

持続可能な市民マラソンの在り方
ーリピーターを増やすためにー



大阪マラソン2024（第12回大阪マラソン）
共同調査研究報告書

2024年7月4日

関西大学・読売新聞社

目 次

はじめに

趣旨・調査実施概要	・・・	2
-----------	-----	---

大阪マラソン 2024 調査研究結果と考察

1. 大阪マラソンを選んだ理由は？	・・・	3
2. チャリティへの参加の意識は？	・・・	12
3. 大阪マラソンを支えるという参加は？	・・・	14
4. 大会運営の改善点は？	・・・	19
5. 総括と提案	・・・	28

1 ランナー

1-1 ランナーの意識調査	・・・	31
1-2 ランナーの特性格意識の違い	・・・	43
1-3 ランナーの大会運営に関する自由記述の分析	・・・	64

2 海外ランナー

2-1 海外ランナーの意識調査	・・・	69
2-2 海外ランナーの大会運営に関する自由記述の分析	・・・	81

3 ボランティア

3-1 ボランティアの意識調査	・・・	86
3-2 ボランティアの特性格意識の違い	・・・	97
3-3 ボランティアの大会運営に関する自由記述の分析	・・・	102

4 観客

4-1 観客の意識調査（単純集計）	・・・	108
4-2 観客の特性格意識の違い（クロス分析）	・・・	112
4-3 観客の大会運営に関する自由記述の紹介	・・・	117

5 ランナー盛上げ隊

5-1 ランナー盛上げ隊の現状と課題	・・・	119
--------------------	-----	-----

おわりに

持続可能な市民マラソンの在り方ーリピーターを増やすためにー	・・・	130
-------------------------------	-----	-----

資料

ランナー・海外ランナー・ボランティア・観客の調査票、新聞記事	・・・	133
--------------------------------	-----	-----

はじめに

<趣旨>

今、市民マラソンは、過剰供給によって参加者が定員に満たなかったり、廃止に追い込まれたりする大会が増えてきた。ある意味、「市民マラソンバブル」がはじけたといってもよい。大阪マラソンも、かつてのように高倍率で抽選によって参加者を選ぶという状況にはない。逆に、数ある市民マラソンの中で、大阪マラソンを選んでもらうには、どのような大会にしていくべきかを検討していかなければならない。とりわけ、大阪マラソンが持続可能な市民マラソンとしてあるためには、もう一度参加したいと思ってもらえる大会にしていく必要がある。

そこで、今回は、テーマを「持続可能な市民マラソンの在り方ーリピーターを増やすためにー」に設定し、大阪マラソンが、また参加したくなる市民マラソンとして、リピーターが多く参加する大会となっていくためには、どのような魅力を持ち、どのような運営をしていったらよいかについて、調査研究を進めることとした。

そのことを明らかにするため、次の4つの疑問について分析をした。

1. 大阪マラソンを選んだ理由は？ ランナー、海外ランナー、ボランティアに、数ある市民マラソンの中で、大阪マラソンを選んだ理由について訊いてみた。また、その理由は、参加者の特性によって異なっているのではないかと考え、特性によるクロス分析を行った。そのことによって、また参加したくなる大阪マラソンの在り方について考察する。

2. チャリティへの参加の意識は？ 大阪マラソンが第1回大会から取り組んでいる「チャリティマラソン」は、他の市民マラソンにはないプログラムを有しており、ランナーにとってチャリティが参加を決定する上で、どのように働いているかを明らかにする。

3. 大阪マラソンを支えるという参加は？ ボランティア、観客、ランナー盛上げ隊は、大会を支える重要な存在である。そこで、大阪マラソンに参加する理由について訊くと同時に、どのようにすれば、また参加したくなるのかについて分析する。

4. 大会の運営の改善点は？ ランナー、海外ランナー、ボランティア、観客が、大阪マラソンに参加する状況を分析すると同時に、どのような大会の運営を望んでいるかについて、自由記述をテキストマイニングによる頻出語の分析及び階層的クラスタの分析を行い、明らかにした。

5. 総括と提案 以上の分析から、持続可能な大阪マラソンの在り方について提案したいと思う。

大阪マラソン2024（第12回大阪マラソン）調査実施概要					
	ランナー	海外ランナー	ボランティア	観客	ランナー盛上げ隊
調査期間	2024.2.26~3.10			2024.2.25	2024.2.25~3.12
サンプル数	3940	638	691	249	5団体
調査方法	WEB調査			聞き取り調査	インタビュー調査

※ここでは、日本から参加のランナーを「ランナー」、海外から参加のランナーを「海外ランナー」とする。

大阪マラソン 2024 調査研究結果と考察

1. 大阪マラソンを選んだ理由は？

1) ランナー

今、マラソン大会は、ランナーを選ぶ時代から、ランナーに選ばれる時代になってきた。そこで、今回、数ある市民マラソンの中で、大阪マラソン 2024 を選択した理由について訊いてみた。その結果、上位 10 位については、次のような理由が上がってきた（「大いに関係している」を SF、「まあまあ関係している」を WF とする）。これらについて考察すると同時に、ランナーの特性（年代、居住地域、大阪マラソンの参加回数、市民マラソン参加回数、完走時間）との関係をクロス分析から考察する。

- ① 「沿道の応援が楽しいから」が 81.2% (SF : 44.7%、WF : 36.5%) と最も多く、8 割以上の人に参加を決めた理由であると答えており、「足が痛い、そんなの気のせいや」「しんどいんか、代わったるか」といったユーモアあふれる応援が、大阪の「笑いの文化」と相まって、大阪マラソンらしいと認識されているようである。また、昨年大阪マラソンの魅力調査でも 92.6% の人がこの項目をあげており、仮装したり、みんなに声をかける沿道の応援から、元気をもらって完走できたということは、多くのランナーの自由記述に書かれている。



年代が 20 から 40 代、居住地域が大阪府、大阪マラソン参加回数が 2 回以上、市民マラソン参加回数が 11 回以上のランナーに、参加の理由としてあげる人が多かった。これらのことから、若い人を中心に、多くのマラソンを経験している人にとって、大阪マラソンの沿道の応援は、参加の誘因として有効であることが分かる。

- ② 「会場までのアクセスが良いから」が 71.0% (SF : 36.9%、WF : 34.1%) と次に多く、JR、京阪、地下鉄等、交通の便が良く、駅からも近いことがこの結果となって表れている。その意味で、会場までの導線も含めて、スタートまでのストレスが少ない大会が、参加の誘因にとって重要であることを示唆している。

年代が 50 代以上、居住地域が大阪府、大阪マラソン参加回数が 2 回以上のランナーに、参加の理由としてあげる人が多かった。これらのことから、大阪府に在住している比較的高齢の方にとっては、会場までのアクセスは重要な誘因となりうるといえる。

- ③ 「スタッフやボランティアのサポートが良いから」が 68.1% (SF : 31.2%、WF : 36.9%) と、7 割近い人が受け入れ側の対応を参加の誘因としている。昨年大阪マラソンの魅力調査でも 91.2% と多く、受け入れ側のホスピタリティが参加を決める要因であると言えそうである。

年代が 20 から 40 代、居住地域が大阪府、大阪マラソン参加回数が 2 回以上、市民マラソン参加回数が 10 回以下のランナーに、参加の理由としてあげる人が多かった。このことから、比較的马ラソンの経験が少なく、しかも大阪マラソンに複数回以上参加している若い人にとって、スタッフやボランティアのサポートの良さが重要な誘因となっていると考えられる。

- ④ 「大阪の名所旧跡を巡るコースだから」が 64.1% (SF : 28.0%、WF : 36.1%) と、大阪観光をしながら走る楽しみが参加の誘因になっていることが分かる。昨年大阪マラソンの魅力調査でも 76.5% の人があげており、コースに名所旧跡が設定されていることが重要な誘因であることが読み取れる。

居住地域が大阪府外、大阪マラソン参加が今回初めて、市民マラソン参加回数が 10 回以下、完走時間が 5 時間以上のランナーに、参加の理由としてあげる人が多かった。このことから、比較的马ラソンの経験が浅く、

初めて大阪マラソンに参加する大阪府以外からのランナーにとって、大阪の名所旧跡を巡るコースは、参加の誘因として働いていると考えられる。

- ⑤ 「大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから」が 59.3% (SF : 28.3%、WF : 31.0%) と第9回大会から変更したセントラルフィニッシュが、後の行動をしやすくしており、参加を決める要因になっている。昨年の大阪マラソンの魅力調査でも 85.3%の人があげており、フィニッシュした後に、みんなで飲食に出かけたり、受け入れる飲食店の割引（大阪マラソン DESSE）があったりと、スポーツをした後、つまりアフターの充実が望まれる。

年代が 50 代以上、居住地域が大阪府、大阪マラソン参加回数が 2 回以上、市民マラソン参加回数が 11 回以上のランナーに、参加の理由としてあげる人が多かった。このことから、比較的マラソン経験が豊富で、大阪府に在住の高齢の人に、大阪城でのセントラルフィニッシュは、参加の誘因として捉えられているようである。

- ⑥ 「ランナー盛上げ隊が応援してくれるから」は 57.6% (SF : 24.6%、WF : 33.0%) と、「ランナー盛上げ隊」が誘因として認識されており、昨年の大阪マラソンの魅力調査でも 78.5%の人があげていて、沿道の応援も含めて「応援」が大阪マラソンの大きな魅力といえそうである。このランナー盛上げ隊の在り方については、「3.3)ランナー盛上げ隊という参加」を参照して欲しい。

年代が 20 から 40 代、居住地域が大阪府、大阪マラソン参加回数が 2 回以上、完走時間が 5 時間以上のランナーに、参加の理由としてあげる人が多かった。このことから、大阪マラソンの経験があり、比較的ゆっくりと走る若いランナーにとって、ランナー盛上げ隊の応援は参加の誘因として捉えられているようである。

- ⑦ 『まいどエイド』の給食があるから」は 57.1% (SF : 25.4%、WF : 31.7%) と、大阪市商店会総連盟が提供する大阪マラソンの名物である「まいどエイド」の存在が、「くいだおれ大阪」のイメージを背景として、参加を決定する要因と考えられる。昨年の大阪マラソンの魅力調査でも 73.7%の人があげており、市民ランナーにとって、エイド（給食）は参加の可否を判断する重要な要因となっているといえそうである。

年代が 20 から 40 代、居住地域が大阪府、大阪マラソン参加回数が 2 回以上、完走時間が 5 時間以上のランナーに、参加の理由としてあげる人が多かった。このことから、ランナー盛上げ隊と同様に、大阪マラソンの経験があり、比較的ゆっくりと走る若いランナーにとって、「まいどエイド」の給食は参加の誘因として捉えられているようである。

- ⑧ 「開催日程の都合がよかったから」は 47.6% (SF : 16.9%、WF : 30.7%) と、他のマラソン大会との関係から参加の意思決定の際の考慮事項として、開催日程は外すことはできない。昨年の大阪マラソンに参加しない理由で「開催日程が他のマラソン大会と近接しているから」が 70.6%と高く、一週間前が京都マラソン、一週間後に東京マラソンと都市型市民マラソンが続いて開催されることを考えると、参加の誘因として開催日程は厳しいものがあり、その点で 5 割を切っていると考えられる。

年代が 20 から 40 代、居住地域が大阪府外、大阪マラソン参加が今回初めて、市民マラソン参加回数が 10 回以下、完走時間が 5 時間未満のランナーに、参加の理由としてあげる人が多かった。このことから、大阪府外に在住で、マラソン経験が少なく、初めて大阪マラソンに参加した若い人にとって、開催日程は参加の誘因となる可能性が高いといえる。

- ⑨ 「ホームページや SNS 等での情報発信が良いから」は 47.3% (SF : 13.8%、WF : 33.5%) と、ある程度、参加の誘因となっている。事前に、その大会の情報を得ることで、他の大会と比較することができ、自分の望む大会かどうかを判断することができる。その意味で、情報発信でどれだけ大会の魅力を発信するかが問われるといえよう。

年代が 20 から 40 代、居住地域が大阪府、大阪マラソン参加回数が 2 回以上、市民マラソン参加回数が 10 回以下、完走時間が 5 時間以上のランナーに、参加の理由としてあげる人が多かった。このことから、マラソ

ンの経験は少ないが、大阪マラソンの経験があり、比較的ゆっくりと走る若いランナーにとって、情報発信の良さは参加の誘因となる可能性が高いといえる。

- ⑩ 「記録が出やすいコースだから」は 45.7% (SF : 19.9%、WF : 25.8%) と、参加を決定する要因としてはあまり強くない。ただ「大いに関係している」が 19.9%と多く、市民マラソンにどのような目的で参加するのかということと関係しているといえる。

年代が 20 から 40 代、居住地域が大阪府外、大阪マラソン参加回数が 2 回以上、市民マラソン参加回数が 11 回以上、完走時間が 5 時間未満のランナーに、参加の理由としてあげる人が多かった。このことから、大阪府以外に在住で、市民マラソンの経験も多く、自己記録の更新を目指す若い人にとって、記録の出やすいコースは参加の誘因となる可能性が高いといえる。

一方、大阪マラソンへの参加を決定することに関係のない理由としては、次のような項目があがっている。下位 10 位について解説する（「あまり関係していない」を HR、「まったく関係していない」を NR とする）。そのことは同時に、ランナーに参加してもらうための大会運営の課題と捉えてもよい。

- ① 「参加費がリーズナブル（妥当）な価格だから」が 89.2% (HR : 40.5%、NR : 48.7%) と最も多く、近年の参加費の高騰を反映した結果となった。昨年の大阪マラソンに参加しない理由でも 93.7%と一番多かった。逆に言えば、適切な参加費の設定が、参加を決定する要因になりうるということでもある。
- ② 「ペアやグループなど、参加形態が多様だから」が 88.6% (HR : 35.8%、NR : 52.8%) と多く、参加形態の多様化は、あまり参加を決定する要因にはならないようである。昨年の大阪マラソンの魅力調査でも 41.0%とあまり多くなく、やはりマラソンは、一人で走るという認識が強いのだろうか。
- ③ 「なないろ講習会などのランニングサポートがあるから」が 84.3% (HR : 47.9%、NR : 36.4%) と多く、これについては、多くの大会でサポートしていたり、他のランニング教室などの機会があるので、大阪マラソンを選ぶ要因にならないと考えられる。
- ④ 「多くの海外ランナーが走るから」も 84.2% (HR : 41.3%、NR : 42.9%) と、大阪マラソンを選ぶ要因にはなっていないようである。単に海外ランナーが参加するというのではなく、国際交流ということの特徴とするならば、それなりのイベント等を用意する必要があるだろう。
- ⑤ 「チャリティ（寄付）ができるから」が 74.0% (HR : 39.1%、NR : 34.9%) と、大阪マラソンの参加を決定するまでの要因になり得ていないということである。昨年の大阪マラソンの魅力調査では 65.5%の人が賛同していたが、今回の調査では逆転している。したがって、チャリティを大阪マラソンの特徴とするためには、その意義のアピールとチャリティ団体と一体となって取り組む必要があると考えられる。
- ⑥ 「トップアスリートが走るから」が 73.2% (HR : 37.8%、NR : 35.4%) と、第 10 回大会から「びわ湖毎日マラソン」と一緒になって、トップアスリートの人が多く走るようになったが、そのことが参加の誘因とはなっていないようである。昨年の大阪マラソンの魅力調査では 62.9%の人が賛同していたが、今回の調査では逆転している。
- ⑦ 「大阪に行ってみたかったから」が 70.8% (HR : 34.9%、NR : 35.9%) と、単に大阪への旅行が大阪マラソンへの参加の決定に関わっていないことになる。田園型市民マラソンでは、旅行という要素がある面強いが、都市型マラソンでは、単なる「スポーツ・ツーリズム」として捉えるのは難しいのかもしれない。
- ⑧ 「更衣室やトイレなどの設備が充実しているから」が 69.9% (HR : 36.2%、NR : 33.7%) と、設備の充実は参加の誘因とはなっていないということである。このことは、更衣室やトイレなどの設備が十分ではなく、これらの施設を整備する必要であることを示唆している。
- ⑨ 「他の市民マラソンに比べて当選しやすいから」が 69.6% (HR : 42.0%、NR : 27.6%) と、最近では定員割れ

が出る大会が増えてきたこともあって、大会に選ばれるのではなく、大会を選ぶ状況になっていることを反映している。ちなみに、前年は大阪マラソンでも定員に満たず再募集した。

- ⑩ 「知名度の高いタレントが応援しているから」が 64.8% (HR: 37.9%、NR: 26.9%) と、今回、多くの知名度の高いタレントを応援に起用したが、そのことは参加の誘因にはあまり有効に働かなかったと思われる。それよりも、「沿道の応援」や「ランナー盛上げ隊」の方が、参加の誘因として機能しているといえそうである。

以上のことから、ランナーが大阪マラソンを選んだ理由は、「沿道の応援が楽しいから」、「スタッフやボランティアのサポートが良いから」とランナーを支えてくれる人々のホスピタリティが大いに関係している。また、「会場までのアクセスが良いから」「大阪の名所旧跡を巡るコースだから」「大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから」と、スタートとフィニッシュを含むコースの設定の在り方に参加の誘因がありそうである。さらに、「ランナー盛上げ隊が応援してくれるから」「『まいどエイド』の給食があるから」と、大会側で用意された特徴的な企画も参加の誘因になっている。一方、参加費やチャリティ、トップアスリートや海外ランナーの参加は、大阪マラソンを選ぶ誘因としては弱いことが分かった。

また、大阪マラソンに2回以上参加しているリピーターは、特に、「沿道の応援が楽しいから」「会場までのアクセスが良いから」「スタッフやボランティアのサポートが良いから」「大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから」「ランナー盛上げ隊が応援してくれるから」「『まいどエイド』の給食があるから」を参加の誘因としてあげている。

2) 海外ランナー

海外ランナーの参加希望者が増えてきた。そこで今回、数ある市民マラソンの中で、大阪マラソン 2024 を選択した理由について海外ランナーに訊いてみた。その結果、上位 10 位については、次のような理由が上がってきた（「大いに関係している」を SF、「まあまあ関係している」を WF とする）。これらについて考察する。なお、海外ランナーの特性（年代、マラソン経験、日本の市民マラソン経験、大阪マラソンの参加回数、完走時間）からクロス分析を行ったが、ほとんどの項目で有意差がみられなかった。

- ① 「沿道の応援が楽しいから」が 94.2% (SF: 65.4%、WF: 28.8%) と、日本の参加ランナー (81.2%) と同様に最も強い参加を決定する要因であると答えている。大阪マラソンのユニークな沿道の応援は、海外にも伝わっており、これまでの調査からも同様の傾向がみられる。
- ② 「スタッフやボランティアのサポートが良いから」が 92.6% (SF: 64.6%、WF: 28.0%) と次に多く、日本の参加ランナー (68.1%) 以上に強い参加を決定する要因である。海外のランナーにとって、大阪マラソンのホスピタリティをスタッフやボランティアから直接感じているといえる。
- ③ 「ランナーのマナーが良いから」が 89.0% (SF: 55.0%、WF: 34.0%) と、日本の参加ランナー (40.2%) と違って、いっしょに走るランナーのマナーは、海外ランナーにとって参加を決定する特徴的な要因になっている。このことは、スタッフやボランティアのホスピタリティと同様に、海外ランナーが受け入れられていると感じる重要な誘因となっている。
- ④ 「給食 (エイド) が充実しているから」が 85.6% (SF: 47.2%、WF: 38.4%) と、日本の参加ランナー (57.1%) 以上に、大阪マラソンの名物である「まいどエイド」をはじめとする給食 (エイド) が、参加を決定する要因と考えられる。海外ではあまり経験することがなく、海外ランナーを受け入れる上では、重要な誘因であるといえよう。

⑤ 「申し込み方法が簡単だから」が 85.5% (SF:41.2%、WF:44.3%) と、日本の参加ランナー (45.2%) 以上に、参加のための手続きの簡易性が参加を決定する重要な要因になっている。とりわけ、ネットによる海外からの申し込みについては、時差の関係や文化の違いによってトラブルが起きやすいので、留意が必要である。

⑥ 「海外ランナーの募集枠があるから」は 84.8% (SF:55.2%、WF:29.6%) と、募集枠の設定が、参加を決定する要因となりうる。「大いに関係している」が 55.2%と多いことから、インバウンドの取り込みのための募集枠の拡大を進めていく上で参考になる。



⑦ 「大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから」は 82.8% (SF:45.4%、WF:37.4%) と、日本の参加ランナー (59.3%) 以上に参加を決定する重要な要因になっている。世界の大きな市民マラソンでは当たり前となっているセントラルフィニッシュは、スポーツをした後 (アフター) の楽しみを味わうために必要で、海外ランナーにとっては参加の誘因となる。

⑧ 「会場までのアクセスが良いから」は 82.2% (SF:40.7%、WF:41.5%) と、日本の参加ランナー (71.0%) 以上に土地勘のない海外の人にとっては、参加を決定する要因となる。そのために、交通機関や道路での案内表示、あるいはボランティアによる海外の人のための案内の充実が望まれる。

⑨ 「ランナー盛上げ隊が応援してくれるから」は 80.2% (SF:46.4%、WF:33.8%) と、日本の参加ランナー (57.6%) 以上に参加を決定する要因となっている。しかも、「大いに関係している」が 45.4%と多く、この組織的な応援は海外では珍しく、大阪マラソンのひとつの魅力として海外に発信していく意味はありそうである。

⑩ 「医療等の安全のサポートが充実しているから」は 76.9% (SF:38.1%、WF:38.8%) と、日本の参加ランナー (36.5%) と違って、参加を決定する要因になっている。とりわけ海外の人にとっては、安全のサポートは重要な対応であり、海外で安心して走れることは、リスクマネジメントのうえで選択の基準となりうる。

一方、大阪マラソンへの参加を決定することに関係のない理由としては、次のような項目があがっている。下位 10 位について解説する (「あまり関係していない」を HR、「まったく関係していない」を NR とする)。そのことは、同時に、海外ランナーに参加してもらうための大会運営の課題と捉えてもよい。

① 「ペアやグループなど、参加形態が多様だから」が 50.5% (HR:30.2%、NR:20.3%) と最も多く、日本の参加ランナー (88.6%) ほどでもないが、参加形態によって参加が決定されることはあまりないといえる。

② 「トップアスリートが走るから」が 48.6% (HR:33.5%、NR:15.1%) と、日本の参加ランナー (73.2%) ほどでもないが、海外からの市民ランナーにとって、トップアスリートの存在はそれほど参加を決定する要因にならないといえる。

③ 「チャリティ (寄付) ができるから」が 44.2% (HR:31.0%、NR:13.2%) と、日本の参加ランナー (74.0%) と違って、チャリティは参加を決定する要因となりやすいといえる。その点を考慮すれば、チャリティのために走る「チャリティランナー」が、海外ランナーに開かれていることを検討してもよいのではないだろうか。

④ 「参加費がリーズナブル (妥当) な価格だから」が 38.7% (HR:32.4%、NR:6.3%) と、日本の参加ランナー (89.2%) と違って、ある程度参加を決定する要因となりうる。これは為替のレートにもよるが、世界的な価格からして、それほど高額ではないという認識ではないだろうか。日本の参加ランナーとの差額についても再考する必要がありそうである。

- ⑤ 「更衣室やトイレなどの設備が充実しているから」が37.4%（HR：23.9%、NR：13.5%）と、日本の参加ランナー（69.9%）と違って、ある程度参加を決定する要因となりうる。とりわけ、海外の人にとって更衣室の設備の充実は最低限必要なことであり、改善を望む声も多い。
- ⑥ 「テレビや新聞などのメディアが取り上げるから」は36.0%（HR：28.1%、NR：7.9%）と日本の参加ランナー（62.7%）と違って、ある程度参加を決定する要因となりうる。メディアが捉えることによって、海外に情報発信することができるというメリットがある。
- ⑦ 「記録が出やすいコースだから」は35.2%（HR：26.1%、NR：9.1%）と、日本の参加ランナー（54.3%）と違って、ある程度参加を決定する要因となりうる。海外ランナーに初心者は少なく、その点で記録を目指す人が多いことも関係していると考えられる。
- ⑧ 「多くの海外ランナーが走るから」は31.7%（HR：21.5%、NR：10.2%）と、日本の参加ランナー（84.2%）と違って、参加を決定する要因となりうる。海外ランナーにとっては、自分と同じ状況にある人が多くいることで、疎外感が抑えられ、国際マラソンを走っている感覚を得ることができる。
- ⑨ 「ランナーの参加人数が多いから」は31.6%（HR：24.1%、NR：7.5%）と、日本の参加ランナー（61.8%）と違って、参加を決定する要因となりうる。海外ランナーにとって規模の大きな大会に出ることは、盛り上がる一つの要素となると考えられる。
- ⑩ 「制限時間が7時間だから」は26.1%（HR：18.2%、NR：7.9%）で、「大いに関係している」が47.2%あることから、参加を決定する要因となりうる。制限時間がない大会が海外にはあるが、7時間は海外ランナーにとっては、適切な制限時間と認識されているようである。

以上のことから、海外ランナーが大阪マラソンを選んだ理由は、「沿道の応援が楽しいから」「スタッフやボランティアのサポートが良いから」「ランナー盛上げ隊が応援してくれるから」と日本の参加ランナーと同様、ランナーを支えてくれる人々のホスピタリティが大いに関係している。さらに、「ランナーのマナーが良いから」「医療等の安全のサポートが充実しているから」「給食（エイド）が充実しているから」と海外ランナーが望む大阪マラソンの特徴が参加の誘因としてあがっている。また、「申し込み方法が簡単だから」「海外ランナーの募集枠があるから」と海外ランナーへの対応の良さや「大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから」「会場までのアクセスが良いから」という場所の利便性も参加の誘因となっている。一方、日本の参加ランナー同様、参加費やチャリティ、トップアスリートや海外ランナーの参加は、参加の誘因としては弱いことが分かった。

3) ボランティア

大会を支えるボランティアも減少し、募集に苦勞するのが現状である。そこで、今回、数ある市民マラソンの中で、大阪マラソン2024のボランティアを選択した理由について訊いてみた。その結果、上位10位については、次のような理由が上がってきた（「大いに関係している」をSF、「まあまあ関係している」をWFとする）。これらについて考察すると同時に、ボランティアの特性（年代、申し込み区分、大阪マラソンのボランティア参加回数）との関係をクロス分析から考察する。

- ① 「楽しそうな雰囲気だから」が73.1% (SF:29.2%、WF:43.9%) と、最も強い理由であると答えており、スポーツボランティアの特徴であるボランティア活動を楽しむことが、ボランティア参加の重要な誘因となることを示唆している。

10 から 30 代、大阪マラソンのボランティア参加 2 回以上の人に、ボランティア活動の楽しい雰囲気は、参加の誘因として有効であるという結果であった。



- ② 「開催日程の都合がよかったから」が70.2% (SF:31.0%、WF:39.2%) と次に多く、実際に活動できるかどうかという日程は、ボランティア参加の重要な誘因となるといえる。

年代、申し込み区分、大阪マラソンのボランティア参加回数に有意な差は見られなかった。

- ③ 「大阪が好きで、盛り上げたいから」が68.5% (SF:31.8%、WF:36.7%) と、大阪への地域愛と大会を盛り上げたいという思いが、ボランティア参加の誘因になっている。

40 代以上、大阪マラソンのボランティア参加 2 回以上の人に、大阪を盛り上げる思いは、参加の誘因として有効であるという結果であった。

- ④ 「会場までのアクセスが良いから」が67.9% (SF:32.5%、WF:35.4%) と、ボランティア活動をする場所が交通の便が良く、アクセスしやすいといった具体的な条件が、「大いに関係している」(32.5%) とする人が最も多く、ボランティア参加の誘因となっている。

40 代以上のボランティアに、会場へのアクセスは、参加の誘因として意味があるという結果であった。

- ⑤ 「やりたいボランティア活動があったから」が66.7% (SF:30.7%、WF:36.0%) と、力持ちボランティアなど、大阪マラソン独自のボランティア活動もあり、その多様性がボランティア参加の誘因となっている。

40 代以上で、大阪マラソンのボランティアを経験している人にとって、やりたいボランティア活動があることは、参加の誘因として働くという結果であった。

- ⑥ 「ボランティアの受け入れやサポート態勢が良いから」は51.7% (SF:14.6%、WF:37.1%) と、ボランティア活動をする上で、不安なことや分からなかったことがあった場合、サポートしてくれる体制が整っていることは安心であり、「大いに関係している」(14.6%) とする人は少ないが、ボランティア参加の誘因となると考えられる。

10~30 代、個人での申し込み、大阪マラソンのボランティアは今回が初めての人に、ボランティアのサポート態勢は、参加の誘因として必要であるという結果であった。

- ⑦ 「仲間・知り合いと一緒に参加できるから」は51.2% (SF:32.0%、WF:19.2%) と、ボランティア活動をする上で、同じ体験や同じ思いを持っている仲間は、「大いに関係している」(32.0%) とする人も多く、ボランティア参加の誘因となりうる。

10~30 代、団体での申し込みの人に、仲間・知り合いとの一緒に活動は参加の誘因として働くという結果であった。

- ⑧ 「沿道の応援が楽しいから」は49.2% (SF:16.9%、WF:32.3%) と、5 割を切っており、ランナーとは違って、沿道の応援は、ボランティア参加の誘因とはなり難いといえよう。

40 代以上、大阪マラソンのボランティア参加 2 回以上の人には、沿道の応援は、参加の誘因として働く可能性がある。

- ⑨ 「ランナーの参加人数が多いから」は35.8% (SF:13.4%、WF:22.4%) と、大会の大きさは、あまりボランティア参加の誘因となっていないようである。

大阪マラソンのボランティア参加2回以上の人には、ランナーの参加人数の多さは、参加の誘因として働く可能性はある。

- ⑩ 「他の市民マラソンに比べてボランティアの募集人数が多いから」は35.5% (SF:13.6%、WF:21.9%) と、ボランティアの募集人数はボランティア参加の誘因とはなり得ないといえる。

10～30代、大阪マラソンのボランティア参加2回以上の人には、ボランティアの募集人数の多さは、参加の誘因として働く可能性はある。

一方、大阪マラソンへの参加を決定することに関係のない理由としては、次のような項目があがっている。下位10位について解説する（「あまり関係していない」をHR、「まったく関係していない」をNRとする）。そのことは同時に、大阪マラソンのボランティアに参加してもらうための課題と捉えてもよい。

- ① 「知名度の高いタレントが応援しているから」が79.4% (HR:45.7%、NR:33.7%) と最も多く、このことは、ボランティア活動をする上で、あまり関係していないことから、ボランティア参加の誘因とはならないといえる。
- ② 「多くの海外ランナーが走るから」が76.3% (HR:42.3%、NR:34.0%) と次に多く、海外ランナーの参加の多さは、通訳ボランティアは別として、ボランティア参加の誘因とはならないといえる。
- ③ 「テレビや新聞などのメディアが取り上げるから」が73.6% (HR:42.5%、NR:31.1%) と、ボランティアがメディアに取り上げられることはあまりなく、ボランティア参加の誘因とはならないといえる。
- ④ 「トップアスリートが走るから」が72.4% (HR:39.8%、NR:32.6%) と、市民マラソンのボランティアにとっては、トップアスリートが走る競技性の高い大会は、ボランティア参加の誘因とはならないといえる。
- ⑤ 「チャリティマラソンだから」が72.0% (HR:39.2%、NR:32.8%) と、ボランティアという活動としてのチャリティではあるが、実際に金銭的にチャリティするわけではないので、ボランティア参加の誘因とはならないといえる。
- ⑥ 「大阪の名所旧跡を巡るコースだから」は69.8% (HR:38.9%、NR:30.9%) と、コース上でのボランティアは少し関係あるかもしれないが、観光目的ではないし、コースを走るわけでもないから、ボランティア参加の誘因とはなりにくいといえる。
- ⑦ 「ボランティアに提供されるキャップやウェアが素敵だから」は69.5% (HR:42.7%、NR:26.8%) と、ボランティアグッズはあくまでボランティアであることの制服であるという認識から、ボランティア参加の誘因とはなりにくいといえる。
- ⑧ 「知人や家族が大阪マラソンを走るから」は69.2% (HR:33.8%、NR:35.4%) と、「大いに関係している」の16.1%の人は、実際に知人や家族が走っていると推測されるが、それ以外の人にとっては、ボランティア参加の誘因とはなりにくいといえる。
- ⑨ 「ランナーのマナーが良いから」は68.2% (HR:42.9%、NR:25.3%) と、ランナーに接するボランティアにとってはある面関係しているが、あまりボランティア参加の誘因とはなりにくいといえる。
- ⑩ 「ホームページやSNS等での情報発信が良いから」は66.5% (HR:41.5%、NR:25.0%) と、ボランティア活動に関係する情報は必要だが、これらのランナーに向けての情報発信についてはボランティア参加の誘因とはなりにくいといえる。

以上のことから、ボランティアが大阪マラソンへの参加を決めた理由は、「楽しそうな雰囲気だから」と活動を楽しむことができるかを一番にあげている。「開催日程の都合がよかったから」「会場までのアクセスが良いから」と活動の条件をあげており、「やりたいボランティア活動があったから」「ボランティアの受け入れやサポート態

勢が良いから」と活動内容とそれを実現できるサポート態勢があり、「大阪が好きで、盛り上げたいから」と「仲間・知り合いと一緒に参加できるから」といったお祭りの要素を参加の誘因としてあげている。一方、海外ランナーやトップランナーの参加といったランナーに関することや、チャリティマラソンやコース設定については、あまり参加の誘因とはならないようである。

また、大阪マラソンのボランティアに2回以上参加しているリピーターは、特に「楽しそうな雰囲気だから」「大阪が好きで、盛り上げたいから」を参加の誘因としてあげており、「沿道の応援が楽しいから」「ランナーの参加人数が多いから」「他の市民マラソンに比べてボランティアの募集人数が多いから」も、参加の誘因となっている可能性が高い。

4) 観客

大会を盛り上げる観客の参加は、ランナーにとっても非常に重要な誘因となる。そこで、観客が大阪マラソンに参加するための誘因を探るために、何が大阪マラソンの魅力となっているのかについて複数回答で訊いてみた。その結果、次のような魅力が認められた。また、観客の特性（大阪マラソン観戦回数、同行者）との関係もクロス分析により考察する。なお、以下「前回」とは、2023年の第11回大会のことである。

① 「都会の名所旧跡を巡るコース」が57.8%（前回：61.5%）で昨年同様最も多く、観戦と観光をセットにしたスポーツ・ツーリズムが、ランナーと同じように観客にも重要な誘因となっていることが分かる。ひとりで来られている方の参加の誘因になっているようである。

② 「沿道の観客の応援」が43.8%（前回：42.3%）と次に多く、自ら応援する一方で、他の人の応援も楽しみの一つであるということが分かる。

③ 「大阪城でのセントラルフィニッシュ」が32.1%（前回：32.9%）と昨年同様に大阪マラソンの魅力としてあげており、観戦・応援後の活動がしやすいことが理由となっていると思われる。

④ 「エリート（トップ）ランナーの出走」が16.5%（20.9%）と、第10回大会から多くのエリートランナーが走るようになり、その走りを目の当たりにして、市民ランナーの走りとは違った感動があるもので、魅力としてあげている。大阪マラソン観戦2回以上の経験者の参加の誘因になっているようである。

⑤ 「ボランティアやスタッフの対応」が16.1%（前回：27.4%）と、自分たちへの対応はもちろんのこと、沿道の整理や力持ちボランティアなど、その活動に直接接することで魅力を感じているといえる。大阪マラソン観戦2回以上の経験者で、知り合いの人と来ている観客の参加の誘因になっているようである。



以上のことから、観客は、ひとりで来られている方にとっては、「都会の名所旧跡を巡るコース」が観戦に来る誘因になってると考えられる。「沿道の観客の応援」と「大阪城でのセントラルフィニッシュ」は、観戦者に共通の誘因で、「エリート（トップ）ランナーの出走」と「ボランティアやスタッフの対応」は、大阪マラソンを2回以上観戦する人の誘因になっている可能性がある。

【まとめ】

大阪マラソンが選ばれる大会として、そして、また参加してみたくなる大会であるためには、ボランティアや観客の役割は重大である。これこそが、参加するランナーと市民が創り出す本来の市民マラソンではないだろうか。そのためには、参加するランナーとボランティアや観客が大阪という都市で出会い、その文化に共感することで繋がっていく仕掛けをしていく必要がある。そして、大阪がホスピタリティ溢れる街として再生されることが、大阪マラソンの存在意義ではないだろうか。

2. チャリティへの参加の意識は？

大阪マラソンは当初から、日本では例のないチャリティを個性とする市民マラソンを志向してきた。そのために、大阪マラソンに参加するランナー全員に、2口（1000円）以上の寄付をお願いする独創的なチャリティ制度を展開している。また、7万円以上の寄付を集め、チャリティ団体に寄付することで大会に参加するチャリティランナーを募集している。

しかし、チャリティランナーの申し込みが低調であったり、ランナーに大阪マラソンがチャリティマラソンであるという認識はそれほど浸透しているとは言い難い。

そこで、ランナー及び海外ランナーがどのようにチャリティマラソンを認識しているのか、ボランティアは活動をチャリティと捉え、どう評価しているのかについて調査をした。

また、ランナーの特性（年代、居住地域、大阪マラソン参加回数、市民マラソン参加回数、完走時間）との関係をクロス分析から考察する。海外ランナーの特性（年代、マラソン経験、日本の市民マラソン経験、大阪マラソンの参加回数、完走時間）についてもクロス分析を行ったが、ほとんどの項目で有意な差がみられなかった。

1) ランナー

- ① 大阪マラソンのチャリティ制度で独特の参加ランナー全員に2口以上の寄付をお願いしていることについて、「大変良いと思う」が36.9%、「まあまあ良いと思う」が46.7%と約8割のランナーが2口以上の寄付を肯定的に捉えている。とりわけ、市民マラソン参加が10回以下、完走時間が5時間以上、大阪府に在住している人は肯定的に捉えている傾向がある。つまり、マラソンの初級者で、大阪在住の市民ランナーに支持されているといえそうである。

- ② チャリティグッズの購入については、「なないろチャリティTシャツ」が12.1%（前回：10.8%）と最も多く、次いで「なないろチャリティキャップ」が8.5%（前回：8.7%）で、「ニックネーム入りアスリートビブス」が5.5%（前回：8.1%）であった。

グッズ別にいえば、「なないろチャリティTシャツ」は、完走時間が5時間以上で、参加の満足度が高い人が、「なないろチャリティキャップ」は、50代以上で、大阪マラソン参加が2回以上で、完走時間が5時間以上の人、「チャリティマルチポケットパンツ」(2.5%)は、大阪マラソン参加が2回以上で、市民マラソン参加が10回以下の人が、「ニックネーム入りアスリートビブス」は、大阪マラソン参加が2回以上で、「チャリティウインドブレーカー」(3.4%)は、参加の満足度が高い人が、購入する傾向にあった。

また、「購入しなかった」は73.5%（前回：71.9%）と前回大会と同様に多く、とりわけ、20～30代で、大阪マラソンに今回初めて参加し、完走時間が5時間未満で、満足度の低い人に購入しない傾向にあり、若者向けのチャリティグッズの開発と、チャリティグッズの購入のためのキャンペーン等の工夫が必要であろう。

- ③ 「大阪マラソンでは、自分が支援したい寄附先団体を選び、家族や友人、その団体の活動に共感した人（サポーター）などから7万円以上の寄附金を集めることで大阪マラソンに出場できる「チャリティランナー」を募集しています。この制度について知っていますか。」というチャリティランナー制度について、「今回参加する

前から知っていた」が 49.5%、「今回参加してから知った」が 18.7%とランナーの 7 割近くが認知しているが、「知らない」が 31.9%であり、チャリティランナー制度の認知に課題がみられる。

20～40 代で、大阪府外で、大阪マラソン参加が初めてで、市民マラソン参加が 10 回以下の人に、このチャリティランナー制度への認知が低い傾向にあった。

- ④ チャリティランナー制度の認知度を高め、チャリティランナーでの出場者増加のための取り組みでは、何が必要かを訊いてみた。「チャリティランナー制度の PR」が 45.0%と最も多く、大阪マラソン参加が初めて、市民マラソンが 10 回以下の人が推す傾向にある。次いで「チャリティランナーの特典の PR」が 40.0%で、大阪マラソン参加が 2 回以上の人が推している。さらに、「チャリティランナーの意義の PR」が 37.4%であった。このように、チャリティランナー制度の認知の向上が必要だとしている。また、「寄付先団体の寄付の使い道の明確化」は 36.8%で、50 代以上、大阪府在住の人が、「寄付先団体の活動内容の PR」は 29.2%で、50 代以上の人、寄付先団体の課題を上げる傾向にあった。さらに、「集める寄付金額の低減」は 24.0%で、大阪マラソン参加が 2 回以上の人、「寄付先団体数の増加」は 8.8%で、大阪府在住の人が、チャリティランナーの制度設計の変更が必要であるとする傾向にあった。
- ⑤ チャリティに対する意識や活動の変化については、「寄付先団体の活動を意識するようになった」が 21.8%（前回：15.7%）、「他のチャリティマラソンを意識するようになった」が 16.0%（前回：9.9%）「社会貢献のために資金集めをする意識が高まった」が 13.3%（前回：6.2%）であり、ランナーのチャリティに対する意識や活動の変化が少しずつではあるが現れている。一方、「変わらなかった」が 45.9%（前回：58.9%）であり、前回と比べるとチャリティへの意識や活動の変化は見られているが、課題が残る結果となったといえる。

以上のことから、大阪マラソンが参加ランナー全員に 2 口以上の寄付をお願いしていることについて、約 8 割のランナーが肯定的に捉えていて、特に、マラソンの初級者で、大阪在住の市民ランナーに支持されているといえそうである。チャリティグッズは 7 割強の人が購入しておらず、若者向けのチャリティグッズの開発と、チャリティグッズの購入のためのキャンペーン等の工夫が必要であろう。また、チャリティランナーについては約 7 割の人が認知してはいるが、チャリティランナーで走るということには至らない。そのため、チャリティ制度の PR を積極的に進めることを望んでいる。

2) 海外ランナー

- ① 大阪マラソンのチャリティ制度で独特の参加ランナー全員に 2 口以上の寄付をお願いしていることについて、「大変良いと思う」が 48.3%（ランナー：36.9%）、「まあまあ良いと思う」が 43.2%（ランナー：46.7%）と約 9 割の人が肯定的に捉えており、日本の参加ランナーよりも海外ランナーの方が 2 口以上の寄付を肯定的に捉えている。
- ② チャリティグッズの購入については、「チャリティウインドブレーカー」が 16.2%（ランナー：3.4%）と最も多く、次いで「なないろチャリティ T シャツ」が 14.5%（ランナー：12.1%）、「ニックネーム入りアスリートビブス」が 12.4%（ランナー：5.5%）、「なないろチャリティキャップ」が 11.6%（ランナー：8.5%）であった。また、「購入しなかった」は 53.8%（ランナー：73.5%）と、日本の参加ランナーと違って、多くのチャリティグッズを購入している。大阪マラソンの記念品として購入しているとも考えられるので、海外ランナー向けのチャリティグッズの展開も考えられる。



- ③ 「大阪マラソンでは、自分が支援したい寄附先団体を選び、家族や友人、その団体の活動に共感した人（サポーター）などから7万円以上の寄附金を集めることで大阪マラソンに出場できる「チャリティランナー」を募集しています。あなたはチャリティランナーとして走りたいですか？」という質問に対して、チャリティランナーとして、「走りたい」が12.6%で、「できれば走りたい」が39.6%であり、約5割の人がチャリティランナーとして走りたいと思っている。ロンドンマラソンをはじめとして、海外の市民マラソン大会ではチャリティマラソンである場合が少なくなく、海外ランナーは、チャリティランナーとして走ることに違和感がなく、積極的に海外ランナーのためのチャリティランナー制度を整備してもよいかもしれない。
- ④ チャリティに対する意識や活動の変化については、「チャリティで走ることの楽しさが分かった」が34.7%（ランナー：13.1%）であり、「他のチャリティマラソンを意識するようになった」が31.4%（ランナー：16.0%）、「寄付先団体の活動を意識するようになった」が30.7%（ランナー：21.8%）と、海外ランナーのチャリティに対する意識や活動の変化が顕著である。一方、「変わらなかった」が25.8%と、ランナーの45.9%よりも低いことから、海外ランナーのチャリティ意識の高さが現れている。

以上のことから、大阪マラソンが参加ランナー全員に2口以上の寄付をお願いしていることについて、約9割の海外ランナーは肯定的に捉えている。チャリティグッズは5割近い人が購入しており、大阪マラソンの記念品として購入しているとも考えられるので、海外ランナー向けのチャリティグッズの展開も考えられる。また、約5割の人がチャリティランナーとして走りたいと考えており、大阪マラソンに参加してチャリティ意識の変化もみられることから、チャリティマラソンへの理解があると考えられる。

【まとめ】

普段の生活でチャリティになじみがあり、あるいはチャリティランナーの意図を理解している海外ランナーを対象として、チャリティマラソンを展開していくことで、逆輸入的に日本の参加ランナーにも広がっていくことが期待される。

3. 大阪マラソンを支えるという参加は？

大阪マラソンを運営していく上で、それを支えるボランティアと観客とランナー盛上げ隊はなくてはならない存在である。そこで、この方々の参加状況を把握して、大阪マラソンに参加していただくための方策について検討する。

1) ボランティアという参加

今回、ボランティアの募集に当たって、大変苦労した。そこで、大阪マラソンのボランティアとして参加してもらうためには何が必要かについて探ってみた。

大阪マラソン以外のボランティア活動の参加の有無について、「地域活動」が32.7%（前回：33.5%）と多く、地域でのボランティア経験が大阪マラソンのボランティアに繋がっている。また、「他のマラソン大会」が26.5%（前回：33.1%）、「マラソン大会以外のスポーツイベント」が18.4%（前回：23.3%）から、スポーツボランティアの経験がベースとなっている。



今回を含めた大阪マラソンへのボランティア参加経験は、今回が初めてとなる「1回」が42.9%と、前回の44.2%

よりも減少している。一方2回以上の参加者が57.1%と、前回の55.8%から増加していることから、今回も大阪マラソンのボランティアはリピーターが増加したと見てよい。

ボランティアの募集を知った情報について、「ホームページ」が42.0%（前回：45.0%）と最も多く、広報活動に有益であると考えられる。また、「メール等直接のお知らせ」が21.0%と、前回の21.3%よりあまり変わりがないうことから、直接お知らせ等を送る方法も有益であることが考えられる。

ボランティアの活動内容については、「コース沿道整理」が40.0%（前回：45.0%）、「ランナー受付」が28.9%（前回：31.0%）、「手荷物預かり・返却」が28.0%（前回：22.9%）、「ランナーへの給水」が24.5%（前回は実施されず）と、ランナーと直接触れ合えるところでのボランティアの回答が多かった。

そのボランティア活動内容の満足度について、「大変満足した」が30.0%（前回：38.3%）、「まあまあ満足した」が56.8%（前回：53.5%）と、前回大会と同様に9割近くの人がボランティア活動の内容に満足している。

ボランティアのスタッフによるサポートについて、「良かった」が31.2%、「まあまあ良かった」が44.0%と、8割近くの人が良かったとしている。一方、24.8%の人が良くなかったとしているため、その内容を把握し、改善していく必要もあると考えられる。

ランナーとの交流について、「できた」が29.4%（前回：21.7%）で、「まあまあできた」が35.2%（前回：38.9%）と、昨年よりも多くのボランティアがランナーとの交流ができたとしている。一方で、35.4%のボランティアはランナーとの交流ができておらず、活動内容も含めて再考することが望まれる。

ボランティア同士の交流について、「できた」が40.6%（前回：36.7%）、「まあまあできた」が39.9%（前回：44.4%）と、前回大会と同様に8割近くの人が交流することができたとしている。ただ、2割近くの人ができなかったとしており、ボランティア活動の内容にもよるが、ボランティア同士の交流ができる場を工夫することが望まれる。

チャリティマラソンとしての大阪マラソンでは、ボランティア活動もチャリティと捉えている。そのことについて、「その通りだと思う」が47.3%（前回：45.6%）、「まあまあそうだと思う」が44.6%（前回：41.8%）と、前回と同様に9割近くの人が同意している。

ボランティアの参加目的の理由では、「ランナーの役に立ちたかったから」が51.4%（前回：44.2%）、「大会を盛り上げたかったから」が36.5%、といった公益的な理由が多く、大阪マラソンが公益性の高いボランティア活動であると認識されているようである。一方で、「スポーツボランティアをしてみたかったから」が37.0%（前回：37.5%）、「思い出や記念になるから」が32.9%（前回：28.4%）、「いろいろな人と出会いたかったから」が28.6%（前回：29.8%）といった私益的な理由もある。そして、ボランティアを経験した評価としては、「ランナーの役に立てた」という公益的評価が51.6%（前回：43.0%）で最も多く、次いで、「思い出や記念になった」という私益的評価が50.8%（前回：47.1%）となっている。その点で、大阪マラソンのボランティア活動は、公益私益のバランスが、よくとれていると考えられる。

以上のことから、大阪マラソンのボランティアは、地域活動とスポーツ関連のボランティアを経験しており、6割以上がリピーターである。ランナーと直接触れ合えるところでのボランティア活動が多く、その内容に9割近くが満足している。さらに、そのサポートやボランティア同士の交流についても8割近くの人が満足している。また、ボランティア活動もチャリティだとする考え方に約9割の人が賛同していて、その参加目的・評価についても、公益性と私益性のバランスのとれたものとなっている。

2) 観客という参加

今回は、雨天にも拘らず、多くの観客の姿を見ることができた。その観客の参加要因について探ってみた。

居住地は、「大阪市」が 23.3%（前回：33.0%）、「大阪府（大阪市以外）」が 29.7%（前回：33.9%）、「その他」が 47.0%（前回：33.0%）となっており、大阪府以外の参加者が増えてきている。

大阪マラソンの観戦の参加回数については、「今回が初めて」が 60.3%（第 9 回大会：48.2%）であり、約 6 割の人が初めての参加であった。一方、「2 回以上」が 39.7%であり、少なからず大阪マラソンの観戦のリピーターが存在する。

応援の同伴者について、「家族・親戚」が 45.9%（前回：44.6%）であり、「ひとり」が 29.3%（前回：25.8%）、「友人・知人」が 16.7%（前回：21.7%）と、前回から変化はあまり見られない。

大阪城でのセントラルフィニッシュによって、観戦・応援を終えた後、ランナーと、あるいは応援仲間と一緒に活動する機会が増え、53.0%（前回：46.2%）の人が観戦・応援後の活動として飲食をあげている。一方、観光が 15.3%（前回：25.6%）、「買い物」が 9.6%（前回：22.2%）と、飲食以外の活動が以前より減少しており、「帰宅」が 37.8%（前回 22.6%）と増加していることから、観客による経済効果が減少している可能性がある。

観戦・応援の目的としては、「家族や知人を応援したかった」が 56.2%と最も多く、次いで「市民ランナーを観戦・応援したかったから」が 27.3%と、大阪マラソンファンもいて、観客として重要な役割を果たしている。一方、エリート（トップ）ランナーを観戦・応援したい人は、15.7%とあまりなく、市民マラソンとしての大阪マラソンを観戦・応援するという傾向にある。

以上のことから、観客は大阪府以外の参加者が増えてきている。少なからず、大阪マラソンの観戦のリピーターが存在する。同伴者は「家族・親戚」が 5 割近く、「ひとり」が 3 割近くである。大阪城でのセントラルフィニッシュによって、観戦・応援を終えた後、ランナーと、あるいは応援仲間と一緒に約 5 割の人が飲食に行っている。観戦・応援の目的としては、「家族や知人を応援したかった」が 6 割近くで、「市民ランナーを観戦・応援したかったから」が 3 割で、同伴者の形態と相関があるといえる。

3) ランナー盛上げ隊という参加

「ランナー盛上げ隊！」とは、様々なパフォーマンスでランナー達に熱い応援を届け、多くのランナーから「元気が出ました！」「おかげで完走できました！」と第 1 回大会から毎年好評をいただいている沿道応援イベントである。今回は、コース沿道の各会場から、37 組ものパフォーマーが、テーマカラーを使った“なないろ”応援でランナーに熱い応援を届ける（HP より）。そこで、ランナー盛上げ隊の在り方を検討するため、今回参加の 5 つの団体にインタビュー調査を行った。その結果について報告する。



①大阪マラソン 2024 に応募した経緯と理由

- ・ 最初にメンバーが大阪マラソンで盛上げ隊を募集していることを知り、他のマラソンと違ってスタートからゴールまで 100 団体が応援するというのが面白いと思って応募しました。
- ・ カントリーダンスをしているメンバーが地域で大阪マラソンのボランティアをしていて、ランナー盛上げ隊というボランティアがあるけど参加してみないかという話をいただきました。そこで、みんなと相談して参加することにしました。
- ・ 一昨年京都マラソンの応援に行き、マラソンを応援するのが楽しいという経験があったので、今回、大阪マラソン 2024 に参加することにしました。

- ・ 地域貢献のためのチアという考え方なので、「元気配達便」と名付けて、地域のイベントに参加しています。大阪マラソンへも「マラソンで大阪を元気にする」という理念に共鳴して参加しました。
- ・ 千日前道具屋筋商店会で「よさこい」のグループがありまして、大阪市商店会総連盟からの依頼で、第1回目から大阪マラソンのランナー盛上げ隊として、大阪市役所前で演舞をしています。

②大阪マラソン盛上げ隊に参加することによる団体の利点及び変化

- ・ 大阪マラソンではランナーから声をかけてくれるので、一瞬ではあっても反応があるのが嬉しいです。
- ・ 盛上げ隊のパフォーマンスをすることで、ランナーから手を振ってもらったり、ハイタッチをしてもらうことで、逆に元気をもらっています。
- ・ 普段しているパフォーマンスでは、見てもらっているだけですが、ここでは応援としてパフォーマンスをしているので、ランナーの役に立っているという実感があるのが嬉しいです。
- ・ これまでは、ステージでチアを披露する活動が多かったのですが、大阪マラソンでの応援は、本来の在り方だと思います。
- ・ 止まって手を振ってくれたり、一緒に踊ってくれる人がいたりして、こちらの思いが届いていて、それに反応してくれているのが嬉しいです。
- ・ 大阪を代表する市民マラソンにチアリーダーとして参加できるということの誇りのようなものが芽生えてきました。
- ・ パフォーマンスをじっくりとみてもらうことはできませんが、元気を出してもらえるのがチアの本来の使命ではないかと思っています。
- ・ メンバーからは、大阪マラソンにランナー盛上げ隊として参加できていること自体が嬉しいという声があります。
- ・ 前のグループは吹奏楽だったので、その演奏にそって踊ったり、後は「よさこい」だったので、私たちのチアに「鳴子」で協力してくれたり、他のグループとの交流は楽しいですね。

③ランナー盛上げ隊の課題と改善点

- ・ コロナの前は、多くの場所で盛上げ隊が展開されていましたが、今回4箇所しかないというのは寂しいなと思います。もっと応援のスポットが増えると盛り上がるのではないかと思います。
- ・ ランナー視点からいうと、4箇所だけではなく、もっと散らばって応援ができた方が良いと思います。
- ・ 応援の場所の設定が、歩道を挟んであるので、ランナーとの距離が遠いと思います。かつてはもっとランナーと距離が近くて、一体感を味わうことができたと思います。
- ・ 今日場所は、ランナーと離れていたもので、ちょっと一体感を感じることは難しかったです。これまでは、ハイタッチができる距離にあったので、良かったです。
- ・ ランナーと応援している場所が離れていたもので、コミュニケーションがとりにくかったですね。駐車場で応援していたのですが、その前に歩道があって、観客の人がわれわれの前にいる状況だったので、ランナーから遠いなという感じでした。
- ・ これまでは、ランナーとハイタッチができる距離だったのですが、それができなくなりました。
- ・ コースが変わって、大阪市役所の向かいの日本銀行側をランナーが走るようになって、とても遠くになりました。
- ・ 今回の雨という事態で、事前の準備不足を感じました。
- ・ 今回は、大会が始まって以来、初めて雨が降ったので、その対応が不十分だったと思います。だいぶん前

から天気予報で雨が予測されていたにもかかわらず、その準備が足らなかったと思います。

- ・ この場所（クリスタルタワー）は、ゴールに近いので、皆さん疲れていることもあると思いますが、ゴールしか見えないようで、あまり見てもらえないようなのがちょっと残念です。
- ・ 今回の大阪マラソンでは、マイクを使えなかったので、ランナーに声を届けることができなかったのが残念でした。
- ・ 京都マラソンでは、ランナーで出場していたメンバーが戻ってきたときに、もう一度応援する時間をくださったので、フィニッシュしたメンバーから「私もゴールしましたよ」とマイクで声をかけて、ランナーを元気づけていました。
- ・ 更衣室がなくて、テントがあるだけで、着替えるのが難しかったし、トイレもなくて駅まで行かなくてはならなかったので、近くのレンタルスタジオを借りました。こんな設備は用意して欲しいと思いました。
- ・ 盛上げ隊の応援の場所が、ところによって狭かったり、段差があったり、ランナーにパフォーマンスを十分にみてもらえなかったり、声が届かない場所だったりするので改善して欲しいのと同時に、事前にそういう状況を知らせて欲しいと思います。
- ・ 観客が少なくなっています。以前は、市役所前はチャレンジランのゴールでもあったので、多くの方がいらっしゃったのですが、今は、とても寂しくなっています。
- ・ 市役所前は7.3Kmのところですから、ランナーがあつという間に通り過ぎ、30分から40分程度で演舞が終わってしまうので、物足りなさがありますね。
- ・ 大阪を拠点として活動していて、応援してくださる方も多いので、なんとか参加して、大阪にお返ししたいと思っているので、みんなが参加できるように対応を考えて欲しいと思います。
- ・ 沿道で見て下さったり、観客席で見てくださったりしていると、われわれのパフォーマンスを最後まで見てもらえますが、ランナーだと一瞬で通り過ぎるので、反応をいまいち感じる事ができないですね。

④大阪マラソンの在り方についての課題と改善点

- ・ 応援が途切れることがなく続いて、次の応援を楽しみに走るという「応援巡り」のような楽しみ方があっても良いのではないのでしょうか。盛上げ隊を分散して、それぞれのパフォーマンスの時間を長くしたり、何回か出演したりすれば良いのではないのでしょうか。
- ・ 「応援賞」を設けるのはどうでしょうか。応援する側にも励みになると思います。
- ・ 応援する側からいえば、大阪マラソンの開催日は秋の季節がベストですね。景色も良いし、観光する方も多い時期なので、多くの人にパフォーマンスをみてもらえると思います。
- ・ 夏は天神祭りで、秋冬は大阪マラソンというようになればいいですね。もっと市民の方を巻き込める大会になれば良いなと思います。
- ・ ランナー盛上げ隊は、若い人が多いように思います。もっと中高年の人が参加できるようにして、高齢化対策のひとつとして、この盛上げ隊を位置づけてはどうでしょうか。
- ・ どこで応援するのかという地域も含めて、応援の場所についても再考して欲しいです。
- ・ テレビで特番を組んだりしてメディアの露出が多かったと思いますが、大阪マラソンの本来の目的や理念、つまり大阪を元気にする市民のための市民のお祭りといったことが、語られていないような気がしました。
- ・ 大阪マラソンでしか味わえない魅力とは何かを打ち出していく必要があると思います。例えば、われわれが市役所前でランナーの応援が終わってからも、よさこいのイベントをして、お客さんを集めるということもできるのではないかと思います。
- ・ 大阪の観光地を走るコースにすれば、応援するお客さんも観光地で応援できるので良いのではないでしょ

うか。

以上のことから、盛上げ隊に参加してもらうためには、パフォーマンスが十分にできる場所の整備が必要であり、また、ランナー目線からも、拠点がコースに散らばっている方がよく、それにより各団体が数回の公演をすることも可能である。さらに、ランナーとの距離はハイタッチなどができるくらいに近くが良く、そのことで、観客を巻き込んでパフォーマンスをすることが可能となる。

