

大阪マラソンの新たな価値の創造 ー市民がつくる大阪マラソンー



大阪マラソン2026（第14回大阪マラソン） 共同調査研究報告書

2026年7月10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 2026 調査研究結果と考察	
1. 大阪マラソンの新しい取り組みは？	・・・ 3
1) 国内ランナーからの提案	
2) 海外ランナーからの提案	
3) ボランティアからの提案	
4) 観客からの提案	
2. 大阪マラソンへの参加の実態は？	・・・ 8
1) 国内ランナー：走る以外の活動について・チャリティについて	
2) 海外ランナー：走る以外の活動について・チャリティについて	
3) ボランティア	
4) 観客	
3. 大阪マラソンの大会運営の改善点は？	・・・ 14
1) 国内ランナーの意見	
2) 海外ランナーの意見	
3) ボランティアの意見	
4) 観客の意見	
おわりに	・・・ 22
大阪マラソンの新たな価値の創造ー市民がつくる大阪マラソンー	
データ	
1 国内ランナー	・・・ 24
1-1 国内ランナーの意識調査（単純集計）	
1-2 国内ランナーが必要と考える新しい取り組みの特性別違い（クロス分析）	
1-3 国内ランナーの大会運営に関する自由記述の分析（階層的クラスター分析等）	
2 海外ランナー	・・・ 52
2-1 海外ランナーの意識調査（単純集計）	
2-2 海外ランナーが必要と考える新しい取り組みの特性別違い（クロス分析）	
2-3 海外ランナーの大会運営に関する自由記述の分析（階層的クラスター分析等）	
3 ボランティア	・・・ 73
3-1 ボランティアの意識調査（単純集計）	
3-2 ボランティアが必要と考える新しい取り組みの特性別違い（クロス分析）	
3-3 ボランティアの大会運営に関する自由記述の分析（階層的クラスター分析等）	
4 観客	・・・ 95
4-1 観客の意識調査（単純集計）	
4-2 観客の大会運営に関する自由記述の紹介	
資料	
国内ランナー・海外ランナー・ボランティア・観客の調査票、新聞記事	・・・ 100

はじめに

<趣旨>

市民マラソンは、健康志向の高まりや地域活性化への期待を背景に全国各地で開催され、スポーツ参加の拡大や観光振興、地域経済への波及効果を生み出してきた。また、ボランティアや沿道応援を通じて、市民参加型イベントとしての価値も高まっている。一方で、近年は大会数の増加による参加者の分散、運営費や警備費の高騰、ボランティア不足などが課題となっている。さらに、単なる「走るイベント」では差別化が難しく、地域文化やチャリティ性、観戦プログラムなど、大会独自の魅力づくりが求められている。

そこで、大阪マラソンを今後さらに発展させるためには、単なる競技大会としてではなく、市民参加型の社会・文化イベントとして位置づけることが重要であると考え、今回は「大阪マラソンの新たな価値の創造ー市民がつくる大阪マラソンー」をテーマとした。そして、新たな価値を生み出す取り組みとして次のことを設定し、調査研究を進めた。

第一に、教育的活用として、大阪マラソンを小・中・高校の教材として活用し、子どもたちが企画や運営に関わる機会を設けるとともに、運営・警備・医療・放送などスポーツを支える仕事を体験できる場を創出することで、次世代育成につなげる必要がある。

第二に、市民参加と地域連携の強化である。大阪府民・市民による企画会議を設置し、新たな企画提案を行うとともに、地元企業とのパートナーシップを推進し、社会貢献活動として大会を支える仕組みを構築する。また、ボランティア団体を組織化し、年間を通じた活動や表彰制度を導入することで、継続的な参画意識を高めることが求められる。

第三に、国際交流とチャリティ文化の発信である。海外ランナーとの交流やホームステイの推進を通して国際性を高めるとともに、大阪のチャリティ文化を学べるイベントや、大阪マラソン独自の「チャリティランナー」の在り方を再考する必要がある。さらに、沿道環境整備へのチャリティ導入も重要である。

第四に、「大阪らしさ」を活かした魅力創出である。食文化を楽しめる個人エイドの充実や、ユーモアある沿道応援の表彰、著名ランナーによる観戦プログラム、さらには「大阪マラソン物語」の制作などを通して、大阪ならではの文化的魅力を発信することが期待される。

最後に、複数スタート制や年間イベント、スポーツフェスタ化など大会運営の新たな可能性についても検討し、市民・ランナー・観客が一体となる都市型マラソンとして発展させていく必要がある。

<調査実施概要>

大阪マラソン2026（第14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
調査期間	2026.2.23～3.8			2026.2.22
サンプル数	2889	751	982	258
調査方法	WEB調査			Web聞き取り調査

大阪マラソン 2026 調査研究結果と考察

1. 大阪マラソンの新しい取り組みは？

1) 国内ランナーからの提案

国内ランナーは、これからの大阪マラソンをさらに良くしていくために、どのような新しい取り組みが必要と考えているのかについて聞いてみた。その結果、上位 10 位については、次のような提案が支持された（「とても必要である」と「まあまあ必要である」を合計した割合で考察する）。さらに、国内ランナーの特性（①年齢、②居住地域、③大阪マラソンの参加回数、④市民マラソン参加回数、⑤完走時間、⑥満足度）との関係をクロス分析から考察した。その統計処理には SPSS30.0J を用い、カイ 2 乗検定により有意差検定を行い、有意水準は 1%未満とした。



- ① 「地元企業と社会貢献活動の一環としてパートナーシップ（資金提供を含む）を結ぶことを目指す」が 94.0%と最も高く、大阪という地域性を意識した地元企業による支援が期待されている。クロス分析では、参加の満足度が高い国内ランナーに必要だとする人が多かった。
- ② 「ボランティア参加経験や活動内容に応じた表彰を行う」が 82.8%となり、大阪マラソンを支えるボランティアに光を当て、感謝の意を表彰という形で示すことが望まれている。クロス分析では、10～40 代、市民マラソン参加回数 10 回以下、参加の満足度が高い国内ランナーに必要だとする人が多かった。
- ③ 「小・中・高校生に対して、スポーツを支える仕事（運営・警備・医療・放送等）の体験機会を設ける」が 81.3%であり、次世代の大阪マラソンを支える人材育成とともに、子どもたちにとっての教育的機会としても期待されている。クロス分析では、市民マラソン参加回数 10 回以下、参加の満足度が高い国内ランナーに必要だとする人が多かった。
- ④ 「大阪らしいユーモアや笑いを感じさせる沿道応援を表彰する」が 79.2%となり、ランナーに活力を与える大阪独自の応援文化を大阪マラソンの魅力として発信することが期待されている。クロス分析では、10～40 代、参加の満足度が高い国内ランナーに必要だとする人が多かった。
- ⑤ 「コース沿道の環境整備等に寄与するチャリティを設ける」が 78.2%であり、ランナーの走行環境の向上に加え、沿道住民への感謝をチャリティという形で示す取り組みとして支持されている。クロス分析では、10～40 代、市民マラソン参加回数 10 回以下、参加の満足度が高い国内ランナーに必要だとする人が多かった。
- ⑥ 「大阪マラソンのチャリティプログラムと大阪のチャリティ文化との関係が理解できるイベントを開催する」が 78.3%となった。大阪のチャリティ文化への理解を深めることで、大阪マラソン

がチャリティマラソンを目指す意義を共有し、参加価値の向上につながることを期待されている。

クロス分析では、10～40代、大阪府在住、市民マラソン参加回数10回以下、参加の満足度が高い国内ランナーに必要だとする人が多かった。

- ⑦ 「大阪府民・市民による大阪マラソン企画会議を組織し、新たな企画を提案する」が78.2%であり、大阪マラソンを府民・市民主体で運営することで、都市型市民マラソンとしての定着と当事者意識の醸成が期待されている。

クロス分析では、市民マラソン参加回数10回以下、参加の満足度が高い国内ランナーに必要だとする人が多かった。

- ⑧ 「大阪マラソンならではの特徴的な『チャリティランナー』の在り方を再考する」が74.3%となり、他の市民マラソンにはない独自のチャリティランナー像を提示することで、チャリティマラソン本来の意義を再確認する必要性が示されている。

クロス分析では、大阪府在住、市民マラソン参加回数10回以下、参加の満足度が高い国内ランナーに必要だとする人が多かった。

- ⑨ 「大阪を感じられる場所でパブリックビューイングを活用し、著名ランナーによるトークやレース解説を行う『観戦プログラム』を展開する」は69.7%であり、市民マラソンにおける新たな観戦スタイルを創出することで、観客誘致につなげることが期待されている。

クロス分析では、10～40代、参加の満足度が高い国内ランナーに必要だとする人が多かった。

- ⑩ 「大阪マラソンボランティア団体を組織し、年間を通じた活動を行う」は69.2%となり、ボランティア活動を一過性のものに終わらせるのではなく、経験を蓄積し継続的に活動する組織として発展させる必要性が示されている。

クロス分析では、大阪府在住、参加の満足度が高い国内ランナーに必要だとする人が多かった。

以上の調査結果から、大阪マラソンには地域企業との連携やボランティア支援、子どもたちへの教育機会、チャリティ文化の発信など、地域社会と結びついた大会運営が強く期待されていることが明らかとなった。また、大阪らしいユーモアや観戦プログラムなど、「大阪らしさ」を活かした魅力づくりへの支持も高く、市民参加型の都市マラソンとして発展を求める意識が示されている。

一方で、下位9提案を見てみると、大阪マラソンの大規模な運営変更や周辺的な企画拡張に対して慎重な姿勢を示していることが分かった。特に、複数地点スタート制やホームステイ、メディアによる物語化には否定的意見が多く、大会の一体感や既存の運営スタイルを重視する傾向が見られた。また、ポイント制度や子どもの企画参加についても積極的支援は限定的であった。

また、新しい取り組みについては、10～40代の大阪府在住で、市民マラソン参加回数10回以下、参加の満足度が高い国内ランナーに、積極的に支持されているといえる。

2) 海外ランナーからの提案

大阪マラソンへ初めての参加する海外ランナーは78.8%と多く、新しい取り組みについては、過去の経験に縛られないで考えてもらえるのではないかと思います。「これからの大阪マラソンをさらに良くしていくために、どのような新しい取り組みが必要でしょうか」と聞いてみた。その結果、上位10位について



は、次のような提案が支持された（「とても必要である」と「まあまあ必要である」を合計した割合で考察する）。さらに、海外ランナーの特性（①年代、②フルマラソン経験別、③市民マラソン参加回数、④大阪マラソンの参加回数、⑤完走時間、⑥参加満足度）との関連をクロス分析から考察した。その統計処理には SPSS30.0J を用い、カイ 2 乗検定により、有意水準は 1%未満とした。

- ① 「ボランティア参加経験や活動に応じた表彰を行う」は 89.0%となり、国内ランナー（82.8%）と同様、大阪マラソンを支えるボランティアに光を当て、感謝の意を表彰という形で示すことが望まれている。

クロス分析では、10～40 代の海外ランナーに、積極的に支持されているといえる。

- ② 「参加ランナーとの交流の場を設ける」は 88.2%であり、参加ランナーとの交流促進を期待している。

クロス分析では、10～40 代の海外ランナーに、積極的に支持されているといえる。

- ③ 「大阪らしいユーモアや笑いを感ずる沿道応援を表彰する」は 88.2%となり、国内ランナー（79.2%）と同様、ランナーに活力を与える大阪独自の応援文化を大阪マラソンの魅力として発信することが期待されている。

- ④ 「地元企業と社会貢献活動の一環としてパートナーシップ（資金提供を含む）を結ぶことを目指す」が 88.0%であり、国内ランナー（94.0%）と同様、大阪という地域性を意識した地元企業による支援が期待されている。

- ⑤ 「大阪府民・市民による大阪マラソン企画会議を組織し、新たな企画を提案する」は 84.1%であり、国内ランナー（78.2%）と同様、大阪マラソンを府民・市民主体で運営することで、都市型市民マラソンとしての定着と当事者意識の醸成が期待されている。

- ⑥ 「小・中・高校の子どもたちに、スポーツを支える仕事（運営・警備・医療・放送等）の体験の場を設ける」は 83.9%であり、国内ランナー（81.3%）と同様、次世代の大阪マラソンを支える人材育成とともに、子どもたちにとっての教育的機会としても期待されている。

クロス分析では、10～40 代、参加の満足度が高い海外ランナーに、積極的に支持されているといえる。

- ⑦ 「大阪マラソンのチャリティプログラムと大阪のチャリティ文化の関係が分かるイベントを開催する」は 83.7%となった。国内ランナー（78.3%）と同様、大阪のチャリティ文化への理解を深めることで、大阪マラソンがチャリティマラソンを目指す意義を共有し、参加価値の向上につながることを期待されている。

- ⑧ 「大阪を感じる場所でのパブリックビューイングを活用し、著名なランナーによるトークやレース解説を行う『観戦プログラム』を実施する。」は 83.6%であり、国内ランナー（69.7%）と同様、市民マラソンにおける新たな観戦スタイルを創出することで、観客誘致につなげることが期待されている。

- ⑨ 「メディアによる『大阪マラソン物語』を制作する」は 82.7%であり、国内ランナー（37.3%）とちがって、大阪マラソンを題材とした物語コンテンツの制作は、積極的に賛同している。

クロス分析では、10～40 代の海外ランナーに、積極的に支持されているといえる。

- ⑩ 「エリートランナーと市民ランナーが協働し、大会テーマ（チャリティ等）について提案する」は 82.0%であり、国内ランナー（68.2%）とちがって、大会テーマの提案にランナー自身に関与することについては、積極的な賛同が見られた。

クロス分析では、10～40 代の海外ランナーに、積極的に支持されているといえる。

以上の調査結果から、海外ランナーはボランティア表彰やランナー交流、大阪らしい沿道応援など、人と人とのつながりを重視していることが明らかとなった。また、市民主体の企画運営や子どもたちの参画、チャリティ文化の発信にも高い支持が見られた。さらに、国内ランナーと比較して、「大阪マラソン物語」の制作や大会テーマへのランナー参画など、物語性や参加型運営への期待が強い点が特徴的である。

一方で、11 位以下の提案では、大阪マラソンのボランティア活動や沿道環境整備へのチャリティには比較的高い支持を示した。また、国内ランナーよりもスポーツフェスタ型開催に肯定的であった。一方で、子どもの企画参加、ポイント制度、ホームステイ、複数地点スタート制には慎重な姿勢が見られた。全体として、大阪らしい特色を評価しつつも、運営変更には比較的慎重であることが明らかとなった。

また、新しい取り組みについては、10～40 代で参加の満足度が高い海外ランナーに、積極的に支持されているといえる。

3) ボランティアからの提案

大会を支えるボランティアは、大阪マラソンの新しい取り組みについては、ランナーとちがって、第三者的に評価できるのではないかと考え、「これからの大阪マラソンをさらに良くしていくために、どのような新しい取り組みが必要でしょうか」と聞いてみた。その結果、上位 10 位については、次のような提案が支持された（「とても必要である」と「まあまあ必要である」を合計した割合で考察する）。さらに、ボランティア参加者の特性（①年齢、②大阪マラソンボランティアの参加経験）との関連をクロス分析から考察した。その統計処理には SPSS30.0J を用い、カイ 2 乗検定により、有意水準は 1%未満とした。



- ① 「地元企業と社会貢献活動の一環としてパートナーシップ（資金提供を含む）を結ぶことを目指す」が 93.5%と最も高く、ボランティアは大阪マラソンを地域全体で支える仕組みづくりを強く求めていることが分かる。単なるスポンサー獲得ではなく、地域企業との連携を通した社会貢献型イベントへの期待がうかがえる。
- ② 「海外ランナーとの交流の場を設ける」が 84.4%と高く、ボランティアは大阪マラソンを国際交流の場として捉えている。運営補助だけでなく、人と人との交流を生み出すイベントとしての価値

を重視していると考えられる。

- ③ 「小・中・高校生に対して、スポーツを支える仕事（運営・警備・医療・放送等）の体験機会を設ける」が 83.3%となり、次世代育成への意識の高さが見られる。大阪マラソンを単なる競技大会ではなく、教育的価値を持つ社会的イベントとして位置づけていることがうかがえる。
- ④ 「大阪マラソンのチャリティプログラムと大阪のチャリティ文化との関係が理解できるイベントを開催する」が 81.8%で支持されており、大阪マラソンのチャリティ性を可視化し、その理念を共有することへの期待が示されている。
- ⑤ 「大阪マラソンならではの特徴的な『チャリティランナー』の在り方を再考する」が 81.6%となり、他大会との差別化や大阪マラソン独自の価値創出への関心が高いことが分かる。
- ⑥ 「コース沿道の環境整備等に寄与するチャリティを設ける」が 80.9%で支持され、ランナーだけでなく沿道住民や地域環境への配慮を重視する傾向が見られる。
- ⑦ 「大阪府民・市民による大阪マラソン企画会議を組織し、新たな企画を提案する」が 73.4%となり、市民参加型イベントとして大阪マラソンを発展させたいという意識が示されている。
- ⑧ 「大阪らしいユーモアや笑いを感じさせる沿道応援を表彰する」が 72.4%で支持され、大阪独自の文化や笑いをイベントの魅力として活用しようとする姿勢がうかがえる。
- ⑨ 「大阪を感じられる場所でのパブリックビューイングを活用し、著名ランナーによるトークやレース解説を行う『観戦プログラム』を展開する」が 71.7%となり、「走る」だけでなく「観る」スポーツイベントとしての発展も期待されている。
- ⑩ 「食い倒れ大阪の食文化を味わえる個人エイド（給食）を増設する」が 69.6%で支持され、大阪の食文化を活かした“おもてなし”への期待が見られる。

以上の調査結果から、大阪マラソンボランティアは、地域企業との連携、国際交流、次世代育成、チャリティ文化の発信などを重視しており、大阪マラソンを単なる競技大会ではなく、市民参加型の社会・文化イベントとして発展させたい意識が強いことが明らかとなった。また、大阪らしいユーモアや食文化を活かした「大阪らしさ」の演出にも高い期待が寄せられている。

11 位以下の提案では、年間を通した組織化やポイント制度、ホームステイ、メディア演出など、大会運営の拡張や制度化に対して慎重な姿勢が見られた。特に、大阪マラソンの物語化や複数スタート制には否定的意見が多く、大会の公平性や一体感、シンプルな運営を重視する傾向がうかがえる。一方で、国際交流や教育的活用については一定の理解も示されている。

4) 観客からの提案

ランナーを支えている観客の存在は、大阪マラソンにとって非常に重要な役割を担っている。そこで、これからの大阪マラソンを、もっと良くしていくために必要だと思う取り組みについて、複数回答で聞いてみた。

- ① 「観戦・応援のための情報提供を充実させる」が 67.4%で最も多く、観客にどのような内容で、どのようにして情報提供していくかが課題としてあげられる。

- ② 「大阪らしいユーモアや笑いを感じる沿道応援を表彰する」が 22.9%と、大阪マラソンらしい応援を推奨し、応援を楽しみ、盛上げるうえで、有効な方法であると考えられる。
- ③ 「子どもたちに、スポーツを支える仕事（警備・放送等）の体験の場を設ける」が 22.1%と、子どもたちが参画することで、観客にとって、こころ豊かになることを望んでいるようである。
- ④ 「食い倒れ大阪の食文化を味わえる個人エイド（給食）を増設する」が 16.7%と、大阪の食文化にふれる機会を増やす必要があると考えている。
- ⑤ 「コースの沿道の環境整備等に寄与するチャリティを設ける」は 15.9%と、観客が応援する環境を整えることにチャリティを投じることに賛同している。



以上の調査結果から、観客は、「観戦・応援に関する情報提供の充実」（67.4%）への支持が最も高く、観客への効果的な情報発信が重要課題として示された。また、大阪らしい沿道応援の表彰や子どもの参画、食文化を活かした個人エイド、沿道環境整備へのチャリティなど、大阪独自の魅力や参加型の大会づくりへの期待が見られた。

【まとめ】

これからの大阪マラソンの新しい取り組みについては、地域企業との連携やボランティア支援、子どもたちへの教育機会、チャリティ文化の発信など、地域社会と結びついた市民参加型大会としての発展が期待されていることが明らかとなった。また、大阪らしいユーモアある沿道応援や食文化、観戦プログラムなど、「大阪らしさ」を活かした魅力づくりへの支持も高かった。海外ランナーは特に交流や物語性、参加型運営への期待が強く、ボランティアも社会・文化イベントとしての価値を重視していた。一方で、複数地点スタート制やホームステイ、ポイント制度など、大会運営の大幅な変更には慎重な意見が多く、公平性や一体感、既存の運営スタイルを重視する傾向が見られた。

2. 大阪マラソンへの参加の実態は？

大阪マラソンにランナー、ボランティア、観客として参加するためには、それぞれの活動を取り巻く状況が関係してくるため、各活動およびその周辺の実態を理解する必要がある。そこで、ランナーには走る以外の活動やチャリティについて、ボランティアと観客にはそれぞれの活動をめぐる状況について尋ねた。これらについては経年的に調査を行っているため、前回との比較を通して、その変化についても考察する（以下、「前回」とは大阪マラソン 2025、「前々回」とは大阪マラソン 2024 の調査結果を指す）。

1) 国内ランナー

＜走る以外の活動について＞

大阪の滞在日数については、「日帰り参加」が 62.4%（前回：61.0%）と最も多く、次いで、「前泊し 2 日間滞在した」が 20.1%（前回：19.9%）であった。一方、「3 日以上滞在した」が 16.6%（前回：17.9%）

と前回よりも減少しており、今年は3連休であったにもかかわらず、後泊した人も0.9%と少なく、長期滞在した人は少ない。

大阪マラソン以外の活動について、「大阪マラソン EXPO2026 を楽しんだ」が70.4%（前回：60.7%）と最も多く、次いで「大阪名物を飲食した」が27.5%（前回：27.1%）、「買い物（お土産など）をした」が24.6%（前回：22.3%）であった。また、「何もしなかった」は16.4%（前回：22.1%）と減少しており、大阪マラソン以外の活動は活発に行われる傾向にある。



大阪滞在中の大まかな出費については、「1万円未満」が42.4%（前回：46.4%）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23.1%（前回：20.3%）、「3万円以上5万円未満」が11.5%（前回：9.8%）、「5万円以上」が23.0%（前回：23.5%）となっており、前回同様、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、未出費の人も含めて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、「1円以上5千円未満」が59.7%（前回：58.8%）と最も多く、次いで「2万円以上5万円未満」が20.1%（前回：20.7%）となっており、前回と同様に近県からの参加者の多さを反映している。
- ・ 「宿泊費」は、「1円以上1万円未満」が4.5%（前回：6.5%）で、「1万円以上2万円未満」が11.8%（前回：11.8%）となっており、リーズナブルな価格帯となっている。
- ・ 「物販購入費」は、「0円」が25.9%（前回：30.0%）と減少しているが、「1円以上2万円未満」が63.8%（前回：61.6%）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38.0%（前回：36.4%）と最も多く、「5千円以上2万円未満」が31.4%（前回：31.0%）となり、セントラルフィニッシュの効果がうかがえる。
- ・ 「施設入場料」は、「5千円未満」が9.2%（前回：9.0%）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 DESSE2026 の活用について、「知らなかった」が45.9%（前回：58.8%）と知名度は上がっているものの、「活用した」が10.0%（前回：7.7%）とそれほど増加していない。

大会への同伴者については、「同伴者なし」が40.1%（前回：38.8%）と6割の国内ランナーは同伴者と参加しており、その内訳は、重複を含めて、「家族・親族」が32.4%（前回：30.1%）、「マラソン仲間」が30.1%（前回：34.3%）、「知人・友人」が25.2%（前回24.9%）であった。

<チャリティについて>

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39.3%（前回：31.9%）、「まあまあ良いと思う」が46.6%（前回：47.6%）と8割の国内ランナーが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は、「なないろチャリティTシャツ」が20.1%（前回：16.7%）と最も多く、次いで「なないろチャリティキャップ」が9.6%（前回：7.2%）、「チャリティ手袋」が5.7%であった。一方、「購入しなかった」は62.0%（前回：70.2%）と前回大会と比較してチャリティグッズを購入した人は増加しているが、依然として、チャリティマラソンとしての大阪マラソンのイメージが定

着していないといえる。

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 46.3%（前回：40.6%）、「今回参加してから知った」が 17.7%（前回：16.7%）とランナーの 6 割が認知していて、「知らない」が 35.9%（前回：42.6%）であり、チャリティランナー制度の認知度は上がっている。

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 52.4%（前回：47.0%）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%（前回：36.7%）、「チャリティランナーの意義の PR」が 36.4%（前回：31.8%）であり、チャリティランナー制度の認知の向上を求めている。また、「寄付先団体の寄付の使い道の明確化」が 35.0%（前回：34.1%）、「寄付先団体の活動内容の PR」が 29.3%（前回：26.8%）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 21.2%（前回：18.7%）で、「寄付先団体数の増加」は 12.3%（前回：8.2%）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 25.5%（前回：17.0%）、「他のチャリティマラソンを意識するようになった」が 14.0%（前回：11.9%）、「社会貢献のために資金集めをする意識が高まった」が 13.8%（前回：9.9%）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前回大会よりも増加している。一方、「変わらなかった」が 44.5%（前回：55.6%）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がみられるが、依然として課題が残る結果となった。

以上のことから、国内ランナーは「日帰り参加」が 6 割を超える一方、「EXPO2026」や大阪名物の飲食、買い物など、大会以外の活動も活発に行っていた。出費では交通費・物販購入費・飲食費の割合が高く、大阪マラソンによる一定の経済効果が確認された。また、参加ランナーの約 8 割がチャリティ寄付を肯定的に捉えており、チャリティグッズ購入や制度認知も前回より向上していた。しかし、チャリティへの意識変化については「変わらなかった」が 4 割を超えており、チャリティマラソンとしての認知定着には依然として課題が残る。

2) 海外ランナー

<走る以外の活動について>



大阪の滞在日数については、「5 日」が 23.9%（前回：28.0%）と最も多く、次いで「4 日」が 21.7%（前回：22.9%）、「6 日」が 18.5%（前回：14.1%）であった。一方、「3 日以下」が 14.1%（前回：14.7%）と、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 86.6%（前回：88.7%）と最も多く、次いで「買い物（お土産など）をした」が 82.2%（前回：84.6%）、「大阪マラソン EXPO2026 を楽しんだ」が 80.6%（前回：74.0%）、「大阪市内観光をした」が 79.1%（前回：83.1%）であった。一方、「何もしなかった」が 0.7%（前回：0.3%）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 61.9%（前回：57.0%）と最も多い割合を占めており、「10 万円以上 20 万円未満」が 26.0%（前回：31.1%）であることから、「10 万円以上」の出費は、87.9%（前回：88.1%）と、前回同様、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、未出費の人も含めて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 34.0%（前回：21.9%）と最も多く、次いで「5 万円以上 10 万円未満」が 20.6%（前回：23.5%）となっており、交通費にかかる費用は増加している。
- ・ 「宿泊費」は、「5 万円以上 10 万円未満」が 35.0%（前回：36.2%）で、「2 万円以上 5 万円未満」が 28.2%（前回：31.7%）、「10 万円以上」が 27.6%（前回：22.6%）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 34.2%（前回：33.3%）と最も多く、「2 万円以上 5 万円未満」が 25.4%（前回：23.8%）、「5 万円以上 10 万円未満」が 20.8%（前回：25.0%）となっており、購買意欲も高いといえる。
- ・ 「飲食費」は、「2 万円以上 5 万円未満」が 40.3%（前回：43.4%）と最も多く、「5 万円以上 10 万円未満」が、22.8%（前回：21.3%）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 18.8%（前回：19.8%）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。

大会への同伴者については、「同伴者なし」が 22.6%（前回：23.9%）と 8 割の海外ランナーは同伴者と参加しており、その内訳は、重複を含めて、「家族・親族」が 52.7%（前回：43.0%）、「マラソン仲間」が 41.8%（前回：43.6%）、「知人・友人」が 37.2%（前回 41.9%）であった。

<チャリティについて>

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 36.2%（前回：39.1%）、「まあまあ良いと思う」が 47.9%（前回：50.1%）と 8 割の人が肯定的に捉えている。

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 27.8%（国内ランナー：20.1%）と最も多く、次いで、「ニックネーム入りアスリートビブス」が 12.6%（国内ランナー：6.1%）、「チャリティウインドブレーカー」が 10.8%（国内ランナー：4.2%）であった。国内ランナーと比べると、海外ランナーの方が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こ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 33.0%（国内ランナー：12.5%）であり、国内ランナーよりチャリティマラソンによる意識の変化があった。「寄付先団体の活動を意識するようになった」が 26.5%（国内ランナー：25.5%）、「他のチャリティマラソンを意識するようになった」が 23.8%（国内ランナー：14.0%）、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少しずつではあるが現れている。一方、「変わらなかった」が 34.6%と、国内ランナーの 44.5%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見て取れる。

以上のことから、海外ランナーは 4～6 日の長期滞在が多く、飲食・買い物・観光・EXPO 参加など大阪での活動を積極的に楽しんでおり、高いインバウンド効果が確認された。出費は「10 万円以上」が約

9割を占め、交通費・宿泊費・物販購入費・飲食費への支出が大きい。また、チャリティへの評価も高く、グッズ購入や「チャリティで走る楽しさ」の実感など、国内ランナー以上にチャリティ意識の変化が見られた。

3) ボランティア

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27.2%（前回：23.7%）とリピーターが微増している。一方で、「ない」と答えた人が55.0%（前回：35.9%）と、大阪マラソンへボランティアとして初めて関わる人が増加した。

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73.3%（前回：57.5%）と、前回よりも増加している。一方、2回目以降の参加者が26.7%（前回：42.5%）と、前回よりも減少しているが、3割近くの人がリピーターとして参加している。



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41.1%（前々回：32.7%）が最も多く、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といえる。また、「マラソン大会以外のスポーツイベント」が17.8%（前々回：18.4%）から、スポーツボランティアの経験が活かされているといえる。

ボランティアの募集を知った情報について、「メール等直接のお知らせ」が41.0%（前回：31.9%）と、前回から増加しており、直接お知らせ等を送る方法が有益であると考えられる。また、「ホームページ」が26.0%（前回：44.7%）と減少しており、ネットによる情報提供の工夫が課題である。

「募集のきっかけ」で「チラシ」と回答した人の中で、チラシを入手した場所として、「大阪市の施設（市役所含む）」が23.0%（前回：0.0%）や「大阪メトロ」17.2%（前回：11.1%）、「大阪府の施設（府庁含む）」が11.5%（前回：11.1%）であった。

事前のボランティア説明会の参加は、「参加した」が80.4%（前回：17.9%）と増加しており、全体の8割の人が対面でのボランティア説明会に参加している。一方、YouTubeによる説明会の閲覧は、「閲覧した」が29.8%（前回：82.4%）であり、前回よりも大幅に減少している。事前の説明会の参加が8割もあり、説明会への参加形態が逆転している。

ボランティアの活動内容については、「コース沿道整理」が39.8%（前回：19.7%）、「手荷物預かり・返却」が23.3%（前回：23.5%）、「ランナーへの給水」が13.6%（前回：9.3%）、「ランナー受付」が9.1%（前回：9.3%）、であり、ランナーとの接触があるボランティアが回答している傾向にある。

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28.9%（前回：18.3%）、「まあまあ満足した」が57.1%（前回：55.2%）と、8割の人がボランティア活動の内容に満足しており、前回と比べると満足度は上がっている。

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31.8%（前回：20.8%）、「まあまあ良かった」が39.5%（前回：37.2%）と、7割の人が良かったと感じている。一方、3割近くの人が良くなかったと感じているため、その内容を把握し、改善していく必要があると考えられる。

ランナーとの交流について、「できた」が20.1%（前回：18.0%）で、「まあまあできた」が34.6%（前

回：33.2%）と、5割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、45.4%（前回：48.8%）のボランティアはランナーとの交流ができておらず、活動内容にもよるが、前回同様、ランナーとの交流に課題が残った。

ボランティア同士の交流について、「できた」が34.8%（前回：32.3%）、「まあまあできた」が47.7%（前回：47.2%）と、前回大会と同様に8割のボランティアが交流することができたと感じている。大阪マラソンのボランティアのリピーターになったもらうために、ボランティア同士の交流が一つの誘因になりうる。

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「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45.0%（前回：42.9%）、「まあまあそうだと思う」が46.1%（前回：43.2%）と、前回と同様に9割近くのボランティアが同意している。

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35.4%（前々回：51.4%）、「大会を盛り上げたかったから」が33.0%（前々回：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48.0%（前々回：37.0%）、「思い出や記念になるから」が44.3%（前々回：32.9%）、「いろいろな人と出会いたかったから」が36.8%（前々回：28.6%）といった私益的な理由もあった。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していることが望ましいが、私益的な理由が増加傾向にある。

ボランティアを経験した評価としては、「思い出や記念になった」という私益的评价が51.6%（前々回：50.8%）と最も多くなっている。次いで、「ランナーの役に立てた」という公益的评价が35.8%（前々回：51.6%）と多く、「スポーツボランティアが好きになった」が35.2%（前々回：25.6%）、「いろんな人と知り合いになれた」が25.6%（前々回：26.2%）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。

以上のことから、大阪マラソン 2026 のボランティアは初参加者が73.3%と大幅に増加し、新規参加者の拡大が進んだ。一方で、地域活動やスポーツイベント経験者の参加が多く、地域ボランティアとのつながりが見られた。活動内容への満足度は8割を超え、スタッフ支援への評価も改善した。また、9割近くがボランティア活動を「活動のチャリティ」と捉えており、公益性への理解が高い。一方、ランナーとの交流には課題が残るが、ボランティア同士の交流は活発で、継続参加につながる可能性が示された。

4) 観客

居住地域は、「大阪府（大阪市以外）」が39.5%（前回：35.0%）、「大阪市」は25.2%（前回：22.4%）、「その他」が42.6%（前回：47.0%）で、他府県からの観客が減少している。

大阪マラソンの観客としての参加回数については、「今回が初めて」が66.3%（前回：56.8%）であり、7割近くの人が初めてであった。一方、「2回以上」が33.8%（前回：43.2%）であり、大阪マラソンの観客のリピーターが減少している。



応援の同伴者については、「家族・親戚」が 50.5%（前回：45.3%）や「友人・知人」が 33.0%（前回：22.9%）と増加しており、「ひとり」が 6.7%（前回：15.4%）と減少している。

観戦・応援を終えた後の活動として、ランナーあるいは応援仲間と一緒に飲食する人が 56.6%（前回：64.8%）と減少したものの高い割合になっている。一方、観光が 24.0%（前回：12.9%）、「買い物」23.6%（前回：15.2%）と増加傾向にある。また、「帰宅」が 25.2%（前回：31.1%）と減少していることから、大阪城でのセントラルフィニッシュによって、これらの活動の機会が増えたことによると考えられる。

観戦・応援の目的としては、「エリート（トップ）ランナーを観戦・応援したかったから」が 34.5%（前回：0.0%）と最も多く、前回より大幅に増加している。エリートランナーが観客動員に、ある程度、機能しているといえる。一方、「家族や知人を応援したかったから」が 24.0%（前回：63.3%）、「応援を楽しみたかったから」が 13.6%（前回：15.5%）が減少しているものの、「市民ランナーを観戦・応援したかったから」が 17.1%（前回：12.5%）と増加しており、観客の観戦・応援目的に変化が見られた。

以上のことから、観客は大阪府内在住者が増加し、他府県からは減少した。初参加者が 66.3%と増える一方、リピーターは減少している。観戦後は飲食に加え、観光や買い物も増加し、応援目的ではエリートランナー観戦への関心が高まった。

3. 大阪マラソンの大会運営の改善点は？

大阪マラソンがこれからよりよい大会になるために、新しい取り組みを市民とともに創っていく必要がある。そのために、現在の大阪マラソンが抱える大会運営の課題解決に向けて、改善点を検討する必要があると考え、大阪マラソン 2026 に参加した国内ランナー、海外ランナー、ボランティア、観客が、大会をどう評価し、どのような改善点を考えているのかを自由記述で調査した。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ーの分析を行い、そのクラスターで代表的な記述を記載した（詳しくはデータ集を参照）。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) 国内ランナーの意見

<大会運営の評価>



大阪マラソン 2026 の参加料について、他のマラソン大会と比較して「妥当」が 40.7%（前回：27.0%）と増加し、「高い」が 17.4%（前回：31.6%）と減少している。また、「どちらかという高い」が 40.9%（前回：41.0%）と変わらない。これは、コストパフォーマンスの点から考えれば、参加の満足度と関係しており、今回は、前回より満足度が上がったことが影響していると考えられる。

大阪マラソン 2026 に「満足した」が 55.5%（前回：21.2%）、「まあまあ満足した」が 39.1%（前回：40.5%）で、全体的に 94.6%と満足度が前回の 61.3%に比べて大幅に増加している。

来年の大阪マラソン 2027 への参加意欲は、「ぜひ参加したい」が 60.7%（前回：29.3%）と増加し、

「できれば参加したい」が33.1%（前回：38.9%）となっており、全体的には93.8%（前回：85.2%）と多くの国内ランナーが次回への参加を希望している。

<大阪マラソン 2026 大会運営改善に関する自由記述の分析（意見は抜粋）>

① 給水とエイドの充実を

- ・こんなに暑くても給水、塩分タブレットが切れることなく、エイドも充実していました。
- ・給水の準備が間に合っていないのが時々気になりました。
- ・33キロ地点の「まいどエイド」がとても楽しみにしていました。その前にある給水で喉を潤しながら食べる予定でしたが、まさかに紙コップ切れで貰えませんでした。

② 運営スタッフ、ボランティアへの感謝

- ・運営の方々、ボランティアの方々が一生懸命で、とても素晴らしい大会だと感じました。
- ・素晴らしい大会を本当にありがとうございました。運営委員の方、ボランティアの方、応援していただけた方、たくさんの方に支えられて最後まで走りきることができ、一生の思い出がまた一つ増えました。
- ・本当に大阪マラソンは素晴らしい、めっちゃ楽しめて記録にも挑戦できる大会であり、またもちろん参加したくて仕方ない大会です。
- ・来年も抽選が当たりましたら、家族総出で大会に参加させていただきたいです。

③ 沿道の応援への感謝

- ・沿道の応援がとぎれないので頑張れました。
- ・沿道の声援は苦しい時に踏ん張れる最高の元気づけだと改めて思った。
- ・沿道応援コンテストを企画して欲しい。
- ・同伴者と、どこで応援するかを動画で確認したい。せっかく応援してくれてるのに、見逃してしまうから。

④ 人数の多さとマナーの悪さの改善を

- ・ランナーのマナーが悪すぎて、走行中危険を感じるが多々あった。人数が多すぎるのでは？
- ・10キロくらいまでコースの道幅に比べてランナー数が多すぎて走りにくい。
- ・初めて走る人や外国人に向けたランナーとしてのマナー啓発活動をインテックスで行って欲しいです。
- ・ゲストランナーさんが一緒に走る時に、バイクがコース上を通るのが必至のパッチで走っているランナーにとっては避けるのが辛そうな時がありました。

⑤ 荷物の受け渡しと導線の改善の評価

- ・荷物預けの場所は改善されて良くなったと思いますが雨が降った場合、荷物が濡れないようにするのはどうやるのだろう？と思いました。
- ・今年は去年に比べて荷物のスムーズな受け取り、タオル等のスムーズな受け取りが出来て感謝しています。毎年ランナーのために改善してくださってありがとうございます。
- ・去年は、ゴール後の導線が悪く着替えるまで大変だったが改善されていて良かったです。

- ・ 2026 年はトイレの導線、荷物預かり場所を分散したこと、前年と比べ改善されたように思います。

⑥ スタート前のトイレの改善とゴミ箱の増設を

- ・ スタート前のトイレが大渋滞していてスタートに間に合わない。
- ・ スタート前のトイレが非常に混雑してたので、トイレを増やしたりスタートブロック別のトイレにするなど、工夫して欲しい。
- ・ ゴミ箱の配置を増やして欲しい

⑦ スタートと制限時間の改善を

- ・ 荷物預けからスタート地点までが遠いので場所の見直しもしてほしい。
- ・ スタートブロックに一般の方が紛れ込んだり、自分のスタートブロックが判らない外国人の方がいたので、案内やセキュリティの強化をお願いします。
- ・ 時間制限は少し厳しいと感じました。せめて第 3 ウェーブのスタートから時間を設定して欲しいです。
- ・ スタート時の工夫で、制限時間一杯の 7 時間が使えるように。

国内ランナーの大阪マラソン 2026 への満足度は 94.6%と前回より大幅に向上し、参加料についても「妥当」とする回答が増加した。また、93.8%が次回大会への参加を希望しており、大会評価の高さがうかがえる。自由記述では、給水やエイド、ボランティアや沿道応援への感謝が多く寄せられた。一方で、ランナー数の多さによる混雑やマナー問題、トイレ不足、ウェーブスタートや制限時間の改善、導線や案内強化を求める声も多く、安全性と快適性の向上が課題として示された。

2) 海外ランナーの意見

<大会運営の評価>

大阪滞在中に感じた改善点について、「なし」が 54.1%（前回：45.6%）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」が 12.8%（前回：16.4%）と「地元の人との交流」が 11.2%（前回：13.5%）と前回同様に高く、情報をわかりやすく伝えるとともに、地元の人と交流できる場を用意することに課題があると考えられる。

大阪マラソン 2026 の参加料について、「妥当」が 51.7%（国内ランナー：40.7%）で、「どちらかという高い」が 33.2%（国内ランナー：40.9%）であった。海外ランナーの半数が参加料を妥当と感じているのは、円安だけの理由ではなく、大会のクオリティの評価が関係していると考えられる。

大阪マラソン 2026 に「満足した」が 62.6%（国内ランナー：55.5%）、「まあまあ満足した」が 31.3%（国内ランナー：39.1%）であり、合計した海外ランナーの満足度は 93.8%となっており、国内ランナーの 94.6%と同様に満足度が高く、前回の 67.9%よりも増加している。

来年の大阪マラソン 2027 への参加希望に関しては、「ぜひ参加したい」が 40.9%（国内ランナー：



60.7%)、「できれば参加したい」が 44.2%となっており、85.1%と多くの海外ランナーが次回への参加を希望しており、前回の 69.2%よりも大きく増加している。

＜大阪マラソン 2026 大会運営改善に関する自由記述の分析（意見は抜粋）＞

① ウェーブスタートと制限時間の改善を

- ・（制限時間について）スタートが第 1 ウェーブからの号砲基準となっているため、最後のウェーブの遅いランナーにとっては不利になっています。
- ・ スタート地点が非常に混雑しすぎていました。第 3 ウェーブの多くのランナーが、スタートまでに 50 分近くを要していました。
- ・ J ブロックからスタート地点まで約 1km ほどあったが、通過制限時間は他のブロックと同じでした。そのせいで、39.4km 地点の収容関門で 44 秒遅れただけで通過できませんでした。ブロック毎に制限時間を調整していただけるとありがたいです。

② 大会運営と沿道の応援に感謝

- ・ 大阪マラソンをととても楽しみました。特に沿道の観客や応援の方々が素晴らしく、大きなエネルギーをもらいました。
- ・ 大阪の街もマラソンも大好きになりました。日本は今回が初めてですが、次の旅行を計画するのが待ちきれません。
- ・ 大阪市民が熱心に応援してくれたことに感謝しています。台湾から大阪マラソンに参加できて、美しい思い出を残してくれました。

③ ボランティアと多言語対応の改善を

- ・ より多くの海外ランナーを惹きつけるためには、英語対応ができるボランティアを増やし、その人たちが分かりやすく識別できるようにすることで、スタッフとのコミュニケーションをより円滑になるかと思います。
- ・ スタッフの人数も不足で、高齢のボランティアの方がメインに対応していたため、数百人が蒸し暑い空間内で約 40 分も立ちっぱなしでした。
- ・ 多言語対応のボランティアスタッフの充実と、コース案内の多言語翻訳を増やしてほしいです。

