、あまりにも色々くばり過ぎて、エコじゃないなあと思いました。
40	男性	市内のホテルなどで入浴サービス券があるといいと思いました。宿泊したビジネスホテルでは、荷物は預かって頂けたものの汗を流せてはくれませんでした。
20	男性	今回初めて大阪マラソンを走って変更してほしいと思ったことは給水所のゴミ箱の位置です。今回全ての給水所がコース右寄りに設置されており、ゴミ箱も同様に右側に設置されていたと思いますが、それを左側にも設置してほしいと思いました。僕は給水するために一度右に寄ってコップを取り、他の人の邪魔にならないよう左側へ寄って給水していました。その時に何度もランナーと接触しかけました。また、左側にコップが多く捨てられていることも確認しました。両側に設置すればその場に捨てる方も減ると同時に、ランナーの接触を防ぐことができるのではないかと思います。

		あと1点給水所に関して、これは奈良マラソンで採用されていたことなのですが、給水所に番号をつけて置いてほしいと思いました。都市型マラソンでは非常に多くのランナーが参加するため、前方の給水所に人が殺到する光景をよく目にします。奈良マラソンでは給水所ごとに1/4、2/4、3/4、4/4といった形で給水所がどこまで続くのかというのをブロックで明示してくれていました。そのためか、大阪と奈良マラソンの規模を考慮しても奈良マラソンの路上のゴミははるかに少なかったと思います。給水所に来るランナーを均等に分布させ、路上へのポイ捨てを減らすためにも給水所のブロック化はぜひ導入してほしいと感じました。
40	女性	チャレンジランもグループ登録したい。1人参加はイベントの楽しさが共有できず、半減してしまうので寂しい。
30	男性	私も含め1人での参加の方が多いと思いますので、ランナー同士で交流できるような事前イベントや、当日イベントがあれば嬉しいです。今回のなないろチーム対抗戦をもう少し進化させたような取り組みがあれば・・・同じカラーの人同士で頑張ろうシールやカードの交換など。
50	男性	大阪マラソンは、『マナーを大切に作る大会』を目指していただきたい！クリーンな大会を目指してもらいたいと思います。ランナーのポイ捨ては厳に慎むべきです！
60	男性	東京マラソンのゴールが東京駅前に変わり更に魅力が増したと思います。神戸マラソンも来年からコースが変わります。大阪マラソンも更に魅力あるコースにする時期が来ていると思います。ゴール地点は広い場所を必要としないから大阪城公園をゴールとすべき。
50	男性	沿道からの声援が一番励みになる。沿道からの一般の人の声援やハイタッチが増えるような企画がほしい。沿道では、一部の人はすごく大きな声を出してくれているが、なかなかふつうは恥ずかしくて出せない。声を出しやすくする企画やハイタッチを求める企画がほしい。ハイタッチカウント1000超えると景品とか。
50	男性	今後、他の地域も同様な大会を開催してきています。その中で「大阪マラソン」というブランドがどこまで通用するのか少し心配です。私は、東京と覇権を争うのではなく、「大阪でしかできない雰囲気、楽しさ、理念（姿勢）をもっと強くアピールする大会」を期待しています。

<観客・スタッフへ：ランナーからのメッセージ>

年代	性別	ご意見
40	男性	沿道の大阪の方は人情味があって、浪花節そのもので、皆暖かかったです。
50	女性	マラソンを走る人も、応援する人も、ボランティアさんも、大阪市の方々も年に一度の大イベントとして楽しんでいるように思います。運営の方々のご苦勞も多々あると思いますが、沿道で椅子に腰掛けて応援しているお年寄りの方々の笑顔が忘れられません。関わった全ての方々への感謝を申し上げたいと思います。本当にありがとうございます。"
50	男性	地元ボランティア皆さんの関西風おもてなしがとても感じよかったです！ これからもこれを継続してください。
40	男性	ボランティアスタッフの対応・笑顔がとても良かったです。沿道の声援も途切れる事なく、都市型マラソン大会の楽しさを感じる事が出来ました。
40	女性	ゴミ袋を持って回収して下さった方々、ありがとうございました。補食のゼリーなどのゴミを次の給水まで持って走るつもりでいましたが、そんな事をして下さるとは、思いませんでした。また、環状線の車掌さんが「頑張ってください。心から応援しています。」と大阪城公園駅に着いた時にアナウンスして下さったのが、涙が出そうに感激しました。大阪の人々の明るさ、優しさに触れ、とても楽しく心温まる大会でした。
50	女性	少しだけ、よろけた時に、医師が、すぐに、声をかけてくださり、うれしかった。後ろから、ついてきて見て下さってみたいで、とっても安心しました。素敵なドクターでした。もう一度お礼を言いたいです。一番の思い出になりました。次回からも、ランナーを見守って下さいね。
40	男性	大阪マラソンは私にとって、単にマラソン、というだけでなく、故郷の大阪に帰り、街の移り変わりを確かめる一大イベントです。地元の友人が私を応援してくれるので、彼らに会いたい気持ちで走ることができます。友人と30KM地点あたりで会って、元気と勇気と喜びをもらってラストスパートをする、そんなマラソンはほかにはありません。また、大阪特有の、『足が痛いのは気のせいや！』『いうてくれたらいつでも替わるで！』『宴会までがマラソンやで』という、少し気のきいた応援が、笑いとともに私を元気づけてくれます。
50	男性	ボランティアスタッフさんや沿道の応援の人達の声援で、今回も走り切れました。また、その沿道の応援していただいている方の中には思い思いの仮装をされてる人がたくさん居られて、楽しませていただきました。本当に素晴らしい大会です。また、来年も走りたいです。

60	男性	<p>長野市在住健康マラソンランナー66歳です。5回落選し、ついに念願の大阪マラソンを走ることができました。地元長野。東京、横浜等々大きな大会に参加しましたが、この大会非常に満足しました。前日、当日の運営が非常に良かったし、ランナーのチェックをコードスキャンは正解。当日、スタートラインで混雑しましたが、3万人もいれば仕方ありません。今回嬉しかったのは、ゼッケンに愛称をいれたこと。沿道の応援者に呼ばれ、戻って握手もしました。アイデアが素晴らしい。フィニッシュ後の荷物の整理も素晴らしい。この大会がベスト。初めての大会参加で、非常に楽しく走れました。大阪の応援者、かしこまらないで優しいのがいいね。ありがとうございました。</p>
50	女性	<p>今年も、仮装で走らせていただきました。そのおかげで、沿道の方たちからもたくさんのお応援をいただき、また沿道の人たちを少しでも楽しませることができたかなと思っています。一緒に走っているランナーの方たちとも走りながら会話を楽しむことが出来ました。いろいろな大会に参加していますが、やっぱり大阪の応援はどの地域とも違って、メッチャ楽しい応援です。沿道の方々だけでなく、スタッフ、ボランティアの方々もとても楽しそうに参加していただいていることが、ランナーにとってもありがたいです。"</p>
30	女性	<p>一番は何と言っても沿道の応援ですね。知らない人のために声を出したり塩飴配ったりエアーサロンパス提供してくれたり。本当に感謝の気持ちでいっぱいです。大阪サイコー！</p>
50	男性	<p>1週間前に風邪をひき、練習を満足にしていなかったため、棄権も考えたのですが、当選させて貰ったことと、落選した方に失礼に当たるので、やっぱり頑張ってみようと思い出場をしました。給水場で「頑張ってください。」と笑顔で声援をして貰い、疲れが半減。また、チャレンジランのゴールでも、笑顔で「お疲れ様でした。」と一言かけて頂き、出場して良かったと思いました。もちろん、沿道の声援も励みになりました。今回は、初対面にも関わらず、たくさんの人と会話ことができました。やっぱり出場して良かった。そして、流石大阪。初対面の人と、気軽に話せることも良いです。この大会が続くことを望んでいます。ありがとうございました。</p>

<ランナーズ・ストーリー>

スタッフの皆様、ボランティアの皆様、そして沿道の観客に支えられて本当に最高の大会でした。他の大会と比べるとかではなく比べようのない大会が大阪マラソンです。

私は、恥ずかしながら 22 km地点で足を捻り走るのが困難な状況になりました。本来なら棄権するべきでしたが、周りのランナー、観客、運営スタッフの応援や励ましがあり何とかゴール出来ました。22 kmからは、走るというより歩いている状態です。それでもゴールを目指して前に進めたのは、皆のお蔭です。途中歩いていて、今までの練習は何だったんだと本当に悔しくて、悔しくて涙が出てきました。耐えようのない悔しさでした。そんな時、スタッフが激励をくれて、他のランナーや観客も激励をして頂き、前に進めました。ゴール時、捻った膝を見ると赤く腫れあがってました。とても痛かったですが、ゴールした達成感でとても嬉しかったです。ありがとうございました！

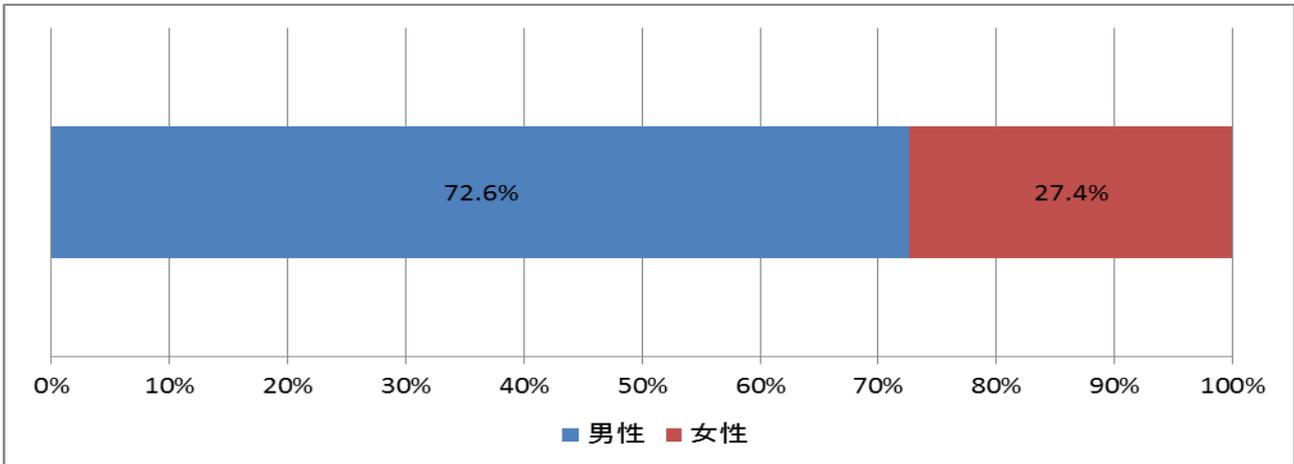
Ⅱ．海外ランナー

2016 大阪マラソン 海外ランナー意識調査

回答者数：960

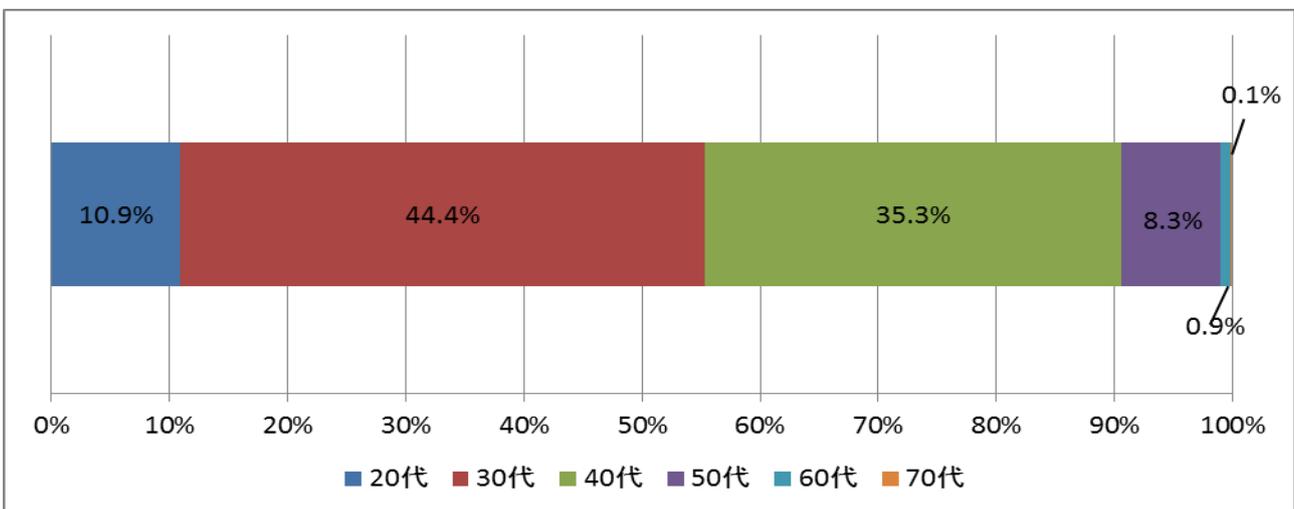
1. あなた自身について

■性別



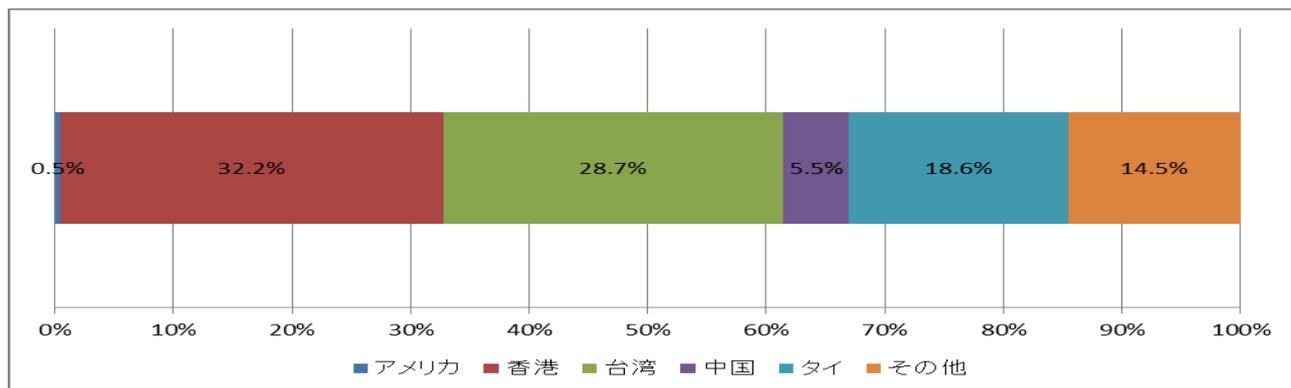
性別では、男性が 72.6% (昨年 74.6%)、女性は 27.4% (昨年 25.4%) で、若干女性が増加しているが、大きな変化はなく、昨年との比較が有効であると言える。

■年齢(年代)



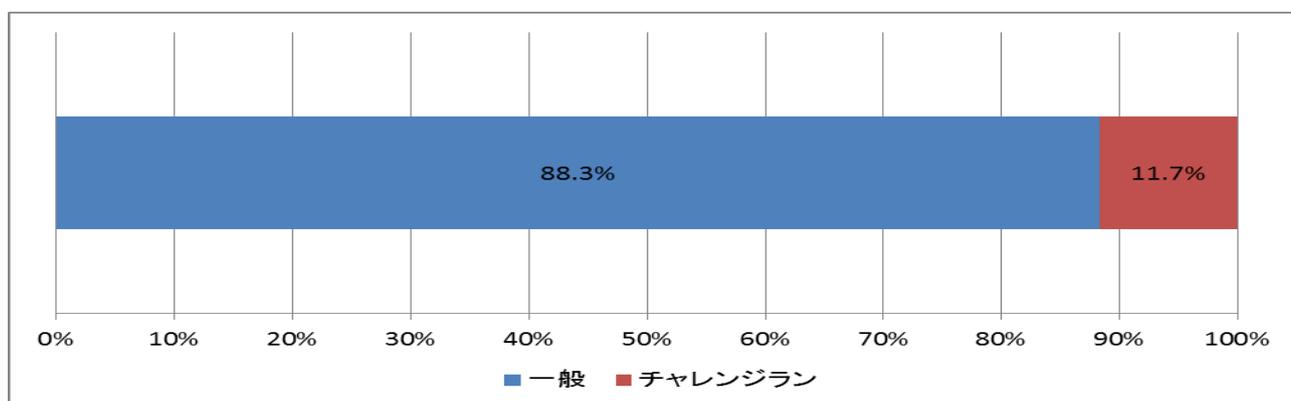
年代は、30 歳代が 44.4% (昨年 48.9%) と最も多く、次に 40 歳代が 35.3% (昨年 30.3%) で、20 歳代が 10.9% (昨年 8.9%)、50 歳代が 8.3% (昨年 10.5%) と続いており、大きな変化は見られなかった。

■ 在住国



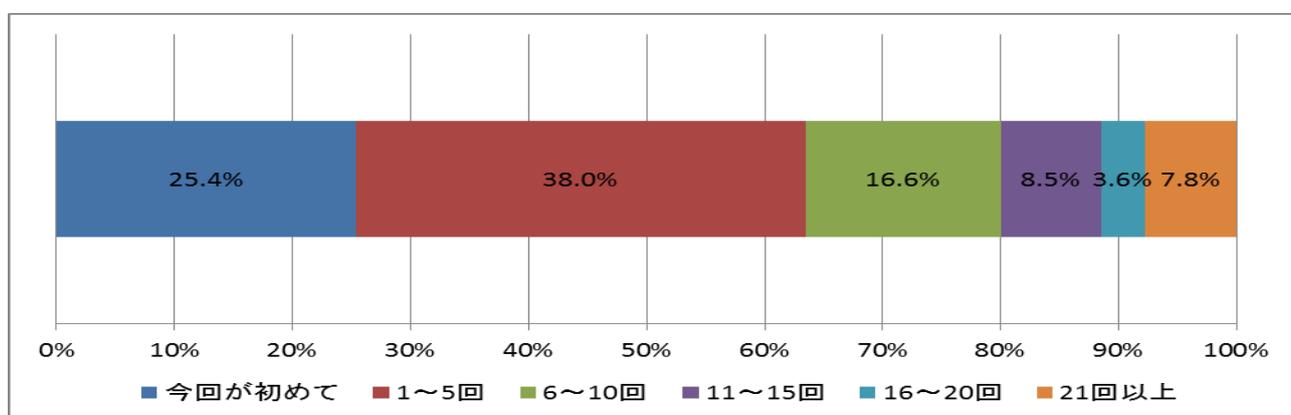
在住国は、香港が 32.2%（昨年 38.7%）と最も多く、台湾が 28.7%（昨年 40.3%）、タイが 18.6%、中国が 5.5%（昨年 7.4%）と、回答者は台湾が減少した。

■ 参加種目は何ですか？



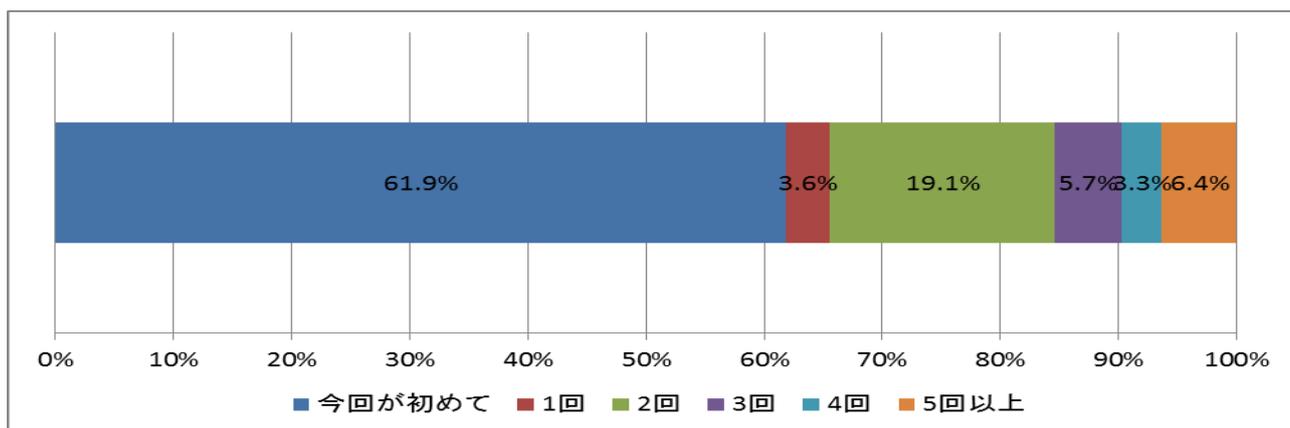
フルマラソン(42.195km)は 88.3%（昨年 86.7%）で、チャレンジラン(8.8km)は 11.7%（昨年 13.3%）で、フルマラソンが若干増加した。

■ これまでの海外での市民マラソン参加経験はありますか？



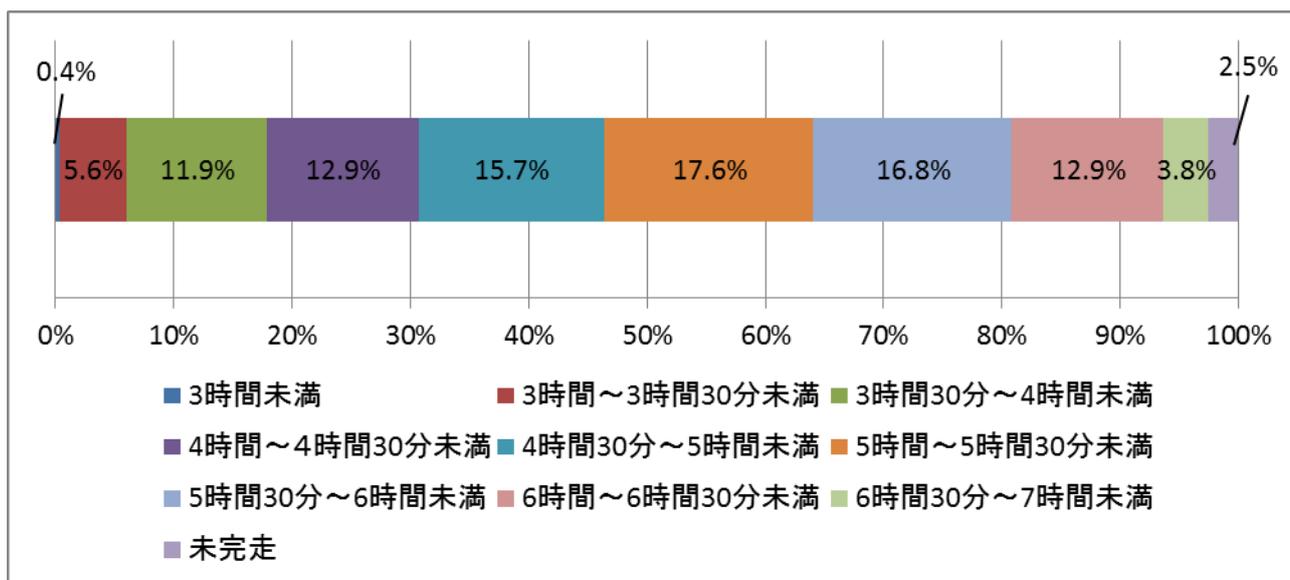
今回が初めてという参加者は 25.4%（昨年 51.8%）で、続いて、1～5 回経験がある参加者が 38.0%（昨年 10.6%）であり、海外での市民マラソン参加経験者が増えている。

■これまでの日本でのマラソン経験はありますか？



日本での市民マラソンは、大阪マラソンが初めての参加と答えた人が 61.9%（昨年 64.4%）と半数以上を占めている。

■今回のフルマラソンのタイム(チャレンジランを除く)はどのくらいですか？



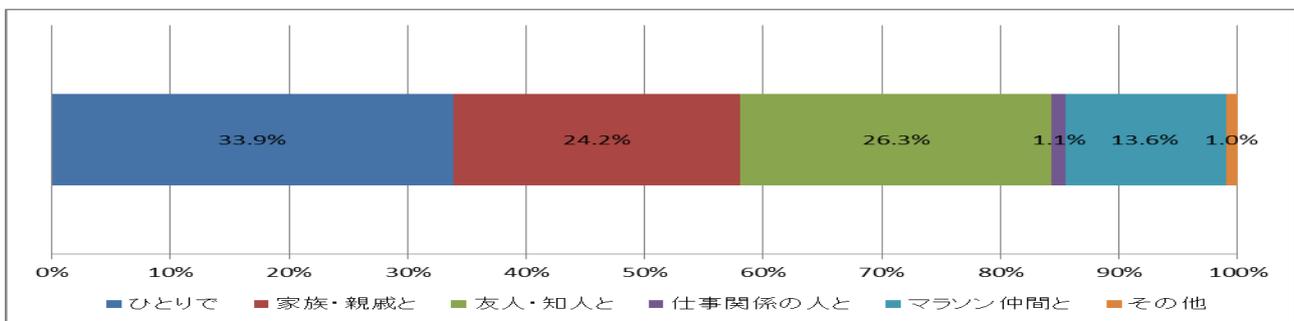
マラソンの完走タイムは、4 時間 30 分～5 時間未満が 15.7%、5 時間～5 時間 30 分未満が 17.6%、5 時間 30 分～6 時間未満 16.8%と、日本のランナーと同様、偏りが無い。

■大会には何人で来られましたか?