【まとめ】

ボランティア、観客、ランナー盛上げ隊は、大阪マラソンにはなくてはならない存在である。だから、参加してもらうためには、それぞれの活動を楽しめるように状況を整えるとともに、大阪マラソンならではの創造的な企画を展開していく必要がある。その意味で、企画の段階から一緒に考えていける場を用意することが望まれる。

4. 大会運営の改善点は？

大阪マラソンが選ばれる大会になるためには、大会運営の在り方について、参加者の活動や要望に応じて、改善に取り組む必要がある。そこで、大阪マラソンに参加するランナー、海外ランナー、ボランティア、観客がどのような活動をし、どのような要望を持っているのかを調査した。なお、大会運営に関する自由記述の分析は、テキストマイニングによる頻出語の分析及び階層的クラスタの分析を行い、そのクラスタで代表的な記述を記載した。なお、観客については自由記述に書かれたものを分類し、代表的なものを記載した。

1) ランナー

大阪の滞在日数については、「日帰りで参加」が 62.8%（前回：65.8%）と最も多く、次いで、「前泊し2日間滞在した」が 19.7%（前回：20.0%）であった。一方、「3日以上滞在した」が 16.5%（前回：13.3%）と前回よりも増加しており、今年は、3連休となったので、長期間滞在した人が増えたと考えられる。

大阪マラソン以外の活動について、「大阪マラソン EXP02024 を楽しんだ」が 66.4%（前回：58.0%）と最も多く、次いで「大阪名物を飲食した」が 27.9%（前回：25.0%）、「買い物（お土産など）をした」が 22.4%（前回：19.0%）であった。また、「何もしなかった」は 19.7%（前回：25.8%）で、前回と比べて、大阪マラソン以外の活動は活発に行われているといえる。

大阪滞在中のたまかな出費については、「1万円未満」が 49.5%（前回：58.0%）と最も多い割合を占めているが、「1万円以上3万円未満」が 20.3%（前回：18.8%）、「3万円以上5万円未満」が 10.4%（前回：10.7%）、「5万円以上」が 19.8%（前回：12.5%）となっており、前回よりも経済効果があったといえる。

上記の出費を内容別に集計し、その割合を算出すると、次のような結果となった。

- ・ 「往復の交通費」は、「5千円未満」が 61.0%（前回：68.6%）と最も多く、次いで「2万円以上5万円未満」が 17.6%（前回：14.4%）となっており、近県からの参加者の多さを反映している。
- ・ 「宿泊費」は、「1万円未満」が、7.2%（前回：11.5%）で、「1万円以上2万円未満」が 11.2%（前回：10.4%）となっており、一泊二日と二泊三日に対応している。
- ・ 「物販購入費」は、「5千円未満」が 32.3%（前回：35.9%）と最も多く、「5千円以上2万円未満」が 29.0%（前回：22.8%）となっており、2万円未満に抑える傾向にある。



- ・ 「飲食費」は、「5千円未満」が39.5%（前回：42.0%）と最も多く、「5千円以上2万円未満」が、29.5%（前回：26.2%）となり、大阪での滞在時間が関係している。
- ・ 「施設入場料」は、「5千円未満」が8.7%（前回：8.9%）となっており、出費は少ない。

このように主な出費は、「交通費」、「物販購入費」、「飲食費」となっている。

大阪マラソン DESSE2024 の活用について、「知らなかった」が51.7%と最も多く、「活用しなかった」が37.2%であり、9割近くの方が活用していなかったことがわかる。今後、運用していただくためにも認知度を高め、活用人数を増やしていく必要がある。

大会への同伴者については、「同伴者なし」が40.5%（第9回大会：56.5%）と最も多い、次いで「マラソン仲間」が33.3%（第9回大会：10.1%）、「家族・親族」が30.7%（第9回大会：25.4%）であった。第9回大会と比べて、ランナーの同伴者の数が増えていることが分かる。

大阪マラソン2024に「満足した」が38.6%と前回の42.0%より減少し、「まあまあ満足した」が42.7%と前回の38.2%より増加し、全体的に81.3%と満足度が高く、前回の80.2%に比べて増加している。

これをうけて、来年の大阪マラソン2025への参加意欲は、「ぜひ参加したい」が47.2%と前回の46.6%より増加し、「できれば参加したい」が38.0%と前回の34.8%より増加し、全体的には85.2%と多くの方が次回への参加を希望しており、前回の81.4%よりも増加している。

自由記述では、このような高い満足度や次回への参加意向につながっていると思われる声も多くみられる一方、運営上の課題の指摘も散見された。

<大会に関する自由記述の分析>

① スタッフとボランティアに感謝

- ・ 寒空の下で雨にも関わらず、多くのスタッフの方やボランティアの方から気持ちよく対応して頂いたおかげで完走できました。
- ・ 今年も沿道の応援やボランティア・スタッフの皆さんの献身ぶりにただただ感謝です。
- ・ 雨の中、ボランティアおよび運営の方々のおかげで無事楽しく走ることができました。
- ・ 悪天候の中スタッフ、ボランティアの方々には大変お世話になりありがとうございました。感謝しかありません。娘と一緒に走れて楽しかったです。

② ランナー目線での運営

- ・ 去年参加して感じた、ランナー受付、導線、給食、トイレなどの問題点が大きく改善されていて、素晴らしい大会だったと思いました。
- ・ 開催時期を京都マラソンや東京マラソンといった、大きなマラソン大会と間を空けられると、より参加者が増え、大阪マラソンの注目度を上げることができるのではないかと思います。
- ・ 大会規模、参加人数からしてコース幅が狭いと感じました。
- ・ せっかく素晴らしい大会ですのもう少しランナー目線で運営をしてほしいと思いました。
- ・ もっと一般ランナーのマナー向上は呼びかけても良いと思う。
- ・ 当日、運営の人たちは、現地がどうなっているのか見てないですよ。運営の方で実際に走っている方がいないのではないですか。速いランナー、遅いランナーの目線と一緒に立って見てないのではないですか。

③ スタートまでの導線と案内

- ・ スタート前の野球場の導線（誘導）が悪く、逆行者の影響で、ほとんど前に進めなかった。
- ・ 朝の荷物預け付近の導線を一方通行にするなどして明確にするとよいと思った。
- ・ 手荷物預ける場所の案内が分かりにくく、困惑している方が多い印象だったため、もう少し案内板がある

とわかりやすいと思った。

- ・案内もしっかりしていて競技に集中しやすかったが、スタートブロックや手荷物置き場の立て看板が少なく、行き先に困ることがあった。
- ・ブロックに向かうまでも大変混雑しました。公園内の景観が似ているため、地図を所持していても現在地が分かりにくいです。

④ トイレ・給水等の設備について

- ・昨年は給食量が少なく、給食ステーションも撤去され一口も給食を食べることが出来ず後半はスタミナ切れに陥りましたが、今年は給食量や種類も多くとても満足しました。
- ・今回は給食、給水の量が充実していて遅いランナーにも比較的行き渡っていたと思う。
- ・今回、色々な美味しいものを食べることが出来て、とても満足しています。トイレの数が少なく感じたので、もう少し箇所あたりの個室を増やすか、トイレの設置間隔を短くしてほしい。
- ・スタート地点のトイレが少なすぎる。
- ・お手洗いの混雑緩和をお願いしたいです。
- ・トイレの空き情報がリアルタイムで知れると便利。
- ・給水場所が、近くならないと分かりにくい。もう少し手前に表示があると助かります。

⑤ 荷物預け

- ・各所に荷物を預けるところが散らばっているので、走るところまで遠かった。
- ・預けた荷物も雨晒しなのは気になる。
- ・荷物を預ける、取り出す段取りが悪すぎてかなり体が冷えてしまった。
- ・荷物預け場所が野球場という事もあり、ドロドロでシューズが汚れて最悪でした。
- ・荷物を預ける場所が非常に悪く、その場所から出るのにだいぶ時間がかかった。

⑥ 雨対策

- ・雨天時の対策が不足しているように感じた。
- ・雨天時の対策（飲み物や食べ物が雨に晒されて不衛生、城公園内の移動時に雨に濡れたズブズブの地面を歩いたのでランニングシューズや靴下が濡れてモチベーション低下など）引き続きよろしくをお願いします。
- ・雨天時の対応の反省を次回以降に再考して欲しい。

⑦ 更衣室

- ・今回女子の更衣室は大阪城ホールになりとても良かったです。
- ・更衣室の設置はありがたいが、仮設テントを更衣室として運用するには利用人数に対して非常に狭く感じた。
- ・男子の着替えは屋外のテントであり、雨の大会となった中で着替えのためにテントに入るにも外で並ぶ必要があり、酷であると感じました。着替えをどこにするかは、天気予報が出る遥か前から決まっていたと思われませんが、悪天候の場合どうするか検討はされていたのか疑問に感じます。
- ・男子更衣室が狭すぎて、ブルーシート1枚のみのため、ゆっくり着替えができなかった。もう少し更衣スペースを充実させて欲しいです。
- ・男性更衣室での雨が降り濡れて凍えている中で着替え待ちが辛かったです。女性は大阪城ホールで男性は屋外と、ちょっと対応に差を感じます。もう少し男性更衣室のテントを増やして欲しいです。
- ・近年、2月末から3月にかけて冷え込みと悪天候になりやすい傾向にあるので、(更衣室が)屋外だとゴール後に体が冷えてしまうので暖がとれる屋内に設置していただきたいです。
- ・男性も大阪城ホールで着替えさせて欲しいです。

以上のことから、今年のランナーの傾向は、連休があったため、滞在時間が長く、飲食や買い物などの大阪マラソン以外の活動が活発で、その分、経済効果があったといえる。ただ、大阪マラソン DESSE2024 は約9割の人が活用しなかったことから、認知度を高める必要がある。同伴者は、家族・親族、マラソン仲間が増加した。約8割の人が大阪マラソンに参加したことに満足し、来年も参加したいとしている。

大会の運営については、スタッフ・ボランティアに感謝する一方で、ランナー目線での運営を望んでおり、スタートまでの導線や案内の改善、トイレの設備の改善、雨対策を含めた荷物預かりや更衣室の改善があがっている。ただ、「まいどエイド」等の給食については、好評であった。

2) 海外ランナー

大阪の滞在日数については、「5日」が25.8%（第9回：28.6%）と最も多く、次いで、「6日」が19.8%（第9回：19.8%）、「4日」が17.5%（第9回：22.4%）であった。一方、「3日以下」が13.6%（第9回：11.3%）と第9回よりも増加しているが、長期間の「スポーツ・ツーリズム」として大阪マラソンに参加している傾向にある。

大阪マラソン以外の活動について、「大阪名物を飲食した」が88.8%（第9回：86.5%）と最も多く、次いで「買い物（お土産など）をした」が88.2%（第9回：79.4%）、「大阪マラソン EXPO2024 を楽しんだ」が84.1%（第9回：77.8%）、「大阪市内観光をした」が81.0%（第9回：79.0%）であった。一方、「何もしなかった」が0.8%（第9回：0.8%）であり、大阪マラソン以外の活動が活発に行われており、インバウンドによる一定の経済効果があったといえる。



大阪滞在中の大まかな出費については、「20万円以上」が60.5%（第9回：16.8%）と最も多い割合を占めており、「10万円以上20万円未満」が27.2%（第9回：36.4%）であることから、「10万円以上」の出費は、87.7%（第9回：53.2%）と、第9回よりも経済効果があったといえる。

上記の出費を内容別に集計し、その割合を算出すると、次のような結果となった。

- ・ 「往復の交通費」は、「10万円以上」が28.0%と最も多く、次いで「5万円以上10万円未満」が22.8%となっており、円安が影響しているとみられる。
- ・ 「宿泊費」は、「5万円以上10万円未満」が34.1%で、「2万円以上5万円未満」が30.3%、「10万円以上」が25.5%となっており、滞在日数が長いことから、妥当な金額であると考えられる。
- ・ 「物販購入費」は、「10万円以上」が36.032.3%と最も多く、「2万円以上5万円未満」が22.6%「5万円以上10万円未満」が21.5%となっており、お土産等の購買意欲は高いといえる。
- ・ 「飲食費」は、「2万円以上5万円未満」が40.6%と最も多く、「5万円以上10万円未満」が、22.2%となり、大阪での滞在時間の長さが関係している。
- ・ 「施設入場料」は、「5千円未満」が16.7%となっており、出費は他と比べると少ない。

このように主な出費は、「交通費」、「宿泊費」、「物販購入費」、「飲食費」となっている。

大阪滞在中に感じた改善点について、「ない」が53.3%と最も多く、過半数の海外ランナーが改善点はないと捉えている。一方、「情報に関すること」が17.0%と、他の項目よりも多いこともあり、情報を分かりやすく伝えることに課題があると考えられる。

同伴者について、「家族・親族」が52.8%（第9回：40.4%）で最も多く、次いで「マラソン仲間」が45.8%（第9回：20.3%）、「知人・友人」が44.2%（第9回：25.5%）であった。第9回よりも同伴者の人数が増えていること

から、大阪マラソンへの経済効果も望めると思える。

大阪マラソン 2024 に「満足した」が 52.0%と日本の参加ランナーの 38.6%よりも高く、「まあまあ満足した」が 31.8%と日本の参加ランナーの 42.7%よりも低い、「満足した」と「まあまあ満足した」を合わせると 83.8%の人が満足しており、日本の参加ランナー同様、満足度は高いことが分かる。

来年の大阪マラソン 2025 への参加希望に関しては、「ぜひ参加したい」が 38.1%と日本の参加ランナーの 47.2%よりも低く、「できれば参加したい」が 44.3%と日本の参加ランナーの 38.0%よりも高いことがわかった。「ぜひ参加したい」と「できれば参加したい」を合わせると 82.4%と多くの人が次回への参加を希望しており、日本の参加ランナー同様、参加意欲は高いことが分かる。

ちなみに、2025 年大阪・関西万博への来場意欲は、「ぜひ参加したい」が 27.8%、「できれば参加したい」が 51.7%と、8 割近くの海外ランナーに来場意欲がある。

自由記述では、運営に対する評価とともに、課題も指摘されている。

<大会に関する自由記述の分析>

① 手荷物預かりの場所

- ・ 今年手荷物預かりエリアの運営が非常に悪かったです（私はゾーン A にいました）。
- ・ 公園の手荷物預かりエリアや入り口が雨のせいでひどいぬかるみになってしまいました。そのエリアでの経験は本当にひどかったです。

② 手荷物預かり等の案内

- ・ 終了後、家族や友人との集合場所をより明確に指示してほしいです。
- ・ 荷物預かりの導線を明確に表示してほしいです。
- ・ 開始 2 時間前に会場に到着しても荷物を預ける場所が見つかりませんでした。明確な指示はなく、スタッフやボランティアも正確な場所を知らなかった。
- ・ 手荷物預かりエリアの指示が海外ランナーにとって明確ではないことです。例えば、会場の正確な位置、最寄りの駅についてです。最終的に適切な場所に到着するまで、5 人ほど尋ねなければなりません。
- ・ 荷物受け取りについて、ボランティアは、ランナーのさまざまなグループに対応する手順に慣れていませんでした。私は行ったり来たりさせられました。

③ 英語の情報

- ・ 素晴らしいイベントですが、英語での詳しい情報提供が必要です。
- ・ 海外ランナーには英語のガイドブックを提供すると助かると思います。
- ・ 英語でのソーシャルメディアの更新がもっとあれば良いと思います。公式ウェブサイトには日本語の情報がたくさんあるのに、海外ランナー向けの英語の情報が限られていることに気がきました（例えば、公式修了証明書のダウンロード先やタイミングの情報が英語で記載されていません）。英語に翻訳されていない情報もあるため、すべての情報を英語版で提供していただくと非常に助かります。

④ 大会の印象

- ・ この素晴らしいイベントの主催者、ボランティア、イベント参加者、そして地元の人々に感謝したいと思います。近いうちにまたお会いできることを願っています。大阪マラソンが大好きです。
- ・ 素晴らしいランニングイベントです。将来的には、世界の主要なマラソン大会の一つになることを期待しています。
- ・ 素晴らしいマラソンです。市民が熱心に参加し、大阪という街の結束力を十分に体現しています。この状態を維持してください。

⑤ トイレの設備とランナーの混雑

- ・ トイレが足りません。列が長すぎました。ずっと列に並んでいると体温が下がり、低体温症などを引き起こしやすい状況にありました。
- ・ 行列が非常に長く、ランナーが用を足すタイミングや士気に影響を与えたため、コース沿いにもっと多くの携帯トイレを設置する必要があります。
- ・ 多数の参加者に対して十分な開始グループがありませんでした。他のランナーを邪魔しないように気をつけながら、最初の数キロはペースを掴むのに苦労しました。グループ分けは悪夢でした。
- ・ 何千人以上のランナーが泥だらけの土地を横断するのに、狭い木製の通路が1つしか用意されていない理由がわかりませんでした。
- ・ 日本の市民グループがロール状に走り、後続のランナーをブロックしてスピードを上げました。とてもひどかったです。

⑥ コースと雨対策

- ・ ぬかるみの地面はランナーたちのパフォーマンスにも影響を及ぼしました。
- ・ 大会のコースは記録を破りやすいものの、途中の景色が単調で退屈であり、折り返し地点が多すぎます。
- ・ 現在の終点には出口が二つあり、ゴール地点で選手たちを待つ家族を困らせます。終点ルートをもっとよくデザインしてください。
- ・ 完走後の着替えは、やはり屋内で行いたいです。42キロを走り終えた後、屋外での着替えは本当に疲れます。
- ・ 雨や風の強い日に、ランニング後の着替えのためにテントを張るのは本当に最悪です。
- ・ 大阪城に行くための別の道を見つけましたが、係員はその方向には通さしてくれず、ドロドロでしたの道に行くよう指示されました。

⑦ 運営全般について

- ・ 大阪市民は非常に情熱的で、もてなしの精神があり、レースは歓声と笑いに満ち、市民はランナーを応援することに熱心で、天候が望ましくないにもかかわらず、レースを本当に楽しめました。
- ・ 大阪の人々はランナーをとっても応援しています。彼らは沿道で私たちに声援を送ってくれました。大会は上手く運営されていました。
- ・ 私がこれまで参加した中で最高のマラソンイベントの1つでした。レースも EXPO も本当に楽しかったです。
- ・ 寒くて濡れていると、間違いなくランニング体験が楽しくなくなります。そのため可能であれば、暖かく晴れた季節にイベントを開催してください。改善の余地があるもう1つの要素は、野球場の更衣室と荷物置き場です。雨が降ったので地面はぬかるみになってしまいました。マラソンを終えた後、ランナーたちは泥と戦い続けなければなりませんでした。
- ・ 今回の大会当日は雨で、完走後、ランナーたちが休憩できる場所もなく、大会のグルメをじっくり味わう機会もありませんでした。みんな急いで帰ってしまいました。今後の改善と配慮を期待します。
- ・ レースを終えた後、温かい食べ物や暖かいカバーを期待していましたが、何も提供されませんでした。

以上のことから、今年の海外ランナーの傾向は、大阪の滞在日数が4日から6日で、飲食、買い物、観光と、大阪マラソン以外の活動が活発におこなわれ、大阪滞在中の大まかな出費は20万円以上が約6割を占め、インバウンドによる一定の経済効果があったといえる。同伴者は「家族・親族」「マラソン仲間」「知人・友人」と来ることが増えており、これによる経済効果も見込まれる。また、大阪マラソンの満足度は、約8割の人が満足し

ており、来年の参加も希望している。

大会の運営については、手荷物預かりの運営や場所の案内に改善が必要であるとしており、英語の情報も不足しているとしている。大会の印象は、市民の参加と沿道の応援のホスピタリティに感謝する一方で、トイレや更衣室の設備の不備とランナーの混雑の対応のまずさ、雨対策の不足を指摘する声もあった。

3) ボランティア

大阪マラソンのボランティア活動の満足度として、「とても満足した」が30.0%（前回：36.7%）、「まあまあ満足した」が56.8%（前回：54.6%）と前回と同様に9割近くの人が満足しており、概ね、大阪マラソンのボランティア活動の運営はうまくいっているといえる。

そのため、来年度の大阪マラソンへの参加意欲として、「ぜひ参加してみたい」が42.2%（前回52.9%）、「できれば参加したい」が45.5%（前回：40.6%）と前回と同様に9割近くの人が次回も大阪マラソンのボランティアとして参加を希望している。

自由記述には、次のような運営上の評価や課題が見られた。



<大会に関する自由記述の分析>

① 手荷物預かり

- ・ 雨がひどく、グラウンドでの荷物返却はかなり苦行でした。
- ・ 野球場での荷物返却は、予想外の大変なことが多く、その分一緒に働いた皆さんと協力し、充実した活動をすることができました。
- ・ 荷物もかなり重たいものが多くて、上の奥から取り出す際に腰を痛めました。テントを準備し、シートを敷き平地に並べて置くなどしないと、手荷物返却ボランティアへの身体的負担が大きすぎると思います…。
- ・ 外での荷物預かりの場所がグラウンドの場合、雨の日が泥だらけになることは想定内のはず。もう少し対策できることはあったのではないかと思います。
- ・ 手荷物は雨ざらし、ボランティア活動の手荷物返却も雨ざらしの中で長時間雨に濡れながら行いましたが、体が芯まで冷えまして。あと、手荷物を保管している2段カゴ台車は最悪です。特に上段奥にある手荷物を取り出すのに大変苦労しました（預かりの際に番号をバラバラに置かれていたので余計に苦労した）。

② 沿道の整理

- ・ コース沿道整理を担当しました。その際、横断歩道を渡れないことに怒っている人がいたので、もっと町中の人にお知らせした方がいいと思いました。
- ・ 私は沿道整理で、初めて1人での参加で不安しかない中で雨風の中1人ぼつんと同じ場所に4時間、スタッフから休憩などの声かけもなく、さらにオレンジのジャンパーの方から立ち位置について、ものすごく怒られそのまま帰りたくなるくらいでした。
- ・ 沿道整理をしましたが、観客の質問や行動に対する具体的な回答、対応方法が知らされなかった。
- ・ 沿道整理は文句を言われる事も多いので、2人1組でできると心強いし、休憩にも行きやすいと思います。

③ 確認と指示

- ・ スタッフが少なくて指示が確認しにくい時がありましたが、初参加でも戸惑うことなく作業ができました。
- ・ 指示だけされて淡々と作業だけさせられているようであまり楽しく無かった。
- ・ 休憩や持ち場の采配は、ボランティアリーダーの方に指示していただきました。

- ・ 給食担当でしたが、配布物のせんべいが配布予定枚数の半分しかありませんでした。もう少し事前確認が要ると思います。
- ・ 初めてのリーダーなのか、メンバーの紹介・作業内容の指示・ポジション・ローテーション・休憩食事のとり方・撤収作業の内容・終了の確認等の明確な指示・依頼がない。

④ 事前の説明と当日の案内

- ・ 事前説明会の時点では未定だった事が多いのかもしれないが、荷物のラックの並べ方の説明は無かったし、説明用の冊子内のゼッケンや荷物のラベルの写真では分かりにくいと感じた。
- ・ 事前説明会だが、Zoomでの説明会の開催は検討したのか。
- ・ リーダー説明会の案内が一週間前に連絡あり、遅すぎる。
- ・ 事前の説明会は希望する人だけで十分だと思う。YouTubeで予習が十分できる。会場に行くのに乗り継ぎで1時間半以上かかり遠いのでそれだけのために平日には行くとなればかなり大変です。
- ・ はじめてのボランティア参加で、説明会はとても不満。配置場所が決まっているなら、配置場所を想定したリハーサルをしてほしかった。説明と挨拶の口調が早くて、聞きとれなかった。
- ・ 今回のボランティアリーダーさんは、事前に説明会があったとはいえ、活動の担当場所を指示されただけで、作業の説明が全くなく、自分の担当のところには、作業の進捗状況も見に来られていなかった。

⑤ 設備と現場での対応

- ・ 主催者は10か所の移動トイレを設置しましたが、需要を満たせず、多くのランナーが長い列に並んでトイレを利用する必要がありました。もっと多くのトイレが設置されると良いですし、女性ランナーからは男女別のトイレを希望する声もありました。
- ・ トイレの設置方法の再考や、並び方のマニュアルも必要かと。
- ・ まずはマラソンというスポーツに対する理解、障がい者への配慮、運営と会場全体についての全体周知が必要だと考えます。
- ・ コーンの設置場所は決まっていたものの、一般歩行者・自転車とランナーの導線を考慮されておらず、衝突間際のこともありかなり現場は混乱しました。大きな事故に繋がらなかったのが幸いです。
- ・ 道路に対して垂直にランナーが走ってくる方向を皆が向くとランナーも歩行者も見ることができます。皆が楽しめるようにしてほしいです。
- ・ 走りきれなかったランナーのバス収容時の対応をもう少しちゃんとして欲しい。
- ・ もっとランナー第一に考えるべきですね。

⑥ スタッフの対応

- ・ 雨降りの大会でしたが、ボランティア・スタッフが力を合わせて大会を盛り上げられたと思いました。ぜひ来年もボランティアとして参加したいです。
- ・ 今回のボランティア活動もスタッフやリーダーさんメンバーと楽しくできました。
- ・ 大会側のスタッフの皆さんが一生懸命なのでこちらも頑張って大会を成功させ盛り上げたいという気になりました。
- ・ 当日の体制等について、多少のイレギュラーは仕方がないと思うが、トランシーバをもったスタッフ及びリーダーの段取り悪さに驚いた。
- ・ 運営のスタッフの方の段取りが良くなかったように思います。
- ・ スタッフの方が、一般ボランティアに対してちょっとぞんざいな口調で話されたのが気になりました。
- ・ 大きいイベントなので、しっかりとした教育を受けた人間が統括してもらわないと、ボランティア・スタッフの不安が大きくなる。

- ・ 運営や外注業者とボランティア間の風通しの悪さが垣間見れた。現場が思いついた効率的なやり方を柔軟に受入れる風土は進化していくために持った方がよい。
- ・ ろくに説明もなく、怒鳴ったりするリーダー、運営者が散見されたので、悪い印象が残りました。
- ・ 雨の中で行われた今大会ですが、当日のボランティアの招集時間から活動開始まで凄く現場が点呼からもたついており、大会運営スタッフとボランティアリーダーの連携、コミュニケーションが不足していると感じた。

⑦ ランナーの受付と運営

- ・ 多くの様々な方々の連携、協力があり、安全で円滑なマラソン大会が運営されていることを知ることができました。
- ・ ランナーとして参加した当時より、本当にたくさんの方のおかげで運営が成り立っているんだと感じることができ、違う一面を見れて良かった。
- ・ 次回は今回よりより良い運営にしていきたいです。（今回はボランティア経験者が仕切ってくれて、何とか対応できた）私も今回の参加経験を次回以降に活かしていきたいと思いました。
- ・ ランナー受付手話のブースがあったのだから、手話ができるボランティアを手話のブースに常駐すべきだ。ヘルプデスク担当が、手話対応に回っていたが、ヘルプデスクはリストバンドや QR コードの印刷の件でバタバタするので、手話対応に回るのは大変。
- ・ ランナー受付(全日)は拘束時間が長いのでカロリーメイト等の軽食を配るなどして頂けると助かります。
- ・ 外国人ランナー受付をしましたが、言語別の質問の解答例を作っておいて欲しい。
- ・ 前日のランナー受付をしました。昨年より効率よくて余裕があったのでランナーとも話せて良かった。高齢のボランティアも多いため、チェックする書類や iPhone の表示もできるだけ大きい文字にしてもらいたい。
- ・ ランナー受付の場所は、大阪城ホールとかにできないものでしょうか。
- ・ ボランティアは自分の好きでやっており自己責任であることは理解して活動していますが、ボランティアの体調管理も少し考えていただきたいです。
- ・ 出席者にインセンティブを持たせる施策をお願いします。

以上のことから、ボランティア活動については、9割近くの人が満足しており、また、来年も参加したいとしている。

大会の運営については、雨の日の手荷物預かりの方法について再考する必要があることや沿道整理における対応の仕方に不備があることが指摘された。また、スタッフやリーダーの十分なサポートがある一方で、不適切な指示や、事前の打ち合わせや説明会の在り方の再考を求める声があった。

4) 観客

来年度実施される大阪マラソン 2025 の来場意欲について、「観客として参加したい」が 78.7%と、8割近くの人がリピーターとして観戦・応援したいと思っている。一方、ランナーの走る姿に感化されて、16.4%の人が「ランナーとして来たい」と思っている。



<大会に関する自由記述の分析>

アンケートに協力いただいた観客（294名）が「困ったことや改善すべき点」の欄に自由記述（口頭での聞き取り含む）した内容から、①交通規制や観戦に関連すること（13件）、②フィニッシュに対する要望（5件）、③その他（19件）について確認した。

① 交通規制や観戦に関連すること

- ・ トイレ、ポイントまでのアクセスがわかり易いようにしてほしい！
- ・ ボランティアの方々がスムーズに案内してくれた点がよかったです。あと、どの駅で観戦できるかの情報ももう少しあると遠方の人にもよいと思います。
- ・ ランナーズアイのことを知らなかったです。ホームページの地図に駅名を入れてもらえるとありがたいです。
- ・ スタート・ゴール付近の立入禁止がわかりにくい。
- ・ 大阪城内が分かりにくかった。

② フィニッシュに対する要望

- ・ フィニッシュ地点が見えるようにしてほしい。
- ・ ゴール前で応援したかったが、一方通行の大阪城公園に誘導されて、ゴールを見れなかった。改善してほしい。
- ・ ゴール地点から遠いため見れないのが残念。

③ その他

- ・ 雨天でもたくさんの方がこられてよかったです。車いすランナーの方のフィニッシュに心がジーンとしました。
- ・ 自転車の運搬に感動した。
- ・ お祭り気分で楽しませていただきました。ランナーズアイはありがたいです。
- ・ ランナーズアイで自分の居場所が常にでてほしい。
- ・ スタッフさんは優しく対応してくれた。ボランティアは答えが返ってこない。

以上のことから、観客の方に快適に過ごしてもらうための運営については、移動に関する案内とサポートを充実させること、フィニッシュを観戦できるようにすることがあげられる。

【まとめ】

大阪マラソンを運営していく上で、関わる人々の声に耳を傾け、様々な課題を解決していくことは当然のこととして、それら課題の元にある、なぜ、大阪マラソンを開催するのかという理念について再検討する時期に来ているようである。そのゆるぎない理念が明確でないと持続可能な市民マラソンは運営していけないと考える。

5. 総括と提案

以上の調査結果から、市民ランナーが参加したくなり、持続可能な市民マラソンとして大阪マラソンがあるためには、次のようなイノベーションが必要ではないだろうか。

【市民と共に創り出す大阪マラソン】

大阪マラソンが、数ある市民マラソン大会の中で、選ばれる大会となるためには、ボランティアや観客の役割は重大であることが分かった。これこそが、参加するランナーと市民が創り出す本来の市民マラソンではないだ

ろうか。そのためには、参加するランナーとボランティアや観客が大阪という都市で出会い、その文化に共感することで繋がっていく仕掛けをしていく必要がある。そして、大阪がホスピタリティ溢れる街として再生されることが、大阪マラソンの存在意義ではないだろうか。

とりわけ、ボランティアとしての「まいどエイド」や「ランナー盛上げ隊」の充実は、参加したランナーが指摘するように、大阪マラソンのホスピタリティとして重要である。だから参加してもらうためには、それぞれの活動を楽しめるように状況を整えるとともに、大阪マラソンならではの創造的な企画を展開していく必要がある。その意味で、企画の段階から一緒に考えていける場を用意することが望まれる。

また、ランナーと「沿道の観客」との距離を安全に配慮しつつも近くして、ハイタッチなどのコミュニケーションができたり、ランナー盛上げ隊といっしょに応援が楽しむことができるなどの工夫が必要であろう。

そして、忘れてはならないのは、大会を開催するうえで、生活上の不便さを受け入れてもらっている近隣の住民の方々である。この方々の協力がなければ、大会は開催できない。その意味では、近隣住民の方々も楽しめるイベントを企画し、市民を巻き込んだお祭りとしての大阪マラソンの在り方を模索してはどうだろうか。

【チャリティマラソンによる大阪の都市創造】

周知の通り、大阪の都市は市民の寄付（チャリティ）によって創られている（橋爪紳也・杉本厚夫「大阪マラソンの挑戦」参照）。そのチャリティ文化を大阪マラソンによってアピールし、共有することで、これからの大阪の都市を創造していける。

そのためには、これまで参加するランナーを中心に展開してきたチャリティプログラムを見直す必要があるのではないだろうか。例えば、チャリティランナーへの理解がある海外ランナーに募集を広げたり、パートナーシップとしてのスポーツ支援を進める世界的な傾向について、企業・団体の理解を得る取り組みをするなど、大阪マラソンに関わるすべての人にチャリティに参画してもらおう特徴的なプログラムを創ってはどうだろうか。もちろん、ボランティアや観客は、参加することで活動というチャリティをしているという認識に変わりはない。

【多様なニーズに対応した大会運営】

参加するランナーは、サブスリーを狙う記録追求型から、完走を目的とする初心者まで、大阪マラソンを走る目的は様々である。その目的によって、大阪マラソンに求める事柄も異なっている。この多様なニーズに対応する大会のマネジメントが求められる。しかも、ランナー目線に立った対策が必要となる。それは例えば、更衣室やトイレの設備の問題であったり、人々の導線だったりする。

さらに、大会のビフォー・アフターも大切である。ビフォーとして、会場までのアクセスの良さは達成しているが、前日の EXPO だけではなく、前夜祭として大阪マラソンを盛り上げるための市民によるイベントを開催してはどうだろうか。また、アフターとして、セントラルフィニッシュは、大会後の行動を容易なものにしているが、大阪マラソン DESSE の認知度や活用の低さに鑑みて、大阪市民の皆さんが、ホスピタリティを発揮するアフターの楽しみを充実していく試みが望まれる。

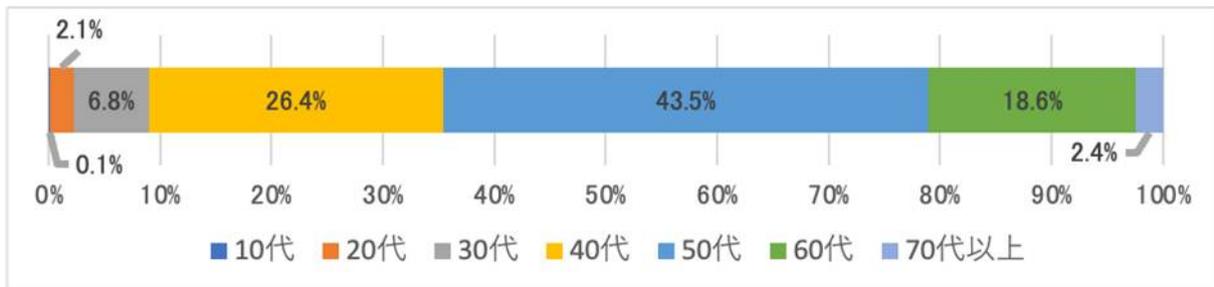
1. ランナー

1-1. ランナーの意識調査

回答：3923

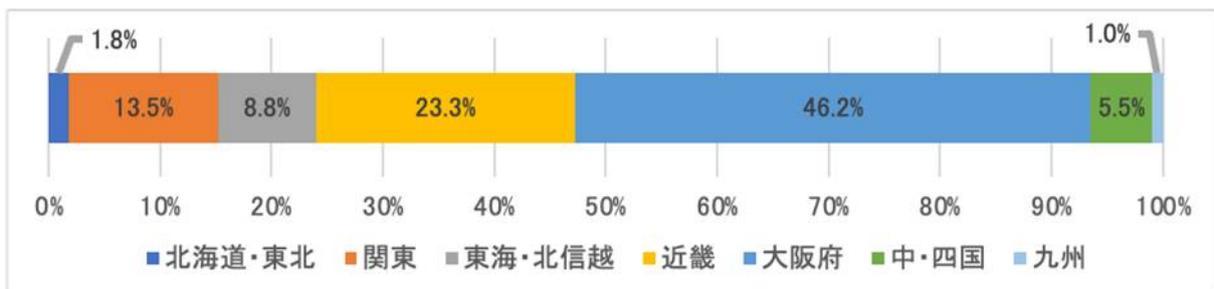
(1) 自分自身について

■年齢（年代）



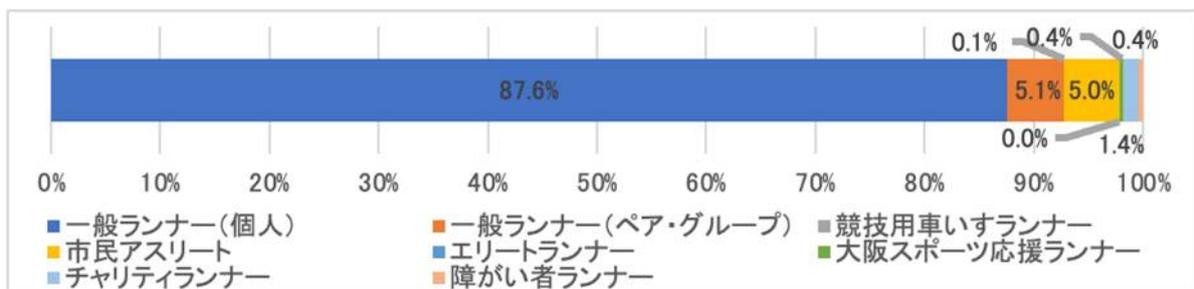
年齢（年代）については、「50代」が43.5%（前回【2023年 第11回大会】：44.0%）、「40代」が26.4%（前回：26.6%）、「60代」が18.6%（前回：19.7%）と、上位三項目で減少している。しかし、「20代」が2.1%（前回：0.9%）、「30代」が6.8%（前回：6.2%）と増加している。

■居住地域



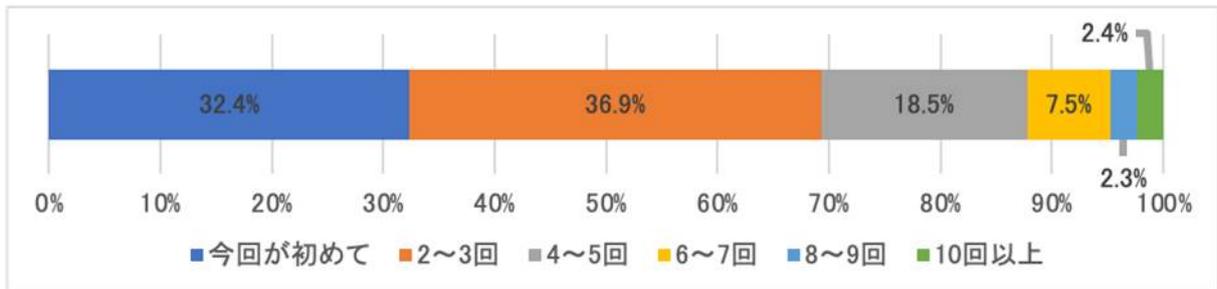
居住地域については、大阪府が46.2%（前回：47.5%）、近畿が23.3%（前回：23.5%）、関東が13.5%（前回：13.5%）と参加ランナーの居住地域は、ほとんど変わっていない。

■申込区分



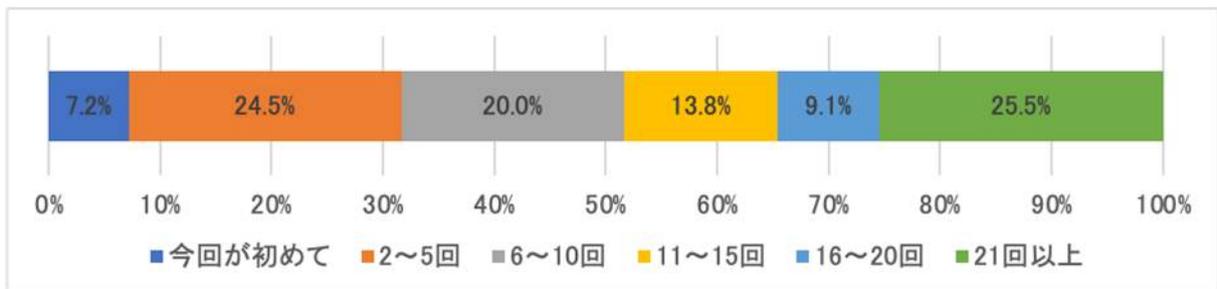
申し区分は、一般ランナーが87.6%（前回：94.4%）となっている。これは、実際の申し区分の割合ではなく、アンケートに答えていただいた人の割合である。

■大阪マラソン参加回数



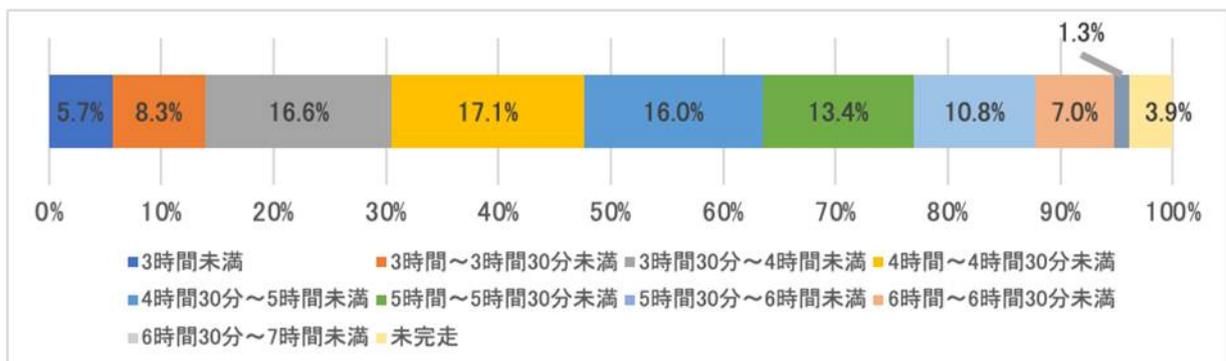
大阪マラソン参加回数は「2~3回」が36.9%と最も高く、7割近くのランナーが大阪マラソンにリピーターとして参加していることがわかる。

■市民マラソン参加経験



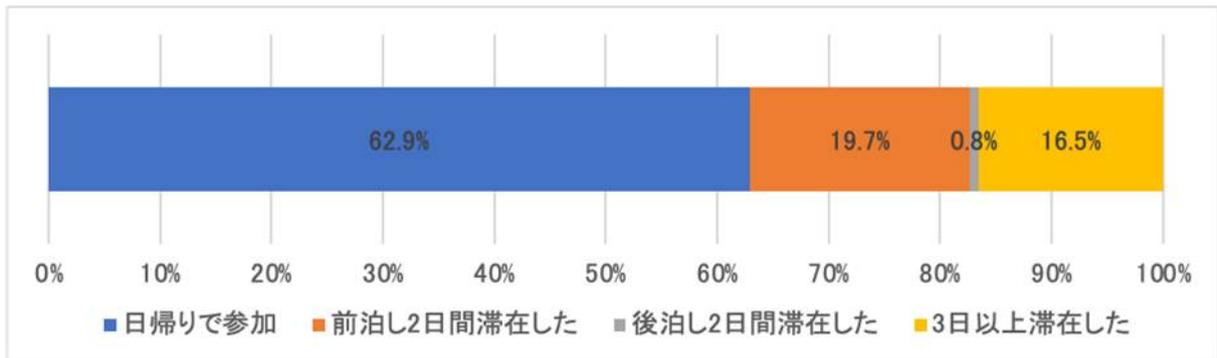
市民マラソン参加回数については、「2~5回」が24.5%（前回：29.0%）、「21回以上」が25.5%（前回：23.1%）、「6~10回」が20.0%（前回：18.5%）となっており、前回とほとんど変わらない。

■完走時間



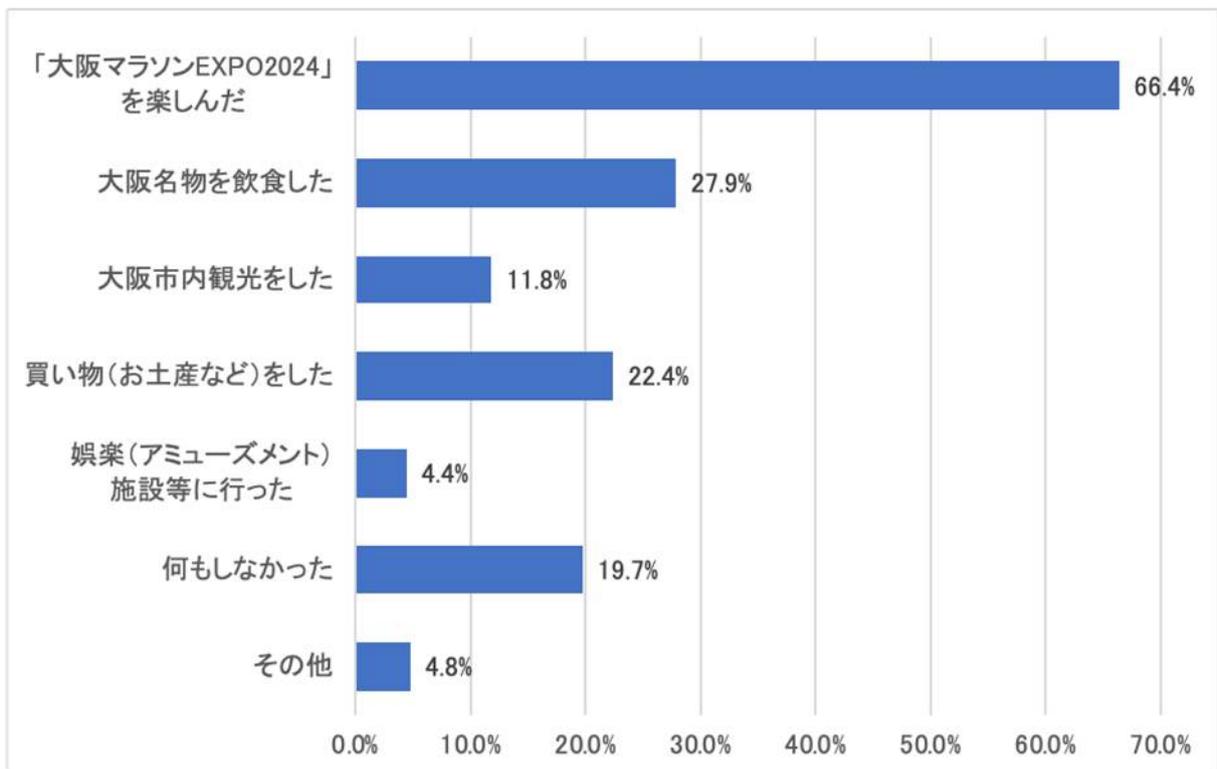
完走時間は、「4時間~4時間30分未満」が17.1%（前回：15.8%）、「3時間30分~4時間未満」が16.6%（前回：15.8%）、「4時間30分~5時間」が16.0%（前回：18.1%）と前回とほとんど変わらないが、5時間を基準に考えた時に、5時間未満が63.6%（前回：58.1%）、5時間以上が36.4%（前回：43.9%）と完走時間が早くなっている。

■大会前後の大阪滞在日数



大阪の滞在日数については、「日帰りで参加」が62.9%（前回：65.8%）と最も多く、次いで、「前泊し2日間滞在した」が19.7%（前回：20.0%）であった。一方、「3日以上滞在した」が16.5%（前回：13.3%）と前回よりも増加しており、今年は、3連休となったので、長期間滞在した人が増えたと考えられる。

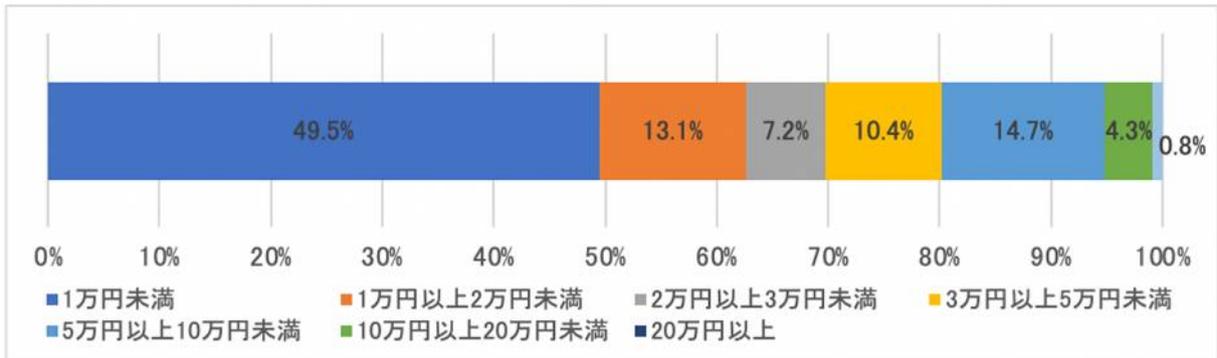
■大阪滞在中のマラソン以外の活動について（複数回答可）



大阪マラソン以外の活動について、「大阪マラソン EXPO2024 を楽しんだ」が66.4%（前回：58.0%）と最も多く、次いで「大阪名物を飲食した」が27.9%（前回：25.0%）、「買い物（お土産など）をした」が22.4%（前回：19.0%）であった。また、「何もしなかった」は19.7%（前回：25.8%）で、前回と比べて、大阪マラソン以外の活動は活発に行われているといえる。

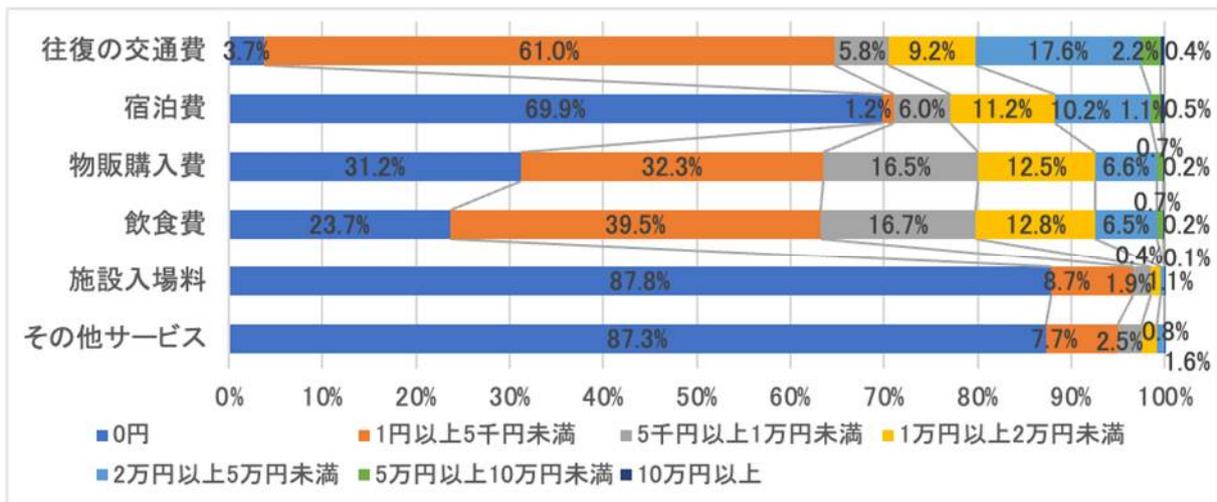
■大阪滞在中のたまかな出費

—総計



大阪滞在中のたまかな出費については、「1万円未満」が49.5%（前回：58.0%）と最も多い割合を占めているが、「1万円以上3万円未満」が20.3%（前回：18.8%）、「3万円位以上5万円未満」が10.4%（前回：10.7%）、「5万円以上」が19.8%（前回：12.5%）となっており、前回よりも経済効果があったといえる。

—内容別

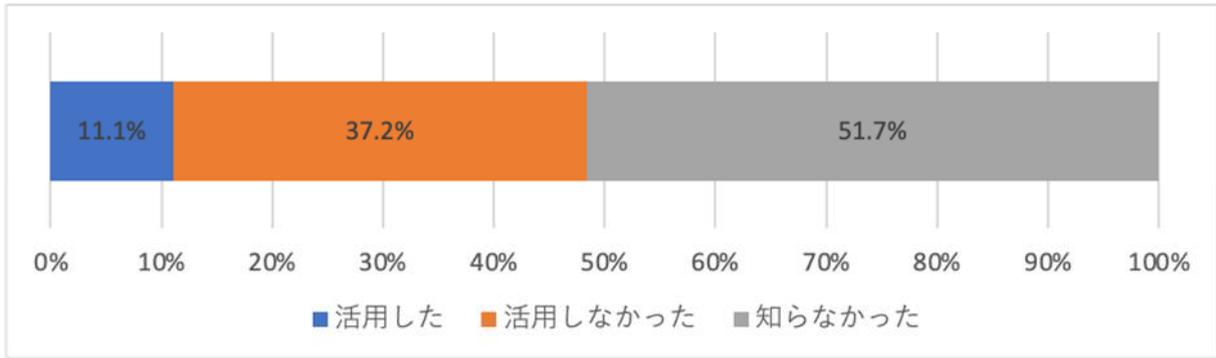


上記の内容を内容別に集計し、その割合を算出すると、次のような結果となった。

- ・「往復の交通費」は、「5千円未満」が61.0%（前回：68.6%）と最も多く、次いで「2万円以上5万円未満」が17.6%（前回：14.4%）となっており、近県からの参加者の多さを反映している。
- ・「宿泊費」は、「1万円未満」が7.2%（前回：11.5%）で、「1万円以上2万円未満」が11.2%（前回：10.4%）となっており、一泊二日と二泊三日に対応している。
- ・「物販購入費」は、「5千円未満」が32.3%（前回：35.9%）と最も多く、「5千円以上2万円未満」が29.0%（前回：22.8%）となっており、2万円未満に抑える傾向にある。
- ・「飲食費」は、「5千円未満」が39.5%（前回：42.0%）と最も多く、「5千円以上2万円未満」が29.5%（前回：26.2%）となり、大阪での滞在時間が関係している。
- ・「施設入場料」は、「5千円未満」が8.7%（前回：8.9%）となっており、出費は少ない。

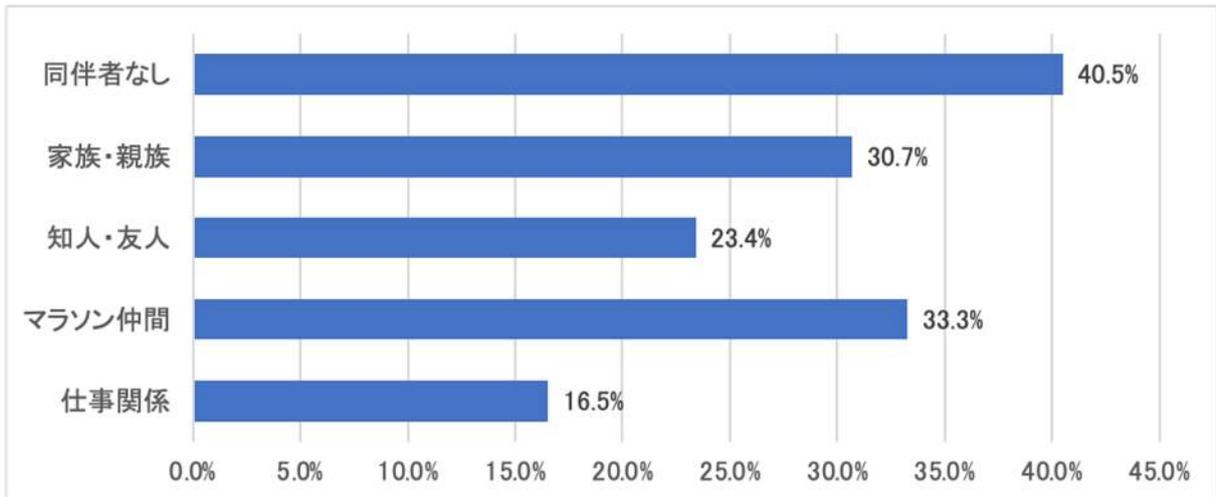
このように主な出費は、「交通費」、「物販購入費」、「飲食費」となっている。

■大阪マラソン DESSE 2024 の活用について



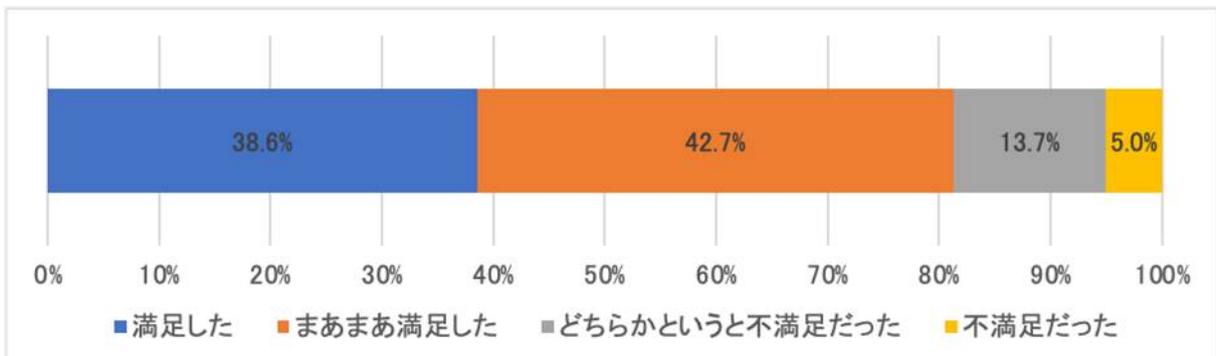
大阪マラソン DESSE2024 の活用について、「知らなかった」が 51.7% と最も多く、「活用しなかった」が 37.2% であり、9 割近くの人々が活用していなかったことがわかる。今後、運用していただくためにも認知度を高め、活用人数を増やしていく必要がある。

■同伴者との関係



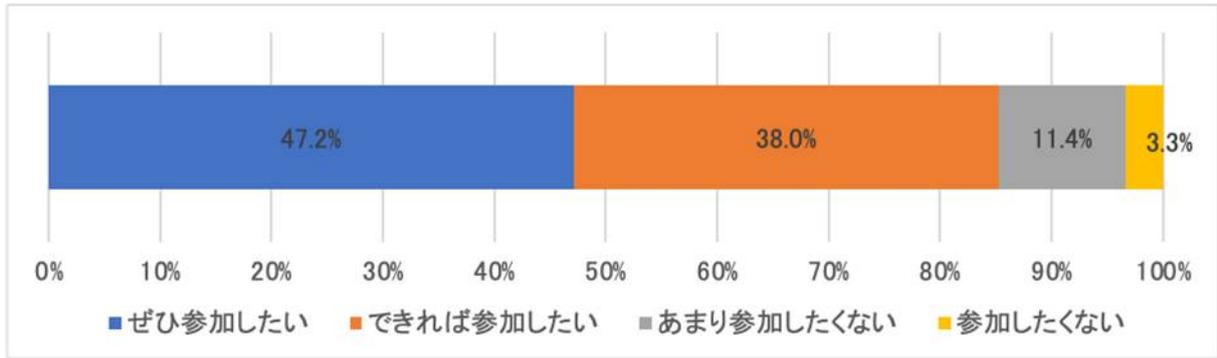
大会への同伴者については、「同伴者なし」が 40.5%（第9回大会：56.5%）と最も多い、次いで「マラソン仲間」が 33.3%（第9回大会：10.1%）、「家族・親族」が 30.7%（第9回大会：25.4%）であった。第9回大会と比べて、ランナーの同伴者の数が増えていることが分かる。

■大阪マラソン 2024 の満足度



大阪マラソン 2024 に「満足した」が 38.6% と前回の 42.0% より減少し、「まあまあ満足した」が 42.7% と前回の 38.2% より増加し、全体的に 81.3% と満足度が高く、前回の 80.2% に比べて増加している。