④ 荷物預かりの対応とトイレ設置の改善を

- ・ マラソンのトイレ設備は改善が必要だと思います。仮設トイレをもっと増やしていただきたいです。
- ・ 海外ランナー向けに、荷物預かりのサービスを改善できるとより良くなると思います。
- ・ 荷物預け場所からスタート地点までの距離がもう少し短くなり、さらにトイレの数を増やしていただければ、よりスムーズでランナーに優しい大会になると思います。

⑤ 記念 T シャツ等の記念品の充実を

- ・ 大阪メトロ一日乗車券と完走 T シャツがなくなって少し残念でした。
- ・ 大会 T シャツやフィニッシャー向けの記念品は、ランナーに提供されるべきだと思います。
- ・ EXPO で販売されている記念 T シャツの在庫が少なすぎて購入できませんでした。

⑥ ランナーの安全性への配慮を

- ・ 後方からのランナーが進んでいたため、非常に危険で、転倒や雑踏事故のリスクが高いと感じました。
- ・ 今年は気温が高かったため、水や電解質の飲料の必要性が高まっていました。すべてのペースのランナーを支えるために、気象条件に応じた追加の準備や補充体制をご検討いただければと思います。

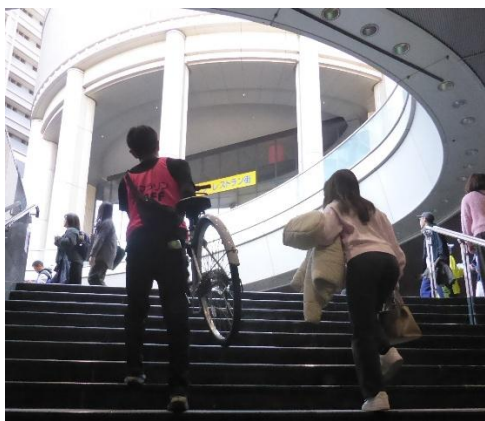
⑦ 給水と身体ケアの改善を

- ・ ペースが遅いランナーは紙コップがなくなってしまう状況に遭遇します。給水不足も補給不足もリスクを生じやすいので、後方のランナーへの配慮も忘れないで欲しいです。
- ・ 暑かったため、レース終了後に普通に飲料水を用意してほしいです。
- ・ 完走後、ランナーがストレッチできる場所や設備を用意してください！

海外ランナーの 54.1%が「改善点なし」と回答し、大会運営への評価は高かった。参加料も半数以上が「妥当」と評価し、満足度は 93.8%、次回参加希望は 85.1%に達した。一方で、ウェーブスタートや制限時間、多言語対応、トイレ・荷物預かり、給水不足への改善要望が見られた。また、沿道応援やボランティアへの感謝が多く寄せられ、大阪の魅力や大会の一体感が高く評価されている。

3) ボランティアの意見

＜大会運営の評価＞



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 32.3%（前回：18.4%）、「まあまあ満足した」が 54.7%（前回：55.5%）と、8割のボランティアが満足していると感じており、満足度は高いといえる。とりわけ、今回初めて参加した人に満足度が高かった（クロス分析）。

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 45.8%（前回：33.3%）、「できれば参加したい」が 44.2%（前回：46.3%）と、9割のボランティア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おり、前回よりも増加傾向にある。

＜大阪マラソン 2026 大会運営改善に関する自由記述の分析（意見は抜粋）＞

① 説明不足と指示システムの改善を

- ・ 事前説明とは異なりリーダー不在、オレンジのウェアを着ていた方の指示が二転三転。
- ・ 説明会での説明がいまひとつわかりづらかった。今はどのポジションの説明なのかが、わかりにくかったので、共通事項の説明と担当の説明を分けられればよいと思う。
- ・ ボランティアの具体的な活動内容が、説明会だけではわかりにくく、当日のぶっつけ本番になっているので、パート毎に YouTube など前年の活動内容を撮影したものをボランティアに提供すれば、よく理解できてキャンセルや辞退が減るのではないかと思います。

- ・ 初めてなこともあります、リーダーからの作業前の説明がなく流れがわかりづらく質問することが多くなりました。

② 活動変更等の連絡不備の改善を

- ・ 直前に配置換えがあり、変更後の配置の説明 PDF が開かず、集合場所が分からなかった。
- ・ 変更のメールが来たが土地勘が少ないので変更したくないと返信したがノーレスだったので当日は元の場所で活動した。
- ・ あまりにも大会当日の準備が二転三転し、私も含む多くの人がストレスを感じました。
- ・ 事前に決まっていた役割が、直前に変更になり、集合時間が誤って連絡されていた人が何人かいた。適切に連絡してほしい。

③ 休憩時間の確保とランナーによる荷物確認の改善を

- ・ もう少し人数を増やしてしっかり休憩を取ったり出来るようにしてもらえたらありがたいと感じました。
- ・ お昼休憩の説明がなかったので、お昼休憩が取れなくて疲れました。
- ・ 疲れているランナーさんに荷物開けて確認して欲しいって言うのが大変でした。
- ・ 荷物を手渡す際にも指示が二転三転し、最終的にはランナー自身で荷物を開け中を確認してもらったが、手が震えたり疲労感 MAX で膝や腰が動きにくい状態での本人による確認は過酷。

④ リーダー研修と給水の改善を

- ・ ボランティアリーダー？の研修をきちんとしてほしいです。何の指示もしてくれないで、私も分からないと言うばかりで困ります。
- ・ 今大会では給水を担当しましたが、リーダー不在のため、役割分担・指示や時間管理もできていなかったように感じました。
- ・ 給水のお水の本数を増やしてほしいです。35 キロ地点が 14 時 30 分でなくなると一般ランナーは体調を崩すかと。

⑤ 大会の在り方と活動の連携の改善を

- ・ 今回ボランティアを通して初めて大阪マラソンを見たが、先頭ランナーの速さや動き方、沿道からの応援、ランナーと応援の交流など見ていて楽しくて元気がもらえるいいイベントだと思ったので、交通規制などのマイナス面よりもやる意義を伝えられるようなみんなが心待ちにするイベントになればいいなと思った。
- ・ ボランティアも人、スタッフも人、人と人との繋がりが大阪の人情を表す大会にしてほしいと思います。
- ・ 今回のボランティアさんのちょっとしたコツや改善事項・注意事項が次回ボランティアに引き継がれる仕組みが必要とおもう。
- ・ 運営スタッフさんの連携が取れていないところがあったと思います。

⑥ 沿道の応援とボランティアの役割の改善を

- ・ YouTube や TV もあるが沿道応援向けに大画面によるパブリックビューイング地点が複数箇所あるとなおわかりやすい。
- ・ 沿道によって応援者が少ないエリアがあるので、応援者が少ないエリアの統計を取り、少な

いエリアにボランティア応援団を派遣してどのエリアでも盛り上がるようにする。

- ・ 私達の応援に手を振り返し、最後まで応援有難う！！とキラキラの笑顔で言葉を返してくれ、気づけば声枯れる程気合い入って応援していました。応援する私たちもランナーの方々から元気と勇気をもらっているのだと思います。

⑦ 沿道のトイレの表示と自転車運搬の改善を

- ・ 沿道整理をしながら、トイレ案内係の人たちを遠目に見れましたが、トイレ案内の看板を通り過ぎてから気づくランナーは逆走して戻ってて何度も危険なシーンがあります。
- ・ トイレの使用中の表示がうまく作用せず。空いてるのに、長らくランナーを待たせてしまっていた。
- ・ 力持ちボランティアとして歩道橋の自転車運搬を行いました。幅員が狭すぎて大混雑でした。
- ・ 歩道橋を渡る際はアシスト自転車はバッテリーを外してからボランティアに頼めばいいのではと思いました。

大阪マラソンのボランティア満足度は、「とても満足」「まあまあ満足」を合わせて約9割に達し、次回も参加したいとする意向も9割を占めるなど、高い評価が示された。一方で、自由記述では、説明不足や指示系統の混乱、配置変更時の連絡不備、休憩確保や給水体制の課題が指摘された。また、リーダー研修の充実や運営スタッフ間の連携強化、応援環境やトイレ案内の改善など、より円滑で安全な大会運営を求める声が見られた。

4) 観客の意見

＜大会運営の評価＞

来年度実施される大阪マラソン 2027 の来場意欲について、「観客として参加したい」が81.4%（前回：80.7%）と、8割近くの方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、12.4%（前回：16.7%）の方が「ランナーとして来たい」と思っているが、前回よりも減少傾向にある。



＜大阪マラソン 2025 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（257名）が「困ったことや改善すべき点」の欄に自由記述した内容（無回答者も有）を①スタート・フィニッシュに対する要望（2件）、②交通規制や観戦に関連すること（18件）、③観戦アプリに関すること（2件）、④その他（9件）に分類した。

①スタート・フィニッシュに対する要望では、「規制が多く、ゴール近くまで行けないのが、残念だった」、「もっとゴール近くで観戦できたら良いと思う」の記述が見られた。

②交通規制や観戦に関連することでは、「通行止めの情報を教えてほしい」、「横断が制限されるから遠回りしないとアカン」、「一方通行が多く、通れないルートがわかりにくいので、もう少しわかりやすくしてほしい」、「観戦ルートが分かればより良かった」、「道順がはっきりしない」などの記述が見られた。

③観戦アプリに関することでは、「サイトで十分に案内をしてくれていると思いますが現場では全てス

マホで確認しないといけないのでやはり看板やチラシのマップがあるといいです」、「スマホで見れるツールがほしい」の記述が見られた。

④その他では、「もっと沿道応援者が増えたらいいのにな」、「楽しく観戦できました。子ども達も初めてのマラソンを楽しめたようです。ご尽力ありがとうございます」、「初めてなのでよく分からなかったが、来て良かった」、「とても親切に教えていただきました」などの記述が見られた。

大阪マラソン 2027 への観戦意欲は 81.4%と高く、多くの観客が再来場を希望している。一方、交通規制や観戦ルートの分かりにくさ、ゴール周辺での観戦制限への改善要望が見られ、案内表示や観戦支援ツールの充実が課題として挙げられた。

【まとめ】

大阪マラソン 2026 は、国内・海外ランナー、ボランティア、観客のいずれからも高い評価を得ており、満足度や次回参加・来場意欲はいずれも 9 割前後に達した。特に、給水やエイド、ボランティア、沿道応援への感謝が多く寄せられ、大阪らしい一体感やホスピタリティが大会の魅力として評価されている。一方で、ランナー数増加による混雑やマナー問題、ウェーブスタートや制限時間、トイレ不足、多言語対応、荷物預かり、観戦ルート案内など、安全性・快適性・情報提供に関する改善要望も多く見られた。また、ボランティア運営では指示系統や連携体制の強化、観客対応では交通規制や観戦支援ツールの充実が課題として示された。

おわりに

大阪マラソンの新たな価値の創造

ー市民がつくる大阪マラソンー

今回、大阪マラソンの新たな価値を生み出す四つの柱（「次世代育成に向けた教育的活用」「市民参画と地域連携の深化」「国際交流とチャリティ文化の発信」「『大阪らしさ』の魅力創出」）を提案しましたが、その芽はすでに大会の現場に現れ始めています。

<次世代育成に向けた教育的活用>



スタート地点で、ランナーが脱ぎ捨てた防寒用ウェアを回収するボランティアに、親子で参加している姿に出会いました。小学3年生の子どもとお母さんです。お母さんの会社がボランティア活動に参加しており、「子どもも一緒にやりたいと言ったので応募しました」と話してくれました。大人だけでなく、子どもも自然に社会参加の場へ足を踏み入れていることに、大会の持つ教育的な力を感じました。

今回提案したように、大阪マラソンを学校の課題解決学習などの教材として活用し、子どもたちが企画・運営に携わる機会を創出することで、当事者意識が醸成され、大阪という地域へのアイデンティティが形成される可能性があります。さらに、スポーツを支える側の視点を持つことで、人のために活動する喜びを実感できるようになります。それは、現代の学校教育が抱える課題解決の糸口となるだけでなく、これからの社会を生きる力を育むことになるでしょう。

このように、大阪マラソンを支える次世代を育成していくことは、持続可能な市民マラソンにとって不可欠であると言えるでしょう。

<市民参画と地域連携の深化>

同じくスタート地点で、防寒用ウェアを回収していた青年ボランティアの活動にも感銘を受けました。彼自身もランナーであり、「自分が捨てたゴミが、その後どうなるのか知りたかった」と語ってくれました。集められたウェアは、リサイクルできるものと廃棄するものに分別され、再活用されています。走るだけでは見えない大会の裏側に、自ら関わろうとする姿勢が印象的でした。

また、スタート付近では、毎年活動しているというベテランボランティアにも話を聞きました。住之江区から来ているその方は、沿道の警備や清掃を担当しています。「みんながスタートすれば、私たちの役目は終わりです」と笑顔で話していましたが、一方で、ランナーがペットボトルを投げ捨てて危険を感じることや、前を見ずに走るランナーとぶつかりそうになることもあるそうです。それでも毎年参加する背景には、大会を支えたいという強い思いがあるのでしょう。



府民による大阪マラソンの企画・運営、地元企業とのパートナーシップ、ボランティアの組織化などを通して、単なる「お客さん」として参加するのではなく、府民や地元企業が当事者意識をもって主体的に参画することで、大阪のアイデンティティ形成や都市創造への寄与を実感し、その楽しさを味わうことができます。その結果、大阪マラソンは単なるイベントを超え、市民性（citizenship）形成の一助となる存在として、その意義が認められるようになるのです。

<国際交流とチャリティ文化の発信>



さらに、「まいどエイド」で、市商連（大阪市商店会総連盟）が提供する給食をランナーに配布していた関西大学の学生ボランティアにも感動しました。韓国語を学び、海外ランナーに韓国語で声をかけたり、大きな声で励ましたりしていました。まさに、そこには国際交流の姿がありました。それは単なる作業ではなく、「元気になってほしい」というホスピタリティの気持ちが自然に伝わってくるものでした。

ただ、彼らは当日だけ活動しているわけではありません。市商連の方々とともに、1年を通して「まいどエイド」を盛り上げる活動を続けてきたのです。当日の声かけは、その積み重ねられた思いが結実したものであり、だからこそ人々の心を打つのでしょう。それは、「こころのチャリティ」と呼べるものかもしれません。

国際交流と同時に、食べ物を贈与するというチャリティ、そしてボランティアという「活動のチャリティ」を通して、人と人とをつなぎ、共同体を形成していく本来のチャリティ文化が、そこには確かに息づいています。

<「大阪らしさ」の魅力創出>

沿道では、三世代で応援する家族の姿も見られました。初マラソンに挑戦するご主人を、おじいちゃん、おばあちゃん、奥さん、そしてお孫さんが、スマートフォンで現在地を確認しながら追いかけていました。4年前には奥さん自身が走ったそうですが、「もうそれでこりごりです」と笑います。その後、子どもが生まれ、今回は応援する立場になったそうです。「家族旅行はあまりしないけれど、この応援が家族の絆を深めている気がします」という言葉が印象に残りました。



そこには、大阪らしいユーモアあふれる沿道応援や食文化、観戦プログラムなど、「大阪らしさ」を活かした魅力づくりがあるからこそ、家族で楽しめるイベントとなっているのだと思います。そしてそれは、家族の絆を深める「こころ豊かな」文化イベントにもなっています。その価値は、「大阪らしさ」という文化によって生み出されるものであり、その経験は他大会との差異化につながると同時に、参加への誘因にもなっているのです。

大阪マラソンは、単に 42.195 キロを走るイベントではありません。そこには、支える人、応援する人、出会う人、それぞれの思いが重なり合っています。そして、その関わりの一つひとつが、人と人をつなぎ、物語を紡ぎながら、大阪という都市の温かさを形づくっているのだと感じました。

1. 国内ランナー

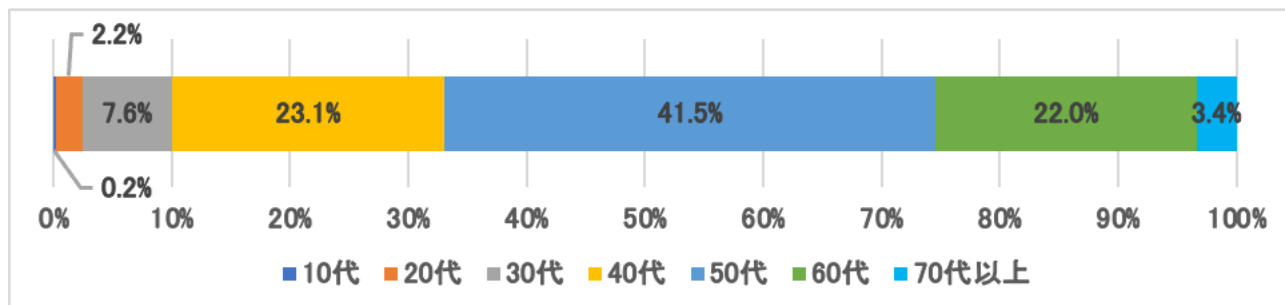
1-1. 国内ランナーの意識調査

回答数：2889

※ここでのいう前回とは、2025 年の第 13 回大会のことである。

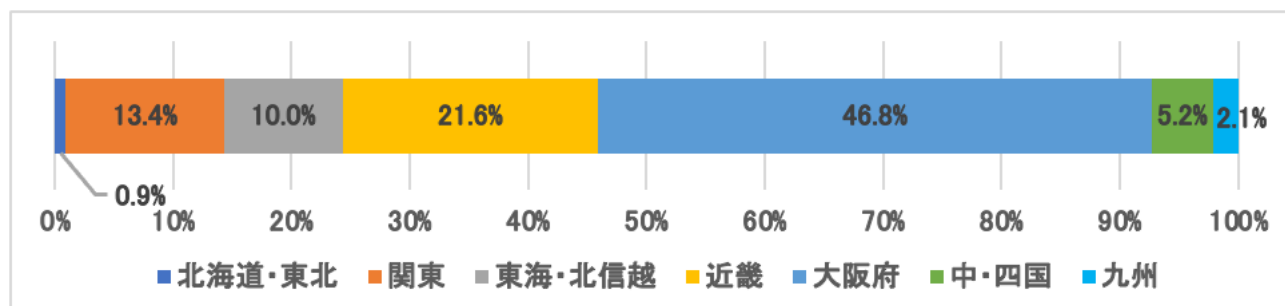
(1) 自分自身について

■年齢（年代）



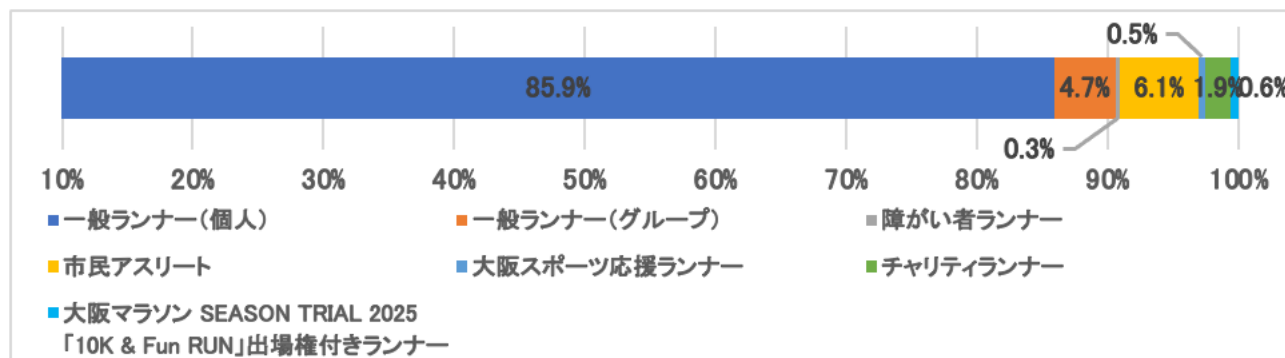
年齢（年代）については、「50 代」が 41.5%（前回：39.6%）、「60 代」が 22.0%（前回：18.9%）、「70 代」が 3.4%（前回：2.4%）と微増しており、「40 代」が 23.1%（前回：25.7%）と微減しているが、回答者の年代は前回とほとんど変化がない。

■居住地域



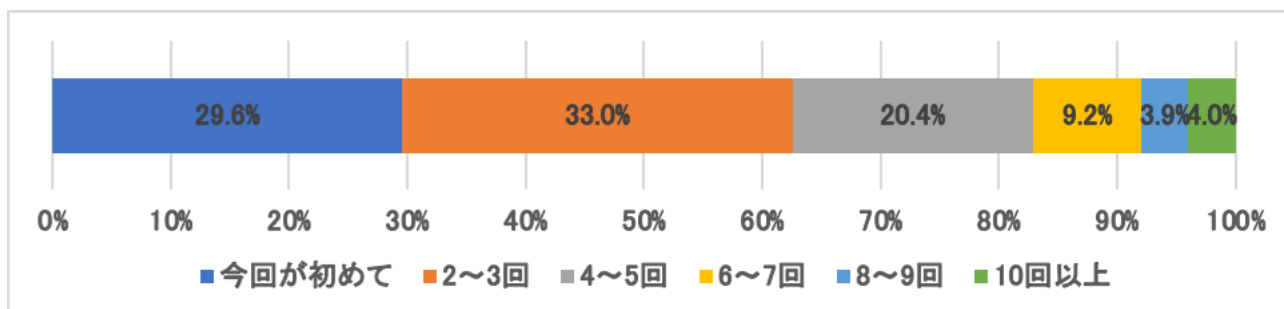
居住地域については、大阪府が 46.8%（前回：42.6%）、近畿が 21.6%（前回：24.0%）、関東が 13.4%（前回：13.7%）と国内ランナーの居住地域は、ほとんど変わっていない。

■申込区分



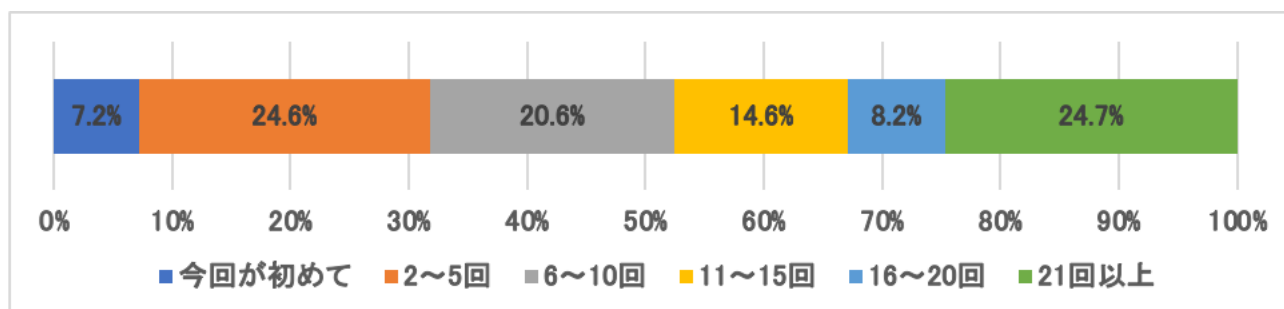
一般ランナー85.9%（前回：86.2%）が、アンケートに回答した人の割合である。

■大阪マラソン参加回数



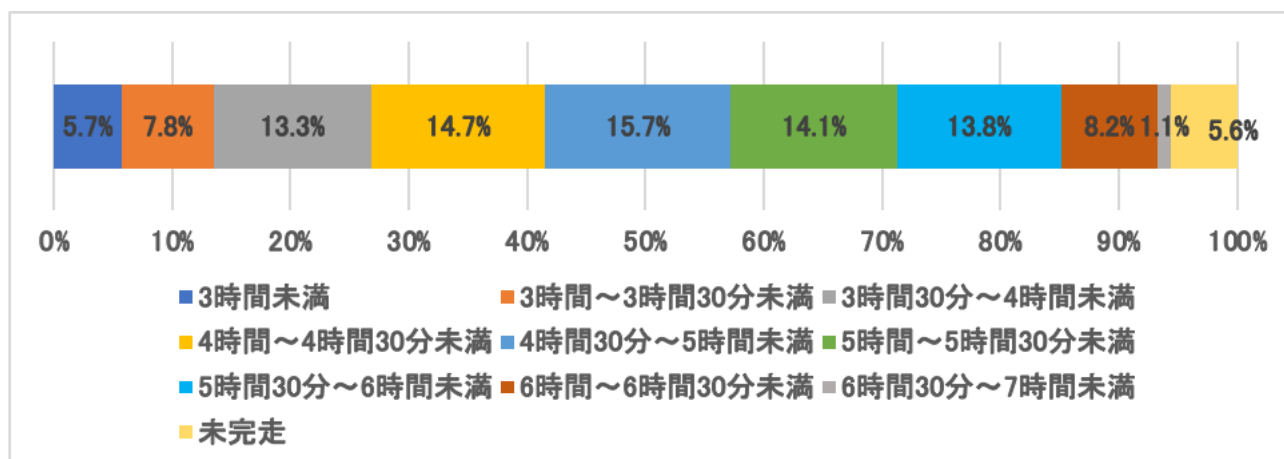
大阪マラソン参加回数は、「今回が初めて」が 29.6%（前回：35.3%）と減少している。しかし、2 回以上が 70.5%（前回：64.7%）と増加しており、7 割のランナーが大阪マラソンにリピーターとして参加している。

■市民マラソン参加経験



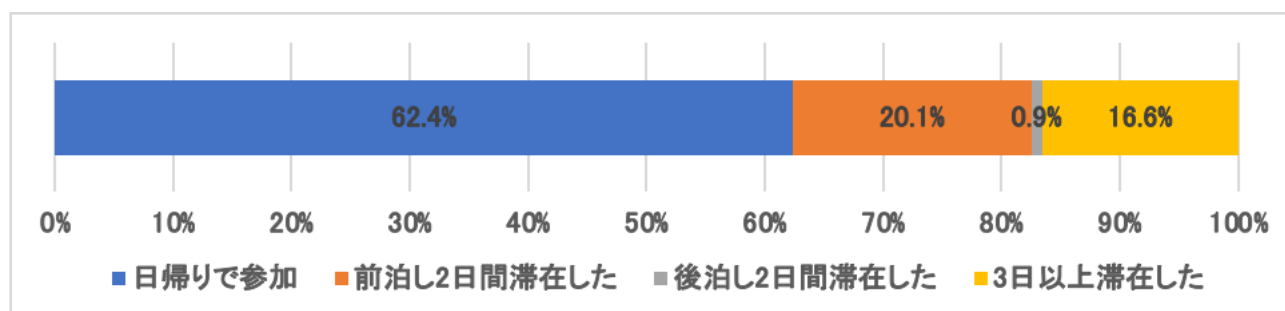
市民マラソン参加回数については、「21 回以上」が 24.7%（前回：26.6%）、「2～5 回」が 24.6%（前回：23.8%）、「6～10 回」が 20.6%（前回：18.9%）となっており、前回とほとんど変わらない。

■完走時間



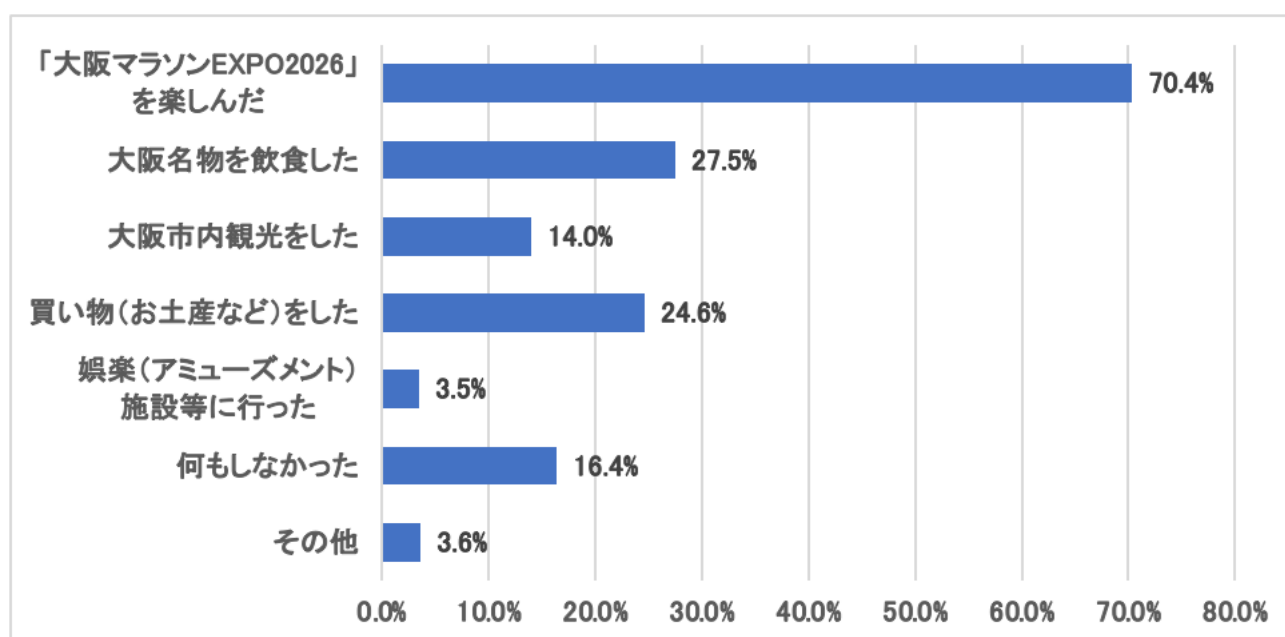
完走時間は、「4 時間 30 分～5 時間」が 15.7%（前回：15.0%）、「4 時間～4 時間 30 分未満」が 14.7%（前回：17.3%）「5 時間～5 時間 30 分未満」が 14.1%（前回：12.6%）、と前回とほとんど代わりないが、5 時間を基準に考えた時に、5 時間未満が 57.2%（前回：66.2%）、5 時間以上が 42.8%（前回：31.2%）と完走時間が遅くなっている。

■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 62.4%（前回：61.0%）と最も多く、次いで、「前泊し 2 日間滞在した」が 20.1%（前回：19.9%）であった。一方、「3 日以上滞在した」が 16.6%（前回：17.9%）と前回よりも減少しており、今年は 3 連休であったにもかかわらず、後泊した人も 0.9%と少なく、長期滞在した人は少ない。

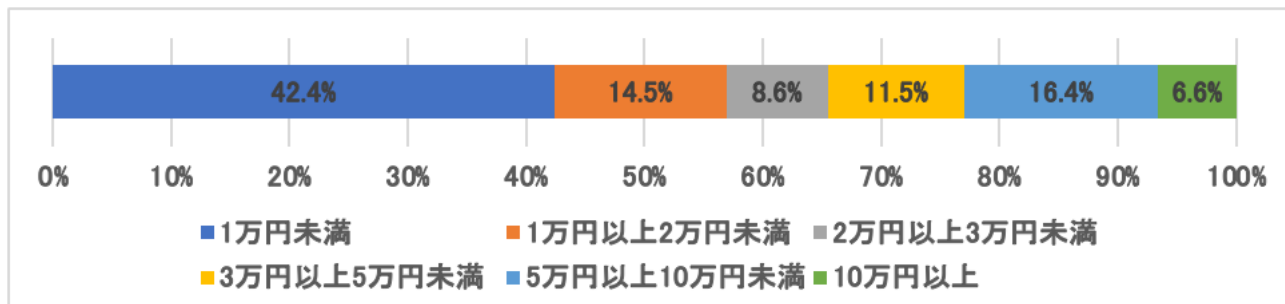
■大阪滞在中のマラソン以外の活動について（複数回答可）



大阪マラソン以外の活動について、「大阪マラソン EXPO2026 を楽しんだ」が 70.4%（前回：60.7%）と最も多く、次いで「大阪名物を飲食した」が 27.5%（前回：27.1%）、「買い物（お土産など）をした」が 24.6%（前回：22.3%）であった。また、「何もしなかった」は 16.4%（前回：22.1%）と減少しており、大阪マラソン以外の活動は活発に行われる傾向にある。

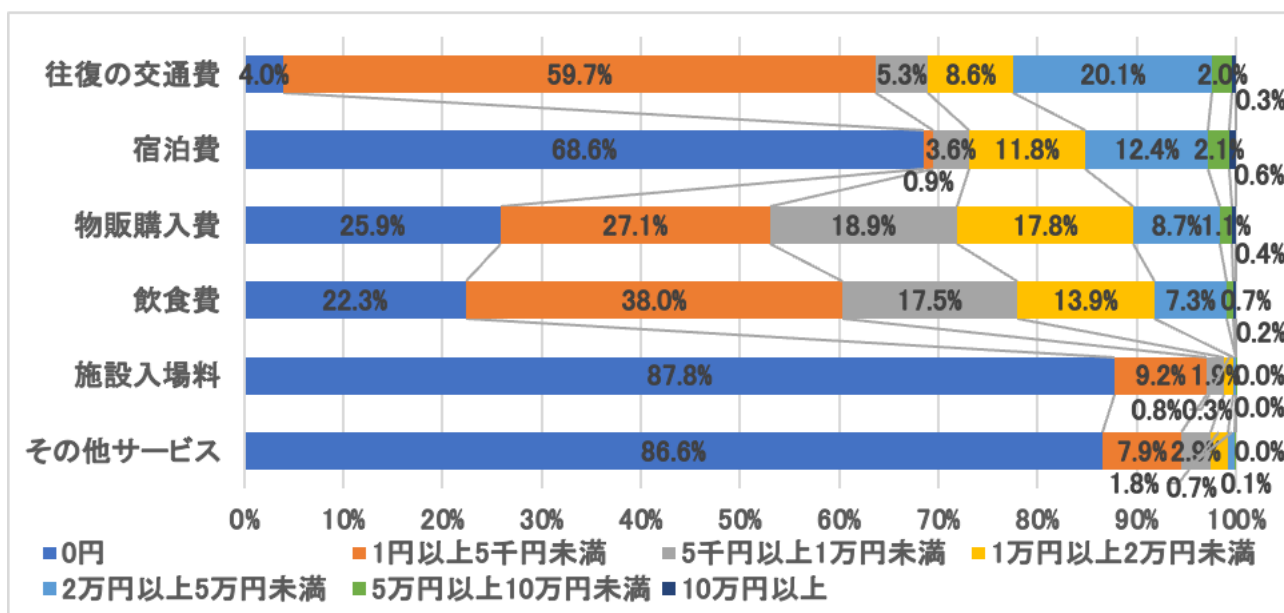
■大阪滞在中の大まかな出費

ー総計



大阪滞在中の大まかな出費については、「1万円未満」が42.4%（前回：46.4%）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23.1%（前回：20.3%）、「3万円以上5万円未満」が11.5%（前回：9.8%）、「5万円以上」が23.0%（前回：23.5%）となっており、前回同様、経済効果があったといえる。

ー内容別

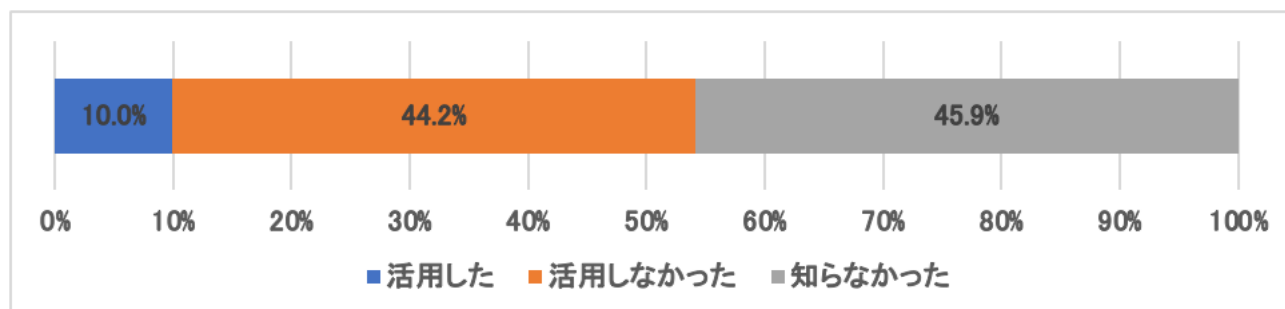


上記の出費を内容別に集計し、未出費の人も含めての割合を算出すると、次のような結果となった。

- ・「往復の交通費」は、「1円以上5千円未満」が59.7%（前回：58.8%）と最も多く、次いで「2万円以上5万円未満」が20.1%（前回：20.7%）となっており、前回同様に近県からの参加者の多さを反映している。
- ・「宿泊費」は、「1円以上1万円未満」が4.5%（前回：6.5%）で、「1万円以上2万円未満」が11.8%（前回：11.8%）となっており、リーズナブルな価格帯となっている。
- ・「物販購入費」は、「0円」が25.9%（前回：30.0%）と減少しているが、「1円以上2万円未満」が63.8%（前回：61.6%）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38.0%（前回：36.4%）と最も多く、「5千円以上2万円未満」が31.4%（前回：31.0%）となり、セントラルフィニッシュの効果がうかがえる。

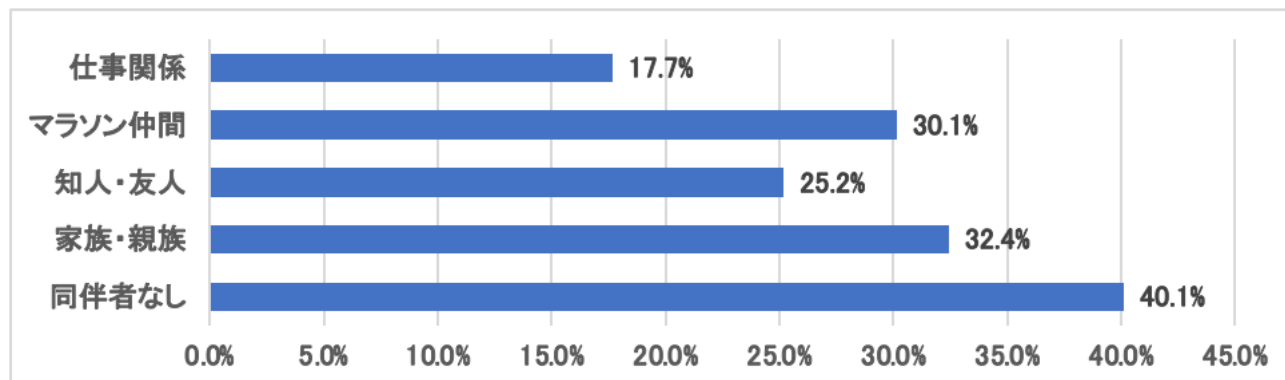
・「施設入場料」は、「5千円未満」が9.2%（前回：9.0%）となっており、出費は少ない。
 このように主な出費は、「交通費」、「物販購入費」、「飲食費」となっている。

■大阪マラソン DESSE 2026 の活用について



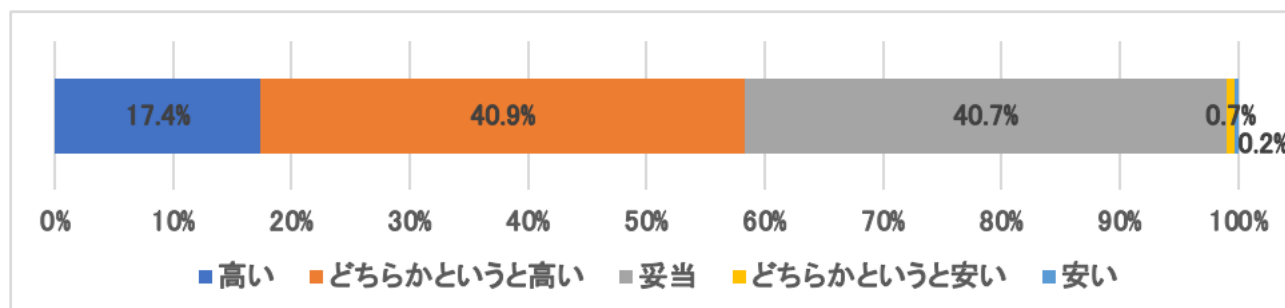
大阪マラソン DESSE2026 の活用について、「知らなかった」が45.9%（前回：58.8%）と知名度は上がっているものの、「活用した」が10.0%（前回：7.7%）とそれほど増加していない。

■同伴者との関係



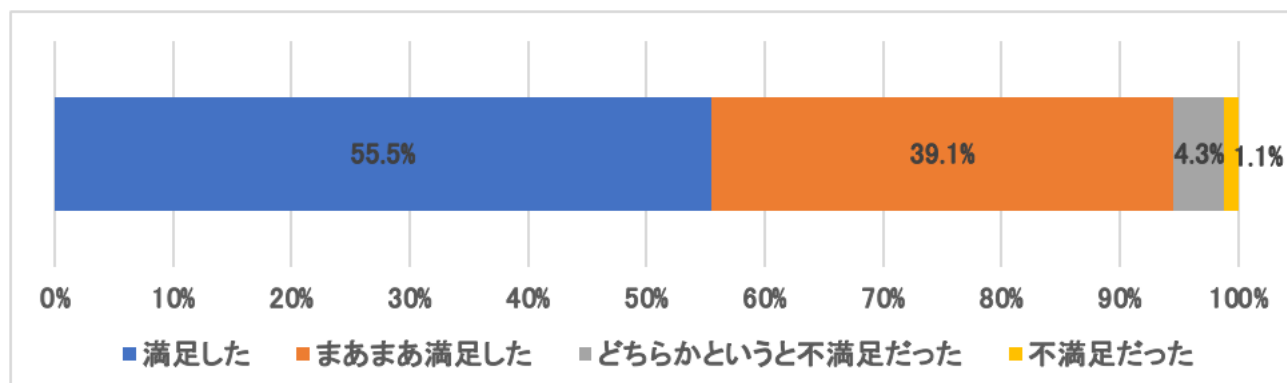
大会への同伴者については、「同伴者なし」が40.1%（前回：38.8%）と6割の国内ランナーは同伴者と参加しており、その内訳は、重複を含めて、「家族・親族」が32.4%（前回：30.1%）、「マラソン仲間」が30.1%（前回：34.3%）、「知人・友人」が25.2%（前回24.9%）であった。

■参加料



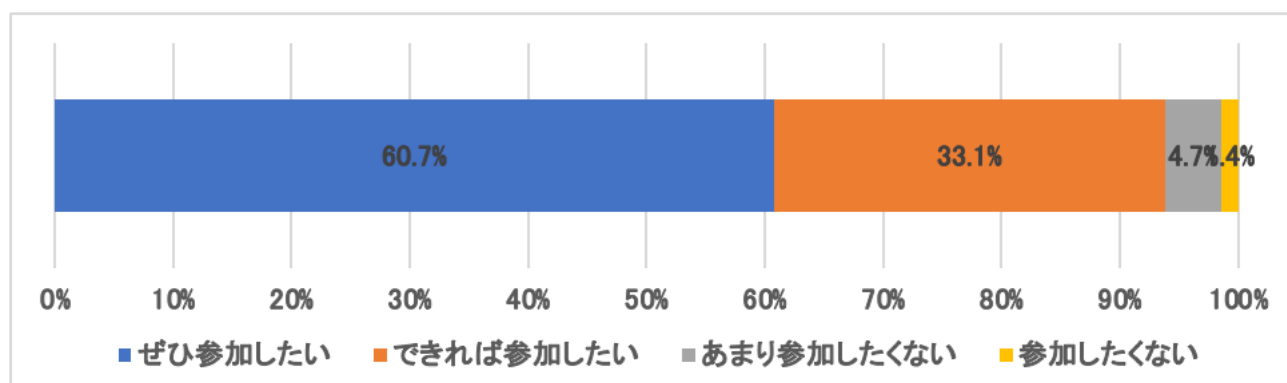
大阪マラソン 2026 の参加料について、他のマラソン大会と比較して「妥当」が40.7%（前回：27.0%）と増加し、「高い」が17.4%（前回：31.6%）と減少している。また、「どちらかという和高い」が40.9%（前回：41.0%）と変わらない。これは、コストパフォーマンスの点から考えれば、参加の満足度と関係しており、今回は、前回より満足度が上がったことが影響していると考えられる。