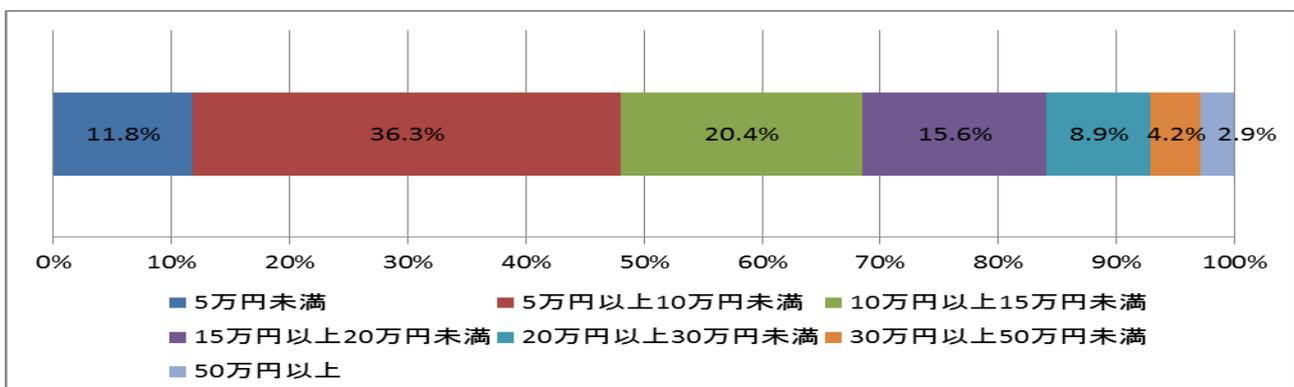
2人で来た人が31.7%（日本20.1%）と最も多く、3人が12.1%（日本8.1%）と2人以上で来た人が、日本人に比べて圧倒的に多い。

■大会には誰と来られましたか?



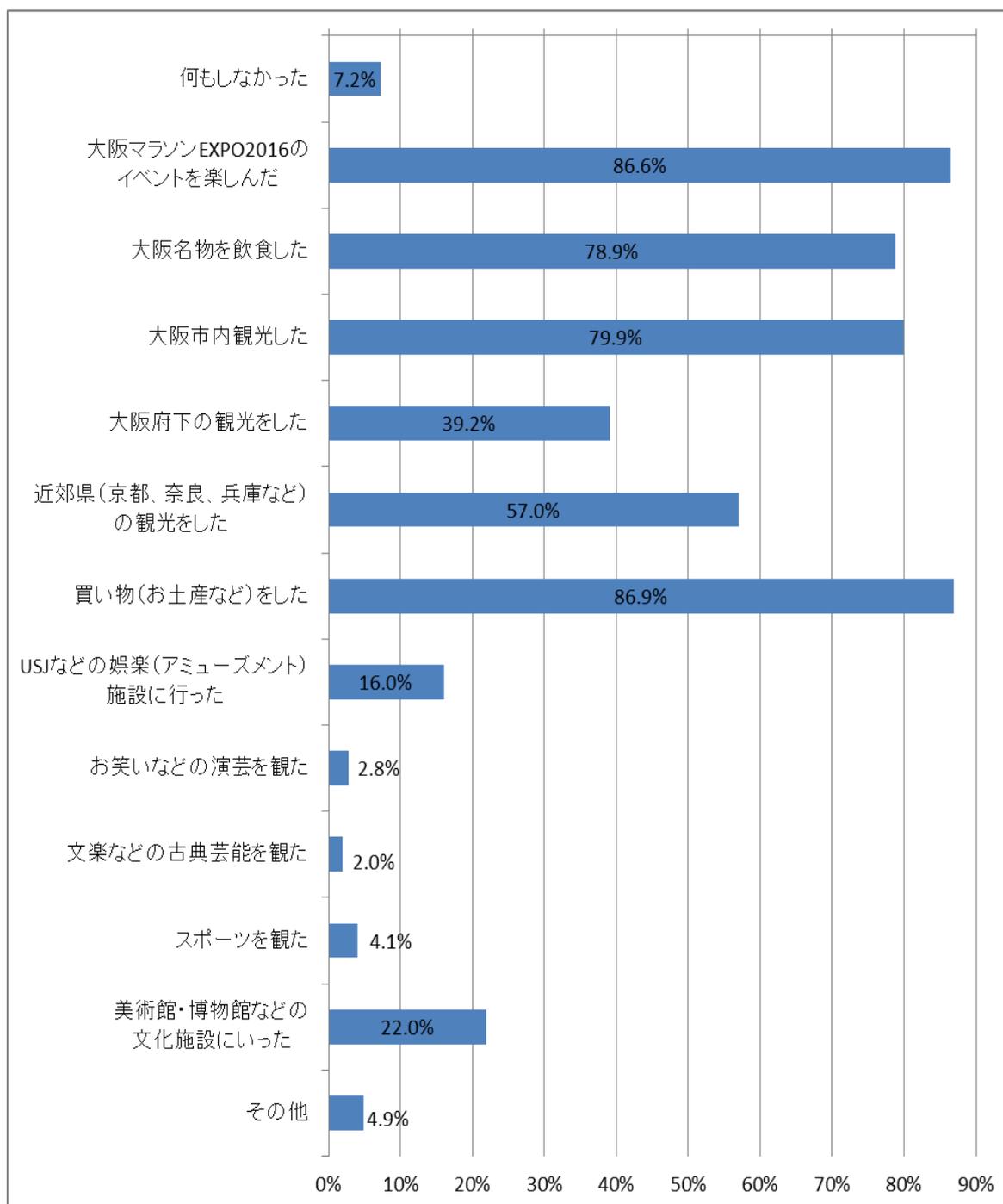
一人できた人が33.9%（日本57.7%）で、次いで友人・知人とが26.3%（日本15.2%）、家族親戚とが24.2%（日本24.5%）、マラソン仲間13.6%（日本9.5%）となっており、日本人と比べて、友人・知人と参加した人が多い。

■あなたは、大阪滞在中に概算でどれだけの経費を使いましたか?(宿泊交通費、食費、お土産など滞在期間中の費用一切（大阪への渡航費、大阪マラソン参加料、チャリティは除く）。



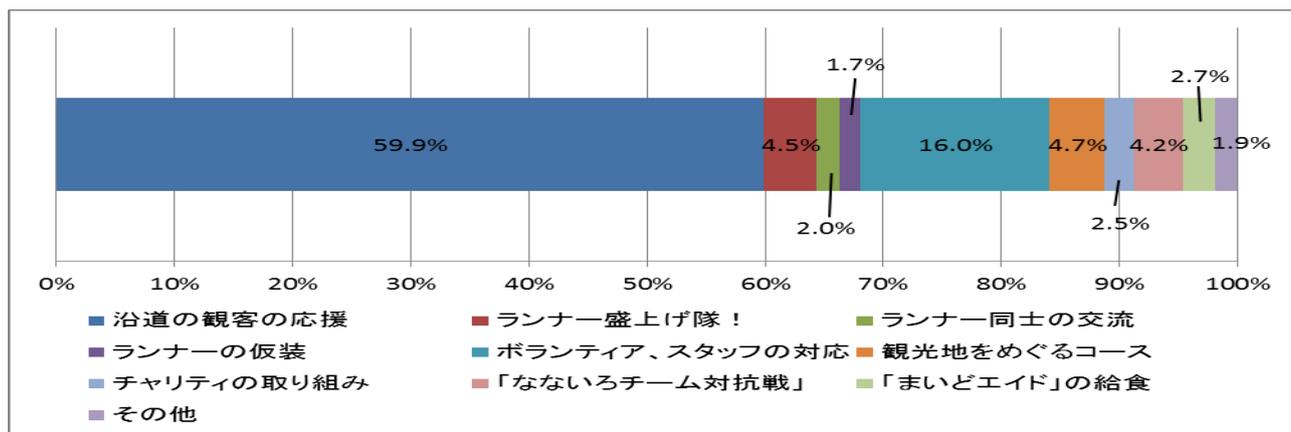
5万円以上10万円未満を使っている人が36.3%（日本10.2%）、10万円以上15万円未満が20.4%（日本1.7%）、15万円以上20万円未満が15.6%（日本0.5%）で、宿泊を伴うこともあって、日本人に比べてかなりの経済効果があると考えられる。

■あなたは、大阪滞在中に大阪マラソン参加以外に何か活動をしましたか？



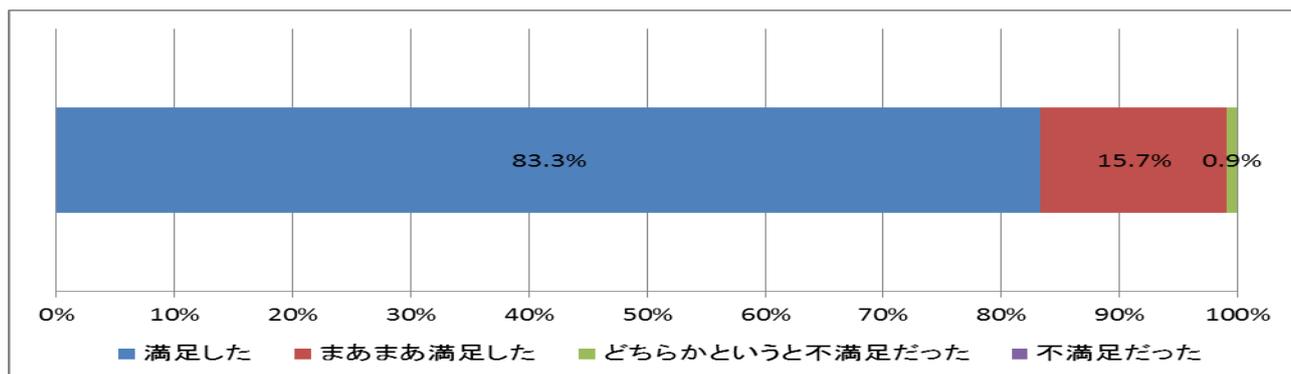
買い物(お土産など)をしたが 86.9% (日本 24.1%)、大阪マラソン EXPO2016 のイベントを楽しんだが 86.6% (日本 69.2%)、大阪市内観光をしたが 79.9% (日本 14.2%)、大阪名物を飲食したが 78.9% (日本 34.0%)、どれも日本人と比べて高い割合を示した。このようなことから、大阪マラソンをスポーツツーリズムとして捉えているといえる。

■大阪マラソンで最も魅力的なものは何ですか？



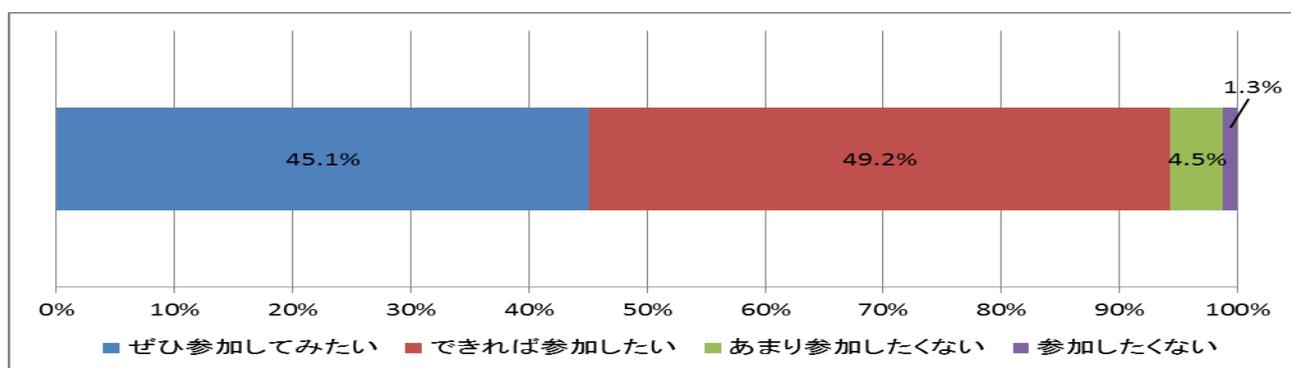
大阪マラソンで最も魅力的なものとして、沿道の観客の応援が 59.9%（日本 61.2%）と一番にあげている。また、ボランティア、スタッフの対応が 16.0%（日本 12.0%）とサポート体制の充実をあげているが、観光地をめぐるコースが 4.7%（日本 8.9%）については、日本人に比べて魅力的とは捉えていない。

■第6回大阪マラソンに満足しましたか？



大会について「満足した」が 83.3%（日本 75.0%）、「まあまあ満足した」が 15.7%（日本 20.8%）と、満足している人が 99.0%（日本 95.8%）であり、日本人に比べて大会への満足度は高いといえる。

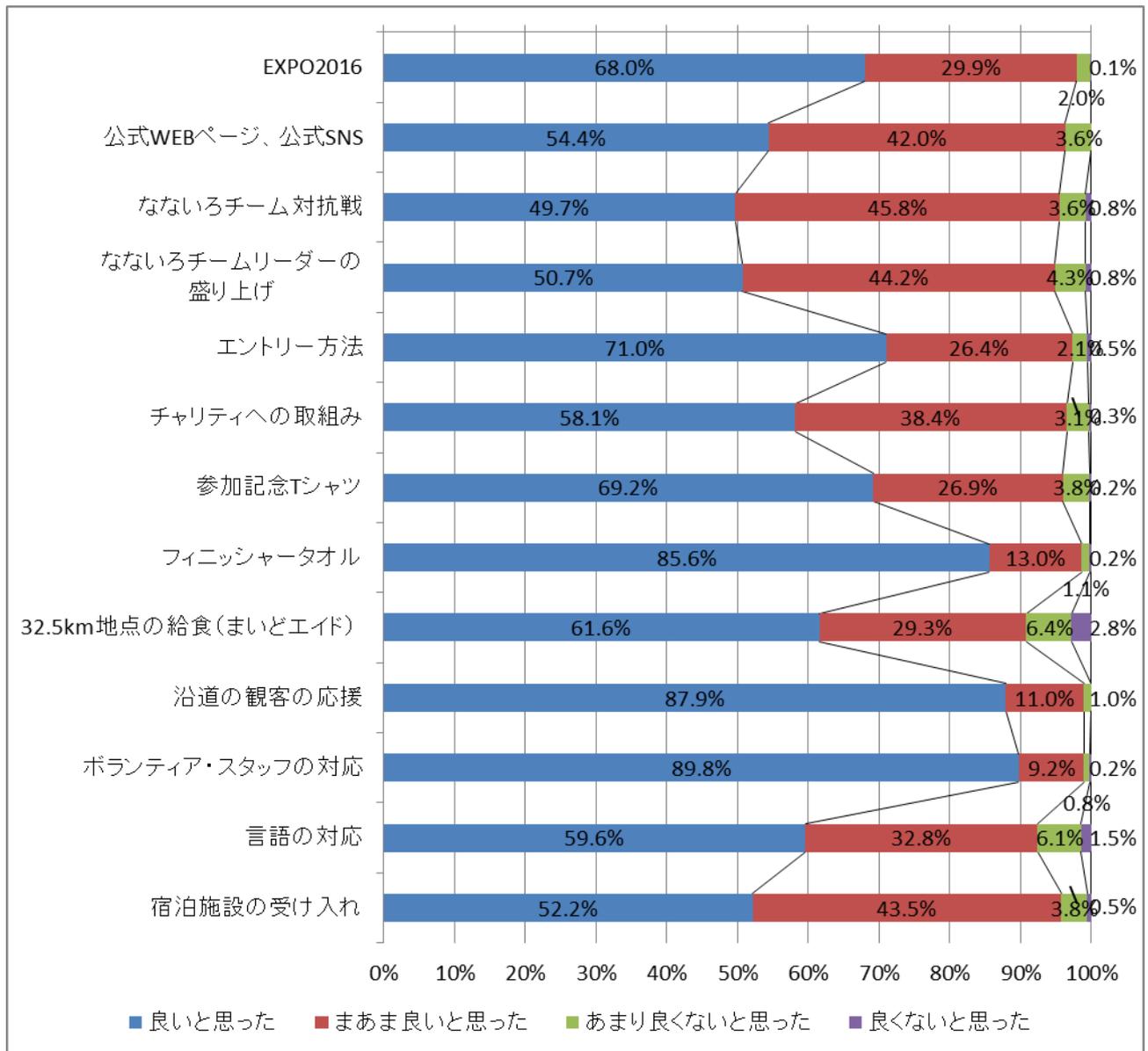
■第7回大阪マラソンに参加してみたいですか？



第7回大阪マラソンへの参加では、45.1%（日本 81.8%）の人が、ぜひ参加してみたいと積極的な回答であるが、それを上回る 49.2%（日本 15.8%）の人が、できれば参加したいと日本人に比べて少し消極的である。

2. 大阪マラソンの運営について

■第6回大阪マラソンの運営について、どのように思われましたか?



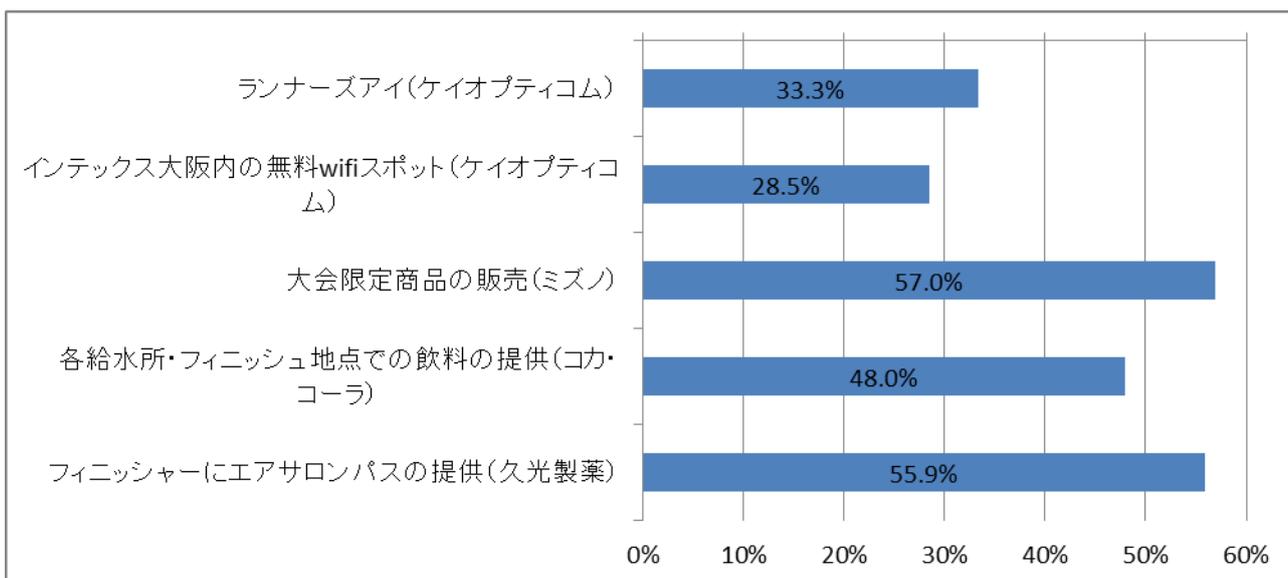
ここでは、それぞれの項目の違いを明確にするために、「良いと思った」と答えた人の割合だけで評価してみる。

大会運営における人との関わりでは、「ボランティア、スタッフの対応」が良かったとする人が 89.8% (日本 90.2%) で最も高く、市民マラソンで大切なホスピタリティが発揮されていて、リピーターの増加につながっていると推察される。次いで、「沿道の観客の応援」が 87.9% (90.7%) と、沿道の観客の応援もリピーターの増加につながっていると考えられる。

また、記念品としての「フィニッシャータオル」が良いとする人は 85.6% (日本 76.0%) と日本人より好評だが、「エントリー方法」が良いとする人は 71.0% (日本 76.0%) と日本人より少し評価が低い。

一方、「なないろチームリーダーの盛り上げ」が 50.7% (日本 27.6%) と日本人より好評だが、「なないろチーム対抗戦」が 49.7% (47.6%) と日本人同様、評価が低く、再考が求められる項目である。

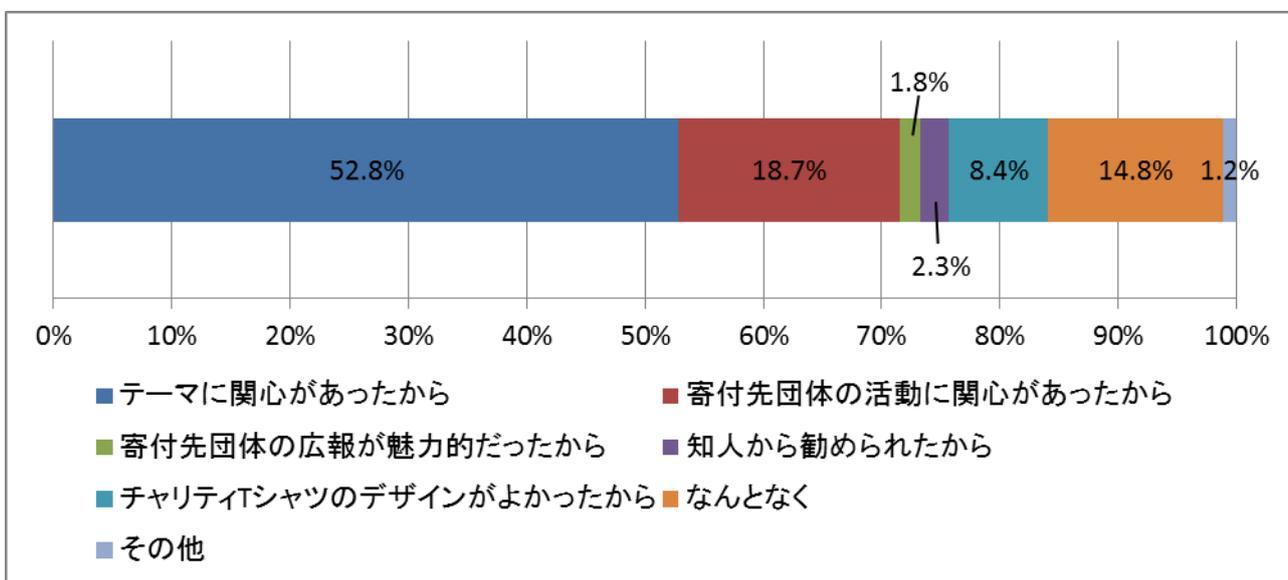
■大会スポンサーのサービスでよかったものを教えてください



フィニッシャーにエアサロンパスの提供が 55.9%（日本 62.6%）と最も高く、次いで大会限定商品の販売が 57.0%（日本 21.3%）、各給水所・フィニッシュ地点での飲料の提供が 48.0%（日本 56.1%）と、日本人と比べて物品によるサービスに人気があったといえる。