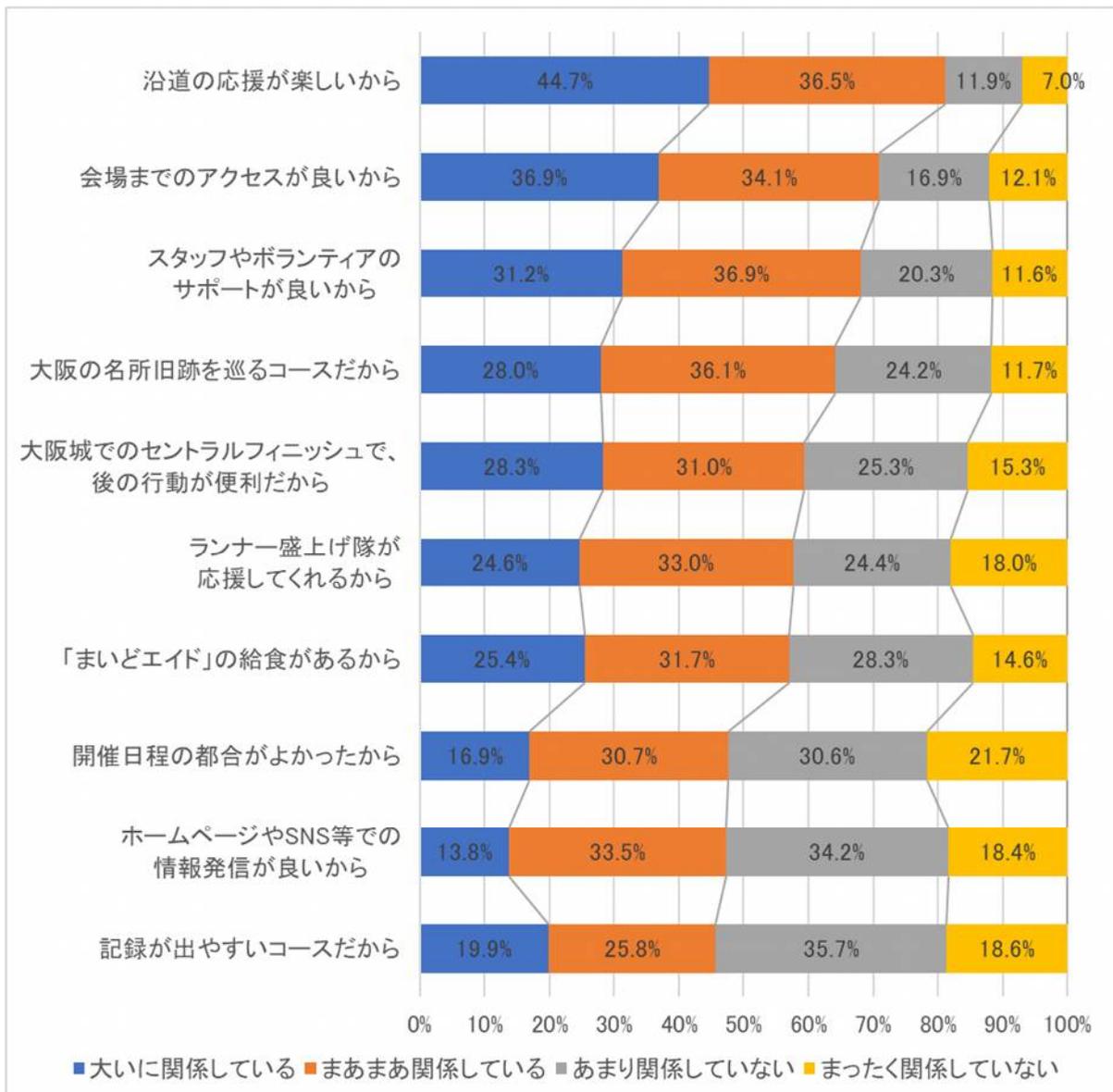
■大阪マラソン 2025 への参加希望



来年の大阪マラソン 2025 への参加意欲は、「ぜひ参加したい」が 47.2%と前回の 46.6%より増加し、「できれば参加したい」が 38.0%と前回の 34.8%より増加し、全体的には 85.2%と多くの人が次回への参加を希望しており、前回の 81.4%よりも増加している。

(2) 大阪マラソン 2024 の運営について

■参加ランナーの大阪マラソン 2024 を選択した理由 (上位 10 位)

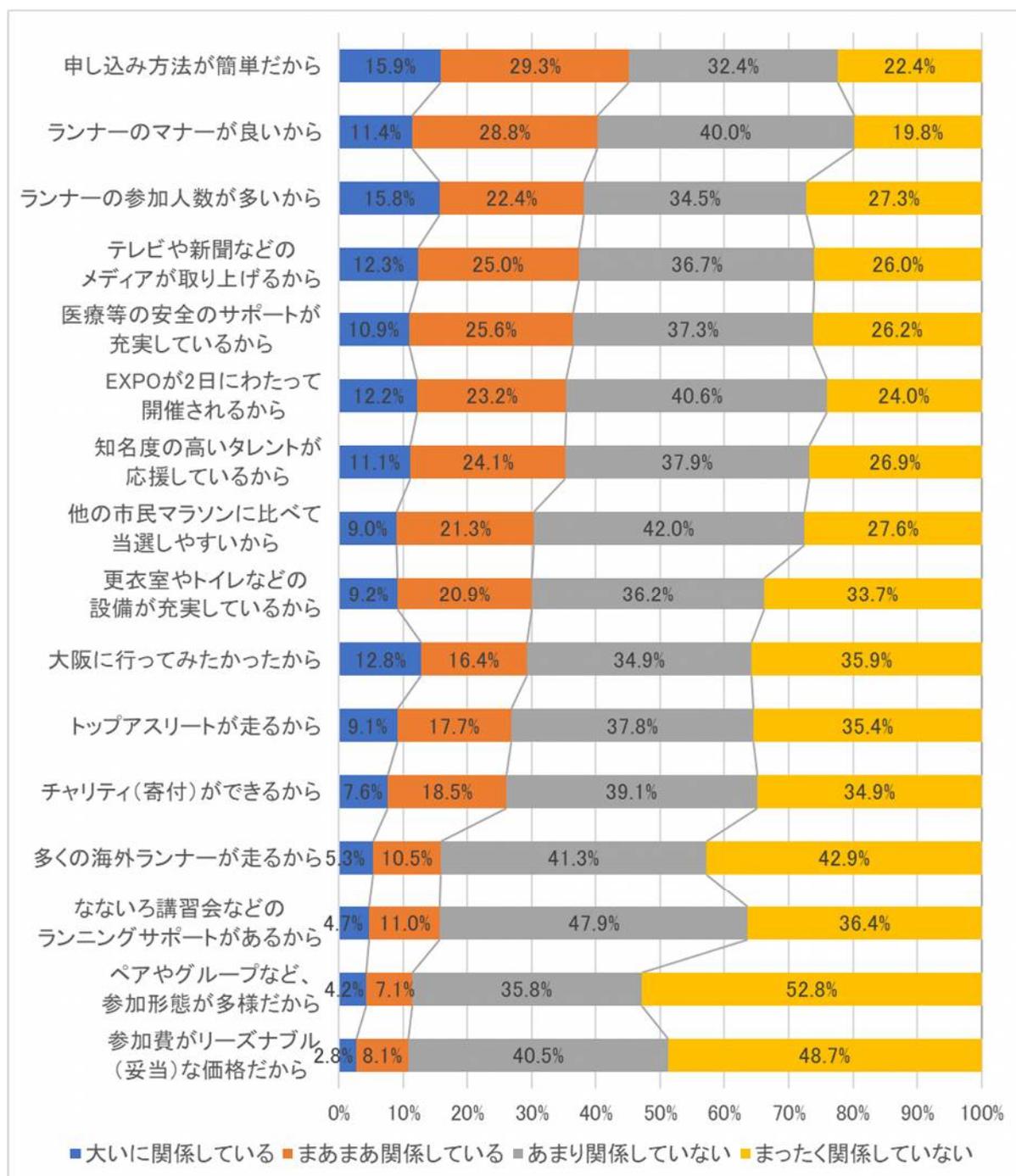


今回、数ある市民マラソンの中で、大阪マラソン 2024 を選択した理由について聞いてみた。その結果、上位 10 位については、次のような理由が上がってきた（「大いに関係している」を SF、「まあまあ関係している」を WF とする）。

- ① 「沿道の応援が楽しいから」が 81.2%（SF：44.7%、WF：36.5%）と最も多く、8 割以上の人が参加を決めた理由であると答えており、「足が痛い、そんなの気のせいや」「しんどいんか、代わったるか」といったユーモアあふれる応援が、大阪の「笑いの文化」と相まって、大阪マラソンらしいと認識されているようである。また、昨年の大阪マラソンの魅力調査でも 92.6%の人がこの項目をあげており、仮装したり、みんなに声をかける沿道の応援から、元気をもらって完走できたということは、多くのランナーの自由記述に書かれている。
- ② 「会場までのアクセスが良いから」が 71.0%（SF：36.9%、WF：34.1%）と次に多く、JR、京阪、地下鉄等、交通の便が良く、駅からも近いことがこの結果となって表れている。その意味で、会場までの導線も含めて、スタートまでのストレスが少ない大会が、参加の誘因にとって重要であることを示唆している。
- ③ 「スタッフやボランティアのサポートが良いから」が 68.1%（SF：31.2%、WF：36.9%）と、7 割近い人が受け入れ側の対応を参加の誘因としている。昨年の大阪マラソンの魅力調査でも 91.2%と多く、受け入れ側のホスピタリティが参加を決める要因であると言えそうである。
- ④ 「大阪の名所旧跡を巡るコースだから」が 64.1%（SF：28.0%、WF：36.1%）と、大阪観光をしながら走る楽しみが参加の誘因になっていることが分かる。昨年の大阪マラソンの魅力調査でも 76.5%の人があげており、コースに名所旧跡が設定されていることが重要な誘因であることが読み取れる。
- ⑤ 「大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから」が 59.3%（SF：28.3%、WF：31.0%）と第 9 回大会から変更したセントラルフィニッシュが、後の行動をしやすくしており、参加を決める要因になっている。昨年の大阪マラソンの魅力調査でも 85.3%の人があげており、フィニッシュした後に、みんなで飲食に出かけたり、受け入れる飲食店の割引（大阪マラソン DESSE）があったりと、スポーツをした後、つまりアフターの充実が望まれる。
- ⑥ 「ランナー盛上げ隊が応援してくれるから」は 57.6%（SF：24.6%、WF：33.0%）と、「ランナー盛上げ隊」が誘因として認識されており、昨年の大阪マラソンの魅力調査でも 78.5%の人があげていて、沿道の応援も含めて「応援」が大阪マラソンの大きな魅力といえそうである。このランナー盛上げ隊の在り方については、119 ページを参照して欲しい。
- ⑦ 「『まいどエイド』の給食があるから」は 57.1%（SF：25.4%、WF：31.7%）と、大阪市商店会総連盟が提供する大阪マラソンの名物である「まいどエイド」の存在が、「くいだおれ大阪」のイメージを背景として、参加を決定する要因と考えられる。昨年の大阪マラソンの魅力調査でも 73.7%の人があげており、市民ランナーにとって、エイド（給食）は参加の可否を判断する重要な要因となっているといえそうである。
- ⑧ 「開催日程の都合がよかったから」は 47.6%（SF：16.9%、WF：30.7%）と、他のマラソン大会との関係から、参加の意思決定の際の考慮事項として、開催日程は外すことはできない。昨年の大阪マラソンに参加しない理由で「開催日程が他のマラソン大会と近接しているから」が 70.6%と高く、一週間前が京都マラソン、一週間後に東京マラソンと都市型市民マラソンが続いて開催されることを考えると、参加の誘因として開催日程は厳しいものがあり、その点で 5 割を切っていると考えられる。
- ⑨ 「ホームページや SNS 等での情報発信が良いから」は 47.3%（SF：13.8%、WF：33.5%）と、ある程度、参加の誘因となっている。事前に、その大会の情報を得ることで、他の大会と比較することができ、自分の望む大会かどうかを判断することができる。その意味で、情報発信でどれだけ大会の魅力を発信するかが問われるといえよう。
- ⑩ 「記録が出やすいコースだから」は 45.7%（SF：19.9%、WF：25.8%）と、参加を決定する要因としてはあまり

強くない。ただ「大いに関係している」が 19.9%と多く、市民マラソンにどのような目的で参加するのかということと関係しているといえる。

■参加ランナーの大阪マラソン 2024 を選択した理由（11 位から 26 位）



今回、数ある市民マラソンの中で、大阪マラソン 2024 を選択した理由について聞いてみた。その結果、11 位から 26 位については、上図のような理由が上がってきた。選択理由として関係が薄い下位 10 位について解説する（「あまり関係していない」を HR、「まったく関係していない」を NR とする）。そのことは、同時に、ランナーにとっての特徴ある大会運営の課題と捉えてもよい。

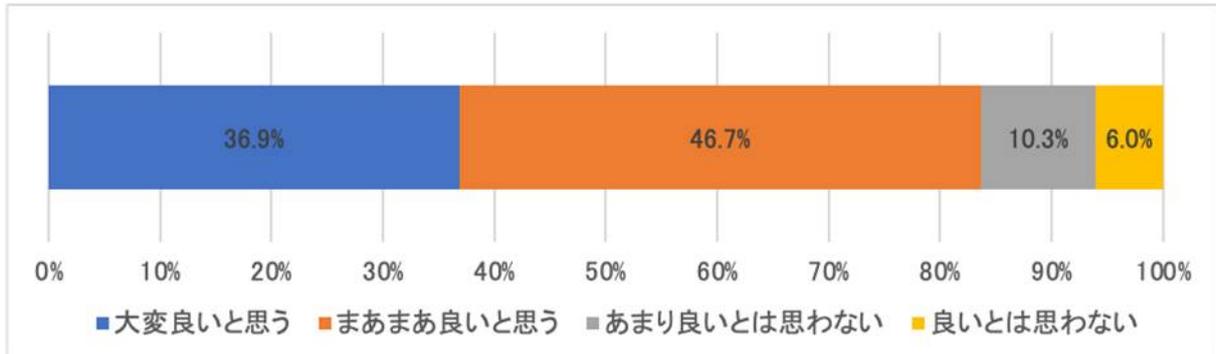
- ① 「参加費がリーズナブル(妥当)な価格だから」が 89.2%（HR：40.5%、NR：48.7%）と最も多く、近年の参加費の高騰を反映した結果となった。昨年の大阪マラソンに参加しない理由でも 93.7%と一番多かった。逆

に言えば、適切な参加費の設定が、参加を決定する要因になりうるということでもある。

- ② 「ペアやグループなど、参加形態が多様だから」が 88.6% (HR : 35.8%、NR : 52.8%) と多く、参加形態の多様化は、あまり参加を決定する要因にはならないようである。昨年の大阪マラソンの魅力調査でも 41.0% とあまり多くなく、やはり、マラソンは一人で走ることが基本になっているのだろうか。
- ③ 「なないろ講習会などのランニングサポートがあるから」が 84.3% (HR : 47.9%、NR : 36.4%) と多く、これについては、多くの大会でサポートしていたり、他のランニング教室などの機会があるので、大阪マラソンを選ぶ要因にならないと考えられる。
- ④ 「多くの海外ランナーが走るから」も 84.2% (HR : 41.3%、NR : 42.9%) と、大阪マラソンを選ぶ要因にはなっていないようである。単に海外ランナーが参加するというのではなく、国際交流ということの特徴とするならば、それなりのイベント等を用意する必要があるだろう。
- ⑤ 「チャリティ（寄付）ができるから」が 74.0% (HR : 39.1%、NR : 34.9%) と、大阪マラソンの参加を決定するまでの要因になり得ていないということである。昨年の大阪マラソンの魅力調査では 65.5% の人が賛同していたが、今回の調査では逆転している。したがって、チャリティを大阪マラソンの特徴とするためには、その意義のアピールとチャリティ団体との協力が必要であろう。
- ⑥ 「トップアスリートが走るから」が 73.2% (HR : 37.8%、NR : 35.4%) と、第 10 回大会から「びわ湖毎日マラソン」と一緒になって、トップアスリートの人が多く走るようになったが、そのことが参加の誘因とはなっていないようである。昨年の大阪マラソンの魅力調査では 62.9% の人が賛同していたが、今回の調査では逆転している。
- ⑦ 「大阪に行ってみたかったから」が 70.8% (HR : 34.9%、NR : 35.9%) と、単に大阪への旅行が大阪マラソンへの参加の決定に関わっていないことになる。田園型市民マラソンでは、旅行という要素がある面強いが、都市型マラソンでは、単なる「スポーツ・ツーリズム」として捉えるのは難しいのかもしれない。
- ⑧ 「更衣室やトイレなどの設備が充実しているから」が 69.9% (HR : 36.2%、NR : 33.7%) と、設備の充実は参加の誘因とはなっていないということである。このことは、更衣室やトイレなどの設備が十分ではなく、これらの施設を整備する必要があることを示唆している。
- ⑨ 「他の市民マラソンに比べて当選しやすいから」が 69.6% (HR : 42.0%、NR : 27.6%) と、最近では定員割れが出る大会が増えてきたこともあって、大会に選ばれるのではなく、大会を選ぶ状況になっていることを反映している。ちなみに、前年は大阪マラソンでも定員に満たず再募集した。
- ⑩ 「知名度の高いタレントが応援しているから」が 64.8% (HR : 37.9%、NR : 26.9%) と、多くの知名度の高いタレントを応援に起用したが、そのことは参加の誘因にはあまり有効に働かなかったと思われる。それよりも「沿道の応援」や「ランナー盛上げ隊」の方が、参加の誘因として機能しているといえそうである。

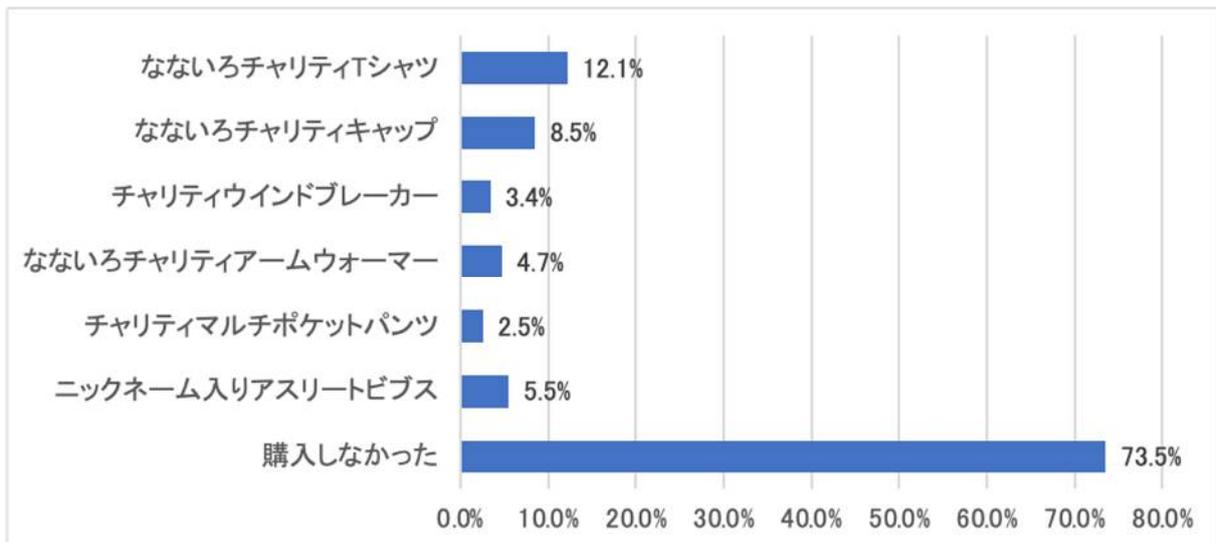
(3) チャリティについて

■参加ランナー全員に2口以上(1口500円)の寄付をお願いしていることについて



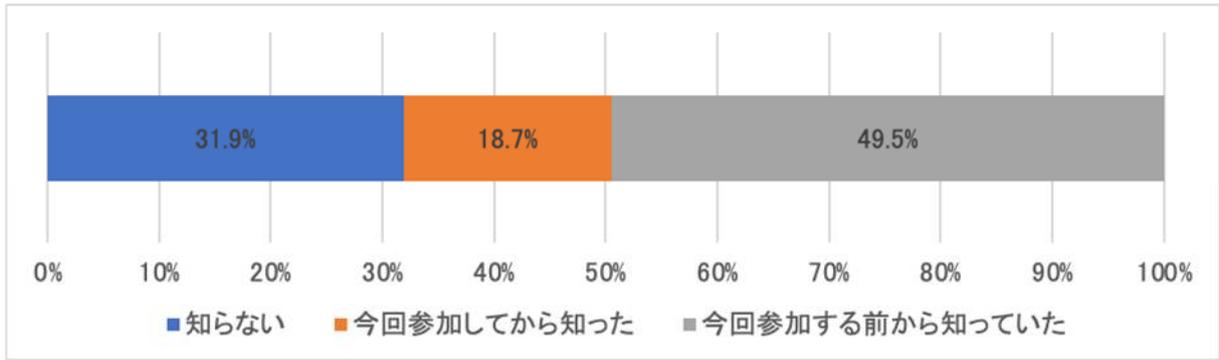
参加ランナー全員に2口以上の寄付をお願いしていることについて、「大変良いと思う」が36.9%、「まあまあ良いと思う」が46.7%と約8割のランナーが2口以上の寄付を肯定的に捉えている。

■チャリティグッズの購入について



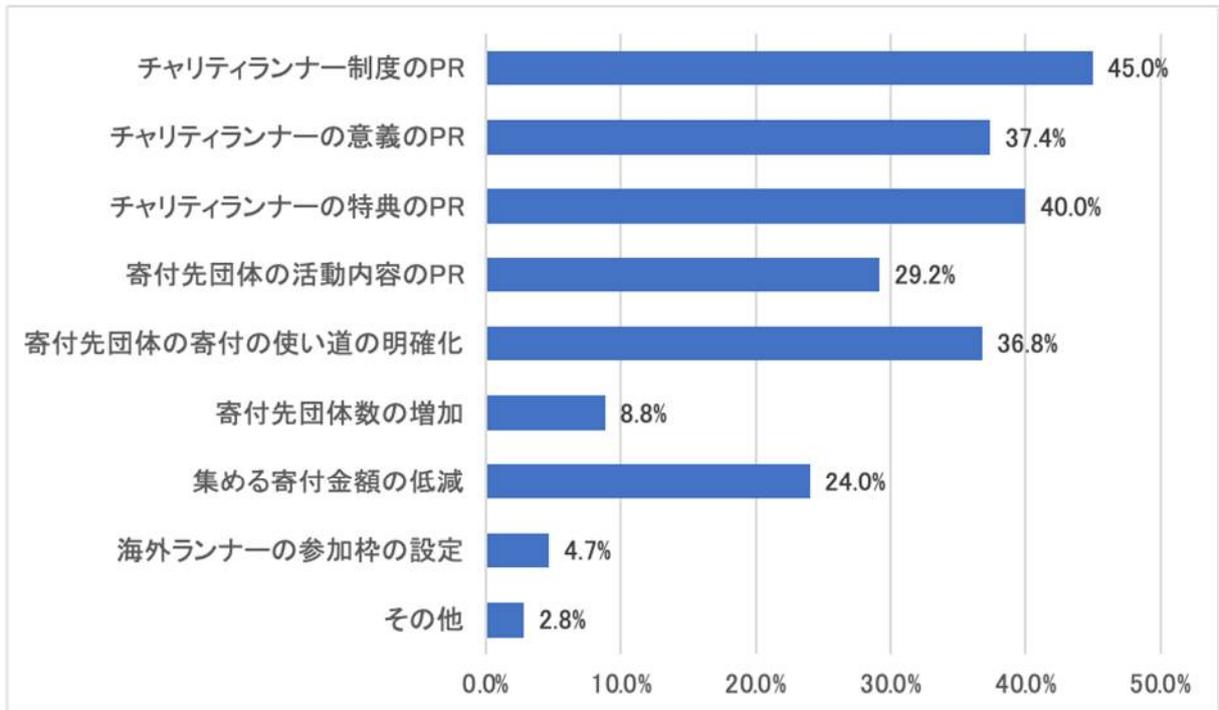
チャリティグッズの購入については、「なないろチャリティTシャツ」が12.1%（前回：10.8%）と最も多く、次いで「なないろチャリティキャップ」が8.5%（前回：8.7%）、「ニックネーム入りアスリートビブス」が5.5%（前回：8.1%）であった。また、「購入しなかった」は73.5%（前回：71.9%）と前回大会と同様に多くのランナーが購入しなかったことから、チャリティグッズ購入のための工夫が必要であろう。

■チャリティランナー制度について



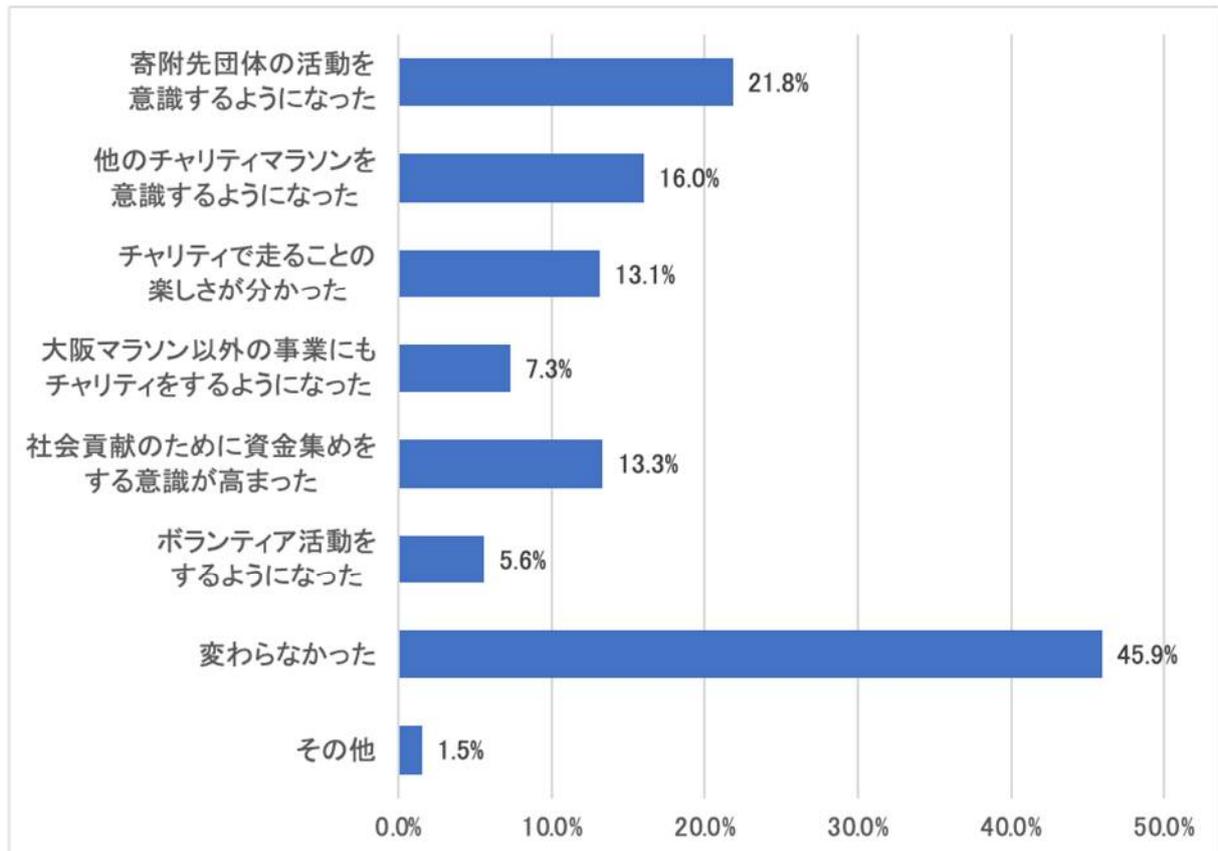
チャリティランナー制度について、「今回参加する前から知っていた」が 49.5%、「今回参加してから知った」が 18.7%とランナーの 7 割近くが認知しているが、「知らない」が 31.9%であり、チャリティランナー制度の認知に課題がみられる。

■チャリティランナーでの出場者を増やすために、必要だと思う取り組みについて（複数回答可）



チャリティランナーでの出場者増加のための取り組みとして、「チャリティランナー制度のPR」が 45.0%と最も多く、次いで「チャリティランナーの特典のPR」が 40.0%、「チャリティランナーの意義のPR」が 37.4%であった。チャリティランナー制度の認知の向上を強く推している。また、「寄付先団体の寄付の使い道の明確化」が 36.8%、「寄付先団体の活動内容のPR」が 29.2%であり、寄付先団体の課題も上げている。さらに、「集める寄付金額の低減」は 24.0%で、「寄付先団体数の増加」は 8.8%と、チャリティランナーの制度設計の変更についての意見もあった。

■チャリティへの意識や活動の変化について（複数回答可）



チャリティに対する意識や活動の変化については、「寄付先団体の活動を意識するようになった」が21.8%（前回：15.7%）、「他のチャリティマラソンを意識するようになった」が、16.0%（前回：9.9%）「社会貢献のために資金集めをする意識が高まった」が13.3%（前回：6.2%）であり、ランナーのチャリティに対する意識や活動の変化が少しずつではあるが現れている。一方、「変わらなかった」が45.9%（前回：58.9%）であり、前回と比べるとチャリティへの意識や活動の変化は見られているが、課題が残る結果となったといえる。

1-2. ランナーの特性別意識の違い

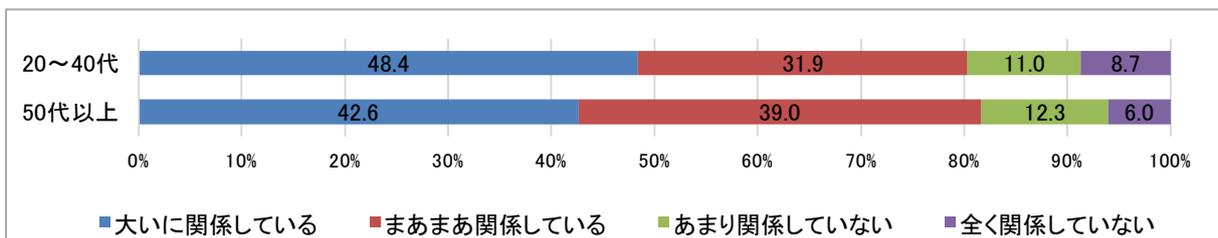
(1) 大阪マラソン 2024 への応募理由とランナーの特性別意識の関連について

「今回、数ある市民マラソンの中で、大阪マラソン 2024 を選ばれた理由についてお聞かせください。次の理由について、「大いに関係している」から「まったく関係していない」までの 4 段階の評価から選んでください。」という質問に関する回答の割合の差をランナーの特性別にカイ 2 乗検定を用いて分析した。統計処理には SPSS28.0J を用い、有意水準は 1%未満とし、有意差のある項目について説明する。

①年代別

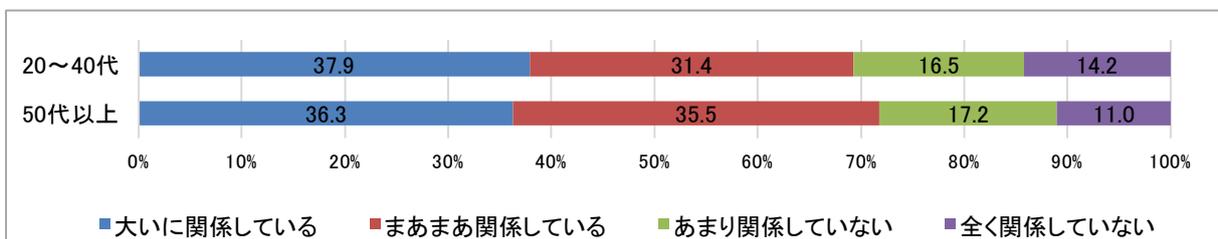
参加ランナーを「20～40 代 (1390 名)」と「50 代以上 (2533 名)」に分類し、大阪マラソン 2024 への応募理由についての回答の割合の差を比較した。

■沿道の応援が楽しいから



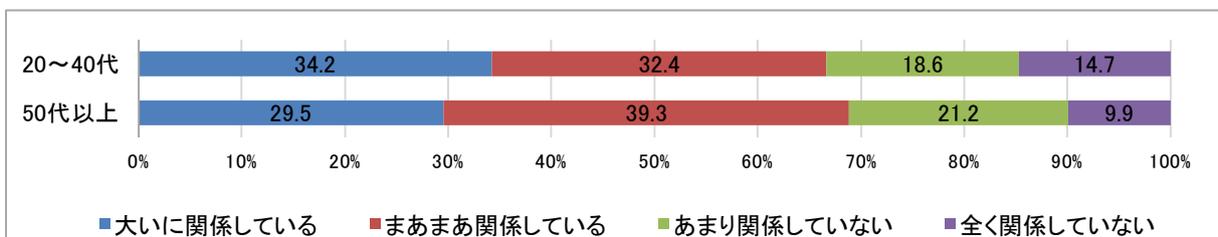
「20～40 代」と「50 代以上」の「沿道の応援が楽しいから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「20～40 代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■会場までのアクセスが良いから



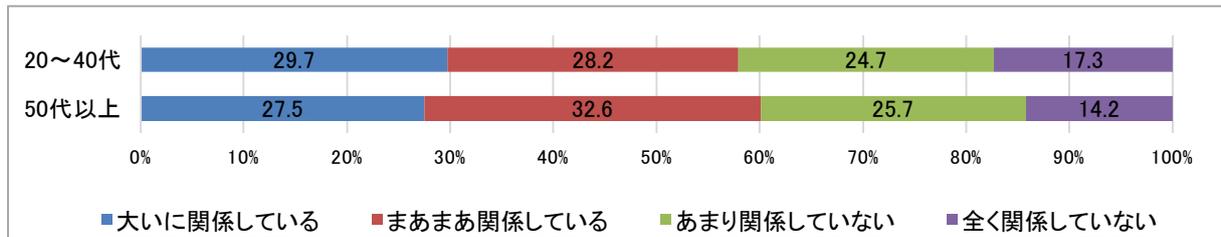
「20～40 代」と「50 代以上」の「会場までのアクセスが良いから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.01$) がみられ、「50 代以上」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■スタッフやボランティアのサポートが良いから



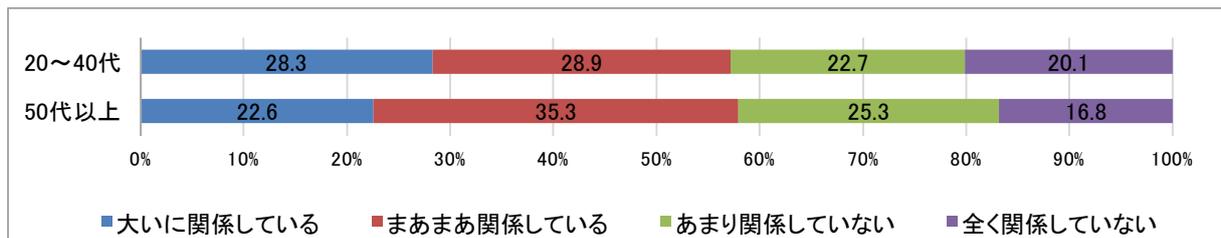
「20～40 代」と「50 代以上」の「スタッフやボランティアのサポートが良いから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「20～40 代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから



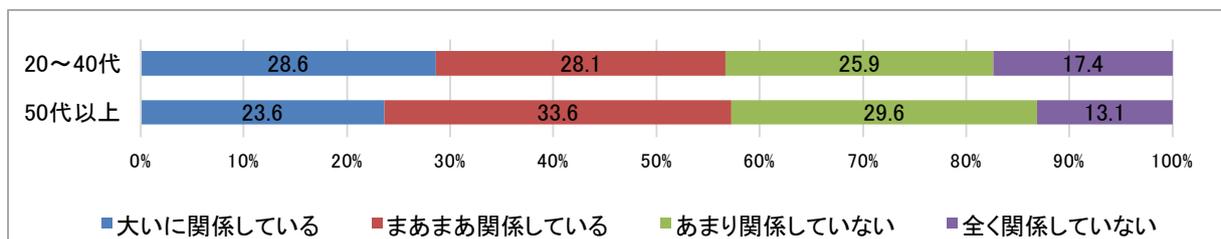
「20～40代」と「50代以上」の「大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.01$) がみられ、「50代以上」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ランナー盛上げ隊が応援してくれるから



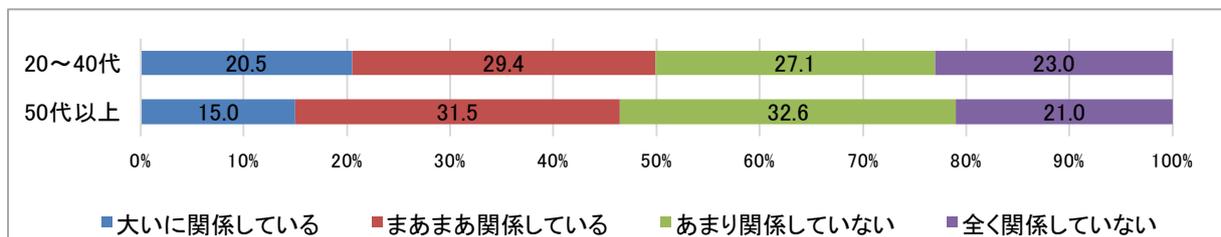
「20～40代」と「50代以上」の「ランナー盛上げ隊が応援してくれるから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「20～40代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■「まいどエイド」の給食があるから



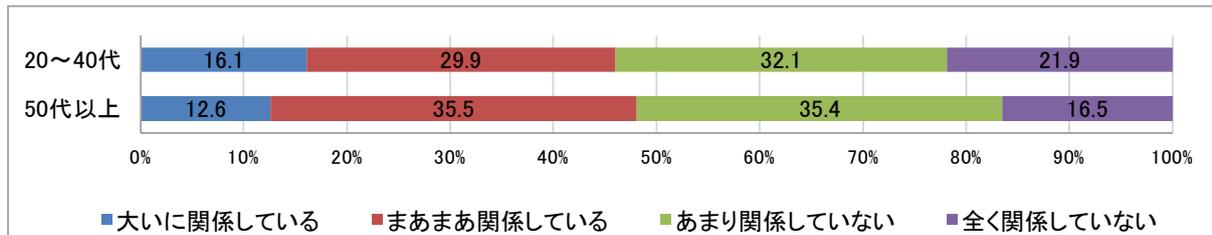
「20～40代」と「50代以上」の「『まいどエイド』の給食があるから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「20～40代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■開催日程の都合がよかったから



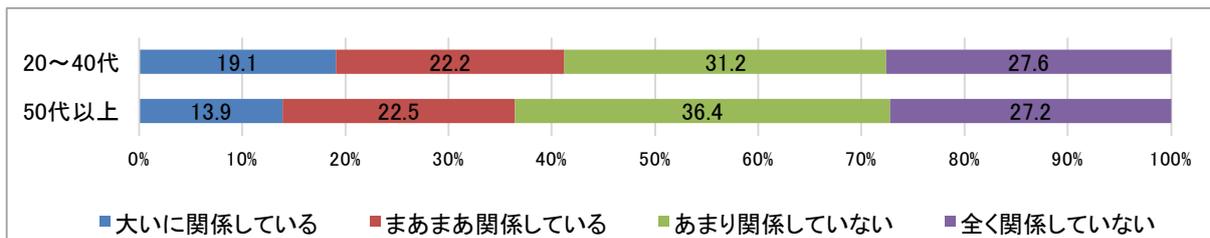
「20～40代」と「50代以上」の「開催日程の都合がよかったから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「20～40代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ ホームページや SNS 等での情報発信が良いから



「20～40代」と「50代以上」の「ホームページや SNS 等での情報発信が良いから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「20～40代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ 記録が出やすいコースだから

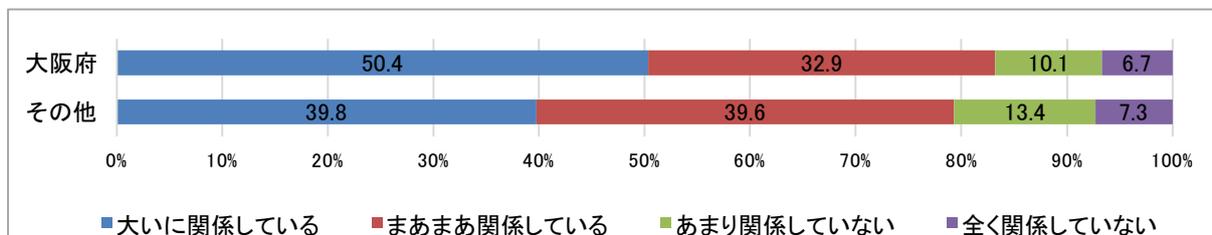


「20～40代」と「50代以上」の「記録が出やすいコースだから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「20～40代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

② 居住地域別

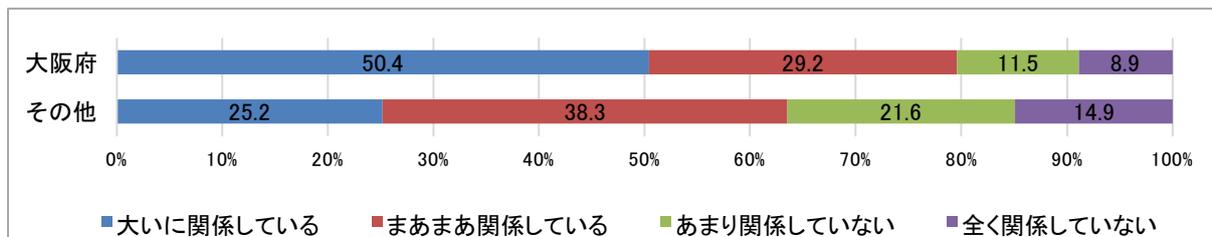
参加ランナーの居住地を「大阪府 (1814名)」と「その他 (2109名)」に分類し、大阪マラソン 2024 への応募理由についての回答の割合の差を比較した。

■ 沿道の応援が楽しいから



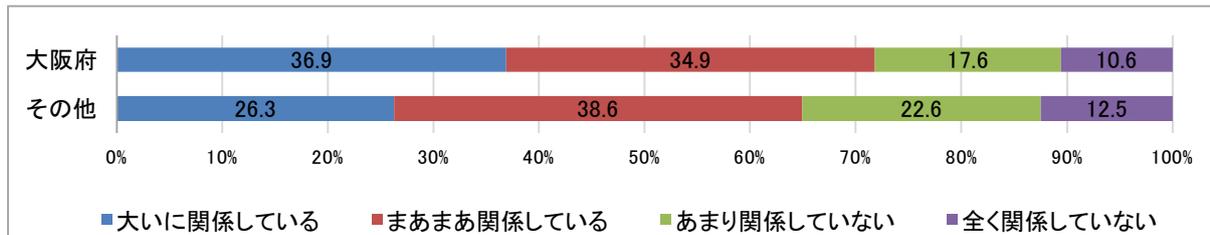
「大阪府」と「その他」の「沿道の応援が楽しいから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ 会場までのアクセスが良いから



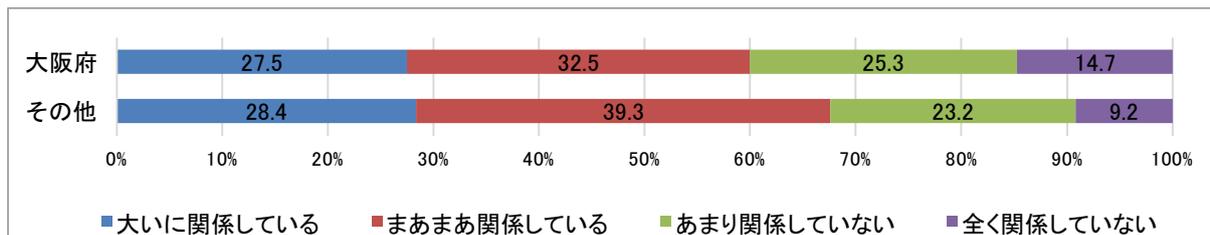
「大阪府」と「その他」の「会場までのアクセスが良いから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ スタッフやボランティアのサポートが良いから



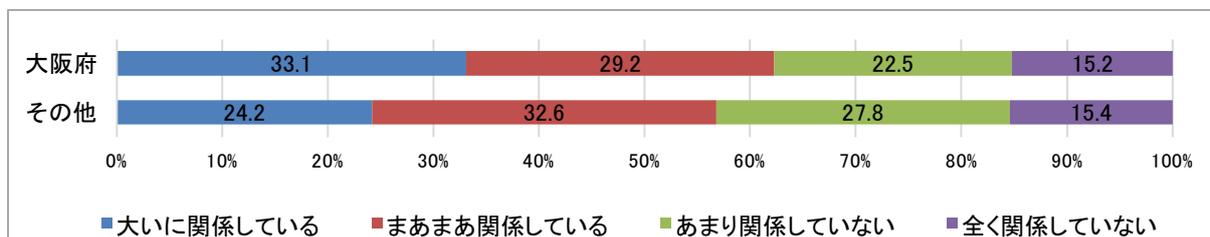
「大阪府」と「その他」の「スタッフやボランティアのサポートが良いから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ 大阪の名所旧跡を巡るコースだから



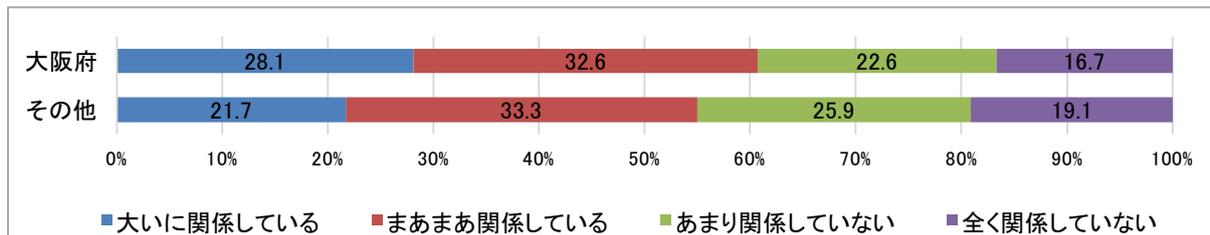
「大阪府」と「その他」の「大阪の名所旧跡を巡るコースだから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「その他」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ 大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから



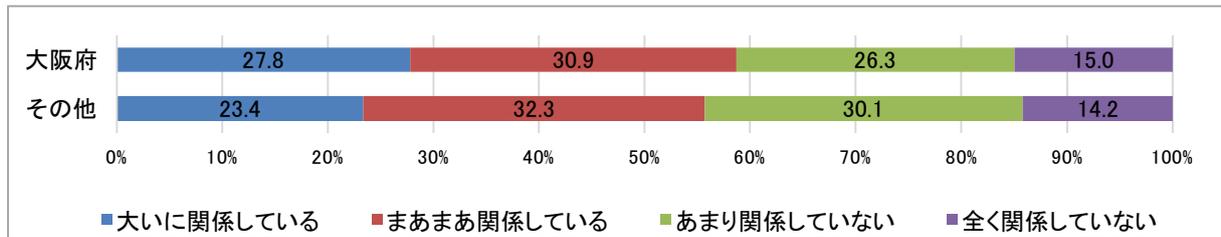
「大阪府」と「その他」の「大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ ランナー盛上げ隊が応援してくれるから



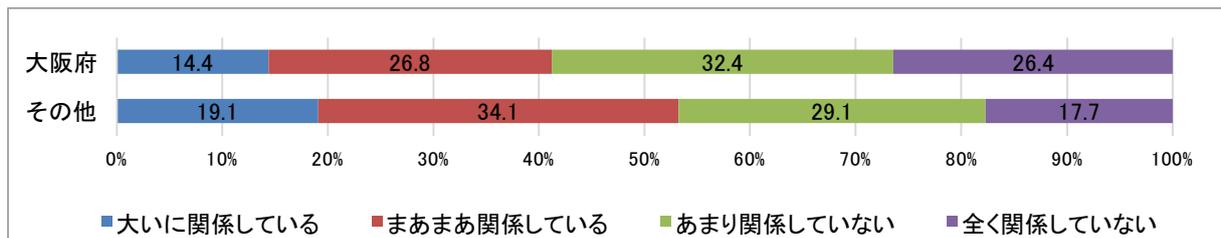
「大阪府」と「その他」の「ランナー盛上げ隊が応援してくれるから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ 「まいどエイド」の給食があるから



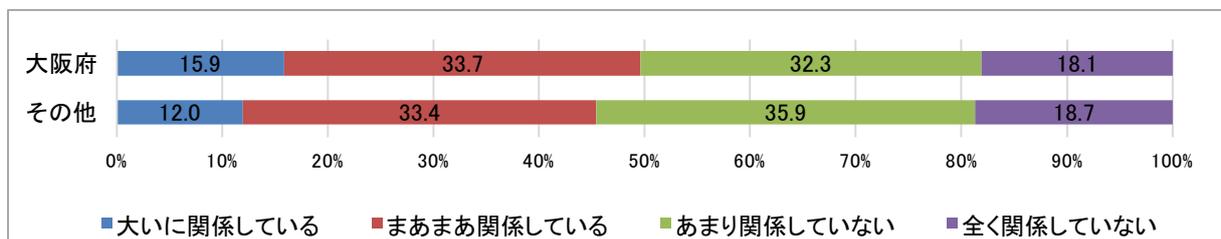
「大阪府」と「その他」の「『まいどエイド』の給食があるから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.01) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ 開催日程の都合がよかったから



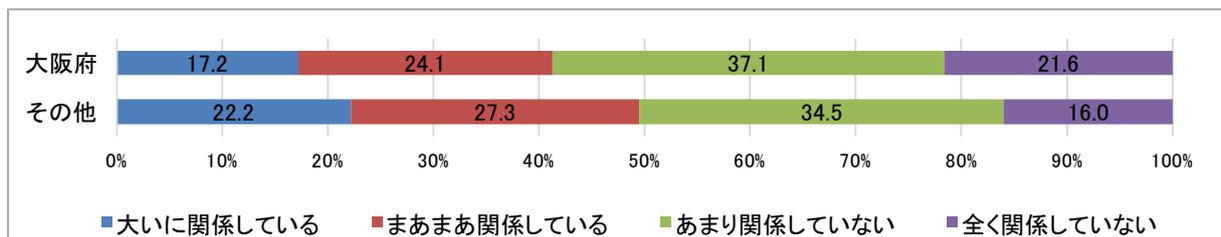
「大阪府」と「その他」の「開催日程の都合がよかったから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「その他」で「大いに関係している」および「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ ホームページや SNS 等での情報発信が良いから



「大阪府」と「その他」の「ホームページや SNS 等での情報発信が良いから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.01) がみられ、「大阪府」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ 記録が出やすいコースだから

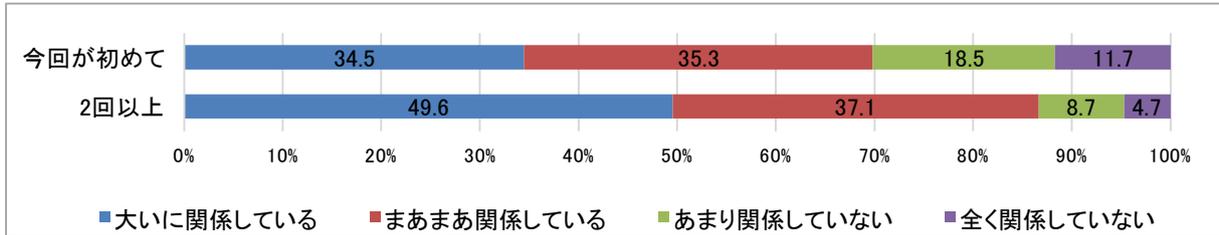


「大阪府」と「その他」の「記録が出やすいコースだから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「その他」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

③大阪マラソン参加回数別

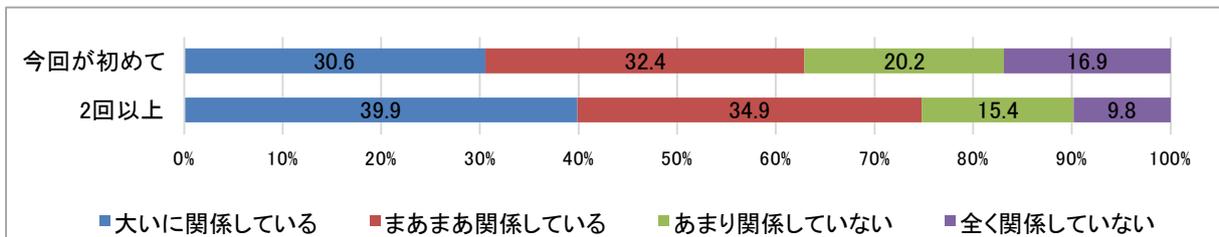
参加ランナーにおける大阪マラソンの参加回数を「今回が初めて（1270名）」と「2回以上（2653名）」に分類し、大阪マラソン2024への応募理由についての回答の割合の差を比較した。

■沿道の応援が楽しいから



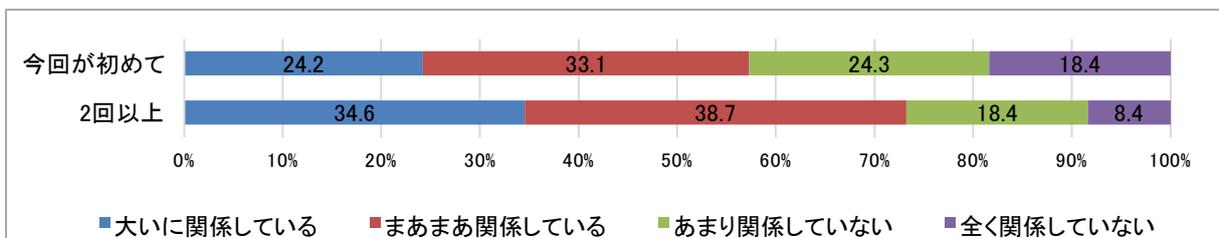
「今回が初めて」と「2回以上」の「沿道の応援が楽しいから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「2回以上」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■会場までのアクセスが良いから



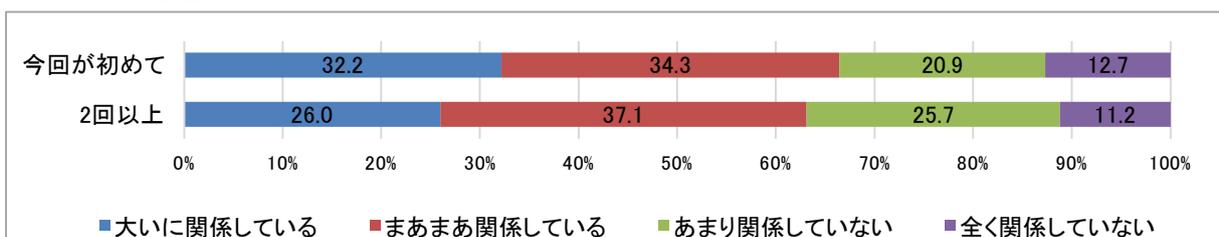
「今回が初めて」と「2回以上」の「会場までのアクセスが良いから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「2回以上」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■スタッフやボランティアのサポートが良いから



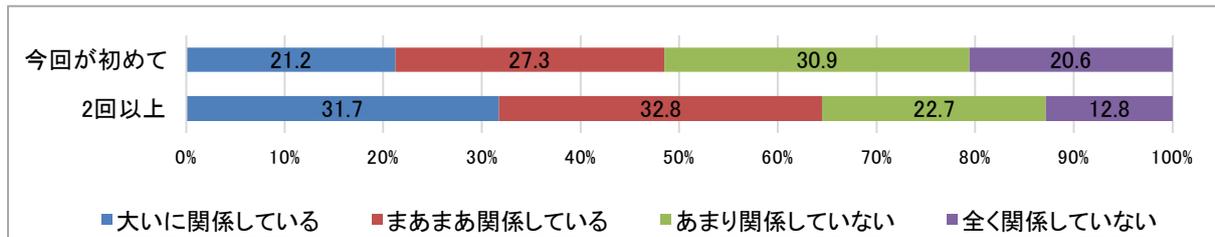
「今回が初めて」と「2回以上」の「スタッフやボランティアのサポートが良いから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「2回以上」で「大いに関係している」および「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■大阪の名所旧跡を巡るコースだから



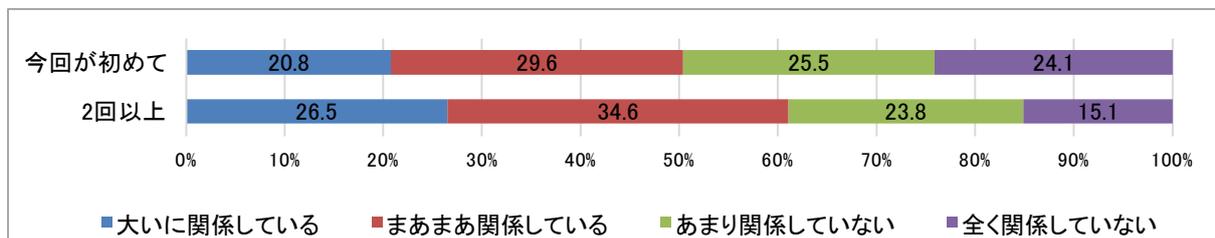
「今回が初めて」と「2回以上」の「大阪の名所旧跡を巡るコースだから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「今回が初めて」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから



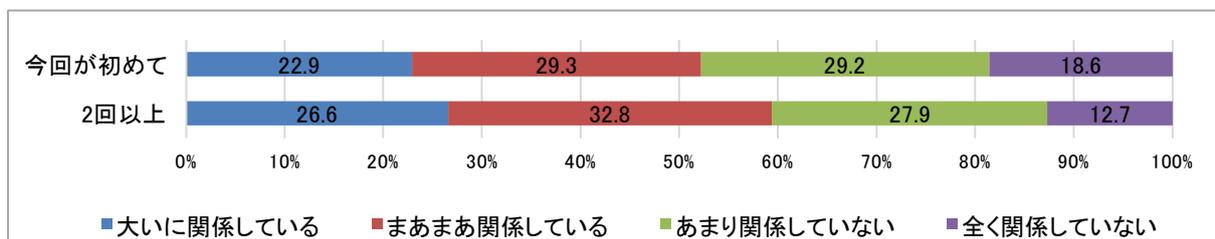
「今回が初めて」と「2回以上」の「大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「2回以上」で「大いに関係している」および「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ランナー盛上げ隊が応援してくれるから



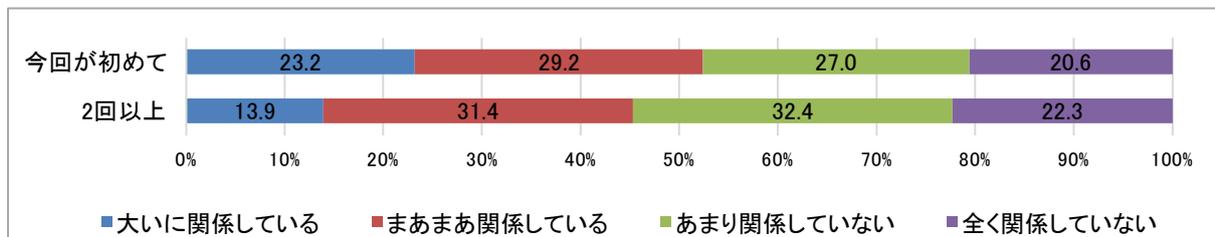
「今回が初めて」と「2回以上」の「ランナー盛上げ隊が応援してくれるから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「2回以上」で「大いに関係している」および「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■「まいどエイド」の給食があるから