■大阪マラソン 2026 の満足度



大阪マラソン 2026 に「満足した」が 55.5%(前回：21.2%)、「まあまあ満足した」が 39.1%（前回：40.5%）で、全体的に 94.6%と満足度が前回の 61.7%に比べて大幅に増加している。

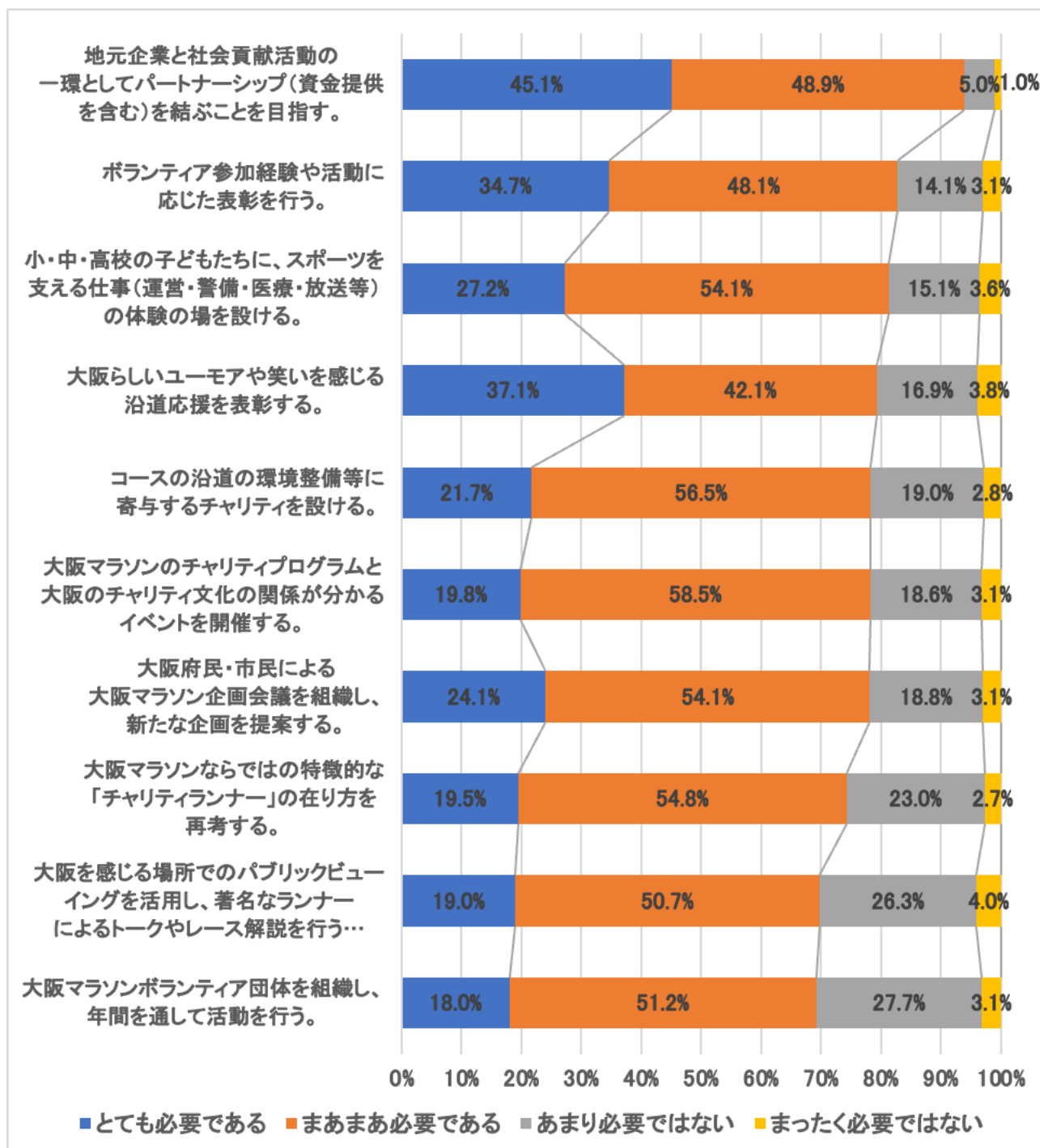
■大阪マラソン 2027 への参加希望



来年の大阪マラソン 2027 への参加意欲は、「ぜひ参加したい」が 60.7%（前回：29.3%）、「できれば参加したい」が 33.1%（前回：38.9%）となっており、全体的には 93.8%（前回：68.2%）と多くの国内ランナーが次回への参加を希望している。

(2) 大阪マラソン 2026 の運営について

■これからの大阪マラソンをさらに良くしていくための新しい取り組みについて(上位 10 位)



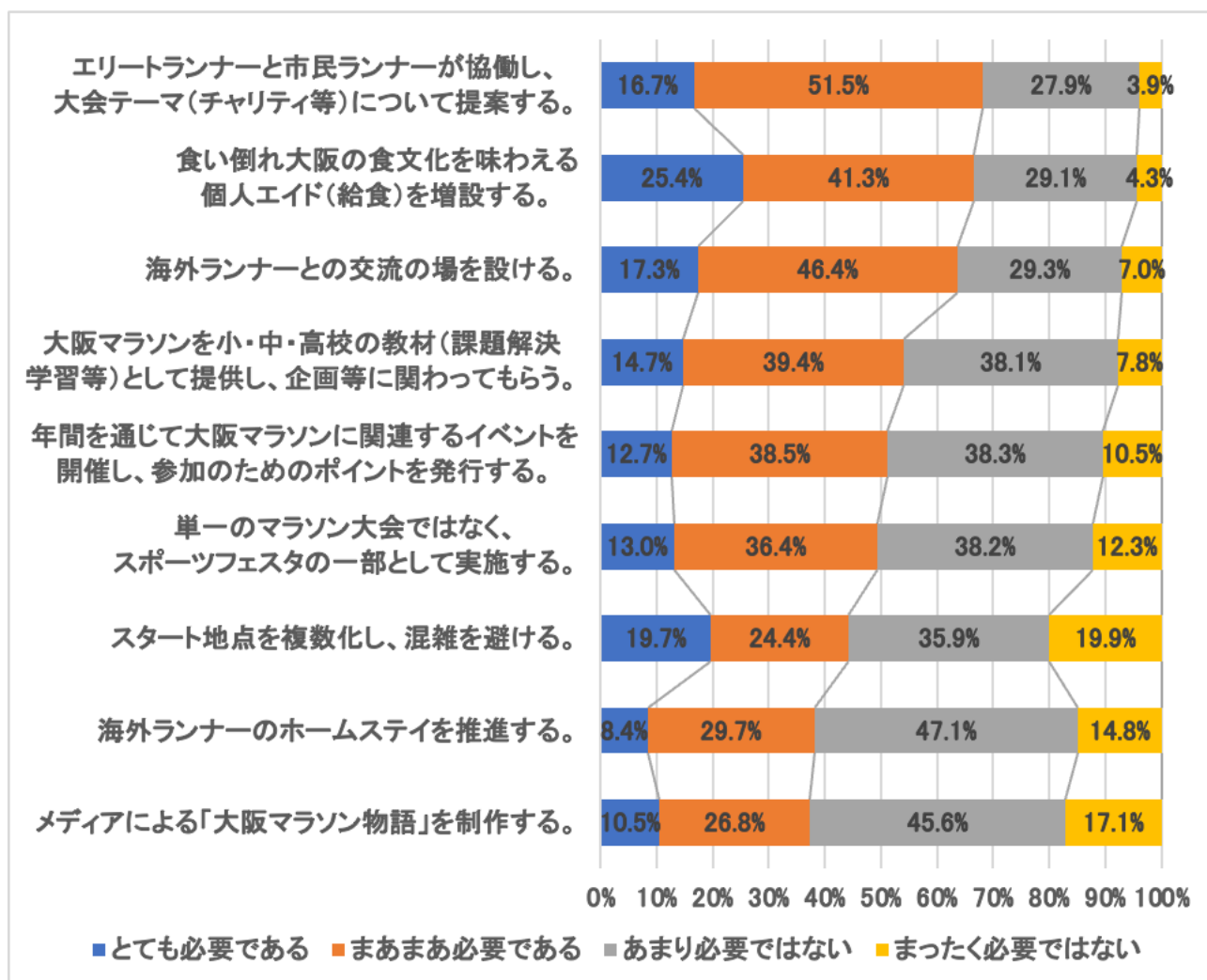
これからの大阪マラソンをさらに発展させていくための新たな取り組みについて尋ねたところ、上位 10 項目として以下の提案が支持された(「とても必要である」と「まあまあ必要である」を合計した割合で考察する)。

- ①「地元企業と社会貢献活動の一環としてパートナーシップ(資金提供を含む)を結ぶことを目指す」が 94.0%と最も高く、大阪という地域性を意識した地元企業による支援が期待されている。

- ②「ボランティア参加経験や活動内容に応じた表彰を行う」が82.8%となり、大阪マラソンを支えるボランティアに光を当て、感謝の意を表彰という形で示すことが望まれている。
- ③「小・中・高校生に対して、スポーツを支える仕事（運営・警備・医療・放送等）の体験機会を設ける」が81.3%であり、次世代の大阪マラソンを支える人材育成とともに、子どもたちにとっての教育的機会としても期待されている。
- ④「大阪らしいユーモアや笑いを感じさせる沿道応援を表彰する」が79.2%となり、ランナーに活力を与える大阪独自の応援文化を大阪マラソンの魅力として発信することが期待されている。
- ⑤「コース沿道の環境整備等に寄与するチャリティを設ける」が78.2%であり、ランナーの走行環境の向上に加え、沿道住民への感謝をチャリティという形で示す取り組みとして支持されている。
- ⑥「大阪マラソンのチャリティプログラムと大阪のチャリティ文化との関係が理解できるイベントを開催する」が78.3%となった。大阪のチャリティ文化への理解を深めることで、大阪マラソンがチャリティマラソンを目指す意義を共有し、参加価値の向上につながることを期待されている。
- ⑦「大阪府民・市民による大阪マラソン企画会議を組織し、新たな企画を提案する」が78.2%であり、大阪マラソンを府民・市民主体で運営することで、都市型市民マラソンとしての定着と当事者意識の醸成が期待されている。
- ⑧「大阪マラソンならではの特徴的な『チャリティランナー』の在り方を再考する」が74.3%となり、他の市民マラソンにはない独自のチャリティランナー像を提示することで、チャリティマラソン本来の意義を再確認する必要性が示されている。
- ⑨「大阪を感じられる場所でパブリックビューイングを活用し、著名ランナーによるトークやレース解説を行う『観戦プログラム』を展開する」は69.7%であり、市民マラソンにおける新たな観戦スタイルを創出することで、観客誘致につなげることが期待されている。
- ⑩「大阪マラソンボランティア団体を組織し、年間を通じた活動を行う」は69.2%となり、ボランティア活動を一過性のものに終わらせるのではなく、経験を蓄積し継続的に活動する組織として発展させる必要性が示されている。

以上の調査結果から、大阪マラソンには地域企業との連携やボランティア支援、子どもたちへの教育機会、チャリティ文化の発信など、地域社会と結びついた大会運営が強く期待されていることが明らかとなった。また、大阪らしいユーモアや観戦プログラムなど、「大阪らしさ」を活かした魅力づくりへの支持も高く、市民参加型の都市マラソンとして発展を求める意識が示されている。

■これからの大阪マラソンをさらに良くしていくための新しい取り組みについて（11位から19位）



これからの大阪マラソンをさらに発展させていくための新たな取り組みについて尋ねた結果、否定的な回答の割合が比較的高かった下位9項目として、次の提案があげられた（「あまり必要でない」と「まったく必要ではない」を合計した割合で考察する）。

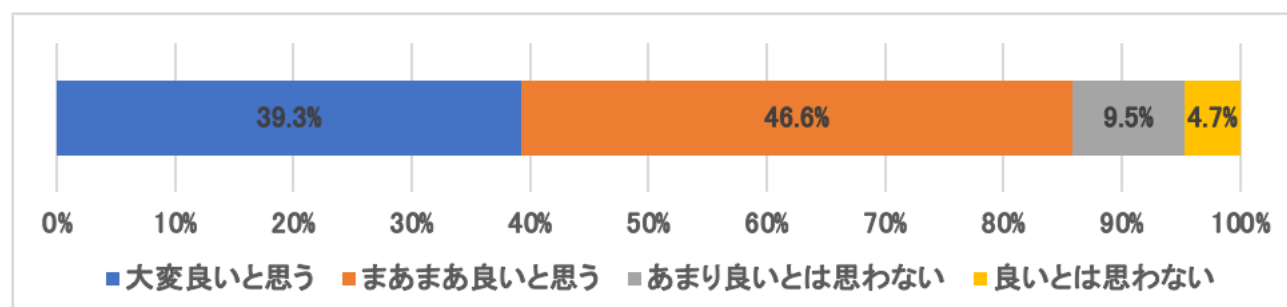
- ⑪「エリートランナーと市民ランナーが協働し、大会テーマ（チャリティ等）について提案する」が31.8%であり、大会テーマの提案にランナー自身に関与することについては、比較的消極的な傾向が見られた。
- ⑫「食い倒れ大阪の食文化を味わえる個人エイド（給食）を増設する」が33.4%となり、既存の「まいどエイド」（市商連）に加えて個人エイドを増設することについては、慎重な意見が多く見られた。
- ⑬「海外ランナーとの交流の場を設ける」が36.3%であり、海外ランナーと国内ランナーとの交流促進については、積極的な支持は限定的であった。
- ⑭「大阪マラソンを小・中・高校の教材（課題解決学習等）として提供し、企画等に関わってもらおう」が45.9%となり、子どもたちが大阪マラソンの企画運営に関与することについては、否定的な意見が比較的多く見られた。

- ⑮「年間を通じて大阪マラソンに関連するイベントを開催し、参加のためのポイントを発行する」が48.8%であり、イベント参加に応じたポイント制度によって優先的参加権を付与する仕組みに対しては、否定的な傾向が見られた。
- ⑯「単一のマラソン大会ではなく、スポーツフェスタの一部として実施する」が50.5%となり、大阪マラソンを複合型イベントとして実施することについては、反対意見が過半数を占めた。
- ⑰「スタート地点を複数化し、混雑を避ける」が55.8%であり、スタート時の混雑緩和を目的とした複数地点スタート制については、否定的な意見が多かった。
- ⑱「海外ランナーのホームステイを推進する」が61.9%となり、海外ランナーを対象としたホームステイの推進については、強い慎重姿勢が示された。
- ⑲「メディアによる『大阪マラソン物語』を制作する」が62.7%であり、大阪マラソンを題材とした物語コンテンツの制作については、否定的な傾向が最も強く見られた。

調査結果から、回答者は大阪マラソンの大規模な運営変更や周辺的な企画拡張に対して慎重な姿勢を示していることが分かった。特に、複数地点スタート制やホームステイ、メディアによる物語化には否定的意見が多く、大会の一体感や既存の運営スタイルを重視する傾向が見られた。また、ポイント制度や子どもの企画参加についても積極的支持は限定的であった。

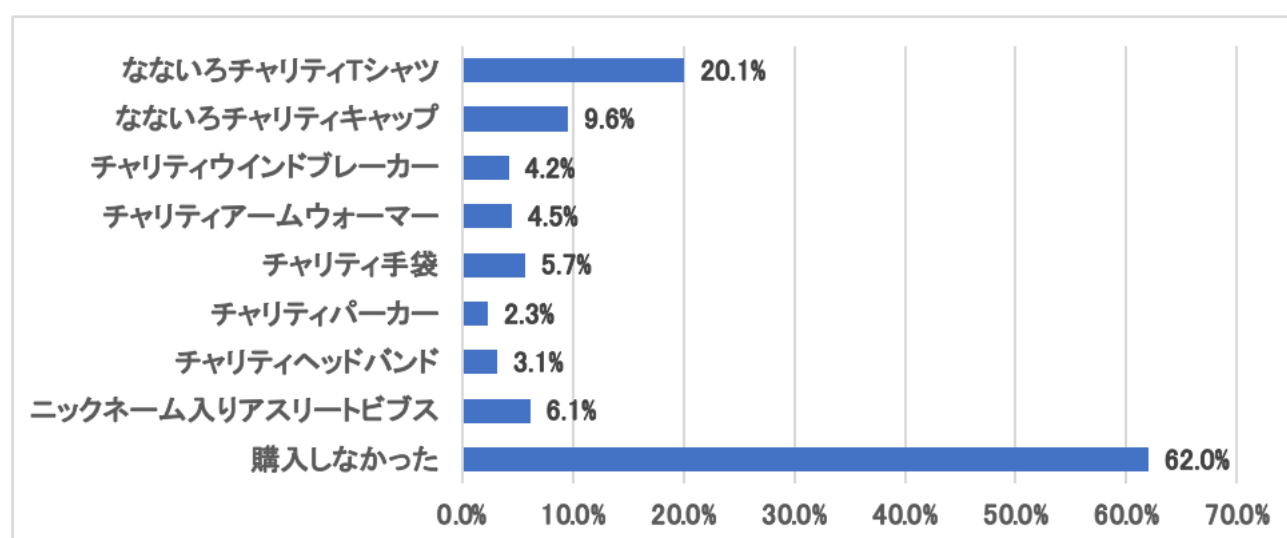
(3) チャリティについて

■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



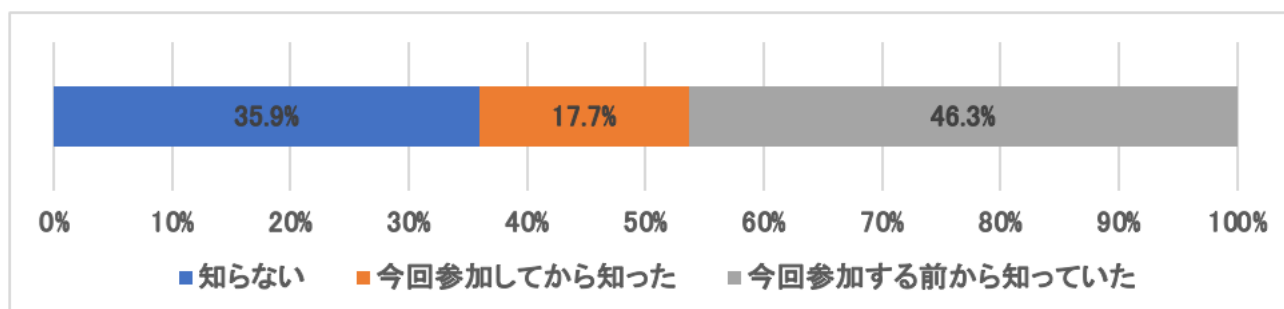
参加ランナー全員に 2 口以上の寄付をお願いしていることについて、「大変良いと思う」が 39.3%（前回：31.9%）、「まあまあ良いと思う」が 46.6%（前回：47.6%）と 8 割の国内ランナーが 2 口以上の寄付を肯定的に捉えている。

■チャリティグッズの購入について



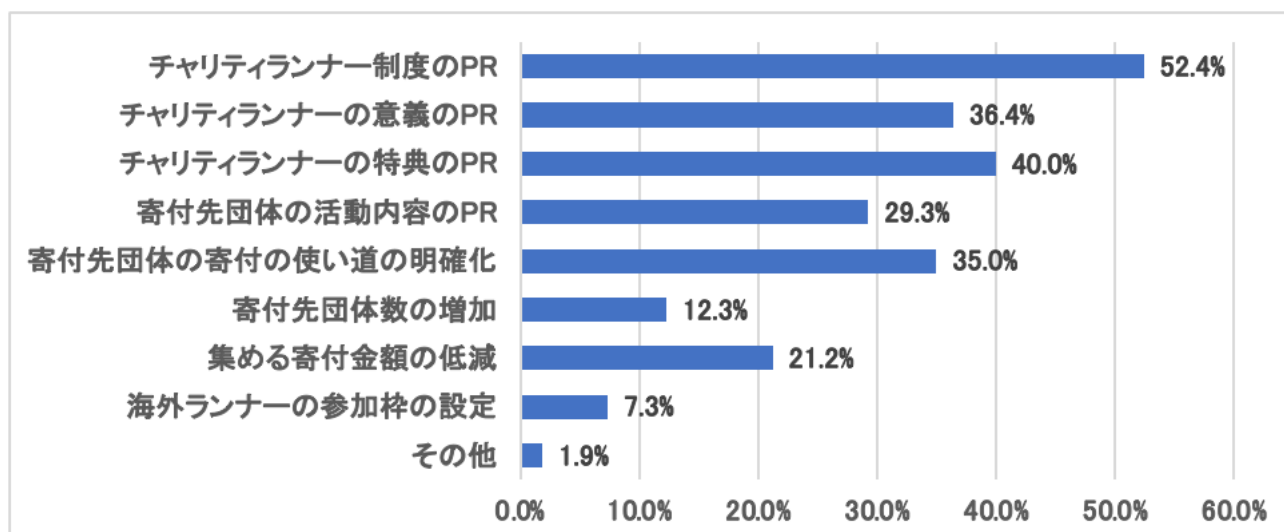
チャリティグッズの購入については、「なないろチャリティ T シャツ」が 20.1%（前回：16.7%）と最も多く、次いで「なないろチャリティキャップ」が 9.6%（前回：7.2%）、「チャリティ手袋」が 5.7%であった。一方、「購入しなかった」は 62.0%（前回：70.2%）と前回大会と比較してチャリティグッズを購入している人は増加しているが、依然として、チャリティマラソンとしての大阪マラソンのイメージが定着していないといえる。

■チャリティランナー制度について



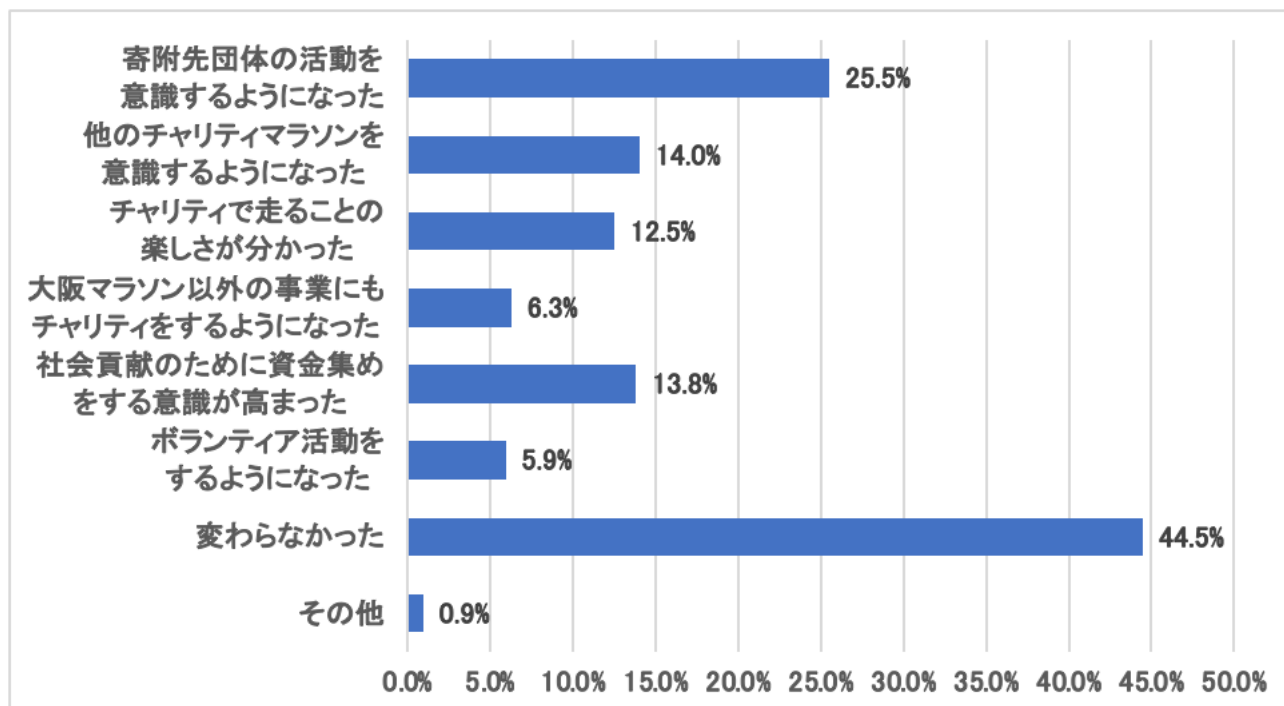
チャリティランナー制度について、「今回参加する前から知っていた」が 46.3%（前回：40.6%）、「今回参加してから知った」が 17.7%（前回：16.7%）とランナーの 6 割が認知しており、「知らない」が 35.9%（前回：42.6%）であり、チャリティランナー制度の認知度は上がっている。

■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 52.4%（前回：47.0%）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%（前回：36.7%）、「チャリティランナーの意義の PR」が 36.4%（前回：31.8%）であり、チャリティランナー制度の認知の向上を求めている。また、「寄付先団体の寄付の使い道の明確化」が 35.0%（前回：34.1%）、「寄付先団体の活動内容の PR」が 29.3%（前回：26.8%）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 21.2%（前回：18.7%）で、「寄付先団体数の増加」は 12.3%（前回：8.2%）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、「寄附先団体の活動を意識するようになった」が25.5%（前回：17.0%）、「他のチャリティマラソンを意識するようになった」が14.0%（前回：11.9%）、「社会貢献のために資金集めをする意識が高まった」が13.8%（前回：9.9%）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前回大会よりも増加している。一方、「変わらなかった」が44.5%（前回：55.6%）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がみられるが、依然として課題が残る結果となった。

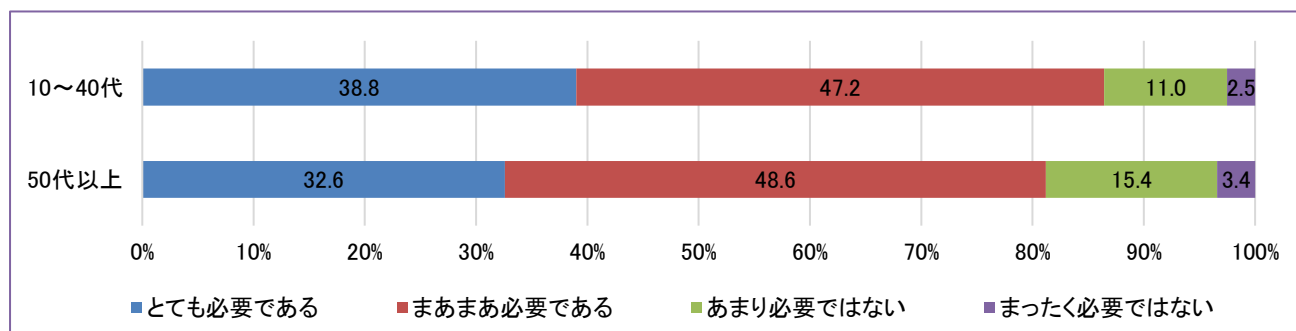
1-2. 国内ランナーが必要と考える新しい取り組みの特性別違い

「これからの大阪マラソンをさらに良くしていくために、どのような新しい取り組みが必要でしょうか」について、19項目を「とても必要である」から「まったく必要ではない」までの4段階で評価してもらった。その評価で必要であるとする割合が高い上位10項目について、国内ランナーの特性別（①年齢、②居住地域、③大阪マラソンの参加回数、④市民マラソン参加回数、⑤完走時間、⑥満足度）にクロス分析を行った。統計処理にはSPSS30.0Jを用い、カイ2乗検定により、有意水準は1%未満とした。

①年代別

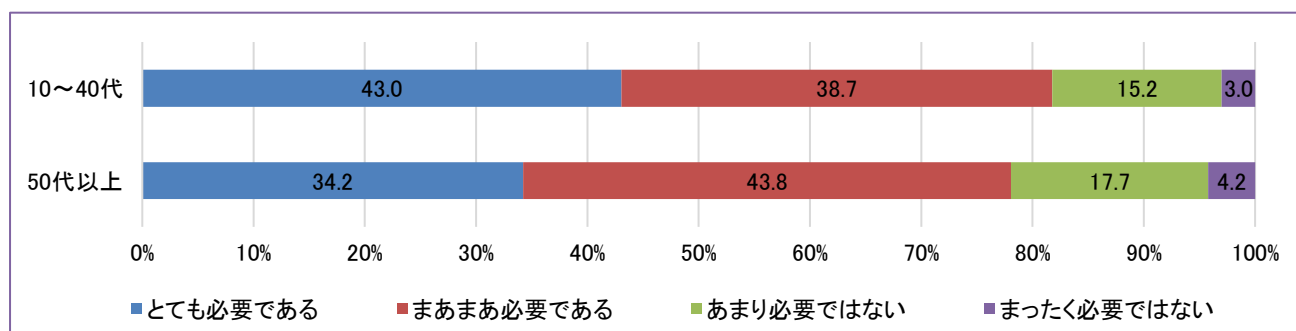
参加ランナーを「10～40代（955名）」と「50代以上（1934名）」に分類し、これからの大阪マラソンに必要な新しい取り組みについての回答の割合の差を比較した。

■ボランティア参加経験や活動に応じた表彰を行う。



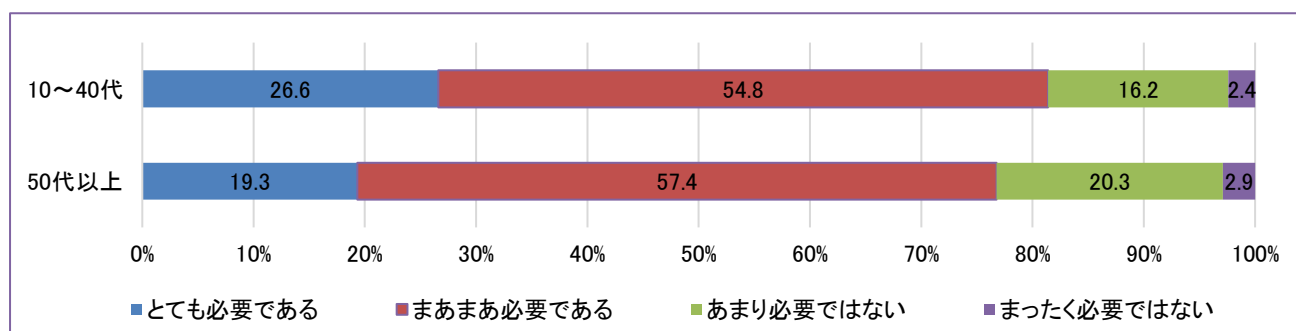
「10～40代」と「50代以上」で回答の割合に有意な差（ $p<0.01$ ）がみられ、「10～40代」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪らしいユーモアや笑いを感じる沿道応援を表彰する。



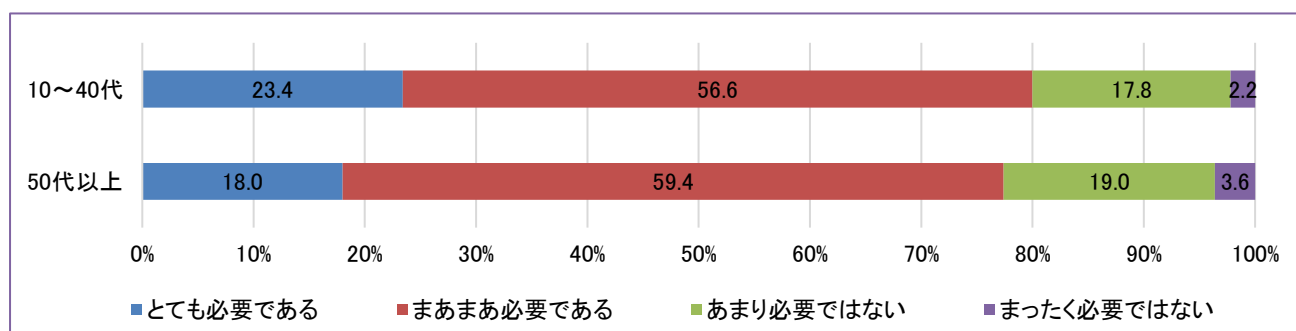
「10～40代」と「50代以上」で回答の割合に有意な差（ $p<0.001$ ）がみられ、「10～40代」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■コースの沿道の環境整備等に寄与するチャリティを設ける。



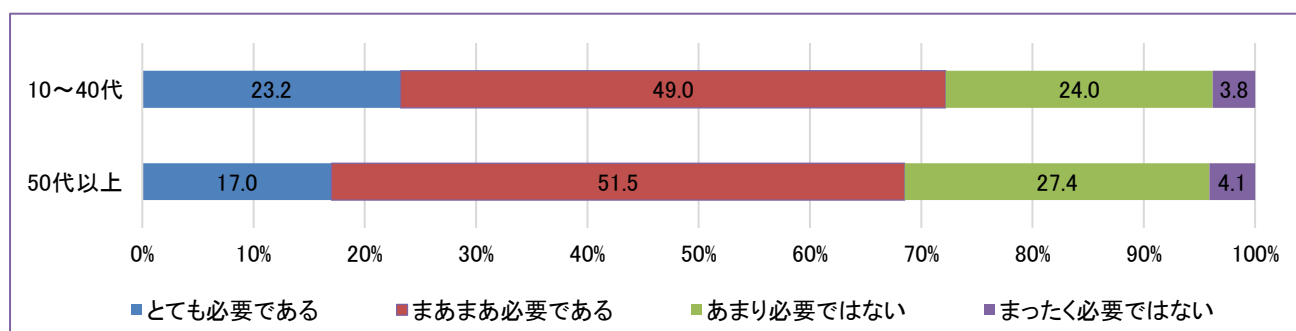
「10～40代」と「50代以上」で回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10～40代」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪マラソンのチャリティプログラムと大阪のチャリティ文化の関係が分かるイベントを開催する。



「10～40代」と「50代以上」で回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10～40代」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪を感じる場所でのパブリックビューイングを活用し、著名なランナーによるトークやレース解説を行う「観戦プログラム」を実施する。

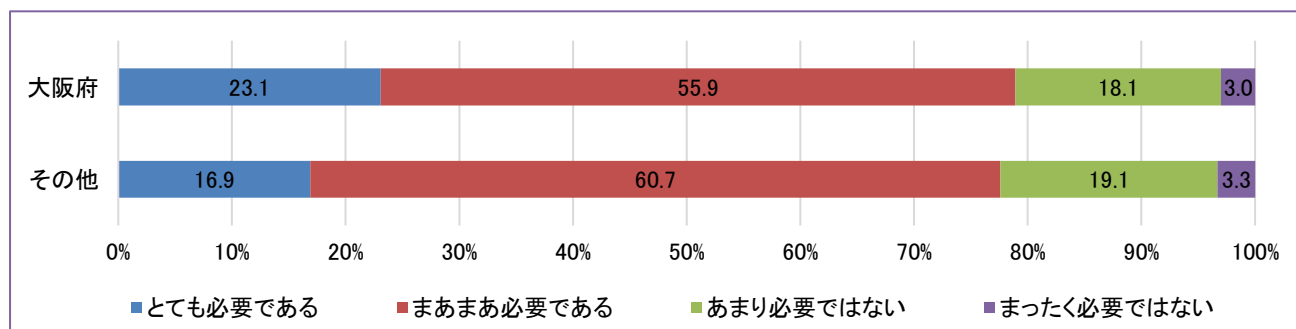


「10～40代」と「50代以上」で回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10～40代」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

②居住地域別

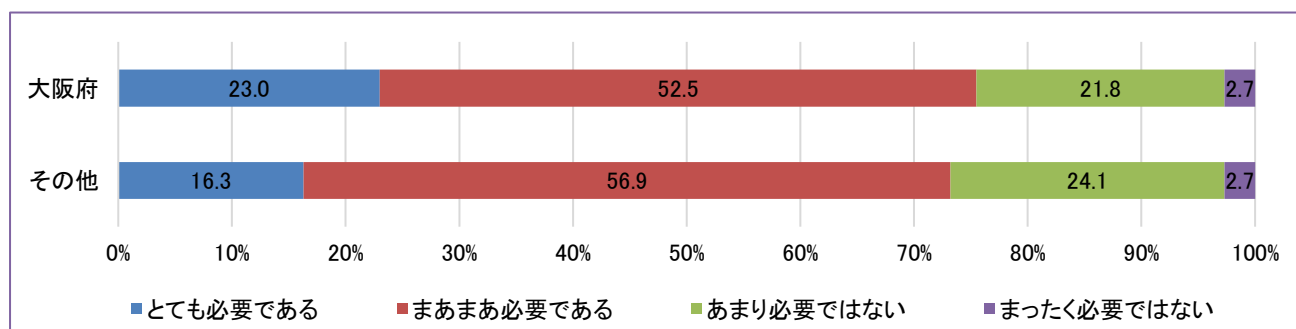
参加ランナーの居住地を「大阪府（1351名）」と「その他（1538名）」に分類し、これからの大阪マラソンに必要な新しい取り組みについての回答の割合の差を比較した。

■大阪マラソンのチャリティプログラムと大阪のチャリティ文化の関係が分かるイベントを開催する。



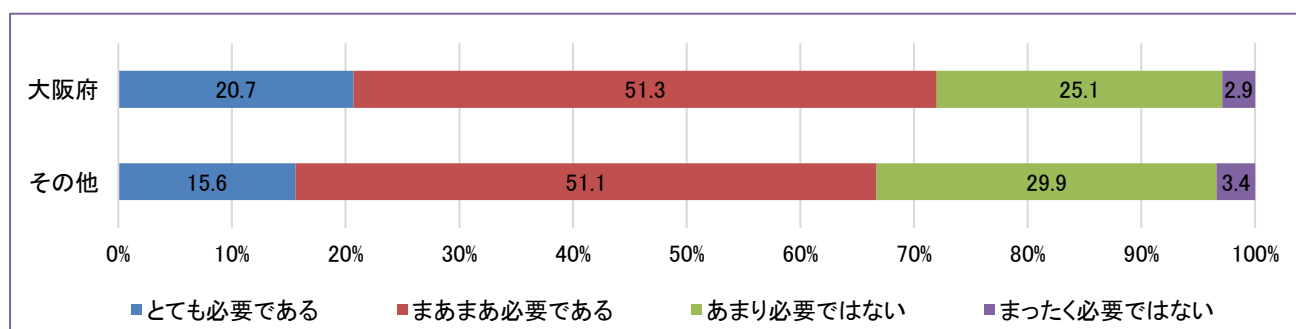
「大阪府」と「その他」で回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「大阪府」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪マラソンならではの特徴的な「チャリティランナー」の在り方を再考する。



「大阪府」と「その他」で回答の割合に有意な差 ($p < 0.001$) がみられ、「大阪府」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪マラソンボランティア団体を組織し、年間を通して活動を行う。



「大阪府」と「その他」で回答の割合に有意な差 ($p < 0.01$) がみられ、「大阪府」で「とても必要である」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

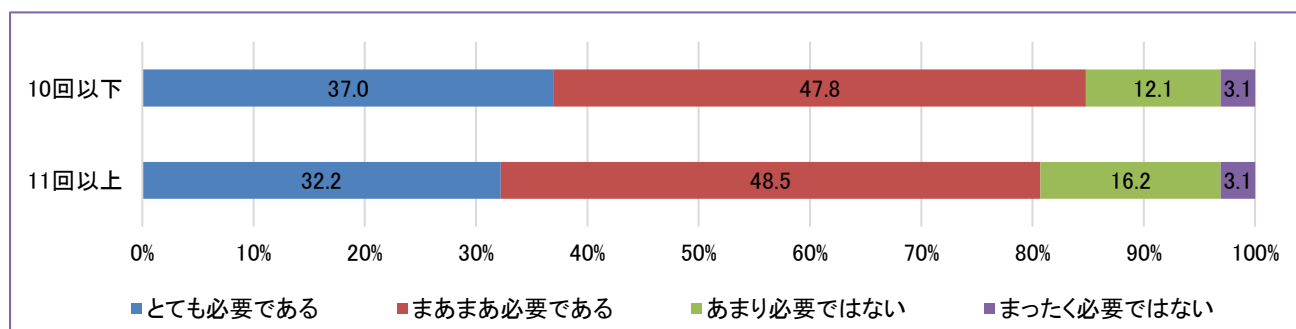
参加ランナーにおける大阪マラソンの参加回数を「今回が初めて（855 名）」と「2 回以上（2034 名）」に分類し、これからの大阪マラソンに必要な新しい取り組みについての回答の割合の差を比較した。

その結果、有意な差はみられなかった。

④市民マラソン参加回数別

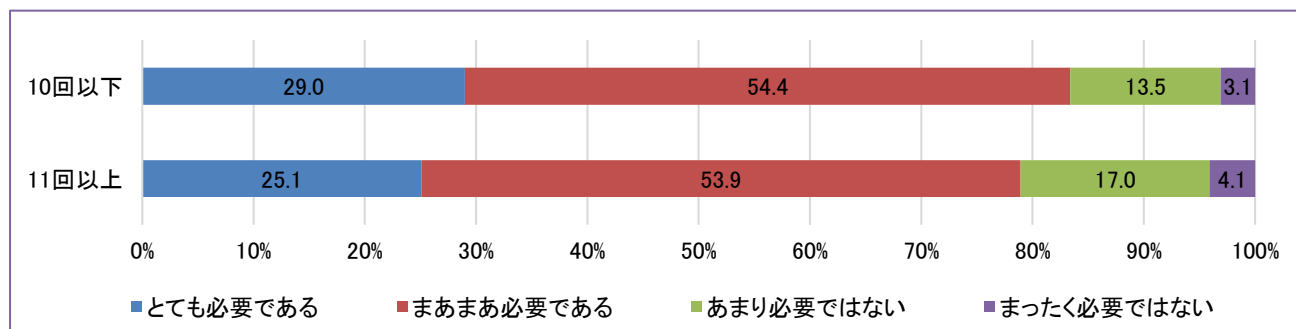
参加ランナーにおける市民マラソンの参加回数を「10 回以下（1515 名）」と「11 回以上（1374 名）」に分類し、これからの大阪マラソンに必要な新しい取り組みについての回答の割合の差を比較した。

■ボランティア参加経験や活動に応じた表彰を行う。



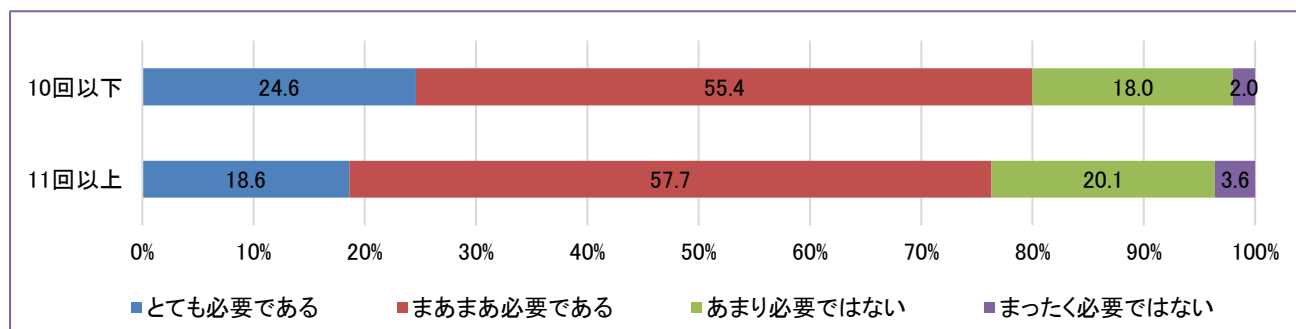
「10 回以下」と「11 回以上」で回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10 回以下」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■小・中・高校の子どもたちに、スポーツを支える仕事（運営・警備・医療・放送等）の体験の場を設ける。