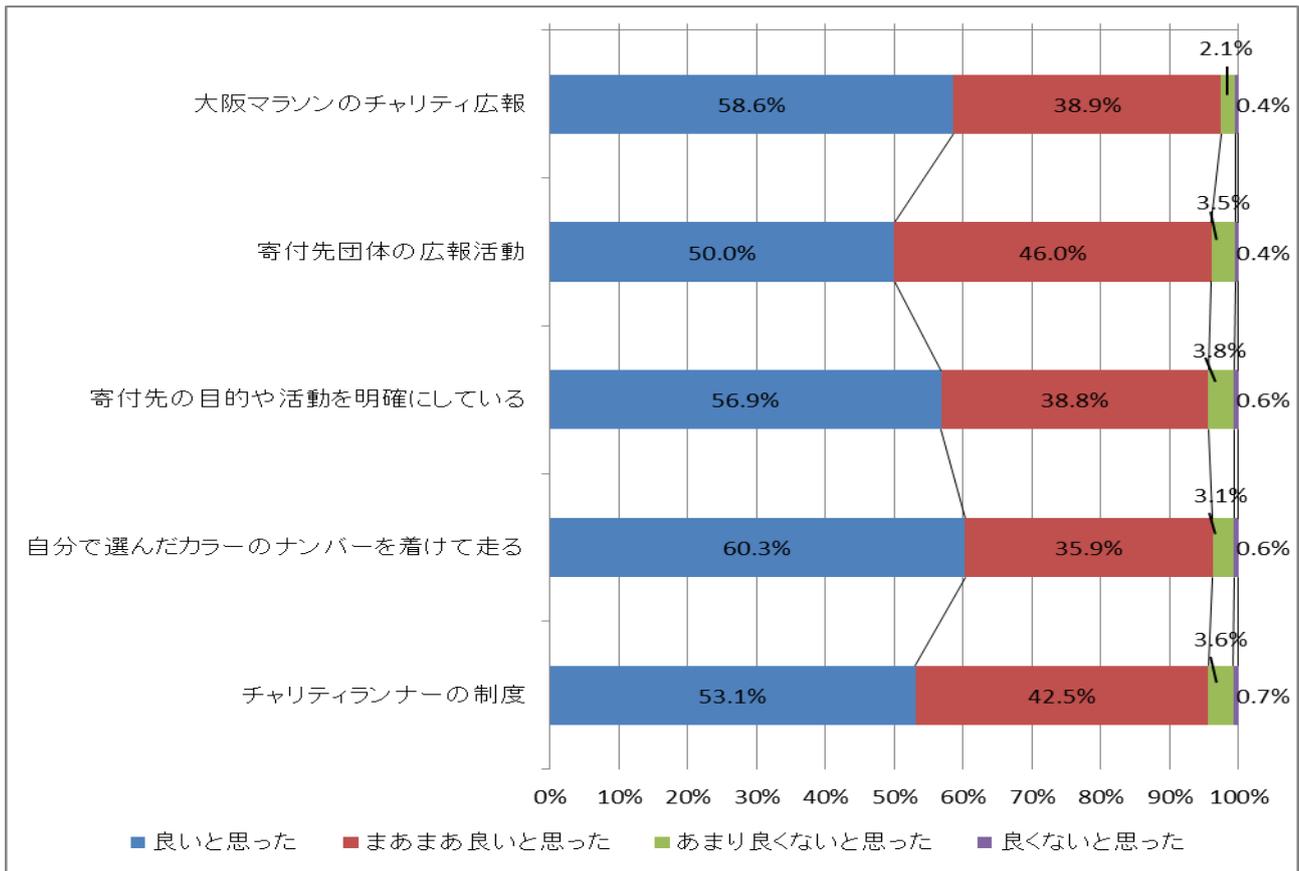
3. チャリティについて

■寄付先団体をきめた一番の理由は何ですか？



チャリティにおける寄付先団体決定の理由としては、「テーマに関心があったから」は 52.8%（日本 68.7%）で、「寄付先団体の活動に関心があったから」は 18.7%（日本 8.3%）と、海外ランナーはチャリティ団体の活動内容で寄付しているといえる。

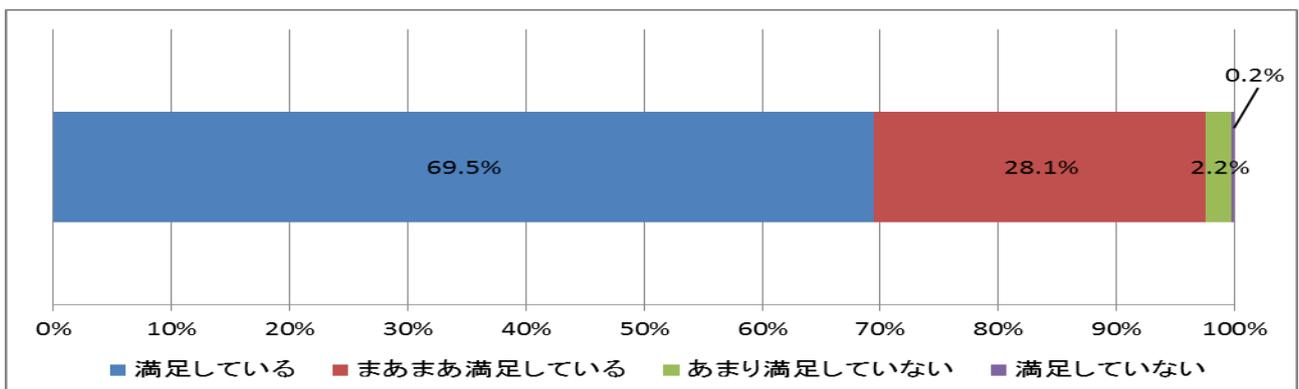
■大阪マラソンのチャリティについて、どのように思われますか？



ここでは、それぞれの項目の違いを明確にするために、「良かった」と答えた人の割合だけで評価してみる。自分の選んだチャリティカラーのナンバーを身に付けて走ることが60.3%（日本62.0%）と多く、チャリティ団体との繋がりを意識することへの評価が高い。ただ、寄付先団体の広報活動が50.0%（日本44.4%）と低いのは、工夫の必要がある。

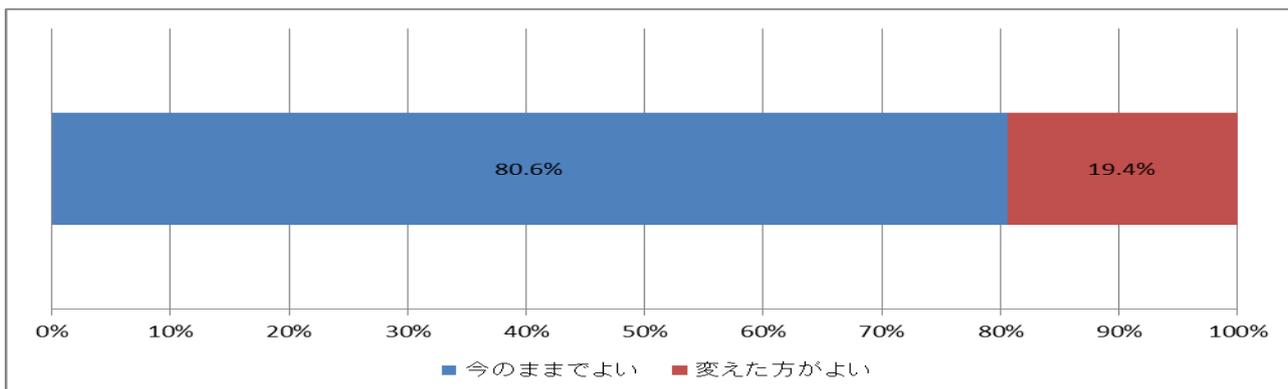
4. 今後の大阪マラソンについて

■現在の大阪マラソンのコースについて満足されていますか？



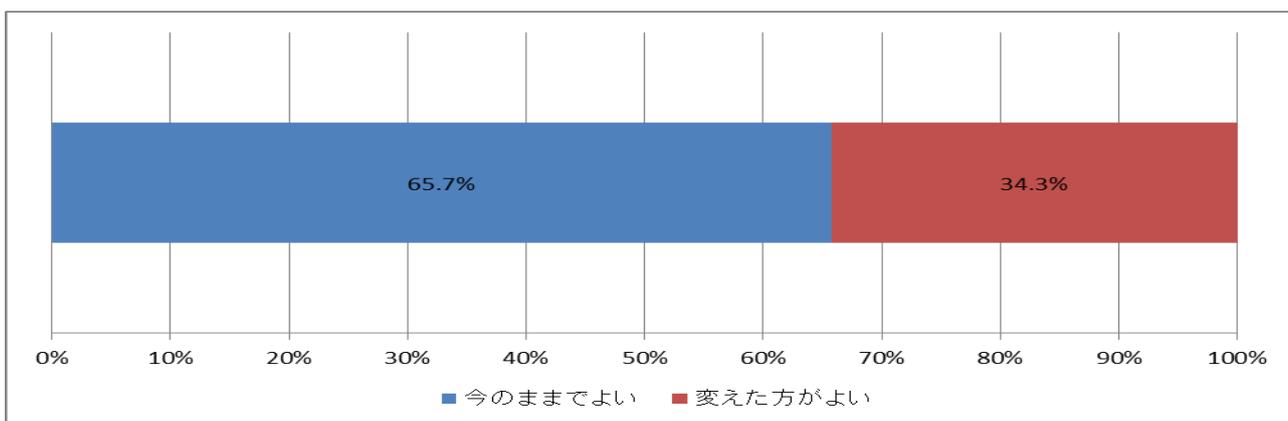
コースに関しては、69.5%（日本61.3%）の人が「満足している」が、28.1%（日本32.5%）の人が「まあまあ満足している」と答えているので、その内容について検討する必要がある。

■スタート地点について



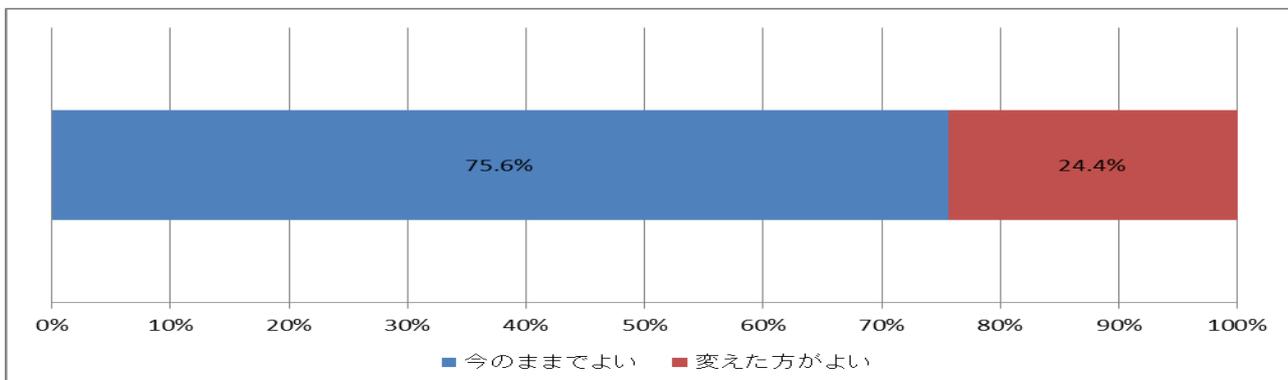
スタート地点について、「今のままでよい」が80.6%（日本85.2%）であるが、19.4%（日本14.8%）の人が「変えた方がよい」としており、その内容を検討する必要がある。

■フィニッシュ地点について



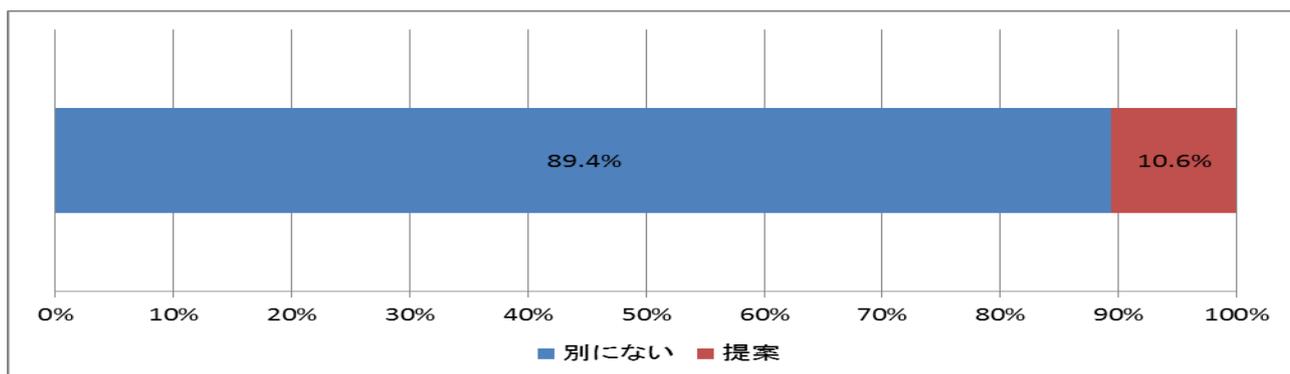
フィニッシュ地点については「今のままでよい」が65.7%（日本56.6%）ではあるが、「変えたほうがよい」と答えた人が34.3%（日本43.4%）おり、フィニッシュ地点の変更も検討していく必要があると考えられる。

■新しいスポットについて



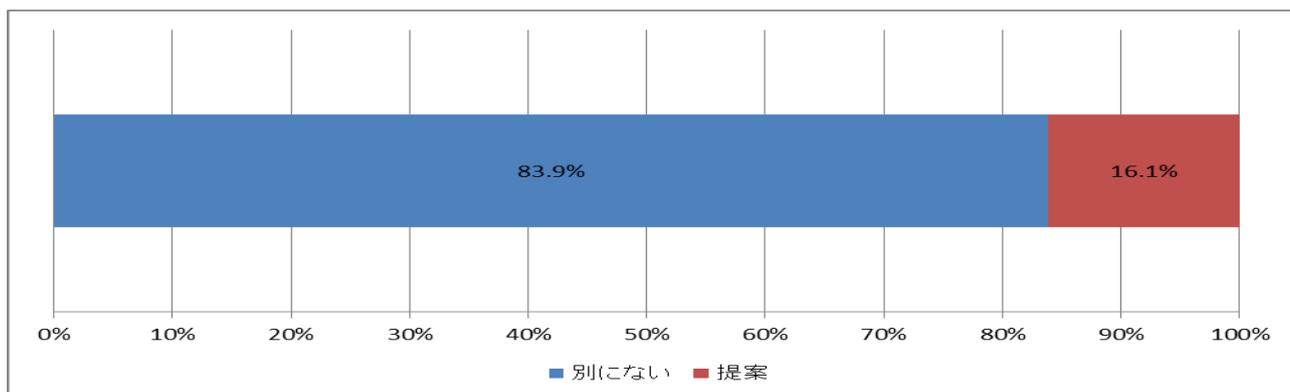
新しいスポットについて「今のままでよい」が75.6%（日本69.3%）と過半数であるが、「加えた方がよい」という人も24.4%（日本30.7%）あり、その内容を検討していく必要がある。

■今後、どのようなイベントがあれば良いですか？



今後のイベントについて、89.4%の人が現状維持ではあるが、10.6%の人は提案があるとしており、その内容を検討する必要がある。

■今後、どのようなランナーサービスがあれば良いですか？



ランナーサービスについても83.9%の人が現状維持であるが、より良いサービスのために16.1%の人が「提案」をしているので、その内容を検討する必要がある。

海外ランナー自由記述（抜粋）

海外ランナーならではのご意見を抜粋した。また、最後に海外ランナーの感想文を掲載した。

<大会運営について>

年代	性別	ご意見
40	男性	給水所に使用済みの紙コップが大量なゴミとなり、道にも落ちていて環境に良くない。
40	女性	関門時間はスタートの号令に基づいているが、後半にいるランナーは号令が出されてから 30~40 分後によろやく出発できたため、関門時間は早すぎた。
30	男性	EXPO で売られている公式記念ウェアは 3XL までしかなく、小さすぎる。今後ウェアのサイズが少なくとも 120 cm 以上用意してほしい。また、給食がちょっと足りなかった。21km からエネルギー補充できる給食があったほうがいい。
40	男性	大会に合わせて発売されている乗車券（大阪・・・2day pass）の様式や割引方法などの情報を大会の公式ウェブサイトにもリンクして公開してほしい。そうするとランナーは事前に大阪での観光ルートを計画し選択することができる。
30	男性	沿道で応援中に喫煙する人がいて、ランナーにとっては迷惑だと思います。タオルよりもフィニッシャーTシャツのほうが好ましいです。
50	男性	運営やロジスティックはすばらしいです。しかし、質的にも量的にももっと英語の情報、ウェブ、サービスが必要です。7色チャリティイベントに参加しましたが（紺色に参加）、何も得ることができませんでした。
40	男性	ソーシャルメディアでの英語情報をもっと必要です。
40	男性	すばらしいマラソンでしたが、英語のサポートなしで移動するのはとても難しかったです。スタートについての指示、手荷物預かりシステム、駅への戻り方が明確ではなく、駅への移動に5から7キロ程の余計に歩かないといけませんでした。
40	女性	もしもレース前にチャリティTシャツのデザインがわかっていたら、家族や友達にも買って帰れたと思います。またチームカラーは、リストバンドだけでなく、もっと各ランナーの色が目立つようにできると思います。
30	男性	海外ランナーと、その友達・家族にとって十分なサポートがありませんでした。みんなで落ち合う場所を見つけるのはかなり難しかったです。スタートポイントでの家族や友人への配慮もありませんでした。

<大会への提案について>

年代	性別	ご意見
30	男性	コースの紹介映像があるが、海外のランナーにとって大部分のスポットについて印象がない。もし大会前の EXPO でランナーが車でコース経由して EXPO に行くイベントがあればとてもいい方法だと思う。
30	男性	海外ランナー向けに osaka amazing pass の割引券ダウンロードサービスを提供してほしい（規則冊子をダウンロードするところにリンクを貼ればいい。もちろん割引期限を大阪マラソン 5 日前までにし、遅かったらあまり効果がない）。これは大阪の魅力的なところで、100 円割引し、一人のランナーが最大 2 名を優待できるという枠を設けると、観光者数を増やすこともできる。
30	女性	ハーフマラソンを設けてほしい。
30	男性	レース後にシャワーサービスを提供してくれたらもっと良い。
20	男性	コース中にカラーコーンを設置してランナーと沿道の応援団を隔離していたが、それをなくしてほしい。そうすると応援団とコミュニケーションが取れる。
40	女性	ベジタリアンランナーへの配慮もしてほしい。
50	男性	30km 地点でランナーに Air Salonpas を提供し、足の筋肉痛を緩和させる。
40	男性	レース前に温まれるよう使い捨てタオルか他のものの用意を考えてください、ベルリンマラソンでは供給してくれました。
60	男性	ソウル国際マラソンです。運営が上手く、チェックインがスタートポイントのすぐ横で行えます。スタートポイントは広い道路上にあるし、28000 人のランナーを 3 つの違う出発時間のグループに分けているので、混雑していませんでした。
30	男性	大阪城のあたりはとても美しいです。コースの中にもっと大阪城周りを取り入れたり、ゴールを大阪城にもってきてはどうでしょう。
30	男性	レースの後に家族と落ち合うための場所がないことが良くないと思いました。コスモスクエア駅の外で、友達と会いましたが、とても不便でした。ニューヨークシティマラソンでは、ランナーに家族と会える場所を用意してありました。またインテックスからは 1 本か 2 本の地下鉄しかなく、とても不便でした。東京マラソンは東京駅でフィニッシュできるので、何本もの電車と接続されており、レース後のランナーにとっても便利でした。
30	男性	完走を祝うのに、ゴールでフェスティバルのような雰囲気を。これは重要なことです。もっと音楽をもっと食事や飲み物を。もっと何かイベントを。

<観客・スタッフへ：ランナーからのメッセージ>

年代	性別	ご意見
30	男性	大阪市民たちの温かい応援と熱心な補給サービスに感謝。来年もこのようにランナーたちを熱く応援してほしい。あなたたちの応援は私たちランナーのエネルギーになる！沿道の応援。
30	女性	大阪に来るのは今回が2回目だが、マラソンに参加したのは初めて。体の関係で残念ながら完走することができなかったが、大会の組織や準備などについて非常に満足だった。大阪は美食とショッピングの天国だけではなく、関西地域の中枢であり、京都と奈良に行くのも便利だし、観光にはとても重要な地域だ。沿道に応援してくれた人々の中に、もし中国語で書かれた励ましの看板があればもっといい！大阪ありがとう！私はまた来るよ！
50	男性	大阪の観客はとても親切でした。まるで家族のようで一人で参加したランナーにとってはすばらしかったです。
40	男性	大変よく運営されていて、人々や、ボランティア、スタッフたちのサポートがすばらしかったです。日本において、こんなマラソンには参加したことがありませんでしたし、全沿道42キロでこんなに多くのサポーターのグループを見たことはありませんでした。大阪、本当にありがとう。
40	男性	大阪マラソン2016の運営にとっても感動しました。沿道の応援は今までのマラソン経験の中で、最も忘れがたいものになりました。私の家族もコースの雰囲気にとっても感動していました。これからもがんばってください。選ばれるなら、間違いなくまた参加します。
50	男性	ランナーのスピーディなチェックイン、まるでフィットネスの健康状態助言や英語でいうところの筋肉痙攣回避のよう。スタッフやボランティアの笑顔と温かいおもてなしでいつも最高でした。全コースの沿道での観客の応援にも勇気づけられましたし、感謝します。惜しみない飲み物、スナック、サロンバスが調度良い間隔で提供され、ショッピングも良かったし、食事はトップクラスでした。すばらしいイベントのすばらしい運営だったと思います。
50	男性	第6回大阪マラソンの全ての運営に感謝します。大阪城公園に向かう列車の中で二人の職員と出会いましたが、彼らは私と友人にとっても親切にしてくれました。マラソンだけでなく、日本の他のどんな所でも親切にしてくれて、こんな温かいおもてなしが大好きです。だから、またマラソンに参加しますし、可能であれば、日本を再訪問したいです。

50	男性	特に何もないです。大阪マラソンで私たちのハートを温めてくれるのは、大阪の人のスピリットで、沿道からの応援や、食料や飲み物や、もてなしの温かい気持ちです。これらが大阪マラソンを感動的なものにしてくれます。これらなしでは、大阪マラソンは快適でなく、楽しくないでしょう。その精神を持ち続けてください。人々はまた参加できることを楽しみにして、またこのイベントがどんなに楽しいものであったか思い起こし戻ってくるでしょう。
----	----	---

<ランナーズ・ストーリー>

私は 22km と 32km の救護所で治療してもらったが、医療スタッフもボランティアも非常に親切だった。32km の「救護所主管」は、すでに 14:20 の閉門時間になったことを教えてくれた。彼女及び救護所のプロたちの治療のおかげで、私は急いでコースに戻り、一步一步にあの時計車を追いかけた。沿道のボランティアたちも大声で応援し励ましてくれたのおかげで、私はようやく時計車を追い越し、「完走」の大群に間に合った。最終的に私は順調に完走した。ボランティアたちの沿道でのサービス、プロの医療チームにこころより感謝する。あなたたちのおかげで、私は極めて困難で不可能に近い状況のもとでフィニッシュすることができた。ありがとう ^-^