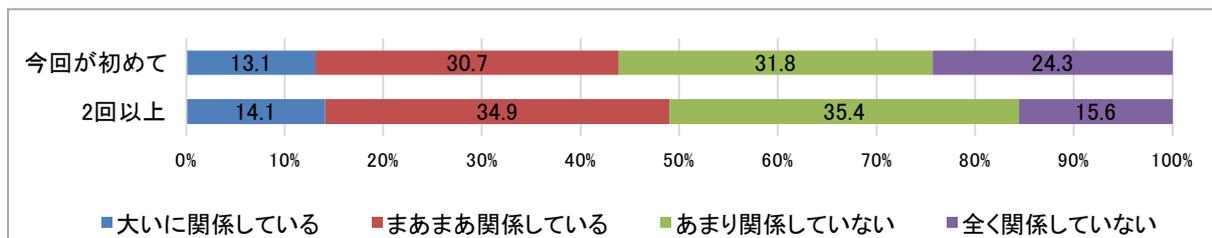
「今回が初めて」と「2回以上」の「『まいどエイド』の給食があるから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「2回以上」で「大いに関係している」および「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■開催日程の都合がよかったから



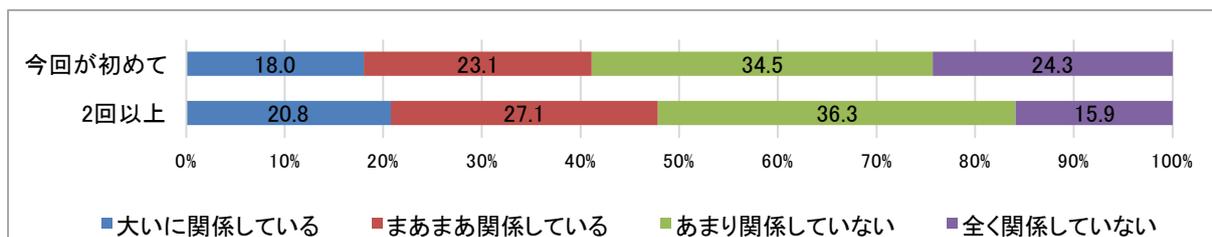
「今回が初めて」と「2回以上」の「開催日程の都合がよかったから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「今回が初めて」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ ホームページや SNS 等での情報発信が良いから



「今回が初めて」と「2回以上」の「ホームページや SNS 等での情報発信が良いから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「2回以上」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ 記録が出やすいコースだから

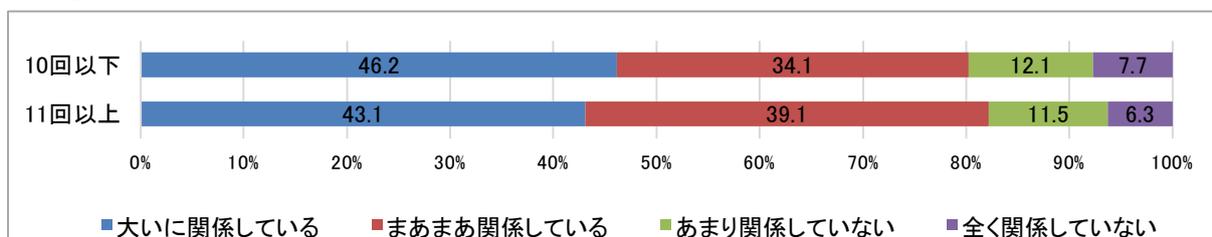


「今回が初めて」と「2回以上」の「記録が出やすいコースだから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「2回以上」で「大いに関係している」および「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

④ 市民マラソン参加回数別

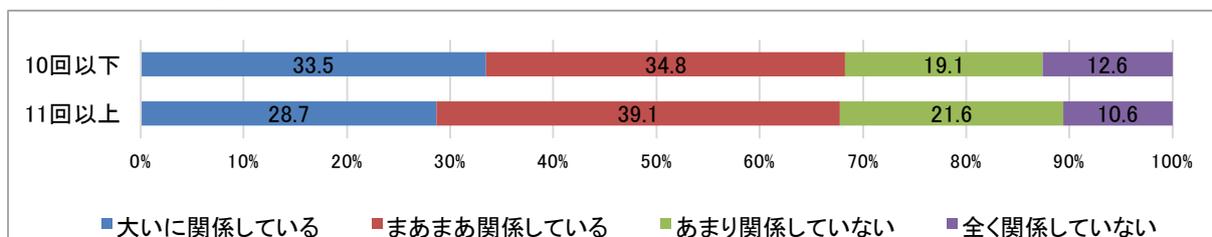
参加ランナーにおける市民マラソンの参加回数を「10回以下 (2026名)」と「11回以上 (1897名)」に分類し、大阪マラソン 2024 への応募理由についての回答の割合の差を比較した。

■ 沿道の応援が楽しいから



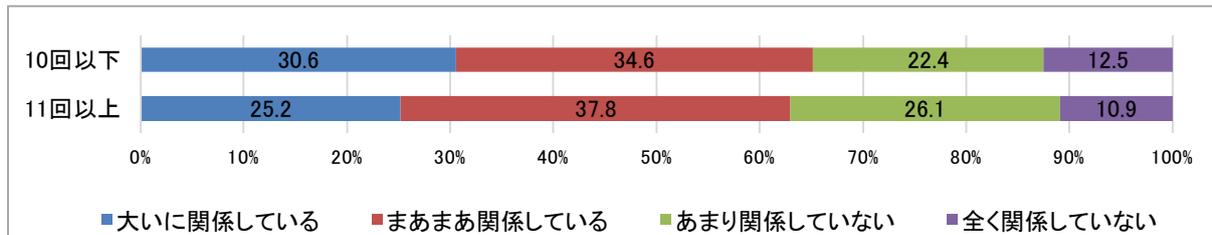
「10回以下」と「11回以上」の「沿道の応援が楽しいから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.01$) がみられ、「11回以上」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ スタッフやボランティアのサポートが良いから



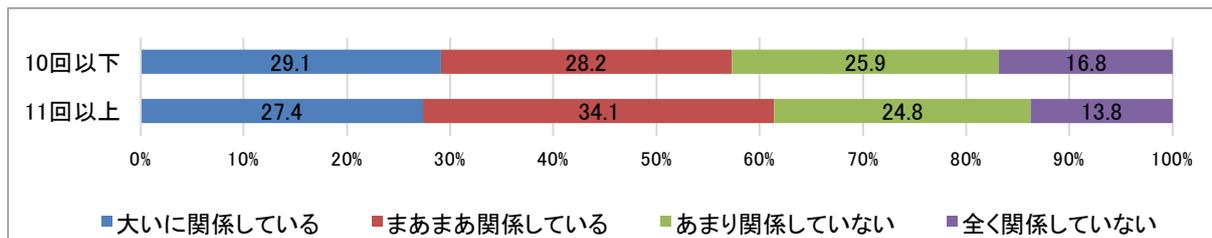
「10回以下」と「11回以上」の「スタッフやボランティアのサポートが良いから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「10回以下」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■大阪の名所旧跡を巡るコースだから



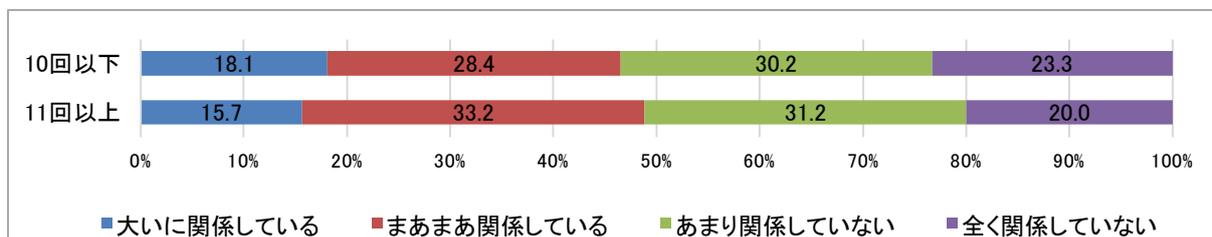
「10回以下」と「11回以上」の「大阪の名所旧跡を巡るコースだから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「10回以下」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから



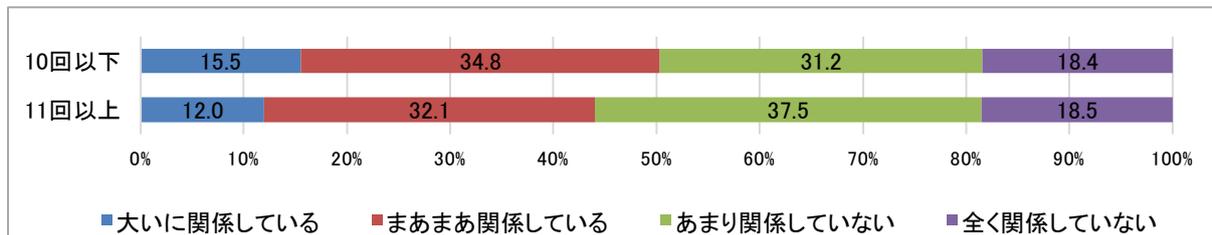
「10回以下」と「11回以上」の「大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「11回以上」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■開催日程の都合がよかったから



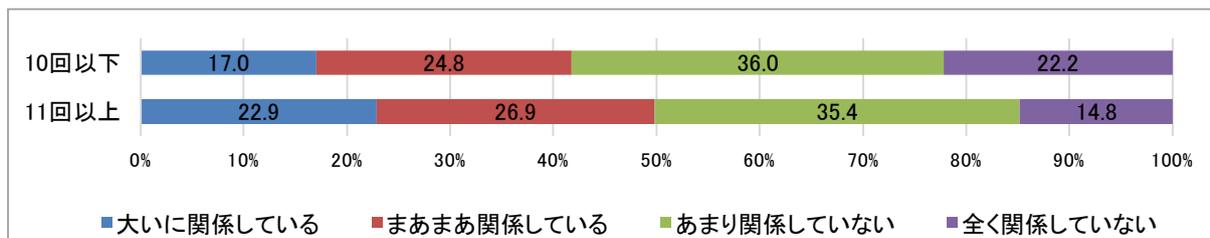
「10回以下」と「11回以上」の「開催日程の都合がよかったから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.01$) がみられ、「10回以下」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ホームページやSNS等での情報発信が良いから



「10回以下」と「11回以上」の「ホームページやSNS等での情報発信が良いから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「10回以下」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■記録が出やすいコースだから

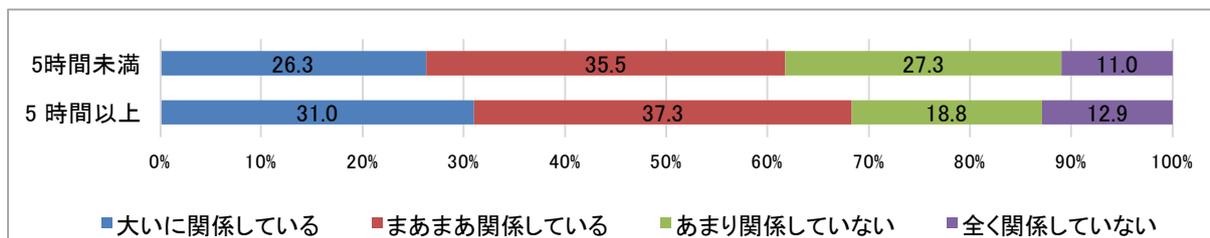


「10回以下」と「11回以上」の「記録が出やすいコースだから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「11回以上」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

⑤完走時間別

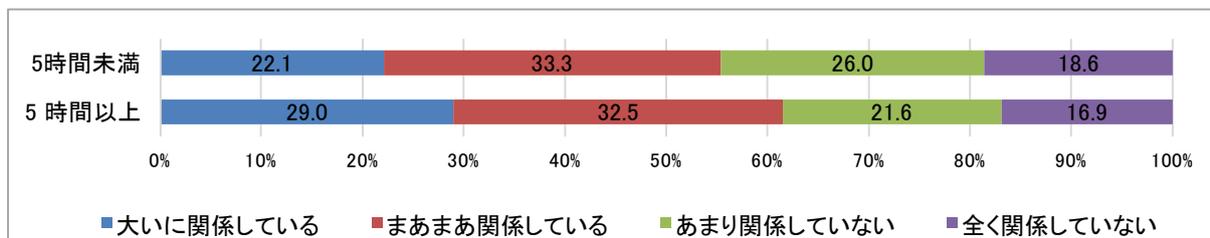
参加ランナーを「5時間未満で完走 (2494名)」と「5時間以上で完走 (1429名)」(未完走者 153名含む) に分類し、大阪マラソン 2024 への応募理由についての回答の割合の差を比較した。

■大阪の名所旧跡を巡るコースだから



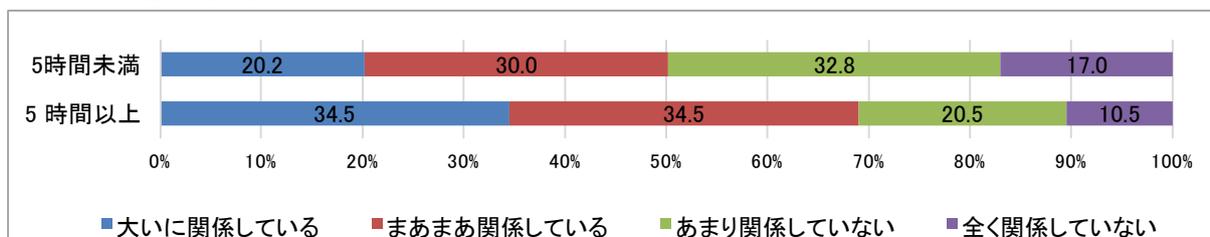
「5時間未満」と「5時間以上」の「大阪の名所旧跡を巡るコースだから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「5時間以上」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ランナー盛り上げ隊が応援してくれるから



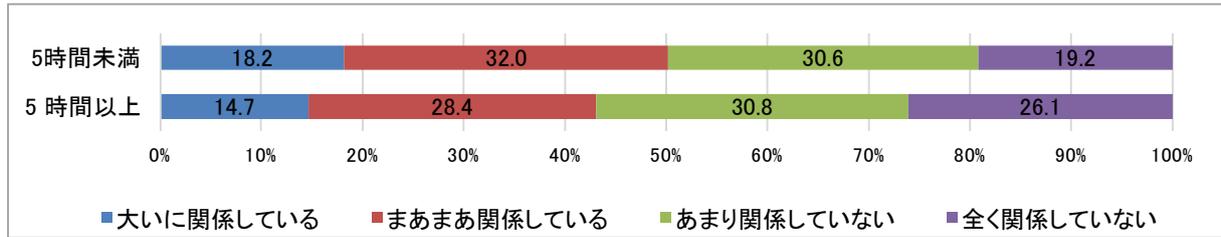
「5時間未満」と「5時間以上」の「ランナー盛り上げ隊が応援してくれるから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「5時間以上」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■「まいどエイド」の給食があるから



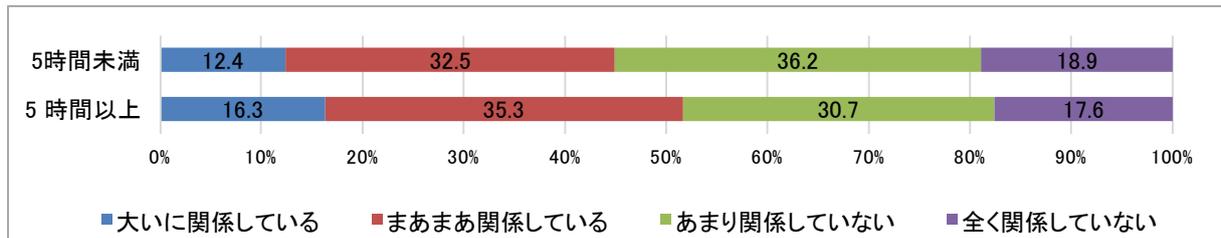
「5時間未満」と「5時間以上」の「『まいどエイド』の給食があるから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「5時間以上」で「大いに関係している」「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■開催日程の都合がよかったから



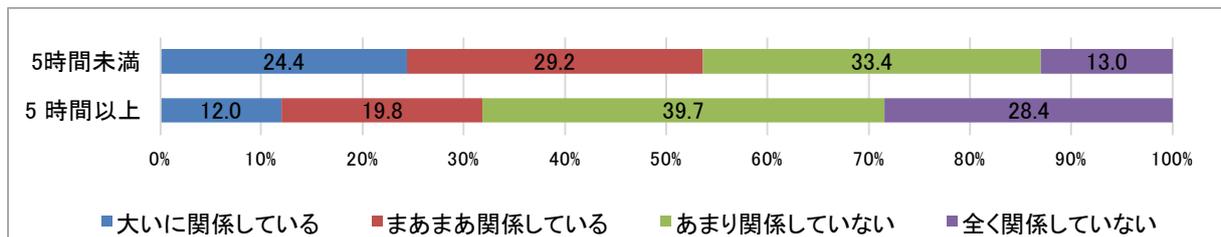
「5時間未満」と「5時間以上」の「開催日程の都合がよかったから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「5時間未満」で「大いに関係している」「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ホームページやSNS等での情報発信が良いから



「5時間未満」と「5時間以上」の「ホームページやSNS等での情報発信が良いから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「5時間以上」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■記録が出やすいコースだから



「5時間未満」と「5時間以上」の「記録が出やすいコースだから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「5時間未満」で「大いに関係している」「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

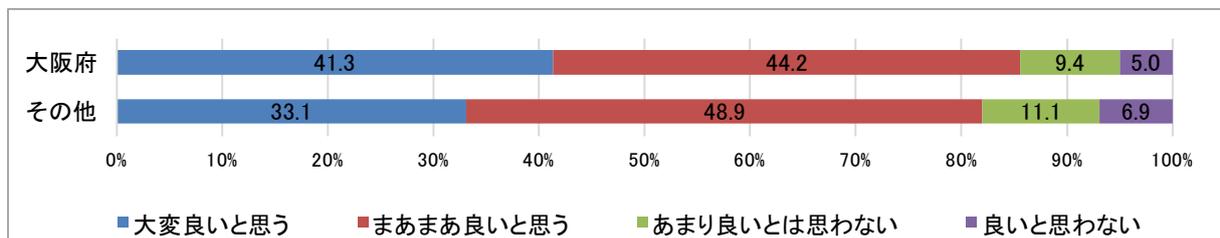
(2) 大阪マラソン 2024 におけるチャリティとランナーの特性別意識の関連について

1) 寄付について

「チャリティマラソンとしての大阪マラソンは、チャリティプログラムに賛同して、参加ランナー全員に2口以上(1口500円)の寄付をお願いしています。これについて、どう思いますか。」という質問に関する回答の割合の差をランナーの特性別にカイ2乗検定を用いて分析した。統計処理にはSPSS28.0Jを用い、有意水準は1%未満とし、有意差のある項目について説明する。

①居住地域別

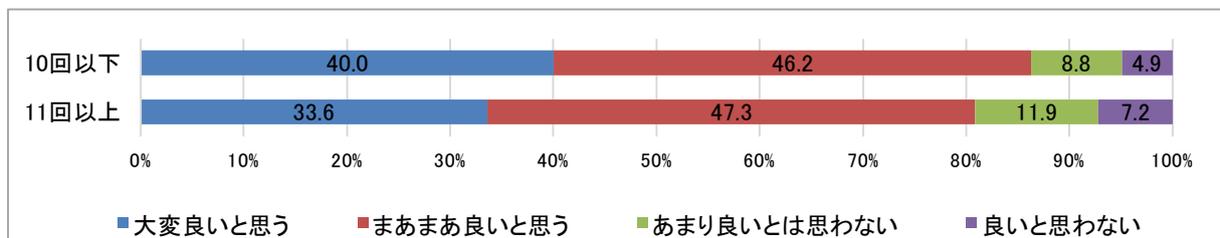
参加ランナーの居住地を「大阪府(1814名)」と「その他(2109名)」に分類し、大阪マラソン2024における「寄付」についての回答の割合の差を比較した。



「大阪府」と「その他」の「寄付」に対する回答の割合に有意な差($p < 0.001$)がみられ、「大阪府」で「大変良いと思う」と回答した人の割合が高かった。

②市民マラソン参加回数別

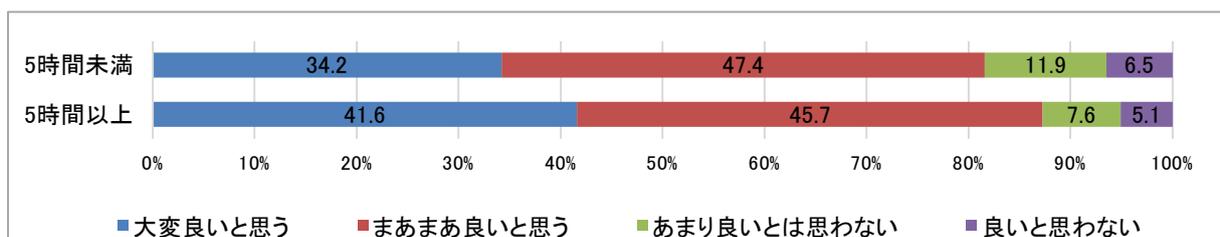
参加ランナーにおける市民マラソンの参加回数を「10回以下(2026名)」と「11回以上(1897名)」に分類し、大阪マラソン2024における「寄付」についての回答の割合の差を比較した。



「10回以下」と「11回以上」の「寄付」に対する回答の割合に有意な差($p < 0.001$)がみられ、「10回以下」で「大変良いと思う」と回答した人の割合が高かった。

③完走時間別

参加ランナーを「5時間未満で完走(2494名)」と「5時間以上で完走(1429名)」(未完走者153名含む)に分類し、大阪マラソン2024における「寄付」についての回答の割合の差を比較した。



「5時間未満」と「5時間以上」の「寄付」に対する回答の割合に有意な差($p < 0.001$)がみられ、「5時間以上」で「大変良いと思う」と回答した人の割合が高かった。

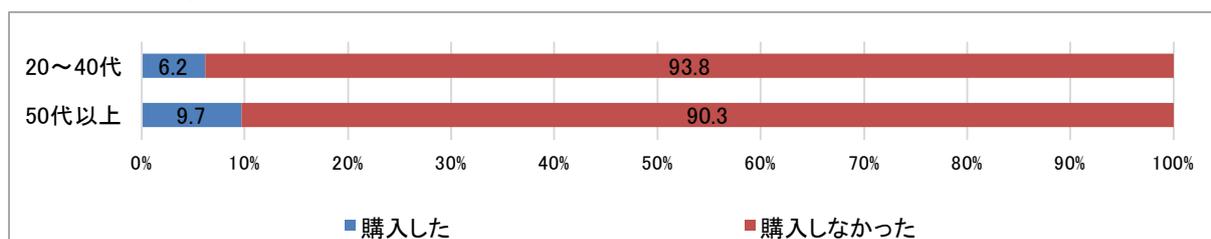
2) チャリティグッズの購入について

「次のチャリティグッズは購入しましたか。(複数回答可)」という質問において、選択肢の項目を選んだ場合を「購入した」、選ばなかった場合を「購入しなかった」と回答したものとして、その回答の割合の差を観客の特性別にカイ2乗検定を用いて分析した。統計処理にはSPSS28.0Jを用い、有意水準は1%未満とし、有意差のある項目について説明する。

①年代別

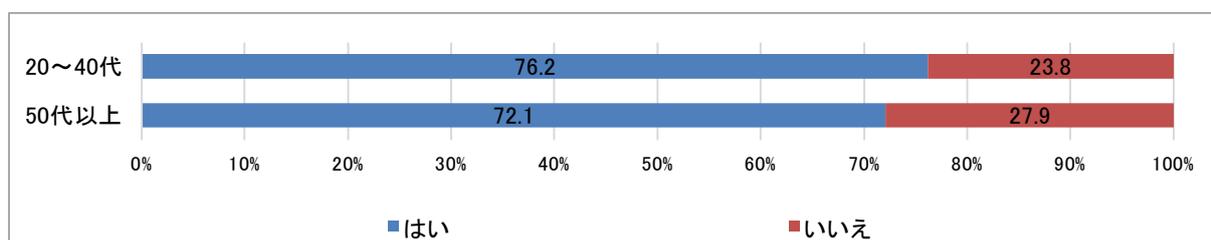
参加ランナーを「20～40代(1390名)」と「50代以上(2533名)」に分類し、「チャリティグッズの購入」についての回答の割合の差を比較した。

■なないろチャリティキャップ



「20～40代」と「50代以上」の「なないろチャリティキャップの購入」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「50代以上」で「購入した」と回答した人の割合が高かった。

■購入しなかった

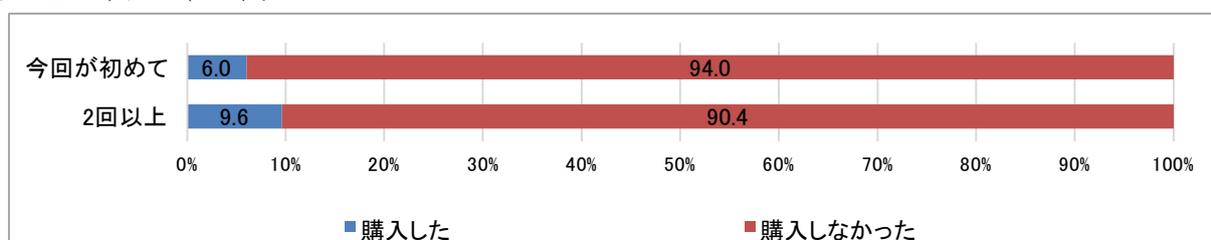


「20～40代」と「50代以上」の「何も購入しなかった」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「20～40代」で「はい」と回答した人の割合が高かった。

②大阪マラソン参加回数別

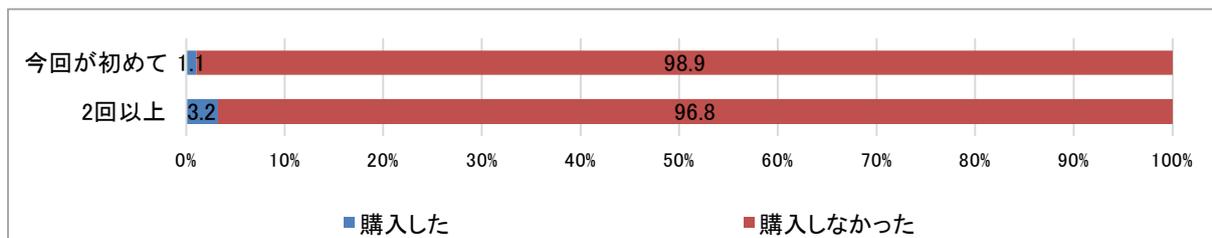
参加ランナーにおける大阪マラソンの参加回数を「今回が初めて(1270名)」と「2回以上(2653名)」に分類し、「チャリティグッズの購入」についての回答の割合の差を比較した。

■なないろチャリティキャップ



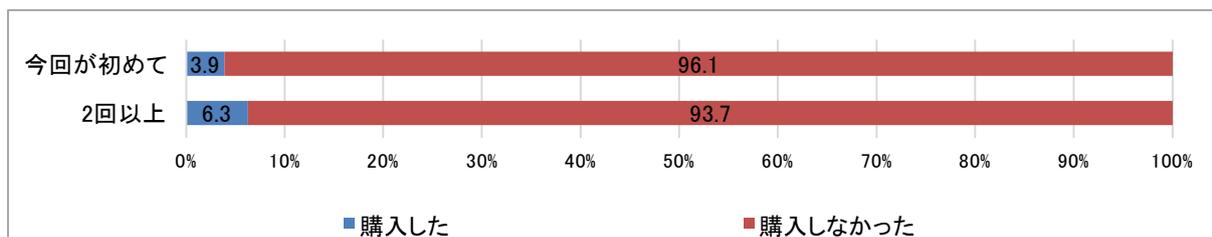
「今回が初めて」と「2回以上」の「なないろチャリティキャップの購入」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「2回以上」で「購入した」と回答した人の割合が高かった。

■チャリティマルチポケットパンツ



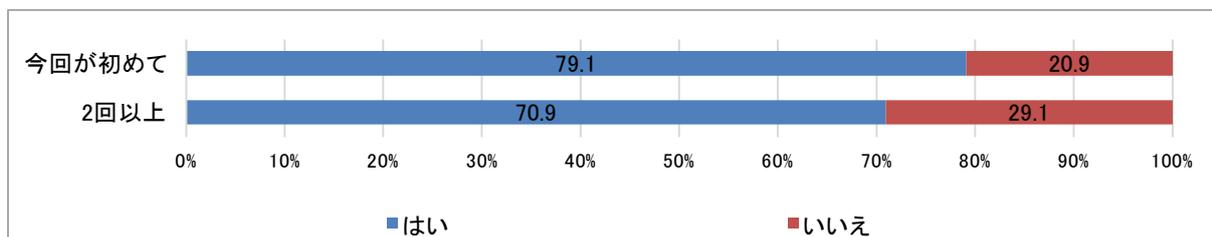
「初めて」と「2回以上」の「チャリティマルチポケットパンツ」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「2回以上」で「購入した」と回答した人の割合が高かった。

■ニックネーム入りアスリートビブス



「初めて」と「2回以上」の「ニックネーム入りアスリートビブス」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.01) がみられ、「2回以上」で「購入した」と回答した人の割合が高かった。

■購入しなかった

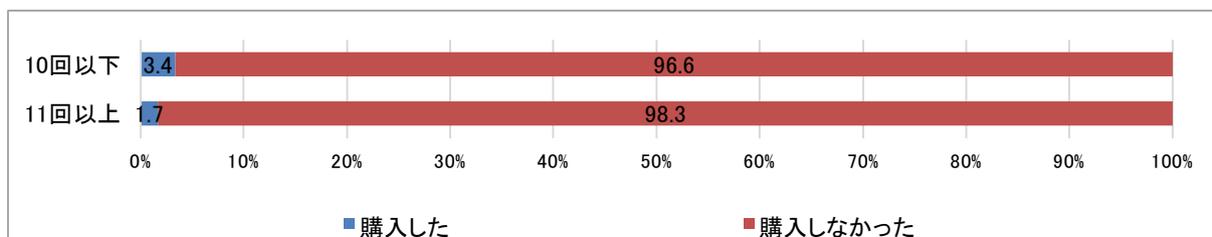


「初めて」と「2回以上」の「何も購入しなかった」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「初めて」で「はい」と回答した人の割合が高かった。

④市民マラソン参加回数別

参加ランナーにおける市民マラソンの参加回数を「10回以下 (2026名)」と「11回以上 (1897名)」に分類し、「チャリティグッズの購入」についての回答の割合の差を比較した。

■チャリティマルチポケットパンツ

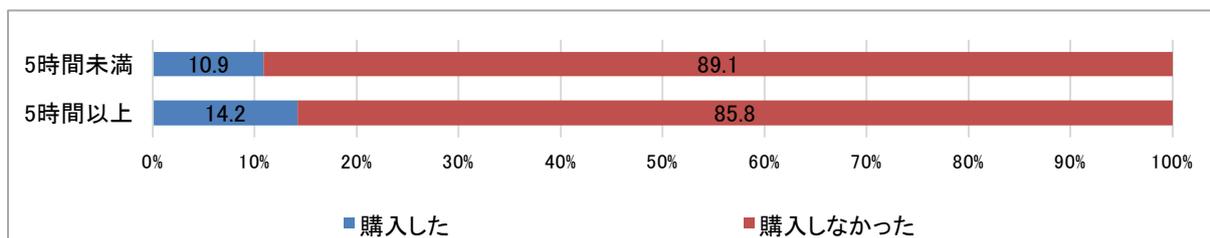


「10回以下」と「11回以上」の「チャリティマルチポケットパンツ」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.01) がみられ、「10回以下」で「購入した」と回答した人の割合が高かった。

⑤完走時間別

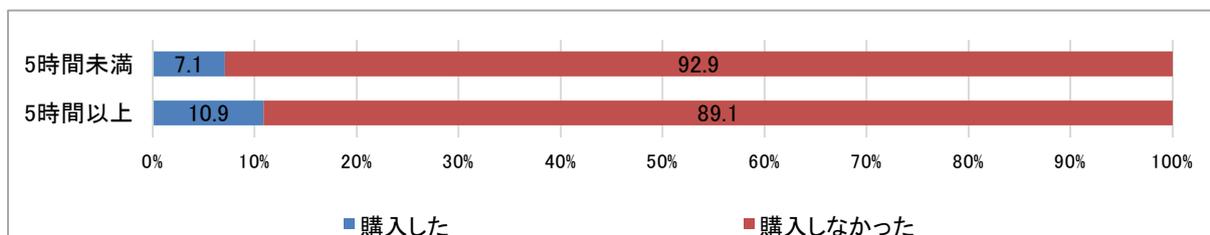
参加ランナーを「5時間未満で完走（2494名）」と「5時間以上で完走（1429名）」（未完走者153名含む）に分類し、「チャリティグッズの購入」についての回答の割合の差を比較した。

■なないろチャリティTシャツ



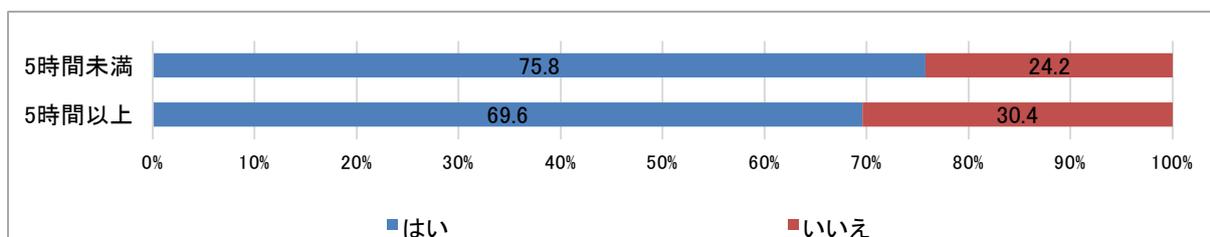
「5時間未満」と「5時間以上」の「なないろチャリティTシャツ」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.01$) がみられ、「5時間以上」で「購入した」と回答した人の割合が高かった。

■なないろチャリティキャップ



「5時間未満」と「5時間以上」の「なないろチャリティキャップ」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「5時間以上」で「購入した」と回答した人の割合が高かった。

■購入しなかった

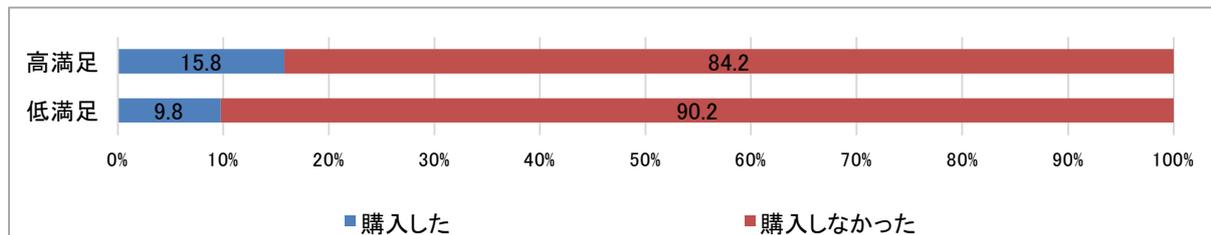


「5時間未満」と「5時間以上」の「何も購入しなかった」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「5時間未満」で「はい」と回答した人の割合が高かった。

⑥大阪マラソン 2024 の満足度

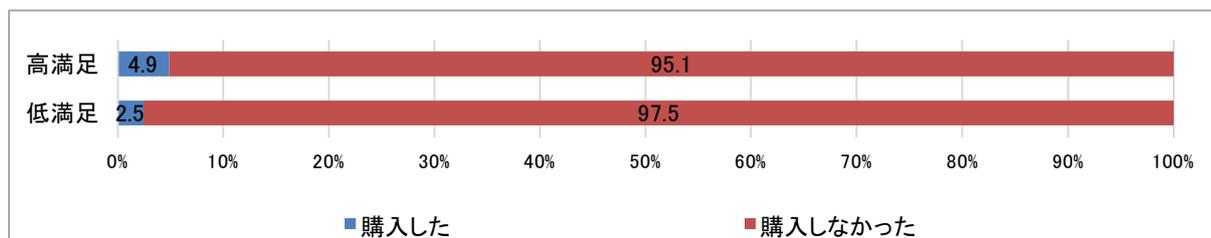
「大阪マラソン 2024 に満足されましたか」という質問に対して、「満足した」と回答した人を「高満足 (1513 名)」、「まあまあ満足した」、「どちらかというとな満足だった」、「不満足だった」と回答した人を「低満足 (2410 名)」に分類し、「チャリティグッズの購入」についての回答の割合の差を比較した。

■なないろチャリティ T シャツ



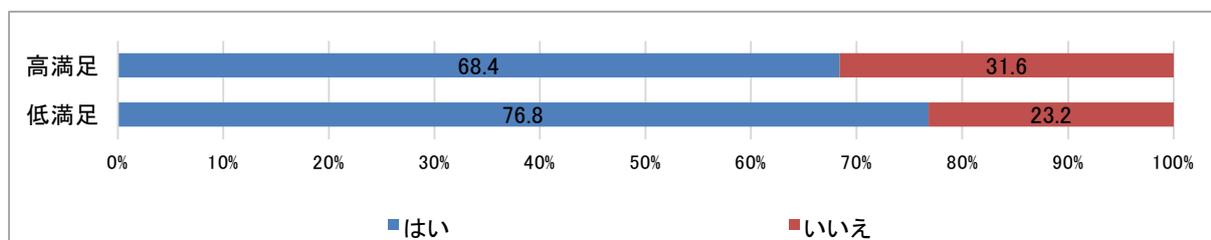
「高満足」と「低満足」の「なないろチャリティ T シャツ」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「高満足」で「購入した」と回答した人の割合が高かった。

■チャリティウインドブレーカー



「高満足」と「低満足」の「チャリティウインドブレーカー」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「高満足」で「購入した」と回答した人の割合が高かった。

■購入しなかった



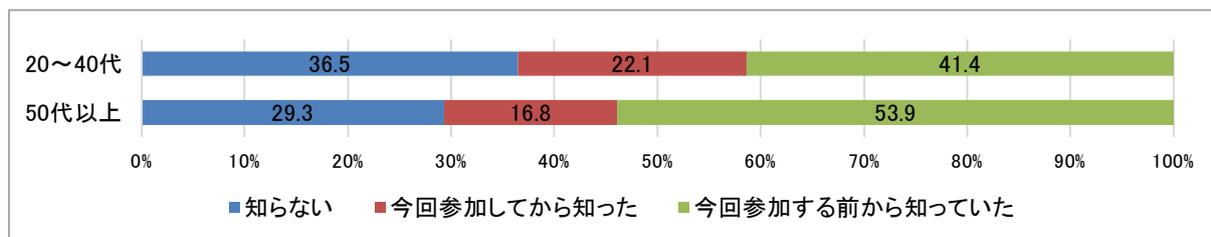
「高満足」と「低満足」の「何も購入しなかった」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「低満足」で「はい」と回答した人の割合が高かった。

3) チャリティ制度の認知について

「大阪マラソンでは、自分が支援したい寄附先団体を選び、家族や友人、その団体の活動に共感した人（サポーター）などから7万円以上の寄附金を集めることで大阪マラソンに出場できる「チャリティランナー」を募集しています。この制度について知っていますか。」という質問に関する回答の割合の差をランナーの特性別にカイ2乗検定を用いて分析した。統計処理にはSPSS28.0Jを用い、有意水準は1%未満とし、有意差のある項目について説明する。

①年代別

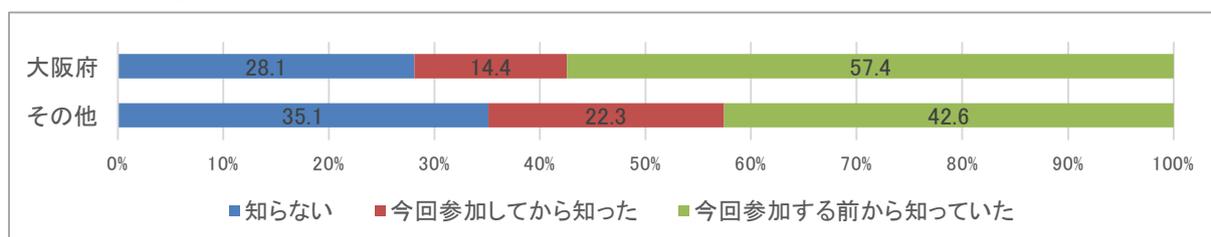
参加ランナーを「20～40代（1390名）」と「50代以上（2533名）」に分類し、大阪マラソン2024における「チャリティ制度の認知」についての回答の割合の差を比較した。



「20～40代」と「50代以上」の「チャリティ制度の認知」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「20～40代」で「知らない」および「今回参加してから知った」と回答した人の割合が高く、「50代以上」で「今回参加する前から知っていた」と回答した人の割合が高かった。

②居住地域別

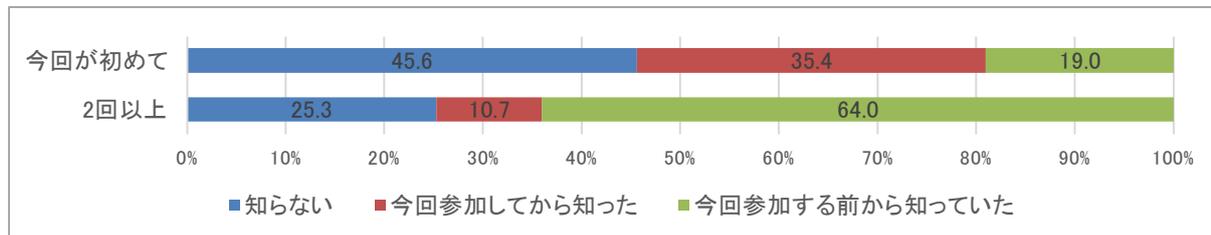
参加ランナーの居住地を「大阪府（1814名）」と「その他（2109名）」に分類し、大阪マラソン2024における「チャリティ制度の認知」についての回答の割合の差を比較した。



「大阪府」と「その他」の「チャリティ制度の認知」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「その他」で「知らない」および「今回参加してから知った」と回答した人の割合が高く、「大阪府」で「今回参加する前から知っていた」と回答した人の割合が高かった。

③大阪マラソン参加回数別

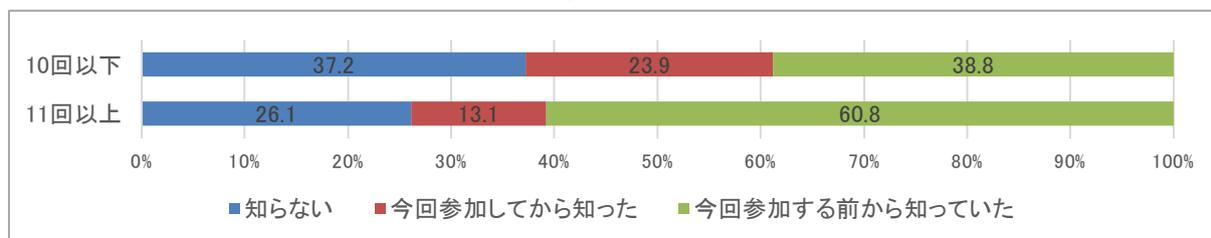
参加ランナーにおける大阪マラソンの参加回数を「今回が初めて（1270名）」と「2回以上（2653名）」に分類し、大阪マラソン2024における「チャリティ制度の認知」についての回答の割合の差を比較した。



「今回が初めて」と「2回以上」の「チャリティ制度の認知」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「今回が初めて」で「知らない」および「今回参加してから知った」と回答した人の割合が高く、「2回以上」で「今回参加する前から知っていた」と回答した人の割合が高かった。

④市民マラソン参加回数別

参加ランナーにおける市民マラソンの参加回数を「10回以下（2026名）」と「11回以上（1897名）」に分類し、大阪マラソン2024における「チャリティ制度の認知」についての回答の割合の差を比較した。



「10回以下」と「11回以上」の「チャリティ制度の認知」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「10回以下」で「知らない」および「今回参加してから知った」と回答した人の割合が高く、「11回以上」で「今回参加する前から知っていた」と回答した人の割合が高かった。

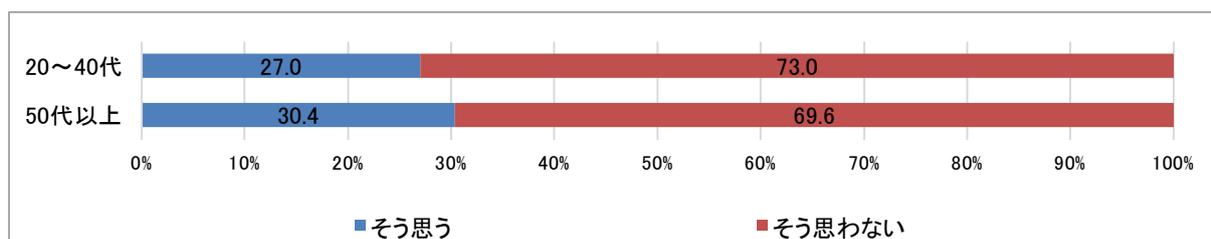
4) チャリティランナー増加に必要な取り組みについて

「このチャリティランナーでの出場者を増やすために、必要だと思う取り組みを選んでください。(複数回答可)」という質問において、選択肢の項目を選んだ場合を「そう思う」、選ばなかった場合を「そう思わない」と回答したもものとして、その回答の割合の差を観客の特性別にカイ 2 乗検定を用いて分析した。統計処理には SPSS28.0J を用い、有意水準は 5%未満とし、有意差のある項目について説明する。

①年代別

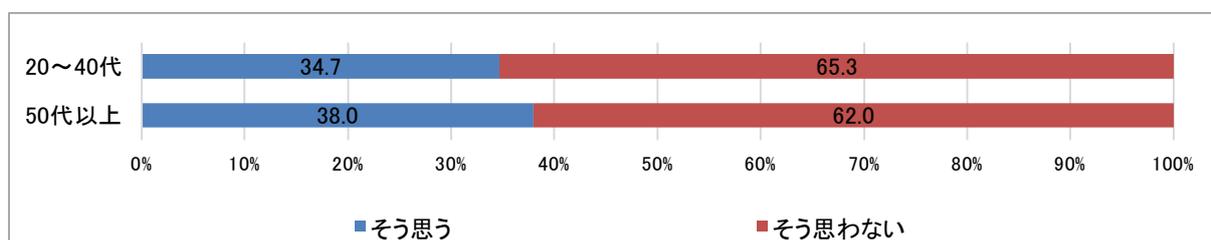
参加ランナーを「20～40代 (1390名)」と「50代以上 (2533名)」に分類し、「チャリティランナー増加に必要な取り組み」についての回答の割合の差を比較した。

■寄付先団体の活動内容のPR



「20～40代」と「50代以上」の「寄付先団体の活動内容のPR」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.05$) がみられ、「50代以上」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

■寄付先団体の寄付の使い道の明確化

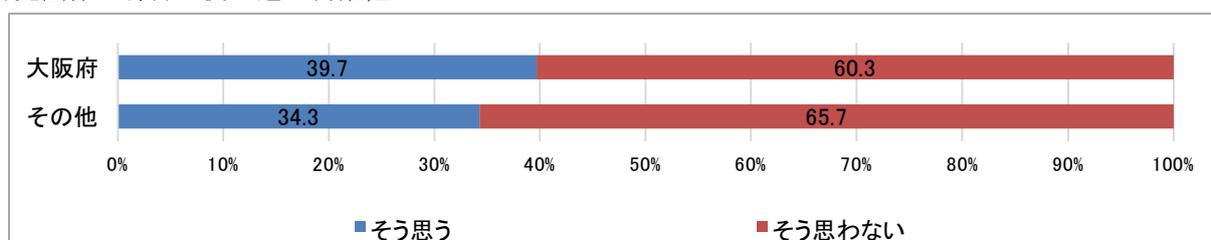


「20～40代」と「50代以上」の「寄付先団体の寄付の使い道の明確化」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.05$) がみられ、「50代以上」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

②居住地別

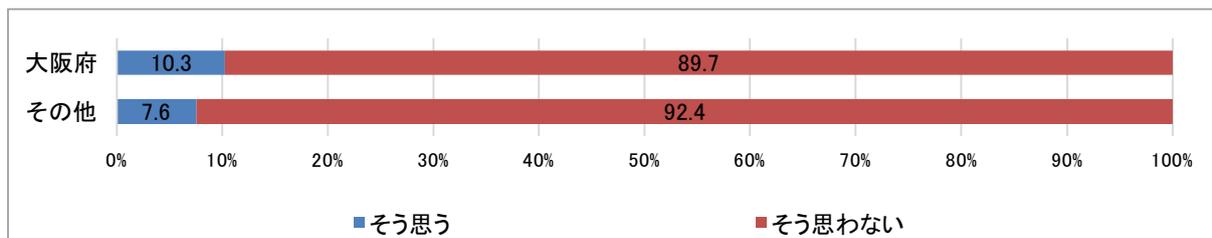
参加ランナーの居住地を「大阪府 (1814名)」と「その他 (2109名)」に分類し、「チャリティランナー増加に必要な取り組み」についての回答の割合の差を比較した。

■寄付先団体の寄付の使い道の明確化



「大阪府」と「その他」の「寄付先団体の寄付の使い道の明確化」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「大阪府」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

■ 寄付先団体数の増加

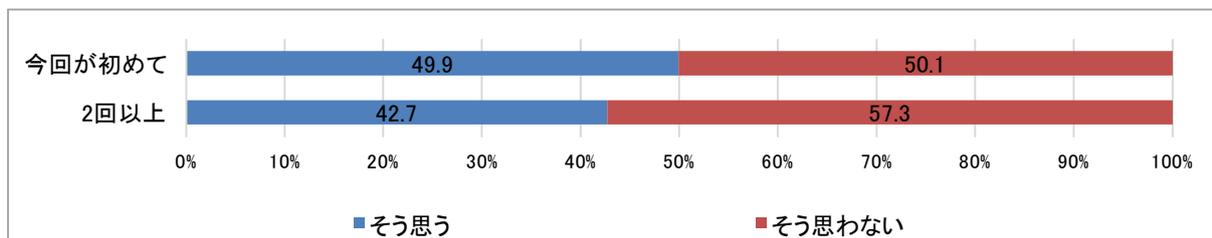


「大阪府」と「その他」の「寄付先団体数の増加」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.01$) がみられ、「大阪府」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

③大阪マラソン参加回数別

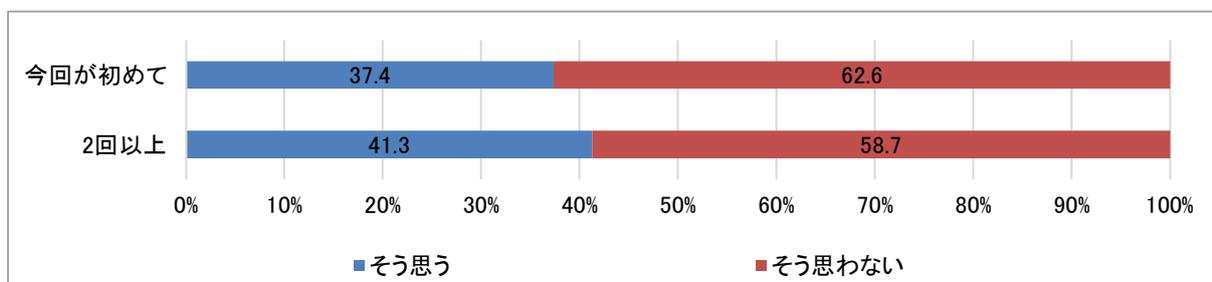
参加ランナーにおける大阪マラソンの参加回数を「今回が初めて (1270 名)」と「2 回以上 (2653 名)」に分類し、「チャリティランナー増加に必要な取り組み」についての回答の割合の差を比較した。

■ チャリティランナー制度の PR



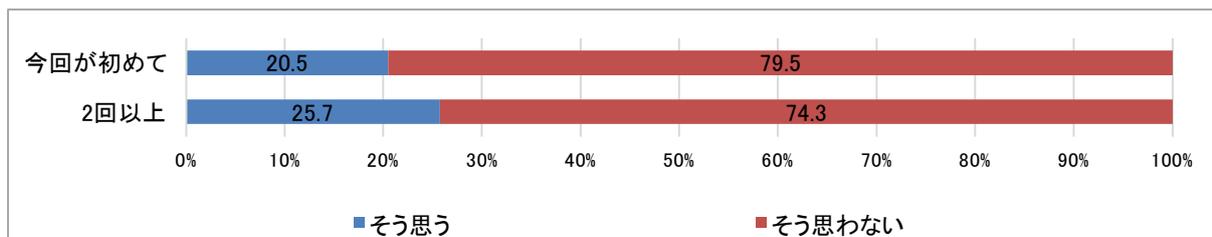
「今回が初めて」と「2 回以上」の「チャリティランナー制度の PR」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「今回が初めて」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

■ チャリティランナーの特典の PR



「今回が初めて」と「2 回以上」の「チャリティランナーの特典の PR」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.05$) がみられ、「2 回以上」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

■ 集める寄付金額の低減

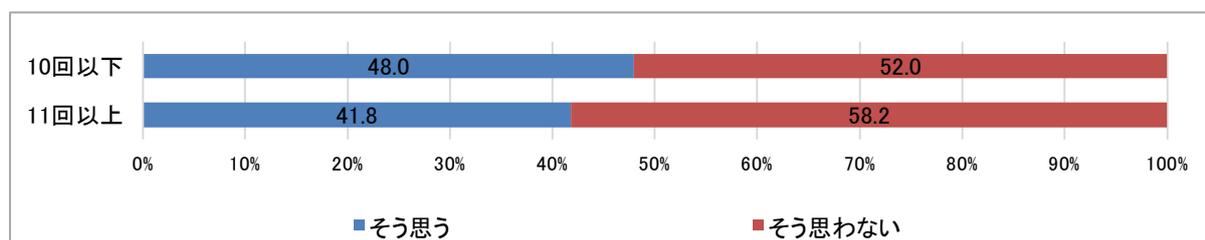


「今回が初めて」と「2 回以上」の「集める寄付金額の低減」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「2 回以上」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

④市民マラソン参加回数別

参加ランナーにおける市民マラソンの参加回数を「10回以下（2026名）」と「11回以上（1897名）」に分類し、「チャリティランナー増加に必要な取り組み」についての回答の割合の差を比較した。

■チャリティランナー制度のPR



「10回以下」と「11回以上」の「チャリティランナー制度のPR」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「10回以下」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

1-3. ランナーの大会運営に関する自由記述の分析

(1) テキストマイニングについて

本節では、テキストマイニングによる頻出語の分析及び階層的クラスタの分析を行った。テキストマイニングとは、計量的分析方法を用いてテキスト型データを整理または分析し、内容分析 (content analysis) を行う方法であり、文章から意味のある情報や特徴を見つけだそうとする技術の総称である。

また、頻出語の抽出とは、その語の出現回数を数えて、どのような語がどの程度使われているかをリストにすることである。階層的クラスタの分析とは、自動処理によってテキストデータの中から言葉を取り出して多変量解析を行うもので、分析者の持つ理論や予断を極力排除し、用語を分類することができる。分析には計量テキスト解析を行うために開発されたフリーソフトウェアである樋口の KH Corder (ver. 3.00) を用いた。

(2) 頻出語の分析

アンケートに協力いただいた参加ランナー (3,940名) が「大会に関してのご意見」の欄に自由記述した内容 (無回答者も有) の頻出語上位 50 語を以下に示した。分析には、抽出語が多い品詞 (名詞、サ変名詞、形容動詞、動詞、形容詞、組織名) を対象とした。

■ 頻出語上位 50 語

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
更衣	1,056	狭い	270
思う	1,005	悪い	255
預ける	856	多い	253
スタート	836	感じる	249
荷物	812	対策	238
ランナー	700	手荷物	235
大会	693	スタッフ	214
参加	676	大阪城ホール	212
場所	634	分かる	209
ボランティア	506	混雑	208
着替える	477	寒い	204
トイレ	470	雨天	203
走る	421	会場	200
マラソン	405	感謝	195
改善	371	方々	187
ゴール	367	お願い	187
男性	363	地点	186
運営	339	導線	185
ブロック	322	考える	182
良い	311	応援	169
テント	291	給水	167
案内	286	残念	161
大変	276	行く	155
コース	275	出来る	152
少ない	271	楽しい	149

これらのうち、出現回数が 700 回以上となったのは、「更衣」、「思う」、「預ける」、「スタート」、「荷物」、「ランナー」の用語であった。

(3)階層的クラスター分析

出現頻度上位 50 語の用語の階層的クラスター分析（Jaccard 距離、Ward 法）を行った。この結果、7つのクラスターに分類された。

■クラスター分析による語の分類

クラスター番号	構成する用語	出現数の合計(回)
クラスター1	スタッフ(214)、方々(187)、ボランティア(506)、感謝(195)、応援(169)、楽しい(149)、大変(276)、寒い(204)	1,900
クラスター2	走る(421)、コース(275)、多い(253)、感じる(249)、良い(311)、思う(1,005)、ランナー(700)、運営(339)、マラソン(405)、大会(693)、参加(676)	5,327
クラスター3	混雑(208)、スタート(836)、ブロック(322)、狭い(270)、手荷物(235)、案内(286)、分かる(209)、会場(200)、悪い(255)、導線(185)	3,006
クラスター4	トイレ(470)、少ない(271)、給水(167)、地点(186)、行く(155)、改善(371)、お願い(187)、残念(161)、出来る(152)	2,120
クラスター5	場所(634)、荷物(812)、預ける(856)	2,302
クラスター6	考える(182)、対策(238)、雨天(203)	623
クラスター7	大阪城ホール(212)、更衣(1,056)、男性(363)、ゴール(367)、テント(291)、着替える(477)	2,766

() 内の数字は、それぞれの語の出現回数を示す。

クラスター1では、スタッフ(214回)、方々(187回)、ボランティア(506回)、感謝(195回)、応援(169回)、楽しい(149回)、大変(276回)、寒い(204回)の用語が確認された。

ここでは、「寒空の下で雨にも関わらず、多くのスタッフの方やボランティアの方から気持ちよく対応して頂けたおかげで完走できました」、「今年も沿道の応援やボランティア・スタッフの皆さんの献身ぶりにただただ感謝です」、「お手伝いをしていただいたボランティアの方々や、応援していただいた方々にはとても感謝しています」、「雨の中、ボランティア、大会関係者の方々に感謝致します」、「ボランティアの方々がすごく優しく応援してくださって楽しかったです」、「雨と寒い中楽しく走れました」、「雨の中、ボランティアおよび運営の方々のおかげで無事楽しく走ることができました」、「悪天候の中スタッフ、ボランティアの方々には大変お世話になりありがとうございました。感謝しかありません。娘と一緒に走れて楽しかったです」、「応援や、ボランティアの方たちの動きなどよすぎて感動しました。雨で大変な中本当に感謝です」、「今回は終始雨の中、大会関係者やボランティアの皆さまも大変だったと思います。皆様のおかげで楽しく走ることができました」などの記述が多数見られた。

クラスター2では、走る(421回)、コース(275回)、多い(253回)、感じる(249回)、良い(311回)、思う(1,005回)、ランナー(700回)、運営(339回)、マラソン(405回)、大会(693回)、参加(676回)の用語が確認された。

ここでは、「去年参加して感じた、ランナー受付、導線、給食、トイレなどの問題点が大きく改善されていて、素晴らしい大会だったと思いました」、「開催時期を京都マラソンや東京マラソンといった、大きなマラソン大会と間を空けられると、より参加者が増え、大阪マラソンの注目度を上げることができるのではないかと思います」、「大規模大会のためコースに対して参加者が多く感じた」、「大会規模、参加人数からしてコース幅が狭いと感じました」、「せっかく素晴らしい大会ですのもう少しランナー目線で運営をしてほしいと思いました」、「もっと一般ランナーのマナー向上は呼びかけても良いと思う」、「大阪の街中を走れるというのはランナーにとってとっても良いこと

だと思う」、「当日、運営の人たちは、現地がどうなっているのか見てないですよ。運営の方で実際に走ってる方がいないのではないですか。速いランナー、遅いランナーの目線と一緒に立って見てないのではないですか」などの記述が見られた。

クラスター3では、混雑（208回）、スタート（836回）、ブロック（322回）、狭い（270回）、手荷物（235回）、案内（286回）、分かる（209回）、会場（200回）、悪い（255回）、導線（185回）の用語が確認された。