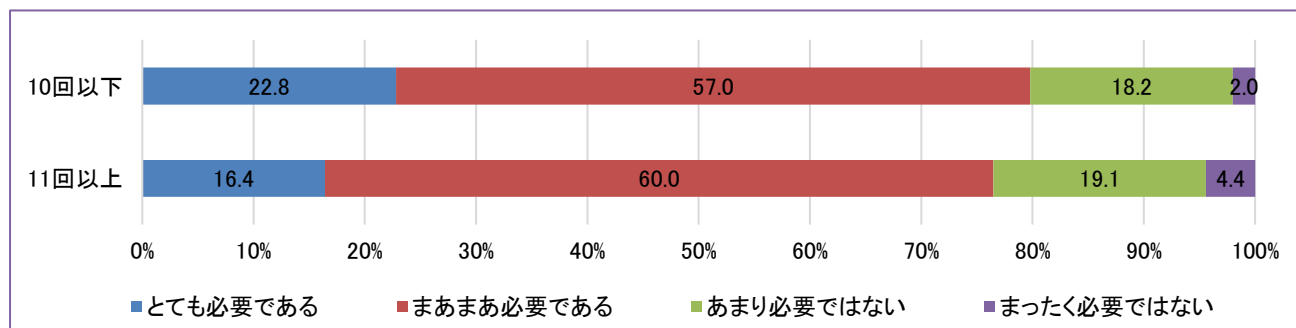
「10 回以下」と「11 回以上」で回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10 回以下」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■コースの沿道の環境整備等に寄与するチャリティを設ける。



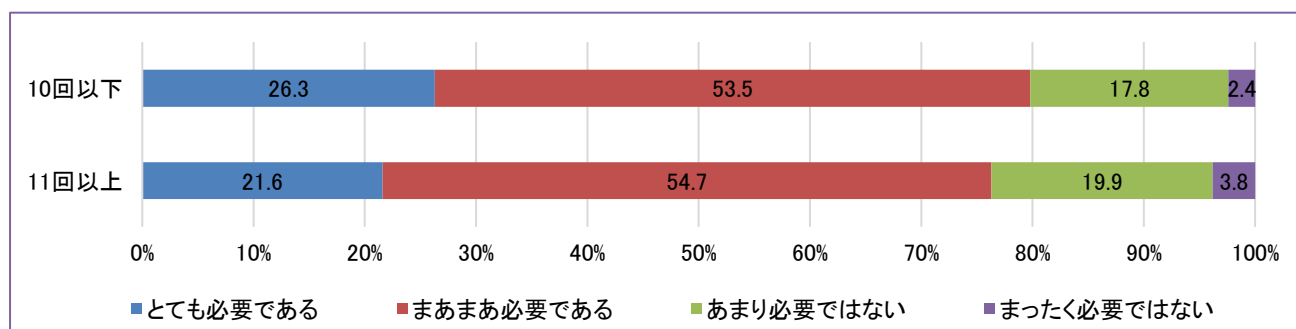
「10 回以下」と「11 回以上」で回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10 回以下」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪マラソンのチャリティプログラムと大阪のチャリティ文化の関係が分かるイベントを開催する。



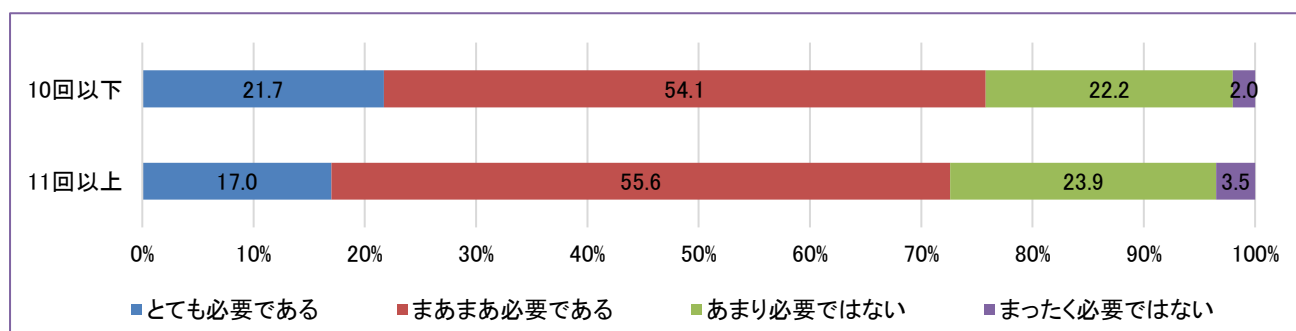
「10 回以下」と「11 回以上」で回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「10 回以下」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪府民・市民による大阪マラソン企画会議を組織し、新たな企画を提案する。



「10 回以下」と「11 回以上」で回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10 回以下」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪マラソンならではの特徴的な「チャリティランナー」の在り方を再考する。



「10回以下」と「11回以上」で回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10回以下」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

⑤完走時間別

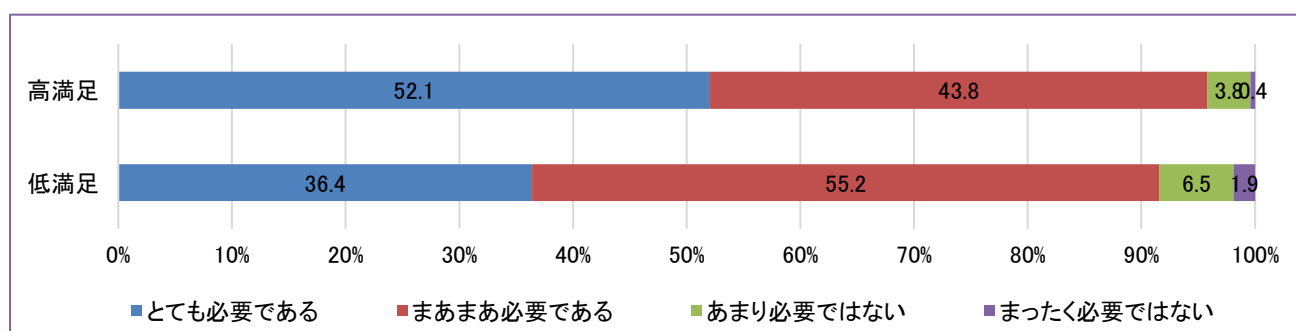
参加ランナーを「5時間未満で完走 (1653名)」と「5時間以上で完走 (1236名)」(未完走者 162名含む) に分類し、これからの大阪マラソンに必要な新しい取り組みについての回答の割合の差を比較した。

その結果、有意な差はみられなかった。

⑥大阪マラソン 2026 の満足度

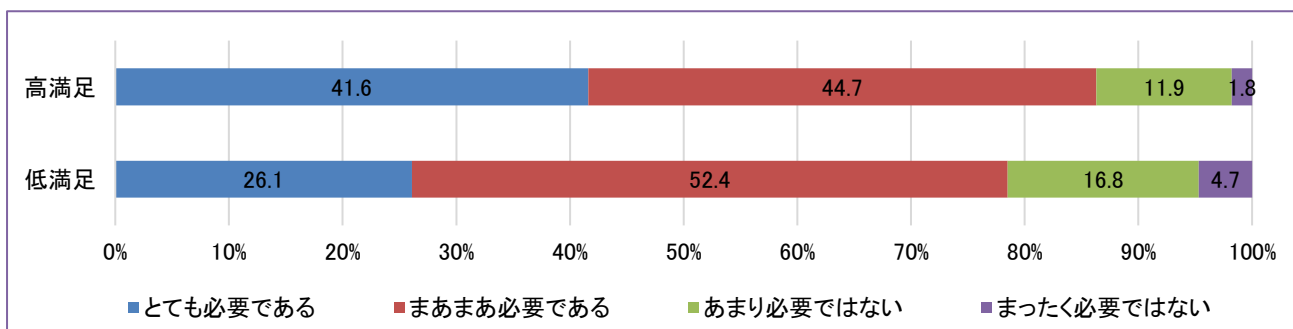
「大阪マラソン 2026 に満足されましたか」という質問に対して、「満足した」と回答した人を「高満足 (1602名)」、「まあまあ満足した」、「どちらかという不満足だった」、「不満足だった」と回答した人を「低満足 (1287名)」に分類し、これからの大阪マラソンに必要な新しい取り組みについての回答の割合の差を比較した。

■地元企業の資金提供 (パートナーシップ) を進める。



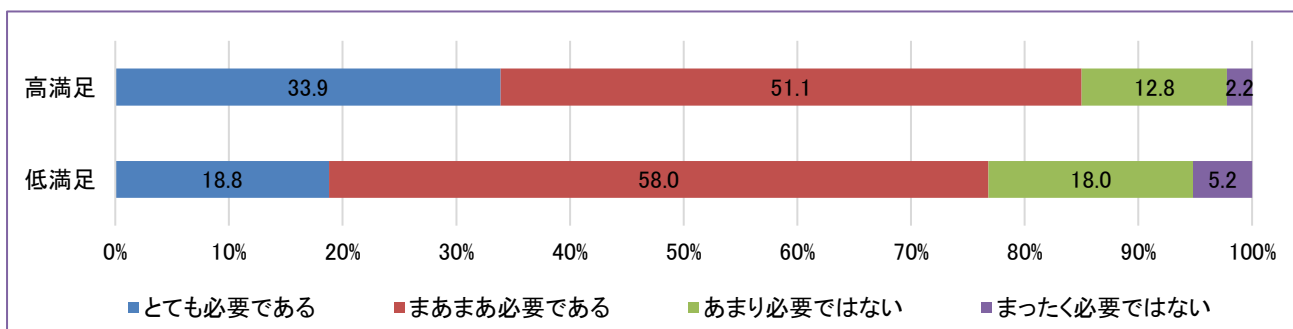
「高満足」と「低満足」で回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■ボランティア参加経験や活動に応じた表彰を行う。



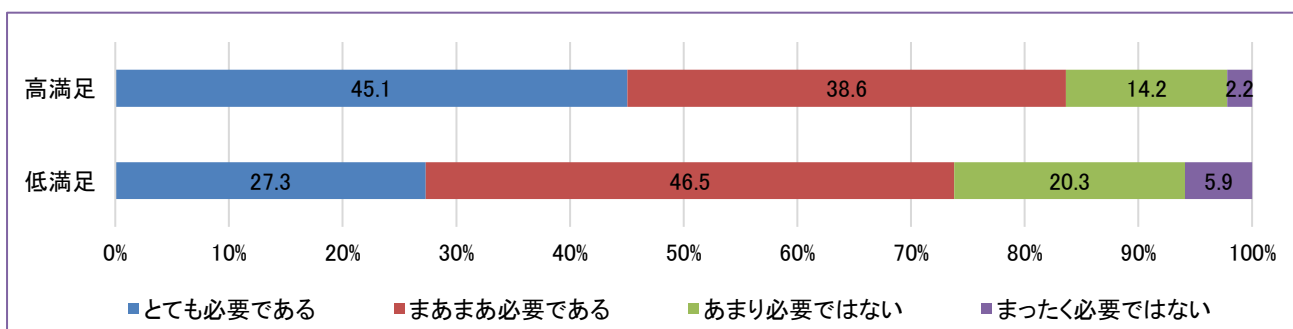
「高満足」と「低満足」で回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■小・中・高校の子どもたちに、スポーツを支える仕事（運営・警備・医療・放送等）の体験の場を設ける。



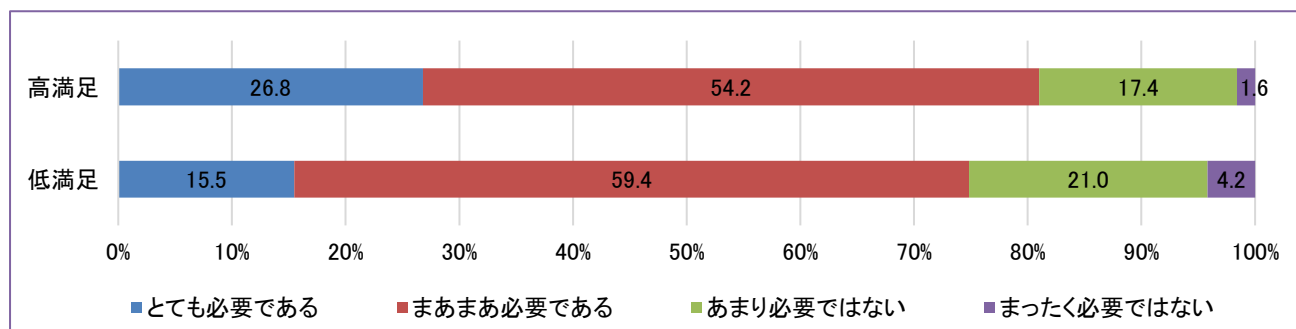
「高満足」と「低満足」で回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪らしいユーモアや笑いを感じる沿道応援を表彰する。



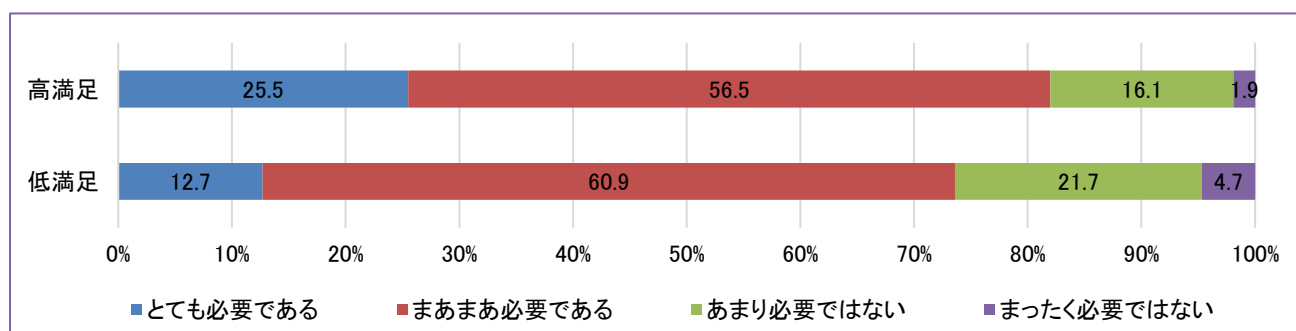
「高満足」と「低満足」で回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■コースの沿道の環境整備等に寄与するチャリティを設ける。



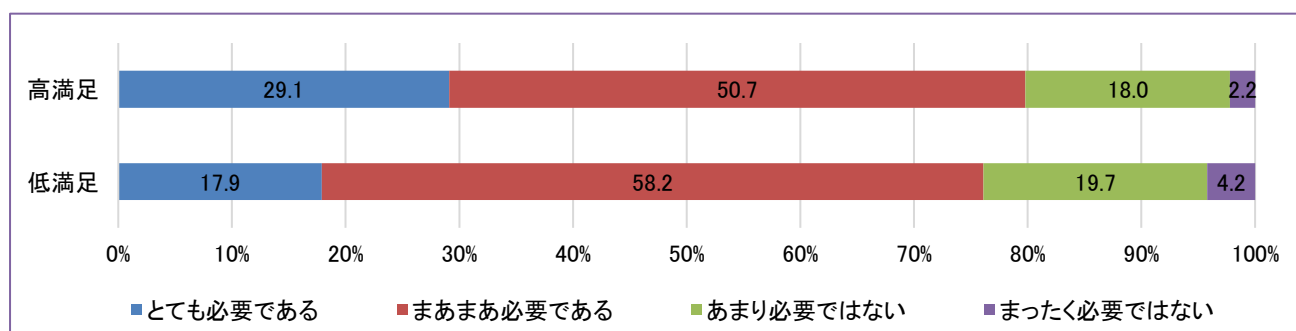
「高満足」と「低満足」で回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪マラソンのチャリティプログラムと大阪のチャリティ文化の関係が分かるイベントを開催する。



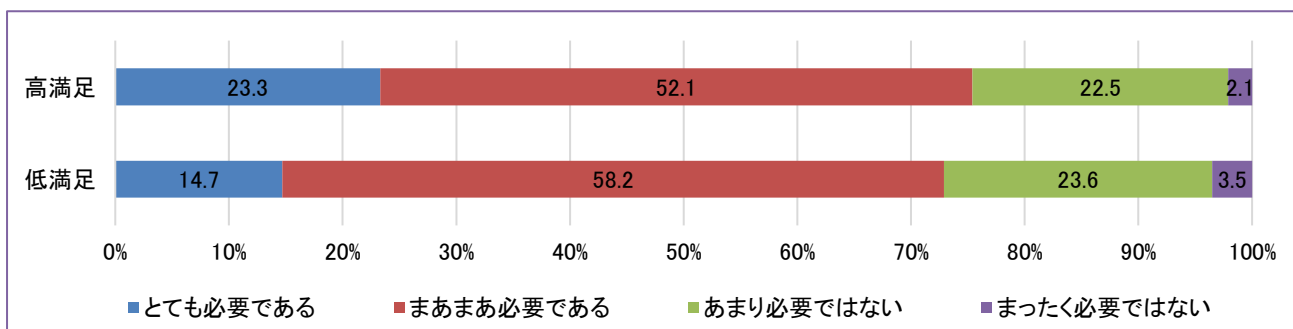
「高満足」と「低満足」で回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪府民・市民による大阪マラソン企画会議を組織し、新たな企画を提案する。



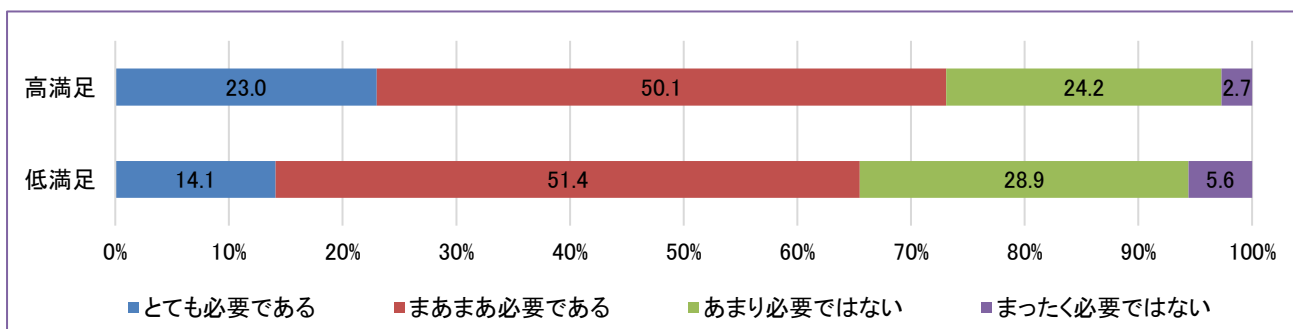
「高満足」と「低満足」で回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪マラソンならではの特徴的な「チャリティランナー」の在り方を再考する。



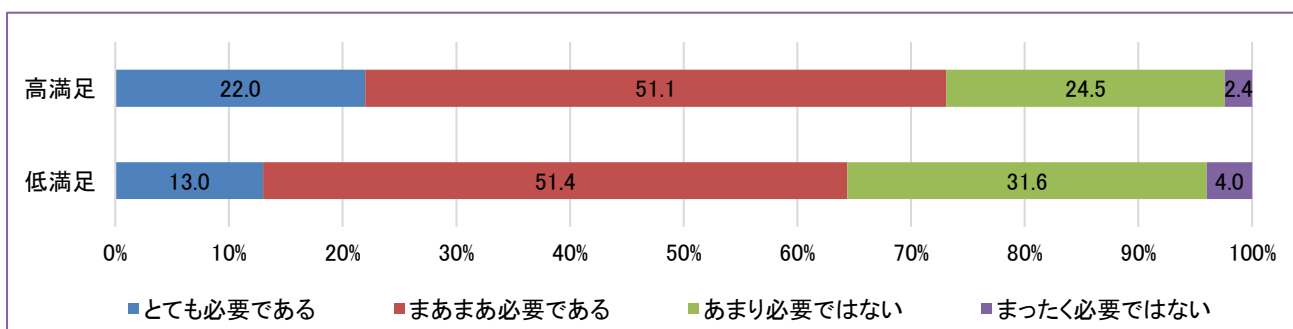
「高満足」と「低満足」で回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪を感じる場所でのパブリックビューイングを活用し、著名なランナーによるトークやレース解説を行う「観戦プログラム」を実施する。



「高満足」と「低満足」で回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪マラソンボランティア団体を組織し、年間を通して活動を行う。



「高満足」と「低満足」で回答の割合に有意な差 ($p<0.001$) がみられ、「高満足」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

1－3．国内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

自由記述について、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ーの分析を行った。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出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。階層的クラスターの分析とは、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分析を行うために開発されたソフトウェアである樋口耕一（2023）の KH Coder（ver. 3.03a）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（2,889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、感動詞、地名、副詞可能）を対象とした。また、前処理として、「思う」「感じる」「できる」など分析上有用性が低いと判断される語を除外語として設定したうえで分析を行った。

※品詞の名称は KH Coder の表記に準ずる。

■ 頻出語上位 50 語

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
ありがとう	310	スタッフ	83
大会	279	地点	78
参加	277	エイド	77
ランナー	250	導線	77
今回	243	素晴らしい	74
スタート	241	大変	74
ボランティア	219	大阪	71
トイレ	195	来年	71
走る	195	コース	70
改善	183	沿道	70
良い	176	混雑	70
荷物	163	紙コップ	69
時間	158	暑い	60
ゴール	150	受付	59
給水	139	大阪マラソン	57
昨年	134	完走	53
運営	126	前	53
人	117	スタート前	51
マラソン	116	増やす	48
スムーズ	105	嬉しい	47
多い	99	比べる	47
応援	91	無い	47
楽しい	88	預け	47
場所	88	必要	45
ブロック	85	対応	44

これらのうち、出現回数が 200 回以上となったのは、「ありがとう」、「大会」、「参加」、「ランナー」、「今回」、「スタート」、「ボランティア」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	給水(139)、紙コップ(69)、無い(47)、エイド(77)、暑い(60)	392
クラスター2	大阪(71)、受付(59)、素晴らしい(74)、対応(44)、スタッフ(83)、大阪マラソン(57)、完走(53)、大変(74)、嬉しい(47)、運営(126)、ありがとう(310)、ボランティア(219)、来年(71)、楽しい(88)、マラソン(116)、大会(279)、参加(277)	2,048
クラスター3	応援(91)、沿道(70)	161
クラスター4	人(117)、多い(99)、コース(70)、ランナー(250)、走る(195)	731
クラスター5	比べる(47)、ゴール(150)、導線(77)、荷物(163)、スムーズ(105)、改善(183)、昨年(134)、今回(243)、良い(176)	1,278
クラスター6	混雑(70)、必要(45)、前(53)、増やす(48)、トイレ(195)、スタート前(51)	462
クラスター7	場所(88)、預け(47)、スタート(241)、地点(78)、時間(158)、ブロック(85)	697

() 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：【給水とエイドの充実を】では、給水（139 回）、紙コップ（69 回）、無い（47 回）、エイド（77 回）、暑い（60 回）の用語が確認された。

ここでは、「給水が無くなったりしてました」、「こんなに暑くても給水、塩分タブレットが切れることなく、エイドも充実していました」、「エイドの塩タブレットが欲しかったがなくなっていた。そもそもの味が梅だったが苦手なので、ノーマルの味がよかった。終盤の給水で水がなくなっていたので、水は多めがいい」、「給水コップがなくなりペットボトルだけ置いているのは衛生的にも良くないと思います」、「給水の準備が間に合っていないのが時々気になりました」、「2025 年の残課題は全て対策出来ていた。しかし、給水所の紙コップが足りない」、「給水所の水から、紙コップ切れがきつい」、「給水スポットの数、給水の量が不足しており、脱水症状のような症状が出た」、「一つ目の給水でアクエリアスはたくさん余っているのに紙コップがなかったので給水できなかった」、「最後の給水で紙コップが少ないとか、飲み物のテーブルが後ろになったり、なくなったりしたものがあつた」、「33 キロ地点の「まいどエイド」がとても楽しみにしていました。その前にある給水で喉を潤しながら食べる予定でしたが、まさかに紙コップ切れで貰えませんでした」、「給水ポイントのゴミ箱が少なく、紙コップがたくさん散乱していた」、「暑かったんで、喉がカラカラで最初の給水がなくなってしまってためちやくちこたえました」、「とても暑く、すごく喉が渴いてるのに 5 キロ地点まで水分補給がなかったことも不満です」、「6 時間程度で走るランナーには給水所で水がなかったと聞いた。それは無いようにしてほしい」、「暑かったせいか、最初の給水所のコップ不足となっていて、2ℓ のペットボトルを渡されて、回し飲みをする事になっていたんで、改善してほしいと思う。無いよりはましですが」などの記述が見られた。

クラスター2：【運営スタッフ、ボランティアへの感謝】では、大阪（71 回）、受付（59 回）、素晴らしい（74 回）、対応（44 回）、スタッフ（83 回）、大阪マラソン（57 回）、完走（53 回）、大変（74 回）、嬉

しい (47 回)、運営 (126 回)、ありがとう (310 回)、ボランティア (219 回)、来年 (71 回)、楽しい (88 回)、マラソン (116 回)、大会 (279 回)、参加 (277 回) の用語が確認された。

ここでは、「運営の方々、ボランティアの方々が一生懸命で、とても素晴らしい大会だと感じました」、「総合的には大阪マラソンは素晴らしい大会で、参加する機会をいただけたことを非常に嬉しく思っています。関係者の皆様本当にありがとうございました」、「ボランティアさんの連携も素晴らしいものばかりでした」、「スタッフや運営の対応がとても素晴らしかったです。ありがとうございました」、「ボランティアのみなさんはとても素晴らしかった」、「素晴らしい大会を本当にありがとうございました。運営委員の方、ボランティアの方、応援していただいた方、たくさんの方に支えられて最後まで走りきることができ、一生の思い出がまた一つ増えました。本当に素晴らしい大会でした」、「本当に大阪マラソンは素晴らしい、めっちゃ楽しめて記録にも挑戦できる大会であり、またもちろん参加したくて仕方ない大会です」、「大会運営やボランティアの皆様ののおかげで、素晴らしい大会だと思います。大会を支えて頂ける皆様に感謝致します」、「素晴らしい大会です！来年もぜひ参加したい」、「来年も抽選が当たりましたら、家族総出で大会に参加させていただきたいです」、「参加者には見えない苦労も多々あったと思いますが、この大規模なイベントをこれからも続けてほしいので、来年以降も大変な思いをされるでしょうけど、引き続き尽力していただきたいです」、「ボランティアの方々の労いの声かけがとても嬉しかったです」などの記述が見られた。

クラスター3：【沿道の応援への感謝】では、応援 (91 回)、沿道 (70 回) の用語が確認された。

ここでは、「沿道の応援がとぎれないので頑張れました」、「沿道の声援が凄すぎて、感動したし元氣がもらえました」、「沿道の応援は本当に元氣が出ます」、「沿道の声援があるから私達は走れる事を実感しました」、「沿道の応援の人たちも、ランナーも例年より盛り上がっていると思います」、「沿道の応援も盛り上がっている」、「沿道の声援は苦しい時に踏ん張れる最高の元氣づけだと改めて思った」、「沿道の応援が途切れることなく声掛けも力になった」、「沿道の絶え間ない応援も励みになりました」、「沿道応援コンテストを企画して欲しい」、「日本一の大会になるように、応援しております」、「同伴者と、どこで応援するかを動画で確認したい。せっかく応援してくれてるのに、見逃してしまうから」などの記述が見られた。

クラスター4：【人数の多さとマナーの悪さの改善を】では、人 (117 回)、多い (99 回)、コース (70 回)、ランナー (250 回)、走る (195 回) の用語が確認された。

ここでは、「人が多すぎて、記録を狙えない」、「エリートランナーの基準が低く人数が多すぎる」、「以前走った時よりランナーの数が多すぎる」、「外国人ランナーのマナーが悪すぎて、走行中危険を感じることが多々あった。人数が多すぎるのでは?」、「人の多さ。これは仕方ないのか」、「10 キロくらいまでコースの道幅に比べてランナー数が多すぎて走りにくい」、「参加者数が多いため、他の大会と比べると走りにくい」、「人が多すぎて走りづらかったけど楽しい大会でした」、「当日ランナーが走りやすいようにもう少し対策いただければ嬉しい」、「走る側のマナーが少し悪いと感じた」、「ゆっくり走りながら飲んでいてと捨てたい時にゴミ箱がなかなかなかった」、「初めて走る人や外国人に向けたランナーとしてのマナー啓発活動をインテックスで行って欲しいです」、「飲食物を配布しているところのすぐ横にしかゴミ箱がないところがあり、開けたり食べたりしていると次のゴミ箱まで持って走るしかない。ほとんどのランナーが道路に捨てている」、「観客とランナーの距離が遠い」、「人数に対して道が狭すぎる。ランナー同士接触して事故につながる」、「テレビ撮影でのオート三輪を先頭とする集団は一部ランナーを強

引にどかせるような態度があった」、「ゲストラランナーさんが一緒に走る時に、バイクがコース上を通るのが必至のパッチで走っているランナーにとっては避けるのが辛そうな時がありました」などの記述が見られた。

クラスター5：【荷物の受け渡しと導線の改善の評価】では、比べる（47 回）、ゴール（150 回）、導線（77 回）、荷物（163 回）、スムーズ（105 回）、改善（183 回）、昨年（134 回）、今回（243 回）、良い（176 回）の用語が確認された。

ここでは、「大阪城公園内の導線と運営は 25 年と比較すると、かなりまともになっていたが、どこかを改善することによって別の所に皺寄せがくるのは避けるべき。更なる効率化に取り組んで欲しい」、「昨年度、ゴール後に荷物受け取りまでの問題が出ていましたが、今回はスムーズな導線となり改善された結果なのかなと感じました」、「荷物預けの場所は改善されて良くなったと思いますが雨が降った場合、荷物が濡れないようにするのはどうやるのだろうか？と思いました」、「今年は去年に比べて荷物のスムーズな受け取り、タオル等のスムーズな受け取りが出来て感謝しています。毎年ランナーのために改善してくださってありがとうございます」、「今回はゴール後がスムーズであり昨年の改善が目に見えて良かったです」、「昨年と比べ、荷物のお預け、給食に改善があり嬉しかったです」、「荷物受け取りが劇的に改善されていた」、「昨年は、ゴール後の導線が悪く着替えるまで大変だったが改善されていて良かったです」、「今回は更衣や完走後の手荷物返却などが昨年より大幅に改善されたと感じる」、「今回は今までの指摘、批判をかなり改善されたのが良かった。荷物、導線、ゴール後とストレスなく感じました」、「ゴール後の荷物受取りが改善されていて安心しました、なにわ男子を見て良かった」、「一部誘導での改善点などは見受けられましたが、過去大会からの改善も見られ、良い大会になってると感じました」、「昨年よりいろいろ改善されて良かったです」、「今年は手荷物に関しても改善がされてすごくスムーズでした」、「昨年はゴール後の荷物の受け取りに大きな問題がありましたが、今年は完ぺきに改善され、本当に完成度の高い大会と感じました」、「2026 年はトイレの導線、荷物預かり場所を分散したこと、前年と比べ改善されたように思います」、「前回はゴール後の導線が無茶苦茶でしたが、今回はストレスなく素晴らしい改善だと思いました」、「昨年より大幅に運営改善されて感激しました」、「毎年、オペレーションを改善していることは、大いに評価しています」、「これから皆さんからの意見に耳を傾け、改善等を実行いただける組織であり続けていただけると、とても嬉しいです」、「前回に比べ、ゴール後の導線が改善され、待たされ感が改善されました」、「昨年とは、違い今年度は、選手の導線が改善されていて全てがスムーズに進めました」、「今年は、ゴールした後の誘導等が改善されたのでこのまま現状維持でお願い致します」などの記述が見られた。

クラスター6：【スタート前のトイレの改善とゴミ箱の増設を】では、混雑（70 回）、必要（45 回）、前（53 回）、増やす（48 回）、トイレ（195 回）、スタート前（51 回）の用語が確認された。

ここでは、「トイレの混雑をどうにかしてほしい」、「スタート前のトイレが大渋滞していてスタートに間に合わない。スタート直後が大混雑」、「スタート前のトイレでの混雑を解消して欲しい」、「スタート前のトイレの混雑状況とスタート時間の調整が必要か」、「スタート前のトイレが非常に混雑してたので、トイレを増やしたりスタートブロック別のトイレにするなど、工夫して欲しい」、「トイレの混雑状況をアナウンスして欲しい」、「トイレ混雑の解消策の徹底を」、「スタート前のトイレの増設をお願いしたい。今回スタート 1 時間前に並んだけど、スタートギリギリでした」、「スタート前のお城公園内の仮設トイレ数を増やして欲しい」、「スタート前のトイレはさらに増やしてもらえるとよいと思います」、「いく

らあってもたりないのでしょうが、仮設トイレを増やして欲しい」、「スタート付近の簡易トイレの数をもう少し増やしてほしい」、「トイレはスタート時間別で分かるべき」、「スタート時のトイレ問題 スタート付近に増設いただきたい」、「スタート時の混雑回避」、「スタート時点が混雑しすぎて走りにくかった。でもこんなもんですかね」、「ストレスなくスムーズにスタートして、混雑を避けたウェーブスタートを取り入れて欲しい」、「ゴミ箱を増やしてください」、「ごみ箱の数は増やしたほうがいいと思います」、「ゴミ箱の配置を増やして欲しい」、「仮設トイレが洋式だったのは大変ありがたい点でした」、「スタート前のトイレは洋式で満足できました」などの記述が見られた。

クラスター7:【スタートと制限時間の改善を】では、場所（88回）、預け（47回）、スタート（241回）、地点（78回）、時間（158回）、ブロック（85回）の用語が確認された。

ここでは、「荷物預けからスタート地点までが遠いので場所の見直しもしてほしい」、「スタート地点まで長すぎて…これだけの規模の大会だし、最後尾からのスタートだったからしょうがない」、「スタートするまでにかかなり歩くのを改善してほしい、前日の受付でもかなり歩き、当日のスタート地点までもかなり歩いた」、「荷物を預けてからのスタート地点までの案内が、ブロックによっては途中で案内の看板が無い所が有り、スタッフの方に尋ねてるのを良く見かけた」、「荷物預け場所からスタート地点まで遠い」、「スタート地点の割り込み、場所取りが当たり前になっていて不公平感を感じた」、「大阪城公園内長時間歩いてスタート地点まで行かなければならないコース設定はやめていただきたい」、「荷物の預け場所が遠く無駄に歩くことになったので改善して欲しい」、「荷物預けからスタート位置までが遠すぎます。エキスポも今や全然関係のない場所で行われるのはどうかと思います」、「スタート場所まで最低 30 分歩かないといけません、なんとかもう少し荷物を置いた場所から近くなったらうれしいですが、大阪城があると難しいですね」、「スタートブロックに一般の方が紛れ込んだり、自分のスタートブロックが判らない外国人の方がいたので、案内やセキュリティの強化をお願いします」、「F は G 以降よりスタート時間が早いいためスタート地点の閉鎖がはやいが G 以降のランナーが同じ場所に並んでいるので F ブロックのランナーがスタートに閉鎖時間に間に合っていなかった」、「関門の締切時間がわかりにくかった。事前配布のプリントにも書いてなかった。何キロ地点のどこに関門があるのか…次の関門はどこにあって何時に閉まるのか明記してほしかった」、「時間制限は少し厳しいと感じました。せめて第 3 ウェーブのスタートから時間を設定して欲しいです」、「後ろからのスタートだと一番目の関門まで時間がなくペースが崩れるのでもう少し余裕がほしいです」、「スタートまでの整列時間を 30 分程度に短縮して欲しい」、「スタート時の工夫で、制限時間一杯の 7 時間が使えるように」、「第 1 ウェーブ号砲からの制限時間なので各ウェーブ間の待ち時間が無駄、ブロック別整列出走なのであえてウェーブスタートは不要と思います」などの記述が見られた。

2. 海外ランナー

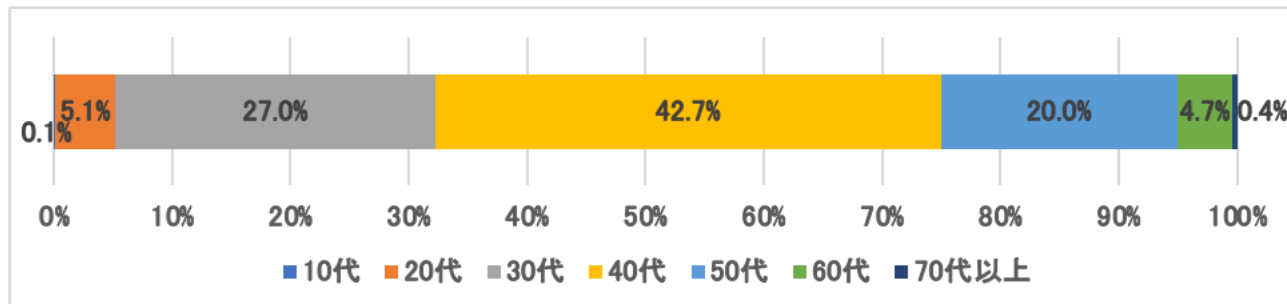
2-1. 海外ランナーの意識調査

回答数：751

※ここでのいう前回とは、2025年の第13回大会のことである。

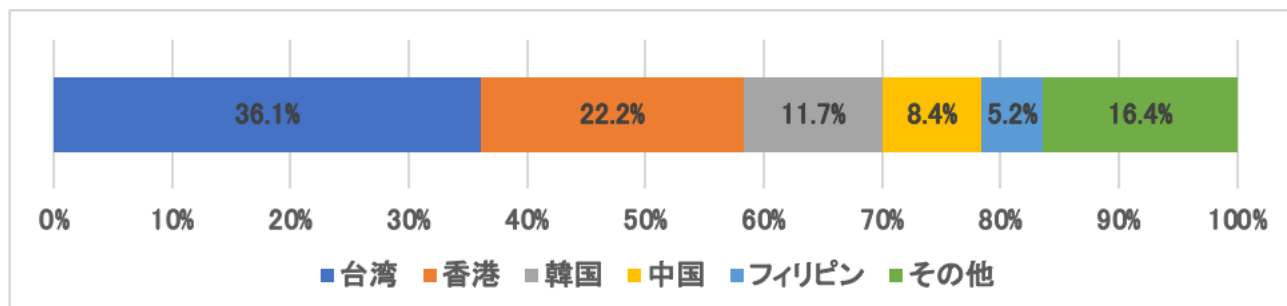
(1) 自分自身について

■年齢（年代）



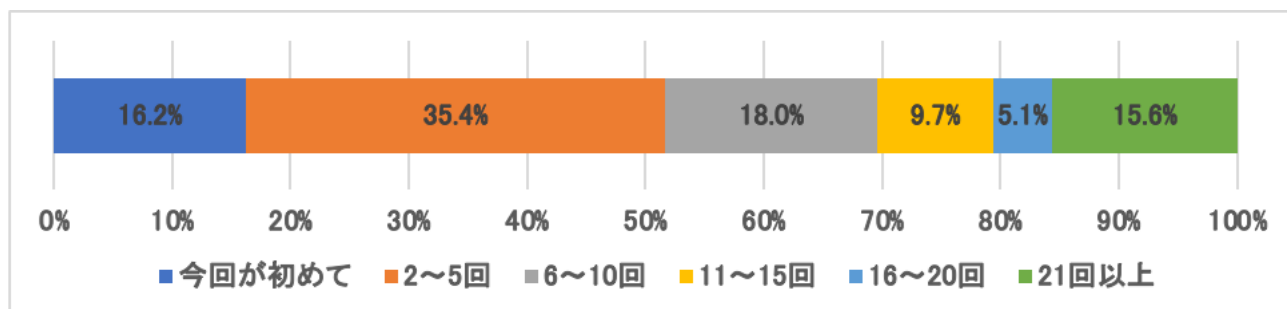
年齢（年代）については、「20代」が5.1%（前回：5.0%）、「30代」が27.0%（前回：26.4%）、「40代」が42.7%（前回：41.6%）、「50代」が20.0%（前回：22.8%）と、回答者の年代は前回とほとんど変化がない。

■居住地域



居住地域については、「台湾」が36.1%（前回：31.6%）で最も多く、「韓国」が11.7%（前回：8.1%）と増加した。また、「フィリピン」が5.2%と前回の「タイ」の4.2%に代わって増加した。一方で、「香港」が22.2%（前回：25.8%）、「中国」が8.4%（前回：14.6%）と減少した。

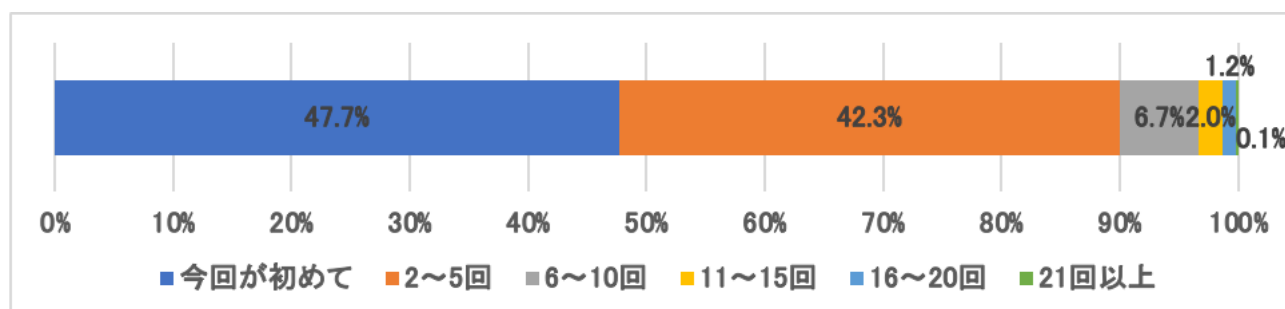
■マラソン経験



マラソン経験については、「2～5回」が35.4%（前回：32.8%）、「6～10回」が18.0%（前回：17.9%）、

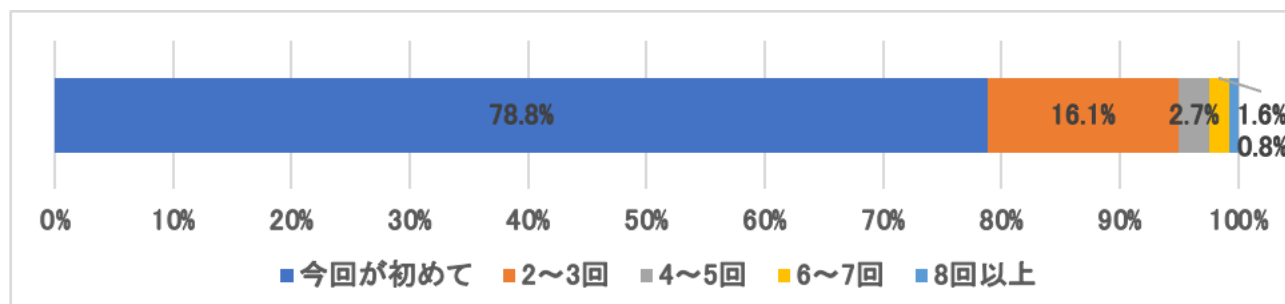
「21 回以上」が 15.6%（前回：17.7%）となっており、前回とほとんど変わらない。