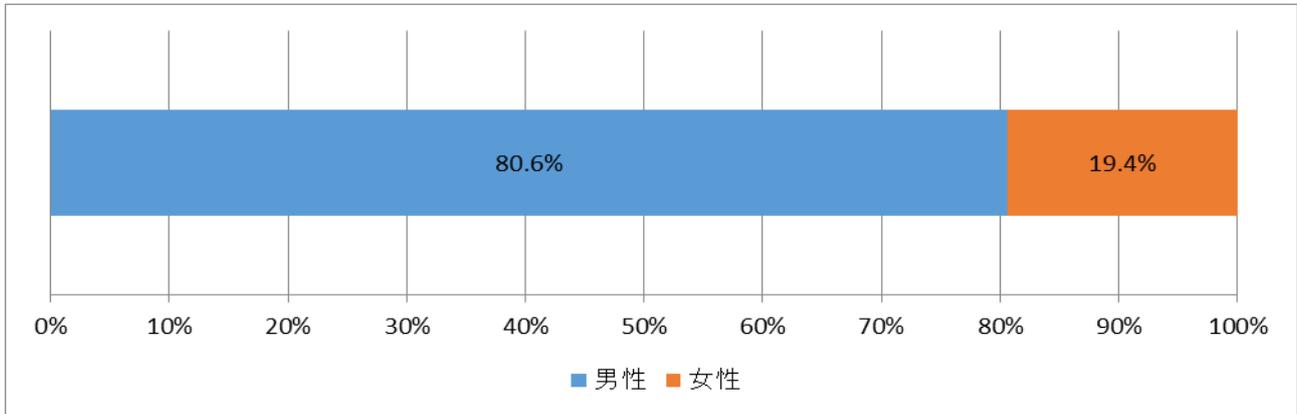
Ⅲ. チャリティランナー

2016 大阪マラソン チャリティランナー意識調査

回答者数：135

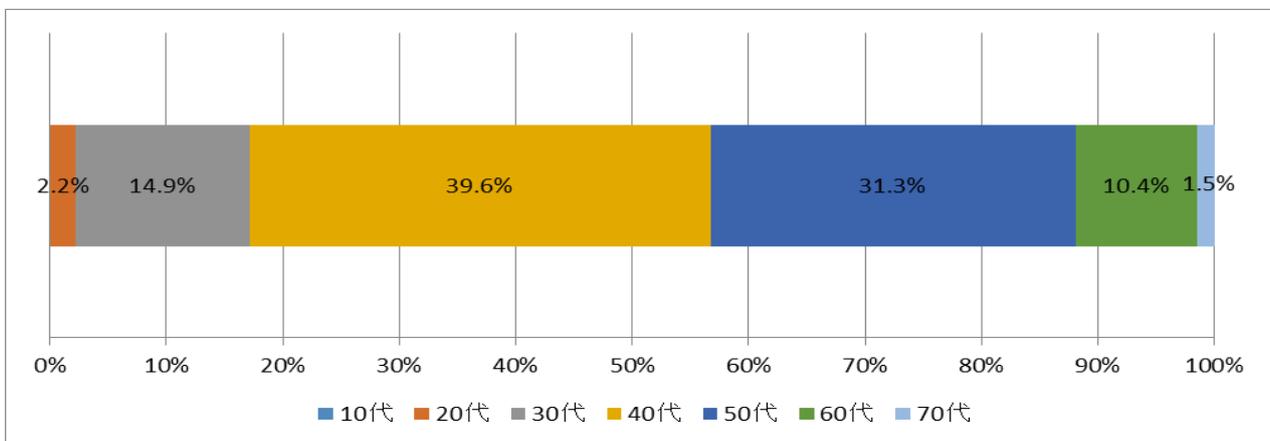
1. あなた自身について

■性別



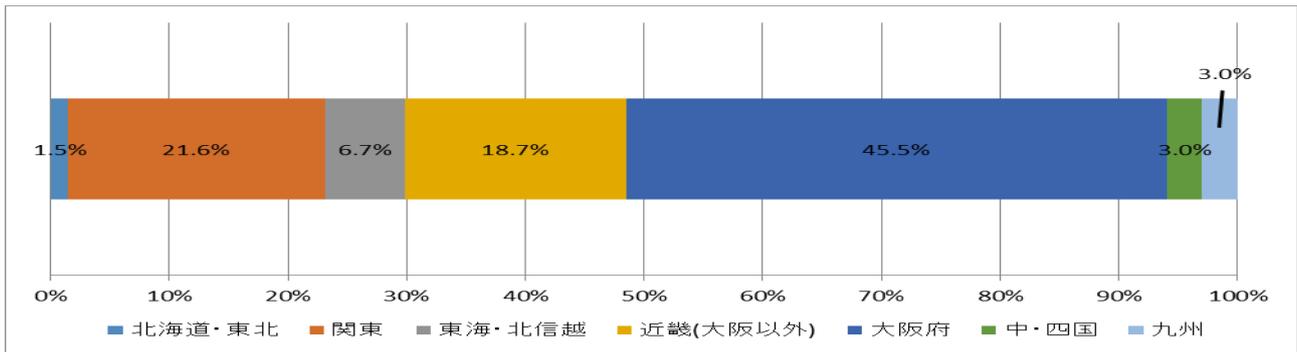
性別は男性が 80.6%（昨年 84.5%）、女性が 19.4%（昨年 15.5%）であり、昨年より女性の割合は少なくなっている。

■年齢



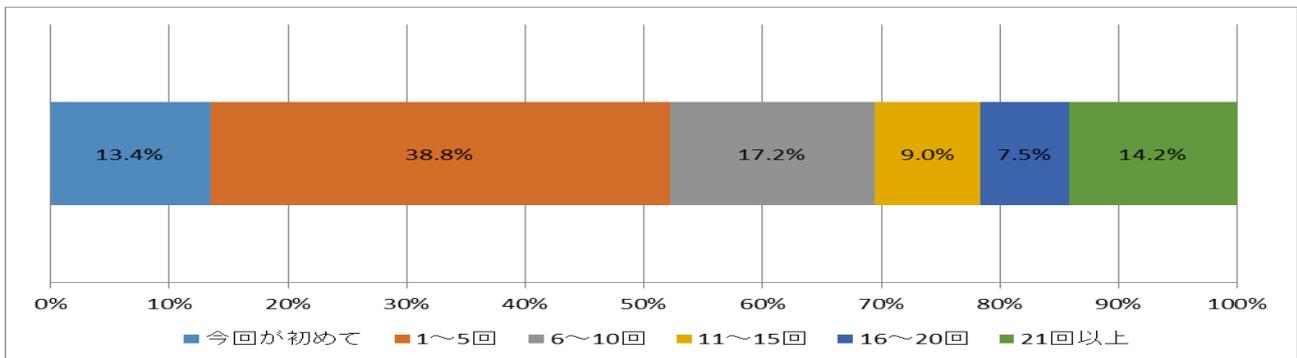
年齢は 40 歳代が 39.6%（昨年 27.2%）で最も多く、次いで 50 歳代が 31.3%（昨年 38.8%）となっており、昨年よりも若年層が多い結果であった。

■居住地



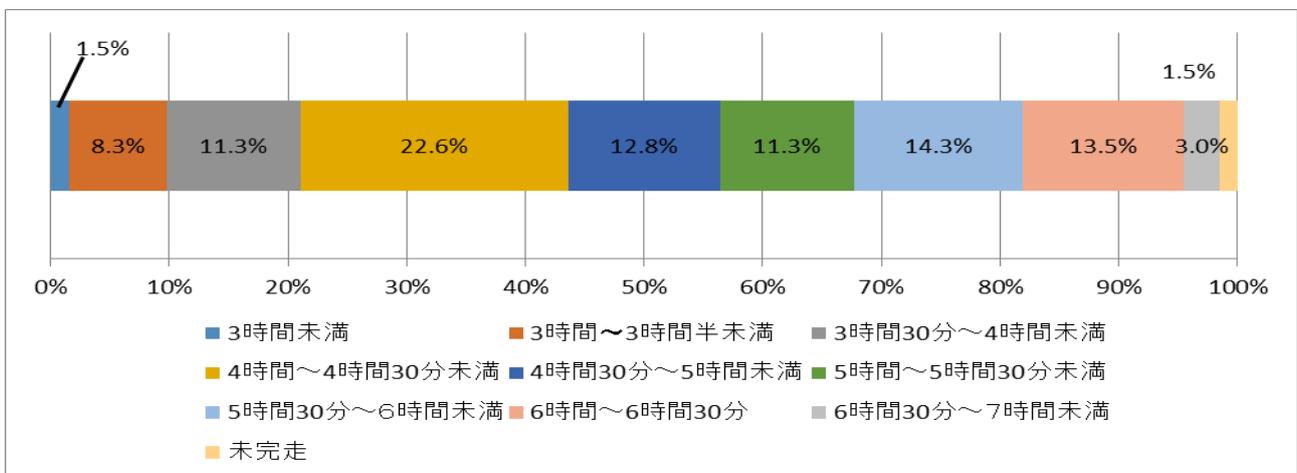
大阪府からの参加者が 45.5%（昨年 42.7%）、大阪府以外の近畿圏からの参加者は 18.7%（昨年 14.6%）であったことから、近畿圏内からの参加者が増加している。一方関東からの参加者は 21.6%（昨年 26.2%）と減少傾向にある。

■市民マラソン参加経験



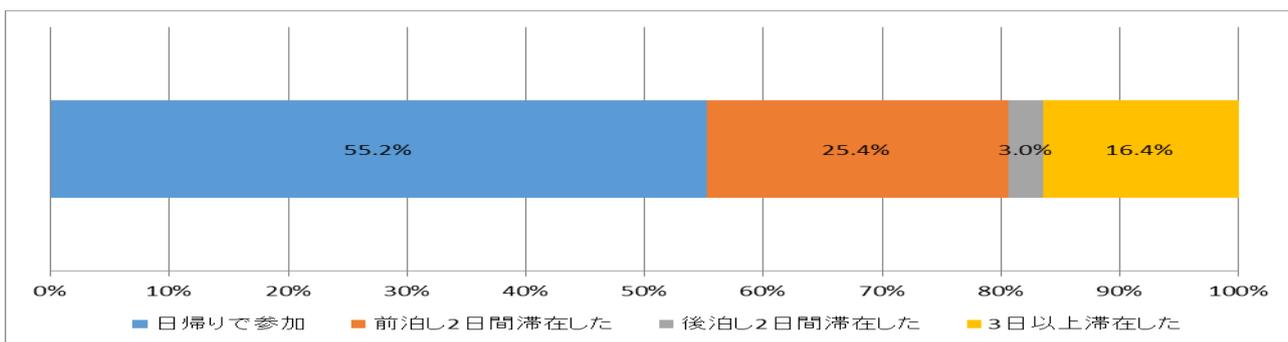
市民マラソンに初めて参加する人は 13.4%（昨年 15.5%）、1～5 回目の人が 38.8%（昨年 42.7%）と、昨年と比較して若干初心者が減少しているといえる。

■今回のフルマラソンのタイム



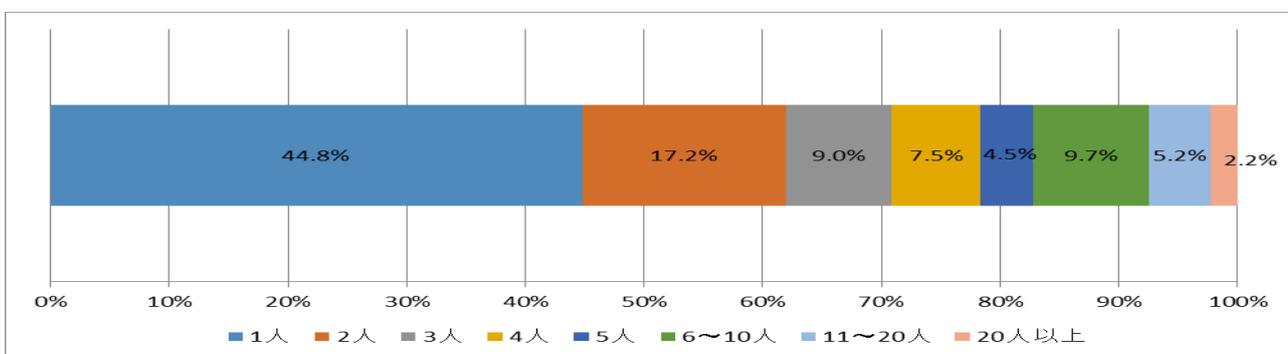
フルマラソンの完走タイムは、4 時間～4 時間 30 分未満が 22.6%（昨年 17.5%）と最も多く、5 時間 30 分～6 時間未満が 14.3%（昨年 12.6%）で次に多い。昨年よりも、4 時間以上の割合が増加している。

■大会前後の大阪滞在日数・形態



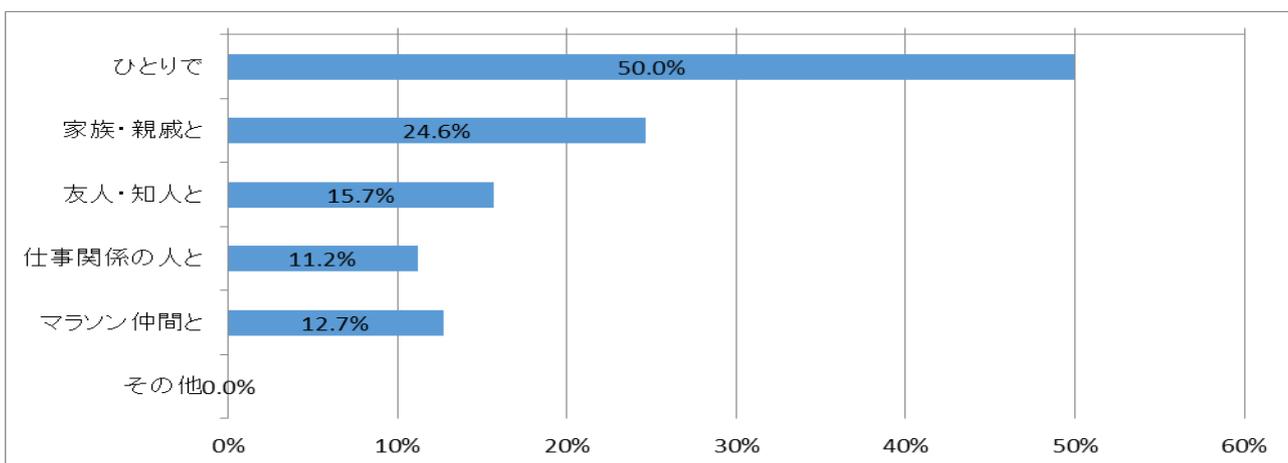
日帰りの人の割合が 55.2%と過半数を占めている。次いで、前泊し2日間滞在した人が 25.4%であった。また、一般ランナーと比べて、3日以上滞在した人が 16.4%（一般 10.6%）と多いのが特徴である。

■大会には何人で来られましたか？



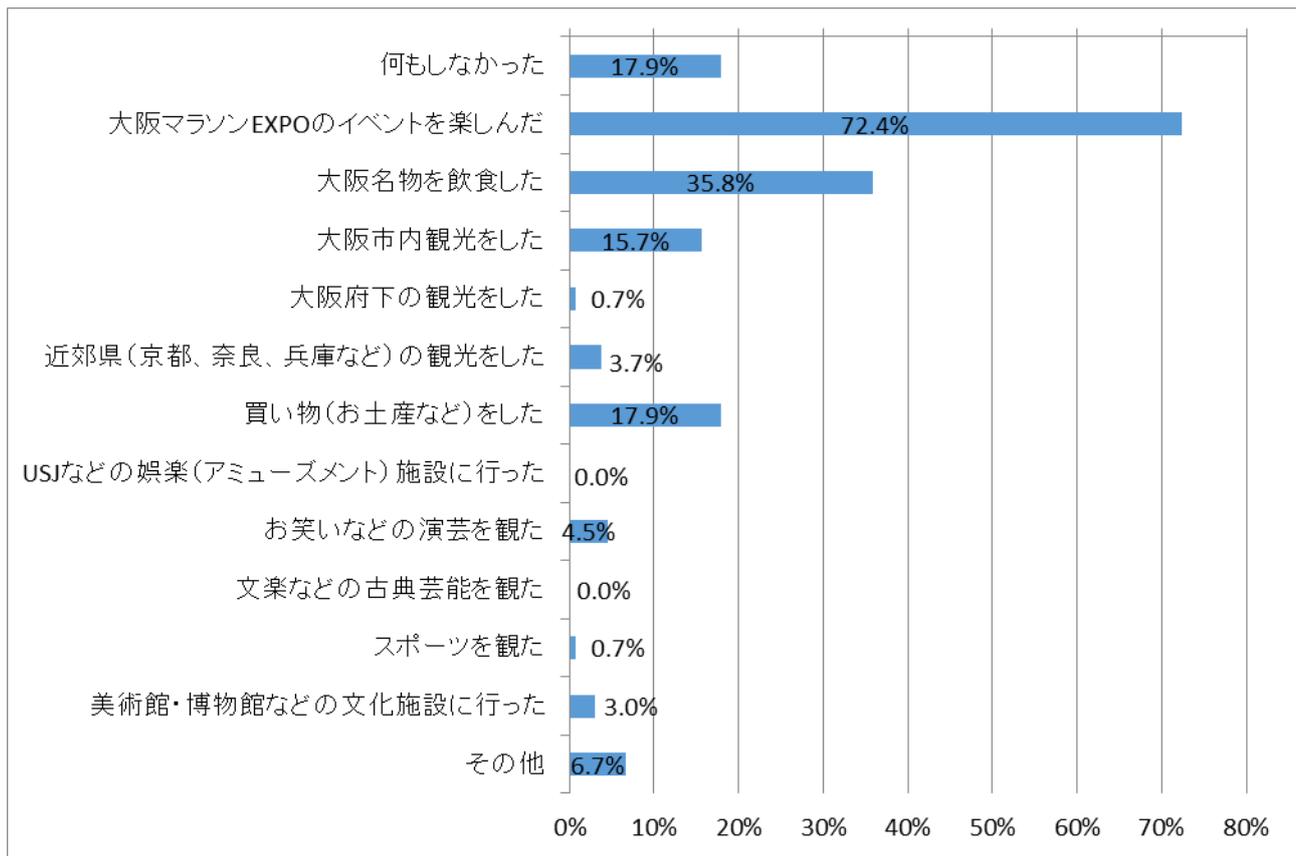
一人で来た人が 44.8%（一般 54.4%）、2人が 17.2%（一般 20.1%）、3人が 9.0%（一般 8.1%）となっており、一般ランナーよりも一緒に来る人数は少ない傾向にある。

■大会には誰と来られましたか？



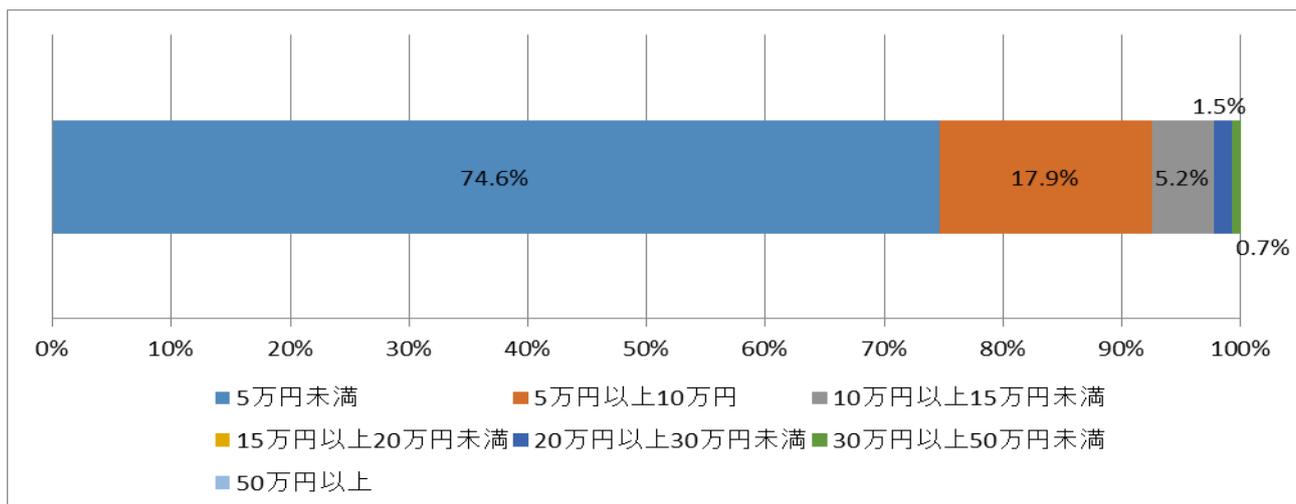
一人で来た人が 50.0%（一般 57.7%）と一般ランナーよりも少なく、次いで、家族・親戚と来た人が 24.6%（一般 24.5%）、友人・知人と来た人が 15.7%（一般 14.2%）と一般ランナーと同じような傾向にある。

■大阪滞在中に大阪マラソン参加以外に何か活動をしましたか？



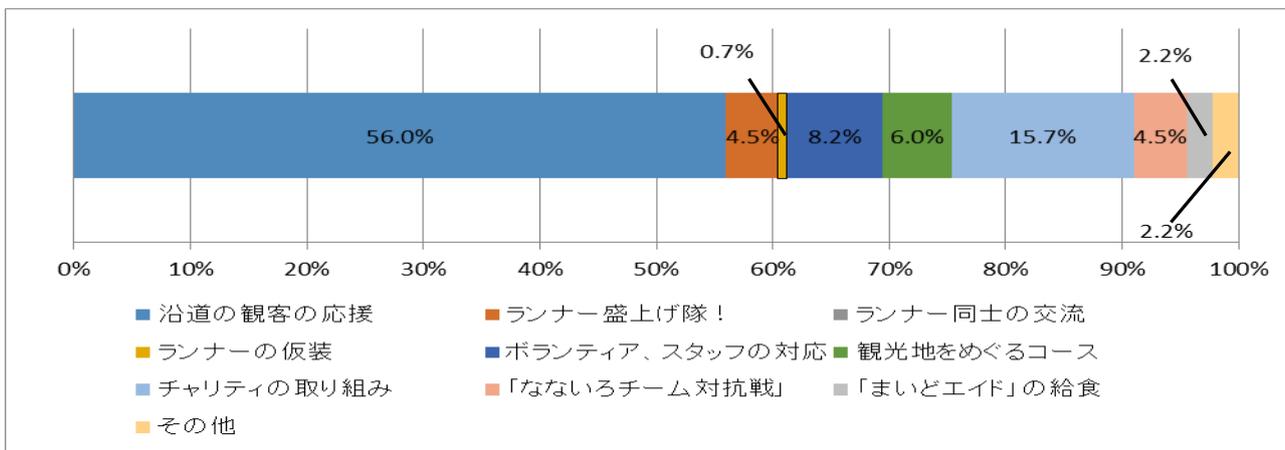
「大阪マラソン EXPO のイベントを楽しんだ」が 72.4%（一般 69.2%）と最も多く、「大阪名物を飲食した」が 35.8%（一般 34.0%）と 2 番目に多かった。「買い物（お土産など）をした」が 17.9%（一般 24.1%）で、一般ランナーと同じような活動傾向であった。

■大阪滞在中にどれだけの経費を使いましたか？（大阪マラソン参加料、チャリティは除く）



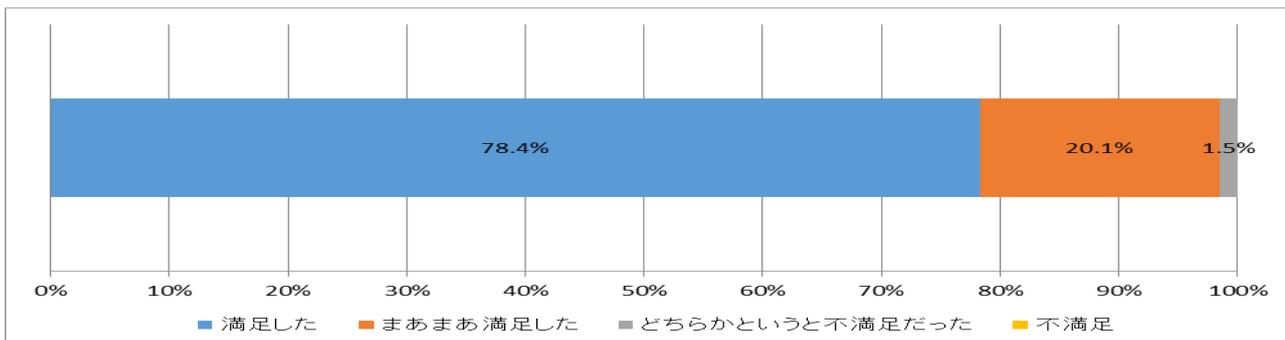
5万円未満が 74.6%（一般 87.3%）と最も多く、5万円以上 10万円未満が 17.9%（一般 10.2%）と 2 番目に多い。さらに、10万円以上 15万円未満が 5.2%（一般 1.7%）いることから、一般ランナーよりは経費を使っている傾向にある。