ここでは、「導線が悪すぎて混雑していてかなりストレスがかかりました」、「手荷物預けの導線が最悪、野球場の出入り口が狭く大渋滞。朝の荷物預け付近の導線を一方通行にするなどして明確にするとよいと思った」、「スタート前の野球場の導線（誘導）が悪く、逆行者の影響で、ほとんど前に進めなかった」、「荷物預けの表示がわかりにくく10分以上彷徨い歩いてやっと預けられたら、今度はスタート整列までの導線(dブロック)が狭く階段手前で大混雑」、「手荷物預ける場所の案内がわかりにくく、困惑している方が多い印象だったため、もう少し案内板があるとわかりやすいと思った」、「案内が見づらく別ブロックのランナーが間違ったエリアに荷物を預けに出たり入ったり、ブロックC向けのエリアにそれ以外のブロックのランナーが迷い込んでしまっしまい、またその出入り口も狭いため混雑したことで、ブロックCのランナーはスタートブロックへの移動がギリギリになってしまった」、「案内もしっかりしていて競技に集中しやすかったが、スタートブロックや手荷物置き場の立て看板が少なく、行き先に困ることがあった」、「ブロックに向かうまでも大変混雑しました。公園内の景観が似ているため、地図を所持していても現在地がわかりにくいです」などの記述が見られた。

クラスター4では、トイレ（470回）、少ない（271回）、給水（167回）、地点（186回）、行く（155回）、改善（371回）、お願い（187回）、残念（161回）、出来る（152回）の用語が確認された。

ここでは、「トイレの数が少なく感じたので、もう少し一箇所あたりの個室を増やすか、トイレの設置間隔を短くしてほしい」、「トイレの数が少ないので増やしてほしい」、「スタート地点のトイレが少なすぎる」、「トイレ待ちで10分近くロスというのも残念です」、「お手洗いの混雑緩和をお願いしたいです」、「トイレの空き情報がリアルタイムで知れると便利」、「給水ポイントの表示が見えにくく、直前にならないとわからないので、表示方法を再考してもらいたい」、「給水場所が、近くならないとわかりにくい。もう少し手前に表示があると助かります」などの記述が多く見られた。

一方で、「給食や給水は、改善され期待値以上でした」、「昨年は給食量が少なく。給食ステーションも撤去され一口も給食を食べることが出来ず後半はスタミナ切れに陥りましたが、今年は給食量や種類も多くてとても満足しました」、「今回は給食、給水の量が充実していて遅いランナーにも比較的行き渡っていたと思う」、「今回、色々な美味しいものを食べることが出来て、とても満足しています」などの記述も見られた。

クラスター5では、場所（634回）、荷物（812回）、預ける（856回）の用語が確認された。

ここでは、「各所に荷物を預けるところが散らばっているの、走るところまで遠かった」、「預けた荷物も雨晒しなのは気になる」、「荷物を預ける、取り出す段取りが悪すぎてかなり体が冷えてしまった」、「荷物預け場所が野球場という事もあり、ドロドロでシューズが汚れて最悪でした」、「荷物を預ける場所が非常に悪く、その場所から出るのにだいぶ時間がかかった」、「荷物預けのオペレーションが良くない」などの記述が見られた。

クラスター6では、考える（182回）、対策（238回）、雨天（203回）の用語が確認された。

ここでは、「雨天時対策をもっと考えてほしい」、「雨天時の対策が不足しているように感じた」、「雨天時の対策（飲み物や食べ物が雨に晒されて不衛生、城公園内の移動時に雨に濡れたズブズブの地面を歩いたのでランニングシューズや靴下が濡れてモチベーション低下など）引き続きよろしく申し上げます」、「雨天時の対応の反省を次回以降に再考して欲しい」、「雨天に対する対策ができていないと思いました」などの記述が見られた。

クラスター7では、大阪城ホール（212回）、更衣（1,056回）、男性（363回）、ゴール（367回）、テント（291回）、着替える（477回）の用語が確認された。

ここでは、「更衣室の設置はありがたいが、仮設テントを更衣室として運用するには利用人数に対して非常に狭く感じた」、「男子の着替えは屋外のテントであり雨の大会となった中で着替えのためにテントに入るにも外で並ぶ必要があり酷であると感じました。着替えをどこにするかは天気予報が出る遥か前から決まっていたと思われませんが悪天候の場合どうするか検討はされていたのか疑問に感じます」、「男子更衣室が狭すぎて、ブルーシート1枚のみの為、ゆっくり着替えができなかった。もう少し更衣スペースを充実させて欲しいです」、「更衣室の数は少なく、その更衣室は泥や雨で汚れてるという劣悪な環境」、「男性更衣室での雨が降り濡れて凍えてる中で着替え待ちが辛かったです。女性は大阪城ホールで男性は屋外はちょっと対応に差を感じます。もう少し男性更衣室のテントを増やして欲しいです」、「雨が降っていたのは分かるのですが、更衣室が地獄絵図でした。更衣室が狭い、足元は悪い、着替えの荷物の容量が小さい。もう参加しません」、「近年、2月末から3月にかけて冷え込みと悪天候になりやすい傾向にあるので、(更衣室が)屋外だとゴール後に体が冷えてしまうので暖がとれる屋内の設置していただきたいです」、「ゴールした後の着替える場所が悪すぎる」、「男性の更衣室を室内にしてほしい」、「女子更衣室が狭すぎる」などの記述が多数見られた。

一方で、「大阪城ホールで更衣出来たのは良かったです」、「今年は更衣室が大阪城ホールでとてもありがたかった」、「今回女子の更衣室は大阪城ホールになりとても良かったです」などの記述も見られた。

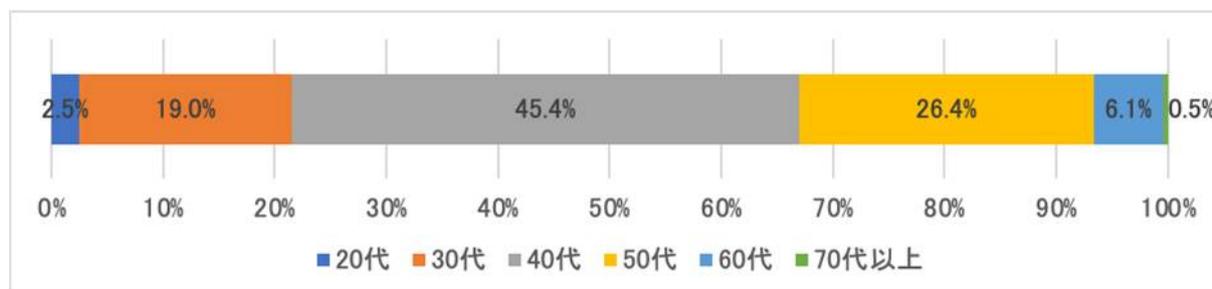
2. 海外ランナー

2-1. 海外ランナーの意識調査

回答：636

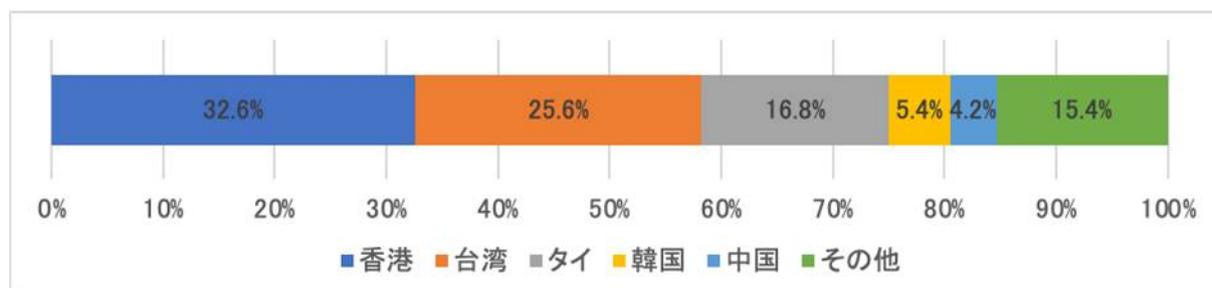
(1) 自分自身について

■年齢（年代）



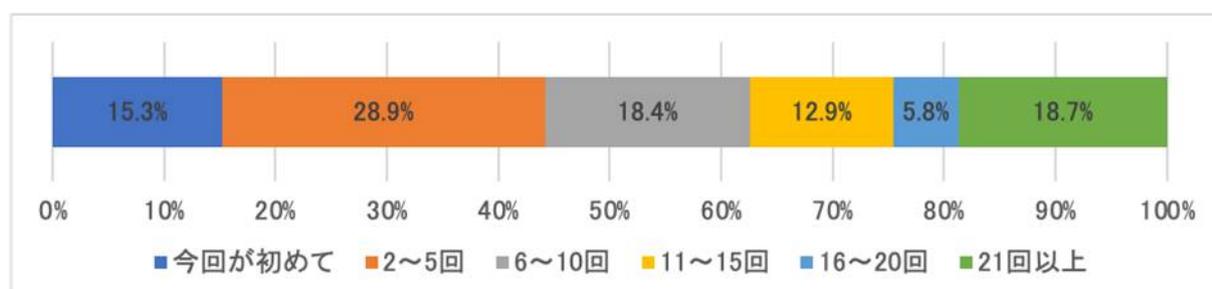
年齢（年代）については、「40代」が45.4%（第9回【2019年大会】：41.8%）、「50代」が26.4%（第9回：14.6%）、「60代」が6.1%（第9回：2.0%）と、増加している。一方、「30代」が19.0%（第9回：35.0%）、「20代」が2.5%（第9回：6.3%）と、減少している。高齢化傾向にあると言える。

■居住地域



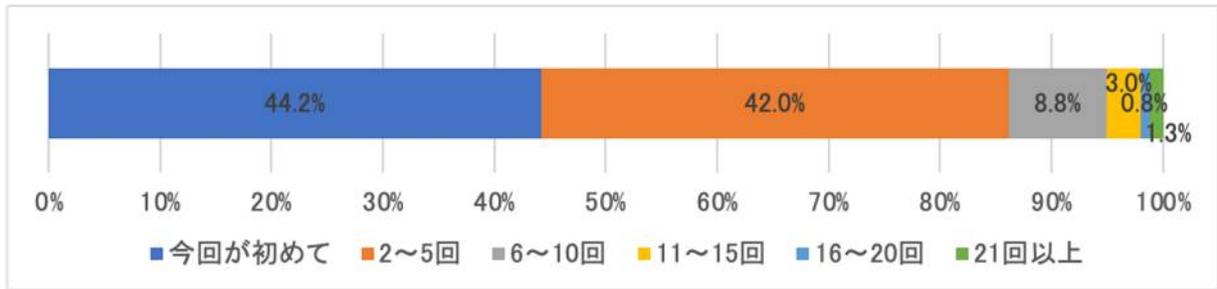
居住地域については、「香港」が32.6%（第9回：29.1%）で最も多く、「台湾」が25.6%（第9回：31.7%）、「タイ」が16.8%（第9回：11.2%）と、上位3カ国は第9回大会から変わらず、海外ランナーとして参加している割合が高い。

■マラソン経験



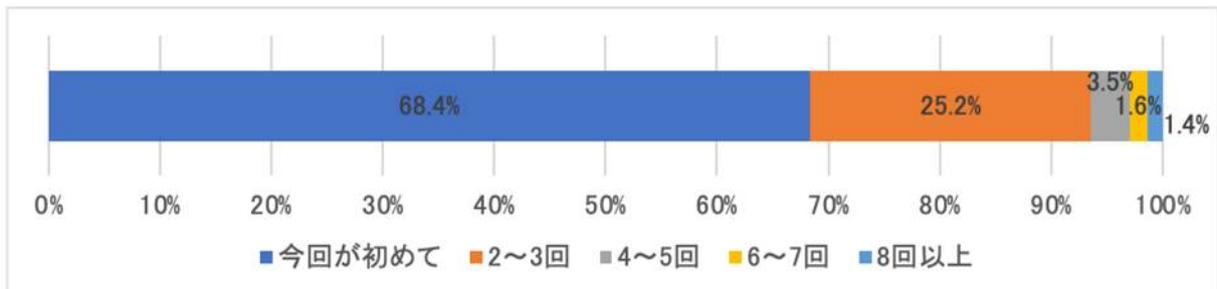
マラソン経験については、「2~5回」が28.9%（第9回：34.4%）、「21回以上」が18.7%（第9回：13.9%）、「6~10回」が18.4%（第9回：18.9%）となっており、第9回とほとんど変わらない。

■日本の市民マラソン参加経験



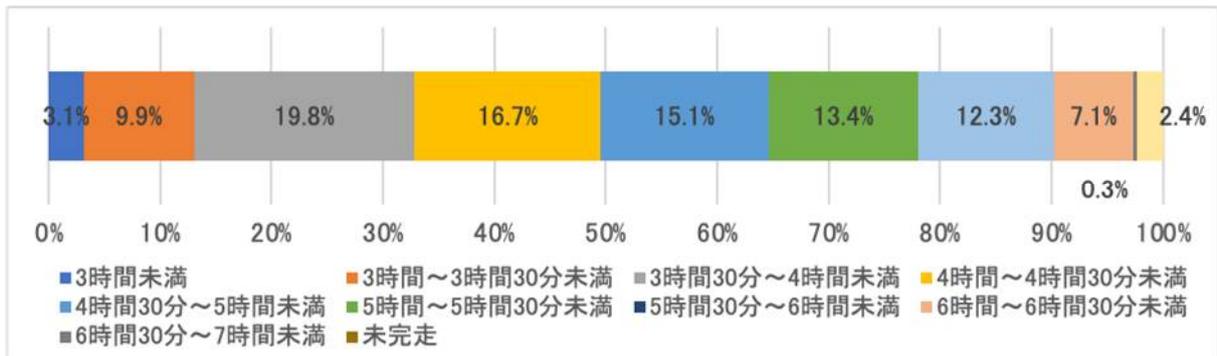
日本での市民マラソン参加経験については、「今回が初めて」が44.2%（第9回：50.0%）、「2～5回」が42.0%（第9回：「2回」23.3%、「3回」6.8%、「4回」4.2%、「5回以上」15.7%）となっており、第9回とほとんど変わっていない。

■大阪マラソンの参加回数



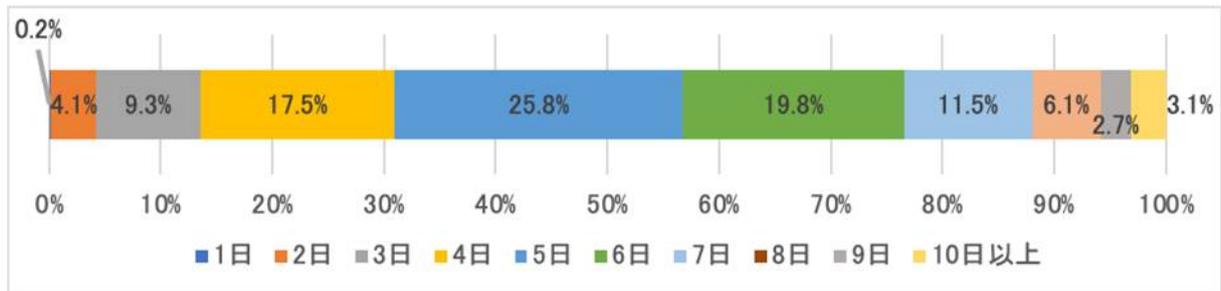
大阪マラソンの参加回数は、「今回が初めて」が68.4%と最も多く、「日本の市民マラソン参加経験」の結果から考えると、半数近くの海外ランナーが日本での初めての市民マラソンに大阪マラソンを選択したことが分かる。

■完走時間



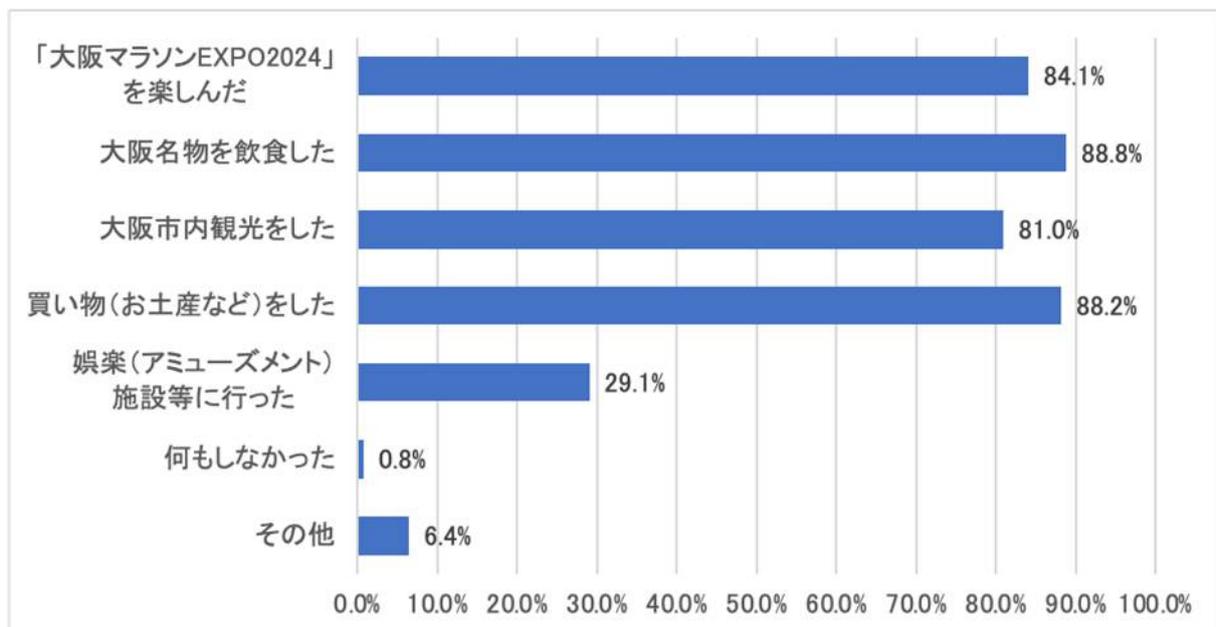
完走時間は、「3時間30分～4時間未満」が19.8%（第9回：17.1%）、「4時間～4時間30分未満」が16.7%（第9回：18.0%）、「4時間30分～5時間」が15.1%（第9回：18.2%）と前回とほとんど代わりないが、5時間を基準に考えた時に、5時間未満が64.6%（第9回：63.8%）、5時間以上が35.4%（第9回：36.2%）と完走時間が早くなっている。

■大阪滞在日数



大阪の滞在日数については、「5日」が25.8%（第9回：28.6%）と最も多く、次いで、「6日」が19.8%（第9回：19.8%）、「4日」が17.5%（第9回：22.4%）であった。一方、「3日以下」が13.6%（第9回：11.3%）と第9回よりも増加しているが、長期間の「スポーツ・ツーリズム」として大阪マラソンに参加している傾向にある。

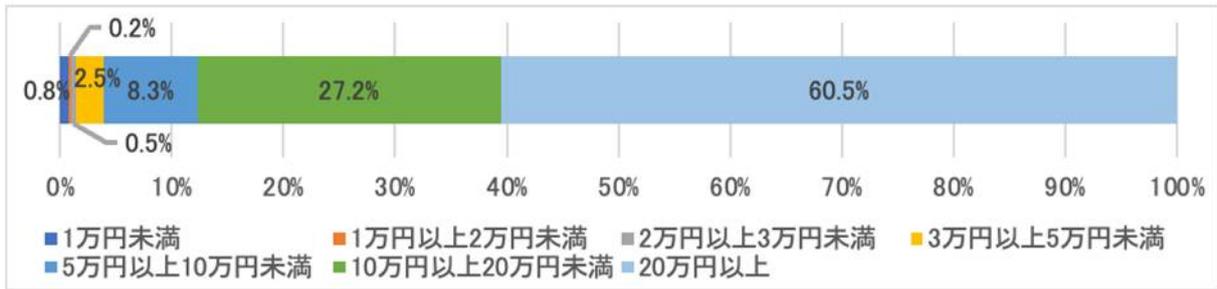
■大阪滞在中の大阪マラソン以外の活動について（複数回答可）



大阪マラソン以外の活動について、「大阪名物を飲食した」が88.8%（第9回：86.5%）と最も多く、次いで「買い物（お土産など）をした」が88.2%（第9回：79.4%）、「大阪マラソン EXPO2024 を楽しんだ」が84.1%（第9回：77.8%）、「大阪市内観光をした」が81.0%（第9回：79.0%）であった。一方、「何もしなかった」が0.8%（第9回：0.8%）であり、大阪マラソン以外の活動が活発に行われており、インバウンドによる一定の経済効果があったといえる。

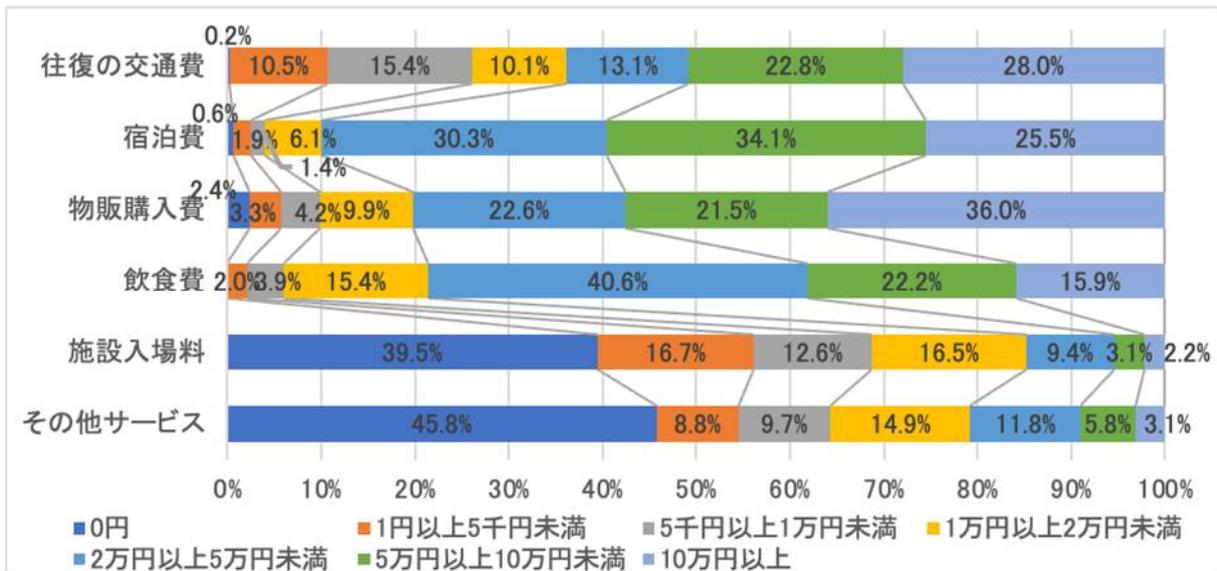
■大阪滞在中のたまかな出費について

— 総計



大阪滞在中のたまかな出費については、「20万円以上」が60.5%（第9回：16.8%）と最も多い割合を占めており、「10万円以上20万円未満」が27.2%（第9回：36.4%）であることから、「10万円以上」の出費は、87.7%（第9回：53.2%）と、前回よりも経済効果があったといえる。

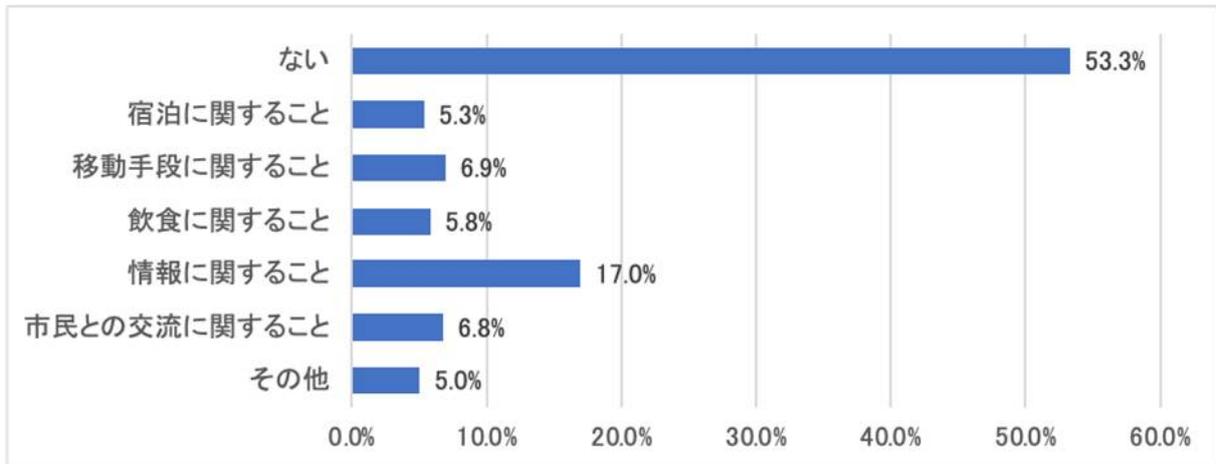
— 内容別



上記の内容を内容別に集計し、その割合を算出すると、次のような結果となった。

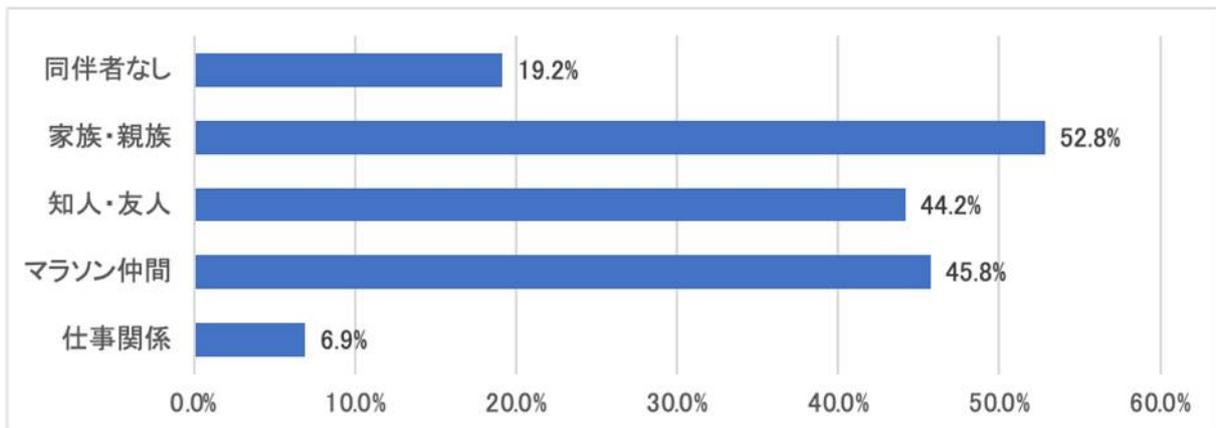
- ・「往復の交通費」は、「10万円以上」が28.0%と最も多く、次いで「5万円以上10万円未満」が22.8%となっており、円安が影響しているとみられる。
 - ・「宿泊費」は、「5万円以上10万円未満」が34.1%で、「2万円以上5万円未満」が30.3%、「10万円以上」が25.5%となっており、滞在日数が長いことから、妥当な金額であると考えられる。
 - ・「物販購入費」は、「10万円以上」が36.0%と最も多く、「2万円以上5万円未満」が22.6%「5万円以上10万円未満」が21.5%となっており、お土産等の購買意欲は高いといえる。
 - ・「飲食費」は、「2万円以上5万円未満」が40.6%と最も多く、「5万円以上10万円未満」が、22.2%となり、大阪での滞在時間の長さの関係している。
 - ・「施設入場料」は、「5千円未満」が16.7%となっており、出費は他と比べると少ない。
- このように主な出費は、「交通費」、「宿泊費」、「物販購入費」、「飲食費」となっている。

■大阪滞在中に感じた改善点について



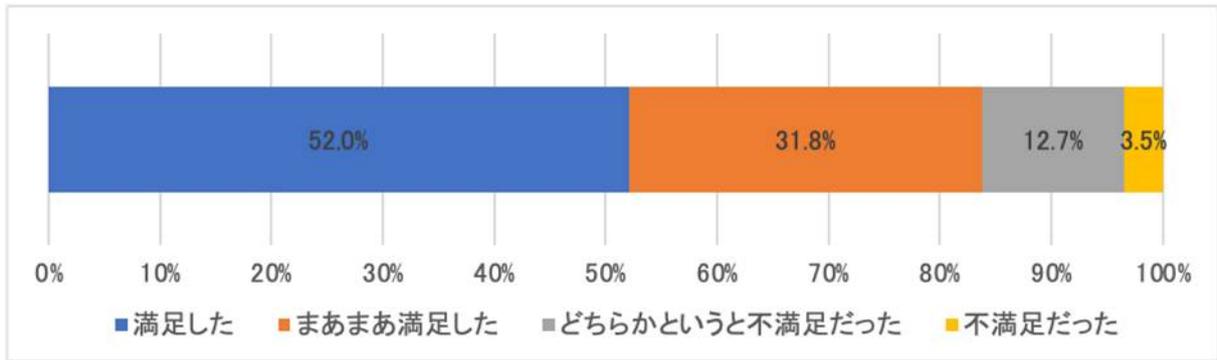
大阪滞在中に感じた改善点について、「ない」が53.3%と最も多く、過半数の海外ランナーが改善点はないと捉えている。一方、「情報に関する事」が17.0%と、他の項目よりも多いこともあり、情報を分かりやすく伝えることに課題があると考えられる。

■同伴者との関係について



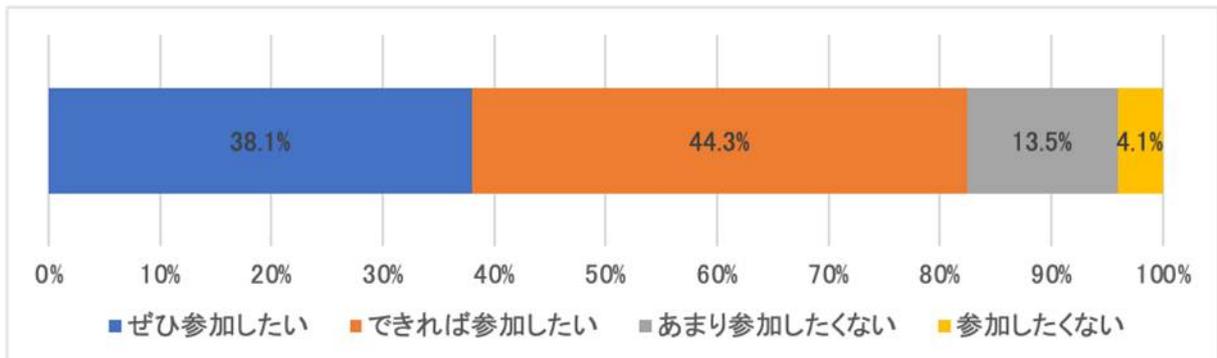
同伴者について、「家族・親族」が52.8%（第9回：40.4%）で最も多く、次いで「マラソン仲間」が45.8%（第9回：20.3%）、「知人・友人」が44.2%（第9回：25.5%）であった。第9回よりも同伴者の人数が増えていることから、大阪マラソンへの経済効果も望めると思える。

■大阪マラソン 2024 の満足度



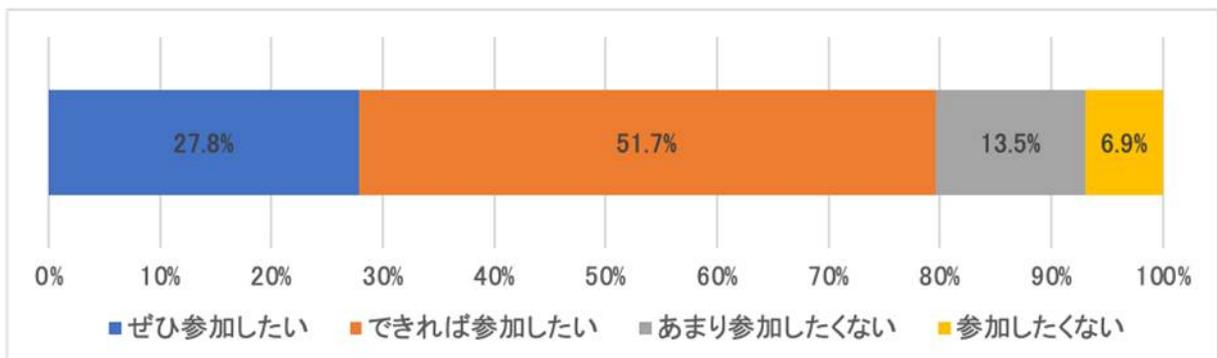
大阪マラソン 2024 に「満足した」が 52.0%と日本の参加ランナーの 38.6%よりも高く、「まあまあ満足した」が 31.8%と日本の参加ランナーの 42.7%よりも低いが、「満足した」と「まあまあ満足した」を合わせると 83.8%の人が満足しており、日本の参加ランナーの 81.3%よりも満足度は高いことが分かる。

■大阪マラソン 2025 の参加意欲



来年の大阪マラソン 2025 への参加希望に関しては、「ぜひ参加したい」が 38.1%と日本の参加ランナーの 47.2%よりも低く、「できれば参加したい」が 44.3%と日本の参加ランナーの 38.0%よりも高いことがわかった。「ぜひ参加したい」と「できれば参加したい」を合わせると 82.4%と多くの人々が次回への参加を希望しており、日本の参加ランナーの 81.4%よりも参加意欲は高いことが分かる。

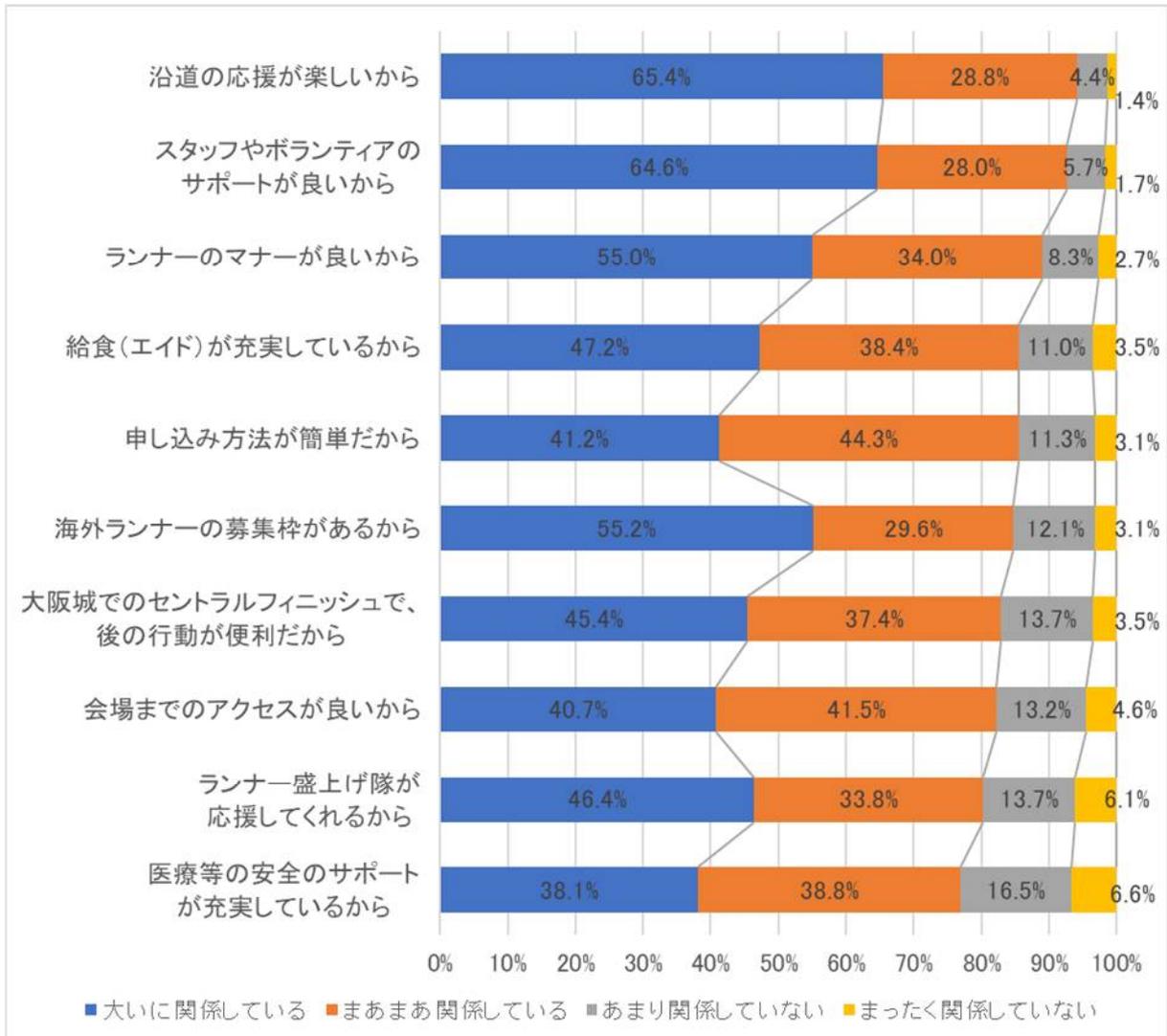
■2025 年大阪・関西万博への来場意欲



2025 年大阪・関西万博への来場意欲は、「ぜひ参加したい」が 27.8%、「できれば参加したい」が 51.7%と、8 割近くの海外ランナーに来場意欲がある。

(2) 大阪マラソン 2024 の運営について

■海外ランナーの大阪マラソン 2024 を選択した理由（上位 10 位）



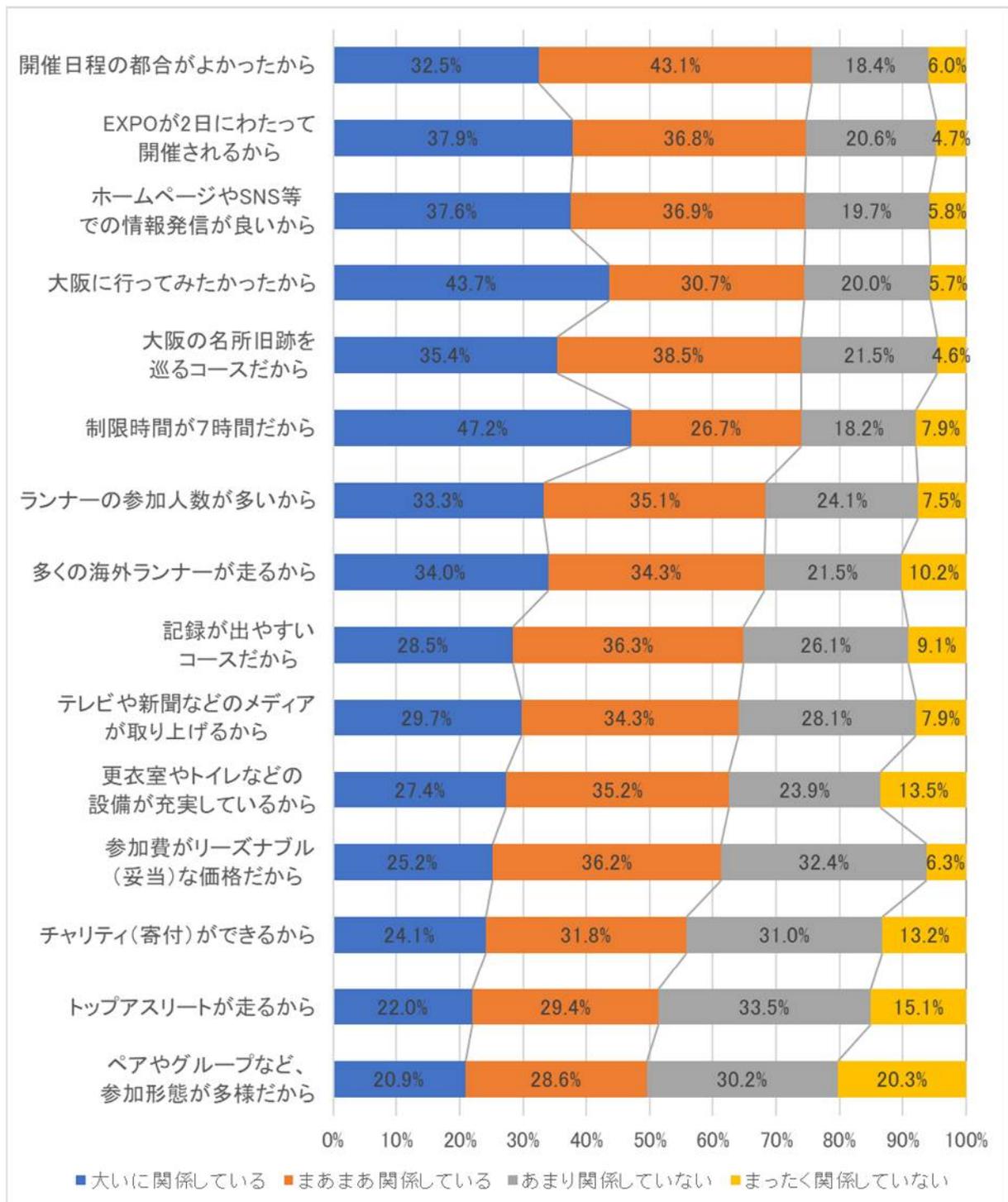
今回、数ある市民マラソンの中で、大阪マラソン 2024 を選択した理由について聞いてみた。その結果、上位 10 位については、次のような理由が上がってきた（「大いに関係している」を SF、「まあまあ関係している」を WF とする）。

- ① 「沿道の応援が楽しいから」が 94.2%（SF：65.4%、WF：28.8%）と、日本の参加ランナー（81.2%）と同様に最も強い参加を決定する要因であると答えている。大阪マラソンのユニークな沿道の応援は、海外にも伝わっており、これまでの調査からも同様の傾向がみられる。
- ② 「スタッフやボランティアのサポートが良いから」が 92.6%（SF：64.6%、WF：28.0%）と次に多く、日本の参加ランナー（68.1%）以上に強い参加を決定する要因であるといえる。海外のランナーにとって、大阪マラソンのホスピタリティをスタッフやボランティアから直接感じているといえる。
- ③ 「ランナーのマナーが良いから」が 89.0%（SF：55.0%、WF：34.0%）と、日本の参加ランナー（40.2%）と違って、いっしょに走るランナーのマナーは、海外ランナーにとって参加を決定する特徴的な要因になっている。このことは、スタッフやボランティアのホスピタリティと同様に、海外ランナーが受け入れられていると感じる重要な誘因となっている。
- ④ 「給食（エイド）が充実しているから」が 85.6%（SF：47.2%、WF：38.4%）と、日本の参加ランナー（57.1%）以上に、大阪マラソンの名物である「まいどエイド」をはじめとする給食（エイド）が、参加を決定する要因

と考えられる。海外ではあまり経験することがなく、海外ランナーを受け入れる上では、重要な誘因であるといえよう。

- ⑤ 「申し込み方法が簡単だから」が 85.5% (SF : 41.2%、WF : 44.3%) と、日本の参加ランナー (45.2%) 以上に、参加のための手続きの簡易性が参加を決定する重要な要因になっている。とりわけ、ネットによる海外からの申し込みについては、時差の関係や文化の違いによってトラブルが起きやすいので、留意が必要である。
- ⑥ 「海外ランナーの募集枠があるから」は 84.8% (SF : 55.2%、WF : 29.6%) と、募集枠の設定が、参加を決定する要因となりうる。「大いに関係している」が 55.2%と多いことから、インバウンドの取り込みのための募集枠の拡大を進めていく上で参考になる。
- ⑦ 「大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから」は 82.8% (SF : 45.4%、WF : 37.4%) と、日本の参加ランナー (59.3%) 以上に参加を決定する重要な要因になっている。世界の大きな市民マラソンでは当たり前となっているセントラルフィニッシュは、スポーツをした後 (アフター) の楽しみを味わうために必要で、海外ランナーにとっては参加の誘因となる。
- ⑧ 「会場までのアクセスが良いから」は 82.2% (SF : 40.7%、WF : 41.5%) と、日本の参加ランナー (71.0%) 以上に土地勘のない海外の人にとっては、参加を決定する要因となる。そのために、交通機関や道路での案内表示、あるいはボランティアによる海外の人のための案内の充実が望まれる。
- ⑨ 「ランナー盛上げ隊が応援してくれるから」は 80.2% (SF : 46.4%、WF : 33.8%) と、日本の参加ランナー (57.6%) 以上に参加を決定する要因となっている。しかも、「大いに関係している」が 45.4%と多く、この組織的な応援は海外では珍しく、大阪マラソンのひとつの魅力として海外に発信していく意味はありそうである。
- ⑩ 「医療等の安全のサポートが充実しているから」は 76.9% (SF : 38.1%、WF : 38.8%) と、日本の参加ランナー (36.5%) と違って、参加を決定する要因になっている。とりわけ海外の人にとっては、安全のサポートは重要な対応であり、海外で安心して走れることは、リスクマネジメントのうえで選択の基準となりうる。

■海外ランナーの大阪マラソン 2024 を選択した理由（11位から 25位）



今回、数ある市民マラソンの中で、大阪マラソン 2024 を選択した理由について聞いてみた。その結果、11位から 25位については、上図のような理由が上がってきた。選択理由として関係が薄い下位 10位について解説する（「あまり関係していない」を HR、「まったく関係していない」を NR とする）。そのことは、同時に、海外ランナーにとっての特徴ある大会運営の課題と捉えてもよい。

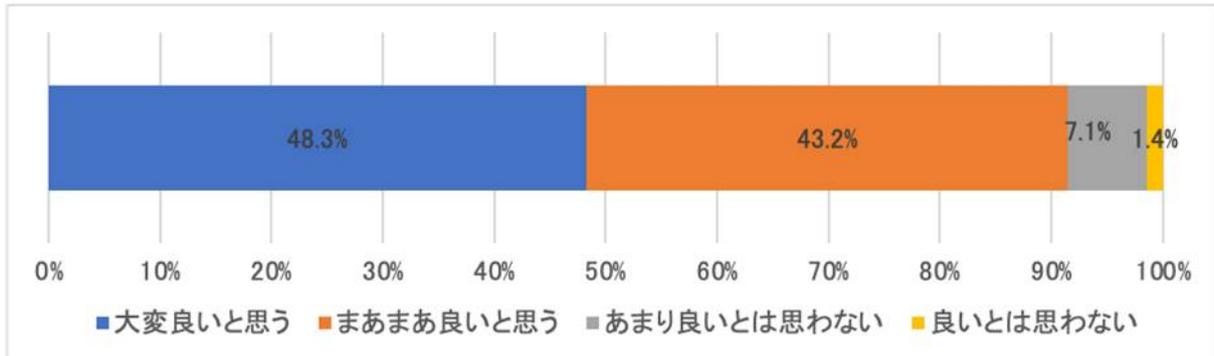
- ① 「ペアやグループなど、参加形態が多様だから」が 50.5%（HR：30.2%、NR：20.3%）と最も多く、日本の参加ランナー（88.6%）ほどでもないが、参加形態によって参加が決定されることはあまりないといえる。
- ② 「トップアスリートが走るから」が 48.6%（HR：33.5%、NR：15.1%）と、日本の参加ランナー（73.2%）ほどでもないが、海外からの市民ランナーにとって、トップアスリートの存在はそれほど参加を決定する要因に

ならないといえる。

- ③ 「チャリティ（寄付）ができるから」が44.2%（HR：31.0%、NR：13.2%）と、日本の参加ランナー（74.0%）と違って、チャリティは参加を決定する要因となりやすいといえる。その点を考慮すれば、チャリティのために走る「チャリティランナー」が、海外ランナーに開かれていることを検討してもよいのではないだろうか。
- ④ 「参加費がリーズナブル（妥当）な価格だから」が38.7%（HR：32.4%、NR：6.3%）と、日本の参加ランナー（89.2%）と違って、ある程度参加を決定する要因となりうる。これは為替のレートにもよるが、世界的な価格からして、それほど高額ではないという認識ではないだろうか。日本のランナーとの差額についても再考する必要があるようである。
- ⑤ 「更衣室やトイレなどの設備が充実しているから」が37.4%（HR：23.9%、NR：13.5%）と、日本の参加ランナー（69.9%）と違って、ある程度参加を決定する要因となりうる。とりわけ、海外の人にとって更衣室の設備の充実は最低限必要なことであり、改善を望む声も多い。
- ⑥ 「テレビや新聞などのメディアが取り上げるから」は36.0%（HR：28.1%、NR：7.9%）と日本の参加ランナー（62.7%）と違って、ある程度参加を決定する要因となりうる。メディアが捉えることによって、海外に情報発信することができるというメリットがある。
- ⑦ 「記録が出やすいコースだから」は35.2%（HR：26.1%、NR：9.1%）と、日本の参加ランナー（54.3%）と違って、ある程度参加を決定する要因となりうる。海外ランナーは初心者は少なく、その点で記録を目指す人が多いことも関係していると考えられる。
- ⑧ 「多くの海外ランナーが走るから」は31.7%（HR：21.5%、NR：10.2%）と、日本の参加ランナー（84.2%）と違って、参加を決定する要因となりうる。海外ランナーにとっては、自分と同じ状況にある人が多くいることで、疎外感が抑えられ、国際マラソンを走っている感覚を得ることができる。
- ⑨ 「ランナーの参加人数が多いから」は31.6%（HR：24.1%、NR：7.5%）と、日本の参加ランナー（61.8%）と違って、参加を決定する要因となりうる。海外ランナーにとって規模の大きな大会に出ることは、盛り上がる一つの要素となると考えられる。
- ⑩ 「制限時間が7時間だから」は26.1%（HR：18.2%、NR：7.9%）で、「大いに関係している」が47.2%あることから、参加を決定する要因となりうる。制限時間がない大会が海外にはあるが、7時間は海外ランナーにとっては、適切な制限時間と認識されているようである。

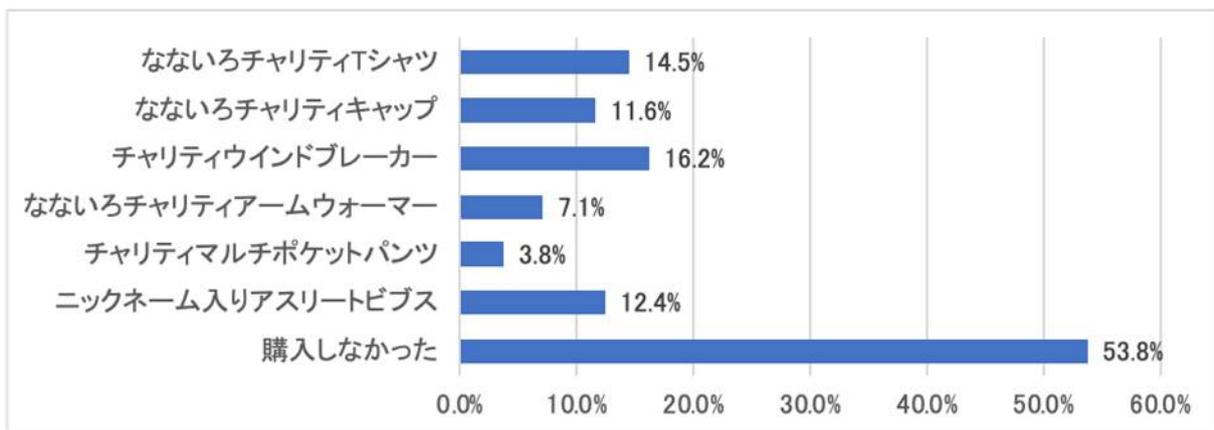
(3) チャリティについて

■参加ランナー全員に2口以上（1口500円）の寄付をお願いしていることについて



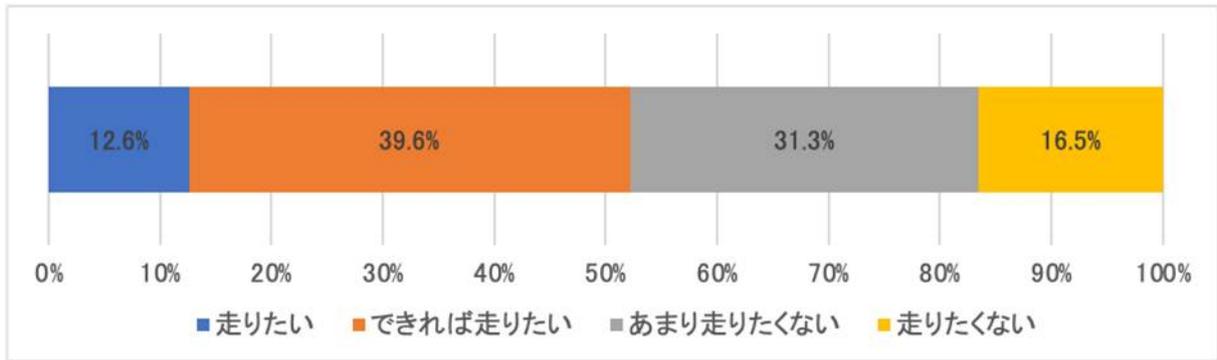
参加ランナー全員に2口以上の寄付をお願いしていることについて、「大変良いと思う」が48.3%（ランナー：36.9%）、「まあまあ良いと思う」が43.2%（ランナー：46.7%）と約9割の人が肯定的に捉えており、日本のランナーよりも海外ランナーの方が2口以上の寄付を肯定的に捉えている。

■チャリティグッズは購入について（複数回答可）



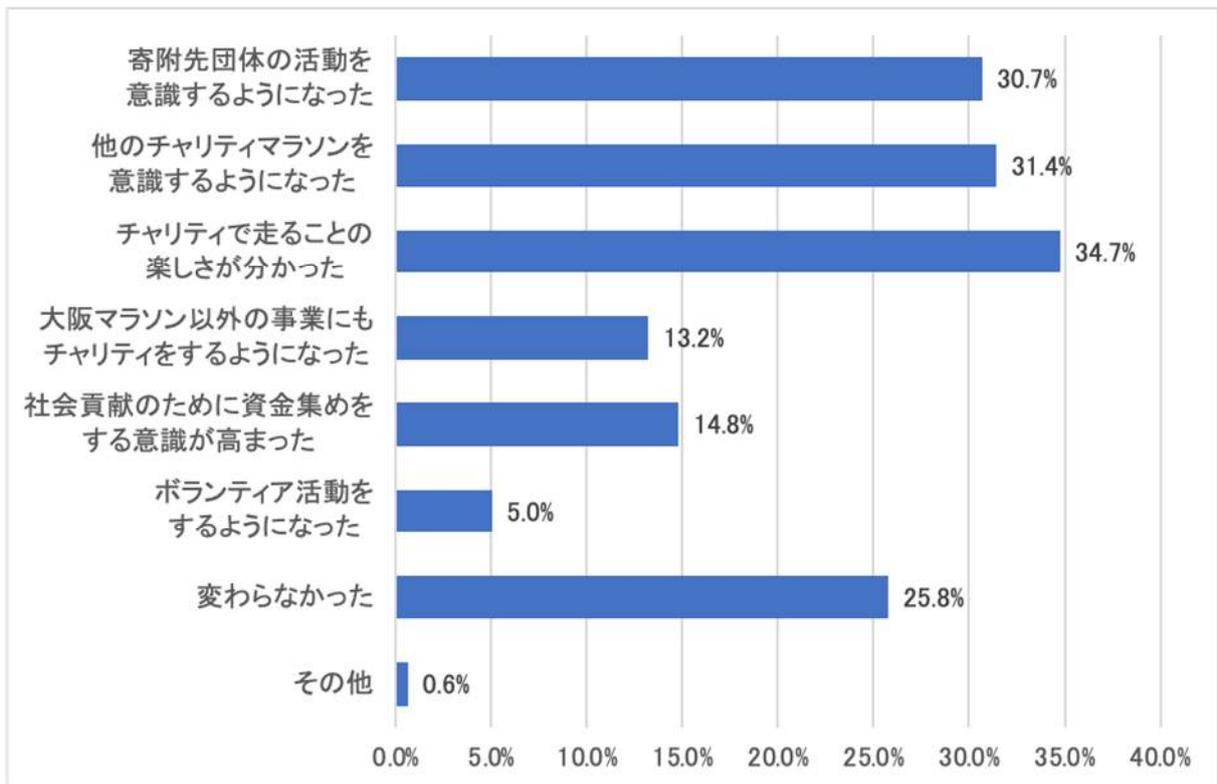
チャリティグッズの購入については、「チャリティウインドブレーカー」が16.2%（ランナー：3.4%）と最も多く、次いで「なないろチャリティ T シャツ」が14.5%（ランナー：12.1%）、「ニックネーム入りアスリートビブス」が12.4%（ランナー：5.5%）、「なないろチャリティキャップ」が11.6%（ランナー：8.5%）であった。また、「購入しなかった」は53.8%（ランナー：73.5%）と、日本のランナーと違って、多くのチャリティグッズを購入している。大阪マラソンの記念品として購入しているとも考えられるので、海外ランナー向けのチャリティグッズの展開も考えられる。

■チャリティランナー制度について



チャリティランナーとして、「走りたい」が12.6%で、「できれば走りたい」が39.6%であり、約5割の人がチャリティランナーとして走りたいと思っている。ロンドンマラソンをはじめとして、海外の市民マラソン大会ではチャリティマラソンである場合が少なくなく、海外ランナーは、チャリティランナーとして走ることに違和感がなく、積極的に海外ランナーのためのチャリティランナー制度を整備してもよいかもしれない。

■チャリティの意識や活動の変化について（複数回答可）



チャリティに対する意識や活動の変化については、「チャリティで走ることに楽しさが分かった」が34.7%（ランナー：13.1%）であり、「他のチャリティマラソンを意識するようになった」が31.4%（ランナー：16.0%）、「寄付先団体の活動を意識するようになった」が30.7%（ランナー：21.8%）、ランナーのチャリティに対する意識や活動の変化が顕著である。一方、「変わらなかった」が25.8%と、ランナーの45.9%よりも低いことから、海外ランナーのチャリティ意識の高さが現れている。

2-2. 海外ランナーの大会運営に関する自由記述の分析

(1) 頻出語の分析

アンケートに協力いただいた海外ランナー（638名）が「大会に関してのご意見」の欄に自由記述した内容（無回答者も有）の頻出語上位50語を以下に示した。分析には、抽出語が多い品詞（名詞、サ変名詞、形容動詞、動詞、形容詞）を対象とした。

■ 頻出語上位50語

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
ランナー	118	指示	21
荷物	100	降る	21
マラソン	80	走る	20
預かる	62	大会	19
エリア	58	混乱	19
スタート	58	コース	18
地点	46	明確	18
置き場	40	スタッフ	17
レース	37	完走	17
改善	36	混雑	17
必要	36	着替え	17
場所	35	素晴らしい	17
参加	35	運営	16
良い	35	会場	15
トイレ	33	狭い	15
寒い	32	ブロック	14
手荷物	31	ボランティア	14
非常	31	影響	13
思う	31	経験	13
英語	28	十分	13
情報	28	長い	13
提供	24	表示	12
グループ	23	行く	12
イベント	22	増やす	12
ゴール	22	待つ	12

これらのうち、出現回数が50回以上となったのは、「ランナー」、「荷物」、「マラソン」、「預かる」、「エリア」「スタート」の用語であった。

(2)階層的クラスター分析

出現頻度上位 50 語の用語の階層的クラスター分析（Jaccard 距離、Ward 法）を行った。この結果、7つのクラスターに分類された。

■クラスター分析による語の分類

クラスター番号	構成する用語	出現数の合計(回)
クラスター1	手荷物(31)、預かる(62)、エリア(58)	151
クラスター2	荷物(100)、置き場(40)、スタッフ(17)、指示(21)、明確(18)、混乱(19)、会場(15)、経験(13)	243
クラスター3	英語(28)、情報(28)	56
クラスター4	イベント(22)、素晴らしい(17)、ボランティア(14)、十分(13)、行く(12)	78
クラスター5	トイレ(33)、増やす(12)、混雑(17)、狭い(15)、グループ(23)、走る(20)、ブロック(14)、コース(18)、長い(13)	165
クラスター6	スタート(58)、地点(46)、大会(19)、影響(13)、待つ(12)、ゴール(22)、着替え(17)	187
クラスター7	改善(36)、必要(36)、レース(37)、非常(31)、良い(35)、運営(16)、マラソン(80)、参加(35)、思う(31)、表示(12)、寒い(32)、降る(21)、完走(17)、提供(24)、ランナー(118)、場所(35)	596