■日本の市民マラソン参加経験



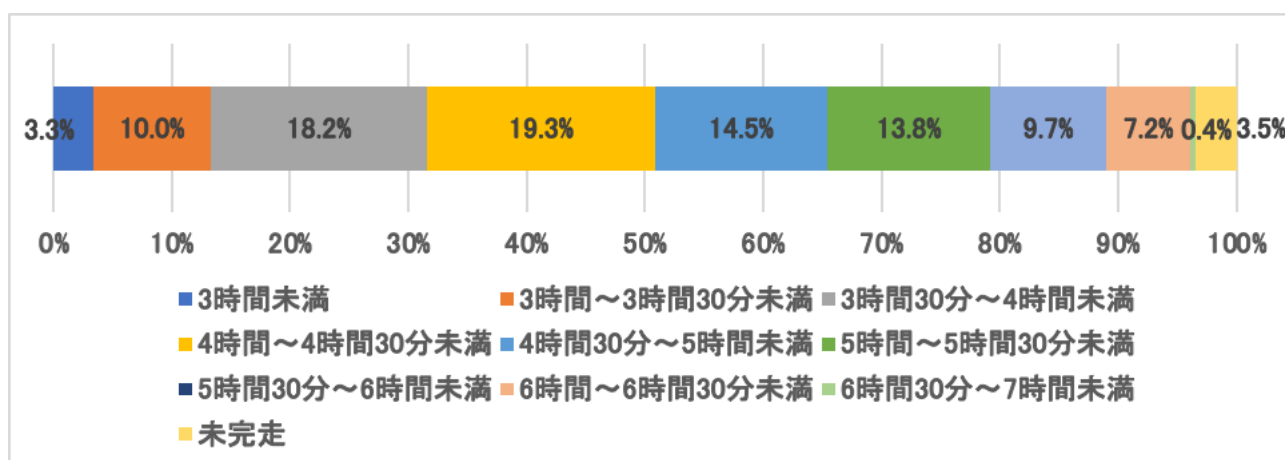
日本での市民マラソン参加経験については、「今回が初めて」が 47.7%（前回：48.8%）、「2～5 回」が 42.3%（前回：39.9%）となっており、前回とほとんど変わっていない。

■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 78.8%（前回：74.1%）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。

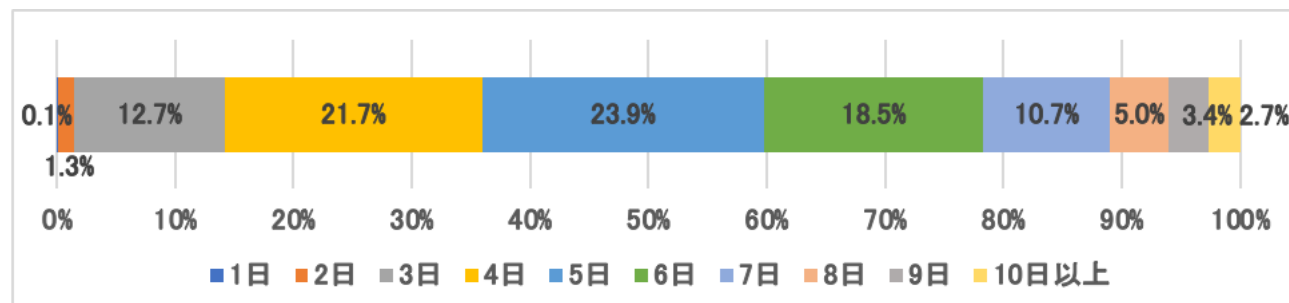
■完走時間



完走時間は、「4 時間～4 時間 30 分未満」が 19.3%（前回：17.7%）、「3 時間 30 分～4 時間未満」が 18.2%（前回：23.9%）、「4 時間 30 分～5 時間」が 14.5%（前回：14.5%）と、前回とほとんど代わりな

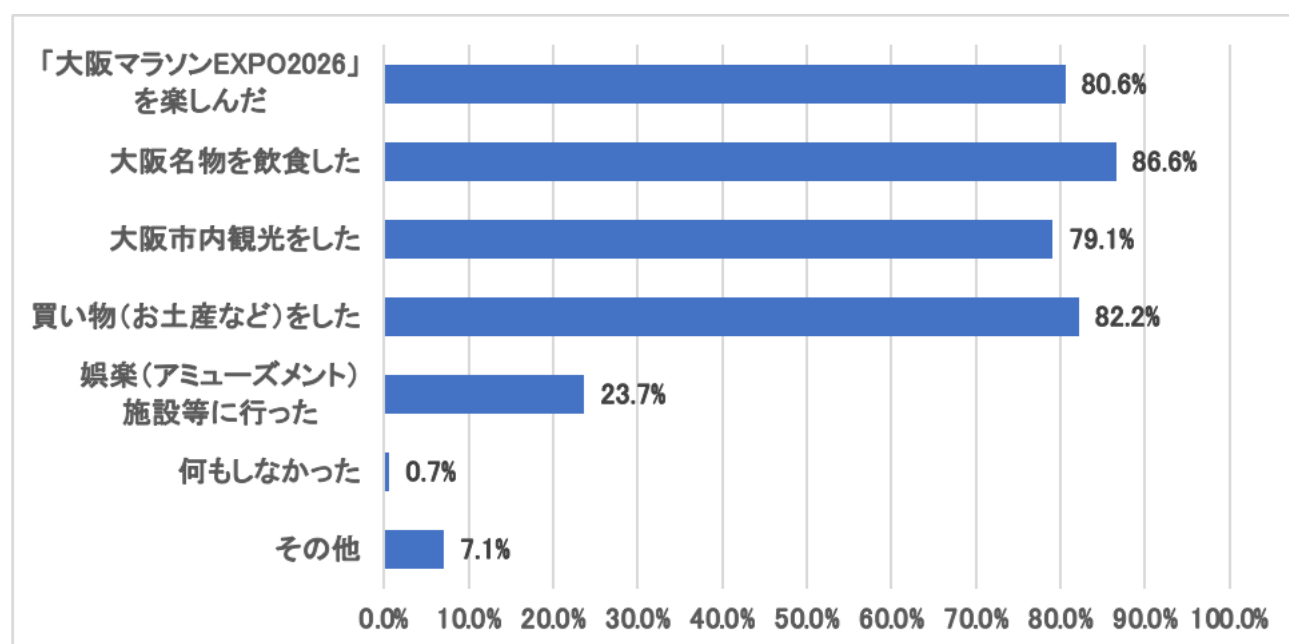
いが、5 時間を基準に考えた時に、5 時間未満が 65.3%（前回：72.7%）、5 時間以上が 34.6%（前回：25.4%）と完走時間が遅くなっている。

■大阪滞在日数



大阪の滞在日数については、「5 日」が 23.9%（前回：28.0%）と最も多く、次いで「4 日」が 21.7%（前回：22.9%）、「6 日」が 18.5%（前回：14.1%）であった。一方、「3 日以下」が 14.1%（前回：14.7%）と、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。

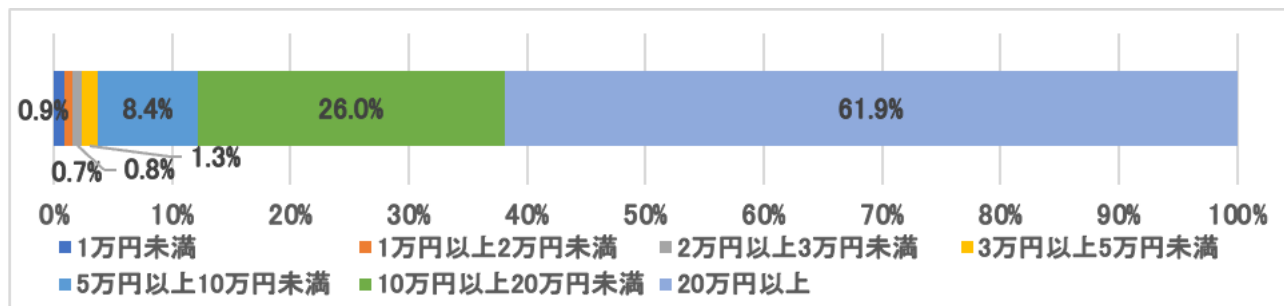
■大阪滞在中の大阪マラソン以外の活動について（複数回答可）



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 86.6%（前回：88.7%）と最も多く、次いで「買い物（お土産など）をした」が 82.2%（前回：84.6%）、「大阪マラソン EXPO2026 を楽しんだ」が 80.6%（前回：74.0%）、「大阪市内観光をした」が 79.1%（前回：83.1%）、であった。一方、「何もしなかった」が 0.7%（前回：0.3%）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。

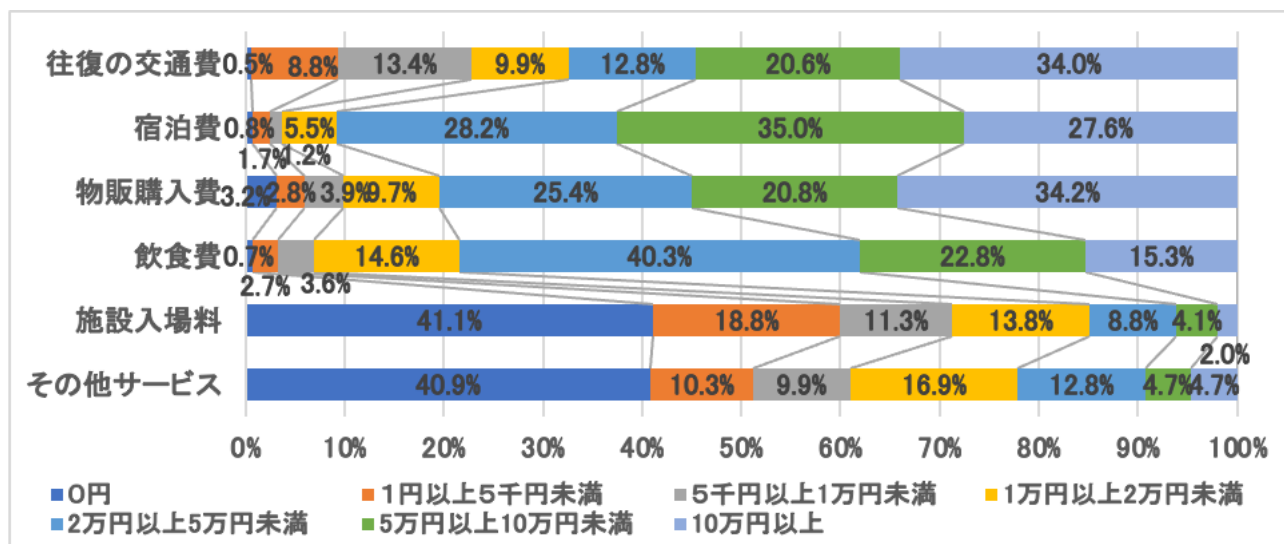
■大阪滞在中の大まかな出費について

ー総計



大阪滞在中の大まかな出費については、「20 万円以上」が 61.9%（前回：57.0%）と最も多い割合を占めており、「10 万円以上 20 万円未満」が 26.0%（前回：31.1%）であることから、「10 万円以上」の出費は、87.9%（前回：88.1%）と、前回同様、経済効果があったといえる。

ー内容別



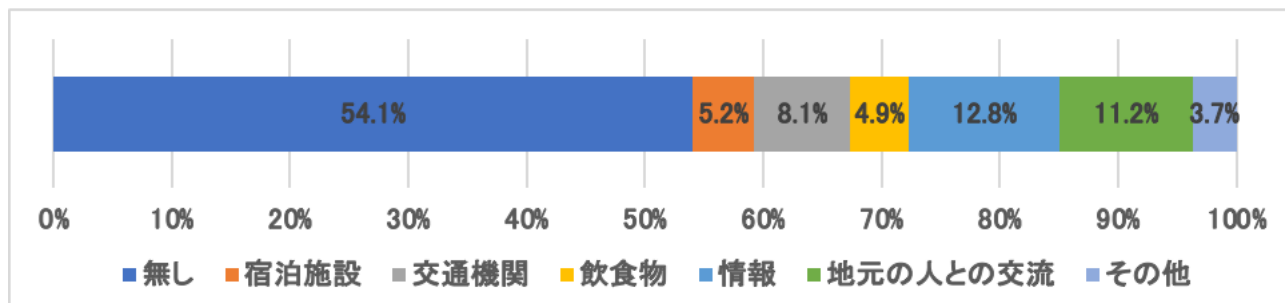
上記の出費を内容別に集計し、未出費の人も含めての割合を算出すると、次のような結果となった。

- ・「往復の交通費」は、「10 万円以上」が 34.0%（前回：21.9%）と最も多く、次いで「5 万円以上 10 万円未満」が 20.6%（前回：23.5%）となっており、交通費にける費用は増加している。
- ・「宿泊費」は、「5 万円以上 10 万円未満」が 35.0%（前回：36.2%）で、「2 万円以上 5 万円未満」が 28.2%（前回：31.7%）、「10 万円以上」が 27.6%（前回：22.6%）と、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 34.2%（前回：33.3%）と最も多く、「2 万円以上 5 万円未満」が 25.4%（前回：23.8%）、「5 万円以上 10 万円未満」が 20.8%（前回：25.0%）と、購買意欲も高いといえる。
- ・「飲食費」は、「2 万円以上 5 万円未満」が 40.3%（前回：43.4%）と最も多く、「5 万円以上 10 万円未満」が、22.8%（前回：21.3%）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 18.8%（前回：19.8%）となっており、出費は他と比べると少な

い。

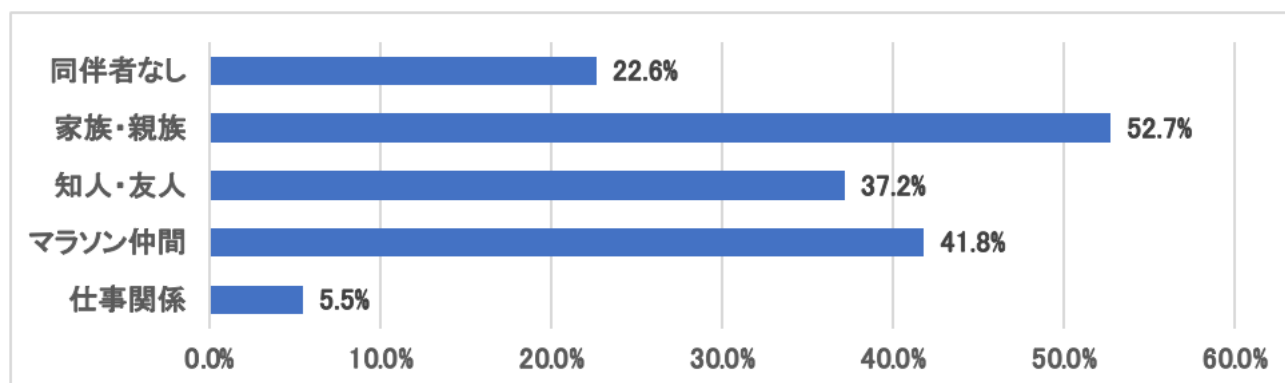
このように主な出費は、「交通費」、「宿泊費」、「物販購入費」、「飲食費」となっている。

■大阪滞在中に感じた改善点について



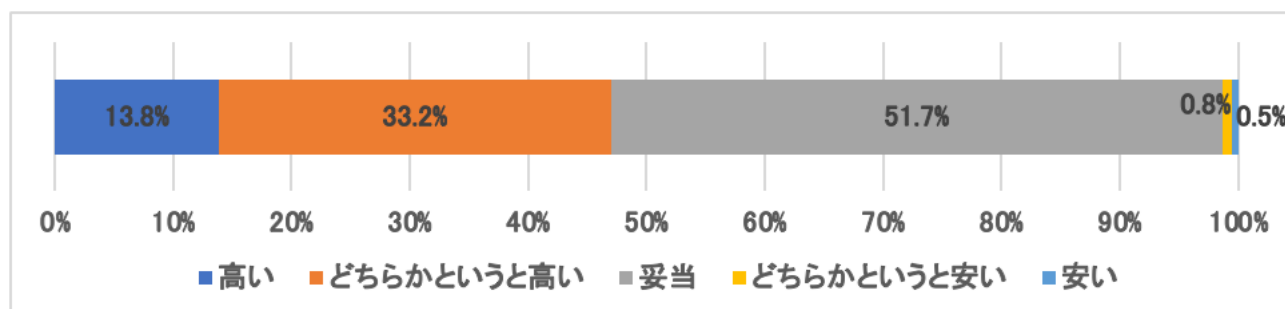
大阪滞在中に感じた改善点について、「無し」が 54.1%（前回：45.6%）と最も多く、過半数の海外ランナーが改善点はないと捉えている。一方、「情報」が 12.8%（前回：16.4%）と「地元の人との交流」が 11.2%（前回：13.5%）と前回同様に高く、情報をわかりやすく伝えるとともに、地元の人と交流できる場を用意することに課題があると考えられる。

■同伴者との関係について



大会への同伴者については、「同伴者なし」が 22.6%（前回：23.9%）と 8 割の海外ランナーは同伴者と参加しており、その内訳は、重複を含めて、「家族・親族」が 52.7%（前回：43.0%）、「マラソン仲間」が 41.8%（前回：43.6%）、「知人・友人」が 37.2%（前回 41.9%）であった。

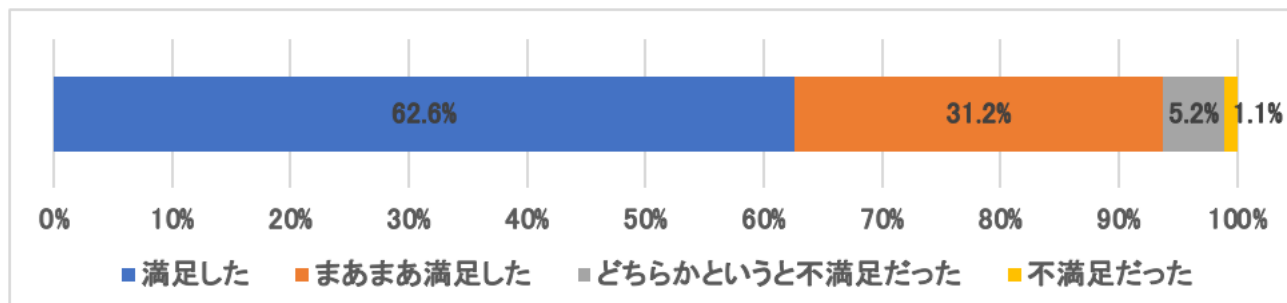
■大阪マラソン 2026 の参加料



大阪マラソン 2026 の参加料について、「妥当」が 51.7%（国内ランナー：40.7%）で、「どちらかとい

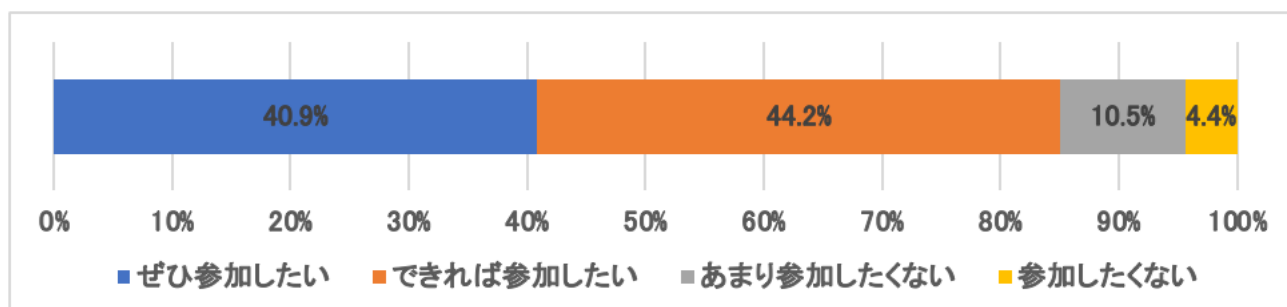
うと高い」が 33.2%（国内ランナー：40.9%）であった。海外ランナーの半数が参加料を妥当と感じているのは、円安だけの理由ではなく、大会のクオリティの評価が関係していると考えられる。

■大阪マラソン 2026 の満足度



大阪マラソン 2026 に「満足した」が 62.6%（国内ランナー：55.5%）、「まあまあ満足した」が 31.3%（国内ランナー：39.1%）であり、合計した海外ランナーの満足度は 93.8%となっており、国内ランナーの 94.6%と同様に満足度が高く、前回の 67.9%よりも増加している。

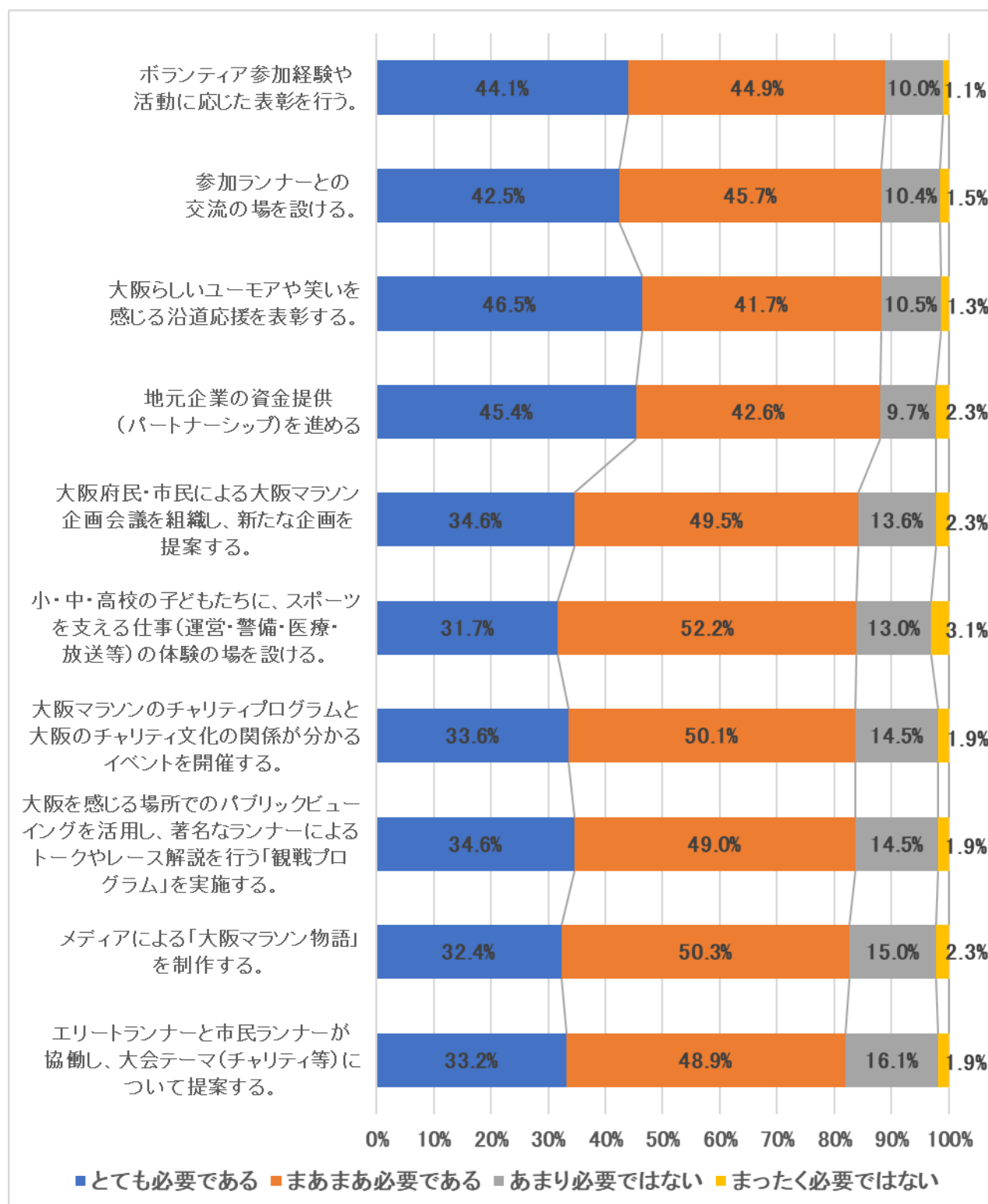
■大阪マラソン 2027 の参加意欲



来年の大阪マラソン 2027 への参加希望に関しては、「ぜひ参加したい」が 40.9%（国内ランナー：60.7%）、「できれば参加したい」が 44.2%（国内ランナー：33.1%）となっており、85.1%と多くの海外ランナーが次回への参加を希望しており、前回の 69.2%よりも大きく増加している。

(2) 大阪マラソン 2026 の運営について

■これからの大阪マラソンをさらに良くしていくための新しい取り組みについて(上位 10 位)



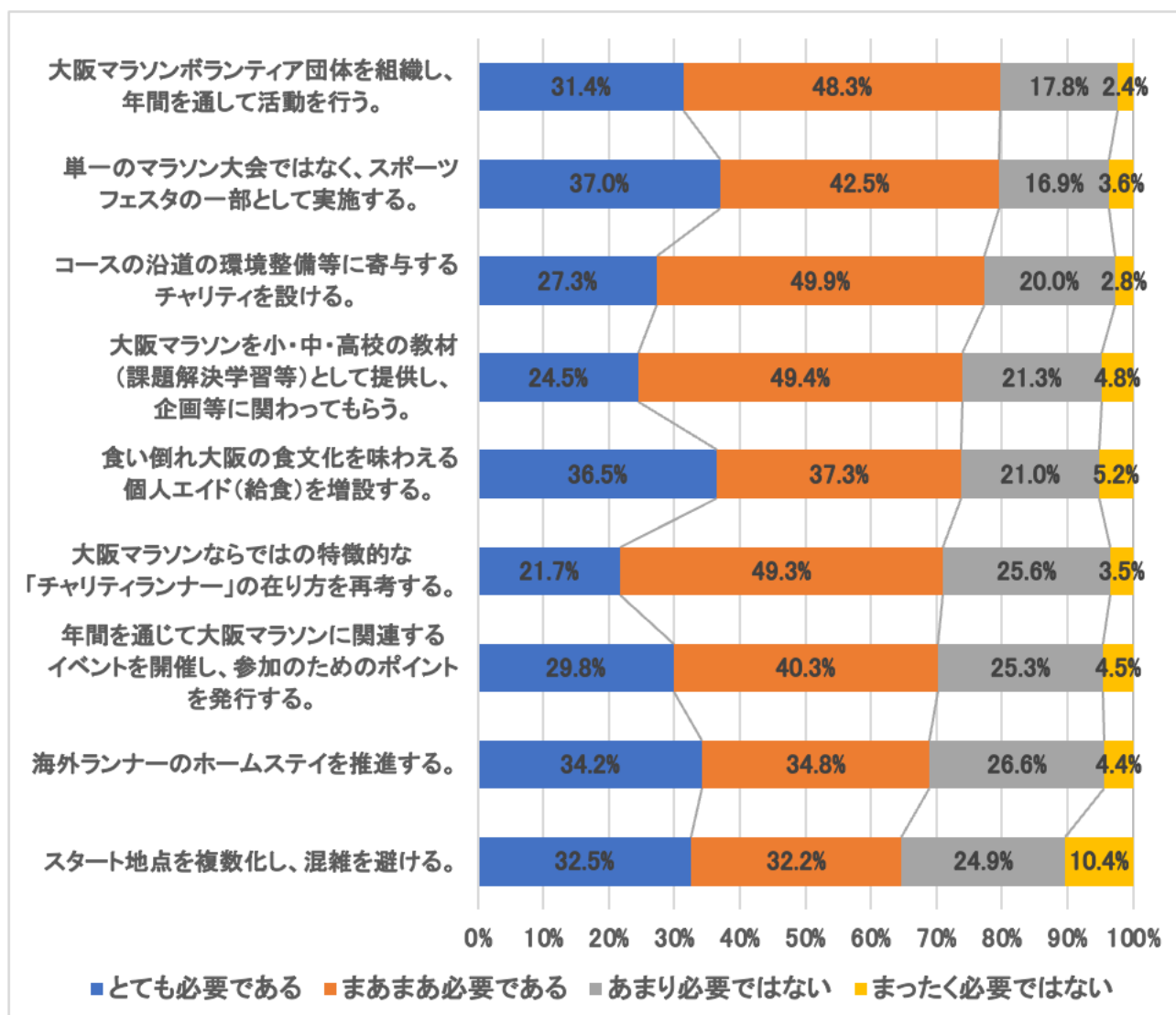
これからの大阪マラソンをさらに良くしていくための新しい取り組みについて聞いてみた。その結果、上位 10 位については次のような提案があがってきた(「とても必要である」と「まあまあ必要である」を

合計した割合で考察する)。

- ①「ボランティア参加経験や活動に応じた表彰を行う。」は89.0%となり、国内ランナー(82.8%)と同様、大阪マラソンを支えるボランティアに光を当て、感謝の意を表彰という形で示すことが望まれている。
- ②「参加ランナーとの交流の場を設ける。」は88.2%であり、参加ランナーとの交流促進を期待している。
- ③「大阪らしいユーモアや笑いを感ずる沿道応援を表彰する。」は88.2%となり、国内ランナー(79.2%)と同様、ランナーに活力を与える大阪独自の応援文化を大阪マラソンの魅力として発信することが期待されている。
- ④「地元企業と社会貢献活動の一環としてパートナーシップ(資金提供を含む)を結ぶことを目指す」が88.0%であり、国内ランナー(94.0%)と同様、大阪という地域性を意識した地元企業による支援が期待されている。
- ⑤「大阪府民・市民による大阪マラソン企画会議を組織し、新たな企画を提案する。」は84.1%であり、国内ランナー(78.2%)と同様、大阪マラソンを府民・市民主体で運営することで、都市型市民マラソンとしての定着と当事者意識の醸成が期待されている。
- ⑥「小・中・高校の子どもたちに、スポーツを支える仕事(運営・警備・医療・放送等)の体験の場を設ける。」は83.9%であり、国内ランナー(81.3%)と同様、次世代の大阪マラソンを支える人材育成とともに、子どもたちにとっての教育的機会としても期待されている。
- ⑦「大阪マラソンのチャリティプログラムと大阪のチャリティ文化の関係が分かるイベントを開催する。」は83.7%となった。国内ランナー(78.3%)と同様、大阪のチャリティ文化への理解を深めることで、大阪マラソンがチャリティマラソンを目指す意義を共有し、参加価値の向上につながることを期待されている。
- ⑧「大阪を感じる場所でのパブリックビューイングを活用し、著名なランナーによるトークやレース解説を行う『観戦プログラム』を実施する。」は83.6%であり、国内ランナー(69.7%)と同様、市民マラソンにおける新たな観戦スタイルを創出することで、観客誘致につなげることが期待されている。
- ⑨「メディアによる『大阪マラソン物語』を制作する。」は82.7%であり、国内ランナー(37.3%)とちがって、大阪マラソンを題材とした物語コンテンツの制作については、積極的に賛同している。
- ⑩「エリートランナーと市民ランナーが協働し、大会テーマ(チャリティ等)について提案する。」は82.0%であり、国内ランナー(68.2%)とちがって、大会テーマの提案にランナー自身が関与することについては、消極的な賛同が見られた。

以上のことから、海外ランナーはボランティア表彰やランナー交流、大阪らしい沿道応援など、人と人とのつながりを重視していることが明らかとなった。また、市民主体の企画運営や子どもたちの参画、チャリティ文化の発信にも高い支持が見られた。さらに、国内ランナーと比較して、「大阪マラソン物語」の制作や大会テーマへのランナー参画など、物語性や参加型運営への期待が強い点が特徴的である。

■これからの大阪マラソンをさらに良くしていくための新しい取り組みについて（11位から19位）



これからの大阪マラソンをさらに良くしていくための新しい取り組みについて聞いてみた。その結果、下位 9 位については、次のような項目が上がってきた。（「あまり必要でない」と「まったく必要ではない」を合計した割合で考察する）。

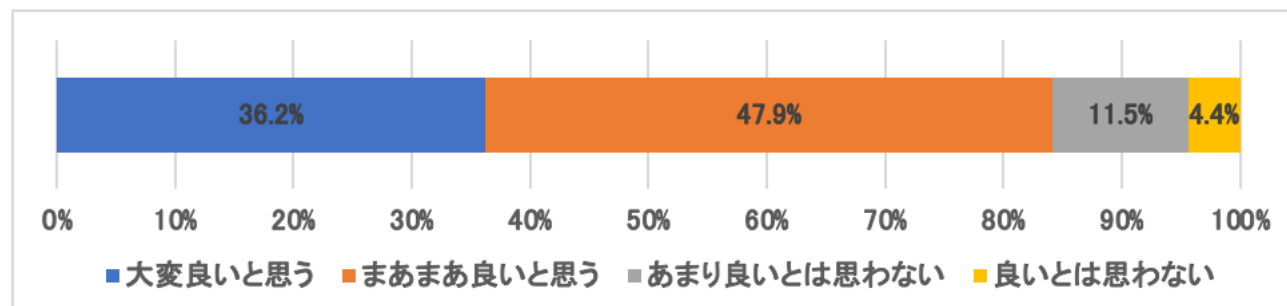
- ①「大阪マラソンボランティア団体を組織し、年間を通して活動を行う。」は 20.2% となり、国内ランナー（30.8%）と同じように、大阪マラソンを支えるボランティアに光を当て、感謝の意を表彰という形で示すことについては、積極的な支持が見られた。
- ②「単一のマラソン大会ではなく、スポーツフェスタの一部として実施する。」は 20.5% となり、国内ランナー（50.5%）とちがって、大阪マラソンを複合型イベントとして実施することについて、積極的な支持が見られた。
- ③「コースの沿道の環境整備等に寄与するチャリティを設ける。」は 22.8% であり、国内ランナー（21.8%）と同じように、ランナーの走行環境の向上に加え、沿道住民への感謝をチャリティという形で示す取り組みとして支持されている。

- ④「大阪マラソンを小・中・高校の教材（課題解決学習等）として提供し、企画等に関わってもらおう。」は26.1%であり、国内ランナー（45.9%）ほどでもないが、子どもたちが大阪マラソンの企画運営に関与することについては、否定的な意見が比較的多く見られた。
- ⑤「食い倒れ大阪の食文化を味わえる個人エイド（給食）を増設する。」は26.2%であり、国内ランナー（33.4%）と同様に、既存の「まいどエイド」（市商連）に加えて個人エイドを増設することについては、慎重な意見が見られた。
- ⑥「大阪マラソンならではの特徴的な『チャリティランナー』の在り方を再考する。」は29.1%であり、国内ランナー（25.7%）と同様に、他の市民マラソンにはない独自のチャリティランナー像を提示することについては、積極的な支持は限定的であった。
- ⑦「年間を通じて大阪マラソンに関連するイベントを開催し、参加のためのポイントを発行する。」は29.8%となり、国内ランナー（48.8%）ほどでもないが、イベント参加に応じたポイント制度によって優先的参加権を付与する仕組みに対しては、否定的な傾向が見られた。
- ⑧「海外ランナーのホームステイを推進する。」は31.0%となり、国内ランナー（61.9%）ほどでもないが、海外ランナーを対象としたホームステイの推進については、強い慎重姿勢が示された。
- ⑨「スタート地点を複数化し、混雑を避ける。」は35.3%であり、国内ランナー（55.8%）ほどでもないが、スタート時の混雑緩和を目的とした複数地点スタート制については、否定的な意見が多かった。

以上のことから、海外ランナーは、大阪マラソンのボランティア活動や沿道環境整備へのチャリティには比較的高い支持を示した。また、国内ランナーよりもスポーツフェスタ型開催に肯定的であった。一方で、子どもの企画参加、ポイント制度、ホームステイ、複数地点スタート制には慎重な姿勢が見られた。全体として、大阪らしい特色を評価しつつも、運営変更には比較的慎重であることが明らかとなった。

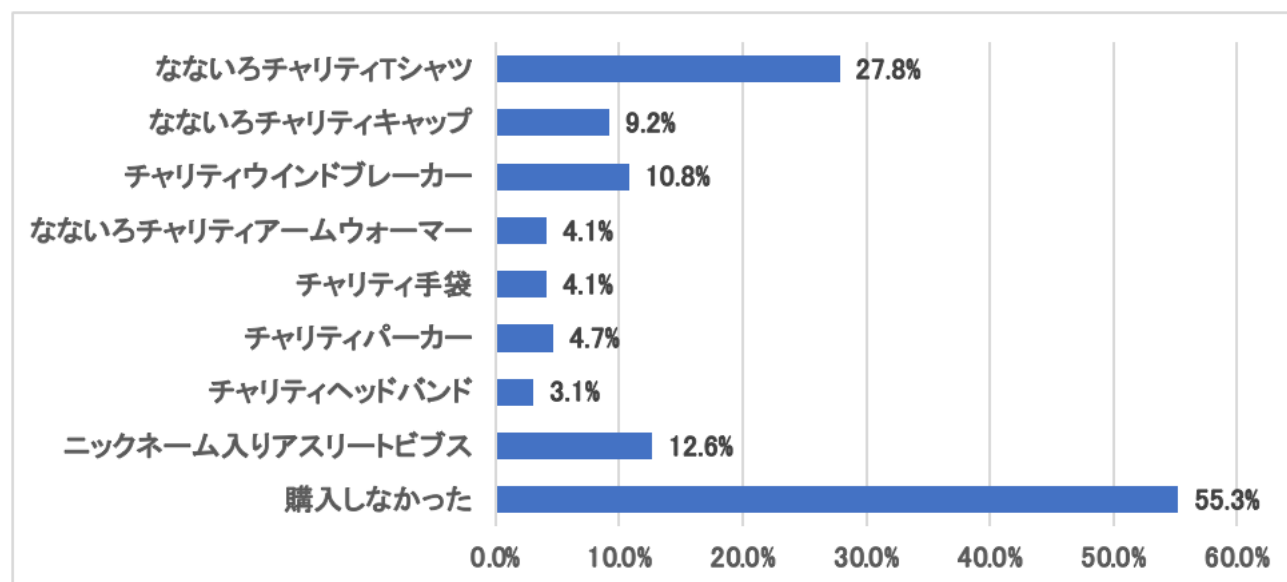
(3) チャリティについて

■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



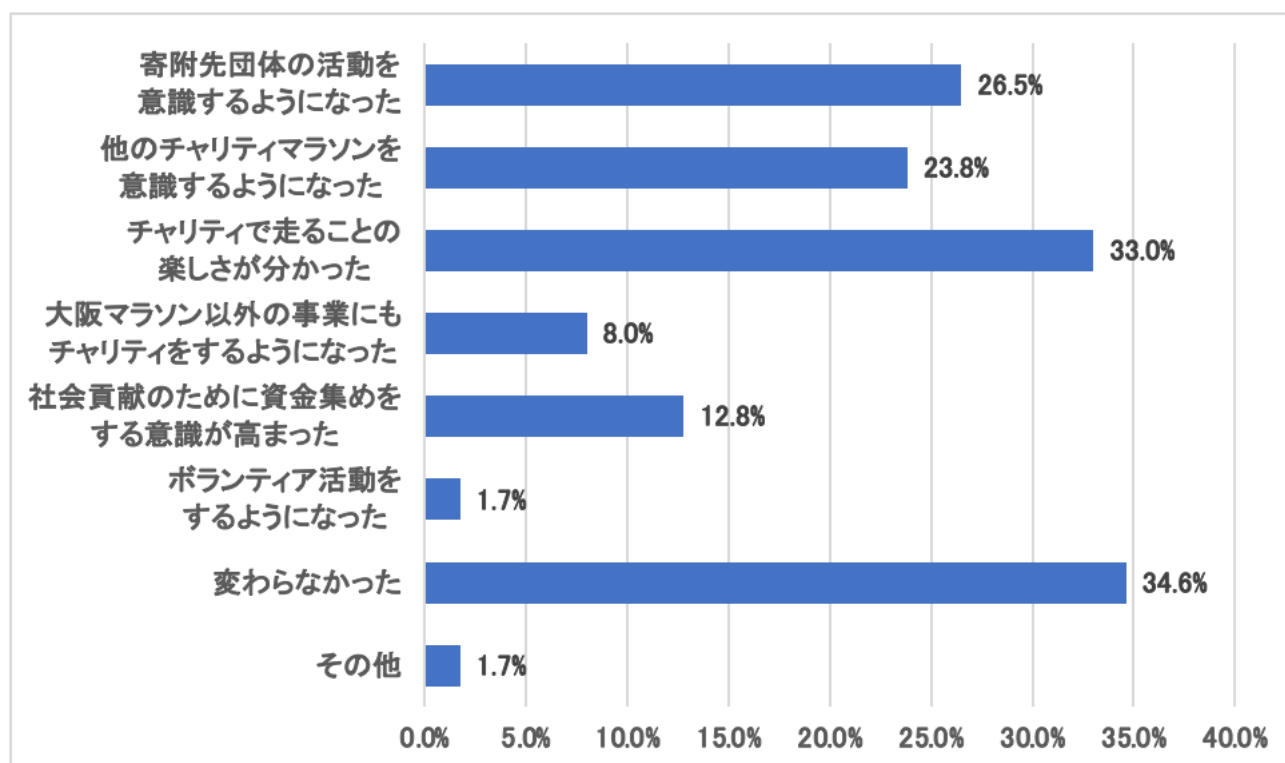
参加ランナー全員に 2 口以上の寄付をお願いしていることについて、「大変良いと思う」が 36.2%（前回：39.1%）、「まあまあ良いと思う」が 47.9%（前回：50.1%）と 8 割の人が肯定的に捉えている。

■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、「なないろチャリティ Tシャツ」が 27.8%（国内ランナー：20.1%）と最も多く、次いで、「ニックネーム入りアスリートビブス」が 12.6%（国内ランナー：6.1%）、「チャリティウインドブレーカー」が 10.8%（国内ランナー：4.2%）であった。国内ランナーと比べると、海外ランナーの方が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こ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、「チャリティで走る楽しさが分かった」が33.0%（国内ランナー：12.5%）であり、国内ランナーよりチャリティマラソンによる意識の変化があった。「寄付先団体の活動を意識するようになった」が26.5%（国内ランナー：25.5%）、「他のチャリティマラソンを意識するようになった」が23.8%（国内ランナー：14.0%）、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少しずつではあるが現れている。一方、「変わらなかった」が34.6%と、国内ランナーの44.5%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見て取れる。

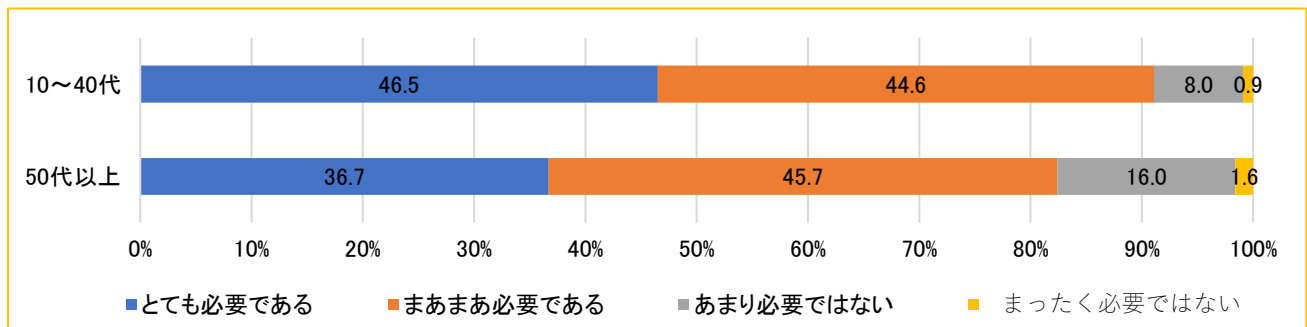
2-2. 海外ランナーが必要と考える新しい取り組みの特性別違い

「これからの大阪マラソンをさらに良くしていくために、どのような新しい取り組みが必要でしょうか」について、19項目を「とても必要である」から「まったく必要ではない」までの4段階で評価してもらった。その評価で必要であるとする割合が高い上位10項目について、海外ランナーの特性別（①年齢、②フルマラソン経験別、③市民マラソン参加回数、④大阪マラソンの参加回数、⑤完走時間、⑥満足度）にクロス分析を行った。統計処理にはSPSS30.0Jを用い、カイ2乗検定により、有意水準は1%未満とした。