■大阪マラソンで最も魅力的なものは何ですか？



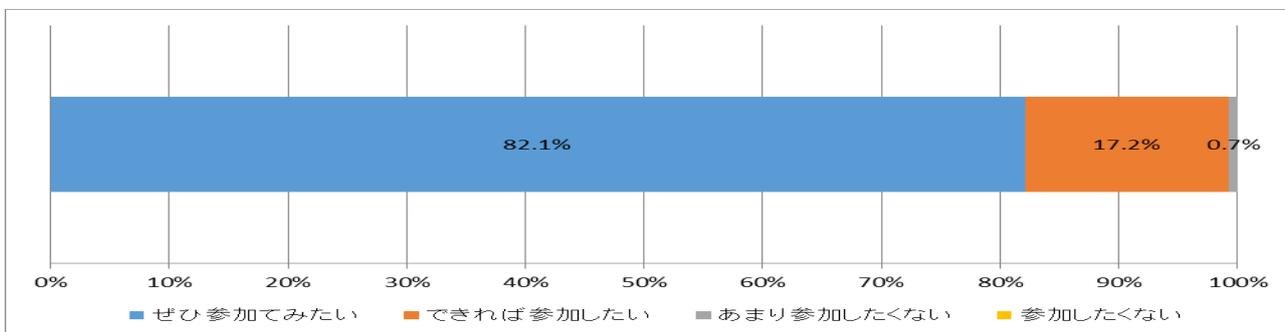
「沿道の観客の応援」は56.0%（一般61.2%）と最も多く、「ボランティア・スタッフの対応」が8.2%（一般12.0%）であるが、「チャリティの取り組み」は15.7%（一般2.6%）と一般ランナーより高くチャリティランナーの特徴がうかがえる。

■第6回大阪マラソンに満足しましたか？



「満足した」は78.4%（昨年76.7%）、「まあまあ満足した」は20.1%（昨年20.4%）と昨年と同様満足している人がほとんどである。

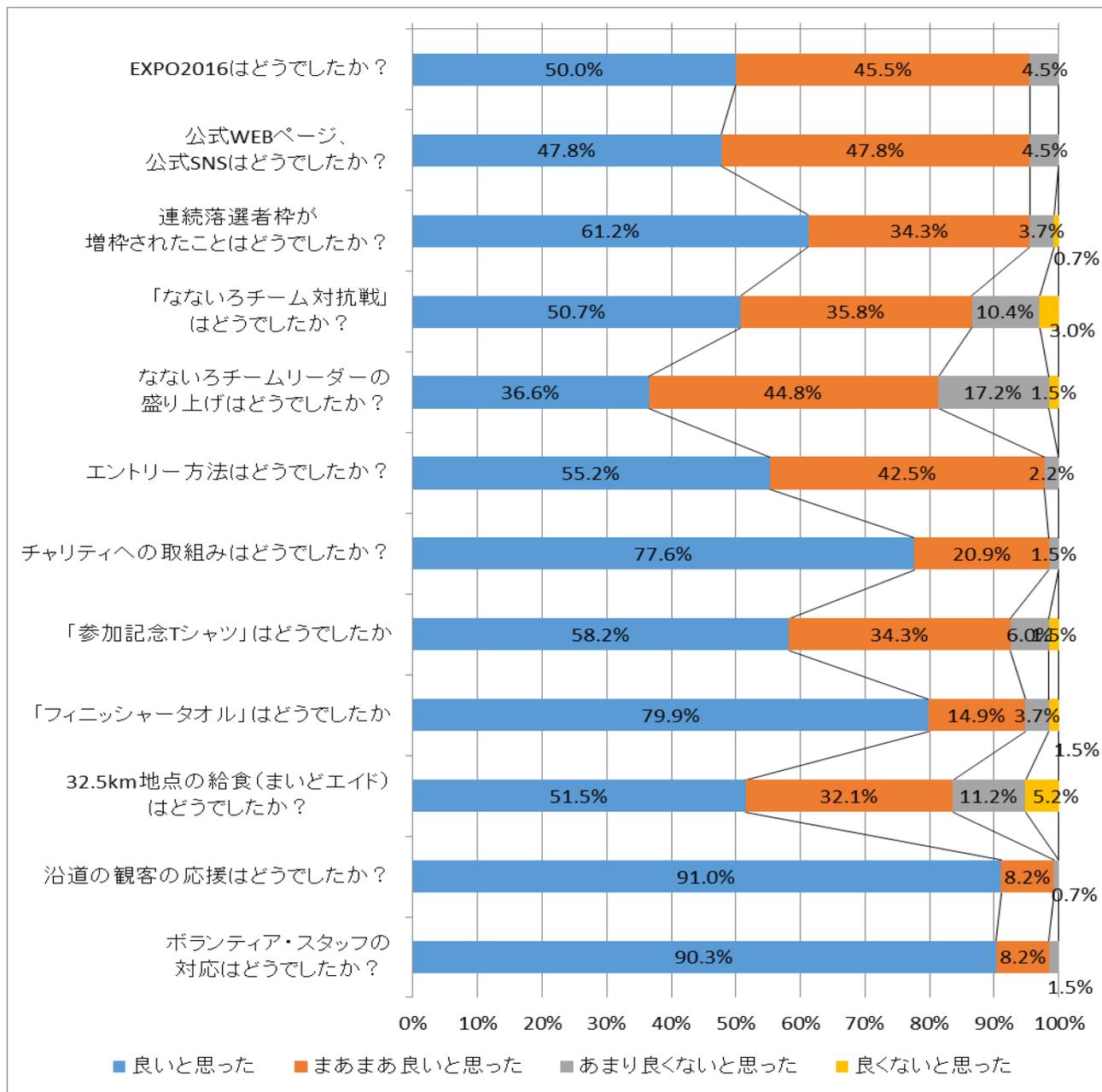
■第7回大阪マラソンに参加してみたいですか？



「ぜひ参加してみたい」という積極的な回答は82.1%（昨年57.3%）、「できれば参加したい」という消極的な回答は17.2%（昨年35.9%）である。これらを合わせて大阪マラソンに参加したいと考えている人は99.3%（昨年93.2%）と増加している。

2. 大阪マラソンの運営について

■第6回の大阪マラソン運営について、どのように思われますか？

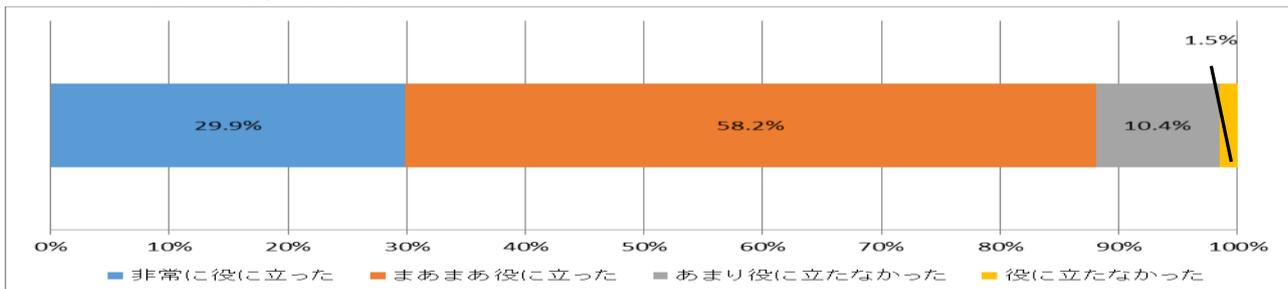


「良いと思った」と答えた人の割合だけで見ると、大会運営における人との関わりでは、「沿道の観客の応援」が良かったとする人は91.0%（一般90.7%）と最も高く、次いで「ボランティア、スタッフの対応」が90.3%（一般90.2%）である。これも、沿道の観客の応援と、ボランティア・スタッフのホスピタリティがリピーターの増加につながっていると考えられる。

また、「チャリティへの取り組み」が77.6%（一般63.2%）と一般ランナーを大きく上回っているところが特徴である。

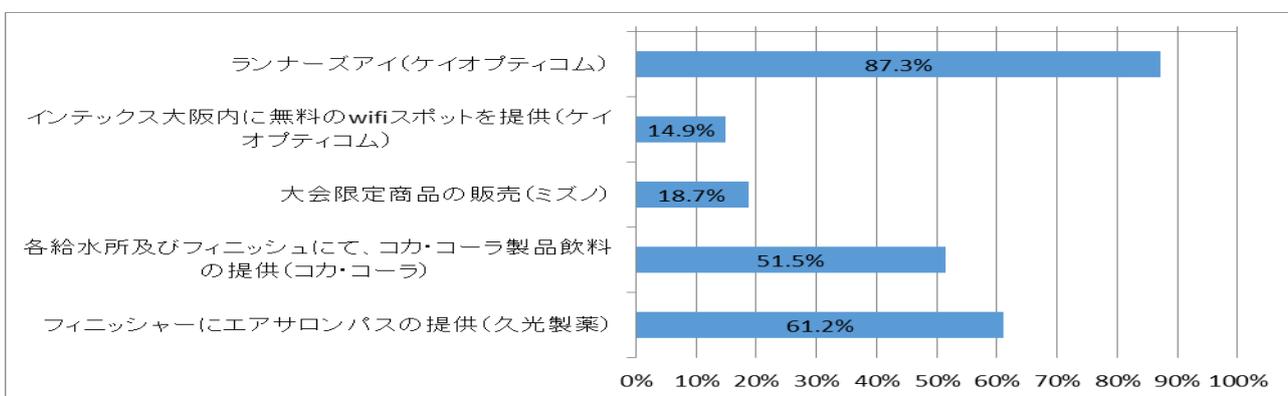
一方、「なないろチームリーダーの盛り上げ」が36.6%（一般27.6%）と一番低い評価だった。その認知度を含めて工夫が必要である。また、「なないろチーム対抗戦」が50.7%（一般47.6%）、「EXPO2016」は50.0%（一般54.2%）と評価が低く、再検討が必要だと考えられる。

■ガイドブックはどうでしたか？



「非常に役に立った」が29.9%と低く、「まあまあ役に立った」が58.2%、「あまり役に立たなかった」が10.4%と、ガイドブックに改善の余地がある。

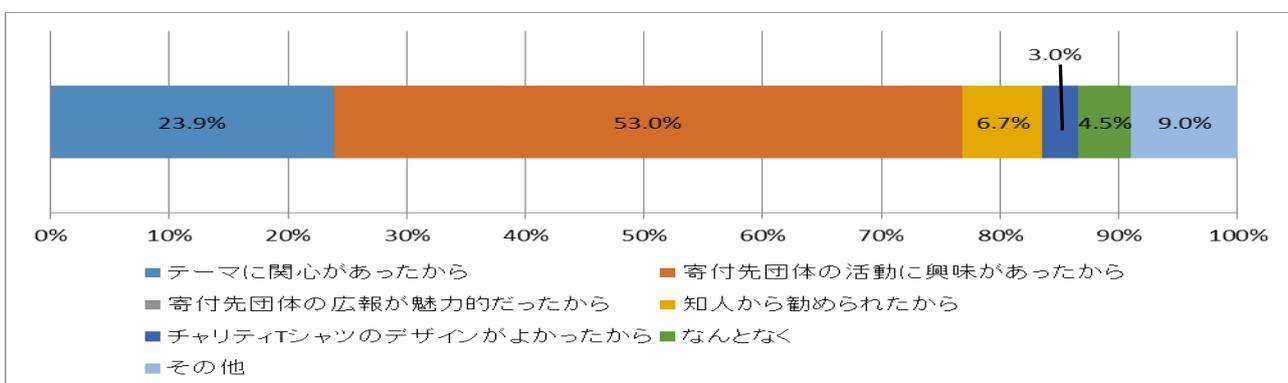
■大会スポンサーのサービスで良かったものを教えてください。(複数回答可)



ランナーズアイが87.3% (一般75.8%) と高い評価を得ており、一般ランナーと同様、ランナーと応援する観客を繋ぐ役割を果たしている。一方、インテックス大阪内での無料Wifiは14.9% (一般11.9%)、大会限定商品の販売は18.7% (一般21.3%) とサービスとしての評価は低いといえる。

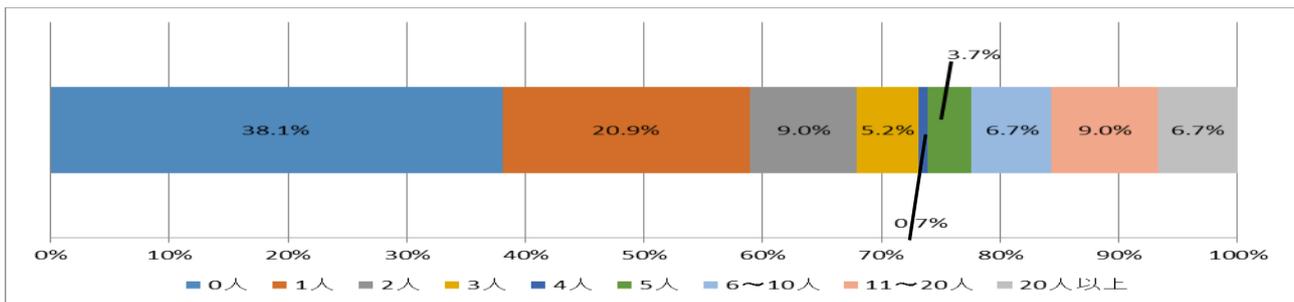
3. チャリティについて

■寄付先団体を決めた一番の理由は何ですか？



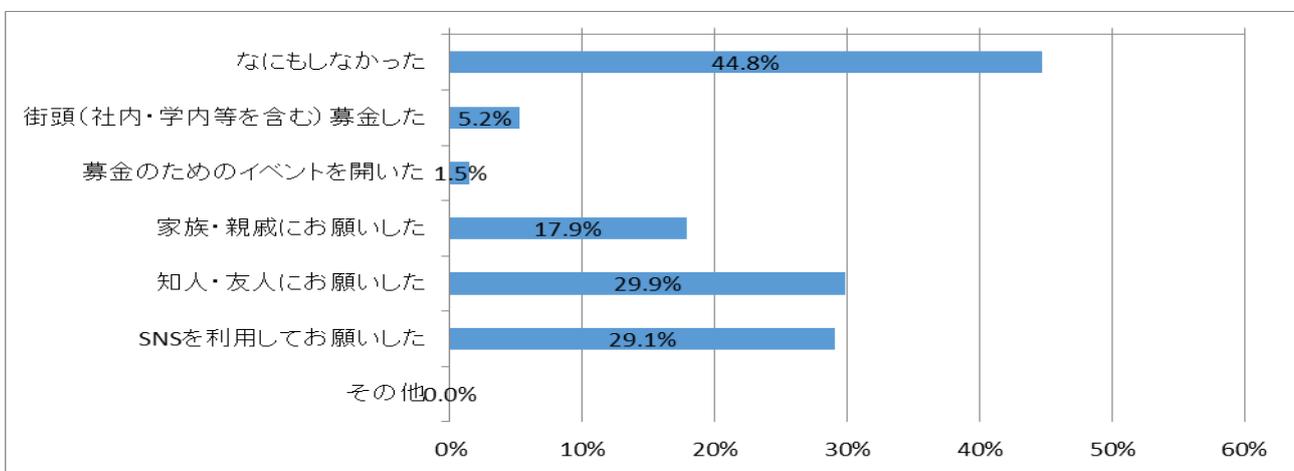
「テーマに関心があったから」は23.9% (昨年35.0%) と減少傾向にある一方で、「寄付先団体の活動に興味があったから」が53.0% (昨年49.5%) と増加している。チャリティランナーと寄付先団体のつながりが強くなっていることが、この背景にあると推察できる。

■何人のサポーターから寄付を集めましたか(自分自身を除く)?



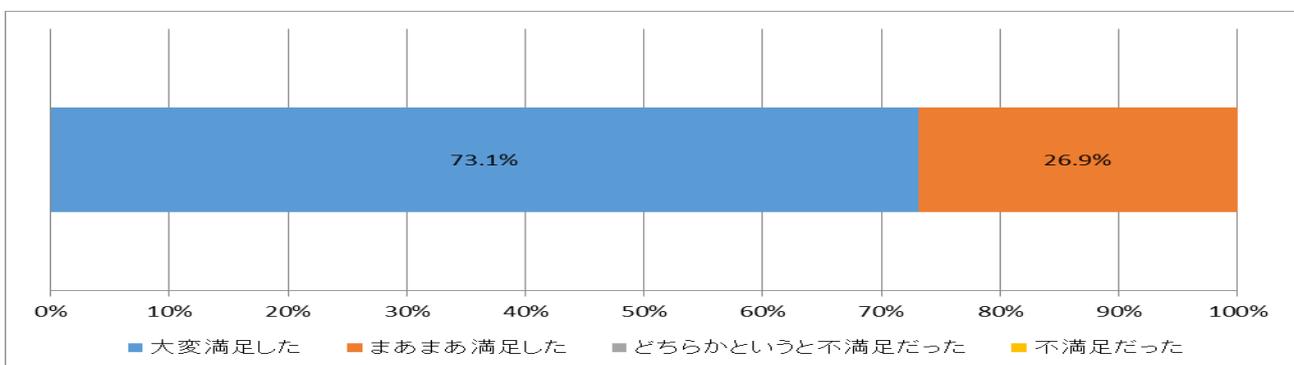
寄付を集めた人数が0人は38.1%(昨年40.8%)、1人は20.9%(昨年26.2%)で、募金活動を積極的に行わなかった人が少し減少している。本来のチャリティランナーの意図が浸透し始めてはいる。

■募金活動はどのようにしましたか? (複数回答可)



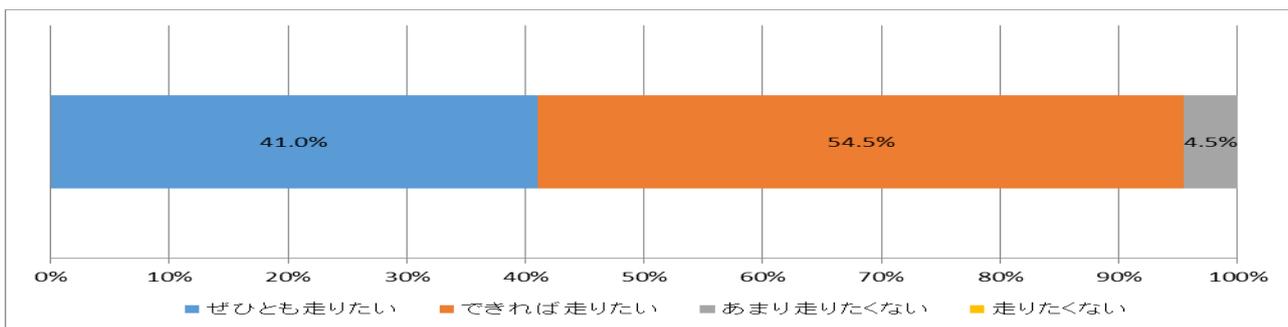
募金活動に関しては、なにもしなかったが44.8%(昨年39.8%)で増加していた。知人・友人にお願いしたが29.9%(昨年27.2%)、SNSを活用してお願いしたが29.1%(昨年31.1%)と変化はないが、家族・親戚にお願いした17.9%(昨年22.3%)は減少傾向にあった。まだまだ、7万円を払って出走するという意識は払拭しきれていない。

■チャリティランナーとして走ってみて満足しましたか?



「大変満足した」は73.1%(昨年76.7%)と少し減少し、「まあまあ満足した」が26.9%(昨年20.4%)と増加しており、少し満足度は下がったとみてもよいだろう。

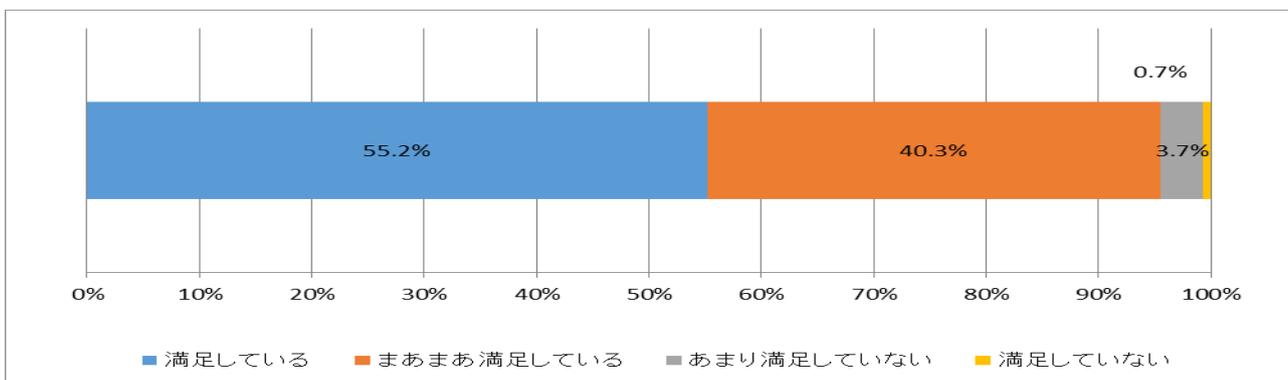
■チャリティランナーとして来年も走りたいですか？



「ぜひとも走りたい」が41.0%（昨年57.3%）と積極的な意見は減少し、「できれば走りたい」が54.5%（昨年35.9%）と消極的な意見が増加している。

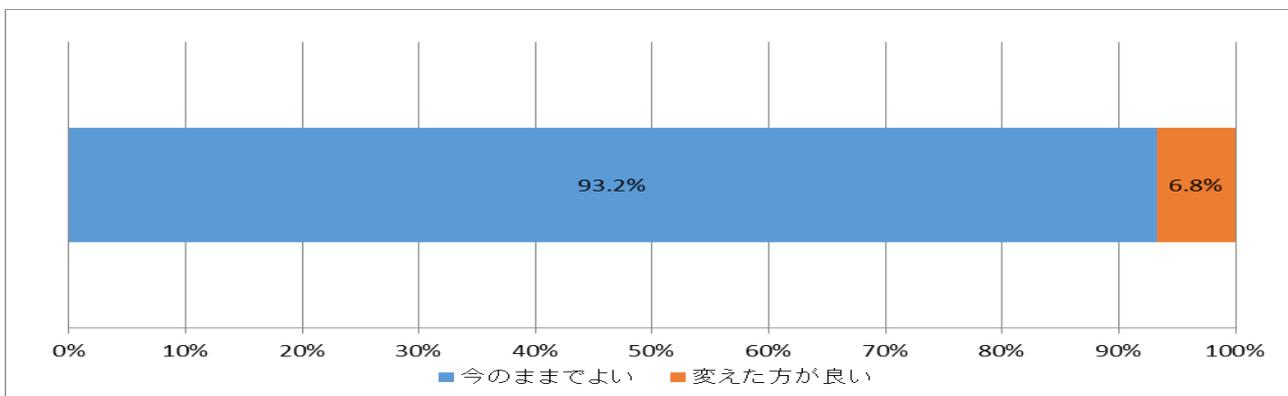
4. 今後の大阪マラソンについて

■コースに満足しているか？



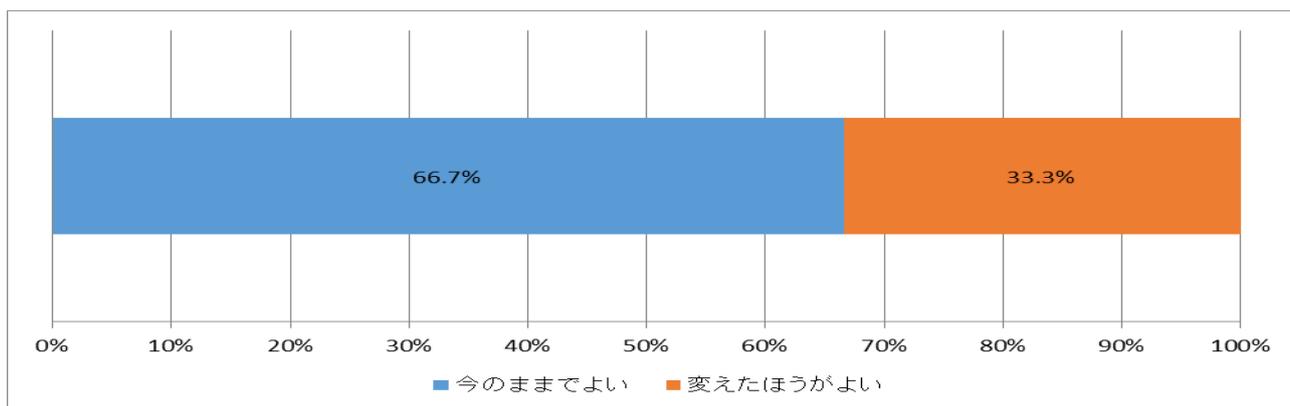
コースに関しては、55.2%の人が「満足している」が、40.3%の人が「まあまあ満足している」と答えているので、その内容について検討する必要がある。