() 内の数字は、それぞれの語の出現回数を示す。

クラスター1では、手荷物 (31 回)、預かる (62 回)、エリア (58 回) の用語が確認された。

ここでは、「手荷物預かりエリアの混乱も大きな懸念事項でした」、「男性用の手荷物預かりエリアを改善させてください」、「今年は手荷物預かりエリアの運営が非常に悪かったです (私はゾーン A にいました)」、「公園の手荷物預かりエリアや入り口が雨のせいでひどいぬかるみになってしまいました。そのエリアでの経験は本当にひどかったです」、「今年は手荷物に関するサービスが混乱しすぎていました」などの記述が多数見られた。

クラスター2では、荷物 (100 回)、置き場 (40 回)、スタッフ (17 回)、指示 (21 回)、明確 (18 回)、混乱 (19 回)、会場 (15 回)、経験 (13 回) の用語が確認された。

ここでは、「終了後家族や友人との集合場所をより明確に指示してほしいです」、「荷物預かりの導線を明確に表示してほしいです」、「荷物置き場の指示は明確に男女別に表示されるべきです」、「開始 2 時間前に会場に到着しても荷物を預ける場所が見つかりませんでした。明確な指示はなく、スタッフやボランティアも正確な場所を知りませんでした」、「スタート地点での衣類の預かり指示が不明瞭で、荷物置き場が見つかりにくいです」、「女性用の手荷物預かりエリアの指示が海外ランナーにとって明確ではないことです。例えば、会場の正確な位置、最寄りの駅についてです。最終的に適切な場所に到着するまで、5 人ほど尋ねなければなりません。全体的に経験は良く、特に食べ物は印象的で美味しかったです」などの記述が見られた。

クラスター3では、英語 (28 回)、情報 (28 回) の用語が確認された。

ここでは、「追加の英語サポートがもっと欲しいです。ただ、非常によく組織された清潔なイベントであったため、非常に感銘を受けました」、「海外ランナーには英語のガイドブックを提供すると助かると思います」、「国際的なイベントでなぜ誰も基本的な英語を理解したり話せないのか理解できませんでした」、「推奨事項としては、Instagram と Web サイトで英語に関する情報をさらに増やして欲しいです」、「英語でのソーシャルメディアの更新がもっとあれば良いと思います。公式ウェブサイトには日本語の情報がたくさんあるのに、海外ランナー向けの英語の情報が限られていることに気付きました (例えば、公式修了証明書のダウンロード先やタイミングの情報が英語で記載

されていません)」、「英語に翻訳されていない情報もあるため、すべての情報を英語版で提供していただけると非常に助かります」、「素晴らしいイベントですが、英語での詳しい情報提供が必要です」などの記述が多数見られた。

クラスター4では、イベント (22回)、素晴らしい (17回)、ボランティア (14回)、十分 (13回)、行く (12回) の用語が確認された。

ここでは、「この素晴らしいイベントの主催者、ボランティア、イベント参加者、そして地元の人々に感謝したいと思います。近いうちにまたお会いできることを願っています。大阪マラソンが大好きです」、「素晴らしいランニングイベントです。将来的には、世界の主要なマラソン大会の一つになることを期待しています」、「全体として、イベントは素晴らしかったので、間違いなくまた参加します」、「素晴らしいマラソンです。市民が熱心に参加し、大阪という街の結束力を十分に体現しています。この状態を維持してください」などの記述が見られた。

一方で、「荷物受け取りについて、ボランティアは、ランナーのさまざまなグループに対応する手順に慣れていませんでした。私は行ったり来たりさせられました」、「大阪城に行くための別の道を見つけましたが、係員はその方向には通さしてくれず、ドロドロの道に行くよう指示されました」などの記述も見られた。

クラスター5では、トイレ (33回)、増やす (12回)、混雑 (17回)、狭い (15回)、グループ (23回)、走る (20回)、ブロック (14回)、コース (18回)、長い (13回) の用語が確認された。

ここでは、「もっとコース上にトイレを設置してください」、「マラソン全体としては印象的なものでした。この場をお借りして一つだけ言いたいことは、7km 付近のトイレで 30 分以上並んでしまったことです。結果的にそれが原因で、後続の救援車に乗せられるランナーも出てしまいました」、「トイレが足りません。列が長すぎました。ずっと列に並んでいると体温が下がり、低体温症などを引き起こしやすい状況にありました」、「トイレは長蛇の列でした。そこでは 10 分以上待たされました」、「行列が非常に長く、ランナーが用を足すタイミングや士気に影響を与えたため、コース沿いにもっと多くの携帯トイレを設置する必要があります」、「ランナーの人数が多すぎるように思えます。おそらくグループ間の時間をもっと長くする必要があります。あまりにも多くのランナーが道路に詰め込まれている感じがします」、「多数の参加者に対して十分な開始グループがありませんでした。他のランナーを邪魔しないように気をつけながら、最初の数キロはペースを掴むのに苦労しました。グループ分けは悪夢でした」、「何千人以上のランナーが泥だらけの土地を横断するのに、狭い木製の通路が 1 つしか用意されていない理由がわかりませんでした」、「競技的には、コースが狭すぎて混雑しており、つまらないと感じました」、「日本の市民グループがロール状に走り、後続のランナーをブロックしてスピードを上げました。とてもひどかったです」などの記述が見られた。

クラスター6では、スタート (58回)、地点 (46回)、大会 (19回)、影響 (13回)、待つ (12回)、ゴール (22回)、着替え (17回) の用語が確認された。

ここでは、「雨の影響で、ランナーたちがより多くの時間を使って荷物を預けたり、スタート地点に集合したりしなければなりませんでした」、「ぬかるみの地面はランナーたちのパフォーマンスにも影響を及ぼしました」、「大会のコースは記録を破りやすいものの、途中の景色が単調で退屈であり、折り返し地点が多すぎます」、「3 段の坂道があったが、もう少し緩やかであれば、自己ベスト更新するためのマラソン大会として使えるかもしれません (今回は景色を楽しむことを主にしました)」、「スタート地点への入り口を増やしてほしい。入口とスタート地点との間は少し遠いし、スタート地点とゴール地点の標識が少なすぎるため、海外ランナーが目的地を見つけにくかった」、「雨の日に備えて、ゴール地点には屋内施設が必要です」、「現在の終点には出口が二つあり、ゴール地点で選手たちを待つ家族を困らせます。終点ルートをもっとよくデザインしてください」、「ランナーが着替えや温めるために、屋内スペースがあるところをゴール地点に設定した方がいいです」、「完走後の着替えは、やはり屋内で行いたいです。42 キロを走り終えた後、屋外での着替えは本当に疲れます」、「当日の着替えは大変でした」、「雨や風の強い日に、ランニング後の着替えのためにテントを張るのは本当に最悪です」などの記述が見られた。

クラスター7では、改善（36回）、必要（36回）、レース（37回）、非常（31回）、良い（35回）、運営（16回）、マラソン（80回）、参加（35回）、思う（31回）、表示（12回）、寒い（32回）、降る（21回）、完走（17回）、提供（24回）、ランナー（118回）、場所（35回）の用語が確認された。

ここでは、「入口と出口の混雑、濡れて泥だらけの状況により、不快で非効率な体験をしました。入口と出口を分けるか、参加者グループごとに別々の保管場所を割り当てると、この問題が軽減され、サービス全体が改善されると思います」、「寒くて濡れていると、間違いなくランニング体験が楽しくなくなります。そのため可能であれば、暖かく晴れた季節にイベントを開催してください。改善の余地があるもう1つの要素は、野球場の更衣室と荷物置き場です。雨が降ったので地面はぬかるみになってしまいました。マラソンを終えた後、ランナーたちは泥と戦い続けなければなりませんでした」、「今回の大会当日は雨で、完走後、ランナーたちが休憩できる場所もなく、大会のグルメをじっくり味わう機会もありませんでした。みんな急いで帰ってしまいました。今後は改善と配慮を期待します」、「レースを終えた後、温かい食べ物や暖かいカバーを期待していましたが、何も提供されませんでした」、「雨のせいだとは思いますが、このレースがランナーにとって他のレースよりも優先されるようになることを願っています」、「特に男性ランナーにとって荷物置き場の表示が分かりにくく、雨が降った後の環境は非常に悪かったです」などの記述が見られた。

一方で、「大阪市民は非常に情熱的で、もてなしの精神があり、レースは歓声と笑いに満ち、市民はランナーを応援することに熱心で、天候が望ましくないにもかかわらず、レースを本当に楽しめました」、「大阪の人々はランナーをとっても応援しています。彼らは沿道で私たちに声援を送ってくれました。大会は上手く運営されていました」、「人生初のマラソン完走は大阪マラソンです」、「私がこれまで参加した中で最高のマラソンイベントの1つでした。レースもエキスポも本当に楽しかったです」などの記述も見られた。

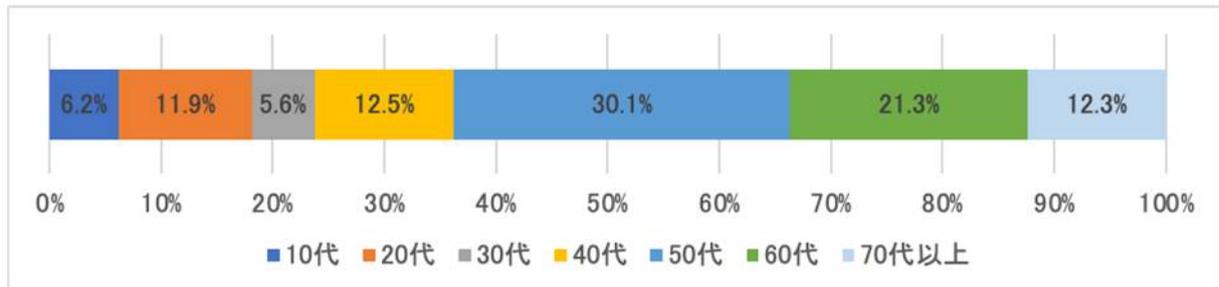
3. ボランティア

3-1. ボランティアの意識調査

回答：657

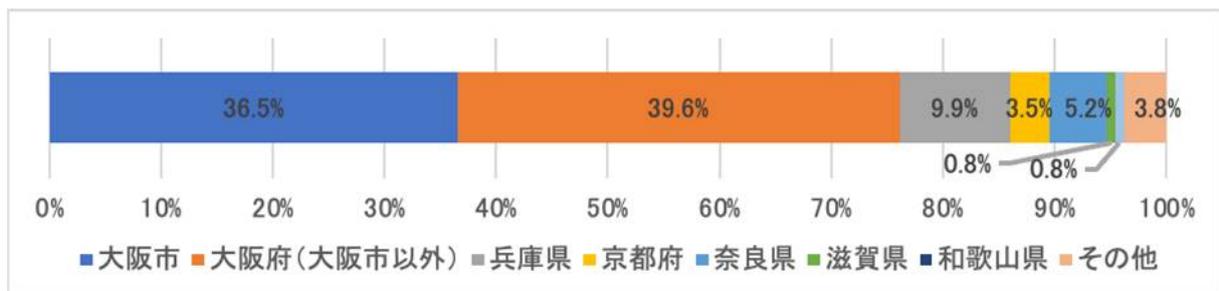
(2) 自分自身について

年齢（年代）



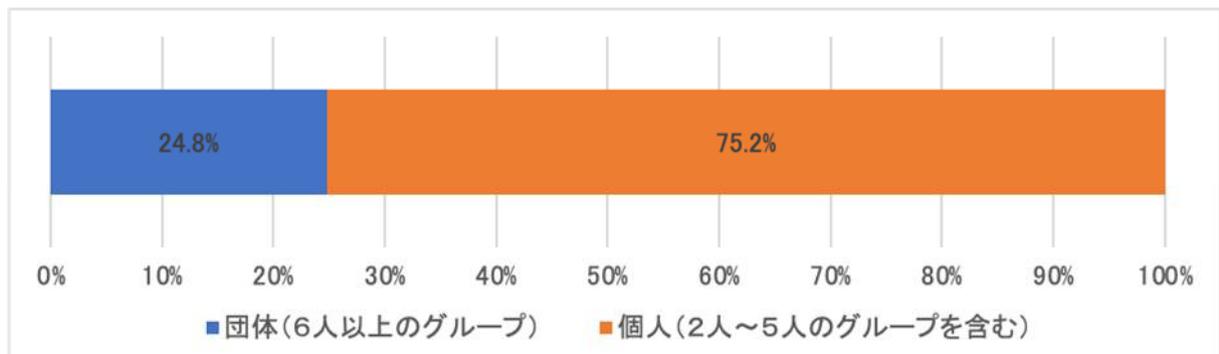
年齢（年代）については、「50代」が30.1%（前回【2023年第11回大会】：28.6%）、「60代」が21.3%（前回：24.9%）と高齢の方の参加が多い傾向にあるが、「20代」が11.9%（前回7.5%）と昨年から増加しており、若者のボランティアが増えている傾向にある。

お住まいのエリア



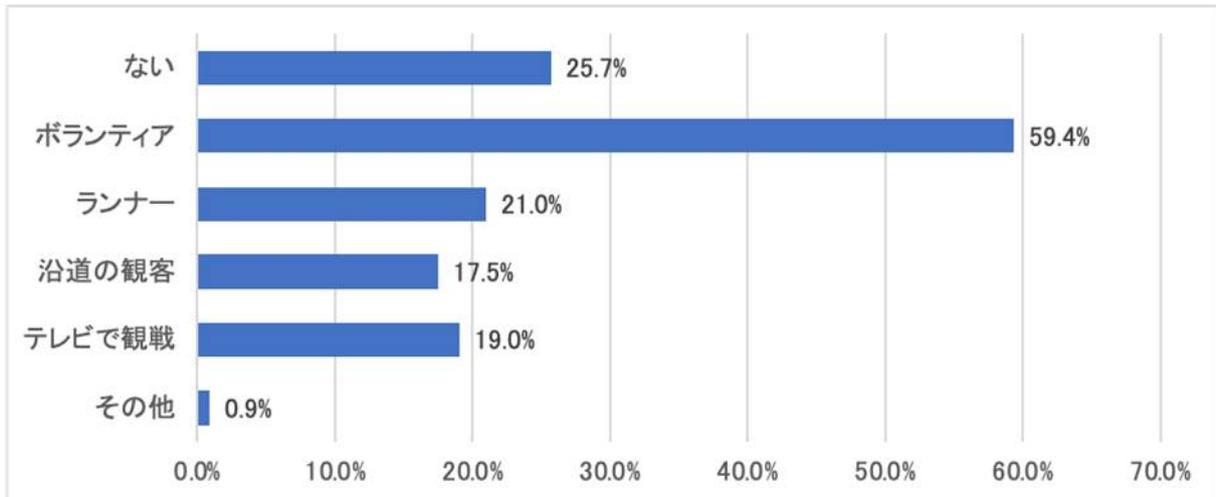
居住地域では、大阪府（大阪府以外）が39.6%（前回：42.8%）、大阪市が36.5%（前回：33.7%）と、近隣地域からであり、前期とほとんど変わらない。

申込区分



ボランティアの申込区分については、個人（2～5人のグループを含む）が75.2%（前回：83.6%）団体（6人以上のグループ）が24.8%（前回：16.4%）と、団体での参加が増加している。

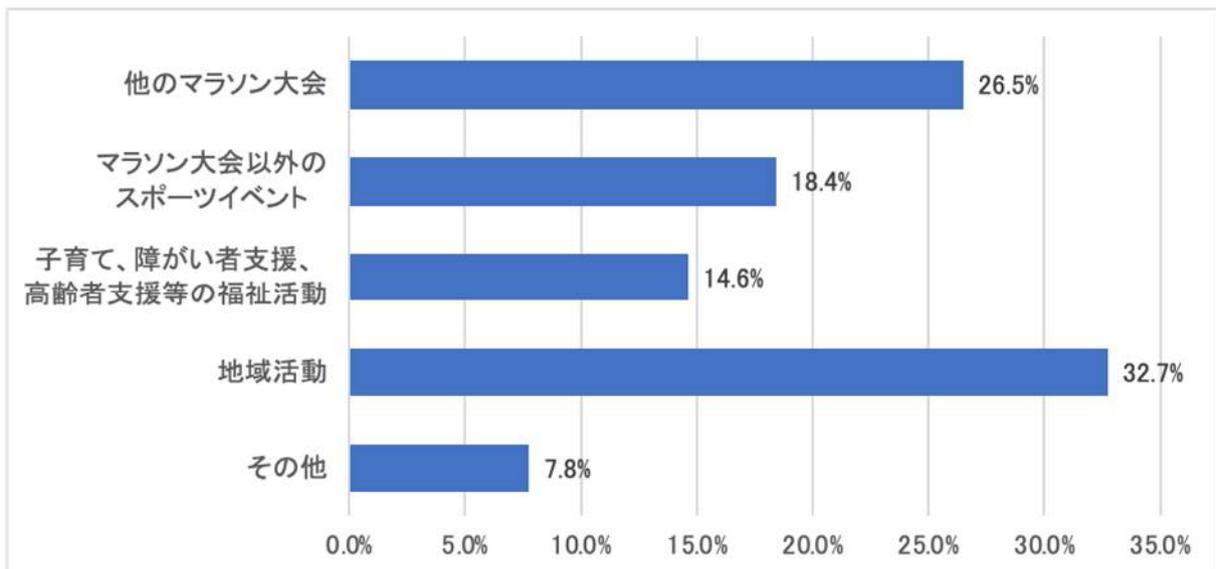
□これまでの大阪マラソンとの関わり（複数回答可）



これまでの大阪マラソンでの関わり方について、「ボランティア」が59.4%（前回：63.9%）と過半数の人が答えていた。つまり、スポーツイベントへの「支える」参加のあり方が高まりつつあることが考えられる。

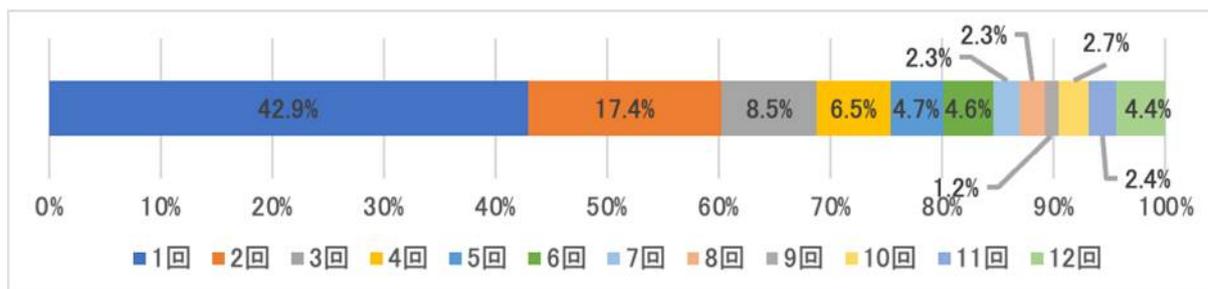
(2) 大阪マラソンのボランティアについて

□大阪マラソン以外のボランティア活動の参加の有無（複数回答可）



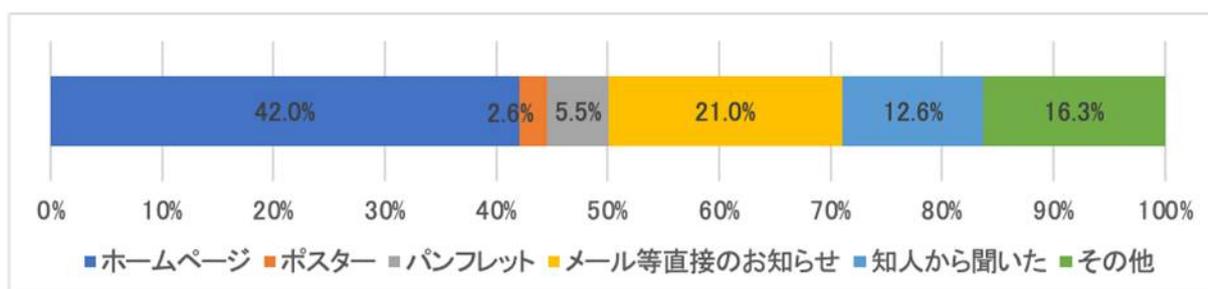
大阪マラソン以外のボランティア活動の参加の有無について、「地域活動」が32.7%（前回：33.5%）と多く、地域でのボランティア経験が大阪マラソンのボランティアに繋がっている。また、「他のマラソン大会」が26.5%（前回：33.1%）、「マラソン大会以外のスポーツイベント」が18.4%（前回：23.3%）から、スポーツボランティアの経験がベースとなっているといえる。

□ ボランティア参加経験



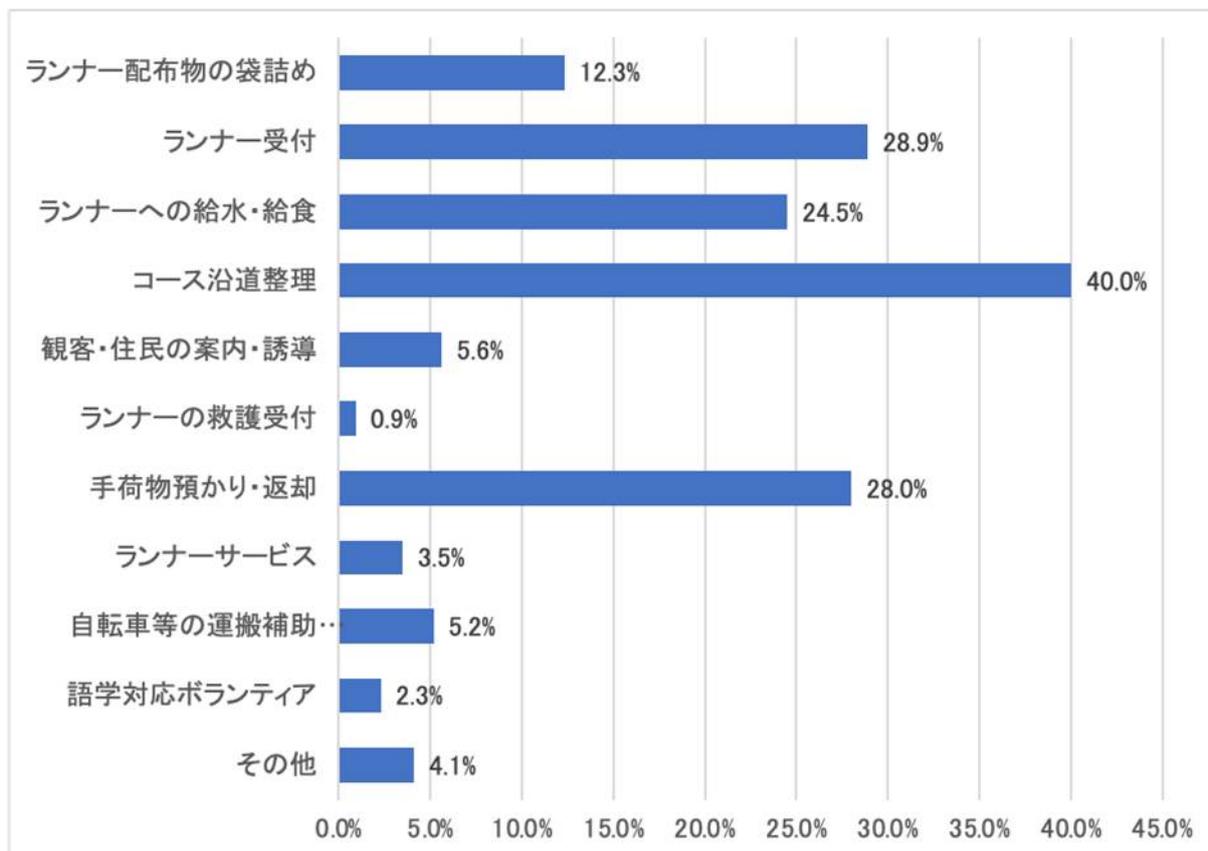
今回を含めた大阪マラソンへのボランティア参加経験は、今回が初めてとなる「1回」が42.9%と、前回の44.2%よりも減少している。一方2回以上の参加者が57.1%と、前回の55.8%から増加していることから、今回も大阪マラソンのボランティアはリピーターが増加したと見てよい。

□ 応募のきっかけ



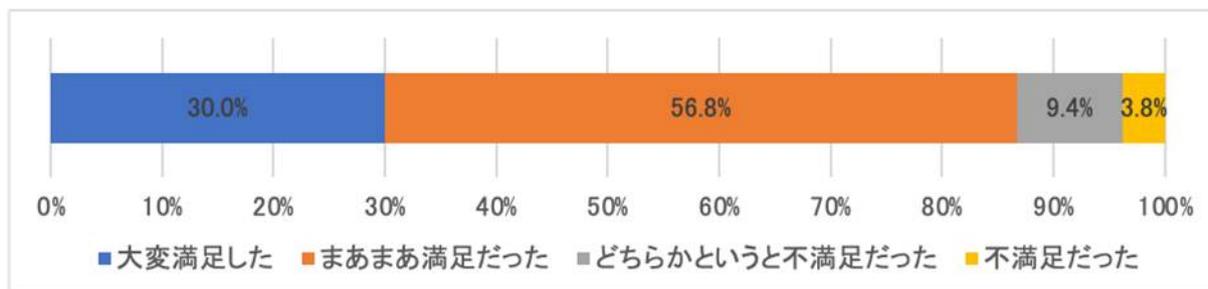
ボランティアの募集を知った情報について、「ホームページ」が42.0%（前回：45.0%）と最も多く、広報活動に有益であると考えられる。また、「メール等直接のお知らせ」が21.0%と、前回の21.3%よりあまり変わらないことから、直接お知らせ等を送る方法も有益であることが考えられる。

□活動内容（複数回答可）



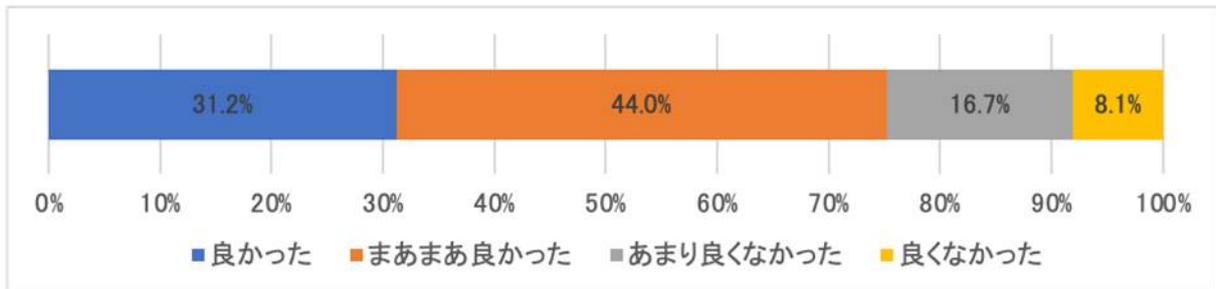
ボランティアの活動内容については、「コース沿道整理」が40.0%（前回：45.0%）、「ランナー受付」が28.9%（前回：31.0%）、「手荷物預かり・返却」が28.0%（前回：22.9%）、「ランナーへの給水」が24.5%（前回は実施されず）と、ランナーと直接触れ合えるところでのボランティアの人の回答が多かった。

□活動内容の満足度



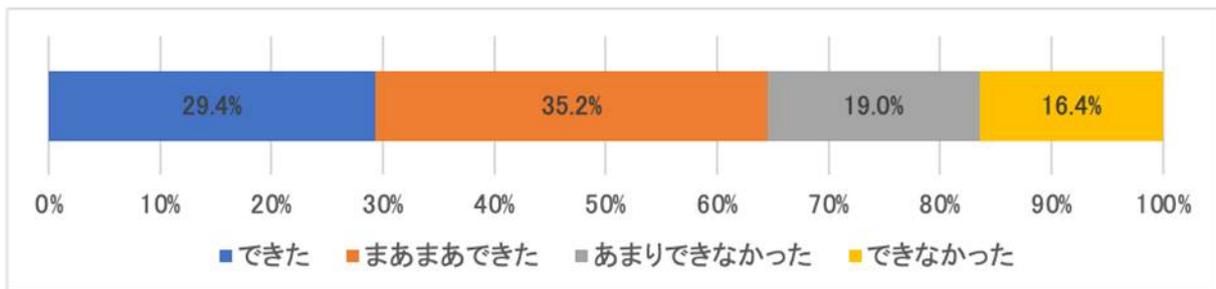
ボランティア活動内容の満足度について、「大変満足した」が30.0%（前回：38.3%）、「まあまあ満足した」が56.8%（前回：53.5%）と、前回大会と同様に9割近くの人がボランティア活動の内容に満足している。

□ ボランティアのスタッフによるサポート



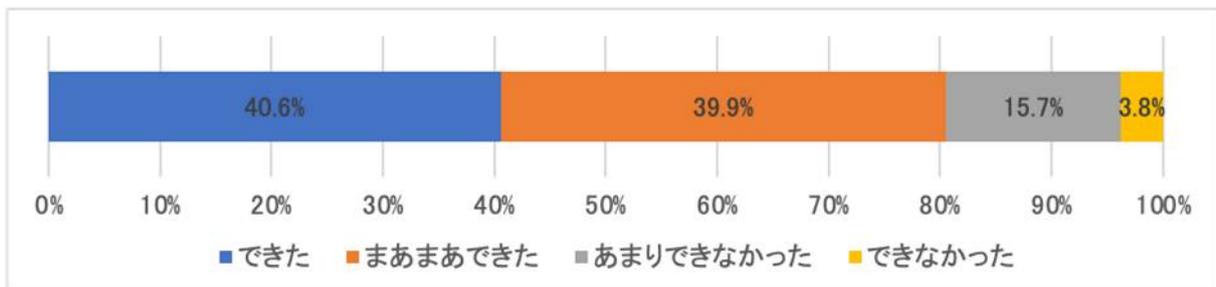
ボランティアのスタッフによるサポートについて、「良かった」が31.2%、「まあまあ良かった」が44.0%と、8割近くの人が良かったと感じている。一方、24.8%の人が良くなかったとしているため、その内容を把握し、改善していく必要もあると考えられる。

□ ランナーとの交流



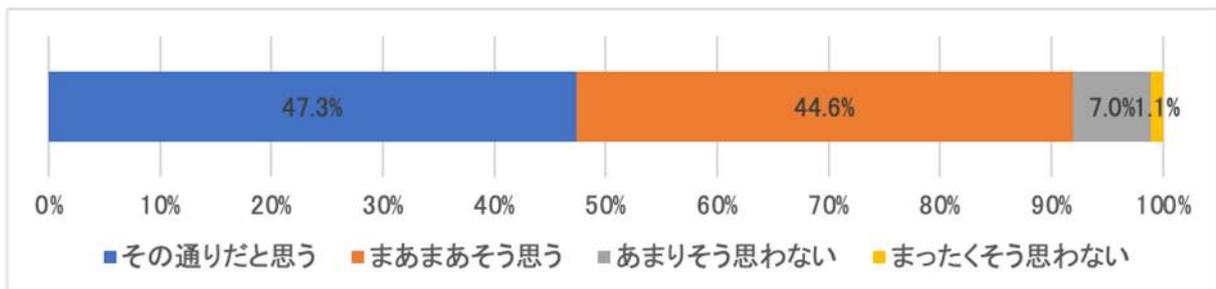
ランナーとの交流について、「できた」が29.4%（前回：21.7%）で、「まあまあできた」が35.2%（前回：38.9%）と、昨年よりも多くのボランティアがランナーとの交流ができたと感じている。一方で、35.4%のボランティアはランナーとの交流ができておらず、活動内容も含めて再考することが望まれる。

□ ボランティア同士の交流



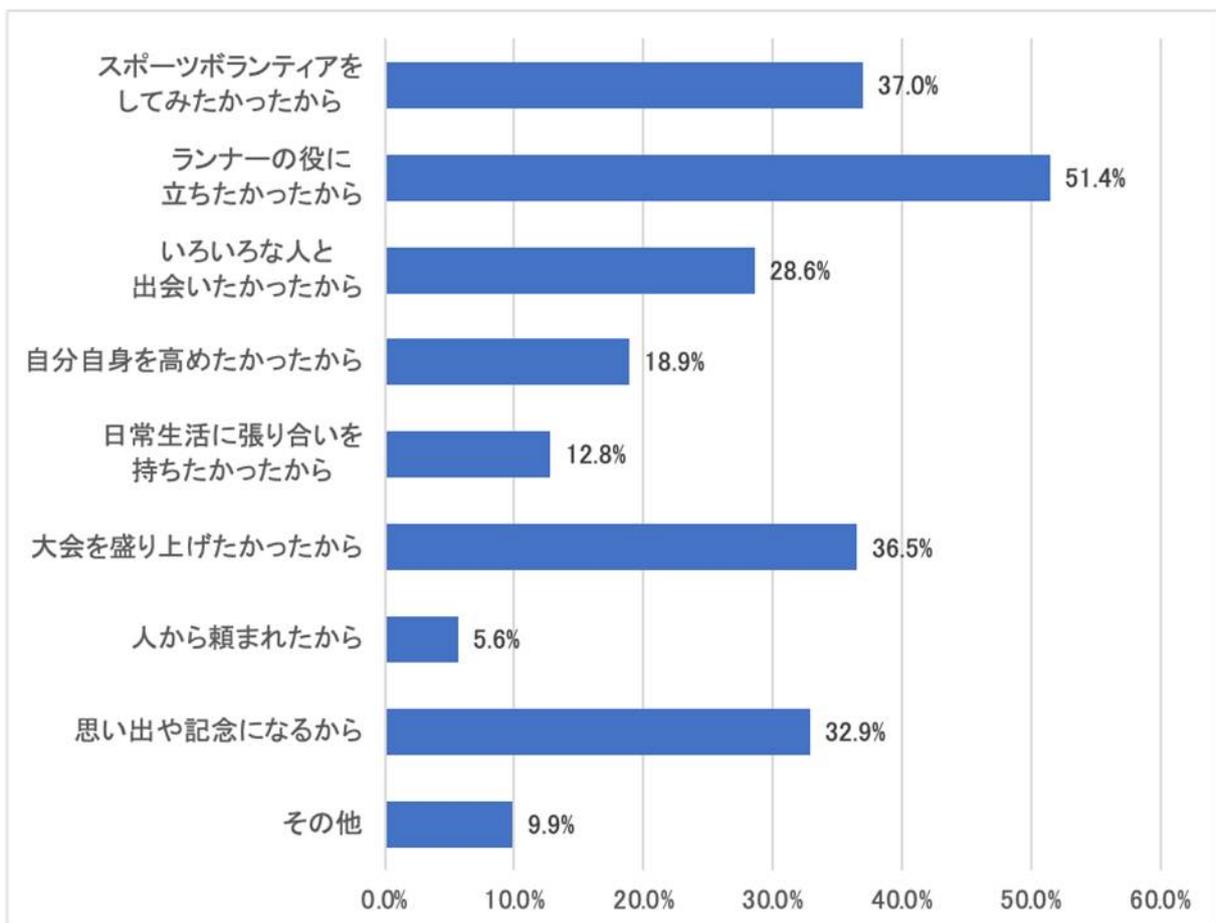
ボランティア同士の交流について、「できた」が40.6%（前回：36.7%）、「まあまあできた」が39.9%（前回：44.4%）と、前回大会と同様に8割近くの人が交流することができたと感じている。しかし、2割近くの人ができなかつたとしており、ボランティア活動の内容にもよるが、ボランティア同士の交流ができる場を用意する工夫が望まれる。

□ ボランティアは「活動のチャリティ」と言われていることについて



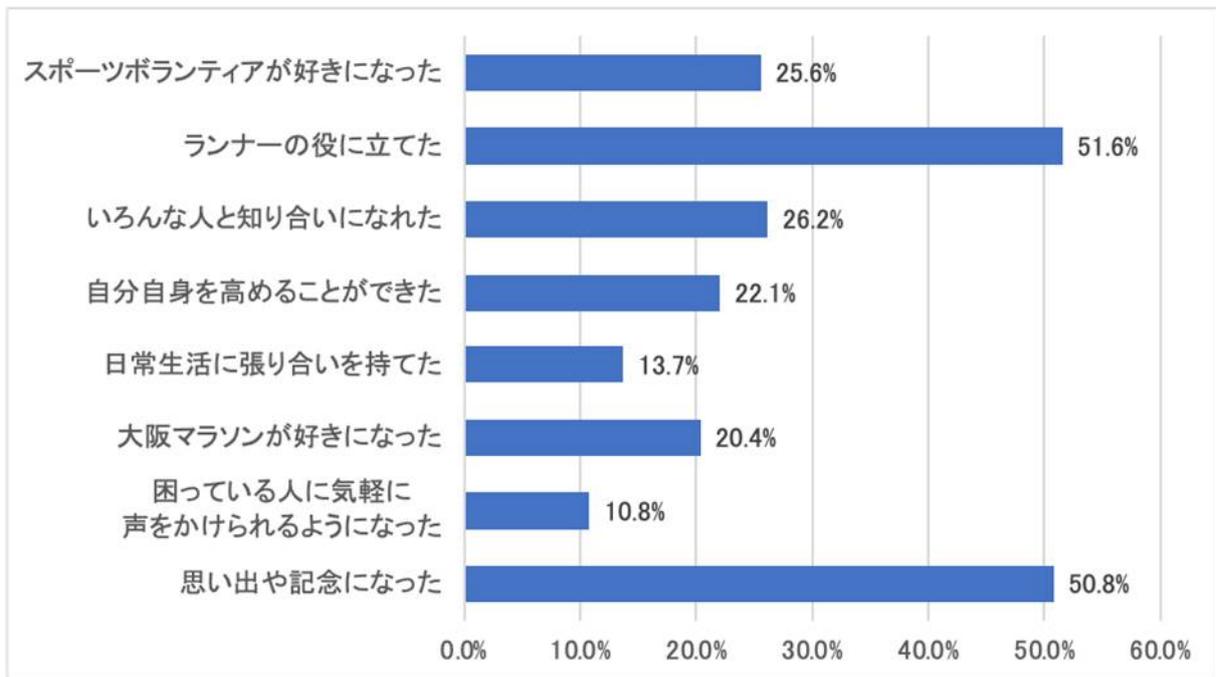
チャリティマラソンとしての大阪マラソンでは、ボランティア活動も「活動のチャリティ」と捉えている。そのことについて、「その通りだと思う」が47.3%（前回：45.6%）、「まあまあそうだと思う」が44.6%（前回：41.8%）と、前回と同様に9割近くの人が同意している。

□ 参加目的（複数回答可）



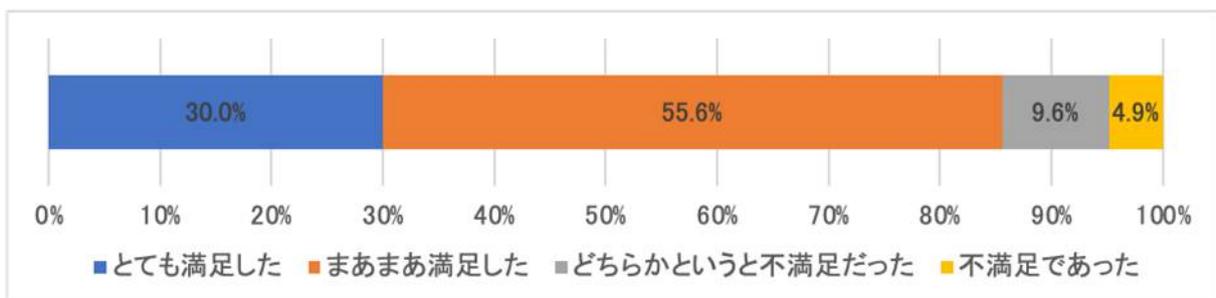
ボランティアの参加目的の理由では、「ランナーの役に立ちたかったから」が51.4%（前回：44.2%）、「大会を盛り上げたかったから」が36.5%、といった公益的な理由が多く、大阪マラソンが公益性の高いボランティア活動であると認識されているようである。一方で、「スポーツボランティアを試みたかったから」が37.0%（前回：37.5%）、「思い出や記念になるから」が32.9%（前回：28.4%）、「いろいろな人と出会いたかったから」が28.6%（前回：29.8%）といった私益的な理由もあり、ボランティア活動ではこれらの公益、私益がバランスよく存在することが望ましいと考えられる。

□ ボランティア経験をして良かったことや自分自身の中での変化（複数回答可）



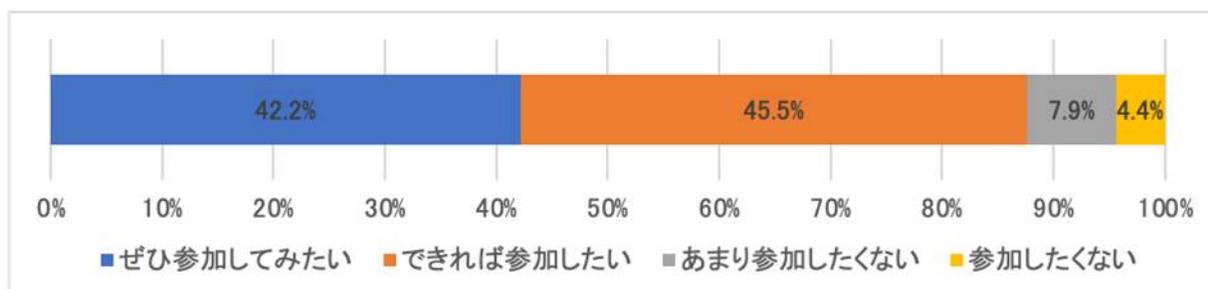
ボランティアを経験した評価としては、「ランナーの役に立てた」という公益的評価が 51.6%（前回：43.0%）で最も多く、次いで、「思い出や記念になった」という私益的評価が 50.8%（前回：47.1%）となっている。また、「スポーツボランティアが好きになった」が 25.6%（前回：30.8%）、「いろいろな人と知り合いになれた」が 26.2%（前回：30.8%）と肯定的な変化が見られた。大阪マラソンを経験することによって、当初の目的を達成するとともに、スポーツボランティアについて好意的な見方に変化したといえる。

□ ボランティア活動の満足度



大阪マラソンのボランティア活動の満足度として、「とても満足した」が 30.0%（前回：36.7%）、「まあまあ満足した」が 55.6%（前回：54.6%）と前回と同様に 9 割近くの人が満足しており、概ね、大阪マラソンのボランティア活動の運営はうまくいっているといえる。

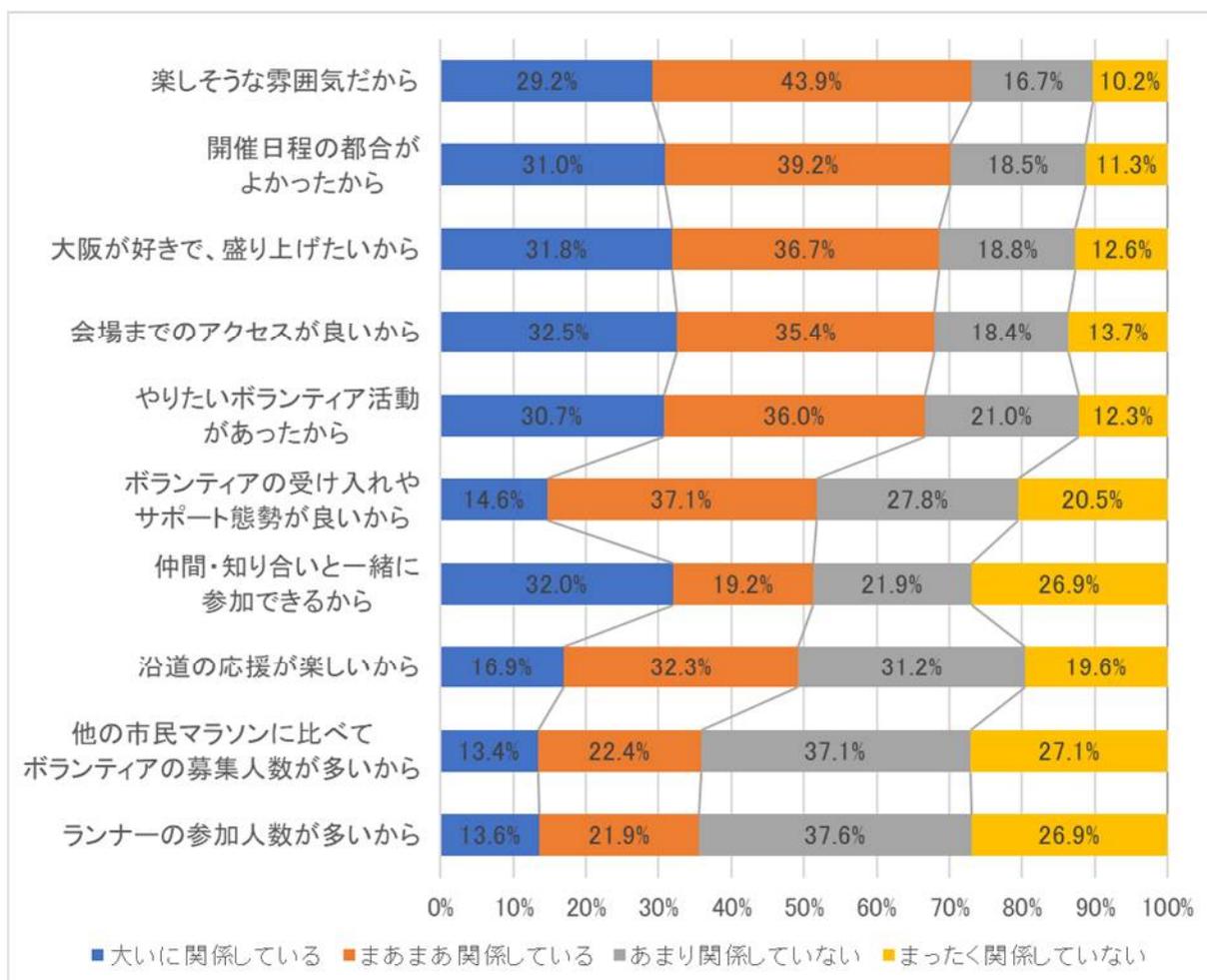
□ 来年度の参加意欲



来年度の大阪マラソンへの参加意欲として、「ぜひ参加してみたい」が42.2%（前回52.9%）、「できれば参加したい」が45.5%（前回：40.6%）と前回と同様に9割近くの人が次回も大阪マラソンのボランティアとして参加を希望している。

大阪マラソン2024の運営について

□ ボランティアが大阪マラソン2024を選じた理由（上位10位）



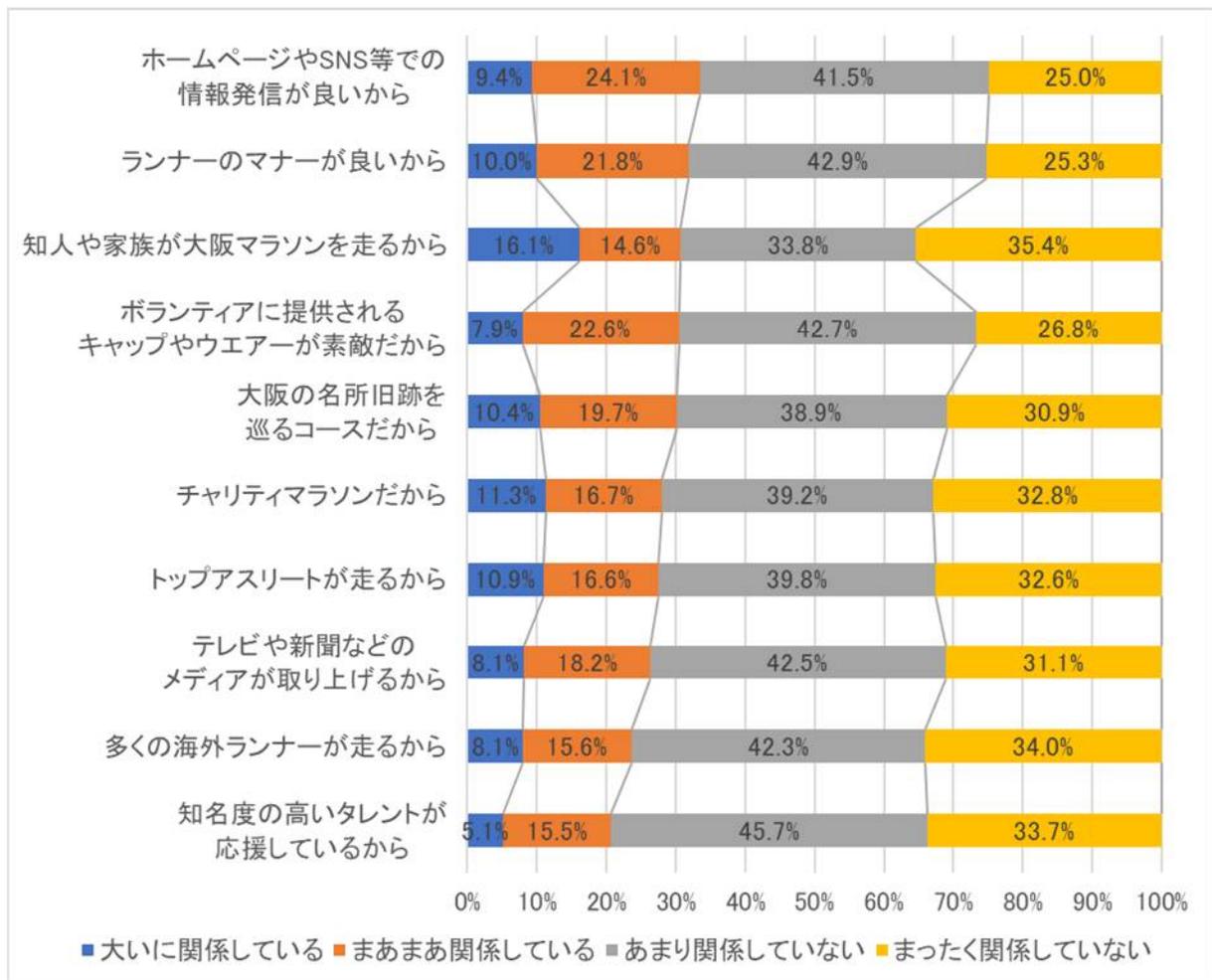
今回、数ある市民マラソンの中で、大阪マラソン2024のボランティアを選じた理由について聞いてみた。その結果、上位10位については、次のような理由が上がってきた（「大いに関係している」をSF、「まあまあ関係している」をWFとする）。

- ① 「楽しそうな雰囲気だから」が73.1%（SF：29.2%、WF：43.9%）と、最も強い理由であると答えており、スポーツボランティアの特徴であるボランティア活動を楽しむことが、ボランティア参加の誘因となることを示唆

している。

- ② 「開催日程の都合がよかったから」が 70.2% (SF : 31.0%、WF : 39.2%) と次に多く、実際に活動できるかどうかという日程は、ボランティア参加の重要な誘因となるといえる。
- ③ 「大阪が好きで、盛り上げたいから」が 68.5% (SF : 31.8%、WF : 36.7%) と、大阪への地域愛と大会を盛り上げたいという思いが、ボランティア参加の誘因になっている。
- ④ 「会場までのアクセスが良いから」が 67.9% (SF : 32.5%、WF : 35.4%) と、ボランティア活動をする場所が交通の便が良く、アクセスしやすいといった具体的な条件が、「大いに関係している」(32.5%) とする人が最も多く、ボランティア参加の誘因となっている。
- ⑤ 「やりたいボランティア活動があったから」が 66.7% (SF : 30.7%、WF : 36.0%) と、力持ちボランティアなど、大阪マラソン独自のボランティア活動もあり、その多様性がボランティア参加の誘因となっている。
- ⑥ 「ボランティアの受け入れやサポート態勢が良いから」は 51.7% (SF : 14.6%、WF : 37.1%) と、ボランティア活動をする上で、不安なことや分からなかったことがあった場合、サポートしてくれる体制が整っていることは安心であり、「大いに関係している」(14.6%) とする人は少ないが、ボランティア参加の誘因となると考えられる。
- ⑦ 「仲間・知り合いと一緒に参加できるから」は 51.2% (SF : 32.0%、WF : 19.2%) と、ボランティア活動をする上で、同じ体験や同じ思いを持っている仲間は、「大いに関係している」(32.0%) とする人も多く、ボランティア参加の誘因となりうる。
- ⑧ 「沿道の応援が楽しいから」は 49.2% (SF : 16.9%、WF : 32.3%) と、5割を切っており、ランナーとは違って、沿道の応援は、ボランティア参加の誘因とはなり難いといえよう。
- ⑨ 「他の市民マラソンに比べてボランティアの募集人数が多いから」は 35.8% (SF : 13.4%、WF : 22.4%) と、ボランティアの募集人数はボランティア参加の誘因とはなり得ないといえる。
- ⑩ 「ランナーの参加人数が多いから」は 35.5% (SF : 13.6%、WF : 21.9%) と、大会の大きさは、あまりボランティア参加の誘因となっていないようである。

□ ボランティアが大阪マラソン 2024 を選択した理由（11 位から 20 位）



今回、数ある市民マラソンの中で、大阪マラソン 2024 のボランティアを選択した理由について聞いてみた。その結果、11 位から 20 位については、次のような要因が上がってきた。選択理由として関係が薄い下位 10 位について解説する（「あまり関係していない」を HR、「まったく関係していない」を NR とする）。そのことは、同時に、大阪マラソンのボランティアに参加してもらうための課題と捉えてもよい。

- ① 「知名度の高いタレントが応援しているから」が 79.4%（HR：45.7%、NR：33.7%）と最も多く、このことは、ボランティア活動をする上で、あまり関係していないことから、ボランティア参加の誘因とはならないといえる。
- ② 「多くの海外ランナーが走るから」が 76.3%（HR：42.3%、NR：34.0%）と次に多く、海外ランナーの参加の多さは、通訳ボランティアは別として、ボランティア参加の誘因とはならないといえる。
- ③ 「テレビや新聞などのメディアが取り上げるから」が 73.6%（HR：42.5%、NR：31.1%）と、ボランティアがメディアに取り上げられることはあまりなく、ボランティア参加の誘因とはならないといえる。
- ④ 「トップアスリートが走るから」が 72.4%（HR：39.8%、NR：32.6%）と、市民マラソンのボランティアにとっては、トップアスリートが走る競技性の高い大会は、ボランティア参加の誘因とはならないといえる。
- ⑤ 「チャリティマラソンだから」が 72.0%（HR：39.2%、NR：32.8%）と、ボランティアという活動としてのチャリティではあるが、実際に金銭的にチャリティするわけではないので、ボランティア参加の誘因とはならないといえる。
- ⑥ 「大阪の名所旧跡を巡るコースだから」は 69.8%（HR：38.9%、NR：30.9%）と、コース上でのボランティアは少し関係あるかもしれないが、観光目的ではないし、コースを走るわけでもないから、ボランティア参加

の誘因とはなりにくいといえる。

- ⑦ 「ボランティアに提供されるキャップやウェアが素敵だから」は 69.5% (HR : 42.7%、NR : 26.8%) と、ボランティアグッズはあくまでボランティアであることの制服であるという認識から、ボランティア参加の誘因とはなりにくいといえる。
- ⑧ 「知人や家族が大阪マラソンを走るから」は 69.2% (HR : 33.8%、NR : 35.4%) と、「大いに関係している」の 16.1%の人は、実際に知人や家族が走っていると推測されるが、それ以外の人にとっては、ボランティア参加の誘因とはなりにくいといえる。
- ⑨ 「ランナーのマナーが良いから」は 68.2% (HR : 42.9%、NR : 25.3%) と、ランナーに接するボランティアにとってはある面関係しているが、あまりボランティア参加の誘因とはなりにくいといえる。
- ⑩ 「ホームページや SNS 等での情報発信が良いから」は 66.5% (HR : 41.5%、NR : 25.0%) と、ボランティア活動に関する情報は必要だが、これらのランナーに向けての情報発信についてはボランティア参加の誘因とはなりにくいといえる。

3-2. ボランティアの特性別意識の違い

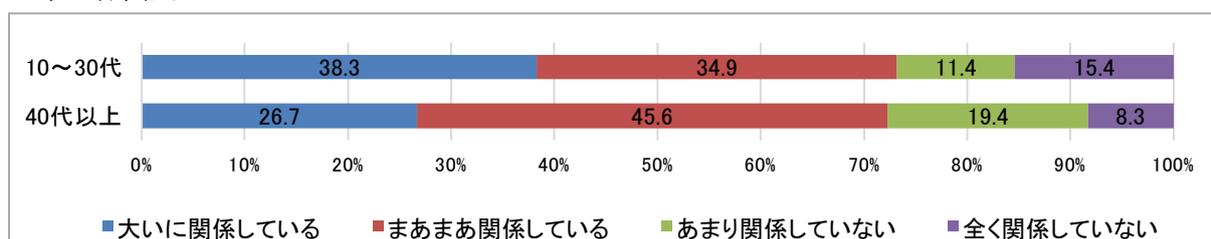
大阪マラソン 2024 ボランティアへの応募理由とボランティアの特性別意識の関連について

「数ある市民マラソン大会の中で、大阪マラソン 2024 のボランティアを選ばれた理由は何ですか？次の理由について、「大いに関係している」から「まったく関係していない」までの4段階の評価から選んでください。」という質問に関する回答の割合の差をボランティア参加者の特性別にカイ 2 乗検定を用いて分析した。統計処理には SPSS28.0J を用い、有意水準は1%未満とし、有意差のある項目について説明する。

①年代別

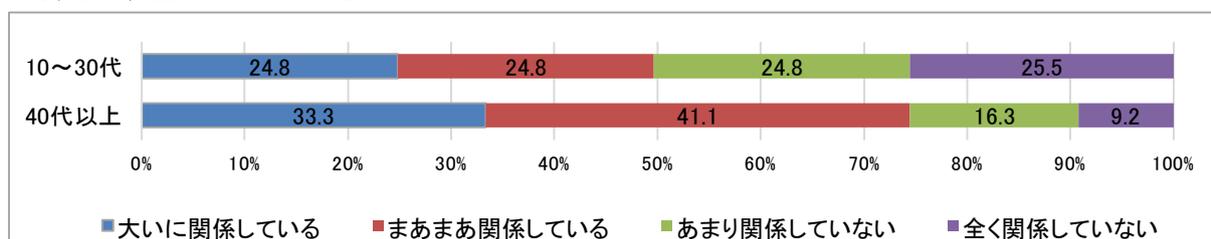
ボランティア参加者を「10～30代（156名）」と「40代以上（501名）」に分類し、大阪マラソン 2024 への応募理由についての回答の割合の差を比較した。

■楽しそうな雰囲気だから



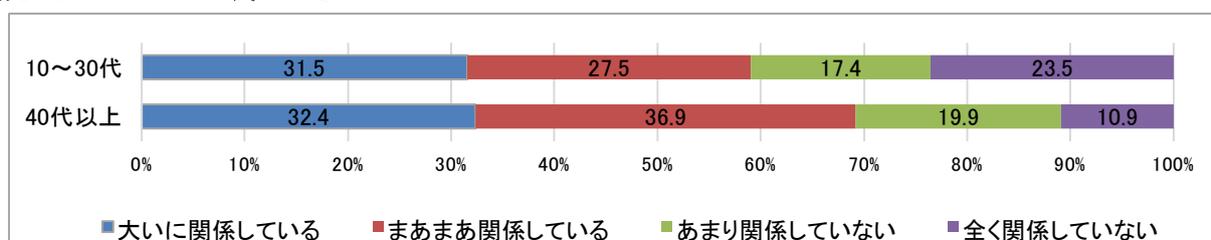
「10～30代」と「40代以上」の「楽しそうな雰囲気だから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「10～30代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■大阪が好きで、盛り上げたいから