①年代別

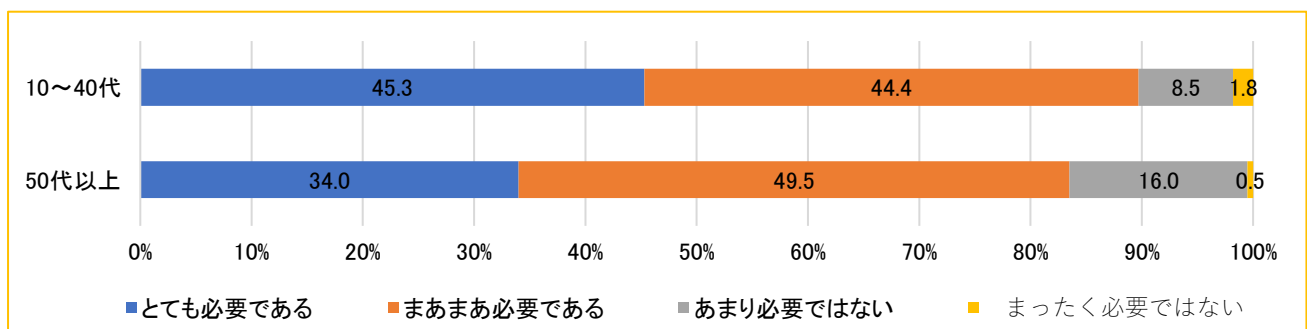
海外ランナーを「10～40代（563名）」と「50代以上（188名）」に分類し、これからの大阪マラソンに必要な新しい取り組みについての回答の割合の差を比較した。

■ボランティア参加経験や活動に応じた表彰を行う。



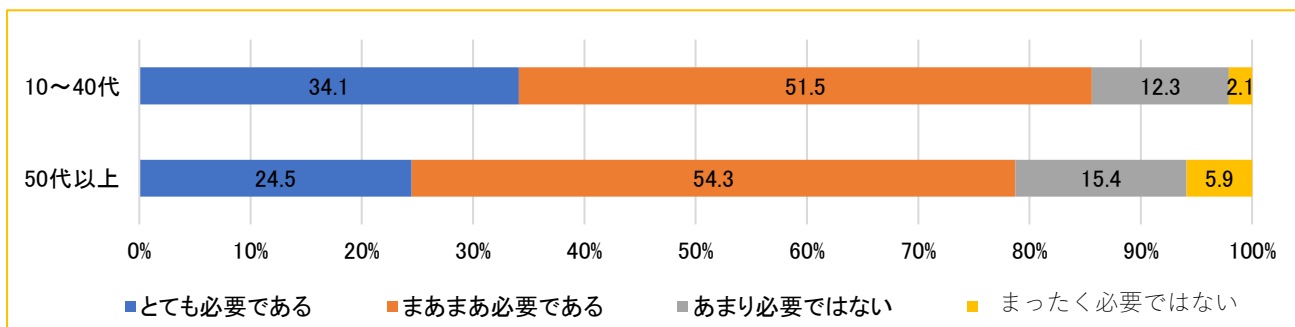
「10～40代」と「50代以上」で回答の割合に有意な差（ $p<0.01$ ）がみられ、「10～40代」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■参加ランナーとの交流の場を設ける。



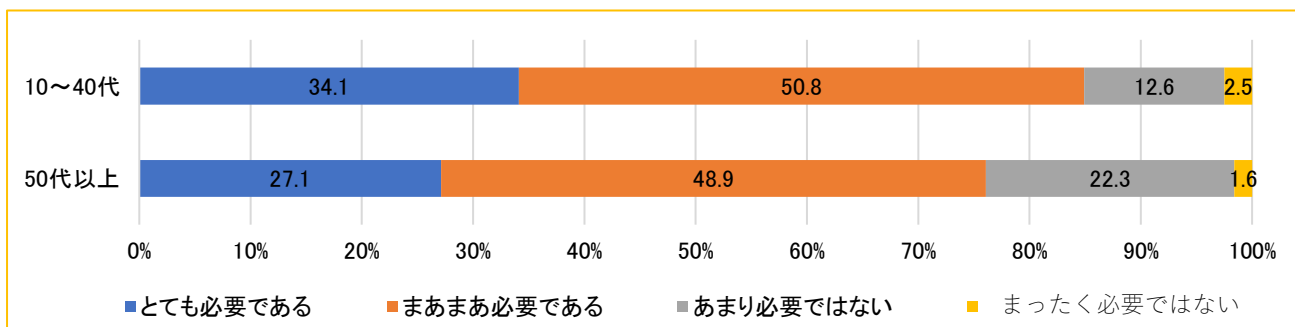
「10～40代」と「50代以上」で回答の割合に有意な差（ $p<0.01$ ）がみられ、「10～40代」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■小・中・高校の子どもたちに、スポーツを支える仕事（運営・警備・医療・放送等）の体験の場を設ける。



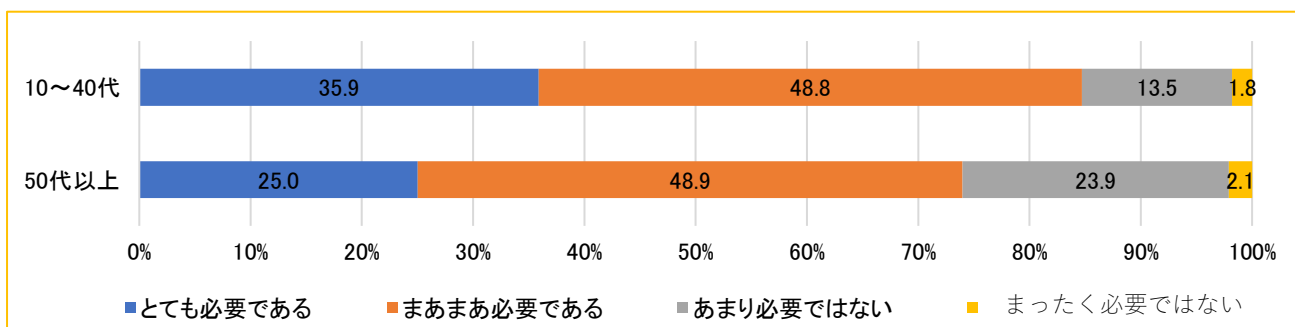
「10~40代」と「50代以上」で回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10~40代」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■メディアによる「大阪マラソン物語」を制作する。



「10~40代」と「50代以上」で回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「50代以上」で「あまり必要ではない」と回答した人の割合が高かった。

■エリートランナーと市民ランナーが協働し、大会テーマ（チャリティ等）について提案する。



「10~40代」と「50代以上」で回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10~40代」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

②フルマラソン経験別

海外ランナーにおけるこれまでのフルマラソン経験を「10回以下（523名）」と「11回以上（228名）」に分類し、これからの大阪マラソンに必要な新しい取り組みについての回答の割合の差を比較した。

その結果、有意な差はみられなかった。

③市民マラソン参加回数別

海外ランナーにおける市民マラソンの参加回数を「今回が初めて（358名）」と「2回以上（393名）」に分類し、これからの大阪マラソンに必要な新しい取り組みについての回答の割合の差を比較した。

その結果、有意な差はみられなかった。

④大阪マラソン参加回数別

海外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（592名）」と「2回以上（159名）」に分類し、これからの大阪マラソンに必要な新しい取り組みについての回答の割合の差を比較した。

その結果、有意な差はみられなかった。

⑤完走時間別

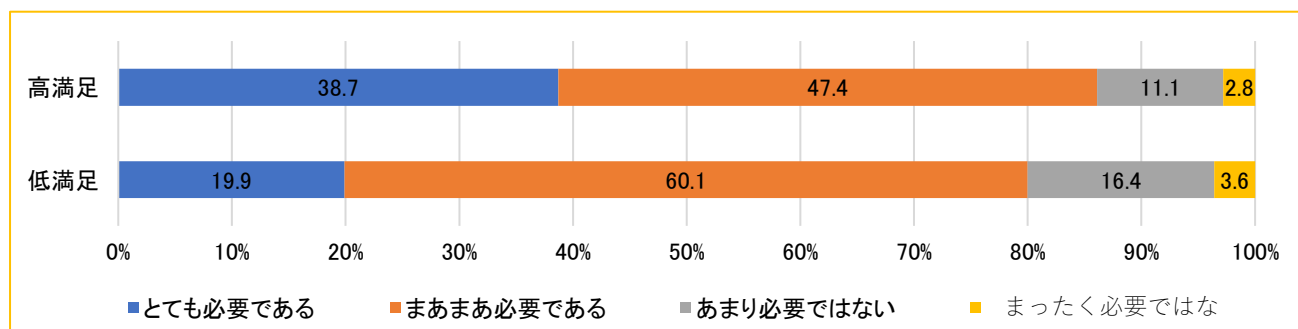
海外ランナーを「5時間未満で完走（491名）」と「5時間以上で完走（260名）」（未完走者26名含む）に分類し、これからの大阪マラソンに必要な新しい取り組みについての回答の割合の差を比較した。

その結果、有意な差はみられなかった。

⑥大阪マラソン 2026 の満足度

「大阪マラソン 2026 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（470名）」、「まあまあ満足した」、「どちらかという不満だった」、「不満だった」と回答した人を「低満足（281名）」に分類し、これからの大阪マラソンに必要な新しい取り組みについての回答の割合の差を比較した。

■小・中・高校の子どもたちに、スポーツを支える仕事（運営・警備・医療・放送等）の体験の場を設ける。



「高満足」と「低満足」で回答の割合に有意な差（ $p<0.001$ ）がみられ、「高満足」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

2－3．海外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

自由記述について、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ーの分析を行った。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出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。階層的クラスターの分析とは、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分析を行うために開発されたソフトウェアである樋口耕一（2023）の KH Coder（ver. 3.03a）を用いた。

(2) 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（751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、感動詞、地名、副詞可能）を対象とした。また、前処理として、「思う」、「感じる」については、分析上有用性が低いと判断される語を除外語として設定したうえで分析を行った。

■ 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	87	記念	19
スタート	63	走る	19
時間	60	トイレ	18
参加	57	少し	18
大会	52	もう少し	17
非常	47	ペース	17
素晴らしい	38	制限	17
給水	38	応援	16
マラソン	37	大阪	16
大阪マラソン	36	用意	16
多く	31	案内	15
地点	30	混雑	15
コース	29	EXPO	14
Tシャツ	28	エリア	14
提供	26	体験	14
ありがとう	25	グッズ	13
完走	25	遅い	13
スタッフ	24	ウェーブ	12
良い	24	会場	12
海外	23	高い	12
増やす	23	残念	12
運営	21	全体	12
ブロック	20	長い	12
改善	20	特に	12
レース	19	ボランティア	11

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」、「スタート」、「時間」、「参加」、「大会」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	ウェーブ(12)、ブロック(20)、混雑(15)、スタート(63)、地点(30)、時間(60)、制限(17)	217
クラスター2	良い(24)、体験(14)、もう少し(17)、運営(21)、全体(12)、応援(16)、大阪(16)、大阪マラソン(36)、参加(57)、大会(52)、ありがとう(25)、マラソン(37)、非常(47)、素晴らしい(38)	412
クラスター3	ボランティア(11)、スタッフ(24)、案内(15)	50
クラスター4	改善(20)、長い(12)、増やす(23)、トイレ(18)、エリア(14)、会場(12)	99
クラスター5	少し(18)、残念(12)、EXPO(14)、グッズ(13)、完走(25)、Tシャツ(28)、記念(19)	129
クラスター6	高い(12)、特に(12)、走る(19)、ペース(17)、遅い(13)	73
クラスター7	多く(31)、ランナー(87)、海外(23)、レース(19)、用意(16)、コース(29)、給水(38)、提供(26)	269

() 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：【ウェーブスタートと制限時間の改善を】では、ウェーブ（12 回）、ブロック（20 回）、混雑（15 回）、スタート（63 回）、地点（30 回）、時間（60 回）、制限（17 回）の用語が確認された。

ここでは、「スタート地点は A ウェーブでも非常に混雑していました」、「(制限時間について) スタートが第 1 ウェーブからの号砲基準となっているため、最後のウェーブの遅いランナーにとっては不利になっています」、「スタートブロックはタイムに基づいて適切に配置すべきであり、A ウェーブには少なくともサブ 2 時間 40 分程度のペースで走るランナーのみが入るべきだと思います」、「スタート地点が非常に混雑しすぎていました。第 3 ウェーブの多くのランナーが、スタートまでに 50 分近くを要していました」、「第 3 ウェーブの制限時間を延長してほしいです」、「スタート時は非常に混雑しており、時差スタートを行い、ウェーブ間隔の時間を長く設定してください」、「スタートブロックは非常に混雑しており、3 人ずつではなく、せいぜい 1 人か 2 人ずつに制限すべきだと思います」、「ブロック毎に制限時間を調整していただけるとありがたいです」、「J ブロックからスタート地点まで約 1km ほどあったが、通過制限時間は他のブロックと同じでした。そのせいで、39.4km 地点の収容関門で 44 秒遅れただけで通過できませんでした。ブロック毎に制限時間を調整していただけるとありがたいです」、「今年は関門の時計に次の関門の制限時間が表示されていませんでした。以前のように表示があるとよいと思います。また、制限時間は号砲基準ではなく各自のスタート時刻に基づいて適用されるべきだと思います」、「制限時間は 7 時間ですが、Wave1 のスタート時間から計算されているため、Wave3 スタートのランナーにとっては不公平です」、「最後のブロックのスタート時間が遅かったせいで、制限時間が短縮され、収容関門で足止めされ完走できませんでした」、「各ウェーブのスタート時間を、できるだけ同じ時間に設定していただきたいです」、「スタートブロックの変更が認められない点は、柔軟性に欠ける運営だと感じました」などの記述が見られた。

クラスター2:【大会運営と沿道の応援に感謝】には、良い (24 回)、体験 (14 回)、もう少し (17 回)、運営 (21 回)、全体 (12 回)、応援 (16 回)、大阪 (16 回)、大阪マラソン (36 回)、参加 (57 回)、大会 (52 回)、ありがとう (25 回)、マラソン (37 回)、非常 (47 回)、素晴らしい (38 回) の用語が確認された。

ここでは、「大阪マラソンをととても楽しみました。特に沿道の観客や応援の方々が素晴らしく、大きなエネルギーをもらいました。ありがとう、大阪」、「本当に素晴らしい運営でした。レースを心から楽しみました。ありがとうございました」、「素晴らしい大会ありがとうございました。初めてのフルマラソンとして忘れられない思い出が残されました」、「大阪の街もマラソンも大好きになりました。日本は今回が初めてですが、次の旅行を計画するのが待ちきれません。ありがとう、大阪」、「初マラソンの素晴らしい思い出をありがとうございました」、「素晴らしく、最高の体験でした。ありがとうございました」、「素晴らしい大会でした。よく運営されていて、本当にありがとうございました」、「このような素晴らしい大会を運営していただき、ありがとうございました」、「日本ありがとうございました。とてもよく計画された大会で、素晴らしい思い出になりました」、「大阪マラソンがこれまでと違うマラソン体験を与えてくれて、ありがとうございました」、「大阪市民が熱心に応援してくれたことに感謝しています。台湾から大阪マラソンに参加してきて、美しい思い出を残してくれました」、「運営・管理ともに非常に行き届いており、素晴らしい応援の熱気と日本のマラソン文化を改めて学び、感銘を受けて帰国しました」、「本当に素晴らしい大会で、何回でも参加したいと思います」、「とても素晴らしいマラソン体験でした。沿道の応援も熱心で感動しました」、「大会関係者の皆のご尽力に感謝します。コースについては、もう少し最適化し、曲がり角や折り返しを減らしてください」などの記述が見られた。

クラスター3:【ボランティアと多言語対応の改善を】では、ボランティア (11 回)、スタッフ (24 回)、案内 (15 回) の用語が確認された。

ここでは、「より多くの海外ランナーを惹きつけるためには、英語対応ができるボランティアを増やし、その人たちが分かりやすく識別できるようにすることで、スタッフとのコミュニケーションをより円滑になるかと思います」、「今後、受付のスタッフを若いボランティアの方に担当させる方が効率がいいと思います」、「スタッフの人数も不足で、高齢のボランティアの方がメインに対応していたため、数百人が蒸し暑い空間内で約 40 分も立ちっぱなしでした」、「多言語対応のボランティアスタッフの充実と、コース案内の多言語翻訳を増やしてほしいです」、「案内スタッフの英語力を上げるか、あるいは英語を話せるスタッフを雇って欲しいです」、「関門表示を英語でも表記していただきたいです。時計の横にある案内の内容が分からず、気づかないランナーもありました」、「別の入口から会場に入ったが、手荷物預かり場所についての案内が全くありませんでした」、「中国語での案内や説明がなくて、海外ランナーにとっては少し困りました」などの記述が見られた。

クラスター4:【荷物預かりの対応とトイレ設置の改善を】では、改善 (20 回)、長い (12 回)、増やす (23 回)、トイレ (18 回)、エリア (14 回)、会場 (12 回) の用語が確認された。

ここでは、「マラソンのトイレ設備は改善が必要だと思います。仮設トイレをもっと増やしていただきたいです」、「レース終了後の軽食も完走 T シャツもなくて、改善すべきです」、「言語によるコミュニケーションは改善する必要があります」、「海外ランナー向けに、荷物預かりのサービスを改善できるとより良くなると思います」、「(ゼッケン) 受け取りエリアは、出走しない友人にも開放していただけるとよいと思います」、「エリアを分けてトイレの表示も大きくしたらいいと思います」、「荷物預け場所からス

タート地点までの距離がもう少し短くなり、さらにトイレの数を増やしていただければ、よりスムーズでランナーに優しい大会になると思います」、「スタート地点から終点までが遠すぎるし、トイレの数も足りないし、トイレの列もかなり長くて時間かかりすぎました」、「スタートブロックに仮設トイレをもっと増やしてほしいです」、「2025 年と 2026 年の大阪マラソンに 2 回参加しました。主催者がより良い大会を目指しランナーの意見を聞き、継続的に改善していると感じました」などの記述が見られた。

クラスター5：【記念 T シャツ等の記念品の充実を】では、少し（18 回）、残念（12 回）、EXPO（14 回）、グッズ（13 回）、完走（25 回）、T シャツ（28 回）、記念（19 回）の用語が確認された。

ここでは、「以前は完走 T シャツがあったと友人から聞きましたが、今回はなくて少し残念でした」、「大阪メトロ一日乗車券と完走 T シャツがなくなって少し残念でした」、「また無料の T シャツを配布していただけると嬉しいです」、「レースキットに T シャツやシングレットを含める、またはフィニッシャー T シャツを提供してほしいです」、「参加者配布物には大会 T シャツを含めるべきです。参加費はほぼ同じなのに、T シャツがないのはとても残念でした」、「完走記念品は増やすべきで、例えば完走 T シャツです」、「大会 T シャツやフィニッシャー向けの記念品は、ランナーに提供されるべきだと思います」、「完走記念品が少なすぎます。少なくとも完走 T シャツは用意してほしいです」、「公式のカラフルな T シャツやソックスなどのグッズが売り切れないよう、十分な数量を用意していただけると嬉しいです」、「EXPO には、より多くの地元店舗の出展があるとよいと思います」、「土曜日に EXPO へ到着した時点で、公式のマラソングッズ（特に T シャツ）がすべて売り切れていたのは少し残念でした」、「EXPO で販売されている記念 T シャツの在庫が少なすぎて購入できませんでした」などの記述が見られた。

クラスター6：【ランナーの安全性への配慮を】では、高い（12 回）、特に（12 回）、走る（19 回）、ペース（17 回）、遅い（13 回）の用語が確認された。

ここでは、「途中で取材車に何度か妨げられ、走るペースにも影響が出てしまいました」、「特に大阪マラソン当日は、正午の気温が非常に高く、ペースの遅いランナーにとってはかなり不利です」、「後方からのランナーが進んでいたため、非常に危険で、転倒や雑踏事故のリスクが高いと感じました」、「交通費や宿泊費が高く、負担が大きい点は課題です」、「参加費が高いと感じました」、「参加費が高すぎます」、「最初の給水所までの距離が長すぎて、特に気温が高い中で 6.5km も走ってから最初の給水というのは厳しかったです」、「今年は気温が高かったため、水や電解質の飲料の必要性が高まっていました。すべてのペースのランナーを支えるために、気象条件に応じた追加の準備や補充体制をご検討いただければと思います」、「今年のように気温が高い状況では、最初の給水所は 5km より手前に設置すべきだと思います」などの記述が見られた。

クラスター7：【給水と身体ケアの改善を】では、多く（31 回）、ランナー（87 回）、海外（23 回）、レース（19 回）、用意（16 回）、コース（29 回）、給水（38 回）、提供（26 回）の用語が確認された。

ここでは、「フィニッシュ後の飲料水をもっと十分に提供してください。多くのランナーが水を求めて困っていました」、「必要な場合はスポンジとアイスバッグなど体を冷やす物資も提供すべきです」、「暑かったため、後方のランナーたちには水とスポーツドリンクの提供がやや不足でした」、「ペースが遅いランナーは紙コップがなくなってしまう状況に遭遇します。給水不足も補給不足もリスクを生じやすいので、後方のランナーへの配慮も忘れないで欲しいです」、「コース上にはランナーが体を冷やすためのスプレーやアイスバッグなどが用意されていませんでした」、「私は比較的にゆっくり走るランナーですが、後半一部の給水所（30km 以降）で水がなくなっていました」、「十分な給水を提供してください。後

半は本当に水がなくなっていました」、「暑い日の場合、体を冷やすためにコース上ではスポンジを提供してください」、「給水が十分に提供されていませんでした」、「暑かったため、レース終了後に普通に飲料水を用意してほしいです」、「一部のコース区間は多くのランナーを収容するのに難しいと感じました」、「完走後、ランナーがストレッチできる場所や設備を用意してください！中国廈門マラソンでは、一時的に足のアイスプールやヨガマットが用意されており、ランナーがストレッチできるようにしていました」、「救護所では筋肉痛用のスプレーを用意してほしいです」などの記述が見られた。

3. ボランティア

3-1. ボランティアの意識調査

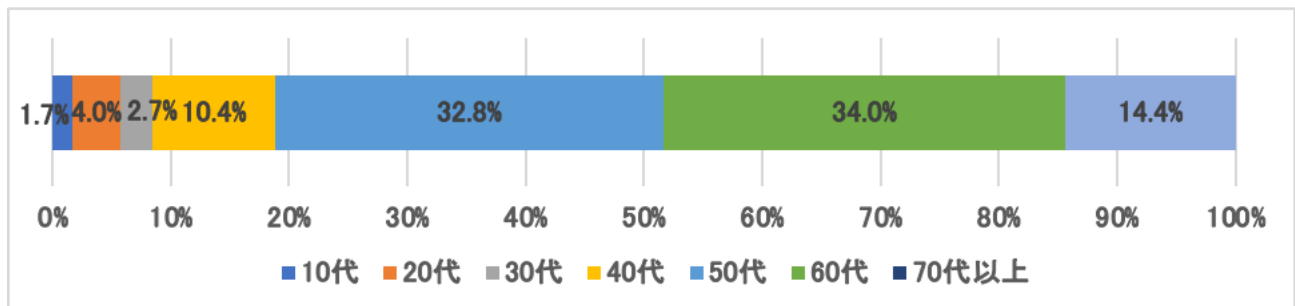
回答数：982

※ここで言う前回とは、2025 年の第 13 回大会のことである。

※前々回とは、2024 年の第 12 回大会のことである。

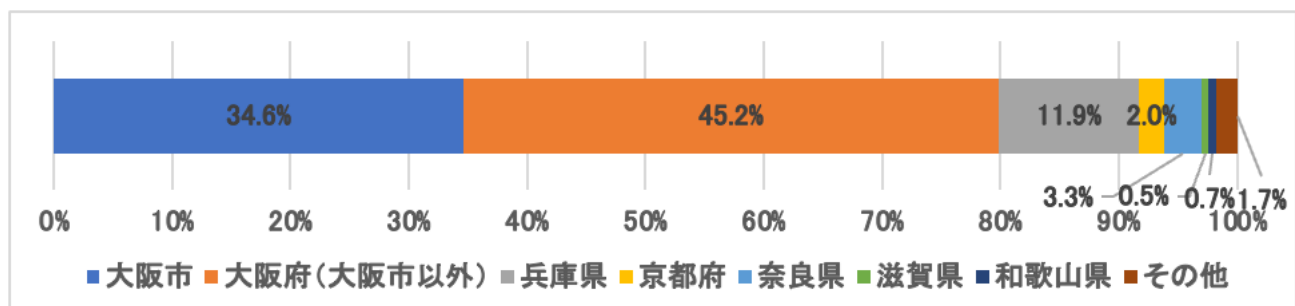
(2) 自分自身について

■年齢（年代）



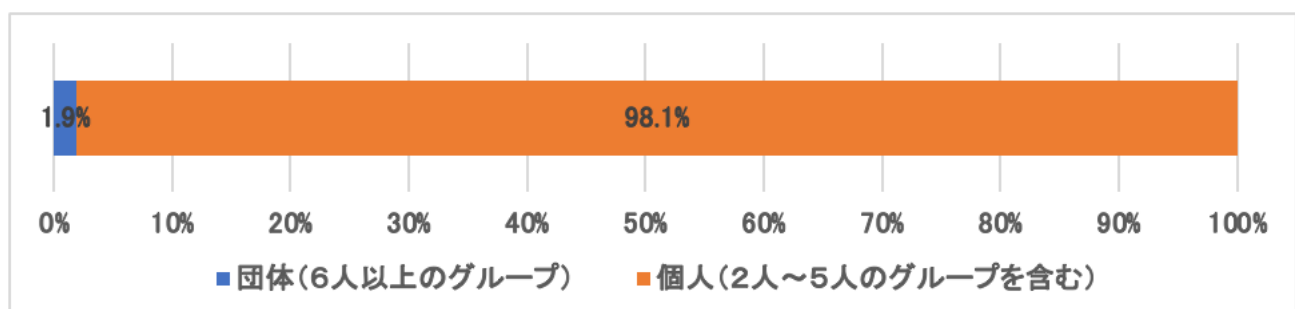
年齢（年代）については、「60代」が 34.0%（前回：28.1%）、「50代」が 32.8%（前回：32.1%）、「70代」が 14.4%（前回：12.1%）と年齢層が高い人の参加が多い傾向にある。

■お住まいのエリア



居住地域では、大阪府（大阪市以外）が 45.2%（前回：40.9%）、大阪市が 34.6%（前回：34.3%）と、8 割が近隣地域からの参加であり、前回とほとんど変わらない。

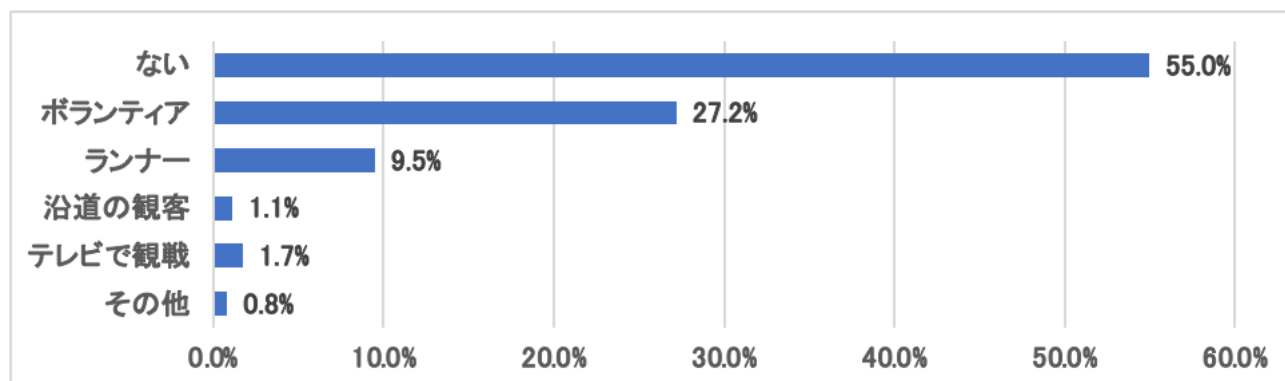
■申込区分



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 98.1%（前回：99.4%）、団体（6 人以上のグループ）が 1.9%（前回：0.5%）と、前回同様、ほとんどが個人参加の人の回答である。

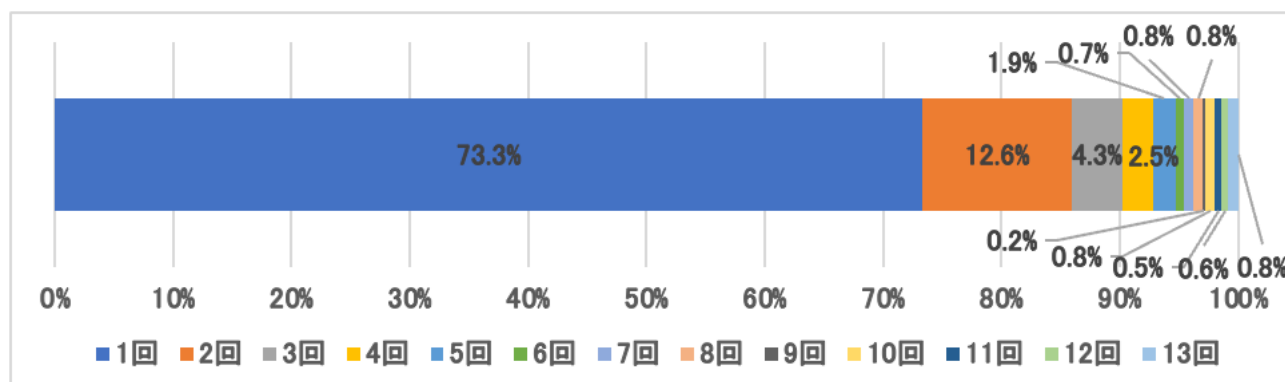
(2) 大阪マラソンのボランティアについて

■これまでの大阪マラソンとの関わり（複数回答可）



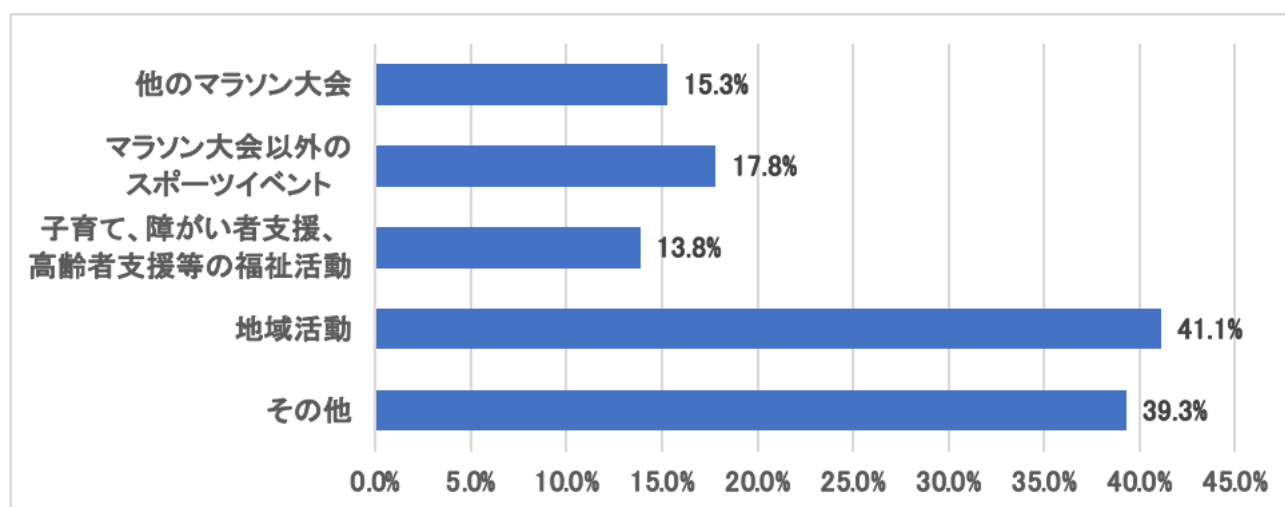
これまでの大阪マラソンでの関わり方について、「ボランティア」が 27.2%（前回：23.7%）とリピーターが微増している。一方で、「ない」と答えた人が 55.0%（前回：35.9%）と、大阪マラソンへボランティアとして初めて関わる人が増加した。

■ボランティア参加経験



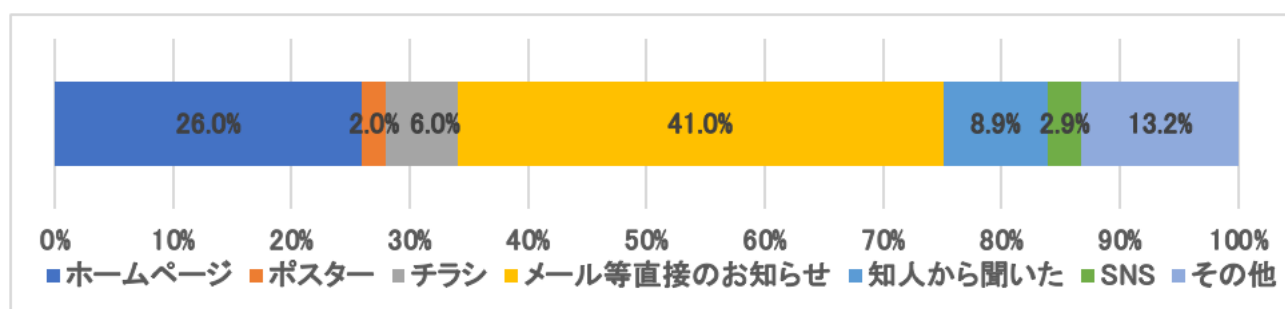
今回を含めた大阪マラソンへのボランティア参加経験は、今回が初めてとなる「1回」が 73.3%（前回：57.5%）と、前回よりも増加している。一方、2回目以降の参加者が、26.7%（前回：42.5%）と、前回よりも減少しているが、3割近くの人がリピーターとして参加している。

■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）



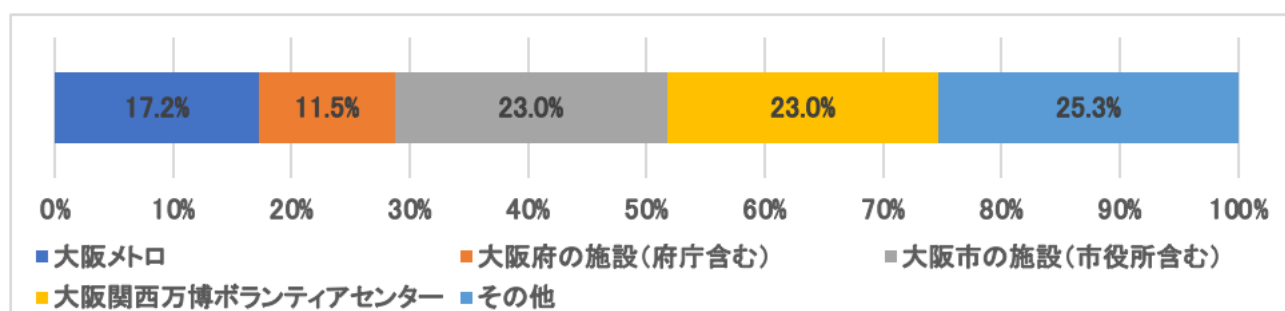
大阪マラソン以外のボランティア活動の参加の有無について、「地域活動」が 41.1%（前々回：32.7%）が最も多く、地域でのボランティア経験が大阪マラソンのボランティアに繋がっているといえる。また、「マラソン大会以外のスポーツイベント」が 17.8%（前々回：18.4%）から、スポーツボランティアの経験が活かされている。

■募集のきっかけ



ボランティアの募集を知った情報について、「メール等直接のお知らせ」が 41.0%（前回：31.9%）と、前回から増加しており、直接お知らせ等を送る方法が有益であると考えられる。また、「ホームページ」が 26.0%（前回：44.7%）と減少しており、ネットによる情報提供の工夫が課題である。

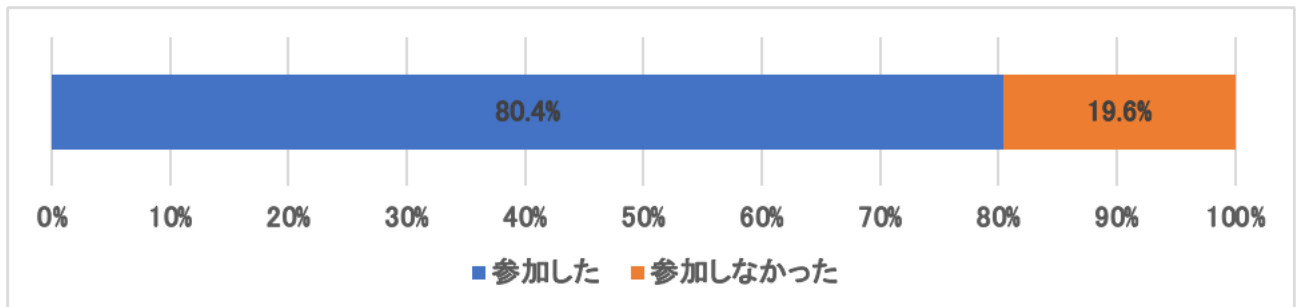
■チラシの入手場所



「募集のきっかけ」で「チラシ」と回答した人の中で、チラシを入手した場所として、「大阪市の施設

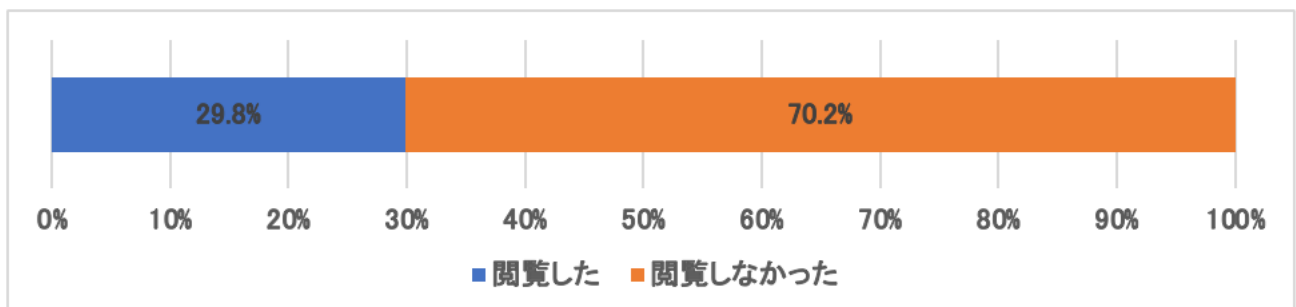
（市役所含む）」が 23.0%(前回：0.0%)や「大阪メトロ」17.2%（前回：11.1%）であった。

■事前のボランティア説明会の参加



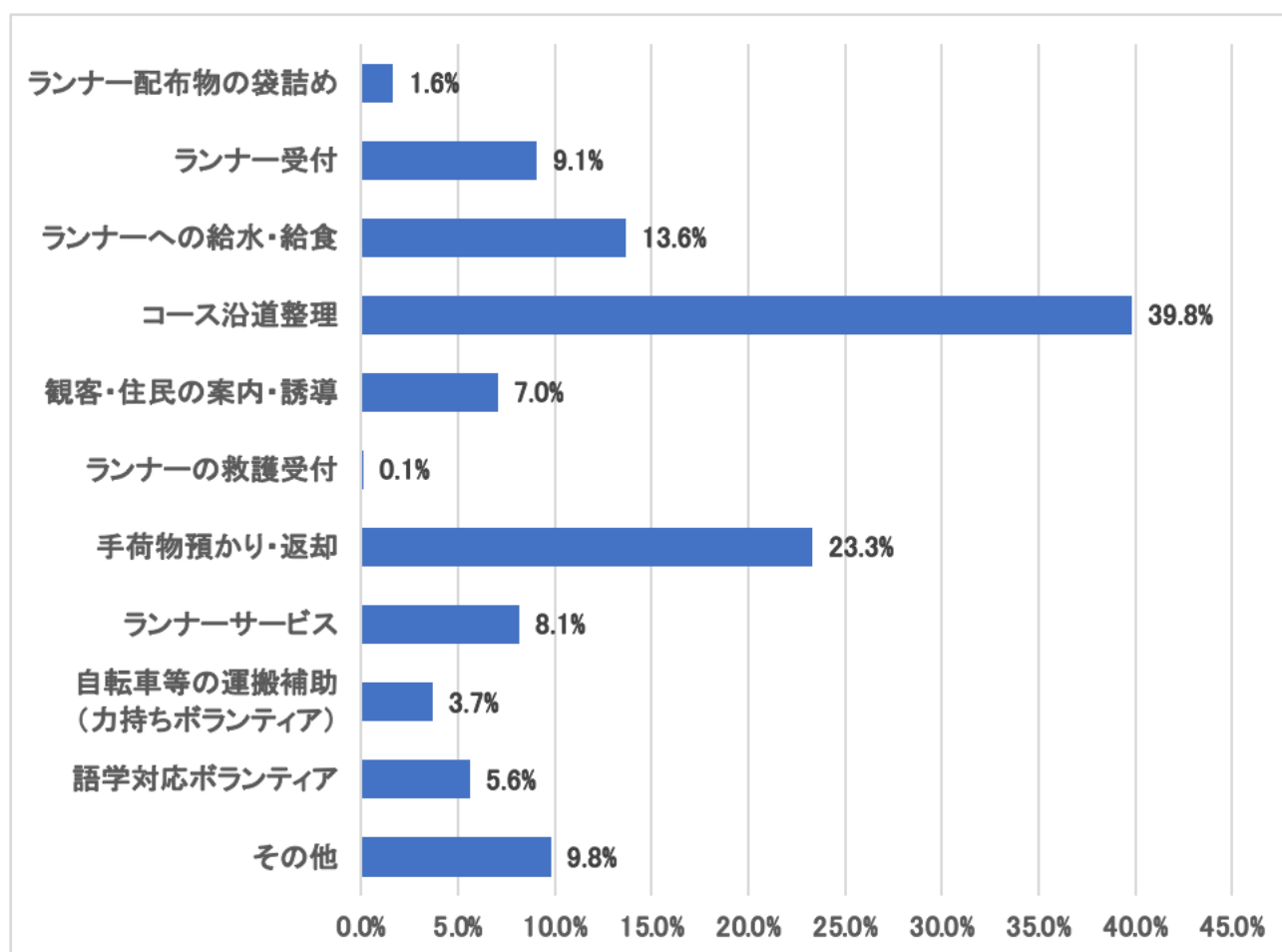
事前のボランティア説明会の参加は、「参加した」が 80.4%（前回：17.9%）と増加しており、全体の 8 割の人が対面でのボランティア説明会に参加している。

■YouTube による説明会の閲覧



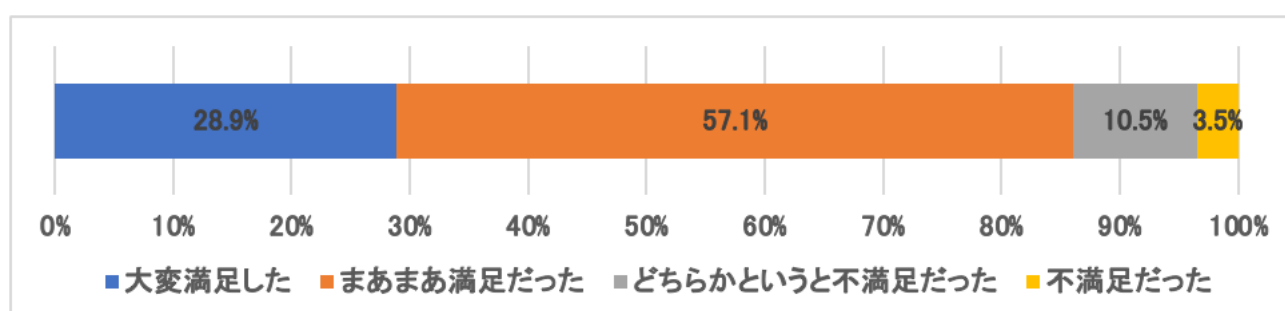
YouTube による説明会の閲覧は、「閲覧した」が 29.8%（前回：82.4%）であり、前回よりも大幅に減少している。事前の説明会の参加が 8 割もあり、説明会への参加形態が逆転している。