■スタート地点



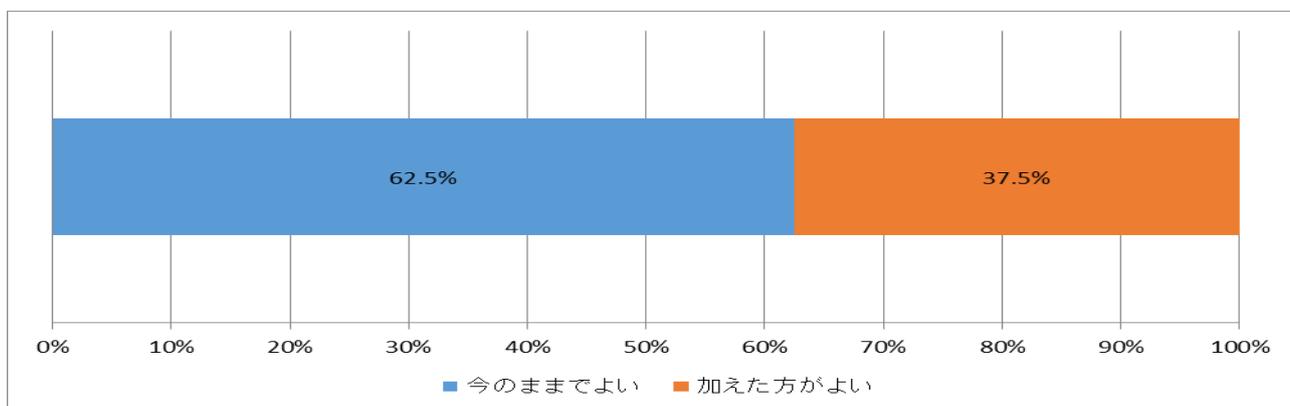
スタート地点については、「今のままでよい」が93.2%で、6.8%の人が「変えた方がよい」としており、今のスタート地点のままで良いと考えているといえる。

■フィニッシュ地点



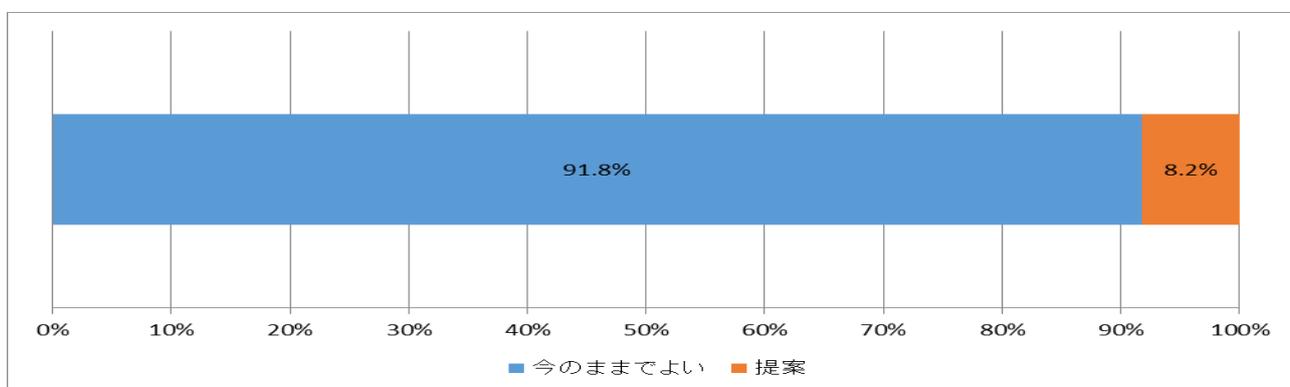
フィニッシュ地点については「今のままでよい」が 66.7%ではあるが、「変えたほうがよい」と答えた人が 33.3%で、フィニッシュ地点の変更も検討していく必要があると考えられる。

■新しいスポット



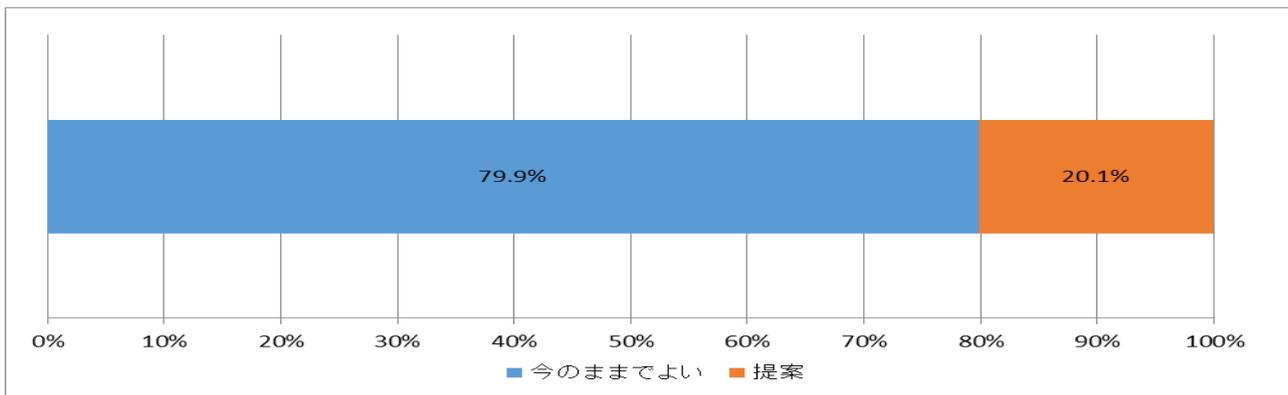
新しいスポットは、「今のままでよい」と答えた人が 62.5%であるが、「加えたほうがよい」と答えた人が 37.5%であることから、その内容を検討していく必要がある。

■今後のイベント



今後のイベントについては「今のままでよい」と答えた人が 91.8%で、今後のイベントの提案に消極的であるといえる。

■今後のランナーサービス



今後のランナーサービスについては、「今のままでよい」と答えた人が79.9%で、「提案」と答えた人が20.1%であったので、今後のランナーサービスの更なる発展を期待しているといえる。

チャリティランナー自由記述（抜粋）

チャリティランナーとして走ってのご意見を抜粋しました。

<大会運営について>

年代	性別	ご意見
50	女性	チャリティランナーとして一度参加すると、その快適さに、来年もまたチャリティランナーで走りたいと思います。フィニッシュ後のサービスが充実しているので、疲れた身体が癒されます。
50	男性	ハイタッチ手袋は、ランナーから見てそれをしている人には気兼ねなくハイタッチに行けるのでよいアイデアだと思います。
50	女性	自分自身の下調べが出来ていないのも原因ですが、当日のエリア案内でチャリティーランナーエリアへの誘導看板等がなくスタッフに聞いても曖昧でとてもわかりにくかった。
30	男性	ゼッケンの内容が人に寄って違う。私はチャリティー参加ですが前後とも英語と数字の組み合わせ。人によっては大きくチャリティーと書かれていたり、さらにニックネームが書いてあったり。そんな色々な種類の説明はどこにもなかったので自分のゼッケンは間違っているのではないかと少々戸惑いました。”
40	男性	プレッシャーがかかりすぎる。
30	男性	ジャパングビングの支払い方法がわからないという人が多かった。
50	男性	大阪場内のチャリティランナー専用スペースの場所がわかり難かった。参加案内にある案内図と大阪城内内の案内表示を見ながら行ったが迷ってしまった。
40	女性	とにかくボランティアと沿道の応援が最大の魅力なので、もっとアピールして欲しい。地元枠が少なくなるのは辛いですが、大阪マラソンを観光の目的にしてもらえるように宿泊セット申込枠を設けたらいかがでしょうか？ボランティアと沿道の応援のあたたかさ、面白さは大阪の魅力そのものなので体験して貰えたら絶対に大阪を好きになると思う。
40	男性	この日の為に沢山の方々のご尽力により大会が開催されていることをランナーとして参加させて頂き強く感じる事が出来ました。今後参加できない場合でもどんなことでもご協力し、大会繁栄につながる活動をさせて頂きたいです。初マラソンでゴールまで辿りつけたのも、ボランティアの方々、沿道の応援の方々のお声掛けがあったものと思っています。一人で走るものですが、皆様が居てくれたからゴール出来たものと感じております。一人の戦いではなかったです……。 本当に有難うございました。

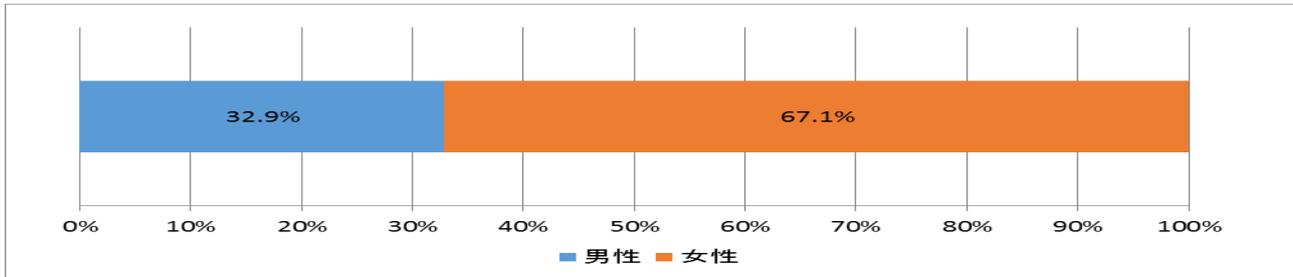
IV. 観客

2016 大阪マラソン 観客意識調査

回答者数：544

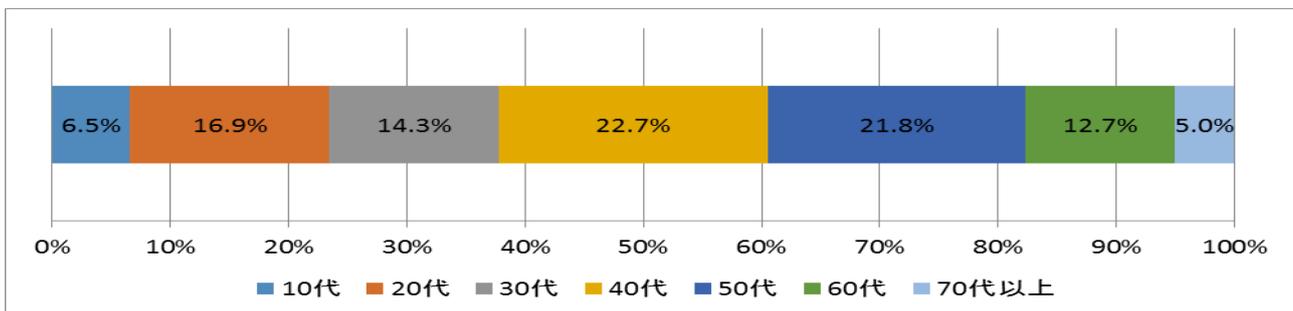
1. あなた自身について

■性別



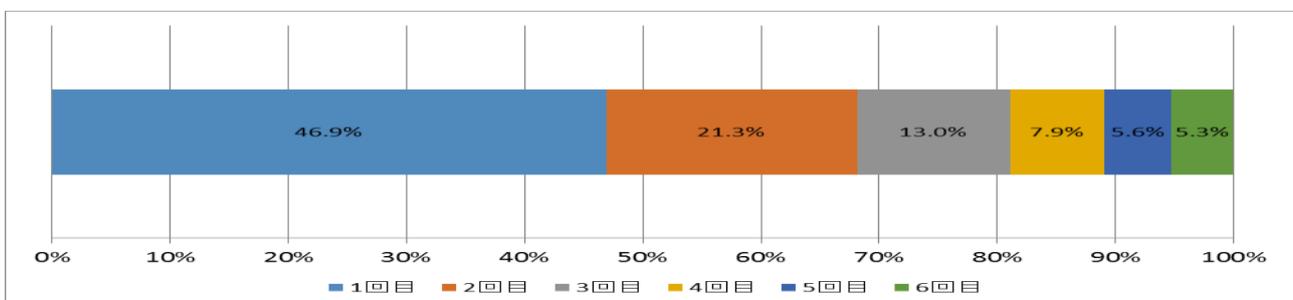
性別では、男性が 32.9%（昨年 27.5%）、女性が 67.1%（昨年 72.5%）と昨年に比べて、男性の回答者が増加した。

■年齢(年代)



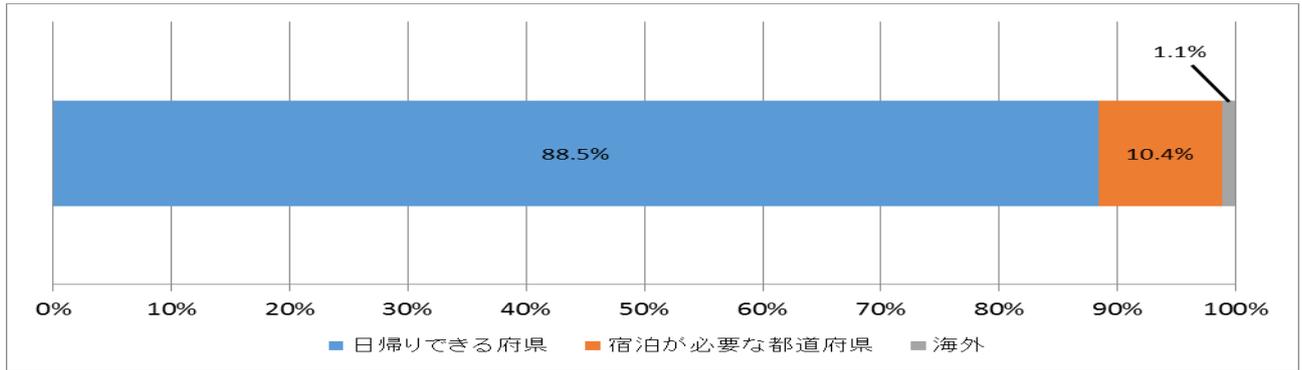
年齢は、40代が 22.7%（昨年 21.3%）と最も多く、50代が 21.8%（昨年 18.4%）、30代が 14.3%（昨年 20.0%）と分布している。昨年と比較して、50代が増加して30代は減少している傾向にある。

■参加回数



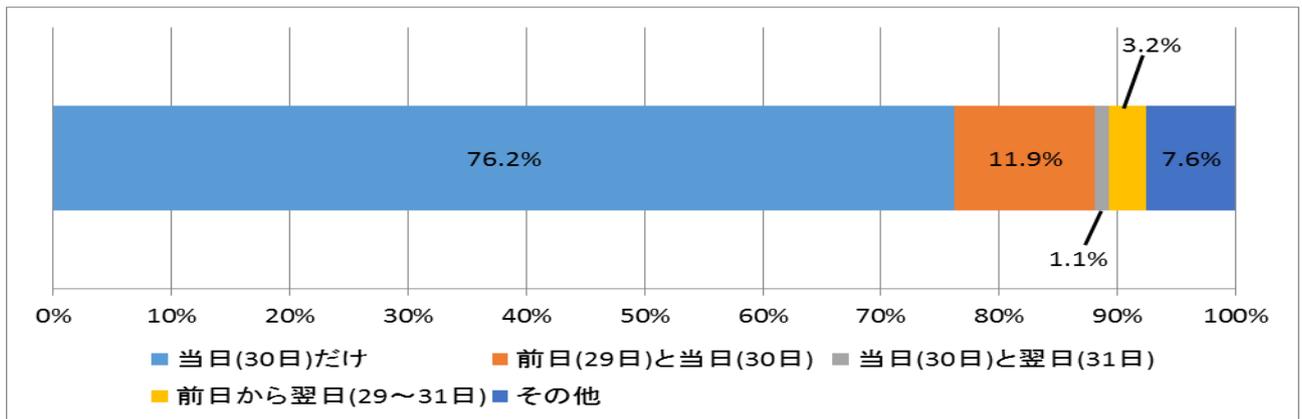
今回が初めての参加である人が 46.9%（昨年 45.1%）、2回目以上の人が 53.1%（昨年 54.9%）とリピータ率が高い。また、毎回来ている人は 5.3%である。

■居住地



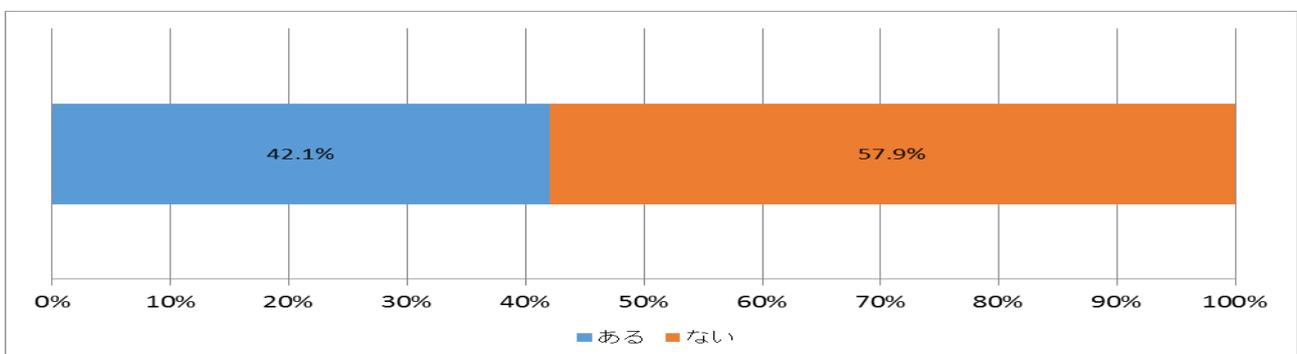
日帰りできる府県は88.5%（昨年90.2%）で、宿泊が必要な都道府県からの観客は10.4%（昨年9.5%）とほとんどその割合は変化がない。

■滞在日数



滞在日数では、76.2%の人が当日だけの日帰りである。宿泊が必要な都道府県に関しては、開催日が日曜日であるため前日(29日)と当日(30日)が11.9%と最も多くなっている。

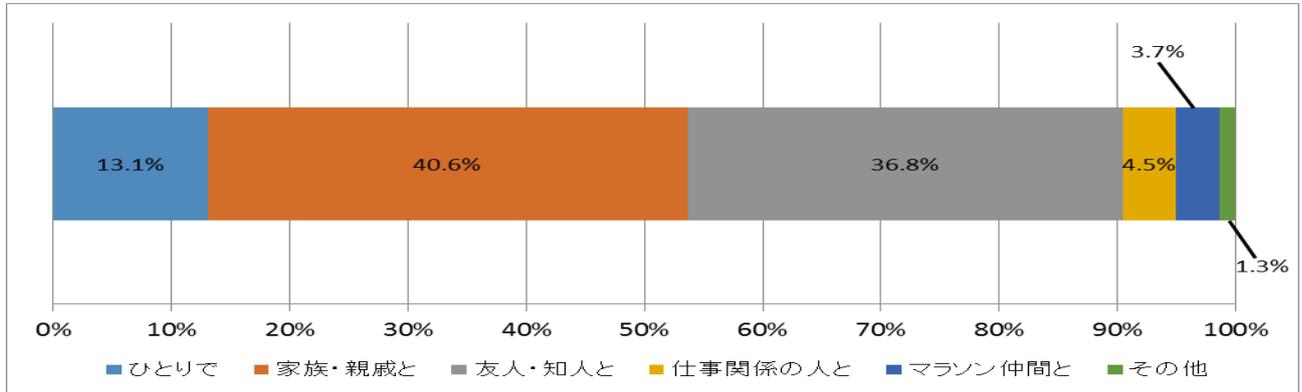
■観戦経験



大阪マラソン以外のマラソンの観戦経験がない人が57.9%と半数を超えていた。

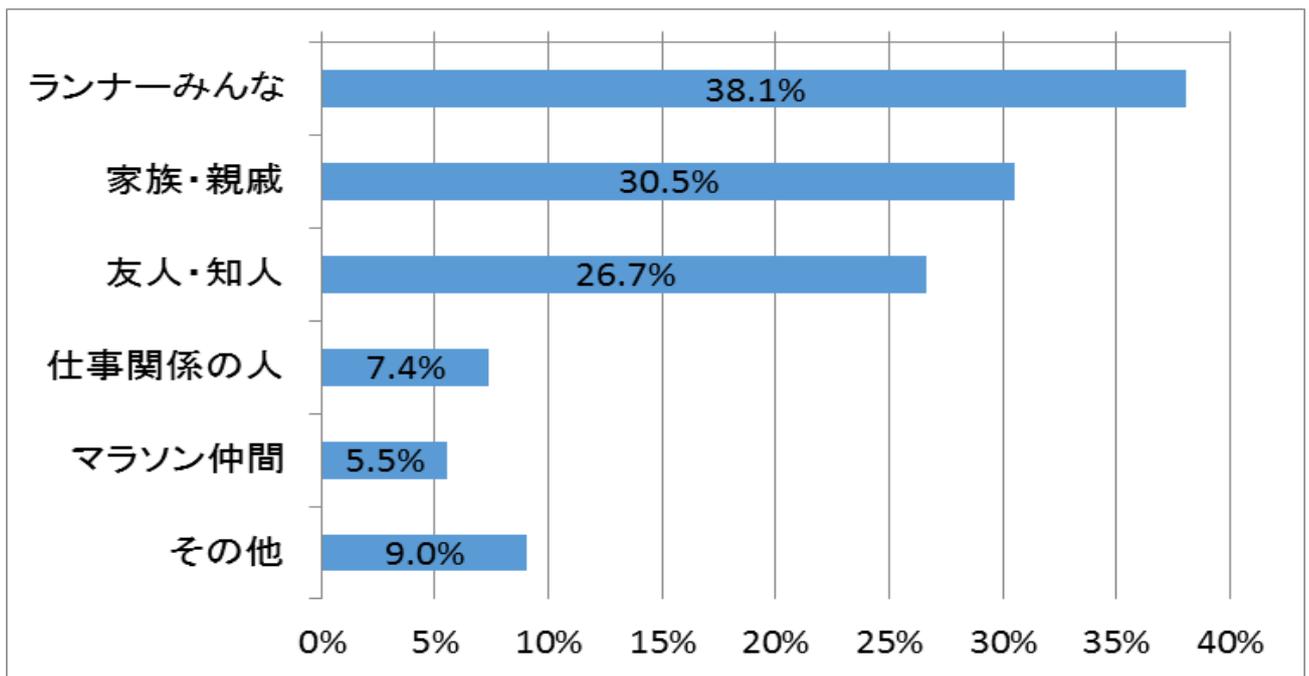
2. 観戦行動について

■どなたと、お越しになりましたか？



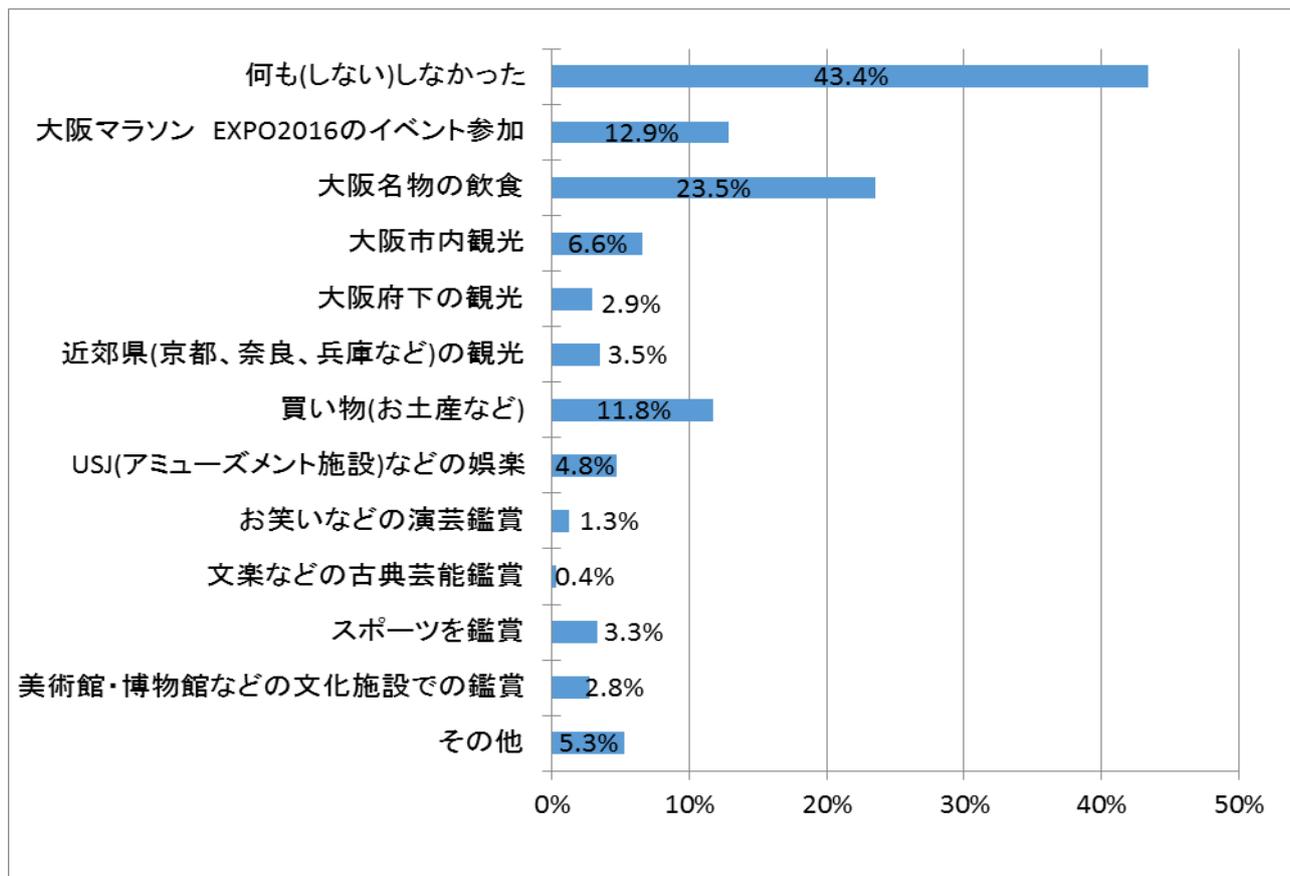
「家族・親戚と」が40.6%（昨年38.9%）、「友人・知人と」が36.8%（昨年29.0%）と増加傾向にあり、一方、「ひとりで」来た人の13.1%（昨年15.9%）は減少傾向にある。