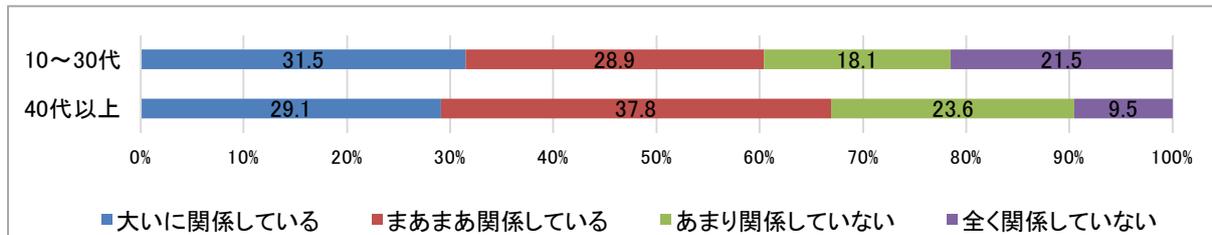
「10～30代」と「40代以上」の「大阪が好きで、盛り上げたいから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「40代以上」で「大いに関係している」および「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■会場までのアクセスが良いから



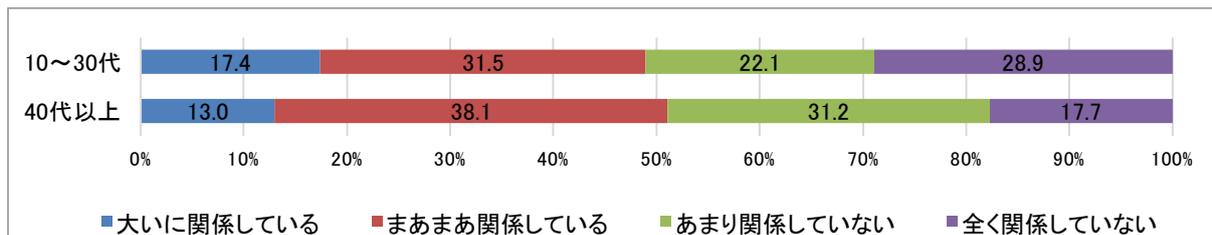
「10～30代」と「40代以上」の「会場までのアクセスが良いから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.01$) がみられ、「40代以上」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ やりたいボランティア活動があったから



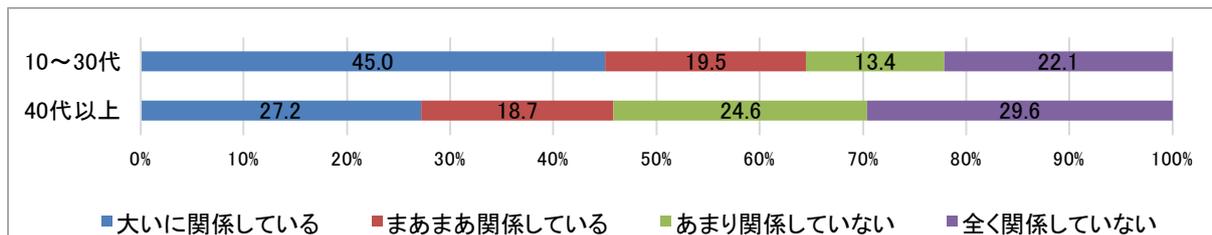
「10~30代」と「40代以上」の「やりたいボランティア活動があったから」に対する回答の割合に有意な差(p<0.001)がみられ、「40代以上」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ ボランティアの受け入れやサポート態勢が良いから



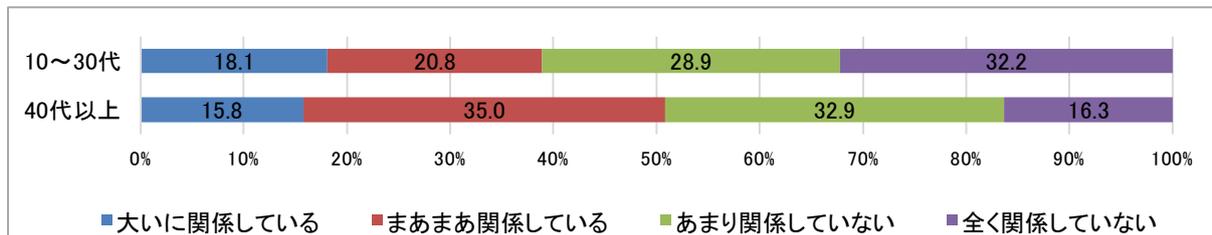
「10~30代」と「40代以上」の「ボランティアの受け入れやサポート態勢が良いから」に対する回答の割合に有意な差(p<0.01)がみられ、「10~30代」で「全く関係していない」と回答した人の割合が高かった。

■ 仲間・知り合いと一緒に参加できるから



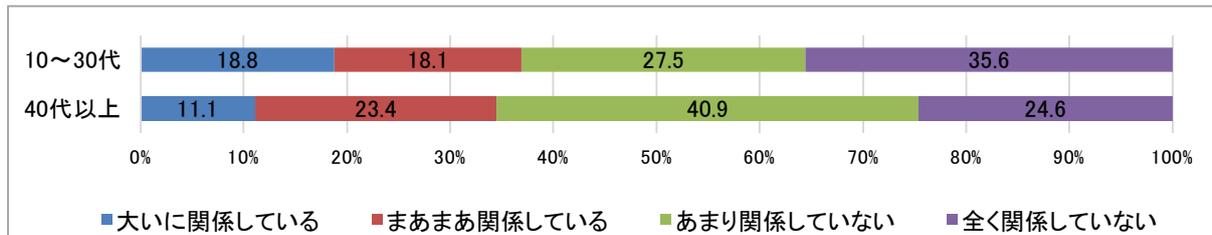
「10~30代」と「40代以上」の「仲間・知り合いと一緒に参加できるから」に対する回答の割合に有意な差(p<0.001)がみられ、「10~30代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ 沿道の応援が楽しいから



「10~30代」と「40代以上」の「沿道の応援が楽しいから」に対する回答の割合に有意な差(p<0.001)がみられ、「40代以上」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■他の市民マラソンに比べてボランティアの募集人数が多いから

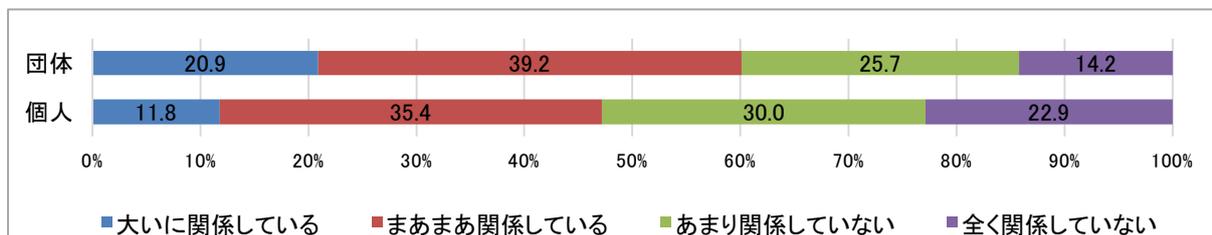


「10～30代」と「40代以上」の「他の市民マラソンに比べてボランティアの募集人数が多いから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「10～30代」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

②申込区分別

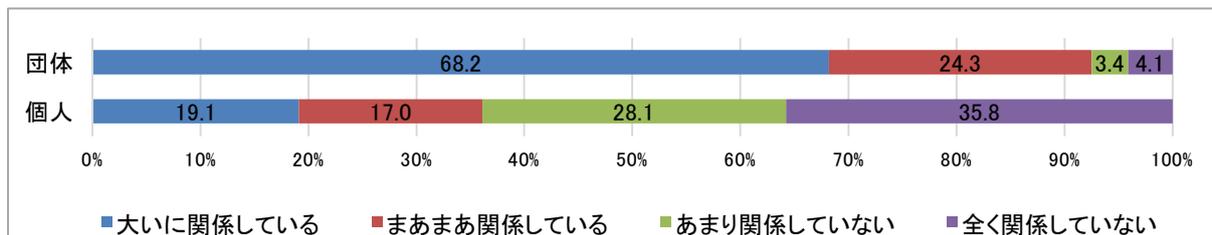
ボランティア参加者の申込区分を「団体 (163名)」と「個人 (494名)」に分類し、大阪マラソン 2024 への応募理由についての回答の割合の差を比較した。

■ボランティアの受け入れやサポート態勢が良いから



「団体」と「個人」の「ボランティアの受け入れやサポート態勢が良いから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「団体」で「大いに関係している」と回答した人の割合が高かった。

■仲間・知り合いと一緒に参加できるから

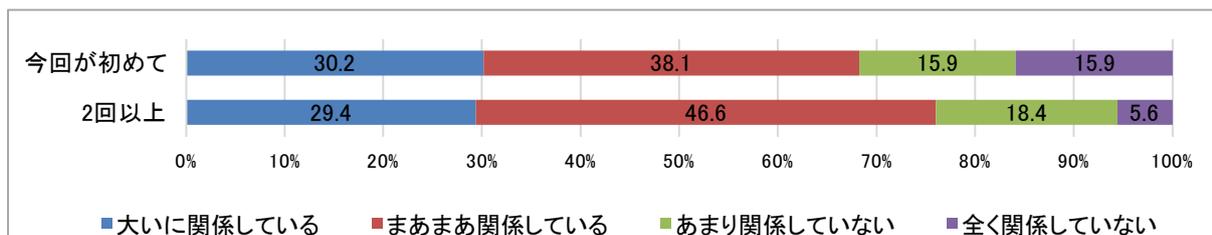


「団体」と「個人」の「仲間・知り合いと一緒に参加できるから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「団体」で「大いに関係している」および「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

③大阪マラソンのボランティア参加経験別

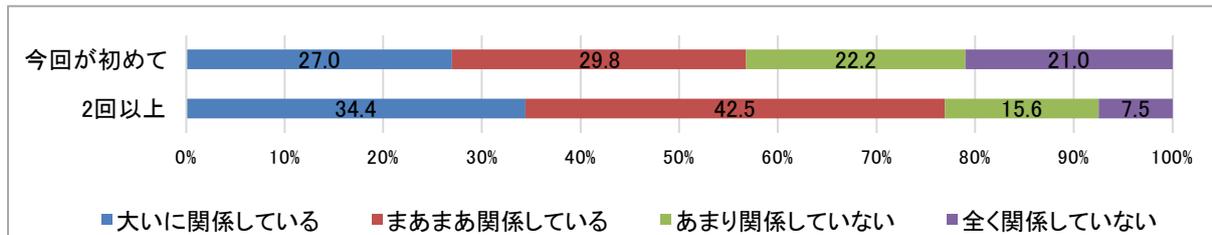
ボランティア参加者における大阪マラソンへのボランティア参加回数を「今回が初めて (282名)」と「2回以上 (375名)」に分類し、大阪マラソン 2024 への応募理由についての回答の割合の差を比較した。

■楽しそうな雰囲気だから



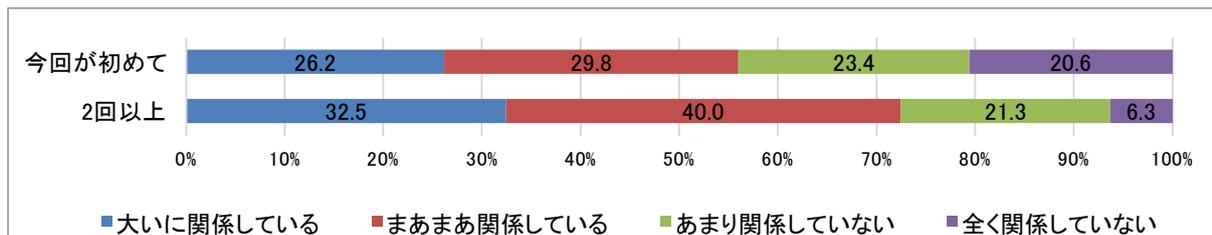
「今回が初めて」と「2回以上」の「楽しそうな雰囲気だから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「今回が初めて」で「全く関係していない」と回答した人の割合が高かった。

■大阪が好きで、盛り上げたいから



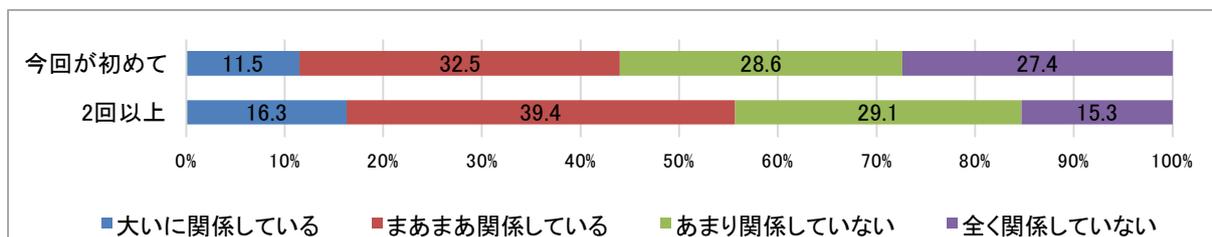
「今回が初めて」と「2回以上」の「大阪が好きで、盛り上げたいから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「2回以上」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■やりたいボランティア活動があったから



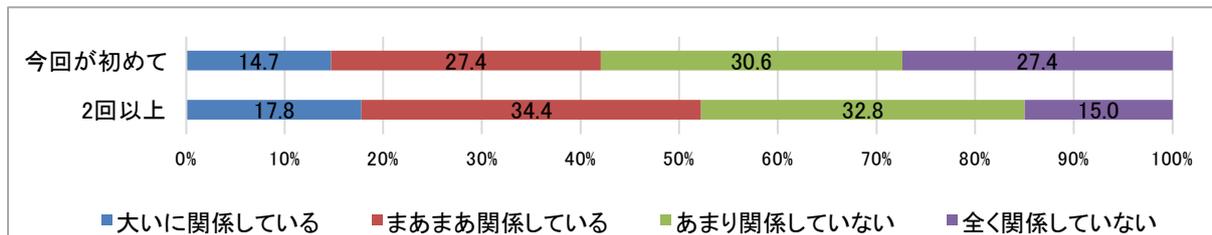
「今回が初めて」と「2回以上」の「やりたいボランティア活動があったから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「2回以上」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティアの受け入れやサポート態勢が良いから



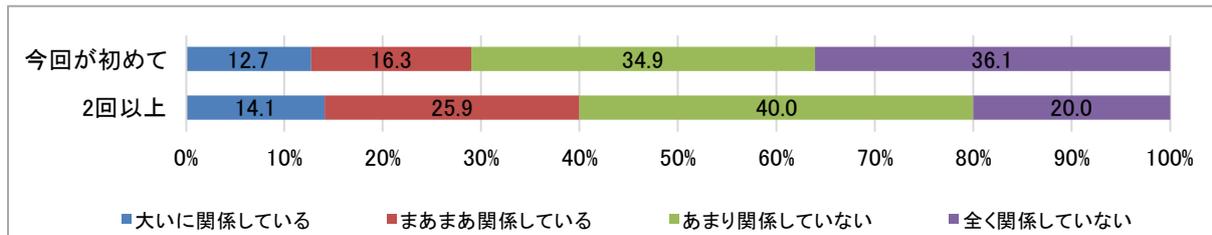
「今回が初めて」と「2回以上」の「ボランティアの受け入れやサポート態勢が良いから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.01$) がみられ、「今回が初めて」で「全く関係していない」と回答した人の割合が高かった。

■沿道の応援が楽しいから



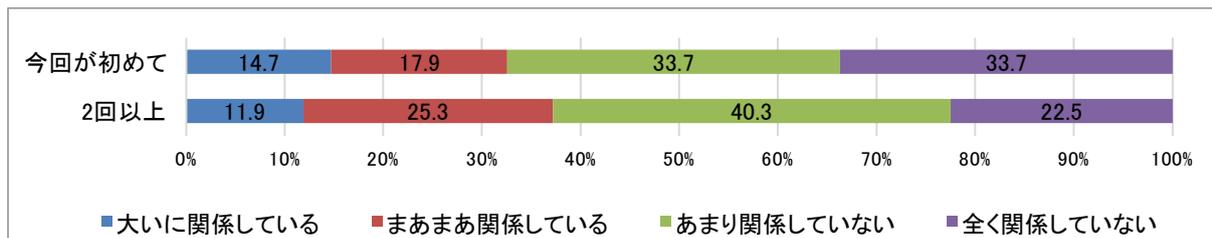
「今回が初めて」と「2回以上」の「沿道の応援が楽しいから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.01$) がみられ、「今回が初めて」で「全く関係していない」と回答した人の割合が高かった。

■ランナーの参加人数が多いから



「今回が初めて」と「2回以上」の「ランナーの参加人数が多いから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.001) がみられ、「2回以上」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

■他の市民マラソンに比べてボランティアの募集人数が多いから



「今回が初めて」と「2回以上」の「他の市民マラソンに比べてボランティアの募集人数が多いから」に対する回答の割合に有意な差 (p<0.01) がみられ、「2回以上」で「まあまあ関係している」と回答した人の割合が高かった。

3-3. ボランティアの大会運営に関する自由記述の分析

(1) 頻出語の分析

アンケートに協力いただいたボランティア（691名）が「大会に関してのご意見」の欄に自由記述した内容（無回答者も有）の頻出語上位50語を以下に示した。分析には、抽出語が多い品詞（名詞、サ変名詞、形容動詞、動詞、形容詞）を対象とした。

■ 頻出語上位50語

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
思う	254	良い	46
運営	131	配置	42
参加	129	分かる	42
場所	119	悪い	40
説明	119	確認	38
活動	112	経験	38
多い	101	整理	38
担当	88	出来る	38
大会	84	設置	37
感じる	83	返却	36
スタッフ	82	集合	34
トイレ	76	大変	33
指示	73	行く	31
荷物	71	お願い	30
沿道	66	休憩	30
言う	61	預かる	30
聞く	60	方々	29
案内	58	来る	29
対応	58	コーン	27
手荷物	55	内容	27
受付	51	違う	27
事前	50	見る	26
マラソン	48	考える	26
必要	48	困る	25
作業	46	走る	25

これらのうち、出現回数が100回以上となったのは、「思う」、「運営」、「参加」、「場所」、「説明」、「活動」、「多い」の用語であった。

(2) 階層的クラスター分析

出現頻度上位 50 語の用語の階層的クラスター分析（Jaccard 距離、Ward 法）を行った。この結果、7つのクラスターに分類された。

■クラスター分析による語の分類

クラスター番号	構成する用語	出現数の合計(回)
クラスター1	手荷物(55)、返却(36)、荷物(71)、預かる(30)	192
クラスター2	沿道(66)、整理(38)	104
クラスター3	休憩(30)、内容(27)、確認(38)、指示(73)、作業(46)	214
クラスター4	案内(58)、来る(29)、行く(31)、違う(27)、分かる(42)、大変(33)、説明(119)、事前(50)、集合(34)、配置(42)、場所(119)、聞く(60)	644
クラスター5	考える(26)、見る(26)、走る(25)、設置(37)、コーン(27)、トイレ(76)、必要(48)	265
クラスター6	スタッフ(82)、言う(61)、悪い(40)、対応(58)、困る(25)	266
クラスター7	受付(51)、良い(46)、担当(88)、思う(254)、参加(129)、活動(112)、運営(131)、大会(84)、方々(29)、マラソン(48)、経験(38)、多い(101)、感じる(83)、出来る(38)、お願い(30)	1,262

() 内の数字は、それぞれの語の出現回数を示す。

クラスター1では、手荷物(55回)、返却(36回)、荷物(71回)、預かる(30回)の用語が確認された。

ここでは、「雨がひどく、グラウンドでの荷物返却はかなり苦行でした」、「雨がひどく、グラウンドでの荷物返却はかなり苦行でした」、「野球場での荷物返却は、予想外の大変なことが多く、その分一緒に働いた皆さんと協力し、充実した活動をすることができました」、「荷物もかなり重たいものが多くて、上の奥から取り出す際に腰を痛めました。テントを準備し、シートを敷き平地に並べて置くなどしないと、手荷物返却ボランティアへの身体的負担が大きすぎると思いますが…」、「外での荷物預かりの場所がグラウンドの場合、雨の日が泥だらけになることは想定内のはず。もう少し対策できることはあったのではないかと思います」、「手荷物を預けた場所から中之島に勝手に運ぶのはやめてほしい、雨が降る予報ならテントをもっと増やしてほしい。ずっと雨にさらされると風邪をひく」、「手荷物は雨ざらし、ボランティア活動の手荷物返却も雨ざらしの中で長時間雨に濡れながら行いましたが、体が芯まで冷えました。あと、手荷物を保管している2段カゴ台車は最悪です。特に上段奥にある手荷物を取り出すのに大変苦労しました。(預かりの際に番号をバラバラに置かれていたので余計に苦労した)」などの記述が見られた。

クラスター2では、沿道(66回)、整理(38回)の用語が確認された。

ここでは、「コース沿道整理を担当しました。その際、横断歩道を渡らないことに怒っている人がいたので、もっと町中の人にお知らせした方がいいと思いました」、「私は沿道整理で、初めて1人での参加で不安しかない中で雨風の中1人ぼつと同じ場所に4時間、スタッフから休憩などの声かけもなく、さらにオレンジのジャンパーの方から立ち位置について、ものすごく怒られそのまま帰りたくなるくらいでした」、「沿道整理をしましたが、観客の質問や行動に対する具体的な回答、対応方法が知らされなかった」、「配られていた指示書にはボランティア18人となっていたのに、当日、欠席者なしで6人とのこと、1/3ではあまりにも沿道整理が手薄で、警察官やボランティアの目を盗んで道を横切った方がいて危なかった」、「沿道整理は、文句を言われる事も多いので、2人1組できると心強いし、休憩にも行きやすいと思います」などの記述が見られた。

クラスター3では、休憩(30回)、内容(27回)、確認(38回)、指示(73回)、作業(46回)の用語が確認された。

ここでは、「スタッフさんが少なくして指示が確認しにくい時がありましたが、初参加でも戸惑うことなく作業がで

きました」、「ボランティアへの指示がほとんどなく、指示を出す人も内容を理解できていない混乱が見られた。準備不足な点が目立った」、「指示だけされて淡々と作業だけさせられているようであまり楽しく無かった」、「休憩や持ち場の采配は、ボランティアリーダーの方に指示していただきたかったです」、「大阪マラソンについて知らない方がボランティアリーダーになっていて、作業の指示が非効率過ぎた」、「給食担当でしたが、配布物のせんべいが配布予定枚数の半分しかありませんでした。もう少し事前確認が要ると思います」、「初めてのリーダーなのか、メンバーの紹介・作業内容の指示・ポジション・ローテーション・休憩食事のとり方・撤収作業の内容・終了の確認等の明確な指示・依頼がない」などの記述が見られた。

クラスター4では、案内（58回）、来る（29回）、行く（31回）、違う（27回）、分かる（42回）、大変（33回）、説明（119回）、事前（50回）、集合（34回）、配置（42回）、場所（119回）、聞く（60回）の用語が確認された。

ここでは、「事前説明会の時点では未定だった事が多いのかもしれないが、荷物のラックの並べ方の説明は無かったし、説明用の冊子内のゼッケンや荷物のラベルの写真では分かりにくいと感じた」、「冊子、説明会案内が見にく過ぎる。どの説明会に出ればいいのか、もっと簡潔に出来ないのか。一度、冊子内に変更が発生したメール連絡を貰ったが、新旧見比べても変更箇所分からなかった」、「事前説明会だが、Zoomでの説明会の開催は検討したのか」、「リーダー説明会の案内が一週間前に連絡あり、遅すぎる」、「事前説明会や、ボランティアウェアの事前配布は交通費も時間もかかるので不要。当日で充分大丈夫だと思います」、「事前の説明会は希望する人だけで十分だと思う。YouTubeで予習が十分できる。会場に行くのに乗り継ぎで1時間半以上かかり遠いのでそれだけの為に平日には行くとなればかなり大変です」、「はじめてのボランティア参加で、説明会はとても不満。配置場所が決まっているのなら、配置場所を想定したりリハーサルをしてほしかった。説明と挨拶の口調が早くて、聞きとれなかった」、「大会当日の手荷物預かりについて、前日の夜に公式X（twitter）で『手荷物袋に入りきらない長傘は預かれませんか』と投稿があり、ボランティア説明会でも袋に入らない荷物がある場合はヘルプデスクという話があったのに、当日にボランティアリーダーが長傘をどうしたらいいかヘルプデスクに聞きに行ったら『そんなこと聞かれても困る』と返された」、「今回は天気が悪くて雨のせいか集合場所で説明されてる声が聞こえづらかった」、「ボランティア・午後からの半日で参加しましたが、集合時間が過ぎても、集合場所にリーダーが来ませんでした」、「当日ボランティアリーダーが来ず、ただ待たされること20分。連絡くらい欲しい」、「今回のボランティアリーダーさんは、事前に説明会があったとはいえ、活動の担当場所を指示されただけで、作業の説明が全くなく、自分の担当のところには、作業の進捗状況も見に来られていなかった」、「私の参加した受付と当日のグループはボランティアリーダーさんが2箇所掛け持ちをしており、大変そうだった」などの記述が見られた。

クラスター5では、考える（26回）、見る（26回）、走る（25回）、設置（37回）、コーン（27回）、トイレ（76回）、必要（48回）の用語が確認された。

ここでは、「主催者は10か所の移動トイレを設置しましたが、需要を満たせず、多くのランナーが長い列に並んでトイレを利用する必要がありました。もっと多くのトイレが設置されると良いですし、女性ランナーからは男女別のトイレを希望する声もありました」、「トイレ誘導4南天満公園（天神橋北詰東側河川敷）でランナーがトイレの列にすごく並んでいたが、男性用トイレの列か和式トイレの列かわからなかったとランナーが言っていました。活動場所周辺マップ（活動に関する情報）にあるコーン位置テープ設置通りだと列がわかりにくく、混雑していたので次回大会から列だけではなく、列の手前から誘導できる同線を確保検討願います」、「トイレの設置方法の再考や、並び方のマニュアルも必要かと」、「トイレの順番待ちに150人ほど行列が出来ていました」、「まずはマラソンというスポーツに対する理解、障がい者への配慮、運営と会場全体についての全体周知が必要だと考えます」、「開催が12回目なので円滑な活動ができるかと考えていましたが、現地のスタッフ（イベント会社）の方はほとんど知識がないまま派遣されていました。コーンの設置場所は決まっていたものの、一般歩行者・自転車とランナーの導線を考慮されておらず、衝突間際のこともありかなり現場は混乱しました。大きな事故に繋がらなかったのが幸い

です」、「前回から改善が見られない事が多いと言う声を聞いた」、「道路に対して垂直にランナーが走ってくる方向を皆が向くとランナーも歩行者も見ることができます。皆が楽しめるようにしてほしいです」、「シルバーウェアの方はマラソン終了後に初めて見ました。緑のウェアの方は3人で軒下でずっと談笑されてました。私達はずぶ濡れですよ」、「走りきれなかったランナーのバス収容時の対応をもう少しちゃんとして欲しい」、「もっとランナー第一に考えるべきですね」などの記述が見られた。

クラスター6では、スタッフ（82回）、言う（61回）、悪い（40回）、対応（58回）、困る（25回）の用語が確認された。

ここでは、「当日の体制等について、多少のイレギュラーは仕方がないと思うが、トランシーバをもったスタッフ及びリーダーの段取り悪さに驚いた」、「運営のスタッフの方の段取りが良くなかったように思います」、「初めて参加しましたが、段取りが悪く感じました。また、一部の運営スタッフがボランティアを下にしているかのような態度な話し方でした。あくまでもボランティアですが、こちら側には丁寧な言葉使いでとは言うのにそちら側は上からの言葉使いで良いのか。と言う疑問を感じました」、「スタッフ（ボランティアリーダーではありません）のボランティアの方に対する“ため口”が気になりました」、「（カーキ色のジャンパーの方）スタッフの方が、一般ボランティアに対してちょっとぞんざいな口調で話されたのが気になりました」、「大きいイベントなので、しっかりと教育を受けた人間が統括してもらわないと、ボランティア・スタッフの不安が大きくなる」、「運営や外注業者とボランティア間の風通しの悪さが垣間見れた。現場が思いついた効率的なやり方を柔軟に受入れる風土は進化していくために持った方がよい」、「ろくに説明もなく、怒鳴ったりしかったりするリーダー、運営者が散見されたので、悪い印象が残りました」、「お互い協力があつての事だと思います。ボランティア自体は楽しかったですが、運営スタッフ側の対応が残念に感じました」、「雨の中で行われた今大会ですが、当日のボランティアの招集時間から活動開始まで凄く現場が点呼からもたついており、大会運営スタッフとボランティアリーダーの連携、コミュニケーションが不足していると感じた」などの記述が見られた。

一方で、「スタッフさんのサポートもかなりしっかりされてきて楽しくボランティアをすることができました」、「雨降りの大会でしたが、ボランティア・スタッフが力を合わせて大会を盛り上げられたと思いました。ぜひ来年もボランティアとして参加したいです」、「今回のボランティア活動もスタッフやリーダーさんメンバーと楽しくできました」、「大会側のスタッフの皆さんが一生懸命なのでこちらも頑張って大会を成功させ盛り上げたいという気になりました」などの記述も見られた。

クラスター7では、受付（51回）、良い（46回）、担当（88回）、思う（254回）、参加（129回）、活動（112回）、運営（131回）、大会（84回）、方々（29回）、マラソン（48回）、経験（38回）、多い（101回）、感じる（83回）、出来る（38回）、お願い（30回）の用語が確認された。

ここでは、「ランナー受付で、目の不自由な方と、伴奏者の受付の場所が離れていたのが良くなかった」、「ランナー受付手話のブースがあったのだから、手話ができるボランティアを手話のブースに常駐すべきだ。ヘルプデスク担当が、手話対応に回っていたが、ヘルプデスクはリストバンドやQRコードの印刷の件でバタバタするので、手話対応に回るのは大変」、「ランナー受付(全日)は拘束時間が長いのでカロリーメイト等の軽食を配るなどして頂けると助かります」、「外国人ランナー受付をしましたが、言語別の質問の解答例を作っておいて欲しい」、「前日のランナー受付をしました。昨年より効率よくて余裕があったのでランナーとも話せて良かった。高齢のボランティアも多いため、チェックする書類やiPhoneの表示もできるだけ大きい文字にしてもらいたい」、「今回、ビブス受付を担当しましたが、午前午後の人員の配置のバランスが悪く感じました」、「初参加でもイメージしやすいよう担当ごとの過去の映像があればもっとわかりやすかったかなと思います」、「ランナー受付の場所は、大阪城ホールとかにできないものではないですか」、「雨をしのげる場もないので、一緒に活動している人たちが風邪をひかないか心配しながらの活動になりました」、「ボランティアは自分の好きでやっており自己責任であることは理解して活動していま

すが、ボランティアの体調管理も少し考えていただきたいです」、「ほかのマラソン大会のボランティア活動なども参考にしてほしい」、「運営体制が変わったのか、以前と比べてボランティアメンバーへのフォローが少ないと感じた」、「何度も経験している人の中で複数の人が『運営が変わって活動がやりにくくなった』という話をしていた」、「今回運営が変わった最初ですが、前の運営のノウハウがあまり伝わっていないように感じました。大きな流れや書面で残っているものはあるのですが、細かな対応等がまだまだです」、「アンケートで手厳しい意見があると思いますが、お客さまの声として前向きに検討して頂いて、来年以降の大会につなげていけるよう、よろしく願います」、「出席者にインセンティブを持たせる施策をお願いします」などの記述が見られた。

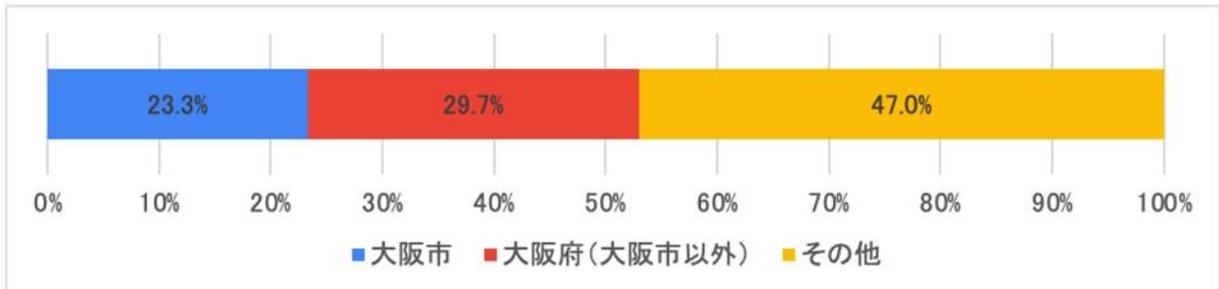
一方で、「多くの様々な方々の連携、協力があり、安全で円滑なマラソン大会が運営されていることを知ることができました」、「ランナーとして参加した当時より、本当にたくさんの方のおかげで運営が成り立っているんだと感じることができ、違う一面を見られて良かった」、「次回は今回よりより良い運営にしていきたいです。(今回はボランティア経験者が仕切ってくれて、何とか対応できた)私も今回の参加経験を次回以降に活かしていきたいと思いました」、「初めての参加であったが主催者やボランティアが一致団結した大会運営で、おおいにランナーの力となり、大阪の力になったのではないかと感じた」などの記述も見られた。

4. 觀客

4-1. 観客の意識調査

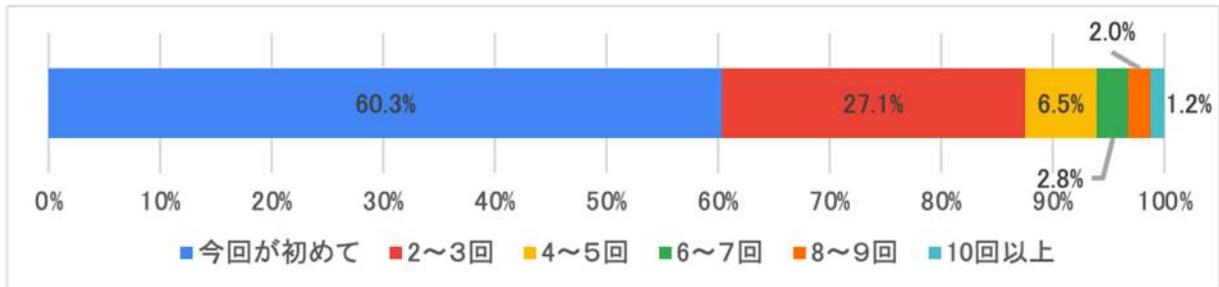
回答：249

□居住地



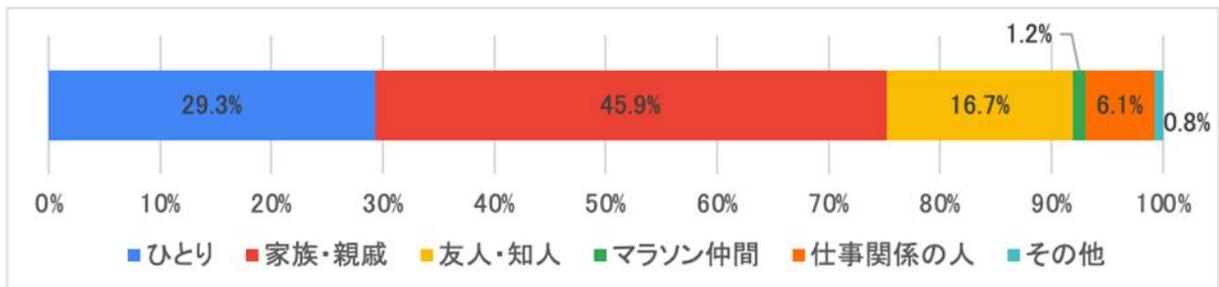
居住地域は、「大阪市」が23.3%（前回【2023年第11回大会】：33.0%）、「大阪府（大阪市以外）」が29.7%（前回：33.9%）、「その他」が47.0%（前回：33.0%）となっており、大阪府以外の参加者が増えてきている。

□参加回数



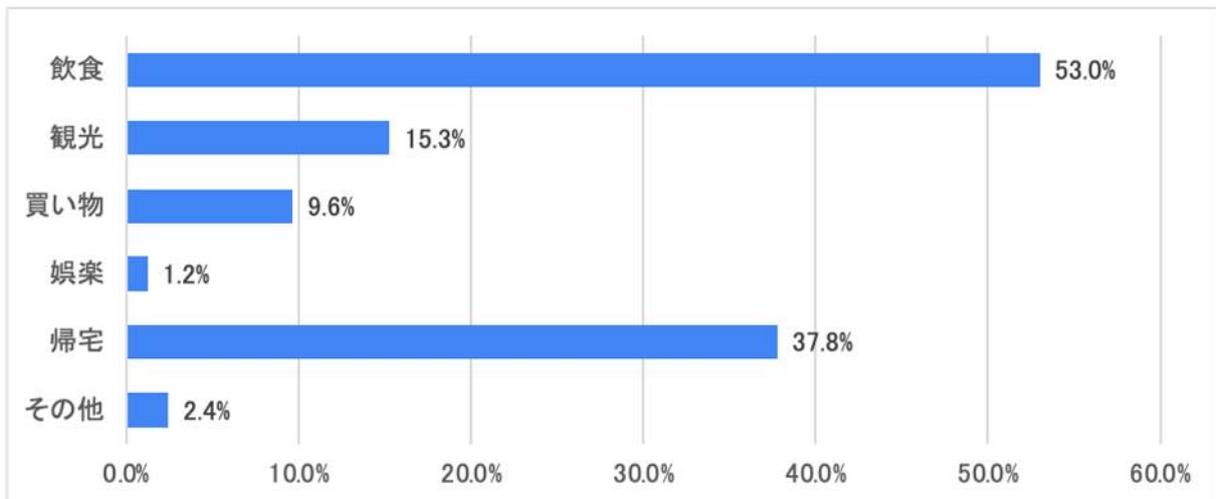
大阪マラソンの観戦の参加回数については、「今回が初めて」が60.3%（第9回大会：48.2%）であり、6割の人が初めての参加であった。一方、「2回以上」が39.7%であり、少なからず大阪マラソンの観戦のリピーターが存在する。

□応援の同伴者



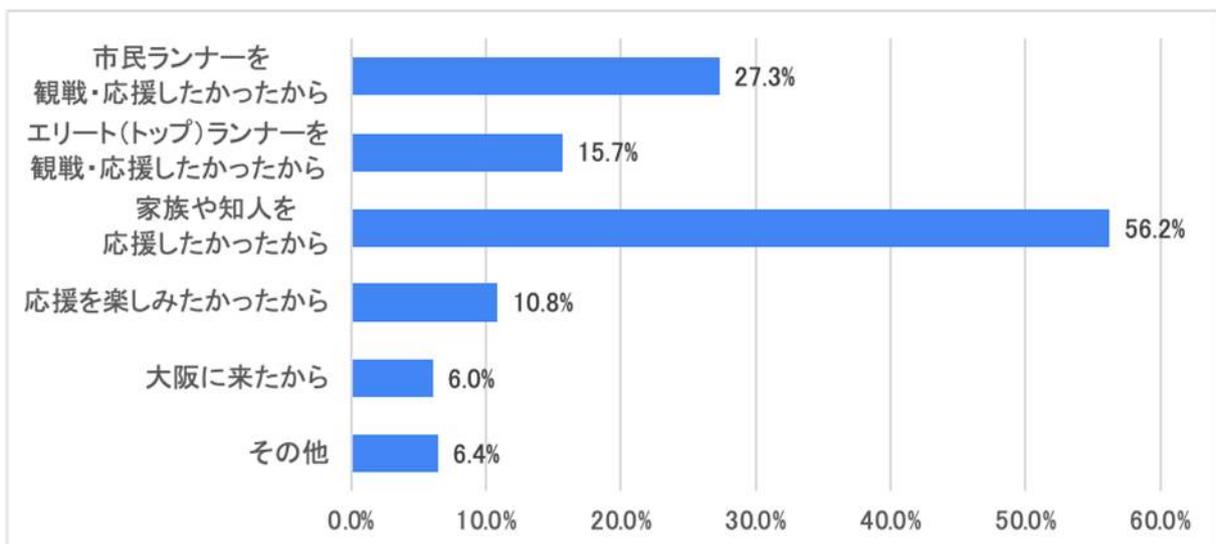
応援の同伴者について、「家族・親戚」が45.9%（前回：44.6%）であり、「ひとり」が29.3%（前回：25.8%）、「友人・知人」が16.7%（前回：21.7%）と前回から変化はあまり見られない。

□ 観戦・応援を終えた後の活動（複数回答可）



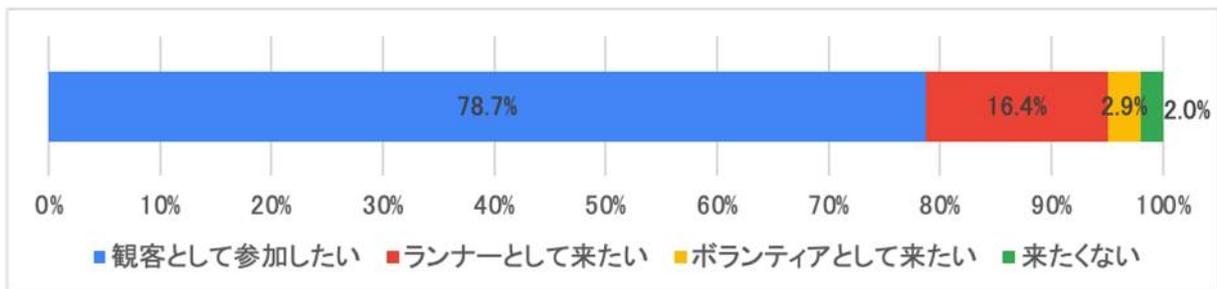
大阪城でのセントラルフィニッシュによって、観戦・応援を終えた後、ランナーと、あるいは応援仲間と一緒にご飯に行く機会が増え、53.0%（前回：46.2%）の人が観戦・応援後の活動として飲食をあげている。一方、観光が15.3%（前回：25.6%）、「買い物」が9.6%（前回：22.2%）と飲食以外の活動が以前も減少しており、「帰宅」が37.8%（前回22.6%）が上昇していることから、観客による経済効果が減少している可能性がある。

□ 観戦・応援目的（複数回答可）



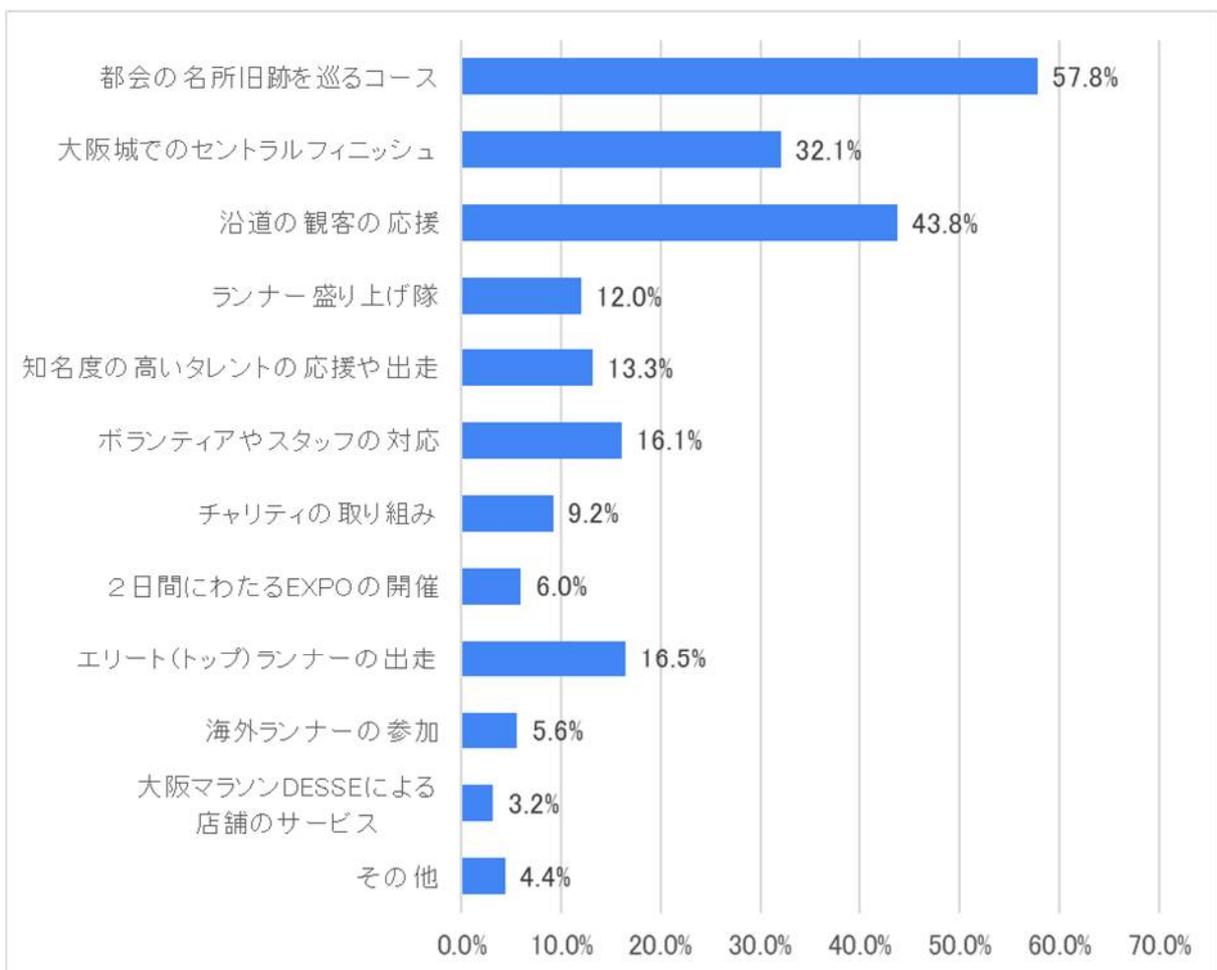
観戦・応援の目的としては、「家族や知人を応援したかった」が56.2%と最も多く、次いで「市民ランナーを観戦・応援したかったから」が27.3%と、大阪マラソンファンもいて、観客として重要な役割を果たしている。一方、エリート（トップ）ランナーを観戦・応援したい人は、15.7%とあまりなく、市民マラソンとして大阪マラソンを観戦・応援するという傾向にある。

□大阪マラソン 2025 の来場意欲



来年度実施される大阪マラソン 2025 の来場意欲について、「観客として参加したい」が 78.7%と、8 割近くの人が観客としてきたいと思っている。一方、ランナーの走る姿に感化されて、16.4%の人が「ランナーとして来たい」と思っている。

□大阪マラソンの魅力（複数回答可）



観客にとっての大阪マラソンの魅力について、複数回答で訊いてみた。

- ① 「都会の名所旧跡を巡るコース」が 57.8%（前回：61.5%）で昨年同様最も多く、観戦と観光をセットにしたスポーツ・ツーリズムが、ランナーと同じように観客にも重要な誘因となっていることが分かる。
- ② 「沿道の観客の応援」が 43.8%（前回：42.3%）と次に多く、自ら応援する一方で、他の人の応援も楽しみの一つであるということが分かる。

- ③ 「大阪城でのセントラルフィニッシュ」が32.1%（前回：32.9%）と昨年同様に大阪マラソンの魅力としてあげており、観戦・応援後の活動がしやすいことが理由となっていると思われる。
- ④ 「エリート（トップ）ランナーの出走」が16.5%（20.9%）と、第10回大会から多くのエリートランナーが走るようになり、その走りを目の当たりにして、市民ランナーの走りとは違った感動があるもので、魅力としてあげている。
- ⑤ 「ボランティアやスタッフの対応」が16.1%（前回：27.4%）と、自分たちへの対応はもちろんのこと、沿道の整理や力持ちボランティアなど、その活動に直接接することで、魅力を感じているといえる。

4-2. 観客の特性別意識の違い

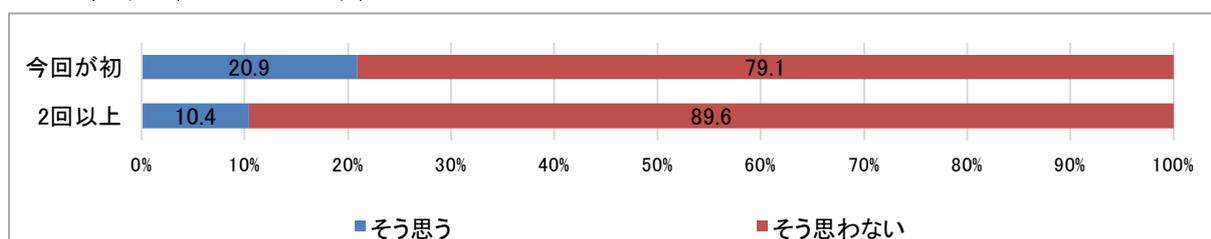
(1) 大阪マラソンの魅力と観客の特性別意識の関連について

「大阪マラソンの魅力は何ですか。(複数回答可)」という質問において、選択肢の項目を選んだ場合を「そう思う」、選ばなかった場合を「そう思わない」と回答したものとして、その回答の割合の差を観客の特性別にカイ2乗検定を用いて分析した。統計処理にはSPSS28.0Jを用い、有意水準は5%未満とし、有意差のある項目について説明する。

①大阪マラソン観戦回数別

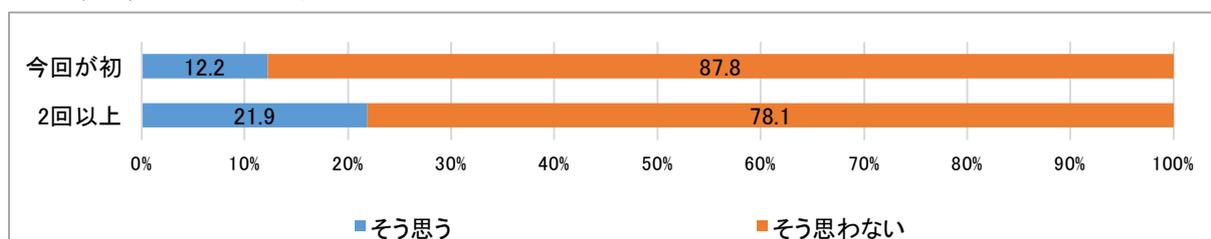
観客における大阪マラソンに来られた回数を「今回が初めて(149名)」と「2回以上(98名)」に分類し、大阪マラソン2024への応募理由についての回答の割合の差を比較した。

■エリート(トップ)ランナーの出走



「今回が初めて」と「2回以上」の「エリート(トップ)ランナーの出走」に対する回答の割合に有意な差($p < 0.05$)がみられ、「今回が初めて」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア、スタッフの対応

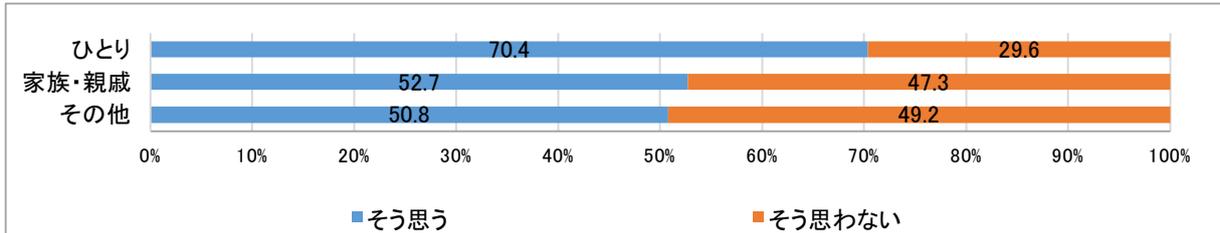


「今回が初めて」と「2回以上」の「ボランティア、スタッフの対応」に対する回答の割合に有意な差($p < 0.05$)がみられ、「2回以上」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

②同行者別

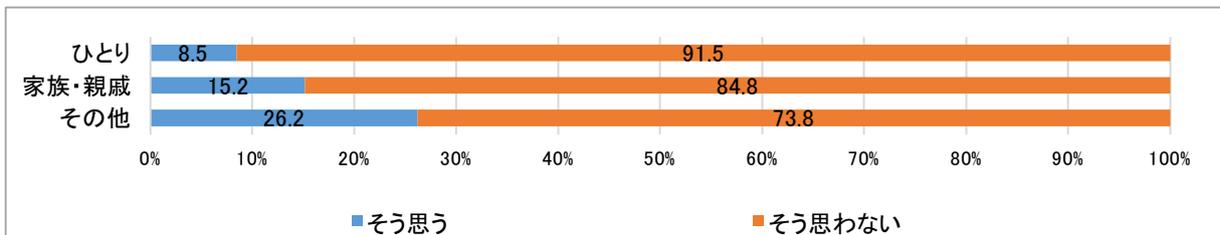
観客に「ご自分を含めて何人で来られましたか」という質問の回答を、「ひとり (72名)」、「家族・親戚 (113名)」、「その他 (61名)」(友人・知人、マラソン仲間、仕事関係の人など) の3群に分類し、大阪マラソンの魅力についての回答の割合の差を比較した。

■都会の名所旧跡を巡るコース



「ひとり」、「家族・親戚」、「その他」の「都会の名所旧跡を巡るコース」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.05$) がみられ、「ひとり」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア、スタッフの対応



「ひとり」、「家族・親戚」、「その他」の「ボランティア、スタッフの対応」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.05$) がみられ、「その他」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

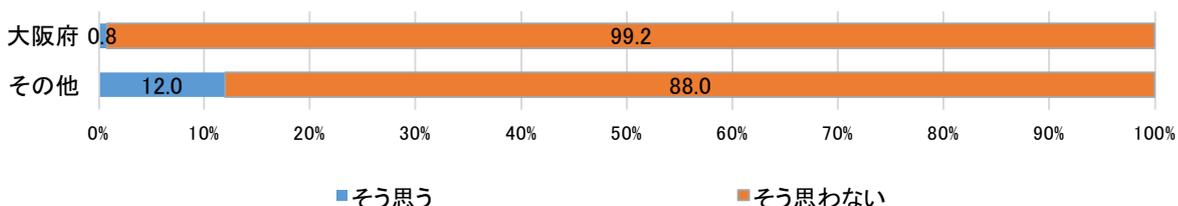
(2) 大阪マラソン観戦・応援の目的と観客の特性別意識の関連について

「大阪マラソンの観戦・応援に来られた目的は何ですか。(複数回答可)」という質問において、選択肢の項目を選んだ場合を「そう思う」、選ばなかった場合を「そう思わない」と回答したものとして、その回答の割合の差を観客の特性別にカイ2乗検定を用いて分析した。統計処理にはSPSS28.0Jを用い、有意水準は5%未満とし、有意差のある項目について説明する。

①居住地別

観客の居住地についての回答を「大阪府 (132名)」、「その他 (117名)」の2群に分類し、大阪マラソン観戦・応援の目的についての回答の割合の差を比較した。

■大阪に来たかったから

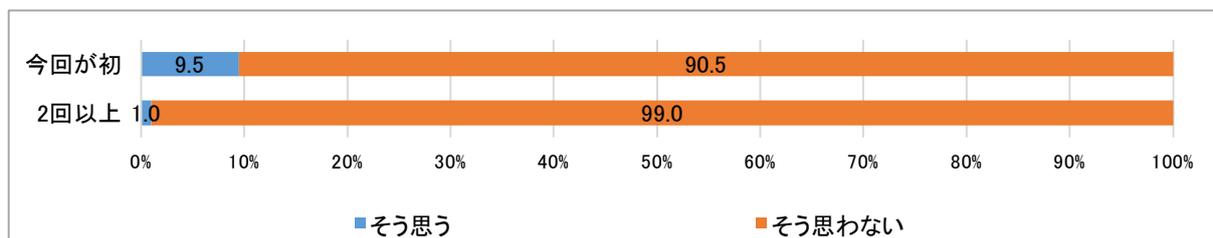


「大阪府」と「その他」の「大阪に来たかったから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「その他」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

②大阪マラソン観戦回数別

観客における大阪マラソンに来られた回数を「今回が初めて（149名）」と「2回以上（98名）」に分類し、大阪マラソン観戦・応援の目的についての回答の割合の差を比較した。

■大阪に来たかったから

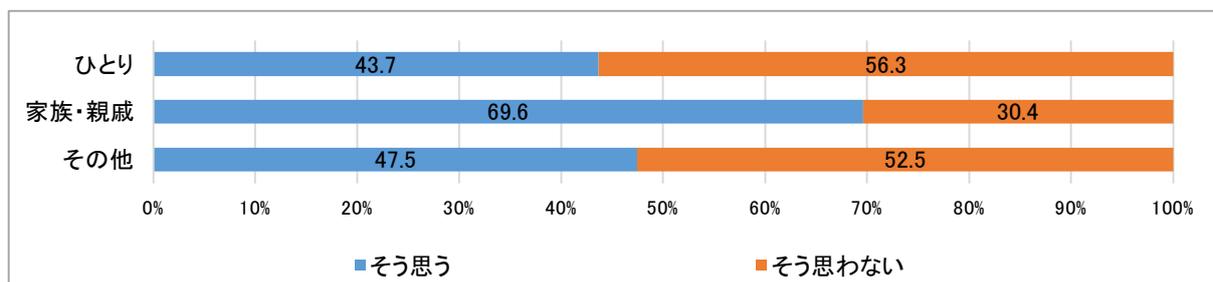


「今回が初めて」と「2回以上」の「大阪に来たかったから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.01$) がみられ、「今回が初めて」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

③同行者別

観客に「ご自分を含めて何人で来られましたか」という質問の回答を、「ひとり（72名）」、「家族・親戚（113名）」、「その他（61名）」（友人・知人、マラソン仲間、仕事関係の人など）の3群に分類し、大阪マラソン観戦・応援の目的についての回答の割合の差を比較した。

■家族や知人を応援したかったから



「ひとり」、「家族・親戚」、「その他」の「家族や知人を応援したかったから」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「家族・親戚」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

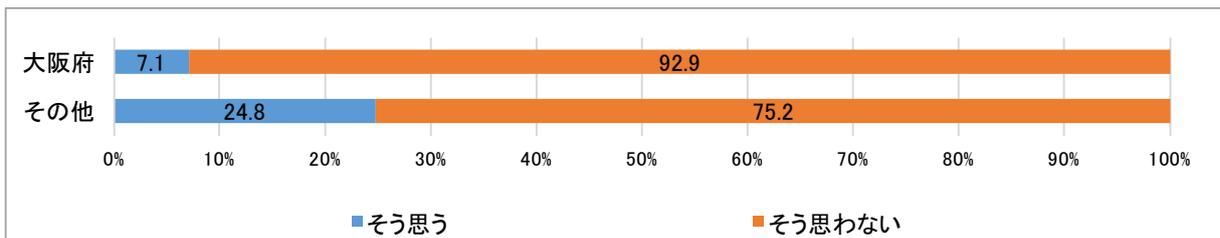
(3) 大阪マラソン観戦・応援後の行動と観客の特性別意識の関連について

「観戦・応援を終えた後、何をされますか（複数回答可）」という質問において、選択肢の項目を選んだ場合を「そう思う」、選ばなかった場合を「そう思わない」と回答したものとして、その回答の割合の差を観客の特性別にカイ2乗検定を用いて分析した。統計処理には SPSS28.0J を使い、有意水準は5%未満とし、有意差のある項目について説明する。

①居住地別

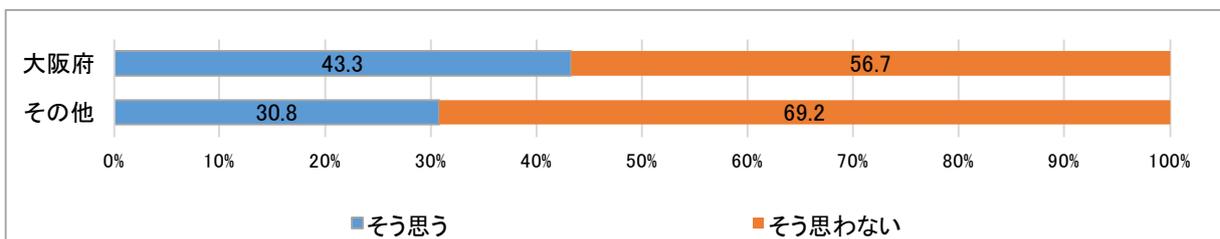
観客の居住地についての回答を「大阪府（132名）」、「その他（117名）」の2群に分類し、大阪マラソン観戦・応援の目的についての回答の割合の差を比較した。