■活動内容（複数回答可）



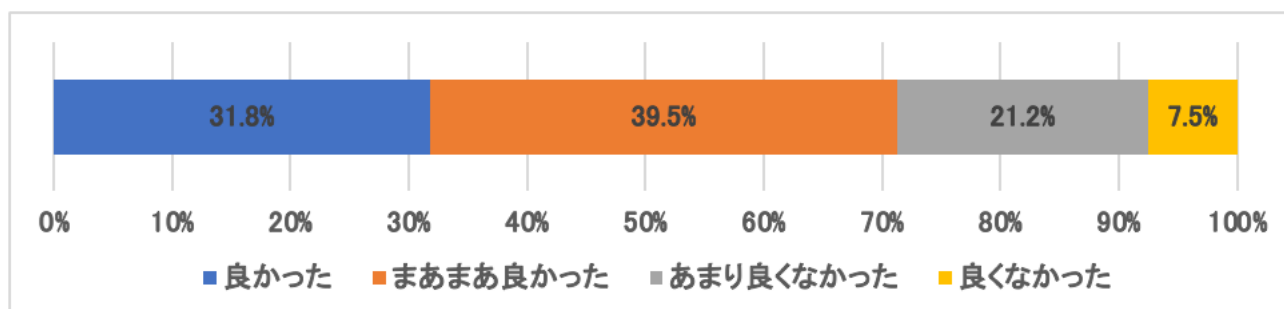
ボランティアの活動内容については、「コース沿道整理」が 39.8%（前回：19.7%）、「手荷物預かり・返却」が 23.3%（前回：23.5%）、「ランナーへの給水」が 13.6%（前回：9.3%）、「ランナー受付」が 9.1%（前回：9.3%）、であった。ランナーとの接触があるボランティアが回答している傾向にある。

■活動内容の満足度



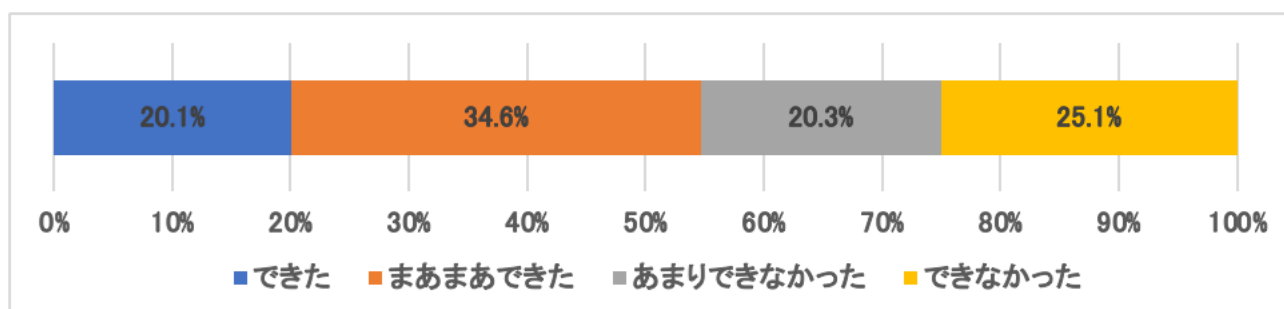
ボランティア活動内容の満足度について、「大変満足した」が 28.9%（前回：18.3%）、「まあまあ満足した」が 57.1%（前回：55.2%）と、8割の人がボランティア活動の内容に満足しており、前回と比べると満足度は上がっている。

■ボランティアのスタッフによるサポート



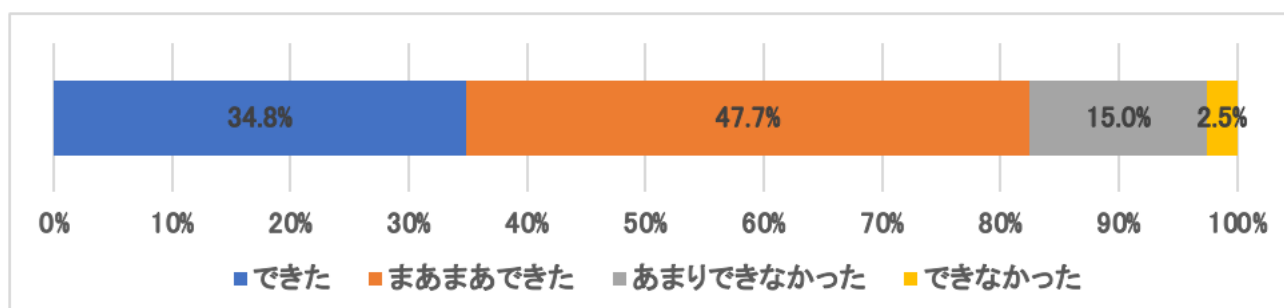
ボランティアのスタッフによるサポートについて、「良かった」が 31.8%（前回：20.8%）、「まあまあ良かった」が 39.5%（前回：37.2%）と、7 割の人が良かったと感じている。一方、3 割近くの人が良くなかったと感じているため、その内容を把握し、改善していく必要があると考えられる。

■ランナーとの交流



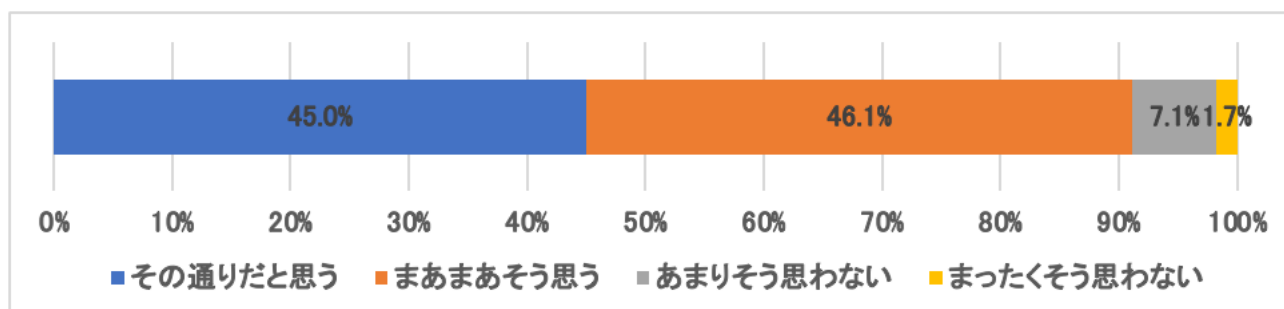
ランナーとの交流について、「できた」が 20.1%（前回：18.0%）で、「まあまあできた」が 34.6%（前回：33.2%）と、5 割のボランティアがランナーとの交流ができたと感じている。一方で、45.4%（前回：48.8%）のボランティアはランナーとの交流ができておらず、活動内容にもよるが、前回同様、ランナーとの交流に課題が残った。

■ボランティア同士の交流



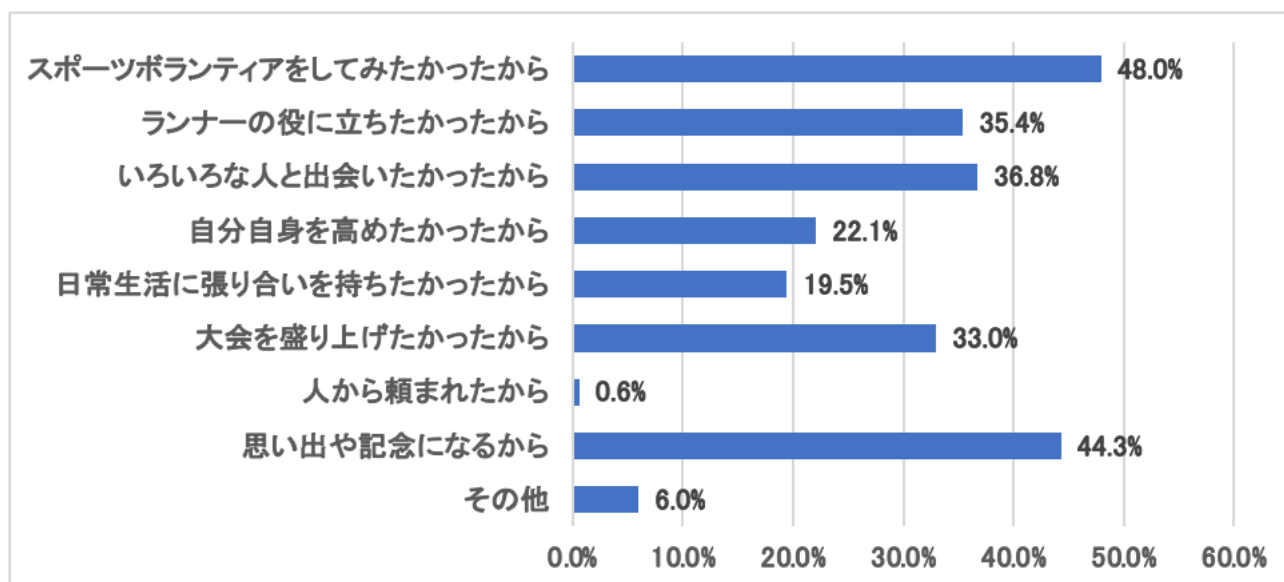
ボランティア同士の交流について、「できた」が 34.8%（前回：32.3%）、「まあまあできた」が 47.7%（前回：47.2%）と、前回大会と同様に 8 割のボランティアが交流することができたと感じている。大阪マラソンのボランティアのリピーターになったもらうために、ボランティア同士の交流が一つの誘因になりうる。

■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



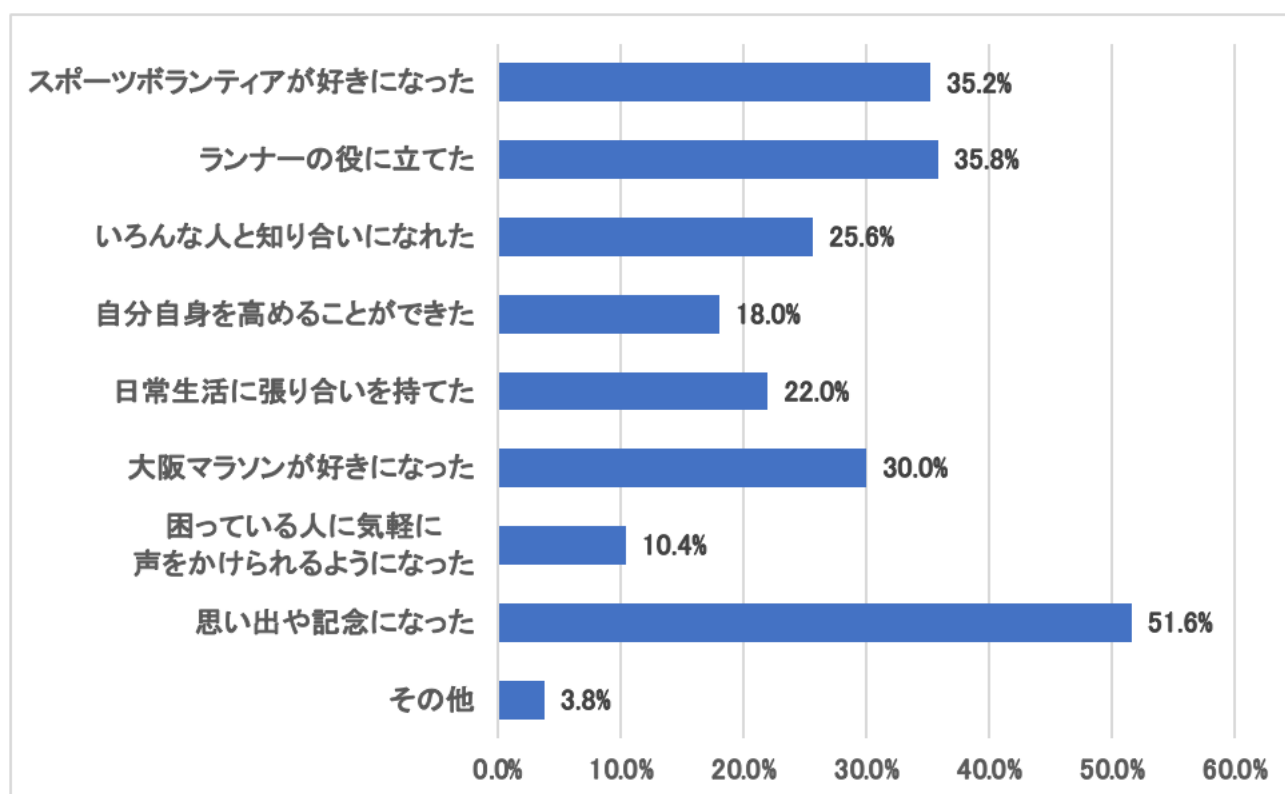
チャリティマラソンとしての大阪マラソンでは、ボランティア活動も「活動のチャリティ」と捉えている。そのことについて、「その通りだと思う」が 45.0%（前回：42.9%）、「まあまあそうだと思う」が 46.1%（前回：43.2%）と、9 割以上のボランティアが同意している。

■参加目的（複数回答可）



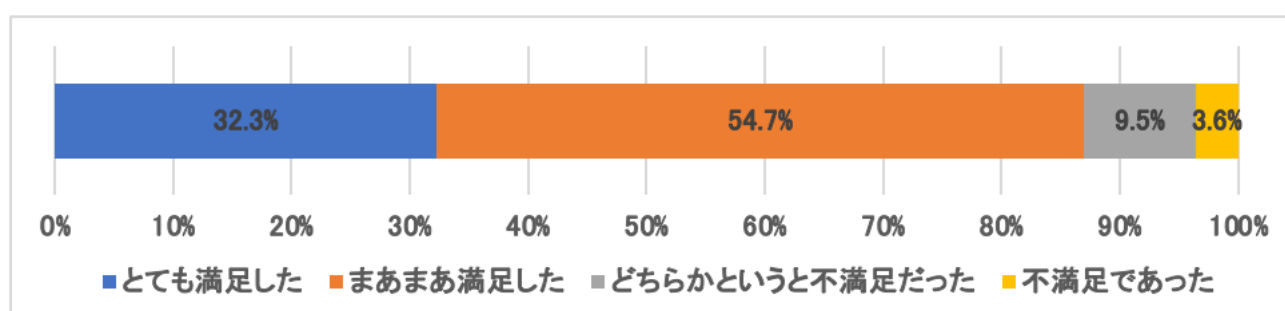
ボランティアの参加目的の理由では、「ランナーの役に立ちたかったから」が 35.4%（前々回：51.4%）、「大会を盛り上げたかったから」が 33.0%（前々回：36.5%）といった公益的な理由が多く、大阪マラソンが公益性の高いボランティア活動であると認識されているようである。一方で、「スポーツボランティアをしてみたかったから」が 48.0%（前々回：37.0%）、「思い出や記念になるから」が 44.3%（前々回：32.9%）、「いろいろな人と出会いたかったから」が 36.8%（前々回：28.6%）といった私益的な理由もあった。ボランティア活動ではこれらの公益、私益がバランスよく存在していることが望ましいが、私益的な理由が増加傾向にある。

■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）



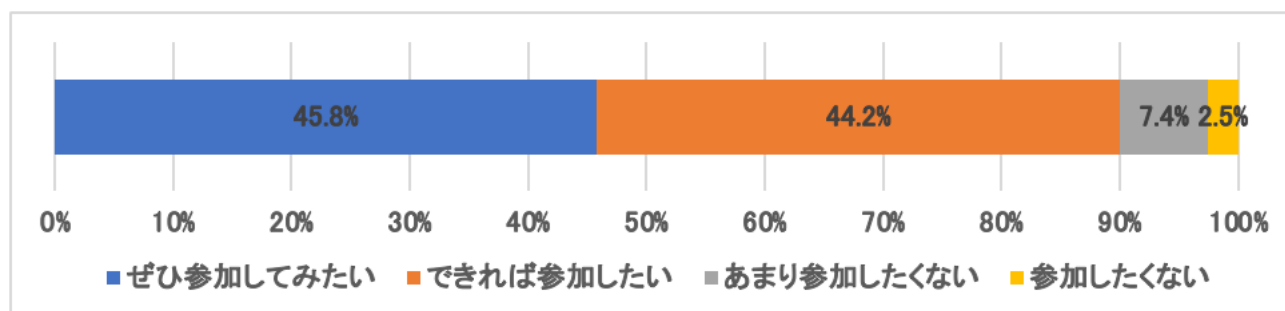
ボランティアを経験した評価としては、「思い出や記念になった」という私益的評価が 51.6%（前々回：50.8%）と最も多くなっている。次いで、「ランナーの役に立てた」という公益的評価が 35.8%（前々回：51.6%）と多く、「スポーツボランティアが好きになった」が 35.2%（前々回：25.6%）、「いろいろな人と知り合いになれた」が 25.6%（前々回：26.2%）と肯定的な変化が見られた。大阪マラソンを経験することによって、当初の目的を達成するとともに、スポーツボランティアについて好意的な見方に変化したといえる。

■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 32.3%（前回：18.4%）、「まあまあ満足した」が 54.7%（前回：55.5%）と、8割のボランティアが満足しており、満足度は高いといえる。

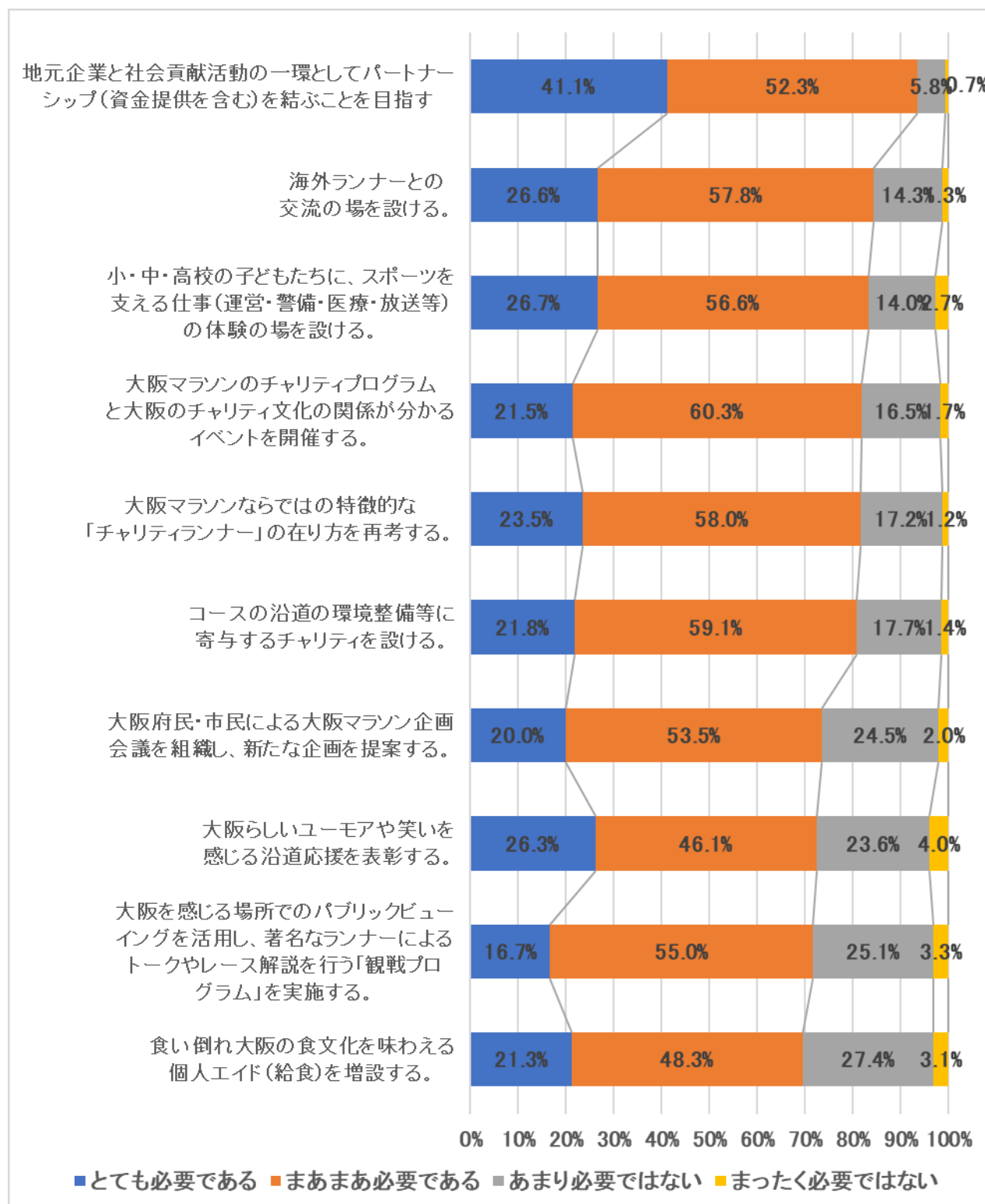
■来年度の参加意欲



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 45.8%（前回：33.3%）、「できれば参加したい」が 44.2%（前回：46.3%）と、9 割のボランティア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おり、前回よりも増加傾向にある。

大阪マラソン 2026 の運営について

■これからの大阪マラソンをさらに良くしていくための新しい取り組みについて(上位 10 位)

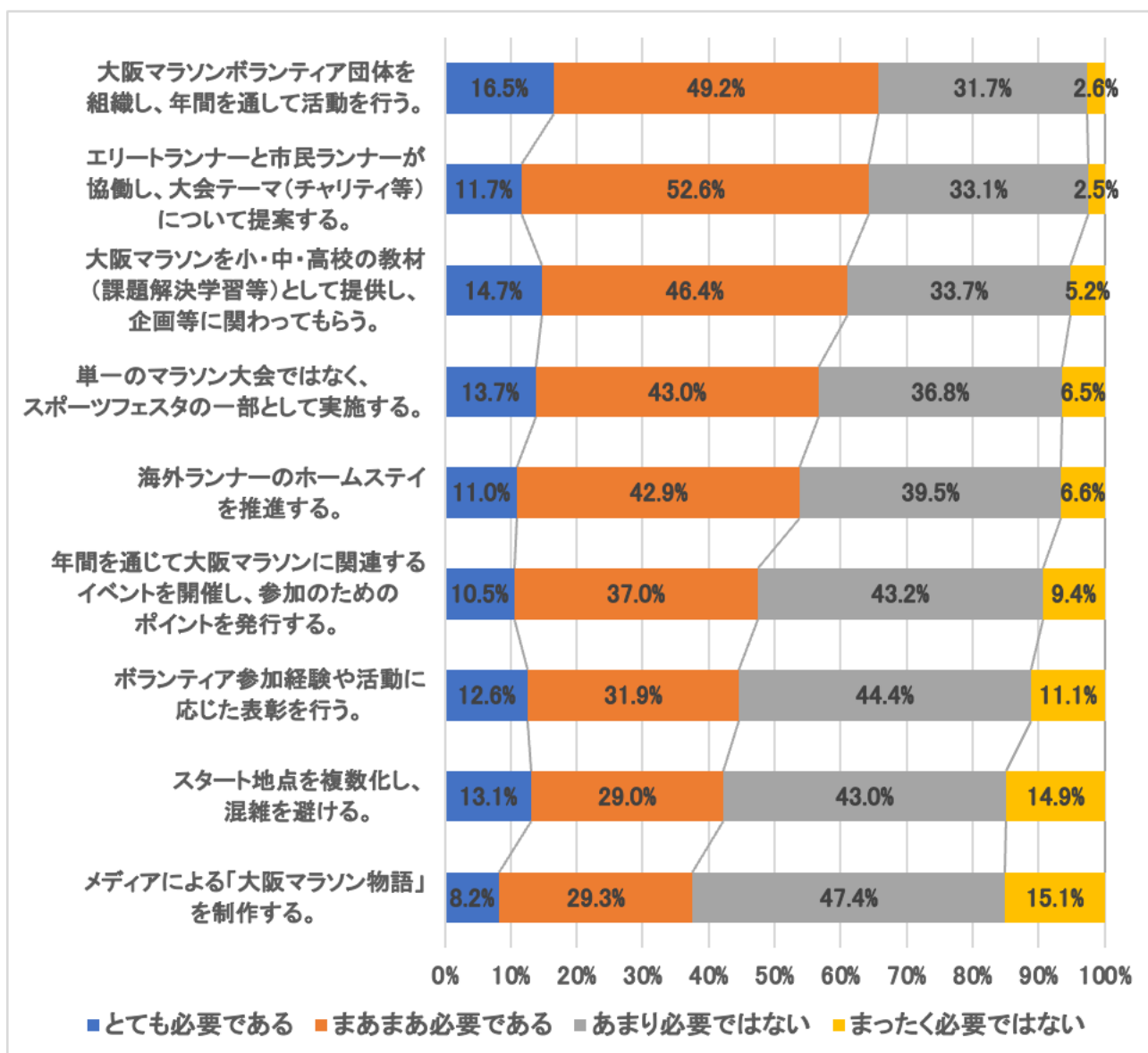


これからの大阪マラソンをさらに良くしていくための新しい取り組みについて聞いてみた。その結果、上位 10 位については、次のような提案があがってきた(「とても必要である」と「まあまあ必要である」を合計した割合で考察する)。

- ①「地元企業と社会貢献活動の一環としてパートナーシップ（資金提供を含む）を結ぶことを目指す」が 93.5%と最も高く、ボランティアは大阪マラソンを地域全体で支える仕組みづくりを強く求めていることが分かる。単なるスポンサー獲得ではなく、地域企業との連携を通じた社会貢献型イベントへの期待がうかがえる。
- ②「海外ランナーとの交流の場を設ける」が 84.4%と高く、ボランティアは大阪マラソンを国際交流の場として捉えている。運営補助だけでなく、人と人との交流を生み出すイベントとしての価値を重視していると考えられる。
- ③「小・中・高校生に対して、スポーツを支える仕事（運営・警備・医療・放送等）の体験機会を設ける」が 83.3%となり、次世代育成への意識の高さが見られる。大阪マラソンを単なる競技大会ではなく、教育的価値を持つ社会的イベントとして位置づけていることがうかがえる。
- ④「大阪マラソンのチャリティプログラムと大阪のチャリティ文化との関係が理解できるイベントを開催する」が 81.8%で支持されており、大阪マラソンのチャリティ性を可視化し、その理念を共有することへの期待が示されている。
- ⑤「大阪マラソンならではの特徴的な『チャリティランナー』の在り方を再考する」が 81.6%となり、他大会との差別化や大阪マラソン独自の価値創出への関心が高いことが分かる。
- ⑥「コース沿道の環境整備等に寄与するチャリティを設ける」が 80.9%で支持され、ランナーだけでなく沿道住民や地域環境への配慮を重視する傾向が見られる。
- ⑦「大阪府民・市民による大阪マラソン企画会議を組織し、新たな企画を提案する」が 73.4%となり、市民参加型イベントとして大阪マラソンを発展させたいという意識が示されている。
- ⑧「大阪らしいユーモアや笑いを感じさせる沿道応援を表彰する」が 72.4%で支持され、大阪独自の文化や笑いをイベントの魅力として活用しようとする姿勢がうかがえる。
- ⑨「大阪を感じられる場所でパブリックビューイングを活用し、著名ランナーによるトークやレース解説を行う『観戦プログラム』を展開する」が 71.7%となり、「走る」だけでなく「観る」スポーツイベントとしての発展も期待されている。
- ⑩「食い倒れ大阪の食文化を味わえる個人エイド（給食）を増設する」が 69.6%で支持され、大阪の食文化を活かした“おもてなし”への期待が見られる。

以上のことから、大阪マラソンボランティアは、地域企業との連携、国際交流、次世代育成、チャリティ文化の発信などを重視しており、大阪マラソンを単なる競技大会ではなく、市民参加型の社会・文化イベントとして発展させたい意識が強いことが明らかとなった。また、大阪らしいユーモアや食文化を活かした「大阪らしさ」の演出にも高い期待が寄せられている。

■これからの大阪マラソンをさらに良くしていくための新しい取り組みについて（11位から19位）



これからの大阪マラソンをさらに良くしていくための新しい取り組みについて聞いてみた。その結果、下位9位については、次のような提案があがってきた。（「あまり必要ではない」と「まったく必要ではない」を合計した割合で考察する）。

- ⑪「大阪マラソンボランティア団体を組織し、年間を通して活動を行う」が34.3%となり、継続的なボランティア組織化については一定の慎重姿勢が見られた。大会時の参加には積極的であっても、年間を通じた活動負担には消極的な傾向がうかがえる。
- ⑫「エリートランナーと市民ランナーが協働し、大会テーマ（チャリティ等）について提案する」が35.6%となり、大会理念の形成にランナー自身が関与することについては、比較的関心が低いことが分かる。
- ⑬「大阪マラソンを小・中・高校の教材（課題解決学習等）として提供し、企画等に関わってもらおう」が38.9%となり、教育的活用については一定の理解があるものの、学校教育との連携拡大には慎重な意見が見られた。

- ⑭「単一のマラソン大会ではなく、スポーツフェスタの一部として実施する」が43.3%となり、大阪マラソン単独のブランド性や独自性を重視する傾向が示されている。
- ⑮「海外ランナーのホームステイを推進する」が46.1%となり、国際交流には肯定的であっても、生活空間を共有する形の交流には心理的負担を感じる回答者が少なくない。
- ⑯「年間を通じて大阪マラソンに関連するイベントを開催し、参加のためのポイントを発行する」が52.5%となり、参加インセンティブを制度化することには否定的な傾向が見られた。公平性への配慮が背景にあると考えられる。
- ⑰「ボランティア参加経験や活動内容に応じた表彰を行う」が55.5%となり、ボランティア活動を競争的に評価する仕組みには慎重な意識が示された。
- ⑱「スタート地点を複数化し、混雑を避ける」が57.8%となり、混雑緩和よりも大会の一体感や公平性を重視する傾向がうかがえる。
- ⑲「メディアによる『大阪マラソン物語』を制作する」が62.4%と最も高く、物語化や演出によるイメージ戦略には比較的否定的な意見が多かった。

以上のように、下位項目では、年間を通じた組織化やポイント制度、ホームステイ、メディア演出など、大会運営の拡張や制度化に対して慎重な姿勢が見られた。特に、大阪マラソンの物語化や複数スタート制には否定的意見が多く、大会の公平性や一体感、シンプルな運営を重視する傾向がうかがえる。一方で、国際交流や教育的活用については一定の理解も示されている。

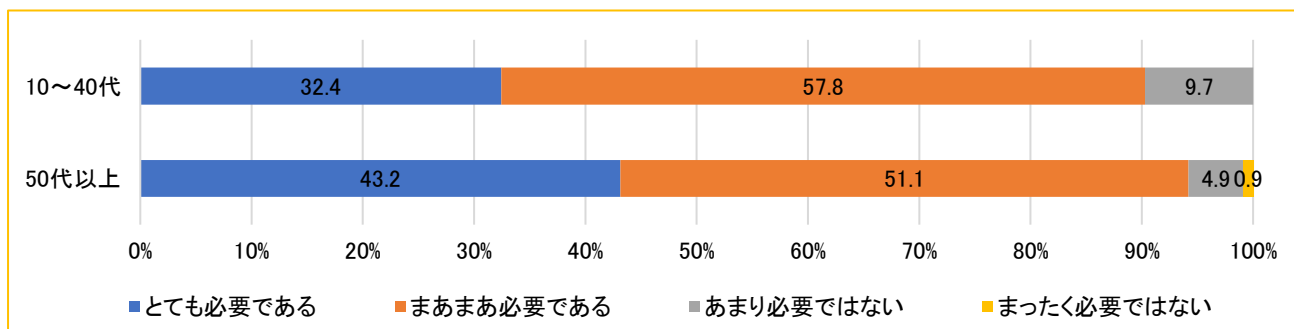
3-2. ボランティアが必要と考える新しい取り組みの特性別違い

「これからの大阪マラソンをさらに良くしていくために、どのような新しい取り組みが必要でしょうか」について、19項目を「とても必要である」から「まったく必要ではない」までの4段階で評価してもらった。その評価で必要であるとする割合が高い上位10項目について、ボランティア参加者の特性別（①年齢、②大阪マラソンボランティアの参加経験）にクロス分析を行った。また、ボランティア活動の満足度を大阪マラソンボランティア参加回数別にクロス分析を行った。その統計処理には SPSS30.0J を用い、カイ 2 乗検定により、有意水準は 1%未満とした。

①年代別

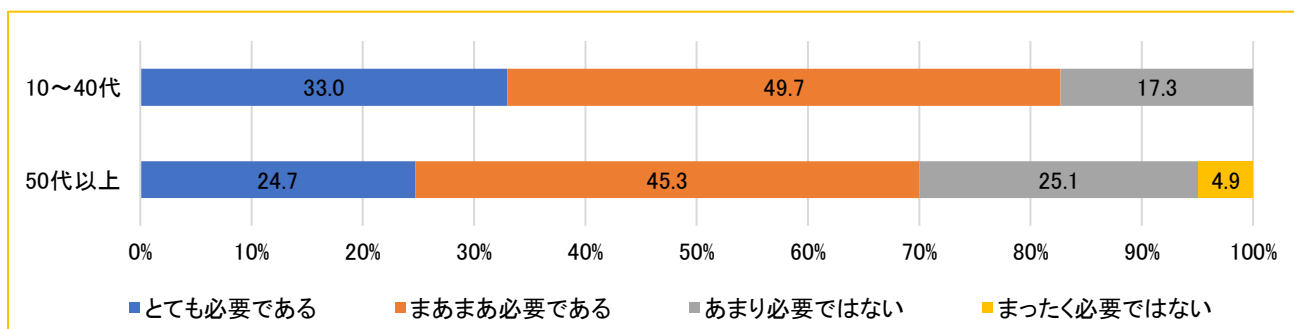
ボランティア参加者を「10～40代（185名）」と「50代以上（797名）」に分類し、これからの大阪マラソンに必要な新しい取り組みについての回答の割合の差を比較した。

■地元企業の資金提供（パートナーシップ）を進める。



「10～40代」と「50代以上」で回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「50代以上」で「とても必要である」と回答した人の割合が高かった。

■大阪らしいユーモアや笑いを感ずる沿道応援を表彰する。



「10～40代」と「50代以上」で回答の割合に有意な差 ($p<0.01$) がみられ、「10～40代」で「とても必要である」、「50代以上」で「まったく必要ではない」と回答した人の割合が高かった。

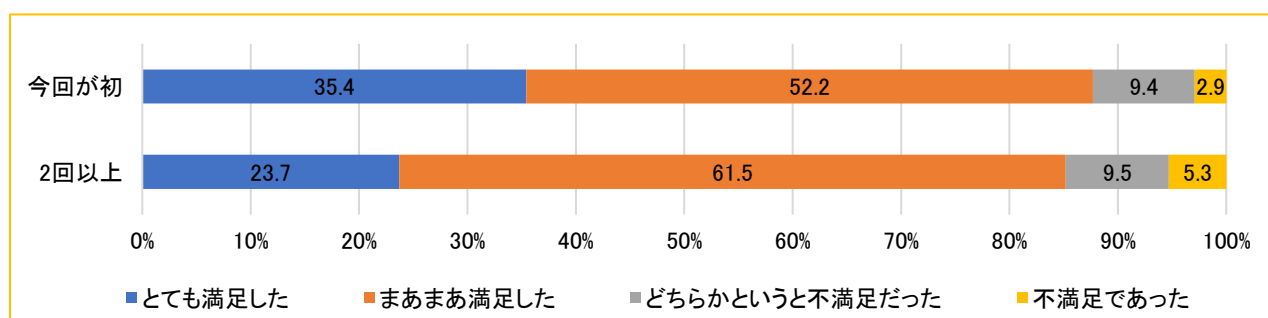
②大阪マラソンボランティア参加経験別

ボランティア参加者における大阪マラソンボランティアの参加回数を「今回が初めて（720名）」と「2回以上（262名）」に分類し、これからの大阪マラソンに必要な新しい取り組みについての回答の割合の差を比較した。

その結果、有意な差はみられなかった。

〔満足度と大阪マラソンボランティア参加回数〕

「今回の大阪マラソン 2026 のボランティア活動に満足されましたか。」という質問に関する回答の割合の差を大阪マラソンへのボランティア参加経験について「今回が初めて（720名）」と「2回以上（262名）」の2群に分類し、カイ2乗検定を用いて分析した。統計処理にはSPSS30.0Jを用い、有意水準は1%未満とした。



「今回が初めて」と「2回以上」の「大阪マラソン 2026 のボランティア活動の満足度」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「とても満足した」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) テキストマイニングについて

自由記述について、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ーの分析を行った。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出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。階層的クラスターの分析とは、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分析を行うために開発されたソフトウェアである樋口耕一（2023）の KH Coder（ver. 3.03a）を用いた。

(2) 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（982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、感動詞、副詞可能）を対象とした。また、前処理として、「思う」、「感じる」、「できる」については、分析上有用性が低いと判断される語を除外語として設定したうえで分析を行った。

■ 頻出語上位 50 語

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
ボランティア	489	大会	69
ランナー	228	言う	68
参加	212	荷物	65
リーダー	182	沿道	61
人	152	経験	61
場所	148	配置	60
運営	134	聞く	58
スタッフ	124	分かる	57
活動	124	もう少し	55
時間	110	リエゾン	53
指示	102	楽しい	51
担当	102	変更	49
今回	97	自転車	48
説明	93	沿道整理	46
休憩	86	見る	46
多い	85	案内	44
必要	84	確認	44
当日	83	集合	44
良い	82	大変	44
トイレ	74	前	43
説明会	71	連絡	43
対応	71	マラソン	39
初めて	70	応援	39
給水	69	作業	39
事前	69	内容	38

これらのうち、出現回数が 150 回以上となったのは、「ボランティア」、「ランナー」、「参加」、「リーダー」、「人」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	経験(61)、分かる(57)、作業(39)、内容(38)、必要(84)、説明(93)、事前(69)、リエゾン(53)、当日(83)、説明会(71)	648
クラスター2	場所(148)、集合(44)、大会(69)、配置(60)、前(43)、変更(49)、連絡(43)	456
クラスター3	言う(68)、時間(110)、休憩(86)、大変(44)、荷物(65)、確認(44)	417
クラスター4	ランナー(228)、人(152)、担当(102)、多い(85)、良い(82)、もう少し(55)、給水(69)、リーダー(182)、指示(102)	1,057
クラスター5	ボランティア(489)、参加(212)、今回(97)、初めて(70)、対応(71)、運営(134)、スタッフ(124)、マラソン(39)、活動(124)、楽しい(51)	1,411
クラスター6	沿道(61)、応援(39)	100
クラスター7	トイレ(74)、聞く(58)、見る(46)、案内(44)、自転車(48)、沿道整理(46)	316

() 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:【説明不足と指示システムの改善を】では、経験 (61 回)、分かる (57 回)、作業 (39 回)、内容 (38 回)、必要 (84 回)、説明 (93 回)、事前 (69 回)、リエゾン (53 回)、当日 (83 回)、説明会 (71 回) の用語が確認された。

ここでは、「事前の案内メールもわかりにくいものだったし、当日も説明もほとんどなく、出欠確認 QR コードの提示もうけていない。また、事前説明会でできていた内容の通りランナーに対応すると、違うとの指摘をされた。どうなっているのか」、「ボランティア活動を継続させていくためには、活動内容によっては休憩が取れない可能性があります等の事前説明が必要だと感じました」、「事前説明とは異なりリーダー不在、オレンジのウェアを着ていた方の指示が二転三転」、「昨年と同じ事を感じたので来年は事前レクチャーを切に願います」、「リエゾンだったが、リエゾンとしての役割がなかった」、「説明会で聞いていたことと違っていることが多かった。ボランティアの人数に対してリエゾンが少なかった」、「リエゾンの存在意義が不明」、「せめてリエゾンさんにはもっと詳細な研修があってもいいのではないのでしょうか」、「研修では何かあればリエゾンや救護班に伝えるよう説明がありましたが、どうやって伝えるかについての説明がなく、当日慌てました」、「リエゾンさんへの活動担当箇所内容の事前説明をきちっとお願いします」、「もっとキッチリしたマニュアルが必要」、「力持ちボランティアに参加しました。かなりの混雑で、もう少し事前の説明や事前準備が必要だと感じました」、「直前に活動内容が変更になり、説明会の内容が全く意味がなくなった」、「説明会の機会を増やしてほしい。大会当日にリーダーの役割を任命されビックリした」、「ボランティア活動についての説明会がわかりにくかった。何をするのも当日まで不安で、説明会で資料の説明していても何頁をご覧ください。などのアナウンスがなく、何の話をするかわからなかった」、「説明会での説明がいまひとつわかりづらかった。今はどのポジションの説明なのかが、わかりにくかったので、共通事項の説明と担当の説明を分ければよいと思う」、「ボランティアの具体的な活動内容が、説明会だけではわかりにくく、当日のぶっつけ本番になっているので、パート毎に YouTube など前年の活動内容を撮影したものをボランティアに提供すれば、よく理解できてキャンセル

や辞退が減るのではないかと思います」、「事前の全体説明会と資料確認だけでは説明不十分だと思います」、「初めてなこともあります、リーダーからの作業前の説明がなく流れがわかりづらく質問することが多くなりました」などの記述が見られた。

クラスター2：【活動変更等の連絡不備の改善を】では、場所（148回）、集合（44回）、大会（69回）、配置（60回）、前（43回）、変更（49回）、連絡（43回）の用語が確認された。

ここでは、「直前に配置換えがあり、変更後の配置の説明PDFが開かず、集合場所が分からなかった」、「説明会時にボランティア活動の場所、時間等を変更(物理的に間に合わない為)していただいたが、当日変更されていなかった。心配だったので、大会2日前に確認の電話を問合せ先にしたが、分からないのでとにかく当日は変更後の場所へ行ってくれと言われた」、「変更のメールが来たが土地勘が少ないので変更したくないと返信したがノーレスだったので当日は元の場所で活動した」、「一般のボランティアさんが急遽受付で人が足らなくなり、直前に時間の変更のお知らせが届きました」、「不親切な対応は私にだけでなく、集合時間変更連絡がなかった人にもぞんざいな態度で、立腹されていました」、「担当内容の変更メールが届きましたが、集合時間が間違っていました。そういうミスをなくして欲しいです」、「運営会社の変更等あるかと思いますが、あまりにも大会当日の準備が二転三転し、私も含む多くの人がストレスを感じました」、「マイページが申込み通りでなくてずいぶん前から変更したくてメールしたり電話したりセンターに行ったりしましたが、「わかりました」と言われてもマイページも更新されずとても不安でした」、「大会直前になって担当部署の変更の連絡があったが考えられないことである。その変更要請(変更できない事をボランティアセンターに連絡をしていた)に応えず当初の担当部署で参加したが、現場に変更の連絡が出来ておらず混乱」、「当初決められた配置場所が直前になって辞退者多数のため場所を変えてと着払いのユニフォームと変更後の地図が送られてきた」、「激寒早朝の集合時間変更、連絡がありませんでした」、「事前に決まっていた役割が、直前に変更になり、集合時間が誤って連絡されていた人が何人かいた。適切に連絡してほしい」、「問い合わせても返事がない。一方的な連絡だけくる」、「最後の撤収についても誰からも何の連絡もなく途方にくれました」などの記述が見られた。

クラスター3：【休憩時間の確保とランナーによる荷物確認の改善を】では、言う（68回）、時間（110回）、休憩（86回）、大変（44回）、荷物（65回）、確認（44回）の用語が確認された。