■誰を応援しましたか、誰を応援しますか？（複数回答可）



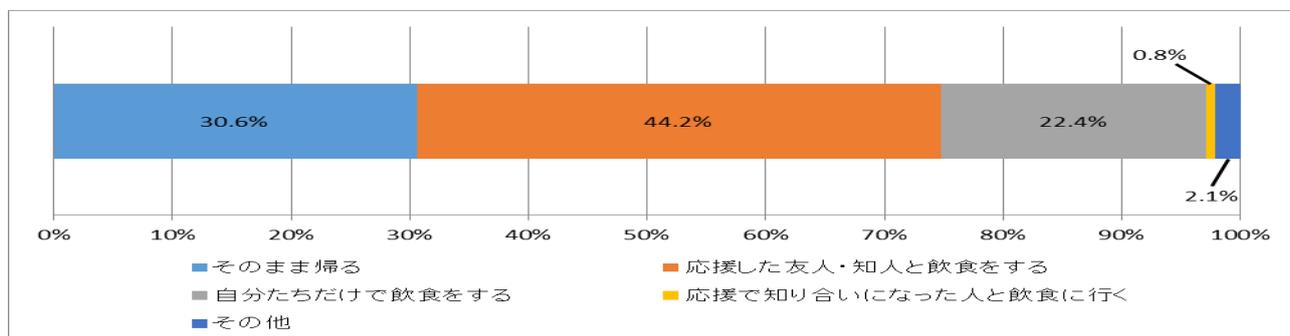
誰を応援しに来たかを尋ねると、「ランナーみんな」が38.1%（去年は14.5%）であった。複数回答にしたからこのように増加したのであるが、家族や知人を応援に来たとしても、他の人も応援していることが分かる。「家族・親戚」が30.5%（昨年31.8%）、「知人・友人」が26.7%（昨年33.6%）と、関係者のランナーを応援しに来た人はそれほど昨年と変わらない。

■大阪マラソン観戦以外に何か活動しましたか、あるいは活動する予定ですか？（複数回答可）



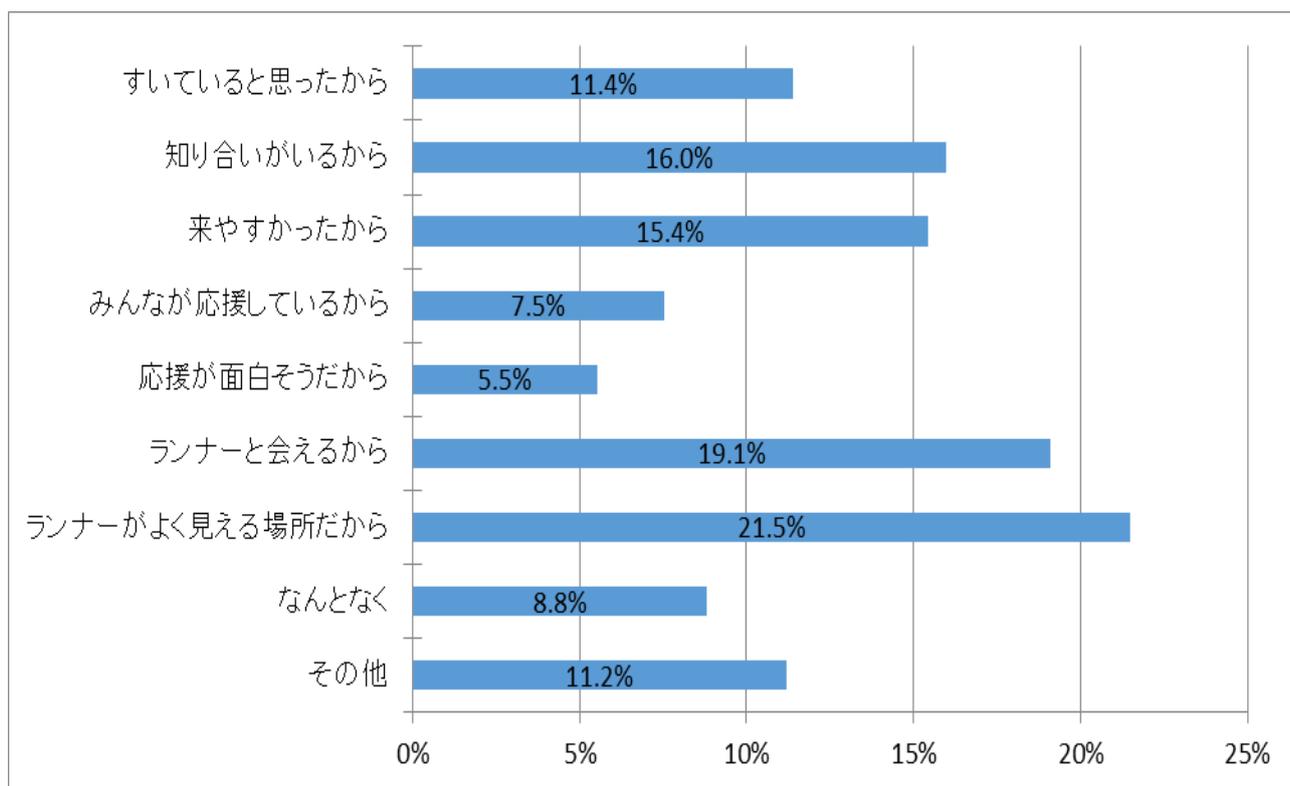
マラソン以外の活動では、「何も(しない)しなかった」が43.4% (昨年 51.3%)、「大阪市内観光」が6.6% (昨年 8.7%)、「買い物(お土産など)」が11.8% (昨年 13.2%) で、これらの項目は昨年より減少しているものの、「大阪名物の飲食」23.5% (昨年 14.5%) は増加しており、観客にもスポーツツーリズムの傾向がみられる。

■観戦を終えた後、どうしますか？



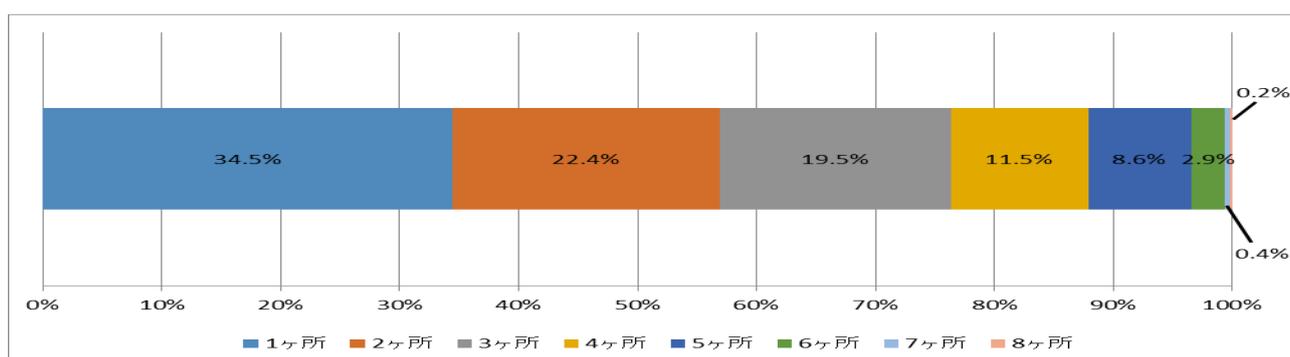
観戦を終えた後は、「応援した友人・知人と飲食する」が44.2% (昨年 43.1%) と多い。また、22.4% (昨年 18.6%) の人が「自分たちだけで飲食する」となっており、昨年同様、6割以上の方が飲食の傾向にあり、それに対応した施設の充実が望まれる。

■なぜ、この場所を選んだのですか？(複数回答可)



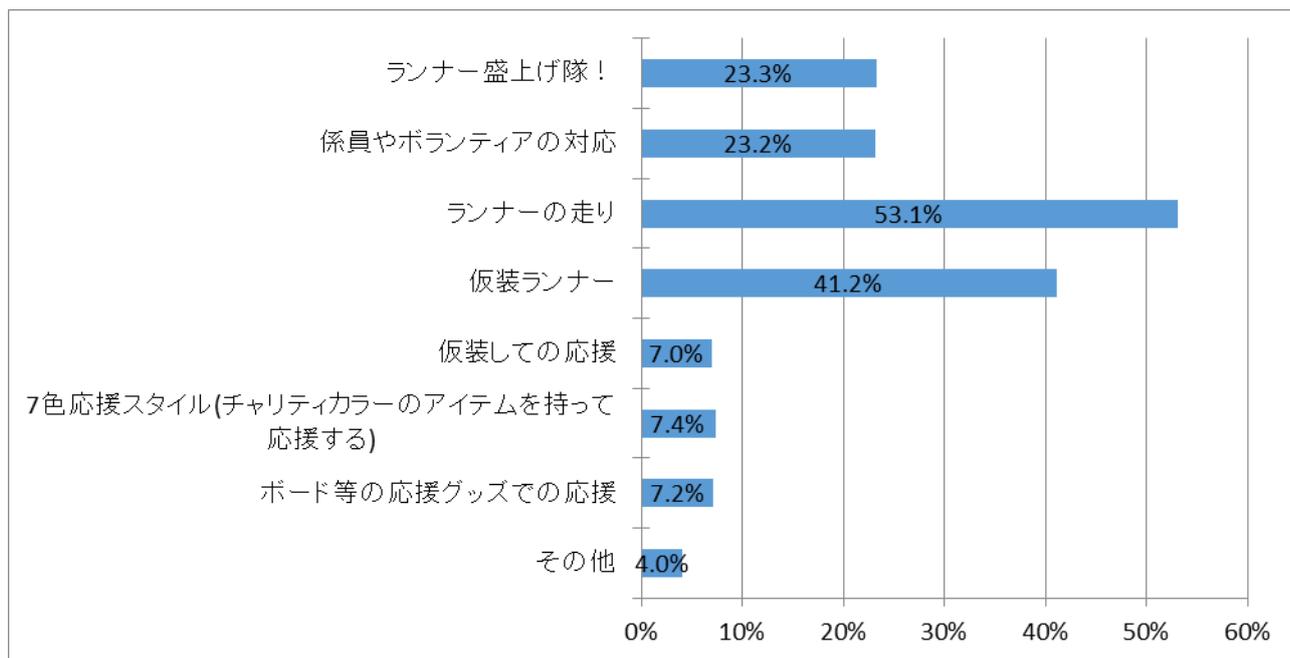
「ランナーがよく見える場所だから」が21.5%、「ランナーと会えるから」が19.1%と、ランナーとの接触可能性によって場所を決めているようである。また、「知り合いがいるから」が16.0%、「来やすかったから」が15.4%と利便性も決定要因になっている。

■応援した場所は何ヶ所ですか？ あるいは何ヶ所で応援する予定ですか？



応援場所の移動では、1ヶ所で応援すると答えた人が34.5%(昨年28.4%)と増加し、2ヶ所と答えた人が22.4%(昨年26.5%)と減少し、3ヶ所と答えた人が19.5%(昨年20.6%)とあまり変化はなかった。また、5か所以上で応援した人が12.1%と市民マラソンの特徴が表れている。

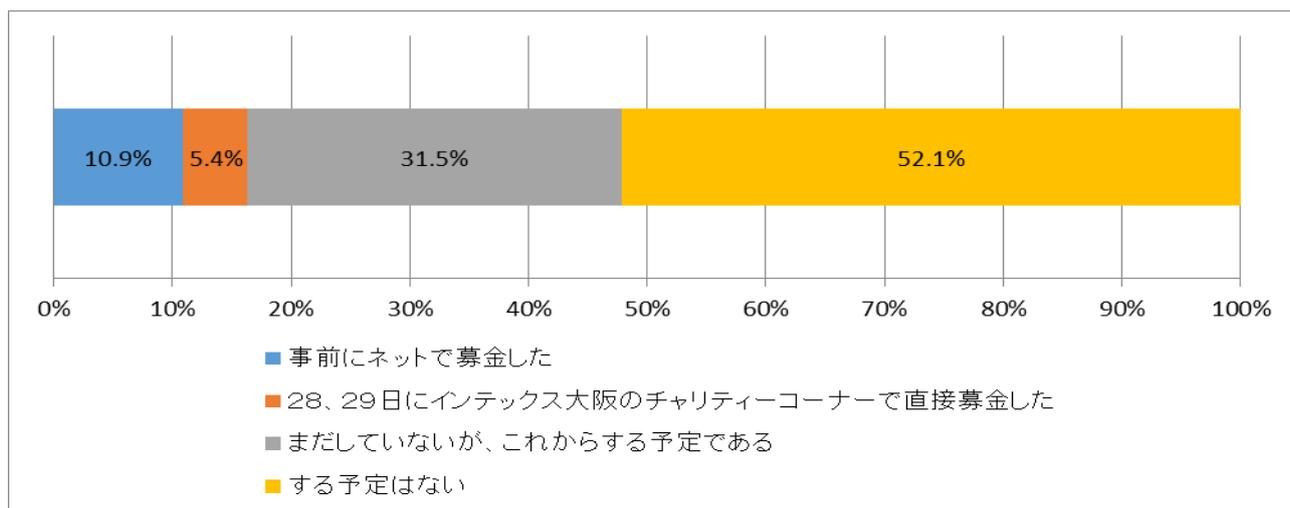
■大阪マラソンの応援をしていて印象に残ったのは何ですか？（複数回答可）



大阪マラソンの応援をして印象に残ったことは、「ランナーの走り」が 53.1%、「仮装ランナー」が 41.2% となり、昨年と同様にランナーに対しての印象が残っている人が多い。また、23.3%の人が「ランナー盛上げ隊！」と応援のパフォーマンスについて、23.2%の人が「係員やボランティアの対応」と大会スタッフについて、その活動が印象に残っている。

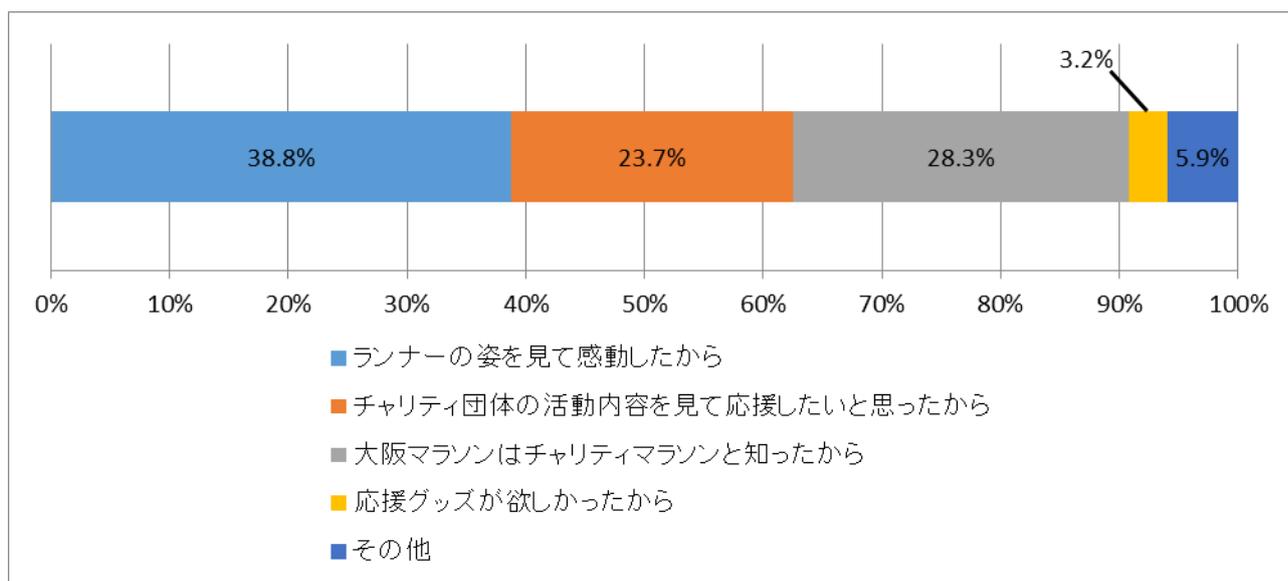
3. チャリティについて

■募金（チャリティ）はされましたか？



チャリティに関して、「する予定はない」が 52.1%（昨年 68.7%）であり、「まだしていないが、これからする予定である」が 31.5%（昨年 16.0%）と、観客のチャリティへの関心・意欲が高まっているといえる。

■募金をしようと思われたきっかけはなんですか？



募金をしようと思ったきっかけは「ランナーの姿を見て感動したから」が38.8%（昨年23.3%）、「大阪マラソンはチャリティマラソンと知ったから」が28.3%（昨年25.6%）と増加しており、また、「チャリティ団体の活動内容を見て応援したいと思ったから」が23.7%（昨年23.3%）と、大阪マラソンがチャリティマラソンであることが観客の人にも少し浸透してきたといえる。

おわりに

今回の報告書のテーマは、「大阪マラソンのブランディング」である。

地方創生に伴い、ひとびとを惹きつける魅力ある都市を構築するためのブランディングが注目されている。そのブランディングに大阪マラソンがなりうるためには何が必要なのだろうか。

ひとつは、チャリティ文化による新たなコミュニティづくりである。大阪マラソンの特徴は一人一人のランナーが応援したい団体に寄付をするクラウドファンディング（少額の寄付を多くの人から集めて資金とする）によるチャリティマラソンである。つまり、寄付することによって、自分たちが大阪マラソンをつくっているという参画意識が醸成される。それは、これまでの成長時代の交換経済によって寸断された人間関係を、贈与経済によって再構築しようとするものである。その意味では、贈与に基づくコミュニティの形成と言い換えてもよい。例えば、戦時下をたくましく生きる庶民生活を描いたアニメ映画「この世界の片隅に」は、クラウドファンディングによって製作され、大ヒットした作品である。そこには、寄付（贈与）する人が映画製作に参画することによって制作者とのコミュニティを形成していきたいという思いがある。そこで、大阪マラソンのブランディングは、観客をも巻き込んだクラウドファンディングによるチャリティ文化がつくる新しいコミュニティ形成としてはどうだろうか。



もうひとつは、「交流」による都市生活の再生である。これまでの6回の調査を通して明らかになってきたことは、大阪マラソンのブランディングにとって重要な役割を果たしているのが観客だということである。観客の応援とそれに応えるランナーという相互作用が大阪マラソンの魅力をつくりだしている。それは、観客とランナーは、相互に「観ている」と同時に「視られている」という関係にあるからだ。だから、ランナーと観客は「仮

装」することによって、そのことを実感しようとする。また、観客同士は、隣の人が応援している人の名前を一緒に連呼するという微笑ましい光景も見られる。ランナーと観客、観客同士の一体感がそこにはある。今、人々が求めているのは、このような匿名社会の都市生活では味わうことができない、知らない人との交流である。そして、そこに新たなコミュニティがつくりだされる。もちろん、海外から参加したランナーや観客にも言えることで、インバウンドを促進するうえでも、大阪マラソンを通してのひとびとの交流は強力なブランディングになる。そのためには、今回の調査結果でも明らかになったように、コースをセントラルフィニッシュ（都市中心部のゴール）に変更して、レース後の交流が楽しめる環境を整える必要がある。そして、そのことによってスポーツ活動の前後（ビフォー・アフター）の楽しみを味わうことができ、日本のスポーツ文化を豊かにしてくれるのである。

資料

参加ランナー意識調査票（一般）

海外参加ランナー意識調査票（日本語）

チャリティランナー意識調査票

観客意識調査票

読売新聞掲載紙面

第6回大阪マラソン 参加ランナー意識調査

10月30日、「第6回大阪マラソン」が開催されました。如何だったでしょうか？

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依頼を受けて、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、大会の運営等についての調査へのご協力をお願いしています。

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おう予定にしています。

ご協力をお願いします。

※この調査は携帯電話からお答えいただくことはできません。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ので、ありのままをお答えください。

<あなた自身について>

1. 年齢（年代）：①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上
2. 性別：①男性 ②女性
3. お住まいの都道府県：①北海道、・・・⑩沖縄県
4. 参加区分：
①登録 ②一般 ③車いす ④チャレンジラン ⑤市民アスリート ⑥連続落選者枠ランナー
5. 参加申し込み：①個人 ②ペア ③グループ
6. 市民マラソン参加経験：
①今回が初めて ②1～5回 ③6～10回 ④11～15回 ⑤16～20回 ⑥21回以上
7. 今回のフルマラソンのタイム（チャレンジランナーを除く）：
①3時間未満 ②3時間～3時間30分未満 ③3時間30分～4時間未満 ④4時間～4時間30分未満 ⑤4時間30分～5時間未満 ⑥5時間～5時間30分未満 ⑦5時間30分～6時間未満 ⑧6時間～6時間30分未満 ⑨6時間30分～7時間未満 ⑩未完走
8. 大会前後の大阪滞在日数・形態：
①日帰り参加 ②前泊し2日間滞在した ③後泊し2日間滞在した ④3日以上滞在した
9. 大会には誰と来られましたか？
①ひとりで ②家族・親戚と ③友人・知人と ④仕事関係の人と ⑤マラソン仲間と ⑥その他
()
10. 大会には何人で来られましたか？
自分を含めて全員で()人
11. あなたは、大阪滞在中に大阪マラソン参加以外に何か活動をしましたか？（複数回答可）
①何もしなかった ②大阪マラソン EXPO2016 のイベントを楽しんだ ③大阪名物を飲食した
④大阪市内観光をした ⑤大阪府下の観光をした ⑥近郊区（京都、奈良、兵庫など）の観光をした
⑦買い物（お土産など）をした ⑧USJなどの娯楽（アミューズメント）施設に行った ⑨
お笑いなどの演芸を観た ⑩文楽などの古典芸能を観た、⑪スポーツを見た ⑫美術館・博物館な