■観光



「大阪府」と「その他」の「観光」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「その他」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

■帰宅

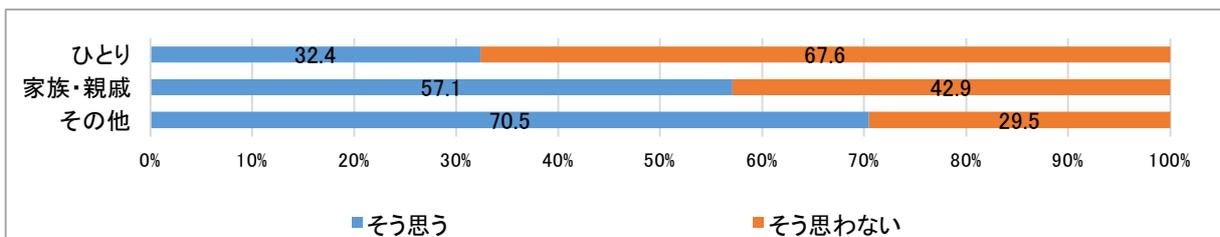


「大阪府」と「その他」の「帰宅」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.05$) がみられ、「大阪府」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

②同行者別

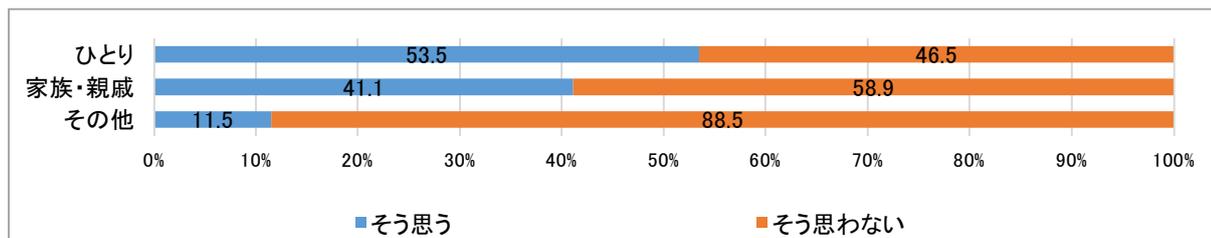
観客に「ご自分を含めて何人で来られましたか」という質問の回答を、「ひとり（72名）」、「家族・親戚（113名）」、「その他（61名）」（友人・知人、マラソン仲間、仕事関係の人など）の3群に分類し、大阪マラソン観戦・応援の目的についての回答の割合の差を比較した。

■飲食



「ひとり」、「家族・親戚」、「その他」の「飲食」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「その他」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

■ 帰宅



「ひとり」、「家族・親戚」、「その他」の「帰宅」に対する回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「ひとり」で「そう思う」と回答した人の割合が高かった。

4-3. 観客の大会運営に関する自由記述の紹介

アンケートに協力いただいた観客（294名）が「困ったことや改善すべき点」の欄に自由記述（口頭での聞き取り含む）した内容から、①交通規制や観戦に関連すること（13件）、②フィニッシュに対する要望（5件）、③その他（19件）について確認した。

- ① 交通規制や観戦に関連することでは、「トイレ、ポイントまでのアクセスがわかり易いようにしてほしい!」、
「ボランティアの方々がスムーズに案内してくれた点がよかったです。あと、どの駅で観戦できるかの情報がもう少しあると遠方の人にもよいと思います」、「県外だと通れないところがわかり辛かったです」、「ランナーズアイのことを知らなかったです。ホームページの地図に駅名を入れてもらえるとありがたいです」、
「トイレの場所がよくわからなかった」、「スタート・ゴール付近の立入禁止がわかりにくい」、「大阪城内が分かりにくかった」などの記述が見られた。
- ② フィニッシュに対する要望では、「フィニッシュ地点が見えるようにしてほしい」、「ゴール前で応援したかったが、一方通行の大阪城公園に誘導されて、ゴールを見れなかった。改善してほしい」、「ゴール地点から遠いため見れないのが残念」、「finish みたい!」、「ゴール付近が見れなかったのが残念です」の記述が見られた。
- ③ その他では、「雨天でもたくさんの方がこられてよかったです。車イスランナーの方のフィニッシュに心がじんときまりました」、「スタッフさんは優しく対応してくれた。ボラは答えが返ってこない」、「自転車の運搬」、「ランナーズアイで自分の居場所が常にでてほしい」、「とてもよいです」、「お祭り気分を楽しませていただきました。ランナーズアイはありがたいです」などの記述が見られた。

5. ランナー盛上げ隊

5-1. ランナー盛上げ隊の現状と課題

大阪マラソン 2024 ランナー盛上げ隊インタビュー調査

1、目的

大阪マラソン 2024 年に参加した「ランナー盛上げ隊」の参加動機や団体にとっても利点、活動する上での課題等をインタビュー調査することによって、今後の大会運営に生かすことを目的とする。

2、インタビューの主な内容

- 1) 大阪マラソン 2024 に応募した経緯と理由
- 2) 大阪マラソン盛上げ隊に参加することによる団体の利点及び変化
- 3) ランナー盛上げ隊の課題と改善点
- 4) 大阪マラソンの在り方についての課題と改善点

3、対象と方法

インタビュー対象団体は、組織委員会と相談のうえ、ランナー盛上げ隊の演目、場所、大阪マラソンへの参加回数等を考慮し、サンプリングした。

2024 年 2 月 25 日（日）大会当日に、下記の団体を対象として、インタビュー調査を行った。しかし、当日の雨で辞退した団体もあり、調査の困難さもあって、後日 ZOOM 等によるオンラインインタビューを行い、最終的には下記の 5 つの団体を調査した。

NO.	申込団体名	フリガナ名	出演演目	場所	現地調査	オンライン調査
1	大阪市商店会総連盟	オオサカシショウ テンカイソウレン メイ	よさこい	役 大 所 阪 前 市		3月12日（火） 11：00～12：00
2	キャサリン・ラビット関西	キャサリン・ラ ビットカンサイ	ダンス	柳 通		3月5日（火） 11：00～12：00
3	ザ・トナカイズ	ザ・トナカイズ	音楽バンド	生 野 区 役 所	2月25日 午後12時30分頃	
4	Alice Dance Club	アリス ダンス ク ラブ	ダンス	ク リ ス ト ワ ル タ	2月25日 午後2時頃	
5	堺・高槻 オトン・オカンチ アリーダーズ	サカイ・タカツキ オトン・オカンチ アリーダーズ	チア		出演辞退	3月9日（土） 11：00～12：00

※調査時間は 20 分から 30 分であった。

1. 大阪市商店会総連盟

菅波賢二

大阪市商店会総連盟は、斬新な事業の企画、改革と挑戦する事を忘れず「大阪の元気を商店街から」を合言葉に、商都大阪の伝統を守り商店街のさらなる発展を図るため、消費者と一体となった街づくり、地域づくりを進めています。ちなみに、大阪マラソンの「まいどエイド」や「クリーンUP作戦」も同連盟の活動です。(HP より)



1) 大阪マラソン 2024 に応募した経緯と理由

千日前道具屋筋商店会で「よさこい」のグループがありまして、大阪市商店会総連盟からの依頼で、第1回目から大阪マラソンのランナー盛上げ隊として、大阪市役所前で演舞をしているということです。われわれが中心となって、年に1回「よさこい大阪大会」を開いていて、そこに参加したチームに声をかけて参加してもらっています。

2) 大阪マラソン盛上げ隊に参加することによる団体の利点及び変化

メンバーからは、大阪マラソンにランナー盛上げ隊として参加できていること自体が嬉しいという声があります。また、知り合いが出ている場合がありますので、応援のし甲斐があると言ってますね。

それぞれのよさこいのチームの交流という意味では、有意義だと思います。また、今回4チームが出ていて、それが全員で踊る総踊りをするのですが、その時の一体感と達成感は何事にも代えがたい貴重な体験ですね。

3) ランナー盛上げ隊の課題と改善点

沿道で見て下さったり、観客席で見てくださったりしていると、われわれのパフォーマンスを最後までみてもらえますが、ランナーだと一瞬で通り過ぎるので、反応がいまいち感じる事ができません。その意味では、盛り上げたいといいながら、盛り上げにかけるかなと思います。

観客が少なくなっています。以前は、市役所前はチャレンジランのゴールでもあったので、多くの方がいらっしやったのですが、今は、とても寂しくなっています。ランナーの人には、手を振ってもらったり、喜んでもらっていますが、観客の方に見てもらったり、巻き込むことが難しくなっています。できれば、もう少し観客が増えてきて、観客の方にもわれわれの演舞をみてもらえるようになれば嬉しいです。

コースが変わって、大阪市役所の向かいの日本銀行側をランナーが走るようになって、とても遠くになりました。昔は、市役所側を走っていたので、演舞してない人たちが近くまで行って、ハイタッチもできましたし、ランナーとかかわりがあったのですが、今は、それができないのが残念です。

市役所前は7.3Kmのところですから、ランナーがあつという間に通り過ぎ、30分から40分程度で演舞が終わってしまうので、物足りなさがありますね。別の場所でやっていた時は、昼間から夜まで演舞できましたけど。それはちょっと長すぎますが、もう少し長い時間やりたいですね。

今回は雨で、しかも寒かったので、子どものチームはキャンセルしました。ただ、市役所を使わせていただいて、更衣室も控室もありますので、雨や寒さは、何とか対応することができました。

盛上げ隊への記念品が今年はありませんでした。思い出になりますので是非復活して欲しいと思います。

4) 大阪マラソンの在り方についての課題と改善点

今はどこでもマラソン大会をしているので、大阪マラソンの熱は冷めたのではないかと考えています。

音響ブースに一人しかオペレーターがいなくて、ディレクターがいなかったのが、曲のスタートがうまくいかない場合があります。うちのMCがディレクター役を兼任していました。受付には人が余っていたようなので、その辺の人員配置について運営を再考してほしいと思いました。

大阪マラソンでしか味わえない魅力とは何かを打ち出していく必要があると思います。例えば、われわれが市役所前でランナーの応援が終わってからも、よさこいのイベントをして、お客さんを集めるということもできるのではないかと思います。よさこいを見るお客さんとランナーを応援するお客さんが一緒になって楽しむというのはどうでしょうか。

大阪の観光地を走るコースにすれば、応援するお客さんも観光地で応援できるので良いのではないのでしょうか。



2. キャサリン・ラビット関西

岩崎あさみ

関西を中心にシニアチアダンスで活動する団体です。もともと、松山商業高校の野球部の応援で、伝説の三沢高校と松山商業高校の決勝戦で応援をした人たちが立ち上げたのが始まりです。大阪マラソンは今年が初めての参加となります。



1) 大阪マラソン 2024 に応募した経緯と理由

宝塚と梅田と天王寺のグループが一緒になって関西組をつくり、今回の大阪マラソン 2024 に参加させていただきました。年齢が 50 歳以上なので、当日の体調や用事によって参加できないこともあり、流動的にグループを作って活動しています。今回はメンバーのひとりがランナーとして参加していたので、みんな応援したくて、雨にもかかわらず、欠席した人は一人だけでした。今回初めての参加でしたが、メンバーが走るというのも一つのきっかけになっています。

京都のグループが一昨年から京都マラソンの応援に行って、マラソンを応援するのが楽しいという経験があったので、今回、大阪マラソン 2024 に参加することにしました。昨年は、申込みに間に合わなかったので参加できなかったのですが。

京都はイベントが少ないので、京都グループがパフォーマンスをする場がなく、たまたまメンバーが見つけたのが、京都マラソンだったのです。そこで、京都グループの立ち上げとして、京都マラソンでの沿道でチア（応援）をするのは、われわれの活動にぴったりだと思って参加しました。

また、愛媛マラソンも沿道で応援しましたが、これは、大会側から用意されたものではなく、自主的に応援していました。

2) 大阪マラソン盛上げ隊に参加することによる団体の利点及び変化

チアは応援するという事なので、スポーツを応援することは本来の活動だと思います。これまでは、ステージでチアを披露する活動が多かったのですが、大阪マラソンでの応援は、本来の在り方だと思います。ステージと違いは、チアに対して、ランナーからの反応があることが嬉しいです。止まって手を振ってくれたり、一緒に踊ってくれる人がいたりして、こちらの思いが届いていて、それに反応してくれているのが嬉しいです。メンバーからは、普段は緊張して終わるのだが、ランナーからの反応を直に感じられたようで、緊張ではない心地よさがあったと言っています。

改めて、チアは応援であることを認識することができました。

前のグループは吹奏楽だったので、その演奏にそって踊ったり、後は「よさこい」だったので、私たちのチアに「鳴子」で協力してくれたり、他のグループとの交流は楽しいですね。

3) ランナー盛上げ隊の課題と改善点

今回は雨だったので、キャラクターがパフォーマンスするのが大変でした。

また、今回の大阪マラソンでは、マイクを使えなかったのが、ランナーに声を届けることができなかったのが残

念でした。京都マラソンでは、マイクが使えたので、メンバーひとりひとりにマイクを回して、直接ランナーに声をかけることができました。また、ランナーで出場していたメンバーが戻ってきたときに、もう一度応援する時間をくださったので、フィニッシュしたメンバーから「私もゴールしましたよ」とマイクで声をかけて、ランナーを元気づけていました。

最後にみんなが参加できるチアを用意してたのですが、マイクがなくて沿道の人に伝えることができず、参加してもらえなかったのが残念です。沿道の応援している人と一緒になって応援できるようにするのが盛り上がるかなと思いました。

応援しているのは柳通りだったので、まだ、走るに必死で、応援を見る余裕はなかったのかなと思います。また、ランナーと応援している場所が離れていたのも、コミュニケーションがとりにくかったですね。駐車場で応援してたのですが、その前に歩道があって、観客の人がわれわれの前にいる状況だったので、ランナーから遠いなという感じでした。

更衣室がなくて、テントがあるだけで、着替えるのが難しかったし、トイレもなくて駅まで行かなくてはならなかったのも、近くのレンタルスタジオを借りました。こんな設備は用意して欲しいと思いました。

4) 大阪マラソンの在り方についての課題と改善点

大阪マラソンならではの応援ができる場所が必要かと思いました。今回の柳通では、他のマラソン大会と変わりが無いので。また、ステージがなく、駐車場の縁石があったりして、応援する場所として適切ではないと思いました。どこで応援するのかという地域も含めて、応援の場所についても再考して欲しいです。

ただ、現場のスタッフさんの対応が良かったので救われた感じでした。



3. ザ・トナカイズ

牧野伸昭

大学時代のクラブ仲間を中心に現在 21 名で構成している着ぐるみバンドです。名前の通り、一年中トナカイの全身コスチュームをまとって演奏しています。ジャズ、ラテン、ポップスから映画音楽、ちびっこ音楽、演歌までアラカルトな曲をレパートリーに、ウェディングパーティーや地域のお祭り、演奏会の幕間、会社の忘年会など様々な方面で関西を中心に活動中。大阪マラソンの公式応援を第1回から皆勤で参加しています。



1) 大阪マラソン 2024 に応募した経緯と理由

第1回からずーと参加しているので皆勤賞です。バンドのメンバーもこれまで3人がマラソンランナーとして参加しています。ランナーとして参加したきっかけは、やはり、盛上げ隊として応援している中で、走ってみたいと思ったからです。

最初にメンバーが大阪マラソンで盛上げ隊を募集してことを知り、他のマラソンと違ってスタートからゴールまで100団体が応援するというのが面白いと思って応募しました。パフォーマンスしているとき以外にも、このトナカイの格好をして沿道で応援しているので、ランナーが喜んでくれるのでやめられなくなりました。

2) 大阪マラソン盛上げ隊に参加することによる団体の利点及び変化

大阪マラソンの盛上げ隊をするまでは、マラソンには一切興味がなかったのですが、今は、メンバーから「もうすぐ大阪マラソンですね」と声をかけるようになってきました。普段は、夏祭りとか、結婚式とかで演奏するのですが、こういった大きなイベントに参加することがあまりないので、バンドとしても良い機会かなと思います。

聞いてくださるお客さんの数が圧倒的に多いのですが、ランナーは留まることなく一瞬で通り過ぎるので、演奏を聞いてもらうというのは難しいですね。ただ、大阪マラソンではランナーから声をかけてくれるので、一瞬ではあっても反応があるのが嬉しいですね。

自分もマラソンを走るのですが、沿道から知らない人から声をかけられたら嬉しかったという経験があるので、声援が力になるという言葉が実感としてあります。そんな意味で、ランナーの力になれたら良いなという思いで続いています。

3) ランナー盛上げ隊の課題と改善点

コロナの前は、多くの場所で盛上げ隊が展開されていましたが、今回は4箇所しかないというのは寂しいなと思います。もっと応援のスポットが増えると盛り上がるのではないかと思います。

近所の子どもたちが、クラブ単位で応援できる場があれば良いのかなと思います。

それから応援の場所の設定が、歩道を挟んであるので、ランナーとの距離が遠いと思います。かつてはもっとランナーと距離が近くて、一体感を味わうことができたと思います。大阪マラソンは反応が良いランナーが多いので、距離が近いとっと盛り上がるのではないかと思います。われわれは音をスピーカーで発するので、比較的遠

くから聞こえてきて、演奏していることは分かってもらえるのだけど、ランナーとの距離が遠いと、通り過ぎてしまっ、「あれどこで演奏していた」と存在が認識されないということもあります。

今回は、大会が始まって以来、初めて雨が降ったので、その対応が不十分だったと思います。だいぶん前から天気予報で雨が予測されていたにもかかわらず、その準備が足らなかったと思います。事前に組織委員会とメールで連絡をとっていたのですが、回答が曖昧で、こちらの行動を判断するのに困りました。例えば、出演するのかわしないかの判断をするやり取りの中で、楽器ですので、テントがあればできるので、ステージに控室のテントを移してほしいという要望をしたのですが、返答がありませんでした。私達は小さな折りたたみテントを持参してドラムとエレキベースだけは雨から守ったという感じでした。私達の次の団体さんはそのようなものが無くやはり困ってられました。雨天対応はやはり運営側で準備いただきたいなとしみじみ感じました。

われわれとしては、大阪を拠点として活動していて、応援してくださる方も多いので、なんとか参加して、大阪にお返ししたいと思っているので、みんなが参加できるように対応を考えて欲しいと思います。

4) 大阪マラソンの在り方についての課題と改善点

大阪マラソンの知名度が低いと思います。仕事で東京に行って大阪マラソンの話をするとうほ知らないと思います。大阪国際女子マラソンは知っているが、大阪マラソンは何という感じです。

応援が途切れることがなく続いて、次の応援を楽しみに走るという「応援巡り」のような楽しみ方があっても良いのではないのでしょうか。盛上げ隊を分散して、それぞれのパフォーマンスの時間を長くしたり、何回か出演したりすれば良いのではないのでしょうか。沿道の応援が楽しいという評価をもらっているのて、ここを充実させることによって、それを目当てに走るランナーが増えてくるのではないのでしょうか。そのことは、他のマラソン大会は真似ができないと思うので、大阪マラソンの特徴になると思っています。そのために「応援賞」を設けるのはどうでしょうか。応援する側にも励みになると思っています。



4. Alice Dance Club

角田庄子とメンバー

今年で結成 24 年目、いつまでも楽しく踊れることを目標に、皆さんで生涯学習として踊っています。年齢性別に関係なく踊れるカントリーラインダンスは、世界共通のダンスです。主に脚のステップがメインで全て繰り返しのダンスなので、初心者の方もすぐに楽しめず。踊れば踊るほど奥深いダンスで、楽しみ方も色々あり、健康のために楽しむ方、発表会に向けて楽しむ方、生のカントリーバンドで楽しむ方、ダンス講師を目指す方など、目的は様々です。アリスダンスクラブでは生涯楽しめるダンスを皆さんと楽しく踊っていきたくと思っています。(HP より)



1) 大阪マラソン 2024 に応募した経緯と理由

大阪マラソンへの参加は今回で 8 回目になります。カントリーダンスをしているメンバーが地域で大阪マラソンのボランティアをしていて、ランナー盛上げ隊というボランティアがあるけど参加してみないかという話をいただきました。そこで、みんなと相談して参加することにしました。

2) 大阪マラソン盛上げ隊に参加することによる団体の利点及び変化

盛上げ隊のパフォーマンスをすることで、ランナーから手を振ってもらったり、ハイタッチをしてもらうことで、逆に元気もらっています。目の前で、走っているランナーを見て、まるで自分たちも走っているような気持ちになって、大阪マラソンに参加しているという実感があります。その意味で、ランナーに共感して一体感を味わうことができます。また、後で応援してくれたことが嬉しかったと言われると、本当にやって良かったなと思えます。逆に、ランナーから「がんばってね」と声をかけてもらうことがあり、とても嬉しいです。普段しているパフォーマンスでは、見てもらっているだけですが、ここでは応援としてパフォーマンスをしているので、ランナーの役に立っているという実感があるのが嬉しいです。ランナーの頑張りを見て、自分もパフォーマンスを頑張らなければという気持ちになります。

多くの人数が走っているの、普段とは違って観客が多いので嬉しいです。

メンバーの息子さんやご主人が走られることがあります。今回はメンバーの息子さんが走っているの、応援にも力が入ります。

3) ランナー盛上げ隊の課題と改善点

今日の場所は、ランナーと離れていたの、ちょっと一体感を感じることは難しかったです。これまでは、ハイタッチができる距離にあったので、良かったですが。

この場所(クリスタルタワー)は、ゴールに近いので、皆さん疲れていることもあると思いますが、ゴールしか見えないようで、あまり見てもらえないようなのがちょっと残念です。前は今里付近で応援していたので、一番苦しいところで応援しがいがありました。ただ、ここがカーブになっているので目に入り易いのがメリットかなと思います。

4) 大阪マラソンの在り方についての課題と改善点

前は、10月とか11月の開催だったので、季節的にも気持ちよく応援できましたが、今回のように2月で雨だと寒いし濡れるしと大変でした。応援する側からいえば、大阪マラソンの開催日は秋の季節がベストですね。景色も良いし、観光する方も多い時期なので、多くの人にパフォーマンスをみてもらうことができると思います。

大阪マラソンは、知名度が低いと思います。もっとテレビやSNSなどのメディアを使ってコマーシャルをした方が良いのではないですか。

ランナー盛上げ隊は、若い人が多いように思います。もっと中高年の人が参加できるようにして、高齢化対策のひとつとして、この盛上げ隊を位置づけてはどうでしょうか。



5. 堺・高槻 オトン・オカンチアリーダーズ

石原由美子

「老若男女、障がいの有無を問わず沢山の方がチアで自分を元気づけ、その元気さで周りを元気に！」という思いを形にすべく、2010年に「大阪オトン・オカンチアリーダーズ」プロジェクトを立ち上げました。大阪市西淀川区から始まったこのプロジェクトは、現在は東大阪市、池田市、堺市、高槻市に広がってきています。参加者の年齢層は50代～70代。それぞれの地域のチームではメンバーの中からリーダーを選出し、20名程度のチームを自主的に運営しています。また先に立ち上がった地域のベテランメンバーが他地域での立ち上げの指導にあたるなど参加者が主体の活動になっています。(HPより)今回は、雨天によりランナー盛上げ隊を辞退しました。

1) 大阪マラソン 2024 に応募した経緯と理由

JUMPSで、キッズのチアリーダーズで以前から大阪マラソンの盛上げ隊で参加させてもらっていたのですが、2019年から、オトン・オカンチアリーダーズが参加させてもらっています。「チアで関西を元気に」という理念でチアを行っています。さらに、老若男女、障がいの有無を問わずチアで元気になってもらい、それを社会に発信してもらいたいという思いで活動を続けています。御堂筋 kappo というイベントの時に、シニア世代によるオトン・オカンチアリーダーズがデビューしました。その楽しさを体験した人たちがコミュニティ活動としても続けたいということで広がっていきました。今回はその中で、堺と高槻のメンバーで出演する予定でした。とりわけ、地域貢献のためのチアという考え方なので、「元気配達便」と名付けて、地域のイベントに参加しています。大阪マラソンへもマラソンで大阪を元気にするという理念に共鳴して参加しました。

2) 大阪マラソン盛上げ隊に参加することによる団体の利点及び変化

大阪を代表する市民マラソンにチアリーダーとして参加できるということの誇りのようなものが芽生えてきました。それが精神的な支えや生きがいにもなっています。また、大阪マラソンでチアをするという目標に向かって、みんなでパフォーマンスをつくりあげていく醍醐味を味わっています。そのために体調を整えたり、体力を付けたりとシニアの健康づくりにもなっています。

ランナーに声をかけたりすると、一瞬ではありますが、振り向いてくれて、手を振ってくれたり、歩いている人が走り出したりと、反応が返ってくるのが、他のイベントでのチアとの違いですかね。パフォーマンスをじっくりとみてもらうことはできませんが、元気を出してもらえるのがチアの本来の使命ではないかと思っています。

他の団体とのコミュニケーションが取れるのも良いと思います。

3) ランナー盛上げ隊の課題と改善点

盛上げ隊の応援の場所が、ところによって狭かったり、段差があったり、ランナーにパフォーマンスを十分にみてもらえなかったり、声が届かない場所だったりするので改善して欲しいのと同時に、事前にそういう状況を知らせて欲しいと思います。

パフォーマンスの前には、けが予防のためにウォーミングアップが必要なのですが、それをする場所を確保して欲しいと思います。また、更衣室も十分ではないときもありました。それらの改善が現場での話し合いできないこともあります。現場の状況に合わせて柔軟に対応していただきたいと思います。それを含めて、盛上げ隊としての環境をどう整えるのかが課題かなと思います。

今回の雨という事態で、事前の準備不足を感じました。とりわけ、出演するかどうかとか、何が必要かといったところでの交渉のコミュニケーションが十分ではなかったように思います。それぞれの団体のパフォーマンスが十分にできるように、事前の打ち合わせを十分にさせていただきたいと思います。

ランナー視点からいうと、4箇所だけではなく、もっと散らばって応援ができた方が良いと思います。オトン・オカンチアリーダーズはメンバーが100人ほどいるので、あちこちで応援することは可能です。どこへいっても、オトン・オカンチアリーダーズがいるとなると、海外のランナーには話題になるのではないですか。ただ、応援する場所へのアクセスのことも配慮してほしいと思います。

これまでは、ランナーとハイタッチができる距離だったのですが、それができなくなりました。私たちのパフォーマンスでは、ハイタッチするのもありますので、ランナーとの距離を近くして欲しいと思います。さらに、応援に来られた方も巻き込んだチアができれば理想的ですね。

4) 大阪マラソンの在り方についての課題と改善点

テレビで特番を組んだりしてメディアの露出が多かったと思いますが、大阪マラソンの本来の目的や理念、つまり大阪を元気にする市民のための市民のお祭りといったことが、語られていないような気がしました。そういった意味で、大阪市民が楽しみにしているお祭りとしての大阪マラソンであって欲しいと思います。夏は天神祭りで、秋冬は大阪マラソンというようになればいいですね。もっと市民の方を巻き込める大会になれば良いなと思います。ランナー盛上げ隊が大阪マラソンの特徴となり、多くのランナーが参加していただければ嬉しいです。

※大阪マラソン 2024 の参加は辞退されたため、写真はありません

おわりに

持続可能な市民マラソンの在り方 —リピーターを増やすために—

杉本厚夫（大阪マラソン 2024 共同調査研究代表）

大阪マラソン 2024 は、初めて雨に見舞われました。それでも、多くの観客の方が来られ、スタッフ・ボランティアさんの献身的なサポートのお陰で、無事終了することができました。

私も当日、「ランナー盛上げ隊」の調査で会場を回りましたが、雨の中、自分のことはそっちのけで、ランナーを元気づけようとする一生懸命の応援は、胸が熱くなるものがありました。

その調査の帰り、天王寺のタクシー乗り場でタクシーを待っていると、「GO」のマークの入った車が停まりました。いわゆるアプリで呼べるタクシーです。乗車して、ドライバーさんに訊いてみました。「どうして、呼び出しのお客さんを乗せないで、タクシー乗り場に来たのですか？」

「今日は雨だし、大阪マラソンで交通規制があったり、交通機関が事故で止まっていたりで、ひっきりなしで無線が入ってきます。でも、無線を切って、メーターを予約にして、天王寺のタクシー乗り場にきました。何かというと、われわれはタクシー乗り場で待っていてくださいと、お客さんお願いしているのですから、そこを最優先しないと、お客さんを裏切ることになります」と目から鱗の回答でした。売り上げをあげるなら、無線で効率よくお客さんを乗せた方が良いのは明らかです。でも、そうしないで、タクシー乗り場で待っているお客さんを優先するというのは、お客さんの立場になって、誰のためのタクシーなのかという理念のもと、それを実現するドライバーとしての矜持を感じました。

大阪マラソンに置き換えると、誰のための、何のための大阪マラソンなのかを問い直し、大阪マラソンの矜持を示していくことの大切さを痛感した出来事でした。

では、大阪マラソンの矜持とは何でしょう。

それを考えるために、温故知新、市民マラソンの変遷について振り返ってみましょう。

1970 年代、世界的に健康への意識が高まり、運動不足による疾病が増加することによって、有酸素運動としてのジョギングが注目されるようになります。とりわけ、アメリカでは大統領自らが健康をアピールするために、ホワイトハウスの周りをジョギングする姿がメディアで取り上げられ、全米にジョギングブームが起りました。そのことで、走ることの楽しさを知った市民によって、1970 年に「ニューヨークシティマラソン」が誕生しました。最初はマンハッタンのセントラルパーク内を 4 周するコースで、参加者はわずか 127 人でした。そこで、1976 年の大会から、ニューヨークの市街地を走る現在のコースに変更され、参加者は約 2,000 人に増加しました。「都市型市民マラソン」の誕生です。同じく、ベルリンマラソンも 1981 年に市内の主要通りや観光名所を走るコースに変更され、大会の人气が高まり、参加者が飛躍的に増えました。そして、世界的に人気のある都市型市民マラソンは、都市の中心街をゴールとする「セントラルフィニッシュ」となり、大会後



の楽しみや利便性を担保するようになりました。

「ニューヨークシティマラソン」に1979年に参加し、その盛り上がりを目の当たりにした二人のランナーによって、1981年に「ロンドンマラソン」は誕生しました。この大会の特徴は、毎年多額の寄付を集めるチャリティマラソンとして、他の市民マラソンを圧倒しています。このチャリティマラソンは、1984年にスポーツエイド財団（Sports Aid Foundation）を最初の公式チャリティ団体に指名し、資金調達を支援する組織とすることから始まりました。全ランナーの4分の3以上がチャリティのための資金集めに参加しており、毎年6,000万ポンド（90億円）以上が、その目的のために募金されています。大阪マラソンの寄付金は約2.4億円であることから、その額が桁違いであることが分かります（詳しくは、橋爪紳也・杉本厚夫『大阪マラソンの挑戦—市民スポーツ、チャリティ文化、都市創造—』創文企画、2022年を参照してください）。

一方日本では、1980年代には、まだ市民マラソンは広がりを見せておらず、海外の市民マラソンに参加することが一つのブームになりました。ホノルルマラソンには、JALのチャーター便で参加し、日本人が6割を占めたこともありました。それが1990年代になって、町おこしのため、あるいは過疎化する地方の活性化のために開催する「田園型市民マラソン」が広がりをみせました。これを日本における市民マラソンの第1ステージと呼んでよいと思います。

そして、第2ステージとして、2000年代になって都市型市民マラソンが広がっていきます。そのきっかけをつくったのが、2007年に始まった東京マラソンの成功です。この東京マラソンに憧れて、全国の都市が市民マラソン大会を開催するようになりました。ちなみに、大阪マラソンは2011年に始まりました。

今回の調査研究でも明らかになったように、この都市型市民マラソンの魅力は、1、「マラソンを走ってみたい」という体験型のランナー（初心者）が参加できる手軽さ、2、都市の日常空間が非日常空間になるファンタジー感、3、見知らぬ人から応援を受けることによる都市の孤独化からの脱却、4、名所旧跡を巡るコースの設定によって観光を兼ねたスポーツ・ツーリズムです。

ところが近年、市民マラソン大会の過剰供給（フルマラソン：414、ハーフマラソン：547、マラソン：1627 RUN ネット HP より）による「市民マラソンバブル」がはじけて、定員割れや廃止の大会が続出し、市民マラソンは、大会側がランナーを選ぶのではなく、ランナーが大会を選ぶ第3ステージに入ったといってもよいでしょう。

このような市民マラソンの発展から衰退へのストーリーを見てみると、そこにはランナーの視点に立ったイノベーションが行われてきたことが分かります。

東京マラソンに憧れるのはやめましょう。誰のための、何のための市民マラソンなのかの明確でゆるぎない理念によって、大阪マラソン独自の在り方を模索し、大会を開催していく矜持なくしては、「持続可能な市民マラソン」は実現しないでしょう。

「サトウのごはん」が価格競争にあって、価格を下げず、質を上げることで、お客さんの獲得に成功し、持続可能な企業として生き残ったことは、今の大阪マラソンにとってとても示唆的です。

この報告書が、大阪マラソンの在り方を考える資料となり、ランナーだけではなく、ボランティアも観客もリピーターとして、また参加したくなる大会になることを願ってやみません。



資料

- ランナー意識調査票
- 海外ランナー意識調査票（日本語）
- ボランティア意識調査票
- 観客意識調査票

- 読売新聞掲載紙面

大阪マラソン 2024（第 12 回大阪マラソン） 参加ランナー意識調査

このたびは、大阪マラソン 2024（第 12 回大阪マラソン）にご参加いただき、ありがとうございました。

さて、「大阪マラソン 2024 参加ランナー意識調査」は、大阪マラソンがもたらす効果と影響を明らかにし、今後の大会運営に活かすことを目的として、読売新聞社と関西大学が、大阪マラソン組織委員会の依頼を受け、調査を実施するものです。

調査結果は、大阪マラソン組織委員会に報告するとともに、読売新聞に掲載することとしています。また、科学的な論文の資料として活用させていただきます。なお、調査結果については、統計的に処理し、調査票に記載されました個人情報、本調査以外の目的で使用されることはありませんので、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力をお願いします。

<あなた自身について>

1. 年齢を選択してください。

①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上

2. お住まいの都道府県を選択してください。

①北海道、・・・⑩沖縄県

3. 申込区分を選択してください。

①一般ランナー（個人） ②一般ランナー（ペア・グループ） ③競技用車いすランナー
④市民アスリート ⑤エリートランナー ⑦大阪スポーツ応援ランナー ⑧チャリティランナー
⑨障がい者ランナー

4. 今回を含めた大阪マラソンの参加回数を選択してください。

①今回が初めて ②2～3回 ③4～5回 ④6～7回 ⑤8～9回 ⑥10回以上

5. 市民マラソンへの参加経験を選択してください。

①今回が初めて ②2～5回 ③6～10回 ④11～15回 ⑤16～20回 ⑥21回以上

6. 今回のタイムを選択してください。

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

7. 大会前後の大阪滞在日数を選択してください。

①日帰りで参加 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

8. あなたは、大阪滞在中に大阪マラソン以外にどのようなことをされましたか。(複数回答可)

- ①「大阪マラソン EXPO2024」を楽しんだ ②大阪名物を飲食した ③大阪市内観光をした
 ④買い物(お土産など)をした ⑤娯楽(アミューズメント)施設等に行った
 ⑥何もしなかった ⑦その他()

9. 8の活動も含めて、大阪滞在中の大まかな出費を教えてください。

往復の交通費	_____円程度	宿泊費	_____円程度
物販購入費	_____円程度	飲食費	_____円程度
施設入場料	_____円程度	その他サービス	_____円程度

10. 大阪マラソン DESSE 2024 を活用されましたか。

- ①活用した ②活用しなかった ③知らなかった

11. 同伴者の関係と人数を教えてください。

- ①同伴者なし ②家族・親戚()人 ③知人・友人()人
 ④マラソン仲間()人 ⑤仕事関係()人

12. 大阪マラソン 2024 に満足されましたか。

- 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

13. 来年の大阪マラソン 2025 に参加したいですか。

- ①ぜひ参加したい 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

<大阪マラソン 2024 の運営について>

14. 今回、数ある市民マラソンの中で、大阪マラソン 2024 を選ばれた理由についてお聞かせください。次の理由について、「大いに関係している」から「まったく関係していない」までの4段階の評価から選んでください。

① 記録が出やすいコースだから	<input type="radio"/> 大いに関係している	<input type="radio"/> まあまあ関係している
	<input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まったく関係していない
② 大阪の名所旧跡を巡るコースだから	<input type="radio"/> 大いに関係している	<input type="radio"/> まあまあ関係している
	<input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まったく関係していない
③ 大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから	<input type="radio"/> 大いに関係している	<input type="radio"/> まあまあ関係している
	<input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まったく関係していない
④ 大阪に行ってみたかったから	<input type="radio"/> 大いに関係している	<input type="radio"/> まあまあ関係している
	<input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まったく関係していない
⑤ 参加費がリーズナブル(妥当)な価格だから	<input type="radio"/> 大いに関係している	<input type="radio"/> まあまあ関係している
	<input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まったく関係していない
⑥ 開催日程の都合がよかったから	<input type="radio"/> 大いに関係している	<input type="radio"/> まあまあ関係している
	<input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まったく関係していない

⑦ ペアやグループなど、参加形態が多様だから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑧ 会場までのアクセスが良いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑨ 申し込み方法が簡単だから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑩ ランナーの参加人数が多いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑪ チャリティ（寄付）ができるから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑫ トップアスリートが走るから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑬ 多くの海外ランナーが走るから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑭ 医療等の安全のサポートが充実しているから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑮ 更衣室やトイレなどの設備が充実しているから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑯ ランナー盛上げ隊が応援してくれるから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑰ 「まいどエイド」の給食があるから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑱ EXPO が 2 日にわたって開催されるから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑲ なないろ講習会などのランニングサポートがあるから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑳ スタッフやボランティアのサポートが良いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
㉑ 沿道の応援が楽しいから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
㉒ ランナーのマナーが良いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
㉓ ホームページや SNS 等での情報発信が良いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
㉔ 知名度の高いタレントが応援しているから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
㉕ 他の市民マラソンに比べて当選しやすいから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない

②⑥ テレビや新聞などのメディアが取り上げるから	<input type="radio"/> 大いに関係している	<input type="radio"/> まあまあ関係している
	<input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まったく関係していない

その他、大阪マラソン 2024 を選んだ理由があればお書きください。

<チャリティについて>

15. チャリティマラソンとしての大阪マラソンは、チャリティプログラムに賛同して、参加ランナー全員に2口以上（1口500円）の寄付をお願いしています。これについて、どう思いますか。

- ① 大変良いと思う ② まあまあ良いと思う ③ あまり良いとは思わない ④ 良いとは思わない

16. 次のチャリティグッズは購入しましたか。（複数回答可）

- ① なないろチャリティTシャツ ② なないろチャリティキャップ
 ③ チャリティウインドブレーカー ④ なないろチャリティアームウォーマー
 ⑤ チャリティマルチポケットパンツ ⑥ ニックネーム入りアスリートビブス
 ⑦ 購入しなかった

17. 大阪マラソンでは、自分が支援したい寄附先団体を選び、家族や友人、その団体の活動に共感した人（サポーター）などから7万円以上の寄附金を集めることで大阪マラソンに出場できる「チャリティランナー」を募集しています。この制度について知っていますか。

- ① 知らない ② 今回参加してから知った ③ 今回参加する前から知っていた

18. このチャリティランナーでの出場者を増やすために、必要だと思う取り組みを選んでください。（複数回答可）

- ① チャリティランナー制度のPR ② チャリティランナーの意義のPR
 ③ チャリティランナーの特典のPR ④ 寄附先団体の活動内容のPR
 ⑤ 寄附先団体の寄付の使い道の明確化 ⑥ 寄附先団体数の増加 ⑦ 集める寄付金額の低減
 ⑧ 海外ランナーの参加枠の設定 ⑨ その他（ ）

19. 大阪マラソンはチャリティマラソンですが、参加してみて、あなたのチャリティの意識や活動は変わりましたか。（複数回答可）

- ① 寄附先団体の活動を意識するようになった
 ② 他のチャリティマラソンを意識するようになった
 ③ チャリティで走ることの楽しさが分かった
 ④ 大阪マラソン以外の事業にもチャリティをするようになった
 ⑤ 社会貢献のために資金集めをする意識が高まった
 ⑥ ボランティア活動をするようになった
 ⑦ 変わらなかった
 ⑧ その他（ ）

その他、チャリティについてご意見がありましたら、お書きください。

<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。

マラソン2024 海外ランナー意識調査

このたびは、「大阪マラソン2024」と表記)にご参加いただき、ありがとうございました。

さて、「大阪マラソン2024 海外ランナー意識調査」は、大阪マラソンがもたらす効果と影響を明らかにし、今後の大会運営に活かすことを目的として、読売新聞社と関西大学が、大阪マラソン組織委員会の依頼を受け、調査を実施するものです。

調査結果は、大阪マラソン組織委員会に報告するとともに、読売新聞に掲載することとしています。また、科学的な論文の資料として活用させていただきます。なお、調査結果については、統計的に処理し、調査票に記載されました個人情報、本調査以外の目的で使用されることはありませんので、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力をお願いします。

<あなた自身について>

1. 年齢を選択してください。

①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上

2. お住まいの国をお答えください。

()

3. これまでのマラソン経験を選択してください。

①今回が初めて ②2～5回 ③6～10回 ④11～15回 ⑤16～20回 ⑥21回以上

4. 日本の市民マラソンへの参加経験を選択してください。

①今回が初めて ②2～5回 ③6～10回 ④11～15回 ⑤16～20回 ⑥21回以上

5. 今回を含めた大阪マラソンの参加回数について選択してください。

①今回が初めて ②2～3回 ③4～5回 ④6～7回 ⑤8回以上

6. 今回のタイムを選択してください。

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

7. 大阪に何日滞在しましたか。

() 日

8. あなたは、大阪滞在中に大阪マラソン以外にどのようなことをされましたか。(複数回答可)

- ①「大阪マラソン EXPO2024」を楽しんだ ②大阪名物を飲食した ③大阪市内観光をした
 ④買い物(お土産など)をした ⑤娯楽(アミューズメント)施設等に行った
 ⑥何もしなかった ⑦その他()

9. 8の活動も含めて、大阪滞在中の大まかな出費を教えてください。

往復の交通費	_____円程度	宿泊費	_____円程度
物販購入費	_____円程度	飲食費	_____円程度
施設入場料	_____円程度	その他サービス	_____円程度

10. 大阪に滞在する上で、特に改善して欲しいところは何ですか。

- ①ない ②宿泊に関すること ③移動手段に関すること ④飲食に関すること
 ⑤情報に関すること ⑥市民との交流に関すること ⑦その他()

11. 同伴者の関係と人数を教えてください。

- ①同伴者なし ②家族・親戚()人 ③知人・友人()人
 ④マラソン仲間()人 ⑤仕事関係()人

12. 大阪マラソン 2024 に満足されましたか。

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

13. 来年の大阪マラソン 2025 に参加したいですか。

- ①ぜひ参加したい 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

14. 2025 年に関西万博が大阪で開催されますが、来場したいですか。

- ①ぜひ参加したい 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

<大阪マラソン 2024 の運営について>

15. 今回、数ある市民マラソンの中で、大阪マラソン 2024 を選ばれた理由についてお聞かせください。次の理由について、「大いに関係している」から「まったく関係していない」までの4段階の評価から選んでください。

① 記録が出やすいコースだから	<input type="radio"/> 大いに関係している	<input type="radio"/> まあまあ関係している
	<input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まったく関係していない
② 大阪の名所旧跡を巡るコースだから	<input type="radio"/> 大いに関係している	<input type="radio"/> まあまあ関係している
	<input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まったく関係していない
③ 大阪城でのセントラルフィニッシュで、後の行動が便利だから	<input type="radio"/> 大いに関係している	<input type="radio"/> まあまあ関係している
	<input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まったく関係していない
④ 大阪に行ってみたかったから	<input type="radio"/> 大いに関係している	<input type="radio"/> まあまあ関係している
	<input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まったく関係していない

⑤ 参加費がリーズナブル(妥当)な価格だから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑥ 開催日程の都合がよかったから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑦ ペアやグループなど、参加形態が多様だから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑧ 会場までのアクセスが良いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑨ 申し込み方法が簡単だから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑩ ランナーの参加人数が多いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑪ チャリティ(寄付)ができるから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑫ トップアスリートが走るから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑬ 多くの海外ランナーが走るから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑭ 医療等の安全のサポートが充実しているから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑮ 更衣室やトイレなどの設備が充実しているから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑯ ランナー盛上げ隊が応援してくれるから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑰ 給食(エイド)が充実しているから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑱ EXPO が2日にわたって開催されるから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑲ 制限時間が7時間だから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑳ スタッフやボランティアのサポートが良いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
㉑ 沿道の応援が楽しいから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
㉒ ランナーのマナーが良いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
㉓ ホームページやSNS等での情報発信が良いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない

②4 海外ランナーの募集枠があるから	<input type="radio"/> 大いに関係している	<input type="radio"/> まあまあ関係している
	<input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まったく関係していない
②5 テレビや新聞などのメディアが取り上げるから	<input type="radio"/> 大いに関係している	<input type="radio"/> まあまあ関係している
	<input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まったく関係していない

その他、大阪マラソン 2024 を選んだ理由があればお書きください。

<チャリティについて>

16. チャリティマラソンとしてのお阪マラソンは、チャリティプログラムに賛同して、参加ランナー全員に2口以上(1口500円)の寄付をお願いしています。これについて、どう思いますか。

- ① 大変良いと思う ② まあまあ良いと思う ③ あまり良いとは思わない ④ 良いとは思わない

17. 次のチャリティグッズは購入しましたか。(複数回答可)

- ① なないろチャリティTシャツ ② なないろチャリティキャップ
 ③ チャリティウインドブレーカー ④ なないろチャリティアームウォーマー
 ⑤ チャリティマルチポケットパンツ ⑥ ニックネーム入リアスリートビブス
 ⑦ 購入しなかった

18. 大阪マラソンでは、自分が支援したい寄附先団体を選び、家族や友人、その団体の活動に共感した人(サポーター)などから7万円以上の寄附金を集めることで大阪マラソンに出場できる「チャリティランナー」を募集しています。あなたはチャリティランナーとして走りたいですか?

- ① 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

19. 大阪マラソンはチャリティマラソンですが、参加してみて、あなたのチャリティの意識や活動は変わりましたか。(複数回答可)

- ① 寄附先団体の活動を意識するようになった
 ② 他のチャリティマラソンを意識するようになった
 ③ チャリティで走る楽しさが分かった
 ④ 大阪マラソン以外の事業にもチャリティをするようになった
 ⑤ 社会貢献のために資金集めをする意識が高まった
 ⑥ ボランティア活動をするようになった
 ⑦ 変わらなかった
 ⑧ その他 ()

その他、チャリティについてご意見がありましたら、お書きください。

<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。

大阪マラソン 2024（第 12 回大阪マラソン） ボランティアアンケート

このたびは、大阪マラソン 2024」のボランティア活動にご参加いただき、ありがとうございました。

さて、「大阪マラソン 2024 ボランティアアンケート」は、大阪マラソンがもたらす効果と影響を明らかにし、今後の大会運営に活かすことを目的として、読売新聞社と関西大学が、大阪マラソン組織委員会の依頼を受け、調査を実施するものです。

アンケート結果は、大阪マラソン組織委員会に報告するとともに、読売新聞に掲載することとしています。また、科学的な論文の資料として活用させていただきます。なお、アンケート結果については、統計的に処理し、回答された個人情報、本アンケート以外の目的で使用されることはありませんので、趣旨をご理解いただき、ご協力お願いします。

<あなた自身について>

1. 年齢を選択してください。

- ①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上

2. お住まいのエリアを選択してください。

- ①大阪市 ②大阪府（大阪市以外） ③兵庫県 ④京都府 ⑤奈良県 ⑥滋賀県 ⑦和歌山県
⑧その他（ ）

3. ボランティアの申込区分を選択してください。

- ①団体（6人以上のグループ） ②個人（2人～5人のグループを含む）

4. これまで大阪マラソンに関わったことがありますか。次の中から選択してください。（複数回答可）

- ①ない ②ボランティア ③ランナー ④沿道の観客 ⑤テレビで観戦 ⑥その他（ ）

<大阪マラソンのボランティアについて>

5. 今回を含めて、大阪マラソンへのボランティア参加経験について選択してください。

- ① 1回 ② 2回 ③ 3回 ④ 4回 ⑤ 5回 ⑥ 6回 ⑦ 7回 ⑧ 8回 ⑨ 9回 ⑩ 10回 ⑪ 11回 ⑫ 12回

6. ボランティア活動について

(1) 募集は何で知りましたか。

- ①ホームページ ②ポスター ③パンフレット ④メール等直接のお知らせ ⑤知人から聞いた
⑥その他（ ）

(2) あなたのボランティア活動の内容について選択してください。（複数回答可）

- ①ランナー配布物の袋詰め ②ランナー受付 ③ランナーへの給水・給食 ④コース沿道整理
⑤観客・住民の案内・誘導 ⑥ランナーの救護受付 ⑦手荷物預かり・返却 ⑧ランナーサービス
⑨自転車等の運搬補助（力持ちボランティア）⑩語学対応ボランティア ⑪その他（ ）

(3) ボランティア活動の内容に満足されましたか。

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

(4) ボランティアのスタッフによるサポートはどうでしたか。

- ①良かった ②まあまあよかった ③あまり良くなかった ④良くなかった

(5) ランナーと交流はできましたか。

- ①できた ②まあまあできた ③あまりできなかった ④できなかった

(6) ボランティア同士の交流はできましたか。

- ①できた ②まあまあできた ③あまりできなかった ④できなかった

(7) ボランティアは「活動のチャリティ」と言われますが、どう思いますか。

- ①その通りだと思う 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

7. 大阪マラソンのボランティアに参加された目的は何ですか。次の中から3つまで選択してください(1つだけでもかまいません)。

- ①スポーツボランティアをしてみたかったから ②ランナーの役に立ちたかったから
③いろいろな人と出会いたかったから ④自分自身を高めたかったから
⑤日常生活に張り合いを持ちたかったから ⑥大会を盛り上げたかったから
⑦人から頼まれたから ⑧思い出や記念になるから
⑨その他()

8. 大阪マラソンのボランティアを経験されて良かったことや自分自身の中での変化はありますか。次の中から、3つまで選択してください(1つだけでもかまいません)。

- ①スポーツボランティアが好きになった ②ランナーの役に立てた
③いろんな人と知り合いになれた ④自分自身を高めることができた
⑤日常生活に張り合いを持てた ⑥大阪マラソンが好きになった
⑥困っている人に気軽に声をかけられるようになった ⑧思い出や記念になった
⑨その他()

9. 今回の大阪マラソン 2024 のボランティア活動に満足されましたか。

- ①とても満足した ②まあまあ満足した ③どちらかという不満だった ④不満であった。

10. 次回の大阪マラソン 2025 のボランティアに参加したいですか。

- 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

11. 大阪マラソン以外のボランティア活動に参加していますか。参加している場合は、次の中から選択してください。(複数回答可)

- ①その他のマラソン大会 ②マラソン大会以外のスポーツイベント
③子育て、障がい者支援、高齢者支援等の福祉活動 ④地域活動
⑤その他()

<大阪マラソン 2024 の運営について>

12. 数ある市民マラソン大会の中で、大阪マラソン 2024 のボランティアを選ばれた理由は何ですか？次の理由について、「大いに関係している」から「まったく関係していない」までの4段階の評価から選んでください。

① 大阪の名所旧跡を巡るコースだから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
② やりたいボランティア活動があったから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
③ 開催日程の都合がよかったから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
④ 仲間・知り合いと一緒に参加できるから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑤ 会場までのアクセスが良いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑥ ランナーの参加人数が多いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑦ チャリティマラソンだから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑧ トップアスリートが走るから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑨ 多くの海外ランナーが走るから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑩ ボランティアの受け入れやサポート態勢が良いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑪ 楽しそうな雰囲気だから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑫ ボランティアに提供されるキャップやウエアーが素敵だから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑬ 知人や家族が大阪マラソンを走るから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑭ 大阪が好きで、盛り上げたいから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑮ 沿道の応援が楽しいから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑯ ランナーのマナーが良いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑰ ホームページや SNS 等での情報発信が良いから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない
⑱ 知名度の高いタレントが応援しているから	<input type="radio"/> 大いに関係している <input type="radio"/> あまり関係していない	<input type="radio"/> まあまあ関係している <input type="radio"/> まったく関係していない

⑱ 他の市民マラソンに比べてボランティアの募集人数が多いから	○大いに関係している ○あまり関係していない	○まあまあ関係している ○まったく関係していない
⑳ テレビや新聞などのメディアが取り上げるから	○大いに関係している ○あまり関係していない	○まあまあ関係している ○まったく関係していない

13. その他、大阪マラソン 2024 のボランティアを選ばれた理由があればお書きください。

<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。



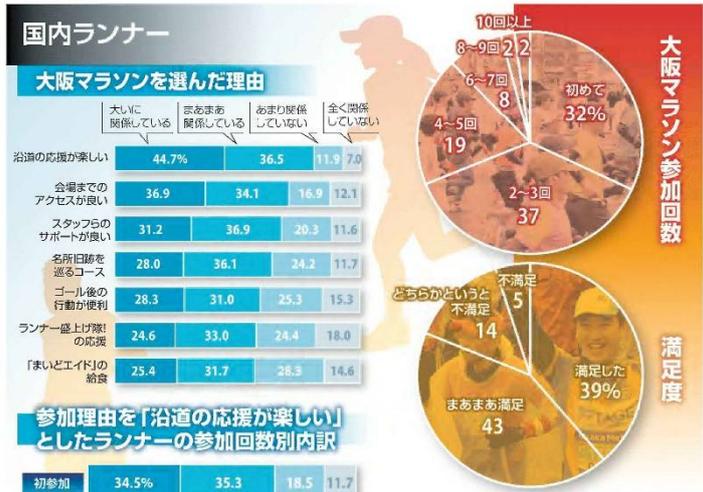
2月26日に開催された「大阪マラソン2024」に関する最新報道と開港大の共同調査で、国内ランナーの制覇が参加理由に「沿道の応援が楽しいから」と答じた。持続可能な市民マラソンを目指す上で、大会の強さが明確になったが、長年取り組んできた「チャリティーマラソン」の浸透が十分なことが判明した。組織費は、調査期間を来年より月開催の次回大会に生かす。

第12回大会
本社・関西大共同調査

もてなす心 ランナー笑顔

参加理由 コースの設定も重要

国内ランナーに大阪マラソンへの参加理由を尋ねると、「沿道の応援が楽しいから」が最多の81.2%。初めて参加した人(60.8%)も2回以上参加しているリピーター(86.7%)では、リピーターの方が「沿道の応援が楽しい」と答える割合が1.9倍高かった。市民マラソン大会への参加回数が増えるほど、大会の参加理由も変化している。

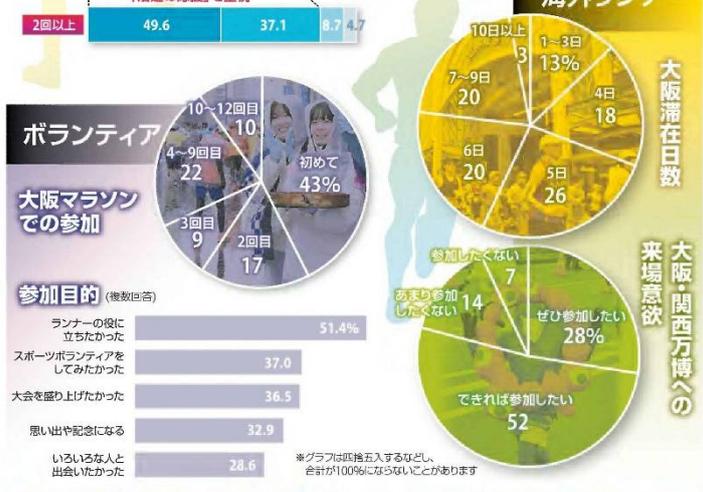


国内ランナー 7割近くリピーター

国内ランナーに大阪マラソンへの参加理由を尋ねると、「沿道の応援が楽しいから」と答じた。持続可能な市民マラソンを目指す上で、大会の強さが明確になったが、長年取り組んできた「チャリティーマラソン」の浸透が十分なことが判明した。組織費は、調査期間を来年より月開催の次回大会に生かす。

ボランティア 支えるやりがい定着

今回を含めた大阪マラソンのボランティアへの参加経験は、初めて参加したランナーの約43%が経験している。初めて参加したランナーは、5%以上はボランティア経験がある。また、ボランティア経験があるランナーは、大会を盛り上げたかったという回答が、初めて参加したランナーよりも多かった。



海外ランナー 長期滞在観光を満喫

海外ランナーの大阪滞在日数は、5日以上の者が半数以上を占めた。また、大阪滞在中の観光地を訪れたランナーは、約7割に達した。また、大阪滞在中の観光地を訪れたランナーは、約7割に達した。また、大阪滞在中の観光地を訪れたランナーは、約7割に達した。



調査概要

アンケート調査では、大会に関する意見や要望、感想について自由に記述してもらった。国内ランナーは、ボランティア経験があるランナーは、大会を盛り上げたかったという回答が、初めて参加したランナーよりも多かった。

英語で情報を「雨対策不足

素晴らしいイベントだが、英語でのより詳しい情報提供が必要だ。ボランティアとして参加したとき以上に、たくさんのおかげで運営が成り立っていると感じることができた。「ランナー盛上げ隊!」

選ばれる大会へ

今回は調査テーマに「持続可能な市民マラソンの在り方」を掲げ、2回以上参加している「リピーター」に初めて着目しました。全国各地で市民マラソンが乱立しており、今回が「市民マラソン初参加」という人はわずか7.2%でした。



調査責任者 杉本厚夫 関西大全学教授

大会への満足度は「満足」の割合が81.2%と「まあまあ満足」の割合が18.8%の合計が100%に達した。また、大阪滞在中の観光地を訪れたランナーは、約7割に達した。

沿道応援 リピーター呼ぶ

本社・関大共同調査

2月に開催された「大阪マラソン2024」（読売新聞社共催）で、読売新聞と関西大がランナーを対象にアンケートを行った共同調査の結果がまとまった。「初参加」と2回以上参加の「リピーター」ごとの分析を初めて行い、「沿道の応援」「スタッフやボランティアのサポート」など、おもてなしの雰囲気の良さがリピーターからの支持につながっていることが明らかになった。〈詳報16面〉



国内ランナー3940人、海外ランナー638人、ボランティア691人、観客249人にウェブ上で調査したり、大会当日に聞き取ったりした。

国内ランナーの参加理由

で最多は「沿道の応援が楽しい」（81・2%）。リピーターに限ると86・7%が挙げた。「スタッフやボランティアのサポート」についても、初参加の人より、リピーターの方が高く評価していた。海外ランナーには、2025年大阪・関西万博への来場意欲を尋ね、8割近くが参加を希望した。

今回の調査テーマは「持

続可能な市民マラソンの在り方」。責任者の杉本厚夫・関西大名誉教授は「数ある大会の中から選ばれ続けるには、差異化が不可欠。調査で見えた大会独自の強みを、より生かす運営が求められる」と話している。

2024年6月23日（日）

読売新聞大阪本社版朝刊 社会面

調査研究スタッフ

< 関西大学スタッフ >

調査・報告書作成 : 関西大学 杉本厚夫 名誉教授

調査分析分担者 : 一般社団法人 子ども未来・スポーツ社会文化研究所スタッフ
久保賢志、津吉哲士、尾島 祥、速水 徹、山北隆太郎

< 読売新聞スタッフ >

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 ビジネス局