ここでは、「人員が少なく、休憩も取れなかった」、「休憩もきちんと取れず、6時間で一度しかトイレに行けなくて辛かったです」、「1時間の休憩が取れてない」、「もう少し人数を増やしてしっかり休憩を取ったり出来るようにしてもらえるとありがたいと感じました。今回は天気が良く暑いぐらいでしたが雪や雨が降ることも考えると休憩などについては最初から時間も誰が何時からなど決めておいた方がいいと思います」、「ボランティアと警備員だけだったので休憩も自主的に取って良いか迷いました」、「休憩にも行けず交通規制解除まで常に自転車を運ばないといけなくて、過酷でした」、「段取りが悪く無駄な時間が発生したのに、休憩は45分しか取れない状況になった」、「仕事ではないので必ず休憩が取れなくても仕方がないと思うのですが、しんどい思いをして嫌な思いになるボランティアもいると思います」、「お昼休憩の説明がなかったので、お昼休憩が取れなくて疲れました」、「休憩取ると言いづらくて、休憩なしでぶっ続けで活動してしまう」、「荷物の預かり・返却場所には、テーブルを各ブースに一つ欲しい。袋の中身の確認などが必須だが、机もないので床に置いたりボラが持ってあげたり効率が悪い」、「手荷物シールの貼る位置は荷物を縦置きにするので（そうしないと落ちてくるし入りません）もう少し上に横向きではなく縦向きに貼る方が名前の確認もしやすくスムーズになると思います」、「ゼッケンに印字

されている荷物番号の拡大化を希望」、「袋の中身の確認などが必須だが、机もないので床に置いたりボラが持ってあげたり効率が悪い。また中身の確認は必要か」、「ランナーさんに荷物中身開けて確認してもらう様に上の担当の方が何回も何回も言うておられました。疲れてるランナーさんに荷物開けて確認して欲しいって言うのが大変でした」、「返却時に本人の持ち物であることの確認のためポリ袋の口ひもを解いて中を確認して渡すことが義務付けられていた。時間を食って謎の行動であり合理的でない」、「荷物を手渡す際にも指示が二転三転し、最終的にはランナー自身で荷物を開け中を確認してもらうとなったが、手が震えたり疲労感 MAX で膝や腰が動きにくい状態での本人による確認は過酷」、「荷物の返却については袋を空けて中を確認するルールだが、海外の方は明確に嫌がっていたので、運用は再考すべきと思う」などの記述が見られた。

クラスター4：【リーダー研修と給水の改善を】では、ランナー（228回）、人（152回）、担当（102回）、多い（85回）、良い（82回）、もう少し（55回）、給水（69回）、リーダー（182回）、指示（102回）の用語が確認された。

ここでは、「リーダーが1人不在で、また来ているリーダーによる指示も少なかった。ボランティアの中からリーダーが出て混乱した」、「ボランティアリーダー？の研修をきちんとしてほしいです。何の指示もしてくれないで、私も分からないと言うばかりで困ります」、「ボランティアは初めての方が多いので、もっと上の方がしっかり把握して指示をだすべき」、「もう少しリーダーさんにもしっかり指示だしてほしい」、「もう少し指示役の方が多いと良いと思いました」、「マラソン EXPO で活動しましたが、ボランティアリーダーの指示がわかりにくく今何をするのかが不明で、無駄な時間が過ぎていた」、「リーダーさんがいらっしゃらない場合、スタッフの方とか、誰かしっかりと指示できる方が最初だけでも来てほしかったです」、「今大会では給水を担当しましたが、リーダー不在のため、役割分担・指示や時間管理もできていなかったように感じました」、「ボランティアへの指示責任者が居なかった！オレンジパーカー着た方が「自分は担当ではないが…」と言いつつ指示してくれたのでどうにかなった」、「給水地点リーダーの不参加も発生しており、リーダー選定方法の見直しが求められる」、「同じボランティアの立場ではありますが、毎年感じますが、せめてグループリーダーをされる方は、資材や手順などを指示できるように把握いただきたいと思います」、「当日すごく暑く給食後の給水は混雑し体に水をかける人も多く水が足りなくなった」、「給水の水が思ったより早くなくなってしまい、ランナーの皆さんには申し訳なかったです」、「残り30分ほどで給水の水が無くなりランナーに迷惑をかけた」、「給水のお水の本数を増やしてほしいです。35キロ地点が14時30分でなくなると一般ランナーは体調を崩すかと」、「給水のコップが早々になくなり ペットボトルを渡して飲んでもらっていました」、「水が無いのはランナーの命取りになる。給水所で水が無くてランナーが、可哀想であった」などの記述が見られた。

クラスター5：【大会の在り方と活動の連携の改善を】では、ボランティア（489回）、参加（212回）、今回（97回）、初めて（70回）、対応（71回）、運営（134回）、スタッフ（124回）、マラソン（39回）、活動（124回）、楽しい（51回）の用語が確認された。

ここでは、「今回初めて参加してスムーズな会場準備や運営をくださった大阪市や府の職員の方、スタッフの方に感謝します」、「今回ボランティアを通して初めて大阪マラソンを見たが、先頭ランナーの速さや動き方、沿道からの応援、ランナーと応援の交流など見ていると楽しくて元気がもらえるいいイベントだと思ったので、交通規制などのマイナス面よりもやる意義を伝えられるようなみんなが心待ちにするイベントになればいいなと思った」、「今回、初めて参加させていただいて、本当に楽しかったです、

「今回、初めて参加させていただき、とても有意義な活動になりました」、「今回がマラソンボランティアとしては初めてだったが、とてもうまく運営されていたと思う」、「今回参加させてもらって、いろいろなランナーとの関わりがあつてとても良かったと思っています」、「今回はかなり細部に至って組織化されて、スムーズに大会が運ばれた様に見える」、「今年は万博ボランティア人材も確保していたからか集め安かったのか、ボランティアも人、スタッフも人、人と人との繋がりが大阪の人情を表す大会にしてほしいと思います」、「スタッフの方がすごくよくて、とても楽しく過ごせました」などの記述が見られた。

一方で、「今回、正直スタッフさんの研修や運営の準備不足を多々感じることもありましたが」、「大阪マラソンはランナーにとって、とても素晴らしい大会だと思うが、今回の運営はとても残念なものだったと思う」、「今回のボランティアさんのちょっとしたコツや改善事項・注意事項が次回ボランティアに引き継がれる仕組みが必要とおもう」、「せっかくのボランティア達が参加しているにも関わらず、運営者側のスタッフ様がボランティア運営との連携ができていなく、ボランティアの一人が準則に対応するという形になり、かなり杜撰だなと感じました」、「今回初めての参加でした。ボランティアを多数経験をしている年配の方がしゃべってばかりで動きが悪くてビックリ！ボランティアのベテランだからいろいろ口出しはする。ボランティアはいい人の集まりだと思い込んでいたので、がっかりした」、「今回のボランティアは最悪でした。運営が悪かったのか担当区域がぐちゃぐちゃになりボランティアをやり出して初めて嫌な気持ちで終わりました」、「運営スタッフさんの連携が取れていないところがあったと思います」、「ボランティアと有料の運営スタッフの線引きが微妙。ボランティアに職員と同じ責任を持たせるのはどうかなと思う」、「市民ボランティアは必死になってるんですけど、まとめスタッフがその動きを見てだけで動いていないと言うのはあまり感心するものではなかったかなと思います」などの意見も確認された。

クラスター6：【沿道の応援とボランティアの役割の改善を】では、沿道（61回）、応援（39回）の用語が確認された。

ここでは、「沿道は歩道を向くように説明があつたが、ランナーを応援することを許可するべきと思う」、「沿道ボランティアの際にランナーへ応援をしている方がいましたが、どの程度可能だったのでしょか」、「YouTube や TV もあるが沿道応援向けに大画面によるパブリックビューイング地点が複数箇所あるとなおわかりやすい」、「他のボランティアの方とのコミュニケーションや沿道の応援の方など色々な方と話ができ楽しく過ごせました」、「沿道によって応援者が少ないエリアがあるので、応援者が少ないエリアの統計を取り、少ないエリアにボランティア応援団を派遣してどのエリアでも盛り上がるようにする。吉本の芸人さん等に協力してもらおうなど。沿道での声出し応援アドバイスや練習を行うなど、地域住民の方にも応援を楽しんでもらう」、「ランナーさんが疲労が出て来る地点で、沿道から声援を届けるシステムが有れば良いと思いました」、「沿道の方から道路を横断したいが、どこが1番近いかわかること多かったけど、よくわかりませんでした」、「沿道を歩いて、かなり通行制限を感じた。生活圏の方はかなり日常生活に支障があると思う」、「沿道支援をしている時に感じたのですが、道路を使用できない不便さがあるためか、理解のない市民に出会い、悲しい気持ちになりました」、「私達の応援に手を振り返し、最後まで応援有難う！！とキラキラの笑顔で言葉を返してくれ、気づけば声枯れる程気合い入って応援してました。応援する私たちもランナーの方々から元気と勇気をもらっているのだなと思います」などの記述が見られた。

クラスター7：【沿道のトイレの表示と自転車運搬の改善を】では、トイレ（74回）、聞く（58回）、見

る（46回）、案内（44回）、自転車（48回）、沿道整理（46回）の用語が確認された。

ここでは、「沿道整理をしながら、トイレ案内係の人たちを遠目に見れましたが、トイレ案内の看板を通り過ぎてから気づくランナーは逆走して戻って何度も危険なシーンがあります」、「トイレに行くランナーさんの通路の確保のために歩道の交通整理をしていましたが、やはり歩行者の方にはご不便をかけてしまうためにクレームもありましたが、大きなトラブルにはならなかったのは良かったです」、「女性トイレは完全に不足していて、利用できなくてスタートをされた方も沢山いらっしゃいました」、「トイレは凄い重要案件。ランナー、ボランティア、スタッフ、観客の誰でもわかる様に大きく表示して欲しい」、「走行中のランナーに、リタイアしたい旨と、トイレの場所を聞かれて答えられませんでした」、「トイレの使用中の表示がうまく作用せず。空いてるのに、長らくランナーを待たせてしまっていた」、「トイレに行くための横断も時間がかかっていたので、もう少し近隣でトイレ利用できるように考慮してほしい」、「力持ちボランティアとして歩道橋の自転車運搬を行いました、幅員が狭すぎて大混雑でした。歩道橋は歩行者だけにして、自転車は迂回してもらう方が良くと思いました」、「ループや電動自転車の様なモノまでありボランティアの域を超えている」、「導線の幅が狭いし、両端から自転車の住民方が待ち混み合いました」、「休憩にも行けず交通規制解除まで常に自転車を運ばないといけなくて、過酷でした。歩道橋幅が狭く、自転車の双方向の通行は狭く危険でした」、「大通りの歩行者自転車の横断ポイントを沿道整理要員にも知らせておいてほしい」、「歩道橋の自転車運搬について、現場任せではなく、導線、運搬員、誘導員、役割分担、システム化が必要。電動自転車の割合が多く運搬要員の増員。電動スクーター除外」、「力持ちボランティアの人数が足りなくて自転車を運んでいる人たちが時間前に疲れていました。それでも頑張って自転車を運んでいました」、「歩道橋を渡る際はアシスト自転車はバッテリーを外してからボランティアに頼めばいいのではと思いました」などの記述が見られた。

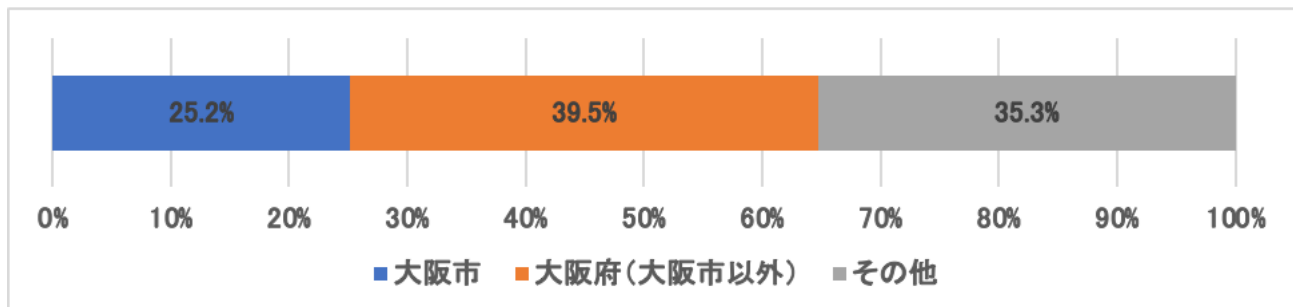
4. 觀 客

4－1．観客意識調査

回答数：258

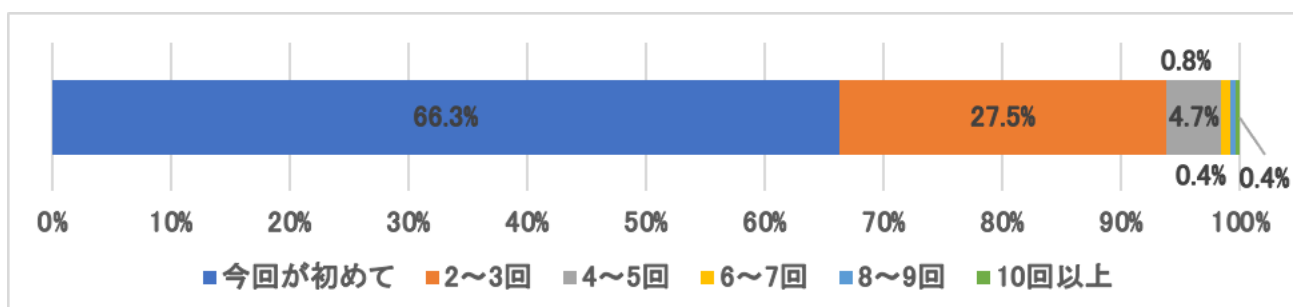
※ここでの前回とは、2025 年の第 13 回大会のことである。

■居住地



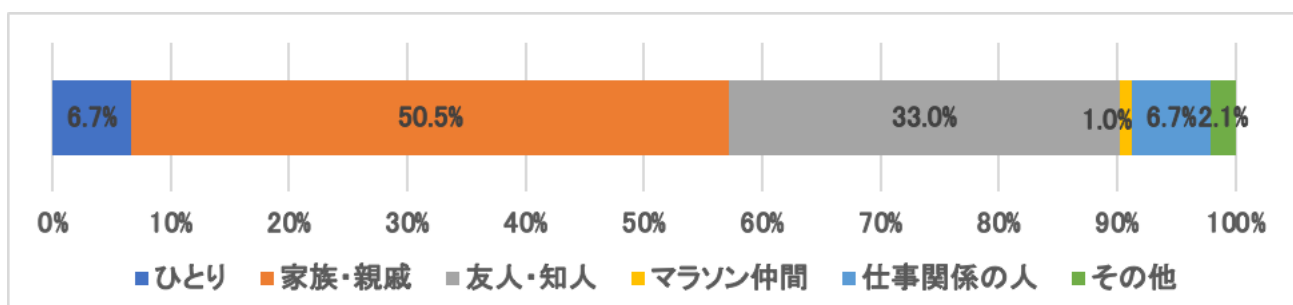
居住地域は、「大阪府（大阪市以外）」が 39.5%（前回：35.0%）、「大阪市」は 25.2%（前回：22.4%）、「その他」が 35.3%（前回：42.6%）」で、他府県からの観客が減少している。

■参加回数



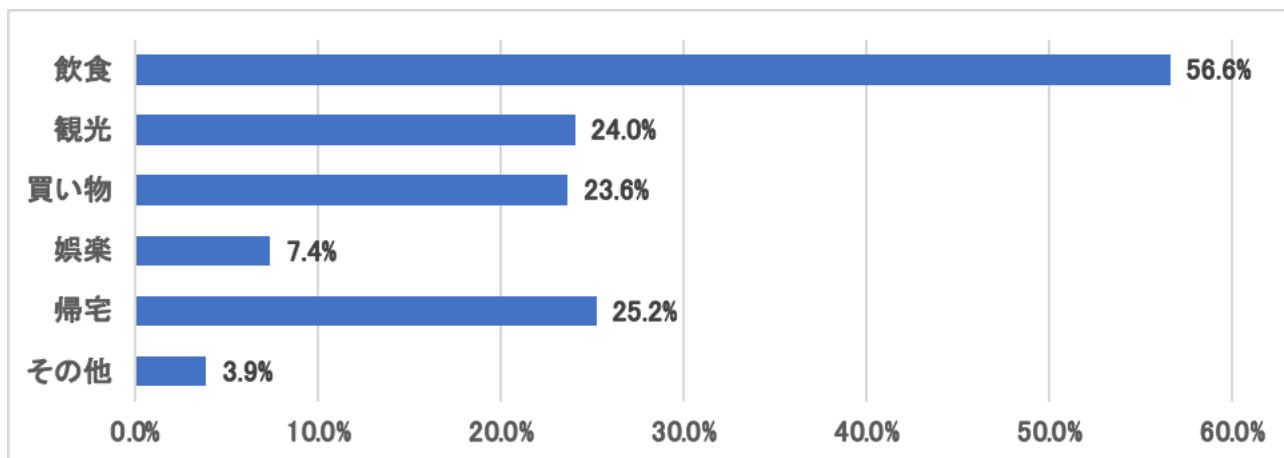
大阪マラソンの観客としての参加回数については、「今回が初めて」が 66.3%（前回：56.8%）であり、7 割近くの人が初めてであった。一方、「2 回以上」が 33.8%（前回：43.2）であり、大阪マラソンの観客のリピーターが減少している。

■応援の同伴者



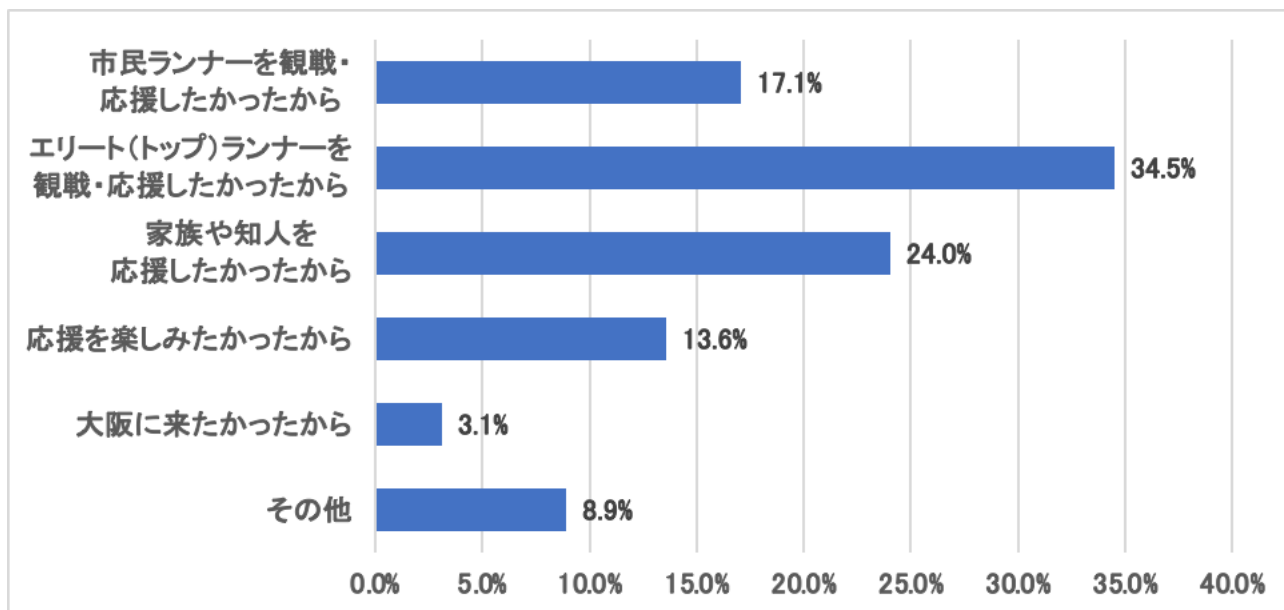
応援の同伴者については、「家族・親戚」が 50.5%（前回：45.3%）や「友人・知人」が 33.0%（前回：22.9%）が増加しており、「ひとり」が 6.7%（前回：15.4%）と減少している。

■観戦・応援を終えた後の活動（複数回答可）



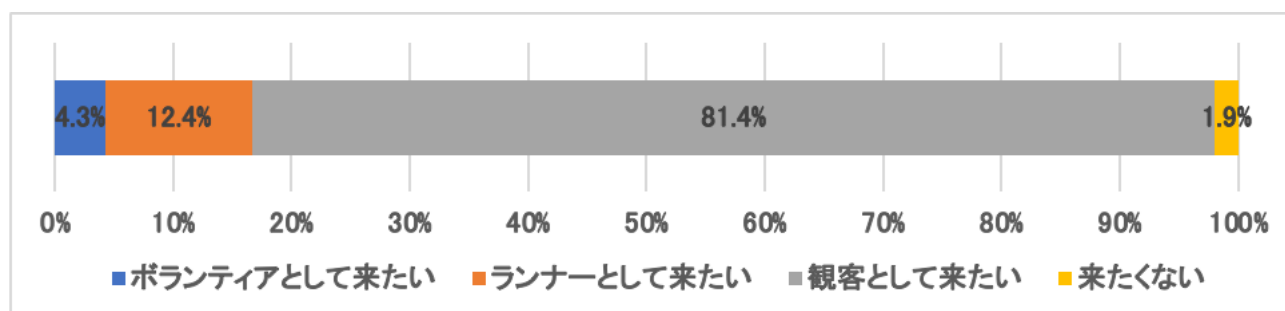
観戦・応援を終えた後の活動として、ランナーあるいは応援仲間と一緒に飲食する人が 56.6%（前回：64.8%）と減少したものの高い割合になっている。一方、観光が 24.0%（前回：12.9%）、「買い物」23.6%（前回：15.2%）と増加傾向にある。また、「帰宅」が 25.2%（前回：31.1%）と減少していることから、大阪城でのセントラルフィニッシュによって、これらの活動の機会が増えたことによると考えられる。

■観戦・応援目的（複数回答可）



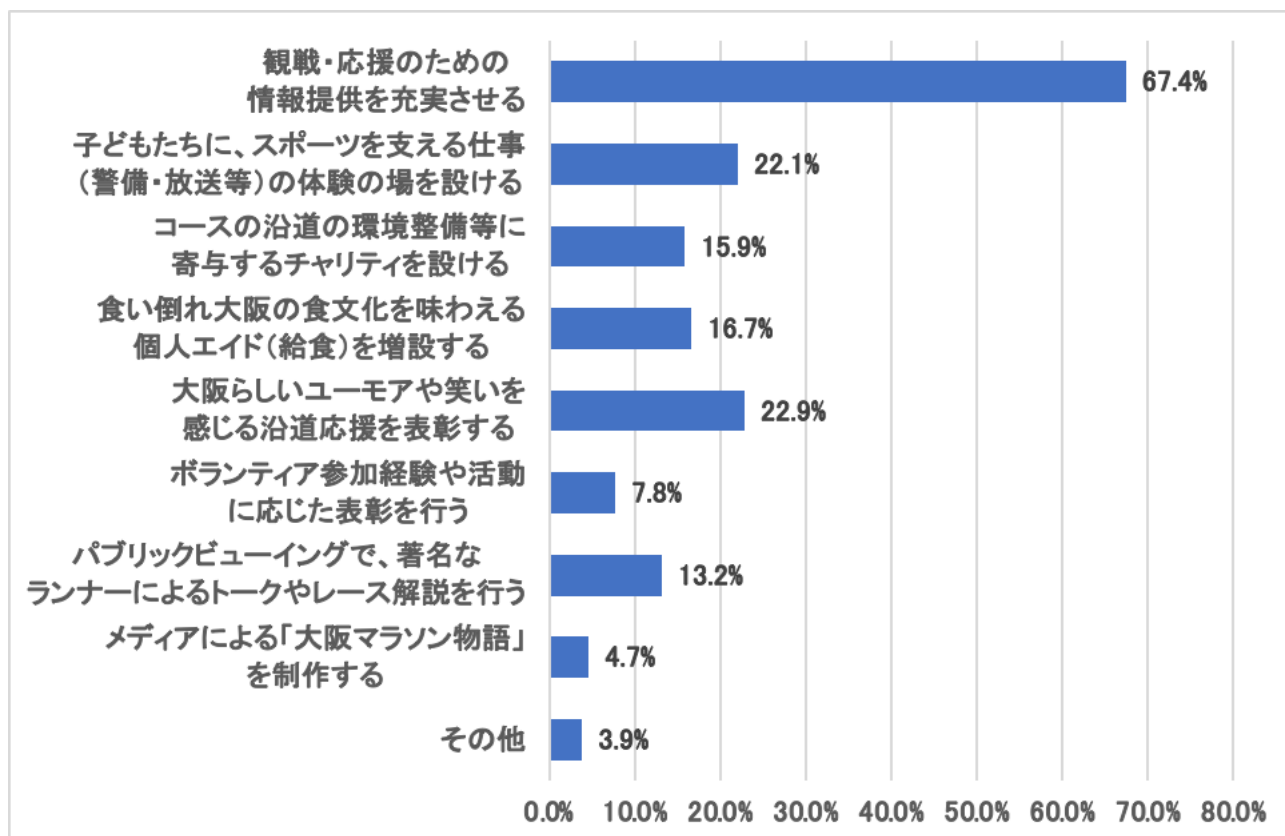
観戦・応援の目的としては、「エリート（トップ）ランナーを観戦・応援したかったから」が 34.5%（前回：0.0%）と最も多く、前回より大幅に増加している。エリートランナーが観客動員に、ある程度、機能しているといえる。一方、「家族や知人を応援したかったから」が 24.0%（前回：63.3%）、「応援を楽しみたかったから」が 13.6%（前回：15.5%）が減少しているものの、「市民ランナーを観戦・応援したかったから」が 17.1%（前回：12.5%）と増加しており、観客の観戦・応援目的に変化が見られた。

■大阪マラソン 2027 の来場意欲



来年度実施される大阪マラソン 2027 の来場意欲について、「観客として来たい」が 81.4%（前回：80.7%）と、8 割近くの人が観客として来たいと思っている。一方、ランナーの走る姿に感化されて、12.4%（前回：16.7%）の人が「ランナーとして来たい」と思っているが、前回よりも減少傾向にある。

■これからの大阪マラソンを、もっと良くしていくための取り組み



これからの大阪マラソンを、もっと良くしていくために必要だと思う取り組みについて、複数回答で訊いてみた。

- ① 「観戦・応援のための情報提供を充実させる」が 67.4%で最も多く、観客にどのような内容で、どのようにして情報提供していくかが課題としてあげられる。
- ② 「大阪らしいユーモアや笑いを感じる沿道応援を表彰する」が 22.9%と、大阪マラソンらしい応援を推奨し、応援を楽しみ、盛上げるうえで、有効な方法であると考えられる。

- ③ 「子どもたちに、スポーツを支える仕事（警備・放送等）の体験の場を設ける」が 22.1%と、子どもたちが参画することで、観客にとって、こころ豊かになることを望んでいるようである。
- ④ 「食い倒れ大阪の食文化を味わえる個人エイド（給食）を増設する」が 16.7%と、大阪の食文化にふれる機会を増やす必要があると考えている。
- ⑤ 「コースの沿道の環境整備等に寄与するチャリティを設ける」は 15.9%と、観客が応援する環境を整えることにチャリティを投じることに賛同している。

以上ように、「観戦・応援に関する情報提供の充実」（67.4%）への支持が最も高く、観客への効果的な情報発信が重要課題として示された。また、大阪らしい沿道応援の表彰や子どもの参画、食文化を活かした個人エイド、沿道環境整備へのチャリティなど、大阪独自の魅力や参加型の大会づくりへの期待が見られた。

4－2．観客の大会運営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（257 名）が「困ったことや改善すべき点」の欄に自由記述した内容（無回答者も有）を①スタート・フィニッシュに対する要望（2 件）、②交通規制や観戦に関連すること（18 件）、③観戦アプリに関すること（2 件）、④その他（9 件）に分類した。

①スタート・フィニッシュに対する要望では、「規制が多く、ゴール近くまで行けないのが、残念だった」、「もっとゴール近くで観戦できたら良いと思う」の記述が見られた。

②交通規制や観戦に関連することでは、「通行止めの情報を教えてほしい」、「横断が制限されるから遠回りしないとアカン」、「一方通行が多く、通れないルートがわかりにくいので、もう少しわかりやすくしてほしい」、「観戦ルートが分かればより良かった」、「道順がはっきりしない」などの記述が見られた。

③観戦アプリに関することでは、「サイトで十分に案内をしてくれていると思いますが現場では全てスマホで確認しないといけないのでやはり看板やチラシのマップがあるといいです」、「スマホで見れるツールがほしい」の記述が見られた。

④その他では、「もっと沿道応援者が増えたらいいのにな」、「楽しく観戦できました。子ども達も初めてのマラソンを楽しめたようです。ご尽力ありがとうございます」、「初めてなのでよく分からなかったが、来て良かった」、「とても親切に教えていただきました」などの記述が見られた。

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 2026（第 14 回大阪マラソン）

国内ランナー意識調査

このたびは、大阪マラソン 2026（第 14 回大阪マラソン）（以下「大阪マラソン 2026」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 2026 国内ランナー意識調査」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、読売新聞に掲載し、大会ホームページでも報告書を公開する予定です。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为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、・・・⑦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（グループ） ③障がい者ランナー
④市民アスリート ⑤大阪スポーツ応援ランナー ⑥チャリティランナー
⑦大阪マラソン SEASON TRIAL 2025「10K & Fun RUN」出場権付きランナー

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 EXPO2026」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 2026 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 2026 の参加料について、他のマラソン大会と比較してどのように思われますか。

- ①高い ②どちらかというが高い ③妥当 ④どちらかという安い ⑤安い

13. 大阪マラソン 2026 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

14. 来年の大阪マラソン 2027 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 2026 の運営について>

15. これからの大阪マラソンをさらに良くしていくために、どのような新しい取り組みが必要でしょうか。次の項目について、「とても必要である」から「まったく必要ではない」まで、4段階で評価してください。

① 大阪マラソンを小・中・高校の教材(課題解決学習等)として提供し、企画等に関わってもらう。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
② 小・中・高校の子どもたちに、スポーツを支える仕事(運営・警備・医療・放送等)の体	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である

験の場を設ける。	☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
③ 大阪府民・市民による大阪マラソン企画会議を組織し、新たな企画を提案する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
④ 地元企業と社会貢献活動の一環としてパートナーシップ（資金提供を含む）を結ぶことを目指す。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑤ 海外ランナーとの交流の場を設ける。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑥ 海外ランナーのホームステイを推進する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑦ 大阪マラソンのチャリティプログラムと大阪のチャリティ文化の関係が分かるイベントを開催する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑧ 大阪マラソンならではの特徴的な「チャリティランナー」の在り方を再考する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑨ コースの沿道の環境整備等に寄与するチャリティを設ける。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑩ 食い倒れ大阪の食文化を味わえる個人エイド（給食）を増設する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑪ 大阪らしいユーモアや笑いを感じる沿道応援を表彰する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない

⑫ 大阪マラソンボランティア団体を組織し、年間を通して活動を行う。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑬ ボランティア参加経験や活動に応じた表彰を行う。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑭ エリートランナーと市民ランナーが協働し、大会テーマ（チャリティ等）について提案する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑮ 大阪を感じる場所でのパブリックビューイングを活用し、著名なランナーによるトークやレース解説を行う「観戦プログラム」を実施する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑯ スタート地点を複数化し、混雑を避ける。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑰ 年間を通じて大阪マラソンに関連するイベントを開催し、参加のためのポイントを発行する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑱ 単一のマラソン大会ではなく、スポーツフェスタの一部として実施する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑲ メディアによる「大阪マラソン物語」を制作する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない

その他、これからの大阪マラソンをさらに良くしていくために必要な新しい取り組みがあれば、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的大阪マラソンは、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

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チャリティアームウォーマー
⑤チャリティ手袋 ⑥チャリティパーカー ⑦チャリティヘッドバンド
⑧ニックネーム入りアスリートビブス
⑨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。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

19. 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()

20. 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 2026（第 14 回大阪マラソン）

海外ランナー意識調査

このたびは、大阪マラソン 2026（第 14 回大阪マラソン）（以下「大阪マラソン 2026」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 2026 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、読売新聞に掲載し、大会ホームページでも報告書を公開する予定です。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为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 EXPO2026」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 2026 の参加料について、他のマラソン大会と比較してどのように思われますか。

- ①高い ②どちらかという和高い ③妥当 ④どちらかという和安い ⑤安い

13.大阪マラソン 2026 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

14.来年の大阪マラソン 2027 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 2026 の運営について>

15. これから大阪マラソンをさらに良くしていくために、どのような新しい取り組みが必要でしょうか。次の項目について、「とても必要である」から「まったく必要ではない」まで、4段階で評価してください。

①大阪マラソンを小・中・高校の教材（課題解決学習等）として提供し、企画等に関わってもらおう。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
②小・中・高校の子どもたちに、スポーツを支える仕事（運営・警備・医療・放送等）の体験の場を設ける。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない

③大阪府民・市民による大阪マラソン企画会議を組織し、新たな企画を提案する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
④地元企業の資金提供（パートナーシップ）を進める。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑤参加ランナーとの交流の場を設ける。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑥海外ランナーのホームステイを推進する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑦大阪マラソンのチャリティプログラムと大阪のチャリティ文化の関係が分かるイベントを開催する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑧大阪マラソンならではの特徴的な「チャリティランナー」の在り方を再考する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑨コースの沿道の環境整備等に寄与するチャリティを設ける。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑩食い倒れ大阪の食文化を味わえる個人エイド（給食）を増設する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑪大阪らしいユーモアや笑いを感じる沿道応援を表彰する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑫大阪マラソンボランティア団体を組織し、年間を通して活動を行う。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である

	☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑬ボランティア参加経験や活動に応じた表彰を行う。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑭エリートランナーと市民ランナーが協働し、大会テーマ（チャリティ等）について提案する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑮大阪を感じる場所でのパブリックビューイングを活用し、著名なランナーによるトークやレース解説を行う「観戦プログラム」を実施する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑯スタート地点を複数化し、混雑を避ける。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑰年間を通じて大阪マラソンに関連するイベントを開催し、参加のためのポイントを発行する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑱単一のマラソン大会ではなく、スポーツフェスタの一部として実施する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑲メディアによる「大阪マラソン物語」を制作する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない

<チャリティについて>

16.チャリティマラソンとして的大阪マラソンは、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

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チャリティアームウォーマー
- ⑤チャリティ手袋 ⑥チャリティパーカー
- ⑦チャリティヘッドバンド ⑧ニックネーム入りアスリートビブス
- ⑨購入しなかった

18.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。(300 文字以内)

ご協力ありがとうございました。

大阪マラソン 2026（第 14 回大阪マラソン）

ボランティア意識調査

このたびは、大阪マラソン 2026（第 14 回大阪マラソン）（以下「大阪マラソン 2026」と表記）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 2026 ボランティア意識調査」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、読売新聞に掲載し、大会ホームページでも報告書を公開する予定です。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 ②2回 ③3回 ④4回 ⑤5回 ⑥6回 ⑦7回 ⑧8回 ⑨9回 ⑩10回 ⑪11回
⑫12回 ⑬13回

6. ボランティア活動について

(1)-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ちらし ④メール等直接のお知らせ ⑤知人から聞いた ⑥SNS
⑦その他（ ）

(1)-2 上記で「③ちらし」と答えた方にお聞きします。「ちらし」はどこで入手しましたか。

①大阪メトロ ②大阪府の施設（府庁含む） ③大阪市の施設（市役所含む）
④大阪関西万博ボランティアセンター ⑤その他（ ）

(2) 事前のボランティア説明会は参加されましたか。

- ①参加した ②参加しなかった

(3) YouTube による説明会は閲覧されましたか。

- ①閲覧した ②閲覧しなかった

(4) 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()

(5) その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どちらかというと不満足だった ④不満足だった

(6) 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

(7) 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

(8) 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

(9) 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いろいろ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
 ⑦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 2026 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どちらかというと不満足だった ④不満足であった。

10. 次回の大阪マラソン 2027 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 2026 の運営について>

12. これからの大阪マラソンをさらに良くしていくために、どのような新しい取り組みが必要でしょうか。次の項目について、「とても必要である」から「まったく必要ではない」まで、4 段階で評価してください。

①大阪マラソンを小・中・高校の教材（課題解決学習等）として提供し、企画等に関わってもらう。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
②小・中・高校の子どもたちに、スポーツを支える仕事（運営・警備・医療・放送等）の体験の場を設ける。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
③大阪府民・市民による大阪マラソン企画会議を組織し、新たな企画を提案する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
④地元企業と社会貢献活動の一環としてパートナーシップ（資金提供を含む）を結ぶことを目指す。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑤海外ランナーとの交流の場を設ける。	☐ とても必要である

	☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑥海外ランナーのホームステイを推進する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑦大阪マラソンのチャリティプログラムと大阪のチャリティ文化の関係が分かるイベントを開催する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑧大阪マラソンならではの特徴的な「チャリティランナー」の在り方を再考する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑨コースの沿道の環境整備等に寄与するチャリティを設ける。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑩食い倒れ大阪の食文化を味わえる個人エイド（給食）を増設する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑪大阪らしいユーモアや笑いを感じる沿道応援を表彰する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑫大阪マラソンボランティア団体を組織し、年間を通して活動を行う。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑬ボランティア参加経験や活動に応じた表彰を行う。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑭エリートランナーと市民ランナーが協働し、大会テーマ（チャリティ等）について提案する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない

	○まったく必要ではない
⑮大阪を感じる場所でのパブリックビューイングを活用し、著名なランナーによるトークやレース解説を行う「観戦プログラム」を実施する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑯スタート地点を複数化し、混雑を避ける。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑰年間を通じて大阪マラソンに関連するイベントを開催し、参加のためのポイントを発行する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑱単一のマラソン大会ではなく、スポーツフェスタの一部として実施する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない
⑲メディアによる「大阪マラソン物語」を制作する。	☐ とても必要である ☐ まあまあ必要である ☐ あまり必要ではない ☐ まったく必要ではない

<大阪マラソンへの要望>

大阪マラソンのボランティアあるいは大会の運営についてご意見があれば、ご自由にお書きください。(300字以内)

ご協力ありがとうございました。

大阪マラソン 2026 観客調査

本調査は、大阪マラソンの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、大会ホームページでも報告書を公開する予定です。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。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。

<質問項目>

1. お住まいはどちらですか。

- ①大阪市 ②大阪府（大阪市以外） ③その他（ ）

2. 大阪マラソンに来られたのは何回目ですか？

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

3. ご自分を含めて何人で来られましたか。

- ①ひとり ②家族・親戚（ ）人 ③友人・知人（ ）人 ④マラソン仲間（ ）人
⑤仕事関係の人（ ）人 ⑥その他（ ）と（ ）人

4. 観戦・応援を終えた後、何をされますか。（複数回答可）

- ①飲食 ②観光 ③買い物 ④娯楽
⑤帰宅 ⑥その他（ ）

5. 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）

- ①市民ランナーを観戦・応援したかったから ②エリート（トップ）ランナーを観戦・応援したかったから
③家族や知人を応援したかったから ④応援を楽しみたかったから
⑤大阪に来たかったから
⑥その他（ ）

6. 来年の大阪マラソン 2027 に来たいですか。

- ①観客として来たい ②ランナーとして来たい ③ボランティアとして来たい ④来たくない

7. これからの大阪マラソンを、もっと良くしていくために必要だと思う取り組みはどれですか。

次の①～⑨の中から、あてはまるものを3つまで選んでください。

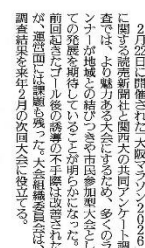
- ①観戦・応援のための情報提供を充実させる。
②子どもたちに、スポーツを支える仕事（警備・放送等）の体験の場を設ける。
③コースの沿道の環境整備等に寄与するチャリティを設ける。
④食い倒れ大阪の食文化を味わえる個人エイド（給食）を増設する。
⑤大阪らしいユーモアや笑いを感じる沿道応援を表彰する。
⑥ボランティア参加経験や活動に応じた表彰を行う。
⑦パブリックビューイングで、著名なランナーによるトークやレース解説を行う。
⑧メディアによる「大阪マラソン物語」を制作する。
⑨その他（ ）

8. 設問7で⑨を選んだ方は、大阪マラソンをもっと良くしていくために必要だと思う取り組み内容の内容を以下に記述してください。

記述（ ）

9. 大阪マラソンの観戦・応援に来られて、困ったことや改善すべき点があればお聞かせください。

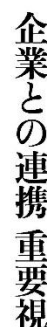
ご協力ありがとうございました。



海外ランナー 長期のツーリズム化

大会運営への感想や要望など

305



動線の改善 高い評価

は62・6%だった。

「ゴール後の動線を改めるなど、運営面での変更が理由とされる。前回はゴール後の荷物の受け取りで、大混雑が発生し、運営面の改善を要求する声があがった。組織委が発防止に努めた結果、今回白田記述では、動線などに

高い評価

次回大会への参加意欲も高まっている。国内ランナーで「ぜひ参加したい」「できれば参加したい」と答えた割合は93・8%（前回88・2%）。海外ランナーも85・1%で、前回よりも13・9ポイント上昇した。

10回を超えまし
「走るイベント」、市民参加型の社
イベントとして発
くことを願ってい

調査概要

参加者に
ウエブで回
答してもら
い、国内ランナー28889
人、海外ランナー751人、
ボランティヤ9882人、観
客258人が応じた。

「大阪ならではの魅力づくりを」

全国各地で市民マラソンが開かれる中、生き残っていくためには、どのような付加価値が必要なのかという視点で調査しました。数ある大会から選んでもらうには、大阪マラソンならではの魅力づくりが必要だと感じています。

そのため、調査ではランナーやボランティアらに、必要な取り組みを尋ねました。新たな価値を生み出す取り組みとして▽次世代の

育成▽市民参加と連携▽国際交流と寄付▽大坂の魅力創出—といった四つの柱を提案しました。

厚く可能な大会に向けて、若い世代の参入が重要です。アンテナでは、新たな取り組みとして、子どもたちにスポーツを支える仕事（運営、警備、医療・放送等）の体験の場を設けることが高く評価されました。支える側の喜びを味わう一方で、マラソンと

杉本 厚大 関西大名誉教授

調査責任者



ランナーはボランティアや観客の応援に力をもらっています。そうした人々を表彰すれば、支える側の人たちの力を改めて見つ

地域密着の大会運営期待

本社・関大共同調査 満足度は大幅改善



2月に開催された「大阪

マラソン2026」(読売

新聞社共催)で、読売新聞

と関西大が参加者に行った

アンケート調査の結果がま

とまった。大会を更に良く

するための取り組みについ

て、国内ランナーとボラン

ティアの9割超が「地元企

業とパートナーシップを結

ぶ」を支持した。地域社会

と結びついた大会運営への

期待が高まっている。

国内ランナー2889

人、海外ランナー751人、

ボランティア982人、観

客258人に調査。良くす

るための取り組みについ
て、海外ランナーは「ボラ
ンティア参加経験や活動
に応じた表彰」が最多だ
った。

前回低下した満足度は大
幅に改善した。今大会では
ゴール後の動線を改めるな
ど運営面を見直した。その
結果、「満足」「まあまあ
満足」と答えた国内ランナ
ーの割合は94・6%で、前
回から約33%上昇した。

調査責任者の杉本厚夫・
関西大名誉教授は「走るだ
けではない価値を生んでい
くことが重要。次世代や新
たな参加者を取り込み、持
続可能な大会運営を目指し
てほしい」と話している。

〈詳報17面〉

2026年6月21日(日)付 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>

調査研究代表 ： 杉本厚夫（関西大学名誉教授、
 子ども未来・スポーツ社会文化研究所代表）

調査研究員 ： 久保賢志（日本大学）
 津吉哲士（福山大学）
 尾島祥（奈良県小学校教員）
 三角さやか（園田学園大学）
 山北隆太郎（和歌山大学）
 談躰（子ども未来・スポーツ社会文化研究所研究員）

<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

＜関西大学スタッフ＞

調査研究代表：杉本厚夫（関西大学名誉教授、
子ども未来・スポーツ社会文化研究所代表）

調査研究員：久保賢志（日本大学）
津吉哲士（福山大学）
尾島祥（奈良県小学校教員）
三角さやか（園田学園大学）
山北隆太郎（和歌山大学）
談韓（子ども未来・スポーツ社会文化研究所研究員）

＜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