どの文化施設に行った ⑬その他（ ）

12. あなたは、大阪滞在中に概算でどれだけの経費を使いましたか？（宿泊交通費、食費、お土産など滞在期間中の費用一切。大阪マラソン参加料、チャリティは除く）

- ①5万円未満 ②5万円以上10万円未満 ③10万円以上15万円未満 ④15万円以上20万円未満
⑤20万円以上30万円未満 ⑥30万円以上50万円未満 ⑦50万円以上

13. 大阪マラソンで最も魅力的なものは何ですか？

- ①沿道の観客の応援 ②ランナー盛上げ隊 ③ランナー同士の交流 ④ランナーの仮装 ⑤ボランティア、スタッフの対応 ⑥観光地をめぐるコース ⑦チャリティの取り組み ⑧「なないろチーム対抗戦」 ⑨「まいどエイド」の給食 ⑩その他（ ）

14. 大阪マラソン以外（海外の大会を含む）で、参加して良かった大会があれば教えてください。

（ ）

15. 第6回大阪マラソンに満足しましたか？

- ①満足した ②まあまあ満足した ③どちらかという不満だった ④不満だった

16. 第7回大阪マラソンに参加してみたいですか？

- ①ぜひ参加してみたい ②できれば参加したい ③あまり参加したくない ④参加したくない

<第6回大阪マラソンの運営について>

16. 第6回大阪マラソンの運営について、どのように思われますか？

次の項目について（○良いと思った ○まあまあ良いと思った ○あまり良くないと思った ○良くないと思った）の4段階で評価してください。

① EXPO2016はどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
② 公式WEBページ、公式SNSはどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
③ 連続落選者枠が増枠されたことはどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
④ 「なないろチーム対抗戦」はどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑤ なないろチームリーダーの盛り上げはどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。

	<input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑥ エントリー方法はどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑦ チャリティへの取組みはどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑧ 「参加記念 T シャツ」はどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑨ 「フィニッシャータオル」はどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑩ 32.5km 地点の給食（まいどエイド）はどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑪ 沿道の観客の応援はどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑫ ボランティア、スタッフの対応はどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。

17. ガイドブックはどうでしたか？

- ①非常に役に立った ②まあまあ役に立った ③あまり役に立たなかった ④役に立たなかった

18. ガイドブックに今後どのような情報を載せてほしいですか？

()

19. 大会スポンサーのサービスで良かったものを教えてください。(複数回答可)

- ① ランナーズアイ (ケイオプティコム)
 ② インテックス大阪内に無料の wifi スポットを提供 (ケイオプティコム)

- ③ 大会限定商品の販売（ミズノ）
- ④ 各給水所及びフィニッシュにて、コカコーラ製品飲料の提供（コカコーラ）
- ⑤ フィニッシャーにエアサロンパスの提供（久光製薬）

上記以外に大会運営についてご意見・ご提案があればお書きください。（自由記述）

<チャリティについて>

20. 寄付先団体を決めた一番の理由は何ですか？

- ①テーマに関心があったから ②寄付先団体の活動に関心があったから ③寄付先団体の広報が魅力的だったから ④知人から勧められたから ⑤チャリティ T シャツのデザインが良かったから
- ⑥なんとなく ⑦その他（ ）

21. 大阪マラソンのチャリティについて、どのように思われますか？次の項目について（○良いと思った ○まあまあ良いと思った ○あまり良くないと思った ○良くないと思った）の4段階で評価してください。

① 大阪マラソンのチャリティの広報について	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
② 寄付先団体の広報活動について	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
③ 寄付先（チャリティ団体）の目的や活動を明確にしていることについて	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
④ 自分の選んだチャリティカラーのナンバーカードを身に着けて走ることにについて	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑤ チャリティランナーの制度について	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。

上記以外で、チャリティについてのご意見があれば、ご自由にお書きください。

<今後の大阪マラソンについて>

22. 現在の大阪マラソンのコースについて、満足されていますか？

①満足している ②まあまあ満足している ③あまり満足していない ④満足していない

23. 質問 22 で①以外を答えた人に聞きます。どうすれば、満足のいくコースになりますか？
できれば、理由あるいは提案をお願いします。

1) スタート地点について

①今のままでよい ②変えた方がよい（理由： _____）

2) フィニッシュ地点について

①今のままでよい ②変えた方がよい（理由： _____）

3) 新しいスポットについて

①今のままでよい ②加えた方がよい（新スポットの提案： _____）

4) その他、コースについて提案があればご自由にお書きください。

24. 今後、どのようなイベントがあれば良いですか？

①今のままでよい ②提案（ _____）

25. 今後、どのようなランナーサービスがあれば良いですか？

①今のままでよい ②提案（ _____）

<大阪マラソンへの要望>

大会に関してご意見があれば、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。

第6回大阪マラソン 海外ランナー意識調査

10月30日、「第6回大阪マラソン」が開催されました。如何だったでしょうか？

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依頼を受けて、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、大会の運営等についての調査へのご協力をお願いしています。

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おう予定にしています。

ご協力をお願いします。

※この調査は携帯電話からお答えいただくことはできません。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ので、ありのままをお答えください。

<あなた自身について>

17. 年齢（年代）：①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上
18. 性別：①男性、②女性
19. お住まいの国：（ ）
20. 参加種目：①一般、②チャレンジラン
21. これまでのマラソン参加経験：
①今回が初めて ②1～5回 ③6～10回 ④11～15回 ⑤16～20回 ⑥21回以上
22. これまでの日本でのマラソン参加経験：
①今回が初めて ②1回 ③2回 ④3回 ⑤4回 ⑥5回以上
23. 今回のフルマラソンのタイム（チャレンジランナーを除く）：
①3時間未満 ②3時間～3時間30分未満 ③3時間30分～4時間未満 ④4時間～4時間30分未満 ⑤4時間30分～5時間未満 ⑥5時間～5時間30分未満 ⑦5時間30分～6時間未満 ⑧6時間～6時間30分未満 ⑨6時間30分～7時間未満 ⑩未完走
24. 今回、大阪には何日滞在しましたか？
（ 月 日～ 月 日）
25. 大会には誰と来られましたか？
①ひとりで ②家族・親戚と ③友人・知人と ④仕事関係の人と ⑤マラソン仲間と ⑥その他
（ ）
26. 大会には何人で来られましたか？
自分を含めて全員で（ ）人で
27. あなたは、大阪滞在中に大阪マラソン参加以外に何か活動をしましたか？（複数回答可）
①何もしなかった、②大阪マラソン EXPO2016 のイベントを楽しんだ、③大阪名物を飲食した、
④大阪市内観光をした、⑤大阪府下の観光をした、⑥近郊区（京都、奈良、兵庫など）の観光をした、
⑦買い物（お土産など）をした、⑧USJ などの娯楽（アミューズメント）施設に行った、⑨
お笑いなどの演芸を観た、⑩文楽などの古典芸能を観た、⑪スポーツを見た、⑫美術館・博物館な

どの文化施設に行った、⑬その他（ ）

28. あなたは、大阪滞在中に概算でどれだけの経費を使いましたか？（宿泊交通費、食費、お土産など滞在期間中の費用一切。大阪への渡航費、大阪マラソン参加料、チャリティは除く）

- ①5万円未満 ②5万円以上10万円未満 ③10万円以上15万円未満 ④15万円以上20万円未満
⑤20万円以上30万円未満 ⑥30万円以上50万円未満 ⑦50万円以上

29. 大阪マラソンで最も魅力的なものは何ですか？

- ①沿道の観客の応援 ②ランナー盛上げ隊 ③ランナー同士の交流 ④ランナーの仮装 ⑤ボランティア、スタッフの対応 ⑥観光地をめぐるコース ⑦チャリティの取り組み ⑧「なないろチーム対抗戦」 ⑨「まいどエイド」の給食 ⑩その他（ ）

30. 大阪マラソン以外（海外の大会を含む）で、参加して良かった大会があれば教えてください。

（ ）

31. 第6回大阪マラソンに満足しましたか？

- ①満足した ②まあまあ満足した ③どちらかという不満だった ④不満だった

32. 第7回大阪マラソンに参加してみたいですか？

- ①ぜひ参加してみたい ②できれば参加したい ③あまり参加したくない ④参加したくない

<第6回大阪マラソンの運営について>

17. 第6回の大阪マラソンの運営について、どのように思われますか？

次の項目について（○良いと思った ○まあまあ良いと思った ○あまり良くないと思った ○良くないと思った）の4段階で評価してください。

② EXPO2016はどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
② 公式WEBページ、公式SNSはどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
④ 「なないろチーム対抗戦」はどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑤ なないろチームリーダーの盛り上げはどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑥ エントリー方法はどうか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。

	<input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑩ チャリティへの取組みはどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑪ 「参加記念 T シャツ」はどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑫ 「フィニッシャータオル」はどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑩ 32.5km 地点の給食（まいどエイド）はどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑪ 沿道の観客の応援はどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑫ ボランティア、スタッフの対応はどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑬ 言語の対応はどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。
⑭ 宿泊施設の受け入れはどうでしたか？	<input type="radio"/> 良いと思った。 <input type="radio"/> まあまあ良いと思った。 <input type="radio"/> あまり良くないと思った。 <input type="radio"/> 良くないと思った。

18. 大会スポンサーのサービスで良かったものを教えてください。（複数回答可）

- ① ランナーズアイ（ケイオプティコム）
- ② インテックス大阪内に無料の wifi スポットを提供（ケイオプティコム）

- ③ 大会限定商品の販売（ミズノ）
- ④ 各給水所及びフィニッシュにて、コカコーラ製品飲料の提供（コカコーラ）
- ⑤ フィニッシャーにエアサロンパスの提供（久光製薬）

上記以外に大会運営についてご意見があればお書きください。（自由記述）

<チャリティについて>

19. 寄付先団体を決めた一番の理由は何ですか？

- ①テーマに関心があったから ②寄付先団体の活動に関心があったから ③寄付先団体の広報が魅力的だったから ④知人から勧められたから ⑤チャリティ T シャツのデザインがよかったから
- ⑥なんとなく ⑦その他（ ）

20. 大阪マラソンのチャリティについて、どのように思われますか？次の項目について（○良いと思った ○まあまあ良いと思った ○あまり良くないと思った ○良くないと思った）の4段階で評価してください。

⑥ 大阪マラソンのチャリティの広報について	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑦ 寄付先団体の広報活動について	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑧ 寄付先（チャリティ団体）の目的や活動を明確にしていることについて	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑨ 自分の選んだチャリティカラーのナンバーカードを身に着けて走ることにについて	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑩ チャリティランナーの制度について	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。

上記以外で、チャリティについてのご意見があれば、ご自由にお書きください。

<今後の大阪マラソンについて>

21. 現在の大阪マラソンのコースについて、満足されていますか？

①満足している ②まあまあ満足している ③あまり満足していない ④満足していない

22. 質問 21 で①以外を答えた人に聞きます。どうすれば、満足のいくコースになりますか？

できれば、理由あるいは提案をお願いします。

1) スタート地点について

①今のままでよい ②変えた方がよい（理由： _____）

2) フィニッシュ地点について

①今のままでよい ②変えた方がよい（理由： _____）

3) 新しいスポットについて

①今のままでよい ②加えた方がよい（新スポットの提案： _____）

4) その他、コースについて提案があればご自由にお書きください。

23. 今後、どのようなイベントがあれば良いですか？

①別がない ②提案（ _____）

24. 今後、どのようなランナーサービスがあれば良いですか？

①別がない ②提案（ _____）

<大阪マラソンへの要望>

大会に関してご意見があれば、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。

第6回大阪マラソン チャリティランナー意識調査（案）

10月30日、「第6回大阪マラソン」が開催されました。如何だったでしょうか？

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依頼を受けて、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、大会の運営等についての調査へのご協力をお願いしています。

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おう予定にしています。

ご協力をお願いします。

※この調査は携帯電話からお答えいただくことはできません。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ので、ありのままをお答えください。

<あなた自身について>

33. 年齢（年代）：①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上
34. 性別：①男性 ②女性
35. お住まいの都道府県：①北海道、・・・⑩沖縄県
36. 市民マラソン参加経験：
①今回が初めて ②1～5回 ③6～10回 ④11～15回 ⑤16～20回 ⑥21回以上
37. 今回のフルマラソンのタイム（チャレンジランナーを除く）：
①3時間未満 ②3時間～3時間30分未満 ③3時間30分～4時間未満 ④4時間～4時間30分未満 ⑤4時間30分～5時間未満 ⑥5時間～5時間30分未満 ⑦5時間30分～6時間未満 ⑧6時間～6時間30分未満 ⑨6時間30分～7時間未満 ⑩未完走
38. 大会前後の大阪滞在日数・形態：
①日帰り参加 ②前泊し2日間滞在した ③後泊し2日間滞在した ④3日以上滞在した
39. 大会には誰と来られましたか？
①ひとりで ②家族・親戚と ③友人・知人と ④仕事関係の人と ⑤マラソン仲間と ⑥その他（ ）
40. 大会には何人で来られましたか？
自分を含めて全員で（ ）人
41. あなたは、大阪滞在中に大阪マラソン参加以外に何か活動をしましたか？（複数回答可）
①何もしなかった ②大阪マラソン EXPO2016 のイベントを楽しんだ ③大阪名物を飲食した
④大阪市内観光をした ⑤大阪府下の観光をした ⑥近郊区（京都、奈良、兵庫など）の観光をした
⑦買い物（お土産など）をした ⑧USJなどの娯楽（アミューズメント）施設に行った ⑨お笑いなどの演芸を観た ⑩文楽などの古典芸能を観た、⑪スポーツを観た ⑫美術館・博物館などの文化施設に行った ⑬その他（ ）
42. あなたは、大阪滞在中に概算でどれだけの経費を使いましたか？（宿泊交通費、食費、お土産など滞在中の費用一切。大阪マラソン参加料、チャリティは除く）

- ①5万円未満 ②5万円以上10万円未満 ③10万円以上15万円未満 ④15万円以上20万円未満
⑤20万円以上30万円未満 ⑥30万円以上50万円未満 ⑦50万円以上

43. 大阪マラソンで最も魅力的なものは何ですか？

- ①沿道の観客の応援 ②ランナー盛上げ隊 ③ランナー同士の交流 ④ランナーの仮装 ⑤ボランティア、スタッフの対応 ⑥観光地をめぐるコース ⑦チャリティの取り組み ⑧「なないろチーム対抗戦」 ⑨「まいどエイド」の給食 ⑩その他（ ）

44. 大阪マラソン以外（海外の大会を含む）で、参加して良かった大会があれば教えてください。
（ ）

45. 第6回大阪マラソンに満足しましたか？

- ①満足した ②まあまあ満足した ③どちらかという不満だった ④不満だった

46. 第7回大阪マラソンに参加してみたいですか？

- ①ぜひ参加してみたい ②できれば参加したい ③あまり参加したくない ④参加したくない

<第6回大阪マラソンの運営について>

14. 第6回大阪マラソンの運営について、どのように思われますか？

次の項目について（○良いと思った ○まあまあ良いと思った ○あまり良くないと思った ○良くないと思った）の4段階で評価してください。

③ EXPO2016はどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
② 公式WEBページ、公式SNSはどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
③ 連続落選者枠が増枠されたことはどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
④ 「なないろチーム対抗戦」はどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑤ なないろチームリーダーの盛り上げはどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑥ エントリー方法はどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。

	○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑬ チャリティへの取組みはどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑭ 「参加記念 T シャツ」はどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑮ 「フィニッシャータオル」はどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑩ 32.5km 地点の給食（まいどエイド）はどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑪ 沿道の観客の応援はどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。
⑫ ボランティア、スタッフの対応はどうでしたか？	○良いと思った。 ○まあまあ良いと思った。 ○あまり良くないと思った。 ○良くないと思った。

15. ガイドブックはどうでしたか？

- ①非常に役に立った ②まあまあ役に立った ③あまり役に立たなかった ④役に立たなかった

16. ガイドブックに今後どのような情報を載せてほしいですか？

()

17. 大会スポンサーのサービスで良かったものを教えてください。(複数回答可)

- ① ランナーズアイ (ケイオプティコム)
② インテックス大阪内に無料の wifi スポットを提供 (ケイオプティコム)
③ 大会限定商品の販売 (ミズノ)
④ 各給水所及びフィニッシュにて、コカコーラ製品飲料の提供 (コカコーラ)
⑤ フィニッシャーにエアサロンパスの提供 (久光製薬)

上記以外に大会運営についてご意見があればお書きください。(自由記述)

<チャリティランナーについて>

18. 寄付先団体を決めた一番の理由は何ですか？

- ①テーマに関心があったから ②寄付先団体の活動に関心があったから ③寄付先団体の広報が魅力的だったから ④知人から勧められたから ⑤チャリティ T シャツのデザインがよかったから
⑥なんとなく ⑦その他 ()

19. 何人のサポーターから寄付を集めましたか(自分自身を除く)？

() 人

20. 募金活動はどのようにしましたか？(複数回答可)

- ①なにもしなかった ②街頭(社内・学内等を含む)募金した ③募金のためのイベントを開いた
④家族・親戚にお願いした ⑤知人・友人にお願いした ⑥SNSを活用してお願いした ⑦その他
()

21. チャリティランナーとして参加することを決めた一番の理由は何ですか？

- ① 寄付先団体の活動を応援したいから
② チャリティランナーの趣旨に賛同したから
③ 寄付先団体のことをみんなに知ってほしかったから
④ 7万円払えば出場権を得られるから
⑤ 大阪マラソンのチャリティ活動を盛り上げたいと思ったから
⑥ チャリティランナーを体験してみたかったから
⑦ 知人に勧められたから
⑧ 寄付を集めるのがおもしろそうだったから
⑨ 募金をしてくれる仲間(サポーター)がいたから
⑩ その他 ()

22. チャリティランナーとして参加して良かったことは何ですか？次の中から3つ以内で教えてください。

- ① 寄付先団体の目的や活動により共感できたこと
② 募金活動の仕方が分かったこと
③ 目標の募金を集められたこと
④ 寄付先団体との事前の交流ができたこと
⑤ 寄付先団体との当日の交流ができたこと
⑥ チャリティランナー同士の交流ができたこと
⑦ 自分の選んだチャリティカラーのナンバーカードを身に付けて走れたこと
⑧ チャリティ T シャツを着用して走れたこと
⑨ チャリティランナー専用エリア等が設けられていること(ランナー受付、更衣室、荷物預かり、休憩室、軽食)
⑩ その他 ()

23. チャリティランナーとして走ってみて満足しましたか？

- ①大変満足した ②まあまあ満足した ③どちらかという不満だった ④不満だった

24. チャリティランナーとして来年も走りたいですか？

- ①ぜひとも走りたい ②できれば走りたい ③あまり走りたくない ④走りたくない

上記以外で、チャリティランナーについてのご意見があれば、ご自由にお書きください。

<今後の大阪マラソンについて>

25. 現在の大阪マラソンのコースについて、満足されていますか？

- ①満足している ②まあまあ満足している ③あまり満足していない ④満足していない

26. 質問 25 で①以外を答えた人に聞きます。どうすれば、満足のいくコースになりますか？

できれば、理由あるいは提案をお願いします。

1) スタート地点について

- ①今のままでよい ②変えた方がよい（理由： _____）

2) フィニッシュ地点について

- ①今のままでよい ②変えた方がよい（理由： _____）

3) 新しいスポットについて

- ①今のままでよい ②加えた方がよい（新スポットの提案： _____）

4) その他、コースについて提案があればご自由にお書きください。

27. 今後、どのようなイベントがあれば良いですか？

- ①今のままでよい ②提案（ _____）

28. 今後、どのようなランナーサービスがあれば良いですか？

- ①今のままでよい ②提案（ _____）

<大阪マラソンへの要望>

大会に関してご意見があれば、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。

第6回大阪マラソン 観客意識調査

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依頼を受けて、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、今後の大会運営に活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。

※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。

<質問項目>

- 1、年齢(年代): ①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上
- 2、性別: ①男性 ②女性
- 3、大阪マラソンに来られたのは何回目ですか(ランナー等の参加も含めて)? ()回目
- 4、大阪マラソン以外のマラソンの観戦経験はありますか?
①ある()マラソン ②ない
- 5、今日は、どなたと、自分も含めて何人でお越しになりましたか?
①ひとりで ②家族・親戚と()人 ③友人・知人と()人 ④仕事関係の人と()人
⑤マラソン仲間と()人 ⑥その他()と()人
- 6、だれを応援しましたか?あるいは誰を応援しますか?(複数回答可)
①ランナーみんな ②家族・親戚 ③友人・知人 ④仕事関係の人 ⑤マラソン仲間
⑥その他()
- 7、お住まいはどちらですか?
①日帰りできる府県 ②宿泊が必要な都道府県() ③海外()
- 8、大阪には何日いらっしゃいましたか?
①当日(30日)だけ ②前日(29日)と当日(30日) ③当日(30日)と翌日(31日)
④前日から翌日(29日~31日) ⑤その他(日~ 日)
- 9、大阪マラソン観戦以外に何か活動をしましたか、あるいは活動する予定ですか?(複数回答可)
①何も(しない)しなかった ②大阪マラソン EXP2016 のイベント参加 ③大阪名物の飲食 ④大阪市内観光
⑤大阪府下の観光 ⑥近郊県(京都、奈良、兵庫など)の観光 ⑦買い物(お土産など)
⑧USJ(アミューズメント施設)などの娯楽 ⑨お笑いなどの演芸観賞 ⑩文楽などの古典芸能観賞

- ⑪スポーツを観賞 ⑫美術館・博物館などの文化施設での鑑賞
⑬その他()

10、観戦を終えた後、どうしますか？

- ①そのまま帰る ②応援した友人・知人と飲食をする ③自分たちだけで飲食をする
④応援で知り合いになった人と飲食に行く ⑤その他()

11、募金(チャリティ)はされましたか？

- ①事前にネットで募金した ②28, 29日にインテックス大阪のチャリティコーナーで直接募金した
③まだしていないが、これからする予定である ④する予定はない

11-1、(①、②、③と答えた人のみ)募金をしようと思われたきっかけはなんですか？

- ①ランナーの姿を見て感動したから ②チャリティ団体の活動内容を見て応援したいと思ったから
③大阪マラソンはチャリティマラソンと知ったから ④応援グッズがほしかったから
⑤その他()

12、なぜ、この場所を選んだのですか？(複数回答可)

- ①すいていると思ったから ②知り合いがいるから ③来やすかったから
④みんなが応援しているから ⑤応援が面白そうだから ⑥ランナーと会えるから
⑦ランナーがよく見える場所だから ⑧なんとなく ⑨その他()

13、応援した場所は何ヶ所ですか？あるいは何ヶ所で応援する予定ですか？

()

14、大阪マラソンの応援をして印象に残ったのは何ですか？(複数回答可)

- ①ランナー盛上げ隊 ②係員やボランティアの対応 ③ランナーの走り ④仮装ランナー ⑤仮装しての応援
⑥7色応援スタイル(チャリティカラーのアイテムを持って応援する) ⑦ボード等の応援グッズでの応援
⑧その他()

ご協力ありがとうございました。

<応援形態>:調査員記入

- A、ボード等の応援グッズを持っている
B、チャリティグッズで応援している
C、仮装して応援している
D、特になし

調査地点: _____

調査時間: _____ 時 _____ 分

調査研究スタッフ

<関西大学スタッフ>

調査・報告書作成：人間健康学部 杉本厚夫教授 及び ゼミ生

<読売新聞社スタッフ>

編集特集制作：読売新聞大阪本社 編集局

調査実施・調整：読売新聞大阪本社 広告局